The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 11, No. 2, pp. 1~13 (2005)

경기지방 향토 음식의 소비자 인지도 연구

손 영 진¶
경기대학교 외식조리관리전공 박사과정, 혜전대학 겸임교수

A Study on the Consumers' Recognition of Regional Cuisine in Kyonggi Province

Young-Jin Son¶
The Graduate School of Tourism Science, Kyonggi University

ABSTRACT

This study focused on the consumers' recognition of regional cuisine in Kyonggi province. Above all, the study was conducted being related to the tourism merchandising strategy based on the purposes of this study such as the establishment of concept of regional cuisine in Kyonggi province, its recognition and interest, and literature study was also conducted with empirical study.

The results are as follows: First, to the question about whether they know the regional cuisine in Kyonggi province or not, 44% of respondents answered they don't know it well, which means recognition is very low. Second, to the question about the recognition of regional cuisine in Kyonggi province, Sujebi(a clear soup with wheat flakes in it) and Nengkonggugsu(iced bean noodles) of main dish, Samgyetang(chicken broth with ginseng and other ingredients) and Galbitang(beef-rib soup) of side dish, Moguachunghwachae (honeyed juice mixed with a Chinese quince as a punch) of drinks, and Kaedduck(a pie-shaped cake made of some rough flour) of desserts were highly recognized.

Key words: regional cuisine, Kyonggi province, recognition, interest, tourism, merchandising.

I. 서 론

주 5일 근무제 시행 초기에 외식 산업에 대한 많은 전망들이 있었다. 특히 레스토랑 입지에 따른 영업 환경의 변화가 발생할 것이라는 예측과 함께, 대표적으로 교외 지역에 위치한 음식점들이 훨씬 유리한 영업 환경을 맞이할 것이라는 언론 매체와 전문가의 전망이 있었다. 실제로 선진국의 사례를 볼 때, 주 5일 근무제 이후 도심형

¶ : 교신저자, syjson56@hanmail.net, 019-260-5799

레스토랑은 주말 매출이 감소하고, 교외형은 주말 매출이 증가하는 선례를 찾아 볼 수 있었다. 하지만 실제로 주 5일 근무제가 실시됨에 따라 주말 여행은 늘어났지만, 외식 소비자들은 더욱더 실속형 또는 개성형으로 변화하였고, 아예 간단한 조리만을 거치면 먹을 수 있는 식품들을 선호하는 경향과 매우 특이한 컨셉을 찾는 성향이 늘어났다. 또한 서울 근교, 즉 경기 일대 식당가의 대표격이라고 할 수 있는 양평이나 양수리, 미사리 등에 자리잡은 식당가들은 그동안 특이한 컨셉, 라이브 무대와 같은 테마를 곁들인 경양식으로 유명세를 떨쳤지만, 최근 들어 지속되는 경기 불황으로 경영난에 시달리고 있다. 더 이상 이러한 요인들로는 서울 근교를 찾는 외식 소비자들을 만족시킬 수 없다는 것을 단적으로 보여주는 현상들이다. 이것은 주 5일제와 함께 여행 목적을 겸하고 있으며, 외식을 선택하는데 있어 건강에 대한 관심이 절대적으로 작용하는 세태에서는 경양식으로 소비자들을 유치하기가 현실적으로 대단히 어렵다는 것을 시사하고 있다. 실제로 이렇게 어려움을 겪고 있는 식당들은 메뉴를 한식으로 바꾸고 있으며, 좀 더 토속적이고 특이한 메뉴를 구상하는 것으로 경영난을 극복하려는 움직임을 보이고 있다.

이러한 연유로 서울 근교의 외식 소비자들을 대상으로 영업을 할 때, 단순한 한식 메뉴보다는 그 지역의 특성을 살린 향토 음식의 개발이 무엇보다도 시급하다고 하겠다. 특히 경기 지방의 음식은 다음과 같은 지역적 특성과 함께 발달된 독특한 식문화 특성을 지니고 있다. 즉 경기도는 밭농사와 논농사가 고루 발달했으며, 서해안과 접해 있고 산과 강이 어우러져 있어, 농산물은 물론 해산물과 산채도 풍부하다는 점이다. 또한 경기도 음식은 종류가 다양하나 서울 음식보다 소박하며, 양념도 수수하게 쓰는 편이며, 고려 시대의 수도였던 개성 음식은 서울, 진주 음식과 더불어 우리나라 음식 가운데서 가장 호화스럽고 종류가 다양한 것으로 알려져 있다. 개성 음식은 궁중 요리에 비길 만큼 사치스러우며, 많은 노력과 여러 가지 재료를 필요로 한다. 이렇게 소박함과 화려함을 동시에 지닌 경기 지방의 음식은 실용성과 독특함을 함께, 현대 외식 소비자들을 대상으로 발전시키기에 충분한 가능성이 있고, 또한 지금까지 다양한 관점에서 전문가들에 의해 향토 음식에 관한 연구는 진행되어 왔지만 메뉴 구성의 폭은 대단히 제한되어 왔다. 따라서 본 연구에서는 문헌 연구를 통해 경기도 지역 향토 음식의 특징과 종류에 대해 고찰하고, 실증 분석을 통해 한식당을 대상으로 하는 외식 행동과, 경기 지역 향토 음식에 대한 외식 소비자들의 일반적인 인식 사항과 구체적인 경기 지역 음식들에 대한 소비자의 인지 정도를 조사할 목적으로 수행되었다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 경기지방 향토 음식의 특징

