

비상경제장관회의

24-2-4

(공개)

한식 산업 글로벌 경쟁력 강화 전략

2024. 2. 2.

관계부처합동

한식 산업 글로벌 경쟁력 강화 전략(요약)

I 추진배경

- 그간 민관의 노력으로 일궈낸 전세계 한식 확산 성과를 바탕으로 한식 위상 제고를 위한 체계적인 전략 수립이 필요한 시점
 - 전세계적인 K-콘텐츠 인기와 미식 관광의 경제적 부가가치를 감안, 한식의 산업가치*를 더욱 높여 국가 미래성장 동력화
- * 연간 23조원의 경제적 파급효과, 향후 성장가능성 고려시 확대 가능('22, 대한상의·경희대)

II 그간 추진경과

- 식품·외식산업은 물론, 인력양성·관광·마케팅 등 다양한 분야의 민간 전문가로 구성된 「한식 산업 발전 협의체」 발족('23.5.31.)
 - * 민·관 공동위원장(호서대 정혜경 교수, 농식품부 농업혁신정책실장)을 중심으로 식문화 관련 산·관·학 전문가 및 관계부처 24인으로 구성, 총 20회 의견수렴
- 「한식 글로벌 브랜딩 전략(5~10월)」, 「K-미식벨트 조성 전략(5~12월)」 연구

III 한식 산업 현황 및 여건 전망

- **(산업 현황)** 한식이 한류를 대표하는 콘텐츠로 자리매김하였으며, 국제 미식 평가지에서 우수한 평가를 받는 등 질적으로도 성장
 - * 해외한류실태조사('23) : 한국 문화콘텐츠 인기도 1위(9년 연속), 한국 연상 이미지 2위(5년 연속)
미쉐린 스타 한식당 : ('10) 0개소 → ('23) 31, '23년 구글 레시피 검색 1위 비빔밥 등
- **(대내외 여건)** 새로운 경험을 중시하는 소비 트렌드, 한류에 따른 K-라이프스타일 관심 및 한식 확산을 위한 민간의 노력 증가
- **(개선 방향)** 한식 산업의 영역 확장으로 핵심 인재 유입 활성화 및 민간 투자 촉진, 브랜드 포지셔닝 정립·확산 필요



< 한식 글로벌 브랜드 포지셔닝 >



< Adventurous Table 대표 이미지 예시 >

IV 비전 및 중점 추진과제

비전

글로벌 미식 트렌드를 주도하는 한식

목표

❶ 한식 산업 규모 확대

* 국내외 한식당 매출액 : ('21) 152 → ('27) 300조원

❷ 한식 산업가치와 매력도의 획기적 제고

* 해외 한식 인지도/호감도 : ('23) 60.0 / 65.2 → ('27) 70 / 80%

❸ 한식의 글로벌화를 위한 저변 확충

* 해외 한식당 수 : ('20) 9,923 → ('27) 15,000개소

* 스타(우수) 한식당 수 : ('23) 31 → ('27) 100개소

주요 추진 과제

한식 산업 인프라 강화

- ❶ 한식 인력 전문성 제고
- ❷ 수요맞춤형 콘텐츠 다양화
- ❸ 한식 산업 DB 구축

한식의 가치 제고

- ❶ 한식 브랜드 확립
- ❷ 한식의 브랜드 가치 확산
- ❸ 글로벌 미식 네트워킹 강화

한식 산업 생태계 확장

- ❶ 국내외 한식당 경쟁력 제고
- ❷ 한식-농업-관광 연계, 내수활성화
- ❸ 한식-식재료 연계, 수출 확대
- ❹ 연관산업 동반 성장 지원

추진 체계


- ◆ 산-관-학 협력을 위한 「한식 산업 발전 협의체」 정례화
- ◆ 한식진흥원 역량제고로 한식 확산 구심점 기능 강화

V 주요 내용

1. 한식 산업 인프라 강화

- **(인력)** 한식 인력 교육 확대, 산업 연계 강화 및 교육 프로그램 개선
 - (교육대상) ▲(국내) 기존 조리학과 재학생에서 한식 종사자까지 확대('24. 한식 전문인력 양성기관 5곳, 250명 → '27. 8, 600) ▲(해외) 유명 요리학교 내 정규 한식 조리과정 개설('24. 2 → '27. 5개소 추진)
 - (산업연계) 미쉐린 식당 인턴십 등 창업 교육 강화, 성공모델 홍보
 - (민간협업) 민간기업·교육기관 협업을 영셰프 육성 성과 제고

< 사례 : 한식 스타셰프 성공모델 >

	▶ 박정현·박정은 대표(아토믹스) <ul style="list-style-type: none">- ▲월드50베스트레스토랑 8위▲미쉐린 2스타, ▲'23 제임스 비어드 '베스트셰프상(뉴욕)',▲한식 영문 요리책 발간('23)		▶ 강민구 셰프(밍글스) <ul style="list-style-type: none">- ▲미쉐린 2스타, ▲아시아 50베스트레스토랑 7년 연속 한국 최고 순위('16~'22),▲영문 장문화책 발간('24)
--	---	---	---

- **(콘텐츠)** 한류 열풍 활용, 국가/문화권별 수요를 반영한 콘텐츠 강화
 - (레시피 등) 산업현장 활용도 제고 위해 표준화·디지털화·정밀화 추진, 비건·전통주 페어링·대표 메뉴별 먹는 방법 등 다양한 수요를 반영한 영상
 - (체험) 초보자(외국인·어린이)부터 전문가까지 맞춤형 프로그램 확충
- **(DB)** 한식과 연관산업 데이터베이스 구축을 통한 산업가치 제고
 - (가치분석) 한식·연관 산업 규모, 경제적 파급효과, 벨류체인 등 측정
 - (해외진출) 외식업체 주요 해외 진출국 현지 정보 수집·배포
 - * 사회·문화적 특수성, 법률 지식(계약·노무·세무 관련, 상표·특허권 등), 관련 제도·정책 등
- **(추진체계)** 향토음식 진흥센터 설립(~'26) 등 한식진흥원 역량 제고

2. 한식의 가치 제고

- **(브랜드)** 한식의 특징, 미식 트렌드 등을 분석하여 한식의 전략적 키워드 도출, 홍보 방안을 수립하여 외국인에게 효과적으로 전달
 - **(키워드)** 한식의 다채로운 매력을 ‘Adventurous Table*’로 브랜딩, 해외 팝업스토어 운영, 민간과의 콜라보레이션 등 타깃별 홍보
 - * ▲(빅데이터 분석) 한식의 차별점은 ‘균형잡힌(Balanced), 기분좋은(Delightful, Enjoyable)’
 - ▲(소비자·전문가 심층분석) 한식을 ‘즐겁고 이국적인 식문화, ‘새롭고 트렌디한 이미지’로 인식 → 한식의 세계적 인기 요인, 메인 타겟, 시장 확장성 등을 종합 감안하여 도출
- **(가치 확산)** 다양한 분야별 기업과의 협업, 대형 컨벤션 행사 연계 홍보 등으로 세계 미식 시장에서 한식 이미지 공고화
 - **(기업협업)** 식품·외식부터 공예·패션 등 타 산업간 협업, 한식 상품화
 - **(홍보)** 주요 국제행사, 대사관 연계 한식 체험 프로모션 진행
 - * (예) 2024 파리 올림픽 내 한식홍보관 운영, 재외공관 한식 요리 콘테스트 등
 - **(용어 선정)** 우리 식재료가 한국어로 불리도록 10대 용어 선정·홍보
 - * 외국인 선호, 산업규모 및 중요도, 전문가 자문 및 대국민 의견수렴을 통해 선정 (예시) (장류) 쌈장, (해조류) 김·감태, (술) 막걸리, (육류) 갈비, 구이 등
- **(미식네트워킹)** 한식이 글로벌 미식 트렌드를 주도할 수 있도록 정기적 메가 이벤트 개최 등 전문가 교류 발판 마련
 - **(국제)** 권위있는 국제미식행사(Asia’s 50 Best Restaurants) 국내 유치
 - **(국내)** 한식 글로벌 컨퍼런스(한식진흥원 주최) 정례화로 한식문화 확산



▶ **아시아 50 베스트 레스토랑**
 - ▲행사장 내 한식문화 소개, 체험 프로그램 마련
 ▲미디어·유명 셰프 대상 식재료 등 한식문화 홍보



▶ **한식 글로벌 컨퍼런스**
 - ▲세계적인 미식 거장 초대, 한식당 및 셰프, F&B 산업의 역량 및 다양한 한식 자원 소개

3. 한식 산업 생태계 확장

□ (한식당 경쟁력 제고) 국내외 한식당 음식·서비스 품질 상향

○ (해외 한식당) 해외 우수 한식당 지정제 활성화(상위 1%인 100곳 지정, ~'27), 국산 식재료 지원, 한식당 경영주 네트워킹 강화 등

○ (국내 한식당) 식재료 원가부담 완화 및 인력난 지원, 영세 외식업체 경쟁력 강화 및 외식 서비스* 품질 상향 평준화 도모

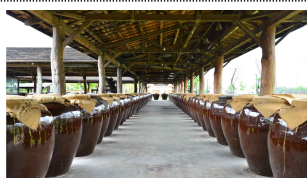
* (외식 서비스 등급제) 인적요소, 음식 특성, 공간·환경 구성 등 전방위적 서비스 평가체계 구축

