

6. 미식체험 상품 기획과 지역별 자원 분석 I - 충청도



1. 미식체험 상품의 종류와 특징
 2. 미식체험 상품기획의 범위
 3. 미식체험 상품기획 프로세스
- ▣ 지역별 음식자원 분석 – 충청도

1 미식관광과 상품기획의 이해

1. 미식체험 상품의 종류와 특징

- 미식체험 관련 상품은 좁게는 지역의 특산물을 맛보게 하는 것부터 넓게는 음식의 생산 과정에 포함될 수 있는 유형·무형의 요소들을 모두 경험하게 하는 것까지 다양하게 구성
- 미식체험 상품은 식재료 산지에서부터 지역의 유형·무형의 다양한 차원의 음식 관련 자원을 방문,
- 체험하며 지역 식문화를 개념 있게 즐길 수 있는 종합상품 으로서 가장 대표적인 것이 미식관광.
- 미식체험을 중심으로 한 상품을 개발하기 위해서는 미식과 관련된 상품의 범위를 이해할 필요가 있음



1 미식관광과 상품기획의 이해

1) 미식 관련 유형상품

- 미식 관련 유형 상품은 소비자가 만나게 되는 다양한 형태의 식품 관련 상품
- 지역의 식자원을 소재로 하여 재배-가공-판매되는 1차 농수축산물부터 2, 3차 가공품에 이르는 식재료, 식가공품, 음식 등을 모두 포함
- 최근 로컬푸드에 대한 소비자의 관심 이 높아지고 있으나 우리나라 로컬식품의 이미지나 상품성은 소비자의 욕구를 채우는 데 부족한 것이 현실. 이에 상품성을 높인 로컬식품이 필요하며 푸드큐레이터는 상품성 있는 유형상품 기획에 초점을 두어 소비자와의 연결을 도모하는 마케터로서의 역할에 집중할 수 있도록 해야 한다.
- 이러한 성과를 달성하기 위해서는 로컬식재료 기반의 다양한 상품개발, 판매식품의 품질 일관성 유지, 차별화된 브랜딩, 투명하고 신뢰성 있는 유통망 확보, 소비자와의 관계 형성을 위한 소통 부분에서의 경쟁력 있는 전략이 뒷받침 필요

1 미식관광과 상품기획의 이해

2) 미식 체험상품

- 체험상품은 로컬 식음료와 관련된 교육과 체험, 서비스 등을 포함
- 로컬푸드 콘텐츠를 활용한 요리교실, 미각교육과 식생활 교육 등 미식체험 교육서비스, 농어촌 중심의 로컬 미식투어, 식농체험수확체험, 팜파티, 팜다이닝, 로컬 식음료 관련 축제 등 다양한 관광적 요소들과 융합한 체험 서비스 등이 포함
- 이러한 무형상품은 지역 방문을 유도 하거나 유형상품을 구매하게 하는 데 직간접적 요인으로 작용하고 있어
- 푸드큐레이터는 상품의 주제와 관련하여 관련 자원의 수집-구성-홍보 및 판매 등의 차원에서 짜임새 있는 기획으로 지역의 (재)방문 유도, 지역 상품 구매 유발 등 소비자의 행동을 긍정적으로 변화시킬 수 있도록 해야 한다.



Grandma's Home Cooking school (Chaiang mai, Thailand ,2024)

3) 미식 공간상품

- 로컬 푸드상품을 구매하거나 미식 관련 체험을 하는 공간은 그 지역의 정체성을 나타 내고 소비자와의 소통을 위한 전략적 장소로서 그 중요성이 증가
- 다양한 프로그램을 운영하거나 소비하는 공간이라는 단순한 개념을 넘어서 미식체험 공간, 로컬식 문화 체험공간으로서의 의미가 커지고 있어 미식문화 소비의 감각적 경험을 제공하는 공간상품으로서 중요한 의미를 지님
- 지역에서 중요한 미식 관련 공간
 - 전시장, 음식축제장소, 식음료 판매점과 음식점 등 미식체험과 식품판매를 목적으로 하는 기존 공간
 - 지역의 농수축산물과 관련 된 모든 장소를 포함 (ex) 농작물 재배지, 목장, 가공공장, 팝업 다이닝 또는 팜 파티가 가능한 공간, 농부시장, 식농체험학습공간 등이 포함
- 푸드큐레이터는 로컬 식문화 연출에 중점을 둔 공간상품의 중요성을 반드시 인지 (로컬 식문화의 이미지를 담은 공간을 적극 활용하여 다른 지역과 차별화할 수 있는 통합적 미식체험을 제공할 수 있어야 함)

1 미식관광과 상품기획의 이해

표 2-1 ▼ 자원 유형에 따른 미식 관련 상품기획의 범위

유형 자원 중심	• 농촌 식자원을 소재로 하여 생산·제조·판매되는 식재료, 식가공품, 음식상품 기획
무형 자원 중심	• 식재료, 식품, 음식, 요리, 식문화, 미식관광 관련 미디어 제작 기획 • 미각교육, 식생활교육, 요리교육 등 먹거리 관련 교육서비스 기획
유형체험 자원 중심	• 로컬 미식투어, 컬리너리투어 기획 • 식음료 외식 브랜드 기획
유형체험공간 자원 중심	• 지역 경관이나 공간을 활용한 팝업 다이닝 또는 팜파티 기획 • 농부시장, 식농체험학습공간 기획 • 전시, 박람회, 음식축제 관련 이벤트 기획

〈출처: 미식관광론, 윤지영 외, 2024〉

2. 미식체험 상품기획의 범위

- 현대의 소비자는 단순히 먹고 마시는 일에 감동하지 않는다.
- 특히 미식체험을 목적으로 하는 미식관광객이라면 그 체험은 독특해야 하며 기억에 남는 것이어야 한다.
- 소비자에게 지역의 다양한 미식체험을 제공하기 위하여 푸드큐레이터는 식음료를 둘러싼 다양한 상품기획의 범위를 생각해볼 필요가 있다.

2. 미식 체험 상품기획의 범위

1) 식음료 제품 디자인 Food product design

- 식재료를 활용한 제품기획
- **지역의 음식자원을 활용하여 제품 제조부터 포장까지 전반적인 기획을 진행하는 것으로, 기업과 연계하여 콜라보로 진행 가능**
- 기획하고자 하는 식음료를 새로운 상품의 재료로 보고 사용성, 상업성, 모양, 네이밍, 포장 등 다양한 부분에서 업그레이드 하거나 완전히 새로운 상품을 만드는 것.
- 이때 푸드큐레이터는 신제품 디자인 측면에 초점을 맞추어 상품기획을 하되 식 재료에 대한 직접 변형이 필요한 경우 식품연구원, 식품제조업자와의 협업을 고려

맥도널드, 진도대파 크림 크로켓 버거
〈2023년 7월 한정판매〉



2. 미식 체험 상품기획의 범위

❖ 스타벅스 : 지역 특산물(식자원) 활용 한국적 특색 살린 음료 개발 (전국카페사장 협동조합)

- 리얼공주밤 라떼
- 한라문경 스위트
- 과양 황매실 피지오



스타벅스 한라문경스위티: 스타벅스 코리아는 여름시즌 농산물을 활용해 동반성장위원회, 전국카페사장협동조합과 함께 개발한 한라문경스위티 음료를 선보여 좋은 반응을 얻었는데요.

이외에도 스타벅스는 22년 3월 동반성장위원회, 전국카페사장협동조합과 상생 협약을 맺은 이후 지역특화 음료를 개발 공급 중이라고 합니다.