경기도 지방은 옛 고려의 서울이었던 개성을 포함하여 서울을 가까이 하고, 산과

바다에 접해 있는 지역으로 중부에 위치하여 자연조건이 비교적 좋은 곳이다. 서해안에는 해산물이 풍부하고, 동쪽의 산간지대는 산채가 많아 전반적으로 밭농사와 벼농사가 활발하여 여러 가지 식품이 고루 생산되는 지역이다. 정성을 많이 들여 호화롭고 사치스러운 개성 음식을 제외하고, 경기 음식은 전반적으로 소박하며 양이 많은 편이다. 간은 세지도 약하지도 않은 서울과 비슷하고 양념도 많이 쓰지 않는다. 경기도는 강원도, 충청도, 황해도와 접해 있어 공통점이 많고 음식 이름도 같은 것이 많다(염초애 등 1996). 농촌에서는 범벅이나 풀떼기, 수제비 등을 호박, 강냉이, 밀가루, 팥 등을 섞어서 구수하게 잘 만든다.

주식은 오곡밥과 찰밥을 즐기고 국수는 맑은 장국보다는 제물에 끓인 칼국수나 메밀칼싹두기와 같이 국물이 걸쭉하고 구수한 음식이 많다. 충청도와 황해도 지방에서도 많이 애용하는 냉콩국은 이 지방에서도 잘 만드는 음식이다. 개성은 고려 시대의 수도였던 까닭에 그 당시의 음식 솜씨가 남아 있을 뿐만 아니라, 서울, 전주와 더불어 우리나라에서 음식이 가장 호화롭고 다양한 지역이고, 개성 음식의 사치스럽기는 궁중요리에 비길 만하다.

2. 경기지방 향토 음식의 종류

지금까지 연구 조사된 경기도 향토 음식으로 알려진 음식은 주식류 31종, 부식류 62종, 떡과 조과류 18종 및 음청류 6종으로 그 종류가 대단히 많으며 그 중에서도 전국적으로 널리 애용하고 있는 음식도 일부 포함하고 있다. 특히 특징적인 것으로는 식품 재료로 지역 생산품을 많이 이용하고 있으며, 주식류로서 밥류 3종, 죽류 8종, 면류 20종으로 향토 음식의 주식류는 중식을 위한 면류 이용 음식이 많다. 부식류는 김치와 장아찌의 발달이 특이하며, 찌개, 탕, 국류도 많아 음식의 영양 균형을 이룰 수 있도록 만들어졌다.

3. 경기지방의 대표적인 음식

1) 제물칼국수

밀가루를 반죽하여 밀대나 홍두깨로 얇게 민 다음 썰어서 멸치나 쇠고기로 만든 장국에 넣어 끓인다. 지금부터 200년쯤 전에도 햇밀이 나오면 농가에서 맷돌이나 방아로 가루를 낸 다음, 국수를 만들어 제물로 끓였다는 기록이 「세사기」에 나와 있다.

2) 조랭이 떡국

흰떡을 대나무 칼로 밀어 누에고치처럼 만든 다음 육수에 넣어 끓여 먹은 개성지방의 정월 음식이다. 누에는 정월의 길(吉)함을 표시한다고 하며, 조롱의 모양으로 악귀를 막는다는 뜻이 있다고 한다.

