

經營學碩士 學位論文

향토음식의 발굴 및 관광상품화 방안
- 영천시를 중심으로 -

慶州大學校 産業經營大學院

호텔외식경영학과

張 順 玉

2009年 6月

향토음식의 발굴 및 관광상품화 방안

- 영천시를 중심으로 -

指導教授 李 蓮 正

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함

2009년 6월

慶州大學校 産業經營大學院

호텔외식경영학과

張 順 玉

張 順 玉 의 碩 士 學 位 論 文 을 認 准 함

審 查 委 員 長 印

審 查 委 員 印

審 查 委 員 印

慶州大學校 産業經營大學院

2009年 6月

목 차

I. 서 론	1
제 1 절 문제의 제기	1
제 2 절 연구의 목적	5
제 3 절 연구의 방법과 범위	7
1. 연구의 방법	7
2. 연구의 범위	8
3. 연구의 절차	10
II. 이론적 배경	11
제 1 절 향토음식의 개념 및 특징	11
1. 향토음식의 개념	11
2. 향토음식의 특징, 종류 및 지역별 특성	15
3. 경상북도의 향토음식	20
4. 영천지역 향토음식의 특징	22
5. 향토음식 관련 선행연구 고찰	23
제 2 절 영천지역의 식생활문화의 배경	25
1. 영천지역의 환경	25
2. 영천지역의 역사	26
3. 영천의 특산품	26
4. 영천의 식생활 문화	26

제 3 절 영천지역 향토음식	26
1. 영천지역 재료별 향토음식	27
2. 영천지역 향토요리	31
3. 영천지역 향토음식의 종류 및 주재료	40
제 4 절 향토음식의 인지도 및 관광상품화	42
1. 인지 및 관광상품화	42
2. 음식관광	43
3. 지역축제와 음식의 관광상품화	43
4. 향토음식 상품화 현황 및 내용	45
제 5 절 중요도와 실행도(만족도)	49
1. I P A 선행이론	49
Ⅲ. 연구의 설계	53
제 1 절 연구과제의 설정	53
1. 향토음식의 인지도 및 관광상품화에 대한 의지도의 차이분석	53
2. 영천 향토음식의 대중화 및 관광상품화에 대한 IPA 그래프	53
3. 영천향토음식의 품질 속성에 대한 IPA그래프	54
제 2 절 설문지의 설계	55
1. 설문문항의 추출	55
2. 설문지구성	55
제 3 절 조사 설계	58

1. 표본의 추출	58
2. 자료수집	58
3. 분석방법	58
IV. 조사의 분석 및 해석	60
제 1 절 표본의 일반적 특성	60
1. 인구통계학적 특성	60
2. 표본의 식 행동 특성	62
제 2 절 연구과제의 분석	66
1. 향토음식에 대한 인지도와 관광상품화에 대한 의지도	66
2. 향토음식에 대한 품질속성에 대한 중요도와 실천성.....	82
3. 향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 중요도 및 만족도	87
V. 결 론	95
제 1 절 연구결과의 요약 및 논의.....	95
제 2 절 연구의 시사점	98
제 3 절 연구의 한계와 향후 연구과제	100
참고문헌	102

설 문 지 105

ABSTRACT 111

< 표 목 차 >

< 표 1-1 >	연구의 절차	10
< 표 2-1 >	한국 전통음식의 특징	16
< 표 2-2 >	지역별 향토음식의 종류와 특성	18
< 표 2-3 >	경상북도 주요특산물 및 향토음식현황	21
< 표 2-4 >	향토음식관련 선행연구	24
< 표 2-5 >	영천지역 향토음식의 종류 및 주재료	40
< 표 2-6 >	지방별 향토음식 축제현황	44
< 표 2-7 >	향토음식을 이용한 특산물 축제현황	47
< 표 2-8 >	향토음식의 관광상품화 현황	48
< 표 3-1 >	설문지 구성	57
< 표 4-1 >	인구통계학적 특성	61
< 표 4-2 >	표본의 일반 식 행동 특성	64
< 표 4-3 >	성별에 따른 향토음식 인지도	66
< 표 4-4 >	연령에 따른 향토음식 인지도	68
< 표 4-5 >	학력에 따른 향토음식 인지도	69
< 표 4-6 >	월소득에 따른 관광상품화 인지도	70
< 표 4-7 >	거주연한에 따른 관광상품화 인지도	72
< 표 4-8 >	성별에 따른 관광상품화 의지도	73
< 표 4-9 >	연령에 따른 관광상품화 의지도	75
< 표 4-10 >	학력에 따른 관광상품화 의지도	77
< 표 4-11 >	월소득에 따른 관광상품화 의지도	79
< 표 4-12 >	거주연한에 따른 관광상품화 의지도.....	81
< 표 4-13 >	향토음식의 품질 속성에 대한 중요도와 실천성	82
< 표 4-14 >	향토음식 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 중요도와 만족도 차이분석	89

<그림 목차>

< 그림 2-1 > 향토음식과 관련된 용어의 정의	12
< 그림 2-2 > 중요도 - 만족도 분석도형	51
< 그림 4-1 > 향토음식의 품질속성에 대한 중요도-실천성 분석결과	84
< 그림 4-2 > 기존의 좋은 성과 계속유지	85
< 그림 4-3 > 집중관리	86
< 그림 4-4 > 낮은 우선순위	86
< 그림 4-5 > 과잉노력지양	87
< 그림 4-6 > 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 중요도 만족	90
< 그림 4-7 > 기존의 좋은 성과 계속유지	91
< 그림 4-8 > 집중관리	92
< 그림 4-9 > 낮은 우선순위	93
< 그림 4-10 > 과잉노력지양	94

I. 서론

제 1 절 문제의 제기

한 민족의 식생활이란 수천 년 동안 그 민족이 특정한 지역에 살아오면서 그 지역에서 생산되는 재료를 이용하여 그 민족의 현실에 맞도록 조리되기 때문에 그 민족의 특성을 반영하는 것이라고 할 수 있다. 이처럼 생존에 반드시 필요한 먹는 문제는 예전에는 생존 및 생활의 차원에서 논의되었으나 시대상의 변화에 따른 사회, 문화 및 경제의 발전 그리고 의식구조 및 사고의 변화에 따라 다양한 양상으로 변모하고 있으며 우리 인간과 음식은 삶 바로 그 자체이다(서운정, 2005).

최근의 변화양상은 주 5일 근무제에 따른 여가시간의 증대, 문화적 욕구 및 활동의 증가, 건강 및 안전에 대한 인식의 변화 등으로 먹는 문제에 대한 의식이 어느 때 보다도 더 높아져 있다고 하겠다(고범석·강석우, 2004).

외래 관광객이 특정한 지역이나 고장을 방문 시 행하는 여러 가지 여가활동 중에 지역의 향토음식의 체험은 여행의 즐거움을 배가 시킬 수 있는 매력적인 활동으로 인식되는 바(이연정·최수근, 2004), 각 고장의 지역성을 대변할 수 있는 향토색이 가미된 요인 중 그 중에서도 음식은 가장 일상적으로 손쉽게 접할 수 있는 문화적 요인이며(양일선, 2004) 관광객의 경험을 형성하는데 있어서 필수적인 요소이다(Dittermer, 2001; Hall & Sharples 2003).

최근 문화적 측면에서의 관광객의 행태가 관광행동으로 표출되기 시작함에 따라(원용희, 2002) 우리나라에서도 이의 중요성을 인식하여 정책적으로 지원, 활용 하고 있는 상황으로(양다순, 1998) 음식문화(Food Culture)는 문화에 음식이 개입된 형태의 단어로 음식을 음식자체로 인식하기보다는 문화의 한 측면에서 이해하려는 형태의 진일보된 개념으로 해석할 수 있으며(이장춘, 1998). 음식은 나라, 인종, 민족, 지역, 혹은 사회 및 경제상의 여러 지표를 포함하는(김성미·손유정, 2001) 포괄적 차

원의 문화적 행동으로 인식되어 진다(박재완·이덕원, 2008).

지방화 시대의 도래이후 각 지방자치단체들은 정책적 개발을 통한 지역경제의 활성화에 관심을 보여 왔으며(한범수, 1998) 특히 관광의 추세가 풍광관광에서 문화관광으로 전환되면서 중앙정부 의존방식에서 벗어나 지역여건에 맞는 지역관광 개발전략을 찾아내고자 하는 활동에 중점을 두고 있다(김상철, 2003).

이러한 계획은 과거의 하드웨어 중심의 개발방식에서 사회구조의 변화, 가치관의 다양화에 따른 문화, 여가 및 쾌적성을 중시하는 각종 문화적 요인을 육성하는 소프트웨어 중심의 개발전략을 채택하고 있는 있으며(오순환, 1999; 김상철, 2000) 이는 지역이 가지고 있는 각종 문제의 자치적 해결로 해석되며 지역 주민의 복리증진 및 지역 경제 활성화를 목표로 두고 있다.

지역의 특화된 전통문화의 발굴 및 개발은 다양한 형태로 나타나고 있는데 최근에 즈음하여, 특히 음식의 주재료가 되는 농업, 어업, 임업 및 축산분야가 국제적 상황에서 개방 압력 및 FTA 타결 등으로 인한 경쟁력을 상실하는 입장에서 해당지역의 주민 소득을 올릴 수 있는 지역 고유의 특수성이 가미된 개발전략에 전력을 투구하고 있으며 최근에 즈음하여 환경 친화적 측면으로 변모하고 있을 뿐만 아니라, 문화적 측면에서 음식이 지역을 방문하는 관광객들에게 매력요소로서 작용할 뿐만 아니라 지역소득을 올리는 주요한 소득의 원천이 되고 있다(서태양, 1999).

우리나라는 외적으로 중국의 동쪽에 위치하고 있으며 자연히 요리문화도 중국과 밀접한 관계를 지니고 서로 영향을 미치면서 발전하여 왔고, 일본에도 그 영향을 미쳤으며 내적으로는 삼국시대부터 시작하여 고려, 조선 및 근세에 이르기까지 고유의 관습, 사회 및 종교 등의 부단히 내부교류로 인하여 음식의 사회·문화적인 형태를 발전시켜왔고(서윤정, 2005) 동시에 바다, 강, 평야, 산악 등에 의한 지리학적인 여건으로 인하여 해당 지역의 특산물 및 조리방식에 의존하는 고유의 음식이 지난 수 백년간 시기적, 지역적으로 전승, 발전시켜 왔다.

그러나 최근의 산업화, 도시화에 의하여 편의성 및 간편성을 추구한

결과 문화적인 측면에서 소중한 향토음식이 사장되어 그 고유한 얼과 혼적이 빛을 바래고 있는 것이 주지의 사실이다. 그러므로 현재 지역의 향토음식에 대한 현황을 면밀히 파악하여 우리의 고유성, 전통성이 살아 숨 쉬는 향토음식의 관광 상품화는 현시대를 살고 있는 우리에게 주어진 시대적 과업으로 판단된다.

식생활문화는 자연적, 지리적 조건에 의하여 기본적 구조가 형성되고 사회 환경에 영향을 받으며 발전을 거듭해왔다(윤서석, 1998). 우리나라의 지리적 특성으로 한반도는 남북이 길고 동서로 좁은 지형이어서 북부와 남부지방은 기후에 큰 차이가 있으며 북쪽은 산간지대, 남쪽은 평야지대여서 산물이 서로 다르기 때문에 각 지방의 특색 있는 향토음식이 생겨나게 되었다(한복진, 1989; 윤은숙·송태희, 1995). 또한 국토의 70% 이상이 산간지역이며 3면이 바다에 접해있는 관계로 산악 및 해양적인 특성을 동시에 가지고 있다. 아울러 사계절의 구분이 뚜렷하고 기후의 지역적인 차이가 있어 각 지방의 독특한 특산물이 많이 발달하였다(차석빈·임주환·이애자, 2000).

과거에는 교통이 발달하지 못하여 각 지방 산물의 유통범위가 협소하고 지역 간의 교류가 적어서 지방마다 풍습과 습관의 차이가 있어 지방마다 독특하고 개성 있는 음식이 생겨날 수 있는 기반이 되었다. 지방별 음식의 맛과 종류가 상이한 것은 기후와도 밀접한 관계가 있는데 북부지방은 긴 겨울 때문에 대체로 싱거운 편이고 남부지방은 비교적 온난하므로 음식의 간이 짜거나 매운 편이다.

그러나 산업사회의 발달로 인한 교통, 통신 및 교류의 빈번, 대중매체의 영향, 재료의 균질화 및 대중화로 인해서 각 고장의 식생활은 획일적, 동질성을 가져가는 경향이 있으며 서구의 영향으로 점차 고유한 향토음식이 사라져 가는 실정이며 최근 젊은 층을 중심으로 서구풍의 외식업체 등장으로 선호도가 점차 떨어지는 경향이 있다(진양호·조정옥·문혜영·2008).

향토음식은 문화교류 효과, 관광객 유치 효과와 의식의 국제화를 꾀할 수 있을 뿐 만 아니라 주민들에게 있어서는 지역의 향토음식을 보존, 계승 및 발전시킬 수 있어 향토애가 높아지게 하고, 관광객들에게는 지역

고유의 음식 소개와 동시에 미식의 즐거움도 제공해 줄 수 있는 귀중한 자원이라 할 수 있다(장대자, 2005).

우리나라 식문화의 관광상품화는 여러 가지 상품화방안이 나오고는 있지만 현실적으로 아직도 미비한 상태이다(최수근·하미옥·이연정·변광인·2006).

따라서 영천 거주 시민을 대상으로 향토음식에 대한 실태조사를 통하여 인식도, 기호도(선호도) 및 차이도 조사 및 구매행동 및 특성을 분석하여 현지점에서의 보존과 개발에 대한 이해 및 재조명을 통하여 전통성의 유지와 변형 필요성의 공존과정(발굴, 보존 및 육성의 1차적 단계와 개발, 실용화, 보존의 2차적 단계)을 통해서 외래 방문객이 즐겨 찾을 수 있는 해법을 제시하여 낙후된 지역경제를 살릴 뿐만 아니라 향토음식의 전통을 발전 계승시켜 즐겨 찾는 특별음식으로 자리 메김을 함에 있어서 일조하고자 한다.

영천시는 경상북도의 중앙부에 위치한 농경 및 군사도시로 2007년 기준 총인구 10만 7천(107,701)여명으로 동으로는 태백산맥의 정기를 담은 보현산과 서쪽으로 팔공산 동쪽의 운주산이 둘러싸고 있으며 남천과 북천이 합류하여 금호강의 상류를 형성하여 금호강유역의 곡창지대를 이루고 있고, 구미와 포항간의 중간지점으로 농공병진의 산업구조를 가진 전형적인 도, 농 복합형 도시로, 중앙선과 대구선철도가 동서로 뻗쳐있고, 경부고속도로, 국도, 지방도 등이 통과하고 있는 교통 요충지이다. 대구와 경주, 포항등 대도시와 인접해 있으며 팔공산과 보현산 등 관광자원이 풍부한 개발 잠재력이 높은 지역이다(영천시 통계연보, 2007).

영천시의 주요 작물로는 일조량이 많고 기온차가 심하여 과일의 생산에서 으뜸을 보이고 있는데 예로부터 금호 및 하양 등과 더불어 사과가 전국적으로 유명하며 특히 최근에 즈음하여 복숭아 및 포도 생산량에 있어서 전국 최고의 생산량을 자랑하고 있다(농업기술센터, 2007).

축제, 문화 및 체험으로는 영천한약축제, 보현산 별빛축제, 최무선장군 추모제, 시안미술관, 포도수확체험 등이 있으며, 영천시는 예부터 한약재 집산지이며, 한의학 발달되어 전국적인 명성을 지닌 한방도시 영천지역의 한방산업을 체계화하고 주요 산업으로 육성하기 위해 매년 10월에 한

방축제가 성황리에 열리고 있는데 한약재 썰기 경연과 비교전시 등의 행사와 함께 사상체질 무료감정, 한방 무료진료, 아토피음식전시 등을 시행하고 있다(<http://tour.yc.go.kr>).

영천지역이 보유하고 있는 천연 및 문화적 자원에 비하여 아직 상대적으로 발전이 미약한 것은 사실이다. 따라서 잠재된 향토음식자원을 특색 있는 음식으로 발전시켜서 문화적 우수성을 널리 알릴 필요성이 있으며 재조명하여 향토음식의 관광 상품화로 방문외래객의 재방문을 유도하고 지역 경제를 활성화시키고 나아가서 우리나라 전통음식과 맥락을 같이하여 정부가 추진하고 있는 한류열풍 및 세계화에 발맞추어 영천의 향토음식의 문화적 우수성을 널리 알리고자 한다.

제 2 절 연구의 목적

지방자치체가 본격적인 궤도에 오르면서 각 지자체들은 지방의 특성화된 관광 상품을 집중적으로 발굴, 개발하여 지역의 특화 산업으로 개발하면서 관광 상품화하는 동시에 지역에서 산출되는 각종 농, 수, 임산물을 활용하여 지역경제 활성화, 농·어·임 촌의 소득증대 및 지역 이미지개선을 위하여 노력하고 있다(김상철, 2003).

이러한 일련의 사업들은 정부나 지자체등에 의하여 농업관광(Farm Tourism), 생태관광(Ecotourism), 체험관광(Experiential Tourism) 녹색관광(Green Tourism) 등으로 칭해지면서 각광을 받고 있으며 특히 지방의 특산물이나 중심작물을 식품이나 음식으로 활용하는 이미 외국에서는 식도락관광, 구르메관광, 와인관광 등의 명칭으로 시행되고 있다(최영준·원철식, 2007).

최근에 즈음하여 지역고유의 특산물을 활용한 지역축제가 전국각지에 쏠고루 개최되고 있음은 때가 늦은 감은 있지만 다행스러운 일이다. 그러나 많은 지역의 축제 행사가 단편성, 일회성, 지역성의 한계에서 크게 탈피하고 있지 못하다고 판단되어지고 있다. 내국인은 물론이고 외래관광객의 관광지 선택시의 요인 중의 하나인 지역축제나 이벤트행사임을 인지할 때 차후의 각종 축제에 대한 구도 설정 및 재정립은 아무리 강조

를 하여도 지나치지 않을 것이다.

그러므로 현재 개최되고 있는 국·내외 지역 음식관련 축제의 현황을 면밀히 파악하여 우리의 고유성, 전통성이 살아 있는 특산품 및 음식주제 축제를 우리 사정에 맞도록 활성화시켜 잊혀져 가는 전통음식의 발굴 및 개발은 현시대를 살고 있는 우리에게 주어진 시대적 과업이다.

이러한 노력과 열정은 우리나라를 좀 더 외국에 알리는 기반이 될 수 있을 뿐 만 아니라 우리의 농어촌을 회생시킬 수 있는 시금석이 될 것으로 여겨진다.

