

「충남 외식업 로컬푸드 인정」 사업과 관련하여 지역 로컬푸드 외식업체 ‘미당’ 을 초청하여 로컬푸드 외식업의 의의와 충남 로컬푸드 외식업체의 미래를 엿보고자 한다.

충남 ‘로컬푸드 외식업체 워크숍

- 로컬푸드란 무엇인가? 외식업체 ‘미당’과의 만남 -
‘외식업과 로컬푸드’ 윤유경, ‘착한밥상 이야기’ 윤혜신

- ☐ 일 정 : 2012년 4월 24일(화요일) 14:30 ~ 16:30
- ☐ 장 소 : 충남발전연구원 1층 회의실
- ☐ 주 최 : 충남발전연구원
- ☐ 주 관 : 충남농어업6차산업화센터<외식업 로컬푸드 인정사업 워크숍>

1. 개 요

- ☐ 일 정 : 2012년 4월 24일(화요일) 14:30 ~ 16:30
- ☐ 장 소 : 충남발전연구원 1층 회의실(충남 공주시 금흥동 101번지 T.0418401215)
- ☐ 주 최 : 충남발전연구원
- ☐ 주 관 : 충남농어업6 차산업화센터

2. 일정

시 간	내 용	비고
14:30 ~ 14:40(10분)	참석자 소개 인사 및 진행	김영수 연구원
14:40 ~ 14:50(10분)	간담회 진행 및 내용 설명	정현희 연구원
14:50 ~ 15:10(20분)	외식업과 로컬푸드	윤유경
15:10 ~ 15:30(20분)	착한밥상이야기(당진군 ‘미당’)	윤혜신
15:30 ~ 16:20(50분)	토론 및 질문과 답변	참석자

3. 간담회 논의 주제

- 외식업과 로컬푸드(로컬푸드는 왜 해야 하는가?)
 - 로컬푸드란 무엇인가?
 - 외식업과 로컬푸드
- 착한 밥상 이야기(당진군 로컬푸드 외식업체 ‘미당’ 운영자)
 - 소비자가 원하는 음식
 - 지역 농산물 사용 방법
 - 로컬푸드 외식업체를 운영하면서의 소감(소비자와의 공감, 소득, 건강, 지역성, 향토음식, 슬로푸드, 농가와 외식업체)
- 충남지역 외식업체와의 대화
 - 공주시 백미고를 외식업체와의 대화
 - 로컬푸드 외식업체 예비 운영자와의 대화

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

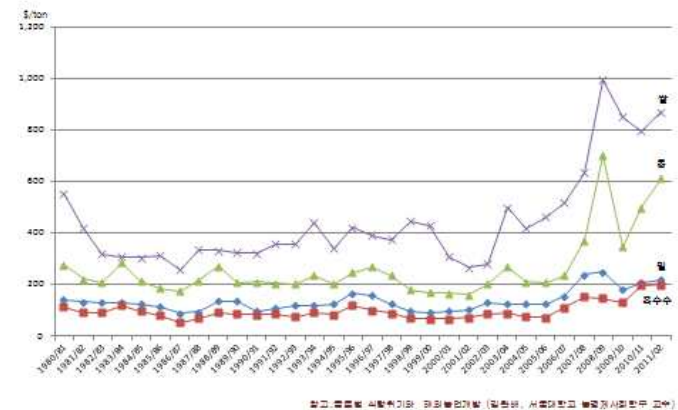
지역에서 생산된 먹거리를
가능한 한 지역내에서 소비하자는
운동
(일본의 지산지소(地産地消) 운동)



글로벌 식량체계



연도별 곡물 가격 변동 추이('80-'11)



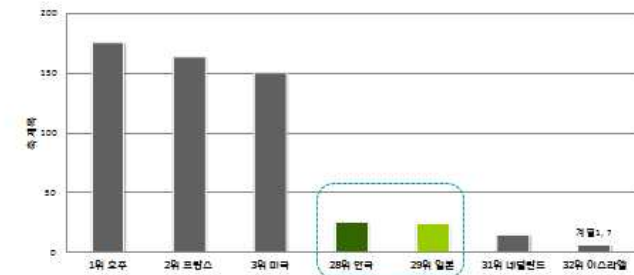
기후변화로 식량확보의 불안전성 증가



자료: USDA

참고: 농촌경제연구원 (농정농업개발 (김형배), 서울대학교 농업경제학과 교수)

