

향토음식점 방문객의 향토음식 인식과 향토메뉴 개발

민 계 흥[¶]

전주대학교 문화관광대학 외식산업학과

Awareness of Local Foods among the Visitors of Local Foods Restaurants and Development of Local Menu

Kye-Hong Min[¶]

Dept. of Foodservice Management, College of Culture and Tourism, Jeonju University

Abstract

This study is focused on developing traditional folk products by utilizing the representative crops and indigenous products of Wanju area on the basis of surveys on the visitors to the native local restaurants. The study examined 110 visitors of thirty native local foods restaurants in Wanju area from December 5, 2007 to January 5, 2008. The result of this study is as follows. First, the restaurant visitors presented different opinions about the competitiveness of Wanju foods and gender-wise differences in their food competitiveness, food information and food choice. This can be translated as men and women had different preferences in how much they spend for eating out and choosing foods. Second, their different age, incomes and jobs also indicated their different preferences. Third, they point out broth, cooked rice, and dessert as the native local menu that must be developed in Wanju area. Among the local menu to be developed were Wanju style mushroom rice, chicken stew, oriental herb duck soup and fruit dessert. The effort to exploit the native local menu of Wanju should contribute to activating the sales of restaurants and further to the economic development of the region.

Key words : awareness, visitors, local foods restaurants, local foods, development, local menu.

I. 서 론

최근 음식에 대한 소비자의 요구는 식생활에 웰빙 바람이 불면서 맛 이외에 기능성을 원하기 때문에, 이러한 소비자의 기대에 부응하고자 외식업계에서도 새로운 음식 개발에 초점을 두고 있다. 1995년에 지방자치제가 처음으로 실시됨에 따라 중앙정부는 물론 각 자치 단체마다 정치, 경제, 사회 문화의 전반적인 구조 전환에 활발하게

대응하고 있다(송재진 2003).

이를 위해 지방의 자치단체마다 지역경제 활성화를 위해 많은 아이디어를 개발을 하고 있지만 모두 성공한다고 볼 수 없고(전상호 2006), 자치 단체의 재정 여건에 따라서 어려움이 많은 것이 현실이다. 지역 특성을 고려하여 지방자치 단체의 실정에 맞는 향토음식의 개발을 통해 지역 외식업체의 소득 증대뿐만 아니라, 지역의 농·특산물의 소비를 증대시키고 나아가 관광 상품으

¶ : 교신저자, 018-357-0256, mkhbasil@hanmail.net, 전주시 완산구 효자동 3가 1200 전주대학교 문화관광대학 외식산업학과

로서의 역할을 수행할 수 있을 것이다.

향토음식이란 그 지방에서 산출되는 재료를 그 지방의 조리법으로 조리하여, 과거로부터 현재에까지 그 지방 사람들이 먹고 있는 그 지방만의 특유한 음식이라 할 수 있고, 그 고장의 자연 환경과 역사적, 사회적 환경에 영향을 받으며 정착된 그 지역의 고유한 토착음식을 말하는 것으로 풍토적 특성과 역사적 전통이 있으며, 그 고장이 아니면 만들어질 수 없는 특별한 맛을 가지므로 향토문화의 격조를 대변한다고 할 수 있다(이연정 2006). 그러므로 음식은 인간의 생활과 환경 그리고 사회의 변화에 따라 그 형태와 질이 다소 변질될 수 있으나, 우리가 소중히 생각하는 향토 음식만은 시대의 변화에도 불구하고 계승되어 온 것은 그 만큼 우리의 생활 속에 뿌리 내려진 고귀한 음식이라는 의미일 것이다(민계홍 2006). 그리고 음식의 선호도는 음식 선택의 주요 결정요인으로서 어린 시절부터 확립되기 시작하여 일생을 거쳐 고정되므로, 어린이들에게 향토음식에 대한 인식을 제공했을 때 그 인식에 따라 향토음식의 기호도가 변하므로 음식 선택에 영향을 미칠 수가 있다.

따라서 이상의 배경을 통해 음식은 그 지역의 특성을 가장 잘 대변해 주는 수단이며, 홍보 매체 역할을 수행하는데(박재완 · 이덕원 2008), 완주 지역에서도 향토음식을 음식문화로서 자리를 잡을 수 있도록 기존의 향토음식에 새로운 음식을 접목시켜야 한다. 그리고 향토음식점에 대한 사전 조사를 통해서 문제점을 제시하고 이를 통해서 향토음식을 관광자원으로서 개발하고 발전시켜야 할 필요성이 제기되고 있다. 완주의 향토음식 개발은 새로운 지역 농산물에 대한 인식의 확대뿐만 아니라 음식을 통한 소비의 촉진과 함께 지역을 홍보할 수 있는 좋은 계기가 될 수 있다. 지역 농산물을 이용한 향토음식 개발은 관광자원으로서도 가치를 지니게 될 수 있으며, 이는 외래 관광객을 유입하는 마케팅 도구가 될 수가 있다. 그러므로 향토음식의 개발 및 상품화는 지역성을

부각시키고, 특히 점차적으로 경쟁력을 상실해 가는 농촌의 소득을 올릴 수 있는 특수성, 고유성이 가미된 바람직한 개발 전략이라고 판단된다(권세정 · 이종화 20004).

