

목포시

향토음식진흥센터

유치 타당성 및 운영방안

최종보고서

2023.12

제 출 문

목포시장 귀하

본 보고서를
「목포시 향토음식진흥센터 유치 타당성 및 운영방안」 연구 용역의
최종 성과품으로 제출합니다.

2023년 12월

경희대학교 산학협력단

책임연구원 이 규 민

제목 차례

1장. 과업의 이해

1. 과업추진 배경 및 목적	3
2. 과업 내용	4
3. 센터 설립(안) 검토	4
3.1. 향토음식진흥센터 사업개요(2024~2027)	4
3.2. 향토음식진흥센터 설립 기본구상(안)	5
3.3. 향토음식진흥센터 설립 기대효과	5
4. 연구방향 및 방법	6
4.1 연구방향 설정	6
4.2 연구내용 및 방법	7
5. 연구추진 체계	7
6. 향토음식 선행연구 검토	8
6.1. 국내 주요 연구 동향	8
6.2. 최근 5개년간 연구 동향	9

2장. 향토음식 산업현황 분석

1. 향토음식 개념과 범위	13
1.1 사전적·일반적 개념	13
1.2 개념적 특성	15
1.3 법률적·정책적 개념	17
1.3.1. 국가 단위 법령	17
1.3.2. 지역 단위 법령	18
2. 향토음식 개념에 대한 소비자 인식 검토	19
2.1. 한식 개념에 대한 인식	19
2.2. 향토음식 개념에 대한 인식	22
3. 전국 향토음식 산업화 및 대중화 현황	23
3.1. 전국 향토음식 현황	23
3.1.1. 전국 전통향토음식 현황	23

3.1.2. 전국 종가음식 현황	23
3.1.3. 전국 농가맛집 현황	24
3.2. 전국 향토음식 육성 현황	25
3.2.1. 지역단위 향토음식 관련 조례지정 현황	25
3.2.2. 광역자치단체 향토음식 자치법규 주요 내용	26
3.3. 향토음식(점) 지정 현황	27
3.4. 한식음식점 구성비 현황	27
4. 한식 및 향토음식의 경제적 중요성	28
4.1. 한식 외식산업의 국내산 식재료 거래 내역	28
4.2. 한식 외식산업의 국가경제 파급 효과	29
4.3. 향토음식점의 국내산 식재료 사용 현황	30
5. 소결	31

3장. 향토음식 정책추진실태와 당면과제

1. 상위계획 검토	35
1.1. 제4차 식품산업진흥 기본계획	35
2. 향토음식 관련 법령 검토	36
2.1. 한식진흥법	36
2.2. 기타 관련 법령	38
2.3. 지역단위 법령	39
3. 향토음식 관련 주요 정책	39
3.1. 농림축산식품부 주요 정책 및 사업	39
3.2. 문화체육관광부 주요 정책 및 사업	41
3.3. 농촌진흥청 주요 정책 및 사업	42
4. 한식 진흥 사업 현황	43
4.1. 한식 정책의 흐름	43
4.2. 관련 조직과 예산	45
4.2.1 주요 조직	45
4.2.2 한식 관련 정책 예산	47
5. 소결	49

4장. 목포시 향토음식진흥센터 유치 당위성

1. 전라남도 목포시 향토음식 육성 정책의 일관성	53
1.1. 남도음식 육성을 위한 중장기적 노력	53
1.2. 전국 제일의 음식산업단지인 전라남도	60
1.3. 향토음식 기반 K-푸드 수출 확대 가능한 네트워크 구축	62
1.4. K-푸드 원류로의 향토음식 자원에 있어 독보적인 경쟁력	63
1.5. 목포시 미식관광 글로벌 경쟁력	63
2. 전라남도 목포시 입지 경쟁력	65
2.1. 접근성 측면의 경쟁력	65
2.2. 기능성 측면의 경쟁력: R&D 기관 및 인력지원 인프라	66
2.3. 부가가치 창출 측면	69

5장. 목포시 향토음식진흥센터 지원방안

1. 입지후보지 환경분석	73
1.1 입지후보지 A안	73
1.1.1. 부지검토	73
1.1.2. 대지 일반현황	74
1.1.3. 대지조건	74
1.1.4. 토지이용계획	75
1.2 입지후보지 B안	76
1.2.1. 부지검토	76
1.2.2. 대지 일반현황	76
1.2.3. 대지조건	77
1.2.4. 토지이용계획	78
1.3. 입지후보지 C안	78
1.3.1. 부지검토	78
1.3.2. 대지 일반현황	79
1.3.3. 대지조건	79
1.3.4. 토지이용계획	80

1.4. 정주환경 분석	81
1.4.1. 배후세대	81
1.4.2. 교통 접근성	81
1.4.3. 교육 시설 인프라	82
1.4.4. 의료 및 쇼핑 시설 인프라	82
1.4.5. 문화 시설 인프라	84
1.4.6. 숙박 시설 인프라	85
2. 목포시 향토음식진흥센터 설립 및 운영지원 방안	86
2.1. 목포시 향토음식진흥센터 유치 환경분석 종합	86
2.1.1. 강점(Strengths)	86
2.1.2. 약점(Weaknesses)	87
2.1.3. 기회(Opportunities)	87
2.1.4. 위협(Threats)	88
2.1.5. SWOT 분석에 따른 목포시 유치전략	88
2.2. 향토음식진흥센터 역할의 이해	89
2.3. 향토음식진흥센터 주요 사업 범위	89
2.4. 목포시 향토음식 육성 위한 단계별 추진방안	90
2.5. 향토음식 육성 추진방향 및 전략과제	91
2.5.1. 추진방향	92
2.5.2. 전략과제	93

6장. 요약 및 결론

1. 지역균형발전	97
2. 정책의 일관성	100
2.1. 관련계획 및 상위계획과의 부합성	100
2.2. 지역경제와 음식자원	102
3. 사업 추진의지 및 선호도	103
3.1. 전라남도	103
3.2. 목포시	103
3.3. 지역주민의 지지도	104

3.4. 자원조달 가능성	105
4. 결론	105

부록 1. 전라남도 및 목포시 일반현황

1. 지역 일반현황	109
1.1. 도시 개요	109
1.1.1. 전라남도 목포시 위치	109
1.1.2. 목포시 행정구역	110
1.2. 인문·사회 환경	110
1.2.1. 인구 및 세대수 현황	110
1.2.1.1. 전입 및 전출	111
1.2.1.2. 시·군별 인구 현황	112
1.2.1.3. 연령별 인구 현황	112
1.3. 주거 환경	113
1.4. 산업·일자리 특성	113
1.4.1. 경제활동인구 현황	113
1.4.2. 구인구직 특성	114
1.4.3. 취업자 및 사업체 현황	115
1.4.4. 사업체 및 종사자 현황	116
1.4.5. 지역내총생산(GDPR) 현황	117
1.4.5.1. 전국 GDPR 현황	117
1.4.5.2. 전국 1인당 GDPR 현황	117
1.4.5.3. 전라남도 경제활동별 GDPR 현황	118
1.4.5.4. 목포시 경제활동별 GDPR 현황	119
1.5. 공공인프라 현황	119
1.5.1. 교통문화지수	119
1.5.2. 교육 인프라 현황	120
1.5.3. 문화·여가 인프라 현황	121
1.5.4. 안전 인프라 현황	122

부록 2. 향토음식 자원 현황

1. 전라남도 향토음식 자원 현황	123
1.1. 전라남도 음식자원 현황	123
1.1.1. 경지 및 재배면적	123
1.1.2. 친환경 농림축산 인증 면적	124
1.1.3. 농림수산 자원	125
1.2. 전라남도 음식산업 현황	127
1.2.1. 한식산업 현황	127
1.2.2. 식품산업 현황	127
1.2.3. 전통식품산업 현황	128
1.2.4. 품질인증 현황	129
1.3. 전라남도 음식문화재 현황	130
1.3.1. 전라남도 식품명인	130
1.3.2. 음식 무형문화재	131
1.4. 전라남도 음식관광	131
1.4.1.남도 대표음식	131
1.4.1.1. 전라남도 향토음식 및 종가음식	131
1.4.1.2. 슬로푸드 ‘맛의 방주’	132
1.4.2.남도 음식관광 인프라	132
1.4.2.1. 지역특화 음식거리	132
1.4.2.2. 시·군별 대표음식	133
1.4.2.3. 시·군별 대표 음식축제	134
2. 목포시 향토음식 자원 현황	134
2.1. 목포시 음식자원 현황	134
2.1.1. 농림자원	134
2.1.2. 수산자원	135
2.2. 목포시 음식관광 자원	135
2.2.1. 목포 특화 음식자원	135
2.2.2. 목포 대표음식	136
2.2.3. 목포 맛집 지정 및 운영 현황	136
2.2.3.1. 목포 으뜸맛집 지정 운영	136

2.2.3.2. 목포 음식명가 지정 현황 137

2.2.4. 지역특화 음식거리 137

2.2.5. 음식문화재 138

2.2.5.1. 목포미식문화갤러리 -해관 1897- 138

2.2.6. 목포음식문화축제 139

부록 3. 향토음식진흥센터 유치 관련 의견 조사 결과

1. 조사개요 및 내용 140

2. 조사결과 141

2.1. 응답자 특성 141

2.2. 향토음식에 대한 일반적 인식 142

2.2.1. 향토음식 지역적 특성 142

2.2.2. 향토음식 전통성 특성 143

2.2.3. 향토음식 고유성 특성 144

2.2.4. 향토음식 부가가치 창출 특성 145

2.2.5. 지역 정책적 노력 인지도 146

2.3. 향토음식 산업 육성 필요성 147

2.3.1. 한식 및 한식문화 진흥 관점 147

2.3.2. 한식을 알리는 중요한 매개체 148

2.3.3. 한식문화 콘텐츠 역할 149

2.3.4. 정책적 노력의 필요성 150

2.4. 향토음식 산업 육성에 따른 기대효과 151

2.4.1. 타 분야의 기여도 151

2.4.2. 한식 세계화 촉진 152

2.4.3. 일자리 창출 153

2.4.4. 지역경제 활성화 154

2.5. 향토음식진흥센터 건립 필요성 및 지불의사 155

2.5.1. 건립 필요성 155

2.5.2. 지역 유치 지지도 156

부록 4. 설문조사지 157

표 차례

[표 Ⅰ-1] 향토음식진흥센터 설립 사업개요(2024~2027)	5
[표 Ⅰ-2] 목포시 향토음식진흥센터 연구내용 및 방법	7
[표 Ⅰ-3] 연구추진체계도	7
[표 Ⅰ-4] 향토음식 관련 국내 주요 선행연구 요약	8
[표 Ⅰ-5] 최근 5개년간 연구 동향	9
[표 Ⅱ-1] 향토음식에 관한 사전적 정의	13
[표 Ⅱ-2] 향토음식, 전통음식, 한식에 대한 기존문헌의 정의	14
[표 Ⅱ-3] 향토음식 관련 개념에 대한 특징 분석	15
[표 Ⅱ-4] 향토음식 관련 법률적·정책적 정의	18
[표 Ⅱ-5] 지방자치단체 향토음식 관련 법률적 개념	18
[표 Ⅱ-6] 한식 식재료와 조리방법에 대한 정의 필요성	19
[표 Ⅱ-7] 한식 식재료·조리방법의 이용 범위에 대한 인식	20
[표 Ⅱ-8] 기존 한식의 정의에 대한 인식	20
[표 Ⅱ-9] 한식 진흥 법률(안)의 한식 정의 적절성에 대한 인식	21
[표 Ⅱ-10] 기존 한식의 정의에 대한 인식	21
[표 Ⅱ-11] 한식 및 한식문화 진흥의 관점에서 향토음식 산업 육성의 접근 중요성	22
[표 Ⅱ-12] 향토음식의 특징의 적절성	22
[표 Ⅱ-13] 전국 전통향토음식 현황	23
[표 Ⅱ-14] 전국 증가음식 현황	24
[표 Ⅱ-15] 전국 농가맛집 선정 현황	24
[표 Ⅱ-16] 농가맛집의 유형	24
[표 Ⅱ-17] 향토음식에 관한 법률 조례 지정 현황	25
[표 Ⅱ-18] 광역자치단체 향토음식에 관한 자치법규 주요 내용	26
[표 Ⅱ-19] 지역별 향토음식점 지정 현황	27
[표 Ⅱ-20] 전국 음식점업 대비 한식음식점업 운영 비중	28
[표 Ⅱ-21] 한식 외식업의 국내산 식재료 거래 내역	29
[표 Ⅱ-22] 한식 외식산업의 생산 및 부가가치 유발효과	29
[표 Ⅱ-23] 한식 외식산업의 취업 및 고용유발 효과	30
[표 Ⅱ-24] 한식 외식업체 및 향토음식점 지정 업체의 지역산 식재료 이용 여부	30

[표 II-25] 한식 외식업체 및 향토음식점의 향후 지역산 식재료 이용 의향	31
[표 III-1] 한식진흥법 주요 내용 검토	36
[표 III-2] 한식진흥법의 주요 조항 내용 분석	37
[표 III-3] 기타 관련법령에서의 향토음식 연관한 내용	38
[표 III-4] 지방자치단체별 향토음식 관련 조례 제정 현황	39
[표 III-5] 전통발효식품육성 사업 개요	40
[표 III-6] 한식진흥 및 음식관광 활성화 사업 개요	40
[표 III-7] 지역전략식품산업육성 사업 개요	41
[표 III-8] 한국관광콘텐츠 활성화 사업 개요	42
[표 III-9] 향토음식 자원화 사업 개요	42
[표 III-10] 전통향토음식자원 DB화 사업 개요	43
[표 III-11] 한식 정책의 흐름	44
[표 III-12] 한식진흥원 주요 업무	45
[표 III-13] 한국농수산물유통공사 주요 기능 및 역할	46
[표 III-14] 한식진흥원·한국농수산물유통공사의 산업지원 관련 주요 사업 분석	46
[표 III-15] 최근 5개년 한식부문 정책 예산	47
[표 III-16] 2021년 한식진흥 및 음식관광활성화 세부사업별 예산 내역	47
[표 III-17] 2022~2023년 한식진흥 및 음식관광활성화 세부사업별 예산 내역	48
[표 IV-1] 전라남도 대표음식 및 음식점 지정 현황	54
[표 IV-2] 전라남도 2023년 남도음식 관련 주요 업무계획	55
[표 IV-3] 목포시 음식, 맛, 문화예술 도시브랜드 특허 현황	56
[표 IV-4] 맛의 도시 목포 브랜드화 사업 성과	56
[표 IV-5] 목포시 어업인구 및 위판실적	57
[표 IV-6] 국가등록문화재(제786호) 목포 미식문화갤러리 주요 현황	58
[표 IV-7] 목포 해변맛길 30리 조성 현황	59
[표 IV-8] 목포 음식명가 지정 현황	59
[표 IV-9] 목포 음식문화 축제	59
[표 IV-10] 전라남도 남도미향 브랜드 지정 현황(2016~2022)	60
[표 IV-11] 전라남도 남도장터 법인 설립의 목적	61
[표 IV-12] 전라남도 향토음식 연계 가능 사업 현황	61
[표 IV-13] 전라남도 해외 상설 판매장 현황	62

[표 IV-14]	전라남도 해외 상설 판매장 운영 현황	62
[표 IV-15]	전라남도 향토음식 자원 전국 1위 점유율 지표	63
[표 IV-16]	목포시 관광거점도시 도입사업 총괄표	64
[표 IV-17]	목포시 시내버스 운영 현황	66
[표 IV-18]	향토음식진흥센터 설립 시 연계 가능 국가단위 기관	67
[표 IV-19]	목포시 공무원 정원 현황	68
[표 V-20]	2025 남도국제미식산업박람회 기본계획 개요	70
[표 V-1]	입지후보지 A안 위치 및 건축계획	73
[표 V-2]	입지후보지 A 일반현황	74
[표 V-3]	입지후보지 A안 연도별 공시지가	75
[표 V-4]	입지후보지 A안 위치 및 건축계획	76
[표 V-5]	입지후보지 B안 일반현황	77
[표 V-6]	입지후보지 B안 연도별 공시지가	78
[표 V-7]	입지후보지 C안 위치 및 건축계획	78
[표 V-8]	입지후보지 C안 일반현황	79
[표 V-9]	입지후보지 C안 연도별 공시지가	80
[표 V-10]	입지후보지 배후세대 현황	81
[표 V-11]	입지후보지 주변 교육시설 현황	82
[표 V-12]	입지후보지 주변 의료시설 분포 현황	82
[표 V-13]	목포시 쇼핑시설 현황	83
[표 V-14]	입지후보지 주변 문화시설 현황	84
[표 V-15]	입지후보지 주변 숙박시설 현황	85
[표 V-16]	향토음식진흥센터 환경분석 주요 시사점	86
[표 V-17]	한식정책 추진과제의 정책대상 및 범위 분석	90
[표 V-18]	향토음식진흥센터 정책사업의 범위	90
[표 V-19]	향토음식진흥센터 유치 위한 목포시 전략과제	94
[표 VI-20]	전라남도 및 목포시 인구변화 추이	97
[표 VI-21]	전라남도 인구증가율 현황	97
[표 VI-22]	전라남도 인구 순이동률 추이	98
[표 VI-23]	전라남도 및 목포시 연령별 인구구조 변화	99
[표 VI-24]	지역내총생산 및 1인당 지역내총생산 추이	99

[표 VI-25] 도로현황	100
[표 III-26] 한식진흥법과 남도 맛 산업 육성 기본 조례의 목적과 정의	101
[표 VI-27] 전라남도 및 목포시 산업구조	102
[표 III-28] 전라남도 및 목포시 산업별 취업구조	102
[표 VI-29] 전라남도 및 목포시 농가 및 어가 인구	102
[표 VI-30] 목포시 입지후보지 제공 계획	104
[표 VI-31] 향토음식진흥센터 설립 지지도 설문조사 결과 요약	104
[표 VI-32] 목포시 예산현황	105
[부록 표 1-1] 목포시 행정구역	110
[부록 표 1-2] 전라남도 및 목포시 인구수 및 세대수	110
[부록 표 1-3] 전라남도 및 목포시 이동인구	111
[부록 표 1-4] 2022년 전라남도 및 유사 지방자치단체 인구 및 순이동	111
[부록 표 1-5] 전라남도 시군별 인구 현황	112
[부록 표 1-6] 전라남도 및 목포시 연령별 인구현황	113
[부록 표 1-7] 전라남도 및 목포시 주택 현황	113
[부록 표 1-8] 전라남도 및 목포시 경제활동 인구 현황	114
[부록 표 1-9] 전라남도 및 목포시 구인인원 및 구직건수 현황	114
[부록 표 1-10] 전라남도 및 목포시 산업별 취업자	115
[부록 표 1-11] 전라남도 및 목포시 종사상지위별 취업자	115
[부록 표 1-12] 전라남도 및 목포시 사업체 수, 종사자 수 현황	116
[부록 표 1-13] 전국 시도별 지역내총생산 변화	117
[부록 표 1-14] 전국 시도별 1인당 지역내총생산 변화	118
[부록 표 1-15] 전라남도 경제활동별 지역내총생산 변화	118
[부록 표 1-16] 목포시 경제활동별 지역내총생산 변화	119
[부록 표 1-17] 전라남도 및 목포시 교통문화지수	120
[부록 표 1-18] 전라남도 및 목포시 보육시설 현황	120
[부록 표 1-19] 전라남도 및 목포시 교육기관 인프라 현황	121
[부록 표 1-20] 전라남도 및 목포시 문화기반 시설 현황	121
[부록 표 1-21] 전라남도 및 목포시 안전 인프라 현황	122
[부록 표 2-1] 전라남도 경지면적	123

[부록 표 2-2] 전라남도 친환경 농산물 인증 면적 및 출하량 현황	124
[부록 표 2-3] 전라남도 친환경 축산물 인증 농가 및 출하량 현황	125
[부록 표 2-4] 전라남도 작물별 재배면적	125
[부록 표 2-5] 전라남도 수산물 생산실적	126
[부록 표 2-6] 전라남도 한식 음식점업 사업체 수	127
[부록 표 2-7] 전라남도 식품 및 식품첨가물 생산실적	128
[부록 표 2-8] 김치류 제조업 사업체 수 현황	128
[부록 표 2-9] 전라남도 전통주 제조면허 현황	129
[부록 표 2-10] 전라남도 농특산물 지리적 표시 등록 현황	129
[부록 표 2-11] 전라남도 품질인증(전통식품, 술품질, 가공식품 친환경) 현황	130
[부록 표 2-12] 전라남도 식품명인 지정 현황	130
[부록 표 2-13] 전라남도 음식관련 무형문화재	131
[부록 표 2-14] 전라남도 중가음식 및 전통향토음식 현황	131
[부록 표 2-15] 전국 슬로푸드 '맛의 방주' 현황	132
[부록 표 2-16] 전라남도 시·군별 남도음식거리 조성현황	132
[부록 표 2-17] 전라남도 대표음식 및 음식점 지정 현황	133
[부록 표 2-18] 전라남도 시·군별 음식 축제 및 행사 현황	134
[부록 표 2-19] 목포시 경지면적 및 친환경 농산물 인증 현황	135
[부록 표 2-20] 목포시 어업인구 및 위판실적	135
[부록 표 2-21] 목포시 음식, 맛, 문화예술 도시브랜드 특허 현황	136
[부록 표 2-22] 목포 으뜸맛집 지정 및 운영 현황	137
[부록 표 2-23] 목포 음식명가 지정 현황	137
[부록 표 2-24] 목포시 지역특화 음식거리	138
[부록 표 2-25] 목포 해변맛길 30리 조성 현황	138
[부록 표 2-26] 국가등록문화재(제786호) 목포 미식문화갤러리 주요 현황	139
[부록 표 2-27] 목포 음식문화 축제	139
[부록 표 3-1] 설문조사 개요	140
[부록 표 3-2] 설문조사 항목	140
[부록 표 3-3] 응답자 특성	141
[부록 표 3-4] 지역민 동질감(성별, 연령, 지역)	142
[부록 표 3-5] 전통성 표현(성별, 연령, 지역)	143

[부록 표 3-6] 지역 조리법 및 식재료 이용(성별, 연령, 지역)	144
[부록 표 3-7] 부가가치 창출(성별, 연령, 지역)	145
[부록 표 3-8] 전라남도 정책적 노력 인지(성별, 연령, 지역)	146
[부록 표 3-9] 향토음식 산업 육성 접근 중요성(성별, 연령, 지역)	147
[부록 표 3-10] 한식 및 한국 문화 세계화 매개체(성별, 연령, 지역)	148
[부록 표 3-11] 콘텐츠 생산 중요 역할(성별, 연령, 지역)	149
[부록 표 3-12] 향토음식 계승 및 진흥 정책적 노력 필요성(성별, 연령, 지역)	150
[부록 표 3-13] 관광, 교육 등 타 분야 활성화 기여(성별, 연령, 지역)	151
[부록 표 3-14] 한식 세계화 촉진에 기여(성별, 연령, 지역)	152
[부록 표 3-15] 일자리 촉진 기여(성별, 연령, 지역)	153
[부록 표 3-16] 지역 경제 활성화에 기여(성별, 연령, 지역)	154
[부록 표 3-17] 향토음식진흥센터 설립 필요도(성별, 연령, 지역)	155
[부록 표 3-18] 향토음식진흥센터 전라남도 내 유치 지지도(성별, 연령, 지역)	156

그림 차례

<그림 I-1> 목포시 향토음식진흥센터 역할과 기대효과 이해	6
<그림 I-2> 목포시 향토음식진흥센터 유치 타당성 연구방향	6
<그림 II-1> 향토음식의 구성 개념	15
<그림 II-2> 향토음식 개념적 이해와 위치도	17
<그림 III-1> 제4차 식품산업진흥 기본계획 비전 체계	35
<그림 IV-1> 아마존 전남 브랜드관 및 남도장터 US	62
<그림 IV-2> 전라남도 목포시 위치	65
<그림 IV-3> 목포시 광역교통 접근성	66
<그림 IV-4> 국가단위 R&D 기관 연계 가능성	68
<그림 IV-5> 전라남도 전역 향토음식 인프라 위치도	69
<그림 V-1> 목포시 향토음식진흥센터 입지후보지 위치도	73
<그림 V-2> 입지후보지 A안 국도교통 여건	75
<그림 V-3> 입지후보지 B안 대지조건	77

<그림 V-4> 입지후보지 C안 대지조건	80
<그림 V-5> 입지후보지 주변 주요 교통시설	81
<그림 V-6> 입지후보지 주변 교육시설 분포 현황	82
<그림 V-7> 입지후보지 주변 의료시설 분포 현황	83
<그림 V-8> 입지후보지 주변 쇼핑시설 분포 현황	83
<그림 V-9> 입지후보지 주변 문화시설 분포 현황	84
<그림 V-10> 입지후보지 주변 숙박시설 분포 현황	85
<그림 V-11> SWOT 분석에 따른 목포시 유치전략	88
<그림 V-12> 목포시 향토음식진흥센터의 역할과 개념	89
<그림 V-13> 목포시 향토음식진흥센터 설립 유치에 따른 향토음식 산업 육성 단계	91
<그림 V-14> 목포시 향토음식진흥센터 추진방향 및 전략과제	92
<부록 그림 1-1> 전라남도 목포시 위치	109
<부록 그림 2-1> 목포시 선정 지역 대표음식 목포9미	136
<부록 그림 3-1> 지역민 동질감	142
<부록 그림 3-2> 전통성 표현	143
<부록 그림 3-3> 지역 조리법 및 식재료 이용	144
<부록 그림 3-4> 부가가치 창출	145
<부록 그림 3-5> 전라남도 정책적 노력 인지	146
<부록 그림 3-6> 향토음식 산업 육성 접근 중요성	147
<부록 그림 3-7> 한식 및 한국 문화 세계화 매개체	148
<부록 그림 3-8> 콘텐츠 생산 중요 역할	149
<부록 그림 3-9> 향토음식 계승 및 진흥 정책적 노력 필요성	150
<부록 그림 3-10> 관광, 교육 등 타 분야 활성화 기여	151
<부록 그림 3-11> 한식 세계화 촉진에 기여	152
<부록 그림 3-12> 일자리 촉진 기여	153
<부록 그림 3-13> 지역 경제 활성화에 기여	154
<부록 그림 3-14> 향토음식진흥센터 설립 필요도	155
<부록 그림 3-15> 향토음식진흥센터 전라남도 내 유치 지도도	156

1장

과업의 개요

1. 과업추진배경 및 목적
2. 과업 내용
3. 센터 설립(안) 검토
4. 연구방향 및 방법
5. 연구추진 체계
6. 향토음식 선행연구 검토

1장

과업의 이해

1. 과업추진 배경 및 목적

○ 향토음식에 대한 발굴·보존 및 산업화에 대한 노력 부족 지적

- '09년 농림축산식품부는 한식 진흥 정책을 수립, '10년 한식진흥원을 설립하여 한식 관련 인프라 확충, R&D, 음식관광 활성화, 전문인력 양성, 국내외 한식 홍보 등 다양한 사업을 추진해 왔으며, 그 결과로써 한식에 대한 해외 인지도·선호도 향상과 한류 문화콘텐츠 인기 1위 등의 성과를 견인해 옴
- 반면, 향토음식은 지역에 특화된 원부재료, 지역의 문화와 역사, 그리고 지역의 특성을 반영한 독특한 조리방법이 어우러진 총화로서 산업적·문화적·학술적 가치를 보유하고 있음에도 불구하고, 향토음식의 보존·발굴 및 산업화를 위한 노력이 상대적으로 부족하다는 지적을 받고 있음

○ 남도 등 향토음식 중점 육성외 전문기관 설립 필요성 대두

- 대표적인 사례로 남도음식의 경우 지역 고유의 향토음식으로 인지도가 매우 높으며, 운택한 자연·인문 환경에 기반한 풍부한 음식문화, 지역에 특화된 다양한 식재료와 레시피, 자연적 조건과 다채로운 식재료를 활용한 다양한 발효 음식, 양반의 화려한 식문화뿐만 아니라 서민의 음식민속까지 포함하는 다양한 스토리를 보유해 대중적 인지도를 확보함
- 이러한 향토음식의 문화적·학술적 가치에도 불구하고 오랜 기간 지식과 경험, 시행착오로 축적된 향토음식의 전수가 소멸될 위기에 대한 우려가 제기되었고, 향토음식을 바탕으로 문화적·역사적 가치를 보존하고 이를 바탕으로 한식 콘텐츠를 다양화할 수 있는 향토음식의 글로벌 브랜드 강화 모색 방안의 필요가 있다는 요구가 있음
- 위와 같은 논의는 정부의 한식세계화 정책의 일환으로 남도 등 향토음식의 문화적·역사적 가치를 제고하고 나아가 향토음식 산업화 지원을 위한 국가차원의 전문기관 설립 필요성 논의로 이어짐
- 즉, 지역 기반의 향토음식진흥원 설립을 통해 ① 지역 내 전통음식 조리법·역사 등을 기록 관리하여 DB 구축, ② 지역 대표 음식 상품화, ③ 관광과 연계 등 관련산업 육성업무를 추진할 전문기관 설립 필요성에 대한 논의가 이루어짐

○ 목포시의 향토음식 기반 정책의 노력에 따른 유치 타당성 마련

- 목포시는 2019년 대한민국 최초로 한국의 맛을 대표하는 도시로 지역브랜딩을 하고자 국내 최초로 ‘맛의 도시 목포’를 선포하여, 전국적인 관심이 매우 컸음
- 지역마다 내세울 만한 지역 고유의 음식이 있지만, ‘맛의 수도 목포’ 라는 도시 브랜드 특허권(등록번호 40-2017-0059879)을 보유하고 있어, 도시 전체를 대표하는 독보적인 목포 특화 음식자원 가치를 인정받음
- 목포시는 향토음식의 가치를 실현하기 위해, 맛의 도시팀을 신설(※ 2024년 미식산업TF팀 신설)로 지역 향토음식 관련 사업을 강화해 오고 있어, 지역의 맛을 보존하고 발전하고자 하는 정책적 노력이 뒷받침되나, 향토음식진흥센터 유치에 적합하다는 논리적 당위성이 마련되어야 할 필요성에 따라 본 연구가 수행됨

2. 과업 내용

○ (가칭)향토음식진흥센터 목포시 유치의 당위성 전반을 검토하는 것으로, 향토음식 정책의 추진 실태에 따른 정책적 부합성을 진단하고, 목포시 센터 입지 후보지 분석 및 지역주민 지지도 등을 종합적으로 분석해, 향후 센터 운영 활성화를 위한 방안 등을 제안하고자 함

- 향토음식의 개념 정립 및 소비자 인식 분석
- 향토음식 관련 정책 추진실태와 당면과제 도출
- 전라남도 및 목포시 향토음식 경쟁력·정책적 타당성 분석
- 목포시 센터 입지 후보지 여건 분석
- 목포시 향토음식진흥센터 운영 및 발전전략 제시

3. 센터 설립(안) 검토

3.1. 향토음식진흥센터 사업개요(2024~2027)

○ 남도 등 향토음식진흥원 설립 관련 타당성 연구용역이 완료되고(2023.02), 한식진흥원 부설 향토음식진흥센터로 설립이 구상됨에 따라, 향토음식진흥센터(가칭) 운영을 도모할 지역공모 등이 예고되었음

- 총사업비는 농림축산식품부, 농어촌구조개선특별회계에 따라 105억 원(국비 70%, 지방비 30%)으로 추정되었음

[표 1-1] 향토음식진흥센터 설립 사업개요(2024~2027)

구분	내용	상세
위치	전남 일원	• 공모 형태 예고
사업내용	남도 등 향토음식 세계화를 위한 향토음식진흥센터 설립	• 음식 발굴·기록(시청각 아카이브 병행)·보존, 연구조사·개발, 대중화, 산업화 등 지원
총사업비	105억 원(국비 73.5 ^{70%} , 지방비 31.5 ^{30%})	• 설계 5.5억 원, 건물 리모델링 공사 95억 원, 감리·시설부대 10억 원, 기타 전산시스템·집기 등 39.5억 원 등
시행기관	농림축산식품부	• 한식진흥원 부설 센터

출처: 전라남도 내부자료

3.2 향토음식진흥센터 설립 기본구상(안)

- 향토음식진흥센터 기본방향은 “남도 및 향토음식의 연구를 통해 한국음식 문화의 정체성 확립과 대중화, 산업화, 세계화 추진” 으로, 요약 제시된 계획을 고려해 목포 향토음식 정책과 연계 및 센터 발전 방안을 마련하고자 함
 - (기본방향) 남도·향토음식의 연구를 통해 한국음식문화의 정체성 확립과 대중화·산업화·세계화 추진
 - (기관형태) 한식진흥원 부설 센터(향토음식진흥센터)
 - (조직구성) 26명, 센터장, 4팀(경영지원, 조사발굴, 산업진흥, 연구개발)
 - (시설규모) 1동, 연면적 3,306㎡(연구동, 사무실 등)
 - (주요기능) 남도·향토음식의 발굴, 보존, 산업화
 - (주요사업) 음식 문화자원 조사·발굴, 디지털 아카이브뱅크 구축, 치유 향토음식 개발 Lab 운영 등

3.3. 향토음식진흥센터 설립 기대효과

- 설립 타당성 분석 연구 추진 계획(안)에 따르면, 지역별 향토음식의 고증 및 산업화 관련 고부가가치 창출을 기대할 수 있는 센터의 역할이 요구됨
 - 설립 기대효과는 향토음식의 ‘산업화’ 및 ‘대중화’에 따른 농식품 부가가치 창출 및 한식세계화 사업과 시너지를 발휘하는 것으로 이해할 수 있음



<그림 1-1> 목포시 향토음식진흥센터 역할과 기대효과 이해

4. 연구방향 및 방법

4.1 연구방향 설정

○ 본 연구는 향토음식진흥센터 설립의 기대효과를 견인한 최적의 지역임을 제안해야 함으로, ① 향토음식 전반의 높은 이해도, ② 지역의 향토음식 관련 장기적 정책 노력, ③ 지역민의 적극적인 지지 등의 탄탄한 근거 제시를 목표를 설정하여 아래와 같이 4개의 연구방향을 제시

- 세부방향 1: 향토음식진흥센터 운영 기대효과를 견인한 목포시의 향토음식에 대한 높은 이해도
- 세부방향 2: 향토음식연계 산업 부가가치 창출 가능한 장기적 사업 플랜 제안
- 세부방향 3: 향토음식진흥원과 사업중복을 배제하되, 시너지 창출 방안 제안
- 세부방향 4: 센터입지후보지 개발 환경 및 정주 여건의 적합성 근거 마련



<그림 1-2> 목포시 향토음식진흥센터 유치 타당성 연구방향

4.2 연구내용 및 방법

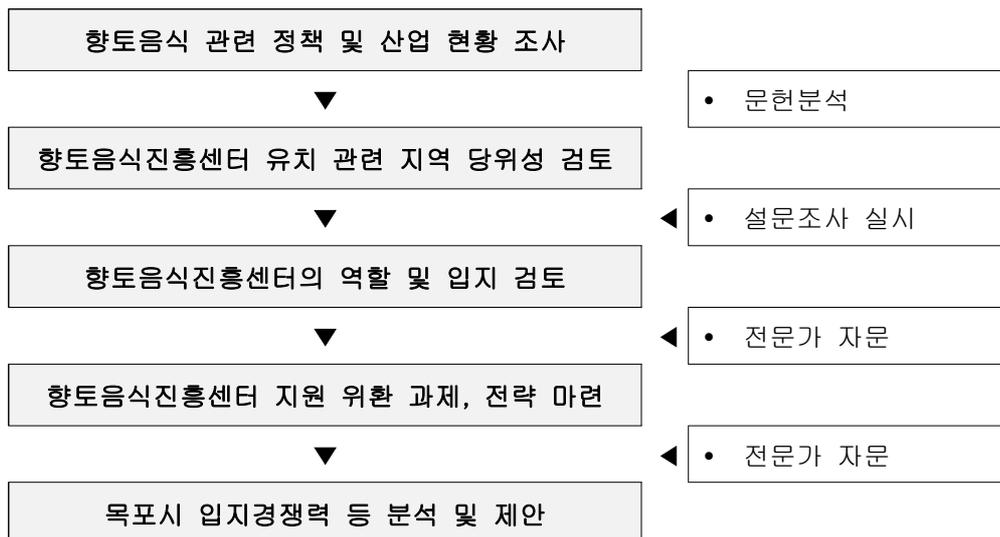
- 본 연구는 지역 관점에서의 향토음식 관련 노력뿐만 아니라, 향후 목포시가 향토음식 관련 정책 및 사업을 수행하기 위한 역할과 방안을 제안하고자 하는 면에서, 농림축산식품부와 그 산하기관인 한식진흥원에서 추진되는 한식 관련 정책사업을 중점적으로 파악하고자 하였음

[표 1-2] 목포시 향토음식진흥센터 연구내용 및 방법

구분	연구방법
향토음식 산업현황 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 문헌조사 및 정책자료 검토 • 통계자료 수집 및 참고자료 검토
향토음식 정책추진실태와 당면과제	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 문헌조사 및 정책자료 검토 • 전문가 자문
목포시 향토음식진흥센터 유치 당위성	<ul style="list-style-type: none"> • 향토음식진흥센터 설립 수요조사 • 지역 정책자료 검토
목포시 향토음식진흥센터 운영 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 입지이론에 의한 환경분석 • 전문가 자문 • 관리운영 방안

5. 연구추진 체계

[표 1-3] 연구추진체계도



6. 향토음식 선행연구 검토

6.1. 국내 주요 연구 동향

- 향토음식 관련 선행연구는 ‘20년을 전후로 활발하게 진행되어 왔으며, 향토음식 개념 정립, 관광상품화, 인지도 등 소비관점 연구가 주를 이루고, 향토음식 산업육성 및 사업을 조명한 연구는 상대적으로 드문 실정임
 - 향토음식 산업화 관련 연구는 이동필·최경은(2007)의 향토음식 산업의 육성방안(한국농촌경제연구원)을 통한 경제관점의 향토음식산업 육성방안을 모색한 연구가 있으며, 향토음식의 고유성을 산업화하는 방안에 대한 정책 대안을 제시하고 있음
 - 관광자원화를 통한 향토음식 산업화 방안에 대한 연구로, 국회사무처 법제실(2008년)에서 전통음식·식품의 육성 및 보전에 관한 법제적 검토를 연구하였는데, 전통음식 내지 향토음식을 발굴·육성하여 관광자원화 함으로써 정부차원의 지원 등 제도적 개선방안을 입법적 측면에서 검토하였으나, 현재와 과거의 정책 변화 등에 따른 해석적 차이가 존재함
 - 이외, 한식과 향토음식 개념에 대한 연구, 향토음식의 특징, 향토음식 현황 연구들이 수행되었거나, 향토음식 발굴 및 보존에 관한 연구, 대중화 방안 등에 대한 연구들도 수행되었음

[표 1-4] 향토음식 관련 국내 주요 선행연구 요약

구분	연구	연구 내용
향토음식 산업화	이동필·최경은(2007)	• 향토음식 산업 육성위한 과제와 정책적 방안
	국회사무처법제실(2008)	• 향토음식 관광자원화 위한 제도적/입법적 방안
	최정숙(2012)	• 향토음식 산업화 영향요인에 대한 실증분석
향토음식 대중화	최수근 외(2006)	• 울산 향토음식 대중화 및 관광상품화 중요도 및 만족도 연구
	강재구·이정학(2011)	• 향토음식 스토리텔링 인지집단 구분 및 소비증진 방안
향토음식 개념 및 특징	정연경(2013)	• 한식의 개념과 향토음식의 개념에 대한 연구
	이영진(2008)	• 향토음식의 유사개념과, 차별적 특성 비교
	이민아(2008)	• 한식 세계화와 향토음식에 대한 개념적 연구
향토음식 발굴 및 보존	김지현·진양호(2008)	• 향토음식 발굴에 따른 스토리텔링 및 관광상품화 방안
	신동화 외(1996)	• 지역 향토음식 발굴 및 정착을 위한 연구
지역 향토음식 현황	김상철(2000)	• 남한과 북한의 향토음식 구분과 설정 시도

6.2. 최근 5개년간 연구 동향

- 최근 5개년(2018~2022년) 향토음식 연구 동향은 향토음식에 따른 소비자 인지도, 관광효과 등의 연구가 상당수 진행되어 왔으며, 향토음식을 통한 지역 이미지 향상, 높은 관광 효과 등에 대한 가치와 경제효과에 대한 중요한 시사점을 제안하고 있음

[표 1-5] 최근 5개년간 연구 동향

구분	제목	년도	조사지역
1	• 향토음식의 이미지가 관광지의 정서적 이미지 및 인지적 이미지에 미치는 영향에 관한 연구: 부산지역을 중심으로	2019	부산
2	• 국내 향토음식점의 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향: 음식관여도의 조절효과	2020	전국
3	• 관광지 선택속성이 관광만족도에 미치는 영향에 있어 향토음식이미지의 조절효과: 기장군을 중심으로	2019	부산
4	• 제주향토음식이관광지이미지형성에 미치는 영향	2018	제주
5	• 제주향토음식이미지가 관광객만족과 행동의도에 미치는 영향-제주방문관광객 대상 설문조사분석을 중심으로	2019	제주
6	• 광주 오미 향토음식의 이미지가 선호도 및 행동의도에 미치는 영향: 관광객과 지역민의 차이	2021	광주
7	• 향토음식체험이 지역이미지와 지역애호도 에 미치는 영향: 2017 전주비빔밥축제 방문객을 대상으로	2018	전북
8	• 우리나라 향토음식 문헌에 나타난 밥의 지역적 특성 비교 연구	2022	전국
9	• 관광지 향토음식점 서비스스케이프의 색채이미지를 통한 음식관광 활성화방안 연구	2018	전국
10	• 부산의 장소성과 향토음식에 대한 인문학적 고찰	2019	부산
11	• 향토음식이 지역이미지, 음식관광 및 관광객 행동의도에 미치는 영향: 강원도 향토음식을 중심으로	2018	강원
12	• 제주향토음식이미지가 관광지이미지 형성에 미치는 영향	2018	제주
13	• 부산시 향토음식과 음식점의 인지도에 따른 차이, 구매의도, 중요도-만족도의 분석	2021	부산
14	• 인천과 강화 향토음식 스토리텔링	2019	인천
15	• 향토음식관광 관련 조례 내용분석-광역자치단체 조례를 중심으로	2020	전국
16	• 군산지역의 향토음식 속성이 관광객 충성도와 재방문의도에 미치는 영향: 관여도 조절효과를 중심으로	2019	전북
17	• 특용자원 덕나무를 활용한 영월 향토음식 개발 연구	2021	강원
18	• 제주도 향토음식에 나타난 색채분석 연구	2018	제주
19	• 순천 향토음식 시각정보화를 위한 색채분석	2018	전남
20	• 웰니스관광을 위한 섭취효능기반 음식점 검색 시스템-제주 향토음식을 중심으로	2020	제주
21	• 향토음식에 대한 인식 및 IPA 를 활용한 품질속성, 음식관광 활성화에 관한 연구-광주광역시를 중심으로	2022	광주
22	• 원주 칼국수 및 만두의 향토 음식 육성에 대한 소비자 의향 분석	2021	강원
23	• 향토음식 이미지가 관광지 이미지, 장소애착, 행동의도에 미치는 영향: 광주광역시를 중심으로	2022	광주
24	• 북한 향토음식에 대한 경험가치가 재구매의도와 동질성 회복에 미치는 영향	2018	북한
25	• 부산향토음식의 대중화 및 관광 상품화에 대한 행동예측 연구	2019	부산
26	• 향토음식의 스토리텔링이 지각된 가치, 만족도, 행동의도에 미치는 영향: 전주시 거주 유학생을 중심으로	2021	전북
27	• 향토음식이 도시 브랜드가치와 여가만족에 미치는 영향 연구	2019	전북
28	• 중국 유학생의 남도 향토음식에 대한 선호도의 차이 및 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구* -광주 거주 중국 대학생을 중심으로	2018	전남

2장

향토음식 산업현황 분석

1. 향토음식 개념과 범위
2. 향토음식 개념에 대한 소비자 인식 검토
3. 전국 향토음식 산업화 및 대중화 현황
4. 한식 및 향토음식의 경제적 중요성
5. 소결

2장

향토음식 산업현황 분석

1. 향토음식 개념과 범위

1.1 사전적·일반적 개념

○ 향토음식은 조상들이 오래전부터 먹어온 전통음식 또는 한식과 유사 단어로 혼용되어 일반인이 엄밀히 구분하기 어려우나, 개념적 구성에 따라 ‘지역성’을 강조하고 있음

- 사전적으로 향토음식은 지방 특유의 차별성을 강조하는 개념으로, ‘시골이나 고장에서 전통적으로 내려오는 음식’ 또는 ‘지방의 특산품이나 특유의 조리법 등을 이용하여 만든 그 지역의 전통음식’으로 정의됨
- 전통음식은 ‘세대에서 세대를 걸쳐서 보존되고 전승되어 온 음식’으로 정의되어, 보존 및 전승의 의미의 사회적 유산 개념을 포함
- 한식은 ‘한국식 요리’의 총칭으로, 우리나라 고유의 음식이나 식사 또는 한국 요리로, 국가 단위에서의 고유성 및 차별성을 강조하고 있음

[표 II-1] 향토음식에 관한 사전적 정의

구분	내용
향토음식	지방 특유의 전통음식. 그 지방에서만 생산되는 식료품으로 그 지방 특유의 방법으로 만드는 요리
전통음식	세대에서 걸쳐서 보존되고 전승되어 온 음식
한식	우리나라 고유의 음식이나 식사, 한국요리, 한국식 요리의 총칭

출처: 사전적 정의는 네이버 국어사전, 네이버 지식백과를 참고하여 작성하였음

○ 문헌의 정의에서도 향토음식은 사전적 정의와 유사하게 지역성 개념이 강하게 나타남

- 한국관광공사(1993)는 향토음식을 정의하는데 있어서 ‘그 지방에서 생산되는 재료와, 그 지방의 조리법을 이용하여 과거부터 그 지방 사람들이 먹어온 것으로 현재도 먹고 있는 것’으로 정의하여 해당 지역 개념을 강조하고 있음(표 II-2)

○ 전통음식의 문헌적 정의는 사전적 정의와 유사하게 역사성과 전통성의 개념이 강하게 나타나나, 지역성을 기반으로 발전된 문화적 특성과 그 지역 사람들이 살아온 방식에 따른 역사성을 지닌 음식으로 표현됨

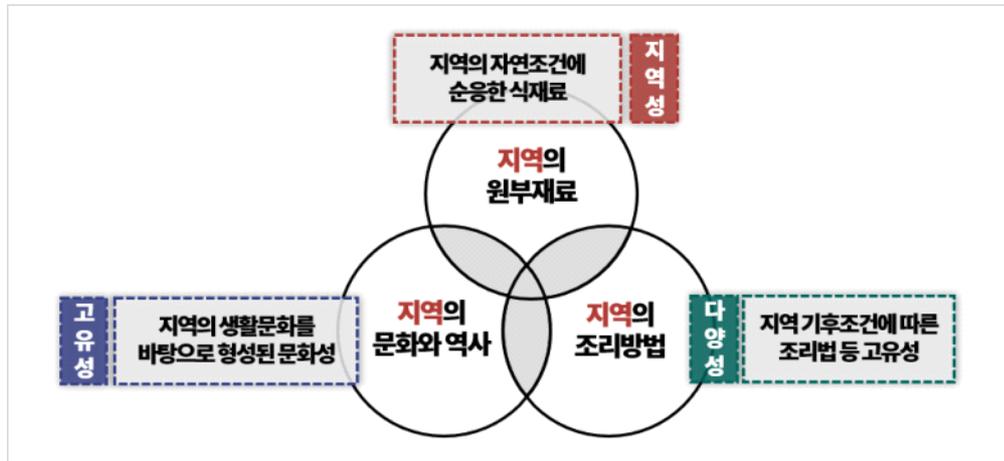
- 신동화(2004)는 ‘동일한 지역에서 삶을 같이하는 사람들과 함께한 긴 역사가 있으며, 해당 지역의 원료를 이용하여 독특한 풍미와 특성을 갖도록 만들어진 공통적으로 즐기는 식품’으로 정의하였는데, 전통음식의 중축은 지역성을 기반으로 만들어진 역사성을 강조한다고 볼 수 있음
- 이를 총칭하는 한식은 ‘국가적 차별성과 고유성’의 개념을 명시적으로 포함시키며, ‘유사성’의 개념을 적용해 정의를 확장하고, 이를 더 확장하여 ‘응용성’도 허용하는 수준으로 표현되고 있음
- 임혜미(2006)는 한국 고유의 조리방법, 식재료를 사용한 한국적인 음식을 넘어 ‘외국의 현지 사정에 맞춰 유사한 식재료나 응용된 조리방법 등 다양한 변형을 허용한 음식’으로 정의하여 한식의 고유성뿐만 아니라 유사성과 응용성을 허용한 것을 한식으로 받아들여야 한다고 제시함

[표 II-2] 향토음식, 전통음식, 한식에 대한 기존문헌의 정의

구분	출처	개념적 정의
향토 음식	한국관광공사 (1993)	• 그 지방에서 생산되는 재료와 그 지방의 조리법을 이용하여 과거부터 그 지방 사람들이 먹어 온 것으로 현재도 먹는 있는 것
	이동필·최경은 (2007)	• 전통음식보다 협의의 개념으로, 그 지역의 특산물을 이용하거나, 그 지역에서 고유하게 계승되어 온 비법으로 조리하거나 또는 그 지역의 문화적 행사를 통해 발달된 음식
	박순자(2009)	• 그 지방에서 생산되는 재료로, 그 지방의 조리법으로 옛날부터 그 지방 사람들이 즐겨 먹고 있는 음식
	박성혜(2021)	• 그 지방에서 주로 많이 생산되는 특산물 혹은 그 지역에서 생산된 재료를 사용하여 그 지역에서 고유하게 전승되어 온 비법으로 조리하거나 또는 그 지역의 문화적 행사를 통해 발달한 음식
전통 음식	김성미 (2000)	• 그 지역이나 민족의 문화적 특성을 나타내는 중요한 요소이며, 우리 나라의 전통식품은 전통사회에서 사용된 음식을 일컫음
	신동화(2004)	• 동일한 지역에서 삶을 같이하는 사람들과 함께한 긴 역사가 있으며, 해당 지역의 원료를 이용하여 독특한 풍미와 특성을 갖도록 만들어 공통적으로 즐기는 식품
한식	한국전통음식 연구소 (2006)	• 한국에서 생산되는 농/수/축산물을 이용하여 예로부터 전해 내려오는 조상 고유의 조리방법으로 만든 음식을 말함. 그러나 최근에는 이와 유사한 식자재를 가지고 우리 조상 고유의 방식 혹은 이와 비슷한 방법으로 요리한 음식을 총칭
	한국식품연구원 (2008)	• 한국에서 전통적으로 사용되어 온 식재료 및 그와 유사한 식재료를 사용하여 한국 고유의 조리방법 또는 그와 유사한 방법으로 만들어진 음식으로 한국 민족의 역사적, 문화적 특성을 갖고 생활여건에 알맞게 창안되어 발전, 계승되어 온 음식
	임혜미(2011)	• 한국에서 전통적으로 사용되어 온 식재료 및 그와 유사한 식재료를 사용해 한국 고유의 조리방법 또는 그와 유사한 방법으로 만들어진 음식으로서 가장 한국적인 것으로 이해하는 수준 이외에 외국의 현지사정에 맞춰 유사한 식재료나 응용된 조리방법 등 다양한 변형을 허용한 음식