□ (한식-농업-관광 연계) K-미식벨트 조성을 통한 미식관광 활성화 및 한국 음식관광 인지도 제고를 위한 K-컬처 연계 홍보 추진

○ (관광상품화) ①발효문화, ②전통한식, ③제철밥상, ④유행한식을 테마로 1~3차 산업을 연계한 K-미식벨트 조성

* ('24) 1개소 시범 조성 → (~'27) 15개 → (~'32) 30개 조성(누적)

< 예 : K-미식벨트 프로그램 예시 - 전통주 >



▶ (1차) 식재료(쌀) 생산지, (2차) 양조장, (3차) 술빚기 체험, 가양주 문화 및 명인·무형문화재 등 생산자 스토리까지 식문화 밸류체인 전반에 대한 총체적 경험을 관광상품화

○ (인프라) 해외 여행사 연계 상품개발 및 여행객 편의 서비스 제공(문체부)

□ (수출연계) 농식품 수출 인프라 지원 및 외식업체 해외진출 지원 강화

○ (농식품) 물류센터·콜드체인 등 신선농산물 수출 인프라 제공, 식품박람회 지원, 안테나숍 운영 등 신규시장 개척

○ (외식기업) 외식바이어 초청, 해외 박람회 참가 등 해외진출 활성화

* ('23년 실적) 외식 프랜차이즈 박람회 26개 기업 참가, 819건(1.3억불) 상담 성과, 해외진출 바우처 지원 통해 해외진출(19건), 해외출원(상표권 등 16건) 등 성과(푸라닭치킨, 메가커피, GFFG(노티드) 등)

□ (연관산업 동반 성장) 한식 산업을 문화·예술산업으로 확장, 한식-연관산업(주방기자재, 인테리어, 공예 등) 전시·체험행사 추진

순 서

I . 추진배경	1
II . 그간 추진경과	2
III . 한식 산업 현황 및 여건 전망	3
IV . 비전 및 중점 추진과제	8
V . 과제별 주요내용	9
1. 한식 산업 인프라 강화	9
2. 한식의 가치 제고	13
3. 한식산업 생태계 확장	18
VI . 추진체계 구축	24

I. 추진배경

- 그간 민관의 노력으로 일궈낸 전세계 한식 확산 성과를 바탕으로, 글로벌 미식 트렌드를 주도하기 위한 한식 위상 강화 필요

< 그간 정책 추진 경과 >

- ◆ '09년 5월 '한식 산업화·세계화 추진전략'을 시작으로 인프라 구축, 인력양성, R&D, 식문화 홍보 등 한식 세계화 사업 본격 추진

구분	1단계 ('09~'13년)	2단계 ('14년~)
주요 내용	▲ 해외 홍보·확산 중심(Out-bound) ▲ 국제행사·한류 연계 및 한식 홍보 대사 활용 해외 체험·홍보, 해외 한식당협의체 구축·지원 등	▲ 국내 산업기반(In-bound) 강화 병행 ▲ 한식문화관 개관·운영, 지역별 음식관광 상품 개발, 국내 한식당 국산 식재료 지원, 한식 인력 해외 파견 등

- 전세계적인 K-콘텐츠 인기와 미식 관광의 경제적 부가가치*를 감안, 한식의 산업가치**를 더욱 높여 국가 미래성장 동력화

* 미식관광 산업규모 ('21) 6,965억 달러 → ('27) 1조 7,965억달러 전망(리서치앤마켓), 외래관광객 방한 사유 1위 음식/미식관광('20~'22, 문화체육관광부)

** 한식 산업은 연간 23조원의 경제적 파급효과를 가져 자동차 52만대 판매와 같은 효과, 계량화 힘든 문화적 파급력과 향후 성장가능성 고려시 더 큰 경제적 가치를 지닌다는 분석 ('22, 대한상공회의소·경희대 H&T애널리틱스센터)

- 한류에 따른 K-라이프스타일 확산을 기회 요인으로, 민간 전문가 의견을 반영한 종합적인 전략수립으로 한식 산업 생태계 확장 도모

* 한국 콘텐츠 시장규모 : '23년(p) 712억 달러(전년대비 6.3%, 한국콘텐츠진흥원)
 "한국은 막대한 소프트파워를 가진 나라" (조셉 나이(Joseph Nye) 하버드대 교수, 소프트파워 개념의 창시자)



▶ 현장 누적 관람객 150만명을 돌파한 최대 한류축제 케이콘(CJ ENM)



▶ 소셜미디어(SNS) 입소문을 타고 미국에서 선풍적인 인기를 끄는 '올곧'의 냉동김밥

Ⅱ. 그간 추진경과

- 식품·외식산업은 물론, 인력양성·관광·마케팅 등 다양한 분야의 민간 전문가로 구성된 「한식 산업 발전 협의체」 발족(‘23.5.31.)
 - * 민·관 공동위원장(농식품부 농업혁신정책실장, 호서대 정혜경 교수)을 중심으로 식문화 관련 산·관·학 전문가 및 관계부처로 구성(총 24명)

- 4개 작업반별 회의를 통한 현장 수요 및 세부 추진과제 발굴(6~9월)
 - ①인력양성, ②콘텐츠·관광, ③한식 브랜딩, ④해외 경쟁력 강화 등 4개 작업반 구성하여 현장 의견 수렴
 - 협의체 위원 외 해외 현지 전문가(해외 한식당 협의체, 유통·바이어 등), 식품 브랜딩·마케팅 전문가 등 추가 의견 청취
 - * 작업반별 회의 및 전문가 의견청취 등 총 20회 진행

<민간 전문가 주요 의견 >

- ▲ (인력양성) 낮은 처우, 저조한 인식 등으로 한식 산업 유입 자체가 감소하고 있어 교육, 비전제시, 위상제고 등 업을 이어나갈 수 있는 동력 확보 필요
- ▲ (콘텐츠·관광) 전통 한식 외에도 K-Food 범위를 넓힌 수요맞춤형 콘텐츠, 무형 유산 위주의 관광자원 스토리 개발 등 외국인에게 한식에 대한 확장된 경험을 제공할 필요
- ▲ (한식 브랜딩) 현재 한류 영향으로 한식은 골든타임을 맞이. 다음 단계로의 도약을 위해 기능적 홍보에서 벗어난 문화차원의 접근과 미식 네트워킹 강화가 필요
- ▲ (해외 한식당) 외국인들의 첫 한식 경험이 되는 해외 한식당 품질 제고 및 해외 메인스트림에 진출할 수 있도록 지원할 필요