본 연구의 목적은 완주 지역 향토음식점 방문객에 대한 인식을 조사를 통해 분석한 후에 완주 지역에서 생산되고 있는 대표적인 농 · 특산물을 이용하여 새로운 향토메뉴를 개발하여 장려하고자 한다. 그리고 개발된 새로운 향토메뉴는 관련 기관인 완주군과 완주 지역에서 향토음식점을 경영하는 경영자, 향토음식점 조리실무자에게 유효한 기초 자료로 제공하게 함으로써 향토음식점의 영업을 활성화되고 지역경제 발전에 기여할 수 있도록 하는 데 있다.

II. 이론적 배경

1. 완주의 향토음식

전라북도 전주시에 접해 있는 완주군은 근교 농업이 발달했으며, 교육 · 문화 · 경제의 기능을 일부 전주시에 의존하고 있다. 군내에 대둔산과 모악산 등의 도립공원이 있으며, 유물과 유적이 많아 관광지로의 개발 잠재력을 지닌 곳이다. 봉동읍 · 삼례읍 · 경천면 · 고산면 · 구이면 · 동상면 · 비봉면 · 상관면 · 소양면 · 용진면 · 운주면 · 이서면 · 화산면 등 2개 읍과 11개면 등 107개 동리로 구성되어 있고, 면적은 820.90 km², 인구는 84,484명이다(통계연보 2007).

완주 지역을 대표하는 별미 먹거리이며 향토음식을 8미라고 하는데, 완주 8미에는 참붕어찜, 민물매운탕, 한우고기구이, 순두부백반, 도토리묵, 토종닭백숙, 보리밥, 산채백반 등이 있다(완주군청 문화관광 2008). 참 붕어찜은 화산의 경천저수지에서 나오는 자연산 토종 참붕어에 무시래기, 고추장, 무, 감자, 들기름, 생강, 마늘, 파 등 많은 양념을 넣고 고추장과 두루 섞어서 불로 30~40분 정도 졸인 것이 참붕어 찜이다. 민물매운탕과 한우고기 구이는 고산이 유명한데, 민물

매운탕은 향어, 송어, 쏘가리, 메기, 피라미 등 각종 담수어로 조리한 매운탕으로 시래기, 파, 미나리, 들깨잎, 무 등에다 마늘, 파, 고추 등의 양념을 넣고 끓인 얼큰한 매운탕이다. 화심의 순두부 백반은 소양면 화심리에서 생산되는 두부로 재래식 제조 방법으로 순두부를 만들어, 고추기름에 간장, 소금, 파, 마늘을 넣은 양념장에 무친 조갯살을 순두부에 넣고 끓여서 썬 파와 계란을 넣고 제공한다. 용진의 도토리묵은 재래식 전통 방법으로 제조하여 맛을 내어 자연적인 맛을 내는 것이 특징이다. 동상의 토종닭백숙은 산악지대에서 기른 토종닭으로 찹쌀, 마늘, 인삼, 밤, 대추 등을 넣고 끓여서 잘게 썬 실파를 넣어 제공한다. 보리밥은 재래종 보리로 지은 보리밥으로 산나물 반찬을 곁들여 비벼 먹는데 구이지역이 유명하다. 산채백반은 운주에서 나는 나물을 반찬으로 한 전통 백반으로서, 씀바귀, 취나물, 더덕, 원추리, 냉이, 두릅, 도라지, 버섯, 고사리, 돌미나리, 참나물, 아욱 생배추 등의 재료를 사용한다.

완주 지역을 대표하는 농·특산물인 완주 8품에는 삼례 딸기, 봉동 포도, 동상 꽃감, 경천 대추, 비봉 수박, 봉동 생강, 이서 배, 운주의 표고버섯이 유명하다(완주군청 2007). 봉동 포도는 당도가 높고 육질이 연하며 과즙이 풍부하여 전국적으로 포도 주산지로서의 명성을 높이고 있다. 꽃감은 조선시대에 씨 없는 꽃감을 골라 왕실에 진상하였다는 기록이 있는데, 전국 8대 오지의 한촌(寒村)으로 기후와 풍토가 감나무 재배하기에 좋은 적지로서 씨 없는 감이 생산되어 꽃감의 성기를 높이고 있다. 완주군 비봉면 내월리를 비롯하여 6개 부락에서 주로 생산되는 비봉수박은 뒷맛이 약간 신맛을 내므로 상큼하면서도 15% 내외의 고당도를 유지한다. 경천에서 생산되고 있는 대추는 한방에서 조혈, 안정제로 활용되며 각종 요리, 차, 제사에 널리 쓰이고 있다. 봉동의 생강은 전국 생산량의 90%를 차지하고 있는데, 예로부터 한산의 모시, 안동의 왕골과 함께 전국적인 명

성이 있다. 운주의 표고버섯은 전북의 음력 8월 월식에는 토란탕, 화양적, 느르미적, 표고버섯을 요리해서 먹는데, 특히 표고, 송이, 능이, 느타리, 석이, 목이버섯 중에서 표고버섯은 맛과 향이 높고 영양가가 많아서 귀했기 때문에 건조시켜서 여러 가지 요리에 쓰인다. 이서의 배는 육질이 연하고 수분이 많으며, 당도가 높아서 전국에서 제일 좋은 배로 이름이 나서 옛날부터 임금님께 드리는 진상품으로 꼽히기도 했다.

