

1. 미식과 로컬, 그리고 지역자원



I. 미식의 개념

II. 로컬(Local) 의 이해

III. 지역자원 분류

IV. 지역자원의 개발 및 상품화 과정

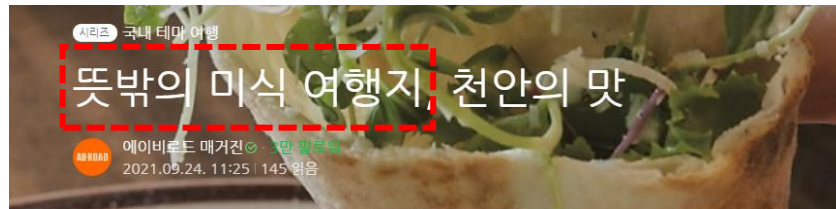
〈활동〉 음식콘텐츠 – 지역자원 관계도 작성

I. 미식의 개념

○ 다양한 곳에서 “미식 ”이라는 용어 사용



<출처> 수요미식회 (tving.com)



천안의 맛 하면 가장 쉽게 떠오르는 것은 호두과자와 병천순대, 그리고 지역에서 나는 특산물인 복숭아, 배, 포도 등의 과일이 있다. '애매하다'고 표현하는 천안의 지역색이 무색하게도 천안은 유명한 음식이 많다는 점에서 여행지로서의 자격을 충족한다.

매콤한 내륙 낙지의 맛

전국낙지자랑
<출처> 에이비로드 매거진 (naver.com)

아시아경제

CJ온마트, 맞춤형 상품 패키지 '생활미식' 선포

15면 2단 | 기사입력 2017.08.08. 오전 8:41 | 기사원문 | 스크랩 | 본문듣기 · 설정

공감 댓글

요약본 가

다양한 상품 복합 구성한 패키지 '생활미식' 서비스 시작



[아시아경제 조호운 기자]CJ제일제당은 식품 전용 온라인 쇼핑몰 'CJ온마트'를 통해 맞춤형 상품 패키지 '생활미식' 서비스를 시작한다고 8일 밝혔다.

생활미식은 다양한 상품을 복합 구성한 CJ온마트 전용 패키지 서비스다. 안부, 감사, 축하 등의 상황이나 계절, 가정의 달과 같은 시즌에 맞춰 패키지 콘셉트를 정해, 이에 맞는 제품으로 패키지를 구성한 것이 특징이다. 특히 선물로도 주고 받을 수 있도록 포장까지 신경 써 고급스러움을 살렸고, 가격은 3만원 미만으로 책정해 부담 없이 선물할 수 있도록 했다.

<출처>CJ온마트, 맞춤형 상품 패키지 '생활미식' 선포 : 네이버 뉴스 (naver.com)

I. 미식의 개념

○. 그렇다면 , 미식 (美食) 이란 무엇일까?

DINING 울릉도 2박 3일 미식 여행

2016년 9월 12일 - 9월 14일

울릉도의 청정 바다와 산에서 나는 재료로 만든 최고의 밥상. 울릉도의 절경만큼이나 감동적이다.



올리브 매거진 코리아 | Olive Magazine Korea –
울릉도 2박 3일 미식 여행



<https://www.youtube.com/watch?v=63U8m-9LID0>

I. 미식의 개념

- 미식(美食)의 사전적인 의미는 ‘좋은 음식. 또는 그런 음식을 먹음’ (음식의 모양새, 품질을 가늠하여 맛을 즐김)
- 입에 좋은 음식, 몸에 좋은 음식 또 마음이 행복해지는 음식까지 사람마다 미식의 기준은 다르기 때문에 무엇이 미식이다 명확한 기준을 내리기는 어렵지만, 미식의 의미는 개인별로, 주관적일 수밖에 없음
- “ 음식을 먹는 것”(음식 자체)+ “음식을 탐구하는 것”(음식을 제대로 알고 즐기는 행위)으로 구분 가능

음식을 먹는 것

재료수급, 저장,관리, 가공, 서비스 등 음식을 먹는 사람에게 제공되기까지의 과정 알지 못하고,
표면으로 드러나는 음식의 맛과 향, 시각, 질감, 소리 등 섭취 시 느껴지는 몸의 느낌 만을 통해 감지