제주도의 녹차를 활용한 제주 그린티를 비롯해 문경 오미자 피지오, 광양 황매실 피지오 등 지역 특산물을 원재료로 사용한 한국적 특색을 살린 음료를 고객에게 소개하고 있습니다.

2. 미식 체험 상품기획의 범위

❖ CU 상생협력 - 복분자 도시락 (2022)

- 지역 프리미엄 원재료를 활용한 간편식 시리즈는 **지역 경제를 활성화(지역농산물 판매 활성화)**시키고 편의점 간편식에 대한 고객 신뢰도를 높일 수 있을 것으로 기대



2. 미식 체험 상품기획의 범위

2) 식음료 관련 굿즈 디자인 Goods design about food

- 음식에서 영감을 얻은 물건의 디자인 기획에 관한 것
- 일반적으로 재료로서의 식음료는 이 범주에 포함되지 않지만, 이 기획을 통해 주제로 하고 있는 로컬 식음료에 대한 메시지를 강조하거나 특성화하는 데 사용
- 잘 디자인된 굿즈는 소비자의 로컬 미식경험의 기억을 강화시키고 즐거운 경험을 이어가게 하는 매개체로 활용



〈빙그레 옐로우카페와 굿즈 키링〉

2. 미식 체험 상품기획의 범위

3) 식음료 공간디자인Space design for food

- 식사 환경이나 식음료 제품을 마주하게 되는 모든 환경의 디자인
- 인테리어, 조명, 온도, 음악, 서비스 종사자의 복장 및 태도 등이 포함
- 식음료를 고려한 공간 디자인이란 주방, 카페, 베이커리, 음식점, 그 외 조리교육 공간, 미식체험을 위한 모든 공간
- 이 부분의 기획이 중요한 이유는 식재료에 대한 이해, 즐거운 미식체험의 강화에 직결되기 때문이다. 따라서 식음료 공간에 대한 기획을 위해서는 그 공간에서 체험하게 될 식음료 특성에 대한 이해가 필수적

2. 미식 체험 상품기획의 범위

4) 식사 및 테이스팅 경험 디자인 Eating & tasting experience design

- 소비자들이 음식과 상호작용하는 모든 테이스팅 및 식사 상황의 디자인 기획을 의미하며
- **음식의 준비-제공 및 음식의 스토리를 전달하기 위해** 필요한 다 양한 계획이 포함되어야 한다.
- 이를 위해서는 앞서 설명한 소비자가 경험하게 되는 미식 체험 상품의 모든 측면이 고려되어 기획되어야 하므로 가장 복잡한 상품기획 중의 하나

2. 미식 체험 상품기획의 범위

- 통합적 미식체험을 위한 서비스디자인 측면에서 미식경험상품 기획의 범위를 식음료 제품 디자인, 식음료 관련 굿즈 디자인 등 유형 자원 중심의 상품기획을 기획할 경우,
- 아이디어 회의 -> 아이디어들의 실현 가능성을 확인하여 제품화시킬 아이디어 및 콘셉트를 결정-> 고객의 니즈, 상품 개발 목적에 부합하는 시제품을 개발하고 -> 개발상품에 대한 소비자 패널 대상의 사전 테스트를 실시하여 상품을 최종 개선하여 -> 본격적인 상품을 생산하는 과정으로 진행
- 이때 상품 판매를 위한 마케팅가격, 판매 유도 및 홍보방안 전략도 함께 개발.
- 미식관광과 팜투테이블 체험과 같이 미식경험을 위주로 진행하는 상품들은 앞서 설명한 여러 가지 상품 기획 중 체험 콘셉트에 맞는 유형·무형 상품을 두세 가지 선택하여 직접 구성을 하거나 기존 상품을 일부 수정하여 상품 이미지에 맞는 조합을 할 수 있도록 유연한 기획이 필요.

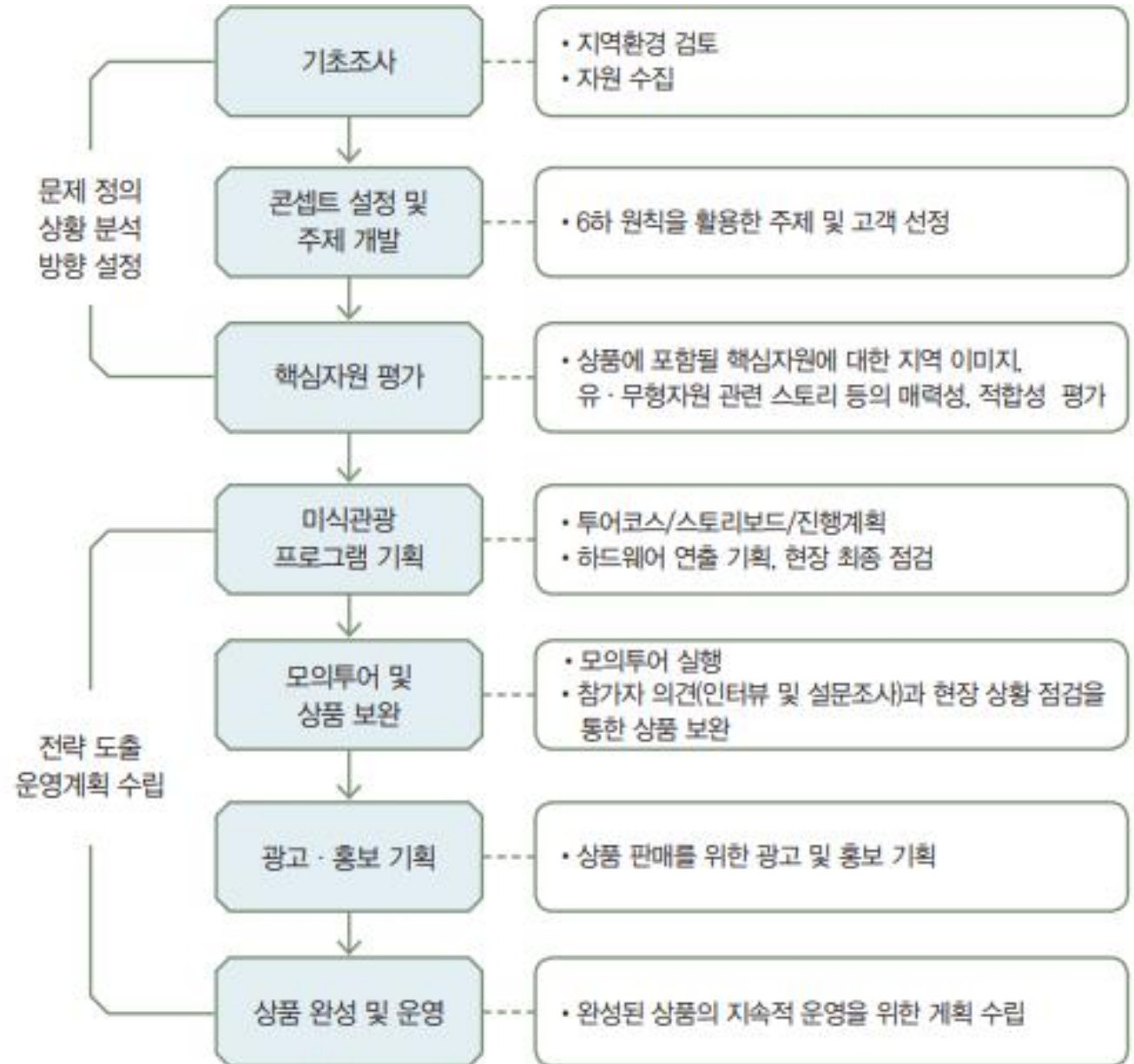
3. 미식 체험 상품기획 프로세스

- 미식체험(경험) 상품기획은 특정 사업체의 새로운 미식관광 상품개발뿐만 아니라
- 지역 식문 화, 식품 홍보를 위한 지자체 홍보용 프로젝트 제안, 식품판매 증진을 위한
- 잠재고객 대상 의 미식체험 마케팅 상품 제안 등 다양한 목적으로 진행될 수 있음.
- 미식체험(경험) 상품기획은 지역환경과 자원을 고려하여 방법론에 맞게 디자인하고, 이를 실행, 평가하는 단계

