

한국 음식에 대한 중국 심양지역 대학생의  
인식 및 기호도에 대한 연구  
- 비빔밥을 중심으로 -

박미란 · 김영아 · 윤경순 · 유흥 · 변광인<sup>¶</sup>  
영남대학교 식품외식학부<sup>¶</sup>

A Research on College Students' Recognition and Preference of  
Korean Food in Shenyang Region of China  
- Focused on Bibimbap -

Mi-Lan Park, Young-Ah Kim, Kyung-Soon Yoon, Feng Liu, Gwang-In Byun<sup>¶</sup>  
Dept. of Food Technology & Food Service Industry, Yeungnam University<sup>¶</sup>

Abstract

Nowadays the pursuit of health among people leads to the unceasing pursuit of healthy dishes. Although many kinds of ingredients which are not fatty are used in Korean dishes, Korean dishes has not been approved as healthy ones in foreign countries yet. This study considers the recognition of Korean dishes and Bibimbap. 299 Chinese students in Shenyang, China took part in this investigation. The results of this study state that 25 percent of respondents do not like Korean dishes while 27 percent of respondents do not like Bibimbap. And the respondents who dislike Korean dishes cite the reasons of its 'bad taste' and 'bad looks'. That is, in order to increase the popularity of Bibimbap and make Korean dishes as a domestic diet culture in China, we should know about the tastes and kinds of dishes that Chinese people like. Also, we should consider the reasons why Chinese people like and do not like, and then develop Bibimbap to make the majority of Chinese people like it.

Key words : recognition, preference, Korean dish, Bibimbap, Chinese college student, Shenyang, intake intention.

I. 서 론

최근 세계적으로 건강 추구 현상이 확산되면서 육식 중심의 식단을 지양하고 채식 위주의 식단을 선호하는 등 건강식에 대한 관심이 고조되고 있다(조후종 2001; 한현숙 2002; 김미영 2008; 이연정 · 이수범 2008). 이러한 측면에서 채소를

풍부하게 사용하고 기름지지 않은 동양 음식에 대한 관심이 높아지고 있으나(차복경 1997; 조후종 2001; 진혜란 2007), 상대적으로 한국 음식은 맛과 영양면에서 우수한 음식임에도 불구하고 해외에서의 한국 음식에 대한 인지도는 매우 낮은 실정이다. 그러나 최근의 한류 열풍과 웰빙(well-being), 슬로우 푸드(slow food)에 대한 관심으로

¶ : 변광인, 010-7503-3000, big2011@ynu.ac.kr, 경북 경산시 대동 214-1 영남대학교 식품외식학부

한국 음식의 위상이 높아지고 있어 한국 음식의 세계 진출을 위한 본격적인 전략이 요구되는 시점이다(강다원 2003; 이연정 2006; 진혜란 2007; 이연정·이수범 2008).

특히, 중국에서는 한류 열풍으로 한국에 대한 관심이 높아지고 있을 뿐만 아니라, 한국의 전통 음식을 소재로 한 드라마 ‘대장금’이 중국내에서 인기리에 방영되는 것을 계기로 한국 음식과 한국 문화에 더 큰 관심을 가지게 되었고, 음식의 종주국이라 자부하는 중화권에서도 한국 음식의 위상이 높아지고 있다(조영신 2006; 진혜란 2007; 이경란 등 2007). 이러한 시점에서의 한국 음식의 성공적인 중국 진출은 외화 수입 증대 효과와 한국인 고용 창출 효과 및 관광산업 등의 성장에 크게 기여할 수 있을 것이며(장승진 2006), 한국 음식문화에 대한 일시적인 관심이 아닌, 중국 외식 문화에 있어서 하나의 음식 문화상품화로 한국 음식의 우수성을 알릴 수 있는 기회가 될 수 있을 것으로 판단된다(문화관광부 2005; 진혜란 2007; 고경일·설원식 2008).

외국인 대상의 한국 음식 선호도에 대한 선행 연구로는 서윤정(2005)이 방한 일본인 대상의 한국 전통음식에 대한 만족도를 조사한 결과, 전반적으로 한국전통음식에 대한 기호도와 만족도가 높았고, 한국전통음식을 먹는 데 있어 ‘맛’과 ‘영양’을 가장 중요시 한다고 하였으며, 윤혜려(2005)는 국내에 체류 중인 외국인을 대상으로 출신지역별 한국 음식의 선호도를 비교 조사한 결과, 대체적으로 맛, 색, 상차림에 대해서 만족하고 있음을 보고하였다. 또한, 김소영(1997)은 일본 소재 대학의 남녀 학생들의 한국 음식에 대한 인식과 기호도를 조사한 결과, 대부분의 조사 대상자가 한국 음식을 시식한 경험이 있었으며, 긍정적인 인식을 하고 있음을 보고하였다. 외국인 대상의 비빔밥에 대한 연구로는 한현숙(2002)이 방한 외국인을 대상으로 비빔밥에 대한 선호도 및 비빔밥의 관능평가를 통해 외국인의 입맛에 맞는 비빔밥을 개발하고자 하였다.

그러나 이상의 외국인 대상의 한국 음식 선호도 및 인식에 대한 연구들은 방한 외국인 대상의 연구가 다수이므로 한국 음식의 세계화를 위해서 외국 현지인 대상의 연구가 활발히 이루어져야 할 것으로 판단된다.

한편, 비빔밥은 밥에 여러 가지 나물과 쇠고기 볶음, 참기름을 넣어 비비면서 먹도록 하는 우리나라 일품요리 중 하나이며, 한국의 대표적인 음식이라 할 수 있다(이승민 2005). 전 세계적으로 육식 위주의 서구형 식생활로 인한 성인병의 증가가 사회적인 문제로 대두되고 있는 시점에서 여러 가지 나물과 채소가 조화를 이루고 각각의 재료와 소스를 선택할 수 있으며, 영양적으로도 균형 있는 비빔밥은 외국인들에게 매우 매력적인 음식이라 할 수 있다(한현숙 2002).

비빔밥은 뉴욕 타임즈에서 2000년 이후 32회의 기사를 통해 한국의 대표적인 음식임을 기사화하였으며(이경란 등 2007; 이경진·조미숙 2008), 방한 외래 관광객이 김치 다음으로 인상 깊은 음식으로 선정한 음식이었다(한국관광공사 2007). 뿐만 아니라, 비빔밥을 패스트푸드화한 비빔밥 전문점이 인기를 끌고 있으며, 대한항공의 최우수 기내식으로 비빔밥이 선정될 정도로 비빔밥은 한국 음식의 세계화 가능성을 보여주는 대표적인 음식이라 해도 손색이 없다(한현숙 2002; 유경민 2003).