<표 1> 경기도 향토 음식

구 분	요리명
주식류	*밥류 : 오곡밥, 팥밥, 장국밥 *죽류 : 팥죽, 잣죽, 흑임자죽, 뱅어죽, 호박칠보죽, 옥수수범벅, 조개죽, 야채죽 *면, 만두, 떡국류 : 제물국수, 메밀국수, 꿩만두, 꿩냉면, 생치만두, 메밀만두, 녹두칼국수, 온면, 비빔국수, 녹말메밀국수, 참깨 넣은 녹말국수, 낭화, 조랭이떡국
부식류	*국, 탕 : 버섯장국, 설렁탕, 냉이토장국, 가지갈비탕, 죽탕, 뱅어국, 초교탕, 닭젓국, 민어매운탕, 용봉탕 *김치 : 꿩김치, 고구마줄기김치, 숙김치, 보쌈김치, 순무석박지, 무비늘김치, 순무김치, 포기김치 *젓갈 : 연평도조기젓, 굴젓, 오징어젓, 비웃젓 *장아찌 : 배추시래기지, 산초장아찌, 언무우장아찌, 속대장아찌, 용인외지, 순무짠지, 고추장아찌 *기타 : 송이산적 , 장떡, 두부적, 조개전(대합전유어), 풋고추부각, 파래튀김, 홍해삼, 탕평채, 무찜, 종갈비찜, 물쑥나물, 수원불갈비, 감동젓찌개, 메밀묵무침, 두부장조림, 오징어순대, 개성순대, 쇠머리수육, 갑회, 생굴회
떡·조과류	개성(모)약과, 개성경단, 우매기, 여주산병, 수수도가니, 수수부꾸미, 개떡, 색떡, 두텁떡, 각색편, 약식, 화전, 단자, 주악, 솔방울떡, 메밀빙떡, 율무단자, 근대떡
음청류	모과청화채, 배숙, 배화채, 복숭아화채, 동동주

자료 : 이승교(1992) : 경기지역 향토 음식 조사, 논문집, 10.

3) 여주산병

멥쌀로 절편하듯이 흰떡을 만들어서 여러 색으로 물감을 들여 새 모양·꽃 모양의 색떡을 만든다. 또 다른 방법으로는 크고 작은 개피떡 두 개를 만들어 네 끝을 한데 모아 붙이는 것이 있다.

4) 개성편수

개성편수는 서울의 네모난 편수와는 달리, 쇠고기·돼지고기·닭고기·두부·배추김치·숙주 등의 재료로 만든 속을 많이 넣어 아기 모자처럼 둥글고 통통하게 빚는다. 이것을 끓는 장국에 익혀내어 초장에 찍어 먹거나 뜨거운 맑은 장국에 넣어 먹는다.

5) 개성주악

보통 주악과는 달리 찹쌀가루와 멥쌀가루를 섞은 것에 막걸리를 조금 넣고 반죽한다. 반죽을 둥글게 빚고 기름에 튀겨 조청에 넣어 만든다. 개성주악은 크게 만드는 것이 특색이고, 담을 때는 가운데에 대추 쪽이나 통잣을 하나씩 박는다.

6) 개성모약과

밀가루와 참기름을 넣어 오래 비빈 다음 술·생강·즙·꿀을 넣고, 되게 반죽하여 약

과판에 박아내는 것이 아니라 편편하게 밀어서 작게 완자형이나 네모지게 썬다. 폐백이나 고임상에는 네모로 크게 썰어 온도가 낮은 기름에서 서서히 튀겨 꿀을 바르고 잣가루를 뿌린다.

7) 열무김치

풀국을 엷게 풀어 담근 시원하고 풋풋한 향의 열무김치는 한여름 내내 담가 먹어도 싫증이 나지 않는 김치다. 연한 풋배추를 섞어 담근 후 국수도 말아 먹고, 보리밥에 넣어 고추장으로 비벼 먹기도 하는 수더분하고 서민적인 여름 김치이다. 붉은 고추를 갈아서 버무리고, 풋고추를 어슷어슷 썰어 넣어 향이 좋다. 젓국을 쓰지 않고, 고추국물로 국물을 넉넉히 담근 뒤 차게 두었다가 먹기 때문에 그 맛이 담백하고 시원하다.

8) 장김치

달고 고소한 맛이 나는 무·배추를 진간장으로 간하여 백 항아리에 먹을 만큼만 담가먹는 궁중김치이다. 설이나 추석에 흔히 담가 먹는다. 젓갈이나 소금·고추가루를 전혀 쓰지 않고, 진간장만으로 간을 하여 배·밤·표고버섯·석이버섯·잣 등 귀한 재료를 많이 사용하고, 양념도 채를 써는 것이 특징이다. 시원하면서도 달작 지근한 맛이 여느 김치와는 다른 별미며, 떡을 주로 한 주안상이나 떡국상에 특히 어울리는 김치이다.