Why	• 왜 기획을 시작하나요?(기획의 배경, 목적, 의의 등 설정)
What	• 무엇을 기획하려고 하나요?(기획의 내용)
How	• 어떻게 진행하려고 하나요?(기획의 방법)
Who	• 누가 실행하고 운영하나요?(기획의 주체 및 관계자)
When	• 기획은 언제 시행되나요?(기획의 시기 및 기간)
Where	• 기획은 어디에서 운영되나요?(기획 프로그램 운영 장소)
How much	• 기획을 실행하고 수행하는 데 어느 정도의 비용이 드나요?(기획의 예산)

그림 2-1 ▶ 미식경험 상품기획 프로세스

3. 미식 체험 상품기획 프로세스



김태희 외 (2024) , 미식관광론, 파워북

그림 2-2 ▶ 미식관광 상품기획 과정

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

1) 기초조사

미식관광 상품기획을 위해서 제일 먼저 해야 할 일은 지역 환경의 검토와 활용할 수 있는 자원의 수집 (기본 기초조사를 통해서 주요 대상을 위한 미식관광상품의 주제와 내용이 결정될 수 있기 때문)

(1) 지역 환경 검토

지역 환경 검토는 기획하고자 하는 지역의 유명한 점, 유명한 이유 등을 탐색하는 데서 출발. **지역의 지리적·역사적 차별화된 특성 추출.**

(2) 식 관련 자원 수집

음식과 관련된 식재료, 음식, 레스토랑과 같은 유형 자원 이외에도 특별한 농사법을 고집하는 농부의 이야기, 셰프가 가진 요리 철학과 기술, 노포의 운영 비법과 스토리 등 무형적 자원이 차별화 포인트로 부각될 때가 많아짐.

표 2-2 ▼ 기초조사 분야

검토 및 수집 분야	세부 자원
자연, 문화일반	지리적 환경, 풍토 및 계절, 지역문화
산업자원, 관련 인물	작물(식재료), 가공방법, 인물
'식' 가공과정, 식행태	조리법, 상차림, 먹는 예절 등

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

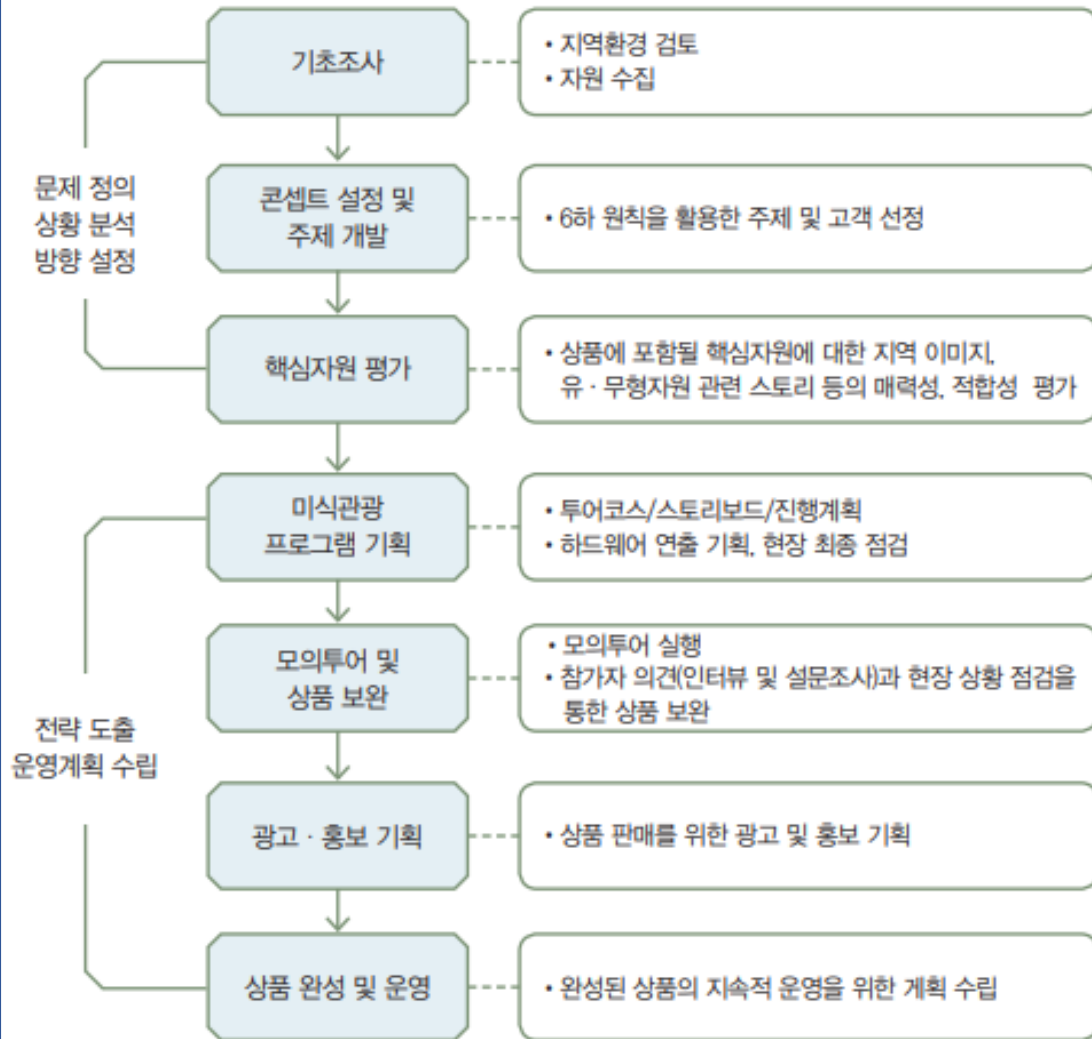


그림 2-2 ▶ 미식관광 상품기획 과정

2) 주제 개발

- 미식관광 기획은 우선 콘셉트를 명확하게 정하는 것으로부터 시작한다. 같은 지역이 라도 미식관광의 목적과 대상에 따라서 여러 가지 주제가 나올 수 있기 때문이다.
- 중요한 것은 **다양한 자원 중에서 주제에 맞는 적절한 자원의 선택과 집중**이다. 동일한 내용으로 개념화할 수 있는 콘셉트를 가지고 주제를 개발하여 그 주제에 부합하는 내용의 장소와 자원을 엮어 미식관광 프로그램을 개발해야 한다
- 이때 **미식관광상품의 주제가 상품명에 함축적으로 담겨 있으면 관광객의 주의를 끄는 데 유리할 뿐더러 콘셉트의 방향에 맞춰 투 어 기획을 하는 데에도 기준을 삼을 수 있어 도움이 된다**

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

▣ 주제개발에 필요한 5W 1H 질문

주요 질문	가능 질문(1)	가능 질문(2)
What	무엇을 체험하게 할 것인가?	무엇을 보여줄 것인가??
When	언제 진행할 것인가?	언제 고객에게 선 보일 것 인가?
Where	어디에서 체험이 진행되는가?	어디를 구체적으로 보여줄 것인가?
Who	누구를 대상으로 기획할 것인가?	누구를 대상으로 기획할 것인가?
How	어떤 형식으로 체험하게 할 것인가?	어떤 형식으로 보여줄 것인가?
Why	왜 그곳에서 체험해야 하는가?	왜 그곳을 보여주려고 하는가?

