

향토음식에 대한 의식 및 인지도에 관한 연구 - 경남 김해지역을 중심으로 -

박 경 태[¶]

가야대학교 호텔조리영양학과

A Study on the Perception and Awareness of Native Local Foods - Centering around *Gimhae*, Gyeongnam Province -

Kyong-Tae Park[¶]

Dept. of Hotel Culinary Arts & Nutrition, Kaya University[¶]

Abstract

This study aims to furnish the basic data in securing momentum for taking interest in inheriting and developing the native local foods in *Gimhae* by examining the perception and awareness of the native local foods among the local residents in *Gimhae*, Gyeongnam Province. As the results of this study, the definition of native local foods was surveyed as follows. Foods that have been handed down for generations by using local agricultural products as their ingredients; a local food restaurant was the most preferred place to eat native local foods; the most chosen reason why they should eat native local foods was 'good for health'; as for the necessity of inheriting and developing the native local foods, most of them agreed, and it was because they felt they should protect their food culture; and 'native local foods contests' were the best way to promote the native local foods. As the results of analyzing the awareness of 12 kinds of native local foods in *Gimhae*, there were significant differences in *Kongnamul-bab*, *MinmulJangeo-gui*, *Gajuk-jaban*, *Kongip-mulkimchi* by gender, in *Hobakogari-namul*, *Moomallaengi-jangachi*, *Kongip-mulgimchi* by ages, and in *Kongnamul-bab*, *Gajuk-jaban*, *Kongip-mulgimchi* by the residential districts. Accordingly, in order to inherit and develop the native local foods which are the precious cultural assets in *Gimhae*, there should be continued opportunities and interest to promote them through the local festivals and events along with publicity activities for the native local foods.

Key words: Perception, Awareness, Native Local Foods, *Gimhae*, Inheriting, Developing

I. 서 론

최근 세계화 추이에 따른 향토음식이 관광 상품화로 급부상하고 있으며, 이러한 시대적 추이에 편승하여 천연, 건강, 기능의 시대적 외식 선호는 향토음식에 대한 관심 고조와 관광 상품화로

서 가치가 부상하고 있는 실정이다(Son YJ 2005). 우리나라 각 지역의 지방자치단체는 지역경제 활성화를 위해서 지역의 독특한 문화를 관광자원화하기 위해 노력하고 있다. 이러한 지역의 독특한 문화 중에서 우리의 일상생활과 가장 밀접한 관계를 형성하고 있는 것이 음식문화이다.

음식문화는 지방문화 발전의 척도가 될 수 있으며 이러한 것은 지역의 경쟁력을 높이는데 중요한 자원으로 인식 될 수 있다. 지역경쟁력은 국가 경쟁력으로 이루어질 수 있으며 특히, 음식문화는 자국의 문화를 세계화 시키는데 선도적인 역할을 한다(Ko BS · Kang SW 2004).

우리나라는 각 지방마다 특색 있는 향토음식이 존재하고 있다(Kwon SJ · Lee JH 2004).

향토음식은 한 지방에서 독특하게 개발되어온 음식으로서 그 지방이 겪어 온 정치, 경제, 사회, 문화 변천의 영향을 받으면서 이루어진 것이므로 그 지방이 갖는 기후, 지세 등 자연 배경에 순응하면서 각기 다른 지방의 것과는 비할 수 없는 특징을 지닌다(Joung KH · Shin SM 2006). 향토음식은 각 지역의 생활환경을 반영하면서 자연발생적으로 이루어진 가정요리가 발달된 것으로 소박한 맛을 지니고 있다고 할 수 있다(Lee YJ · Choi SK 2004). 또한 향토음식은 지역을 알리고 지역주민들의 귀속감을 향상시키며 지역산물의 소비를 촉진 시키는데 중요한 역할을 하며 향토음식을 통한 관광 상품의 개발은 지역경제를 활성화 하는데 크게 기여(Min SH et al. 2005) 할 수 있기 때문에 지역주민들의 소중한 자원으로 이용할 가치가 있다(Min YH · Park GS 2010).

최근에는 향토음식을 하나의 산업으로 인식하여 지방화 시대에 지방의 전략 산업으로 집중 육성하고자 하는 노력이 지자체마다 열성적으로 뛰어들고 있는 실정이며(Kim KJ 2010), 특히 전통 향토음식은 21세기 지식 정보 기반사회에서 환경친화적인 삶을 영위하도록 하며, 그 지역의 전통 문화를 잘 나타내주는 것으로 전승의 가치가 있으며 확대 발전시켜야 할 필요성이 있다(Lee S H · Park YB 2002).

지금까지 경상남도 향토음식에 대한 선행연구로 부산(Park KT · Baek JO 2008 ; Baek JO 2009), 경상도(Lee YJ 2006), 하동(박성수 2004)등 경상남도 전반에 대한 연구가 이루어졌으나 김해지역에 국한한 연구는 없는 실정이다. 김해시 문화관

광부에 의하면 2010년 11월 현재 인구 50만 명이 넘는 도시로(김해시청 문화관광 2010) 년 평균 관광객의 수가 463만 명이 이르는 도시이나 향토음식에 대한 발굴 및 개발이 전혀 되지 않은 상태이다.

따라서 본 연구는 경남농촌진흥원에서 발행한 경남향토음식 책자에서 발췌한 12종류의 향토음식을 대상으로 김해지역의 축제인 진영단감제와 2010년 가야 음식개발경연대회를 통해 지역민의 향토음식에 대한 의식 및 향토음식에 대한 인지도를 파악하여 김해지역의 향토음식을 발전시키고 이를 통해 지역 경제 활성화 및 식문화 이미지 향상에 이바지 하고자 기초자료를 제공하고자 한다

II. 이론적 배경

1. 김해시의 지리적 특성

김해시는 경상남도의 동남부에 위치하고 있으며 2010년 11월 현재 인구 50만이 넘는 도시로 북쪽으로는 소백산맥의 산지가 기복하여 평지가 적은 산지로서 양산시와 밀양시가 접해 있으며 남쪽과 동쪽으로는 낙동강의 본 지류에 따라 넓게 김해평야를 이루면서 부산광역시와 경계를 이루고 있고 서쪽으로는 불모산과 굴암산 등이 병풍처럼 펼쳐져 창원시와 접하고 있다. 시가지를 중심으로 동서로 남해고속도로가 있으며 서북으로 경전선이 뻗어 있고 김해국제공항이 인접해 있어 교통이 두루 갖추어진 곳이며 가락국의 시조인 수로왕릉이 시가지 중심에 있고 구지봉과 가야시대의 고분군이 널리 분포되어 있다(김해시 통계 연보 2009).