2. 선행 연구

지금까지 향토음식에 대한 선행 연구는 지역을 중심으로 간헐적으로 이루어져 왔다. 최근에 이루어진 선행 연구의 결과를 종합해 보면, 남해군의 전통향토음식 발굴 및 전승에 관한 연구(김정숙·김상에 2007)에서 남해군은 수산물의 입수가 쉬워 생선요리가 많은데, 국에 생선을 이용하여 조리한 양태미역국, 갯장어탕, 봉장어국, 썩된장국, 물메기국, 먹정국의 음식이 현존하고 있다고 하였다.

전주 지역 향토음식의 메뉴 평가에 관한 연구(민계홍 2006)에서 향토음식은 내형성, 외형성, 위생성, 서비스 요인으로 구분되었는데, 재 방문의사는 음식의 내형성 요인에서 영향을 미친다고 나타났으며, 내형성인 음식의 맛이 개선되어야 한다고 하였다. 경주 지역 향토음식의 성인 연령별 이용 실태(이연정 2006)에서는 향토음식을 주로 먹는 장소는 향토음식 전문점이고, 조리법이 복잡하여 자주 만들어 먹지 않으며, 우리 고유의 음식이기 때문에 선호한다고 하였다. 그리고 황남빵을 가장 좋아 했으며, 썩굴레와 보리수단을 가장 싫어한다고 분석되었다. 청주시 향토음식 선정에 대한 연구(안용근 2006)에서 청주시의 대표적인 향토음식은 울갱이국, 도토리묵밥, 콩국수, 삼겹살과 해장국, 산채비빔밥, 보신탕이 선정되었다. 울산 지역 향토음식의 식행동은 조리 방법이 복잡한 것이 단점이며 거의 만들지 않고 있으며, 기호도에서는 울산배, 언양·봉계 한우 불고

기, 활어회 등을 선호하는 것으로 나타났다(이연정 등 2006). 전북 지역 향토음식에 대한 대학생의 인지도 및 기호도에 관한 연구(양향숙 2005)에서 전북 지역 대학생들은 향토음식에 대한 인지도 및 기호도는 매우 낮았으나, 향토음식의 중요성을 인식하고 계승 발전시켜야 한다고 하였다. 음식점의 이미지 구성 요인에 관한 연구(민계홍 2004)에서는 전주 시내 비빔밥 전문점을 대상으로 조사를 하였다. 음식점을 구성하고 있는 이미지 요인은 위생과 종사원, 시설, 브랜드, 편리성, 가격, 음식 이미지 요인이 있는데, 음식점 이용 고객들은 그 중에서 위생 이미지, 종사원 이미지, 가격 이미지, 음식 이미지의 순으로 중요하게 여기고 있으며 영향을 미친다고 하였다. 위의 내용을 보면 기존의 선행 연구에서는 특정 지역의 향토음식에 대한 인지도 및 기호도, 메뉴 평가, 연령별 이용 실태, 선택 속성 행동 등을 연구하였다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 조사의 대상 및 기간

본 연구의 조사 대상은 완주 지역에 있는 향토 음식점에서 식사를 하고 나오는 방문객을 대상으로 하였다. 대상자의 제한은 완주 지역과 인근 지역인 전주 지역에 거주하고 있는 방문객으로 제한을 하여 설정을 하였다. 왜냐하면 완주와 전주 지역에 거주하고 있는 사람들이 이 지역의 여건과 현황을 잘 알 수 있기 때문에 정확한 답변을 할 것으로 생각되기 때문이다. 향토음식점 선정은 전북 완주군 지역을 대표하는 향토음식(완주군 2006)인 참붕어찜, 민물고기매운탕, 한우고기구이, 순두부백반, 도토리묵, 토종닭백숙, 보리밥, 산채백반 등 향토음식점 30업소를 선정하여 음식점 밖에서 설문지 조사를 하였다. 조사기간은 2007년 12월 5일에서 2008년 1월 5일까지 27일 동안 조사를 실시하였다.

2. 조사 내용과 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 설문지 구성은 음식점의 이미지 구성 요인에 관한 연구(민계홍 2004)를 바탕으로 연구의 취지에 맞게 수정·보완하여 설문 문항을 개발하였다. 조사 내용은 조사 대상자의 일반적인 사항인 성별, 연령, 소득, 학력, 직업에 관한 내용 5문항, 향토음식점 방문객의 인식에 관한 사항으로 음식의 맛, 음식 재료, 음식 청결, 분위기, 위치, 음식의 종류, 음식 경쟁력, 서비스, 주차시설, 식당 찾기, 식당 정보, 추천 의사, 친절도, 음식 신뢰, 먹거리, 경쟁력, 외식 비용, 외식 상대, 음식 정보, 경험한 음식, 음식 선택 20문항, 새로운 향토메뉴를 개발하여 장려해야 할 음식에 관한 사항으로 탕류인 감자탕과 닭도리탕, 밥류인 백반과 보리밥, 비빔밥, 찌개류인 순두부와 청국장, 죽류인 오리죽, 전골류인 전골, 후식용 과일 10문항으로 구성하였다.

조사 방법은 음식에 대한 이해가 필요하다고 판단이 되어 사전 교육된 전주 지역 J대학교 학생 5명이 조사를 하였다. 조사원의 1대 1 면접 방법으로 설문지를 이용하여 식사를 하고 나온 방문객들을 임의로 선정한 후 연구의 취지를 설명하고 설문지를 배포하여 응답자가 직접 기입하는 자기기입법을 사용하여 설문지 조사를 실시하였다.

