

REPUBLIC OF KOREA-----JAPAN

海 峽 圈 研 究

第10號

2010. 10.

韓 日 海 峽 圈 研 究 機 關 協 議 會

발 간 사



동서고금을 막론하고 수많은 명품들이 만들어져왔습니다. 특히 지역 명품들은 그 시대 그 지역의 독특한 문화를 반영함으로써 무한한 가치를 가지게 됩니다. 이에 따라 지역마다 지역자원을 활용한 명품을 만드는데 힘을 쏟아오고 있는 것이 사실입니다.

제주도만 하더라도 독특한 전통문화와 청정한 지하수, 돌, 바람, 햇빛, 빼어난 자연경관, 생물종 다양성 등으로 그 가치를 높이 평가받고 있습니다. 이러한 배경을 바탕으로 지역 내 자원을 활용하는 아이디어와 상품화 노력이 경주되고 있습니다.

그렇지만 지역 내 모든 자원들이 상품화되고 부가가치를 창출하고 있지는 못합니다. 아직까지도 자원 자체가 베일 속에 숨겨져 있거나 그 가치를 인정받지 못하는 것들이 많은 것 또한 사실입니다.

2010년 발간하는 『海峽圈研究』 제10호는 ‘지역자원을 활용한 지역활성화’를 대주제로 하여 우리 한일해협권연구기관협회의가 2010년도 연구사업으로 추진하였던 연구결과물을 수록한 것입니다. 각 연구기관별로 지역별 중요성을 감안하여 소주제를 정해 1년간 탐구한 총 11편(주제발표 6편, 연구논문 5편)의 원고가 수록되었습니다.

일본의 국제동아시아연구센터, 후쿠오카아시아도시연구소, 큐슈경제조사협회, 사가대학지역경제연구센터, 나가사키경제연구소와 한국의 부산발전연구원, 울산발전연구원, 광주발전연구원, 전남발전연구원, 경남발전연구원, 제주발전연구원 등 11개 기관의 지대한 관심과 노력의 성과물입니다.

모쪼록 주제발표와 토론을 통하거나 연구논문에 대한 일독을 통해 올바른 지역자원에 대한 인식과 발굴, 발상의 전환을 도모하여 지역활성화로 연계시키는 계기로 삼을 수 있기를 기대합니다. 또한 이러한 연구결과가 여러 관계자분들의 정책개발이나 후속 연구 등에 폭넓게 참고가 될 수 있기를 바랍니다.

끝으로 『海峽圈研究』 제10호가 세상에 빛을 볼 수 있도록 옥고를 써 주신 연구원님께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

2010년 10월 5일

한일해협권연구기관협의회 회장
제주발전연구원 원장

양 영 오

목 차(目次)

<주제발표>(主題発表)

1. 資源循環の‘見える化’で生ごみを地域の宝に 1
～佐賀県伊万里市はちがめプランの取組みより～
上田 紘平(큐슈경제조사협회 연구원)
2. 울산시 음식물쓰레기 발생 감량화 대책 13
김미정(울산발전연구원 부연구위원)
3. 日韓海峡圏の観光交流と地域活性化 45
新井 直樹(후쿠오카아시아도시연구소 연구주사)
4. 부산지역 외국인 의료관광객 수용실태 및 대응전략 69
유정우(부산발전연구원 부연구위원)
5. 九州半導体産業における産学官連携 97
岸本 千佳司(국제동아시아연구센터 상급연구원)
6. 제주 향토음식 세계화 방안 121
정영태(제주발전연구원 초빙연구원)

<연구논문>(研究論文)

7. 「『食』と『器』の地域づくり」(佐賀県有田町)に関する総合研究 147
長 安六(사가대학 지역경제연구센터장)
8. 地域資源としての「移出・輸出産業」強化による
地域活性化への取組み 165
中村 政博(나가사키경제연구소 조사연구부장)
9. 한일해협권 관광 네트워크 구축방안 179
김태영(경남발전연구원 책임연구원)
10. 광주지역 의료자원을 활용한 지역경제 활성화 방안 201
- 국제의료관광산업을 중심으로 -
김봉진(광주발전연구원 부연구위원)
11. 전남 향토음식의 관광상품화 방안 229
장덕기(전남발전연구원 연구위원) · 박용희(전남발전연구원 연구위원)
송태갑(전남발전연구원 책임연구위원)

海 峽 圈 研 究 第10號

2010년 10월 일 인쇄

2010년 10월 일 발행

발행처 : 한일해협권연구기관협의회

☐ 이 책에 실린 내용은 출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전제나 복제는 금합니다.

주제 발표

資源循環の‘見える化’で生ごみを地域の宝に

～佐賀県伊万里市はちがめプランの取組みより～

財団法人 九州経済調査協会

島本 佳枝・上田 紘平

資源循環の‘見える化’で生ごみを地域の宝に

～佐賀県伊万里市はちがめプランの取組みより～¹⁾

Changing garbage into the regional treasure by “visualization” of resource recycling :

Through approaches of *HACHIGAME PLAN* in Imari city, Saga prefecture¹⁾

島本 佳枝²⁾・上田 紘平³⁾

By Yoshie SHIMAMOTO²⁾・Kohei UEDA³⁾

1. はじめに

伊万里市は、佐賀県の北西部、長崎県との県境に位置し、天然の良港伊万里湾に面している面積254.99km²の都市である。2005年の国勢調査によると、伊万里市の人口は58,190人、高齢化率は24.1%、産業別就業者の割合は第1次産業12.5%、第2次産業31.7%、第3次産業55.7%となっている。また、2000年から5年間の人口減少率はわずか1.6%となっている。

伊万里港は古くはヨーロッパで親しまれた「古伊万里」をはじめとする陶磁器の積み出し港として栄え、伊万里市は現在まで伊万里焼による伝統産業都市として位置づけられている。また、農業や畜産も盛んであり、梨、巨峰の生産に加え、最高級黒毛和牛である伊万里牛はブランド牛としての地位を確立している。近年、伊万里港には伊万里湾総合開発により大規模な臨海型の工業団地が造成され、造船、IC関連産業、木材関連産業等の集積により工業港としても発展している。

2. NPO法人 伊万里はちがめプラン

(1) 法人の沿革

伊万里市内において、市民、飲食・旅館組合の一部から、料飲店・旅館組合・スーパーなどが営業上で出した生ごみを市民の税金で処理することに対して、疑問の声が上がる中、1992年に「生ごみ資源化研究会」が発足され、生ごみをたい肥化する研究が開始された。研究会への理解者が増えてきた1997年、「伊万里はちがめプラン」が結成され、翌年には

1) キーワーズ：見える化、生ごみの堆肥化、地域通貨ハッチー、各主体が参加しやすい循環システム

2) 財団法人 九州経済調査協会 調査研究部 調査役

3) 財団法人 九州経済調査協会 調査研究部 研究員

微生物を使った堆肥化実験も開始された。1999年には実験場が完成し、本格的に堆肥化実験が開始され、2001年には菜の花エコプロジェクト活動も開始され、菜種搾油機や廃食油燃料化装置を備えたエコハウスを完成させた。

NPO法人伊万里はちがめプラン代表の福田俊明氏は佐賀県環境サポーターとして当時の佐賀県知事からの委嘱を受け、小中高校生に生ごみの堆肥化や菜の花プロジェクト活動等の実践的活動を通じた総合学習による環境教育を開始した。2003年には、佐賀大学が地域貢献事業「はちがめエココミねっと」による取り組みを始め、はちがめプランの支援を開始し、産学連携も開始された。

2004年には、農産物直売所「はちがめふれあいステーション・風道」が完成し、はちがめ堆肥で栽培した農作物、はちがめ堆肥、菜種油などを直売所で販売している。また、同年6月、地域通貨「菜の花ハッチー」を導入し、2005年には、「伊万里の旅路プロジェクト」が始まった。2006年、伊万里はちがめプランの敷地内に、佐賀大学のキャンパス「はちがめサテライト教室」が完成し、また、同年から(財)北九州国際技術協力協会(KITA)などの紹介によるJICA研修員の受け入れを開始した。

2008年より、大分県宇佐市安心院町や鹿児島県霧島市をはじめ、九州各地へはちがめプランのノウハウや技術の移転を開始している。

(2) 取組みの目的

伊万里はちがめプランの取組みの目的は、自立的な資源循環が可能な地域を構築すること



引用) 伊万里はちがめプラン ホームページ

図-1. 伊万里はちがめプラン取組み図

である。地域で自立して資源循環型社会を継続していくためには、域内での新しいネットワークの構築が必要であるため、資源循環型社会の構築という共通の課題解決のために、市民、地元の企業、大学や小中高校、飲食店、農家、当法人など、今まで関連がなかった主体同士の新たな連携を作ることで、自律的な資源循環が可能な地域の構築を図っている。

(3) 取り組み内容

伊万里はちがめプランの取組みの内容については、次の通りである。

a) 生ごみの堆肥化

伊万里はちがめプランは、住民や事業所から生ごみを分別回収し、はちがめ堆肥（以下「堆肥」と表記）に換えるという資源循環に取り組んでいる。現在、参加する地区27カ所に生ごみステーションが設置され、250世帯が参加している。1世帯当たり1カ月500円、年間6,000円を協力負担金として受け取っている。事業所からも分別回収しており、73事業所から1カ月合計1,200万円を受け取っている。

b) 地域通貨ハッチー

伊万里はちがめプランに設置されている「地域通貨 菜の花ハッチー運営委員会」は、生ごみ分別回収に参加する住民に、地域通貨ハッチー券（以下ハッチーと表記）3,000円分を配布

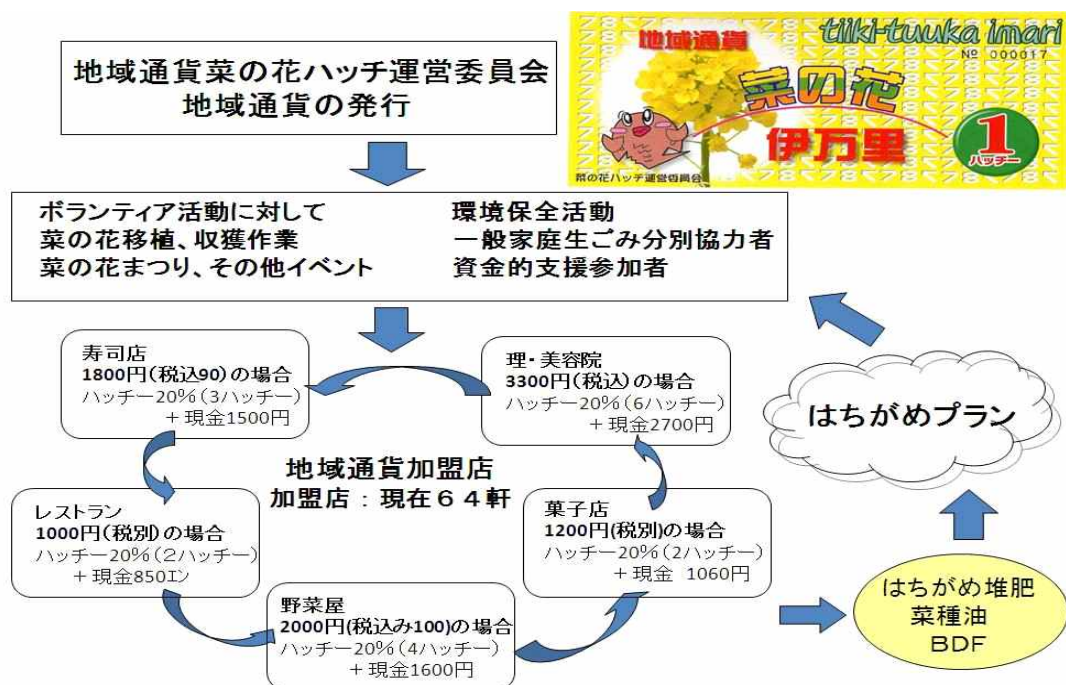


図-2. 地域通貨「ハッチー」の循環図

している。市民が日常的に利用する理髪店や文房具店などを中心に64店舗が参加しており、1回の買い物で上限20%分のハッチーが使用できる。

ハッチー導入には2つの役割がある。第1に住民の環境保護活動への参加の“見える化”が可能となること。第2に生ごみや堆肥の地域内での循環の促進である。ハッチーが他の地域通貨と異なる点は、堆肥や菜種油、バイオディーゼル燃料(BDF)と交換できる点である。特に堆肥は家庭菜園やガーデニング愛好家に人気があり、すぐに売り切れるという。

c) 菜の花プロジェクト

伊万里はちがめプランでは、「いまり菜の花の会」と協同で地域の資源循環「菜の花プロジェクト」に取り組んでいる。いまり菜の花の会は、会員34名で平均年齢70歳、活動を始めてから6年が経過している。菜の花プロジェクトでは、無農薬菜の花栽培や住民が参加できるイベントの開催を行なっている。年間2,000kgの菜種油の製造や使用後の廃食油からバイオディーゼル燃料を精製し、堆肥化プラントの作業車や広報車に有効活用する等、菜の花栽培を通して多くの人が環境保全活動に参加できる仕組みを構築している。県内外から年間1,200人が参加するグランドゴルフ大会も開催しており、参加者に苗をプレゼントすることで、他地域にも菜の花を拡げている。最近では、菜の花プロジェクトは佐賀県全域にとどまらず、隣接する長崎県松浦市をはじめ県外にも拡がっている。

d) 農産物直売所「はちがめふれあいステーション・風道」

当法人では、農産物直売所「はちがめふれあいステーション・風道」（以下風道と表記）を直営している。菜の花プロジェクトにおいて菜の花を栽培した後の農地には、60件の生産者がはちがめ堆肥を使用して転作を行っており、できた農産物を「風道」で販売可能である。

「風道」設置の意義は、60件の生産者の売り先の確保に加えて、地域内の資源循環を目に見える形にするためである。「風道」では、はちがめ堆肥で育てた有機野菜以外にも、はちがめ堆肥、菜種油、BDFを販売している。ハッチーで商品購入が可能であり、資源循環の“見える化”を図っている。

e) 大学との連携

当法人は佐賀大学の地域貢献事業により、佐賀大学から全面的な支援を受けている。「はちがめエココミねっと」とは、有機廃棄物を地域資源として循環させるモデル事業であり、堆肥の質や生産性の向上、堆肥を使用した栽培実験、より質が高いBDF生産などを佐賀大学との共同研究により進めている。佐賀大学との連携によって、大学からの外部評価を得ることが可能となり、活動への誇りが醸成されている。また、佐賀大学の協力を得られることで、市民からの信頼性が増している。一方、大学側は、共同研究によって、研究対象を確保できており、双

方にメリットがあることで協同が促進されている。

また、当法人の敷地内には佐賀大学のサテライト教室「はちがめサテライト」があり、地域資源循環による地域再生論などの大学の講義や現場演習などで利用している。他にも、小中高校の環境学習や市民の生涯学習、視察研修の拠点としても活用されている。

f) 視察研修、見学

全国からの視察研修は年間1,000人ほどであり、1人につき1,000円の研修料で視察研修を受け入れている。また、中国や韓国からの見学、JICAからの海外研修生の視察が年々増加している。

g) 環境学習

市内の小学校、中学校、高等学校などに理事長が講師として出向き、資源循環についての出前授業や、子どもたちが持ち寄った家庭の生ごみで堆肥化の実験を行うなど、堆肥プラントの見学や堆肥づくり体験を通して子どもたちに環境学習を行っている。市民向けには環境学習会などを開催しており、佐賀大学の教授の参加協力を得ることで、より一層参加者の信頼を得ている。

h) 伊万里の旅路プロジェクト

当プロジェクトは、伊万里はちがめプランや伊万里市の観光地、観光関連の団体や佐賀大学、旅行会社などで組織されている。伊万里はちがめプラン、磁器の里大川内山、佐賀大学海洋エネルギー研究センター、全国屈指の市立図書館、黒沢明記念館サテライトスタジオなどの伊万里市の観光資源が連携することによる、体験宿泊型エコツアーの実現を目指している。さらに2008年度から、伊万里市の中山間地域である山代町川内野地域において、はちがめ堆肥を活用した特産品開発や、農家民泊(グリーンツーリズム)による同地域の振興と新規就農者の確保などによって、定住人口の拡大も目指している。

3. 伊万里はちがめプランの成功要因と実現した豊かさ

(1) 成功の要因

地域で資源循環の仕組みを構築できた要因は大きく2つ挙げられる。

第1に、生ごみの分別、菜の花栽培、堆肥や菜種油の販売、地域通貨の使用など、活動が地域の人にとって日常生活の中で取り組みやすく、参加しやすいことである。地域の子どもたちも、はちがめプランへの見学、菜の花栽培などの取り組みやすい体験学習を通じて、資源循環や環境問題を学んでいる。

第2に、地域内での資源循環の取組参加の“見える化”で、参加する住民の環境保護に関わっているという意識が形成されていることである。生ごみ、堆肥、有機野菜、菜の花、菜種油、BDF、ハッチーなど、モノの流れを通して、各主体の活動への関わりが見える仕組みが作られている。

(2) 実現した成果

伊万里はちがめプランでは、年間650t、処理費用1,500万円分の生ごみを回収し、堆肥を生産しているため、ごみの焼却量及び市が指定する有料ごみ袋の使用量を減らしている。地区ごとの生ごみステーションの設置により、住民同士で密にコミュニケーションがとれるようになったことも定性的な豊かさの1つである。

また、地域通貨ハッチーの市内流通分は300万円である。地域で生まれた付加価値の域外流出を防ぎ、域内の活性化に貢献している。

さらに、菜の花プロジェクトへの参加、「風道」で販売する農産物の生産や農産物購入、住民の生ごみ分別協力など環境保護活動への参加によって、住民を含めた各主体が活動の場としての役割を果たし、環境保全活動に参加しているという意識が醸成され、循環システムの構築を可能にしている。

(3) 循環(再投資)の仕組み

伊万里はちがめプランでは、事業所や家庭から出た生ごみを分別・回収し、堆肥を作っている。その堆肥を使用して、いまり菜の花の会が農家から休耕田を借り、菜の花を有機栽培し、食用の菜種油を製造している。使用済みの菜種油からはBDFを精製し、はちがめプランや公用車の燃料になっている。農家がはちがめ堆肥を使用して作った有機野菜や菜種油、BDFを「風道」で販売し、ハッチーで購入できるという、資源循環を構築している。

海外や県外など地域外からの視察研修や見学の受け入れや、ハンズオン支援を行うことで、市内での資源循環にとどまらず、外部にも資源循環の取り組みを拡げている。



図3. 伊万里はちがめプランの付加価値が循環する概念図

4. おわりに

伊万里はちがめプランの取組み目的は、環境保全や環境保護意識の醸成が大きなテーマとして挙げられ、その実現に向け、地域資源を活用した域内資源循環システムが構築されている。伊万里はちがめプランの成功要因として、域内の各主体が積極的に参加しやすい仕組みを構築していること、参加者の活動への関わりが見えることによる意識の形成（見える化）が挙げられる。

具体的な成果として、年間650トン(処理費用1,500万円分)の生ごみを堆肥化し、ごみ焼却量とともに有料ごみ袋の使用量を削減するとともに、地域通貨「ハッチー券」による約300万円分の域内消費を生み出し、菜の花プロジェクト活動による菜種油・BDFの製造・販売を実現した。菜の花プロジェクトについては、高齢者の参加によって、域内での高齢者活用的一端も役割として担っている。

一方、課題として2点挙げられる。

第1の課題は、市の生ごみ処理費用の削減に貢献しているが、行政側からの金銭的還元が

少ないことである、持続的なシステムの構築のためには、生ごみ削減の利益を享受できるような仕組みづくりが必要である。第2の課題としては、地域通貨ハッチーは、決して市内に浸透しているとはまだ言えないため、流通を促進させる必要がある。

今後の活動に向けては、次の点を検討していく必要がある。

生ごみから良質な堆肥を作る当法人のノウハウを活かし、良質な生ごみは再分別して家畜の餌にできるように、飼料化の技術開発を検討している。

また、大分県宇佐市安心院町や鹿児島県霧島市にとどまらず、九州各地に当法人のノウハウや技術移転の支援を行い、生ごみの堆肥化や菜の花プロジェクトのネットワークを九州に構築する必要がある。韓国や中国からの直接申し込みによる視察・見学や国際協力機構(JICA)紹介による海外からの視察研修者も年々増加している。2005年には、国際協力銀行(JBIC)の支援により、NPO法人元気ネット(東京都)、佐賀大学と共にタイ王国での生ごみ堆肥化の可能性とコミュニティ活動によるネットワークについて、調査と支援事業を実施した。これまでのアジア各国との取組み内容を踏まえ、今後、「はちがめプラン」システムの東アジア諸国への導入促進施策を検討していく必要があると考えられる。

<参考文献>

経済産業省九州経済産業局(2010)「内発的な成長を促す地域循環システムの構築調査報告書」、2010年3月

表 1. 取り組みの概要

成功の要因	① 生ごみ堆肥化や菜の花プロジェクト活動は、環境問題解決という社会貢献が実感でき、<u>子どもや高齢者等住民が参加しやすい活動</u> ② 利用者にとって<u>衣・食・住の生活に密着した店舗で利用可能な地域通貨ハッチー</u> ③ 生ゴミが堆肥や地域通貨「ハッチー券」に、堆肥が農産物に、菜の花栽培が菜種油に、菜種油が廃食油燃料（BDF）にという<u>参加者の活動への関わりの“見える化”</u>による、資源循環の取組に参加しているという各主体の意識の形成
実現した豊かさ	<経済的な豊かさ> ・ <u>年間650トン（処理費用1,500万円分）の生ごみを堆肥化</u>し、ごみ焼却量とともに有料ごみ袋の使用量を削減 ・ 市内に流通する地域通貨「ハッチー券」による<u>約300万円分の域内消費</u> ・ 菜の花プロジェクト活動による<u>菜種油・BDFの製造・販売</u> <地域・参加者の豊かさ> ・ 協力金500円/月を伴う環境保全活動の<u>住民の出番</u> ・ 地域通貨「ハッチー券」を持つことによる、<u>環境保全活動への関わりの実感</u> ・ 大学による研究や小・中・高校生の資源循環の体験学習による<u>環境教育</u> ・ 菜の花栽培や菜種油・BDF製造を通じた<u>高齢者の社会への参加</u> ・ 生ゴミ分別や「風道」での農産物の販売・購入など、参加者の<u>やり甲斐の実感</u>
循環（再投資）の仕組み	① 生ごみの堆肥化による有機野菜づくり 250世帯・73事業所との協働で生ごみ（年間650トン＝処理費用1,500万円分）を堆肥化し、農家に堆肥を販売。農家が生産した有機野菜を農産物直売所で販売 ② 休耕田を活用した菜種油の製造 高齢者グループ（35名）が農家から借り受けた休耕田で菜の花を栽培し（堆肥には上記の「はちがめ堆肥」を使用）、食用の菜種油を製造 ③ 地域通貨による域内流通 市内64事業者と市民の間で約300万円分の地域通貨「ハッチー券」が流通し、資源循環と市内での消費に貢献 ④ 循環システムの実践による域内外の人づくり 佐賀大学や市内の小中高校、海外研修生等が有機農業や資源循環等を実践する人材育成の拠点に。また、資源循環の先進事例として全国からエコツアーが増加することで、資源循環のノウハウを地域外にも普及させている。
これからの課題 今後に向けて	⑤ 現在、ゴミを削減していることに対して、行政側からの金銭的還元が少ない。ゴミ削減により地域が利益を享受できるような仕組みが必要 ⑥ 現在ハッチーに対する理解がまだ少ないのが現状であるため、さらなる流通促進が必要 ⑦ 生ごみの堆肥化技術を活用し、良質な生ごみから飼料製造を検討中 ⑧ 九州各地に技術のハンズオン支援を行い、九州内でネットワークを構築

주제 발표

울산시 음식물쓰레기 발생 감량화 대책

울산발전연구원 도시환경연구실

김미정 부연구위원

울산시 음식물쓰레기 발생 감량화 대책

울산발전연구원 도시환경연구실

김 미 정 부연구위원

1. 서론

- 음식물류폐기물은 폐기물관리법에 의해 2005년부터 직매립이 금지되었으며, 2013년부터는 음식물류폐기물 발생 폐수(음폐수)의 해양배출이 전면 금지되는 등 배출 및 처리에 대한 규제가 강화되고 있는 한편 유기성폐기물 자원으로써 관심이 증가되고 있음
- 울산시의 경우 음식물류폐기물이 차지하는 비중은 2007년 기준 약 31%로 2000년의 21%에 비해 10%가 증가됨. 이것은 음식물류폐기물 직매립 금지에 따른 행정적인 노력 즉 배출규제 강화 및 감시에 따른 분리배출율 증가 요인도 있지만 경제성장 및 외식산업의 발달 등 사회적인 현상 변화도 크게 작용하였다고 볼 수 있음
- 이러한 여건변화와 함께 울산시는 음식물류폐기물을 줄이기 위해 전국 최초로 모든 기초자치단체가 2008년부터 음식물종량제를 실시하고 남구의 경우 감량기기 지원 조례를 제정하는 등 다양한 노력을 하고 있음
- 음식물류폐기물은 생활쓰레기에서 차지하는 비중은 크지만 분리배출이 까다롭고 시민정서와 관련 있어 확실적인 정책 적용은 어려울 수 있지만, 울산시 음식물류폐기물의 발생 및 처리현황을 파악하고 시민들이 동참할 수 있는 효율적 정책개발이 요구됨
- 이에 국내 음식물류폐기물 관련 정책 및 사례를 분석하고 울산시 현황 및 관리여건을 조사하고 울산시 구·군별 음식물류폐기물류 발생, 처리, 제도 등을 비교·검토하여 관련 정책방향을 제시하고자 함

2. 음식물류폐기물 관련 정책 및 법·제도

가. 음식물류폐기물에 대한 주요 정책

- 1998년 9월 환경부, 농림부, 보건복지부는 「음식물쓰레기 자원화 기본계획('98~'02)」을 수립하여 음식물쓰레기 최소화 및 자원화를 추진하기 위한 정책목표를 설정함
- 2005년 1월 음식물류폐기물 직매립 금지제도를 실시하여 음식물류폐기물의 감량화 및 자원화 기반을 구축함
- 2005년 11월 환경부, 보건복지부, 농림부, 해양수산부 등 10개 부처는 합동으로 「음식문화개선 및 음식물류폐기물 종합대책('06~'10)」을 수립하여 음식물류폐기물의 감량 및 자원화 추진을 통한 자원순환형 사회를 구축하고자 함
- 2007년 12월 「음식물류폐기물 처리시설 발생폐수 육상처리 및 에너지화 종합대책(2008~2010)」이 수립되어 2013년부터 음식물류폐기물 발생 폐수(음폐수)의 해양배출 전면 금지에 따른 육상처리 대책마련과 음식물류폐기물 및 음폐수 에너지화 시설 확충을 통한 바이오가스 생산 등 자원순환사회 구축 및 지구 온난화 방지에 기여하고자 함

나. 폐기물관리법상 음식물류폐기물 개념

□ 음식물류폐기물 정의

- 음식물류폐기물은 폐기물관리법에서 농·수·축산물류 폐기물을 포함하되, 생활폐기물 및 제16조에 따른 자가 배출하는 폐기물로 정의하고 있음

□ 음식물류폐기물 배출자

- 폐기물 관리법 시행규칙 제16조 음식물류폐기물 배출자(개정 2008.8.4)는 다음과 같음
 - 「식품위생법」 제2조제9호에 따른 집단급식소(「사회복지사업법」 제2조제3호에 따른 사회복지시설의 집단급식소는 제외한다) 중 1일 평균 총 급식인원이 100명 이상인 집단급식소를 운영하는 자
 - 「식품위생법」 제21조제1항제3호에 따른 식품접객업 중 휴게음식점영업 및 일반음식점영업을 하는 자 중 특별자치도 또는 시·군·구(자치구를 말한다. 이하 같다)의 조례로 정하는 자

- 「유통산업발전법」 제2조제3호에 따른 대규모 점포를 개설한 자
 - 「농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률」 제2조에 따른 농수산물도매시장·농수산물공판장·농수산물종합유통센터를 개설·운영하는 자
 - 「관광진흥법」 제3조제1항제2호에 따른 관광숙박업을 영위하는 자
 - 그 밖에 음식물류폐기물을 스스로 감량하거나 재활용하도록 할 필요가 있어 특별자치도 또는 시·군·구의 조례로 정하는 자
- 음식물류폐기물 배출자 준수사항은 폐기물관리법 제15조 제3항의 규정(개정 2007.8.3)에 따라 다음과 같음
- 생활폐기물배출자 중 환경부령으로 정하는 음식물류폐기물 배출자는 특별자치도지사, 시장·군수·구청장에게 음식물류폐기물의 배출 감량 계획 및 처리 실적을 제출하고, 발생량과 처리 실적 등을 기록·보존하는 등 음식물류폐기물의 배출량을 줄이기 위하여 관할 특별자치도, 시·군·구의 조례로 정하는 사항을 지켜야 함

□ 음식물류폐기물 처리

- 음식물류폐기물 처리는 폐기물관리법 시행규칙 별표 5(개정 2008.10.21)에 따라 처리기준 및 방법의 주요내용은 다음과 같음
- 스스로 감량 또는 재활용
 - 가열에 의한 건조의 방법으로 부산물의 수분함량을 25퍼센트 미만으로 감량하여야 함
 - 발효 또는 발효건조에 따라 퇴비화·사료화 또는 소멸화하여 부산물의 수분함량을 40퍼센트 미만으로 하여야 함
 - 음식물류폐기물을 재활용하는 폐기물처리업자, 폐기물재활용신고자 또는 폐기물처리시설의 설치·운영자에게 위탁하여 재활용 함
 - 동물 등의 먹이 또는 퇴비(폐기물관리법 시행규칙 제10조제4호)방법으로 위탁하여 재활용. 단 음식물류폐기물 배출자 중 사업장폐기물에 해당하는 경우는 제외함
 - 특별시·광역시·특별자치도 또는 시 지역에서 발생하는 음식물류폐기물은 바로 매립하여서는 아니되며, 소각, 퇴비화, 사료화, 소멸화, 탄화, 소화 또는 부숙토 생산 등의 공정에서 발생하는 재활용 용도에 맞지 아니한 헝잡물(挾雜物)과 잔재물만을 매립하여야 함

다. 기타 관련 법

- 식품위생법 시행규칙(보건복지가족부령 132호, 2009.8.12부터 시행)에서 식품접객업자는 손님이 먹고 남은 음식을 다시 사용·조리하는 음식물 재사용 금지 관련 법률을 개정함
- 사료관리법(개정 2008.2.29) 제14조에서는 금지된 부산물·남은음식물 등에 대한 제조·수입·판매 또는 사용을 금지하고 있으며, 비료관리법(일부 개정 2008.2.29)에서는 음식물류폐기물을 이용하여 제조한 비료를 부산물 비료로 정의하여 부산물비료의 기준 및 규제를 적용하고 있음

3. 지자체 음식물류폐기물 정책 및 사례 분석

- 음식물류폐기물의 발생 및 처리와 관련된 환경문제를 개선하고 해결하기 위하여 정부 및 지방자치단체는 관련 대책 및 방안 마련에 노력하고 있음
- <표 3.1>은 최근 지자체가 실시하고 있는 음식물류폐기물 관련 정책 및 사례를 종합하여 나타낸 것임

<표 3.1> 지자체 음식물류폐기물 관련 사례 분석

구분	내용
법·제도의 제정 및 개정	○ 법, 조례 등의 행정적 절차를 통해 음식물류폐기물에 대한 관리책임 부분을 강화함 - 식품위생법 시행규칙 개정을 통해 음식물 재사용 금지 관련 법률을 신설함 - 폐기물관리조례를 개정하여 음식물쓰레기 수거용기 청결명령제 시행과 함께 건물주 및 업주의 관리책임 및 과태료 부과를 명시함 - 음식점 음식물쓰레기를 줄이기 위한 반찬류 제공에 관한 조례를 제정하여 음식물쓰레기 발생을 억제할 수 있는 근거를 마련함
시민실천 운동 전개 및 확산	○ 음식물류폐기물 발생량 저감을 위해 각 지방자치단체별 시민운동을 지속적으로 추진하고 있으며 우수한 정책 및 실천여부에 따라 다양한 인센티브를 제공하고 있음 ○ 종교단체 및 복지단체를 중심으로 관련된 운동을 전파하고 자발적 참여를 통해 활동을 확산시키고 있음
분리배출의 편리를 위한 사업 개발	○ 주민들의 입장에서 음식물쓰레기를 수거용기에 분리 배출할 때 발생되었던 불편사항을 해결하기 위해 음식물쓰레기통 세척사업 및 개량 수거용기를 개발 및 보급함 ○ 전용수거용기의 규격 때문에 음식물쓰레기를 장기간 보관해야 하는 불편함을 고려하여 2ℓ 및 3ℓ의 소형수거용기를 보급함

구분	내용
특정구역 및 그룹에 대한 시범사업 실시	○ 지역특성상 다량 발생할 수 있는 음식물쓰레기 성상을 고려하여 협약 체결을 하고 수거전용용기 보급, 적정 배출 지도, 무상 수거·처리하는 시스템을 구축함 ○ 군부대를 대상으로 음식물쓰레기 소멸기를 설치하여 수집·운반·처리비 절약 및 운영부하 감소 등을 유도하는 시범사업을 실시함
감량기기에 대한 지원 및 대책 마련	○ 음식물쓰레기 분리배출의 편의성과 배출량 감소를 위해 감량기기 설치에 대한 검토 및 연구가 진행되고 있으며, 조례 제정을 통해 지원 및 설치를 의무화하고 있음
자원화 및 에너지화 시설 확충	○ 사료화, 퇴비화, 연료화 등의 자원화 시설을 갖추고 있으며, 음식물쓰레기 에너지화의 관심 증가 및 유기성폐자원으로서 바이오매스 에너지화를 위한 시설을 운영·계획하고 있음



음식물쓰레기 수거용기 관리책임 설명제

(그림 3.1) 서울시 서초구 음식물쓰레기 수거용기 관리책임 설명제 카드



(그림 3.2) 지렁이를 이용한 음식물 퇴비화

4. 울산시 음식물류폐기물 현황

4.1 음식물류폐기물 발생 및 처리

- 울산시 2007년 생활계 폐기물 발생량은 1,097.9톤/일로 이 중 가연성 폐기물은 271.6톤/일(24.7%), 불연성 폐기물 90.5톤/일(8.3%), 재활용품 416.0톤/일(37.9%)로

나타남. 가연성폐기물 중 종량제봉투에 포함된 음식물폐기물은 24.9톤/일(2.3%)로 조사되었으며 남은 음식 분리배출량은 319.8톤/일(29.1%)로 조사됨

- 울산시 생활계폐기물에서 음식물류폐기물이 차지하는 비율은 2000년대 초 20% 정도에서 지속적으로 증가하여 2007년에는 약 31%를 차지하고 있음
- 울산시 2007년 1인당 음식물류폐기물 발생량은 0.31kg/일·인으로 2004년 0.25kg, 2006년 0.26kg과 비교시 큰 폭으로 증가되었으며 전국평균 0.29kg보다 높고 광주 및 대전(0.34kg)보다 낮은 것으로 나타남
- 음식물류폐기물 처리방법별 비율은 2005년 음식물쓰레기 직매립 금지 영향으로 매립되는 양은 거의 없으나 2004년 이후 소각율은 다시 증가하고 있으며 재활용률은 감소하고 있음
- 울산시 구·군 중 음식물류폐기물 발생량이 가장 많은 곳은 남구로 118.1톤/일이었으며, 1인당 발생량도 0.34kg/일·인으로 가장 높았음. 울주군 및 동구는 각각 0.33kg/일·인, 0.31kg/일·인으로 조사됨
- 음식물류폐기물 재활용은 울주군이 75.7%로 가장 높았으며, 매립율도 7.7%로 조사됨. 소각률은 동구 37.3%, 남구 36.3%, 북구 32.9% 등의 순으로 나타남

<표 4.1> 울산시 음식물류폐기물 발생 및 처리현황

구분		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
생활계폐기물(톤/일)		1,334	1,408	1,382	1,330	1,109	1,072	1,076	1,098
음식물류폐기물(톤/일)		275.1 (20.6%)	271.2 (19.3%)	269.9 (19.5%)	267.9 (20.1%)	270.0 (24.3%)	276.3 (25.8%)	286.4 (26.6%)	344.7 (31.4%)
1인당 발생량(kg/일·인)		0.27	0.26	0.25	0.25	0.25	0.26	0.26	0.31
처리율 (%)	매립	37.1	31.8	31.8	19.4	0.0	0.0	0.0	1.4
	소각	33.0	29.5	17.9	0.5	10.4	17.8	24.3	30.4
	재활용	29.8	38.7	50.3	80.1	89.6	82.2	75.7	68.2

자료 : 전국 폐기물 발생 및 처리현황, 환경부

<표 4.2> 전국 7대 도시 음식물류폐기물 발생량

구분	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
1인당 발생량(kg/일·인)	0.29	0.32	0.23	0.30	0.28	0.34	0.34	0.31

자료 : 울산광역시 환경자원과(2007년 기준)

<표 4.3> 울산시 구·군별 음식물류폐기물 발생 및 처리현황

구분	생활계폐기물 (톤/일)	음식물류폐기물 (톤/일)	1인당발생량 (kg/일·인)	처리량(톤/일)		
				매립	소각	재활용
계	1,097.9	344.7(31.4%)	0.31	1.4	30.4	68.2
중구	194.6	68.1(35.0%)	0.29	0.2(0.3%)	16.9(24.8%)	51.0(74.9%)
남구	414.0	118.1(28.5%)	0.34	0.0(0.0%)	42.9(36.3%)	75.2(63.7%)
동구	194.9	56.9(29.2%)	0.31	0.0(0.0%)	21.2(37.3%)	35.7(62.7%)
북구	123.2	42.8(34.7%)	0.27	0.0(0.0%)	14.1(32.9%)	28.7(67.1%)
울주군	171.2	58.8(34.3%)	0.33	4.5(7.7%)	9.8(16.7%)	44.5(75.7%)

자료 : 울산광역시 환경자원과(2007년 기준)

4.2 음식물류폐기물 배출

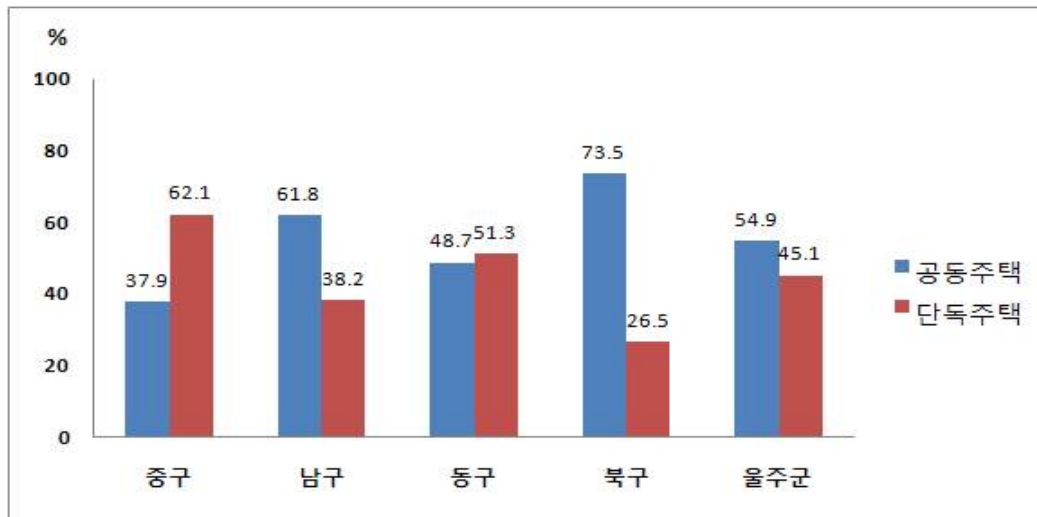
가. 분리배출 현황

- 울산시는 2008년 기준 전가구의 96%가 음식물류폐기물을 분리배출하고 있으며, 이 중 중구, 남구, 동구는 100% 분리 배출하는 것으로 조사되었으며, 북구 및 울주군은 각각 91.3%, 84.3%로 특히 울주군의 분리배출율은 낮은 것으로 나타남
- 음식물류폐기물 분리배출 대상이 되는 가정의 주거형태는 전체적으로는 공동주택(54.8%)이 단독주택(45.2%)보다 많았으며, 중구(62.1%) 및 동구(51.3%)는 단독주택이, 남구(61.8%), 북구(73.5%) 그리고 울주군(54.9%)은 공동주택 형태가 더 많은 것으로 나타남

<표 4.4> 울산시 구·군별 음식물 분리배출 현황

구분	총가정·사업장수(A)			음식물류폐기물 분리배출 가정·사업장수(B)					분리배출율 (%)(B/A)
	계	가정	사업장	계	가정		사업장		
계	406,159	388,760	17,399	390,019	372,908	공동	204,232(54.8%)	17,111	96.0
						단독	168,676(45.2%)		
중구	87,149	83,837	3,312	87,149	83,837	공동	31,742(37.9%)	3,312	100.0
						단독	52,095(62.1%)		
남구	128,603	121,258	7,345	128,603	121,258	공동	74,938(61.8%)	7,345	100.0
						단독	46,320(38.2%)		
동구	62,839	60,581	2,258	62,839	60,581	공동	29,500(48.7%)	2,258	100.0
						단독	31,081(51.3%)		
북구	55,831	54,269	1,562	50,974	49,412	공동	36,319(73.5%)	1,562	91.3
						단독	13,093(26.5%)		
울주군	71,737	68,815	2,922	60,454	57,820	공동	31,733(54.9%)	2,634	84.3
						단독	26,087(45.1%)		

자료 : 울산광역시 환경자원과(2008년 기준)



(그림 4.1) 울산시 구·군별 음식물류폐기물 분리배출 대상 주거형태 비율

- 음식물류폐기물 중 일반 생활폐기물과 함께 종량제 봉투에 포함되어 배출된 양은 울주군은 12.2톤/일(20.7%), 남구는 11.3톤/일(9.6%) 등의 순으로 조사됨

<표 4.5> 종량제봉투 배출된 음식물류폐기물

구분	계	중구	남구	동구	북구	울주군
음식물류폐기물(톤/일)	344.7	68.1	118.1	56.9	42.8	58.8
종량제봉투배출(톤/일)	24.9(7.2%)	1.4(2.1%)	11.3(9.6%)	0(0%)	0(0%)	12.2(20.7%)

자료 : 울산광역시 환경자원과(2007년 기준)

나. 배출원별 배출 특성

- 울산시의 음식물류폐기물 발생량은 311.7톤/일로 주택에서 87.3%톤/일, 음식점 5.9%, 집단급식소 5.6% 등으로 대부분 가정에서 발생하고 있는 것으로 나타남
- 중구 및 울주군은 발생원으로서 주택(생활계)이 차지하는 비율이 90% 이상으로 높았으며 남구의 경우 집단급식소, 음식점, 대규모점포 등 사업장(사업장생활계)에서 배출되는 음식물류폐기물 발생량이 상대적으로 높음을 알 수 있음

<표 4.6> 울산시 구·군별 배출원별 발생현황

(단위 : 톤/일)

구분	합계	주택	감량사업장					
			소계	집단급식소	음식점	대규모점포	농수산물시장	관광숙박시설
계	311.7 (100.0%)	272.2 (87.3%)	39.5 (12.7%)	17.4 (5.6%)	18.3 (5.9%)	2.7 (0.9%)	0.4 (0.1%)	0.7 (0.2%)
중구	66.0 (100.0%)	59.5 (90.2%)	6.5 (9.8%)	2.9 (4.4%)	3.6 (5.5%)	0.0 (0.0%)	0.0 (0.0%)	0.0 (0.0%)
남구	105.3 (100.0%)	88.6 (84.1%)	16.7 (15.9%)	7.2 (6.8%)	6.8 (6.5%)	2.0 (1.9%)	0.4 (0.4%)	0.3 (0.3%)
동구	55.1 (100.0%)	47.6 (86.4%)	7.5 (13.6%)	2.5 (4.5%)	4.6 (8.3%)	0.0 (0.0%)	0.0 (0.0%)	0.4 (0.7%)
북구	45.0 (100.0%)	39.5 (87.8%)	5.5 (12.2%)	2.3 (5.1%)	2.5 (5.6%)	0.7 (1.6%)	0.0 (0.0%)	0.0 (0.0%)
울주군	40.3 (100.0%)	37.0 (91.8%)	3.3 (8.2%)	2.5 (6.2%)	0.8 (2.0%)	0.0 (0.0%)	0.0 (0.0%)	0.0 (0.0%)

자료 : 울산광역시 환경자원과(2008년 기준)

- 울산시의 음식물류폐기물 조성은 알 수 없지만, 제3차 전국폐기물통계조사를 참고할 때, 도시규모별 음식물류폐기물 조성은 모든 도시 형태(특별시, 광역시, 중소도시, 농어촌)에서 채소 및 과일류가 55.5% 이상을 차지하는 것으로 조사됨

4.3 감량사업장

- 감량사업장은 음식물류폐기물배출업소로 감량의무사업장 및 소규모사업장을 포함함
- 울산시 구·군 음식물류폐기물 수집·운반 및 재활용 촉진에 관한 조례에서 감량의무사업장은 「폐기물관리법」 시행규칙에 의한 음식물류폐기물 배출자로 정의하고 있음. 「식품위생법」 규정에 의해 영업장 면적을 정의하였으며 구·군별 특성을 고려하여 대상규모는 차이가 있음

<표 4.7> 울산시 구·군별 음식물류폐기물 감량사업장 조례상 정의

구분	내용	
	감량의무사업장	소규모사업장
중구	식품접객업 영업장 면적이 125㎡ 이상인 휴게 음식점 및 일반음식점영업장(영업장 면적 250㎡ 이하 커피·주류 등의 전문점 제외)	감량의무사업장을 제외한 사업장
남구	식품접객업 영업장 면적이 250㎡ 이상인 휴게 음식점 및 일반음식점영업자(영업장 면적 500㎡ 이하 커피·주류 등의 전문점 제외)	「식품위생법」 규정에 의한 영업장 면적이 250㎡ 미만인 사업장, (단, 영업장 면적 500㎡ 이하 커피·주류 등의 전문점 제외), 2008.2.27 신설)
동구	식품접객업 영업장 면적이 125㎡ 이상인 휴게 음식점 및 일반음식점영업장(영업장 면적 250㎡ 이하 커피·주류 등의 전문점 제외)	감량의무사업장을 제외한 음식물류폐기물배출업소
북구	식품접객업 영업장 면적이 125㎡ 이상인 휴게 음식점 및 일반음식점영업장(영업장 면적 250㎡ 이하 커피·주류 등의 전문점 제외)	일반음식업소 : 감량의무사업장을 제외한 음식물류폐기물 배출업소
울주군	식품접객업 휴게음식점·일반음식점 중 영업장 면적이 250㎡ 이상인 사업장	감량의무사업장을 제외한 사업장

- 울산시 음식물류폐기물 감량사업장은 1,513개로 음식점(72.4%)과 집단급식소(26.7%)가 대부분으로 나타남. 울주군의 경우 집단급식소(50.6%)와 음식점(48.8%)의 비율이 비슷함
- 감량사업장 수는 북구(407개소), 남구(347개소) 등의 순으로 조사되었으며, 울주군은 168개로 가장 작았음. 집단급식소는 남구가 107개, 음식점은 북구가 313개로 다른 구·군에 비해 많은 것으로 나타남

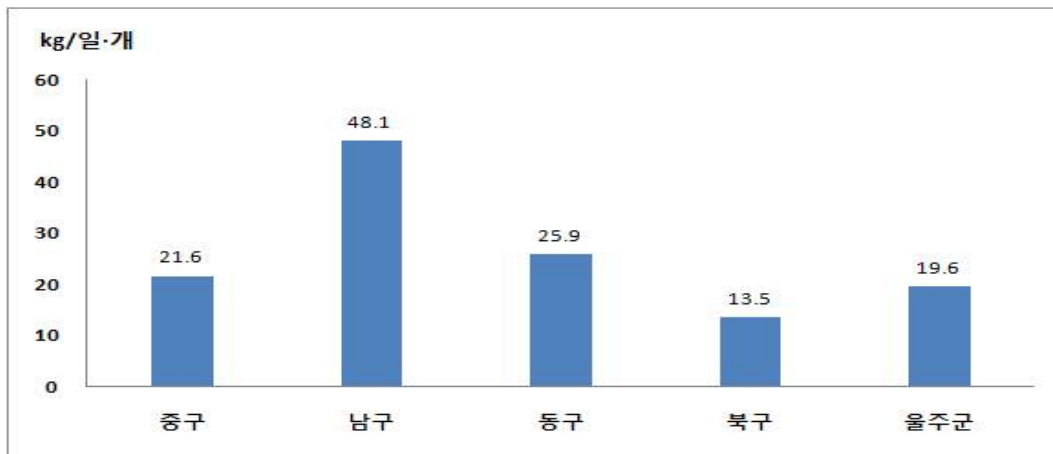
<표 4.8> 울산시 음식물류폐기물 감량사업장 현황

(단위 : 개소)

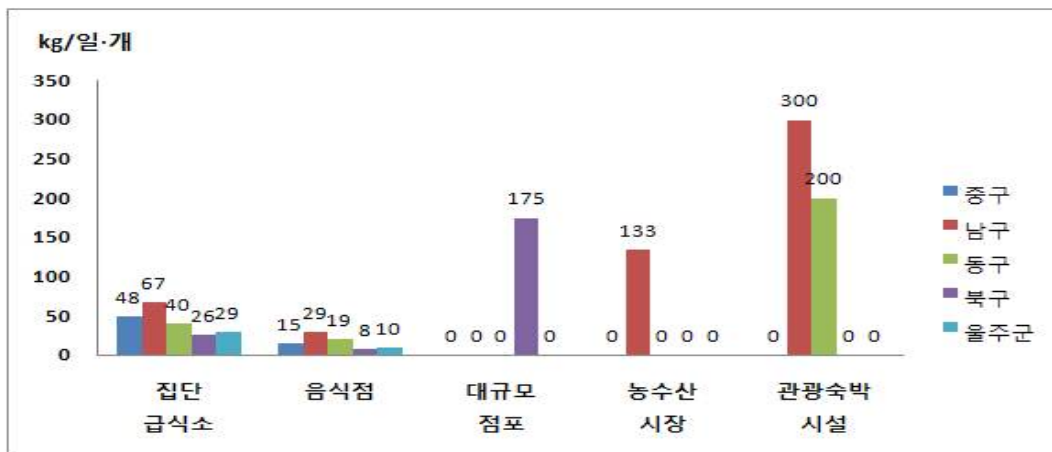
구분	합계	집단급식소	음식점	대규모점포	농수산시장	관광숙박시설
계	1,513(100.0%)	404(26.7%)	1,096(72.4%)	6(0.4%)	3(0.2%)	4(0.3%)
중구	301(100.0%)	60(19.9%)	239(79.4%)	2(0.7%)	0(0.0%)	0(0.0%)
남구	347(100.0%)	107(30.8%)	236(68.0%)	0(0.0%)	3(0.9%)	1(0.3%)
동구	290(100.0%)	62(21.4%)	226(77.9%)	0(0.0%)	0(0.0%)	2(0.7%)
북구	407(100.0%)	90(22.1%)	313(76.9%)	4(1.0%)	0(0.0%)	0(0.0%)
울주군	168(100.0%)	85(50.6%)	82(48.8%)	0(0.0%)	0(0.0%)	1(0.6%)

자료 : 울산광역시 환경자원과(2008년 기준)

- 구·군별 감량사업장의 음식물류폐기물 발생량은 사업소 1개당 남구 48.1kg/일, 동구 25.9kg/일, 중구 21.6kg/일 등의 순으로 나타남
- 사업장종류별 발생량은 집단급식소의 경우 남구 67.3kg/일·개, 중구 48.3kg/일·개, 동구 40.3kg/일·개 등의 순이며, 음식점은 남구 28.8kg/일·개, 동구 19.5kg/일·개 등으로 나타나 동일한 사업장이라도 구·군별 발생량 차이가 큼을 알 수 있음
- 대규모 점포는 북구 175kg/일·개, 농수산물시장은 남구 133kg/일·개 그리고 관광숙박시설은 남구 300kg/일·개와 동구 200kg/일·개로 감량사업장별 발생량은 지역적으로 분포되어 있는 사업장의 특성 및 규모에 따라 차이가 있음을 알 수 있음



(그림 4.2) 울산시 구·군별 감량사업장수에 대한 음식물류폐기물 발생량



(그림 4.3) 울산시 감량사업장 종류별 구·군별 음식물류폐기물 발생량

- <표 4.9>는 울산시 감량사업장에서 발생한 연간 음식물류폐기물을 나타낸 것으로 1.7% 증가한 것으로 조사되었음

<표 4.9> 감량사업장 발생량 현황

구분	계(톤)	감량사업장(톤)	비율(%)
2007년	116,641	7,089	6.1
2008년	113,498	8,797	7.8

주 : 농가위탁 미포함

4.4 재활용 · 자원화

가. 재활용 처리현황

- 울산시의 2008년 기준 음식물류폐기물 발생량은 311.7톤/일로 1차처리 후 236.7톤/일(75.9%)이 재활용 된 것으로 조사됨
- 재활용 · 자원화는 퇴비화가 192.0톤/일(61.6%)로 가장 많았으며, 하수병합처리 후 에너지 이용은 32.2톤/일(10.3%)로 나타남. 처리시설에서 1차처리 후 소각되는 량은 75톤/일(24.1%)을 차지하고 있음

<표 4.10> 울산시 음식물류폐기물 분리수거 후 처리현황

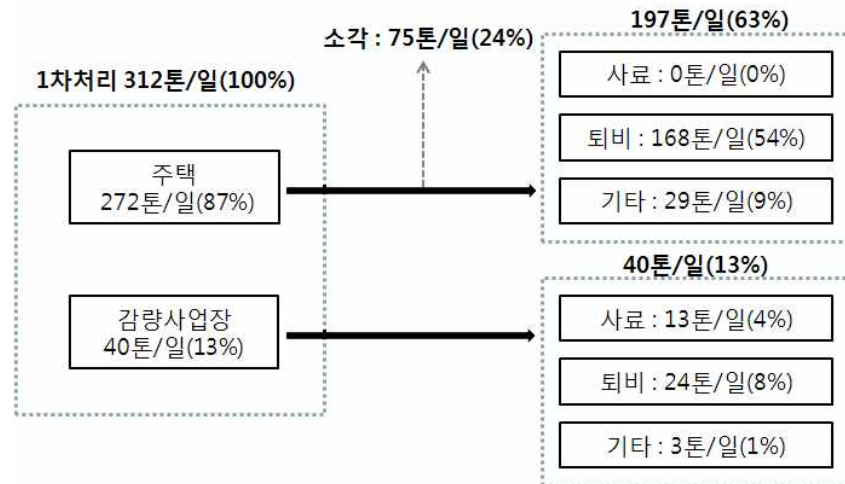
(단위 : 톤/일)

구분	분리 수거량	1차처리 후 처리량	*1차처리 후 재활용, 매립, 소각					비고
			사료중간 원료제공량 (원형이용)	퇴비중간 원료제공량	매립량	소각량	기타	
계	311.7	311.7 (100.0%)	12.5 (4.0%)	192.0 (61.6%)	-	75.0 (24.1%)	32.2 (10.3%)	
중구	66.0	66.0 (100.0%)	1.3 (2.0%)	47.4 (71.8%)	-	17.3 (26.2%)	-	
남구	105.3	105.3 (100.0%)	2.6 (2.5%)	46.5 (44.2%)	-	24.1 (22.9%)	32.1 (30.5%)	혐기성소화 및 하수병합
동구	55.1	55.1 (100.0%)	1.2 (2.2%)	37.5 (68.1%)	-	16.4 (29.8%)	-	
북구	45.0	45.0 (100.0%)	5.5 (12.2%)	27.5 (61.1%)	-	12.0 (26.7%)	-	
울주군	40.3	40.3 (100.0%)	1.9 (4.7%)	33.1 (82.1%)	-	5.2 (12.9%)	0.1 (0.2%)	자체감량

* 1차처리 : 선별, 파쇄, 건조 등을 통해 완제품이 아닌 중간제품 생산

자료 : 울산광역시 환경자원과(2008년 기준)

- (그림 4.4)는 주택 및 감량사업장에서 발생하는 음식물류폐기물의 1차처리 후 재활용현황을 개략적으로 나타낸 것임. 1차처리 312톤/일 기준으로 주택에서 발생한 음식물류폐기물은 퇴비 54%, 기타처리 9% 정도로 처리되었으며, 감량사업장은 퇴비 8%, 사료 4% 등으로 처리됨



(그림 4.4) 울산시 음식물류폐기물 재활용 처리현황 개략도(2008년 기준)

- 감량사업장에서 발생하는 음식물류폐기물 약 40톤/일(100%)에서 퇴비화는 60%, 사료화는 31%의 비율로 재활용되고 있는 것으로 나타남

<표 4.11> 울산시 감량사업장 재활용 현황

(단위 : 톤/일)

구분	계	집단급식소	음식점	대규모점포	농수산물시장	관광숙박시설
사료	12.44(31.1%)	6.66(38.1%)	4.90(26.6%)	0.68(23.4%)	0.16(36.4%)	0.04(5.4%)
퇴비	24.10(60.3%)	9.52(54.5%)	12.28(66.8%)	1.48(50.9%)	0.20(45.5%)	0.62(83.8%)
기타	3.40(8.5%)	1.28(7.3%)	1.21(6.6%)	0.75(25.8%)	0.08(18.2%)	0.08(10.8%)
계	39.94(100.0%)	17.46(100.0%)	18.39(100.0%)	2.91(100.0%)	0.44(100.0%)	0.74(100.0%)

- 중구, 남구, 동구는 퇴비처리비율이 각각 80.4%, 65.0%, 82.0%로 나타났으며, 북구 및 울주군은 사료화 비율이 96.0%, 57.0%로 상대적으로 높게 나타남
- 남구는 3.35톤/일이 하수병합처리되며, 울주군은 0.05톤/일이 자체처리되고 있는 것으로 조사됨

<표 4.12> 중구 감량사업장 재활용 현황

(단위 : 톤/일)

구분	계	집단급식소	음식점	대규모점포	농수산물시장	관광숙박시설
사료	1.28(19.6%)	0.72(24.9%)	0.54(14.9%)	0.02(100.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
퇴비	5.26(80.4%)	2.17(75.1%)	3.09(85.1%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
기타	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
계	6.54(100.0%)	2.89(100.0%)	3.63(100.0%)	0.02(100.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)

<표 4.13> 남구 감량사업장 재활용 현황

(단위 : 톤/일)

구분	계	집단급식소	음식점	대규모점포	농수산물시장	관광숙박시설
사료	2.62(15.4%)	1.13(15.7%)	1.29(18.8%)	0.00(0.0%)	0.16(36.4%)	0.04(13.3%)
퇴비	11.09(65.0%)	4.86(67.3%)	4.37(63.6%)	1.48(66.4%)	0.20(45.5%)	0.18(60.0%)
기타	3.35(19.6%)	1.23(17.0%)	1.21(17.6%)	0.75(33.6%)	0.08(18.2%)	0.08(26.7%)
계	17.0(100.0%)	7.22(100.0%)	6.87(100.0%)	2.23(100.0%)	0.44(100.0%)	0.30(100.0%)

<표 4.14> 동구 감량사업장 재활용 현황

(단위 : 톤/일)

구분	계	집단급식소	음식점	대규모점포	농수산물시장	관광숙박시설
사료	1.36(18.0%)	0.89(35.2%)	0.47(10.3%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
퇴비	6.18(82.0%)	1.64(64.8%)	4.10(89.7%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.44(100.0%)
기타	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
계	7.54(100.0%)	2.53(100.0%)	4.57(100.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.44(100.0%)

<표 4.15> 북구 감량사업장 재활용 현황

(단위 : 톤/일)

구분	계	집단급식소	음식점	대규모점포	농수산물시장	관광숙박시설
사료	5.28(96.0%)	2.31(100.0%)	2.31(91.3%)	0.66(100.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
퇴비	0.22(4.0%)	0.00(0.0%)	0.22(8.7%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
기타	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
계	5.50(100.0%)	2.31(100.0%)	2.53(100.0%)	0.66(100.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)

<표 4.16> 울주군 감량사업장 재활용 현황

(단위 : 톤/일)

구분	계	집단급식소	음식점	대규모점포	농수산물시장	관광숙박시설
사료	1.90(57.6%)	1.61(64.1%)	0.29(36.7%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
퇴비	1.35(40.9%)	0.85(33.9%)	0.50(63.3%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
기타	0.05(1.5%)	0.05(2.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)
계	3.30(100.0%)	2.51(100.0%)	0.79(100.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)	0.00(0.0%)

나. 음식물 자원화시설 현황

- 울산시 음식물자원화시설은 공공시설 5개소로 총 처리규모는 2008년 말 기준

170톤/일(중구 1·2차, 남구)임. 북구의 경우 가동이 중단된 상황이며 2010년부터 SBK가 본격적으로 운영될 경우 310톤/일(중구 1·2차, SBK)을 처리할 수 있는 규모가 됨. 처리방법은 감량 및 퇴비화 그리고 바이오가스 생산방식이며 SBK는 기존의 하수병합처리시설을 개선하여 바이오 가스를 정제할 수 있는 기술을 도입할 계획임

- 민간시설은 3개소로 퇴비화 및 비료화 방식 처리를 하고 있으며, 총 140톤/일의 처리규모를 가지고 있음

<표 4.17> 울산시 음식물자원화시설 현황

구분		처리규모 (톤/일)	시설방식	처리비 (원/톤)	반입대상	음폐수 (톤/일)	가동일	소재지	비고
공공 시설	중구1차	50	감량화	80,000	전 구·군	61	'01.9.18	남구 성암동	민간위탁
	중구2차	80	퇴비화	80,000	전 구·군	78	'03.4. 1	남구 성암동	민간위탁
	남구	40	하수병합	24,650	남구		'02.3.25	남구 황성동	민간위탁
	북구	30	퇴비화 (지렁이)	59,000	북구		'05.7.7	북구 중산동	'08.1 가동중단
	SBK	180	바이오 가스	60,000			'09.9월	남구 황성동	민간운영 신설
민간 시설	울산자원화	60	퇴비화	76,000	동구· 울주군	42	'09.1월	울주 삼동면	
	청림바이오	50	비료화 (생석회)				'09.2월	울주 온산읍	신설
	대건자원화	30	퇴비화				'09.3월	울주 삼동면	신설

자료 : 울산광역시 환경자원과(2008년 기준)

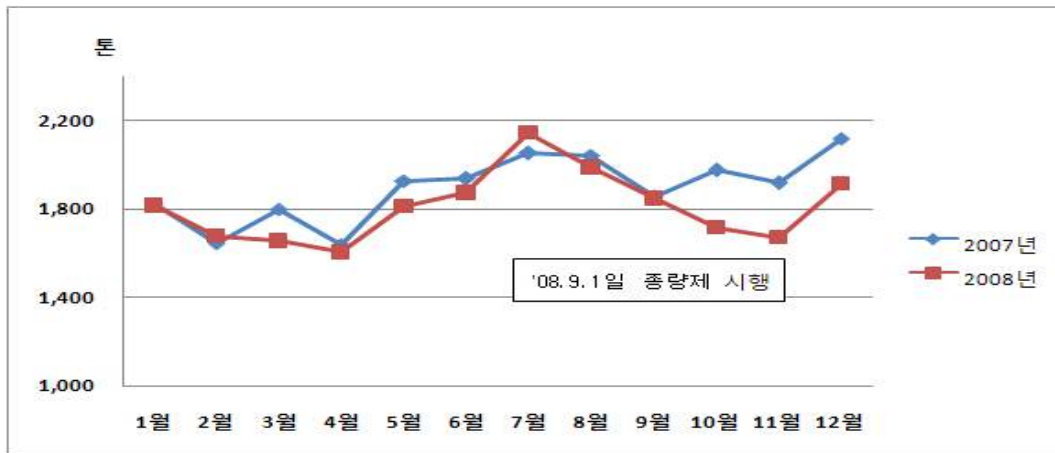


(그림 4.5) 울산시 공공 및 민간자원화시설 설치현황

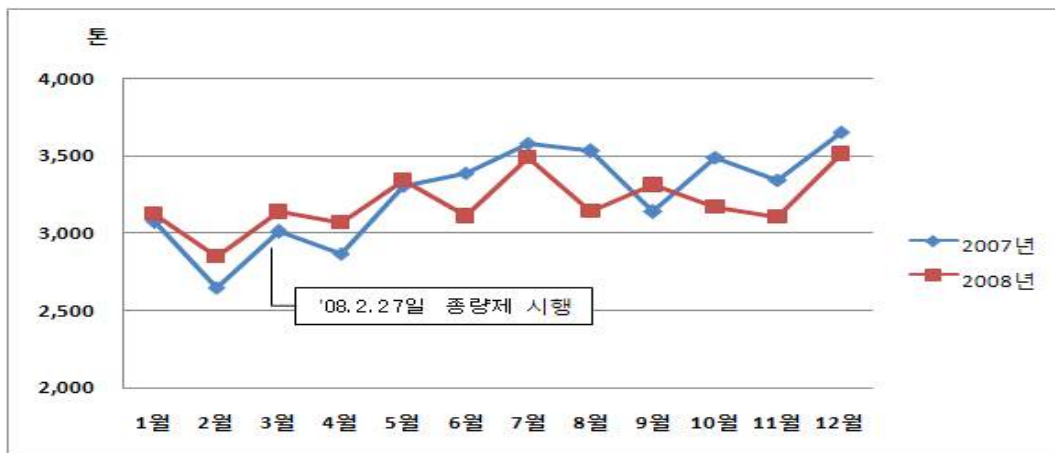
4.5 음식물종량제

가. 음식물종량제 실시 효과

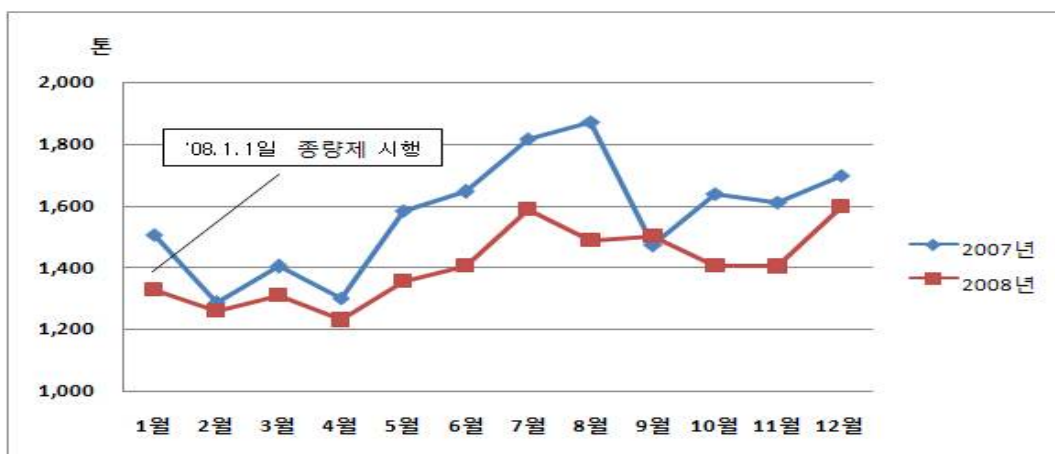
- 울산시는 음식물쓰레기 배출량에 따라 처리비용을 부담하는 종량제를 2008년부터 실시함. 구·군별 시행시기는 동구 및 울주군은 1월 1일, 북구 2월 1일, 남구 2월 27일 그리고 중구는 9월 1일로 차이가 있음
- (그림 4.6)~(그림 4.10)은 구·군별 음식물쓰레기 종량제 실시에 따른 월별 배출량을 2007년 및 2008년 기준으로 비교하여 나타낸 것임
 - 중구는 2007년의 경우 1,640(4월)~2,118톤/월(12월)의 범위였으며, 2008년은 1,603(4월)~2,146톤/월(7월)로 나타남. 2008년 월별 발생량이 2007년보다 다소 감소한 경향을 보이고 있으며, 종량제가 실시된 9월 이후부터는 큰 폭의 감소를 나타냄
 - 남구는 다른 구·군에 비해 총발생량이 많음. 2007년은 2,645(2월)~3,653톤/월(12월)이었으며, 2008년은 2,849(2월)~3,512톤/월(12월)이 발생함. 종량제가 2월 27일부터 시행되었으나 감량효과는 6월부터 나타나기 시작함
 - 동구는 2007년 1,284(2월)~1,872톤/월(8월)의 범위였으나, 2008년은 1월부터 종량제가 실시되면서 1,229(4월)~1,599톤/월(12월)이 발생하여 종량제 실시효과가 큰 것으로 보임
 - 북구는 2007년 959(2월)~1,352톤/월(12월)이, 2008년은 1,020(2월)~1,388톤/월(7월)이 발생함. 종량제는 2월부터 실시되었으나 전체 발생량 기준으로만 볼 때 감량효과는 거의 없는 것으로 나타남
 - 울주군은 2007년 943(2월)~1,444톤/월(10월)이었으며, 2008년은 930(2월)~1,315톤/월(7월)로 나타나 1월부터 실시된 종량제 효과를 지속적으로 보이고 있음
- 북구 및 울주군의 경우 2007년 대비 2008년 인구가 1만 명 이상 증가한 자치단체로 인구증가에 따른 발생량 증가 영향을 고려했을 경우 종량제 실시효과는 상대적으로 더 클 것으로 사료됨



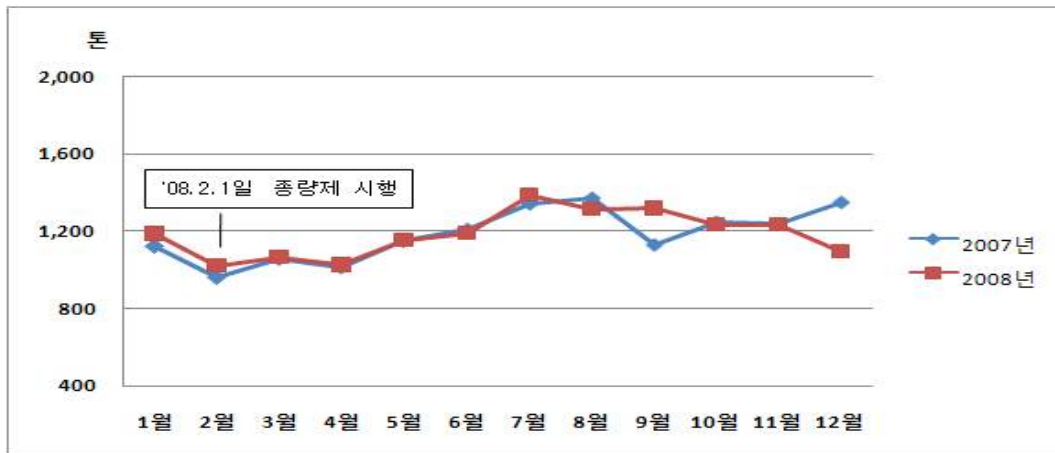
(그림 4.6) 중구 종량제 실시에 따른 음식물쓰레기 발생량 변화



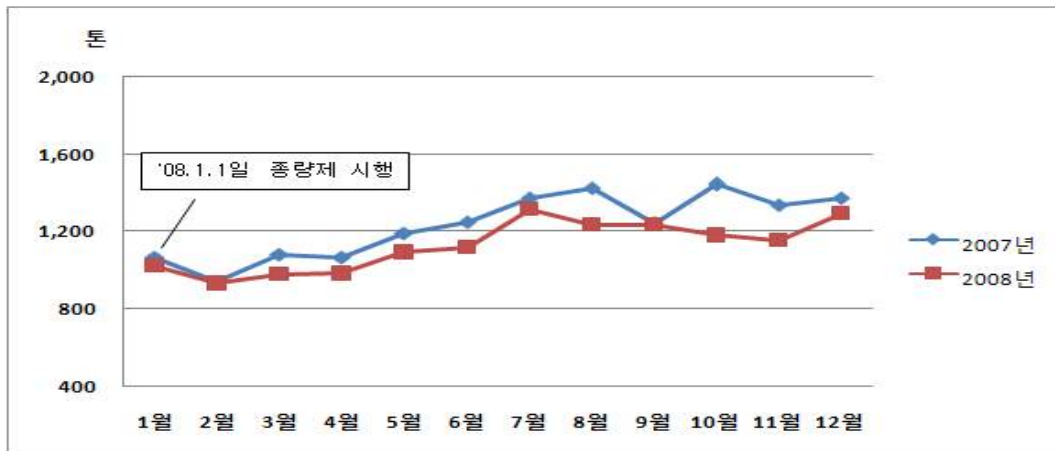
(그림 4.7) 남구 종량제 실시에 따른 음식물쓰레기 발생량 변화



(그림 4.8) 동구 종량제 실시에 따른 음식물쓰레기 발생량 변화



(그림 4.9) 북구 종량제 실시에 따른 음식물쓰레기 발생량 변화



(그림 4.10) 울주군 종량제 실시에 따른 음식물쓰레기 발생량 변화

나. 전용수거용기 현황

- <표 4.18>은 울산시 구·군별 음식물류폐기물 수집·운반 및 재활용촉진에 관한 조례에 명시된 전용수거용기 규격 및 납부필증 공급·판매가격을 나타낸 것임
- 단독주택의 경우 남구(3ℓ, 5ℓ, 10ℓ)를 제외하고 5ℓ 용량을 규격으로 하고 있으며, 판매가격은 5ℓ 기준으로 북구(200원), 남구(160원), 중구 및 동구(150원) 그리고 울주군(100원)의 순으로 나타남
- 공동주택은 중구의 경우 음식물류폐기물 처리 대행업체에서 현장계근을 통해 수수료를 산정하며, 남구는 20ℓ와 60ℓ, 동구는 60ℓ와 120ℓ, 북구 및 울주군은 120ℓ 용 납부필증을 공급하고 있음. 120ℓ 기준으로 판매가격은 북구 4,800원, 동구 3,600원 그리고 울주군은 2,400원임

- 소규모사업장은 중구, 동구 및 북구는 20ℓ, 60ℓ, 120ℓ가 있으며, 남구는 20ℓ, 60ℓ 그리고 울주군은 20ℓ가 있음. 20ℓ 기준으로 울주군(400원)을 제외한 나머지 구는 1,200원으로 공급하고 있음. 전반적으로 북구의 납부필증 가격이 높고 울주군이 낮은 것으로 나타남

<표 4.18> 울산시 구·군별 음식물류폐기물 납부필증(칩) 공급 및 판매가격

구분	용량	공급액	판매수수료	판매금액	비고
중구	단독주택	5ℓ	141	9	150
	공동주택	30원/ℓ × 월간 배출량(ℓ)(1ℓ=0.8kg)			현장 계근
	소규모사업장	20ℓ	1,128	72	1,200
		60ℓ	3,384	216	3,600
		120ℓ	6,768	432	7,200
남구	일반주택	3ℓ	82	8	90
		5ℓ	146	14	160
		8ℓ	228	22	250
	공동주택	20ℓ	546	54	600
		60ℓ	1,638	162	1,800
	소규모사업장	20ℓ	1,128	72	1,200
		60ℓ	3,384	216	3,600
동구	단독주택	5ℓ	142.5	7.5	150
	공동주택	60ℓ	1,710	90	1,800
		120ℓ	3,420	180	3,600
	소규모사업장	20ℓ	1,140	60	1,200
		60ℓ	3,420	180	3,600
		120ℓ	6,840	360	7,200
북구	단독주택	5ℓ	190	10	200
	공동주택	120ℓ	4,560	240	4,800
	일반음식업소	20ℓ	1,140	60	1,200
		60ℓ	3,420	180	3,600
		120ℓ	6,840	360	7,200
울주군	단독주택	5ℓ	90	10	100
	공동주택	120ℓ	2,280	120	2,400
	소규모사업장	20ℓ	380	20	400

소규모사업장 : 감량의무사업장을 제외한 음식물류폐기물 배출업소

4.6 감량기기

가. 감량기기 관련 조례

- 각 구·군별 음식물류폐기물 감량 등에 관한 조례는 중구, 동구, 북구는 공동 처리하는 지역의 감량기기 설치비용 지원에 대해, 울주군은 감량의무사업장이 밀집된 지역의 재활용을 위한 지원 등에 대해 명시하고 있음
- 남구의 경우 감량기기 사용 권장 및 설치에 대해 2008년 관련 조례를 신설하여 일부 실시하고 있음

<표 4.19> 울산시 구·군별 음식물류폐기물 감량 및 재활용에 관한 조례

구분	내용		비고
중구 동구 북구	공동주택 등 음식물류폐기물을 다량으로 공동처리 등이 가능한 지역의 생활폐기물배출자가 음식물류폐기물 감량시설 또는 기기를 설치하고자 하는 경우 설치비용을 지원할 수 있다.		
남구	제2조의3의2	“음식물류폐기물 감량기기”라 함은 음식물류폐기물을 가열건조, 발효 또는 발효건조에 의한 방법을 통하여 사료화 또는 퇴비화 할 수 있도록 감량화하는 것으로 「폐기물관리법 시행규칙」 제10조제3호 규정에 의한 규모 미만의 시설·기기를 말한다.	2008. 2.27 신설
	제9조의2	(음식물류폐기물 감량화를 위한 조치) ① 구청장은 음식물류폐기물을 주민 스스로 처리하거나 그 양을 줄여 배출할 수 있도록 감량기기 사용을 적극 권장하여야 하며, 감량기기 사용에 따른 운용요령 및 배출방법 등을 주민에게 적극 홍보하여 음식물류폐기물 발생이 억제되도록 노력하여야 한다. ② 건축주는 건축법 제2조제2항 및 동법 시행령 제3조의4 규정에 의한 단독·공동주택을 신축하고자 할 때에는 음식물류폐기물 감량기기를 입주가구 및 세대에 대하여 설치하여야 한다.	
	제9조의3	(감량기기의 사후관리 등)감량기기를 설치한 자는 주거생활환경에 지장이 없는 범위에서 운용하고 고장, 방치되지 않도록 관리하여야 한다.	
울주군	감량의무사업장이 밀집된 지역의 재활용 촉진을 위하여 공동으로 감량처리하게 하거나 공동으로 수거·재활용할 수 있도록 필요한 지원과 조치를 강구하여야 한다.		

