

# 유네스코 인류무형문화유산의 관리와 활용 현황에 대한 한일 비교 연구 - 김장문화와 와쇼쿠(和食)를 중심으로 - \*

김 현 정  
(한국전통문화대학교)

## ◆ 국문초록

2013년 한국의 김장문화와 일본의 와쇼쿠가 함께 유네스코 인류무형문화유산으로 선정되었다. 유네스코에서 김장과 와쇼쿠를 인류무형문화유산으로 지정할 때 '오랜 기간 전해 내려오는 전통', '국가를 대표하는 음식문화'라는 점과 함께, 그 음식을 통해 생성되는 사회적인 관계 속에서의 '결속력', 오랜 기간 동안 전해 내려온 풍습에서 드러나는 각국의 '정체성'에 그 가치를 크게 인정하고 있다. 한국에서 김장은 인류무형문화유산으로 지정된 이후, 문화재청의 무형문화재과에서 종합적으로 관리하고 있고, 일본에서는 농림수산성 중에서도 식료산업국내에 '와쇼쿠실'이라는 부서에서 담당하고 있다.

각국을 대표하는 식문화인 만큼 김장과 와쇼쿠의 활용은 실로 다양하겠지만, 김장의 경우 특히 전국민의 공감대를 형성할 수 있고 겨울을 맞이하기 전에는 누구나 꼭 해야 한다는 점에서 축제로 활용되는 것이 가장 대표적이다. 또한 공연이나 외국인을 대상으로 한 콘텐츠의 활용 사례도 보인다.

와쇼쿠의 경우 지칭하는 범위가 김장보다 넓기 때문에 각 지역의 특산품을 중심으로 헤아릴 수 없이 많은 와쇼쿠 관련 축제가 존재하며, 이외에도 농림수산성에서 실시하고 있는 '와쇼쿠와 지역식문화 계승추진사업'과 연계한 콘텐츠의 활용이 다양하게 이루어지고 있다. 또한 와쇼쿠가 인류무형문화유산이라는 공식적인 타이틀을 가지게 되자, '쿨 재팬 전략'의 핵심 키워드로서도 활용되고 있다.

주제어 : 인류무형문화유산, 김장문화, 김치, 와쇼쿠, 식문화

\* 이 논문은 「2017년도 한국전통문화대학교 학술연구지원 사업」의 지원을 받아 수행된 연구임.

## I. 서론

유네스코 인류무형문화유산 중에서는 음식이나 식문화와 관련된 것이 다수 있다. 2010년에 등재된 ‘멕시코 전통요리’나 ‘프랑스 미식(美食) 문화’가 유명하며, 특히 2013년에는 한국의 ‘김장, 김치를 담그고 나누는 문화’, 일본의 ‘와쇼쿠, 일본인의 전통적인 식문화-정월을 예로 하는-’, ‘고대 조지아의 전통 크베브리 와인 양조법’, ‘터키식 커피 문화와 전통’, ‘지중해식 식문화’ 등 식문화 관련 무형유산이 5건이나 등재되었다. 또한 2015년에는 ‘북한의 김치 담그기 전통’도 인류무형문화유산으로 등재되었다. 이처럼 2013년에 김장문화와 일본의 와쇼쿠가 나란히 유네스코 인류무형문화유산으로 선정되었다는 것은, 각국을 대표하는 식문화가 함께 세계적으로 가치를 인정받은 경우라고 할 수 있다.

그런데 현재 한국의 김장이나 김치에 관한 연구나 일본의 전통음식인 와쇼쿠 자체에 대한 연구는 이미 다양하게 이루어져 왔다. 김장문화의 경우는 김장보다는 김치에 주목한 선행연구들이 대부분이다. 예를 들어 「한국 김치문화의 디지털 콘텐츠 개발에 관한 연구」<sup>1)</sup>에서는 김치문화를 문화원형으로 한 디지털 콘텐츠에 주목해서 그 개발가능성을 고찰하고 있고, 「광주김치문화축제 발전방안에 관한 연구」<sup>2)</sup>에서는 김치를 활용한 축제 중에서도 광주김치문화축제에 주목해서 그 발전방안을 논하고 있다. 「일본에서의 김치 연구와 산업화 동향」<sup>3)</sup>처럼 국내가 아닌 외국에서 김치의 활용 현황에 대해 고찰한 연구도 있고, 「문헌고찰을 통한 김치문화 활성화 방안」<sup>4)</sup> 등의 연구가 있다.

와쇼쿠에 대해서는 일본에서 연구가 주로 이루어지고 있다. 「일본식(화

1) 김계중, 「한국 김치문화의 디지털 콘텐츠 개발에 관한 연구」(『디자인학연구』 18권 1호), 한국디자인학회, 2005, 105-114면.

2) 박종찬, 「광주김치문화축제 발전방안에 관한 연구」(『호텔관광연구』 14권 3호), 한국호텔관광학회, 2012, 1-10면.

3) 정대성, 「일본에서의 김치 연구와 산업화 동향」(『식품산업과 영양』 1권 1호), 한국식품영양과학회, 1996, 3-6면.

4) 송혜숙, 「문헌고찰을 통한 김치문화 활성화 방안」(『문화산업연구』 15권 3호), 한국문화산업학회, 2015, 115-125면.

식)의 글로벌화와 농산물 수출의 전망과 과제(日本食(和食)のグローバル化と農産物輸出の展望と課題)」<sup>5)</sup>에는 와쇼쿠의 글로벌화에 따른 일본 식재료의 수출 활성화를 위한 전략을 고찰하고 있고, 「나가노현의 와쇼쿠의 매력과 문화재(長野県の和食の魅力と文化財)」<sup>6)</sup>와 같이 특정 지역의 와쇼쿠에 주목해서 그 가치를 연구한 논문도 있다. 또 「유네스코에 등록된 ‘와쇼쿠’란 무엇인가:그 특징과 계승(ユネスコに登録された「和食」とは何か:その特徴と継承)」<sup>7)</sup>에서는 인류무형문화유산으로서의 와쇼쿠를 조명해서 그 특징과 계승 현황에 대해 고찰하고 있다.

이처럼 김치와 와쇼쿠에 대해서는 각각 다양한 분야에서 연구가 이루어지고 있지만, 유네스코 인류무형문화유산이라는 점에서 두 식문화를 함께 조명해보고, 각 국가에서 어떤 형태로 관리되고 활용되고 있는지에 대한 연구는 한국과 일본을 통틀어 전무하다. 하지만 양국에서의 문화유산 관리와 활용 현황에 대한 비교연구는 반드시 필요하다고 생각된다.

다만 김장문화와 와쇼쿠는 둘 다 식문화에 속하는데, 본 논문에서는 각각의 정의와 등재 의의에 대해 분명히 하되, 두 식문화에 대한 단순 비교는 하지 않을 것이다. 의미하는 범위가 다르기 때문에 식문화의 단순 비교는 의미가 없다. 즉 본 연구는 김장문화나 와쇼쿠에 대한 단순 비교나 각각의 식문화에 대한 연구가 아니라, 인류무형문화유산이라는 점에서 두 식문화가 가지는 의미와 함께 정부와 민간 차원에서의 행해지는 관리 현황과 활용 측면에 주목해서 살펴보고자 한다.

## II. 김장문화와 와쇼쿠의 정의와 등재 의미

유네스코에 등재된 김장문화의 정식명칭은 ‘김장, 김치를 담그고 나누는

---

5) 下渡敏治, 「日本食(和食)のグローバル化と農産物輸出の展望と課題」(『開発学研究』 25권 3호), 日本国際地域開発学会, 2015, 1-11면.

6) 福島正樹, 「長野県の和食の魅力と文化財」(『愛知大学総合郷土研究所紀要』 60권), 愛知大学総合郷土研究, 2015, 135-142면.

7) 江原絢子, 「ユネスコに登録された「和食」とは何か:その特徴と継承」(『日本食生活学会誌』 28권 1호), 日本食生活学会, 2017, 3-5면.

문화(Kimjang, making and sharing kimchi)’이다. 김장이란 한국인이라면 누구나 다 알듯이 “겨우내 먹을 김치를 한목에 담가두는 일”<sup>8)</sup>을 말한다. 한국에서는 겨울을 맞이하기 전의 가장 중요한 행사가 바로 김장인데, 이는 바로 김치가 한국인의 식단에 얼마나 중요한 의미를 가지는 것인지를 생각해 보면 어렵지 않게 답이 나온다. 겨울을 나기 위해 김치가 어떤 음식보다도 가장 중요한 음식이기 때문이다.

한국인에게 김장은 중요한 행사이자 문화이지만, 그것이 인류무형문화유산으로 인정받은 이유가 있다. 우선 김장문화가 유네스코에 등재된 이유와 의미를 짚어보고자 한다. 유네스코에서는 김장문화의 등재 의미를 다음과 같이 설명하고 있다.

