

## 식품산업에서 충청남도의 미래를 본다

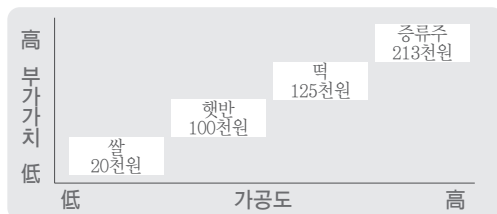
이숙경 | 단국대학교 평생교육원장(식품공학과 교수)



우리나라 식품산업의 종사자는 2006년도 163만 명으로 어느 업종보다 고용창출 효과가 높았으며, 우리나라의 식품산업 시장은 100조원, 세계시장은 약 6,000조원으로 자동차나 IT시장보다 큰 규모였다. 향후 식품산업은 여성의 사회진출과 인구 증가로 지속 성장할 것으로 전망되므로 충청남도는 식품산업을 전략상품화하여 수출산업으로 육성하기 위한 실용성 있는 정책을 하루 빨리 시행하여야 하겠다.

식품산업의 매력은 <그림>과 같이 가공하는 형태에 따라 부가가치를 10배 이상 높일 수 있으며, 음식은 마음을 나누면서 자국의 전통과 문화를 담고 있어 문화의 옷을 입힌 식품으로 상품화될 경우, 그 가치를 충분히 인정받게 되므로 생산지역의 다양한 콘텐츠와 문화상품의 개발 및 지역축제와 연결하는 방안이 절실히 요구된다.

요즈음, 뉴욕에 불고 있는 아시안 Food 열풍에 일본, 중국, 태국 등은 독특한 자국의 전통음식과 식품을 선보이며, 미국의 대중화된 식문화의 하나로 자리잡아 높은 위상을 자랑하고 있다.



태국은 “Kitchen of the World” 프로젝트로 태국 식당 수와 식자재의 수출을 증가시켰으며, 일본은 스시로 일본 문화를 유행시켰고, 갈비나 불고기를 마치 일본 음식처럼 인기리에

판매하는 실정인데 비해 유독 한국 음식은 아시안 Food 열풍 속에서 열외되어 있다. 하마터면 김치도 “기무치”라 하여 일본이 김치의 중주국으로 국적이 변경될 뻔한 일이 있었던 걸로 보아 음식과 식품은 현지 국가에서 먼저 대중화시키는 쪽이 주인으로 인식되고 있는 실정이므로 다시는 기무치와 같은 전철을 밟지 않도록 하는 지원책도 함께 강구되어야 하겠다.

지난해 9월부터 미국 대학에서는 최초로 하루 약 2만 명이 이용하는 로스엔젤레스 캘리포니아 대학교(UCLA)의 식당에서 일주일에 한 번씩 불고기와 비빔밥, 그리고 김치 등의 한국 음식이 선보이기 시작했다는 반가운 소식이다. 미국 사회를 이끌 재목들인 UCLA학생들의 입맛을 사로잡을 수 있는 이 기회를 잘 활용한다면 한식의 세계화와 더불어 우리의 문화를 미국인들에게 자연스럽게 스며들게 할 수 있는 좋은 계기가 될 것으로 본다.

김치와 비빔밥을 통해 전통음식이 세계인들의 입맛을 사로잡을 식품산업의 희망을 보았으며, 우리나라의 김치는 세계 5대 건강식품으로 선정되었을 뿐더러 수출이 수입 대비 3배 이상의 무역 흑자를 내고 있는 산업으로 자리매김 하고 있다. 농림수산식품부는 지난해 10월에, ‘한식 세계화 선포식’을 갖고 비전과 전략을 발표하였으며, 세계 식품시장에서 많은 선진국들과 글로벌 기업들이 이윤을 창출함에 따라 우리나라도 식품시장의 글로벌 이익을 실현하기 위해 2012년까지 5조원을 지원하는 ‘식품산업 발전 종합대책’을 지난해 11월에 발표하였다.

