

豐 稷

제 89-96 호
1999-2000

全州文化院

螢嶺

90 1999
5월 호
전주문화원

● 地域文化 · 地域人情 · 地域情報 ●



아무 것도 염려하지 말고 오직 모든 일에 기도와 간구로,
너희 구할 것을 감사함으로 하나님께 아뢰라.

— 빌립보서 4 : 6 —

편 / 집 / 후 / 기

- ... 이제 노령에서 김해강 일기초를 볼 수 없게 되었다.
김해강님의 유족과 김해강님께 일기를 직접 받은 조규화씨 사이에 약간의 이견이 있어 유족이 일기를 회수해 갔기 때문이다. 10년이 넘는 오랜 세월 동안 「노령」을 지키다가 갑자기 떠나 보내게 되어 아쉬움 금할 길 없고 전북문학사의 재조명에도 큰 손실이 아닐 수 없다.
- ... 전주시가 새로 개발한 관광상품인 전주 유채꽃 백리길 축제가 시민들의 큰 호응을 얻어 전주를 관광도시로 만드는 데 지대한 공을 세웠다고 생각한다. 이에 때맞추어 이번 호의 기획특집 또한 「관광 전주」로써 전주를 명실공히 관광도시 대열에 올리는 데 큰 도움이 되었으면 한다.
- ... 맑은 봄날 전주천변 백리에 걸쳐 화사하게 피어난 유채꽃 사이를 걷는 사람들을 보고 있노라면 아무런 근심 걱정이 없어 보인다. 하루 빨리 이 힘겨운 IMF 시대가 지나가 일상 생활에서도 것처럼 밝은 마음, 화사한 표정 가질 수 있기를 바란다.
〈박지현〉
- ... 「가훈 무료로 써주기」와 「우리문화 한아름 국악교실」 등의 사업으로 분주한 나날을 보냈다. 「가훈 써 주기」는 시민들의 큰 관심과 참여 속에서 진행되고 있고, 「국악교실」은 당초 1학년만 참여하겠다던 학교측에서 이젠 전교생이 다 참여하겠다고 하여 자못 흥겨운 마음이다. 그러나 한 구석이 허전한 것은 노령에 다소 소홀했다는 것이라. 그래도 더욱 알찬 내용으로 선보일 노령 90호가 허전한함을 조금이나마 채우는 것 같다.
〈김낙현〉

● 본지는 한국도서잡지 윤리위원회 실천요강을 준수합니다.

螢 嶺

발 행/全州文化院

비매품 · 1999년 5월(제90호)

인쇄/1999년 5월 4일 · 발행/1999년 5월 6일

발행인/金光鎬

편집인/宋榮相

인쇄인/徐鉉歡

사무팀장/박 지 현, 운영팀장/김 낙 현, 편집디자인/박 순 정

문화체육부 등록 마-962호 · 등록일/1981년 8월 10일

561-090 전주시 덕진구 서노송동 588-83 흥건빌딩 9층/☎ (0652) 288-7500/인쇄처/新亞出版社 ☎ (0652) 275-4000

