

국내거주 국가별 외국인의 한식 및 약선의 세계화 평가

임현정¹ · 이인회² · 석완희¹ · 이정민¹ · 조여원^{1,2*}

¹경희대학교 동서의학대학원 의학영양학과, ²경희대학교 임상영양연구소

Evaluation of the Globalization of Korean Foods and Yak-sun among Nationalities of Foreigners Living in Korea

Hyun-Jung Lim¹, In-Hoe Lee², Wan-Hee Suk¹, Jeongmin Lee¹, Ryowon Choue^{1,2*}

¹Department of Medical Nutrition, Graduate School of East-West Medical Science, Kyung Hee University

²Research Institute of Medical Nutrition, Kyung Hee University

Abstract

This study investigated the perception, evaluation, and the possibility for globalizing Korean foods and Yak-sun among different nationalities of foreigners living in Korea. A survey was conducted with 171 foreigners (eastern Asian, southeastern and central Asian, European, and American). The questionnaire was composed of three parts, including perception, evaluation, and the possibility for globalizing Korean foods and Yak-sun. The reason for choosing Korean foods cited by southeastern and central Asians and Americans was "taste", whereas eastern Asians and Europeans chose "culture" and "curiosity", respectively. Americans and Europeans considered "spiciness" as a reason not to choose Korean foods ($P < 0.001$). Regarding the possibility of globalizing Korean foods, eastern Asians and Americans/Europeans/southeast Asians and central Asians responded "Korean dining culture" and "incomprehensive menus", respectively ($P < 0.05$). An "explanation of the menu to foreigners" was regarded as the main suggestion for globalizing Korean food. Most of the respondents understood that Yak-sun is an oriental medicinal food that provides improved health and disease prevention. A number of Europeans and Americans expressed high interest in the conceptualization of Yak-sun ($P < 0.001$). With regard to the priority for developing Yak-sun, eastern Asians, southeastern and central Asians, and Europeans picked out "health status improvement", whereas "improved nutritional status" was manifested in the majority of the American's responses ($P < 0.001$). Therefore, it is crucial that "localization" be applied to Korean foods and Yak-sun to meet the international standard. Furthermore, it is necessary to provide simplified and correct Korean food content information to foreigners.

Key Words: Korean food, Yak-sun (oriental medicinal food), perception, foreigner, nationality

1. 서 론

최근 한식에 대한 관심이 세계적으로 급증하면서 2004년 국제보건기구(World Health Organization; WHO)에서는 한식을 '영양균형을 갖춘 모범식'으로 인정하였으며, 2006년 미국 Health Magazine(2006)에서는 한국의 김치를 세계 5대 건강식으로 선정하였다. 뿐만 아니라, 2009년 '국가 브랜드위원회'에서 외국인을 대상으로 한국의 이미지를 조사한 결과, 김치와 불고기가 30.4%, 한복이 27.9%, 한글 16.1%, 태권도 8.0%, 태극기 3.6% 순으로 조사되어 한식이 한국의 대표적인 이미지를 나타내는 것으로 보고하였다.

또한, 한식의 재료와 조리법은 세계인의 웰빙 욕구에 부합하여 세계화 가능성이 높은 것으로 여러 연구에서 평가되었다(Lee 등 2005; Kim 2006). 한식은 육류보다 채소류,

해산물을 주로 사용하는 저 열량식이며, 튀기기 보다 찌거나 삶는 건강형 조리법을 주로 이용하고 있다. 또한 김치, 장류 등 발효음식의 기능성은 맛뿐만 아니라 질병예방에도 높은 잠재력을 지니고 있다(Chang & Cho 2000; Joo 등 2001; Kim 2006). 따라서 Seo & Ryu(2009)는 한식의 세계화를 이루기 위해서 건강과 관련된 기능성을 강조하는 것이 기본이 되어야 함을 지적하였으며, Sul 등(2007)은 외국인에게 한식을 홍보하기 위해서는 한국음식의 효능을 부각시켜야 한다고 주장하였다.

한국음식 최고의 가치는 음식의 맛과 색이 자연의 법칙을 그대로 나타내고 있다는 점이다. 동양철학 사상인 음양 오행에 입각하여 음(식물성 식품)과 양(동물성 식품)의 조화를 이루고, 오색(적, 황, 청, 흑, 백색)과 오미(단 맛, 신 맛, 짠 맛, 매운 맛, 쓴 맛)의 조화로움을 추구하는 가장 자연에

*Corresponding author: Ryowon Choue, Department of Medical Nutrition, Graduate School of East-West Medical Science, Kyung Hee University, Seoul 130-701, Korea Tel: 82-2-961-0769 Fax: 82-2-965-8904 E-mail: rwcho@khu.ac.kr

가까운 음식이라는 것이다(황 1998; 王 등 2000). 예로부터 우리 조상들은 ‘의식동원(醫食同源)’ 또는 ‘약식동원(藥食同源)’이라 하여 의약과 식품의 근원을 하나로 보았다. 동양 의학의 사상과 이론을 바탕으로 식품이 가지고 있는 영양적 특성과 식약재의 기능적 특성을 조화시켜 음식의 맛을 살리면서 동시에 질병을 예방하고 치료하는 우리의 음식문화를 형성하여 왔다(Kim 2000).

약이 되는 우리의 음식인 약선은 한의학에 근거한 천연식품 중 국가에서 인정한 식용 가능한 약재를 이용하여 음식을 조리하는 것이다(Park & Kim 2003; Lee & Hwang 2006; Lim 등 2008). 약선의 중요성은 예전부터 인식되어 식의(食醫)라는 제도가 있었는데 이는 병을 음식으로 치료하는 것이다. 병이 발생하기 전에 올바른 음식섭취로 병을 예방하고 병이 발생한 후에도 식의(食醫)의 방법으로 그 증상을 살펴 치료하고 그래도 낫지 않으면 약을 쓴다고 하였다. 또한 질병치료 이후에도 음식의 중요성을 강조하였다.