김장, 더 넓게 ‘김치를 담그는 것’은 한국인의 정체성에서 중요한 부분이다. 김장은 한국의 문자 체계인 ‘한글’이나 ‘태극기’와 비교될 정도로 중요하다고 여겨진다. 광범위한 도시화와 서구화에도 불구하고 한국인의 90% 이상은 가족이나 친지가 집에서 담아 주는 김치를 먹는다. 이는 ‘김장’이라는 문화가 현대 사회에서 가족 협력 및 결속을 강화하는 기회임을 보여주는 사실이다. 김치를 담그고 나누는 것, 특히 공동 작업인 김장은 한국인의 정체성을 재확인시켜 주는 일이다 ... (중략) ... 김장은 월동 준비의 필수적 부분으로서 김장을 통해 많은 한국인들은 나눔의 정신을 깨닫고 실천하게 된다. 또 한국인들은 김치도 없을 만큼 가난한 이웃의 어려운 사정을 결코 무시하지 않는다. 김장철마다 지역사회·자원봉사단체 및 기타 집단은 대규모의 김장 행사를 조직하여, 수천 명이 김치 담그는 데 참여한다. 여기에서 담근 김치는 모두 필요한 이들에게 기증된다. 이러한 대규모 행사에서 담근 김치를 나누는 풍습을 통하여 한국 사회의 구성원들은 더욱 끈끈한 유대감을 갖는다.<sup>9)</sup>

여기서 주목하고 싶은 것은 김치가 한국인의 식단에 있어 가지는 무게, 김장이 인간관계로 얽혀진 사회에서의 결속력을 강하게 하며, 김치를 나누는 풍습에 의해 더욱 그 결속력이 강하게 된다는 점을 유네스코에서 인정하

8) <http://encykorea.aks.ac.kr/>(한국민족문화대백과사전 사이트). <김장>의 정의.

9) <http://heritage.unesco.or.kr/ichs/kimjang-making-and-sharing-kimchi/> <김장문화>의 정의 요약.

고 있다는 것이다. 바로 이 결속력과 공동체에 미치는 막대한 영향, 나눔의 정신 등이 한국의 역사 속에서 오랫동안 전해 내려온 소중한 전통이라는 점을 인정받아 ‘김치’ 자체보다는 ‘김장문화’가 인류무형문화유산으로 선정된 것이다.

이 점은 와쇼쿠도 마찬가지이다. 우선 ‘화식(和食)’으로 표기하는 와쇼쿠가 무엇인지에 그 정체와 범위에 대해 명확하게 하고자 한다. ‘화(和)’라는 일본어는 일본의 전통적인 것을 가리킬 때 사용되는 말로, 와후쿠(和服)은 기모노 등의 일본 전통의상을 말하며, 와시쓰(和室)는 다다미와 장지문이 딸린 일본 전통식 방을 말한다. 따라서 와쇼쿠는 일본의 전통적인 요리이자, 일본인들이 일상적으로 먹고 마시는 일본요리를 의미하는 말이다. 그러면 유네스코에서 와쇼쿠에 대해 정의한 것을 살펴보면 다음과 같다.

‘와쇼쿠’란 일본의 식재료 생산·가공·조리 및 식사와 관련된 기술·지식·관습과 전통을 모두 포함한 포괄적 일습을 토대로 형성된 사회적 실재를 일컫는다. 자연에서 얻을 수 있는 자원을 지속가능하게 이용하는 와쇼쿠는 자연을 존중하는 근본정신과 밀접한 관련이 있다. 와쇼쿠는 일상생활의 하나로써 발달한 동시에 연례행사와의도 관련이 있으며, 인간과 자연 및 사회적 환경 사이의 관계가 변화함에 따라 지속적으로 재창조되고 있다.<sup>10)</sup>

일본의 와쇼쿠문화 보호·추진 조언위원회에서는 무형문화유산으로 등록된 와쇼쿠문화가 ‘음식의 생산부터 가공, 준비 및 소비에 이르기까지의 기능과 지식, 실천과 전통에 관계된 포괄적인 사회적 관습’이라고 정의내리고 있다.<sup>11)</sup> 즉 일본에서도 식문화 전반에 걸친 대단히 포괄적인 의미로서 와쇼쿠를 인지하고 있음을 알 수 있다.

그런데 와쇼쿠의 경우 유네스코에 등재된 명칭을 보면, ‘와쇼쿠, 일본인의 전통적인 식문화-정월을 예로 하는-(Washoku, traditional dietary cultures

10) <http://heritage.unesco.or.kr/ichs/> 인류무형문화유산에서 <와쇼쿠>의 정의 요약.

11) 一般社団法人和食文化国民会議, 『ユネスコ無形文化遺産「和食；日本人の伝統的な食文化-正月を例として-」の理解を深める活動を行ないます。』チラシ, 2016년 4월 1일, 2면.

of the Japanese, notably for the celebration of New Year)’라고 해서 정월이란 말을 첨부하고 있다. 즉 와쇼쿠의 원래 뜻인 일본의 전통 식문화만이 아니고, 신년 축하를 위한 일본의 전통 식문화를 대표로 제한하고 있는 것이다. 그런데 2010년에 인류무형문화유산으로 등재된 ‘프랑스 미식(美食) 문화’, 또 2013년에 등재된 ‘터키식 커피 문화와 전통’, ‘지중해식 식문화’ 등의 용어를 보면, 와쇼쿠처럼 ‘notably for the celebration of New Year’ 등의 제한적인 설명이 붙어있지 않다. 그럼 왜 와쇼쿠의 경우는 굳이 이렇게 일본의 전통적인 식문화로 끝나지 않고 정월에 관련된 식문화를 예로 든 명칭으로 지정할 필요가 있었을까.

유네스코에서 특히 정월을 명칭에 넣은 이유는 유네스코가 정의한 와쇼쿠 부분에도 잘 나타나 있다.

와쇼쿠와 관련된 기본적인 지식과 사회·문화적 특성은, 일본인들이 대대로 전승되어 온 전통에 몰입하여 일본인으로서 정체성과 지속성을 재확인하고자 하는 새해 축하 의식에서 전형적으로 드러난다 ... (중략) ... 각각의 상징적인 의미를 가진 지역별 신선한 재료를 이용하여 화려하게 장식한 오세치(御節, 정월이나 명절 등에 쓰는 특별 요리), 조니(雑煮, 떡국) 및 도소(屠蘇, 소주의 일종)와 같은 특별한 식사를 준비한다.

이러한 요리는 특별한 식기에 담아 제공되고, 가족 혹은 공동체 구성원들 모두가 한자리에 모여 서로의 건강과 사회적 결속을 기원하며 함께 식사한다. 이런 식사 자리는 노인들이 어린이에게 와쇼쿠라는 사회적 관습의 의미를 가르쳐 줄 수 있는 장이 되기도 한다.

일상생활에서의 와쇼쿠는 균형이 잘 잡힌 전통적인 식사를 함께 함으로써 일본인들이 건강한 생활을 돕고, 스스로의 정체성을 재확인하고, 가족이나 공동체의 결속을 돈독히 하는 중요한 사회적 기능을 담당하여 왔다.<sup>12)</sup>

즉 유네스코는 일본의 전통적인 식문화 중에서도 정월에 가족과 친척들이 함께 모였을 때 공감하고 즐기며 그 속에서 즐거움과 기쁨을 나눌 수 있는 유산이라는 점에 와쇼쿠의 의미를 찾은 것이다. 이는 일상생활 속에서

12) <http://heritage.unesco.or.kr/ichs/>에서 <와쇼쿠>의 정의 요약.

의 매끼를 해결하기 위한 식문화에 그치지 않고, 정월이라는 특수한 환경에서 그 문화를 함께하는 집단에 있어서 큰 의미를 가지며 ‘공유’할 수 있다는 점에 가치가 있다.

유네스코가 와쇼쿠를 인류무형문화유산으로 등재하면서 단순히 ‘일본의 전통적인 식문화’에 그치지 않고 ‘정월’을 굳이 예로 든 이유는, 일 년에 한번 가장 많은 친척들과 가족들이 모여 새로운 해를 맞이하며 가지는 식문화의 ‘공유’에 큰 가치를 두었기 때문인 것이다.

이처럼 ‘오랜 기간 전해 내려오는 전통’만의 의미를 지니지 않고 다함께 ‘공유’하는 식문화라는 점에서, 유네스코가 중점을 두는 부분이 어디에 있는지를 알 수 있다. 앞서 살펴본 바와 같이, 두 식문화의 등재 이유를 설명하는 부분에서 공통적으로 ‘공동체의 결속력’, ‘정체성’이 강조되어 있는 점이 주목할 만하다. 한국의 ‘김장, 김치를 담그고 나누는 문화’의 경우도 마찬가지로 ‘김치’가 아닌 김치를 함께 담그고 나누는 김장문화 자체의 가치를 인정받아 인류무형문화유산으로 등재된 것이다. 한 공동체에 속하는 사람들이 함께 음식을 만들어 먹는다는 행위에는 사회적인 관계를 형성하는 바탕이 있으며, 문화를 형성하는 근본적인 결속력이 내재되어 있고, 그 부분에 큰 가치가 있는 것이다.