나. 감량기기 설치 현황

- 울산시는 감량사업장을 대상으로 총 18대가 보급되어 있으나 약 61%만 가동되고 있는 것으로 조사됨

- 가정내 감량기기 설치는 공동주택 건설사에서 빌트인 방식 가정용 감량기기를 설치하는 사례가 있으며 구·군별 설치에 대해 시범운영 및 의무화하는 단계에 있음

<표 4.20> 울산시 감량기기 보급대수 및 미가동기기현황(고속발효기)

(단위 : 대수)

구분		설치 및 운용실태					미가동사유				
		보급 대수	불용 처분	현보유대수			위탁 재활용	운영비 과다	악취 민원	고장	기타
				계	가동	미가동					
총계	합계	18		18	11	7				7	
	단독·공동주택										
	감량사업장	17		17	10	7				7	
	기타	1		1	1						
중구	계	2		2	2						
	감량사업장	1		1	1						
	기타	1		1	1						
남구	계	2		2	2						
	감량사업장	2		2	2						
	기타										
동구	계	9		9	3	6				6	
	감량사업장	9		9	3	6				6	
	기타										
북구	계	2		2	1	1				1	
	감량사업장	2		2	1	1				1	
	기타										
울주군	계	3		3	3						
	감량사업장	3		3	3						
	기타										

자료 : 울산시 환경자원과(2008년 기준)

가. 중구

- 중구는 음식물류폐기물 감량시책 추진을 위하여 감량기기의 성능 및 유지관리
에 대한 제반사항을 평가하고자 1차·2차로 구분하여 감량기기를 시범설치·운
영하였음
- 2008년 2월부터 약 6개월간 구내식당 내에 건조식과 미생물소멸식 방식을 적용
한 가정용 감량기기를 무상으로 설치·운영한 결과 77~91%의 감량효과 및 위
생적 관리 가능성을 보였으나 처리시간, 소음 및 악취, 경제적 부담에 대한 방
안이 필요한 것으로 나타남
- 또한 2008년 10월부터 공동주택 및 다량배출장소에 대한 대형 감량기기 설치에
대한 검토를 위해 업체용 감량기기를 구내식당 배출 음식물을 대상으로 시범·
운영하였음. 감량효과는 88%로 높았으나 전력소비, 처리시간, 악취, 고장, 부산

물 처리 등의 문제가 발생되어 지속적 검증과정이 필요한 것으로 나타남

- 전반적으로 음식물류폐기물 감량을 위한 감량기기 사용은 효율적인 것으로 조사되었으나 감량기기 사용의무화 및 권장에 대한 조례 개정은 사례조사 및 문제점 분석 후 추진할 계획임

<표 4.21> 울산시 중구 음식물류폐기물 감량기기

구분	운영기간	처리방식	처리용량	감량율
1차(가정용)	'08.2.18~7.31	고온미생물소멸방식	2kg/일	투입량의 91%
		이중열풍건조방식	6ℓ/일	투입량의 77%
		공기순환건조방식	5ℓ/일	투입량의 82%
2차(업소용)	'08.10.6~'09.8.31	발효건조소멸식	100kg/20시간	투입량의 88%

자료 : 울산시 중구청 내부자료

나. 남구

- 남구는 전국에서 처음으로 신축하는 단독·공동주택에 음식물쓰레기 감량기기 설치를 의무화하는 조례를 제정함. 관련조례 내용은 <표 4.24>와 같음
- 남구는 2008년 기준 신축건물 47곳에 228대(일반건조방식)가 설치되었으며, 지원가정 176곳에 발효소멸방식(123대) 및 분쇄건조방식(53대) 감량기기를 설치함

<표 4.22> 음식물쓰레기 감량기기 보급 관련 전국 자치단체 동향

구분	대상	지원여부	시행	관련시책	비고
울산 남구	신축 단독, 공동주택	없음	'08.2.27 조례 공포	“셋째자녀출산 및 4대이상 한가정” 음식물감량기기 지원 ('08. 3월~)	의무
서울 서초구	신축 단독, 공동주택	신축주택구입금액의 50% 범위내 지원 (최고 20만원)	'08.6.16 조례 공포 '08.10.9 시행규칙 공포	“셋째자녀출산 및 4대이상 한가정” 음식물감량기기 지원 ('09. 2월~)	의무
경기도 시흥시	모든 주택	기존주택구입금액의 전부 또는 일부 지원 (최고 20만원)	'08.7.9 조례 공포 ('09.1.1 시행)	-	의무
서울 양천구	모든 주택	모든 주택 구입금액의 50% 범위내 지원 (최고 20만원)	'07.12.26 조례 공포	-	권고
인천 남동구	공동주택	공동주택 제외한 주택에 구입금액의 50% 범위 지원 (최고 20만원)	'08.12.26 조례 공포	-	권고

<표 4.23> 울산시 남구 음식물류폐기물 감량기기에 대한 조례

구분	내용	비고
제2조의 3의2	“음식물류폐기물 감량기기”라 함은 음식물류폐기물을 가열건조, 발효 또는 발효건조에 의한 방법을 통하여 사료화 또는 퇴비화 할 수 있도록 감량화하는 것으로 「폐기물관리법 시행규칙」 제10조제3호 규정에 의한 규모 미만의 시설·기기를 말한다.	
제9조의 2	(음식물류폐기물 감량화를 위한 조치) ① 구청장은 음식물류폐기물을 주민 스스로 처리하거나 그 양을 줄여 배출할 수 있도록 감량기기 사용을 적극 권장하여야 하며, 감량기기 사용에 따른 운용요령 및 배출방법 등을 주민에게 적극 홍보하여 음식물류폐기물 발생이 억제되도록 노력하여야 한다. ② 건축주는 건축법 제2조제2항 및 동법 시행령 제3조의4 규정에 의한 단독·공동주택을 신축하고자 할 때에는 음식물류폐기물 감량기기를 입주자구 및 세대내에 대하여 설치하여야 한다.	
제9조의3	(감량기기의 사후관리 등)감량기기를 설치한 자는 주거생활환경에 지장이 없는 범위에서 운용하고 고장, 방치되지 않도록 관리하여야 한다.	

<표 4.24> 울산시 남구 음식물쓰레기 감량기기 설치 현황

구분	대상기간	준공·설치 검사 시작	설치 건물	설치수량(가구수)			
				계	일반건조	분쇄건조	발효소멸
신축건물	'08.2.27 ~12.31	'08.5.13~	47곳	228대	219대	2대	7대
셋째자녀출산 및 4대이상 한가정	'08.3.1 ~12.31	'08.5.13~	176가정	176대	-	53대	123대

자료 : 울산시 남구청 내부자료

5. 결론 및 정책제언

5.1 주요결과

가. 지자체 음식물류폐기물 관련 정책 현황

- 법, 조례 등의 행정적 절차를 통해 음식물류폐기물에 대한 관리책임 부분을 강화함
- 시민실천 운동을 중심으로 음식물류폐기물 감량을 위한 정책을 실천하고 있음
- 음식물류폐기물 분리배출시 발생하는 시민의 불편사항을 해결하기 위한 지원 사업을 실시함

- 특정구역 및 그룹에 대한 음식물류폐기물 감량방안을 검토하고 있음
- 감량기기 사용에 대한 조례 제정을 하고 있으며, 설치에 대한 시범사업을 하고 있음
- 유기성자원으로서 음식물류폐기물 자원화 및 에너지화를 위한 기술 지원 및 시설 설치를 진행하고 있음

나. 울산시 음식물류폐기물 현황

- 울산시 음식물류폐기물은 2007년 기준 344.7톤/일(0.31kg/일·인)로 생활계폐기물 중 약 31%를 차지하고 있음. 처리방법은 매립 1.4%, 소각 30.4% 그리고 재활용 68.2%임
- 2008년 기준 전가구의 96%가 음식물류폐기물을 분리배출하고 있으며, 주택은 87.3%, 감량사업장은 12.7%를 발생하고 있음. 분리수거 후 퇴비화 61.6%, 소각 24.1%, 기타, 10.3% 그리고 사료화 4.0%로 처리됨. 기타처리의 경우 혐기성소화 및 하수병합, 자체감량을 포함함
- 음식물 자원화시설은 공공시설 5개소, 민간시설 3개소로 공공시설 중 SBK가 2010년부터 본격적으로 운영될 예정임
- 울산시는 음식물종량제를 구·군별 시행시기를 달리하여 2008년부터 실시함. 구·군별 전용용기 규격 및 납부필증 공급·판매가격이 차이가 있으며 조례에 명시하고 있음. 음식물류폐기물 발생량 감소에 효과가 나타나고 있음.
- 감량기기 사용에 대해 중구는 구청내 시범운영을 하였으며, 남구는 2008년 감량기기 사용 권장 및 설치에 대해 조례를 신설함

<표 5.1> 울산시 음식물류폐기물 관련 주요 현황

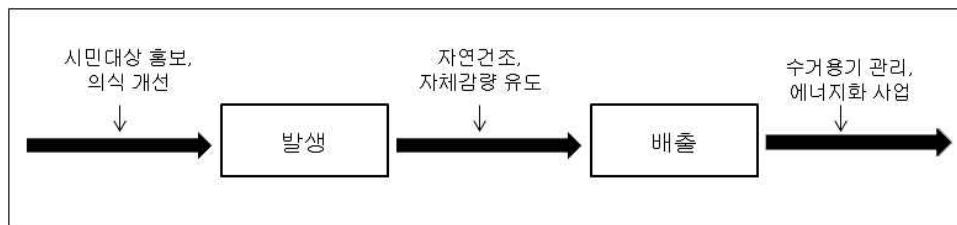
구분	발생량 (톤/일)	종량제 봉투 배출 (톤/일)	분리 배출율* (%)	배출원별 발생량(톤/일)		재활용(톤/일)				음식물 종량제 실시	납부 증가 가격** (원)	감량 기 보급
				주택	감량 사업장	사료	퇴비	소각	기타			
울산	344.7 (0.31kg/일·인)	24.9 (7.2%)	96.0	272.2	39.5	12.5	192.0	75.0	32.2	-	-	-
중구	68.1 (0.29kg/일·인)	1.4 (2.1%)	100.0	59.5	6.5	1.3	47.4	17.3	-	9.1일	150	시범 운영
남구	118.1 (0.34kg/일·인)	11.3 (9.6%)	100.0	88.6	16.7	2.6	46.5	24.1	32.1	2.27일	160	조례 공포
동구	56.9 (0.31kg/일·인)	0 (0%)	100.0	47.6	7.5	1.2	37.5	16.4	-	1.1일	150	-
북구	42.8 (0.27kg/일·인)	0 (0%)	91.3	39.5	5.5	5.5	27.5	12.0	-	2.1일	200	-
울주군	58.8 (0.33kg/일·인)	12.2 (20.7%)	84.3	37.0	3.3	1.9	33.1	5.2	0.1	1.1일	100	-
비고	'07년 기준		'08년 기준							'08년 실시	5ℓ 기준	

* : 음식물류폐기물 분리배출 가정·사업장수/총가정·사업장수

** : 단독주택

5.2 정책제언

- 음식물류폐기물 감량은 합리적 구매 및 조리 등을 통한 원천감량이 가장 이상적인 방법이나 한계가 있음
- 음식물류폐기물의 발생부터 처리까지 단계별 적절한 감량정책, 즉 시민들과 자치단체간의 역할분담과 함께 철저한 분리배출과 자원화를 통한 순환네트워크가 원활히 될 수 있는 지원 및 정책 개발이 더 필요한 것으로 사료됨



(그림 5.1) 음식물류폐기물 감량 방안

가. 시민 홍보 및 의식 개선을 위한 지속적인 노력

- 2007년 기준 울산시 음식물류폐기물 발생량 중 종량제봉투에 포함되어 배출되는 양이 7.2%로 분리배출에 대한 교육 및 홍보가 필요함을 알 수 있음. 즉 음

식물류폐기물 발생 감량화를 위해 가장 큰 역할을 할 수 있는 것은 시민으로, 시민을 대상으로 지속적인 홍보 및 교육 등을 실시해야 함

- 음식물류폐기물을 자원으로 인식하기 위한 의식전환과 함께 음식물류폐기물 감량 목표치를 선정하고 시민단체 및 공동주택 중심으로 연중 캠페인 등을 실시하고 실시결과에 따른 인센티브를 구체화시킴
 - 공동주택의 경우 음식물종량제가 실시되었지만 배출방법이 거의 차이가 없어 납부필증을 직접 구매해서 배출하는 단독주택보다 감량에 대한 필요성을 상대적으로 적게 느낄 수 있음. 즉 공동주택의 경우 세대가 직접 감량에 대한 의식전환을 할 수 있는 인센티브제 적용방안을 마련할 필요가 있음
- 가정교육 및 학교교육을 통해 유기성자원으로서 에너지로 재생될 수 있는 부분을 강조하여 올바른 분리배출의 중요성도 강조함
 - 음식물류폐기물 수거용기에 비닐류(봉지 등)를 동시에 투입하는 경우 발생하는 문제점, 물기 및 이물질 제거의 중요성 등 배출시 준수사항을 홍보함
 - 사료 및 퇴비로 재활용되기 위한 음식물류폐기물의 조건과 음식물류폐기물의 바람직한 순환네트워크에 대해 강조함
 - 자원화를 통한 감량은 원천감량과 같이 음식물류폐기물의 감소를 의미하며 대체자원으로서 역할이 중요함을 홍보함
- 시민단체에서 음식물류폐기물 관련 실시하고 있는 활동과 홍보활동을 연계할 수 있는 방안을 검토함

나. 수거용기 관리를 통한 분리배출 효율성 증가 유도

- 음식물류폐기물 발생 감량은 원천감량이 가장 이상적인 방법이나 한계가 있음을 인식하고 있음. 즉 음식물류폐기물의 감량화에 초점을 두는 것도 중요하지만 음식물수거용기 관리를 통한 효율적인 분리배출을 유도하는 것도 중요함
- 서울시 서초구의 예로 조례 제정 및 개정을 통한 음식물수거용기 청결 명령제 실시, 수거용기 관리책임 실명제 실시 등 음식물수거용기 관리에 대한 행정적 강화 근거를 마련함
- 현재의 공동수거용기의 사용시 발생하는 위생상의 문제와 불편 등을 해소하기 위해 자동개폐용 수거용기 보급 등 타 시에서 계획하고 있는 부분을 도입할 수 있는 방안도 검토함
- 소형수거용기(2ℓ, 3ℓ) 제작·보급에 대한 행정적 근거 마련이 요구됨. 즉 전용 수거용기(단독주택 : 보통 5ℓ 규격, 남구 3·5·8ℓ 규격)에 사용되는 납부필

증 용량에 맞춰 버리기 위해 음식물류폐기물이 오랜 기간 방치되는 경우가 있어 악취 및 미관상 문제점이 발생하고 있음. 또한 독신자, 맞벌이 부부 등 소규모 가족구성이 증가하고 있는 사회적 현상을 고려하여 효율적인 전용수거용기에 대한 검토가 필요함

- 울산시민의식조사 결과 음식물류폐기물 1일 배출량은 1ℓ 이하 24.4%, 2ℓ 이하 38.4%, 3ℓ 이하 27.2%로 조사되었음. 일반적으로 2일 1회 수거주기를 고려했을 경우 3ℓ 정도의 수거용기 제작 및 납부필증 판매를 검토함
- 기초생활수급자 및 독거노인의 경우 색상식별이 가능한 2~3ℓ 수거용기를 무상으로 제작·보급하는 방안도 검토함

다. 자연건조법을 활용할 수 있는 기구 제작·보급

- 제3차 전국폐기물통계조사에서 가정의 음식물류폐기물 중 채소 및 과일류가 60.5%를 차지하는 것으로 조사되었으며, 울산시민의식조사에서도 과일껍질과 야채손질 후 발생하는 쓰레기가 69.6%로 높은 비중을 나타냄
- 하지만 이러한 종류와 다른 음식물류폐기물이 혼합되었을 경우 가정내에서 수분을 감소시킬 수 있는 부분은 물기 제거 정도로 한계가 있음
- 야채·과일껍질 등은 상태가 양호한 상태로 배출되는 음식물류폐기물로 실내외에서 천연건조를 할 경우 약 29%의 감량효과가 있는 것으로 보고되고 있음
- 자연건조시 발생될 수 있는 냄새 및 날파리 등의 문제점을 보완할 수 있는 건조대 개발·제작 및 만드는 방법 등을 홍보하여 야채 및 과일껍질 등의 배출량을 감소시킬 수 있도록 유도함

라. 음식물류폐기물배출업소에 대한 감량화 홍보대책 및 분리배출 강화

- 울산시의 경우 음식물류폐기물배출업소인 감량사업장에서 발생한 음식물류폐기물은 2008년 기준 약 40톤/일로 전체 음식물류폐기물 중 12.8% 정도를 차지하고 있음
- 음식물류폐기물은 폐기물관리법상 스스로 감량 또는 재활용 또는 위탁처리 등을 할 수 있으며, 일부 감량사업장을 대상으로 감량기기가 보급되어 있으나 가동률은 61% 정도이며 일반적으로 재활용업체에 위탁처리를 하고 있음
- 2008년 감량사업장의 음식물류폐기물 발생량은 2007년에 비해 1.7% 증가하였음. 또한 식품위생법상 음식물 재사용 금지 법률이 개정(2009.8.12부터 시행)됨에 따라 배출되는 음식물류폐기물은 증가될 가능성이 더 큼
- 음식문화개선 등 음식점을 대상으로 다양한 시책이 시행되고 있으나 더욱 강화할

필요가 있으며, 강원도 동해시의 사례(횃집 밀집지역 수거체계 등)를 검토하고, 특정업소가 밀집된 곳을 대상으로 감량을 유도할 수 있는 방안 마련도 요구됨

마. 감량기기 사용 및 도입에 대한 충분한 검토

- 음식물류폐기물 감량화 및 분리배출의 편의성을 위해 감량기기 보급 및 사용이 증가하고 있는 추세임
- 국내 일부 자치단체 및 울산시 남구는 관련 조례를 제정하여 감량기기 설치 의무화 또는 예산 지원을 하고 있음
- 하지만 일본 및 미국 등에서는 감량기기 사용에 대해 긍정적인 결과를 나타내고 있으나 국내의 경우 아직 시범운영단계로 볼 수 있으며 도입 검토 연구는 진행 중에 있음
- 현재의 음식물류폐기물 배출 및 수거시스템에서 볼 때, 음식물류폐기물을 감량기기를 사용하여 건조·감량을 하더라도 일반 음식물류폐기물과 혼합하여 운반하기 때문에 감량기기 부산물 처리를 위한 수거시스템 개선이 먼저 고려되어야 함
- 서울시 서초구 감량기기 지원 사례 및 중구의 감량기기 시범운영 결과 등을 검토했을 경우 감량기기 도입은 시기적으로 빠를 수 있는 것으로 조사되었으며, 울산의 경우 남구 감량기기 설치 지원 결과 및 환경부 정책방향을 검토한 후 나머지 4개 구·군의 조례제정 및 설치 지원을 마련하는 것이 좋을 것으로 사료됨
- 또한 감량기기의 표준규격화 및 기술적 성능 검토, 감량기기 건조부산물 전용수거봉투 제작 및 배포 등의 수거시스템 개선 여부 검토, 울산시 음식물류발생량과 음식물자원화시설 활용(에너지화) 등을 고려해서 감량기기 사용 여부를 결정해야 될 것으로 보임

바. 자체처리를 위한 보조사업 개발

- 가정에서 남은 음식을 친환경적으로 처리하는 지렁이 퇴비화사업은 국내 시민단체, 아파트 및 학교를 중심으로 일부 시행되고 있으며, 미국 등 정원쓰레기가 많이 발생하고 있는 선진국에서는 지렁이를 이용하거나 주민 스스로 퇴비화 및 발효할 수 있도록 퇴비화 용기 및 발효통을 보급하고 있음
- 울산시도 학교, 공동주택, 단독주택 등 텃밭을 가꾸거나 화분을 이용하여 식물을 키우는 시민들을 대상으로 지렁이 퇴비화 관련 시범사업을 실시 및 확대하고 시민생태체험프로그램과 연계 등을 통해 소량의 음식물류폐기물을 자체 처리할 수 있는 보조사업 실시 및 지원에 대한 검토가 필요함

참고문헌

1. 국립환경과학원, 제3차(2006~2007년) 전국폐기물통계조사, 2007
2. 서울특별시, 음식폐기물처리 개선방안 연구(주방용 오물분쇄기 도입방안), 2009
3. 손명환, 음식물쓰레기의 효율적인 관리방안에 관한 연구(부산광역시 사례를 중심으로), 부산대학교, 석사학위논문, 2004
4. 유재영, 음식물쓰레기 재순환시스템의 구축 방안에 관한 연구, 서울산업대학교, 2003
5. 이선애, 음식물류폐기물 자원화 정책의 개선방안에 관한 연구, 성신여자대학교, 가족문화·소비자학과, 박사학위논문, 2005
6. 이정임 외 2명, 음식물류폐기물의 효율적인 처리방안, 경기개발연구원, 2006
7. 정경찬, 음식물류폐기물의 효율적인 관리개선에 관한 연구(서울특별시 시계를 중심으로), 서울시립대, 석사학위논문, 2005
8. 환경부, 음식물류폐기물 감량·자원화 우수사례집, 2008. 8
9. 환경부, 폐기물에너지화종합대책, 2008. 5

주제 발표

日韓海峡圏の観光交流と地域活性化

(財)福岡アジア都市研究所

新井 直樹

한일해협권의 관광교류와 지역활성화

(재)후쿠오카아시아도시연구소

아라이 나오키

【요지】

한일관광교류는 21세기에 들어와 구조적인 변화로 인해 대등하고 쌍방향적으로 활성화되었다. 다만, 경제, 안전에 관계된 외부환경의 변화로 적은 변동은 보이지만 전반적으로 확대 기조에 있다. 현재 양국 간에는 관광뿐만 아니라 정치경제, 문화, 스포츠 등 다양한 교류, 연대가 활발히 전개되어 한일관계는 일찍이 「가깝고 먼 나라」라는 의식을 넘어 친밀한 관계로 변화하고 있다. 아직 한일관계에 역사인식을 둘러싼 문제가 남아있기는 하지만 양국민 간의 시민교류, 관광교류를 통해 역사인식에 대한 상호이해와 한일관계의 심화(深化)한 대처가 기대된다.

한일관광교류의 활성화와 함께 한일해협을 사이에 둔 양국의 지역간에도 지리적인 근접성을 살려 선박을 주요 교통수단으로 한 국제관광교류가 활발해지고 있다. URC는 이러한 동향을 근거로 후쿠오카·부산간 고속선 이용객을 대상으로 2007년부터 3년간 앙케이트 조사를 실시하여 한일관광교류의 실태나 과제에 대한 연구성과를 축적시켜 왔다. 본 보고서에서는 조사결과의 분석을 기초로 일본인, 한국인 이용객의 관광동향에 대해 비교 검증함과 동시에 경향이나 과제를 도출하고, 얻어진 결과를 기초로 한일관광교류를 통한 관계의 심화와 지역활성화에 대해서 고찰하였다.

한일이용객의 관광동향으로서 일본인 여행자는 「음식」, 「쇼핑」 중심의 1박2일 부산체제 도시관광, 한국인 이용자는 2박3일 규슈내 주유관광이 주류가 되는 한일 여행자의 여행행동이 차이점으로 드러났다. 또한, 「역사문화유산」의 방문율이 높은 한국인 여행자와 방문율이 낮은 일본인 여행자의 여행 행동도 차이점으로 나타났다.

고대부터 2000년 이상 교류 루트로서 한일교류의 「역사문화유산」이 다수 존재하는 후쿠오카·부산을 중심으로 한 북부규슈, 한국남부지역은 이들 유산을 지역자원으로 유효하게 활용하고 국가 간에 해결이 쉽지 않은 역사인식 문제에 대해 지역간 관광교류를 통해 선구적으로 상호이해를 진행시켜 관계의 심화한 대처가 기대된다.

또한, 차후 여행에서 체험하고 싶은 것으로 「각종 교류 활동」, 「스포츠」, 「이벤트 참가·감상」 등의 회답율이 공통적으로 높고, 해협권 지역에 있어서 「체험·교류」형 관광 메뉴의 충실이나 수용 태세의 정비가 양국의 관광교류를 통한 지역활성화를 위해 기대된다.

이러한 교류 속에서 대마도에서는 지리·역사적인 근접성이나 지역자원을 살려 한국과의 교류를 추진하고 있으며, 대마도를 찾는 한일여행자가 참가하는 「체험·교류」형 관광사업이나 특구제도를 활용한 한일 인재육성 등 낙도경제사회의 지역활성화 뿐만 아니라 한일 관광교류의 확대와 관계의 심화에 적극적으로 임하고 있다.

日韓海峡圏の観光交流と地域活性化

(財)福岡アジア都市研究所

新井 直樹

【要旨】

日韓の観光交流は、21世紀に入って構造的にも変化し、双方向、対等に活発化する状況となっており、経済、安全に関わる外部環境の変化を受けた年毎の変動は見られるものの拡大基調にある。現在、両国の間では観光のみならず政治経済、文化、スポーツなど多様な交流、連携が活発に行われていることから、日韓関係は、かつての「近くて遠い国」と言った意識を超えた身近な関係に変化している様に見える。しかしながら、日韓関係においては歴史認識をめぐる問題が大きな課題となっており、国民間の草の根、観光交流を通じた問題の相互理解と関係の深化の取り組みが期待される。

日韓の観光交流が活発となる中、日韓海峡を挟んだ両国の地域間においても、地理的な近接性を活かし、船舶を主要な交通手段とした国際観光交流が活発となっている。URCでは、こうした動向をふまえ、福岡・釜山間の高速船利用客を対象としたアンケート調査を2007年から三ヵ年にわたって実施し、日韓の観光交流の実態や課題を経年的に把握するなどの研究を蓄積させてきている。本稿では同調査結果をもとに本人、韓国人利用客の観光動向について比較検証するとともに傾向や課題を析出し、得られた知見をもとに、日韓の観光交流を通じた関係の深化と地域活性化のあり方について考察した。

日韓利用客の観光動向として、日本人旅行者は「買い物」「グルメ」中心の1泊2日の釜山滞在都市観光、韓国人利用者は2泊3日の九州内周遊観光が主流となっており、日韓の旅行者の対照的な旅行行動が相違点として明らかになった。また、「歴史文化遺産」への訪問率が高い韓国人旅行者と、訪問率が低い日本人旅行者の旅行行動も相違点となっている。

古来から2000年以上にわたる交流ルートとして日韓交流の「歴史文化遺産」が数多く存在する北部九州、韓国南部の日韓海峡圏地域においては、これら遺産を地域資源として有効に活用し、国家間では解決が容易ではない歴史認識をめぐる問題に対して、地域間の観光交流を通して、先駆的に相互理解を進め、関係の深化を図ることが期待される。

また、次回以降の旅行で体験したいことでは「交流活動」「スポーツ」「イベント参加・鑑賞」などの回答率が日韓利用客ともに共通して高く、海峡圏の地域において「体験・交流」型観光メニューの充実や受け入れ態勢の整備に取り組むことが、両国の観光交流を通じた地域活性化のために期待される。

こうした中、日韓海峡間に位置する対馬においては、地理・歴史的な近接性や地域資源を

活かした韓国との交流を推進しており、来島する日韓旅行者が参加する「体験・交流」型の観光事業や、特区制度を活用した日韓交流を担う人材育成など、離島経済社会の活性化のみならず、日韓の観光交流の拡大と関係の深化に積極的に取り組んでいる。

はじめに

日本と韓国は隣国として、古来より2000年以上の長い交流を通じて、お互いに大きな影響を与えながら自国の歴史を創造してきた。両国の交流の歴史の中で、友好的な時代もあれば、困難かつ不幸な時代もあった。特に近代以降の日本の韓国併合と植民地支配の歴史は両国の関係に大きな禍根を残し、その後、日本と韓国は「近くて遠い国」とまで言われてきたが、21世紀に入って両国の観光交流が双方向で拡大するのみならず、政治経済、文化、スポーツなど、多様な交流、連携が活発化していることから、かつての意識を超えた身近な関係に急速に変化している様に見える。

こうした中、日韓海峡を挟んで、文字通り、一衣帯水の関係にあり、古来から日本と韓半島の交流ルートであった、北部九州と韓国南部の日韓海峡圏地域においても、地理的な近接性を活かし、船舶航路を主要な交通手段とした日韓の観光交流が活発化している。特に、日韓海峡を挟んで約200kmの距離にある福岡市と釜山市は、海峡間の交通、交流の結節点であり、両都市間では官民を問わない活発な交流が展開され、2008年には両市が合意して国境を越えた超広域経済圏構想を打ち出し、協力事業を開始するなど互いに関係を深化させている。

(財)福岡アジア都市研究所(以下、URC)では、こうした交流の活発化の動向をふまえ、福岡・釜山間の交通往来において船舶航路利用者が主流を占めると言う、わが国の中でも他に類を見ない国際観光交流の形態に注目した上で、同航路の日本人、韓国人の利用客を対象としたアンケート調査を実施し、観光動向の実態や課題を把握し、日韓の観光交流のあり方を考察するなどの調査研究を蓄積させてきている⁽¹⁾。

本報告書では、まず、近年、拡大する日韓の全体的な観光交流の動向について、訪韓日本人、訪日韓国人の推移などをもとに見ていく。また、観光をはじめとする日韓の交流が量的に拡大する中、より両国の関係を質的に深化させていく上での課題について、両国の世論調査の結果などをもとに考察するとともに、今後の交流のあり方について論じる。

次に、福岡・釜山を中心とする日韓海峡圏地域の観光交流の動向について、福岡・釜山間の旅客往来の実態や同航路の船舶乗降客数の推移などをもとに見ていく。

その上で、URCが2007年より、三ヵ年にわたって実施している福岡・釜山間高速船航路の利用客を対象としたアンケート調査結果のうち日本人、韓国人利用客の観光動向について共通点や相違点に注目した上で比較検証を行い、得られた知見をもとに、日韓海峡圏地域にお

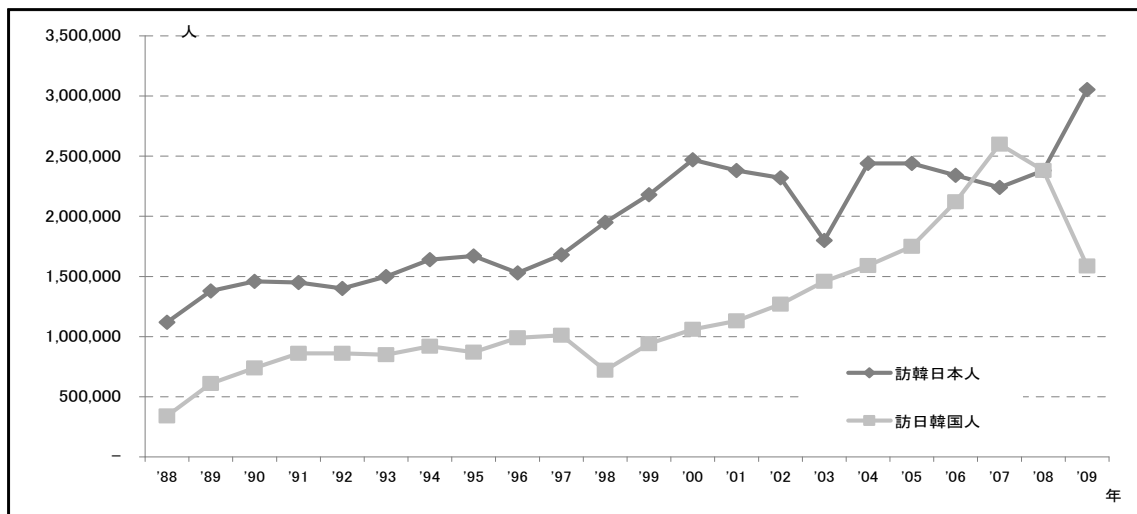
ける観光交流の拡大と関係の深化に向けた課題を析出し、今後の交流と地域活性化のあり方について考察する。

I. 日韓の観光交流の動向と展望

1. 日韓の観光交流の動向

まず、ここ20年来の日本と韓国の観光交流の動向について述べたい⁽²⁾。図表 I - 1は、1988～2009年までの、訪韓日本人、訪日韓国人の推移を示したものである。

図表 I - 1. 訪韓日本人・訪日韓国人の推移(1988～2009年)



(出所) 日本政府観光局(JNTO)、韓国観光公社(KTO)資料より作成

訪韓日本人数においては、図表 I - 1の通り、1980年代後半の円高基調下の第3次海外旅行ブームに乗って増加し、1988年のソウルオリンピックの年に100万人を越え、1993年の大田 EXPO開催に伴う短期滞在者のVISA免除、地方空港からの直行便増発などの影響から、1999年には200万人を突破した。近年では、2003年のSARS流行による減少、2004年からの韓流ブームによる増加など年毎に若干の増減はあるものの、2009年には、過去最高の約305万人に達し拡大基調にある。

一方305万人に達し拡大基調にある。

一方、訪日韓国人数は、1989年の韓国の海外旅行の完全自由化以降の海外旅行ブームに乗って増加し、1997年には100万人を越えた。その後、アジア通貨危機の影響によって減少した1998年以降、韓国経済の回復とともに、金大中政権下(1998～2003年)の日本文化の段階

的開放、2002年のサッカーワールドカップの日韓共催、2003年からの日本側のVJC、2005年の愛知万博開催に伴う訪日韓国人短期滞在者のVISA免除などを受けて着実に増加し、2006年には200万人を突破、2007年には過去最高の約260万人に達し、訪韓日本人数を上回った。2008年は、同年秋以降の世界金融危機によって、アジア通貨危機時と同様に景気悪化と急激な円高ウォン安の為替変動の影響を受けて減少し、約238万人となった。さらに、2009年は、日本国内の新型インフルエンザ流行の影響を受け、修学旅行等のキャンセルが相次ぎ、約158万人と急減したものの、2010年上半期、1～6月は、対前年同期比、71.9%増(JNTO調べ)と回復傾向にあることから、年毎の増減はあるものの中長期的な視点から見ると拡大傾向にある。

この様に、これまでの日韓の観光交流は訪韓日本人数が多かった、1990年代までの一方通行の時期から、21世紀に入ってから訪日韓国人人数が急増し、2008年には日韓双方のそれぞれへの来訪者数がほぼ同数となり、両国の観光交流が双方向、対等に活発化する状況となっている。

さらに、この20年来の日韓双方の旅行者の属性を見ると大きな構造変化があったことが窺える。1988年の、訪韓日本人の性別は男性・約82.4%、女性・約17.6%と圧倒的に男性が多く、訪日韓国人の性別においても男性・約63%、女性・約37%と男性が多かったが、2008年においては日韓旅行者とも男女比が、均等(日本人旅行者・男性49.8%、女性50.2%、韓国人旅行者・男性49.4%、女性50.6%)になっている。

現在の日本と韓国の関係は、地理的近接性はもちろんのことながら、民主主義、自由経済など価値感の共有や、東アジアの外交、安全保障、経済成長、環境問題など様々な分野において共通の利害を有するパートナーとなっており、両国が連携する局面が多くなっている。また、21世紀に入って、日本においては韓国のTVドラマや映画の流行に代表される韓流ブーム、同様に韓国においても日本文化の段階的開放の影響を受け、日本のTVドラマ、歌謡曲の流行に代表される日流(イルリュウ)ブームが同時に巻き起こるなど、世代を問わず、文化、スポーツ等で多様な交流が活発に行われている。現在、両国の関係は、かつて言われた「近くて遠い国」と言った意識を超えて、近年においては相互において関心が強まり、双方向で対等な交流が行われる新たな段階に急速に変化していることから、日韓の交流は観光分野にとどまらず、拡大傾向にあることは疑いない。

2. 日韓関係の課題と観光交流

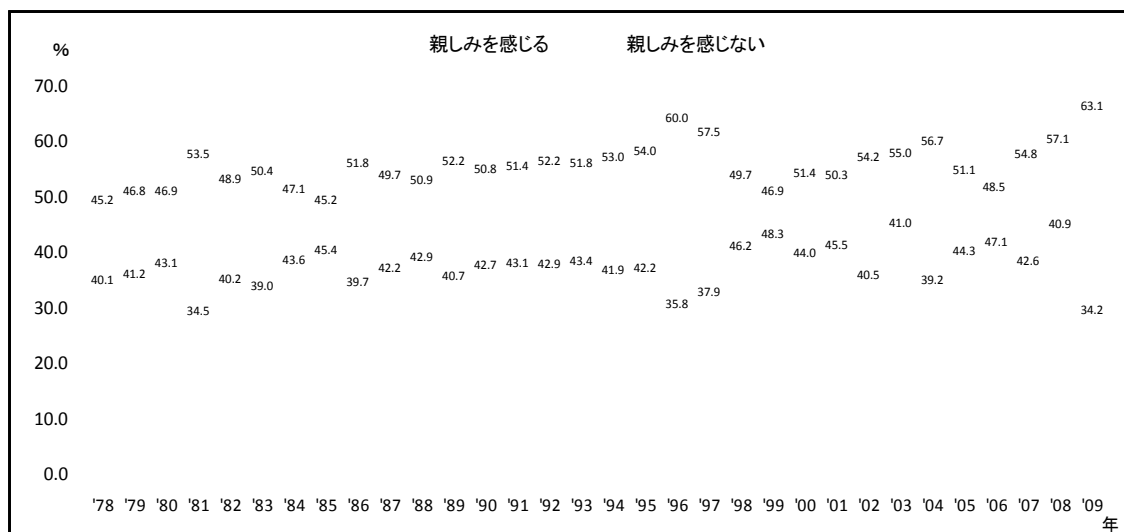
観光をはじめとして日韓の交流は量的に拡大傾向にあり、外交、安全保障分野においても日韓両国が連携する機会も多くなっていることから、日韓関係は好転している様に見えるが、両国の関係をより質的に深化させて行くうえで課題はないのだろうか。ここでは日韓両国の国民お互いの国がどの様に捉えられているのか、日本人の対韓国観や、韓国人の対日観などの世論調

査をもとに、両国の関係を深化させる上での課題を探り、両国の交流のあり方や展望について考察したい。

まず、日本人の対韓国観について、内閣府が経年的に実施している「外交に関する世論調査」の中の日本と韓国の関係に関する調査結果をもとに見ていきたい。図表 I - 2(次ページ参照)は、日本人の韓国に対する親近感の推移を示したものである。

1990年代まで年毎の増減はあるものの、「韓国に親しみを感じない」と回答した人の率が「親しみを感じる」と回答した人の率より、概ね多かったが、1990年代半ばから「親しみを感じない」と回答した人の率が減少傾向にあるのと同時に、「親しみを感じる」と回答した人の率が増加傾向にあることがわかる。特に、21世紀に入ってから、「親しみを感じる」の回答率が「親しみを感じない」を逆転し上回り、2009年の調査においては「親しみを感じる」の回答率が63.1%に達したのに対し、「親しみを感じない」の回答率が34.2%となっており、倍近く差が開いている。

図表 I - 2. 韓国に対する親近感の推移



(出所) 内閣府「外交に関する世論調査」より作成

この日本人の韓国に対する親近感の推移は、前節において述べた、両国の観光のみならず様々な分野での交流や連携が活発化することによって、わが国において国民レベルで韓国に対する感情が好転しているのを如実に示している。

一方で韓国人の対日観は、どの様になっているのか、まず、韓国の全国紙、中央日報が2008年に韓国国民を対象に実施した世論調査から見ていきたい⁽³⁾。図表 I - 3は、同紙の世論調査において、「最も好きな国」、「最も嫌いな国」、「最も見習うべき国」として挙げられた上位、三ヶ国と回答率を示したものである。

同世論調査における韓国国民の対日観(下線太字の部分)として注目すべきなのは、「最

も嫌いな国」の質問で、突出して挙げられている一方で、「最も見習うべき国」の質問でも、第一位となっており、経年的な調査結果においても同様になっている。

図表 I - 3. 中央日報世論調査結果(2008年)

順位／質問	第 1 位(回答率)	第 2 位(回答率)	第 3 位(回答率)
最も好きな国	アメリカ(42%)	オーストラリア(14%)	スイス(9%)
最も嫌いな国	日本(57%)	中国(13%)	北朝鮮(10%)
最も見習うべき国	日本(27%)	アメリカ(18%)	ドイツ(9%)

この相反する調査結果は、複雑な韓国国民の対日観を現している結果と言えるが、このような対日観は如何なる理由によるものなのだろうか。日韓関係の課題を論じる際には、歴史認識をめぐる問題が挙げられているのは周知の通りだが、日韓関係の現状や歴史認識をめぐる問題に対する両国民の認識について、日韓の新聞社が共同して実施した世論調査をもとに読み解いていきたい⁽⁴⁾。

読売新聞と韓国の全国紙、朝鮮日報は、2010年8月に1910年の日韓併合条約から100年を迎えるのに先立ち、同年4月に共同世論調査を実施し、結果を紙面に掲載している。以下、同世論調査の中から日韓関係や歴史認識をめぐる問題に関する調査結果を示したい。

まず、現在の日本と韓国の関係についてどの様に思うか、両国民が選択回答した結果について述べたい。日本側の結果は、「非常に良い」(6%)、「どちらかといえば良い」(51%)を合わせた「良い」が、過半数の57%であるのに対して、「非常に悪い」(5%)、「どちらかといえば悪い」(24%)を合わせた「悪い」が29%にとどまっている。一方、韓国側の結果は、「非常に良い」(1%)、「どちらかといえば良い」(23%)を合わせた「良い」は、24%にとどまり、「非常に悪い」(11%)、「どちらかといえば悪い」(62%)を合わせた「悪い」が73%に達している。

次に、お互いの国を信頼出来ると思うかについて、両国民が選択回答した結果について述べる。日本側の結果は、韓国を「大いに信頼できる」(6%)、「多少は信頼できる」(39%)を合わせた「信頼できるが」が、45%であったのに対して、「全く信頼できない」(7%)、「あまり信頼できない」(34%)を合わせた「信頼できない」が41%と、回答が同程度に分かれている。これに対して韓国側の結果は、日本を「大いに信頼できる」(1%)、「多少は信頼できる」(17%)を合わせた「信頼できるが」が、18%にとどまっているのに対して、「全く信頼できない」(25%)、「あまり信頼できない」(55%)を合わせた「信頼できない」が80%に達している。

また、同世論調査では、両国間で課題となっている歴史認識についても、その差異を明らかにしている。1910年の日本が韓国を植民地化した日韓併合に関する認識についての選択回答

した結果は以下の通りである。

日本側では、「当時の国際情勢を考えると、やむを得なかった」が44%と最も多く、「併合のことを知らない」が26%、「韓国を併合すべきでなかった」が21%の順であった。これに対して、韓国側では、「韓国を併合すべきでなかった」が過半数の54%、「当時の国際情勢を考えると、やむを得なかった」が28%、「併合のことを知らない」が9%となっている。両国の間で日韓併合についての歴史認識が大きく異なっていることが一目瞭然である。

これら日韓の共同世論調査の結果、また、前述した日本の「外交に関する世論調査」や韓国の中央日報の世論調査を合わせて考えると、日本人の好転している対韓国観と韓国人の厳しい対日観の間に温度差があり、その原因として歴史認識をめぐる問題に、大きな隔たりが存在していることがうかがえる。

日韓の歴史認識をめぐる問題に関しては、同問題によって度々、両国関係が悪化する事態を打開するために、2001年の小泉純一郎首相と金大中大統領(当時)の日韓首脳会談で、日韓共同歴史研究を開始することが合意されている。この合意に基づいて日韓関係史について調査・研究を行うため、日韓双方の学者・専門家によって構成された「日韓歴史共同研究委員会」が2002年に発足し、古代史、中近世史、近現代史の3つの分科会に加え、歴史教科書問題に取り組む「教科書小グループ」において歴史共同研究や議論が進められている。しかしながら、同委員会の議論においても「近現代」を中心に両国間で激しい議論が生じ、「日韓併合」のみならず「文禄・慶長の役」(韓国では「壬辰・丁酉倭乱」)、「従軍慰安婦」、「日本の戦後の歩み」などをめぐって、両国の歴史認識、教科書の記述内容の隔たりが大きく、問題の解決を図ることが容易ではない状況となっており、今後、政府レベルで共同研究を継続していくこと自体が危ぶまれている⁽⁵⁾。

他方で、日韓共同世論調査のお互いの国で興味や関心があるものを選択回答した結果の上位、3位を見ると、図表I-4の通り、両国間で「観光地」(下線太字部分)に関する関心が上位を占めている。

図表 I-4. お互いの国で興味・関心のあるもの(複数回答可)

日本人 韓国について興味・関心あるもの		韓国人 日本について興味・関心あるもの	
①料理	58%	<u>①観光地</u>	<u>27%</u>
<u>②観光地</u>	<u>45%</u>	②家電製品や自動車	24%
③スポーツ	41%	③漫画・アニメ	20%

この結果の背景には日韓の観光交流が拡大、活発化している中、当然ながらお互いの国の「観光地」への興味、関心が、国民レベルで高くなっていることが示されている。

近年のわが国においては国際観光の意義として、インバウンド観光振興の視点から訪日外国人の観光消費による経済効果の側面が大きく取り上げられているが、観光を通じた国民同士の往来による草の根交流が、国家間の外交をはじめとする関係を補完し、関係の深化に大きく貢献することも重要な視点である。

本章では、21世紀に入って拡大、活発化する日韓の観光交流の動向と両国関係の深化を図る際に大きな課題となっている歴史認識をめぐる問題の存在について論じてきた。それでは、日韓の国民がお互いの国を訪問する機会が増え、国民レベル、草の根の観光交流が活発化することによって、政府レベルでは解決が容易でない歴史認識をめぐる問題について相互理解を生み、関係を深化させていく可能性はないのだろうか。

本稿では、両国の国民で関心が高まっている観光を通じた交流を切り口に、より両国の関係が深化していくためには、国家間では解決の容易ではない歴史認識をめぐる問題を含めてどのような課題があり、日韓海峡圏の地域において、いかなる取り組みや観光交流のあり方が求められているのかについて考察を試みたい。

Ⅱ．日韓海峡圏地域の観光交流の動向

1. 日韓海峡圏地域の観光交流の実態

日韓の観光交流が拡大傾向にある中、両国間において地理的に最も近接する北部九州と韓国南部の日韓海峡圏の地域間においても、観光交流が活発となっている。

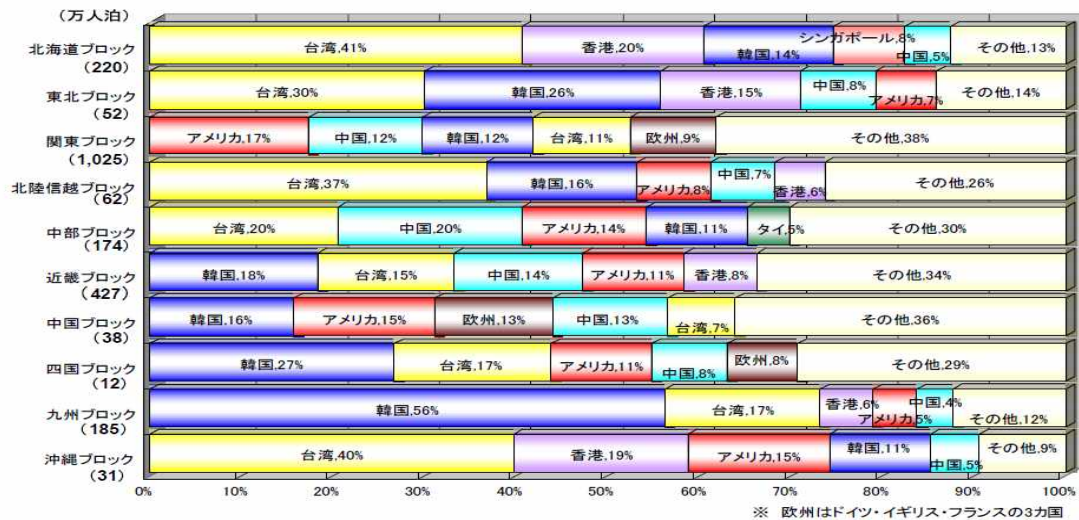
九州への外国人入国者を国・地域別で見ると、全国の状況と比べて、韓国人入国者の割合が高くなっており、九州への外国人入国者の総数(2008年・約87万人)の66.7%を占め、全国の外国人入国者のうちの韓国人の比率、28.7%を大きく上回り、わが国全体の韓国人入国者の約4分の1に達している。また、近年の九州への韓国人入国者の推移を見ると、2003年の約29万6千人から2008年には約57万9千人へと約二倍に増加している⁽⁶⁾。

また、図表Ⅱ－1の通り、全国の各ブロックの国籍別外国人延べ宿泊者の構成比を見ると、九州における韓国人宿泊者の構成比が56%となっており、他の地域と比べて突出して高いことが一目瞭然である⁽⁷⁾。

この様に、九州におけるインバウンド観光の大きな特徴として、韓国人旅行者の比率が極めて高いことが挙げられる。

一方、韓国南部の中枢都市、釜山広域市(以下、釜山市)においても、2007年に同市に入国した外国人観光客、約167万人のうち、日本人観光客が約55万人と最も多く、全体の約三分の一を占めており、年毎の増減はあるものの経年的にもこの傾向に変化はなく、インバウンドに占める日本人の割合が高くなっている⁽⁸⁾。

図表Ⅱ－1. 国内各地域における国籍別外国人延べ宿泊者と構成比



(出所) 国土交通省九州運輸局(2010)「観光立国の実現に向けて」13 pより

現在、福岡市は日韓海峡間の韓国人旅行者のゲートウェイとなっており、2008年の九州への韓国旅行者の入国地としては、過半の約51.5%、約44万8千人が福岡空港、博多港(海港)を利用している。また、福岡市における韓国人旅行者の入国港(空・海港)では、長きにわたって福岡空港が最大の玄関口としての機能を果たしてきたが、2004年から博多港入国者数が福岡空港入国者数を逆転し、2008年には博多港、約24万6千人、福岡空港、約20万2千人となっており⁽⁹⁾、九州を訪れる訪日韓国人旅行者の最も多く利用する渡航手段が、博多港を利用した日韓海峡間の福岡・釜山間の船舶航路となっている。

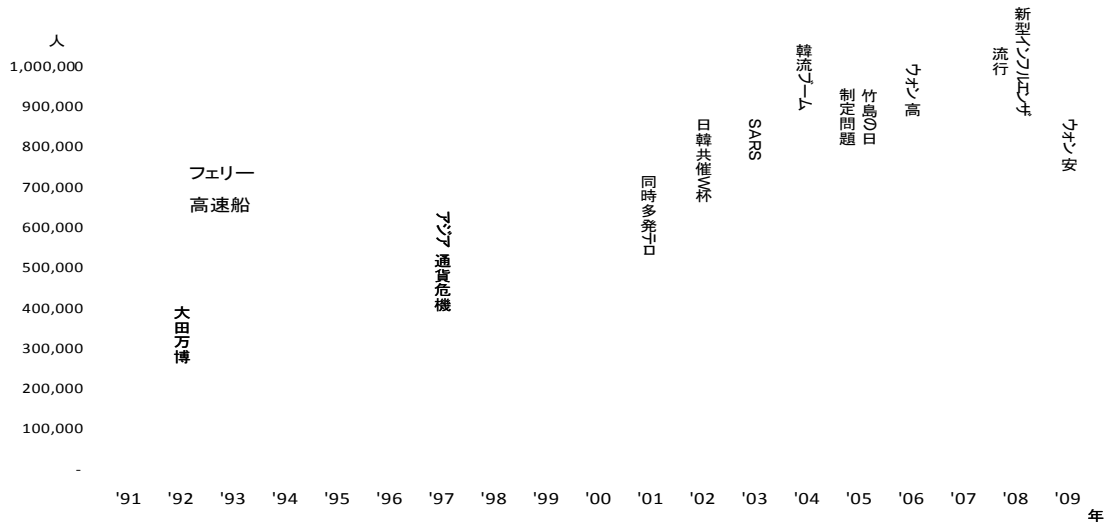
2. 福岡・釜山間船舶航路の往来実態

福岡・釜山間の交通手段(2010年8月現在)としては、博多港と釜山港との間を結ぶ、高速船(日本・JR九州高速船「ビートル」／韓国・未来高速「コビー」)とフェリー(日本・カメラライン)の船舶定期航路と、福岡空港と金海空港を結ぶ航空定期航路(大韓航空、アジアナ航空、エア釜山)が就航している。

2009年の福岡・釜山間の旅客往来実態の内訳は、高速船乗降者数が最も多く約42万3千人(54.2%)のシェアとなっており、フェリーの乗降者数、約15万2千人(19.5%)のシェアと合わせると、約75%が船舶を利用すると言う、わが国の中でも、他に類例のない地理的近接性を活かした、船舶往来主体の国際観光交流の形態が大きな特徴となっている。

次に、図表Ⅱ－2は、1991年にJR九州高速船舶のビートル号が就航して以降の福岡・釜山間船舶航路、高速船及びフェリー(カメラライン(株))乗降客数の推移を示したものである。

図表Ⅱ-2. 福岡・釜山間の船舶航路乗降客数(高速船・フェリー)の推移



JR九州高速船(株)、(株)カメララインへのヒアリングをもとに作成

第Ⅰ章において述べた訪韓日本人・訪日韓国人の推移(図表Ⅰ-1)と同様、外部環境の変化によって年毎の増減があるものの、1991年の高速船の就航以来、福岡・釜山間の船舶航路の乗降客は増加傾向をたどり、2007年には過去最高の約84万人(高速船約61万人・フェリー約23万人)に達した。2008年以降は、同年秋以降の世界同時不況の影響による円高ウォン安の進展や新型インフルエンザの流行によって韓国人利用客が急減したことに伴い、2009年においては約57万5千人、対前年比で-27.5%と大幅な減少が見られるものの、2010年に入って韓国人乗降客数が急速に回復していることから全体的には拡大傾向にある。

福岡・釜山間船舶航路における日本人、韓国人の乗降客の構成率については、1991年の高速船就航後、暫く日本人の割合が多い状況が続いていたが、2001年に韓国・未来高速の「コビー」も運航を開始したことから、韓国人の増加が目立ち、2005年から2008年には日本人の割合を上回った。しかし、その後の円高ウォン安や新型インフルエンザの流行により、2009年の乗降客では日本人が56.7%、韓国人が43.3%と、再び日本人の割合の方が多くなっている。

この様に、福岡・釜山を中心とした日韓の地域間の往来、観光交流においても、外部環境の変化を受け、年毎に増減はあるものの、1991年の高速船就航以来、全体的には拡大傾向にある。

また、福岡市と釜山市は、1965年の日韓基本条約による国交正常化以前の、1964年から両市の青年会議所の姉妹交流を皮切りに、様々な民間・経済団体、企業間において姉妹提携が結ばれるなど交流が展開され、文化、経済、スポーツ等、様々な分野で活発な交流が行われている。行政間においても1989年には、両市が「行政交流都市」としてパートナーシップ宣言を行い、市職員の相互派遣や環境、文化財などを含む様々な都市問題の分野での行

政交流が行われている。観光分野においても、2000年から両市の共同観光客誘致事業が開始され、両国内のみならず中国や台湾においても、共同した観光客誘致プロモーション活動が展開されている。さらに、2008年2月に就任した、韓国の李明博大統領の韓国の東南圏(釜山・蔚山広域市・慶尚南道)と九州との一体的な超広域経済圏を形成するという公約を受けて、福岡市と釜山市が合意して「福岡・釜山超広域経済圏構想」が打ち出され、2009年より国境を越えた超広域経済圏の形成促進に向けた協力事業が、両市の間で開始されている。

Ⅲ．福岡・釜山間高速船利用客のアンケート調査からの考察

1. 福岡・釜山間高速船利用客のアンケート調査の概要

URCでは、こうした福岡・釜山を中心とした日韓海峡圏地域の交流の活発化の動向をふまえ、両都市間の往来において主要な渡航手段となっている船舶航路の利用客を対象としたアンケート調査を2007年度から実施し、日韓の観光交流の実態や傾向、課題を把握するとともに、今後の展望や交流のあり方を考察するなどの研究を蓄積させてきている。

調査は年度毎に船舶の対象やアンケート設問の項目、内容を修正させて実施してきたが、経年的な変化や傾向がつかめる様に、基本的な内容や方式は同様に設定し、発展継続的に行われてきたが、本稿では三ヵ年にわたる調査結果の集大成として、経年的な変化や傾向が把握可能で、船舶航路において大半が利用する高速船利用客の調査結果を示したい。

2007、2008、2009年度に実施された調査は、日本人利用客(釜山港発)、韓国人利用客(博多港発)の、それぞれ帰国する便の高速船内でアンケート用紙を配布し、乗船中に任意で記入してもらい回収する方式で実施した。調査実施の日程・便数、アンケート回収数などの概要は、図表Ⅲ－1の通りである。なお、調査はJR九州高速船㈱の協力、協賛のもとに実施された。

図表Ⅲ－1. 福岡・釜山間高速船利用客調査の実施概要

調査年度：実施期間・便数	日本人・回収数	韓国人・回収数
2007年：9月26日～10月22日・8便	532	474
2008年：12月6日～20日・9便	548	416
2009年：11月22日～12月6日・8便	553	321

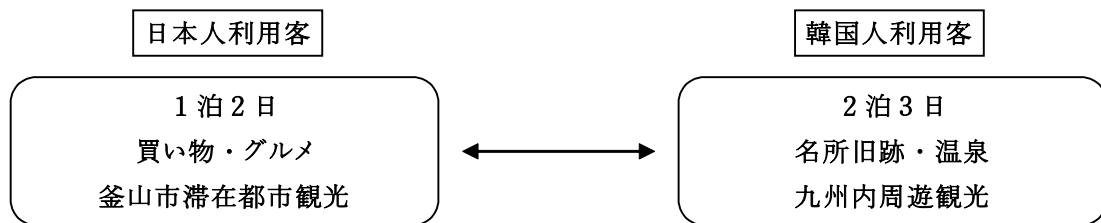
URCが実施した2007年より実施している福岡・釜山間高速船利用客を対象としたアンケート調査の対象者の属性を含めた詳細な結果と分析については、すでにこれまでの報告書において

詳細に述べている。本稿では、2007、2008、2009年度高速船利用客の調査から、日韓利用客の観光動向の経年的な調査結果において、相違点、共通点が見られたところに注目し、日韓観光交流の拡大の拡大や関係の深化に向けた交流のあり方について考察したい。

2. 日韓利用客の観光動向の相違点からの考察

福岡・釜山間の高速船利用客の経年的な調査結果から、日韓の利用客の観光動向において相違点と共通点があることが明らかになった。まず、調査結果から明らかになった日韓利用客の旅行行動の特徴から相違点を示すと、図表Ⅲ－2の通りである。

図表Ⅲ－2. 日本人・韓国人利用客の旅行行動の相違点

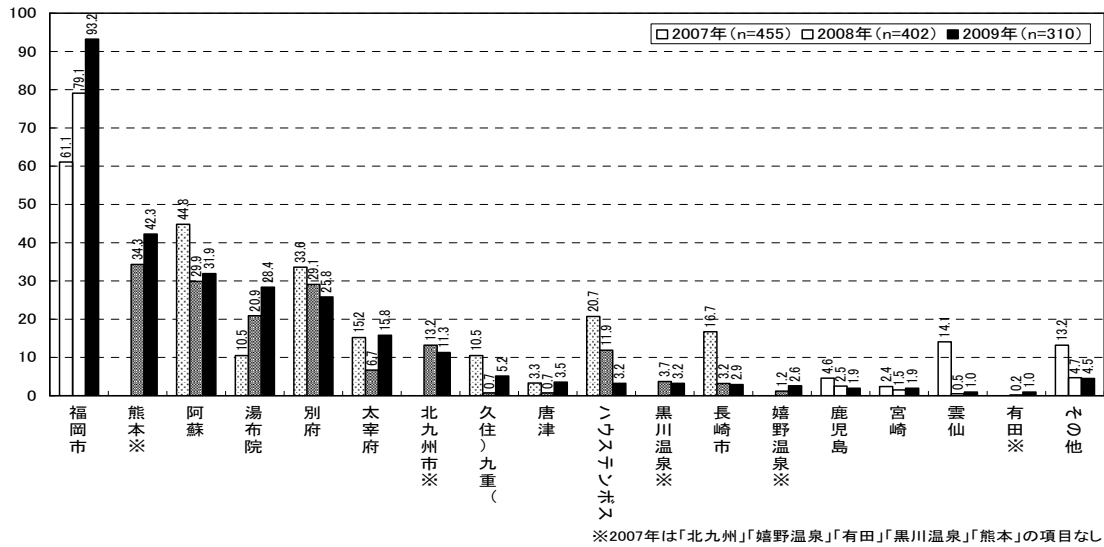


日本人利用客の旅行行動の特徴をまとめると、釜山市のみを訪問、宿泊地(訪問、宿泊率・2007～2009年度調査90%台)とする回答が9割以上を占め、旅行目的としては「買い物」(2007年度調査・77.5%、2008年度調査・66%)、「グルメ」(2007年度調査・83%、2008年度調査・59%)の回答率が高く、旅行日程としては、1泊2日(2007年度調査・50.6%、2008年度調査・67.8%、2009年度調査・72.3%)の釜山滞在都市観光が主流であった。

一方で、韓国人利用客の旅行行動の特徴をまとめると、福岡市のみならず、熊本県や大分県など九州内の都市や名所旧跡、温泉などを主な訪問地(図表Ⅲ－3、次ページ参照)、宿泊地(2008年度調査・福岡県65.6%、熊本県25.4%、大分県12.7%、長崎県6.6%)とする、2泊3日の九州内周遊観光が主流であった。

このような日韓利用客の対照的な旅行行動の結果から、第Ⅰ章において述べた日韓観光交流の拡大と関係の深化に向けた課題を考察すると、日本人利用客の旅行行動の範囲の狭さや目的の偏りが挙げられる。また、大多数の日本人旅行者が、訪問、宿泊地においては釜山市中心部のみ、旅行目的、体験としては「買い物」、「グルメ」に終始しており、韓国人旅行者と比べ、「歴史文化遺産」(2008年度調査・日本人訪問率23.1%、韓国人訪問率49.4%)への訪問率が少ないことも、日韓旅行者の旅行行動において対照的な相違点となっている。

図表Ⅲ－3. 韓国人利用客の訪問地



第Ⅰ章において述べた様に歴史認識をめぐる問題を政府レベルで簡単に解決することは容易ではないが、日本人旅行者が韓国の「歴史文化遺産」に訪問するなどの観光交流を通じて基本的な歴史事実や認識の違いに気づくことが、両国の相互理解や関係の深化に向けた重要なプロセスになるものと思われる。また、2008年秋以降の、急激な円高ウォン安の割安感から活発となっている日本人旅行者の「買い物」「グルメ」中心の旅行行動は、景気や為替の変動に大きく左右されることから、持続可能な観光交流とは言い難い。

日韓海峡に面する釜山市周辺や韓国南部には、古来からの日本と韓半島の交流のルートであり、2000年以上の交流の歴史の証である様々な遺跡や遺物、史跡など歴史的な地域資源が数多く存在している。韓国においては、これまで金泳三政権(1993～1998年)の日帝強占期(日本の植民地時代)残滓清算に代表されるように、日本との交流を物語る史跡や遺物のうち、自国の負の歴史に関わるものは否定、排斥される傾向が強かった。しかし、近年、日韓海峡周辺の韓国南部では、これまで自国の歴史においては負の遺産とされ、存在すらも否定される傾向にあった、16世紀末の豊臣秀吉の朝鮮出兵、「文禄・慶長の役」(韓国では「壬辰・丁酉倭乱」)の際に、日本人が造った城郭、倭城を復元整備する地域や、20世紀前半の日本の植民地統治下の日本建造物のみならず、日本人が居住した地域をジャパントウンとして保存、修復する地域など、歴史的な事実を正面から見据えた上で、日本人旅行者の来訪を視野に入れ、観光地として整備する取り組みが始まっている⁽¹⁰⁾。

これら韓国側の地域の取り組みを、我々、日本側も真摯に受け止め、負の歴史的な事実や歴史認識の違いを知ることを恐れず、観光を通じた両国の相互理解や交流の深化につなげていくことが重要と思われる。

一方で、日本側の北部九州においても同様に、朝鮮出兵時の拠点であった佐賀県名護屋

城(唐津市)の博物館における日韓歴史教科書の並列展示や、同県有田町における日本陶磁器始祖の李参平を祀った陶祖神社の碑文改訂の取り組みなど、歴史認識をめぐる問題を乗り越えようとする地域の独自の動きが始まっており、これら施設や場所に来訪する韓国人旅行者も増加傾向にある⁽¹¹⁾。

日韓海峡圏地域の北部九州や韓国南部には、日韓の古来からの2000年以上の交流の歴史を物語る遺跡、遺物、史跡など歴史的な地域資源は数多く存在し、ここで全てを挙げることは出来ないが、参考までに上述した負の歴史の証を示すものを含めて、主なものを時代ごとに分け、図表Ⅲ－4として挙げる。

日韓海峡圏地域においては地理的のみならず、負の歴史も含めた歴史的な近接性を十分に認識した上で、両国の他の地域には存在しない、日韓交流の歴史を物語る豊富な歴史資源(図表Ⅲ－4参照)を有効に活用した観光交流を拡大させ、国家間では解決が容易でない歴史認識をめぐる問題に対して、地域間の相互理解から先駆的に取り組んでいくことが期待される。

図表Ⅲ－4. 日韓交流の歴史的な地域資源

	北部九州	韓国南部
古代 (遺跡・遺物)	・西新町遺跡(福岡市)、原の辻遺跡(壱岐市)朝鮮半島系土器 ・菜畑遺跡(唐津市・支石墓等) ・加唐島(唐津市・武寧王伝説)	・ノグド遺跡(慶尚南道・弥生土器) ・大成洞古墳(金海市・巴型銅器) ・ヨンサンガン流域古墳群(全羅南道・前方後円墳)
中・近世	■文禄・慶長の役 ・名護屋城跡・博物館(唐津市) ・陶祖神社(有田町) ・大川内山(伊万里市)(朝鮮人陶工ゆかりの地) ■朝鮮通信使 ・対馬・相ノ島(新宮町)	■壬辰・丁酉倭乱 ・忠烈祠、東萊城(釜山市) ・晋州城・国立博物館(晋州市) ・倭城跡(韓国南部に36)順天、西生浦、機張で復元整備 ・友鹿洞(大邱市・降倭の村) ■朝鮮通信使 永嘉台(釜山市)
近代	・筑豊・三池炭鉱(産業遺産)朝鮮人労働者の強制連行	・日本建造物・ジャパントウンの整備(浦項市、木浦市、群山市等)

3. 日韓利用客の観光動向の共通点からの考察

高速船利用客調査から日韓旅行者の観光動向の共通点として、次回以降の旅行で体験したいことについては「イベントの参加・鑑賞」(2007～2009年度調査・日本人、韓国人共に60～70%台)「各種交流活動」(2007～2009年度調査・日本人80%台、韓国人60%台)など「体験・交流」型の観光を希望する回答率が高いことが明らかになった。

わが国において「体験・交流」型の観光は、バブル経済崩壊後のマスツーリズムからオルタナティブツーリズムへの国内旅行市場の構造変化や、地方自治体の財政難等に伴いハード

からソフト、地域資源を活用した住民参加型の観光振興策として、1990年代から注目を集めている。これら取り組みの多くは、地域住民が主体となった祭り、イベントへの旅行者の参加や、地域の自然、生活と密着した農業、伝統文化、地場産業、郷土料理づくりなどの体験を通して、旅行者と住民のふれあいや交流を行う、新しい観光の形態として現在では全国各地で取り組まれる様になった⁽¹²⁾。

これら地域の中には「体験・交流」型の観光を振興することによって、交流人口の拡大や農産物、特産物の販売増等、地域の新たな観光消費や雇用を創出するなど地域活性化に成果を収めるところも少なからず見られる。九州においても、各地域・自治体において「体験・交流」型の観光メニューの充実を図り、地域の観光振興を試みているところも少なくないが、外国人旅行者の需要に対応した取り組みは未だ数少ないのが現状である。

そこで、第Ⅵ章では、日韓利用客の観光動向の展望として、次回以降の旅行で体験したいこととして、共通の課題となった「体験・交流」型の観光事業を先進的に展開し、韓国人旅行者のみならず、日本人旅行者も含めた来島者と島民の観光交流が活発となっている、日韓海峡間の島、対馬における日韓観光交流の取り組みを事例として紹介したい。

Ⅵ. 対馬における日韓観光交流の取り組み

1. 対馬の概要と韓国人旅行者の動向

対馬(長崎県対馬市)は周知の通り日韓海峡間にある離島で、面積は約700km²、地理的には、海を挟んで福岡まで約140km、韓国の釜山市までは約50kmの近距離となっており、古来からわが国と韓半島との海上往来、交流に重要な役割を果たしてきた。

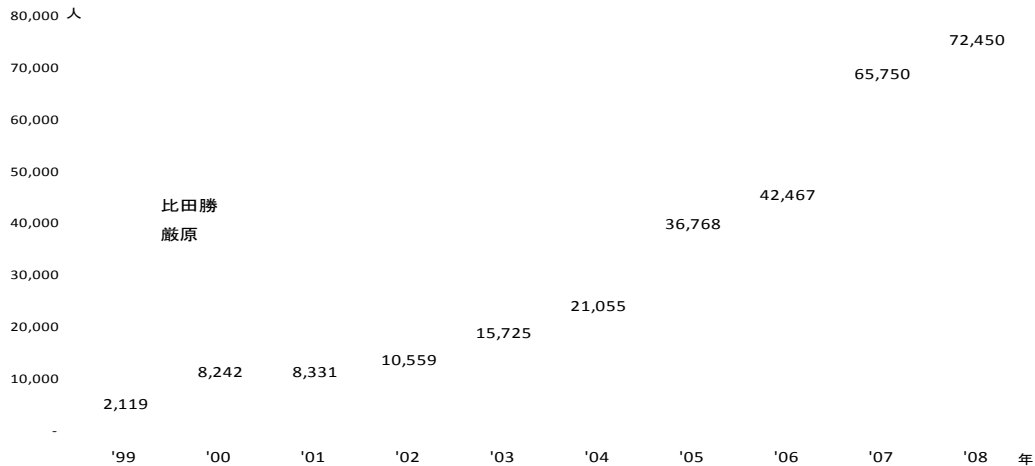
既に3世紀の中国の史書「魏志倭人伝」において邪馬台国へ向かう行程の中で、対馬が登場し、古代から日本と韓半島との交易の中継地となり、鎖国下の江戸時代においても、対馬藩は例外的に釜山に倭館を置いて交易を行い、朝鮮通信使の受け入れ口となるなど、歴史的にもわが国と韓国との交流の窓口となってきた。

島の人口は、1960年に約7万人だったが、その後、過疎化による人口減少と高齢化が進展し、2009年12月時点で約3万6千人と人口がほぼ半減し、2005年の国勢調査では65歳以上の高齢者人口比が26.2%と全国平均、20.1%を大きく上回り、就業人口も10年前と比べて約15%減少している。対馬の主要産業は、かつては漁業であったが、1986年から建設業が水産業を抜き、2004年の島内の産業別総生産の割合では建設業が15.9%と最も高くなっており、公共事業が減少する中、観光など新たな産業分野での地域経済の活性化が期待されていた⁽¹³⁾。