한국의 곡물자급률은 OECD 국가(33개국) 중 아위수준(28위)



자료: USDA Crop Report 2010 자료

참고: 농촌경제연구원 (농정농업개발 (김형배), 서울대학교 농업경제학과 교수)

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

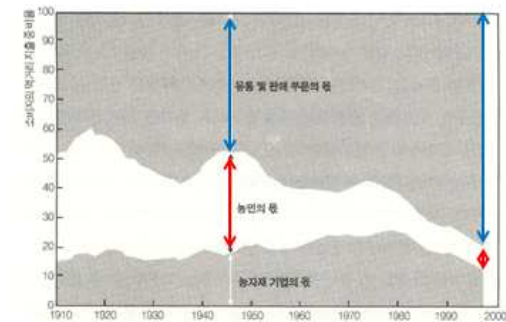
- '10년 기준 쌀의 자급률은 104.4%, 보리 25.6%, 콩 8.7%, 옥수수 0.8%, 밀 0.8%



자료: 농정

참고: 농촌경제연구원 (농정농업개발 (김형배), 서울대학교 농업경제학과 교수)

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

[주제 발표 2]

착한밥상 이야기

● 발표 : 윤혜신 (당진군 '미당' 대표)

1. 소비자가 원하는 음식(한정식)

1. 전통음식: 예전부터 먹어왔던 우리의 전통 음식을 선호한다.

* 전통장: 집간장과 집된장

* 김치: 직접 담근 손맛 김치

* 나물: 지역이나 텃밭의 농작물

2. 좋은 재료와 맛

* 제철 음식, 지역 음식

* 신선한 재료: 유통과 보관

* 조리법: 발효, 간단, 제 맛을 살림

* 해롭지 않은 음식에 대한 요구: 인공 조미료, 단맛, 짠맛, 신맛
조미료: 미원, 다시다, 사카린, 카라멜소스, 색소, 빙초산...

2. 지역 농산물 사용 방법

* 텃밭 농사(5월~11월)

상추, 오이, 가지, 풋고추, 애호박, 단호박, 무, 양파, 마늘, 감자, 고구마, 쑥갓, 부추, 파, 깻잎, 노각, 참외, 토마토, 무, 알타리무, 늙은호박, 박

* 채취(3월~12월)

냉이, 달래, 민들레, 쑥, 홀잎나물, 엄나무순, 두릅, 뽕잎, 머위, 고구마줄기, 호박잎, 고춧잎, 명아주, 망치, 취나물, 미나리, 밤, 도토리, 은행, 소리쟁이, 토란, 연근, 죽순, 들나물, 참죽나물

* 농가 직구매

쌀-함덕 소소리 정미소

잡곡-홍성 유기농

고추-석우리 주민들

메주-석우리 주민

양파-홍성유기농

마늘-서산

양상추-함덕 도곡리

표고버섯-고덕

현미쌀-아산

달걀-석우리/순성

김장배추-석우리

* 지역사회이용

쇠고기/돼지고기-함덕 우성정육점

채소-함덕 광영상회

과일-함덕 영덕상회

해물/수산-합덕 동성상회
*(공산품-합덕 백설상사)

3.미당을 운영하며

*착한 밥상으로 착하게 살자

1.제철음식을 만들자

*푸드마일리지

*로컬푸드를 사용하자.

2.전통 음식을 만들자

슬로우푸드

*발효음식-장, 김치, 효소

개발할 영역:(효소, 술, 식초)

*절기 음식을 활용하자

24절기 4대 명절에 먹었던 음식을 재현

대보름-오곡밥과 묵나물

동지-팥죽

복날-콩요리/깨국탕

설, 추석-명절음식

*전통 조리법을 살리자.

삭혀먹기, 찌먹기, 구어 먹기, 데쳐 먹기, 삶아먹기, 쭈어 먹기, 고아먹기

(튀기고 볶는 기름진 음식을 되도록 피하자.)

3.아름다운 먹이사슬

유통구조의 변화-직거래

소비자의 의식 변화-지역 살림, 유기농 (생협회원 확대) 자급자족의 마을

나부터-나의 먹거리에 대한 반성과 선한 선택

*생각은 우주적으로, 먹거리는 지역에서!!

