

일반 고객들의 사찰음식 대중화에 대한 인식도 조사 분석

황은경 · 안용근* · †김병기**

경북전문대학교 호텔조리제빵과, *충청대학교 식품영양외식학부, **경상북도 축산기술연구소

A Survey Analysis of Perception about Popularization for Temple Food based on Consumers

Eun Gyeong Hwang, Yong Geun Ann* and †Byung Ki Kim**

Dept. of Hotel Cooking & Baking, Kyungbuk College, Yeongju 36133, Korea

**Faculty of Food & Nutrition, Chungcheong University, Cheongju 28171, Korea*

***Gyeongsangbuk-Do Livestock Research Institute, Yeongju 36052, Korea*

Abstract

This study was to investigate the perception about the popularization of temple food, known as health food and adult disease prevention food as an object of total 248 residents in Youngnam region. From the result of this research above, it may be summed up as follows. This study has found out that the advantages of temple food showed the statistical significant difference according to the gender, age, and size of family ($p < 0.01$). The reason 'because of health food' (66.7%) had such high percentage. The necessity of popularization of temple food had big difference according to the gender and age ($p < 0.01$). In addition, this study has shown the statistical significant difference in the cooking form for popularization by age, and future improvement for popularization by age and size of family ($p < 0.001$). And, this study has found out that the 'traditional way as it is' (57.3%) was high in the cooking form, and 'use of various materials' (27.4%) in the improvement. Furthermore, the necessity of using meat for temple food had significant difference according to the gender and age, and 'need' (33.9%) showed rather higher tendency. The necessity of using osinchaе, five forbidden pungent roots like garlic, green onions, Korean leeks, wild chives, and asafetida had significant difference according to the gender, age and size of family ($p < 0.05$, $P < 0.001$). The 'need' (61.3%) was considerably high. Based on the above results, general customers thought that the need for popularization of temple food and use of osinchaе was very positive.

Key words: temple food, popularization of temple food, osinchaе, consumer, questionnaire

서 론

인스턴트식품과 가공식품 등의 범람으로 인한 식생활의 변화로 인하여 유아 및 청소년의 아토피뿐 아니라, 비만 등 각종 건강 문제가 발생하고 있다. 어른들의 경우는 다량의 육류 섭취에 따른 심장병, 동맥경화, 비만, 암 등의 성인병 발병률이 높아지고 있다(Jeon 등 2013). 그래서 건강에 관한 관심이 높아져서 웰빙의 건강식을 원하는 사람이 많아지고 있다(Lee & Park 2012). 이 같은 요구에 가장 적합한 음식은 사찰

음식이다(Hwang 등 2015).

사찰음식은 지역, 계절, 기후에 따라 다르며(Ryu SS 1996), 채식을 기본으로 육류와 오신채(파, 마늘, 달래, 부추, 홍거(무릇)를 사용하지 않고 주로 식물성 재료를 배합, 조리, 가공하므로 두류(豆類)에 의한 양질의 단백질 섭취, 식물성 기름에 의한 불포화 지방산의 섭취, 채소에 의한 비타민, 무기질, 섬유소, 약용 성분을 구성하는 식단으로 되어 있다. 그래서 영양적으로 균형이 잡혀서 건강식, 질병 예방식으로 각광을 받고 있다(Kim & Lee 2007; Lee JR 2013).

† Corresponding author: Byung-Ki Kim, Gyeongsangbuk-Do Livestock Research Institute, Yeongju 36052, Korea. Tel: +82-54-630-4540, Fax: +82-54-638-6013, E-mail: bkkim017@korea.kr

그러나 동양적 불교사상의 정신적 가치와 결합되어 있어서 대중화되고 있지 못하다고 하는 분석 결과가 있으나(Hong 등 2007), 건강에 가장 적합한 자연친화적인 음식이므로 모든 사람들이 쉽게 접할 수 있는 방안을 강구해야 한다. 이러한 시대적 요구사항을 고려할 때 사찰음식에 대한 조사연구의 필요성은 더욱 절실하다. 따라서 본 연구는 일반 고객들을 대상으로 사찰음식 대중화의 필요성에 대한 인식도를 설문조사 분석한 결과이다.

