

고성 공룡축제에 참가한 관광객의 식행동에 관한 연구

김석영^{1*} · 신예성² · 민순옥²

¹경상대학교 식품영양전공, ²교육대학원 영양교육전공

A Study of Food Behavior of Tourist in the Goseong Dinosaur Festival

Seok-Young Kim^{1*}, Ye Sung Shin², Sun Ok Min²

¹Department of Food and Nutrition, Gyeongsang National University

²Nutrition Education Major of Graduate School of Education, Gyeongsang National University

Abstract

The purpose of this study was to analyze food behavior of tourists to develop consumer-oriented local cuisines for the Goseong dinosaur festival. A random sample of 518 tourists took part in one-on-one interviews which were conducted between May 7 and May 28, 2006. The highest percentage of people were in the 30-39 age group, and the over 60 years were the second highest. The participants resided mainly in urban areas of Gyeongnam province and other large Korean cities. Most of the tourists had breakfast at home before leaving for the festival, 27.8% skipped breakfast or bought and ate various foods as a breakfast on the way to the main venue. The proportion of the tourists who wanted to eat lunch at outlets in the main venue was 39.8%, while 34.6% of the tourists brought their lunch boxes. Only 14.5% had a desire to eat lunch at restaurants in Goseong. 33.8% of the tourists were willing to pay 5,000-6,000 Won per capita for the lunch, 15.6% wanted to pay 7,000-10,000 Won per capita. Noodles and Gimbab were chosen as favorite dishes for lunch by 15.4% of tourist while Bibimbab was selected by 12.0%. Various aspects of food behavior were different between the two predominant age groups. For example, the prices and the kinds of meals they wanted, and the places they preferred to eat meals. Therefore, it is suggested that more than 2 kinds of local cuisines have to be developed for the predominant age groups. The price of the local cuisine for the 30s age group should not exceed 5,000-6,000 Won, whereas less than 10,000 Won is an appropriate price for the over 60s. Menus for children also need to be developed, along with breakfast menus specifically for the 30s age group.

Key Words : local cuisine, festival, tourist, Bibimbab, dinosaur

I. 서 론

최근 우리나라는 소득수준의 향상과 주 5일제 등의 실시로 일부 계층을 중심으로 여가와 취미생활을 즐기는 문화가 확산되고 있다. 시간과 경제적 여유가 생긴 일부 국민들 사이에서는 음식을 오락이나 취미 삼아 즐기며 먹는 소위 ‘미식가’들이 증가하고 있으며, 이들이 원하는 음식과 식사선택 행동은 과거 가난하던 시절과는 매우 다르다. 이들은 배가 고파서가 아니라 친목이나 즐거움을 위해 음식을 먹는 경우가 많아졌으며, 남들과는 다른 음식이나 과거에 먹어보지 못한 음식을 찾는 경향이 높다. 또 과거 수동적인 소비자들과는 달리, 이들은 자신의 욕구와 취향을 적극적으로 표현하며 실현하고자 노력하는데, 인터넷을 뛰어 식당정보를 모으거나(Yom 등 2005) 자신들이 원하는 음식을 먹어보기 위해 차를 타고 장거리를 이동해 가기도 한다.

또 같은 취향의 사람들끼리 다양한 음식 동호회를 조직하여 시설회, 재료공동구매, 음식기행 등을 하며 새로운 형태의 문화와 산업을 만들어 가기도 한다(Kim 2000; 김 1994).

그런데 아직까지 대다수 국민들에게 외국음식은 한국인의 식성에 잘 맞지 않고, 그러한 음식을 파는 음식점도 다양하지 않아 그리 큰 호응을 얻지는 못하고 있다. 또 동물성식품이나 유제품을 많이 사용하는 외국음식은 비만을 염려하고 건강한 식생활을 추구하는 요즘의 추세와 잘 맞지 않는 측면도 있다. 따라서 현재로서는 색다르고, 즐거움을 주는 ‘미식’은 과거 우리 선조들의 식문화에서나 국내의 타지방 음식에서 찾을 수밖에 없는 것으로 보인다. 이러한 시대적인 요구로 인해 최근에는 지역자치단체를 중심으로, 다양한 지역축제를 개최하여 과거 어느 한 지역에서 한 철 소량 생산되어 그 지역민만이 먹어 본 희귀한 음식이나, 대

* Corresponding author : Seok-Young Kim, Department of Food and Nutrition, Gyeongsang National University, 900 Gazwadong, JinJu, Gyeongsangnamdo 660-701, Korea, Tel : +82-55-751-5976 Fax : +82-55-751-5971 E-mail : sykim@gnu.ac.kr

대로 지역의 일부 계층에만 전해져오던 음식들이 발굴되어 대중들에게 널리 알려지고 있다(권 & 이 2004; Choo 등 2001). 관광과 여가문화에서 음식이 차지하는 비중은 날로 높아지고 있으며, 어떤 지방의 독특한 음식을 먹어보는 일이 지역관광의 핵심적인 요소가 되어 가고 있다(Chang 등 2004; Kim 2000).