対馬への日本人観光客はバブル経済崩壊後の1990年代後半、減少傾向にあったが、1999年、島南部の厳原港と釜山港の間に高速船航路が就航して以来、韓国人旅行者の急

増に支えられ、全体の観光客入り込みにおいても増加傾向にある。1999年の釜山との高速船が就航して以来、対馬は韓国人にとって最も近く、気軽に行ける日本の観光地として人気を集め、来訪する韓国人旅行者は、年々、増加し、2008年には島の人口の2倍、島を来訪する日本人観光客の約3倍にあたる過去最高の7万2千人余りの韓国人旅行者が来島している。(図表VI-1参照)

図表VI-1. 対馬への韓国人入国者数の推移



(出所) 法務省出入国管理統計より

2010年3月現在、対馬には韓国の船舶会社、大亜高速による釜山港から対馬市役所などがある島の中心地、厳原港(1週3-4便、所要時間150分)と島北部の比田勝港(1週2-3便、所要時間80分)までの高速船(「シーフラワー号」)航路が就航している。

韓国人旅行者の対馬への主な訪問目的は、朝鮮通信使ゆかりの史跡観光や釣り、登山などである。長崎県の調べでは、2007年に来訪した韓国人観光客の島内での観光消費による経済波及効果が、年間で約21億円(土産品約8億2千万円、飲食約6億2千万円、宿泊約4億9千万円ほか)と推計されるなど、過疎化に悩む離島経済の振興にも大きく寄与している⁽¹⁴⁾。

2. 対馬における「体験・交流」型観光の取り組み

こうした中、対馬では、韓国との観光交流の拡大が、過疎化に伴い衰退する島の地域経済社会を活性化させるための活路と捉えて、韓国人旅行者をターゲットとした「体験・交流」型の観光事業、ツアーやイベントの開催に積極的に取り組んでいる。ツアーでは、登山やスキューバダイビング、シーカヤック体験など、対馬の自然を体験出来るものが数多く取り組まれている。

また、代表的な「体験・交流」型のイベントとしては、毎年、夏に行われ、対馬の三大イベントと言われる「アリラン祭」、「チング音楽祭」、「国境マラソン」がある。これら、対馬で

取り組まれる「体験・交流」型の観光事業は、韓国人旅行者と来島する日本人旅行者の交流も視野に入れたところに特徴がある。

「アリラン祭」は、1988年から毎年、厳原町で開催されており、メインの事業として、島民、来島する韓国人、日本人旅行者、400～500名が、参加して、江戸時代の朝鮮通信使の行列を再現したパレードが行われている。行列には韓国から招かれた団体や島民のほかに、来島する韓国人、日本人観光客も参加可能で希望者には韓国の伝統衣装の韓服やチマチョゴリも貸し出され、日韓の旅行者がともに衣装を身につけて行列などのイベントに参加し、交流している。2009年には「アリラン祭」への参加や祭りの見物を目的に、韓国人旅行者、約2,000人が来島していると言う。

韓国語で友達と言う意味の言葉を冠した「チング音楽祭」は、音楽を通じた日韓交流を目的に1997年から美津島町で行われているイベントである。日本と韓国のミュージシャンを招いて、野外コンサートが開催され、島民、日韓の来島旅行者が音楽を聴きながら交流する。例年、1,000人余りの観客で、韓国人の観客は1割ほどとなっている。

「国境マラソン」は、1997年から韓国を望む島北部の上対馬町で開催され、島民、日韓の来島者が様々なコースのマラソンに参加している。例年、1,000人余りの参加者があり、韓国人の参加者は、年毎に異なるが1～3割となっている。

また、対馬は2003年には政府の構造改革特区「しま交流人口拡大特区」の認定を受け、韓国からの団体旅行ビザの申請において、在職証明書(旅行主催者)や住民登録証明書(修学旅行生)の提出を免除し、入国手続きを簡略化することによって、韓国人旅行者の増加を図るなどの取り組みを全国に先駆けて独自に行ってきた。さらに、今後の韓国との交流の拡大、深化のためには人材の育成が必要との認識から、同特区事業において、長崎県立対馬高等学校に国際文化交流コース(1学年10～20人在籍)を開設して独自の教育カリキュラムを実施している。同コースではわが国の公立高校で唯一、韓国語や韓国の歴史、文化、社会などを専門的、体系的に学ぶことが可能で、これら科目、「韓国学」の必要単位数を拡大し、学習内容を充実させ、今後の韓国との交流を担う人材の育成を目指している。2006年以降、同コースの卒業生のうち12名が釜山の大学へ進学したほか、対馬や九州の観光地の宿泊、観光施設などに就職し、韓国人旅行者の対応に従事する卒業生も多く、今後の活躍が期待される。

「しま交流人口拡大特区」の認定後の2004年には、行政のみならず島内の宿泊、飲食店、交通、産業、NPO等の関係者20名からなる、「対馬ブランド化推進協議会」(会長・対馬市長)が設立された。同協議会では、行政と民間が一体となって対馬の歴史、自然などの地域資源の活用と、対馬の最大の独自性である韓国との地理的条件、交流の歴史を最大限に活かした地域づくりや、韓国人観光客のさらなる誘致の促進、受け入れ態勢の整備に取り組んでいる。

日本においては日韓海峡間、国境の離島というイメージの強い対馬であるが、地理的・歴史

的近接性や自然などの地域資源を活かした韓国人観光客向けの「体験・交流」型観光メニューの充実や、特区制度を活用した人材の育成など、全島を挙げてインバウンド観光振興と韓国との交流による地域の活性化に取り組んでおり、日韓の観光交流を通じた関係の深化と地域活性化を図る上で、必要な視点や要素が盛り込まれた地域の先進的な取り組みとして興味深い。

おわりに

本稿では、まず、日韓の観光をはじめとする交流が量的に拡大する中、両国関係の質的な深化を図る際に課題となっている歴史認識をめぐる問題について指摘をした。その上で、日韓海峡圏地域の交通・交流の結節点となっている福岡・釜山間における高速船利用客を対象としたアンケート調査の経年的な結果をもとに、日韓旅行者の観光動向の実態を明らかにするとともに比較検証し、両国の観光交流を通じた関係の深化と地域活性化のあり方について考察を試みた。

調査結果から日韓利用客の観光動向を比較検証すると、日本人旅行者は「グルメ」「買い物」中心の1泊2日の釜山滞在都市観光、韓国人旅行者は九州各県の都市や名所旧跡、温泉などの観光地を巡る2泊3日の九州内周遊観光が主流となっており、対照的な旅行行動が相違点として明らかとなった。また、「歴史文化遺産」への訪問率が高い韓国人旅行者と、訪問率が低い日本人旅行者の旅行行動も相違点として明らかとなった。

一方で、今後の旅行で体験したいことに関しては、日韓利用客共通して「体験・交流」型の観光活動を挙げる回答率が高かった。こうした中、日韓海峡間に位置する対馬においては、地理・歴史的な近接性や地域資源を活かした韓国との交流を推進しており、来島する日韓旅行者が参加する「体験・交流」型の観光事業や、特区制度を活用した日韓交流を担う人材育成など、離島経済社会の活性化のみならず、日韓の観光交流の拡大と関係の深化に積極的に取り組んでいる。

また、日韓関係の質的な深化を図る上で、両国の歴史認識が大きな課題となっているが、日韓海峡圏地域には、両国の他の地域には見られない日本と韓半島の2000年以上にわたる交流を物語る地域資源としての「歴史文化遺産」が数多く存在している。既に、海峡圏の両国の地域において、負の歴史的な事実を示す「歴史文化遺産」を日韓交流の地域資源として見直し、整備、活用することによって国家間では解決が容易ではない歴史認識をめぐる問題を乗り越えようとする地域間の独自の交流活動も動き始めている。

日韓両国や海峡圏地域の地理的近接性による観光交流の拡大のみならず、過去の歴史を理解し、現在の課題や未来への展望を共有した、地域間の草の根交流が活発になることによって、日韓関係がより質的に深化し、成熟したかたちに発展して行くことに期待したい。

注

- (1) URCのこれまでの主な研究成果としては、主要参考文献、①、②、⑨、⑩、⑪、⑫、⑬、⑭、⑮がある。
- (2) 訪韓日本人、訪日韓国人の推移や属性などは、主要参考文献の⑤、⑥、⑦、⑧や、参考URLの①、③、④を参照したほか、日本政府観光局へのヒアリングや法務省出入国管理統計年報などをもとにまとめたものである。
- (3) 中央日報記事 中央日報日本語版サイト<http://japanese.joins.com/http://japanese.joins.com/article/article.php?aid=105062&servcode=200§code=200>より。
- (4) 読売新聞2010年4月17日付、2、12面。本報告書の読売新聞、朝鮮日報の共同世論調査結果に関しては、全て上記、紙面の記事から引用したものである。
- (5) 2010年3月23日付、毎日新聞記事を参照。
- (6) 国土交通省九州運輸局(2010)「観光立国の実現に向けて」より。
- (7) 国土交通省九州運輸局(2010)「観光立国の実現に向けて」より。
- (8) 釜山市観光振興課よりヒアリング。
- (9) 法務省出入国管理統計年報より。
- (10) 倭城跡は韓国南部に36ヶ所存在する。このうち順天倭城においては2008年に、日本人研究者の指導の下、順天市によって石垣などの大規模な修復が行われ、史跡公園として観光資源化が進められている。倭城跡では、機張城跡(釜山市)、西生浦城跡(蔚山市)などでも同様に修復、復元、整備が行われている。
釜山市における日本の植民地統治下の日本建造物の保存の動きは、URC(2008)「釜山における日本建築物等の利用実態と評価に関する研究報告書」に詳しい。浦項市(慶尚北道)、木浦市(慶尚南道)、群山市(全羅北道)、仁川広域市においても、日本統治下の建造物群の保存の取り組みが動き出している。浦項市(慶尚北道)の九竜浦においても、戦前に日本人漁師が住んでいた集落に残る日本式家屋43棟を市が観光資源として保存、修復を進めており、日本人家屋の観光施設としての公開、活用がなされている。
- (11) 佐賀県有田町は陶磁器を通じ、韓国の関係団体や自治体との交流に積極的に取り組んでいるが、同町の陶祖神社において祀られている日本の陶磁器始祖の李参平について、以前の碑文では16世紀末の秀吉の朝鮮出兵時に、自ら日本軍に対して道案内をし、日本への移住を望んだと記されていたが、韓国側の交流団体等の抗議により碑文が改訂された。また、同神社や名護屋城博物館を来訪する韓国人観光客は、2008年秋から円高ウォン安に伴い訪日韓国人が急減するまでは、増加傾向にあった。
- (12) 大社充(2008)「体験・交流型ツーリズムの手法」学芸出版に詳しい。
- (13) 対馬観光物産協会(2008)「つしま百科」を参照。
- (14) 西日本新聞2009年4月29日付記事を参照。

主要参考文献

- ①新井直樹(2009)「日韓海峡圏地域における国際観光交流の実態と課題」『海峡圏研究』第8号、日韓海峡圏研究機関協議会
- ②新井直樹(2010)「九州におけるインバウンド観光と地域活性化」『地域活性研究』第1号、地域活性学会
- ③井上秀雄ほか(2001)「韓国の歴史散歩」山川出版社
- ④観光庁(2009)「観光白書 平成21年版」
- ⑤国土交通省九州運輸局「九州観光ムーブ2009」
- ⑥日本政府観光局(2009)「国際観光白書2009」財団法人国際観光サービスセンター
- ⑦日本政府観光局(2009)「日本の国際観光統計2009年」財団法人国際観光サービスセンター
- ⑧福岡アジア都市研究所(2008)「福岡・釜山圏における日常交流圏の形成に関する研究No.1 日常交流圏形成のための方策提言」
- ⑨福岡アジア都市研究所(2008)「福岡・釜山圏における日常交流圏の形成に関する研究No.2 船舶利用者の需要動向と旅行形態、旅行意識に関する調査研究」
- ⑩福岡アジア都市研究所(2009)「福岡～釜山航路(高速船・フェリー)利用客へのアンケート調査 結果報告書No.1 全体概要と考察」
- ⑪福岡アジア都市研究所(2009)「福岡～釜山航路(高速船・フェリー)利用客へのアンケート調査 結果報告書No.2 日本人利用客の動向と意識」
- ⑫福岡アジア都市研究所(2009)「福岡～釜山航路(高速船・フェリー)利用客へのアンケート調査 結果報告書No.3 韓国人利用客の動向と意識」
- ⑬福岡アジア都市研究所(2010)「福岡・釜山間高速船利用客(日本人・韓国人旅行者)観光動向調査報告書 本編」
- ⑭福岡アジア都市研究所(2010)「福岡・釜山間高速船利用客(日本人・韓国人旅行者)観光動向調査報告書 資料編」

主要参考URL

- ①観光庁HP <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>
- ②対馬市HP <http://www.city.tsushima.nagasaki.jp/index.html>
- ③日本政府観光局(JNTO)HP <http://www.jnto.go.jp/jpn/>
- ④韓国観光公社(KTO)韓国観光統計HP
http://kto.visitkorea.or.kr/inout.kto?func_name=search

주제 발표

부산지역 외국인 의료관광객 수용실태 및 대응전략

부산발전연구원

유 정 우 부연구위원

부산지역 외국인 의료관광객 수용실태 및 대응전략

부산발전연구원
유 정 우 부연구위원

< 차 례 >

1. 서문
2. 보건의료관광의 유형 및 구조
3. 태국의 보건의료관광 육성 정책 및 국제마케팅 전략
4. 부산지역 보건의료관광산업 수용 실태 분석
5. 부산지역 의료관광 육성방안 및 대응전략

1. 서문

최근 고령화의 진행과 웰빙 및 건강 증진의 관심 증대로 최적의 의료서비스를 찾아 국내외로 이동하는 외국인 의료관광객이 급격하게 증가하고 있다.

과거 비상업적 영역으로 다루어지던 보건의료 부문이 세계화, 개방화, 전문화되고 있어 의료서비스와 관광, 휴양, 레저, 보양, 웰빙, 문화 등의 융·복합이 활성화되고 새로운 수요 및 수익 구조를 창출하며 경제 부흥을 주도하고 있는 상황이다.

현재 가장 활발하게 보건의료관광산업을 육성하고 있는 태국은 1990년대 동아시아 외환위기 직후, 보건의료관광산업을 국가 전략 산업으로 설정하고 선진국 수준의 의료서비스와 치료 기간 전후로 일류 관광지에서의 휴양 및 요양 등의 체류관광을 제공하면서 위기를 기회로 삼았다. 또한, 외국인 의료관광객 유치, 외화 수입 및 고용 창출을 통하여 국제적 불황을 벗어나 경제성장의 새로운 호기를 맞이하기 위해 보건의료 관광산업을 신성장 동력산업으로 활용하기 위한 계획을 수립하고 있다.

태국은 정부 차원에서 대규모 예산을 투입하고 적극적인 지원 정책을 펼치고 있고 지리적 위치, 자원 및 생활 풍습 등에 따라 지역에 적합하고 경쟁력을 확보한 유형으로 나타나고 있으며, 지역 고유의 전통·문화 및 레저·휴양·요양을 기반으로 특화 의료기술역량을 확보한 복합적 개념의 첨단의료복합단지를 조성하여 거점화함으로써 의료허브를 구축하고 있다. 또한, 의료 수준, 가격 경쟁력, 지리적·문화적 특성, 전통 및 환경, 자원 및 시설 등 지역의 경쟁 요소 우위성을 규정하고 정책 및 목표에 따라 차별화된 고유 컨셉을 포지셔닝하며 구체적인 국제마케팅 전략 및 실행 계획을 수립해 나가고 있다. 외국인 의료관광객을 원활히 유치할 수 있도록 지역 내 기반을 조성하고 있으며 세계인에게 맞는 핵심 역량 상품 및 맞춤형 패키지 프로그램을 개발하면서 경쟁력을 제고하고 공동 홍보 체계를 통한 육성 전략을 펴고 있다.

국제 보건의료시장을 선점하기 위한 지역 간 경쟁이 치열해지고 있는 상황 속에서 국내도 보건의료관광을 산업적 측면에서 바라보게 되었다. 이에 따라 대표적인 소비산업으로서 의료비 지출 축소만을 바람직하게 보던 과거의 전통적인 접근에서 벗어나 의약품, 의료기기 등 연관 산업에 대한 유발효과가 큰 신의료기술 보건의료서비스 분야와 외국인 의료관광객이 자발적으로 선택하는 고부가가치의 고급의료서비스 분야 등은 일반 산업 발전의 접근 틀을 적용해야 한다는 필요성이 제기되었다.

이러한 상황 속에서 부산지역은 보건의료산업과 지역 핵심 전략산업인 IT, 해양바이오, 실버, 고령친화, 보양, 휴양, 해양, 관광, 문화, 레저, 음식, 숙박 등과의 복·융합화를 통해 신 수요를 창출하고 성장 동력화하기 위해 노력하고 있다.

현재 서면 및 해운대 지역의 특급호텔 주변 개별 의료기관을 중심으로 미용·성형, 피부관리, 치과, 안과, 한방, 건강검진 등 에스테틱 앤 헬스 분야에서 의료 수준 및 비용 우위를 기반으로 수요가 확보되어 잠재력이 입증되고 있다.

서면 메디컬스트리트는 중앙 및 부산시 지원으로 국제의료특구로 적극 개발되고 있으며 세계적인 암 치료 기술 역량을 확보할 수 있는 중입자가속기 유치가 확정됨으로써 보건의료관광을 신 성장 동력화하려는 노력이 하나씩 가시화되어 가고 있다.

또한, 보건의료관광산업 분야에 우수한 인력들이 지속적으로 유입되고 있고 중입자가속기 유치 확정 및 의료산업클러스터 조성 등 세계 최고 의료기술역량을 확보하여 산업화 및 고부가가치화를 추구하고 있으며 권역별로 최첨단 보건의료 복합단지를 조성하여 거점화해 나가고 있다.

이에 따라 부산지역은 실질적으로 외국인 의료관광객 유치를 확대하기 위하여 전통역사성, 지역적합성, 미래경쟁력에 기반한 구체적인 보건의료관광 고부가가치 산업화 및 세계화 전략을 수립하는 것이 필요하다.

세계 주요 국가들은 세계적인 명성을 얻기 위해서 전담 조직을 설치하여 시장 수요 및 환경 분석에 대한 통계 DB를 관리하며 체계적으로 마케팅 및 홍보한다. 더하여 전

문 인력 교육시스템을 통하여 차별화된 서비스를 제공하면서 잠재 수요에 대한 보건 의료 브랜드 인지도 및 선호도를 확립하고 입지를 굳혀 나가게 되었다. 보건의료관광은 상품, 서비스, 인적·물적·시스템적 인프라, 프로세스, 조직체, 아이디어, 가치, 네트워크 등 집합적 성격의 믹스 형태로 추진되고 있다. 이를 기반으로 외국인 의료관광객 유치를 확대하기 위한 구체적인 국제마케팅 전략 및 실행계획을 수립하고 있다.

본 고에서는 보건의료관광 유형 및 구조, 태국의 보건의료관광 육성 정책 및 국제마케팅 전략을 분석하고 부산지역 보건의료관광산업 전략 분야를 도출하고 실질적인 수용 실태를 분석하여 객관적 분석 및 근거로 부산지역 보건의료관광 합리적인 육성 방안을 제시해 보고자 한다.

이를 통해 부산지역 보건의료관광산업 기반조성 정책과 선택·집중을 통한 보건의료관광산업의 단계별 특성화 정책을 시행하여 보건의료관광산업의 촉진, 구조고도화 및 고부가가치화를 통한 경쟁력 강화를 통한 육성방안을 수립하고자 한다.

또한, 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 전략 지표를 도출하고 경쟁력에 기반한 포지셔닝 전략을 수립하며 최적의 국제마케팅믹스를 개발하여 사업별 및 단계별 정책 방안을 마련하고 구체적인 고부가가치 산업화 및 세계화 전략을 수립하고자 한다.

2. 보건의료관광의 유형 및 구조

1) 보건의료관광 정의와 산업 육성 유형

보건의료관광의 개념에 대한 연구들을 종합해보면 지역 및 시설에 초점을 두거나 산업적 측면과 의료관광객의 동기 및 행동 측면으로 설명하고 있는데 본 연구의 내용적 범위와 용어는 유형적으로 보건의 의미를 중요하게 포함하는 포괄적이고 광의적인 개념으로 정의할 수 있다. 즉, 의료기술이 뛰어나고 가격경쟁력이 있는 지역에서 치료 및 수술, 건강관리 및 증진, 휴양·요양 및 문화·관광·레저 활동을 병행하기 위해 다른 장소를 방문하고 여행하는 것이다. 의료서비스와 건강관리, 휴양, 보양, 요양, 재활, 웰빙, 문화, 관광 등과 폭넓게 연계 및 결합한 프로그램, 리조트 및 특화 단지 등에 이르기까지를 모두 포함하여 메디컬(Medical), 웰니스(Wellness)와 헬스케어(Health care)를 결합하는 기능을 한다.

또한, 보건의료관광은 비용급에서 응급에 이르는 환자의 상황, 목적 및 내용에 따라 크게 선택치료형과 중증치료형으로 구분할 수 있다. 선택치료형은 성형수술형 및 웰빙보건형으로, 중증치료형은 수술치료형 및 장기재활형으로 구분할 수 있다.

비용급 상황의 성형수술형은 미용·성형, 피부관리, 치과 등의 심미적인 분야, 관상

동맥우회술, 고관절치환술, 슬관절치환술 등의 비교적 가벼운 선택적 치료 분야, 종합검진, 불임시술 등과 같은 분야이다. 웰빙보건형은 생명과 직결되지는 않지만 만성질환, 알레르기 등을 치료하고 건강을 유지하기 위해 지역 고유의 특색 있는 치유법 및 전통의학을 체험하고 온천과 마사지를 즐기는 등 건강을 유지하기 위한 개념의 프로그램이 많이 이루어지는 유형이다.

생명의 보존과 직결되는 응급 상황의 수술치료형은 암, 심장 수술, 장기 이식, 골수 이식 등과 같은 고난도 시술 분야이다. 장기재활형은 수술 후 혹은 특이성의 난치병 치료를 위한 요양 및 재활을 위한 프로그램을 운영하는 형태이다.

주요 국가의 보건의료관광 산업육성 유형은 의료 수준 및 인프라 개발 정도, 지역 특색·자원·생활 풍습과 정부 정책 및 목표에 따라 선택 치료형, 중증 치료형, 연구 개발형, 복합형으로 구분해 볼 수 있다.

보건의료관광의 산업육성 유형은 시기적으로 수요 및 공급 경쟁력을 확보할 수 있도록 체계적인 추진계획을 수립하여 단계적으로 실행되고 있다.

보건의료관광 경쟁요소 우위성 및 육성정책에 따라 산업화 및 구조고도화를 촉진하는 산업육성 유형을 살펴보면 다음 표 1. 과 같다.

표 1. 보건의료관광 산업 육성 유형

형		육 성 분 야		경 쟁 요 소	
관 <					

경제성장을 꾀하는 개발도상국들이 가격경쟁력을 기반으로 보건의료와 문화·관광·휴양 연계프로그램을 개발하여 보건의료관광객을 유치하는 유형이 선택 치료형

이다.

또한, 자국에서 치료가 용이하지 않은 난치병 환자 혹은 프리미엄급의 치료를 원하는 환자를 대상으로 의료서비스를 제공하는 중증 치료형과 신치료, 신의약소재, 의료기자재를 연구 개발하여 의료기술 역량을 확보하고 임상의학에 적용하며 의료산업 클러스터를 구축하는 연구 개발형이다.

그리고 선택 및 중증치료, 연구개발 등 다양한 기능을 통합하여 육성하기 위해 특정지역에 의료기관, 대학, 연구소, 관련기업을 유치하고 시설 뿐만 아니라 상업 및 주거시설까지 개발하는 복합형이다.

아시아 및 중동, 오세아니아, 북미, 유럽 등이 해외 의료관광객을 유치하는 보건의료관광 국제 시장 구조 형성의 주요 결정요인을 살펴보면 다음 그림과 같다.

출발국가	목적지국가						
	아시아	중동	오세아니아	유럽	북미	중남미	
아시아	93%			1%	6%		100%
중동	32%	2%		8%	58%		100%
오세아니아	99%					1%	100%
북미	45%	2%			27%	26%	100%
유럽	39%	13%		10%	33%	5%	100%
중남미	1%				87%	12%	100%

목적지국가 주요 결정요인

- ① 지리적 근접성
- ② 가격 경쟁력
- ③ 세계 선호 관광 및 휴양 인프라
- ④ 자국 출신 해외 시민권자
- ⑤ 국제적 보건의료 인지도
- ⑥ 세계 최고 의료수준 보유
- ⑦ 최첨단 복합단지 조성
- ⑧ 안전성 및 비밀보장

출발국가 주요 결정요인

- ① Originality에 따른 어드
- ② 비보험, 고비용 의료비
- ③ 공공의료 대기기간 지연
- ④ 낙후된 의료수준 및 시스템
- ⑤ 관련 조직의 적극적 마케팅
- ⑥ 높은 보건의료 수준 욕구

그림 1. 보건의료관광 시장 구조 형성의 주요 결정 요인

2) 보건의료관광 유형별 프로그램화

선택 치료형 중 성형 수술형은 동남아, 남미 및 동유럽 국가에서 관광·휴양과 미용·성형, 치과, 가벼운 선택 수술 분야를 중심으로 국적별·목적별·계층별로 차별화하여 다양한 형태로 프로그램화하여 발전하고 있다.

동남아 국가 등은 보건의료수준이 발달하고 병원 및 정책에 규제가 적기 때문에 인접 국가의 선진국 거주민 혹은 부유층들이 방문하는 것이 초기단계이었으며 이를 통해 외국인 의료관광객에 대한 기초인프라를 구축하고 진료경험을 축적하였다.

이들 국가들은 가격경쟁력과 의료서비스, 문화관광 및 휴양 연계 프로그램을 기반

으로 국제인증을 통한 선진국 수준의 의료기술, 시설 및 의료진을 보유하여 선진국 환자들까지 적극 유치함으로써 차별화된 경쟁요소 우위를 확보하고 있다.

선택 치료형 중 웰빙 보건형은 인도의 아유로베다·요가, 태국의 타이치료법과 같이 지역의 특색 있는 고유문화와 전통치료법, 동양의학 중심의 대체의료법을 잘 조화시켜 프로그램화하여 발전하고 있다.

인도는 의료서비스와 휴양시설을 갖추고 온천, 스파 및 테라피, 해수치료, 마사지, 향토음식, 물리치료, 기치료, 아로마테라피 등과 결합하여 양·한방 협진 프로그램 등을 통하여 새로운 시장을 형성해 나가고 있다. 마사지센터, 헬스센터, 웰니스센터 등으로 질병방지, 억제효과 및 전통문화를 프로그램화하여 제공함으로써 경쟁에서 우위를 확보하고 있다.

또한, 중증 치료형은 자국의 의료기술로 치료받기 어려운 난치병 환자들을 대상으로 선진국 의료기관들이 최고급 의료서비스를 제공하고 요양 및 재활 프로그램과 연계하여 발전하고 있다. 미국 미네소타 로체스터시의 Mayo Clinic, 텍사스 휴스턴시의 MD Anderson 암센터, 그리고 도시단위의 의료기관 협의체를 보면 필라델피아의 Philadelphia International Medicine(PIM), 시애틀의 Seattle Cancer Care Alliance(SCCA)에서 나타나고 있다. 매우 높은 비용이 들지만 지명도, 의료수준, 고도의 서비스품질 및 요양·재활 프로그램 때문에 각국의 부유계층이 주로 이용하고 있는 형태로 전 세계적으로 중증 및 난치병 환자들이 찾아오고 있다.

연구 개발형은 전문 및 난치병 치료를 위한 연구 개발 역량을 제고하는 것으로 신 치료, 의료기자재를 연구·개발하여 임상의학에 적용하고 전문적인 특화 의료기술 역량을 보유하면서 장기적인 성장을 추구하는 형태이다. 미국 시카고의 일리노이 메디신 지구와 일본 고베 의료지구 등에 육성되어 있으며 유명 브랜드 의료기관 및 우수 연구기관과의 네트워크를 통한 공동연구와 기술융합이 가능한 진료 분야를 연계하여 특화함으로써 경쟁요소 우위를 확보하고 있다. 또한, 공공 부문, 교육 기관의 의공학 및 생명공학 연구실, 임상실험실과 이를 상용화시키는 벤처기업들이 집적되어 있으며 보건의료·생명공학·벤처산업을 육성하는 형태로 발전하고 있다.

그리고 복합형은 선택 및 중증 치료와 연구 개발, 기업 활동을 상호 연계하고 다양한 보건의료 기능을 통합하는 것으로 보건의료관광산업 복합 클러스터 및 단지를 조성하고 첨단 의료허브를 구축하여 거점화하는 유형이다. 싱가포르 바이오허브, 상하이 국제의료지구와 두바이 헬스케어시티 등 국가가 체계적으로 특정지역에 보건의료 기관, 연구기관, 대학, 관련 기관 및 기업, 보건의료 R&D를 포함한 복합 센터를 구축하고 관련 시설 뿐만 아니라 상업 및 주거시설까지 개발하여 시너지 효과를 극대화하고 있다.

주요 국가들은 정부 차원에서 의료서비스와 관광, 휴양, 보양, 요양, 실버산업 등과

의 복·융합화를 통한 시·공간적 편익을 창출하고 보건의료관광산업 복합 인프라를 구축함으로써 경쟁요소 우위를 확보하고 있다.

3) 보건의료관광 특화 프로그램 개발

보건의료관광 주요 목적지 국가들은 송출국가와의 인접성, 목적지 국가 간 경쟁요소에 따라서 특정 형태로 발달하고 있으며 국가별 의료분야 특성, 가격 차이, 시장규제 성격 등에 따라 특화하여 프로그램으로 개발하고 있다.

미국 및 유럽 등 선진국에서 수술하는 가격으로 최고 수준급 의사들에게 수술을 받고 관광 및 천혜의 자연환경을 즐기며 특급 호텔에서 휴식을 하도록 잘 조화시켜 프로그램화하며 적극적으로 홍보하고 있다.

쿠바는 정상급 의료진과 첨단 의학 장비를 갖추어 미국의 절반수준의 치료비로 의료관광 패키지 프로그램을 개발하여 미국인을 대상으로 큰 효과를 거두고 있다.

최근 싱가포르, 태국, 인도, 말레이시아와 함께 브라질, 필리핀, 코스타리카, 멕시코 등이 지역 특성에 맞는 다양한 분야들을 특화하여 다국적 보험회사들과 연계한 맞춤형 패키지 프로그램을 제공하고 있으며, 독일, 스웨덴, 헝가리 등이 신흥 의료관광 목적지 국가로 부상하고 있다.

성형 및 치과 분야를 특화하고 있는데 싱가포르는 건강검진, 심장 등 특화 중증치료 전문 센터, 태국은 건강검진, 요양, 휴양, 인도는 건강검진, 요양, 휴양, 건강프로그램, 말레이시아는 심장, 요양 분야를 중심으로 프로그램을 개발하고 있다.

태국은 환경보호를 위한 다양한 관광자원을 개발하였는데 그 중 하나로 자연건강법을 홍보하고 스파, 전통마사지, 허브상품, 아로마테라피 치료 등 폭넓은 보건의료관광 활동을 프로그램화하여 발전하고 있다.

인도는 아유르베다, 아로마테라피, 요가, 스파, 자연요법, 다이어트, 스트레스관리, 비만관리, 명상 등 다양한 동양한방 요법을 프로그램화하고 있다. 남아프리카 공화국은 성형수술과 함께 최고급 호텔 투숙 또는 사파리 관광을 함께하는 의료-사파리 프로그램으로 특화하고 있다.

멕시코 타우하나센터는 자연치료 의학상품, 천혜의 자연을 보건의료 자원과 연계하여 고부가가치를 창출하고 있으며, 중국은 관광 패키지 프로그램에 중약국, 중식당 등이 필수적으로 포함하고 있다.

이스라엘은 사해를 활용하여 온천 및 마사지 등을 활성화시키고 있고 남여 불임, 체외 수정, 고난이도의 임신시술을 특화하여 적극 홍보하고 있으며 유대인 환자 및 인근 지역의 환자를 목표로 하고 있다.

보건의료관광 주요 목적지 국가들은 보건의료수준 정도, 지리적 인접성, 가격 경쟁

력, 지역 특색 등 국가별 경쟁요소의 우위성과 정책 및 목표에 따라 보건의료관광자원을 전략적으로 특화하여 프로그램을 개발하고 있다.

또한, 경쟁 지역과 차별화된 지역의 독특한 관광소재 및 대체요법 등 전통과 비교우위 의료서비스를 살린 체험형 보건의료관광상품을 특화하여 패키지 프로그램으로 개발하고 있으며 장·단기간의 다양한 일정이 특징이다.

이들 국가들은 관련시설, 관광 및 숙박시설, 레크레이션 시설, 야외활동시설, 교통시설, 식당 등의 기본적인 인프라를 구축하고 있으며 지역의 자연적인 특성 및 독특한 보건의료관광자원을 활용하여 컨셉을 개발하고 있다.

그리고 전문적인 부서를 설립하여 전문 인력을 교육 및 양성함으로써 차별화된 서비스를 제공하고 있으며 시장 수요를 분석하고 이에 맞는 체계적인 홍보를 함으로써 브랜드 인지도 및 이미지를 구축하여 세계화하고 있다.

표 2. 주요 국가의 보건의료관광 프로그램 개발 사례

형		상 품		사 례	
선택 치료형	성형 수술형	· 미용의료 · 마사지 · 아로마 테라피	· 태국 메디컬 스파	· 종합병원에서 운영 · 국내외 관광객과 승무원이 목표 시장 · 운동, 아로마, 발마사지 등과 스탠더드, 비만관리, 노화방지, 체형교정 프로그램 운영 · 자체 호텔용 객실 66개 소유	
			· 대만 성형관광	· 미국 거주 화교에서 중국 대륙, 동남아, 미주권으로 확대 · 수술 회복 기간에 따라 4일, 10일 상품으로 두 가지 유형 · 호텔 및 휴양시설에서 휴식 후 야시장, 온천, 특산물 관광	
			· 아르헨티나 가슴성형	· 미국인, 유럽인 대상 의료전문회사인 플레니타스가 개발 · 가슴수술, 복부지방흡입, 코수술, 임플란트 등 선택시술	
			· 남아프리카 공화국 성형	· 성형수술과 사파리 투어의 패키지 투어 프로그램 · 미주, 유럽에서 좋은 반응	
	웰빙 보 건 형	· 질병방지 · 고유전통 및 대체의학 · 스파, 허브	· 인도 요가여행	· 14일 중 6일 동안 만나절 혹은 전일 요가 체험 프로그램 · 뉴델리, 타지마할, 암베르성 등 관광, 래프팅 체험 프로그램	
			· 인도 아유로베다	· 깨랄리암, 꼬친, 뭄바이 관광 등 10일 프로그램 · 5천년 역사 의학체계인 아유로베다 치료 체험 프로그램	
· 말레이시아 의료골프			· 골프관광 연계 프로그램		
중증 치료형	수술 치료형	· 수술의료 · 요양 및 체험	· 독일 심장수술	· Lahr에 있는 Heart Instituted의 수술 후 인근 바덴바덴 온천 요양소 호텔에서 회복 기간을 가지는 8일간의 수술 및 요양 프로그램	
	장기 재활형		· 인도 심장수술 · 프랑스 자중해리조트	· IndUShealth가 원격치료시스템 상담, 여행사와 협력하여 수술, 회복 프로그램, 요양 및 관광 프로그램 · 치료 후 요양 목적의 헬스 리조트를 조성하여 해변 요양을 겸한 해수요법을 개발하여 프로그램화	
연 구 개발형		· 중증및 특화 기술 개발	· 미국 메이요 클리닉	· 세계 최고의 양방 의학기술 수준 및 첨단 의학장비 구축과 호텔수준의 최고급시설 등으로 전 세계 중증 및 난치병 환자 치료 프로그램	
복합형		· 체류형 복합 리조트 및 단지	· 태국 헬스리조트 및 요양센터	· 대체 헬스센터, 대장청소, 기공, 태극권, 일광욕, 요가, 명상, 수치료, 최면술, 침술 등 연계 프로그램 · 원기회복프로그램, 보양음식 및 건강 관련 활동 등 건강 회복프로그램, 종합검진, 명상, 자연치료법 등 연계	

3. 태국의 보건의료관광 육성 정책 및 국제마케팅 전략

1) 태국의 보건의료관광 육성 정책

태국 정부는 외국인 관광객의 40%를 의료관광객으로 보고 국가적 차원에서 ‘아시아의 건강 수도’를 목표로 전략적 산업화를 추진하고 있다. 2003년 상무부는 “Thailand as an Excellent International Center for Healthcare” 정책안을 내각에 상정하였고, 2004년 내각은 “태국을 아시아의 건강수도로 육성”이라는 정책을 추진하여 왔다.

상무부 정책안의 주요 내용은 세 가지 영역에 대한 전략적인 산업화 추진인데, 첫째, 의료서비스 : 아시아 의료허브(Medical Hub), 둘째, 건강증진(온천, 전통마사지, 장기 체류) : 아시아 웰빙수도(Wellness Capital), 셋째, 건강·허브 상품 : 타이 허브(Thai Herb)이다.

공중보건부는 전략개발을 위해 보건서비스 전략지원위원회를 조직하여 운영하고 병원품질인증원을 조직하여 병원인증제도를 도입하였다. 민간병원협회에 속한 208개 병원의 서비스 품질과 환자안전 기준을 관리하고 있다. 공중보건부에서 발행한 의료서비스 영문 홍보책자의 경우 수상과 장관의 추천사를 게재하고 있으며, 민간병원협회에서는 외국인을 위하여 방콕과 파타야 소재 16개 병원에 대해서 적극적인 대외 홍보에 나서고 있다.

태국 정부는 민간 의료서비스산업에 대한 규제를 최소화하고 효율성을 추구하는 등 적극적인 지원 정책을 시행하고 있다. 영리병원은 1970년 23개에서 1998년 473개로 21배 증가하였고, 전체 병원의 25%를 차지하는 320개소 민간병원에 대한 영리활동 및 가격 규제가 없다.

2001년 9.11 사건 이후 미국 치료가 어려워진 많은 아랍인이 방문하였으며, 의료수준이 낙후한 캄보디아인, 미얀마인의 치료 방문도 증가하고 있다.

태국 병원들은 타국의 병원에 비해 50~70% 저렴한 가격이 최고 강점으로 가격경쟁력을 바탕으로 전통의학의 세계화 전략을 수립하고 자연환경을 이용한 자연친화적 상품을 개발하며 자원이나 시설들을 이용한 고유 컨셉을 개발하고 있다.

또한, 병원비, 의사진료비 및 입원실 비용이 기본으로 포함되고 비용 면에서 유리한 다양하고 차별화된 패키지 상품을 개발하고 있다. 의료서비스 뿐만 아니라 스파, 전통마사지, 허브상품 등이 융합된 복합 보건의료관광 시장기회를 창출하고 있으므로 의료, 문화관광 뿐 아니라 건강관리 서비스, 허브상품 관련 수입이 매년 30% 성장하고 있다.

범룽랏병원, 방콕병원, 사마티벳병원, 제타닌 인스티튜트 등 13개 병원이 태국 주식

시장에 상장되어 있는 등 영리법인의 주식시장 상장이 허용되어 있고, 민간병원의 의료 수가책정 자율화, 민간보험 허용 및 규제완화로 활성화를 도모하고 있다.

태국의 대표병원인 범룽랏 병원(Bumrungrad Hospital)은 2002년 아시아 최초로 JCI 인증을 받은 동남아시아 최대 규모의 민간 종합병원이다.

범룽랏 병원의 주요 목표시장은 태국 부유층과 미국, 중동 환자 중심의 외국인 의료관광객으로 제삼자 진료비 부담을 인정하고 60여종 해외 의료보험 및 응급 조치기관들과 협력하고 있다.



2. 태국의 범룽랏 병원

2) 태국 보건의료관광 육성 정책 및 국제마케팅의 성공요인

태국 보건의료관광산업 육성 정책의 기반조성은 규제 완화 및 정부의 적극적인 정책 지원, 해외환자 유치를 위한 인적·물적·시스템적 요소 구축이다.

또한, 자국의 경쟁우위 기반을 활용한 의료관광 상품개발 및 차별적 마케팅, 해외 네트워크를 통한 브랜드 확립, JCI 인증 및 품질인증제를 통한 국제적 신뢰도 향상과 이미지 구축이 적극적으로 실행되고 있다.

그리고 인적·물적·시스템적 요소를 구비하기 위하여 유명 의료진 및 전문인력을 배치하고 있으며 국제환자센터를 구축하여 원스톱서비스 시스템을 실행하고 있다.

태국 병원은 해외 의료진과의 인적 네트워크를 통해서 선진의료기술을 습득하고 전문화된 특화 기술을 개발하고 있으며 세계적으로 유명한 의료진을 확보하고 있다. 국제환자서비스센터, 원스톱서비스센터, 이메일센터 등에 외국인 의료관광객 전담 코디네이터를 상주시켜 의사소통 및 문화이해에 최선을 다하고 있다. 또한, 외국인 의료관광객을 위한 국제환자센터, 원스톱콜센터, 전용서비스센터를 운영하며 최고급 호텔 수준의 시설과 서비스를 제공하고 특화 전문분야 치료를 위한 전문 진료센터를 구축하고 원스톱시스템서비스와 유비쿼터스 및 텔레메디신 시스템 서비스를 제공하고 있다.

표 3. 태국 보건의료관광산업 육성 정책의 성공요인 분석

분		육 성 정 책
법·제도 규제개혁 및 적극적 정책지원	해외환자 유치	• 의료기관의 외국인 의료관광객 유치·알선 허용 • 비자 발급 간소화 및 의료관광비자 발급
	영리법인 제도	• 민간 의료기관의 영리 활동 허용 및 가격규제 해제 • 민간 영리법인의 효율성(외국인 경영 및 자본 참여)
	의료 광고 개선	• 의료진, 전문 진료과목, 의료상품 패키지 적극 광고 • 정부 홈페이지 진료비 공개를 통한 투명화 및 경쟁력 강화
물적 요소	국제환자센터 설치	• 고급 체류 진료 시설 구축(특급 호텔 수준) • 안락한 휴식 공간, 만남의 장소 등 편리한 시설 구비
	최첨단 기기 구비	• 최신기기 및 시스템 도입
인적 요소	인력 양성 및 배치	• 의사·간호사·전문 상담사 출신 전문 코디네이터 양성 및 현장 배치
	의료 기술력 확보	• 세계 최고의 의료기술 및 전문 분야 기술력 확보
	인적 네트워크 구축	• 협약 네트워크 병원 확대 • 의료인력 해외 교육 및 연수 • 국제 행사(학술 및 세미나) 참석 및 유치 • 의료 인력 간 해외 인적 네트워크 구축
시스템적 요소	원스톱시스템 서비스 구축	• 국제환자센터 내 원스톱 치료 시스템 및 서비스 구축 (여권수속, 체류기간 연장, 비행기 표 예약업무 대행) • 유비쿼터스 및 텔레메디신 시스템 구축(EMR 및 EHR 시스템)
홍보 및 마케팅	보건의료 브랜드 확립	• JCI 인증 및 국제적 인증을 통한 국내외 신뢰도 획득 • 해외 유명 병원 및 우수 브랜드 유치·협력 네트워크 • 해외 분원 및 사무소 설치로 해외 네트워크 구축 및 마케팅 • 교육·연구·유관산업과 연계한 클러스터 구축 및 집적화 특화단지 조성, 첨단의료복합단지 유치
	적극적 홍보시스템 구축	• 홍보 및 잠재 고객 이메일 송부
	다국어 홈페이지 구축 및 연계	• 대표 의료기관 홈페이지 구축 • 공공기관 홈페이지 소개, 대표 의료기관 및 병원 홈페이지 연계

태국은 보건의료관광을 국제마케팅하기 위해 법·규제를 합리적으로 완화하고 의료관광객 유치, 의료광고 개선, 의료기관 부대사업 허용, 영리법인 허용 등과 의료기관의 영리 활동 및 자본 참여를 활성화하고 있다.

또한, 자국의 경쟁우위 기반을 활용한 보건의료관광상품의 전략적 개발, 국제 인증 및 품질인증제를 통한 국제 공인 및 신뢰도 제고를 통한 세계화, 차별화된 포지셔닝을 통한 보건의료 브랜드 구축이 적극적으로 실행되고 있다.

전문화된 지역 특화 의료기술을 보유하고 전문분야 진료센터를 구축하며 지역 특색에 맞는 휴양, 요양, 문화 활동 등 관광활동을 연계하여 지역에 가장 적합하고 미래 경쟁력이 있는 차별화된 보건의료관광상품으로 개발하고 있다.

태국 병원은 국제환자서비스센터, 원스톱콜센터, 전용서비스센터, 이메일센터 등 외국인 의료관광객 및 가족을 위한 특급호텔 수준의 시설 및 맞춤형 개인 서비스를

제공하며 전문화된 인력 서비스 체계를 구축하고 있다.

의료시설 뿐만 아니라 주위의 문화관광 관련 시설도 함께 개발하고 있으며 정부 차원에서 대규모 예산을 투입하여 홍보 강화를 위한 전문 부서를 설치하고 적극적인 네트워크 구축을 통한 국제마케팅을 실시하고 있다.

그리고 다국어 홈페이지를 구축하는 등 IT를 활용하여 웹사이트로 다양하고 적극적으로 홍보하고 로드쇼 등 현지 설명회를 개최하며 해외 분원 및 사무소를 설치하는 등 해외네트워크를 통해 브랜드화하고 있다.

세계적으로 유명한 의료진을 확보하거나 선진국 병원에서 교육이나 연수를 받았던 해외 의료진과의 인적 네트워크를 통해서 선진 의료기술을 습득하고 본국으로 돌아와 그 곳의 의료관광객을 유치하고 있다.

태국 정부는 국가적 차원에서 해외 네트워크를 구축하고 대규모 예산을 투입하여 적극적인 홍보 및 마케팅을 실시하고 있고 전 세계를 돌며 홍보로드쇼 개최, 다국어 홈페이지 구축, 차별화된 틈새시장 공략을 통해 고부가가치를 창출하고 있다.

4. 부산지역 보건의료관광산업 수용 실태 분석

1) 부산지역 보건의료관광산업 현황 및 전망

부산지역은 서면 및 해운대 지역 특급호텔 주변 개별 병·의원에서 뷰티 앤 헬스 트렌드가 형성되어 보건의료관광의 초기 단계를 형성하고 있으며 800~1,000만 명의 동남권 인접 지역과 인근 국가의 수요 및 잠재 시장을 확보하고 있다.

또한, 인기드라마 ‘허준’, ‘대장금’이 주요한 홍보 역할을 하며 한방 및 동양의학에 대한 관심이 급증하고 웰빙 보건형 분위기가 조성되고 있다. 웰빙 및 전통음식 분야를 대상으로 한 향토·보양 음식관광도 체험을 통한 고객층을 확보하고 있으므로 연계하여 상품을 개발하고 있다.

현재는 서면 롯데호텔 주변 의료기관 집적지인 메디컬 스트리트를 부산진구 일원의 철도주차장 부지와 연계하여 의료서비스 및 기기, 건강관리 및 휴양, 레포츠 및 엔터테인먼트, 쇼핑 및 문화관광 등 국제의료특구로 지정하여 보건의료관광 복합산업 지구로 육성하고 있다. 성형·미용, 치과, 안과, 한방, 건강검진 등의 의료기관과 쇼핑, 면세점 등이 밀집되어 보건의료관광의 최적지로 부상하고 있는 메디컬스트리트를 상징거리로 조성하여 외국인 의료관광객 유치 이미지를 제고하고 있는 것이다.

국제의료특구 내에 보건의료관광정보센터를 설치하여 유치 확대를 위한 홍보, 상담, 안내 등 서비스 집중으로 수용 역량을 강화하여 비용 대비 유치성과 및 홍보 효과

를 극대화하고 있다.

최근 인구 고령화가 급속도로 진행되어 의료비 지출이 증가되고 있어 부산지역은 온화한 해양성 기후, 수려한 경관, 문화적·지리적 접근성으로 인한 규모·가격·기술 측면에서 수준 높은 경쟁 우위의 인프라를 구비하고 있다.

부산지역 의료기관 수는 3,971개소(의과대학 4개, 한의과대학 1개, 종합병원 27개, 병원 164개, 의원 2,105개, 치과의원 987개, 한의원 892개)로 전국 3위이며 상위 1%내 우수 의료 인력이 연 360여명 배출되고 있다. 세계 최대 원자력설비 밀집지역이면서도 첨단 원자력 의·과학 혜택을 받지 못한 주민들에게 양질의 의료서비스 기회를 확대하기 위해 동남권 원자력 의·과학특화단지를 조성 중이며 연계하여 중입자가속기 센터 유치가 확정되어 있다. 중입자가속기는 정상 세포에는 영향을 주지 않고 목표 세포만을 파괴하는 암 치료법으로 방사선 이용확대를 통한 원자력 이용개발을 효율적으로 추진하고 세계 최고 수준 암 치료 기술 역량을 확보하고 있다.

중입자가속기 유치로 인해 핵물리·전자, 생명과학 접목을 통한 융합기술을 개발하고 중입자이용기술의 선진화 및 첨단의료기술 개발을 통하여 중증 분야의 의료기술 경쟁력을 강화하며 시민 보건증진 및 삶의 질 향상에 기여할 수 있다.

또한, 전국 최초 고령친화용품 산업화지원센터 및 체험홍보관과 연계하여 고령화 수요에 대비한 노화 관련 종합적 연구를 전담할 전문 연구원인 국립 노화종합연구원을 유치하여 선진 노화 연구 특화단지를 구축하고 있다. 노인병·노화의 기초연구, 응용연구, 발생 메커니즘 해명 등의 연구와 교육·연수 등의 장수의료 관련 정보 DB구축 및 네트워크 구성 등을 통한 건강관리 및 장수의학의 종합적인 정보를 구축하고 있다.

부산지역은 시니어·생명연구 특화단지를 조성하여 노인들의 장기요양보호, 노인 여가문화 인프라 확충 등 경제·사회 활동 참여 확대를 통하여 활기찬 노년 생활을 보장하고 고령화 시대에 적극 대비해 나갈 예정이다.

2) 부산지역 보건의료관광 핵심 분야 도출 및 전략

부산지역은 의료관광산업에 대한 다양한 평가항목을 개발하여 제시하고 이러한 평가항목에 대한 전문가 조사와 함께 현재 자원과 미래의 가능성을 동시에 평가함으로써 상대적 비교를 수행하고 특화 진료 분야를 도출하였다(부산발전연구원, 2008).

종합 평가를 위한 의사결정 방법론으로써 우수성이 확보된 AHP(계층화 분석법: Analytic Hierarchy Process) 기법을 활용하여 분석한 결과 전 평가 항목을 고려하여 각 진료 분야별로 상대적 중요도를 비교·분석해 보면 다음과 같다.

전체적으로 미용성형, 피부관리, 치과 분야가 거의 모든 항목에서 중요도가 높았다.

종합검진의 경우 수요 확보 및 수익성과 지역이미지 개선 항목에서 중요도가 높게 나타났으며 노인요양과 재활치료, 건강식품의 경우 전반적으로 중요도가 낮게 나타났다.

부산지역의 고령화 진전 속도로 볼 때 고령친화산업과 의료관광의 결합이 중요해지고 있으나 현 단계에서의 중요도는 낮은 것으로 판단된다. 고난도 시술의 경우 기술역량 보유로 인한 의료기술 경쟁력 보유와 의료관광 브랜드에 대한 지역이미지 개선에서 중요도가 높게 나타났다. 특히 스파/마사지와 휴양은 광역적 연계, 파급 효과(지역경제 기여도, 연관 유발효과, 지역이미지 개선) 측면에서 높은 중요도를 보이고 있다.

미용성형, 피부관리, 치과 분야는 높은 경제성과 지역 적합성을 확보하고 있어 현 단계에서 우선적으로 집중 육성할 필요가 있다. 현재 높은 경제성과 지역 적합성을 확보하고 있으므로 1단계 선택·집중 정책으로 단기적으로 우선 지원하여 육성한다.

선택 치료형 분야가 1단계에서 우선 지원되고 나면 다음으로 중요도를 나타내고 있는 고부가가치 의료 중심의 고난도시술 및 중증 치료형 분야를 2단계 성장 정책을 통하여 육성함으로써 보건의료관광 산업화를 촉진하고 구조고도화하는 것이 필요하다.

고난도 시술 분야는 전문분야 치료의 특화 의료기술 개발 및 기술역량 보유, 특화단지 조성을 통해서 경제성과 지역 적합성을 확보할 수 있다.

노인요양 및 재활치료 분야는 경제성에 비해 상대적으로 지역 적합성이 높게 나타나고 있는데 이것은 전국 최초로 고령친화용품 산업화지원센터 및 체험홍보관을 설립하여 고령친화산업이 진전되고 있기 때문이다.

고령화가 심화되고 있는 부산지역의 특성이 반영되고 있는 것으로 진전되고 있는 고령친화산업에 더하여 전문 연구기능(국립 노화종합연구원) 유치 및 특화단지 조성 과 연계하여 3단계 강화 정책으로 육성할 필요가 있다.

3단계 강화 정책에서 최첨단 복합 웰니스 단지 조성 시 중심 분야로 부산형 의료관광산업의 장기적 발전 전략을 가지고 육성한다.

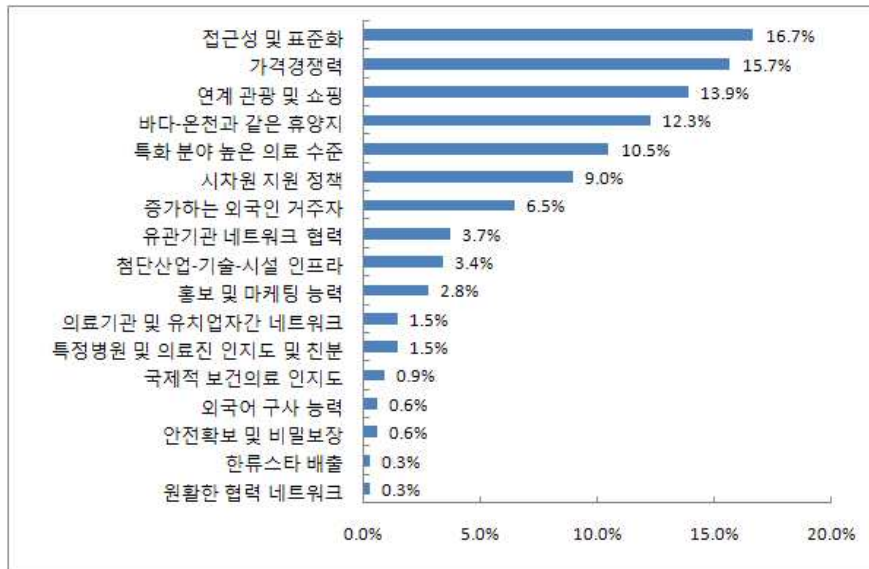
스파/마사지, 휴양, 한방 분야는 파급 효과 측면에서 아주 높게 나타나므로 연계하여 함께 육성할 필요가 있다. 이들 분야는 지역민 및 지역 인재의 고용 창출 효과가 높고 다른 진료 분야와 연계를 통한 시너지 효과가 높은 분야이므로 연계하여 상품 및 프로그램을 개발하고 특화단지 조성 시 연계하여 조성하면 부산지역에 대한 이미지 및 부산지역 의료관광산업에 대한 브랜드 이미지를 높일 수 있다.

3) 부산지역 외국인 의료관광객 현황 및 전망

부산지역 보건의료관광 활성화를 위한 경쟁력은 지리적·문화적·시스템적 및 진료과정 접근성, 가격·교육·문제해결 표준화, 의료비용 및 기술 경쟁력을 기반으로

바다·온천과 같은 천혜의 해양·문화·레저·관광자원과 쇼핑 매력 요소를 연계한 보건의료관광상품 및 프로그램 개발임을 알 수 있다.

또한, 의료수가 표준화를 통한 최적 가격, 광고 및 브랜드화를 통한 홍보 활동, 산업 및 시설 조성 등 물적 인프라, 높은 의료수준, 의료진 명성 및 전문 인력의 외국어 구사능력 등의 국제마케팅믹스 전략이 필요하다.



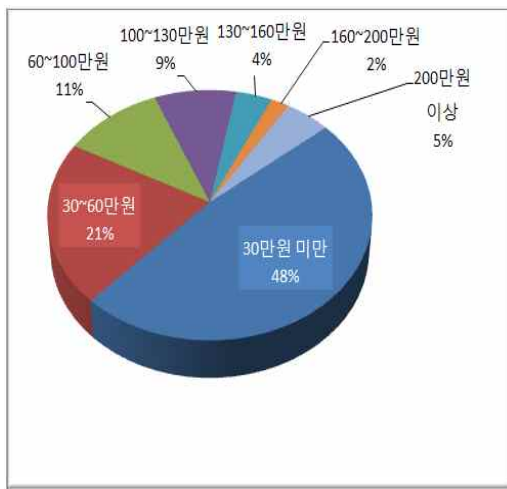
3. 부산지역 보건의료관광 경쟁력

최초로 입국 외국인 의료관광객을 진료한 년도는 2000년 이전 18.9%, 2001~2005년 41.5%, 2006~2009년 39.6%로 나타났고, 외국인 의료관광객이 수술 및 진료 회복기간을 포함하여 체류하는 일수는 일주일 미만 42.3%, 평균 8.5일로 나타났다.

한류 영향 등으로 2000년 전후 부산지역 방문 외국인 의료관광객수가 증가하면서 의료관광이 시작되었고, 최근 의료시장 개방 압력 및 보건의료허브 구축 경쟁이 심화된 2006년 이후 더욱 증가하였으며 현재 선도 의료기관 90% 이상이 외국인 의료관광객을 진료한 경험을 보유하고 있다.

외국인 의료관광객들은 주로 가족 및 친척, 친한 동료, 친구 1~2명과 조용하게 휴식을 취하거나 비밀리에 수술 받는 것을 선호한다는 것을 알 수 있다.

그리고 외국인 의료관광객 진료비용은 경증질환의 경우 30만원 및 30~60만원이 가장 많이 나타났고, 중증질환의 경우 200만원 미만 및 200~500만원이 가장 많이 나타나 고부가가치 실현을 위한 특화 의료기술 및 연계 진료 프로그램을 적극적으로 개발할 필요가 있음을 알 수 있다.



4. 경증의 의료관광객 진료비용

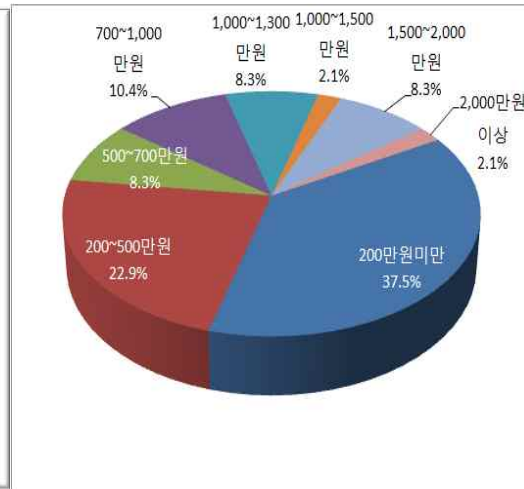


그림 5. 중증의 의료관광객 진료비용

입국 외국인 의료관광객수에 비해 거주 외국인환자수가 훨씬 많은 것으로 나타나고 있는데, 선진 해외사례를 보면 의료관광 초기단계는 거주 외국인이 주요 대상이 되고 있고 실제 부산지역 거주 외국인이 계속적으로 증가하고 있으므로 이를 전략적으로 활용할 필요가 있는 것을 알 수 있다.

입국 외국인 의료관광객수의 연도별 평균은 2004년도 1.2명, 2005년도 1.7명, 2006년도 2.3명, 2007년도 3.5명, 2008년도 9.9명으로 2004년부터 2008년까지 연평균 증감률은 69.5%로 나타났고 2009년 9월까지 11.7명으로 나타났다.

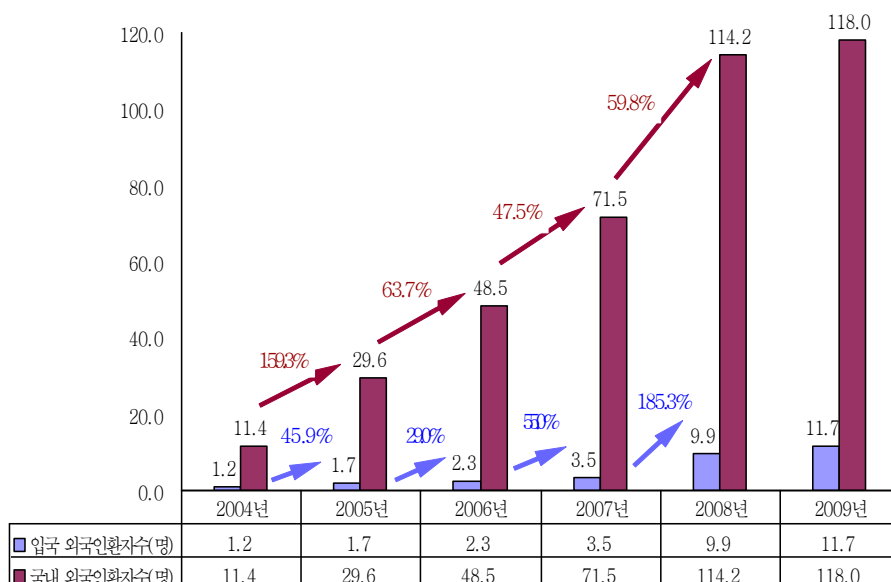
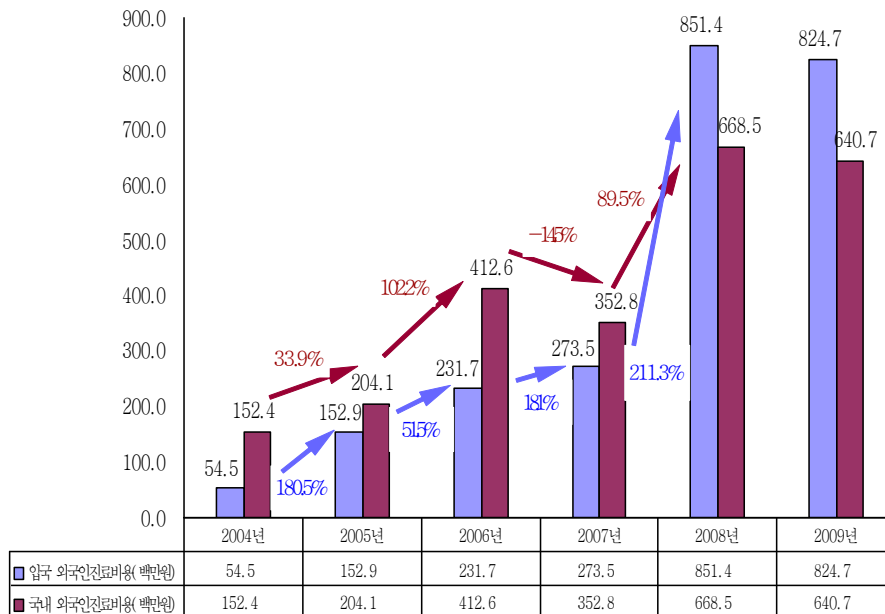


그림 6. 부산지역 외국인 의료관광객수 연도별 평균 현황 비교(명)

의료비용 측면에서 살펴보면 거주 외국인환자에 비해 입국 외국인 의료관광객의 평균 비용이 높고 연도별 연평균 증감률도 98.8%로 급격히 증가하고 있어 외국인 의료관광객 입국을 확대하는 전략을 구체적으로 수립할 필요가 있다.



7. 부산지역 연도별 외국인 의료관광객 진료비용 평균 현황 비교(백만 원)

향후 전망과 관련하여 부산지역을 방문하는 외국인 의료관광객 수를 추정해 본 결과 2015년에는 8만 명 수준에 이르고 진료수익 또한 급격하게 증가할 것으로 예상된다. 외국인 의료관광객 유치를 통하여 발생하는 경제적 파급효과를 살펴보면 의료관광객 방문으로 인한 총수익 중 진료수익이 관광수익보다 10배 이상 높다. 타 목적 방문보다 평균 숙박일이 19.8박으로 체류기간이 훨씬 길고 소비지출도 평균 2,563달러 (2008년 기준, 평균 입국 외국인 관광객 1인은 1,220달러 지출)로 일반 관광객보다 2배 이상이 높다.

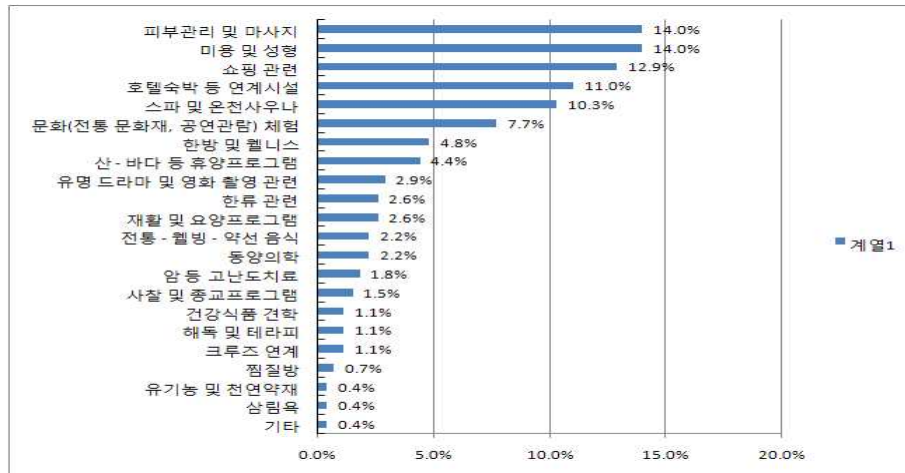
표 4. 부산지역 외국인 의료관광객수 추정과 경제적 파급효과

(단위 : 명, 백만 원)

구 분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	합계	연평균
보건의료관광객수	10,000	14,000	20,000	28,000	40,000	56,000	80,000	248,000	35,429
진료수익	37,369	52,317	74,739	104,635	149,478	209,269	298,955	926,762	132,395
관광수익	2,801	3,921	5,602	7,843	11,204	15,686	22,408	69,464	9,923
생산유발효과	81,612	114,256	163,224	228,513	326,447	457,025	652,893	2,023,969	289,138
취업유발효과	1,092	1,529	2,185	3,059	4,370	6,118	8,740	27,093	3,870
소득유발효과	23,574	33,003	47,148	66,007	94,295	132,013	188,590	584,631	83,519

4) 부산지역 외국인 의료관광객 유치 확대 정책 수요

부산지역 의료기관 설문조사에 따르면, 현재 부산지역 방문 외국인 의료관광객들은 에스테틱 앤 헬스 분야를 가장 선호하는 것으로 나타났다.



8. 부산지역 보건의료관광자원 도출

부산지역 환경 분석 및 산업 기반을 근거로 의료관광의 경쟁우위 전략분야를 도출해 보면 미용·성형, 피부관리, 치과, 한방, 안과, 검진 등이다. 이러한 분야들은 의료수준 및 비용 우위를 기반으로 수요 및 잠재력을 확보하고 있다.

특히 최근 중입자가속기 유치가 확정되고 권역별로 첨단의료복합단지를 조성해 나가고 있어 중증부문에서 세계적인 의료기술 역량 확보 및 거점화의 가능성이 높아지고 있다. 또한, 노인·요양 및 휴양·재활부문도 지역적합성 및 미래경쟁력 분야이다.

부산지역이 외국인 의료관광객을 유치하기 위한 국제마케팅 강점은 다수의 고객층을 확보하고 있는 안전하고 위험성이 낮은 선택치료형 부문의 높은 의료수준, 지리적·문화적 근접성 및 편리성, 쾌적하고 편리한 시설 구비, 유명 의료진 및 특화 전문분야 기술력이라는 것을 알 수 있다.

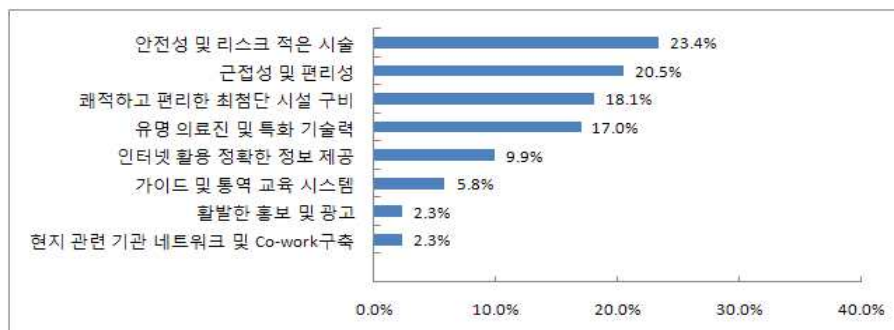
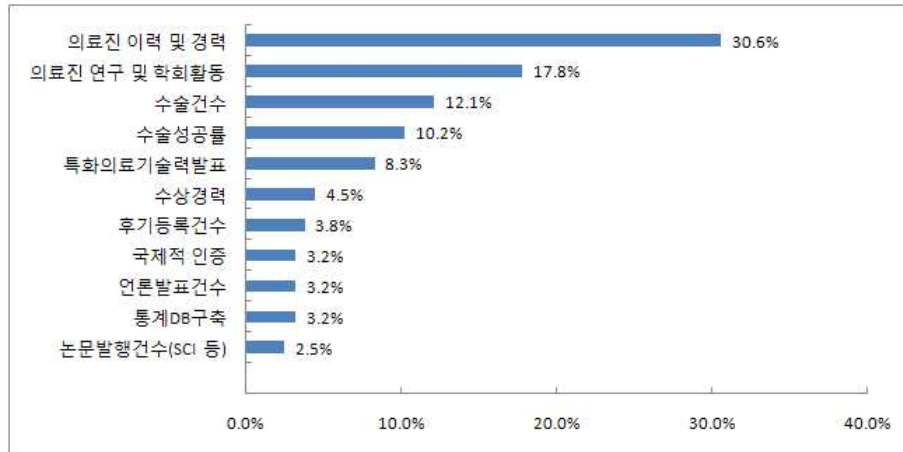


그림 9. 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 강점

부산지역 외국인 의료관광객 유치를 위한 국제마케팅은 최고 의료진 확보 및 의료 기술력, 의료진 의료기술 경쟁력 및 연구 활동, 수술 건수 및 성공률, 특화 의료기술력 확보 및 수상 경력에 대한 자료 구축 및 홍보가 가장 효과적이라는 것을 알 수 있다.



10. 부산지역 보건의료관광 주요 홍보 및 광고 자료

현재 부산지역이 적극적인 국제마케팅을 실행하기 위해 장애가 되는 부문은 국내 알선업체의 전문성 부족, 외국인 전용 VIP 시설 및 인력 부족, 외국어 소통 능력 부족, 의료 브랜드 인지도 부족, 의료 수가 미 책정으로 인한 혼란 야기, 연계할 수 있는 보건의료관광상품 개발 미흡 등으로 시급한 개선 및 전략 마련이 필요하다는 것을 알 수 있다.

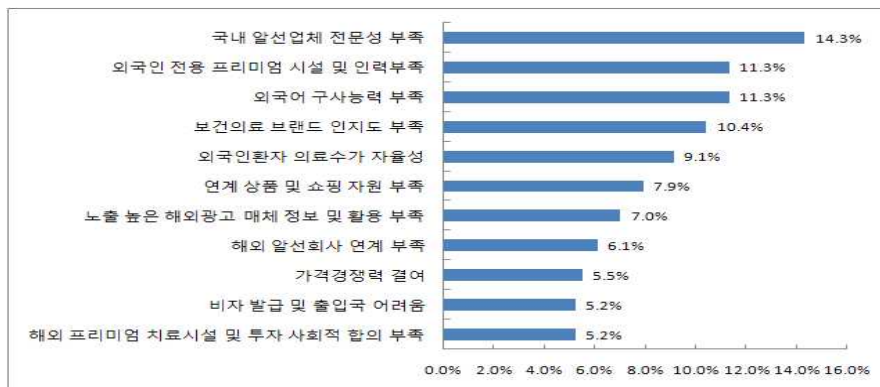
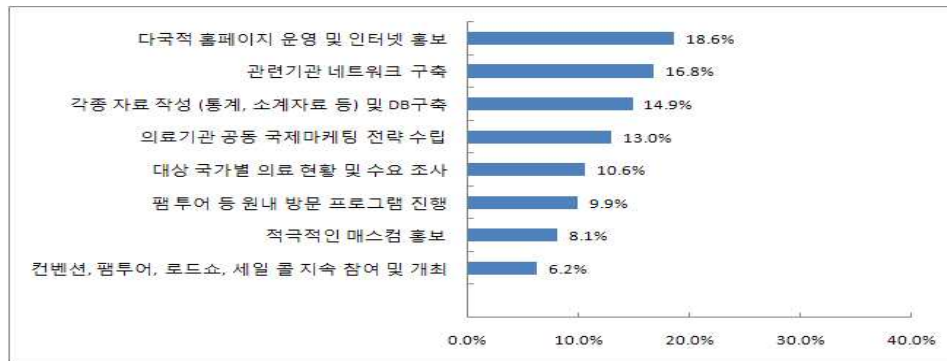


그림 11. 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 장애 요인

또한, 부산지역 대부분의 의료기관들은 의료관광 국제마케팅을 위해 인터넷마케팅, 관련 기관 간 네트워크 구축, 각종 홍보 자료를 위한 수요 조사 및 자료 작성 등을 우선적으로 실행해 나가고 있다는 것을 알 수 있다.



12. 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 실행 현황

그리고 현재 부산지역 외국인 의료관광객 유치 확대를 위한 정책 수요 조사를 분석하여 가장 시급한 국제마케팅 정책 수요를 살펴보면 다음과 같다.