1.2 개념적 특성

- 향토음식의 개념적 구성은 지역성, 고유성, 다양성을 내포하는 개념으로 구성개념을 표현할 수 있음
 - 이는 자연적 기후나 토양 등 자연조건에 순응한 지역의 원부재료와 조리방법, 그리고 그 지역의 역사와 문화를 말함
 - 예를 들어, 북부지방은 여름이 짧고 겨울이 길어 음식의 간이 싱거우나, 남쪽은 음식의 간이 세면서 맵고, 젓갈을 많이 쓰는 경향이 있어 지역에서 주로 생산되는 농수산물 원부재료와 기후에 따른 조리법이 달라져 지역별 고유 향토음식이 생성되는 것임



출처: 한국농촌경제연구원, 2007 자료 인용

<그림 II-1> 향토음식의 구성 개념

- 향토음식 개념적 특성에 대한 특징 분석(표 II-3)을 살펴보면, 향토음식은 지역성이 강조되며, 한식으로 갈수록 국가단위로 표현되며 상업성과, 유사성 측면까지 포함하고 있다는 것을 알 수 있음

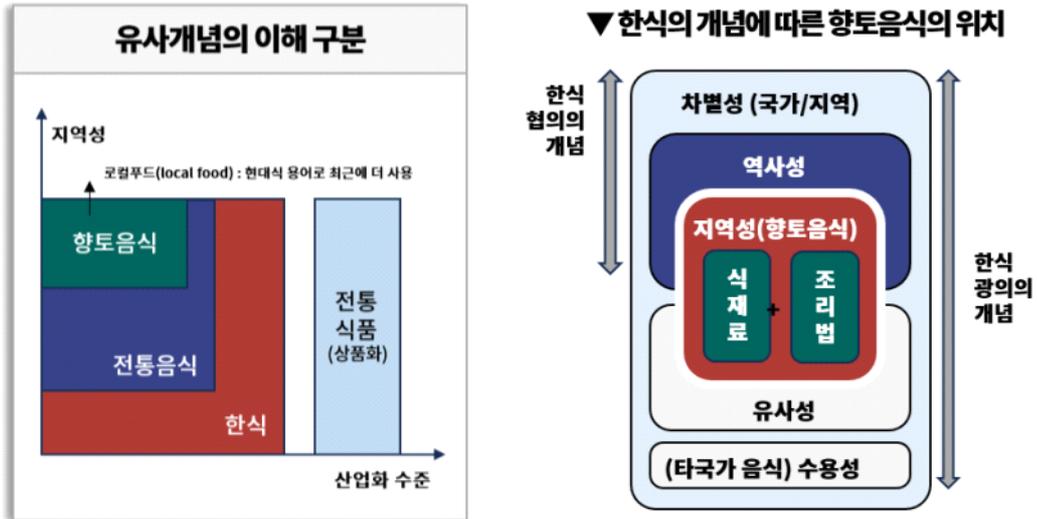
[표 II-3] 향토음식 관련 개념에 대한 특징 분석

구분	출처	구분							
		차별성		역사성	식재료	조리방법	상업성	유사성	기타
		국가	지역						
한식	한국전통음식연구소(2006)	●		●	●	●		●	
	한국외식산업경영연구원(2008)	●		●	●	●		●	
	한국식품연구원(2008)	●		●	●	●		●	
	이원미(2001)	●		●					●
	임혜미(2011)	●		●	●	●		●	

구분	출처	구분							
		차별성		역사성	식재료	조리방법	상업성	유사성	기타
		국가	지역						
	신봉규(2011)	●	●	●			●		●
	한국외식정보(2009)	●		●	●	●		●	
전통음식	한역(1993)	●	●	●					●
	최춘연(1995)	●		●					
	이철호(1999)	●							
	장영재(1999)		●	●	●	●			
	김성미(2000)	●	●						●
	신동화(2004)		●	●	●				
	이연정(2005)			●					
	이순옥(2005)		●	●	●				●
	김운진(2005)	●		●					
	김미정(2005)		●	●	●	●			
	양일선(2006)	●	●						●
	김지연(2007)	●		●					
	이용환(2007)	●	●	●					
	이화자(2007)	●		●					●
	김미성(2004)	●	●	●					●
향토음식	박성혜(2011)		●	●	●	●			●
	박순자(2009)		●	●	●	●			
	한국관광공사(1993)		●	●	●	●			
	박석희 외(2007)		●		●	●			
	이동필·최경은(2007)		●		●	●			●

출처: 한식정책 추진 실태와 개선과제(2014) 자료 인용

- 종합하면, 향토음식을 총칭하여 국가 단위의 한식으로 표현될 수 있으므로 **한국 음식의 핵심 기준이자 근간이 되는** 매우 중요한 개념으로 볼 수 있음
- 또한, 향토음식을 지역성과 산업화(상업화) 수준에 따른 경계에서 그 이해를 높일 수 있으며, 전통식품(향토음식의 저장성과 유통성을 갖춘 식품)의 개념과 구별하여 향토음식과 유사개념을 구분해 볼 수 있음
 - 전통식품은 향토음식을 직접 소비할 수 있도록 조리한 식품 및 가공품을 포괄하는 이른바 지역먹거리, 로컬푸드와 같은 개념으로 설명됨(이동필·최경은, 2007).
 - 즉, <그림 II-2>와 같이 향토음식의 개념적 위치도를 표현할 수 있으며, **향토음식은 한식과 전통음식을 내포하는 하위개념이 아니라, 한식의 근간이자 기준에서 핵심이 되는 영역에 위치하는 것으로 이해가 가능함**



주) 전통식품: 가정이나 식당 등에서 소비되는 향토음식과 전통음식이 저장성과 유통성을 갖추어 대량으로 상품화 단계에 이른 것을 말함(이동필·최경은, 2007)

출처: 한식정책 추진실태와 개선과제(2014) 자료 참고하여 재가공함

<그림 II-2> 향토음식 개념적 이해와 위치도

1.3 법률적·정책적 개념

1.3.1. 국가 단위 법령

○ 현행법에서 향토음식 용어를 사용하고 있는 상위기관의 법률은 없으며, 개별법에서의 표현에 따라 ‘한식’, ‘전통음식’의 용어로 향토음식 의미를 포괄하여 사용되고 있음

- 「한식진흥법」의 제2조(정의)에서 한식은 “우리나라에서 사용되어 온 식재료 또는 그와 유사한 식재료를 사용하여 우리나라 고유의 조리방법 또는 그와 유사한 조리방법을 이용하여 만들어진 그 음식과 관련된 유형·무형의 자원·활동 및 음식문화”로 정의되며, 동 법에는 한식산업과 한식사업자에 대한 용어 정의도 하고 있음
- 「식품산업진흥법」의 제2조(정의)에서 전통식품은 “국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품”으로 정의됨
- 이외 정책적 측면에서 농림축산식품부는 한식을 산업화 가능한 음식이자 이를 응용하여 현지화한 음식을 포함하는 것으로 정의한 바 있음

[표 II-4] 향토음식 관련 법률적·정책적 정의

구분	법률적 정의	정책적 정의
한식	<ul style="list-style-type: none"> 「한식진흥법」 제2조(정의): 한식이란 우리나라에서 사용되어 온 식재료 또는 그와 유사한 식재료를 사용하여 우리나라 고유의 조리방법 또는 그와 유사한 조리방법을 이용하여 만들어진 음식과 그 음식과 관련된 유형·무형의자원·활동 및 음식문화를 말한다. 	<ul style="list-style-type: none"> 우리 고유의 음식으로 한국 식문화의 대표성과 상징성을 지닌 산업화가 가능한 음식. 한국 전통적인 식재료 및 조리방법을 이용하여 조리한 음식 외에 이를 응용하여 현지화한 음식까지 포함(농림축산식품부, 2008)
전통식품	<ul style="list-style-type: none"> 「식품산업진흥법」 제2조(정의): “전통식품”이란 국산 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 고유의 맛·향 및 색을 내는 식품을 말한다. 	-

주) 이민아(2008)의 연구에서 제시된 농림축산식품부의 한식의 정의를 인용하였음

1.3.2. 지역 단위 법령

- 지방자치단체는 자치법규에서 향토음식에 대한 사항을 직접적으로 명시하여 제정 및 운영하고 있으며, 지방자치단체별로 약간의 차이는 있으나 대체로 향토(지역)음식을 “지역산 식재료 또는 조리방법 등에 의한 특정 지역의 고유성을 반영한 향토색이 있는 음식”으로 정의하고 있음
- 12개 광역도(시·군을 포함)에서 향토음식 관련 조례를 지정하여 지역별 향토음식에 대한 정의를 해오고 있으며, 「향토음식 육성 및 지원 조례」 등을 제정하여 향토음식에 대한 개념을 정립해오고 있음
 - 목포시의 경우는 「목포음식 명인·명가 육성 지원 조례」 제2조(정의)에서 “목포음식이란 목포권 농·수산물을 주원료로 하여 제조 가공된 음식으로서 전통성·대중성·대외적 인지도가 높고, 상품화할 때 시장경쟁력을 확보할 수 있으며, 보전·계승 발전이 가능한 목포의 특징이 살아있는 지역의 향토색 있는 음식”으로 정의하고 있음

[표 II-5] 지방자치단체 향토음식 관련 법률적 개념

구분	법률적 개념	비고
향토음식	<ul style="list-style-type: none"> 지역 농수산물을 이용하거나 지역만의 조리법을 이용하여 만들어진 향토색 있는 음식 	<ul style="list-style-type: none"> 지방자치단체 향토음식 발굴·육성·지원 등에 관한 조례

주) 향토음식에 관한 법률적 개념은 지방자치단체의 향토음식 발굴·육성·지원 등에 관한 조례를 참고하여 종합적인 공통개념을 중심으로 연구자가 정리함

출처: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023.12.01.).

2. 향토음식 개념에 대한 소비자 인식 검토

- 본 절에서는 한식 및 향토음식에 대한 소비자 인식을 검토하고자, 2014년 한국농촌경제연구원에서 수행한 한식에 대한 개념 인식 설문조사¹⁾ 결과와 본 연구에서 수행된 향토음식에 대한 개념 설문조사 결과²⁾를 혼합하여 소비자의 전반적인 인식을 검토함
 - 한국농촌경제연구원(2014)의 결과는 「한식진흥법」이 제정되기 전이나, 설문에 제시된 한식 진흥 관련 정의가 현재의 법률(안)의 내용과 일치하고, 본 설문의 인식 결과가 향토음식(식재료, 조리방법)의 개념이 적극 반영된 것으로 파악돼 해당 연구의 내용을 향토음식 관점에서 재해석함

2.1. 한식 개념에 대한 인식

○ 한식 식재료와 조리방법에 대한 정의 필요성

- 국내 소비자 및 전문가는 한식 개념에 ‘식재료, 조리방법’과 관련하여 별도의 정의가 필요하다고 인식하고 있으며, 특히 전문가의 경우 소비자보다 이러한 필요성을 더 높게 인식하는 것으로 조사되었음

[표 II-6] 한식 식재료와 조리방법에 대한 정의 필요성

(단위: %)

구분		국내 소비자	전문가
식재료	• 식재료에 대한 정의나 범위가 필요하다.	69.0	82.0
	• 어떤 식재료를 사용해도 상관없다.	31.0	18.0
조리 방법	• 조리방법에 대한 정의나 범위가 필요하다.	71.1	90.2
	• 어떤 조리방법을 사용해도 상관없다.	28.9	9.8

출처: 한식정책 추진실태와 개선과제(2014), p.21 결과 재인용

○ 한식 식재료 및 조리방법의 이용 범위에 대한 인식

- 그렇다면 한식을 규정하는 식재료와 조리방법의 범위에 대해서는, 전문가는 한식의 유사성을 허용하여야 한다는 보다 넓은 범위로 인식하나, 유사성 범위에서 소비자들은 상대적으로 협의적인 인식을 보였음
- 전문가는 한식이 유사한 식재료를 사용하는 것에 대해 79.1%가 동의하였으나, 소비자는 44.5% 동의를 보였으며, 한식 조리방법의 유사성은 전문가는 74.5%,

1) 한식 관련 사안에 대한 국내외 소비자와 전문가의 인식과 의향을 파악하기 위해 국내 소비자(700명), 외국인(200명), 한식관련 전문가(61명) 등을 대상으로 수행한 설문조사임(한국농촌경제연구원, 2014)

2) 본 연구에서 수행한 전라남도민(목포시 제외 300명) 및 목포시민(110명)의 향토음식진흥센터 설립 유치 지지도와 관련한 설문인식을 파악하기 위한 설문조사를 실시함

국내 소비자는 32.1%를 보여, 소비자가 상대적으로 엄격한 기준으로 한식의 이용 범위를 바라보고 있음이 파악됨

- 대신 국내 소비자는 식재료 사용(한국산, 전통성) 및 조리방법(타 국가와의 차별성) 이용에 있어서 전문가보다 한국적이고 차별성이 유지되어야 한다고 인식함

[표 II-7] 한식 식재료·조리방법의 이용 범위에 대한 인식

구분		(단위: %)	
		국내 소비자	전문가
식재료	• 전통적으로 사용되어 온 식재료 사용	28.6	2.3
	• 한국에서 생산되는 농수축산물(식재료) 사용	26.9	11.6
	• 한식은 한국에서 고유하게 사용되어 온 식재료 또는 그와 유사한 식재료 사용	44.5	79.1
	• 기타	-	7.0
	계	100.0	100.0
조리방법	• 한식은 전통적으로 전해 내려오는 조상 고유의 조리방법 사용	25.3	2.1
	• 한식은 우리나라 고유의 조리방법 사용(다른 국가와는 차별성 있는 조리방법 사용)	42.6	17.0
	• 한식은 우리나라 고유의 조리방법 또는 이와 유사한 조리방법 사용	32.1	74.5
	• 기타	-	6.4
	계	100.0	100.0

출처: 한식정책 추진실태와 개선과제(2014), p.22 결과 재인용

○ 기존 한식 정의에 대한 인식

- 국내 소비자는 한식에 대한 정의를 고유의 음식, 전승되어 내려오는 전통음식으로 인식하는 경향이 높고, 전문가보다 한식의 개념을 유사성(한식 응용성) 허용에 있어서 보다 협의적인 시각으로 바라봄이 파악됨

[표 II-8] 기존 한식의 정의에 대한 인식

구분	(단위: %)	
	국내 소비자	전문가
• 대대로 전승되어 내려오는 전통음식	20.3	7.2
• 다른 나라와 차별성이 있는 우리나라 고유의 음식	26.0	16.4
• 한국에서 생산되는 식품을 이용하여 예로부터 전해 내려오는 조상 고유의 조리방법으로 만든 음식	13.5	11.8
• 우리나라에서 사용되어 온 식재료 또는 그와 유사한 식재료를 사용하여 우리나라 고유의 조리방법 또는 그와 유사한 조리방법을 이용하여 만든 음식	12.9	34.2
• 한국사람에게 널리 알려져 있고 한국사람이 널리 먹는(즐거먹는) 음식	20.0	20.7
• 한국적 요소를 가진 모든 음식(외국음식과 융복합된 음식 포함)	7.3	9.8
계	100.0	100.0

출처: 한식정책 추진실태와 개선과제(2014), p.23 결과 재인용

○ 법률상 한식 정의의 적절성과 부적절한 이유

- 법률(안)에서 제시된 한식 정의가 적절하다는 인식은 국내 소비자의 경우 67.1%가 적절하며, 전문가는 65.0%가 적절하다고 응답하였으나, 부정 비율은 전문가가 18.3%로 국내 소비자의 3.4%(부정)보다 상대적으로 높게 조사되었음

[표 II-9] 한식 진흥 법률(안)의 한식 정의 적절성에 대한 인식

(단위: %)

구분	전혀 적절치 않음	적절치 않음	보통	적절함	매우 적절함	계
국내 소비자	0.3	3.1	29.4	53.4	13.7	100.0
전문가	8.3	10.0	16.7	35.0	30.0	100.0

출처: 한식정책 추진실태와 개선과제(2014), p.24 결과 재인용

- 법률(안)의 정의가 적절하지 않다고 응답한 이유를 전문가는, 법률상 조리방법에 대해 별도 규정할 필요가 없음(33.3%)을 가장 큰 이유로 제안하였으나, 소비자는 제시된 한식에 대한 정의가 분명하지 않음(22.6%)이 높게 조사되었음
- 세부적으로 식재료(19.0%)와 조리방법(19.3%)에 대한 유사성 포함 여부에 있어서는 국내 소비자가 전문가보다 높은 비율로 부적절하다고 제안하였음

[표 II-10] 기존 한식의 정의에 대한 인식

(단위: %)

구분	국내 소비자	전문가
• 법률상 식재료에 대해 별도 규정할 필요 없음	11.0	22.2
• 법률상 조리방법에 대해 별도 규정할 필요 없음	11.5	33.3
• 유사한 식재료를 사용하는 경우를 한식에 포함시키는 것은 적절치 않음	19.0	11.1
• 유사한 조리방법을 사용하는 경우를 한식에 포함하는 것은 적절치 않음	19.3	11.1
• 법률에서 제시된 한식의 범위가 너무 넓음	14.3	11.1
• 법률에서 제시된 한식의 범위가 너무 좁음	2.3	-
• 제시된 한식에 대한 정의가 분명하지 않음	22.6	11.1
계	100.0	100.0

출처: 한식정책 추진실태와 개선과제(2014), p.25 결과 재인용

2.2. 향토음식 개념에 대한 인식3)

○ 한식 진흥의 관점에서 향토음식 산업 육성의 중요성

- 향토음식을 한식 및 한식문화 진흥의 관점에서 산업 육성의 접근이 중요하다는 응답치는 87.4%로, 목포시민의 경우는 90.0%, 전남시민 전체의 경우는 83.4%가 중요하다고 응답하였음

[표 II-11] 한식 및 한식문화 진흥의 관점에서 향토음식 산업 육성의 접근 중요성

(단위: %)

구분	전혀 중요하지 않음	그다지 중요하지 않음	보통	약간 중요함	매우 중요함	전체
전체	0.2	0.2	12.2	52.0	35.4	100.0
목포시민	-	-	10.0	47.3	42.7	100.0
전남시민	0.3	0.3	13.0	53.7	32.7	100.0

○ 향토음식 특징의 적절성

- 향토음식의 특징은 오랜 기간 존재해왔다는 전통성(역사)을 표현해야 함(87.8%), 향토음식은 지역의 조리방법, 지역의 식재료를 통해 만들어져야 함(85.4%), 향토음식은 자연조건과 생활문화를 바탕으로 지역민과의 동질감을 느껴야 함(82.7%), 향토음식은 지역의 독특성을 전제로 부가가치(지역 음식점, 지역관광 활성화 등)를 창출해야 함(81.2%) 순으로 조사되었음

[표 II-12] 향토음식의 특징의 적절성

(단위: %)

구분	매우 부적절	약간 부적절	보통	약간 적절	매우 적절	전체
• 향토음식은 자연조건과 생활문화를 바탕으로 지역민들과 동질감을 느껴야 한다.	0.7	2.9	13.7	47.8	34.9	100.0
• 향토음식은 오랜 기간 존재해왔다는 전통성(역사)을 표현할 수 있어야 한다.	1.0	2.9	8.3	42.4	45.4	100.0
• 향토음식은 지역의 조리방법, 지역의 식재료를 통해 만들어져야 한다.	0.5	2.0	12.2	44.9	40.5	100.0
• 향토음식은 지역의 독특성을 전제로 부가가치(지역 음식점, 지역관광 활성화 등)를 창출할 수 있어야 한다.	0.5	2.0	16.3	46.3	34.9	100.0

3) 본 연구에는 전라남도 및 목포시민의 향토음식진흥센터 설립 유치 지지도와 관련한 인식을 파악하기 위해 총 410명을 대상으로 설문조사를 실시함. 이 절에서는 설문조사 결과 중에서 향토음식 개념과 인식에 관련된 결과를 중심으로 정리하였고, 전체 설문조사 결과의 내용은 부록 2에서 별도로 정리하여 제시함.

3. 전국 향토음식 산업화 및 대중화 현황

3.1. 전국 향토음식 현황

- 전국 향토음식 현황은, 국립농업과학원이 제공하는 DB 형태의 ① 전통향토음식, ② 증가음식 개수와 과거 농촌진흥청에서 선정(2007~2016년)한 ③ 농가맛집 현황 데이터로 파악하였음

3.1.1. 전국 전통향토음식 현황

- 전국에 분포한 향토음식은 농촌진흥청 국립농업과학원(농식품올바로)에서 제공하는 전통향토음식 개수에 대한 백과사전식의 정보로 파악할 수 있으며, 이를 토대로 하면 전국 향토음식 개수는 총 3천 249개가 있음
 - 본 DB는 농촌진흥청에서 진행한 한식 및 전통음식 세계화를 위한 기초연구 ‘향토음식 DB사업(1999년~2005년)’의 일원임
 - 세부적으로 본 정보에서는 지역별 음식 수를 제공하고, 조리법, IPC(국제특허분류), 고문헌의 정보를 파악할 수 있도록 제공됨
- 지역별로 살펴보면, 전라남도는 411개의 전통향토음식을 보유하고 있으며, 400개 이상의 개수를 포함하는 다른 지역은 경상남도(450개), 경상북도(404개)로 파악됨

[표 II-13] 전국 전통향토음식 현황

(단위: 개)

구분	서울 경기	강원	충남	충북	경남	경북	전남	전북	제주	상용	전체
전통 향토음식	398	299	239	200	450	404	411	218	305	325	3,249

출처: 국립농업과학원 농식품올바로(<https://koreanfood.rda.go.kr/>)

3.1.2. 전국 증가음식 현황

- 전통적으로 계승 및 보존되어 오는 전국의 증가음식은 총 257개로 파악됨
 - 본 정보는 농촌진흥청에서 진행한 ‘향토음식 DB사업’의 일원으로, 지역, 종가명, 음식종류 대·소분류, 음식이름을 세세하게 제공하고 있음

- 지역별 현황을 살펴보면, 전라남도는 37개이며, 전국에서 가장 많은 증가 음식 개수를 지닌 지역은 경상북도 81개, 경기 43개, 전라남도 37개 순으로 조사되었음

[표 II-14] 전국 증가음식 현황

(단위: 개)

구분	서울	경기	강원	충남	충북	경남	경북	전남	전북	제주	광주	대구	대전	전체
증가음식	4	43	21	13	11	16	81	37	21	2	3	1	4	257

출처: 국립농업과학원 농식품올바로(<https://koreanfood.rda.go.kr/>)

3.1.3. 전국 농가맛집 현황

- 전국에서 운영주인 농가맛집은 83개로 전라남도를 포함한 전라도는 13개가 선정되어 현재까지 운영 중인 것으로 파악됨

- 농가맛집은 농촌진흥청의 ‘향토음식 자원화 사업(2007~2016년)’으로 선정된 곳으로, 지역농업과 문화를 연계한 농촌형 소규모 외식산업을 통해 농외소득을 향상하고 전통식문화의 계승과 확산을 목적으로 진행되었음(농가맛집 창업·운영 가이드북, 2014).

[표 II-15] 전국 농가맛집 선정 현황

(단위: 개)

구분	경기도	강원도	충청도	전라도	경상도	제주/특광역시	전체
농가맛집	8	9	23	13	27	3	83

출처: 농촌진흥청, 농사로(<https://www.nongsaro.go.kr/>)

- 농가맛집 유형을 살펴보면, 외식형, 외식+체험형으로 구분되며, 주요 제공 서비스는 향토음식 제공, 체험으로 구분되어 제시되어 있음

[표 II-16] 농가맛집의 유형

구분	제공서비스
외식형	향토음식 제공(일반 외식업소와 가장 유사)
외식+체험형	향토음식 제공 및 체험(교육) 제공, 추천 유형
체험형	향토음식 체험을 목적으로 한 프로그램 운영

출처: 농촌진흥청, 농가맛집 창업·운영 가이드북(2014)

3.2. 전국 향토음식 육성 현황

3.2.1. 지역단위 향토음식 관련 조례지정 현황

- 향토음식 육성은 9개 광역자치도, 61개 기초자치단체에서 관련 법령을 제정·운영하고 있는 것으로 파악되었음
 - 향토음식에 관한 법령은 향토음식 발굴·육성·지원에 관한 내용을 담고 있는 법률이 주이며, 이외 음식 분야 명인·명가 발굴·육성·지원, 향토음식점 지정·운영, 이외 향토음식 체험관·박물관 등 관리 조례가 제정 및 운영되고 있음
- 전라남도의 경우는 향토음식을 산업 육성 관점으로 확장하여 2008년부터 제정·운영해오고 있으며, 분명하게 산업적 관점을 명시하고 적극적으로 반영한 사례는 전국 최초이자 유일한 것으로 파악됨
 - ‘전라남도 남도 맛 산업 육성 기본 조례’의 제2조(정의)에서 남도음식을 정의⁴⁾하고 있으며, 제2장 남도 맛 산업 육성기반의 조성, 제3장 남도 맛 산업 육성 시책의 내용에서 향토음식 발굴 및 보존, 명인 육성, 산업 육성 관련 세부적인 시책을 제시하고 있음

[표 II-17] 향토음식에 관한 법률 조례 지정 현황

조례 구분	광역자치	기초자치	상세
향토음식 발굴/육성/지원	8개	45개	광역자치단체 기준 (강원, 경남, 경북, 광주, 대전, 세종, 전북, 제주)
향토음식 명인/명가 발굴/육성/지원		7개	전남 신안, 전남 목포, 전남 곡성, 전북 고창, 전북 전주, 경기 여주, 충남 서산
향토음식점 지정/운영		3개	경북 봉화, 전남 진도, 경북 영주
향토음식 체험관/박물관 관리 운영		6개	전남 나주, 경남 산청, 경북 영주, 충남 아산, 경북 영양, 광주 북구
지역음식 발굴/산업 육성 (남도 맛 산업)	1개		전라남도
합계	9개	61개	

주) 향토음식, 음식, 전통음식 등 음식과 관련한 키워드를 검색하고, 지역의 전통과 보존을 목적으로 하는 향토음식 개념이 적극적으로 반영된 내용임을 검토하여 공통성 있게 분류 정리한 것임
출처: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023.12.03.)

4) 전라남도 남도 맛 산업 육성 기본 조례(제 3938호) 제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
1. “남도 맛 산업”이란 우리나라 맛의 대명사인 남도음식의 전통과 이미지를 현대적으로 계승하여 전남의 친환경 농수산물의 생산 및 유통, 2차 식품제조·가공 및 3차 음식서비스 등 식생활과 관련한 모든 산업을 말한다.
2. “남도음식”이란 지역성과 전통성을 기반으로 도내에서 생산되는 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 지역고유의 맛·향 및 색을 내는 전통음식과 남도음식의 현대화 및 세계화를 위해 도내에서 생산되는 음식재료와 여러 가지 요리법들을 혼합해서 새로운 맛을 창조해낸 음식을 포함하여 말한다.

3.2.2. 광역자치단체 향토음식 자치법규 주요 내용

- 광역자치단체의 향토음식 발굴·육성·지원에 관한 법령들은 주로 향토음식에 관한 정의와 함께 관련 계획 수립·시행, 음식 발굴·보전·개발·연구·교육 등에 관한 지원을 제시하고 있음
- 전라남도의 경우는 남도 맛 산업진흥 활동과 관련된 정책사업에 대한 세부 내용도 명시되어 있어, 다른 자치단체와 차별성을 지니고 있음
 - 제2조 남도 맛 산업 육성기반의 구성과 제3조 남도 맛 산업 육성시책에서 제16조(남도 맛 산업 진흥활동) 남도 맛 산업 관련 전시회, 행사 개최 등, 제12조(남도음식 먹거리 단지 조성)의 남도음식 먹거리 및 체험단지 조성 등, 제10조(친환경농수산물의 안정적 생산/유통) 남도음식 원료가 되는 친환경 농수산물의 원활한 수급을 위한 지원책 등 거시적이고 종합적인 관점에서 정책방안을 제시하고 있음

[표 II-18] 광역자치단체 향토음식에 관한 자치법규 주요 내용

지역	조례명	정의			계획 수립·시행	정책·사업지원							향토음식점 지정
		음식·조리법		식재료		음식 발굴·보전·개발·보급	시설·설비 설치	정보·홍보	연구·조사	교육·훈련	컨설팅	산업진흥 활동	
		역사성	지역성										
강원	향토음식 육성 및 지원 조례	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
경남	향토음식 육성 및 지원 조례	●	●	●	●	●		●	●	●			
경북	향토음식 육성 및 지원에 관한 조례		●	●	●	●		●	●	●			●
광주	향토음식 육성 및 지원에 관한 조례		●	●	●			●		●			●
대전	향토음식 육성 및 지원 조례		●	●	●			●		●			●
전남	남도 맛 산업 육성 기본 조례	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
전북	향토음식 발굴 육성 및 지원 조례		●	●		●		●	●				
제주	향토음식 육성 및 지원 조례		●	●	●			●	●				●

주) 경상남도, 경상북도, 대전광역시 등 일부 지방자치단체에서는 지역의 식재료와 고유의 조리법으로 조리된 지역 음식을 기본으로 개발된 새로운 음식도 향토음식의 범주에 포함시킴. 제주특별자치도의 경우 지역적 특성으로 인한 식재료 수급의 어려움을 반영하여 법률상 향토음식의 정의에서 '제주산 식재료 공급이 부족한 경우에는 국내산 식재료를 이용할 수 있다'고 정의함.

출처: 국가법령정보센터 (<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023. 12. 01.), 농촌경제연구원(2021) 자료 참고

3.3. 향토음식(점) 지정 현황

- 전국에서 향토음식 관련 육성 조례를 제정하여 운영해 오고 있음에 따라, 지역별 향토음식점을 선정해 왔을 것으로 예상되나 종합적 규모를 비교할 데이터는 부족한 실정임
 - 따라서 행정안전부에서 운영하는 공공데이터포털에서 지역별 향토음식점을 검색하여 전국 지자체 운영현황을 파악하였으며, 가장 적극적인 전라남도, 전라북도, 제주도를 기준으로 현황분석을 제시하고자 함
- 전라남도는 217개(2023년 기준), 전북특별자치도는 58개(2019년 기준), 제주특별자치도는 43개소(2023년 기준)를 지정하여 운영 및 관리해오고 있음
 - 전라남도는 남도음식평가 홈페이지를 따로 운영하고 있어, 전라남도 전역의 향토음식 관련 대중의 정보 접근이 용이하며, 지정된 남도음식평가 및 대물림 향토음식점은 ‘남도 맛 산업 육성 기본 조례’에 의거해 운영되고 있음

[표 II-19] 지역별 향토음식점 지정 현황

조례 구분	향토음식점	비고
전라남도	217개	<ul style="list-style-type: none"> • 남도 맛 산업 육성 기본 조례(2008년 제정) 제17조 • 남도음식평가: 2007년~현재, 대물림 향토음식점: 2017년~현재
전북특별자치도	58개	<ul style="list-style-type: none"> • 전라북도 향토음식 발굴육성 조례(2004년 제정)
제주특별자치도	43개	<ul style="list-style-type: none"> • 제주특별자치도 향토음식 육성 및 지원 조례(2009년) 제8조

출처: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023.12.03.), 공공데이터포털(<https://www.data.go.kr/>), 남도음식평가(<https://www.남도음식평가.kr/>), 각 지자체 홈페이지

3.4. 한식음식점 구성비 현황

- 2021년을 기준으로, 전국에서 운영되고 있는 음식점업은 57만 2천 550개로, 이중 한식음식점업은 33만 5,451개(전국 58.6%)인 것으로 분석됨
 - 지방자치단체별로 음식점업 대비 ‘한식음식점업 운영 비중’을 살펴보니, 전라남도는 가장 높은 수치인 67.1%로 나타났으며, 이는 전국 평균보다 8.5%p 높은 수치임
 - 다음으로 강원(66.9%), 경북(65.1%), 경남(63.4%), 충남(63.0%), 충북 및 제주(62.9%) 순으로 조사됨

[표 II-20] 전국 음식점업 대비 한식음식점업 운영 비중

(단위: 개, %)

구분	2021		한식음식점업 구성비 (B/A)	
	음식점업(A)	한식음식점업(B)		
전국	572,550	335,451	58.6	
특별 광역시	서울	94,778	48,525	51.2
	부산	37,928	21,748	57.3
	대구	26,144	14,770	56.5
	인천	27,790	15,628	56.2
	광주	14,488	8,313	57.4
	대전	16,365	9,457	57.8
	울산	13,905	8,456	60.8
	세종	3,376	1,808	53.6
도	경기	125,571	70,502	56.1
	강원	25,779	17,251	66.9
	충북	21,835	13,734	62.9
	충남	27,941	17,615	63.0
	전북	20,579	12,649	61.5
	전남	22,597	15,159	67.1
	경북	36,660	23,858	65.1
	경남	44,567	28,276	63.4
	제주	12,247	7,702	62.9

출처: 통계청, 서비스업조사(2021)

4. 한식 및 향토음식의 경제적 중요성

○ 한식은 우리나라 고유 식재료를 기반으로 하는 음식으로, 외식산업에서 차지하는 비중도 상당하고, 한식 외식산업이 국내 농업 등 식재료산업과 국가 경제 전반에 미치는 영향이 매우 큼(한국농촌경제연구원, 2021).

- 본 장에서는 한국농촌경제연구원(2021)의 연구에서 분석한 식재료 산업이 한식 외식산업 미치는 경제효과 분석에 근거하여, 한식의 총화로써 향토음식 산업 육성의 경제적 중요성을 제안함

4.1. 한식 외식산업의 국내산 식재료 거래 내역

○ 한국농촌경제연구원(2021)의 연구에 따르면, 한식 외식산업의 국내산 식재료 거래액은 2019년 기준 약 22조 원에 달하며, 총거래액(국내외 식재료 포함)의 35.9%를 차지하고 있음

- 세부적인 국내산 거래액 비중을 살펴보면, 농림축수산업 64.1%, 식품가공산업이 35.9% 점유하고 있으며, 수산업 10.2%, 임업 1.4% 순으로 파악되었음

[표 II-21] 한식 외식업의 국내산 식재료 거래 내역

(단위: 십억 원, %)

구분	한식 외식산업 식재료 거래 내역		
	총 거래 내역	국내산	
		거래액	거래비중
농업	5,620.3	5,502.2	25.4
축산업	7,911.5	5,887.4	27.2
임업	400.6	296.7	1.4
수산업	2,522.2	2,211.8	10.2
식품가공산업	9,402.1	7,784.6	35.9
합계	25,856.7	21,682.7	100.0

주 1) 한식 외식업체가 별도로 집계되지 않아서, 일반음식점 부문 결과에 한식 외식산업의 전체 외식산업 대비 식재료비 지출 규모를 감안하여 산출함.
 2) 음식 조리 과정에서 식재료 용도로 사용하는 비중이 현저히 적은 주류(소주, 맥주, 기타주류), 비알콜음료 및 얼음, 인삼 및 건강보조식품은 제외하여 산출함.
 3) '산업연관표'의 식품가공산업의 투입이 과대평가되는 문제를 완화하기 위해 식품가공산업으로 분류되는 정곡은 농업, 도축육, 가공육은 축산업으로 분류함.
 출처: 한국농촌경제연구원(2021) 자료 인용

4.2. 한식 외식산업의 국가경제 파급 효과

○ 2019년 기준 한식 외식산업이 전 산업에 미치는 산업연관분석 결과, 생산 유발효과는 147조 5,905억 원, 부가가치 유발효과는 53조 5,494억 원, 고용 유발효과는 1천 319명으로 경제 전반에 미치는 파급효과가 상당히 큰 것으로 분석되었음

- 생산유발규모는 일반음식점이 67.7조 원, 음식료품 15.1조 원 순으로 분석됨
- 부가가치유발효과는 농림축수산품이 5.8조 원, 도소매업 및 상품중개 서비스 4.6조 원 순으로 분석됨

[표 II-22] 한식 외식산업의 생산 및 부가가치 유발효과

(단위: 십억 원, 2019년 기준)

구분		유발계수	유발효과
생산 유발효과	전 산업	0.031	147,590.5
	농림축수산품	0.052	11,210.9
	음식료품	0.131	15,102.0
	도소매 및 상품중개서비스	1.026	8,639.1
	일반음식점	2.238	67,662.1
부가가치 유발효과	전 산업	0.812	53,549.4
	농림축수산품	0.088	5,803.4
	음식료품	0.037	2,440.1
	도소매 및 상품중개서비스	0.070	4,616.3
	일반음식점	0.337	22,224.3

출처: 한국농촌경제연구원, 식재료산업과 연계한 한식산업 발전 방안(2021)

○ 특히 2019년 기준 한식 외식산업의 취업 및 고용유발계수는 2015년 대비 감소하였지만, 한식 외식산업 규모 증가로 취업 및 고용 유발효과는 확대되었음

- 한식 외식산업 취업유발계수(20.0)는 전산업(10.1)보다 크게 높고, 고용유발계수(10.6)도 전산업(7.4)에 비해 높은 수치임

[표 II-23] 한식 외식산업의 취업 및 고용유발 효과

(단위: 천 명, 2019년 기준)

구분	전산업	한식 외식산업			
	2019	2015		2019	
	유발계수	유발계수	유발효과	유발계수	유발효과
취업유발효과	10.1	24.4	1,238	20.0	1,319
고용유발효과	7.4	13.3	675	10.6	699

출처: 한국농촌경제연구원, 식재료산업과 연계한 한식산업 발전 방안(2021)

4.3. 향토음식점의 국내산 식재료 사용 현황

○ 향토음식점⁵⁾의 지역산 식재료 이용 여부는 일반 한식 외식업체에 비해 압도적으로 높은 소비 비중을 보인 반면에, 한식 외식업체는 일반적으로 지역산 식재료를 많이 이용하지 않는 것으로 조사되었음

- 한식 외식업체 중에서 지역산 농산물을 이용하는 업체는 37.7%에 불과하였으나, 향토음식의 경우는 82.5% 달함

[표 II-24] 한식 외식업체 및 향토음식점 지정 업체의 지역산 식재료 이용 여부

(단위: %)

구분	농산물	축산물	가공식품
한식 외식업체	37.7	19.2	9.6
향토음식점 지정 업체	82.5	57.9	24.6

출처: 한국농촌경제연구원, 식재료산업과 연계한 한식산업 발전 방안(2021)

○ 향토음식점의 향후 지역산 식재료 이용 의향은 일반 한식 외식업체에 비해 높았으며, 농산물 89.5%, 축산물 79.0%, 가공식품 71.2%로 모든 의향이 70~80% 수준으로 조사되었음

5) 본 조사에 참여한 향토음식점 업소는, 전라남도 남도음식명가 33개 업체, 전라북도 향토음식점 10개 업체, 원주시 향토음식점 17개 업소가 참여하였으며, 조사기간은 2021년 8월부터 한달간 수행되었음

[표 II-25] 한식 외식업체 및 향토음식점의 향후 지역산 식재료 이용 의향

(단위: %)

구분	한식 외식업체	향토음식점 지정 업체
농산물	81.5	89.5
쌀	11.9	66.7
잡곡	7.3	65.0
채소류	18.8	66.7
서류	6.3	61.7
버섯류	8.0	61.7
나물류	8.1	61.7
과일류	4.9	56.7
축산물	44.2	79.0
축산류	6.7	60.0
계란류	6.9	58.3
유제품	3.7	40.0
가공식품	25.6	70.2
장류	5.4	35.0
김치류	3.4	25.0

주) 세부 품목은 다른 설문문항에 의해 복수응답으로 조사된 것으로, 연구 결과를 요약하기 위해 연구자가 재가공하여 제안하였음. 따라서 전체 비율과 품목간 합계가 일치하지 않음.
출처: 한국농촌경제연구원, 식재료산업과 연계한 한식산업 발전 방안(2021)

5. 소결

- 본 장은 향토음식의 전반적인 현황을 파악하기 위해서, ① 향토음식의 개념과 범위, ② 향토음식 개념에 대한 소비자 인식, ③ 전국 향토음식 산업화 및 대중화 현황, ④ 향토음식의 경제적 중요성에 대해 알아보았으며, 이를 토대로 향후 목포시 향토음식 진흥을 위한 방향을 모색해보고자 하였음
 - 향토음식의 육성은 한식 진흥을 뒷받침할 수 있다는 점에서 정책적으로 필요하며, 국민의 정서적 측면을 고려하고, 국가(국민)의 이익 실현으로의 방향 정립이 필요하다고 판단되었음
 - 향토음식을 육성하기 위한 지방자치단체의 적극적인 노력이 파악되었으며, 이를 국가적 차원에서 체계적인 지원으로 이어진다면 한식 진흥을 위한 정책적 실효성에 더욱 부합하는 결과를 견인할 수 있을 것으로 사료됨
 - 따라서, 다음과 같은 정책적 접근 필요성이 제시됨
- 정책적 접근 필요성 1: 국민 정서적 관점에서의 한식의 의미
 - 국민의 정서적 관점에서, 한식에 대한 개념은 국가 단위에서 바라보나, 한식의 ‘차별성’과 ‘전통성’을 중시하며, 한식의 범위를 보다 협의적인 시각으로 인식하고 있음

- 즉, 국민 정서적 관점에서는 한식의 유사성(응용성)에 있어서 보다 엄격하며, 지역적이고 전통적인 개념으로의 한식의 정의가 요구되는 결과를 고려하면, 국민의 관점에서는 한식에 대한 의미를 향토음식에 대한 개념적 정의와 더욱 부합되게 받아들이고 있음

○ 정책적 접근 필요성 2: 향토음식의 높은 경제 부가가치 창출효과

- 향토음식이 지역의 식재료를 주로 사용하는 산업이라는 점을 고려해, 농업 등 식재료 산업 및 관광 측면에서 지역 및 국가 경제에 미치는 파급효과는 상당할 것이 예상됨
- 식재료 산업과 한식 외식업과의 관계에서 경제효과를 살펴보았듯이, 한식 외식업이 국내산 식재료와 연간 거래하는 규모는 약 22조 원에 달하고 있으며, 향토음식점으로 지정된 업체의 경우, 지역산 식재료를 사용하고 있다는 전제하에 국내산 식재료 이용률과 향후 이용 의향에 대해서 일반외식업보다 압도적으로 높은 수치를 보이고 있었음
- 한식이 주는 국내외적 파급효과를 고려했을 때, 한식의 근간을 이루는 지역적 향토음식에 대한 육성과 관리가 필요하며, 이를 통해 궁극적으로 한식정책에서 목표로 하는 국가 및 국민의 '경제적 측면'에서의 이익 실현에 매우 긍정적으로 기여할 것으로 예상됨

○ 정책적 접근 필요성 3: 지방자치단체의 향토음식 육성 노력 파악

- 향토음식은 한식의 원형에 따른 핵심요인이자 근간이라는 개념적 위치도가 파악되었으며, 지방자치단체의 적극적인 향토음식 산업 육성 노력도 조사되었음
- 그러나 관련 법령에 대해 의무 또는 규정이 없는 실적으로, 실질적으로 향토음식을 규정하거나 발굴하는 사례를 종합적으로 제시하기는 어려움
- 이러한 관점에서 향토음식 산업 육성에 대한 종합적인 실태조사가 필요하며, 향후 지역 실정에 맞는 향토음식의 발굴, 규격화 및 산업화를 위한 사업계획을 수립하거나 추진할 수 있는 국가적 차원에서의 제도 정비도 필요해 보임

3장

향토음식 정책추진실태와 당면과제

1. 상위계획 검토
2. 향토음식 관련 법령 검토
3. 향토음식 관련 주요 정책
4. 한식 진흥 사업 현황
5. 소결

3장

향토음식 정책추진실태와 당면과제

1. 상위계획 검토

- 한식 및 한식산업에 관한 농림축산식품부의 주요 정책 및 사업은 기본적으로 식품산업진흥 기본계획과 이를 근거로 수립된 식품산업진흥 시행계획을 바탕으로 추진되나, 연구 시점에서는 식품산업진흥 기본계획만 발표된 것으로 파악되어 제4차 기본계획의 내용을 검토함

1.1. 제4차 식품산업진흥 기본계획

- 제4차 식품산업진흥 기본계획(2023~2027년) 기본방향을 살펴보면, 제3차 식품산업 진흥계획의 한계를 보완하는 방향으로 K-Food 수출 확대, 한식 글로벌화 등의 강화 방안에 중점을 두고 있음
 - 특히 K-Food에 대한 해외 관심 지속 확대 추세를 기회로 보고, 공격적인 K-Food 수출과 관광의 연계로 한식 부가가치 창출을 확대하는데 주안점 둠

비전	글로벌 산업으로 성장하는 'K-Food'	
목표	<ul style="list-style-type: none"> ◆ [산업 성장] 식품산업 규모 : '21) 656 → '27) 1,100조원(연평균 9%↑) ◆ [수출 확대] K-Food 수출액 : '22) 88.2 → '27) 150억불 ◆ [농업 연계] 국산 원료 사용량: '21) 594 → '27) 800만톤 	
전략 및 과제	5대 추진전략	주요 과제
	1. 첨단기술을 통한 식품산업 성장 도모	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 지역-세계로 푸드테크 산업 확산 ▪ 그린바이오 기술의 식품 분야 적용 확대
	2. K-Food의 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> ▪ K-Food 수출 확대 ▪ 국내 미식관광 활성화 및 한식 홍보 강화 ▪ 외식서비스 품질 제고
	3. 전통식품 산업 활성화	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 김지산업 경쟁력 강화로 종주국 위상 제고 ▪ 전통주 산업 도약 기반 조성 ▪ 전통 장류를 소스 산업으로 육성
	4. 식품산업과 농업 간 연계 강화	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 농업-기업간 지속가능한 상생협력 체계 구축 ▪ 국산 원료 사용 기업에 대한 인센티브 강화
5. 식품산업의 성장 기반 공고화	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 식품·외식 기업의 경영 안전망 확충 ▪ 식품기업의 ESG 경영 지원 ▪ 국가식품클러스터 기능 확대 ▪ 식품산업에 대한 소비자 신뢰 제고 	
추진 체계	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 산·학·관 기능 연계를 통한 체계적 식품산업 진흥 ◆ 식품 관련 법·제도·통계 등 인프라 강화 	

<그림 III-1> 제4차 식품산업진흥 기본계획 비전 체계

- 한식 관련 주요 과제로, 5대 추진전략 내 세부 방안으로 K-푸드 경쟁력 강화, 국내 미식관광 활성화 및 한식 홍보 강화, 전통주 산업 도약 기반 조성, 전통 장류 소스 산업 육성 등을 제시하였음⁶⁾
 - 세부 과제로, (가칭)한식산업 경쟁력 강화 전략 수립과, 한식자원인 농업자원-식품명인-향토음식-전통주 등을 연계한 K-미식벨트 조성 과제를 포함하였고, 김치, 전통주, 장류로의 산업화군 구체화 계획을 제시해 향토음식을 통한 K-푸드 경쟁력 강화로의 정책과제를 예고하였음
 - 또한, 한식과의 연계를 통한 전통주 수출 확대, 전통주 등을 지역 문화 관광상품으로 육성하고, 식품명인 계승 및 발전 및 유네스코 무형문화유산 등재 등의 산업 활성화 방안의 과제도 포함하고 있음

2. 향토음식 관련 법령 검토

2.1. 한식진흥법

- 향토음식 관련 국가단위 주요 법령은 「한식진흥법」으로, 한식산업 진흥과 발전에 관한 정책 및 사업의 추진 근거법이며, 동 법은 한식산업의 경쟁력 강화 및 국민의 삶의 질 향상, 국가 경제 발전에 이바지하는 것을 목적으로 하여 2019년에 제정되었음
 - 「한식진흥법」은 한식 진흥 기반 조성, 한식의 국내외 확산, 한식산업 경쟁력 강화 등의 근거가 되는 조항으로 구성되어 있음

[표 III-1] 한식진흥법 주요 내용 검토

조항		주요내용
제1장 총칙	제1조 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 한식산업 경쟁력을 강화하여 국민의 삶의 질 향상과 국가 경제 발전에 이바지
	제2조 정의	<ul style="list-style-type: none"> • ‘한식’이란 우리나라에서 사용되어 온 식재료 또는 그와 유사한 식재료를 사용하여 우리나라 고유의 조리방법 또는 그와 유사한 조리방법을 이용하여 만들어진 음식과 그 음식과 관련된 유형·무형의 자원·활동 및 음식문화 • ‘한식산업’이란 한식과 관련된 기획·개발·생산·유통·소비·수출 등의 산업 • ‘한식사업자’란 한식산업을 영위하는 자
	제3~4조	<ul style="list-style-type: none"> • 한식 진흥 시책 강구, 다른 법률과의 관계
제2장 한식 진흥 기반의 조성	제5~7조	<ul style="list-style-type: none"> • 한식 및 한식산업 실태조사, 연구 및 개발 촉진, 한식 정보 체계 구축

6) 농림축산식품부의 제4차 식품산업진흥 기본계획의 과제별 추진 일정(p.38)을 참고함

조항		주요내용
제3장 한식의 국내외 확산	제8~10조	• 국제교류 및 협력 촉진, 한식 확산, 한식 발굴·복원과 계승·발전
	제11~12조	• 전문인력의 양성, 한식체험 활성화 등
제4장 한식산업 경쟁력 강화	제13조 농어업과의 연계 강화	• 한식의 식재료로 사용되는 농수산물의 안정적인 공급과 소비촉진을 위한 계획을 수립·추진 • 한식사업자가 식재료를 안정적으로 확보하기 위해 생산자 단체와 공동구매, 계약재배 등 농어업과의 연계강화 사업을 추진하는 경우 지원
	제14조 한식산업 경쟁력 강화 등	• 한식 진흥과 관련된 창업을 촉진하고 한식사업자의 경쟁력 강화를 위한 지원 실시 • 한식과 관련된 창업 및 일자리 창출 지원, 한식사업자의 경영, 서비스 개선 등 경쟁력 강화를 지원, 그 밖에 한식산업 경쟁력 강화를 위한 사업 등
	제15~16조	• 해외 우수 한식당의 지정, 한식진흥원의 설립

출처: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023.11.15.).

○ 법령의 주요 내용은, 한식 관련 정책사업 수립 및 추진, 산업(연계) 지원, 연구 및 개발 조사, 교육 및 인력 양성, 홍보 마케팅에 관한 내용이 포함됨

[표 III-2] 한식진흥법의 주요 조항 내용 분석

구분		정부 사업 수립	산업 지원	연구 개발 조사	교육 인력 양성	홍보 마케팅	기 타
제1장 총칙	제3조(한식 진흥 시책의 강구)	●					
제2장 한식 진흥 기반의 조성	제5조(한식 및 한식산업에 대한 실태조사)			●			
	제6조(연구 및 개발의 촉진)			●			
	제7조(한식 정보체계의 구축)					●	
제3장 한식의 국내외 확산	제8조(국제교류 및 협력의 촉진)					●	
	제9조(한식의 확산)	●					
	제10조(한식의 발굴·복원과 계승·발전)			●			
제4장 한식산업 경쟁력 강화	제11조(전문인력의 양성)				●		
	제12조(한식체험 활성화 등)				●		
	제13조(농어업과의 연계 강화)		●				
	제14조(한식산업 경쟁력 강화 등)		●				
	제15조(해외 우수 한식당의 지정)						●
	제16조(한식진흥원의 설립 등)						●
시행령	제2조(한식의 확산)			●	●	●	
	제3조(한식 전문인력 양성기관의 지정)				●		
	제4조(한식 전문인력 양성기관에 대한 경비 지원)				●		
시행규칙	제2조(실태조사의 내용과 범위)			●			
	제3조(한식 전문인력 양성기관의 지정)				●		
	제4조(해외 우수 한식당의 지정 등)						●

출처: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023.11.15.).