이에 본 연구에서는 현대화, 글로벌화 되어가고 있는 중국시장과 한류문화 확산의 분위기로 한국 음식에 대한 관심도가 높아지고 있는 시점에서(이치한 2002; 정인서 2008) 중국인에게 한국 음식의 우수성을 알리고 중국 외식시장에 한국 음식이 정착할 수 있도록 하기 위해 중국인의 기호에 맞는 한국 음식의 현지화가 필요할 것으로 판단하였다(김재수 2005; 진혜란 2007). 이를 위하여 본 연구에서는 중국 현지인의 한국 음식에 대한 인식 및 섭취실태에 관한 연구를 수행하였으며, 특히 한류문화의 중심이자, 미래 소비문화를 결정하고 이끌어 나갈 주역이라 할 수 있는 중국 청년층(전동매·서영희 2006; 고경일·설원식

2008)인 대학생(심양지역)을 대상으로 비빔밥을 중심으로 한 한국 음식에 대한 인식 및 섭취실태를 조사하였다. 이를 통해 국내 외식기업의 중국으로의 진출 가능성 제고 및 중국에서의 한국 음식의 현지화, 더 나아가 한국 음식의 세계화 방안을 마련하기 위한 기초자료로 제시하고자 하였다.

## II. 연구 방법

### 1. 조사 대상 및 조사 기간

본 연구의 조사 대상은 중국 심양지역에 거주하는 대학생으로서, 조사 대상자의 일반적인 특성과 비빔밥을 중심으로 한 한국 음식에 대한 인식 및 기호도, 섭취 실태에 대한 조사를 실시하였다. 조사내용이 포함된 예비 설문지를 작성하여 2007년 12월 15일부터 20일까지 중국 심양농업대학 학생 30명에게 실시한 후, 설문지를 수정·보완하였다. 설문지는 2007년 1월 4일부터 1월 20일에 걸쳐 총 330부를 배부하여 310부를 회수하였으며(회수율 93.9%), 회수된 설문지 중 불성실한 응답 11부를 제외한 299부를 조사 분석에 활용하였다.

### 2. 설문지 구성

설문지의 구성은 김소영(1997), 서윤정(2005), 이승민(2005), 진혜란(2007), 한국관광공사(2007)의 연구를 기초로 하여 본 연구에 적합하게 수정하여 사용하였다. 본 연구의 설문 문항은 조사 대상자의 일반적 사항에 관한 항목 4문항, 한국 음식에 대한 인식 및 기호도와 이용 실태에 관한 항목 8문항, 비빔밥에 대한 인지도 및 기호도와 이용 실태에 관한 항목 12문항으로 구성하였으며, 한국 음식에 대한 관심도, 한국 음식의 첫인상, 한국 음식을 먹은 후의 느낌, 비빔밥의 인식, 비빔밥 개선 후의 섭취 의향 등의 5문항은 5점 등간척도를 사용하였고, 이를 제외한 나머지 문항은 명목척도를 사용하였다. 명목척도를 사용하

여 구성한 항목 중 한국 음식을 좋아하는 이유와 싫어하는 이유 2문항은 복수응답 문항으로 구성하였다.

## 3. 자료 분석

자료 분석은 SPSS 14.0 프로그램을 이용하여 통계 분석하였다. 조사 대상자의 일반적 사항과 한국 음식에 대한 인식 및 기호도와 이용 실태, 비빔밥에 대한 인지도 및 기호도와 이용 실태, 비빔밥의 개선점과 향후 이용 전망에 대해서는 빈도분석을 실시하여 빈도와 백분율로 나타내었고, 비빔밥의 인지도에 대한 차이는 *t*-test를 실시하여 검증하였다.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 조사 대상자의 일반적인 사항

조사 대상자의 일반적인 사항은 <Table 1>에 나타난 바와 같다. 성별로는 남성이 171명으로 57.2%, 여성이 128명으로 42.8%의 분포를 나타냈다. 연령대는 19~26세의 분포(7~18.1%)를 보였으며, 한국 방문 경험 유무에 대해서는 ‘있다’가 25명(8.4%), ‘없다’가 274명(91.6%)로 조사 대상자의 대부분은 한국 방문 경험이 없는 것으로 나타났다.

### 2. 한국 음식에 대한 관심도 및 시식 경험

<Table 2>는 중국 심양지역 대학생의 한국 음식

<Table 1> Respondents' Demographic Profile  
n(%)

	Item	Frequency (%)
Gender	Male	171( 57.2)
	Female	128( 42.8)
Age	Below 20	54( 18.0)
	21~25	191( 63.9)
	Over 26	54( 18.1)
Have visited Korea	Yes	25( 8.4)
	No	274( 91.6)
	Total	299(100.0)

식에 대한 시식 경험에 대한 것이다. 한국 음식의 시식 경험에 대한 항목에서는 조사 대상자의 88.0%가 ‘있다’, 12.0%가 ‘없다’고 응답하였다. 이는 <Table 1>에서 조사 대상자의 91.6%가 한국 방문 경험이 없다고 응답한 것에 비해, 한국 음식의 시식 경험자가 많은 것으로써, 일본 남녀 대학생의 한국 음식에 대한 인식 및 기호도 연구에서 한국 방문 경험이 있는 학생은 소수였으나, 대부분이 한국 음식을 시식한 경험을 가지고 있다고 한 결과와 같은 것이었다(김소영 등 1998).

한국 음식의 시식 경험자 중 한국 음식을 접했을 때의 첫 인상은 조사 대상자의 51.8%가 ‘보통’인 것으로 응답하였으며, 44.1%는 ‘싫었다’, 4.5%만이 ‘좋았다’로 응답하여 한국 음식에 대한 첫 인상은 그다지 좋지 않았던 것으로 여겨진다. 반면, 한국 음식을 섭취한 후의 느낌은 ‘좋았다’ 이상으로 응답한 비율이 44.5%로 가장 높았으며, ‘보통이다’가 33.1%, ‘싫었다’, ‘매우 싫었다’로 응답한 비율은 각각 12.9%, 9.5%로 나타나, 한국 음식을 처음 접했을 때의 느낌에 비해, 섭취 후의 느낌 정도는 좋아진 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는

김소영 등(1998)의 연구에서 한국 음식에 대한 첫인상보다 시식 후의 느낌이 더 좋았던 것으로 나타난 것과 같은 것이었다.

중국 대학생들의 한국 음식에 대한 첫 인상보다 시식 후의 느낌이 더 좋아진 것으로 보아, 한국 음식 시식 행사 등을 통해 한국 음식에 대한 홍보가 지속적으로 이루어져야 할 것으로 판단된다.

