

충청지역 주민을 대상으로 한 전통음식 편의화에 대한 인식조사

한귀정[†] · 임영숙
농업과학기술원 농촌자원개발연구소 농산물가공이용과

Perceptions of residents in the Chungcheong area on commercialization of traditional Korean foods as convenience foods

Gwi-Jung Han[†], Young-Suk Lim
Agriproduct Science Division. National Rural Resources Development Institute. NIAST. RDA.

Abstract

This study was conducted to examine the perceptions of residents in the Chungcheong area on the commercialization of traditional Korean foods as convenience foods. Data was gathered using a questionnaire designed to evaluate the concerns, satisfaction, and knowledge of traditional Korean food as well as the perceptions on commercialization of Korean traditional foods as convenience foods. In order to measure traditional food recognition and interests related to health, a 5-point Likert scale was employed and 374 subjects were surveyed. The results are summarized as follows : Most of the respondents expressed concerns for traditional Korean foods. In the over 50 age group, degree of interest ($p<0.01$), knowledge ($p<0.01$), and satisfaction ($p<0.01$) with regards to traditional foods was higher than in other age groups. The professional group had higher degrees of interest, knowledge, and satisfaction about traditional foods than the general group. Based on monthly income, for respondents earning over 3,010,000 won/month, the knowledge rating for traditional foods was higher than in the under 3,000,000 won/month group. The professional group had a more positive view of the commercialization of traditional food as convenience food than the general group. Respondents deemed quality improvements and an increase in consumption as reasons for the commercialization of traditional foods. Those with a greater recognition of traditional foods also had a higher degree of interest for the foods. Efforts for the commercialization of traditional Korean foods will help with consumer menu choices menu development and systems management of Korean traditional foods.

Key words : traditional food, commercialization, convenience food

1. 서 론

최근 세계 식품시장의 10대 메가 트렌드는 편의식품 (convenience food)과 건강식품 시장을 말하고 있다. 10년내 2배성장과 함께 소비자욕구의 세분화 현상은 지

속되고 있으며 이에 신속히 대응하는 것이 세계 식품 산업의 주류이고 성공할 수 있는 것임을 제기 하고 있다(정호원 2005). 국내의 식품시장의 동향에서도 소비자 기호가 건강의 안정성을 중시하는 방향으로 점진적으로 변화되고 있음을 전망하고 있다(김기현 등 2007).

따라서 서구음식의 편의식품 섭취에서 벗어나(Park YS 등 2005) 우리의 농산물과 전통의 음식을 소재로 맛, 건강, 위생적 안정성까지 갖춘 편의식품을 선보여야 국내의 편의식품 시장에서 경쟁력을 갖추게 되는 것이다.

국내의 편의식품은 서구형 패스트푸드 형태의 식사로 70년대 말에 도입되어 '86년도와 '88년도의 국제운

Corresponding author: Gwi-Jeong Han, Agriproduct Science Division, National Rural Resources Development Institute NIAST, RDA, 88-2 Seodun-dong Suwon 441-853, Korea
Tel: 031-299-0570
Fax: 031-299-0553
E-mail: hangj@rda.go.kr

동경기 중 각종 국제적 행사의 유치와 국제 규모의 관광사업의 도움으로 식품산업과 외식산업으로 성장할 수 있게 되었고(Ro SB 등 2001, Mo SM 1994) 현대인의 바쁜 생활에 맞춰 식생활의 한 형태로 가속적으로 발전되어 왔다(Kwak TK 1994, Ro SB 등 2001, Mo SM 1994). 최근에는 간편화된 한국음식이 인기를 얻으며 전통음식 중국이나 짜개류는 동결 건조방식으로 쉽게 복원이 가능하도록 개발되었고 용도도 레저용, 부식용, 주식용, 손님접대 음식에 이르기까지 확대되고 있다(Moon SJ 등 1998). 또 87년부터 판매용으로 생산된 김치는 물론 장류의 시장규모도 꾸준히 증가하는 추세를 나타내고 있다(삼성경제연구소 2003).

다양한 편의식품의 등장은(Mo SM 1994, 남충우 1993, Yoon S 등 1998, Jung EY 등 2002) 계절의 변화에 대비하여 김치를 담고, 식품을 말리거나 소금 또는 장류에 저장해 두는 장아찌와 같이 손이 많이 가야 하는 전통적인 상차림 준비(이효지 2002, 염초애 등 1992, 황혜성 등 1997, 안명수 2000)에도 많은 변화를 주었다. 다양한 식사시간대와 장소에서 더욱 간편하게 식사준비를 가능하게 하였다(Mo SM 1994, 남충우 1993, Yoon S 등 1998, Jung EY 등 2002).

우리 사회의 식생활 환경 변화, 소득증가는 편의식품의 이용 범위를 더욱 넓게 하였으며 최근 편의점을 중심으로 간편화된 한국음식의 이용률이 증가하고 있다(상암기획 1993). 이러한 편의식품의 소비 행태는 우리의 식생활에 양적, 질적인 면에 긍정적 영향을 주기도 하였으나(Kim HS 2004) 식생활에 의한 질병 패턴 변화에 부정적인 면을 나타내기도 하였다(한소현과 이시백 2002, 박경애 1995). 인스턴트 식품, 즉석식품등을 포함한 서구음식 위주의 편의식품 선호는 동맥경화, 심장병, 고혈압 등 각종 성인병을 일으키기 쉽다(Kim CY 1989). 이는 서구음식 위주의 편의식품 선택은 주로 기호성에 의해 선택되는 식품이기 때문에 영양소 섭취의 불균형을 가져올 수 있으며(Kwak TK 1994) 특히 Ca, 비타민 A, 비타민 B₆, 비타민 C 가 부족되기 쉽고 열량초과의 위험이 나타나며 외식의 빈도가 증가함에 따라 더욱 심각하게 된다고 할 수 있다(Ries CP 등 1987).

인스턴트 식품을 자주 이용하는 소비자들에게 잠재적으로 일어날 수 있는 불균형된 영양소의 섭취문제를 해결할 방안으로 여러 개의 음식을 조합하여 선택할

때 하나의 음식을 선택할 때 보다 영양적이고 한끼의 식사로 적당하다는 보고가 있다(Kim CY 등 1990). 여러 식품의 조합, 맛, 영양의 음식으로는 대표적으로 김치, 비빔밥, 불고기를 들 수 있으며 이와 같은 한국 전통음식은 불균형적 영양섭취문제를 해결하는 데 적합한 음식이라 할 수 있다(Kim CJ 등 2003, Mo SM 1994, Lee KS 2001). 한국 전통음식은 주식에서 기호식에 이르기까지 다양한 분류에서 국내 소비자들은(Kim SM 2000, Jang EJ 등 1996, Moon SJ 등 1998, Lee KA 등 1993) 물론 외국인들까지 건강한 음식으로 인식하고 선호하고 있으며(Chang MJ와 Cho MS 2000, Han KS와 Song BC 2003) 한식을 메뉴로 한 시장이 해마다 성장하고 있다고 한다(삼성경제연구소 2003).

지금까지 편의식품에 대한 연구는(Jung EY 등 2002, Moon SJ 등 1998, Kim KH 2003, Lim YS 등 2005, Kim CY 등 1990, Kim CY 1989, Yoon S 등 1998) 주로 제품화된 편의식품의 종류, 편의식품에 대한 기호, 편의식품 이용과 관련한 제반사항이 주류를 이루었다. 또 조사대상자는 청소년, 대학생 등과 같이 주로 젊은 학생들을 대상으로 하였으며 지역의 거주민들을 대상으로 비교적 다양한 연령층의 조사는 거의 없었다. 일부 한국형 패스트푸드의 유형을 제시한 연구도 있었는데 내용으로는 제1유형으로 전통적으로 쌀을 주원료로 하는 해장국, 설렁탕, 김밥, 고기덮밥 등의 프렌차이즈 시스템을, 제2유형으로 기존의 면류체인점, 제3유형은 햄버거, 치킨, 피자 등 기존의 서구형 패스트푸드로 분류하여 개발할 것을 설명하기도 하였다(남충우 1993).

개인의 건강과 이를 위해 우선적으로 노력하려는 국내의 외식문화의 흐름은 서구음식의 편의식품섭취를 벗어나, 새로운 외식문화의 창조와 의식 변화를 맞고 있다(Park YS 등 2005). 국외의 시장조사전문기관 Datamonitor도 최근 세계 식품 시장 동향 보고서에서 '소비자들의 가치 체계가 계속 변화하면서 구매패턴도 따라서 바뀌고 있다'고 분석하고 건강과 편리함의 크로스 오버분야에 식품기업들의 진출기회가 크게 확대 될 것을 예상하였다. 성인들의 식품 소비 취향이 어려워지는 것과 아울러 젊은층들의 식품구매의 자율성이 확대되면서 동시에 나이에 관계없이 광범위한 연령층에 어필 할 수 있는 식품의 개발이 필요하다고 하였다(정호원 2005).

본 연구에서는 충청지역 26지역 주민들을 대상으로

한 여러 연령층의 다양한 의견을 수렴하고자 한국 전통음식의 편의화에 대한 인식을 조사하게 되었다. 또한 한국전통음식의 편의식품개발, 제품화, 상품화, 문화 콘텐츠 개발 등 다양한 영역면에서 기초자료로 제공되고자 하였다.

II. 연구 방법 및 내용

1. 조사대상 및 기간

1) 예비조사대상 및 시기

20세 이상 성인 40명을 대상으로 기존의 연구를 (Moon SJ 등 1998, Lim YS 2005, Kim CY 등 1990) 참고하여 본 연구 목적에 맞게 재구성한 설문지로 2005년 5월 1일부터 5일간 예비조사를 실시하였고 본 조사에 이용하였다.

2) 본 조사 대상 및 시기

본 조사지역은 행정구역 단위인 시와 군의 농업기술센터를 중심으로 한 충청도 26지역의 거주민과 이 지역 거주자로서 전통음식 및 관련 일에 종사하는 생활개선담당공무원, 교수 및 연구원, 요리연구가를 대상으로 하였다. 각 지역별로 15부씩 총 390부의 설문지를 해당지역 농업기술센터를 중심으로 관련공무원의 협조를 얻어 지역주민에게 배부하고 수거하는 방법으로 하였다.

조사 시기는 2005년 6월부터 11월까지 6개월간으로 비교적 조사기간을 길게 갖고 수거율을 높일 수 있도록 하였다. 응답이 부족한 부분은 전화로 보완하였고 자료처리가 가능한 374명의 자료를 최종분석에 사용하였다.

2. 조사내용 및 방법

조사대상자의 설문 이해를 돕기 위해 농업기술센터 관련공무원이 조사내용과 편의식품에 관한 기초적 내용을 간략히 설명한 뒤 대상자가 자가 응답할 수 있게 하였다.