연구대상 및 방법

1. 조사대상 및 기간

영남지역(대구, 경북, 부산, 경남)의 거주자 300명을 대상으로 하여 대구경북의 의성 고운사, 부산경남의 합천 해인사 관광객에게 2016년 3월 1일부터 2016년 3월 30일까지 10대부터 50대까지 30일간 설문조사하였다. 응답자는 사전에 1번 이상 사찰음식을 먹어본 사람으로 연구 배경과 목적을 설명한 후, 설문지를 배포하여 기입시키는 방식으로 300부를 배포하여 응답한 248부를 분석에 사용하였다.

2. 조사방법 및 내용

설문지는 Hong 등(2007)과 Kang KK(2010) 등의 결과를 수정하여 작성한 후 20명에게 예비 조사한 후 미흡한 항목을 수정·보완하여 일반 항목은 성별, 연령층, 가족 수 3가지로 하였다. 사찰음식의 기호도와 구매력은 사찰음식의 장점, 사찰음식 대중화의 필요성, 조리형태, 개선할 점, 육류 사용의 필요성 및 오신채 사용의 필요성에 관련한 6가지 문항으로 구성하였다.

3. 통계분석

수집된 자료는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 클리닝(data cleaning) 과정을 거쳐, SPSS(Statistical Package for Social Science) version 17.0으로 분석하였다. 응답비율은 작은 응답 항목이나 표본비율이 낮은 집단은 통계분석 단계에서 오류를 제거하기 위해 결과 해석을 해치지 않는 범위에서 통합 분석하였고, 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성은 빈도분석을 하였다.

둘째, 사찰음식에 대한 인식도를 알아보고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 어떤 차이가 있는지를 알아보기 위하여 χ^2 검정($p < 0.001$, $p < 0.01$, $p < 0.05$)을 실시하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 빈도 분석한 결과는 Table 1과 같이 성별은 남자 98명(39.5%), 여자 150명(60.5%)이었고, 연령은 10대 36명(14.5%), 20대 58명(23.4%), 30대 56명(22.6%), 40대 42명(16.9%), 50대 이상 56명(22.6%)으로 나타났다. 가족 수는 2명 이하 24명(9.7%), 3~4명 178명(71.8%), 5명 이상 46명(18.5%)으로 나타나서 연령이 높을수록 섭취횟수가 많고, 기혼이 미혼보다 섭취 빈도가 높았다.

Kang KK(2010)는 사찰음식을 알게 된 경로는 성별, 연령, 결혼 여부, 학력, 소득수준에 따라 통계적 차이가 없고, 사찰음식의 섭취빈도는 연령, 결혼 여부, 학력수준, 월평균 소득수준에 따라 통계적인 유의차를 보였다($p < 0.01$)고 보고하였고, 또한 Jin & Cho(2007)의 전통음식에 대한 신세대의 인지도 조사에서도 유사한 결과를 나타내어 본 연구와 거의 일치하였다.

2. 사찰음식 이용성과 장점(다중응답)

Table 2는 조사대상자의 일반적 특성에 따른 사찰음식의 장점을 분석한 결과로 '건강식이기 때문에'가 156명(66.7%)으로 가장 높고, 이어서 '맛' 44명(18.8%), '소박한 이미지' 38명(16.2%), '정신적 의미를 가짐' 32명(13.7%), '성인병 예방' 18명(7.7%), '품질' 16명(6.8%), '소식이어서' 16명(6.8%) 순으로 나타나, 건강식이 사찰음식의 가장 큰 장점으로 나타났다. Lee NH(2011)는 사찰음식을 선호하는 이유와 장점을 조사한 결과, 맛있고 소박하며 건강이 도움이 될 것 같다고 응답한 바 있다. 그러나 본 연구에서 다중 응답은 단일 응답에 비하여 핵심에서 벗어날 수 있는 단점이 있는 것도 사실이다.