[부록 1]

요리사와 거리(距離)

● 박찬일(이탈리안 레스토랑 ‘라 콤마’ 셰프)

요리사에게

요리사와 거리(距離)

리틀보이, 이 귀여운(?) 낱말이 실은 1945년 수십만 명의 목숨을 앗아간 원자폭탄의 이름이었다. 미군은 히로시마에 리틀 보이를, 나가사키에는 팻맨이라는 이름의 원자탄을 투하했다. 리틀 보이. 사람 죽이는 괴물치고는 너무 이름이 예뻤다. 이미 밝혀진 사실이지만 미국은 개발한 무기를 실전에 써먹어야 할 필요를 느꼈고, ‘후환’이 적어 보이는 일본을 택했을 것이다. 어쨌든 당시 일본은 폭탄 세례를 받아 마땅한 범죄 국가였으니까 말이다.

원자폭탄과 요리가 무슨 상관이나고 생각할 분이 있겠다. 자, 그 얘기를 하련다. 리틀 보이를 투하했던 조종사 폴 티베츠는 최근 숨지면서 다시 언론의 주목을 받았다. 놀라운 것은 그는 생전의 인터뷰에서 “전혀 양심의 가책을 받지 않았다”고 말했다. 그가 결코 비양심적인 전쟁광이기 때문에 그런것은 아니었다. 그것은 일종의 ‘거리(距離)’와 관련된 문제이기 때문이다. 월남전이나 이라크 전쟁 등 수많은 전쟁을 치렀다. 그때마다 트라우마에 시달리는 다수의 미군 환자가 발생했다. 적군을 죽인 후, 심각한 죄책감에 빠져 자살을 시도하거나 도저히 정상적인 사회생활을 할 수 없게 된 것이다. 그러나 티베츠는 그런 질환을 앓지 않았다. 죄책감도 없었다. 그 이유는 그는 오직 버튼 하나를 눌렀을 뿐 죽여가는 어떠한 사람의 모습도 보지 못했기 때문이다. 이라크, 아프가니스탄 전쟁 당시에도 미군 폭격기 조종사들은 미국 본토에 있는 기지에서 발진, 폭탄을 투하한 후 당일 귀국(귀가)하여 사랑스러운 자식들과 아내가 기다리는 집에서 따뜻한 저녁을 먹었다. 그들에게 살상에 관련된 트라우마가 발생했다는 보도는 보지 못했다.

인간은 그런것이다. 슈퍼마켓에서 잘 포장된 고기를 집어들 때 그 과정에서 발생한 생명의 박탈과 지옥의 아수라를 떠올리지 않는다. 그러면서 스스로 닭의 모가지를 비틀 용기는 없다. 그것은 ‘불쌍’하기 때문이다. 그런게 바로 인간이며, 오히려 자연스러운 프로그래밍의 결과다. 사람이 육식을 하면서 모든 생명의 최후의 순간을 지속적으로 감지하고 인식한다면, 도저히 식생활을 유지할 수 없을지도 모른다.

식당에는 재료와 요리사, 손님이라는 삼위일체가 존재한다. 요리사는 재료를 가지고 요리하여 손님에게 제공한다. 요리사는 직접 눈으로 본 재료를 신중하게 다루고 손질한다. 그 이력도 충분히 이해하고 있다. 요리사의 눈앞에는 그 요리를 먹을 손님이 존재한다. 요리사는 그 손님을 ‘인식’내지 ‘의식’하면서 요리를 한다. 대개의 가정주부들이 그렇게 한다. 가족들이 먹을 음식을 손수 장만하여 기쁘게 먹는 것을 상상하면서 요리한다. 이때 요리는 수고가 아니라 즐거움이 되기도 한다. 마찬가지로 요리사들도 인식과 의식하고 있는 대상에 대해 민감해진다. “빠히” 보고 있는 손님들에게 최선의 음식을 내리는 마음가짐을 갖게 된다. 그런데 자꾸 이 과정에서 소외되는 요리사가 생긴다. 재료의 이력을 확인하기 어렵고, 재료는 단순한 공산품처럼 취급된다. 효율과 이익을 위해서 요리사들은 최대한 효과적으로 배치되며, 재료의 이력에 개입할 여지를 줄여 버린다.