고성 공룡엑스포는 2년마다 한 번씩 열리는 지역축제로 올해는 4월 14일부터 6월 4일까지 개최되었는데, 총 150 만 명의 관광객이 다녀간 성공적인 지역 축제(www.dino-expo.com)의 하나로 평가되고 있지만 아직 까지 뚜렷하게 알려진 향토음식이 없다. 또 고성과 같은 농촌지역에 이렇게 한꺼번에 많은 관광객들이 몰려올 경우, 관광객들의 식사선택에 관한 충분한 사전지식이 없을 경우, 손님들의 요구조건에 맞는 서비스를 제공할 수 없으므로 관광객들의 불편을 야기하고, 지역민의 수익창출에도 도움이 되지 않는다. 그동안 향토음식에 관해서는 조리법 표준화(Choo 등 2001), 메뉴평가(Min 2006), 관광상품화·방안(Kim 2000; 권& 이 2004) 및 인지도(Min 등 2005; Choi 등 2004)에 관한 연구가 주로 되어왔다. 또 식사선택에 관한 연구로는 다양한 외식현장, 예를 들면 산업체 급식소(Yang & Han 1999; Lee 등 2004), 레스토랑(Yom 등 2005; Kim 등 2003; Yang 등 2000a), 외식프랜차이즈 업소(Park 2003), 뷔페식당(Mo 등 1991), 기숙사(Yang 등 2000b)에서 이용객의 메뉴선택에 관한 다수의 연구가 있었다. 그러나 지역 축제에 참가한 관광객의 식사선택과 식행동을 연구한 경우는 매우 드물었다. 따라서 고성지역 축제에 적합한 향토음식을 선정하기 위한 기초연구로, 이 지역 축제에 참가한 관광객들을 대상으로 식사선택과 관련된 식행동에 관해 알아보고자 본 연구를 시도하였다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

고성 공룡 엑스포에 참가한 관광객들을 대상으로 하여 2006년 5월7일부터 28일 사이에 실시하였고, 주중에 5 일, 주말에 3일간 총 8일간에 걸쳐 실시하였다. 조사에 응한 관광객은 518명이었다.

2. 설문내용

설문지는 총 18개의 설문으로 이루어졌는데 이중 일반사항에 관한 질문이 4개항, 행사장 도착시간이나 함께 온 일행에 관한 질문이 4개항이었으며 구매하고자 하는 식사의 가격, 종류, 장소 등 식행동과 관련된 질문이 10개항이었다. 대학원생 3명과 학부생 2명으로 이루어진 설문조사팀은 행사장 곳곳에 흩어져 관람객 개개인을 일대일로 면접하여 설문조사하였다.

3. 자료분석방법

모든 자료는 SAS(Statistical Analysis System)를 이용하여 빈도와 백분율을 구하고, 집단 간의 차이는 χ^2 -test를 실시하여 그 유의성을 검증하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 <Table 1>에서 보는 바와 같다. 설문조사에 참가한 대상자들은 남녀 각각 259명이었으며, 나이는 30대가 168명(32.4%)으로 가장 많았고, 다음으로 60대 이상이었는데 114명(22.0%)이었다. 직업은 주부가 94명으로 가장 많았고, 자영업, 회사원, 학생 및 군인, 공무원 및 전문직의 순이었다. 거주지는 경남의 도시지역이 248명(47.9%)으로 가장 많았고, 다음으로 전국의 대도시가 118명(22.8%)이었다. 즉 응답자들은 나이별로는 30대와 60대 이상이 많았고, 도시지역에서 온 관광객이 전체의 약 78%였다.

