

## 충남 지역순환식품체계와 로컬푸드 연구회 제9회 워크숍

- 주제: 외식업, 슬로푸드와 로컬푸드를 말하다
- 일시: 2012년 3월 20일(화) 14:00~17:30
- 장소: 충남발전연구원 1층 회의실
- 주최·주관: 충남발전연구원 <지역순환식품체계와 로컬푸드 연구회>

### <차례>

- 참석자 소개 (14:00~14:10)
- 주제 발표 (14:10~15:00)
  - 한국 음식문화와 지역농업의 연계방향 / 황교익 (맛칼럼니스트)
  - 외식업계의 향후 지향: 로컬푸드, 슬로푸드, 유기농 / 노민영 (소셜벤처 푸릇 대표)
- 사례 발표 (15:10~15:50)
  - 서울 마포 문턱없는 밥집 사례 / 심재훈 (문턱없는 밥집 대표매니저)
  - 사회적기업 오요리 사례 / 이지혜 (오가나이제이션 요리 공동대표)
  - 미국 Chez Panisse 사례 / 최민구 (요리사)
  - 충남 농가맛집 정책사례 / 이진영 (충남농업기술원 생활자원과 자원식품팀)
- 지정토론 (16:00~16:30)
  - 윤유경 (국제슬로푸드한국위원회)
  - 박노진 (천안 푸전한정식 마실 대표)
  - 정현희 (충남농어업6차산업화센터)
- 종합토론 (16:40~17:30)

허남혁 : 음식을 최종적으로 먹는 소비자와 조리하는 요리사와 식당의 업자들이 중요한 역할을 하고 있으며, 궁극적으로 농산물을 생산하는 농민과 그에 따른 유통시스템의 변화가 필요함.

EBS 다큐프라임에서 한식에 대한 다큐를 삼부작으로 방영하고 있는데, 황교익 선생님이 기획에 참여하여 착한먹거리에 대한 생각이 많이 반영되었다고 생각됨.

텐마크의 로커버가 타임지의 표지에 실림. 주변에서 채집을 해서 요리를 하는 사람에 대한 내용일 것이라고 추측. 로컬푸드가 전세계적인 트렌드화 되고 있음. 한국에서도 로가닉이란 것에 대한 관심이 늘어남. 오늘의 사례는 서울에서 종합적인 식재료를 다루는 음식으로 발표가 됨. 충남지역에서 지역의 특산물을 사용하고 있는 케이스와는 상이함. 접근법과 정책적인 수단도 다르고 용이성도 다름. 농가맛집과 지역의 특산물을 사용하고 있는 식당에 대하여 어떻게 발굴할 것인가에 대한 고민이 필요함. 충남도 대도시가 있기에 대도시에 걸맞는 로컬푸드의 실현도 고민이 필요하겠음. 지역적인 차이는 꼭 생각해야 하겠으며, 지역적 차원에서 소비자와 생산자의 음식에 대한 이야기를 만들어가는 것이 수도권보다는 쉬울 것이라고 생각됨. 어떻게 그러한 자리를 만들 것인가에 대한 고민이 필요함. 미국의 셰프와 파머와의 모임과 같은 모델이 예가 될 수도 있을 것임. 미슐랭가이드 같은 음식적 비평에 대한 것들이 한국에도 생긴다면, 소비자들이 원하고 사회적으로 바람직하게 끝나갈 수 있을 것임. 로컬푸드와 슬로푸드를 식당의 업자들에게 권유하고 강요하는 것보다도 식당들이 쓰고 있는 식재료들을 공개하는 것으로 방향을 설정해야함. 식재료에 대한 공공정보화가 체계적으로 제공할 수 있는 시스템의 구축이 필요하고 사유화될 수 있는 정보를 공적인 영역으로 끌어들여 제공할 수 있어야함. 현재는 직거래가 택배로만 이뤄지고 있으므로, 지역수준에서 로컬푸드에 대한 유통을 할 수 있는 사회적 기업을 어떻게 육성할 수 있을 것인가도 고민이 필요함.

이진영 : 충남 농가맛집의 육성 사례에 대하여 발표함. 발표내용은 워크숍 자료에서 확인.

오요리에서 로컬푸드에 대한 조리를 공부하는 젊은 친구들과 농가맛집의 연계하는 것에 대한 생각은 다음과 같음. 농가맛집의 경우 상설로 운영되는 업체가 많지 않아서 많은 곳에서는 힘들겠지만, 상설로 운영되는 업체와의 연계는 가능하다고는 생각함. 하지만 대부분의 업체가 주거와 연계되어 있기에 업체와의 심도있는 논의가 필요하겠음.