3. 분석 방법

총 130부 중에서 128부를 회수하였으며, 18부는 설문지 기입에서 성의가 없거나 오기로 나타나 제외하고 110부만을 통계 처리하여 회수율은 98%이고, 유효 표본은 85%이다. 수집된 자료의 분석은 통계 패키지 프로그램인 SPSS 12.0을 이용하였다. 조사 대상자들의 일반적인 사항과 향토음식점 방문자의 구매행동 만족 여부와 농·특산물을 이용하여 개발해야 할 새로운 향토메뉴 여부는 빈도 분석을 이용하여 분석하였으며, 향토음식점 방문자의 인식을 알아보기 위해서 차이 검증인 *T-test*, 분산 분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 특성

조사 대상자의 일반적인 사항을 파악하기 위하여 성별, 연령, 최종 학력, 근속 년수, 월평균 수입 등에 대하여 빈도 분석을 실시하였는데, 결과는 <Table 1>과 같다.

성별의 경우 여성이 63명(57.3%), 남성이 47명(42.7%)으로 여성이 많았으며, 연령은 20대(56.4%)가 가장 높은 비율로 나타났고, 다음으로 30대(20%), 40대(10%)의 순으로 나타났다. 소득 분포에서는 100만원대가 48명으로 가장 높은 비율인 43.6%로 나타났으며, 다음으로 200만원대(23.6%), 300만원대(11.8%)의 순으로 나타났다. 학력 분포는 대졸/대재가 60.9%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 다음으로 전문대졸(20.9%), 고졸 이하와 대학원 이상이 각각 9.1%의 순으로 나타났다. 직업 분포는 학생이 40명(36.4%)으로 가장 많았으며, 다음으로 관리직이 24명(21.8%), 자영업이 12명(10.9%)의 순으로 나타났다.

2. 향토음식점에 대한 차이 분석

1) 향토음식점 방문자의 성별에 따른 차이 분석

완주 지역의 향토음식점 방문자는 완주 지역 음식이 비교적 경쟁력 있다는 것에 차이를 나타냈고, 남녀 서로 음식의 경쟁력, 음식 정보, 음식 선택에 있어서 각각 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 남녀가 외식에 사용하는 비용이 서로 다르며 음식을 선택하는 데 있어서도 남녀가 각각 다른 음식을 선택하는 것으로 판단할 수 있다. 이에 대한 결과는 <Table 2>와 같다. 그러나 나머지 항목은 남녀 모두 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

2) 향토음식점 방문자의 연령에 따른 분산 분석

완주 지역 향토음식점 방문자의 연령에 따른 분산 분석 결과는 <Table 3>과 같다. 각 연령별로 음식의 맛, 음식 재료, 음식 청결, 음식 종류, 분위기, 서비스, 주차시설, 위치, 음식에 대한 신뢰, 음식 선택에 있어서 연령별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 향토음식점을 방문한 연령층이 젊은 연령대가 많기 때문에 젊은 연령층이 선호할 수 있는 메뉴를 개발하여야 하며, 연령별로 각각 차별화된 메뉴로 마케팅 전략을 세워야 한다고 할 수가 있다.

3) 향토음식점 방문자의 소득에 따른 분산 분석

<Table 1> Characteristics of respondents

Characteristics	Categories	N	%	Characteristics	Categories	N	%
Gender	Male	47	42.7	Education	High school	10	9.1
	Female	63	57.3		Junior college	23	20.9
Age	Less than 20 years	8	7.3		University	67	60.9
	20~29 years	62	56.4		Graduate	10	9.1
	30~39 years	22	20.0	Job	Student	40	36.4
	40~49 years	11	10.0		Administrator	24	21.8
50 and over	7	6.4	Civil service		5	4.5	
Monthly income (Won)	≤ 1,000,000	10	9.1		Self-employed	12	10.9
	1,000,001~2,000,000	48	43.6		Housewife	8	7.3
	2,000,001~3,000,000	26	23.1		Salesperson	7	6.4
	3,000,001~4,000,000	13	11.8		Technical work	10	9.1
	4,000,001 over	13	11.8	Profession	4	3.6	

Total frequency(N) : 110, Percentage(%) : 100.0

〈Table 2〉 The result of *T*-test for visitors gender of local foods restaurants

Items	<i>t</i>	<i>p</i>	Item	<i>t</i>	<i>p</i>
Taste of food	-1.824	0.071	Locating restaurants	-0.792	0.430
Preparing of food	-1.343	0.182	Restaurants information	-1.060	0.292
Cleanness of food	0.946	0.346	Food attractions	-1.250	0.214
Kinds of food	-0.545	0.587	Willingness to recommend	0.116	0.908
Atmosphere	-0.039	0.969	Competitiveness	2.620	0.010*
Service	-0.916	0.362	Food information	2.621	0.010*
Trust on restaurants	0.318	0.751	Tried foods	-0.315	0.754
Parking facilities	1.685	0.095	Spending on eating out	-0.410	0.683
Kindness	1.248	0.215	Eating out companies	0.226	0.822
Locations	-0.115	0.908	Choice of foods	-2.465	0.015*

¹⁾ **p*<0.05.