음식을 탐구하는 것

단순히 먹는 행위 자체보다 식품의 다각적인 관점과 충분한 이해
(음식과 문화의 관계, 맛있는 음식을 준비하고, 접대하는 기술, 특정지역의 조리방식 등)를
가지고, 음식을 먹거나 탐구하는 과정에 비중을 둠

I. 미식의 개념

○ 장준우 셰프 < 미식의 의미- 2017.12>

- 19세기 초 미식이라는 개념 태동 : 프랑스 부유층 자택에서 전용요리사가 만드는 음식을 대접받고, 그에 맞는 교양을 보이는 것이 미식
미식가란 음식에 대한 해박한 지식과 자신만의 관점을 뽐내고, 사적인 대화를 능숙하게 이끌고 가는 사람 의미“
- 오늘날 미식은 **맛있고, 좋은 음식을 찾아 먹는 즐거움을 추구하는 여유있는 취향 또는 라이프 스타일** ” 로 인지
- 여전히, 먹고 살기 힘든, 하루의 일과와 육아, 업무에 찌든 이들에게 잠시나마의 위로를 주는 콘텐츠로 소비
그러나 미식에 대한 관심이 늘어남으로 인해 더 나은 음식이 무엇인지 깨닫고, 선택지가 늘어나며, 진일보
- 미식이 전제하는 특성, 음식이라는 매개를 통해 즐거움과 행복을 누리하고자 하는 인간의 본성과 맞닿아 있음

○ 음식마다 사람에게 주는 에너지가 있다는 것이 몸과 마음의 컨디션에 따라 음식이 줄 수 있는 감동도 다름

○ **미식의 시작은 결국 식재료에서 시작.** 제철 노지에서 생산된 식재료야말로 맛있는 음식을 만드는 출발점.

제철에 내 몸이 필요로 할 때 맛있게 먹을 수 있는, 생태계와 사람이 유기적인 관계를 이루며 섭취할 수 있는 음식이야말로 진정한 의미의 미식

○ 미식가: 음식에 대한 특별한 기호를 가진 사람.

프랑스어로 구르메(gourmet [guʁ.me])이라고 표기하고 일본어로는 구루메(グルメ) 라고 함
현재에는 (특히 구루메는) 비싸고 맛있는 고급 음식을 찾아 먹는 사람의 이미지가 더 크다.

I. 미식의 개념

○ 장 앙텔므 브리야 사바랭(Jean Anthelme Brillat-Savarin, 1755~1826)의 미식의 관점

- 미식이란 사교의 주요한 수단, 한 나라의 경제적 힘을 의미, 미식가들을 통해 파생되는 미식산업이 많은 사람을 먹고 살게 함,
- 미식가들의 사회적 의무, 당시 부르주아 계층의 이데올로기 바탕

- 먹는 즐거움 VS 식탁의 즐거움 구분

먹는 즐거움 은 하나의 욕망을 만족시키는 행위로부터 오는 현실적이고 직접적인 감각.

식탁의 즐거움 은 식사 자리를 되돌아보는 회고(回顧)에서 생겨나는 감각으로,

장소나 사물, 사람과 같이 식사할 때 존재하는 여러 정황으로부터 나온다."



브리야 사바랭의 미식 예찬 : 네이버 책 (naver.com)



장 에두아르 다르장(Jean-Édouard D'argent),
〈제임스 와트의 집에서 열린 루나 협회의 모임(Meeting of the Lunar Society at James Watt's House, Birmingham)〉19세기, 영국 사이언스 박물관 소장

[영국 연회의 식탁에 지식을 올리라 \(naver.com\)](https://naver.com)

I. 미식의 개념



[네이버 지식백과] 그리모와 친구들의 미식 클럽 - 프랑스, 맛의 즐거움을 공유하다



장 프랑수아 드 트루아(Jean-Francois de Troy),
〈굴이 있는 점심 식사(Le déjeuner d'huîtres)〉1735년,, 180×126cm, 콩데 미술관
그리모를 비롯한 당대의 미식가들에게 식탁은 유쾌한 관계 안에서
미식의 즐거움을 맛볼 수 있는 유토피아와 같은 곳이었다

(18세기의 맛: 취향의 탄생과 허끝의 인문학, 2014.02.28, 하시모토 지카코, 김시덕)

I. 미식의 개념

○ <나 홀로 미식수업>의 저자 후쿠다 가즈야

- ‘미식을 즐기기 위해 꼭 여럿일 필요는 없다.

