

중국 관광객의 부산음식의 섭취현황 및 만족도에 관한 연구

임양이¹ · 이종현² · 김영주³ · 정지강² · 김신정² · 박건영^{2*}

¹성신여자대학교 식품영양학과

²부산대학교 식품영양학과

³숙명여자대학교 한국음식연구원

A Study on the Intake and Satisfaction Levels of Busan Foods among Chinese Tourists

Yaung-Iee Lim¹, Jong-Hyeon Lee², Young-Joo Kim³, Ji-Kang Jeong²,
Sin-Jeong Kim², and Kun-Young Park^{2*}

¹Dept. of Food and Nutrition, Sungshin Women's University, Seoul 142-732, Korea

²Dept. of Food and Nutrition, Pusan National University, Busan 609-735, Korea

³Korean Food Institute, Sookmyung Women's University, Seoul 140-742, Korea

ABSTRACT This study was conducted to evaluate the intake of food and degree of satisfaction of services among Chinese tourists in the restaurants in Busan. The choice of what these tourists would eat after touring Busan was also determined. We chose 100 independent Chinese tourists visiting Busan for this study. Students, housewives, highly educated people, and people who visited once or twice were predominant among our study subjects. The Chinese tourists chose the following Busan local foods during their visit: Saengseonhoe (19%), Haemultang (19%), Oribulgogi (17%), Dwaejjigukbap (12%), and Dongrae Pajeon (11%). The tourists responded that they would like to eat Bulgogi, Samgyeopsal, Bibimbap, Doenjangjigae, and Dwaejigalbi again if they revisit Busan, indicating that they prefer general Korean food rather than Busan local food. The degree of satisfaction of Chinese tourists with Busan food was low and their response showed they were not satisfied with the prices and the amount of food served. Services (kindness, cleanliness) in Busan restaurants ranked high in the opinion of Chinese tourists. Of all the courses included in their tour of Busan, shopping for items received the highest score of satisfaction (44%), while food in Busan earned the lowest (10%). As regards intention to revisit Busan, 38% of the Chinese tourists answered yes, and 61% were unsure, and 1% was no. Our survey results indicate that restaurants in Busan city need to prepare food of choice for Chinese tourists and also make an effort to raise satisfaction on the cost and amounts of Busan foods.

Key words: Chinese tourists, preference, Busan foods, restaurants

서 론

우리나라를 찾는 외국 관광객 수는 해마다 증가하는 추세이며 2012년 1,114만 명이 한국을 방문하였고, 2012년 12월까지 총 방문 일본과 중국 관광객은 3,518,792명과 2,836,892명으로 전년 동기 대비 각각 7%, 27.8% 증가하였다. 부산을 방문한 일본과 중국 관광객은 각각 52,781명과 22,695명으로 중국 관광객은 일본 관광객 다음으로 부산을 많이 방문하고 있다(1). 세계관광기구(World Tourism Organization)의 보고서에 따르면 중국경제는 무난한 성장을 지속할 것으로 전망하고, 중국의 국외관광은 연평균 12.3%로 성장하여 2020년도에 1억 명의 관광객이 출국하

여 세계 4위의 관광객 송출국이 된다고 전망하였다.

한국관광공사 연구자료(2)에 의하면 중국인 관광객은 한국 여행의 주요 목적 중 식도락/음식문화체험, 친구/친지 방문 목적이 다른 나라에 비해 상대적으로 강한 것으로 나타났다. 따라서 중국 관광객의 식도락에 대한 욕구를 만족시킬 수 있는 한국의 음식관광 상품을 개발하는 것이 중국인 관광객의 인바운드 시장 확대에 필수적인 요소라 할 수 있다(3). 음식문화는 방문지의 다양한 관광자원 중 가장 손쉽게 경험하고 이해시키는 중요한 자원이다. 이는 관광만족도에서 휴식 및 재충전과 새로운 경험을 위해 음식은 중요한 요인이므로 로하스 웰빙음식으로 인식되는 한국음식과 문화관광지를 연계한 음식문화관광의 필요성이 요구된다(4). 그리고 지역적인 특성을 살린 향토음식과 연계하는 관광지 활성화가 필요하다. 특히 먹을거리는 지구촌 시대에 부합할 수 있도록 우리의 고유한 전통음식을 업그레이드하려는 노력이 대단히 중요하다(5). 한국음식에 대한 중국과 일본에서의 음식한

Received 18 February 2013; Accepted 14 August 2013

*Corresponding author.