螢 嶺

● 地域文化 · 地域人情 · 地域情報 ●

8 권두세언

크고 작은 새로운 관광상품 개발

김광호

10 특별기획① 신나는 전주 관광

전주 영화제

10 지역문화 전략의 진정성과 전주 영화제의 가능성

김은정
탁 광

18 50년대 전주는 한국의 허리우드로 각광

문화관광도시 전주

24 월드컵 전주경기를 기폭제로 전주문화의 빛깔과 향기를 이벤트화

유기상

풍남계와 문화상품

30 전주와 전북의 삶을 재현

심인택

판소리 전용 극장

36 국악전북의 관광명소

문치상

42 소리 문화의 체험 현장

이명우

전주의 역사 유적

49 상설화된 문화공간 활용

조법종

세계 서예 전북 비엔날레

55 서예비엔날레를 관광상품으로 개발

권갑석

전주 약령시

61 약령시를 전주 명물로 상설

김종명

68 약령시 축제 볼거리 · 먹거리도 병행

양복규

조선문화 특구 조성

73 경기전 중심으로 적극개발

이정덕

79 궁중유물 전시장도 상설

김상휘

전주 비빔밥

84 전통향토 음식으로 브랜드화

김윤철

전주 대사슴 놀이

90 세계에 내세울 큰 잔치

류장영

전주 종이 축제

98 종이와 종이공예품 박람회

백옥선

105 표지와 초대석

스케치

김치현

1999년 5월

90

題字/友山 宋河璟 表紙畫/김지현

-
- | | | |
|-----|---|------------|
| 106 | 특별기고
우리문화 한아름은 우리 문화 크게 꺼안기 운동 | 이장열 |
| 112 | 이호선칼럼 ⑧3
〈바이마르〉의 공중변소 아줌마 | 이호선 |
| 114 | 어린이 질서문화
어린이를 생각하는 작은모임, 질서문화연구회의 미래상 | 조강래 |
| 128 | 이해동는 詩 감상법 ⑬
떨어진 큰 별 최후의 청록파 시인 박두진의 시 | 정희수 |
| 136 | 그때 그 시절 이야기
영상 예술의 꿈을 안고...
나의 학창 시절 | 류호석
김희선 |
| 144 | 좋은 글귀 풀이 ⑦6
울곡 이이의 일화 | 유흥연 |
| 146 | 우리말 우리글 ②4
‘너희’와 ‘너그/느그’ | 이태영 |
| 148 | 선배가 후배에게
온고지신의 정신으로 | 송영상 |
| 150 | 후배가 선배에게
아름다움은 영원한 기쁨 | 김종운 |
| 152 | 건강한 생활의 한방요법 ⑤
한방의 체질론(2) | 정현국 |
| 160 | 호남에 피어난 꽃 (1) 전주
한국교회 순교사의 축소판 | 이충우 |
| 172 | 全州風物記 ⑤0
전주천변(全州川邊) | 송영상 |
| 176 | 편집후기 | 편집인 |
-

전통향토음식으로 브랜드화

관광상품화된 비빔밥이 전주를 살린다



김 윤 철

전북관광협회 회장

약력

- 대한관광여행사 사장, 대한 관광항공사 사장
- 호원대학교 관광통역과 겸임 교수
- 월드컵 문화시민운동 전주협의회 문화·예술·관광분과 위원장
- 저서/국내관광 안내 실무, 여행안내와 위기관리

21C 성장산업인 문화관광산업은 지방화 시대와 각 지역의 역사와 문화축제를 관광상품화하여 홍보판매함으로써 지역경제활성화에 기여하리라고 생각한다.

그러나 아쉽게도 장기간에 걸친 대대적인 홍보지원과 선전 미흡으로 인하여 외래관광객의 관심과 호응을 얻지 못할 뿐 아니라, 축제의 상품화를 통한 경제적 이익을 얻지 못해 일회성 행사 및 상품으로 그치는 일이 많아 안타까움을 금할 수 없다.

예향 전주의 지역 축제로 풍남제와 대사습놀이 등이 있으나 축제와 병행하는 음식문화관광상품인 “전주 비빔밥”을 연구개발하고 장려하여 고부가가치 상품으로 특화시킬 뿐 아니라 조직적이고 장기적인 계획으로 홍보한다면 관광 전주의 획기적인 기폭제가 되리라고 확신한다.

전주는 예로부터 아낙네들의 음식솜씨가 뛰어난 것이 사실이다. 그래서인지 몰라도 전주의 콩나물 비빔밥은 평양의 냉

전주고유음식인 전주비빔밥을 상품화하여 각광받을 수 있도록 하려면
먼저 지역주민과 행정당국의 새로운 관광마인드와
개발 전략이 절대적으로 필요하며
무한경쟁시대에서 살아남을 수 있는 지방경제의 경쟁력 제고야말로
가장 중요한 요소라 할 수 있다.

면, 개성의 탕반과 더불어 조선의 삼대음식이라 일컬어 왔다.
먼저, 전주 비빔밥의 유래를 시대적으로 살펴보면 조선조 때부터
골동지반(骨董之飯) → 부빔밥 → 부빔밥 → 비빔밥으로 불리어 현
재에 이른다.

전주고유음식인 전주비빔밥을 상품화하여 각광받을 수 있도록 하
려면 먼저 지역주민과 행정당국의 새로운 관광마인드와 개발 전략
이 절대적으로 필요하며 무한경쟁시대에서 살아남을 수 있는 지방
경제의 경쟁력 제고야말로 가장 중요한 요소라 할 수 있다.

따라서 예향전주의 문화 축제와 음식문화관광을 상품화하는데 체
계적이고 탁월한 전략이 수립됨으로써 21세기 3대 고부가가치 산업
인 첨단정보산업, 환경관련산업과 함께 문화관광산업의 중흥이 이
뤄질 것임은 명확한 일이라 하겠다. 이를 위해 다음 몇가지 제안을
하고자 한다.

첫째, 지방자치단체는 전주가 후백제 시대의 수도였음을 상징하
는 전통건축양식과 인테리어 용품, 그리고 종업원에게 전통의상을
착용시키고 수준높은 고감도 서비스를 재현하여 운용되는 전통 대
형식당 건립을 통해 운영되어야 함을 인식해야 할 것이다.



전주의 고유음식인 비빔밥을 새로운 관광마인드로 개발해야 한다.

전주비빔밥 지정업소 지정에만 그치지 말고 조리법, 식품재료 등을 표준화하여 지속적이고 강력한 행정지도를 통하여 전통 전주비빔밥이 계승 발전될 수 있도록 하여야 한다.