<Table 1> General characteristics of the participants

Variable	Category	N(%)
Gender	Male	259(50.0)
	Female	259(50.0)
Age(yr)	≤ 19	33(6.4)
	20-29	77(14.9)
	30-39	168(32.4)
	40-49	83(16.0)
	50-59	43(8.3)
	≥ 60	114(22.0)
	Office worker	80(15.4)
Occupation	Merchant	83(16.0)
	Profession, teacher & officer	68(13.1)
	Student, soldier	69(13.3)
	Housewife	94(18.2)
	Farmer and others	49(9.5)
	No response	75(14.5)
	Rural areas in Gyeongnam	103(19.9)
Area of residence	Urban areas in Gyeongnam	248(47.9)
	Large cities in Korea	118(22.8)
	Rural areas except Gyeongnam	13(2.5)
	Urban areas except Gyeongnam	36(7.0)
	Total	518(100)

2. 엑스포 행사장 도착시간, 출발시간 및 머문 시간

<Table 2>에서 보는 바와 같이 전체 응답자의 약 70%가 오전 10시-오후 1시 사이에 행사장에 도착하였으며 오후 4시부터 6시 사이에 전체의 약 45%가 행사장을 떠날 예정이라고 하였다. 어린이를 동반한 가족 관광객들이 많기 때문에, 4-5시간 이상 장시간 머물 것이라는 일반적인 예상과는 달리 대부분의 관광객(74%)이 2-3시간 정도 행사장에 머물렀던 것으로 나타났다.

<Table 2> The time of arrival and departure of the participants at/from the main venue in Goseong

Variable	Category	N(%)	χ^2
Arrival time	8:00-8:59	7(1.4)	
	9:00-9:59	69(13.3)	
	10:00-10:59	109(21.0)	
	11:00-11:59	141(27.2)	187.05*
	12:00-12:59	111(21.4)	
	13:00-13:59	41(7.9)	
	14:00 and after	40(7.7)	
Departure time	No response	5(1.0)	
	Before 14:00	24(4.6)	
	14:00-14:59	72(13.9)	
	15:00-15:59	91(17.6)	
	16:00-16:59	125(24.1)	177.66*
	17:00-17:59	107(20.7)	
	18:00-18:59	43(8.3)	
Length of time spent	19:00 and after	12(2.3)	
	No response	44(8.5)	
	One hour	29(5.6)	
	2 hours	190(36.7)	
	3 hours	195(37.6)	258.76*
	4 hours	59(11.4)	
	5 hours	45(8.7)	
Total		518(100)	

* p<0.0001

3. 동반객의 유형과 함께 온 사람의 수

<Table 3>에서와 같이, 관광객은 3~4명이 함께 온 경우가 171명(33.0%)으로 가장 많았고, 10명 이상이 단체로 온 경우가 143명(27.6%)으로 두 번째로 많았다. 또 5~6명(19.5%)이 함께 온 경우가 3번째로 많았으므로, 5명 이상의 단체관광객이 전체의 약 58%를 차지하였다. 동반객의 유형은 가족과 함께 온 경우가 288명(55.6%)으로 가장 많았고, 친구(12.9%), 같은 마을 사람(10.6%) 순이었다. 축제 참가자 일행의 수와 그 유형에 관한 보고가 매우 드물기 때문에, 타 지역 축제에 비해 단체관광객의 비율이 높은 편인지 여부는 잘 알 수 없었지만, 다른 외식장소에 비해 함께 가는 일행의 수가 많은 편인 뷔페식당의 경우에는 평균 동행인 수가 9.3명 정도라고 한다. 또 평일에는 계, 동창회, 직장모임이 많은 반면, 일요일에는 가족모임이 많아서 평일에 비해 일요일에 동행인의 수가 적었으며 이 경우 약 6.3명 정도라고 하였다(Mo 등 1991). 또 동해안 관광지의 경우 고객들은 가족보다는 친구나 동료와 함께 외식점포를 찾는 경향이 있다(Chae 2006)고 하였다. 앞으로 다양한 지역축제에서 관광객의 동반자에 대한 연구가 필요하지만, 일반적으로 축제는 그 성격상, 가족 외에 여러 사람이 함께 어울려 참가하므로, 축제를 준비하는 쪽에서는 동시에 많은 사람을 접대할 수 있는 급식시설과 메뉴선정이 필수적이라고 볼 수 있다. 어린이를 동반한 경우가 283명(54.6%)으로 절반 이상의 관광객이 어린이를 대동하였는