### Ⅲ. 김장문화의 관리와 활용 현황에 대해

우선 한국에서 김장문화가 유네스코 인류무형문화유산으로 등재된 이후 종합적으로 관리하고 활용하는 기관에 대해 고찰해보기로 한다. 일본에서는 와쇼쿠의 등재부터 보존, 계승과 활용에 이르기까지의 전 과정에 있어 일본의 농림수산성(農林水産省)이 주도적인 역할을 하고 있다. 한국의 경우 일본 농림수산성과 비슷한 역할을 하는 기관이라면 농림축산식품부가 있다. 김치가 음식이므로, 김치 자체는 농림축산식품부의 식품산업진흥과 내 전통발효식품산업육성과 등에서 김치의 생산, 유통 및 원료 수급과 홍보 업무를 담당하고 있다.

다만 본 논문에서는 김치가 아닌 ‘김장문화’에 대해 고찰하는 것이므로,

문화에 좀 더 주목해 보면, 농림축산식품부에서는 김장문화에 관해서는 다루고 있지 않다. 즉 농림축산식품부에서는 김치라는 음식에 중점을 두고 개발과 활용, 홍보에 크게 힘쓰고 있지만 김치를 담그는 ‘문화’에 대해서는 문화재청에서 담당하고 있다. 김장문화가 인류무형문화유산으로 등재되기 전에는 문화재청의 세계유산팀에서 담당했었고, 등재가 된 이후에는 문화재청의 무형문화재과에서 종합적으로 관리하고 있다.

문화재청 무형문화재과에서는 김장문화를 정부 단위에서 좀 더 체계적으로 관리하고 활용할 수 있는 기반을 마련하기 위해, 2017년 김장문화를 국가무형문화재로 지정하기 위한 용역을 실시했다. 그 결과 김장문화는 2017년 11월 15일 ‘김치 담그기’란 명칭으로 변경되어 국가무형문화재 제 133호로 지정 고시되었다. 명칭이 변경된 이유는 다음과 같다.

「김치 담그기」는 2013년 유네스코 인류무형문화유산으로 그 가치를 인정받은 「김장문화」 보다 폭넓은 개념으로, 각 지역의 특색 있는 김치와 그 문화도 함께 포함하고 있다.<sup>13)</sup>

유네스코에서 채택한 ‘김장’이란 용어를 채택하지 않은 이유는 김장이라고 하면 한정된 시기에 이루어지는 김치 담그기만을 의미하는 것이 때문에, 활용에 있어 제한이 생길 수밖에 없다. 그래서 좀 더 넓은 의미로 확장시킨 것이 ‘김치 담그기’란 명칭이며, 이는 시기나 장소에 제한을 두지 않은 명칭이기 때문에 김장보다 폭넓은 효용성을 가진다고 생각된다.

그런데 김치 담그기의 국가무형문화재 지정에 대한 문화재청 보도자료에서 또 한 가지 더 주목하고 싶은 것은 “김치 담그기는 고도의 특별한 기술을 필요로 하기보다는 우리나라 전역에서 전승되는 생활관습이자 문화라는 점에서 특정 보유자나 보유단체를 인정하지 않기로 했다.”<sup>14)</sup>는 점이다. 김치 담그기는 사실 특별한 전문가의 기술이 필요한 것은 아니기 때문에 보유자나 보유단체를 인정하기는 어려울 것이다. 그런데 보유자나 보유단체를

13) 「「김치 담그기」, 국가무형문화재 지정- 협동과 나눔의 공동체 문화 높이기 평가 / 보유자·보유단체 인정 안해 -」(문화재청 공식 보도자료, 2017년 11월 15일)

14) 주 13과 동일(문화재청 공식 보도자료, 2017년 11월 15일).



인정하기 어렵다는 것은, 그만큼 정부의 지원을 받아 콘텐츠 활용을 적극적으로 하게 만들 수 있는 대상도 적다는 말이 된다. 이는 콘텐츠 활용과 개발에 적지 않은 걸림돌이 될 수도 있는 문제이다.

하지만 무형문화재과에 의하면 “김장문화는 ‘종목’으로 지정이 된 경우이기 때문에 보유자나 특정단체에 대한 지원이 아니라, 유네스코 인류무형문화유산으로 등재된 제주 해녀문화처럼 민간공모사업을 통해서 지원을 해 나갈 예정.”<sup>15)</sup>이라고 한다. 즉 특정 보유자나 단체만을 지원하는 것이 아니라, 민간공모를 통해 선정된 사업에 대해 지속적으로 지원이 이루어지는 형태를 취하고 있고, 김장문화가 2017년에 국가무형문화재로 지정되었기 때문에 앞으로 보다 폭넓은 지원과 개발, 활용이 이루어질 것으로 기대할 수 있다.

또한 농림축산식품부의 ‘전통 발효식품 육성 사업’속에 ‘김치 자조금 지원’이라는 항목이 있다. 이는 한국농수산식품유통공사 식품진흥부가 사업을 주관하고, 농림축산식품부 식품산업진흥과에서 담당해서 진행하는 사업으로, 국비에서 50% 이상 보조가 되며, 주로 김치교육비, 홍보비용, 김치수급 지원 비용 등에 사용된다.<sup>16)</sup> 이 역시 김장문화에 한정되지는 않지만, 김장을 포함한 김치의 홍보와 교육 등의 콘텐츠 활용에 활용된다.

「경기도 김치산업 육성 및 진흥 조례」(2016.11.8. 시행)에는 국내에서의 김치산업 부흥 뿐 아니라, ‘김치의 세계화를 위한 교육·홍보·조사·연구사업’이나 ‘김치의 세계화를 위하여 해외에 김치판매점·체험관 등을 설치하는 사업’<sup>17)</sup> 등 김치의 홍보와 다양한 콘텐츠 활용에 있어 필요한 비용을 예산 범위에서 지원이 가능하도록 되어 있다. 이런 형태의 지원들이 김장문화의 개발과 활용에도 다양한 형태로 영향을 미치고 있는 것이다.

김장은 사실 시기적인 제한은 필연적으로 생길 수 있지만, ‘김치는 효용성이 크기 때문에 김장은 어느 지역 어느 가정에서나 필수행위의 하나였다. 따라서 김장김치를 ‘겨울의 반양식’이라고도 하였다.”<sup>18)</sup>와 같이, 전국에서

15) 문화재청 무형문화재과 담당자 인터뷰 자료(2017년 12월 6일).

16) 농림축산식품부, 「2017년도 농림축산식품사업시행지침서」, 2017, 457면.

17) 경기도 농식품유통과, 「경기도 김치산업 육성 및 진흥 조례」(2016. 11. 8.) 제8조 2항과 3항.

18) 김용덕, 『한국민속문화대사전 (상)』, 창술, 2004, 291면.

범국민적으로 행해지는 연례행사이기 때문에 대상이나 장소에는 제한이 없어 콘텐츠로서 활용하기에는 대단히 좋은 조건을 가지고 있다고 할 수 있다.

한국에서는 김장이라는 콘텐츠를 활용한 것으로 가장 대표적인 것이 바로 축제이다. 모든 국민이 공감대를 가지고 참여할 수 있으며, 겨울을 맞이하기 전에 반드시 해야만 하는 것이기 때문에 축제콘텐츠에 대단히 적합하다고 할 수 있다. 전국에는 ‘김장’에 관련된 용어를 사용하는 축제가 전국단위의 큰 규모부터 마을이나 기관 단위의 아주 작은 축제까지 김장철이 되면 무수히 행해진다. 이 중에서 사람들에게 인지도가 높은 대표적인 김장축제를 정리한 것이 세계김치연구소가 작성한 <전국 주요 김치축제 현황><sup>19)</sup>이다.

형태	축제명	지역	개최 시기	비고
전시형	광주세계김치축제	광주광역시	10월 중, 하순	2017년 24회째 개최
	서울김장문화제	서울특별시	11월 초	2017년 4회
여가형	무르실 고추마을 김치담그기 축제	충청남도 공주시	11월	마을단위, 체험+판매
	예하지마을 김장축제	충청남도 공주시	11월	마을단위, 체험+판매
	둔촌그린팜 김장김치담그기 축제	서울특별시 강동구	11월	동단위, 체험+판매
	양평 김장체험 축제	경기도 양평군	11월	양평군내 15개 농촌체험마을 공동, 체험+판매
	백이동골 김장축제	강원도 홍천군	11월	마을단위, 김장대행, 김치저장보관
빛깔찬 영양 김장축제	경상북도 영양군	12월	마을단위, 체험+판매	

19) 세계김치연구소, 『전주시 김치축제 콘텐츠 및 추진 로드맵 개발』, (사)전라북도 음식문화관광진흥원, 2016년 1월, 13면.

이 표에서는 ‘여가형’이라는 용어가 사용되고 있는데, 여가형 김장이란 “외부의 장소에서 재료 준비와 맛 부분은 전문가에게 맡기면서 여가 활동 차원에서 김장 과정의 일부만 직접 참여하는 형태”<sup>20)</sup>를 말한다. 실제로 전국에서 이루어지는 대부분의 김장 관련 축제는 이 여가형 김장이라고 할 수 있다.

