

한식과 한국 음식문화의 세계화

제4편. 각국의 세계화 성공 비결

Agenda Research Group

한식과 한국 음식문화의 세계화

한국의 국제적 위상이 높아지면서 일본, 중국, 미국 등 국가들을 중심으로 한식의 인기가 높아지고 있다.

한식은 맛과 영양가 면에서 일식이나 이태리음식 등에 결코 뒤지지 않음에도 불구하고 전 세계적 확산은 여전히 미흡한 상태다.

아젠다넷은 국가이미지 상승과 직결될 수 있는 한식 및 한국의 음식문화의 세계화 방안에 관해 앞으로 5회에 걸쳐 지식보고서의 형태로 연재한다.

제1편. 음식과 음식문화의 의의와 세계화의 필요성

제2편. 한국의 음식 및 음식문화에 대한 이해

제3편. 한국의 음식과 음식 문화의 글로벌 수준 진단 및 평가

제4편. 각국의 세계화 성공 비결

제5편. 한국의 음식 및 음식 문화의 글로벌화 추진전략

각국의 세계화 성공 비결(한국과의 비교 포함)

1. 서양음식

가. 프랑스

역사와 특징

- 이탈리아 메디치가 왕녀가 프랑스로 출가하면서 이탈리아 요리법 프랑스 전수
- 루이14,15세 시대 호사스런 귀족문화 중심의 문화 영향
- 맛은 물론 시각적 효과 중시
- 다양한 타문화의 수용과정에서 음식문화 발달

초기 장애요소

- 지나치게 까다로운 식사예절

초기 귀족과 궁중 귀족음식으로 정착

- 프랑스 혁명 후 전문요리의 생업화등으로 대중적으로 발달
- 각 대륙 식민지 통해 확산 및 다양한 문화 수용
- 고급 포도주와 음식의 결합

음식의 규격화 및 정형화

- 전문음식 인력의 배출
- 음식과 주류의 퓨전을 통한 시너지 효과

세계화 과정과 경로

성공비결

▶ 프랑스 음식의 역사

- 프랑스는 이탈리아에 이어 근대 서구 음식문화의 주도권을 잡았음
- 이탈리아의 메디치가 왕녀가 프랑스로 출가하면서 이탈리아의 요리법이 프랑스로 전수
- 루이 14, 15세 시대의 호사스런 귀족 문화의 중심에 파티가 있었고, 거기에는 사실 우아하면서도 세련된 음식과 술이 주인공

▶ 프랑스 음식의 특징

- 프와그라 요리와 달팽이 요리는 프랑스 요리의 대표적 아이템
- 맛은 물론 시각적 효과를 중시
- 다양한 타 문화의 수용 과정에서 음식 문화 발달
 - 16세기에서 17세기에 걸쳐 개척된 아프리카, 중동, 동남아시아 등 식민지로부터 다양한 음식과 음식 조리법 도입
 - 파엘라(스페인), 쿠스쿠스(알제리) 등

▶ 프랑스 음식 및 음식문화 세계화의 과정과 경로

- 프랑스 요리는 처음에는 귀족과 궁중 귀족음식으로 정착
- 프랑스 혁명 후 전문요리사들이 생업에 나서면서 대중적으로 발달
- 각 대륙의 식민지를 통해 확산되기도 했고 이들로부터 각국의 음식 및 음식 문화를 도입하는 계기로도 작용
- 고급 포도주와 음식이 잘 결합되어 프랑스 음식 문화를 창출







▶ 프랑스 음식 및 음식문화 세계화의 초기 장애 요소

- 지나치게 까다로운 식사예절
- 일반인이 이해하고 외우기 어려운 음식명

▶ 프랑스 음식 및 음식 문화의 성공비결

- 문화강국으로서의 이미지
 - 문화강국 프랑스의 이미지가 외국인에게 긍정적 요소로 기능
 - 음식 및 음식문화의 세계화의 촉진 요소로 작용
- 음식의 규격화, 정형화
 - 오래전부터 요리법에 대한 정확하고 완벽한 기록 보존, 유지
 - 요리법의 정확성 및 규격화로 보편화의 토대 마련
 - 응용과 개발, 발전에도 긍정적인 역할
- 전문 음식 인력의 배출
 - 전문 요리 학교의 전통 유지
 - 국가적으로 요리사에 대한 훈장 수여 등 전문 인력에 대한 자부심 고취
- 음식과 주류의 퓨전을 통한 시너지 효과
 - 와인의 역사와 전통을 유지
 - 음식의 고급 이미지 강화에도 기여

나. 이탈리아

 <p>역사와 특징</p> <ul style="list-style-type: none"> • 근대 서양요리의 새로운 지평을 열 • 15-6C 음식 풍요기, 16C 포크사용문화 전파, 17C 귀족문화와, 20C 세계/보편화 • 고급스러움과 창조적인 요리법 • 피자,스파게티 등 단품요리 대중화 • 음식종류 다양/전세계 와인생산 1위국 	<p>초기 장애요소</p> <ul style="list-style-type: none"> • 난해하고 까다로운 요리명 • 일부 이탈리아 특유의 소스 및 향신료 • 마늘에 대한 초기 거부감
	
<ul style="list-style-type: none"> • 유럽내 가문간 혼례를 통해 확산(프랑스) • 미국으로는 19C 후반 및 20C 초반 이주민을 통해 확산 • 아시아로는 미국 문화의 확산과 함께 전파 	<p>성공비결</p> <ul style="list-style-type: none"> • 귀족적 음식과 음식문화의 분위기 • 음식의 다양성과 깊은 맛 • 서구 음식 최고의 전통과 정통성 • 대중화된 피자의 경우 간편하면서도 대부분의 입맛에 부합 • 파스타는 중앙의 곡수문화의 확산과 함께 더욱 보편화 
 <p>세계화 과정과 경로</p>	

