

## 향토음식의 인지도와 기호도 및 소비행동에 관한 연구 - 경주지역을 중심으로 -

장 순 옥<sup>1</sup> · 우 이 식<sup>1</sup>  
경주대학교 외식조리학과<sup>1</sup>

## A Study on Consumer Awareness, Preference, and Consumption Behavior Regarding Local Food - Focusing on Gyeongju Area -

Sun-Ok Jang<sup>1</sup> · Iee-Shik Woo

*Dept. of Food Service Management and Culinary, Gyeongju University<sup>1</sup>*

### Abstract

In this study, the real state of local foods was examined targeting Gyeongju citizens to help in developing distinguishing foods and to promote cultural to excellence of local foods widely. Ultimately, this study aims to promote cultural excellence of Gyeongju's local foods widely by examining the kinds of local foods in Gyeongju area. In addition, current study was conducted to provide basic data of local foods which inherit and develop our precious assets, in order to keep up with the Korean Wave as well as globalization. For this study, a survey was performed with the 274 sample of local food consumers, and analyzed the data using descriptive, cross tabulation analysis, and *t*-test. Results shown that Janchi guksu(banquet noodles) and Jeonbok juk(abalone rice porridge) obtained the highest awareness and preference when awareness and preference of Gyeongju local foods were analyzed depending on the marital status. Significant implication in the study is that there is a need to develop and promote local foods and open local food restaurants for local residents. More discussion and limitations are suggested.

**Key words:** local food, awareness, preference, consumption behavior, Gyeongju, inheriting

### I. 서 론

향토음식은 불특정 다수에 의하여 그 고장의 특유한 식습관, 재료, 조리법 등이 함축되어 있는 경우가 많기 때문에 강한 지역적인 특성을 가지고 있다(Kim SC 2000). 또한, 향토음식의 맛은 그 지방의 풍토와 그 지방에 사는 사람들의 품성을 잘 나타낸다고 할 수 있으며(Son YJ 2004), 많

은 관광 자원 중에서 그 지역의 특색을 가장 잘 표명할 수 있는 것이 그 지방의 향토음식이다. 향토음식이야말로 무구한 시간의 흐름 속에서 자연스레 형성된 그 지방의 색깔이 가장 잘 들어나는 문화이며, 특징을 지녔기에 관광객들에게는 다양한 볼거리나 만족을 줄 수 있는 좋은 관광자원이라고 볼 수 있다(Jin YK et al 2001; Kwon SJ, Lee JH 2004; Min SH, Park OJ 2004).

¶: 장순옥, jso@gu.ac.kr, 경상북도 경주시 태종로 188, 경주대학교 외식조리학과

지역의 문화를 대변할 수 있는 여러 관광자원 가운데 관광객들이 가장 쉽게 접할 수 있는 것 중 하나가 바로 지역의 생활문화인 음식이라고 할 수 있다. 음식은 관광객의 문화적 경험을 형성하는데 있어 필수적인 요소이다(Hall CM & Sharples L 2003; Hjalager AM & Richards G 2002; Dittermer P 2001; Williams J 1997). 이러한 음식 중에서 향토음식은 많은 관광 자원 중에서 그 지역을 우선적으로 대표할 수 있고, 그 지역을 홍보할 수 있는 수단이 될 수 있을 것이다(Min KH 2010).

경주는 신라 천년의 유구한 역사를 지닌 유구한 관광지임에도 불구하고, 전라도를 비롯한 타 도시에 비해 잘 알려진 전문 향토음식점이나 향토음식에 관련한 연구가 많이 부족한 실정이다. 단순히 역사적인 유물이나 자연 경관, 기타 관광 시설만으로는 관광객들의 다양한 욕구들을 채워 줄 수 없으며, 다변화하는 관광객들의 욕구를 부합할 수 있는 향토음식과 문화관광이 병행해야 한다(Kim MJ, Jeon HM 2013).

외국인 관광객들이 선호하는 대한민국의 주요 관광지로 손꼽히는 경주는 도시 곳곳이 유적지나 고대 유물들로 채워진 거리 박물관이다 신라천년의 고도를 자랑하는 경주시는 국제회의나 엑스포 축제를 성공리에 개최하여 역사적으로 유명한 이미지뿐만 아니라, 국제적 위상까지 성공적으로 끌어올렸다. 외래 관광객이 특정한 지역이나 고장을 방문 시 행하는 여러 가지 여가 활동 중에 지역의 향토음식의 체험은 여행의 즐거움을 배가시킬 수 있는 매력적인 활동으로 인식되고 있으며(Lee YJ, Choi SK 2004), 각 고장의 지역성을 대변할 수 있는 향토색이 가미된 요인 중 음식은 가장 일상적으로 손쉽게 접할 수 있는 문화적 요인이며, 또한, 향토음식의 맛은 그 지방의 풍토와 그 지방에 사는 사람들의 품성을 잘 나타낸다고 할 수 있다(Son YJ, 2004). 전통향토음식의 산업화는 지역 농산물의 이용 증대와 지역 문화와 음식이 결합된 관광 상품으로서의 발전 가능성을 기대할 수

있어 지역 경제 활성화에 도움이 될 수 있다(Lee DP, Chio KE 2007) 따라서 경주에 거주하는 시민을 대상으로 향토음식에 대한 실태조사를 통하여 인지도, 기호도를 조사하여 현지점에서의 보존과 개발에 대한 이해 및 재조명을 통하여 전통성의 유지와 변화의 필요성을 통해서 외래 방문객이 즐겨 찾을 수 있는 해결방안을 제시하여 지역경제를 살릴 뿐 아니라(Jang SO, 2009), 향토음식의 전통을 발전 계승시켜 즐겨 찾는 특별음식으로 자리매김을 함에 있어서 일조하고자 하며, 잠재된 향토음식자원을 특색 있는 음식으로 발전시켜서 문화적 우수성을 널리 알릴 필요성이 있으며, 경주지역 향토음식의 조사 및 발굴을 통해 정부가 추진하고 있는 한류열풍 및 세계화에 발맞추어 경주의 향토음식의 문화적 우수성을 널리 알리고, 우리의 소중한 자산을 계승 발전시켜 나가는 향토음식의 기초자료로 하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 경주시의 지리적 특성

경상북도 동남부에 위치하고 있는 경주는 동쪽은 동해, 서쪽은 청도군, 남쪽은 울산광역시, 북쪽은 포항시, 영천시와 접하고 경부고속도로와 중앙선, 동해남부선 철도가 관통하여 교통이 편리하다(경주시청). 신라문화권인 경주는 매우 소박하고 보수성이 강한 지역이므로 전통적인 음식이 토착화되어 향토음식으로서의 특징을 지니고 있다. 강한 보수성은 문화적 우월감과 이 지역의 문화보다 높은 문화만을 수용한 것, 동족부락이 밀집되어 문화공간이 폐쇄적인 것 등에서 잉태된 것으로 보인다(Kim SB 2004).

경주는 기후가 온난하여 일찍부터 벼농사를 중심으로 한 농경생활의 기틀 위에 신라의 찬란한 불교문화와 조선시대 유교적 전통 등 환경의 영향을 받으며, 독특한 식생활문화가 발달되어 왔으며, 음식의 맛은 대체로 얼얼하도록 맵고 짠 편이며, 경상도 특유의 무뚝뚝함을 반영하듯 맛을 내

거나 사치스럽지 않고 소담하게 만든다(농촌진흥청 2006).