2. 김해시의 농수산물과 특산물

김해시의 주요작물로는 딸기, 참외, 토마토, 가지, 부추, 파프리카, 단감, 복숭아, 포도, 매실, 키워, 산딸기, 장군차등이 있다(김해 농업기술센터 2010). 지역축제로는 가야문화축제, 김해분청도자기축제, 진영단감축제, 김해예술제, 연지축제 등이 있다(김해시 문화관광 2010).

3. 김해시의 향토음식

향토음식이란 전통음식보다는 협의의 개념으로서 고래(古來)로부터 전해져오는 고유한 역사적 배경과 문화적 특징을 가지며(박성수 2004) 그 지역의 자연환경과 사회적, 역사적 환경에 영향을 받고 정착된 그 지역의 고유한 토착음식을 말하는 것으로 그 지역에서 산출되는 식재료를 그 지역의 조리법으로 조리하여 옛 부터 현재까지 그 지역 사람들이 먹고 있는 그 지역만의 특유한 음식이라 할 수 있다.(Lee YJ · Choi SK 2004, Lee SH · Park YB 2002, Shin AS 2000). 그러므로 그 고장이 아니면 만들어질 수 없는 특미를 가지므로 향토문화의 격조를 대변할 수 있다(Kwon SJ · Lee JH 2004).

경상도는 남해와 동해에 좋은 어장을 가지고 있어 수산물 및 민물 수산물이 풍부하며 낙동강 주위의 기름진 농토에서 농산물이 생산된다(정낙원 · 차경희 2007). 또한 산간지방은 나무열매로 만든 묵이나 떡 그리고 산채를 즐겨먹었다.

김해시의 향토음식으로는 콩나물 밥, 무밥, 숙은 배추겉절이, 호박오가리나물, 가죽나물, 콩나물장조림, 무말랭이장아찌, 수삼닭튀김, 가죽자반, 민물장어구이, 박김치, 콩잎물김치 등 김해지역의 특색 있는 향토음식이 있음에도 불구하고 이에 대한 연구가 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서 경남농촌진흥원에서 발행한 경남향토음식 책자에서 발췌한 것으로 12종류의 향토음식을 대상으로 지역민의 향토음식에 대한 인식 및 향토음식에 대한 인지도를 파악 하고자 한다.

III. 연구방법

1. 조사 설계

본 연구는 경남 김해 지역 주민의 향토음식에 대한 인식 및 인지도를 조사하기 위해 2010년 가야음식개발 경연대회, 김해 진영단감제의 방문객 및 참가자를 본 연구의 조사대상자로 설정 하였

다. 조사는 2010년 11월 05일부터 11월 07일에 걸쳐 총 500부의 설문지를 배포하였고, 회수된 설문지는 470부로 회수율은 94%였으며, 이중 불성실하거나 누락된 항목이 있는 설문지를 제외한 430 부만을 통계 처리하였다.

2. 설문지 구성

본 연구에서 사용한 설문지는 선행연구(경상남도농촌진흥원 1994; Han KH · Choi MS 2001; Choo JJ 2007; Baek JO 2009; Min YH · Park GS 2010;)를 통해 추출하였으며 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였다. 설문지는 크게 향토음식에 대한 의식과 인지도 그리고 인구통계학적특성으로 구성하였다. 각 부분별 문항을 살펴보면 향토음식의 의식에 관한 6문항과 김해지역의 향토음식인 콩나물 밥, 무밥, 숙은 배추겉절이, 호박오가리나물, 가죽나물, 콩나물장조림, 무말랭이장아찌, 수삼닭튀김, 가죽자반, 민물장어구이, 박김치, 콩잎물김치등에 향토음식에 대한인지도 12문항 그리고 인구통계학적 특성으로 성별, 연령, 직업, 교육, 소득 수준, 거주지역, 등의 총 6항으로 구성하였다.

3. 분석방법

본 연구를 수행하는데 있어서 회수된 자료 중 무성의한 반응을 보인 응답자는 통계처리에서 제외시켰다. 연구결과를 도출하기 위해 통계처리는 SPSS for WIN 12.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 빈도분석, 기술통계 분석, 교차분석, 평균차이 검증인 T-test, 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시하였다.

IV. 연구 분석 및 결과

1. 인구통계학적 특성

1) 연구대상자의 인구통계학적 특성

<Table 1 >은 연구대상자의 인구통계학적 특성에 대한 결과이다. 분석결과 성별은 남성이 246명

(57.2%), 여성 184명(42.8%)으로 남성이 높게 나타났다고, 연령은 50대가 110명(25.6%)으로 가장 많았고, 직업은 전업주부가 114명(26.5%)로 가장 높게 나타났다. 교육은 고졸이하가 216명(50.2%)으로 가장 높게 나타났으며 소득은 100만 원 이하가 176명(40.9%)으로 높게 나타났다.

거주지역은 김해지역이 274명(63.7%)으로 가장 높게 나타났다.