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

○ 주제에 맞춘 함축적 미식체험(관광)상품 사례

1. 맛과 이야기를 찾아 떠나는 지리산

지역	진주, 함양, 하동 (지리산 일대)
활용 가능 자원	지리산, 산 관련 활동(명상, 산채 경험, 트래킹) 지리산 식재료, 지리산 부근 지역의 향토음식
상품명	맛과 이야기를 찾아 떠나는 지리산
미식관광상품 개발 방향	지리산과 식재료, 지역음식을 주제로 한다. 즉 지리산에서 나는 계절 식재료와 이 지역에 사는 주민들이 만들어 먹는 특별한 음식을 맛보고 거기에 얹힌 이야기를 듣는다. 전문가와 산채 캐보기, 지역민으로부터 약이 되는 음식 이야기 듣기, 몸과 마음을 정화하는 음식체험과 명상 등 다양한 활동을 '지역의 맛과 이야기'에 초점을 맞추어 개발한다.

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

○ 5W1H 입각한 미식관광상품 주제 개발의 사례

1. 미식관광상품

주제	부모님과 떠나는 용산 속 세계 미식여행	
What	무엇을 체험하게 할 것인가?	용산에서 즐기는 여러 나라 이색 음식문화
When	언제 진행할 것인가?	봄, 가을 위주
Where	어디에서 체험이 진행되는가?	독일, 스페인, 이탈리아, 중국 전통 음식을 제공하는 용산지역 레스토랑 및 이색적 문화체험이 가능한 공간
Who	누구를 대상으로 기획할 것인가?	20~30대 자녀와 부모님
How	어떤 형식으로 체험하게 할 것인가?	다양한 나라의 전통음식 체험, 관련 문화 스토리텔링, 이국적 사진 찍기 등을 통한 여러 나라의 문화체험
Why	왜 그곳에서 체험해야 하는가?	신용산 일대는 일상 속에서 세계 여러 나라의 다양한 문화와 미식체험이 가능한 지역

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

3) 대안 자원 평가를 통한 핵심 자원 결정

- 주제 개발이 어느 정도 진행되었다면 주제에 적합하고 프로그램 구성에 필요한 이용 가능 핵심 자원들을 추출해야 함.
- 식 관련 자원 수집 과정에서 어느 정도 인지된 그 지역의 자원 영역에서 기획하고 있는 미식관광 프로그램 개념과 일치하는
- 대안 자원 들을 찾고 이를 직간접적으로 평가하는 과정이 필요.
- 대안자원을 선택하기 위해서는 먼저 기획 대상이 지역에 대한 이미지 조사를 진행.
- 보통 지역 이미지는 간단하게 형용사로 도출 가능. (예를 들어 안동은 ‘고전 적, 중후한, 유교적’과 같은 이미지를 갖는 데 반해, 제주도는 ‘자연의, 독특한, 이국적인’ 등과 같은 지역 이미지를 갖고 있다.)
- 지역 이미지를 알아보는 과정은 미식체험(관광) 프로그램의 주제나 개념 개발에 도움.

 사례 3 미식투어의 주제 개발, 자원 이미지 탐색, 대안평가의 사례

1. 5W1H에 따른 주제개발



3. 미식 체험 상품기획 프로세스

○ 미식투어 주제개발, 자원이미지 탐색, 대안평가 사례

2. 자원 이미지 결정

지역 이미지(형용사로 표현)	유형자원	무형자원
자유로운 평화로운 고즈넉한 활기찬	남산타워 신홍시장 108계단 해방교회 세계 음식 루프탑 카페	세계 문화 박목월 선생님(시인) 젠트리피케이션 노을 야경 한류

3. 현장답사를 통한 대안 자원 평가

대안	대안 1[***]	대안 2[△△△]
특징	 • 생산자에게서 직거래한 못난이 농산물을 판매하는 푸드 리퍼브 마켓 • 비건 브런치 카페를 겸하며 과일 구입 후 커팅해 시식 가능	 • 비건 디저트 카페 • 월과 일이 적힌 편지함에 편지를 넣으면 내년에 발송 • 고즈넉하고 편안한 분위기

자원 평가	적합성		인지도		적합성		인지도	
	접근성		오래됨		접근성		오래됨	
	공감성		새로움		공감성		새로움	
선정 여부	○				×			
선정 이유	• '카페' 공간과 '미래편지 작성'이라는 단순 체험 요소의 연결보다 직거래한 못난이 농산물을 소개하고, 이를 이용해 만든 음식을 판매하는 식공간의 스토리텔링 요소가 더 뛰어남 • 테이스팅 체험 시에도 케이크 등 디저트류보다 못난이 과일이 더 흥미롭게 다가올 수 있으며, 건강한 제철 과일을 환경과 생산자에게 이로운 방향으로 소비함으로써 가치 소비로서의 '힐링' 요소가 될 것임 • 이외에도 △△△은 해방촌 언덕 위쪽에 위치한 반면, ***은 아래쪽에 있어 언덕을 오르는 첫 번째 코스로 적합함							

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

4) 미식관광 프로그램 기획

- 자원 평가 과정을 통해 프로그램에 활용될 핵심자원이 결정되었다면 본격적으로 자원에 대한 활용방법, 스토리보드 개발 등의 프로그램 기획이 이루어져야 함. 정교하게 기획된 미식투어는 실제 진행에서 시행착오를 줄이고 관광객에게 수준 높은 서비스 제공을 가능하게 함
- 미식투어의 스토리보드는 어디에 가서 무엇을 볼 것인가에 대한 정보를 제공한 다기보다 미식투어 전반의 분위기를 전달하는 데 초점을 맞추도록 함
- 자원을 이용한 체험이 미식투어의 주제와 어떻게 연결되어 어떤 즐거움과 의미를 제공하는지 직관적으로 느낄 수 있도록 콘텐츠를 어떻게 바라 볼 것인가를 제시해 주는 방향으로 작성하여야 함

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

〈 스토리보드 작성 사례 〉

1. ○○○ 상점(소요시간 45분)



스토리텔링 포인트

- 투어 주제 설명
 - 자극적인 음식, 콘텐츠만 소비하는 현대인들의 건강한 라이프스타일을 장려하고자 기획된 투어임을 설명
- 못난이 농산물 소비의 필요성 및 장점 설명
 - 국내 농식품 폐기율은 14%로, 약 20조 원의 경제적 비용 발생
 - 탄소 절감, 유기농·무농약 농산물을 저렴한 값으로 구매 가능
 - 저렴한 가격이면서 환경에도 긍정적인 영향을 주므로 가치소비로써 '힐링' 활동이 될 수 있음

체험요소

- 아이스 브레이킹 타임
 - 스트레스 체크리스트를 통해 각자 힐링을 위해 투어에 참여한 이유와 투어의 목표를 점검

테이스팅

- 테이스팅 메뉴(시기별로 변동 가능)
 - 못난이 샤인머스켓
 - 못난이 오렌지
 - 못난이 토마토
- 큐레이션 및 스토리텔링
 - 최근 유행하는 탕후루에 주로 사용되는 과일을 선정해 맛을 비교
 - 자극적인 단맛에 익숙해진 투어자들에게 신선한 과일 본연의 맛을 일깨워 줌
- 사장님과의 대화
 - 창립 이유, 못난이 농산물 직거래 방식, 메뉴 철학 등에 대한 설명 듣기

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

- 전체적인 프로그램 내용을 고려 하여 각 자원에 대한 스토리나 활용 비중을 정하는 것도 중요한 사안이다. 이와 더불어 각 코스에서 경험이나 활동에 필요한 하드웨어 (예: 테이스팅 노트)들도 함께 계획되어야 한다

푸드 투어 1차 동선

나의 해방촌 힐링일지

점막릿
15:30- 알뜰히 과일을 시작하여,
리처브 농산물에 장영 및 필요성을 알려줍니다.

