

보도시점 2026. 7. 31.(금) 08:00 배포 2026. 7. 31.(금) 08:00

‘불닭’ 타고 한국으로...**문체부와 삼양식품, 방한 관광 활성화에 맞손**

- 7. 31. 한국 관광 해외 홍보 확대를 위한 업무협약(MOU) 체결
- 정부의 관광 콘텐츠와 민간의 해외 마케팅 역량 결합해 관광 홍보 모델 구축, 온·오프라인 전방위적 공동 마케팅 추진

문화체육관광부(장관 최휘영, 이하 문체부)와 삼양식품(회장 김정수)은 해외 방한객 유치를 확대하고 한국 관광 해외 홍보를 활성화하기 위해 7월 31일(금) 오후, 국립현대미술관 서울관에서 업무협약(MOU)을 체결한다.

‘케이-푸드’ 파급력을 실제 한국 방문 수요로 연결, ‘불닭볶음면’ 소비를 넘어 방한 관광 이끄는 ‘교량’ 역할 기대

이번 협약은 전 세계적으로 선풍적인 인기를 끌고 있는 ‘케이-푸드’의 파급력을 실제 한국 방문 수요로 연결하기 위해 마련한 것이다. 양 기관은 세계적인 상표 인지도(브랜드 파워)를 가진 민간의 해외 마케팅 역량과 정부의 관광 콘텐츠를 결합해 전 세계 소비자를 대상으로 일상 밀착형 관광 홍보 모델을 공동으로 구축할 계획이다.

특히 이번 협약은 전 세계 마니아층을 형성하고 있는 삼양식품의 ‘불닭볶음면’을 주요 매개체로 활용한다는 점에서 의미가 크다. ‘불닭볶음면’은 특유의 매운맛을 통해 전 세계인에게 열정적이고 도전적인 한국의 국가 이미지를 각인시키고 대한민국의 브랜드 매력도를 높이는 데 크게 기여하고 있다. 양 기관은 이러한 세계적인 인지도를 바탕으로 해외 소비자들이 일상에서 한국의 맛을 즐기는 경험이 실제 대한민국 방문이라는 행동으로 이어지도록 단단한 ‘교량’을 구축한다. 이를 통해 ‘케이-푸드’의 파급력을 방한 관광의 핵심 동력으로 삼아, 대한민국을 전 세계인에게 한층 더 매력적인 ‘대체 불가 여행지’로 각인시킨다는 구상이다.

해외 유통망 기반 삼양식품 제품과 한국 관광 콘텐츠 연계 프로모션 전개

문체부와 삼양식품은 전 세계 소비자가 대형마트나 온라인 쇼핑몰 등 현지 유통 채널에서 삼양식품 제품을 접할 때 한국 관광의 매력을 자연스럽게 인지할 수 있도록 ‘한국 관광 해외 광고 및 정보’와 ‘삼양식품 제품·콘텐츠’를 연계한 대규모 온·오프라인 프로모션을 진행한다.

먼저 정보무늬(QR)가 있는 ‘불닭볶음면’ 및 소스 제품을 활용해 한국 여행과 삼양식품 제품의 특징을 함께 담아낼 수 있는 소비자 행사를 진행한다. 태국 방콕에서 열리는 ‘2026 한국 문화관광 페스티벌 러브코리아 (Love Korea, 8. 21.~23.)’에서는 삼양식품의 시식 체험으로 한국 라면을 즐기면서 한국의 문화와 놀이 등을 경험하는 공간을 마련해 한국 관광의 매력을 느낄 수 있도록 한다. 또한 양 기관이 보유한 공식 온라인 홍보 채널을 상호 연계해 전 세계 이용자들을 대상으로 한국의 다채로운 관광 정보를 확산하는 공동 캠페인도 지속적으로 전개해 나간다.

민관 협력으로 대한민국이 ‘대체 불가 여행지’로 도약하길 기대

최휘영 장관은 해외 시장에서 ‘케이-푸드’가 가진 파급력을 방한 관광 유치의 새로운 동력으로 활용하고자 한다며 “정부의 한국 관광 콘텐츠와 민간기업의 해외 마케팅 역량이 상승효과를 발휘해 국가 브랜드를 높이고 대한민국이 세계인의 ‘대체 불가 여행지’로 도약하길 기대”한다고 밝혔다.

※ 현장 사진 별도 배포 예정

담당 부서	관광정책실 국제관광정책과	책임자	과장	김진희 (044-203-2871)
		담당자	사무관	김성미 (044-203-2867)