## 2. 경주시의 특산물

경주시의 주요 작물로는 건친읍의 보리, 포도, 양송이 현곡면의 토마토, 배, 느타리버섯, 안강읍의 토마토, 단감, 양돈, 강동면의 시금치, 부추, 천북면의 딸기, 양계, 불국동의 토종별, 부추, 땅두릅, 내남면의 토마토, 딸기, 옴나무, 산내면의 더덕, 곤달비, 염소, 외동읍의 양돈, 한우, 단호박, 양남·양북면의 한우, 단감, 토마토 감포읍의 꽃감, 단감, 양봉 등이 있다. 주요 농작물로는 벼, 보리, 버섯, 단감, 시설토마토, 사과 포도, 배, 체리 블루베리 등이 있으며, 경주지역행사 및 축제로는 경주국제마라톤대회, 경주벚꽃 마라톤대회, 봉황대 뮤직스퀘어, 보문야외국악공연, 교촌문화공연, 선무도공연, 신라문화제 등이 있다(경주시청 2015).

## 3. 경주시의 향토음식

경상도의 음식은 기후가 온화하고 벼농사가 발달하여 그에 따른 부식은 아주 화려하게 발달을 하였으며, 또 동해와 남해를 끼고 있어 전라도와 비슷한 기후이면서도 해산물의 종류가 다르고, 들판에서 곡식도 골고루 생산이 되고 있다(한국관광공사 1997). 또한, 향토음식의 관광산업화는 지역 농·축산물의 이용 증대와 지역 문화와 음식이 결합되어 있기 때문에, 관광 상품으로서 발전할 가능성을 기대할 수 있기에 지역 경제 활성화에 도움이 된다고 볼 수 있다.

경주시의 향토음식으로는 주식류의 김치밥국, 곤드레밥, 산나물밥, 곤달비비빔밥, 대통밥, 시래기밥, 전복죽 등이 있고, 부식류로서는 육개장, 가자미미역국, 시래기국, 참가자미조림, 모자반무침, 콩잎장아찌, 곤달비장아찌, 미주구리회무침, 도루묵조림, 콩잎물김치, 콩나물해장국(경주시농업기술센터 2009) 등 경주지역의 특색 있는 향토음식이 있음에도 불구하고, 이에 대한 연구가 부족한 실정이다. 다음으로 선행연구들의 향토음식

에 대한 인지도, 기호도에 대한 연구 결과를 살펴보면, Park KT(2011)의 향토음식에 대한 의식 및 인지도에 관한 연구에서 김해지역의 향토음식 12 종류의 인지도를 분석한 결과, 민물장어구이 가족자반, 콩잎물김치 등을 잘 알고 있는 것으로 나타났다. Jang SO, Lee YJ(2009)의 영천지역 향토음식에 대한 인지도와 관광 상품화연구에서는 육회, 한우숯불구이, 돔배기구이, 삼송꾸만두, 소머리수육 등으로 나타났다. 또한, Moon SS(2012)의 향토음식에 대한 인식 및 선호도에 관한 연구에서는 한우, 한정식, 백반을 선호하는 것으로 나타났다. Kim SK et al(2009)의 남원 향토음식의 인지도 연구에서 추어탕, 한정식, 산채정식, 토종흑돼지를 인지하고 있었고, 추어탕의 경우에는 먹고 난 후의 만족도는 낮은 것으로 나타났다.

## Ⅲ. 연구방법

### 1. 조사 대상 및 기간

본연구의 표본은 비확률 표본추출방식인 편의 표본추출방법을 이용하여 조사대상은 경주지역에 거주하는 주민으로 한정하였고, 자료수집 방법은 자기기입식 설문조사를 사용하여 조사기간은 2014년 01월 20일부터 2014년 2월 28일에 걸쳐 38일간 실시하였으며, 총 300부의 설문지를 배포하여 조사대상자가 직접 체크하게 하는 방법을 사용하였다. 회수된 설문지는 285부로 회수율은 95%였으며, 이주 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지를 제외하고, 분석에 사용된 설문지는 274부(91.3%)였다.

### 2. 조사 내용 및 방법

본 연구의 조사내용은 문헌조사 분석을 통해 관련 논문 및 문헌, 간행물 등을 참고하였으며, 선행연구(경주시 농업기술센터 2009; Jung WS, Hwang SJ 2014; Park KT 2011; Lee YJ, Choi SK 2004)를 통하여 추출하여 본 연구에 적용할 수 있는 부분을 발췌하여 크게 5개의 부분으로 구성하

였다, 첫째, 조사대상자의 일반적 사항으로는 성별, 연령, 결혼 여부, 학력, 직업, 월평균소득, 거주연한 등 5항목을 조사하였다. 둘째, 경주향토음식에 대한 인지도와 기호도에 대하여 알아보기 위하여 28개 항목의 향토음식메뉴 등의 인지도에 대하여 매우 잘 안다 5점에서 전혀 모른다 1점에 이르기까지 5점 리커트 척도를 사용하였으며, 기호도에 대하여 매우 좋아한다 5점에서 매우 싫어한다 1점에 이르기까지 5점 리커트 척도를 사용하였다.

셋째, 경주시의 향토음식에 대한 대중화 및 관광 상품화에 대한 견해를 묻는 질문으로 조리방법의 개선, 전통적인 조리법의 전수, 조리법의 표준화, 단순화, 신세대의 입맛에 맞도록 요리방법의 변형, 향토전문식당개설 및 확산, 향토음식점의 지정 및 관리, 향토음식에 대한 교육시행, 청결 및 위생상태의 개선, 인터넷, 매스컴 홍보강화 등에 대하여 매우 중요 5점에서 전혀 중요하지 않음 1점에 이르기까지 5점 리커트척도를 사용하였다. 넷째, 경주향토음식의 품질속성에 대하여 중요하게 생각하는 정도와 현재 경주 소재 향토음식당들이 실천하고 있는 정도에 대한 만족도에 대하여 음식의 맛, 음식의 양, 음식의 가격, 음식의 위생상태, 음식의 간, 음식의 신선도, 음식의 다양성, 화학조미료의 사용 여부, 음식의 전통성, 음식의 조리방법 등에 대하여 매우 중요하다 5점에서 전혀 중요하지 않다 1점에 이르기까지 5점 리커트 척도를 사용하였으며, 실천성에 대한 정도에서도 같은 항목으로 '적극 실천한다' 5점에서 '전혀 실천하지 않는다'의 1점에 이르기까지 5점 리커트척도를 사용하였다.

다섯째, 향토음식에 대한 경주시민들의 일반적 인 식 행동 특징에 대하여 11문항으로 구성하였다.

### 3. 분석방법

본 조사에서 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터클리닝(data cleaning)

과정을 거쳐 SPSS statistics 21.0을 이용하여 통계 분석하였다. 조사대상자의 일반적인 환경요인은 빈도와 백분율, 평균분석을 실시하였으며, 인지도와 기호도는 평균 및 표준편차 등의 기술통계량 분석, 교차분석을 실시하였고, 성별에 따른 유의 검증은 *t*-test로 하였다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 사항은 <Table 1>과 같다. 성별에서는 남자가 127명(46.4%), 여자가 147명(53.6%)으로 나타났다. 연령은 41~50세 66명(24.1%)으로 가장 많았으며, 21~30세 63명(23.0%), 20세 이하 56명(20.4%), 50세 이상 52명(19.0%), 31~40세 37명(13.5%)으로 조사되었으며, 결혼 여부에서는 미혼이 125명(45.6%), 기혼이 149명(54.4%)으로 나타났다.

교육 정도로는 고졸 이하가 102명(37.2%)으로 가장 많았으며, 대학졸업(대학재학 포함)이 95명(34.7%), 전문대학졸업 56명(20.4%), 대학원졸업 이상 21명(7.7%) 순으로 조사되었다.

