Journal of Digital Convergence
Vol. 17. No. 5, pp. 127-135, 2019

ISSN 1738-1916
https://doi.org/10.14400/JDC.2019.17.5.127

해양음식 관광콘텐츠 개발을 통한 섬 관광 활성화 방안 고찰

이웅규[1*], 홍인기[2]
[1]백석대학교 관광학부 조교수, [2]호원대학교 외식조리학과 겸임교수

A Study on Promotion of Island Tourism through Development of Marine Food Tourism Contents

Woong-Kyu Lee[1*], In-Gi Hong[2]
[1]Assistant Professor, Division of Tourism, Baekseok University
[2]Adjunct Professor, Department of Foodservice Dining Cookery, Howon University

요 약 본 연구는 해양음식 관광콘텐츠를 개발하여 섬 관광을 활성화 하는 방안을 제시하는 것을 연구 목적으로 했다. 섬 관광 활성화는 해양음식 관광콘텐츠를 개발하는 것에서 시작하는 것이 우선이라는 관점에서 선행연구들을 고찰하였고, 관련 사례들을 분석하였다. 이를 위해 본 연구는 국내외에서 발간된 다양한 연구논문과 정기간행물, 정부문서와 신문기사 등을 문헌 고찰하고 사례 분석하였다. 본 연구의 결과, 우리나라 해양음식 관광콘텐츠를 개발하여 섬 관광을 활성화하기 위해서는 해양음식 관광콘텐츠를 섬 관광의 대표적인 콘텐츠로 육성, 고부가가치의 융·복합형 해양음식 관광상품 개발 및 운영, 기존 사업과의 연계를 통한 섬 관광 활성화 정책 추진의 효율화, 섬 관광 패러다임과 관광객의 관광패턴 변화에 부응하는 해양음식 관광상품 개발이라는 방안을 도출하였다.

주제어 : 해양음식, 관광콘텐츠, 섬 관광, 사례분석, 관광상품개발, 음식관광

Abstract The purpose of this study is to suggest a plan to promote the tourism of the island by developing the contents of the marine food tourism. Activation of island tourism should begin with developing marine food tourism content. In the viewpoint that the development of marine food tourism content is a priority, previous studies were examined and related cases were analyzed. For this purpose, this study reviewed and analyzed various literature, periodicals, government documents and newspaper articles published in Korea and abroad. As a result of this study, to develop the marine food tourism contents in Korea and to promote the island tourism, it is necessary to develop the marine food tourism contents as representative contents of the island tourism, develop and operate the high value added fusion food tourism product, And the development of marine food tourism products that meet the island tourism paradigm and changes in tourism patterns of tourists.

Key Words : Marine Food, Tourism Contents, Island Tourism, Case Study, Tourism Producr Development, Food Tourism

*Corresponding Author : Woong-Kyu Lee(unikorea@bu.ac.kr)
Received February 21, 2019 Revised March 30, 2019
Accepted May 20, 2019 Published May 28, 2019

1. 서 론

최근 각광을 받고 있는 섬 관광이 가져다주는 매력 중의 하나는 해양레저스포츠 등의 해양관광 활동뿐만 아니라 섬 지역 특유의 속성을 지닌 술과 음식, 맛 집 등 세계적인 추세인 음식관광을 즐기는 것이다[1,2]. 섬 지역 특성을 그대로 반영한 음식관광 체험은 최근 '먹방'과 '쿡방'의 인기와 더불어 섬 관광 활성화와 연계되고 있다. 호주나 일본과 같은 관광선진국의 경우는 일찍이 섬 지역의 식음료 분야에 역량을 집중하여 해양음식 관광상품 또는 해양음식 관광콘텐츠를 개발하여 왔다[3,4]. 섬 지역의 음식은 일반적으로 깨끗하고 다양한 자연 환경에서 생산되는 질 좋고 다채로운 식재료가 장점이다. 이와 같은 장점 때문에 호주는 2014년에 '나의 맛있는 호주(Restaurant Australia)' 캠페인의 연장선상에서 맥주, 와인 음료와 소고기, 랍스터, 양고기 등을 맛볼 수 있는 기회를 제공하면서 섬 관광 활성화 정책을 추진했다[5,47].

이런 상황에서 본 연구도 해양음식 관광콘텐츠를 개발하여 섬 관광 활성화 정책과 연계하고자 하는 방안을 연구 목적으로 했다. 섬 관광 활성화는 해양음식 관광콘텐츠를 개발하는 것에서 시작하는 것이 우선이라는 관점에서 선행연구들을 고찰하였고, 관련 사례들을 분석하였다. 이를 위해 본 연구는 국내외에서 발간된 다양한 연구논문과 정기간행물, 정부문서와 신문기사 등을 문헌 고찰하고 사례 분석하였다.

2. 이론적 고찰

2.1. 해양음식 관광콘텐츠 개발과 섬 관광 활성화 관계의 이해

여행갈 때의 즐거움 중 하나는 그 땅의 음식을 맛보는 것인데, 섬에는 육지에서 듣도 보지도 못한 식재료와 함께 처음엔 조금 불안해도 한입 먹어보면 빠져버리게 되는 섬 지역 특유의 음식들이 많이 있기 때문이다. 그래서 오래전부터 섬 지역 음식을 즐기는 해양관광객들에게 섬 관광은 매력적인 요인이 되었다. 이에 대부분의 관광선진국들이 자국 내의 섬 관광과 음식관광을 결합하여 외래 관광객에게 각광받는 해양음식 관광상품을 홍보하고 있는 실정이다[6].

섬 관광 활성화 등 차별적이고 독특한 해양음식 관광상품으로 외래 관광객을 유치하고자 하는 관광선진국들은 다양한 해양음식 관광콘텐츠를 개발하고 있다. 이에 우리나라도 최근 섬 관광 활성화 차원에서 다양한 정책을 추진하고 있는 가운데 음식과 식문화를 상품화시킨 음식관광을 도입하고 있다[7]. 특히, 삼시세끼, 톱스타유백이, 섬총사 등의 TV예능프로그램으로 인해 섬에 대한 관심과 해양음식콘텐츠 개발 열풍이 불고 있다[8,9]. 자연의 체취가 살아 있고 독특한 식재료와 특유의 음식문화의 전통을 간직하고 있는 섬 지역 관광뿐만 아니라 보이지 않는 섬의 진짜 모습 등을 예능 프로그램을 통해 볼 수 있어서 섬 지역 음식관광이 더욱 각광을 받고 있다.