연구 목적에 대한 세부 내용은 아래와 같다.

첫째, 영천지역 향토음식의 대중화 및 관광 상품화를 위한 주민들의 의식조사를 통하여 향토음식이 현재 가지고 있는 현황을 살펴보고자 한다.

둘째, 향토음식이 가지는 음식 품질에 대한 속성별 중요성 및 실천의도에 관한 인식도 조사를 통하여 내용적 규명으로 장차 상품화 과정에서의 주안점을 파악하고자 한다.

셋째, 영천 향토음식의 인지도, 기호도 및 관광 상품화에 대한 의지도를 파악하여 개선방안과 발전 방향에 대한 체계성을 정립하고자 한다.

따라서 열거된 현상적 문제를 통한 다각도의 심층적 분석을 통하여 향후 영천 향토음식의 미래적 발전 방향 및 대안을 제시하여 침체되어 있는 영천지역의 경제 활성화에 일익을 할 뿐만 아니라 점차 소멸되어 가는 지역의 고유 음식문화의 새로운 창달에 기여를 하고자 한다.

제 3 절 연구의 방법과 범위

1. 연구의 방법

1) 조사내용

첫째, 음식에 대한 일반인들의 대중화와 관광 상품화와 관련한 접근을 용이하게 하기 위하여 간행된 서적 및 논문을 중심으로 이론적인 틀을 세우고 특히, 관광 상품화는 최근 5년 이내에 발간된 논문을 중심으로 하여 선행연구자들의 논문을 중심으로 내용을 정리, 발췌하여 관련 자료로 활용하였다.

둘째, 음식의 품질에 대한 속성을 정립하기 위하여 메뉴의 품질속성 및 평가와 관련되는 외식관련, 식품관련, 분석과 결과에 대한 논문을 중심으로 학제적 접근방식과 문헌 연구법을 시행하였다.

셋째, 음식과 관련된 인지도 및 향토음식에 대한 이론적 체계의 확립을 위하여 관련서적, 문헌, 논문을 이용하였으며 인지도측면에서는 연관되는 인지도, 인식도, 기호도를 향토음식과 관련하여서는 유사한 용어와의 연관성을 파악하고자 노력하였다.

넷째, 영천지역의 주된 향토음식의 종류 및 가짓수 파악에 있어서는 선행 연구된 각 지역이나 고장의 향토음식의 내용을 사전에 인식한 다음 간행물, 서적, 지자체 및 기관의 간행물, 관련기관(영천시청, 영천시 농업기술센터 및 (사)한국음식업중앙회 경북지회 영천지부)등을 직접 방문하여 관련 자료를 획득하였다.

따라서 본 연구는 문헌연구와 실증연구를 통하여 병행 실시되었으며 각 부문별 이론적 체계화를 모색하였고 이러한 이론적인 연구를 토대로 하여 실증분석에 사용될 측정문항을 도출하고 측정도구를 개발하였다.

2) 조사대상 선정 및 방법

실증조사 분석을 위한 조사대상은 영천지역에 16세 이상의 시민으로

한정하였고, 자료수집방법은 자기기입식 설문조사와 면접조사 방법을 병행하였으며 문헌, 실증조사 및 선행연구 등을 통하여 개발된 대중화 및 관광 상품화, 인지도, 기호도 및 관광 상품화에 대한 의지도, 일반적인 식 행동특성 그리고 인적사항에 관한 문항으로 구성된 총 159문항에 대하여 설문이 시행되었다. 설문지의 개발은 기존의 여러 선행연구를 참조하여 재작성 되었으며 2008년 12월 1일부터 10일까지 10일간의 영천지역 소재 모등학교 학부모를 대상으로 50부에 대한 예비조사(Pilot Survey)를 통하여 내용상의 수정 및 보완을 기한 후 최종설문지가 개발되었다.

최종적으로 개발된 설문지는 2008년 12월 15일 부터 2009년 2월 15일까지 기간을 거쳐서 모집단에 대한 표본추출방식은 편의표본추출법(convenience sampling) 및 기관, 학교, 협회 등의 직능별 그룹에 의한 판단표본추출법(judgement sampling)을 이용하였으며 최종적인 자료 분석을 위하여 SPSS 15.0 Package를 활용하여 빈도분석, 기술 통계 분석, 차이분석(T-Test, ANOVA), 요인분석등을 통한

IPA(Important-Performance Analysis) 비교 그래프를 작성하였다.

2. 연구의 범위

지역거주 시민의 인식도 및 관광 상품화 방안에 대한 과제를 수행하기 위하여 문헌연구와 실증조사를 병행하여 시행하였다. 구체적인 범위는 다음과 같다.

범위는 영천시로 한정하였고 시간적으로는 2008년 12월부터 2009년 2월까지 3개월에 한하였으며 표본의 조사대상자는 영천시 및 인근지역에 거주하는 16세 이상의 시민들을 대상으로 하였다.

본 연구의 내용적 범위는 영천시 향토음식과 관련된 것으로 하였으며, 전체 내용은 서론을 포함하여 5개의 장으로 구성하였다.

제 1장은 서론으로 문제의 제기, 연구의 목적, 연구의 범위와 방법에 관하여 논하였다.

제 2장은 본 연구의 이론적 배경으로 향토음식의 개념과 특징, 영천지역 향토음식의 특징, 영천지역 향토음식의 실례와 종류 등을 고찰하였으

며 향토음식에 대한 인식도, 기호도 및 관광 상품화에 대한 관계를 다루었다.

제 3장은 본 연구의 조사에 대한 설계 부분으로 이론적 고찰을 토대로 도출된 내용에서 영천 향토음식에 구성개념 변수로 사용될 측정문항과 척도를 개발하였다. 그리고 연구의 조작적 정의를 다루었으며 실증분석을 위한 조사 목적과 방법, 표본의 추출방법, 조사 시기 등을 포함하는 체계를 기술하였고 마지막으로 자료 분석에 관한 구체적인 방법을 기술하였다.

제 4장은 실증분석으로 영천시민들을 대상으로 설문결과를 분석하였으며 관광상품화에 대한 중요도 및 만족도에 관한 차이검정, 품질속성에 대한 중요성 및 실천성에 대한 차이검증 및 인지도, 기호도 및 상품화에 대한 의지도에 관한 차이검증을 통하여 IPA를 활용하여 영천향토음식에 관한 관광상품화 방안에 대한 요인을 분석하였다.

제 5장은 결론으로 연구의 결과를 요약하고 영천향토음식의 대중화 및 관광상품화에 대한 시사점을 제시하였고 향후 지속적으로 발전 가능한 대안을 제시하였다.

3. 연구의 절차

<표 1- 1> 연구의 절차

I. 서론					
<ul style="list-style-type: none"> - 문제의 제기 - 연구의 목적 - 연구의 방법과 범위 					
II. 이론적 배경					
- 향토음식의 개념과 특징	- 영천향토음식의 특징	- 영천향토음식의 실례	- 영천향토음식의 종류 및 주재료	- 선행연구의 고찰	- 인지도 및 관광 상품화 의지도
III. 연구의 설계					
- 연구과제의 설정		- 설문지 설계 (예비설문, 본설문구성)		- 조사 설계	
V. 요약 및 결론					
<ul style="list-style-type: none"> - 연구의 요약 및 시사점 - 연구의 한계 및 향후 연구방향 					
IV. 실증분석					
- 인구통계학적 분석		- 일반적 사항분석 및 해석		- 연구과제 분석 및 해석	

Ⅱ. 이론적 배경

제 1 절. 향토음식의 개념 및 특징

1. 향토음식의 개념

향토(鄕土)라는 개념은 고향 땅, 고향, 태어나서 자란 시골을 뜻하는 말로서 지리, 지형 및 행정적으로 국한된 용어이며 향토음식이라고 칭할 때는 일면 공간적으로는 토속(土俗)음식, 지방 혹은 지역음식의 명칭으로 시간적으로는 전통(傳統)음식, 전래(傳來)음식, 전승(傳承)음식으로도 불리워 질 수 있으며 영어적 맥락에서 살펴본다면 향토는 영어의 칸츄리(country), 네이티브타운(native town), 홈플레이스(home place) 등으로 해석되어 고향으로 해석될 수 있으며 전통은 트러디셔널(traditional) 등으로 이해될 수 있다(한국관광공사, 1993).

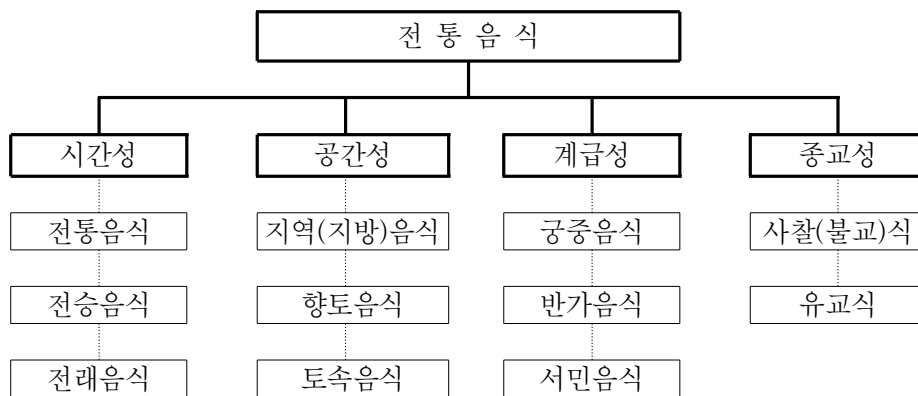
향토음식에 대하여 아직 학자들 사이에 명확하게 구분된 정의는 크게 없어 보이나 다각적인 차원에서 해석되어야 할 명분이 있다. 그것은 시간, 공간, 사회적 구조 및 특성, 계층, 그리고 사상을 지배한 종교의 범위 정도가 망라되어야 할 것이다. 그러므로 현재가 아닌 이전 시대의 지나간 과거음식으로 당 시대의 특성이 용해되어 있어야 하며, 단면성이 아닌 다면적 차원에서 포괄성이 있도록 재해석 되어져야 한다(한익, 1996).

최근의 경향을 살펴본다면 특정지역을 국한하여 이야기를 할 때는 향토를 사용하며 우리나라 전체를 의미할 때는 전통이라는 용어를 사용하는 것이 일반화되어 있으며 향토음식은 전통음식에 비하여 지역을 강조하는 협의의 개념으로 사용되고 있다(김종열, 2000).

따라서 여기에서는 경상북도 영천시의 고유의 음식을 논의하기 때문에 향토음식이라는 용어를 사용하기로 한다. 또한 토속이라는 의미는 향

토보다 하위개념의 단어로 판단되어 진다.

따라서 시간성과 전체를 포괄할 때는 전통음식이라는 용어를 사용하고 특정 지역이나 지방을 국한시켜 이야기할 때는 지역을 향토라는 용어를 사용하기로 하며 여기에서는 혼돈의 의미가 있기 때문에 영천시의 전통음식을 향토음식으로 수용하기로 하며 세부적 도식형태는 <그림 2-1>과 같다.



(자료 : 한익(1995), 김상철(2003), 김종열(2000) 논자 재작성)

<그림 2 - 1> 향토음식과 관련된 용어의 정의

오늘날 세계화, 국제화에 따라 식재료나 요리 기술도 다양화되어 특정 지역 고유의 향토음식에 대한 명확한 정의를 내리기는 어렵지만 전통성, 고유성과 더불어 현대적인 견지에서 그 개념의 설정이 어느 정도 확립되어야 한다는 점을 고려할 때 다음과 같은 것이 포함된다고 할 수 있다 (이연정 · 최수근, 2004).

전통음식의 일반적 정의는 예로부터 전승되어 해당 지방 사람들이 먹고 있는 음식이라고 할 수 있다. 이러한 전통음식은 불특정 다수에 의하여 그 고장의 특유한 식습관, 재료, 조리 비법 등이 함축되어 있는 경우가 많기 때문에 강한 지역적인 특성을 가지고 있다. 이러한 몇 가지 사항이 고려된 일반적 정의는 다음과 같다(한국관광공사, 1993).

첫째, 사용되는 식품재료에 있어서 해당 지역에서 많이 생산되는 특산품이어야 한다. 예로부터 고추, 마늘, 사과, 옥돔, 조기, 갯 등의 식품재료는 우리나라에서 전역에 걸쳐서 생산되기는 하나 각각의 재료가 영양, 의성, 영천, 제주도, 연평도, 그리고 여수 등지의 제품이 타 지역에 비하여 많이 생산되며 품질이 우수하고 우월한 이미지를 가지고 있기 때문에 특산물이라고 칭한다. 또 다른 예로 ‘황태’의 경우, 원료의 채취 및 숙성 상 강원도 대관령이 좋은 조건을 가지고 있으므로 지역의 특산물일 수 있으며 영광굴비의 경우도 같은 이유이다.

둘째, 특정 지역에서 많이 생산되지 않더라도 주변 지역으로부터 많이 유입되어 특별한 조리 및 가공법에 의하여 상품으로서 개발된 경우인데, 안동의 간 고등어, 그리고 춘천의 막국수 등이 있다. 안동의 경우, 내륙 지방이라서 고등어를 포획할 수는 없으나 고유한 숙성법을 이용하여 전통화 시킨 예이며 춘천의 경우, 강원도 산간에서 메밀이 많이 생산되어 춘천 등지에서 많이 소비되기 때문이다.

셋째, 보편적인 재료를 사용하더라도 조상들의 생활형태, 기후 풍토 등 지역적 특성이 반영된 특유의 조리법이나 차별적인 조리기술을 이용하여 발전시킨 음식을 말한다. 뱃길을 떠나는 사람의 도시락으로 밥이 쉬지 않게 반찬과 밥을 따로 싸는 충무김밥을 예로 들 수 있다. 냉면의 경우에도 자연스럽게 평양냉면과 함흥냉면을 연상하는 것은 이 메뉴가 강한 지역적 특성을 가지고 있기 때문이다(진양호·김승희·김진영, 2001).

넷째, 같은 명칭을 지닌 음식이라고 하더라도 옛날부터 특정지역에서 상이하게 만들어진 음식으로 오늘날까지 전래되는 음식으로 식혜의 경우, 안동지방의 식혜는 결이 고운 고춧가루를 이용하여 제조하므로 색상 및 맛에 있어서 독특하여 일반 식혜와는 구별이 된다.

다섯째, 세시풍속 및 통과 의례 시 조상들이 지역에서 관습적으로 준비하였던 음식들로 경상도의 경우, 제사상 차림에는 상어고기인 돛배기 및 두치(부산지역에서는 두투라고 한다)를 들 수 있고 전라도는 삭힌 홍어, 즉, 홍탁삼합을 들 수 있다.

여섯째, 사상을 지배한 종교적인 영향에 의하여 개발된 경우로 우리나라

라의 경우 불교식(사찰식) 음식과 유교식 음식을 들 수 있다. 불교는 고려시대까지의 국교로서 사회, 문화적인 측면에서 음식에 많은 영향을 끼쳤다. 육식 및 강한 향의 오신채(五辛菜) 사용을 금했기 때문에 독특한 형태의 음식이다. 유교는 조선시대의 사상을 지배했던 것으로 유교식 음식의 대표성은 제삿상을 들 수가 있다.

각 지역에 따른 음식을 차리는 예법, 가짓수, 조리법 그리고 상차림에 있어서 각기 독특하게 발전되었으며 화려한 색상, 심한 비린내는 금하고 고인이 평소에 즐기던 음식을 올려도 무방하다. 그러나 오늘날에 이르러 유통망의 발달, 농업 재배기술 및 혁신적인 변화, 매스 미디어에 의한 음식의 전파 및 선전, 그리고 요리기술의 발달로 인하여 지역성, 전통성이 희석되어 가고 실정이다.

일반적으로 향토음식이라 함은 그 지방에서 생산된 재료를 가지고 그 지방의 조리법으로 조리하여 그 지방 사람들이 흔히 먹어 왔고 현재도 먹고 있는 서정성이 강한 것을 말한다. 또한 향토음식은 그 지방 사람들의 사고방식과 생활양식을 반영하며 각종 문화행사를 바탕으로 발달하는 특성을 지니고 있다고 하겠다(민계홍, 2003).

한 민족의 식생활 문화는 그들이 살고 있는 지역의 자연조건에 따라서 기본적인 틀이 이루어지고 그것이 역대의 사회 환경 조건의 영향을 받으며 변천과 발전을 거듭한다. 인간과 음식은 바로 삶의 그 자체이며 음식은 우리인간과 불가분의 관계가 있다(이승진, 2005).

이상을 토대로 한국 전통음식 정의는 ‘우리의 선조들이 우리나라에서 약 1세기 전부터 역사적 배경, 사회 및 문화적 배경을 근거로 하여 지역의 특성에 적절하게 조화되어 전승된 것으로 식생활문화에 재창조되는 음식문화의 총칭’이다. 그러나 현재는 다국적 외국 외식체인업체의 세계화 정책에 따라서 우리 전통 한식의 자리 메김은 점차적으로 그 입지가 축소되어 가고 있으며 특히 관광지 주변의 식당은 산업화 및 상업화된 특정한 몇 가지 품목을 중심으로 발달하고 있다(한억, 1996).

언급된 내용을 바탕으로 전통음식이 되기 위한 요건은 하나, 지역에서 나는 고유의 특산물을 활용하거나 둘, 지역의 고유한 특산물이 아니더라도 지역의 특정한 전승 조리법을 이용하거나, 셋 지역의 문화적 행사와

더불어 발달한 요리라고 정의되어진다.

2. 향토음식의 특징, 종류 및 지역별 특성

1) 향토음식의 특징

한반도는 전체 국토의 70% 이상이 산악지형이고 3면이 바다로 접해 있으며 동서로 길게 뻗어 있기 때문에 우리나라 향토음식은 각 지역이나 고장의 재료, 풍습, 특성에 따라서 고유한 조리법으로 발달되었기 때문에 강한 지역적 특성을 가지고 있다(한복진, 1989).

겨울이 길고 추운 북쪽 지방의 경우, 논 대신 밭농사가 발달하였기 때문에 벼대신 감자, 수수, 귀리, 호밀 등의 작물이 많이 생산되며 어업의 경우 명태, 정어리, 청어, 이면수, 도루묵등의 한류성 어족이 많이 포획되고 평균온도가 낮아 겨울이 길어 대체적 간이 약하고 싱겁다(한마당, 1989). 반면에 따뜻하고 기름진 논이 많은 전라도의 경우, 작물로는 쌀을 비롯한 온대성 작물이 많으며 바다에서는 난류성 어족인 홍어, 가오리, 도미, 갈치 및 고등어 등의 난류성 어족이 풍부하며 비교적 재료가 다양하고 풍부하기 때문에 음식이 보다 다양하며 보다 호사스럽다. 겨울이라도 날씨가 온난하기 때문에 젓갈이나 지 같은 절임 류 및 저장음식이 발달하였다.