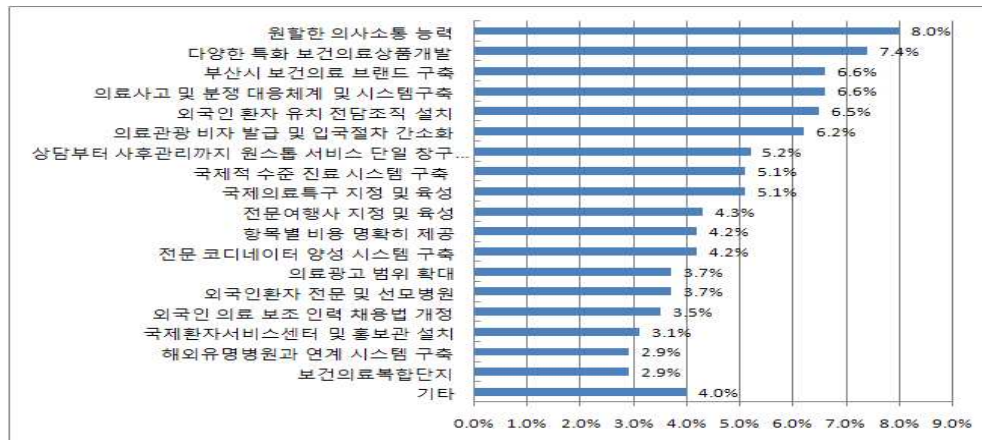


그림 13. 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 전략

5. 부산지역 보건의료관광 육성방안 및 대응전략

1) 부산지역 보건의료관광산업 단계별 특성화 전략

부산지역 전문가 설문조사 결과를 토대로 정책적 우선순위를 고려한 추진 단계별 계획에 따라 효율적인 정책을 수립할 필요성이 있다. 1단계(선택·집중 정책), 2단계(성장 정책), 3단계(강화 정책)의 단계별 특성화 정책을 실행한다.

먼저, 선택·집중 진료 분야를 우선 집중 육성하고 연계하여 체류할 수 있는 보건 의료관광 상품 및 프로그램을 공동으로 개발하고 홍보한다. 이를 위해서 1단계로 도심권 및 동부산권에 에스테 부산(ESTHE BUSAN) 특구 및 거리를 지정하고 에스테

부산 사무소를 개설하여 원스톱시스템(진료 상품 및 프로그램을 일괄적으로 연계하여 일정을 조정하고 홍보하는 서비스)을 구축할 필요가 있다.

2단계로 중증 치료 및 특화 전문분야 보건의료기술을 개발하고 역량을 보유하기 위해서 보건의료·생명공학·벤처산업을 육성하고 집적 핵심 하드웨어를 구축한다. 또한, JCI 인증과 같은 국제인증 병원 및 유명 전문병원을 육성하는 등 대표적인 스타 병원을 육성할 필요가 있다.

3단계로 중증 치료 및 특화 진료분야 연구개발 기능과 비즈니스 및 관광기능의 스타병원, 특화단지 및 관광단지·리조트와 연계·집적한 최첨단 보건의료관광산업 복합 단지 및 리조트를 개발하여 거점 단지로 조성한다.

부산지역 보건의료관광산업 장기발전 정책은 부산지역 적합성 측면에서 부각되고 있는 노인요양 분야를 건강증진, 장수의학 및 고령친화산업과 연계하여 전략적으로 추진할 필요성이 있다.

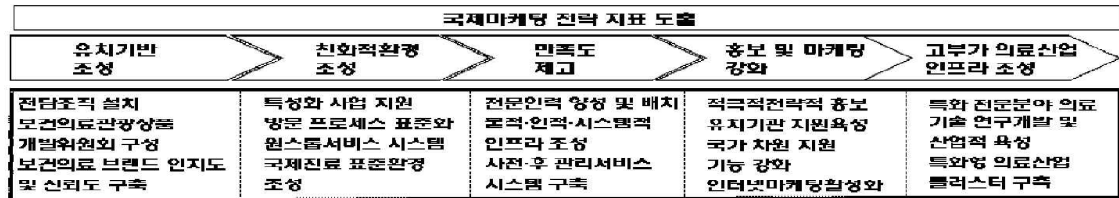
이상과 같은 부산지역 보건의료관광산업 육성방안을 모델로 구축하면 다음과 같다.



2) 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 전략

부산지역은 법·규제 등 정책, 언어소통의 어려움, 관련 기관의 정보 및 능력 부족 등으로 외국인 의료관광객 유치 확대 어려움에 직면해 있다. 따라서 수요 증가를 위한 실질적인 방안을 마련할 수 있도록 현장 중심의 구체적인 국제마케팅 전략 방향을 수립하는 것이 필요하다. 한편, 이상의 전략 방향과 연계하여 단계적으로 외국인 의료관광객 국제마케팅을 위한 기반을 조성해 나가는 정책을 실행하는 것이 중요하므로 체계적인 국제마케팅 전략 지표를 도출하고 사업별 정책 방안을 명확하게 수립하는

것이 필요하다.



15. 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 기반 조성 정책

특히, 부산지역 보건의료관광 국제마케팅은 경쟁 지역과 명확한 차별화를 기반으로 한 일관된 포지셔닝 및 국제마케팅믹스 전략을 수립하고 실행해 나갈 필요가 있다.

표 5. 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 전략

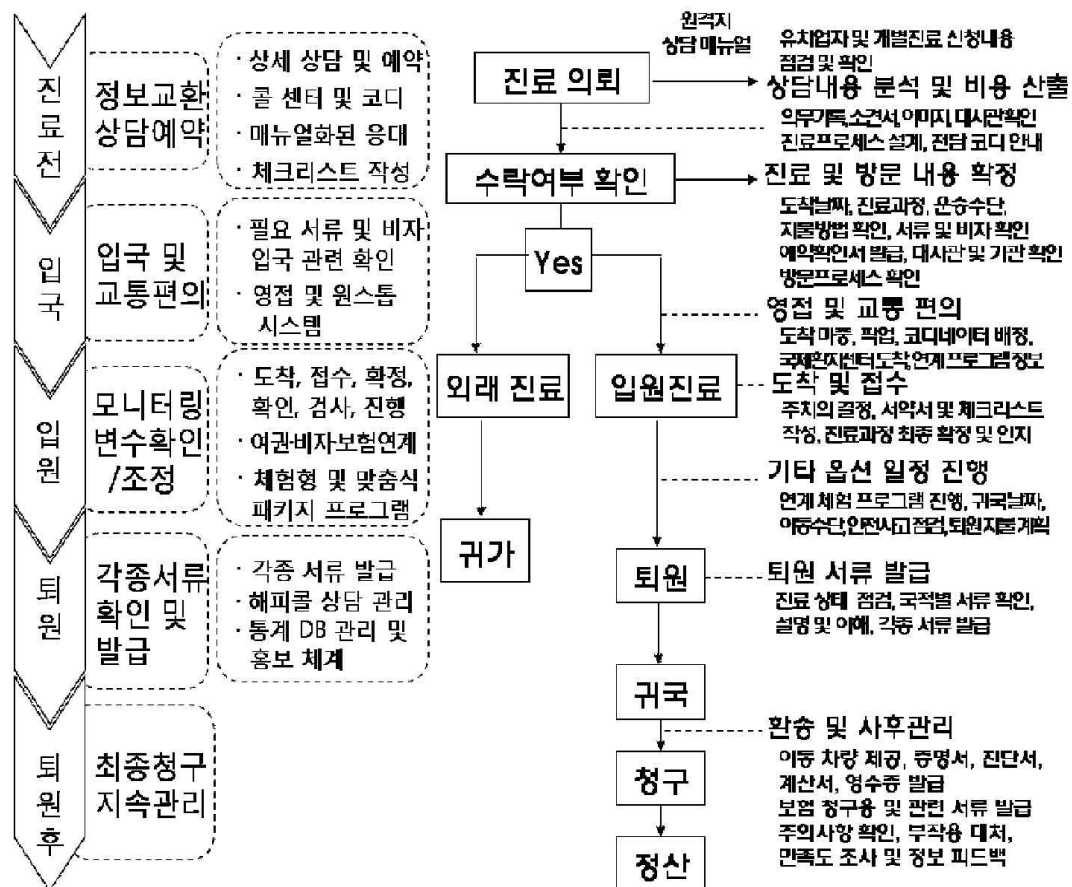
분	핵심 역량 상품	의료비용	연계 프로그램	촉	진
택 치 료 형	성형 수술형	· 미용성형 200~500만원 · 피부관리 30~60만원	· 선호도 및 경쟁 우위 보건의료 연계 상품 및 패키지 구성 · 맞춤형 건강검진 효율성 추구, 최고 편의시설 및 환자 중심 서비스	· 주변 추천, 일반인 구전	· 일본, 중화권, 동남아 중심 · 교포 전문가 영업 · 현지 지사 설립 및 유명여행사 협력 교류
	웰빙 보건형	· 한방 및 전통의학 · 웰니스 · 대체 의학 · 온천 및 마사지 · 테라피 치료 · 휴양	· 한방 20~120만원 · 종합검진 20~150만원 · 온천 및 마사지 20~100만원 · 주거·여가·휴식·생활용품 체험 상품, 전통치료 및 보양상품, 환경친화적 건강관리중심 서비스 · 생혈액 분석 체험, 아로마 체험, 명상, 사상체질 및 경락기능검사, 팔강 약침 치료 체험, 친환경 자연 한방 패키지 · 약재 목록 및 황토 한증 초고온 치료	· 여행사 상품 시장개척 · 연계 진료 및 휴양 상품 개발 문화 관광 투어 연계	· 에스테틱 전문기관 협력 체결 · 잡지 및 홍보 책자 · 인터넷마케팅 · 틈새 시장 연계 상품 개발
중 증 치 료 형	수술 치료형	· 암 등 난치병 · (고)관절, 소화기, 척추, 뇌, 생식기 · 심혈관, 순환, 신경, 심장	· 세계 최고 수준 의료기술력 확보 메디컬 테크 지정, 국제 브랜드화 · 첨단의료장비 및 유명 의료진 보유 · 암 예방, 진단, 완화, 치료 등 특화 분야와 한방 등 접목, 건강관리체계 확립	· 보험사, 유치 · 알선 업자 등 관련 기관 · 협력 의료기관 · 지인 통한 시장 개척 · 대기기간 단축 및 적정비용	· 현재수요 및 경쟁국 환자 : 미국, 유럽 캐나다, · 신규환자 : 러시아, 중동, 동남아 · 반복환자 : 중국, 일본, 몽골
	장기 재활형	· 노인요양 · 재활 · 통증클리닉	· 환자 회복상황 맞춤형 통합 치유 · 과학적 치유 통합(첨단기기·의료 기술·전통의학·생활체험·요양) 근본 및 종합 치유 프로그램	· 정부관계자 · 의료진 및 의료기관 · 전문 여행사 및 알선회사 · 지인 통한 시장 개척	· 현지 지사 및 기관 설립 · 유명 의료기관 연계 협력
연구 개발형	· 땃줄 · 줄기세포 · 의료산업클러스터		· 중증 전문 의료 기술력 체험, 암·노화·웰빙·요양 등 전문분야 특화 기술력 · 연구단지 건학 및 평생관리체계 구축 통한 복합서비스		
복합형	· 핵의·과학 특화 단지 · 시니어·생명 연구 단지				

부산지역 의료관광 핵심 역량 규정 및 목표 국가 세분화를 통해 경쟁 지역과 차별화된 포지셔닝이 구축되고 새로운 브랜드 가치 구조가 창출될 수 있다. 현 시점에서는 각종 설문조사 및 전문가 조사를 바탕으로 에스테틱 앤 헬스 분야, 암 치료 등 경쟁 우위 중증 분야, 노인·요양 및 휴양·재활 분야를 선택적으로 집중 육성하는 전략이 필요하다.

이상과 같이 보건의료관광 포지셔닝 전략을 통한 부산국제의료(Busan International Health) 브랜드의 가치 체계 규정을 통해서 가장 상위개념인 국제마케팅믹스 및 전략 진단 기준을 구축해 나가는 것이 중요하다.

보건의료관광 국제마케팅믹스는 전통적 마케팅믹스인 상품(Product), 가격(Price), 입국 경로(Place), 촉진(Promotion)을 기반으로 전략적으로 지역 내 물적 인프라(Physical infra) 및 인적 인프라(People infra), 외국인 의료관광객 프로세스(rocess)를 추가하여 최적의 국제마케팅믹스 7P's를 규정하고 실행하기 위한 분석, 계획, 집행 및 통제 활동으로 구성할 수 있다.

보건의료관광 국제마케팅믹스 전략을 통해 외국인 의료관광객 상담-입국-진료-귀국 후 관리까지의 전반적인 일련의 프로세스를 구축해 보면 다음과 같다.



16. 부산지역 외국인 의료관광객 방문 프로세스 구축

<참고자료>

1. 한국보건산업진흥원, 해외환자 유치 의향 및 진료비 조사, 2006
2. 서울시정개발연구원, 서울시 의료관광의 국제마케팅 육성방안, 2007
3. 통계청, 장래인구추계, 2007
4. 보건복지가족부, 해외환자유치사업 추진계획, 2008
5. 부산발전연구원, 부산지역 보건의료관광 육성방안 연구, 2008
6. 부산발전연구원, 부산지역 보건의료관광 국제마케팅 전략 및 네트워크 방안, 2009
7. OECD, Health Data, 2007
8. Tourism Authority of Thailand (www.tourismthailand.org)
9. Treatment Abroad (www.treatmentabroad.net/about/pricewatch-survey-2006)

주제 발표

九州半導体産業における産学官連携

ーベンチャー・中小企業連携促進の3つの取り組みー

(財)国際東アジア研究センター

岸本 千佳司

큐슈 반도체산업에 있어서의 산·학·행정 협력에 관한 현황조사

－ 벤처·중소기업 협력 추진을 위한 3가지 시책

(재)국제동아시아연구센터
키시모토 치카시

【요지】

본 조사의 목적은 산·학·행정의 협력 아래 벤처·중소기업간의 협력강화를 통해 지역산업 진흥을 도모하고 있는 시책을 자세히 분석하여, 그 특색과 향후의 발전 가능성을 모색하기 위한 것으로서, 큐슈의 주요산업의 하나인 반도체산업분야에 초점을 맞추어 보기로 한다.

큐슈는 과거 제조업 기지로서의 역할의 중심으로서 「두뇌없는 대량생산의 거점」이라 야유를 받은 적도 있었으나, 1990년대 후반 이후 생산품목의 고부가가치화, 생산거점의 기능 고도화 및 대기업 디바이스 메이커 관련 설계거점의 개설이 활발해졌다. 2000년 이후는 공장을 소유하지 않는 fabless의 반도체 설계메이커의 입지도 증가하고 있다. 이러한 배경에는 지방행정기관과 이와 밀접한 관계를 가진 산업지원기관이 적극적으로 설계·개발형기업에 대한 지원체제를 정비해 왔기 때문이다. 이러한 움직임과 관련된 3가지 사례를 소개하고자 한다.

첫번째는 기타큐슈 학술연구도시에 입지한 재단법인 기타큐슈 산업학술추진기구(FAIS)의 반도체기술센터가 지원하는 「히비키노 반도체 벤처씨클」로서, 몇개 기업체를 그룹화함으로써 대기업 반도체디바이스 메이커로부터 생산공정의 일부를 수주하려고 하는 시도이다. 두번째는 큐슈 반도체 이노베이션 협의회에 의한 SIIQ DIRECT이다. 이것은 수십개 기업에 의한 네트워크를 통해 지역내외로부터의 시험제조 개발을 중심으로 한 수주 확대를 도모하는 것. 셋째는 후쿠오카 시스템 LSI 종합개발센터가 추진하는 설계시험제작 지원사업이다. 벤처·중소기업에 의한 자사제 반도체칩 개발·시험제작을 지원하는 플랫폼을 구축하여, 지역으로 기업의 집적과 기업간 협력 추진을 시도하는 시책이다.

이 3가지의 시책은 참가하는 기업 수, 규모와 행정과의 관계 등에서 각각 형태가 다르지만 행정과 민간의 협력을 통해 벤처·중소기업의 연계를 직·간접적으로 촉진하고, 지방권인 큐슈에서의 기업의 생존과 발전, 그리고 큐슈 반도체산업의 지위 향상으로 이어가려고 하는 시도이다. 각 기업이 대기업 디바이스 메이커로부터의 수주, 큐슈역내 기업간 및 큐슈내외 기업간의 안건을 발굴하고, 큐슈(특히 후쿠오카현)에의 기업 집적을 촉진함으로써 일정한 성과를 올리고 있다. 한편으로, 세계적인 금융위기의 영향과 수도권 등에 비해 연구개발·설계거점으로서의 열세, 다만, 한국 등 동아시아지역과의 경쟁 등 큐슈 반도체업계를 둘러싼 환경은 아주 어렵다.

이러한 현실에 대응하기 위해 큐슈지역내에서의 협력을 진행함과 동시에 지역의 특히 동아시아지역을 중심으로 한 해외시장과의 연계를 보다 더 밀접하게 해야 할 필요성이 지적되고 있다.

九州半導体産業における産学官連携

ーベンチャー・中小企業連携促進の3つの取り組みー

(財)国際東アジア研究センター

岸本 千佳司*

【要旨】

本調査の目的は、産学官の協力の下、ベンチャー・中小企業間の連携強化により地域産業振興を図る試みを詳しく分析し、その特色と今後の発展可能性を探ることであり、九州の主要産業の1つである半導体産業分野に焦点を当てる。

九州は、かつては製造基地としての役割が中心で「頭脳なき量産拠点」と揶揄されたこともあったが、1990年代後半以降、生産品目の高付加価値化、生産拠点の機能高度化および大手デバイスメーカー関連の設計拠点の開設が進んだ。2000年以降は、ファブレスの半導体設計メーカーの立地も増加してきている。この背景には、地方行政機関やそれと密接に関係する産業支援機関が、積極的に設計・開発型企業への支援体制を整備してきたことがある。こうした動きと関連する3つの事例を取り上げる。

第1に、北九州学術研究都市に立地する財団法人北九州産業学術推進機構(FAIS)の半導体技術センターが支援する「ひびきの半導体ベンチャーサークル」であり、企業数社のグループ化により大手半導体デバイスメーカーから生産工程の一部を受注しようとする試みである。第2は、九州半導体イノベーション協議会によるSHIQ DIRECTである。これは、数十社の企業によるネットワークを通じて、地域内外からの試作品開発を中心とした受注の拡大を目指すものである。第3は、福岡システムLSI総合開発センターが推進する設計試作支援事業である。ベンチャー・中小企業による自社製半導体チップの開発・試作を支援するプラットフォームを構築し、地元への企業の集積とその間の連携推進を図る取り組みである。

これら3つの取り組みは、参加する企業数規模や行政との関わり方等で各々タイプが異なるが、官民の協力によりベンチャー・中小企業の連携を直接間接に促し、地方圏である九州での企業の生き残りと発展、そして九州半導体産業の地位向上に繋げていこうとする試みである。

* (財)国際東アジア研究センター(ICSEAD)上級研究員

〒803-0814 北九州市小倉北区大手町11-4、7F

E-mail:kishimoto@icsead.or.jp Tel: 093-583-6202 Fax: 093-583-4602

各々、大手デバイスメーカーからの受注、九州域内企業間および九州内外企業間の案件掘り起こし、そして九州(特に福岡県)への企業集積の促進などで、一定の成果を収めている。他方で、世界金融危機の影響や首都圏等に比した研究開発・設計拠点としての劣勢、台湾や韓国など東アジア地域との競合など、九州半導体業界を取り巻く状況は厳しいものがある。

こうした現状に対応するために、九州地域内での連携の動きを進めると同時に、それと地域外、特に東アジアを中心とする海外市場との連携を密接に関わらせることの必要性が指摘される。

1. はじめに

半導体産業は九州における主要産業の1つであり、1960年代後半以降、域外から進出してきた大手半導体デバイスメーカーの製造拠点設置に引っ張られる形で発展してきた。その後、国内では関東に次ぐ主要産業集積地としての地位を保持しており「シリコンアイランド」と呼ばれている。例えば、集積回路(IC: Integrated Circuit)¹⁾生産額では全国シェアの28.9%(2008年)を占め、地域的には関東に次ぐ規模である(九州経済産業局、2009)。2005年の半導体製造装置(フラットパネル・ディスプレイ製造装置も含む)の出荷額では、九州は2,888億円で関東の7,206億円、中部の3,210億円、近畿の2,994億円に次ぐ規模である²⁾。また九州7県における半導体関連事業所の数は約700に上り(2007年)、半導体デバイスメーカーの前工程工場が16、後工程工場が約80、製造装置工場が約250、関連部品・材料工場が約400、および半導体設計メーカーや組込みソフトメーカーが約70である(岡野、2008)。

九州は、かつては製造基地としての役割が中心で「頭脳なき量産拠点」と揶揄されたこともあったが、1990年代後半以降、生産品目の高付加価値化、生産拠点の機能高度化および大手デバイスメーカー関連の設計拠点の開設が進んだ。2000年以降は、ファブレスの半導体設計メーカーの立地も増加してきている。この背景には、地方行政機関やそれと密接に係る産業支援機関が、積極的に設計・開発型企業への支援体制を整備してきたことがある。例えば、福岡ソフトリサーチパークや熊本テクノリサーチパークなどでは既に1990年代前半に、NEC、ソニー、東芝、富士通等の大手デバイスメーカーの半導体設計拠点が開設された。2000年以降は、情報工学系の大学や研究機関が集まった北九州学術研究都市(北九州市)や情報産業都市としての飯塚地域の整備、および福岡システムLSI総合開発センター(福岡ソフトリサーチパーク地区内)の開設により、インキュベート機能も強化された。文部科学省の知的クラスター創成事業では、福岡・北九州・飯塚の3地域でシステムLSI(Large Scale Integration)設計拠点化が進められている。加えて、経済産業省の産業クラスター計画の一部である九州シリコン・クラスター計画の実施機関として九州半導体イノベーション協議会(福岡

市)が設置され、企業・関連諸機関のネットワーク化と九州経済の活性化に向けた活動がなされている(九州半導体産業発展の経緯については、岡野、2008参照)。

さて本稿の目的は、産学官の協力の下、ベンチャー・中小企業間の連携強化により地域産業振興を図る試みを詳しく分析し、その特色と今後の発展可能性を探ることである。半導体分野においては、九州は東北と並んで、地方行政が密接に関わる形での産業振興の事業が多い³⁾。とりわけ、半導体分野に特化したベンチャー・中小企業の連携促進の取り組みは全国的にも類例が少ないと目されるが、本稿では、上述の設計・開発型企業支援の事業とも関係する3つの事例を紹介する。第1に、北九州学術研究都市に立地する財団法人北九州産業学術推進機構(FAIS)の半導体技術センターが支援する「ひびきの半導体ベンチャーサークル」であり、企業数社のグループ化により大手半導体デバイスメーカーから生産工程の一部を受注しようとする試みである。第2は、九州半導体イノベーション協議会によるSIIQ DIRECTである。これは、数十社の企業によるネットワークを通じて、地域内外からの試作品開発を中心とした受注の拡大を目指すものである。第3は、福岡システムLSI総合開発センターが推進する設計試作支援事業である。ベンチャー・中小企業による自社製半導体チップの開発・試作を支援するプラットフォームを構築し、地元への企業の集積とその間の連携推進を図る取り組みである。

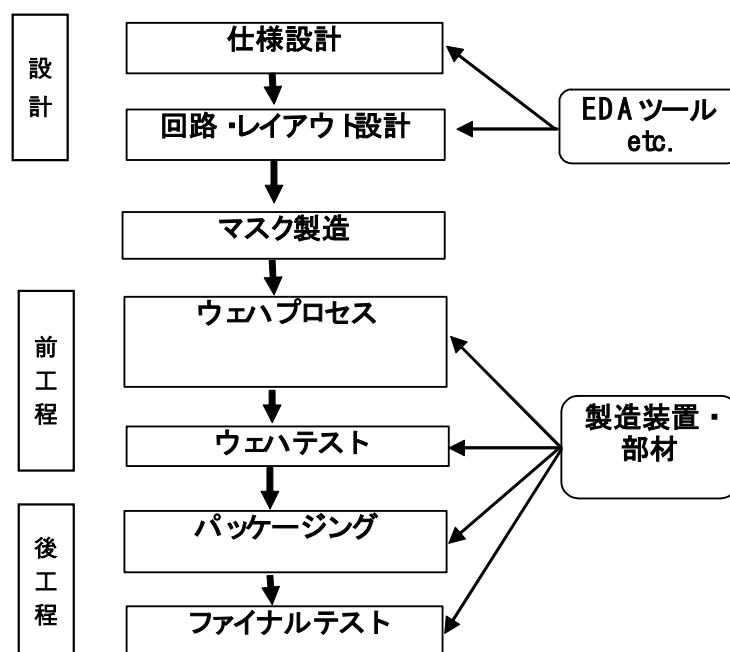
なお、これらは、その本拠地(事務局)を福岡県に置いているという点では、厳密には「九州北部」というべきかもしれないが、後述するように、九州全体を視野に入れ福岡県外の企業等も関与する活動も含まれるので、論文タイトルでは「九州半導体産業」という表現を用いた。他方、半導体分野で九州における産学官共同の地域産業振興としては、ここで取上げる事例以外にも、大分県LSIクラスター形成推進会議(事務局：大分県産業科学技術センター)や熊本セミコンダクタ・フォレスト構想(事務局：財団法人くまもとテクノ産業財団)のような重要な取り組みもある。産学連携を含む研究開発促進、人材育成、販路開拓、企業誘致や新事業育成など、その活動は広範囲にわたっている。しかし、本稿では、九州の産学官連携の活動を網羅的に紹介・分析することが目的ではなく、半導体分野でのベンチャー・中小企業の連携促進について、タイプの異なる代表的な事例を取上げ、その特色を分析・紹介することに重点を置いているので、さしあたり上述の3つに焦点を当てた。

以下の節では、各事例を詳細に分析し、その仕組みと行政・支援機関の果たす役割を明らかにし、最後に、九州半導体分野における企業間連携の発展性について検討してみたい。なお、以下の記述は、主に筆者自身による当該支援機関・関連企業に対する聞き取り調査から得られた情報とホームページで公開されている情報とに基づいている。聞き取り調査を実施したのは2008年7月～10月であり、加えて2009年12月～2010年1月に追跡調査を行った⁴⁾。

2. FAIS半導体技術センターによるひびきの半導体ベンチャーサークル⁵⁾

「財団法人北九州産業学術推進機構(FAIS: Kitakyushu Foundation for the Advancement of Industry Science and Technology)」は、北九州市の外郭団体として2001年3月に設立された。北九州地域における産学官連携推進を通して、産業技術の高度化や活力ある地域企業群の創出・育成に寄与することを目的とする。ほぼ同時にオープンした北九州学術研究都市(北九州市若松区ひびきの)内に位置する(一部の部局は外部に立地)。文部科学省の知的クラスター創成事業(2002年度以降)の実施にも携わっている。FAISの1部局である「半導体技術センター」は、北九州市の半導体産業振興に関わる産学支援事業を実施する機関として2001年4月に設立された⁶⁾。北九州学術研究都市の情報技術高度化センター内に位置する。その主な事業内容は、教育事業(技術者向け講座「ひびきの半導体アカデミー」開催)、ベンチャー支援活動(ベンチャーサークル、EDA・評価設備サポートサービス)、産学連携活動(マッチングと共同プロジェクト推進の「ミニラボ事業」)よりなる。関連施設として、半導体設計関連企業等によるLSIの設計・開発を支援するため、設計開発室と評価研修室を設置し、EDA(Electronic Design Automation、電子設計自動化)ツール(コンピュータの設計支援ソフトウェア)や評価機器の利用サービスを行っている。加えて、半導体テスター(半導体素子を測定し、評価・検査するためのテスト装置)の利用サービスを提供するテス

図1. 半導体(IC)の生産工程



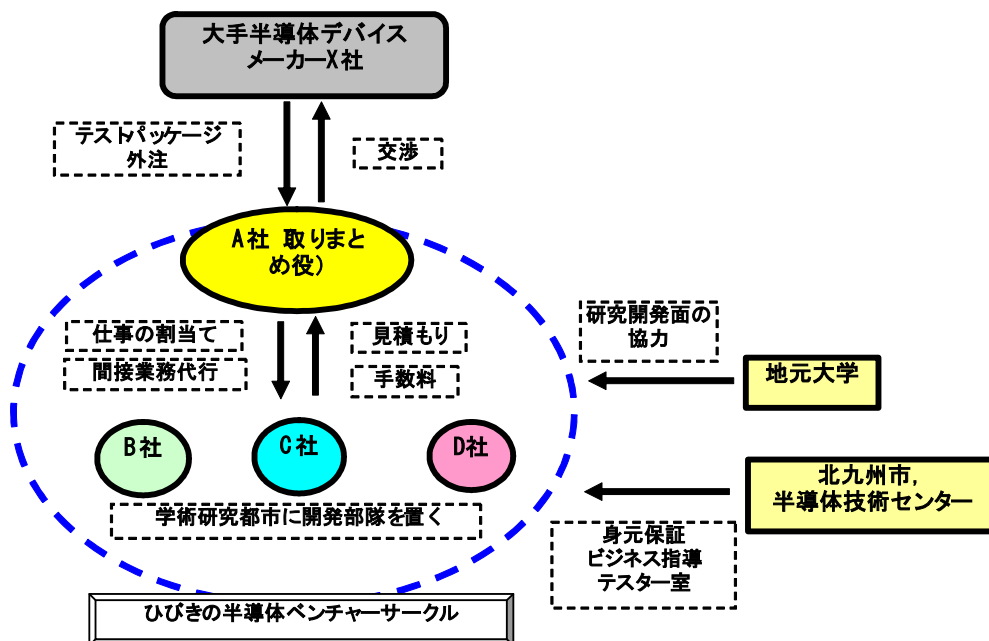
(出所) 各種資料より筆者作成

ター室と半導体プロセス関連機器を設置したクリーンルームもある。

本節で注目するのは、FAIS半導体技術センターのベンチャー支援活動のうちの「ひびきの半導体ベンチャーサークル」である。これは複数のベンチャー企業が、それぞれの技術や施設を有効に組み合わせ、あたかも1つの企業のような体制を作り、個々のベンチャー企業では受注できない仕事を共同受注しようとするものである。可能性としては様々なタイプのベンチャーサークルがありうるが、筆者の調査時点でルーチン化に成功していたのは「テストビジネス」だけである。「ひびきの」は北九州学術研究都市が立地する地名から来ている。このテストビジネスは、大手半導体デバイスメーカーからの「テストパッケージ」の共同受注を目的として2005年12月にスタートした。

先ずテストパッケージについて説明しよう。半導体(IC)の生産工程は大別して、設計、マスク製造、ウェハプロセスを中心とする前工程、パッケージング、およびファイナルテスト(パッケージングとファイナルテストを合わせて後工程という)の5工程からなる(図1)。テストパッケージは主に最後のファイナルテスト工程に関わる。すなわち半導体をテストし良品・不良品に振り分けるためテスターと呼ばれる装置を使用するが、半導体の1品種ごとにテスターを作動させ効率よくテストするためのプログラム(ソフトウェア)の開発が必要となる。顧客半導体デバイスメーカーからのテスト仕様に合わせ、テストプログラム開発用テスターでこうしたプログラムを開発し、検査のために半

図2. ひびきの半導体ベンチャーサークル(テストビジネス)の運営



(出所) 聞き取り調査に基づき筆者作成

導体を乗せるテストボードを作成し、さらに顧客の製造ラインのテスターにこのテストボードとプログラムを移植しデバッグする、この一連の作業をテストパッケージと呼ぶ。テスターは非常に高額であり(数千万円以上)、耐圧、電圧等の電気特性を含め数百から数千あるテスト項目を如何に短時間で確実にこなし、テスターの稼働率を上げテスト単価を引き下げることがプログラム開発の焦点となる。テストパッケージは、半導体デバイスメーカーが全て自社内で実施する場合もあれば、自社開発と並行し一部を外注することもある。ここで取り上げるベンチャーサークルは、こうした外注先の1つである。

ひびきの半導体ベンチャーサークル(テストビジネス)は、取りまとめ役のA社を含め4社より成る。名称は「ベンチャーサークル」であるが、実際は、ベンチャーと呼べるのはA社(北九州学術研究都市内立地)のみで、他の3社(以下、B、C、D社と呼ぶ)はジャスダック上場企業も含まれるなど一定の規模に達している中小企業であり、北九州学術研究都市には技術者(=開発部隊)を駐在させたブランチのみを置いている。ここで同ベンチャーサークルの受注・コーディネート仕組みを解説しよう(図2)。顧客は、今のところ、九州に工場を持つ大手半導体デバイスメーカー1社のみである(以下、X社と呼ぶ)。取りまとめ役A社の社長はX社のOBであり特別なつながりを持っており、ここがテストパッケージを受注する窓口となる。仕事の割当てはA社の役目であり、1案件につき1社が請け負う。A社自身が受注することもある。テスターメーカーは世界的に大手数社に限られており(アドバンテスト、テラダイン、横河電機等)、サークル4社は、それぞれ特定メーカーの装置に通じた人材を抱えている。案件ごとに使用するテスターが違うので、4社のうち、そのテスターを使える企業に仕事が振り分けられる。サークル企業間での共同研究開発などは今のところないという。B、C、D社は、学術研究都市に開発部隊のみを置いているので、受注工作を含め間接業務をA社が代行し手数料を取る。A社が他の3社のいずれかに案件を振り、損失が発生した場合はA社が赤字を負担し、受注企業には見積もり金額(引き受け金額)通りの報酬を支払う。逆に利益が多いとA社の取り分になるが、実際にはこういうケースは少ないという。現実には、案件ごとに損失もあるが、半年もしくは年間ベースで赤字にならないようバランスを取っている。なおサークルのメンバーは今のところ固定的である。

加えて、地元の九州工業大学の研究者が研究開発面で協力し、北九州市やFAIS半導体技術センターがビジネス指導やテスター室の整備、身元保証人的役割を担うなどを通して側面から支援している。また横河電機、テラダイン、アドバンテストの3社からテスターの提供を受けている⁷⁾。ベンチャーサークルが、北九州市やFAIS半導体技術センターの後ろ盾により設立された背景には、日本の大手半導体・電子企業は購買窓口(口座)を増やすことを好まず、一般のベンチャー・中小企業が直接受注する機会が限られているという事情がある。大手顧客からみれば、取りまとめ役の企業を使うことで取引簡素化につながるメリットがある。今のところ顧客はX社のみであるが、必ずしも閉鎖的な系列関係というわけではない。むしろ基本は技術的な強みに依拠した事業であり、将来的には、他の大手半導体デバイスメーカーと取引する可能性

も否定しない。実際、ベンチャーサークルのメンバーには、当サークルとは別の件で、他の大手企業ともつながりを持っている企業もあるという。

なおベンチャーサークルの4社は、大手からのテストパッケージ受注業務のみに特化しているわけではなく、他の事業も並行して行っている。例えば、取りまとめ役のA社は、アナログICの設計・開発も行なっており、大手からの下請的工作で当面の運営資金を稼ぎながら、将来的には独自ブランド製品の売り出しを目標にしている。

ところで、以上の記述は2008年7～8月に行った聞き取り調査からの情報に主に依拠している。その後、世界金融危機に起因する不況で日本の半導体業界全体が打撃を受け、当ベンチャーサークルの運営にも影響を及ぼしている。2009年12月から2010年1月に実施した追跡調査によれば、不況の影響により、現顧客X社からの受注はかなり減少しており、今後、同社からの外注はさらに少なくなる可能性があることが指摘された。それを補うための他の顧客の開拓は、現在努力中である。また、このまま不況が続けば、当ベンチャーサークルが今の仕組みのままで継続・発展するかどうかは予断を許さない状況であるという。

3. 九州半導体イノベーション協議会によるSIIQ DIRECT⁸⁾

次に紹介するのは、「九州半導体イノベーション協議会(愛称SIIQ、シーク)」(福岡市)の取り組みである。SIIQは九州地域における半導体・FPD(Flat Panel Display)関連産業の振興を目的に、経済産業省が進める産業クラスター計画の推進機関として2002年5月に設立された。2010年1月19日現在で、会員数は220社/人である(うち、企業・大学・財団・地方自治体などの団体会員が173社・機関、残りが個人会員)。その活動は4つの部会によって担われる。すなわち、広報部会(情報提供・発信)、アライアンス部会(会員企業間、および会員企業と海外企業等との交流・連携促進)、技術創造部会(技術開発サポートや技術情報交換の推進)、ビジネス創出部会(経営支援サービスや展覧会への共同出展、ビジネスマッチング)であり、加えて人材育成事業(インターンシップ、講座開設、講師派遣等)も行っている。

設立以来、SIIQの運営は官主導であり、産業クラスター計画の一環として国から交付されたネットワーク補助金に依拠するところが大きかった。ところが、この補助金が段階的に削減され、2010年度をもって交付終了となる方針が示され、自主財源の確保と民主導運営への転換が必須となった。このため2007年度より会費制を導入し、会員企業のニーズの把握とビジネス直結型事業への取り組みが強化された。本節で注目する「SIIQ DIRECT(シークダイレクト)」は、こうした流れの中で打ち出された新事業である。

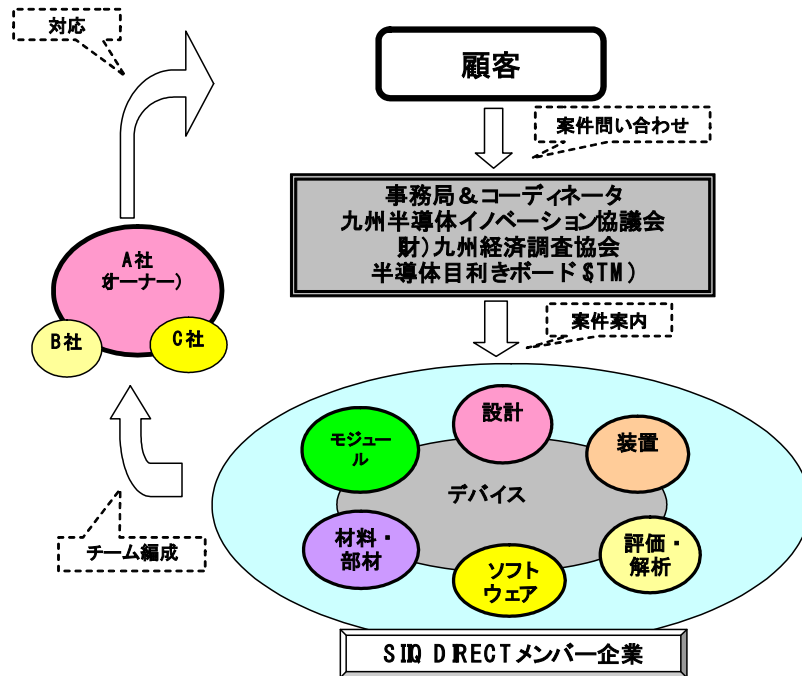
SIIQ DIRECTは、九州の企業を中心に(一部九州以外の企業も含まれる)半導体関連企業数十社がネットワークを形成し、顧客の半導体製造からモジュール製作、試作品開発から部

品加工、量産化をサポートする事業であり、2008年7月に立上げられた。当初44社でスタートし、2009年12月現在で46社となっている。メンバー企業の内訳は、立地的には半数ほどが福岡県で、残りは大分県、熊本県、長崎県、鹿児島県に分布し、九州外も数社含まれる。業種的には、デバイス9社、ツール1社、設計5社、装置6社、評価・分析3社、材料・部材13社、ソフトウェア3社、モジュール6社である。関係者によれば、その強み(そして、九州半導体産業全体の強み)は主に実装技術⁹⁾にあるが、SHIQ DIRECT全体としては、設計、前工程、後工程(後工程は主要な製品にはほぼ対応可能)を一通りカバーできる体制が整っているという。

SHIQ DIRECTの運営の基本形は図3にまとめられている。事務局・コーディネータ役は、SHIQ事務局に加え「財団法人九州経済調査協会」と「NPO法人半導体目利きボード(STM: Semiconductor Technology Marketing)」が担っている。九州経済調査協会は九州エリアの半導体関連企業・機関と広範なつながりを持ち、案件に応じて最適と思われるメンバー企業を選定・打診する。半導体目利きボードは九州の半導体関連エンジニア等によるネットワークであり、技術面の詳細な目利きが必要な場合に協力する。一旦、当該案件を担当する企業(オーナー)が決まり顧客に通知されると、その後はオーナー企業と顧客との直接のやり取りが基本となる。オーナー企業1社では対応できない場合は、他のメンバー企業とチームを編成する。この場合でも、オーナー企業は当該案件についての責任者であり、利益の分配、リスクの負担、品質保証、納期管理等を全て担う。オーナー企業とチームの他の企業との間では、はじめに報酬等の条件を取り決め、契約を結ぶ。もし予想以上に利益が上がればその分はオーナー企業が取得し、逆に損失が出ればオーナー企業が負担する。なお事務局・コーディネータの役割は、基本的に紹介・目利き機能に限定される。すなわち、事業プランや対顧客見積りの作成、顧客に対する品質保証、顧客の信用調査、等々を行い中間マージンを受け取るというようなことは行わず、またメンバー企業をコントロールすることもない。この背景には、コントロールするには相当数の人材が必要で、しかもその人材のスキルの幅で案件の中身が制約されるため、ネットワークの力を最大限引き出すためには、事務局・コーディネータの役割を限定した方がよいという判断があったという。

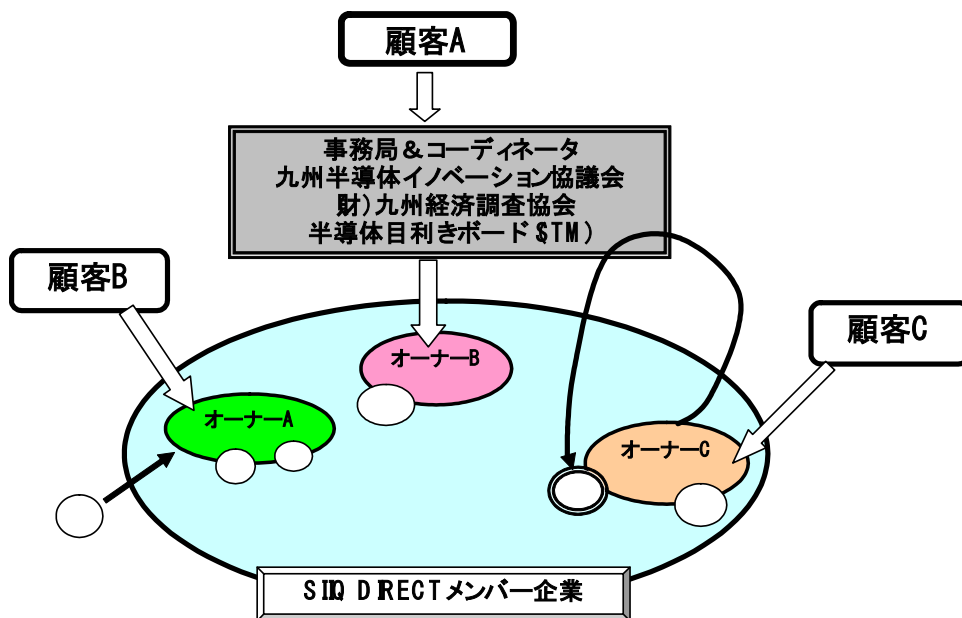
これに関連し、ネットワークが緩やかで、様々な連携の可能性が開かれていることもSHIQ DIRECTの重要な特徴の1つである(図4)。すなわち、顧客からの案件は、必ずしも事務局・コーディネータを介する必要はなく、メンバー企業に直接入ってくることもある。またこのような案件に関して、オーナー企業がチームを編成する際、チームに必要な技術を持つ企業を事務局・コーディネータを通してメンバー企業の中から紹介してもらうことも可能である。さらにチーム企業をSHIQ DIRECTのメンバー外から導入することも妨げない。企業がSHIQ DIRECTに参加する基本的なメリットは、自社で出来ないものを他のメンバー企業に紹介する、あるいは自社にない技術を持つ仲間企業と提携する(もしくは、現在の提携先に加え別の提携先を持つ)などして、

図3. SIQ DIRECTの運営(基本)



（出所）九州半導体イノベーション協議会内部資料に基づき作成

図4. SIQ DIRECTの運営(応用)



（出所）聞き取り調査に基づき筆者作成

受注の幅と活動の選択肢を広げられることである。SIIQ DIRECTの看板で受注することに重点はなく、あくまでも個々の企業の既存の営業通路を、ネットワークによって補強するためのスキームと位置付けられる。

このように、窓口組織がネットワークをコントロールし、マッチングの成功報酬を取るというやり方ではなく、むしろメンバー企業の主体的運営を重視し、参加のメリットを感じたらSIIQの会員になってもらい、会費の一部で事務局・コーディネータを運営するというスタンスである(ちなみに、SIIQの会員でなくてもSIIQ DIRECTのメンバーにはなれる)。こうした運営方法が機能する背景の1つとして、SIIQ DIRECT立上げに前後して、事務局・コーディネータ役の組織が、メンバー(候補)企業に十分根回しを行い、互いに競合する企業も含まれる中、自社の紹介資料を作成するよう説得し、メンバー企業の事業内容や得意技術について相互理解を深めていたことが挙げられる。加えて、SIIQ DIRECTのメンバーが、半導体目利きボードおよび九州経済調査協会が実質的に運営する半導体実装国際ワークショップ(後述)のメンバーと相当程度重なっていたことも事前の信頼醸成に大きく寄与したと思われる。

SIIQ DIRECTは試作品開発から部品加工、量産化におよぶ広範囲の業務をカバーするが、その重点は試作品開発の受注にある¹⁰⁾。その理由としては、①試作品開発は手間がかかるものの単価が高い場合が多いこと、②試作品開発の過程で技術蓄積が進み、また仲間企業との技術的交流や協力ネットワーク形成をも促す効果が期待できること、③中小企業は量産段階にいきなり参入するよりも、先ずは開発の初期段階から関わることで量産受注の可能性も広がる事が挙げられる。加えて、九州は大手企業の本社(=研究開発の現場)から遠いので、SIIQ DIRECTの旗を掲げることで、他地域から開発案件を引き込みたいという意図もある。関係者によれば、一般に試作ビジネスだけで十分な儲けをあげることは困難で、メンバー企業も量産受注獲得を目指している。ただ、全案件でそのようにする必要はなく、何十件かのうち1件が量産に繋がればよいというスタンスであるという。

以上が、SIIQ DIRECTの立ち上げの経緯と運営の仕組みであるが、その後の成果についてここで紹介したい。関係者からの聞き取り調査によると、2008年度末(2009年3月末)までのデータでは、総案件数94件、うち成約件数は33件である。内容別案件数では、製造先紹介39件、客先紹介37件、情報交換6件、調達先紹介7件、連絡先紹介4件、その他1件となっている。地域別にみると、九州の企業が発注元となった案件は43件で、うち委託先も九州の企業となったケースは31件であった。また九州外の企業が発注元となった案件は51件で、うち委託先として九州の企業に紹介できた案件は41件であった。委託先はSIIQ DIRECTのメンバー企業を中心だが、メンバーが対応できない案件については、一部外部企業(メンバー企業の紹介などで)に回ることもある。SIIQが九州のハブとなり、九州内外のいろいろな地域と連携を広げていくという目標に向かって順調に進んでいるようである。九州の中でも、SIIQが事務局を置く福岡県が、案件の発注元と委託先の両方で特に多い。なお、2009年度の成果については、本

稿執筆時点で詳しいデータは未整理であるが、関係者によれば、案件数では、世界金融危機の影響で年度の前半は低調であったが、その後持ち直し、2009年12月時点で既に100件を超えているという。

なおSHIQ DIRECTは国内だけでなく海外からの受注も視野に入れている。実際、2008年度には、韓国、シンガポール、マレーシア、インド等との間に、合わせて10件程度の案件があった。こうした国際連携は、「半導体実装国際ワークショップ」(MAP: The International Workshop on Microelectronics Assembling and Packaging)とリンクすることにより促されている。MAPは、2001年以降、毎年秋に福岡市もしくは北九州市で開催されている九州エリア最大級の国際的な半導体関連展覧会であり、日本の他地域や中国、韓国、台湾などアジアを中心とする海外の業界関係者も多数参加している。現在、「アジア半導体機構」(事務局は九州経済調査協会内に設置)により運営されている¹¹⁾。

4. 福岡システムLSI総合開発センターによる設計試作支援事業¹²⁾

「福岡システムLSI総合開発センター」(以下、総合開発センターと略記)は、「独立行政法人中小企業基盤整備機構」により九州大学連携型企業家育成施設として2004年11月に設立され、福岡県と福岡市の支援を受け、「財団法人福岡県産業・科学技術振興財団(ふくおかIST)」によって管理運営されている。福岡県は、県内のLSI設計開発の産業集積を核に、東アジア地域(韓国・京畿道、九州、中国・上海、台湾・新竹、香港、シンガポール等)を結ぶ半導体産業のベルト地帯を構築する「シリコンシーベルト福岡プロジェクト」(SSBプロジェクト)を推進しており、同センターは、そのための中核施設として位置付けられている。同センターの取り組みは、研究開発支援(知的クラスター創成事業、「九州大学システムLSI研究センター」設置)、人材育成(「福岡システムLSIカレッジ」運営)、交流・連携促進(シリコンシーベルトサミット開催)、ベンチャー育成・支援(インキュベーションルーム、設計試作支援等)を4つの柱としており、これにより設計開発型企業の誘致・創出を支援し、企業集積を促進することが狙いである。

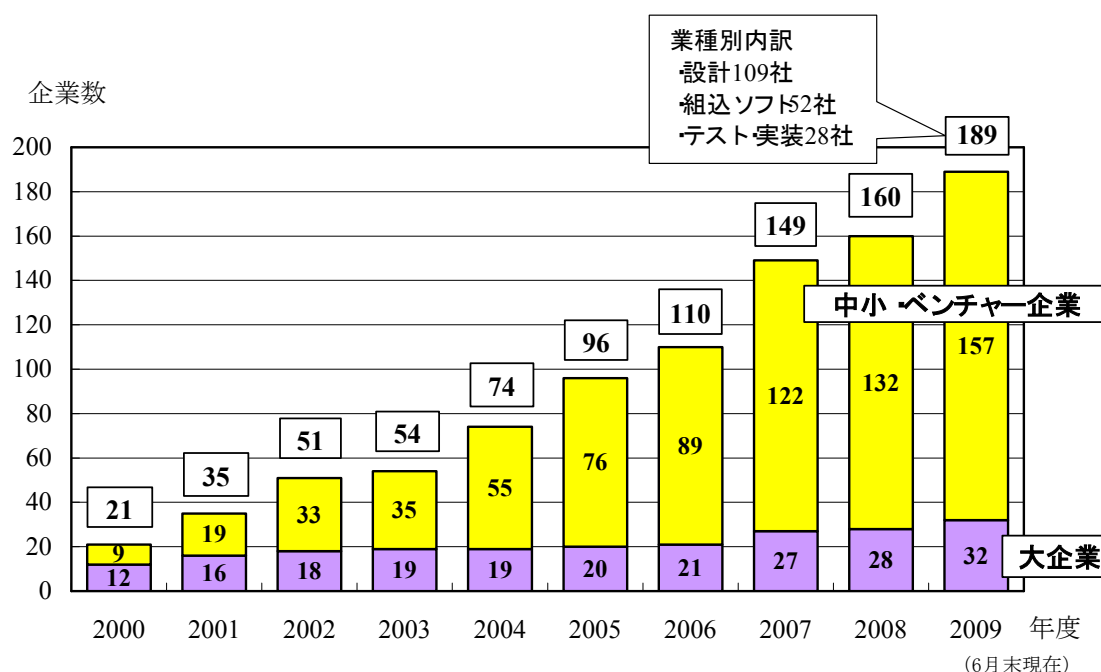
上述のように、総合開発センターには、九州大学連携型企業家育成施設の側面があり、内部には九州大学システムLSI研究センターが入居している。そこから発生したシーズを活用する形でのベンチャー育成を目指す。またLSI設計開発を主な対象とした日本有数のインキュベーション施設として、関東等他地域からの設計開発型企業の誘致をも狙っている。センター内のインキュベーションルームには、50社の企業が入居している(2010年1月6日現在)。入居企業の内訳は、ベンチャー企業だけでなく中小企業も含まれ、大手企業の入居も排除しない。これは、現実にはベンチャー企業の数にも限りがあり、中小・大手企業と同居することで受注につな

がることも期待されるためである。また業種的にも、LSI設計開発のみならずテスト・実装関連、組込みソフト、税理士事務所等支援業務にまで広がっている。総合開発センターによるベンチャー育成・支援事業には、インキュベーションルーム運営の他に、システムLSIフロンティア創出事業(福岡県内LSI関連中小・ベンチャー企業の技術・製品開発に対する資金支援)、九州IT・半導体ファンドの組成(九州に関りのあるIT・半導体ベンチャー企業への投資と支援が目的。九州ベンチャーパートナーズ株式会社が運営管理する)、および後に詳述するシステムLSI設計・検証ラボの整備が含まれる。

なお連携促進に関しては、入居企業と九州大学等との産学連携や(海外も含めた)外部の研究機関との研究レベルの連携は相当程度進んでいる。特に研究開発プロジェクト(知的クラスター創成事業)へ参画する企業は多く、こうした場を通じての連携がある。また総合開発センター内にはインキュベーション・マネジャーを置き入居企業の支援を行っているが、案件によっては他の入居企業につなぐこともある。入居者交流会も開催されている。

こうした連携促進の取り組みと並行し、これまで、先ずは一定数以上の企業を誘致することに重点が置かれていた。ベンチャー・中小企業による横連携の発展は、ある程度の規模の企業集積がなければ現実的には困難との判断があったためである。この点、当センターを核とする取り組みの結果、福岡県内のシステムLSI関連企業数は、シリコンシーベルト福岡プロジェクトが始まった2000年度の21社から2009年6月末現在の189社へと9倍に伸び、そのうち中小・ベン

図5. 福岡県内のシステムLSI関連企業



(出所) 福岡システムLSI総合開発センター内部資料

チャー企業が157社(83%)を占めるなど一定の成果があがったといえる(図5)。なお所在地の内訳は、福岡市が137社、北九州市が55社、飯塚市が5社、その他が7社となっている(複数事業所を持つ企業があるため合計は189社を超える)。

さて同センターの活動の中で特に注目したいのは、設計試作支援事業である。同センター内には、以前より、中小・ベンチャー企業が設計ツールからテスト検証ツールまでを安価に利用できる「システムLSI設計・検証ラボ」が設置されていたが、2008年10月に、その機能を拡充し「システムLSI設計試作センター」(以下、設計試作センターと略記)が開設された。その概要は図6に示されている¹³⁾。半導体(IC)の生産工程を示した前出の図1と対照すれば分かるように、試作レベルであるが、半導体生産工程の主要部分をほぼカバーしている。

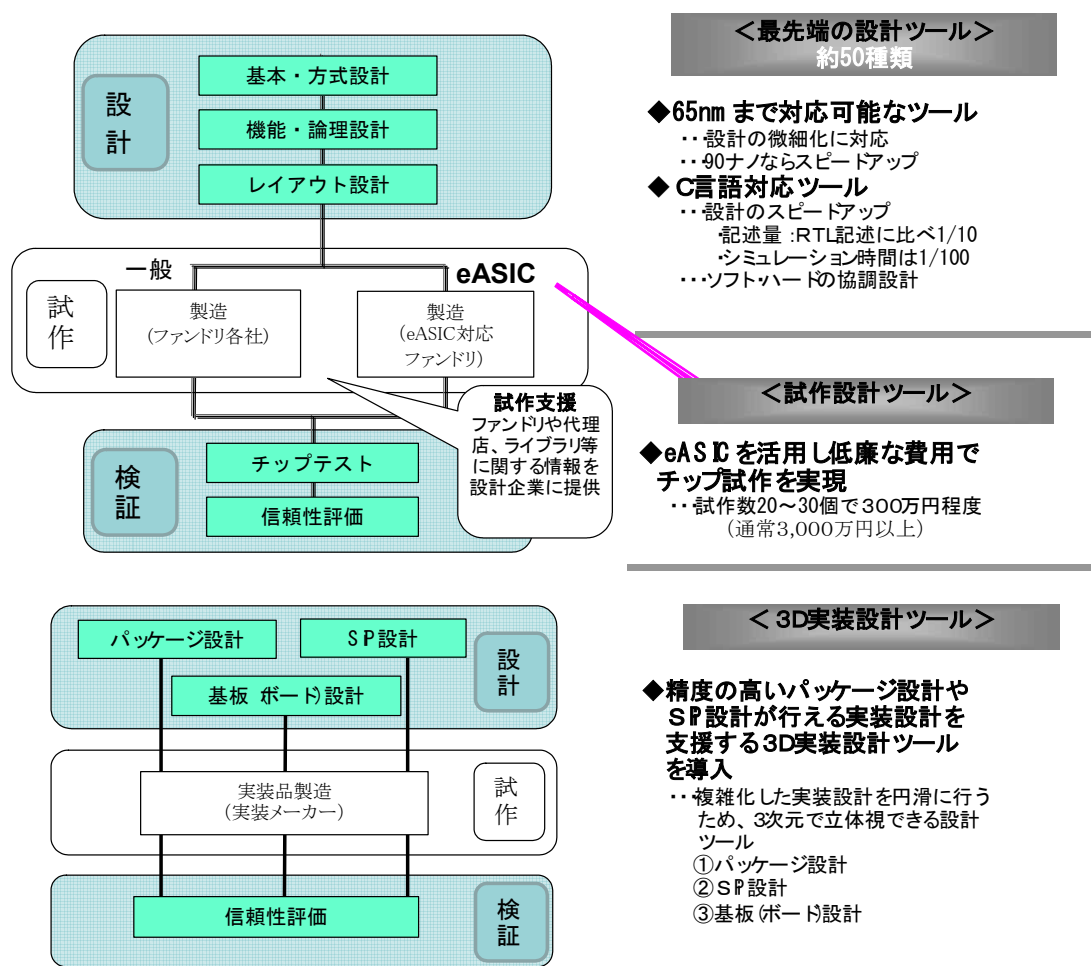
先ず設計についていえば、今やIC設計のほとんど全ての工程はEDAツールに依存し、各設計ステップで多様なEDAツールを駆使する。EDAツールのライセンス料は、ベンチャー企業にとっては負担となるため、設計試作センターでは、1時間当たり数百円程度の安価な料金で利用できるようにしている。総合開発センターの外部からインターネット経由でアクセスできるサービスもある。

次に前工程に関していえば、ICのウェハプロセスは、通常、スタンダードセル¹⁴⁾と呼ばれる方式でなされるが、これでは開発・試作費用が高くベンチャー・中小企業が負担できなくなっている。そこでeASIC(「イーエーシック」と読む)社の技術¹⁵⁾を活用した別の方式で試作できるようeASIC設計対応ツールも整備している。この方式では、通常なら数千万円するチップ試作経費が数百万円で足り、しかもある程度以下の量産ならスタンダードセル方式よりも安くつく。なお設計試作センター内では、実際の製造ラインを使った試作や量産は行っておらず、外部の受託製造メーカーに引き継ぐことになる。

最後に後工程部分について言及する。近年、電子機器の小型化、高性能化、多機能化に伴いICチップにおいても小型・高性能化を目指すパッケージ技術(実装技術)が求められている。1つのパッケージの中に複数のICチップと多数の個別部品をコンパクトに収納するSiP(System in a Package)や複数のICチップをパッケージ内で積層していく3次元実装に対応したパッケージ設計、さらにICチップやその他の電子部品をプリント配線板(ボード)上に適切に配置・配線し回路全体の特性を最適化するためのボード設計など、実装設計を支援するEDAツールが整備されている。ただし実際のパッケージング工程は、同センター内では行っておらず外部のパッケージメーカーに委託される。テストに関しては、LSIテスターをはじめ20種類程度の代表的なテスト機器も配備されている。

こうした設計試作支援事業の背景として、近年IC開発費が高騰し、それを全部カバーして採算が合うようなビジネスチャンスはそう多くはなくなり、ベンチャー・中小企業による自社製品の創出が困難になってきたことが挙げられる。また日本では、設計からファイナルテストまでIC生産プロセス一式を擁するのは、一握りの大手半導体デバイスメーカーのみであり、こうした大手がベ

図6. システムLSI設計試作センター



(出所) 福岡システムLSI総合開発センター内部資料

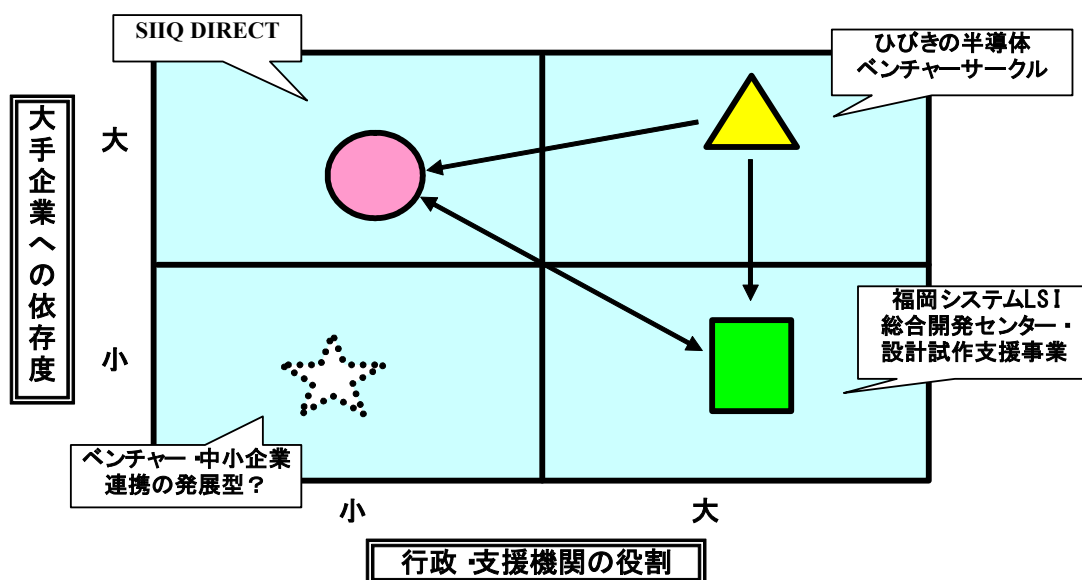
ンチャーの育成に相対的に不熱心であることが、我が国で半導体設計ベンチャーが発展し難いもう1つの背景である。総合開発センターの設計試作支援事業は、大規模な設備投資を要するウェハプロセスやパッケージングのような製造工程(特に量産段階)を除いて、比較的低コストでICチップを開発・試作できる地域プラットフォームを構築し、地元発の製品創出を促すことでこうした制約を乗り越えようとする試みと理解される。こうした現実的な事業化の仕組みを構築することで、地元での企業集積を促し、その中から企業間連携が生まれることが期待されている。加えて、地域に根ざした企業の発展は、産学連携の成果を地元に残し活用することにもつながるであろう。

5. まとめ－九州半導体産業における企業間連携の発展性と課題－

以上で、九州半導体産業にみられるベンチャー・中小企業間の連携促進に向けた3つの異なる取り組みを紹介した。立ち上がってから日が浅いものも含まれ、その成否について判定するには時期尚早であるが、各々、大手デバイスメーカーからの受注、九州域内企業間および九州内外企業間の案件掘り起こし、そして九州(特に福岡県)への企業集積の促進などで、一定の成果を収めている。その内容については既に詳細に分析したので、ここではその特色を、「大手企業への依存度」と「行政・支援機関の役割」という2つの軸に沿って大まかな位置関係を示すことで整理してみたい(図7)。

ひびきの半導体ベンチャーサークル(テストビジネス)は、現状では大手顧客1社に依存しており、北九州市やFAIS半導体技術センターのバックアップなしには成り立ち難いという意味では、座標軸の第1象限に位置すると考えられる。SIIQ DIRECTは、大手企業を含む地域内外の顧客から試作品開発を中心に受注するのが狙いであるが、従来の官主導から自主財源の確保・民間主導運営への転換中に打ち出された事業であることや事務局・コーディネータの役割を限定するような運営方針であることに鑑み、第2象限にあると考える。福岡システムLSI総合開発センターの設計試作支援事業は今のところ行政・支援機関主導の試みであるが、大手企業からの受注に加え地元小規模企業による独自半導体製品の創出を射程に入れていると思わ

図7. 連携促進への取り組みの位置関係



(注) 図中の矢印は、リンク（補強関係）の可能性を示す。

(出所) 筆者作成

れるため、第4象限に配置した。こうした連携促進の取り組みは、いずれは行政・支援機関の手を離れ自立化しなければならず、また大手企業へ受注その他のことで依存する状態から脱却することが課題の1つであるはずなので、その理論的な発展型は第3象限にあると思われる。なお大手企業への依存脱却とは、大手と対等に近い関係を築くという意味であり、大手との取引・協力を排除するということではない。図中の微妙な位置は、あくまでも筆者の印象によるもので厳密な意味はない。

これらタイプの違う取り組みは、互いに排他的なものではなく、むしろ補強し合うものと思われる。例えば、ベンチャーサークルのような下請的業務を行う企業は、他に開発試作型事業や自社製品の創出に向けた努力も並行して実施していることも多く、SHIQ DIRECT的な受注・協業ネットワークへの参加や福岡システムLSI総合開発センターの設計試作支援インフラの活用を考慮することもあるだろう。次に、SHIQ DIRECTのメンバーが設計試作支援インフラを利用することも当然あり得るし、逆に、設計試作支援事業はインフラの整備により地元への企業集積を図ることが主眼で、集積した企業間の連携・ネットワーク化への具体的な取り組みについては、SHIQ DIRECTが1つのモデルとなろう。関係者からの聞き取りによれば、実際、個別企業レベルでは、ひびきの半導体ベンチャーサークルのメンバー企業がSHIQ DIRECTにも参加したり、SHIQ DIRECTのメンバー企業が総合開発センターの設計試作センターを利用したりという動きもあるという。九州エリア内にこうした複数の取り組みが重層的に存在し連結することで、やがて民間主導で大手企業とも対等な交渉力を持つイノベティブなベンチャー・中小企業(の連合)が地元に生み出されることが理想である。

なお本稿では詳しく触れなかったが、「大分県LSIクラスター形成推進会議」や「熊本セミコンダクタ・フォレスト構想」のような、九州内の他の産官学共同の取り組みもある。とりわけ、大分や熊本には、東芝セミコンダクター社大分工場、日本テキサス・インスツルメンツ日出工場、NECセミコンダクターズ九州・山口の熊本川尻工場、三菱電機パワーデバイス製作所熊本工場のような半導体一貫メーカーの工場が立地し、加えて半導体製造・検査装置関連メーカーも多いなど、九州半導体産業全体の中で重要な位置を占めている。本稿で取り上げた九州半導体イノベーション協議会(SHIQ)は、元々、九州全体を対象とし、こうした団体とも交流・協力関係がある。しかし全体的には、クラスター推進のような取り組みが県ごとに実施されることが多く、その結果、企業立地も各県に比較的分散しており、九州を1つのクラスターと見立てると、その潜在力を戦略的に活かしきれていない可能性もある。こうした九州内での各取り組みの間の協力についても今後注目すべきである。

最後に、企業間連携を通じた九州半導体産業の発展にとって考慮すべき幾つかの点、特に海外を含めた他地域との競合・連携に関連して言及したい。第1に、日本のLSI設計開発の中心地は関東の南武線沿線と目され、東芝、NEC、日立製作所、富士通、キャノンなど日本を代表する大手半導体・電子メーカーの研究所が密集している。九州・福岡にLSI設計拠

点を築くという構想は、首都圏との棲み分け・競合について踏み込んだ戦略が必要であろう。

第2に、これに関連して、九州には半導体チップを搭載する最終製品メーカーの設計開発拠点が少ないことも問題である。自動車産業の集積により車載用半導体については若干期待が持てる。この他、ベンチャー・中小企業の連携により国内大手からの仕事をやりながら技術力を強化し、共同で海外の仕事を取ってくるというシナリオを推進する必要がある。

第3に、九州半導体企業の強みとしてしばしば言及される実装技術についても、台湾や韓国の企業もレベルが高く、必ずしも日本・九州が十分先行しているわけではない。現状は、量産品は海外に、少量で技術的に高度な試作・カスタム品は日本・九州でという流れにあると聞く。海外(特に東アジア)の企業・半導体集積地との競合・棲み分けについても戦略的な対応が必要である(この点は、山崎編著、2008参照)。

最後の点に関連して、筆者の別の論考によれば、九州半導体関連企業は、いまだに国内の首都圏等に目が向いており、九州エリア内での連携も、国際的なリンケージも十分発展していないことが判明した(岸本、2008)。他方、台湾の新竹のようなダイナミックな半導体産業クラスターでは、地域内の連携と海外リンケージの発展とが両立している、もしくは相互に補強する関係にあることも示された(岸本、2009)。この観点から、地元での企業間連携と国際連携を密接に関わらせる試み(例えば、上述したような、SIIQ DIRECTとMAPのリンク)を一層推進する必要があるだろう。

注

- 1) 半導体は、ICの他にディスクリート(ダイオード、トランジスタ等)やオプトエレクトロニクス(LED、CCD等)を含むが、生産額的にはICがその大半を占めている。例えば、2006年の日本の半導体生産額は4兆7,647億円で、うちICが3兆6,356億円(76.3%)であった(電子ジャーナル、2007)。
- 2) 経済産業省の「工業統計」(平成17年、品目編)に基づき筆者が計算した。
- 3) 半導体検索サイトSEMILINKSには、様々な半導体関連団体のホームページアドレスが紹介されている。その中で、地方自治体関連のリストをみると九州と東北が多いことが分かる。
- 4) 本稿執筆に際して、FAIS半導体技術センター、ひびきの半導体ベンチャーサークルの関係企業、福岡システムLSI総合開発センター、財団法人九州経済調査協会の方々に聞き取り調査にご協力いただいた。記して謝意を表したい。ただし、本稿の内容で、あり得べき誤りは全て筆者の責任である

- 5) 以下の記述は、特に記載しない限り、FAIS半導体技術センターのホームページ(2010年1月18日閲覧)、および2008年7月3日と2008年8月11日に、各々、同センター関係者、およびひびきの半導体ベンチャーサークルの関係企業に対して行った聞き取り調査から得られた情報に基づく。また2009年12月から2010年1月にかけて電話・Eメールで追跡調査を行ない、その後の推移を確認した。
- 6) FAISには、半導体技術センターの他、キャンパス運営センター、産学連携センター、カー・エレクトロニクスセンター、中小企業支援センターがある。
- 7) テストプログラムをあるメーカーのテスターで開発すると、量産ラインでもそのテスターを使わざるを得ないため、テスターメーカーにとっても営業活動になる。
- 8) 以下の記述は、特に記載しない限り、九州半導体イノベーション協議会のホームページ(2010年1月18日閲覧)、および2008年9月29日と2009年12月24日に財団法人九州経済調査協会の関係者に対して行った聞き取り調査から得られた情報に基づいている。
- 9) 実装技術(半導体実装技術)とは、半導体チップをパッケージングして、機械的衝撃や温度・湿度・汚れなどの外部環境から保護し、その機能を発揮できる状態にする工程技術である。基板やモジュールの製造技術までを含む広範な技術であるため、材料、プロセス、構造などが適正に設計、管理される必要がある。
- 10) 聞き取り調査(2009年12月24日実施)によれば、試作ビジネスを行う上で大きな問題は、材料が入手できないケースが出てきていることである。これは購入量が多すぎても少量で、材料メーカーが売り渋るためである。売ってくれた場合でも1個数百円のものを数万円で買わされるといった事態が生じているという。
- 11) MAP2008(2008年11月26日～28日開催)の実績を紹介すれば、参加者数279人(うち海外27人)、プレゼン本数33本(うち海外15本)、出展企業数36社・機関(うち海外6社・機関)、商談件数338件(うち海外43件)、成約見込件数55件(うち海外19件)である(アジア半導体機構ホームページより)。
- 12) 以下の記述は、特に記載しない限り、福岡システムLSI総合開発センターのホームページ(2010年1月18日閲覧)、および2008年7月10日と同年9月16日に同センターの関係者に対して行った聞き取り調査から得られた情報に基づいている。また2010年1月に電話・Eメールで追跡調査を行ない、資料の提供を受けた。
- 13) 2008年度の利用実績は、27社、11,417時間である。同センター利用を契機に入居した企業が4社あった(福岡システムLSI総合開発センター内部資料より)。
- 14) あらかじめ設計された標準化されている機能セル(ロジック、ROM/RAM、CPUコア、CPU周辺回路、アナログ回路など)を組み合わせで配置・配線する。セミカスタムLSI。セルは最適設計されておりチップ面積の無駄が少ないので、量産品では性能・コスト共に有利であるが、チップごとに全てのマスクを作成する必要があるため、開発費が高くなる(社団法人電子情報技術産業協会(JEITA)ICガイドブック編集委員会編著、2006)。

15) スタンドセルとは別に、近年普及しているもう1つのIC生産方式がFPGA(Field Programmable Gate Array)である。FPGAはプログラム可能な論理モジュールを規則的に並べ、その間に配線領域を用意し、各論理モジュールと配線領域を結線することで論理回路を実現する(社団法人電子情報技術産業協会(JEITA)ICガイドブック編集委員会編著、2006)。スタンダードセルはコンパクトで高性能なICが出来るが、設計が難しく、マスク作成コストもかかり費用と開発期間の両面で相当規模の量産品用にしか適しないのに対して、FPGAは高い電力消費や低いパフォーマンス、量産時の高単価という不利があるものの、開発期間が短く、回路構成の変更が容易であるという利点があり、試作品用や少量生産用に使われている。eASICの方式は、ちょうどこの中間を行くもので、低開発費、短納期、設計の柔軟性と高密度、高性能で低単価(ある程度以下の量産では)という両者の利点を併せ持っている。技術面の詳しい説明はeASIC社のホームページを参照されたし。

参考文献

- 岡野秀之(2008)「日本の半導体クラスター－九州を中心に－」、山崎朗編著『半導体クラスターのイノベーション－日中韓台の競争と連携－』中央経済社、pp. 55～84
- 岸本千佳司(2008)「グローバル経済時代における九州半導体装置・部材産業の発展」、ICSEAD Working Paper Series Vol. 2008-23, Kitakyushu: The International Centre for the Study of East Asian Development.
- 岸本千佳司(2009)「産業クラスターの発展と企業の戦略－台湾IC産業の事例研究－」、ICSEAD Working Paper Series Vol. 2009-07, Kitakyushu: The International Centre for the Study of East Asian Development.
- 九州経済産業局(2009)「ICの生産実績」、経済産業省・九州経済産業局のホームページよりダウンロード
- 社団法人電子情報技術産業協会(JEITA)ICガイドブック編集委員会編著(2006)『ICガイドブック－生活を豊かに、社会を支える半導体－』日経BP企画
- 電子ジャーナル(2007)『2007半導体データブック』電子ジャーナル
- 山崎朗編著／財団法人九州経済調査協会・財団法人国際東アジア研究センター編(2008)『半導体クラスターのイノベーション－日中韓台の競争と連携－』中央経済社

< 関連機関・企業のホームページ >

アジア半導体機構(ASTSA) <http://www.astsa.jp/>

eASIC社 <http://www.easic.com/jp/>

NPO法人半導体目利きボード(STM) <http://www.npo-stm.com/>

大分県LSIクラスター形成推進会議 <http://www.oita-lsi.jp/>

北九州学術研究都市 <http://www.ksrp.or.jp/>

九州半導体イノベーション協議会 <http://www.siiq.jp/>

熊本セミコンダクタ・フォレスト構想 <http://www.semicon-forest.jp/>

経済産業省 <http://www.meti.go.jp/>

経済産業省・九州経済産業局 <http://www.kyushu.meti.go.jp/>

経済産業省・産業クラスター計画 <http://www.cluster.gr.jp/>

財団法人九州経済調査協会 <http://www.kerc.or.jp/>

半導体検索サイトSEMILINKS <http://www.semilinks.com/>

FAIS半導体技術センター <http://www.ksrp.or.jp/fais/sec/>

福岡システムLSI総合開発センター <http://www.ist.or.jp/lsi/>

文部科学省・知的クラスター創成事業

http://www.mext.go.jp/a_menu/kagaku/chiiki/cluster/index.htm

주제 발표

제주 향토음식 세계화 방안

제주발전연구원

정영태 초빙연구원

고철수 책임연구원

제주 향토음식 세계화 방안

제주발전연구원

정 영 태 초빙연구원

고 철 수 책임연구원

I. 들어가는 말

우리나라는 4계절이 뚜렷하고, 바다로 둘러싸여 있고, 산과 강 등 다양한 지형을 바탕으로 풍부한 식재료가 고유한 음식문화를 형성하는 기반이 되었다.

