

【제4주제】

농산물 고부가가치 성공사례

김 규 훈 사장(신궁한과)

1. 전통식품의 현위치

우리민족은 기후 풍토에 맞는 먹거리를 가지고 나름대로 음식문화를 만들어 왔고 생활양식의 변화에 따라 그 형태는 시대별로 다양하게 발전되어 왔다. 농경문화를 바탕으로 곡류를 이용한 다양한 음식문화를 형성하였으며 타 민족에서 볼 수 없는 독창성을 가지고 오늘에 전해지고 있다.

현재 우리나라의 전통식품은 시대적 요청인 현대화와 서구화에 밀려 그 수요가 점차 줄면서 그 가치가 낮게 평가되어지고 있으며 전통식품이 간직한 독창성과 우리의 음식문화에 맞는 기호성 때문에 충분히 그 가치를 인정받을 수 있음에도 불구하고 시대의 변화에 대한 능동적인 변화와 개량하려는 노력의 부족으로 대중성 확보에 실패하여 극히 한정된 품목과 지역에서만 그 명맥을 유지하고 있는 실정이다.

최근 우리의 것을 소중하게 여기는 전통의식의 부활과 우리의 것이 세계속에서 경쟁력이 있다는 자각과 함께 일부 지식 경영인과 정부의 관심과 지원으로 우리 전통식품의 상품화에 크게 노력한 결과 기업적으로 성공한 제품들이 출현하고 있으며 이는 우리 전통식품의 미래를 밝게하고 있는 것이다.

2. 한과시장의 현황과 소비자 의식조사

가. 한과시장의 현황과 업계동향

1) 시장규모 : 전국의 한과업체는 180여개 정도이며 시장규모는 전체 과자류 시장의 3%인 약 1,000억원 정도 추정되나 조사 연구 결과가 미흡하여 정확한 수치 파악은 불가능하다

수출은 정확한 집계는 어려우나 연간 US200만\$ 정도로 추산되며 주로 미국과 일본의 교포사회에서 소비하는 것으로 파악된다

군소업체의 난립으로 과대포장 및 제품의 불균일 등 저질제품의 유통이 많으며 원자재가격과 인건비 상승으로 중국에서도 만들어서 국내시장에 역수입되고 있는 실정이다.

2) 생산 및 유통 : 백화점 및 할인점 위주의 오프라인과 온라인 판매 시스템을 갖추고 있으며 소규모 업체들은 재래시장을 중심으로 판매되고 있으며 전통한과는 고가의 원자재, 고도의 숙련된 기술을 바탕으로 한 고인건비 때문에 양산체제가 부적합하고 유통기간이 짧다는 단점으로 시장진입이 쉽지 않다.

3) 제품개발동향 : 전반적으로 딱딱한 것(강정류)보다 부드러운 것(유과류)의 판매가 증가하고 있으며 업체도 여기에 제품 개발의 비중을 높이고 있다. 일반 제과회사의 제품(양과자)과 같은 방향으로 개발하여 경쟁하여야 하며 특히 참쌀유과가 세계시장에서 경쟁력을 가질수 있는 가능성이 가장 높다고 예측되며 국내시장도 소비자기호를 맞출 경우 현재매출의 2~3배의 성장이 가능하다.

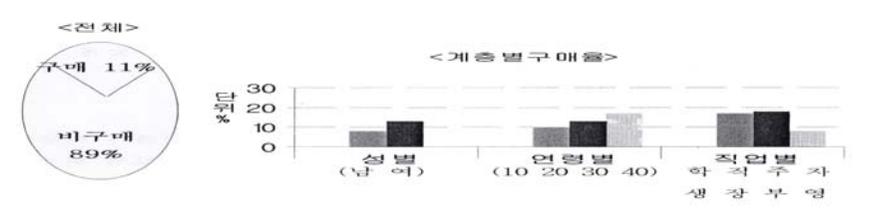
“전통”의 이미지가 젊은 소비자들에게는 오히려 소비의 한계성을 부여하므로 “상표”와 “브랜드”로 소비층대를 위한 노력이 필요하다. 제품개발은 소비층에 맞게 기능성, 대중성을 고려하여 개발되어야 한다