### 3. 한국 음식 종류에 따른 시식 경험

한국 음식 종류에 따른 시식 경험 유무에 대하여는 불고기가 조사 대상자의 87.0%가 먹어 본 경험이 있다고 응답하였으며, 그 다음으로 비빔밥(83.9%), 김밥(69.2%), 냉면(66.9%), 된장찌개(44.5%)의 순으로 나타났다(Table 3).

외래 관광객과 주한 외국인 대상의 한국 음식에 대한 인식에 대한 연구(김선아 등 2004)에서 한국 음식에 대한 인지도는 외래 관광객은 비빔밥>김치>불고기>갈비>삼계탕, 주한 외국인은 비빔밥>김치>불고기>갈비>삼계탕 등의 순이었으며, 메뉴 선호도에서는 외래 관광객이 비빔밥>김치>불고기>갈비>라면>삼계탕, 주한 외국인이 불고기>비빔밥>갈비>삼계탕>김치>닭갈비 등의 순으로 나

<Table 2> Taste Experience of Korean Food n(%)

Taste Experience	Item	Frequency (%)
	Yes	263( 88.0)
No	36( 12.0)	
Total		299(100.0)
First impression	Very good	3( 1.1)
	Good	9( 3.4)
	Normal	135( 51.8)
	Bad	89( 33.8)
	Very bad	27( 10.3)
	Total	
Impression after eating	Very good	5( 1.9)
	Good	112( 42.6)
	Normal	87( 33.1)
	Bad	34( 12.9)
	Very bad	25( 9.5)
	Total	

<Table 3> Taste Experience of some Korean Dishes n(%)

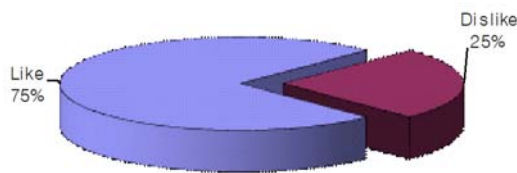
Menu	Taste experience		Total
	Yes	No	
Bibimbap	251(83.9)	48(16.1)	299 (100.0)
Bulgogi	260(87.0)	39(13.0)	
Spices Kalbi	33(11.0)	266(89.0)	
Iced noodles	220(66.9)	99(33.1)	
Samgyetang	36(12.0)	263(88.0)	
Seafood chun	38(12.7)	261(87.3)	
Kalbijim	37(12.4)	262(87.6)	
Japchae	51(17.1)	248(82.9)	
Bean curd stew	63(21.1)	236(78.9)	
Bean paste soup	133(44.5)	166(55.5)	
Tokkuk	69(23.1)	230(76.9)	
Kimbab	207(69.2)	92(30.8)	

타났음을 보고하였다.

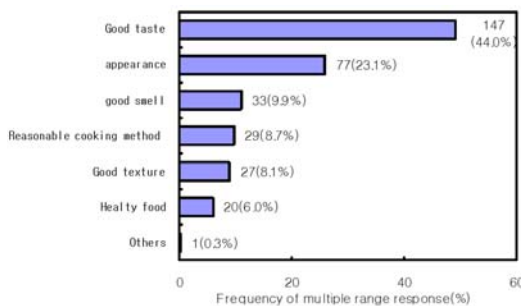
#### 4. 한국 음식의 기호도

〈Fig. 1〉은 비빔밥의 시식 경험과 관계없이 전체 조사 대상자(299명)을 대상으로 한국 음식에 대한 기호 여부에 대한 설문 결과로써, 전체 조사 대상자의 75%가 한국 음식을 ‘좋아한다’고 하였으며, 25%가 ‘싫어한다’고 응답하였다.

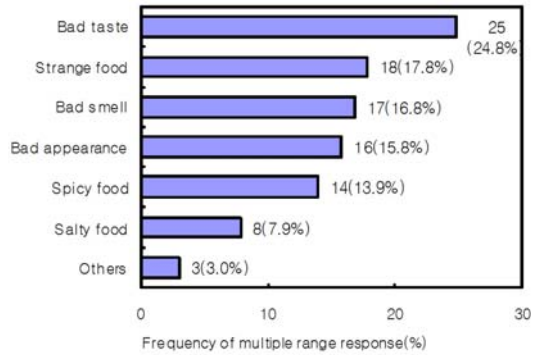
한국 음식을 좋아한다고 응답한 대상자의 한국 음식을 좋아하는 이유에 대하여는 44.0%가 ‘맛이 좋아서’로 응답하였으며, 그 다음으로 ‘외관이 보기 좋아서’(23.1%), ‘음식 냄새가 좋아서’(9.9%), ‘조리방법이 합리적이어서’(8.7%), ‘씹히는 질감이 좋아서’(8.1%), ‘건강식이어서’(6.0%)의 순이었다(Fig. 2). 이는 권석임·윤숙자(2006)의 연구에서 중국인의 한국 전통음식을 좋아하는 이유가 맛, 냄새, 질병 예방, 색깔 순임을 조사 보고한 결과와 유사한 것이었으며, 김소영(1997)의 연구결과에서 일본 대학생의 한국 음식이 식성에 적합한 이유로 ‘맛있어서’라고 응답한 비율이 가장 높았다고 한 연구결과와 같은 것이었다.



〈Fig. 1〉 Preference of Korean Food.



〈Fig. 2〉 Reasons to Prefer Korean Food.

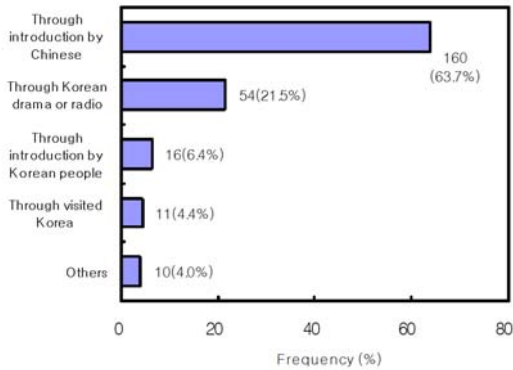


〈Fig. 3〉 Reasons to dislike Korean Food.