▶ 이탈리아 음식의 역사

- 이탈리아 요리는 ‘서양 요리의 어머니’라 불릴 정도로 근대 서양 요리의 새로운 지평을 열었음
- 15·16세기 르네상스 시기는 이탈리아 음식의 풍요기
- 16세기경 서구에서는 처음으로 포크를 사용하면서 포크 사용 문화 전파, 확산
- 17세기 이후 최상 특권층 중심으로 유럽 내에서 확산되면서 귀족문화화
- 20세기 이후 본격적으로 세계화, 보편화

▶ 특징

- 고급스러움과 창조적인 조리법으로 세계인의 사랑을 받고 있음
- 파스타, 해산물 요리, 올리브유 등이 이태리 음식의 대명사
- 피자, 스파게티 같은 단품 요리는 대중적 음식으로도 정착(이탈리아인들에게는 전체 요리에 불과)
- 중국과 함께 음식점수가 많으며 이는 음식문화가 발달한 배경이자 결과
- 전세계 와인생산 1위국으로서 음식과 와인의 결합이 음식 문화로 정착

▶ 이탈리아 음식 및 음식문화 세계와의 과정과 경로

- 유럽내에서는 가문간의 혼례를 통해 확산(프랑스)
- 미국으로는 19세기 후반 및 20세기 초반의 이주민을 통해 확산
- 아시아로는 미국 문화의 확산과 함께 전파

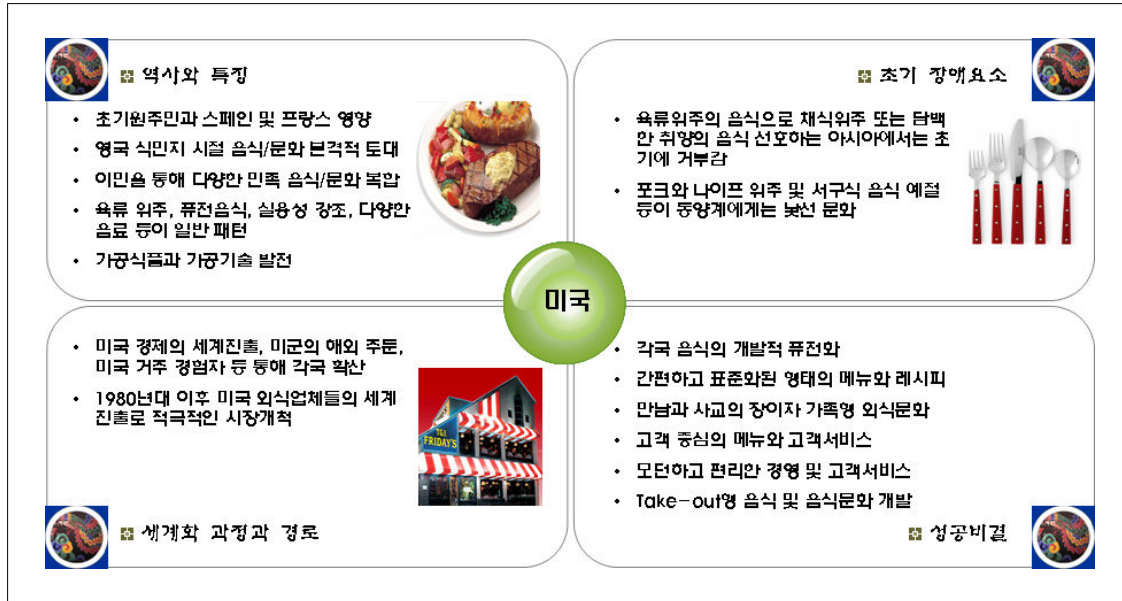
▶ 이탈리아 음식 및 음식문화 세계와의 초기 장애 요소

- 난해하고 까다로운 요리명, 메뉴 등(미국인들에게도 난해)
- 일부 요리의 경우 세계인의 보편적 입맛에 쉽게 적응되지 않는 이탈리아 특유의 소스 및 향신료 등
- 마늘에 대한 초기의 거부감(마늘은 현재는 세계화, 보편화)

▶ 이탈리아 음식 및 음식 문화의 성공비결

- 노블한 음식과 음식 문화의 분위기
- 음식의 다양성과 깊은 맛
- 서구 음식 최고의 전통과 정통성
- 대중화된 피자의 경우 간편하면서도 대부분의 입맛에 부합
- 파스타는 동양의 국수(누들) 문화의 확산과 함께 더욱 보편화

다. 미국



▶ 미국 음식의 역사와 특징

- 매우 풍요로우면서도 간편한 미국식의 음식과 음식문화 정착
- 초기에는 원주민과 스페인 및 프랑스의 영향을 받으면서 발전
- 미국음식 및 음식문화의 본격적인 토대는 영국 식민지시절에 형성
- 이민을 통해 미국으로 들어온 다양한 민족의 음식 및 음식문화가 복합적으로 혼합
- 특징적인 것이 없으면서도 현대 음식 = 미국음식이라고 할 정도로 세계화된 음식과 음식문화를 가지고 있는 것이 바로 미국의 특징
- 육류위주, 퓨전음식, 실용성, 다양한 음료 등이 미국음식의 일반 패턴
- 1, 2차 세계대전을 거치며 통조림 등 다양한 가공식품과 가공기술 발전
- 1980년대와 1990년대에 이탈리아와 멕시코 음식이 빠른 속도로 확산되면서 중국 및 일본의 음식도 저변 확대