3. 사찰음식 대중화의 필요성

Table 3은 사찰음식의 대중화가 필요하다고 생각하는 238

Table 1. General characteristics of those surveyed

| Characteristics | | Frequency | Percentage (%) |
|-----------------|---------------------------|-----------|----------------|
| Sex | Male | 98 | 39.5 |
| | Female | 150 | 60.5 |
| Age(years) | Teenagers (10s) | 36 | 14.5 |
| | Twenties (20s) | 58 | 23.4 |
| | Thirties (30s) | 56 | 22.6 |
| | Forties (40s) | 42 | 16.9 |
| | Over fifties \geq (50s) | 56 | 22.6 |
| Family members | Below 2 | 24 | 9.7 |
| | 3~4 | 178 | 71.8 |
| | Above 5 | 46 | 18.5 |
| Total | | 248 | 100.0 |

Table 2. Strong point of temple food (multiple responses)

| Classification | | Strong point of temple food | | | | | | | | χ^2 (p) |
|----------------|---------------------------|-----------------------------|----------|-------------------|--------------|--------------|--------------|----------------------------------|--------|---------------------|
| | | Flavor | Quality | Spiritual meaning | Healthy food | Light eating | Simple image | Prevention of geriatric diseases | Others | |
| Sex | Male | 14(14.6) | 4(4.2) | 20(20.8) | 70(72.9) | 2(2.1) | 12(12.5) | 10(10.4) | 0(0.0) | 56.983** (0.040) |
| | Female | 30(21.7) | 12(8.7) | 12(8.7) | 86(62.3) | 14(10.1) | 26(18.8) | 8(5.8) | 4(2.9) | |
| Age (years) | Teenagers (10s) | 8(25.0) | 0(0.0) | 4(12.5) | 14(43.8) | 2(6.3) | 14(43.8) | 0(0.0) | 0(0.0) | 64.741** (0.005) |
| | Twenties (20s) | 18(32.1) | 4(7.1) | 12(21.4) | 34(60.7) | 4(7.1) | 6(10.7) | 4(7.1) | 4(7.1) | |
| | Thirties (30s) | 8(15.4) | 4(7.7) | 4(7.7) | 36(69.2) | 0(0.0) | 8(15.4) | 0(0.0) | 0(0.0) | |
| | Forties (40s) | 4(10.5) | 2(5.3) | 4(10.5) | 32(84.2) | 2(5.3) | 4(10.5) | 8(21.1) | 0(0.0) | |
| | Over fifties \geq (50s) | 6(10.7) | 6(10.7) | 8(14.3) | 40(71.4) | 8(14.3) | 6(10.7) | 6(10.7) | 0(0.0) | |
| Family members | Below 2 | 0(0.0) | 0(0.0) | 2(9.1) | 18(81.8) | 4(18.2) | 0(0.0) | 4(18.2) | 0(0.0) | 46.156* (0.041) |
| | 3~4 | 32(19.0) | 16(9.5) | 24(14.3) | 114(67.9) | 10(6.0) | 26(15.5) | 12(7.1) | 2(1.2) | |
| | Above 5 | 12(27.3) | 0(0.0) | 6(13.6) | 24(54.5) | 2(4.5) | 12(27.3) | 2(4.5) | 2(4.5) | |
| | Total | 44(18.8) | 16(6.8) | 32(13.7) | 156(66.7) | 16(6.8) | 38(16.2) | 18(7.7) | 4(1.7) | |

* $p<0.05$, ** $p<0.01$ **Table 3. The reason where the popularization of the Buddhist temple food is necessary (multiple response)**