9) 비늘김치

무를 생선 비늘처럼 저미듯이 칼집을 넣어 절인 다음에 소를 끼워 익힌 김치다. 소는 통배추 김치 속 만들듯이 무채를 고춧가루로 빨갛게 버무리고 새우젓국으로 간한다. 비늘김치는 궁중김치로, 무비늘 김치와 오이비늘김치를 함께 담그기도 한다. 오이 비늘김치는 오이가 싸고 맛있는 제철에 많이 사서 아주 짜게 저장했다가, 비늘김치를 담글 때 짠맛을 충분히 우려내고 담그는데, 배추김치 사이에 넣든지, 무비늘김치와 함께 담가도 산뜻하고 맛있다(조문수 2003).

Ⅲ. 조사설계와 분석 방법

1. 조사설계

본 조사의 목적은 경기 지역 향토 음식에 대한 인지도와 관심 정도에 대한 현황을 조사하여, 현재 외식 성향과 접목시키기 위한 전략적인 발전 방안을 모색하면서 관광 상품화도 검토하기 위함이다.

조사 대상은 서울과 경기 지역의 학생, 주부, 회사원, 전문직 또한 외식업에 종사하는 사람들이며, 자료의 수집은 2004년 6월 20일부터 7월 10일까지 약 20일간 진행

되었다. 본 연구에서는 표본 추출에 있어 추출 과정의 편리함이나 전문가 의견 등 다른 합리적 기준에 따라 추출하는 비확률 표본 추출(non-probability)방법 중 판단에 의한 추출(Judgement sampling)방법을 사용하였다(신영건 1995). 설문지는 연구자 본인의 조사 목적과 설문지 개요를 설명한 다음 조사자들에게 배포·회수되었으며, 조사 대상은 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자기 기입법으로 실시되었다. 조사자들에 의해 400부가 배포되었으며, 회수된 370부의 설문지 중 불성실한 응답지 20부를 제외한 350부가 표본의 자료로 사용되었다.

2. 설문지의 구성과 분석 방법

본 설문지는 크게 3개 항목으로 구성되었으며, 그 구성 항목은 한식 중심의 외식 행동에 관한 5문항, 경기도 향토 음식에 관한 12문항과 그 중 인지도에 관한 문항은 경기도 향토 음식 40종류로 각각 세분하여 구성하였고, 자료 분류를 위한 일반적인 사항으로 6문항 등 총 23문항으로 구성되어 있다. 설문지 항목은 인구통계학적 요인인 개인적인 특성과 한식 중심의 외식 행동, 경기도 향토 음식에 관한 질문들은 명목척도와 Likert가 개발한 5점 등간척도(5-point interval scale)로 구성하였다.

사용된 분석 방법은 SPSS 10.0 패키지를 이용한 통계 분석 중 표본의 특성 및 인구 통계적 변수의 특성과 외식 행동을 살펴보기 위해 빈도 분석(frequency analysis)을 실시하였고, 경기도 향토 음식 각 변수들의 인지도를 살펴보기 위해 평균 순위 분석을 실시하였다.

Ⅳ. 분석 결과

1. 조사대상자의 일반적 특성

일반적 특성은 <표 2>와 같다.

성별로는 남자 162명(46.3%), 여자 187명(53.4%)이었으며, 연령별로는 30대가 123명(35.1%)으로 가장 많았으며, 20대 89명(25.4%), 40대 61명(17.4%), 10대 57명(16.3%), 50대 17명(4.9%), 60대 이상 3명(0.9%) 순이었다.

결혼 여부별로는 기혼 177명(50.6%), 미혼 165명(47.1%) 순으로 비슷한 분포를 보였다. 학력별로는 고졸 이하가 137명(39.1%)으로 가장 많았으며, 전문대졸(재학)이 99명(28.3%), 대졸(재학)이 96명(27.4%), 대학원 이상이 17명(4.9%) 순이었다. 직업별로는 학생이 99명(28.3%)으로 가장 많았으며, 주부 69명(19.7%), 회사원/공무원 53명(15.1%), 전문직 47명(13.4%), 외식업을 제외한 자영업 24명(6.9%), 외식업 24명(6.9%) 순이었다. 월 급여별로는 100만원 이하가 126명(36.0%), 100~200만원 미만이 108명(30.9%), 200~300만원 미만 58명(16.6%), 300~400만원 미만 30명(8.6%), 400만원 이상 28명(8.0%) 순으로 나타났다.