우리나라는 지형적 특색에 따라 산물도 다르고 물적, 인적 교류가 적었던 옛날에는 지방마다 특색 있는 음식들이 그 모습을 유지해 오고 있다. 동, 서, 남은 바다에 접해 있고 북은 큰 강으로 경계를 짓고 있다. 그 지세는 남북으로 길게 뻗어 남과 북의 기후 차가 현저하므로 곳곳의 산물이 달라지고 따라서 산업형태도 달라진다.

각 지방의 향토음식은 1900년 중반까지는 고유한 특색이 있었으나 점차 산업과 교통이 발달하여 다른 지방과의 왕래와 교역이 많아지고, 물적 교류와 인적교류가 늘어나서 한 지방의 산물이나 식품이 전국 곳곳으로 퍼지게 되고, 음식 만드는 솜씨도 널리 알려지게 되었다.

<표 2- 1> 한국 전통음식의 특징

특 성	특 징
의식동원 사상	의식동원(醫食同源 혹은 약식동원(藥食同源)), 식즉약(食卽藥) 사상에 의거함, 음식에 한약재를 첨가(인삼, 녹각, 당귀, 감초, 계피 등)
조화를 중시	음양오행설과 기(氣)를 중시
발효성 식품	장류(된장, 간장, 고추장, 청국장), 김치, 젓갈, 식초, 주류(동동주, 막걸리)
제철음식	제철에 나는 순수한 천연재료를 이용
공동식(共同食)	24절기에 따른 음식, 통과의례(通過儀禮)식, 관혼상제 의식
다양하고 과학적조리법	찜, 구이, 볶음, 지짐, 절임, 무침, 끓임, 삭힘 등
주, 부식의 개념	주식(곡류 및 전분류) 및 부식(찬류)가 확연히 구분됨
공간전개(배치)형	하나의 상(床)에 모든 음식을 동시에 제공(배치)한다.
상차림과 예법중시	침상차림(5, 7, 9, 12첩)과 식사예절을 중요시하며 신분이나 지위
향토음식 발달	최남단의 제주도, 전라도부터 시작하여 최북단의 함경도까지 지역색의 확연한 구분
채식위주 음식	채식이 기본이며 이에 맞추어 육(肉)고기, 민물고기 등의 배치
만드는 법이 복잡	만들기가 비교적 어렵고 시간이 많이 걸린다.

(자료: 황혜성, 2003 논자재정리)

2) 향토음식에 대한 선행연구

첫째, 의식동원(醫食同源), 약식동원(藥食同源), 식즉약(食卽藥), 등의 사상에 의거하여 음식이 곧 약이라는 사상에 입각(박건태, 2003; 전소현, 2003; 차석빈, 2003)하여 있으며 음식에 인삼, 녹각, 당귀, 감초, 계피 등의 한약재를 첨가한다.

둘째, 음양오행설에 근거하여 기(氣)의 조화와 의례를 중요시한다(김상보, 2006).

셋째, 김치, 된장 등의 발효음식이 발달하였다 김치, 젓갈, 된장, 고추장, 청국장, 간장 등 그 종류와 숫자가 많으며 이를 일상식에 아주 많이 활용하고 있다(김재수, 2005; 이호지, 2001).

넷째, 제철의 재료 및 천연재료를 많이 사용하고 즉석에서 만드는 것이 많다(권세정, 2004).

다섯째, 공동식(共同食)의 풍속이 발달하여 24절기에 따르는 음식과 관혼상제 및 출생부터 사망에 이르는 통과례 과정에 따른 유교식의 음식풍속이 발달하였다.

여섯째, 조리방법이 다양하여 찜, 구이, 볶음, 지짐, 절임, 무침, 끓임, 삭힘 등의 요리방법을 골고루 적용하여 영양적인 균형을 중요시한다(황혜성, 1984).

일곱째, 주식 및 부식의 개념이 강하다(차경희, 2003).

여덟째, 공간나열(혹은 배치)형이다. 외국음식의 경우 제일 처음 먹는 전채부터 시작하여 후식의 형태로 전개됨에 반하여 한국전통음식은 밥, 국, 마른 찬, 젓갈, 찌개, 전골, 볶음, 구이, 회 등 냉·온식(冷·溫食)이 서로 혼재하여 한상에 모든 음식이 동시에 제공된다(김재수, 2005).

아홉째, 상차림과 식사예법을 중시하여 5첩, 7첩, 9첩, 12첩 등의 상차림 배열로 계급서열에 의한 평민, 양반, 왕족 등의 구분되는 상차림이 발달하여 상의 차림의 사회적 신분이나 지위를 나타내는 중요 척도로 활용되었다(황혜성, 1997).

열번째, 각 지방의 특산물을 활용한 고유의 향토음식이 발달하였다(윤서석, 1998).

국외의 선행연구 동향으로는 Hall, C, M(2005) 향토음식이 지역개발에 미치는 영향에 대한 연구가 있으며, Ela, A.Knowles, J.Lankford,S(2007).은 향토음식축제가 지역사회에 미치는 영향을 관광객과 경제적 영향부분에 대한 연구가 있으며, Skuras, D.Dimara, E.Petrou,A(2006)의 방문객들의 지역관광과 향토음식 생산물 소비에 대한 연구를 수행 하였으며, Nummedal,M. & Hall, C. M(2006).은 향토음식관광을 주제로 하여 향토음식의 인식에 대한 연구를 수행하였다.

3) 향토음식의 종류 및 지역별 특성

<표 2 - 2> 지역별 향토음식의 종류와 특성

소구분	종 류	음 식 특 성
서울	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 설렁탕, 육개장, 신선로, 떡국 등 · 부식류: 육개장, 신선로, 장김치, 홍합회, 육포, 족편 · 병과류: 각색편, 각색단자, 약식, 느티떡 	사치, 화려, 다양, 격식, 음식의 분량이 적고 가짓수 많다
경기도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 개성편수, 개성주약, 조랭이떡국 · 부식류: 비닐김치, 닭젓국, 냉이국, 개성무침, 곰탕 · 병과류: 방떡, 여주산병, 개성경단, 우메기떡 	소박하고 양이 많다.
강원도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 팔국수, 메밀막국수, 강냉이밥, 감자밥, 차수수밥 등 · 부식류: 더덕생채, 삼숙이탕, 쏘가리탕, 오징어순대, 북어, 식혜, 부각 등 · 병과류: 무송편, 감자송편, 메밀총떡, 감자경단 	잡곡(감자, 옥수수, 메밀)을 주재료로 한 음식이 다양, 소박, 먹음직하다
충청도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 콩나물밥, 보리밥, 찰밥, 날(생)떡국, 녹두죽, 호박범벅 등 · 부식류: 청국장, 호박꽃단지, 호박지찌개, 열무짬지, 굴냉국, 넝치아욱국, 청포묵국, 오이지, 묵볶음 등 · 병과류: 쇠머리떡, 꽃산병, 햇보리떡, 약편, 곤떡 	국물용으로 해물사용, 구수, 소박, 양념의 단백하다
전라도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 전주비빔밥, 콩나물국밥 · 부식류: 유곽, 갓김치, 홍어어시육, 전라도 김치, 나주집장, 낙지구이, 애저, 머위나물 · 병과류: 광주백당, 나목병, 수리치떡, 호박시루 	음식의 다양성, 재료 풍부, 호사, 사치, 원재료의 맛이 풍부 (고추장, 콩나물 등)
경상도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 진주비빔밥, 무밥갱식, 콩나물 죽, 건진 국수, 애호박죽 등 · 부식류: 아구찜, 벌떡게장, 미더덕찜, 재첩국, 추어탕, 아구찜, 안동식혜, 골곰짬지, 동래과전, 콩가루배추국, 돔배기 · 병과류 : 모시잎송편, 만경떡, 쑥굴레 등 	소담, 투박, 간이 새고 매움, 재료의 다양성(해산물, 농산물 등)

제주도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 전복죽, 옥돔죽, 돼지새끼죽, 초기죽 · 부식류 : 툄냉국, 양애산적, 오분자기찌개, 고사리국, 자리물회, 옥돔구이 · 병과류 : 오메기떡, 빙떡, 차좁쌀떡, 상애떡 등 	자연의 맛 중시, 간은 약간 센편, 재료의 한정적(바다생선, 채소 및 해조 등)
평양	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 평양식(냉면, 온반, 쟁반, 어죽) · 부식류: 대동강송어국, 갈비국, 갈비구이, 뽕장어구이 · 병과류: 평양군밤 	기름진 음식, 간이 싱겁고 푸짐하게 담아 놓는다. 평안도의 특 성과 동일
평안도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 김치밥, 노치, 온반, 냉면, 어복쟁반, 굴만두국, 어죽 · 부식류: 녹두지짐, 내포중탕, 되비지, 오이토장국, 가지나물, 가지순대 · 병과류: 낫치, 송기절편, 조개송편, 개피떡, 꼬장떡, 니노래미, 찰부꾸미, 	대륙적, 진취적, 푸짐하게 음식 마련, 소담, 기름진 육류 요리 즐김, 가루 음식성행
양강도 자강도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 감자녹말국수, 감자떡, 당면, · 부식류: 갓김치, 상갓김치, 풋갓김치, 갓짬지 · 병과류: 감자강정, 강냉이강정 	양이 풍부, 중간의 간, 향초사용 (고수)
함경도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 닭비빔밥, 가릿국밥, 장국밥, 태식, 감자녹말국수 · 부식류: 가자미식혜(명채, 도루묵), 감자 녹말부침, 청어구이, 동태순대 · 병과류: 찰인절미, 오그랑떡, 괴명떡, 귀밀떡 	발농사밭달, 담백, 강한 양념, 기교가 없고 장식 단순, 큰 형태의 음식 갓을 이용한 김치류가 다양하다.
황해도	<ul style="list-style-type: none"> · 주식류: 남매죽, 김치밥, 해주비빔밥, 칼국수, 메밀국수, 밀다갈범벅 · 부식류: 청포묵, 냉콩국, 연안식혜, 행적, 녹두묵가자미식혜(명채, 도루묵), 감자녹말부침, 김치순두부, 고수김치 · 병과류: 시루떡, 오쟁이떡, 귀밀떡, 감자떡 	개성의 영향을 많이 받음, 고수와 분디(향신료) 사용, 담백하면서 남성적 맛, 소박한 간

(자료: 김상철, 2003, 이덕원, 2006)

3. 경상북도의 향토음식

경상북도는 북쪽으로는 강원도와 충청북도, 서쪽은 충청북도와 전라북도에 접해 있으며, 동쪽은 동해에 면해있다. 동쪽은 태백산맥, 북서쪽은 소백산맥이 자연적인 경계를 이루어, 전체적으로 하나의 큰 분지 모양을 이룬다. 전반적으로 농업인구의 비율이 높은 편이나 김천-구미-대구-영천-포항을 잇는 지역은 도시화·공업화가 진전되어 인구가 집중분포하며, 특히 포항은 철강을 비롯한 한국 중공업의 핵심지이다([http://](http://gyeongbuk.go.kr)

gyeongbuk.go.kr).

행정구역은 10개시 13개군 32개읍 206개면으로 구성되었고, 도청소재지는 대구광역시 북구 산격동이다. 남북간의 거리가 약 175km, 동서간의 거리가 약 162km이며. 총면적은 1만 9,021km²로서 남한의 도중에서 가장 넓고, 남한 면적의 19.6%를 차지한다(<http://gyeongbuk.go.kr>).

경상도의 음식은 기후가 온화하고 벼농사가 발달하여 그에 따른 부식은 화려하게 발달 하였다. 동해와 남해를 끼고 있어 전라도와 비슷한 기후이면서도 해산물의 종류가 다르고, 들판에서 곡식도 골고루 생산이 되고 있다.

음식의 간은 소금간이 세고 매운맛은 강하다. 음식의 풍은 멋을 내거나 사치하지 않다. 해산물을 가미하는 음식이 매우 많다. 신선한 생선을 국에 넣어 소금 간을 하여 좋은 맛을 내는 것은 내륙이나 산간지방에서는 생각할 수도 없는 조리법이다. 곡물음식 중 국수를 가장 즐기고 날콩가루를 섞어서 손으로 밀어 칼로썬는 부드러운 국수를 제일로 친다. 제물국수와 장국국수도 즐긴다. 국수장국은 쇠고기보다는 멸치장국이나 조개류를 주로 사용한다(고범석, 2004).

<표 2 - 3> 경상북도 주요 특산품 및 향토음식현황

구 분	특 산 품	향토음식 및 우수음식
포항시	전통장, 죽세공, 박공예, 청옹기, 과메기, 피데기오징어, 돌미역, 부추, 영지차,	과메기, 물회, 해물탕, 부추, 시금치, 가리비, 오징어, 장어구이
경주시	교동법주, 신라토기, 인면와당, 에밀레종, 금관, 은잔, 경주법주, 신라주, 황금주, 황남빵, 감포멸치젓, 안강찰, 토마토, 산내더덕	해장국, 한정식, 숯불고기, 생선회, 우리밀손칼국수, 매운탕, 닭백숙
김천시	과하주, 징, 팽과리, 장신구, 목가, 김천포도, 메주, 감자, 화훼	산채한정식, 산채비빔밥, 돼지고기 양념구이
안동시	안동소주, 하회탈, 안동황우, 안동사과, 안동산약, 안동고추	헛제사밥, 안동식혜, 탕평채(탕평초), 잉어찜, 메기매운탕, 안동간고등어
구미시	공예품(종이칼, 머리핀), 선산쌀약주, 죽향, 건표고, 쌀, 수박, 사과	닭백숙, 복매운탕, 산채한정식, 국수전골, 민물삼보약곰탕, 설렁탕
영주시	인삼, 영주한우, 사과, 선비촌유과, 풍기인견직, 장수하수오, 평은마, 영풍장도, 소백산오정주	인삼갈비, 숯불갈비, 한우불고기, 삼계탕, 메밀묵
영천시	포도, 사과, 배, 복숭아, 양파, 포도식초, 마늘식초, 전통목공예품, 아이스와인	고디국, 돔배기, 육회, 시금장, 한방오리백숙, 도토리묵,
상주시	꽃감, 명주, 도자기, 민속공예품, 감식초, 참기름, 배, 포도, 동충하초	장어구이 허브채소쌈밥, 한방오리야채백숙
문경시	도자기, 황금주, 청려장, 사과, 쌍심배, 영지버섯, 오이, 토마토, 청국장, 오이지, 문경한과	새재묵조밥, 메기매운탕, 골뱅이국
경산시	대추, 포도, 복숭아, 참외, 자두, 묘목, 수경야채(상추, 썩갯, 케일, 미나리등)	자인암소한우고기, 흑염소탕
군위군	군위능금, 사과주스, 청정오이, 군위마늘, 왕골돛자리	청둥오리, 민물고기매운탕
의성군	의성마늘, 쌀, 산수유, 의성홍화, 도토리가루, 사과, 고추	고추 부추전
청송군	청송꿀사과, 세척고추, 표고버섯, 주왕산한우, 청송불로주, 청송사기, 수석	닭백숙(닭불백숙, 닭날개), 청송참나물무침, 옷닭요리

영양군	태양초영양고추, 일월산나물, 영양고추장, 사과, 토종벌꿀, 천마, 일월산 흑염소, 숯돌	산채정식비빔밥, 염소숯불고기, 염소탕, 민물고기매운탕
영덕군	대게, 복숭아, 자연산송이, 도계한지, 오천옹기, 영덕수석, 오십천은어, 민속죽염	생선회, 대게탕, 은어요리
청도군	복숭아, 반시, 감식초, 청정미나리, 팽이, 느타리버섯, 풍각고추, 비슬요, 연호생활도자지, 운문삼베	추어탕, 옷닭, 민물매운탕
고령군	쌍림딸기, 성산참외, 우곡수박, 개진감자, 고령한와, 가야도기	추어탕
성주군	도자기, 방울토마토, 참외, 수박, 가야산한방사과, 우리밀막고추장	평양브샤브
칠곡군	북, 방구, 멸치젓, 감식초, 장미, 백합, 벌꿀참외, 지천포도, 금남오이, 방울토마토, 벌꿀	순대국밥, 옷닭탕, 토룡탕
예천군	참기름, 청포묵, 각궁, 식혜, 마늘, 호두, 예천참우	청포묵정식
봉화군	토종약대추, 산송이, 봉화한약구, 유기, 태백산복수박, 봉화약초, 청정고추	송이불고기, 돼지고기숯불고기
울진군	송이버섯, 울진대게, 오징어, 돌미역, 고포미역, 청국장, 바다새젓갈, 취나물, 자수정, 칠보석	복어요리, 전복죽
울릉군	오징어, 호박엿, 목공예, 산나물, 돌미역, 돌김, 고비, 꼬치미고사리	약소불고기, 홍합밥, 따개비밥, 산채비빔밥, 오징어요리(회, 불고기, 볶음)

(자료 : 경북의 전통, 향토음식, 경상북도, 2007, 논자 재작성)

4. 영천지역 향토음식의 특징

경북 남부 내륙에 위치하고 있는 영천은 동해바다와 근거리에 있는 관계로 해조류와 생선류를 이용한 음식이 많다. 밤, 낮의 기온차가 크고 일조량이 많아 포도, 사과, 배, 복숭아 등 각종 과일의 맛이 뛰어나다. 지형적으로 보현산, 팔공산을 비롯한 크고 작은 산들 사이에 마을을 이

루고 있어 질 좋은 산나물이 많아 생으로 혹은 말려서 이용한다. 또한 낙동강 지류인 금호강을 끼고 있어 민물고기, 다슬기를 이용한 음식을 즐긴다(<http://tour.yc.go.kr>).

강수량이 적은 기후조건 때문에 예부터 수리시설이 발달하여 곳곳에 못이 1,041개에 이르는 까닭에 붕어, 말(깊은 물에서 나는 수생식물)등 못에서 나는 재료를 요리에 자주 이용한다. 음식의 간은 소금을 쓰지 않고 간장, 멸치젓을 주로 이용하며 특히 멸치젓을 폭넓게 사용한다.

액젓은 김치에는 물론이고 채소겉절이, 해조류 무침 등에 이용하고 육젓은 그 자체로 좋은 반찬이 되는데 이것은 고기섭취가 용이하지 못했던 옛날, 단백질 공급을 위한 조상들의 지혜임을 알 수 있다. 또한 김장김치에 멸치젓과 함께 갈치를 잘게 썰어서 양념과 함께 버무려 넣어 김치가 익으면 먹는다(한국의 저장 발효음식, 1997).

국, 탕 등은 맑은 국을 잘 찾아볼 수 없으며, 건더기를 많이 넣고 쌀가루, 들깨가루 등을 풀어 걸쭉하고 깊은 맛을 내었다.