〈Table 3〉 The result of ANOVA for visitors age of local foods restaurants

Items	Total square	Averages square	<i>F</i>	<i>p</i>
Taste of food	23.952	5.988	8.387	0.000*
Preparing of food	18.073	4.518	7.665	0.000*
Cleanness of food	17.475	4.369	5.735	0.000*
Kinds of food	22.623	5.656	6.658	0.000*
Atmosphere	17.520	4.380	5.809	0.000*
Service	23.630	5.908	6.144	0.000*
Trust on restaurants	4.956	0.736	1.086	0.373
Parking facilities	13.971	3.493	3.377	0.012*
Kindness	13.691	3.423	3.971	0.005
Locations	17.929	4.482	4.379	0.003*
Locating restaurants	6.934	1.734	2.262	0.067
Restaurants information	7.143	1.786	2.118	0.084
Willingness to recommend	5.124	1.281	1.636	0.171
Competitiveness	10.260	2.565	2.111	0.085
Food information	17.566	4.392	1.761	0.142
Food attractions	23.738	5.934	6.389	0.000*
Tried foods	5.263	1.316	2.043	0.094
Spending on eating out	18.611	4.653	3.964	1.005
Eating out companies	4.951	1.238	1.284	5.218
Choice of foods	45.131	11.283	4.900	0.001*

¹⁾ **p*<0.05.

완주 지역 향토음식점 방문자의 소득에 따른 분산 분석의 결과는 〈Table 4〉와 같다. 유의수준 0.05 이하에서 음식의 재료, 음식의 종류, 서비스,

주차 시설, 경험한 음식, 외식 상대, 음식 선택에 있어서 서로 차이가 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 향토음식의 메뉴 평가에 관한 연구(민

〈Table 4〉 The result of ANOVA for visitors monthly income of local foods restaurants

Items	Total square	Averages square	F	p
Taste of food	2.440	0.610	0.664	0.618
Preparing of food	12.931	3.233	5.064	0.001*
Cleanness of food	1.666	0.417	0.457	0.767
Kinds of food	13.821	3.455	3.702	0.007*
Atmosphere	1.413	0.353	0.389	0.816
Service	10.920	2.730	2.522	0.045*
Trust on restaurants	1.521	2.375	2.640	0.498
Parking facilities	14.815	3.704	3.610	0.008*
Kindness	5.827	1.457	1.555	0.192
Locations	4.703	1.176	1.023	0.399
Locating restaurants	6.486	1.622	2.104	0.086
Restaurants information	1.461	0.365	0.407	0.803
Willingness to recommend	10.004	2.511	3.412	0.062
Competitiveness	4.064	1.016	0.910	0.461
Food information	19.801	4.950	2.002	0.100
Food attractions	7.499	1.875	1.471	0.216
Tried foods	8.764	2.191	3.588	0.009*
Spending on eating out	8.198	2.050	1.610	0.177
Eating out companies	13.467	3.367	3.811	0.006*
Choice of foods	70.967	17.742	8.626	0.000*

¹⁾ * $p < 0.05$.

계홍 2006)에서 나타난 소득에 따른 분석 결과와 비교하면 음식의 내형성 내용 중에서 음식의 재료와 음식의 종류에서 차이가 있다는 동일한 의견이 나타났다. 이는 소득에 따라서 질 좋은 식재료를 사용하여야 하며, 다양한 음식의 종류로 메뉴의 구성이 되어야 한다고 판단된다.

3. 향토음식점 방문자의 직업에 따른 분산 분석

완주 지역 향토음식점 방문자의 직업에 따른 분산 분석 결과는 〈Table 5〉와 같다. 직업에 따라서 음식의 맛, 음식 청결, 음식 종류, 분위기, 주차시설, 위치, 식당 찾기, 식당 정보, 음식 정보, 외식 상대, 음식 선택 등에서 각각 다양하게 차이가 있는 것으로 나타났다. 성인의 연령별 이용 실태를 연구(이연정 2006)한 결과와 비교하면 향토

음식점 방문자 중에서 직업에 따라 주차시설에서만 차이가 있는 것으로서 동일하게 나타났다. 이는 직업에 따라서 향토음식점을 방문할 때에는 주차시설이 완비되어야 좋겠다고 판단된다.

4. 향토음식점 방문자의 구매행동 만족 여부

완주 지역 향토음식점 방문자의 전반적인 구매행동에 대한 만족 여부를 묻는 질문에서는 보통이 48.2%(53명)로 가장 많았으며, 불만족과 만족은 비슷하였고, 매우 만족이 9.1%(10명)로 가장 낮게 나타났다. 이는 다른 지역에 비해 향토음식에 대한 구매행동에 있어서 만족도가 평범한 것으로 나타났다. 따라서 완주 지역 향토음식점의 음식에 있어서 차별화된 음식이어야 경쟁력이 있을 것으로 판단된다.