〈표 2〉 표본의 일반적 특성

특 성	구 분	실수(*N*)	백분율(%)
성별	남	162	46.3
	여	187	53.4
연령 (세)	10대	57	16.3
	20대	89	25.4
	30대	123	35.1
	40대	61	17.4
	50대	17	4.9
	60대 이상	3	0.9
결혼 여부	기혼	177	50.6
	미혼	165	47.1
학력	고졸 이하	137	39.1
	전문대졸(재학)	99	67.4
	대졸(재학)	96	94.9
	대학원 이상	17	99.7
직업	학생	99	28.3
	주부	69	19.7
	회사원/공무원	53	15.1
	전문직	47	13.4
	자영업(외식업을 제외한)	24	6.9
	외식업	40	11.4
월 평균 급여	100만원 미만	126	36.0
	100 ~ 200만원	108	30.9
	200 ~ 300만원	58	16.6
	300 ~ 400만원	30	8.6
	400만원 이상	28	8.0

2. 경기도 향토 음식에 대한 일반적 인식

다음은 경기 지역 향토 음식의 관광 상품화의 기초 자료 확보를 위한 경기도 향토 음식에 대한 일반적인 인식에 대한 실증분석 결과이다. 먼저 「경기지역 향토 음식에 대한 인지 여부」에 대해서 "잘 모른다"는 응답이 154명(44.0%)으로 가장 많았다. 다음으로 "보통이다" 117명(33.4%), "전혀 모른다" 50명(14.3%), "알고 있다" 22명(6.3%), "잘 알고 있다" 6명(1.7%)으로 나타났다.

「경기지역 향토 음식을 어떻게 알게 되었습니까」라는 질문에 "신문, 잡지를 통해서" 95명(27.1%), "여행을 통해서" 60명(17.1%), "친지를 통해서" 56명(16.0%), "학교에서 배워서" 55명(15.7%), "공공기관의 홍보를 통해서" 43명(12.3%), "기타" 40명(11.4%)으로 나타났다. 「경기도 향토 음식에 대한 관심 정도」는 "보통이다"가 191명(54.6%)으로 가장 많았고, "낮다" 98명(28.0%), "매우 낮다" 29명(8.3%), "높다" 24

명(6.9%), "매우 높다" 8명(2.3%)으로 나타났다.

다음으로 「경기도 지역 향토 음식의 문제점」에 대한 질문에는 "대중성 부족"이 157명(44.9%)으로 가장 많았고, "특별한 풍미 부족" 112명(32.0%), "복잡한 조리 방법" 33명(9.4%), "낮은 수익성" 24명(6.9%), "기타" 23명(6.6%)으로 나타났다. 「향후 경기지역 특유의 향토 음식 개발 필요성」에 대해서 160명(45.7%)이 "필요하다"라고 응답했다. "매우 필요하다"는 54명(15.4%)을 차지했으며 "보통이다"도 115명(32.9%)을 차지했다. 반면 "필요하지 않다" 16명(4.6%), "전혀 필요하지 않다" 5명(1.4%)으로 부정적인 의견도 소수를 차지하였다.

「경기지역 특유의 향토 음식 개발 필요성의 이유」에 대한 질문에는 "지역 홍보" 150명(42.9%), "식생활 문화 계승" 149명(42.6%)으로 대부분을 차지했으며, "판매증대"가 37명(10.6%), "기타" 14명(4.0%) 순으로 나타났다. 다음으로 「경기지역 특유의 향토 음식 개발의 중점」에 대해서 "음식의 질과 맛"이 183명(52.29%)으로 가장 많았고, 다음으로 "지역적 전통성" 111명(31.7%), "상품성" 40명(11.43%), "조리방법" 10명(2.9%), "기타" 4명(1.7%)으로 나타났다.

「경기도 향토 음식의 메뉴가 개선이나 개발이 된다면 판매 혹은 사 드실 의향이 있으십니까?」라는 질문에 대해서 "있다"는 응답이 203명(58%)으로 가장 많았다. 다음으로 "그저 그렇다" 89명(25.4%), "많이 있다" 42명(12%), "없다" 15명(4.3%), "전혀 없다" 1명(0.3%)으로 나타났다. 마지막으로 「향후 경기도 향토 음식 메뉴의 개선/개발시 예상되는 수익성에 대한 기대」에 대해서는 "기대한다" 200명(57.1%)으로 가장 많았고, 다음으로 "그저 그렇다" 105명(30.0%), "기대할 수 없다" 21명(6%), "매우 기대한다" 19명(5.4%), "전혀 기대할 수 없다" 5명(1.4%)으로 나타났다.

