

# 광주 · 전남지역 지역특산품에 대한 인지도 조사

- 강진지역 일부 주부들을 대상으로 -

## A Study on the Perception of Local Special Food in Gwangju and Jeonnam Area

- Focused on some Housewives in Gang Jin Region -

성화대학 식품계열

조교수 전 은 레

Dept. of Food Technology, Sunghwa College

Assistant Professor : Eun-Raye Jeon

### ◀ 목 차 ▶

I. 서론

II. 연구내용 및 방법

III. 연구결과 및 고찰

IV. 요약 및 결론

참고문헌

### <Abstract>

This study investigated housewives' perception of local special foods in Gwangju and Jeonnam in Gang Jin. Of 150 questionnaires sent, there were 114 responses. The most perceptible local special foods in Gwangju and Jeonnam area are as follows: Watermelon in Gwangju (100.0%), Pear in Naju (90.0%), Rice in Suncheon (40.0%), Gorosoe in Gwangyang (76.7%), Hongoe in Mopko (63.3%), Dolsan leaf mustard Kimchi in Yeosu (100.0%), Sweet Persimmon in Jangseong (86.7%), Salted bamboo sprout in Damyang (46.7%), Apple in Gokseong (90.0%), Butterfly rice in Hampyeong (63.3%), Gorosoe in Gurye (56.7%), Onion in Muan (96.7%), Peach in Hwasun (40.0%), Dallmaji rice in Yeongam (50.0%), Oyster mushroom in Jangheung (63.3%), Green tea in Boseong (96.7%), Heuksanhongoe in Sinan (53.3%), Loess sweet potato in Haenam (83.3%), Kukija in Jindo (60.0%), Laver in Wando (76.7%), Tohajeot in GangJin (73.3%), Citron in Goheung (90.0%), and Gulbi in Yeonggwang (100.0%). The most perceptible area and local special foods in Gwangju and Jeonnam area were in the following order: Green tea in Boseong (17.37%), Tohajeot in GangJin (15.97%), Watermelon in Gwangju (10.0%), Pear in Naju (9.3%), and Loess sweet potato in Haenam (9.3%).

**주제어(Key Words):** 지역특산품(local special food), 인지도(perception), 주부(housewives)

Corresponding Author: Eun-Raye Jeon, Dept. of Food Technology, Sunghwa College, 224 Wolpyounglee Sungjeonmyun Gangjingu, Chonnam, 527-810, Korea Tel: 82-61-430-5312 Fax: 82-61-432-7118 E-mail: eunraye-j@hanmail.net

## 1. 서론

현재 우리가 생활하고 있는 지구는 한 울타리인 글로벌 시대로 되어가고 있다. 1995년 세계무역기구 출범으로 세계는 단일 시장화되었고, 개방체제로의 전환 그리고 경제통합의 진전으로 무한경쟁의 지구촌 시대가 도래하였다. 그러나 농수산업은 지역적 특수성이 강하고 정책에 대한 수요가 상이하기 때문에 지역여건을 반영하는 체제가 필요하다. 경쟁시대에 시장기능 확대에 따라 민간의 역할이 증대되어야 하고 현장 중심의 제도 개선이 그 어느 때보다 절실히 필요하며, 식량자급을 위한 농수산업에서 규모의 경제로 변천되어 가고 있는 실정에서 해당 종사자들은 이에 따른 인식 변화가 필요하다(윤찬중, 2000).

1995년 6월 27일 지방자치 단체장 선거를 통해 지방자치제도 실시 이후, 지역의 특성을 발굴하고 경제성을 이끌어 내려는 노력들이 활발해지고 있다. 이는 지방 특성화 정책이 지역 경제의 안정은 물론 더 나아가 국가 경제의 성장과 해외 시장에서의 국가 경쟁력 상승으로까지 이어지고 있기 때문이다(윤찬중, 2000). 지방자치단체와 농수산물 가공업체는 지역 특산물 생산과 판매를 체계화하고 소비자의 성향을 파악하여 제품에 반영시켜야 한다. 산업사회의 발달에 힘입어 윤택해진 생활환경과 경제적 여유로 인한 소비자의 욕구를 철저히 조사, 탐지하여 그것을 제품 개발에 반영시켜 구매자가 원하는 상품을 시장에 제공하는 것이 경제사회에 있어서 중요한 요소이다.