2.2. 기타 관련 법령

- 이외에 향토음식과 직간접적으로 연관된 국가단위 법령은 「식품산업진흥법」, 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」, 「김치산업 진흥법」, 「수산식품산업의 육성 및 지원에 관한 법률」, 「식생활교육지원법」 등이 있음
- 관련 법령에 향토음식 내용이 직접적으로 명시되어 있지 않으나, 식생활 및 식문화 보급, 음식문화 세계화, 전통식품과 식생활 문화의 홍보, 농어업과의 연계 강화 등의 사업지원 명시 내용과 연관성이 강하므로, 관련 법령으로 분류될 수 있음

[표 III-3] 기타 관련법령에서의 향토음식 연관한 내용

법률명	관련조항	주요 내용
식품산업진흥법	제7조 전통식품과 식생활 문화의 세계화	<ul style="list-style-type: none"> 국가 및 지방자치단체는 지역별 전통식품과 식생활 문화를 조사·발굴하여 이를 현대화하고 우리 음식과 식생활 문화 세계화를 통한 국가 이미지 향상에 노력·국가 및 지방자치단체는 전통식품과 식생활 문화의 홍보, 해외 한식당 및 해외진출 식품업체의 경쟁력 제고 등에 필요한 경비 지원
	(시행령) 제39조 권한의 위임·위탁	<ul style="list-style-type: none"> 전통식품과 식생활 문화의 세계화에 관한 업무를 한식진흥원에 위탁
전통주 등의 산업 진흥에 관한 법률	(시행규칙) 제8조 홍보전시 등에 대한 지원	<ul style="list-style-type: none"> 전통주 등의 조사·발굴과 우수성 홍보사업, 전통주 등의 고유한 제조방법 교육 전수사업, 전통주 등과 한식을 연계한 산업 활성화 관련 사업, 전통주 등의 홍보, 산업 활성화 및 전통적인 제조 방법을 장려하기 위한 사업
김치산업진흥법	제16조 전통김치의 복원과 계승 및 발전	<ul style="list-style-type: none"> 국가와 지방자치단체는 전통김치의 복원과 계승·발전을 위하여 전통김치의 제조기술을 복원 또는 계승하는 개인 또는 단체에 대하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 예산의 범위에서 필요한 지원 등
차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률	(시행령) 제9조 홍보전시관 등에 대한 지원	<ul style="list-style-type: none"> 차산업 또는 차문화 등의 조사·발굴과 우수성 홍보, 차 제조방법 교육 전수 사업, 차문화의 교육 전수 사업, 차와 한식을 연계한 사업, 차산업 또는 차 문화 등의 홍보, 차산업 활성화 및 전통적 제조방법 등과 관련 사업
수산식품산업의 육성 및 지원에 관한 법률	(시행령) 제22조 수산전통식품의 세계화	<ul style="list-style-type: none"> 국가 및 지방자치단체는 지역별 수산전통식품을 조사·발굴하여 이를 현대화하고 우리 음식문화의 세계화를 통한 국가 이미지 향상에 노력
식생활 교육지원법	제12조 전통 식생활 문화계승과 지역 농수산물의 활용	<ul style="list-style-type: none"> 지원 대상은 수산전통식품과 우리 음식문화의 세계화를 목적으로 홍보·교육 연구사업 등을 하는 자, 수산전통식품과 우리 음식문화 세계화를 위해 해외진출을 했거나 계획하는 자, 대한민국수산식품명인, 수산전통식품 품질 인증을 받은 자 등임
	제22조 식생활 지침 개발·보급 등	<ul style="list-style-type: none"> 식생활 교육은 우수한 한국형 식생활 확산을 통하여 전통 식생활 문화를 계승·발전시켜 세계화하고, 식품 생산자와 소비자 간 상호교류 등을 촉진함으로써 농어촌 경제 활성화와 지역 농수산물 활용 촉진에 기여하도록 추진
	제24조 전통 식생활 문화 및 농어촌 식생활 체험 활성화	<ul style="list-style-type: none"> 식생활 교육 등에 활용하기 위하여 농수산물 또는 전통식품을 이용한 식생활 지침 등을 개발하여 보급
	(시행령) 제12조 식생활 지침의 주요 내용과 발간 주기	<ul style="list-style-type: none"> 전통 식생활 문화 체험 활성화를 위하여 전통 식생활 문화 체험관 및 홍보관, 전통 식생활 문화 교육시설 등 건립·농어촌에 대한 이해를 증진시키고 식생활 체험 기회를 다양화하기 위하여 우수 농어촌 식생활 체험 공간 지정
외식산업진흥법	(시행령) 제16조 우수 식재료 등 사용 촉진	<ul style="list-style-type: none"> 우수 식재료 및 지역농산물의 사용 촉진을 위한 사업에 필요한 경비 지원

출처: 국가법령정보센터 (<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023.11.20.).

2.3. 지역단위 법령

- 지방자치단체 자지법규에는 향토음식을 직접적으로 명시하여, 관련 법령을 제정 및 운영하고 있으며, 지방정부의 향토음식 자원화 및 관광상품화 추진 사업의 근거로 활용하여 향토음식 소재 지역 정체성을 구현하는 법적 근거를 제도화하고 있음
 - 공통적으로 향토음식을 지역 농수산물을 이용하거나 지역만의 조리법을 이용하여 만들어진 향토색 있는 음식으로 정의하고 있음⁷⁾
- 향토음식에 관한 지역단위 법령은 총 70개로, 12개 광역도(시·군 포함)에서 제정하여 운영하고 있으며, 특히 전라남도는 향토음식을 남도음식으로 고유명사화하여 ‘맛 산업’ 육성계획을 제정해, 다른 지자체보다 높은 전문성을 확보하고 있음
 - 전라남도의 「남도 맛 산업 육성 기본조례」는 국가단위 법령인 「한식진흥법」보다 11년이 앞선 2008년 제정되었으며, 추진 근거법에 의한 ‘남도 맛 산업 육성계획’은 2010년에 최초 수립하였음

[표 III-4] 지방자치단체별 향토음식 관련 조례 제정 현황

조례명 구분	강원	경기	경남	경북	광주	대전	세종	전남	전북	제주	충남	충북	전체
향토음식 발굴·육성·지원	9	1	8	6	2	1	1	4	6	1	3	11	53
향토음식 명인 육성	-	1	-	-	-	-	-	3	2	-	1	-	7
향토음식점 지정·운영	-	-	-	2	-	-	-	1	-	-	-	-	3
향토음식 체험·박물관 관리 운영	-	-	1	2	1	-	-	1	-	-	1	-	6
향토음식 산업 육성	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
전체	9	2	9	10	3	1	1	10	8	1	5	11	70

출처: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023.12.03.)

3. 향토음식 관련 주요 정책

3.1. 농림축산식품부 주요 정책 및 사업

- 농림축산식품부의 향토음식 관련 정책은 산업 육성의 관점으로 진행되고 있으나, 한식 등의 자원에 포함되어 지원되고 있으며, 전통발효식품육성(2009~계속), 한식진흥 및 음식관광 활성화 사업(2009~계속), 향토산업육성(2007~2019년) 정책사업으로 추진해 음

7) [표 II-5] 참고

- 전통발효식품육성사업은 「식품산업법」, 「전통주산업법」, 「김치산업진흥법」에 근거해 추진되는 사업으로, 김치·장류·전통주 등의 전통발효식품 산업 활성화를 위해 식품명인 발굴 및 육성 등의 사업을 추진해오고 있음
 - 주요 사업들은 국산 농산물의 사용 확대 및 고유 전통문화 보전 및 계승 발전을 목적으로 가공식품업체 위주의 육성지원책을 추진하고 있으며, 지나치게 국산 원료에 집착하여 대중화의 어려움이 내포한다는 의견도 존재하나, 향토문화 산업으로의 발전을 위해 지속되어오고 있는 사업임

[표 III-5] 전통발효식품육성 사업 개요

구분	전통발효식품육성
시행년도	2009년~계속
사업명	<ul style="list-style-type: none"> • 전통식품산업육성(식품명인 발굴 및 육성 등) • 발효식품산업경쟁력강화 • 김치산업육성 • 한국술산업육성
사업목적	김치·장류·전통주등 전통발효식품 산업 활성화를 통한 국산 농산물의 사용 확대 및 우리 고유의 전통문화 보전 및 계승·발전
시행주체	(소관부처) 농림축산식품부 / (시행주체) 한국농수산식품유통공사
수혜자	전통·발효식품 및 전통주등 제조·가공업체, 농업인, 국민
근거법령	<ul style="list-style-type: none"> • 식품산업진흥법 제14조, 17조, 33조 • 전통주산업법 제5, 7, 9, 13, 14, 15, 17조의2, 18, 22, 23조 • 김치산업 진흥법 제6, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 19, 20조

출처: 농림축산식품부, 2023년 예산 및 기금운용계획 사업설명자료

- 한식진흥 및 음식관광 활성화 사업은 향토음식과 가장 관련이 깊은 사업으로, 한식진흥 기반의 조성, 한식 국내외 확산, 한식산업 경쟁력 강화를 주요 내용으로 추진되고 있으며, 관련 법령은 「한식진흥법」과 「식품산업진흥법」임
 - 사업내용에서 명시하고 있는 수혜자는 한식전문인력, 한식전문교육기관, 해외 한식당협의체 등으로, 한식이 독립적 정책 대상으로 확대되어 한식산업 육성으로 일자리 창출을 유도하는데 주목적을 가지고 있음

[표 III-6] 한식진흥 및 음식관광 활성화 사업 개요

구분	한식진흥 및 음식관광 활성화 사업
시행년도	2009년~계속
사업명	<ul style="list-style-type: none"> • 한식진흥 기반의 조성 • 한식 국내외 확산 • 한식산업 경쟁력 강화
사업목적	한식(산업) 실태조사, 한식 정보 DB 구축, 연구개발로 안정적 한식 진흥 기반 강화 도모 및 한식 국내외 효율적 보급 및 홍보, 한식 전문인력 육성으로 일자리 창출을 유도함
시행주체	(소관부처) 농림축산식품부 / (시행주체) 한식진흥원
수혜자	한식전문인력, 한식전문교육기관, 해외한식당협의체 등
근거법령	<ul style="list-style-type: none"> • 식품산업진흥법 제17조 (전통식품과 식문화세계화) • 한식진흥법 제3조(한식 진흥 시책의 강구) • 한식진흥법 제16조(한식진흥원의 설립)

출처: 농림축산식품부, 2023년 예산 및 기금운용계획 사업설명자료

- 지역전략식품산업육성 사업은 2019년까지 계속된 사업으로, 이 중 향토산업 육성 농어촌 지역의 특색 있는 농수산물을 포함한 다양한 유무형의 향토자원을 발굴하고, 이를 1/2/3차 산업으로 연계해 지역 핵심전략 산업으로 육성하기 위한 사업임
 - 본 사업은 정부지원과 지방비 및 자부담 형태로 추진되어, 제품 및 브랜드 개발, 마케팅, 향토자원의 지적재산권 등을 포괄적으로 지원하는 방식으로 진행되어왔음
 - 중앙정부와 지자체와의 공조 및 협력관계 속에서 추진되어 지역발전 기여에 긍정적인 평가를 받았으나, 지역 영세성과 역량 부족으로 사업의 지속성 및 성장에 애로 사항이 존재하였음
 - 시행주체는 지방자치단체로, 근거 법령은 「국가균형발전특별법」과 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」에 의거해 추진되었음

[표 III-7] 지역전략식품산업육성 사업 개요

구분	지역전략식품산업육성
시행년도	2005~2019년
사업명	<ul style="list-style-type: none"> • 지역전략식품산업육성('05~'19년) • 향토산업육성('17년~'19년)
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> • 농어촌의 다양한 향토자원 발굴 및 1·2·3차 산업이 융·복합된 지역 핵심 전략산업 육성을 통해 지역경제 활성화 도모
시행주체	<ul style="list-style-type: none"> • (소관부처) 농림축산식품부 / (시행주체) 지방자치단체
수혜자	<ul style="list-style-type: none"> • 농어촌 지역 시/군 단위
근거법령	<ul style="list-style-type: none"> • 국가균형발전특별법 제16조(성장촉진지역 등의 개발) • 농업·농촌 및 식품산업기본법 제14조(농업·농촌 및 식품산업 발전계획의 수립), 제16조, 50조

출처: 농림축산식품부, 2019년 예산 및 기금운용계획 사업설명자료

3.2. 문화체육관광부 주요 정책 및 사업

- 문화체육관광부에서도 음식관광 관점에서 한국음식콘텐츠화 사업을 통해 한식관련 홍보 및 마케팅 등의 사업을 2000년부터 진행해오고 있으며, 「관광기본법」, 「관광진흥법」, 「관광진흥개발기금법」에 의거해 추진되고 있음
 - 문화체육관광부는 한식을 고부가가치 관광산업육성의 일환으로 보고, 국내·외 관광객을 대상으로 한 음식관광 활성화 및 음식서비스 개선의 목적으로 추진되어 오고 있으나, 지역 향토음식의 개념보다는 국가 단위의 한식을 통한 외래 관광객 유치로의 관광콘텐츠 지원 관점에서 수행해오고 있음

[표 III-8] 한국관광콘텐츠 활성화 사업 개요

구분	한국관광콘텐츠 활성화 사업
시행년도	2000년~계속
사업명	<ul style="list-style-type: none"> 관광산업 활성화 고부가가치 관광산업육성 내 한국관광콘텐츠활성화
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> (음식관광 활성화)한국음식 홍보 및 마케팅 지원, 관광객 음식서비스 개선 등 음식관광 활성화 및 환경개선
시행주체	<ul style="list-style-type: none"> (소관부처) 문화체육관광부 / (시행주체) 한국관광공사, 지방자치단체
수혜자	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 관광객, 관련 업계 종사자 등
근거법령	<ul style="list-style-type: none"> 관광기본법 제7조(외국관광객의 유치) 및 제13조(국민관광의 발전) 관광진흥법 제48조(관광 홍보 및 관광자원 개발) 및 제76조(재정지원) 관광진흥개발기금법 제5조(기금의 용도)

출처: 공공기관 경영정보 공개시스템, 한국관광공사 주요사업 현황

3.3. 농촌진흥청 주요 정책 및 사업

○ 농촌진흥청은 과거 향토음식 관련 사업을 주로 시행해왔으며, 대표적으로 향토음식 자원화 사업(2007~2016년)의 일환으로 수행된 농가맛집 선정을 통해 향토음식을 산업적으로 육성해왔음

- 농가맛집은 2007년부터 선정되어 현재 전국에 83개⁸⁾가 운영중에 있으며, 지역 농업과 문화를 연계한 농촌형 소규모 외식산업 육성을 목표로, 향토음식 상품화 및 소비자 체험 공간을 조성하는 방향으로 추진되었음
- 그러나 향토음식 유사성으로 메뉴 운용의 한계, 향토음식 계승을 위한 후계자 양성 노력의 부족, 지역주민의 외면, 향토음식점 전문 응대 기술의 미비 등의 보완대책에 대한 필요성이 제기되기도 하였음

[표 III-9] 향토음식 자원화 사업 개요

구분	향토음식 자원화 사업
시행년도	2007년~2016년
사업명	<ul style="list-style-type: none"> 농가맛집선정('07~'16년)
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> 지역농업과 문화를 연계한 농촌형 소규모 외식산업을 통해 농외소득을 향상하고 전통식문화의 계승과 확산을 목적으로 하는 사업
시행주체	<ul style="list-style-type: none"> (소관부처) 농촌진흥청 / (시행주체) 지방자치단체(관할 시/군 농업기술센터)
수혜자	<ul style="list-style-type: none"> 농업인, 관련 종사자 등
근거법령	<ul style="list-style-type: none"> 식품위생법 농어업·농어촌 및 식품산업 기본법 지역개발촉진에 관한 특별법 농촌진흥법 식생활교육지원법

출처: 농촌진흥청 홈페이지, 농가맛집 창업·운영 가이드북 참고

8) [표 II-15] 참고

- 농촌진흥청의 전통향토음식자원 DB화 사업(1999~2008년)은, 향토음식자원 조사 및 발굴 사업을 시작으로 하여 그 결과에 따른 한국 전통향토음식 책자를 발간하였으며(2006~2007년), 현재는 ‘농식품올바로’ 웹서비스를 통해 대중에게 정보를 제공하고 있음
 - 본 사업은 한식의 근간이 되는 향토음식 자원 조사 발굴, 보존 등을 위한 사업으로, 향토음식에 대한 고문헌, IPC, 레시피 등의 내용을 포함하고 있어 전국에 분포한 향토음식에 대한 정보를 획득할 수는 있으나, 본 자료를 활용해 향토음식 산업 육성의 정책으로는 발전시키지 못한 채 유지되고 있음

[표 III-10] 전통향토음식자원 DB화 사업 개요

구분	향토음식 자원화 사업
시행년도	1999~2008년
사업명	<ul style="list-style-type: none"> • 전통향토음식자원조사/발굴('99~'05년) • 한국 전통향토음식책자 발간(06~07년) • 현재) 농식품올바로(koreanfood.rda.go.kr) 웹서비스 제공
사업목적	<ul style="list-style-type: none"> • 전국에 산재해 있는 잘 알려져 있지 않은 전통향토음식자원조사, 발굴, 집대성으로 한식세계화 및 국내 한식문화 정착
시행주체	<ul style="list-style-type: none"> • (소관부처) 농촌진흥청 / (시행주체) 국립농업과학원
수혜자	<ul style="list-style-type: none"> • 농업인, 국민 등
근거법령	<ul style="list-style-type: none"> • 농촌진흥청과 그 소속기관 직제 시행규칙 8조(농촌지원국) 4. 한국형 전통식문화와한식세계화 기술 지원 및 보급, 제17조(농식품자원부) 3. 한식의 영양 및 건강기능성 등에 관한 연구

출처: 한국농촌경제연구원, 식재료산업과 연계한 한식산업 발전 방안(2021)

4. 한식 진흥 사업 현황

4.1. 한식 정책의 흐름

- 한식정책은 2000년대 중반 이후 점차 독립적인 대상으로 확대되며, 관광·식품·외식산업 분야와의 연계를 강화하는 방향으로 추진되어, 2020년대 이르러는 신성장 산업화 위한 국가브랜드(K-푸드)로 확대 및 발전되어 있음
 - 이러한 한식의 정책은, 2007년까지를 정책 도입기로 볼 수 있고, 정책 발달기(2008~2013년), 재조정기(2014년~2019년), 정책확산기(2020년~현재)의 4단계로 구분해 살펴볼 수 있음
- 한식정책의 흐름을 살펴보면, 한식세계화(즉, 해외 확산)를 바탕으로 한 정책이 현재까지 추진되고 있으며, 재조정기에는 한식 정책 발전방안을 수립하였으며, 2010년대 중반 이후는 국내 한식산업 육성과 해외 한식 확산 병행의 정책으로 전환하여 추진해오고 있음

- 정책의 성과로 한식의 글로벌 위상이 높아짐에 따라, 최근의 한식 정책은 K-푸드와 전후방산업을 연계한 수출 확대의 방향으로 계획이 구체화되고, 한류 콘텐츠 활용 전략산업으로 그 역할이 확대되고 있음

[표 III-11] 한식 정책의 흐름

연도	추진 내용
정책 도입 기	2006 <ul style="list-style-type: none"> • ‘한브랜드’ 지원전략 관계기관 협의(국무조정실, ‘06.6) - 주요기관: 한식 분야 농식품부 추진 - 주요내용: 한브랜드지원협의회 및 5개 분과위원회 구성 협의 • 한식분과위원회 개최(1차 ‘06.8, 2차 ‘06.10, 3차 ‘07.2)
	2007 <ul style="list-style-type: none"> • ‘한스타일 육성 종합계획’ 경제정책조정회의 보고(‘07.1) • T/F팀 ‘한식세계화추진사업반’ 구성(‘07.2) • 한스타일 육성 종합계획 및 한식세계화 추진계획 발표(‘07.2) - 주요기관: 농림축산식품부, 문화체육관광부 - 주요내용: 한식세계화 기반 마련, 해외 한식당 경쟁력 증진, 한국음식 홍보 및 저변 확대 등
정책 발달 기	2008 <ul style="list-style-type: none"> • 민·관 합동 한식세계화 포럼 운영(‘08.4) - 주요기관: 농림축산식품부, (협조) 문화체육관광부, 외교부, 농촌진흥청 등 - 주요내용: 한식세계화 위한 주요 전략과 실행과제 도출 • ‘한식세계화 선포식’(‘08.10) • 한식세계화 기본계획 수립(‘08.12) - 비전: 2017년까지 한식을 세계 5대 음식화 - 주요과제: ①세계화 인프라 구축, ②한식 R&D 확대, ③전문인력 양성, ④기업지원 및 투자활성화, ⑤우리 식문화 홍보
	2009 <ul style="list-style-type: none"> • 한식세계화 관련 국제 심포지엄 개최(‘09.4) • 한식세계화 추진전략 수립 발표(‘09.4) • ‘한식세계화 비전 및 추진전략’ 발표(‘09.5) • 민관 합동 ‘한식세계화추진단’ 출범 - 주요기관: 농림축산식품부, 문화체육관광부, 외교통상부, 지식경제부 등 • ‘한식재단 설립 준비 위원회’ 구성(‘09.12) - 주요기관: 농식품부, 문체부, 외교부, 한식세계화 추진단, 관련 협회 등
	2010 <ul style="list-style-type: none"> • ‘한식재단(현 한식진흥원)’ 출범(‘10.3)
	2012 <ul style="list-style-type: none"> • 제2기 한식세계화추진단 출범(26명으로 구성)(‘12.2)
	2013 <ul style="list-style-type: none"> • 음식관광 활성화 추진 계획 (‘13.6) - 주요기관: 농림축산식품부-문화체육관광부 - 주요내용: 음식자원 관광상품화, 한식 국내외 홍보, 음식관광 인프라 개선 등
	2014 <ul style="list-style-type: none"> • ‘한식정책 발전방안’ 발표(‘14.1) - 국내 한식기반 강화 및 해외 확산 병행(two-track)하는 정책 전환
재조정 기	2015 <ul style="list-style-type: none"> • ‘2015년 한식진흥 및 음식관광 활성화사업 기본계획’ 발표 - 한식세계화 명칭에서 ‘한식진흥’과 ‘음식관광활성화’로 수정
	2016 <ul style="list-style-type: none"> • ‘2016년 한식진흥 및 음식관광 활성화사업 기본계획’ 발표 - 한식 산업적 순기능 및 문화·관광 측면 융복합 확대로, 한식 인지도 제고 - 연관산업 연계 강화로 농식품 수출, 외식기업 해외진출, 일자리 창출 등 성과 제고 - 한류 확산, 식품·외식시장 성장을 활용한 한식·식문화 확산 - 물질·제도적 기반 마련으로 한식·식문화 유네스코 등재를 추진
	2017 <ul style="list-style-type: none"> • 한식재단 명칭 한식진흥원으로 변경(‘17.10)
	2019 <ul style="list-style-type: none"> • ‘한식진흥법’ 공포(‘19.8) - 주요내용: 한식 진흥 기반 조성, 한식 국내외 확산, 한식산업 경쟁력 강화 등
정책 확산 기	2020 <ul style="list-style-type: none"> • ‘한식진흥법’ 시행령(‘20.8) 및 시행규칙 제정(‘20.9)
	2023 <ul style="list-style-type: none"> • 케이푸드+수출확대 추진본부 출범(‘23.1) - 주요기관: 농림축산식품부 - 주요내용: 농식품 수출 100억불 달성, 농식품 전후방산업 수출 산업화, 수출확대 추진체계 정비 • 한식 산업 발전 협의체(‘23.5) - 주요기관: 농림축산식품부 외 관계부처 및 유관기관, 학계, 민간 등 24명 - 주요내용: 한식산업 경쟁력 강화 대책

출처: 한국농촌경제연구원, 식재료산업과 연계한 한식산업 발전 방안(2021)

4.2. 관련 조직과 예산

4.2.1 주요 조직

- 농림축산식품부의 한식정책 관련 주무부서는 식품산업정책관의 식품외식산업과로, 한식세계화, 한식 인력양성 등 정책의 범위와 대상이 확대되고 다양화되면서 실질적 추진을 산하기관인 한식진흥원 중심으로 수행하고 있음
 - 한식진흥원은 「한식진흥법」 제16조(한식진흥원의 설립 등)에 근거하여, 한식과 한식산업의 진흥·발전에 관한 업무를 수행하고 있음

한식진흥법 상의 한식진흥원의 설립 및 역할	
■ 제4장 한식산업 경쟁력 강화의 제16조(한식진흥원의 설립 등)	
<ul style="list-style-type: none"> ● 농림축산식품부장관은 한식과 한식산업의 진흥·발전에 관한 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 한식진흥원 설립함 ● 진흥원은 다음 각호의 사업을 함 <ul style="list-style-type: none"> • 한식 진흥 기반 조성을 위한 조사·연구, 실태조사, 정보체계 구축 등에 관한 사업, 한식의 국내외 확산을 위한 사업, 한식산업 경쟁력 강화를 위한 전문인력의 양성 등에 관한 사항, 그 밖에 이 법 또는 다른 법령에 따라 위탁받은 사항과 한식 진흥을 위하여 농림축산식품부장관이 위탁하는 사항 	

[표 III-12] 한식진흥원 주요 업무

구분	내용
한식 진흥 기반 조성	• 한식 실태조사 및 학술연구, 해외 한식당 협의체 역할 강화, 한식 진흥 정보화 운영
한식의 국내외 확산	• 한식문화공간 운영 활성화, 해외 우수 한식당 지정 확대, 한식 확산 및 민간 홍보 지원, 미식 관광상품 개발/보급
한식 산업 경쟁력 강화	• 한식 전문가 양성 지원, 한식 전문인력 해외 진출, 한식 신메뉴 개발 및 고급화

출처: 한식진흥원 홈페이지(<https://www.hansik.or.kr/main/main.do>)

- 이밖에 한국농수산물유통공사가 농수산물 진흥에 관한 실무를 담당하는 기관으로, 농식품산업의 틀 속에서 한식 관련 사업을 일부 추진하고 있음
 - 본 기관은 한국농수산물유통공사법(제16791호, 2020.02.18., 타법개정)에 근거함

한국농수산물유통공사법 상의 법인격 설립 목적 및 근거	
<ul style="list-style-type: none"> ● 제1조(목적) 이 법은 한국농수산물유통공사를 설립하여 농산물·임산물·축산물 및 수산물의 가격안정 및 유통개선사업을 통하여 농산물·임산물·축산물 및 수산물의 수급(需給)을 안정시키고, 식품산업을 육성하여 농어업인의 소득 증진과 국민경제의 균형 있는 발전에 이바지함을 목적으로 한다. <개정 2011. 7. 25.> ● 제2조(법인격) 한국농수산물유통공사(이하 “공사”라 한다)는 법인으로 한다. <개정 2011. 7. 25.> [전문개정 2009. 3. 5.] 	

[표 III-13] 한국농수산물유통공사 주요 기능 및 역할

구분	내용
수급안정	• 국민 식생활과 밀접한 주요 농산물 구매·수입, 비축 및 적기 방출 등을 통해 농산물의 수급과 가격안정 유도 및 자급기반 강화
유통개선	• 농산물 유통 디지털 전환, 직거래 활성화 및 지역먹거리 선순환 기반 조성, 공공먹거리 지원, 생산유통 통합조직 육성 등 농산물 유통체계 개선
수출진흥	• 수출품목 조직화 및 차세대 유망품목 육성, 수출물류지원체계 구축, 신시장 개척, 온·오프라인 해외 마케팅 지원 등을 통한 농수산물 수출 확대
식품산업육성	• 식품·외식기업 판로개척 및 국산 원료 농산물 수요 확대, 식품외식 정보·인력 인프라 강화, 전통발효식품 육성

자료: 공공알리오(<https://www.alio.go.kr/>)

○ 종합하면, 한식진흥원은 식문화 및 한식 조리·외식분야를 중심으로 한 한식 특화 정책과 사업을 주로 운영하고, 한국농수산물유통공사는 식품산업 육성, 유통개선 등을 주요 목적으로 하여 외식산업의 범주에서 한식관련 사업이 운영되고 있음이 파악됨

- 수혜대상도 한식진흥원은 한식외식업체를 대상으로 하나, 한국농수산물유통공사는 일반 외식산업 전체를 대상으로 정책을 집행하고 있음
- 두 기관에서 진행하는 산업지원에 관한 주요 사업들은 시설비, 운영비를 지원하는 사업이 다수이고, 한식당 등에 식재료비 지원에 관한 내용을 직접적으로 담고 있음

[표 III-14] 한식진흥원·한국농수산물유통공사의 산업지원 관련 주요 사업 분석

주요사업	운영주체		수혜대상		지원내용					
	한식진흥원	aT	한식외식업체	일반외식업체	식재료비	기타비용	인증(지정)	컨설팅	홍보	기타
한식당 국산 식재료 지원	●		●		●	●				
해외 한식당 국산 식재 공동구매 지원	●		●		●					
해외 우수 한식당 지정 사업	●		●				●			
외식창업 인큐베이팅		●		●		●				
해외진출 외식기업 맞춤형 지원		●		●		●		●	●	
국제 프랜차이즈 박람회 참가		●		●		●				
외식업체육성자금 지원		●		●	●	●				
농산물사이버거래소운영(식당관)		●								●

출처: 한국농촌경제연구원, 식재료산업과 연계한 한식산업 발전 방안(2021) 자료 참고

4.2.2 한식 관련 정책 예산

- 농림축산식품부 한식정책 예산은 2019년 99억 원에서 2023년 114억 수준으로 증가하였으나, 2021년 이후부터는 감소하는 추세를 보이고 있음
 - 한식 외식산업을 중심으로 진행되는 사업이긴 하나 식품 및 외식산업의 틀 속에서 추진되고 있어 예산 규모는 상대적으로 크지 않은 편임

[표 III-15] 최근 5개년 한식부문 정책 예산

단위: 백만원

구분	2019	2020	2021	2022	2023
한식예산 정책	9,858	11,743	14,134	12,473	11,373

출처: 농림축산식품부, 각 년도 예산 기금운용계획 사업설명자료의 예산현액 기준으로 함

- 사업부문별 예산구성비를 살펴보면, 2021년 기준으로 한식진흥 기반 강화의 비중이 38.1%로 가장 크며, 음식관광 활성화 부분은 29.8%, 한식 해외 확산은 18.3%, 전문인력 양성 13.5% 수준으로 분포됨

[표 III-16] 2021년 한식진흥 및 음식관광활성화 세부사업별 예산 내역

단위: 백만원, %

구분	항목	2021 예산	구성비
한식진흥 기반 강화	한식아카이브 DB 확산	180	38.1
	한식 및 한식산업 실태조사	470	
	해외 한식당 협의체 역할 강화	440	
	정보/전산 시스템 유지관리	494	
	추진기관 운영비	3804	
음식관광 활성화	음식관광상품개발 공모전	200	29.8
	지역 한식 체험 프로그램 컨설팅	120	
	음식관광 활성화를 위한 국내외 한식 확산 지원	500	
	한식관광 클러스터 구축	200	
	한식문화관 프로그램 운영	1,189	
	한식복합문화공간 조성	2,000	
전문인력 양성	한식교육기관 지원사업	300	13.5
	한식 교강사 역량강화	117	
	해외 한식인턴 취업지원	400	
	한식당 국산식재료 지원	400	
	한식전문강사 해외 교육기관 파견	410	
	해외호텔연계 한식인력 진출	200	
	한식 전문인력 취업 지원	130	
한식 해외 확산	해외 우수 한식당 지정제	600	18.3
	한국적 이미지 물품 지원	700	
	해외 교류단체 및 기업 지원	300	
	한식 전문인력 해외 진출 인프라 구축	600	
	장문화 유네스코 등재	80	
	한식 메뉴 표준화 및 해외 확산	300	
총 예산 합계		14,134	100.0

출처: 농림축산식품부, 2021년 예산 및 기금운용계획 사업설명자료, 예산현액 세부계획내용 참고

- 2022년부터는 사업 부문이 기존 4체제에서 3체제로 변화하였고, 음식관광 활성화 중심 사업은 2022년부터 한식 국내외 확산 부문으로 편성되고, 전문인력 양성은 한식산업 경쟁력 강화 부문에 포함되었음
- 사업별 구성비중은, 2023년 기준 한식진흥 기반 강화 52.3%, 한식 국내외 확산 24.9%, 한식산업 경쟁력 강화 22.9%로, 전년보다 한식진흥 기반의 조성 사업 비중이 더 늘어나고, 다른 부문의 정책사업 비중이 감소하였음
 - 향토음식의 경제성과 관련이 큰 한식당 국산식재료지원 사업의 경우는 2021년 예산이 400백만원에서, 2022년 200백만원, 2023년 150백만원으로 지속 감소하고 있는 것으로 파악되었음

[표 III-17] 2022~2023년 한식진흥 및 음식관광활성화 세부사업별 예산 내역

단위: 백만원, %

구분	항목	2022 예산		2023 예산	
			구성비		구성비
한식진흥 기반의 조성	한식 콘텐츠 활성화	200	46.9	400	52.3
	한식 및 한식산업 실태조사	470		470	
	한식진흥 정보화 운영지원	494		546	
	추진기관 운영비	4689		4,527	
한식의 국내외 확산	해외한식당협의체 역할 강화	600	27.7	600	24.9
	음식관광상품 개발/보급	200		200	
	한식 국내외 확산 지원	600		750	
	한식관광 클러스터 구축	100		-	
	한식문화공간 운영	423		550	
	한국적 이미지 물품지원	700		300	
	한식문화 해외홍보	200		-	
	장문화 유네스코 등재	80		80	
	한식메뉴 표준화 및 해외 확산	200		-	
	외국인 대상 한식 영상 공모전	350		350	
한식산업 경쟁력 강화	지역 한식체험 산업 육성	60	23.8	-	22.9
	한식 교육기관 지원사업	450		450	
	한식 교/강사 역량 강화	117		100	
	해외 한식인턴 취업지원	200		150	
	한식당 국산식재료지원	200		150	
	한식전문강사 해외교육기관 파견	410		-	
	해외호텔 연계 한식인력 파견	200		-	
	한식전문인력 취업 지원	130		-	
	해외 우수 한식당 지정제	600		400	
한식전문인력 해외진출	600	1,350			
남도 등 향토음식진흥원 타당성 연구용역	200	1.6	-	-	
소계	12,473	100.0	11,373	100.0	

출처: 농림축산식품부, 각 년도 예산 및 기금운영계획 사업설명자료, 예산현액 세부계획내용 참고

5. 소결

- 향토음식 관련 정책 흐름과 추진실태를 파악한 결과, 주요 정책은 농림축산식품부 식품외식산업과를 중심으로 추진되고 있으며 국가 단위의 한식에 특화된 사업으로 진행되고 국산농식품 활용 증진 및 외식산업의 틀 속에서 추진되는 경향이 있음. 전국 지자체 단위의 향토음식 진흥정책 및 사업을 포괄할 수 있는 노력은 상대적으로 매우 적음
 - 또한, 사업의 대부분은 교육, 정보확산, 홍보 등에 주로 할애돼 산업 관점에서의 다양한 정책추진이 다소 미비하다고 볼 수 있음
- 시사점 1: 향토음식 보존 및 발굴에 대한 정책 추진 필요
 - 한식 진흥관련 사업은 한식 외식업, 해외 홍보, 교육이 비중이 매우 높고 상대적으로 한식의 근간이며 원형인 향토음식 보존 및 발굴 등에 대한 정책이 미비한 것으로 보이며, 식품외식산업의 전체 사업의 틀 속에서 추진됨으로 예산의 비중도 크지 않은 편임
 - 그러나, 지방자치단체별로 향토음식 육성을 위한 지역사업을 구현하고 있어, 한식 세계화 등의 정책추진 동력을 위해 지역별 향토음식 데이터를 한데 모으고, 특화사업으로 발전시킬 필요가 있음
- 시사점 2: 제한적인 지역 음식 지원 정책 확대 필요
 - 향토음식과 관련이 깊은 국산 식재료 사업의 경우도 매우 적은 예산 비중에도, 농림축산식품부의 음식관광 활성화 부문의 사업이 축소되면서 지방자치단체의 음식콘텐츠 지원의 기회가 적어진 것으로 파악됨
 - 제한적인 지역 음식 지원 정책을 문화 및 경제로 확대하기 위해서는 향토음식 육성을 통한 사업 다각화가 반드시 필요하며, 이를 토대로 한 농어업간의 연계 강화로 국가경제에 이바지할 수 있을 것으로 사료됨
- 시사점 3: 향토음식 지역단위 육성 정책 간과 시너지 창출위한 지원책 필요
 - 지방자치단체 위주로 향토음식 육성, 발굴, 보존, 산업화 위한 노력이 활발히 추진되고 있으나, 지역단위 향토음식 육성 부문에 대한 국가단위의 종합적이고 체계적인 관심과 노력이 적은 것으로 판단됨
 - 향토음식이 음식 전후방산업에 줄 수 있는 경제적 영향이 간과되고 있어, 국가적 제도 지원 아래, 향토음식 지역단위 정책과 연계한 한식진흥의 시너지 창출이 필요함

4장

목포시 향토음식진흥센터 유치 당위성

1. 전라남도 목포시
향토음식 육성 정책의 일관성
2. 전라남도 목포시 입지 경쟁력

4장

목포시 향토음식진흥센터 유치 당위성

1. 전라남도 목포시 향토음식 육성 정책의 일관성

1.1. 남도음식 육성을 위한 증장기적 노력

■ 전국 지방자치단체 최초 ‘남도 맛 산업’ 육성 조례 제정

○ 전라남도는 전국 지방자치단체 최초로 지역음식(남도음식)을 산업으로 승화시켜 육성하며, 남도음식문화를 계승·발전시키고 현대화 및 세계화를 위한 목표로, 2008년 「전라남도 남도 맛 산업 육성 기본 조례」를 제정함

- 이는 2019년 시행된 「한식진흥법」보다 11년 앞선 제정일자, 지방자치단체별 음식산업 육성 관점을 반영한 최초의 사례로, 대한민국 음식산업 선진화에 가장 먼저 앞장서 옴
- 본 조례는 한식의 원형인 남도음식문화 보존 및 계승, 산업화를 통한 지역경제 발전과 농어업 및 농어촌의 활력 회복에 기여함을 목적으로 함

전라남도 남도 맛 산업 육성 기본 조례

[제정 2008. 9.26.] [전라남도조례 제3240호]

- 제1조(목적) : 이 조례는 전라남도(이하 “도”라 한다)의 고유한 남도음식문화를 계승·발전시키고, 이를 남도 맛 산업으로 승화시켜 지역경제 발전과 농어업·농어촌의 활력회복에 기여함을 목적으로 한다.
- 제2조(정의):
 - 1. “남도 맛 산업”이란 우리나라 맛의 대명사인 남도음식의 전통과 이미지를 현대적으로 계승하여 전남의 친환경 농수산물의 생산 및 유통, 2차 식품제조·가공 및 3차 음식서비스 등 식생활과 관련한 모든 산업을 말한다.
 - 2. “남도음식”이란 지역성과 전통성을 기반으로 도내에서 생산되는 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 지역 고유의 맛·향 및 색을 내는 전통음식과 남도음식의 현대화 및 세계화를 위해 도내에서 생산되는 음식재료와 여러 가지 요리법들을 혼합해서 새로운 맛을 창조해낸 음식을 포함하여 말한다.

- 본 조례 제4조(남도 맛 산업 정책수립·시행의 기본원칙)에 따른 남도 맛 육성 5개년 계획(2010년~2014년)을 수립해, ① 남도 맛 산업 기반 구축 강화, ② 친환경 농수축산물 안정적 생산 지원(1·2·3차산업 융합 향토산업 육성 등), ③ 식품 가공산업 육성, ④ 남도 맛 세계화와 명품화 추진의 세부 추진안을 마련하였으며, 그에 따른 성과를 현재까지 견인하고 있음

○ 남도 맛 산업 육성의 대표적인 결과로, 남도음식명가 지정과 관리(2007년~계속), 남도음식거리 조성(2016년~계속), 대물림향토음식점 육성(2017년~계속), 식생활문화 개선 운동 등을 상시 전개해 관광 연계 인프라를 확장해왔음

- 전라남도는 22개 시·군 전역에서 지역대표음식을 지정하여 운영 중에 있으며, 남도 맛 산업 육성 조례에 근거해 남도음식명가 168개, 대물림향토음식점 49개, 남도음식거리 19곳을 지정해오고 있음

[표 IV-1] 전라남도 대표음식 및 음식점 지정 현황

(단위: 개, 2023년 기준)

구분	대표음식명	남도음식명가	대물림 향토음식점	남도음식거리
전라남도	173	168	49	19
강진군	강진 10대 먹거리	4	2	2
고흥군	고흥 9미, 고흥별미	10	4	1
곡성군	곡성별미	7	3	1
광양시	9미	12	2	2
구례군	구례의 맛	3	1	-
나주시	나주 3대 맛거리	11	5	1(신규)
담양군	담양 22미	12	4	1
목포시	목포 9미	14	3	1
무안군	무안 5미	4	1	1
보성군	구미당기는 9미	7	1	1
순천시	순천별미	13	3	1
신안군	신안의 맛	4	1	1
여수시	여수 10미	12	4	1(신규)
영광군	영광 9미	5	1	1
영암군	영암氣찬맛	6	3	-
완도군	완도별미	5	2	1
장성군	장어정식 요리	5	1	1
장흥군	장흥 9미	7	1	1
진도군	진도아리랑 8미	5	1	-
함평군	한우 생고기 비빔밥	6	1	-
해남군	해남명물 8미	7	3	1
화순군	흑염소전골	9	2	-

주1) 남도음식명가: 시행연도 2007년 / 지정 근거: 전라남도 남도 맛 산업 육성 기본조례

주2) 대물림 향토음식점: 시행연도 2017년 / 지정 근거: 전라남도 남도 맛 산업 육성 기본조례

출처: 전라남도청 홈페이지 공시 기준(2023.12)

■ ‘K-푸드의 본고장 전남’ 글로벌 역량 강화로 미래 생명산업 육성 표명

○ 현재의 남도음식 육성 정책은 정부의 한식세계화 정책적 흐름에 부합하는 형태로 수행 및 발전되어왔으며, 2023년 도정목표로 「K-푸드의 본고장 전남」 아래, 전남 농수축산물을 미래 생명산업으로 육성하기 위한 미래발전 추진전략을 수립함

- 세부 내용으로 ‘남도음식의 산업화 및 세계화’ 추진을 위해, 향토음식진흥센터 설립으로 정부의 K-미식벨트 조성(※정부 신성장 4.0 전략)에 기여하고자 하는 전라남도의 적극적 의지를 표명하였음

[표 IV-2] 전라남도 2023년 남도음식 관련 주요 업무계획

업무계획	세부계획
전남 농수축산물을 미래 생명산업으로 육성	<ul style="list-style-type: none"> • 농업의 디지털화 실현을 위한 첨단 농산업 융복합지구 조성 <ul style="list-style-type: none"> - 디지털 농업 대전환, 핵심 소재·부품·장비 국산화 등 종합 지원 • 해외 수출 김 산업 혁신 클러스터 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 쏠주기 육성체계 구축, 수출 3억불 달성('24년) - 마른 김 품질관리제 실시 • 미래 농어업을 이끌 ‘스마트 청년농어업인 1만명’ 육성 <ul style="list-style-type: none"> - 청년 농어업인 매년 1,000명 이상 신규 육성 → ‘31년까지 1만명 육성 • 농수축산물의 글로벌 경쟁력 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 남도장터 법인화, 남도장터US 오픈 - 로컬푸드 직매장·수도권 공동물류 • 남도음식의 산업화·세계화 <ul style="list-style-type: none"> - 남도음식문화큰잔치 국제 행사화 - 향토음식진흥센터 설립으로 K-미식벨트 생태계 조성

출처: 전라남도 2023년 주요 업무계획

■ 제 30회를 맞이하는 전라남도 주관 대표 음식축제 ‘남도음식문화큰잔치’

- 전라남도 주관 남도음식문화큰잔치는 1994년부터 개최된 대표 장수축제로, 남도음식 브랜드화(고유명사화, 인지도 정립) 및 전라남도 전역에서 남도음식 기반 네트워크를 구축하여 운영하여 운영하고 있음
 - 무엇보다 본 축제는 특정 분야의 음식(예, 전주비빔밥, 평창송어)이 아닌, 지역의 향토음식 전반을 아우르는 축제이며 개최지역 순회에 따른 남도 전역에서 관광객에게 남도음식문화에 대한 가치를 공유하고자 하였음
 - 개최지역을 선정하는데 다양한 이해관계 어려움이 있음에도, 전라남도 22개 시·군 순회 개최 정책을 고수해, 남도음식문화큰잔치를 방문하는 관광객에서 전라남도 전역을 방문하고 음식을 맛볼 수 있는 가치와 경험을 극대화했다는 점에 있어 전국 대표 음식 행사로서 가치가 인정됨
- 장기적 관점에서 남도음식문화큰잔치는 ‘남도음식 세계화’라는 뚜렷하고 일관된 목적성과, 경제성을 중시하는 축제로 개최해왔고, 지역적 측면에서 지역경제 활성화라는 결실로 귀착되어 왔음이 경제효과에서 파악되었음
 - 2011~2022년 평균(※연도별 개최성과 보고서 참고): 관광객수(23만 2,387명), 직접경제효과(약 160억 원)

■ 대한민국 최초 맛의 도시 선포 및 특허권 획득으로 목포 향토음식 브랜드화

- 목포시는 2019년 맛의 도시 선포식을 거행하였고, ‘맛의 도시 목포 브랜드화 사업’의 본격 추진을 알리며 그 가치를 인정받아 전국적으로 큰 관심을 받음
 - 지역마다 내세울 만한 지역 고유의 음식이 있지만, ‘맛의 도시’ 브랜드를 선포한 도시는 목포가 전국 최초로서 전국적으로 관심이 매우 컸음
- 목포의 맛을 브랜드화하기 위해 음식과 맛, 문화예술에 대한 도시브랜드 특허권을 취득하였으며, 이를 토대로 도시 전체를 대표하는 독보적인 목포 특화 음식자원 브랜드화에 성공하였으며, 이는 목포시 전체가 지역 향토음식에 대한 자부심과 진정성을 느낄 수 있는 대목임

[표 IV-3] 목포시 음식, 맛, 문화예술 도시브랜드 특허 현황

구분	대한민국 문화예술 수도 목포	대한민국 음식수도 목포	대한민국 맛의 수도 목포
상표	 대한민국 문화예술 수도 목포	 대한민국 음식수도 목포	 대한민국 맛의 수도 목포
등록번호	40-2017-0059877	40-2017-0059878	40-2017-0059879

출처: KIPRIS 특허정보검색서비스(<http://www.kipris.or.kr>)

- 목포가 가진 음식자원을 상품화하고 ‘맛의 도시 목포 브랜드화’를 위해 맛의 도시팀을 신설해 미식관광 정책을 추진해왔고 2024년 ‘미식산업TF팀’으로 확대 개편될 예정임
 - **(주요 사업)** 향토음식 보존 및 경쟁력 강화, 향토음식 발굴 및 보존, 목포 으뜸맛집 선정 및 관리(음식특화거리 환경개선 종합계획 수립), 목포 간편음식(주전부리) 개발 및 상품화 등 수행
 - 특히, 2020년 맛의 도시 활성화를 목표로, 음식관련 DB 구축 사업(맛의 도시 아카이빙 자료 구축)을 추진하였으며, 결과물로 목포9미(대표음식) 고문헌(1945년 이전 기록)에 따른 역사적 가치 및 스토리 구축을 완료함

[표 IV-4] 맛의 도시 목포 브랜드화 사업 성과

년도	사업부문	사업내용
2019 [맛의도시 원년]	브랜딩 및 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> • 맛의도시 선포식 개최(2019.4.) <ul style="list-style-type: none"> - 지방자치경영대전 우수상 수상 • ‘맛의도시 목포’ 브랜드 상표권 등록 • 목포의 맛 홍보 영상 제작 및 미디어 집중 홍보 • 목포 식재료 활용 다양한 행사 진행
	음식문화개선사업	<ul style="list-style-type: none"> • 음식점 위생등급제 활성화, 모범음식점 지정운영(16억) • 식품위생업소 위생관리 강화 7,034개소 (1억)

년도	사업부문	사업내용
	향토음식 보존 및 경쟁력 강화	• 목포 으뜸맛집 선정 및 육성, 관리
	메뉴 개발	• 음식자원 다양화를 위한 이색메뉴 발굴 및 개발 - 단품메뉴 개발 6가지
	문화행사 통한 목포음식 대중화	• 목포 음식을 테마로 한 문화행사 추진 - 목포 9미 대첩
	향토음식 발굴 및 보존	• 목포 음식 명인·명가 선정
2020 [활성화]	음식 특화거리 조성	• 평화광장 맛의 거리 조성(10억) - 인프라 구축,接客 서비스, 홍보 및 모니터링
	음식 관련 DB 구축	• 스마트 음식관광 활성화를 위한 지역 식당 정보 DB 구축 (국비 2억 원) - 음식점 3,059개소 DB 구축 및 개방 • 맛의 도시 아카이빙 자료집 구축 - 9미, 아카이빙 작업 • 스마트관광플랫폼 구축(비짓 목포 APP)
	음식 관련 학술대회	• (사)한국외식산업정책학회 목포학술대회 진행
	음식 체험 프로그램	• 다양한 음식 체험 프로그램 개발 및 운영 - 프로그램 2종 운영(체류형 투어, 원데이 투어)
	간편음식 개발 및 판매	• 주전부리 3종 세트 개발 및 판매, 홍보 - 목화송빵, 비파다쿠아즈, 맛김새우침
	음식문화 전문 교육	• 으뜸맛집 미식 아카데미 추진
2021 [지속성장]	1인 한상차림 개발	• ‘맛깔스러운 나혼자 남도밥상’ 개발, 판매
	미식 관광상품 운영	• ‘놀9억9 맛있는 목포여행’ 프로그램 운영
	음식문화 전문 교육	• 으뜸맛집 미식 아카데미 추진
2022 [세계화]	맛의 도시 대표, 미식문화갤러리	• 목포‘미식문화갤러리-해관 1897-’6월 개관 - 국가등록문화재(제786호) 등록 - 큰 창고(661.16㎡), 작은 창고(330.58㎡), 외부공간(5,736.5㎡)
	맛의 도시 목포 명품 도보여행 길	• 해변맛길 30리 조성(100억)
	음식관광 콘텐츠 개발	• 목포 으뜸맛집 체계적 관리, 맛 소재 음식관광 콘텐츠 개발, 음식관광콘텐츠 및 상품 개발 (6억 3천만원)

출처: 목포시 내부자료

■ 항구의 도시 목포, 지역 최대 음식자원인 수산자원 고부가가치 산업 육성

○ 항구도시인 목포는 지역 최대 음식자원인 수산자원을 활용한 수산식품산업 중심지 도약을 위해 고부가가치 수산식품산업 육성을 추진하고 있음

- 2020년 기준 목포 수협은 전국 90여 개의 조합 가운데 2년 연속 위판고 실적 1위(약 2,062억 원)를 달성하여 대한민국 수산업의 중추적 역할 담당

[표 IV-5] 목포시 어업인구 및 위판실적

(단위: 가구, 명, 톤, 백만 원, 2020년 기준)

구분	어업가구	어가인구	위판액	선 어	새우젓	활어	물김
목포시	654	1,614	206,255	130,561	27,314	29,004	19,373

출처: 목포시, 전라남도 목포시 기본통계(2021), 목포시 수산산업과 내부자료

○ 2023년 시정 목표 4대 주력사업으로 수산식품산업 중심지 도약을 제안하며, 고부가가치 수산식품산업 육성 및 수산산업 선진화, 수출 역량 강화, 어촌경제 활성화 구축을 위한 사업을 추진하고 있어, 수산자원을 토대로 한 각종 연구개발이 추진되고 있음

- 수산식품거점단지 조성사업 해양수산부 제1호 선정(2007년)
- (재)목포수산식품수출센터 설립(2021년)
- 김 산업 전문기관 해양수산부 제1호 선정(2022년)
- 김 산업 진흥구역 지정 및 특화단지 육성(2022-2026년)
- 목포어묵 세계화(역사 및 전통 기반 관광상품화) 기반구축 및 육성전략(2020-2024년)

■ 목포만의 향토음식 계승 위한 각종 사업 추진 및 대중화 노력

○ 목포시는 도시 전체에 목포의 맛을 알릴 수 있는 각종 사업을 추진하고 있으며, 해양관광, 녹지 등과도 연계해 ‘해변맛길 30리’ 조성, 구)목포세관 창고에 ‘목포미식문화갤러리 -해관 1897-’ 설립 등을 추진해 음식기반 산업화 성과를 구축해옴

- 목포미식문화갤러리 -해관 1897-의 경우, 국가등록문화재(제786호)로 등록된 구) 목포세관 일대로, 맛의 도시 목포와 남도음식을 연결하는 ‘미식산업 중심 해양관광 플랫폼’ 거점 공간으로 조성하여 운영 중임

[표 IV-6] 국가등록문화재(제786호) 목포 미식문화갤러리 주요 현황

구분	내용
명칭	• 목포 미식문화갤러리 -해관 1897-
소재지	• 전라남도 목포시 항동 6-33
공간 면적	• 큰 창고 (661.16㎡), 작은 창고 (330.58㎡), 외부공간 (5,736.5㎡)
주요내용	• 푸드랩 및 스몰푸드존 운영, 세관역사관, 스마트관광플랫폼, 구 목포세관 본관 터 및 야외무대
국가등록문화재	• 제786호 (2020.06.24. 지정)
소유자(관리자)	• 문화재청(목포시)



[미식문화갤러리 -해관 1897- 내 외부 전경]

출처: 문화재청, 목포시 내부자료

- 목포 해변 맛길 30리는 해안길을 따라 도보관광이 가능한 목포시 특색 추진사업으로 1구간~5구간으로의 도보여행 코스가 조성되었으며, 목포의 음식과 근대역사, 문화예술과 관광자원 등을 연계한 목포 특색 콘텐츠로 2020년부터 3년간 조성하여 운영하고 있음

[표 IV-7] 목포 해변맛길 30리 조성 현황

구분	위치 및 길이(km)	도입시설	
해 변 맛 길 30 리	바닷가미술관길	• 평화광장~남항(2.6)	• 조형미술관, 전망쉼터, 해변데크
	환경보호생태길	• 남항~대삼학교(2.3)	• 습지생태원, 철새관찰장, 갈대숲길
	온가족나들이길	• 대삼학교~요트마리나(1.8)	• 사계정원, 조형물, 포토존, 경관시설
	개항역사문화길	• 요트마리나~목포항(2.4)	• 어시장 상징물, 근대역사체험존, 해변쉼터
	젊은 연인의 길	• 목포항~해양대(2.9)	• 바다전망대, 바닷길 포토존, 안내판



[해변맛길 30리 조감도]

출처: 목포시 관광과, 공원녹지과 내부자료

- 또한 목포시는 향토음식 대중화를 위해, 「목포시 으뜸맛집 지정 및 운영 등에 관한 조례」 및 「목포음식 명인·명가 육성 지원 조례」를 제정하고, 목포의 맛을 주제로 한 음식문화 축제를 운영하는 등 향토음식 기반 산업화 및 대중화 노력에 만전을 기하고 있음

- 목포 주관 선정 으뜸맛집 138개, 목포음식명가 11개 지정

[표 IV-8] 목포 음식명가 지정 현황

(단위: 개, 2023년 기준)

구분	목포 으뜸맛집	목포 음식명가	남도음식명가	대물림향토음식점	합계
목포시	138	11	14	3	28

주1) 목포음식명가: 「목포음식 명인명가 육성 지원 조례」 근거

주2) 남도음식명가, 대물림향토음식점: 「남도 맛 산업 육성 기본 조례」 근거

출처: 2023 목포 으뜸맛집 리플렛 기준(2023.12.)