<Table 3> The size and the type of companion group of the participants

Variable	Category	N(%)	χ^2
Group size(person)	Less than 2	48(9.3)	
	3-4	171(33.0)	
	5-6	101(19.5)	111.54*
	7-10	55(10.6)	
	More than 10	143(27.6)	
Type of Companion	Family	288(55.6)	
	Friend	67(12.9)	
	Fellow worker	42(8.1)	576.02*
	Live in same village	55(10.6)	
	School picnic	38(7.3)	
Number of children (person)	Excursion	28(5.4)	
	Without children	235(45.4)	
	1-2	186(35.9)	
	3-5	53(10.2)	385.46*
	6-11	22(4.3)	
Classification of the children ¹⁾	More than 12	22(4.3)	
	Infant	61(11.8)	
	Preschool children	130(25.1)	
	Schoolchildren	75(14.5)	271.19*
	Adolescence	17(3.3)	
Total		518(100)	

* p<0.0001

¹⁾ If participants accompanied more than one child, they were inquired about the youngest.

데, 1~2명의 어린이를 동반한 경우가 186명(35.9%)으로 가장 많았다. 또 동반 어린이는 유아를 포함한 경우가 61명(11.8%)이었고 유치원생을 포함한 경우가 130명(25.1%)으로 동반한 아동들이 매우 어린 편이었다.

4. 아침식사 장소와 점심식사 관련 특성

<Table 4>에서와 같이, 관람객들의 대부분(72.2%)이 집에서 아침을 먹고 출발하였지만, 아침을 먹지 못했거나, 행사장이나 행사장으로 오는 도중에 간단히 식사를 한 경우도 상당수(27.8%) 있었다. 따라서 관광객을 위한 아침식사용 메뉴를 개발한다면 관광객의 편의를 도모할 수 있고, 지역주민들의 소득 증대에도 도움이 될 수 있을 것으로 보인다. 점심식사를 하기 위해 행사장내의 음식점을 이용하겠다고 응답한 경우가 206명(39.8%)이었고, 도시락을 지참한 경우가 그 다음이었는데 179명으로 전체의 34.6%였다. 그러나 고성군내의 음식점을 이용하겠다고 한 경우는 75명(14.5%)에 불과하였다. 점심식사비용은 1인당 5,000원~6,000원이라고 한 경우가 전체의 33.8%로 가장 많았다. 다음으로는 15.6%의 관광객이 7,000원~10,000원이라고 응답하였다. 따라서 약 절반가량의 관광객이 10,000원 이하의 점심식사를 구입하고자 하였는데, 이러한 사실은 지방의 소도시를 찾은 관광객을 대상으로

실시된 선행연구에서도 관광객들이 보통 품질의 음식을 낮은 가격으로 먹기를 원한다(Kang 2003)고 하여 가격이 식사를 선택하는 데 있어 중요한 변수임이 보고된 바가 있었다. 원하는 음식종류로는 15.4%의 응답자가 분식 및 김밥을 원하였고, 다음으로 12.0%가 비빔밥을 원하였다. 점심식사 시 불편한 점을 물어본 결과 7.9%의 관광객이 '맛없음'을 지적하였고, 위생(6.4%), 복합적인 요인(6.0%), 가격불만(5.2%)의 순이었다. 69.1%의 관광객이 응답을 하지 않았는데, 이것은 도시락을 가지고 온 사람과 설문에 응

<Table 4> The place breakfast was eaten and the characteristics of the lunch which was purchased by the participants

Variable	Category	N(%)	χ^2
The place for the breakfast	Not eat yet	42(8.1)	1164.25*
	At home	374(72.2)	
	Snack bars on the way to the main venue	51(9.9)	
	Restaurants in Goseong	20(3.9)	
	Outlets in the main venue	8(1.5)	
	Others	23(4.4)	
The place for the lunch	Outlets in the main venue	206(39.8)	425.23*
	Restaurants in Goseong	75(14.5)	
	Restaurants on the way to home	31(6.0)	
	Restaurants near home	12(2.3)	
	Lunch box	179(34.6)	
	Others	15(2.9)	
The price of the lunch (Won)	Less than 4,000	37(7.1)	383.48*
	5,000-6,000	175(33.8)	
	7,000-10,000	81(15.6)	
	11,000-15,000	20(3.9)	
	More than 16,000	8(1.5)	
	No response	197(38.0)	
The chosen food for the lunch	Saengseonhoi and sea foods	34(6.6)	563.20*
	Bibimbab	62(12.0)	
	Gookbab	48(9.3)	
	Noodles and Gimbab	80(15.4)	
	Hanjeongsik	32(6.2)	
	Meat(pig, duck, Gomtang)	14(2.7)	
Complaints about the lunch	Hamburger	17(3.3)	1790.38*
	Fast foods in the outlets	28(5.4)	
	Others	3(0.6)	
	No response	200(38.6)	
	Price of food	27(5.2)	
	Sanitary condition of food	33(6.4)	
Chosen food for the lunch	Unkindness of employees	11(2.1)	
	Tasteless	41(7.9)	
	Speed of the service	3(0.6)	
	Menu diversity, & portion size	5(1.0)	
	Lack of variety	9(1.7)	
	Multiple reasons	31(6.0)	
No response		358(69.1)	
Total		518(100)	

