

4. 워크숍 참석자

[주제 발표 1]

성명	소속/직책	연락처
발표자		
윤혜신	당진군 로컬푸드 외식업체 '미당' 운영자 (착한밥상이야기 저자)	01028213471/eheng21@hanmail.net
윤유경	슬로푸드문화원 교육팀장	01042856060/daymoon9@naver.com
토론자		
허남혁	충남발전연구원 농업농촌연구부	
조기호	금산인삼호텔 주방장	01052753575/timing37@naver.com/
한상배	백미고을 협회장(해상공원)	0114516402
김영선	한국외식업중앙회 충남지사 교육부장	01054569496/bongfa@hanmail.net
참석자		
백미고을	백미고을 외식업체(20개업체)	0414516402
백미고을총무		01064016217
배연근	공생공소 대표	01024099841
유통전문업체	공주시유통전문업체단	
충남외식업체	예산호 주변, 기타지역	
박효신	예산슬로시티사무국 사무국장	01035978390/hyoshin4858@naver.com
내부참석자		
정현희	충남발전연구원 6차산업화센터	
김영수	충남발전연구원 6차산업화센터	

외식업과 로컬푸드

● 발표 : 윤유경 (한국슬로푸드위원회 교육팀장)

외식업과 로컬푸드

국제슬로푸드 한국위원회 교육팀장 윤유경  Slow Food® Korea

로컬푸드 운동

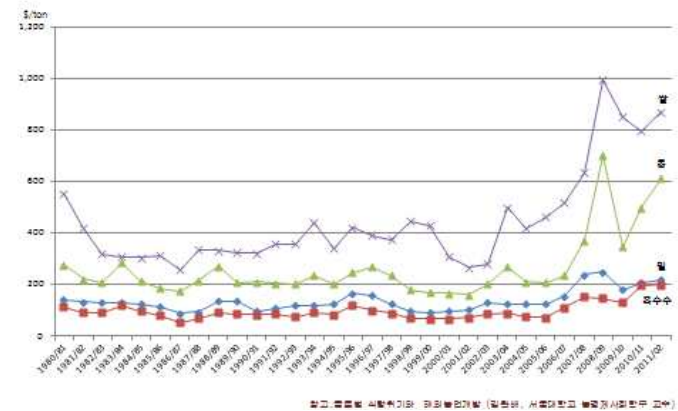
지역에서 생산된 먹거리를
가능한 한 지역내에서 소비하자는
운동
(일본의 지산지소(地産地消) 운동)



글로벌 식량체계



연도별 곡물 가격 변동 추이('80-'11)



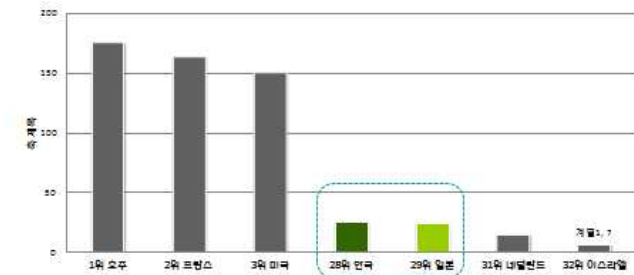
기후변화로 식량확보의 불안전성 증가



자료: USDA

참고: 농촌경제연구원, 환경농업개발 (김형배, 서용아, 한국농림경제학회)

한국의 곡물자급률은 OECD 국가(33개국) 중 아위수준(28위)



자료: USDA, Crop Report 2010 자료

참고: 농촌경제연구원, 환경농업개발 (김형배, 서용아, 한국농림경제학회)

한국의 식량 자급능력

우리 국민이 필요로 하는 연간 식량소요량

2010년 기준으로 1,950만 톤

이중 500만 톤을 국내에서 생산하고 나머지는 수입에 의존

- 국내생산 500만 톤 중 쌀이 450만 톤을 차지

우리나라의 곡물자급률은 '80년대 초반 50% 수준에서 '90년대 초반에는 30%, 2010년 26.7% 등으로 지속적인 하락 추세

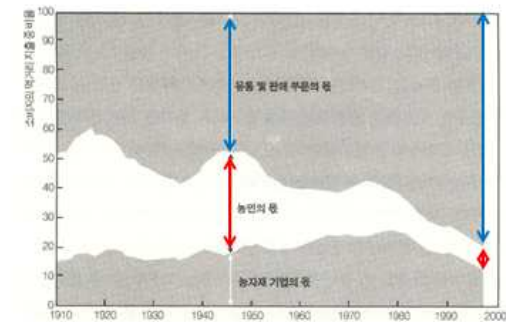
- '10년 기준 쌀의 자급률은 104.4%, 보리 25.6%, 콩 8.7%, 옥수수 0.8%, 밀 0.8%



자료: 농림부

참고: 농촌경제연구원, 환경농업개발 (김형배, 서용아, 한국농림경제학회)

농민의 몫 ↓ 유통 및 판매업체의 몫 ↑



로컬푸드 (Local Food)

• 얼굴있는 먹거리

- 어디서 어떻게 생산되고 어떻게 가공되어 유통되는지 알기 어려운 글로벌 푸드(Global food)의 먹거리의 대안으로 소비자의 먹거리 안전을 보장하면서 지역농가의 소득을 보장함으로써 지역의 농업이 활성화되고 다양한 식재료의 공급이 가능하며 식량 자급률을 높일 수 있다.

• 생산자와 소비자의 거리가 가까운 먹거리

- 생산자와 소비자 사이의 물리적 거리와 사회적 거리를 모두 줄이자는 것이다
- 여기에서 사회적 거리는 생산자와 소비자 간의 유통단계를 말한다. 유통단계가 복잡할수록 생산자와 소비자 간의 사회적 거리는 멀어진다.

• 로컬푸드 운동

- 지역에서 생산된 먹거리를 가능한 한 지역내에서 소비자는 운동이다. (일본의 지산지소(地産地消) 운동)

슬로비 (Slobbie)

slower

but better working people
느리지만 더 잘하는 사람들

감사합니다.

www.slowfoodkorea.kr
<http://cafe.daum.net/terramadre>



한국 외식업...

• 지역음식, 양토음식의 경쟁성 상실

- 대형 유통망속에서 재료의 획일화와 품질문제
-> 맛의 하향평준화, 전국 음식의 서울음식화

• 스토리텔링

- 역사책 속의 이야기 일색의 스토리텔링의 설득력의 한계
- 소비자의 눈높이에 맞는 먹거리에 대한 가치관과 철학을 스토리텔링

• 음식을 만드는 사람의 마음이 느껴지지 않는 음식

- 재료의 선택과 만드는 과정과 서비스 전반에 걸쳐 먹는이에 대한 배려가 느껴지는 서비스

• 외식업의 새로운 경쟁성과 가치의 재발견 필요

- 지역의 음식문화와 음식교육을 선도

로컬푸드