나다스페이스
16:30- 오가화 향상을 체험하고,
그들의 효능 및 관계성을 알려줍니다.

매체투스
17:40- 비건 푸드를 시작하고,
책식 및 글루텐 프리 식단의 장점을 알려줍니다.

일차
18:30- 차와 침수를 시작하여,
차의 효능 및 '노랑의 차'를 알려줍니다.

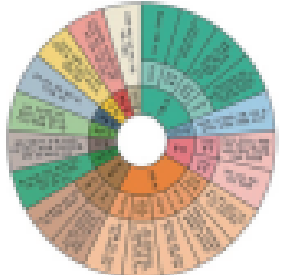
[팸플릿]

Tea Tasting Note

< 나의 해방촌 힐링 일지 >

날짜:	차명/이름:
월	
화	
수	
목	
금	
토	
일	

☆ ☆ ☆ ☆ ☆



[티 테이스팅 노트]

팸플릿

- 투어자들이 투어 중 이동 장소와 체험 활동을 확인할 수 있도록 팸플릿 제공

티 테이스팅 노트

- 일차에서의 차 사용 시 필요한 자료
- 테이스팅 순서에 따라 노트 구성
- 테이스팅 과정에 익숙지 않을 투어자들을 위해 참고할 수 있는 향 맛 차트 제공

〈 그림 〉 미식투어에 필요한 하드웨어 준비

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

5) 모의투어 실행 및 상품 보완

- 프로그램 기획을 마치고 나면 참여자와 진행자의 입장에서 실제 투어 상황과 동일한 방식의 모의투어를 반드시 실시
- 모의투어 시에는 목표고객층과 유사한 참여자를 초청 또는 모집하여 투어를 진행. 실전과 마찬가지로 참여자들에게 사전에 안내해야 할 사항모이는 시간과 장소, 주차안내, 일정표 등을 정리하여 제공하고, 현장에서 배포할 자료도 확인
- 운영자 입장에서는 모의 투어를 진행하면서 방문현장 활동내용 중 기획에서 간과한 부분이 없는지, 이동 중에 방해가 되는 주변 환경은 없는지, 자원활용이나 업체 방문에 문제가 없는지 등 미식투어 코스 전체에 대한 점검이 필요하다.
- 실제 미식투어 진행이 단독 가이드 주도로 이루어지더라도 모의투어에서는 진행 인원을 추가로 투입하여 전체적인 투어 진행상황과 참가자 반응 등을 주의 깊게 관찰하고 메모하는 등의 모니터링이 필요하다.

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

6) 미식관광 상품의 광고 및 홍보 계획

- 미식관광 상품의 판매 준비가 완료되었으면 상품의 광고 및 홍보 방안을 고민해야 함.
- 광고·홍보는 잠재고객에게 미식관광 상품의 정보를 제공하고 호감을 가지도록 설득 하며, 구매 의사결정에 영향을 미치게 된다.
- 대상target에 따른 적절한 내용의 광고 및 홍보 콘텐츠 제작과 커뮤니케이션 채널의 선택은 매우 중요.
- 모집 광고나 홍보물을 제작할 때에는 미식관광 프로그램의 대략적인 콘셉트를 파악할 수 있는 내용 구성 이외에 모집 대상, 모임 일시와 장소, 제한사항 등에 대한 정확한 안내가 공지되어야 함
- 예를 들어 미식관광 코스 중 주류 체험이 들어 있다면 시음 가능 여부, 나이 제한 등이 필요.

3. 미식 체험 상품기획 프로세스

7) 미식관광 상품기획서 작성

미식관광 상품기획이 마무리되면 마지막으로 이를 바탕으로 한 기획서를 작성

표 2-4 ▼ 미식관광 상품기획서 내용 구성

목차	주요 내용	세부 구성 요소
상품 콘셉트	제안 상품의 핵심 콘셉트	기획상품명, 상품 콘셉트(주제), 주요 고객
상품기획	제안 상품의 구성	기획 내용
		상품 요약서
		핵심자원 평가요약
		스토리보드 및 투어코스
		기타 세부 필요사항
	운영계획	광고홍보 계획
		예상비용 및 판매가격
상품의 특징	제안 상품의 특징 및 차별성	상품 특징, 해당 상품의 매력성, 경쟁 상품 대비 차별성
기대 효과	기획상품을 통한 기대 효과	기대 효과, 예상 매출