그에 비해 광주세계김치축제나 서울김장문화제는 일반적으로 한국에서 행해지는 대부분의 체험 및 전시형 축제와 가장 성격적으로 흡사하다고 할 수 있다. 그런데 광주세계김치축제나 서울김장문화제의 경우, 이미 이름에서 알 수 있듯이 주제-광주는 김치, 서울은 김장-가 다르기 때문에 시연장면이나 메인 퍼포먼스 등에서 어디에 중점을 두느냐의 차이가 분명히 있다. 하지만 광주세계김치축제는 본 행사의 축제만으로 끝나는 것이 아니라, 11월과 12월에 걸쳐 행해지는 ‘빛고을 김장대전’이라는 김장축제로 이어지는 것이 특징이다. 특히 2017년에는 ‘2017 빛고을 사랑나눔 김장대전’을 실시했는데, 개인이 필요한 김장을 축제에 참가해서 만들어가는 ‘여가형 김장’뿐 아니라, 지역의 단체나 기업들이 어려운 이웃을 돕기 위해 하는 김장나눔 행사까지 겸한 것이다.

이는 앞서 고찰해 본 바와 같이 김장의 유네스코 인류무형문화유산의 등재 가치에서 지적하고 있는 ‘나눔의 미학’을 가진 김장의 장점을 제대로 살린 것이라고 볼 수 있다. 김장이 연말이 다가오는 시점에서 행해지는 특성상, ‘빛고을 사랑나눔 김장대전’뿐 아니라 불우이웃과 함께 김장을 나누려는 행사는 전국 어디에서나 볼 수 있다. 김장이라는 콘텐츠는 공동체 속에서 함께 나누고 어려움을 도와줄 수 있는 행사로 활용이 가능하다는 점에서 큰 가치를 발견할 수 있다.

김장문화라는 콘텐츠를 활용한 축제들은 매년마다 필수적으로 행해져야 하고 지역과 사람을 구별하지 않고 누구나 겨울이 되기 전 해야 하는 것이기 때문에, 공감대를 형성해서 사람들이 참여하기가 쉽다는 장점을 가지고 있다. 또한 해당 지역과 농가의 소득 증대에 기여하고, 김치에 대해 국내외로 홍보하는 효과를 가져올 수 있으며, 공동체의 결속력과 행복 증진에도 기여하는 바가 대단히 크다고 할 수 있다.

20) 세계김치연구소, 앞의 책, 2016년 1월, 13면.

그리고 한국에는 각지에 여러 김치연구소가 있지만, 그 중에서도 가장 규모가 크고 활동이 두드러진 것은 ‘세계김치연구소’이다. 연구소인 만큼 연구사업과 학술활동, 『김치학총서』, 「김치산업동향」 등의 발간 뿐 아니라, 앞서 언급한 중요 김치나 김장 관련 축제에도 연계 전시 및 체험프로그램 등을 운영하고 있는데, 주목하고 싶은 점은 중국, 일본, 이란, 프랑스 등 세계 각국에 김치를 알리기 위한 행사나 홍보활동을 적극적으로 펼치고 있다는 것이다. 해외에서 행해지는 김치에 관련된 행사는 아무래도 ‘김장’이란 명칭을 사용하기 힘들다. 외국에서는 겨울 전에 김장을 해야할 필연성이 없고, 외국인들은 김치 자체에 대한 이해도도 떨어지기 때문에 김치라는 식문화 자체를 홍보하고 체험하게 만드는 것이 중요하기 때문이다. 따라서 해외에서는 김치와 김치문화에 대한 축제나 김치 현지화 촉진 행사 등이 중심이 되어 활용되고 있다.

세계김치연구소의 해외 활동들의 일부만 예로 들면 2012년 1월에는 스페인 마드리드에서 ‘한식세계화 해외 행사(2012마드리드퓨전지원 사업)’, 2013년에는 페루의 리마에서 ‘김치 체험 행사’, 프랑스에서 ‘김치홍보체험행사’, 2014년에는 중국 항저우에서 ‘김치 홍보 행사’, 일본 도쿄에서 ‘한일 우호 자선한마당’, 2015년에는 이탈리아 밀라노에서 김치문화 확산 지원을 위한 행사인 ‘밀라노 엑스포’, 영국 런던에서 ‘런던 김치 현지화 촉진 행사’, 2016년에는 ‘이란 테헤란 김치 현지화 촉진 행사’, ‘상해식품박람회 김치 비즈니스 컨퍼런스’ 등 다양한 나라에서 김치를 홍보하고 현지화하기 위한 김치콘텐츠를 개발하고 있으며, ‘샌다이 배추로 만드는 김치 페스티벌’ 등은 2017년도에 5회차가 시행될 정도로 정착되었다.<sup>21)</sup>

이처럼 김장의 특성상 체험행사나 축제란 형태가 일반적이지만, 김장문화에 접목시키기 어려운 공연과 접목된 활용사례도 있다. 2016년 10월 8일에는 국립무형유산원의 토요공연으로 ‘유네스코 인류무형문화유산 김장문화 & 김치 맛보기’가 공연되었다. 조선왕조궁중음식의 전승자인 한복선의 ‘궁중과 민간의 김장문화에 관하여’와 더불어, 판소리 홍보가 중 ‘음식차리는 대목’ 및 창작판소리인 ‘김장歌 -담그는 기쁨, 나누는 행복’, ‘노래로 맛보는 한국의 음식, 한국의 김치’ 등이 공연되었다. 즉 김장문화를 판소리 공

21) 『2017 세계김치연구소 홍보브로슈어』, 세계김치연구소, 2017년 4월 14일, 15면.

연과 접목시키고, 거기에 김장문화에 대한 전문가의 설명을 곁들임으로써 김치와 김장에 대한 이해를 돕고, 그것이 전통예술과 함께 무대에 오름으로써 새로운 형태의 콘텐츠로 재탄생된 것이다.

또한 김장문화의 활용은 한국인만을 대상으로 하지 않는다. 한국과 일본의 대표 식문화가 나란히 유네스코 인류무형문화유산으로 등재된 2013년 12월에는 이를 기념해서, 주일본대사관 청사에서 ‘한일김장대축제’를 개최했다. 김장문화를 일본인에게도 이해시키고 나눔의 정신을 함께 체험해서 한일간 교류에 기여하기 위한 것으로, 다음해인 2014년 12월에도 또 개최되었다. 김치명인의 김장문화에 대한 설명과 김장문화 체험, 김치 그랑프리 대회 등의 프로그램으로 일본인들의 큰 호응을 얻었다.

#### IV. 와쇼쿠의 관리와 활용 현황에 대해

일본의 와쇼쿠 관련 활용은 실로 다양한 형태를 가지고 있다. 김장문화는 기본적으로 김치라는 한 음식을 대상으로 한 것이지만, 앞서 와쇼쿠에 대해 정의를 검토해 본 바와 같이, 와쇼쿠란 일본의 전통 음식 전반을 말하는 것이며, 넓은 의미로는 식문화 전반을 말한다. 따라서 활용에 대해서는 지역이나 대상, 종류가 대단히 많을 수밖에 없다.

우선 일본의 경우에도 유네스코 인류무형문화유산으로서의 와쇼쿠문화에 대해 관리하고 담당하는 기관이나 단체 등을 먼저 정리하면서 그 활용에 대해서도 함께 고찰해보기로 한다. 앞서 언급한 바와 같이 일본에서는 와쇼쿠문화에 대해 일본의 농림수산성이 주도적인 역할을 하고 있다. 특히 농림수산성 중에서도 식료산업국(食料産業局)내에 ‘식문화·시장개척과 와쇼쿠실(食文化·市場開拓課和食室)’이라는 전문부서가 있어, 이 부서에서 농림수산성에서 추진하고 있는 모든 와쇼쿠에 관련된 전반적인 사항을 담당하고 있다. 이 부서는 와쇼쿠문화가 유네스코에 등재되자, 농림수산성의 조직개편에 의해서 2015년 10월에 새롭게 설치된 것이다.

와쇼쿠실에서는 와쇼쿠문화의 보호, 계승과 함께, 그와 관련있는 사업의 추진, 와쇼쿠문화의 해외 보급 등의 시책을 종합적으로 추진하고 있다. 특

히 와쇼쿠의 보호와 계승 문제에 있어서는 ‘와쇼쿠의 보호·계승 추진검토회(和食の保護・継承推進検討会)’가 중심이 되어 추진되고 있다. 농림수산성에서 만든 ‘보호·계승 추진검토회’는 각 분야의 전문가로 구성되어 있으며, 2016년 11월 10일에 첫 검토회가 열렸고 이후 1-2개월 간격으로 검토회가 열리고 있다.