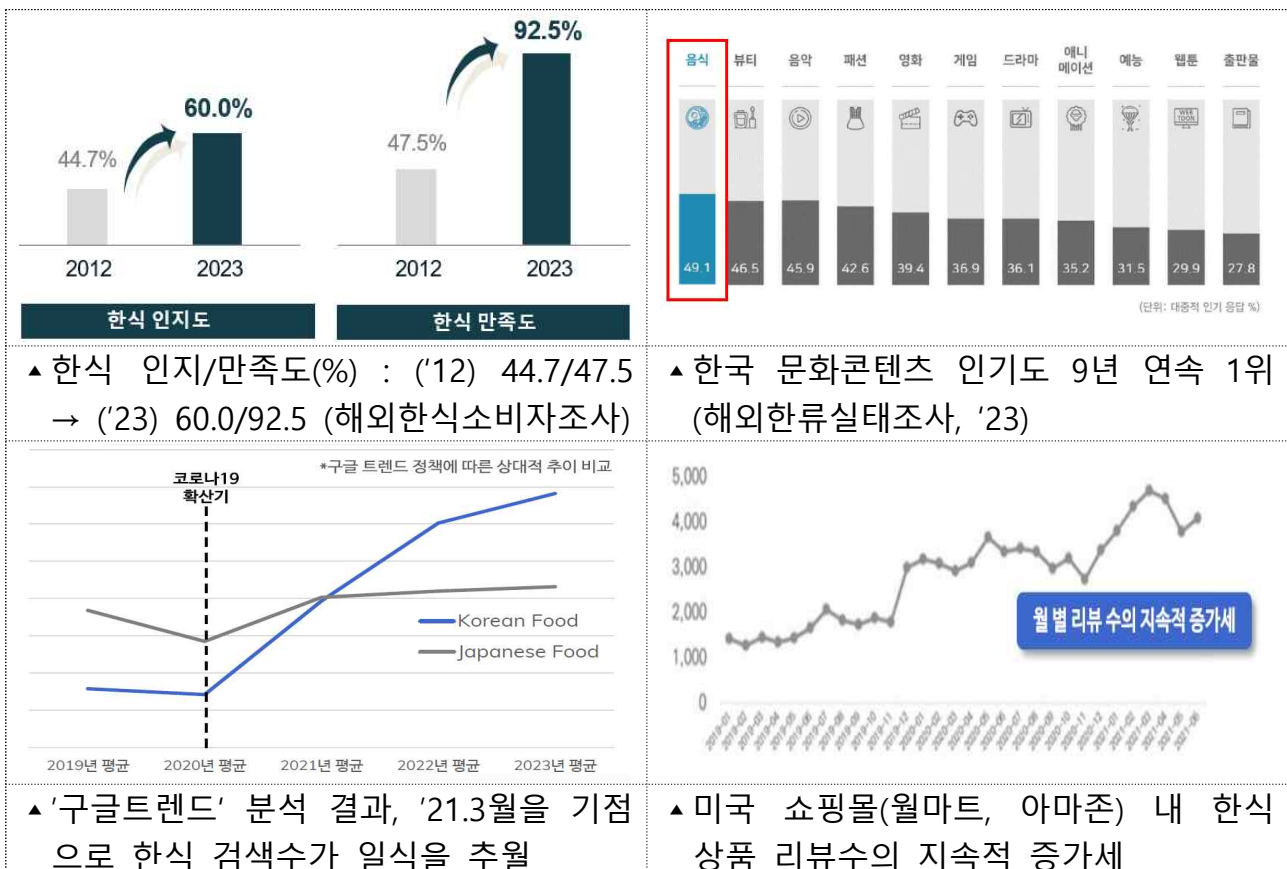
- 「한식 글로벌 브랜딩 전략」, 「K-미식벨트 조성 전략」 연구용역 진행
 - (브랜딩) 외부환경, 한식 주요 고객, 한식 자원, 해외 사례 분석을 통해 한식의 핵심 가치 및 브랜드 방향 설정(‘23.5.~10.)
 - * 한류 콘텐츠 인기에 힘입어 ‘즐겁고 트렌디한 문화’로 자리잡은 한식의 이미지 강화
 - (K-미식벨트) 국내외 관광산업 트렌드 및 외래 관광객 선호도, 미식자원 분석 등을 통해 K-미식벨트 운영 방향 수립(‘23.5.~12.)
 - * 식재료(주산지)부터 음식조리·체험까지 1~3차 산업을 연계한 미식관광 프로그램 기획

Ⅲ. 한식 산업 현황 및 여건 전망

1 한식 산업 현황

- 한식이 한류를 대표하는 콘텐츠로 자리매김하였으며, 국제 미식 평가지에서 우수한 평가를 받는 등 질적으로도 성장
 - (위상 제고) 해외에서 한식 인지(만족)도가 크게 향상되었으며, 한식의 트렌디한 이미지로 국가 브랜드 이미지 제고에 기여
 - 한식 문화의 유네스코 인류무형문화유산 등재*, 한식 관련 단어 옥스퍼드 영어사전 수록** 등 한식 확산 성과 창출
- * ('13) 김장문화 등재, ('22) 장문화 유네스코 등재 신청('24.6 등재 결정 예정)
- ** '21년 옥스퍼드 영어사전 한식 관련 단어 9개 수록(지난 25년간 6개, 누적 총 15개)

<참고 : 한식 성과 관련 각종 지표>



○ (저변 확대) 우수 해외 한식당, 한식체험 등 한식 관련 점점 증가

- 국내 외식 프랜차이즈의 해외 진출 활성화

* 국내 외식기업 해외진출 현황(기업/매장) : ('10) 56개/991개 → ('22) 124개/3,833개

- 한국 소재 한식당 뿐 아니라, 한국인 셰프가 해외에서 운영하는 한식당이 세계 미식 시장에서 주목받는 등 질적 성장

* 미쉐린 스타 한식당 : ('10) 0개소 → ('22) 21 → ('23) 31

World's 50 Best Restaurants 최초 한식당 : ('23) 아토믹스(8위, 미국 내 1위)

Asia's 50 Best Restaurants 선정 한식당 : ('23) 5개소(서울 소재 4, 싱가포르 소재 1)



▲ Atomix (월드 8위, 뉴욕)

▲ 모수 (아시아 15위, 서울)

▲ Meta (아시아 17위, 싱가포르)

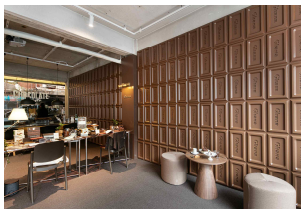
2 대내외 여건

□ (환경) 경험 가치를 중시하는 MZ 세대의 소비성향과 코로나로 제한되었던 소비욕구의 재점화로 프리미엄 서비스 시장의 확대 전망

○ (소비 트렌드) 고품격 서비스 가치 소비에 대한 관심 증가, 새롭고 다양한 경험을 중시하는 경향

- 한식 역시 음식 뿐 아니라 트렌디한 문화, 한식을 둘러싼 식문화가 유발하는 분위기, 생활습관 등 경험 소비로 확대할 필요

<사례 : 식품기업의 다양한 경험 제공을 위한 팝업스토어 >



▶(롯데제과 가나초콜릿 하우스) DIY 클래스, 가나초콜릿 이용한 디저트 판매 등



▶(매일유업 '어메이징 오트' 팝업스토어) 오트의 향과 소리를 구현, 식물성 쿠키 클래스 제공 등

○ (포스트 코로나) 일상 회복 기조로 해외 여행 수요의 증가, 보복 소비 등으로 관광업 및 프리미엄 시장 성장 전망

□ **(자원)** 한식 확산 관련, 민간(산업계) 자원과 K-콘텐츠 인기 활용

- **(민간 관심)** 대한상의, CJ 등 산업계의 한식 산업화에 대한 관심 등 민간차원에서의 한식 발전을 위한 자발적 노력 증가



▶ **대한상의, 한식 산업화 프로젝트**

- 한식을 산업화시켜 국가 성장동력으로 삼기 위한 민간 산업계 주도 프로젝트. ①해외진출 지원 ②인재 육성(조리, 서비스, 외식경영 등) ③네트워킹을 3대 추진분야로 검토('22.3월~)



▶ **CJ 「Cuisine. K」 프로젝트**

- 사회공헌 차원에서 한식의 발전과 세계화를 위한 중장기 프로젝트, 젊은 한식셰프 육성 및 한식 문화 전파 통한 한식 위상 강화를 목표로 함('23.5월 발표)

- **(한류 영역 확장)** 한류 확산이 가속화되면서 영상 콘텐츠 소비에서 나아가 라이프스타일에 대한 관심과 체험·실물 소비로 연결



- ▶ **이른바 'BTS 투어'로** BTS 촬영지, 숙소사 등을 다니는 여행이 팬들 사이에서 인기



- ▶ **SBS 예능 '런닝맨'의** 인기에 힘입어 세트장을 구현한듯한 체험관이 인기



- ▶ **일본의 도한놀이** : 한국의 라이프스타일 음식 오락 등을 즐기는 놀이로 젊은 세대 중심으로 인기



- ▶ **영국 런던에서** 한국식 포장마차를 재현하여 현지인에게 큰 인기를 끌고있는 한식당

- **(미식 트렌드)** 채식, 건강식, 지속가능성에 대한 관심과 함께 코로나 시기의 사회 단절에 따라 결속·교류에 대한 욕구 강화

- 다양한 식재료, 발효 기반, 사찰음식, 흥이 넘치는 문화 등 한식이 가진 자원을 활용, 다채롭고 이색적인 경험 소비로 연결할 필요

3 개선 방향

- **(인력)** 높은 노동강도 대비 낮은 처우(급여, 주말 근무 등), 저조한 인식 등으로 젊은 세대의 한식 산업 유입 자체가 감소하는 상황

* 전체 조리전공 인력 16,392명 중 한식 관련은 951명(5.8%)에 불과('22년)

- ☞ 한식의 세계적 인기에 힘입어 한식 분야 인력이 세계시장에서 전문성을 발휘할 수 있도록 인재 유입 활성화

- ☞ 한식 산업 진입에 어려움을 줄이기 위해 영세프 대상 조리 교육은 물론, 취창업 기회 제공으로 산업과의 연계 강화

- ☞ 한식 산업 종사자(셰프·서버 등)에 대한 인식 제고 및 사회적 위상 강화로 한식 산업 확대 도모

* '소믈리에'가 직업화되면서 와인 산업이 성장하였고, '바리스타'가 직업화되면서 커피산업이 비약적으로 발달한 것과 같이 한식 종사자에 대한 전문직업화를 통해 사회적 위상을 강화할 필요(한식 산업 발전 협의체 전문가 의견)

- **(산업화)** 한식 산업의 막대한 경제적 가치에도 불구하고, 해외 한식당 다수가 영세한 생계형 식당으로 산업화가 미약한 실정

- 한식을 대표할 수 있는 글로벌 한식 브랜드의 부재 및 전·후방 산업과의 연계가 약한 상황



- 한식 산업이 농업, 관광업 등 연관 산업에 미치는 파급효과나 경제 기여도(일자리 창출, 국가 브랜드이미지 제고 등)에 대한 분석자료 부재



- ☞ 해외 한식당 시장을 자본 확대·기술력 증진으로 규모화·체계화

- 한식 프랜차이즈의 해외 진출 지원 등을 통해 대표적 한식 글로벌 기업을 육성하고 해외 한식 산업을 전문화할 필요

* 현재 해외 한식당은 기존에 모든 한식 메뉴를 팔던 종합식당 형태에서 특정메뉴 중심으로 전문화되는 추세(해외 한식당 협의체 워크숍, 9.8.)