Case study : 지역별 음식자원 분석 사례 – 충청도



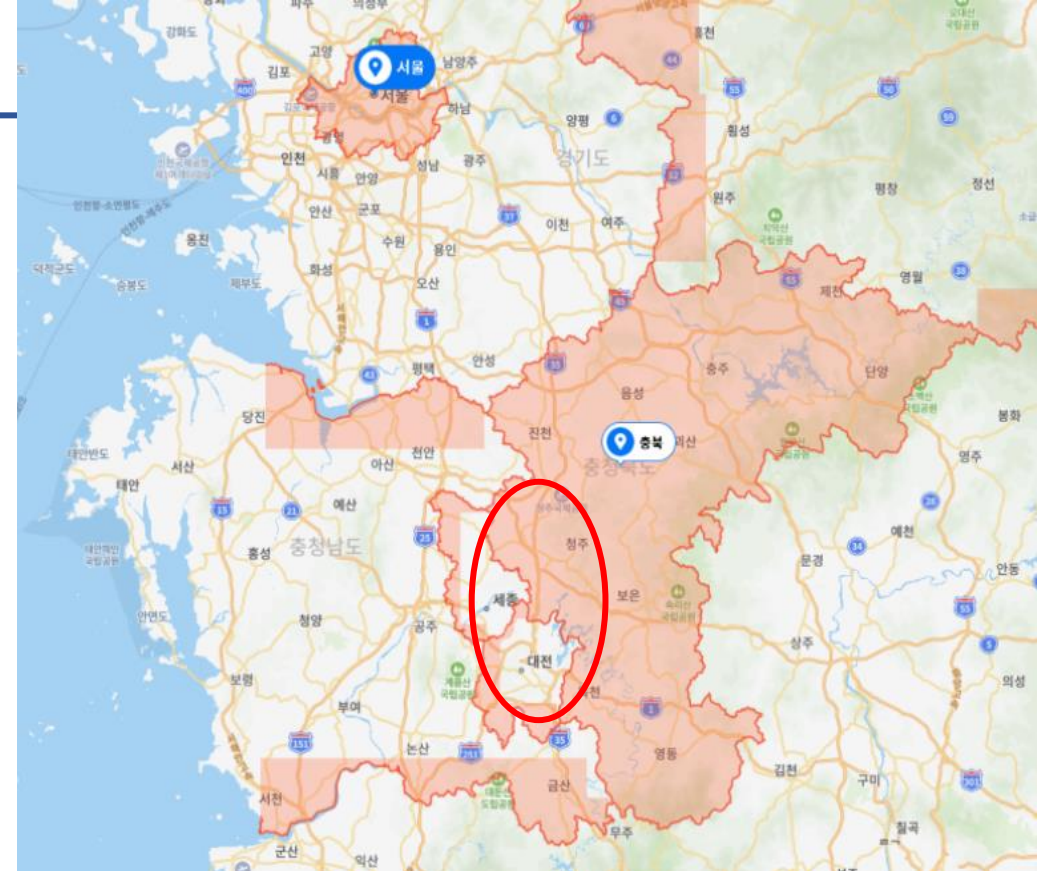
Case study : 지역별 음식자원 분석 사례 – 충청도

1) 충청도 자연환경

- [충청남도](#), [충청북도](#)와 [대전광역시](#), [세종특별자치시](#) 일대를 관할하는 행정구역으로
- [호서 지방](#)(湖西地方)에 해당
- 지명유래 : 충청도의 이름은 [충주](#)(忠州)와 [청주](#)(淸州)의 앞글자를 따왔다.
- 지리적 특성
- 인접한 주변 지역들이 많아서 생활권이 다름. 충청서북^{[24][25]}지역은 수도권^[26],
- 충청동북^[27] 지역은 강원, 충청남동^[28] 지역은 경상, 충청남서^[29] 지역은
- 전라 지역 생활권으로 나뉨.
- 행정구역

– 대전직할시

- 충청남도는 천안시, 공주시, 보령시, 아산시, 서산시, 논산시, 계룡시, 당진시와 금산군, 부여군, 서천군, 청양군, 홍성군, 예산군, 태안군 (8개의 시와 7개의 군 밑에는 25개의 읍, 136개의 면, 46개의 동) , 상징하는 꽃은 국화, 나무는 능수버들, 새는 원앙새)
- 충청북도에 청주시, 충주시, 제천시와 보은군, 옥천군, 영동군, 증평군, 진천군, 괴산군, 음성군, 단양군 (군 단위 아래로 15개의 읍, 87개의 면, 51개의 동) 상징하는 꽃은 백목련, 나무는 느티나무, 새는 까치



Case study : 지역음식자원 분석 사례 – 충청도

- 예산 황새공원 -황새의 자연 복원을 위해 조성된 공원
- 예산군은 건강한 생태계를 복원하여 황새의 한반도 야생복귀를 위해 2009년 문화재청의 황새마을조성 공모사업 대상지로 선정되어
- 전국 최초로 예산황새공원을 조성
- 전국에서 황새가 살기에 가장 적합한 곳으로 선정된 예산군에는 2곳 이상의 황새 번식지가 확인되었고, 1970년대 이전까지 황새가 서식 하였던 곳으로 알려져 있다. 예산군에는 삼교천, 무한천을 끼고 넓은 농경지와 범람원 습지가 발달되어 있어 최적의 황새 서식지로 평가
- 황새는 천연기념물 제199호이며 멸종위기 야생동물 1급으로 전 세계적으로
- 2,500여 마리 밖에 남지 않은 희귀 조류다. 우리나라에서 텃새로 지내던 야생 황새는
- 1994년을 마지막으로 종적을 감추었으며 지금은 겨울철 월동을 위해
- 러시아 아무르지역에서 일부 개체가 우리나라를 찾아온다.



1) 충청도의 자연 및 역사자원



부여 공남지



공주 석장리
(구석기유적지)

<출처> naver.com



2) 충청도의 음식자원

- 토지가 비옥하고, 넓어 농업이 성하고 곡식과 채소 등의 농산물이 풍부
- 내륙지방으로 계절에 따라 온갖 곡물과 산나물이 생산
- 하천 근접 지역 많아서 각종 토종동물과 민물고기 등이 서식하여 이를 바탕으로 토속적인 음식 발달
- 곡식과 무, 배추 같은 채소와 묵화, 모시가 많이 생산
- 닭 또는 굴, 조개로 국물내고, 된장을 양념으로 사용
- 매운 맛 없고, 담백하고 구수하며 소박한 것이 특징
- 어죽, 병천 순대(천안시 병천- 아우내 오일장) 청국장찌개, 제육고추장구이, 호박범벅, 녹두편, 청포묵, 올갱이국, 용봉탕 등
- 뒤웅박장 : 청송리 장수마을에서 생산된 콩을 비롯한 국내산 콩과 3년 이상 간수 뺀 천일염만을 사용, 전통방식으로 장을 담가 2년이상 장독에서 숙성해 고유의 깊은 맛을 내는 특징 있음



뒤웅박장은 청송리 장수마을

[세종여행] 세종전통장류박물관 '뒤웅박고을' : 네이버 블로그 (naver.com)

2) 충청도의 음식 및 인문자원

- 금산 인삼 : 500여년의 역사를 자랑하는 고려인삼의 종주지 인삼관련 설화



지금부터 약 1,500여년 전에

강씨 성을 가진 선비가 일찍이 부친을 여의고 모친마저 병들어 자리에 눕게 되었다.
효자인 아들은 진악산에 있는 관음굴에서 정성을 들여 모친의 병을 낫게 해달라고 빌고 또 빌었다.
그러던 어느날 꿈속에서 산신령이 나타나 "관음불봉 암벽에 가면 빨간 열매 세 개가 달린 풀이 있을 것이니
그뿌리를 달여드려라. 그러면 네 소원이 이루어질 것이다." 하고는 홀연히 사라졌다.
강선비는 꿈이 하도 이상하여 꿈속에서 본 암벽을 찾아가니 과연 그런 풀이 있어 뿌리를 캐어
어머니께 달여 드렸더니 모친의 병은 완쾌되었고, 그 씨앗을 남이면 성곡리 개안이 마을에 심어
재배하기 시작하니 이것이 우리고장에서 처음으로 인삼을 인공적으로 재배하게 된 것이며,
인삼의 모양이 마치 사람의 모습과 비슷하다 하여 人蓍이라고 불리게 되었다.

이후 인삼재배시 인삼포를 완성하고 인삼의 새싹이 돋아 오를 때 이 고장에서 인삼을 재배할 수 있도록 도와준 산신령에게 감사드리고 인삼농사가 풍성하게 되기를 기원하는 삼장제를 지내게 되었고
이 삼장제를 축제로 발전시켜 1981년 10월 1일과 2일에 제1회 금산인삼제를 시작하게 되었다.

금산인삼축제 (insamfestival.co.kr)

Case study : 지역음식자원 분석 사례 – 충청도

2) 충청도의 음식자원

– 광천 새우젓 / 김



광천전통시장에 있는 새우젓 굴욕 전경

■ 4, 9일마다 열리는 오일장 광천전통시장(광천토굴새우젓 시장)



광천전통시장과 광천토굴새우젓 시장은 이름만 다를 뿐 같은 시장

충청남도 홍성군 광천읍은 우리나라에서 새우젓으로 유명한 지역입니다. 광천은 고려 시대 때부터 새우젓 산지가 있었으며, 조선시대에는 호남지역에서 세곡 등을 싣고 한양으로 올라가는 조운선(漕運船)이 운항하는 길목이었습니다.