수도권에서 로컬푸드 식당을 운영하는 곳들은 식당의 소비자들이 농산물 생산지에서 체험을 할 수 있는 기회를 제공한다면 좋은 경험이 될 것임.

윤유경 : 슬로푸드문화원은 2007년에 설립함. 스위스, 독일, 영국, 일본, 미국, 등의 나라에는 국가위원회가 있으나, 한국은 국가위원회의 설립이 안되어 있음. 현재, 한국에서의 슬로푸드 운동은 이탈리아의 협회와 MOU를 체결하여 진행하고 있음.

차세대 메가트렌드는 자본주의를 대체할 수 있는 것들이 중요하게 될 것이며, 대표적인 것이 로하스임. 로하스인증에 대한 사업은 점점 증가하는 추세이며, 로하스코리아포럼이 출범하기도 함. 소비자들에게 음식에 대한 효용은 더 이상 관심을 받기는 어렵지만 로하스적인 라이프스타일은 주목을 받고 있음. 이로 인해 로하스 라이프를 따르는 슬로우트렌드가 점점 주목받고 있음. 슬로우머니, 슬로우푸드는 단순한 라이프스타일을 떠나서 슬로우무브먼트이고 공동의 가치를 실천하고 변화를 이끌어내는 활동으로 이뤄지고 있음. 로하스적인 삶을 사는 사람들을 어떻게 로컬푸드로 끌어들이 수 있을 것인가에 대한 고민이 필요함. 신뢰를 바탕으로 소비가 이뤄질 것임.

슬로우머니는 최근에 월스트리트를 점령하라는 시위의 대안으로서 제안되고 있음. 월스트리트의 돈을 지역에 투자하자는 내용임.

로컬푸드식당이 잘된다면 지역의 농민들의 경제적인 안정을 줄 것이고 농지의 축소를 막을 수 있음. 로컬푸드와 슬로푸드에 대하여 단어자체에 대해서 모르는 사람은 없음. 그 철학에 대하여 가치를 공유할 수 있는 공동체를 만들어야 함. 잠재적인 소비자들을 슬로푸드와 로컬푸드의 고객으로 만들 수 있을 것인가를 고민을 해봤을때, 가장 유력한 방법은 느리지만 교육밖에 없다고 생각함. 음식을 만들거나 식당을 잘만드는 것도 중요하지만 소비자와 음식에 대한 가치 공유가 될 수 있도록 해야 함. 교육이 일회성이 아닌 지속적으로 이뤄져야 하며, 대학교양과목으로 보편화되었으면 좋겠음. 한학기 정도는 로컬푸드 슬로우푸드에 대하여 공유가 될 수 있는 기회를 제공해 줘야 함. 이미 음식에 대한 열정이 있고 데이터를 가지고 있는 파워블로그나 맛집을 대상으로 교육을 해보는 것도 좋을 것이라고 생각함.

박노진 : 단체급식업은 5년, 고기집은 4년을 경영했으며, 현재는 한정식집을 운영하고 있음. 현실적으로 음식점을 하고 있는 입장에서 로컬푸드와 슬로푸드에 대해서 얘기하는 것은 상당히 답답함을 느끼게 됨. 맛이라는 것은 소비자의 검증을 통과하지 못한다면 식당으로서 망하는 길임. 식재료를 싼 것을 사용할 수 밖에 없는데, 고깃집의 예를 들면 재료의 구매액이 매출액의 50% 넘나들고 있음. 친환경 농산물이나 지역의 로컬푸드를 쓴다는 것 자체가 고가의 식재료를 써야 하는 것인데, 의식화가 되어있지 않다면 매우 어려움.

천안의 호도과자 브랜드 중 할머니 학하 브랜드가 가장 유명하며, 백화점에서도 접외가 이뤄지고 있음. 예전에는 광덕산 호두를 썼으나 현재는 중국산 호두와 미국산 밀가루를 사용하고 있음. 이로 인해 천안에서 광덕산 호두와 우리밀을 사용하는 업체들이 점점 나오고 있으며 소비자들에게 조금씩 인정을 받고 있음.