직업으로는 학생이 83명(30.3%)으로 가장 많았고, 판매서비스직 62명(22.6%), 자영업 31명(11.3%), 회사원 28명(10.2%), 전문 기술직 25명(9.1%), 기타 24명(8.8%), 공무원 21명(7.7%)으로 조사되었다. 월평균소득으로는 101만원~200만원 80명(29.2%), 201~300만원 70명(25.5%), 401만원 이상 45(16.4%), 100만원 미만 43명 (15.7%), 301~400만원 36명(13.1%)으로 조사되었다. 거주연한으로는 21년 이상이 99명(36.1%)으로 가장 높게 나타났으며, 16~20년이 63명(23.0%), 5년 미만 43명(15.7%), 11~15년 38명(13.8%), 5~10년 31명(11.3%) 순으로 나타났다.

### 2. 경주향토음식의 인지도 및 기호도

#### 1) 결혼여부에 따른 경주향토음식 인지도

〈Table 1〉 General characteristics of the subjects

Variable	Group	N	(%)
Gender	Gender	127	46.4
	Female	147	53.6
Age	20 $\geq$	56	20.4
	21~30	63	23.0
	31~40	37	13.5
	41~50	66	24.1
	50 $\leq$	52	19.0
Marital status	Unmarried $\geq$	125	45.6
	Married	149	54.4
Education	High school	102	37.2
	College	56	20.4
	University	95	34.7
	Graduate school $\leq$	21	7.7
Occupation	Office worker	28	10.2
	Specialty · technical work	25	9.1
	Public servant	21	7.7
	Student	83	30.3
	Self-management	31	11.3
	Sales · service industry	62	22.6
	Others	24	8.8
Monthly income	100,000 won $\geq$	43	15.7
	101,000~200,000 won	80	29.2
	201,000~300,000 won	70	25.5
	301,000~400,000 won	36	13.1
	401,000 won $\leq$	45	16.4
Duration of dwelling(Yr)	5 year $\geq$	43	15.7
	5~10 year	31	11.3
	11~15 year	38	13.9
	16~20 year	63	23.0
	21 year $\leq$	99	36.1
Total		274	100

경주향토음식에 대한 결혼 여부에 따른 인지도를 5점 Likert 척도로 조사한 결과는 <Table 2>에 서 보는 바와 같다. 미혼과 기혼 모두에서 가장 높은 인지도를 나타낸 음식은 잔치국수(4.52점),

<Table 2> Result of *t*-test for the awareness of local food by marital status

Item	Marital status		Total	T-value	p-value
	Unmarried	Married			
Gondalbi-bibimbab	2.89±1.18	3.54±1.09	3.25±1.18	-4.681	0.000
Gondeure-bab	3.34±1.14	3.85±0.95	3.61±1.07	-3.968	0.000
Deatong-bab	3.07±1.11	3.48±0.99	3.29±1.06	-3.158	0.002
Kimchibab-guck	3.12±1.22	3.97±0.94	3.58±1.52	-6.411	0.000
Kongnamul-juk	3.14±1.29	3.95±0.86	3.58±1.15	-6.031	0.000
Sireagi-bab	3.45±1.06	3.96±0.95	3.73±1.03	-4.174	0.000
Junbok-juk	4.17±0.91	4.47±0.78	4.33±0.85	-2.915	0.004
Hobakbumbuk	3.10±1.29	3.94±0.87	3.56±1.16	-6.222	0.000
Janchiguksu	4.46±0.84	4.57±0.71	4.52±0.77	-1.225	0.222
Yukgaejang	4.26±0.91	4.32±0.82	4.30±0.86	-0.555	0.579
Gajami-mieuck-guck	3.05±1.32	4.10±0.89	3.62±1.22	-7.588	0.000
Chuuu-tang	4.18±0.87	4.18±0.86	4.18±0.87	0.027	0.979
Godeonguh-sireagi-guck	3.18±1.24	3.57±1.13	3.39±1.19	-2.734	0.007
Sagodi-tang	3.17±1.31	3.89±0.98	3.56±1.19	-5.071	0.000
Sireagi-guck	4.06±0.97	4.28±0.79	4.18±0.88	-2.028	0.044
Chamgajami-jorim	3.68±1.15	4.07±0.79	3.89±0.98	-3.133	0.002
Jang-tteok	2.84±1.25	3.50±1.03	3.20±1.18	-4.694	0.000
Mojabab-muchim	2.66±1.28	3.52±0.95	3.13±1.19	-6.204	0.000
Kongyip-jangajji	3.57±1.12	3.97±0.91	3.78±1.03	-3.195	0.002
Gondalbi-janajji	2.75±1.26	3.55±1.00	3.19±1.89	-5.752	0.000
Mijuguri-hoemuchim	2.78±1.34	3.79±1.12	3.33±1.32	-6.728	0.000
Dolnamul-mulkimchi	3.06±1.29	3.76±1.00	3.44±1.19	-4.918	0.000
Dorumuk-jorim	3.38±1.20	3.83±0.92	3.62±1.08	-3.359	0.001
tot-muchim	3.21±1.29	3.80±1.00	3.53±1.18	-4.173	0.000
Kongyip-mulkimchi	2.60±1.16	3.43±1.09	3.05±1.19	-6.079	0.000
duchi-hoe	2.66±1.23	3.59±1.20	3.17±1.30	-6.272	0.000
Pipeon	1.98±1.00	2.76±1.28	2.40±1.22	-5.695	0.000
Kongnamul-hejangguck	3.90±1.07	4.25±0.82	4.09±0.96	-2.992	0.003

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

Mean±S.D.

전복죽(4.33점), 추어탕(4.18), 시래기국(4.18), 콩나물해장국(4.09) 순으로 나타났다. 그중에서 미혼은 잔치국수(4.46점), 육개장(4.26점), 추어탕(4.18점), 전복죽(4.17점) 순으로 높은 인지도를 보인 반면에, 기혼은 잔치국수(4.57점), 전복죽(4.47점), 육개장(4.32점), 시래기국(4.28점) 등으로 높은 인지도를 보였다. 반면에 인지도가 낮은 음식은 피편(2.40점), 콩잎물김치(3.05점), 모자반무침(3.13점), 두치회(3.17점), 모자반무침(3.13점) 등의 순으로 낮은 인지도를 보였다. 결혼 여부에 따른 인지도에서는 거의 모든 항목에서 유의한 차이가 나타났고, 기혼이 미혼보다 모든 항목에서 높은 인지도를 나타내었다( $p<0.05 \sim p<0.001$ ).

## 2) 결혼여부에 따른 경주향토음식의 기호도

경주향토음식에 대한 결혼 여부에 따른 기호도를 5점 Likert 척도로 조사한 결과는 <Table 3>에서 보는 바와 같다. 미혼과 기혼 모두에서 가장 높은 기호도를 나타낸 음식은 전복죽(4.22점), 잔치국수(4.17점), 사고디탕(4.17), 육개장(4.09), 콩나물해장국(4.01)이었으며, 기혼이 미혼보다 사고디탕(5.02점), 콩나물해장국(4.19점), 시래기국(4.11점), 곤드레밥(4.08점), 도루묵조림(4.02) 등의 순으로 높은 기호도를 보였다. 그중에 육개장(4.14)은 미혼이 기혼보다 높은 기호도를 보였다. 반면에, 미혼과 기혼 모두에서 기호도가 낮은 음식은 피편(2.98점), 두치회(3.21점), 콩잎물김치(3.37점), 장떡(3.38점), 모자반무침(3.38점) 등의 순으로 낮은 기호도를 보였다. 결혼 여부에 따른 기호도에서는 육개장과 잔치국수를 제외한 모든 항목에서 유의한 차이가 나타났다( $p<0.05 \sim p<0.001$ ).