- 목포 대표 음식축제(목포미식페스타, 목포9미 콘테스트, 목포쇼미더 9미) 매년 개최

[표 IV-9] 목포 음식문화 축제

축제명	기간	장소
목포미식페스타	연1회	목포미식문화갤러리 해관1897
목포9미 콘테스트	연1회	목포미식문화갤러리 해관1897
목포쇼미더9미	연1회	목포항구축제 기간 내 운영

주1) 목포미식페스타: 문화체육관광부 등록 지역대표 축제

주2) 목포9미 콘테스트, 목포쇼미더9미 '맛의 도시 목포' 브랜드 지속사업 일환

출처: 목포시 내부자료

1.2. 전국 제일의 음식산업단지인 전라남도

■ 전라남도 음식자원 기반 식품/유통/수출 산업 육성

○ 전라남도는 남도미향 브랜드 설립(2007년~계속)을 통해 향토음식의 핵심 개념인 지역성(도내 생산된 식재료 사용)을 반영한 전라남도 농수산물가공기업 제품 판촉활동 지원을 목표로 공동 브랜드를 개발함

- 남도미향은 전라남도의 엄격한 심사과정을 거쳐 승인받은 전라남도 명품 브랜드로 지정업체는 ISO, FDA, HACCP, 농림축산식품부의 전통식품품질인증, 유기 가공식품 등의 인증을 받은 업체로 선정됨
- 남도미향 국제상표 등록 국가는 총 6개국임 (EU, 미국, 싱가포르, 베트남, 일본)

[표 IV-10] 전라남도 남도미향 브랜드 지정 현황(2016~2022)

 전라남도 식품 공동브랜드	구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	업체	70	76	88	128	164	177	185
품목수	162	175	208	286	370	377	395	

출처: 전라남도청 내부자료

○ 또한 재단법인 남도장터 설립(2022년~현재)으로, 남도음식(식품)의 가공/유통/수출/관광을 묶는 전담조직을 만들었으며, 주요 목표는 남도음식문화 계승 및 발전과, 남도 맛 산업 육성에 따른 지역경제 기여로, 그 근거를 전라남도 조례 제5585호로 제정하였음

전라남도 재단법인 남도장터 설립 및 운영에 관한 조례
전라남도조례 제5585호, 2022.10.13., 제정

- 제1조(목적): 이 조례는 전라남도(이하 “도”라 한다)의 고유한 남도음식문화를 계승·발전시키고, 이를 남도 맛 산업으로 승화시켜 지역경제 발전과 농어업·농어촌의 활력회복에 기여함을 목적으로 한다.

○ 남도장터는 전라남도 농특산물 공공형 종합유통 플랫폼으로 지역 우수 농수축산물 브랜드화를 통한 지역경제 기여성에 대한 공공성을 인정받아 2022년 12월 전남도 출연기관으로 설립되었고, 그 성과를 확대하고 있음

- 남도장터 운영 현황: 1,757개 업체, 2만 8천 상품, 회원 369천 명
- 매출액(억 원): ‘19년) 63 → ‘20년) 326 → ‘21년) 552 → ‘22) 5,241

[표 IV-11] 전라남도 남도장터 법인 설립의 목적

구분	내용
법인개요	<ul style="list-style-type: none"> 설립주체: 전라남도 명칭 및 유형: (재)남도장터(비영리 재단법인) 설립일: 2022년 12월(운영 2004~계속) 
설립목적	<ul style="list-style-type: none"> 남도장터 운영에 대한 전문적·통합적 전자상거래 플랫폼 운영 브랜드 구축과 채널별 맞춤형 마케팅 활동 고객관계 관리와 고객 만족 관리 지역농가와 입점업체 유통역량 강화
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> 국내·외 판로 확대 <ul style="list-style-type: none"> 남도장터 온라인 판매기능 강화 남도장터 글로벌화 및 해외시장 판매영역 확대 입점기업 매출 향상 및 지역 농가소득 증대 지역 우수 농수축산물 발굴 및 온라인 농가교육

출처: 남도장터법인설립타당성검토 보고서(2022.05)

■ 연구·관광·산업 연계를 통한 음식산업단지로의 구심점 역할

○ 종합하면, 전라남도는 남도음식 기반 연구개발 사업 등을 통해 음식산업 단지로의 경쟁력을 강화하고 있으며, 향토음식 산업화 및 대중화를 견인할 최적의 지역으로 그 경쟁력을 제안할 수 있음

- 향후 전라남도 및 목포시에서 추진하고 있는 각종 기관과의 연계로 향토음식 육성을 위한 다양한 사업을 모색하는데 힘쓰고자 함

[표 IV-12] 전라남도 향토음식 연계 가능 사업 현황

분야	대표 추진 사업 요약
관광	<ul style="list-style-type: none"> 서남권 통합관광 플랫폼 조성사업 (2023~2024) 목포시 통합관광정보 시스템 고도화 (2023) 지역관광추진조직 육성사업 (2023) 목포 해변맛길30리 조성(2020~2023)
산업	<ul style="list-style-type: none"> 남도장터 법인화 (2022.12) 남도미향육성 (2007~) (재)남해안권 발효식품 산업 지원 센터(2022) 김 산업 진흥구역 지정 및 특화단지 육성 (2022~2026) 수산식품 수출단지 조성사업(2016~2025)
연구	<ul style="list-style-type: none"> 전남식품산업 연구센터 (재)목포수산식품지원센터 (재)전남바이오산업진흥원 목포어목세계화 기반 구축 및 육성전략(2021~2024) 전남 해양수산 창업 및 투자지원센터 사업(2023)

1.3. 향토음식 기반 K-푸드 수출 확대 가능한 네트워크 구축

■ 전라남도 농수축산물(K-푸드) 해외 판로 개척 성과

- 전라남도는 지방자치단체 최초 미국 아마존(Amazon) 종합쇼핑몰 내 ‘전남 브랜드관’을 개설하여 현재까지 423개 기업의 98개 제품을 판매하고 있음
 - 전국 지자체 최초 입점: (개설일) ‘20.07.04, (매출액) ‘21년 기준 214만 불
 - 신규 수출금액(만불): ‘20) 134 → ‘21) 214 → ‘22) 317

[표 IV-13] 전라남도 해외 상설 판매장 현황

구분	미국	중국	일본	호주	베트남	말레이시아	태국	오스트리아	독일	합계
개수	7	5	2	2	1	1	1	1	1	21

출처: 전라남도 내부자료

- 미국 내 온라인에 「남도장터 US」를 개설하고, 미국 전역 1일 배송체계 구축으로 냉동·냉장 제품 등 74개 사의 182개 제품을 판매 중임
 - 입점 조건은 전라남도 내 생산된 농수산물식품만 허가



출처: 아마존(Amazon) jeollaNamdo the kitchen of korea, 남도장터 US 홈페이지

<그림 IV-1> 아마존 전남 브랜드관 및 남도장터 US

- 해외 상설 판매장(오프라인) 개설은 2017년 미국 한남체인플러튼점 최초 개설 이후 현재까지 9개국 21개소로 운영되고 있음
 - 오프라인 판매 입점업체는 전남산 농수산물식품을 전문 취급하는 수출 전문 기업과 컨소시엄 구성으로 상설 판매장을 운영함

[표 IV-14] 전라남도 해외 상설 판매장 운영 현황

(단위: 개, 2022년 12월 말 기준)

구분	미국	중국	일본	호주	베트남	말레이시아	태국	오스트리아	독일	합계
개수	7	5	2	2	1	1	1	1	1	21

출처: 전라남도 내부자료

1.4. K-푸드 원류로의 향토음식 자원에 있어 독보적인 경쟁력

■ 전국 최대의 농수산물 생산지인 전라남도

○ 전라남도는 전국 최대 농축수산물 생산지로, K-푸드의 원류이자, 높은 음식산업화 수준으로 국가 음식산업 전반의 발전에 큰 기여를 하고 있으며, 전국과 대비해 음식자원(향토음식의 가장 핵심 개념인 지역성) 지표에서 절대적인 우위를 차지하고 있음

- 이러한 전국을 대표하는 높은 수준의 음식자원(농림축수산) 보유로, 음식전후방 산업 연계 잠재력이 매우 크다고 볼 수 있으며, 특히 친환경 농산물 및 축산물 생산량의 전국 최대 점유율 등을 고려하면 향토음식 발전의 토대가 되는 농수축산물 관리 부문에서도 꾸준한 지역적 노력이 인정됨

[표 IV-15] 전라남도 향토음식 자원 전국 1위 점유율 지표

분야	항목	전국	전라남도 (전국대비 1위 점유율)
음식 자원	• 전라남도 경지면적	1,528,237ha	277,095ha (18.8%)
	• 친환경 농산물 인증면적	70,127.2ha	36,281.9ha (51.7%)
	• 친환경 농산물 출하량	446,780.7톤	107,806.3톤 (24.1%)
	• 친환경 축산물 인증 농가	6,760호	1,688호 (25.0%)
	• 친환경 축산물 출하량	1,163,048톤	234,964톤 (20.2%)
	• 작물재배면적	1,604,315ha	324,259 (20.2%)
	• 수산물 생산량	3,203,821톤	1,866,293톤 (58.3%)
음식 산업	• 한식 음식점업 구성비	329,419개	14,859개 (66.6%)
	• 식품첨가물 생산 매출액	3,091,617,177천 원	990,135,449천 원 (32.0%)
전통 식품 산업	• 김치 제조업체 수	1,741업체	337업체 (19.4%)
	• 농특산물 지리적 표시	158개	35개 (22.2%)
	• 식품명인 지정	79명	17명 (21.5%)

출처: 각 항목별 부록2-2에 제시함

1.5. 목포시 미식관광 글로벌 경쟁력

■ 대한민국 관광거점 4대 도시 목포 스마트 음식관광 생태계 구축

○ 목포시가 2024년까지 대한민국 관광거점 4대 도시 중 하나로 선정됨에 따라, 글로벌 관광경쟁력을 갖추기 위한 대단위 사업이 추진되고 있으며, 대규모 미식관광 수요를 충족할 도시 면모를 갖추고 있음

- 특히 맛의 도시 목포시의 브랜드 활성화를 위해 목포 新9미 플랫폼 구축사업 등을 핵심사업으로 분류해, 목포의 지역문화(Locality) 체험을 강화하고 목포만의 향토음식을 새롭게 구현하고자 2020년부터 사업을 추진 중에 있음

[표 IV-16] 목포시 관광거점도시 도입사업 총괄표

사업분야	사업유형	단위사업명	내역사업명
핵심 사업	상품성	• 목포의 지역문화(locality) 체험성 강화	- 원도심 유희자원 체험콘텐츠 도입 사업 - 목포의 바다 체험/휴양관광 개발사업 - 목포의 新9미 플랫폼 구축사업
		• 원도심 야간 매력성 강화	- 낭만항구 야간경관 특화사업 - 낭만항구 체류형 프로그램 개발 사업
		• 예술이 있는 아름다운 항구육성	- 목포 바다산책로 예술성 강화사업 - 갯바위 문화예술항구 육성사업 - 평화광장 문화관광콘텐츠 개발 및 상품화 사업
전략 사업	인지성	• 국내/외 홍보마케팅 강화	- 목포 외래객 관광브랜드 사업 - 타겟시장 맞춤형 홍보마케팅 사업
		• 외래객 모객활동 추진	- 핵심타겟 모객형 상품 개발 및 운영 사업 - 타 공항 방문 외래객 유치상품 운영 사업
	편리성	• 방한관광객 여행환경 조성	- 목포 문화체험 숙박기반 조성사업 - 외래객 현대서비스 환경조성 사업 - 관광이동 편의기반 구축 사업 - 외래객 중심 스마트 관광환경 조성 사업
		• 관광산업 생태계 육성	- 여행자 플랫폼 '낭만총진소' 구축 사업 - 목포형 관광메이커스 육성사업 - DMO조직기능 확대
연계 사업	확장성	• 공항-목포 간 접근성 개선	- 무안공항 교통연계성 강화사업
		• 서남권의 관문, 연계성 강화	- 서남권 함께하는 행사 개최 - 서남권 통합관광 시스템 구축 - 서남권 대표상품 개발/운영 사업 - 서남권 네트워크 및 통합 DMO 구축 운영 사업

출처: 목포시 내부자료

■ 맛의 도시 목포 브랜드화 사업 한국관광혁신 콘텐츠 부문 최우수상 수상

○ 목포시는 관광산업 및 지역경제 활성화를 도모코자 '맛의 도시 목포' 조성 사업을 역점적으로 추진해 한국관광 산업 발전에 기여했다는 평을 받으며, 2019년 한국관광혁신대상⁹⁾에서 콘텐츠 부문 최우수상을 수상함

- 음식에 대한 수요와 관심이 증폭되는 최근 관광 트렌드에 맞춰 목포가 비교우위 경쟁력을 갖고 있는 지역음식을 전략적으로 브랜드화해 맛의 본향으로서 위상을 정립하였다는 평을 받음

○ 또한 '2023년 대한민국 대표브랜드 대상¹⁰⁾'에서 해양관광도시 부문에서 대상 지자체로 선정되었고, 이는 온라인 소비자 설문을 통해서 진행되었음

- 이로 인해 2천만 관광객 유치를 목표로 국제해양 관광도시로의 발돋움 위한 차별화된 관광인프라로 목포의 맛과 멋을 알리는 대규모 행사 개최 등의 노력에 따른 목포시의 브랜드 파워를 인정받았음

9) 한국관광혁신대상은 유엔세계관광기구(UNWTO), 아시아태평양관광협회(PATA), 서울특별시, 한국관광학회, 국제관광인포럼, 한국국제관광전 조직위원회가 지난해 4월 공동 제정한 국내 최초 관광산업 국제어워드로 창의와 혁신을 통해 한국관광 산업발전에 기여한 지자체와 기관, 업체 등을 선정함

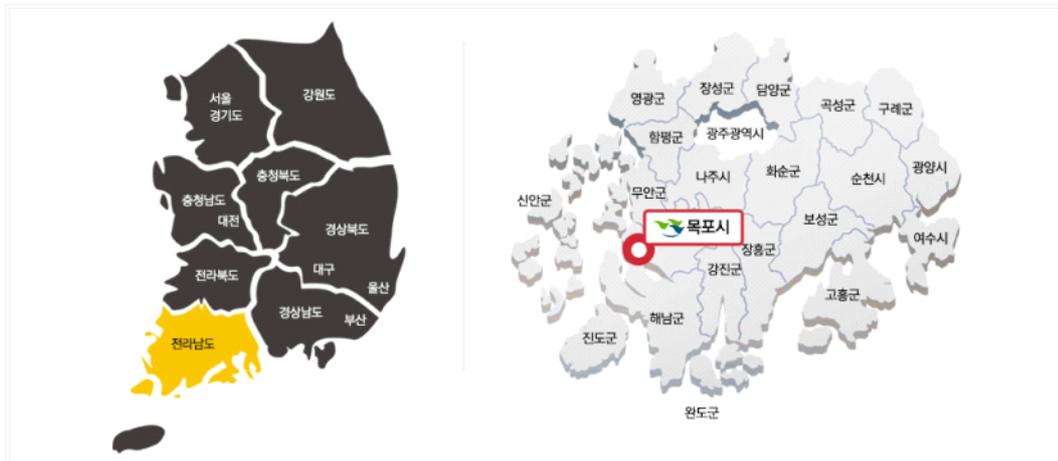
10) 대한민국 대표브랜드 대상은 2006년부터 매년 선정하고 있는 공신력 있는 상으로 언론 3사(동아닷컴, 환경닷컴, imbc)가 주최하고 있음

2. 전라남도 목포시 입지 경쟁력

2.1. 접근성 측면의 경쟁력

○ 목포시는 전라남도 서남부 무안반도 남단에 있는 시로 영산강 하구에 위치하며 목포시의 총면적은 51.7km²임

- 인접 시군으로는 동쪽과 남쪽은 영산호에 면해 영암군을 마주하고 있으며, 남서쪽은 바다를 사이에 둔 해남군, 북서쪽은 많은 도서로 이루어진 신안군, 북동쪽은 무안군과 접하고 있음



출처: 목포시청 홈페이지(<https://www.mokpo.go.kr/?main=true>)

<그림 IV-2> 전라남도 목포시 위치

○ 목포시는 전라남도 서부의 중심도시로, 3대 항구도시 중 하나로, 호남선이 끝나고 서해안고속도로가 시작하는 곳으로 교통의 시발점 역할을 하고 있음

- 목포시 항공교통 접근성은 목포역을 중심으로 무안국제공항과 차량기준 40분, 여수공항과 90분 이내 거리에 위치하고 있어 해외접근성도 매우 우수한 편임

※ 무안국제공항은 2019년 연간 이용객이 72만 명으로 2025년까지 추진 예정인 국가사업 「무안국제공항 및 광주공항 통합」에 따라 서남권 거점공항으로 부상이 예상됨

- 목포시 한반도 서남단에 위치한 광역교통의 거점으로 고속철도 기준 서울에서 2시간 20분이 소요되어 수도권에서의 접근성은 매우 우수함

※ 서울~목포역 KTX 시작역은 서울 용산역이며 하루 약 30회 직통 노선 운행,

※ 수서~목포역 SRT는 하루 약 9회의 직통 노선 운행



<그림 IV-3> 목포시 광역교통 접근성

- 목포시 시내를 중심으로 운영되는 버스는 총 21개로 대부분 목포역을 기점으로 갖바위 문화예술타운과 평화광장까지 연결되며, 2023년 개최된 전국체전을 대비해 목포종합경기장까지 방문객 대중교통 이용 편의 증진 사업을 완료함

- 사업명: 전국체전 대비 도로 교통시설물 확충 (2023 8월 완료, 사업비 1,070백만원(시비))

[표 IV-17] 목포시 시내버스 운영 현황

(단위: 개)

구분	간선버스	도심순환버스	공공형버스(낭만버스)	지선버스	합계
시내버스	9	3	3	6	21

출처: 목포시 관광거점도시 육성사업 기본계획(2020)

2.2. 기능성 측면의 경쟁력: R&D 기관 및 인력지원 인프라

- 향토음식진흥센터 설립 시, 나주 혁신도시의 국가 단위 R&D 기관 인프라와 연계가 매우 우수함
 - 목포시에서 50분 거리에 위치한 나주 혁신도시에 한국농촌경제연구원, 한국농수산식품유통공사 등 농식품 관련 국가기관이 2014년부터 이전하였음
 - 이들 국가기관이 기 수행하고 있는 향토음식 관련 농업, 농식품, 한식 등의 R&D 및 전문인력과의 연계를 통한 시너지 효과 극대화가 가능함

- 특히, 한국농수산물유통공사는 한식세계화와 연관성이 높은 사업들을 수행하는 기관으로 외식관점과 농식품산업 틀 속에서 지원사업을 수행하고 있음이 파악되었는데(제3장 참고), 목포시 향토음식진흥센터 설립 이후에는 실질적인 향토음식점 DB 구축, 데이터 공유, 산업규모 조사 등에 더욱 시너지를 발휘할 것은 물론 농식품 후방산업과의 연계로 산업 육성이 기대되는 바임
- 이외 전라북도에 위치한 한국식품산업클러스터진흥원 및 한국식품연구원과 연계하여 전라도 전체의 향토음식 DB 구축은 물론, 국가단위 향토음식클러스터 육성을 기대할 수 있는 다양한 연구기관의 역량을 활용할 수 있음

[표 IV-18] 향토음식진흥센터 설립 시 연계 가능 국가단위 기관

(단위: 개)

구분	기관 역할 및 기능	비고
한국농촌경제연구원	- 우리나라 농림경제 및 농촌사회를 종합적으로 조사, 연구하여 농업·농촌 정책수립 방향을 제시하고 농가소득 증대와 농림업 경쟁력 제고를 위해 1978년 설립된 국무총리 국무조정실소속 정부출연연구기관	전라남도 나주시 혁신도시 위치
농림식품기술기획평가원	- 농림식품과학기술 육성을 위한 연구개발사업의 기획, 관리, 평가를 효율적으로 지원하며, 주요 기능은 농림식품 R&D에 대한 종합계획 수립 및 정책개발 수립 지원, 농림식품과학기술 R&D사업의 기획, 평가, 관리임	
한국농어촌공사	- 농어촌정비사업과 농지은행사업을 시행하고 농업기반시설을 종합 관리하며, 농업인의 영농규모 적정화를 촉진함으로써 농업생산성의 증대 및 농어촌의 경제·사회적 발전에 이바지함	
한국농수산물유통공사	- 농수산식품의 가격안정 및 유통개선사업을 통하여 수급을 안정시키고, 식품산업을 육성하여 농어업인의 소득 증진과 국민경제의 균형있는 발전에 이바지함	
한국식품산업클러스터진흥원	- 국가식품클러스터와 식품산업집적에 관한 정책개발 및 연구 - 식품전문산업단지의 조성 및 관리에 관한 사업 - 국가식품클러스터 참여 기업 및 기관들에 대한 지원 사업 - 국가식품클러스터 참여 기업 및 기관들 간의 상호 연계활동 촉진 사업 - 국가식품클러스터 활성화를 위한 연구, 대외협력, 홍보 사업 - 그 밖에 농림축산식품부장관이 위탁하는 사업	전라북도 익산시
한국식품연구원	- 식품 기능성 규명, 신소재·신공정 연구개발 - 식품 저장·유통·안전성 기술 연구개발 - 전통식품의 세계화 연구개발 - 식품 분석, 정보, 표준화 기반조성 연구개발 - 정부, 민간, 법인, 단체 등과 연구개발 협력 및 기술용역 수탁·위탁 - 중소·중견기업 등 관련 산업계 협력·지원과 기술사업화 - 전문인력 양성, 기술정책 수립 지원, 시험평가, 인증 등	전라북도 완주군

출처: 공공기관 경영정보 공개시스템(<https://www.alio.go.kr/>)

- 목포시 행정 정원은 총 1천 373명(일반직 1,142명, 복지직 231명)으로, 인구 20만~30만 미만 평균 정원보다 226명 많은 것으로 조사됨

- 목포시 공무원 1인당 담당 주민 수는 160명으로 인구 20만~30만 미만 평균보다 절반 수준의 지표로 인력지원 인프라 또한 우수한 편임

[표 IV-19] 목포시 공무원 정원 현황

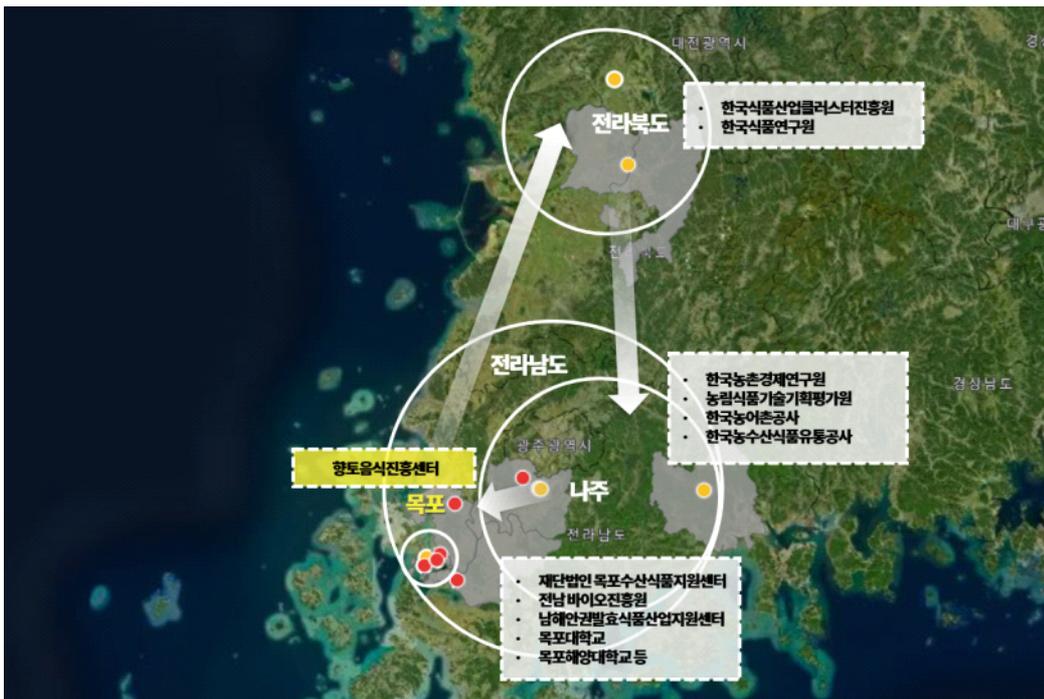
(단위: 명, 2023.06.30. 기준)

지자체 유형별	공무원 정원			공무원 1인당 주민 수		
	총원	일반직	복지직	인구 수	정원	1인당 주민 수
목포시	1,373	1,142	231	219,318	1,373	160
① 인구 50만 미만 일반 시 평균	1,007	851	156	203,000	1,007	190
② 인구 20만 ~ 30만 미만 시 평균	1,147	981	166	248,418	1,147	222

출처: 목포시청(https://www.mokpo.go.kr/www/introduce/cityhall/current_state/civil_servant)

○ 목포시 내의 향토음식 관련 연구기반 성과활용 연계가 가능함

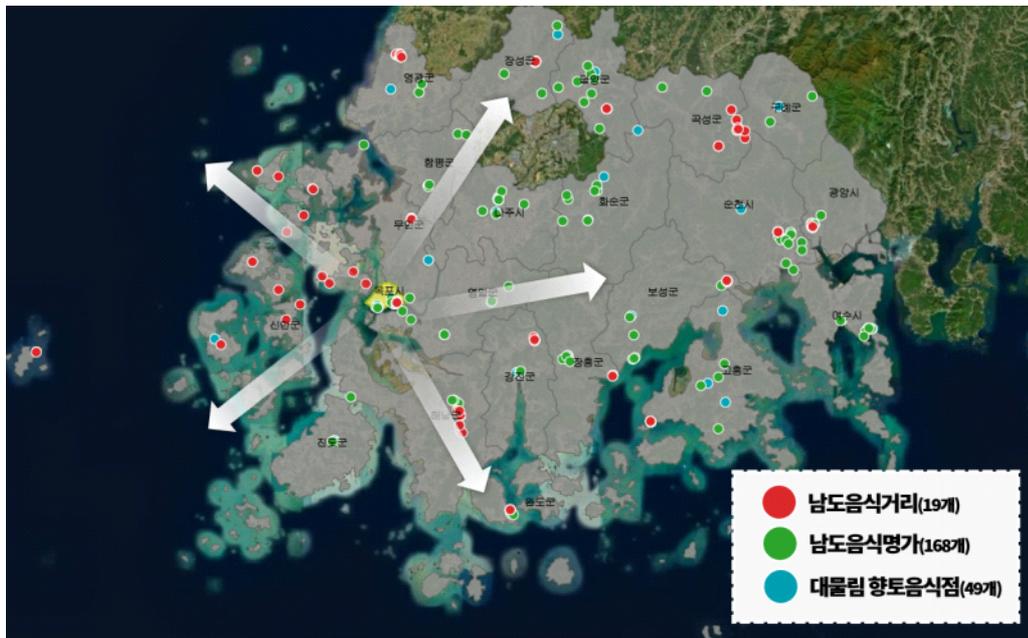
- 향토음식진흥센터의 설립 역할이 향후 한식관련 전후방산업과의 연계를 통한 향토음식 대중화와 산업화로의 기능이 강조되고 있음
- 전라남도 내 위치한 대학기관, 연구기관, 또한 수산업 중추 지역인 목포시 내 위치한 (재)목포수산물지원센터(※해양수산부 지정 제1호 김 산업 전문기관임) 전남 바이오진흥원, 남해안권발효식품산업지원센터 등과의 연계가 가능함
- 이러한 연구기관의 축적된 연구성과 및 소속된 전문인력 등은 목포시의 지역적 강점으로, 향토음식을 테마로 한 각종 유관산업 확장을 위한 R&D 연구 기관이 집적하여 부가가치 창출효과에 기여할 수 있음



<그림 IV-4> 국가단위 R&D 기관 연계 가능성

2.3. 부가가치 창출 측면

- 전라남도 전역에서 육성해 온 남도음식명가, 대물림 향토음식점, 남도음식거리를 기반으로 향후 향토음식 기반 관광 네트워크를 확보했으며, 이는 남도 전역에서 향토음식 체험공간 인프라로 활용이 가능함
 - 향토음식진흥센터에서 수행하는 주요 기능(향토음식 발굴, 보존, 산업화 등)을 효과적으로 수행하기 위해서는, 무엇보다 지역 내 향토음식 관련 인프라 배후가 마련되어야 함
 - 지자체별로 향토음식 관련 조례 제정 및 연계사업 추진의 결과로 만들어진 전남 내 향토음식 인프라를 통해, 향토음식 대중화 및 산업화 시스템 구축에 효율적인 접근이 가능함
 - 또한 미식 주제 체험공간인 목포미식문화갤러리, 해관 1897은, 국가등록문화재 제786호로 역사와 문화로의 상징성도 보유하고 있어, 향후 향토음식진흥센터 설립 이후에 향토음식 체험공간 인프라로 연계하여 활용할 수 있음



<그림 IV-5> 전라남도 전역 향토음식 인프라 위치도

- 한식세계화라는 국책사업의 실효성 제고를 위해 전라남도와 목포시는 1997년부터 29년간 개최해온 ‘남도음식문화큰잔치’를 세계인의 관심을 받을 수 있는 ‘2025 남도국제미식산업박람회’로 기획해 정부승인 국제행사 추진을 위한 사업을 진행 중에 있음

- 향토음식진흥센터를 통해 국가차원의 사회적 부를 창출하는 것은 물론 지역사회로 이익이 환원되고 공유되어야 하는 것이 무엇보다 중요함

[표 V-20] 2025 남도국제미식산업박람회 기본계획 개요



구분	개요
명칭	<ul style="list-style-type: none"> • (국문) 2025 남도국제미식산업박람회 • (영문) Nam-do World Gastronomy Industry Expo 2025
주제	<ul style="list-style-type: none"> • “남도미식이 있는 세계 식문화, 지속가능한 가치”
장소	<ul style="list-style-type: none"> • 목포종합경기장(주행사장), 문화예술회관(부행사장)
면적	<ul style="list-style-type: none"> • 241,367㎡ (주행사장 26,468㎡, 부행사장 44,100㎡)
기간	<ul style="list-style-type: none"> • 2025년 9월 26일(금) ~ 10월 26일(일)
주관	<ul style="list-style-type: none"> • 전라남도, 목포시, (가칭)남도국제미식산업박람회조직위원회
주무부처	<ul style="list-style-type: none"> • 농림축산식품부
소요예산	<ul style="list-style-type: none"> • 169억 원(국비 50억 원, 지방비 69억 원, 민자 및 수익 49억 원)
참가규모	<ul style="list-style-type: none"> • 40개국, 220만 명(수요예측 기준)
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> • 전시, 이벤트 및 행사, 학술대회, 체험프로그램 등
공동개최	<ul style="list-style-type: none"> • 국제남도음식문화큰잔치 동시개최, 전남수목비엔날레 전시 연계

출처: 2025 남도국제미식산업박람회 기본계획 최종보고서

- 향토음식진흥센터 설립이 추진되면, 전국 지역단위 차원에서 향토음식 네트워크를 구축할 수 있는 프로그램이 필요함
 - 2025 남도국제미식산업박람회가 향후 정부행사로 승인된다면 향토음식진흥센터 연계 부가가치 사업(K-푸드 수출 등) 창출에 기여가 가능하며, 지역 내 관련 주체의 참여를 통한 향토음식 협의기구 등을 구성할 수 있음
- 구체적으로, 전 세계 음식과 세계인이 참여하는 국제행사와 향토음식진흥센터를 연계하여 정부가 지향하는 신성장 K-푸드 글로벌 경제모델을 구현할 수 있음

5장

목포시 향토음식진흥센터 지원방안

1. 입지후보지 환경분석
2. 목포시 향토음식진흥센터 설립 및 운영지원 방안

5장

목포시 향토음식진흥센터 지원방안

1. 입지후보지 환경분석

- 목포시 향토음식진흥센터 입지후보지는 총 3개(안)임



<그림 V-1> 목포시 향토음식진흥센터 입지후보지 위치도

1.1 입지후보지 A안

1.1.1. 부지검토

- 입지후보지 A의 위치는 목포시 대양산단 지구 내 공공청사 부지로, 센터 입지로 채택 시 신축으로 방향을 결정함

[표 V-1] 입지후보지 A안 위치 및 건축계획

구분	내용
위치	• 전남 목포시 대양동 1177-17(시유지)번지, 대양산단 공공청사 부지
건축계획	• 건물 신축
위치 및 부지전경	 

1.1.2. 대지 일반현황

- 입지후보지 A는 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따르면 지역지구는 일반공업지역으로 대지면적은 총 1,544.5평임
 - 본 대지는 일반공업지역으로 신축 시, 건폐율 70% 이하, 용적률 200%~350% 이하 적용 받아 최대 건폐율 기준 시 지상 5층 규모로 건축이 가능함
 - ※ 기재 층수(A) = 용적률(B) ÷ 건폐율(C)로 단순 계산된 수치이며, 건폐율을 달리하는 경우에는 층수가 변경될 수 있음
 - 소재지 기준, 일조권 높이제한 관련 규제사항이 없음

[표 V-2] 입지후보지 A 일반현황

구분	내용
소재지명	• 대양산단 지구 내 공공청사
위치	• 전라남도 목포시 대양동 1177-17(시유지)번지
대지면적	• 5,138.7㎡ (1,554.5평)
지역지구	• 일반공업지역
건폐율	• 70% 이하 적용
용적률	• 200% 이상 350% 이하 적용 (약 5층 ※ 최대건폐율 기준)
확인도면	

출처: 국토교통부, 토지이용(https://www.eum.go.kr/), 토지이용계획열람

1.1.3. 대지조건

- 입지후보지 A는 압해대교 인근 바닷가에 위치해 있으며, 차량 교통 접근성이 우수하여 타 도시와의 이동이 용이함
 - 200m 거리에 서해안 고속도로와 바로 연결되어 내려오는 고하대로와 인접해, 서해안고속도로를 잇고, 국도 제1호선이 시작됨
 - 전라남도 목포와 서울 금천구를 잇는 서해안고속도로가 인접해 타 도시에서의 유입이 용이하며, 서남부의 중심도시를 경유하는 영산로와 연결되는 위치에 있음

- 대지 주변에 식음 및 편의시설이 적은 편이나, 대규모 시설이 입지하기에 좋음
- 지역지구가 일반공업지역으로 건축 시 건물의 형태나 용도의 제약이 적음



<그림 V-2> 입지후보지 A안 국도교통 여건

1.1.4. 토지이용계획

- 입지후보지 A는 토지이용계획 상 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따라 일반공업지역으로 지정되어 있어, 교육원 및 연구소 등의 건립이 가능
 - 지목검토: 주택 및 사무실과 극장 등의 건물을 건축하는 토지

국토의 계획 및 이용에 관한 법률 시행령 [별표 13] <개정 2023. 5. 15.>	
<p>※ 일반공업지역안에서 건축할 수 있는 건축물(제71조 제1항 제12호 관련)</p> <p>근린생활시설(단란주점 및 안마시술소를 제외), 판매시설(해당일반공업지역에 소재하는 공장에서 생산되는 제품을 판매하는 시설), 운수시설, 공장, 창고시설, 위험물저장 및 처리시설, 자동차관련시설, 자원순환 관련 시설, 발전시설, 단독주택, 공동주택 중 기숙사, 근린생활시설 중 안마시술소, 문화 및 집회시설 중 동호 라목에 해당하는 것, 종교시설, 의료시설, 교육연구시설, 노유자시설, 수련시설, 업무시설(지식산업센터에 입주하는 지원시설에 한정), 동물 및 식물관련시설, 교정시설, 국방·군사시설, 장례시설, 야영장 시설</p>	

- 개별공시지가: 2023년 01월 기준으로 227,900원임

[표 V-3] 입지후보지 A안 연도별 공시지가

구분	(연도별 개별 공시지가임. (㎡당))					
	2019년 1월	2020년 1월	2021년 1월	2021년 7월	2022년 1월	2023년 1월
공시지가	181,300원	209,500원	220,000원	231,500원	246,000원	227,900원

국토교통부, 실거래가 공개시스템

1.2 입지후보지 B안

1.2.1. 부지검토

- 입지후보지 B의 위치는 목포 구도심에 위치한 전라남도 신안 교육지원청 부지로, 건물을 매입하여 리모델링 건축계획으로 방향이 정립됨

[표 V-4] 입지후보지 A안 위치 및 건축계획

구분	내용	
위치	• 전남 목포시 금동2가 6-1, 7-1번지, 신안교육지원청	
건축계획	• 건물 매입 후 리모델링 계획	
위치 및 부지전경		

1.2.2. 대지 일반현황

- 입지후보지 B는 신안군 교육지원청 건물로, 대지면적 2,215.2㎡, 건축 연면적 1,707㎡ (516평)이며, 지상 2층으로 조성되어 있음
 - 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 지역지구는 제1종일반주거지역으로 지정됨
 - 본 대지는 제1종일반주거지역으로 신축 시 건폐율 60% 이하, 용적률 100%~200% 이하 적용 받아 최대 건폐율 기준 시 지상 3층 규모로 건축이 가능한 것으로 산출됨
 - ※ 평지붕 11m 이하, 경사지붕 15m 이하인 경우 증축 가능하며, 기제 층수(A) = 용적률(B) ÷ 건폐율(C)로 단순 계산된 수치이며, 건폐율을 달리하는 경우에는 층수가 변경될 수 있음
 - 소재지는 타 법령에 근거한 역사문화환경보존지역이나, 건축허용범위 관련한 보존영향검토(사전 허용기준 마련)를 완료하여, 사업 일정에 따른 전체 추진일정 검토
 - 해당 후보지는 2024년까지 압해도로 이전을 계획하고 있어, 향토음식진흥센터 변경 설계와 관련한 일정 조율이 필요함

[표 V-5] 입지후보지 B안 일반현황

구분	내용
소재지명	• 전라남도 신안교육청(전라남도 교육청 소유)
위치	• (도로명) • (지번) 전라남도 목포시 중동2가 6-1, 7-1
대지면적	• 2,215.2㎡ (670.1평)
연면적	• 1,707㎡(516평) / 지상 2층
지역지구	• 제1종 일반주거지역, 역사문화환경보존지역 <문화재보호법>
건폐율	• 60% 이하 적용
용적률	• 100% 이하 200% 이하 적용 (※약 3층, ※ 최대건폐율 기준)
확인도면	

출처: 국토교통부, 토지이음(<https://www.eum.go.kr/>), 토지이용계획열람

1.2.3. 대지조건

- 입지후보지 B는 목포역이 인접하여 대중교통 접근성이 우수하고, 근대역사 거리와 인접해 전시·체험 공간 등 연계 확보부지가 충분함
 - 직선거리 850m 거리에 목포역이 인접하여 대중교통 접근성이 매우 편리함
 - 구도심 내 위치하여 대지 주변에 식음 및 편의시설이 많음
 - 목포시 근대역사 거리 내 위치하여, 보다 여유 있는 공간 연계 및 홍보 가능



<그림 V-3> 입지후보지 B안 대지조건

1.2.4. 토지이용계획

- 입지후보지 B는 토지이용계획 상 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따라 제1종 일반주거지역으로 지정되어 있어, 교육원 및 연구소 등 건립이 가능
 - 또한 타 법령인 「문화재보호법」에 의한 역사문화환경보존지역의 규정에 따름
 - 지목검토: 주택 및 사무실과 극장 등의 건물을 건축하는 토지

국토의 계획 및 이용에 관한 법률 시행령 [별표 4] <개정 2023. 5. 15.>
<p>※ 제1종일반주거지역안에서 건축할 수 있는 건축물(제71조 제1항 제3호 관련)</p> <p>단독주택, 공동주택(아파트를 제외), 근린생활시설, 교육연구시설 중 유치원·초등학교·중학교 및 고등학교, 노유자시설, 건축물(4층 이하의 건축물), 근린생활시설(단란주점 및 안마시술소를 제외), 문화 및 집회시설(공연장 및 관람장 제외), 종교시설, 판매시설 중 같은 호 나목 및 다목(일반게임제공업의 시설은 제외), 의료시설(격리병원을 제외), 교육연구시설(제1호 라목에 해당하지 아니하는 것), 수련시설, 운동시설(육외 철타이 설치된 골프연습장을 제외) 업무시설 중 오피스텔, 공장 중 인쇄업, 기록매체복제업, 봉제업(의류편조업을 포함), 컴퓨터 및 주변기기제조업, 컴퓨터 관련 전자제품조립업, 두부제조업, 세탁업의 공장 및 지식산업센터로서 다음의 어느 하나에 해당하지 아니하는 것 등</p>

- 개별공시지가: 2023년 01월 기준으로 350,900원, 286,100원임

[표 V-6] 입지후보지 B안 연도별 공시지가

구분	(연도별 개별 공시지가임. (㎡당))				
	2019년 1월	2020년 1월	2021년 1월	2022년 01월	2023년 01월
공시지가 1	312,100원	326,200원	356,400원	379,300원	350,900원
공시지가 2	268,300원	284,100원	296,500원	306,800원	286,100원

주) 공시지가 1은 전라남도 목포시 금동2가 6-10이며, 공시지가 2는 7-1번지임
출처: 국토교통부, 실거래가 공개시스템

1.3. 입지후보지 C안

1.3.1. 부지검토

- 입지후보지 C의 위치는 구)해양교통안전공단으로, 건물을 매입하여 리모델링 건축계획으로 방향이 설정됨

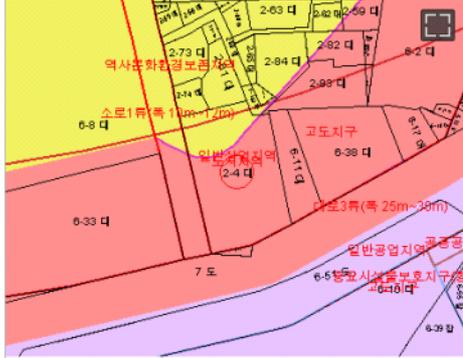
[표 V-7] 입지후보지 C안 위치 및 건축계획

구분	내용	
위치	• 전라남도 목포시 항동 2-4번지, 구)해양교통안전공단 목포지사 건물	
건축계획	• 건물 매입 후 리모델링 계획	
위치 및 부지전경		

1.3.2. 대지 일반현황

- 입지후보지 C안은 구)해양교통안전공단 목포지사 건물로, 대지면적 978.5㎡, 건축 연면적 685㎡ (207평)이며, 지상 2층의 구조임
 - 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 지역지구는 일반상업지역임
 - 본 대지의 건폐율은 68% 이하, 용적률 884% 이하 적용 받아 최대 건폐율 기준 시 지상 13층 규모로 건축이 가능한 것으로 산출됨, 그러나 고도지구로 지정되어 10층까지만 건축이 가능함
 - ※ 기재 층수(A) = 용적률(B) ÷ 건폐율(C)로 단순 계산된 수치이며, 건폐율을 달리하는 경우에는 층수가 변경될 수 있음
 - 현재 소재지는 공단 이전으로 비어있는 상태로, 협의에 따라 바로 실시설계 가능

[표 V-8] 입지후보지 C안 일반현황

구분	내용
소재지명	• 구)해양교통안전공단 목포지사 건물
위치	• (도로명) 전라남도 목포시 해안로 185 • (지번) 전라남도 목포시 향동 2-4번지
대지면적	• 978.5㎡ (296평)
연면적	• 685㎡ (207평) / 지상 2층
지역지구	• 일반상업지역 / 고도지구(10층(30m) 이하)
건폐율	• 68% 이하 적용
용적률	• 884% 이하 적용 (※약 10층, ※ 최대건폐율 기준은 13층임)
확인 도면	

출처: 국토교통부, 토지이용(https://www.eum.go.kr/), 토지이용계획열람

1.3.3. 대지조건

- 입지후보지 C안은 목포역과 여객선터미널 앞에 위치하여 교통 접근성이 좋고, 목포미식문화갤러리 해관 1897 바로 옆에 위치함
 - 직선거리 938m 거리에 목포역이 위치하였고, 목포연안 여객선터미널과는 92m 거리에 위치

- 구도심 내 위치하여 대지 주변에 식음 및 편의시설이 많아 근무 환경이 우수
- 목포미식문화갤러리 해관 1897 옆에 위치(입지후보지와 직선거리 72m)하여 남도음식과의 연계성이 매우 뛰어나 위치적 상징성이 있음



<그림 V-4> 입지후보지 C안 대지조건

1.3.4. 토지이용계획

- 입지후보지 C안은 토지이용계획 상 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따라 일반상업지역으로 지정되어 있어, 교육원 및 연구소 등 건립이 가능
 - 단 고도지구로 10층, 30m 이하 높이로의 제한 규정에 따름
 - 지목점토: 주택 및 사무실과 극장 등의 건물을 건축하는 토지
 - 일반상업지역은, 해당 지구 내에서 건축할 수 없는 건축물에 대한 제71조 제1항 제8호가 제정되어있으며, 제정 법령에 의한 주거지역과 차단 및 조례 기준 거리를 준수해야 함
 - 개별공시지가: 2023년 01월 기준으로 986,200원임

[표 V-9] 입지후보지 C안 연도별 공시지가

(연도별 개별 공시지가임. (㎡당))

구분	2019년 1월	2020년 1월	2021년 1월	2022년 01월	2023년 01월
공시지가	916,800원	973,000원	1,009,000원	1,060,000원	986,200원

출처: 국토교통부, 실거래가 공개시스템

1.4. 정주환경 분석

1.4.1. 배후세대

- 입지후보지는 반경 3km의 간접영향권에 약 3만 세대가 거주하고 있으며, 입지후보지 B의 경우는 3만 5천 728세대가 거주하고 있는 것으로 파악됨
 - 입지후보지들의 도로 여건 및 교통을 고려했을 때, 향후 향토음식진흥센터의 시설 이용(전시관 및 체험관 등)을 위한 수요층으로 흡수가 가능함

[표 V-10] 입지후보지 배후세대 현황

(각 소재지별 반경 3km)

구분	입지후보지 A	입지후보지 B	입지후보지 C
아파트	23,187세대	15,814세대	10,767세대
오피스텔	322세대	965세대	965세대
빌라	1,656세대	2,288세대 </td <td>2,080세대</td>	2,080세대
단독주택	4,653세대	16,661세대	16,202세대
합계	29,818세대	35,728세대	30,014세대

출처: 마이프차(<https://myfranchise.kr/>)

1.4.2. 교통 접근성

- 입지후보지간 주변 주요 대중교통은 목포역 KTX, 목포종합버스터미널, 목포 연안여객선터미널이 있으며, 목포역을 기준으로 차량 및 도보로 이용해 15분 내외로 이동이 가능한 위치에 있음



<그림 V-5> 입지후보지 주변 주요 교통시설

1.4.3. 교육 시설 인프라

○ 입지후보지는 목포시청을 기준으로 북단과 남단에 위치하고 있으며, 남단에 위치한 입지후보지 B, C는 구도심 지역에 해당됨

- 입지후보지 중심으로 주변 교육시설은 대학시설 기준 7개, 초·중·고등학교 37개, 유치원 58개가 분포된 것으로 파악됨

[표 V-11] 입지후보지 주변 교육시설 현황

(단위: 개)

구분	총합계	대학교	고등학교	중학교	초등학교	유치원 (단설포함)	특수학교
시설 수	132	7	14	16	36	58	1

출처: 목포비즈(<https://www.mokpo.go.kr/biz/medical/hospital>)



<그림 V-6> 입지후보지 주변 교육시설 분포 현황

1.4.4. 의료 및 쇼핑 시설 인프라

○ 입지후보지 주변 의료시설은 종합병원(병상 수 100개 이상) 5개 등으로 파악됨

[표 V-12] 입지후보지 주변 의료시설 분포 현황

(단위: 개)

구분	총합계	종합병원	기타 의료시설	비고
시설 수	278	5	273	<ul style="list-style-type: none"> • 종합병원 병상 수: 목포중앙병원 342개, 세안종합병원 352개, 국립목포병원 204개, 목포한국병원 577개, 목포기독병원 357개

주1) 기타의료시설은 가정의학과, 내과, 산부인과, 안과, 외과 등 세부 의료시설의 합계
출처: 목포비즈(<https://www.mokpo.go.kr/biz/medical/hospital>)



<그림 V-7> 입지후보지 주변 의료시설 분포 현황

○ 목포시 내 대형몰은 4곳, 전통시장은 7개가 분포되어 있음

[표 V-13] 목포시 쇼핑시설 현황

구분	시설명	주소
쇼핑시설	이마트	• 전남 목포시 옥암로 138 목포이마트
	홈플러스	• 전남 목포시 영산로 313 홈플러스목포점
	농협하나로마트	• 전남 목포시 선곡로 33
	롯데마트맥스	• 전남 목포시 원형서로 15 롯데마트맥스 목포점
전통시장	신중앙시장	• 전라남도 목포시 원산중앙로 51
	동부시장	• 전라남도 목포시 산정로 174
	목포중앙식료시장	• 전라남도 목포시 영산로121번길 34
	항동시장	• 전라남도 목포시 수강로12번길 2 외
	목포종합수산물시장	• 전라남도 목포시 해안로 265-4
	자유시장·남진야시장	• 전라남도 목포시 자유로 122
	청호시장	• 전라남도 목포시 석현동 1171

출처: 목포시청 (<https://www.mokpo.go.kr>), 목포BIZ, 2023.12.