<Table 1> General characteristics of the subjects

Characteristics		N	%
Gender	Male	246	57.2
	Female	184	42.8
Age	10's	56	13.0
	20's	38	8.8
	30's	100	23.3
	40's	100	23.3
	50's	110	25.6
	60's	26	6.0
Occupation	Office job	64	14.9
	self-employed	40	9.3
	Professional	20	4.7
	Sales-service	18	4.2
	Housewife	114	26.5
	Government employee	22	5.1
	Education research	26	6.0
Education	Student	102	23.7
	Others	24	5.6
	High school	216	50.2
	College graduate	96	22.3
Monthly income (₩=10,000)	Graduate	96	22.3
	Graduate school	22	5.1
	Under 100	176	40.9
	101-200	78	18.1
	201-300	110	25.6
Residential districts	301-400	40	9.3
	Over 401	26	6.0
	Gimhae	274	63.7
	Gyeongnam	104	24.2
Total	Others	52	12.1
		430	100

2. 향토음식에 대한 의식

경남 김해 지역 향토음식에 대한 지역주민들의 의식을 알아보고, 조사대상자의 인구통계학적중 성별, 연령, 소득, 거주지역의 특성에 따라 차이가

있는지를 알아보기 위하여 교차분석을 실시한 결과이다.

1) 향토음식의 정의

향토음식의 정의에 대해 분석한 결과는 <Table 2>와 같다. 분석결과, '지역농산물을 재료로 이용하여 오랫동안 전해 내려온 음식이다'가 292명(67.9%), '지역 농산물을 재료로 한 음식이다'가 90명(20.9%), '한국전통음식이 향토음식이다'가 48명(11.2%)으로 나타나 향토음식에 대해 올바르게 알고 있는 것으로 나타났다. 통계분석결과 연령, 거주 지역에 따라서 유의한 차이를 나타냈다.($p<.01, p<.05$)

2) 향토음식을 먹어 본 장소

향토음식을 먹어 본 장소에 대해 분석한 결과는 <Table 3>과 같다. '향토음식 전문점' 162명(37.7%)으로 가장 높게 나타났고, '향토음식 축제' 122명(28.4%), '우리집' 80명(18.6%), '시내음식점' 66명(15.3%)순으로 답하였으며, 통계적으로 연령, 거주지역 따라 유의한 차이가 나타났다.($p<.01, p<.05$.)

Choo JJ(2007)의 연구에서 향토음식을 주로 어디서 먹느냐의 문항에서 '향토음식 취급전문점에서' (62.9%)로 응답하여 본 연구의 결과와 일치하였으므로, 향토음식 전문점이나 향토음식축제에서 향토음식을 먹는 것으로 생각된다.

3) 향토음식을 먹는 이유

향토음식을 먹는 이유에 대해 분석한 결과는 <Table 4>와 같다. '건강에 좋아서' 198명(46.0%)으로 가장 높게 나타났고 '지역농산물을 위해서' 100명(23.3%), '지역음식이므로', '맛이 있어서' 50(11.6%), '입맛에 맞아서' 32명(7.4%)순으로 나타났다. 통계적으로 연령 따라 유의한 차이가 나타났다.($p<.001$)

〈Table 2〉 The definition of native local foods

		Foods that have been handed down for generations by using local agricultural products as their ingredients	Foods using local agricultural products as their ingredients	All Korean traditional foods	χ^2 (p)
		N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	166(38.6)	50(11.6)	30(7.0)	.665
	Female	126(29.3)	40(9.3)	18(4.2)	
Age	10's	40(9.3)	8(1.9)	8(1.9)	26.179**
	20's	22(5.1)	14(1.9)	2(0.5)	
	30's	68(15.8)	16(3.7)	16(3.7)	
	40's	56(13.0)	30(7.0)	14(3.3)	
	50's	88(20.5)	16(3.7)	6(1.4)	
	60's	18(4.2)	6(1.4)	2(0.5)	
Monthly income (₩=10,000)	Under 100	130(30.2)	32(7.4)	14(3.3)	13.637
	101-200	46(10.7)	22(5.1)	10(2.3)	
	201-300	74(17.2)	18(4.2)	18(4.2)	
	301-400	26(6.0)	12(2.8)	2(0.5)	
	Over 401	16(3.7)	6(1.4)	4(0.9)	
Residential districts	Gimhae	192(44.7)	70(16.3)	30(7.0)	10.847*
	Gyeongnam	60(14.0)	20(4.7)	10(2.3)	
	Others	22(5.1)	14(3.3)	12(2.8)	
Total		292(67.9)	90(20.9)	48(11.2)	

*p<0.05 **p<0.01

〈Table 3〉 Places for having native local foods

		Home	Restaurants downtown	Native local food restaurants	Native local food festivals	χ^2 (p)
		N(%)	N(%)	N(%)		
Gender	Male	42(9.8)	34(7.9)	96(22.3)	74(17.2)	2.469
	Female	38(8.8)	32(7.4)	66(15.3)	48(11.2)	
Age	10's	16(3.7)	6(1.4)	14(3.3)	20(4.7)	31.003**
	20's	4(0.9)	0(0.0)	22(5.1)	12(2.8)	
	30's	16(3.7)	20(4.7)	40(9.3)	24(5.6)	
	40's	16(3.7)	10(2.3)	44(10.2)	30(7.0)	
	50's	22(5.1)	24(5.6)	34(7.9)	30(7.0)	
	60's	6(1.4)	6(1.4)	8(1.9)	6(1.4)	
Monthly income (₩=10,000)	Under 100	34(7.9)	22(5.1)	70(16.3)	50(11.6)	18.684
	101-200	22(5.1)	14(3.3)	18(4.2)	24(5.6)	
	201-300	14(3.3)	22(5.1)	46(10.7)	28(6.5)	
	301-400	4(0.9)	6(1.4)	16(3.7)	14(3.3)	
	Over 401	6(1.4)	2(0.5)	12(2.8)	6(1.4)	
Residential districts	Gimhae	54(12.6)	50(11.6)	94(21.9)	76(17.7)	14.776*
	Gyeongnam	12(2.8)	14(3.3)	44(10.2)	34(7.9)	
	Others	14(3.3)	2(0.5)	24(5.6)	12(2.8)	
Total		80(18.6)	66(15.3)	162(37.7)	122(28.4)	

