

3. 푸드 큐레이터 (Food Curator) 와 푸드 큐레이팅(Food Curating)



장안대학교 외식비즈니스과
이소미 교수

I. 푸드큐레이터의 개념과 역할

II. 푸드큐레이팅의 성공요소

III. 푸드큐레이팅 진행실무

IV. 푸드큐레이팅 기획과 과정

V. 푸드큐레이팅의 사례 - 홍천 팜투어 / 경주 별하 도시락 사례

생각열기 - 큐레이팅 (Curating) 이 뭐지?

큐레이터 Curator

미술관이나 전시장에 전시되는 작품을 연구하고, 행사를 기획 하고, 관람객에게 예술작품에 대한 스토리텔링 해설을 담당하는 전문가 (학예사)
예술분야의 전문적 지식을 활용하여 사람들이 사용하거나 즐길 수 있도록 정보나 아이টে을 수집, 선택, 제시할 콘텐츠를 큐레이션



큐레이션 Curation

큐레이터에서 파생된 신조어 . 폭발적으로 늘어나는 정보와 데이터의 홍수 속에서

원하는 콘텐츠를 수집하고 가치를 부여하는 작업을 통해 다른 사람들이 소비할 수 있도록 공유하고 도와주는 서비스

정보와 콘텐츠의 선별 (필터링), 품질을 식별하는 작업을 뜻함

최근 좋아하는 책, 좋은 와인, 식당, 나에게 맞는 패션, 나에게 필요한 정보 등 다양한 분야에서 추천서비스와 결합된 용어로 사용

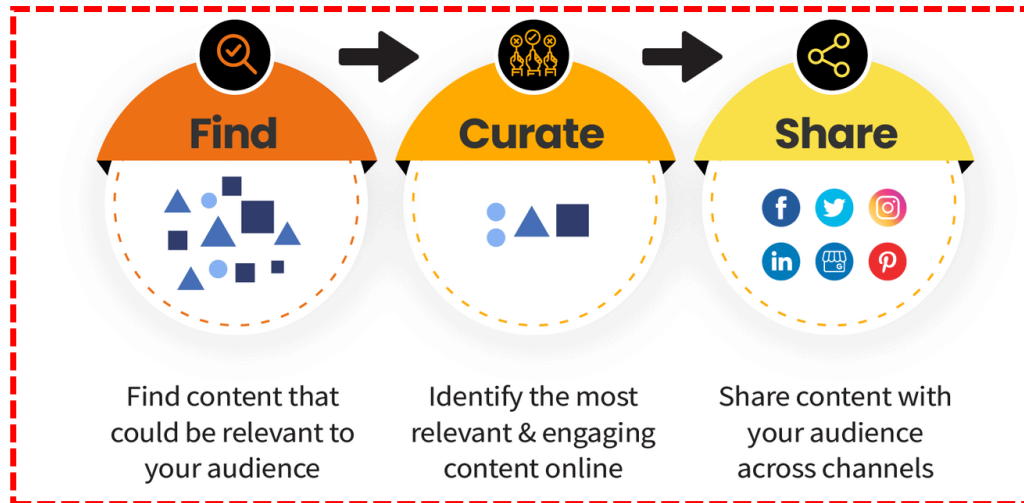


<출처> <https://www.socialchamp.io/blog/content-curation-guide/>

큐레이팅 Curating

정보과잉, 폭발의 시대에 “ 소비자들이 원하는 “ 맞춤 정보를 찾아, 선별하고, 정리하고, 가치를 더해 공유(추천)하는 서비스를 기획하는 과정

Process Of Content Curation



SOCIALCHAMP

<출처> <https://www.socialchamp.io/blog/content-curation-guide/>

편의점 CU, 홈플러스 겨냥 '와인 큐레이션 서비스' 도입

이달 말 와인 라벨 서비스 론칭...품종·생산국·빈티지 스타일·알코올 도수 등 확인 가능
와인 추천 서비스 와인그래프 사용자 리뷰 제공...CU 판매 와인 150종 가격 등 제공

기사입력 2021-08-01 13:33:09



▲ CU가 와인그래프와 손잡고 와인 큐레이션 서비스를 제공한다. [사진제공=BGF리테일]

코로나19로 인해 홈플러스가 늘어나면서 와인을 즐기는 소비자들을 잡기 위해 CU가 와인 큐레이션 서비스를 도입한다.

CU를 운영하는 BGF리테일은 데이터 기반 와인 추천 서비스를 운영하는 와인그래프와 업무 제휴를 체결하고 업계 최초로 와인 큐레이션 서비스를 도입한다고 1일 밝혔다.

양사는 지난달 29일 서울시 강남구에 위치한 BGF리테일 본사에서 송지택 BGF리테일 혁신부문장과 와인그래프 이태균 대표를 비롯한 관계자들이 참석한 가운데 디지털 와인 큐레이션 서비스를 위한 업무제휴를 체결했다.

편의점 CU, 홈플러스 겨냥 '와인 큐레이션 서비스' 도입 (skyedaily.com)

1. 푸드 큐레이터 (Food Curator) 정의

- 음식 관련 자원에 대한 폭넓은 지식과 깊이있는 경험을 바탕으로 소비자가 원하는 **정보를 수집하고 선별** 하는 과정을 통해 **가치를 재창조** 하여 **소비자에게 차별화된 음식 서비스 상품을 기획**, 전달하는 사람
- 음식과 식재료(식자원)에 얹힌 **다양한 스토리를 흥미롭게 구성 및 해설**하여 관광객에게 잊지못할 **체험을 제공**하는 사람