요리사가 자신이 필요한 재료를 직접 장을 보면서 세심하게 고르는 것보다는 재료를 공급해 주는 팀을 만들어 다수의 요리사에게 가공하여 제공하는 것이 훨씬 ‘경제적’이다. 현대의 식당은 이런 시스템을 선호한다. 요리사는 재료에서 소외된다. 그리고 종내는 손님에게도 소외된다. 자신이 요리를 하고 있지만, 어떤 손님이 어떤 상황에서 먹게 되는지 알 수 없다. 그런 상황을 요리사가 인지하고 개입하는 건 인건비의 낭비 요소가 된다. 요리사는 분업하여 단순히 자신의 일을 반복하는 게 업장의 입장에서 최선이다.

나는 이런 면에서 요리사들에게 ‘작은 식당’에서 일을 배우라고 권한다. 소규모의 식당은 시스템은 뒤쳐져 있을지 몰라도, 손님과 재료, 요리사의 삼위일체가 같이 호흡하는 경우가 많다. 실제로 우리가 매일 신주 받들듯이 떠드는 미술랭. 미술랭 별 받는 식당은 100% 이 세 요소가 서로 조응되어 있는 경우다. 요리사는 자신이 쓰는 재료의 이력을 정확히 알고 있다. 또 그 음식을 먹을 사람과의 커뮤니케이션이 즉각적이고 일상적이다 (당신이 미술랭 식당에서 밥을 먹고 세프 면담을 요청해 보라. 그들은 즉각 당신 앞에 나타나 미소로 반겨줄 것이다.)

산업화된 저급 재료. 이력을 도저히 알아볼 수 있는 한심한 재료를 가지고 눈에 뻔히 보이는 손님들에게 파는 일이란 요리사에게 결코 쉬운일이 아니다. 현대의 음식이 이렇게 망가진 결정적인 이유는 손님과 요리사가 더 이상 일상의 관계가 아니기 때문이다. 그들은 서로 익명으로 존재한다. 뻔히 보이는 손님의 얼굴 앞에서 자신도 꺼릴 저급 재료로 요리할 필면피 요리사는 별로 없다. 그게 우리가 믿는 인간 본성의 선한 의지다.

나는 기왕이면 요리사들이 잘 준비되어 있고, 손님과 서로 호흡하며, 이력이 선명한 재료를 쓰는 식당에서 수련 받기를 원한다. 그것은 요리의 시작에서 매우 중요한 일이다. 요리란 결코 재료를 다루고, 소금을 쳐서 먹을 수 있게 만드는 과정만 있는게 아니기 때문이다. 먹는 이들에 대한 배려와 통찰, 이런 깊이 있는 생각은 서로 눈을 맞추는 데서 시작한다. 어머니가 내게 최초의 밥을 줄 때 눈을 맞추었던 것처럼.

●쿠켄 2012년 2월호 - 박찬일(이탈리안 레스토랑 ‘라 폼파’ 셰프)

[부록 2]

2012년도 충남농어업6차산업화센터 사업계획(안)

『외식업 로컬푸드 인정』 사업계획(안)

연구책임자 : 정현희

 충남발전연구원
충남농어업6차산업화센터

I 사업(연구)배경 및 목적

□ 배경 및 필요성

- 우리고장은 농업중심 지역임에도 불구하고 우리지역농산물을 사용하는 음식업체 비중이 낮은 실정임.
- 심지어 지역을 대표하는 전통음식임에도 불구하고 수입농산물 혹은 타지역 농산물이 사용되고 있음
- 역사와 문화를 간직한 향토음식과 우리 지역 토속음식에 전통성을 이어가고 안전하고 신선한 지역농산물 사용을 장려할 수 있는 지원이 필요

□ 추진목적

- 지역 농산물 사용으로 역사와 문화가 깃든 지역음식(향토음식)을 체계화 하여 보존하고 지역에서 생산된 농산물 소비를 장려하여 지역특색과 이야기가 있는 식문화 체계 확립
- 소비자가 신뢰하고 찾을 수 있는 음식점에 대한 기준이 신선하고 맛 좋은 지역농산물에 있다는 것을 증명하여 지역농산물 사용의 중요성을 외식업체에 알릴 수 있는 계기 마련
- 외식업체에서 지역 농산물 사용증대에 따른 지역농가와 직거래 활성화 및 지역농산물 사용 증대 기대
- 충남의 지역성을 찾고, 전통적인 향토음식과 문화의 결합으로 충남을 찾는 관광객 증대를 도모하고, 지역경제 활성화에 이바지