무리가 되면 함께 있음에 우선적인 의미를 두고 개인의 취향이나 주장은 무시되기도 쉽다’고 조언

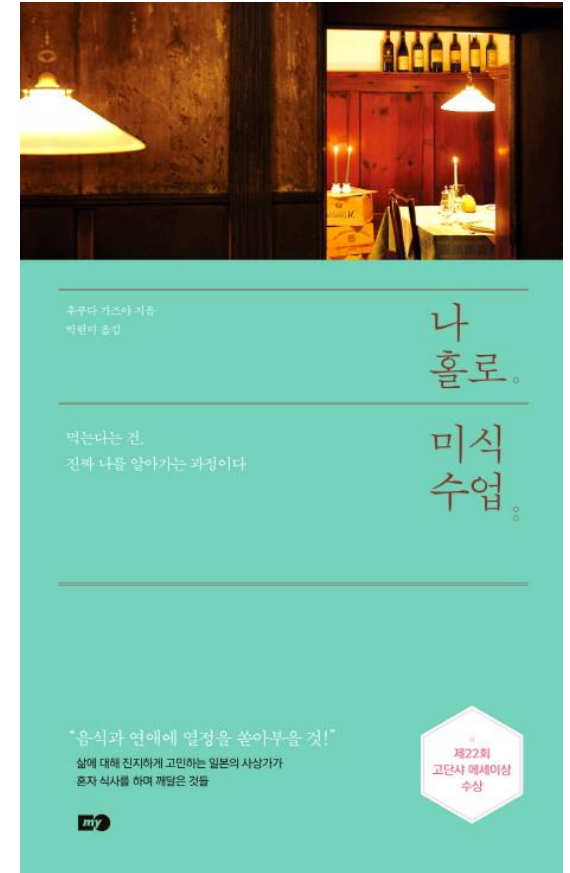
- 먹는 사람은 자신이 어떻게 먹어야 하는가 곰곰히 생각하고 먹어야 한다. 자신만의 스타일 확립 중요

먹는다는 것은, 진짜 나를 알아가는 과정

- 프랑스인들처럼 건강에 목숨 걸지 않고, 쓸데없는 걱정하지 않고, 좋은 음식 많이 먹고 많이 마시고, 만사 태평하게 이성을 유혹하거나 얄미울 정도로 비야냥 거립니다.

다시 말해 인생을 즐기는 것 바로 그 자체가 신체에 좋은 영향을 주는 것 아닐까요?

자신의 신체를 관리의 대상으로 보는 것이 아닌 즐기는 주체로 바라보는 것입니다.(p168)