E-mail: kunypark@pusan.ac.kr, Phone: 82-51-510-2839

류에 대한 국가 간의 차이를 분석한 연구에서는 한국음식의 만족도가 중국보다 일본에서 보다 높게 나타났다(6). 중국 관광객의 특성을 규명하는 다양한 연구들이 제시되고 있으나, 한국의 관광업에서 큰 비중을 차지하는 중국인 관광객을 위한 음식과 관광연계에 대한 국가와 지역자치단체의 수용태세는 미흡하고(7), 기존의 연구들은 일본인과 중국인을 대상으로 한식에 대한 선호도와 기호도를 파악하는데 주로 한정되어 있으며, 부산음식에 대한 중국인 관광객에 관한 연구는 특히 부족한 실정이다. 또한 중국인 관광객은 서울(88.5%), 경기/인천(58.0%), 제주(31.3%) 등 특정지역에 치중해 있으며(8), 2012년 방한 중국 관광객의 0.8%만이 부산을 방문하였다(1). 이에 본 연구에서는 중국인 관광객의 부산으로의 유치와 부산지역의 음식관광 활성화의 기초를 제시하기 위하여, 중국인 관광객을 대상으로 관광 중 실제로 먹었던 부산음식 및 부산음식과 음식점에 대한 만족도와 부산을 재방문할 때 먹어보고 싶은 음식을 연구하였다.

대상 및 방법

설문지 조사 방법 및 내용

설문지 조사 방법: 본 연구의 조사 대상은 2010년 12월 1일부터 2011년 1월 10일에 걸쳐 김해국제공항, 남포동, 자갈치, 해운대, 용두산 공원, 부산국제여객터미널에서 부산을 방문한 중국인 개별 관광객 100명을 대상으로 중국어로 작성된 설문지를 이용하여 직접 조사원들이 중국 관광객과 일대일 개인 면담을 통하여 작성하였고, 총 100부의 설문지를 회수하여(회수율 100%) 분석에 사용하였다.

설문 내용: 본 연구의 조사내용은 크게 4개의 부분으로 구성하였다.

첫째, 조사대상자의 일반적 사항으로 성별, 연령, 학력, 직업, 부산방문 횟수를 조사하였다.

둘째, 중국 관광객이 부산여행 중 섭취하는 부산음식 섭취현황은 Sin(9)과 부산문화관광부(10)에서 홍보하는 음식을 참고하여 부산의 대표음식 9개의 메뉴를(동래과전, 오리불고기, 곰장어, 돼지국밥, 생선회, 복어요리, 해물탕, 아귀찜, 밀면) 부산음식으로 선정하고, 이들 메뉴에 대해 조사하였다. 관광 중 먹어본 부산음식과 부산에 소재하고 있는 음식점을 이용한 횟수와 사용한 식비의 금액, 부산 여행에 대한 정보를 얻는 방법을 조사하였다. 중국 관광객이 음식을 선택하는 태도는 ‘관광지에서 음식이 중요하다’, ‘그 지역의 특색 있는 음식을 맛보기를 원한다’, ‘관광지의 유명한 음식은 비싸도 꼭 먹는다’, ‘관광지를 방문하기 전에 음식점에 대한 정보를 찾아본다’에 대하여 5점 척도로 조사하였다(전혀 아니다=1, 매우 그렇다=5점).

셋째, 부산음식에 대한 만족도는 ‘음식의 다양성’, ‘음식의 값’, ‘음식의 양’, ‘음식의 맛’, ‘다양한 후식’의 5문항과 음식점의 서비스에 대해 ‘종업원의 친절도’와 ‘청결성’의 2문항을 5점 척도로 측정하였다(전혀 만족하지 않는다=1, 매우

만족한다=5점).

넷째, 부산여행 중 가장 좋았던 점을 ‘음식’, ‘불거리’, ‘쇼핑’, ‘오락’, ‘숙소’, ‘기타’로 구분하여 조사하였다. 중국 관광객의 재방문의사를 ‘재방문 하겠다’, ‘방문하지 않겠다’, ‘잘 모르겠다’로 조사하였다. 또한 재방문 한다면 먹어보고 싶은 음식을 중국 관광객이 직접 이야기 하도록 하여 설문 조사자가 기록하였다.

자료의 분석

수집된 자료의 통계처리는 SPSS 18.0 프로그램(SPSS Inc, Chicago, IL, USA)을 이용하여 빈도, 백분율, 평균을 실시하였고, *t*-test, one-way ANOVA, Duncan's multiple range test를 통해 *P*<0.05에서 유의성을 분석하였다.

결과 및 고찰

중국인 관광객의 일반적 특성

중국인 관광객의 일반적 특성은 Table 1과 같다. 부산을 방문한 중국인 관광객의 성별은 여자 61%, 남자 39%로 여자가 남자보다 더 많았다. 연령층으로는 20대 34%, 30대 40%, 40대 23%, 50대 3%로 30대가 가장 많았으며, 20~30대의 중국인 개별 관광객이 주를 이루었다. 이는 같은 시기에 부산을 방문한 일본인 개별 관광객에 대한 연구(11)에서 50~60대 이상이 54%를 차지한 것과 대조적으로 젊은 층의 방문이 많았다.