또한, 한국 음식을 싫어한다고 응답한 대상자의 한국 음식을 싫어하는 이유에 대한 항목에서는 〈Fig. 3〉에서 나타난 바와 같이 ‘맛이 없어서’가 24.8%로 가장 많았으며, 그 다음이 ‘생소한 음식이어서’(17.8%), ‘음식 냄새가 싫어서’(16.8%), ‘외관이 보기 싫어서’(15.8%), ‘매워서’(13.9%), ‘염분이 많아서’(7.9%)의 순이었다, 기타 이유로는 ‘비위생적인 것 같아서’, ‘먹고 나면 금방 배가 고파서’ 등의 응답이 있었다. 이러한 결과는 일본의 남녀 대학생이 한국 음식의 부적합 이유로 ‘매워서’라는 응답이 가장 많았다는 결과와는 다른 것으로 중국인과 일본인의 식성 차이와 매운 음식에 대한 인식 변화 그리고 대중 매체와 인터넷을 통한 한국 음식에 대한 긍정적 인식 확산에 기인한 것으로 보이며(김소영 등 1998), 음식의 맛은 외식소비자의 행태 관련 조사에서 가장 중요한 선택기준 변수인 것으로 알려져 있다는 연구결과와도 관련이 있는 것으로 여겨진다(조문수 등 2006).

#### 5. 비빔밥의 시식 동기

〈Fig. 4〉는 비빔밥의 시식 경험이 있는 조사 대상자의 비빔밥 시식 동기에 대한 결과이다. 조사 대상자의 51.7%가 자국민의 소개로 비빔밥을 먹어보게 되었다고 응답하였으며, 33.5%가 ‘한국 드라마 등의 대중매체를 통해서’, 6.4%가 ‘한국인의 소개로’ 4.4%가 ‘한국 방문 경험으로’ 먹어보게 되었다고 하였다. 이는 김 등(2004)의 외래

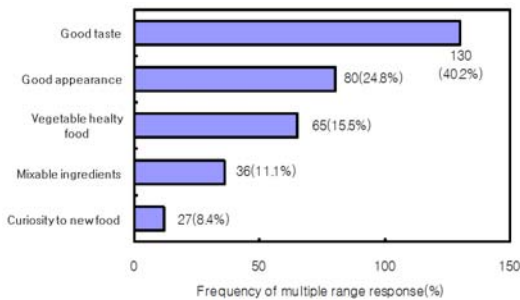


<Fig. 4> Motives to Taste Bibimbap.

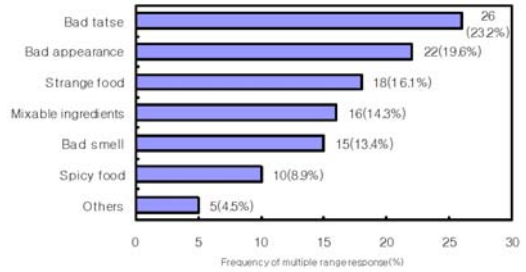
관광객과 주한 외국인의 한국 음식에 대한 인식 연구에서 한국 음식의 경험 계기가 ‘친구나 친지의 소개’에 의한 것이 가장 높은 비율을 나타낸 것과 같은 결과로써, 비빔밥의 홍보 및 섭취 증대를 위해서는 시식 경험자의 구전을 통한 홍보뿐만 아니라, 한국 음식 홍보를 위한 다양한 경로가 요구된다.

6. 비빔밥을 좋아하는 이유, 싫어하는 이유

비빔밥을 좋아한다고 응답한 조사 대상자(217명)의 비빔밥을 좋아하는 이유에 대한 결과는 <Fig. 5>에 나타난 바와 같다. 조사 대상자의 40.2%는 ‘맛이 좋아서’라고 응답하였으며, 그 다음이 ‘외관이 보기 좋아서’(24.8%), ‘채소 위주의 건강식이므로’(20.2%), ‘여러 재료를 섞어서 먹는 것이 좋아서’(11.1%), ‘새로운 음식에 대한 호기심으로’(3.7%)의 순으로 나타나, 이는 비빔밥의



<Fig. 5> Reasons to Prefer Bibimbap.



<Fig. 6> Reasons to dislike Bibimbap.

기호 측면에서의 우수성을 확인할 수 있는 것이라 사료된다. 한편, 비빔밥을 싫어한다고 응답한 82명의 조사 대상자의 비빔밥을 싫어하는 이유 (Fig. 6)에 대하여는 23.2%가 맛이 없어서 싫어한다고 하였으며, 19.6%가 ‘외관이 보기 싫어서’, 16.1%가 ‘생소해서’, 14.3%가 ‘여러 재료를 섞어 먹는 것이 싫어서’, 13.4%가 ‘음식 냄새가 싫어서’, 8.9%가 ‘매워서’ 싫어한다고 응답하였다. 기타 응답으로는 ‘특별한 이유 없이’, ‘씹히는 질감이 싫어서’ 등이 있었다.

이상의 결과를 종합해 보면, 좋아하는 이유와 싫어하는 이유에 ‘맛’과 ‘외관’이 모두 높은 비율을 차지하였으므로 중국인의 비빔밥 섭취를 증대시키고 중국내에서 비빔밥을 하나의 음식문화로 정착시키기 위해서는 중국인의 ‘맛’과 ‘외관’에 대한 기호 요소를 면밀히 파악하고 그 외의 비빔밥을 좋아하는 이유 요인과 싫어하는 이유 요인을 고려하여 중국인의 대다수가 좋아 할 수 있는 비빔밥의 표준 레시피가 개발되어야 할 것으로 판단된다.

7. 성별, 한국 방문 경험에 따른 비빔밥의 인식

성별에 따른 비빔밥의 인식의 차이에서는 ‘영양적으로 우수한 건강음식이다’( $p<0.01$ ), ‘먹는 방법이 재미있는 음식이다’( $p<0.05$ ), ‘다이어트 음식이다’( $p<0.05$ ), ‘기름기가 없어 금방 배가 고프다’( $p<0.05$ ) 등의 네가지 항목에서 유의적인 차이가 나타났다. 남자가 여자보다 비빔밥을 건강음식, 먹는 방법이 재미있는 음식으로 인식하는 정도가 높았으며, 여자는 남자에 비해 비빔밥을 ‘다

〈Table 4〉 Different Cognitions about Bibimbap on the Variation of Gender and Korea Visit Experience