결국 해양음식 관광콘텐츠 개발은 천혜의 자연환경을 자랑하며 사시사철 외래 관광객을 불러 모을 수 있는 섬 지역이 기존의 틀에 박힌 관광지에서 벗어나고 싶어 하는 관광객들의 변화 욕구를 충족시킬 수 있는 새로운 대안관광이 된다는 점에서 적극적으로 고려할 시점이다. 이는 섬을 지니고 있는 대부분의 지자체가 문화, 맛집, 축제 등을 입혀 관광콘텐츠 다변화를 시도하고 있는 데서도 확인된다[10,42].

최근에는 특히 차별화된 관광콘텐츠에 관심을 갖는 특수목적관광객(SIT, Special Interest Tourist)이 증가[43-44]하면서 이들의 입맛을 충족시키기 위한 지자체의 음식관광 상품 개발과 홍보가 주된 이슈가 되고 있다. 여행에서 빼놓을 수 없는 '음식(Food)'이 지역의 핵심적인 문화관광콘텐츠가 되고 있어서 특정지역의 음식을 섭취하는 것은 문화를 체험하는 것이 될 수 있어서 그 중요성은 더욱 강조되고 있다[11]. 이런 사례는 섬 지역에 있어서는 더욱 두드러지게 나타난다. 왜냐하면, 섬을 방문하는 방문객의 직접적인 지출을 유도할 뿐만 아니라 섬 지역의 특산물인 농수산물을 식재료로 활용함으로써 섬 지역 경제 활성화에 직접적으로 기여를 한다는 점이 음식관광이 각광받는 주된 속성이자 장점이 되고 있기 때문이다[12].

최근 음식관광 콘텐츠야말로 소외되고 낙후된 지역 관광산업을 견인할 핵심 관광콘텐츠가 된다는 점에서 대표적인 개발낙후지역인 섬을 중심으로 곳곳에서 섬 고유의 식재료를 활용한 음식을 핵심 관광콘텐츠로 개발하기 위한 노력들이 다양하게 추진되고 있다[13,14]. 태풍과 가뭄 등의 변화무쌍한 이상기후, 그리고 척박한 토지로 인해 안정적이지 못한 식재료 생산은 섬이라는 지리적 특수성 탓에 육역으로부터 다양한 지원을 공급받기도 어려웠기 때문에 섬 고유의 음식문화 환경을 잘 간직해왔을 뿐만 아니라 고유의 전통음식문화를 간직할 수 있었다[15]. 이에 최근에는 섬 지역 고유의 음식문화를 활용하여 음식 관련 축제로 개발함으로서 섬 지역경제 활성화와

지역발전을 견인하고 있다[16]. 섬 지역 특산물에 체험 프로그램을 곁들인 '흑산도 홍어축제', '우도 소라 축제', '최남단 모슬포 방어 축제', '강화 새우젓 축제', '보목 자리돔 축제', '추자도 참굴비 축제' 등에 매년 외래 관광객의 방문이 이어지고 있다. 최근에는 단순 행사위주에서 벗어나 섬 지역의 식재료와 현지 식당, 유명 셰프들을 주제로 한 복합적인 음식 축제로 진화하고 있다.

2.2 섬 관광객의 특성과 행태 연구

일반적으로 해양관광 추진요인은 선행연구에서 공통적으로 언급되었던 모험성(adventurousness)의 추구, 새로운 것에 대한 추구(novelty), 일상에서의 도피(escape) 등이 있는데[17-19,40,41], 해양관광객들에게 있어서 섬은 낭만과 고독의 상징이자 떠나고 싶은 공간이며, 또 다른 삶터이자 쉼터이기 때문에 각광을 받고 있다. 특히, 섬을 둘러싼 연안과 갯벌은 생물다양성이 풍부한 생태자원의 보고(寶庫)이고, 아름다운 포구와 함께 오랜 침식작용으로 형성된 해식애(海蝕崖)·파식대(波蝕臺)·시스택(sea stack), 그리고 육지에서는 보기 힘든 희귀동·식물이 절경을 연출하면서 섬의 풍성한 특산물과 식재료를 바탕으로 발달한 독특한 음식, 정감어린 사투리·섬 민속과 이야기 등이 어우러져 섬 관광객의 문화적 욕구와 다양한 변화 욕구를 충족시키고 있다[15].

이는 과거에 섬이 환해성(環海性)·격절성(隔絶性)·협소성(狹小性)의 특징으로 인해 고립되고 낙후된 한계지역으로 인식되었다[14]. 이후 관광객의 변화욕구와 더불어 삼시세끼, 섬총사 등의 섬 관련 예능TV프로그램이 인기를 끌면서 조용하고 한적한 섬이 최고의 여행지로 주목받고 있다. 하지만 섬 관광이 고유성·계절성·접근성·고비용성·가변성의 특징을 지니고 있어서[20-23], 섬 관광객의 기본적인 특성과 행태는 첫째, 섬만이 지니고 있는 섬 고유의 문화·역사·생태·경관 등의 가치와 매력을 경험하는 것을 기본으로 한다. 격리성의 역설(paradox of isolation)롤 표현되는 섬의 고유성은 사실상 오랜 동안 육지와 격리되어 있음으로 인해 나타난 생태적·문화적 차이를 의미한다. 둘째, 섬 관광이 주로 여름철에 집중되어 계절성으로 인한 바가지 상행위가 매년 행해짐에도 불구하고 바캉스 휴가가 대부분 여름철에 집중되어 있어 휴가분산 정책이 추진되는 상황이다. 셋째, 섬 지역은 접근성과 기상관계가 좋지 않을 때는 방문하기 어려운 특성이 있어서 가변성이 높은 관광상품이 되고 있다. 넷째, 섬 관광이 육지에서 행해지는 관광에 비해 상대적으로 경제성이 낮아 섬 전문 여행사 및 섬 관광 패키지 상품이 비교적 많지 않다는 점에서 적극적인 대응책이 필요한 상황이다.