* p<0.0001

한 시점에 아직 점심식사를 하지 않은 사람이 상당수 있었기 때문이었다. 이상의 결과를 요약해보면 고성 지역축제의 관광객은 식사선택 시 맛, 위생, 가격 등의 요인을 중요하게 생각하고 있는 것으로 볼 수 있었다. 외식관련업소 종 산업체급식소를 이용하는 고객들의 경우 맛, 가격, 식기의 위생과 신속한 배식을 고려하여 식사를 선택하였다(Lee 등 2004; Yang & Han 1999)고 하여 식사선택 행동이 축제 참가자와 비교적 유사하였다. 한편 뷔페식당의 고객들은 '내가 좋아하는 음식'을 선택하며(Mo 등 1991), 항공기 기내식 이용고객은 '청결'을(Kwak & Park 1999), 직장인과 기숙사생은 맛, 기호도와 가격을 고려하여(Kim 2004; Yang 등 2000b) 메뉴를 선택한다고 한다. 또 레스토랑 이용객들은 음식과 함께 분위기를 중요한 요인으로 고려한다(Yang 등 2000a)고 하므로, 축제에 참가한 손님들의 요구와는 상당히 다름을 알 수 있었다.

<Table 5> Comparisons of the meal eating behaviors in the 30s with the over 60 age group of the participants

Variable	Category	30s	Over 60	χ^2
The place for the breakfast	Not eat yet	11(6.6)	4(3.5)	15.26*
	At home	115(68.5)	98(86.0)	
	Snack bars on the way to the main venue	18(10.7)	8(7.0)	
	Restaurants in Goseong	9(5.4)	0	
	Outlets in the main venue	5(3.0)	0	
	Others	10(6.0)	4(3.5)	
The place for the lunch	Outlets in the main venue	74(44.1)	40(35.1)	24.29**
	Restaurants in Goseong	14(8.3)	30(26.3)	
	Restaurants on the way to home	15(8.9)	3(2.6)	
	Restaurants near home	6(3.6)	3(2.6)	
	Lunch box	56(33.3)	31(27.2)	
	Others	3(1.8)	7(6.1)	
The price of the lunch (Won)	Less than 4,000	10(6.0)	6(5.3)	NS
	5,000-6,000	59(35.1)	41(36.0)	
	7,000-10,000	26(15.5)	21(18.4)	
	11,000-15,000	4(2.4)	8(7.0)	
	More than 16,000	5(3.0)	0	
	No response	64(38.1)	38(33.3)	
Chosen food for the lunch	Saengseonhoi and sea foods	6(3.6)	14(12.3)	24.57*
	Bibimbab	18(10.7)	15(13.2)	
	Gookbab	14(8.3)	13(11.4)	
	Noodles and Gimbab	32(19.1)	13(11.4)	
	Hanjeongsik	8(4.8)	14(12.3)	
	Meat(pig, duck, Gomtang)	3(1.8)	3(2.6)	
Hamburger		7(4.2)	0	
Fast foods in the Outlets		13(7.7)	4(3.5)	
Others		2(1.2)	0	
No response		65(38.7)	38(33.3)	
Total		168(100)	114(100)	

NS : not significant

*p<0.01, **p<0.001

<Table 6> The characteristics of dinner which will be purchased by the participants