약식동원의 개념하에 한식 레시피의 표준화로 한식의 가치를 올바르게 알리고 또한, 효능을 가지고 있는 약선의 개발로 우리의 음식문화를 세계에 알리는 것이 시대적 요청이라 할 수 있다. 그러나 한식의 외국 진출도는 매우 미약하여 미국의 경우, 뉴욕, 워싱턴, 시카고, LA에 한식당이 200여 곳이 있으나 한식의 인식 정도는 매우 미미한 실정이며, 모든 한국 음식이 한국인 입맛에 맞춰져 있어 현지의 문화를 받아들이지 못하고 있는 실정이다(Byun 등 2001; Lee 등 2007).

본 연구에서는 국내에 거주하고 있는 외국인을 대상으로 한식 및 약선에 대한 인식을 조사하고 약선의 효능, 약선 개발의 필요성을 파악하여 한식을 이용한 약선의 세계화 가능성을 평가하고자 하였다. 또한 국가별 한식에 대한 선호도를 조사함으로써 한식의 세계화를 위한 기초 자료를 마련하고자 하였다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사기간 및 대상

본 조사는 2009년 8월부터 2010년 1월까지 국내거주 외국인(유학생, 대학교직원, 학원강사, 대사관직원, 직장인 등) 202명을 대상으로 실시하였다. 연구에 사용된 설문도구의 신뢰도와 타당성을 검토하기 위해 국내거주 외국인을 대상으로 예비조사를 실시하였으며 문항의 신뢰도가 낮은 문항들은 수정 및 보완하여 사용하였다. 훈련된 조사자가 직접 면담을 통하여 설문을 진행하여 문항 이해에 대한 오차를 줄였다. 총 202부의 설문지 중 통계처리에 부적절한 31부를 제외한 171부를 분석하였다.

2. 설문지 구성

설문지는 대상자의 일반사항과 한식과 약선에 대한 인식

및 선호도, 관련사항 등으로 구성되었다. 일반사항은 연령, 성별, 국적, 거주 목적, 거주 기간 등 7가지 항목을 조사하였고, 한식의 인지도 및 관련사항 조사에서는 외식 시에 한식 선택 이유, 한식 비 선택 이유, 주로 선택하는 한식의 형태, 한식 중 가장 선호하는 음식, 본국에 소개하고 싶은 한식, 한식의 선호 정도(맛, 색, 향, 질감, 조화도, 테이블 세팅), 한식 맛의 강도(매운 맛, 짠 맛, 기름진 정도, 양념, 단 맛, 기타 의견), 한식 섭취 시 불편한 점, 한식의 개선해야 할 사항, 본국에 한식을 알리는 가장 좋은 방법 등 총 23항목으로 조사하였다. 또한, 약선의 인식 및 관심도 조사에서는 약선의 인식 정도, 인식 경로, 약선에 대한 관심 정도, 약선의 효능(영양적 균형, 성인병 예방, 장수에 도움, 체력 증진에 도움, 질병 치료에 보조적인 역할), 약선 개발의 필요성과 이유, 약선 개발 시 가장 중점을 두어야 할 사항 등 총 12항목으로 영문화하여 사용하였다.

3. 자료 분석

자료의 통계분석은 SPSS(version 18.0) Win package program을 이용하였으며 일반사항, 한식과 약선의 인식 및 각 조사항목에 대하여 기술통계분석으로 빈도, 백분율, 평균 및 표준편차를 산출하였다. 항목 간 빈도의 차이 검증은 χ^2 -test를, 독립된 집단의 평균, 표준편차 등의 유의적 차이 비교는 one-way ANOVA를 실시한 후 Duncan's multiple range test로 $p < 0.05$ 수준에서 검증하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반적 특성은 <Table 1>과 같다. 대상자는 171명이었으며, 남자 56.5%, 여자 43.5%이었다. 대상자의 국가별 분포는 동아시아 31.6%(54명), 동남, 중앙아시아 12.3%(27명), 유럽 28.1%(48명), 미주 28.1%(48명)이었다. 연령은 각 지역간에 유의적인 차이는 없었으며 20-40대에 분포하였다. 한국에 거주하는 목적은 학업(Study)이 52.1%로 가장 많았으며, 직장(Occupation) 39%, 여행(Travel) 9% 순으로 조사되었으며, 거주기간은 36.9%가 1-6개월, 32.6%가 6-12개월, 22.2%가 12개월 이상으로 지역별 국가에 따른 유의적인 차이가 관찰되었다($p < 0.05$). 교육기간은 동아시아 14.7±2.4년, 동남, 중앙아시아 15.6±2.0년, 유럽 14.7±2.5년, 미주 16.0±1.3년으로 동아시아와 유럽이 미주에 비하여 유의적으로 교육기간이 짧게 나타났다($p < 0.05$).

2. 한식에 대한 인지도

국가별 외식 시 한식을 선택하는 특성을 조사한 결과를 <Table 2>에 나타내었다. 한식 선택 시 고려하는 요인으로 동남, 중앙아시아(52.4%)와 미주(60.4%)는 음식의 맛