▶ 미국 음식 및 음식문화 세계화의 과정과 경로

- 미국 경제의 세계 진출, 미군의 해외 주둔, 미국 거주 경험자(유학생, 기업인 등) 등을 통해 각국으로 확산

- 1980년대 이후 미국 외식 업체들의 세계 진출(COCOS, TGI, KFC 맥도널드 등)로 적극적인 시장 개척

▶ 미국 음식 및 음식문화 세계화의 초기 장애 요소

- 육류 위주의 음식으로서 채식 위주 또는 담백한 취향의 음식을 선호하는 일본, 한국, 동남아 등에서는 초기에는 거부감
- 수저 중심의 음식 문화에 익숙한 동양계에게 포크와 나이프 위주 및 서구식 음식 예절 등은 낯선 문화

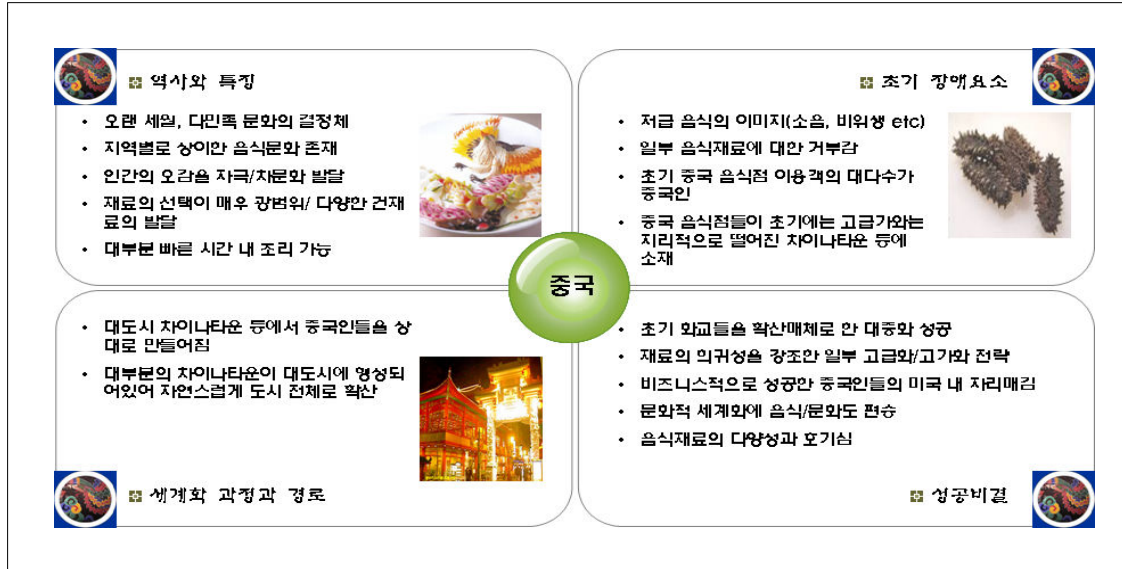
▶ 미국 음식 및 음식 문화의 성공비결

- 자유·민주주의적 특성에 기인한 **각국 음식의 개방적 퓨전화**¹⁾
- **간편하고 표준화된 형태의 메뉴와 레시피**
- 개방적이고 캐주얼한 미국 외식 레스토랑(일부는 최고급화)
- 만남과 사교의 장이자 가족형 **외식문화에 적합한 형태의 공간구조, 음악, 서빙 방식** 등
- 고객의 취향과 식성, 식사량 등을 감안한 **Customer·Oriented**된 메뉴와 서빙
- 컴퓨터와의 결합으로 주문, 빌링, 고객 DB 등 **전산화**를 통한 **모던하고 편리한 경영 및 고객 서비스**
- 경제사회적 환경 변화를 반영한 take·out형 음식 및 음식문화 개발
- 정치, 경제적 글로벌 지배력에 따른 미국 및 미국음식 문화 동경

1) 음식의 퓨전화는 다민족 문화의 결합과정에서 생겨나기도 했으나, 음식의 중간층 소비 확산과정에서 기인하기도 함

2. 동양음식

가. 중국



▶ 중국 음식의 역사

- 중국 요리는 재료와 맛, 조리법의 다양함과 기발함에서 추종 불허
- 고대부터 확립되었던 왕실 및 귀족 요리와 함께 구전되어 내려온 다양한 중국 음식 및 음식 문화의 균형적 발전
- 진시황 무렵부터 한방식의 전통 유래

▶ 중국 음식의 특징

- 지역별로 상이한 음식 문화가 존재
 - 광동식, 북경식, 사천식 등
- 오랜 세월, 다민족 문화의 결정체²⁾
 - 중앙아시아에서 전래³⁾
 - 음식문화도 문화적 복합체⁴⁾

2) 중국, 중국인, 중국음식(주영하)