Variable	Category	N(%)	χ^2
The place for the dinner	Outlets in the main venue	6(1.2)	406.29*
	Restaurants in Goseong	46(8.9)	
	Restaurants on the way to home	156(30.1)	
	Restaurants near home	52(10.0)	
	Others	258(49.8)	
The price of dinner (Won)	Less than 4,000원	12(2.3)	644.63*
	5,000-6,000	86(16.6)	
	7,000-10,000	84(16.2)	
	11,000-15,000	29(5.6)	
	More than 16,000	16(3.1)	
The chosen food for the dinner	No response	291(56.2)	1221.12*
	Saengseonhoi	52(10.0)	
	Bibimbab	21(4.1)	
	Gookbab	27(5.2)	
	Noodles and Gimbab	30(5.8)	
The chosen food for the dinner	Hanjeongsik	47(9.1)	779.30*
	Meat(pig, duck, Gomtang)	25(4.8)	
	Fast foods in the Outlets	6(1.2)	
	Others	6(1.2)	
	No response	304(58.7)	
Total		518(100)	

* p<0.0001

관람객중 30대와 60대가 가장 많았으므로 이 두 연령대의 응답자의 식행동을 비교해 본 결과는 <Table 5>에서와 같다. 아침을 집에서 먹고 오는 비율은 30대가 68.5%였고 60대가 86.0%로 30대에 비해 60대가 아침을 집에서 먹고 오는 비율이 높았다. 점심식사 장소로 60대(26.3%)가 30대(8.3%)에 비해 고성군내 음식점을 이용하겠다고 한 비율이 높은 편이었다. 또 먹고자 하는 음식의 종류에도 차이가 있었는데 60대는 비빔밥, 생선회나 해산물, 한정식, 국밥, 분식 및 김밥을 원하는 비율이 높았고 이에 비해 30대는 분식 및 김밥과 비빔밥을 원하는 비율이 높은 편이었다. 한편 원하는 음식가격은 7000원 이상 15000원 이하의 가격대에서 60대의 비율이 30대보다 높았지만 유의한 수준은 아니었다.

5. 저녁식사 관련 특성

<Table 6>에서 보는 바와 같이 저녁식사는 응답을 하지 않은 경우가 258명(49.8%)이었고, 집으로 돌아가는 도중에 아무 식당이나 들러 먹겠다고 응답한 경우가 156명(30.1%)이었다. 반면 행사장내 음식점이나 고성군내 음식점을 이용하겠다고 응답한 경우는 전체 응답자의 약 10% 정도였다. 저녁식사비용은 1인당 5,000원-6,000원이라고 한 경우가 16.6%였고, 7,000원-10,000원이라고 응답한 경우가 16.2%로 응답자 비율이 비슷하였다. 따라서 약 33%의 관람객이 10,000원 이하의 저녁식사를 구입하고자

<Table 7> The purpose and the wanted food at a revisiting in Goseong by the participants

Variable	Category	N(%)	χ^2
Purpose of revisiting to Goseong	Trip, to join in the festival	194(37.5)	966.68*
	To play with children	18(3.5)	
	To see relatives or friends	23(4.4)	
	Historical site seeing	6(1.2)	
	Various purposes	6(1.2)	
	Others	4(0.8)	
No response		267(51.5)	779.30*
Wanted food at the revisiting	Saengseonhoi	144(27.8)	
	Sea foods	39(7.5)	
	Bibimbab	15(2.9)	
	Meat	6(1.2)	
	Noodles	11(2.1)	
	Hanjeongsik	23(4.4)	
Others		36(7.0)	
No response		244(47.1)	
Total		518(100)	

* p<0.0001

하였다. 원하는 음식종류로는 10.0%의 응답자가 생선회를 원하였고, 다음으로 9.1%가 한정식을 원하였다.

6. 재 방문시 관람객이 구입을 희망하는 음식의 종류와 구입조건

<Table 7>에서와 같이, 고성을 다시 찾아오겠다고 한 관광객은 48.5%였고, 무응답은 51.5%였다. 따라서 약 절반 정도의 관광객이 재방문 의사를 가지고 있는 것으로 나타났는데, 관광객의 재방문의도와 관련된 연구는 매우 드물었지만, 외식관련 선행 연구들에서는 고객만족도(I 2005:Kim 등 2003), 친밀감(Kim 2006)과 음식의 맛(Min 2006)이 재방문의사와 관련이 있다고 하였다. 따라서 다수의 관광객이 들인 비용이나 노력에 비해 만족도가 높았음을 알 수 있었고 매우 고무적인 일이었다. 또 고성을 다시 방문할 경우 조사대상자의 27.8%가 생선회를 먹기를 희망하였으며 다음으로 희망하는 음식은 해산물(7.5%)이었다. 즉 다수의 관람객들에게 생선회와 해산물이 고성의 대표적인 음식으로 인식되어 있다고 볼 수 있으며, 이런 종류의 음식은 축제기간보다 평상시에 판매 가능한 향토음식으로 개발할 필요가 있었다.