1) 일반사

조사대상자의 성별, 나이, 학력, 직업, 소득, 가족의 형태, 종갓집 여부, 현재 살고 있는 거주지의 거주기간, 현재 살고 있는 거주지의 특성, 주 성장 거주지의

특성을 조사하였다.

2) 한국전통음식에 대한 편의화에 관한 인식 조사

한국 전통음식에 대한 관심도, 본인이 판단한 전통음식에 대한 지식정도, 전통음식에 대한 만족도, 기호음식류 조사, 편의화에 적합한 전통 음식류 조사, 전통음식의 편의화에 대한 견해, 전통음식의 편의화가 필요한 이유, 전통음식의 편의화 상품에 대한 선호도, 편의화 된 전통음식의 영양적 균형에 대한 견해, 전통음식의 편의화에 있어 개선점, 전통음식의 계승발전에 대한 인식정도, 건강에 대한 관심도 등 총 25문항에 대해 조사하였다. 설문지에서 사용한 한국 전통음식의 분류는 기존의 전통음식 분류(윤덕인 2005, 이효지 2002, 윤서석 2003)사항을 참고하여 밥류, 죽류, 면류, 국·탕류, 전골·찌개류, 찜·선류, 볶음·조림류, 구이·산적류, 전류, 묵·두부류, 무침·나물·쌈류, 부각·튀각류, 장아찌류, 김치류, 젓갈·식혜류, 장류, 편육·족편·순대류, 떡류, 한과류, 음청류, 주류 등 총 20가지 분류로 구분하여 제시하였고 설문 문항 중 기타문항은 응답자의 의견을 적을 수 있도록 구성하였다.

전통음식에 대한 인지도는 '매우 잘 알고 있다, 알고 있다, 조금 알고 있다, 알고 있지 않다, 전혀 모른다'로 건강에 대한 관심도는 '매우 관심 있다, 관심 있다, 조금 관심 있다, 관심 없다, 매우 관심 없다'와 같이 likert scale 5범위를 이용하여 조사하였고 1~5점 점수화하여 측정하였다. 전통음식에 대한 인지도는 25점을 건강에 대한 관심도는 20점을 총점만점으로 구성하였다.

3. 자료분석

자료의 분석은 SPSS (ver 10.0)통계프로그램을 이용하였으며(허명희와 양경숙 2004) 조사대상자의 일반사항 분석은 절대빈도수와 퍼센트로 제시하였다.

각 일반사항별 한국 전통음식에 관한 관심도, 전통음식에 대한 지식정도, 전통음식에 대한 만족도, 전통음식의 편의화에 대한 견해 등 항목별 문항의 유의성 검증은 χ^2 -test를 하였고, 전통음식의 편의화에 대한 의견 별 전통음식의 인지도와 건강 관심도의 차이는 ANOVA으로 유의성을 검정한 뒤 Duncan's multiple range test를 하였다. 또 연령, 전통음식의 인지도, 건강에 대한 관심도간의 관련성은 Pearson's correlation을 이용하여 상관관계를 분석하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

조사대상 남녀의 분포는 남자 37명(9.9%), 여자 337명(90.1%), 응답자 대부분이 여성이었고, 연령별 분포는 20대 32명(8.6%), 30대가 110명(29.4%), 40대가 144명(38.5%), 50대이상 88명(23.5%)으로 평균 42.59세(S.D.=9.46)였다.

조사대상자 72.5%(271명)는 성장기에 주로 농촌에서 거주하였고 26.2%(98명)는 도시에서 거주하였으며 1.3%(5명)는 기타(모름)라고 하였다. 또 현재(조사당시), 농촌에 거주하는 경우는 79.4%(297명)이었고 도시에 거주하는 대상자는 18.4%(69명), 기타 2.1%(8명)인 것으로 나타났다. 현 거주지의 거주기간은 5년 이하인 경우가 가장 많았고(117명 31.3%), 다음으로 20년 이상이 97명(25.9%), 11~19년 거주한 경우 84명(22.5%), 6~10년 거주는 76명(20.3%) 순인 것으로 나타났다.

대상자의 교육수준은 고졸(193명 51.6%)이 가장 많았으며 대졸(135명 36.1%), 중졸(30명 8.0%), 대학원졸(11명 2.9%), 모름(5명 1.3%) 순의 학력분포를 나타냈다.

직업 분포는 주부(92명 24.6%)가 가장 많았고, 이어 생활직 공무원(83명 22.2%), 일반직장인(67명 17.9%), 전통음식 전수자 및 교육생(61명 16.3%), 조리사 및 관련업 종사자(61명 16.3%), 학생(4명 1.1%), 모름(6명 1.6%)순으로 나타났다.

월 가계소득분포는 201~300만원(112명 29.9%)인 경우가 가장 많았고, 다음 200만원 이하(111명 29.7%), 301~400만원(75명 20.1%), 모름(39명 10.4%), 401만원 이상(37명 9.9%)인 경우 순으로 조사되었다.

한편 응답자의 26.2%(98명)가 종갓집이었고, 70.6%(264명)는 종갓집이 아니라고 하였다. 가족형태는 핵가족(240명 64.2%), 확대가족(45명 12.0%), 모름(71명 19.0%), 독거가족(18명 4.8%)순으로 조사되었으며 가족형태 모름을 고려해도 대상자의 가족 구성 대부분은 핵가족형태인 것으로 나타났다(Table 1).

2. 일반사항별 한국 전통음식에 대한 관심, 지식, 만족도, 기호음식

일반사항 특성별 한국 전통음식에 대한 관심, 지식, 만족도, 기호음식(나라별 음식)에 차이가 있는지를 카이분석으로 검정하였다(Table 3). 또 일반사항 중 직업

은 생활직 공무원, 조리종사자, 전통음식전수자 및 교육생, 전통음식과 관련한 일에 종사하는 대상자를 전문인으로 하였고 주부, 학생, 전통음식과 관련하여 비

Table 1. Characteristics of subjects

Variable	N	%	
Age (yr)	<29	32	8.6
	30-39	110	29.4
	40-49	144	38.5
	50≤	88	23.5
	Mean±S.D	42.59±9.46	
Sex	Male	37	9.9
	Female	337	90.1
The area of a main growing	Rural area	271	72.5
	Urban area	98	26.2
	Others	5	1.3
The area of residence	Rural area	297	79.4
	Urban area	69	18.4
	Others	8	2.1
Period of under residence (yr)	≤5	117	31.3
	6-10	76	20.3
	11-19	84	22.5
	20≤	97	25.9
Education	Middle school	30	8.0
	High school	193	51.6
	College	135	36.1
	Graduate school	11	2.9
	Don't know	5	1.3
Occupation	Civil servants	83	22.2
	Successor	61	16.3
	Cook	61	16.3
	Housewives	92	24.6
	Students	4	1.1
Monthly income (10,000 won)	Workers	67	17.9
	Don't know	6	1.6
	≤200	111	29.7
	201-300	112	29.9
	301-400	75	20.1
The head of the family	401≤	37	9.9
	Don't know	39	10.4
	No	264	70.6
Family type	Yes	98	26.2
	Don't know	12	3.2
	Alone	18	4.8
Family type	Nuclear	240	64.2
	Extended	45	12.0
	Don't know	71	19.0

교 할 때 일반 일에 종사하는 직장인은 일반인으로 나누어 분석하였다.

한국 전통음식에 관한 관심도는 한국전통음식에 대해 매우 관심이 있다, 관심이 조금 있다, 관심이 별로 없다 등으로 구분하여 조사하였고, 전통음식에 대한 지식은 본인이 생각하는 것으로 잘 알고 있다, 알고 있는 편이다, 거의 모른다 등으로 나누어 조사하였다.

전통음식에 대한 만족은 매우 만족한다, 만족한다, 만족하는 편이다, 거의 만족하지 않는다 등 범위로 조사하였다. 또 좋아하는 기호 음식은 한국음식을 포함하여 중국음식, 서양음식, 일본음식, 기타음식 등으로 나라별 기호음식을 조사하였다.

50대이상 55.7%는 전통음식에 대해 매우 관심이 있다고 하였고 이어 40대 45.6%, 30대 30.0%, 20대 15.6% 순으로 응답하여 50대이상 연령 군이 다른 연령 군에 비해 상대적으로 전통음식에 관해 관심이 있는 것으로 나타났다(p<0.01). 또 전통음식에 대한 지식에 대해서도 50대 이상 군(14.8%)은 전통음식에 대해 잘 알고 있다고 응답하여 40대(13.9%), 30대(8.2%), 20대(3.1%)보다 전통음식에 대해 잘 알고 있는 것으로 나타났다(p<0.01). 또 전통음식에 대한 만족도도 50대 이상 군 42.0%가 매우 만족한다고 하여 40대(27.8%), 30대(17.3%), 20대(5.6%)보다 전통음식에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다(p<0.01).

반면 20대는 다른 연령 군에 비해 전통음식에 관한 관심이 없었으며(전통음식에 관한 관심 별로 없음 25.0%), 전통음식에 대한 지식(전통음식에 대해 거의 모름 43.8%), 만족도(조금 만족함 50.0%)도 다른 연령 군에 비해 상대적으로 낮음을 보였다(p<0.01).

한편 현재 도시 거주자는 전통음식에 대해 잘 알고 있다는 응답이 21.7%로 농촌 거주자 8.8%에 비해 전

통음식에 대해 알고 있는 비율이 높았다(p<0.01). 이는 도시 거주자의 전문인 분포 (66.7%)가 농촌거주자의 전문인 분포(52.6%)보다 상대적으로 높아(p<0.05) 직업 특성이 반영되어 전통음식의 지식에 차이가 있는 것으로 사료된다(Table 2).

일반사항 중 연령, 직업특성, 종갓집 여부 등은 전통음식의 관심, 지식, 만족도에서 각각 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다. 특히 전문가는 전통음식에 관한 관심(매우 관심 있음 51.2%), 지식(매우 잘 알고 있음 19.0%), 만족도(매우 만족 34.1%)가 일반인의 전통음식에 관한 관심(매우 관심 있음 32.5%), 지식(매우 잘 알고 있음 2.5%), 만족도(매우 만족함 17.8%)보다 상대적으로 높은 것으로 나타났고(p<0.01) 종갓집인 경우 종갓집이 아닌 경우에 비해 전통음식에 대해 관심이 높은 것으로 나타났다(p<0.05). 소득별로 보면 월 가계소득 301만원 이상인 경우(301~400만원 24.0%, 401만원 이상 24.3%) 전통음식에 대해 알고 있다는 비율이 300만원 이하에서(201~300만원 8.9%, 200만원이하 4.5%) 전통음식에 대해 알고 있다는 비율보다 통계적으로 유의하게 높았다(p<0.01)(Table 3). 한편 일반사항 특성에 관계없이 응답자 대부분은 한국 전통음식(90.6~97.3%)을 가장 좋아한다고 하였다(Table 4).