Food Curation



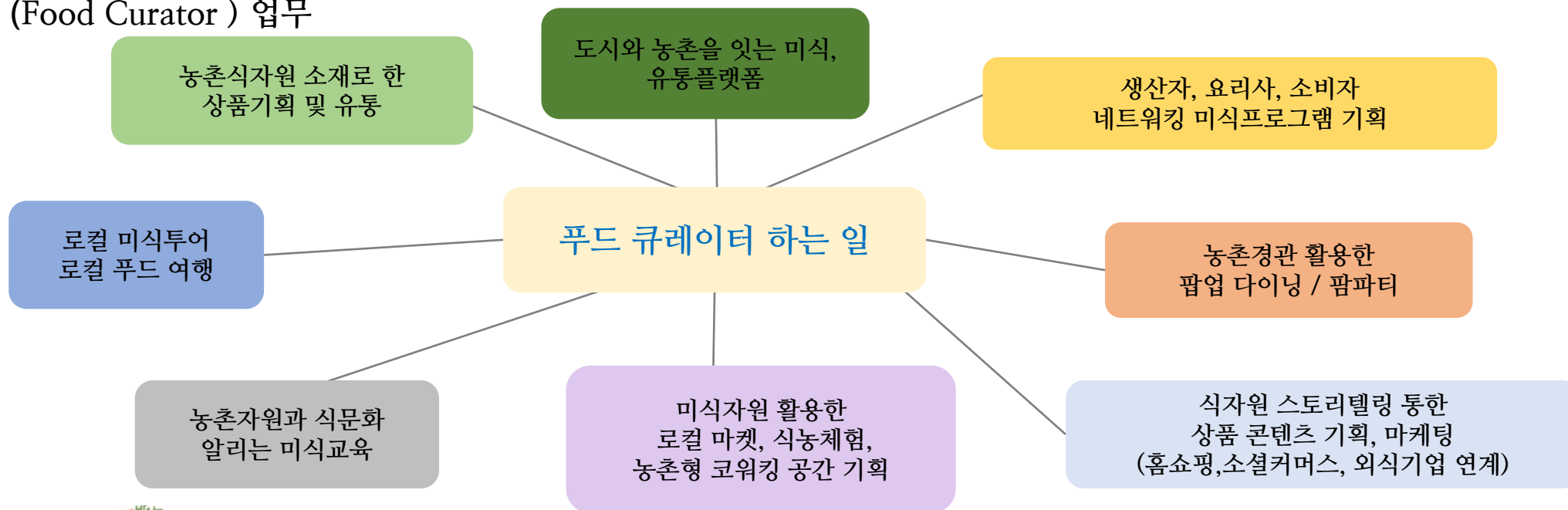
Creator



Food Curator

I. 푸드큐레이터의 개념

2. 푸드 큐레이터 (Food Curator) 업무



2020 가나다 밥상 8월 프로그램 : 네이버 블로그 (naver.com)



미지로

'미지로'는 한국문화관광연구원과 공동으로 추진하는 농촌음식관광 프로젝트입니다. 지역의 먹거리를 넘어, 역사와 문화가 이어져 내려오는 고유의 '맥'을 지키고 알리기 위해 만들어졌습니다. 지역 식재료를 기반으로 한 관광상품 공동 개발 및 판매 네트워크 구축을 통해 주민 사업체의 역량 강화와 지역 관광 산업의 발전에 기여하고자합니다.

아직 가보지 못한 未地路
아직 맛보지 못한 味知路
아직 만나지 못한 味地路

Undiscovered Local Food Tour
우리들만의 로컬투어
미 지로



슬로푸드문화원 (tomorrows-table.com)

3. 푸드 큐레이터 (Food Curator) 역할

- 고객에게 잊지못할 체험을 제공하기 위해서 평범한 식자원에 가치를 더한 특별한 "상품" 을 창조하는 사람
- 컬리널리 투어 상품의 설계 및 기획 단계에 참여하여 차별화된 상품을 만들어내는 상품기획자
- 단순히 인솔자로서 가이드와 다르게 음식과 식재료, 조리법 등 식자원, 식문화 전반에 걸친 정보 전달자
- 식관련 서비스 접점에서의 조력자 역할
- 음식 문화자원 해설사로서 음식에 얹힌 역사문화나 사람 등의 스토리텔링 통해 특별한 음식이 되도록 하는 스토리텔러

4. 푸드 큐레이터(Food Curator)의 커뮤니케이션

- 푸드큐레이터는 수용자에게 우리의 식자원 정보를 바르게 이해시키고 공유하며,
흥미를 유발하고 행동으로 변화하게 할 수 있는 정보를 전달해야 하므로 커뮤니케이션 능력 중요

- 푸드 큐레이터로서 커뮤니케이션의 목적

: 음식과 관광을 매개로 하여 공감을 이끌어내고 상호교류적인 행동변화를 이끌어 내는 것 이므로 정확하고 바른 정보 전달이 기본
이를 위해 자신의 전문성과 능력을 파악하고, 상대방의 문화와 가치관 및 배경을 이해하여 교감이 이루어지는 메시지 전달 노력
경청, 간단명료한 말투, 적절한 추임새와 몸짓언어, 적절한 메시지 전달 타이밍이 이루어지는 효과적인 커뮤니케이션 필요



행복 귀농 ::(엔파인 아이클릭아트) : 네이버 블로그 (naver.com)

Ⅱ. 푸드큐레이팅의 성공요소 - 4P

- Product(음식관광자원)
 - People(서비스 제공자)
 - Process(서비스 전달과정)
 - Physical Evidence (환경과 장소)

- 잘 팔리는 음식관광상품을 만들기 위해서는
음식자원을 토대로 서비스를 제공하는 사람과
서비스 제공과정, 분위기가 하나의 컨셉으로 정리된
전략적인 상품 설계 필요

차별적으로 설계된 서비스 전달 과정 (절차)

: 흥미롭고, 편안하고, 정확한 서비스 전달과정 설계



People

사람

고객접점에서 서비스 하는 모든 사람
: 농부, 농장 대표, 외식업체 대표, 가이드, 종사원, 해설사의
세심한 배려와 친절한 서비스 품질



Product
음식관광자원

Process

서비스 전달과정

Physical
evidence
환경

서비스가 제공되는 물리적 환경
: 아름다운 풍경, 경관, 깨끗한 시설, 편안하고 쾌적한 장소



○ 컬리너리 투어의 진행이 원활하게 이루어지기 위해 철저한 사전준비와 진행팀의 진행팀 구성과 역할 중요

1. 진행팀 구성과 역할

구성원	역할
총괄기획자	▪ 참가자들의 예약사항 확인 ▪ 참가자들 니즈와 성향 고려하여 규모와 목적에 맞는 프로그램 기획
진행자	▪ 지역정보 및 전체 진행 내용 숙지 ▪ 지역 식자원의 스토리텔링 및 해설 ▪ 참가자 및 현지인들과의 원활한 커뮤니케이션
현지조력자	▪ 프로그램 실행 시 진행자 보조 ▪ 현지주민들과의 의사소통 창구 ▪ 담당지역 /자원해설
보조진행자	• 진행자의 원활한 진행을 위해 보조역할 • 장비 및 비품 점검 • 참가자들의 반응파악 • 사진촬영 등 현장기록 • 식사장소 및 숙박시설 사전확인 및 안내 • 참가자들의 편의를 위한 서비스 (간식, 짐정리, 노약자 케어, 화장실 안내, 쓰레기 수거 등)

Ⅲ. 푸드큐레이팅 진행실무

2. 사전진행준비

- 현장진행의 완성도를 높이기 위해서는 여러 번의 사전답사를 통해 프로그램 진행 일정 전체 체크
- 경로 및 동선확인, 관계자 및 관계기관 협조의회, 이동거리 및 소요시간, 현장식사, 숙박시설, 안전점검, 플랜 B 준 비등의 점검이 필수