3) 오이, 양파, 당근, 석류, 수박, 포도 등 야채 및 과일과 밀가루를 이용한 국수 만드는 법, 찰빵과 만두 만드는 법 등

4) 황제 식탁에 올랐던 ‘만한석’이라고 불리는 연회식사의 경우 만주족과 한식의 음식이 퓨전화된 사례임

- 인간의 오감을 자극하는 음식
 - 시각적으로 외관이 뛰어나고 화려
 - 여러 음식을 미감에 따라 차례로 서브
 - 향신료와 조미료의 향의 활용(마늘, 생강, 고추, 파, 양파, 팔각, 굴소스 등을 향과 조미료로 사용)
- 재료의 선택이 매우 광범위하고 다양한 건재료가 발달
 - 풍부한 육류, 야채, 해산물 등 재료
 - 내륙 지방까지 음식 재료의 장기간 이동 등의 필요에 의해 발달
- 대부분 빠른 시간 내에 조리가 가능
 - 고온에서 짧은 시간에 음식을 만들 수 있어서 재료의 고유한 맛이 유지되고 영양소의 손실도 최소화할 수 있는 장점이 있음
 - 조리 기구가 간단하고 사용이 용이⁵⁾
- 매우 다양하고 전통 깊은 술의 역사를 잘 보존, 계승
 - 약 4천년의 술 역사와 4500 여종의 다양한 술 발달
 - 전국 평주회를 개최하여 명주를 선정(정부에서 8대 명주⁶⁾에 대해 붉은 색 띠나 리본을 부착)
- 차 문화 발달
 - 다양한 종류의 차 발달
 - 음식과 차의 조화를 발휘

▶ 중국 음식 및 음식문화 세계와의 과정과 경로

- 대도시 차이나타운 등에서 중국인을 상대로 주로 만들어져 팔렸음

5) 휘궈(중국 냄비), 사궈(볶음, 튀김 냄비), 러우샤오(그물 조리), 정룽(찜통) 외에 식칼, 뒤집게, 국자 등이 조리 기구의 거의 전부

6) 중국 8대 명주는 마오타이, 분주, 오량액, 죽엽청주, 양하대곡, 노주특곡, 고정공주, 동주 등

- 대부분의 차이나타운이 대도시에서 형성되어 있어 자연스럽게 도시 전체로 확산(초기의 중국 음식은 차이나타운만의 관광 상품)

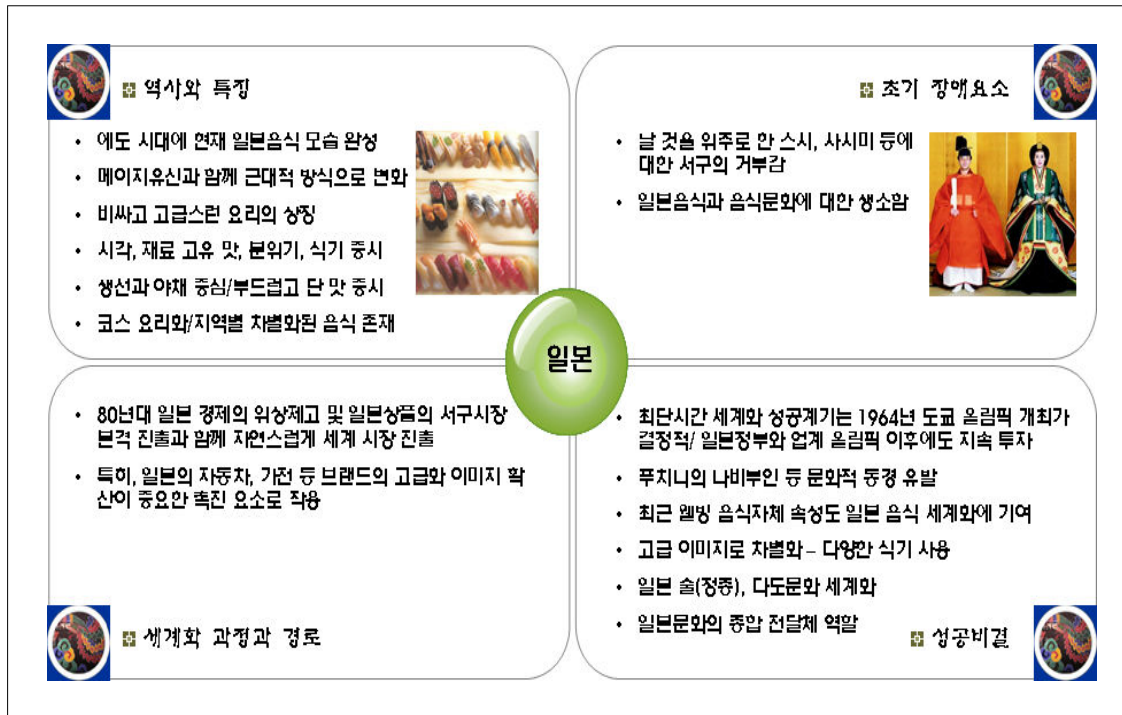
▶ **중국 음식 및 음식문화 세계화의 초기 장애 요소**

- 저급 음식의 이미지
- 음식점이 지저분하고 시끄러움
- 일부 음식 재료에 대한 거부감
- 초기에는 중국 음식점 이용객의 대다수가 중국인
- 중국 음식점들이 초기에는 고급가와는 지리적으로 떨어진 차이나타운 등에 소재

▶ **중국 음식 및 음식 문화의 성공비결**

- 초기 **화교들을 확산 매체**로 한 대중화 성공
- 곰발바닥 요리, 제비집 수프, 삭스핀 요리 등 재료의 희귀성을 강조한 일부 **고급화, 고가화 전략**
- 뉴욕, 실리콘밸리 등 비즈니스적으로 성공한 중국인의 미국 내 자리매김
- 중국 영화 및 배우(이소룡, 재키첸) 등 문화적 세계화에 음식과 음식 문화도 편승
- 음식 재료의 다양성과 호기심