| Classification | | The reason where the popularization of the Buddhist temple food is necessary | | | | | χ^2 (p) |
|----------------|---------------------------|--|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------|----------------------|
| | | Contribution to health promotion, including prevention of adult diseases | Diversification of Korean food | Korean tastes right to sign | Clean, safe and sanitary | Others | |
| Sex | Male | 56(58.3) | 62(64.6) | 14(14.6) | 14(14.6) | 4(4.2) | 58.235*** (0.001) |
| | Female | 114(80.3) | 82(57.7) | 12(8.5) | 12(8.5) | 4(2.8) | |
| Age (years) | Teenagers (10s) | 24(66.7) | 24(66.7) | 8(22.2) | 6(16.7) | 2(5.6) | 44.521** (0.004) |
| | Twenties (20s) | 40(71.4) | 46(82.1) | 4(7.1) | 6(10.7) | 2(3.6) | |
| | Thirties (30s) | 32(57.1) | 36(64.3) | 0(0.0) | 8(14.3) | 0(0.0) | |
| | Forties (40s) | 34(89.5) | 20(52.6) | 4(10.5) | 2(5.3) | 0(0.0) | |
| | Over fifties \geq (50s) | 40(76.9) | 18(34.6) | 10(19.2) | 4(7.7) | 4(7.7) | |
| Family members | Below 2 | 24(100.0) | 6(25.0) | 4(16.7) | 0(0.0) | 0(0.0) | 46.156* (0.044) |
| | 3~4 | 114(67.1) | 112(65.9) | 18(10.6) | 14(8.2) | 8(4.7) | |
| | Above 5 | 32(72.7) | 26(59.1) | 4(9.1) | 12(27.3) | 0(0.0) | |
| | Total | 170(71.4) | 144(60.5) | 26(10.9) | 26(10.9) | 8(3.4) | |

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

명을 대상으로 대중화가 필요한 이유를 분석한 결과로, ‘성인병 예방 등 건강증진 기여’가 170명(71.4%)으로 가장 높고, 이어서 ‘한국음식의 다양화’ 144명(60.5%), ‘한국인 입맛과 기호에 맞음’과 ‘깔끔하고 위생적이고 안전하여’가 각각 26명(10.9%) 순으로 나타나, 대중화가 성인병 예방 등 건강증진과 음식의 다양화에 필요하다고 인식하였다. Kang KK(2010)의 결과는 사찰음식의 대중화 필요성에 대하여 성별, 연령에

차이가 없었으나, 결혼여부(기혼, 미혼)에서만 통계적인 차이가 있었다고 보고하여 본 결과와 다르다.

4. 사찰음식의 조리형태

Table 4는 사찰음식의 대중화를 위한 바람직한 조리형태를 분석한 결과로, ‘전통적 그대로 조리형태’가 142명(57.3%)으로 가장 높고, 이어서 ‘일반음식화한 조리형태’ 74명(29.8%),

Table 4. The Buddhist temple food cooked for a desirable form of popularized

| Classification | | The Buddhist temple food cooked for a desirable form of popularized | | | | χ^2 (p) |
|----------------|---------------------------|---|---|--------------------------|--------|----------------------|
| | | Traditional forms of cooking | The form of qualified cook regular food | Stylized form of cooking | Other | |
| Sex | Male | 64(65.3) | 22(22.4) | 10(10.2) | 2(2.0) | 5.151 (0.161) |
| | Female | 78(52.0) | 52(34.7) | 18(12.0) | 2(1.3) | |
| Age (years) | Teenagers (10s) | 18(50.0) | 8(22.2) | 10(27.8) | 0(0.0) | 47.012*** (0.000) |
| | Twenties (20s) | 40(69.0) | 16(27.6) | 2(3.4) | 0(0.0) | |
| | Thirties (30s) | 32(57.1) | 20(35.7) | 4(7.1) | 0(0.0) | |
| | Forties (40s) | 22(52.4) | 16(38.1) | 0(0.0) | 4(9.5) | |
| | Over fifties \geq (50s) | 30(53.6) | 14(25.0) | 12(21.4) | 0(0.0) | |
| Family members | Below 2 | 16(66.7) | 6(25.0) | 2(8.3) | 0(0.0) | 7.558 (0.272) |
| | 3~4 | 94(52.8) | 60(33.7) | 20(11.2) | 4(2.2) | |
| | Above 5 | 32(69.6) | 8(17.4) | 6(13.0) | 0(0.0) | |
| | Total | 142(57.3) | 74(29.8) | 28(11.3) | 4(1.6) | |

*** $p < 0.001$

‘양식화한 조리형태’ 28명(11.3%) 순으로 나타나, 대중화에는 전통 그대로의 조리형태가 필요한 것으로 나타났다.