<Table 1> General characteristics of the subjects

| Variables | | Eastern Asian ¹⁾ (n=54) | Southeastern & Central Asian ²⁾ (n=21) | European ³⁾ (n=48) | American ⁴⁾ (n=48) |
|----------------------------|----------------|---------------------------------------|---|----------------------------------|----------------------------------|
| Gender (%) | Male/Female | 46.3/53.7 ⁵⁾ | 71.4/28.6 | 50.0/50.0 | 58.3/41.7 |
| Age (yrs) | | 28.5±6.9 ⁶⁾ | 31.1±5.7 | 29.0±6.2 | 31.6±5.8 |
| Purpose of staying (%)**7) | Study | 61.1 | 76.2 | 31.3 | 39.6 |
| | Occupation | 25.9 | 23.8 | 52.1 | 54.2 |
| | Travel | 13.0 | - | 16.7 | 6.3 |
| Duration of staying (%)* | < a month | 14.8 | - | 10.4 | 8.3 |
| | 1~6 months | 46.3 | 9.5 | 45.8 | 45.8 |
| | 6~12 months | 22.2 | 47.6 | 31.3 | 29.2 |
| | > 12 months | 16.7 | 42.9 | 12.5 | 16.7 |
| Marital status (%) | Married/Single | 25.9/74.1 | 47.6/52.4 | 25.0/75.0 | 35.4/64.6 |
| Education (%) (yrs) | | 14.7±2.4 ^{b,8)} | 15.6±2.0 ^{ab} | 14.7±2.5 ^b | 16.0±1.3 ^a |
| Occupation (%)* | Professional | 5.6 | 19.0 | 20.8 | 14.6 |
| | Administrator | 1.9 | 14.3 | 2.1 | 12.5 |
| | Engineer | 1.9 | 4.8 | 12.5 | 2.1 |
| | Office works | 9.3 | 14.3 | 14.6 | 31.3 |
| | Service works | 7.4 | 14.3 | 16.7 | 8.3 |
| | Students | 68.5 | 33.3 | 33.3 | 22.9 |
| | House wives | 5.6 | - | - | 8.3 |

¹⁾Eastern Asian; China, Japan, and Taiwan

²⁾Southeastern & Central Asian; Cambodia, Philippine, Thailand, Vietnam, Uzbekistan, Kyrgyzstan, and Kazakhstan

³⁾European; UK, France, Italy, Germany, Finland, Russia, Ukraine, and Austria

⁴⁾American; Canada, USA, and Mexico

⁵⁾Values are N(%).

⁶⁾Values are means±SD.

⁷⁾*Significantly different categorical variables by the Chi-square test at *p<0.05 and **p<0.001

⁸⁾Letters with different superscripts in the same row are significantly different at p<0.05 by Duncan's multiple range test.

(Taste)을 우선 순위로 뽑았고, 동아시아(40.7%)는 문화(Culture), 유럽(56.3%)은 호기심(Curiosity)으로 조사되어 국가에 따라서 유의적인 차이가 관찰되었다(p<0.001). 이와 같은 결과는 미주와 유럽인들이 새로 접하는 음식의 맛과 음식에 대한 호기심을, 아시아인들은 음식의 맛과 문화로 인해 한식을 선택하게 된다고 발표한 Yoon(2005)의 결과와 유사하였다. 조사 결과를 종합하면 음식의 맛과 새로운 것에 대한 호기심이 한식 선택 시 고려하는 주 요인으로 작용하고 있는 것으로 나타나 한식의 세계화를 위해서는 한식의 맛과 한식 문화에 대한 호기심을 유발할 수 있는 방안에 대해 심도 깊은 연구가 수행되어야 할 것으로 사료된다.

한식을 즐겨먹지 않거나 식사 시 한식을 선택하지 않는 이유로는 동아시아나 동남, 중앙아시아 지역에서는 특별한 이유가 없는 것으로 조사되었으나 유럽과 미주지역 대상자들은 각각 41.7, 47.9%가 강한 양념 맛 때문에 선택하지 않는 이유로 들었다(p<0.001). 이는 선행연구들의 결과(Kim 등 2004; Hong 등 2007; Jang 등 2009; Choi & Lee 2010)와 유사한 결과이나 Kweon & Yoon(2006)의 연구에서는 국내 체류 중국인의 57.1%가 한식이 매워서 선택하지 않는 것으로 보고되어 본 연구 결과와 상이한 결과를 나타냈다. 조사 결과를 종합하면 아시아 지역은 미주와 유럽에

비하여 강한 맛에 대한 거부감은 크지 않은 것으로 나타났으나 한식의 세계화를 위해서 맛의 강도에 대한 많은 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

한국 거주 외국인들이 자주 가는 한식당의 유형으로는 국가별 차이 없이 일반 한식당이나 푸드코트를 자주 이용하고 있었으며, 한국 거주 기간 동안 접하게 된 한식 중 자신의 본국에 소개하고 싶은 음식으로 닭갈비, 순대, 찜닭, 보쌈, 감자탕, 부대찌개, 부침개 등을 뽑았다. 또한, 국내 거주 외국인들은 한국의 전통음식에 긍정적인 반응을 보이고 있으며 본국에 식당이나 인터넷을 통하여 소개하고 싶은 것으로 조사되었다. 그러나, 아직까지는 김치, 불고기, 갈비, 비빔밥 등의 대표적인 음식만이 신문 기사 등 대중매체를 통하여 소개되고 있을 뿐이다(Kweon & Yoon 2006; Lee 등 2007). 외국 현지에 진출해 있는 한식당에서는 각 국가에 적합한 한국 음식의 관능검사나 시식회 등을 통하여 한국적인 맛을 개발하고 이를 적용하고자 하는 노력이 요구되며 한식 메뉴의 다양화 또한 필요할 것으로 지적된다.

3. 한식에 대한 평가

대상자의 국가별 한식에 대한 기호도 평가 결과는 <Table 3>과 같다. 한식의 맛(Taste)에 대한 평가는 동아시아 지역

<Table 2> Considering factors for choosing Korean foods and types of restaurant

(%)

| Variables | Eastern Asian | Southeastern& Central Asian | European | American | |
|---|------------------|-----------------------------|----------|----------|------|
| A motive of choice ^{*.2)} | Taste | 31.5 ¹⁾ | 52.4 | 22.9 | 60.4 |
| | Curiosity | 20.4 | 38.1 | 56.3 | 31.3 |
| | Culture | 40.7 | 4.8 | 14.6 | 6.3 |
| | Tradition | - | 4.8 | 6.3 | - |
| | Others | 7.4 | - | - | 2.1 |
| Reasons not choosing Korean food [*] | None | 51.9 | 57.1 | 37.5 | 14.6 |
| | Spiciness | 9.3 | 9.5 | 41.7 | 47.9 |
| | Tasteless | 9.3 | 9.5 | 10.4 | 16.7 |
| | Expensiveness | 20.4 | 19.0 | - | - |
| | Unfamiliarity | 7.4 | 4.8 | 6.3 | 14.6 |
| | Others | 1.9 | - | 4.2 | 6.3 |
| Types of restaurant | Fine restaurants | 24.1 | 28.6 | 20.8 | 14.6 |
| | Casual dinning | 48.1 | 42.9 | 39.6 | 43.8 |
| | Food court | 27.8 | 28.6 | 35.4 | 35.4 |
| | Others | - | - | 4.2 | 6.3 |

¹⁾Values are %.