지역특산물 집중육성 효과로 대외경쟁력을 높일 수 있으며 이에 따라 지역 사회의 부가가치 증대, 소득증대 향상에 기여할 수 있기 때문에, 최근에는 전국의 각 지방단체에서도 지역 자치단체의 쇼핑물 운영(김명호, 2003), 지역특산물 판매코너 개설(경향신문, 2006), 농축산물 고유상표 개발, 특허출원(송봉석, 2005) 등을 통해 판매를 촉진하기도 하고, 각 지역의 특산품을 이용한 음식전시회 및 요리경연대회를 비롯한 특산품의 홍보에 총력을 기울이고 있지만, 각 지방자치단체들의 지역특성에 맞는 지역 특산물 생산과 산·학·연·관의 지속적인 협력에 의한 마케팅 전략이 아직 미비한 실정이다.

따라서 본 연구는 광주·전남지역 지역특산품에 대한 강진지역 주부들의 인지도를 조사하여 인지도가 높은 지역과 특산품을 알아봄으로써, 인지도가 낮은 지역과 특산품을 성공적으로 특화시키기 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

## II. 연구내용 및 방법

### 1. 조사 대상과 방법

전남 강진군에 거주하는 주부들을 대상으로 하여 2005년

5월 1일부터 12월 5일까지 총 150부의 설문지를 배포하여, 연구의 목적과 취지, 설문 내용과 기재 요령 등을 설명한 후 작성하게 하여 내용이 부실한 것과 누락된 것을 제외한 114부(회수율 76%)를 본 연구의 최종 분석 자료로 사용하였다.

### 2. 조사 내용

본 연구에서는 설문지를 측정도구로 사용하였으며, 김명호(2003), 송봉석(2005), 윤찬중(2000) 등의 선행연구를 기초로 하여 설문지를 작성하였다. 본 연구에 사용된 설문지의 내용은 조사 대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 연령, 학력, 가족 구성 형태, 결혼기간, 월수입의 5문항으로 구성하였다. 광주와 전남지역 특산품은 전라남도 홈페이지에 접속하여 사이버농정에서 지역특산물소개에 있는 품목들로 구성하였다(전남도청 홈페이지, 2005). 광주광역시 2종(무등산 수박, 춘설차), 나주시 5종(나주쌀, 배, 멜론, 방울토마토, 단감), 순천시 5종(쌀, 단감, 오이, 느타리버섯, 작설차), 광양시 5종(고로쇠, 밤, 매실, 작설차, 고로쇠 된장·간장), 목포시 5종(첫갈류, 건어물, 생선회, 홍어, 김), 여수시 5종(돌산갓김치, 양념젓갈, 해용액기스, 쌀식초, 건어물세트), 영광군 4종(영광굴비, 간척지쌀, 태양초고추, 보리새우), 장성군 4종(단감, 토마토, 새송이버섯, 솔잎차), 담양군 5종(굿모닝쌀, 죽엽청주, 동충하초, 염장죽순, 대잎차), 곡성군 5종(곡성사과, 배, 딸기, 오이, 느타리버섯), 함평군 5종(오리쌀, 자운영쌀, 사계절쌀, 간척지쌀, 나비쌀), 구례군 5종(노고단향수, 고로쇠약수, 작설차, 토종꿀, 은어), 무안군 5종(양파, 쪽파, 팥이버섯, 해제미품쌀, 무안황토랑쌀), 화순군 5종(복숭아, 인진쑥즙, 불미나리즙, 누에동충하초, 가시오가피), 영암군 5종(달마지쌀, 황토고구마, 무, 영암월출산수박, 무화과), 장흥군 5종(배, 단감, 딸기, 쌀, 느타리버섯), 보성군 5종(녹차, 고막, 쪽파, 어성초, 방울토마토), 신안군 5종(쌀, 시금치, 흑산홍어, 전복, 솔잎음료), 해남군 5종(해남김, 황토고구마, 참다래, 겨울배추, 신령버섯), 진도군 5종(구기자, 홍주, 돌미역, 돌김, 검정약쌀), 완도군 5종(김, 미역, 다시마, 멸치, 전복), 강진군 5종(토하젓, 군동메주, 유자차, 딸기잼, 한과), 고흥군 5종(토마토, 느타리버섯, 오이, 마늘, 유자) 등의 1곳의 광역시, 5곳의 시, 17곳의 군으로 나누어 각 지역의 특산품으로 알고 있는 순서대로 표기하게 하였다. 그리고 광주와 전남지역에서 가장 먼저 생각나는 지역과 특산물을 5개만 서술하게 하였다.

### 3. 자료의 분석

수집된 자료의 분석은 SPSS 12.0 for windows program을 사용하였다. 조사 대상자의 일반사항과 활용도는 빈도, 백분율을 구하였다.