〈Table 5〉 The result of ANOVA for visitors job of local foods restaurants

Items	Total square	Averages square	F	p
Taste of food	13.279	1.897	2.259	0.035*
Preparing of food	7.149	1.021	1.431	0.201
Cleanness of food	22.199	3.171	4.298	0.000*
Kinds of food	32.279	4.611	5.913	0.000*
Atmosphere	21.110	3.016	4.070	0.001*
Service	5.252	0.750	0.641	0.721
Trust on restaurants	4.426	0.684	0.548	0.614
Parking facilities	18.590	2.656	2.606	0.016*
Kindness	9.383	1.340	1.442	0.197
Locations	19.296	2.757	2.649	0.015*
Locating restaurants	11.829	1.690	2.280	0.034*
Restaurants information	23.192	3.313	4.662	0.000*
Willingness to recommend	21.143	3.020	4.656	0.102
Competitiveness	5.098	0.728	0.639	0.722
Food information	43.156	6.165	2.662	0.014*
Food attractions	16.589	2.370	1.939	0.071
Tried foods	4.999	0.714	1.073	0.386
Spending on eating out	16.572	2.367	1.928	0.073
Eating out companies	24.515	3.502	4.372	0.000*
Choice of foods	46.035	6.576	2.785	0.011*

¹⁾ * $p < 0.05$.

〈Table 6〉 Results of satisfaction on visitors attitude to purchasing of local foods restaurants in Wanju area

Items	Unsatisfactory	Commonnese	Satisfaction	Intense satisfaction	Total
N	24	53	23	10	110
%	21.8	48.2	20.9	9.1	100.0

5. 향토음식점 방문자에 대한 개발 향토메뉴 응답

완주 지역의 대표적인 특산물에는 봉동의 생강과 포도, 이서의 배, 비봉면의 수박, 경천면의 대추, 삼례의 딸기, 고산 및 동상면의 감, 동사의 표고버섯, 고산의 마늘과 양파가 유명하다(완주군청 2007).

완주 지역 향토음식점 방문자들이 답변한 완주 지역에서 개발해야 되는 새로운 향토메뉴는 조사 결과 〈Table 7〉과 같다. 결과의 내용을 보

아야 되는 향토메뉴로는 완주군에서 생산되는 농·특산물을 이용하여야 한다고 답하였다. 이러한 결과는 완주 지역에서 생산되는 대표적인 특산물인 생강, 표고버섯, 대추, 포도, 배, 수박, 딸기, 꽃감을 많이 이용하여 음식을 개발해야 한다는 뜻으로 해석이 된다. 개발해야 되는 새로운 향토메뉴로는 닭도리탕 종류의 탕류가 28명으로 25.4%, 오리죽 종류의 죽류가 24명으로 21.8%, 순두부 종류의 찌개류가 11명으로 10.0%, 과일 종류의 후식류가 11명으로 10.0%, 백반 종류의 밥류가

〈Table 7〉 The result of the frequency for visitors perception of facilitating the development of local foods restaurants

	Classifications	Kinds of foods to be development	N	%
1	Stew dishes	Spicy Potato stew, Korean style	4	3.6
2	Stew dishes	Spicy chicken stew, Korean style	28	25.4
3	Rice dishes	Meal including rice	11	10.0
4	Rice dishes	Meal of fixed menu with steamed barley	9	8.2
5	Rice dishes	Bibimbab	5	4.5
6	Pot stew dishes	Soft tofu stew	11	10.0
7	Pot stew dishes	Soybean paste	5	4.5
8	Porridge dishes	Duck porridge	24	21.8
9	Casserole dishes	Beef with vegetables cooked in casserole	3	2.7
10	Dessert dishes	Dessert of fruit	10	9.1
		Total	110	100.0

10명으로 9.1% 순으로 나타났다.

6. 개발해야 할 향토메뉴

완주 지역의 대표적인 농·특산물을 이용하여 개발해야 할 향토음식의 결과는 〈Table 8〉과 같다. 설문 결과에서 나타났듯이 닭도리탕, 오리죽, 백반 순두부, 과일 후식류를 위주로 향토음식을 개발하여 장려하여야 한다는 결과를 토대로 메뉴를 계획하였다.

1단계로 10년 이상의 조리경력자인 조리전문가 5명(한식 3명, 양식 2명)을 참여시켜 메뉴를 계획하였는데, 표준량은 4인분 기준으로 정하였다. 수요 예측은 조사 대상자의 일반적 특성을 고려하여 20대에서 30대 연령층과 여성이 선호하는 메뉴가 되어야 한다. 가격 결정은 주 요리의 경우에 25,000원, 식사류는 5,000원을 적정 가격으로 결정하였다. 2단계로 실무활용도와 향토음식점의 조리작업 환경, 조리과정, 조리의 완성 후 고객들에게 서비스 방법 등을 고려하여 2회에 걸쳐 음식을 조리하였다. 3단계로 평가는 메뉴를 계획한 경험이 많은 조리전문가에 의하여 5점 채점법으로 평가를 실시하였는데, 평가 항목은 기본적인 맛, 색, 향, 전체적인 기호도에 대해서 매우 좋다(5점), 보통이다(3점), 매우 나쁘다(1점)를 기

록토록 하였다. 4단계로 평가를 한 완성된 메뉴를 대상으로 개발한 향토메뉴를 명명하였는데, 향토메뉴 명을 완주식 버섯밥, 닭도리탕, 허브 한방오리죽, 후식과일로 명명하여 표준화된 레시피를 완성하였다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 완주 지역에 소재한 30개 향토음식점 방문객을 대상으로 향토음식에 대한 인식을 설문을 통해 실태 조사를 한 후에 이를 근거로 하여 완주 지역에서 생산되는 대표 농·특산물을 이용하여 새로운 향토음식을 개발하고자 하였다. 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

향토음식점 방문자에 대한 인식은 완주 지역의 향토음식이 비교적 경쟁력 있다는 것에 차이를 나타냈고, 남녀 서로 기존의 향토음식에 대한 경쟁력과 음식 정보, 음식 선택에 있어서 각각 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 남녀가 외식에 사용하는 비용이 서로 다르며 음식을 선택하는데 있어서도 남녀가 각각 다른 음식을 선택하는 것으로 판단할 수 있다.