구분	내용
관계자 협조의회	해당지역의 지역민인 시도군청의 관련 담당직원 미팅 및 협조의회 (문서 확인 필수)
이동 거리 및 소요시간	- 대형버스 이동시 버스이동 가능한 도로인지 파악 - 주차장에서 관광장소까지의 도보이동거리 , 소요시간 확인 - 가는 여정의 창밖 풍경을 고려한 드라이브 코스 선택 (지역 풍경 및 역사 설명 가능) - 모든 코스별 거리와 차량이동시 소요시간 체크 - 화장실 위치, 휴게실, 매점, 의무실 등의 위치파악 - 어린이, 노약자 배려한 동선 체크
현지식사	- 사전시식 필수, 기획의도와 컨셉, 참가자 특성에 맞추어 메뉴 조율 - 메뉴와 가격, 요리사진 찍고, 음식에 사용된 식재료의 출처, 조리방법 기록 - 참가자 중 특이 식단자가 없는지 사전 조사하여 이를 참고하여, 식사계획에 반영
숙박시설	- 인원수, 예산, 기획의도에 맞는 최적의 장소 선택 - 기상 여건 및 계절에 따른 운영능력 및 안전성과 편의성 고려 - 침구류 및 식기 류 점검 및 서비스 상태를 꼼꼼하게 체크하고 사정이 필요할 경우 현지업체 협조요청, 섭외
안전점검	- 체험 장소에 대한 동선 및 안전점검 실시 - 만약의 사고 및 부상에 신속대응가능한 후송수단 및 지역 비상 연락망, 의료기관 확보 - 여행자보험, 상해 및 산재보험 가입
플랜 B 준비	기상악화로 야외 행사 프로그램 진행이 취소될 경우 대비하여 대체 프로그램 및 시나리오, 장소 준비

Ⅲ. 푸드큐레이팅 진행실무

3. 일정표 작성

- 참가자들에게 배포할 일정표를 한 눈에 들어오도록 간결하고 주제와 핵심내용을 요약하여 제작
- 가독성, 편의성, 지속성을 고려하여 디자인

 가을에 떠나는 팜투테이블 미식여행



홍천
내일의 식탁
2021. 10. 25 MON
홍천무네미농장
X
김봉수 요리사

내일의식탁@홍천(홍천무네미농장X김봉수)

홍천군 내면에 있는 홍천 무네미농장에서 김봉수 요리사가 홍천 식재료로 식탁을 차립니다.
식재료의 다양성과 지속가능성을 맛볼 수 있는 팜투테이블 미식 여행에 초대합니다.

홍천에서 먹거리를 키우는 농부와 농산물을 자라게 해준 자연을 만나고
생산과 소비는 분리된 것이 아니라 연결되어 있음을 경험해보세요.

행사 개요 |

- 📍 일시 : 2021.10.25(월) 11:00
- 📍 참가비 : 85,000원(내일의식탁 회원 10% 할인)
- 📍 프로그램
 - 홍천 무네미농장 산책
 - 가을요리의 향연 (웰컴드링크+산촌의 가을요리 9코스+디저트 2종)
 - 내려놓고 편하게 쉬는 '쉼'

내일의 식탁^{홍천}
2021. 07. 12. MON

홍천무네미농장
김봉수 X 요리사



홍천
식재료로
이용한
그릴 요리의
향연

All About Hongcheon Food

내일의식탁@홍천(무네미농장X김봉수)
85,000원

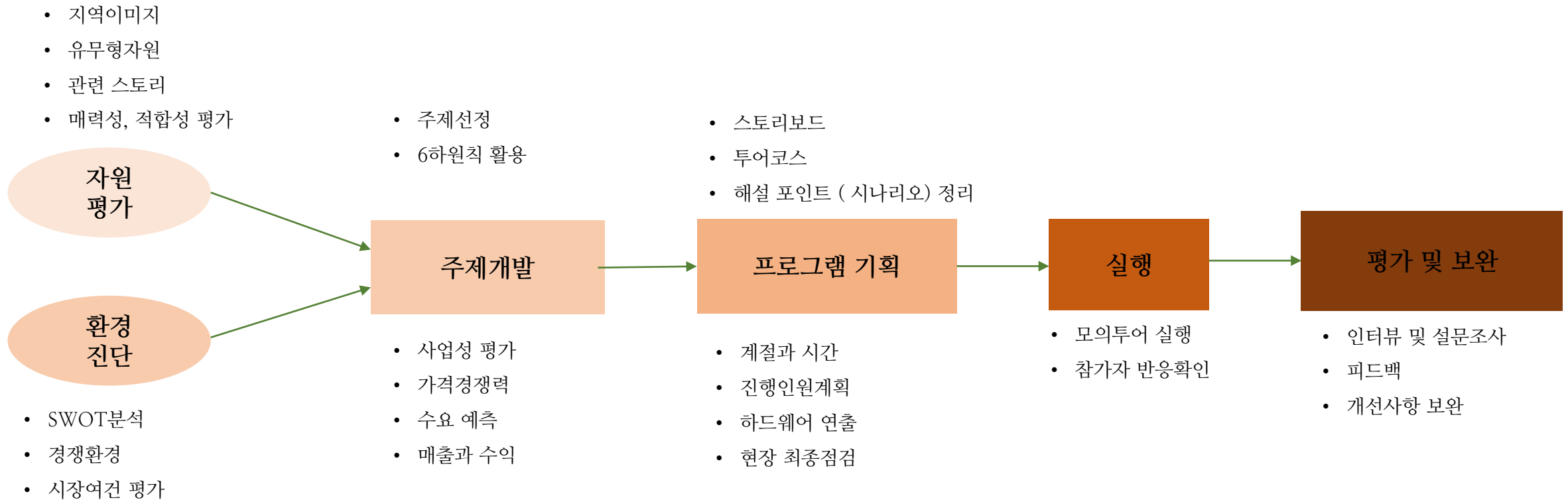
NEW SOLDOUT

내일의식탁@홍천(무네미농장X김봉수) : 내일의식탁 캠퍼스 (foodschoool.kr)

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획과정

○ 농어촌의 자원을 활용하여 **컬리너리투어(음식관광)**를 기획하려면 **음식문화를 발굴하고 상품화하는 과정**을 거침

○ 푸드 큐레이팅 기획과정은 전체 과정 중 각 단계별 확인해야 하는 사항인 '체크 포인트'를 검토하고 문제를 시뮬레이션 해야 함.
모든 단계에서 치밀하게 꼼꼼하게 해결해 가는 것이 중요