### III. 연구결과 및 고찰

#### 1. 조사 대상자의 일반적 사항

조사 대상자의 일반적 사항은 <표 1>과 같다. 연령은 21~29세는 7.0%, 30~39세는 29.8%, 40~49세는 33.4%, 50~59세는 22.8%, 60세 이상은 7.0%이었고, 학력은 무는 0.0%, 초등졸은 1.8%, 중졸은 13.2%, 고졸은 59.6%, 대졸 이상은 25.4%이었다. 가족 구성 형태는, 무자녀 신혼부부는 3.3%, 부양자녀를 거느린 부부는 86.7%, 부양자녀가 없는 부부는 3.3%, 대가족-직계자녀와 부모와 동거는 6.7%이었고, 결혼 기간은 10년 이하는 36.6%, 11~20년은 40.0%, 21~30년은 16.7%, 31년 이상은 6.7%이었다. 월 수입은 100만원 미만은 10.0%, 101~200만원은 23.3%, 201~300만원은 40.0%, 301~400만원은 16.7%, 401만원 이상은 10.0%이었다. 조사 대상자가 30, 40대의 연령으로 고졸이상의 학력을 가지면서 부양자녀를 거느린, 어느 정도의 소득 수준이 있음을 알 수 있었다.

<표 1> 조사 대상자의 일반적 사항

일반사항	구 분	N	%
연 령	21-29세	8	7.0
	30-39세	34	29.8
	40-49세	38	33.4
	50-59세	26	22.8
	60세이상	8	7.0
	계	114	100
학 령	무	0	0.0
	초등졸	2	1.8
	중 졸	15	13.2
	고 졸	68	59.6
	대졸 이상	29	25.4
계	114	100	
가족 구성 형태	무자녀 신혼부부	4	3.3
	부양자녀를 거느린 부부	98	86.7
	부양자녀가 없는 부부	4	3.3
	대가족-직계자녀와 부모동거	8	6.7
계	114	100	
결혼기간	10년 이하	41	36.6
	11-20년	46	40.0
	21-30년	19	16.7
	31년 이상	8	6.7
계	114	100	
월 수입	100만원 미만	11	10.0
	101-200만원	27	23.3
	201-300만원	46	40.0
	301-400만원	19	16.7
	401만원 이상	11	10.0
계	114	100	

#### 2. 광주광역시와 나주시, 순천시, 광양시, 목포시, 여수시의 지역특산품의 인지도

광주광역시, 나주시, 순천시, 광양시, 목포시와 여수시의 지역특산품에 대한 인지도는 <표 2>와 같다. 광주광역시는 무등산 수박이 100.0%로 1위, 나주시는 배가 90.0%로 1위, 나주쌀이 10.0%로 2위였으며, 순천시는 쌀이 40.0%로 1위, 단감이 20.0%로 2위, 작설차가 16.7%로 3위, 오이가 13.3%로 4위, 느타리버섯이 10.0%로 5위였다. 광양시는 고로쇠가 76.6%로 1위, 매실이 16.7%로 2위, 밤이 6.7%로 3위였으며, 목포시는 홍어가 63.4%로 1위, 젓갈류가 20.0%로 2위, 건어물이 13.3%로 3위, 생선회가 3.3%로 4위였고, 여수시는 돌산갓김치가 100.0%로 1위였다. 광주광역시의 무등산 수박과 여수시의 돌산갓김치는 100.0%, 나주시의 배는 90.0%로 인지도가 매우 높아 지역특산물로 자리매김하고 있음을 확인할 수 있었다.

광주광역시는 무등산 수박을 특화하기 위해 정보화마을이라는 쇼핑몰을 운영하고, 무등산수박 출하기원제 등을 개최하고 있다. 연간 판매량이 8,500명이정도이며, 연간조수익이 1억 8천만원 정도이며, 지역 특산물 보존을 위한 상표 및 의장등록을 2004년 말까지 완료하였다(광주시 북구 흥피, 2006).

여수시는 돌산갓 김치를 특화하기 위해 '여수 해누리'라는 브랜드를 등록, 홍보하고, 돌산갓 김치 포함 80점을 '관광 여수의 맛자랑'이라는 책자를 제작하여 홍보하고 있다. 또한 정보화마을이라는 쇼핑몰을 운영하면서, 갓김치외에도 돌산갓 물김치, 돌산갓 된장국, 돌산갓 나물, 돌산갓 김치전 등 다양한 메뉴를 개발하여 보급에 힘쓰고 있다(여주시청 흥피, 2006).