완주 지역의 향토음식점 방문자의 연령에 따른 결과는 각 연령별로 음식의 맛, 음식 재료, 음식

<Table 8> Result of local menu lists for facilitating the development

Food name	Ingredients	Cooking methods	Images of foods
Wanju style mushroom rice	Rice 200 g, onion 80 g, garlic 50 g, chestnut 4 ea, jujube 4 ea, black mushroom 30 g, aglic mushroom 30 g, champignon mushroom 30 g, beef 40 g, mussel 20 g, oyster 20 g, beef stock 450 ml	Soak rice in water, cut onion in 1cm thick, and boil garlics in 1/3 degree to remove garlic smell. Cut pork 0.5 cm thick and black mushrooms and agalic mushrooms 1 cm in square. Dress oil in a pot, roast rice a little bit, and then keep on parching it with onions, mushrooms, and beef. chestnut and jujube into meat soup and boil it with moderate fire. Serve it with dressing spices when rice-boiling completed.	
Spicy chicken stew	Chicken 2 whole, onion 250 g, garlic 100 g, carrot 150 g, leek 80 g, herbs 1 g, olive oil 10 ml, potato 150 g, pepper paste 45 g, red pepper power 10 g, tomato 2 ea, rice wine 200 ml, chicken stock 250 ml, bean 50 g	Cut a chicken in a proper size and cover it with wheat flour. Dress a pan with oil and roast it to remove fat. Put chicken meat, red pepper power, herbs, rice wine, and meat soup into pan and boil it. For the cuisine, beans in cold water over night.	
Oriental herb ducks porridge	Duck 1 pc, glutinous rice 1 cup, mung bean 1/2 cup, jujube 4 ea, dried raisins 7 pc, pine nut 5 g, black mushroom 2 pc, aglic mushroom 30 g, balloon flower 2 pc, Medicinal herbs(50 grams each for Ogapi, Kalopanax tree and 10 grams each for Hutgae, Epimeii herb, arrowroots, Sansa, Gugija, Cheongoong, Dangui, Hyangui	Put Ogapi, kalopanax tree, hutgae, epimeii herb, arrowroots, sansa, gugija, cheongoong, dangui, hyangui and other herbs into 3 liter of water and boil down them until its amount decrease to half. Cut bones of duck in proper size. Pour 1.5 liter of water into a pressure cooker, put glutinous rice, mung bean, and jujube into it with above-mentioned ingredients, and boil them for 15 minutes. Put the medicinal herbs and boil them for 5 minutes.	
Fruits for dessert	Persimmon 1 ea, water melon 20 g, grape 30 g, strawberry 4 ea, pear 1/4 ea, egg yolk 2 ea, wanju red wine 60 ml, sugar 30 g	Persimmon, water melon, grapes, and pears should be removed about seeds and strawberries should be served after washed with clean water. Cut them in a proper size good for enjoying them and serve it on center of dish. Put egg yolk, Wanju red wine, and sugar into stainless pot and boil them with 75℃ temperature, while stirring up them to make a sauce. Serve fruits on center of dish and dress them with the sause.	

Food quantity : for serving 4 persons

청결, 분위기, 위치, 음식 종류, 새로운 음식, 서비스, 주차시설, 친절도, 음식에 대한 신뢰, 먹거리의 풍부, 그리고 음식의 풍부함에 있어서 연령별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한, 향토음

식점 방문자의 소득에 따른 결과는 음식의 재료, 음식의 종류, 서비스, 주차 시설, 외식 상대, 경험한 음식, 음식 선택에 있어서 서로 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 향토음식점 방문자의 주

대상이 20대와 30대의 젊은 직장인이 많기 때문에 음식에 대한 내형성과 외형성을 중요시한다는 결과로 해석이 된다. 완주 지역 향토음식점 방문자의 직업에 따른 결과는 직업에 따라 다양하게 차이가 있는 것으로 나타났는데, 음식의 맛, 음식 청결, 분위기, 위치, 음식 종류, 새 음식, 주차시설, 식당 찾기, 식당 정보, 외식 상대, 음식 정보, 음식 선택 등에서 각각 차이가 있는 것으로 분석되었다. 이는 관리직 부서에서 근무하는 고객이 많기 때문에 향토음식점에 대한 여러 가지 정보를 토대로 방문하라는 것으로 해석이 되고 있는데, 이러한 고객층은 매출과 관련이 있기 때문에 고객관리가 필요하겠다.

이상의 향토음식점 방문자에 대한 인식을 토대로 완주 지역에서 개발해야 되는 새로운 향토메뉴로는 완주 지역 대표 농·특산물인 생강과 포도, 배, 수박, 대추, 딸기, 감, 버섯, 마늘, 양파를 이용하여 만든 탕류, 밥류, 후식류를 개발해야 된다고 나타났다. 그 결과 개발해야 되는 향토메뉴는 기존의 밥과 차별화된 요리로서 야채와 쌀을 살짝 볶아서 조리한 완주식 버섯밥, 닭고기의 기름기를 제거하고 끓인 닭도리탕, 한약 재료를 넣어 조리한 허브한방오리죽, 대표 농산물인 과일로 만든 후식 과일이다. 비교적 전라북도의 전주 지역은 향토음식이 잘 보존되어온 비법으로 조리를 하여 유명한 곳이 많지만 산업의 구조가 바뀌면서 지역에서 생산되는 농특산물이 달라짐에 따라 새로운 향토음식이 등장하게 되었다. 이러한 측면에서 새로 개발된 향토음식은 분명한 차별성이 이루어져야 하며, 시간이 흐르면서 전통의 성질을 갖게 하여 완주 지역을 대표할 수 있는 향토음식이 되어야 한다.