나. 한과류에 대한 소비자 인식조사

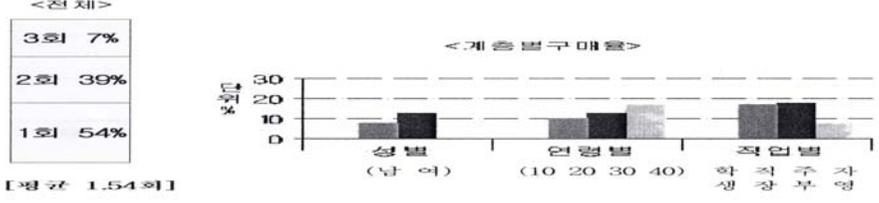
- o. 조사목적 : 전통한과의 대중화를 위하여 한과에 대한 정확한 소비자 인식 및 구매 형태 등을 파악하여 올바른 제품 개발에 도움을 주고자 함
- o. 조사대상 : 서울에 거주하는 만16세이상 40세사이의 남녀
- o. 표본설계 : 360명

1) 최근 1년간 한과 구매경험 및 구매빈도

최근 1년간 구매 경험률은 약 11%정도로 계층별 구매율은 각각 10대 0%, 20대 10%, 30대 13%, 40대 17% 로 나타났으며 한과의 주계층은 30~40 대 주부 및 회사원을 중심으로 이루어지고 있는 것으로 나타났으며 한과 구매자는 평균 1.54회 구매하였고 2회이상 재구매자는 절반정도인 46%로 나타났다



2) 최근 1년간 한과구매 빈도

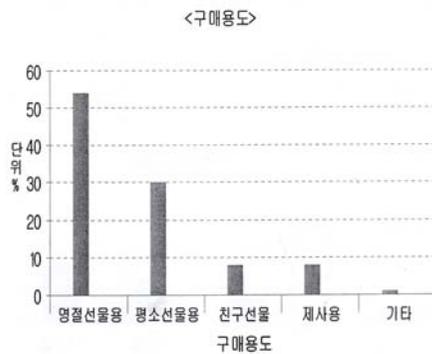


2) 한과 구매장소 및 가격

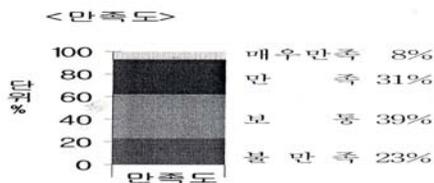
한과의 구매는 전체의 61%가 백화점 중심으로 구매가 이루어지고 있으며 전문매장에서의 구매는 23%로 다소 낮은편으로 나타났으며 한과는 평균 5만원 정도의 제품을 구매하고 있으며 연령이 높을수록 구매액이 높게 형성되는 것으로 나타났다.

3) 한과 구매용도 및 선물대상

한과구매자의 54%가 구정, 추석 등의 명절 선물용으로 구매가 이루어지고 있으며 특히 평소 선물용까지 합하면 약 92%가 선물용으로 한과를 구입하는 것으로 나타나 선물중심의 구매형태를 보여주고 있다.



4) 한과 구매에 대한 만족도



[만족이유]

- 노인들이 좋아하는 전통음식
- 옛날의 향수를 불러 일으킴
- 나이와 관계없이 취식
- 포장이 고급스럽고 깔끔함
- 맛이 고소함

[불만족이유]

- 가격에 비해 실속이 없다
- 과대포장
- 가격이 비싸다

실문중 중복의진만 취함함

한과를 구매한 소비자의 만족도 조사에서는 만족도가 39% 정도로 다소 낮게 나타나고 있으며 특히 가격적인 면에서 불만족스럽다는 응답이 높게 나타나고 있음

5)한과에 대한 이미지 분석

한과는 일반 소비자들에게 고급스럽다는 이미지가 매우 강하게 나타난 반면 자신들

에게 적합하다는 인식은 40대를 제외하고는 매우 낮게 나타났다. 또한 한과에 대한 애착도는 성별 및 연령별 모두 비교적 높은편이나 권유 의향도나 구매 의향도, 구매 만족도는 다소 낮게 나타났다.

따라서 한과의 이미지 강화를 위한 방안이 강구 되어야 하고 10대 20대등 향후 소비계층에 대한 전반적인 이미지 개선방안이 시급한 것으로 나타났다.

6) 향후 한과개발에 대한 의견

가격을 저렴하게 하자는 의견이 압도적으로 많으며 젊은 세대의 취향에 맞게 예쁘고 실속있는 소포장을 요구하는 의견도 많았다.