나주시는 나주 배를 특화하기 위해 1971년 원예시험장 나주지장을 개칭하여 현재 나주배연구소에 이르기까지 배의 새로운 품종개발과 재배기술 및 저장가공기술 연구개발에 힘쓰고 있다. 미국, 캐나다 등 미주지역과 동남아, 중동, 유럽지역에 수출함으로써 세계적인 과일로 인정받고 있으며, 2004년 기준 나주배농협에 의하면 2,332톤, 4,748천\$의 수출을 하였다. 나주 배관련 기관단체로는 나주시청(배 원예과), 나주 배 유통센터, 원예연구소 배 시험장, 나주 배 원예 농업협동조합, 나주 배של 가공공장 등이 있으며, 나주 배 박물관을 통해서도 홍보에 힘쓰고 있다(나주시청 흥피, 2006). 또한 나주시 쇼핑몰을 운영하고 있으며, 생과로서만이 아니라 배של, 배즙, 배식혜 등으로 가공되어 상품화되고 있으며, 김치, 냉면, 수정과 등 요리의 주·부재료로 활용되기도 한다(이상필, 2004). 나주지역의 배 재배면적은 전국의 14.9%를 차지하고 있으며, 생산량은 전국의 21.4%를 차지하고 있다. 또 나주지역에서 재배되는 배의 품종별 면적비율은 신고

〈표 2〉 광주광역시와 나주시, 순천시, 광양시, 목포시, 여수시의 지역특산품에 대한 인지도

순위	광주광역시			나 주 시			순 천 시			광 양 시			목 포 시			여 수 시		
	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%
1	무등산수박	114	100.0	배	103	90.0	쌀	46	40.0	고로쇠	87	76.6	홍 어	72	63.4	돌산갓김치	114	100.0
2				나주쌀	11	10.0	단 감	23	20.0	매 실	19	16.7	젓갈류	23	20.0			
3							작설차	19	16.7	밤	8	6.7	건어물	15	13.3			
4							오 이	15	13.3				생선회	4	3.3			
5							느타리버섯	11	10.0									
계		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0

42.9%, 만삼길 12.2%, 금촌주 8.7%순으로 나타나고 있다 (박준근 등, 1996). 높은 인지도는 이와같이 다양한 특화전략을 지속적으로 실천, 개발하고 있는 노력의 결과라고 사료되어진다.

3. 장성군, 담양군, 곡성군, 함평군, 구례군, 무안군의 지역특산품의 인지도

장성군, 담양군, 곡성군, 함평군, 구례군, 무안군의 지역특산품에 대한 인지도는 〈표 3〉과 같다. 장성군은 단감이 86.6%로 1위, 새송이버섯과 솔잎차가 각각 6.7%로 2위였고, 담양군은 염장죽순이 46.7%로 1위, 대입차가 33.3%로 2위, 죽엽청주가 20.0%로 3위였으며, 곡성군은 곡성사과가 90.1%로 1위, 딸기, 오이, 느타리버섯이 각각 3.3%로 2위였다. 함평군은 나비쌀이 63.4%로 1위, 자운영쌀이 33.3%로 2위, 오리쌀이 3.3%로 3위였고, 구례군은 고로쇠약수가 56.7%로 1위, 토종꿀이 33.3%로 2위, 노고단향수가 10.0%로 3위였으며, 무안군은 양파가 96.7%로 1위, 무안황토랑쌀이 3.3%로 2위였다. 무안군의 양파가 96.7%, 곡성군의 곡성사과가 90.0%, 장성군의 단감이 86.7%로 인지도가 매우 높아 지역특산물로 자리매김하고 있음을 확인할 수 있었다.

무안군은 양파를 특화하기 위해 무안브랜드를 만들었으며, 황토골무안이라는 소명몰을 운영하고 있다. 무안황토랑유통공사가 2004년 8월에 출범했으며, 서울시 도봉구, 시흥시 무안군 향우회, 경기도 광주시, 성남 등 전국 여러지역주민들과 직거래 행사를 통해 홍보 및 판매량 촉진에 힘쓰고 있

다. 2003년 5월에 제 1회 양파, 마늘 축제를 시작으로 양파캐기 체험행사, 양파 예쁘게 썰기행사, 재래장터, 양파, 마늘 전문 음식점 운영, 국내의 농산물의 비교전시 등을 통해 양파를 전국에 알리고 있다. 전국 생산량의 18%를 생산하고 있으며 (무안군청 홈페이지, 2006), 지금은 유효성분이 뛰어나고 당도가 높은 생식용 양파를 시험재배하고 있다(정해옥 등, 2001).