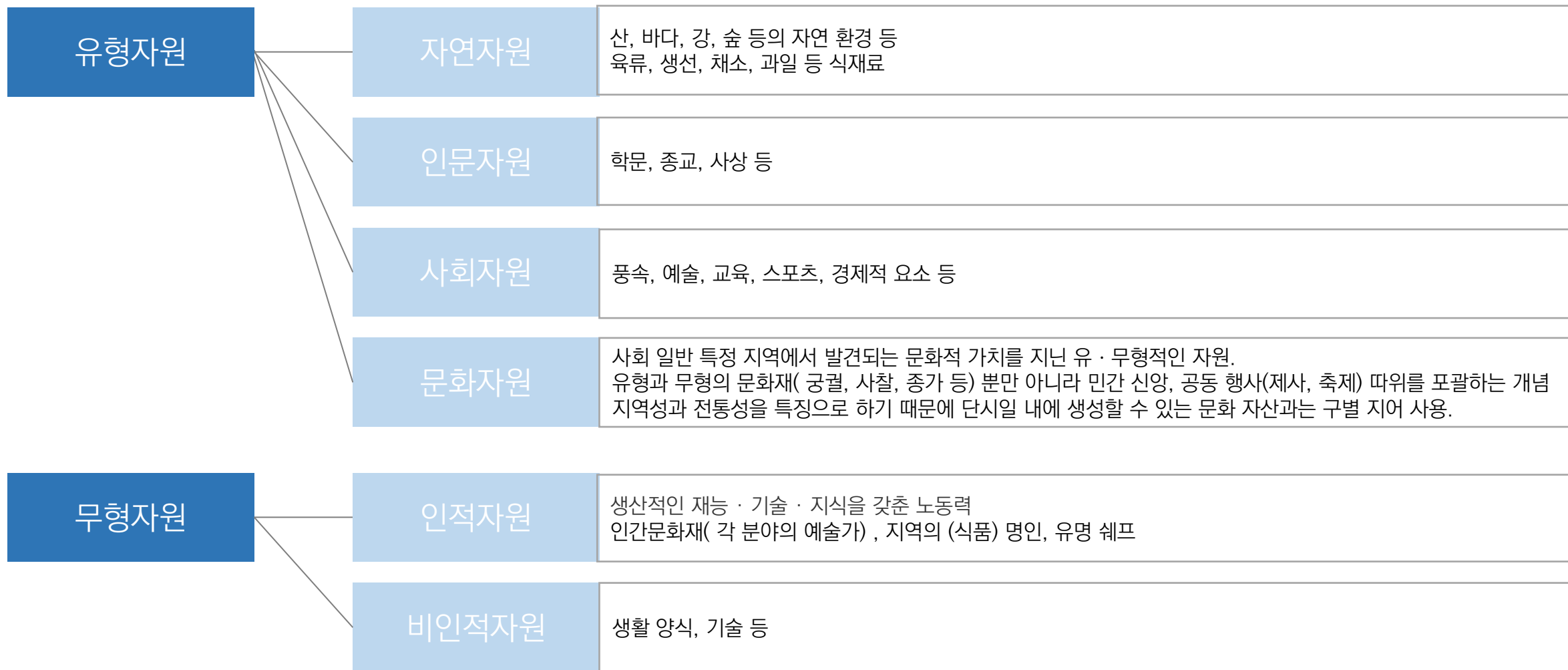


나 홀로 미식수업(원서/번역서: [해외]惡女の美食術) | 후쿠다 가즈야 | MY - 교보문고 (kyobobook.co.kr)

Ⅱ. 로컬(Local) 의 의미

- 로컬 (Local) : 글로벌 차원에서는 국가, 국가차원에서는 도시와 지역, 도시차원에서는 지역, 지역차원에서는 거리, 거리 차원에서는 건물, 공간 을 의미하는 상대적 개념
- 로컬 브랜드 (Local brand) : 운영주체+ 내부고객(지방정부 공무원, 운영참여자 같은 내부구성원)+ 외부고객(로컬주민, 관광객, 투자자 등)들이 함께 만들어가는 형상, 실체, 관계의 라이프 스타일 공동체
- 로컬 브랜딩 (Local branding) : 로컬과 그 고객들의 호감, 신뢰, 소망, 사랑의 관계, 즉 라이프스타일 공동체를 지속적으로 살아 움직이게 하는 상호활동