- ☞ 음식(외식업)뿐 아니라 식기류, 공간기획, 관광업, 예술산업(회화·음악·패션 등) 등 연관산업까지 확장
- ☞ 한식 산업 중요성에 대한 분석·홍보를 통한 민간 투자 촉진 필요

▶ (사례) 일본의 FBI 전략(Made FROM · BY · IN Japan) : 일본 농수산물·가공식품·문화 등 산업 전반의 수출을 도모, 사진은 음식을 주제로 한 밀라노 세계 박람회('15)에서 일식은 물론, 젓가락문화, 목재건축양식, 식기구·가구(식탁 등), 의복 등 전후방 산업을 '재팬 브랜드'로 전파

- (홍보) 국가별·문화권별 세밀한 접근을 바탕으로 한 전략적 홍보나 고품격 이미지 구축을 위한 장기적 관점의 홍보전략 부재
- 국가별 한식 확산 정도 및 인식의 차이에도 불구하고 일률적인 접근으로 동일 콘텐츠를 활용한 홍보에 치중

< 한식의 이미지/인식 분석 >



- 한식의 경우 타 국가와 비교시(프랑스, 일본 등) '최근 유행하는', '젊은/신선한' 등의 이미지에 강점이 있는 반면, '고급스러운' 이미지가 약하게 인식됨
- 도시별 한식 인지도/호감도: 뉴욕(53.0/52.6), 파리(52.0/64.4), 북경(81.8/78.6), 호치민(78.2/87.4), 방콕(71.8/89.8), 상파울루(29.2/41.0) 등 도시마다 상이함

*출처: 2023 해외 한식 소비자조사, 한식진흥원

- ☞ 높아진 한식 인지도를 바탕으로 국가별 확산 실태에 맞는 홍보 및 차별화된 이미지 구축을 위한 세밀한 전략 수립 필요

IV. 비전 및 중점 추진과제

비 전

글로벌 미식 트렌드를 주도하는 한식

목 표

❶ 한식 산업 규모 확대

* 국내외 한식당 매출액 : ('21) 152 → ('27) 300조원

❷ 한식 산업가치와 매력도의 획기적 제고

* 해외 한식 인지도/호감도 : ('23) 60.0 / 65.2 → ('27) 70 / 80%

❸ 한식의 글로벌화를 위한 저변 확충

* 해외 한식당 수 : ('20) 9,923 → ('27) 15,000개소

* 스타(우수) 한식당 수 : ('23) 31 → ('27) 100개소

주요 추진 과제

한식 산업 인프라 강화

- ❶ 한식 인력 전문성 제고
- ❷ 수요맞춤형 콘텐츠 다양화
- ❸ 한식 산업 DB 구축

한식의 가치 제고

- ❶ 한식 브랜드 확립
- ❷ 한식의 브랜드 가치 확산
- ❸ 글로벌 미식 네트워킹 강화

한식 산업 생태계 확장

- ❶ 국내외 한식당 경쟁력 제고
- ❷ 한식-농업-관광 연계, 내수활성화
- ❸ 한식-식재료 연계, 수출 확대
- ❹ 연관산업 동반 성장 지원

추진 체계

- ◆ 산-관-학 협력을 위한 「한식 산업 발전 협의체」 정례화
- ◆ 한식진흥원 역량제고로 한식 확산 구심점 기능 강화

V. 과제별 주요 내용

1. 한식 산업 인프라 강화

1 한식 인력 전문성 제고

◆ 한식 인력 양성을 위한 교육 확대, 교육-산업간 연계 강화

□ (전문 인력) 한식 경쟁력 제고를 뒷받침할 전문인력 육성

* 영셰프 발굴 육성 사업(신규, '24년 575백만원)

○ 대상별 맞춤형 교육과정 신설·확대* 및 산업 연계 강화

* 既 한식업에 종사하고 있는 경우에도, 지속적인 역량제고가 필요하나, 정부 지원 사업은 조리학과 학생만을 대상으로 한다는 의견 반영(7.17., 인력양성 작업반 회의)

▲ (조리학과 학생) 미쉐린 스타 한식당 등 선도 한식당과 연계하여 인턴십 제공, 채용 컨설팅 진행 등 역량 강화 지원

▲ (사회초년생) 장류, 육류, 나물류, 전통주 등 한식 식재료 활용법 강의를 통해 지속적인 실력 향상의 기회 및 네트워킹의 장 마련

▲ (창업희망자) 영셰프 대상 창업교육* 및 매장운영 기회 제공

* 식재료 관리·유통, 상권 분석, 재무회계 등, 1년 이내 창업 계획이 있는 청년 대상

□ (해외인력) 해외 유명 요리학교 내 정규 한식 조리과정 개설 추진

○ 한식 요리법, 식문화, 식기구 등 한식 전반을 다루는 정식 교과 과정을 개설하여 현지 전문인력 양성 및 한식 문화 전파('24~)

* (기존) 해외 교육기관 내 한식 교육과정은 단기간 수업(10~) → (개선) 한식 상설 교육 확대 추진
(예) 日 핫토리 영양전문학교 內 한식 정규교과 개설 추진('24~)

英 웨스트민스터 킹스웨이 컬리지 內 한식 경연대회 개최, 한식 교과과정 개설 등 추진('24~)

** 지속적인 우수인재 양성을 위해 국내에 국제요리학교 설립 검토

□ **(프로그램 확대)** 민간기업, 교육기관과의 협업을 통해 영셰프 육성 및 글로벌 전문 확대 지원

- 한식 전문인력 양성기관* 등과 연계, 한식 전문인력 지속 육성 및 외국인 유학생 대상 한식 교육 제공

* 현재 5개소(수원과학대, 전주대, 우송대, 영산대, 광주김치아카데미, '23.9.)


- 한식 조리 자격증 제도 개선* 등 산업 활용도 제고

* 실생활 사용 빈도, 활용성 등 고려하여 실기메뉴 조정 등

- 민간기업과의 협업 통해 한식 인재양성 협업체계 구축

- 민간기업과의 협업 통해 청년들에게 POP-UP 레스토랑 운영 기회 및 창업교육 제공, 교류의 장 마련 등 영셰프 육성 지원('23.8~, CJ)

< 사례 : 영셰프 육성을 위한 농식품부-CJ간 업무협약 >

	<p>▶ 한식분야 인재 육성을 위해 Young Chef 발굴을 위한 교육과정, 교강사 인력, 콘텐츠 등 기술·정보 인프라 공유를 위한 업무협약 체결('23.5.2.)</p>
---	--

□ **(동기 부여)** 조리학과 학생, 영셰프 대상으로 한식 스타셰프의 성공 스토리 강의, 영상 콘텐츠 등을 통해 한식에 대한 비전 제시

- 컨퍼런스, 숏폼 형태 영상콘텐츠 제작·확산 등 한식 스타셰프의 생생한 스토리 홍보 및 위상 제고 도모

* 한식문화공간 內 이음홀에서 한식 스타셰프의 토크콘서트, 외식업 경영주의 창업 성공스토리 등 강연 상설화, 외식업 인큐베이팅 사업 등 창업지원 사업과 연계 제공

< 사례 : 한식 스타셰프 성공스토리 강의 >

	<p>▶ 박정현·박정은 대표(아토믹스)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ▲월드50베스트레스토랑 8위, ▲미쉐린 2스타, ▲'23 제임스 비어드 '베스트셰프상(뉴욕) - 셰프 경험이 담긴 음식설명, 우리말 발음 그대로 표기한 메뉴카드 등 한식 매력 전파 		<p>▶ 강민구 셰프(밍글스)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ▲미쉐린 2스타, ▲아시아 50베스트레스토랑 7년 연속 한국 최고순위 기록('16~'22) 등 - 전통 한식에 기술·감성을 덧입힌 '경험'을 제공
---	---	--	---