기타의견으로는 홍보가 부족하여 대국민 홍보를 강화하여야 한다는 의견이 8%정도로 높게 나타났다. 한과는 대부분 국산농산물(전통한과 인증업체)을 원재료로 사용하여 일체의 방부제등을 쓰지 않으나 소비자들이 잘못 인식하는 경우도 있다

3. 한과의 발전을 위한 일련의 과정

가. 계약재배

식품기업이 원료수급을 위해 농가나 영농조합법인, 단위농협과 생산물을 일정한 조건으로 인수한다는 계약을 맺고 농산물을 재배하도록 하는 것이다.

① 계약재배의 장점

식품기업이나 생산농가 모두 안정적인 원료 수급과 판로를 확보할 수 있다는 것이다. 특히 작황에 따라 가격 변동 폭이 큰 농산물을 일정 가격으로 구매할 수 있기 때문에 기업들은 원가책정을 수월하게 할 수 있다. 농가와 계약을 체결할 때 가격이 폭락하거나 폭등해도 일정 수준의 범위 안에서 가격을 책정하도록 정하고 있기 때문이다. 특히 여러 단계를 거치는 복잡한 농·축산물의 유통구조를 생각하면 계약재배는 거의 직거래에 가깝기 때문에 농가에게 고소득을 보장하는 길이 된다.

② 계약재배의 문제점

우선 수입산 원료와의 가격차다. 계약재배를 통해 가격을 안정적으로 가져간다고 해도 수입농산물과의 가격경쟁력은 비교가 되지 않는다. 가뜩이나 이익구조가 취약한 식품기업들에게는 가격이 싼 수입농산물을 사용하는 것은 선택이 아니라 필수다. 이런 탓에 현재 계약재배를 시행하고 있는 식품기업들도 부득이하게 국산 원료를 사용해야 하는 경우에만 하고 있다. 따라서 국산 원료를 사용하는 식품기업들에게 괄목할만한 혜택을 줘야 한다는 목소리가 높다.

둘째는 국산 원료의 물량이 충분하지 않다는 것이다. 대부분의 식품기업들은 대량으로 원료를 구매하고 사용하는 구조를 가지고 있다. 이에 반해 국내 농가들은 대다수가 소규모 생산에 그치고 있다. 따라서 개별농가와 계약재배를 하는 것은 거의 불가능한 일

이고 농가들이 모인 영농조합이나 지역농협 등과 계약재배를 하고 있다. 또 대부분 기업들이 한 곳으로는 부족해 여러 곳과 계약재배를 맺고 있는 실정이다.

나. 전통식품개발을 전담할 민간 연구소 건립

- ① 산·학간의 교량역할을 중간적인 입장에서 적절히 수행할 수 있고
- ② 중소기업의 실정을 가장 잘 알고 빠른 피드백 및 산업화 등 가장 효과적으로 연구 지원할 수 있고
- ③ 정부, 기업, 대학 같은 직접 관련 기관이 아니므로 독립성과 중립성을 갖고 객관적으로 판단할 수 있는 전통식품을 전담할 민간 연구소 건립이 바람직하다.

다. 유과의 저장성 증가를 위한 제품개발 발명특허

① 개발의 목적 및 중요성

유과는 우리나라 고유 명절이나 제사, 또는 각종 전통행사에 주로 이용되어 왔으며 일상적으로도 즐겨 섭취하고 있는 전통과자의 한 종류이다.

이러한 유과는 통상적으로 7~20 일정도 침지시킨 찹쌀을 세척, 분쇄하여 증자한 다음 공기를 혼입 시킨 후 반죽한 상태에서 제품의 특성에 따라 적당한 크기로 세절하여 건조시킨 반데기를 유탕 튀김하여 제조한다. 이와 같이 기름에 튀겨진 유과의 조직감은 내부가 마치 별집과 같은 다공성을 가지고 있어 세계의 어느 스낵류보다 조직감이 부드럽고 우수한 맛을 내는 우리의 전통식품이다.

그러나 유과는 유탕 팽화하여 다공성을 형성 시킬때 필연적으로 기름이 혼입되므로 유통시 유지가 공기중의 산소와 결합하여 발생하는 산패로 저장성이 낮아 유통기간이 짧으므로 대량공급이 어려워 실제로 한과의 주 가격상승의 요인으로 작용하여 수출상품화에도 어려움이 많다. 특히 유과제품의 크기가 클 경우 내부 다공질 조직에 잔존 가능한 산소량 및 흡수된 유지량의 증가로 산패가 촉진되는 결점이 있고 가스치환 포장할 경우 탈기과정에서 제품이 파손되거나 내부의 잔존산소가 확산되어 효과가 미미함이 단점으로 지적되고 있다.