²⁾*Significantly different categorical variables by the Chi-square test at *p<0.001.

이 4.0±0.7점으로 다른 지역과 비교하여 만족도가 높았다 (P<0.05). 한국 음식의 색(Color)에 대한 평가에서도 동아시아 지역이 유럽과 미주에 비하여 높게 평가하였으며, 향미(Flavor)에서도 동아시아 지역이 3.6±0.7점으로 다른 지역에 비하여 유의적으로 높게 평가하였다(p<0.05). 한식의 질감(Texture)에 대한 평가에서 동아시아와 동남, 중앙아시아 대상자들이 유럽과 미주에 비하여 만족하고 있었으며, 한식의 전체적 조화도(Overall balance) 및 한식의 상차림(Table setting) 또한 동아시아와 동남, 중앙아시아 지역 출신들이 미주에 비하여 높게 평가하였다(p<0.05). Yoon의 연구(Yoon 2005)에 따르면 아시아 지역과 미주가 유럽에 비해 한식의 맛과 색에 대해 높이 평가했으며 상차림은 아시아 지역에서 가장 높게 평가되었다.

아시아 지역은 지리상 우리와 가깝고 사용하는 식재료 또한 유사하며, 이미 오래 전부터 한식을 접할 수 있는 기회가 많아 익숙해진 결과라고 사료된다. 따라서 한식의 세계화를 위해서는 아시아의 국가별 특성에 맞는 한식의 맛과 식단을 특성화 시키고 유럽이나 미주인들을 위해서는 한식의

특성은 살리면서 매운 맛을 조절할 수 있는 방안을 마련하여야 할 것으로 사료된다. 국가별로 그 나라의 문화와 한식의 대한 인식을 정확히 파악하고 올바르게 이해하여 그들이 선호하는 한식을 그들의 식문화에 맞게 조정, 개발하여야 한식의 세계화가 이루어 질 수 있을 것이다.

국가별 한식의 맛의 강도에 대한 평가를 매우 강함을 5점, 매우 약함을 1점으로 하여 조사한 결과는 <Table 4>와 같다. 한식의 맛 중 매운 맛(Spiciness)의 강도는 유럽과 미주가 각각 4.4±0.6, 4.4±0.8점으로 동아시아(3.9±0.9점)와 동남, 중앙아시아(3.7±1.0점)에 비하여 강하게 평가하였다(p<0.05). 많은 선행연구에서도 미주나 유럽인들이 한식의 매운 맛을 강하게 느끼고 있음을 발표하여(Kim 등 2004; Hong 등 2007; Jang 등 2009; Choi & Lee 2010) 아직도 서구인들에게 한식은 매운 맛을 가진 음식이라는 인식이 강하게 있는 것으로 나타났다.

짠 맛(Saltiness)의 정도는 미주가 4.2±0.9점으로 동아시아(3.4±1.0점)나 유럽(3.7±1.0점)에 비하여 강하게 느끼고 있었으며(p<0.05) 동남, 중앙아시아가 3.0±1.0점으로 가장

<Table 3> Preference of the Korean foods

| Variables | Eastern Asian | Southeastern & Central Asian | European | American |
|-----------------|---------------------------|------------------------------|-----------------------|----------------------|
| Taste | 4.0±0.7 ^{a,1,2)} | 3.4±0.7 ^b | 3.4±1.2 ^b | 3.2±1.3 ^b |
| Color | 3.9±0.7 ^a | 3.6±0.9 ^a | 3.5±1.0 ^a | 2.8±1.1 ^b |
| Flavor | 3.6±0.7 ^a | 3.2±0.8 ^{ab} | 2.8±1.1 ^{bc} | 2.7±1.1 ^c |
| Texture | 3.6±0.7 ^a | 3.7±0.9 ^a | 3.0±0.9 ^b | 2.8±0.9 ^b |
| Overall balance | 3.6±0.8 ^a | 3.4±0.9 ^a | 3.2±1.0 ^{ab} | 2.8±1.0 ^b |
| Table setting | 3.7±0.8 ^a | 3.7±1.0 ^a | 3.3±1.0 ^a | 2.4±0.9 ^c |

¹⁾Values are means±SD.

²⁾Letters with different superscripts in the same row are significantly different at p<0.05 by Duncan's multiple range test. Likert 5-point scale: 5-very good, 4-good, 3-neutral, 2-bad, and 1-very bad.

<Table 4> Taste evaluation of the Korean foods

| Variables | Eastern Asian | Southeastern & Central Asian | European | American |
|-----------------|---------------------------|------------------------------|-----------------------|----------------------|
| Spiciness | 3.9±0.9 ^{b,1,2)} | 3.7±1.0 ^b | 4.4±0.6 ^a | 4.4±0.8 ^a |
| Saltiness | 3.4±1.0 ^{bc} | 3.0±1.0 ^c | 3.7±1.0 ^b | 4.2±0.9 ^a |
| Greasiness | 2.7±1.0 ^a | 3.0±0.5 ^a | 2.6±0.9 ^a | 2.0±0.9 ^b |
| Seasoning taste | 3.4±0.8 ^b | 3.7±0.7 ^b | 4.1±0.8 ^a | 4.3±0.8 ^a |
| Sweetness | 2.4±0.9 ^b | 3.0±0.9 ^a | 2.6±1.0 ^{ab} | 1.9±1.0 ^c |

¹⁾Values are means±SD.