3. 일반사항별 한국 전통음식의 편의식품 상품화에 대한 견해

일반사항 특성에 따라 한국 전통음식의 편의화에 대한 견해를 바람직하다, 보통이다, 부정적이다 등으로 구분하여 알아보았다. 또 전통음식의 편의화가 필요한 이유, 상품화면에서 개선되어야 할 사항, 전통음식계승에 관한 의견, 전통음식을 계승해야 하는 이유 등의 의견이 일반사항별로 차이가 있는지 알아보았다(Table 5).

Table 2. Distribution of variable by occupation group

Variable		Professional group	General group	χ^2	p
Residence area	Rural	153(52.6)	138(47.4)	4.47	0.03*
	Urban	46(66.7)	23(33.3)		
Monthly income (10,000 won)	≤200	49(25.3)	61(44.2)	18.275	0.00**
	201-300	66(34.0)	46(33.3)		
	301-400	51(26.3)	24(17.4)		
	401≤	28(14.4)	7(5.1)		

*p<0.05, **p<0.01

1) 전통음식의 편의식품 상품화에 대한 견해 및 편의화 필요성

일반사항별 한국 전통음식의 편의식품 상품화에 대한 생각에서 유의한 차이를 보인 항목은 직업특성과 월 가계수입이 있었다.

직업특성에서는 전문가(바람직 81.0%, 보통 18.5%)가 일반인(바람직 64.4%, 보통 33.1%)보다 전통음식의 편의화에 바람직하다는 긍정적 의견의 비율이 높았다 ($p<0.01$). 월 가계수입으로는 301~400만원(바람직 85.3%, 보통 13.3%)인 경우가 401만원(바람직 83.8% 보통 16.2%)이상, 201~300만원 (바람직 75.9% 보통 21.4%), 200만원이하(바람직 60.4% 보통 38.7%)보다 전통음식의 편의화에 대해 바람직하다는 긍정적 의견의 비율이 높았다 ($p<0.01$).

전통음식의 상품화 이유에 대해 유의한 차이를 보인 일반사항은 연령, 현 거주지의 특성, 교육수준이 있었다.

일반사항 특성에 관계없이 대상자 대부분은 전통음식의 상품화 이유에 대해 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요하다는 응답이 가장 많았다. 연령

군으로 나누어 살펴보면, 40대(50.0%) 연령군이 50대(38.6%), 30대(37.3%), 20대 이하(37.5%)보다 응답한 비율이 상대적으로 높았고($p<0.01$) 다음 답변으로 20대 연령군은 한국인의 기호에 맞기 때문(21.9%)과 현대인의 바쁜 일상구조상 필요(21.9%)하다는 답변을 하였으며 30대 연령 군과 40대 연령군은 한국인의 기호에 적합함, 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요하다는 순으로 응답을 하였다. 또 50대이상 연령군은 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지, 한국인의 기호에 맞기 때문이라는 순으로 응답하여 연령군별로 전통음식의 상품화 이유에 대한 견해차이가 있었던 것으로 나타났다($p<0.01$). 또 전통음식의 상품화 이유에 대해 거주지별 의견을 살펴보면, 농촌거주자는 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요 (42.1%), 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요(21.5%), 현대인의 바쁜 일상구조상 필요 (18.9%), 한국인의 기호에 맞기 때문(14.5%) 순으로 응답을 하였으며, 도시거주자는 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요(46.4%), 현대인의 바쁜 일

Table 3. Views of interest, knowledge, and satisfaction of traditional Korean food by general characteristics N(%)

Variables	The interest			χ^2	Knowledge			χ^2	Satisfaction				χ^2	
	Much	A little	Rarely		Much	A little	Rarely		Very much	Much	A little	Rarely		
Age (yr)	<29	5(15.6)	19(59.4)	8(25.0)	50.26**	1(3.1)	17(53.1)	14(43.8)	30.20**	5(15.6)	11(34.4)	16(50.0)	23.29**	
	30-39	33(30.0)	71(64.5)	6(5.5)		9(8.2)	82(74.5)	19(17.3)		19(17.3)	50(45.5)	40(36.4)		1(0.9)
	40-49	73(45.6)	67(46.5)	4(2.8)		20(13.9)	112(77.8)	12(8.3)		40(27.8)	49(34.0)	52(36.1)		3(2.1)
	50≤	49(55.7)	38(43.2)	1(1.1)		13(14.8)	65(73.9)	10(11.4)		37(42.0)	20(22.7)	29(33.0)		2(2.3)
The area of a main growing	Rural area	119(43.9)	139(51.3)	13(4.8)	0.49	26(9.6)	203(74.9)	42(15.5)	4.43	76(28.0)	88(32.5)	102(37.6)	3.56	
	Urban area	39(39.8)	54(55.1)	5(5.1)		17(17.3)	69(70.4)	12(12.2)		24(24.5)	42(42.9)	31(31.6)		1(1.0)
The area of residence	Rural area	132(44.4)	150(50.5)	15(5.1)	2.13	26(8.8)	222(74.7)	49(16.5)	10.90**	85(28.6)	101(34.0)	106(35.7)	2.84	
	Urban area	24(34.8)	41(59.4)	4(5.8)		15(21.7)	48(69.6)	6(8.7)		13(18.8)	26(37.7)	29(42.0)		1(1.4)
Period of residence (yr)	≤5	43(36.8)	69(59.0)	5(4.3)	5.73	9(7.7)	86(73.5)	22(18.8)	14.68*	28(23.9)	52(44.4)	37(31.6)	22.13**	
	6-10	38(50.0)	35(46.1)	3(3.9)		15(19.7)	58(76.3)	3(3.9)		21(27.6)	33(43.4)	21(27.6)		1(1.3)
	11-19	33(39.3)	45(53.6)	6(7.1)		7(8.3)	63(75.0)	14(16.7)		19(22.6)	23(27.4)	40(47.6)		2(2.4)
	20≤	46(47.4)	46(47.4)	5(5.2)		12(12.4)	69(71.1)	16(16.5)		33(34.0)	22(22.7)	39(40.2)		3(3.1)
Education	Middle school	16(53.3)	13(43.3)	1(3.3)	2.66	19(9.8)	147(76.2)	27(14.0)	9.08	56(29.0)	65(33.7)	68(35.2)	9.87	
	High school	86(44.6)	98(50.8)	9(4.7)										
	College	57(39.0)	80(54.8)	9(6.2)										24(16.4)
Occupation	Professional group	105(51.2)	96(46.8)	4(2.0)	18.94**	39(19.0)	154(75.1)	12(5.9)	46.01**	70(34.1)	68(33.2)	63(30.7)	13.67**	
	General group	53(32.5)	95(58.3)	15(9.2)		4(2.5)	117(71.8)	42(25.8)		29(17.8)	62(38.0)	70(42.9)		2(1.2)
Monthly income	≤200	38(34.2)	66(59.5)	7(6.3)	8.34	5(4.5)	87(78.4)	19(17.1)	24.39**	28(25.2)	33(29.7)	47(42.3)	8.34	
	201-300	51(45.5)	54(48.2)	7(6.3)		10(8.9)	85(75.9)	17(15.2)		30(26.8)	39(34.8)	42(37.5)		1(0.9)
	301-400	40(53.3)	33(44.0)	2(2.7)		18(24.0)	52(69.3)	5(6.7)		21(28.0)	32(42.7)	21(28.0)		1(1.3)
	401≤	16(43.2)	20(54.1)	1(2.7)		9(24.3)	25(67.6)	3(8.1)		11(29.7)	16(43.2)	9(24.3)		1(2.7)
The head of the family	No	108(40.9)	139(52.7)	17(6.4)	6.20*	26(9.8)	200(75.8)	38(14.4)	2.15	68(25.8)	88(33.3)	103(39.0)	3.95	
	Yes	50(51.0)	47(48.0)	1(1.0)		15(15.3)	69(70.4)	14(14.3)		30(30.6)	39(39.8)	28(28.6)		1(1.0)
Family type	Alone	8(44.4)	9(50.0)	1(5.6)	1.01	2(11.1)	13(72.2)	3(16.7)	0.21	3(16.7)	5(27.8)	10(55.6)	6.09	
	Nuclear	105(43.8)	121(50.4)	14(5.8)		30(12.5)	175(72.9)	35(14.6)		66(27.5)	88(36.7)	83(34.6)		3(1.3)
	Extended	20(44.4)	24(53.3)	1(2.2)		5(11.1)	34(75.6)	6(13.3)		12(26.7)	14(31.1)	17(37.8)		2(4.4)

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

Table 4. The most favorite food by general characteristics

Variables	The most favorite food					
	Korean foods	Chinese foods	Western foods	Japanese foods	Others	
Age (yr)	<29	29(90.6)		1(3.1)	1(3.1)	1(3.1)
	30-39	100(90.9)	1(0.9)	3(2.7)	3(2.7)	3(2.7)
	40-49	136(94.4)	4(2.8)	2(1.4)	1(0.7)	1(0.7)
	50≤	83(94.3)		2(2.3)	1(1.1)	2(2.3)
The area of a main growing	Rural area	252(93.0)	5(1.8)	4(1.5)	3(1.1)	7(2.6)
	Urban area	91(92.9)		4(4.1)	3(3.1)	
The area of residence	Rural area	275(92.6)	5(1.7)	6(2.0)	5(1.7)	6(2.0)
	Urban area	65(94.2)		2(2.9)	1(1.4)	1(1.4)
Period of residence (yr)	≤5	104(88.9)	2(1.7)	4(3.4)	4(3.4)	3(2.6)
	6-10	72(94.7)		2(2.6)	1(1.3)	1(1.3)
	11-19	78(92.9)	3(3.6)	2(2.4)		1(1.2)
	20≤	94(96.9)			1(1.0)	2(2.1)
Education	Middle school	309(100.0)				
	High school	177(91.7)	4(2.1)	5(2.6)	2(1.0)	5(2.6)
	College	136(93.2)	1(0.7)	3(2.1)	4(2.7)	2(1.9)
Occupation	Professional group	190(92.7)	3(1.5)	5(2.4)	3(1.5)	4(2.0)
	General group	152(93.3)	2(1.2)	3(1.8)	3(1.8)	3(1.8)
Monthly income	≤200	101(91.0)	3(2.7)	3(2.7)	1(0.9)	3(2.7)
	201-300	101(90.2)	1(0.9)	4(3.6)	2(1.8)	4(3.6)
	301-400	73(97.3)	1(1.3)		1(1.3)	
	401≤	36(97.3)			1(2.7)	
The head of the family	No	244(92.4)	2(0.8)	5(1.9)	6(2.3)	7(2.7)
	Yes	92(93.9)	3(3.1)	3(3.1)		
Family type	Alone	17(94.4)		1(5.6)		
	Nuclear	225(93.8)	4(1.7)	5(2.1)	4(1.7)	2(0.8)
	Extended	42(93.3)	1(2.2)	1(2.2)	1(2.2)	

상구조상 필요(31.9%), 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요(14.5%), 한국인의 기호에 맞기 때문(7.2%) 순으로 응답을 하여 거주지특성에 따라 전통음식의 상품화 이유에 대한 의견 차이가 있었던 것으로 나타났다(P<0.05). 한편 교육수준으로 보면 중졸 및 고졸 대상자는 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요(중졸 36.7%, 고졸 43.5%), 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요(중졸 26.7%, 고졸 26.4%), 한국인의 기호에 맞기 때문(중졸 23.3%, 고졸 15.5%), 현대인의 바쁜 일상구조상 필요(중졸 10.0%, 고졸 13.0%) 순으로 응

답을 하였고, 반면 대졸이상의 대상자는 음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요(43.2%), 현대인의 바쁜 일상구조상 필요(33.6%), 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요(13.0%), 한국인의 기호에 맞기 때문(7.5%) 순으로 응답하여 전통음식의 상품화 이유에 대한 의견 차이를 나타냈다(p<0.01).