<표 3> 경기도 향토 음식에 대한 인식사항

경기도 향토 음식에 대한 인식도 관련 질문 사항	구 분	실수(*N*)	백분율(%)
우리나라 경기지역 향토 음식에 대해 알고 계십니까?	전혀 모른다.	50	14.3
	잘 모른다.	154	44.0
	보통이다.	117	33.4
	알고 있다.	22	6.3
	잘 알고 있다.	6	2.0
경기지역 향토 음식을 어떻게 알게 되었습니까?	친지를 통해서	56	16.0
	학교에서 배워서	55	15.7
	여행을 통해서	60	17.1
	공공기관의 홍보를 통해서	43	12.3
	신문, 잡지를 통해서	95	27.1
	기타	40	11.7

〈표 3〉 계속

경기도 향토 음식에 대한 인식도 관련 질문 사항	구 분	실수(N)	백분율(%)
경기도 향토 음식에 대한 관심 정도는?	매우 낮다.	29	8.3
	낮다.	98	28.0
	보통이다.	191	54.6
	높다.	24	6.9
	매우 높다.	8	2.3
귀하가 생각하는 경기도 향토 음식의 문제점은 무엇이라고 생각하십니까?	복잡한 조리방법	33	9.4
	대중성 부족	157	44.9
	특별한 풍미 부족	112	32.0
	낮은 수익성	24	6.9
	기타	23	6.9
귀하께서는 향후 경기지역 특유의 향토 음식의 개발이 필요하다고 생각하십니까?	전혀 필요하지 않다.	5	1.4
	필요하지 않다.	16	4.6
	보통이다.	115	32.9
	필요하다.	160	45.7
	매우 필요하다.	54	15.4
개발이 필요하다면 그 이유는 무엇이라고 생각하십니까?	식생활 문화 계승	149	42.6
	판매 증대	37	10.6
	지역 홍보	150	42.9
	기타	14	4.0
귀하께서는 경기도 향토 음식을 개발한다면 어떤 점에 중점을 두어야 한다고 생각하십니까?	조리방법	10	2.9
	상품성	40	11.4
	음식의 질과 맛	183	52.3
	지역적 전통성	111	31.7
	기타	4	1.7
귀하께서는 경기도 향토 음식의 메뉴가 개선이나 개발이 된다면 판매 혹은 사 드실 의향이 있으십니까?	전혀 없다.	1	0.3
	없다.	15	4.3
	그저 그렇다.	89	25.4
	있다.	203	58.0
	많이 있다.	42	12.0
향후 경기도 향토 음식 메뉴의 개선이나 개발이 된다면 귀하께서 예상하는 수익성에 대한 기대는?	전혀 기대할 수 없다.	5	1.4
	기대할 수 없다.	21	6.0
	그저 그렇다.	105	30.0
	기대한다.	200	57.1
	매우 기대한다.	19	5.4

3. 경기도 향토 음식에 대한 인지 정도

경기도 향토 음식 종류를 주식류와 찬류, 병과류, 음료류로 구분하였을 때, 그 평균값은 주식류가 평균 3.01로 사람들이 가장 많이 알고 있는 것으로 나타났다. 이어 찬류(m=2.76), 음료(m=2.34), 병과류(m=2.30)의 순으로 인지되고 있는 것으로 나타났다.

〈표 4〉 인지도 순위표

순 위	구 분	평균±표준편차
1	주식류	3.01±0.70
2	찬류	2.76±0.64
3	음료	2.34±1.12
4	병과류(떡류)	2.30±0.80

다음으로 경기도 향토 음식의 주식류에 대한 인지도 순위에서는 수제비(m=4.09)가 가장 높았으며, 이어 냉콩국수(m=4.02), 오곡밥(m=3.68), 팥밥(m=3.24), 조랭이떡(m=2.96), 제물칼국수(m=2.07), 칼싹두기(m=2.07), 개성편수(m=1.74)로 나타났다. 이에 경기도 향토 음식이라는 인식은 되어 있지 않으나 수제비와 콩국수같이 이미 대중적으로 보편화되어 있는 음식들이 있는 것으로 나타났다.

〈표 5〉 주식류 인지도

순 위	구 분	평균±표준편차
1	수제비	4.09±0.96
2	냉콩국수	4.02±0.96
3	오곡밥	3.68±1.04
4	팥밥	3.24±1.20
5	조랭이떡국	2.96±1.26
6	제물칼국수	2.25±1.17
7	칼싹두기	2.07±1.25
8	개성편수	1.74±0.92