광천의 관문인 웅암항은 서해안 섬들의 유일한 통로였습니다. 보령의 안면도와 원산도 등 서해안 섬사람들이 다양한 해산물과 어패류를 광천장에 판 뒤 생필품으로 바꿔 가는 것이 크게 번성해 지금의 광천전통시장이 됐습니다. 1926년 3월 3일 정기시장으로 개설되면서 4일과 9일로 장날이 지정됐습니다. 장이 서는 날에는 150여 척의 배가 웅암포를 드나들었다고 하네요. 지금은 뱃길보다는 광천역과 광천 버스터미널을 이용해 많은 이들이 찾고 있습니다.

광천전통시장에서 만난 토굴새우젓과 광천김 : 네이버 블로그 (naver.com)

2) 충청도의 음식자원

- **청주식 빈대떡:** 충청도 청주 지역에서 유래된 전통 음식으로, 주재료로는 배추와 빈대떡을 사용.
간장과 고추장 등을 곁들여 먹습니다.
- **공주식 콩비지 국밥:** 충청도 공주 지역의 대표적인 국밥 요리로, 콩비지와 밥을 함께 끓여 만든 국밥.
보통 고기나 채소를 넣어 먹습니다.
- **대천동식 콩나물국밥:** 충청도 대천동 지역의 전통 음식으로, 콩나물을 주재료로 사용하여 만든 국밥.
보통 고추장이나 간장으로 간을 맞추어 먹습니다.
- **청양식 고추장갈비:** 충청도 청양 지역에서 유래된 고기 요리로, 고기를 고추장에 재워 구워내어 먹는 음식.

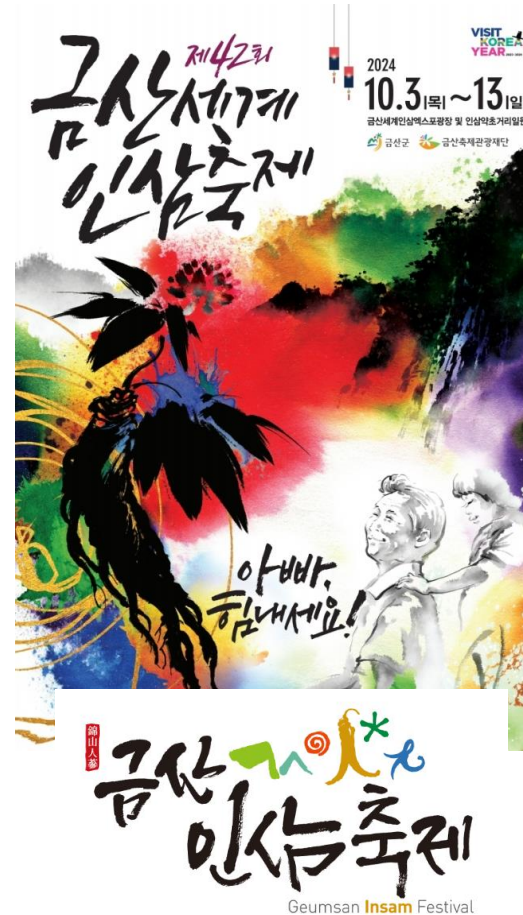


도리뱅뱅
빙어나 피라미, 모래무지 등의 작은 민물생선을 빙 돌려 올려놓고 고추장 양념으로 튀겨낸 음식. 도리뱅뱅이는 각종 무기질과 칼슘, 단백질이 풍부하고 곁들여지는 채소와 함께 먹으면 일상에 지쳐 잃었던 입맛을 돋운다.

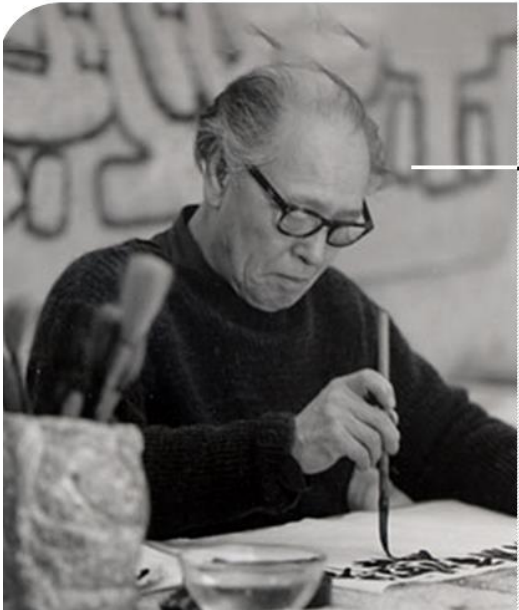


Case study : 지역음식자원 분석 사례 – 충청도

3) 충청도의 축제 : 자연환경, 음식, 인물 관련 다양한 스토리텔링으로 풀어낸 축제



4) 충청도의 예술



고암 이응노

顧菴 李應魯 : 1904. 1. 12. - 1989. 1. 10.

이응노는 1904년 충청남도에서 태어나 자신의 무대를 세계로 넓혀갔던 한국을 대표하는 작가입니다.

장르와 소재를 넘나드는 끊임없는 실험으로 한국 회화의 독창성과 정체성을 찾아 예술혼을 불태웠던 그는 전통성과 현대성을 함께 갖춘 현대 한국화단의 진정한 중인이자 거목이라 할 수 있습니다.

동양의 전통 위에 서양의 새로운 방식을 조화롭게 접목한 독창적인 창작 세계를 구축했을 뿐만 아니라 체제와 타협하지 않는 불굴의 의지와 사회의식 그리고 항상 새로움으로 향해있는 열린 사고는 이 시대 작가들의 귀감입니다.



이응노 생가기념관

충남 홍성군 홍북읍 중계리 홍천마을에 위치

[이응노의 집 \(hongseong.go.kr\)](http://hongseong.go.kr)

5) 충청도의 역사

- 백제의 도읍지 공주와 부여 : 삼한 시대에 충청도는 마한의 중심지.

475년 백제가 수도를 한성(서울)에서 웅진(공주)으로 옮기면서부터 660년 백제가 멸망할 때까지 185년간 백제의 찬란한 문화를 꽃피운 무대

- 임진왜란의 격전지 충주 탄금대: 신라 때의 악성 우륵이 가야금을 타던 곳.



- 천주교 성지 해미읍성 : 서산 해미읍성은 충청남도 서산군 해미면에 있는 조선 전기 세종 때 병영으로 축성된 성으로, 이후 병영을 옮겨 일반읍성이 되었지만 군사적으로 요충지로서의 역할을 지속.

성 외곽으로는 해자를 설치하고 성 내부는 'T'자형 도로를 중심으로 배산(背山) 형식의 구릉 아래 동헌과 객사를 배치하고 나머지 공간에 민가를 배치하여 전형적인 읍성의 모습을 잘 보여 주고 있음
(출처 - 한국민족문화대백과, 한국학중앙연구원)



Case study : 지역음식자원 분석 사례 – 충청도

6) 충청도의 문화재

- 법주사 팔상전 : 충청북도 보은군 법주사에 있는 5층 목조건물
- 백제의 미소 서산마애삼존불상: 충청남도 서산시 운산면 용현리에 있는 백제 말기의 화강석 불상
- 불교 미술의 최고 걸작 금동미륵보살반가상
- 한산모시 : 모시나무 가지껍어 껍질 벗긴것을 재료로 만든 전통 옷감

통일신라시대에 당나라와 교역품으로 사용할 정도로 품질 좋음(충청남도 서천군 한산면)

- 세계를 놀라게 한 인쇄 기술 금속활자

∴ 현존하는 것으로 가장 오래된 것은 고려 우왕 3년(1377) 7월에 청주 흥덕사에서 인쇄한

《백운 화상 초록 불조 직지 심체 요절(일명 직지)》로 프랑스 국립 박물관 보존.