2) 전통음식계승에 관한 의견 및 전통음식계승의 필요성

일반사항 중 전통음식계승에 관한 생각에서 유의한

차이를 보인 항목은 가족의 형태가 있었다. 독거가족이(100.0%), 핵가족(95.0%), 확대가족(86.7%)보다 전통음식을 계승 발전시켜야 한다는 비율이 높았다. 이는 독거가족, 핵가족, 확대가족의 수가 비슷하지 못한 분석에서 나온 결과이기는 하나, 독거가족의 형태가 혼자서 식사를 준비하고 해결해야 하는 사례가 핵가족이나 확대가족에 비해 잦고 따라서 간편하고 용이하게 사용할 수 있는 편의화된 전통음식의 요구를 상대적으로 자주 느껴 전통음식이 계승 발전되어야 한다는 의견을 나타낸 것이라 생각된다. 또 대부분의 대상자들은 일반

사항 특성에 관계없이 전통음식을 계승 발전시켜야 한다는 생각을 갖고 있음을 확인할 수 있었다(Table 5).

전통음식을 상품화하는데 개선해야 할 사항에서 유의한 차이를 보인 일반사항으로는 연령, 현재 거주지, 교육수준, 직업특성, 종갓집 여부 등이 있었다.

20대(56.3%), 30대(40.7%), 50대 이상(43.2%)의 연령군에서는 전통음식을 상품화하는데 개선해야 할 사항으로 먹기 편한 형태와 가격에서 우선적으로 개선이 필요하다고 하였고 40대(48.2%) 연령 군은 전통음식 상품화에 있어 조리방법, 맛, 영양 등의 개선이 우선적

Table 5. Opinion of traditional convenience food development commercialization N(%)

Variables	View of a succession			x ²	Reason of commercialization development					x ²
	Desirable	Neutral	Negative		1	2	3	4	5	
Age (yr)	<29	20(62.5)	12(37.5)		12(37.5)	4(12.5)	7(21.9)	7(21.9)	2(6.3)	
	30-39	82(74.5)	26(23.6)	2(1.8)	41(37.3)	21(19.1)	13(11.8)	33(30.0)	2(1.8)	33.56**
	40-49	105(72.9)	37(25.7)	2(1.4)	72(50.0)	25(17.4)	14(9.7)	32(22.2)	1(0.7)	
	50≤	67(76.1)	20(22.7)	1(1.1)	34(38.6)	28(31.8)	16(18.2)	6(6.8)	4(4.5)	
The area of a main growing	Rural area	196(72.3)	72(26.6)	3(1.1)	113(41.7)	60(22.1)	37(13.7)	54(19.9)	7(2.6)	2.88
	Urban area	74(75.5)	22(22.4)	2(2.0)	44(44.9)	16(16.3)	13(13.3)	24(24.5)	1(1.0)	
The area of residence	Rural area	218(73.4)	74(24.9)	5(1.7)	125(42.1)	64(21.5)	43(14.5)	56(18.9)	9(3.0)	10.40*
	Urban area	49(71.0)	20(29.0)		32(46.4)	10(14.5)	5(7.2)	22(31.9)		
Period of residence (yr)	≤5	86(73.5)	28(23.9)	3(2.6)	50(42.7)	22(18.8)	12(10.3)	29(24.8)	4(3.4)	
	6-10	58(73.6)	18(23.7)		33(43.4)	17(22.4)	8(10.5)	18(23.7)		9.87
	11-19	62(73.8)	20(23.8)	2(2.4)	36(42.9)	19(22.6)	11(13.1)	15(17.9)	3(3.6)	
	20≤	68(70.1)	29(29.9)		40(41.2)	20(20.6)	19(19.6)	16(16.5)	2(2.1)	
Education	Middle school	18(60.0)	12(40.0)		11(36.7)	8(26.7)	7(23.3)	3(10.0)	1(3.3)	
	High school	139(72.0)	51(26.4)	3(1.6)	84(43.5)	51(26.4)	30(15.5)	25(13.0)	3(1.6)	34.12**
	College	113(77.4)	31(21.2)	2(1.4)	63(43.2)	19(13.0)	11(7.5)	49(33.6)	4(2.7)	
Occupation	Professional group	166(81.0)	38(18.5)	1(0.5)	88(42.9)	44(21.5)	19(9.3)	51(24.9)	3(1.5)	8.11
	General group	105(64.4)	54(33.1)	4(2.5)	70(42.9)	34(20.9)	29(17.8)	27(16.6)	3(1.8)	
Monthly income	≤200	67(60.4)	43(38.7)	1(0.9)	53(47.7)	23(20.7)	15(13.5)	17(15.3)	3(2.7)	
	201-300	85(75.9)	24(21.4)	3(2.7)	42(37.5)	27(24.1)	17(15.2)	24(21.4)	2(1.8)	20.32
	301-400	64(85.3)	10(13.3)	1(1.3)	34(45.3)	14(18.7)	7(9.3)	20(26.7)		
	401≤	31(83.8)	6(16.2)		11(29.7)	5(13.5)	3(8.1)	16(43.2)	2(5.4)	
The head of the family	No	198(75.0)	62(23.5)	4(1.5)	116(43.9)	54(20.5)	34(12.9)	56(21.2)	4(1.5)	0.54
	Yes	68(69.4)	29(29.6)	1(1.0)	40(40.8)	22(22.4)	14(14.3)	20(20.4)	2(2.0)	
Family type	Alone	11(61.1)	7(38.9)		10(55.6)	5(27.8)		3(16.7)		
	Nuclear	184(76.7)	54(22.5)	2(0.8)	105(43.8)	45(18.8)	31(12.9)	55(22.9)	4(1.7)	11.92
	Extended	32(71.1)	13(28.9)		14(31.1)	15(33.3)	7(15.6)	7(15.6)	2(4.4)	

*p<0.05, **p<0.01 Reason to Korean traditional foods commercialization as convenience foods : 1) In order to develop qualitatively and increase in consumption of Korean traditional foods 2) In order to prevent juvenile from indiscretion to accept the fast foods 3) Because of fitness the taste of the moderns 4) Because of characteristic of busy daily life 5) Others

Table 5. Opinion of traditional convenience food development commercialization (continued)

Variables	View of a succession			x ²	A demand to improve traditional convenience food commercialization			x ²	Opinion of a succession					x ²
	Must to do	Do	Need not		Taste, recipe, nutrition	Store, sanitation	Price, convenience		1	2	3	4	5	
Age (yr)	<29	29(90.6)	3(9.4)			5(15.6)	9(28.1)	18(56.3)		12(37.5)	13(40.6)	7(21.9)		
	30-39	102(92.7)	6(5.5)	2(1.8)	1.39	37(34.3)	27(25.0)	44(40.7)	14.56*	32(29.1)	23(20.9)	37(33.6)	16(14.5)	2(1.8) 41.59**
	40-49	134(93.1)	8(5.6)	2(1.4)		68(48.2)	27(25.0)	46(32.6)		70(48.6)	27(18.8)	37(25.7)	8(5.6)	2(1.4)
	50≤	82(93.2)	5(5.7)	1(1.1)		34(38.6)	16(18.2)	38(43.2)		31(35.2)	20(22.7)	16(18.2)	13(14.8)	8(9.1)
The area of a main growing	Rural area	249(91.9)	18(6.6)	4(1.5)	0.97	104(38.8)	54(20.1)	110(41.0)	1.69	104(38.4)	57(21.0)	69(25.5)	32(11.8)	9(3.3) 3.36
	Urban area	93(94.9)	4(4.1)	1(1.0)		37(38.5)	25(26.0)	34(35.4)		39(39.8)	13(13.3)	31(31.6)	12(12.2)	3(3.1)
The area of residence	Rural area	276(92.9)	17(5.7)	4(1.3)	0.05	118(40.4)	55(18.8)	119(40.8)	6.92*	118(39.7)	58(19.5)	74(24.9)	35(11.8)	12(4.0) 8.08
	Urban area	64(92.8)	4(5.8)	1(1.4)		23(33.3)	23(33.3)	23(33.3)		27(39.1)	8(11.6)	26(37.7)	8(11.6)	
Period of residence (yr)	≤5	109(93.2)	6(5.1)	2(1.7)		40(35.1)	27(23.7)	47(41.2)		39(33.3)	17(14.5)	39(33.3)	16(13.7)	6(5.1)
	6-10	72(94.7)	3(3.9)	1(1.3)	4.92	33(43.4)	13(17.1)	30(39.5)	3.12	33(43.4)	17(22.4)	21(27.6)	5(6.6)	14.19
	11-19	74(88.1)	9(10.7)	1(1.2)		36(43.9)	16(19.5)	30(36.6)		37(44.0)	18(21.4)	19(22.6)	8(9.5)	2(2.4)
	20≤	92(94.8)	4(4.1)	1(1.0)		35(36.1)	23(23.7)	39(40.2)		36(37.1)	18(18.6)	24(24.7)	15(15.5)	4(4.1)
Education	Middle school	28(93.3)	2(6.7)			15(50.0)	7(23.3)	8(26.7)		12(40.0)	9(30.0)	3(10.0)	4(13.3)	2(6.7)
	High school	177(91.7)	13(6.7)	3(1.6)	1.59	70(36.6)	30(15.7)	91(47.6)	14.99**	78(40.4)	44(22.8)	43(22.3)	21(10.9)	7(3.6) 22.06**
	College	138(94.5)	6(4.1)	2(1.4)		58(40.6)	41(28.7)	44(30.8)		55(37.7)	16(11.0)	54(37.0)	19(13.0)	2(1.4)
Occupation	Professional group	189(92.2)	12(5.9)	4(2.0)	1.24	88(43.6)	46(22.8)	68(33.7)	6.96*	83(40.5)	35(17.1)	60(29.3)	23(11.2)	4(2.0) 2.68
	General group	153(93.9)	9(5.5)	1(0.6)		54(33.5)	31(19.3)	76(47.2)		61(37.4)	34(20.9)	41(25.2)	21(12.9)	6(3.7)
Monthly income	≤200	103(92.8)	7(6.3)	1(0.9)		33(29.7)	30(27.0)	48(43.2)		45(40.5)	17(15.3)	30(27.0)	15(13.5)	4(3.6)
	201-300	104(92.9)	6(5.4)	2(1.8)	4.03	46(41.8)	20(18.2)	44(40.0)	7.70	42(37.5)	21(18.8)	29(25.9)	16(14.3)	4(3.6) 7.91
	301-400	72(96.0)	2(2.7)	1(1.3)		32(42.7)	17(22.7)	26(34.7)		27(36.0)	18(24.0)	22(29.3)	7(9.3)	1(1.3)
	401≤	36(97.3)	1(2.7)			18(50.0)	7(19.4)	11(30.6)		15(40.5)	5(13.5)	14(37.8)	3(8.1)	
The head of the family	No	246(93.2)	14(5.3)	4(1.5)	1.13	93(35.8)	53(20.4)	114(43.8)	6.67*	96(36.4)	53(20.1)	77(29.2)	31(11.7)	7(2.7) 2.59
	Yes	89(90.8)	8(8.2)	1(1.0)		45(46.4)	24(24.7)	28(28.9)		43(43.9)	16(16.3)	23(23.5)	13(13.3)	3(3.1)
Family type	Alone	18(100.0)				9(50.0)	7(38.9)	2(11.1)		7(38.9)	3(16.7)	6(33.3)	2(11.1)	
	Nuclear	228(95.0)	8(3.3)	4(1.7)	10.48*	93(39.4)	49(20.8)	94(39.8)	7.04	85(35.4)	42(17.5)	79(32.9)	28(11.7)	6(2.5) 7.60
	Extended	39(86.7)	6(13.3)			20(44.4)	10(22.2)	15(33.3)		23(51.1)	9(20.0)	9(20.0)	2(4.4)	2(4.4)