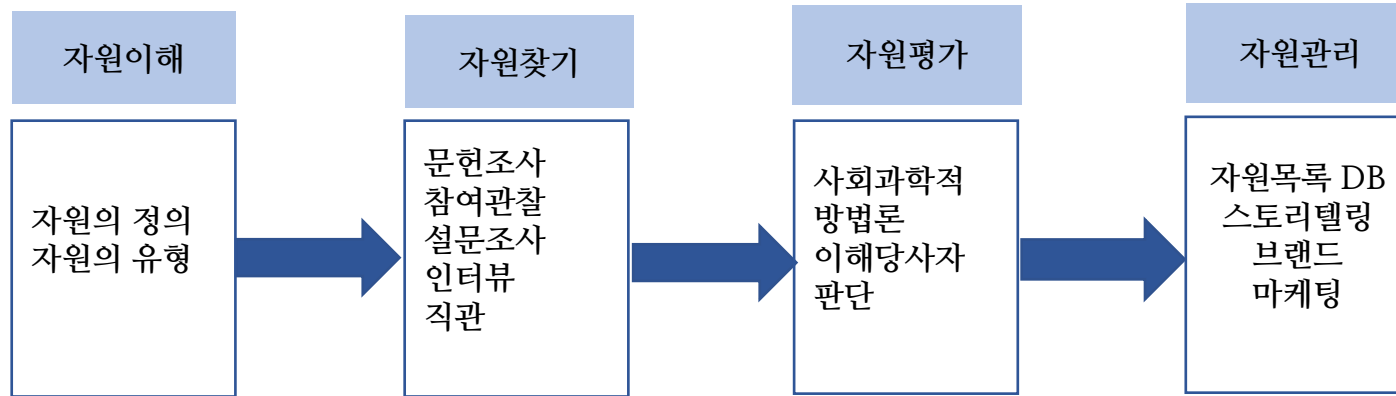
〈 푸드 큐레이팅 기획과정 〉

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획과정

1. 자원평가

- 자원평가는 시장성 여부를 확인하기 위해서 가장 먼저 실행, 우선 대상이 되는 지역에 대한 이미지 조사로 대상을 진단
(ex) 안동은 '고전적, 중후한, 유교적'과 같은 지역 이미지 VS 제주도는 '자연의, 야생의, 이국적인' 등과 같은 이미지 가짐
- 지역 이미지를 알아보는 일은 컬리너리 투어의 주제 혹은 컨셉 개발에 도움을 주므로 다양한 매체와 루트를 통해 확인
지역 이미지가 큰 틀을 제시한다고 하면 음식 관련 자원을 알아보는 일은 이보다 구체적으로 대상을 진단하는 작업에 해당
이를 위해 음식 관련 무형자원과 유형자원을 빠짐없이 고루 조사할 것.
- 현지 답사를 실시하면서 신문, 사진, 논문, 인터넷 검색 등을 통해 기초적인 자료를 수집하고 검토
- 자료조사의 부족한 부분은 지역사람들과의 인터뷰, 일정기간 동안 그 지역 사회집단에 참여관찰 통해 검증된 스토리를 발굴하고 활용
지역 이미지와 자원을 평가했을 때 얼마나 매력적인지, 컬리너리 투어지로 적합한지 여부를 확인

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정



○ 농어촌 자원: ‘땅(자연)’의 경작과 관련된 인간사회의 모든 생활양식과 상징적, 표현적 산물 중 내재된 가치를 현재나 미래에 실현할 수 있는 잠재적 개발 대상.

경제적 측면에서 그 가치는 예술성, 심미성, 독창성 뿐만 아니라 오락성, 재미, 자아확인, 사회적 과시 및 자기표현, 특히 ‘웰빙 well-being’ 도 포함.

1) 농어촌 자원 새롭게 이해하기

■ 농어촌 자원의 특성: 시간성, 장소성, 상징성, 사회적 관계 등

■ 농어촌 문화의 유형

- 생활문화, 생산문화, 제례, 유희문화
- 물질문화, 인문 & 정신문화, 기술 & 예술문화, 사회 & 제도문화
- 기능적 물체, 상징적 물체, 기호, 음률, 동작, 이야기
- 경제자원, 역사 & 경관자원, 공동체자원, 연계자원 등

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정

2) 농어촌의 자원찾기

- 문헌조사 (향토지, 통계연보, 연구논문, 지역신문, 블로그 및 홈페이지 등)
- 현상학적 참여기법에 의한 자원찾기: 직접 경험과 통찰력에 의존 (개인 또는 그룹)
- 주민과의 다양한 의사소통 방법
 - 설문조사
 - 인터뷰에 의한 인지도 (identification map) 작성: 이장, 위원장, 주민 등
 - 주민동행 자원현장 방문
 - 마을과 주변 그림 그리기
 - 인근 동네 주민 이야기 청취 (구술채록 등)
 - 우수 후보자원에 대한 주민투표
 - 노인들과 마을역사에 대한 사랑방 답소
 - 전문가 포함 소그룹별 마을자원 둘러보기
 - 마을자원 사진 선호도 판정 패널 구성
 - 테이블에 앉아 자랑거리 자원 적어보기



[10/26]두물물 농부시장 참여 농부 소개 ... : 네이버블로그 (naver.com)

3) 농어촌 자원의 가치 평가하기

특정 지역에 많은 자원이 있다고 판단되었을 때 어떻게 컬리너리투어의 자원을 선택할 수 있을까?

사회과학적 방법론에는 일반 수요자 개인들의 선호를 측정하는 방법과 의사결정자, 전문가, 관심자 집단들의 선호를 측정하는 방법이 있다.

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정

4) 농어촌의 자원 관리하기

- 잘 관리된 농어촌 자원은 마을과 지역의 가치를 높이고 주민의 농외소득 창출의 수단이 되지만 많은 농어촌 주민은 자원의 가치를 잘 몰라서 이를 훼손하거나 방치하며 가꾸는데 소홀
- 농어촌의 자원은 공공의 자산(heritage)이기 때문에 누구나 즐길 수 있지만 누군가의 잘못으로 한번 훼손되면 복원이 어렵기 때문에 활력있는 농어촌이 되려면 가치있는 자원을 발굴하고 반드시 보전해야 할 자원을 데이터베이스화하고, 구체적으로 그것을 가꾸는 방법을 논의, 실천해야 한다. 이 과정에서 이해를 같이하는 주민들이 조직을 구성하는 것도 유용한 방법이 될 수 있다.
- 농어촌의 지역 활성화를 위한 수단으로 **지역의 유무형 자원에 스토리를 입히고 그것을 브랜드화, 즉 핵심 스토리를 킬러 콘텐츠로 삼아 그와 연관되는 상품으로 만드는 것** 중요
- 예를 들어 전남 중도의 특산물인 해풍 건정을 중도 컬러너리투어의 자원으로 바라봤을 때 단순히 먹는 일 이외에 중도의 자연환경, 해풍으로 말리는 생선의 종류, 조리법, 이를 만드는 사람들, 소금 등에 대한 조사가 이루어져야 한다. 해풍 건정먹기를 평면적인 행위라고 했을 때, 관광객이 이를 입체적으로 체험할 수 있는 융복합형 프로그램을 기획하면 기억에 남을 체험으로 만들 수 있음

- 잊혀 가는 향토음식 찾기
- 향토음식, 전통음식 계승을 위한 노력
- 전통음식에 이야기를 더함
- 식재료 자체를 상품화
- 1차 생산물에서 3차 서비스상품까지 농산물 자체가 지역의 브랜드
- 자원의 패키지화로 시너지 효과를 제고



건조기 대신 장대 위 매달아 해풍에 건조
천일염과 해풍으로 절묘하고 깊은 맛 묘미
민어, 농어, 참송어, 우럭, 문저리 등 사용

'해풍 건정'은 수 천 년 이어온 신안 지역의 최고 천연 향토자원이다.

신안 해풍 건정은 보통 건어와는 다르다. 생선을 잘 손질한 후 천일염을 이용하여 절임을 하고 사방이 확 트인 갯벌에 장대를 꽂아 손질된 생선을 매달아 해풍에 최소한 40일 이상 말려서 만든다.

건정은 명품 천일염을 이용해 절이고 서해에서 불어오는 깨끗한 바닷바람과 어우러져 자연 그대로 생선을 말리는 방식의 토속음식으로서 우리나라 말린 생선의 최고가 될 수 있는 가치를 지니고 있다.