2 수요맞춤형 콘텐츠 다양화

◆ 한류 콘텐츠 열풍을 활용, 국가/문화권별 취향을 반영한 콘텐츠 개발

□ **(레시피)** 미디어(드라마, 유튜브 등)에서 접한 한식이 실제 체험으로 이어질 수 있도록 마중물 역할의 콘텐츠 제공 강화

○ 외국인이 요리하여도 맛·품질이 보장될 수 있도록 레시피 표준화·정밀화·디지털화 추진

* 조리법 정밀화(○분○초간, °C 등), 계량화(약간·조금 → g단위 등) 및 당도·열량·맛 표기 구체화
'세계인을 위한 한국 음식 200선' 중 외국인 선호도, 작업 필요성·수요 등 고려, 100선 선정 후 정밀화·디지털화 추진(밥·국·찌개·죽·찜류 등) ('24~)

○ 현지 농산물과 식재료로 쉽게 만들 수 있는 레시피 발굴·배포

* (예) 한국산-베트남산 고추간 매운맛 정도에 따른 대체정도 등 현지 식재료 활용 정보 담은 레시피 제공, 해외 한식당 대상 레시피 배포(7개 권역별 20개 레시피, ~'27)

○ 비건, 알러지 대체식, 맵지않은 음식, K-드라마 속 한식, 전통주 페어링, 대표메뉴별 먹는 방법 등 다양한 수요를 반영한 숏폼 형태 영상 제작·배포

□ **(체험)** 한식을 직간접적으로 체험할 수 있도록 점점 확대

○ 한식문화공간 '이음' 내 한식 체험프로그램 내실화*, 재외공관·해외 문화원 연계 한식 체험 이벤트 등 직접 체험 프로그램 확대

* 외국인·어린이 등 대상 흥미 위주 프로그램부터 해외파견자 대상 실용성 있는 프로그램, 식품·외식업계 종사자 대상 프리미엄 체험까지 타깃별 프로그램 마련('24~)

○ 게임·메타버스 등 활용하여 대표 K-푸드에 대한 간접체험 지원

* 로블록스를 통해 우리 농산물의 재배부터 가공, 한식 레시피대로의 조리까지 게임화 지원 등

< 사례 : 한류 콘텐츠 연계 한식 홍보 >



▶ tvN 드라마 '일타스캔들'에서 국산 농산물(키위) 홍보 장면
▶ 드라마 '이상한 변호사 우영우' 인기에 힘입어 주태국 한국문화원 김밥체험행사에 120여명 참가

3 한식 산업 DB 구축

◆ 한식과 한식 연관 산업 데이터베이스 구축을 통한 산업가치 제고

- **(산업 가치 분석)** 한식 산업의 중요성 인식 및 사회적 위상 강화를 위한 경제적 효과 및 산업 동향 분석·연구
 - 한식 산업의 규모 및 연관산업(농업, 관광업, 예술산업 등)의 범위, 경제적 파급효과(일자리 창출, 국가 이미지 기여 등) 등 측정
 - 현황 분석 및 학계·산업계 다양한 의견 수렴 통한 한식 벨류체인 파악, 정책 우선순위 조정 등 기초자료로 활용
 - 국내외 한식당 현황조사, 해외 한식 소비자 실태조사 체계화를 통해 세계 한식 산업 규모 및 동향 분석(KOTRA 해외무역관 협조)
- **(해외진출 정보)** 외식업체 해외진출을 위한 정보 수집·체계화(aT)
 - 해외 주요 진출국에 대한 사회·경제·문화적 특수성, 법률 지식*, 외식 관련 국가별 현황 및 관련 제도·정책 등에 대한 정보 조사
 - * 계약 관련 고려사항, 노무·세무·관세 및 부동산 관련 법률, 상표·특허권 등
 - 현지 시장 정보를 기업이 활용가능한 수준으로 수집·정리하여 배포하고, 주기적으로 현행화하여 관리
- **(콘텐츠 집적)** 향토 음식, 식재료·음식 특성 및 조리법, 사진·영상 자료 등 한식 관련 데이터베이스 수집·발굴
 - 교육 프로그램, 전시, 체험, 홍보, 관광 등의 기초 자료로 활용
 - * ('23) 자체제작 콘텐츠 3,697건, 타기관 수집(8개 기관) 4,937건, 총 8,634건
→ ('27) 자체제작 콘텐츠 5,000건 및 10개 기관 6,000건, 총 11,000건

2. 한식의 가치 제고

1 한식 브랜드 확립

◆ 한식의 통합 이미지 구축 및 문화적 접근을 위한 브랜딩 추진

- **(기본 전략)** 한식의 특징, 미식 트렌드 등을 분석하여 한식의 전략적 키워드 도출, 홍보 방안을 수립하여 외국인에게 효과적으로 전달
 - 한식을 넓은 범위(식재료, 식문화, 조리법, 제조·가공기술 등)로 접근, 국가별 한식 확산 실태에 따른 차별화된 브랜딩 전략 추진
 - * 사례 : **(일본)** '와쇼쿠(작은 일본)' 문화를 일식당 안에서 접하도록 이미지 구축, **(태국)** 'Kitchen of the World' 프로젝트로 태국 식품부터 식문화예절 등 홍보
- **(방향성)** 한식의 다채로운 매력을 'Adventurous Table'로 브랜딩
 - 한류 콘텐츠 인기로 힘입어 해외에서 새롭게 트렌디한 문화로 자리잡은 한식의 이미지를 강화하는 방향으로 브랜딩 전략 추진
 - * 권역별 한식에 대한 인식·이미지 분석 결과, 전반적으로 트렌디한 이미지, 단순한 '맛'이 아닌 즐거운 분위기로 인식 ⇒ 한식의 브랜드 키워드 'Adventurous Table' 도출
 - 한식 확산 정도*에 따라 권역을 구별, 타깃별 홍보 전략 추진
 - * (예시) 인지단계(중동·남미 등)→선호단계(유럽·미국 등)→충성단계(아시아권)로 구분
(인지단계) 인플루언서 대상 한식 앰버서더 임명
(선호단계) 한식 브랜드 팝업스토어 운영, 현지 고급 브랜드와의 콜라보레이션 진행
(충성단계) 현지 인프라 활용한 '한국인처럼 살아가는' K-lifestyle 프로그램 지원 등



< 한식 글로벌 브랜드 포지셔닝 >



< 한식의 대표 이미지 예시 >

<한식 글로벌 브랜딩 전략 수립 방향>

- (목적) 개별 메뉴·기능(맛·영양 등) 홍보에서 벗어나 **통합 이미지와 브랜드**를 구축, **높아진 한식 위상과 인기를 유지·발전시킬 필요**

< 참고: 브랜딩 정의 및 사례 >

- ▶ 브랜딩이란 **상품의 가치·품질 등이 소비자에게 전달되도록 고유한 이미지를 만들어가는 전과정**으로 **고객 충성도·신뢰도 제고**를 통한 판매 증진을 목적으로 함
 - (사례 1) 나이키의 경우 제품 성능·기능에 대한 홍보가 아닌 **꿈에 대한 도전정신**을 브랜딩하여 **세계 의류기업 브랜드가치 1위** 차지
 - (사례 2) 애플의 경우 **세상을 바꾸는 혁신 정신**, 직관적이고 **깔끔·단순한 이미지**를 내세우는 **감성 마케팅**으로 확고한 브랜드 아이덴티티 구축, **시가총액 전세계 1위 달성**

- (현황 분석) 한류 콘텐츠 인기에 힘입어 **2030 젊은 세대 중심**으로 **새롭고 트렌디한 문화**로 자리잡고 있음

* 한식 전문가 및 해외 소비자 집단심층면접, 해외 9개 도시 한식당 구글리뷰 5만여개 분석 등

- (빅데이터 분석) 한식만의 차별점으로 '**균형잡힌(Balanced)**, **기분좋은(Delightful, Enjoyable)**' 등이 꼽힘

* 프랑스 음식은 '로맨틱한, 예술적인', 일식은 '장인정신, 조용하고 깔끔한' 등의 특징을 보임

- (전문가) 대중(mass)시장에 집중된 現 한식의 스펙트럼을 넓히고 가치를 높일 수 있도록 브랜딩을 통한 인식 전환 필요

* 현재 민간 주도의 대중 한식 붐을 토대로, 정부는 **중장기적 발전 방향**을 제시할 필요

- (소비자) MZ세대 중심으로 **즐겁고 이국적인 식문화**로 소비, 한류 인기를 기반으로 한식을 음식보다 **라이프스타일**로 인식

- (방향 검토) **한식의 장점과 스토리를 강화**하는 방향으로 브랜딩 설정

* **국가에 대한 이미지와 그 나라 식문화에 대한 이미지**가 부합하도록 방향 설정(예. 프랑스-로맨틱, 일본-장인정신), 해외에서 인기인 한류 콘텐츠·한국 이미지에 부합하도록 브랜딩