학력별로는 고졸 이하 22%, 전문대 및 대졸 76%, 대학원졸 이상 2%로 전문대 및 대졸이 76%로 가장 많았다. 직업은 주부 23%, 사무직 21%, 전문직 9%, 무직 17%, 학생 25%,

Table 1. General characteristics of the Chinese subjects touring in Busan

Variables	Group	Frequency (%)	Rank
Gender	Male	39	2
	Female	61	1
Age (years)	≤29	34	2
	30~39	40	1
	40~49	23	3
	50~59	3	4
Education	≤High school	22	2
	College and university	76	1
	≥Graduate school	2	3
Occupation	Housewives	23	2
	Office workers	21	3
	Professionals	9	5
	Unemployed	17	4
	Students	25	1
	Others	5	6
Frequency of Busan tour	Once or twice	96	1
	Three times	0	-
	More than four time	4	2

기타 5%로 학생의 빈도가 높았으나, 주부와 직장인들의 방문 비율도 학생과 비슷하였다. 같은 시기에 일본인 관광객은 주부와 직장인들이 24%와 38%로 중국인 관광객과 비슷한 경향을 나타내었다(11).

이번 여행이 부산 방문의 몇 번째 여행인가를 질문하여 부산을 방문한 횟수를 조사하였으며 그 결과 1회 또는 2회가 96%, 4회 이상 4%로 1회 또는 2회의 방문횟수가 가장 많았다. 같은 시기에 일본인 관광객의 부산방문 횟수는 4회가 40%로 가장 많이 나타난 것과 대조를 이루었다(11). 일본인은 오랜 기간 동안 한국 또는 부산의 방문이 있어 왔지만 중국인은 이제 시작되고 있는 중국경제의 성장으로 관광분야에서 무서운 속도로 중국인의 한국관광이 증가하고 있는 실정이다. 그러므로 이들에 대한 볼거리와 먹거리의 준비가 필요하다고 하겠다.

Choi(12)의 연구에 의하면 한국을 방문한 중국인 관광객은 남자 39%, 여자 61%로 여자가 더 많이 방문하였고 연령대는 20대 이하가 45%로 가장 많았으며, 학력은 고졸 이하 65%, 대졸 30%로 고졸 이하의 중국인 관광객이 많았고, 직업은 학생이 57%, 직장인 32%, 주부 5%로 학생이 가장 많았다. 여자 관광객 수와 학생 수가 많은 것, 20~30대가 주를 이루고 있는 것이 본 연구의 조사결과와 비슷하였다. 젊은 층이 많은 것은 한류의 영향으로 우리나라에 대한 중국인들의 관심이 증가되었기 때문으로 생각된다.

중국인 관광객의 부산음식 섭취현황

중국인 관광객의 부산음식 섭취현황은 Fig. 1과 같다. 중국인 관광객이 먹어본 부산음식은 생선회와 해물탕이 각각 19%로 가장 많았으며, 오리불고기 17%, 돼지국밥 12%, 동래과전 11%, 곰장어 9%, 밀면 4%, 아구찜 2%, 복어 2%의 섭취 빈도를 나타내었다. 부산을 방문한 중국인 관광객은 생선회, 해물탕, 오리불고기의 섭취를 많이 하였다.

중국인 관광객이 부산에 체류하는 기일이 관광객마다 달랐기 때문에 부산에서 2박 3일간 체류한 관광객을 기준으로 하여, 그 기간 동안에 이용한 부산에 위치하고 있는 음식점 방문 횟수와 식사금액의 지출경비, 부산에 대한 여행정보를

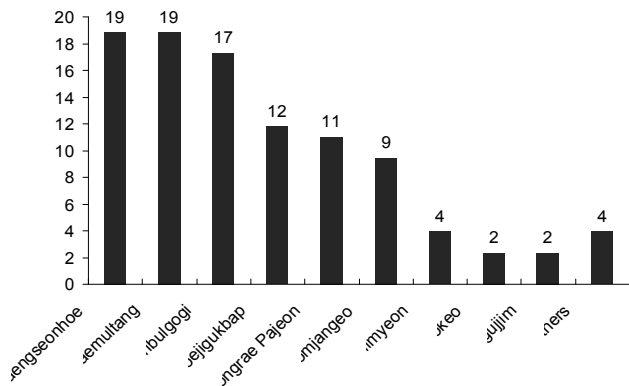


Fig. 1. Local foods of eating in Busan by the Chinese tourists.

Table 2. The food behavior and information for Busan local foods by the Chinese tourists

Variables	Group	Frequency (%)	Rank
Usage frequency of restaurant	Once and twice	16	3
	Three times	13	4
	Four times	51	1
	More than five times	20	2
Cost of eating during Busan tour	≤70,000 won	9	4
	70,001~130,000 won	46	1
	130,001~200,000 won	32	2
	≥200,001 won	13	3
Information for Busan tour	Friends and relatives	12	4
	The internet or the media	29	1
	Travel agency	23	3
	Guide book	25	2
	Others	11	5

얻는 방법을 조사하여 Table 2에 나타내었다. 중국인 관광객이 여행 중 음식점을 이용한 횟수는 1~2회 16%, 3회 13%, 4회 51%, 5회 이상 20%로 4회가 가장 많았다. 여행 중 식사비용으로 사용한 금액은 70,000원 이하는 9%, 70,001~130,000원은 46%, 130,001~200,000원은 32%, 200,001원 이상은 13%로 70,001~130,000원의 식비 사용 금액이 가장 많은 것으로 나타났다.