② 개발의 구성 및 작용

기존의 유과 방법과 동일하게 1차 건조한 다음 반데기를 기존의 크기보다 2~10배 작은 0.3~1.5cm x 0.1~0.3cm 크기로 성형 절단한 다음 천연 항산화제로 감마오리자놀을 100~1,000ppm의 농도로 첨가한 튀김유에서 유탕 팽화하고 유탕 팽화한 유과에 초코렛 코팅기로 유과의 외피에 1~2mm 정도의 두께로 초코렛을 도포한 후 고압에 의하여 튀겨진 쌀가루나 쌀튀밥(매화) 또는 견과류를 부착시켜 냉품 건조한 최종제품의 크기가 1.5~2cm(W) x 1.5~2cm(D) x 1.5~2cm(H) 이하의 한입 크기로 조절하여 식감 및 저장성을 향상시키는 것을 특징으로 한다.

③ 제조방법별 구분

아래에 제시한 제조방법은 일괄하여도 효과가 있지만 그 개별 각각의 방법만으로도 제품의 품질 개선에 작용함으로 각각을 신기술이라고 할 수 있다.

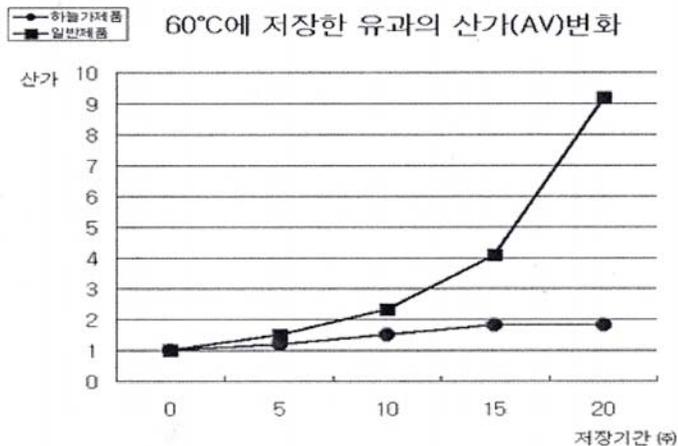
a. 제품의 크기를 조절하여 잔존 산소량을 감소시키는 방법

본 기술은 유과제품 내부의 다공질 조직에 잔존가능한 산소량의 감소를 유도하기 위해 최종제품이 기존의 크기보다 2~10배 작은 1.5cm(W) x 1.5~2cm(D) x 1.5~2cm(H) 이하의 한입 크기가 되도록 조절하였다.

이와 같은 방법을 거쳐 제조된 유과는 유과제품 내부 다공질 조직에 잔존 가능한 산소량이 기존 방법에 의해 제조된 손가락 모양이나 넓적한 큰 산자보다 2~10배 적어 산패속도를 지연시켜 저장성을 연장 시킬수 있으며 한입에 먹을 수 있어 부착시킨 쌀튀밥(매화) 또는 건과류 등이 떨어지지 않아 청결함을 유지할 수 있다. 또한 가스치환 포장을 적용할 경우 탈기 과정에서 기존 방법에 의하여 제조된 유과보다 파손율을 적게 하는 부수적인 효과도 있다.

b. 유탕공정에 천연항산화제로 감마오리자놀을 첨가하는 방법

유과의 제조과정중 유탕팽화 공정에서 사용되는 튀김유에 천연항산화제인 감마오리자놀을 100~1,000ppm의 농도로 첨가하는 방법으로 유과에 흡수된 유지의 산패가 지연되어 유과의 저장성이 증진되는 효과를 얻을 수 있다.



c. 유과바탕에 초코렛을 코팅하는 방법

본 기술은 참쌀을 주 원료로 하는 전통유과의 제조방법에 있어서 유탕팽화한 유과에 분사식 또는 도핑방법을 이용한 초코렛 코팅기로 유과의 외피에 1~2mm 정도의 두께로 초코렛을 도포한후 고압으로 튀겨진 쌀가루나 쌀튀밥(매화) 또는 건과류를 초코렛이 도포된 유과에 골고루 부착시켜 냉풍건조기를 통해 건조한 다음 포장하여 제품화 한다.

