

# 전통음식에 대한 인식, 선호도, 상품화에 대한 의식 조사

—전남지역을 중심으로—

김행란\* · 홍진선 · 최정실 · 한귀정 · 김상범 · 김경미 · 이연경 · 강정화<sup>1</sup> · 유맹자<sup>2</sup>

농업과학기술원 농촌자원개발연구소, <sup>1</sup>전남도농업기술원, <sup>2</sup>송원대

전통음식은 우리만이 가지고 있는 고유의 자산으로 세계적인 상품으로 발전시킬 수 있는 품목 중 하나이다. 최근 생활양식이 현대화되고 여성의 사회참여가 높아짐에 따라 편의성을 추구하면서 전통음식보다는 패스트푸드 등의 서구식의 이용률이 높아지고 있다. 이에 본 연구에서는 전남지역 주부들의 전통음식에 대한 인식정도, 선호도, 상품화에 대한 의식을 조사하여 현실태와 문제점을 파악함으로써 전통음식 발전방안의 기초자료를 제공하고자 하였다.

조사는 2003년 5월에서 6월에 걸쳐 광주·전남지역 22개 시군에 10년 이상 거주하고 있는 주부 436명(향토음식연구회원, 솜씨보유자 및 일반 주부 등)을 대상으로 직접설문면접 조사를 실시하였다. 조사 대상자의 연령분포는 30세 미만 1.2%, 31-39세 14.2%, 41-49세 27.3%, 51-59세 20.5%, 60세 이상 36.1%였다. '전통음식' 대한 상징용어로는 식혜 > 한과 > 김치 순으로 응답하였고 전통음식에 대한 관심도와 만족도 점수는 낮으나 긍정적인 인지도는 높았으며 특히, 60세 이상·무학 등 연령이 높고 학력이 낮을수록 유의적으로 높았다. 전통음식 구입시 중요하게 생각하는 항목은 원료의 종류를 중요한 항목으로 생각하였으나 특징적으로는 나이가 젊을수록 학력이 높을수록 자녀가 함께 거주하는 경우에 '안정성'을 중요하게 생각하였다. 전통음식 중 주로 구입하는 품목은 묵·두부류 > 식초류 > 순대류의 순으로 조사되었다. 전통음식의 상품화 방향으로는 '전통적인 인 맛과 형태로'의 빈도가 37.9%로 가장 많았으나 나이가 젊을수록 '영양과 기능성 부각'(21.5%), '퓨전음식화'(17.1%)를 요구하였으며, 학력별로는 고졸이 '영양기능성 부각'의 빈도가 가장 높게 나타나 타 학력과 차이를 보였다. 전통음식에 대한 의식이 연령별·학력별로 차이를 보이고 있어 전통음식에 대한 관심과 만족도를 높이기 위한 교육·홍보가 필요하며 상품화 방향으로는 전통적인 맛을 그대로 살린 품목과 더불어 기능성 부각 및 퓨전음식 등의 다양한 제품 개발이 요구된다.

- \* 담당자 : 김행란
- \* Tel : 031-299-0590
- \* 휴대전화 : 016-303-2186
- \* Fax : 031-299-0553
- \* E-mail : kimhr@rda.go.kr