천안에 뚜주르라는 빵집이 있는데, 느리게 더 느리게라는 구호를 쓰고 있음. 가끔적 우리밀을 사용하고 로컬푸드를 사용해서 빵을 만들고 있음. 천안의 빵집을 선도 하고 있어서, 천안의 빵가격이 인상되기 위해서는 뚜주르의 가격이 인상되어야 함. 브랜드 아이덴티티가 친환경적이고 이러한 것을 소비자들이 알아주고 있음. 유

기농 친환경 슬로푸드라는 것을 강조하고 외관과 인테리어가 매우 잘되어있음. 빵을 만드는 사람과 판매하는 사람이 서비스 교육이 매우 높은 수준임.

슬로푸드나 로컬푸드를 단체급식쪽으로 관심을 갖는게 좋을 것이라고 생각됨. 현재는 학교에서 요구하는 친환경과 저농약 농산물을 공급할 수 없지만, 로컬푸드를 고민한다면, 도단위 정책단위에서는 학교급식을 중심으로한 단체급식을 진행해야 함. 영양사들에게 로컬푸드와 친환경 농산물을 활용할 수 있게끔 인식의 변화를 줘야 함.

대중화되지 못하는 것은 일차적으로 맛이 없기 때문임. 전라도의 경우 남도음식명가라는 브랜드가 있는데, 브랜드 파워가 강하여 중앙일간지에 소개되기도 함. 남도음식명가의 식당들은 대표메뉴는 로컬푸드를 사용하고 있음. 농가맛집의 형태를 발굴하여 브랜드파워를 높여줄 수 있도록 하고, 매출을 올려 줄 수 있는 것이 지역농산물과 로컬푸드를 활성화할 수 있는 방법이라고 생각됨.

정현희 : 충남농어업6차산업화센터는 장기적으로 충남의 외식업체들이 네트워크를 구축하여 스스로 성장하고 감시하는 활동이 이뤄질 수 있도록 시스템을 구축하고자 함. 로컬푸드와 외식업에서 가장 중요한 것은 신뢰임. 현재 선진국의 대열에 합류했는데, 소비자의 욕구는 높지만 외식업자들은 이러한 욕구를 충족시키지 못하고 있음. 이러한 조건을 맞춘다면 로컬푸드는 성공할 수 있을 것이라고 생각됨.

노민영씨의 발표는 도시민을 대표해서만 얘기해준 것이 아닌가 생각됨. 충남의 지역을 발전을 위해 일하는 입장에서 로컬푸드는 그 지역만의 식재료를 통해 그 지역만의 전통음식을 만들어 판매하는 것이 로컬푸드 외식업이라고 생각됨. 농가맛집과 같은 지역의 정서를 가지고 있는 문화상품이 진정한 로컬푸드임. 로컬푸드의 영역을 국내산으로 한정짓는 것은 잘못된 것이라고 생각됨.

최민구 : CHEZ PANNISE라는 식당은 캘리포니아에 위치한 식당으로 이곳에서 5개월간의 인턴생활을 함. 이 식당은 지역에서 재배되고 지속가능한 방법으로 제철음식을 먹자는 취지로 재래시장에서 구매하고 있음. 미국에서는 재활용이 활성화되지 않고 있는데, 식당에서는 재활용을 하고 있음. 학교도 운영하고 있는데, 정원을 운영하는 것이 교과과정으로 포함되어 있으며, 재배한 농산물을 음식으로 만들어 먹는 교육도 진행함.

양고기의 부위별 가격이 다른데, 비싼부위는 음식점에서 판매하고 싼부위는 카페에서 판매하고 있음. 우리나라도 돼지부위 중 삼겹살의 수요가 매우 큰데, 이를 해결할 방법으로 이 식당의 양고기 부위별 판매 방법을 고려해볼 만함.

로컬푸드의 원칙을 지키는 식당에 농산물을 납품하는 것은 그만큼 인정을 받은 농산물임.

예약은 한달반 전에 해야하고 일주일전에 메뉴가 공개됨. 하지만 꾸준한 예약이 이뤄지고 있음. 이는 음식의 질이 유지되고 있음을 보여주는 것임. 이러한 질의 유지는 조리사의 경력이 높음에서 비롯됨.

특이한 점은 화장실 주방 안을 통해 갈 수 있어서, 고객이 화장실을 가면서 주방의 상황을 볼 수 있음.

현재 우리나라의 대학교에서 외식조리를 가르치는 교수들은 학생들의 스펙을 키우

기에만 급급함. 외식조리학에 대해서 식재료에 대한 강의도 진행되어야 함. 요리를 공부하는 학생들이 졸업 후에 호텔만을 바라보고 있는데, 로컬푸드에 대한 소개를 통해서 더욱 더 넓은 방향 설정이 될수 있도록 교육이 되어야 함.