지난 2013년에는 안전행정부와 한국지역진흥재단의 주관으로 열린 우리 마을 향토자원 경연대회에서 '신안 중도 해풍 건정'이 전국 최고의 향토자원으로 선정된 바 있다.

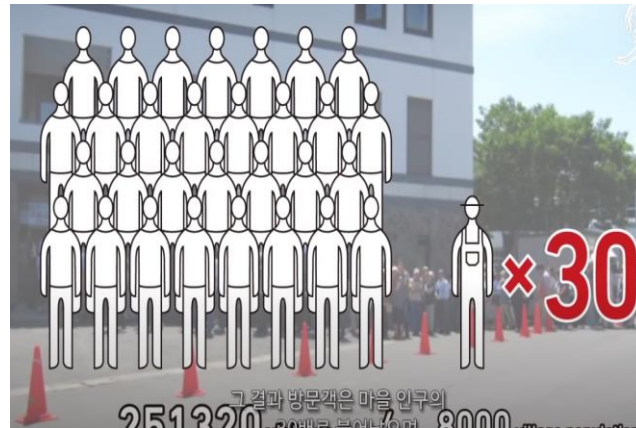
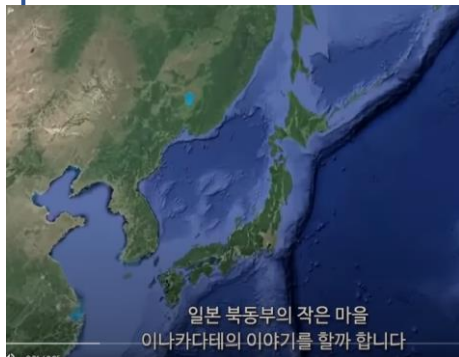
신안 천연 슬로우 레시피 '해풍건정' - 한국시민기자협회 뉴스포털1 (civilreporter.co.kr)

해풍을 맞고 햇볕에 말려져 다시 탄생된 말린 생선을 '건정'

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정 - 일본 사례

○ 이나카다테 마을의 새로운 프로젝트 “Rice - code”

- 일본의 식생활 서구화로 쌀소비 줄면서 마을 주 수입원 감소
- 다른 품종의 쌀을 심고 논 위에 그림으로 그려 앱 개발
- 논그림을 QR코드로 인식하여 판매 사이트 연결, 관광객 판매량 증가, 마을에 특별역 신설



Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정 - 일본 사례

○ Rice Paddy Art - 이마카다테시 (2010)

전설적인 전사 벤케이(왼쪽)와 전사 우시와카마루(왼쪽) 등 두 명의 역사적 인물.

미나모토노 요시쓰네(오른쪽)가 아오모리현 이나카다테시의 한 별관에서 모습을 드러냈다.

거의 20년 동안, 그 마을은 밭에 다양한 색깔의 벼를 세심하게 배열함으로써 만들어진 일본 최고의 벼 작물 예술의 본고장이라고 자부해 옴.



이나카다테 마을의 새로운 프로젝트 “Rice - code”의 효과

Photos: Rice paddy art (2010) ~ Pink Tentacle

Benkei (left) and Ushiwakamaru (right)

2. 환경진단

- 일회성 행사가 되지 않기 위해서는 컬리너리 투어의 환경을 진단하고 지속가능한 형태로 기획해야 함
- 식재료, 농장, 음식점, 관광농원, 체험농장 또는 목장 등의 경쟁력이 어디에 집중되어 있는지 면밀한 분석이 필요.
이를 위해 가장 많이 사용되는 것이 SWOT분석이다.
- 사업주체나 지역의 강점을 적극 활용하여 주제 개발 방향을 정하되 지역의 약점을 최대한 보완하는 대안(해결과제)이 필요
- 외부 사업환경의 기회는 적극 활용하되 사업에 위협이 되는 요인의 영향력은 최소화하는 대응전략이 필요.
- 고객 소비 트렌드의 변화나 경쟁사나 지역의 기존 상품현황의 분석도 차별화된 프로그램 개발에 매우 중요.

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정

활동) 화성시 특산물 (ex)농산물 -포도) 을 이용한 복합공간의 SWOT분석을 작성해보세요

항목별 3가지 이상으로 가능한 세부적이고 구체적으로 작성하는 것이 좋습니다.



Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정

3. 주제 개발

같은 지역이라도 컬리너리 투어의 기획 방향에 따라서 여러 주제가 나올 수 있지만 중요한 것은 선택과 집중
한 가지로 개념화할 수 있는 내용을 묶어서 이를 컨셉으로 정하여 그 주제에 부합하는 내용의 장소와 소재를 보여줄 수 있어야 함.
주제가 전달될 수 있도록 컬리너리 투어의 특징을 제목에 표출. (영화의 제목, 광고 카피처럼 주제를 제목에 함축적으로 담아내기)

< 컬리너리 투어 상품기획 시 고려사항 >

예상되는 소요비용을 고려하여 가격 수준을 책정해 보고, 주제와 관련하여 가격의 시장경쟁력이 확보되는지 여부를 평가
프로그램 주 고객들의 요구와 관심 분야를 고려하고 몇명이나 유치할 수 있을 것인지 예측 -> 경비 및 매출액을 산정하고 기대 수익을 평가.

- ▶ 무엇을 보여줄 것인가? 유,무형 음식관광 자원 (지역의 특산물, 향토음식, 특이한 식문화, 조리법
- ▶ 언제 고객에게 선보일 것인가? 계절, 요일, 시간대 등
- ▶ 어디를 구체적으로 보여줄 것인가?
- ▶ 누구를 대상으로 할 것인가? 연령대, 가족단위 또는 외국인 등
- ▶ 어떤 형식으로 보여줄 것인가?
- ▶ 왜 그곳을 보여주려고 하는가?

光州日報
☰ 정치 경제 사회 스포츠·연예 문화 국제 기획·연재 오피니언 시군별뉴스
전북 목포 나주 여수 순천 광양 진도 해남 완도 고흥 강진 곡성 담양 보성 장흥 함평 화순

보성군, ‘푸드큐레이터와 함께하는 만추 미식여행’

2019년 11월 20일(수) 04:50

보성군은 23일부터 24일까지 1박2일 동안 ‘푸드큐레이터와 함께하는 보성 만추 미식여행’을 진행한다. 19일 밝혔다.

이번 보성 만추 미식여행은 소설 태백산맥 배경지 현부자집에서 펼쳐지는 웰컴파티를 시작으로 문화해설사와 함께하는 벌교 근대문화유산 투어, 고택 정원에서 즐기는 녹돈 바비큐와 지역 술 페어링 팜파티 등 다채로운 프로그램으로 구성됐다.

보성군은 지역의 아름다운 자연경관과 관광자원을 활용한 힐링 프로그램을 비롯해 제철 식재료와 특산품을 맛보는 미식관광 프로그램 등으로 차별화된 여행 콘텐츠를 제공한다는 방침이다.