부산에 대한 여행정보를 얻는 방법으로는 ‘친구나 친지를 통해서’ 12%, ‘인터넷 또는 미디어’ 29%, ‘여행사’ 23%, ‘안내서적’ 25%, ‘기타’ 11%로 조사되었다. 중국인 관광객은 여행에 대한 정보를 수집하기 위해 인터넷 또는 미디어를 가장 많이 이용하고 있었다. 이는 20대와 30대의 젊은 층의 중국인 관광객이 많았기 때문인 것으로 생각된다.

중국인 관광객이 여행 중 음식을 선택하는 태도를 알아보기 위하여 관광지의 음식을 선택하는 태도를 5점 척도로 조사하여 Table 3에 나타내었다. ‘그 지역의 특색 있는 음식을 먹기 원한다(3.4)’, ‘관광지에서 음식이 중요하다(3.4)’, ‘관광지의 유명한 음식이 비싸더라도 꼭 먹는다(3.2)’, ‘방문하기 전에 음식에 대한 정보를 찾는다(3.1)’의 순서로 조사되었다. 남녀 사이에는 유의한 차이를 보이지 않았으나 여자 관광객의 응답이 더 높게 나타났다.

연령에 따른 중국인 관광객이 부산음식을 선택하는 태도는 ‘그 지역의 특색 있는 음식을 먹기 원한다’는 20대에서 가장 높은 응답을 하였고, ‘비싸더라도 그 지역의 유명한 음식을 먹는다’는 20대와 30대에서 가장 높은 의견을 나타내었다($P<0.05$). ‘관광지에서 음식이 중요하다’는 30대에서 응답이 가장 높았다. 이는 중국인 관광객이 한국 여행의 주요 목적 중 식도락/음식문화체험, 친구/친지 방문 목적이 다른 나라에 비해 상대적으로 강하다는 한국관광공사의 연구자료(2)와 비슷한 경향을 나타내었다. 본 연구에서 중국인 관광객의 주된 연령층이 20대와 30대이고, 이들은 관광지의 음식을 먹어보고 싶어 하는 경향이 강하였다. Seo 등(13)의

Table 3. The attitude of the Chinese subjects in the choice of Busan local foods by gender and age

Variables	Total	Rank	Gender			Age				F
			Male	Female	t	≤29 (N=34)	30~39 (N=40)	40~49 (N=23)	50~59 (N=3)	
FIF ¹⁾	3.4±0.7	1	3.4±0.7 ^{NS5)}	3.4±0.8	0.16	3.5±0.7 ^{NS}	3.6±0.8	2.9±0.5	3.0±1.0	5.23
DLF ²⁾	3.4±0.8	1	3.3±0.7	3.5±0.8	-1.21	3.8±0.7 ^a	3.4±0.8 ^{ab}	3.0±0.6 ^b	3.6±0.5 ^{ab}	5.42*
EFE ³⁾	3.2±0.8	3	3.1±0.8	3.3±0.7	-1.14	3.4±0.7 ^a	3.4±0.8 ^a	2.7±0.5 ^b	3.0±1.0 ^{ab}	6.01*
SIR ⁴⁾	3.1±0.8	4	2.9±0.8	3.2±0.8	-1.84	3.3±1.0 ^{NS}	3.2±0.7	2.8±0.8	3.0±0.0	1.63

¹⁾Food is an important of factor for touring.

²⁾Desiring to eat local food.

³⁾Going to eat the famous local food, even though it is expensive.

⁴⁾Searching on information of restaurants before touring.

⁵⁾Mean±SD.

*Means significantly different ($P<0.002$) among the different groups by one-way ANOVA.

^{a,b}Means with the different letters in the row on age are significantly different ($P<0.05$) by Duncan's multiple range test.

^{NS}Means in the row on age is not significant.

연구에 의하면 한국음식에 대한 정보와 경험이 많을수록 한국음식에 대한 선호도가 높다고 하였다. Sin(14)은 한식세계화를 위한 음식관광 추진 전략으로 테마별, 지역별 음식관광 인벤토리를 구축하고 이 데이터베이스를 기반으로 다국어 포털 사이트를 개설하여 관광객에게 맞춤 정보를 제공하고, 언어권별 특성을 고려한 차별화된 정보제공을 제시하였다. 부산시에서도 한식세계화 전략과 같은 음식관광 인프라를 구축하여 부산의 음식의 우수성과 건강에 관련된 정보를 적극적으로 세대별 특성에 맞게 홍보하고, 부산음식에 대한 친숙도를 향상시킬 수 있도록 유도해야 할 것으로 생각된다.