다음은 인지도 부문에서 두번째로 나타난 찬류의 세부 내용이다. 먼저 "삼계탕"과 "갈비탕"은 각각 평균 4.10과 4.05로 높은 인지도를 나타냈으며, 분식류로 자리 잡은 "순대"(m=0.93)를 비롯해서 "곰탕"(m=3.85), "백김치"(m=3.67), "보쌈김치"(m=3.65), "양지머리수육"(m=3.39), "메밀묵"(m=3.35), "두부장조림"(m=3.22)은 보통 이상의 인지도를 보였다. 또한 "장떡"(m=2.83), "민어매운탕"(m=2.64), "조개전(대합전유어)"(m=2.62), "아욱토장국"(m=2.57), "수수지지미(부꾸미)"(m=2.52), "물쑥나물"(m=2.31), "종갈비찜"(m=2.23), "순무김치"(m=2.17), "홍해삼전"(m=2.07), "개성무찜"(m=2.04)으로 2이상의 평균값을 보였으며, 보통 이하의 인지도를 나타낸다. 또한 "무비늘김치"(m=1.89), "개성보김치"(m=1.85), "개성닭젓국"(m=1.85), "감동젓찌개"(m=1.77), "용인외지"(m=1.67)와 같이 인지도가 매우 낮은 음식들도 있었다.

〈표 6〉 찬류 인지도

순위	구 분	평균±표준편차	순위	구 분	평균±표준편차
1	삼계탕	4.10±0.93	13	아욱토장국	2.57±1.31
2	갈비탕	4.05±0.96	14	수수지지미(부꾸미)	2.52±1.40
3	순대	3.93±0.99	15	물쑥나물	2.31±1.35
4	곰탕	3.85±1.11	16	종갈비찜	2.23±1.16
5	백김치	3.67±1.06	17	순무김치	2.17±1.16
6	보쌈김치	3.65±1.13	18	홍해삼전	2.07±1.52
7	양지머리수육	3.39±1.21	19	개성무찜	2.04±1.14
8	메밀묵	3.35±1.25	20	무비늘김치	1.89±1.04
9	두부장조림	3.22±1.20	21	개성보김치	1.85±0.99
10	장떡	2.83±1.28	22	개성닭젓국	1.85±1.15
11	민어매운탕	2.64±1.23	23	감동젓찌개	1.77±0.97
12	조개전	2.63±1.21	24	용인외지	1.67±0.86

다음은 음료의 세부 음식에 관한 인지도이다. 음료에는 "배화채"(m=2.57)와 "모과화채"(m=2.10)가 있었으며, 보통 이하의 인지도를 보이고 있다. 배와 모과가 가지고 있는 장점을 살린 개발과 홍보가 필요하다고 할 수 있다.

〈표 7〉 음료 인지도

순 위	구 분	평균±표준편차
1	배화채	2.57±1.33
2	모과화채	2.10±1.18

다음 병과류(떡)에서는 "개떡"이 평균 3.26으로 보통 이상의 인지도를 보이고 있으며, "개성경단"(m=2.43), "수수도가니"(m=2.40)로 2이상의 평균값을 보이고 있으며, "개성약과"(m=1.92), "여주산병"(m=1.91), "우메기"(m=1.87)는 인지도가 매우 낮은 것으로 나타났다.

〈표 8〉 병과류(떡) 인지도

순 위	구 분	평균±표준편차
1	개떡	3.26±1.29
2	개성경단	2.43±1.23
3	색떡	2.40±1.19
4	개성약과	1.92±1.07
5	여주산병	1.91±1.12
6	우메기	1.87±1.05

V. 결론 및 시사점

본 연구는 경기 지방 향토 음식의 소비자 인지도 조사를 위해 경기지방 향토 음식의 개념 정립, 인지도 및 관심 정도 등의 연구 목적을 토대로 조사되었다. 최근 향토 음식에 대한 관심 고조와 천연·건강·기능의 시대적 외식 소비 패턴, 그리고 우리 음식의 세계화가 필요한 제 환경과 연계되어 있다고 할 수 있다. 또한 인구 과다 밀집 지역인 서울의 소비자들이 주 5일 근무제의 시행과 함께 주말을 이용해 서울 근교로 여행을 즐기는 경우가 많아지는 반면, 서울 근교의 식당가들은 경영에 어려움을 겪고 있는 현실과 근래 향토 음식에 관한 소비자 관심과 이의 급부상에 기인하고 있다.

이러한 시대적 흐름에 부응하여 경기 지방 음식이 지닌 소박함과 화려함, 실용성과 독특함이 현대의 외식 소비자에게 잘 부합되고 있음에도 불구하고, 그 연구와 개발이 미비하였다는 것을 선행 연구 검토를 통해 알 수 있었다. 이에 실용성과 독특함을 동시에 추구하는 특성을 지닌 현대 외식 소비자들을 대상으로 했을 때, 단순한 한식 메뉴보다는 그 지역의 특성을 살린 향토 음식 개발의 필요성이 그 어느 때보다도 시급하다고 하겠다. 따라서 본 연구에서는 기존 문헌에 나와 있는 경기지방 향토 음식의 모든 종류를 대상으로 개념을 재정립하고 경기지방 향토 음식에 대한 인지도와 관심 정도에 대해 실증 분석을 실시하였다.