*p<0.05 **p<0.01

<Table 4> The reason to eat native local foods

		Because they are delicious	Because they are good for our health	For the local agricultural products	Because they suit our taste	Because they are the local foods	$\chi^2(p)$
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	22(5.1)	118(27.4)	56(13.0)	16(3.7)	34(7.9)	7.142
	Female	28(6.5)	80(18.6)	44(10.2)	16(3.7)	16(3.7)	
Age	10's	8(1.9)	24(5.6)	6(1.4)	2(0.5)	16(3.7)	49.260 ***
	20's	2(0.5)	20(4.7)	8(1.9)	4(0.9)	4(0.9)	
	30's	12(2.8)	42(9.8)	32(7.4)	4(0.9)	10(2.3)	
	40's	12(2.8)	60(14.0)	14(3.3)	8(1.9)	6(1.4)	
	50's	14(3.3)	38(8.8)	36(8.4)	12(2.8)	10(2.3)	
	60's	2(0.5)	14(3.3)	4(0.9)	2(0.5)	4(0.9)	
Monthly income (₩=10,000)	Under 100	12(2.8)	84(19.5)	42(9.8)	12(2.8)	26(6.0)	22.927
	101-200	12(2.8)	38(8.8)	14(3.3)	8(1.9)	6(1.4)	
	201-300	16(3.7)	48(11.2)	32(7.4)	4(0.9)	10(2.3)	
	301-400	8(1.9)	14(3.3)	8(1.9)	6(1.4)	4(0.9)	
	Over 401	2(0.5)	14(3.3)	4(0.9)	2(0.5)	4(0.9)	
Residential districts	Gimhae	28(6.5)	130(30.2)	64(14.9)	22(5.1)	30(7.0)	4.834
	Gyeongnam	14(3.3)	46(10.7)	22(5.1)	6(1.4)	16(3.7)	
	Others	8(1.9)	22(5.1)	14(3.3)	4(0.9)	4(0.9)	
Total		50(11.6)	198(46.0)	100(23.3)	32(7.4)	50(11.6)	

*** p<0.001

4) 향토음식에 대한 계승, 발전의 필요성
향토음식에 대한 계승, 발전의 필요성에 대해 분석한 결과는 <Table 5>와 같다. '계승 발전시켜

야 한다' 406명(94.4%)으로 높게 나타났으며, '계승 발전시킬 필요가 없다' 20명(4.7%), '관심 없다' 4명(0.9%)으로 나타났다. 연구결과 지역민은

<Table 5> The necessity to inherit and develop the native local foods

		Reason to succeed and develop them	No reason to succeed and develop them	Have no interest	$\chi^2(p)$
		N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	234(54.4)	8(1.9)	4(0.9)	5.442
	Female	172(40.0)	12(2.8)	-(-)	
Age	10's	56(13.0)	-(-)	-(-)	12.801
	20's	38(8.8)	-(-)	-(-)	
	30's	94(21.9)	6(1.4)	-(-)	
	40's	92(21.4)	6(1.4)	2(0.5)	
	50's	100(23.3)	8(1.9)	2(0.5)	
	60's	26(6.0)	-(-)	-(-)	
Monthly income (₩=10,000)	Under 100	168(39.1)	8(1.9)	-(-)	19.537*
	101-200	72(16.7)	2(0.5)	4(0.9)	
	201-300	104(24.2)	6(1.4)	-(-)	
	301-400	38(8.8)	2(0.5)	-(-)	
	Over 401	24(5.6)	2(0.5)	-(-)	
Residential districts	Gimhae	260(60.5)	12(2.8)	2(0.5)	6.265
	Gyeongnam	98(22.8)	6(1.4)	-(-)	
	Others	48(11.2)	2(0.5)	2(0.5)	
Total		406(94.4)	20(4.7)	4(0.9)	

* p<0.05

향토음식에 대한 계승 발전의 필요성을 인식하고 있는 것으로 생각된다. 통계적으로 소득에 따라서 유의한 차이가 나타났다($p<.05$).

는 이유에 대해 중요하게 인식하고 있는 결과라고 사료된다. 통계적으로 성별, 연령, 소득에 따라서 유의한 차이가 나타났다($p<.01, p<.05$).

5) 향토음식을 계승, 발전시켜야 하는 이유

향토음식을 계승, 발전시켜야 하는 이유에 대해 분석한 결과는 <Table 6>과 같다. '우리의 식문화를 지켜야 하므로' 148명(34.4%)으로 가장 높게 나타났고, '영양학적으로 우수하므로' 90명(20.9%), '우리고장을 알리기 위해서' 84명(19.5%), '맛이 익숙해져서' 46명(10.7%), '관광객 유치'순으로 나타났다. Min YH·Park GS(2010)의 연구에서 향토음식을 계승발전 시켜야 하는 이유로 '우리의 전통 식문화를 지켜야 한다'가 ($M=4.26$) 가장 높게 나타났으므로 각 지역의 중요한 문화자산인 향토음식을 계승 발전시켜야 하

6) 향토음식의 홍보방법

향토음식의 홍보방법 대해 분석한 결과는 <Table 7>과 같다. '향토요리대회' 196명(45.6%)으로 가장 높게 나타났고, '향토음식 시식회' 132명(30.7%), 'TV방송' 68명(15.8%), '교육' 18명(4.2%), '향토 음식점' 12명(2.8%), '팜플렛' 4명(0.9%)순으로 나타났다. 연구결과를 토대로 향토음식에 대한 관심과 계승 발전의 노력으로 지역에서 향토음식관련 요리대회 및 축제를 통해 향토음식에 대한 적극적인 홍보가 필요할 것으로 생각된다. 통계적으로 성별, 연령, 거주지역에 따라서 유의한 차이가 나타났다($p<.05$).