중국인 관광객의 부산음식과 음식점의 서비스에 대한 만족도

중국인 관광객의 부산음식에 대한 만족도와 부산시에 위치하고 있는 음식점의 서비스에 대한 평가를 위해 메뉴의 다양성, 음식의 값, 음식의 양, 음식의 맛, 다양한 후식, 음식점의 친절도 및 청결성을 조사하여 Table 4에 나타내었다.

다양한 후식(3.4), 메뉴의 다양성(3.3), 음식의 짜고 매운 맛(3.2), 저렴한 음식의 값(3.1), 음식의 양(3.0)의 순서로 만족도를 나타내었다. 중국인 관광객의 부산음식에 대한 만족도는 5점 척도 중 3점대로 전체적으로 보통의 평가를 받았다. 특히 저렴한 음식의 값과 음식의 양에 대한 만족도는 다른 항목에 비해 낮은 만족도를 나타내었다. IPA를 활용한 한국음식의 중요도와 만족도 분석에서 더 많은 중국 관광객을 유치하기 위해서는 식재료, 조리법, 음식 가격에 대한 개선방안이 이루어져야 한다고 지적하였고(15), 본 연구에서도 이와 비슷한 결과를 나타내었다. 음식 가격에 대한 만족도가 다소 낮았지만 음식의 가격은 음식의 질과 연관되므로 음식 가격을 낮추는 것이 해결책은 아닐 것이다. 이에 부산음식의 우수성을 홍보하여 음식 가격이 적정함을 중국인 관광객에게 인식시키고, 음식의 양을 충분히 제공하는 것이 필요할 것으로 생각된다.

성별에 따른 부산음식의 만족도는 메뉴의 다양성 저렴한 음식의 값, 음식의 양은 여자 관광객이 남자 관광객보다 유

Table 4. Satisfaction for the Busan local foods and service at Busan restaurants by gender and age of the Chinese tourists

Variables	Total	Rank	Gender			Age				F
			Male	Female	t	≤29 (N=34)	30~39 (N=40)	40~49 (N=23)	50~59 (N=3)	
Food										
Menus ¹⁾	3.3±0.8	2	3.0±0.9 ⁸⁾	3.4±0.7	-2.38*	3.2±0.9 ^{NS}	3.5±0.7	2.8±0.6	3.3±0.5	3.36
Cost ²⁾	3.1±0.8	4	2.7±0.7	3.2±0.8	-3.40**	3.0±0.8 ^{NS}	3.2±0.8	2.6±0.5	3.0±1.0	2.83
Amounts ³⁾	3.0±0.7	5	2.7±0.5	3.0±0.7	-2.12*	3.0±0.7 ^{NS}	3.0±0.7	2.6±0.4	3.3±0.5	1.85
Taste ⁴⁾	3.2±0.6	3	3.2±0.6	3.2±0.6	-0.18	3.0±0.6 ^{NS}	3.3±0.6	3.3±1.1	3.2±0.6	1.16
Dessert ⁵⁾	3.4±0.7	1	3.3±0.8	3.4±0.7	-0.90	3.3±0.7 ^{NS}	3.5±0.7	3.3±0.8	3.3±0.5	0.41
Service										
Kindness ⁶⁾	4.2±0.8	1	4.1±0.7	4.2±0.9	-0.38	4.2±0.8 ^a	4.3±0.8 ^a	4.0±0.9 ^{ab}	3.3±0.5 ^b	2.06
Cleanliness ⁷⁾	4.2±0.9	2	4.0±0.9	4.2±0.8	-1.61	4.2±0.8 ^{ab}	4.3±0.8 ^a	3.9±0.9 ^{ab}	3.3±0.9 ^b	1.86

¹⁾Variety of menus. ²⁾Cost is relatively low. ³⁾Amounts of serving is appropriate. ⁴⁾Hot and salty. ⁵⁾Various dessert.

⁶⁾Kindness of employee. ⁷⁾Cleanliness of restaurant.

⁸⁾Mean±SD.

Means in the row on the gender are significantly different ($*P<0.05$, $**P<0.01$) by *t*-test.

^{a,b}Means with the different letters in the row on age are significantly different ($P<0.05$) by Duncan's multiple range test.

^{NS}Means in the row on age is not significant.

의적으로 높은 값을 나타내었다($P < 0.05$). 중국인 남자 관광객이 여자 관광객보다 부산음식에 대해 만족도는 더 낮은 값을 나타내었다.