²⁾Letters with different superscripts in the same row are significantly different at p<0.05 by Duncan's multiple range test. Likert 5-point scale: 5-very strong, 4-strong, 3-neutral, 2-mild, and 1-very mild

<Table 5> Potential problems of globalization for Korean foods

(%)

| Variables | Eastern Asian | Southeastern & Central Asian | European | American |
|------------------------------------|---------------|------------------------------|----------|----------|
| Korean restaurants* | | | | |
| Difficulties in communication | 22.2 | 38.1 | 29.2 | 20.8 |
| Incomprehensive menus | 35.2 | 42.9 | 62.5 | 43.8 |
| Korean culture for dining | 37.0 | 14.3 | 8.3 | 31.3 |
| Others | 5.6 | 4.8 | - | 4.2 |
| Suggestions for globalization** | | | | |
| Development of new cooking methods | 20.4 | 9.5 | 20.8 | 10.4 |
| Explanation of menu for foreigners | 33.3 | 76.2 | 60.4 | 58.3 |
| Development of mild seasonings | 13.0 | 9.5 | 16.7 | 10.4 |
| Preserve traditional Korean taste | 31.5 | 4.8 | 2.1 | 18.8 |
| Development of packing technology | 1.9 | - | - | - |
| Others | - | - | - | 2.1 |

¹⁾Values are N(%)

²⁾*Significantly different categorical variables by the Chi-square test at *p<0.05 and **p<0.01.

덜 짠 것으로 인식하고 있었다. 반대로 기름진(Greasiness) 정도의 평가에서는 미주가 2.0±0.9점으로 평가하여 한식이 기름지지 않은 것으로 인식하고 있었다(p<0.05). 양념(Seasoning taste)에 대한 평가는 미주가 4.3±0.8점으로 동아시아와 동남, 중앙아시아에 비하여 양념이 강한 것으로 평가하였으며, 동아시아가 3.4±0.8점으로 가장 낮게 평가하였다(p<0.05). Lee 등(Lee 등, 2010)의 연구에서도 한식의 맛에 대한 외국인의 평가를 살펴본 결과 본 연구와 유사한 결과를 보였다.

한식의 단 맛(Sweetness)의 강도에 대해서 동남, 중앙아시아는 3.0±0.9점으로 나타나 동아시아, 유럽, 미주에 비하여 유적으로 높았으며, 미주가 1.9±1.0점으로 가장 낮았다(p<0.05).

Chang & Cho(2000)와 Kye & Yoon(1988)의 연구에서는 외국인들이 한식의 매운 맛과 강한 양념에 특별한 거부감을 느끼지 않은 것으로 나타났으며, 따라서 한식의 세계화를 위하여 한식만의 고유한 맛을 살리면서 한국을 대표하는 맛으로 발전시키는 방안을 모색해야 할 것이다. 우선적인 방안으로서 맛의 강도를 단계별로 설정하여 미주나 유럽인들이 쉽게 적응할 수 있는 맛의 단계를 조절, 선택 가능하게 한다면 한식에 대한 기호도가 향상될 것으로 사료된다.

4. 한식의 세계화를 위한 방안

한식의 세계화를 위한 대상자들의 의견을 <Table 5>에 나타내었다. 한국 외식문화에서 가장 불편한 점으로 동아시아는 한국의 독특한 음식문화(Korean culture for dining, 여러 명이 나누어 먹음 등)가 37.0%, 유럽, 미주, 동남, 중앙아시아는 이해하기 힘든 메뉴(Incomprehensive menus)가 각각 62.5, 43.8, 42.9%로 나타나 국가별 차이가 있었다(p<0.05). 동남, 중앙아시아와 유럽, 미주 모두 메뉴에 대한 그들의 모국어 혹은 공용어인 영어로의 설명 부족을 원인으로 들었다. Chang & Cho(2000)의 연구결과에서도 한국 식문화의 불편한 점으로 종업원과 의사소통의 어려움(46.2%), 메뉴 이해의 어려움(48.5%), 한국의 독특한 음식문화(19.9%)로 나타나 한국의 식문화가 글로벌화 되어 가고는 있으나 외국인을 위한 배려는 여전히 부족함을 알 수 있다.

한식의 세계화를 위해 개선해야 할 사항으로 외국인을 위한 정보 제공(Explanation for foreigners)이 동아시아(33.3%), 동남, 중앙아시아(76.2%), 유럽(60.4%), 미주(58.3%) 모두에서 지적되었다. 그 뒤를 이어 동아시아와 미주에서는 한식 전통 맛의 보존(Preserve traditional Korean taste), 동남, 중앙아시아와 유럽에서는 양념의 개발(Development of mild seasonings) 또는 새로운 조리

방법 개발(Development of new cooking methods)이 필요한 부분으로 지적되었다. 미국인을 대상으로 한 Joo 등 (2001)의 연구에서는 한식의 세계화를 위하여 전통의 맛 보존(68.4%), 양념소스 개발(17.9%), 새로운 조리방법 개발(8.4%) 순으로 나타났다. 또한 중국인을 대상으로 한 Kweon & Yoon(2006)의 연구에 따르면 새로운 조리방법 개발(34.8%), 외국인에게 홍보(20.0%), 양념 소스개발(19.6%), 전통의 맛 보존(19.2%), 포장기술 개발(3.6%) 순으로 나타나 본 연구결과와 다소 차이가 있었다. 따라서 한국의 맛을 보존하고 오랜 전통과 역사를 보유하고 있는 한식의 스토리텔링을 통하여 한식 메뉴에 대한 충분한 소개와 원어설명을 추가한다면 외국인이 한식을 단순한 음식이 아닌 한국의 문화와 전통으로 이해하는데 도움이 될 것이다. 이를 통하여 한식 자체의 국제화와 더불어 음식과 문화가 결합한 종합적인 문화상품으로 거듭남으로써 진정한 한식의 세계화가 이루어 질 수 있을 것으로 사료된다.

본국에 한식을 알리는 가장 좋은 방법으로는 문화행사, 한국의 영화와 드라마 이용, 대형마트 속에 상점의 형태로 입점, 사진이나 그림으로 메뉴설명, 영양적 가치를 부각, 종교인 별로 먹을 수 있는 메뉴 개발, 집에서 만드는 방법을 홍보, 대중 매체를 이용한 소개 등의 의견이 있었다. 또한, 대부분의 대상자들은 한국 음식을 본국에 알려 본국인들도 한식의 맛과 문화를 경험해 보았으면 좋겠다는 의견도 첨부하였다.