IV. 요약 및 결론

고성지역 축제에 적합한 향토음식을 선정하기 위한 기초 연구로, 2006년 5월7일부터 28일 사이에 고성공룡 액스포에 참가한 관광객 518명을 대상으로 식사 선택과 관련된 식행동을 조사하였다. 관광객들의 연령대는 30대(32.4%)와 60대 이상(22.0%)이 많았고, 직업은 주부, 자영업, 회사원, 학생 및 군인, 공무원 및 전문직의 순이었다. 관광객

들의 거주지는 경남의 도시지역이 가장 많았고(47.9%), 다음으로 전국의 대도시(22.8%)로 도시지역에서 온 관광객이 전체의 약 78%였다. 대부분의 관광객이 오전 10시~오후 1시 사이에 행사장에 도착하여 오후 4시부터 6시 사이에 떠남으로써 약 2~3시간 정도 행사장에 머무는 것으로 나타났다. 1~2명의 어린이를 동반한 가족단위의 관광객이 가장 많았지만, 5명 이상의 단체관광객도 많았다. 또 동반아동은 주로 유아, 유치원생, 및 초등학생으로 어린 편이었다.

관광객들의 대부분(72.2%)은 집에서 아침을 먹고 출발하였지만, 아침을 먹지 못했거나, 행사장이나 행사장으로 오는 도중에 간단히 식사를 한 경우도 상당수(27.8%) 있었다. 점심식사를 하기 위해 행사장내의 음식점을 이용하겠다고 응답한 경우가 206명(39.8%)이었고, 도시락을 지참한 경우가 179명(34.6%)으로 그 다음이었다. 고성군내의 음식점을 이용하겠다고 한 경우는 75명(14.5%)에 불과하였다. 점심식사비용은 1인당 5,000원~6,000원이 전체의 33.8%로 가장 많았고 15.6%의 관광객이 7,000원~10,000원이라고 응답하였다. 따라서 절반가량의 관광객이 10,000원 이하의 점심식사를 구입하고자 하였다. 원하는 음식종류로는 15.4%의 응답자가 분식 및 김밥을 원하였고, 12.0%가 비빔밥을 원하였다. 식사선택에 있어 나이에 따른 차이가 있었는데 30대에 비해 60대가 아침을 집에서 먹고 오는 비율이 높았다. 점심식사 장소로 30대는 주로 행사장내의 간이 음식점을 이용하겠다고 한 반면에, 60대는 고성군내 음식점을 이용하겠다고 한 비율이 높은 편이었다. 또 먹고자 하는 음식의 종류에 있어서도 차이를 보였는데 60대는 비빔밥, 생선회나 해산물, 한정식, 국밥, 분식 및 김밥을 원하는 비율이 높았고 이에 비해 30대는 분식 및 김밥과 비빔밥을 원하는 비율이 높은 편이었다.

이를 바탕으로 고성군의 향토음식을 선정함에 있어 다음과 같이 제언하고자 한다. 첫째, 엑스포행사장내에서 점심식사를 하고자 하는 사람과 행사장 밖의 고성지역에서 식사하기를 원하는 관광객은 연령대가 다르므로 각각의 경우에 적합한 2가지 이상의 메뉴를 향토 음식으로 개발하는 것이 바람직하다. 둘째, 엑스포 행사장내에서 판매할 향토 음식은 가격이 5,000~6,000원 이내의 가격으로 점심식사로 적당한 메뉴이면서 젊은 층이 좋아할 만한 음식이어야 한다. 또 고성 공룡 엑스포가 어린이를 포함한 가족 축제이므로 어린이용 메뉴개발이 필요하다. 셋째 축제 행사장 외의 고성지역에서는 10,000원 이내의 가격으로 50~60대의 나이든 층이 좋아할 만한 음식으로 선정하고, 젊은 층을 위한 아침식사용 메뉴를 개발하는 것도 필요하다.