<Table 6> The reasons why local foods should be succeeded and developed

		For protecting our food culture	Familiar taste	Good nutrition	The local agricultural products used	To promote our region	Inducement of tourists	$\chi^2(p)$
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	94(21.9)	22(5.1)	38(8.8)	36(8.4)	54(12.6)	2(0.5)	16.576**
	Female	54(12.6)	24(5.6)	52(12.1)	20(4.7)	30(7.0)	4(0.9)	
Age	10's	20(4.7)	4(0.9)	14(3.3)	10(2.3)	6(1.4)	2(0.5)	49.628**
	20's	12(2.8)	4(0.9)	12(2.8)	2(0.5)	8(1.9)	-(-)	
	30's	30(7.0)	12(2.8)	24(5.6)	16(3.7)	18(4.2)	-(-)	
	40's	38(8.8)	12(2.8)	24(5.6)	10(2.3)	14(3.3)	2(0.5)	
	50's	30(7.0)	14(3.3)	14(3.3)	14(3.3)	36(8.4)	2(0.5)	
	60's	18(4.2)	-(-)	2(0.5)	4(0.9)	2(0.5)	-(-)	
Monthly income (₩=10,000)	Under 100	64(14.9)	14(3.3)	40(9.3)	26(6.0)	30(7.0)	2(0.5)	33.055*
	101-200	28(6.5)	6(1.4)	20(4.7)	8(1.9)	14(3.3)	2(0.5)	
	201-300	36(8.4)	20(4.7)	20(4.7)	14(3.3)	20(4.7)	-(-)	
	301-400	12(2.8)	6(1.4)	4(0.9)	4(0.9)	14(3.3)	-(-)	
	Over 401	8(1.9)	-(-)	6(1.4)	4(0.9)	6(1.4)	2(0.5)	
Residential districts	Gimhae	98(22.8)	24(5.6)	54(12.6)	32(7.4)	60(14.0)	6(1.4)	15.962
	Gyeongnam	32(7.4)	32(7.4)	28(6.5)	14(3.3)	18(4.2)	-(-)	
	Others	18(4.2)	10(2.3)	8(1.9)	10(2.3)	6(1.4)	-(-)	
Total		148(34.4)	46(10.7)	90(20.9)	56(13.0)	84(19.5)	6(1.4)	

* $p<.05$ ** $p<.01$

<Table 7 > How to promote the native local foods

		Food tasting events	Cooking contests for the native local foods	Education	Promotion with pamphlets	Promotion on TV	Local food restaurants	χ^2 (p)
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	76(17.7)	96(22.3)	16(3.7)	2(0.5)	44(10.2)	12(2.8)	23.431***
	Female	56(13.0)	100(23.3)	2(0.5)	2(0.5)	24(5.6)	-(-)	
Age	10's	20(4.7)	26(6.0)	4(0.9)	2(0.5)	4(0.9)	-(-)	54.671***
	20's	6(1.4)	18(4.2)	-(-)	-(-)	10(2.3)	4(0.9)	
	30's	26(6.0)	58(13.5)	2(0.5)	2(0.5)	10(2.3)	2(0.5)	
	40's	34(7.9)	38(8.8)	4(0.9)	-(-)	20(4.7)	4(0.9)	
	50's	38(8.8)	50(11.6)	6(1.4)	-(-)	14(3.3)	2(0.5)	
	60's	8(1.9)	6(1.4)	2(0.5)	2(0.5)	10(2.3)	-(-)	
Monthly income (W=10,000)	Under 100	50(11.6)	80(18.6)	6(1.4)	4(0.9)	28(6.5)	8(1.9)	25.228
	101-200	24(5.6)	42(9.8)	2(0.5)	-(-)	10(2.3)	-(-)	
	201-300	42(9.8)	44(10.2)	6(1.4)	-(-)	16(3.7)	2(0.2)	
	301-400	8(1.9)	22(5.1)	2(0.5)	-(-)	8(1.9)	-(-)	
	Over 401	8(1.9)	8(1.9)	2(0.5)	-(-)	6(1.4)	2(0.2)	
Residential districts	Gimhae	90(20.9)	122(28.4)	8(1.9)	4(0.9)	48(11.2)	2(0.5)	66.952***
	Gyeongnam	30(7.0)	60(14.0)	-(-)	-(-)	10(2.3)	4(0.9)	
	Others	12(2.8)	14(3.3)	10(2.3)	-(-)	10(2.3)	6(1.4)	
Total		132(30.7)	196(45.6)	18(4.2)	4(0.9)	68(15.8)	12(2.8)	

*** p<0.001

3. 향토음식에 대한 인지도

1) 성별에 따른 향토음식의 인지도

성별에 따른 향토음식의 인지도 결과는 <Table

8>과 같다. 본 연구에서 조사한 경남 김해지역 향토음식 12종에서 가장 인지도가 높은 음식은 콩나물밥으로 나타났으며, 민물장어구이, 가축자반, 콩잎물김치 순으로 나타났다. 경남 김해는 낙동

<Table 8> The awareness of the native local foods based on gender

	Gender		t-value
	Male	Female	
	M±SD	M±SD	
Steamed rice with Bean sprouts (<i>Kongnamul-bab</i>)	4.63±0.86	4.80±0.59	24.948***
Steamed rice with turnips (<i>Moo-bab</i>)	3.91±1.36	3.91±1.34	0.092
Fried chicken with fresh ginseng (<i>Susam-dak-twigim</i>)	3.31±1.57	3.23±1.49	2.795
Boiled bean sprouts in soy sauce (<i>Kongnamul-jangjorim</i>)	3.28±1.62	3.35±1.63	0.207
Grilled freshwater eels (<i>MinmulJangeo-gui</i>)	4.58±0.97	4.72±0.74	11.475***
Seasoned dry squash slice (<i>Hobakogari-namul</i>)	3.05±1.66	3.46±1.57	0.062
Pickled dry turnips (<i>Moomallaengi-jangochi</i>)	4.54±1.02	4.59±1.00	0.630
Salted thin chinese cabbage (<i>Sokeun-baechu-geotjeolyi</i>)	4.25±1.26	4.35±1.26	0.869
Salted chinaberry (<i>Gajuk-jaban</i>)	3.62±1.64	3.91±1.49	5.729**
Seasoned chinaberry (<i>Gajuk-namul</i>)	3.76±1.59	3.91±1.58	0.224
Gourd kimchi (<i>Bakkimchi</i>)	3.30±1.56	3.41±1.43	2.340
Watery plain kimchi with bean leaves (<i>Kongip-mulkimchi</i>)	3.41±1.67	3.53±1.52	5.489*

* p<0.05 ** p<0.01 *** p<0.001

강과 김해평야의 중심지이므로 지역적인 특성이 있는 향토음식들이 인지도가 높은 것으로 나타났다. 성별에 따른 향토음식의 인지도를 분석한 결과 콩나물밥, 민물장어구이, 가축자반, 콩잎물김치 등은 남성보다 여성이 인지도가 높은 것으로 나타났다.