둘째, 전주시의 민간인 운영 전통 대형식당(지정업소)에 대한 대대적이고 체계적인 홍보지원과 외래관광객 유치에 따른 파격적인 인센티브(포상장려)제도를 도입 추진하여야 한다.

중앙정부에 의해 주도되었던 관광개발 육성은 이제 마땅히 지방정부가 지역 실정에 맞게 재구성하여 업체나 개인에게 인센티브제를 주어 적극 장려하고 관광 SOC에도 점진적으로 투자될 수 있도록 계획을 입안하여야 한다.

셋째, 전주의 팔미(파라시, 모래무지, 미나리 등)와 팔경(기린토월, 덕진채련, 위봉폭포 등)을 전통식당에 전시하여 맛과 멋의 관광문

전국적으로 유명한 전주비빔밥을 비롯
비빔국수, 비빔떡, 비빔전, 비빔과자, 비빔빵 등
많은 비빔음식에 관한
지속적인 연구개발과 상품화도 필요하다고 본다.

화도시임을 적극 홍보할 뿐만 아니라 전주비빔밥의 역사적 고증을 거쳐 제조과정을 전시하고 전통음식 식단에 의해 시연하는 장면을 연출하여 직접 시식해 보는 체험음식 문화관광상품으로 특화시켜야 하겠다.

넷째, 전주비빔밥의 CI작업과 전통향토음식으로 브랜드화하여 특허등록을 통하여 가장 경제성 있는 상품이 되도록 하여야 한다.

서울의 유명백화점 내의 비빔밥 수준을 훨씬 뛰어넘는 독특한 맛과 향, 신선한 무공해 재료, 영양가 등을 그릇 받침에 비교 표시하여 차별화에 주력해야 한다.

전국적으로 유명한 전주비빔밥을 비롯, 비빔국수, 비빔떡, 비빔전, 비빔과자, 비빔빵 등 많은 비빔음식에 관한 지속적인 연구개발과 상품화도 필요하다고 본다.

다섯째, 예향 전주의 관광상품을 복합화시키고 볼거리, 먹거리, 놀거리, 쇼핑 등을 체계적으로 연계하여 집단화 시켜야 한다.

역사적 가치의 유물인 경기전, 풍남문 등 천년고도 전주의 상징성과 단지내 국악 상설공연, 전통향토음식인 전주비빔밥의 대형식당, 재래토산품점, 그리고 각지의 독특한 각종 임·농산물 전시판매장을 하나의 관광코스로 묶어 개발하여 예향의 도시 전주를 찾는



예향전주의 문화축제와 음식문화관광을 상품화로 장려해야 한다.

많은 외래관광객에게 즐거움과 추억을 만끽할 수 있도록 하는 것만이 경쟁력 있는 관광상품이 되리라고 확신한다.

여섯째, 복합화, 집단화에 따른 종합관광 관련시설 확충이 절실히 필요하다. 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의 용역업, 관광편의시설업은 물론이고 교통업, 요식업, 편의점 등 전 업종에 걸쳐 관광산업 범주에 속하지 않는 것이 없다고 본다.

이러한 관점에서 볼 때 관광객이 이용가능한 모든 업종이 참여하여 최고의 서비스를 창출할 수 있도록 하여야 한다.

일곱째, 전주시의 직접투자보다는 지속적인 홍보와 과감한 인센티브(포상장려) 제도가 보다 효과적으로 이루어질 수 있도록 하여야 한다.

- ① 전주시의 인터넷을 활용한 홍보
- ② 인적 홍보수단 활용(문화관광사절단, 국악공연단, 문화예술인 등)
- ③ 최첨단 멀티미디어 활용 홍보 강화
- ④ 관광 모니터링 시스템 도입 홍보
- ⑤ 외국인 및 외래관광객 유치를 위한 과감한 인센티브제도 도입
- ⑥ 정책적이고 집중적인 자금지원 관리

전주의 풍남제와 대사습놀이문화, 그리고 음식문화 관광상품인 “전주비빔밥”을 세계적 향토문화 관광상품으로 도약시키기 위해서는 각종 홍보포스터, 브러쉬어, 팸플렛, 캐릭터를 제작하여 해외 및 국내의 기관, 관광관련업체에 송부하여야 함은 물론 홍보 사절단을 구성하여 주기적이고 지속적으로 홍보하여야 한다.

결론적으로 21세기를 이끌어갈 관광문화산업만이 지방경제를 활성화 시킬 수 있고 전통의 향토지방문화를 창조할 수 있다고 보며, 경제성 있는 음식 문화의 관광상품화를 이루어낼 때 경쟁력 있는 예향 전주의 관광사업이 되리라 확신한다. 따라서 전주 비빔밥은 관광의 소프트 측면에서 볼 때, 적은 예산으로 신속히 지역 경제 활성화에 기여할 수 있는 중요한 관광상품이라 하겠다.

이러한 전주 비빔밥이야말로 가장 전국적이고 세계적인 음식으로 승화시켜야 하겠다. **靈巖**