연령에 따른 부산음식의 만족도는 유의적인 차이는 없었으나, 메뉴의 다양성과 저렴한 음식 값은 30대가 각각 3.5와 3.2로 다른 연령대보다 높게 나타났고, 40대가 각각 2.8과 2.6으로 가장 낮은 값을 나타내었다. 음식의 양에 대한 만족도는 50대가 다른 연령대보다 3.3으로 높았고, 40대가 2.6으로 낮았다. 본 연구에서 중국인 40대에서 다양한 메뉴와 음식 값과 양에 대한 만족도가 매우 낮은 것으로 나타났다. 중국 식문화를 살펴보면 손님을 맞을 때는 음식을 충분히 장만하여 푸짐하게 대접하고 많은 음식이 남아야 잘한 것이라고 여긴다(16). 이러한 음식문화의 차이로 음식의 양에 대한 만족도가 가장 낮게 나타난 것으로 생각되며, 본 연구에서도 이를 반영하듯 중국인 관광객의 부산음식에 대한 만족도는 5점 척도에서 평균 3.2로 다소 낮은 값을 보였다.

중국인 관광객의 부산시에 위치한 음식점의 서비스에 대한 만족도는 친절도가 4.2, 청결성이 4.2로 평가되었다. Jang(11)의 연구에서 같은 시기에 일본인 관광객의 부산음식점 서비스 만족도는 평균 3.1로 나타나 중국인 관광객의 만족도 4.2와는 큰 차이가 있었다. 한국관광공사의 연구에 의하면 중국인 관광객은 한국음식의 맛에 대해서는 보통 이상의 평가를 주지만 서비스에 대한 평가는 낮게 나타나는데 식당의 친절성에 대한 불만보다는 메뉴판의 중국어 미표기와 같은 불편한 점이 그 이유로 보고된 바 있다(3).

이상의 결과에 의하면 식도락의 욕구가 강한 중국인 관광객을 위해서는 부산의 대표음식뿐만 아니라 중국인 관광객이 좋아하는 육류와 면류의 메뉴를 개발하여 다양화 하고, 음식의 양을 충분히 줄 수 있는 음식점의 변화와 적절한 음식 값으로 제공해야 하는 것으로 나타났다. 그러므로 중국인 관광객들의 특성에 맞는 음식과 함께 이들의 문화와 연결을 시키면서 우수한 한식을 제공할 수 있는 마케팅 전략이 필요하고, 부산여행테마와 관련된 문화자원, 경관자원 관광, 쇼핑, 공연, 미용·의료목적 등과 결합한 음식여행 관광 상품의 개발 또한 필요할 것으로 생각된다.

중국인 관광객이 재방문할 때 다시 먹고 싶은 음식

본 연구의 설문조사에서 부산여행 중 가장 좋았던 점을 조사하여 Fig. 2에 나타내었다. 중국인 관광객은 먹을거리 10%, 볼거리 24%, 쇼핑 44%, 오락 7%, 숙소 16%로 쇼핑을 가장 좋아하였고, 음식에 대하여는 매우 좋지 않게 평가하였다. 그러나 Jang(11)의 연구에서 같은 시기에 일본 관광객은 음식에 대한 평가가 51%로 가장 높은 값을 나타낸 것과는 대조를 이루었다. ‘부산을 재방문 하겠다’는 38%, ‘방문하지 않는다’는 1% ‘잘 모르겠다’는 61%로 부산의 재방문 의도는 잘 모르겠다는 의견이 많았다. 부산을 방문한 중국인 관광객은 부산음식에 대한 평가가 보통 정도였으며, 부산을 재방문할 의사도 낮았다. Song과 Lee의 연구에서 관광지 매력도,

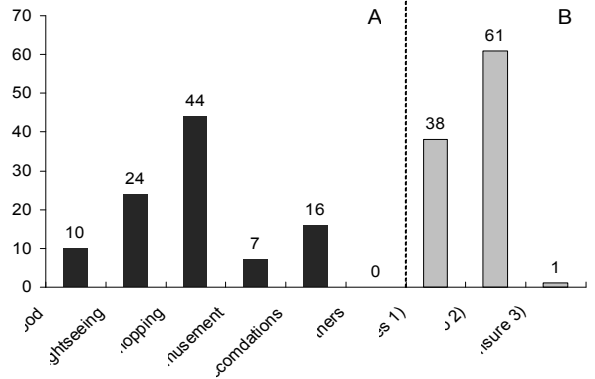


Fig. 2. The favorite thing (A) for touring in Busan and intention of revisiting (B) of the Chinese subjects (n=100). ¹⁾I will revisit Busan. ²⁾I will not revisit Busan. ³⁾I don't know.

음식, 쇼핑의 순서로 재방문 의도에 영향을 미친다고 하였다(8). 중국인들의 한국관광은 거의 서울, 경기지역과 제주도에 국한되어 있다. 부산시는 2013년 관광진흥계획으로 크루즈 관광 활성화, 지역특화 관광지 조성, 명품관광상품 개발 및 활용, 관광하기 좋은 환경 조성, 쇼핑관광 활성화 여건 등을 발표하였다(17). 그러나 부산시는 중국 관광객들을 한국 제2의 도시인 부산으로의 관광을 유도하기 위해서는 부산음식에 대한 중국인들의 평가를 높일 수 있도록 부산음식 관광에 대한 관심도 가져야 할 것이다.