이와 같은 장애요인에도 불구하고 섬 관광은 최근의 관광 트렌드를 반영하여 섬 관광이 각광받고 있다. 섬 관광객이 증가하고 있는 것은 육지와는 전혀 다른 성격의 섬 환경이 복잡하고 바쁜 도시의 삶에 지친 방문객들에게 치유의 마음과 위로의 시간을 제공할 수 있기 때문이다[8].

2.3 해양음식관광콘텐츠 개발의 사례 분석

2.3.1 국내의 사례

2.3.1.1 전남 신안군

전남 신안군은 1004개의 섬, 일명 천사의 섬이라는 천혜의 바다 자연환경에서 나온 질 좋은 지역 특산물을 활용하여 음식 메뉴를 개발하고 그것을 위해 섬 마다 특색 있는 로컬푸드 식당을 만들기 위해 노력하고 있다[24]. 대표적인 식재료로는 수산자원인 흑산 홍어, 병어, 우럭, 민어, 간재미, 숭어, 전복 등이 있고, 갯벌과 내륙, 근해 양식 사업으로는 뻘낙지, 왕새우, 김 등이 있다. 갯벌이 다른 지역에 비해 미네랄이 풍부하고 부드러워서 산 낙지, 세발낙지의 품질이 뛰어나지만 무안뻘낙지, 목포세발낙지 같은 관광스토리텔링을 선점당한 실정이다. 이에 별다른 별명이 없어서 최근에서야 겨우 간재미축제로 명맥을 유지하고 있다. 이에 신안군은 물량이 전국 다섯 손가락 안에 들어가는 고추, 마늘, 대파, 양파, 시금치(섬초) 등의 식재료를 활용하고 압해배, 포도, 쌀, 브로콜리, 무화과, 석류, 백년초 등 육지(뭍)에서 나는 주요 농산물을 적극 활용할 필요가 있다[25].

또한 해양관광스토리텔링을 위해 '세종실록지리지'와 정약전의 '자산어보'에 실린 '홍어 중의 홍어' 흑산 홍어를 스토리로 개발하고 우럭, 감태, 병어, 뻘낙지, 전복, 대하, 돌돔, 농어, 새우젓 등 미네랄이 풍부한 각종 해조류를 음식관광콘텐츠로 발굴할 필요가 있다. 무엇보다 신안서 나는 천일염이 세계적인 브랜드로 손색이 없다는 점[26]에서 적극적인 해양음식 관광콘텐츠 개발을 할 시점이다. 특히, 통치(민어새끼), 민어, 참숭어, 우럭, 농어, 조기 등을 자연풍(해풍)에 말려 찜을 해먹거나 고추장에 박아서 장아찌로 만들어 사시사철 먹었던 건정에 대한 해양음식 관광스토리텔링을 발굴할 필요가 있다[45]. 이는 정약전이 자산어보에서 민어를 '맛이 담담하고 좋다. 날것이나 익힌 것이나 모두 좋고 말린 것은 더욱 몸에 좋다'고 기록한 것과 1938년 8월 6일 발행된 매일신보에서 민어요리를 '쇠고기 대신으로도 고만'이라는 제목으로 '말린

민어를 먹으면 사람에게 극히 몸을 보하는 보약이 된다.' 고 자세히 소개한 것 등을 해양음식 관광스토리텔링으로 개발할 필요가 있다[27]. 신안 증도에는 신안 건정 하늘물고기를 만드는 영농조합이 있는데, 하늘물고기란 '높이 매달아 말린다.'는 의미로서 이곳에서 민어를 비롯해 우럭, 농어, 참숭어 등 건정 제품을 만들어 내고 있다. 이와 같은 하늘물고기를 비롯해 건정과 같은 해양음식 관광스토리텔링과 신안군의 로컬 푸드에 대한 신메뉴 개발과 식단 개발, 지역관광 자원 개발 등으로 섬 관광을 활성화 할 필요가 있다.

2.3.1.2 제주도

2015년부터 제주도와 제주관광공사는 청정 제주산 식재료와 국내 인기 식당 메뉴를 결합한 맛의 향연을 매년 9~10월 '코릿 제주 페스티벌'을 통해 선보이고 있다. 한국(KOREA)과 먹다(EAT)를 합친 코릿(KOREAT)은 최고로 인기 있는 국내 식당들의 메뉴를 제주라는 섬을 배경으로 맛보게 하는 대규모 미식 페스티벌을 말한다. 참여 식당은 미식 전문가 100명이 맛으로만 평가해 엄선한 톱 50곳으로서, 그들이 1년 간 다녀왔던 식당, 베이커리, 술집, 카페, 바(bar) 가운데서 선정된 곳이다. 선정된 50곳의 식당들은 대표 메뉴를 푸드트럭을 통해 판매하고 있는데, 그 이유는 방문객들이 부담 없고 손쉽게 즐길 수 있도록 하기 위해서이다. 2015년에 이어 2016년에는 제주 맛 집 30곳도 선정하여 제주 음식문화를 홍보하는데 기여하였으며, 제주라는 섬이 가져다주는 장소적 특성과 푸드트럭이라는 독특한 형태로 예약 없이 인기 식당들의 음식을 즐길 수 있다는 흥행 요소들이 결합하면서 매년 입장권이 매진되는 사례를 남기고 있다. 제주 방어 해체쇼(show)는 해설을 곁들였고 프렌치요리는 제주 식재료를 이용해서 시연하는 등 요리 과정 전체를 직접 눈앞에서 보는 엔터테인먼트적 요소를 곁들임으로써 시각, 후각, 청각 등을 동시에 충족시켜 미각을 극대화 시키는 경험을 선보이고 있다[28,29].

2016년 5월부터 매해 '제주 푸드 앤 와인 페스티벌'도 개최하고 있다. 제주의 다양한 청정 농·수·축산물을 활용하여 국내·외 최정상급 스타 셰프들이 맛있는 요리들을 선보이는 미식 페스티벌로, 제주도내 대학 조리학과 출신 전문 인력을 양성한다는 의미로 학생들이 함께 참여하는 프로그램을 개발한 상태이다. 제주산 식재료를 활용하여 국내·외 유명 셰프들이 독창적인 요리를 선보이는 '가든 디너'와 요리 과정을 직접 시연하는 '그랜드 키친 위드 마스터즈', 제주도내 맛 집을 소개하는 '제주고메위크' 등이 주요 프로그램이 되고 있다. 특히 제주고메위크 프로그램 일환으로 유명 셰프들과 도내 셰프들이 특별 콜라보레이션 메뉴를 개발해 선보이면서 미식 관광객들의 인기를 끌고 있다. 또한 빙떡, 오메기떡, 순대, 돔베고기 등 제주 전통음식을 비롯해 제주산 치즈·우유. 감귤쥬스 등의 무료 시식행사 진행과 함께 제주의 향토음식, 청정 식재료 가공품까지 홍보하고 있다[30].