2) 연령에 따른 향토음식에 대한 인지도

연령에 따른 향토음식에 대한 인지도의 결과는 <Table 9>와 같다. 콩나물밥은 60대, 무밥은 30대에서 인지도가 높은 것으로 나타났다. 수삼담튀김 40대, 콩나물 장조림은 20대, 민물장어구이 20대에서 인지도가 다소 높은 경향을 보였다. 호박 오가리나물 20대, 무말랭이장아찌는 60대, 쉼은 배추겉절이는 30대에서 인지도가 높은 것으로 나

타났다. 가축자반 10대, 가축나물 60대에서 인지도가 높게 나타났으며 박김치, 콩잎물김치 50대에서 인지도가 다소 높은 것으로 나타났다. 연구 결과 연령에 따른 김해지역 주민들의 향토음식에 대한 인지도는 호박오가리나물, 무말랭이장아찌, 콩잎물김치등이 유의하게 나타났으며, 낮은 연령층에서 높은 연령층까지 12종류의 향토음식에 대하여 인지도가 높은 것으로 나타났다. 따라서 향토음식을 접할 수 있는 기회가 많은 것으로 생각되며 가족의 형태에서도 확대가족의 형태가 많은 것으로 추측되며 향토음식의 계승이 잘 되고 있는 것으로 생각된다.

3) 거주지역에 따른 향토음식에 대한 인지도

거주지역에 따른 향토음식에 대한 인지도의 결

<Table 9> The awareness of the native local foods based on ages

	Age						F-value
	10's	20's	30's	40's	50's	60's	
	M±SD	M±SD	M±SD	M±SD	M±SD	M±SD	
Steamed rice with bean sprouts (<i>Kongnamul-bab</i>)	4.78±0.62	4.47±0.89	4.76±0.65	4.76±0.65	4.60±0.97	4.85±0.54	1.636
Steamed rice with turnips (<i>Moo-bab</i>)	4.07±1.47	3.84±1.20	4.12±1.28	3.72±1.38	3.80±1.41	4.08±1.02	1.295
Fried chicken with fresh ginseng (<i>Susam-dak-twigim</i>)	3.57±1.51	3.08±1.50	3.24±1.54	3.74±1.50	3.27±1.58	2.85±1.49	1.851
Boiled bean sprouts in soy sauce (<i>Kongnamul-jangjorim</i>)	3.00±1.62	3.84±1.52	3.24±1.64	3.28±1.61	3.47±1.62	2.85±1.69	1.927
Grilled freshwater eels (<i>MinmulJangeo-gui</i>)	4.57±0.83	4.89±0.45	4.62±0.85	4.76±0.65	4.51±1.11	4.54±1.17	1.639
Seasoned dry squash slice (<i>Hobakogari-namul</i>)	3.43±1.73 ^b	3.53±1.59 ^b	3.40±1.45 ^b	3.04±1.63 ^b	3.22±1.70 ^b	2.38±1.67 ^a	2.327*
Pickled dry turnip (<i>Moomallaengi-jangachi</i>)	4.43±0.91 ^{ab}	4.47±1.11 ^{ab}	4.34±1.30 ^a	4.84±0.54 ^b	4.53±1.08 ^{ab}	4.85±0.54 ^b	3.251**
Salted thin chinese cabbage (<i>Sokeun-baechu-geotjeolyi</i>)	4.14±1.37	4.26±1.35	4.56±0.92	4.16±1.40	4.27±1.29	4.23±1.27	1.307
Salted chinaberry (<i>Gajuk-jaban</i>)	4.14±1.47	3.95±1.37	3.76±1.50	3.52±1.70	3.76±1.55	3.31±1.93	1.652
Seasoned chinaberry (<i>Gajuk-namul</i>)	3.46±1.81	3.80±1.56	3.88±1.56	3.64±1.68	4.07±1.47	4.16±1.37	1.189
Gourd kimchi (<i>Bak-kimchi</i>)	3.43±1.46	3.34±1.50	3.16±1.55	3.36±1.49	3.84±1.37	3.15±1.69	1.252
Watery plain kimchi with bean leaves (<i>Kongip-mulgimchi</i>)	3.57±1.51 ^b	3.67±1.58 ^b	3.24±1.63 ^b	3.52±1.65 ^b	3.79±1.49 ^b	2.54±1.63 ^a	2.916*

*p<0.05 **p<0.01

과는 <Table 10>과 같다. 콩나물밥, 가죽자반, 콩잎물김치 등은 김해지역이 인지도가 높은 것으로 나타났다. 따라서 김해지역 주민들의 향토음식에 대한 인지도는 12가지의 향토음식에 대하여 대체적으로 높은 인지도를 가지고 있는 것으로 나타났으므로 지역의 소중한 문화자산인 향토음식을 앞으로 계승 발전시킬 수 있도록 향토음식에 대한 지역 축제와 행사 유치 및 홍보를 통해 알릴 수 있는 기회와 관심이 계속 되어야 할 것으로 생각된다.

V. 결 과

본 연구는 경남 김해를 위하고 발전시키는 한 방법으로서 지역주민의 향토음식에 대한 의식 및 인지도를 조사하여 김해지역의 향토음식에 대한 관심을 가지는 계기를 마련하고 계승 발전시키는 데 있어 기초자료를 제공하고자 한다. 본 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 김해지역의 향토음식에 대한 의식을 알아 보기 위하여 인구 통계적 특성에 따른 교차분석을 실시한 결과 향토음식의 정의대해 ‘지역농산물을 재료로 이용하여 오랫동안 전해 내려온 음식이다’ 292명(67.9%)으로 가장 높게 나타났으며 연령, 거주지역에 따라서 유의한 차이를 나타냈다. 향토음식을 먹어 본 장소는 ‘향토음식 전문점’ 162명(37.7%)으로 가장 높게 나타났으며 연령, 거주 지역 따라 유의한 차이가 나타났다.