정부 차원에서의 와쇼쿠의 보호와 계승에 대한 활용 현황을 보면, 가장 중요하게 생각하는 것이 차세대에의 계승 문제이다. 유소년기의 식습관이 평생을 간다는 사실 때문에, 특히 중요하게 생각하는 것이 가정에서의 식습관과 아이들이다. 점점 서구화되고 간편화되어가는 식문화 속에서, 와쇼쿠는 만들고 먹는데 시간이 걸리게 마련이다. 서구화와 간편화 속에서 아이들이 와쇼쿠를 좋아하고 스스로 먹고 싶게 만들어야 어른이 되어도 와쇼쿠를 먹는다는 것이 중요한 키워드로 사업이 추진되고 있다.

그렇기 때문에 학교 급식을 ‘먹으면서 배우는 일본의 문화’로 생각하고 전국의 학교의 급식과 연계해서 급식에 적극적으로 와쇼쿠를 도입하고, 와쇼쿠 요리사들을 통해 학생들에게 와쇼쿠에 대한 교육을 행하고 있다. 또 아이를 키우는 가정에는 워크숍과 의견교환회 등을 주기적으로 행함으로써 와쇼쿠를 유소년기에 정착시키는 데 힘을 쏟고 있다.<sup>22)</sup>

흥미로운 것은 정부가 아닌 사단법인으로 ‘와쇼쿠 급식 응원단’이 활발한 활동을 하고 있다는 점이다. 와쇼쿠가 인류무형문화유산으로 등재되자, 2014년 3월에 와쇼쿠 문화를 미래에 전하고자 하는 의지를 가진 요리사들이 모여서 ‘와쇼쿠 급식 응원단’을 만들었고, 농림수산성의 승인을 받았다. ‘와쇼쿠 급식 응원단’의 주요 활동을 정리해 보면 다음과 같다. 학교 급식의 와쇼쿠화를 목표로 농림수산성과 일본의 식재료 기업 등의 지원을 받아서, 전국 초등학교의 와쇼쿠 급식 메뉴를 개발하고, 요리사들이 학교를 직접 방문해서 와쇼쿠를 요리하거나 영양사와 조리사를 대상으로 한 강연회 개최 등<sup>23)</sup> 자라나는 학생들이 와쇼쿠에 대해 긍정적으로 인식하고 좋아하게 될 수 있는 활동을 하고 있다.

민간 차원의 와쇼쿠에 대한 관리와 활용은 이 뿐만이 아니다. 와쇼쿠 문

22) 農林水産省, 「平成28年度 和食給食 食べて学ぶ日本の文化」, 2016, 27면.

23) <http://washoku-kyushoku.or.jp/>(‘와쇼쿠 급식 응원단’ 소개).

화를 유네스코에 무형문화유산으로 제안했던 2012년 3월에 ‘일본 식문화의 유네스코 무형문화추진협의회’가 설립되었고, 다음해 7월에는 협의회에 사무국을 개설해서 명칭을 ‘와쇼쿠 문화의 보호·계승 국민회의’로 변경했다. 와쇼쿠가 인류무형문화유산으로 등록된 이후에 보호와 계승에 체계적인 책임을 지는 조직이 필요하게 되자, 2015년 2월에는 최종적으로 ‘일반사단법인 와쇼쿠문화 국민회의(一般社団法人 和食文化国民会議)’라는 사단법인으로서 설치되었다.<sup>24)</sup>

와쇼쿠문화 국민회의는 크게 ‘와쇼쿠 조사·연구부회’, ‘와쇼쿠 보급·계발부회’, ‘와쇼쿠 기능·지혜부회’의 3부서로 나누어서 활동을 하고 있으며, 별도로 연락회의(連絡會議)라는 부서를 두어서 전국의 와쇼쿠 관계자들의 활동과 연락망을 관리하고 있다.

‘와쇼쿠 조사·연구부회’에서는 와쇼쿠 문화에 대해 전국적인 조사, 연구를 중점적으로 실시하고, 그 성과를 일반인들을 대상으로 한 쉬운 텍스트로 작성하거나 강습회 등을 개최하는 사업을 하고 있다. 차후 와쇼쿠문화를 잘 아는 사람들을 많이 육성하기 위해, ‘와쇼쿠문화 점검제도’의 실시를 검토하고 있는 중이다. 또 ‘와쇼쿠 보급·계발부회’에서는 와쇼쿠에 대한 종합적인 정보를 사람들에게 알리고, 전국의 향토음식을 체험할 수 있는 체험활동을 기획, 홍보활동과 함께 와쇼쿠에 대한 정보가 담긴 수첩이나 달력을 작성해서 배부하는 활동 등을 하고 있다. 또 ‘와쇼쿠 기능·지혜부회’에서는 와쇼쿠의 요리사들의 기능과 지혜를 국민들에게 체감하게 하기 위해, 인재를 육성하고 요리사들이 교류하고 특색있는 향토음식을 발굴하게 도와주어, 와쇼쿠의 전승에 도움이 되도록 하고 있다.<sup>25)</sup>

또 재미있는 것은 와쇼쿠 보호, 계승의 중요성에 대한 범국민적인 공감대를 형성하기 위해 와쇼쿠문화 국민회의에서는 11월 24일을 ‘와쇼쿠의 날’로 제정했다는 점이다. 11월 24일을 와쇼쿠의 날로 지정한 이유는, 11월 24일의 발음이 ‘좋은 일본음식’이란 뜻의 ‘이이 니혼쇼쿠(いい日本食)’와 11(이

24) 일반사단법인 와쇼쿠문화 국민회의 홈페이지(<https://washokujapan.jp/conference/>)의 ‘경위·연혁’ 항목.

25) 一般社団法人和食文化国民会議, 『ユネスコ無形文化遺産「和食」;日本人の伝統的な食文化-正月を例として-』の理解を深める活動を行ないます』チラシ, 2016년 4월 1일, 2면.

치이치)과 24(니온)가 발음이 일맥상통하기 때문이다. 또한 와쇼쿠가 사계절을 풍부하게 표현하고 있는데다, 결실의 계절인 가을에 자연에 감사하기 위한다는 뜻도 포함되어 있다.<sup>26)</sup>

11월 24일을 와쇼쿠의 날로 제정한 것에 그치지 않고, 사람들에게 더욱 이 날을 각인시키기 위해 2015년부터 매년 ‘다시’라는 콘텐츠를 활용해서 ‘다시로 맛보는 와쇼쿠의 날’ 행사도 시행하고 있다. 일본음식에서는 ‘다시’란 것이 대단히 중요한 의미를 가진다. 가쓰오부시나 멸치, 다시마 등으로 우려내어서 만드는 다시는 일본음식에 있어 가장 베이스를 이루는 중요한 축에 있는 것이다. 다시는 그 자체를 이용한 국 요리뿐 아니라, 미소된장국이나 라면 등의 국물의 베이스가 되기도 하고, 또 다양한 요리에 응용이 가능하다. 또한 일본 전국에는 다양한 식재료를 사용한 다시의 종류가 많이 존재한다. 즉 다시는 와쇼쿠의 근본이며 와쇼쿠의 중요한 특징을 가지고 있다고 봐도 좋은 것이다.

일본에서는 와쇼쿠문화에 익숙하게 하는 대상으로 특히 유소년기가 대단히 중요하다고 생각하고 있기 때문에, 이 ‘다시로 맛보는 와쇼쿠의 날’ 행사에서는 대상이 유치원과 초, 중학교의 급식을 먹는 아이들이다. 와쇼쿠문화 국민회의에서는 우선 전국적으로 협력해줄 학교를 모집하고, 협력학교에 한해 11월 24일날에는 반드시 각 지방의 특징적인 천연재료를 이용한 다시가 사용된 와쇼쿠를 급식으로 실시하도록 하고 있다. 또한 다시에 관해 배우게 할 수 있는 기본교재를 무상제공하고, 당일날 와쇼쿠와 다시, 향토재료 등에 대해 학교가 주최가 되어 학생들이 즐겁게 배울 수 있도록 하고 있다. 학교에 따라서는 유명 요리점의 요리사를 강사로 초청해서 다시를 눈앞에서 직접 만들고 시음하게 하는 행사를 하기도 하고, 영양사가 강사가 되어 설명하기도 한다. 2017년에는 전국적으로 약 3천개의 학교, 80만명의 학생들이 참여했다.<sup>27)</sup>

일본에는 대단히 다양한 종류의 ‘-날’이 존재한다. 왜냐하면 일본에는 ‘일본기념일협회’라는 것이 존재하기 때문에, 기념일의 명칭이나 유래, 날짜나

26) <https://washokujapan.jp/1124washoku/>의 ‘11월 24일은 와쇼쿠의 날’ 항목.

27) 一般社団法人和食文化国民会議, 『平成29年度「だしで味わう和食の日」企画実施協力のお願い』, 2017, 9면.



목적 등을 정리해서 신청하면 누구든지 기념일을 등록할 수 있는 것이다. 따라서 참으로 다양한 기념일이 존재하기 때문에, 실제로 이런 기념일을 범국민적인 기념일로 만들기 위해서는 노력이 필요하다. 와쇼쿠의 날은 단지 기념일로 제정한 것으로 그치지 않고, 와쇼쿠문화 국민회의가 발벗고 나서서 이를 정착시키기 위한 노력을 하고 있다는 점에 주목해야 할 것이다. 매년 대대적으로 행해지는 이 행사의 효과는 대단히 컸다. 비록 국가공휴일은 아니지만, 이제 11월 24일이 와쇼쿠의 날이라는 것은 행사에 참여한 아이들을 포함한 학교, 학부모를 비롯해서 뉴스를 통한 확실한 홍보효과로 인해 전 국민이 다 인지하게 되었다.