*p<0.05, **p<0.01

Reason to traditional Korean foods succession development : 1) To inherit and develop cultural traditions 2) In order to prevent juvenile from indiscretion to accept the fast foods 3) In order to develop qualitatively and increase in consumption of Korean traditional foods. 4) Because of fitness of the taste in Korean 5) Others

으로 필요하다고 하여 의견 차이를 나타냈다(p<0.05). 또 현재 농촌에 거주하는 대상자(40.8%)는 전통음식을 상품화하는데 개선해야 할 사항으로 먹기 편한 형태와 가격에서 우선적으로 개선이 필요하다고 하였고 현재 도시에 거주하는 대상자는 먹기 편한 형태·가격(33.3%), 조리방법·맛·영양(33.3%), 위생·저장성(33.3%) 등 우선적 개선이 필요하다는 의견에 다양한 의견을 보여 농촌거주자와 도시거주자간에 전통음식의 상품화에 대한 개선사항에 의견 차이를 나타냈다(p<0.05). 한편 교육수준이 중졸 및 대졸 이상의 대상자는 전통음식 상품화에 있어 조리법·맛·영양(중졸 50.0%, 대졸이상 40.6%), 편리성·가격(중졸 26.7%, 대졸이상 30.8%) 위생·저장성(중졸 23.3%, 대졸이상 28.7%) 등 순으로 개선이 필요하다고 하였고, 반면 고졸 대상자는 편리성·가격(47.6%), 조리법·맛·영양(36.6%), 위생·저장성(15.7%) 등 순으로 개

선이 필요하다고 하여 의견 차이를 보였다(p<0.01). 직업특성에서는 전문인은 조리법·맛·영양(43.6%), 편리성·가격(33.7%), 위생·저장성(22.8%) 등 순으로 전통음식을 상품화할 때 우선적 개선이 필요하다고 하였으며 일반인은 편리성·가격(47.2%), 조리법·맛·영양(33.5%), 위생·저장성(19.3%) 등 순으로 개선이 필요하다고 하여 전문인과 일반인간에 전통음식의 상품화에 대한 개선사항에 견해 차이를 보였다(p<0.05). 또 종갓집인 경우는 조리법·맛·영양(43.8%)을, 종갓집이 아닌 경우는 편리성·가격(46.4%)을 전통음식을 상품화하는데 우선적으로 개선해야 할 사항으로 생각하고 있는 것으로 나타났다(p<0.05).

한편 전통음식 계승을 해야 하는 의견에 대해 대부분은 전통적인 식생활 문화를 이어가기 위하여 필요하다는 응답이 가장 많았다. 일반사항별 전통음식 계승을 해야 하는 의견 차이를 보인 것은 교육수준이 있었

다. 중졸(40.0%), 고졸(40.4%), 대졸이상(37.7%)의 대상자는 모두 전통적인 식생활 문화를 이어가기 위하여 전통음식 계승이 필요하다는 응답을 가장 많이 하였고, 다음 의견으로 중졸 대상자는 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호를 방지하기 위해(30.0%), 한국인의 기호에 맞기 때문에(13.3%), 우리음식의 질적 향상 및 소비를 증가하기 위함(10.0%)순으로 응답을 하였고, 고졸 대상자는 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호를 방지하기 위해(22.8%), 우리음식의 질적 향상 및 소비를 증가하기 위함(22.3%), 한국인의 기호에 맞기 때문(10.9%)순으로 응답을 하였으며, 대졸이상 대상자는 우리음식의 질적 향상 및 소비를 증가하기 위함(37.0%), 한국인의 기호에 맞기 때문(13.0%), 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호를 방지하기 위함(11.0%)순으로 응답을 하여 교육수준에 따라 전통음식 계승을 해야 하

는 이유에 대한 의견 차이를 보였다(p<0.01).

4. 일반사항별 편의화를 바라는 한국 전통음식의 종류

한국 전통음식 중 편의화를 바라는 전통음식을 알아본 결과 가장 많이 응답한 전통음식에는 김치류(43명 11.5%)가 있었으며 다음으로 구이 및 전류(40명 10.7%), 밥·죽·면류(39명 10.4%), 떡류(38명 10.2%), 국류(37명 9.9%), 기타(29명 7.8%), 젓갈·장류(28명 7.5%), 찜·조림류(25명 6.7%), 한과류(24명 6.4%), 부각·튀김류(17명 4.5%), 음청류(15명 4.0%), 나물류(15명 4.0%), 묵류(13명 3.5%), 포류(11명 2.9%) 순으로 편의화 되길 바란다고 하였다(Table 6).

편의화를 바라는 한국 전통음식의 종류를 일반사항별로 보면, 먼저 연령 군에서 20대와 50대 이상은 밥·죽·면류(20대 12.5%, 50대이상 15.9%)를, 30대는 국류

Table 6. The kinds of proper traditional food for the commercialization into convenience food N(%)

Foods	Variables	Total	Age(yr)				The area of a main growing		The area of residence		Period of under residence(yr)			
			<29	30-39	40-49	50≤	Rural area	Urban area	Rural area	Urban area	≤5	6-10	11-19	20≤
Bap·Juk·Myeon		39(10.4)	4(12.5)	10(9.1)	11(7.6)	14(15.9)	32(11.8)	7(7.1)	30(10.1)	9(13.0)	12(10.3)	7(9.2)	5(6.0)	15(15.5)
Guk		37(9.9)	3(9.4)	17(15.5)	12(8.3)	5(5.7)	21(7.7)	16(16.3)	25(8.4)	12(17.4)	20(17.1)	7(9.2)	8(9.5)	2(2.1)
Chim·Jorim		25(6.7)	2(6.3)	12(10.9)	8(5.6)	3(3.4)	15(5.5)	10(10.2)	18(6.1)	6(8.7)	8(6.8)	5(6.6)	8(9.5)	4(4.1)
Kui·Jeon		40(10.7)	3(9.4)	10(9.1)	16(11.1)	11(12.5)	28(10.3)	11(11.2)	33(11.1)	6(8.7)	13(11.1)	10(13.2)	12(14.3)	5(5.2)
Muk		13(3.5)	2(6.3)	3(2.7)	6(4.2)	2(2.3)	11(4.1)	2(2.0)	9(3.0)	3(4.3)	3(2.6)	3(3.9)	5(6.0)	2(2.1)
Namul		15(4.0)	1(3.1)	3(2.7)	10(6.9)	1(1.1)	13(4.8)	2(2.0)	14(4.7)	0	2(1.7)	4(5.3)	4(4.8)	5(5.2)
Bugak		17(4.5)	2(6.3)	6(5.5)	9(6.3)		8(3.0)	8(8.2)	9(3.0)	8(11.6)	7(6.0)	7(9.2)	1(1.2)	2(2.1)
Kimchi·Jangachi		43(11.5)	3(9.4)	4(3.6)	23(16.0)	13(14.8)	37(13.7)	6(6.1)	37(12.5)	5(7.2)	9(7.7)	7(9.2)	9(10.7)	18(18.6)
Jok-kal·Jang		28(7.5)	2(6.3)	8(7.3)	8(5.6)	10(11.4)	22(8.1)	6(6.1)	23(7.7)	5(7.2)	6(5.1)	4(5.3)	7(8.3)	11(11.3)
Po		11(2.9)	1(3.1)	6(5.5)	1(0.7)	3(3.4)	8(3.0)	3(3.1)	7(2.4)	3(4.3)	4(3.4)	4(5.3)	1(1.2)	2(2.1)
Tteok		38(10.2)	2(6.3)	11(10.0)	18(12.5)	7(8.0)	26(9.6)	10(10.2)	34(11.4)	4(5.8)	14(12.0)	6(7.9)	6(7.1)	12(12.4)
Hankwa		24(6.4)	3(9.4)	7(6.4)	10(6.9)	4(4.5)	14(5.2)	9(9.2)	20(6.7)	3(4.3)	9(7.7)	6(7.9)	5(6.0)	4(4.1)
Eum-cheong·Alcohol		15(4.0)	3(9.4)	7(6.4)	3(2.1)	2(2.3)	13(4.8)	2(2.0)	13(4.4)	2(2.9)	5(4.3)	1(1.3)	3(3.6)	6(6.2)
Others		29(7.8)	1(3.1)	6(5.5)	9(6.3)	13(14.8)	23(8.5)	6(6.1)	25(8.4)	3(4.3)	5(4.3)	5(6.6)	10(11.9)	9(9.3)