예부터 교통이 좋고 5일장이 발달하였던 관계로 물류 공급이 원활하여 지역 고유의 특색 있는 음식문화를 갖기보다는 다양한 음식의 재료를 사용하되 조리법이 소박하여 원재료의 맛을 살리는데 충실한 것이 영천 음식의 특징이라 할 수 있으며, 음식에 장식을 하여 멋을 내거나 사치스럽지 않은 점, 맵고 짠 점은 경상도 음식의 특징을 그대로 가지고 있다(영천시 농업기술센터 2001).

5. 향토음식 관련 선행연구 고찰

지역축제의 활성화와 전통적, 복고적, 신토불이 상품 증가와 같은 21세기 관광시장의 변화에 따라 지역별 축제 및 향토음식을 연구대상으로 하는 연구가 점차 늘어나고 있다. 그러나 향토음식에 대한 연구는 대부분이 지역축제의 현황이나 지역별 향토음식에 대한 현황조사에 그치고 있다. 향토음식 관련 선행연구를 살펴보면 <표 2 - 4>와 같다.

<표 2 - 4> 향토음식 관련 선행연구

저자 및 연도	제 목	내 용
이연정 외 (2008)	경주지역향토음식 발굴 및 개발에 대한 주민의식 연구	경주지역특산물을 주재료로 메뉴의 개발에 관한 연구와 경제발전과 식문화 이미지 고취 및 관광활성화에 관한 연구
진양호 외 (2007)	향토음식의 관광 상품화 방안	지금까지 남아 있는 향토음식을 복원하고, 새로운 향토음식을 개발하여 가장 한국적인 문화를 구축하는데 촉진제가 되는 연구
이덕원 (2006)	향토음식 메뉴개발에 관한 연구	강원영서 지역만의 차별화된 향토음식메뉴 개발로 상품으로서 가치화 할 수 있는지 방법제시
이연정 (2006)	향토음식에 대한 인식이 향토음식전문점 방문빈도에 미치는 영향 연구	향토음식의 개발 및 보전, 향토음식문화 재정립과 더불어 지역의 관광활성화와 지역경제를 살리는 전략 및 시사점
이연정 외 (2006)	울산향토음식의 대중화 및 관광 상품화를 위한 중요도와 만족도 연구	울산향토음식의 개발과 관광 상품화에 도움 이 되고 올바른 향토음식문화 재정립 연구
이승진 (2005)	향토음식의 인지도 및 기호도	향토음식에 대해 일반인들이 얼마나 알고 있는지 조사하여 향토음식의 대중화를 위한 기초 자료제시
차석빈 외 (2003)	향토음식 메뉴개발에 관한 연구(천안지역을 중심으로)	천안지역의 관광발전과 지역경제의 활성화를 가져다 줄 수 있는 중요한 관광자원인 향토 음식 발굴 및 메뉴개발에 대한 연구
조문수 외 (2002)	전통음식 개발을 위한 결정요인에 관한 연구(제주도를 중심으로)	제주지역주민의 제주 전통문화의 주체임을 인식하고 적극적으로 전통음식을 보존하면서 개발하는 발전적 계승론의 토대를 마련
김상철 (2000)	지역축제의 향토음식 관광 상품화에 관한 연구	국내외의 음식관련 축제를 비교분석하여 전통성이 살아있는 음식 주제의 축제를 활성화하고 향후 나아갈 방향설정
김상애 (1999)	경상남도 일부지역의 향토음식 발굴 및 조리표준화	조사를 통해 경상남도 일부지역의 향토음식을 발굴하고 실험조리를 통해 조리표준화를 시도
김천중 외 (1998)	한국전통음식의 문화 관광 상품화 방안에 관한 연구	전통음식에 대한 지역별 특성을 고려하여 문화관광 상품으로 개발하여야 하며, 장기적 이익을 창출하여야 함

(자료 : 논자정리)

제 2 절. 영천지역의 식생활문화의 배경

1. 영천지역의 환경

영천시의 면적은(920.44)km²로 경상북도의 4.8%를 차지하고 있으며, 이중 임야 69%, 경지19%, 기타12%로 구성되어있다. 중앙선과 대구선 철도가 동서로 뻗어 있고 경부고속도로, 국도, 지방도 등이 통과하고 있는 4통5달의 교통요충지다. 태백산맥의 정기를 담은 보현산과 서쪽으로 팔공산, 동쪽으로 운주산이 둘러싸고 있으며, 남천(자호천, 고경천)과 북천(신녕천, 고현천)이 합류하여 금호강 상류를 형성하고 있다(영천시통계연보, 2007).

2. 영천지역의 역사

삼한시대에는 골별소국이란 부족국가를 형성하였고 신라시대에는 절야화군이였다. 고려 초에는 도동, 임천 두 현을 합하여 영주군이라 불렀으며, 성종14년(995년)에는 수관으로 자사를 두었고, 그 후 1383년에는 지주사를 두었으며 공민왕 때에는 신녕현이 복현이였다. 조선시대에 태종14년(1413년)에 영주군을 영천군으로 개칭하였고, 1894년 8도제 당시 경상도 영천군으로 호칭되었다가, 1981년에 영천시로 승격되었다(영천시 통계연보, 2007).

3. 영천의 특산품

특산품이라 하는 것은 어떤 지역에서 특별히 생산되는 물품으로 영천에서는 포도, 사과, 배, 복숭아, 양파, 포도 식초, 마늘식초, 전통 목 공예품, 한약재, 영천뚝배기, 영천마늘, 동충하초, 배즙, 포도즙, 전통찹쌀유과, 영천단호박, 뽕잎음료, 누에가루, 오이, 영천한우 등이 있다(www.yc.go.kr).

더욱이 영천은 예부터 한약재 집산지이며, 한의학이 발달되어 전국적

인 명성을 지닌 한방도시 영천지역의 한방산업을 체계화하고 주요 산업으로 육성하기 위해 매년 10월에 영천한약축제가 열리고 있다. 중풍치료에 탁월한 효험으로 명성이 드높고, 전국 한약재 유통시장의 30%를 차지하는 한방도시 영천을 대표하는 곳이다. 다양한 생약재를 저렴한 가격에 구입할 수 있으며, 경부고속도로와 인접해 있어 교통 또한 편리하다. 영천시 완산동은 110여 개의 한약재 업소가 양질의 한약재를 유통하고 있는 한약마을이다. 최근에는 정보화 마을로 조성되어 전국을 상대로 한약을 유통하고 있다(영천시청, 2007).

4. 영천의 식생활 문화

지형적으로 보현산, 팔공산을 비롯한 크고 작은 산들 사이에 마을을 이루고 있어 질 좋은 산나물이 많아 생으로 혹은 말려서 이용한다. 또한 낙동강 지류인 금호강을 끼고 있어 민물고기, 다슬기를 이용한 음식을 즐긴다. 강수량이 적은 기후조건 때문에 예부터 수리시설이 발달하여 곳곳에 못이 1,041개에 이르는 까닭에 붕어, 말(깊은 물에서 나는 수생식물)등 못에서 나는 재료를 요리에 자주 이용한다. 밤낮의 기온차가 크고 일조량이 많아 포도, 사과, 배, 복숭아 등 각종 과일의 맛이 뛰어나다. 음식에 장식을 하여 멋을 내거나 사치스럽지 않은 점, 맵고 짠 점은 경상도 음식의 특징을 그대로 가지고 있다(영천농업기술센터, 2001).

제 3 절 영천지역 향토음식

영천은 지형상으로 분지형태로 농업, 과수가 중심이 되고 바다는 끼고 있지 않다. 그러나 산세가 좋고 물이 맑아서 과일, 한방약재 및 민물생선이 많이 잡힌다. 또한 품질 좋은 한우가 집산되므로 품질이 우수하다. 따라서 영천지역의 향토음식은 요리중심이 아니고 재료중심으로 구분하여 아래와 같이 나타낸다.

1. 영천지역 재료별 향토음식

1) 쇠고기요리

영천시의 한우는 강수량이 적은 분지의 특성을 가지고 있기 때문에 맛이 담백하다. 특히 도남한우단지에서는 인근 가축장에서 도축한 양질의 쇠고기를 공급하고 있기 때문에 인근 타 지역 보다도 값은 저렴하면서 부위별로 골고루 맛을 볼 수 있다. 주요메뉴로는 한우숯불구이, 육회, 소고기찌개, 소(머리)수육, 곰탕, 쇠고기전골 및 한방소불고기가 있으며 특히 육회가 유명하여 인근 대구 및 경주에 분점을 개설하고 있다.

2008년 경상북도는 한우를 안심하고 먹을 수 있도록 <한우전문음식점 인증제>를 도입하였는데 문경시 17개소에 이어서 영천시가 16개소로 경북내에서는 으뜸을 자랑하고 있다. 도 관계자는 위생상태가 청결하고 원산지표기가 신뢰성이 있으며 친절한 식당을 선정하여 그 기준을 명시하고 있다. 이 인증제는 시도단위로는 전국 최초로 시행되었다. 그리고 쇠고기와 관련된 메뉴 중 소(머리)수육, 소겉질 및 곰탕은 영천시 상설시장 1, 2, 3 지구에서 많은 식당들이 성업 중이다(www.yc.go.kr).

2) 영천포도

전국 최고의 품질과 생산량을 자랑하는 영천시는 최근 일반 기업체와 합작하여 뱅꼬레(Vin coree)라는 적포도주를 본격적으로 출시했다.

영천포도로 탄생한 “아이스와인 출시 행사”는 한국의 포도 최고 생산지로 명성을 가지고 있는 영천포도의 명성을 경쟁력 있는 산업으로 발전시키기 위해 생식용 생산출하 중심의 한계성을 극복하고 포도농업의 부가가치를 생성하고자 본격적으로 와인산업화를 모색하고 대외적으로 알리기 위한 것으로 영천 시내에서만 판매하여 특성화를 시키며 특히 쇠고기 요리와 적합하도록 개발되어 성황리에 판매중이다(영천시청, 2007).

3) 한방요리

영천은 옛날부터 약령도시로 우리나라 한약재의 메카로 연간 거래량이 7,000톤으로 금전적 가치는 약 500억 원 정도로 국내유통의 30%를 영천에서 공급하고 있다. 아무리 구하기 어려운 한약재도 영천에서는 구할 수 있다고 소문날 정도로 품목이 다양하며 거래약종이 480여종에 이른다. 영천지역이 이렇게 약초의 보고인 것은 보현산과 채약산에서 희귀한 약초의 분포가 많으며 산과 들 구릉지와 강이 조화를 이루어 다양한 약초가 분포하며 또한 지리적으로 교통의 중심지에 위치하기 때문에 소백산과 태백산에서 생산되는 약재는 물론 인근 경주와 군위, 의성지방의 약초가 모이고 경북북부지역의 안동, 봉화, 영주의 국산약초도 영천시장으로 집산되고 있다. 심지어 제천, 원주, 인제 등지의 약초도 영천을 경유해 전국으로 거래되고 있다. 한약재거래업소가 도매상을 포함해 150개소가 성업 중이며 품질이 좋기로 소문나 일본과 홍콩, 미국등지로 수출(2003년 105톤)되고 있는 실정이다(www.yc.go.kr).

영천시에서는 이러한 한방관련 인프라를 바탕으로 한방산업이 미래지향적이며 부가가치가 높은 산업임을 인식하고 시정을 결집하고 있는 바 2003년 제1회 한약축제를 시작으로 매년 10월에 영천시를 대표하는 축제로 자리매김 해 오늘에 이르고 있다. 또한 한방진흥특구로 지정되어 한방음식 경연대회가 열린다. 최근 농림수산부의 우수 향토음식 발굴 지원사업 대상으로 확정돼 매년 10월 초에 개최되는 '영천한약축제' 기간에 전국 한방음식 경연대회도 개최된다.

이러한 연유로 한약재를 이용한 요리가 일부 식당에서는 한약재와 식재료를 첨가하여 닭이나 오리를 이용한 백숙, 탕, 불고기, 순대요리 등을 판매하고 있으며 특히 오가피를 이용하여 오가피밥, 오가피 순대, 오가피 돼지갈비, 오가피 콩국수 등이 메뉴화 되어 있다(영천시청, 2007)

4) 민물생선 요리

고디 혹은 사고디는 경상도방언으로 충청도에서는 올갱이 혹은 물 고동 이라고도 하며 다슬기가 표준말이다. 작은 강이나 지류의 맑은 물에서 어디든지 잡히는데 영천의 고디는 주변의 오염이 되지 않은 크고 작은 강에서 채집되어 5일장을 중심으로 많이 판매되는데 주로 탕이나 무침 등으로 이용된다.

고디를 제외한 민물생선 요리는 1급수인 죽장천 및 자양댐 부근에서 성업 중인데 종류는 잉어, 붕어, 메기, 도리뱅뱅이, 미꾸라지 및 피라미 등이 있으며 메뉴는 찜, 탕, 회, 곰탕, 추어탕, 튀김 및 조림 등의 요리로 많이 이용되어 인근의 대구, 포항 및 경주의 고객이 주로 많다.

5) 바다생선 요리(돔배기 및 두치)

돔배기는 경상북도 일원(영천, 경주, 하양, 경산, 안동, 포항 등)에서만 통과 의례(관혼상제)시 차려지는 지방의 유일한 음식으로 어원에 있어서 돔배기의 사전적 의미는 ‘도막’의 방언(경남), ‘돔 발 상어’의 방언(경북)이며 실질적으로 “돔배기”란 바로 상어고기를 가리키는 말로써 토막고기를 뜻하는 경상지역의 사투리에서 유래되었다.

먼 옛날 교통이 발달하기 전 동해안에서 생선보기가 힘들었던 내륙지역으로 등짐꾼이 옮겨왔던 상어토막고기 “돔배기”는 부패를 막기 위해 왕소금에 절여 먹기 시작한 것이 오늘에 이르렀다.

경주는 포항 및 울산 그리고 부산 등의 해양도시에 인접해 있어서 옛날부터 돔배기의 집산지이었으며 또한 많은 물량이 영천이나 경주를 통하여 경상도 내륙지방으로 물류가 이동되었으리라고 추측된다(김상철, 2006)

돔배기는 제사음식에 반드시 올라야 하는 필수적인 요리로 산적으로 제사상에 올라오는데 주로 소금 간을 한 다음에 찢 찜이나 기름을 두르고 굽는 구이, 그리고 두부나 무를 넣고 끓인 맑은 탕의 형태로 활용된다. 전국에서 유일하게 저온 냉장창고가 개설되어 있으며 최근에는 영천

시와 학계가 산학협약을 하여 영천 돛배기 전통연구소를 개설하여 지역의 웰빙 먹거리로 재탄생시키려 노력을 경주하고 있다. 상어의 부산물로 만든 두치는 아직 국어사전에 등재되지 않은 단어로 부산지역에서는 두투라고도 불리 운다. 이 단어(두치의 사전적 의미로는 경상도 지방 (부산 지역)에서 꿩이상어를 지칭한다고 잘못된 의미로 나와 있다.)는 영천 및 경주지역에서 발생한 유일한 음식이다. 어원에 있어서 한자어 머리 두(頭) 생선 치(생선에 많이 붙이는 한글 접미사, 예를 들어서 준치, 멸치, 삼치, 콩치 등)로서 한자+한글의 조합체이며 간단히 상어 내장 찜(혹은 수육)이라고 정의를 내릴 수가 있다(<http://cafe.daum.net>).

재료는 상어의 머리, 내장, 껍질, 살코기로 만들며 찜통에서 조미를 한 다음 주로 초고추장에 찍어 먹는 요리 이다. 집안의 대소사, 경조사, 모임, 통과 의례 시 사용되며 요즈음은 상어가 귀하여 수입산에 많이 의존하고 있다. 이 외에 상어피편, 마른 명태 찜, 그리고 문어채등이 있다

6) 장류 및 엑기스류

시금장은 보리쌀 속겨와 보리쌀, 메주가루, 무청, 산초가루, 엿기름, 풋고추 등으로 만드는 사라져 가는 음식으로 식량이 부족한 시절 보리속겨로 이용한 향토성이 진한 음식이다.

가을이나 겨울철에 많이 담귀 먹는 음식으로 여러가지 야채와 보리의 우수한 영양이 고루 섞여있어 진정한 웰빙 식품으로 인정된다. 일명 등겨장이라고도 하며 맛이 약간 시큼하기 때문에 시금장 이라고 불려진다.

집장은 곱게 빻은 메줏가루를 보릿가루, 고춧가루와 함께 찹쌀 죽에 섞은 뒤 소금에 절인 야채를 박아 넣고 익힌 장으로서 일명 즈장(汁醬)이라고도 한다. 여름철에 주로 담그는데, 숙성 기간이 짧아 담근 지 며칠 지나면 먹을 수 있으며 새콤하고 고소한 맛이 나서 보리밥과 잘 어울린다.

시금장이나 집장은 만들기가 비교적 까다로워 상업적으로 하기에는 다소무리가 있지만 정겨운 향토음식이며 영천시 외곽을 중심으로 촌로에

의해서 명맥을 이어가고 있는 실정이다. 매실도 영천에서 많이 생산되므로 엑기스를 만들어서 여러 요리의 첨가 부재료로 이용된다.

7) 기타

쌀이나 밀가루로 만든 주식개념으로는 계란밥, 콩가루주먹밥, 삼송 끈만두, 곰탕국수 등이 있으며 국류인 보리뜨물장이 있고 절임찬류인 콩잎김치 및 단풍콩잎김치, 찬류는 곰치를 이용한 부침, 도토리묵부침, 말나물 요리 그리고 떡 종류인 꿀밤누태가 있다.

2. 영천지역 향토요리

1) 영천한우

영천지역은 일제시대 부터 경상도 최대의 우시장이 있었던 곳으로 봉계, 언양, 경주, 울산, 영천은 영남의 5대 우시장으로 유명했다. 또한 지금은 도남한우숯불단지가 조성되어 관광객에게 질 좋은 고기를 상시적으로 공급하고 있다.

특히 최근에 일제시대 영천지역의 한우축산관계가 기록되어 있는 ‘축산우문서(畜産牛文書)’(한국토지공사 토지박물관 김성갑 학예연구사)가 전국 최초로 발견되었는데 이는 일제시대 영천지역의 축산과 관련하여 한우 216두의 이력을 관리한 장부이다. 내용은 1913년부터 1934년 사이에 영천지역의 한우의 이력관리내역 내용인데 요즘의 한우이력서와 같은 개념이며 당시에 한우를 개체별로 이력관리를 했음을 보여주는 소중한 자료로 다시의 어떠한 문서, 조사보고서 및 통계자료에서는 찾아볼 수 없는 생생한 최초현장기록인 것으로 평가받고 있다. 수록내용이 1천100여건에 달하여 한우의 역사와 관련된 희귀한 자료로써 중요한 연구 자료로 평가 된다(<http://blug.daum.net>).