<그림 V-8> 입지후보지 주변 쇼핑시설 분포 현황

1.4.5. 문화 시설 인프라

○ 입지후보지를 중심으로 다양한 문화시설 인프라가 있으며, 입지후보지 A안은 2023년 전국체전을 진행한 목포종합경기장이 위치해 있으며, 입지후보지 B, C안은 목포미식문화갤러리와 근거리에 위치하는 등 지역 주민이 이용하기 위한 문화시설 현황이 준수한 편임

[표 V-14] 입지후보지 주변 문화시설 현황

구분	시설 수	비고
총합계	62	
섬해변	8	<ul style="list-style-type: none"> 갯바위(해상보행교), 고하도 용머리, 목포대학교, 목포요트마리나, 영산강 하구둑, 외달도, 유달유원지, 평화광장
자연/생태/공원	14	<ul style="list-style-type: none"> 고하도 목화장체험장, 낙조대, 북항노을공원, 빛의거리, 삼학도, 양을산 산림욕장, 유달산, 유달산 노적봉, 유달산 조각공원, 이난영공원, 입암산, 춤추는 바다분수, 어민동산, 일등바위
도서관	8	<ul style="list-style-type: none"> 꿈나무작은도서관, 꿈돌이작은도서관, 목포공공도서관, 목포시립도서관, 반딧불작은도서관, 웅달샘작은도서관, 은하수작은도서관, 전남시각장애인도서관, 피터팬작은도서관
박물관/전시관	17	<ul style="list-style-type: none"> 국립해양문화재연구소, 김대중노벨평화상기념관, 난전시관, 남농기념관, 노적봉예술공원미술관, 목포근대역사관 1관, 목포근대역사관 2관, 목포생활도자박물관, 목포어린이바다과학관, 목포자연사박물관, 문예역사관, 특정자생식물원, 목포박물관, 성육기념관, 연희네슈퍼, 중요무형문화재전수교육관, 목포미식문화갤러리
체육시설	15	<ul style="list-style-type: none"> 국제축구센터, 88체육관, 목포시민문화체육센터, 목포실내체육관, 부주산체육시설, 부주산 국민체육센터, 유달시립테니스장, 유달시립정구장, 유달게이트볼구장, 유달검도체육관, 목포실내체육관 테니스장, 목포실내체육관 궁도장, 부주산 국제파크골프장, 부주산 국제클라이밍센터, 영산호 카누경기장

출처: 목포시청(<https://www.mokpo.go.kr>), 목포BIZ, 2023.12.



<그림 V-9> 입지후보지 주변 문화시설 분포 현황

1.4.6. 숙박 시설 인프라

○ 관광인프라를 수용할 숙박시설은 입지후보지 주변을 둘러싼 목포 전역에 분포하였으며, 대규모 컨벤션 관광호텔은 9개, 문화시설 컨벤션 4개, 준공 예정 호텔도 6개가 분포되어 있음

- 향토음식진흥센터 설립 후 대규모 행사 개최 등 연계 가능한 관광인프라 및 지역주민의 불편을 최소화할 숙박환경을 갖추고 있음

[표 V-15] 입지후보지 주변 숙박시설 현황

구분	총합계	문화시설 컨벤션	숙박시설	준공예정 호텔	컨벤션관광 호텔
시설 수	365	4	346	6	9

출처: 공공데이터포털, 『전라남도 목포시_숙박업소 현황_20230616』 및 목포시 내부자료.



<그림 V-10> 입지후보지 주변 숙박시설 분포 현황

2. 목포시 향토음식진흥센터 설립 및 운영지원 방안

2.1. 목포시 향토음식진흥센터 유치 환경분석 종합

- 제2장 향토음식 산업현황, 제3장 향토음식 정책추진 실태와 당면과제, 제4장 목포시 향토음식진흥센터 유치 당위성, 지역주민 지지도 등을 종합적으로 고려해 목포시 향토음식진흥센터를 둘러싼 SWOT 분석에 따른 대응전략을 구상함

[표 V-16] 향토음식진흥센터 환경분석 주요 시사점

구분	시사점
향토음식 산업화 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 국민 정서적 관점에서 향토음식 정체성 확립 (한식에 대한 협의적 인식 확인) • 향토음식과 유관산업 연계에 따른 높은 경제 효과 • 지방자치단체별 향토음식 육성을 위한 적극적 노력 • 향토음식 산업 규모 파악의 어려움
향토음식 정책 추진현황	<ul style="list-style-type: none"> • 향토음식 보존 및 발굴에 대한 정책 추진 필요 • 제한적인 지역음식 정책 → 한식진흥의 틀에서 개별적 지원 • 지방자치단체별 향토음식 육성의 효과 간과
전라남도 목포시 향토음식 경쟁력	<ul style="list-style-type: none"> • 압도적인 전라남도의 향토음식자원 보유(전국 최고 수준의 자원 보유) • 전라남도의 음식산업화를 위한 중장기적 정책적 노력 • 목포시의 미식관광 육성을 위한 노력 및 대중적 인지도 • 전남 주민의 향토음식진흥센터 설립 추진에 강한 지지도

2.1.1. 강점(Strengths)

- 전국 향토음식을 리드할 전남의 향토음식 정책적 타당성 보유
 - 전국 최초 남도음식 세계화 정책(※ 남도 맛 산업 육성 조례, 2008년 제정) 약 20년간 구축 및 22개 시/군 남도음식 관광인프라(※도지정 168개 남도음식명가 등)
 - 29년간 개최해온 대표 축제, ‘남도음식문화큰잔치’ 로 남도음식 브랜드 구축
 - 전라남도 농수산물 해외 판로 개척 및 성과 확대
 - 전국을 대표하는 높은 수준의 음식자원 및 산업화 수준
- 전라남도 목포시의 미식관광 인프라 및 대중적 인지도
 - 전라남도 전역을 연결하는 미식관광 인프라 구축(예, 목포미식문화갤러리 해관 1897 등)
 - 대한민국 4개 관광거점도시로 글로벌 미식관광 대표 도시로의 자리매김
 - 대한민국 최초 맛의도시 브랜드 특허권 보유 등 대중적 인지도 보유
 - 기획 중인 ‘2025년 남도국제미식산업박람회’를 활용한 전국 향토음식들의 향연 및 전국 단위 네트워크 구심점 역할 가능

○ 전라남도 및 목포시와 시민들의 적극적인 향토음식진흥센터 유치 의지

- 목포시 차원의 적극적인 향토음식진흥센터 유치 전략 수립
- 유치에 따른 정주 환경 제공을 위한 방안 강구
- 2024년부터 목포시청 내 미식산업TF팀 신설 등으로 지역음식 특화를 위한 부서 및 전문인력 배치
- 전라남도 및 목포시민은 향토음식진흥센터 유치에 대한 적극적인 지지를 표현

2.1.2. 약점(Weaknesses)

○ 향토음식 정책에 관한 정부의 역할 중복성 제기

- 한식과의 차별적인 개념 정립 요구
- 유사기관과의 정책사업 중복성 우려 제기

○ 제한적인 향토음식 지원책에 따른 향토음식 산업 육성 필요성 인지 미약

- 국가 단위 중심으로 수행된 한식진흥정책에 따라 지역별 향토음식이 독립적 정책 대상이 되어야 한다는 필요성 인지 미약

○ 수도권과 대비해 아쉬운 정주여건 한계

- 지방 공공기관 유치 시 가장 어려운 부분이 교통, 문화 시설 등의 정주환경에 대한 수도권과의 격차 문제임

2.1.3. 기회(Opportunities)

○ 한식(K-푸드)에 대한 글로벌 위상 및 관심 증가

- 한류 등에 따라 과거에 비해 한식에 대한 글로벌 위상이 매우 높아지고, 향후 다양한 한식 전반에 대한 선호도 및 수요도 급증할 것으로 예상

○ 국민 정서적 관점에서 한식에 대한 협의적 개념 요구

- 일반적으로 국민적 합의 및 공감대에 따라 정책이 추진되어야 함
- 한식 개념에 대한 차별적, 전통성, 지역성을 중시하는 국민의 협의적인 시각은 향토음식의 개념과 부합하는 것으로 파악됨

○ 향토음식과 산업연계에 따른 높은 경제적 가치

- 식재료, 관광, 식품 등의 유관산업 연계로 발생될 뛰어난 높은 경제적 가치

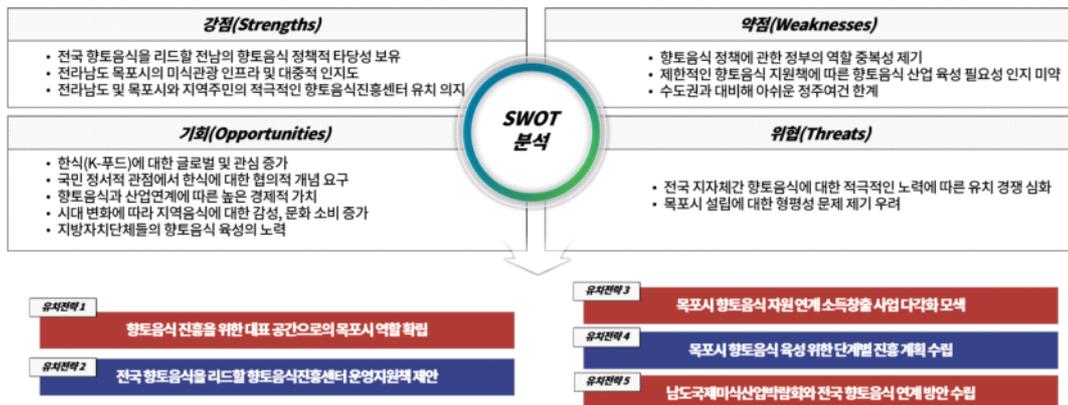
- 시대 변화에 따라 지역음식에 대한 감성, 문화 소비 증가
 - 지역관광, 음식소비에 대한 차별적인 문화소비를 지향하는 소비트렌드 증가
- 지방자치단체들의 향토음식 육성의 노력
 - 전국 지방자치단체들은 각 지역만의 정체성 확보를 위해 향토음식 육성 관련 조례 제정 및 운영 중
 - 전국적으로 추진 중에 있어 실태조사 규명에 따라 규모가 상당할 것으로 예상

2.1.4. 위협(Threats)

- 전국 지자체의 향토음식을 위한 높은 관심에 따른 센터 유치 경쟁 심화
 - 지역경제 활성화 등의 이유로 지자체의 향토음식 육성을 위한 높은 관심
- 목포시 설립에 대한 형평성 문제 제기 우려
 - 공공기관 지방 이전 또는 설립의 형평성 문제 제기 논리로서, 본 사업추진에 따른 지역산업 연계 및 혁신 창출이 어렵다는 인식 존재

2.1.5. SWOT 분석에 따른 목포시 유치전략

- 전국 향토음식 진흥을 위한 대표적 지자체로의 목포시 역할 확립
- 전국 향토음식을 리드할 향토음식진흥센터 운영지원책 제안
- 목포시 향토음식 자원과 연계할 수 있는 소득창출 사업 다각화 모색
- 목포시 향토음식 육성 위한 단계별 진흥 계획 수립
- ‘남도국제미식산업박람회’ 와 전국 향토음식 연계 방안 수립



<그림 V-11> SWOT 분석에 따른 목포시 유치전략

2.2. 향토음식진흥센터 역할의 이해

- 향토음식진흥센터는 완전히 새로운 정책적 개념이기보다는 지역 향토음식 발전뿐만 아니라, 한식산업 및 세계화라는 정책을 보조하는 역할이자 실효성을 높이기 위한 역할이 요구될 것으로 예상됨
 - 지방자치단체들간의 향토음식 육성 노력을 한데 집합시킬 수 있는 커뮤니티 공간이자 플랫폼 창구의 역할을 해야 할 것으로, 이를 지역사회와 연결하여 한식에 대한 보다 구체적인 정체성과 경제성(국내 소비 촉진)을 갖출 수 있도록 역할이 부여되어야 함
 - 향토음식진흥센터의 성공은 전국의 향토음식 육성 및 관리가 핵심일 것으로, 향토음식 발전정책 수립, 클러스터 조성 및 활성화 부분을 위한 향토음식 거점의 공간 및 플랫폼으로 각종 사업을 전개 및 통합지원의 기능을 강화해야 함



<그림 V-12> 목포시 향토음식진흥센터의 역할과 개념

2.3. 향토음식진흥센터 주요 사업 범위

- 기존 한식진흥원과의 기능이 중복될 수도 있다는 우려가 있어, 향토음식진흥센터의 출범에 따른 유사기관과의 사업 범위에 대한 명확한 분담이 필요함
 - 한식관련 정책사업을 살펴보면, 한식 전반을 아우르는 정책 속에서 향토음식을 지원하고 있으나, 그 범위가 매우 제한적임
 - 또한 국내와 국외의 정책사업 균형을 이루고 있으나, 전반적인 한식의 전체 범위를 다룸에 있어 상대적으로 해외 홍보와 관련된 사업으로 특화된 경향이 있음

[표 V-17] 한식정책 추진과제의 정책대상 및 범위 분석

구분	항목	정책수혜자					정책범위	
		국외		국내			한식 전반	향토 음식
		일반인	관련업체· 종사자	국민	관련업체· 종사자	기타		
한식진흥 기반의 조성	한식 콘텐츠 활성화	●	●	●	●		●	●
	한식 및 한식산업 실태조사				●		●	
	한식진흥 정보화 운영지원			●		●	●	
한식의 국내외 확산	해외한식당협의체 역할 강화		●				●	
	음식관광상품 개발/보급			●	●		●	●
	한식 국내외 확산 지원		●		●		●	
	한식문화공간 운영	●		●			●	●
	한국적 이미지 물품지원		●				●	
	장문화 유네스코 등재					●	●	
한식산업 경쟁력 강화	외국인 대상 한식 영상 공모전	●					●	
	한식 교육기관 지원사업				●		●	
	한식 교/강사 역량 강화				●		●	
	해외 한식인턴 취업지원		●				●	
	한식당 국산 식재료지원				●		●	●
	해외 우수 한식당 지정제		●				●	
	한식전문인력 해외진출		●				●	

출처: 2023년 농림축산식품부 세부사업 내용을 분석함

- 따라서 향토음식진흥센터의 주요 정책수혜대상은 전국 향토음식 관련 국내의 다양한 이해관계자이며 정책범위는 향토음식의 전반적인 진흥 및 발전에 중점을 두면서, 궁극적으로 한식 정책 및 사업의 보조역할을 충실히 하는 방향으로 수립될 것으로 예상함

[표 V-18] 향토음식진흥센터 정책사업의 범위

구분	한식진흥원	▶	향토음식진흥센터
개념	국가 단위 (국내외 전체)	▶	지역 단위 (국내 중심)
정책 수혜대상	한식전문인력, 국내외 한식당, 한식전문 교육기관 등	▶	전국 지방자치단체 향토음식 관련 이해관계자 전반
정책범위	<ul style="list-style-type: none"> • 한식진흥기반의 조성 • 한식의 국내외 확산 • 한식산업 경쟁력 강화 	▶	<ul style="list-style-type: none"> • 향토음식 육성 기반 조성 • 향토음식 산업 기반 강화 • 향토음식 산업 연계 확산

2.4. 목포시 향토음식 육성 위한 단계별 추진방안

- 향토음식 관련 정책은 국가적 차원의 한식진흥을 위한 일부 개별사업이나 몇몇 지방자치단체의 자체 사업으로만 진행되어 왔음
 - 이러한 향토음식이 한식과 같은 맥락에서 산업간 시너지 효과와 경제적 파급 효과를 유발할 수 있다는 점과 목포의 향토음식진흥센터 설립 추진 동력을 위

해서 향토음식 확산을 위한 정책사업 단계별 모델이 정립될 필요가 있음

- 2014년 01월 농림축산식품부도 ‘한식정책 발전방안’을 통해 새로운 한식정책 비전 및 추진과제를 제시한 바 있으며, 효과적인 한식 정책 추진을 위해 한식 정책의 범위와 확대를 제안한 바 있음
 - 현재는 향토음식진흥센터 설립으로 향토음식 산업 육성을 위한 정책추진의 초기 단계로, 향후 국내외 향토음식 확산과 발전을 목표로 단계별 발전 방안이 먼저 정립될 필요가 있음
- 목포시는 향토음식진흥센터에서 제안하는 기본방향을 준수하여, 대중화 → 산업화 → 세계화의 추진단계에 따라 목포시 중심의 단계별 향토음식 정책을 구현하도록 함

목포시 향토음식진흥센터

기본방향	남도·향토음식의 연구를 통해 한국음식문화의 정체성 확립과 대중화·산업화·세계화 추진		
추진단계	인지(대중화)	유발(산업화)	확산(세계화)
연계영역	문화/콘텐츠 ↓ 향토음식	향토음식 ↓ 식품/외식/관광	향토음식 → 한식 ↓ 향토식품 음식 관광 농축수산업
연계전략	향토음식 발굴 대중화 콘텐츠 개발/보급	향토음식 국내 시장 정착 기반 구축 향토음식(점) 등 정착 지원	산업 연계 확산
필요정책	<ul style="list-style-type: none"> · 향토음식 발굴/보전 · 향토음식 연구 DB화 · 향토음식(문화) 콘텐츠 국제홍보 	<ul style="list-style-type: none"> · 국내 향토음식 기반 강화(인력양성, 창업지원 등) · 향토음식 네트워크 구축(국내 수익장 출몰점 구축) 	<ul style="list-style-type: none"> · 국산 식재료 활용도 제고(수출) · 전통문화유산 연계 국외 확산(홍보) · 글로벌 관광 고객 연계(한국 내 소비 촉진)

<그림 V-13> 목포시 향토음식진흥센터 설립 유치에 따른 향토음식 산업 육성 단계

2.5. 향토음식 육성 추진방향 및 전략과제

- 향토음식진흥센터의 역할과 기능을 고려하여 다음과 같은 추진방향과, 4개의 전략과제를 도출함
 - 목포시는 향토음식진흥센터 설립에 따른 전략과제로 제안된 내용을 뒷받침할 수 있도록 시 차원에서 신설된 미식산업TF팀(2024~)등과 연계해 다양한 사업계획을 모색하고 있음

- 향후 향토음식진흥센터 추진에 따라 시 차원의 도움을 적극적으로 제안할 수 있도록 전략과제별 세부 추진 과제를 제안함(표 V-19)



추진방향	향토음식 통합적 관점 정책 운영	향토음식 맞춤형 내수 활성화 기반 구축	향토음식 산업 확산 위한 장기적 접근
추진단계	인지(대중화)	유발(산업화)	확산(세계화)
전략과제	정책추진체계 정비 → 향토음식 정책발전방안 수립		
	<ul style="list-style-type: none"> • 성공적인 향토음식진흥센터 지원 및 보조를 위해, 목포 향토음식 정책발전 방안 등을 수립하여, 향토음식 육성 관련 정책사업을 보다 명확하게 구상할 필요가 있음 		
	향토음식 정책 활성화(산업연계) 기반 수립		
	<ul style="list-style-type: none"> • 향토음식의 지역성과 연계할 수 있는 유관산업 부문을 보다 세부적으로 명시하여 종합적인 전략을 마련하도록 중장기 계획 등을 추진하도록 함 		
	향토음식 연구 및 조사 체계화 구축		
<ul style="list-style-type: none"> • 목포9美 아카이빙 구축 성과 등을 확장하여, 대중화 콘텐츠 개발 및 보급 등 향토음식 연구의 확장 및 신규 연구사업을 개발하도록 함 			
목포시 향토음식 클러스터 기획/조성/구축 총괄			
<ul style="list-style-type: none"> • 나열식으로 제시되고 있는 향토음식 관련 정책사업의 우선순위를 고려해, 목포시만의 향토음식 육성을 위한 전략을 마련하고 이에 따른 사업을 추진 및 지원 할 수 있는 네트워크 조성을 추진 			

<그림 V-14> 목포시 향토음식진흥센터 추진방향 및 전략과제

2.5.1. 추진방향

○ 추진방향 1: 목포 향토음식 통합적 관점 정책 운영

- 향토음식진흥센터의 정책 목표 달성을 용이하게 하고, 무엇보다도 성공적인 추진 동력을 위해서, 목포시의 향토음식 관련 정책을 통합적인 관점에서 접근할 수 있는 방안을 제안하도록 함

○ 추진방향 2: 목포 향토음식 맞춤형 내수 활성화 기반 구축

- 향토음식 진흥의 관점에서 민간역량 강화로의 정책을 강화할 수 있는 사업을 구상하여 한식 및 향토음식 진흥 위한 사업을 효과적으로 보조하도록 준비함
- 목포 향토음식 수요 측면의 국내 소비자와 공급 측면의 이해관계자 모두를 포함한 다양한 정책대상을 포함할 수 있도록 정책적 요구도와 필요도를 파악함

○ 추진방향 3: 목포 향토음식 산업 확산을 위한 장기적 접근

- 세계 주요국은 자국음식 정책을 통해 국가 인지도·이미지 제고 등 경제 활성화 위한 정책을 추진하고 있음
- 탄탄한 향토음식 기반 국내 인프라 구축과 장기적 안목에서 한식세계화를 지속적으로 지원할 수 있는 목포시 향토음식 육성 전략 수립과 추진을 기획함

2.5.2. 전략과제

○ 전략과제 1: 정책추진체계 정비

- 향토음식 사업추진의 효율성 제고를 위해 새롭게 개편되는 미식산업TF팀 내 향토음식진흥팀 부문을 신설 또는 분리하여 운영할 것을 제안하며, 향후 향토음식진흥센터에서 진행하는 사업의 범위를 세세하게 지원할 수 있도록 함
- 향토음식진흥센터는 국내 내수 중심에 중점을 둔 사업을 추진할 것으로, 향토음식의 개념(지역의 전통성, 역사성, 명인 등)으로 분류되는 사업 전반을 관장하고 그 관리를 강화할 것이 예상됨
- 목포시는 이를 뒷받침하기 위해 ‘목포 향토음식 정책발전 방안’을 수립하여, 향토음식 육성 관련 정책사업을 보다 명확하게 구상할 필요가 있음

○ 전략과제 2: 향토음식 정책 활성화(산업 연계) 기반 수립

- 한식 및 향토음식은 산업적 측면에서 농업, 식품, 외식, 관광, 콘텐츠 등 직접적 연관 산업이 광범위하여, 우리나라 식문화를 반영하는 요소와도 밀접한 관계를 지니는 부분에 대해서는 이미 잘 알려진 사실임
- 향토음식은 보다 지역적인 개념이 반영되는 부분으로, 목포시 추진 정책 중 향토음식과 연계할 수 있는 유관산업 부문을 보다 세부적으로 명시하여¹¹⁾ 종합적인 전략을 마련되도록 ‘목포시 향토음식 중장기 계획’을 추진함

○ 전략과제 3: 향토음식 연구 및 조사 체계화 구축

- 향토음식 보존 및 발굴에 관한 연구는 전국의 지방자치단체에서 산발적으로 추진됨에 따라, 종합적인 연구 조사체계 구축 및 추진이 어려웠을 것임
 - ※ 향토음식 산업규모는 전국 12개 시·도(시·군 포함)에서 향토음식 관련 조례를 제정하여 운영 중으로, 그 규모와 성과가 상당할 것으로 예상됨
- 향토음식진흥센터 설립 후에는 향토음식 R&D, 콘텐츠 개발·보급, 프로그램

11) 농림축산식품부는 제4차 수출확대전략회의 ‘K-Food+ 수출 확대 전략’에서 K-Food 플러스를 한국 농식품을 뜻하는 K-Food에 스마트팜, 농기자재, 동물용 의약품 등 전후방산업을 더(+))해서 농식품산업과 연관산업을 수출전략 산업으로 육성하겠다는 의미라고 정의하여 지원방안을 세부적으로 제시하였음

개발, 향토음식 메뉴얼 제작 등 연구조사 부문의 다각화가 추진될 것이 예상됨

- 목포시는 기존의 목포9美 아카이빙 구축 성과 등을 확장하여, 대중화 콘텐츠 개발 및 보급 등 향토음식 연구의 확장 및 신규 연구사업을 개발하도록 함

○ 전략과제 4: 목포시 향토음식 클러스터 기획·조성·구축 총괄

- 향토음식 클러스터는 전국 향토음식 육성 현황 및 실태를 파악할 수 있도록 네트워킹 구축 관점에서 기능을 담당하도록 구성될 것이 예상됨
- 따라서 향토음식진흥센터는 전국 지방자치단체와 소통, 협업 구조를 위한 클러스터 구축이 핵심으로 한식의 총화인 향토음식의 대중화, 산업화, 세계화를 실현할 수 있는 플랫폼의 공간으로 향토음식진흥센터의 기능과 역할이 발휘되어야 함
- 목포시에 위치한 향토음식진흥센터에 가장 큰 지원을 해줄 수 있는 것이 목포시 내 향토음식 네트워크일 것으로, 목포시의 향토음식 클러스터 구축 및 전라남도의 남도음식 클러스터 구축 등을 위한 협업구축 사업을 추진함
- 목포시만의 향토음식 산업 육성을 위한 전략을 마련하고 사업을 추진할 수 있는 네트워크 조성을 추진하는 것이 향토음식진흥센터를 효과적으로 지원할 수 있는 체계임

[표 V-19] 향토음식진흥센터 유치 위한 목포시 전략과제

추진과제	추진시기
● 전략과제 1: 정책추진체계 정비	
- 목포 향토음식 산업 육성 및 발굴 조례 제정	2024~
- 남도 맛 산업 육성 조례 개정 검토	도 건의
- 향토음식진흥팀 신설 추진	2025~
● 전략과제 2: 향토음식 정책 활성화(산업연계) 기반 수립	
- 목포 향토음식 중장기 육성 계획 수립(2024~)	2024~
- 맛의도시 목포 향토음식 대중화, 산업화 학술대회 개최	2025~
● 전략과제 3: 향토음식 연구 및 조사 강화	
- 목포 9美 아카이빙 대중화 콘텐츠 개발	2025~
- 목포 으뜸맛집/명인 제도 및 운영 현황 연구	2024~
- 목포 향토음식 활용 산업화(생산/유통) 개발 및 활용전략 연구	2024~
- 목포 향토음식 산업실태조사 추진	2024~
● 전략과제 4: 향토음식 클러스터 기획/조성/구축 총괄	
- 남도음식진흥 협의회(산/학/관) 구성	도 건의
- 목포 향토음식클러스터(행정구역별) 지정 및 지원	2025~
- 목포에서 출발하는 남도미식 맛 지도 제작 보급	2026~
- 목포 9美 푸드콘테스트 확대 개최 (예, 목포 미식그랑프리 등)	2026~
- 비짓목포 APP 목포미식관광로드 서비스 도입	2027~

6장

요약 및 결론

1. 지역균형발전
2. 정책의 일관성
3. 사업 추진의지 및 선호도
4. 결론

6장

요약 및 결론

1. 지역균형발전

- 목포시는 지역발전에 필요한 SOC(사회간접자본) 및 공공인프라 여건은 양호하나 지속적인 인구유출이 심화됨에 따라 지방소멸 위기에 따른 지역균형발전 측면에서 외생적 수요를 창출할 수 있는 신성장 동력이 필요함
 - 전라남도와 목포시는 인구감소 및 고령화가 빠르게 진행되고 있으며, 목포시의 지역 내 총생산의 비중은 전남 내에서 증가하는 추세이나, 전국과 대비해서는 감소하고 있음
 - 따라서 향토음식진흥센터 유치에 따른 지역균형발전 효과가 있을 것으로 사료됨
- 목포시 인구는 최근 20년간(2000~2020년) 2만 5,827명이 감소(-10.3%)하였으며, 연평균 2.7%의 감소율을 보이고 있음
 - 최근 20년간 전국 인구는 증가하는 추이이나, 전남 및 목포시는 감소하고 있음

[표 VI-20] 전라남도 및 목포시 인구변화 추이

(단위: 명, %, 2000년 대비)

구분	2000년	2005년	2010년	2015년	2020년	증감		연평균 증감율
						증감	증감율	
전국	45,985,289	47,041,434	47,990,761	51,069,375	51,829,136	5,843,847	12.7	3.0
전라남도	1,994,287	1,815,174	1,728,749	1,799,044	1,788,807	-205,480	-10.3	-2.7
목포시	250,336	244,543	248,694	239,524	224,509	-25,827	-10.3	-2.7

출처: 통계청, 인구총조사(2000~2020)

- 2022년 기준 전라남도 시군구의 인구증가율 현황을 살펴보면 목포시를 포함한 전라남도 대부분의 시군구 인구가 감소함
 - 나주시와 광양시, 영암 및 영광군은 인구가 전년대비 유사한 수준이거나 증가

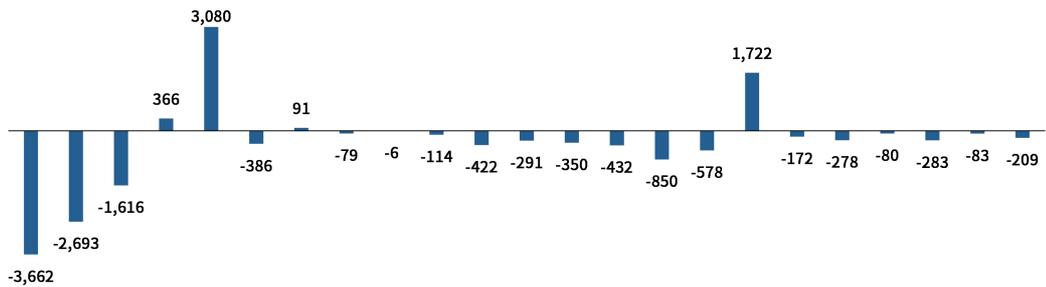
[표 VI-21] 전라남도 인구증가율 현황

구분	대상지역	
0.0% 이상	나주시, 광양시, 영암군, 영광군	
-2.0% 이상 0.0% 미만	목포시, 여수시, 순천시, 담양군, 곡성군, 고흥군, 화순군, 강진군, 해남군, 무안군, 함평군, 장성군, 완도군, 진도군, 신안군	
-2.0% 미만	구례군, 보성군, 장흥군	

출처: 법무부, 인구증가율(2022)

- 목포시의 최근 10년간(2013~2022년) 인구 순이동률은 꾸준한 마이너스 성장세를 보이고 있는데, 이는 매년 전입보다 전출 인구가 더 많다는 것을 의미함
 - 목포시는 22개 시·군 중 전출 인구의 평균(10개년)이 가장 높아, 지역소멸 위기에 대응하고 인구의 안전적 성장을 위한 제도적 장치가 반드시 필요한 시점임

[표 VI-22] 전라남도 인구 순이동률 추이



전남 목포 여수 순천 나주 광양 담양 곡성 구례 고흥 보성 화순 장흥 강진 해남 영암 무안 함평 영광 장성 완도 진도 신안 (단위: %)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	평균
전라남도	-2,306	-596	3,936	-3,205	-3,047	-8,030	-8,788	-9,754	-4,487	-345	-3,662
목포시	-4,999	-2,468	-1,282	-1,005	-3,335	-1,854	-2,207	-5,255	-4,140	-385	-2,693
여수시	-1,534	-968	-1,330	-1,651	-2,581	-2,866	-305	-2,004	-2,176	-744	-1,616
순천시	1,257	982	982	-649	529	-27	-47	2,713	-138	-1,947	366
나주시	-50	3,150	7,566	6,168	5,756	3,746	998	1,232	1,840	398	3,080
광양시	-344	-529	475	1,319	-291	242	-200	-5,230	-1,161	1,860	-386
담양군	-158	-83	-50	375	305	-101	-43	53	450	158	91
곡성군	351	-54	167	-58	10	-222	-450	-478	-108	57	-79
구례군	165	270	314	294	308	-162	-350	-588	-107	-203	-6
고흥군	-202	-220	-228	-185	4	-143	-114	-200	-144	289	-114
보성군	-432	-268	-254	-525	-339	-485	-933	-441	-313	-226	-422
화순군	-410	-889	-762	-249	-318	-411	-893	174	690	158	-291
장흥군	632	447	571	-2,492	-198	-494	-457	-484	-734	-294	-350
강진군	1	-91	-974	-829	-621	-500	-587	-365	-305	-50	-432
해남군	-408	-625	-753	-997	-1,278	-1,303	-1,086	-991	-675	-382	-850
영암군	-1,088	-291	-763	-1,107	-1,278	-689	74	-598	-187	151	-578
무안군	3,718	2,439	606	-123	1,004	-616	-586	5,337	5,493	-53	1,722
함평군	60	-351	23	-227	213	-584	-249	-453	-193	39	-172
영광군	568	-650	-351	-433	-603	-431	-200	-667	-658	650	-278
장성군	120	41	123	-191	183	-138	174	-1,017	-494	403	-80
완도군	-54	-258	97	-183	-231	-330	-485	-372	-682	-334	-283
진도군	-46	-39	-75	-122	-39	-223	-242	782	-699	-128	-83
신안군	547	-141	-166	-335	-247	-439	-600	-902	-46	238	-209

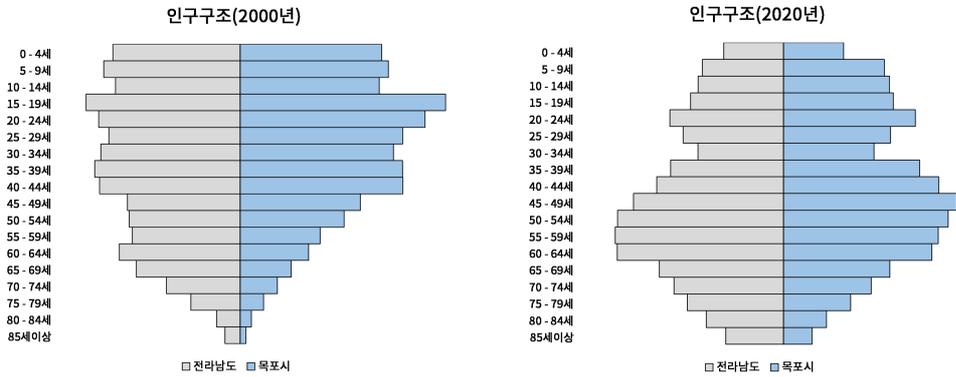
출처: 통계청, 인구동향조사(2013~2022), 국내인구이동통계(2013~2022) 참고하여 작성

- 목포시의 경제활동 인구(15~64세) 비율은 2000년 이후 2.0%p 감소하였으나, 노인인구(65세 이상)는 10.3%p 증가함

[표 VI-23] 전라남도 및 목포시 연령별 인구구조 변화

(단위: %, %p, 2000년 대비 2020년 기준)

구분	구분	2000년	2005년	2010년	2015년	2020년	증감	연평균 증감율
전국	15세 미만	21.0	19.1	16.2	13.6	12.1	-8.9	-10.2
	15~64세	71.7	71.6	72.5	73.4	71.9	0.2	3.1
	65세 이상	7.3	9.3	11.3	13.0	16.0	8.7	25.2
전라남도	15세 미만	19.8	18.7	16.0	13.2	11.7	-8.2	-14.8
	15~64세	66.6	63.7	63.6	66.1	65.2	-1.4	-3.2
	65세 이상	13.6	17.7	20.4	20.7	23.1	9.6	11.2
목포시	15세 미만	21.9	21.2	18.6	15.5	13.5	-8.4	-13.7
	15~64세	71.6	70.3	70.7	71.4	69.6	-2.0	-3.4
	65세 이상	6.5	8.5	10.7	13.1	16.9	10.3	23.3



출처: 통계청, 인구총조사(2000~2020)

- 전국 대비 전라남도 지역 내 총생산 비중은 2000년 5.2%에서 2020년 4.1%로 1.1%p 감소하였음
 - 목포시 지역 내 총생산 비중은 전라남도의 5.9% 수준에 그치고 있으나 증가하는 추이를 보임

[표 VI-24] 지역내총생산 및 1인당 지역내총생산 추이

(단위: 백만 원, 천 원, %)

구분	구분	2000년	2005년	2010년	2015년	2020년
전국	지역내총생산	906,476,368	1,157,478,093	1,432,683,907	1,660,844,316	1,842,426,414
	1인당 GRDP	13,952	19,902	26,788	32,556	37,515
전라남도	지역내총생산	47,559,118	56,104,942	67,644,440	68,878,376	74,972,494
	1인당 GRDP	15,446	23,953	34,768	38,339	43,957
	전국대비 비중	5.2	4.8	4.7	4.1	4.1
목포시	지역내총생산	-	2,409,403	3,260,328	3,797,895	4,444,220
	1인당 GRDP	-	-	-	-	-
	전남대비 비중	-	4.3	4.8	5.5	5.9

출처: 통계청, 지역소득(2000~2020); 전라남도, 전라남도지역내총생산(2005~2020)

- 목포시의 도로 현황은 전국 및 전라남도 포장률과 대비해 우수한 편임
 - 2022년 목포와 무안국제공항을 잇는 4차로 확포장 공사가 마무리되어 개통되었으며, 항공 이용객 이동성 등 지리적 접근성은 지속 향상되고 있음
 - ※ ‘무안국제공항 진입도로 4차로 확장 포장’ 공사 완료로 2022년 1월 1일 개통
 - 게다가 2025년 완공 목표로 호남고속철도 2단계 사업(서울~목포 2시간)이 추진되고 있어 수도권 접근성이 향상되고, 국토균형발전에 큰 기여가 예상됨

[표 VI-25] 도로현황

(단위: m, %)

구분		2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
포장도로	전국	95,523,412	96,455,801	98,683,177	99,605,417	100,472,146
	전라남도	8,499,008	8,528,077	8,709,219	8,832,446	9,078,034
	목포시	367,085	367,234	368,780	370,200	370,200
전체개통도	전국	102,465,180	103,192,237	104,828,225	105,083,017	105,562,663
	전라남도	9,485,293	9,499,262	9,607,287	9,654,314	9,688,942
	목포시	367,085	367,234	368,780	370,200	370,200
도로포장률	전국	93.2	93.5	94.1	94.8	95.2
	전라남도	89.6	89.8	90.7	91.5	93.7
	목포시	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주) 도로포장률=포장도로/전체개통도*100
출처: 국토교통부, 도로포장률(2018~2022)

2. 정책의 일관성

2.1. 관련계획 및 상위계획과의 부합성

- 중앙정부가 주요 계획을 수립할 때는 관련법뿐만 아니라 상위계획과의 연관성을 검토하며, 해당사업과 상위계획과의 연관성 또는 부합성을 검토하는 것은 사업추진의 타당성을 판단할 근거가 될 수 있음
 - 해당사업과 상위계획과의 연관성 또는 부합성을 검토해 사업 타당성을 판단함
- 국가단위 한식이 지역단위로 세분화하여 육성 및 산업화한다는 접근방식이 어느 정도 인정되어 ‘향토음식진흥센터’ 설립 추진이 구체적으로 논의되었으며, 정부 주도의 한식진흥 사업의 성과를 강화할 수 있다는 측면에서 향토음식진흥센터 설립은 상위계획의 구체적 실천 방향성과 일치하는 계획이라 판단될 수 있음
 - 2022년 농림축산식품부 한식진흥 및 음식관광활성화 예산 편성 내역: 남도 등 향토음식진흥원 타당성 연구 용역(200백만원)
 - ※ 2023년도 농림축산식품부 예산 및 기금운용계획 사업설명자료 참고함

- 본 사업이 전라남도 또는 목포시 중점의 향토음식진흥센터로 기획되어 추진되는 것이 아닌 전국적으로 향토음식을 육성할 수 있는 한식진흥원 부설기관(지역)으로의 역할이 강조되었음
 - 따라서 향후 제시될 센터의 실천 과제에 대한 지원 등이 뒷받침될 수 있는 지역 여건에 대한 적절성 및 필요성을 제안하는 것이 요구되었음
- 전라남도와 목포시는 그동안 지역의 향토음식 활성화를 위해 다양한 정책을 추진해왔을 뿐만 아니라, 지방재정의 어려운 여건에서도 다양한 정책을 추진해 와 향토음식진흥센터 설립 추진 목적과 유치 당위성에 있어서, 지역 정책계획과 상위계획이 일치한다 볼 수 있음
 - 특히 「한식진흥법」과 「남도 맛 산업 기본 조례」의 제정 목적과 정의가 일치 및 부합하며, 이는 전라남도에서 장기간 향토음식 육성을 위해 상위계획에 부합하는 정책을 주도해 왔다는 근거로 제시될 수 있음
 - 「한식진흥법」은 법률 제16553호로 2019년 8월 27일 제정하였으며, 「남도 맛 산업 육성 기본 조례」는 전라남도 조례 제3240호로 2008년 9월 26일 최초 제정된 이래로, 2015년 7월 13일 제3938호로 일부 개정되었음

[표 III-26] 한식진흥법과 남도 맛 산업 육성 기본 조례의 목적과 정의

조항	한식진흥법	남도 맛 산업 육성 기본 조례
제1조 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 이 법은 한식(韓食) 및 한식산업의 진흥과 발전에 필요한 사항을 정하여 한식산업의 경쟁력을 강화함으로써 국민의 삶의 질 향상과 국가경제 발전에 이바지함을 목적으로 함 	<ul style="list-style-type: none"> • 이 조례는 전라남도(이하 “도”라 한다)의 고유한 남도음식문화를 계승·발전시키고, 이를 남도 맛 산업으로 승화시켜 지역경제 발전과 농어업·농어촌의 활력 회복에 기여함을 목적으로 함
제2조 정의	<ul style="list-style-type: none"> • 1. “한식”이란 우리나라에서 사용되어 온 식재료 또는 그와 유사한 식재료를 사용하여 우리나라 고유의 조리방법 또는 그와 유사한 조리방법을 이용하여 만들어진 음식과 그 음식과 관련된 유형·무형의 자원·활동 및 음식문화를 말함 	<ul style="list-style-type: none"> • 2. “남도음식”이란 지역성과 전통성을 기반으로 도내에서 생산되는 농수산물을 주원료 또는 주재료로 하여 예로부터 전승되어 오는 원리에 따라 제조·가공·조리되어 우리 지역 고유의 맛·향 및 색을 내는 전통음식과 남도음식의 현대화 및 세계화를 위해 도내에서 생산되는 음식재료와 여러 가지 요리법들을 혼합해서 새로운 맛을 창조해 낸 음식을 포함하여 말함
	<ul style="list-style-type: none"> • 2. “한식산업”이란 한식과 관련된 기획·개발·생산·유통·소비·수출 등의 산업을 말함 	<ul style="list-style-type: none"> • 1. “남도 맛 산업”이란 우리나라 맛의 대명사인 남도음식의 전통과 이미지를 현대적으로 계승하여 전남의 친환경 농수산물의 생산 및 유통, 2차 식품제조·가공 및 3차 음식서비스 등 식생활과 관련한 모든 산업을 말함

출처: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>, 검색일: 2023.11.15.).