/벌교=김운성 기자 kim0686@

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정

4. 프로그램 기획 및 실행

- 6차산업이란 농촌에 존재하는 모든 유·무형의 자원을 바탕으로 농업(1차산업)과 식품, 특산품 제조가공(2차산업) 및 유통·판매·문화·체험·관광을 서비스(3차산업) 등과 연계함으로써 새로운 부가가치를 창출하는 활동
- 푸드큐레이팅 기획과정을 통해 1차산업에 2차 가공과 3차 서비스업을 도입해 새로운 농업 상품(6차산업) 을 기획하고 상품화하여 제시한다면 마을 주민과 상생해 성공할 확률이 높다.

5. 평가 및 보완

- 참가자 인터뷰 및 설문조사를 통해 피드백
- 진행사진 정리하여 포트폴리오 제작
- 현장진행 시 문제점 등 정리하여 개선사항 보완



1차산업(유·무형의 자원), 2차산업(제조·가공), 3차산업(체험·관광)이 결합하고 융합한 6차산업모델. [출처 농림수산물식품교육문화정보원]

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정 - 기획서 샘플 “경주 피크닉 도시락”



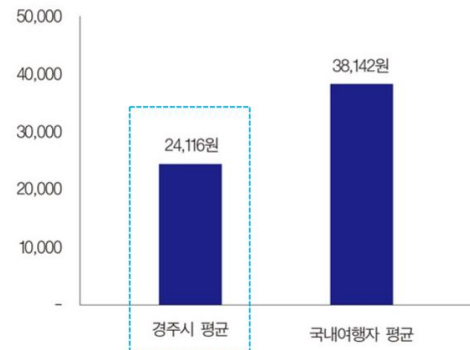
Contents

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1 기획 배경 2 시장 분석 3 상품 기획 / 컨셉 4 벤치마킹 5 자원 목록 6 스토리보드 마인드맵 7 SWOT 분석 | <ol style="list-style-type: none"> 8 상품 소개 <ul style="list-style-type: none"> • 피크닉 코스 스토리 '숨, 흥, 꿈, 창' • '향토음식 도시락'과 '피크닉 코스 맵북' 9 운영방식 10 마케팅 홍보 수단 11 기대효과 12 추후 연계 작업 |
|--|---|

시장 분석

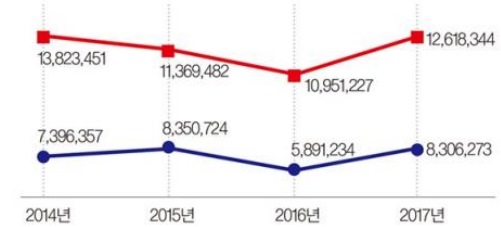
※식음료 지출 비용(1회)

자료 : 2017년 국민여행 실태조사
경주시관광종합개발계획



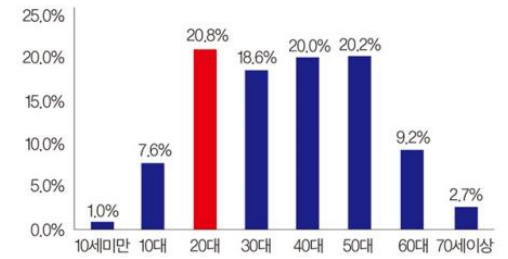
※경주 관광객수

● 주유지점 관광객수 ● 연도별 관광객수



※연령대 관광객 현황

자료 : 경주시 유동인구 빅데이터 구축 및 분석



Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정 - 기획서 샘플 “ 경주 피크닉 도시락 ”



상품 기획

경주를 담다, 별하

경주의 스토리를 담은 피크닉 코스

+

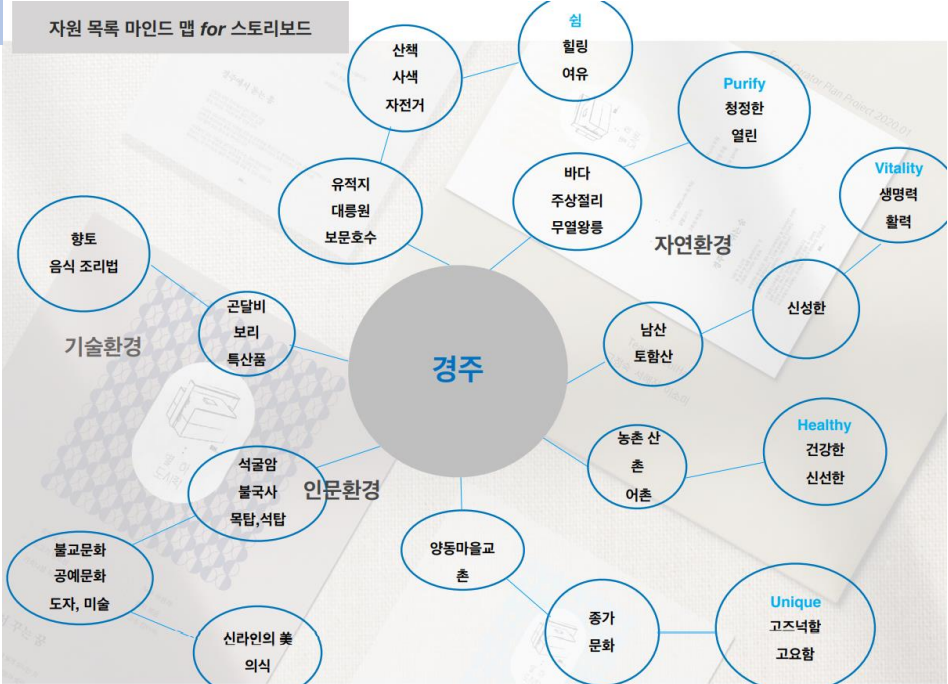
향토음식을 담은 도시락

자원 목록

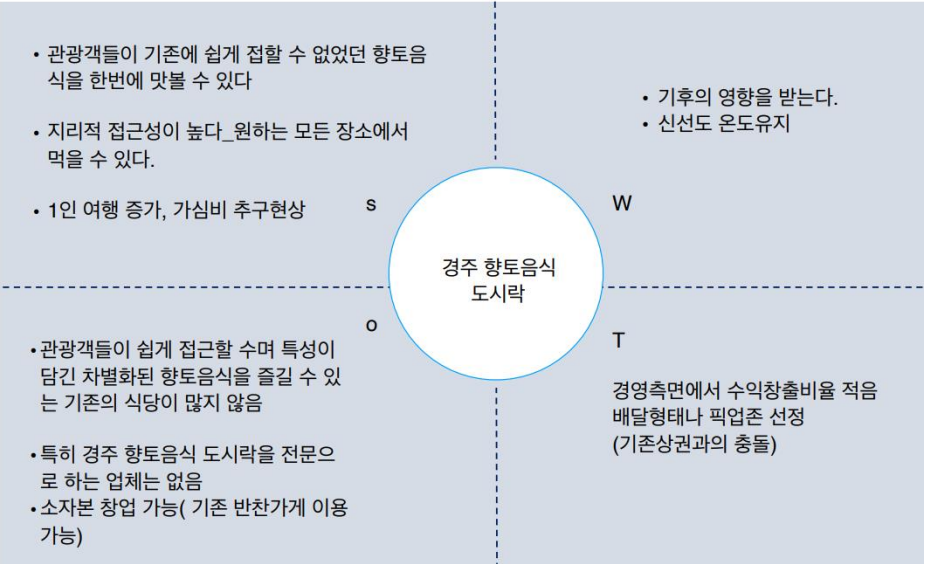
- [자연환경] 경주의 농촌, 산촌, 어촌의 식재료, 특산물
- [기술환경] 조리방법 - 토박이 향토음식 레시피
- [인문환경] 한국의 식기, 도구 - 친환경적 재료를 사용하며 이동성을 고려한 재질
- 한국의 발효음식 - 경주 지역 향토 장 ex)시금장