“영천한우” 고기의 맛이 유명한 이유는 일제시대 때부터 한우와 관련된 우시장, 도축장, 전문음식점이 오래전부터 함께 하고 있어서 그 역



축산우문서(표지)/토지박물관제공



한우 216마리의 출생 연월일은 물론 뿔모양까지 빼곡히 기록한 우척분급 외양표.

사와 전통이 서려있다.

특히 강우량이 비교적 적으며 맑은 날이 많고 모든 농산물이 풍족히 생산되어 소의 사료가 되는 콩각지, 포도 및 한약재부산물 등을 풍부하여 좋은 사료원이 타지방에 비하여 많기 때문에 이러한 사료를 바탕으로 한우암소의 번식 및 개량능력이 타 지역에 비하여 보다 빠르게 진행됨에 따라 건강하며 우수한 송아지를 생산할 수 있었다. 현재 영천에는 한우고기 전문음식점들이 180여개가 있어 대구를 비롯해 포항, 경주, 경산, 울산 등 곳곳에서 그 맛을 찾아 많은 사람들이 줄을 서고 있다.

2) 영천 식 육회

영천이 자랑하는 소고기 요리 중에 영천 식 육회가 있다. 이 육회는 46년 손맛을 잇는 장옥주할머니에 의해서 운영되고 있는데 고소하면서도 달짝지근하다. 감칠맛이 나서 영천의 대표 적인 메뉴로 입지를 굳혔는데 육회 감으로 소 영덩이살(함박살)을 쓴다. 기름기가 적기 때문이다. 특유의 육질을 담아내기 위해 이것만을 고집한다. 고기는 영천 도축장에서 들여오는데, 경북 영천, 안동, 상주 등에서 키운 12~25개월 사이 황소만을 골라서 사용하며 수작업으로 붙은 기름기를 떼어낸 다음 숙성을 거쳐서 참기름, 파, 미나리, 파, 마늘과 간장, 참기름, 설탕 및 후추로 맛을 낸다(<http://spn.chosun.com>).

3) 영천 곰탕

영천역 앞 광장 상설시장에서 5일에 한 번씩 서는 영천장은 대구 약령시장, 안동장과 더불어 영남 3대 시장으로 꼽힌다. 대표적인 거래품목은 약재인데 전국의 모든 약재는 영천으로 모인다고 해도 지나친 말이 아닐 정도이다. 또한 영천 우시장은 수원 우시장 다음가는 규모를 자랑한다.

전국에서 영천곰탕이 원조가 아닌가싶다.(원래 영천 우시장 주변에서 곰탕집이 시작되었다. 전통어린 5일장인 영천상설시장을 방문하면 10여개 업소의 소머리국밥(곰탕), 수육 전문음식점들이 밀집해 있다. 시끌벅적한 시골장터의 인간 냄새와 구수한 곰탕국물이 더해져 시골인심을 맛볼 수 있다. 가격이 너무나 싸서 주머니가 허전한 여행객들에게 그 피곤함과 배고픔을 모두 달랠 수 있는 매우 애항적인 곳으로 유명한 곳이다.

4) 기타 한우요리

도축장에서 나온 소의 여러 부산물이 풍부하기 때문에 간, 천엽 회 수육, 선지 국 등 다양한 한우 부산물 요리가 있으며 모든 쇠고기 요리할 수 있는 지역에서 모두 맛 볼 수 있는 곳은 영천지역 고유의 특성이다.

5) 상어요리(뚝배기)

뚝배기는 ‘간을 찢 토막 낸 상어고기’라는 뜻의 경상도 사투리로 구이와 산적 그리고 조림에 널리 이용한다. 먼 옛날 동해안에서 잡은 상어를 영천으로 옮기기 전에 상하지 않게 하기 위해 발달한 갈무리법과 염장법 기술이 그 기원이다. 경상도에서 보통 명절이나 제사상에 올리는 대표적인 생선이다.

한의학에서 상어를 ‘교어(鮫魚)’라고 해서 오장(五臟)을 보(補)하는 효능이 있고, 특히 간(肝)과 폐(肺)를 돕는 작용이 강해 피부 질환이나 눈

병에 많이 이용하였다고 전해지며 본초에서는 사어(沙魚)라고 하며 교류(鮫類)에 속하는 고기이며 성질이 평하고 독이 없으며 오장을 보한다.>라고 하고 있다. 회를 만들거나 말려서 먹으면 맛이 있다. 상어는 우리 몸의 모든 장기를 보해주는 식품으로 특히 회나 포를 오랫동안 먹으면 허한 체질이 강하게 된다고 하였다(유태중, 1999).

돔배기는 단백질이 많고 지방이 적어 다이어트 목적으로 즐겨 먹는 닭가슴살과도 비슷하면서도 몸에 필요한 다른 영양소들이 훨씬 뛰어나다. 경북 영천의 특산물인 돔배기는 육질이 담백하고 부드러우며 특유의 감칠맛과 고소한 맛이 있다.

어원에 있어서 돔배기는 ‘도막’, 토막의 경남 방언이기도 하고 또 한편 ‘간을 친 토막 낸 상어고기’라는 뜻의 경상도 사투리이다.

명절이나 제사상 또는 잔치상 등의 집안의 대소사에 전라도는 “홍어”가 빠지면 안 되듯이 경상도에서는 ‘돔배기’ 고기가 반드시 오르는 음식이다. 안동 간 고등어와 마찬가지로 옛날 교통이 발달하기 전 동해안에서 생선보기가 힘들었던 내륙지역에서는 상어고기를 토막 내어 등짐꾼이 옮겨왔던 것인데 냉장시설이 발달하지 못했던 시기라서 상어토막고기인 “돔배기”는 부패를 막기 위해 왕소금에 절여 먹기 시작한 것이 오늘날의 돔배기이다. 이렇게 상하지 않도록 하기 위해 소금을 친 돔배기는 더욱 담백하고, 짭조름해서 귀한 손님이 오시거나 제사상에만 올리는 귀한 음식이었다.

돔배기는 경북 내륙 지역인 영천을 중심으로 경주, 안동, 의성, 예천, 경산 등지의 제사에 빠지지 않는 음식이었다. 주로 토막 내어 소금에 재워두었다가 꼬치에 끼워 제사상에 올리거나 반찬으로 먹는데, 기름기가 없어 그 맛이 담백하다.

최근 영천에서는 민관합동으로 지역특산물 개발 차원에서 영천 참돔배기를 향토특산물로 개발하고자 상표를 개발하고 판매망 확충에 힘을 쏟고 있다.

2002년 12월 11일 대구 불로동 고분군에서 상어뼈 등이 발견됨으로써 대구·경북지방의 제례에 상어고기가 삼국시대부터 사용되었다는 추정을 하고 있다. 현재 돔배기는 영천의 재래시장을 중심으로 주로 유통되고

있으며 대부분 부산에서 가지고 온 상어고기를 부분정형(절단)하여 영천은 물론이고 하양, 안동 및 대구 등지의 경북 중남부지방에 주로 유통되고 있다(김상철, 2006).

지역에서는 최근 농업기술센터를 중심으로 돔배기를 이용한 산적, 완자, 전, 피편 등 다양한 음식을 개발하고 있다. 이와 같이 향토음식 돔배기를 전통식품으로 계승, 발전시켜 외래 관광객들에게 홍보하여 소비시장 점유율 확대는 물론 지역 특산품화에 역점을 두고 있다.

현재 영천시를 비롯해 경북지역의 연간 돔배기 소비량은 약 1,000톤으로 500억 원대 시장을 형성하고 있으며, 특히 영천은 연간 500t 이상을 생산·판매하는 국내 최대의 돔배기 주산지다. "돔배기는 성인병을 예방할 수 있는 각종 건강 기능성 성분이 다양하게 포함돼 있는 웰빙식품"이라며 "은 국민이 즐길 수 있도록 식품으로 개발해 포항의 과메기, 안동의 간 고등어처럼 영천을 대표하는 식품으로 개발된 상태이다. 상어 요리로는 돔배기 산적구이, 돔배기맑은탕, 피편 및 두치 등이 있다.

6) 피편

돔배기살은 꼬치에 꿰어 산적을 만들어 먹고, 남은 껍질은 물, 고명과 술에 넣어 진하게 끓여서 쨈리처럼 굳게 해서 초간장이나 초고추장에 찍어 먹는다.

7) 두치(두투)

두치는 아직까지 국어사전에 등재되어 있지 않은 단어로 영천 및 주변 지역에서만 볼 수 있는 유일한 향토 음식이다. 어원에 있어서 한자어 머리두(頭) 생선의 접미사인 치가 합성된 한자 및 한글로 조합된 단어이며 간단히 상어수육이라고 말 할 수 있다.

내륙지방에서 절임 음식으로 크고 무서운 상어를 이용한 점과 껍질까지 이용해서 훌륭한 음식으로 이용하는 영천지역에서는 제레시 반드시 오르는 음식 중의 하나이다. 특히 쫄깃하게 씹히는 식감이 좋고 다이어

트식품으로 널리 소문이 나 있다.

재료는 상어의 머리, 내장, 껍질 및 살코기 등으로 만들며 찜통에서 찐 다음 초고추장 등에 찍어 먹는 음식이다. 두치는 경주지역 및 경상도에서만 보이는 요리로서 예부터 집안의 경조사 통과의례 및 단체모임에 동반되는 필수음식으로 전라도 지역의 흥탁 삼합처럼 향토색과 전통성을 확고히 갖고 있어 영천을 대표하는 향토음식이다. 일부 지방에서는 "두투"라고 불리우기도 한다.

8) 시금장

보리등겨를 원료로 한 시금장은 경상도 지역에서 겨울 밑반찬으로 즐겨 먹는 우리 고유의 전통 장류로 그 맛은 제조과정 중 전분 및 단백질의 분해로 생성되는 단맛, 신맛 및 구수한맛에다 지방의 전통적인 특색에 따른 각종 부재료와 향신료 등의 조화에 의하여 결정된다.

시금장은 <보리등겨장>, <등겨장>, 혹은 <덩기장>이라고도 하며 경상도 일원에서만 볼 수 있는데 지역마다 만드는 방법 및 부재료가 약간씩 다르다.

여름철을 피하고는 다 만들어 먹을 수 있고 소화가 잘되며 부재료인 야채는 비타민 및 무기질을 섭취할 수 있는 동시에 다이어트에 좋은 식품으로 알려져 있는 향토 음식이다. 그러나 오늘날에는 일부 촌부에 의해서만 별식 정도로 만들어지며 거의 식탁에서 사라진 음식이다.

9) 다슬기

다슬기는 다슬기과에 속하는 연체동물로 우리나라 전역에 걸쳐서 연못이나 강, 개울, 호수 등에 분포하며 생태계의 청정수역의 지표생물로 활용되는데 최근 환경 및 수질오염에 따라서 개체수의 급격한 감소 상태에 있다.

다슬기에 관한 기록은 『물명고』(동물·식물·광물 등의 이름을 모은 책으로 조선 후기에 여러 종이 편찬되었다. 명칭이 여러 가지이고 이본도

많으며 현존하는 것들은 다음과 같다. <물명류고 物名類考>, <물보 物譜>, 등의 여러 이름이 있다. 이외에 정약용의 <여유당전서 與猶堂全書>에 수록된 <청관물명고 靑館物名考>, 작자 미상의 <만물록 萬物錄>·<물명찬 物名贊> 등이 있다. 와 『재물보』(재물보(才物譜)는 1798년(정조 22) 이만영(李晩永)이 편찬한 백과전서류의 책으로 8권 4책. 필사본. 이본(異本)이 많다. 체제는 천보(天譜)·지보(地譜)·인보(人譜)·물보(物譜)로 구성되어 우주·자연에서부터 사회제도에 이르기까지 잡다한 사항을 수집·분류했다. 물보에는 기구집물(器具什物)·초목(草木)·금수(禽獸) 등에 관한 항목이 수록되어 있다. 역대 문물제도와 자연과학에 대한 항목이 많고, 각 항목에 대한 해석과 출전이 자세하게 밝혀져 있는 것이 특징이다.)에는 와라(蝸吟)라는 동물로 소개되고 있으며 『동의보감(東醫寶鑑)』에는 ‘맛은 달며 독이 없고 간장과 신장에 작용하여 대소변을 원활히 나가게 하고 위통과 소화불량을 치료하며 열독과 갈증을 해소하고 간의 열과 염증, 눈의 충혈과 통증을 다스리며 위 냉증, 위통과 소화불량을 치료한다.’고 적혀있다. 또한 허준의 동의보감에는 다슬기가 숙취 해독에 좋고 당뇨예방과 눈을 맑게 하는데 효과가 있으며 다슬기에 있는 푸른 색소가 사람의 간색소와 같은 뿌리를 지녔으므로 간을 이루는 세포에 좋다고 기록되어 있다.

지역적으로 다슬기를 부르는 말이 조금씩 상이한데 강원 및 충청에서는 올갱이, 충청에서는 베틀올갱이 고동, 민물고동, 물고동, 물고둥, 대사리, 대수리(전라) 등으로 불리우며 경상북도에서는 고디 혹은 사고디라 칭한다. 용도로는 요리용과 약용이 있으며 요리로는 탕, 찌개, 전골등이 있다. 약용은 엑기스나 기름으로 추출하여 사용한다. 외국의 경우, 다슬기는 널리 달팽이류(snail)에 속하여 북아프리카, 지중해 및 프랑스지방에서 수 천년 전부터 식용되었음이 발견되었다(<http://en.wikipedia.org>).

최근 다슬기에 대한 인식의 변화로 다슬기 수입이 급격하게 늘어났는데 연간 국내 소비량은 활패(活貝)기준으로 약 700~1000톤 정도이며 연간 소비량으로 식당에서 식용으로 2000여 톤, 액즙용으로 1000여톤 정도 소비된다. 주로 북한, 중국 및 동남아시아 등지에서 수입되기 시작하여 2000년 기준으로 2000톤 수입된다.

영천지역은 낙동강맥에서 발원하여 영천으로 흘러들며 큰 물줄기를 이루는 금호강은 영천에서 경산을 흐르는 동안에 물길 남쪽에다 넓은 평야와 배후습지를 빚어놓고 있으며 인근에는 골뫼, 괴연제, 남매지, 대승제, 대정지, 문천지, 본촌제, 부지, 비느리뫼, 삼정지, 신제지, 연지, 이지, 한제지 등의 습지와 연뫼이 있어서 다슬기의 생육환경에 좋은 지역이다. 따라서 촌로(村老)에 의하여 채집된 다슬기는 영천시장에서 노전에서 판매되어 식용이나 약용으로 이용되며 인근의 식당가는 이를 활용하여 다슬기요리를 만들어서 판매한다.

10) 도동국수

영천에서 국도를 따라 4km쯤 가면 북안쪽에서 흘러오는 호계(虎溪)가 있고 호계기슭에 울창한 숲으로 마을 전체를 감추다시피 한 아담한 동네가 있다. 바로 영천시 도남동이다. 옛날 신라시대에는 동동현이 있던 자리라서 지금도 도동이라 부르는 사람이 많다. 이곳은 광주안씨(廣州安氏)가 4백여년 동안 살아오는 지역으로 찾아오는 빈객들에게 특수한 방법으로 국수를 만들어 대접하였다.

고을에 부임하는 군수나 현감, 그리고 멀리 경상감영의 관찰사까지 국수를 먹기 위해 한번은 필히 이곳에 들렀다고 하니 당시 명성은 대단한 것이었다. 지금도 칠순노인이면 그때의 미각을 기억하며 회상에 잠기게 한다고 한다. 그러나 아쉽게도 그 자취가 사라진지도 오래되고 보니, 국수의 제작과정이라도 알아보고자 한다.

요즈음에는 제분 기술이 우수하여 극히 미세한 분말을 생산할 수 있지만 당시에는 맷돌이나 절구, 디딜방아에 찼어 그물로 만든 채로 쳐서 가공하므로 분말이 곱지 못하였다. 그래서 지금도 보존되고 있지만 국수방이라고 따로 만들어 사방 벽과 천정은 깨끗한 창호지로 도배되어 있다. 그 방에는 맷돌로 밀을 간 후 돛자리로 바람을 일으키면 분말은 천장이나 사방 벽에 붙게 되고 밀기울은 방바닥에 남게 된다. 그리고는 밀기울만 따로 쓸어낸 후 분말을 쓸어 모으면 밀가루처럼 고운가루가 모이게 된다. 이렇게 만든 가루에 약간의 물을 붓고 나머지는 계란으로 반죽

하여 얇게 편 다음 가늘게 썰어 음식을 만들게 된다.

이와 같은 과정으로 만든 국수가 특산물이라고 하기에는 어딘가 어색한 면이 있지만 당시의 상황으로 보면 특이한 가공 방법이었으므로 이러한 일이 있었다는 사실을 남겨두는 뜻에서 옮겨 놓음을 부연 해 둔다.

11) 보따리 만두

보따리 만두는 한 20여년전 지금처럼 패스트푸드나 인스턴트식품이 많지 않던 시절에 한 창 먹어야 할 청소년들의 간식으로 친구들과끼리 장터에 들러 즐겨 먹었던 음식이다. 지금 성년이 된 어른들은 추억의 음식이라고 반가워한다.

만드는 방법은 간단하다. 동그란 밀전병에 잘게 썬 당면 등 채소를 얹어 네모지고 큼지막하게 보따리처럼 썬 다음 따뜻하게 구워낸다.

12) 삼송 꾀 만두

영천의 명물하면 삼송만두를 빼놓을 수 없다. 삼송만두의 역사가 30년 가까이 되다보니 영천을 떠나 사는 사람들의 향수 중에 삼송만두를 꼽는 사람도 적지 않다. 신선한 채소와 두부로 속을 넣어 손으로 직접 만두를 빚은 다음 질 좋은 기름에 튀겨내는 것이 맛의 비결이며, 크기가 일반만두의 2배 정도로 크다. 이제는 이곳사람들만 즐겨 먹는 것이 아니라, 멀리 대전, 울산, 포항, 부산 등지에서도 찾는 영천 명물이 되었다. 가게 위치는 창구동에 있으며, 특별한 일이 없는 한 연중무휴 영업 중이다. 주문에 따라 택배 가능하다(영천 농업기술센터 2001).