Ⅱ 사업(연구) 내용 및 방법

□ 주요내용

- 사업비 : 6,850만원
- 사업내용 : **외식업 로컬푸드 인정 사업계획**
 - 네이밍(Brand) 공모전 및 로컬푸드 외식업체 발굴 공모전
 - 인정점 현판(상징) 메뉴판 지원 등
 - 지역 농가와 농산물 직거래 확대, 충남 향토 음식 장려, 지역농산물 소비 확대
- 사업기간 : 2012년 3월 1일 ~ 2012년 11월 30일
- 사업대상 : 외식업체, 외식업 전문 납품업체, 농업인, 농산물 유통업체

□ 추진방법

가. 기초조사 및 홍보

- 로컬푸드 인정 외식업 혹은 지역 농산물 사용업체 지정과 관련하여 국내외 사례조사를 실시하고 성패 원인 분석
 - 제주도 '제주살레' 로컬푸드 인정 식당
 - 파주시 '파주장단콩' 지정전문점
 - 청주 '로컬푸드 인정' 외식업
- 지역음식점 농산물 사용 실태, 로컬푸드 인정 외식업에 대한 사전 조사(외식업 로컬푸드 인정사업 기초조사)
 - 지역농산물 사용량 조사
 - 외식업 로컬푸드 인정 사업의 방향성 검토
 - 지역 모범음식점 현황조사
 - 지역 농산물 유통업체 발굴 및 리스트 확보

- 시군 음식점 협의회 및 음식점 모임 등에 참가하여 지역 농산물의 사용의 중요성과 지역 농산물 사용하는 외식업체를 소개하는 시간을 마련하고 공모전 참가하도록 유도
 - 농산물 전문 납품업체를 외식업체에 소개하고 농산물 전문 납품업체에서 자발적으로 지역산 농산물을 취급하도록 유도시키고자 함.

<자발적인 참여 및 선의 경쟁 유도>

- 도청 농정과와 협의하여 공모전 지원 및 진행방향에 대한 협의 진행
 - 공모전 상금지원 협의, 업체시설, 상표권등록, 메뉴판 등 지원사업에 있어서 도청 및 시·군의 권한 설정 필요

나. 명칭 공모전

- 지역농산물을 사용하는 외식업체에 부여할 명칭공모전 개최
 - 로컬푸드 인정이라는 어려운 용어보다는 지역농산물을 사용하는 업체임을 대표할 수 있는 명칭공모(예 : '우리농상', 우리농산물로 맛있게 조리한 밥상)
 - 명칭공모 후 제품포장 혹은 외식업 간판 등에 사용될 마크 제작 (※ 사진은 일본의 '녹색등' 사업 마크)



- 명칭공모와 함께 로컬푸드 관련 업체임을 단번에 알아 볼 수 있는 여러형태의 **상징물 디자인 공모**
 - 상징물의 형태는 **소간판형태, 등불형태(전통녹색등), 상징심볼** 등 형식에 구애받지 않는 창작물로 지역농산물사용 외식업체임을 대표할 수 있도록 함.
 - ※ 일본의 경우에는 지역산 농산물을 50%이상 사용하면 녹색등을 음식점 입구에 달도록 하고 있음
 - 우수 당선작을 사업에 맞도록 **전문디자인 업체에 수정 보완** 요청

- 공모방법은 연구원 홈페이지에 공지하고, 지역신문과 TV, 대학신문 및 홈페이지, 시군 홈페이지에 홍보

다. 로컬푸드 외식업(제조업) 발굴사업



- 외식업 로컬푸드 인정 공모전 개최
 - 지역 농산물을 사용하여 맛과 문화가 깃든 문화역사가 숨쉬는 음식을 요리하는 외식업을 발굴(※사진은 일본의 외식업체 점포 입구에 상징물인 녹색등을 설치한 예임)
- 공모전으로 선정된 업체를 1차로 로컬푸드 인정점(認定店)으로 선정
 - 공모전에서 발굴된 외식업체를 외식업 로컬푸드 업체로 인정하고 공모전에서 확보한 외식업체 리스트 및 지역농산물 사용의 애로사항을 파악하여 로컬푸드 지원기준을 확립하는 기초자료로 활용
- 외식업 로컬푸드 인정기준 및 지원내용 확립
 - 식품전문가, 보건복지부 모범음식점인정 기준안, 한국음식업중앙회(시·군위원회), 6차산업화 센터 의견을 조율하여 인정기준 및 지원내용 확립
 - 시군 음식업중앙회 등과 협조하여 외식업 로컬푸드 인정사업 홍보 활동
 - 공모사업에서 당선작(명칭 및 상징물)을 외식업체에 적용 지원
- 충남 로컬푸드 인정 위원회를 구성하고 외식업체 지원
 - 인정위원회는 시·군음식문화개선위원회에 위임
- 공모방법은 연구원 홈페이지에 공지하고, 지역신문과 TV,