Foods	Variables	Education		Occupation			Monthly income (10,000won)				The head of the family		Family type		
		Middle school	High school	College	Professional group	General group	≤200	201-300	301-400	401≤	No	Yes	Alone	Nuclear	Extended
Bap·Juk·Myeon		2(6.7)	17(8.8)	20(13.7)	24(11.7)	15(9.2)	8(7.2)	13(11.6)	12(16.0)	3(8.1)	27(10.2)	10(10.2)		31(12.9)	3(6.7)
Guk		2(6.7)	14(7.3)	21(14.4)	23(11.2)	14(8.6)	7(6.3)	11(9.8)	9(12.0)	9(24.3)	27(10.2)	9(9.2)	1(5.6)	24(10.0)	3(6.7)
Chim·Jorim		1(3.3)	17(8.8)	7(4.8)	18(8.8)	7(4.3)	7(6.3)	12(10.7)	2(2.7)	3(8.1)	20(7.6)	5(5.1)	3(16.7)	14(5.8)	4(8.9)
Kui·Jeon			26(13.5)	14(9.6)	25(12.2)	15(9.2)	17(15.3)	11(9.8)	8(10.7)	2(5.4)	27(10.2)	11(11.2)	2(11.1)	27(11.3)	8(17.8)
Muk		1(3.3)	5(2.6)	6(4.1)	6(2.9)	7(4.3)	6(5.4)	3(2.7)	4(5.3)		9(3.4)	3(3.1)	1(5.6)	8(3.3)	1(2.2)
Namul		4(13.3)	6(3.1)	5(3.4)	6(2.9)	9(5.5)	5(4.5)	2(1.8)	4(5.3)	2(5.4)	14(5.3)	1(1.0)	1(5.6)	9(3.8)	2(4.4)
Bugak			9(4.7)	8(5.5)	10(4.9)	7(4.3)	4(3.6)	7(6.3)	4(5.3)	2(5.4)	12(4.5)	5(5.1)	2(11.1)	13(5.4)	1(2.2)
Kimchi·Jangachi		2(6.7)	27(14.0)	12(8.2)	26(12.7)	16(9.8)	17(15.3)	12(10.7)	4(5.3)	4(10.8)	29(11.0)	13(13.3)	1(5.6)	24(10.0)	11(24.4)
Jok-kal·Jang		1(3.3)	19(9.8)	8(5.5)	11(5.4)	17(10.4)	10(9.0)	8(7.1)	4(5.3)		18(6.8)	9(9.2)		19(7.9)	4(8.9)
Po		2(6.7)	3(1.6)	6(4.1)	7(3.4)	4(2.5)	2(1.8)	5(4.5)	3(4.0)	1(2.7)	8(3.0)	3(3.1)	1(5.6)	7(2.9)	1(2.2)
Tteok		1(3.3)	18(9.3)	18(12.3)	20(9.8)	16(9.8)	8(7.2)	11(9.8)	10(13.3)	7(18.9)	29(11.0)	8(8.2)	1(5.6)	25(10.4)	1(2.2)
Hankwa		2(6.7)	13(6.7)	9(6.2)	13(6.3)	11(6.7)	7(6.3)	6(5.4)	5(6.7)	2(5.4)	16(6.1)	8(8.2)	3(16.7)	13(5.4)	3(6.7)
Eum-cheong·Alcohol			4(2.1)	11(7.5)	12(5.9)	3(1.8)	2(1.8)	6(5.4)	5(6.7)	2(5.4)	12(4.5)	3(3.1)	2(11.1)	11(4.6)	
Others		12(40.0)	15(7.8)	1(0.7)	4(2.0)	22(13.5)	11(9.9)	5(4.5)	1(1.3)		16(6.1)	10(10.2)		15(6.3)	3(6.7)

(15.5%)를, 40대는 김치·장아찌류(16.0%)를 편의화 하기를 바라는 응답이 가장 많았다. 한식에 대한 연령별 선호도 조사(Yoon HR 2005)에 의하면 김치류의 선호도가 40대이상 연령군이 30대이하 연령군보다 높았다는 선호도 결과를 비교해 볼 때, 본 조사에서 40대이상 연령군이 김치·장아찌류를 편의화 하기를 바라는 것이 한국 전통음식 중 선호하는 음식과 관련이 있는 것으로 사료된다.

주성장지역이 농촌이었던 대상자는 편의화를 바라는 전통음식에 대해 김치·장아찌(13.7%), 밥·죽·면류(11.8%), 구이·전류(10.3%) 순으로 응답률을 보였고 주성장지역이 도시였던 대상자는 국류(16.3%), 구이·전류(11.2%), 떡류(10.2%), 찜·조림류(10.2%) 순으로 편의화를 바라는 것으로 나타났다. 또 현재 농촌에 거주하는 대상자는 김치·장아찌류(12.5%), 떡류(11.4%), 구이·전류(11.1%) 순으로 편의화를 바라는 것으로 나타났으며 현재 도시에 거주하는 대상자는 국류(17.4%), 밥류(13.0%), 부각·튀김류(11.6%) 순으로 편의화를 바라는 것으로 조사되었다.

거주기간별로 보면, 거주기간이 6~10년 및 11~19년인 거주자는 구이·전류(6~10년: 13.2%, 11~19년: 14.3%)를, 5년이하 거주자는 국류(17.1%)를, 20년이상 거주자는 김치·장아찌류(18.6%)를 가장 많이 편의화를 바라는 전통음식으로 응답하였다.

교육수준으로 보면, 중졸 대상자는 기타류(40.0%), 나물류(13.3%)순으로, 고졸 대상자는 김치·장아찌류(14.0%), 구이·전류(13.5%)순으로, 대졸이상 대상자는 국류(14.4%), 밥·죽·면류(13.7%), 떡류(12.3%) 순으로 편의화를 바라는 것으로 응답하였고, 전문인은 김치·장아찌(12.7%), 구이·전류(12.2%)를 일반인은 기타류(13.5%), 젓갈·장류(10.4%)를 편의화 하기를 바라는 응답이 많았다.

월 가계소득수준에서 200만원이하 대상자는 전·구이류(15.3%) 및 김치·장아찌류(15.3%)를 201~300만원 대상자는 찜·조림류(10.7%) 및 김치·장아찌류(10.7%)를 301~400만원 대상자는 밥·죽·면류(16.0%)를 401만원 이상 대상자는 국류(24.3%)를 편의화 하기를 바라는 응답이 많았다.

종갓집인 대상자는 김치·장아찌(13.3%)를, 종갓집이 아닌 대상자는 떡류(11.0%)와 김치·장아찌(11.0%)를 편의화 하기를 바라는 응답이 많았으며 가족형태로는 독거가족 대상자는 한과류(16.7%)를, 핵가족 대상자는 밥류(12.9%)를, 확대가족 대상자는 김치·장아찌류(24.4%)

를 편의화 하기를 바라는 비율을 보였다.

편의화를 바라는 전통음식의 종류를 음식분류별로 나누어 일반사항별 편의화를 바라는 것에 차이가 있는지를 알아보았다(Table 7). 그 결과 유의한 차이를 보인 것은 교육수준, 직업특성, 월 가계수입이 있었다. 대부분의 대상자는 전통음식분류 중 부식류의 편의화를 바라는 응답의 비율이 가장 높았고 이어 기호식류, 주식류 순으로 바라는 것으로 나타났다. 음식분류별 교육수준에 따른 분석을 보면, 주식류에서는 대학졸업 대상자(13.7%), 고졸(8.8%)대상자, 중졸(6.7%)대상자 순으로 편의화 되기를 원했고, 부식류에서는 고졸(65.3%), 대학졸업(59.6%), 중졸(43.3%) 대상자 순으로 편의화를 바랐으며 기호식류에서는 대졸(26.0%), 고졸(18.1%), 중졸(10.0%) 순으로 편의화를 바라는 것으로 나타났다($p < 0.01$) 직업특성으로 보면, 전문인은 주식류(11.7%), 부식류(64.4%), 기호식류(22.0%)에서 일반인 주식류(9.2%), 부식류(58.9%), 기호식류(18.4%)보다 편의화를 바라는 응답률이 높아($p < 0.01$), 전통음식의 편의화에 대해 전문인이 일반인보다 좀 더 적극적으로 편의화를 바라는 경향을 보인다고 사료된다. 한편 월 가계수입이 301~400만원 대상자는 주식류(16.0%)를 200만원 대상자는 부식류(67.6%)를 401만원 이상 대상자는 기호식류(29.7%)를 편의화 바라는 응답이 가장 높은 것으로 나타났다($p < 0.05$). 월 가계수입에 따라 전통음식 분류 중 편의화를 바라는 음식분류가 다음을 알 수 있었다.

5. 한국 전통음식의 관심도에 따른 한국전통음식의 인지도, 건강 관심도의 차이와 연령, 한국전통음식의 인지도, 건강 관심도의 상관성

한국 전통음식의 인지도는 전통음식의 맛에 대한 인지정도, 전통음식에 대한 영양소의 배합정도 등을 포함한 5문제를 조사하였고 건강에 대한 관심도는 건강 실천정도, 영양정보 관심도 등을 포함한 4문제를 각각 likert scale 5점 척도를 이용하여 총점으로 환산하고 한국 전통음식의 관심도에 따라 차이가 있는지 분석하였다(Table 8). 한국 전통음식의 관심도가 매우 높은 경우(인지도 21.32 ± 2.80 , 건강관심도 17.15 ± 2.16)는 조금관심(인지도 19.98 ± 0.74 , 건강관심도 15.96 ± 2.26) 있는 경우와 관심이 없는(인지도 19.15 ± 2.60 , 건강관심도 15.63 ± 2.38) 경우보다 전통음식에 대한 인지도

Table 7. Opinion of proper traditional food for the commercialization into convenience food

Variables	The proper traditional food for the commercialization into convenience food				x ²	N(%)
	Main dishes	Side dishes	Favorite foods	Don't know		
Age (yr)	<29	4(12.5)	19(59.4)	8(25.0)	1(3.1)	14.59
	30-39	10(9.1)	69(62.7)	25(22.7)	6(5.5)	
	40-49	11(7.6)	93(64.6)	31(21.5)	9(6.3)	
	50≤	14(15.9)	48(54.5)	13(14.8)	13(14.8)	
The area of a main growing	Rural area	32(11.8)	163.(60.1)	53(19.6)	23(8.5)	2.43
	Urban area	7(7.1)	64(65.3)	21(21.4)	6(6.1)	
The area of residence	Rural area	30(10.1)	175(58.9)	67(22.6)	25(8.4)	5.14
	Urban area	9(13.0)	48(69.6)	9(13.0)	3(4.3)	
Period of residence (yr)	≤5	12(10.3)	72(61.5)	28(23.9)	5(4.3)	11.98
	6-10	7(9.2)	51(67.1)	13(17.1)	5(6.6)	
	11-19	5(15.5)	55(65.5)	14(16.7)	10(11.9)	
	20≤	15(15.5)	51(52.6)	22(22.7)	9(9.3)	
Education	Middle school	2(6.7)	13(43.3)	3(10.0)	12(40.0)	59.50**
	High school	17(8.8)	126(65.3)	35(18.1)	15(7.8)	
	College	20(13.7)	87(59.6)	38(26.0)	1(0.7)	
Occupation	Professional group	24(11.7)	132(64.4)	45(22.0)	4(2.0)	18.67**
	General group	15(9.2)	96(58.9)	30(18.4)	22(13.5)	
Monthly income (10,000 won)	≤200	8(7.2)	75(67.6)	17(15.3)	11(9.9)	17.80*
	201-300	13(11.6)	71(63.4)	23(20.5)	5(4.5)	
	301-400	12(16.0)	42(56.0)	20(26.7)	1(1.3)	
	401≤	3(8.1)	23(62.2)	11(29.7)		
The head of the family	No	27(10.2)	164(62.1)	57(21.6)	16(6.1)	1.91
	Yes	10(10.2)	59(60.2)	19(19.4)	10(10.2)	
Family type	Alone		12(66.7)	6(33.3)		10.92
	Nuclear	31(12.9)	145(60.4)	49(20.4)	15(6.3)	
	Extended	3(6.7)	35(77.8)	4(8.9)	3(6.7)	