3. 영천지역 향토음식의 종류 및 주재료

<표 2 - 5> 영천지역 향토음식의 종류 및 주재료

구분	음 식 명	주 재 료
우육	한우숯불구이	한우(등심, 안심, 갈비살)
	육회	한우(우둔살), 마늘, 배, 대파, 간장, 설탕, 깨소금, 참기름, 마늘
	소고기찌개	쇠고기, 두부, 무, 고추장, 고춧가루
	소(머리)수육	소머리, 새우젓, 각종쌈야채, 대파
	곰탕	소뼈(사골, 사태,)
	쇠고기전골	쇠고기(등심), 양파, 표고버섯, 당면, 두부, 당근
	한방소불고기	한우(등심, 안심), 배즙, 양파즙, 대파, 한약재
돈육	흑돼지구이	흑돼지 (목살, 삼겹살)
	오가피돼지갈비	오가피, 돼지갈비
구육	보신탕(영양탕)	개고기, 배추시래기, 토란줄기, 고사리, 숙주, 들깨,
	고디국	다슬기, 들깨, 쌀, 고춧가루 배추, 부추
민물 생선	고디무침	다슬기, 초고추장
	잉어(붕어)찜	잉어, 감자, 양파, 고사리, 느타리버섯, 미나리, 통나물, 대파, 산초가루, 마늘, 고추장, 된장, 청, 홍고추,
	잉어(붕어)매운탕	잉어, 무, 대파, 두부, 고춧가루, 고추장, 마늘, 고사리, 콩나물, 정구지
	잉어(붕어)회	잉어, 초간장
	잉어(붕어)곰탕	잉어, 대파, 소금
	메기(찜)매운탕	메기, 무, 양파, 대파, 마늘, 생강, 청, 홍고추, 우거지, 숙갓, 고추장, 고춧가루,
	추어탕	미꾸라지, 배추시래기, 대파, 풋고추, 홍고추, 마늘, 고추장, 된장, 고춧가루, 생강
	미꾸라지튀김	미꾸라지, 식용유, 양념장
	피라미조림	피라미, 간장, 설탕, 물엿, 대파, 마늘

바다 생선	돔배기구이(찜)	돔배기, 소금,
	돔배기탕	돔배기, 무, 대파,
	상어피편	상어껍질, 상어고기, 실고추, 당근채, 다진파, 황백 지단, 석이채
	마른명태찜	북어, 다시마, 쇠고기, 참기름, 마늘, 물엿, 통깨, 실 고추
	문어채	문어, 배, 당근, 잣, 계란, 파, 식초, 참기름, 통깨, 설 탕, 소금, 실고추
압육	한방오리백숙	오리, 수삼, 대추, 밤, 황기, 구기자
	한방오리불고기	오리, 양파, 대파, 새송이 버섯, 고추장, 고춧가루
	한방오리탕	오리, 황기, 수삼, 대추, 고춧가루, 고추장
계육	한방닭백숙	토종닭, 수삼, 대추, 밤, 황기,
반류	오가피밥	가시오가피, 쌀, 밤, 대추, 은행
	계란밥	계란, 쌀, 찜기
	콩가루주먹밥	식은밥, 볶은콩가루
면류	(삼송)꾸만두	두부, 숙주, 정구지, 돼지고기, 밀가루, 식용유
	곰탕국수	소뽕(사골, 사태), 마른국수, 양지
	오가피콩국수	가시오가피, 마른국수, 콩가루
국류	보리뜨물장	보리쌀뜨물, 멸치, 양념장
장류	시금장	보리쌀겨, 메주가루, 무청, 풋고추, 당근, 엿기름, 마늘, 산초가루, 고춧가루
	집장	메주콩, 보리(밀), 고춧가루, 무청, 풋고추지, 가지, 소금
	매실액기스(장)	매실, 설탕
절임류	콩잎김치	콩잎, 마늘, 풋고추, 양파, 밀가루풀, 소금
	단풍콩잎김치	단풍든콩잎, 멸치액젓, 물엿, 진간장, 고춧가루, 마 늘, 파, 통깨, 밤채
찬류	곰피찌짐(부침)	곰피, 밀가루, 소금
	도토리묵(무침)	도토리묵, 상치, 오이, 미나리, 청, 홍고추, 양념장
	말나물	말, 무, 양념(고춧가루, 식초, 설탕, 통깨, 참기름)
후식	꿀밤느태(떡)	도토리, 팥 또는 밤콩, 설탕

(자료 : 영천농업기술센터 참고자료 근거하여 논자재작성)

제 4 절 향토음식의 인지도 및 관광상품화

1. 인지 및 관광상품화의 개념

1) 인지도

인지(recognition)의 사전적 정의는 “사물을 분명히 알고 그 의의를 바르게 이해. 판별하는 일”, 지각. 기억. 상상. 구상. 판단. 추리를 포함하는 광의 지적 작용, 지각, 기억, 내성. 이와 같은 이해를 나타내는 명제 및 판단을 포함하며, 의욕. 정서와 함께 의식의 기본이 되는 측면 또는 기능을 말한다.

동아 새 국어사전에서는 인지(recognition)를 “어떠한 사실을 분명히 인정함”이라고 풀이하고 있으며, 인지도란 (어떤 사람이나 물건 따위를) 알아보는 정도, (다른 사람이나 국가들이) 인지하고 있는 정도를 뜻한다.

2) 관광 상품화

향토음식이 고유한 전통문화자원으로서 관광 적으로 가치가 있다는 사실은 여론조사에서도 입증된다. 1993년 한국관광공사가 실시한 외래 관광객 여론조사의 결과에 따르면, 한국여행 중 인상 깊었던 점으로 ‘고유한 음식’(응답률40.2) ‘친절한 국민성’(응답률49.4%)에 이어 2위를 차지하고 있다(한국관광공사, 1993).

오늘날에는 생활의 향상과 교통수단의 발달로 많은 사람들이 여행을 즐기게 되었는데, 이러한 여행에 있어서도 현대인의 미식추구경향이 여실히 나타나고 있다. 예전의 여행은 경관을 돌아보는데 중점을 두거나 역사적 민속자료에 관심을 두는 것이 대부분이었으나 근래에 들어서는 미각이 여행을 충족시키는데 중요한 요소로 드러나 풍물과 미각을 함께 즐기게 되었으며 때로는 명물요리의 맛을 찾아 여행을 하는 일도 생겼다(한국관광공사, 1993).

특산식품, 향토음식은 복제가 극히 어려운 고유한 토산품(그 지역, 그

토지의 소산(所産)을 말하는 것)이기 때문에 개성화, 다양화, 차별화를 선호하는 현대 여행자의 취향에 맞는 우수한 관광 상품이 될 수 있다고 본다.

2. 음식관광

향토음식은 풍부한 정서가 깃들여 있는 한국인들에게는 모성을 지닌 음식으로서 받아들여지고 있다. 그러한 향토음식이 이방인들에게는 또 다른 문화의 충격으로 나타나며 한국에 존재하는 모든 음식의 맛이나 향기 또는 모양 등을 통하여 새로운 문화를 인지하고 경험하게 된다. 그래서 한 지방에서 오랫동안 이어져 내려온 향토음식은 역사적, 문화적인 가치를 지닌다.

많은 관광자원 중에서 그 지역의 특색을 가장 잘 표명할 수 있는 향토음식이야말로 좋은 관광자원이라고 사료된다. 더욱이 세계화 국제화 시대에 그 지역의 기후, 풍토에 뿌리를 두고 그 지역 토지에서 생산된 식품재료로 만든 가장 토속적인 음식이면서 지역민의 지혜와 기술로 만들어진 향토음식이야말로 가장 값진 관광자원이라 할 수 있겠다(이연정, 2007)

3. 지역축제와 음식의 관광상품화

1) 현황

우리나라의 경우에는 축제의 종류에 대하여 명확한 기준설정이 미흡한 관계에 있다. 개최목적에 따라서 주민화합축제, 관광축제, 산업축제, 특수목적축제 등으로 구분하고 프로그램 구성형식에 따라서 전통문화축제, 예술축제 종합축제, 기타축제로 나눌 수 있다. 또한 축제를 역사적 시점에서 전통축제 현대축제로 구분하고 공간적 측면에서 지역축제와 특별축제로 구분하는 경향도 있다(김상철, 2000).

2) 향토음식축제현황

<표 2 - 6> 지방별 향토음식축제현황

지역	축 제 명	행사시기	주최	주요행사내용
강원	명태축제	2월말	고성군	제례, 명태요리, 명태할복대회, 풍물장터등
경남	하동 야생차축제	3월중순	하동군	대림공추원비한다례 및 다갯배지 다례식, 찻 잎따기대회, 다례시범 및 올해의 명차선정
경북	경주 전통 주 와 떡축제	3월말	경주시	국민화합북공연, 떡니눔잔치, 달집태우기, 술 떡명인명가. 떡썰기 떡메치기, 새천년떡만들 기, 술떡제조도구 전시 등
경북	영천한약 축제	10월말	영천시	한약재썰기경연과 비교전시, 한방무료진료, 사상체질 무료감정, 한약재사용음식전시, 한 방강좌
울산	언양 한우 불고기축제	4월초	언양한 우불고 기 축제 위원회	불고기시식회, 한우고기전시 및 판매, 각종 문화행사
충남	금산 인삼축제	8월말	금산시	동서양만남의 문화건강여행, 국제인삼교역 전, 인삼건강특별전(인삼동의보감, 인삼요리 체험, 인삼왕선발, 인삼사우나, 인삼요리전 시)
강원	양양 송이축제	9월말	양양군	송이채취체험, 송이요리품평회 및 시식회, 버섯품평회, 특산품 판매 등
광주	광주김치 대축제	10월중순	광주시	김치역사문화관, 종묘관, 김치전시회, 김치경 연대회, 김치체험의장, 포장디자인 공모전 등
전남	남도음식 문화큰잔치	10월중순	전 남	전라남도 음식전시회, 남도음악콘테스트, 학 술발표회 국악공연
부산	부산자갈치 축제	10월말	부산시	자갈치앞바다 정화활동, 새천년 방생대회, 외국인요리경연, 자갈치아지매숨씨자랑 등

(자료 : 이연정, 2007)

4. 향토음식 상품화 현황 및 내용

1) 외국사례

(1) 일본

일본에서는 최근 구루메(Gourmet) 여행이라고 해서 미식가, 식도락가들의 향토음식 맛 사냥이 인기를 끌고 있으며 특히 향토음식이나 향토음식 전문점 소개 등 식도락과 관련된 TV프로그램이 폭발적으로 증가하고 있다.

또한 에키벤(驛)이라는 향토도시락이 발달하였는데 에키벤(驛)이란 일본의 독특한 식문화로 기차역이나 차내에서 판매하는 도시락을 말하는 것으로 일본 에 지방 곳곳에 고유의 도시락이 발달, 일반음식점을 비롯하여 기차역, 기차 내에서 그 지방 특유의 도시락 판매가 증가하고 있고 도시락 용기도 고향의 친근하고 우아한 분위기를 나타내며 요리 담는 방법도 예술적으로 하여 지역 경제 활성화 수단으로 귀감이 되고 있다(이연정, 2007; 한국관광공사 2006).

(2) 홍콩

중국 남부 지역의 광둥요리가 주류를 이루고 스넥류의 딤섬(Dim Sum)요리와 중국차가 유명하다.

홍콩관광협회가 주관하는 연례 홍콩음식축제는 향토음식의 발전과 관광상품화에 크게 기여하며 즐거움과 음식의 축제를 시작으로 홍콩 디너 테이트, 해물요리성찬(Great Seafood Galore), 웨이터경주대회, 특별요리 관광, 시장방문 및 요리실습 관광, 음식축제 요리상, 음식축제홍보전시회 등으로 종합관광축제의 성격을 지닌다. 관광객들에게 세계에서 가장 훌륭한 요리들을 맛 볼 기회를 선사하는데 많은 호텔과 음식점들이 음식판매대를 설치하고 세계 각국의 다양한 음식과 향토음식을 선보인다(경상북도 2007; 이연정 2007).

(3) 미국

미국은 다민족국가로서 세계 각국의 음식이 미국식의 새로운 향토음식으로 뿌리를 내리고 있다. 향토음식이나 특산품을 주제로 한 행사가 많으며 향토음식관련축제 또한 많다. 향토음식과 연계한 상업성 음식관광으로는 관광명소 방문과 그 지역의 맛보기를 연결한 관광상품 등이 있으며 텍사스 전역 2,400마일을 돌며 관광명소를 방문하고 각 지역의 향토음식과 문화를 즐기는 '텍사스의 미각여행, 포도주공장에서 관광객들에게 포도주 시음의 기회를 주며 각종 현지 특산품 빵, 치즈, 소세지 등 시골풍 음식을 판매하는 '인디애나와인 관광'등이 있다. 미국만의 고유성이 드러나는 향토, 전통음식은 많지 않지만 미국에서 발달하기 시작한 즉석식품들과 함께 켈터키주의 프라이드치킨, 사우스다코타주의 들소고기 바베큐, 앨라버마주 와 미시시피주의 메기요리, 루이지애나주의 가재파이 등이 미국 향토음식으로 뿌리를 내렸다(이덕원 2006).

(4) 독일

독일에서는 특산식품인 치즈, 감자, 맥주, 소세지, 향토술 등을 소재로 한 여행상품과 축제가 발달하여 치즈발견여행, 치즈세미나 여행, 맥주박물관 관광, 농가방문여행, 민물고기 낚시 및 물고기요리 시식여행, 사과술 시음여행, 전통주 Schnap, 박물관관광, 버섯세미나여행, Bayern 지방 맥주산지 견학여행, 맥주시음 여행 등의 여행상품뿐 만 아니라 감자축제, 돼지도살축제, 와인축제 등의 다양한 축제도 발달하였다(이연정, 2007; 한국관광공사2006).

(5) 프랑스

프랑스는 각 지방마다 수를 헤아릴 수 없는 많은 향토음식관련 행사가 개최되고 있으며 그 한 예로 아키텐느(aquitaine) 지방만 보더라도 햄축제, 포도축제, 특산품축제, 호두축제, 자두축제, 밤축제, 칠면조축제, 음

식 및 민예품 축제 등 다양한 행사가 개최되고 있다.

그 외 호주, 대만 등 많은 국가에서 향토음식을 다양한 형태로 관광 상품화하여 관광지의 매력성을 높여가고 있는 실정이다(이연정, 2007; 한국관광공사2006).

2) 국내사례

향토음식을 이용한 특산물 축제현황의 국내사례는 <표 2-7>에서 보는 바와 같다. 이밖에도 향토음식을 이용한 특산물축제는 여러 곳에서 행사가 되고 있다

관광객이 관광지에서 그 지역성이 가미된 고유의 향토음식을 맛봄은 상호간의 문화적 차이의 이해, 친밀감의 생성 등 귀중함 경험이 될 수 있으며 과거의 생활상을 추적하고 현대를 이해하는 귀중한 자료가 되어 관광에 있어 귀중한 국가적 자원이 되고 있다.

<표 2 - 7>향토음식을 이용한 특산물축제현황

지 역	현 황
강원도	홍천찰옥수수축제, 경포대두부축제, 춘천막국수축제, 평창, 정선의 감자큰잔치, 정선황기축제, 남대천연어축제, 고성, 인제의 명태축제, 인제빙어축제, 횡성 복수박 축제, 동해오징어축제
경기도	파주버섯큰잔치, 여주막국수축제, 평택농업축제
충청도	괴산 밀때기 축제, 청원 딸기축제, 옥천 올갱이 축제, 충주사과축제, 천안 성환 배 축제, 보령꽃게축제, 홍성대하축제, 대전 엑스포 맛자랑 음식축제, 논산강경젓갈축제, 풍기·금산인삼축제, 서천 쭈꾸미 축제
경상도	대구 약초 꽃 한마당잔치, 봉화산나물축제, 기장명치축제, 경주봉계 불고기축제, 성주수박·참외축제, 영천포도축제, 봉화은어축제, 경주 건천송이축제, 영양 고추축제, 포항과메기축제, 청도단감축제, 고령딸기축제, 거제·하동 고로쇠 약수제, 울산 고래고기축제, 언양 한우축제, 남해명게축제
전라도	광주김치대축제, 지리산약수축제, 순천남도음식축제, 광양전어축제, 완주농산물축제, 함평향토음식대축제, 고창수산물축제
제 주	제주감귤축제

(선행연구를 참고로 논자 재정리).

전통음식을 관광 상품화하는 인식과 노력은 지금까지 부분적으로 시행되었다. 관광 상품화에 대한 구체적 실천 대안은 <표 2-8>에서 보는 바와 같이 전통음식의 계승 및 육성, 전통음식 및 음식점의 홍보, 전통가공식품의 개발 및 판매, 식도락 여행상품개발, 그리고 음식점 인증제도 등으로 구분될 수 있다.

<표 2 - 8> 향토음식의 관광상품화 현황

구 분	주 제	내 용	주 관
전통음식의 계승 및 육성	대회 및 품평회	전통음식 경진대회	지자체
		고향음식 전시회 및 품평회	농업기술센터
		요리솜씨자랑 경진대회	여성복지센터
	무형문화재 지정	항혜성 외 3인	무형문화재
	향토전통음식점 지정	지자체의 향토음식점 지정	각 지방자치체
	국제행사대비 전통음식개발	올림픽 및 월드컵 대비	문광부
	전통 민속자원 관광상품화	토산품 및 음식개발	관광협회
	전통생활문화 보급프로그램	외국인 김치 담그기	문광부
전통음식 및 음식점의 홍보	특색 있는 전통음식의 소개	각 지방의 향토요리, 맛, 음식점 등의 소개	농촌진흥청, 지자체문화원, 관광공사
식도락여행 상품개발	먹거리 여행	관광지방문과 연계된 먹거리 프로그램	철도청, 여행사
전통가공식품 개발 및 판매	전통발효식품의 상품화	간장, 된장, 고추장, 김치 등	식품개발연구원
음식점인증제도	모범음식점 지정	좋은식단 실행하는 음식점선정하여 혜택 부여	보건복지부, 음식점중앙회
	으뜸음식전 인증제도	모범음식점 으뜸음식점을 재인정하여 식문화 개선 및 발전도모	경상북도

(자료 : 김상철, 2003)

제 5 절 중요도와 실행도(만족도)

1. IPA 선행이론

1) IPA 선행이론

Martilla와 James(1997)가 중요도-실행도 분석은 상품이나 서비스가 지니고 있는 주요 속성들에 대하여 중요도(importance) 및 실행도(performance)를 소비자가 어떻게 인식하고 있는지 동시에 분석하기 위해 마케팅에서 개발된 기법으로 기존 연구에서 밝혀진 만족관련이론을 단순화시키고 분석 결과를 그래프로 표현함으로써 실무자들도 연구 결과를 쉽게 파악 할 수 있는 장점이 있다. Martilla와 James(1997)는 소비자 만족이 제품에 대해 느끼는 소비자의 기대감과 제품 속성의 활용도에 대한 판단에 따라 결정된다고 보아, 소비자 의견조사에 의한 경영진단기법을 제안하였다. Guadagnio(1985)는 특정제품의 속성이나 특징이 소비자에게 얼마나 중요한지를 판별함으로써 소비자의 만족도를 평가하고, 각각의 특징에 대한 상대적인 중요도와 각각의 특징에 대한 공급측의 활용도를 설정하고자 하는 것이 중요도 - 실행도의 목적이라 하였으며, 중요도 - 실행도 분석은 이용자 만족 또는 경영주체의 경영평가를 위하여 이용자가 무엇을 중요하게 여기고 있는지를 파악하여 스스로 이 항목의 중요도를 평가하도록 하고, 경영주체의 성취정도를 측정하여 중요도와 성취도를 비교, 검토하는 기법을 의미한다, 이와 같이 경영진단에 있어서 소비자의 의견을 체계적으로 분석하는데 여러 종류의 정교한 통계적 기법이 응용되고 있지만, 그중에서 Martilla와 James(1997)가 제안한 중요도-실행도 분석기법은 수행과정과 결과해석이 용이하여 실무적으로 가장 활용도가 높다고 하였다(김성일, 1991).