Item	Total	Gender			Have visited Korea		
		Male	Female	t-value	Yes	No	t-value
Healthy food	3.97±0.81	3.87±0.84	4.12±0.75	-2.68**	3.80±0.41	3.99±0.84	-1.97
Interesting eating method	3.62±0.88	3.53±0.98	3.74±0.72	-2.19*	3.32±0.80	3.65±0.89	-1.77
Diet food	3.01±0.95	2.90±0.93	3.15±0.96	-2.26*	2.64±0.70	3.04±0.96	-2.04*
Very expensive	3.00±0.99	2.98±1.00	3.02±1.00	-0.28	2.76±0.78	3.02±1.01	-1.24
Good taste	3.78±1.04	3.77±1.02	3.80±1.07	-0.25	3.96±0.73	3.76±1.06	1.23
Good appearance	3.61±0.95	3.65±0.92	3.55±0.99	0.97	3.52±0.77	3.62±0.97	-0.49
Good odor	3.05±0.91	3.05±0.92	3.05±0.90	0.54	2.96±0.84	3.06±0.91	-0.52
Lack of fat (easy to be hungry)	2.99±0.83	3.08±0.85	2.88±0.80	2.01*	3.12±0.73	2.98±0.84	0.80
Plain and simple food	2.78±0.91	2.73±0.94	2.84±0.86	-0.99	2.88±0.67	2.77±0.92	0.79
Very hot	2.63±0.97	2.71±1.07	2.52±0.80	1.70	2.76±0.93	2.62±0.97	0.71
Bad smell	2.64±1.05	2.62±1.06	2.66±1.04	-0.36	2.56±0.71	2.65±2.07	-0.55

\* Mean±SD(\*p<0.05, \*\*p<0.01).

이러트 음식’, ‘기름기가 없어 금방 배가 고픈 음식’으로 인식하는 정도가 높았다(Table 4).

한국 방문 경험에 따른 비빔밥의 인식 차이는 ‘다이어트 음식이다’라는 한 가지 항목에서 유의적인 차이가 나타났다(p<0.05). 한국 방문 경험에 따른 비빔밥의 인식은 ‘맛있는 음식이다’, ‘기름기가 없어 금방 배가 곱다’, ‘담백한 음식이다’, ‘맛이 있으나 지나치게 맵다’의 항목을 제외한 나머지 항목에서 한국 방문 경험이 없는 조사 대상자가 조금 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났으나, 유의한 차이는 나타나지 않았다(Table 4).

### 8. 한국 음식 시식 경험, 한국 음식 기호 여부에 따른 비빔밥의 인식

한국 음식 시식 경험, 기호 여부에 따른 비빔밥의 인식에 대한 결과는 〈Table 5〉에 나타낸 바와 같다.

한국 음식 시식 경험에 따른 비빔밥의 인식 차이는 ‘맛있는 음식이다’(p<0.01), ‘외식 메뉴로 좋은 음식이다’(p<0.05), ‘담백한 음식이다’(p<0.05) 등의 항목에서 유의한 차이를 나타내었다. ‘맛있는 음식이다’, ‘외식 메뉴로 좋은 음식이다’ 항목

에서는 한국 음식의 시식 경험이 있는 경우가 한국 음식 시식 경험이 없는 경우보다 인식 정도가 높았으며, 한국 음식 시식 경험이 없는 조사 대상자가 ‘냄새가 좋지 않다’와 ‘맛이 있으나 지나치게 맵다’ 항목에서 한국 음식 시식 경험이 있는 경우보다 더 높은 인식 정도를 나타내어 한국 음식을 먹어본 사람들이 비빔밥에 대해 더 긍정적으로 인식하고 있었으며, 한국 음식을 먹어 보지 못한 사람이 비빔밥은 냄새가 좋지 않고 맵다고 인식하고 있는 것을 알 수 있었다. 이러한 비빔밥에 대한 부정적인 인식은 한국 음식이 맵고 좋지 않은 냄새가 날 것이라는 선입견 때문인 것으로 보여진다.

한국 음식 기호 여부에 따른 비빔밥의 인식 차이에서는 한국 음식을 좋아한다고 응답한 집단이 비빔밥을 ‘영양적으로 우수한 건강음식이다’(p<0.001), ‘먹는 방법이 재미있는 음식이다’(p<0.01), ‘맛있는 음식이다’(p<0.001), ‘외식 메뉴로 좋은 음식이다’(p<0.001)로 인식하는 정도가 높았으며, 한국 음식을 좋아 하지 않는다고 응답한 집단이 ‘맛이 있으나 지나치게 맵다’(p<0.01)고 인식하는 정도가 높게 나타났다. 이러한 결과는 한국 음식을

〈Table 5〉 Different Cognitions about Bibimbap on the Variation of Taste Experience of Korean Food and Preference of Korean Food

Item	Total	Taste Experience			Preference		
		Yes	No	t-value	Like	Dislike	t-value
Healthy food	3.97±0.81	3.99±0.78	3.86±1.02	0.72	4.13±0.72	3.53±0.89	5.32***
Interesting eating method	3.62±0.88	3.62±0.89	3.64±0.87	-0.15	3.72±0.84	3.33±0.96	3.37**
Diet food	3.01±0.95	3.00±0.95	3.06±0.95	-0.33	3.04±0.98	2.91±0.84	1.10
Very expensive	3.00±0.99	2.98±0.99	3.14±1.10	-0.91	2.97±1.03	3.07±0.90	-0.70
Good taste	3.78±1.04	3.84±1.03	3.33±1.04	2.78**	3.99±0.96	3.16±1.01	6.44***
Good appearance	3.61±0.95	3.65±0.95	3.31±0.92	2.05*	3.79±0.90	3.08±0.91	5.94***
Good odor	3.05±0.91	3.04±0.88	3.11±1.06	-0.37	3.09±0.89	2.92±0.94	1.44
Lack of fat (easy to be hungry)	2.99±0.83	2.97±0.82	3.17±0.85	-1.34	2.98±0.84	3.04±0.81	-0.56
Plain and simple food	2.78±0.91	2.74±0.99	3.06±0.96	-1.99*	2.76±0.90	2.83±0.93	-0.59
Very hot	2.63±0.97	2.60±0.94	2.86±1.15	-1.54	2.52±0.87	2.96±1.15	2.96**
Bad smell	2.64±1.05	2.60±1.03	2.94±1.12	-1.88	2.58±1.07	2.80±0.97	-1.59

\* Mean±SD(\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ ).

싫어하는 이유(Fig. 2)와 비슷한 결과로써, 비빔밥뿐만 아니라 한국 음식에 대한 인식을 개선하는 것이 비빔밥의 섭취를 늘릴 수 있는 방법이라 할 수 있겠다.