2.2. 지역경제와 음식자원

○ 전라남도는 전국 최고 수준의 음식자원을 보유한 지역으로, 전국에서 농림축수산자원의 경쟁력이 매우 높고, 음식관련 산업군이 지역 핵심산업으로 자리잡고 있음

- 특별히 친환경 농축산물 인증 농가 및 출하량은 전국에서 20% 이상의 점유율을 차지하고 있으며, 수산물의 경우는 전국의 60% 수준을 담당하는 등 전국에서 독보적인 음식자원의 경쟁력을 보유하고 있는 지역임 (표 IV-15 참고)

○ 목포시의 산업구조는 90% 이상이 3차산업으로, 향후 향토음식진흥센터 설립 시 목포시 SOC 부문과 연계한 다양한 산업 연계 시너지 효과가 기대됨

[표 VI-27] 전라남도 및 목포시 산업구조

(단위: 백만 원, %)

구분		1차 산업 (농업, 임업 및 어업)		2차 산업 (광공업)		3차 산업 (사회간접자본 및 기타 서비스업)	
		비중		비중		비중	
전라남도	2005년	3,685,926	9.8	13,947,099	36.9	20,129,700	53.3
	2020년	5,456,460	7.9	21,805,461	31.5	41,856,597	60.6
목포시	2005년	48,932	2.1	123,119	5.4	2,114,525	92.5
	2020년	79,967	1.9	225,715	5.4	3,875,636	92.7

주) 생산액 기준, 당해년가격 기준
출처: 전라남도, 전라남도지역내총생산(2005, 2020)

- 2022년 기준 목포시 취업자의 81.1%는 3차산업에 종사하고 있음

[표 III-28] 전라남도 및 목포시 산업별 취업구조

(단위: 천 명)

산업별	전라남도		목포시	
	비중		비중	
취업자 수	1,010	100.0	111	100.0
1차산업(농업, 임업 및 어업)	234	23.2	4	3.6
2차산업(광공업)	99	9.8	17	15.3
3차산업(사회간접자본 및 기타서비스업)	678	67.1	90	81.1

주) 목포시 취업자는 2022년 하반기를 기준으로 함
출처: 통계청, 경제활동인구조사(2022); 통계청, 지역별고용조사(2022)

- 전라남도 농가는 28만호로 전국 농가의 13.2% 수준이며 어가인구는(해수면 36.1%, 내수면 19.7%) 전국에서 가장 높은 수준(1위)을 차지

[표 VI-29] 전라남도 및 목포시 농가 및 어가 인구

(단위: 호, 가구, 명, %, 전국대비)

구분	농가			어가 (해수면 어업)			어가 (내수면 어업)		
	농가인구	비중		어가인구	비중		어가인구	비중	
전국	1,035,193	2,314,064	100.0	43,149	97,062	100.0	2,872	7,170	100.0
전라남도	136,972	280,060	13.2	15,574	35,357	36.1	567	1,432	19.7
목포시	2,086	5,055	0.2	647	1,598	1.5	16	39	0.6

출처: 통계청, 농림어업조사(2020); 전라남도, 전라남도통계연보(2020)

3. 사업 추진의지 및 선호도

- 공공기관의 설립 및 추진 여부를 판단함에 있어 사업의 정체성뿐만 아니라 수행의 주체, 관련 지방자치단체, 지역주민이 사업에 대해 얼마나 큰 관심을 가지고 있는지와 사업을 추진하고자 하는 의지가 얼마나 강인가도 중요한 정책적 고려사항으로 검토되고 있음
 - 특히 공공기관 설립은 특정 지역에서 구조물로 형상화되므로, 사업에 대한 선호도와 관련해 다양한 의견이 제기될 수 있으며, 지역별로 유치 경쟁이 치열하고, 추진 주체에 따라서 조화를 이루지 못할 개연성은 매번 존재하는 영역임
- 따라서 본 연구도 수행주체와 지역주민의 사업에 대한 선호도 및 추진의지를 분석하여 제시하였음
 - 실제적인 객관적 지표로 제시하는데는 한계가 있으나, 본 사업에 대한 이해와 관심을 연구수행 주체(목포시)와 회의를 통해 파악하였고, 지역주민의 적극적인 유치 지지도를 확인할 수 있는 설문조사 결과도 분석하여 제시함(부록 3 참고)

3.1. 전라남도

- 전라남도는 남도 등 향토음식진흥센터 설립에 대한 필요성과 당위성을 가장 먼저 제안한 지역임
 - 지역이 가진 큰 강점(전국 최대의 음식산업단지 이자 향토음식 세계화를 위한 노력 등)을 활용해 정부의 한식진흥 사업을 보조할 수 있는 남도 등 향토음식 부문의 지역단위 산업화 체계를 구축하고자 하는데 큰 의미를 두고 있음
- 부차적으로 상대적으로 낙후된 지역에 센터 설립이 추진되길 바라며, 그에 따른 경제적 파급효과와 남도음식의 경쟁력 강화도 기대하고 있음. 본 사업의 성공적 추진을 지역공약으로 제시한 바 있어 본 사업에 대한 적극적인 추진의지를 확인할 수 있음
 - 전라남도 2023년 주요 업무계획 중 「전남 농수축산물을 미래 생명산업으로 육성」의 목표 아래, 본 센터의 성공적 유치를 위한 계획을 제안하였음(표 IV-2 참고)
 - (주요계획 내용) 향토음식진흥센터 설립으로 K-미식벨트 생태계 조성

3.2. 목포시

- 향토음식진흥센터의 입지부지가 존재하는 전라남도 목포시의 경우에는 본 사업과 관련해 지역에 향토음식과 큰 관련성이 있는 목포미식문화갤러리-해관 1897-, (재)목포수산식품연구센터 등이 위치해 있는 지역 3곳을 선별

해, 향후 향토음식진흥센터와 지역음식의 연계성과 상징성, 성장전망을 제시하고자 본 연구를 추진하였음

- 연구 검토 결과 향토음식진흥센터는 ‘입지후보지 C’에 위치하는 것이 센터 설립의 근본적 취지 및 정체성과 가장 잘 부합하는 것으로 예상됨
- 특히, 입지후보지 C는 목포미식문화해관갤러리와 인접해 있어 음식관련 유관 산업의 인적·물적 네트워크를 강화할 수 있는 상징적 의미를 지니고 있음

[표 VI-30] 목포시 입지후보지 제공 계획

입지후보지	위치	제공 계획
A	• 전남 목포시 대양동 1177-17(시유지)번지, 대양산단 공공청사 부지	• 건물 신축
B	• 전남 목포시 금동2가 6-1, 7-1번지, 신안교육지원청	• 건물 매입 후 리모델링
C	• 전라남도 목포시 향동 2-4번지, 구)해양교통안전공단 목포지사 건물	

○ 도와 동일하게 향토음식진흥센터 유치로 부차적으로 발생될 지역의 경제적 파급효과를 기대하고 있으며, 목포시는 향후 지역공모 형태 등 센터 유치에 대응하기 위한 자료 준비에 적극적이고, 변함없이 본 센터 유치를 위한 매우 강한 추진 의지를 지니고 있음

- 목포시는 본 연구를 통해 제시된 향토음식진흥센터 지원을 위한 방향과 관련해 제시된 세부 사업을 면밀하게 검토하여 추진할 것으로, 특히 정책추진체계 정비, 향토음식 중장기 발전계획 수립에 적극적인 추진 의사를 제안하였음
- 목포시는 2024년부터 미식산업TF팀을 개편하였으며, 도와 시에서 공동으로 추진 중인 2025년 개최 남도미식산업박람회 및 향토음식진흥센터 유치와 관련해 전문적으로 지원할 예정이며, 지역 향토음식에 대한 전문성을 한층 더 강화하려는 강한 추진의지를 지니고 있음

3.3. 지역주민의 지지도

○ 전라남도 및 목포시의 지역주민은 향토음식진흥센터가 지역에 유치되는 것과 관련해 높은 지지율을 보였으며 국가 차원에서 향토음식의 육성 필요성에 대해서는 더욱 높은 수준의 긍정비율을 보였음

- 이는 지역주민들이 지역 음식에 대한 자부심이 높고, 적극적인 홍보 등을 통해 경제성 창출 측면의 정책적 활동에 동의하고 지지하는 것으로 유추해볼 수 있음

[표 VI-31] 향토음식진흥센터 설립 지지도 설문조사 결과 요약

설문항목	결과
• (가칭)향토음식진흥센터 전라남도 내 유치 지지율	• 긍정 75.9%
• 향토음식 보존과 체계적 발전 위한 지방부설 센터 설립 필요성	• 긍정 73.7%

4. 결론

- 2008년 전라남도는 ‘남도 맛 산업 육성 기본 조례’ 를 통해 전국 어느 지역보다도 남도음식 산업화 및 세계화를 위한 선도적인 정책을 추진해왔으며, 남도 등 향토음식진흥센터 건립 필요성에 대한 당위성을 가장 먼저 부여한 지역이 전라남도임
 - 전라남도는 약 30년간 개최해온 남도음식문화큰잔치 등의 남도음식 육성에 관한 정책적 관심과 지역주민의 지지를 토대로 현재까지 일관된 정책을 추진해왔으며, 그에 따른 성과로 남도음식에 대한 브랜드 인지도를 정립해 왔음
 - 이러한 전라남도의 정책적 노력에 가장 크게 발맞춰온 목포시는, 전국 최초 맛의 도시를 선포하여, 그 역할을 인정받아 2019 한국관광혁신대상 콘텐츠 부문 최우수상을 수상하였으며, 맛의 도시 목포라는 도시브랜드 특허권을 보유하고, 이를 토대로 목포만의 향토음식을 통한 다양한 부가가치 사업을 수행해왔음
- 향토음식은 전국 지방자치단체에서 지역의 정체성을 구현하기 위해 육성해오고 있는 것이 파악되었고, 지역관광 등과 연계해 부가가치를 창출에 기여하고 있음
 - 전국의 지방자치단체를 중심으로 향토음식을 육성하기 위한 노력을 전개해왔으나, 보다 국가적인 관점에서 추진되어온 한식진흥의 정책이 지역적인 관점에서 세세하게 지원되기는 어려웠을 것임. 현재는 이러한 중요성을 인지하여 향토음식진흥센터 설립의 필요성이 인정되었음
 - 향토음식이 영향을 미치는 국가적 지역적 경제효과가 인정되며, 공공적 성격을 지닌 국가 차원의 체계적인 지원 운영책이 마련된다면, 향후 국가경제 전반에 긍정적 효과를 야기함은 물론 정부가 추진하는 K-푸드 글로벌 경쟁력 강화 등의 상위계획에 부합하는 결과를 창출할 것으로 예상됨
- 향토음식진흥센터를 유치하고자 하는 목포시의 입지 근거에 따르면 다양한 긍정적 효과를 기대해 볼 수 있음
 - 접근성 측면에서 살펴보면, 목포시는 전국에서 3시간 이내 접근이 가능하며, 2025년 완공을 목표로 추진되는 호남고속철도 2단계 사업(서울~목포 2시간) 이 완료되면, 전국에서 2시간 이내에 목포시로의 접근이 가능함
 - 기능성 측면에서, 전라남도 나주 혁신도시에 위치한 국가단위 R&D 기관 인프라(한국농촌경제원, 한국농수산식품유통공사 등)와 연계를 통해 시너지 효과를 극대화할 수 있음
 - 또한 인접 지역인 전라북도에 위치한 한국식품산업클러스터진흥원, 한국식품연

- 구원과 연계를 통하여 식품산업으로의 후방산업 육성 또한 기대해 볼 수 있음
- 마지막으로 부가가치 창출 측면에서, 목포시에서 추진하는 대단위 사업(대한민국 4대 관광거점도시, 2025년 남도미식산업박람회 국제행사 개최 등)과 연계하고, 국가등록 문화재(제786호)로의 역사적 상징성을 지닌 목포미식문화갤러리(해관 1897) 인프라, 약 30년간 육성해 온 남도음식 22개 시·군 네트워크(남도음식평가 등)와 연계한 각종 향토음식 연계 사업의 부가가치 창출도 가능함
- 향토음식진흥센터는 한식진흥원 부설의 형태로 설립될 것이며 전라남도 및 목포시는 센터 설립에 대한 지지도와 의지가 매우 높고, 성공적인 센터 설립 및 운영을 위한 예산 확보 및 입지 부지 확보 방안 등을 검토하였음
- 전국 향토음식의 대중화, 산업화, 세계화와 농가소득 증대, 외식산업 경쟁력 강화 등의 센터설립 목적 달성을 위해서라도 향토음식진흥센터설립은 반드시 필요한 사업이며, 전국의 향토음식 경쟁력을 강화를 리드할 수 있는 지역 경쟁력을 확보한 목포시에 위치해야 할 당위성이 충분함
- 향토음식진흥센터의 목포시 유치는 무엇보다 지역경제 활성화에 직·간접적으로 기여할 것으로 기대되며, 목포 중심의 향토음식 지역산업 커뮤니티(communitiy)가 확장될 수 있는 구심적 역할을 하게 될 것임
- 센터는 음식 관련 산업을 중심으로 지역과 도시의 발전을 도모할 수 있는 구심적 역할을 할 것으로, 목포에 특화된 음식자원 인프라 구축을 통해 유관지역산업(1차-2차-3차-6차)에 효과적으로 작용해, 경제활동을 이끌게 될 것임
 - 이미 목포는 생산구조의 90% 이상이 서비스업이 차지하고 있는 서비스산업 중심의 도시로, 목포의 주요한 관광자원인 아름다운 자연과 독특한 문화에 더해, ‘목포의 맛’이라는 브랜드 확장을 통해 관광객과 고객의 만족도를 확장시키는 데 향토음식진흥센터 역할이 중요하게 작용될 것임
 - 하드웨어적인 측면뿐만 아니라, ‘맛의도시 목포’ 브랜드를 확장하는 관광문화 예술 콘텐츠로 성공할 수 있는 가능성의 길을 열게 할 것이며, 목포지역의 향토음식 관련 분야에 고부가가치 및 다양한 경제활동의 가치를 생성할 것임
 - 목포시 향토음식진흥센터는 목포시 음식자원의 소비자부터 생산자까지의 산업활동을 총체적으로 지원하는 인프라 역할을 수행할 것이며, 목포음식의 핵심적인 경제적 효과는 향후 기업 유치 및 생산, 제품의 경쟁력 제고 효과를 가져올 것임
- 향토음식진흥센터 건립으로 인한 국가적 편익은 지역 내수 관점에서 국내산 식재료 활성화가 매우 기대되며, 국내외 관광객에게 진정한 한식을 경험할 수 있는 기회와 홍보, 만족도 높은 한국관광 효과를 증진할 수 있어 궁극적으로 한식진흥 사업을 지원하고, 국가경제에 이바지 할 수 있을 것임

부록

부록 1. 전라남도 및 목포시 일반현황

부록 2. 향토음식 자원 현황

부록 3. 설문결과

부록 4. 설문조사지

부록 1

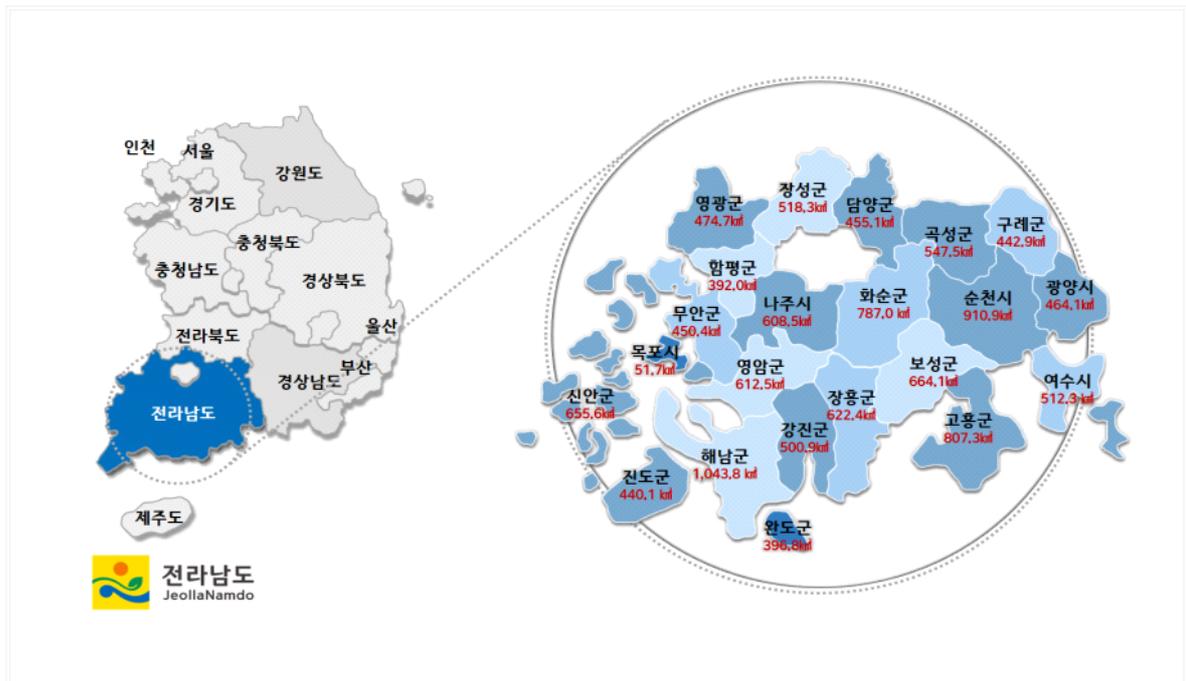
전라남도 및 목포시 일반현황

1. 지역 일반현황

1.1. 도시 개요

1.1.1. 전라남도 목포시 위치

- 전라남도 동쪽은 소백산맥을 기준으로 경남과 경계를 이루고, 서쪽은 노령산맥의 구룡성 저산지로 전북과 경계를 이루고, 광주광역시를 둘러싸고 있음
 - 전라남도 총면적은 12,360.5km²로 남한 면적의 12.3%에 해당하며, 총면적 중 임야는 56.1%, 농경지는 25.7%이고, 염전의 경우 전국의 56.9% 비중을 차지
- 목포시는 전라남도 남서단 영산강 하구에 위치하여 동쪽과 남쪽은 영산호(榮山湖)에 면해 영암군을 마주하고 있으며, 서쪽은 많은 도서들로 이루어진 신안군, 북쪽은 무안군과 인접함



<부록 그림 1-1> 전라남도 목포시 위치

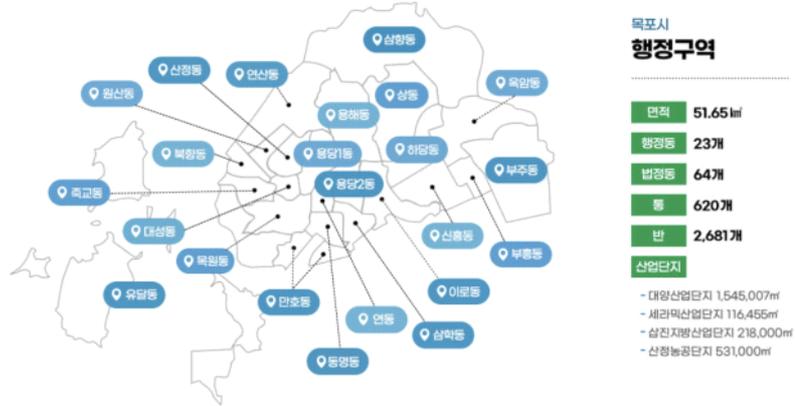
1.1.2. 목포시 행정구역

- 총면적: 전라남도 12,348.09km², (전국의 12.3%), 목포시 51.62km² (전남의 0.4%)
- 행정구역: 행정동 23개, 법정동 64개, 통 620개, 반 2,681개 외 4개 산업단지
 - 대양산업단지는 목포시 향토음식진흥센터 입지후보지 1안의 위치임

[부록 표 1-1] 목포시 행정구역

(기준: 2021. 12.31)

총면적(km ²)		행정구역	산업단지(km ²)
전라남도	목포시		
12,348.09 (전국의 12.3%)	51.65 (전남의 0.4%)	<ul style="list-style-type: none"> • 행정동 23개 • 법정동 64개 • 통 620개 • 반 2,681개 	<ul style="list-style-type: none"> • 대양산업단지 1,545,007 • 세라믹산업단지 116,455 • 삼진지방산업단지 218,000 • 산정농공단지 531,000



출처: 목포시청 홈페이지

1.2. 인문·사회 환경

1.2.1. 인구 및 세대수 현황

- 목포시 인구는 최근 5년간 지속적인 감소세를 보이고 있음
 - 인구 및 세대: 21만 6,939명 (전남의 11.9%), 10만 4,039세대 (전남의 11.5%)

[부록 표 1-2] 전라남도 및 목포시 인구수 및 세대수

(단위: 호, 명, 비중(전남 대비 목포 %), 전년대비)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증감		
						증감	증감률	
세대수	전라남도	860,303	872,628	893,152	903,108	907,710	4,602	0.5
	목포시	101,609	102,481	103,316	103,162	104,039	877	0.9
	비중	11.8	11.7	11.6	11.4	11.5	-	-
인구수	전라남도	1,882,970	1,868,745	1,851,549	1,832,803	1,817,697	-15,106	-0.8
	목포시	232,327	229,861	224,044	218,589	216,939	-1,650	-0.8
	비중	12.3	12.3	12.1	11.9	11.9	-	-

출처: 행정안전부, 주민등록인구현황(2018~2022)

1.2.1.1. 전입 및 전출

○ 최근 5개년 간 전라남도 및 목포시의 인구 순유출이 일어남

- 2022년 기준 전남 순이동 인구는 345명, 목포시는 385명으로 전출초과(부)를 보임

[부록 표 1-3] 전라남도 및 목포시 이동인구

(단위: 명, %, 전년대비)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증감		
						증감	증감률	
전라남도	총전입	224,384	224,483	239,016	223,619	191,956	-31,663	-14.2
	총전출	232,414	233,271	248,770	228,106	192,301	-35,805	-15.7
	순이동	-8,030	-8,788	-9,754	-4,487	-345	4,142	-92.3
	시도간전입	89,411	88,069	87,803	85,048	75,640	-9,408	-11.1
	시도간전출	97,441	96,857	97,557	89,535	75,985	-13,550	-15.1
목포시	총전입	33,446	30,963	35,366	31,899	27,306	-4,593	-14.4
	총전출	35,300	33,170	40,621	36,039	27,691	-8,348	-23.2
	순이동	-1,854	-2,207	-5,255	-4,140	-385	3,755	-90.7
	시도간전입	7,414	7,101	7,479	7,520	6,920	-600	-8.0
	시도간전출	9,882	9,334	9,285	8,448	7,708	-740	-8.8

주) 순이동: 전입신고건수 - 전출신고건수

출처: 통계청, 국내인구인동통계(2018~2022)

○ 2022년 기준 전라남도와 유사 지방자치단체의 인구 순이동 비율은 -0.02%로 유출인구가 유입인구보다 많았음

- 목포시는 전라남도 전체 인구 순이동 비율(-0.02%)보다 큰 -0.18%로 나타남

[부록 표 1-4] 2022년 전라남도 및 유사 지방자치단체 인구 및 순이동

(단위: 명, %)

구분	전체인구	시도간전입	시도간전출	순이동	인구 대비 순이동비율
전국	51,439,038	2,173,605	2,173,605	-	-
서울특별시	9,428,372	430,576	465,916	-35,340	-0.37
부산광역시	3,317,812	104,892	118,454	-13,562	-0.41
대구광역시	2,363,691	81,567	93,086	-11,519	-0.49
인천광역시	2,967,314	155,221	127,120	28,101	0.95
광주광역시	1,431,050	55,458	63,100	-7,642	-0.53
대전광역시	1,446,072	75,421	78,417	-2,996	-0.21
울산광역시	1,110,663	36,584	46,120	-9,536	-0.86
세종특별자치시	383,591	40,237	30,109	10,128	2.64
경기도	13,589,432	541,845	497,963	43,882	0.32
강원특별자치도	1,536,498	75,874	68,380	7,494	0.49
충청북도	1,595,058	76,181	70,980	5,201	0.33
충청남도	2,123,037	116,696	102,382	14,314	0.67
전라북도	1,769,607	55,511	60,626	-5,115	-0.29
전라남도	1,817,697	75,640	75,985	-345	-0.02
목포시	216,939	6,920	7,708	-385	-0.18
경상북도	2,600,492	110,012	117,678	-7,666	-0.29
경상남도	3,280,493	106,942	125,489	-18,547	-0.57
제주특별자치도	678,159	34,948	31,800	3,148	0.46

주) 인구 대비 순이동비율=순이동/전체인구*100

출처: 통계청, 국내인구인동통계(2018~2022)

1.2.1.2. 시·군별 인구 현황

- 2022년 기준 전라남도 인구는 총 181만 7,697명으로, 시·군별 총인구는 순천시, 여수시, 목포시 순으로 많음
 - 전남의 인구는 전년대비 1만 5,106명(0.8%) 감소, 목포시는 1천 650명(0.8%) 감소함
 - 전라남도에서 인구가 증가한 시·군은 광양시, 영광군 2곳임

[부록 표 1-5] 전라남도 시군별 인구 현황

(단위: 명, %, 전년대비)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2022년		
						구성비	증감	증감률
전라남도	1,882,970	1,868,745	1,851,549	1,832,803	1,817,697	100.0	-15,106	-0.8
목포시	232,327	229,861	224,044	218,589	216,939	11.9	-1,650	-0.8
여수시	283,300	282,786	280,242	276,762	274,765	15.1	-1,997	-0.7
순천시	279,389	279,598	282,189	281,436	278,737	15.3	-2,699	-1.0
나주시	113,839	114,664	115,613	116,726	116,456	6.4	-270	-0.2
광양시	156,564	156,750	151,769	150,531	152,168	8.4	1,637	1.1
담양군	46,917	46,535	46,280	46,180	45,792	2.5	-388	-0.8
곡성군	29,624	28,887	28,039	27,535	27,060	1.5	-475	-1.7
구례군	27,117	26,563	25,719	25,235	24,655	1.4	-580	-2.3
고흥군	65,777	64,913	63,922	62,762	61,880	3.4	-882	-1.4
보성군	42,803	41,420	40,482	39,375	38,471	2.1	-904	-2.3
화순군	63,933	62,737	62,522	62,624	62,024	3.4	-600	-1.0
장흥군	39,312	38,563	37,800	36,547	35,650	2.0	-897	-2.5
강진군	36,144	35,286	34,597	33,753	33,177	1.8	-576	-1.7
해남군	71,901	70,354	68,806	67,166	65,831	3.6	-1,335	-2.0
영암군	54,731	54,593	53,699	52,937	52,395	2.9	-542	-1.0
무안군	81,991	81,105	86,132	91,107	90,608	5.0	-499	-0.5
함평군	33,420	32,861	32,050	31,274	30,784	1.7	-490	-1.6
영광군	54,127	53,852	53,099	51,985	52,197	2.9	212	0.4
장성군	45,795	45,739	44,464	43,365	43,146	2.4	-219	-0.5
완도군	51,477	50,689	49,916	48,631	47,597	2.6	-1,034	-2.1
진도군	31,219	30,715	31,227	30,066	29,507	1.6	-559	-1.9
신안군	41,263	40,274	38,938	38,217	37,858	2.1	-359	-0.9

출처: 행정안전부, 주민등록인구현황(2018~2022)

1.2.1.3. 연령별 인구 현황

- 전라남도 인구는 매년 감소하는 추세로, 유소년(1~14세) 인구와 생산가능(15~64세) 인구는 각각 4.5%, 1.5% 감소하였고, 고령인구(65세 이상)는 2.8% 증가함
 - 목포시의 유소년 인구와 생산가능 인구는 전년대비 각각 4.9%, 1.3% 감소하였으며, 고령인구는 4.5% 증가함
 - 전년대비 고령인구 증가 비율은 전남보다 목포시가 1.4%p 높음

[부록 표 1-6] 전라남도 및 목포시 연령별 인구현황

(단위: 명, %, 전년대비)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	구성비	증감	증감률
전라남도	1,882,970	1,868,745	1,851,549	1,832,803	1,817,697	100.0	-15,106	-0.8
유소년 (1-14세)	225,639	218,428	212,331	204,976	195,765	10.8	-9,211	-4.5
생산가능 (15-64세)	1,244,199	1,227,769	1,203,338	1,182,629	1,164,451	64.1	-18,178	-1.5
고령인구 (65세 이상)	413,132	422,548	435,880	445,198	457,481	25.2	12,283	2.8
목포시	232,327	229,861	224,044	218,589	216,939	100.0	-1,650	-0.8
유소년 (1-14세)	33,540	32,256	30,332	28,446	27,044	12.5	-1,402	-4.9
생산가능 (15-64세)	163,966	161,518	155,885	151,080	149,090	68.7	-1,990	-1.3
고령인구 (65세 이상)	34,821	36,087	37,827	39,063	40,805	18.8	1,742	4.5

출처: 행정안전부, 주민등록인구현황(2018~2022)

1.3. 주거 환경

- 2022년 기준 전국 주택 수는 1천 9,155만 호로, 구성비는 아파트(64.0%), 단독주택(20.2%), 다세대주택(11.9%), 연립주택(2.8%), 비거주용건물내주택(1.1%) 순임
 - 전라남도 주택 수는 총 82만 4,065호로, 이 중 단독주택(48.6%), 아파트(46.3%) 순임
 - 목포시 총주택 수인 9만 7,311호(전남의 11.8%) 중 아파트(7만 1,014호) 비중이 73.0%로 가장 높음

[부록 표 1-7] 전라남도 및 목포시 주택 현황

(단위: 호, (%)

구분	주택(계)	단독주택	아파트	연립주택	다세대주택	비거주용 건물내주택
전국	19,155,585 (100.0)	3,860,997 (20.2)	12,268,973 (64.0)	530,985 (2.8)	2,283,238 (11.9)	211,392 (1.1)
전라남도	824,065 (100.0)	400,085 (48.6)	381,917 (46.3)	17,670 (2.1)	11,303 (1.4)	13,090 (1.6)
목포시	97,311 (100.0)	20,991 (21.6)	71,014 (73.0)	1,842 (1.9)	1,829 (1.9)	1,635 (1.7)

출처: 통계청, 주택총조사(2022)

1.4. 산업·일자리 특성

1.4.1. 경제활동인구 현황

- 2022년 기준 전라남도 경제활동인구는 1,033천 명, 취업자는 1,010천 명임

- 목포시의 경제활동인구는 113천명으로 전남의 10.9%를 차지하고, 취업자는 111천명으로 전남의 11.0%를 차지함

[부록 표 1-8] 전라남도 및 목포시 경제활동 인구 현황

(단위: 천 명, %)

구분	전국	전라남도	전남 대비		
			전국 대비 비중	목포시	목포 비중
15세이상인구	45,260	1,525	3.4	190	12.5
경제활동인구	28,922	1,033	3.6	113	10.9
취업자	28,089	1,010	3.6	111	11.0
실업자	833	23	2.8	2	8.7
비경제활동인구	16,339	491	3.0	78	15.9
경제활동참가율	63.9	67.8	-	59.2	-
실업률	2.9	2.2	-	1.6	-
고용률	62.1	66.3	-	58.2	-
15-64세 고용률	68.5	71.2	-	64.5	-

주) 목포시 경제활동인구는 2022년 하반기를 기준으로 함

출처: 통계청, 경제활동인구조사(2022); 통계청, 지역별고용조사(2022)

1.4.2. 구인구직 특성

- 2022년 기준 목포시 신규구인인원은 1만 5,234명, 신규구직건수는 23,403건임

[부록 표 1-9] 전라남도 및 목포시 구인인원 및 구직건수 현황

(단위: 명, 건)

구분	구인인원			구직건수		
	월평균	총계	비중	월평균	총계	비중
전국	276,442	3,317,302	100.0	390,340	4,684,080	100.0
서울특별시	37,958	455,497	13.7	60,917	731,003	15.6
부산광역시	16,370	196,438	5.9	33,230	398,757	8.5
대구광역시	9,763	117,153	3.5	19,524	234,291	5.0
인천광역시	14,819	177,825	5.4	25,015	300,178	6.4
광주광역시	5,773	69,281	2.1	10,777	129,327	2.8
대전광역시	3,978	47,730	1.4	10,461	125,536	2.7
울산광역시	6,201	74,407	2.2	11,460	137,518	2.9
세종특별자치시	2,035	24,418	0.7	2,292	27,498	0.6
경기도	79,195	950,344	28.6	102,139	1,225,672	26.2
강원특별자치도	7,960	95,524	2.9	10,868	130,420	2.8
충청북도	12,954	155,444	4.7	11,291	135,486	2.9
충청남도	14,836	178,035	5.4	12,956	155,470	3.3
전라북도	11,594	139,130	4.2	15,707	188,486	4.0
전라남도	11,507	138,088	4.2	11,018	132,219	2.8
목포시	1,270	15,234	0.5	1,950	23,403	0.5
경상북도	16,761	201,133	6.1	19,404	232,842	5.0
경상남도	21,983	263,790	8.0	28,394	340,726	7.3
제주특별자치시	2,755	33,065	1.0	4,888	58,651	1.3

출처: 한국고용정보원, 워크넷구인구직 및 취업동향(2022)

1.4.3. 취업자 및 사업체 현황

○ 2022년 기준 전라남도 취업자 수는 101만 명으로 전국 대비 3.6%를 차지하며, 목포시는 11.0만 명으로 전남 내에서 11.0%을 차지함

- 전라남도는 농업, 임업 및 어업의 취업자 수가 전국 대비 15.3%로 큰 폭 차지하며, 목포시는 전남대비 광공업이 17.2%로 가장 큰 폭 차지함

[부록 표 1-10] 전라남도 및 목포시 산업별 취업자

(단위: 천 명, %)

산업별	전국	전라남도	전국 대비 전남 비중	목포시	
				전남 대비 목포 비중	
취업자 수	28,089	1,010	3.6	111	11.0
농업, 임업 및 어업	1,526	234	15.3	4	1.7
광공업	4,512	99	2.2	17	17.2
사회간접자본 및 기타서비스업	22,051	678	3.1	90	13.3
건설업	2,123	69	3.3	9	13.0
도소매·숙박음식점업	5,495	178	3.2	24	13.5
사업·개인·공공서비스 및 기타	10,944	354	3.2	45	12.7
전기·운수·통신·금융	3,490	77	2.2	12	15.6

주) 목포시 취업자는 2022년 하반기를 기준으로 함

출처: 통계청, 경제활동인구조사(2022); 통계청, 지역별고용조사(2022)

○ 2022년 기준 전라남도 총 종사자 수는 86만 2,369명, 목포시는 8만 7,430명임

- 목포시는 상용종사자 비율이 55.3%로 가장 높고, 다음으로 자영업자, 무급가족 비율이 31.2%로 전남보다 6.5%p 높음

[부록 표 1-11] 전라남도 및 목포시 종사상지위별 취업자

(단위: 명, %)

구분	전국		전라남도		목포시	
	비중		비중		비중	
계	25,217,392	100.0	862,369	100.0	87,430	100.0
자영업자, 무급가족	5,343,709	21.2	209,994	24.4	27,271	31.2
상용종사자	16,229,139	64.4	516,065	59.8	48,308	55.3
임시 및 일용근로자	2,764,807	11.0	101,978	11.8	8,492	9.7
기타종사자	879,737	3.5	34,332	4.0	3,359	3.8

출처: 통계청, 전국사업체조사(2022)

1.4.4. 사업체 및 종사자 현황

○ 2022년 기준 전라남도 사업체 수는 23만 6,470개, 종사자 수는 86만 2,369명이고, 목포시의 사업체 수는 2만 8,662개, 종사자 수는 8만 7,430명임

- 목포시는 전체 사업체 수 중 도매 및 소매업이 7,173개(25.0%)로 가장 많으며, 종사자 수는 보건업 및 사회복지 서비스업이 1만 4,913명(17.1%)이 가장 많음

[부록 표 1-12] 전라남도 및 목포시 사업체 수, 종사자 수 현황

(단위: 개, 명, %)

구분	전라남도				목포시			
	사업체 수	비중	종사자 수	비중	사업체 수	비중	종사자 수	비중
전산업	236,470	100.0	862,369	100.0	28,662	100.0	87,430	100.0
농업, 임업 및 어업	2,380	1.0	11,161	1.3	16	0.1	136	0.2
광업	828	0.4	2,547	0.3	2	-	-	-
제조업	18,103	7.7	128,548	14.9	1,437	5	4,824	5.5
전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업	12,391	5.2	20,119	2.3	206	0.7	391	0.4
수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료 재생업	801	0.3	7,745	0.9	46	0.2	618	0.7
건설업	25,825	10.9	101,571	11.8	2,975	10.4	6,704	7.7
도매 및 소매업	53,903	22.8	106,690	12.4	7,173	25	13,449	15.4
운수 및 창고업	24,579	10.4	52,334	6.1	3,784	13.2	6,579	7.5
숙박 및 음식점업	36,745	15.5	80,072	9.3	4,789	16.7	10,412	11.9
정보통신업	1,693	0.7	9,673	1.1	217	0.8	1,175	1.3
금융 및 보험업	1,957	0.8	20,386	2.4	282	1	3,121	3.6
부동산업	5,544	2.3	14,004	1.6	833	2.9	2,303	2.6
전문, 과학 및 기술 서비스업	4,542	1.9	23,279	2.7	559	2	2,198	2.5
사업시설 관리, 사업 지원 및 임대 서비스업	4,340	1.8	26,230	3.0	580	2	2,017	2.3
공공행정, 국방 및 사회보장 행정	1,265	0.5	53,967	6.3	78	0.3	5,128	5.9
교육 서비스업	7,808	3.3	56,496	6.6	1,082	3.8	6,854	7.8
보건업 및 사회복지 서비스업	6,573	2.8	96,420	11.2	796	2.8	14,913	17.1
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	5,149	2.2	16,486	1.9	747	2.6	1,662	1.9
협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	22,044	9.3	34,641	4.0	3,060	10.7	4,944	5.7

출처: 통계청, 전국사업체조사(2022)

1.4.5. 지역내총생산(GDPR) 현황

1.4.5.1. 전국 GDPR 현황

○ 최근 5년간 전국 지역내총생산은 꾸준히 증가함

- 전라남도의 경우도 지역내총생산은 지속적인 증가세를 보이며, 2022년 기준 전라남도 지역내총생산은 90조 9,457억 2,600만 원으로 전년대비 2.9% 증가
- 목포시는 2021년 기준 4조 5,940억 원으로 추산됨

[부록 표 1-13] 전국 시도별 지역내총생산 변화

(단위: 백만 원, %, 전년대비)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증감율
전국	1,902,527,946	1,927,421,209	1,944,644,393	2,083,794,973	2,165,717,327	3.9
서울특별시	423,742,112	435,927,212	444,544,909	472,040,199	485,747,866	2.9
부산광역시	89,979,896	93,012,134	91,286,486	97,805,911	104,296,833	6.6
대구광역시	56,714,479	58,094,694	57,725,389	60,987,154	63,189,445	3.6
인천광역시	88,735,401	90,040,500	89,615,465	98,670,502	104,497,088	5.9
광주광역시	39,805,406	41,519,553	42,068,384	43,742,580	45,220,109	3.4
대전광역시	41,308,348	43,092,218	44,393,136	46,716,590	49,565,822	6.1
울산광역시	73,647,537	74,654,628	69,363,394	77,973,813	86,255,074	10.6
세종특별자치시	11,101,861	11,855,276	12,703,589	13,971,642	14,497,052	3.8
경기도	479,822,189	477,413,452	491,298,336	529,210,829	546,816,496	3.3
강원특별자치도	46,925,797	48,822,640	48,656,564	51,207,169	52,530,574	2.6
충청북도	69,636,876	69,419,635	69,583,769	75,289,387	79,423,941	5.5
충청남도	115,534,184	113,488,325	115,531,056	125,416,447	128,488,050	2.4
전라북도	50,595,318	51,997,535	52,820,485	55,955,855	57,793,375	3.3
전라남도	75,424,584	76,948,280	78,819,152	88,383,883	90,945,726	2.9
목포시	4,222,818	4,530,502	4,444,220	4,594,091	-	3.4
경상북도	108,782,638	106,805,459	105,771,509	113,285,841	115,341,457	1.8
경상남도	110,720,199	114,020,931	110,847,012	112,949,668	120,060,310	6.3
제주특별자치도	20,051,121	20,308,737	19,615,758	20,187,503	21,048,109	4.3

주) 목포시 전년대비 증감율은 2020년 대비 2021년임

출처: 통계청, 지역소득(2018~2022); 전라남도, 전라남도지역내총생산(2018~2021)

1.4.5.2. 전국 1인당 GDPR 현황

○ 전국 1인당 지역내총생산 역시 꾸준히 증가하는 추세임

○ 전라남도의 경우도 1인당 지역내총생산은 지속적인 증가를 보이며, 1인당 지역내총생산은 2022년 기준 5,142만 2,000원으로 전년대비 3.7% 증가

[부록 표 1-14] 전국 시도별 1인당 지역내총생산 변화

(단위: 천 원, %, 전년대비)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증감율
전국	36,866	37,274	37,515	40,271	41,948	4.2
서울특별시	43,664	45,118	46,221	49,680	51,612	3.9
부산광역시	26,464	27,577	27,204	29,395	31,611	7.5
대구광역시	23,151	23,883	23,910	25,543	26,736	4.7
인천광역시	30,194	30,584	30,367	33,551	35,295	5.2
광주광역시	26,654	27,799	28,433	29,779	30,900	3.8
대전광역시	27,214	28,561	29,757	31,590	33,682	6.6
울산광역시	63,793	65,112	60,895	69,392	77,511	11.7
세종특별자치시	36,570	35,802	36,473	38,157	37,875	-0.7
경기도	36,821	36,064	36,521	38,879	39,969	2.8
강원특별자치도	30,856	32,192	32,026	33,679	34,426	2.2
충청북도	43,016	42,704	42,667	46,123	48,616	5.4
충청남도	53,006	51,874	53,078	57,622	58,937	2.3
전라북도	27,797	28,835	29,252	31,187	32,464	4.1
전라남도	42,131	43,402	43,957	49,572	51,422	3.7
경상북도	40,677	40,082	39,887	42,896	43,886	2.3
경상남도	32,993	34,040	33,186	34,046	36,501	7.2
제주특별자치도	30,721	30,792	29,334	29,988	31,150	3.9

출처: 통계청, 지역소득(2018~2022)

1.4.5.3. 전라남도 경제활동별 GDPR 현황

○ 전라남도의 지역내총생산은 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있으며, 총부가가치는 2022년 기준 80조 9,520억 100만 원으로 전년대비 4.2% 증가함

[부록 표 1-15] 전라남도 경제활동별 지역내총생산 변화

(단위: 백만 원)

시도별	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
지역내총생산	75,424,584	76,948,280	78,819,152	88,383,883	90,945,726
총부가가치	65,977,459	68,043,950	69,118,518	77,722,075	80,952,001
농업, 임업 및 어업	5,179,868	5,001,268	5,456,460	6,068,063	5,468,764
광제조업	23,726,917	23,011,409	21,805,461	28,597,124	32,627,926
광업	124,221	120,953	151,752	163,360	153,089
제조업	23,602,696	22,890,456	21,653,709	28,433,764	32,474,837
전기, 가스, 증기 및 공기 조절 공급업	2,079,859	2,081,723	2,422,350	1,690,366	-613,899
건설업	4,812,006	5,990,552	6,903,640	6,157,362	5,984,991
서비스업	30,178,809	31,958,998	32,530,607	35,209,160	37,484,219
도매 및 소매업	2,412,255	2,434,516	2,294,168	2,295,436	2,317,319
운수 및 창고업	2,580,079	2,799,180	2,821,555	4,148,527	4,739,846
숙박 및 음식점업	1,274,934	1,383,712	1,234,432	1,282,987	1,617,964
정보통신업	1,131,281	1,174,797	1,266,033	1,332,499	1,369,578
금융 및 보험업	2,224,061	2,202,593	2,267,221	2,522,523	2,812,052
부동산업	2,543,769	2,680,194	2,710,459	2,664,244	2,705,675
사업서비스업	2,454,421	2,675,356	2,643,079	2,942,820	2,951,705
공공 행정, 국방 및 사회보장 행정	7,293,857	7,772,964	8,224,443	8,524,334	9,266,374
교육 서비스업	3,501,675	3,687,689	3,770,865	3,954,328	3,911,357
보건업 및 사회복지 서비스업	2,995,650	3,247,962	3,364,958	3,539,387	3,724,956
문화 및 기타서비스업	1,766,827	1,900,035	1,933,394	2,002,075	2,067,393

출처: 통계청, 지역소득(2018~2022)

1.4.5.4. 목포시 경제활동별 GDPR 현황

- 목포시의 지역내총생산은 2017년에 비해 2021년 증가하는 추세를 보이고 있으며, 총부가가치는 2021년 기준 4조 3,692억 600만 원임
 - 2022년 기준 서비스업의 부가가치는 3조 8,203억 8,100만 원으로 총부가가치의 87.4%를 차지함

[부록 표 1-16] 목포시 경제활동별 지역내총생산 변화

(단위: 백만 원)

시도별	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
지역내총생산	4,100,412	4,222,818	4,530,502	4,444,220	4,594,091
총부가가치	3,919,027	4,048,975	4,329,996	4,181,320	4,369,206
농업, 임업 및 어업	52,932	91,956	68,956	79,967	61,674
광제조업	186,811	190,082	189,630	225,715	207,543
광업	9,968	3,810	1,048	1,009	2,310
제조업	176,843	186,272	188,582	224,706	205,233
전기, 가스, 증기 및 공기 조절 공급업	22,696	18,360	19,413	32,872	24,981
건설업	207,394	255,768	319,441	286,109	254,628
서비스업	3,449,194	3,492,808	3,732,558	3,556,655	3,820,381
도매 및 소매업	323,876	324,973	315,854	284,414	278,670
운수 및 창고업	226,468	204,781	210,976	232,174	310,048
숙박 및 음식점업	186,536	170,659	206,939	156,173	155,533
정보통신업	119,460	120,089	111,977	130,757	145,051
금융 및 보험업	297,155	316,326	318,976	285,489	338,657
부동산업	360,443	338,567	379,720	297,053	318,543
사업서비스업	214,106	221,196	227,561	198,231	231,711
공공 행정, 국방 및 사회보장 행정	602,689	645,528	711,488	718,221	738,031
교육 서비스업	467,057	471,284	499,158	507,452	526,131
보건업 및 사회복지 서비스업	513,203	536,514	603,690	607,116	643,449
문화 및 기타서비스업	138,201	142,891	146,219	139,575	134,557

출처: 전라남도, 전라남도지역내총생산(2017~2021)

1.5. 공공인프라 현황

1.5.1. 교통문화지수

- 교통문화지수는 교통을 이용하는 운전자·보행자 등의 습관 및 행동 양식을 지수화한 것으로 3개 항목, 18개 평가지표를 조사·분석해 100점 만점으로 계량화한 수치를 의미함
- 2022년 기준 전라남도의 교통문화지수는 81.05점으로 전국보다 0.13점 낮음
 - 목포시의 교통문화지수는 81.81점으로 전라남도(81.05점)와 전국(81.18점)보다 양호한 높은 수준으로 나타남

[부록 표 1-17] 전라남도 및 목포시 교통문화지수

(단위: 점)

구분	계	운전행태영역	교통안전영역	보행행태영역
전국	81.18	46.81	17.25	17.12
서울특별시	80.43	46.58	16.56	17.29
부산광역시	83.40	47.23	18.74	17.43
대구광역시	82.51	47.09	19.06	16.35
인천광역시	83.74	48.65	17.59	17.50
광주광역시	81.64	46.57	18.42	16.65
대전광역시	83.26	47.51	18.67	17.08
울산광역시	82.23	46.95	18.36	16.92
세종특별자치시	81.38	45.35	19.79	16.25
경기도	80.81	46.63	16.94	17.23
강원특별자치도	81.63	47.59	16.89	17.14
충청북도	82.29	48.07	17.44	16.78
충청남도	79.08	45.77	16.95	16.36
전라북도	77.36	43.58	16.33	17.45
전라남도	81.05	47.03	16.90	17.13
목포시	81.81	47.38	17.05	17.39
경상북도	77.88	45.70	15.28	16.91
경상남도	83.81	47.22	18.96	17.63
제주특별자치도	84.20	46.89	20.73	16.58

출처: 국토교통부, 교통문화지수(2022)

1.5.2. 교육 인프라 현황

- 2022년 기준 전라남도의 유아 천 명당 보육시설 수는 17.1개, 목포시는 유아 천 명당 보육시설 수가 23.1개로, 전남(17.1개) 및 전국(17.3개)보다 높음

[부록 표 1-18] 전라남도 및 목포시 보육시설 현황

(단위: 개, 명)

구분	유아 천 명당 보육시설 수	보육시설 수	주민등록인구 (0~5세)
전국	17.3	30,923	1,791,788
서울특별시	16.7	4,712	282,707
부산광역시	15.0	1,547	102,950
대구광역시	14.6	1,139	77,883
인천광역시	15.9	1,697	106,904
광주광역시	17.6	940	53,473
대전광역시	19.4	1,013	52,168
울산광역시	15.7	656	41,857
세종특별자치시	13.7	327	23,853
경기도	17.7	9,438	533,496
강원특별자치도	18.0	906	50,371
충청북도	17.4	972	55,804
충청남도	19.6	1,516	77,210
전라북도	19.1	1,024	53,699
전라남도	17.1	999	58,305
목포시	23.1	154	6,665
경상북도	17.7	1,463	82,877
경상남도	19.1	2,123	111,035
제주특별자치도	16.6	451	27,196

주) 유아 천명당 보육시설 수=(보육시설 수/주민등록인구(0~5세))*1,000

출처: 보건복지부(2022)

- 2022년 목포시의 학생 1천 명당 교육기관 수는 유치원 17.6개, 초등학교 2.3개, 중학 및 고등학교 2.2개로 전국 대비 교육 인프라가 우수함

[부록 표 1-19] 전라남도 및 목포시 교육기관 인프라 현황

(단위: 개)

구분	유치원	초등학교	중학교	고등학교
전국	15.1	2.3	2.4	1.9
서울특별시	11.4	1.6	1.9	1.6
부산광역시	10.6	2.0	2.3	2.0
대구광역시	10.0	1.9	2.0	1.6
인천광역시	10.8	1.7	1.8	1.8
광주광역시	13.4	1.8	2.1	1.7
대전광역시	12.3	1.9	2.2	1.6
울산광역시	12.7	1.8	1.9	1.9
세종특별자치시	9.7	1.6	1.8	1.8
경기도	13.9	1.7	1.7	1.4
강원특별자치도	26.5	4.9	4.3	3.2
충청북도	21.2	3.1	3.0	2.1
충청남도	20.8	3.5	3.1	2.1
전라북도	26.3	4.6	4.3	2.8
전라남도	31.1	4.7	5.4	3.2
목포시	17.6	2.3	2.2	2.2
경상북도	21.5	3.7	4.1	3.0
경상남도	15.9	2.7	2.8	2.3
제주특별자치도	19.7	2.7	2.2	1.7

출처: 한국교육개발원, 교육기본통계(2022); 목포시, 전라남도목포시기본통계(2022)

1.5.3. 문화·여가 인프라 현황

- 2021년 기준 전라남도의 인구 십만 명당 문화기반 시설 수는 12.5개로 전국보다 2배 이상 많으며, 목포시의 경우 7.8개로 전국보다 1.7개 더 많음

[부록 표 1-20] 전라남도 및 목포시 문화기반 시설 현황

(단위: 개, 건)

구분	인구 십만 명당 문화기반 시설 수	인구 천 명당 객석 수	인구 십만명 당 예술활동 건수	소재지 단위면적당 문화시설 수
전국	6.1	10.3	61.6	43.2
서울특별시	4.6	15.5	131.4	142.0
부산광역시	4.1	8.4	55.3	99.0
대구광역시	4.0	9.5	86.4	227.8
인천광역시	4.3	6.1	38.3	121.5
광주광역시	5.1	8.4	62.5	43.5
대전광역시	4.3	10.8	68.9	174.2
울산광역시	3.9	6.7	56.7	135.6
세종특별자치시	6.5	3.5	41.4	26.5
경기도	4.4	6.3	25.9	55.8
강원특별자치도	15.7	20.1	57.2	28.0
충청북도	8.8	7.7	38.8	50.6
충청남도	8.6	12.0	35.3	29.5
전라북도	10.1	18.5	62.4	16.2

전라남도	12.5	12.7	44.4	55.2
목포시	7.8	-	-	310.1
경상북도	8.4	11.3	61.3	31.6
경상남도	6.9	9.3	50.2	59.3
제주특별자치도	19.2	16.6	95.6	5.8

주1) 인구 십만 명당 문화기반 시설 수=(문화기반 시설 수/주민등록인구)*100,000

주2) 인구 천 명당 객석 수=(객석 수/주민등록인구)*1,000

주3) 인구 십만 명당 예술 활동 건수=(예술 활동 건수/주민등록인구)*100,000

주4) 소재지 단위면적당 문화시설 수=문화시설 수/소재지 면적(km²)

출처: 문화체육관광부(2021); 한국문화예술위원회, 문화예술활동현황조사(2021) 등

1.5.4. 안전 인프라 현황

○ 2022년 기준 전라남도의 구조·구급대원 1인당 담당 주민 수는 1,327.8명, 119안전센터 1센터당 담당 주민 수는 26,730.8명임

- 목포시는 119안전센터 1개센터당 담당 주민수는 43,717명, 소방서 1개서당 담당 주민수는 218,589명, 경찰공무원 1인당 담당 주민수는 338명임

[부록 표 1-21] 전라남도 및 목포시 안전 인프라 현황

(단위: 명)

구분	구조·구급대원 1인당 담당 주민 수	119안전센터 1개 센터당 담당 주민 수	소방서 1개 서당 담당 주민 수	경찰공무원 1인당 담당 주민 수
전국	2,661.4	46,009.9	218,889.5	398.0
서울특별시	4,338.9	79,230.0	377,134.9	306.1
부산광역시	3,459.7	55,296.9	301,619.3	350.1
대구광역시	3,042.1	48,238.6	295,461.4	399.3
인천광역시	3,146.7	53,951.2	296,731.4	442.0
광주광역시	3,289.8	53,001.9	286,210.0	401.0
대전광역시	3,301.5	53,558.2	289,214.4	429.1
울산광역시	2,783.6	42,717.8	185,110.5	399.7
세종특별자치시	2,627.3	42,621.2	191,795.5	483.7
경기도	4,495.3	68,288.6	388,269.5	546.4
강원특별자치도	1,056.7	20,486.6	85,361.0	330.2
충청북도	1,698.7	37,094.4	132,921.5	412.4
충청남도	1,623.1	26,538.0	132,689.8	419.2
전라북도	1,493.3	32,770.5	136,123.6	343.1
전라남도	1,327.8	26,730.8	82,622.6	312.1
목포시	-	43,717.8	218,589.0	338.9
경상북도	1,469.2	26,004.9	123,833.0	373.4
경상남도	1,993.0	31,849.4	149,113.3	445.9
제주특별자치도	1,863.1	28,256.6	169,539.8	326.7

주1) 구조·구급대원 1인당 담당주민수=주민수÷구조·구급대원의 수

주2) 119안전센터 1개 센터당 담당 주민수=주민수÷119안전센터의 수

주3) 소방서 1개소당 담당주민수 = 주민수÷소방서의 수

주4) 경찰공무원 1인당 담당주민수 = 주민수÷경찰공무원수

출처: 소방청(2022); 경찰청(2022)

부록 2

향토음식 자원 현황

1. 전라남도 향토음식 자원 현황

1.1. 전라남도 음식자원 현황

1.1.1. 경지 및 재배면적

○ 2022년 기준 전라남도 경지면적은 총 277,095ha로 전국 경지면적의 가장 높은 18.1%를 차지함

- 전라남도 논 면적은 165,770ha로 전국의 21.5%, 밭 면적은 111,325ha로 전국의 14.8%로 가장 큰 면적을 보유함

[부록 표 2-1] 전라남도 경지면적

(단위: 면적(ha), 비중(%), 2022년 기준)