지형적 특징은 각 지역마다 독특한 음식문화를 형성하여 지역의 “향토별미”를 형성하였으며, 기후변화가 반영되어 ‘계절음식’도 발달하였다. 사회가 변화하면서 자연스러운 이동이 음식에도 영향을 미치게 되면서 음식이 문화의 영역에서 중요한 자리를 차지하고 있다. 또한 지역의 각종 문화 관련 행사와 더불어 지역자원의 하나로 향토음식의 상품화 등이 지역마다 빠르게 확산되고 있는 실정이다.

이러한 외부적인 요구나 변화와 달리 내부적인 요인으로 오랜 기간 전승되어 온 조리법 등의 일부 명맥이 끊어지거나 지나치게 계량화되고 현대화되면서 음식이 지니고 있는 고유한 의미가 희석되어지고 ‘향토음식’이라는 인식 또한 희박해지고 있다는 점이다.

반면 제주도는 화산섬으로 기후와 지형, 식생구조가 타 지역과는 확연히 다른 구조를 가지고 있으며, 이를 배경으로 음식문화 역시 다른 지역과 달리 자연환경과 역사를 배경으로 외부 음식문화 유입과 함께 독자적인 음식 문화를 발전시켜왔다. 2007년 세계자연유산 등재, 제주국제자유도시와 제주특별자치도 출범 등 외부적인 요인과 문화 환경 등이 빠르게 변화하고 있지만 관광 및 문화의 가장 중요한 요소인 음식과 관련되어 아직 인식이 낮은 실정이다.

게다가 지역 내 음식 관련 산업이 서비스산업으로 다른 직군에 비하여 영세하고 소자본이며, 이직률 등 취약한 산업구조를 기반으로 고부가가치에 대한 인식 부족과 음식문화에 대한 전반적인 이해 부족에서 나타나는 결과로 볼 수 있다. 다만, 이러한 실정을 개선하기 위하여 행정과 관계자들을 중심으로 소극적이긴 하나 제주문화와 함께 향토음식에 대한 다양한 조망과 홍보 등이 이루어지면서 “제주향토

음식”에 대한 다양한 접근이 시작되고 있는 실정이다.

따라서 이러한 변화를 바탕으로 향후 “제주 향토음식의 세계화”를 위하여 음식 세계화의 추세를 살펴보고, 제주 음식의 개념과 특성을 통해 제주 음식의 세계화를 위하여 필요한 방안이 무엇인가를 고찰하고자 한다.

II. 한국음식 세계화의 실태

1. 음식의 세계화

음식의 세계화에 있어 음식의 발달은 우선 상류층 중심의 음식문화가 개발되고 정착된 후 대중으로 확산되는 과정을 거치고 있다. 음식문화는 계층화가 되어 최고급 상류층, 중 상류층, 대중식당으로 구분되어 정착되고 있으며, 각 계층에 맞는 식기, 술, 분위기 등이 형성되어 있다.

또한 자국 음식에 대한 자부심과 긍지 그리고 전통성을 바탕으로 일부 음식의 경우 가지고 있으며, 스토리텔링으로 음식문화가 다양하게 소개되고 있다. 계층별 취향과 식성, 식사량 등을 감안하여 고객지향적인 메뉴와 서비스가 개발되어 있고, 손님을 접대하는 문화로써 음식문화가 정착되어 있는 실정이다.

최근 빠르게 매스미디어가 발달되고, 다양한 정보에 대한 요구가 증가하면서 대중매체를 통해 먹거리에 대한 호기심과, 건강식, 보조식 등 다양한 측면에서 관심이 높아지고 있다.

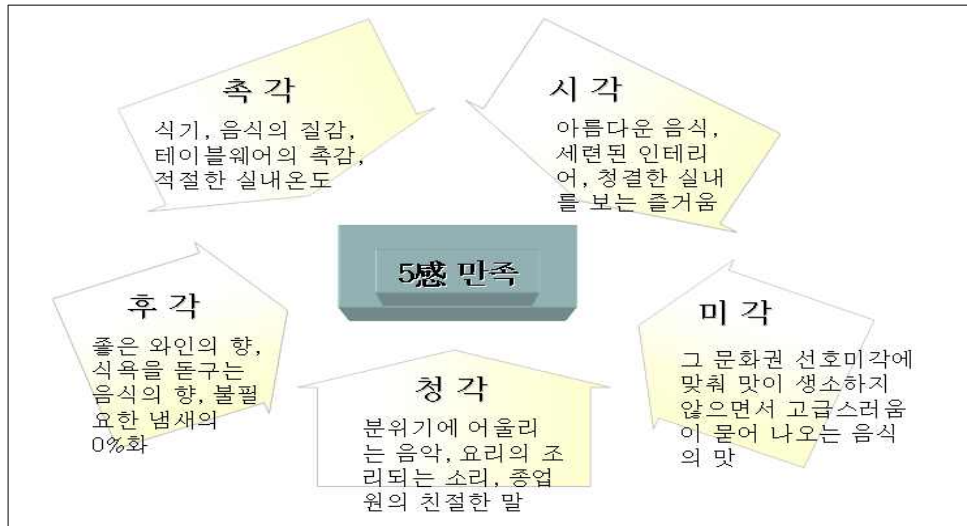
한편 세계화되어 있는 음식의 경우 80% 이상이 외국의 현지인으로 이들을 위한 다양한 음료와 주류 등이 개발되어 제공되고 있다.

<표 1> 세계화된 음식문화의 공동된 특징

특징	정치·경제적 특징	사회문화적 특징	식문화 자체적 특징
○왕실 최고급 수준의 문화가 대중문화로 이어짐 ○타 문화와의 교류로 문화의 다양성 존재 ○신분별 등급별 식당	○정치·경제적으로 세계적인 선진국 ○각국의 귀족, 왕실, 상류층의 식 문화가 산업화 과정 속에서 대중에게 전파 ○식민지전쟁, 1·2차 세계대전을 통해 패권 국가들의 식문화가 세계로 전파	○자국 식문화에 대한 존중 ○즐거는 문화 ○우월성과 신분 척도 ○관광객이 방문하고 싶어 하는 세계적 수준의 문화국가 ○풍부한 관광자원을 기반으로 세계적 속식 문화 발달	○슈퍼 스타급의 요리와 최고의 식재료 ○문화 예술이 가미되어 승화된 요리 ○수요에 맞는 계층별 식당 ○요리에 걸맞는 프레젠테이션(공간, 그릇) ○요리에 걸맞는 자국의 술(와인, 마오타이, 정종 등)

음식은 문화를 바탕으로 경제, 민족적 교류 과정에서 다양하게 전파되고 확산되고 있으며, 재료의 국경이 사라지고 트렌드가 가미된 창조적인 음식 등 취향을 고려한 맞춤형 요리와 서비스가 증가하고 있는데 이 역시 오감만족이라는 부분에서 음식의 세계화에 필요한 요소를 찾아볼 수 있다.

<그림 1> 오감만족



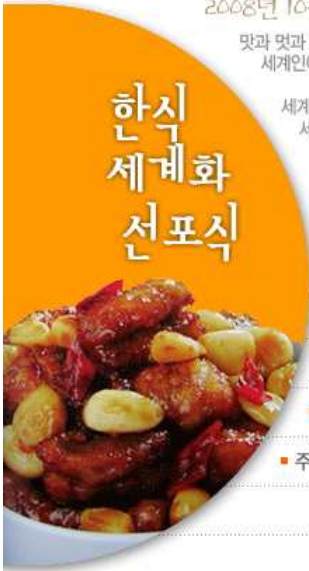
결국 음식은 그 나라의 문화를 엿볼 수 있고 이미지를 알릴 수 있는 좋은 매개체로 지역 간의 친근감을 이끌어낼 수 있으며, 나아가 국가적인 친밀함을 이끌어낼 수 있는 자원으로 최근 정부 요인들의 중요한 만찬에서도 종종 음식을 주제로 다양한 행사들이 전개되고 있다. 또 국가별로 자국 음식의 브랜드화를 통해 국가 이미지 제고와 함께 자국의 문화를 알리고 자국의 농산물을 비롯한 다양한 식기류 등의 문화상품까지 연계해서 수출하는 경제적인 측면까지 연계되어 산업적인 측면에서 고려되고 있다.

2. 한국 음식의 세계화

1) 한국음식 세계화 배경

한국음식의 세계화 배경은 2008년 10월 「Korea Food Expo 2008」 (KFE)을 개최하면서 세계인의 음식문화를 발전시키는 것을 시초로 볼 수 있다.

<그림 2> Korea Food Expo 2008 선포식



2008년 10월 16일, 한식 세계화의 거대한 프로젝트가 선포됩니다.

맛과 멋과 문화를 전하는 한국 대표 상품으로서 한식은, 세계인이 즐겨먹는, 세계 어디서든 먹을 수 있는 음식으로 거듭나게 될 것입니다.

세계인이 먹는 한식, 한식은 이제 한국만의 음식이 아닌, 세계의 음식이라는 것을 당당히 선포합니다.

한식 세계화 선포식에서는 공식 행사 외에 음식 세계화 대표국가의 세계화 요인, 세계 식문화 동향과 아시아 음식의 위치, 한국음식의 우수성과 세계화 가능성 등 학술 세미나도 함께 진행됩니다.

- 일시 : 2008년 10월 16일 목요일 / 11:00 ~
- 장소 : aT 센터 대회의실 (5층)
- 대상 : 국내외 외식산업 및 식품 관련인사 150명
- 주제 : 세계인의 향연, 한식
- 주최 : 농림수산식품부

한식은 맛과 멋을 가장 잘 표현한 문화로써 우리만이 즐겨먹는 음식이 아닌 세계인의 음식문화로 발전시키기 위한 노력의 일환으로 “한식의 세계화” 선포를 통해 음식의 세계화를 위한 공식적인 노력이 시작되었다.

2) 한국음식 세계화 현황

(1) 세계화를 위한 노력

① 정부 주도의 한식세계화추진사업

정부는 한국음식의 세계화를 위하여 2008년 중앙부처가 중심이 되어 “Korea Food Expo”를 조직하여 개최하였으며, 2010년¹⁾ 제3회 “Korea Food Expo”를 개최할 계획을 가지고 있다. 2017년까지 전 세계에 한국식당을 4만개로 확대하는 한편 한국음식을 고급화하여 세계 5대 음식으로 육성시키는 목표를 발표하였다. 이를 달성하기 위해 다양한 정책을 마련하고 있다.

아울러 최근 음식사업의 추세는 음식과 건강, 음식과 문화 등 복합적인 산업으로 확대되고 있다는 점이다. 결국 음식의 세계화에 있어 고려할 사항은 어떻게 음식의 문화에 접근시키고 이해시키는가가 세계화를 위한 첫 단추가 될 수 있다는 점이다.

그리고 한식 세계화를 위하여 한식산업의 인프라 구축의 일환으로 외국인들에게 한식의 정보를 명확히 전달하기 위해 100대 한식 메뉴에 대하여 영문 명칭과 메뉴

1) 2009 제2회 “Korea Food Expo(2009. 10. 16~10. 18)”가 개최될 계획이었으나, 신종플루의 확산으로 행사가 취소되었다.

설명, 표기방법 등을 일원화하는 정책을 추진하였다. 전문 한식 교육기관 및 한식 조리사를 육성, 해외 한식당의 데이터베이스 구축, 진출 가이드북, R&D를 강화하기 위한 중장기 전략을 마련하여 업체를 지원하고 있다.

② 농수산물유통공사의 한식세계화추진사업

농수산물유통공사는 “한식세계화추진사업반”을 조직하여 한식의 세계화 지원 사업을 추진하고 있다. 우선 한식이 세계화 되지 못하는 원인과 과제를 분석하였는데, 그 결과 장애요인으로 조리법의 비표준화, 해외 진출을 위한 인프라 부족, 문화적 차이로 인한 괴리감, 한식당 주 이용층의 한계(교민) 등으로 크게 4가지 요인을 도출하였다.

반면 음식 세계화로 알려진 태국, 일본, 중국, 프랑스, 이탈리아 등은 일찍부터 자국의 음식을 세계화하기 위하여 정부를 중심으로 예산이 편성되어 지원되고 있으며, 해외에서 영업하고 있는 자국 음식점의 이미지를 바꾸는 작업에서부터 음식 브랜드화를 모색하였다. 그 결과 일본과 중국음식의 경우 세계 어디서나 만날 수 있는 친근한 음식으로 해외호텔에서도 쉽게 전문식당을 접할 수 있게 되었다.

3) 한국음식 세계화를 위한 선결 조건

현재 한국음식은 세계시장에서 해외 거주하는 교포가 주로 생계형 식당으로 운영하고 있어 국가차원의 브랜드 수준으로 육성하기 위해서는 기업형 한식당의 육성이 필요하다는 지적이 전문가들을 통해 제기되고 있다. 이를 위하여 이미 국내에서 경쟁력을 갖춘 외식프랜차이즈 브랜드를 세계로 나갈 수 있는 기회를 제공하고 이를 뒷받침할 수 있는 지원을 마련하는 것이 현실적인 대안으로 제기되고 있다.

기존 프랜차이즈를 활용하는데 이점으로 몇 가지를 꼽을 수 있는데 우선 메뉴와 조리법, 재료구입 등 운영 매뉴얼의 표준화, 기존 프랜차이즈 지원에 따른 신규 인큐베이팅 과정 생략, 기존 노하우를 통한 “현지의 법규”나 “관습” 등 정보력 등을 토대로 시행착오를 겪는 일이 감소할 수 있기 때문이다.

둘째, 세계화 혹은 해외진출에 있어 시급한 문제로 인적자원을 들 수 있는데 전문 인력 확보가 한식세계화의 중요한 요인이 될 수 있다는 점이다. 한식 전파를 위해서는 음식유래, 문화이해, 외국어 등 종합적인 영역에서 전문지식이 필요하기 때문에 우리 식문화를 자연스럽게 전파할 수 있는 해외진출을 위한 조리사의 양성이 수반될 필요가 있다.

셋째로는 한식 식자재의 원활한 공급망이 확보되어야 한다. 동남아 지역과 일본, 대만 등에서 한국요리에 대한 관심과 요구가 증가하면서 한국에서 직접 구매한 식재료를 바탕으로 한식요리를 제공하는 사업장이 증가하고 있다. 따라서 외국에서도

동일한 한식을 제공할 수 있도록, 그리고 제품이 만들어져야 한다. 다양한 재료를 공급하는 사례로 놀부²⁾, 신선설농탕³⁾, 채선당⁴⁾, 김가네⁵⁾가 있는데 이들은 중앙집중조리실을 구축하여 일일배송체계를 구축하거나 직배송을 통한 재료를 공급하는 시스템을 갖추고 있다.

네 번째로는 한식당용의 표준화된 식자재가 개발되어야 한다. 한식요리는 다양한 조리법으로 구성되어 요리하는 과정이 비교적 단순한 요리도 있으나 복잡한 과정을 거쳐 요리를 완성하게 되므로 편리성을 가미할 필요가 있다. 즉, 가공식품, 편의식품, 캔 등의 편리성 식품과 레토르식품 등 다양하게 개발할 필요가 있다.

마지막으로 “한식”의 고유브랜드화, 관광상품화가 필요하다. 대부분 한식은 김치, 불고기, 비빔밥이 대중화 되어 있는데 전문점과 함께 식기, 술 등 음식과 함께 수반되는 식문화를 고유브랜드로 육성할 필요가 있다.

호텔⁶⁾의 경우 1993년 일본관광객을 대상으로 “즐거운 김치여행”이란 상품을 기획 판매하기도 하였으며, 지방자치단체⁷⁾의 경우 지역 특산품을 특색식품으로 선정하여 관광상품화 하기도 하였다.

- 2) 보쌈을 대표적으로 하는 프랜차이즈로 충북 음성공장과 곤지암공장(HACCP지정)을 통해 맛의 표준화를 구축하여 각 점포로 지원하고 있다.
- 3) 신선설농탕은 중앙집중조리실(CK)를 통해 사골육수, 고기육수, 고기, 김치, 깍두기 등을 생산하여 전매장에 일일배송체계를 구축하고 있다. 대규모 중앙집중조리실을 통해 당일배송, 당일소비의 원칙을 고수하고 있다.
- 4) 채선당은 샵브샵브 전문점으로 주재료인 육수, 소스, 유기농 채소, 고기, 해물 등 모든 식자재를 직접 배송관리하는 물류시스템을 갖추고 있다. 각 가맹점에 대하여 동일한 제품을 공급함으로써 맛의 표준화를 모색하고 있으며, 신선도 유지가 까다로운 채소류의 경우 직거래를 통해 연중 균일한 가격대의 유기농 채소를 각 점포에 공급함으로써 가격 상승에 대한 영업이익까지 사전에 고려하여 점포를 운영하고 있다.
- 5) 김가네는 분식 브랜드로 체계화된 물류시스템을 구축하여 가동하고 있다. 중앙집중조리실을 통해 가맹점에 공급되는 모든 식자재를 직배송함으로써 맛의 표준화를 유지하고 있다.
- 6) 세종호텔의 경우 1993년 일본인 관광객을 대상으로 “즐거운 김치여행”을 기획 프로모션하였다. 한식 뷔페식사와 함께 김치요리 강습을 병행하는 상품으로 10인 이상의 관광객을 대상으로 식사와 강습을 구성 상품화 하였다.
- 7) 지방자치단체로 우선 부산과 합천을 들 수 있다.
부산의 경우 2000년 “음식문화향상사업 심의위원회”를 열고 기장미역, 멸치젓, 오복간장, 산성막걸리, 백두산 오가피, 명란젓, 부산어묵, 육포, 복어포, 태평한차 등을 부산지역특색식품으로 최종 선정하였다. 부산시를 중심으로 향토전통음식 연구 사업을 통해 상품화 된 15종의 음식 가운데 부산의 대표적인 해산물을 바탕으로 복어요리, 곰장어(떡장어), 해물탕 등의 먹거리를 바탕으로 적극적으로 관광자원화를 모색한 결과이다.
경남 합천군의 경우 일본총리 방문이후 일본인관광객이 급증하면서 지역의 사찰을 중심으로 전통사찰음식이 인기를 끌게 되자 전통사찰음식을 관광상품으로 개발하였다. 전통사찰음식 가운데 구절판, 탕수이, 탕평채, 곤약줄임, 더덕구이 등 21가지를 음식상품으로 개발하였고, 전통사찰음식 전문가를 통해 사찰음식전수 강습회 개최, 해인사 인근에 있는 8개 업소를 전통사찰음식점으로 지정하였다. 무엇보다 전통사찰요리는 고기와 파마늘·생강·부추·무릇(홍거) 등 오신채와 인공조미료를 전혀 사용하지 않기 때문에 담백한 맛을 특징으로 가지고 있어 외국인에게 건강음식으로 매우 인기를 끌고 있다.

3. 음식 세계화 사례

1) 지방자치단체와 기업의 결합 사례(국내)

① FNF와 순창

대상FNF는 김치업체로 장맛으로 유명한 전북 순창군과 전통 절임식품을 공동 개발 함께 유통하는 것을 주요 골자로 MOU(양해각서)를 체결하면서 본격적으로 세계화를 모색하고 있다. 순창군에서 생산한 고추로 국내 대표적인 고추장 브랜드 ‘순창고추장’을 바탕으로 숙성재료를 활용하여 종가집의 신선식품 제조 노하우를 결합한 것으로 절임식품의 현대화와 대중화를 모색하였다.

② 농심과 강원도

농심은 강원도의 ‘홍천강 수라쌀’을 사용해 즉석밥 ‘고향산천 강원도쌀밥’을 개발 하였다. 개발하는 과정에서 지역발전기금을 조성하고, 1급수로 통하는 홍천강 홍보 등 다양한 지역사회 공헌 활동을 통해 지자체 공동 마케팅의 성공적인 사례로 알려졌다.

강원도 이외 김천(경북) ‘물레방아 공드쌀’, 정읍(전북) ‘단풍미인쌀’, 진천(충북) ‘생거진천쌀’ 등 다양한 쌀을 브랜드화 함으로써 개별 지역과 공동마케팅을 하고 있다.

③ CJ프레시웨이와 경상남도

CJ프레시웨이는 경상남도가 출자한 경남무역과 공동유통사업과 관련 MOU를 체결함으로써 식품구매와 유통사업을 공동으로 추진하고 있다. 지역 우선 공급과 소비를 유도하기 위하여 ‘로컬푸드운동’의 일환으로 출발하면서 경남지역에서 생산된 우수한 농수산물을 안정적으로 공급하고 있다. 특히 물류시스템 구축을 위하여 해당지역에 종합유통센터를 건립하고 운영하면서 학교급식지원사업도 펼쳐 공동사업의 효과를 극대화 하고 있다.

④ 국순당과 여주군

국순당은 여주군(경기도)과 공동사업을 벌이고 있는데 해당지역의 특산품인 ‘고구마’를 이용해 ‘고구마주’를 개발 생산하고 있다. 기존 1차 생산물을 그대로 판매 하는 것에서 나아가 “생산 뿐만 아니라 고구마제품을 이용한 가공사업으로 확장” 함으로써 농민과 지역사업 인프라 구축을 추진하는 Win-Win 전략으로 상생관계를 형성하고 있다.

⑤ 매일유업과 고창군

매일유업은 고창군(전북) 유기농 낙농가와 함께 프리미엄 치즈와 유제품 ‘상하’를 2004년부터 출시하고 있는데 지역 낙농가의 우유를 매일유업이 전량 매입함으로써 안정적인 소득 보장과 가공, 판매 활동이 연계되고 있다. 지자체 역시 좋은 환경에서 우유를 생산할 수 있도록 시설 낙농시설 증·개축에 16억 원의 예산을 책정, 상하지역을 국내 최고의 낙농단지로 조성하기 위한 다양한 노력들이 제공되고 있다.

Ⅲ. 해외 사례

1. 일본

일본은 2005년부터 세계의 일본식 인구(1년에 일식을 1회 이상 먹는 사람)를 2010년까지 두 배인 12억 명으로 늘려 일식을 ‘프랑스’, ‘중국’에 이은 세계 3대 요리로 만들겠다는 목표를 수립하였다. 목표를 달성하기 위하여 정부와 민간전문가단체가 합동으로 ‘식문화연구추진회’를 구성하여 일식 세계화 정책을 추진하고 있다.

일본정부는 농림수산성 산하에 외식산업실을 설치하여 외식산업종합조사연구센터를 설립하고 세계화 전략을 수립하였다. 한편으로 지방자치단체를 중심으로 수출촉진국민협의회를 구성하여 일식당의 세계진출을 적극적으로 지원하고 있다.

정부를 중심으로 세계화가 추진됨에 따라 재외공관에서 “Try Japan’s Good Food”를 통해 현지 주요인사 및 오피니언리더 대상으로 일본산 고품질 식재료를 사용하여 일본음식을 제공하면서 자연스럽게 일식의 세계화를 지원하고 있다.

또한 민간기구와 합동으로 세계 각국의 언어로 일본 요리 책자를 발간하여 일본의 대표음식인 스시 재료인 활어 취급법, 요리방법 등을 홍보하는 한편 일본음식 홈페이지를 통해 일식에 대한 종합적인 정보를 제공하고 있다.

특히, 2004년 브라질에서 일식 레스토랑 식중독 사고가 나면서 브라질의 일식당이 일제히 위생검열을 받은 것을 계기로 부주의한 활어 취급이 식중독 등 일식의 세계화를 저해하는 요인으로 작용한다고 판단해 ‘해외식당 인증제도’를 도입 운영하고 있다. 특히 일본에서 추진하고 있는 음식세계화의 경우 “지적재산권”과 관련한 활동으로 매우 선도적이라고 할 수 있다.

2. 태국

태국정부는 2001년 ‘Global Thai Restaurant Project’를 도입하면서 정부를 중심

으로 태국음식 세계화를 추진하고 있다. 그후 2004년 ‘Kitchen of the World’라는 음식 프로젝트를 통해 태국 음식의 표준화, 음식점 메뉴얼화, 정부인증제 도입 등 음식산업의 국제화 규격을 마련하여 적극적으로 추진하고 있다.

사업을 추진하기 위하여 1,000만 달러의 투자기금을 조성하여 태국 음식의 국제화를 실질적으로 지원하고 있다. 또한 미국 업체와 프랜차이즈 계약을 통해 미국 내에서 5년 동안 1,000여 개 지역에 태국 음식 레스토랑 3,000개를 설립하여 연간 20억 달러의 수익을 창출하는 목표를 수립 추진하고 있다.

실질적으로 태국의 경우 자국음식의 표준화, 자본투자, 모델화를 통해 세계 어디서나 우수한 평가를 받으며 국제화 된 음식으로 자리매김 하고 있으며, 새우가 주재료인 툼양꿍(Tom Yang Gung)은 독특한 풍미로 세계 3대 스프⁸⁾로 잘 알려져 있다.

태국에서 추진하고 있는 표준화의 정책의 효과는 음식의 국제화로 식재료 산업까지 투자와 이윤 창출이 연계되고 있는데 정부로부터 해외 태국 식당의 경우 ‘타이 셀렉트 위원회’라는 공적기관을 통해 요리, 실내장식, 위생 등을 평가·심사하여 일정 규모 및 자격을 갖춘 태국 레스토랑으로 인증하고 있다. 무엇보다 인증을 받은 해외 태국식당의 경우 음식재료에 있어 70% 이상을 태국에서 수입하도록 권한에 따라 식자재 및 주방기구 등 태국식당 운영에 필요한 재료 수출을 통해 하나의 식산업이 벨트화 되어 일정한 수익을 창출할 수 있는 구조를 마련하고 있다.

그리고 태국 음식의 국제화를 추진하기 위해 방콕 근처에 전문 조리학교를 설립하여 전문요리사를 양성하여 배출하고, 음식의 맛과 전통을 보존하기 위하여 정부 중심의 메뉴 개발을 하고 있다.

최근 태국정부가 설립한 글로벌 타이 레스토랑(GTR)은 태국식당 브랜드를 수출하는 역할을 담당하고 있는데 레스토랑 프랜차이즈화와 그에 따른 지원활동을 담당함으로써 각국에 있는 태국식당을 관리하는 Head center의 역할을 담당하고 있다. GTR을 통해 전문 조리사 양성, 해외 태국식당의 관리, 정부 주도의 해외주재 태국식당 전문 관리자 과정 운영 등 다양한 사업을 추진하고 있다.

8) 3대 스프는 툼양꿍(tomyamkung), 부이야베스(bouillabaisse), 삭스핀스프(shark's fin soup)이다. 툼양꿍은 새우를 이용한 얼큰하고 새콤한 맛의 태국 스프이며, tom은 ‘끓이다’ 또는 ‘스프’이며, yam은 ‘새콤하다’, ‘kung’은 새우를 뜻한다. 부이야베스는 프랑스의 해물탕으로 흰살생선, 마늘, 타임, 후추, 샤프란 등의 향신료가 들어가 자작하게 끓여 먹는 요리이다. 마지막으로 삭스핀스프는 shark(상어)와 fin(지느러미)로 만들어진 중국요리로 말린 상어지느러미를 물에 불려 뜨거운 물에 끓여 먹는 스프이다.

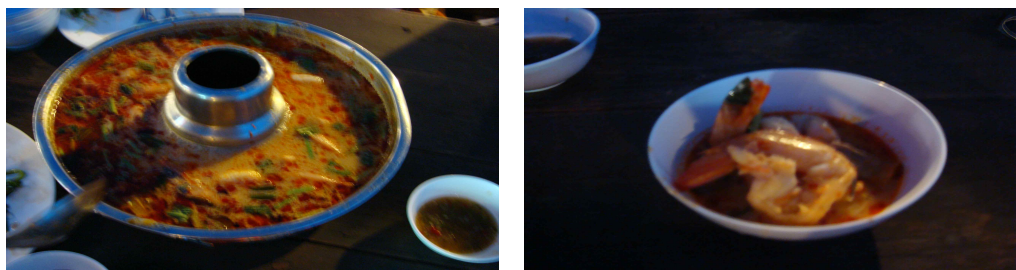
◆ 사례조사 : 태국 음식 세계화와 자원화

태국 요리는 세계 6대 요리 중 하나로 손꼽힐 정도로 다양한 맛을 지니고 있고, 다양한 향신료를 자유롭게 사용하여 음식의 세계화를 자연스럽게 추진하고 있다. 예를 들어 태국 고유 음식의 특징을 살리고 중국과 이탈리아의 국수 요리법 가미, 인도 카레, 포르투갈 매운맛, 신맛과 단맛, 조리 시간이 오래 걸리는 요리, 조리시간이 짧은 요리, 색다른 조미료와 양념 등이 다양한 조리법을 통해 세계화를 이끌어가고 있다. 게다가 최근 태국음식이 각광받는 이유로 신선한 재료와 허브를 사용함에 따라 건강과의 조화로 더 주목받고 있는 실정이다.

1) 태국 요리

■ 퐁양꿁(Tom Yam Kung)

태국의 대표 요리로 세계 3대 요리로 선정되어 있다. “태국식 새우 수프(향신료를 찢어 넣고 새우를 으깨 넣은 태국식 매운 국물 요리)”로 그 맛은 매콤하면서 시큼한 맛이 나는 요리이다. 한국의 신선로와 비슷한 냄비에 담아서 나오며, 버섯, 레몬그라스(lemongrass), 갈랑갈(galangal), 코리앤더(coriander), 칠리(chillies), 카피르 라임(kaffir lime) 등을 넣어 맛을 낸다. 고추의 매운맛, 레몬그라스와 고추의 향기, 라임의 신맛 등이 새우와 어우러져 깊고도 오묘한 맛이 일품이다.



<퐁양꿁>

■ 수끼(Suki)

우리나라의 전골이나 일본식 샤브샤브와 비슷한 음식으로 맑은 육수에 고기, 해산물, 어묵, 야채 등을 넣어 끓인 후 소스에 찍어 먹는다. 육수와 양념만 기본 제공되고, 넣을 수 있는 재료는 입맛에 따라 육류, 해산물, 면, 야채류 등 다양하게 선택할 수 있다. 한국 관광객이 증가하면서 다 먹고 난 후 남은 국물에 참기름과 밥을 볶아 먹는 문화가 생겨났으며, 오히려 태국사람들이 즐겨먹는 요리 문화로 재탄

생하였다. 대표적인 수끼 음식점으로 MK, Coca, MD가 있다.



<수끼>

■ 꾸어이 띠아우(Kuaytiaw)

쌀국수로 외국여행자들이 가장 선호하는 음식으로 즉석에서 원하는 레시피를 넣을 수 있는 장점이 있다. 돼지고기, 닭고기, 어묵, 두부, 야채를 선택하고 고수와 계란이 첨가되어 즉석에서 볶아진다. 면의 굵기에 따라 가는 면(쎌미), 중간 굵기(쎌렉), 넓은 면(쎌야이) 등으로 구분할 수도 있다.



<꾸어이 띠아우>

■ 카우 팻(Khao Phat)

카우 팻은 볶음밥으로 기본으로 계란과 야채가 제공되며 취향에 따라 돼지고기, 소고기, 닭고기, 해물 등을 선택할 수 있고, 볶음밥으로 가장 무난하게 먹을 수 있다.



<카우 팻>

■ 솜땀(Somtām)

솜땀은 파파야를 잘게 썰어 만든 태국식 샐러드로 신맛이 나며 한국의 김치와 같다. 솜땀 타이, 솜땀 탈레(Somtām Talay-해물이 들어간 파파야 샐러드), 솜땀 뿌(Somtām Poo-게살이 들어간 파파야 샐러드) 등이 있다.



<솜땀>

2) 태국 음식의 세계화 요인

① 다양한 향신료와 소스

태국 요리의 장점으로 다양한 소스와 향신료를 꼽고 있는데, 이미 중국식, 인도식, 포르투갈식 등의 조리법이 다양하게 활용되고 있고, 이를 뒷받침하는 것으로 소스류가 있다.

■ 소스류

남쁠라(nam pla)는 새우, 생선 등이 들어간 발효 액젓으로 우리나라의 간장과 같은 역할을 하며, 소스에 칠리나 라임 등을 넣어서 밥과 함께 먹는다.

■ 팍스(phak chi)

고수풀(coriander)로 대부분의 태국음식에서 빼놓을 수 없는 재료이다. 얇(태국식 매운 샐러드), 깻줄(스프), 꾸어이 띠아우(쌀국수), 죽 등 모든 요리에 사용하고 있다.

■ 프릭(phrik)류

프리카누는 일명 쥐똥 고추로 청양고추보다 5배 정도 매운 맛을 지니고 있다. 남프릭 씨라차는 태국식 초고추장으로 소스류로 활용된다.

■ 허브와 매운맛류

육두구와 메이스(nut meg and mace), 마늘(garlic), 고수(literally farang cilantro), 생강(gingr), 갈랑가(galangal), 마시민트(mintleaves), 칠리(chillies), 커민(cumin), 하얀바질(basil-maeng-lak), 카피(makrut), 레몬그라스(lemongrass), 라임

(lime), 후추(black pepper), 세이크리드 바질(basil), 샬롯(shallot), 스위트 바질(ho-ra-pha), 심황(turmeric) 등 다양한 종류가 있다.



<음식에 제공되는 다양한 소스>



<마트에서 판매되고 있는 다양한 소스>

② 소비자의 요구에 맞춰서 진화하는 레시피

태국 요리의 장점은 다양한 음식의 문화를 자국의 음식문화와 연결하는데 있다. 우선 태국 내 거주하고 있는 중국인들이 많기 때문에 중국의 문화를 많이 지니고 있으며, 많은 해외 여행자들로 인하여 여행자 출신국의 요리로 변모하기도 한다. 예를 들어 한국 관광객의 증가로 보통 수끼의 마지막 단계에서 면을 넣어 먹지만, 참기름을 추가로 요청하고 밥을 주문하여 한국식 볶음밥을 할 수 있다.

③ 소비자에게 칼로리표 제공

일부 레스토랑의 경우 식사로 선택한 음식의 레시피를 칼로리로 계산해서 별도로 제공하고 있다. 단순히 음식을 먹는 것에서 나아가 식재료까지 기억할 수 있도록 스토리를 가미하고 있다.

<사진> 제공되는 칼로리표

MK อยากให้คนไทยมีสุขภาพดี
MK Restaurants 13/05/53 โต๊ะ 005-(60)
 สาขา โรบินสัน สุขุมวิท 19 ถูกกว่า 2 เท่า
 คุณค่าทางโภชนาการของอาหารต่อ 1 ท่าน (โดยประมาณ)

Nutrition Value for 1 person*	
พลังงาน (Energy)	682.5 กิโลแคลอรี (Kcal.)
โปรตีน (Protein)	43.2 กรัม (gm.)
คาร์โบไฮเดรต (Carbohydrate)	58.1 กรัม (gm.)
ไขมัน (Fat)	30.6 กรัม (gm.)
ใยอาหาร (Dietary fiber)	7.8 กรัม (gm.)
โซเดียม (Sodium)	0.9 กรัม (gm.)
แคลเซียม (Calcium)	370.5 มิลลิกรัม (mg.)
เหล็ก (Iron)	4.2 มิลลิกรัม (mg.)

อาหารของ MK ทุกรายการไม่ได้ผงชูรส
 *Nutrition value is based on typical serve sizes
 NO MSG ADDED.

④ 다양한 푸드 코트

생소한 외국 음식에 대한 어려움을 해소하기 위하여 음식의 그림과 함께 메뉴를 선택할 수 있도록 되어 있어 여행자들은 새로운 음식에 대한 다양한 경험을 할 수 있다.



3. 이탈리아

이탈리아 음식은 이미 전 세계 많은 사람들이 친숙한 요리로 홍보보다 질적인 부분을 강조하는 정책을 추진하고 있다. ‘잘 먹고, 더 잘 마시자’는 슬로건으로 전 세계 이탈리아 음식점을 파악하여 자국의 유명 조리사를 동원해 순회하며 요리를 지도하고 있다.

이탈리아 농림부는 세계 각국의 이탈리아 음식점에 조사원을 파견, ‘본토의 맛’을 제공하고 있는지를 파악하고, 인증서를 주는 ‘인증보증제도’를 도입할 계획을 발표하였다. 이러한 제도를 도입하게 된 배경은 “이탈리아 국기만 장식했을 뿐 이탈리아 식당이라고 말하기 어려운 식당이 많다”는 지적에 따른 것으로 제도 운영을 위한 주식회사를 설립하여 희망하는 해외 이탈리아 식당을 대상으로 몇 가지 점검 사항을 통해 이탈리아 식당으로 인증할 계획을 수립하였다. ‘대표적인 이탈리아 요리가 메뉴에 포함되었는가?’, ‘이탈리아제 올리브유와 파스타를 사용하는가?’, ‘이탈리아 출신 또는 이탈리아 요리학교 출신의 주방장인가?’ 등을 지표로 마련하였다.

북부 피에몬테주 토리노에 유럽공동체(E.C)와 협력하여 외국인을 위한 이탈리아 요리학교인 ‘일 쿠오코 이탈리아 요리학교(ICIF)’를 운영하고 있다. ‘일 쿠오코’는 이탈리아어로 훌륭한 요리사, 요리하는 사람을 의미하는데 1년 과정으로 커리큘럼을 구성하여 20여개 지방의 5,000여 가지 요리의 조리법을 외국인을 대상으로 강의하고 있는 세계 최고의 요리학교이다. 현재 한국, 일본, 미국(3개소), 캐나다(2개소), 독일 지역에 협정을 맺어 학생 교류 및 교환 교수 제도까지 확대 운영하고 있다.

<사진> Il Couco 전경



<출처 : <http://www.ilcuoco.co.kr/alma/almauhak/almauhak2.asp>>

IV. 제주향토음식의 현황 및 실태

1. 제주향토음식의 개념 및 특징

1) 제주향토음식의 특징

음식문화는 지리적, 사회적, 문화적 환경에 따라 형성되고 발전하는데 제주에는 아열대성 기후이면서 밭농사 중심으로 여러 종류의 잡곡이 생산되고, 이를 이용한 조리법이 발달하였다. 바다로 둘러싸여 수산물이 풍부하고 축산업과 수렵으로 해조류, 어패류와 육류 등 다양한 식재료를 바탕으로 다양한 조리법과 젓갈, 된장, 발효음료, 발효빵 등 발효음식 역시 발달하였다. 그러나 섬이라는 특성으로 타 지역과의 인적·물적 교류가 비교적 쉽지 않아 타 지방과는 다른 식생활 문화를 아직도 많이 지니고 있다.

제주 지형상 넓지 않은 땅이지만 어촌, 농촌, 산촌(중산간마을) 등 각 지역의 생활방식이 서로 차이가 있어 농촌의 경우 농업을 중심으로 생활하였고, 어촌에서는 해안에서 고기를 잡거나 잠수어업을 주로 하고, 산촌에서는 산을 개간하여 농사를 짓거나 한라산에서 버섯, 산나물 등을 채취하여 생활하였다.

제주 음식은 생선, 채소, 해조류가 주된 재료로 대부분 된장으로 맛을 내고, 생선으로 국을 끓이고, 죽을 찐고, 편육은 돼지고기와 닭고기로 하였다. 소박한 상차림이 대부분으로 다양한 음식을 내거나 여러 가지 재료를 섞어서 만드는 음식이 별로 없고, 재료 각각의 맛을 그대로 드러내는 조리법을 사용하고 있다. 음식의 간은 대체로 짠 편으로 고온다습한 기온을 고려한 것으로 생활의 지혜로 볼 수 있다.

제주의 음식의 특징은 다음과 같이 요약될 수 있다.

① 간단한 조리법

조리법이 단순하고, 가능한 제철식품을 이용하며 자연 상태로 조리한다. 계절에 관계없이 싱싱한 자연식품을 얻을 수 있어 가공이나 저장 또는 건조하는 일이 드물기 때문에 비교적 조리법이 간단하다. 타지방과는 달리 채소를 말린 시래기 등을 찾아보기 힘들고 주로 채소나 해조류를 데쳐 무치거나 찜으로 많이 애용하고 있다. 생선은 물회 혹은 조림으로 요리하는데 주로 삶거나 끓이는 습열 조리법을 많이 사용한다.

② 적은 양념

양념을 적게 사용하며 된장과 간장으로 주로 간을 하며, 소금을 사용하는 경우는

혼하지 않다. 또한 고춧가루나 고추장 등 맛이 강한 향신료를 쓰지 않아 재료가 지니고 있는 맛을 그대로 나타낼 수 있으며, 이는 신선한 식재료를 공수할 있어 조미료를 많이 사용하지 않더라도 재료 자체의 풍미를 나타낼 수 있다. 무침 요리 역시 참기름 등을 사용하지 않고 된장을 주로 이용하므로 열량이 적으며, 맑은 국을 선호함에 따라 단백한 맛을 즐긴다.

③ 독특한 발효음식

주식은 보리, 조, 메밀 등 잡곡과 두류(콩, 녹두, 팥), 뿌리채소인 감자, 고구마로 이를 주재료로 간장(보리간장)과 된장을 담고, 제주전통보리발효음료인 쉼다리나 강술⁹⁾도 빚었으며, 상애떡(발효찜빵)과 식초를 만들어 먹었다.

④ 보편화되어 있는 유동식

제주 전통 식생활에서 죽을 주식으로 하였다. 30여종에 달하고 있는데, 생선과 조개류, 해조류를 가미하여 보양식과 치료식으로 활용하기도 하였다. 민간요법에서 불로장생의 비방이라고 하여 죽에 생선과 해조류를 사용하여 고혈압과 빈혈치료식으로 이용하기도 하였다.

⑤ 생식

대부분의 식재료를 그대로 음식으로 조리함에 따라 생식을 많이 하였다. 생선의 물회, 냉국, 콩잎쌈, 부르(상추)쌈, 호박잎쌈, 미역쌈 등 쌈요리를 통해 생식을 주로 하는 문화가 형성되어 있다.

<표 2> 제주향토음식의 특징

항 목	특 징
조리법 측면	식품 조리 과정 최소화, 적은 양념 사용, 제철 식재료 된장을 이용한 간 맞춤 생식(물회, 냉국, 쌈)
식품구성 측면	주·부식이 불명확, 다양한 해산물 이용, 잡곡 음식 발달, 적은 반찬수, 국, 죽, 범벅류, 물회류, 구이류가 발달
식품가공저장 측면	저장식품 발달(장아찌류, 젓갈류), 발효음식 발달(쉼다리, 발효주, 발효빵, 감주)
기타	구황음식(밥, 죽, 범벅)의 발달, 민간요법용 음식이 발달

9) 물을 첨가하지 않은 술로 차좁쌀과 오메게떡에 밀누룩을 혼합시켜 발효시킨 반고체성 술로 물이 첨가되지 않아 발효가 끝나도 반죽이 그대로 남아 있어 일명 “마른술”이라고도 불린다.

2) 제주음식의 대표 식재료

옥돔, 갈치, 고등어, 자리, 한치, 오분자기, 성게, 보말, 톳, 미역, 청각, 다시마 등의 해산물과 해조류, 흑돼지, 말고기, 꿩 등 육류, 고사리, 감귤 등 채소와 과일 등이 독특한 식재료이다.

<표 3> 제주향토음식의 식재료

분류	식재료	
축산식품	식육류	돼지고기, 쇠고기, 닭고기, 말고기, 토끼고기, 염소고기, 오리고기
	야생동물	노루, 꿩, 지다리
	난류	달걀, 오리알, 꿩알
	기타	벌꿀, 동물성지방(돈지, 우지), 번데기, 지네, 굼뱅이
농산식품 재료	곡류	맥류(과맥, 맥주맥, 소맥), 잡곡류(조, 메밀, 수수), 쌀(벼, 발벼)
	서류	고구마, 봄감자, 가을감자
	채소류	대두, 팥(붉은 팥, 외팥, 참팥, 눈팥), 녹두, 강남콩
	과실류	-엽경채류(배추, 양배추, 상추, 부추, 미나리, 양하, 콩나물, 숙주나물, 마늘잎, 족파잎, 시금치, 메밀잎, 동지나물, 고춧잎, 콩잎, 달래, 호박잎, 깻잎, 비름, 고구마잎) -근채류(무, 마늘, 부추, 더덕, 쪽파, 당근, 토란, 양하근, 반치) -과채류(오이, 호박, 가지, 고추, 참외, 수박)
	유지류	인과류(감귤류, 감, 비파), 핵과류(복숭아, 앵두) 장과류(포도)
	향신료	마늘, 고추, 초피, 생강, 박하
	야생 식물류	고사리, 달래, 냉이, 쑥, 떡쑥, 개자리, 멜순, 더덕, 들꿩, 방풍, 용설채, 죽순, 물룻, 소랭이, 질경이, 삼동, 시러미, 오미자, 모람, 멀리, 틀, 보리수, 유름, 윤노리, 굿간달기, 표고, 야생버섯, 갈근, 뽕이
	약용 식물류	오부자, 향부자, 차자, 안식향, 반하, 무환자, 석괴, 후박, 금종, 천동자, 방풍, 당귀, 백납, 백작약, 금은화, 매실주, 천문동, 맥문동, 도충, 만형자, 길경, 창목, 모과, 연복자, 송기충, 상기생, 갯복숭아, 겨우살이, 초피열매, 하늘래기, 먹구실
수산식품 재료	어류	자리돔, 고등어, 옥돔, 광어, 전갱이, 갈치, 조기, 벤자리, 멜, 가오리, 삼치, 쥐치, 방어, 우럭, 북바리, 상어, 복어, 아귀, 다금바리, 갯장어
	갑각류	새우류, 게류
	연체동물	소라, 오분자기, 보말, 전복, 군벚, 문어, 오징어, 한치
	극피동물	성게, 해삼
	해조류	톳, 미역, 모자반, 감태, 파래, 청각, 우뚝가사리
	담수어	장어, 붕어, 은어 민물게

3) 제주 대표 향토음식

흑돼지불고기, 갈치호박국, 꿩메밀국수, 전복죽, 빙떡, 옥돔구이, 성게국, 오분자기
술밥, 우미 요리 등이 있다.

<표 4> 제주향토음식 현황

음식분류	식품군	음 식 명
밥류		반지기밥, 보리혼식밥, 잡곡밥, 조밥, 보리밥, 고구마밥, 쑥밥, 툇밥 메밀밥, 감자밥, 피쌀밥, 파래밥, 감태밥, 곤포밥, 무우밥, 본숙밥
국 및 찌개류	채소류	배추된장국, 무우된장국, 콩나물된장국, 호박된장국, 감자된장호박 잎국, 난시국, 달래된장국, 양애국, 패마농국, 쑥국, 무우메밀가루 국, 물외된장냉국, 배추냉국, 반치냉국, 개자리국
	해조류	미역된장국, 파래국, 미역새국, 너패국, 미역냉국, 툇냉국, 우미냉 국, 청각냉국, 몸냉국
	어패류	갈치호박국, 옥돔국, 성게국, 각재기국, 고등어국, 바르국, 멜배추 국, 숨국, 김이국, 군벗냉국, 성게냉국, 오징어냉국, 자리물회
	수조육류	돼지고기몸국, 꿩고기국, 말고기국, 닭고기국
찬류	채소류	물외(생), 부르쌈, 삶은배추쌈, 콩잎쌈, 고사리무침, 패마농무침, 동 지나물무침, 양애무침, 난시무침, 유채나물무침, 풋마늘된장조림, 양애잎쌈, 메밀잎무침
	해조류	툇무침, 미역줄기무침, 몸무침
	어패류	갈치구이, 고등어구이, 자리회, 자리구이, 자리조림, 고등어조림, 갈치조림, 갈치튀김, 각재기구이, 옥돔구이, 마른멜볶음, 각재기조 림, 각재기튀김, 해삼회, 소라회, 가오리회, 소라구이, 멜조림, 존 다니회, 전복회, 자리젓조림, 멜젓조림, 우럭콩조림, 김이콩볶음
	기타	초기전, 메밀묵
저장 식품류	김치류	동지김치, 달래김치, 패마농김치, 초마기김치, 갯나물김치
	젓갈류	자리젓, 오징어젓, 멜젓, 오분자기젓, 성게젓, 김이젓, 게웃젓, 갈 치젓, 각재기젓, 고등어젓, 군벗젓
	장아찌류	마늘지, 패마농지, 콩지, 물외장아찌, 양애지, 몸지, 반치지
별미음식 및 기타	죽류	전복죽, 옥돔죽, 오분자기죽, 초기죽, 성게죽, 메밀죽, 김이죽, 돼지새끼죽, 고등어죽, 마농죽, 메밀죽, 물꾸럭죽, 유죽, 장어죽
	떡류	좁쌀시리, 조침떡, 감제침떡, 새미떡, 물떡, 상외떡, 오메기떡, 빙떡
	면류	메밀칼국수, 메밀수재비, 보리수재비
	범벅류	호박범벅, 김이범벅, 툇범벅, 메밀범벅, 논쟁이범벅, 고추잎범벅, 감제범벅, 본숙범벅, 뽕배범벅, 피범벅
	개역류	보리개역, 콩개역, 조개역
	엿류	돼지고기엿, 닭엿, 마농엿, 꿩엿, 갈근엿, 몽쿠실엿, 익모초엿, 하늘래기엿, 호박엿, 대죽쌀엿
	주류	오메기술, 강술, 고구마술, 감자술, 호박술, 우슬주, 오합주, 생 지황술, 오갈피술, 시러미술, 허벅술, 불래술, 굿간달기술
	차류	당유자차, 소엽차, 자굴차, 갈근차, 오미자차

V. 제주향토음식의 세계화 방안

1. 제주향토음식의 세계화 제약 요인

1) 세계시장을 목표로 한 상품 부재

현재 관광객과 외국인을 위한 제주향토음식의 개선이 필요하다. 우선 음식과 식재료에 대한 정보 부재, 복잡한 조리방법, 음식 맛의 생소함으로 시식의 불편함이 있다. 또한 동일한 메뉴의 경우도 명칭·표기법이 통일되지 못하여 혼선이 있으며, 맛의 표준화, 메뉴 개발, 미학적인 개선, 서빙 코스화, 식당 편의성 개선 등 제주향토음식의 현대화·현지화가 미흡한 수준이다.

2) 외식업체의 전문 경영기법 도입 미흡

도내 외식기업들은 아직도 프랜차이즈 컨셉트 개발, 식재료 조달 등에서 혁신적 경영모델 창출이 미진한 실정이다. 일본은 외식산업의 식재료 공급에서 중앙집중조리실(CK) 및 식품기업에 전용제품 사양서 발주 방식 등을 도입하여 영세업체의 운영을 지원하고 있다. 미국은 외식기업은 10~20년 이상 사업역량과 브랜드 파워를 강화한 후 해외에 진출하는 형태를 지니고 있으나 우리기업은 국내에서 확고한 브랜드 인지도 구축 없이 메뉴 중심으로 진출하는 경향이 있다.

3) 행정 차원의 지원 미흡

외식산업을 제주도의 전략산업으로 육성하려는 의지가 아직 미약한 실정으로 관련 법·제도 미비, 전담 정부조직 빈약, 과도한 규제 등 아직 행정적인 지원이 활발하지 않다. 행정 차원에 있어 외식산업진흥을 위한 기초 인프라 부족과 통계 및 기초정보 수집·분산체계 미확립, 경쟁력 있는 전문인력 양성 시스템 부재 등 체계적인 지원이 아직 부족한 실정이다.

4) 제주향토음식 세계화를 위한 SWOT 분석

<표 5> 제주향토음식 세계화 SWOT 분석

Strengths	Opportunities
- 건강학적 우수성 등으로 세계화 잠재가능성 - 차별화된 메뉴와 조리법 (경쟁력 있는 전통 식문화) - 지역 특산물의 풍부성 - 관광자원으로서의 높은 가치 - 잠재력 있는 인적자원	- 한류 열풍에 의한 한국문화 관심 고조 및 제주에 대한 인식의 증가 - 세계 외식시장 성장(중국) - 세계적으로 웰빙 열풍과 건강식 확산 (슬로우푸드, 아시아푸드 선호) - 우리음식 해외진출 성공사례 확대 - FTA추진으로 해외시장 확대
Weaknesses	Threats
- 세계화 아이템 개발 미흡 (조리법 표준화, 레시피 체계화 등) - 음식업체의 낮은 경쟁력 (대형·전문화 미흡) - 식품산업 육성 및 음식 세계화를 위한 정책 지원 미흡 - 음식 원료의 높은 의존도 - 안정적 원료농산물 공급체계 미흡	- FTA 등 시장개방 가속화 (원료농산물·식품 수입증가) - 도내 외식시장 외식식품·기업진출 확대 (프랜차이즈 진출) - 타 지역의 제주음식 모방 추세 (아류 제주향토음식의 성행) - 타 지역의 지역음식 세계화 노력 증가 - 식품산업육성 정책추진을 위한 행정 체계 정비 지연

2. 제주향토음식의 세계화 방안

제주향토음식의 세계화를 위해서 제주음식에 대한 거부감, 모든 사람에게 맞는 제주만의 상차림의 개발, 새로운 음식 상품의 개발, 제주음식을 주제로 한 이벤트 개최, 한식의 홍보 등 다각도에서 세계화 방안을 마련할 필요가 있다.

VI. 나오며

제주 음식의 세계화를 위하여 3가지 측면에서 고려할 수 있다.

1) 제도 측면

인증제 도입, 전담부서의 설치, 향토음식을 관리할 수 있는 전담부서의 설치 등 세계화, 국제화에 대한 체계적인 관리가 이루어져야 한다.

2) 메뉴 측면

연구개발 투자의 확대, 현지화, 제주향토음식 조리사 양성 및 파견, 먹기 편한 방법 개발, 차별화 그리고 간편화, 제주음식의 표준화와 계량화 등이 필요하다.

3) 경영 측면

스토리 문화의 전략적 가치와 정체성 확보, 제주음식의 현지화 등이 필요하다.

위 3가지 측면을 바탕으로 제주음식을 누구나 쉽게 접할 수 있는 음식으로 변모시킬 필요가 있다. 예를 들면 여름철에 먹는 된장이 풀어져 있는 냉국의 경우 생된장을 먹지 못하는 타 지역 사람들은 음식에 대한 경험을 하지 않는 경향을 극복할 수 있는 레시피 설명 등이 첨부될 경우 웰빙이라는 먹거리 문화의 변화로 새로운 맛으로 다가설 수 있다.

전통이 살아 있는 제주음식을 전통적인 소스를 통해 전 세계 모든 사람들이 즐기고 주목할 수 있는 음식으로 인식되기 위해서는 무엇보다 조리법과 함께 식재료의 특성을 고스란히 살릴 수 있는 장점을 부각시킬 필요가 있다.

제주 음식을 알리기 위해 제주의 신화를 바탕으로 음식의 스토리텔링의 경우도 음식을 홍보할 수 있는 적극적인 방법이 될 수 있다.

관광이 중심인 태국의 경우도 매년 테마를 가지고 태국방문을 유도하고 있는데, 특히 음식점의 경우 매년 새롭게 평가를 통해 음식점을 관광홍보에 적극 활용하고 있기 때문에 제주향토음식의 평가 방식도 새로운 기준을 마련하여 지속적으로 관리할 필요가 있다.

참고문헌

- 김영주(2008), 정선 향토음식 인지도 및 개발방안, 숙명여자대학교
- 김철호(2007), 향토 음식점에 관한 구전 특성이 고객의 구전 행동 및 선택 태도에 미치는 영향, 연세대학교
- 노정옥·양향숙(2005), 전북지역 향토음식에 대한 대학생의 인지도 및 기호도에 관한 연구, 대한가정학회지
- 문동일(2005), 제주도 향토음식의 활성화에 관한 연구-제주도 6개 향토음식점을 중심으로, 초당대학교
- 부명숙(2008), 향토음식 축제의 서비스품질, 관광상품성 및 인지도가 재방문 의사에 미치는 영향, 영산대학교
- 신미경(2001), 전라도의 향토음식, 2001년도 동아시아 식생활학회 춘계학술대회, 2001.3
- 오영주 등(2003), 제주전통음식 조리실무, 제주한라대학
- 오영주(2001), 제주향토음식의 현황과 전망, 2001년도 동아시아식생활학회 추계학술대회, 2001.8
- 오혁수(1999), 제주향토음식 메뉴특성에 관한 연구, 한국조리학회지
- 이정희(1994), 제주도 향토음식에 관한 연구, 세종대학교
- 이효지(1998), 한국의 음식문화, 신광출판사
- 정경숙(1995), 관광자원으로서의 향토음식, 승의논총
- 정요택(2007), 제주향토음식 브랜드 인지도 강화를 위한 품질인증마크 디자인 연구, 한양대학교
- 하미옥(2005), 울산향토음식에 대한 인지도와 기호도 조사연구, 영남대학교
- 안학영, 전효진, 양태석(2009), 제주 향토음식에 대한 인지와 고객행동연구
- 김복일, 오영준(1998), 광주·전남지역 향토음식의 관광상품화 방안에 관한 연구, 관광정보연구
- 김지순, 제주도 음식, 대원사
- 민계홍(2003), 향토음식에 대한 전북지역 대학생들의 인지도와 기호도에 관한 연구, 한국조리학회지

연구논문

「『食』と『器』の地域づくり」(佐賀県有田町)に
関する総合研究

佐賀大学地域経済研究センター
センター長 長 安六

『음식(食)』과 『그릇』 지역 만들기 (사가현 아리타 마을)에 관한 종합연구

사가대학 지역경제연구센터

오사 야스로쿠 센터장

일본 사가현(佐賀縣) 아리타 마을(有田町)은 2006년 3월 도시 합병을 계기로 세계적인 도자기 산업인 「아리타야키(도자기의 일종)」(옛 아리타 마을(有田町))와 중산간 지역의 농업(옛 니시아리타 마을(西有田町))을 조합한 새로운 관광명소로 만들어 관광객 증가와 도자기 판매 증가 효과를 통해 지역의 활성화를 목표로 하고 있다.

2007년 NPO(비영리단체)와 지역주민단체 등과 협력하여 「아리타 마을(有田町) 지역활성화 계획 『음식(食)』과 『그릇』」을 수립하였으며, 「『음식(食)』과 『그릇』에 의한 지역만들기 사업」은 일본 정부사업인 「지방활성화 재생사업(2008~2009년도)」으로도 인정을 받았다.

그간 2년 동안 니시아리타(西有田) 지역의 자원인 금귤(金柑)과 아리타(有田)의 토종 닭 등을 소재로 한 가공식품개발이나 직판매장인 「아지사이(자양화(水菊)) 촌」에서의 시범 판매, 아리타(有田) 산간지역의 「슈지안(小路庵)」(1)에서 전통 음식과 아리타야키(도자기의 일종)를 활용한 접대장소 만들기, 도자기 산업의 활성화를 위한 새로운 그릇의 개발, IT에 의한 정보 제공 등 다양한 사업이 진행되었다.

그 결과 초여름에 개최되는 일본을 대표하는 축제인 「아리타(有田)도자기시장(관광객 100만명)」 이외에도 「가을 아리타(有田)도자기 축제(관광객 12만명)」, 봄에 개최되는 「아리타(有田) 도자기인형 축제(관광객 2.2만명)」 등 많은 관광객이 꾸준히 오는 지역으로 정착하게 되었다. 마을에서는 지속적인 관광객 증가를 위해 매년 관광지 정비도 꾸준히 하고 있다.

이 사업은 도시간 합병이라고 하는 어려운 시기에 서로 다른 산업기반을 가지고 있던 도시가 하나가 되어 새롭게 도약하기 위한 사업과제로서 아주 적절하였다고 본다.

이 사업이 행정과 시민의 협력에 의해 계획되고 추진된 것과 니시아리타마을(西有田町)에서 유기농산물을 생산하여 옛 아리타마을(有田町)에 공급하는 등 지역 내 순환형 경제사회 만들기로써도 기대되는 등 앞으로 선진지역만들기 대응방식에도 포함되어 있다.

국가조성사업으로서의 지원이 끝나고, 앞으로는 아리타마을(有田町) 독자적으로 사업을 전개해 나가게 되지만, 각각의 상황을 잘 대응하면서 서로 잘 연계하여 유기적인 조직체로 마무리되어 갈 것으로 기대된다.

「『食』と『器』の地域づくり」(佐賀県有田町)に 関する総合研究

佐賀大学地域経済研究センター
センター長 長 安六

佐賀県有田町は2006年3月の合併を機に、世界に誇る陶磁器産業「有田焼」(旧有田町)と中山間地域の農業(旧西有田町)を組み合わせる新たな交流観光の場を形成し、観光客と販売の増加による地域活性化を目指している。2007年にNPOや地域住民組織等との協働で「有田町地域活性化プラン『食と器』」を策定し、その具体化として、国の「地方の元気再生事業」に「『食』と『器』による地域づくり事業」(平成2008～09年度)を申請し、認定を受けた。

この2年間で、西有田の地域資源である金柑や有田地鶏等を素材にした加工食品の開発や直売所「アジサイ村」での販売実験、有田内山地区の「小路庵」での伝統食と有田焼によるもてなしの場づくり、陶磁器産業の活性化のための新たな器の開発、ITによる情報発信など、多彩な取組みが行なわれている。その結果、初夏の有田陶器市(100万人)以外にも、「秋の有田陶磁器まつり」(12万人)、春の「有田 雛のやきものまつり」(2,2万人)が定着し、観光客が殖えるなど、周年観光化に向けて体制が整いつつある。

この事業は、合併というホットな時機を捉えて、異なる産業基盤を有する旧町が一体となって新たに発展する為に適切な課題設定がなされていること、行政と市民との協働により計画され推進されていること、旧西有田町での有機農産物の生産と旧有田町への供給を含が含まれ、地域内循環型経済社会づくりを展望させる等、これからの地域づくりの先進的な取組みが含まれている。

国の助成事業としての取組みが終わり、今後は有田町が独自の事業として継続・展開していくことになるが、個々の取組みを充実させることはもちろんのこと、これらを相互に繋ぎ、有機的な組織体に仕上げていくことが期待される。

1.はじめに

佐賀県有田町は2006年3月の合併を機に、世界に誇る陶磁器産業「有田焼」(旧有田町)と中山間地域の農業(旧西有田町)を組み合わせる新たな交流観光の場を形成し、観光客と地域産品販売の増加による地域活性化を目指している。2007年にNPOや地域住民組織等との協働で「有田町地域活性化プラン『食と器』」を策定し、その具体化として、国の「地方の元気再生事業」に「『食』と『器』による地域づくり事業」(平成2008～09年度)を申請し、認定を受けた。本稿では、このような取組みの経済社会的背景と事業の概要の紹介を行い、最後に、大テーマに即して取組みの評価と今後の課題、展望を行う。

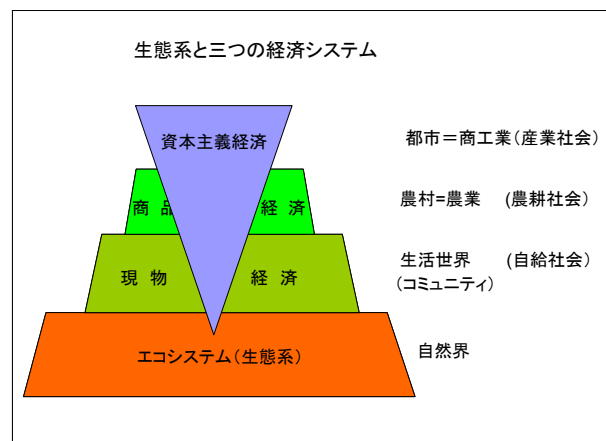
2. 社会経済的背景

21世紀初頭の日本の経済社会は、グローバル化による経済社会環境の資本主義化が進むなかで、人口減少化時代に突入し、農業の衰退による食料自給率の低下や地方都市の地場産業の衰退、中心市街地の空洞化、環境破壊、社会犯罪の多発等が顕著になってきている。

他方、グローバル化に抗する新たな潮流としてローカル化があり、その究極の推進核として地域コミュニティによる地域再生の取り組みが注目されてきている。

自治体の合併による地方分権の受け皿づくりが進むなかで、今一つの分権といわれる地域分権の受け皿として地域コミュニティづくりが始まっている。小学校区域を範囲とするこの地域コミュニティは、従来の住民組織を包摂して、福祉や環境、文化等の地域生活全般に関わる取組みを行なうもので、自治体はこの組織に権限と財源を下ろし、住民自治を本来の姿に戻そうとしている。

ところで、人間が自然との間で行う社会的な物質代謝に他ならない経済であるが、現代の経済は、相互扶助を旨とし、自給とおすそ分けを基本とする生活世界(コミュニティ)における現物経済と、それを繋ぐ非営利的市場経済、商工業を中心とする資本主義経済という3層構造になっており、後2者は何れも前者を前提とし、補完する次位の経済である。



過度なグローバル化による今日の経済社会の混乱は、資本主義経済が、農業やNPOが依存する非営利的な市場経済や、地域コミュニティ活動の領域である生活世界の現物経済を侵食し、歪めたことに起因しており、人口減少時代において豊かな地域経済社会を構築するためには、三つの経済の再生に向けて地域の内外を問わず交流を活発化し交流人口を増やしていくことが肝要であり、コミュニティを中心とする生活世界における現物経済の再生を基本に、NPOやコミュニティビジネス等、コミュニティを繋ぐ経済としての非営利的な市場経済を広げ、法人としての企業に本来の社会的使命を担わせる必要がある。

農村サイドでは三つの経済に対応した地域再生の取り組みが既に始まっている。農山村の婦人や高齢者を中心に農産物自給運動が起こり(生活志向型農業)、都市住民のニーズともマッチして農産物直売所や観光農園の開設、グリーンツーリズムへと展開しており(交流型農業)、中央市場対応型の近代農業も環境保全型農業への転換を迫られている(市場対応型農業の再構築)。これまで農業が基幹産業であった西有田町は、中産間地域で耕地の大半を棚田が占めていることから、近代的な大規模稲作には向かず、一部に肉用牛肥育などの畜産がみられるものの、対部分は農外に就業を求め、兼業化が進んできた。

しかしながら、近年、消費者の間で安全性や本物志向、健康志向が強まるなかで、農家の主婦や高齢者が自給用に栽培・加工してきた農畜産物の販売所が増えるとともに、観光農園やグリーンツーリズムなど、農村を舞台にした都市住民と農村住民との交流の場が増えてきている。有田町でも例外ではなく、この間、町内に5つの農産物直売所が設置されるとともに、岳信太郎棚田会によるオーナー制の有機棚田米づくりを始め、観光農園や体験型イベントも幾つかできており、また、生産者のなかには、より安全な農産物づくりを目指して有機農業に取り組む農家も出てきている。

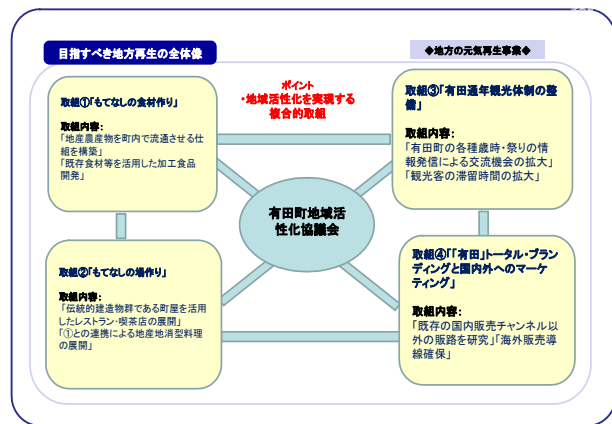
他方、量産された工業製品が市場を席卷する都市サイドでは、三つの経済に対応した地域再生の動きはまだみられないが、地域の地場産業なら農業と同様のことを構想できる。関心・興味のある人なら誰でもアクセス可能な暮らしのクラフト(ものづくり)、手づくり品々を販売する街の直売所、窯業や家具産地などでの焼物や木工の工房、体験教室、サークル、それらの集積としての中心市街地、新たな都市型観光等である。有田町の窯業地帯では、三右衛門(柿右衛門、源右衛門、今右衛門)に代表される窯元を始めとして香蘭社や深川製磁などの窯元に施設ギャラリーや展示即売場が設けられており、なかにはしん窯のように工場見学や陶芸教室を開いているところもある。但し、それぞれ、個々の窯元の対応に留まっており、有田焼業界全体としての対応はみられていない。問屋等の商社については従来の内山地区から卸団地への直売部門の移転がなされたため、逆に、国の重要伝統的建造物群保存地区指定を受けている内山地区の問屋街の街並みが活かされていない。

最後に、手工業を中心とする都市型コミュニティと農業を中心とする近隣の農村型コミュニティの、夫々が依拠するものづくりを元に、行政エリアの内外を問わず積極的に交流し、相互に補

完しあうことで、半ば自立した地域循環型経済社会が展望されるが、農業に依拠する旧西有田町と窯業に特化した旧有田町は、それぞれが有する地域産業が本来は相互に補完する関係にあるにも関わらず、これまで行政の壁がもとで、そのような展望を見出せないで来た。

3. 事業の概要

旧西有田町の農業と旧有田町の窯業を有機的に結びつけ、交流型観光開発を目指す「『食』と『器』の地域づくり」事業は、初年度の4つの事業(「もてなしの食材づくり」、「もてなしの場づくり」、「有田通年観光体制の整備」、「有田トータルブランディングと国内外へのマーケティング」)と、次年度に追加された「持続的な推進体制の整備」の5つの事業から構成されている。以下、まず、その事業の概要を紹介する。



(1) もてなしの食材づくり

もてなしの食材づくりは、有田町の農業地帯である旧西有田町エリアにおける農業における地域資源の見直しによる活性化の取り組みで、農家における農産物の自給や有機栽培への取り組みを元に、地域の農畜産物の掘り起しや加工による商品開発を行ない、農産物直売所その他を介して町内外に流通させる一方、岳地区の農産物直売所「あじさい村」を核に都市住民との農に関わる交流拠点づくりをめざしている。

①地産農産物を町内で流通させる仕組みの構築

標高656mの国見岳トンネルの料金所近くに造られた農産物直売所「あじさい村」を運営する岳地区の農家の婦人グループと、有機栽培に取り組む生産者で組織された「ゆうきの会」、佐賀大学農学部が実施主体となって、減農薬の野菜(玉葱)の試験栽培や有機農産物の生産体制の検証が行われるとともに、既存の佐賀牛、棚田米、玉葱、きんかん、大豆等の地場農産物等をこだわりの食材として町内で流通させるシステムづくりに向けて、有田町内の農産物や加工品の流通の現況調査が実施されている。

②既存食材等を活用した加工食品開発

有田町の農畜産物を素材に加工食品を開発し、付加価値をつけて販売する取組みも始まっている。初年度に佐賀大学文化教育学部 の指導協力を得て、有田産地鶏を使った燻製や、金柑と栗を使ったスイーツ、金柑を使ったりキュールの開発等がなされており、このうち、金柑を使ったスイーツ(金柑クッキー、金柑マドレーヌ、金柑パイ、金柑ソフトクリーム)については、翌年に、伊万里市の菓子店から講師を招いて商品化に向けた取組みが行われている。



③本格営業に向けた人材育成

また、本格営業に向けて人材育成の取組みが2年目に初心者を対象に行なわれ、棚田米の米粉を使用したピザづくりや、ソバ打ち、菓子づくりの指導がなされている。

④有機栽培等のこだわりの食材に関する情報発信

既存の農産物直売所「あじさい村」で岳地区の農家が生産した農産物の販売が行われるとともに、開発された加工食品の販売実験が隣接する仮設の施設で行われている。来店者に開発された金柑ソフトクリームや菓子が振舞われるとともに、試供品や施設に対するアンケート調査が行われている。

⑤販売拠点として、岳地区での観光・交流拠点の整備

初年度のアンケートで要望の強かった施設(休憩所、うどんや蕎麦の詣食堂等)に応えるために、国見料金所跡地や近隣の河畔公園、「棚田館」等を一体化した農的な総合交流拠点づくりを構想する「国見活性化プラン」と「基本計画」が2年目に策定され、活性化協議会が組織されており、岳地区を拠点とする西有田地区の農の交流拠点づくりの体制が整えられている。



(2) もてなしの場づくり

窯業地帯である旧有田町の内山地区を中心とした取組みである。この地区は有田焼の老舗が軒を連ね、トンバイ堀の裏小路や昇り窯跡など、焼物の古都としての風情があり、街並みそれ自体が観光の対象として強力なインパクトを有している。1991年に国の重要伝統的建造物群保存地区に指定されて、建物の修復保全等の景観整備がなされる一方、1996年に開催された「ジャパンエキスポ佐賀'96世界の炎博覧会」を契機に周年観光への関心が高まり、商店主等で「べんじゃらまつり実行委員会」が結成され、秋の「有田陶磁器まつり」や春の「有田雛の焼物まつり」が新たに育ってきている。



町屋レストラン(小路庵)

「もてなしの場づくり」は、伝統的建造物群に代表される内山地区の地域資源を観光資源として総合的に利活用する取組みで、西有田地区から供給される食と文化を有田の器の文化とコラボレーションして通年レストランや喫茶店を開設・展開するとともに、空き家・空き店舗を活用して、街なかの回遊性を図るなど、有田ならではのもてなしの場づくりを行い、周年観光化に弾みをつけることを目指している。

①伝統的建造物群である町屋を活用したレストラン・喫茶店の展開

有田町まちづくり女性懇話会が中心となり、食生活改善推進協議会、JA、教育委員会等

の支援を得て、町屋「小路庵」(しゅうじあん)を活用して通年レストランを秋の「陶磁器まつり」と早春の「有田雛のやきものまつり」の期間中に開設し、こだわりの器を使って、地産地消型料理(有田の歳時料理)を提供するとともに、料理と器の組み合わせに関するアンケート調査を実施するなど、事業化の可能性が探られているほか、「赤絵座」では「こだわりのカレー皿」を使ってカレーが提供されている。これを受けて、2年目には小路庵の通年レストランに向けて、運営に当たる人材の育成と、建物の改修が行われている。