나. 일본



▶ 일본 음식의 역사

- 에도 시대(1600·1868) 시대에 현재의 일본 음식의 모습을 완성
- 1868년 메이지 유신과 함께 식생활이 근대적 방식(7)으로 변화

▶ 일본 음식의 특징

- 일본 요리하면 우리는 스시(초밥)와 사시미(생선회)를 떠올림
- 일본 요리는 불과 수십 년 만에 비싸고 고급스런 요리의 상징
- 음식과 그릇의 조화, 보는 즐거움과 신선함을 중시하는 요리
- 짧은 시간에 세계화에 성공한 드문 사례
- 음식의 모양, 색상 등 시각 측면을 중시
- 재료 고유의 맛 중시
- 육류 보다는 생선과 야채 중심

7) 다양한 서양식품과 재료, 서양풍의 식사예법, 양식의 보편화, 중국요리의 대중화 등

- 간장, 와사비 등 소스의 맛과 향을 중시
- 부드럽고 단 것이 일반적으로 고급음식이라고 인식
- 음식외에 음식을 담는 그릇, 장소, 인테리어, 복장 등을 종합 중시
- 식기⁸⁾와 결합된 차별적 음식 브랜드
- 미린이나 일본술(日本酒)을 특유의 맛을 내는 조미료로 활용
- 지역별로 차별화된 음식 존재
- 코스요리화 (맑은 국, 생선회, 구이, 조림, 밥/면, 후식의 순서)
- 냄비 채 나오는 요리를 제외하고는 큰 그릇 보다는 각 개인의 접시나 그릇에 조금씩 나누어 서브

▶ **일본 음식 및 음식문화 세계와의 과정과 경로**

- 80년대 일본 경제의 위상 제고 및 일본 상품의 서구 시장 본격 진출과 함께 자연스럽게 세계 시장 진출
- 특히 일본의 자동차, 가전 등 브랜드의 고급화 이미지가 확산이 중요한 촉진 요소로 작용

▶ **일본 음식 및 음식문화 세계와의 초기 장애 요소**

- 날것을 위주로 한 스시, 사시미 등에 대한 서구의 거부감
- 일본 음식과 음식 문화에 대한 생소함

▶ **일본 음식 및 음식 문화의 성공비결**

- 일식이 짧은 기간에 세계화에 성공할 수 있었던 것은 1964년 도쿄 올림픽 개최가 결정적 계기
- 세계인의 시선이 쏠리는 **국제 스포츠 행사**를 일본 문화와 음식을 과시하는 무대로 **활용**

8) 밥그릇은 「차왕」이라고 하며 도자기 제품, 국그릇은 「오왕」이라 하며 나무에 옷칠을 한 것이 대부분, 젓가락 역시 나무에 옷칠한 것을 사용

- 일본 정부와 업계는 정성들여 만든 깨끗하고 맛깔스런 요리를 세계 각국의 다양한 사람들에게 선보이는 기회로 활용

※ 스시 등에 대한 거부감에도 불구하고 신선하면서도 담백한 요리, 시각적 효과를 최대한 살린 상차림, 예쁘고 다양한 그릇, 식당 벽에 걸려 있는 그림, 기모노를 입은 종업원의 친절한 서비스에 매혹(“일본 요리는 일본인의 정성과 혼이 담긴 요리”라는 찬사)

- 일식과 일본 문화에 대한 호감을 지속시키기 위해 **일본 정부와 업계는** 올림픽 이후에도 **지속 투자**
 - 세계 2위의 경제력이 이 과정에서 위력을 발휘
- 미국, 유럽 등 서구의 일본에 대한 동경심과 친밀감
 - 푸치니의 나비부인 등 문화적 동경 유발
- **일식 세계화의 숨은 공로자는 일본 기업인**
 - 현지에서 비즈니스를 하거나 출장나온 일본 기업인들은 미국인 고객이나 VIP를 대접할 때면 으레 일본 식당에서 식사
 - 어색해 하는 이방인들에게 젓가락 사용법을 가르치고, 사시미와 스시 먹는 법 전수
 - 식사 후에는 도예가들이 만든 다기에 녹차를 담아 먹으며 일본의 다도 문화와 음악, 그림에 대한 대화
 - 고급 요리를 맛보고 이국의 독특한 문화를 접한 미국인들은 최고의 대접을 받은 것으로 생각
 - 일부 미국인들에게 **일식을 맛보는 것은 부의 척도로까지** 비쳤고, 일식을 먹는 것 자체가 **동경의 대상**
 - 전 세계 주요 도시에 들어서는 일식당도 미국의 사례와 유사
- 최근 **웰빙 풍의 음식 자체의 속성**도 일본 음식 세계화에 기여
 - 생선과 야채 위주
 - 쿵을 중심으로 한 다양한 가공 음식(두부, 미소, 유부, 간장 등)

- **고가·고급 이미지로 차별화**

- 1970년대 이후 미국의 주요 도시에 들어선 일본 식당은 한결같이 고가·고급의 요리가 나오는 곳이라는 이미지를 의도적으로 고수
- 외국 식당 중에서 일본 식당의 요리 값이 가장 고가
- 일식의 고급스러움은 일본 제품의 우수성과 동일시

- 고급화된 색과 모양의 조화를 극대화하기 위해 **다양한 식기 이용**

- 요리에 따라 접시의 모양이 다양
- 식기의 형태도 매우 다양하고 예술적 디자인
- 식기의 재질도 도자기, 칠기, 죽제품, 유리 제품 등 다양하며 요리의 종류와 계절에 맞추어 조화

- 일본 음식에 어울리는 **일본 술과의 조화**

- 쌀을 재료로 한 청주와 고구마, 밀, 수수 등을 재료로 한 화주가 중심
- 이종 청주는 일본 음식의 해외 진출과 함께 빠른 속도로 세계화 성공