#### 9. 비빔밥의 인지 여부, 시식 경험, 기호 여부에 따른 비빔밥의 인식

비빔밥의 인지 여부에 따른 비빔밥의 인식 차이는 〈Table 6〉에서 나타난 바와 같이 ‘맛있는 음식이다’( $p<0.01$ ), ‘외식 메뉴로 좋은 음식이다’( $p<0.05$ ), ‘담백한 음식이다’( $p<0.01$ ), ‘맛이 있으나 지나치게 맵다’( $p<0.01$ ), ‘냄새가 좋지 않다’( $p<0.01$ ) 등 5개 항목에서 유의한 차이를 나타내었다. 비빔밥을 알고 있는 조사 대상자들은 ‘맛

〈Table 6〉 Different Recognitions, Taste Experience and Preference of Bibimbap

Item	Total	Recognition of Bibimbap			Taste Experience of Bibimbap			Preference of Bibimbap		
		Yes	No	t-value	Yes	No	t-value	Like	Dislike	t-value
Healthy food	3.97±0.81	4.01±0.78	3.65±1.02	1.94	4.04±0.75	3.60±1.01	2.88**	4.21±0.68	3.34±0.79	9.43***
Interesting eating method	3.62±0.88	3.63±0.87	3.55±0.96	0.47	3.64±0.86	3.52±0.99	0.84	3.84±0.76	3.04±0.92	7.65***
Diet food	3.01±0.95	2.99±0.96	3.16±0.82	-0.96	3.00±0.97	3.04±0.80	-0.28	3.11±0.99	2.73±0.77	3.14**
Very expensive	3.00±0.99	2.97±1.01	3.19±0.87	-1.16	2.97±1.01	3.15±0.92	-1.13	3.01±1.05	2.95±0.86	0.48
Good taste	3.78±1.04	3.84±1.02	3.29±1.10	2.80**	3.86±1.01	3.38±1.12	2.98**	4.09±0.91	2.95±0.90	9.71***
Good appearance	3.61±0.95	3.65±0.95	3.29±0.90	1.98*	3.66±0.95	3.35±0.91	2.03*	3.84±0.87	2.99±0.87	7.57***
Good odor	3.05±0.91	3.06±0.89	2.97±1.05	0.54	3.05±0.89	3.04±1.01	0.07	3.13±0.88	2.83±0.94	2.62**
Lack of fat (easy to be hungry)	2.99±0.83	2.97±0.82	3.23±0.85	-1.66	2.96±0.83	3.17±0.81	-1.59	3.06±0.83	2.82±0.79	2.28*
Plain and simple food	2.78±0.91	2.72±0.88	3.23±0.99	-2.96**	2.72±0.90	3.06±0.86	-2.41*	2.83±0.93	2.62±0.83	1.81
Very hot	2.63±0.97	2.57±0.93	3.13±1.11	-3.09**	2.56±0.95	3.00±0.99	-2.95**	2.60±0.94	2.71±1.04	-0.86
Bad smell	2.64±1.05	2.58±1.03	3.13±1.19	-2.78**	2.57±1.03	3.02±1.10	-2.79**	2.65±1.10	2.61±0.86	0.33

\* Mean±SD(\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ ).



있는 음식이다’, ‘외식 메뉴로 좋은 음식이다’ 항목에서 더 높은 인식도를 보였고, 비빔밥을 알지 못하는 조사 대상자들은 ‘담백한 음식이다’, ‘맛이 있으나 지나치게 맵다’, ‘냄새가 좋지 않다’ 항목에서 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

비빔밥의 시식 경험에 따른 비빔밥의 인식 차이는 ‘영양적으로 우수한 건강식품이다’(p<0.01), ‘맛있는 음식이다’(p<0.01), ‘외식 메뉴로 좋은 음식이다’(p<0.05), ‘담백한 음식이다’(p<0.05), ‘맛이 있으나 지나치게 맵다’(p<0.01), ‘냄새가 좋지 않다’(p<0.01) 등 6개 항목에서 유의한 차이가 나타났다. 비빔밥을 먹어본 경험이 있는 조사 대상자들은 ‘건강식이다’, ‘맛있는 음식이다’, ‘외식 메뉴로 좋은 음식이다’ 항목에서 더 높은 인식도를 보였고, 비빔밥을 먹어본 경험이 없는 조사 대상자들은 ‘담백한 음식이다’, ‘맛이 있으나 지나치게 맵다’, ‘냄새가 좋지 않다’ 항목에서 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이것은 앞의 비빔밥 인지 여부에 따른 인식 차이 결과와 비슷한 것으로 비빔밥을 알거나 먹어본 경험이 있는 조사 대상자의 경우, 그렇지 않은 조사 대상자보다 비빔밥이 건강식이고 맛있으며 외식 메뉴로

좋은 음식으로 인식하고 있었다. 비빔밥을 모르거나 먹어본 경험이 없는 조사 대상자의 경우 그렇지 않은 조사 대상자보다 담백하고 맛이 있으나 맵고 냄새가 좋지 않다고 인식하고 있었다. 이러한 결과는 비빔밥을 알지 못하거나 먹어본 적이 없는 경우 비슷한 선입관이나 편견을 가지고 있는 것 때문이라고 생각할 수 있다.

비빔밥 기호 여부에 따른 비빔밥의 인식 차이에서는 ‘영양적으로 우수한 건강식품이다’(p<0.001), ‘먹는 방법이 재미있는 음식이다’(p<0.001), ‘다이어트 식품이다’(p<0.01), ‘맛있는 음식이다’(p<0.001), ‘외식 메뉴로 좋은 음식이다’(p<0.001), ‘별미음식으로 좋은 음식이다’(p<0.01), ‘기름기가 없어 금방 배가 고프다’(p<0.05) 등의 항목에서 유의한 차이가 나타났다.

10. 비빔밥의 개선점 및 개선 후 섭취 의향

〈Table 7〉은 조사 대상자가 생각하는 비빔밥의 개선점 및 개선 후의 섭취 의향에 대한 문항에 대한 결과이다. 비빔밥의 개선점으로는 ‘재료의 다양화’(27.9%), ‘적극적인 홍보’(22.8%), ‘비빔 소스의 다양화’(18.0%)가 높은 분포를 나타내었으

〈Table 7〉 Improvement Point of Bibimbap and Intake Intention after Its Improvement

Item		Frequency (%)
Improvement point of Bibimbap	Reducing hot taste	56( 13.6)
	Diversifying ingredients	115( 27.9)
	Improving insanitary environments	26( 6.3)
	More positive promotion	94( 22.8)
	Diversifying sauces	74( 18.0)
	Standardizing recipes	39( 9.5)
	Others	8( 1.9)
Total		412(100.0) <sup>1)</sup>
Intake intention after improvement	Will certainly intake	55( 18.4)
	Will intake	158( 52.8)
	May intake	74( 24.7)
	Will not intake	10( 3.3)
	Will certainly not intake	2( 0.7)
Total		299(100.0)

<sup>1)</sup> Multiple response analysis(%).

며, 기타 응답으로는 ‘마늘 냄새의 제거’, ‘음식 모양 개선’ 등이 있었다.