②空き家・空き店舗の実態調査と活性化プランの策定、テスト活用

HOPE研究会が中心になり、内山地区と西有田の岳地区について空き家・空き店舗調査が実施されるとともに、内山地区については、空き店舗についての「活性化プラン」が策定され、街なかの回遊性を確保するためのテスト活用がなされている。

③アンケートに基づいたこだわりの食器の開発

初年度に小路庵で実施された食と器の組み合わせに関するアンケート結果をもとに、佐賀県陶磁器工業協同組合が実施主体となり、初期伊万里、明治・大正期、現代の三つの時期の特徴的な絵柄で、マグカップとプレートのデザイン、製作(6アイテム、40セット)が行われ、首都圏を対象に全国展開できる店舗での使用を予定している。



(3) 通年観光体制の整備

「食」に象徴される農的な交流型観光と「器」に象徴される窯業に関する交流型観光とを結びつけ、年間を通じて観光客を呼び込む体制づくりがここでの課題である。

①有田町の各種歳時・祭りの情報発信による交流機会の拡大

有田町商工会議所が中心になり、早春の「有田雛のやきものまつり」、初夏の「有田陶器市」、秋の「陶磁器まつり」、「棚田の収穫祭」、「十八夜」などの各種歳時についての情報をPRパンフレットやポスター等を作成して配布しているほか、今回の取組みでは、秋の有田陶磁器まつり期間中にNBCラジオが臨時のサテライトを小路庵に設けて情報発信したり、旅の情報誌『じゃらん』(09年3月号)で有田の特集を企画したり、首都圏ユーザー向けの新宿京王プラザホテルでの企画展と記者発表、ホームページ「ありたさんぽ」(後述)を構築するなど、有田での交流機会の拡大に向けて多様な情報発信の取り組みが行われている。



韓国人観光客聞取調査

②観光客の滞在時間の拡大

旅行社が企画するパックツアーに象徴される駆け足型の観光が増えるなかで、観光客の滞在時間の拡大は観光産業にとってどこでも大きな課題であり、有田町でも新たな魅力の創出を中心にさまざまな取組みが始まっているが、有田町の特殊な事情として韓国人観光客の問題がある。有田町の陶山神社は、豊臣秀吉の朝鮮出兵の際に朝鮮半島から連れてこられた陶工の一人、李参平が有田焼の陶祖として祭られていることから、近年、韓国からのバスツアー客が増えてきているが、神社の見学だけで焼物屋街を通過している状況にある。このようなことから、初年度に韓国人観光客に対してアンケート調査を実施し、ニーズの掘り起しが行われている。

③受入れ体制の整備

有田町にはホテルや旅館等の宿泊施設がなく、滞在型の観光開発には難点がある。このため、べんじゃらまつり実行委員会のメンバーを中心に内山の空き店舗を民宿として活用する取組みが始められるとともに、佐世保のハウステンボスとのタイアップによるツアーメニューの開発が行われている。また、観光客にゆっくり有田を堪能してもらうために、有田町内の各通りの見どころ、食事処等、各通りの特徴を仔細に紹介した裏路地にスポットをあてた観光ルートマップ「やきもの「散策マップ」」(A5、冊子型、11000部)が作られ、2年目の「有田雛のやきものまつり」から観光客に配布されている。



(4) トータルブランディングと国内外へのマーケティング

「食」と「器」に象徴される有田町の交流型観光をトータルとしてブランド化し国内外に情報を発信する取り組みである。

① 食と器をテーマにした画像発信整備

新「有田ブランド」の確立と認知度アップを図るために、東京佐賀会議が中心になって有田町の観光・地域と人々を魅力的に紹介するホームページ「ありたさんぽ」(<http://www.arita.jp>)が開設されている。日本語版のほかに、英語版やハングル版も作られ、外国人観光客に向けた情報発信もなされている。

また、アクティブなOLや富裕層、ゆとり世代等の首都圏のユーザーをターゲットに、有田の美を発見する「有田ツアー(11月2～3日)」を企画・実施するとともに、HPに「有田を旅する」コー

ナーを開設し、陶芸体験や風景、食の魅力等が動画で発信されるなど、カスタマイズした各種マーケティング、プロモーションが実施されている。

②首都圏でのアンテナショップ、情報拠点の整備

開発されたこだわりの食器を首都圏の飲食店等で試験的に使用してもらい、販売につなげる仕組みを作るために、「東京さが会議」が実施主体となり、開発されたマグカップとプレートを、スターバックスの銀座マロニエ通り店で使用実験を行うとともに、有田焼のパネル展や展示を行っている。

(5) 持続的な推進体制の整備

食と器による地域づくりの取組みを持続的に推進していくために、2年目の事業として追加された事業である。

冒頭で述べた様に、「『食』と『器』による地域づくり」の当該事業は、合併直後の2007年に策定された『有田町地域活性化プラン「食と器」』をベースとしており、実行委員会組織の「有田町地域活性化協議会」も、活性化プラン策定に参加したメンバーである、ゆうきの会、あじさい村、べんじゃらまつり実行委員会、有田まちづくり女性懇話会、HOPE研究会等、を核にして、2008年から新たに、東京さが会議や国立大学法人佐賀大学、佐賀県窯業高等学校、有田工業高校、各種研究教育機関等が加わり、23団体(農業関係4、窯業関係4、NPO5、住民組織4、学校3、行政3)で構成されている。

これまでの4つに大別された各取組みは既述の通り、これらの参加団体の連携・協力のもとで実施されてきており、年4回の全体会議の他に個別の事業を推進するためのグループ会議等が開かれるとともに、事業全体の調整・推進役の事務局を有田町役場の企画商工観光課が担ってきた。

国の「地方の元気再生事業」としての認定を受けた「『食』と『器』による地域づくり」事業終了後も、『活性化プラン』に基づき、当該事業を継続していくために、活性化協議会では組織としての継続が確認されるとともに、事業の究極の目標である通年観光の推進核として、有田観光情報センターが21年7月に設立されている。

4. 地域資源を活かした地域活性化

以上、新生有田町における「『食』と『器』の地域づくり」の取組みの概要を紹介してきたが、ここでは、この有田町の取組みが大テーマ「地域資源を活かした地域活性化」に即してどのような意義を有しているのかについて触れて、纏めたい。

(1) 有田町の実組みの先進性

有田町の実組みで先ず注目されるのは、合併というホットな時機を捉えて、異なる産業基盤を有する旧町が一体となって新たに発展する為適切な課題設定がなされていることである。

平成の大合併により佐賀県内に48あった自治体が20(10市10町)になった。合併というホットな時機に新生の各自治体では、合併に向けての合意(申し合わせ)をもとに新たなまちづくりが構想され、一体となったまちづくりに向けた取り組みがスタートするのが通例である。このホットな時機に、有田町では『有田町地域活性化プラン』『食と器』がいち早く作り、その具体策として計画した『食』と『器』の地域づくり事業が、国の『地方の元気再生事業』に採択されるという、二重の機会を上手く捉えて具体化に向けた一歩を踏み出している。勿論、合併した自治体が全て申請し、申請した事業が全て採択されたわけではない。佐賀県では20市町のうち、有田町と唐津市の2つか採択されていない。

また、設定された課題について言えば、西有田の棚田米に象徴された農業と有田の器に象徴された窯業はまさに地域固有の資源(棚田と陶石)に依存しており、永い時空を経て交流型社会への移行するなかで、これらの地域産業自体が交流型観光の地域資源と新たな価値を有していることを的確に捉え、しかも両者をコラボレーションさせた観光開発を提起しているのは、まさに時機を得た適切な選択だったといえる。

次に注目したいのは、行政と市民との協働により事業が計画され推進されていることである。一般に、交流型社会における観光開発は冒頭で述べた三つの経済(コミュニティの経済としての現物経済、家族農業やNPO等の経済としての非営利的な市場経済、商工業の企業経済に対応した資本主義経済)のそれぞれにおいて三つの交流の場(流通の場、生産の場、生活の場)が可能である。三層の経済の三つの場での交流を考え、その有機的な結合、総合化を考えると、その担い手も窯業関係者や農家だけでなく、市民組織や地域住民組織、大学や行政等、多様な担い手が必要になってくる。個別バラバラに孤立している地域の人的資源を繋ぎ社会関係資本として活用することが交流型社会の観光開発には不可欠になってくる。

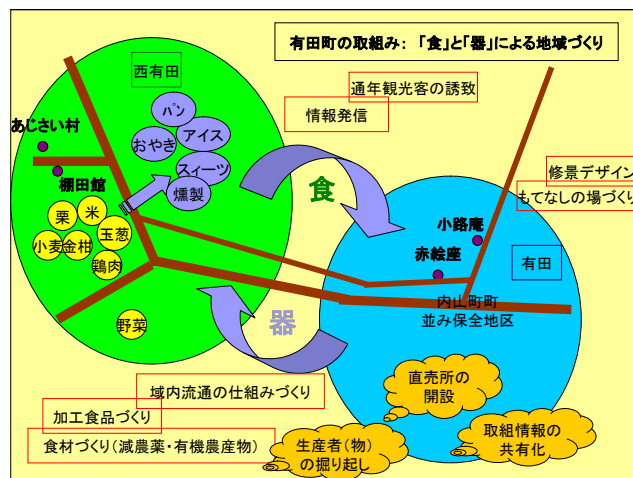
有田町の『食』と『器』の地域づくり事業は、『活性化プラン』策定段階から行政と市民組織等との協働がなされるとともに、申請を契機に佐賀大学や有田窯業大学、有田工業高校をも含めた、産官学民による協議会が組織され、市民組織を中心に具体的な事業の実組みが行われている。官としての役場は全体をコーディネートし、他の実行部隊組織の連携・調整役に徹するとともに、小路庵での女性まちづくり懇話会の食と器のおもてなしや、べんじやらまつり実行委員会による秋の有田陶磁器まつりと春の有田雛のやきものまつりの2大イベントづくりなど、市民グループやNPOはボランティア(おもてなし)や非営利的な市場経済ベースで地道な交流の場作りを行い、大学や研究機関等は調査研究や商品開発等で側面から支援する、これらの取り組みを背景にして、こだわりの有田焼(窯元、商社)や食材の販売(農業団体)、宿泊(旅館、ホテル業)、観光業といった営利企業ベースの事業が開花するという構図を、そこにみとることができ

る。これらの重層的な交流による観光開発の努力が初夏の有田陶器市(100万人)以外にも、「秋の有田陶磁器まつり」(12万人)、春の「有田 雛のやきものまつり」(2,2万人)が定着し、観光客が殖えるなど、周年観光化に向けての体制の整備に結果していると思われる。

第3に注目したいのは、旧西有田町での有機農産物の生産による旧有田町への供給が、この事業の基礎部分に含まれており、地域内循環型経済社会づくりを視野に入れていることである。有機農産物の生産については、ゆうきの会など一部の生産者に留まっており、生産が広がるには時間がかかると思われるが、減農薬・減化学肥料の環境保全型農業については農家の家庭菜園をふくめて一定程度の広がりがあり、農産物直売所を介して地域内に流通している。

西有田に偏っている直売所を有田地区にシフトさせることも予定されている。

今一つ、地域内循環について指摘しておかなければならないのは、これは以前からのことではあるが、西有田の兼業農家の就業先として有田の窯業が大きな割合を占めているということがある。労働力の循環という点では合併の遥か以前から二つの旧町は繋がっていたといえることができる。



(2) 課題と展望

この2年間の取組みのなかで柱とされてきた5つの取組み、「もてなしの食材づくり」、「もてなしの場づくり」、「有田通年観光体制の整備」、「有田トータルブタンディングと国内外へのマーケティング」、「推進体制の整備」を中心に、2010年度以降も当該事業が展開されていく必要があるが、以下のこの間の取組みの実績からその条件は整ってきているといえる。それは、①岳地区の「あじさい村」を中心に新たに計画されている農業・農村との交流施設を核に近隣の都市住民を対象にした交流型の農業の展開が展望されること、②旧有田町の内山地区では重要伝統的建造物群保存地区に指定された町屋を拠点に、西有田の「食」と有田の「器」をコラボした「小路庵」の通年レストラン化を手始めに、空き店舗の活用による回遊性のあるもてなしの場づくりが進んでいること、③初夏の有田陶器市以外に、秋の有田陶磁器まつり、春の有田雛のやきものまつりが定着し、有田の各種歳時や収穫祭等の情報発信や、裏路地にスポットを当てた観光ルートマップ作りなど、通年観光に向けた取り組みが進んでいること、④ホームページ「あきた散歩」が世界に向けて情報を発信していること、最後に、⑤有田町地域活性化協議会が組織として定着するとともに新たに有田観光情報センターが設立されたことで当該事業が目指す、食と器のコラボによる交流型観光を核にした地域づくりの推進体制が整ったこと、である。

とはいうものの、これらの取組みは何れも始まったばかりであり、今後も持続的に展開されていくことが必要不可欠であるが、その為には何よりも、推進エンジンとしての有田町地域活性化協議会がキチンと機能することが重要であるように思われる。

参考文献

有田町地域活性化プラン策定委員会「有田町地域活性化プラン『食と器』」2007年

有田町『有田町総合計画書』2008年

有田町地域活性化協議会『平成20年度地方の元気再生事業：「食」と「器」の地域づくり事業報告書』2009年3月.

有田町地域活性化協議会『平成21年度地方の元気再生事業：「食」と「器」の地域づくり事業報告書』2010年3月.

ホームページ「ありた散歩」(<http://www.arita.jp>)

연구논문

地域資源としての「移出・輸出産業」強化による
地域活性化への取組み

(株)長崎経済研究所 調査研究部長

中村 政博

地域資源としての「移出・輸出産業」強化による 地域活性化への取組み

(株)長崎経済研究所 調査研究部長
中村 政博

【 要 旨 】

長崎県では県都・長崎市でも人口減少が著しく、2005年の45.5万人から2030年には35万人を割り込む水準まで減少し、高齢化も進む(長崎経済研究所、2007年推計)とみられ、地域経済衰退の危機にある。地域の経営者組織、長崎経済同友会では、こうした認識に立ち、如何に対応していくべきか、2007年度から組織として検討を始め、2008年度には「長崎における都市経営戦略」の策定にとりかかった。

ここでの考え方は、「県外・海外からお金(「外貨」)を稼ぎ、地域に効率よく循環させ地域経済の持続的発展を目指す」ことにより、地域の衰退に歯止めをかけようというもの。その観点から、地域経済の活性化に効果が大きいとみられる4つの移出・輸出(「外貨」獲得)産業すなわち「基幹製造業(造船・機械・電機)」「観光」「水産業」「大学(教育)」の活性化を通じて、地域経済および雇用の規模を維持していこうという方向性を「中間報告」で示した。

2009年度には、こうした認識に立って、長崎経済同友会が、長崎商工会議所、長崎県経営者協会、長崎青年会議所を巻き込み、経済4団体としての活動に広げるとともに、さらに長崎県、長崎市、長崎大学経済学部の協力を得て、産学官の連携による「都市経営戦略策定検討会」を発足させた。この検討会での議論・検討を経て、10年5月に「みんなでつくろう元気な長崎」をスローガンとした地域経済活性化策の提言をまとめた。

この提言では、地域全体(企業、市民、行政、大学等)に向けて、「危機感を共有し、地域の総合力で行動を」、「目標をもって衰退に歯止めを」、「活性化策のフォロー・推進体制の確立を」を掲げた。2020年度を目標に、4分野の活性化により雇用と産出額(売上)を増やすことで、雇用と所得を維持することを目指し、4分野46項目の具体的検討施策を挙げ、優先順位を付け取り組む。また、これまでの各種提言がなかなか成果に結びつかなかった反省を踏まえ、

地域活性化策をフォロー・推進する体制として、7団体による「長崎都市経営戦略推進会議」と、7団体トップによる「長崎サミット」を設置し推進力を高めるとしている。

2010年7月からは、提言を具体化する段階に入り、重点推進項目を設け、ワーキンググループで実施計画づくり、実践に取り組む。これからは、地域の経済団体・産業界と行政が連携するのは勿論、地域住民と危機感を共有して活動の輪を広げていかなければ地域経済の活性化は難しい。その意味でも、ひとつひとつ着実に目に見える形で具体的な成果を積み重ねていくことが重要であり、それがこの活動を地域全体の長期にわたる継続的な活性化活動に押し上げ、目標達成に向けた好循環をつくりだすことになる。

目 次

はじめに

1. 人口減少予測に危機感
2. 現状分析
3. 経済団体の連携と学・官の協力
4. 提言の策定
5. 動き出した経済活性化プロジェクト

おわりに

はじめに

1990年代以降、長期の経済停滞が続く我が国のなかでも、特に産業基盤の弱い地方の経済は疲弊が目立っている。経済的な疲弊は地域の雇用力の減少、人口流出につながり、人口減少・高齢化に拍車をかけている。このため、各地域ではこうした衰退傾向に歯止めをかけるべく、それぞれの地域資源を活かし、如何に地域経済を活性化させるかに知恵を絞っている。本稿では、長崎地域(長崎市と周辺1市2町)における取組みを、地方発の活性化プロジェクトのあり方の一つとして紹介したい。

1. 人口減少予測に危機感

長崎県、とりわけ県都・長崎市の衰退傾向に危機感を抱いたのが、地域の経営者の組織である長崎経済同友会である。

長崎市は人口減少が著しく、2005年の45.5万人から2030年には35万人を割り込む水準まで減少し、合わせて高齢化も進むという推計結果(長崎経済研究所、2007年推計)を受け、このままでは地域経済の衰退が避けられないとの認識に立ち、如何に対応していくべ

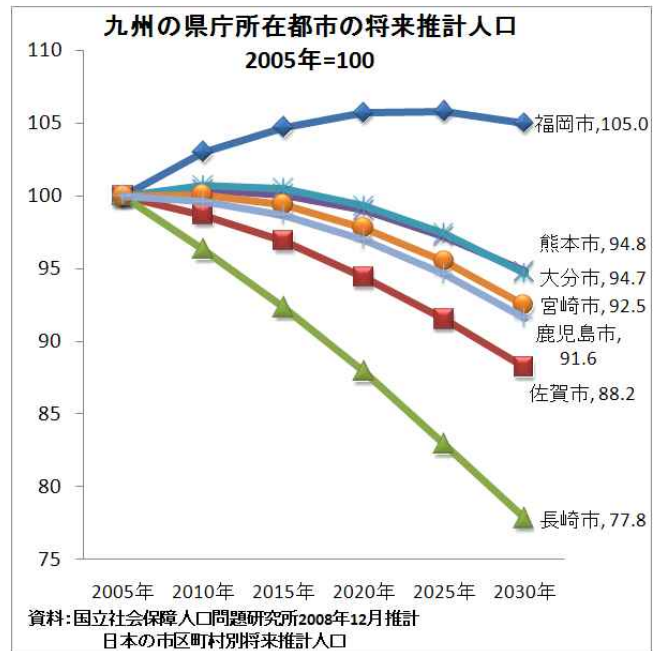


きか、2007年度から組織として検討することとなり、2008年度から正式に「長崎における都市経営戦略」の策定を行うこととなった。

2. 現状分析

2008年度に長崎経済同友会が行ったのは、長崎地域の現状分析である。

まず、長崎市の人口減少は、九州各県の県庁所在都市のなかでも特に大きく、2030年の将来人口推計で2005年比22%と最大の減少幅となる(国立社会保障人口問題研究所、2008年推計)こと、また、この要因が、出生率の低下以上に、雇用条件等地域の魅力低下による若年層を中心とした人口流出、なかでも県外の大学および企業への進学・就職が主たるものであることを示した。



また、この傾向に歯止めをかけるには、地域の主要産業活性化が必須であること、また中でも域内経済を動かすエンジンとも言えるべき移出・輸出産業(「外貨」獲得産業)の動向が肝要となることを打ち出した。これは、地域経済の発展には財・サービスの「輸出・移出」増を通じて地域の生産を増やし付加価値を生み出していくことが必要であり、市場を外に求める「輸出」産業の成長によって、域内産業の成長と生産性向上を促し、それによってさらに「輸出」競争力向上につなげていくという、好循環を作り出していくことが重要であるとの認識に立ったものである。

そこで、地域の移出・輸出産業としての役割を果たしているものを、「基幹製造業」(造船・機械・電機)、「観光」、「水産業」、「大学(教育)」の4つであることを示し、その地域における産出額、雇用数、雇用者所得、納税額などを推計(長崎地域における2007年シェア: 産出額25%、雇用数16%、雇用者所得18%、等)して存在感の大きさを明らかにし、その強化が今後の地域経済活性化にとって不可欠であるとした。2009年5月には「長崎における都市経営戦略 中間報告－地域経済の現状分析－」として報告をまとめた。

3. 経済団体の連携と学・官の協力

経済同友会では、地域経済活性化の方策の策定と実行には地域全体での連携が不可欠と

の認識から、2009年度にはこの中間報告をベースに、他の3つの経済団体(長崎商工会議所、長崎県経営者協会、長崎青年会議所)に呼びかけ経済4団体での地域経済活性化策の策定を提唱し了承を取り付けた上で、さらに長崎県、長崎市および長崎大学(経済学部)の協力を得て、「都市経営戦略策定検討会」を09年8月に発足させた。

検討会では、7団体50名以上のメンバーが、全体会、基幹製造業、観光、水産業、大学(教育)の4つの分科会などにおいて、延べ20回以上の会合を重ねた。ヒアリング・意見交換、視察、討議など通じて現状把握、課題抽出、対応策の検討、絞り込み、定量目標の設定などを行い、10年5月末に、提言「みんなでつくろう元気な長崎」として公表した。

4. 提言の策定

公表した提言は、移出・輸出産業(基幹製造業、観光、水産業、大学)を強化して地域全体の活性化を進め、2020年を目標年次に、雇用の維持と一人あたりGDPの水準維持という楽観論を排した目標を目指すものである。以下では、その概要を紹介する。

(1) 基本的考え方

都市経営戦略策定検討会においては、①地域全体のためになること、②外貨を稼ぎ、それを地域にいかに効率よく循環させるかを考えること、③付加価値の増大により、地域経済の持続的発展を目指すこと、④地域全体に長崎地域の厳しい現状を分かりやすく示すこと、⑤経済団体として継続的に活動できるよう仕組み作りをすること、の5つを基本的考え方とした。

こうした点を踏まえて、参加各団体が地域経済の活性化に効果が大きいとみられる4つの分野、すなわち主な移出・輸出産業分野である「基幹製造業」、「観光」、「水産業」「教育(大学)」の振興について、共通のテーブルで議論し課題を抽出したうえで、地域経済活性化に向けた問題提起、提言・要望をとりまとめることとした。

また、その結果を市民・関係業界・行政等に対して共同で提言・要望するとともに、地域の合意形成に向けて広くアピールし、地域を挙げた連携を進め、さらにその実現に向けて、継続的にフォローしていく体制づくりも行うことで、将来にわたって地域経済・社会の発展につながる活動を展開し、ひいては長崎県全体の発展を目指していくこととした。

(2) 衰退傾向にある地域経済の現況と要因

長崎地域(長崎市および周辺の2市2町)は経済停滞が続いており、人口減少に伴い将来、危機的な経済状況に陥る懸念がある。1997～2007年度の平均成長率(名目)をみると、 $\Delta 0.26\%$ 、単純平均では $\Delta 0.51\%$ と、マイナス成長となっており、これは行政をはじめとして、いろいろな地域活性化策が講じられているものの十分な成果を上げるに至っていないことを示している。

今後、人口減少(少子・高齢化)によって地域経済で大きなウエイトを占める個人消費(民間最終消費支出、07年度55%)が縮小するとみられることから、地域経済の両輪である県内需要と県外・海外需要のうち県内需要が縮小することは避けられない。

その一方で、地域の雇用を確保し活力を維持していくうえで重要な県外・海外(とくにアジア)の需要の取込み(移出・輸出)が不足しているのが実情である。



(3) 2020年の地域経済の想定

衰退トレンドにある長崎地域経済がこのまま推移すればどのような状況となるのか。そこで、2020年の姿を想定することとした。過去10年の年平均成長率がマイナス($\Delta 0.26\%$)であり今後も厳しい経済環境のなかで人口減少も加速することから、2010年代の全国の潜在成長率(実質)1%に対し、長崎地域は $\Delta 0.5\%$ を見込み、また、就業者数も年率 $\Delta 0.5\%$ を見込んだ。この間の長崎地域の人口は、2000～10年の年平均伸び率 $\Delta 0.42\%$ が、10～20年では $\Delta 0.67\%$ へと減少幅が拡大すると見込まれる(長崎経済研究所推計)。

これをもとに推計すると、長崎地域の経済規模は、2007年度の産出額3.9兆円、就業者数303千人から2020年度には3.5兆円、288千人へと、産出額で4千億円(10%)、就業者数で16千人(5%)減少する。この間、人口は663千人から601千人へと62千人減少する。

産出額をもとに人口1人あたりGDP(域内総生産、名目)を求めると、2007年度の326万円から2020年度には314万円へと低下する。

(4) 提言「みんなでつくろう元気な長崎」

こうした衰退トレンドに歯止めをかけるべく、提言では、地域(企業、市民、行政、大学等)に対して、以下の点を訴えることとした。

① 危機感を共有し、地域の総合力で行動を

地域への広報を通じて長崎地域の厳しい経済状況と将来に対する危機感の共有を図るとともに、その打開に向けて経済団体、行政、大学、そして市民が幅広く連携し、地域一丸となって行動する。

② 目標をもって衰退に歯止めを

長崎地域の衰退傾向に歯止めをかけるべく、定量目標を設定し推進する。なかでも地域経済活性化に効果大きいとみられる4分野(移出・輸出産業)に各々定量目標と重点推進施策を設定し推進する。

③ 活性化策のフォロー・推進体制の確立を

地域活性化策をフォロー・推進する体制として、「長崎都市経営戦略推進会議」、「長崎サミット(長崎都市経営戦略トップ懇談会)」を設置する。

○長崎地域での取組みが県下他地域にも広がり、県全体の発展につながるよう期待する。

(5) 定量目標と重点推進施策の設定

① 定量目標

長崎地域の経済活性化策を推進するにあたっては、地域における雇用と一人あたりの所得の維持を目指し、各分野に2020年度に向けた定量目標を設定した。

【基幹製造業】

- ・基幹製造業本体の生産5,160億円の維持、地元企業の受注率の10%ポイント引上げ

【観光】

- ・長崎市の観光客556万人を700万人に、宿泊客246万人を350万人へ引上げ
- ・長崎地域の観光消費額を、宿泊客増と消費単価2割アップで865億円から1,300億円へ

【水産業】

- ・活性化の可能性が高い練り製品(かまぼこ)の生産販売額を60億円から120億円へ

【教育(大学)】

- ・留学生の増員等により、現状から学生2割(3,000人)、教職員1割(300人)を増強(大学支出および学生・教職員消費支出を587億円から632億円へ)

② 重点推進施策

各分野では、目標達成に向けて、重点推進項目を設定した。

【基幹製造業】

基幹製造業は、厳しい受注競争にあり、輸出採算悪化していること、地元企業の受注率は4割強にとどまっていること、海外展開の動きが急であることに対応し、次の点を掲げた。

- ・基幹製造業本体と地域中小製造業を含む製造業全体の受注力向上につながる事業環

境整備・強化のための助成制度や優遇措置等支援の更なる強化と重点化

- ・産・学・官一体となった強力な企業誘致活動体制の構築

【観光】

観光に関しては、観光客数、宿泊客数、観光消費額いずれも低迷していることから、次の点を掲げた。

- ・観光の重要性に対する市民意識の醸成
- ・ターゲットの明確化と持続可能な誘客体制の充実
- ・新幹線の長崎延伸と長崎市中央部・臨海地域の都市再生計画実現への積極的支援
- ・観光の産業化をサポートする新組織の設立検討

【水産業】

水産業については、経営体・就業者数が減少傾向にあり、漁獲量、生産高も減少するなど厳しい環境にあり、さらに付加価値を高めるべき水産加工分野が脆弱であることから、次の点を掲げた。

- ・漁業基盤の維持・整備への支援
- ・市民・観光客へのPRと地産地消の推進
- ・県外(大都市)・海外への水産長崎のP R推進と販売力強化
- ・練り製品(かまぼこ)製造業の強化と付加価値向上

【教育(大学)】

大学分野では、定員割れの大学がみられるなど少子化により学生確保が難しくなっており、また、かつての学都・長崎の魅力が低下していることから、次の点を掲げた。

- ・学生の経済的支援制度の創設
- ・優秀な留学生の受入れ諸施策の充実
- ・産・学・官、地域社会の連携強化
- ・優秀な教授陣の確保に対する支援策強化

これらの重点推進策を具体化するための(具体的)検討策として、4分野46項目を挙げ、効果が大きいとみられるもの、緊急を要するものなどの観点から優先順位を付け取り組むことにした。

また、各分野の活性化推進にあたっては、各分野が相互に関連していることから、相互連携による相乗効果を最大限に高めていけるようにすることとした。

(6) 目標の効果

4分野それぞれの目標達成による効果を、産業連関分析による現状と2020年度の生産誘発額および就業誘発数の比較で示す。ここで示す生産誘発額・就業誘発数は、長崎県全体での効果ではなく、長崎地域に限定した。

① 現状の生産誘発額・就業誘発数

2000年長崎県産業連関表をもとに、産業連関分析すると、現状は以下の通り。

4分野合計では、産出額(生産誘発額)は9,138億円、就業誘発数60千人。

【基幹製造業】

基幹製造業本体の生産額5,160億円(2007年度)を最終需要とした長崎地域での生産誘発額は6,611億円、就業誘発数27千人。

【観光】

観光消費額865億円(2008年)を最終需要とした生産誘発額は1,156億円、就業誘発数14.6千人。

【水産業】

水産関連売上604億円(2007年度)を最終需要とした生産誘発額は771億円、就業誘発数8.8千人。

【教育(大学)】

大学・短大の支出および学生教職員(パート・非常勤含む)の消費支出587億円(2008年度)を最終需要とした生産誘発額は600億円、就業誘発数9.7千人。

② 2020年度の実産誘発額・就業誘発数

地域経済のトレンドに基づく2020年度の経済規模と産業構造を想定して2020年度産業連関表を推計したうえで、産業連関分析を行った。

4分野合計では、産出額(生産誘発額)は10,145億円、就業誘発数74.4千人。

【基幹製造業】

基幹製造業本体の生産額5,160億円を最終需要とした生産誘発額は6,912億円、就業誘発数28千人

【観光】

観光消費額1,340億円を最終需要とした生産誘発額は1,723億円、就業誘発数25.4千人

【水産業】

水産関連売上664億円を最終需要とした生産誘発額は856億円、就業誘発数10千人

【教育(大学)】

大学・短大の支出および学生教職員(パート・非常勤含む)の消費支出632億円を最終需要とした生産誘発額は654億円、就業誘発数11千人

③ 4分野の地域経済に対する押し上げ効果

現状と2020年度を比較すると、産出額(生産誘発額)では1,007億円、就業者数では14.3千人の増加であり、これが長崎地域の産出額と就業数を押し上げることになる。

トレンドでは2007年度から2020年度の間に、産出額で4千億円、就業者数で16千人減少する見込みであるが、4分野の活性化によって減少幅が3千億円および1.2千人に圧縮されることになる。この結果、1人あたりGDPは331万円となり、トレンドでは2007年度の326万円から20年度314万円に低下するところを現状の水準に維持できると想定した。



資料：都市経営戦略策定検討会

(7) 産・学・官による新しい組織(推進体制)の設置

地域活性化の諸施策を効果的且つ強力に推進するためには、迅速性、効率性が求められることから、長崎都市経営戦略推進会議を設置し、その施策推進活動をバックアップする長崎サミットを設置する。

推進会議は、長崎商工会議所、長崎経済同友会、長崎県経営者協会、長崎青年会議所

にアドバイザーとして長崎大学、オブザーバーとして長崎県、長崎市が加わり、7者で構成する。長崎サミットは、その7団体のトップが参加するものとし、推進活動をチェックするとともに、支援をしてもらう体制とした。

5. 動き出した経済活性化プロジェクト

提言公表から1カ月、都市経営戦略策定検討会から衣替えした長崎都市経営戦略推進会議が7月に発足し、7月末には構成7団体のトップが顔を揃えて第1回「長崎サミット」が開催され、長崎都市経営戦略推進プロジェクトへの基本認識や重点推進項目・推進方針が確認された。いよいよ7団体トップのバックアップのもと、具体的な活動を展開する段階に入ったのである。

今後は、以下のような当面の重点推進項目について、専門的知識や課題解決能力、実行力等の観点から人材を集めたワーキンググループを立ち上げ、アクションプログラム作りや具体的推進活動に取り組むこととしている。

◇基幹製造業関連の優れた技術の拠点化、地場関連中小企業を含む受注力向上につながる事業環境の整備・強化

①三菱長崎造船所における客船連続建造体制の確立支援と建造ドックの見学ルート設置
～基幹製造業の事業と連携した産業観光の再構築～

②企業技術情報集約による共同技術開発、共同受注も可能な体制の確立

◇観光立県・観光都市としてのインバウンド推進体制(ソフト・ハード)の徹底的充実～観光の産業化(外貨を稼ぐ仕組み作り)～2020年度観光客数700万人を目指して～

③官民連携した強力な観光産業づくり

④官民分担によるおもてなし運動の徹底推進

⑤東アジア等に焦点を当てた交流人口拡大

⑥まちづくり計画、緊急整備指定地域に対する活動推進

◇一次産業と二次・三次産業との連携による生産拡大～水産練り製品の生産販売額倍増へ～

⑦水産練り製品の生産規模拡大、ブランド化、販路拡大

◇優秀な学生の誘致(特に東アジア)～優秀な留学生3千人体制へ、産学官連携による留学生支援ネットワークの強化

⑧インターンシップ推進等による地域の魅力向上

⑨産学官連携による大学の優れた研究分野の世界的拠点化

終わりに

地元経済界の一部の「地域経済衰退への危機感」から生まれた活性化活動は、3年にわたる努力を経て、危機感の共有にある程度成功し、産・学・官を挙げた地域経済活性化プロジェクトとしてスタートラインに辿り着いた。しかし、具体的な活動に入ったこれからは、地域の経済団体・産業界と行政が連携するのは勿論、地域住民と危機感を共有して活動の輪を広げていかなければ地域経済の活性化は難しい。その意味でも、ひとつひとつ着実に目に見える形で具体的な成果を積み重ねていくことが重要であり、それがこの活動を地域全体の長期にわたる継続的な活性化活動に押し上げ、目標達成に向けた好循環をつくりだすことになろう。

【主要資料】

- 「長崎における都市経営戦略中間報告―地域経済の現状分析―」(2009年5月、長崎経済同友会)
- 「みんなでつくろう元気な長崎」(2010年5月、都市経営戦略策定検討会)
- 「長崎県内の将来人口推計(Ⅰ)2030年のすがた」(「ながさき経済」2007年8月号、長崎経済研究所)
- 「日本の市区町村別将来推計人口(平成20年12月推計)」(国立社会保障人口問題研究所)
- 長崎県統計課「2000年長崎県産業連関表」
- 「Economate IO 2005」エコノメトリクス研究会
- 「Economate長崎モデルの長期外挿シミュレーション：2030年における長崎経済」(長崎大学経済学部ディスカッションペーパー、吉岡真史、中村政博)

연구 논문

한일해협권 관광 네트워크 구축방안

경남발전연구원

김태영 책임연구원

한일해협권 관광 네트워크 구축방안

경남발전연구원

김 태 영 책임연구원

I. 서론

세계관광기구(UNWTO)의 「Tourism 2020 Vision」은 세계 관광시장이 연 평균 4.1% 성장하여 2020년 15억6천만 명으로 증가할 것으로 전망하고 있다. 또한 2020년 국제관광객수의 약 27%인 약 4억 2천만 명 정도가 아시아, 태평양 지역을 방문할 것으로 예측됨에 따라 아·태 국가들의 전략적 관광산업 육성과 관광객 유치경쟁이 더욱 심화될 것으로 전망하고 있다(문화관광부, 2007).

1990년대 들어서서 전 세계는 국경이 사라지고 지구촌이 하나의 공동체로 통합되는 세계화(globalization)가 이루어졌고, 전 세계가 더욱더 좁아지는 시공간 압축현상이 발생하면서 세계의 기업 간, 도시 간, 지역 간 그리고 국가 간 경쟁이 치열해지고 있으며, 경쟁에서 살아남기 위한 대안으로 주체간 협력이 모색되고 있다(권영섭, 2000). 이러한 세계화의 추이 속에서 경쟁의 주체 혹은 활동의 주체가 과거의 국가에서 지방으로 탈바꿈되고 있는데(안종윤, 1996), 특히 중앙정부의 기능 축소는 지방정부의 역할과 비중을 증대시키면서 지방경영시대의 도래를 초래하고 있다. 이러한 지방 경영시대의 도래는 관광부문에 있어서도 경쟁의 심화, 국제화, 경쟁주체의 다양화를 초래하여 지방정부의 국제관광협력을 불가피하게 만들었다(이연택·박기홍, 1997). 특히 국제관광협력은 인적, 경제적, 문화적 교류를 포함한다는 점에서 다른 어떠한 협력보다도 종합적이고 포괄적인 성격을 지닌다(김철용·이연택, 1996).

관광산업은 자원의 공유를 통한 선택의 폭 증대와 안정적 시장 확보가 가능하기 때문에 지역 간 협력이 가장 용이한 부문으로 손꼽히고 있다(권영섭, 2000). 오늘날의 많은 지역들이 지역경제정책의 초점을 관광산업의 부흥 및 활성화에 두고, 지역이나 도시 당국 간의 협력체계를 구축하고 있는데, 이러한 초국경적 협력은 EU가 선구자이다. 유럽에서 초국경적 발의체는 1987년 노르드 빠 드 갈레(Nors Pas de

Calais) 지역의회와 켄트(Kent) 시의회가 Joint Accord에 서명함으로써 공식적으로 탄생되었다. 그 외에도 웨일즈와 아일랜드는 미국과 관광시장 협력체계를 형성하고 있으며, 오스트리아의 독일 관광시장과 홍콩의 중국 관광시장 네트워크도 활발하다. 태국과 필리핀의 경우는 장거리 외래관광객 유치를 위해 두 국가를 연계하는 패키지 투어를 개발하고 유럽, 북미와 공동 시장협력체계를 구축하였다. 또한 홍콩의 경우 홍콩관광협회, 싱가포르 관광공사 그리고 태국 관광공사가 연대하여 공동 마케팅 및 홍보에 협력하고 있다.

이러한 국제교류협력이라는 패러다임 속에 한일해협 연안지역들도 ‘초광역 경제권’이라는 거대담론의 아젠다(agenda)를 공유하여 그 실행을 위한 적극적 행보를 시작하고 있다. 그러나 아직까지 현실적으로 관계가 활성화 되지 못하고 초보단계인 형식적 회의체의 수준에 머물러 있으며, 분권화의 수준이 아직 미흡한 한일 양국의 지방정부간 국제교류협력은 양적, 질적으로 미진한 상태라 볼 수 있다(박재욱·류재현, 2009). 특히 지사회의와 실무회의를 중심으로 개최되는 ‘한일해협연안 시도현지사교류회’는 비정부부문 참여의 미흡, 제안표명 수준의 회의운영, 예산부족, 사업실행 추진력의 저하 등 문제점이 나타나고 있다. 이는 국제관광 교류협력에 대한 명확한 개념정립 및 관계설정 미흡도 주요원인으로 파악되고 있다.

네트워크는 사회의 다양한 행위자들이 상이한 역할과 이해를 가지고 상호 작용의 관계를 유지해가는 가운데 형성되는 관계적 형태 또는 구조로, 다자간에 더욱더 복잡적이고 쌍생적인 관계가 형성되면서 등장했다. 네트워크는 특정 공간 내에서 형성될 수도 있고, 각 도시 결절(Node)들을 연결하는 상위 네트워크로도 구축될 수 있다. 따라서 네트워크를 구축할 경우 공간적으로 집중하지 않고도 기능적으로 통합되고 협력될 수 있다. 그러나 지리적 집중과 인접성은 네트워킹을 더욱 용이하게 만들어준다(Koschatzky, 1997). 특정도시(지역, 국가)가 갖는 입지적 이점은 도시(지역, 국가)내 여타 지역들과의 관계만이 아니라 범세계적 수준의 네트워크 형성에 의해 더욱 경쟁력을 갖출 수 있을 것이다.

한일해협 연안지역들은 지리적으로 인접할 뿐 아니라 비슷한 문화와 전통, 역사성 및 관광자원성에서 상호보완성을 띠고 있어 체계적인 네트워크 구축 시 분출될 시너지 효과는 엄청날 것으로 기대된다. 그러므로 한일해협 연안 지역들은 행정적인 교류협력의 관계에서 벗어나 보다 다각적이고 능동적인 네트워크 구축의 필요성을 인식해야 하며, 또한 가시적 실천모델을 적극적으로 실행에 옮길 수 있도록 중앙정부, 지방정부, 기업, NGO, 지역주민에 이르기까지 다양한 행위자들의 참여를 독려해야 한다.

이에 본 연구는 교류협력 차원의 한일해협 연안지역들의 관계가 실행조직 차원으로 진보되기 위해 네트워크 관점에서 진단하고, 또한 세계관광시장에 효과적으로

대처하고 지역 관광산업의 육성 및 발전을 위한 유기적인 조직체로 발전될 수 있도록 네트워크 구축 방안을 제시하고자 한다.

II. 관광 네트워크 구성요소 도출

1. 교류, 협력, 네트워크 관계 고찰

협력이란 ‘어떤 목적을 위하여 함께 일하는 것’을 말하는데, 각 행위자의 행위는 어떤 목적을 지향하고 있으며, 이득 또는 보상을 제공한다는 가정을 내포하고 있다. 또, 상충적인 이익과 보완적인 이익이 혼합된 상황 속에서 발생하는 것으로 상호이익을 실현하기 위한 의도적인 정책조정을 의미한다(김혜정, 2008). 국가 간 협력은 국제경쟁, 분쟁 등과 대비된 개념으로 정치적인 국제관계에 대한 이론에서 파생하였으며, 정부 간 협력 또는 한 국가의 경계를 넘어서는 민간차원의 협력을 의미하는데(이강욱·이호선, 2008), 자본, 교역, 기술, 인력, 사회문화 등 국제사회에서 발생하는 다양한 형태의 교류를 총체적으로 지칭하고 있다(하영수, 2001). 국제교류란 인종, 종교, 언어, 체제, 이념 등의 차이를 초월하여 개인, 집단, 국가 등 다양한 주체들이 우호, 협력, 이해증진 및 공동이익 도모 등을 목적으로 상호간에 공식·비공식적으로 추진하는 대등한 협력관계를 말하며(박용래, 2007), 국제교류의 목적은 아래의 표 1과 같다.

(표 1) 국제교류의 목적

구분	목적
국제협력 인식제고	◦ 국제호름, 기준에 대한 이해, 세계시민으로서의 의식 개혁, 해외연수·견학·시찰 등을 통한 개방적 세계관 도모
행정선진화 및 역량제고	◦ 발전된 선진행정, 제도, 사례 벤치마킹 ◦ 쌍방향 상호협력 체제 구축 및 국제적 역량 강화
지역경제 활성화	◦ 지방경제와 지역산업을 자극하여 지역경제 활성화 도모 ◦ 외국기업 등 국내활동 지원 및 해외자본 유치
공동협력	◦ 국제적 공동 관심사(환경, 보건, 안전 등) 협의, 협력 ◦ 국가외교의 보완 및 지방차원 지역외교 증진
기타	◦ 지방인재와 지방교육연구기관의 육성지원 ◦ 지역정치 행정 등에 필요한 국제정보의 수집 등

자료) 한국지방자치단체국제화재단(2006), 2006 지방자치단체 국제교류 매뉴얼.

결론적으로 국제교류와 국제협력의 차이는 국제교류가 주로 문화적 활동이나 민간차원의 관계를 말하는 반면, 국제협력은 사업이나 활동에 초점을 둔 개념이며, 교류가 협력보다는 다소 포괄적인 의미에서 사용되는 경향이 있다. 하지만, 일반적으로 국제교류와 국제협력의 개념은 구분하지 않고 혼재하여 사용해 오고 있기 때문에(이강욱·이효선, 2008), 본 연구에서는 교류와 협력의 의미를 ‘교류협력’으로 통합하여 사용하고자 한다.

오늘날의 세계는 초국가적인 경제활동의 무대로, 정보·통신기술과 교통의 급속한 발달은 세계를 하나의 지구촌으로 축소시켰고, 인적·물적 교류와 정보의 교환이 활발해지면서 다국적, 초국적 기업의 출현과 더불어 국가 간에 상호 의존하는 경향이 늘어가고 있다(이은재, 1994). 다자간에 더욱더 복잡적이고 쌍생적인 관계가 형성되면서 이를 설명할 수 있는 새로운 패턴으로 네트워크가 등장했다고 볼 수 있다. 네트워크는 사회의 다양한 행위자들이 상이한 역할과 이해를 가지고 상호작용의 관계를 유지해 가는 가운데 형성되는 관계적 형태 또는 구조라 할 수 있다.

(표 2) 네트워크의 개념

연구자	개념
Knoke&Kuklinski(1982)	특정한 형태의 관계들로 연결된 행위자들의 집합
Axelsson(1994)	유대관계나 사회적인 관계를 통해 유연하게 연결된 조직, 둘 이상의 교환 관계로 연결된 관계의 집합
Lipnack&Stamp(1994)	가치, 관심 등을 공유한 자율적인 성원들의 망(網)
Juga(1996)	다양하게 연결된 조직들로 이루어진 집단
O'Toole(1997)	다수의 조직이나 당사자가 얹혀있는 관계를 포괄하는 상호의존의 구조
Jones et al.(1997)	선택적·지속적이며 구조화된 관계들로 연결된 둘 이상의 자율적인 경제 행위자들의 집합
김지희·안문석(2003)	정책과정과 관련 있는 다수 행위자들 간의 역동적 상호작용
황병상·강근복(2004)	복수의 정책행위자간에 형성되는 연계구조, 상호의존적 작용이 이루어지는 관계의 집합
류영아(2006)	다양한 행위자들이 참여와 상호작용을 묘사하는 일련의 관계

주) 논자 재정리.

네트워크 분석은 관계를 형성하는 원인, 분석단위가 개별 행위자이든 조직이든 또는 보다 더 포괄적인 지역이나 국가와 같은 단위이든 간에 그들 사이에서 형성된 관계 자체로부터 분석을 시작한다(이우권, 1995). 그러므로 네트워크 분석의 기본요소는 바로 사회적 구성요소 혹은 분석단위들 간의 상호작용으로 발현된 ‘관계’가 되며, 관계들의 형태나 규칙적인 패턴으로서의 ‘구조’가 분석의 초점이 된다(김용학, 1992). 네트워크 특성은 구조적 특성과 기능적 특성으로도 구분되기도 하고,

사회적 지원과 관련된 학자들의 다양한 견해를 통합하여 구조적, 상호작용적, 기능적 특성으로 구분하기도 한다.

네트워크의 상호작용적 특성이란 개인 간의 상호작용을 이해하는 것으로 행위자 간의 관계나 교환 등에 초점을 둔다. 상호작용적 특성을 나타내는 변수로는 행위자들 간의 관계내용, 상호호혜성, 상호작용의 빈도, 네트워크의 내구성 등이 사용된다. 구조적 특성은 행위자들 간의 관계와 이들 관계들 간의 연계로 나타나는 전체적인 네트워크 양상을 보는 것으로, 구조는 고정된 것이 아니라 행위자들 간의 네트워크 형성과정에서 부수되는 결과물로 행위자들의 관계변화에 따라 얼마든지 변화할 수 있다고 본다(권장원, 1999). 구조적 특성을 나타내는 변수는 행위자들 간의 연계방향성, 행위자들 간의 근접성, 네트워크의 확장 정도 등이 사용된다. 마지막으로 기능적 특성은 네트워크가 구성원들에게 어떤 역할을 하는가의 문제로, 이때 네트워크는 여러 가지 기능을 수행하는 의사소통의 통로가 되며, 참여한 행위자들의 필요, 의도, 자원, 전략에 의존하게 된다(Waarden, 1992). 기능적 특성을 나타내는 변수는 네트워크의 기여 내용이나 구성원 상호간 지원의 충분성 정도가 사용되기도 하며(김희연, 2002), 목적 기여도 혹은 성과 만족도가 사용되기도 한다(한국교육개발원, 2005).

(표 3) 네트워크의 특성 변수 및 내용

구분		내용
상호 작용적 특성	행위자들 간의 관계내용	◦ 전달되는 모든 인적, 물적, 정보 자원의 총칭 ◦ 구성원간 유대가 강할수록 더 많은 자원이 교류됨
	행위자들 간의 상호호혜성	◦ 구성원간 주고받는 자원의 정도로 자원의 이동횟수로 나타냄 ◦ 상호호혜성이 높을수록 지원 및 네트워크 지속성이 증가함
	상호작용의 빈도	◦ 행위자들 간의 접촉빈도 ◦ 잦은 접촉은 강력하고 지원적인 유대관계로 발전됨
	네트워크의 내구성	◦ 구성원과의 유대 정도로 지속기간을 통해 알 수 있음 ◦ 지속기간이 길수록 상호간의 유대는 안정적인
구조적 특성	행위자들 간의 연계방향성	◦ 자원의 이동이나 흐름을 의미 ◦ 자원의 흐름이 양방향인지 일방향인지를 파악함으로써 누가 접촉을 시도했는가를 알 수 있음
	행위자들 간의 근접성	◦ 심리적 거리 : 친밀성의 정도 ◦ 물리적 거리 : 두 행위자를 연결시키는데 거쳐야 하는 단계로, 단계가 짧을수록 자원 이동이 쉬움
	네트워크의 확장정도	◦ 한 사람이 네트워크 구성원과 접촉할 수 있는 용이성
기능적 특성	네트워크의 기여내용	◦ 네트워크의 역할 파악 ◦ 정서적, 수단적, 인식적 지원이 분석의 대상이 됨
	상호간 지원의 충분성	◦ 상호간에 제공된 지원의 충분성을 측정
	목적 기여도	◦ 네트워크의 목적을 달성하였는가를 측정
	성과 만족도	◦ 성과에 대해 구성원들이 느끼는 만족도 측정

자료) 논자 재정리 ; 김희연(2002), 지역사회복지의 네트워크 분석, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.

교류협력과 네트워크는 그 강도에서 약간의 차이가 있다. 교류협력은 네트워크보다 구속력이 적고 그 강도가 낮기 때문에 단순협력과 같은 저강도 교류협력은 구속력이 적기 때문에 서로에게 가시적 이익이 제시되지 않으면 지속되기 어렵다(권영섭, 2000). 교류협력체계는 근본적으로 회원국 간의 경제적 격차, 기술수준의 차이 등 국가 수준의 공동 협력주제를 발굴하는 데 한계가 있다. 따라서 협력의 내용이 단순하고 비경제적으로 치우칠 가능성이 있으며, 그 결과 실효성이 부족하고 적극적 참여가 이루어지지 않을 수 있다. 그리고 민간부문이나 지방정부가 직접적으로 참여할 수 있는 채널이 미흡하여 구체적인 성과를 얻기 힘든 측면도 있다. 또한 정기적으로 정해진 회의를 통해서만 협의가 이루어지므로 합의점에 도달하는데 장기간이 소요되는 경향을 보이며, 국제교류를 위한 법·제도적 정비, 전담조직 설치, 중앙 정부의 지원정도 등이 국가별로 상이하여, 공동사업의 발굴과 추진이 쉽지 않다(제주발전연구원, 2002).

지금까지의 교류협력은 정치, 경제적 수단을 중심으로 국가수준의 교류가 중심적 위치를 차지해왔다(박기홍, 1997). 그러나 현재 세계적 흐름은 과거보다 다각적, 다원적 교류가 요구되고 있어 이를 보완해 줄 수 있는 체계가 필요하다. 네트워크는 이러한 환경의 변화에 밀접하게 대응하여 유기적으로 변화하기 위해 생겨난 새로운 패턴이라 할 수 있으며, 행위자 간, 자원 간, 환경 간 등 관계를 맺는 모든 현상에 대해 더욱 밀접하고 진보된 상호작용이라 할 수 있다.

(표 4) 교류협력과 네트워크 비교

구분	교류협력	네트워크
다각·다원성	정치, 경제적 수단을 중심으로 국가수준의 교류가 중심으로 차지	국가, 지방, 도시, 민간, 단체 등 다양한 행위자들 간의 의사소통 통로
유연성	가시적 이익, 성과 등 관계의 실효성을 중요시 여기며 협력체계 구축	행위자 간, 자원 간, 환경 간 등 모든 현상과 밀접한 관계를 형성하면서 유기적으로 변화
자율성	개별적인 영역이나 조직의 자율성 일정 부분을 희생	느슨한 연계로 이루어져 있으며, 구성원들의 자발적, 자율적 참여와 공동 책임을 전제로 함

2. 관광교류협력의 선행연구

관광분야에서의 교류협력은 교류협력을 통해 제약된 자원을 상호 보완하여 활용하려는 입장이기도 하지만 교류협력을 통해 서로가 실질적인 이익을 확보하고자 하기 때문에 상호주의적이며, 상호의존적인 동등한 관계로 보아야 한다(이강욱·이효선, 2008). 국가 간 관광교류협력은 지역의 각 조직과 집단이 국경을 사이에 두

고 관광과 관련된 자원을 공유하여 상호이익을 강화하고 효율을 높이기 위한 노력을 말한다.

세계화, 지방화로 인해 교류협력의 중요성이 강조되고 있으며, 특히 관광 분야는 인적, 경제적, 문화적 교류를 모두 포함한다는 점에서 어떠한 교류 협력보다 종합적이고 포괄적이라 할 수 있다. 지금까지 국제관광교류협력에 관한 연구는 지리적으로 인접한 국가, 지방간의 교류협력을 중심으로 한 연구가 많으며, 교류협력 부문에 대한 다양한 견해들이 제시되고 있다.

박기홍(1997)은 지방정부간 국제관광협력 시 협력분야를 내용별로 구분 지었고, 제주발전연구원(2002)은 국제관광교류협력을 위한 활성화 방안을 제시하였다. 이강욱·이효선(2008)은 한·중·일 국제관광협력의 중요성을 강조하고 그에 대한 협력 방안을 제시하였으며, 김혜정(2008)은 한·중·일 관광협력 체계 구축을 위해 관광협력 분야별로 접근하였다. 전효재(2009)는 다지역 관광협력 네트워크 구축을 위해 정책적 지원체계가 필요하다고 하였다.

(표 5) 연구자별 관광교류협력 부문

연구자	내용
박기홍(1997)	정보기술협력, 인적교류협력, 상품개발협력, 투자개발협력
제주발전연구원 (2002)	조직 정비 및 기금 조성, 역외시장 대상 공동 마케팅 및 홍보 정보공유 및 조사연구 사업, 교육연수 사업, 기타 교류사업
이강욱·이효선 (2008)	이동의 편리성 및 안전·위기관리, 공동상품개발 및 마케팅 인력·교육·연구·정보, 지방자치단체 및 민간 교류 지속가능한 관광개발 협력
김혜정(2008)	관광제도·정책 협력, 관광 인프라 협력 관광자원 및 관광 상품 계획·개발 협력, 관광정보 교류협력
전효재(2009)	공동 협의체 구성, 기초자치단체간 협력 지역 간 협력 지침 마련, 지역관광상품 발굴 및 통합브랜드 구축 재정적 지원체계 마련, 유관기관(연구기관, 학계 및 지역전문가 등)과 상호 보완적 협력 강화, 인력 양성 시스템 지원

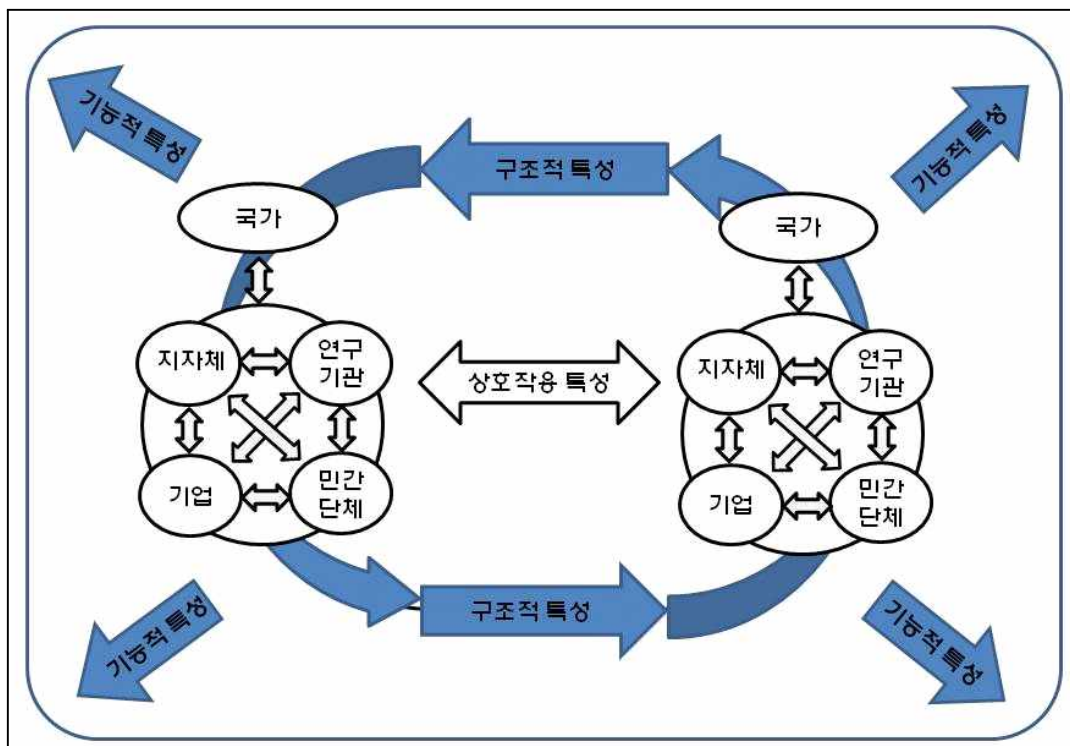
주) 논자 재정리.

본 연구는 네트워크 측면에서 관광 네트워크의 구성요소를 재설정하고 분석하고자 한다. 먼저, 관광 네트워크의 상호작용적 측면은 행위자(지역, 도·시, 국가 등)간 상호협력관계를 구축하고 관광자원 및 상품개발, 관광편의를 도모할 수 있는 시설 도입 등 네트워크의 궁극적 목표인 관광활성화를 위한 일련의 행위를 지칭한다. 구조적 측면은 상호간의 네트워크가 더욱더 긴밀하고 유기적인 관계로 발전할 수 있도록 지원하는 체계로 정보, 인적교류, 교통, 제도·정책과 안전 네트워크 등의 구축을 의미한다. 마지막으로 기능적 측면은 관광네트워크의 목적달성을 위해 네트워크의 지속·유지를 위

한 평가 및 점진적 기능 확장으로 평가 및 피드백 시스템을 구축하는 네트워크 평가와 지자체·민간·기업·연구기관 등 네트워크 확대, 기존 및 신규 관광시장의 지속적 확대·개척 등을 포함하는 네트워크 확장으로 나눌 수 있다.

(표 6) 관광 네트워크 구성요소

구분		구성요소
상호작용적 특성	자원 및 상품개발	관광자원개발, 관광(연계)상품개발, 공동홍보, 관광교역전(설명회) 개최, 관광자본투자 등
구조적 특성	정보 네트워크	관광DB구축, 관광협정(지침) 체결, 관광포럼·총회·세미나 개최, 정보·기술 교환 조사연구사업, 모니터링 등
	인적 교류 네트워크	관광객 교류, 유관기관(연구기관, 학계, 전문가 등) 교류, 관광인적자원 교류 등
	교통 네트워크	교통시설, 운송수단간 연계 등
	제도·정책 네트워크	국가 간 법적관계 완화, 제도적 지원, 발전기금 조성, 정부의 지원 등
	안전 네트워크	위기관리, 안전 확보 등
기능적 특성	네트워크 평가	평가 및 피드백시스템 구축
	네트워크 확장	지자체·민간·기업·연구기관 등 네트워크 확대 기존 및 신규 관광시장 확대 및 개척



(그림 1) 관광 네트워크 모형

Ⅲ. 한일해협 관광 현황

1. 한일 관광객 변화추이

한일 국교 정상화가 이루어진 1965년 이후 한일 관광시장 규모는 점진적으로 확대되어 왔다. 1986년 서울 아시안게임, 1988년 서울 올림픽 개최 등과 같은 국가적 이벤트는 방한 일본인 수요를 증대시켰고, 1989년 국내 해외여행 자유화 조치는 방일 수요를 크게 증가시켰다. 하지만, 1997년부터 2000년 사이에는 IMF 등 한국 경제위기로 인해 엔화가 강세를 보임에 따라 방한 일본인은 급증하고, 방일 한국인은 정체를 보였다.

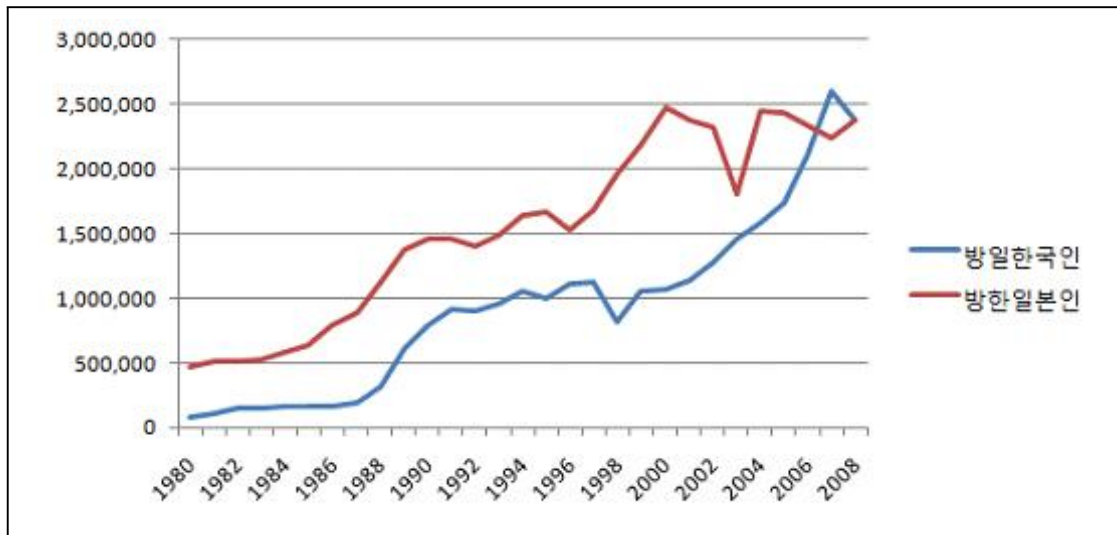
2000년대는 전쟁, 테러, 자연재해 등과 같은 국제적 정세불안과 경기후퇴, 엔화약세, 항공유류할증료 인상 등과 같은 경제위기 영향으로 방한 일본인 증감률 변동이 심하였으나, 2004년의 경우 한류열풍 및 동남아 쓰나미 발생에 따른 반사효과 등으로 전년대비 35.5%라는 높은 증가율을 나타내었다. 방일 한국인의 경우 2008년 중반까지 원화강세, 다양한 관광 상품 출시, 항공수송 능력 확대 등의 영향으로 지속적인 성장세를 유지해왔으나 2008년 국내 경기침체와 엔화대비 원화평가 절하 등의 영향으로 인해 하락세로 전환되었다. 2000년대는 전반적으로 방한 일본인은 정체하였으나 방일 한국인은 2.5배 급증한 것으로 분석되었다.

2008년 기준 한일 양자 간에 전체 관광발생 수요는 약 5백만 명 정도로 1980년대비 약 770% 정도 증가한 것으로 나타났다.

(표 7) 한일 관광객 변화추이

구분	방일 한국인(명)	증감률 (%)	방한 일본인(명)	증감률 (%)	구분	방일 한국인(명)	증감률 (%)	방한 일본인(명)	증감률 (%)
1980	78,349	1.5	468,415	-27.9	1995	1,000,190	-4.9	1,667,203	1.4
1981	110,455	41.0	506,819	8.2	1996	1,111,316	11.1	1,526,559	-8.4
1982	144,424	30.8	518,013	2.2	1997	1,126,573	1.4	1,676,434	9.8
1983	155,727	7.8	528,265	2.0	1998	822,358	-27.0	1,954,416	16.6
1984	160,828	3.3	576,448	9.1	1999	1,053,862	28.2	2,184,121	11.8
1985	166,523	3.5	638,941	10.8	2000	1,064,390	1.0	2,472,054	13.2
1986	160,880	-3.4	791,011	23.8	2001	1,133,971	6.5	2,377,321	-3.8
1987	195,918	21.8	893,596	13.0	2002	1,271,835	12.2	2,320,837	-2.4
1988	321,526	64.1	1,124,149	25.8	2003	1,459,333	14.7	1,802,542	-22.3
1989	605,673	88.4	1,379,523	22.7	2004	1,588,472	8.8	2,443,070	35.5
1990	789,581	30.4	1,460,291	5.9	2005	1,739,424	9.5	2,440,139	-0.1
1991	914,155	15.8	1,455,090	-0.4	2006	2,117,325	31.9	2,338,921	-4.1
1992	902,008	-1.3	1,398,604	-3.9	2007	2,600,801	22.8	2,235,963	-4.4
1993	956,407	6.0	1,492,069	6.7	2008	2,382,800	-8.4	2,378,102	6.4
1994	1,051,865	10.0	1,644,097	10.2					

자료) 이강욱 · 이성태(2009), 한 · 일 관광시장의 영향요인 분석 및 중 · 장기 전망.



(그림 2) 한일 관광객 변화추이

2. 한일해협 관광교류협력 현황

한일해협연안경제권의 형성은 급속히 진전되는 초국경화, 경제블록화 등 세계적인 환경변화추세에 따라 동북아 지역에서도 지역경제의 블록화 등 공동대처의 필요성이 점증되면서 성장잠재력이 풍부한 한일해협연안의 8개 시·도·현이 다자간의 특성을 결합한 상호보완적인 협력기반을 구축하게 되었다.

한일교류회의는 1990년 5월 한일 양국정상이 합의한 신한일관계의 구축이라는 의제의 한 방안으로서 그 발단이 이루어졌고, 1992년 제주도에서 한일 양국 7개 시·도·현지사(부산시, 전남, 경남, 제주도, 후쿠오카현, 사가현, 나가사키현)가 한자리에 모인 제1회 지사교류회의가 실현되면서 행정 레벨의 지역 간 국제 네트워크가 창립되었다. 1999년 야마구치현이 새로이 참석함으로써 8개 시·도·현으로 하는 제8회 지사교류회의가 개최되었으며, 매년 1회의 지사회와 2회의 실무회의가 양국에서 윤번으로 개최되고 있다. 제1회를 시작으로 2009년까지 지사회회의가 18회, 실무회의가 36회 개최되었으며, 그 주제로서 제15회까지는 주로 교류에 초점을 두었고, 제16회부터는 공동번영을 지향하고 있다(박재욱·류재현, 2009).

교류지사회회의는 매년 특정 주제에 대해 시·도·현별로 추진하고 있는 시책 및 개별 추진사업을 발표해오고 있으며, 공동교류사업은 지사회의 결과의 실행을 위해 실무를 담당하는 실무회의에서 채택되고 시행되는 사업으로 총 9개 분야의 공동교류사업을 추진해오고 있다. 9개 공동교류사업은 청소년 교류사업, 환경기술 교류사업, 수산관계 교류사업, 광역 관광 협의회 사업, 경제교류 촉진사업, 주민친선 이벤트 사업, 지역전통공예 교류사업, 연구기관 공동연구사업, 지역진흥 단체 교류 지원

사업 등이다.

아래의 표 8은 시·도·현 교류지사회 회기별 주요 내용 중 관광과 관련된 내용을 재정리한 것이다.

(표 8) 한일해협연안 시도현 교류지사회의 관광부문 회기별 주요 내용

회기	장소	관광관련 회의내용
제1회	제주도	◦ 청소년 교류확대(수학여행과 스포츠 교류 등)
제2회	사가현	◦ 청소년 교류사업 ◦ 관광네트워크 개발
제3회	부산시	◦ 한일 공동교류사업 제의
제5회	경상남도	◦ 전통공예 교류사업 추진
제6회	후쿠오카현	◦ 지역 전통공예교류사업의 적극 추진 ◦ 청소년교류사업의 확대
제8회	사가현	◦ 양 시도현의 각종 이벤트 사업 적극 지원
제9회	제주도	◦ 민간 아마추어 스포츠교류사업 실시 ◦ 8개 시·도·현 공동 광역 관광코스 개발사업 추진
제10회	야마구치현	◦ 지역전통공예교류사업의 연장, 광역관광교류사업의 충실 ◦ 여성·청소년의 교류
제11회	부산시	◦ 기존 교류사업 발전 ◦ 청소년 축구대회 개최 검토 ◦ 8개 시·도·현을 잇는 관광선의 운항
제12회	나가사키현	◦ 청소년 축구대회 개최 합의 ◦ 노(No)비자 추진 검토 ◦ 수학여행 및 자매결연을 통한 학교 간 교류추진
제13회	경상남도	◦ 주민친선이벤트 사업·청소년 교류사업 등 ◦ 노(No) 비자화 실현을 위한 공동 대처 ◦ 한일해협연안 관광심포지엄 개최 ◦ 민속예술단 교차 공연
제14회	후쿠오카현	◦ 주민친선이벤트 사업 ◦ 한일 만화페스티벌 개최 ◦ 영상을 활용한 광역관광 ◦ 비자 면제 실현노력 강화
제15회	전라남도	◦ 2012년 여수 세계 박람회 유치 공동선언 ◦ 2007년 여수 국제청소년 축제 참가 ◦ 2008년 랍사르총회의 협력 및 지원 ◦ 제주의 화산섬과 용암동굴의 유네스코 세계자연유산 등재 지원
제16회	사가현	◦ 한일해협권 영화제 개최 및 관련 영화 제작·유치 지원체계 구축
제17회	제주도	◦ 한일해협권 영화제 개최 : 2009년 사가현, 2010년 제주도 ◦ 8개 시·도·현 크루즈관광 활성화 방안 검토
제18회	야마구치현	◦ 각 지역이 개최하는 사업에 대한 적극 지지와 협력

주) 4회, 제7회 지사교류회의 경우 관광과 관련된 내용이 없어 제외하였음.

자료) 1. 이정석(2009), 경남도와 한일해협 연안 현(縣)간 국제교류협력을 통한 지역활성화 방안.

2. 한일해협 연안정보 네트워크 홈페이지(www.info.japan-korea-strait8.org).

IV. 한일해협 관광 네트워크 분석 결과

지사회의와 실무회의에서 채택된 공동교류사업 중 광역 관광 협의회사업의 진행 결과를 토대로 한일해협 관광 네트워크를 분석하였다. 한일해협연안 관광교류사업 현황자료는 경남도청의 내부자료, 한일해협 관련 논문, 기사, 문헌 등의 자료를 사용하였으며, 본 연구자가 선행연구를 통해 도출한 관광 네트워크의 구성요소를 근거로 정성적 분석을 시도하였다.

네트워크의 상호작용적 특성은 양자 간 관광활성화를 위해 행하는 상호협력으로 첫째, 관광 자원 및 상품개발 협력은 2000년대 초반에는 수학여행 코스 개발을 위한 상호간의 교류 협력이 중점적으로 이루어진 것으로 나타났으며, 후반부터는 신규시장으로 급부상한 크루즈 관광 상품 개발을 위한 팸투어가 이루어진 것으로 분석되었다. 둘째, 홍보협력으로는 1990년대 중반에는 관광홍보를 위한 단순 영상물이나 책자 등을 제작하여 발간한 반면, 2000년대에 접어들면서 국제관광을 위한 공동홍보관 운영, 전문적인 영상(영화)활용을 통해 다각적인 홍보활동이 이루어졌는데, 이는 방송·미디어 매체가 관광의 한 영역으로 자리매김한 것으로 해석된다. 그러나 전반적으로 자원 및 상품개발은 다소 일반적인 수준의 내용, 그리고 낮은 상호작용 빈도 등으로, 한일 해협이 지닌 지리적, 경제적, 문화적 등 다양한 측면에서 비교우위적인 자원을 적극 연계활용하지 못하여 한일 해협 특성을 극대화시키는데 한계가 있다고 판단된다. 그리고 관광설명회 등 홍보의 경우, 한일 해협지역 공동자원이나 연계가능한 상품의 홍보보다는 양 지역이 지닌 개별의 자원을 알리는 수준에 그쳐 세계관광시장을 대상으로 한 공동홍보 효과를 기대하기엔 어려울 것으로 판단된다.

네트워크의 구조적 특성은 양자 간 관광네트워크의 긴밀성 증진 및 유기적 관계로의 발전을 위한 지원체계로서, 첫째, 심포지엄, 포럼 등이 개최되었으나 관광자원, 실태, 수요 등 기본적인 정보제공 체계 방안을 마련하지 못하였다. 즉, 양 지역의 관광현황에 대한 공동 관광 DB 네트워크의 미 구축으로 연구자, 관광객, 사업자 등의 관광실태 및 정보 획득이 어렵고 정보 이용의 효율성이 떨어진다고 볼 수 있다. 둘째, 인적교류의 경우 배낭 여행객을 위한 상호교류 사업을 추진하였는데 이는 개별 여행객(FIT)의 증가에 따른 대응전략이라 해석된다. 또한 한일 양국의 청소년들을 국제화 시대에 맞는 인력으로 양성하기 위해 학교 교류, 문화체험, 홈스테이 등 청소년 교류 사업을 진행시켜 온 것으로 나타났다. 그리고 한일해협 지역의 지사회의, 실무회의 등의 협의체인 경우 민간(비정부부문)의 참여가 미흡하고, 정부부문 위주로 이루어지고 있어 전문적인 인적 네트워크가 활성화되지 않았다. 또한, 매년 1회 지사회의, 2회 실무회의 개최빈도는 공통과제에 대한 논의가 깊어

질 수 없고 합의점 도출에 오랜 시간이 걸려 사업의 추진력을 저하시킬 수 있다. 그리고 소극적으로 제안을 표명하는 수준에 머무르는 지사회의와, 실무회의는 비상임으로 구성되어 있어, 예산집행의 권한, 임시방편적 운영 등의 문제점이 제기되고 있다. 마지막으로 안전과 관련된 네트워크 역시 활성화되지 않은 것으로 나타났다. 특히 2000년대에 들어 전쟁, 테러, 자연재해 등과 같은 국제적 정세불안과 경기 후퇴, 엔화약세, 항공유류할증료 인상 등과 같은 경제위기 등의 영향으로 방한 일본인의 증감을 변동이 극심하였다는 점을 감안해볼 때, 안전·위기 대응전략을 위한 네트워크가 구축되어야 함을 알 수 있다.