- 스시와 사시미가 세계화되면서 일본 그릇과 일본 술(정종)과 더불어 **녹차 및 다도 문화가 세계화**

- 차 문화를 식기, 술과 더불어 글로벌화에 활용

- **일본 문화의 종합 전달체**

- 40여년이 지난 지금 일식은 단순히 고급 요리라는 인식을 넘어 일본 문화의 높은 수준을 세계에 각인시키는 역할을 했다는 평가

다. 중국, 일본, 한국의 음식 및 음식문화 세계화 수준 비교

	중국	일본	한국
 음식점 분포 정도	<ul style="list-style-type: none"> 중국, 일본, 한국 음식점의 순서 한국 음식점은 상대적으로 드문 편 		
 이용자	<ul style="list-style-type: none"> 외국 현지인 50% 이상 다국적 	<ul style="list-style-type: none"> 중국보다 외국인 비율 낮은 편 최근 지속적 상승 추세 	<ul style="list-style-type: none"> 80% 이상이 한국인 비중
 주류 음식 정착여부	<ul style="list-style-type: none"> 확고히 정착 	<ul style="list-style-type: none"> 정착해 가는 과정 	<ul style="list-style-type: none"> 여전히 생소
 고급화 정도 인식도	<ul style="list-style-type: none"> 저가&고기 음식점 분포 최상의 분위기 연출가능 인식 	<ul style="list-style-type: none"> 중간대 가격 분포 매우 비싸고 고급스럽다는 인식 	<ul style="list-style-type: none"> 푸드코트형 제외한 음식점 가격대는 저렴하지 않고 고급화된 장소도 부재하다고 인식
 국제화 초기 걸림돌	<ul style="list-style-type: none"> 저렴한 음식 청결하지 못한 분위기 	<ul style="list-style-type: none"> 남성선술 먹는 것에 대해 어만적이라고 인식 	<ul style="list-style-type: none">
 음식/문화 보편적 인식	<ul style="list-style-type: none"> 부담 없고 매우 친숙한 편 고가와 저가 중간 가격 	<ul style="list-style-type: none"> 스시 적용 못하면 국제화된 지경인이라고 인식 자주 접하기엔 사치 	<ul style="list-style-type: none"> 주로 한국인들이 모여 식사하는 장소: 고급 및 세트와 요리 부재 일부 요리만 인지
 토착화/보편화 Enabler	<ul style="list-style-type: none"> 고소득 비즈니스맨 모임 변호사, 벤처 등 전문인 모임 	<ul style="list-style-type: none"> 중국과 유사 경제 및 사회 중심으로 진입 및 위상 확보 	<ul style="list-style-type: none"> 교민 및 해외 주재 상사 직원 등

▶ 음식점 분포의 정도

- 중국, 일본, 한국음식점의 순서
- 한국음식점은 상대적으로 드문 편

▶ 이용자

- 중국 음식점은 외국 현지인이 50% 이상을 차지할 정도로 다국적
- 일본 음식점은 중국음식점보다는 외국인 비율이 낮으나 최근 지속적으로 상승 추세
- 한국 음식점은 80% 이상이 한국인

▶ 주류 음식으로서의 정착 여부

- 중국 음식은 확고히 정착
- 일본 음식은 정착해 가는 과정
- 한국 음식은 여전히 생소(알고 있더라도 불고기와 갈비가 전부인 것으로 인식)
- 오히려 베트남 음식에 대한 인식이 빠른 속도로 확산

▶ **각국 음식에 대한 고급의 정도 인식도**

- **중국식**

- 가격대가 낮은 음식점이 있는 반면 비싸고 고급스러운 곳은 최상의 가격대와 분위기를 연출하고 있음을 인식

- **일본식**

- 대중적 스시바에서 파는 스시, 데리야끼, 우동 등은 중간대의 가격이지만 제대로 된 일식집은 매우 비싸고 고급스럽다⁹⁾는 것이 보편적 인식
- 깔끔하고 고급스러운 분위기, 산타모니카와 베버리힐스 등 부유층 주거지에 위치
- 까다롭기로 유명한 뉴욕커(특히 뉴욕의 젊은 여성층)들은 스시를 먹고 요가를 하는 것을 부와 명예의 상징처럼 인식

- **한국식**

- 각 도시별 초기 이민자를 중심으로 한국음식점 개점
- 초기에는 주로 교민, 지상사원, 대사관, 출장객, 유학생 등을 대상
- 푸드코트형이 아니면 아주 싸지는 않다고 생각하지만 **비싸고 고급스러운 곳은 없다는 것이 일반 인식**