와쇼쿠문화 국민회의는 또 ‘와쇼쿠문화 보호·추진 조언위원회(和食文化の保護・推進助言委員会)’라는 것을 구성했다. 이 와쇼쿠문화 보호·추진 조언위원회(이하 조언위원회)가 흥미로운 것은 그야말로 와쇼쿠에 대한 국민의 올바른 이해를 위한 조언자 역할을 하기 위해 만들어졌다는 점이다. 실제로 와쇼쿠란 것은 일본 고유의 음식문화를 말하는 것이기 때문에, 와쇼쿠문화가 인류무형문화유산으로 지정된 이후 와쇼쿠란 용어를 넣어서 마치 특정 요리나 특정 행사가 인류무형문화유산인 것처럼 남발하는 예가 늘어났다. 또한 일반 사람들은 유네스코 인류무형문화유산에 대한 이해도도 높지 않을뿐더러, 일상적으로 먹고 마시는 음식인 와쇼쿠와 인류무형문화유산인 와쇼쿠문화와 차이점이 있는지 아니면 같은 것인지조차 제대로 구별을 하기 어려운 경우도 많이 있다. 이런 남용이나 오용을 바로잡고, 와쇼쿠를 바로 알게 도와주는 역할을 담당하고 있는 것이다.

구체적으로 조언위원회의 활동을 살펴보면, 무형문화유산을 악용해서 홍보나 상업화를 목적으로 특정 상품이나 식재료, 행사 등을 인류무형문화유산인 와쇼쿠라고 표기하는 것은 잘못된 것이라고 강조하며, 와쇼쿠문화의 이용에 있어 올바른 이해와 사용을 돕기 위해 희망자에 한해 연수를 시행하고 있다. 또한 와쇼쿠라는 용어를 사용하는 데 있어 잘 못 사용할까 불안한 부분이 있다면 상담을 받아 적절한 표현이나 표기로 이용할 수 있도록 하고 있으며, 무형문화유산 보호조약의 취지에 반하는 행위에 대한 방지 가이드라인을 정해서 모니터링을 지속적으로 하고 있다.<sup>28)</sup>

28) 一般社団法人和食文化国民会議, 『ユネスコ無形文化遺産「和食」日本人の伝統

즉 조연위원회에서는 유네스코의 무형문화유산 보호에 관한 조약을 대단히 중요하게 생각한다. 따라서 무형문화유산으로서 보호받지 못하고 위협에 처하거나, 개인이나 기업의 이득을 목적으로 잘못 사용되는 것에 대해 경고하고, 조언해주며, 계몽하는 종합적인 역할을 담당하고 있는 것으로, 와쇼쿠문화 국민회의가 하고 있는 여러 활동 중에서 중요한 한 축을 담당하고 있음을 알 수 있다.

또 와쇼쿠문화의 특성상 각 지역의 특산품이나 지역색이 강한 식문화와 연계성이 대단히 강하다. 이런 특성을 살려서 농림수산성에서는 ‘와쇼쿠와 지역식문화 계승추진사업’을 실시하고 있다. 이는 지역 특성을 살린 와쇼쿠 문화의 보급활동을 하고, 미디어 등과 연계해서 와쇼쿠문화의 장점을 효과적으로 홍보하는 사업을 지원한다.<sup>29)</sup>

이는 각 지역의 와쇼쿠 활용과 아주 밀접한 관련을 가지고 있으며, 농림수산성의 「지역의 전통적인 식문화 등의 보호·계승에 관한 대응사례집」에 의하면, 2017년도 사례집을 기준으로 홋카이도(北海道)부터 오키나와(沖縄)까지 전국적으로 총 97항목의 활용사례가 있다. 예를 들어 홋카이도의 ‘와쇼쿠를 기본으로 한 홋카이도산지 식재료를 사용한 예방영양학의 보급과 사계절마다의 행사음식의 전승’, 동북지방의 ‘지역의 식문화-떡-의 문화전승과 홍보’, 관동지방의 경우 ‘이바라기(茨城)의 전통적인 식문화의 전승’, ‘지역에서 배우는 요리교실-화과자를 만들자!-’, 긴키(近畿)지방의 경우 ‘아이들에게 전하는 교토(京都)의 식문화’, 규슈(九州)지방의 경우 ‘지역의 음식과 식문화의 매력을 재발견’, ‘구로시마(黒島)의 자연의 혜택을 살린 식문화 체험하자’ 등의 주제로, 각 지역의 향토요리나 식재료를 살린 와쇼쿠 문화의 전승과 활용이 주가 된다.<sup>30)</sup>

다음으로 축제에 관련된 활용에 대해 살펴보기로 한다. 한국은 축제를 중심으로 김장문화 콘텐츠가 활용된다는 점에 대해 앞서 고찰했는데, 이 점은

的な食文化-正月を例として-」の理解を深める活動を行ないます。』チラシ, 2016년, 2면.

29) 農林水産省食料産業局 食文化・市場開拓課 和食室 「和食と地域食文化継承推進事業」(平成29年度予算の概要), 2017년 5월, 1면.

30) 農林水産省, 「地域の伝統的な食文化等の保護・継承に関する取組事例集」, 2017년 3월, 1-111면.

일본도 마찬가지이다. 와쇼쿠가 김장문화보다 범위가 넓고 일본이 축제의 나라로 볼릴 만큼 축제의 종류가 많은 것을 감안한다면 실로 헤아릴 수 없이 많은 와쇼쿠 관련 축제가 존재한다는 사실을 알 수 있다. 실제로 각 지역의 특산품을 중심으로 수많은 와쇼쿠 축제가 존재하는데, 그 중 대표적인 것만 살펴보기로 한다.

2017년 11월에는 ‘미케쓰쿠니(御食国)·와쇼쿠의 제전’란 명칭으로 교토(京都), 아와지(淡路), 와카사(若狭), 시마(志摩) 4지방의 명물 와쇼쿠를 중심으로 와쇼쿠문화 체험 및 와쇼쿠 아카데미, 각 지방의 대표 와쇼쿠 푸드 코트 등의 행사를 했다.<sup>31)</sup> 4지방의 지사와 관계자들이 모여 함께 치른 축제 인만큼 규모가 대단히 큰 편이다.

2017년 4-5월에는 4년에 한 번씩 열리는 ‘식박람회·오사카(大阪)’가 열렸다. 2017년의 주제는 ‘일본의 축제·일본의 맛 비교(日本の祭り・日本の味くらべ)’로, 특히 일본 전통음식인 와쇼쿠를 중심으로 행해졌다. 식박람회는 일본의 대표적인 식문화에 관련된 행사로, 17년에는 62만명<sup>32)</sup>의 관광객이 방문했을 정도로 규모가 큰 축제이다. 특히 와쇼쿠에 대해서는 ‘고향가도(ふるさと街道)’를 선보였는데, 홋카이도부터 오키나와까지 일본 전국의 대표 특산음식을 맛볼 수 있는 기획으로 인기를 끌었다.

‘교요리(京料理)’란 명칭을 가지고 있을 정도로 일본의 전통음식으로 유명한 교토에서는 매년 ‘교토·와쇼쿠의 제전’이 열린다. 2017년 3월에도 개최되었으며, 기획전시 ‘차문화와 와쇼쿠’를 비롯, 화과자 만들기 체험, 강연 등의 프로그램이 행해졌는데, 교토 명물 요리의 체험부스를 숲과 바다, 차와 대나무라는 주제로 나누어 전시한 점이 특이하다.<sup>33)</sup>

도쿄의 옛 이름인 ‘에도(江戸)’를 넣어 일본 전통음식 중에서 메밀국수 요리인 소바(そば)와 일본주(日本酒)를 메인 콘텐츠로 해서 개최되는 ‘다이 에도와연(大江戸和宴)’도 있다. 2016년에 첫 개최해서 4일간 15만명이 참가했고, 2017년에는 11월에 ‘소바와 일본주의 박람회’란 이름으로 행사가 이

31) 御食国・和食の祭典in淡路島 実行委員会, 「御食国・和食の祭典in淡路島 チラシ」, 2017년 11월, 1면.

32) [http://www.shokuhaku.gr.jp/news/20170507\\_70.html](http://www.shokuhaku.gr.jp/news/20170507_70.html)(‘식박람회·오사카 최종 입장자수에 대해’).

33) <http://washoku-kyoto.jp/>.

루어졌다.<sup>34)</sup> 일본 전국에 존재하는 대표적인 특산 소바와 지역색이 강한 한국의 일본주 및 일본 전통 술안주 등을 체험하는 축제이다.