이에 부산음식관광의 방향을 알아보고자, 부산을 재방문할 때 다시 먹고 싶은 음식을 조사하여 Fig. 3에 나타내었다. 중국인 관광객은 불고기(19%), 된장찌개(17%), 비빔밥(15%), 돼지갈비(14%), 삼겹살(9%), 김치찌개(6%), 해물탕(4%), 삼계탕(4%)을 다시 먹고 싶다고 응답하였고, 파전, 생선회, 장어, 국수, 냉면, 돼지국밥, 기타(전, 떡, 김치 등)는 2% 이하의 응답률을 차지하였다. 부산시에서는 생선회, 동래파전, 흑염소불고기, 복어요리, 곰장어 요리, 해물탕, 아귀찜, 재첩국, 낙지볶음, 밀면, 장어요리, 돼지국밥, 붕어찜 등을 부산의 대표음식으로 소개하고 있다(10). 부산시에서 홍보하고 있는 부산음식 중 중국인 관광객들이 부산에서 가장

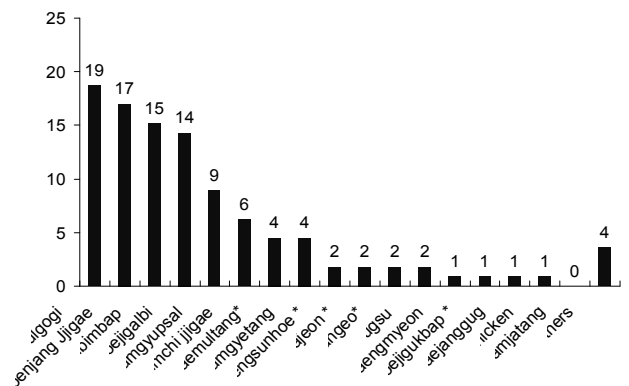


Fig. 3. Foods that the Chinese subjects want to eat if they revisit in Busan (n=100, overlap response). *Local food of eating in Busan by the Chinese subjects.

많이 섭취했던 생선회와 해물탕을 다시 먹고 싶어 한 응답률은 4% 이하로 낮았고, 생선회와 해물탕 외의 다른 부산음식을 다시 먹고 싶다고 한 의견도 3% 이하였다.

이는 부산시에서 홍보하고 있는 부산음식은 중국인 관광객의 관심을 끌지 못하였고, 불고기, 된장찌개, 비빔밥, 돼지갈비, 삼겹살 등과 같은 우리나라의 대표적인 음식에 관심이 더 많음을 알 수 있었다. 이는 부산을 방문한 일본인 관광객이 불고기, 비빔밥, 파전, 생선회, 김치찌개를 먹고 싶다고 하였고, 부산의 대표음식과는 거리가 있었다고 한 결과와 비슷하였다(11).

부산 여행 중 가장 좋았던 점에서 음식은 낮은 평가를 받아 중국인 관광객의 음식에 대한 식도락의 강한 욕구를 부산 관광 중에 충족하지 못한 것으로 생각된다. 또한 재방문할 의사도 잘 모르겠다는 의견이 많아 중국인 관광객을 부산으로 유치하기 위해서는 중국인 관광객이 원하는 부산음식과 음식관광의 방향에 대한 좀 더 구체적인 연구가 필요하다고 하겠다.

부산을 재방문할 때 다시 먹고 싶은 음식은 부산시에서 홍보하고 있는 부산음식보다는 대표적인 한국음식을 더 먹고 싶어 하였다. 비빔밥의 경우 부산에는 전문으로 하는 음식점이 부족하고, 비빔밥보다는 돌솥비빔밥을 주 메뉴로 하고 있다. 이처럼 중국인 관광객이 먹고 싶어 하는 음식과 이와 다른 형태로 부산에서 애용되고 있는 음식을 접목시켜 홍보할 필요가 있으며, 부산시에서는 부산음식뿐만 아니라 중국인 관광객이 먹고 싶어 하는 음식들도 같이 홍보해야 할 것으로 생각된다. 또한 부산음식을 알릴 수 있는 해외홍보채널과 음식관광의 종류를 다양화 하여, 중국인 관광객의 부산음식에 대한 친숙도를 향상시켜야 할 것으로 생각된다.