이지혜 : 사회적기업이 성장하기 위해서는 커뮤니티의 생성이 필수임.

로컬푸드를 지향하는 요리사를 구하기가 매우 어려움.

로컬푸드는 국가차원에서 진행이 되야함. 국가 차원에서 시간과 지원을 투자해야 한다. 개인이 실천하기에는 너무 어려움.

맛집보다는 커뮤니티를 만드는 프로젝트와 좋은 식재료를 만드는 업체를 발굴하여 네트워크를 연계해야 함.

유기농에 대한 규모화가 이뤄져야 함. 현재의 우리나라는 유기농의 생산량이 매우 적음.

농가맛집은 음식에 대해서는 장인들인데, 이 곳에 청년들이 1~2개월정도 인턴을 할 수 있도록 해야 하며, 학습의 현장이 되야 함.

심재훈 : 문턱없는 밥집은 모든재료를 친환경 식재료를 사용함. 성장촉진제나 GMO의 식재료는 사용하지 않음. 가난한 유기농 농가를 살리고 지역의 어려운 사람과 나누는 것이 목표임. 메뉴에 친환경 재료를 사용하고 있다는 내용을 기재하고 있으며, 슬로푸드 운동과 빈그릇운동을 전개하고 있다는 내용 표기함.

대부분의 식재료를 변산공동체에서 들어오고 있음. 변산공동체는 땅을 살리는 농법과 생명을 살리는 농법을 추진하고 있음. 변산공동체학교가 풀네임이며, 이 곳에서는 유기농사법, 전통식가공법 등에 대한 교육이 무료로 제공되고 있음.

문턱없는 밥집앞의 보도블럭 등을 활용하여 식물을 친환경으로 재배하고 있음. 음식물쓰레기를 제로로 목표로 하고 있음. 지역사회의 도시농업학교인 마포도시농업학교의 사업에 참여하고 있음. 마포도시농업학교에는 12개 시민단체가 참여하고 있음. 도시에 시민농장을 갖는 것을 목표로 함.

먹을거리에 대해서 위기감을 갖지 않는다면 추후에 굶어죽을 수도 있음. 세계화는 생산자에게 돌아가는 소득의 부분이 더욱 적어질 것임. 농업인은 로컬푸드를 통해 지속가능한 영농과 농경지의 활용도를 높일 수 있고 소비자와의 인간적 접촉이 가능함. 친환경농업에 의한 영농의 지속은 생물의 다양성의 유지하고 지구의 자정능력을 회복시킬 수 있음. 이러한 모든 과정에서 로컬푸드의 인프라 구축과 씨앗에 대한 주권이 중요하게 작용함. 또한 파머스마켓의 운영을 통해 생산자와 소비자가 만나서 좋은 농산물을 구매할 수 있는 시스템 구축이 필요함.

로컬을 지역으로만 본다면 어려울 수도 있음. 로컬푸드로 가는 방법은 생산자와 소비자가 일치되고 지역이 멀어도 교류가 된다면 가능하다고 생각함. 식당의 손님들과 함께 모내기 및 수확을 같이 하는데 이러한 방향도 로컬푸드의 하나의 방향이라고 생각됨.

맛에 대한 이야기를 많이 하는데, 좋은 음식이라는 것은 자연에 가까운 것이라고 생각함. 슬로푸드운동은 집집마다의 전통적인 맛을 발굴해내는 노력도 필요함. 할머니, 어머니가 자식들에게 먹이던 정성어린 음식이 진정한 슬로푸드라고 생각됨. 슬로푸드와 로컬푸드에 대한 교육은 필수과정으로 교과과정에 포함되어야 한다고

생각함. 의식주는 중요한 부분인데 지자체 차원에서 교과과정에 이러한 내용을 넣어야 함.

노민영 : 바른식문화를 위한 교육과 캠페인을 벌이고 있음.

슬로푸드에 대한 의식의 가치가 모두 변해야 하며, 민간단체에서 이러한 운동이 일어나야 함.

계절메뉴라는 것이 외식업체에서 일반화되어야 함.

미디어와 함께 기획하여 슬로푸드에 대하여 대중에게 더욱 다가가야 함.

로컬푸드에 대해서 도시입장에서는 거리의 입장이고 지역으로 내려왔을 때는 거리와 지역적인 것으로 정리가 됨.