이외에도 일본 전국적으로 규모가 크고 작은 와쇼쿠 관련 축제들이 존재한다. 2017년 11월에 와카야마(和歌山)현의 특산품을 살린 와쇼쿠를 즐기는 ‘음식축제 와카야마 2017(食祭 WAKAYAMA 2017)’, 2017년 9월 치쿠호(筑豊)지방의 인기 특산음식과 디저트를 체험할 수 있는 ‘치쿠호 페어 2017-춤 음식의 제전-(筑豊フェア2017-おどりと食の祭典-)’은 음식과 춤이라는 전혀 다른 두 주제를 결합시켜 축제를 진행한다는 점이 특징이다. 이시카와(石川)현에서는 매년 이시카와현을 대표하는 일본주와 와쇼쿠를 즐길 수 있는 ‘지주와 미식의 제전·사케마르쉐(地酒と美食の祭典・サケマルシェ)’가 개최되는데, 2017년에는 10월에 개최되었다. 2018년 1월에 열린 ‘후지노쿠니 음식과 꽃의 도시 제전(ふじのくに食と花の都の祭典)’은 시즈오카(静岡)현의 특산음식과 꽃을 즐기는 축제이다. 이 축제는 ‘식재료의 왕국’이라고 하는 시즈오카현의 특산품을 살린 음식을 홍보하기 위한 ‘음식의 도시 만들기(食の都づくり)’사업과도 맞물려 있다.<sup>35)</sup> 이와 같이 각 지역마다 그 지역의 특산품을 살린 와쇼쿠나 일본주 등으로 축제가 이루어지고 있음을 알 수 있다.

또 한가지 와쇼쿠의 활용에 있어 인류무형문화유산으로 등재된 이후 세계적으로 인지도가 높아진 것을 계기로, 와쇼쿠가 일본의 ‘쿨 재팬 전략’<sup>36)</sup>의 키워드로 부상하게 된 것도 주목해야 할 사실이다. 쿨 재팬 전략은 현재 진행되고 있는 일본의 콘텐츠 산업 중 가장 핵심적인 것으로, 정부의 중요 국책사업으로도 전개되어 왔다. 2010년에 일본 경제산업성 제조산업국에 ‘쿨 재팬실(クール・ジャパン室)’이 설치되었고, 2012년 12월에는 아베

34) <https://www.oedo-waen.com/>.

35) [http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-110/syoku\\_miyako.html](http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-110/syoku_miyako.html).

36) “쿨 재팬이란 외국인에게 어필할 수 있는 일본의 매력(애니메이션, 만화, 게임 등의 콘텐츠, 패션, 식문화, 전통문화, 디자인, 로봇 환경기술 등). 쿨 재팬 전략은 쿨 재팬의 (1) 정보 발신, (2) 해외로의 상품, 서비스 전개, (3) 인바운드의 국내 소비의 각 단계를 보다 효과적으로 전개해서 세계의 성장으로 도입, 일본의 경제 성장에 연결시키는 브랜드 전략.” (内閣府 知的財産戦略推進事務局, 「クールジャパン戦略について」, 2017년 9월, 2면).

(安倍) 내각에 ‘쿨 재팬 전략 담당 대신’을 두어 활동을 하고 있다.

원래 쿨 재팬 사업은 해외에서도 인기가 높은 일본의 애니메이션이나 만화, 엔터테인먼트 등의 콘텐츠 산업을 중심으로 전개되어왔다. 하지만 쿨 재팬이 외국인에게 인기있는 일본 고유의 콘텐츠를 의미하다 보니, 인류무형문화유산 등재 이후 와쇼쿠는 콘텐츠로서 큰 활용 가치를 인정받았다. 또한 2020년 도쿄 올림픽을 앞두고 더욱 일본의 전통음식인 와쇼쿠를 홍보하고 관련 산업을 키울 필요성이 대두되었다. 따라서 현재 와쇼쿠는 쿨 재팬의 전략의 여러 콘텐츠 중에서도 가장 중요한 분야로 취급받고 있다.

2017년 10월에는 농림수산성에서 쿨 재팬 전략과 연계한 ‘일본식·식문화 매력발신 액션 플랜(2016-2018)’을 발표했다. 그 중 실제 콘텐츠로서 활용된 주요 내용을 정리해 보면, 총리나 농림수산대신 등이 와쇼쿠를 활용한 리셉션을 실시해서 와쇼쿠 홍보(2017년 9월 국련총회에 와쇼쿠 메뉴를 활용한 이벤트 실시), 국제적인 대규모 이벤트에 맞춰 와쇼쿠 홍보 행사 실시(2016년 10월 칸느에서 개최된 MIPCOM2016에서 와쇼쿠 홍보 애니메이션과 함께 일본요리를 홍보), 영향력이 높은 미디어 콘텐츠 활용(해외 미디어의 네트워크를 활용해서 일본산 쌀, 쇠고기, 수산물, 녹차, 일본주의 방송을 방영함), 해외에서 일본 식재료를 사용하는 레스토랑과 연계(2015년 10-11월에 프랑스의 톱 셰프의 레스토랑에 일본산 쇠고기와 간장을 제공해서 일본산 식재료 홍보), 국내외의 우수한 요리사를 ‘일본식 보급 친선대사’로 임명해서 다양한 기회를 통해 와쇼쿠의 매력을 홍보할 수 있게 함, 해외 요리학교와의 연계(2016년 10월에 파리 웨란디 요리학교에서 일본식품을 활용한 와쇼쿠 강습회를 실시) 등이다.<sup>37)</sup>

이런 사업에 필요한 막대한 예산은 ‘쿨 재팬 기구’에서 나온다. 쿨 재팬 기구는 “상품, 서비스의 해외 수요 개척에 관한 지원과 촉진을 목표로, 2013년 11월 법률에 의거해서 관민 펀드로서 설립되었다. ‘일본의 매력(쿨 재팬)’을 사업화해서, 해외 수요의 획득에 이어지도록 ‘미디어·콘텐츠’, ‘식(食)·서비스’, ‘패션·라이프 스타일’을 비롯한 여러 분야에서 리스크 머니(불확실하고 리스크가 크지만, 성공하면 높은 수익을 얻을 수 있는 사업에 투자하는 자금)를 공급”<sup>38)</sup>하고 있다. 이 기구의 출자금은 정부 뿐 아니라

37) 農林水産省, 「クールジャパン推進に係る取組について」, 2017년 10월 3일, 4면.

민간에서도 함께 출자되며, 대상을 선정해서 지원한다.

쿨 재팬 기구에서도 와쇼쿠의 홍보와 브랜드 확립에 큰 의미를 두고 있다. 현재 출자하고 있는 사업 중에서 와쇼쿠에 관련된 사업이 많은데, 그 중 대표적인 것만 정리해보면 2014년 12월 싱가포르에 ‘Japan Food Town’ 사업 출자, 같은 해 12월 세계 주요도시에 와쇼쿠의 매력을 홍보할 수 있는 외식사업 출자, 2015년 4월 미국에 나가사키현이 원산지인 ‘일본차 카페’ 사업에 출자, 2016년 6월 중동에 일본의 외식산업과 소매점 사업을 지원, 2016년 9월 대만, 중국에 일본 외식기업을 대상으로 하는 식재가공 사업에 출자, 2017년 10월 런던에 일본식문화의 홍보를 위한 음식, 소매사업에 출자해서 활기있는 와쇼쿠 체험의 공간 창출, 2017년 12월 중소외식기업인 ASEAN의 해외 출점 지원 등<sup>39)</sup>이다.

이처럼 와쇼쿠는 현재 2020년 도쿄 올림픽, 인류무형문화유산이라는 공식적인 타이틀, 쿨 재팬 전략에 쿨 재팬 펀드 등과 연계되어서, 일본 내에서의 활용 뿐 아니라 해외에 일본을 홍보하기 위한 효과적인 콘텐츠로 활용되고 있음을 알 수 있다.

## V. 결론

이상 고찰해 본 내용을 전체적으로 종합정리해서 결론을 대신하고자 한다. 살펴본 바와 같이, 2013년 나란히 유네스코 인류무형문화유산으로 선정된 김장문화와 일본의 와쇼쿠는 각각 두 나라를 대표하는 식문화가 세계적으로 가치를 인정받은 케이스이다. 흥미로운 점은 유네스코에서 김장과 와쇼쿠를 인류무형문화유산으로 지정할 때 ‘오랜 기간 전해 내려오는 전통’이라든가 ‘그 국가를 대표하는 음식문화’라는 기본적인 점 이외에, 공통적으로 ‘공동체의 결속력’과 함께 ‘정체성’이 강조되어 있다는 것이다.

즉 한국의 김장은 한국인의 식단에서 가장 중요한 김치를 함께 담그고 나누는 과정 속에서 사회적인 관계나 문화를 형성하는 결속력을 강하게 한

38) <https://www.cj-fund.co.jp/about/cjfund.html>(쿨 재팬 기구 홈페이지).

39) [https://www.cj-fund.co.jp/investment/deal\\_list/](https://www.cj-fund.co.jp/investment/deal_list/)(쿨 재팬 기구 출자 리스트).