그 결과는 경기 지방 향토 음식에 대한 인지 여부에 대해서 "잘 모른다"가 44%로 그 인지도가 낮은 것으로 나타났다. 또한 향토 음식에 대해 인지하고 있는 경우, 신문·잡지나 여행, 친지나 학교, 공공기관의 홍보 등 여러 경로를 통한 것으로 나타났다. 하지만 경기 지방 향토 음식에 대한 관심 정도는 보통과 낮은 경우가 90.9%로 많은 사람들이 그다지 관심을 가지고 있지 않은 것으로 나타났다. 또한 경기 지방 향토 음식의 문제점으로 대중성 부족(44.9%)이란 응답이 가장 많았고, 특별한 풍미 부족(32.0%), 그리고 복잡한 조리방법(9.4%)으로 나타났다.

이러한 결과들은 경기 지방 향토 음식이 지닌 큰 문제점이 인지도와 관심도가 낮은 것이라 할 수 있고, 이것은 홍보 강화의 중요성을 시사한다. 경기 지방 향토 음식의 특징인 소박함과 화려함의 공존이 현대의 소비자들의 취향에 대해 그 가능성이 충분함에도 불구하고, 소비자들에게 특색 있게 알려지지 못하고 있음에서 알 수 있다. 또한 이미 대중화 되었지만 소비자들이 경기 지방 향토 음식으로 인지하지 못하고 있는 콩국수나 수제비, 갈비탕과 같은 음식이 이를 증명하고 있다. 이것은 경기 지방 향토 음식이 체계화된 조리서 없이 가전비법으로 구전되어 왔고, 전통식 세대의 기억 또는 실연에 의존할 수밖에 없는 현실에서 이들의 저학력, 고령화로 인한 체계적인 전수가 어려웠다는 점에 기인하고 있다. 이것은 옛날과 달리 조리의 비법

이나 기능이 점차 단절되어 가고 있는 향토 음식의 큰 문제점에서 비롯된 현상일 뿐만 아니라, 조리법에 대한 모방이 난무함에 따라 향토 음식이 고유의 맛을 잃고 이미 대중화, 획일화 되어 버린 현상이라고도 할 수 있다. 이렇게 향토 음식이 그 특색을 잃어가는 현상은 그 지역의 음식점을 비롯한 조리인들의 소극적인 태도에서 야기된다고도 할 수 있으며, 특히 전래되어 오는 각 지방의 향토 음식의 경우 일반적으로 만드는 과정이 복잡하고 노동 인력이 많이 필요하며, 경제성이 희박하여 이들이 향토 음식의 취급을 기피하는 경우에서도 비롯되었다고 할 수 있다.

때문에 현대인의 입맛에 맞는 조리법의 개발과 적극적인 홍보 전략을 병행하여 강구된다면 향토 음식은 급격하게 활성화되리라 예측한다. 이에 앞으로 발전 가능성이 엿보이는 경기지방 향토 음식에 대해 그 향토적인 특색을 적극적으로 홍보하고, 전통조리법을 계승시켜 이미 대중화된 음식이라도 향토성을 가미시킨다면, 소비자들의 인식은 점차적으로 변화할 것으로 기대되며, 향토 음식의 인지도와 개발 필요성을 연계하여 새롭게 개발해야 할 음식이 어떤 것인가에 대한 연구도 계속되어져야 할 것이다.

참고문헌

1. 김사헌 (2000) : 관광학 연구방법론, p.105, 일신사.
2. 손일락 (1996) : 우리나라 향토 음식의 관광상품화 방안에 관한 소고, 산업경영연구 21(1):56.
3. 신영건 (1995) : 한국전통적 김치의 마케팅 전략에 관한 연구, pp.74-76, 경기대학교 대학원.
4. 염초애 외 2인 (1996) : 한국음식, p.299.
5. 이광욱 (1998) : 문화관광축제의 영향 및 운영효율화 방안, p.50, 한국관광연구원.
6. 조문수 (2003) : 외식문화론, pp.164-167, 대왕사.
7. 진양호 외 2인 (2001) : 향토 음식의 관광상품화 방안, 문화관광연구 3(2).

2005년 2월 18일 접수
2005년 6월 18일 게재확정