대학신문 및 홈페이지, 시군 홈페이지에 홍보

- 공모전 참여 업체의 평가 인정기준 예시

<평가 인정기준>

인정기준(예시)	지원내용
- 지역농산물 사용량에 따른 차별화 인정(100점) - 지역농산물 90%(100점) 이상 특1급 ★★★★★, 70%(90점) 이상 특2급 ★★★★★☆, 60%(80점) 이상 1급 ★★☆☆☆ - 접근성 및 주차시설(진입접근성(관광단지) 및 편리성 30점) - 음식의 맛과 질(45점) - 음식점의 청결정도(45점) - 향토음식 역사문화 간직한 음식(60점) - 모범음식점일 경우(20점) - 인정기준일은 평가시점이며, 평가인정 후 인정기준을 유지하여야 함. - 음식문화개선위원회 혹은 시·군청 직원의 불시점검으로 위반사항이 있을시 인정철회 및 3년간 인정신청 불가 <<인정기준 : 전체총점 300점 만점 기준 240점 이상 업체에 로컬푸드 인정하고 인정된 업체 중에서 지역농산물 사용량에 따른 등급분류>>	- 로컬푸드 인정 마크 사용 - 로컬푸드 상징물 설치 지원 - 간판지원 - 메뉴판지원(지역구분표기 ex. 국내 충남 서산) - 도·시·군 홈페이지 로컬푸드 외식업체 등록 - 정기적인 신문칼럼 게재 - 소개책자 제작 및 리플렛 제작지원 - 카드수수료 지원 - 외식업 운영 컨설팅 지원 <현금지원 및 시설지원은 지양>

※ 로컬푸드는 충남지역에서 생산 소비되어야 한다는 국한된 의미보다는 식량자급율, 안정성, 경제성, 환경보전의 가치를 추구하는 것으로 이해되어야 하기에 지역농산물의 기준범위를 근교(50Km 이내)에서 생산된 농산물'로 규정

라. 확대사업(2013 ~)

- 외식업 혹은 소규모 제조업 로컬푸드 인정 이후에 제조업(가공업)부분으로 영역 확대(으뜸 Q마크와 연계)

- 학교급식에 로컬푸드 인정 받은 농산물과 가공품을 제공하고 지역농산물 그리고 로컬푸드의 중요성에 대해서 교육홍보

- 인정 외식업인정위원회를 설립하고 자체적인 유지관리 사업이 가능하도록 지원
- 향토음식점(로컬푸드 인정 음식점), 농산물 직판매장, 관광지 안 내 지도를 스마트폰 어플리케이션으로 제작하여 무료 배포

마. 추진대안(2안으로 확정)

	1안(충남)	2안(공주시+공모전)	3안(공주시)
지정권역	공모당선작 + 충남	공모전당선작 + 공주시	공주시(시범실시)
방법	1. 명칭 및 상징공모 2. 발굴공모 3. 발굴당선업체 선정 4. 충남전체로 확대	1. 명칭 및 상징공모 2. 발굴공모 3. 발굴당선업체 선정 4. 공모 발굴된 음식점에 대해서 로컬푸드 인정 5. 공주시 웅진동 공산성 백미고을(공주시 지정) 지정 음식점 대상으로 설명회 개최 및 자발적 참여 유도(공생공소 협조)	1. 명칭 및 상징공모 2. 공주시 웅진동 공산성 백미고을(공주시 지정) 지정 음식점 대상으로 설명회 개최 및 자발적 참여 유도하고 (공생공소 협조) 3. 로컬푸드 인정 거리로 조성
확대사업	- 로컬푸드 인정점 소개 책자 제작 발급 - 충남연 및 시군 홈페이지에 소개 - 로컬푸드 인정 관련 홈페이지 제작하고 지속적인 사업진행 - 인정기준 확립 - 지역 식품제조업 분야로 확대하여 로컬푸드 인정 마크 부여 - 지역 농산물을 활용한 로컬푸드 향토 음식 책자 제작 - 스마트폰 어플리케이션 제작으로 로컬푸드 인정 음식점, 로컬푸드 직거래 장터 위치 정보 및 관광정보 서비스 제공 - 로컬푸드 지정 음식점 연합회를 구성하고 근교 농어민과 직거래(계약재배) 확대		