조사대상자의 일반적 특성은 연령에 따라 유의한 차이가 나타났고($p < 0.001$), 다소 차이는 있으나 연령에 따라서는 대중화에 전통적 그대로의 조리형태가 바람직한 것으로 나타났다. Cho MO(2002)는 사찰음식의 대중화 방안으로 남자들은 현대인의 입맛에 맞도록 변형이 필요(15.9%)하며, 여자들은 남자들과 달리 원형대로 발전시켜야 한다(17.90%)고 보고하여 본 조사 결과와 거의 일치하였다.

5. 사찰음식의 개선할 점

Table 5는 사찰음식의 대중화를 위해 개선할 점을 분석한 결과로, 전반적으로 ‘다양한 재료’가 68명(27.4%)으로 가장 높게 나타났고, 이어서 ‘조리방법’ 44명(17.7%), ‘맛’과 ‘저장성’이 각 34명(13.7%), ‘영양가 보완’ 26명(10.5%), ‘위생안전성’ 14명(5.6%) 순으로 나타나, 대중화에 다양한 재료가 먼저 개선되어야 하는 것으로 나타났다.

조사대상자의 일반적 특성은 연령, 가족 수에 따라 유의한 차이가 나타나서($p < 0.001$) 10대나 30대, 50대 이상은 다양한

Table 5. Respects the popularization of Buddhist temple food piece must improve

| Classification | | Respects the popularization of Buddhist temple food piece must improve | | | | | | χ^2 (p) | |
|----------------|---------------------------|--|-------------------|-------------------------|--------------------|------------|-------------|-----------------|----------------------|
| | | Taste | Various materials | Nutritional supplements | Hygiene and Safety | Shelf-life | How to cook | | Other |
| Sex | Male | 8(8.2) | 32(32.7) | 8(8.2) | 8(8.2) | 10(10.2) | 18(18.4) | 14(14.3) | 10.682 (0.099) |
| | Female | 26(17.3) | 36(24.0) | 18(12.0) | 6(4.0) | 24(16.0) | 26(17.3) | 14(9.3) | |
| Age (years) | Teenagers (10s) | 10(27.8) | 8(22.2) | 6(16.7) | 0(0.0) | 0(0.0) | 6(16.7) | 6(16.7) | 85.437*** (0.000) |
| | Twenties (20s) | 10(17.2) | 8(13.8) | 10(17.2) | 2(3.4) | 4(6.9) | 12(20.7) | 12(20.7) | |
| | Thirties (30s) | 4(7.1) | 28(50.0) | 0(0.0) | 8(14.3) | 12(21.4) | 4(7.1) | 0(0.0) | |
| | Forties (40s) | 6(14.3) | 4(9.5) | 4(9.5) | 2(4.8) | 10(23.8) | 8(19.0) | 8(19.0) | |
| | Over fifties \geq (50s) | 4(7.1) | 20(35.7) | 6(10.7) | 2(3.6) | 8(14.3) | 14(25.0) | 2(3.6) | |
| Family members | Below 2 | 0(0.0) | 8(33.3) | 2(8.3) | 0(0.0) | 10(41.7) | 2(8.3) | 2(8.3) | 35.718*** (0.000) |
| | 3~4 | 26(14.6) | 52(29.2) | 16(9.0) | 12(6.7) | 14(7.9) | 38(21.3) | 20(11.2) | |
| | Above 5 | 8(17.4) | 8(17.4) | 8(17.4) | 2(4.3) | 10(21.7) | 4(8.7) | 6(13.0) | |
| | Total | 34(13.7) | 68(27.4) | 26(10.5) | 14(5.6) | 34(13.7) | 44(17.7) | 28(11.3) | |

*** $p < 0.001$

재료가 먼저 개선되어야 한다고 하였으나 20대는 조리방법, 40대는 저장성이 개선되어야 한다고 하여 다소 차이가 났다.