제주도처럼 독특한 특산물과 식재료로 전통적인 음식문화의 매력을 이어 온 제주의 장점을 앞으로도 더욱 강화하여 해양음식 관광콘텐츠를 관리 운영함으로써 제주섬 관광을 활성화 할 필요가 있다. 이는 제주를 찾는 외래 관광객들이 제주도를 '음식관광'의 섬으로 인식할 수 있도록 하는데 더욱 기여할 것이며 동시에 제주관광의 질적 성장을 도모하는데도 이바지할 것이다[31].

2.3.2 해외의 사례

2.3.2.1 대만

아름다운 자연경관을 지닌 대만은 부속 섬들도 독특하고 다양한 매력을 지니고 있다. 2018년을 '대만 여행의 해'로 선포한 대만 정부가 직접 선정하고 발표한 대만 10개 섬은 수많은 관광객에게 섬 관광의 매력을 제공하고 있다[32,48]. 17가지 돌고래를 만날 수 있는 구이샨다오(龜山島)는 대만유일의 중국 종려나무(蒲葵)를 볼 수 있는 기회와 함께 해안가의 식당에서 갓 잡힌 신선한 해산물 요리를 맛볼 수 있다. 해초빙수가 유명한 뤼다오(綠島)는 해저 온천욕을 즐길 수 있는데, 짭조름한 해초와 얼음이 만나 더위를 잊게 해 주는 피서음식으로 유명하다. 특히, 땅콩과 쌀가루에 물을 섞은 반죽에 파와 소금을 첨가하여 땅콩기름으로 부친 전병요리가 유명한 땅콩전(花生茨粿)-첸궈(茨粿)는 밤에만 문을 여는 양고기 화로 요리도 유명하여 외래 관광객이 반드시 먹어봐야 할 먹거리가 되었다. 더불어 음식점에 모두 '따거' 관련 크고 작은 상품들을 판매하고 있는 '따거(형님, 大哥)' 주제 상점도 있다. 뤼다오에 있는 신생훈련소에는 지난 1951~1965년 사이 수용된 정치범들의 감옥으로 냉전시대 아시아를 대표하는 반공사상을 개조한 수용소로 유명한데, 이곳에서는 감옥 배식 체험도 가능해서 배식 메뉴인 강도덮밥, 방화덮밥 등의 재미있는 명칭의 먹거리를 스토리텔링과 함께 즐기게 구성해 놓았다[46].

한편, 자연이 만든 동굴과 경치를 감상하며 걸어 보는 최고의 힐링이 가능한 휴양 코스가 일품인 란위(蘭嶼)에서는 새벽에 일어나 일출을 감상하고 홍두촌(紅頭村)에 있는 아리게이 식당에서 다양한 스토리텔링이 있는 날치

요리와 함께 오후가 되면 예인 지하가옥을 들러서 야메이족 선조들의 생활 지혜를 체험하게 해놓았고, 쏟아질 것 같은 아름다운 유성들을 저녁에 마무리하며 즐길 수 있다. 또한, 스쿠버다이빙의 천국 샤오리우치우(小琉球)의 먹거리로는 오징어 본연의 맛을 살린 대만 섬 요리 방식으로 만들어진 오징어 요리와 벌집새우요리가 이곳의 대표 메뉴가 되고 있다. 이외에도 이곳의 대표 명물로 꽈배기와 고구마 과자(蜜仔番薯糖)가 있다.

치메이다오(七美島)는 특상품인 전복과 아포고기쫑(阿婆肉粽), 비늘푸딩, 토종닭, 산양고기, 땅콩, 달걀 등 다양한 현지생산 먹거리들이 가득하고, 대만에서 가장 오래된 등대가 있는 위윙다오(漁翁島)는 미식 천국으로 유명하다. 대표적인 '전토우빙'은 어부들이 뱃일하러 갈 때 체력을 보충해주는 보양식으로 오래전부터 발달했다. 특히, 신선하고 달콤한 샤오관멘셴과 와이안이바오 모두 어부들의 아침과 점심식사로 먹었던 음식이 유명한데, 삶은 땅콩요리로 풍부한 수분과 땅콩 고유의 향이 가득한 '백막땅콩(白膜花生)'이 대표적 음식이 되고 있다. 지베이다오(吉貝島)는 계절마다 다른 해산물들로 인해 미각 여행이 시작되는 곳으로 유명한데, 최근에는 젊은 사람들에게 대형 조개껍데기에 담긴 과일 빙수를 개발하여 여름철 인기 메뉴로 각광받고 있다. 실감나는 소총 사격 체험장이 있는 례위(烈嶼)는 타로빙수(芋頭冰)가 유명한데, 이는 례위섬에서 품질 좋은 토란이 생산되기 때문으로 타로(토란)로 돼지고기 통조림, 버터로 튀긴 디저트와 찜 요리 등을 다양하게 먹을 수 있다. 그래서 관광객들이 꼭 먹어야 하는 먹거리가 된 타로 빙수는 례위섬 용사요새 광산테마파크(烈嶼勇士堡地雷主題館) 옆 3층의 핵심음식 관광콘텐츠가 되었다. 마주제도에서 가장 아름다운 해안의 동쥐도(東莒島)에서는 조개와 두부를 동쥐인들이 친척을 방문하러 갈 때 꼭 가지고 가는 선물인데, 수박, 히비스커스 꽃, 조개, 두부를 거광사보(莒光四寶)라 하기 때문에 수박은 달고 시원하며 히비스커스 꽃은 시고 단 맛이 풍부하며, 품질 좋은 조개와 손으로 만든 두부는 식감이 뛰어난 것으로 유명하다. 푸른 눈물이 있는 베이간(北竿島)에는 미식가들에게 유명하며 마주의 전통 부락을 온전히 보존하고 있는 마을로 유명한 천삐가 있으며, 마주의 가장 전통적인 본고장의 맛을 느낄 수 있는 라오지우미엔씨엔(老酒麵線)이 있다.