- (키워드 도출) **Adventurous Table(탐험)** : 무궁무진한 이야기가 담긴 맛의 깊이를 탐험

* (예) 다양한 맛·흥미로운 한식 문화에 대한 탐험, 장·김치 등 이국적인 식재료를 탐험

- 한식의 세계적 인기요인(**즐겁고 신나는 식문화**), **메인타깃(2030세대)**, 향후 **확장성, 구현도** 등을 종합 고려

- 즐겁고 유쾌한 분위기, 한상차림의 다양한 음식을 주체적으로 골라먹는 식문화, 다양한 식재료 등의 **특징을 강화하면서 타 미식강국과 겹치지 않는 포지셔닝** 가능

2 한식의 브랜드 가치 확산

◆ 세계 미식 시장에서 한식의 브랜드 이미지 공고화하기 위한 전략적 접근

□ (기업 협업) 다양한 분야별 민간 기업과의 협업으로 한식의 브랜드 이미지 고도화 및 산업 확장을 통한 영향력 확대

- 식품·외식기업과의 협업 통해 한식 신메뉴(제품) 출시 및 공예·미용·패션 등 타 산업과 한식의 결합을 통해 새롭고 트렌디한 이미지 강화

< 사례 : 非식품기업-한식과의 협업 가능성 >



▶ 뉴욕 제네시스하우스

: 현대차에서 차량 전시와 더불어 반가 음식에 뿌리를 둔 한식 레스토랑, 한국의 음료(차)와 공예작품을 체험할 수 있는 복합문화공간 마련

□ (용어 선점) 우수한 우리 식재료, 한식 메뉴가 한국어 표현 그대로 상품화 될 수 있도록 용어 선점 추진

- * 와사비(고추냉이) 등 일본식 표기가 전세계에서 쓰이는 것과 같이 한식 메뉴·조리법·식문화 등의 우리말 표기가 해외에서 통용되도록 할 필요(5.31., 한식산업발전협의회 회의)

- 외국인 선호, 산업 규모 및 중요도, 전문가 자문 및 일반인 투표 등을 통해 10대 용어 선정 및 홍보

- * (예시) (장류) 쌈장, (해조류) 김·감태, (술) 막걸리, (육류) 갈비, 구이 등

- ** 온·오프라인 홍보 및 CODEX, 유네스코 인류무형문화유산 등 등재 추진

□ (컨벤션행사 연계) 각국 대사관 연계 교류전 개최, 주요 국제행사·해외 공공기관에 한식 체험 등 프로모션 통해 품격있는 한식 홍보

- * (예시) 2024 강원 동계 청소년 올림픽, 파리 올림픽 내 한국관 통해 한식 홍보

< 사례 : ADB 연차총회에서의 한식 홍보 >



- ▶ ADB 연차총회 행사장 내 VIP 대상 한식 다과상 제공

3 글로벌 미식 네트워킹 강화

◆ 한식이 글로벌 미식트렌드를 주도할 수 있도록 정기적 메가 이벤트 개최 등 미식 네트워킹 강화 지원

□ **(미식행사)** 권위있는 국제미식행사(50 Best Restaurants) 국내 유치*를 통해 글로벌 미식 트렌드 주도 모멘텀 마련

* Asia's 50 Best Restaurants '24.3월 서울 개최 확정, '25년도 행사 유치 검토 및 '26년도 World's 50 Best Restaurants 행사 유치 추진

○ 전세계 미식 오피니언리더들이 한국의 식재료, 식문화, 미식관광, 한식 셰프 등 한식 자원을 접할 수 있는 계기를 마련

- 해외 미디어, 스타셰프 등을 대상으로 서울의 다양한 미식자원(전통 시장, 우수 한식당 등)을 소개*, 한식산업 홍보

* 서울 소재 한식당 및 셰프들의 실력을 보여줄 수 있는 미식프로그램 마련, 행사장 내 김치·장류·전통주 등 대표 한식 자원 소개 및 체험 프로그램 마련 등

○ 국제행사 유치를 통해 한국의 우수한 셰프들이 해외 셰프들과 교류할 기회를 제공하는 등 국제 네트워킹 형성 및 역량 강화

< 참고: 국제 미식 행사 - 월드/아시아 50 베스트 레스토랑 >

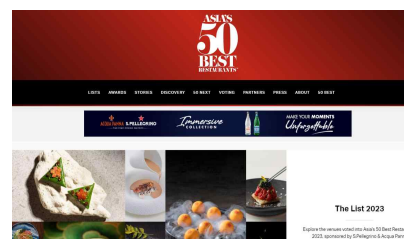
- **(개요)** 영국 미디어회사 William Reed사에서 글로벌 미식 오피니언리더들의 투표를 통해 전세계/아시아의 50대 레스토랑을 선정, '미식계의 오스카상' 이라 불림
 - **(행사 내용)** 환영만찬, 셰프의 토크, 셰프의 만찬, 시상식 등의 핵심 프로그램과 셰프간 콜라보 만찬, 마스터 클래스 등의 부대행사로 구성
 - **(효과)** 전 세계 유명 셰프, F&B 전문가, 언론, 인플루언서 등이 개최국을 방문하여 세계적인 미식 관광지로 홍보, 글로벌 미식 트렌드를 주도할 수 있는 기회
- * 월드 행사 기준, 개최 도시에 외국인 관광객 약 1,300명 방문, 항공·숙박·식사 등 약 91억원 소비효과 발생, 미디어 보도로 인한 광고효과 약 1,200억원 추산



'23 아시아 50 베스트 세레모니



셰프의 만찬(Chef's feast) 행사



아시아 50 베스트 홈페이지

□ **(컨퍼런스)** 세계 F&B 전문가를 대상으로 한 미식 컨퍼런스 개최를 통해 한국 미식자원 홍보 및 글로벌 네트워킹 강화

- 스타 셰프, 미식평론가, F&B 기업 등을 대상으로 한식의 가치를 홍보하는 컨퍼런스 정례화 추진
- 국내 미식 자원, 우수한 한국인 셰프 및 한식당, 식문화 등의 가치를 알려 해외 미식계의 한식에 대한 관심도 제고 도모

< 사례 : 2023 한식 글로벌 컨퍼런스 >



- ▶ '맛의 깊이를 탐험하다(Adventurous Table)'를 주제로 ❶한식의 글로벌 가치 및 발전방안 ❷새로운 미래 브랜딩 ❸글로벌 한식 인재 양성에 대한 발표 및 토론 진행
- ▶ 스페인 마드리드퓨전 위원장, 스페인 바스크 조리학교 이사장, '23 아시아 50 베스트레스토랑 1위인 태국 'Le Du' 오너셰프, 아토믹스 박정현 셰프, 박정은 대표 등 참석

□ **(F&B 국제행사)** 한국의 지역 식재료와 식문화, 셰프들의 기량을 국제 무대에서 선보일 수 있도록 F&B 분야 국제행사 참여 지원

- 국제 식품·외식 박람회* 등 주요 국제행사에 한식을 주제로 참여, 해외 한식 확산 시너지 제고

* (예시) 스페인의 '마드리드 퓨전', 2025 오사카 국제박람회 등

- 해외에서 관심도가 높은 한국의 음식과 문화를 직접 소개하는 특별강좌 등을 통해 한국 식문화 이해 증진

* (예시) 세계 3대 요리학교인 미국 CIA에서 한국 고유의 사찰음식에 관한 강의 운영(정관스님)

< 사례 : 스페인의 '마드리드 퓨전(Madrid Fusion)' >



- ▶ 세계 정상급 셰프, 미디어, 업계 CEO 등 식품·외식업계 관계자 2만여 명이 모여 자신들의 요리 기술을 공유하고 식문화 트렌드와 미래를 전망하는 미식 박람회('03~)
- ▶ 세계 각 국에서 참여, 자국의 지역특산물, 셰프들의 쿠킹쇼 등을 선보이며 자국의 식자재와 음식문화를 홍보

3. 한식 산업 생태계 확장

1 국내외 한식당 경쟁력 제고

◆ 국내외 한식당 음식·서비스 품질 제고를 통해 한식 만족도 증진

<해외>

□ **(우수 한식당)** '27년까지 품격있는 한식 문화를 알리는 해외 우수 한식당을 상위 1%내 지정, 한식당의 품질 향상 및 경쟁력 강화

○ 뉴욕·파리·도쿄 등 소재한 한식당 대상으로 한식의 품질·서비스, 한국산 식재료 사용비중, 한국문화 구현도 등을 종합적으로 평가

- 한식당 유형에 따라 평가지표 및 심사매뉴얼을 세분화하고 지정 사업의 안정화와 활성화를 통해 시행도시 점진적 확대 추진

* 글로벌 관점에 부합하도록 평가지표 개선, 지정도시 확대(現 뉴욕, 파리, 도쿄 → '24 런던 추가), 한식당 유형 세분화 추진(파인다이닝 한식당, 일반 한식당, 디저트·카페 등)