이 기술은 전통한과의 단순한 맛을 탈피하여 현대인이 선호하는 초코렛과 건과류의

독특한 맛이 가미되기 때문에 국내는 물론 세계시장에서도 한파를 우리의 고유상품으로 널리 알릴수 있는 계기가 되었으며 특히 인스턴트 식품 및 양과자류에 길들여진 어린이들도 즐겨 먹을 수가 있고 2004년 발렌타인데이와 “2004 서울 국제 식품전”에서 가능성을 확인 할 수 있었다.

라. 기능성 유과제품의 개발

최근들어 국민들의 전통문화에 대한 인식이 새로워지면서 전통유과의 소비가 증가하는 추세이나 내수확대와 수출상품화를 위해서는 주 소비계층과 외국인들의 입맛에 맞도록 맛과 향을 개선하고 외국과자와 차별성을 동시에 현대적 감각에 맞는 제품의 개발이 요구되고 있는 실정이다. 한편 국.내외적으로 성인병 및 노인성 질환이 증가함에 따라 건강지향적인 기능성 식품에 대한 수요 및 시장이 확대되고 있어 전통 유과에도 건강기능성을 부여한다면 전통식품의 부가가치 창출 및 관련 산업의 활성화 등의 측면에서 그 의의가 크다고 할 수 있겠다.

① 녹차유과

- 첨가수준

·약 300 μ m 의 평균 입도 녹차가루가 좋음

·3% 수준의 녹차가 적합함

·참쌀분쇄공정에 첨가가 좋음

·카테킨은 가공중 안정성도 비교적 큰 것으로 알려져 있어서 카테킨류를 녹차유과의 기능성 지표물질로 선정함

- 기능성 검토

녹차는 혈중 콜레스테롤 억제효과, 충치예방 효과, 암 발생 억제 효과, 알콜과 담배에 대한 해독작용, 스트레스 해소효과가 있는 것으로 보고 되고 있다.

② 인삼유과

- 첨가수준

·7% 수준의 첨가물이 우수함

·7% 수준을 넘으면 쓴맛과 바람직하지 않은 향이 증가되어 기호도 떨어짐

·참쌀분쇄 공정에 첨가가 좋음

- 기능성 검토

문헌에 나와 있는 인삼의 효능은 다양하다. 중초약학에는 기를 보호하고 폐를 튼튼히 하며 지라를 좋게하고 심장을 편안하게 해 준다고 하였다. 신농본초경에는 인삼은 오장(간,심장,폐,신장,지라)의 양기를 돋구는 주약으로 사용하고 위장의 기를 열어주며 괄란, 구토, 갈증을 멎게하고 혈맥을 잘 통하게 하여 주며 오래 복용하면 몸이 가볍고 장수한다 하였다. 본초강목에는 비교적 광범위하게 인삼의 효능을 체계적으로 설명하고 있으며 오늘날 주로 활용하고 있다.

③ 키토산유과

- 첨가수준

- 0.3% 수준의 첨가물이 적정 (1%가 우수하나 너무 고가임)
- 파리치기 공정에 첨가가 좋음

- 기능성 검토

키토산은 유기산, 묽은 염산 등의 무기산에 용해되는 제약성을 지닌다. 또한 항균성, 제산성 및 흡착성을 이용한 살충제, 토양개량제, 성장촉진 사료제 등의 농업분야와 생체적 합성을 이용한 의료용 소재와 식품가공분야에도 그 이용성이 증가하고 있다.