대만에서는 오직 그 섬에서만 즐기고 만날 수 있는 독특한 관광꺼리가 넘친다는 점을 활용한 섬 관광 홍보 전략을 극대화하고 있다[32]. 대만의 아름다운 섬 관광을 음식관광과 연계하면서 아름답고 깨끗한 자연이 기다리고 있는 매력적인 10대 섬으로 활용하는 정책을 벤치마킹하여 우리나라 섬 지역 특유의 고유 음식관광콘텐츠를 발굴하여 섬 관광 활성화를 꾀할 필요가 있다.

2.3.2.2 일본

일본은 섬 지역의 식재료를 활용한 독특한 전통 요리를 재검토하면서 창작요리를 개발하는 것에 지역의 이해관계자가 연계될 수 있도록 적극 지원하고 있다[49]. 특히, 섬 지역의 농수산자원을 활용한 신상품 개발 등 6차 산업화의 활동지원을 통한 섬 관광의 비즈니스 전개를 도모하기 위해 농림어업자와 관광사업자를 연계하고 있다[47]. 또한 FAO(국제연합식량농업기구), GIAHS(세계중요농업유산)에서 인정받은 사도(佐渡), 노토(能登) 지역에 대해서는 지역 농림수산물의 브랜드화, 상품개발 및 관광 진흥 등의 활동을 지원함으로써 지역발전을 동시에 도모하고 있다[33].

방일 관광객의 만족수준을 극대화 하기 위해 일본 전통의 음식문화 및 기타 생활 문화, 관광산업 등에 대한 홍보를 강화하고 섬의 특색을 살린 매력 있는 상품을 개발하는데 집중하고 있는 점을 벤치마킹할 필요가 있다. 특히, 일본정부가 섬 지역의 특산품을 통해 일본의 관광 매력을 해외에 홍보하고, 일본 방문을 촉진하기 위해서 '매력 있는 일본 특산품 콘테스트'를 개최하는 것을 체계적으로 분석할 필요가 있다. 일본 특산품 콘테스트는 'Traditional JAPAN 부문'과 'Cool JAPAN부문' 2개의 특별상으로 구분되는데, 15개 국가 및 지역상으로 편성하여 외국인 관점에서 디자인 및 품질 등이 매력적인 특산품을 선정하여 시상하고 있다. 또한, 수상 상품은 간사이, 나리타, 중부 및 하네다 국제공항 내에서 판매되고 있으며, 해당 지역의 특산품 산업자원을 활용하여 중소기업들이 신상품 개발을 실시하는 등 관련 상품의 시장화를 위한 종합적인 지원을 한다는 점을 활용해야 한다[34].

특히, 관광입국추진기본계획(2012. 3. 30 각의결정)에 의거하여 일본 정부는 관광촉진을 위한 환경정비의 일환으로 새로운 관광분야를 개척하였는데, 음식문화 등을 관광자원으로 활용하기 위한 뉴투어리즘(new tourism)을 추진하고 있다. 특히, 음식과 관련해서 각 지역의 기후 풍토가 다르다는 점에 착안하여 전통 향토요리를 시작으로 'B급 구르메' 및 지역 술 등 음료도 음식관광 콘텐츠로 개발하고 있는 실정이다. 일본 사례처럼 각 지역의 음식 매력을 방문 관광객에게 홍보하기 위한 이벤트 및 브랜드화에 대한 지원을 확대하고, 일본 정부의 음식관광콘텐츠 개발에 대한 다양한 지원방안과 프로그램을 벤치마킹하여 적극적으로 활용할 필요가 있다.

3. 해양음식 관광콘텐츠 개발을 통한 섬 관광 활성화 정책

3.1 해양음식 관광콘텐츠를 섬 관광의 대표적인 콘텐츠로 육성

해양음식 관광콘텐츠를 섬 관광의 대표적 콘텐츠로 육성하기 위해서는 기존의 섬 관광의 수용태세를 개선하기 위한 인프라 조성 등의 하드웨어(hardware) 접근방식에서 벗어나 콘텐츠 및 행사정보 등의 프로그램 소프트웨어(software) 중심의 음식, 민속 등 역사문화자원을 섬 관광의 대표적인 콘텐츠로 육성해야 한다.

섬 고유의 전통 해양음식을 킬러 콘텐츠(killer contents)로 육성하기 위해서는 매력적이고 독특한 식재료로 만들어진 해양음식자원을 보유한 섬을 음식관광 명소로 육성하기 위한 정책 사업이 추진되어야 한다. 더불어 이러한 정책 사업과 연계된 실질적인 해양음식 관광상품화를 위한 지원을 대대적으로 확대할 필요가 있다. 왜냐하면 독특한 매력을 지닌 섬 지역의 음식자원은 섬 관광의 대표적인 경쟁력이기 때문이다. 즉, 음식자원을 보유한 섬 지역의 역사, 문화콘텐츠와의 연계를 통한 관광 코스화 및 상품화 등 정책 추진이 섬 음식관광 상품화의 완결성을 추구하기 때문이다[35].

섬 지역의 대표적인 특정 먹거리를 주제로 한 음식관광상품을 개발하고 지정하는 수준에서 탈피하여 음식을 매개로 섬 지역의 다양한 볼거리, 체험거리, 살거리, 놀거리, 이야기 거리를 연계하여 관광스토리텔링화 하고, 섬의 대표적인 해양음식자원을 소재로 지역을 해양음식 관광 목적지로 명소화 하는 체계적이고 전략적인 접근이 반드시 필요하다.

3.2 고부가가치의 융복합형 해양음식 관광상품 개발 및 운영

해양음식자원을 매개로 다양한 볼거리, 체험거리, 살거리, 놀 거리, 이야기 거리를 연계한 고부가가치 융복합형 관광상품 개발을 위한 정책 추진 기반을 마련할 필요가 있다. 이를 위해 공공 및 민간 영역에서 개별적으로 접근한 섬 지역의 음식관광 관련 체험 프로그램 및 음식 관련 시설 등을 연계해야 한다. 왜냐하면, 해양음식 관광상품과 관련된 다양한 분야를 고부가가치화 할 기반을 조성하기 위해서 필요하기 때문이다. 특히,, 해양음식 관광상품 정책 추진 과정에서 지역의 수산업, 문화관광산업, 전통어로체험산업, 기타 음식과 관련한 농특산물 및 어업 분야에 미치는 다양한 분야의 경제적 효과를 제고할 필요가 있기 때문이다[36]. 해양음식 관광상품 개발을 통한 경제적 효과가 섬 지역의 유관산업에 긍정적인 효과를 미칠 수 있는 방향으로 산업간 연계를 강화해야 한다. 이는 클러스터 조성을 통해 해양음식 관광콘텐츠의 고부가가치화를 유도할 수도 있기 때문이다.