요 약

부산을 방문한 중국인 관광객은 남자보다 여자가 많았으며, 직업에서는 학생과 직장인이 많았다. 연령은 20대와 30대가 주를 이루었으며, 부산을 방문한 횟수는 1회 또는 2회가 가장 많았다. 관광 중 먹어본 부산의 대표음식으로는 생선회와 해물탕이 각각 19%로 가장 많았으며, 오리불고기, 돼지국밥, 동래파전을 10% 내외로 섭취하였다. 부산을 재방문할 때 먹어 보고 싶은 음식으로는 불고기(19%), 된장찌개(17%), 비빔밥(15%), 돼지갈비(14%), 삼겹살(9%), 김치찌개(6%), 해물탕(4%), 삼계탕(4%)을 원하였다. 부산음식에 대한 만족도는 후식의 다양성(3.4), 메뉴의 다양성(3.3), 음식의 짜고 매운맛(3.2), 저렴한 음식의 값(3.1), 음식의 양(3.0)의 순서로 만족도를 나타내었다. 음식점의 서비스는 친절도와 청결성에서 4.2의 만족도로 높은 평가를 받았다. 부산의 여행 중 가장 좋았던 점은 44%가 쇼핑을 선택하였고, 음식은 10%로 낮은 값을 나타내었다. 부산을 다시 방문하겠다는 의사는 38%, 잘 모르겠다는 61%를 나타내었다. 본 연구에서 중국인 관광객은 관광지에서의 음식을 중요하게 생각하

였고 관광지의 특색 있는 음식을 먹고 싶어 하였으나, 부산음식에 대한 만족도는 다소 낮은 평가를 받았으며 음식의 양과 음식의 가격의 조정이 필요한 것으로 조사되었다. 중국인 관광객은 부산시에서 홍보하고 있는 대표음식보다는 한국의 대표음식을 부산여행 중 먹고 싶어 하였다. 본 연구는 중국인 개별관광객을 대상으로 국한하였으므로 단체관광객과는 차이가 있을 것으로 생각되며, 단체관광객을 대상으로 부산여행 중 음식에 대한 만족도와 그들이 먹고 싶어 하는 메뉴에 대한 추가적인 연구가 필요할 것으로 생각된다.

감사의 글

본 연구는 2010년도 남해안 3개시도 관광협의회 부산부의 지원으로 수행된 연구의 결과이며, 이에 감사드립니다.

REFERENCES

1. Korean Statistical Information Service. <http://kosis.kr>. Categorized title: Korea tourism statistics/inbound visitors entry-purpose and nationality/inbound visitors entry-transportation and nationality.
2. Korea Tourism Organization. 2010. Marketing research of Chinese tourist consumer for secondary research of market excavation. Korea.
3. Song YJ. 2005. A study on the need of development for tourism merchandising of regional cuisine in Kyonggi province. *Tourism Res* 21: 211-226.
4. Choi YB, Won CS. 2007. Plan to introduce Korean food culture as a tourism product. *J Korea Hotel Resort Casino Res* 6: 157-166.
5. Oh YS. 2010. A study on the effect of medical esthetic tourism and *Halleu* consciousness on tourism image, Korean food consciousness, tourist satisfaction and behavioral intention. *Korean J Culinary Res* 16: 193-207.
6. Lee IG, Kim JB, Oh JH. 2006. A comparative study on the 'Korean Food Wave' in China and Japan. *Daehan J Business* 19: 2335-2355.
7. Choi YK. 2009. A study on promotion strategy for boosting inbound tourism in provincial government: A case of promotion strategy of Jeollabuk-do for Chinese tourist. *J Tourism Sci* 33: 85-102.
8. Song YS, Lee YJ. 2011. An analysis of factors influencing Chinese tourists' whole satisfaction, intention of revisiting and recommendation. *Aisa-Pacific Res* 35: 81-114.
9. Sin YS. 2000. A research of traditional & native local foods in Busan. *Korean Culinary Res* 6: 67-78.
10. Tourism Promotion Division, Busan Metropolitan City. 2008. <http://tour.busan.go.kr/index.busan?theme=3>.
11. Jang SM. 2011. Foreign tourists of Busan travel status and preference of the Busan food survey. *MS Thesis*. Pusan National University, Busan, Korea.
12. Choi SS. 2012. The tourism destination image and perceived value impact on behavioral intentions - Focusing on Chinese tourists -. *J Tourism Manag Res* 16: 267-284.
13. Seo KH, Lee SB, Sin MJ. 2003. Research on Korean food preference and the improvement of Korean restaurants for Japanese and Chinese students in Korea. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 19: 715-722.

14. Sin YS. 2009. Food tourism strategy for globalization of hansik. http://www.ssnf.or.kr/?mid=data&document_srl=6391&page=2.
15. Cho MS, Koh SI, Oh SU. 2007. An importance-performance analysis of Korean food. *J Tourism Manag Res* 22: 265-287.
16. Kang DW. 2003. Preference of restaurant menus and food-service industry for Chinese tourists. *Bull Food Technol* 16: 44-54.
17. Tourism Promotion Department, Busan Metropolitan City. 2013. 2013 Tourism promotion plan. http://media.busan.go.kr/04_bodo/01.jsp?groupid=00001_%2F00002_%2F00004&writeType=0&admin_p=0&sysop_p=0&depart_code=&pcode=&code=&etcKind=&postdayKind=&uPath=&parts_code=&parts=&jobflag=W&command=view&strSN=54236.