곡성군은 사과를 특화하기 위해 1976년부터 소득작목으로 재배되기 시작하여 2003년 12월말 120농가 126ha의 면적에서 연간 2,684톤을 생산하고 있다. 2003년 12월 기준 생산량에 대한 통계자료에 의하면 사과 > 배 > 단감 > 복숭아 > 매실 > 대추 > 포도순으로 사과의 생산량이 가장 높음을 알 수 있었다(곡성군청 홈페이지, 2006).

4. 화순군, 영암군, 장흥군, 보성군, 신안군, 해남군의 지역특산품의 인지도

화순군, 영암군, 장흥군, 보성군, 신안군, 해남군의 지역특산품에 대한 인지도는 〈표 4〉와 같다. 화순군은 복숭아가 40.0%로 1위, 인진쑥즙이 23.3%로 2위, 불미나리즙과 누에동충하초가 각각 16.7%로 3위, 가시오가피가 3.3%로 5위였고, 영암군은 달마지쌀이 50.0%로 1위, 무화과가 33.3%로 2위, 영암월출산수박이 16.7%로 3위였으며, 장흥군은 느타리버섯이 63.3%로 1위, 단감이 20.0%로 2위, 쌀이 16.7%로 3위였다. 보성군은 녹차가 96.7%로 1위, 고막이 3.3%로 2위였고, 신안군은 흑산홍어가 53.4%로 1위, 시금치가 33.3%로 2위, 쌀이 13.3%로 3위였으며, 해남군은 황토고구마가

〈표 3〉 장성군·담양군·곡성군·함평군·구례군·무안군의 지역특산품에 대한 인지도

순위	장 성 군			담 양 군			곡 성 군			함 평 군			구 례 군			무 안 군		
	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%
1	단 감	100	86.6	염장죽순	53	46.7	곡성사과	102	90.1	나비쌀	72	63.4	고로쇠약수	65	56.7	양 파	110	96.7
2	새송이버섯	7	6.7	대입차	38	33.3	딸 기	4	3.3	자운영쌀	38	33.3	토종꿀	38	33.3	무안황토랑쌀	4	3.3
	솔잎차	7	6.7				오 이	4	3.3									
							느타리버섯	4	3.3									
3				죽엽청주	23	20.0												
계		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0

〈표 4〉 화순군·영암군·장흥군·보성군·신안군·해남군의 지역특산품에 대한 인지도

순위	화 순 군			영 암 군			장 흥 군			보 성 군			신 안 군			해 남 군		
	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%
1	복숭아	46	40.0	달마지쌀	57	50.0	느타리버섯	72	63.3	녹 차	110	96.7	흑산홍어	61	53.4	황토고구마	95	83.4
2	인진쑈죽	26	23.3	무화과	38	33.3	단 감	23	20.0	고 막	4	3.3	시금치	38	33.3	겨울배추	11	10.0
3	불마리죽	19	16.7	영암월출산수박	19	16.7	쌀	19	16.7				쌀	15	13.3	참다래	4	3.3
	누에동충하초	19	16.7										해남김	4	3.3			
4																		
5	가시오가피	4	3.3															
계		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0

83.4%로 1위, 겨울배추가 10.0%로 2위, 참다래와 해남김이 각각 3.3%로 3위였다. 보성군의 녹차가 96.7%, 해남군의 황토고구마가 83.4%로 인지도가 매우 높아 지역특산물로 자리매김하고 있음을 확인할 수 있었다.

보성군은 녹차를 특화하기 위해 녹차를 지역특화작목으로 선정하여 녹차재배 확대와 녹차관련 상품개발 사업을 추진하고 있다(송봉식, 2005). 전국 차 재배면적의 46%를 재배하고 있으며 연간 생산량이 6,230톤으로 전국 차 생산량의 40%를 차지하고 있다. 지리적표시 전국 1호 등록을(보성군청 홈페이지, 2006) 하여 브랜드 가치를 높이고, 복합 6차 산업으로 발전시켜 고부가가치를 창출하고 있다.

해남군은 황토고구마를 특화하기 위해 해남브랜드를 만들었으며, 화산농협과 해남군농산물산지유통센터를 두고 있다. 또한 군민배너등록을 이용하여 광고하고 있다(해남군청 홈페이지, 2006).