3.3 기존 사업과의 연계를 통한 섬 관광 활성화 정책 추진의 효율화

해양수산부, 문화체육관광부, 농림축산식품부, 농촌진흥청 등 해양음식관광개발과 관련한 유관기관에서 추진되고 있는 기존 정책 사업과 연계를 통해서 정책 추진의 효율성을 제고할 필요가 있다. 이는 섬 지역의 해양음식자원 발굴, 홍보, 관광 상품화, 해양음식자원의 기념품화, 전문인력 육성 등 해양음식 관광콘텐츠와 관련한 영역에서 참여 주체간 협력 체계를 강화하는데 크게 기여할 것이기 때문이다[37]. 따라서 해양음식 관광상품 및 콘텐츠 개발 정책 추진의 실효성 제고를 위해서는 해양음식자원을 핵심 주제로 하여 다양한 활동이 가능한 섬을 중심으로 한 공간 단위의 관광 상품화의 사업연계가 전제되어야 한다.

즉, 기존의 단편적인 해양음식관광 체험 프로그램에서 탈피하여 특정한 섬 관광목적지에서 그 지역의 대표적인 음식을 주제로 한 전통어로체험 등의 다양한 관광 활동을 제공하기 위한 해양음식관광 명소화를 위한 공간을 조성할 필요가 있다[38]. 이를 통해 기존에 추진되고 있는 다양한 섬 관광프로그램과 연계하여 해양음식 관광상품의 가치를 극대화 하는 등의 정책을 추진하여 섬 지역 음식관광 사업을 효율적으로 추진해야 한다.

3.4 섬 관광 패러다임과 관광객의 관광패턴 변화에 부응하는 해양음식 관광상품 개발

최근 관광패턴이 체험형, 참여형으로 변화하고 개별여행자(FIT)가 증가함에 따라 관광 일정에서 다양한 음식 체험에 대한 요구가 증가하고 있다[7,11]. 특히, 최근의 TV예능프로그램의 먹방과 쿡방이 유튜브와 페이스북 등의 소셜미디어 상으로 음식관광의 대중화 및 예능화가 이어지면서 거의 모든 관광의 정석이 되어버린 '음식'이 새로운 핵심 관광자원으로 부각되고 있다[8].

과거 섬 관광객의 이동은 행정구역을 초월해서 이루어졌는데, 이제는 해당 섬 지역에서 음식을 중심으로 관광활동이 이루어져 체험 및 숙박 등 섬 행정구역 단위를 중심으로 체류형 체험관광 방식으로 관광패턴이 변화하고 있다. 이는 섬을 중심으로 섬 관광객의 관광활동이 이루어진다는

점에서 섬 지역의 해양관광자원 및 시설을 연계하는 종합서비스 제공시스템 구축이 필요함을 요구하고 있다[13].

섬 지역을 중심으로 한 해양음식 관광콘텐츠의 패키지화에 대한 요구가 증가한다는 점에서 이에 대응한 매력적인 해양음식 관광콘텐츠를 주제로 한 연계상품과 코스를 개발하는 것이 시너지를 제고하고 체류 관광객을 늘리는 방안이 될 것이다[39]. 특히, 우리나라는 각 지역의 섬 별로 고유한 음식자원을 보유하고 있으나, 관광수요를 창출하는 데 한계를 갖고 있기 때문에 매력적인 해양음식 관광콘텐츠를 보유한 섬 지역의 다양한 콘텐츠 간 연계를 통하여 섬 관광객에게 다양한 먹거리와 체험거리를 연계하는 전략적인 접근을 해야 한다. 즉, 섬 지역에서 개발한 해양음식 관광콘텐츠 및 프로그램의 종합적인 패키지화를 통해서 섬 지역의 체류형 해양음식 관광상품 개발 및 마케팅을 추진해야 한다.

4. 결 론

최근 해양을 둘러싼 국가안보와 평화가 한층 더 요구되는 시점에서 낙후되고 소외된 도서(섬) 지역 주민들의 정주환경 개선에 기여할 수 있는 섬 관광 활성화는 주요한 정책 수단이 될 수 있다. 한반도에 치명타를 주었던 열강은 모두 해양세력이었고 그들은 자국의 해양관광콘텐츠, 특히 음식과 관련된 문화의 다양성을 통해 세계적인 섬 관광지를 창출하고 있다. 이에 본 연구도 우리나라 해양음식 관광콘텐츠를 개발하여 섬 관광을 활성화 하고자 해양음식 관광콘텐츠를 섬 관광의 대표적인 콘텐츠로 육성, 고부가가치의 융·복합형 해양음식 관광상품 개발 및 운영, 기존 사업과의 연계를 통한 섬 관광 활성화 정책 추진의 효율화, 섬 관광 패러다임과 관광객의 관광패턴 변화에 부응하는 해양음식 관광상품 개발이라는 방안을 도출하였다.

오늘날도 중·일, 한·일, 한·중 간에 해양 문제가 얽혀있고 일본의 독도 만행은 현재진행형이다. 일본이 일상으로 독도를 들고 나오는 시점에서 우리는 차분하게 독도 관련 섬 관광을 활성화하고 독도 새우 등의 음식관광콘텐츠를 개발하는 여유를 가져야 한다. 미국이 태평양으로 돌아왔고, 이에 따라 중국과의 해양 팽창 대결은 향후 가공할 만한 수준에서 진행될 것이라는 점에서 정약용이 <경세유표(經世遺表)>에서 갈파한 것처럼 '섬이야말로 우리의 미래 부(富)의 원천'이라는 점을 명심해 차분하게 섬 관련 정책을 추진해야 한다. 그런 면에서 해양에 대한 글로벌 의제를 바다를 통한 수온 상승, 기후환경 변화, 자원 고갈과 해저자원의 개발과 보호, 태풍·쓰나미 등 자연재해, 종(種)다양성 보존, 저탄소 녹색성장, 극지의 지속가능성 등으로 바뀐다는 점을 고려하여 해양음식 관광콘텐츠를 개발하여 섬 관광 활성화 정책을 추진해야 할 때이다. 미국의 해양대기청(NOAA·노아)처럼 기후와 해양은 일심동체가 되어가고 있으며, 이는 세계적 추세이다. 따라서 기후에 영향을 많이 받는 분야 중의 하나가 음식문화라는 점에서 섬 지역의 해양음식 관광콘텐츠를 개발할 때에는 통합적인 해양도서 정책의 원대한 계획 속에서 해양음식 관광콘텐츠 개발을 반드시 글로벌 의제를 해결하는 동일선상에서 다루어야 한다.