[확장자원]

확장자원			
	필요여부 (O, X)	세부 필요 내용	고려사항 & 비고
시설	O	(1)도시락을 판매할 수 있는 시설_주요 관광지에 위치할 푸드트럭 (2)도시락 생산 및 지역주민의 허브가 될 수 있는 공유 공간	
활동	O	자료수집활동, 생산활동, 마케팅 활동, 이벤트 활동	
이벤트	O	경주지역 토착 식재료와 향토음식 레시피 컬렉티브를 위한 파티 겸 심포지엄 형태의 이벤트	
조직	O	도시락 생산 판매 유통뿐만 아니라 자료를 수집하고 아카이빙, 교육하는 조직	
사람	O	경주 지역 토착 식재료 수집가 경주 지역 향토음식에 대한 지식을 가진 모든 노인 도시락 생산과 판매 마케팅을 위한 청년 조합	



SWOT 분석



Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정 - 기획서 샘플 “경주 피크닉 도시락”

상품소개

-피크닉 코스 스토리 숨, 꿈, 흥, 창

상품소개

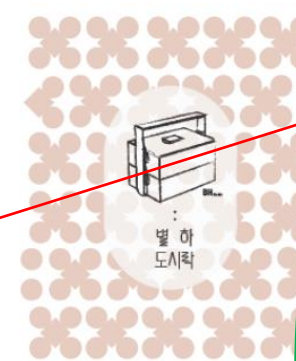
향토음식 도시락과 피크닉 코스 맵북 1. 경주에서 쉬는 숨



숨 쉬는 숨

이 도시락은 숨 쉬는 숨을 테마로, 경주 남산 마애불을 모티브로 한 디자인입니다. 숨 쉬는 숨을 테마로, 경주 남산 마애불을 모티브로 한 디자인입니다.

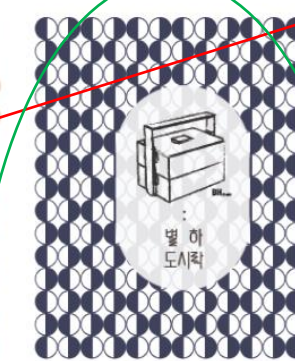
- 근말비 병풍 with 통가장
- 미나리 무침
- 달걀고기
- 우유 조림
- 고추장 부침개
- 떡갈 장아찌



숨 쉬는 흥

사람의 모든 것이 놀이이며 모든 것을 우리의 낙원임을 다시 느끼는 도박 놀이로 가득한 흥을 테마로 한 도시락입니다.

- 인삼 달지 주먹밥
- 부자탕이 나물무침
- 소고기 달기름 볶음
- 연근 조림
- 물 향수국
- 무알갱이 장아찌



숨 쉬는 꿈

이름이 지어졌지만 흥에 젖어 있는 것, 물, 도시, 그리고 사람 한 도시의 마음을 만드는 이름과 빛의 향연입니다.

- 초벌달 물고기 연발
- 두부 무생채
- 쇠고기 탕수육
- 달지 볶음
- 가축나물 볶음
- 고추 장아찌



숨 쉬는 창

경주도처럼 화려하지도 부산이나 김포처럼 화려하지도 않은 경주 바다의 고즈넉한 매력, 고요한 바다 위에서 나의 꿈을 여는 곳.

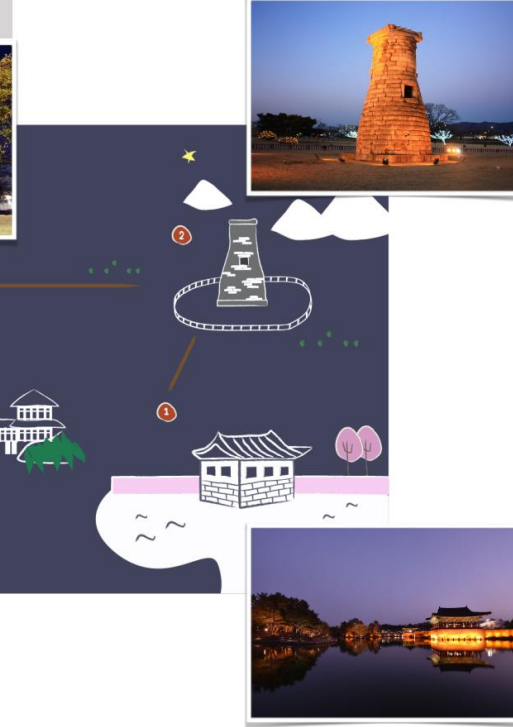
- 근말비 계곡 김밥
- 다시마 튀김
- 상어고기 정조림
- 김파게 초무침
- 연근전
- 산초 장아찌

상품소개

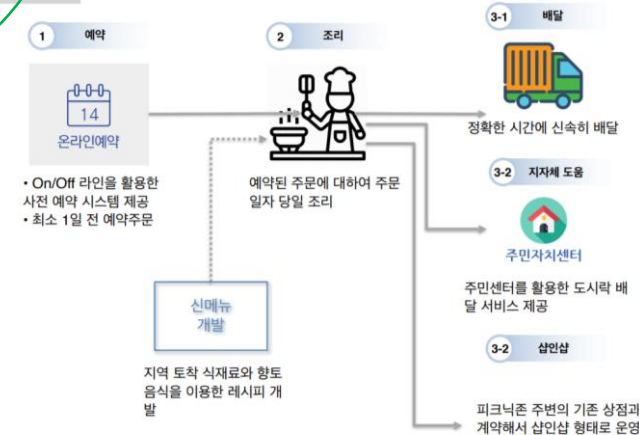
향토음식 도시락과 피크닉 코스 맵북 3. 경주에서 꾸는 꿈



경주에서 꾸는 꿈은 경주 남산 마애불을 모티브로 한 디자인입니다. 숨 쉬는 숨을 테마로, 경주 남산 마애불을 모티브로 한 디자인입니다.