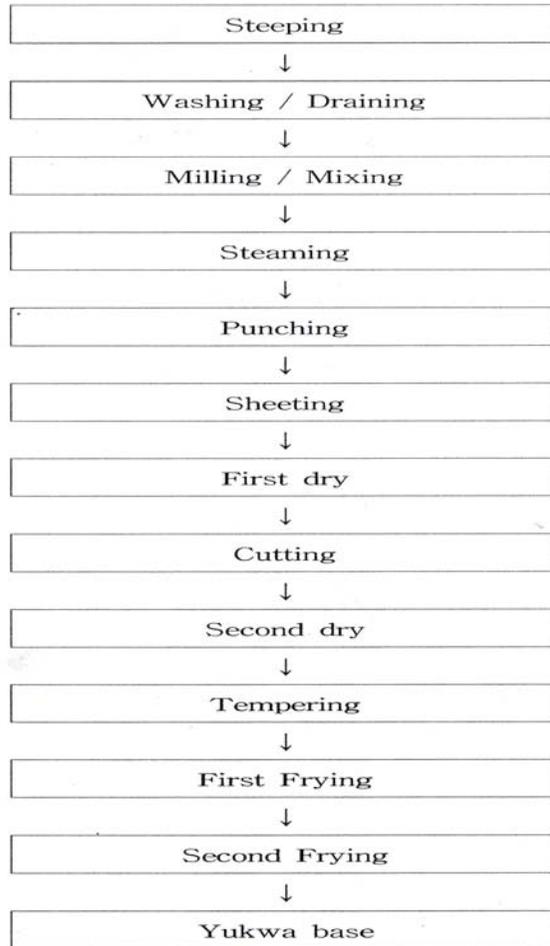
마. 유과의 제조기간 단축과 용수사용 절감의 기술개발

유과는 장시간 침지한 찹쌀을 호화시키고 공기유입, 성형, 건조한 다음 유탕 팽화하여 제조하는 우리나라 대표적인 전통한과이다. 유과의 품질 특성은 찹쌀수침기간, 제분방법, 파리치기와 증자의 조건, 반대기 건조조건 및 부재료의 첨가 등에 따라 달라지며 최근 전통식품에 대한 인식고조로 유과의 소비량이 증가하고 수출가능성도 높아지고 있다. 그러나 이를 위해서는 전통적인 제조공정의 식품 과학적 해석 및 표준화, 저장기간의 연장, 품질향상 및 신제품개발, 대량생산 시스템 구축 등과 같은 문제점들을 검토함으로써 해결방안을 모색해야 한다.

유과의 제조과정 중 수침공정의 기간과 온도는 유과의 품질과 밀접한 관계가 있어 고문헌에 의하면 3~4일에서 20일까지 찹쌀이 ‘골도룩’, ‘문드러질 정도로’, ‘시큼하게’ 또는 ‘썩내가 나도록’ 장기간 침지하는 것으로 나타나 있으나 장기간 수침원인은 명확하게 규명되어 있지 않았으며 찹쌀이 최대 수분흡수율인 40%내에 이르는 시간은 12도에서 2~3시간이면 충분한 것으로 생각해 볼때 유과제조 공정상 장시간을 필요로 하는 침지과정의 목적은 단순히 수분 흡수뿐만 아니라 여러 가지 유효 성분의 용출등으로 추측되고 있다. 또한 수침공정은 장시간을 요구하기 때문에 폐수발생 및 위해 미생물의 번식 등 환경/식품 위생적인 문제 야기 시킬 가능성이 높아 장시간 수침공정의 식품과학적인 해석을 시도하고 수침공정 표준화 및 기간을 단축시킬 수 있는 방안마련에 대한 연구가 필요하다.

유과바탕의 제조는 침지하고 물기를 제거한 다음 roller mill로 2회 습식 분쇄한 다음 수분함량이 50% 정도가 되도록 반죽하여 100도 수증기로 30분간 증자하였다. 증자한 반죽을 250rpm으로 5분간 파리치기를 실시한 후 두께가 $\pm 0.5\text{cm}$ 가 되도록 성형한 다음 60~65°C에서 2시간동안 1차 건조하였다. 건조가 끝난 성형물을 일정한 크기로 절단한 다음 수분함량이 10~18%가 되도록 62~65°C 열풍건조를 2시간동안 2차 건조하였다.

건조가 끝난 성형물(반대기라 칭함)은 PE film bag에 넣어 1주일 동안 숙성시켰다. 그런 다음 100 $\pm 5^\circ\text{C}$ 에서 10~15초간 1차 튀김을 실시하고 165 $\pm 5^\circ\text{C}$ 에서 2차 튀김한 후 1시간 동안 탈유하여 유과바탕을 제조하였다.



Schematic diagram for preparation of Yukwa base

바. 약과의 품질개선을 위한 기술개발

약과는 고려부터 성행된 유밀과에 속하는 우리나라 전통한과의 일종으로서 혼례, 회갑, 제례 등의 각종 의례음식이나 후식 및 명절음식 등으로 사용되는 대표적인 고유의 전통음식이다. 특히 약과는 대량 생산시 원가, 소비자의 기호도, 산업화의 난이도 등을 고려할 때 산업화하기 비교적 용이하고 상품성이 있으며 계 등에 의한 주부들의 한과류 이용에 관한 실태조사에서 소비자들의 기호도가 가장 높은 한과이다.