가족 수에 따라서는 2명 이하나 3-4명의 경우 다양한 재료가 먼저 개선되어야 한다고 하였으나, 5명 이상인 경우는 저장성이 먼저 개선되어야 한다고 하여 다소 차이를 보였다. Kang KK(2010)는 사찰음식의 변형 필요성에 대한 인식에서 성별, 연령, 결혼 여부에 따라 유의한 차이가 없었다고 하며, 대중화를 위해서는 현대인에 맞게 변형하되 “오신채, 육류를 사용해야 한다”가 43.4%로 가장 높다고 하였다. Cho MO(2002)는 사찰음식의 특수성 때문에 메뉴 개발에 필요한 조리법의 기록이나 지식이 풍부하지 못하여 사찰음식 모방업체가 난립하고, 고객의 미각이 변화할 경우에 대한 대응능력이 부족하므로 대중화를 위해서는 많은 연구가 필요하다고 하였다. Shin & Jang(2004)은 사찰음식의 활성화 방안으로 요리법의 체계화, 사찰음식의 강습, 사찰음식 견학, 생활건강과의 연계, 성인병 예방 등의 사찰음식 우수성에 대한 홍보, 이에 적합한 주력 메뉴개발로 전문점을 개설하는 것이 좋다고 제안하였다.

6. 사찰음식의 육류 사용 필요성

Table 6은 사찰음식의 대중화를 위한 육류 사용 필요성을 분석한 결과로 ‘필요하다’가 84명(33.9%)으로 가장 높고, ‘필요 없다’와 ‘잘 모르겠다’는 각 74명(29.8%)으로 나타났다. 조사대상자의 일반적 특성에 따른 성별, 연령에 따라 유의한 차이가 나타나서($p<0.01$, $p<0.05$) 남자보다 여자가 육류 사용이 더 필요하다고 생각하였고, 10~20대보다 30대 이상에서 육류 사용이 더 필요하다고 생각하였다.

Lim HO(1999)는 사찰음식 대중화를 위한 결과에서 육류 사용의 ‘필요성이 있다’가 70.6%, ‘변형의 필요성이 있다’가

94.1%, 오신채만 이용하자’는 응답이 58.8%로 나타났다고 하였다.

Cho MO(2002)는 대중화를 위한 ‘육류사용의 필요성’에 대한 결과에서 18.21%(남)와 31.37%(여)가 필요하다고 응답하여 육류사용을 반대하는 의견이 많은 것으로 나타났으나, 장기적인 측면에서 전통 방법을 약간 변형하여 오신채와 육류의 사용도 검토해야 한다고 하였다. 이상의 분석결과는 대중들이 ‘육류사용’을 긍정적으로 동의하는 것이다. 그러나 종교적인 측면에서 사찰음식의 중심은 채식으로 살생을 금하라는 불교 교리에 의한 것이므로 육류의 사용은 불교를 부정하는 것이 되므로 수용하기 힘들 것으로 사료된다.

7. 사찰음식의 오신채 필요성

Table 7은 사찰음식의 대중화를 위한 오신채의 필요성을 분석한 결과로 ‘필요하다’가 152명(61.3%)으로 가장 많고, 이어서 ‘필요 없다’ 54명(21.8%), ‘잘 모르겠다’ 32명(12.9%)으로 나타나, 대체적으로 오신채가 필요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 일반적 특성에서 성별, 연령, 가족 수에 따라 유의한 차이로($p<0.05$) 다소 차이는 있으나, 대체적으로 사찰음식의 대중화를 위해 오신채가 필요하다고 생각하는 것으로 나타났다.