## 3. 향토음식에 대한 대중화에 대한 중요도 및 만족도

### 1) 향토음식 대중화에 대한 중요도

향토음식을 대중화하기 위해 중요한 사항으로는 <Table 4>와 같다. 향토음식을 대중화하기 위해서는 청결 및 위생상태의 개선(4.39점)으로 가장 높았으며, 전통적인 조리법의 전수(3.93점), 인터넷, 마스크홍보강화(3.95점), 신세대입맛에 맞게 요리방법의 변형(3.92점) 순으로 대중화를 위해서 중요하다고 조사되었다. 그중에서 미혼은 청결 및 위생상태의 개선과 인터넷, 마스크홍보강화, 전통적인 조리법의 전수가 중요하다고 만한 반면에, 기혼은 청결 및 위생상태의 개선, 조리방법의 개선, 신세대입맛에 맞도록 요리방법의 변형, 인터넷, 마스크홍보강화, 조리법의 표준화, 단순화, 전통적인 조리법의 전수 등의 순으로 중요하다고 나타났다. 이는 향토음식을 대중화함에 있어서 청결 및 위생상태 및 전통적인 조리법의 전수가 가장 중요하지만, 조리법을 표준화, 단순화 시킴과 동시에 신세대 입맛에 맞도록 요리방법을 변형시키는 것이 필요하다고 하겠다. 반면에, 향토음식점의 지정 및 관리(3.76점), 향토전문식당 개설, 확산(3.80점), 향토음식에 대한 교육시행(3.80점) 등은 향토음식에 대한 대중화를 위해서는 미혼과 기혼 모두 중요하지 않다고 조사되었다.

향토음식의 대중화를 위한 중요한 사항에서는 조리방법의 개선( $p<0.001$ ), 전통적인 조리법의 전수( $p<0.001$ ), 조리법의 표준화, 단순화( $p<0.001$ ), 신세대입맛에 맞도록 요리방법의 변형( $p<0.001$ ), 향토전문식당개설·확산( $p<0.05$ ), 향토음식에 대한 교육시행( $p<0.05$ ), 청결 및 위생상태의 개선( $p<0.001$ ), 인터넷, 마스크홍보강화( $p<0.05$ )에서 유의한 차이를 보였다.

### 2) 향토음식대중화에 대한 만족도

향토음식 대중화에 대한 만족도는 <Table 5>와 같다. 향토음식 대중화에 대한 만족도에서는 전통적인 조리법의 전수(3.37점), 조리방법의 개선(3.36점)으로 가장 높았으며, 향토음식점의 지정 및 관리(3.18점), 신세대입맛에 맞도록 요리방법의 변형(3.18점) 등은 향토음식의 대중화를 위해서

〈Table 3〉 Result of *t*-test for the preference of local food by marital status

Item	Marital status		Total	T-value	p-value
	Unmarried	Married			
Gondalbi-bibimbab	3.20±0.94	3.99±0.76	3.63±0.93	-7.501	0.000
Gondeure-bab	3.35±1.05	4.08±0.79	3.75±0.99	-6.383	0.000
Deatong-bab	3.44±0.90	3.90±0.90	3.67±0.93	-4.583	0.000
Kimchibab-guck	3.39±0.83	3.71±0.92	3.57±0.89	-3.020	0.003
Kongnamul-juk	3.28±0.84	3.69±0.83	3.50±0.86	-4.064	0.000
Sireagi-bab	3.28±0.89	3.85±0.96	3.59±0.97	-5.058	0.000
Junbok-juk	4.00±0.93	4.40±0.80	4.22±0.89	-3.724	0.000
Hobakbumbuk	3.40±0.86	3.77±0.90	3.60±0.90	-3.484	0.001
Janchiguksu	4.17±0.93	4.17±0.85	4.17±0.89	0.002	0.998
Yukgaejang	4.14±0.85	4.05±0.88	4.09±0.86	0.787	0.432
Gajami-mieuck-guck	3.16±0.98	3.70±1.10	3.45±1.08	-4.280	0.000
Chuu-h-tang	3.73±1.21	4.05±0.98	3.90±1.10	-2.369	0.019
Godeonguh-sireagi-guck	3.31±1.04	3.64±1.01	3.49±1.04	-2.672	0.008
Sagodi-tang	3.15±1.00	5.02±6.73	4.17±5.09	-3.345	0.001
Sireagi-guck	3.67±0.95	4.11±0.82	3.91±0.91	-4.089	0.000
Chamgajami-jorim	3.46±1.07	4.01±0.93	3.76±1.03	-4.433	0.000
Jang-tteok	3.25±0.84	3.50±0.91	3.38±0.89	-2.347	0.020
Mojabab-muchim	3.10±0.88	3.62±0.96	3.38±0.96	-4.670	0.000
Kongyip-jangajji	3.62±1.00	3.87±0.96	3.75±0.98	-2.027	0.044
Gondalbi-janajji	3.07±0.93	3.77±1.03	3.45±1.04	-5.837	0.000
Mijuguri-hoemuchim	3.20±0.94	3.75±1.05	3.50±1.04	-4.592	0.000
Dolnamul-mulkimchi	3.26±0.91	3.57±1.15	3.43±1.05	-2.535	0.012
Dorumuk-jorim	3.35±0.98	4.02±0.95	3.72±1.02	-5.695	0.000
tot-muchim	3.24±0.93	3.99±0.94	3.64±1.01	-6.650	0.000
Kongyip-mulkimchi	3.14±0.92	3.56±1.01	3.37±0.99	-3.600	0.000
duchi-hoe	3.04±0.79	3.36±1.12	3.21±0.99	-2.737	0.007
Pipeon	2.86±0.74	3.08±1.01	2.98±0.90	-2.039	0.042
Kongnamul-hejangguck	3.78±1.01	4.19±0.87	4.01±0.96	-3.567	0.000

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

Mean±S.D.

는 만족하지 않은 것으로 나타났다. 반면에, 기혼은 전통적인 조리법의 전수(3.52점), 조리방법의

개선(3.50점)에서 만족하는 것으로 나타났으며, 향토음식점 지정 및 관리(3.19점), 신세대 입맛에



**<Table 4> Result of *t*-test for the importance on popularization of local food by marital status**

Item	Marital status		Total	T-value	p-value
	Unmarried	Married			
Improvement to cooking method	3.52±0.90	4.09±0.84	3.82±0.91	-5.426	0.000
Learning traditional cooking method	3.80±0.72	4.05±0.77	3.93±0.74	-2.799	0.006
Standardization and simplification of cooking method	3.55±0.88	4.05±0.71	3.82±0.83	-5.042	0.000
Transforming cooking method to new generation' appetite	3.72±0.92	4.09±0.82	3.92±0.88	-3.544	0.000
Open and spread local food restaurants	3.67±0.86	3.92±0.85	3.80±0.86	-2.317	0.021
Designation and management of local food restaurants	3.74±0.88	3.77±0.86	3.76±0.87	-0.201	0.841
Education to local food	3.68±0.94	3.90±0.80	3.80±0.87	-2.085	0.038
Hygiene of local food restaurants	4.22±0.96	4.54±0.71	4.39±0.85	-3.167	0.002
Active marketing	3.82±1.03	4.06±0.75	3.95±0.89	-2.215	0.028

\*  $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

Mean±S.D.

**<Table 5> Result of *t*-test for the satisfaction with popularization of local food by marital status**

Item	Marital status		Total	T-value	p-value
	Unmarried	Married			
Improvement to cooking method	3.19±0.61	3.50±0.84	3.36±0.76	-3.548	0.000
Learning traditional cooking method	3.18±0.64	3.52±0.83	3.37±0.77	-3.807	0.000
Standardization and simplification of cooking method	3.22±0.71	3.45±0.84	3.34±0.79	-2.486	0.014
Transforming cooking method to new generation' appetite	3.10±0.77	3.23±0.84	3.18±0.81	-1.332	0.184
Open and spread local food restaurants	3.10±0.73	3.34±0.86	3.23±0.81	-2.416	0.016
Designation and management of local food restaurants	3.16±0.87	3.19±0.76	3.18±0.81	-0.353	0.725
Education to local food	3.18±0.91	3.23±0.77	3.21±0.83	-0.583	0.561
Hygiene of local food restaurants	3.31±0.87	3.34±0.81	3.32±0.84	-0.231	0.817
Active marketing	3.30±0.93	3.26±0.69	3.27±0.81	0.501	0.617

\*  $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

Mean±S.D.