정보의 공유가 시작의 첫걸음이며, 로컬푸드를 실현해나가기 위해서는 소비자 생산자 판매자의 의식 변화가 중요하겠고 이것을 위해서는 교육이 이루어져야 함.

황교익 : 슬로푸드란, 산업화 이후의 음식에 대한 반성으로 생겨난 운동임. 식당에서 쓰이는 식재료는 공장에서 생산되는 가공품을 주로 사용하기에 패스트푸드라고 봐야함.

한국에는 500여개의 전통된장업체가 있는데, 모두가 각자가 최고의 것이라고만 주장함. 해마다, 장독대마다 맛이 다른데, 모두 맛이 최고라고만 하는 것은 문제가 있음. 된장도 각각의 맛이 다다르게 나오는데, 소비자들에게 이러한 것을 인지되게 해야 함. 신선농산물과 유기농이라고해서 가장좋은 맛을 내고 뛰어난 맛을 내는 것이 아님. 이러한 내용을 생산자들은 알고 있음. 외식업체에서는 이러한 상황을 솔직하게 말하면서 소비가 발생할 수 있도록 하여, 소비자로 하여금 이익이 발생한다고 인지하게 해야 함. 이것이 가장 슬로푸드다운 것임.

현재의 슬로푸드는 너무 유기농에만 집착함. 유기농에만 집착한다면, 대기업에서 진행하고 있는 웰빙사업과 경합을 벌이게 될 것이고 100% 지게 되어 있음. 건강에 좋은 유기농은 슬로푸드와 맞지 않으며, 솔직함이 있는 음식이 슬로푸드라고 할 수 있음. 한국적 슬로푸드의 조건은 식재료에 대한 공개원칙, 사용 식재료에 대한 구체적인 정보 제공이 되어야 함.

와인품평과 같이 된장도 이러한 품평이 있어야 함. 대자본 유통에서 벗어난 방식을 추구해야 하지만, 농협은 산지수집능력이 가장 뛰어난 조직이므로 농협에 대해서 안 좋게만 바라봐서는 안됨.

음식은 자연을 먹는다는 것인데, 슬로푸드라는 것 자체가 우리가 자연을 먹지 않는다는 환경이기에 생긴 것임. 자연으로 돌아가자는 것이 슬로푸드 운동이고 슬로푸드를 붙이던 안붙이던 소비자들에게 우리가 먹는 것이 자연이다라는 것을 알려줘야 함.

충남에서는 인증제를 실시하기 전에 충남에서 나오고있는 농산물에 대한 데이터를 확보하는 것이 먼저 진행되어야 함. 일 년정도 몰두한다면 지역의 어떤 작목반에서 어떤 품종을 어떤 기간에 생산되는가에 대해서 알 수 있을 것임.

(청중 질의응답)

정제민 : 술도 로컬푸드에 포함된다면, 전통주인 막걸리도 로컬푸드라고 생각됨. 대기업의 진입으로 막걸리의 본래 의미가 퇴색되었음.

예산의 사과와인을 판매하고자 하나 국내의 마켓에서 판매가 어려움. 와이너리에서 체험을 통해 사과와인 사업을 경영하고 있음. 체험을 통한 매출액 중에 애플파이가 삼분의 일을 차지 하고 있음. 예산에는 사과농가가 1200농가가 있는데, 사과로 만드는 가공제품들이 거의 없음. 한상 차리는 전통한식만이 아닌 애플파이같은 단품에 대해서도 로컬푸드의 고민이 필요함.

배연근 : 지방에서는 로컬푸드를 하기에 수도권보다 쉽다고 생각함. 사회적 약자를 공급체계의 최우선으로 해줄 수 있도록 해야 하고 혜택을 받을 수 있는 시스템이 구축이 되어야 하겠음.

성욱 : 생산하는 입장에서 착한농산물에 대한 의미를 쓰고 있는데, 의미의 명확성을 정해야 함. 착한농산물이 가격도 착하면 안 됨. 가격에 대한 인정을 많이 해줘야 함. 슬로푸드는 절대로 싼 게 아니더라는 인식을 해주고 메뉴는 비싸게해서 농민에게 힘을 실어줘야 함.

이원호 : 조합원과 프랜차이즈가 결합된 식당형태를 추진해야 함. 협동조합형 프랜차이즈의 식당이 로컬푸드의 활성화에 기여할 것임.