향토음식을 먹는 이유는 ‘건강에 좋아서’ 198명(46.0%)으로 가장 높게 나타났고 연령 따라 유의한 차이가 나타났다. 향토음식에 대한 계승, 발전의 필요성에 대해 분석한 결과 ‘계승 발전시켜야 한다.’ 406명(94.4%)으로 높게 나타났으며 소득에 따라서 유의한 차이가 나타났다. 향토음식을 계승, 발전시켜야 하는 이유 ‘우리의 식문화를 지켜야 하므로’ 148명(34.4%)으로 가장 높게 나타났으며 성별, 연령, 소득에 따라서 유의한 차이가 나타났다. 향토음식의 홍보방법은 ‘향토요리

<Table 10> The awareness of the native local foods based on residential districts

	residential districts			F-value
	Gimhae	Gyeongnam	Others	
	M±SD	M±SD	M±SD	
Steamed rice with bean sprouts (<i>Kongnamul-bab</i>)	4.79±0.61 ^a	4.54±0.93 ^b	4.54±1.02 ^b	5.768**
Steamed rice with turnips (<i>Moo-bab</i>)	4.15±1.27	3.77±1.25	3.92±1.39	1.429
Fried chicken with fresh ginseng (<i>Susam-dak-twigim</i>)	3.37±1.55	3.11±1.50	3.08±1.53	1.539
Boiled Bean sprouts in soy sauce (<i>Kongnamul-jangjorim</i>)	3.54±1.48	3.17±1.67	3.54±1.64	2.495
Grilled freshwater eels (<i>Minmuljangeo-gui</i>)	4.69±0.75	4.50±1.12	4.61±0.97	1.829
Seasoned dry squash slice (<i>Hobakogari-namul</i>)	3.22±1.67	3.61±1.56	3.04±1.55	2.173
Pickled dry turnip (<i>Moomallaengi-Jangachi</i>)	4.56±1.02	4.69±0.92	4.48±1.03	0.764
Salted thin chinese cabbage (<i>Sokeun-baechu-Geotjeolyi</i>)	4.38±1.22	4.35±1.16	4.25±1.30	0.350
Salted chinaberry (<i>Gajuk-jaban</i>)	4.38±1.22 ^a	3.54±1.63 ^b	3.70±1.60 ^b	5.349**
Seasoned chinaberry (<i>Gajuk-namul</i>)	4.23±1.38	3.61±1.65	3.83±1.58	2.647
Gourd kimchi (<i>Bak-kimchi</i>)	3.29±1.50	3.46±1.51	3.44±1.52	0.540
Watery plain kimchi with bean leaves (<i>Kongip-mulkimchi</i>)	4.15±1.27 ^a	3.38±1.57 ^b	3.36±1.66 ^b	5.517**

**p<0.01

대회' 196명(45.6%)으로 가장 높게 나타났으며, 성별, 연령, 거주 지역에 따라서 유의한 차이가 나타났다.

둘째, 김해지역의 향토음식 12종류의 인지도를 분석한 결과 가장 인지도가 높은 향토음식은 콩나물밥으로 나타났으며, 민물장어구이, 가축자반, 콩잎물김치 순으로 나타났다.

성별에 따른 향토음식인지도는 콩나물밥, 민물장어구이, 가축자반, 콩잎물김치 등은 남성보다 여성이 인지도가 높은 것으로 나타났다.

연령에 따른 향토음식에 대한 인지도의 콩나물밥은 60대, 무밥은 30대에서 인지도가 높은 것으로 나타났다. 수삼담튀김 40대, 콩나물 장조림은 20대, 민물장어구이 20대에서 인지도가 다소 높은 경향을 보였다. 호박 오가리나물 20대, 무말랭이장아찌는 60대, 숙은 배추겉절이는 30대에서 인지도가 높은 것으로 나타났다. 가축자반 10대, 가축나물 60대에서 인지도가 높게 나타났으며 박김치, 콩잎물김치 50대 에서 인지도가 다소 높은 것으로 나타났다. 연구결과 연령에 따른 김해지역 주민들의 향토음식에 대한 인지도는 호박오가리나물, 무말랭이장아찌, 콩잎물김치등이 유의하게 나타났으며, 낮은 연령층에서 높은 연령층까지 12종류의 향토음식에 대하여 인지도가 높은 것으로 나타났다. 따라서 향토음식을 접할 수 있는 기회가 많은 것으로 생각되며 가족의 형태에서도 확대가족의 형태가 많은 것으로 추측되며 향토음식의 계승이 잘 되고 있는 것으로 생각된다. 거주지역에 따른 향토음식에 대한 인지도는 콩나물밥, 무밥, 수삼담튀김, 콩나물 장조림, 민물장어구이, 숙은 배추겉절이, 가축자반, 가축나물, 콩잎물김치 등은 김해지역이 인지도가 높은 것으로 나타났으며, 호박오가리 나물, 무말랭이장아찌, 박김치는 김해지역에서 인지도가 낮게 나타났다.

거주지역에 따라서는 콩나물밥, 가축자반, 콩잎물김치에서 유의한 차이가 나타났다. 따라서 김해지역 주민들의 향토음식에 대한 인지도는 12

가지의 향토음식에 대하여 대체적으로 높은 인지도를 가지고 있는 것으로 나타났으므로 지역의 소중한 문화자산인 향토음식을 앞으로 계승 발전시킬 수 있도록 향토음식에 대한 지역 축제와 행사 유치 및 홍보를 통해 알릴 수 있는 기회와 관심이 계속 되어야 할 것으로 생각된다.

이러한 연구결과 김해지역 지역주민들은 향토음식에 대하여 전반적으로 잘 인식하고 있다고 생각된다. 또한 향후 김해지역 향토음식의 발전을 위해서는 향토음식전문점들의 활성화와 향토음식에 관련한 다양한 문화행사 및 축제를 통해 지역의 향토음식이 홍보 될 수 있도록 행정적인 지원이 필요할 것으로 생각된다.