5. 진도군, 완도군, 강진군, 고흥군, 영광군의 지역특산품의 인지도

진도군, 완도군, 강진군, 고흥군, 영광군의 지역특산품에 대한 인지도는 〈표 5〉와 같다. 진도군은 구기자가 60.0%로 1위, 홍주가 33.3%로 2위, 돌김이 6.7%로 3위였고, 완도군은 김이 76.7%로 1위, 전복이 13.3%로 2위, 미역이 6.7%로 3위, 멸치가 3.3%로 4위였으며, 강진군은 토하젓이 73.3%로 1위, 군동메주가 20.0%로 2위, 유자차가 6.7%로 3위였다. 고흥군은 유자가 90.0%로 1위, 느타리버섯이 10.0%로 2위

였고, 영광군은 영광굴비가 100.0%로 1위였다. 영광군의 영광굴비가 100.0%, 고흥군의 유자가 90.0%로 인지도가 매우 높아 지역특산물로 자리매김하고 있음을 확인할 수 있었다.

영광군은 굴비를 특화하기 위해 2004년 6월에 영광법성굴비 상표등록을 추진하였고, 전통제조기술 계승보존과 차별화된 굴비상품 개발, 품질의 표준화 및 향상을도모하기 위해 영광굴비 연구개발사업을 하였다. 또한 조기, 굴비제조제품개발, 유통 및 마케팅, 육성방안 모색을 위한 영광굴비육성 산업 포럼활동을 하였고, 영광 법성포 단오제라는 축제를 개최하여 홍보에 힘쓰고 있다. 영광굴비특품사업단, 수협중앙회, 영광수협 등을 통해 유통이 이루어지고, 최근에는 인터넷과 홈쇼핑에서도 판매가 점차 증가하고 있다(윤찬중, 2000). 2000년 1,000억원 판매금액에서 2004년에는 2,500억원으로 증가추세에 있다.

고흥군은 유자를 특화하기 위해 지리적 표시제 제 14호로 등록하였고, 유자 무농약 재배를 위한 고추, 마늘액비 및 EM(유기미생물) 원액 활용법, 미생물제, 기계유제, 목초액 등 친환경 재배를 이용한 무농약 병해충 방제기술교육을 실시하였다. e BOOK를 제작하여 우수농수특산물로 소개하고 있으며, 홍보동영상을 제작하여 홍보에 힘쓰고 있다. 농약안전성조사 제도를 시행하고 있으며, 난지과수시험장을 설치하여 유자의 재배기술 및 품종 개량을 하고 있다. 2001년 9월 약 3만평 규모의 유자공원을 조성하였고, 유자특산물 전시판매장을 개장하여 고흥유자의 현장체험과 더불어 홍보 및 소비촉진 등 안정적인 판로기반을 구축하고 있다. 고흥의

〈표 5〉 진도군·완도군·강진군·고흥군·영광군의 지역특산품에 대한 인지도

순위	진 도 군			완 도 군			강 진 군			고 흥 군			영 광 군		
	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%	종 류	N	%
1	구기자	68	60.0	김	87	76.7	토하젓	83	73.3	유 자	103	90.0	영광굴비	114	100.0
2	홍 주	38	33.3	전 복	15	13.3	군동메주	23	20.0	느타리버섯	11	10.0			
3	돌 김	8	6.7	미 역	8	6.7	유자차	8	6.7						
4				멸 치	4	3.3									
계		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0		114	100.0

유자는 2002년 394ha의 재배면적으로, 2,514톤을 생산하고 있다(고흥군청 홈페이지, 2006).

6. 광주·전남지역 특산품의 인지도

광주와 전남지역에서 가장 먼저 생각나는 지역과 특산품을 순위로 상관없이 5개만 서술하게 한 결과는 <표 6>과 같다. 보성군의 녹차가 17.37%로 가장 많았고, 강진군의 토하젓이 15.97%, 광주광역시 무등산 수박이 10.00%, 나주시의 배와 해남군의 황토고구마가 9.30%순이었다. 보성군의 녹차에 대한 인지도가 가장 높았는데, 이는 보성군의 산·학·연·관이 참여하는 보성녹차 혁신 클러스터를 구축하여 녹차생산기반구축, 녹차산업의 다양화, 유통 마케팅 전략 개발 등을 내실있게 추진, 지리적 표시제 품목의 품질관리 강화, 마케팅 및 유통체계 강화, 녹차휴양타운조성사업 등을 통한 관광 인프라 확충과 차문화 축제인 보성 다향제를 전국적인 축제로 발전 시키는 등의 녹차의 관광자원화를 종합적으로 수립하는 등 지속적 노력의 결과로 사료된다. 강진군 토하젓의 인지도도 높게 나타났는데, 이는 대상자의 거주지인 때문으로 사료된다. 광주광역시의 무등산 수박, 나주시의 배, 해남군의 황토고구마 등도 각 지역별 인지도 결과와 같이 잘 인지되어 있음을 확인할 수 있었다.