자율 목록



피크닉존 주변의 기존 상점과 계약해서 삼인삼 형태로 운영

Ⅲ. 푸드큐레이팅 기획 과정 - 기획서 샘플 “ 경주 피크닉 도시락 ”

자원 목록

1 예약



온라인예약

- On/Off 라인을 활용한 사전 예약 시스템 제공
- 최소 1일 전 예약주문

신메뉴
개발

지역 토착 식재료와 향토
음식을 이용한 레시피 개
발

2 조리



예약된 주문에 대하여 주문
일자 당일 조리

3-1 배달



정확한 시간에 신속히 배달

3-2 지자체 도움



주민자치센터

주민센터를 활용한 도시락 배
달 서비스 제공

3-2 샵인샵

피크닉존 주변의 기존 상점과
계약해서 샵인샵 형태로 운영

기대 효과

관광을 넘어서는
다양한 콘텐츠의
경주지역 경제 활성화



고요하지만 품격있는
천년고도 경주의 이미지에 더하여
현대를 살아가는 경주의 후손이 이어가는 살아
있는 경주로 인식



전통과 현대가 어우러진 **생명력있는 경주관광의 지속가능성 발견**
일회성 관광객 증가 뿐만 아니라 **자주 찾고 싶어지는 재방문 수요 증가**

V. 푸드 큐레이팅의 사례 - 1. 농부시장 마르쎬

농부시장 마르쎬@ (marcheat.net)

사람, 관계, 대화가 있는 시장

‘마르쎬@’은 ‘시장’이란 뜻의 프랑스어 ‘마르쎬(Marché)’에 장소 앞에 붙는 전치사 ‘@’을 결합한 것으로, 동네마다 작은 시장이 열리길 바라는 마음을 담았다. 단순히 돈과 물건의 교환만 이루어지는 시장이 아니라 ‘사람, 관계, 대화가 있는 시장’이 하나쯤 있었으면 좋겠다는 바람도 더해졌다.

(사)농부시장 마르쎬가 운영하는 농부시장은 이를 실행에 옮긴 오프라인 직거래장터로, ‘농부와 요리사, 수공업자가 만드는 도시장터’를 콘셉트 삼아 2012년 10월 대학로에서 첫 장을 열었다. 직거래장터를 통해 생산자와 소비자는 물론이고 농부와 요리사, 수공업자 등이 농업과 먹거리를 주제로 대화하고 관계를 맺으며 함께 성장하는 데 의미를 둔 것.

곧 10년을 바라보는 ‘마르쎬 농부시장 @혜화’는 매달 두 번째 일요일 오전 11시부터 오후 4시까지 혜화동 마로니에공원에서 열린다. 농부들이 직접 친환경적인 농법으로 키운 농산물을 진열해놓은 가판 옆에는 이를 사용해 가공품을 만든 요리사와 수공업자들이 함께한다. 우리 땅에서 재배한 신선한 제철 식재료와 이를 건강한 방식으로 활용한 2차 가공품을 한자리에서 만날 수 있는 시장인 것이다.



마르쎬 채소시장
@ 서교

www.marcheat.net
f / @marchewithseoul
l / @marchefriends

2021. 10. 4. 월요일
11:00 ~ 15:00
서울 마포구 잔다리로 118
슈퍼스티치

(사)농부시장 마르쎬, 마르쎬친구들, 로컬스티치

< 출처 > 농부시장 마르쎬@ (marcheat.net)

FOR;REST



홍천숲 여행을 즐기는 방법

1. 숲 해설



홍천숲 여행을 즐기는 방법

2. 숲 요가



https://www.youtube.com/watch?v=4Jp48_lhgrw

V. 푸드 큐레이팅의 사례 - 2. 홍천 숲 여행 FOR;REST

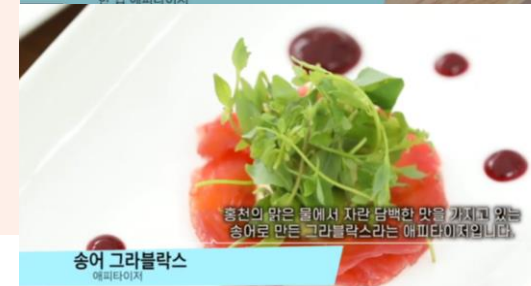
FOR;REST

홍천숲 여행을 즐기는 방법

3. 숲 다이닝



For:rest#3 숲속에서의 점심식사



https://www.youtube.com/watch?v=4Jp48_lhgrw

V. 푸드큐레이팅의 사례 - 홍천 숲여행 FOR;REST

FOR;REST



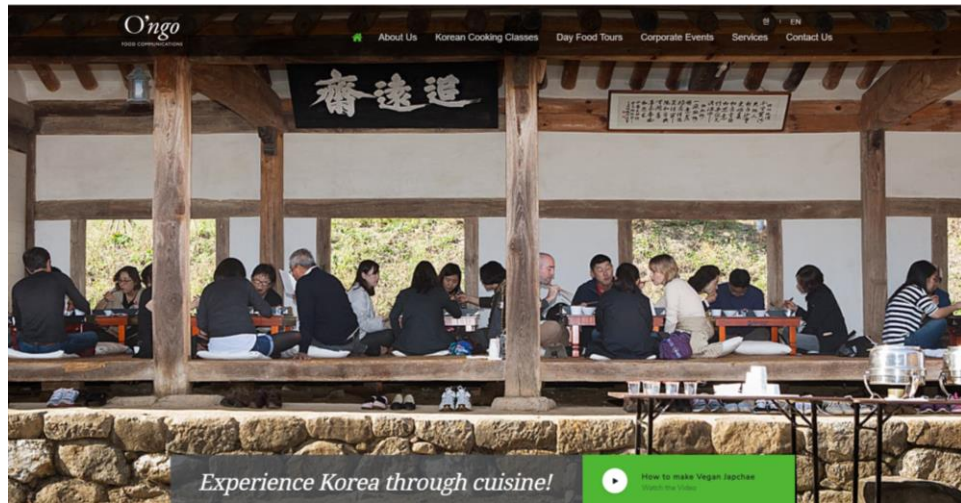
홍천숲 여행을 즐기는 방법

4. 숲 드로잉



V. 푸드 큐레이팅의 사례 - 3. 온고푸드

O'ngo Food - O'ngofood Communications (ongofood.com)



Day Food Tours

Seoul
Jeonju
Busan
Jeju



Put any content you wish into these mega menus. Utilize the power of Core framework to create anything directly in Oxygen.

Corporate Events

Cultural and Culinary
Adventure Food Tour
Luxury Dining Experience
Team Building Cooking Class



Put any content you wish into these mega menus. Utilize the power of Core framework to create anything directly in Oxygen.



1. 김영수 외 (2018), 지역을 살리는 로컬 브랜딩, 클라우드 나인
2. 김태희 외 (2024), 미식관광론, 파워북
3. 농림수산물교육문화정보원 , 1차산업(유·무형의 자원), 2차산업(제조·가공), 3차산업(체험·관광)이 결합하고 융합한 6차산업모델
4. (사)한국컬리너리투어리즘협회(2014) , 푸드 큐레이터- 음식관광 기획부터 해설까지, 파워북
4. (사)한국컬리너리투어리즘협회(2019), 8기 푸드큐레이터 자격과정 교재, KOCTA
5. 스티븐 로젠바움 저, 이시은역(2019), 큐레이션- 정보과잉의 돌파구, 이코노믹북스
6. 슬로푸드문화원 (tomorrows-table.com)
7. O'ngo Food - O'ngofood Communications (ongofood.com)
8. 농촌서 진행중인 '1+2+3=6'차 산업혁명에 올라타라 | 중앙일보 joongang.co.kr)