이러한 결과는 선행 연구에서 향토음식에 대한 인지도와 기호도를 연구한 양향숙(2005), 성인의 연령별 이용 실태와 식행동을 연구한 이연정(2006)과 향토음식 메뉴를 평가한 민계홍(2006)이 있었는데, 기존의 선행 연구와 일치하는 내용은 연령, 소득, 직업에 따라 음식 선택, 서비스, 주차

시설, 친절도 등 차이가 있는 것으로 나타났다. 그리고 선행 연구와 비교하여 큰 의미를 갖는 내용은 분석을 통해 도출한 결과를 실무업체에서 활용할 수 있고 실용성 있는 음식을 개발하였다는 점이다.

연구의 한계점으로는 완주 지역이 농촌 지역이라서 설문에 대한 인식과 협조가 부족하여 힘이 들었으며, 조사 대상 지역을 전북 지역으로 한정하고 있는 한계점을 지니고 있다. 왜냐하면 지역 음식들은 향토음식이나 일반음식이나 할 것 없이 모두 만드는 사람의 손맛에 의존해 왔지만, 수요자들이 점점 맛과 더불어 요리법에 대한 지대한 관심과 지식을 축적해 가고 있기 때문이다. 향후 연구에서는 새로운 향토메뉴를 개발할 때에 향토메뉴에 대한 조리과학적인 측면에서 접근하여 영양학적으로 관능평가를 하여 결과를 제시하여 음식에 대한 영양학적 이해를 하면서 음식을 접할 시점이 아닌가 생각되며, 테이크아웃용 향토음식 개발도 연구가 진행이 되어야 하겠다. 개선점으로는 완주 지역 향토음식의 발굴, 육성 및 보급, 향토음식점 지정 및 평가에 대한 조례를 제정해야 하겠다. 본 연구의 자료는 향토음식에 대한 기초 자료로서 완주 관내 향토음식업체에서 활용하여 음식의 맛 상승으로 인한 재 방문 효과가 이루어져야 하겠으며, 향토음식 개발을 통해 소득 증대와 지역 이미지 상승에 대한 기대 효과가 있다. 그리고 완주군 향토음식에 대한 레시피 즉, 요리법을 제작하고 배포하는 노력이 필요하겠다.

참고문헌

1. 김정숙·김상애 (2007) : 남해군의 전통 향토음식 발굴 및 전승에 관한 연구. *한국조리학회지* 13(2):47-58.
2. 권세정·이종하 (2004) : 향토음식 개발 및 관광상품화 방안에 관한 연구. *관광학회지* 19: 50.
3. 민계홍 (2006) : 전주 지역 향토음식의 메뉴

- 평가에 관한 연구. *한국식품조리과학회지* 22(1): 96-104.
4. 민계홍 (2004) : 음식점 이미지 구성 요인에 관한 연구. *한국조리학회지* 10(1):82-95.
 5. 박재완 · 이덕원 (2008) : 강원 지역 향토음식 메뉴개발 의식에 관한 연구. *관광연구학회지* 22(1):179-190.
 6. 송재진 (2003) : 한국 스포츠관광과 자원화에 관한 연구. 성균관대학교, 1, 서울.
 7. 안용근 (2006) : 청주시 향토음식선정에 대한 연구. *한국식품영양학회지* 19(2):143-152.
 8. 이연정 (2006) : 경주 지역 향토음식의 성인의 연령별 이용 실태 분석. *한국식생활문화학회지* 21(6):577-588.
 9. 이연정 (2006) : 향토음식에 대한 인식이 향토 음식전문점 방문 빈도에 미치는 영향 연구. *한국식품조리과학회지* 22(6):840-848.
 10. 이연정 · 하미옥 · 최수근 (2006) : 울산 지역 향토음식에 대한 식행동과 기호도에 관한 연구. *한국식생활문화학회지* 21(5):446-455.
 11. 양향숙 · 노정옥 (2005) : 전북 지역 향토음식에 대한 대학생의 인지도 및 기호도에 관한 연구. *대한가정학회지* 43(11):49-58.
 12. 완주군 (2006) : 완주의 멋따라 맛따라. 전주. 8.
 13. 완주군청, 문화관광, 2008. 7. 20. http://tour.wanju.go.kr/brand/sub03/sub_03.asp
 14. 완주군청, 통계연보, 2008. 7. 20. <http://www.wanju.go.kr/stat/2007/index.html>
 15. 전상호 (2006) : 지역특성의 관광자원화 방안에 관한 연구. 강원대학교, 4, 춘천.

2008년 8월 4일 접 수

2008년 8월 19일 1차 논문수정

2008년 9월 25일 2차 논문수정

2008년 10월 15일 3차 논문수정

2008년 11월 20일 게재 확정