Table 8. Comparison of the score of recognition on the traditional food and interest of a health by the interest of the traditional Korean food

Variables	Interest of traditional Korean food			F-value	P
	Much(n=160)	A little(n=195)	Rarely(n=19)		
Recognition on traditional Korean food	21.32±2.80 ^b	19.98±2.74 ^a	19.15±2.60 ^a	12.341	0.000***
Interest of a health	17.15±2.16 ^b	15.96±2.26 ^a	15.63±2.38 ^a	13.578	0.000***

***p<0.001

a, b : The group of same letter is not significantly different

가 높았으며 건강에 관한 관심도도 높았다(p<0.01). 또 조사대상자의 전통음식에 대한 인지도가 높은 경우 건강에 관한 관심도 역시 높은 것으로 나타났다(P<0.05)(Table 9).

전통음식의 인지도와 대상자들의 일반적 특성과 관련한 연구를 고찰해 보면(Han KS와 Song BC 2003) 50세 이상 연령군에서 향토음식에 대한 높은 인지도를 보였고 연령이 낮아짐에 따라 향토음식 중 밥류, 탕류, 김치류에서 낮은 인지도를 보였으며 전

Table 9. Respondent's correlation by age, the perception on traditional foods, and the interest of a health

Variables	Age	Recognition on the traditional food	Interest of a health
Age	1.00	-0.045	0.063
Recognition on the traditional food		1.00	0.511*
Interest of a health			1.00

*p<0.05

연령대에 걸쳐 이미 지역에서 상품화된 전통음식들

에 대해서는 높은 인지도를 보였다고 한다. 특히 연령이 전통음식의 인지에 있어 가장 큰 영향을 주었다고 하였는데 본 논문에서도 분석 해 보면 연령이 학력, 거주기간과 함께 전통음식에 대한 관심, 인지, 편의화에 대한 견해에 영향이 가장 컸다. 특히 연령대가 50대인 경우 전통음식에 대한 관심과 전통음식의 편의화에 대한 긍정적 견해의 답변 비율이 가장 높은 것으로 나타났다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 충청지역에 거주하는 주민을 대상으로 우리고유의 한국 전통음식인 20가지 분류에 대하여 편의식품 상품화하는 것에 대해 견해를 파악하고자 조사하였다. 조사 대상자의 일반사항 특성인 성별, 학력, 거주지특성, 주 성장지역의 특성, 연령, 직업, 월 소득수준, 가족의 형태, 종갓집 여부 등을 중심으로 한국전통음식의 편의식품 상품화에 대한 의견을 분석하였고 연구결과에 대한 요약은 다음과 같다.

1. 대다수의 대상자들은 전통음식에 대해 관심이 있었으며 연령별로 50대이상 55.7%는 전통음식에 대해 매우 관심이 있다고 하였고 연령별로 50대이상 연령 군이 다른 연령 군에 비해 상대적으로 전통음식에 관해 관심이 있는 것으로 나타났다($p<0.01$). 전통음식에 대한 지식에서는 50대이상 군(14.8%)이 전통음식에 대해 잘 알고 있다고 응답하여 다른 연령 군에 비해 전통음식에 대해 잘 알고 있는 것으로 나타났으며($p<0.01$) 전통음식에 대한 만족도도 역시 50대 이상 군(42.0%)이 매우 만족한다고 하여 상대적으로 다른 연령군에 비해 전통음식에 대한 만족도 역시 높은 것으로 나타났다($p<0.01$). 한편 일반사항 특성에 관계없이 응답자 대부분은 한국 전통음식(90.6~97.3%)을 가장 좋아한다고 하였다. 현재 도시 거주자는 전통음식에 대해 잘 알고 있다는 응답이 21.7%로 농촌 거주자 8.8%에 비해 전통음식에 대해 알고 있는 비율이 높았는데($p<0.01$) 이는 도시 거주자의 전문인 분포(66.7%)가 농촌거주자의 전문인 분포(52.6%)보다 상대적으로 높아($p<0.05$) 직업특성이 반영된 것으로 사료된다. 일반사항 중 연령, 직업특성, 종갓집 여부 등은 전

통음식의 관심, 지식, 만족도에서 각각 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다. 전문가는 전통음식에 관한 관심, 지식, 만족도가 일반인의 전통음식에 관한 관심, 지식, 만족도보다 상대적으로 높은 것으로 나타났다($p<0.01$) 종갓집인 경우 종갓집이 아닌 경우에 비해 전통음식에 대해 관심이 높은 것으로 나타났다($p<0.05$). 소득별로 보면 월 가계소득 301만원 이상인 경우 전통음식에 대해 알고 있다는 비율이 300만원이하에서 전통음식에 대해 알고 있다는 비율보다 통계적으로 유의하게 높았다($p<0.01$).

2. 한국 전통음식의 편의식품 상품화에 대한 생각에서 유의한 차이를 보인 항목은 직업특성과 월 가계수입이 있었는데 직업특성에서는 전문가(바람직 81.0%, 보통 18.5%)가 일반인(바람직 64.4%, 보통 33.1%)보다 전통음식의 편의화에 바람직하다는 긍정적 의견의 비율이 높았다($p<0.01$). 월 가계수입으로는 301~400만원인 경우가 401만원이상, 201~300만원, 200만원이하보다 전통음식의 편의화에 대해 바람직하다는 긍정적 의견의 비율이 높았다($p<0.01$).

전통음식의 상품화 이유에 대해 대상자 대부분은 전통음식의 상품화 이유에 대해 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요하다는 응답이 가장 많았고 유의한 차이를 보인 항목으로는 연령, 현 거주지의 특성, 교육수준이 있었다. 연령으로는 40대(50.0%) 연령군이 다른 연령군에 비해 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요하다는 응답 비율이 높았다($p<0.01$). 이외에도 20대 연령군은 한국인의 기호에 맞기 때문(21.9%)과 현대인의 바쁜 일상구조상 필요(21.9%)하다는 답변을 하였으며 30대 연령 군과 40대 연령군은 한국인의 기호에 적합함, 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요하다는 순으로 응답을 하여 연령 군별로 전통음식의 상품화 이유에 대한 견해 차이를 나타냈다($p<0.01$). 거주지별 의견을 보면, 농촌거주자는 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요(42.1%), 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요(21.5%), 현대인의 바쁜 일상구조상 필요(18.9%), 한국인의 기호에 맞기 때문(14.5%) 순으로 응답을 하였으며, 도시거주자는 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요(46.4%), 현대인의 바쁜 일상구조상 필요(31.9%), 청소년들의 무분별한

서양음식의 기호방지를 위해 필요(14.5%), 한국인의 기호에 맞기 때문(7.2%) 순으로 응답을 하여 현재 거주지에 따라 전통음식의 상품화 이유에 대해 의견 차이를 나타냈으며($p<0.05$) 교육수준으로는 중졸 및 고졸 대상자가 우리음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 전통음식의 상품화가 필요하다고 하였고, 이어 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요, 한국인의 기호에 맞기 때문, 현대인의 바쁜 일상구조상 필요 순으로 응답을 하였다. 반면 대졸이상의 대상자는 음식의 질적 향상 및 소비증가를 위해 필요, 현대인의 바쁜 일상구조상 필요, 청소년들의 무분별한 서양음식의 기호방지를 위해 필요, 한국인의 기호에 맞기 때문 순으로 응답하여 전통음식의 상품화 이유에 대해 의견 차이를 나타냈다($p<0.01$).

3. 전통음식을 상품화하는데 개선해야 할 사항에서 유의한 차이를 보인 일반사항으로는 연령, 현재 거주지, 교육수준, 직업특성, 종갓집 여부 등이 있었다. 20대~50대 이상의 연령 군에서는 전통음식을 상품화하는데 개선해야 할 사항으로 먹기 편한 형태와 가격에서 우선적으로 개선이 필요하다고 하였고 40대 연령 군은 전통음식 상품화에 있어 조리방법, 맛, 영양 등의 개선이 우선적으로 필요하다고 하여 의견 차이를 나타냈다($p<0.05$). 현재 거주지 특성으로는 농촌에 거주하는 대상자(40.8%)는 전통음식을 상품화하는데 개선해야 할 사항으로 먹기 편한 형태와 가격에서 우선적으로 개선이 필요하다고 하였고 도시에 거주하는 대상자는 먹기 편한 형태·가격(33.3%), 조리방법·맛·영양(33.3%), 위생·저장성(33.3%) 등 우선적 개선이 필요하다는 다양한 의견을 보여 농촌거주자와 도시거주자간에 전통음식의 상품화에 대한 개선사항에 의견 차이를 나타냈다($p<0.05$). 또 교육수준이 중졸 및 대졸 이상의 대상자는 전통음식 상품화에 있어 조리법·맛·영양, 편리성·가격, 위생·저장성 순으로 개선이 필요하다고 하였고, 반면 고졸 대상자는 편리성·가격, 조리법·맛·영양, 위생·저장성 순으로 개선이 필요하다하여 의견 차이를 보였다($p<0.01$). 직업특성에서는 전문인은 조리법·맛·영양(43.6%), 편리성·가격(33.7%), 위생·저장성(22.8%) 순으로 전통음식을 상품화할 때 우선적 개선이 필요하다고 하였으며 일반인은 편리성·가격(47.2%),

조리법·맛·영양(33.5%), 위생·저장성(19.3%) 순으로 개선이 필요하다고 하여 전문인과 일반인간에 전통음식의 상품화에 대한 개선사항에 견해 차이를 보였다($p<0.05$). 종갓집인 경우는 조리법·맛·영양(43.8%)을, 종갓집이 아닌 경우는 편리성·가격(46.4%)을 전통음식을 상품화하는데 우선적으로 개선해야 할 사항으로 생각하고 있는 것으로 나타났다($p<0.05$). 한편 전통음식 계승을 해야 하는 의견에 대해 대부분 전통적인 식생활 문화를 이어가기 위하여 필요하다는 응답이 가장 많았다.