구분	계	비중	논		밭		
			면적	비율	면적	비율	
전국	1,528,237	100.0	775,640	100.0	752,597	100.0	
특별 광역시	서울	613	-	190	-	423	0.1
	부산	4,832	0.3	2,268	0.3	2,564	0.3
	대구	6,917	0.5	2,953	0.4	3,964	0.5
	인천	17,499	1.1	12,288	1.6	5,211	0.7
	광주	9,240	0.6	4,600	0.6	4,641	0.6
	대전	3,858	0.3	1,104	0.1	2,754	0.4
	울산	8,984	0.6	4,268	0.6	4,716	0.6
	세종	7,021	0.5	3,526	0.5	3,494	0.5
도	경기	150,188	9.8	79,996	10.3	70,192	9.3
	강원	101,104	6.6	31,092	4.0	70,012	9.3
	충북	96,102	6.3	35,134	4.5	60,968	8.1
	충남	215,693	14.1	141,674	18.3	74,018	9.8
	전북	190,410	12.5	123,821	16.0	66,590	8.8
	전남	277,095	18.1	165,770	21.4	111,325	14.8
	경북	246,429	16.1	102,303	13.2	144,126	19.2
	경남	136,294	8.9	64,641	8.3	71,653	9.5
제주	55,957	3.7	12	-	55,945	7.4	

출처: 통계청, 농업면적조사(2022)

1.1.2. 친환경 농림축산 인증 면적

- 전라남도 친환경 농산물 인증면적은 총 36,281.9ha로 전국 인증면적의 절반이 넘는 51.7%를 차지하여 전국에서 가장 많은 면적을 확보함
 - 도내 유기농 중심 친환경 농업 내실화 정책을 꾸준히 추진한 결과에 따라 유기농산물 면적은 전국에서 가장 큰 62.6%(24,791.6ha), 무농약 농산물은 38.8%(11,490.3ha)의 점유율을 확보
- 전국 최대 친환경 농산물 인증 면적에 걸맞게 친환경 농산물 출하량은 107,806.3톤으로, 전국 출하량의 24.1%에 달함

[부록 표 2-2] 전라남도 친환경 농산물 인증 면적 및 출하량 현황

(단위: 면적(ha), 출하량(톤), 비율(%), 2022년 기준)

구분	면적				출하량				
	계	유기농산물	무농약농산물	비율	계	유기농산물	무농약농산물	비율	
전국	70,127.2	39,624.5	30,502.7	100.0	446,780.7	127,695.1	319,085.6	100.0	
특별 광역시	서울	18.8	-	18.8	-	380.4	5.0	375.4	0.1
	부산	40.3	1.2	39.1	0.1	1,037.3	23.6	1,013.8	0.2
	대구	37.0	12.8	24.2	0.1	1,861.3	404.9	1,456.4	0.4
	인천	523.1	51.6	471.5	0.7	2,957.2	366.5	2,590.7	0.7
	광주	493.0	101.7	391.3	0.7	3,586.8	402.2	3,184.6	0.8
	대전	17.3	3.2	14.1	-	903.0	51.7	851.2	0.2
	울산	92.0	2.8	89.3	0.1	1,437.4	63.0	1,374.4	0.3
	세종	114.1	16.6	97.5	0.2	636.1	30.4	605.6	0.1
도	경기	5,071.7	1,433.0	3,638.7	7.2	74,981.5	7,267.3	67,714.2	16.8
	강원	3,634.1	1,598.8	2,035.3	5.2	16,513.4	7,312.1	9,201.3	3.7
	충북	2,942.5	1,695.3	1,247.1	4.2	35,622.4	10,637.0	24,985.4	8.0
	충남	4,708.2	2,784.7	1,923.5	6.7	39,204.3	13,297.2	25,907.0	8.8
	전북	5,209.7	2,471.8	2,737.9	7.4	27,988.8	10,666.8	17,322.0	6.3
	전남	36,281.9	24,791.6	11,490.3	51.7	107,806.3	49,964.1	57,842.1	24.1
	경북	3,411.0	1,178.2	2,232.9	4.9	63,771.3	7,058.0	56,713.4	14.3
	경남	5,185.4	2,268.8	2,916.6	7.4	43,900.2	8,367.6	35,532.7	9.8
	제주	2,347.1	1,212.4	1,134.7	3.3	24,193.2	11,777.7	12,415.5	5.4

출처: 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템(2022)

- 전라남도 친환경 축산물 인증 농가 수는 2021년 기준 총 1,688개로 전국에서 친환경 축산물 인증 농가 수가 가장 많으며 이는 전국의 25.0% 비율임
 - 유기축산물 농가 수는 20개, 무항생제 축산물 농가 수는 1,668개임
- 친환경 축산물 출하량 또한 전국에서 가장 높은 20.2% 점유율을 차지하며,

특히 친환경 무항생제 축산물의 출하 비율이 매우 높음

- 유기축산물 출하량은 4,425톤, 무항생제 축산물은 230,539톤으로 전국 1위

[부록 표 2-3] 전라남도 친환경 축산물 인증 농가 및 출하량 현황

(단위: 농가수(호), 출하량(톤), 비율(%), 2021년 기준)

구분	농가수				출하량				
	계	유기축산물	무항생제축산물	비율	계	유기축산물	무항생제축산물	비율	
전국	6,760	124	6,636	100.0	1,163,048	50,583	1,112,465	100	
특별광역시	서울	9	-	9	0.1	4,246	-	4,246	0.4
	부산	-	-	-	-	-	-	-	-
	대구	11	-	11	0.2	1,326	-	1,326	0.1
	인천	11	-	11	0.2	204	-	204	-
	광주	5	-	5	0.1	921	-	921	0.1
	대전	1	-	1	-	35	-	35	-
	울산	48	-	48	0.7	907	-	907	0.1
세종	18	-	18	0.3	8,681	-	8,681	0.7	
도	경기	1,528	8	1,520	22.6	192,607	2,941	189,665	16.6
	강원	362	15	347	5.4	42,949	3,616	39,333	3.7
	충북	403	10	393	6.0	70,300	394	69,906	6
	충남	618	21	597	9.1	125,203	12,310	112,893	10.8
	전북	743	26	717	11.0	239,771	23,292	216,479	20.6
	전남	1,688	20	1,668	25.0	234,964	4,425	230,539	20.2
	경북	689	4	685	10.2	144,542	289	144,252	12.4
	경남	542	16	526	8.0	74,351	93	74,258	6.4
	제주	84	4	80	1.2	22,041	3,221	18,820	1.9

출처: 국립농산물품질관리원, 친환경 인증관리 정보시스템(2022)

1.1.3. 농림수산 자원

- 전라남도는 작물별 재배면적이 324,259ha로 전국의 20.2%를 차지해 전국 1위인 것으로 나타남(※ 전라남도 농식품유통과 내부자료, 2020년 말 기준)
- 2020년 말 기준 전국대비 전라남도 재배면적 1위 주요작물은 총 14개임
 - 전라남도 주요작물 1위 품목은 2020년 말 기준 14개로, 전국 대비 벼(22%), 보리(46%), 밀(45%), 녹두(62%), 고구마(25%), 양파(39%), 마늘(21%), 배추(24%), 멜론(30%), 배(24%), 유자(89%), 무화과(78%), 참다래(46%), 매실(41%)임

[부록 표 2-4] 전라남도 작물별 재배면적

(단위: 면적계(ha), 비율(%), 2022년 기준)

구분	면적계		식량작물	채소	특·약용작물	과수	기타수원지	기타작물	
	면적	비율							
전국	1,604,315	100.0	903,885	249,709	79,417	158,830	49,465	163,008	
특별광역시	서울	548	-	211	150	24	37	60	66
	부산	5,041	0.3	2,322	1,954	78	323	167	198
	대구	7,992	0.5	3,603	2,799	311	923	303	54
	인천	16,018	1.0	12,674	1,562	500	474	190	618

	광주	10,293	0.6	6,374	1,692	252	530	292	1,152
	대전	3,427	0.2	1,409	546	362	551	406	151
	울산	9,106	0.6	4,236	1,220	360	1,251	362	1,677
	세종	6,665	0.4	3,615	785	486	849	428	502
도	경기	143,823	9.0	86,366	24,469	9,549	6,805	4,995	11,639
	강원	100,738	6.3	46,542	28,115	8,269	4,339	3,186	10,288
	충북	97,943	6.1	46,664	14,434	8,581	13,812	4,456	9,996
	충남	212,294	13.2	148,771	24,152	10,718	7,471	5,735	15,448
	전북	216,108	13.5	144,917	19,181	7,684	8,270	8,607	27,448
	전남	324,259	20.2	192,493	42,445	11,591	16,210	7,638	53,881
	경북	239,727	14.9	113,454	37,394	13,257	55,334	6,618	13,670
	경남	149,086	9.3	75,329	31,394	6,409	18,748	4,835	12,370
	제주	61,248	3.8	14,904	17,418	986	22,903	1,186	3,851

주1) 작물재배면적: 노지작물재배면적+시설작물재배면적

주2) 식량작물은, 벼, 맥류, 두류, 잡곡, 서류를 포함하며, 채소는 엽채류, 과채류, 근채류, 조미채소, 기타채소를 포함함

주2) 기타수원지: 묘포(모밭, 관상수, 기타(밤나무, 옻나무, 울나무, 호두나무 등) 등

주3) 기타작물: 사료작물, 인삼, 담배 화훼 등

출처: 통계청, 농업면적조사(2022)

○ 전라남도는 전국 최대 수산업을 담당하고 있으며 그 생산량은 전국의 58.3%에 해당해 명실상부 수산물 최대 생산지로 입지를 공고히 함

- 2022년 기준 전라남도 수산물 생산량은 186톤으로 이는 전라남도를 제외한 전국 16개 시도의 합계보다도 높음

○ 2022년 전라남도 수산물 생산액은 3조 1천억 원으로, 전국 생산액 38.6%에 달해, 전국 최대 수산 1번지로서의 위상을 확인할 수 있음

[부록 표 2-5] 전라남도 수산물 생산실적

(단위: 생산량(톤), 생산액(천원), 비율(%), 2022년 기준)

구분	생산량	비율			
		비율	생산액	비율	
전국	3,203,821	100.0	8,115,335,519	100.0	
특별 광역시	서울	-	-	-	-
	부산	254,300	7.9	558,676,767	6.9
	대구	11	-	57,575	-
	인천	31,340	1.0	209,029,547	2.6
	광주	21	-	624,832	-
	대전	40	-	117,800	-
	울산	15,919	0.5	75,769,052	0.9
	세종	196	-	1,008,660	-
도	경기	32,010	1.0	103,874,922	1.3
	강원	58,371	1.8	316,436,125	3.9
	충북	1,955	0.1	19,071,897	0.2
	충남	142,469	4.4	553,272,652	6.8
	전북	81,261	2.5	353,826,376	4.4
	전남	1,866,293	58.3	3,129,858,440	38.6
	경북	110,260	3.4	535,946,331	6.6
	경남	528,005	16.5	1,354,864,804	16.7
	제주	81,370	2.5	902,899,738	11.1

출처: 통계청, 어업생산동향조사(2023.05.31. 기준)

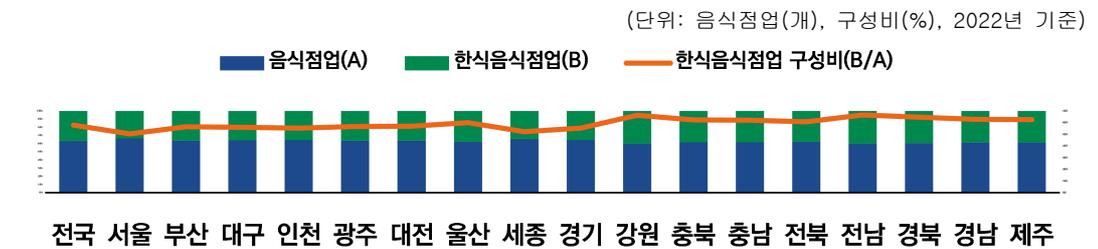
1.2. 전라남도 음식산업 현황

1.2.1. 한식산업 현황

○ 2022년 기준 전라남도 총 음식점업은 2만 2,303개로 이 중 한식 음식점업이 1만 4,859개인 66.6%를 차지하는 것으로 파악됨

- 전국에서 한식 음식점업의 구성비는 전라남도가 가장 높은 것으로 파악되며, 이는 전국 평균인 57.8%보다 8.8%p 높은 수치임

[부록 표 2-6] 전라남도 한식 음식점업 사업체 수



구분	2022		한식음식점업 구성비 (B/A)	
	음식점업(A)	한식음식점업(B)		
전국	569,760	329,419	57.8	
특별 광역시	서울	93,482	47,017	50.3
	부산	37,554	21,232	56.5
	대구	25,690	14,410	56.1
	인천	28,147	15,578	55.3
	광주	14,349	8,139	56.7
	대전	16,339	9,295	56.9
	울산	13,819	8,304	60.1
	세종	3,526	1,843	52.3
	도	경기	126,570	69,844
강원		25,812	17,126	66.3
충북		21,756	13,543	62.2
충남		27,774	17,247	62.1
전북		20,466	12,416	60.7
전남		22,303	14,859	66.6
경북		36,060	23,317	64.7
경남		43,961	27,650	62.9
제주		12,152	7,599	62.5

출처: 통계청, 전국사업체조사(2022)

1.2.2. 식품산업 현황

○ 2022년 기준 전라남도 식품산업 매출액은 2조 3,094억 원 규모이며, 식품 첨가물은 전국의 32.0% 점유율로 전국 1위 규모임

○ 전라남도 식품제조 가동 업체 수는 2,229개소이며, 수출업체는 206개임

- 전라남도 식품제조 가동 업체 수: 2,229개소 → 업체별 평균 매출: 13억 원

- 수출업체 수: 206개소 → 업체별 평균 매출: 19.6억 원 ※ 전라남도 농식품유통과 내부자료(2021년 말 기준)

[부록 표 2-7] 전라남도 식품 및 식품첨가물 생산실적

(단위: 매출액(천 원), 점유율(%), 2022년 기준)

구분	식품		식품첨가물		
	매출액	점유율	매출액	점유율	
전국	71,179,787,629	100.0	3,091,617,177	100.0	
특별 광역시	서울	1,083,932,388	1.5	18,002,985	0.6
	부산	3,296,022,522	4.6	76,006,916	2.5
	대구	1,231,644,641	1.7	2,492,282	0.1
	인천	4,871,175,434	6.8	73,915,507	2.4
	광주	1,399,865,598	2.0	1,332,145	0.0
	대전	1,114,424,706	1.6	10,953,418	0.4
	울산	919,827,135	1.3	264,138,914	8.5
	세종	511,838,326	0.7	705,186	0.0
도	경기	20,373,222,307	28.6	686,386,929	22.2
	강원	4,216,694,661	5.9	6,551,321	0.2
	충북	9,222,288,246	13.0	150,339,410	4.9
	충남	6,775,848,993	9.5	81,933,709	2.7
	전북	4,450,258,116	6.3	512,707,191	16.6
	전남	2,309,361,139	3.2	990,135,449	32.0
	경북	3,126,851,715	4.4	69,930,533	2.3
	경남	5,874,649,543	8.3	144,562,037	4.7
	제주	401,882,160	0.6	1,523,245	0.1

주1) 매출액 = 국내판매액(원) + 수출액(원)

주2) 식품(주류, 식품조사처리 포함), 기구 및 용기포장(용기류 포함)

출처: 통계청, 식품 및 식품첨가물 생산실적(2022)

1.2.3. 전통식품산업 현황

○ 2022년 기준 전라남도 김치 제조업체 수는 전국에서 가장 많은 337개소 (19.4%)가 운영 중이며 최근 5개년간 꾸준히 증가함

[부록 표 2-8] 김치류 제조업 사업체 수 현황

(단위: 개, 비율(%), 2018~2022년)

구분		2018	2019	2020	2021	2022	비율
		전국	1,150	1,248	1,703	1,703	
특별 광역시	서울	119	102	156	160	147	8.4
	부산	62	68	75	78	85	4.9
	대구	30	33	46	46	45	2.6
	인천	66	67	89	101	99	5.7
	광주	83	92	124	125	131	7.5
	대전	20	21	36	43	42	2.4
	울산	23	30	37	34	31	1.8
	세종	7	11	13	13	16	0.9
도	경기	186	215	310	299	303	17.4
	강원	52	60	85	78	79	4.5
	충북	56	57	65	60	66	3.8
	충남	43	46	72	76	72	4.1
	전북	51	59	94	91	95	5.5
	전남	210	224	304	315	337	19.4
	경북	57	62	80	68	72	4.1
	경남	61	74	90	91	95	5.5
	제주	24	27	27	25	26	1.5

출처: 통계청, 전국사업체조사(2018~2022)

○ 2022년 기준 전라남도 전통주 제조면허 전국의 8.4% 차지

[부록 표 2-9] 전라남도 전통주 제조면허 현황

(단위: 개, 비율(%), 2022년 기준)

구분	탁주	약주	청주	과실주	증류식소주	희석식소주	그 외	합계	비율	
전국	1,029	504	43	287	175	20	827	2,885	100.0	
특별 광역시	서울	68	17	1	2	3	-	32	123	4.3
	부산	22	10	1	1	1	1	16	52	1.8
	대구	9	5	-	1	1	1	11	28	1.0
	인천	15	6	1	1	3	-	13	39	1.4
	광주	8	3	-	1	-	-	8	20	0.7
	대전	12	6	1	-	2	1	7	29	1.0
	울산	12	6	2	-	2	1	9	32	1.1
	세종	4	2	-	3	-	-	3	12	0.4
도	경기	167	89	9	31	41	1	166	504	17.5
	강원	87	39	5	25	27	1	91	275	9.5
	충북	97	44	4	77	17	3	113	355	12.3
	충남	100	125	3	15	21	-	90	354	12.3
	전북	95	44	5	39	11	2	73	269	9.3
	전남	121	39	5	14	13	1	50	243	8.4
	경북	96	34	3	54	17	2	66	272	9.4
	경남	103	29	3	19	10	4	57	225	7.8
제주	13	6	-	4	6	2	22	53	1.8	

주) 그 외: 맥주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐르, 기타주류, 주정, 술덧의 합계
출처: 국세청, 주류별 지역별 제조면허 현황(2022)

1.2.4. 품질인증 현황

○ 2023년 기준 전라남도 농특산물 지리적 표시 등록은 전국에서 가장 많은 35개로 전국 총 158개 중 22.2%의 비중을 차지함

[부록 표 2-10] 전라남도 농특산물 지리적 표시 등록 현황

(단위: 건수, 비율(%), 2023년 기준)

구분	계	비율	농산물		임산물		
			건수	비율	건수	비율	
합계	158	100.0	101	100.0	57	100.0	
전국	8	5.1	8	7.9	-	-	
특별 광역시	서울	0.0	-	-	-	-	
	부산	2	1.3	2	2.0	-	-
	대구	-	-	-	-	-	-
	인천	1	0.6	1	1.0	-	-
	대전	-	-	-	-	-	-
	광주	-	-	-	-	-	-
	울산	-	-	-	-	-	-
	세종	-	-	-	-	-	-
도	경기	7	4.4	6	5.9	1	1.8
	강원	28	17.7	14	13.9	14	24.6
	충북	8	5.1	6	5.9	2	3.5
	충남	14	8.9	8	7.9	6	10.5
	전북	14	8.9	7	6.9	7	12.3
	전남	35	22.2	27	26.7	8	14.0
	경북	22	13.9	10	9.9	12	21.1
	경남	15	9.5	9	8.9	6	10.5
	제주	4	2.5	3	3.0	1	1.8

출처: 국립농산물품질관리원 (<http://www.naqs.go.kr/>); 산림청(<https://www.forest.go.kr/>)

○ 전라남도 품질인증 품목 전국에서 상위권 분포

[부록 표 2-11] 전라남도 품질인증(전통식품, 술품질, 가공식품 친환경) 현황

(단위: 건수, 비율(%), 2023년 기준)

구분	전통식품		술품질		가공식품 친환경		
	계	비율	계	비율	계	비율	
전국	864	100	198	100	1,124	100.0	
특별 광역시	서울	1	0.1	2	1	13	1.2
	부산	6	0.7	-	-	13	1.2
	대구	1	0.1	2	1	10	0.9
	인천	7	0.8	4	2	15	1.3
	대전	7	0.8	2	1	2	0.2
	광주	32	3.7	1	0.5	18	1.6
	울산	-	-	1	0.5	1	0.1
	세종	18	2.1	-	-	11	1.0
도	경기	165	19.1	50	25.3	227	20.2
	강원	54	6.3	21	10.6	58	5.2
	충북	74	8.6	26	13.1	134	11.9
	충남	128	14.8	8	4	94	8.4
	전북	97	11.2	6	3	104	9.3
	전남	76	8.8	25	12.6	169	15.0
	경북	124	14.4	27	13.6	103	9.2
	경남	60	6.9	9	4.5	102	9.1
제주	14	1.6	14	7.1	50	4.4	

출처: 우수식품정보시스템(2023.06.), 국립농산물품질관리원(2023.06.)

1.3. 전라남도 음식문화재 현황

1.3.1. 전라남도 식품명인

○ 식품산업진흥법¹²⁾에 의거해 운영되는 전라남도 식품명인은 전국 79명 중 21.5% 비율인 17명을 차지해 전국 최다 명인을 보유함

[부록 표 2-12] 전라남도 식품명인 지정 현황

(단위: 개, %, 2022년 03월 기준)

구분	지정수	비율	구분	지정수	비율		
전국	79	100	도	경기	15	19	
특별 광역시	서울	-		-	강원	4	5.1
	부산	1		1.3	충북	4	5.1
	대구	-		-	충남	8	10.1
	인천	-		-	전북	9	11.4
	대전	-		-	전남	17	21.5
	광주	2		2.5	경북	9	11.4
	울산	-		-	경남	7	8.9
	세종	-		-	제주	3	3.8

출처: 농림축산식품부, 대한민국식품명인 지정 현황

12) 식품산업진흥법 [법률 제18883호]

1.3.2. 음식 무형문화재

○ 전라남도 시·군 음식문화재는 해남군, 무안군, 담양군, 영광군에서 식생활, 의례음식, 공예 부문에서 지정됨

[부록 표 2-13] 전라남도 음식관련 무형문화재

구분	문화재명	지정년도	지정번호	
해남군	해남진양주	94.1.31	전라남도 무형문화재 제25호	
무안군	전남의례음식장 -장식음식	08.4.11	전라남도 무형문화재 제42-1호	
담양군	목조각장 떡살	13.12.19	전라남도 무형문화재 제56호	
영광군	전남의례음식장 -혼례음식	18.4.26	전라남도 무형문화재 제42-2호	

출처: 문화재청 국가문화유산포털(<https://www.heritage.go.kr>)

1.4. 전라남도 음식관광

1.4.1. 남도 대표음식

1.4.1.1. 전라남도 향토음식 및 종가음식

○ 전라남도 종가음식은 총 37개로 전국의 14.4%, 향토음식은 411개(전국의 12.7%)로 보존 및 계승되어 오고 있으며, 전국 상위 3개 지역에 속함

[부록 표 2-14] 전라남도 종가음식 및 전통향토음식 현황

(단위: 개, %, 2023년 6월 기준)

구분	종가음식		향토음식	
	개수	비율	개수	비율
전국	257	100.0	3,249	100.0
서울/경기	44	18.3	398	12.2
광주	3	1.2	-	-
대전	4	1.6	-	-
강원	21	8.2	299	9.2
충북	11	4.3	239	7.4
충남	13	5.1	200	6.2
전북	21	8.2	218	6.7
전남	37	14.4	411	12.7
경북	82	31.9	404	12.4
경남	16	6.2	450	13.9
제주	2	0.8	305	9.4
상용	-	-	325	10.0

출처: 농촌진흥청 국립농업과학원 공시 자료 기준

1.4.1.2. 슬로푸드 ‘맛의 방주’

○ 2022년 기준 전국 110개의 ‘맛의 방주¹³⁾’ 중 전라남도는 전국에서 15.5%인 17개가 등재돼 제주 다음으로 등재 음식 품목이 많음

[부록 표 2-15] 전국 슬로푸드 ‘맛의 방주’ 현황

(단위: 개, %, 2022년 8월 기준)

구분	개수	비율	구분	개수	비율
전역	1	0.9	전북	7	6.4
경기	12	10.9	전남	17	15.5
강원	16	14.5	경북	4	3.6
충북	2	1.8	경남	3	2.7
충남	12	10.9	제주	26	23.6
전라도	3	2.7	울릉도	7	6.4
합계(개수/비율)	(110/100.0)				

출처: 국제슬로푸드한국협회 홈페이지 공시 기준

1.4.2. 남도 음식관광 인프라

1.4.2.1. 지역특화 음식거리

○ 남도음식거리는 2016년부터 전라남도 음식관광 인프라 구축을 위해 조성된 전라남도 명품사업으로, 현재까지 15개 시·군에 17곳이 운영 중임

[부록 표 2-16] 전라남도 시·군별 남도음식거리 조성현황

구분	(지정년도) 거리명	개수
남도음식거리		17
강진군	(2019) 돼지불고기거리, (2021) 마량횃집거리	2
고흥군	(2017) 장어음식거리	1
곡성군	(2016) 압록참계·은어거리	1
광양시	(2016) 광양불고기파크, (2021) 망덕횃집거리	2
담양군	(2021) 창평국밥거리	1
목포시	(2020) 평화광장 맛의 거리	1
무안군	(2018) 낙지특화거리	1
보성군	(2016) 별교 태백산맥꼬막거리	1
순천시	(2016) 순천웃장 국밥	1
신안군	(2017) 성별낙지거리	1
영광군	(2019) 굴비거리	1
완도군	(2016) 전복음식명가	1
장성군	(2019) 황금장어거리	1
장흥군	(2018) 바지락·키조개거리	1
해남군	(2020) 닭코스요리거리	1

출처: 전라남도 내부자료

13) 맛의 방주(Ark of Taste Products): 전 세계 소멸 위기에 처한 음식, 식재료 중 가치가 뛰어난 것을 선정해 기록함으로써, 지역 문화와 전통이 깃든 지역음식문화 유산을 지키고 지역 식문화를 만드는 프로젝트(국제슬로푸드국제본부, 1997)

1.4.2.2. 시·군별 대표음식

- 전라남도 22개 시·군은 공간성 및 고유성을 고려해 다른 지역에서는 맛볼 수 없는 특별한 지역대표 음식을 선정해 관광객에게 정보를 제공하고 있음
 - [표 II-28]와 같이 시·군별 대표음식을 지정해 지역 대표음식으로 관리하고 있으며 대표음식과 도지정 음식점과 연계된 정보를 확인할 수 있도록 운영함
- 남도음식명가는 남도전통음식을 보존·계승 발전시키고 남도음식의 우수성을 널리 홍보하기 위해 지정된 전라남도 대표 음식점으로 전라남도 전역 168개 지정됨
 - 남도음식명가 지정은 ‘남도 맛 산업 육성 기본 조례’에 근거
- 전라남도 고유의 전통음식 계승 및 발전을 위해 노력해온 대물림 음식점소를 발굴해 지정하여 전남 음식관광 콘텐츠와 연결해 관리 운영하고 있음, 전라남도 전역 49개 지정됨
 - 대물림 향토음식점 지정은 ‘남도 맛 산업 육성 기본 조례’에 근거

[부록 표 2-17] 전라남도 대표음식 및 음식점 지정 현황

(단위: 개, 2023년 기준)

구분	대표음식명	남도음식명가	대물림 향토음식점	남도음식거리
전라남도		168	49	19
강진군	강진 10대 먹거리	4	2	2
고흥군	고흥 9미, 고흥별미	10	4	1
곡성군	곡성별미	7	3	1
광양시	9미	12	2	2
구례군	구례의 맛	3	1	-
나주시	나주 3대 맛거리	11	5	1(신규)
담양군	담양 22미	12	4	1
목포시	목포 9미	14	3	1
무안군	무안 5미	4	1	1
보성군	구미당기는 9미	7	1	1
순천시	순천별미	13	3	1
신안군	신안의 맛	4	1	1
여수시	여수 10미	12	4	1(신규)
영광군	영광 9미	5	1	1
영암군	영암氣찬맛	6	3	-
완도군	완도별미	5	2	1
장성군	장어정식 요리	5	1	1
장흥군	장흥 9미	7	1	1
진도군	진도아리랑 8미	5	1	-
함평군	한우 생고기 비빔밥	6	1	-
해남군	해남명물 8미	7	3	1
화순군	흑염소전골	9	2	-

주1) 남도음식명가: 시행년도 2007년 / 지정근거: 전라남도 남도 맛 산업 육성 기본조례

주2) 대물림 향토음식점: 시행년도 2017년 / 지정근거: 전라남도 남도 맛 산업 육성 기본조례

출처: 전라남도청 홈페이지 공시 기준(2023.12.)

1.4.2.3. 시·군별 대표 음식축제

- 전라남도는 시·군별로 지역 음식, 식재료, 특산물을 주제로 하는 다양한 테마의 음식축제를 개최하고 있음
- 전라남도 주관 남도음식문화큰잔치는 1994년부터 개최된 대표 장수축제로, 남도음식으로의 브랜드화 및 전라남도 전역의 남도음식 기반 네트워크를 구축하여 운영 중에 있음

- 본 기본계획 국제행사의 근간이 되는 역사와 전통이 있는 음식 행사임

[부록 표 2-18] 전라남도 시·군별 음식 축제 및 행사 현황

지역	축제/행사명	개최기간
전라남도	남도음식문화큰잔치	10.11.~13.(3일간)
고흥	유자·석류축제	10.25.~27.(3일간)
광양	광양전어축제	9월 중(3일간)
	광양전통숯불구이축제	10월 중(4일간)
나주	영산포홀어축제	4.12~14.(3일간)
담양	고서포도축제	8월 중(2일간)
목포	미식페스타	9월 중(2일간)
보성	보성다향대축제	5.2~6.(5일간)
	보성전어축제	8월 중(3일간)
	벌교교막축제	10월 중(3일간)
순천	순천명품월등복숭아체험행사	8.3.~4.(2일간)
	푸드·아트페스티벌	9.27.~29.(3일간)
신안	신안세계성·바다축제	7.20.~8.18.(30일간)
여수	거문도백도은빛바다축제	8월 중(2일간)
	여수동동북축제	10월 중(2일간)
영광	곡우사리영광굴비축제	4.19.~21.(3일간)
	영광찰보리문화축제	5.3~4.(2일간)
영암	영암무화과축제	9월 중(2일간)
완도	장보고수산물축제	5.3.~6.(4일간)
장흥	정남진장흥키조개축제	5.3.~6.(4일간)
	장평귀족호도축제	9.12.~14.(3일간)
	장흥표고버섯축제	10월 중(3일간)
함평	생(生)비빔밥어울림한마당축제	미정(2일간)

주) 남도음식문화큰잔치: 전라남도 주관 도 대표 음식축제로 1994년~2023년 개최로 29회째 운영
출처: 전라남도, 관광과

2. 목포시 향토음식 자원 현황

2.1. 목포시 음식자원 현황

2.1.1. 농림자원

- 목포시 내 농가인구는 3,933명으로, 총 농가 수는 1,653가구로 파악됨

- 목포시 경지면적은 2021년 기준 431ha로, 전라남도 전체의 0.2% 수준이며 도내 행정구역 면적을 고려하면 비례한 수준을 나타내고 있음

※ 목포시 면적 51.7ha로 전라남도의 0.4%를 차지

- 2021년 기준 목포시 친환경 농산물 인증면적은 12.81ha 출하량은 183톤임

[부록 표 2-19] 목포시 경지면적 및 친환경 농산물 인증 현황

(단위: 경지/인증면적(ha), 작물생산량/출하량(톤), 인구(명), 2021년 기준)

구분	경지면적	작물생산량	농가수(농가인구)	친환경 농산물	
				인증면적	출하량
목포시	431	2,616.2	1,653(3,933)	12.81	183.21

출처: 목포시, 전라남도 목포시 기본통계(2021)

2.1.2. 수산자원

- 2020년 기준 목포시 총 어업 가구는 654가구, 어가인구는 1,614명으로 전라남도 전체 어가인구 수의 4.5% 수준을 차지함

- 목포 수협은 전국 90여 개 조합 가운데 2년 연속 위판고 1위 실적을 달성

- 2020년 2,062억 원의 위판액 달성으로 대한민국 수산업의 중추적 역할 담당

[부록 표 2-20] 목포시 어업인구 및 위판실적

(단위: 가구, 명, 톤, 백만 원, 2020년 기준)

구분	어업가구	어가인구	위판액	선 어	새우젓	활어	물김
목포시	654	1,614	206,255	130,561	27,314	29,004	19,373



출처: 목포시, 전라남도 목포시 기본통계(2021), 목포시 수산산업과 내부자료

2.2. 목포시 음식관광 자원

2.2.1. 목포 특화 음식자원

- 목포시는 2019년 대한민국 최초로 한국의 맛을 대표하는 도시로 지역브랜드를 하고자 ‘맛의 도시 목포’를 선포하여 전국적인 관심을 끌었음

- 각 지역마다 내세울 만한 지역 고유의 음식이 있지만, 맛의 도시 브랜드를 선포한 도시는 목포가 전국 최초로 전국적으로 관심이 컸음
- 목포시는 음식과 맛, 문화예술에 대한 도시브랜드 특허권을 보유하고 있어, 도시 전체를 대표하는 독보적인 목포 특화 음식자원 가치를 보유

[부록 표 2-21] 목포시 음식, 맛, 문화예술 도시브랜드 특허 현황

구분	대한민국 문화예술 수도 목포	대한민국 음식수도 목포	대한민국 맛의 수도 목포
상표	 대한민국 문화예술 수도 목포	 대한민국 음식수도 목포	 대한민국 맛의 수도 목포
등록번호	40-2017-0059877	40-2017-0059878	40-2017-0059879

출처: KIPRIS 특허정보검색서비스(<http://www.kipris.or.kr>)

2.2.2. 목포 대표음식

- 목포시는 2016년 전국민 설문을 통해 기존의 목포5미에서 목포9미를 지역 대표음식으로 확대 선정하였으며, 목포시 자연, 역사 등 목포자원과 연계 되어 지역 음식관광 인프라 및 마케팅 자원으로 적극 활용하고 있음



출처: 목포문화관광 홈페이지(<https://www.mokpo.go.kr/tour>)

<부록 그림 2-1> 목포시 선정 지역 대표음식 목포9미

2.2.3. 목포 맛집 지정 및 운영 현황

2.2.3.1. 목포 으뜸맛집 지정 운영

- 「목포시 으뜸맛집 지정 및 운영 등에 관한 조례」에 의해 지정 및 운영 되는 목포 으뜸맛집은 2023년 총 138개가 지정되어 있음

- 목포 으뜸맛집은 전라남도 권역별로 지정해 운영관리하고 있으며, 유달산권 44곳, 삼학도권 3곳, 북항권 21곳, 하당권 45곳, 갯바위권 18곳, 기타권 7개가 지정됨
- 목포 으뜸맛집에 대한 정보는 위치, 이미지, 대표메뉴 등의 정보를 포함하여 목포문화관광 홈페이지에 소개되어 관광객이 이용하도록 제공됨

[부록 표 2-22] 목포 으뜸맛집 지정 및 운영 현황

(단위: 개소, 2023년 12월 기준)

구분	유달산권	삼학도권	북항권	하당권	갯바위권	기타권	합계
권역	43	4	21	43	20	7	138

출처: 목포문화관광 홈페이지(<https://www.mokpo.go.kr/tour>)

2.2.3.2. 목포 음식명가 지정 현황

- 목포시에서 지정하는 목포음식명가는 2023년 총 11개소임
 - 목포음식명가는 「목포음식 명인·명가 육성 지원 조례」에 근거해 지정
- 목포시는 전라남도 주관으로 지정되는 대물림 향토음식점은 3곳, 남도음식명가는 14곳이 지정되어 있어 전라남도 22개 시·군에서 가장 많은 명가를 보유함
 - 남도음식명가 및 대물림향토음식점은 「남도 맛 산업 육성 기본 조례」에 근거해 지정

[부록 표 2-23] 목포 음식명가 지정 현황

(단위: 개소, 2023년 12월 기준)

구분	목포음식명가	남도음식명가	대물림향토음식점	합계
목포시	11	14	3	28

주1) 목포음식명가: 목포음식 명인·명가 육성 지원 조례」 근거

주2) 남도음식명가, 대물림향토음식점: 「남도 맛 산업 육성 기본 조례」 근거

출처: 목포시 내부자료

2.2.4. 지역특화 음식거리

- 목포시는 전라남도 주관 2020년 남도음식거리 조성사업에 최종 선정되어, 평화광장 맛의 거리(1.3km)를 조성하였음
- 목포9미를 사계절 즐길 수 있는 특화거리 조성을 위해 인프라 구축, 접객 서비스 교육, 홍보 등의 사업으로 목포 대표 음식관광 거리로 활성화됨

[부록 표 2-24] 목포시 지역특화 음식거리

구분	위치	거리	업소수
평화광장 맛의 거리	평화로 92일원	약 1.3km	62개소
민어의 거리	번화로41 ~ 수강로 13-2	200m	13개소
북항 회거리	북항교차로~노을공원	700m	122개소
젊음의 음식거리	CGV시네마~롯데마트 사이	반경100m	60개소
백반의 거리	목포 연안여객선터미널인근	400m	11개소

주1) 평화광장 맛의 거리: 전라남도 2020 남도음식거리 조성사업

주2) 민어의 거리, 북항 회거리, 젊음의 음식거리, 백반의 거리: 목포시 관광과 운영

출처: 목포시 내부자료

○ 목포 해변 맛길 30리는 해안길을 따라 도보관광이 가능한 목포시 특색 추진사업으로 1구간~5구간으로의 도보여행 코스를 조성하였음

- 목포의 음식과 근대역사, 문화예술과 관광자원 등을 연계한 목포 특색 콘텐츠로 2020년부터 3년간 조성하여 운영 중

[부록 표 2-25] 목포 해변맛길 30리 조성 현황

구분	위치 및 길이(km)	도입시설	
해 변 맛 길 30 리	바닷가미술관길	평화광장~남항(2.6)	조형미술관, 전망쉼터, 해변데크
	환경보호생태길	남항~대상학교(2.3)	습지생태원, 철새관찰장, 갈대숲길
	온가족나들이길	대상학교~요트마리나(1.8)	사계정원, 조형물, 포토존, 경관시설
	개항역사문화길	요트마리나~목포항(2.4)	어시장 상징물, 근대역사체험존, 해변쉼터
	젊은 연인의 길	목포항~해양대(2.9)	바다전망대, 바닷길 포토존, 안내판



[해변맛길 30리 조감도]

출처: 목포시 관광과, 공원녹지과 내부자료

2.2.5. 음식문화재

2.2.5.1. 목포미식문화갤러리 -해관 1897-

○ 목포 미식문화갤러리 해관 1897은 국가등록문화재(제786호)로 등록된 구 목포세관 일대로, 맛의 도시 목포와 남도음식을 연결하는 ‘미식산업 중심 해양 관광 플랫폼’의 거점 공간으로 조성하여 운영 중임

[부록 표 2-26] 국가등록문화재(제786호) 목포 미식문화갤러리 주요 현황

구분	내용
명칭	목포 미식문화갤러리 -해관 1897-
소재지	전라남도 목포시 향동 6-33
공간 면적	큰 창고 (661.16㎡), 작은 창고 (330.58㎡), 외부공간 (5,736.5㎡)
주요내용	푸드랩 및 스몰푸드존 운영, 세관역사관, 스마트관광플랫폼, 구 목포세관 본관 터 및 야외무대
국가등록문화재	제786호 (2020.06.24. 지정)
소유자(관리자)	문화재청(목포시)



[미식문화갤러리 -해관 1897- 내 외부 전경]

출처: 문화재청, 목포시 내부자료

2.2.6. 목포음식문화축제

- 목포 음식문화 축제는 목포의 맛을 주제로 ‘미식문화 행사’ 부문으로 편성되어 목포미식페스타, 목포9미 콘테스트, 목포쇼미더9미 등이 운영되고 있음

[부록 표 2-27] 목포 음식문화 축제

축제명	기간	장소
목포미식페스타	연1회	목포미식문화갤러리 해관1897
목포9미 콘테스트	연1회	목포미식문화갤러리 해관1897
목포쇼미더9미	연1회	목포항구축제 기간 내 운영

주1) 목포미식페스타: 문화체육관광부 등록 지역대표 축제

주2) 목포9미 콘테스트, 목포쇼미더9미 ‘맛의 도시 목포’ 브랜드 지속사업 일환

출처: 목포시 내부자료

부록 3

향토음식진흥센터 유치 관련 의견 조사 결과

1. 조사개요 및 내용

- 목포시에 향토음식진흥센터 유치와 관련한 지역주민 지지도를 살펴보기 위해 전라남도 지역주민 300명, 목포시민 110명을 대상으로 설문조사를 실시함

[부록 표 3-1] 설문조사 개요

구분	주요 내용
조사 대상	• 전라남도 및 목포시에 거주하는 만 20세 이상 전 국민 대상
표본 크기	• 유효표본 410명
조사 방법	• 웹 기반 설문조사
조사기관	• (주)마크로빌밀 엠브레인
조사기간	• 2023년 11월 30일~2023년 12월 9일 (10일간)

- 주요 조사 내용은 향토음식에 대한 특징, 전라남도의 향토음식 정책적 노력, 향토음식 산업 육성의 중요성, 향토음식진흥센터 설립 지지도, 세금 지불의향 등임

[부록 표 3-2] 설문조사 항목

구분	주요 내용
응답자 특성	• 성별, 출생년도, 거주지역, 학력, 직업
향토음식에 대한 일반적 인식	• 한식 정의 및 향토음식의 정의 숙지, 향토음식의 특징, 전남의 향토음식 육성 위한 정책적 노력 인지도
향토음식 산업 육성 필요	• 향토음식 산업 육성 접근 중요성 관련 항목 4개
향토음식 산업 육성의 기대효과	• 향토음식 산업 육성에 따른 기대효과 항목 4개

2. 조사결과

2.1. 응답자 특성

○ 전 국민 대상 설문조사 분석에 활용된 유효표본 수는 총 410부임

- 응답자의 성별은 남성 및 여성의 분포도가 50.0%로 비례하며, 응답자의 연령은 40대 30.2%, 30대 26.1%, 50대 22.2%, 20대 15.1% 순이며, 최종학력은 대졸 이상이 62.2%로 조사됨

[부록 표 3-3] 응답자 특성

(단위: 명, %)

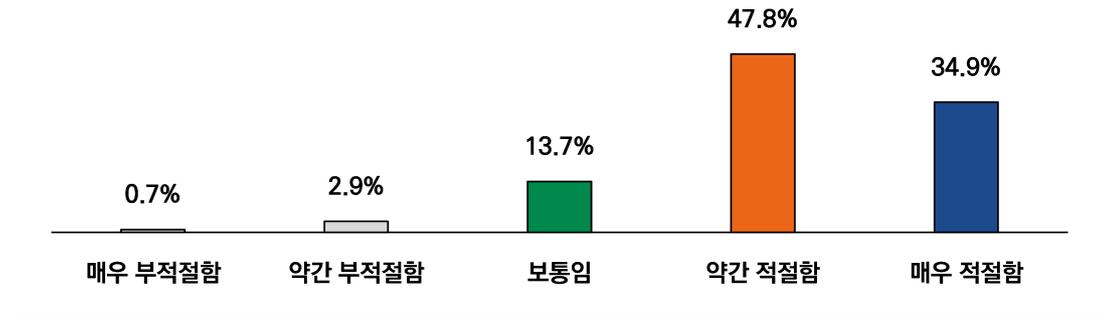
구분		사례수	비율
전체		(410)	100.0
성별	남성	(205)	50.0
	여성	(205)	50.0
연령	만20-29세	(62)	15.1
	만30-39세	(107)	26.1
	만40-49세	(124)	30.2
	만50-59세	(90)	22.0
	만60-79세	(27)	6.6
최종 학력	고졸 이하	(67)	16.3
	전문대학(재학/졸업)	(88)	21.5
	대학교(재학/졸업)	(219)	53.4
	대학원 재학 이상	(36)	8.8
직업	자유/전문직 (의사, 변호사, 약사, 교수, 종교인 등)	(44)	10.7
	경영/관리직 (5급 이상 공무원, 기업체 부장 이상, 종업원 9인 이상의 기업체 사장 등)	(13)	3.2
	사무/기술직 (과장 이하 회사원, 공무원 등)	(151)	36.8
	판매/영업 서비스직 (세일즈맨, 점원 등)	(18)	4.4
	기능/숙련직 (생산직 종사자)	(47)	11.5
	자영업	(28)	6.8
	농/임/어/축산업 종사자	(8)	2.0
	전업주부	(34)	8.3
	학생	(11)	2.7
	무직	(27)	6.6
	기타	(29)	7.1
거주지	목포	(110)	26.8
	목포 제외 전남	(300)	73.2

2.2. 향토음식에 대한 일반적 인식

2.2.1. 향토음식 지역적 특성

○ 향토음식이 지역민들과 동질감을 느껴야 한다는 응답자는 전체의 82.7%임

(표본 수: 410명)

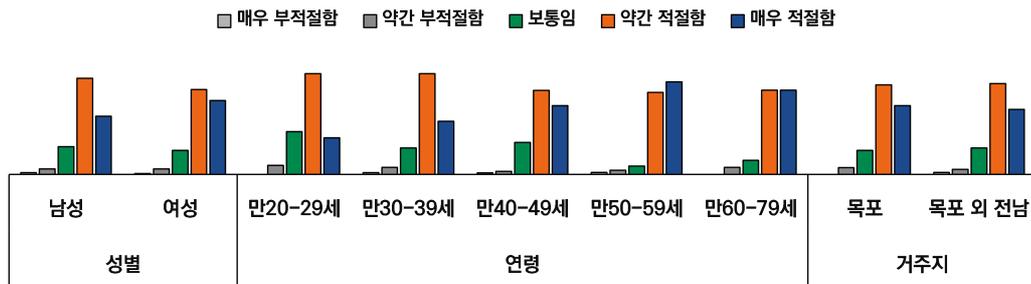


Q1. 위의 설명과 사전적 정의를 기준으로, 다음처럼 향토음식의 특징을 설정하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까? 1)향토음식은 자연조건과 생활문화를 바탕으로 지역민들과 동질감을 느껴야 한다.

<부록 그림 3-1> 지역민 동질감

○ 50대가 92.2%로 가장 높게 응답한 반면 20대는 72.6%로 상대적으로 낮음

[부록 표 3-4] 지역민 동질감(성별, 연령, 지역)



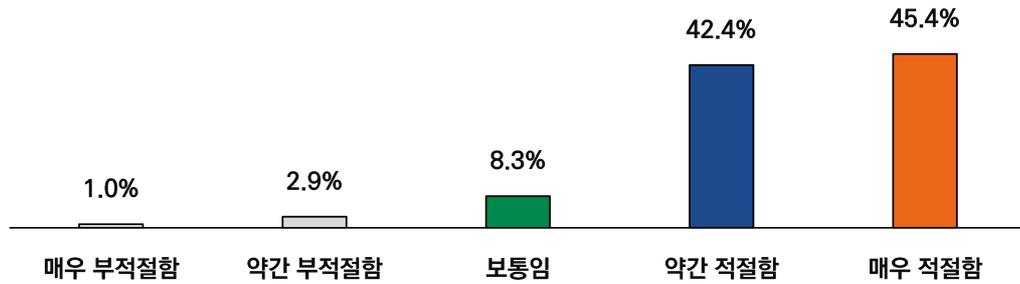
(단위:명, %)

구분	사례수	매우 부적절함	약간 부적절함	보통임	약간 적절함	매우 적절함	
전체	(410)	0.7	2.9	13.7	47.8	34.9	
성별	남성	(205)	1.0	2.9	14.6	50.7	30.7
	여성	(205)	0.5	2.9	12.7	44.9	39.0
연령	만20-29세	(62)	0.0	4.8	22.6	53.2	19.4
	만30-39세	(107)	0.9	3.7	14.0	53.3	28.0
	만40-49세	(124)	0.8	1.6	16.9	44.4	36.3
	만50-59세	(90)	1.1	2.2	4.4	43.3	48.9
	만60-79세	(27)	0.0	3.7	7.4	44.4	44.4
지역	목포	(110)	0.0	3.6	12.7	47.3	36.4
	목포 외 전남	(300)	1.0	2.7	14.0	48.0	34.3

2.2.2. 향토음식 전통성 특성

- 향토음식이 전통성(역사)를 표현하고 있다고 응답한 사람은 전체 응답자의 87.8%으로 나타남

(표본 수: 410명)

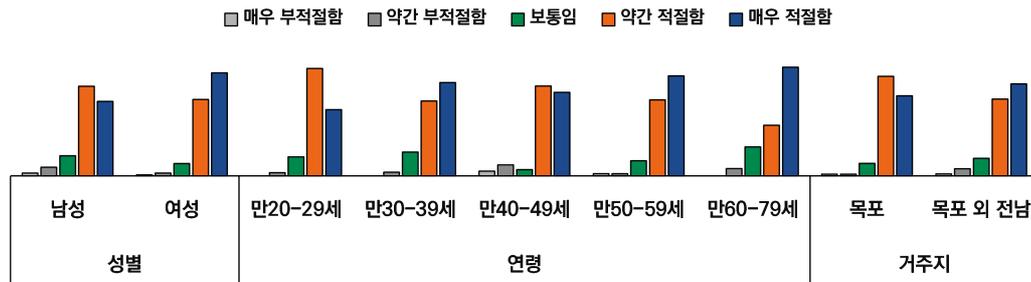


Q1. 위의 설명과 사전적 정의를 기준으로, 다음처럼 향토음식의 특징을 설정하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까? 2)향토음식은 오랜 기간 존재해왔다는 전통성(역사)을 표현할 수 있어야 한다.