네트워크의 기능적 특성은 관광네트워크의 목적 달성을 위해 네트워크의 지속·유지를 위한 평가 및 점진적 기능 확장으로, 먼저 네트워크 평가는 현재까지 이루어지지 않고 있다. 또한, 한일해협 관광네트워크는 한일 양국의 관광활성화를 목적으로 10여년 이상 관계를 유지해오고 있으나, ‘관광활성화’라는 표면적인 목적 외에 구체적인 목적이 제시되지 않아 목적달성을 위한 전략이 불분명하다. 또한 네트워크 밖 행위자(타 지자체, 민간, 기업, 국가 등)와의 교류협력이 이루어지지 않아 네트워크의 규모와 기능이 협소적이고 제한적이어서 신규시장의 개척, 새로운 수요의 창출이 어렵다.

한일 해협 관광 네트워크는 자립적으로 존재하는 8개 시·도·현을 지역적 차원의 도시 네트워크로 교류 협력함으로써 양국이 관광을 발판으로 한 발전적 관계로 진화하는 계기를 마련하였다는데 의의를 둘 수 있다. 자원의 공유를 통한 한일 관

(표 9) 한일 해협 관광 네트워크 분석

구분	내용	
상호작용적 측면	자원 및 상품개발	수학여행 상품개발, 크루즈 관광 상품 개발을 위한 회의 개최 및 팸투어 실시
	홍보	영상물·책자 발간, 공동 홍보관 운영, 영화 활용
구조적 측면	정보 네트워크	심포지엄, 포럼 개최
	인적교류 네트워크	한일해협 시도현 지사 및 실무회의, 청소년 교류(교환학생, 문화체험, 홈스테이 등), 배낭 여행객 상호교류, 여행사 교류 등
	교통 네트워크	8개 시도현을 잇는 관광선 운항
	제도·정책 네트워크	노(No) 비자 추진
	안전 네트워크	-
	네트워크 평가	-
기능적 측면	확장 네트워크	네트워크 행위자 확장(7개 시도현 → 8개 시도현)

광의 선택의 폭 증대와 안정적 내수시장 확보가 가능해졌기 때문에 지역 간 시너지 효과를 기대해볼 수 있다. 또한 한일 간에 자원, 시설, 인력 등을 공동으로 활용함으로써 투자의 중복을 방지하고, 예산의 효율성을 제고시킬 수 있다. 그러나 네트워크 지속기간 동안 교류협력의 내용이 한일 양국의 관광활성화를 위한 측면만을 고려하였기 때문에 세계관광 시장의 수요에는 능동적으로 대처하지는 못하였다고 볼 수 있다. 즉, 신규 관광시장의 창출에 대해 소극적 태도를 취하였으며, 이는 점점 더 블록화, 지역화 추세로 이동하고 있는 세계관광환경 변화에 효과적으로 대처하지 못해 국제관광 경쟁력 확보에 위협요인으로 작용할 가능성이 있다.

V. 결론

오늘날의 세계는 국경이 사라지고 지구촌이 하나의 공동체로 통합되는 세계화(globalization)가 이루어졌고, 전 세계가 시공간적으로 더욱더 좁아짐에 따라 기업 간, 도시 간, 지역 간, 국가 간 글로벌 경쟁이 치열해지고 있다. 이러한 세계화 추이 속에서 경쟁력을 갖추기 위해 주체 간 협력이 모색되고 있으며, 경쟁의 주체가 과거의 국가에서 지방으로 탈바꿈하고 있다.

국제환경의 변화는 관광부문에 있어서도 경쟁의 심화, 국제화, 경영주체의 다양화를 초래하였고, 지방정부의 국제관광협력을 불가피하게 만들었다. 오늘날의 많은 지역들이 지역경제정책의 초점을 관광산업의 부흥 및 활성화에 두고 지역이나 도시 당국 간의 교류협력체계를 구축하고 있으며, 이러한 국제 교류협력이라는 패러다임 속에 한일 해협 연안지역들도 ‘초광역경제권’이라는 아젠다(agenda)를 공유하여 그 실행을 위한 적극적 행보를 시작하였다. 그러나 현재까지 그 관계가 초보단계의 형식적 회의체 수준에 머물러 있으며, 양국의 관광교류협력은 양적, 질적으로 미진한 상태라 볼 수 있다.

본 연구는 교류협력 차원의 한일 해협 연안지역들의 관계가 더욱 긴밀하고 유기적인 체계로 진보되어 한일관광 내수시장을 견고하게 하고, 국제 관광시대에 경쟁력 있는 관광시장으로 자리매김하기 위한 한일해협 관광 네트워크 구축방안을 제시하고자 수행하였다.

먼저 교류협력과 네트워크의 관계 고찰을 통해 네트워크의 구축이 행위자(도시, 지역, 국가 등)간의 상호협력 관계를 더욱 밀접하게 하고, 조직의 탄력적 운영이 가능하여 환경의 변화를 보다 효과적으로 탐지하고 대처할 수 있다는 이론적 타당성을 마련하였다. 그리고 관광 네트워크가 갖추어야 할 구성요소를 네트워크의 특성 측면에서 재설정하였다.

한일 해협 관광 네트워크를 분석한 결과, 첫째, 한일 해협 연안지역은 지리적 근접성, 역사적·문화적·자원적 공통요소를 통해 한일 해협만의 독특성과 차별성을 갖출 수 있는 비교 우위적 자원이 많음에도 불구하고 낮은 상호작용 빈도 및 연계 활용 미흡 등으로 다소 표면적인 내용의 자원개발이 이루어진 것으로 나타났으며, 특히 홍보분야는 한일해협 연계관광상품의 홍보보다는 양 지역이 보유한 개별 자원 중심의 홍보가 추진되고 있는 것으로 분석되었다. 둘째, 관광자원, 실태, 수요 등 한일해협 공동 관광 DB 네트워크의 미 구축으로 정보이용의 효율성이 저하되고 있다. 셋째, 다양한 분야의 인적교류보다는 행정적 차원의 교류만이 이루어지고 있다. 한일 해협 연안지역의 지사회의, 실무회의 등의 협의체 구축은 양국이 관광을 발판으로 한 발전적 관계로 진화할 수 있는 계기를 마련한 점에 의의를 둘 수 있으나 회의 참여자의 제한성과 소극적인 태도, 낮은 회의 개최 빈도 등으로 인해 사업추진의 실효성과 계속성에 한계가 있을 수 있다. 넷째, 국제적 정세불안과 경제위기 등의 발생은 한일 관광수지에 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 그럼에도 불구하고 위기발생시 능동적으로 대처할 수 있는 안전 네트워크의 중요성에 대한 인식이 부족한 것으로 보인다. 마지막으로 네트워크 밖의 행위자와의 관계를 고려하지 않아 국제 수준의 네트워크로의 진보적인 발전이 이루어지지 않았다. 다섯째, 한일해협 관광네트워크 구축의 명확한 목적 미설정으로 사업의 실효성 확보에 한계를 보유하고 있다. 여섯째, 한일 양국에서만 관광홍보관을 운영한다던지, 지금까지 ‘대만’의 청소년 수학여행객 유치 노력이 전부인 것 등 관광시장 유치 확대 및 신규시장 개척 노력이 미비하였다. 일곱째, 목적 기여, 성과, 구성원 만족 등 네트워크 평가를 위한 매커니즘이 부재하여 사업추진의 계속성에 한계를 보유하고 있다.

현 시점에서 한일 해협 양 지역이 보유한 지리적, 자연적, 경제적 장점을 극대화시키고, 관광경쟁력을 제고하기 위해서 다음과 같은 관광 네트워크의 구축방안을 제시하고자 한다.

첫째, 한일해협 관광네트워크 목적, 목표 설정으로 사업의 실효성을 강화시켜야 한다. ‘양국 관광객 교류 증진을 통한 상호 문화이해 증진 및 지역경제를 활성화’ 혹은 ‘공동 자본투자, 자원 및 상품개발로 관광객 유치 확대 및 신규 관광시장 개척’ 등 한일해협 관광네트워크 구축의 구체적 목적 설정이 필요하고, 정량적 관광객 유치 목표를 설정하여 회의내용의 충실성 및 안건의 실행가능성을 증진시켜야 한다.

둘째, 공동 관광투자·개발 분야 및 규모를 확대해야 한다. 이를 위해서는 문화적 유사성, 역사적 상호연계성 등을 활용한 공동 관광투자 및 개발이 이루어져야 하며, ‘도자문화 등의 장인정신’, ‘불교문화 속의 다도 명상 등 자아수련’, ‘경남도·

제주시·사가현의 서북 불로장생자원', '해양문화(바다, 섬)가 만들어낸 독특한 삶의 양식' 등을 활용한 상품이 가능할 것이다. 이와 더불어, 슬로시티, 공정여행 등 자기치유·지역기반형 관광과 로봇, 신재생에너지 등 관광트렌드 변화에 대응한 공동투자 및 개발도 이루어져야 하겠다. 또한 한일해협이 지닌 관광자원, 상품 등에 대한 개별적 홍보의 차원에서 한일해협권을 하나의 관광권으로 인식할 수 있는 공동홍보의 노력에 박차를 가해야 할 것이다. 이러한 공동투자, 개발, 홍보 등의 노력은 궁극적으로는 지역관광 활성화를 통한 지역발전을 추구하고 국가 차원의 네트워크로 확대되어 세계관광시장에서 국가경쟁력을 확보할 수 있는 기반을 마련해줄 것으로 기대된다.

셋째, 관광정보 DB 네트워크 구축 및 유통경로의 다양화를 확보하여야 한다. 지금까지는 한일해협 지역의 정보교류는 관광포럼, 총회, 세미나 등을 통해 전문적 지식의 교류가 주를 이루고 있었다. 그러나 오늘날의 수요자는 능동적이고 적극적인 태도로 자신들이 원하는 정보를 취사선택하고 있기 때문에, 실시간으로 정보이용이 가능한 DB가 구축되어야 한다. 먼저, 지금 구축되어 있는 한일해협연안 정보 네트워크 홈페이지 활용도를 증진하여야 하며, 구체적으로는 네트워크 자료 업그레이드, 링크 등을 통한 관광자원, 실태, 수요 등 양국 관광정보 제공 등 DB환경을 개선하여야 할 것이다. 또한, IT산업의 활성화, 유무선 인터넷의 급성장, 통신·미디어 매체의 휴대 용이성, 스마트폰 등 디지털 매체 환경은 정보 이용의 시공간적인 한계를 극복하고, 즉각적인 커뮤니케이션이 가능한 환경을 마련해주었다. 즉, 정보유통의 경로가 과거에 비해 즉각적이고 양방향적인 형태로, 디지털 환경을 적극 활용한 정보접근경로를 구축할 필요가 있다.

넷째, 관광인적 네트워크 확대 및 관광안전위기 네트워크 구축이 필요하다. 먼저 다원화된 관광인적 네트워크 구축을 통해 한일해협 관광의 질을 향상시켜야 한다. 즉, 한일해협 관광개발을 위해 양 지역의 자원적 특성을 이해하고 활용하기 위해 정부와 민간, 기업, 시민, NGO, 문화단체 등 다양한 업계의 인적 교류가 점진적으로 확대되어야 한다. 또한, 다양한 전문가들로 구성된 사업단이나 TF팀 운영, 연구진 참여 등을 통해 사업내용의 전문성 제고, 구체적 실현방안 모색, 사업진행의 추진력을 확보할 수 있을 것이다. 다음으로는 안전·위기 네트워크로 이에 대한 중요성 인식 및 관리 환경이 조성되어야 한다. 환율변동이나 유가상승 등의 경제적 요인이 관광에 미치는 피해를 최소화 하고, 국제범죄, 자연재해 등의 위기에 민감하게 대응할 수 있도록 국제정세에 대한 끊임없는 모니터링 작업을 실시하고, 이를 전문적으로 수행하는 전담조직의 신설이 필요하다. 그리고 무엇보다 이러한 네트워크의 다양한 구조적 기능들이 체계적으로 운영되고 있는지에 대한 관리감독이 진행되어야 한다. 즉, 지속적으로 추진상황을 평가하고, 네트워크 운영의 당위성 확보

를 위해 적합한 평가 및 사후관리 프로그램이 마련되어야 한다.

다섯째, 관광네트워크 기능 확장 및 평가시스템 구축이 필요하다. 네트워크의 기능은 네트워크의 목적을 달성할 수 있도록 확장되어야 하며, 목적이 달성되었는지 평가해야 한다. 네트워크는 세계화, 정보화 시대에 중소도시들이 갖고 있는 지역 한계를 극복하고 지역장점을 극대화하여 대도시 집중에 대응할 수 있는 지역 경쟁력 강화 뿐 아니라 국가경쟁력을 강화시키는 시너지 효과까지 발휘할 수 있도록 기능을 갖추어야 한다. 현재 한일해협은 8개 시·도·현의 네트워크 체계로 운영되고 있는데, 독자적인 우호 관계 형성보다는 8개 시·도·현의 전략적인 그룹화를 통해 보다 포괄적인 측면에서 네트워크 역량을 강화시켜야 할 것이다. 또한, 한일해협 내수시장간의 교류에서 발전적인 방향으로 확장될 수 있도록, 신규시장을 개척하고자 하는 적극적인 태도가 필요하다. 특히, 경남 및 나가사키현의 조선업을 이용한 산업관광, 가야문화, 불교문화 등 유사자원 보유 지역 간 전략적 관광네트워크 확장과, 중국, 인도 등 관광객 송출율 및 송출잠재력이 높은 국가 대상 공동 관광객 유치노력 확대 등은 한일해협의 관광경쟁력을 강화하는데 도움이 될 것으로 판단된다. 그리고 사업의 목적 기여도, 네트워크 구성원 만족도, 사업성과 등의 평가 및 피드백 시스템 구축을 통한 사업의 체계성 증가는 꼭 수반되어야 할 것이다.

본 연구는 네트워크 이론을 관광측면에서 처음으로 적용한 논문으로 구체적이고 충분한 논거와 기준을 제시하고자 노력하였다. 그럼에도 불구하고 한일해협 관광 관련 현황자료수집의 한계로 연구자의 주관적인 해석이나 판단의 개입 가능성이 있다. 그러나 한일해협 관광 네트워크 분석을 위한 이론적 토대를 제시하였다는 점과 한일해협 관광교류협력에서 나타난 시사점과 관련 이론들에 대한 통합적 논의를 통해 한일해협 관광 네트워크 구축방안을 제시하였다는 점에 의의를 둘 수 있다.

참고문헌

- 강창현. 2002. "지역복지공급거버넌스 연구: 네트워크 접근". 한국행정학보, 36(2), pp.313~332.
- 경남도청. 2010. "한일해협연안 관광교류상버 현황". 내부자료.
- 김강민·김종호. 2009. "공공분쟁연구에서의 정책네트워크 적용가능성 탐색". 사회과학연구, 35(2), pp.51~80.
- 김선희. 2009. "지역문화 네트워크에 관한 연구: 광주비엔날레 사례를 중심으로". 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김옥일. 2008. "정책네트워크 변화와 정책변동에 관한 연구: 교육행정시스템 사업을 중심으로". 한국정책학회보, 17(2), pp.207~234.
- 김혜정. 2008. "국가 간 관광협력체계 구축에 관한 연구: 한·중·일 3국을 중심으로". 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김희연. 2001. "지역사회복지의 네트워크 분석: 대전광역시 사회복지관을 중심으로". 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 권영섭. 2000. "환황해 항만도시간 관광협력체계 구축". 국토연구, 29, pp.1~21.
- 박기홍. 1997. "지방정부 국제관광협력모형 개발에 관한 연구". 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 박양우. 2007. "영상관광정책의 네트워크 체계에 관한 연구". 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 박재욱·류재현. 2009. "한일 지방정부의 다자간 국제교류협력체 비교연구: '한일해협 연안시도현지사교류회의'와 '동아시아경제교류추진기구'를 중심으로". 지방정부연구, 13(2), pp.155~178.
- 배응환. 2003. "거버넌스의 실험: 네트워크 조직의 이론과 실체 - 대청호살리기운동 본부를 중심으로". 한국행정학보, 37(3), pp.67~93.
- 송성진·정승훈. 2002. "한일 해협 연안 지역 간 국제관광교류협력 활성화 방안". 제주발전연구원.
- 양진규. 2008. "관광정책결정과정의 정책 네트워크에 관한 연구: 제주특별자치도 정책결정 참여자를 중심으로". 제주대학교 대학원 박사학위논문.
- 유정우. 2006. "지속가능 관광개발 및 사회자본과 파트너십, 네트워크, 관광거버넌스 간의 구조관계 연구". 동아대학교 대학원 박사학위논문.
- 유호란. 2010. "전시컨벤션 이해관계자의 협력 네트워크 척도개발과 평가에 관한 연구". 한국관광학회, 2, pp.1161~1172.
- 윤용섭. 1997. "지방자치단체의 국제교류 내실화 방안". 국제학논총, 2, pp.203~224.
- 이강섭·이성태. 2009. "한일 관광시장의 영향요인 분석 및 중·장기 전망". 한국문화

- 관광연구원.
- 이강욱 · 이효선. 2008. "한 · 중 · 일 국제관광협력 방안 연구". 한국문화관광연구원.
- 이정석. 2009. "경남도와 한일해협 연안 현안 국제교류협력을 통한 지역 활성화 방안". 경남발전연구원.
- 정인호. 2009. "혁신클러스터 네트워크 성과의 결정요인에 관한 연구". 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 전효재. 2009. "관광네트워크 구축을 위한 다지역 관광협력체계 개발". 한국문화관광연구원.
- 조상필 외 3명. 2009. "서남권 개발관련 중국과의 교류협력 증진방안". 전남발전연구원.
- 조영미. 2008. "지방자치단체의 국제교류 실태와 활성화 방안에 관한 연구: 경기도 지방자치단체를 중심으로". 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 현아영. 2006. "동북아의 초국가적 사회 네트워크에 관한 연구". 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- Axelsson, B. 1993. 'Network research - future issues', in: AXELSSON, B and EAST ON, G. (eds) 'Industrial Networks: a new view of reality', Routledge, London, 1.
- Fadeeva, Z. 2004. "Translation of sustainable ideas in tourism networks : Some roles of cross-sectoral networks in change towards sustainable development". Journal of Cleaner Production, 13, pp.175~189.
- Halme, M. 2001. "Learning for sustainable development in tourism networks". Business Strategy and the Environment, 10(2), pp.100-114.
- Jones et al. 1997. "A General Theory of Network Governance: Exchange Conditions and Social Mechanisms". Academy of Management Review, 22(4).
- Knoke, K., & Kuklinski, J.H. 1982. Network analysis: quantitative applications in the social sciences. A Sage University Paper, series/number 07-028.
- O'Toole, L. J. 1997. "Treating Networks Seriously: Practical & Research-Based Agenda in Public Administration" Public Administration Review, 57(1), pp.45~52.
- Lipnack, J. 1994. The Organization of the Future: The Network.
- Lipnack, Jessica & Stamps, Jeffrey. 1994 "The Age of the Network: Organizing Principles for the 21st Century".
- Waarden, V. 1992. "Dimensions and types of policy network". European Journal of Political Research. 21.

연구 논문

의료자원을 활용한 지역경제 활성화 방안

- 국제 의료관광 산업을 중심으로 -

광주발전연구원

김 봉 진 부연구위원

광주지역 의료자원을 활용한 지역경제 활성화 방안*

- 국제의료관광산업을 중심으로 -

광주발전연구원

김 봉 진 부연구위원

< 차 례 >

1. 연구의 개요
2. 국제의료관광산업의 개념 및 현황
3. 광주광역시 국제의료관광산업 현황 및 잠재력
4. 광주광역시 국제의료관광산업 육성방안

<요약문>

광주광역시와 같은 비수도권 지역의 경우 산업부문간 융·복합화에 의한 신성장 산업의 육성이 시급하다. 최근 지방의 행·재정 권한의 취약성 심화, 산업 활동의 지역 간 격차 증가, 인구유출의 지속 등 지방의 위기가 더욱 심화되고 있다. 이러한 지방의 위기를 극복하기 위한 하나의 방안으로서 융·복합화 신성장산업의 육성 및 활성화가 필요하다고 할 것이다.

본 연구는 융·복합 신성장 산업으로서 국제의료관광산업 분야에 대하여 광주광역시에서의 성장 가능성과 육성 방안에 대해서 모색해 보고자 하였다. 국제의료관광산업 분야는 광주광역시가 이미 가지고 있는 의료자원 및 관광자원을 이용하여 신규 시장 및 상품을 개척하는 분야로서 추가적인 대규모 예산 투입이 필요치 않

* 논문은 광주발전연구원 2010년도 정책연구로 수행된 ‘광주광역시 글로벌 헬스케어산업 육성 방안(정책연구 2010-09, 김봉진)’ 연구보고서의 일부내용을 발췌하여 요약 정리한 것임.

다는 점에서 지방재정의 취약성을 극복할 수 있는 대안이 될 수 있다.

결론적으로 광주광역시 국제의료관광산업 육성 및 활성화를 위한 정책 방안으로 국제의료관광 전담부서 설치, 의료기관 및 에이전시 등 관계기관 협력체계 구축 및 역할분담, 적극적인 홍보 및 마케팅 활동 지원, 해외 환자 원스톱 서비스 지원 체계 마련, 표적(타겟) 시장 및 특화 상품 개발, 타겟 국적별 제품 차별화, 틈새시장 발굴, 관광인프라 확충 및 인근 지역 관광인프라 연계방안 구축, 국제의료관광 패키지 개발, 국제의료관광 전문 인력 양성, 제도개선 및 조례 제정, 지역 의료기술 수준의 향상 및 의료서비스 수준의 향상, 의료기관 참여 확대 및 수준 향상, 국제 인증등록 병의원 확대, 병의원 시설의 고급화, 첨단의료기기 및 R&D, 관광, 휴양, 레저, 쇼핑, 중·장기 요양 등이 가능한 복합의료 공간(단지) 조성 등을 제안하고 있다.

1. 연구의 개요

최근 국내외 신(新)성장 동력 산업의 가장 큰 특징은 산업부문간 융·복합화로 요약될 수 있다. 2000년대 초반 국내·외 유수의 연구기관들은 21세기 유망산업 분야에 대한 연구보고서를 발표한 바 있는데, 이들 연구보고서들은 공통적으로 21세기 초반 유망산업 분야로서 기존 산업체계를 탈피하여 산업부문간 융복합화에 의한 새로운 성장 동력 분야의 필요성을 제시하고 있다.

특히 광주광역시와 같은 비수도권 지역의 경우 산업부문간 융·복합화에 의한 신성장산업의 육성이 시급하다고 할 수 있다. 10여년 이상 지방자치 실시에도 불구하고 지방의 행·재정 권한의 취약성 심화, 산업 활동의 지역 간 격차 증가, 인구 유출의 지속 등 지방의 3대 위기라고 하는 권한, 산업, 사람의 위기가 최근에 더욱 심화되고 있다고 할 수 있다. 이러한 지방의 위기를 극복하기 위한 하나의 방안으로서 융·복합화 신성장산업의 육성 및 활성화가 필요하다고 할 것이다.

광주광역시의 산업구조 및 특성, 성장가능성 등의 여러 가지 기준에 따라 육성 및 활성화가 가능한 신(新)성장 산업 분야는 다양하게 검토될 수 있을 것이다. 본 연구는 여러 가지 다양한 분야 중에서도 광주광역시 산업구조의 경우 서비스업 분야의 비중이 대단히 높다는 점에서 서비스 산업 분야를 기본으로 산업의 융·복합화를 통한 신(新)성장 산업 분야에 대한 검토가 필요하다.

따라서 본 연구는 광주광역시의 서비스업 분야 중에서도 2009년 5월 의료법이 개정·시행되어 관심이 대폭 증가되고 있는 국제의료관광산업 분야에 대하여 광주광역시에서의 성장 가능성과 육성 방안에 대해서 모색해 보고자 한다.

국제의료관광산업 분야에 대한 검토가 필요한 이유는 다음과 같은 몇 가지 전략적 접근으로 이해할 수 있다. 첫째, 국제의료관광산업 분야는 광주광역시 이미 가지고 있는 의료자원 및 관광자원을 이용하여 신규시장 및 상품을 개척하는 분야로서 추가적인 대규모 예산 투입이 필요치 않다는 점에서 지방재정의 취약성을 극복할 수 있는 대안이 될 수 있다. 둘째, 국제의료관광산업은 21세기 국가 전략·유망산업으로 채택되어 대규모 예산과 정부차원의 적극적인 정책 지원이 예상되는 분야라고 할 수 있는데, 정부는 '서비스산업 선진화 방안'(Service-PROGRESS)을 통해 해외환자를 적극적으로 유치하기 위해 의료법 개정, 환자 및 동반가족 비자 간소화, 의료관광 원스톱 시스템 구축, 전문가 양성 등의 정책을 시행하는 등 글로벌 헬스케어산업을 육성·활성화하기 위한 정책을 시행하고 있다. 따라서 광주광역시의 취약한 산업구조를 개선하고 수도권과의 산업격차를 해소할 수 있는 대안이 될 수 있다. 셋째, 의료서비스 관련 전문 인력 뿐만 아니라 관광, 기타 서비스 분야의 신규 시장을 창출하여 지역의 신규 고용시장의 창출 및 안정화에 기여할 수 있는 대안이 될 수 있다.

이러한 맥락에서 본 연구는 의료서비스산업 분야와 관광산업 분야의 결합을 통한 의료관광산업의 고부가가치화 및 광주광역시 의료관광 육성 방안 및 이를 위한 지자체의 지원정책방안을 제시하고자 한다. 특히 본 연구는 의료관광 분야 중에서도 국제의료관광 분야에 초점을 두고 논의를 진행하고자 한다. 그간 광주지역에서는 헬스 케어(Health-Care) 산업 및 국내 의료관광산업에 대한 다양한 논의가 진행되어 왔으나 국제의료관광에 대한 논의는 아직 미흡한 상황이라고 할 수 있다.

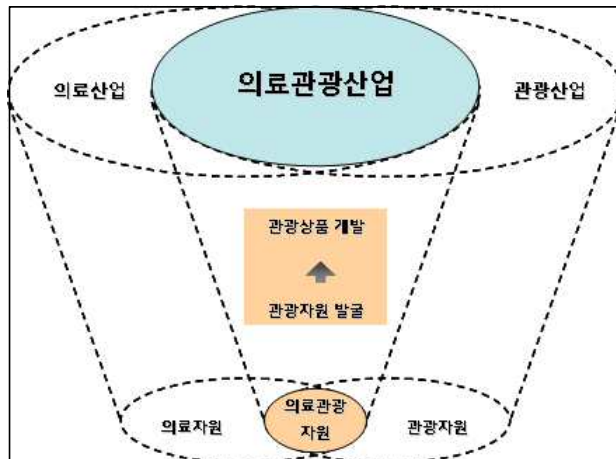
연구의 순서는 먼저 국제의료관광산업의 개념 및 현황, 문제점, 국내외 사례와 시사점을 검토하고, 둘째 광주광역시의 국제의료관광산업의 현황 및 문제점, 개선방안을 검토한다. 셋째로 본 연구의 핵심 목적이라고 할 수 있는 광주광역시 국제의료관광산업의 육성 및 기반구축을 위한 정책방안을 도출하고자 한다.

연구를 수행하기 위한 연구방법으로는 문헌조사와 사례조사, 관계 전문가 심층면접 방법을 이용하고자 한다. 먼저 문헌조사를 통하여 국제의료관광산업의 이론, 개념 및 현황 등의 기본내용을 조사하고, 광주광역시 의료서비스산업 및 관광산업의 현황, 관련 기타서비스 산업의 현황 등을 검토한다. 둘째, 국내외 성공사례 조사를 통하여 광주광역시에 적용 가능한 시사점을 도출한다. 셋째, 병의원 경영진 및 국제의료관광 산업 관련 전문가 심층면접 조사를 통하여 광주광역시 국제의료관광산업 기반구축 및 육성을 위한 정책적 시사점을 도출하고자 한다.

2. 국제의료관광산업의 개념 및 현황

1) 국제의료관광산업의 개념 및 유형

가. 국제의료관광산업의 개념



: 유승각(2009) 참조

< 2-1> 융·복합 산업으로서 의료관광산업

국제의료관광산업은 의료소비자나 가족이 의료서비스를 받기 위해 국경을 넘어 이동하는 것을 의미한다. (한국보건산업진흥원 2009a) <그림 2-1>에서 보여주는 바와 같이 의료산업과 관광산업이 융·복합된 산업 부문으로 이해될 수 있다. 즉 기존의 의료자원과 관광자원의 융합된 형태로서의 새로운 개념의 산업부문의 발전된 개념이라고 할 수 있다. 국내의 경우 국제의료관광산업은 주로 관광부문에 초점을 맞추어 의료관광,

의료여행, 건강관광 등의 개념으로 도입되어 사용되었으나 차츰 의료서비스의 개념이 중시되면서 의료서비스의 다양화 측면이 강조되고 있다.

여기에서 주목해야 될 개념은 산업간 융·복합을 통한 새로운 개념의 의료관광산업의 주된 기반산업이 어느 분야인가에 따라 의료관광산업을 육성하기 위한 정책적 접근방식을 달리해야 한다는 것이다. 만약 의료산업을 기반산업으로 취급한다면 의료산업의 관점에서 신규 의료수요창출의 개념에서의 접근방식이 필요할 것이며, 관광산업을 기반산업으로 취급한다면 관광산업의 관점에서 신규 관광수요 창출의 개념에서 접근방식이 필요할 것이다.

나. 국제의료관광산업의 유형

의료수요자의 의료기관 선택의 문제가 국제적으로 확장된 개념이 바로 국제의료관광이라고 할 수 있고, 선택의 문제로서 국제의료관광의 유형은 다음과 같이 구분할 수 있다.

<표 2-1> 광의적 의미에서 국제의료관광의 유형

형		내용 및 특징
의 료 클 러 스 터	바이오클러스터	· 치료목적의 기초연구 수행
	신약·의료기기 개발 클러스터	· 응용기술과 제품개발
	메디클러스터 또는 혁신형 연구병원	· 병원 중심의 클러스터
	의료관광복합단지	· 연관 산업의 융·복합과 지역경제 활성화
	건강문화 클러스터	· 치료보다는 시설과 쾌적한 환경 제공
	허브형 의료복합단지	· 다양한 유형의 클러스터를 단계적 가치사슬 전체를 통합
의 료 관 광 상 품	질병치료 관광상품	· 특정 질병이 있는 환자들이 치료를 받고 치료 후 관광을 할 수 있도록 구성
	미용성형의료 관광상품	· 미용관련 서비스나 성형미용을 받고 관광을 겸하는 상품으로 주로 여성들이 이용
	휴양의료 관광상품	· 의료서비스 인프라가 갖추어진 곳에 방문하여 체류
	전통의료 관광상품	· 전통의학으로 치료와 관광을 목적으로 하는 상품
	교육연구개발유형	· 신치료, 신약 등 연구개발하여 적용
	중증치료형	· 난치병 또는 프리미엄급 치료를 원하는 대상에게 의료서비스를 제공
	선택치료형	· 저렴한 의료비용과 휴양과 연계된 프로그램 제공
	복합형	· 의료관련 시설, 상업 및 주거시설까지 개발

자료 : 신재기·유명희(2009) 참조

먼저 국제의료관광의 목적별 유형에 따라 의료 중시 유형, 관광 중시 유형, 헬스케어 중시 유형으로 구분될 수 있으며, 다음으로 환자별 유형에 따라 비용과 상관없이 최고의 의술을 찾는 환자 유형, 더 좋은 품질의 의료서비스를 찾는 환자 유형, 짧은 대기시간을 찾아 이동하는 환자 유형, 낮은 비용의 의료서비스를 찾는 환자 유형, 성형 및 검진 등 선택적 의료서비스를 찾는 환자 유형, 요양 및 웰빙, 스포츠, 문화체험 등을 즐기려는 환자 유형으로 구분될 수 있다.(김홍식 외, 2009) 또한 보다 넓은 의미에서 국제의료관광의 유형은 신재기·유명희(2009)와 같이 정의될 수도 있다.

2) 국내외 국제의료관광산업의 현황

가. 국외 국제의료관광산업의 현황 및 시사점

(1) 의료기관 국제인증

의료기관의 국제적 인증 및 평가제도는 대체로 자국 내 의료서비스 또는 의료시스템을 평가하기 위한 민간기관의 활동에서 출발했다고 할 수 있다. 예를 들면 미

국의 JC(Joint Commission), 영국의 TAS(Trent Accreditation Scheme), 캐나다의 AC(Accreditation Canada), 호주의 ACHS(Australian Council on Healthcare Standards), 뉴질랜드의 QHNZ(Quality Health New Zealand) 등은 자국 내 의료서비스의 평가 및 인증을 위한 기구들이라고 할 수 있으며, 이들 기관은 자국민들의 해외 의료서비스 수요가 급증하면서 해외 의료기관의 평가 및 인증을 위한 체계를 갖추고 있다고 할 수 있다.

현재 국제적으로 보편적인 신뢰를 확보할 수 있는 방법은 JCI(Joint Commission International)의 인증을 받는 것이라고 할 수 있다. JCI는 JC(Joint Commission)의 국제 의료기관 인증 업무를 담당하는 부서라고 할 수 있다. JC는 미국의 자국 내 의료기관의 진료 시스템을 모니터링 하기 위해 1950년대에 관련 단체들이 모여서 설립한 민간 기관이라고 할 수 있다. 이후 점차 미국인들의 해외 의료서비스 수요가 증가하면서 자국민들에게 해외 의료서비스 수준에 대한 판단기준을 제시할 목적으로 미국 이외 국가들의 의료서비스에 대한 인증 기준을 마련할 필요가 발생하면서 JCI가 설립되었다.

다음으로 ACHS(Australian Council on Healthcare Standards)의 인증을 받는 것이라고 할 수 있다. ACHS는 호주의 보건 의료 표준 협의회라고 할 수 있는데, JCI와 마찬가지로 호주의 자국 내 의료서비스의 질 향상을 위한 인증 프로그램으로 출발하였으며 ACHSI(Australian Council on Healthcare Standards International) 프로그램을 통하여 세계 여러 나라의 의료서비스의 수준 및 의료기관의 질을 인증하고 있다.

마지막으로 의료기관 평가제도 자체에 대한 국제적 인증을 담당하는 프로그램이라고 할 수 있는 IAP(International Accreditation Programme)를 운영하고 있는 ISQua(International Society for Quality in Health Care)를 볼 수 있다. 앞에서도 언급한 바와 같이 미국, 영국, 호주, 캐나다, 뉴질랜드 이외에도 대만, 싱가포르, 인도 등 세계 여러 국가들은 자국 내 의료서비스(기관)의 평가 및 인증 체도를 운영하고 있다. 이에 따라 국제적인 표준에 의해 의료서비스 또는 의료기관이 올바르게 평가 및 인증되고 있는지에 대한 모니터링이 필요하게 되었고, 이와 같은 역할을 ISQua의 IAP 프로그램을 통해서 진행된다고 할 수 있다.¹⁾

(2) 해외 여러 국가의 사례와 시사점

<그림 2-2>에 제시된 바와 같이 인도, 태국, 싱가포르, 말레이시아 등 해외 여러 국가에서 국제의료관광산업이 활발하게 진행되고 있으며 민간 의료기관 뿐만 아니

1) 의료서비스(기관)의 평가 및 인증에 대한 논의가 활발하게 진행되고 있으며, ISQua의 인증에 대한 논의 또한 진행 중에 있다.

라 정부와 지방정부의 정책적 지원이 이루어지고 있다.



자료: 김홍식 외(2009) 참조

<그림 2-2> 주요 국제의료관광 목적지 현황

특히 주목할 만한 해외사례로는 일본 와카야마현(和歌山縣)의 관광의료산업 창조 네트워크는 의료관광산업을 통한 지역 만들기 사업의 본보기라고 할 수 있다. 와카야마현(和歌山縣)은 2003년 4월 관광산업과 의료·예방의료 산업을 융합하여 새로운 관광의료산업을 창출·육성·집적하여 도시브랜드 구축과 지역경제 재생, 주민 및 방문객의 건강을 증진하여 매력 있고 활력 있는 지역 만들기를 추진하고 있다. 주요사업으로는 관광의료산업의 실시 및 집적을 위한 코디네이터사업, 관광의료산업에 관한 조사 연구사업, 동물 세라피 사업, 어린이 심신건강 육성 사업, 고령자 심신건강 증진 사업, 동물과 인간의 공생사업, 아동심리 및 의료심리 연수사업 등을 추진하고 있다.

이들 국제의료관광이 활성화된 해외사례를 검토한 결과 다음과 같이 몇 가지 공통적인 성공요인을 지적할 수 있다. 첫째, 환자 유형별·목적별 표적(타겟)시장을 잘 설정하는 것이 필요하다. 둘째, 선진국 대비 저렴한 의료비와 대기시간이 없는 시술의 제공이 필요하다. 셋째, 선진의료기술을 통한 국제적 신뢰 구축 및 국제 공인 기관을 통한 국제 표준 인증이 필요하다. 넷째, IT와 네트워크를 활용한 홍보와 고객유치 등의 적극적인 마케팅 활동이 필요하다. 다섯째, 의료비자 등의 제도 및 절차의 간소화가 필요하며, 의료관광을 수출산업으로 육성하기 위한 외국인 직접투자, 투자한도 확대허용 등의 정부의 적극적인 정책 지원이 필요하다. 여섯째, 국가

· 지역 간 치열한 경쟁을 극복하기 위한 특화전략으로서 차별화된 틈새시장의 공략으로 고부가가치 창출이 필요하다. 일곱째, 의료, 건강관리서비스, 허브상품 등 의료서비스와 연계된 보건 및 건강관련 서비스 부문의 동반 성장이 필요하다. 여덟째, 의료기관간 경쟁평가시스템 도입으로 공공의료기관의 경쟁력 강화 및 국제 네트워크 구축을 통한 의료서비스 고급화의 도입이 필요하다고 할 것이며, 마지막으로 해외환자 전용서비스센터를 운영하여 글로벌 헬스케어에 관한 제반 서비스가 원스톱으로 제공될 필요가 있다.

나. 국내 국제의료관광산업의 현황 및 시사점

(1) 국제의료관광 정책의 변화

2009년 5월 의료법 개정을 기점으로 정부는 미래한국 프로젝트에서 글로벌헬스케어와 의료관광을 차세대 신(新)성장 동력 산업으로 선정하였으며, 2013년까지 해외환자 12만 명을 유치할 목표로 아시아 의료관광의 허브로 육성할 계획을 발표한 바 있다.²⁾

이에 따라 기획재정부와 관계부처는 의료관광 활성화를 위한 ‘서비스산업 선진화 방안(Service-PROGRESS)’을 마련하고, 이를 통해 해외환자를 적극적으로 유치하기 위한 제도 개선의 일환으로 의료법 개정, 해외환자 및 동반가족을 위한 비자 발급 및 발급절차 간소화 등을 추진하고 있으며, 의료관광 원스톱 시스템 구축, 전문가 양성 등의 정책 방안을 추진하고 있다.

한국보건산업진흥원(2009b)의 연구 결과에 따르면 글로벌 헬스케어산업의 비전 및 목표, 기대효과는 다음과 같이 요약될 수 있다. 글로벌 헬스케어산업 정책의 궁극적인 비전은 국제 의료 활성화를 통한 의료강국으로의 도약이라고 할 수 있으며, 정책적 목표로서 '13년 해외 환자 20만 명 유치, 5년간 1만6천 명의 새로운 일자리 창출 및 4조원의 생산효과를 달성하는 것을 설정하고 있다. 더불어 이들 정책목표를 달성하기 위한 전략으로서 유치채널 구축, 해외홍보 및 상품개발, 해외 환자 친화적 환경조성을 전략적으로 추구하고 있다.

2) 2009 5월 개정된 의료법의 주요 내용 중에서 글로벌 헬스케어와 관련된 부분은 해외환자의 유치 및 의료분쟁 등에 관한 내용, 이종 의료인 간 상호고용 허용, 한의사 및 의사 복수 면허자 의료기관 개설 허용, 외국 의료기관 설립제한 완화 및 수익사업 허용을 통한 의료법인의 사업다각화 허용, 외국인 진료 가능 기관으로 등록을 마친 병원들의 외국인 환자 유치활동 허용, 병원의 숙박업 허용 등의 내용을 담고 있다.(보건복지부 홈페이지 법령자료 참고, www.mw.go.kr)

<표 2-2> 글로벌 헬스케어산업 육성 목표

(명, 백만원)	2009	2010	2011	2012	2013	합계	연평균
환자수 (실인원)	50,000	70,000	100,000	140,000	200,000	560,000	112,000
진료수익	186,847	261,586	373,695	523,173	747,390	2,092,691	418,538
관광수익	14,005	19,607	28,010	39,213	56,019	156,854	31,371
생산유발효과	349,956	489,938	699,912	979,877	1,399,824	3,919,507	783,901
취업유발효과 (누적)	4,152	5,813	8,305	11,627	16,610		

자료 : 한국보건산업진흥원(2009b) 참조

이에 따라 정부는 '09년 5월 의료목적의 관광 비자를 신설하였고, 해외환자 유치 활성화 지원사업의 예산을 대폭 확대하는 등 국내 헬스케어산업 육성을 위한 다양한 정책을 진행하고 있다. JCI 국제인증을 위한 지원활동으로서 민간합동으로 한국 국제의료서비스협의회, 글로벌헬스케어의료협의회를 개설하였으며, 신(新)성장 동력 국정과제인 글로벌 헬스케어사업의 효율적인 추진과 외국인환자 유치를 통해 국부 창출 및 국내 의료서비스 수준 향상을 도모할 목적으로 인천국제공항 및 한국관광공사에 '의료관광 원스톱 서비스 센터'를 개소하였고, 한국보건산업진흥원에 GHBC(Global Healthcare Business Center)를 개설하여 국내 글로벌 헬스케어산업 육성을 위한 해외환자 유치에 적극 지원하고 한편 국내 의료기관에 대한 평가인증을 실시하고 있다.

더불어 '09년 5월 외국인 환자 유치 허용 이후 각 지자체 또는 의료기관별로 산발적으로 이루어지고 있는 해외환자 유치활동 및 홍보활동의 실효성을 높이기 위해 국가 차원의 통합적인 브랜드를 개발할 필요성이 제기됨에 따라 글로벌 한국의료브랜드 및 홍보전략 개발 추진의 일환으로 'MEDICAL KOREA'라는 한국의료브랜드를 개발하고, 슬로건으로 'Smart Care'를 개발하는 등 글로벌 헬스케어산업 육성을 위한 다각적인 정책을 시행하고 있다.

<표 2-3> 한국의료관광브랜드 이미지 및 슬로건



	MEDICAL KOREA	· 국가브랜드로의 대표성과 신뢰감을 직관적으로 전달하여 한국의료서비스의 품질에 대한 자신감 표현
슬로건	Smart Care	· 한국의료의 차별적 강점인 최첨단 장비와 우수 인력을 직관적이고 경쟁력 있게 표현
디자인		· M위의 두 점을 통해 의사·환자 간 맞잡은 손 모습을 연상시켜 상호 신뢰감과 심리적 안정감을 표현
글꼴	MEDICAL	· 신뢰, 첨단기술을 모던하고 심플한 글꼴로 표현
	KOREA	· 한국적인 느낌의 장식돌기가 있는 글꼴을 활용하여 붓터치 느낌을 현대적으로 표현
색상		· 의료산업과 첨단성의 이미지를 에메랄드그린을 통해 세련되게 표현 · 다크그레이를 병행 사용함으로써 기존의 한국국가브랜드들과 연계성
향후계획		· 기내지, 온라인 광고 등을 통해 국제적 인지도를 제고하고 국가별 우수사례·캠페인 등을 통해 차별적 포지셔닝을 구축 · 지자체·의료기관별로 산발적으로 진행되었던 홍보를 시너지효과가 극대화 되도록 한국의료브랜드를 활용한 홍보 마케팅을 진행

자료 : 보건복지가족부, 2009년 12월 29일 보도자료 참조

(2) 의료관광 관련 외래 관광객 동향

한국은행의 발표 결과에 따르면 '09년도 건강관련 여행수지는 '08년 대비 약 4천 6백만 달러가 감소한 것으로 조사되었다. 이는 국내의 해외환자 유치 허용으로 외국인 진료수입의 증대와 내국인의 해외진료 감소에 기인한 것으로 분석되고 있다.

최근 4개년 동안 한국을 방문한 외래 관광객을 대상으로 한국 방문의 목적을 조사한 결과 대체로 여가 및 위락, 휴가를 목적으로 방문하거나 사업 또는 전문 활동을 목적으로 방문한 경우가 대부분인 것으로 조사되었다. 방문 목적 중에서 건강 또는 치료를 목적으로 방문한 경우는 '07년, '08년, '09년 각각 0.2% 수준인 것으로 조사되었다. 한국을 방문한 외래 관광객의 경우 건강 및 치료목적으로 방문한 경우의 비중은 그다지 높지 않은 것으로 조사되었다.

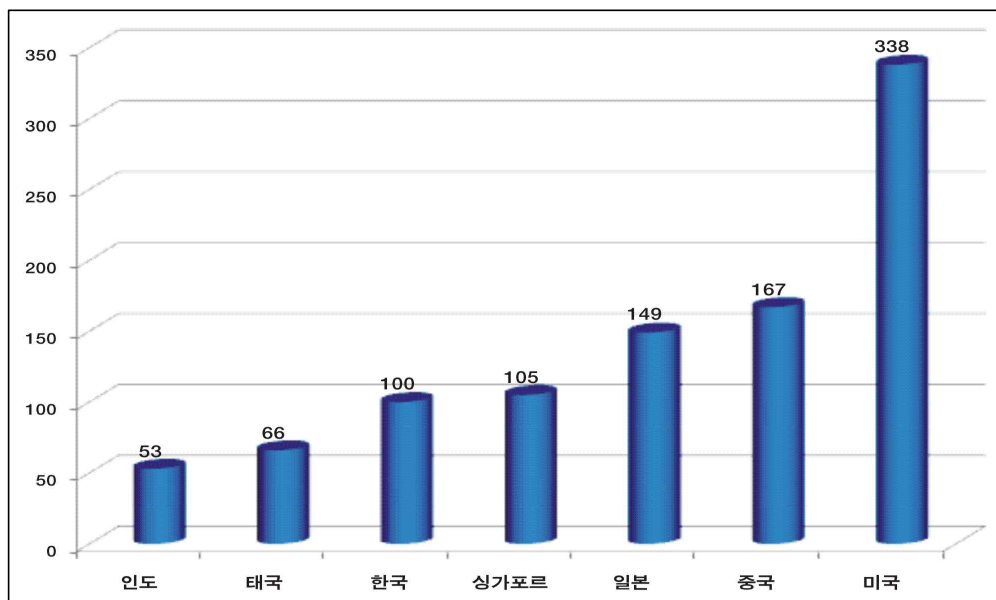
건강 또는 치료 목적의 외래 관광객의 거주 국가별 비중을 보면 일본, 중국, 러시아, 미국, 중동, 홍콩 순으로 조사되었다. 또한 거주 국가에 따른 방문 목적을 비교하여 보면 러시아 거주 외래 관광객의 경우 건강 또는 치료 목적이 전체 러시아 관광객 중에서 약 1.7%를 차지하고 있고, 다음으로 중동, 미국, 일본 순으로 조사

되어, 러시아 또는 중동 국가의 경우 비교대상의 다른 국가에 비해서 한국을 건강 또는 치료의 방문지로서 긍정적인 태도를 보인 것으로 조사되었다.

한국을 방문한 외래 관광객의 목적별 분류에 관한 또 다른 보고서에 따르면 거주 국가가 일본인 외래 관광객의 경우 순수관광 목적의 방문 비중이 높고 주요 표적(타겟) 시장은 쇼핑, 한류상품, MICE, 실버 등인 것으로 조사되었다. 또한 거주 국가가 중국인 외래 관광객의 경우 순수관광 목적보다는 개별 비즈니스의 방문 비중이 높고, 주요 표적(타겟) 시장은 가족휴양, MICE, 한류관광, 크루즈 등인 것으로 조사되었다. 이외에도 외래 관광객의 거주 국가에 따라 조금씩 방문 목적 및 성향에 차이를 보이고 있음을 알 수 있다. 따라서 목적 및 성향에 따른 표적(타겟)을 설정할 필요가 있다고 할 것이다.

(3) 의료관광 경쟁력

국제의료관광 활성화를 위하여 국내 의료수준에 따른 경쟁력을 분석하여 보면 먼저 전반적인 의료비 측면에서 한국의 의료비를 100으로 봤을 때, 가격 경쟁력을 보면 인도(53)와 태국(66)보다는 다소 높은 편이나 가장 큰 경쟁상대국인 일본에 비교해 낮은 편으로 일본(149), 중국(167), 미국(338)과 비교할 때 전반적인 의료비 측면에서의 경쟁력은 높은 편이라고 할 수 있다. 다음으로 개별 의료서비스에 대한 의료비를 보면 대체로 낮은 편이며, 미국 대비 1/10~1/3 수준, 일본 대비 1/5~1/2 수준으로 개별 의료서비스의 의료비 측면에서 경쟁력도 다소 높다고 할 수 있다.



자료 : 한국보건산업진흥원(2009a) 참조

<그림 2-3> 국내 글로벌 헬스케어의 가격경쟁력

다음으로 한국과 가장 경쟁상대국이라고 할 수 있는 일본과의 의료기술 수준을 간접적으로 평가한 연구결과에 따르면 특정 진료과목, 특히 일본인이 한국에서 치료받기를 선호하는 의료관광 선호도가 높은 미용성형, 눈 성형, 한방재활 등의 의료서비스 분야에서는 한국의 의료기술 수준을 더 높게 인식하고 있는 것으로 조사되었으며, 기타 의료서비스의 기술수준도 그다지 큰 차이를 보이지 않는 것으로 평가되고 있다.

<표 2-4> 일본인이 느끼는 한·일간의 의료수준 비교

	보철 임플란트	교통사고 응급처치	미용 성형	라식 눈성형	디스크	불임 치료	대장 항문	한방 재활
한국	6.9	5.7	7.2	7.0	6.6	6.9	6.9	7.2
일본	6.9	6.7	6.5	6.6	7.0	7.2	7.2	6.3

자료 : 한국보건산업진흥원(2009a) 참조

(4) 국내 국제의료관광 추진사례와 시사점

국제적으로 의료기술 수준의 신뢰성을 인증 받는 절차로서 JCI(Joint Commission International)의 인증을 받는 것이라고 할 수 있다. 한국의 경우 6개의 의료기관이 등록되어 국제적인 인증을 받고 있는 것으로 조사되었다.³⁾ 이는 경쟁상대에 있는 싱가포르, 태국 등과 비교할 때 매우 미흡한 수준이라고 할 수 있다. 향후 한국의 글로벌 헬스케어산업을 더욱 활성화하기 위해서는 국제적인 인증을 받은 의료기관이 대폭 확대되어야 할 것이다.

다음으로 국내에서 외국인 환자에 대한 의료서비스를 제공할 수 있는 자격을 부여하는 절차로서 외국인 환자 유치 허용 의료기관 인증 제도를 실시하고 있는데, 대표적인 인증기관으로서는 ‘Global Healthcare Business Center’의 인증제도가 있다. 2010년 3월말 현재 해외환자 유치기관으로 등록되어 있는 의료기관은 총 1,709개소로 의료기관 1,586개소(우리나라 전체 의료기관의 약 2.8%)와 해외환자 유치 에이전시(Agency) 123개소가 등록되어 있다. 등록 의료기관의 지역별 분포를 보면 서울 895개소 약 56%, 경기 175개소 약 11%, 부산 156개소 약 10%, 대구 89개소, 대전 60개소, 인천 51개소 등의 비중을 차지하고 있으며, 광주 26개소가 등록되어 있다. 등록 의료기관의 종별 분포를 보면 의원이 878개소, 상급종합병원이 39개소가 등록되어 있으며, 등록된 의원의 표시과목별 분포를 보면 성형외과 210개소,

3) 2010년 7월말 현재 화순 전남대병원, 인하대병원, 고려대 안암병원, 연세대 세브란스병원, 가천 뇌건강센터, 연세대 강남병원 등이 인증 등록되어 있다.

피부과 200개소, 안과 60개소 순의 비중을 보이는 것으로 조사되었다.

2009년 12월 31일 기준 등록기관 총 1,547개 기관 중 자료를 제출한 1,468개 기관을 대상으로 2009년 해외환자 유치 실적을 분석하면 다음과 같다.⁴⁾ 전체 실환자 수는 60,201명이며, 이 중 입원환자 3,915명(약 6.5%), 외래환자 56,286명인 것으로 조사되었다. 의료기관 종별 비중을 보면 상급종합병원 45.9%, 종합병원 19.2%, 병원급 16.8%(치과, 한방병원 포함), 의원급 18.1%인 것으로 분석되었다.

지역별 외국인 환자 유치 분포를 보면 서울 61.3%, 경기 19.2%, 인천 7.3%, 대구 4.7%, 부산 4.0%, 전북 1.2%, 그 외 지역은 1% 미만인 것으로 분석되었다. 월평균 외국인 환자 유치실적은 5,208명으로 의료법 개정 전 월평균 4,635명에 비해 약 12.4% 개선된 것으로 분석되었다.

<표 2-5> 외국인 환자 거주 국가별 특성 비교

	외래 (명)	입원 (명)	평균진료비 (만원)	주요연령대	주요성별	주요진료과
미국	12,903	1,073	124	40~60 /40.4%	남 /51.0%	검진센터 17% 내과 16% 피부·성형 9%
일본	12,860	137	63	30~50 /44.3%	여 /79.4%	검진센터 26% 피부·성형 21% 내과 13%
중국	4,248	477	128	20~40 /49.9%	여 /63.8%	피부·성형 32% 내과 14% 검진센터 6%
러시아	1,501	257	216	30~50 /46.3%	남 /51.2%	내과 19% 검진센터 11% 피부·성형 11%
중동	587	27	110	30~50 /42.2%	남 /65.3%	내과 15% 가정의학과 14% 정형외과 6%
캐나다	905	79	100			
몽골	710	140	202			

자료 : 보건복지부 2010년 4월 28일 보도자료 참조

외국인 환자의 인구학적 통계를 분석해 보면 남성 43.4%, 여성 56.6%로 조사되었고, 연령별로는 20대 미만 11.8%, 20대 22.2%, 30대 20.8%, 40대 19.5%, 50대 16.3%, 60대 이상 9.3%로 분석되었다. 국적별로는 미국 32.6%, 일본 30.3%, 중국 11%, 러시아 4.1%, 캐나다 2.3%, 몽골 2%, 중동 1.4% 순으로 조사되었다. 외국인

4) 보건복지부 보건산업정책과, 2010년 4월 28일자 보도자료 참조

입원환자 중에서는 미국 40%, 중국 17.9%, 러시아 9.6%, 몽골 5.3% 순으로 분석되었다.

외국인 환자로 인한 진료수입은 총 547억원으로 실환자 1인당 평균 진료비 94만원, 입원환자 평균 진료비 656만원, 외래환자 평균 진료비 54만원으로 내국인 국내환자 1인당 연간진료비 80만원, 입원환자 평균진료비 217만원에 비해 상대적으로 높은 의료비용을 지출하는 것으로 조사되었다. 참고로 외국인 환자 중에서 1억원 이상의 고액 진료비를 지출한 환자는 10명, 5천만원~1억원 미만은 25명, 1천만원~5천만원 미만은 607명인 것으로 조사되었다.

국내 민간 의료기관의 국제의료관광 상품화 사례 중에서 가장 대표적으로 언급될 수 있는 사례는 표에서 제시한 바와 같이 ‘우리들병원’과 ‘청심국제병원’의 경우라고 할 수 있다.

우리들병원은 2003년부터 2007년까지 외국인 내원 환자수는 총 2,354명으로(입원환자 372명) 매년 30%씩 증가 추세를 보이는 것으로 조사되었다. 2007년 총 47개국의 총 751명의 환자가 방문하였으며, 그 중 OECD국가 환자수가 430명으로 57.2%를 차지하고 있다. 2006년 ‘우리들국제환자센터’ Wooridul International Patient Center(WIPC)를 개설하였고, 영어 담당자 2명, 일본어 담당자 1명, 관광&호텔 담당자 1명이 배치되어 글로벌 의료서비스를 제공하고 있다.

<표 2-6> 의료관광 상품화 추진사례

	내용 및 특징
우리들병원 (서울)	· 우리들 국제 환자 센터(WIPC)를 설치하여 의료관광 편의 서비스를 제공 · 김포공항 청사에 우리들병원(서울) 개소 · on/off-line 외국인 콜센터 운영 · 비자발급 지원업무 및 원스톱서비스 제공 · 여행정보 및 편의시설, 동반자를 위한 각종 정보제공 · 설문지 통한 자료수집 및 피드백
청심 국제병원 (경기도)	· 외국인 환자의 85%가 일본인으로 특화 · 일본인 의료인력 40여명 고용 (의사, 간호사, 코디네이터) · 일본인 대상 산부인과 분만 패키지 프로그램 운영 · 일본식 분만 문화 적용

자료 : 우리들병원 홈페이지, 청심국제병원 홈페이지 참조

청심국제병원은 외국인 환자수가 2005년 1만7,797명, 2006년 1만8,800명, 2007년 2만1,259명, 2008년 2만8,000명(국내거주 외국인 포함), 2009년 순수 외국인 환자가 2만명에 달하는 것으로 조사되었다. 청심국제병원은 양방, 한방 협진과 대체의학 등 특화된 진료 프로그램, 차별화된 시설 및 서비스, 국제화된 의료진 및 서비스

인력, 특히 의료관광 코디네이터(러시아 2명, 영어권 2명, 일어 6명), 외국어 가능 의료진(의사 9명, 간호사 57명) 등 서비스 인력에 대한 투자가 타 병원과 차별되는 청심국제병원의 장점이라고 할 수 있다.

최근 각 지방자치단체는 지역경제 활성화의 일환으로 글로벌 헬스케어에 관심을 확대하고 있으며, 국제의료관광 활성화를 위한 다양한 정책을 시도하고 있다. 각 지자체의 추진사례를 보면 서울, 부산, 대구 등은 이미 많은 예산이 투입되어 인프라가 갖춰져 있거나 높은 경쟁력을 갖고 있는 대형병원들의 대부분이 소재하고 있기 때문에 네트워크 강화와 홍보 및 마케팅 지원 관련 계획을 구상하고 있으며, 이를 제외한 대부분의 지자체에서 대규모 사업 중심의 국제의료관광 활성화 전략을 중요하게 검토하고 있는 것으로 조사되었다. 각 지자체의 대응과 관련된 내용을 간략히 검토해 보면 다음과 같다.

<표 2-7> 지자체 의료관광사업 추진 사례

	내용 및 특징
서울	· 서울특별시 관광마케팅담당 내 상품개발팀 의료관광 전담부서 운용 · 대학병원 등과 제휴하여 서울시 의료관광 활성화 협의회 구성 · 대학병원, 성형·메디컬 스킨케어 의원, 특급호텔 내 성형외과의원 중심의 외국인 진료 시행
부산	· 외국인 진료 가능 의료기관 200개소 지정, 의료서비스 특화 지구 지정 · 의료관광협의회 구성, 부산의료관광포럼 발족 · 부산 의료서비스 가이드북 제작 및 재외공관, 공항, 호텔 등에 배포
대구	· 의료산업팀이 의료관광 전담, 대구의료관광협의체 구성 · 건강검진, 치과, 메디컬스킨케어, 한방, 모발이식, 성형을 주요 분야로 채택 · 의료관광 브랜드 'Medi City Deagu' 해외 홍보, 외국어 의료관광 홈페이지 · 원스톱의료서비스센터 운영, 검진결과를 당일 영문으로 통보
인천	· 인천관광공사, 여행사 및 의료관광관련 기관과의 협력체계 구축 · 해외 홍보 및 마케팅활동 지원
제주	· 제주형 의료관광산업 육성전략 마련, 의료산업유치단 구성 · 의료관광홍보 및 유치활동, 우리들윌니스리조트, 한방관광파크, 한방메디센터, 제주 헬스케어타운 등의 사업화 계획
경기	· 의료관광복합단지 건립 추진
전북	· 무주 의료관광단지 건립 추진
강원	· 양한방 의료관광단지 건립 추진, 의료관광산업발전 방안 포럼 · 한국관광공사와 강원의료관광산업 발전을 위한 업무협약 체결
전남	· 전라남도, 화순군, 전남대병원, 목포한국병원, 한국의료컨설팅이 컨소시엄 구성, 첨단 관절치료기술 세계화 사업 추진

자료 : 유승각(2009), 김홍식 외(2009), 전라남도 내부자료 참조

국내 국제의료관광 현황 및 추진사례, 최근 외국인 환자유치 실적 등을 검토한 결과 다음과 같은 몇 가지 시사점을 발견할 수 있었다. 첫째 국내의 국제의료관광 산업은 민간 대형병원을 중심으로 소규모 자생적으로 이루어지고 있으며, 정부 또는 지자체 차원의 활동은 아직까지 미약한 수준이라고 할 수 있다. 또한 국내의 국제의료관광산업은 국내의료서비스에 대한 마케팅 부족으로 활성화되고 있지 못한 것으로 분석되었다. 이는 경쟁 상대국에 비해 국제의료관광 시장에 늦게 참여한 후발 주자로서 이미 시스템이 갖춰져 경쟁력을 갖고 있는 선도 국가에 비해 브랜드 이미지 등 국내 의료서비스 수준을 충분히 홍보하지 못한 결과라고도 할 수 있다. 더불어 국내의 국제의료관광 관련 업계 및 정부의 인식부족도 활성화의 걸림돌로 작용하고 있다고 할 수 있는데, 2009년 5월 의료법 개정 이후 국제의료관광에 대한 관심이 대폭 증대되면서 부실한 기관들이 난립, 이합집산하고 있는 상황에서 관련 업계 및 정부, 지자체의 정보 부족 및 인식 부족은 새로운 시스템을 만들고 정착해 나아가는데 부정적인 영향을 주고 있다. 이와 더불어 의료서비스의 질 관리 및 향상 시스템 부재, 국제의료관광에 대한 국가통합시스템 부족 등 통합적 관리체계의 미구축에 기인한 다양한 문제들이 노정되고 있다고 할 수 있다.

둘째, 의료관광 시장세분화에 의한 주요 표적(타겟)시장 선정이 아직은 명확하지 않아 국제의료관광에 참여한 의료기관 간 또는 지자체 간 유사한 경쟁이 심화되고 있으며, 자칫 과잉경쟁으로 인한 자원배분의 효율성이 낮아질 우려도 발생할 수 있는 상황에 직면하고 있다. 이와 관련하여 국제의료관광 활성화를 위한 국내외 네트워크 미흡, 국제적 인증 병원의 부족 등의 문제로 인하여 외국인 환자들로 하여금 접근이 용이하지 않고, 한국의 의료 기술수준에 대한 신뢰성을 주지 못하고 있는 상황이라고 할 수 있다. 이외에도 법, 의료분쟁, 보험, 비자 등의 제도적인 측면도 아직은 미약한 수준이라고 할 수 있을 것이다.

3. 광주광역시 국제의료관광산업 현황 및 잠재력

1) 광주광역시 국제의료관광산업의 현황

가. 의료자원 보유 현황

2010년 3월말 현재 광주광역시 소재 외국인 환자유치 의료기관 등록 현황을 보면 2009년 18개소, 2010년 8개소가 인증을 받아 총 26개소가 인증기관으로 등록되어 있고, 에이전시(유치업체)는 1개소가 등록되어 있다.⁵⁾ 국제의료관광산업이 활성화

화되고 있는 수도권 및 부산과 비교하면 매우 미흡한 수준이라고 할 수 있으며, 광역시인 대구 89개소, 대전 60개소, 인천 51개소에 대비하여 광주광역시 소재 외국인 환자유치 등록 규모가 매우 미약하다고 할 수 있다. 더불어 광주광역시 소재 병의원 현황도 유사한 상황을 보이고 있는데, 수도권 및 부산 지역에 비해 병원수, 병상수, 의료종사자 규모가 매우 작을 뿐만 아니라 광역시 중에서도 대전과 유사한 규모를 갖고 있으며 대구보다는 작은 규모를 갖는 것으로 조사되었다.

다음으로 광주광역시 소재 의료기관 현황 및 특징을 검토해보면 다음과 같다. 2008년 말 현재 광주광역시 관내에는 1,654개의 병·의원이 개설되어 있고, 이 중에서 종합병원 규모는 19개소, 병상 수는 5,977개로 병원 비중으로는 약 1.14%, 병상 수는 약 32.4%의 비중을 차지하고 있다. 병원급 이상 규모의 대형병원이 관내 병·의원 병상 수 비중의 약 62.8%를 차지하고 있어, 광주광역시는 주로 대형병원 중심의 의료서비스 수요가 발생하는 것으로 판단할 수 있다.

이는 의료기관 수급 안정성을 나타내는 지표로서 인구대비 의료기관 병상수를 검토해 본 결과도 유사한 현상이 발생하는 것으로 판단해 볼 수 있다. 표에서 보는 바와 같이 광역시도별 인구 천명당 의료기관 병상수를 비교해 본 결과 광주광역시는 12.95로 서울을 포함한 6대 광역시 평균 12.07보다 더 높은 수치를 보여주어 의료서비스의 공급이 안정적인 것으로 판단할 수 있다.

<표 3-1> 인구 천명당 의료기관 병상수

	2005	2006	2007	2008
(광역시 평균)	9.39	10.14	11.39	12.07
서울	6.19	6.51	6.95	7.13
부산	8.91	9.77	11.14	12.00
대구	7.63	8.61	9.71	10.49
인천	7.08	7.29	8.02	8.69
광주	9.46	10.24	11.93	12.95
대전	9.58	10.38	11.11	11.76
울산	7.47	8.04	9.50	9.39

자료 : 통계청 KOSIS 서비스업조사 참조

먼저 광주광역시 관내 병원급 이상 의료기관은 87개소로 전국 2,090개소의 약 4.2%를 차지하며, 서울을 포함한 7대 대도시 가운데 5위 수준으로 조사되었다. 또

- 5) 이 중에서 전남대학교 병원은 국제적인 인증기관인 JCI의 인증을 받아 광주지역 내에서는 외국인 환자유치 선도 의료기관이라고 할 수 있다. 엄밀한 의미에서 JCI 국제 인증은 화순전남대병원이 받은 것으로 전남대병원의 의료서비스에 대한 국제 인증은 아니라고 할 수 있으나, 의료 인력 및 기술을 상호 공유하고 있다는 측면에서 다른 의료기관보다는 선도 기관이라고 할 수 있다.

한 종사자 규모면에서 전국대비 약 3.76%의 비중, 매출액 규모면에서 전국대비 약 4.21%를 차지하고 있어 다소 낮은 수준으로 조사되었다. 병원급 이상 의료기관의 매출액에 대한 광역시도간 비교를 용이하게 하기 위해서 병원 당 매출액 및 종사자 1인당 매출액을 비교 검토한 결과, 광주광역시 관내 병원급의 사업체수, 종사자수, 매출액의 절대치의 비중은 낮은 편이었으나 병원 당 매출액 규모는 서울, 대전에 이어 전국 광역시도 가운데 세 번째로 높은 것으로 조사되었고, 종사자 1인당 매출액 규모는 서울에 이어 전국 광역시도 가운데 두 번째로 높은 것으로 조사되었다. 더불어 인구 만명당 병원급 의료기관의 수는 0.61로 전남의 0.62에 이어 전국 광역시도 가운데 두 번째로 높은 것으로 조사되었다. 이와 같은 조사 결과를 토대로 광주광역시 관내 병원급 이상 의료기관의 경영 상태는 매우 양호한 편이며, 지역주민에게 제공되는 의료서비스도 타 광역시도에 비해 상당히 안정적으로 공급되는 것으로 해석될 수 있다.

<표 3-2> 광역시도별 병원급 의료기관 현황

(단위: 개, 명, 백만원)

		종사자수	총매출액	병원당 매출액	종사자1인당 매출액	인구만명당 병원수
전국	2,090	303,659	27,284,144	13,055	90	0.42
서울	275	82,162	8,498,027	30,902	103	0.27
부산	198	26,505	2,216,497	11,194	84	0.56
대구	132	18,423	1,646,181	12,471	89	0.53
인천	90	11,299	1,080,217	12,002	96	0.33
광주	87	11,425	1,147,706	13,192	100	0.61
대전	65	10,229	935,262	14,389	91	0.44
울산	64	6,271	554,647	8,666	88	0.58
경기	393	50,382	4,537,534	11,546	90	0.35
강원	64	8,479	717,674	11,214	85	0.42
충북	60	7,089	510,556	8,509	72	0.39
충남	96	9,245	773,470	8,057	84	0.48
전북	112	12,674	971,920	8,678	77	0.60
전남	119	12,999	1,066,056	8,958	82	0.62
경북	141	14,319	958,564	6,798	67	0.53
경남	177	19,458	1,475,125	8,334	76	0.55
제주	17	2,700	194,711	11,454	72	0.30

자료 : 통계청 KOSIS 서비스업조사 참조

나. 관광자원 보유 현황

광주광역시 관내 관광사업체 등록 현황을 보면 여행업 269개소, 관광숙박업 19개소, 관광편의 시설업 55개소 등 346개 업체가 등록되어 있는 것으로 조사되었다. 이는 타 광역시도와 비교해서 대단히 낮은 수준으로 평가될 수 있다. 이와 같이 열악한 수준의 관광사업체 현황은 광주광역시가 준비 중인 대다수의 국제행사(전시컨벤션, 대규모 스포츠대회 등) 개최 시 제약 요인으로 작용될 수 있으며, 특히 광주를 방문한 관광객에게 부정적인 이미지를 줄 수 있어 광주에 재방문할 의향을 낮추는 방향으로 작용할 수도 있을 것이다.

<표 3-3> 광역시별 관광사업체 등록 현황

	전국	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산
	9,650	4,383	836	363	411	267	352	125
관광숙박업	815	131	54	24	38	19	23	7
관광객이용시설업	182	85	15	2	4	0	1	0
국제회의업	162	140	13	2	0	1	2	0
카지노업	17	3	2	0	1	0	0	0
유원시설업	217	8	16	11	11	4	3	7
관광편의시설업	2,167	779	174	78	116	55	84	51
합계	13,210	5,529	1,110	480	581	346	465	190

자료 : 한국관광공사 관광지식정보시스템 2010 참조

다음으로 광주광역시의 관광자원은 588개소로 전국 광역시도 중에서 빈약한 것으로 조사되었다. 앞서서도 언급한 바와 같이 국제의료관광산업의 육성 및 활성화를 위해서는 반드시 관광인프라의 구축이 선행되어야 할 것이며, 특히 광주의 도시공간 내에 관광자원의 형태로서 콘텐츠를 구축하는 것이 필요하다고 할 수 있다.

<표 3-4> 광역시도별 관광자원 현황

관광자원	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기
총계	3,205	1,695	938	1,077	588	718	418	5,730
관광자원	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
총계	4,086	3,310	3,904	2,241	6,567	6,150	5,860	1,252

자료 : 한국관광공사 관광지식정보시스템 2010 참조

광주광역시가 보유하고 있는 관광자원에 대해 구체적으로 검토해보면, 먼저 자연 및 생태환경 관광자원으로 동·식물, 보호구역, 산악 및 평지자원, 수변 및 해양자

원, 경승지 등이 해당되며, 광주시 관내에는 모두 31개소를 보유하고 있으며, 타 광역시도와 비교할 때 대전을 제외하면 가장 빈약한 수준으로 조사되었다. 다음으로 문화 관광자원을 조사해 보면, 인물, 축제, 의식, 풍속, 마을, 유적지, 사적지, 건축, 조각, 회화, 서예, 서적, 활자, 기기, 공예, 자기 등이 해당되며 광주광역시 관내에는 310개소를 보유하고 있는 것으로 조사되었다. 이 역시도 울산에 제외하면 전국 광역시도 가운데 가장 낮은 수준으로 조사되었다. 마지막으로 장소 및 시설 관광자원으로 관광지구, 공원, 전시시설 및 관람시설, 스포츠 및 체육시설, 숙박 및 음식시설, 쇼핑시설, 교통시설, 유원지, 휴양 및 수련시설, 부대시설 등이 해당되며, 광주광역시 관내에는 모두 247개소를 보유하고 있는 것으로 조사되었다. 장소 및 시설 관광자원 역시도 대전, 울산에 제외하고 전국 광역시도 가운데 가장 낮은 것으로 조사되었다.

그러나 점차 관광 및 관광산업의 형태가 융·복합된 형태로 변화되고 있기 때문에 새로운 콘텐츠의 개발로 충분히 비교우위를 가질 수 있으며, 더불어 본 연구의 분석대상인 국제의료관광산업은 외국인 환자를 유치하는 것에 중점을 두고 있기 때문에 비교우위를 갖고 있는 분야에서 표적(타겟)시장을 대상으로 특화될 수 있는 부문을 설정한다면 충분히 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 판단되며, 뿐만 아니라 광주를 둘러싸고 있는 전라남도의 경우 표에 제시된 바와 같이 16개 광역시도 가운데 가장 우수한 관광자원을 보유하고 있기 때문에 전라남도의 관광자원과 연계한 국제의료관광 상품을 개발한다면 비교우위를 점할 수 있을 것으로 판단할 수 있다.

다. 외국인 관광객 현황 및 특성

외래 관광객 실태조사 결과를 보면 외래 관광객은 서울을 방문하는 비율이 가장 높고, 다음으로 인천, 경기 등 수도권 방문 비중이 높은 것으로 조사되었다. 반면 외래 방문객의 약 4.1% 정도가 전라권 지역을 방문하는 것으로 조사되었다.

한국을 방문한 전체 외래 관광객 중에서 약 0.2%는 건강 또는 치료목적으로 입국하는 것으로 조사되었고, 이들 대부분은 서울, 경상권, 제주를 방문하는 것으로 조사되었다. 이들 건강 또는 치료 목적의 관광객-전체 외래 관광객의 약 0.2%- 중에서 전라권역을 방문하는 외래 관광객의 경우는 약 9.0%인 것으로 조사되었다.

외래 관광객 중에서 전라권역을 방문한 관광객들은 대부분 광주/무등산을 방문하였고, 전주, 목포/여수 등의 순으로 조사되었다. 특이한 사항으로는 41세에서 60세 사이의 연령층의 경우 광주비엔날레를 방문하는 비중이 다른 연령층에 비해 높게 나타났으며, 건강 또는 치료를 목적으로 전라권역을 방문한 외래 관광객의 경우 전라권역의 다른 관광자원보다는 광주비엔날레를 특히 선호하는 것으로 조사되었다.