5. 약선의 인식, 관심도 및 약선의 효능 인지

대상자들의 약선에 대한 인식 및 관심도 조사에 대한 결과는 <Table 6>과 같다. 약선의 인식 및 이해도 조사에서

약선의 용어를 알려주었을 때 동아시아 대상자들의 50%가 약선의 개념을 잘 이해하였으며, 동남, 중앙아시아 57.1%, 미주 54.1%, 유럽 45.8%가 약선에 대하여 이해하였다고 응답하였다. 중국의 경우에는 실제로 의과대학 내에 약선학과가 개설되어 있고(Park & Kim 2003), 건강을 위하여 약재를 넣은 음식에 대한 서적과 음식점들이 많이 있는 것으로 보고된 바 있다(Park & Kim 2003; Choi 등 2009). 또한, 대만, 일본의 경우에도 약선의 개념과 유사한 음식이 있어 다른 지역에 비하여 동아시아의 약선의 인식 정도가 높았을 것으로 사료된다.

약선에 대한 관심도 조사에서는 동아시아와 동남, 중앙아시아는 보통의 관심도를 가진 반면, 유럽과 미주는 높게 나타나 국가별 차이를 보였다(p<0.05). 동아시아는 약선에 대하여 인식 정도는 높았으나 큰 관심이 없는 반면, 유럽 및 미주에서는 각각 64.6, 45.8%가 높은 관심을 가지고 있는 것으로 조사되었는데 이는 동아시아에서는 이미 약선과 유사한 음식을 본국에서 접하고 있기 때문인 것으로 사료된다. 반면, 유럽과 미주는 과거의 과도한 열량 섭취와 높은 지방 섭취의 식생활에서 벗어나 건강을 추구하는 사회적 관심과 건강을 고려한 음식을 선호하는 경향(Choi 등, 2007)에 의한 것으로 사료된다.

약선의 효능에 대한 의견을 5가지 항목(Nutritious, Prevention of chronic diseases, Longevity, Improve physical strength, Auxiliary therapy)으로 분류하여 조사한 결과<Table 6>, 모든 대상자들이 약선의 효능에 긍정적인 태도를 보였으며, 국가별 차이 없이 약선은 영양가(Nutritious)가 높고, 섭취 하였을 때 장수(Longevity)에 도움이 되는 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 성인

<Table 6> Perception and interests of Yak-sun (%)

| Variables | | Eastern Asian | Southeastern & Central Asian | European | American |
|---|-------------------------------------|-------------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Perception of Yak-sun after explanation ²⁾ | Understand a little bit | 1.9 ¹⁾ | 14.3 | 10.4 | 10.5 |
| | Understand | 48.1 | 57.1 | 45.8 | 54.1 |
| | Understand well | 50.0 | 28.6 | 43.8 | 35.4 |
| Interests of Yak-sun* | Very low | 1.9 | 14.3 | 10.4 | 10.4 |
| | Low | 20.4 | 14.3 | 12.5 | 16.7 |
| | Neutral | 50.0 | 42.9 | 12.5 | 27.1 |
| | High | 22.2 | 28.6 | 41.7 | 33.3 |
| | Very high | 5.6 | - | 22.9 | 12.5 |
| Perception of efficacy for Yak-sun | | | | | |
| | Nutritious | 3.5±0.9 ³⁾ | 3.3±0.6 | 3.4±0.9 | 3.2±1.0 |
| | Prevention of chronic diseases | 3.7±0.7 ^{a,4)} | 3.2±0.6 ^b | 3.3±0.9 ^b | 3.5±0.9 ^{ab} |
| | Longevity | 3.5±0.9 | 3.4±0.5 | 3.5±0.7 | 3.6±0.8 |
| | Improve physical strength (Stamina) | 3.6±0.9 ^a | 3.4±0.6 ^a | 3.5±0.8 ^a | 2.9±0.9 ^b |
| | Auxiliary therapy | 3.2±0.9 ^a | 3.3±0.6 ^a | 3.1±1.0 ^{ab} | 2.8±0.8 ^b |

¹⁾Values are N(%)

²⁾*Significantly different categorical variables by the Chi-square test at *p<0.001.

³⁾Values are means±SD

⁴⁾Letters with different superscripts in the same row are significantly different at p<0.05 by Duncan's multiple range test. Likert 5-point scale: 5-strongly agree, 4-agree, 3-neutral, 2-disagree, and 1-strongly disagree

<Table 7> Necessity of development for Yak-Sun

(%)

| Variables | | Eastern Asian | Southeastern & Central Asian | European | American |
|---------------------------------------|----------------------------------|---------------|------------------------------|----------|----------|
| Necessity for development of Yak-sun* | Absolutely not | - | - | - | - |
| | Un necessary | 9.3 | - | 12.5 | 16.7 |
| | Neutral | 46.3 | 42.9 | 39.6 | 37.5 |
| | Necessary | 44.4 | 52.4 | 47.9 | 33.3 |
| | Very necessary | - | 4.8 | - | 12.5 |
| Reasons for development of Yak-sun** | Disease prevention or treatments | 16.7 | 28.6 | 31.3 | 12.5 |
| | Improve health status | 68.5 | 52.4 | 41.7 | 20.8 |
| | Improve nutritional status | 14.8 | 14.3 | 27.1 | 64.6 |
| | Preference for tastes | - | 4.8 | - | 2.1 |
| Priorities for development of Yak-sun | Disease prevention or treatments | 14.8 | 23.8 | 31.3 | 29.2 |
| | Cooking recipes | 14.8 | 19.0 | 12.5 | 18.8 |
| | Nutrition | 35.2 | 33.3 | 22.9 | 31.3 |
| | Preservation and hygiene | 9.3 | - | 16.7 | 16.7 |
| | Tastes, textures, and colors | 25.9 | 23.8 | 16.7 | 4.2 |

1) Values are N(%)

2) *Significantly different categorical variables by the Chi-square test at *p<0.05 and **p<0.001.