이상의 결과는 비빔밥을 널리 알리고 보급함에 있어 메뉴 구성의 다양화가 부족하다는 것을 보여주는 것이며, 비빔밥을 세계화하기 위해서는 우리 입맛에 맞는 고유의 방식과 재료를 고집하기보다는 세계 각국민의 입맛과 기호에 따라 재료 및 비빔 소스를 다양화시키는 것이 필요하다는 것을 알 수 있는 것이었다.

이와 관련하여 서윤정(2005)은 방한 일본 관광객 대상으로 한국전통음식의 개선점을 조사한 결과, 위생적인 면을 가장 개선해야 한다고 응답하였고 그 다음으로 맛, 모양과 색, 포장 상태 등을 개선점으로 꼽았다.

개선점 보완 후의 섭취 의향에 관한 문항에서는 70% 이상의 중국 심양지역 대학생이 개선점의 보완 후에는 비빔밥을 먹을 것이라고 하였다. 이상의 결과와 <Fig. 4>에서 비빔밥을 좋아하는 이유 중 가장 많은 응답이 ‘맛이 좋아서’인 것을 종합해 볼 때, 위의 개선점에 대한 요구도와 비빔밥에 대한 기대가 그만큼 높다는 것을 확인할 수 있었다.

#### IV. 요약 및 결론

본 연구는 중국 심양지역 대학생을 대상으로 한국 음식 및 비빔밥에 대한 인식 및 기호도를 조사하였다.

1. 조사 대상자의 대부분은 한국 방문 경험이 없는 것으로 나타났으며, 조사 대상자의 55.8%가 한국 음식에 대하여 ‘관심이 많다’고 응답하였다. 또한, 조사 대상자의 88.0%가 ‘한국 음식의 시식 경험이 있다’고 응답하여 대부분이 한국 방문 경험이 없음에도 한국 음식의 시식 경험은 있었음을 알 수 있었다.
2. 한국 음식 중 불고기의 섭취 경험도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음이 비빔밥, 김밥, 냉면, 된장찌개의 순이었으며, 전체 조

사 대상자의 74.6%는 한국 음식을 ‘좋아한다’고 하였고, 25.4%가 ‘싫어한다’고 응답하였다. 한국 음식을 좋아하는 이유에 대하여는 ‘맛이 좋아서’의 응답비율이 가장 높았으며, 한국 음식을 싫어하는 이유로는 ‘맛이 없어서’가 23.1%로 가장 많았다. 또한, 비빔밥 섭취 유경험자의 대부분은 자국민(중국인)의 소개로 먹게 되었다고 하였으며, 비빔밥을 좋아하는 이유로는 ‘맛이 좋아서’의 응답비율이 높았다.

3. 비빔밥에 대한 인식으로는 남자가 여자보다 비빔밥을 건강음식으로, 먹는 방법이 재미있는 음식으로 인식하는 정도가 높았으며, 여자는 비빔밥이 기름기가 없어 금방 배가 고파지는 음식으로 인식하는 정도가 높았다. 한국 음식 시식 경험과 기호 여부, 비빔밥의 인지 여부, 비빔밥의 시식 경험에 따라서는 대체적으로 한국 음식을 먹어본 사람과 한국 음식을 좋아하는 사람, 비빔밥을 알고 있고 비빔밥을 시식한 경험이 있는 사람이 비빔밥에 대해 보다 긍정적으로 인식하고 있었다.
4. 비빔밥의 개선점으로는 ‘재료의 다양화’(27.8%)의 응답비율이 가장 높았으며, 개선점 보완 후의 섭취 의향에는 70% 이상의 중국 심양지역 대학생이 ‘먹을 것’이라고 하였다.

국내 외식산업은 최근 한류를 타고 중국을 제 2의 내수시장으로 만들겠다는 목표로 중국으로 진출하고 있으나 한국 음식의 중국 현지화에 대한 노력 부족으로 성공사례는 많지 않은 실정이다(이정희 2007). 이러한 시점에서 중국에 거주하는 대학생을 대상으로 실시한 한국 음식의 인식과 기호도에 대한 본 연구는 한국 음식의 중국시장에서의 정착을 위한 방안의 기초적인 자료로서 의미가 있을 것이다. 본 연구의 조사 대상자 대부분이 한국 음식을 좋아하는 것으로 나타났고, 비빔밥이 건강식, 맛있는 음식, 재미있는 음식이라는 인식이 높은 연구 결과를 보아, 한국 음식 및 비빔밥의 중국시장 전망은 밝은 것으로 판단된

다. 그러므로 중국시장에서의 한국 음식의 정착을 위해서는 한국 음식 및 비빔밥의 영양적인 우수성을 지속적으로 홍보하여야 하며, 중국 소비자의 특성별 식(食)기호 요인을 체계적으로 파악하여 표적 시장에 맞는 메뉴 및 표준 레시피가 개발되어야 할 것이다. 또한, 미래 소비문화의 주역인 청년층의 한국 음식에 대한 인식 및 기호도를 높이기 위해서는 한국 유학생 단체가 한국 음식 홍보 사절단으로써의 역할을 담당할 수 있도록 한국 음식 소개 비디오 또는 홍보 책자 등을 지원해주는 등의 구체적인 홍보 전략이 마련되어야 할 것이며, 중국인이 비빔밥에 대한 정보를 쉽게 접할 수 있도록 정보의 주요 원천으로 꼽히는 인터넷을 통한 국내 외식 기업 및 정부 차원에서의 홍보가 필요할 것으로 판단된다.

본 연구는 심양이라는 제한된 조사 지역 설정으로 넓은 지역에 걸쳐 다양한 기호를 가진 중국인 전체로 일반화하기에 무리가 있다는 점과 조사 대상자가 대학생에 한정되어 있다는 점에서 한계가 있다. 따라서 지역별, 직업별, 연령별로 조사 대상을 세분화하여 조사가 이루어진다면 더 의미 있는 결과를 얻을 수 있을 것이라 판단된다. 또한 중국 청년층의 음식 선호재료에 대한 연구가 이루어지지 않아 한국 음식과 비빔밥이 앞으로 나아가야 할 방향과 현지화 방안 제시가 미흡했다고 생각된다. 이러한 한계점을 해결하기 위해서 향후 연구에서는 중국시장에서의 비빔밥 대중화를 위해 중국 청년층의 식품 선호도와 선호 재료를 파악하고 고려하여 한국 비빔밥의 정통성을 잃지 않으면서도 중국인의 정서와 기호에 맞도록 현지화시키는 노력이 필요하다. 나아가 한국 음식 및 비빔밥에 대한 일시적인 관심이 아니라, 중국인에게 한국 음식이 일상적인 음식문화로 자리 잡을 수 있도록 다각적인 방법으로 연구가 이루어져야 할 것이다.