■ 참고문헌

- 권세정, 이종하. 2004. 향토음식 개발 및 관광상품화 방안에 관한 연구: 경상북도 북부지방을 중심으로. *Tourism Research*, 19: 49-60
- 김의근. 1994. 향토음식 중심의 요리관광코스개발. *식품과학과 산업*, 27(2): 55-57
- 이상건. 2005. 외식의 고객가치와 고객성과의 관계. *사회과학연구*, 26: 1-17
- 2006 경남고성 공룡 세계엑스포(<http://www.dino-expo.com>)
- Chae I-S. 2006. Analyzing the current operating management and customer royalty of restaurants at tourism provinces in Donghae city. *Korean J. Food Culture*, 21(4): 388-395
- Chang H-J, Yang I-S, Chung LN, Shin S-Y. 2004. The study on the present status of overseas and domestic tourism products focusing on traditional foods. *Korean J. Food Culture*, 19(4): 392-398
- Choi S-K, Lee Y-J, Park S-S. 2004. A verification study on the strengthening of recognition of native cuisine. *Korean J. Food Culture*, 19(3): 285-294
- Choo JJ, Shin MK, Kwon KS, Yoon GS. 2001. Recipe standardization and nutrient analysis of local foods of Cheollabuk-do Province(the second report). *Korean J. Community Nutrition*, 6(2): 250-258
- Kang J-H. 2003. Conjoint measurement of tourist preference for foodservice in Sunchon city. *Korean J. Soc Food Cookery Sci.*, 19(3): 308-317
- Kim SC. 2000. A study of traditional cuisine as commercial scale in regional festive events. *Culinary Research*, 6(3): 193-223
- Kim S-H, Kim T-G, Lee J-H. 2003. Determinants of revisit intentions in family restaurants: customer value, customer satisfaction, switching costs, attractiveness of alternatives. *관광학 연구*, 27(1): 201-220
- Kim S-Y. 2004. Factors influencing salaried employees' choice of restaurant in JinJu. *Korean J. Food Culture*, 19(1): 83-93
- Kim H-A. 2006. Effect of the consumer-brand relationship quality on the revisit intent and recommendation intent in the family restaurant in Masan, Korea. *Korean J. Food Culture*, 21(4): 396-405
- Kim HY, Lee KY, Ko SH. 1998. A study on the actual status in use and customer's perception of the food and beverage from vending machines. *Korean J. Dietary Culture*, 13(4): 307-316
- Kwak TK, Park SJ. 1999. The impact of demographical characteristics on service quality and customer satisfaction for in-flight catering service. *Korean J. Dietary Culture*, 14(4): 305-317
- Lee HY, Ahn SJ, Yang IS. 2004. Identifying the customers' menu selection attributes in food court-styled B & I foodservice operation. *Korean J. Community Nutrition*, 9(2): 183-190
- Min K-H. 2006. Menu evaluation for native foods in Jeonju area. *Korean J. Food Cookery Sci*, 22(1): 96-104

- Min S-H, Um J-S, Oh I-G. 2005. Study on the perception and preference of the native local foods in Jecheon area. *J. East Asian Soc Dietary Life*, 15(5): 504-515
- Mo SM, Choi KS, Kim CI, Lee SK, Jung SJ, Choi SH. 1991. The present state and problems of hotel buffet styled restaurant. 1. A survey of customer's dining out behaviours of hotel buffet styled restaurant. *Korean J. Dietary Culture*, 6(2): 175-184
- Park J-H. 2003. The inducement strategy of the foodservice franchise according to customer's type: comparing between managers and customers. *J. of Foodservice Management*, 6(2): 121-141
- Yang I-S, Han K-S. 1999. An analysis of customer satisfaction by operational characteristics in business & industry foodservice operated by contracted foodservice management company. *Korean J. Dietary Culture*, 14(5): 487-495
- Yang IS, Kim HY, Shin SY, Kim SH. 2000a. Analysis of the customers' expectation and satisfaction for service quality in restaurants. *Korean J. Dietary Culture*, 15(1): 41-49
- Yang IS, Weon CH, Kang HS. 2000b. Evaluation of customer's patronage behaviors and satisfaction levels towards service quality dimensions of university residence hall foodservice. *Korean J. Dietary Culture*, 15(2): 79-94
- Yom J-C, Kyoung Y-I, Park H-N. 2005. A study on eating-out customers' behavior of searching information: focused on the customers of family restaurants in Seoul and Kyunggi province. *Korean J. Culinary Research*, 11(1): 70-86

(2006년 10월 14일 접수, 2006년 11월 24일 채택)