맛도록 요리방법의 변형(3.23점)에서는 만족하지 않은 것으로 나타났다. 미혼은 청결 및 위생상태의 개선(3.31점), 인터넷, 메스컴 홍보강화(3.30점)에서 만족하는 것으로 나타났으며, 향토음식전문식당개설 및 확산(3.18점), 신세대입맛에 맞도록 요리방법의 변형(3.10점)에서는 만족하지 않는 것

으로 나타났다.

향토음식대중화에 대한 만족도에서는 조리방법의 개선( $p<0.001$ ), 전통적인 조리법의 전수( $p<0.001$ ), 조리법의 표준화, 단순화( $p<0.05$ ), 향토음식전문식당개설 및 확산( $p<0.05$ )에서 결혼 여부간에 유의한 차이를 보였다.

#### 4. 향토음식의 품질속성에 대한 중요성 및 실천성

##### 1) 향토음식의 품질속성에 대한 중요성

경주향토음식의 품질속성에 대하여 중요하게 생각하는 사항으로는 <Table 6>과 같다. 향토음식의 품질속성에 대하여 중요하게 생각하는 사항으로는 미혼, 기혼 모두 음식의 위생상태(4.55점)으로 가장 높게 나타났으며, 음식의 맛(4.44점), 음식의 (재료)신선도(4.37점), 음식의 간(4.25점) 순으로 중요하다고 조사되었다. 반면에, 음식의 다양성(3.86점), 음식의 양(3.90점), 화학조미료의 사용여부(3.91점)은 중요하지 않다고 하였다. 그중에서 기혼은 음식의 위생상태(4.65점), 음식의 맛(4.61점), 음식의 (재료)신선도(4.37점), 음식의 간(4.25점)으로 나타난 반면에 미혼은 음식의 위생상태(4.43점), 음식의 맛(4.25점), 음식의 (재료)신선도(4.14점), 음식의 가격(4.10점) 순으로 중요하다고 조사되었다.

이는 Choi SK et al(2006)의 울산향토음식의 대중화 및 관광 상품화를 위한 중요도와 만족도 연

구에서 위생이 가장 중요하다고 나타난 결과와 같으며, Jung WS, Hwang SJ(2014)의 대학생의 향토음식에 대한 인식 및 중요도, 만족도에 관한 연구에서 향토음식에 대한 중요도를 여학생의 경우, 음식의 청결성, 음식의 맛, 재료의 신선도 순으로 나타난 결과와도 같다.

경주향토음식의 품질속성에 대하여 중요하게 생각하는 정도에 있어서는 음식의 맛( $p<0.001$ ), 음식의 위생상태( $p<0.05$ ), 음식의 간( $p<0.001$ ), 음식의 (재료)신선도( $p<0.001$ ), 화학조미료의 사용여부( $p<0.05$ ), 음식의 조리방법( $p<0.05$ )에서 유의한 차이가 나타났다.

##### 2) 향토음식식당의 품질속성에 대한 실천성

향토음식식당의 품질속성에 대한 실천성에 대한 사항으로는 <Table 7>과 같다. 현재 경주 소재 향토음식식당들이 실천하고 있는 정도에 대한 만족도를 조사한 결과, 음식의 (재료)신선도(3.42점)이 가장 높게 실천하고 있는 것으로 나타났으며, 음식의 맛(3.36점), 음식의 양(3.27점), 음식의 가

<Table 6> Result of *t*-test for the importance on quality of local food by marital status

Item	Marital status		Total	T-value	p-value
	Unmarried	Married			
Taste	4.25±0.83	4.61±0.65	4.44±0.76	3.963	0.000
Quantity	3.86±0.81	3.94±0.76	3.90±0.78	-0.795	0.427
Price	4.10±0.83	4.27±0.68	4.19±0.76	-1.889	0.060
Sanitation	4.43±0.83	4.65±0.64	4.55±0.74	-2.422	0.016
Seasoning	4.01±0.86	4.45±0.67	4.25±0.79	-4.681	0.000
Freshness	4.14±0.95	4.56±0.65	4.37±0.83	-4.123	0.000
Diversity	3.78±0.89	3.93±0.81	3.86±0.85	-1.459	0.146
Using synthetic seasoning	3.79±0.96	4.01±0.85	3.91±0.91	-1.997	0.047
Traditionality	3.91±0.90	4.10±0.81	4.01±0.86	-1.825	0.069
Cooking method	3.87±0.88	4.11±0.92	4.00±0.91	-2.164	0.031

\*  $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

Mean±S.D.

〈Table 7〉 Result of *t*-test for the performance on quality of local food restaurants by marital status

Item	Marital status		Total	T-value	p-value
	Unmarried	Married			
Taste	3.03±0.63	3.63±1.00	3.36±0.90	-6.001	0.000
Quantity	3.06±0.72	3.45±0.76	3.27±0.76	-4.327	0.000
Price	2.91±0.83	3.28±0.87	3.11±0.87	-3.525	0.000
Sanitation	2.91±0.63	3.06±1.01	2.99±0.86	-1.425	0.155
Seasoning	2.90±0.70	3.25±0.96	3.09±0.87	-3.413	0.001
Freshness	3.21±0.71	3.60±0.95	3.42±0.87	-3.872	0.000
Diversity	3.00±0.73	3.13±1.00	3.07±0.89	-1.250	0.213
Using synthetic seasoning	2.93±0.82	3.06±0.89	3.00±0.86	-1.264	0.207
Traditionality	3.02±0.73	3.13±0.94	3.08±0.85	-1.002	0.317
Cooking method	2.95±0.79	3.22±0.93	3.10±0.88	-2.593	0.010

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

Mean±S.D.

격(3.11점) 순으로 나타났으며, 기혼은 음식의 맛(3.63점), 음식의 (재료)신선도(3.60점), 음식의 양(3.45점)에서 높게 실천하고 있다고 조사된 반면에, 미혼에서는 음식의 (재료)신선도(3.21점), 음식의 양(3.06점), 음식의 맛(3.03점)에서 높게 실천한다고 조사되었다.

향토음식식당의 품질속성에 대한 실천성에 대해서는 음식의 맛( $p < 0.001$ ), 음식의 양( $p < 0.001$ ), 음식의 가격( $p < 0.001$ ), 음식의 간( $p < 0.001$ ), 음식의 (재료)신선도( $p < 0.001$ ), 음식의 조리방법( $p < 0.05$ )에서 결혼여부 간의 조사에서 유의한 차이가 나타났다.

## 5. 향토음식에 대한 소비행동특성

### 1) 결혼여부에 따른 경주향토음식의 소비행동특성

조사대상자들의 경주향토음식의 소비행동 특성을 결혼여부로 분석한 결과는 〈Table 8〉과 같다.

경주의 향토음식을 좋아하는 이유를 보면 우리

고유의 전통음식이므로 좋아한다가 73명(26.6%)으로 가장 많았고, 익숙한 맛이므로 좋아한다가 61명(22.3%), 맛이 좋아서 43명(15.7%), 영양이 풍부해서 43(15.7%) 순으로 많았으며, 미혼은 익숙한 맛이므로 37명(29.6%)이, 기혼은 고유한 전통음식이기 때문에 53명(35.6%)이 향토음식을 좋아하는 것으로 높게 나타났다( $p < 0.000$ ). 경주향토음식을 알게 된 경로를 보면 매스컴(TV, 신문 등)을 통해 알게 된 경우가 미혼이 42명(33.6%)으로 가장 많았고, 기혼은 40명(14.6%)이 어머니가 알려주신 것으로 나타났다( $p < 0.001$ ). 이러한 결과는 선행연구 Lee YJ(2006)의 경주지역 향토음식의 성인의 연령별 이용실태 분석에서 향토음식을 좋아하는 이유로 우리 고유의 음식이므로, 익숙한 맛이므로 가 높게 나타난 결과와 같다.