<부록 그림 3-2> 전통성 표현

- 특히 목포 거주자가 91.8%로 목포 외 전남 거주자(86.3%)보다 5.5%p 더 높은 것으로 나타남

[부록 표 3-5] 전통성 표현(성별, 연령, 지역)



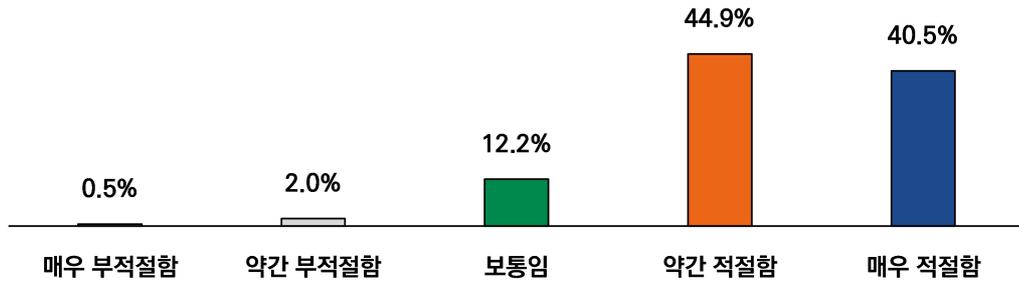
(단위:명, %)

구분	사례수	매우 부적절함	약간 부적절함	보통임	약간 적절함	매우 적절함	
전체	(410)	1.0	2.9	8.3	42.4	45.4	
성별	남성	(205)	1.5	4.4	10.2	45.9	38.0
	여성	(205)	0.5	1.5	6.3	39.0	52.7
연령	만20-29세	(62)	0.0	1.6	9.7	54.8	33.9
	만30-39세	(107)	0.0	1.9	12.1	38.3	47.7
	만40-49세	(124)	2.4	5.6	3.2	46.0	42.7
	만50-59세	(90)	1.1	1.1	7.8	38.9	51.1
	만60-79세	(27)	0.0	3.7	14.8	25.9	55.6
지역	목포	(110)	0.9	0.9	6.4	50.9	40.9
	목포 외 전남	(300)	1.0	3.7	9.0	39.3	47.0

2.2.3. 향토음식 고유성 특성

○ 향토음식이 지역 조리법 및 식재료를 통해 만들어져야 한다고 응답한 사람은 전체의 85.4%임

(표본 수: 410명)

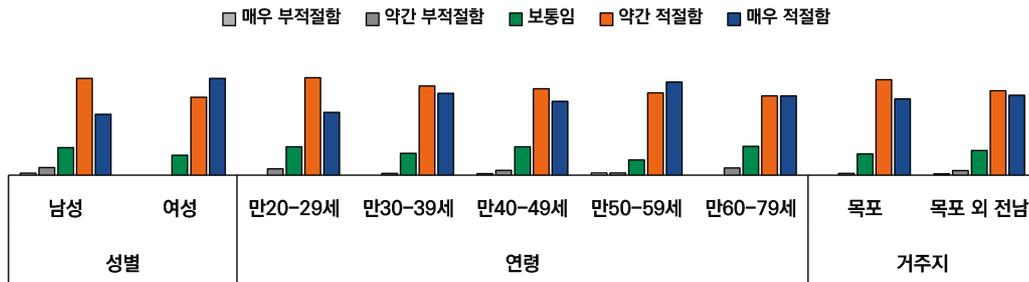


Q1. 위의 설명과 사전적 정의를 기준으로, 다음처럼 향토음식의 특징을 설정하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까? 3)향토음식은 지역의 조리방법, 지역의 식재료를 통해 만들어져야 한다.

<부록 그림 3-3> 지역 조리법 및 식재료 이용

○ 연령대는 특히 50대가 90.0%로 높게 나타났으며, 목포 거주자의 경우 88.2%, 목포 외 전남 거주자는 84.3%로 목포 거주자가 3.9%p 더 높게 긍정적으로 응답함

[부록 표 3-6] 지역 조리법 및 식재료 이용(성별, 연령, 지역)



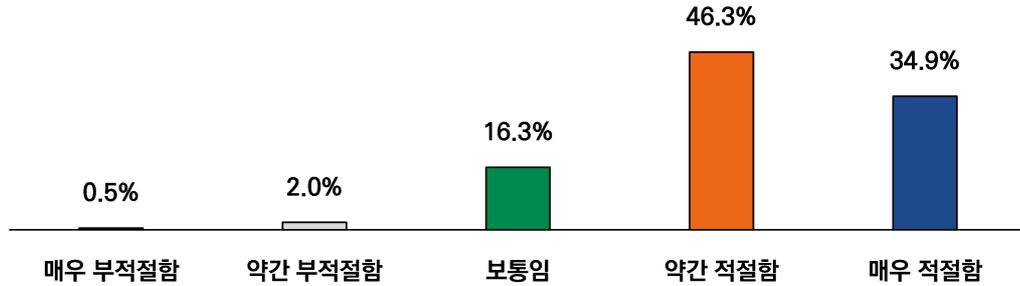
(단위:명, %)

구분	사례수	매우 부적절함	약간 부적절함	보통임	약간 적절함	매우 적절함	
전체	(410)	0.5	2.0	12.2	44.9	40.5	
성별	남성	(205)	1.0	3.9	14.1	49.8	31.2
	여성	(205)	0.0	0.0	10.2	40.0	49.8
연령	만20-29세	(62)	0.0	3.2	14.5	50.0	32.3
	만30-39세	(107)	0.0	0.9	11.2	45.8	42.1
	만40-49세	(124)	0.8	2.4	14.5	44.4	37.9
	만50-59세	(90)	1.1	1.1	7.8	42.2	47.8
	만60-79세	(27)	0.0	3.7	14.8	40.7	40.7
지역	목포	(110)	0.0	0.9	10.9	49.1	39.1
	목포 외 전남	(300)	0.7	2.3	12.7	43.3	41.0

2.2.4. 향토음식 부가가치 창출 특성

- 향토음식이 지역 독특성을 전제로 부가가치를 창출해야 한다고 응답한 사람은 전체의 81.2%임

(표본 수: 410명)

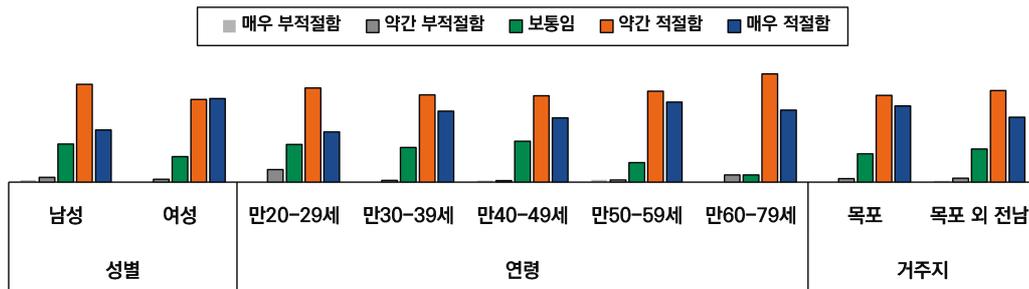


Q1. 위의 설명과 사전적 정의를 기준으로, 다음처럼 향토음식의 특징을 설정하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?
4)향토음식은 지역의 독특성을 전제로 부가가치(지역 음식점, 지역관광 활성화 등)를 창출할 수 있어야 한다.

<부록 그림 3-4> 부가가치 창출

- 연령대로는 60~70대가 92.6%로 가장 높았으며, 50대 또한 87.8%로 높게 나타났다으며, 목포 거주민은 83.6%, 목포 외 전남 거주민은 80.3%로 목포 거주민이 3.3%p 더 높게 나타남

[부록 표 3-7] 부가가치 창출(성별, 연령, 지역)



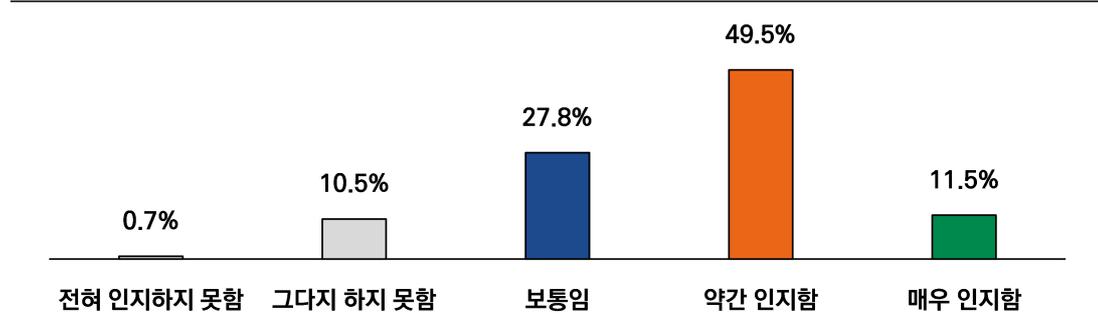
(단위:명, %)

구분	사례수	매우 부적절함	약간 부적절함	보통임	약간 적절함	매우 적절함	
전체	(410)	0.5	2.0	16.3	46.3	34.9	
성별	남성	(205)	1.0	2.4	19.5	50.2	26.8
	여성	(205)	0.0	1.5	13.2	42.4	42.9
연령	만20-29세	(62)	0.0	6.5	19.4	48.4	25.8
	만30-39세	(107)	0.0	0.9	17.8	44.9	36.4
	만40-49세	(124)	0.8	0.8	21.0	44.4	33.1
	만50-59세	(90)	1.1	1.1	10.0	46.7	41.1
	만60-79세	(27)	0.0	3.7	3.7	55.6	37.0
지역	목포	(110)	0.0	1.8	14.5	44.5	39.1
	목포 외 전남	(300)	0.7	2.0	17.0	47.0	33.3

2.2.5. 지역 정책적 노력 인지도

○ 전라남도의 남도음식 관련 정책적 노력에 관해 인지하고 있는 응답자는 61.0%임

(표본 수: 410명)

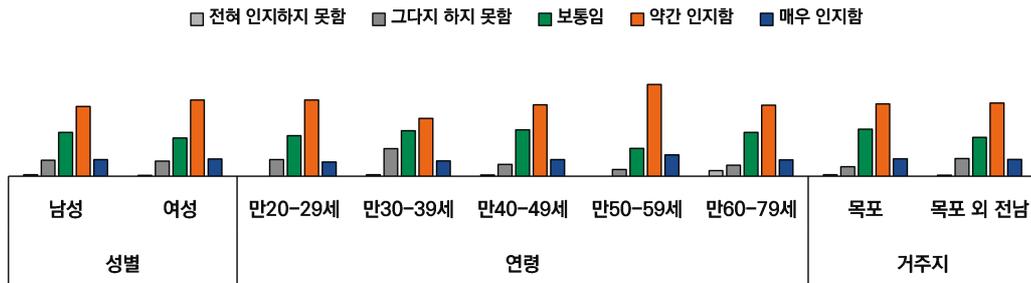


Q2. 전라남도는 남도음식을 선정하여 산업적 육성, 축제 개최, 향토음식점 관리와 지원, 명인 발굴, 남도음식 관광을 위한 노력을 하고 있습니다. 지역의 이러한 정책적 노력을 인지하고 계십니까?

<부록 그림 3-5> 전라남도 정책적 노력 인지

○ 연령대로 살펴보면, 50대 응답자의 인지도가 76.7%로 가장 높음

[부록 표 3-8] 전라남도 정책적 노력 인지(성별, 연령, 지역)



(단위:명, %)

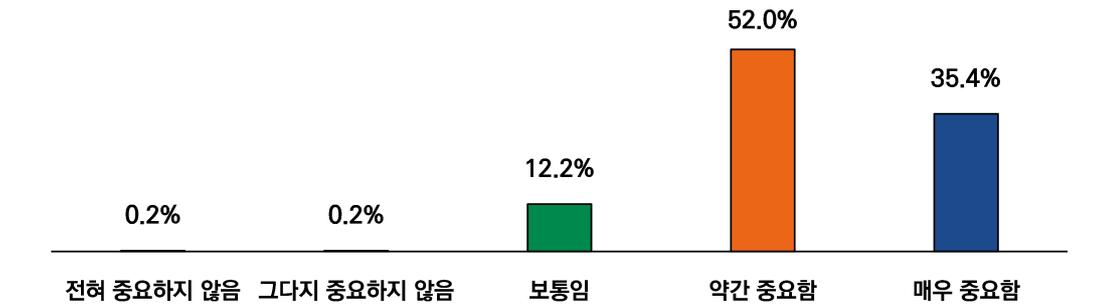
구분	사례수	전혀 인지하지 못함	그다지 하지 못함	보통임	약간 인지함	매우 인지함	
전체	(410)	0.7	10.5	27.8	49.5	11.5	
성별	남성	(205)	1.0	10.7	29.8	47.3	11.2
	여성	(205)	0.5	10.2	25.9	51.7	11.7
연령	만20-29세	(62)	0.0	11.3	27.4	51.6	9.7
	만30-39세	(107)	0.9	18.7	30.8	39.3	10.3
	만40-49세	(124)	0.8	8.1	31.5	48.4	11.3
	만50-59세	(90)	0.0	4.4	18.9	62.2	14.4
	만60-79세	(27)	3.7	7.4	29.6	48.1	11.1
지역	목포	(110)	0.9	6.4	31.8	49.1	11.8
	목포 외 전남	(300)	0.7	12.0	26.3	49.7	11.3

2.3. 향토음식 산업 육성 필요성

2.3.1. 한식 및 한식문화 진흥 관점

○ 향토음식 산업 육성을 위한 접근이 중요성은 87.3%으로 나타남

(표본 수: 410명)

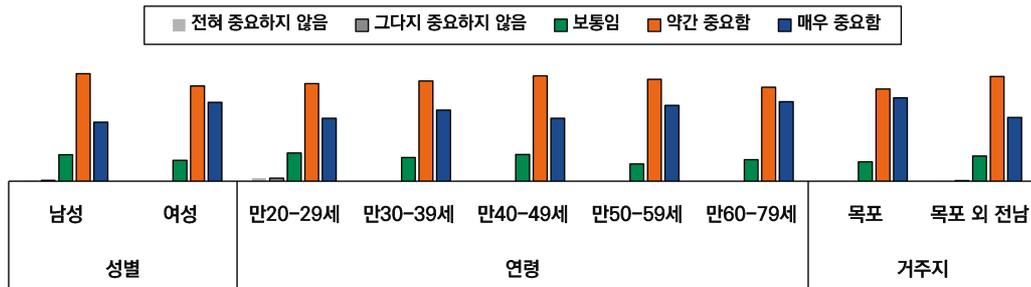


Q3. 한식 및 한식문화 진흥의 관점에서, 향토음식 산업 육성을 위한 접근은 중요하다.

<부록 그림 3-6> 향토음식 산업 육성 접근 중요성

○ 연령대로는 50대가 91.1%, 30대 87.9%로 전체 응답에서 높은 수준을 보였으며, 목포 거주민은 90.0%로, 목포 외 전남 거주민(86.3%)보다 3.7%p 높음

[부록 표 3-9] 향토음식 산업 육성 접근 중요성(성별, 연령, 지역)



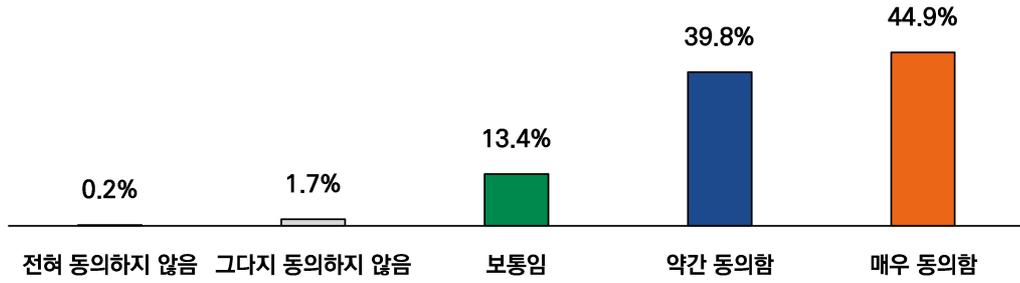
(단위:명, %)

구분	사례수	전혀 중요하지 않음	그다지 중요하지 않음	보통임	약간 중요함	매우 중요함	
전체	(410)	0.2	0.2	12.2	52.0	35.4	
성별	남성	(205)	0.5	0.5	13.7	55.1	30.2
	여성	(205)	0.0	0.0	10.7	48.8	40.5
연령	만20-29세	(62)	1.6	1.6	14.5	50.0	32.3
	만30-39세	(107)	0.0	0.0	12.1	51.4	36.4
	만40-49세	(124)	0.0	0.0	13.7	54.0	32.3
	만50-59세	(90)	0.0	0.0	8.9	52.2	38.9
	만60-79세	(27)	0.0	0.0	11.1	48.1	40.7
지역	목포	(110)	0.0	0.0	10.0	47.3	42.7
	목포 외 전남	(300)	0.3	0.3	13.0	53.7	32.7

2.3.2. 한식을 알리는 중요한 매개체

○ 향토음식이 한국과 한국문화를 세계에 알리는 데에 중요한 매개체라고 응답한 사람은 전체의 84.6%임

(표본 수: 410명)



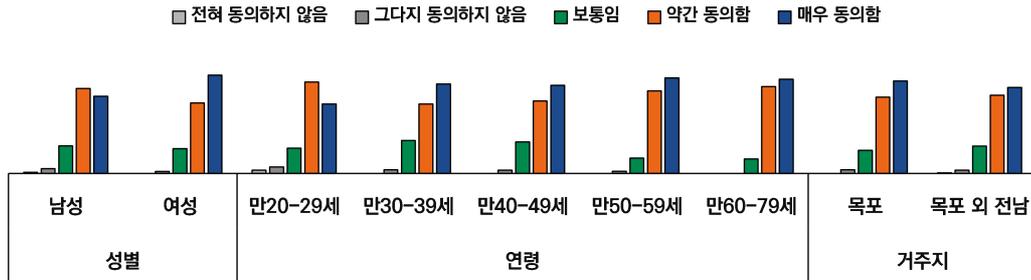
Q4. 향토음식은 한식과 한국문화를 세계에 알리는데 중요한 매개체이다.

<부록 그림 3-7> 한식 및 한국 문화 세계화 매개체

○ 연령대 기준 60~70대가 92.6%으로 가장 높은 동의를 보였으며, 50대 또한 91.1%로 높은 수치를 보임

- 목포 거주민은 86.4%로 전체 응답률보다 높은 수준을 보임

[부록 표 3-10] 한식 및 한국 문화 세계화 매개체(성별, 연령, 지역)



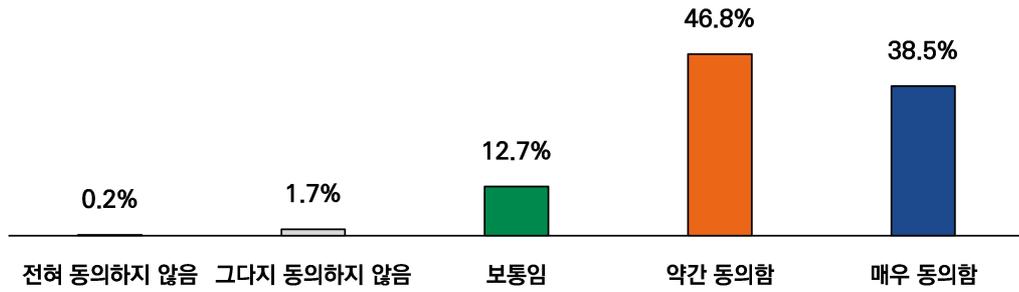
(단위:명, %)

구분	사례수	전혀 동의하지 않음	그다지 동의하지 않음	보통임	약간 동의함	매우 동의함	
전체	(410)	0.2	1.7	13.4	39.8	44.9	
성별	남성	(205)	0.5	2.4	14.1	43.4	39.5
	여성	(205)	0.0	1.0	12.7	36.1	50.2
연령	만20-29세	(62)	1.6	3.2	12.9	46.8	35.5
	만30-39세	(107)	0.0	1.9	16.8	35.5	45.8
	만40-49세	(124)	0.0	1.6	16.1	37.1	45.2
	만50-59세	(90)	0.0	1.1	7.8	42.2	48.9
	만60-79세	(27)	0.0	0.0	7.4	44.4	48.1
지역	목포	(110)	0.0	1.8	11.8	39.1	47.3
	목포 외 전남	(300)	0.3	1.7	14.0	40.0	44.0

2.3.3. 한식문화 콘텐츠 역할

○ 향토음식이 한식문화의 콘텐츠를 만들어내는 데에 중요한 역할을 한다고 응답한 사람은 전체의 85.4%임

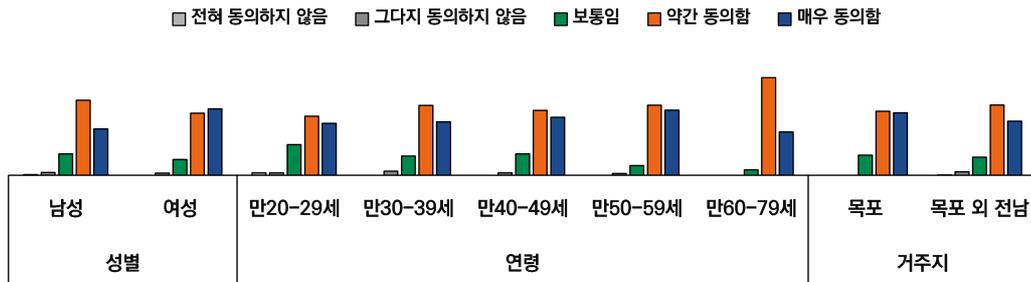
(표본 수: 410명)



Q5. 향토음식은 한식문화의 이야기거리(콘텐츠)를 만들어내는데 중요한 역할을 한다.

<부록 그림 3-8> 콘텐츠 생산 중요 역할

○ 특히 50대 이상에서 90.0% 이상의 높은 응답률을 보였고, 목포 거주민의 경우 86.4%, 목포 외 전남 거주민은 85.0%로 목포 거주민이 1.4%p 더 높음
[부록 표 3-11] 콘텐츠 생산 중요 역할(성별, 연령, 지역)



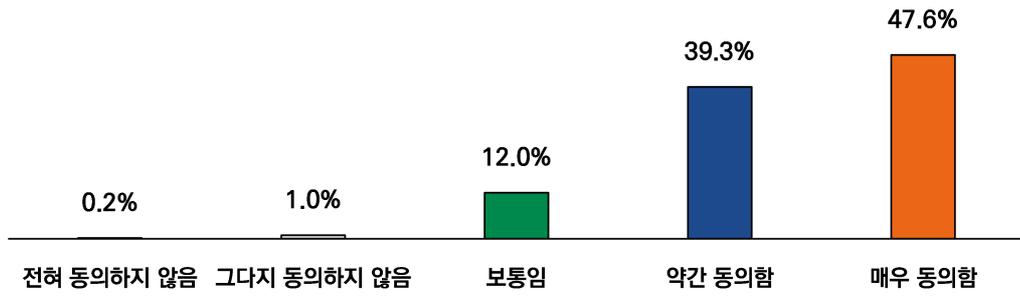
(단위:명, %)

구분	사례수	전혀 동의하지 않음	그다지 동의하지 않음	보통임	약간 동의함	매우 동의함	
전체	(410)	0.2	1.7	12.7	46.8	38.5	
성별	남성	(205)	0.5	2.0	14.6	51.2	31.7
	여성	(205)	0.0	1.5	10.7	42.4	45.4
연령	만20-29세	(62)	1.6	1.6	21.0	40.3	35.5
	만30-39세	(107)	0.0	2.8	13.1	47.7	36.4
	만40-49세	(124)	0.0	1.6	14.5	44.4	39.5
	만50-59세	(90)	0.0	1.1	6.7	47.8	44.4
	만60-79세	(27)	0.0	0.0	3.7	66.7	29.6
지역	목포	(110)	0.0	0.0	13.6	43.6	42.7
	목포 외 전남	(300)	0.3	2.3	12.3	48.0	37.0

2.3.4. 정책적 노력의 필요성

○ 향토음식의 계승 및 진흥을 위한 정책적 노력에 대한 필요성은 전체 응답자 기준 86.8%임

(표본 수: 410명)

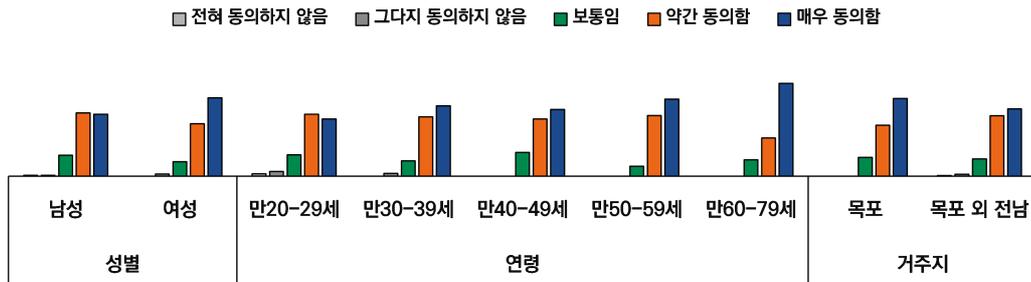


Q6. 향토음식을 계승하고 진흥하기 위한 정책적 노력이 필요하다.

<부록 그림 3-9> 향토음식 계승 및 진흥 정책적 노력 필요성

○ 연령대로는 50대가 93.3%로 매우 높은 동의를 보였으며, 30대가 87.9%로 전체보다 상대적으로 더 높은 비율로 나타났으며, 목포 거주민은 87.3%로 전체 응답에 비해 약간 더 높은 수준으로 나타남

[부록 표 3-12] 향토음식 계승 및 진흥 정책적 노력 필요성(성별, 연령, 지역)



(단위:명, %)

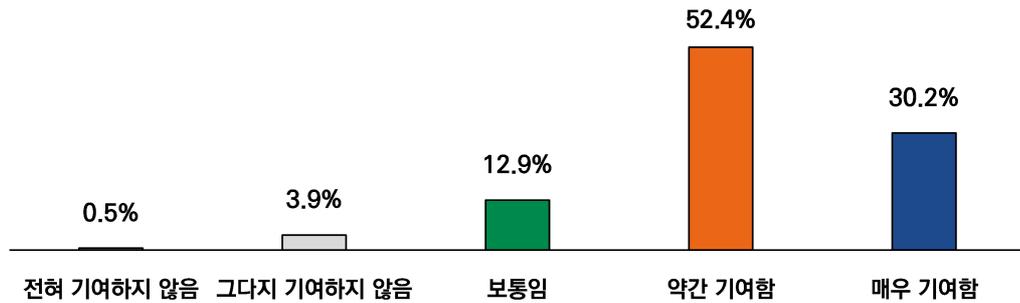
구분	사례수	전혀 동의하지 않음	그다지 동의하지 않음	보통임	약간 동의함	매우 동의함	
전체	(410)	0.2	1.0	12.0	39.3	47.6	
성별	남성	(205)	0.5	0.5	14.1	42.9	42.0
	여성	(205)	0.0	1.5	9.8	35.6	53.2
연령	만20-29세	(62)	1.6	3.2	14.5	41.9	38.7
	만30-39세	(107)	0.0	1.9	10.3	40.2	47.7
	만40-49세	(124)	0.0	0.0	16.1	38.7	45.2
	만50-59세	(90)	0.0	0.0	6.7	41.1	52.2
	만60-79세	(27)	0.0	0.0	11.1	25.9	63.0
지역	목포	(110)	0.0	0.0	12.7	34.5	52.7
	목포 외 전남	(300)	0.3	1.3	11.7	41.0	45.7

2.4. 향토음식 산업 육성에 따른 기대효과

2.4.1. 타 분야의 기여도

○ 향토음식이 관광, 교육 등 타 분야 활성화에 기여한다고 응답한 사람은 전체 82.7%임

(표본 수: 410명)

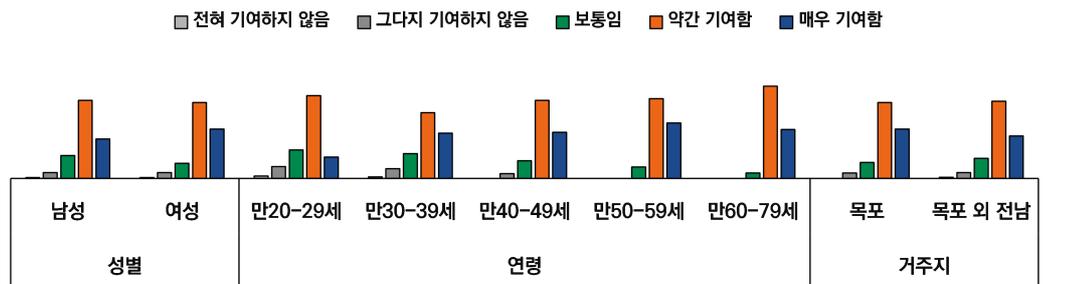


Q7. 향토음식은 관광, 교육 등의 타 분야 활성화에 기여한다.

<부록 그림 3-10> 관광, 교육 등 타 분야 활성화 기여

○ 목포 거주민은 85.5%, 목포 외 전남 거주민은 81.7%로 목포 거주민이 3.8%p 더 높게 나타남

[부록 표 3-13] 관광, 교육 등 타 분야 활성화 기여(성별, 연령, 지역)



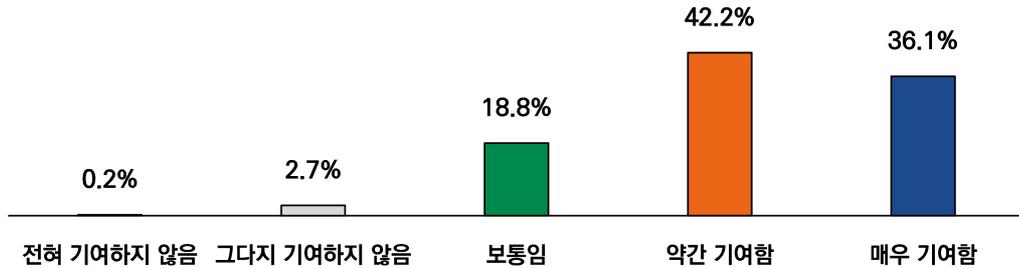
(단위:명, %)

구분	사례수	전혀 기여하지 않음	그다지 기여하지 않음	보통임	약간 기여함	매우 기여함	
전체	(410)	0.5	3.9	12.9	52.4	30.2	
성별	남성	(205)	0.5	3.9	15.6	53.2	26.8
	여성	(205)	0.5	3.9	10.2	51.7	33.7
연령	만20-29세	(62)	1.6	8.1	19.4	56.5	14.5
	만30-39세	(107)	0.9	6.5	16.8	44.9	30.8
	만40-49세	(124)	0.0	3.2	12.1	53.2	31.5
	만50-59세	(90)	0.0	0.0	7.8	54.4	37.8
	만60-79세	(27)	0.0	0.0	3.7	63.0	33.3
지역	목포	(110)	0.0	3.6	10.9	51.8	33.6
	목포 외 전남	(300)	0.7	4.0	13.7	52.7	29.0

2.4.2. 한식 세계화 촉진

○ 향토음식 산업 육성이 한식 세계화 촉진에 기여한다고 응답한 사람은 전체 78.3%임

(표본 수: 410명)



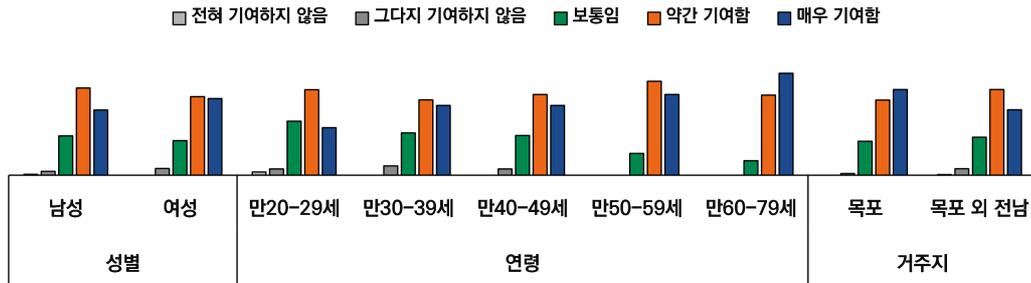
Q8. 향토음식 산업 육성은 한식 세계화 촉진에 기여한다.

<부록 그림 3-11> 한식 세계화 촉진에 기여

○ 연령대 기준 60~70대가 92.6%로 가장 높았고, 50대도 88.9%로 높은 비율을 보임

- 목포 거주민의 경우 81.8%로 전체 응답에 비해 3.5%p 상대적으로 더 높게 응답함

[부록 표 3-14] 한식 세계화 촉진에 기여(성별, 연령, 지역)



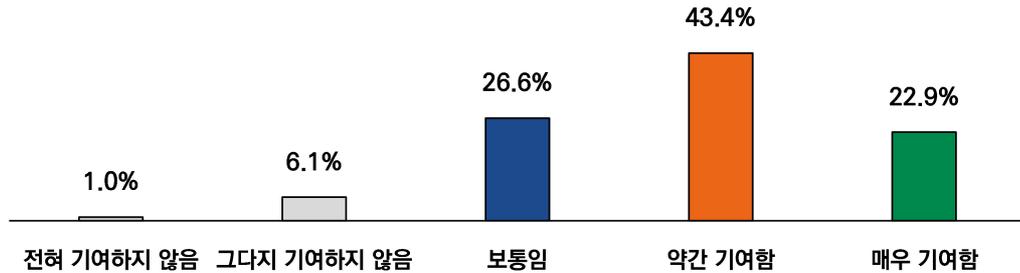
(단위:명, %)

구분	사례수	전혀 기여하지 않음	그다지 기여하지 않음	보통임	약간 기여함	매우 기여함	
전체	(410)	0.2	2.7	18.8	42.2	36.1	
성별	남성	(205)	0.5	2.0	20.0	44.4	33.2
	여성	(205)	0.0	3.4	17.6	40.0	39.0
연령	만20-29세	(62)	1.6	3.2	27.4	43.5	24.2
	만30-39세	(107)	0.0	4.7	21.5	38.3	35.5
	만40-49세	(124)	0.0	3.2	20.2	41.1	35.5
	만50-59세	(90)	0.0	0.0	11.1	47.8	41.1
	만60-79세	(27)	0.0	0.0	7.4	40.7	51.9
지역	목포	(110)	0.0	0.9	17.3	38.2	43.6
	목포 외 전남	(300)	0.3	3.3	19.3	43.7	33.3

2.4.3. 일자리 창출

○ 향토음식 산업화가 일자리 창출(전문인력, 교육자 등)에 기여한다고 응답한 사람은 전체의 66.3%임

(표본 수: 410명)

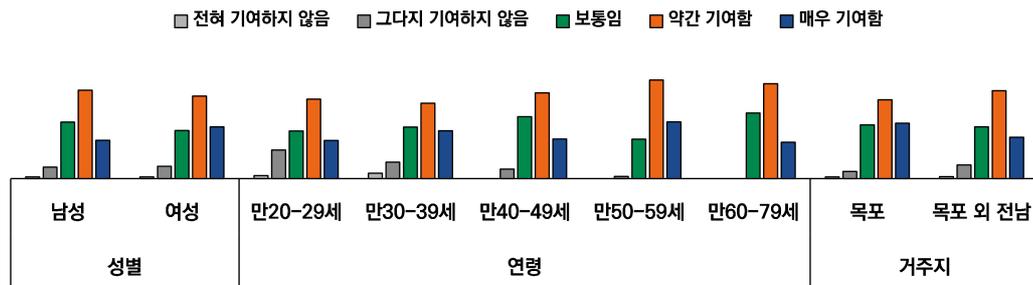


Q9. 향토음식 산업화는 일자리 창출(전문인력, 교육자 등)에 기여한다.

<부록 그림 3-12> 일자리 촉진 기여

○ 연령대 기준 50대가 특히 78.9%로 전체보다 12.6%p 더 높게 나타났으며, 거주지 기준으로 목포 거주민은 68.2%, 목포 외 전남 거주민은 65.7%로 응답함

[부록 표 3-15] 일자리 촉진 기여(성별, 연령, 지역)



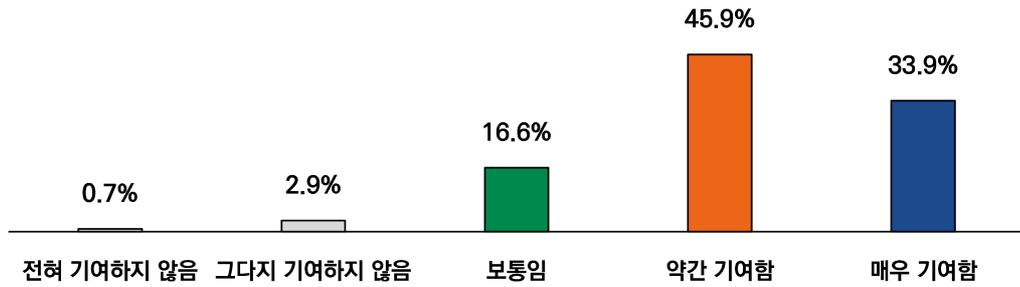
(단위:명, %)

구분	사례수	전혀 기여하지 않음	그다지 기여하지 않음	보통임	약간 기여함	매우 기여함	
전체	(410)	1.0	6.1	26.6	43.4	22.9	
성별	남성	(205)	1.0	5.9	28.8	44.9	19.5
	여성	(205)	1.0	6.3	24.4	42.0	26.3
연령	만20-29세	(62)	1.6	14.5	24.2	40.3	19.4
	만30-39세	(107)	2.8	8.4	26.2	38.3	24.3
	만40-49세	(124)	0.0	4.8	31.5	43.5	20.2
	만50-59세	(90)	0.0	1.1	20.0	50.0	28.9
	만60-79세	(27)	0.0	0.0	33.3	48.1	18.5
지역	목포	(110)	0.9	3.6	27.3	40.0	28.2
	목포 외 전남	(300)	1.0	7.0	26.3	44.7	21.0

2.4.4. 지역경제 활성화

- 향토음식 산업화가 지방의 지역 경제 활성화에 기여한다고 응답한 사람은 전체 79.8%로 나타남

(표본 수: 410명)

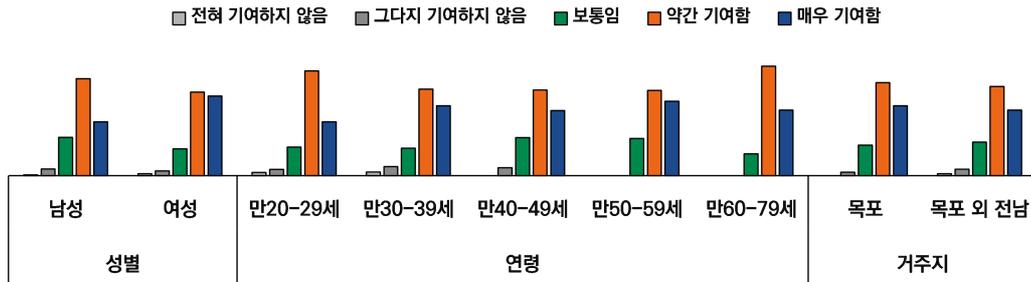


Q10. 향토음식 산업화는 지방의 지역 경제 활성화에 기여한다.

<부록 그림 3-13> 지역 경제 활성화에 기여

- 연령대로는 특히 60~70대가 88.9%로 높은 응답률을 보였으며, 목포 거주민의 경우 82.7%로 전체에 비해 높게 응답한 반면 목포 외 전남 거주민은 78.7%로 전체에 비해서는 낮게 응답함

[부록 표 3-16] 지역 경제 활성화에 기여(성별, 연령, 지역)



(단위:명, %)

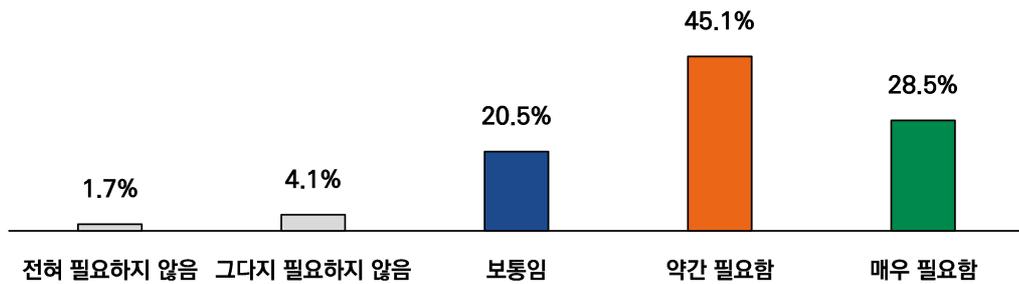
구분	사례수	전혀 기여하지 않음	그다지 기여하지 않음	보통임	약간 기여함	매우 기여함	
전체	(410)	0.7	2.9	16.6	45.9	33.9	
성별	남성	(205)	0.5	3.4	19.5	49.3	27.3
	여성	(205)	1.0	2.4	13.7	42.4	40.5
연령	만20-29세	(62)	1.6	3.2	14.5	53.2	27.4
	만30-39세	(107)	1.9	4.7	14.0	43.9	35.5
	만40-49세	(124)	0.0	4.0	19.4	43.5	33.1
	만50-59세	(90)	0.0	0.0	18.9	43.3	37.8
	만60-79세	(27)	0.0	0.0	11.1	55.6	33.3
지역	목포	(110)	0.0	1.8	15.5	47.3	35.5
	목포 외 전남	(300)	1.0	3.3	17.0	45.3	33.3

2.5. 향토음식진흥센터 건립 필요성 및 지불의사

2.5.1. 건립 필요성

- 향토음식 보존과 체계적 발전을 위해 지방부설 향토음식진흥센터 설립에 관한 필요성은 73.7%임

(표본 수: 410명)

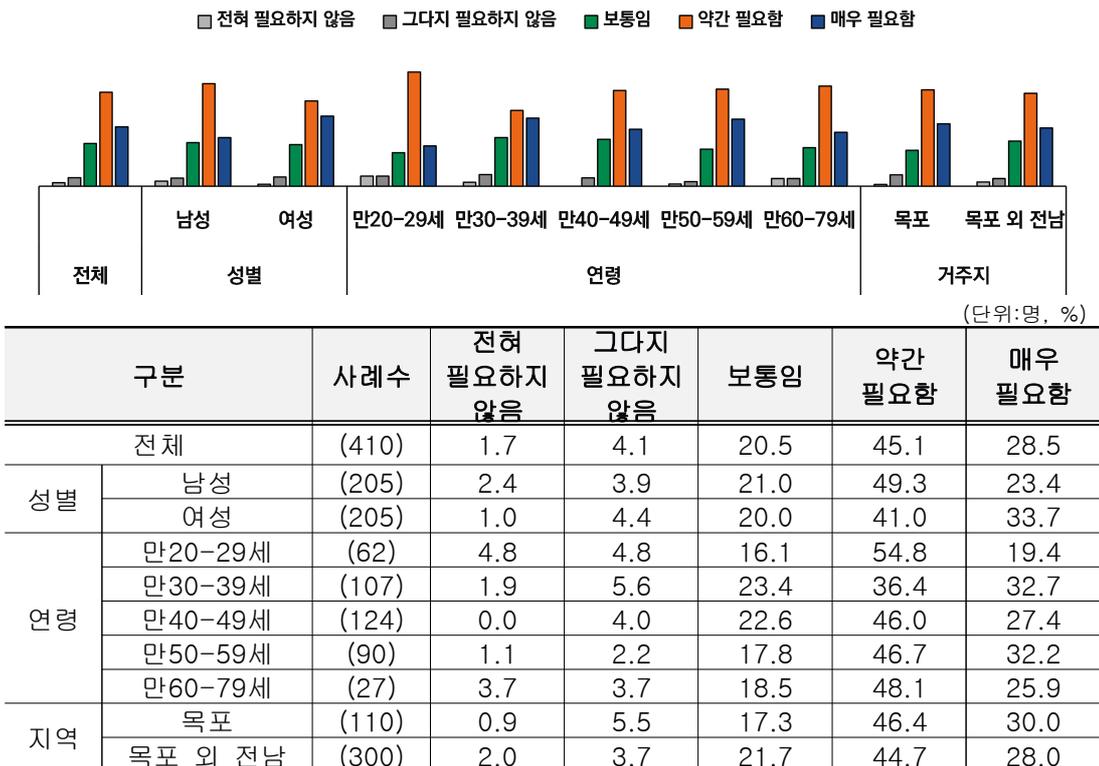


Q11. 향토음식의 보존과 체계적 발전을 위해 지방부설 향토음식진흥센터 설립은 필요하다고 생각하십니까?

<부록 그림 3-14> 향토음식진흥센터 설립 필요도

- 목포 거주민은 76.4%로 전체에 비해 2.7%p 더 높게 나타났으며, 목포 외 전남 거주민의 경우 72.7%로 나타남

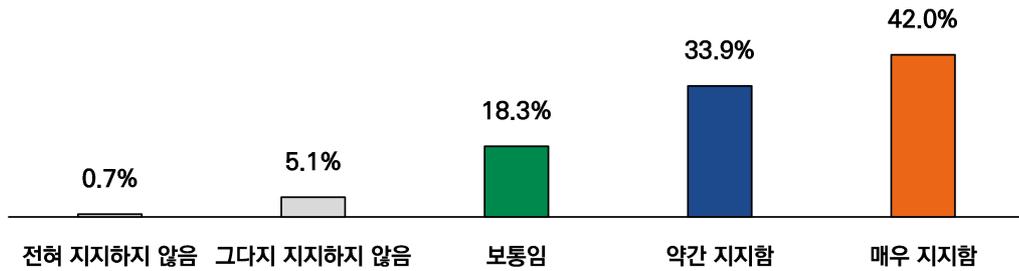
[부록 표 3-17] 향토음식진흥센터 설립 필요도(성별, 연령, 지역)



2.5.2. 지역 유치 지지도

○ (가칭)향토음식진흥센터를 전라남도 내 유치하는 것에 관해 전체 응답자의 75.9%는 지지한다고 응답함

(표본 수: 410명)

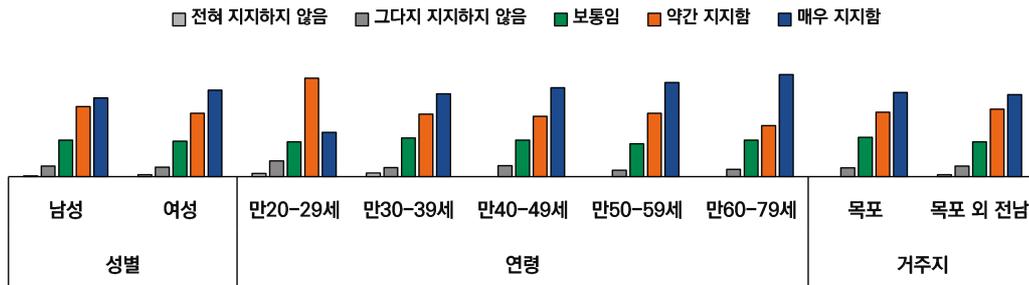


Q12. (가칭) 향토음식진흥센터를 전라남도 내 유치하는 것을 지지하십니까?

<부록 그림 3-15> 향토음식진흥센터 전라남도 내 유치 지지도

○ 연령별로 살펴보면, 50대는 80.0%, 60대 이상은 77.8% 수준의 지지도를 보였으며, 목포 거주민의 지지율은 75.5%, 목포 외 전남 거주민은 76.0%로 나타남

[부록 표 3-18] 향토음식진흥센터 전라남도 내 유치 지지도(성별, 연령, 지역)



(단위:명, %)

구분	사례수	전혀 지지하지 않음	그다지 지지하지 않음	보통임	약간 지지함	매우 지지함	
전체	(410)	0.7	5.1	18.3	33.9	42.0	
성별	남성	(205)	0.5	5.4	18.5	35.6	40.0
	여성	(205)	1.0	4.9	18.0	32.2	43.9
연령	만20-29세	(62)	1.6	8.1	17.7	50.0	22.6
	만30-39세	(107)	1.9	4.7	19.6	31.8	42.1
	만40-49세	(124)	0.0	5.6	18.5	30.6	45.2
	만50-59세	(90)	0.0	3.3	16.7	32.2	47.8
	만60-79세	(27)	0.0	3.7	18.5	25.9	51.9
지역	목포	(110)	0.0	4.5	20.0	32.7	42.7
	목포 외 전남	(300)	1.0	5.3	17.7	34.3	41.7

※ 다음은 향토음식 산업 육성 필요성에 대한 인식 문항입니다. (동의 정도에 체크하여 주세요)

문제 3. 한식 및 한식문화 진흥의 관점에서, 향토음식 산업 육성을 위한 접근은 중요하다.

- ① 매우 중요함 ② 약간 중요함 ③ 보통임 ④ 그다지 중요하지 않음 ⑤ 전혀 중요하지 않음

문제 4. 향토음식은 한식과 한국문화를 세계에 알리는데 중요한 매개체이다.

- ① 매우 동의함 ② 약간 동의함 ③ 보통임 ④ 그다지 동의하지 않음 ⑤ 전혀 동의하지 않음

문제 5. 향토음식은 한식문화의 이야기거리(콘텐츠)를 만들어내는데 중요한 역할을 한다.

- ① 매우 동의함 ② 약간 동의함 ③ 보통임 ④ 그다지 동의하지 않음 ⑤ 전혀 동의하지 않음

문제 6. 향토음식을 계승하고 진흥하기 위한 정책적 노력이 충분히 필요하다.

- ① 매우 동의함 ② 약간 동의함 ③ 보통임 ④ 그다지 동의하지 않음 ⑤ 전혀 동의하지 않음

※ 다음은 향토음식 산업 육성에 따른 기대효과입니다.

문제 7. 향토음식은 관광, 교육 등의 타분야 활성화에 기여한다.

- ① 매우 기여함 ② 약간 기여함 ③ 보통임 ④ 그다지 기여하지 않음 ⑤ 전혀 기여하지 않음

문제 8. 향토음식 산업 육성은 한식 세계화 촉진에 기여한다.

- ① 매우 기여함 ② 약간 기여함 ③ 보통임 ④ 그다지 기여하지 않음 ⑤ 전혀 기여하지 않음

문제 9. 향토음식 산업화는 일자리 창출(전문인력, 교육자 등)에 기여한다.

- ① 매우 기여함 ② 약간 기여함 ③ 보통임 ④ 그다지 기여하지 않음 ⑤ 전혀 기여하지 않음

문제 10. 향토음식 산업화는 지방의 지역 경제 활성화에 기여한다.

- ① 매우 기여함 ② 약간 기여함 ③ 보통임 ④ 그다지 기여하지 않음 ⑤ 전혀 기여하지 않음

문제 11. 서울 종로구에서 운영되고 있는 한식진흥원 이외에, 지방부설 향토음식진흥센터 설립은 필요하다. (향토음식 체험, 교육, 향토음식점/기업 지원 등의 업무)

- ① 매우 필요함 ② 약간 필요함 ③ 보통임 ④ 그다지 필요하지 않음 ⑤ 전혀 필요하지 않음

문제 12. (가칭) 향토음식진흥센터를 전라남도 내 유치하는 것을 지지하십니까?

- ① 매우 지지함 ② 약간 지지함 ③ 보통임 ④ 그다지 지지하지 않음 ⑤ 전혀 지지하지 않음

※ 통계처리를 위한 응답자 특성입니다.

DQ1) 귀하의 학력은?

- ① 고졸 이하 ② 전문대학(재학/졸업) ③ 대학교(재학/졸업) ④ 대학원 재학 이상

DQ2) 실례지만 귀하의 직업은 어떻게 되십니까? [단수 선택]

- ① 자유/전문직 (의사, 변호사, 약사, 교수, 종교인 등)
② 경영/관리직 (5급 이상 공무원, 기업체 부장 이상, 종업원 9인 이상의 기업체 사장 등)
③ 사무/기술직 (과장 이하 회사원, 공무원 등)
④ 판매/영업 서비스직 (세일즈맨, 점원 등)
⑤ 기능/숙련직 (생산직 종사자)
⑥ 자영업
⑦ 농/임/어/축산업 종사자
⑧ 전업주부
⑨ 학생
⑩ 무직
⑪ 기타

설문에 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다.

참여연구진

연구책임자

이 규 민 (경희대학교 Hospitality 경영학부, 스마트관광원 교수)

연구진

김 예 진 (경희대학교 스마트관광원 수석연구원)

조 한 나 (경희대학교 스마트관광원 연구원)

윤 승 용 (경희대학교 스마트관광원 연구원)

정 예 서 (경희대학교 Hospitality경영학 보조연구원)

목포시 향토음식진흥센터 유치 타당성 및 운영방안 연구 용역

발 행 인 목포시

연구기관 경희대학교 산학협력단

발 행 일 2023년 12월

목포시 향토음식진흥센터 유치 타당성 및 운영방안 최종보고서