국가경쟁력 향상과 국토균형발전을 대전제로 삼아야 하는 섬 관광 활성화 정책은 해양음식 관광콘텐츠 개발을 통한 관련 산업의 경쟁력 강화를 지향해야 함은 너무나도 당연한 일이다. 하지만 해양음식 관광콘텐츠라는 것이 우리 국민들의 총체적 생활방식을 반영하는 문화적 가치를 지닌 만큼, 그 정책 역시 공리성과 비공리성 모두를 포괄하는 총체성과 균형성을 유지해야 한다. 따라서 섬 관광 활성화 정책 관련 논리를 정치·경제·사회논리에 복속시키려는 도구주의적 해양도서관(海洋島嶼觀)은 섬 관광 활성화 정책의 기획·수립·집행과정에서 유념해야 할 사항으로서 수단이 아닌 생활과정으로서의 해양음식 관광콘텐츠 개발에 대한 정책적 담론을 다루어야 한다. 특히, 해양음식 관광콘텐츠 개발을 통한 섬 관광 활성화 정책연구에 대한 향후 연구는 섬사람들의 삶과 일상, 그리고 그들의 세계에 대한 인식이 음식으로부터 시작하여 음식으로 귀결된다는 식(食)문화적 사고를 기초로 하여 색다른 식재료를 제공하는 해양도서의 관광·산업적 연구 성과들에 의해 지속적으로 보완될 필요가 있다.

REFERENCES

[1] S. H. Oh & K. S. Ko. (2005). Importance Performance Analysis of Attractiveness Assessment for Island Tourism Destination: A Case of Jeju Island. *Korean Journal of Tourism Research, 19(3),* 45-58.

[2] S. H. Oh & K. S. Ko. (2006). Attractiveness of Islands as Tourist Destination: A Comparative Study of Jeju in Korea and Okinawa in Japan. *Tourism research, 30(2),* 201-216.

[3] H. G. Gwak, N. O. Kim & J. I. Kim. (2008). Study on Developing Ecological Tourism Program in Ocean Esources: Case Study on Tideland in Jeonnam

Province and Marine Village. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research, 22(2),* 227-243.

[4] M. C. Kim & H. J. Jang. (2008). A Study on the Attraction Factors with the Type of Tourism Contents of Small Island in Korea: A Case of Bogildo, Sunyudo, and Udo. *Tourism & Leisure Research, 20(4),* 123-137.

[5] Australia Tourism Agency Launches 'My Delicious Australia' Travel Campaign. (2014. 9. 24). No Cut News.

[6] J. S. Cho. (2009). Strategies for promoting the sustainable island tourism through the analysis of tourist behaviors : in case of Cheongsando, county Wando, Korea. *Journal of The Korean Regional Development Association, 21(4),* 151-176.

[7] D. S. Lee. (2013). The effect of motive and involvement on the satisfaction and participation activity in food tourism. *Korean Journal of Tourism Research, 28(5),* 325-342.

[8] H. S. Park & E. K. Jang. (2017). Semiotics Analysis of Island Tourism in TV Real Variety Entertainment Program. *Korean Journal of Tourism Research, 32(3),* 159-175.

[9] K. H. Ha. (2017). A Study on Development of Island Tourism. *Journal of Marine Tourism Research, 10(1),* 75-94.

[10] J. H. Song & S. E. Lee. (2005). Development & Application of Structural Island Destination Management Model-Validation for the Theoretical Potentiality and Practical Usefulness of IDM-. *Tourism & Leisure Research, 17(3),* 299-319.

[11] Y. L. Jang & H. Y. Jin. (2011). An Empirical Study on Preference Tour Activities, Tour Constraints, Destination Selection Attribute of F.I.T. Tourist. Korean *Journal of Tourism Research, 26(1),* 331-350.

[12] S. C. Kim. (2000). A Study of Traditional Cuisine as Commercial Scale in Regional Festive Events. *Culinary Science & Hospitality Research, 6(3),* 193-223.

[13] J. Kim. (2008). A study on the reality of island tourism and how to invigorate it -With the focus on islands and costal areas in South Jeolla-. *Marine & Island Cultures, 32,* 3-40.

[14] J. Kim. (2011). Characteristics and Potential of Korean Islands. Monthly Gukto, *358,* 6-13.

[15] S. K. Kang. (2012). Community-oriented island tourism development. *The Gyeongnam Development, 121,* 24-34.

[16] H. S. Yoon. (2010). Young-1an Seon, Tourism, Food Festival, and Local Identity: Centering around the 'Ganghwa Salted Transparent Shrimp'. *The Institute for Korean Culture, 44,* 325-350.

[17] S. C. Chen, M. C. Wu & C. H. Chen. (2010). Employee's personality traits, work motivation and innovative behavior in marine tourism industry. *Journal of service science and management, 3(2),* 198-205.

[18] P. Van der Merwe, E. Slabbert & M. Saayman. (2011). Travel motivations of tourists to selected marine destinations. *International journal of tourism research, 13(5),* 457-467.

[19] C. Jeong. (2014). Marine tourist motivations comparing push and pull factors. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 15(3),* 294-309.

[20] Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2013). Promotion of Food Tourism.

[21] Y. K. Suh, G. H. Goh & M. C. Kim. (2010). A Study on Developing Indicators of Competitiveness for Island Tourist Destinations. *Tourism & Leisure Research, 22(1),* 167-187.

[22] Y. J. Kim. (2011). Trends and Sustainable Development Strategies of Island Tourism. *Monthly Gukto, 358,* 34-39.