4. 한국 전통음식 중 편의화를 바라는 전통음식을 알아본 결과 가장 많이 응답한 전통음식에는 김치류(11.5%)가 있었으며 다음으로 구이 및 전류(10.7%), 밥·죽·면류(10.4%), 떡류(10.2%), 국류(9.9%), 기타(7.8%), 젓갈·장류(7.5%), 찜·조림류(6.7%), 한과류(6.4%), 부각·튀김류(4.5%), 음청류(4.0%), 나물류(4.0%), 묵류(3.5%), 포류(2.9%)순으로 편의화 되길 바란다고 하였다.

편의화를 바라는 한국 전통음식의 종류를 일반사항별로 보면, 먼저 연령 군에서 20대와 50대 이상은 밥·죽·면류를, 30대는 국류를, 40대는 김치·장아찌류를 편의화 하기를 바라는 응답이 가장 많았다.

주성장지역이 농촌이었던 대상자는 편의화를 바라는 전통음식에 대해 김치·장아찌, 밥·죽·면류, 구이·전류 순으로 응답률을 보였고 주성장지역이 도시였던 대상자는 국류, 구이·전류, 떡류, 찜·조림류 순으로 편의화를 바라는 것으로 나타났다. 또 현재 농촌에 거주하는 대상자는 김치·장아찌류, 떡류, 구이·전류 순으로 편의화를 바라는 것으로 나타났으며 현재 도시에 거주하는 대상자는 국류, 밥류, 부각·튀김류 순으로 편의화를 바라는 것으로 조사되었다.

거주기간별로 보면, 거주기간이 6~10년 및 11~19년인 거주자는 구이·전류를, 5년이하 거주자는 국류를, 20년이상 거주자는 김치·장아찌류를 가장 많이 편의화를 바라는 전통음식으로 응답하였다. 교육수준으로 보면, 중졸 대상자는 기타류, 나물류 순으로, 고졸 대상자는 김치·장아찌류, 구이·전류 순으로, 대졸이상 대상자는 국류, 밥·죽·면류, 떡류 순으로 편의화를 바라는 것으로 응답하였고 한편 전문인은 김치·장아찌, 구이·전류를 일반인은 기타류, 젓갈·장류를 편의화 하기를 바라는 응답이 많았다.

월 가계소득수준에서 200만원이하 대상자는 전·구이류 및 김치·장아찌류를 201~300만원 대상자는 찜·조림류 및 김치·장아찌류를 301~400만원 대상자는 밥·죽·면류를 401만원 이상 대상자는 국류를 편의화하기를 바라는 응답이 많았다. 종갓집인 대상자는 김치·장아찌를, 종갓집이 아닌 대상자는 떡류와 김치·장아찌를 편의화하기를 바라는 응답률이 높았으며 가족형태로는 독거가족 대상자는 한과류를, 핵가족 대상자는 밥류를, 확대가족 대상자는 김치·장아찌류를 편의화하기를 바라는 것으로 나타났다.

5. 한국전통음식에 대한 관심이 높은 대상자들은 전통음식에 대한 인지와 건강에 대한 관심 역시 높은 것으로 나타났다($p < 0.01$). 또 조사대상자의 전통음식에 대한 인지도가 높은 경우 건강에 관한 관심도 역시 높은 것으로 나타났으나($P < 0.05$) 연령과 한국전통음식의 인지도, 건강에 관한 관심도와와의 상관성 분석 결과는 상관이 없는 것으로 나타났다. 본 논문에서 대상자의 일반적 특성에 따라 전통음식에 대한 관심, 인지, 편의화에 대한 견해를 살펴본 결과 연령에서는 50대에서 전통음식에 대한 관심과 만족, 지식, 인지도가 높았으며 전통음식의 편의화에 대해서 긍정적 견해의 답변 비율이 가장 높은 것으로 나타났다.

본 연구결과 모든 연령층에서 전통음식을 편의식품으로 상품화할 때 개선사항으로 편리성과 조리방법을 들었는데 이점을 상품화할 때 먼저 개선이 이루어져야 하겠다. 또 대상자 대부분이 전통음식에 대해 기호성이 높았고 전통음식을 편의화하는 데에 긍정적 견해를 갖는 것을 확인하였으므로 전통음식의 편의식품 개발이 시급히 이루어져야 할 것이며 다수가 바라는 떡류 및 김치를 비롯하여 다양한 전통음식에 대해 편의식품 개발이 이루어질 수 있도록 관련 식품회사는 좀더 적극적인 노력이 필요하다고 사료된다. 특히 여성과 젊은 연령층을 대상으로 한 전통음식의 편의식품 개발은 한국음식을 그대로 전수하는 편의식품 개발보다는 서양음식을 혼합한 유형 개발이 소비자에게 받아들여지는 상품 마케팅 방안으로 볼 수 있을 것이다. 맛과 영양을 겸비한 우리의 전통음식은 이제 편의식품의 형태라는 개발로 충분히 국내외 소비자에게 더욱 가까이 이용될 수 있는 음식으로 발전가능이 크다고 사료된다.

참고문헌

- 김기현, 김 동, 강성용. 2007. 2006년 식품시장동향 및 2007년 전망. Food Industry 195호 : 17-22
- 남충우. 1993. 한국형 McDonald's 출현은 가능한가?(한국형 패스트푸드 체인의 육성 방안). 상공자원부. 1993. 9. pp1-162
- 박경애. 1995. 한국인의 사망원인 구조 1983-1993. Korean J Population Studies 18(1): 167-193
- 삼성경제연구소. 2003. 한국음식의 상품화·국제화 전략. 서울. pp1-74
- 상암기획. 1993. 편의점 이용 실태조사 그룹사보 미원 9월호. 서울. pp20-21
- 안명수. 2000. 한국음식의 조리과학성. 신광출판사. 서울. pp11-56
- 염초애, 장명숙, 윤숙자. 1992. 한국음식. 효일문화사. 서울. pp21-375
- 윤덕인. 2005. 외식조리인을 위한 한국음식 이론및 조리의 실제. 관동대학교 출판부. 서울. pp10-288
- 윤서석. 2003. 한국음식. 수학사. 서울. pp12-154
- 이효지. 2002. 한국의 음식문화. 신광출판사. 서울. pp67-77
- 정호원. 2005. 세계 식품 시장 10대 메가 트렌드 Available from: http://www.globalwindow.org/wps/portal/menulink?workdist=read&table_div. January. 2007
- 한소현, 이시백. 2002. 우리나라 5대 사망원인의 사망구조에 관한 연구. 서울대학교 보건환경연구소 논총 11(1): 39-49
- 허명희, 양경숙. 2004. SPSS 다변량자료분석. (주) 데이터솔루션. 서울. pp19-68
- 황해성, 한복려, 한복진, 서혜경. 1997. 한국음식대관. 예맥출판사. 한국문화보호재단 (6) pp316-317
- Chang MJ, Cho MS. 2000. Recognition and preference to Korean traditional foods foreign visitors in Korea. Korean J Dietary Culture 15(3): 215-223
- Han KS, Song BC. 2003. A study on discover and perception of the native local foods in Wonju region. Korean J Dietary Culture 18(4): 365-378
- Jang EJ, Lee YK, Lee HG. 1996. The study for consciousness, dietary life behaviors on Korean traditional food. Korean J Dietary Culture 11(2): 179-206
- Jung EY, Lim YH, Park MS, Kim MW. 2002. A study of the consumption of convenience foods. Korean J Community Nutrition 7(2):149-155
- Kim CJ, Kwon DY, Cho YJ, Chun HS, Hong SJ, Jang DJ, Kim MH. 2003. Technology road maps for R&D strategy of KFRI. Korea food research Institute. Republic of Korea. pp 1-133
- Kim CY, Nam SR, Kwak TK. 1990. Evaluation of nutrient density for fast foods selected by middle and high school students in Seoul. Korean J Dietary Culture 5(3): 361-369
- Kim CY. 1989. An Investigation for utilization and nutritional

- balance of fast food. Master thesis. Yon-sei Univ. pp1-63
- Kim HS. 2004. A study on the trend of research in food and culture from 1990 to 2003. *Korean J Dietary Culture* 19(3): 295-312
- Kim KH. 2003. A study of the dietary habit, the nutritional knowledge and the consumption patterns of convenience foods of University students in the Gwangju area. *Korean J Community Nutrition* 8(2): 181-191
- Kim SM. 2000. Attitude of the university students in the Kyung-book area on the traditional food(I)-The evaluation, the utilization and the life style-. *Korean J Food Cookery Sci* 16(1): 27-35
- Kwak TK. 1994. The development course and management on actual condition to provide meal of fast food chain. *Korean J Dietary Culture* 9(2): 189-207
- Lee KA, Jang YA, Kim WK. 1993. A study on university student' knowledge and opinion of the Korea traditional foods -I. The knowledge and consumption of the Korean traditional foods- *Korean J Home Economics* 31(4): 187-195
- Lee KS. 2001. Dietary education for the succession of traditional meal pattern. *Korean J Community Nutrition* 6(5): 868-876
- Lim YS, Park HR, Han GJ. 2005. Comparison of preference for convenience foods and dietary attitude in college students by sex in Seoul and Kyunggi-do area. *Korean J Dietetic Association* 11(1):11-20
- Mo SM. 1994. The development of eating-out culture in Korea. *Korean J Dietary Culture* 9(2): 81-88
- Moon SJ, Yoon HJ, Kim JH, Lee YJ. 1998. A study on the perception and consumption pattern of convenience foods by Korean college students. *Korean J Dietary Culture* 13(3): 227-239
- Park YS, Myung CO, Lee KW, Nam HW. 2005. A study on the well-being related awareness and dietary life pattern in urban housewives. *Korean J Dietary Culture* 20(5): 574-583
- Ries CP, Kline K, Weaver SO. 1987. Impact of commercial eating on nutrient adequacy. *Journal of Dietetic Association* 87(4): 463-468
- Ro SB, Shin AS, Kil JO. 2001. A study on the traditional fast food development of college students in Busan. *Korean J Dietary Culture* 2(1): 81-88
- Yoon S, Son KH, Kwak DK, Kim JS, Kwon DJ. 1998. Consumer trends on dietary and food purchasing behaviour and perception for the convenience foods. *Korean J Dietary Culture* 13(3):197-206
- Yoon HR. 2005. The study of dinning-out behavior and preference on Korean foods by age groups. *Korean J Dietary Culture* 20(5): 608-614

(2007년 2월 2일 접수, 2007년 4월 12일 채택)