Martilla와 James(1997)가 자동차 산업의 경영분야에서 경영자들이 중요도(importance) 와 실행도(performance)를 동시에 비교 , 분석할 수 있도록 IPA모형을 개발한 이후 이 방법은 마케팅, 건강진단, 스포츠 심리학, 교육 등의 다양한 연구 분야 에서 이용되었고 관광 서비스분야에

서는 마케팅, 서비스 품질, 이미지분석 등에서 적용, 연구되어왔다.

IPA는 이용자의 만족도를 측정하기 위하여 이용 전에는 각 속성의 중요도, 이용 후에는 만족도를 이용자 스스로가 평가하게 함으로써 각 속성의 상대적인 중요도와 실행도를 동시에 비교, 분석하는 기법이다. 고객의 만족도를 분석하여 경영분야에 적용하는 다양하고 전문적인 통계분석 방법들이 있으며 날로 복잡해지고 정교해 지지만, 중요도-실행도 분석모형은 평가속성의 평균치만으로 용이하게 실무자들이 결과분석을 할 수 있는 장점이 있어 매우 유용하다.

본 연구에서는 영천 향토음식에 대한 품질속성과 대중화 및 관광 상품화 방안을 위하여 IPA를 실행한다.

2) IPA 모형의 특성

IPA기법은 중요도와 실행도(만족도)의 속성별 비교 평가치를 이용하여 네가지의 다면적 의사결정을 내린다는 데 있다. IPA의 해석 및 격자모형이 (그림1)에 제시되어 있는데 이것은 사분면으로 나누어진 격자를 그래픽으로 나타내며 y축은 사전 제품에 대한 고객의 선택속성인식에 관한 중요도, x축은 사후 이러한 속성과 관련된 상품이나 서비스의 만족도를 보여준다. 4개의 분명의 해석은 I사분면은 ‘현재 상태 유지’, II사분면은 ‘집중적 노력의 필요’, III사분면은 ‘낮은 우선순위’, IV사분면은 ‘과잉 노력 지양’이 된다.

		중요도(높음)			
실 행 도	II 사분면	I 사분면			
	높은 중요도 낮은 실행도 (고도의 집중력 필요)	높은 중요도 높은 실행도 (현재 좋은 작업 상태 유지 필요)	실 행 도		
(낮음)	III 사분면	IV 사분면			
	낮은 중요도 낮은 실행도 (우선 순위 낮음)	낮은 중요도 높은 실행도 (더이상 투자 불필요)	도	(높음)	
		중요도(낮음)			

<그림 2 - 2> 중요도 - 만족도 분석 도형

I. 사분면 : 속성들이 응답자에게는 대단히 중요하게 인식되지만 성취도는 매우 낮다. 이 부분은 개선의 노력이 집중되어야 한다는 것을 직접적으로 의미한다.

II. 사분면 : 응답자에게 매우 중요한 속성으로 인식되며, 동시에 조직은 이러한 행위에 대한 높은 수준의 실행을 가지게 된다.

III. 사분면 : 중요도도 낮고 실행도도 낮은 속성이다. 비록 이 부분은 실행도가 낮을지라도, 경영자는 과도하게 집중해서는 안 되며 우선순위를 두어서도 안 된다.

IV. 사분면 : 이 부분은 낮은 중요도의 속성을 가지지만 상대적으로 높은 실행도를 가지고 있다. 따라서 경영자는 IPA 그래프를 이용하여 의사결정을 위한 우선순위를 쉽고 정확하게 알아내서 노력을 집중하거나 지양하여 개현할 수 있는 것이다.

IPA에서 결정적인 요소는 평가요소가 어느 분면에 속하는가를 판가름 짓는 중심점의 확정이다. 여기에는 (1)임의적인 방법, (2)표준편차에 의한 계산법, (3)척도의 중앙값, (4)평균치의 최대값과 최소값의 중간치 등의 네 가지 방법이 있다.

(1)항은 중심점을 연구자가 임의의 방법으로 설정하는 것이다.

(2)항은 5점 척도에서 표준편차가 2보다 큰 가 작은가에 따라 중간치 또는 평균치를 중심점으로 정하는 것이다.

(3)항은 평가요소들이 전반적으로 고루 분포할 경우에만 유효하므로 대부분의 요소들이 특정의 분면에 집중 분포하는 현상을 보이면 전체적인 평가만 가능할 뿐 어떤 속성들에 노력을 집중하여야 개선이 가능하지를 보여주지 않는다는 단점이 있다.

(4)항은 먼저 각각의 평가속성들의 평균치를 계산한 후, 그 최대치와 최소치의 중간치를 중심점으로 정하는 방법이다.

IPA는 사분면을 “집중(concentrate here)”, “유지(keep up the good work)”, “저순위(low priority)”, “과잉(possible overkill)”, 등으로 나누었으며 SWOT분석의 “위협(threat)”, “기회(opportunity)”, “약점(weakness)”, “강점(strength)”의 매트릭스구조와 비슷한 형태를 보이나 같다고 볼 수는 없다. 즉, IPA는 하나의 요소에 대한 절대평가이며 사용자가 평가주체이나 SWOT는 경쟁이 전제로 하는 상대적인 비교평가이며 관리자의 주관적인 평가인 점에서 차이가 있다. 예를 들면 IPA의 “과잉”은 중요도가 낮게 평가된 속성에 노력이 과도하게 실행되고 있음을 뜻하므로 실행도를 낮추는 결정이 필요함에도 SWOT에서는 “강점”을 분석하며, IPA의 “낮은 순위”는 중요도와 실행도 양자가 모두 낮으나 SWOT의 “약점”이 될 수는 없으므로 상호 일치하지는 않는다.

IPA기법은 요인분석, 분산분석, 판별분석 등을 실시하지 않으므로 값비싼 장비와 복잡한 프로그램의 도움 없이도 실무자들이 손쉽게 개선점을 찾아 낼 수 있다(하미옥, 2005).

Ⅲ. 연구의 설계

제 1 절 연구과제의 설정

본 연구에서는 연구모형을 토대로 한 가설의 검증보다는 영천 향토음식에 대한 대중화 및 관광 상품화에 대한 중요도와 만족도, 음식의 품질 속성, 인지도, 관광 상품화 의지도 조사, 분석하여 조사대상 향토음식의 품질 및 관광 상품화에 대한 고객들의 지각을 분석한 다음 실행도(만족도)를 알아보고 영천 향토음식의 관리방안을 제시하고자 한다.

1. 향토음식의 인지도 및 관광상품화 의지도의 차이분석

향토음식의 관광상품화를 구성하는 변수들의 인지도 및 의지도를 살펴봄으로써 현재 영천향토음식의 메뉴의 관광 상품화를 위한 마케팅의 기초 자료로 활용할 수 있다.

연구과제 1 : 향토음식의 인지도 및 관광상품화 의지도의 차이를 분석하고자 한다.

2. 영천 향토음식의 대중화 및 관광상품화에 대한 IPA 그래프 작성

대중화 및 관광 상품화에 대한 항목을 구성하는 모든 변수의 실행도를 높이는 것이 이상적이겠지만, 현실적으로는 불가능하다. 그러므로 IPA에서 추구하는 바와 같이 중요도가 높게 나타나면서 실행도가 떨어지는 중점관리변수를 찾아내어 이러한 부문에 집중하는 것이 영천 향토음식을 관리하는 담당자에게는 현실적인 해결방안이다. 그러므로 각 변수들이 IPA그래프에서 어떠한 의미를 갖게 되는지를 분석해 보는 것이

필요하다. 그렇게 함으로써 영천 향토음식의 대중화 및 관광 상품화에 대한 항목의 강점과 약점을 동시에 파악함으로써 영천향토음식의 대중화와 관광 상품화 방안을 위한 효율적인 전략을 제시 할 수 있을 것이다.

연구과제 2 : 영천 향토음식의 대중화 및 관광 상품화에 대한 IPA 그래프를 작성하고자 한다.

3. 영천향토음식의 품질 속성에 대한 IPA그래프 작성

품질을 구성하는 모든 변수의 실천성을 높이는 것이 이상적이겠지만, 현실적으로는 불가능하다. 그러므로 IPA에서 추구하는 바와 같이 중요도가 높게 나타나면서 실천성이 떨어지는 중점관리변수를 찾아내어 이러한 부문에 집중하는 것이 영천 향토음식을 관리하는 담당자에게는 현실적인 해결방안이다. 그러므로 각 변수들이 IPA그래프에서 어떠한 의미를 갖게 되는지를 분석해보는 것이 필요하다. 영천향토음식의 품질의 강점과 약점을 동시에 파악함으로써 영천 향토음식 품질의 향상을 위한 효율적인 전략을 제시할 수 있을 것이다.

연구과제 3 : 영천 향토음식 품질 속성에 대한 IPA그래프를 작성하고자 한다.

제 2 절 설문지의 설계

1. 설문문항의 추출

향토음식과 관련된 선행연구들을 통하여 향토음식의 품질과 관련된 속성요인을 도출하였다. 선행연구에서 나타난 향토음식 품질 속성들은 대부분의 연구들이 매우 공통성이 크며, 대개 메뉴의 다양성, 음식의 맛, 음식의 양, 음식의 가격, 위생상태, 음식의 간, 온도, 냄새, 재료의 신선도, 등 재료나 조리법 등으로 집약되므로 본 연구에서는 향토음식에 적용되는 품질속성 20문항을 사용하였다. 또한 향토음식에 대한 인지도 및 관광 상품화 방안에 대해 선행연구를 토대로 30문항을 도출하였고, 향토음식에 대한 대중화 및 관광 상품화 방안에 대해 선행연구를 통하여 20문항을 도출하였다.

2. 설문지구성

본 연구에서 사용하는 설문지는 크게 5개 부문으로 구성하였다.

첫째, 향토음식에 대한 대중화 및 관광 상품화에 대한 중요도를 파악하기 위하여 1. 조리법, 2. 조리법의 전수, 3. 표준화, 단순화, 4. 보편화, 대중화, 5. 신세대의 입맛, 6. 전문식당 개설, 7. 음식관련 축제 8. 지정 및 관리, 9. 전문화, 10. 재정적인 지원, 11. 테마 여행 코스의 개발, 12. 기능보유자 발굴, 13. 교육시행, 14. 향토메뉴개발, 15. 가격적정성, 16. 위생상태, 17. 메뉴의 다양화, 18. 홍보강화, 19. 기관연계개발, 20. 브랜드개발 등 20항목에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다.

둘째, 영천향토음식에 대한 음식의 품질속성에 대한 중요성, 실천성을 측정하기 위하여 선행연구의 검토를 통해 추출된 1. 맛(품질), 2. 양, 3. 가격, 4. 위생상태, 5.음식의 간, 6. 온도, 7. 냄새, 8. 신선도, 9. 모양 혹은 장식, 10. 색상, 11. 그릇, 12. 찬의 다양성, 13. 건강성, 14. 전통성, 15. 희

귀성, 16. 조리방법, 17. 요리에 대한 설명, 18. 신속성, 19. 외부구입 찬, 20. 추가제공 여부 등 20문항에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다.

셋째, 향토음식에 대한 인지도 및 관광 상품화에 대한 의지도를 측정하기 위하여 1. 한우숯불고기, 2. 육회, 3. 쇠고기 찌개, 4. 소(머리)수육, 5. 곰탕, 6. 쇠고기전골, 7. 한방소불고기, 8. 고디국, 9. 고디무침, 10. 잉어(붕어)찜, 11. 잉어(붕어)매운탕, 12. 메기(찜)매운탕, 13. 추어탕, 14. 피라미조림, 15. 돔배기구이(찜), 16. 돔배기탕, 17. 상어피편, 18. 마른명태찜, 19. 문어채(숙회), 20. 한방오리백숙, 21. 한방오리불고기, 22. 한방오리탕, 23. 한방닭백숙, 24. 삼송꾼만두, 25. 곰탕국수, 26. 시금장, 27. 집장, 28. 콩잎김치, 29. 곰피나물, 30. 도토리묵(무침) 등 30개의 영천 향토음식에 대해 Likert 5점 척도를 사용하였다.

넷째, 연구 표본의 식행동 특성을 파악하기 위해 향토음식에 대한 의식문항 즉 1. 인식, 2. 좋아하는 이유, 3. 알게 된 경로, 4. 이용횟수가 줄어드는 이유, 5. 미래전망, 6. 차세대 계승, 7. 발전의 중요사항, 8. 대중화 필수 사항, 9. 관광 상품화 방안 고려사항 등 9문항으로 구성하였다.

다섯째, 표본의 인구 통계적 특성을 파악하기 위하여 1. 성별, 2. 연령, 3. 결혼여부, 4. 학력, 5. 직업, 6. 가계수입, 7. 종교, 8. 거주지, 9. 거주연한 등 총 9문항으로 구성하였다. 이상의 내용을 정리하면 <표 3-1>과 같다.

< 표 3 - 1 > 설문지 구성

조사항목	내 용	출 처
1. 향토음식의 대중화 및 관광 상품화에 대한 중요도 및 만족도	1.조리방법개선 2.조리법의 전수 3.표준화, 단순화 4.보편화, 대중화 5.요리법의 변형 6. 전문식당개선, 확산 7.음식관련 축제행사의 개최 8.향토음식점 지정 및 관리 9.전문화 10.재정적인 지원 11.식도락테마여행코스의 개발 12.기능 보유자 발굴 13.교육시행 14.향토메뉴개발 15.메뉴가격 16.위생상태 17.다양화추진 18.홍보강화 19.관련기관과의 연계개발 20.브랜드의 개발	이연정(2007) 이덕원(2006) 하미옥(2005) 권세정(2004) 김상철(2000)
2. 음식 품 질 속성에 대한 중요성 및 실천성	1.맛 2.양 3.가격 4.위생상태 5.음식의간 6.온도 7.냄새(향) 8.신선도 9.모양 혹은 장식 10.색상 11.그릇 12.찬의 다양성 13.건강성 14.전통성 15.희귀성 16.조리방법 17.음식에 대한 설명 18.신속성 19.외부구입찬류의 정도 20.추가제공여부	이연정(2007) 최수근(2006) 서윤정(2004)
3. 향토음식에 대한인지도 및 관광 상품화에 대한 의지도	1.한우숯불구이 2.육회 3.소고기찌개 4.소(머리)수육 5.곰탕 6.쇠고기전골 7.한방소불고기 8.고디국 9.고디무침 10.잉어(붕어)찜 11.잉어(붕어)매운탕 12.메기(찜)매운탕 13.추어탕 14.피라미조림 15.돔배기구이(찜) 16.돔배기탕 17.상어피편 18.마른명태찜 19.문어채(숙회) 20.한방오리백숙 21.한방오리불고기 22.한방오리탕 23.한방닭백숙 24.삼송꾼만두 25.곰탕국수 26.시금장 27.집장 28.콩잎김치 29.곰피나물 30.도토리묵(무침)	영천시농업기술센터(2001) 경북의 전통향토음식(2007)
4. 향토음식에 대한 식 행동 특성	1.인식 2.좋아하는 이유 3.알게 된 경로 4.이용횟수가 줄어드는 이유 5.미래전망 6.차세대전승 견해 7.세계적 음식으로 발전위한 중요사항 8.대중화위한 필수 사항 9.관광 상품화방안 위해 고려 할 사항	민계홍(2008) 박재완외(2008) 하미옥(2005) 이승진(2005)
5. 표본의 인구 통계적 특성	1.성별 2.연령 3.결혼여부 4.학력 5.직업 6.월평균소득 7.종교 8.실제거주지 9.거주연한	

제 3 절 조 사 설 계

1. 표본의 추출

표본추출을 위해 본 연구의 모집단은 영천지역의 16세 이상의 시민으로 하였다. 표본추출은 추출된 표본에서 나온 통계치가 모집단에 존재하고 있는 모수치에 근접하는 대표성을 확보하기 위해 단순무작위추출법에 의한 확률표집으로 이루어졌다. 또한 설문조사방법을 통한 직접 기입법과 면접조사법을 이용하여 조사하였다.

2. 자료수집

연구수행을 위한 1차 자료(primary date)의 수집은 예비조사와 본 조사로 나누어 실시하였다. 먼저 예비조사는 연구 수행 중 필요에 따라 시행하며, 비표준화 된 면접(unstandardized interview)을 이용한 영천 향토음식점 이용객의 관찰 및 인터뷰와 향토음식점 운영자와의 인터뷰를 통해 수행하였다. 수집된 자료는 설문지 작성의 참고 자료로 활용하였다. 예비조사를 통해 도출된 요인과 결과를 바탕으로 설문지를 재조정 하였다. 표본추출방법은 비확률 표본추출방법(non-sampling error method)의 하나인 편의적 표본추출방법(convenience sampling method)을 실시하였으며 조사대상을 선정 후 2008년 12월부터 2009년 2월까지 총 350부의 설문지를 배포하여 회수, 불성실하게 답한 것을 제외한 322부를 분석 자료로 활용하였다.

3. 분석방법

본 연구는 변수의 신뢰성과 타당성 검증을 수행함에 앞서 바람직한 연구결과를 도출하기 위해 변수의 수, 분석의 성격, 척도의 종류 등 표본

의 전반적인 성격을 고려하여 이에 부합되는 통계분석을 사용하였다.

첫째, 표본의 인구통계학적 특성과 이용 행태적 특성, 식 행동 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 영천향토음식에 대한인지도 및 관광 상품화에 대한 의지도를 파악하기 위하여 T-test, One-Way ANOVA 분석을 실시하였다.

셋째, 영천향토음식에 대한 대중화 및 관광 상품화에 대한 중요도와 만족도를 차이를 알아보하고자 IPA(Importance-Performance Analysis)를 실시하였다.

넷째, 영천향토음식 품질속성에 대한 중요성과 실천성에 대한 차이를 알아보하고자 IPA(Importance-Performance Analysis)를 실시하였다.