[23] Y. J. Kim. (2012). Current and Future Development Strategies of Island Tourism. *The Gyeongnam Development, 121,* 6-13.

[24] Make local food restaurants on the island attractions ..Dream of the Third elected county governor. (2018. 7. 23). Skydaily.

[25] S. K. Hong, J. E. Kim, K. H. Oh & H. S. Ihm. (2013). Ecological Value of Tidal-flat Island in Jeonnam Province and Its Validity for Designating Provincial Park. *Korean Journal of Ecology and Environment, 46(1),* 41-52.

[26] J. E. Kim. (2017). The Discussion of Sun-dried Salt Field and Eco-cultural Resources Utilization in Jeungdo and Shineuido, Shinan County, Jeonnam. *The Journal of Korean Island, 29(1),* 309-330.

[27] D. G. Go. (2015). Regional Brand Strategy and Regional Activation by Specific Fishery Product -The Case of Brown Croaker-. *The Journal of Korean Island, 27(4),* 29-58.

[28] H. J. Lee & H. Y. Choi. (2015). The Study on the Tourism Characteristics and Promotional Plans of Jeju Bangeo Festival. *Journal of Photo Geography(Sajin Chiri), 25(3),* 121-131.

[29] W. G. Ryu, S. K. Yang & S. J. Moon. (2012). The Effect of Perceived Impacts toward Bangeo Festival of JeJuDo on Community Attachment and Festival Attitudes. *The Journal of Korean Island, 24(3),* 23-45.

[30] S. J. Ahn & J. Y. Yoon. (2016). Development of Jeju Local Food Tour Package and Economic Value Estimation based on Contingent Valuation Method. *Journal of East Asian Society Diet Life, 26(4),* 346-358.

[31] Flower of travel is food ... Jeju jumping into the island of taste. (2017. 7. 28). News1.

[32] S. I. Lee. (2018. 6. 19). [Destination] Taipei's 10th island, which has become a tourist attraction, is filled with unique attractions. TTL News.

[33] J. S. Choe & H. S. Park. (2009). A Case Study on Storytelling Application of Native Local Foods. *Journal*

of Food Culture, 24(2), 137-145.

[34] J. O. Kim. (2010). Rural Tourism Promotion Strategy Based on Japanese Case Study. *Journal of Rural Tourism, 17(4),* 145-163.

[35] G. W. Park & S. O.. Lee. (2002). Strategies for Developing Coastal Tourism. *Tourism research, 26(3),* 167-190.

[36] D. S. Kim. (2013). Analysis on the Spread Effect of Island Tourism Resources on Regional Economy. *Journal of Industrial Economics and Business, 26(3),* 1215-1246.

[37] K. S. Ko. (2012). An Evaluation for Tourism Resource Development and Attractiveness in Island Tourist Destination -A Focus on the Case of Han-San Island in Tong-Yeong City-. *Regional Industry Review, 35(1),* 167-188.

[38] B. H. Lim, K. H. Ahn & J. W. Ha. (2005). The Study of the Effect of Tour Site Personality and Attributes on the Choice of Tour Site. *Journal of Global Academy of Marketing Science, 15(3),* 149-168.

[39] J. H. Lee. (2005). Analysis for the choice of domestic island travel Destination. *Journal of Travel Study, 23,* 115-134.

[40] J. S. Lim & C. H. Yang. (2015). Relationship between Sports Confidence and Class Satisfaction according to Adolescents' Participation in Marine Sports. *Journal of the Korea Convergence Society, 6(4),* 169-176.

[41] Y. K. Cheung & H. I. Lee. (2018). Exploring the value of marine sports as a sport for all. *Journal of the Korea Convergence Society, 9(7),* 309-315.

[42] K. S. Kim. (2017). Local Festival and Culture Contents. *Journal of the Korea Convergence Society, 8(7),* 183-189.

[43] J. S. Park. (2018). A Study on the Development of Storytelling for Culture and Tourism Market Development-Based on Jecheon Central Market. *Journal of Convergence for Information Technology, 8(6),* 367-374.

[44] G. Y. Lee & S. H. Lee. (2017). Virtual Reality Based Cultural Tourist Attractions converging with Souvenir. *Journal of Convergence for Information Technology, 7(3),* 111-116.

[45] J. O. Park & Y. E. Yu. (2018). A Study on the Changes and Enlargement of 'Geon Jeong (Dried Fish) Knowledge' to Changes in Living Environment-The Case of Sin-an Jeung-do-. *The Journal of Honam Area Studies, 64,* 65-94.

[46] K. I. Lee. (2009). A Discourse on the New Wave Movement in Taiwan and It's Political Characteristics: Mainly about the <A City of Sadness> and <Eat, Drink, Man, Woman>. *The Korean Civic Ethics Review, 22(1),* 169-188.

[47] A. H. Mak, M. Lumbers, A. Eves & R. C. Chang. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management, 31(3),* 928-936.

[48] Y. C. Lin, T. E. Pearson & L. A Cai. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research, 11(1),* 30-48.

[49] C. M. Hall & S. Gössling (Eds.). (2013). *Sustainable culinary systems: Local foods, innovation, and tourism & hospitality*. Routledge.

이 웅 규(Lee, Woong Kyu) [종신회원]

· 1991년 2월 : 한양대학교 관광학과(문학사)
· 1993년 2월 : 한양대학교 관광학과(문학석사)
· 2001년 2월 : 한양대학교 관광학과(관광학박사)
· 2006년 3월 ~ 현재 : 백석대학교 관광학부 교수
· 관심분야 : 관광, 축제 및 이벤트, 테마파크, DMZ 및 접경지역, 문화예술경영, 기후변화, 외식프랜차이즈
· E-Mail : unikorea@bu.ac.kr

홍 인 기(Hong, In Gi) [정회원]

· 2003년 2월 : 초당대학교 조리과학과(이학사)
· 2013년 2월 : 초당대학교 조리과학과(이학석사)
· 2016년 2월 : 경주대학교 관광학과(관광학박사)
· 2014년 3월 ~ 현재 : 호원대학교 외식조리학과 겸임교수
· 2014년 10월 ~ 현재 : 주)쉐프스코리아 대표이사
· 관심분야 : 관광, 축제 및 이벤트, 외식프랜차이즈, 조리, 호텔
· E-Mail : inki0110@naver.com