약과의 일반적인 제조는 재료계근 -> 배합 -> 성형 -> 튀김 -> 집청 -> 냉각 -> 포장으로 이루어진다. 약과는 유밀과중 소비자들의 기호도가 가장 높은 제품으로 제품 내에 11.5% ~28.7% 정도의 지방을 함유하고 있지만 약과의 제조방법이 기름과 시럽으로 반죽하고 기름으로 튀긴후 집청한 시럽에 의해 피막을 형성하였기 때문에 지질의 산패측면에서는 같은 한과류의 일종인 유과에 비해 저장성이 높은 제품이다.

약과는 유통과정중 냉.해동 사이클의 반복 및 수분의 손실로 조직감이 딱딱해지고, 색도 변화, 윤기 감소, 짧은 유통기한 등이 내수 및 수출 상품화에 큰 단점으로 지적되고 있다. 또한 제조법이 생산업체마다 서로 상이하고, 몇몇 기술자의 경험에 주로 의존하고 있어 배합비의 표준화 및 제조공정에 대한 연구가 요구되고 있는 실정으로 최적의 제조공정 설정은 다음과 같다.

① 약과의 제품 다양화 및 반죽 분할량 별 약과의 품질 특성

약과의 제품 다양화의 일환으로 크기별 약과를 제조하여 유지흡수율, 집청흡수율, 조직감 등 품질 특성을 분석하였다. 크기가 작아질수록 유지흡수율은 증가하였고 흡수된 집청량은 약과의 부피에 비례하였으며 조직감은 집청흡수율에 따라 변화하였다.

② 튀김 조건별 약과의 품질특성 및 산화안정성 조사

미강유, 대두유, 옥수수유 등 튀김유 종류별 집청, 비집청 약과의 품질 특성 및 안정성은 저장 중 무게, 색도, 산패도 변화를 분석한 결과 사용한 튀김유의 종류보다는 집청 유무에 따라 약과의 품질 특성이 크게 좌우되었다.

③ 집청조건별 약과의 품질 특성

집청온도를 실온(25℃), 60도℃ 및 105℃로 선정하고 각각 1~6시간, 15~60분 및 30~120초 동안 집청한 약과의 조직감을 비교한 결과 집청 온도가 높아질수록 일정 조직감을 얻는데 필요한 시간이 단축되어 산업적으로 고온에서 단시간 집청하는 것이 바람직 하였다.

④ 기본 약과 공정의 설정

약과제조 공정 중 핵심 공정인 집청 공정의 경우는 집청 온도가 높을수록 바람직한 조직감을 얻는데 걸리는 시간이 단축되었으며 집청 시럽의 점도가 낮아서 균일하고 얇게 집청되고 여분의 시럽의 제거가 용이한 점 등 고온에서 단시간 집청한 제품의 품질이 우수하였다.

바. 유과 제조 설비의 자동화 라인 구축

한과의 특성과 시장의 한계성으로 거의 수작업으로 제작되는 형태로는 다른 시장의 개척과 판매처 개발이 한계에 이르렀다고 판단이 되어 대량생산의 필요성을 실감하고 유과의 대량생산에 노력을 경주하게 되었다

1차적으로 반데기 생산시 자동 절단 기기의 개발과 파리치기 기계의 대용량화를 통하여 반데기 생산량을 대폭 늘리고 2차적으로 교반기(유당 팽화된 유과에 청물과 고물

입히는 과정)의 대용량 자동화기기를 개발하여 1996년 그 제품을 출시하기에 이르렀고 이를 바탕으로 기존 일일 150bx(5kg)에서 최대 400bx까지 생산량을 늘릴수 있었다

이를 바탕으로 물품의 안정적인 공급을 확보하여 대외 신임도를 높인 후 삼성 홈플러스를 비롯한 대형 할인 매장에 진출하여 급격한 사세확장과 매출신장을 이루었다.

사. 국가지정 명인제도

농림수산식품부에서는 우리전통식문화와 전통식품의 계승.발전과 가공기능인의 명예를 위하여 전통식품 명인을 지정하여 보호.육성하는 전통식품 명인제도를 시행하고 있다.