다는 점, 어려운 이웃들에게 나눔을 베풀 수 있는 점, 오랜 기간 동안 전해 내려온 풍습에서 한국인의 정체성이 잘 드러나 있다는 점 등이 등재에 결정적인 영향을 미쳤다. 일본의 와쇼쿠의 경우도 김장과 거의 같다. 와쇼쿠라는 일본의 전통적인 식문화 자체에 초점이 있는 것이 아니라, 정월을 하나의 예로 들면서 와쇼쿠를 통해서 사람들이 공동체 속에서 가지게 되는 결속력, 와쇼쿠가 나타내는 일본인의 정체성 등에 가치를 두고 있다.

한국에서 김장은 인류무형문화유산으로 지정된 이후, 문화재청의 무형문화재과에서 종합적으로 관리하고 있고, 일본에서는 농림수산성 중에서도 식료산업국내에 ‘와쇼쿠실’이라는 부서에서 담당하고 있다. 기본적인 홍보와 콘텐츠 활용, 각종 지원 등이 이루어지는 정부 차원의 부서가 다름을 알 수 있다. 또한 정부와 연계해서 민간이나 지자체 차원의 활용도 활발하게 이루어지고 있다. 김장문화의 활용은 실로 다양하겠지만, 김장의 경우 특히 전국민의 공감대를 형성할 수 있고 겨울을 맞이하기 전에는 누구나 꼭 해야 한다는 점에서 축제로 활용되는 것이 가장 대표적이다. 김장철이 되는 11-12월에는 전국적으로 ‘김장’에 관련된 용어를 사용하는 축제가 다양하게 행해진다. 특히 김장을 이용한 축제들은 ‘나눔의 미학’을 가진 김장의 장점을 살릴 수 있다는 점에서 가치가 크다. 또한 공연이나 외국인을 대상으로 한 콘텐츠의 활용 사례도 살펴보았다.

와쇼쿠의 경우 지칭하는 범위가 김장보다 넓기 때문에 각 지역의 특산품을 중심으로 해야 할 수 없이 많은 와쇼쿠 관련 축제가 존재하며, 이외에도 농림수산성에서 실시하고 있는 ‘와쇼쿠와 지역식문화 계승추진사업’과 연계한 콘텐츠의 활용이 다양하게 이루어지는 것을 알 수 있다. 또한 와쇼쿠가 인류무형문화유산이라는 공식적인 타이틀을 가지게 되자, 현재 추진중인 ‘쿨 재팬 전략’의 핵심 키워드로서 활용되고 있다는 점 등을 고찰해 보았다.

한국과 일본의 경우 다양한 인류무형문화유산이 존재하지만, 안정적인 보존과 관리가 바탕이 되었을 때, 그 인류무형문화유산이 가지는 활용도와 가치는 극대화될 수 있다. 또한 콘텐츠로 활용하려는 적극적인 노력이 더해지면, 인류무형문화유산으로 지정됨으로 인해 가지게 되는 글로벌한 인식에 더해서 큰 홍보효과와 경제적인 이익도 가져다줄 수 있을 것이다. 한국과 일본의 경우 각각 관리와 활용 형태는 다르지만, 각국의 실정에 맞춘 관리와 활용이 효율적으로 이루어지고 있음을 확인할 수 있었다.

## ■ 참고문헌

### <국내>

- 경기도 농식품유통과, 「경기도 김치산업 육성 및 진흥 조례」(2016. 11. 8.) 제8조 2항과 3항.
- 김용덕, 『한국민속문화대사전 (상)』, 창술, 2004.
- 김재중, 「한국 김치문화의 디지털 콘텐츠 개발에 관한 연구」, 『디자인학연구』 18권 1호, 2005.
- 「「김치 담그기」, 국가무형문화재 지정-협동과 나눔의 공동체 문화 높이 평가 / 보유자·보유단체 인정 안해 -」(문화재청 공식 보도자료. 2017년 11월 15일)
- 김희진, 『일본 전통축제 마츠리의 이해와 사례』, 한올아카데미, 2006.
- 농림축산식품부, 「2017년도 농림축산식품사업시행지침서」, 2017.
- 박종찬, 「광주김치문화축제 발전방안에 관한 연구」, 『호텔관광연구』 14권 3호, 한국호텔관광학회, 2012.
- 세계김치연구소, 『전주시 김치축제 콘텐츠 및 추진 로드맵 개발』, (사)전라북도음식문화관광진흥원, 2016년 1월.
- 『2017 세계김치연구소 홍보브로슈어』, 세계김치연구소, 2017년 4월 14일.
- 송혜숙, 「문헌고찰을 통한 김치문화 활성화 방안」, 『문화산업연구』 15권 3호, 2015.
- 정대성, 「일본에서의 김치 연구와 산업화 동향」, 『식품산업과 영양』 1권 1호, 1996.

### <국외>

- 一般社団法人和食文化国民会議, 『ユネスコ無形文化遺産「和食：日本人の伝統的な食文化-正月を例として-」の理解を深める活動を行います。』チラシ, 2016년 4월 1일, 2면.
- 一般社団法人和食文化国民会議, 『平成29年度「だしで味わう和食の日」企画実施協力のお願ひ』, 2017, 9면.
- 江原絢子, 「ユネスコに登録された「和食」とは何か:その特徴と継承」, 『日



- 本食生活学会誌』28권 1호, 2017.
- 下渡敏治, 「日本食(和食)のグローバル化と農産物輸出の展望と課題」, 『開発学研究』25권 3호, 2015.
- 寫 信彦, 『日本の「世界商品」力』, 集英社, 2009.
- 内閣府 知的財産戦略推進事務局, 「クールジャパン戦略について」, 2017년 9월.
- 永山 久夫, 『「和の食」全史—縄文から現代まで長寿国・日本の恵み』, 河出書房新社, 2017.
- 農林水産省, 「平成28年度 和食給食 食べて学ぶ日本の文化」, 2016.
- 農林水産省, 「地域の伝統的な食文化等の保護・継承に関する取組事例集」, 2017년 3월.
- 農林水産省, 「クールジャパン推進に係る取組について」, 2017년 10월 3일.
- 農林水産省食料産業局 食文化・市場開拓課 和食室 「和食と地域食文化継承推進事業」(平成29年度予算の概要), 2017년 5월.
- 橋本 直樹, 『日本食の伝統文化とは何か—明日の日本食を語るために』, 雄山閣, 2013.
- 福島正樹, 「長野県の和食の魅力と文化財」, 『愛知大学総合郷土研究所紀要』60권, 2015.
- 御食国・和食の祭典in淡路島 実行委員会, 「御食国・和食の祭典in淡路島 チラシ」, 2017년 11월.
- 洋泉社, 『日本の神様と祭り 神々の世界と無形文化遺産33の祭り』, 洋泉社, 2017.

〈사이트〉

<http://encykorea.aks.ac.kr/>.

<http://heritage.unesco.or.kr/ichs/>.

<http://washoku-kyushoku.or.jp/>.

<https://washokujapan.jp/conference/>.

<https://washokujapan.jp/1124washoku/>.

[http://www.shokuhaku.gr.jp/news/20170507\\_70.html](http://www.shokuhaku.gr.jp/news/20170507_70.html).

<http://washoku-kyoto.jp/>.

<https://www.oedo-waen.com/>.

[http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-110/syoku\\_miyako.html](http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-110/syoku_miyako.html).

<https://www.cj-fund.co.jp/about/cjfund.html>.

❖ ABSTRACT

A Comparative Study on the Administration and Utilization of UNESCO's Intangible Cultural Heritage  
— Kimjang and Washoku in Korea and Japan —

Kim, Hyun-Jung

Korea's Kimjang and Japan's Washoku were listed in the UNESCO's Intangible Cultural Heritage of Humanity in 2013. Kimjang and Washoku not only have the meaning of a long tradition or national representative food. Additionally, UNESCO admitted the value of Kimjang and Washoku that allows members of society to share together and strengthen their solidarity through the use of it. And the identity of each nation is well represented in the Kimjang and Washoku effort.

The Kimjang is managed by the Intangible Cultural Properties Department of the Cultural Heritage Administration. Likewise, the Washoku is managed by the Department of Washokusitsu of Japan's Agriculture Ministry.

In regards to festivals, they are the most representative of Kimjang's contents in Korea. Kimjang can participate with a consensus of all people and must do it before the coming winter months. In this way, it is very suitable for the presentation of a festival. And there are many festivals related to Washoku in Japan, mainly manifested with local specialties. We have seen that Japan has many kinds of festivals, which encourages it to be called and known as the country of festivals. And Washoku is being fostered as the core content of the 'Cool Japan Strategy' because it has become world-renowned since it was listed as an intangible cultural heritage.

Key Words : Intangible Cultural Heritage of Humanity, Kimjang, Kimchi, Washoku, Food Culture

224 비교문화연구 제50집(2018.3)

■ 논문접수일 : 2018. 02. 10

■ 심사완료일 : 2018. 02. 28

■ 게재확정일 : 2018. 03. 01