<표 6> 광주·전남지역 특산품의 인지도

지역-특산품	빈도(%)	지역-특산품	빈도(%)
보성군-녹차	99(17.37)	진도군-구기자	11(1.93)
강진군-토하젓	91(15.97)	신안군-흑산홍어	9(1.58)
광주광역시-무등산수박	57(10.00)	여수시-돌산갓김치	8(1.40)
나주시-배	53(9.30)	영암군-무화과	8(1.40)
해남군-황토고구마	53(9.30)	무안군-양파	7(1.23)
목포시-홍어	38(6.67)	목포시-젓갈류	6(1.05)
영광군-영광굴비	38(6.67)	진도군-홍주	5(0.88)
완도군-김	27(4.74)	장성군-단감	4(0.70)
장흥군-버섯	19(3.33)	고흥군-유자	3(0.53)
완도군-멸치	15(2.63)	담양군-염장죽순	3(0.53)
영암군-달맞이쌀	15(2.63)	광양시-고로쇠	1(0.18)
계		계	570(100.00%)

7. 광주·전남지역 지역특산품의 이용실태

광주·전남지역 지역특산품의 이용실태는 <표 7>과 같다. 구입시기는 제철에가 70.0%로 1위, 명절에가 20.0%로 2위로 높았으며, 구입이유는 품질이 좋을 것 같아서가 60.0%로 1위, 건강에 좋으니까가 33.3%로 2위였으며, 구입목적은 직접먹기 위해서가 50.0%로 1위, 선물용이 46.7%로 2위였다. 구입장소는 원산지가 43.3%로 1위 대형마트가 38.9%로 2위였으며, 구입횟수는 1년에 1-3회가 70.0%로 1위, 1년에 4-6

<표 7> 광주·전남지역 지역특산품의 이용실태

항 목	구 분	N	%
구입시기	제철에	81	70.0
	명절에	22	20.0
	평소에	11	10.0
	특별한 기념일에	0	0.0
	계	114	100.0
구입이유	품질이 좋을 것 같아서	69	60.0
	건강에 좋으니까	38	33.3
	유명하니까	7	6.7
	계	114	100.0
구입목적	직접 먹기 위해서	57	50.0
	선물용	53	46.7
	특별한 날의 음식에 사용하기 위해서	4	3.3
	계	114	100.0
구입장소	원산지	49	43.3
	대형마트	44	38.9
	재래시장	16	13.4
	홈쇼핑	3	2.6
	백화점	2	1.8
	계	114	100.0
구입횟수	1년에 1-3회	81	70.0
	1년에 4-6회	22	20.0
	1년에 한번도 없다	7	6.7
	1년에 10회 이상	4	3.3
	1년에 7-9회	0	0.0
	계	114	100.0

회가 20.0%로 2위였다. 이상의 결과에서 직접먹기 위해서, 품질과 건강에 좋아서가 높은 순위를 차지한 것으로 보아 현대인들이 건강에 대해 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있었고, 제미경 등(2005)과 김일근(2000)의 연구결과에서도 건강 증진 및 질병예방을 위한 건강관련식품에 대한 관심과 소비는 급격하게 증가하고 있다고 하였다. 즉, 식품구입에 있어 양적인 측면보다 질적인 측면을 고려하는 생활수준의 향상을 볼 수 있었다. 또한 조사 대상자들이 농촌지역에 거주하여 주거지역에 백화점이 없고 대형마트가 있기 때문에 그 영향으로 대형마트를 많이 이용하고 있음을 알 수 있었다.

IV. 요약 및 결론

광주·전남지역 지역특산품에 대한 강진지역 주부들의 인지도를 조사하여 인지도가 높은 지역과 특산품을 알아보기 위해 설문조사한 결과는 다음과 같다.

조사 대상자의 연령은 21~29세는 7.0%, 30~39세는 29.8%, 40~49세는 33.4%, 50~59세는 22.8%, 60세 이상은 7.0%이었고, 학력은 무는 0.0%, 초등학교는 1.8%, 중학교는 13.2%, 고등학교는 59.6%, 대졸이상은 25.4%이었다. 가족 구성

형태는, 무자녀 신혼부부는 3.3%, 부양자녀를 거느린 부부는 86.7%, 부양자녀가 없는 부부는 3.3%, 대가족-직계자녀와 부모와 동거는 6.7%이었고, 결혼 기간은 10년 이하는 36.6%, 11~20년은 40.0%, 21~30년은 16.7%, 31년 이상은 6.7%이었다. 월 수입은 100만원 미만은 10.0%, 101~200만원은 23.3%, 201~300만원은 40.0%, 301~400만원은 16.7%, 401만원 이상은 10.0%이었다.