### 한글초록

최근 현대인의 건강지향욕구는 끊임없는 건강

식의 추구를 유도하고 있다. 그러한 측면에서 한국음식은 사용되는 많은 식재료가 기름을 사용하지 않음에도 불구하고 여전히 다른 나라에서 건강식으로 인정받고 있지 않고 있는 실정이다. 본 연구는 중국심양지역에 거주하는 299명의 중국 학생을 대상으로 한국음식과 비빔밥에 대한 인식을 검토해보고자 한다. 연구결과에서 보면, 한국 음식을 싫어한다고 응답한 경우는 조사 대상자의 25.4%이고 비빔밥을 싫어한다고 응답한 경우는 27%였으며 한국음식을 싫어하는 이유는 '맛이 없어서', '외관이 나빠 보여서'인 것으로 나타났다. 그러므로 중국 식문화에 어울릴 수 있는 한국 음식을 만들고 비빔밥의 인기를 증가시키기 위해서는 중국인이 좋아하는 음식의 종류와 맛에 대해 알아야 하며 중국인이 좋아하고 싫어하는 것에 대한 이유에 대해 검토해서 중국인이 선호할 수 있는 비빔밥을 개발하여야 할 것으로 생각된다.

### 참고문헌

1. 강다원 (2003) : 한국 음식문화와 유럽음식문화의 비교에 따른 한식의 유럽 진출 방안. *한국조리학회지* 9(3):88-101.
2. 권석임 · 윤숙자 (2006) : 서울 거주 중국인의 한국전통음식에 대한 인지도와 기호도 조사. *한국식생활문화학회지* 21(1):17-30.
3. 고경일 · 설원식 (2008) : 한국전통음식의 중국 시장 진출전략 방안. *식품유통연구* 25(2):125-150.
4. 김선아 · 이민아 · 김은미 · 이승주 (2004) : 외래 관광객과 주한 외국인의 한국 음식 및 전통외식업체에 대한 인식 차이 비교분석. *한국식품조리과학회지* 20(6):619-629.
5. 김소영 (1997) : 한국 음식에 대한 일본 남녀 대학생의 인식 및 기호도 조사. 영남대학교, 7-27, 경산.
6. 김소영 · 한재숙 · 김정숙 · 김명선 · 大谷貴美子 ·

- 南出隆久 (1998) : 한국 음식에 대한 일본인의 인식 및 기호도 조사. *한국식품조리과학회지* 14(2):188-194.
7. 김재수 (2005) : 한국 음식의 국제화 방안. *한국식생활문화학회지* 20(5):499-507.
  8. 문화관광부 (2005) : 한식이 세계를 경영한다. 랜덤하우스, 20-28, 서울.
  9. 서운정 (2005) : 한국 전통음식에 대한 만족도 조사 연구-방한 일본 관광객을 대상으로-. 경주대학교, 51-57, 경주.
  10. 유경민 (2003) : 전통음식의 관광 식품화 방안에 관한 연구(전주비빔밥을 중심으로). 전주대학교, 6-57, 전주.
  11. 윤혜려 (2005) : 국내 체류 외국인들의 출신지역에 따른 한식에 대한 인지도 및 선호도 연구. *한국식생활문화학회지* 20(3):367-373.
  12. 이승민 (2005) : 비빔밥 섭취현황 및 기호도 조사. 숙명여자대학교, 2-4, 서울.
  13. 이동훈 · 고경일 · 설원식 (2007) : 재한 중국인의 한국 음식에 대한 지식 및 선호도가 귀국 후 구매의사에 미치는 영향. *한국식품유통학회지* 24(3):19-41.
  14. 이지한 (2002) : 한류(寒流) 현상과 한·중 문화교류. *중국연구* 30:499-513.
  15. 이연정 (2006) : 한류가 한국 음식에 대한 인식과 태도에 미치는 영향: 방한 일본인 관광객을 대상으로. *동아시아식생활문화학회지* 16(5): 2335-2355.
  16. 이연정 · 이수범 (2008) : 한식의 세계화전략이 국가이미지, 한국태도, 한국제품 구매의도에 미치는 영향 연구. *호텔경영학연구* 17(2): 117-135.
  17. 이경진 · 조미숙 (2008) : 『뉴욕타임즈』의 한국 음식점 리뷰기사 분석: 1980~2005년 기사를 중심으로. *외식경영연구* 11(1):281-306.
  18. 이정희 (2007) : 전통외식의 세계화전략. *농정연구* 23:110-148.
  19. 장승진 (2006) : 우리 외식산업의 세계화를 위한 정책방향 : 우리 음식 해외 진출 확대 위해 지원. *식품저널* 108:47-48.
  20. 진동매 · 서영희 (2006) : 한·중 양국 소비문화 비교연구, 대학생들의 소비 관련 생활방식 특성을 중심으로. *중국학* 27:491-514.
  21. 정인서 (2008) : 중국관광객의 관광행동 변화와 내국인의 중국관광객 행동기대에 관한 연구. *한국경제학회 공동학술대회*, 1-22.
  22. 조문수 · 이성은 · 김용이 (2006) : 대학생의 다국적 음식에 따른 포지셔닝 분석: 한국, 일본, 중국, 프랑스, 이탈리아 음식을 대상으로. *관광학 연구* 30(5):115-132.
  23. 조영신 (2006) : 한국 문화상품이 방한 잠재 홍콩 관광객들에 미치는 영향에 관한 연구. 세종대학교, 2-23, 서울.
  24. 조후종 (2001) : 조후종의 우리음식이야기. 한림출판사, 152-217, 서울.
  25. 진혜란 (2007) : 중국인의 한국 음식에 대한 인식 비교 연구 -북경과 상해 거주 한족을 중심으로-. 세종대학교, 7-20, 서울.
  26. 차복경 (1997) : 채식을 하는 비구니 스님의 영양 섭취 실태 및 심혈관 질환 관련 인자에 관한 연구. 효성가톨릭대학교, 247-286, 경북.
  27. 한현숙 (2002) : 외국인을 위한 비빔밥 개발. 숙명여자대학교, 1-17, 서울.
  28. 한국관광공사 (2007) : 2007 외래 관광객 실태 조사 3분기 보고서, 63-65.

---

2008년 11월 18일 접수

2008년 12월 11일 1차 논문수정

2008년 12월 25일 2차 논문수정

2009년 1월 4일 3차 논문수정

2009년 2월 4일 게재확정