본 연구의 한계점으로는 김해지역의 진영단감제와 2010년 가야음식 개발경연대회에 참가 및 방문객을 대상으로 조사하여 설문에 대한 인식과 협조가 부족하였으며 지역적으로 김해로 한정하고 있는 한계점을 가지고 있다.

한글 초록

본 연구는 경남 김해시 지역주민의 향토음식에 대한 인식 및 인지도를 조사하여 김해지역의 향토음식에 대한 관심을 가지는 계기를 마련하고 계승 발전시키는데 있어 기초자료로 제공하고자 하였다. 2010년 가야음식개발경연대회, 김해진영단감제의 방문객 및 참가자를 대상으로 500부의 설문지를 배포하였으며, 430부를 SPSS for WIN 12.0 프로그램을 사용하여 빈도분석, 기술통계 분석, 교차분석, 평균차이 검증인 T-test, 일원변량 분석(One way ANOVA)을 실시하였다. 연구결과 향토음식의 정의대해서 '지역농산물을 재료로 이용하여 오랫동안 전해 내려온 음식'로 조사되었고 향토음식을 먹는 장소는 '향토음식 전문점', 향토음식을 먹는 이유는 '건강에 좋아서', 향토음식에 대한 계승, 발전의 필요성에 대해 '계승 발전시켜야 한다', 향토음식을 계승, 발전시켜야 하는 이유로 '우리의 식문화를 지켜야 하므로', 향

토음식의 홍보방법으로는 ‘향토요리대회’가 높게 나타났다.

김해지역의 향토음식 12종류의 인지도를 분석한 결과 성별에 따라서는 콩나물밥, 민물장어구이, 가축자반, 콩잎 물김치가, 연령에 따라서는 호박오가리나물, 무말랭이장아찌, 콩잎물김치가, 거주지역에 따라서는 콩나물밥, 가축자반, 콩잎물김치에서 유의한 차이가 나타났다. 따라서 김해지역의 소중한 문화자산인 향토음식을 앞으로 계승 발전시킬 수 있도록 향토음식에 대한 지역 축제와 행사 유치 및 홍보를 통해 알릴 수 있는 기회와 관심이 계속 되어야 할 것으로 생각된다.

감사의 글

본 연구는 2010년 김해시 주최 전국 가야 음식 경연대회의 김해지역 향토음식 개발사업의 지원에 의해 이루어진 것으로 이에 감사드립니다.

참고문헌

- 김해시통계연보(2009) [Http://stat.gimhae.go.kr/03/01_01.jsp](http://stat.gimhae.go.kr/03/01_01.jsp)
- 김해농업기술센터(2010). [Http://gimhae.ambank.co.kr/](http://gimhae.ambank.co.kr/)
- 김해시청문화관광(2010). [Http://tour.gimhae.go.kr/](http://tour.gimhae.go.kr/)
- 경상남도 농촌진흥원(1994). 경남향토음식. 181-313. 경남
- 박성수(2004). 향토음식 인지도 강화에 관한 실증적 연구. 경주대학교 석사학위논문, 18, 경주.
- 정낙원·차경희(2007). 향토음식. 교문사, 17, 서울.
- Baek JO(2009). A Study on the University Students' Attitude and Importance of Native Local foods in Busan and Gyeongnam Areas. The Korean Journal of Culinary Research 15(1): 137-148.
- Choo JJ (2007). Perception and Concerns Regarding Jeollabuk-do Local Foods among University Students in Jeollabuk-do. Journal of East Asian Soc Dietary Life 17(1):20-26.
- Han KH·Choi MS (2001). A Study on Attitude and preference of Native Local Foods in Chung Buk Area. The Thesis Collection of Ho-Suh Culture15(0):181-206.
- Joung KH·Shin SM (2006). A study on the Recognition and Preference of Hometown Foods Given to University Students in the Northwest Area of Chungnam Korea. Journal of East Asian Soc Dietary Life 6(3):227-241.
- Kim KJ (2010). The Development Device of the Local food Industry:Focusing on Local food CEOs in Daejeon·Chungnam Province. The Korean Journal of Culinary Research 16(1): 78-91.
- Ko BS·Kang SW (2004). A Study on the Perception for Regional Food in dae-gu Area. The Korean Journal of Culinary Research 10(4): 15-30.
- Kwon SJ·Lee JH (2004). Development of Native Local of Foods of the Northern Part of Gyongsang-bukdo and Their Commercialization. Tourism Research 19(0):49-60.
- Lee SH·Park YB (2002). Tour Experience Program development a Utilizabe Cooking Peculiar of an Andong Locality. Korean Journal of Culinary Research 8(3):147-168.
- Lee YJ (2006). The Impact of Recognition for Local Food on the Frequency of visiting for Local food Restaurants: Focusing on Residents in Kyungsangdo Areas. Korean Journal of Food Cookery SCI 22(6):840-848.
- Lee YJ·Choi SK (2004). A Study on the Recognition and Preference of University Students for Native Foods in Gyeongju Area. Foodservice Management Society of Korea 7(1):157-174.
- Min YH·Park GS (2010). A Study Perception of Kyung-Book Local Foods by Characteristics.

- Korean Journal of Food Cookery SCI 26 (1):72-78.
- Min YH · Park GS (2010). Survey on Local Foods in Gyeongbuk Province: Yugyo, Silla, Ocean, Gaya Culture. Korean J. Food Cookery SCI 26(4):434-440.
- Min SH · Um JS · Oh IG (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.
- Park TK · Baek JO(2008). A Study on the Difference in Preference and Property of Native Local Foods: Focusing on University Students in Busan Area. The Korean Journal of Culinary Research 14(2):61-72.
- Shin AS (2000). A Research of Traditional & Native Local foods in Busan. The Korean Journal of Culinary Research 6(2):67-78.
- Son YJ (2005). A Study on the Consumers' (Consumers') Recognition of Regional Cuisine in Kyonggi Province. The Korean Journal of Culinary Research 11(2):1-14.

2010년 12월 30일 접수
 2011년 1월 22일 1차 논문수정
 2011년 2월 25일 2차 논문수정
 2011년 3월 19일 게재확정