국보 제78호 국립중앙박물관 소장



국보 제83호 국립중앙박물관 소장



7) 충청도 관광

단양 만천하스카이워크·
단양강 잔도



소백산과 금수산, 월악산 등 백두대간 명산들을 감상할 수 있고
남한강 수면 위 80m 높이의 전망대 하늘길에 올라서면
멋진 절경이 한눈에 들어오며 마치 구름 위를 걷는 듯한
아찔함을 경험할 수 있는 명소

한국관광 100선

NO.1

단양 도담삼봉



단양팔경 중에서도 가장 아름다운 도담삼봉은
남한강 위에 우뚝 솟아 있는 남봉, 처봉, 첩봉 3개의 기암으로
맑고 푸른 남한강의 한가운데 솟은 모습이
마치 한 폭의 수묵화 같아서 감탄을 자아내는 명소

한국관광 100선

NO.2

7) 충청도 관광

보은 속리산테마파크· 법주사



속리산테마파크는 속리산 일원에 조성된
공원·레포츠·휴양 시설로 백두대간 속리산 관문, 말티재 전망대,
모노레일, 스카이라이프, 스카이트레일 등이 있으며
최근 충북의 힐링 및 액티비티 여행지로 각광받고 있는 명소



힐링관광 100선 NO.3

제천 청풍호반케이블카



청풍면 물태리에서 비봉산 정상까지
2.3km 구간을 운행하는 케이블카 시설로
정상에서의 조망은 사방이 짙푸른 청풍호로 둘러싸여 있어
넓은 바다 한가운데의 섬에 오르는 느낌을 경험 할 수 있는 명소



힐링관광 100선 NO.4

충주 중앙탑 사적공원· 탄금호 무지개길

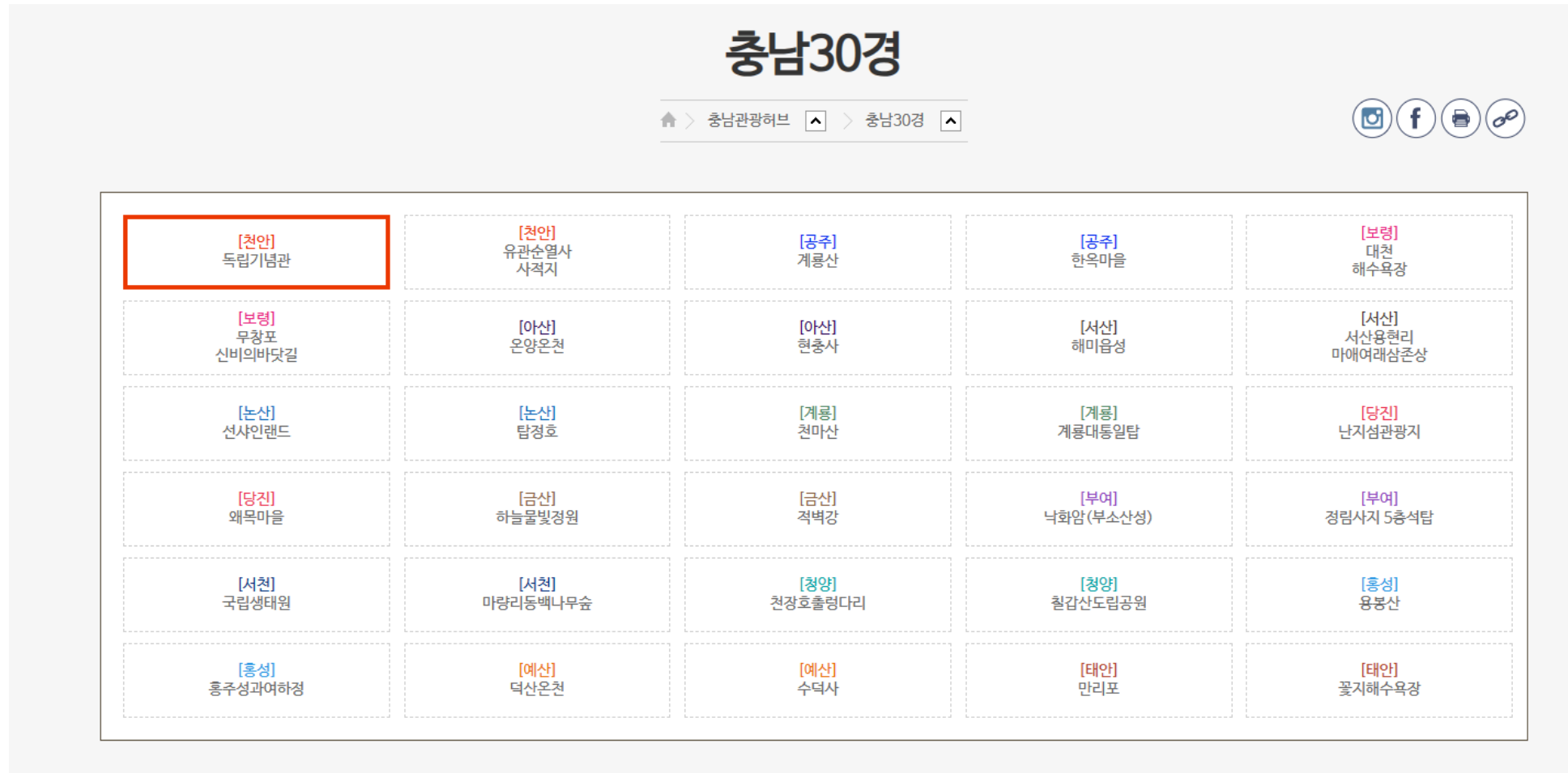


국보 제6호 탑평리 7층 석탑이 있는 공원으로
햇볕에 반짝이는 탄금호를 따라 걷기 좋으며
초록 잔디밭과 다양한 조각품이 어우러진
충주의 대표적인 관광 명소



힐링관광 100선 NO.5

7) 충청도 관광



충남30경 > 충남관광허브 > 충남관광 (chungnam.go.kr)

Case study : 지역음식자원 분석 사례 – 충청도



충청도 지역 중

본인이 알고 있거나 경험해본

해당지역의 특별한 지역음식자원에 대해 이야기 나누어 보세요.

참고문헌

공주 석장리 유적 (naver.com)

금산인삼축제 (insamfestival.co.kr)

김태희 외 (2024) , 미식관광론, 파워북

[\[세종여행\] 세종전통장류박물관 '뒤옹박고을' : 네이버 블로그 \(naver.com\)](#)

이응노의 집 (hongseong.go.kr)

지도로 보는 프롤로그(자연환경 · 행정과 교통)

지도로 배우는 우리나라 우리고장 - 충청 · 전라 · 제주, 2009.07.30, 양대승, 유남영

충남관광 (chungnam.go.kr)

(충청도, 맛기행)충청도 음식에는 ‘맛’이 있.. : 네이버블로그 (naver.com)

충청도 대표음식#충청도 특색있는 음식

2023~2024 한국관광 100선’ 선정,.. : 네이버블로그 (naver.com)