Ⅲ. 지역자원의 분류



IV. 지역자원의 개발 및 상품화 과정

자원 이해

자원 정의
자원유형 분류

자원 찾기

사회과학적 조사방법

- 문헌조사
- 관련자, 전문가 인터뷰
- 설문조사
- 참여관찰 등

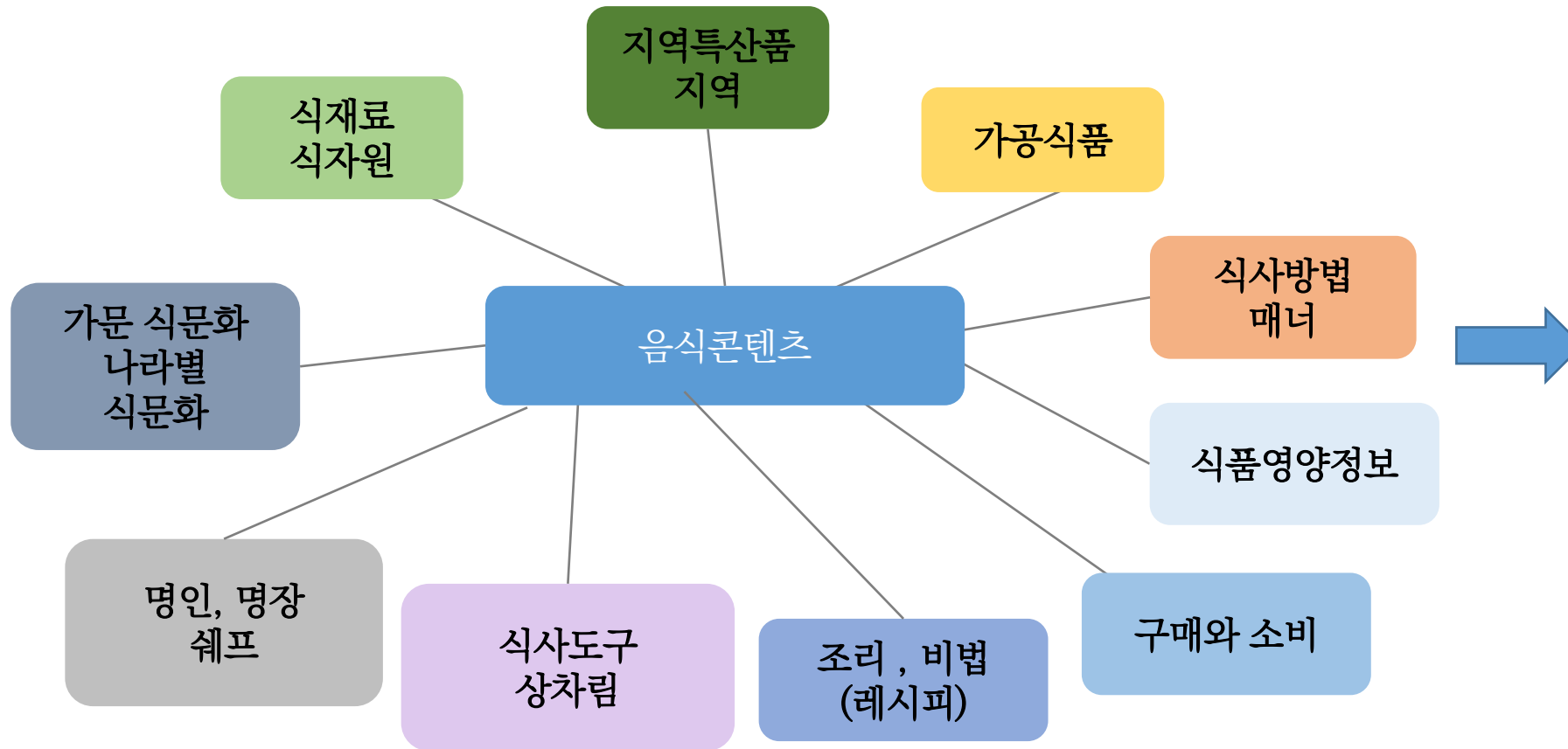
자원 평가(분석)

선행자료 기준마련
관련기관 자문
관련자 자문

자원 관리

조사한 자료 DB 구축
지역자원 이미지 구축
로컬 정체성 개발
로컬 브랜딩 전략
로컬 비즈니스
마케팅 전략

〈활동〉 음식콘텐츠 - 지역자원 관계도 작성



선정지역:

〈유형 자원〉

〈무형 자원〉

〈음식 콘텐츠〉

1. 김태희, 윤지영, 최지아, 정희선, 이인옥 (2024). 미식관광론-기획에서 운영까지. 서울: 파워북.
2. 수요미식회 (tving.com)
3. 에이비로드 매거진 (naver.com)
올리브 매거진 코리아 | Olive Magazine Korea – 울릉도 2박 3일 미식 여행
 1. CJ온마트, 맞춤형 상품 패키지 '생활미식' 선보여 : 네이버 뉴스 (naver.com)