□ 사업성과물

- 총 42개 업체 인정(공모전 20개업체, 백미고을 22개 업체)
- 2012년 외식업 로컬푸드 대회 수상작품 소개집(칼라책자 발간)
- 외식업 로컬푸드 명칭(상표권), 디자인로고 및 상징물

Ⅲ 기대효과

- 역사문화를 간직한 지역 대표 향토음식 명맥유지 발전, 향토음식과 관광산업과의 연계 가능
- 지역농산물 직거래 활성화, 지역 농산물 소비 증가
- 지역내 농산물 유통시장 활성화로 지역농산물 소비 증가
- 유통단계 축소로 환경보전 및 농산물 가격 안정
- 소비자에게 안전하고 지역전통의 먹거리를 제공함으로 충남 지역 이미지, 신뢰도 향상 기대

IV 추진일정

□ 일정

○ 연구기간 : 2012. 3. 1. ~11. 30.(9개월)

기초조사 '12년 2월	기초조사	-외식업 의견 조사 -지역 농산물 사용량 조사 -지역 농산물 전문유통업체 현황 조사
공모전 '12년 3월 ~ 6월	명칭 공모전 (3월 공지)	총 상금 400만원
	로컬푸드 외식업체 발굴사업('12년 5월경)	발굴 후 교육 및 홍보지원활동
	명칭 및 상징 부여 ('12년 6월)	상징 설치 및 지원
업체지원 '12년 6월 ~ 9월(계속)	업체지원	-신문기재 -도형 및 사군 홈페이지 기재 -사군 음식점 소개 책자 발간 -홈페이지 제작(지도제작) -간판 및 메뉴판 지원 -공동인증상장부여(마크, 심볼, 명칭 등) -지역농산물유통, 로컬푸드음식점협회, 컨설팅 지원 등
유지관리 '12년 9 월 ~ 11월	로컬푸드 인정 외식업 위원회설립	-조례제정(기준안확립) -시군 「음식문화개선운동추진위원회」 협무협조 ※ 음식문화개선운동추진위원회는 시군별로 모 범음식점 지정 및 운영관리 등을 목적으로 운영되고 있음
확대사업	가공식품제조업 인정사업 로컬푸드 어플리케이션 제작 충남향토음식점 책자발행	- 6차산업화 센터 2,3차산업시설 실태조사에서 확보된 자료를 바탕으로 가공분야도 로컬푸 드 인정 사업 진행 - 관광정보, 직거래장터, 농산물직매장, 5일장 소개 어플리케이션 제작

- 8 -

외식업 로컬푸드 인정제도의 방향성

3월	명칭공모	누구나 알기쉬운 지역농산물 사용점 명칭+마크제작 = 인증마크는 외식업의 메뉴판, 전단지, 메뉴판, 컵 등에 사용, 추후 제조업체의 상표에도 Q마크와 함께 사용
5월	발굴공모	금년 총 20개 업체 발굴(발굴양식을 통해 서류심사 20개 업체, 10개업체 실사 심사)
3-5월	상징제작	한양대학교 손훈수교수님께서 충남음식문화에 걸맞는 상징 제작
3-6월	로컬푸드 타운조성 (공주시백 미고을)	공주시 백미고을 대상업체와 협의하여 로컬푸드 타운으로 조성(타운에는 모두가 협조하여 지역농산물 사용체계를 확립해야 함) 지역농산물 사용 및 수급에 있어서 백미고을 내에 있는 '공생공소'와 협조하고, 다른 유통업체에도 계속적으로 지역농산물 취급 요청 장기적으로 한상배 대표님께서 지역농산물 공동구매 체계를 확립
6월	상징설치	
6월~	업체홍보	신문 게재, '충남 로컬푸드 탐방' 책자발간 어플리케이션제작 = 충남관광+향토음식+로컬푸드+안전한먹거리+농산물직거래장터
8월~	로컬푸드 네트 워크 조직(협의 체구성)	선의경쟁유도 농산물 직거래, 계약재배, 지역농산물 가격가격 경쟁력 확보 로컬푸드 인정에 있어서 자율성 + 제약을 동시에 이행 정보공유 지속가능한 외식업 발전 이바지