Cho MO(2002)는 사찰음식의 대중화를 위해서는 성별, 연령, 결혼유무, 직업, 종교별로 큰 차이 없이 오신채와 육류를 사용해야 한다는 결과가 가장 높았고, 이어서 원형 그대로 보급해야 한다는 생각이 다소 높았다고 보고하였다. Kang KK(2010)는 현대인의 입맛에 맞게 변형해야 하며, 오신채와 육류를 ‘사용해야 한다’가 43.4%로 가장 많았고, 또다른 조사 연구에서는 사찰음식 보급 시에 ‘오신채만 허용하자’가 58.8%로 가

Table 6. Use meat needs for the popularization of the Buddhist temple food

| Classification | | Use meat for the popularization of the Buddhist temple food | | | | χ^2 (<i>p</i>) |
|-------------------|----------------------|---|-----------------|--------------------|----------|--------------------------|
| | | Necessary | Unnecessariness | Will not know well | Others | |
| Sex | Male | 22(22.4) | 38(38.8) | 28(28.6) | 10(10.2) | 14.201** (0.03) |
| | Female | 62(41.3) | 36(24.0) | 46(30.7) | 6(4.0) | |
| Age (years) | Teenagers (10s) | 8(22.2) | 10(2.78) | 18(50.0) | 0(0.0) | 24.441* (0.018) |
| | Twenties (20s) | 18(31.0) | 16(27.6) | 20(34.5) | 4(6.0) | |
| | Thirties (30s) | 24(42.9) | 12(21.4) | 12(24.4) | 8(14.3) | |
| | Forties (40s) | 16(38.1) | 12(28.6) | 12(28.6) | 2(4.8) | |
| | Over fifties ≥ (50s) | 18(32.1) | 24(42.9) | 12(21.4) | 2(3.6) | |
| Family members | Below 2 | 10(41.7) | 8(33.3) | 6(25.0) | 0(0.0) | 5.491 (0.483) |
| | 3-4 | 60(33.7) | 48(27.0) | 56(31.5) | 14(7.9) | |
| | Above 5 | 14(30.4) | 18(39.1) | 12(26.1) | 2(4.3) | |
| Total | | 84(33.9) | 74(29.8) | 74(29.8) | 16(6.5) | |

* $p<0.05$, ** $p<0.01$

Table 7. Necessity of the *Ohsincha* (green onion, garlic, wild garlic, leek and red thing) for the popularization of the Buddhist temple food

| Classification | | Necessity of the <i>Ohsincha</i> for the popularization of the Buddhist temple food | | | | χ^2 (<i>p</i>) |
|-------------------|----------------------|---|-----------------|--------------------|----------|--------------------------|
| | | Necessary | Unnecessariness | Will not know well | Others | |
| Sex | Male | 58(59.2) | 28(28.6) | 12(12.2) | 0(0.0) | 10.143* (0.017) |
| | Female | 94(62.7) | 26(17.3) | 20(13.3) | 10(6.7) | |
| Age (years) | Teenagers (10s) | 22(61.1) | 4(11.1) | 10(27.8) | 0(0.0) | 39.835*** (0.000) |
| | Twenties (20s) | 32(55.2) | 14(24.1) | 12(20.7) | 0(0.0) | |
| | Thirties (30s) | 36(64.3) | 12(21.4) | 0(0.0) | 8(14.3) | |
| | Forties (40s) | 28(66.7) | 10(23.8) | 4(9.5) | 0(0.0) | |
| | Over fifties ≥ (50s) | 34(60.7) | 14(25.0) | 6(10.7) | 2(3.6) | |
| Family members | Below 2 | 12(50.0) | 4(16.7) | 2(8.3) | 6(25.0) | 38.943*** (0.000) |
| | 3~4 | 114(64.0) | 42(23.6) | 18(10.1) | 4(2.2) | |
| | Above 5 | 26(56.5) | 8(17.4) | 12(26.1) | 0(0.0) | |
| Total | | 152(61.3) | 54(21.8) | 32(12.9) | 10(4.0) | |

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

장 높게 나타나(Lim HO 1999), 오신채의 사용에 매우 긍정적이 었다. 이 같은 ‘오신채 사용의 필요성’은 성별에 따라 여자(64.1%) 가 남자(35.9%) 보다 더 높게 나타나 큰 차이를 보였다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 일반 대중은 성별에 따라 오 신채 사용 여부에 대하여 견해차가 컸으며, 일반 대중들은 육 류 사용과 오신채 사용에 다소 긍정적인 시각을 갖고 있다.