향토음식 이용 빈도가 줄어드는 이유로는 접할 기회가 감소가 미혼이 65명(52.0%), 기혼은 50명(33.6%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 미혼은 기호에 맞지 않음이 23명(18.4%), 관심이 없어서 22명(17.6%)으로 나타났으며, 기혼은 조리시간이 많이 걸린다 28명(18.8%), 조리방법을 몰라서

<Table 8> Result of Chi-square for the consumption behavior by marital status

N(%)

Item	Marital status		Total	$\chi^2$ - value-	
	Unmarried	Married			
Reason to like local food	Don't like	7(5.6)	5(3.4)	12(4.4)	$\chi^2=50.382$ $p=0.000$
	Good taste	34(27.2)	9(6.0)	43(15.7)	
	Plentiful nutrition	18(14.4)	25(16.8)	43(15.7)	
	Its own traditional food	20(16.0)	53(35.6)	73(26.6)	
	Have ancestral wisdom	1(0.8)	16(10.7)	17(6.2)	
	Familiar taste	37(29.6)	24(16.1)	61(22.3)	
	Unusual cooking method	1(0.8)	0(0.0)	1(0.4)	
	Health food	7(5.6)	17(11.4)	24(8.8)	
Route to know local food	Media(TV, newspaper, etc)	42(33.6)	41(27.5)	83(30.3)	$\chi^2=26.964$ $p=0.001$
	Internet	19(15.2)	12(8.1)	31(11.3)	
	School, private educational institute	7(5.6)	7(4.7)	14(5.1)	
	Document, book	6(4.8)	8(5.4)	14(5.1)	
	Grandmother	14(11.2)	4(2.7)	18(6.6)	
	Mother	10(8.0)	40(26.8)	50(18.2)	
	Mother-in-law	4(3.2)	3(2.0)	7(2.6)	
	Family or relatives	18(14.4)	22(14.8)	40(14.6)	
Other	5(4.0)	12(8.1)	17(6.2)		
Reason to decrease eating local food	Indifferent	22(17.6)	16(10.7)	38(13.9)	$\chi^2=36.020$ $p=0.000$
	The access to the reduced opportunity	65(52.0)	50(33.6)	115(42.0)	
	That not totaste	23(18.4)	19(12.8)	42(15.3)	
	Don't know cooking method	3(2.4)	28(18.8)	31(11.3)	
	Long cooking time	12(9.6)	28(18.8)	40(14.6)	
Other	0(0.0)	8(5.4)	8(2.9)		
Reasons why local foods should be succeeded and developed	No reason to succeed and develop them	4(3.2)	3(2.0)	7(2.6)	$\chi^2=20.291$ $p=0.000$
	For tradition	19(15.2)	14(9.4)	33(12.0)	
	Succeeded as food culture	52(41.6)	83(55.7)	135(49.3)	
	Familiar taste	11(8.8)	29(19.5)	40(14.6)	
	Good nutrition	39(31.2)	20(13.4)	59(21.5)	
Global food to develop a matter of consequence	Cooking method	17(13.6)	19(12.8)	36(13.1)	$\chi^2=19.948$ $p=0.006$
	Taste	67(53.6)	56(37.6)	123(44.9)	
	Nutrition	21(16.8)	21(14.1)	42(15.3)	
	Price	2(1.6)	11(7.4)	13(4.7)	
	Hygiene	10(8.0)	30(20.1)	40(14.6)	
	Storage	4(3.2)	10(6.7)	14(5.1)	
	Packing	2(1.6)	0(0.0)	2(0.7)	
	Others	2(1.6)	2(1.3)	4(1.5)	
A requirement for the popularization	Reenact traditional taste	21(16.8)	53(35.6)	74(27.0)	$\chi^2=21.008$ $p=0.001$
	Simplify cooking method	24(19.2)	14(9.4)	74(13.9)	
	Lower price	11(8.8)	14(9.4)	25(9.1)	
	Conform scientific excellence	11(8.8)	21(14.1)	32(11.7)	
	Hold an event relatedto food	43(34.4)	29(19.5)	72(26.3)	
	Induce appetite from childhood	15(12.0)	18(12.1)	33(12.0)	
Important factor to select local food	Taste	74(59.2)	52(34.9)	126(46.0)	$\chi^2=28.274$ $p=0.000$
	Nutrition	18(14.4)	22(14.8)	40(14.6)	
	Price	12(9.6)	9(6.0)	21(7.7)	
	Food hygiene	10(8.0)	18(12.1)	28(10.2)	
	Health	11(8.8)	48(32.2)	59(21.5)	
Total	125(100.0)	149(100.0)	274(100.0)		

28명(918.8%) 순으로 높게 조사되었다( $p<0.000$ ). 이러한 결과는 Baek JO(2009)의 부산, 경남지역 대학생의 향토음식에 대한 인식 및 중요도에 관한 연구에서 나타난 향토음식 이용 빈도가 줄어드는 이유로 접할 기회가 적어 익숙하지 않기 때문이라는 결과와 같다.

향토음식을 계승 발전시켜야 하는 이유로는 기혼, 미혼 모두 식생활문화계승이 135명(49.3%)으로 가장 높게 나타났으며, 그중에 미혼은 52명(41.6%), 기혼은 83명(55.7%)으로 나타났다. 그 다음으로는 영양적으로 우수하므로 59명(21.5%), 맛이 익숙해져 있기 때문인가 40명(14.6%)으로 향토음식을 계승 발전시켜야 한다는 의견이 많았다( $p<0.001$ ). 이는 Park KT(2011)의 향토음식에 대한 인식 및 인지도에 관한 연구에서 향토음식을 계승, 발전시켜야 하는 이유로 우리의 식문화이므로 가장 높게 나타나, 본 연구결과와 같다고 할 수 있다.

향토음식을 세계적 음식으로 발전하기 위해서 중요한 사항으로는 맛이 좋아야 한다가 미혼이 67명(53.6%), 기혼이 56명(37.6%)으로 맛이 가장 중요하다고 하였으며, 그 다음으로는 영양 40명(15.3%), 위생 40명(14.6%)으로 나타난 결과, 향토음식을 세계화시키기 위해서는 맛과 영양, 위생이 좋아야 하는 것으로 나타났다( $p<0.001$ ). 향토음식을 대중화시키기 위한 필수사항으로는 미혼은 음식 관련행사를 개최하여야 한다가 43명(34.4%), 조리법을 단순화 시켜야 한다 24명(19.2%)이며, 기혼은 옛 맛을 재현하여야 한다가 53명(74%), 음식 관련행사개최 29명(19.5%)으로 높게 나타났다( $p<0.001$ ). 또한, 향토음식을 선택할 때 가장 중요한 기준으로는 미혼, 기혼 모두 맛이 126명(46.0%)로 가장 높게 나타났으며, 건강을 생각해서 선택한다가 59명(21.5%), 영양이 있어야 한다 40명(14.6%)로 조사되었다( $p<0.000$ ). 이러한 결과는 Lee YJ, Choi SK(2004)의 경주지역 향토음식에 대한 대학생의 인식과 기호도 조사연구에서 나타난 향토음식 메뉴선택시의 판단기준에 대하여 조

사한 결과, 음식의 맛이 가장 높은 결과와 같다고 볼 수 있으며, 향토음식의 대중화를 위해서는 맛이 가장 우선적으로 고려되어야 할 것으로 여겨진다. 본 연구를 살펴보면 향토음식은 우리 조상의 얼과 슬기가 담겨져 있어서 좋아하며, 매스컴(TV, 신문 등)을 통해서 알아지고, 향토음식의 이용 빈도가 줄어드는 이유가 접할 기회가 감소되었기 때문에 접하지 못한다고 하였으며, 향토음식은 식생활문화계승을 위해서 계승 발전시켜야 한다고 하였다. 또한, 세계적 음식으로 발전하기 위해서나, 향토음식을 선택할 때의 기준으로 맛이 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 대중화를 위한 필수사항으로는 옛 맛을 재현함과 동시에 조리법을 단순화시키고, 음식관련행사를 개최하여야 한다는 의견이 높게 나타났다.