병 예방에 대한 국가별 의견은 동아시아 3.7±0.7점으로 동남, 중앙아시아, 유럽, 미주에 비해 약선이 성인병 예방에 도움이 되는 것으로 인식하고 있었다. 체력증진(Improve physical strength)에 관한 효능은 동아시아(3.6±0.9점), 동남, 중앙아시아(3.4±0.6점) 그리고 유럽(3.5±0.8점)이 미주(2.9±0.9점)에 비해 높게 인식하고 있었다(p<0.05). 질병치료(Improve physical strength)에 보조적인 역할을 할 것인가에 대하여는 동아시아, 동남, 중앙아시아, 유럽이 미주에 비해 약선의 효능을 높게 인식하고 있었다.

Lee & Hwang(2006)이 한국인을 대상으로 약선의 효능을 조사한 연구 결과에서도 영양가 풍부 3.8±0.1점, 성인병 예방 3.7±0.1점, 장수에 도움 3.7±0.1점, 체력증진 3.6±0.1점, 질병예방 3.4±0.1점, 질병치료 3.2±0.1점으로 나타나 한국인과 외국인 모두 유사하게 약선의 효능에 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한, 뇌졸중 환자를 대상으로 약선의 효능을 조사한 결과, 질병예방과 치료, 건강증진, 영양상태 호전에 효능이 있는 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났다(Lim 등 2008).

6. 약선 개발의 필요성

약선 개발의 필요성에 대하여 동아시아(44.4%), 동남, 중앙아시아(57.2%), 유럽(47.9%), 그리고 미주(45.5%)의 모든 대상자들이 개발을 긍정적으로 생각하고 있었다 <Table 7>. 약선 개발의 이유로 건강증진(Improve health status)을 위하여 필요하다고 생각하는 대상자가 동아시아는 68.5%, 동남, 중앙아시아는 52.4%, 유럽은 41.7%로 가장 많았고 미주는 영양상태 증진(Improve nutritional status)이 64.6%로 가장 높았다. 또한, 약선 개발 시에 가장 중점을 두어야 할 사항으로 동아시아, 동남, 중앙아시아, 미주는 영양적인 면(Nutrition)을, 유럽은 질병 예방 및 치료

(Disease prevention or treatment)를 선택하였다. 따라서 건강 및 영양상태를 증진시키기 위하여 영양적인 면과 질병 예방을 고려한 약선의 개발이 필요한 것으로 나타났다. 그러나 각 국가별로 약선에 대한 의견과 중시하는 부분에 차이가 있으므로 한국의 약선을 세계화 하기 위해서는 국가별로 약선을 적용하였으면 하는 부분을 정확히 파악하여 이에 중점을 둔 개발과 홍보가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 한식과 약이 되는 음식인 약선의 세계화 가능성을 평가하기 위하여 국내에 거주하는 외국인을 대상으로 국가별 한식과 약선의 인식 및 선호도를 파악하고 약선의 효능, 약선 개발의 필요성을 조사하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 한식 선택 시 고려하는 요인으로는 동남, 중앙아시아와 미주는 맛, 동아시아는 문화, 유럽은 호기심이 가장 중요 시하는 요인으로 나타났다. 한식의 기호도에서 유럽과 미주 대상자는 강한 양념이 한식 선택 시 거부감을 높이는 것으로 조사되었다.

2. 한식의 맛, 색, 향미, 질감, 전체적 조화도, 상차림에 대한 평가에서 동아시아 지역이 다른 지역과 비교하여 만족도가 높았다. 맛의 강도에 대한 평가 결과, 매운 맛은 유럽과 미주가 동아시아와 동남, 중앙아시아지역에 비하여 강하다고 평가하였으며 짠 맛은 미주가 동아시아, 동남, 중앙아시아, 유럽에 비하여 강하게 느끼고 있었다. 양념의 강도에 대해서는 미주가 동아시아나 동남, 중앙아시아에 비하여 강하다고 평가하였다.

3. 한국의 외식 문화 중 가장 불편한 점으로 동아시아는 한국의 독특한 음식문화, 동남, 중앙아시아, 유럽, 미주는

이해하기 힘든 메뉴를 선택하였다. 외식에서 개선해야 할 사항으로는 모든 대상자들이 외국인을 위한 정보 제공을 가장 개선해야 할 사항으로 지적하였다. 그 뒤를 이어 동아시아와 미주에서는 한식 전통의 맛 보존, 동남, 중앙아시아와 유럽에서는 양념 또는 새로운 조리방법 개발을 개선이 필요한 부분으로 지적하였다.

4. 약선에 대한 인식 및 관심도 조사 결과, 동아시아 대상자들의 약선의 인식 및 이해 정도가 가장 높았으며, 동남, 중앙아시아, 미주, 유럽은 약선에 대하여 이해하였다고 응답하였다. 약선에 대한 관심도는 동아시아와 동남, 중앙아시아는 보통의 관심도를 보인 반면 유럽과 미주는 높은 관심도를 보였다.

5. 약선의 효능은 모든 지역 대상자에서 3.0점 이상으로 나타나 약선이 영양가가 높고, 섭취 하였을 때 장수에 도움이 되는 것으로 인식하고 있었다. 동아시아 대상자가 동남, 중앙아시아, 유럽, 미주에 비해 약선이 성인병 예방에 도움이 되는 것으로 인식하고 있었으며 동아시아, 동남, 중앙아시아가 미주에 비해 약선이 질병치료에 보조적인 효능을 갖는 것에 대하여 강하게 인식하고 있었다. 모든 대상자가 약선의 개발을 긍정적으로 생각하고 있었으며 동아시아, 동남, 중앙아시아, 유럽은 건강 증진, 미주는 영양상태 증진을 약선 개발의 중점 요인으로 선택하였다. 또한, 약선 개발 시 동아시아, 동남, 중앙아시아, 미주는 영양적인 면을, 유럽은 질병 예방 및 치료를 가장 중점을 두어야 할 항목으로 뽑았다.