요약 및 결론

사찰음식의 소비자 구매의향과 대중화에 대한 설문조사 분석 결과, 사찰음식의 장점은 성별, 연령 및 가족 수에 따라 통계적인 유의차를 나타냈고($p < 0.01$, $p < 0.05$), 사찰음식의 대 중화에 대한 필요성은 성별에 따라 남성 58.3%, 여성 80.3% 로 나타났다. 연령에 따라서는 10대는 66.7%, 20대는 71.4%, 30대 57.1%, 40대 89.5%, 50대이상 76.9%로서 나타나 성별과 연령에 따라 크게 유의한 차이를 나타내었다($p < 0.001$, $p < 0.01$). 대중화를 위한 조리형태는 연령에 따라, 대중화를 위한 향후 개선점은 연령과 가족 수에 따라 통계적인 유의한 차이를 나 타냈고($p < 0.001$), 조리형태는 ‘전통적인 방법 그대로’(57.3%) 가, 개선해야할 점은 ‘다양한 재료의 이용’이 27.4%로 높게 나 타났다. 대중화가 필요한 이유로는 ‘성인병 예방 등 건강증진 기여’가 71.4%로 가장 높게 나타났고, 육류사용과 오신채의 필요성에 대해서는 ‘필요하다’가 61.3%로 ‘필요 없다’ 21.8% 보 다 더 높게 나타났다. 모든 고객들은 사찰음식의 대중화에 대 체로 공감하였으나, 세부적으로는 전통사찰음식에 적합하지 않은 ‘오신채’와 ‘육류의 사용’을 요구하였다. 그와 함께 다양

한 조리방법 등의 요구사항은 지속적으로 연구되어야 할 것 이다.

References

- Cho MO. 2002. Research on the strategy to popularize the tradition Korea zen cuisine. MS Thesis, Graduate School of Traditional Culture and Art, Sookmyung Women's University, Seoul
- Hong GJ, Lee YS, Nam JS, Ann HK, Lee EJ. 2007. A study on the preference determinants of buddhist temple food. *Korean J Food Nutr* 20:284-391
- Hwang EG, Kim SJ, Kim BK, Lee JY. 2015. Awareness analysis for poulaization of temple food in monks. *J Koeran Data Infor Sci* 26:1217-1224
- Jeon HW, Cho SH, Lee MH. 2013. Effect of the characteristics of temple food on satisfaction : moderating effect of religion. *The Korean Journal of Culinary Research* 19:40-55
- Jin YH, Cho JO. 2007. The effect of the next generation's recognition of traditionnal food on the popuarization of food-service industry. *The Korean Journal of Culinary Reseraech* 13:1-11
- Kang KK. 2010. A study on the current availability and popula-rization of the Korean buddhist temple dish. MS Thesis, Graduate School of Industry, Chodang University. Mooan Kim JA, Lee SY. 2007. Nutritional evaluation of served menu in Korean temples. *The Korean Nutrition Society* 40:172-181

- Lee HS, Park GS. 2012. Study on recognition of and preferences for Korean traditional seasonal foods. *J East Aian Soc Dietary Life* 22:423-439
- Lee JR. 2013. A study on buddhist monks dietary life in relation to the contemporary culture of well-being. *Indian Philosophy*. 38:57-79
- Lee NH. 2011. A study of influence on establishment a temple foods business by its characteristics. MS Thesis, The Global Entrepreneurship Graduate School, Hoseo University
- Lim HO. 1999. Literature study and research for popularization of templefoods in Korea. MS Thesis, Graduate School of Education, Dongguk University. Seoul
- Ryu SS. 1996. *Kimchi* in buddhist temple food I: Studies on traditional buddhist temple food. *Korean Soc Food Nutr* 9:516-520
- Shin DK, Jang BJ. 2004. A study of commercialization of traditional temple food for tourism. *Korean Tour Indus Res Associ* 24:471-482

Received 23 December, 2016

Revised 13 January, 2017

Accepted 23 January, 2017