## V. 요약 및 결론

본 연구는 경주를 발전시키는 한 방법으로서 지역주민의 향토음식에 대한 인지도 및 기호도를 조사하여 경주지역의 향토음식에 대한 관심을 가지는 계기를 마련하고, 향토음식점의 활성화 방안에 도움이 되며, 향토음식을 계승 발전시키는데 있어 기초자료를 제공하고자 한다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 경주향토음식에 대한 결혼 여부에 따른 인지도에서는 잔치국수(4.52)가 가장 높은 인지도를 나타냈으며, 전복죽(4.33), 추어탕(4.18) 순으로 조사되었고, 기혼이 미혼보다 모든 항목에서 유의한 차이가 나타났다( $p<0.05\sim p<0.001$ ). 둘째, 경주향토음식의 결혼 여부에 따른 기호도에서는 미혼과 기혼 모두에서 가장 높은 기호도를 나타낸 음식은 전복죽(4.22)이었다. 기혼이 미혼보다 높은 점수를 보인 항목은 사고디탕(5.02)이었으며, 미혼이 기혼보다 높게 나타난 항목은 육개장(4.14)이었다. 반면에 미혼과 기혼 모두에서 기호도가 낮은 항목은 피편(2.98), 두치회(3.21)이었다. 결혼 여부에 따른 기호도에서는 육개장과 잔치국수를

제외한 모든 항목에서 유의한 차이가 나타났다 ( $p < 0.05 \sim p < 0.001$ ).

셋째, 향토음식을 대중화하기 위해서는 미혼 및 기혼 모두에서 청결 및 위생상태의 개선이 (4.39)로 가장 높았으며, 향토음식점의 지정 및 관리(3.76), 향토전문식당개설 및 확산(3.80)등은 향토음식에 대한 대중화를 위해서는 미혼과 기혼 모두 중요하지 않다고 조사되었다.

넷째, 향토음식의 대중화에 대한 만족도에서는 미혼·기혼 모두에서 전통적인 조리법의 전수(3.37)에서 만족하는 것으로 나타났으며, 신세대 입맛에 맞도록 요리방법의 변형(3.18)에서 만족하지 않는 것으로 조사되었다. 다섯째, 향토음식의 품질속성에 대하여 중요하게 생각하는 사항으로는 미혼, 기혼 모두 음식의 위생상태(4.55)가 가장 높게 나타났으며, 반면에 음식의 다양성(3.86)은 중요하지 않다고 조사되었다. 경주향토음식의 품질속성에 대하여 중요하게 생각하는 정도에 있어서는 음식의 맛( $p < 0.001$ ), 음식의 위생상태( $p < 0.05$ ), 음식의 간( $p < 0.001$ ), 음식의 (재료)신선도( $p < 0.001$ ), 화학조미료의 사용 여부( $p < 0.05$ ), 음식의 조리방법( $p < 0.05$ )에서 유의한 차이가 나타났다. 향토음식의 품질속성에 대한 실천성에 대한 사항으로는 음식의 (재료) 신선도(3.42)가 가장 높게 실천하고 있는 것으로 나타났으며, 기혼은 음식의 맛(3.63)을 미혼은 음식의 (재료)신선도에서 높게 실천하고 있다고 나타났다. 실천성에 대해서는 음식의 맛( $p < 0.001$ ), 음식의 양( $p < 0.001$ ), 음식의 가격( $p < 0.001$ ), 음식의 간( $p < 0.001$ ), 음식의 (재료)신선도( $p < 0.001$ ), 음식의 조리방법( $p < 0.05$ )에서 결혼 여부 간의 조사에서 유의한 차이가 나타났다. 여섯째, 결혼 여부에 따른 경주향토음식의 소비행동특성에 대하여 분석한 결과를 보면 경주의 향토음식을 좋아하는 이유를 보면 ‘우리 고유의 전통음식이므로 좋아한다’가 73명(26.6%)으로 가장 많았으며, 미혼은 익숙한 맛이므로 37명(29.6%), 기혼은 고유한 전통음식이기 때문에 53명(35.6%)이 향토음식을 좋아하는 것으로 나타났( $p < 0.001$ ).

향토음식 이용 빈도수가 줄어드는 이유로는 접할 기회가 감소가 미혼이 65명(52.0%), 기혼은 50명(33.6%)으로 높게 조사됨을 감안할 때 향토음식을 발굴 홍보하고 향토음식점을 개설하여 지역주민들이 이용할 수 있도록 하는 것이 필요하다고 제시하고자 한다( $p < 0.000$ ). 또한, 향토음식을 계승발전시켜야 하는 이유로는 기혼, 미혼 모두 생활문화계승이 135명(49.3%)으로 높게 나타났으며( $p < 0.001$ ), 향토음식을 세계적 음식으로 발전하기 위해서 중요한 사항으로는 맛이 좋아야 한다가 미혼이 67명(53.6%), 기혼이 56명(37.6%)으로 맛이 가장 중요하다고 하였으며, 그 다음으로는 영양 40명(15.3%), 위생 40명(14.6%)으로 나타난 결과, 향토음식을 세계화시키기 위해서는 맛과 영양, 위생이 좋아야 하는 것으로 나타났( $p < 0.001$ ).

향토음식을 대중화시키기 위한 필수사항으로는 미혼은 음식관련행사를 개최하여야 한다가 43명(34.4%), 기혼은 옛 맛을 재현하여야 한다가 53명(74%)으로 높게 나타났( $p < 0.001$ ). 또한, 향토음식을 선택할 때 가장 중요한 기준으로는 미혼, 기혼 모두 맛이 126명(46.0%)로 가장 높게 나타났으며, 건강을 생각해서 선택한다가 59명(21.5%), 영양이 있어야 한다 40명(14.6%)로 조사되었다( $p < 0.001$ ).

본 연구 결과를 토대로 선행연구와 비교하면 Lee YJ·Choi SK(2004), Park KT(2011), kim M J·Jeon HM(2013)의 연구결과와 비슷한 결과를 보였으나, 본 연구에서는 향토음식은 우리 조상의 얼과 슬기가 담겨져 있어서 좋아하며, 매스컴(TV, 신문 등)을 통해서 알아지고 향토음식의 이용 빈도가 줄어드는 이유가 접할 기회가 감소되었기 때문에 접하지 못한다고 하였으며, 향토음식은 생활문화계승을 위해서 계승 발전시켜야 한다고 하였다. 또한, 세계적 음식을 발전하기 위해서나 향토음식을 선택할 때의 기준으로 맛이 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 대중화를 위한 필수사항으로는 옛 맛을 재현함과 동시에 조리법을 단

순화시키고 음식관련행사를 개최하여야 한다는 의견이었다.