결론적으로 향후 한식 및 약선의 세계화를 위해 국제적으로 인식을 높이고 국가별 선호하는 맛, 음식의 질감, 조리 방법, 상차림 등을 세분화 하여 적용하는 노력이 요구된다. 또한 우리 전통의 식문화가 외국인에게 올바르게 인식될 수 있는 정보를 제공할 뿐만 아니라 건강증진과 질병예방에 효능이 있는 약선의 효능을 과학적으로 알릴 수 있는 연구를 진행함으로써 한국 음식의 우수성과 세계성을 널리 알리고 세계인의 건강과 보전에 이바지 할 수 있도록 초석을 마련해야 할 것이다.

감사의 글

This research was supported by grants from Rural Development Administration (Project Number: PJ0066952010).

■ 참고문헌

김재수. 2006. 한국음식 세계인의 식탁으로. 서울. 백산출판사
 김호철. 2000. 한약재를 이용 의학식품. 제1회 동서협진 임상영양 워크숍, 경희대학교 임상영양연구소
 설원식, 이동훈, 고경일, 주규희. 2007. 재한 외국인의 한국음식 선호도 영향 요인에 관한 연구-영향 요인 간 상호관계 분

석을 중심으로-. 국제지역연구, 11(3):713-734
 최웅, 고재운, 박희자. 2007. 웰빙관심의 시장세분화 및 인구통계적 특성에 따른 약선메뉴 선택속성의 차이. 호텔관광연구, 9(1):104-119
 황안국. 1998. 한방영양학. 서울. 한울출판사
 王燦華, 兒惠珠. 中國傳統 飲食宜忌全書. pp 1-11, 江蘇科學技術出版社, 南京, 2000
 Byun JO, Han JS, Oh OH. 2001. The Korean Americans' knowledge on Korean traditional foods (II) -preference and frequency. J. East Asian Soc. Dietary Life, 11(2):140-150
 Chang MJ, Cho MS. 2000. Recognition and preference to Korean traditional food of foreign visitors. Korean J. Food Culture, 15(3):215-221
 Choi JA, Lee JM. 2010. The perception and attitude of food experts in New York city toward Korean food -assessed by in-depth interviews of "Foodies". Korean J. Food Culture, 25(2):126-133
 Choi W, Park HJ, Park IS. 2009. The effects of perceived value on satisfaction and loyalty in Yaksun cuisine. Journal of Foodservice Management Society of Korea, 12(3):149-169
 Health magazine. 2006. World healthiest foods: Kimchi (Korea), 인터넷판(<http://www.health.com>, 2006. 3. 24일자)
 Hong SP, Lee MA, Kim EM, Chae IS. 2007. Sensory evaluation of Korean traditional foods for Americans. Korean J. Food Culture, 22(6):801-807
 Jang SC, Ha A, Silker CA. 2009. Perceived attributes of Asian foods: from the perspective of the American customers. International Journal of Hospitality Management, 28(2):63-70
 Joo NM, Kennon LR, Sim YJ, Lee KA, Jeong HS, Park SJ, Chun HJ. 2001. The perception and preference of Americans residing in Korea for Korean traditional food. Journal of the Korean Home Economics Association, 39(6):19-23
 Kim SA, Lee MA, Kim EM, Lee SJ. 2004. The gap analysis of recognition and preference for Korean traditional foods and restaurants between foreign visitors and foreign residents. Korean J. Soc. Food Cookery Sci., 20(6):619-629
 Kweon SY, Yoon SJ. 2006. Recognition and preference to Korean traditional food of Chinese at Seoul residence. Korean J. Food Culture, 21(1):17-30
 Kye SH, Yoon SI. 1988. Food preference of foreign athletes in Korean traditional foods. Korean J. Dietary Culture, 3(1):78-79
 Lee JY, Kim KJ, Park YH, Kim HR. 2010. Preference and perception of Korean foods of foreign consumers by nationality. Korean J. Food Culture, 25(1):9-16
 Lee KJ, Cho MS, Lee JM. 2007. Content analysis of the New York Times on Korean food from 1980 to 2005. Korean J. Food Culture, 22(2):289-298
 Lee SM, Hwang DU. 2007 Acknowledgement of Herbal Foods in

- Foodservice Industry. The Korea Contents Association, 6(11):65-73
- Lee YJ, Seo YJ, Joo HS, Choi SK. 2005. A Study on the satisfaction for the menu quality of Korean traditional food of Japanese tourists. Korean J. Food Culture, 20(2):283-291
- Lim HJ, Kim YY, Jung JU, Choue RW. 2008. Study of recognition and necessity of oriental medicinal menu, and development of oriental therapeutic menu for stroke patients. Journal of the Korean Dietetic Association, 14(1):36-50
- Moon SJ, Shon KH, Lee YM, Ahn KM. 1986. Food preference of foreigners residing in Korea. Journal of the Korean Home Economics Association, 24(2):67-73
- Park GT, Kim DW. 2003. Studies on development of functional herbal food based on Yaksun -focusing on the relevant Chinese literature-. The Korean Journal of Culinary Research, 9(4):191-202
- Seo SH, Ryu KM. 2009. Chinese customers' perception of Korean foods and satisfaction and revisit intentions to Korean cuisine restaurants -A focus on visiting experience and frequency of Visits-. Korean J. Food Culture, 24(2):126-136
- Sim YJ, Jung BM, Kim ES, Joo NM. 2000. A Survey for the International spread of Korean food from the Korean residents in the U. S. Korean J. Soc. Food SCL., 16(3):210-215
- Yoon HR. 2005. A Study on recognition and preference of Korean foods for foreigners in different nationality. Korean J. Food Culture, 20(3):367-373
-
- 2010년 7월 22일 신규논문접수, 9월 27일 수정논문접수, 11월 1일 수정논문접수, 11월 17일 수정논문접수, 11월 19일 채택