이를 위한 추진전략으로 민·관 공동의 R&D 협력체계를 구축하고, 특히 전국적으로 시·도, 시·군 단위의 식품클러스터를 조성하여 지역 농식품 산업의 구심점으로 육성하겠다고 하였다. 그러나 투자의 효율성을 극대화하여 산업체에 실제 필요로 하는 연구가 적시에 이루어지려면 민·관·학·연의 연구팀을 지역별로, 식품산업체별로 엮어주는 정책이 새로운 기구를 만드는 것보다 훨씬 더 경제적이며 효율적이라는 사실을 알아야 한다.

전라북도에는 전국 어디에서나 쉽게 맛보았던 비빔밥을 전주비빔밥으로 산업화하는데 성공하였으며, 최근 새만금 지역에 식품산업 클러스터를 조성중이고, 전북프랜차이즈협회는 상호 ‘JFRAN’으로 지역 내 중소 프랜차이즈들의 전국 유통 및 물류망을 계획하고 있다고 한다.

충청남도에는 지역 4년제 대학에서 ‘식품위생 및 법규’를 담당하는 교수들이 16개 시·군의 전통식품과 특작물을 이용한 식품의 과학화와 세계화를 위해 전국에서 최초로 비영리 민간연구소를 설립하였다. 그 결과, 연기군의 복숭아, 청양군의 맥문동을 이용한 음료수와 보습팩을 개발, 생산토록 지원하고 있어 결코 전라북도에 뒤지지 않은 준비된 연구진들을 어떻게 활용하느냐에 따라 충청남도의 훌륭한 자산이 될 수 있으므로 이를 위해 충청남도의 발전에 싱크탱크로서 중요한 역할을 해 온 충남발전연구원 등 관련 연구 기관에 거는 기대가 클 수밖에 없다.

충청남도의 농수산물정책은 충청남도의 16개 지역 특산물을 가공식품으로 이용하는 것은 물론이고 그 한계를 벗어나 고부가가치의 화장품에 접목하는 일을 계기로 생활용품 등으로 폭 넓게 응용하려는 발상이 필요하며, 도내의 인적자원을 활용하는 연계방안을 모색하여 식품의 맛과 멋, 기능성을 백제문화에 접목한다면 “우리 것이 가장 세계적인다”라는 말처럼 충청남도의 식품산업은 누구도 흉내낼 수 없는 “최고의 문화상품”으로 충분한 가치와 승산이 있음을 금년 백제문화제를 통해서 확신할 수 있었다.

백제문화제에 160만 명이 다녀갔으며, 세계한인회장대회에 참석한 157개 국가의 한인회장 120명이 2박 3일 동안 백제문화를 만끽한 후 충청남도가 제 2의 고향으로 자리매김하는 계기가 되었다고 한다. 이렇게 많은 인원이 참석했던 일은 세계한인회장대회가 창립된 후 처음 있었던 일로 이는 민-관이 하나 되어 이루어낸 결과로 충청남도의 식품을 세계 속에 알릴 수 있는 아주 좋은 Network의 기반이 마련되었다고 생각된다.

충청남도의 식품산업체는 지난 7월에 지정된 유망 중소기업 28개 업체 중 단 한곳도 선정

되지 않은 열악한 실정이지만, 세계 속에 충남인을 만들어낸 지혜와 열정으로 식품산업의 경제성과 경쟁력을 위하여 농어업과 식품산업을 연계함으로서 농·어업인이 지분에 참여하는 농식품 기업을 원스톱시스템으로 육성하는 충청남도의 식품산업 정책을 기대해 본다.

이러한 정책으로 농수산물의 생산자는 판로를 확보하고 기업 이윤의 배당 등을 통해 소득이 향상되고, 식품산업체는 지역에서 생산되는 신선한 식자재를 저비용으로 공급받아 안전성이 높은 식품을 생산함으로써 고효율의 부가효과를 얻을 수 있어 지역경제는 물론 국가경제에 중심이 되는 시너지 효과를 얻을 수 있다. 또한 안전한 식품은 개인의 건강은 물론 인류의 건강증진에 크게 기여하는 일이며, 특히 식품은 문화를 동반하는 사업이므로 충청남도라는 상품가치를 상승시키는 일이기에 식품산업에 충청남도의 미래를 거는 이유가 바로 여기에 있다.