광주광역시는 무등산 수박이 100.0%, 나주시는 배가 90.0%, 순천시선 쌀이 40.0%, 광양시는 고로쇠가 76.6%, 목포시는 홍어가 63.4%, 여수시는 돌산갓김치가 100.0%, 장성군은 단감 86.6%, 담양군은 염장죽순이 46.7%, 곡성군은 곡성사과가 90.1%, 함평군은 나비쌀이 63.4%, 구례군은 고로쇠약수가 56.7%, 무안군은 양파가 96.7%, 화순군은 복숭아가 40.0%, 영암군은 달마지쌀이 50.0%, 장흥군은 느타리버섯이 63.3%, 보성군은 녹차가 96.7%, 신안군은 흑산홍어가 53.4%, 해남군은 황토고구마가 83.4%, 진도군은 구기자 60.0%, 완도군은 김이 76.7%, 강진군은 토하젓이 73.3%, 고흥군은 유자가 90.0%, 영광군은 영광굴비가 100.0%로 1위였다.

가장 먼저 생각나는 지역과 특산물의 경우 보성군의 녹차가 17.37%로 가장 많았고, 강진군의 토하젓이 15.97%, 광주광역시의 무등산 수박이 10.00%, 나주시의 배와 해남군의 황토고구마가 9.30%순이었다.

광주·전남지역 지역특산품의 구입시기는 제철에가 70.0%로 1위, 명절에가 20.0%로 2위로 높았으며, 구입이유는 품질이 좋을 것 같아서가 60.0%로 1위, 건강에 좋으니가 33.3%로 2위였으며, 구입목적은 직접먹기 위해서가 50.0%로 1위, 선물용이 46.7%로 2위였다. 구입장소는 원산지 43.3%로 1위, 대형마트가 38.9%로 2위였으며, 구입횟수는 1년에 1-3회가 70.0%로 1위, 1년에 4-6회가 20.0%로 2위였다.

이상과 같이 높은 인지도를 보이는 지역과 지역특산품을 기초자료로 삼아, 앞으로 각 지역별 특화전략들을 비교 분석하여, 각 지역 특성에 맞는 지역특산품 개발과 특화에 많은 노력을 기울인다면 지역경제와 국가경제의 활성화를 꾀할 수 있을 것으로 기대된다.

## ■참고문헌

- 김명호(2003). 강원지역 지방자치단체의 지역 특산품 쇼핑몰 활성화 방안. 한국기업경영학회지, 10(2), 169-190.
- 김일근(2000). 건강보조식품 품질관리 및 생산추이 조사. 중앙대학교 의학식품대학원 석사학위논문.
- 박준근, 김준성, 정제국(1996). 전남지역 배와 돌산 갓김치의 대일수출 연구. 전남대학교 지역개발연구, 28(1), 131-153.
- 송봉석(2005). 지리적 표시제 등록을 통한 혁신사례 -보성 녹차를 중심으로-. 지방행정, 10, 17-33.
- 윤찬중(2000). 지방 특성화 정책을 따른 수산물 포장디자인 전략 연구 -전라남도 특산품 영광굴비를 중심으로-. 한국패키지디자인학회지, 8, 109-149.
- 이상필(2004). 나주 배 적과 중 유과 생즙의 염색성. 복식문화학회 2004년도 정기총회 및 춘계학술대회, 116-117.
- 정해옥, 오석태, 정동욱(2001). 무안양파김치 개발을 위한 기초연구. culinary research, 7(1), 107-117.
- 제미경, 김영옥, 이경옥(2005). 건강관련 식품 구매 후 소비자의 불만호소행동. 대한가정학회지, 43(7), 23-35.

## 〈관련 사이트〉

- 경향신문(<http://www.khan.co.kr>)
- 고흥군청(<http://www.goheung.go.kr>)
- 곡성군청(<http://www.gokseong.go.kr>)
- 광주시 북구(<http://www.bukgu.gwangju.kr>)
- 나주시청(<http://www.naju.go.kr>)
- 무안군청(<http://www.muam.go.kr>)
- 보성군청(<http://www.boseong.go.kr>)
- 여수시청(<http://dolsan.invil.org>)
- 전남도청(<http://jeonnam.go.kr>)
- 해남군청(<http://www.haenam.go.kr>)

(2006년 3월 29일 접수, 2006년 6월 5일 채택)