이상의 결과를 종합한 결과, 본 연구의 시사점은 응답자 대부분은 향토음식에 대한 높은 인지도와 필요성을 가지고 있지만, 접할 기회와 감소로 인하여 섭취빈도가 낮았음을 알 수 있었다. 이에 향토음식의 이용증대를 위해서는 음식관련행사를 개최하여 매스컴(TV, 신문) 등을 이용한 홍보에 관심을 기울여야 할 것이며, 향토음식이 발전할 수 있도록 유익한 정보를 제공하고 노력하여야 한다. 또한, 경주지역을 방문하는 관광객들이 좀 더 많은 향토음식을 접할 수 있도록 하여야 하며, 향토음식의 관광 상품과 함께 지역발전을 위하여 행정적인 지원이 필요하다고 여겨진다. 또한, 본 연구의 한계점으로는 경주지역에 거주하는 지역주민을 대상으로 연구가 진행되어 경주지역 외 주민들의 의견을 수렴하지 못하였다. 향토음식의 계승발전을 위한 좀 더 폭 넓은 연구를 위해서는 경주 인근지역과의 공통점과 차이점을 비교 분석하는 연구가 진행되어야 할 것으로 사료된다.

## 한글 초록

경주에 거주하는 시민을 대상으로 향토음식에 대한 실태조사를 통하여 특색 있는 음식으로 발전시켜서, 문화적 우수성을 널리 알릴 필요성이 있으며 경주지역 향토음식의 조사 및 발굴을 통해 정부가 추진하고 있는 한류열풍 및 세계화에 발맞추어 경주의 향토음식의 문화적 우수성을 널리 알리고, 우리의 소중한 자산을 계승 발전시켜 나가는 향토음식의 기초자료로 하고자 한다. 본 연구는 274명의 경주시민을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, spss(21.0)을 이용하여 통계분석하였다. 조사대상자의 일반적인 환경요인은 빈도와 백분율, 평균분석을 실시하였으며, 인지도와 기호도는 평균 및 표준편차 등의 기술통계량분석, 교차분석을 실시하였고, 성별에 따른 유의검증은 *t-test*로 하였다. 경주향토음식에 대한 결혼 여부에

따른 인지도에서는 잔치국수가 가장 높은 인지도를 나타냈으며, 기호도에서는 전복죽이었다. 향토음식을 대중화하기 위해서는 모두 청결 및 위생상태의 개선이 가장 높게 나타났다. 향토음식의 대중화에 대한 만족도에서는 모두에서 전통적인 조리법의 전수에서 만족하는 것으로 나타났으며, 향토음식의 품질속성에 대하여 중요하게 생각하는 사항으로는 음식의 위생상태가 가장 높게 나타났다. 향토음식을 발굴 홍보하고 향토음식점을 개설하여 지역주민들이 이용할 수 있도록 하는 것이 필요하다고 제시하고자 한다. 또한, 향토음식을 계승발전시켜야 하는 이유로는 기혼, 미혼 모두 식생활문화계승이 높게 나타났으며, 향토음식을 세계적 음식으로 발전하기 위해서 중요한 사항으로는 맛이 좋아야 한다가 기혼이 맛이 가장 중요하다고 하였다. 향토음식을 대중화시키기 위한 필수사항으로는 기혼은 옛 맛을 재현하여야 한다가 높게 나타났다. 또한, 향토음식을 선택할 때 가장 중요한 기준으로는 미혼, 기혼 모두 맛이 가장 높게 나타났다.

## 참고문헌

- <http://koreanfood.rda.go.kr>.  
 경주시 농업기술센터 (2009). 구전으로 전해지는 경주 향토음식 채록집 1-19.  
 경주시청 홈페이지 <http://www.gyeongju.go.kr/gi-child>  
 김상보(2004). 생활문화속의 향토음식문화. 신광출판사 413-422.  
 농촌진흥청 (2008). 한국의 전통향토음식 경상북도.  
 농촌진흥청 (2006). 국립농업과학원 전통향토음식정보관리 시스템.  
 이동필·최경은 (2007). 향토음식산업의 육성방안. 한국농촌경제연구원 164-167.  
 한국관광공사 (1993). 향토음식 관광 상품화방안. 경상북도 주요 향토음식 12.

- Back JO (2009). A study on the university students' attitude and importance of native local foods in Busan and Gyeongnam areas. *Korean Journal of Culinary Research* 15(1):137-148.
- Choi SK, Ha MO, Lee YJ, BYun GI (2006). A comparison of the importance and satisfaction for the popularization and merchandising of local food in the Ulsan area. *Korean J Food Cookery Sci* 22(3):346-354.
- Dittemer P (2001). Dimensions of Hospitality Industry: An Introduction, 3rd ed., New York: Wiley.
- Hall CM, Sharples L (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. Food Tourism Around the World. Butterworth Heinemann, 1-24.
- Hjalager AM, Richards G (2002). Tourism and Gastronomy. London: Routledge.
- Jang SO (2009). A study on the excavation and tourism commercialization of local foods -Focused on Yeongcheon area-. Graduate School of Industrial Management, Gyeongju University.
- Jin YH, Kim SH, Kim JY (2001). A study of traditional cuisine as tourism resource. *J Culture & Tourism* 3(2):49-83.
- Jung WS, Hwang SJ (2014). A study on the perception, importance and satisfaction with local traditional food among university students -Focused on Kyungsan city-. *The Korean Journal of Culinary Research* 20(1):120-132.
- Kim MJ, Jeon HM (2013). A study on effects of native local foods selection attributes in Gyeong-Ju area. -Focusing on Byulchaeban-. *Korea Academic Society of Tourism Management* 28(5):111-129.
- Kim SC(2000). A study of traditional cuisine as commercial scale in regional festive events. *Korean Journal Culinary Research* 6(3):193-223.
- Kim SK, KIM JK, Lee YE (2009). Tourist perception and satisfaction with native local foods of Namwon. *Journal of the Korean Society of Dietary Culture* 24(4):385-390.
- Kwon SJ, Lee JH (2004). Development of native local foods of the northern part of Gyeong-sang-bukdo and their commercialization. *Korean J Tourism Research* 19:49-60.
- Lee YJ (2006). Analysis of current use of local food of adults in Gyeongju classified by age. *Journal of the Korean Society of Dietary Culture* 21(6):577-588.
- Lee YJ, Choi SK (2004). A study on the recognition and preference of university students for native foods in Gyeongju area. *Journal of Foodservice Management* 7(1):157-174.
- Lee YJ, Kim SC (2008). A study consciousness of local food menus excavation and development in Gyeongju areas. *Korean Society of Food & Cookery Science* 24(4):549-559.
- Min KH (2010). A study on the development of local foods and tourism merchandising in Gimje area. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research* 24(3):295-309.
- Min SH, Park OJ (2004). A survey on the Korean food preference, frequency and nutritional knowledge of college students in Kangwondo area. *Korean J Food Culture* 19(1):43-51.
- Min YH, Park GS (2010). A study perception of Kyung-book local foods by characteristic. *Korean Journal of Food Cookery Sci* 26 (1): 72-78.
- Moon SS (2012). A study on the perception and awareness of native local foods: Centering-around Jeongseup area. *Korea Journal of Tou-*



- ism and Hospitality Research* 26(6):435-445.
- Park KT (2011). A study on the perception and awareness of native local foods -centering around Gimhae, Gyeongnam province-. *The Korean Journal of Culinary Research* 17(2):98-110.
- Son YJ (2014). A study on the consumer's recognition for tourism merchandising of regional cuisine in Kyonggi province. The Graduate School of Tourism Management, Kyonggi University.
- Williams J (1997). We never eat like this at home: food on holiday. In Caplan P(Ed). *Food, Health and Identity*. London: Routledge.

---

2015년 02월 23일 접수

2015년 03월 09일 1차 논문수정

2015년 03월 25일 2차 논문수정

2015년 04월 09일 3차 논문수정

2015년 04월 17일 논문 게재확정