- 도시별 '(가제)Flavors of K-Food' 발간, 외국인 대상 홍보('26~, 관광공사 협조)

□ **(일반 한식당)** 해외 한식당의 경영품질 개선 지원을 통한 경쟁력 제고 및 해외 한식당 교류 활성화

○ 해외 한식당 대상 현지 법제·노무·경영 정보 컨설팅, 서비스 제고를 위한 매뉴얼 개선 등 경영품질 개선 지원

○ 해외 한식당 협의체 워크숍 등을 통한 한식당 경영주 네트워킹 강화, 한국산 식재료 지원* 등을 통해 경쟁력 제고

* 현행 1년 단위로 선정·지원하는 식재료 지원사업을 기간 확대(1→3년) 등을 통하여 계약 안정화·사업 효율성 제고(해외 한식당 협의체 지원사업, '24년 5억원)

<국내>

- **(경영안정)** 외식업계 식재료 원가부담 완화를 통한 안정적 원료 확보, 외국인력 고용규제 완화를 통해 인력난 해소 등 지원
 - 면세농산물 등 의제매입세액 공제한도 상향, 국산 식재료 공동구매 지원 확대('23. 2억원→ '24. 8), 경영자금 지원 등 금융지원 강화
 - * 면세농산물 의제매입세액 공제한도 10%p 상향 : ~'25.12.
 - 영세 개인음식점(연매출 4억원 이하) 의제매입세액 공제율 확대(8/108→9/109) : ~'26.12.
 - 외식업체 육성자금 대출규모 확대('23. 150억원 → '24. 300)
 - 만성적인 인력난을 겪는 외식업계에 외국인력 고용규제 완화 추진
 - * ▲방문취업 외국인(H-2) 음식점업 취업 범위확대('23.1.1.~), ▲재외동포(F-4) 음식점업 취업 전면허용(5.1.~), ▲외국인 유학생(D-2) 음식점업 취업 허용시간 확대(7.3.~),
 - 비전문취업(E-9) 한식점업 시범적용('24.4~) 후 업종·지역 확대 검토
- **(컨설팅)** 소규모 외식업체의 경쟁력 강화 지원
 - 메뉴개발, 식재료 관리, 매장 인테리어, 마케팅 등 맞춤형 컨설팅 지원으로 영세 외식업체의 품질 향상 유도
 - * 경영혁신컨설팅 사업 : ('23) 800백만원 → ('24) 925
 - 스타셰프의 식재료 관리법, 레시피 개발·공유 등 우수-영세 외식 업소간 상생 협력 유도 및 외식 트렌드 변화에 대한 적응 지원
- **(서비스 제고)** 국내 외식 서비스의 표준화 및 상향 평준화를 위해 글로벌 스탠다드에 부합하는 외식 서비스 등급제 마련
 - 인적요소, 음식의 특성, 공간·환경 구성, 위생·청결, 품질 관리까지 전방위적인 서비스 평가체계 구축·운영
 - 지정패 수여식 및 우수 업체 홍보 등으로 자긍심 고취, 포털사이트 연계 홍보 및 농식품부 사업 우대 지원(정책자금 등) 등 혜택 부여
 - 시범사업('24, 1개 도시) 실시 이후 평가 항목 및 운영 방안 개선·보완

2 한식-농업-관광 연계, 내수활성화

◆ K-Food와 K-Tourism의 융복합을 통한 한식에 대한 확장된 경험 제공

□ **(K-미식벨트)** 주산지 식재료-전통주-식품명인-향토음식 등 한식 자원을 결합한 K-미식벨트 조성('24~'32년, 30개소), 미식 관광 활성화(문체부 협업)

* ('23) 기본방향 및 조성 계획 수립 完 → ('24~'27) 15개 조성 → (~'32) 30개 조성(누적)

○ **(프로그램)** 한식의 고유한 특징과 외래 관광객 선호도를 반영하여
①발효문화, ②전통한식, ③제철밥상, ④유행한식을 테마로 구성

* (예) ①김치·장류·전통주 등, ②종가 한정식 등, ③나물·보양식 등, ④K-바베큐 등

- 식재료부터 조리 체험까지 1~3차 산업을 연계한 상품 기획으로 한식을 새롭게 재발견하고 지속가능한 소비로 이어지도록 유도

< 예 : K-미식벨트 프로그램 예시 - 전통주 >

			
(1차) 쌀 생산지	(2차) 양조장	(3차) 술빚기 체험	(3차) 가양주문화

▶ (1차) 쌀 생산지, (2차) 양조장, (3차) 술빚기 체험, 가양주문화 및 명인·무형문화재 등 생산자 스토리까지 밸류체인 전반에 대한 총체적 경험이 가능하도록 기획하여 한식에 대한 깊이있는 인식 확장, 충성도 지속 도모

한식 취식

⇒

미식 관광을 통한
오감 체험 및
한식 문화 각인

⇒

본국 귀국 후
현지 한식당 방문

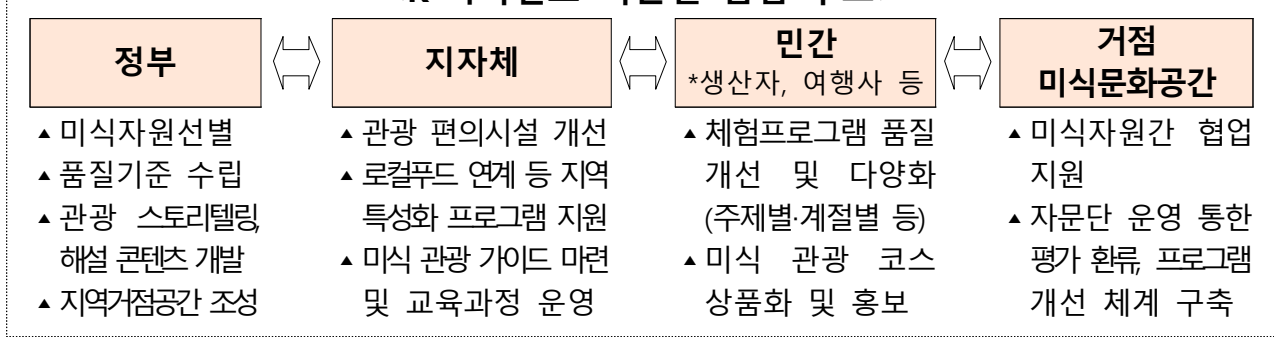
⇒

식재료 직접
구매·조리 등
충성도 지속

○ **(미식해설사)** 미식 관련 소양을 갖춘 관광해설사 교육과정 운영

○ **(인프라)** 미식 자원 시설 개선, 편의 시설 설치, 거점 미식문화 공간 구축, 민간 미식자원 체험 프로그램 개선 지원 등

<K-미식벨트 기관별 협업 구조>



□ (농업연계) 국산 식재료를 활용한 신메뉴 개발 등 한식-농업 연계 강화를 위한 기반 마련 및 콘텐츠 강화

- 지역 고유의 식재료를 활용한 향토음식의 체계적 관리 및 산업화를 위한 ‘향토음식 진흥센터’ 설립 추진(‘24~)

* 제철·주산지 식재료를 활용한 신메뉴 개발, 해당 지역 외식업체·식품가공업체 대상 레시피 활용 지원, 지역식재료 이용 쿠킹클래스 운영 등 농업연계 콘텐츠 마련

□ (관광연계) 외래 음식관광객 유치 확대를 위한 현지 미디어·여행사 연계 상품개발 및 여행객 편의 증진 서비스 제공(문체부)

- (상품화) K-컬처 연계 미식 콘텐츠 및 가이드북 제작, 여행사·해외 유관기관 연계 융복합 상품 및 음식 기념품 등 개발
- (홍보) 인기 인플루언서 활용 콘텐츠 제작*, ‘K-관광 로드쇼**’ 등 대규모 관광박람회 통한 한국 음식관광 인지도 제고