전통식품 명인제도는 독일의 마에스터와 같이 한국전통식품의 장인을 발굴.육성하는 제도로서 당해 전통식품의 조리.가공에 관한 분야에 계속하여 20년이상 종사한 자에게 주는 제도로서 한과분야 최고의 기능인으로 우리나라에는 강원도 최봉석 명인과 경기도 신궁전통한과 김규훈 명인 두분이 있다

아. 한과 체험학교 설립과 한과 박물관 운영

세계최초로 한과를 테마로 세워진 한과문화 박물관. 교육관은 자라나는 우리 어린이들에게 잊혀져가는 우리전통과자인 한과를 알리기 위해 건립된 곳으로 한과의 과거와 현재 그리고 미래에 대한 다양한 정보를 유물전시를 통하여 알리고, 직접 만들어보는 체험교육으로 배울수 있는 한과문화교육의 공간이다.

한가원은 포천의 명소인 산정호수에 자리하고 있으며 전통한과에 대한 혼과 열정으로 우리 아이들에게 바른 먹거리를 찾아주고 세계에 우리 전통식품의 우수성을 알리고자 2008년 4월에 개원하였다.

“세살 입맛 여든 간다”는 말이 있듯이 한가원은 전통식품으로 인스턴트 식품에 위협당하고 있는 우리 아이들을 보호하며 전통음식문화를 바르게 알려주고 또한 전통음식이 갖는 정신과 의미를 계승 발전시키는 공간이 될 것이다

4. 결론

우리나라의 여러 가지 전통식품은 상당수가 주식이라는 개념보다는 큰 잔치나 제사, 계절에 따라 즐기는 계절식, 특별식의 성격이 강한 음식이고 전통한과도 마찬가지로 제조하는 시기와 용도가 정해져 있는 실정이다. 현재의 경제 상황에서는 발전 아니면 소멸이라는 극단적인 선택을 강요받고 있는 것이 오늘의 현실이고 보면 우리의 전통한과도 한정된 수요계층과 시기를 가지고는 힘든 생존경쟁을 해야만 했다. 한과가 발전하여 산업의 한 축으로서 양과자나 서양의 음식들과 당당히 맞서 싸우려면 한과의 대중성 확보와 세계화 추진이라는 명백한 명제에 접하게 된다.

다행히 최근 들어 우리의 경제규모가 커지고 우리의 전통에 관한 관심이 증대 되면서 전통식품 가공분야에도 많은 투자와 관심이 증대되었지만 업계의 영세성에서 오는 한계에 부딪쳐서 큰 성과를 보지 못한 것도 사실이다

- 싸고, 맛있고, 이쁘고, 몸에 좋은 것 - 이 바로 그것이다 라는 사명감을 가지고 80년대부터 꾸준히 노력하여왔고 어느정도 성과도 있었다고 자부하지만 항상 부족하게 생각되는 것이 체계적인 정부의 지원과 열악한 경영여건인 것이었다. 이의 개선을 위해 앞으로 전통한과 협의회와 신지식 농업인회와 함께 더욱 노력을 할 것을 다짐해 본다.

우리의 전통 문화를 세계에 널리 알려 세계인들이 우리 문화의 우수성을 인정하고 우리문화 중 좋은 것을 적극 받아들이도록 하는 것이 우리 민족의 발전이며 또 하나의 지구촌을 만들어가는 시발점이 된다고 생각한다.

- 정부에서도 현실에 맞는 법 적용을 - 전통식품을 보다 나은 세계적인 식품으로 발돋움 하려면 현실에 맞는 법적용이 중요하다고 생각한다. 일본의 교토에는 1,500여 개의 정종소주를 만드는 마을이 있다. 옛 방법을 현실에 맞게끔 가꾸고 다듬어서 세계적인 술로 발전 할수 있었던 것도 시대에 맞게 규격화, 매뉴얼화하여 월계관이라는 세계적인 술로 발전, 연간 1,500억엔의 매출을 올릴수 있었다고 한다.

몇 년 전만 해도 어려움을 겪던 김치 수출전망이 밝은 것도 같은 맥락일 것이다. 우리의 전통문화를 세계에 알리는데도 여러 가지 방법이 있겠지만 그 중에서 우리의 전통한과를 세계속의 과자로 발전시켜 세계인이 한과와 친숙해 지는 것을 사명감으로 삼고 계속 노력해 나갈 것이다