▶ **음식 및 음식 문화 국제화의 초기 결림돌**

- **중국식**

- 저렴한 음식
- 청결하지 못한 분위기

- **일본식(스시)**

- 날 생선을 먹는 것에 대한 야만적 인식

9) 미국 LA 소재 일식집 스시로꾸에서 4명이 스시를 배부르게 먹으면 400불

▶ 현재 각국 음식, 음식점, 음식 문화에 대한 보편적 인식

- 중국식

- 거의 부담감을 갖지 않으며 매우 친숙한 편임
- 크게 경제적 부담이 따를 만큼 비싸지는 않으나 그리 저렴하진 않음

- 일본식

- 스시를 못먹는 사람은 국제화된 지성인이 아님
- 고급음식, 비싼 음식, 자주 먹기에는 사치스러운 음식

- 한국식

- 한국음식점은 주로 한국인들이 모여 식사하는 곳
- 불고기, 갈비, 잡채 등 일부 요리 인지
- 고급화되고 세트화된 요리는 별로 존재하지 않음

▶ 토착화 및 국제적 보편화의 Enabler

- 중국음식

- 고소득 비즈니스 맨들의 비즈니스 모임
- 변호사, 뱅커 등 전문인들의 모임

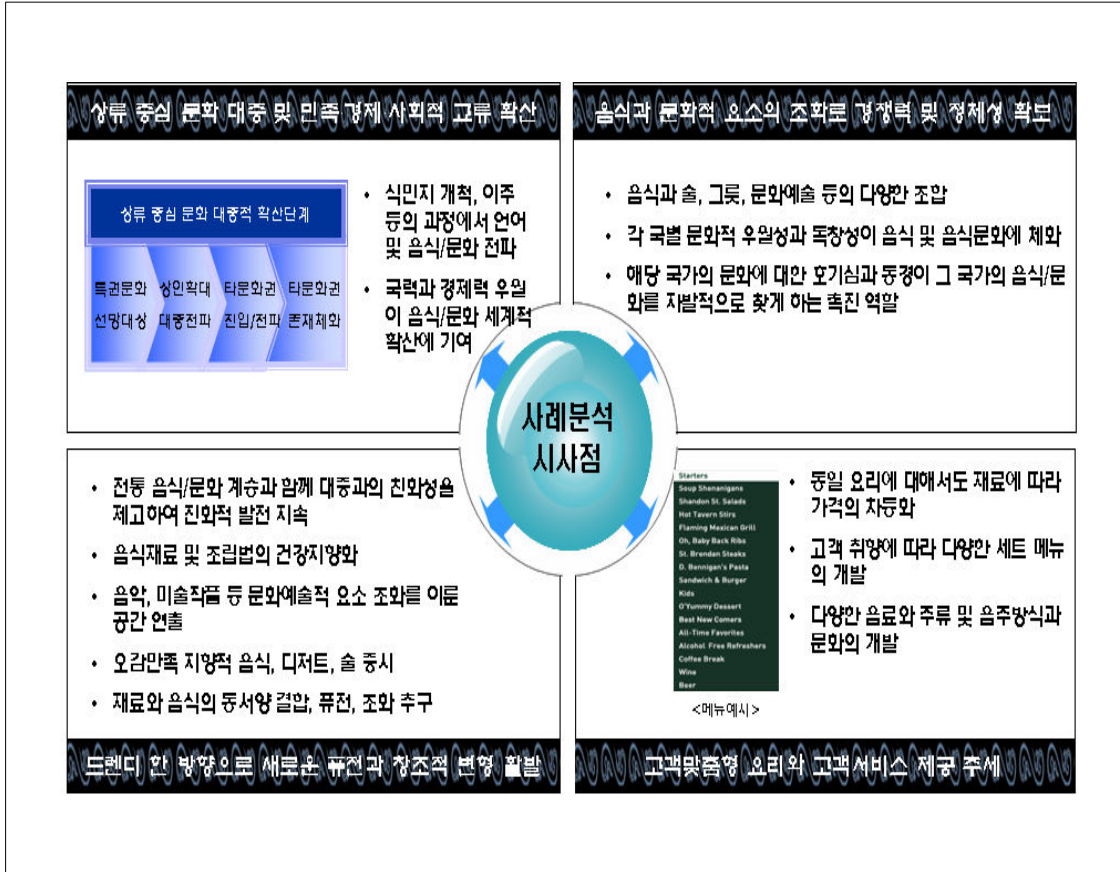
- 일본식

- 중국 음식과 유사함
- 중국과 일본 모두 교민, 2세 등의 미국내 경제, 사회적 뿌리내림의 정도 및 위상이 크게 영향을 미쳤음

- 한국식

- 교민 및 해외 주재 상사 직원 등

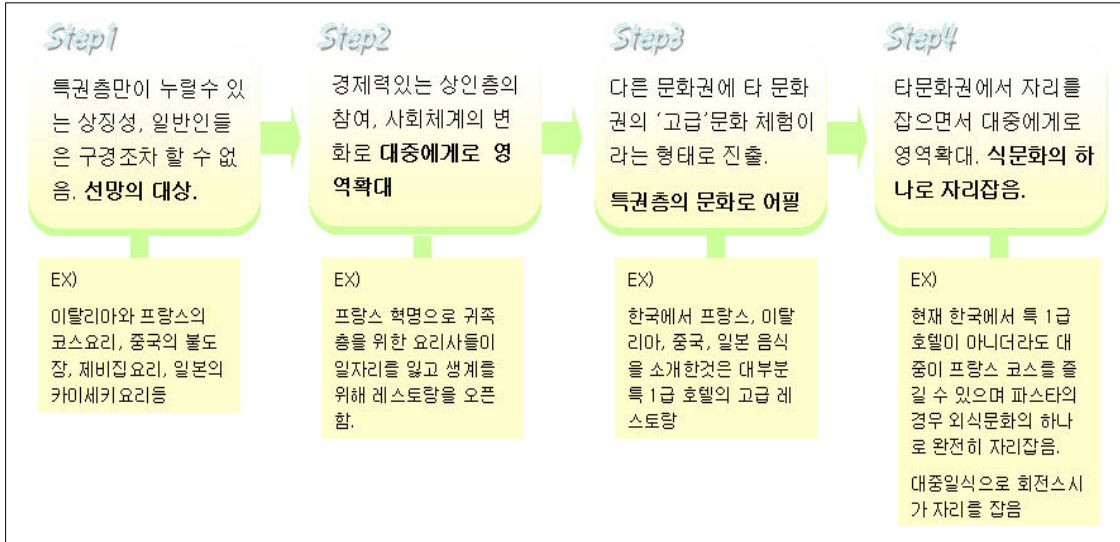
3. 세계화된 음식 강국 사례 분석의 시사점



▶ 세계화된 음식의 대부분은 상류층을 중심으로 개발되어 대중적으로 확산

- 이탈리아, 프랑스, 중국, 일본 등 공통
- 근대화 과정에서 경제력있는 중산(상공인 위주)층이 대중적 확산의 매체
- 타 문화에 대한 체험(‘고급 문화의 체험’)이라는 관점에서 다른 나라의 상류층으로 다시 전파
- 외국의 음식 및 음식문화를 받아들이는 국가 내에서도 상류 계층에서 출발하여 경제력 있는 중산층을 거쳐 대중화의 과정으로 보편화