* (예시) 프리미어리거 ‘황희찬’ 선수 활용 길거리음식(떡볶이) 홍보영상 제작·배포 등

** K-pop, K-Food, K-Beauty 등 한류 콘텐츠가 모인 종합 관광 박람회
‘23년 전세계 15개 도시 → ‘24년 25개 도시(뉴욕, 파리, 시드니, 두바이 등)

- (편의성) 민간 협력 번역 서비스*, 음식관광 정보제공** 채널 구축 등

* 음식점 이용시 불편사항 1위 ‘의사소통 불편’인 점 감안, 파파고앱 활용 메뉴판 촬영시 대표 한식 음식정보(사진, 설명) 제공 등

** 지역별 제철 식재료 및 음식, 체험/구매 프로그램, 맛집/먹거리, 음식 관련 축제/이벤트 등

3 한식-식재료 연계, 수출 확대

◆ 외식기업 해외 진출, 식재료 수출 강화 등으로 한식의 메인스트림 진출

- **(농식품 수출)** 농식품 수출 인프라 지원 및 신규 시장 개척 지원
 - 물류센터·콜드체인 등 신선농산물에 대한 수출 인프라 제공
 - 해외 대형 유통매장에서의 농식품 판촉, 식품박람회 지원 및 신규 바이어 매칭, 해외 안테나숍 운영 등으로 신규 시장·판로 확보
- **(해외 진출)** 외식 바이어 초청행사, 수출·창업박람회 지원 등을 통해 외식기업 신규 발굴 및 신규 바이어 발굴·판로개척
 - 프랜차이즈 해외진출 박람회 및 바이어 초청 행사* 개최 등 지원으로 외식기업 해외진출 통한 농식품 수출 도모
 - * 외식바이어 대상 전국 '오픈런 맛집', 쇼핑몰 푸드코트 등 K-외식문화 투어 제공 통한 신규 기업 발굴 기회 제공, 1:1 매칭 수출상담회 개최 등
 - 국제 프랜차이즈 박람회 참가 지원, 타겟 국가별 해외진출 정보 제공 전문가 워크숍* 추진으로 원활한 해외진출 도모
 - * 타겟국가별 노무법제, 상권분석, 트렌드 등에 대해 既진출한 업체로부터 생생한 정보 전달
- **(해외 수요 확대)** 현지 대상 한국 농식품에 대한 수요 홍보·확대
 - 해외 우수 한식당 등 현지에서 인기 있는 한식당의 국산 식재료·전통주 등 사용 현황을 홍보하여 수출 견인
 - * (사례) 해외 우수 한식당으로 지정된 Atomix(뉴욕)의 경우 한국산 쌀(골든퀸 3), 한국산 식자재(배추·무·미역 등), 국산 전통주(막걸리·청주) 등 최고급 국산 식재료 사용

4 연관산업 동반 성장 지원

◆ 한식-식기·주방기기·인테리어·공예 등 연관산업으로의 확장 도모

- **(연관 수출)** 식기 등 주방기기, 예술 작품 등 연관산업 동반수출 도모
 - 한국적 분위기의 식기류(도자기 등), 주방기기, 예술작품(인테리어소품, 그림 등) 등 한식 연관 물품 정보제공으로 수출 촉진(한식진흥원 홈페이지)
 - 한국적 특색을 갖춘 주방기자재(양은냄비, 석쇠구이, 장독대 등)와 그에 어울리는 음식을 주제로 온라인 콘텐츠 제작·홍보
- **(연관 캠페인)** 한식-연관산업 이벤트 기획, 한식문화상자 등 관련 물품 제작·보급으로 한식산업을 연관 문화·예술산업으로 확장
 - **한식문화상자***를 제작하고 해외문화원 등 국외 유관기관 상설 전시를 통해 예술과 연결한 **한식문화 콘텐츠 제공**(문체부)
 - * 한식 상차림, 한식 조리 과정 등을 공예작품화하여 콘텐츠 탑재
 - 주요 해외거점에서 **한식문화 전시·체험행사**, **한식문화 클래스**를 진행하여 **한식과 한국 예술, 문화를 연계·확장**(문체부)

< 사례 : 한식-공예 연계 홍보 캠페인 “HANSIK: That's SOBAN” >



파리 팝업스토어에서 보자기에 싸인 한식 도식락과 소반을 소개, 전통 형식부터 현대 작가의 소반까지 다양하게 전시·체험

- 인테리어·공예·회화 등 분야에서 두각을 나타내는 신진 디자이너와 협업하여 한식을 주제로 한 전시 진행('24~, 반기별)

VI. 추진체계 구축

□ **(협의체)** 민간 전문가와 관련 부처·유관기관으로 구성된 「한식 산업 발전 협의체」 장관급 격상 및 정례화 추진(‘24.~)

○ 한식 산업의 다양한 현안 및 발전 방안에 대한 심도있는 논의를 위해 장관급 격상(농식품부-장관, 관계부처-차관급) 및 반기별 정례적 개최 추진

○ **(음식관광)** 농식품부(한식진흥원)-문체부(한국관광공사) 간 방한 음식 관광객 유치를 위한 양해각서 체결 및 협력체계 구축

- ‘(가칭) K-음식관광 협의체’ 정례적 운영(연 2회) 및 수행기관 간 협력조직 구성을 통한 기관별 보유 자원 연계 협력 사업* 지속 발굴

* ▲(농식품부) 한식 관광 자원 육성·개발(지역 음식, 체험프로그램, 식품명인 등) 등
▲(문체부) 음식 관광 자원 상품화·판촉 및 해외 홍보·마케팅(관광공사 등 해외 네트워크 활용), 이벤트 개최 등

□ **(한식진흥원)** 한식 홍보, 정보 집적, 콘텐츠 기획 등에 있어 역량 제고를 통해 한식 진흥의 구심점 역할 강화

○ **(거버넌스)** 향토음식 진흥센터(한식진흥원 분원) 설립을 통해 지역 고유 식재료 활용도 제고, 산업화 추진 등 역할 강화

○ **(정보 집적)** 한식산업·소비자 관련 실태조사 등 정책자료 수집 및 한식 산업의 경제적 파급효과 및 기여도 분석으로 한식 가치 확산

○ **(콘텐츠 기획)** F&B·브랜딩 등 실무 전문가 상시 자문체계 구축, 식품·외식기업과의 협업 사업 기획 등 내부 역량 제고

* 식품기업(CJ, 프레시지 등)과의 협업 통해 대표 한식제품, 신규출시 상품 소개 및 외국인 대상 시식체험 공동 추진 등

추진과제	일정	소관부처
전략 1 : 한식 산업 인프라 강화		
① 한식 인력 전문성 제고		
○ 영셰프 발굴 육성 추진	'24~	농식품부
○ 해외 유명 요리학교 내 정규 한식 조리과정 개설 추진	'24~	농식품부
○ 한식 전문 교과과정 마련 및 동기부여 강의 제공	'25~	농식품부
② 수요맞춤형 한식 콘텐츠 다양화		
○ 한식 레시피 강화	'24~	농식품부
○ 한식문화공간 '이음' 내 체험프로그램 운영	'24~	농식품부
○ 메타버스 등 활용 한식 간접체험 지원	'24~	농식품부(aT)
③ 한식 산업 데이터베이스 구축		
○ 한식 산업가치 분석 및 데이터 집적	'25~	농식품부
○ 해외 한식 소비자·한식당 관련 동향 분석	'24~	농식품부(KOTRA)
○ 외식업체 해외 진출 시장 조사	'24~	농식품부(aT)
전략 2 : 한식의 가치 제고		
① 한식 브랜드 확립		
○ 'Adventurous Table' 브랜딩	'24~	농식품부
② 한식의 브랜드가치 확산		
○ 민간 기업과의 협업 전시·제품출시 추진	'24~	농식품부
○ 10대 한식 용어 선정 및 확산	'24~	농식품부
○ 컨벤션행사 연계 한식 프로모션	'24~	농식품부
③ 글로벌 미식 네트워킹 강화		
○ Asia's/World's 50 Best Restaurants 추진	'24~	농식품부·서울시
○ 한식 글로벌 컨퍼런스 정례화	'24~	농식품부
○ F&B 국제행사 참여지원	'25~	농식품부
전략 3 : 한식 산업 생태계 확장		
① 국내외 한식당 경쟁력 제고		
○ 해외 우수 한식당 지정 활성화	'24~	농식품부
○ 해외 한식당 대상 경영품질 개선 지원	'24~	농식품부
○ 소규모 외식업체 컨설팅 지원 및 우수업체와의 상생협력 유도	'24~	농식품부
○ 외식 서비스 등급제 마련	'24~	농식품부
② 한식-농업-관광 연계, 내수 활성화		
○ K-미식벨트 조성 추진	'24~	농식품부
○ 향토음식 진흥센터 설립 추진	'24~	농식품부
○ K-컬처 연계 음식관광 활성화를 위한 홍보 및 인프라 구축	'24~	문체부
③ 한식-식재료 수출 연계		
○ 농식품 수출 강화 지원	'24~	농식품부
○ 외식기업 해외진출 지원	'24~	농식품부
④ 연관산업 동반 성장 지원		
○ 한식-한국 예술·문화 연계 캠페인 기획	'24~	문체부
○ 한식-예술 연계 정보제공 및 홍보 기획	'24~	농식품부