<표 3-5> 전라권 외래 관광객 연령별/목적별 방문지

(%) 중복응답가능		광주/ 무등산	전주	목포/ 여수	무주 리조트	진도	보성	담양	광주비 엔날레	군산	광양
		38.1	26.9	22.9	7.5	7.4	7.4	6.3	6.1	4.0	2.2
연령 별	15~20세	38.7	44.1	20.4	1.5	5.5	8.8	2.0	8.0	7.1	0.0
	21~30세	41.7	31.9	17.7	6.8	7.7	5.8	4.2	3.5	2.6	2.3
	31~40세	39.3	26.9	21.3	9.2	5.3	8.7	11.0	1.7	4.7	2.3
	41~50세	30.8	16.7	27.5	10.5	9.7	4.1	4.5	12.9	7.1	3.4
	51~60세	39.0	28.8	18.6	6.4	5.2	6.7	12.3	10.0	0.8	2.2
	61세 이상	29.9	20.3	36.6	3.2	11.9	23.5	3.7	8.5	0.0	0.0
목적 별	여가/위락/휴가	32.3	24.8	18.1	13.6	14.7	9.8	9.2	8.3	1.8	0.0
	친구/친지방문	43.9	26.7	25.4	1.6	5.6	10.2	4.3	2.6	5.7	2.6
	사업/전문활동	37.9	22.6	28.0	4.7	3.7	5.0	4.9	5.0	6.2	4.4
	건강/치료	0.0	0.0	8.2	0.0	0.0	0.0	0.0	91.8	0.0	0.0
	종교/순례	72.9	3.5	24.0	0.0	3.2	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0
	기타	45.6	59.3	13.8	9.3	1.6	5.9	7.0	5.9	0.3	0.3

자료: 한국문화관광연구원(2010)

2) 광주광역시 국제의료관광산업의 잠재력

가. 국제의료관광 추진 현황

최근의 광주광역시 관내에서 진행된 바 있는 국제의료관광 추진사례는 광주광역시 관내에 있는 국제의료관광 업체(Agency) 등록 기관 한국의료컨설팅과 화순전남대병원, 목포한국병원, 전라남도, 화순군 간의 국제의료관광 컨소시엄 구성 사례가 있다. 컨소시엄의 사업목표는 첨단 관절치료기술 세계화 사업이며 이를 통해 외국인 환자 유치 등 국제의료관광을 추진하고 있다. 대표적인 국제의료관광 추진 사업 계획으로는 첫째, 우수의료기술 집중 육성 계획의 일환으로서 관절치료기술 특성화와 전문화를 위한 고관절 및 슬관절 미세 침습 관절수술법 지속적 개발, 로봇 및 네비게이션을 이용한 관절치료법 지속적 개발, 인공관절치료 관련 임상연구 활성화, 관절 및 골치료 관련 기초연구 활성화를 추진하고 있으며, 관절치료 관련 전문인력 양성을 위한 관절 치료 전문 의료진 글로벌 의료서비스 특성화 교육, 전문인력 국제교육 및 교류 강화, 관절 전문 진료코디네이터 인력 양성 등을 추진하고 있다. 또한 관절 치료분야 세계 시장 경쟁력 확보를 위한 기술 특화와 홍보마케팅전

략으로 세계시장 경쟁력 확보, 최첨단장비를 이용한 치료기술 증진, 국제공동세미나 및 국제학회 발표를 통한 첨단 관절 치료 기술 세계화, 첨단 관절 치료 기술과 가격경쟁력을 통한 세계 시장 경쟁력 확보 등을 추진하고 있다.

더불어 광주광역시의 강점이라고 할 수 있는 치과치료분야에서 해외 여러 의료기관과의 협약을 통해 치과 치료 기술의 협력을 추진하고 있으며, 치과 치료 기술의 전수를 위해 다수의 해외 의료기관들이 광주를 방문하여 교육을 받고 있다.

광주광역시 관내 소재 해외환자 유치 업체(Agency)인 한국의료컨설팅은 첨단 관절치료 기술 세계화사업의 일환으로 국제진료 코디네이터 과정 및 의료언어 교육 과정을 개설하여 국제의료관광 전문코디네이터 인력 양성과정을 수행한 바 있다. 교육은 2010년 현재까지 모두 2차례 진행되었으며, 교육 과정을 수료한 학생은 1차 교육생 45명, 2차 교육생 22명으로 모두 67명이 교육과정을 이수하였다. 교육생들의 직업은 주로 이주여성 및 그 자녀, 대학생, 유학생, 현직 외국어 교사로 구성되었으며, 국적별로는 한국 14명, 중국 37명, 베트남 4명, 일본 4명, 키르기즈스탄 3명, 우즈베키스탄, 필리핀, 태국, 몽고, 러시아 등으로 구성되었다.

국제의료관광 전문 코디네이터 교육과정은 한국인들 뿐만 아니라 이중 언어생활에 노출되어 있는 이주여성과 그 자녀들에게 또 다른 취업의 기회를 제공하고 있다.

더불어 국제의료관광 전문 인력양성과 유사한 사업으로 ‘지방대학 혁신역량 강화사업’의 일환으로 광주지역에서는 건강실버산업 전문 인력 양성, 고령친화형 한방보건복지 인력 양성 등 의료서비스 관련 인력양성 사업을 다년간 진행해 오고 있으며, 최근 호남권 헬스 케어 산업 육성사업을 통해 헬스 케어 전문 인력양성사업을 진행하고 있다. 이러한 헬스 케어 산업 육성을 전문 인력 양성 사업을 통해 국제의료관광 육성에 필요한 전문 인력 양성 사업도 진행될 수 있다.

나. 국제의료관광 잠재력

광주광역시의 잠재적 강점으로 제시될 수 있는 분야는 먼저 노인 의료 및 노인 복지관련 인프라가 풍부하다는 측면이다. 광주광역시는 빗고을 노인건강타운이 조성되어 노인복지회관 및 문화센터, 종합 체육센터, 생활체육공원, 골프장 등 노인 복지 및 여가를 위한 시설 등이 잘 갖춰져 있으며, 광주광역시에 소재한 의과대학의 경우 노인성 질환 관련 의료 연구 기능, 의료서비스 기능 등의 체계가 잘 이루어져 있다고 할 수 있다. 둘째, 또 하나의 강점요인으로 치과관련 연구 및 의료 인력이 풍부하고 치과병원 등의 의료서비스 인프라가 잘 갖춰져 있다. 광주광역시 소재 의과대학에서 치과용 정밀장비 및 치과 의료관련 연구 및 전문 인력 양성이 오랜 기간 동안 진행되어 왔으며, 최근 치과 의료용 장비 관련 산업 분야가 크게 육성되고 있다. 셋째, 비엔날레 개최, 아시아문화중심도시 특별법에 의해 아시아 문화

전당을 건립하는 등 문화콘텐츠가 다양하고 풍부하게 진행되고 있기 때문에 도시 자체가 문화적으로 매력 있는 관광 상품이 될 수 있다. 더불어 호남권의 중추기능을 수행하는 대도시로서 개인서비스 및 사회서비스의 수요와 공급이 빈번하게 발생되고 있다는 측면에서 대도시 기능이 갖는 제반 서비스가 잘 갖춰져 있기 때문에 의료서비스를 비롯한 개인 및 사회서비스의 질이 매우 높다고 할 수 있다. 또한 광주지역을 둘러싸고 있는 전남의 풍부한 관광자원 및 전남도에서 진행하고 있는 헬스케어허브, 휴양 등의 목적에 부합하는 장기 요양서비스의 질을 제고할 수 있다. 끝으로 호남광역경제권 선도 사업으로서 호남권 헬스케어 산업 육성사업이 진행되고 있어 광주지역의 국제의료관광 산업 육성과 시너지 효과를 유도할 수 있다는 측면에서 광주가 가지는 잠재적 장점이라고 할 수 있다. 또한 최근 급속하게 성장하고 있는 분야로서 BIO-IT 및 BIO 광기반 융복합 산업의 한 분야인 최첨단 의료기기 개발 및 인력양성 분야의 성장도 광주의 장점이라고 할 수 있다.

<표 3-6> 광주광역시 국제의료관광 SWOT 분석

	· 노인 의료 및 복지관련 인프라 풍부 · 치과관련 연구 및 의료인력 풍부 · 아시아문화중심도시 프로젝트 등 풍부한 문화콘텐츠 구축 · 광주인근지역 풍부한 관광자원 보유 (헬스케어 & 웰니스) · 호남권 중추도시로서 개인 및 사회서비스의 권역 내 집중	· 의료관광 관련 지원기관 및 전문인력, 시스템 및 통합관리체계 미흡 · 홍보 및 마케팅 미흡 · 특화 의료상품 부재 및 의료기관 준비 부족 · 지역민의 치료 유출 다량 발생 · 노인성질환 및 치과관련 치료의 경우 장기간 요구	약점
기회	· 한국의료관광 브랜드 상승 및 제도, 인프라 구축 · 각종 국제 대규모 이벤트 개최 : 비엔날레, 디자인비엔날레, 2015하계 U-대회 개최, 2010 F1(FIA Formula 1)코리아 그랑프리, 2012 여수세계박람회, 2013 순천정원박람회	· 국내외 의료관광활성화로 경쟁 과열 · 의료분쟁을 중재할 수 있는 전문기관 부재 · 국내외 접근성 취약 · 낮은 대외인지도 · 공공의료 위축에 따른 위화감	위협

4. 광주광역시 국제의료관광산업 활성화 방안

지금까지의 국내외 사례 검토와 국내외 현황 및 성과분석, 광주지역의 현황 및 잠재력, 종합분석, 전문가 면접조사의 시사점을 토대로 광주광역시 국제의료관광산

업을 육성하기 위한 기본 방안을 설정하고 광주지역의 현실에 적합한 단계별 전략을 제시하면 다음과 같다. 광주광역시 국제의료관광산업을 육성하기 기본방향을 제시하면 ① 국제의료관광산업 지원체계 구축, ② 국제의료관광산업 인프라 구축, ③ 홍보 및 마케팅 지원 체계 구축 등의 기본 방향을 설정하고 지원체계를 구축하는 것이 필요한 것으로 요약될 수 있다.

첫째, 국제의료관광산업 지원체계 구축은 전담부서의 설치 및 제도 개선으로 요약될 수 있다. 이 중에서 가장 시급한 부분은 국제의료관광 전담부서의 설치 및 관계기관 협력체계(협의체) 구축이라고 할 수 있다. 앞서서도 언급한 바와 같이 국제의료관광산업은 관광인프라를 기반으로 하느냐 또는 의료서비스 인프라를 기반으로 하느냐에 따라 다양한 지원제도가 형성될 수 있는 특성을 갖는다. 따라서 관광 측면에서 접근할지 또는 의료측면에서 접근할지에 대한 결정과 동시에 수요자와 공급자를 향한 창구를 단일화하기 위한 전담부서의 설치가 필요하다.

또한 지원체계 구축의 일환으로 국제의료관광산업 종합지원 센터 등을 설치·운영하여 글로벌 의료서비스 수요자가 의료서비스 상담에서부터 입국, 진료 및 치료, 의료분쟁, 관광, 휴양 후 출국, 피드백에 이르기까지 모두 단계별 업무를 일괄적으로 처리할 수 있는 체계의 구축도 필요하다고 할 수 있다.

더불어 국제의료관광에 참여하고 있거나 혹은 향후 참여하고자 의향이 있는 의료기관 및 에이전시, 전문가그룹을 하나의 지원체계로 구축하는 것이 필요하다. 특히 광주광역시의 경우 국제의료관광 관련 에이전시가 활성화되어 있지 않고, 소규모 의료기관은 접근성이 취약하다는 특성을 갖고 있기 때문에 에이전시 활성화 및 의료기관의 국제의료관광 참여 접근성을 제고하기 위해 관계기관 협력체계 구축이 필요하다고 할 수 있다. 또한 정부의 국제의료관광 육성 정책 및 2010년 개정된 의료법에 따른 규제 완화, 제도의 제정 및 조례 제정과 같은 제도 개선도 함께 진행되어야 할 것이다.

둘째, 국제의료관광 인프라 구축은 의료 인프라 구축, 관광인프라 구축, 특화상품 개발 지원, 에이전시 육성 지원, 육성프로그램 개발 지원, 전문 인력 양성지원, 국제인증 지원 등으로 요약될 수 있다.

의료 인프라 구축은 관계기관 광주지역 국제의료관광 참여 의료기관수를 확대하는 방안으로서 대형병원 중심의 의료 인프라 뿐만 아니라 지역 특성을 반영하고, 지역 특화상품 개발이 가능한 의료 분야를 중심으로 중소규모의 병·의원 등 의료기관이 참여할 수 있도록 진행되어야 할 것이다.

우선 광주광역시에서 쉽게 접근할 수 있는 방안으로서 국제의료관광 시범사업단(컨소시엄)을 형성하는 방안의 도입이 필요하다. 이는 국내 사례에서도 제시한 바와 같이 첨단 관절치료기술 세계화 사업 등 특정 의료분야에 대해 의료기관, 에이

전시, 의료 및 관광 상품, 연구개발, 전문 인력 양성 등이 일괄적으로 진행되는 사업(컨소시엄)을 말한다. 국제의료관광 관련 인프라가 취약한 상태에서 일시적으로 국제의료관광 관련 분야를 육성할 수 있는 선도적 역할이 필요하며, 무엇보다도 국제의료관광 분야의 경험 축적과 에이전시 육성 측면에서 도입이 필요하다.

더불어 중요한 요소로 관광인프라 구축도 함께 진행되어야 할 부분이라고 할 수 있는데, 앞에서도 언급한 바와 같이 광주광역시의 관광소재 및 인프라는 취약한 수준이라고 할 수 있고, 타 광역시도에 비해 비교열위에 있다고 할 수 있다. 따라서 국제의료관광 산업을 육성하기 위해서는 광주광역시가 가지고 있는 관광요소 가운데 비교우위를 점할 수 있는 요소를 찾아내는 것이 관건이라고 할 수 있다. 특히 최근 관광유형이 체류형, 체험형 관광으로 진화되고 있는 상황을 고려하면 광주광역시가 지니고 있는 문화적 요소, 도시적 특성 등을 반영한 관광인프라의 구축이 가능할 것이다. 또한 인접하고 있는 전남·북지역의 풍부한 관광인프라를 연계한 관광 상품의 개발도 가능할 것이다.

다음으로 특화상품 개발 지원도 중요한 요소이다. 특화상품은 광주광역시의 국제의료관광 잠재력을 상품화 하는 것이라고 할 수 있다. 외래관광객 실태조사 결과를 예를 들어 보면 전라권역을 방문한 외래 관광객의 거주 국적은 중국 국적이 가장 많고, 다음으로 일본 국적이 많은 것으로 조사되었다. 따라서 광주광역시 국제의료관광 상품개발은 중국인, 일본인을 대상으로 하는 상품이 비교우위를 갖는다고 할 것이다. 또한 건강 및 치료목적으로 전라권역을 방문한 외래관광객의 경우 전라권역의 다른 관광자원보다는 광주비엔날레를 선호하는 것으로 조사되었다. 따라서 광주광역시 국제의료관광 상품개발은 비엔날레와 연계된 상품을 개발하는 것이 비교우위를 갖는다고 할 수 있다. 더불어 41세~60세 연령층의 외래 관광객의 비엔날레 선호 경향이 다른 연령층에 비해 월등히 높다는 점도 연계 상품개발에 고려 요인으로 작용한다고 할 것이다.

또한 특화 상품 개발 지원은 광주가 가지고 있는 의료서비스 가운데 가장 잠재력이 높다고 할 수 있는 노인성 질환 및 치과치료 분야의 상품개발과도 연계될 수 있으며, 중국 및 일본 관광객이 선호하는 한방의료 분야, 미용 및 성형분야, 스킨케어 분야, 휴양분야의 상품개발도 비교우위를 가질 수 있다. 상품 개발 시 약점요인으로 제시된 부분에 대한 충분한 고려가 필요하다고 할 수 있다. 예를 들어 치과치료를 노인성질환의 경우 장기간의 치료를 요한다는 약점요인을 극복하기 위해서 해외의료기관과의 협약 또는 원격진료 등을 통해 기초적인 치료를 선행한 후 광주지역에서 후속치료를 진행하는 방법도 도입될 수 있을 것이며, 요양 또는 휴양 상품과 연계될 수도 있을 것이다.

마지막으로 광주지역의 의료기관 및 의료서비스 수준에 대해 국제적인 기준에

의한 평가가 필요하다. 이는 의료기관 국제인증 참여 확대를 통해서 국제적인 신뢰를 구축하는 것이라고 할 수 있다. 현재 광주지역의 소수 대형병원이 국제 인증 및 평가에 참여하고 있으나, 대부분의 병의원은 국제 인증 및 평가에 참여하지 못하고 있는 실정이다. 앞 장에서도 언급한 바와 같이 의료기관들이 국제 인증 및 평가, 국제의료관광 분야에 참여할 의향은 있으나 현실적으로 정보, 비용, 접근성 등의 한계로 인하여 참여가 저조하다고 할 수 있는데, 이에 대한 적극적인 지원정책이 필요하다고 할 것이다.

셋째, 국제의료관광 홍보 및 마케팅 지원체계의 구축이 필요하다. 국제적인 홍보 및 마케팅 분야는 개별 참여기관(의료기관, 에이전시) 차원에서 진행하기에는 제작비, 정보, 접근성, 홍보효과 등의 현실적인 한계점을 지니고 있는 분야라고 할 수 있는데, 이에 대한 대안으로서 광주광역시 국제의료관광 홍보 및 마케팅 공동 협력사업이 필요하다. 이는 일반적인 홍보 및 마케팅 활동 뿐만 아니라 특성화된 분야 또는 표적(타겟) 시장, 표적(타겟) 상품별 홍보 및 마케팅 개발이 이루어져야 한다는 것을 의미한다. 특히 지자체 차원에서 홍보 및 마케팅 활동을 지원함으로써 개별 병의원 및 에이전시가 갖지 못하는 공신력(신뢰성)을 확보할 수 있다는 측면에서 필요하다.

<참고문헌>

- 김봉진(2010), “광주광역시 글로벌 헬스케어산업 육성 방안”, 「정책연구 2010-09」, 광주발전연구원.
- 김홍식 외(2009), “경기도 의료관광산업 발전방안에 관한 연구”, 「정책연구 2009-28」, 경기개발연구원.
- 보건복지부(2009), “2010년도 주요업무 추진계획”
- 신재기·유명희(2009), 「의료관광마케팅」, 한울출판사.
- 유승각(2009), “강원도 의료관광산업 활성화를 위한 기초연구”, 「연구과제 09-12」, 강원발전연구원.
- 한국문화관광연구원(2010), 「2009 외래 관광객 실태조사」
- 한국보건산업진흥원(2009a), 「2009 국제의료서비스 아카데미 운영·지원 사업 -국제진료 코디네이터 교육 교재(프로그램)-」
- 한국보건산업진흥원(2009b), “보건의료산업 경쟁력 강화방안 연구”, 「정책-산업일반-2009-51」, 한국보건산업진흥원.

연구 논문

전남 향토음식의 관광상품화 방안

전남발전연구원

장 덕 기 연구위원

박 응 희 연구위원

송 태 갑 책임연구위원

전남 향토음식의 관광상품화 방안

전남발전연구원

장 덕 기 연구위원

박 응 희 연구위원

송 태 갑 책임연구위원

< 차례 >

- I. 서론
- II. 전통 향토음식과 관광정책
- III. 전남 향토음식 현황 및 사례
- IV. 전남 향토음식 상품화 전략
- V. 결론 및 시사점

I. 서론

옛말에 "금강산도 식후경"이라는 속담이 있다. 아무리 경치가 좋아도 먹는 것이 즐거움이 배가된다는 비유적인 표현이다. 최근 체험형 관광이 증가하면서 음식이 관광의 주요 아이템으로 부각되는 현상도 맥락을 같이 한다고 볼 수 있다. 음식 자체에 대한 내·외국인의 관광상품 수요증가와 발효식품, 친환경 건강식 등을 주제로 한 음식문화의 세계화 추세가 진작되고 있다. 또한 전통식재료, 전통음식과 관광자원을 연계한 관광상품이 각광받는 추세이다.

이렇듯 일상생활과 가장 밀접한 먹거리와 볼거리는 상호 연계가 필요한 부분으로 인식되고 있다. 음식은 기본적인 관광활동으로 여행경험 평가에 핵심적인 영향을 끼치기 때문에 관광을 산업화하기 위해서는 중요하게 다루어져야 할 분야이기도 하다. 또한 한식의 세계화 정책과 맞물려 우리나라 전통음식에 대한 관광자원화

에 대한 관심은 더욱 높아지고 있는 추세이다.

그러나 지역의 향토음식이 아무리 맛있다고 해도 개별적인 음식이나 음식점만으로 관광객을 유치하는 데는 한계가 있다. 따라서 관광객의 소비 욕구를 자극할 수 있도록 다양한 방식으로 향토음식을 차별화되게 상품화할 필요가 있다. 다른 문화관광자원과의 연계 등 향토음식관광패키지 상품을 개발하고 이를 적극 홍보해야 한다. 향토음식을 중심으로 한 음식관광의 산업화를 통해 지역사회의 음식문화 및 음식업의 발전 등을 기대할 수 있을 것이다.

아직까지 향토음식에 대한 체계적인 연구가 부족하고 관광과 연계한 음식개발 방향에 대한 구체적인 대안이 없다. 대부분의 지자체에서는 음식관광자원과 시장에 대한 특성을 규명하지 않은 상태에서 상호 모방 가능한 유사형태의 음식관광목적지 개발에 힘쓰고 있는 실정이다. 전통음식의 관광자원화는 고부가 식품산업과 관광산업이 융·복합된 신성장동력으로 충분하다. 따라서 전남의 우수한 전통음식자원 현황을 파악하고 음식과 연계한 관광개발이 시급하다고 할 수 있다.

그러므로 본 연구는 전남이 가지고 있는 음식관광자원을 개발하고 이를 효과적으로 활용하는 등 전남지역의 음식관광을 활성화하기 위한 다양한 정책 방안을 제안하고자 한다. 즉, 문화와 관광의 관점에서 전남 음식의 가치를 재발견하고 관광자원으로서 음식의 경쟁력을 키우며 음식관광의 선순환 구조를 확립하는데 목적이 있다. 이에 전라남도 관광산업 활성화 및 다변화된 관광목적지 개발을 위한 수단으로서의 전남 전통음식 관광자원화 방안을 모색하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 향토음식에 대한 선행연구를 고찰하고 전남 대표향토음식에 대한 사례조사를 병행 실시하였다. 그 결과를 토대로 전남 향토음식 관광자원화를 위한 정책방안을 제시하고자 하였다.

II. 전통향토음식과 관광정책

1. 음식관광과 향토음식

관광객에게 음식은 중요한 문화체험이며 타문화 접촉에 있어 가장 손쉬운 기회를 제공한다. 즉, 음식문화는 방문국 및 방문지역의 여러 관광자원 가운데 가장 손쉽게 거부감 없이 접할 수 있는 자원이다. 음식은 국가정체성 및 국가이미지를 알려주는 주요 문화자원이다. 또한 음식은 관광의 기본 요소이자 중요한 관광자원으로 음식관광은 문화를 체험하는 매개체 역할을 수행한다. '08년 「국가브랜드맵」 조사결과, 한국의 이미지로 기술력이 1위, 한국음식이 2위('07년 3위)로 조사되었다.

외국관광객의 한국관광 방문동기 요인으로 쇼핑에 이어 음식·미식 탐방이라고 응답하였다.(한국관광공사, 2008)

한국의 전통식품과 한식은 식재료의 속성(채소와 곡물 위주, 발효음식), 조리법(삶기, 숯불구이) 등에서 세계적인 건강식이 될 잠재력을 보유하고 있다. 미국 건강잡지 「헬스」지는 김치를 대표적인 건강식품으로 꼽았고, 국제기내식협회는 비빔밥과 비빔국수를 최고의 기내식으로 선정하였다.(Health, 2006) 미국의 경우 별미를 맛보거나 전통 요리방식을 체험하기 위해 음식명소로 휴가를 떠나는 사람들이 전체 여행객의 1/6에 달하는 등 음식관광이 확산되는 추세이다.(USA Today, 2007) 일본, 태국 등은 음식 세계화 전략을 통해 단순히 음식만을 알리는 것이 아니라 음식과 관광을 통한 자국 문화의 세계화를 추진하고 있다.

음식관광에 대한 선행연구로는 전통 향토음식이나 한국의 전통음식을 대상으로 하는 연구가 대부분이다. 관광자원으로서의 음식문화에 관한 문헌적 고찰에서부터 한국전통음식문화의 관광상품화 방안을 연구하고 있다. 또한 외국인을 대상으로 한 전통음식 만족도 연구, 전통음식에 대한 평가, 향토음식의 인지도 및 기호도 연구 등이 이루어졌다.

향토음식은 “그 지역 공간의 지리적, 기후적 특성을 갖고 그 지방에서만 생산되는 지역 특산물로 만드는 요리 또는 그 지방에서 생산되는 재료를 그 지역에서만 전수되어 오는 고유한 조리법으로 만들어진 토속 민속음식으로, 과거부터 그 지방 사람들이 먹고 있는 것”(한국관광공사, 2006)이라 정의하고 있고, 이는 전통음식이 시간의 개념을 강조하는 데 비해 향토음식은 지역성을 강조하고 있는 것이 특징이며 전통음식이 향토음식의 개념보다는 넓다고 정의하고 있다(농림수산식품부, aT 농수산물유통공사, 2008). 따라서 향토음식은 그 지역의 독특한 문화를 표현하는 중요한 관광자원이며, 그 지역의 지리적 위치와 환경에 따라 형성되고 그 지역에서 생산되는 기본 식재료를 활용하여 음식의 조리 및 가공법이 개발되어야 한다. 향토음식을 조사·발굴하고 이를 보존 계승하는 것은 그 지역의 문화적인 가치를 향상시킬 뿐만 아니라, 지역의 관광산업을 활성화하는데 기여한다고 볼 수 있다. 따라서 최근 각 지방자치단체는 지방의 특성화된 관광상품을 집중적으로 발굴, 개발하여 지역의 특화산업으로 개발하면서 관광상품화하는 동시에 지역에서 생산되는 각종 농·수·임산물을 활용하여 지역경제활성화 및 소득증대를 위하여 노력하고 있다.

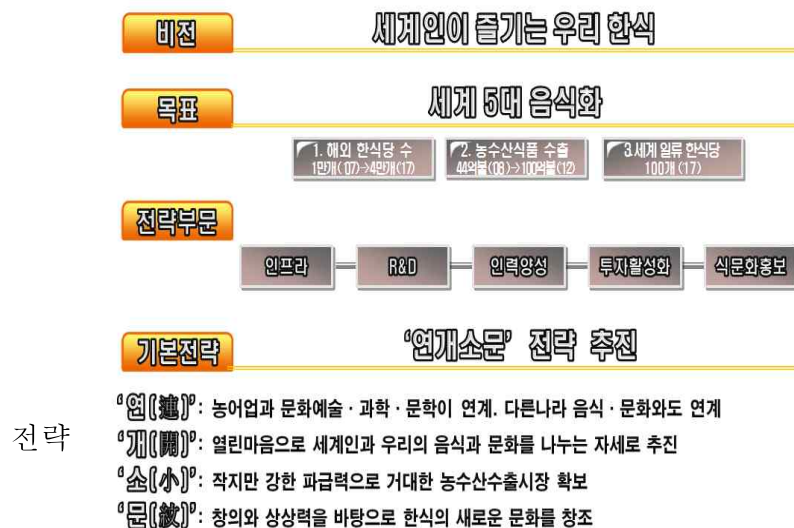
우리 음식을 관광 상품화한 사례는 전라남도에서 주최하고 있는 ‘남도음식문화큰잔치’에서부터 찾아볼 수 있다. 순천 낙안읍성에서 매년 열리는 이 행사는 지자체가 적극적으로 나서서 향토 음식을 발굴하고 이를 축제의 장으로 끌어올려 지역을 관광자원화 한 것이다. 이는 우리 음식을 중심으로 지역의 농촌 경제는 물론 관광자원과 연계하여 우리 음식을 새로운 형태로 가치 자원화 했다는 점에서 우리음식

의 새로운 패러다임을 제시한 것이라 할 수 있다. 그러나 시장에서의 대중화·상품화를 위해서는 지역을 대표하는 향토음식의 발굴과 지속적이고 체계적인 개발이 요구되고 있다.

2. 국내 음식산업 육성 정책

정부는 한국어, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국학 등을 중심으로 한 우리전통문화를 상품화하고 산업화 하여 세계 시장에 수출하여 외화 획득 및 고용과 부가가치를 창출함을 목표로 2006년 한(韓) 브랜드 육성사업을 국가정책 사업으로 추진하고 있다. 그 중에서 한식의 상품가능성에 주목하고 「한식세계화추진단」을 발족시키고 각 부처별 한식세계화 정책을 추진 중에 있다. 지난 2008년 11월 17일 한식 세계화 선포식을 통해 한식을 세계 5대 음식으로 육성하고 2017년까지 해외 진출 한식당 수 4만 개, 해외 진출 한식 브랜드 300개가 달성되도록 지원하겠다는 비전을 발표하였다. 농림수산식품부가 밝힌 한식세계화 사업의 추진과제는 크게 표준 조리법 개발, 해외 한식당 실태조사, 해외 한식당 인증제 등 3가지 정도로 압축된다.

<그림 1> 한식의 세계화 비전과 전략



자료 : 농림수산식품부(2008), 한식세계화 추진전략(안)

또한 한브랜드 사업의 일환으로 음식관광 활성화를 위한 한식관련 인프라 조성, 음식관광 상품개발 등의 다양한 사업을 추진 중이다. 법률에 의거하여 매년 지자체의 ‘향토음식경연대회’ 지원을 통하여 우수한 향토음식을 발굴 및 육성하고 있다. 또한 다양한 향토음식산업 관련 법률을 제정하여 음식산업 활성화를 위한 기반을

조성하는데 주력하고 있다.

전남은 예향이자 먹거리의 고장으로 다양하고 풍족한 각종 농수산물을 이용한 고유의 음식문화가 발달하였다. 전남의 풍부한 역사·문화자원과 함께 남도음식은 전남을 대표하는 관광자원으로 이를 융·복합 산업으로 성장시켜 핵심 소득창출산업으로 육성하고 있다.

대표적으로 「남도 맛 산업육성 5개년 계획」¹⁾을 추진하고 있다. 전통적 맛과 멋을 자랑하는 고유한 음식문화를 보유하고 있는 전라남도는 남도음식의 전통과 이미지를 현대적으로 계승하여 전남의 친환경 농수산물의 생산 및 판매, 2차 식품제조·가공 및 3차 음식서비스 등 식생활과 관련한 모든 산업, 즉 「남도 맛 산업」을 체계적으로 추진하고자 「남도 맛 산업 육성 5개년 계획(2010년~2014년)」을 수립하여 추진 중이다. 본 계획은 전라남도의 고유한 남도음식문화를 계승·발전시키고, 이를 신성장동력으로 하여 농수축산업과 관광산업의 연계 강화로 전남지역 경제 발전과 농어촌의 활력회복을 위한 것이라 할 수 있다. 남도 맛의 명품화 및 세계화를 위하여 「전통음식체험관」 조성, 먹을거리단지 조성, 미각여행 관광상품 개발, 지역 축제에 남도 먹을거리 촌 운영, 남도음식 프랜차이징, 남도 맛 명가의 지정 등 세부과제를 추진 중이다. 그리고 「남도음식 외식산업육성대책(2008~2012년)」은 농업과 외식산업의 연계 강화를 통해 남도음식의 체인화, 프랜차이즈화로 외식산업화를 촉진하고 있다. 프랜차이즈화가 가능한 지역 대표품목 및 전통음식을 발굴하여 조리법 표준화, 식자재 규격화 등 세부계획을 수립하였다.

「전남도 음식문화개선사업」은 ‘남도좋은식단’ 실천보급에 역점을 두고 2006년부터 전개하여 왔다. ①위생적인 상차림, ②알뜰한 상차림, ③균형 잡힌 상차림을 추진하고, 신 음식문화운동을 전개하여 양(量) 중시의 비위생적인 음식문화에 대응한 질(質) 중심의 글로벌 음식문화(위생식단) 보급에 치중하고 있다. 또한 도내 94개의 남도음식명가를 지정하여 집중 관리하고 있다. 여기에는 무안의 기절낙지·짬뽕불구이(돼지고기)와 목포의 홍어, 강진 민물장어구이, 곡성 은어회, 담양 죽순삼합과 죽계탕, 영광 굴비정식, 나주 곰탕과 함평 육회비빔밥, 광양 불고기, 영암 장뚝어탕, 구례 대통밥, 장흥 바지락회와 키조개 등심구이, 보성 전어식당, 곡성의 닭잡아먹는 참계탕, 진도 간재미회 등이 포함되어 있다.<표 2>

1) 음식의 전통과 이미지를 현대적으로 계승하여 전남 친환경 농수산물의 생산 및 판매, 2차 식품제조가공 및 3차 음식 서비스 등 식생활과 관련한 모든 산업

<표 2> 전라남도 남도음식명가 지정내역

합계	목포	여수	순천	나주	광양	담양	곡성	구례	고흥	보성	화순
94 (100.0)	8 (8.5)	7 (7.4)	8 (8.5)	6 (6.4)	6 (6.4)	4 (4.3)	3 (3.2)	3 (3.2)	2 (2.1)	4 (4.3)	6 (6.4)
	강진	해남	영암	무안	함평	영광	장성	완도	진도	신안	장흥
	4 (4.3)	5 (5.3)	3 (3.2)	4 (4.3)	3 (3.2)	4 (4.3)	3 (3.2)	4 (4.3)	2 (2.1)	2 (2.1)	3 (3.2)

「남도음식문화 큰잔치」는 타 지역과 차별화된 남도의 대표음식을 브랜드화하기 위해 민속 문화와 음식을 접목하여 남도의 맛을 한자리에 모은 매력적인 음식축제의 장이다. 낙안읍성 문화투어 등 전통문화를 소재로 대표 프로그램 개발을 통한 이미지를 구축하고 있다.

Ⅲ. 전남 향토음식 현황 및 사례

1. 전남 향토음식 일반 현황

전라남도는 쌀이 중요한 곡물을 차지하고(전남-20%, 전북-16%), 그 외 보리, 옥수수 등의 곡물 생산량이 많아 떡, 한과, 조청, 엿, 누룩 이용 양조법, 증류주가 발달하였다. 특히 개미 있는 손맛과 지역적인 인프라가 풍부하여 농, 임, 수산물, 지역특산물이 발달하여 산채, 나물 조리법이 발달하였고, 조미료와 향신료 등 양념류가 발달하였다. 지역 특산물을 이용한 국물음식이 발달하였으며 식재료가 풍부하여 다양한 부식의 종류가 많고 화려한 것을 특징으로 하고 있다.

남도 전통음식은 전라남도 지역에서 생산되는 토착 재료를 사용하여 그 지역주민의 솜씨에 의해 전승되어온 향토음식으로, 남도 전통 향토음식으로는 주식류, 부식류, 후식류와 함께 병과류, 전통술 등이 다양하게 발달되어 왔다. 발효식품이 발달하여 고추장, 된장, 간장, 젓갈, 김치, 천일염을 2008년 6대 발효식품으로 지정하였다. 세부적인 남도 전통 향토음식을 지역별로 살펴보면 아래 <그림 2>와 같다. 또한 시군별 대표 음식과 축제를 정리하면 <표 3>과 같다.

<그림 2> 전남 시·군별 향토음식 분포 현황



자료 : 전라남도(2009), 「남도음식 기초자료 조사 및 표준화 연구」

전남은 전체 음식점 18,098개 점포 중 모범음식점이 706개(3.9%)로 향후 남도 음식점 전체의 수준향상을 위한 과제를 안고 있다. 전국 친환경농산물의 58.2%를 생산하는 최대 생산지역으로 음식 원재료의 안전성이 충분하다. 친환경인증면적은 2004년에 4,057ha에서 2008년에는 101,256ha로 25배나 증가했다.

<표 3> 전라남도 친환경인증실적 현황

(단위 : ha)

구 분	계	저농약	무농약	유 기	비 고
2004년	4,057 (경지면적의 1.3%)	2,650 (0.8%)	991 (0.3%)	416 (0.2%)	
2008년	101,256 (경지면적의 32.5%)	75,121 (24.1%)	23,725 (7.6%)	2,410 (0.8%)	'08인증적용
신장율(배)	24.9	28.3	23.9	5.8	

자료 : 전라남도(2010), 생명식품산업 육성 제2차 5개년 계획

<표 3> 전남 시군별 대표 음식 및 축제

시군별	대표음식 및 내용	축제
목포	- 5味: 세발낙지, 홍탁삼합, 꽃게무침 꽃게장, 민어회, 갈치조림	-해양문화축제
여수	○ 10景10味 - 10味: 서대회, 돌산갓김치, 갯장어회, 군평선이, 계장백반, 장어구이, 굴구이, 한정식, 해물탕찜, 생선회	-거북선축제
고흥	○ 9味10景 - 9味: 참장어(회, 샤브샤브), 낙지, 삼치(회, 구이), 전어, 서대, 굴, 매생이, 유자향주, 봉장어(회, 구이)	-녹동바다불꽃축제
순천	○ 별미음식 7종	-남도음식문화큰잔치 -갈대축제
나주	○ 3가지 맛거리 - 나주곰탕거리, 영산포 홍어거리, 구진포 장어거리	-영산포 홍어축제 -영산강문화축제
광양	○ 음식관광코스 4개 운영 - 숯불구이코스, 전어회(구이)코스, 채첩국, 은어, 참게탕코스, 봉장어구이코스	-매화문화축제
담양	○ 전통음식체험 4가지 - 추월산 약다식, 담양한과, 전통된장, 전통쌀엿체험 - 떡갈비, 창평국밥	-대나무축제
곡성	참게장	-심청축제
구례	지리산 산채, 버섯비빔밥, 사찰음식, 매운탕	-산수유축제
보성	○ 향토음식 9가지 - 우렁탕, 전어회, 추어탕, 짬뽕어탕, 우렁회, 바지락회, 차가루양갱, 꼬막정식	-녹차대축제 -별교꼬막축제 -소리축제
화순		-풍류문화큰잔치
장흥	장흥한우, 표고버섯	-물축제
강진	남도음식1번지(황금한우먹거리촌, 강진 한정식 등)	-강진청자축제
해남	먹거리지도 제작, 닭요리촌(8), 한식(35)	-매화축제 -명량대첩축제
영암	갈낙탕, 짬뽕어탕, 낙지구이, 장어구이	-영암왕인문화축제
무안	○ 5味: 무안 세발낙지, 명산 장어구이, 양파한우고기, 돼지꼬불구이, 도리포 송어회 - 낙지골목	-연산업축제
함평	선지국비빔밥, 함평천지한우고기, 갯벌낙지, 보리새우	-나비대축제
영광	○ 굴비정식 ○ 7대관광지	-법성단오제 및 굴비축제
장성	○ 장성별미 7가지 - 먹거리 바베큐, 우족탕, 표고버섯과 산채백반, 보리밥집, 평샤브샤브, 매기찜, 흑염소탕 ○ 장성 8景	-홍길동축제

시군별	대표음식 및 내용	축제
완도	○ 4계절 별미 - 봄: 간재미찜 · 회무침, 전복낙지탕, 툇무침, 낙지해물찜 · 회무침 등 - 여름: 서대찜, 전복삼계탕 등 - 가을: 감성돔회, 바지락국, 삼치회, 참돔회 등 - 겨울: 매생이, 석화, 전복복은지갈치찜, 전복웃닭, 전복 · 해삼 · 개불구절판, 파래, 옷오리탕 등 - 사철별미: 간장게장, 아구찜, 전복영양밥, 전복찜, 전복회 등	-장보고축제
진도	홍주	-신비바닷길축제
신안	-홍어 -낙지	-신안갯벌소금축제 -낙지축제 -병어축제 -민어축제

자료 : 시군별 홈페이지를 통해 작성

2. 남도음식 사례분석

본 연구에서 남도향토음식을 5가지 유형으로 구분하고 그 중에서 대표적인 음식에 대한 사례를 제시하였다. 남도한정식으로 강진 한정식을 소개하고, 진도 홍주를 남도전통주로 사례 분석하였다. 맛의 거리로는 나주의 3가지 먹거리(곰탕, 홍어, 장어)를 소개하고, 차와 다과로는 보성 녹차와 담양 한과를 선정하여 소개하였다. 마지막으로 남도슬로푸드를 사례 분석하였다.

가. 남도한정식

남도 한정식은 “남도의 산, 바다, 들에서 나온 우수한 식재를 바탕으로 남도 특유의 조리법으로 만든 맛깔스럽고 감칠 맛 나는 재미 있는 음식으로, 민가음식을 정점으로 한 평면전개형 상차림의 원형을 가진 음식(주요리 1~2종에 생채(무침), 숙채(나물, 볶음), 김치류 등을 포함한 5찬류가 제공되는 형식)”이라고 할 수 있다. 이러한 내용을 기본으로 할 때, 남도한정식은 “남도음식을 기본으로 한 평면전개형 상차림에 적온적시(適溫適時)에 서빙될 수 있는 주 메뉴(4종 이상)와 찬류(김치 및 젓갈류 포함 10찬 이상)가 시계열형으로 제공되는 상차림”이라고 볼 수 있다.²⁾

<사례 1> 남도한정식 강진청자골 종가집

남도한정식의 발원지 강진이라는 자부심과 맛, 전통을 중시하여 강진전통의 간장

2) (2009), 「남도음식 기초자료 조사 및 표준화 연구」, 전남도립대학, 김수인 외

맛을 간직한 군동 신기마을된장, 고추장만 사용한다. 매일새벽 그날 만들어 음식재료로 장만하고 모든 음식에 사용하는 장류도 직접전통방식에 따라 만들어 사용한다. 3년 숙성 묵은지를 지하 저장창고에 보관하며 고즈넉한 분위기에서 옛 사대부 풍류를 즐기면서 식사할 수 있다. 40~50가지 반찬, 육해공의 진미를 맛볼 수 있다. 전라남도 지정 음식명가이며, 친환경농산물 사용업소 인증, 음식점 원산지 자율표시 시행업소이다.



나. 전통주³⁾

전라남도는 한류 영향에 따른 막걸리 수요에 부응하고, 세계적 명품 실현을 통한 전통술의 규모화·기업화로 수출 전략산업으로 육성하고자 「전남 전통술 육성 5개년 계획」⁴⁾ 수립하여 추진 중이다. 전라남도의 2009년 말 현재 전통술 제조업체는 24개 업체로 가동이 18개소, 준비 또는 중단이 5개소이다.

<사례 2> 진도 홍주

진도 홍주가 처음 빛어진 때는 고려초라는 말이 있기는 하나 널리 알려진 것은 조선시대이며 이 시대에는 진도 홍주를 지초주(芝草酒)라 하여 진상품으로 꼽았다. 진도 홍주는 발효와 증류에 이어 지초의 용출과정을 거치는 전통주 중에서도 독특하게 제조되는 술이다. 맛, 향, 색깔이 독특하다.

진도명품화를 위해 진도홍주산업클러스터를 구축하여 지초경관사업, 진도홍주경쟁력 강화, 진도홍주 유통기반 구축, 진도홍주 테마관광 등 다양한 신활력사업과 연계추진 중이다. 루비콘(RUBICON)이라는 자체 브랜드를 개발하여 사용하고 있다. Ruby+Unicorn의 합성어로 홍주색깔을 나타내는 루비와 신비한 생명체인 유니콘의 만남으로 붉은 홍주가 신비스러운 생명체와 같다는 의미이다.

3) 민속주 : 「문화재보호법」에 의해 문화재청장 및 시도지사가 추천 또는 「식품산업진흥법」에 의해 지정된 주류부문 전통식품명인에 대해 농림수산식품부장관이 추천한 주류, 농민·생산자단체주류 : 농·임업인 및 생산자단체가 생산하는 농산물을 주원료로 농림수산식품부장관 추천을 받아 생산되는 주류. 상기 주류를 전통술(주)로 통칭.

4) 전통술 산업 규모화세계화를 위한 체제 구축으로 사업내용(3개 추진전략, 17개 실천과제)은 전통술 산업화를 위한 기반 조성(생산시설 현대화 등 6건), 대중화를 위한 홍보·판촉 강화(프랜차이저 개설 등 7건), 세계적 명품술 개발 육성(명품술 개발 등 5건) 등임.



다. 맛 거리 조성

<사례 3> 나주 곰탕 · 홍어 · 장어거리

남도 육류문화에서 가장 널리 보급되어 정착된 것이 나주곰탕이다. 천년 목사골의 대표음식인 곰탕은 양지와 사태를 주로 쓰고 삶는 과정에서 차별화하는 노하우가 있다. 굵이굵이 영산강 뱃길을 따라 올라와 댕을 내리면 잡힌 홍어가 먼 뱃길을 따라 올라오는 사이에 자연발효되어 독특하고 절묘한 맛을 내는 웰빙 식품이다. 나주의 구진포는 바닷물과 민물이 만나는 지역으로 이곳은 장어 맛이 유명하다. 특히 구진포 장어는 미꾸라지를 먹고 자라기 때문에 맛이 뛰어나고 건강에도 좋다. 인근 영산강개발, 삼한지테마파크, 천염염색문화관 연계추진중이다.



라. 차와 다과

보성은 녹차 생산의 세계적인 적지로 산, 바다, 호수가 어우러진 지역으로 해양성 기후와 대륙성 기후가 만나는 지점에 위치해 일교차가 심한 관계로 차의 아미노산 형성에 큰 영향을 준다. 보성은 전국 차 재배면적의 약 37%를 차지할 정도로 기후, 토양, 지형, 호수, 바다 등 자연환경이 잘 어우러져 최고급 차(茶) 재배의 적지로 친환경 자연조건을 갖추고 있다. 재배농가수는 1,097가구, 재배면적 1,097ha,

수확면적 844.1ha이다.

관광활성화(2010년 가보고 싶은 곳 1순위(대한다원 등)) 지역이다.

보성녹차는 자연상태와 같은 조건하에 재배하고 있기 때문에 그 품질을 세계가 인정하고 있으며, 2008년 4월 8일 우주로 발사된 러시아 소유즈 우주선에 탑승한 한국 최초의 우주인 이소연씨가 우주에서 마실 수 있는 음료로 보성녹차가 선정되었다. 보성군은 국내 최대의 녹차 생산지(36%)로서 중·소규모의 농가에서 생산한 생엽을 공동가공하고 공동브랜드로 판매하기 위한 시설을 구축하며 녹차재배체험 등의 사업을 기존 관광자원과 연계하여 개발하고자 한다. 녹차가공시설 및 유통법인 설립, 연중 녹차 체험단지 및 연구소 설치, 녹차타운 조성 및 녹차 전통식품개발, 계단식 차밭 경관관광자원 조성사업(기존 관광지인 다원과 차와 판소리 공원을 잇는 차밭 산책로 등을 조성) 등을 추진하고 있다.

담양한과는 한과 원료의 다양화로 지역농산물 고정판매 확대 및 한과의 관광상품화로 관광을 목표로 하고 있다. 제조기술의 시스템화, 판매네트워크, 안정적인 원재료수급확보, 세련된 포장 및 패키지디자인, 전국단위 물류센터 운영이 경쟁력으로 평가된다.



마. 슬로푸드

슬로시티는 2009년 현재 16개국 111개 도시가 가입되었으며, 아시아에서는 2007년 12월 전남 담양군 창평면, 장흥군 유치면, 장평면, 완도군 청산도, 신안군 증도의 4개 지역이 슬로시티로 인증받았다.



슬로푸드 전라남도콘비비움
(SlowFood Jeollanam-Do Convivium)

담양 창평은 삼지내 마을의 옛담장과 고재선 가옥, 고재환 가옥, 춘강 고정주 고택, 상월정, 남극루, 창평 전통 음식축제, 삼지천 마을 돌담길, 자전거길, 달피미술관 등의 관광자원이 다양하다. 2008년 대한민국 문화관광 대표육성 축제로 지정된 담양 대나무 축제는 전통 대통술 담그기와 죽제품 제작체험, 대나무밭 체험투어 등의 행사를 진행하고 있다. 죽녹원, 소쇄원, 한국가사문학관, 메타세쿼이아가로수길 등도 인기있는 관광지이다.



전라남도 신안군 증도면은 우리나라 최대 갯벌염전을 보유하고 있으며, 이 갯벌염전은 세계 인류의 생명을 위해 반드시 지켜져야 한다고 그 가치를 인정받아 슬로시티로 지정되었다. 증도의 관광자원으로는 단일염전으로는 우리나라 최대 규모 (140만평)를 자랑하는 곳인 태평염전이 있는데, 이 곳에서 생산되는 소금은 천일염 중에서도 최상품으로 평가받고 있고, 천일염 체험장, 소금박물관, 짬뽕어 다리가 있다.

전라남도 완도군 청산면은 완도읍에서 19.2km 떨어진 다도해 해역에 위치하고 있으며 5개의 유인도와 9개의 무인도로 형성된 소라형 모양으로 이루어진 천혜의 관광자원 및 청정해역으로서 수산자원이 풍부한 아름다운 자연경관을 간직한 다도

해 해상 국립공원지역에 위치하고 있다. 전국 생산량의 80%를 차지하고 있는 완도 전복은 미네랄 함량이 높고 비타민이 풍부하며 저지방 고단백 식품으로 단백질의 창고라 불리우고, 청정바다에서 나는 해조류만을 먹고 성장하므로 품질이 우수하며 육질이 연하고 부드러운 것이 특징이다. 완도 청산 건강밥상은 청산도 전통 제사상에 올렸던 툇밥을 비롯하여 너프국, 전복죽, 전복물회, 배말, 문어, 군소탕, 군소, 삶은 문어, 삼치구이, 삼치회, 홍합찜, 파래전, 김전, 파래김치, 두릅장아찌, 돌짱게, 성묵, 툇무침, 배말무침, 본찰, 툇무침, 굴, 소라볶음, 송어젓갈, 물볶음 등 20여 가지가 넘는 풍성한 상차림으로 구성되어 있다. 완도군은 청산도에 전통 방식으로 음식을 조리하고 휴식도 취할 수 있는 '슬로푸드 체험관'을 조성하기로 하였다. 이곳에서는 청산도 고유 음식을 계승하고 관광객에게 슬로푸드를 제공하는 등 다양한 체험프로그램이 운영된다.

장흥군 유치면 일대는 진정한 유기농법과 순환농법을 하고 있는 농가들이 모여 살고 있고, 옛날 우리의 건강한 농촌의 모습이 그대로 남아 있다. 장흥군 유치면과 장평면 우산리가 슬로시티로 지정된 것은 먹거리 뿐 아니라 동물, 곤충과도 공생하면서 생태계가 그대로 살아있는 환경 때문이고, 유치면 반월리는 장수풍뎅이 마을로 전국적으로 유명세가 있다. 유치면의 특산물인 노지 재배로 정성껏 키운 표고버섯은 30~40년 전부터 농가소득을 올리기도 하였다. 장흥 유치에는 모든 농산물을 무농약, 무화학비료, 무제초제로 재배하는 유기농 공동체마을인 한농마을이 있다. 1994년부터 유기농업 실천단체로 유기농산물 생산과 판매는 물론이고 채식과 생식 위주의 식생활 체험이 가능하고, 산 속에 위치하고 있는 이 공동체에서는 유치면 대표특산품인 표고를 대단위로 재배하고 있다. 직접 농산물 재배, 표고나 밤따기 등의 체험도 할 수 있도록 준비하고 있다.

IV. 전남 향토음식 상품화 전략

전라남도에는 334개의 국가지정문화재, 707개의 지방지정문화재, 67개의 등록문화재 등 총 1,108개의 풍부한 문화재를 보유하고 있다. 남도의 민속과 풍속, 진도아리랑을 비롯한 소리 등 문화자원을 보유하고 있고, 흑산 홍어, 진도 홍주, 목포 세발낙지 등 뛰어난 음식관광자원을 보유하고 있다. 또한 전국 템플스테이 사찰 87개소 중 가장 많은 13개소가 전남에 소재, 전국 한옥 5만여 개소 중 3,600여개소가 소재하고 있다. 전남은 행복마을 마스터플랜을 통해 한옥마을 20개소를 조성할 계획이다.

국내외 관광객들에게 차별화된 이미지를 심어주기 위해서는 남도문화와 향토음

식의 융합을 통해 전남만의 향토전통음식을 발굴하여 관광상품화해야 할 것이다. 그리고 전통문화콘텐츠(한글, 한식, 한복, 한지, 한옥, 국악) 6개 분야를 대상으로 한 세계화전략인 ‘한 스타일(Han Style)’과 연계한다면 남도문화와의 시너지효과를 기대할 수 있을 것이다.

이를 위해 다섯 가지 향토음식 상품화 방안을 제안하고자 한다. 첫째, 남도의 맛·소리·전통문화가 어우러진 고품격 융합관광 추진, 둘째, 테마를 가진 남도향토음식자원의 콘텐츠화, 셋째, 슬로시티를 활용한 남도 웰빙관광상품 개발, 넷째, 글로벌지향의 식문화 개선, 다섯째, 남도음식 장인 육성 및 협력추진체계 마련 등이다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

1. 남도스런 문화관광 상품화

향토음식을 발굴하여 지역성을 띠는 맛과 조리법을 표준화하는 것도 중요하지만 소비자가 공감할 수 있는 향토음식에 대한 정서적 체험을 유지시키는 관광상품으로서 그 반응을 유발시키고, 향토음식이 관광상품으로 가치를 갖도록 하는 것도 중요하다.

첫째, 남도의 맛·소리·전통문화가 어우러진 고품격 융합관광을 개발해야 한다. 남도다운 색과 멋과 맛이 어우러지는 관광자원을 개발하고 옹기와 청자를 활용한 음식그릇, 한옥을 이용한 식당 등으로 차별화해야 한다. 김치, 고추장, 된장, 간장, 젓갈류, 천일염 등 6대 전통발효식품 제조시설 견학 및 체험활동을 병행하고 젓갈음식을 기능성 천일염과 수산물이 결합된 글로벌 발효식품으로 개발해야 한다.

둘째, 남도 한식관광트레일을 개발해야 한다. 전통음식관광에 참여한 사람들은 지역사회에서 생산·재배되는 전통음식원료 관련 장소 등을 방문하고, 직접 체험을 한다. 또한 관련 이벤트나 축제에 참가하고 주변의 관광매력물과 연계하여 관광활동을 즐긴다. 따라서 전통음식과 관련하여 여러 요소들을 어디에 어떻게 트레일(trail)화 하느냐가 관광자원화의 성패를 좌우할만큼 매우 중요하다. 따라서 남도향토음식 테마와 관련된 문화자원 방문, 경관자원 관람, 쇼핑 등을 결합한 남도음식관광트레일을 개발해야 한다. 해외 성공케이스를 벤치마킹하고 광역적 관광자원의 연계 트레일 개발이 필요하다. 남도음식관광트레일 개발 예로는 아래와 같다.

<표 8> 남도별미 관광트레일

상품명	관광자원 연계내용
나무포 밥상	유달산⇒토속동동주⇒세발낙지비빔밥⇒목포자연사박물관⇒해양유물 전시관⇒남농기념관⇒활어회정식⇒야간시티투어⇒홍어애 해장국 or 황태해장국⇒F1대회 경기장 관람⇒대흥사, 두륜산케이블카⇒유선관 한정식 or 춘닭정식코스⇒우항리공룡화석지⇒삼합백반 or 아구찜
명품 사극 촬영지	화순 돼지고기 숯불구이⇒화순 운주사⇒보성녹차밭⇒순천만자연생태공원⇒여수 회정식⇒백야도⇒사도⇒백야도
1박2일 산해진미여행	송광사⇒산채정식⇒순천만 갈대밭⇒여수 회정식⇒향일암⇒피문어죽⇒오동도⇒대통밥정식⇒죽녹원⇒메타세콰이아길⇒소쇄원

셋째, 고품격 복합융합관광상품을 개발해야 한다. 공연과 함께 하는 음식여행, 미용·의료 목적과 결합한 음식여행 등 복합형 관광상품개발이 필요하다. 비빔밥 포퍼먼스인 '비밥(BiBop) 코리아'가 모델이 될 것이다. '난타'와 '점프'를 기획한 최철기 씨가 연출했고 10월 15일 초연 예정이며, 요리사로 분장한 배우들이 무대에서 비빔밥을 만드는 과정을 아카펠라, 비트박스, 춤, 서커스 등으로 표현하며, 배우들이 만든 비빔밥은 즉석에서 관객들에게 전달하는 복합공연이다. 이를 벤치마킹하여 '진도 민속공연 + 마당에서 즐기는 전통한식', '미용·의료기술+한방특화단지방문+한방약초음식체험+테라피서비스', '템플스테이 산사음식여행-명상수행+산사음식만들기 체험+옛길체험+산사숙박' 등 융복합 상품을 개발해야 한다.

2. 광역적 연계를 통한 향토음식 관광명소화

먹거리와 볼거리를 결합한 복합관광상품 개발 및 음식 콘텐츠 상품개발을 지원하고 미용식, 웰빙식 등 고급 테마음식상품 개발 및 초청 팸투어를 실시해야 한다.

첫째, 전남에서 생산한 안전한 식재료 및 남도음식 전문점 인증을 통한 신뢰도를 강화해야 한다. 템플스테이와 주변 마을 문화를 결합한 연계 상품으로 개발하고 한국 전통 의식주 체험형 한옥 스테이를 조성해야 한다. 또한 건강과 웰빙이 조화된 차별화된 대표음식 관광 상품으로 음식자원과 특산품(한과류, 장류, 전통곡주, 민속주) 등 각종 먹거리로 상품화해야 한다.

둘째, 남도향토음식(점)의 스토리텔링을 개발해야 한다. 향토음식(점)에 흥미진진한 이야기를 접목함으로써 특징적인 가치를 제고하고 관광객의 흥미를 불러일으킬 뿐만 아니라 특수성과 차별성을 지닌 음식의 브랜드화를 기대할 수 있다. 향토음식

(점)과 관련된 이야기의 개발을 통해 음식에 대한 이미지는 물론 음식을 둘러싸고 있는 지역의 역사, 문화적 배경을 함께 소개함으로써 음식을 떠올리면 특수한 그 지역의 이미지가 자연스럽게 연상될 수 예를 들어, 백설기(100명이 함께 먹으면 장수), 국수(긴 면발처럼 장수와 오랜 행복을 염원) 등 음식에 얹힌 이야기를 활용한 스토리마케팅을 전개할 수 있도록 할 필요가 있다. 전남의 경우 흑산도 홍어, 세발낙지 등 맛과 함께 ‘남도음식관광’ 자원화를 위해 남도만의 식재료를 대상으로 다양한 음식스토리를 발굴해야 한다.

셋째, 테마를 가진 먹거리촌을 조성하고 관리해야 한다. 테마 음식거리는 하나의 점으로 개별적으로 존재하고 있는 음식자원을 선적으로 연결함으로써 각 자원의 활성화를 가져올 수 있으며, 테마성이 강한 거리가 조성될 경우 도시의 상징적 이미지를 창출할 수 있다. 먹거리촌을 중심으로 다양한 행사 및 축제를 개최함으로써 시너지효과를 발휘할 수 있다. 특색 있는 테마 음식거리를 지정하여 콘텐츠화하고 지속적인 관리와 함께 이벤트 및 축제와의 연계 등을 통해 관광객들을 유인하여 관광명소화할 수 있다. 연령별, 계절별, 지역별, 음식별 등 테마를 가진 먹거리촌을 조성하여 관광객들로 하여금 전남지역의 음식에 대한 관심을 유발하고 음식관광지로서의 상징적 이미지를 형성한다. 또한 테마를 가진 먹거리촌을 지도화하여 관광객들에게 소개함으로써 접근성을 제고할 수 있다. 따라서 전남은 지역 음식 특화지구 활성화 사업을 추진하여 지역 내 형성된 기존 음식점 밀집 지역을 음식관광자원으로 특화시켜 음식관광 체험 프로그램을 발굴 및 운영해야 할 것이다.

3. 슬로시티를 활용한 남도 웰빙관광상품 개발

첫째, 음식관광 장소성 강화를 위한 지역별 특화전략을 수립해야 한다. 향토음식, 특산물 등을 활용한 음식관광은 관광객 방문을 유도하고 지역을 홍보할 수 있는 수단이며, 음식관광의 장소화 전략을 통하여 지역별로 차별화된 관광상품 개발 및 음식관광 브랜드를 구축할 수 있다. 대표적인 예가 슬로우푸드 운동일 것이다. 슬로우푸드운동은 식량생산 공동체를 복원하여 지속가능성 농업을 위한 휴양관광 비즈니스화하는 운동이다. 전남은 아시아 최초의 슬로시티(담양 창평, 장흥 유치, 완도 청산, 신안 증도)로 지정되었고, 신안 천일염, 장흥 표고버섯, 담양 대통밥, 완도 전복죽 등이 대표적인 슬로우푸드로 지정되었다.

둘째, 슬로시티 관광자원화 사업(Korea Slow City)과 연계하여 슬로우푸드 음식관광상품을 개발해야 한다. 슬로시티 체험활동과 슬로우푸드 체험활동을 결합하여 고급음식관광상품으로 개발해야 한다. 남도슬로우푸드대잔치를 개최하고 담양(죽염, 태양초 고추, 약초), 장흥(버섯, 유기농 배추), 완도(해산물), 신안(천일염, 젓갈)을 활용

하여 담양(약초밥상), 완도(청산건강밥상), 장흥(달팽이 버섯밥상), 신안(미인 자연밥상) 등을 적극 개발·홍보해야 한다.

셋째, 슬로시티와 슬로푸드를 관광모티브로 하여 인근 관광자원과의 광역적 연계를 강화하여 다양한 웰빙패키지관광상품을 개발해야 한다. 예를 들어 담양 창평의 가사문화제, 신안 중도의 소금축제, 완도 청산도의 웰빙해산물 축제, 장흥의 표고버섯축제 등과 연계되어야 하며 인근 관광자원과의 연계가 적극적으로 모색되어야 할 것이다. 또한 농산물 수확 체험, 어촌체험, 숙박체험프로그램 개발 및 전통문화 체험, 자연탐방체험, 손맛체험프로그램의 패키지화가 필요하다.

4. 글로벌 지향의 식문화 개선 및 홍보 강화

남도음식을 글로벌 음식관광상품으로 개발하기 위하여 외국 관광객 맞춤형 식문화를 개선해야 하며 홍보마케팅을 강화해야 할 것이다. 아름다운 도자기 위에 전통향토음식을 차려내는 담음새를 개발하고 홍보마케팅을 강화하여 향토음식을 남도문화의 쇼룸으로 격상시킬 수 있을 것이다.

첫째, 외국관광객을 위한 식문화를 개선해야 한다. 음식과 식기는 실과 바늘과 같이 항상 함께 하는 것이기 때문에 남도 전통음식과 어울리는 식기개발이 필요하다. 전통음식의 풍미를 담아낼 수 있는 그릇을 개발하는 것이다. 일본의 식문화는 식자재와 조리법에 그치는 것이 아니라 그릇과 색깔, 건축 등 일본의 종합적인 문화를 반영하고 있다. 따라서 개성적이고 심미적인 수공예도자식기는 특별한 장소의 특별한 분위기를 이끌어내는 전통음식의 이미지를 세계화, 고급화하는데 큰 효과를 낼 수 있을 것이다. 또한 반찬을 한 상에 차려서 한꺼번에 내오는 방식(공간전개형) 대신 서양인들의 취향에 맞는 코스 메뉴(시간전개형)를 개발하고 개인용 사이드 젓가락과 개인 찬기를 세팅함으로써 개인 위생성을 강조하는 상차림 세팅법으로 개선해야 할 것이다. 복합찬기(plate in plate)를 사용하여 평면전개형의 남도 한식 상차림에는 지나치게 찬기가 많이 놓여 상밖으로 찬기가 나가거나 포개는 경우가 있으므로 소스류로 사용되는 초장기는 큰 접시안에 묶음으로 세팅하여 여유감을 주게 한다. 앉을 수 있는 테이블식탁을 구비하고 남도 고유의 스타일을 살리면서 맛은 담백한 메뉴를 내세워 맵고 짠 맛에 대한 외국인들의 거부감을 최소화해야 한다.

둘째, 관광객들에게 있어 매력적인 음식관광목적지가 되기 위해서는 우선 차별화된 지역대표음식 및 음식점의 개발, 음식축제 개최 등도 필요하지만 이러한 자원들이 음식관광 활성화 효과를 내기 위해서는 효과적인 마케팅 및 홍보가 수반되어야 한다. 전통음식지도를 개발하여 관광관련 브로셔, 안내책자, 인터넷 홈페이지 등 홍

보 활동을 강화해야 한다. 또한 「남도한식 온라인다이닝플래너」를 개발하여 홍보를 강화해야 한다. 예를 들어 홍콩관광청 홈페이지 ‘홍콩다이닝플래너’ 메뉴에서 체류기간, 방문지역, 선호음식유형(현지식/양식/디저트)을 선택하면 추천식당 리스트를 토대로 자신만의 다이닝 플랜을 설계할 수 있다. 이를 위해서는 음식 관련 체험시설, 먹거리 특화지구, 축제, 박람회, 음식관광상품 등 다양한 음식관광자원에 대한 인벤토리 데이터베이스를 구축해야 하며, 이를 기반으로 다국어 포털사이트를 개설하여 관광객에게 맞춤 정보를 제공하는 남도향토음식 온라인다이닝 플래너를 개발해야 한다. 또한 남도전통음식의 상설 전시, 식문화 체험, 프랜차이즈화 교육 등 다양한 기능을 지닌 전통음식 체험관을 조성하여 남도음식의 맛과 조리법 등 우수성을 집중 홍보해야 한다.

5. 남도음식 장인 육성 및 협력추진 체계화

남도음식관광을 산업화하기 위해서는 남도음식장인을 체계적으로 양성하고 음식관광정책 추진주체의 조직화가 필요하다.

첫째, 고유의 향토음식을 생산하기 위한 전문요리사를 양성해야 한다. 남도향토음식 보유자를 발굴·육성하며, 향토음식 경연대회 개최, 향토음식 강습회 및 세미나 개최, 지역특성에 맞는 향토음식을 현대적 감각에 맞춰 응용·개발하는 인력을 양성해야 한다. 이를 위해 전남도내 대학과 수도권 대학(평생교육포함)에 남도음식 전문인력 양성과정을 개설해야 한다. 또한 남도음식의 창업지원을 위한 전문인력을 양성해야 한다. 남도음식 창업과 사업의 성공을 위한 창업전문 교육을 실시해야 한다.

둘째, 향토음식 제공을 위한 전문서비스제공자를 양성해야 한다. 음식생산자의 기본적인 관심은 고객들이 소비할 품질 좋은 음식을 생산해내는데 있는 반면, 관광생산자들의 기본적인 관심은 관광객들에게 소비될 수 있는 수준에서의 관광 비즈니스에 있다. 음식관광 서비스의 제공자는 관광 비즈니스에 대한 마인드를 가지고 품질 좋은 음식을 제공할 수 있어야 한다. 따라서 음식관광의 인적 서비스 질 및 전문성을 제고하기 위해서는 품질 좋은 음식 생산자들을 육성하고, 또한 이들에게 관광 비즈니스의 마인드를 고취할 수 있는 교육 여건 조성이 필요하다. 유형별로 음식 생산자들을 그룹화하고 그룹별로 음식 및 관광 관련 전문가 그룹이 컨설팅할 수 있는 프로그램을 추진하여 생산자 본인이 활성화 전략을 마련하고 실행할 수 있도록 지원체제를 마련해야 한다.

셋째, 향후 음식관광 활성화를 위해서는 지역 음식관광자원에 대한 종합적인 이해와 인식을 바탕으로 음식관광정책을 체계적으로 추진해 나가기 위한 조직적 기반이 마련되어야 하며, 관련 주체가 상호 유기적으로 긴밀한 관계를 맺을 필요가

있다. 향토음식 및 향토음식점의 발굴·지정 및 관리, 음식관련축제의 개최, 음식특화시장·지구의 지정 및 관리, 음식관련 박람회의 개최 등 음식관광과 관련된 여러 사업들이 상호 유기적인 관계 속에서 추진될 수 있도록 관련 주체 간 연계·협력해야 한다. 이를 위해 전남 문화관광국, 관광협회, 조리사협회, 관광호텔, 관광식당업주 등을 중심으로 하여 음식관광의 개발, 상호정보교환, 조리 기술, 서비스 교육 등을 위한 협의기구를 결성할 필요가 있다.

V. 결론 및 시사점

음식은 가장 일상적으로 손쉽게 접할 수 있는 문화적 요인이며 관광객이 경험을 형성하는데 필수적인 요소이다. 관광객의 여러 가지 여가활동 중에서 지역의 향토음식의 체험은 여행의 즐거움을 증가시킬 수 있는 매력적인 활동이다. 세계화, 국제화 시대에 그 지역의 기후, 풍토에 뿌리를 두고 그 지역 토지에서 생산된 식재료로 만든 가장 토속적인 음식이면서 지역민의 지혜와 기술로 만들어진 향토음식이야말로 가장 값진 관광자원이라고 할 수 있다.

이에 지방정부는 지역경제 활성화를 위해서 지역의 독특한 문화를 관광자원화하기 위해 노력하고 있다. 특히 향토음식은 그 지역 고유의 색깔을 드러내주는 음식으로 음식관광에 있어 중요한 의미를 지닌다. 현재까지 일부 지방자치단체에서 행하여지고 있는 지역 전통음식을 주제로 하는 지역축제 정도의 소극적인 상품개발방안이 아닌 보다 확장된 수준의 관광자원화 방안이 필요하다.

이러한 음식관광의 확대는 다음과 같은 긍정적인 효과를 수반할 것이다. 첫째, 음식관광은 지역의 문화지도 형성, 지역의 정체성 확립 등에 강력한 실마리를 제공해주는 역할을 할 수 있다. 둘째, 음식은 지역경제를 자극하는 중요한 요소로 작용할 수 있다. 즉 지역경제 개발, 고용 창출, 지방세·외환 증가 등의 긍정적 효과를 수반하며, 초보·한시적 고용이 증가하면서, 음식의 요리·소매·유통을 담당하는 관련 산업은 수입품에 대한 의존도를 낮출 수 있다. 셋째, 음식관광 상품을 판매한다는 것은 관광목적지의 정체성을 알리고 강화시키는데 도움을 줄 수 있다.

따라서, 우수한 남도 향토음식 자원을 표준화 및 산업화하여 관광수익 및 지역산업유발효과를 높이기 위해서는, 그 선결과제로 남도를 대표하는 경쟁력 있는 향토메뉴 아이টে을 개발하고 이를 집중 홍보·육성해나가는 노력이 무엇보다 필요하다고 판단된다. 그러나 지역의 향토음식이 아무리 맛있다고 해도 개별적인 음식이나 음식점만으로 관광객을 유치하는 데는 한계가 있다. 따라서 관광객의 소비 욕구를 자극할 수 있도록 다양한 방식으로 향토음식을 차별화되게 상품화할 필요가 있다.

다른 문화관광자원과의 연계 등 향토음식관광패키지 상품을 개발하고 이를 적극 홍보해야 한다. 향토음식을 중심으로 한 음식관광의 산업화를 통해 지역사회의 음식문화 및 음식업의 발전 등을 기대할 수 있을 것이다.

전남의 4대 전략 사업 중 하나인 관광산업은 신성장동력으로 각광받고 있는 생물 산업의 기초 동력으로 특히 지역 음식관광은 향토 음식 이외에도 지역의 특산물 등을 활용한 상품화에 더욱 노력하고 있다. 지역을 방문하는 외래 방문객들의 기호에 맞는 음식개발과 보급, 음식자원의 발굴과 조리법의 개선, 다양한 방식의 음식개발로 입맛의 세계화 및 서비스 질의 개선을 통한 지역 관광산업의 중심축으로 개발할 필요가 있다. 뿐만 아니라 소비자가 공감할 수 있는 향토음식에 대한 정서적 체험을 유지시키는 관광상품으로서 그 반응을 유발시키고, 향토음식이 관광상품으로 가치를 갖도록 하는 것도 중요하다. 지역을 대표할 수 있는 향토음식점이 되도록 관계기관의 지원, 새로운 음식 축제의 개발, 지역의 음식관광을 위한 코스 개발, 각종 음식재료 및 양념장 패키지 상품 개발이 필요하다. 남도다운 색과 멋과 맛이 어우러지는 관광자원을 개발하고 옹기와 청자를 활용한 음식그릇, 한옥을 이용한 식당 등으로 차별화하고 시·군 또는 전남도 단위의 마케팅전략을 수립할 필요가 있다. 더 나아가 관광상품화를 통해 타 지역의 유사제품으로부터의 아이덴티티(identity)를 확립하고, 지역 특산물의 가치제고를 통한 가격 경쟁력을 확보함으로써 농가 소득 확대 및 지역 경제 활성화가 가능하리라 판단된다.

참고문헌

- 농림수산물식품부 한식세계화추진팀(2010), 「2010년 향토음식경연대회 지원사업 추진계획」
- 농림수산물식품부(2009), 수산전통식품산업의 현황과 발전방안에 관한 연구, 연구보고서
- 농림수산물식품부(2009), 「한식 세계화 추진전략(안)」
- 농촌진흥청 국립농업과학원(2009), 「전통향토음식의 산업화 사례분석」
- 삼성경제연구소(2009), 식품산업: 새로운 가치와 도전, CEO Information, 2009.10.7
- 순천시 관광진흥과(2010), 「제17회 남도음식문화 큰잔치 기본계획」
- 원대영 · 이행순 · 이수범(2006), 중국 관광객의 한국음식 및 서비스 기대 불일치가 만족에 미치는 영향, 호텔경영학연구, 15(5): 169-182.
- 이연정(2007), 방한 일본관광객의 한국음식에 대한 인식, 만족도 및 재방문의도에 관한 연구, 한국식품조리과학회지, 23(1): 156-164.
- 장덕기(2009), 전남 농식품산업 실태와 육성대책, 전남발전연구원, 리전인포 제169호.
- 전라남도(2010), 유기농 생태전남 실현을 위한 「생명식품산업」 육성 제2차 5개년 계획
- 전라남도 사회복지과(2010), 「음식문화 개선 공무원 교육자료」
- 전라남도 농산물유통과(2010), 「남도음식 세계화 육성 5개년 계획(안)」
- 전라남도(2010), 「슬로푸드 식당인증을 위한 컨설팅 결과보고서」, (주)티엔지경영전략 연구소
- 전라남도(2009), 「남도음식 기초자료 조사 및 표준화 연구」, 전남도립대학, 김수인 외
- 전라남도(2009), 「남도 맛 산업육성 5개년계획」, 목포대학, 박양균외
- USA Today(2007), Traveling to eat, Food tourism grows in USA 2007.7.20
- Health(2006), World's Healthiest Food : Kimchi(Korea), 2006.3