왕실, 귀족층 음식문화의 대중적 확산 단계¹⁰⁾



▶ **세계화된 음식은 문화와 경제, 그리고 민족적 교류 과정에서 전파되고 확산**

- 왕실 또는 귀족들간의 국가 간 혼사로 이탈리아 음식이 프랑스로 전수
- 식민지 개척 등의 과정에서 언어 및 문화와 함께 전파(프랑스)
- 이주 과정에서 음식 및 음식문화도 이주민에 체화되어 이전, 확산¹¹⁾
- 미국의 경우 국력과 경제력의 우월이 미국 음식 및 음식 문화의 세계적 확산에 기여

▶ **세계화된 음식은 음식뿐만 아니라 음식과 조화되는 문화적 요소들이 함께 매치됨으로써 경쟁력과 정체성 확보**

- 음식과 술, 음식과 그릇, 음식과 문화예술 등의 다양한 조합
- 각 국별 문화적 우월성과 독창성이 음식 및 음식문화에 체화
- 해당 국가의 문화에 대한 호기심과 동경이 그 국가의 음식 및 음식 문화를 자발적으로 찾게 하는 촉진 역할

10) 세계의 음식문화와 한식의 세계화(화분)

11) 미국은 이탈리아, 프랑스, 중국, 일본, 인도, 베트남 등의 음식 및 음식문화의 수용과정을 거침

▶ 세계화의 토대가 이미 공고히 구축된 음식과 음식문화의 경우 트렌디한 방향으로 새로운 퓨전과 창조적 변형이 활발

- 전통적인 형태를 계승하는 한 방향을 유지하면서 다른 방향으로의 트렌디한 방향으로 진화적 발전 지속(대중과의 친화성 제고 과정)
- 음식재료, 조리법의 건강지향, 웰빙화(건강, 스테미나, 장수, 저칼로리 등)
- 인테리어와 공간배치의 트렌디화
- 음식과 디저트, 술 등의 색깔, 향 중시(촉각, 시각, 후각, 미각, 청각 등 오감 만족 지향적)
- 재료와 음식의 동서양 결합, 퓨전, 조화, 믹스 등
- 음식만을 위주로 한 음식점보다는 음악, 미술작품 등 문화 예술적요소가 함께 믹스된 만남과 대화의 공간을 연출

▶ 고객의 취향에 따라 Tailored된 맞춤형의 요리와 서빙 추세

- 재료 및 요리 방법의 고객 취향에 따른 다양한 선택 여지 제공
- 동일 요리에 대해서도 재료에 따라 가격의 차등화
- 고객 취향에 따라 다양한 세트 메뉴의 개발
- 고객 성향에 따라 음식과 조화되는 다양한 음료와 주류 및 음주 방식과 문화의 개발
- 음식 종류, 고객 선호도 등에 따른 서빙 방법 다양화

▶ 음식 세계화에 대한 국가 차원의 지원 체계 수립

- 법·제도적인 정부 지원 요구
 - 정부의 정책적 지원 의지 및 그에 기초한 정책 발굴 및 실행

- 지속적 지원이 가능한 정책 시스템의 개발
- 자국 음식의 장점 및 글로벌화 가능성을 감안한 세계시장 진출 적극 지원
 - 일본은 64년 동경올림픽을 세계 각국에 일본음식을 홍보하는 계기로 활용하였고, 일회성 지원이 아닌 정부와 업계가 공동으로 투자를 지속
 - 세계시장 진출을 적극 지원하여 성공한 태국의 사례 참조

태국음식의 경쟁력과 글로벌화를 위한 정부지원

- 태국 음식의 경쟁력
 - 전세계적으로 폭넓은 지명도와 평판
 - 건강식으로 높은 인지도
 - 현지 입맛과 선호에 맞춘 메뉴 구성
 - 전채와 주 요리, 디저트와 음료 등 다양
- 2001년 초 태국음식의 세계화를 촉진하기 위한 프로젝트 개시
 - 1990년대부터 수십여명의 태국음식 요리사를 전세계에 내보내는 등 인력지원 형식의 태국 음식 세계화를 추진¹²⁾
 - 태국 정부는 탁신 신나와트라 총리와 솜키드 자두스리피탁 부총리의 주도하에 태국음식 세계화 프로젝트를 본격적으로 시작
 - 홍보 기관을 선정, 태국 음식 홍보 프로그램 개발
 - 정부와 민간 공동 투자로 지주회사(Global Thai Restaurant Co.)¹³⁾를 설립하여 전세계 태국 음식점의 설립, 운영 지원(GTR은 자본금 4억 바트로, 정부 30%, 민간 70% 지분)

12) 2005년까지 전 세계 태국식당 수를 5,500개에서 8,500개로 늘리기 위한 태국식당 프랜차이즈 계획 승인(태국과 태국음식 세계화 프로젝트, Mr. Surasak Riangkrul, 2004. 11)

13) GTR(Global Thai Restaurant Co.)에 관하여는 후술