IV. 조사의 분석 및 해석

제 1 절 표본의 일반적 특성

1. 인구통계학적 특성

각 항목별 관계를 분석하기에 앞서 추출된 표본인 인구통계학적 특성에 따른 구성비는 성별, 연령별, 결혼여부, 학력별, 직업별, 월평균소득, 종교, 거주지, 거주연한 등 9개 항목으로 구성하였으며 분석 자료에 이용된 322부에 대한 응답자의 인구통계학적 특성은 <표 4-1>에 나타난 바와 같다.

성별로는 남자가 97명(30.1%), 여자가 225명(69.9%)으로 여자가 남자보다 많았고, 연령층으로는 40대 이상이 가장 많은 134명(33.5%)이었고, 그 다음으로 20대 이하가 100명(31.1%), 30대가 88명(27.3%)으로 나타났다.

결혼여부로는 기혼이 203명(63%), 미혼이 104명(32.3%), 기타15명(4.7%)으로 나타났다.

학력별로는 대학졸업(대학재학생포함)이 108명(33.5%)으로 가장 많았으며, 고졸이하 98명(30.4%), 전문대학졸업 91명(28.3%), 대학원졸업 25명(7.8%)으로 나타났다.

직업유형별로는 공무원이 88명(27.3%)으로 가장 많았으며, 그 다음은 회사원 47명(14.6%), 전문직 47명(14.6%), 전업주부 59명(18.3%), 학생 32명(9.9%), 자영업 21명(6.5%), 기타 28명(8.7%)으로 나타났다.

월평균소득으로는 200만원이하가 130명(40.4%)으로 가장 많았으며, 300만원이상이 105명(32.6%)이었으며, 100만원이하가 87명(27%)으로 나타났다.

종교로는 불교가 123명(38.2%)으로 가장 많았으며, 무교 110명(34.2%), 기독교 48명(14.9%), 천주교 27명(8.4%), 기타 14명(4.3%)으로 나타났다.

거주지로는 영천시내 199(61.8%), 영천외곽(대구, 경산등) 123명 (38.2%)으로 나타났다. 거주연한별로는 21년 이상이 103명(32%)으로 가장 많았으며, 11~15년 68명(21.1%), 16~20년 62명(19.3%), 5~10년 45명 (14%), 5년 미만 44명(13.7%)으로 나타났다.

< 표 4 - 1 >인구통계학적 특성

변수명	항목	빈도 (%)
성별	남성	97(30.1)
	여성	225(69.9)
	합계	322(100.0)
연령	20대이하	100(31.1)
	30대이하	88(27.3)
	40세이상	134(33.5)
	합계	322(100.0)
결혼여부	미혼	104(32.3)
	기혼	203(63.0)
	기타	15(4.7)
	합계	322(100.0)
학력	고졸이하	98(30.4)
	전문대학졸업	91(28.3)
	대학졸업(대학재학포함)	108(33.5)
	대학원졸업	25(7.8)
	합계	322(100.0)
직업	회사원(서비스직포함)	47(14.6)
	전문직(사무 관리직포함)	47(14.6)
	공무원(교직포함)	88(27.3)
	자영업	21(6.5)
	학생	32(9.9)
	전업주부	59(18.3)
	기타(건설 및 생산직포함)	28(8.7)
	합계	322(100.0)
월평균소득	100만원이하	87(27.0)
	200만원이하	130(40.4)
	300만원이상	105(32.6)
	합계	322(100.0)

종 교	불 교	123(38.2)
	기 독 교	48(14.9)
	천주교(카톨릭)	27(8.4)
	무 교	110(34.2)
	기 타	14(4.3)
	합 계	322(100.0)
거주지	영천시내	199(61.8)
	영천외곽(대구, 경산등)	123(38.2)
	합 계	322(100.0)
거주연한	5년미만	44(13.7)
	5~10년	45(14.0)
	11~15년	68(21.1)
	16~20년	62(19.3)
	21년이상	103(32.0)
	합 계	322(100.0)

2. 표본의 식 행동 특성

표본의 영천향토음식관련 식 행동 특성을 살펴보면 다음과 같다.

향토음식에 대한 인식은 <표 4 - 2>에서 보는 바와 같이 “보통이다”가 153명(47.5%)으로 가장 많았고, 다음으로 “잘 모른다” 91명(28.3%), “잘 안다” 58명(18.0%), “매우 잘 안다” 13명(4.0%)순으로 나타났다.

좋아하는 이유를 묻는 질문에서는 “우리에게 익숙한 맛이므로”가 83명(25.8%)으로 가장 많았으며, “우리 고유의 전통음식이므로” 66명(20.5%), “맛이 좋아서” 64명(19.9%), “건강식이기 때문에” 32명(9.9%), “영양이 풍부하기 때문에” 30명(9.3%), “좋아하지 않는다” 24명(7.5%), “조상의 슬기가 담겨 있기 때문에” 22명(6.8%), “조리방법이 독특” 1명(0.3%)순으로 조사되었다.

알게 된 경로는 “메스컴”이라고 응답한 수가 103명(32.0%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 “친지, 친족” 64명(19.9%), “친정어머니” 42명(13.0%), “할머니” 29명(9.0%), “인터넷” 27명(8.4%), “기타” 23명(7.1%), “시어머니(장모님)” 16명(5.0%), “관련 문헌, 서적” 11명(3.4%), “학원, 학교” 7명(2.2%) 순으로 나타났다.

이용 빈도수가 줄어드는 이유를 묻는 질문에는 “접할 기회의 감소”가 136명(42.2%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 “조리시간 많이 걸림” 63명(19.6%), “관심부재” 45명(14.0%), “기호에 맞지 않음” 36명(11.2%), “조리방법 몰라서” 33명(10.2%), “기타” 9명(2.8%)순으로 조사 되었다.

미래전망을 묻는 질문에는 “보통이다” 148명(46.0%)으로 가장 많았으며, “밝다” 84명(26.1%), “어둡다” 68명(21.1%), “매우 밝다” 21명(6.5%), “매우 어둡다” 1명(0.3%)으로 나타났다.

다음세대 전승 견해를 묻는 질문에는 “보통이다” 128명(39.8%)으로 가장 많았으며, “긍정적” 124명(38.5%), “매우 긍정적” 51명(15.8%), “부정적” 18명(5.6%), “매우 부정적” 1명(0.3%) 순으로 나타났다.

세계적 음식으로 발전하기 위한 가장 중요한 사항을 묻는 질문에서는 “맛” 144명(44.7%)으로 가장 많이 나타났으며, 다음으로 “조리방법” 44명(13.7%), “영양” 44명(13.7%), “위생” 33명(10.2%), “편의성” 26명(8.1%), “가격” 11명(3.4%), “기타” 8명(2.5%), “모양과 색” 7명(2.2%), “저장성” 4명(1.2%), “포장상태” 1명(0.3%)순으로 조사 되었다.

대중화를 위한 가장 필수 사항을 묻는 질문에는 “다양한 음식관련 행사 개최” 81명(25.2%)가 가장 높게 나타났으며, “조리법 단순화” 77명(23.9%), “옛 맛의 재현” 72명(22.4%), “과학적인 우수성 입증” 41명(12.7%), “유아기 때부터 입맛유도” 32명(9.9%), “판매가격의 인하” 19명(5.9%)순으로 나타났다.

관광 상품화 방안 시 고려 할 사항을 묻는 질문에는 “전문점 활성화” 84명(26.1%)으로 가장 많았으며, “현대적 감각의 음식 개발” 65명(20.2%), “홍보강화” 62명(19.3%), “품질개선” 38명(11.8%), “조리방법 표준화” 28명(8.7%), “위생수준 향상” 23명(7.1%), “가격인하” 18명(5.6%), “포장기술의 개발” 3명(0.9%), “기타” 1명(0.3%)순으로 조사 되었다.

< 표 4 - 2 > 표본의 일반 식 행동 특성

변수명	항목	빈도(%)
향토음식에 대한 인식	매우 잘 안다	13(4.0)
	잘 안다	58(18.0)
	보통이다	153(47.5)
	잘 모른다	91(28.3)
	거의 모른다	7(2.2)
좋아하는 이유	좋아하지 않는다	24(7.5)
	맛이 좋아서	64(19.9)
	영양이 풍부하기 때문에	30(9.3)
	우리 고유의 전통음식이므로	66(20.5)
	조상의 슬기가 담겨 있기 때문에	22(6.8)
	우리에게 익숙한 맛이므로	83(25.8)
	조리방법이 독특	1(0.3)
	건강식이기 때문에	32(9.9)
알게 된 경로	메스컴(TV, 라디오, 잡지, 신문 등)	103(32.0)
	인터넷	27(8.4)
	학원, 학교	7(2.2)
	관련 문헌, 서적	11(3.4)
	할머니	29(9.0)
	친정어머니	42(13.0)
	시어머니(장모님)	16(5.0)
	친지, 친족	64(19.9)
기타	23(7.1)	
이용 빈도수가 줄어드는 이유	관심부재	45(14.0)
	접할 기회의 감소	136(42.2)
	기호에 맞지 않음	36(11.2)
	조리방법 몰라서	33(10.2)
	조리시간 많이 걸림	63(19.6)
	기타	9(2.8)
미래전망	매우 밝다	21(6.5)
	밝다	84(26.1)
	보통이다	148(46.0)
	어둡다	68(21.1)
	매우어둡다	1(0.3)

다음 세대 전승 견해	매우긍정적	51(15.8)
	긍정적	124(38.5)
	보통이다	128(39.8)
	부정적	18(5.6)
	매우 부정적	1(0.3)
세계적 음식으로의 중요사항	조리방법	44(13.7)
	맛	144(44.7)
	영양	44(13.7)
	가격	11(3.4)
	포장상태	1(0.3)
	위생	33(10.2)
	저장성	4(1.2)
	편의성	26(8.1)
	모양과 색	7(2.2)
	기타	8(2.5)
대중화를 위한 필수 사항	옛 맛의 재현	72(22.4)
	조리법 단순화	77(23.9)
	판매가격의 인하	19(5.9)
	과학적인 우수성 입증	41(12.7)
	다양한 음식관련 행사 개최	81(25.2)
	유아기 때부터 입맛 유도	32(9.9)
관광 상품화 방안 시 고려 할 사항	홍보강화	62(19.3)
	품질개선	38(11.8)
	전문점 활성화	84(26.1)
	가격인하	18(5.6)
	위생수준 향상	23(7.1)
	조리방법 표준화	28(8.7)
	포장기술의 개발	3(0.9)
	현대적 감각의 음식 개발	65(20.2)
	기타	1(0.3)

제 2 절 연구과제의 분석

1. 향토음식에 대한 인지도와 관광 상품화에 대한 의지도

1) 성별에 따른 향토음식인지도

남녀 성별에 따른 영천향토음식에 대한 인지도에 관한 차이분석(독립 검정 T-테스트)을 실시한 결과 $p < 0.05 \sim p < 0.001$ 의 유의수준에서 “한우숯불구이”, “육회”, “곰탕”, “도토리묵(무침)” 등의 항목에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 차이를 보이는 항목인 “한우숯불구이”(남자 3.72점, 여자 3.37점), “육회”(남자 3.91점, 여자 3.46점), “곰탕”(남자 3.60점, 여자 3.36점)은 남자가 여자보다 향토음식을 더 잘 인지하고 있었으며, “도토리묵(무침)”(남자 3.39점, 여자 3.64점)에서는 여자가 남자보다 향토음식을 더 잘 인지하고 있는 것으로 나타났다.

< 표 4 - 3 > 성별에 따른 향토음식인지도 (Mean±SD)

항 목	남	여	합 계	순위	T	P
육회	3.91±0.90	3.46±0.93	3.60±0.94	1	4.03	0.000
(삼송)쫄면	3.74±1.01	3.52±1.01	3.58±1.02	2	1.84	0.066
도토리묵(무침)	3.39±1.00	3.64±0.91	3.57±0.94	3	-2.15	0.033
한우숯불구이	3.72±0.92	3.37±0.86	3.48±0.89	4	3.22	0.002
추어탕	3.44±0.85	3.42±0.99	3.43±0.95	5	0.22	0.825
곰탕	3.60±0.95	3.36±0.93	3.43±0.94	6	2.03	0.044
소(머리)수육	3.51±0.98	3.36±0.89	3.40±0.92	7	1.31	0.193
고디국	3.35±1.15	3.40±1.07	3.39±1.09	8	-0.41	0.683
한방닭백숙	3.38±0.82	3.39±0.89	3.39±0.87	9	-0.09	0.927
돔배기구이(찜)	3.53±1.09	3.32±1.13	3.38±1.12	10	1.52	0.130
한방오리백숙	3.30±0.86	3.36±0.79	3.34±0.81	11	-0.57	0.567
한방오리불고기	3.27±0.82	3.36±0.83	3.33±0.83	12	-0.91	0.363
콩잎김치	3.05±1.06	3.28±1.03	3.21±1.04	13	-1.81	0.071
한방오리탕	3.13±0.77	3.19±0.88	3.17±0.85	14	-0.51	0.609
소고기찌개	3.22±0.77	3.10±0.81	3.14±0.80	15	1.19	0.239
곰탕국수	3.04±0.97	3.08±0.89	3.07±0.91	16	-0.39	0.697
메기(찜)매운탕	3.01±0.87	3.06±0.84	3.05±0.85	17	-0.50	0.616

쇠고기전골	3.11±0.96	3.03±0.86	3.05±0.88	18	0.81	0.419
뚝배기탕	3.05±1.05	2.99±1.02	3.01±1.03	19	0.52	0.603
잉어(붕어)매운탕	3.00±0.79	3.00±0.88	3.00±0.85	20	0.04	0.966
고디무침	2.97±1.03	3.00±0.98	2.99±1.00	21	-0.22	0.827
잉어(붕어)찜	3.03±1.00	2.94±0.93	2.97±0.95	22	0.81	0.421
한방소불고기	3.00±1.02	2.93±0.91	2.95±0.94	23	0.62	0.535
마른명태찜	2.96±1.03	2.88±0.98	2.91±0.99	24	0.61	0.538
시금장	2.80±1.06	2.90±1.10	2.87±1.09	25	-0.71	0.480
집장	2.76±1.03	2.88±1.13	2.85±1.10	26	-0.91	0.363
문어채(숙회)	2.98±0.99	2.77±0.97	2.85±0.98	27	1.71	0.088
상어피편	2.89±1.14	2.79±1.13	2.82±1.13	28	0.69	0.488
피라미조림	2.56±1.01	2.73±0.97	2.77±0.98	29	1.03	0.305
곰피나물	2.48±0.93	2.70±0.93	2.63±0.93	30	-1.90	0.059

2) 연령에 따른 향토음식인지도

연령에 따른 영천향토음식 인지도를 분석한 결과 <표 4 - 4>와 같이 나타났다. “소고기찌개”, “피라미조림”, “상어피편”, “시금장”, “집장”, “곰피나물” 등의 항목에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 차이가 있는 항목에서는 40대 이상이 “시금장”(3.05점)으로 향토음식인지도가 가장 높게 나타났다. 그다음으로 20대이하(2.74점), 30대이하(2.73점)순으로 나타났다. “집장”항목에서는 40대이상(3.03점)으로 가장 높은 향토음식인지도가 나타났으며, 그 다음으로 30대이하가(2.75점), 20대이하(2.69점)으로 나타났다. “상어피편”항목에서는 40대 이상이(3.01점)으로 가장 높은 향토음식인지를 보였으며, “피라미조림”항목에서는 40대 이상이(3.00점)으로 높은 인지도를 나타냈으며, “곰피나물”항목에서도 40대 이상이(2.81점)으로 가장 높은 향토음식에 대한 인지도가 높은 것으로 나타내고 있다. 대체적으로 40대 이상의 높은 연령일수록 영천향토음식에 대한 인지도가 높은 것으로 나타나고 있다.

< 표 4 - 4 > 연령에 따른 향토음식인지도 (Mean±SD)

항 목	20대이하	30대이하	40대이상	F	P
한우숯불구이	3.53±0.88	3.48±0.91	3.42±0.89	0.41	0665
육회	3.69±0.90	3.64±0.96	3.50±0.96	1.29	0.279
소고기찌개	3.23±0.86 ^a	3.22±0.71 ^a	3.01±0.79 ^b	3.05	0.049*
소(머리)수육	3.29±0.95	3.41±0.93	3.49±0.88	1.30	0.273
곰탕	3.38±1.05	3.34±0.89	3.54±0.87	1.41	0.245
쇠고기전골	2.98±0.93	2.99±0.85	3.15±0.86	1.38	0.254
한방소불고기	2.90±1.00	2.91±0.89	3.04±0.93	0.54	0.583
고디국	3.31±1.15	3.37±1.77	3.46±0.98	0.60	0.552
고디무침	2.89±1.08	2.86±1.06	3.14±0.86	2.80	0.062
잉어(붕어)찜	2.86±1.02	2.97±0.99	2.97±0.95	1.08	0.341
잉어(붕어)매운탕	2.77±0.91	2.92±0.78	3.22±0.81	8.75	0.000
메기(찜)매운탕	2.96±0.92	2.95±0.76	3.17±0.85	2.50	0.083
추어탕	3.31±1.12	3.34±0.87	3.57±0.84	2.61	0.075
피라미조림	2.45±0.98 ^b	2.78±0.90 ^a	3.00±0.97 ^a	9.49	0.000***
돔배기구이(찜)	3.37±1.14	3.21±1.14	3.50±1.08	1.73	0.179
돔배기탕	3.01±1.16	2.87±0.96	3.09±0.96	1.16	0.314
상어피편	2.77±1.19 ^{ab}	2.59±1.04 ^b	3.01±1.13 ^a	3.80	0.023*
마른명태찜	2.97±1.12	2.76±0.80	2.95±0.99	1.31	0.270
문어채(숙회)	2.88±1.08	2.65±0.82	2.95±0.99	2.73	0.067
한방오리백숙	3.40±0.93	3.28±0.77	3.33±0.74	0.49	0.612
한방오리불고기	3.37±0.97	3.28±0.73	3.34±0.78	0.25	0.778
한방오리탕	3.21±1.05	3.19±0.69	3.12±0.77	0.32	0.728
한방닭백숙	3.34±0.99	3.31±0.90	3.48±0.72	1.26	0.285
(삼송)꾸만두	3.75±1.22	3.49±0.92	3.52±0.90	1.98	0.140
곰탕국수	3.07±1.04	2.94±0.82	3.16±0.87	1.46	0.234
시금장	2.74±1.16 ^b	2.73±0.95 ^b	3.05±1.10 ^a	3.23	0.039
집장	2.69±1.15 ^b	2.75±0.96 ^b	3.03±1.12 ^a	3.27	0.039*
콩잎김치	3.15±1.10	3.13±1.05	3.31±0.99	1.12	0.327
곰피나물	2.55±1.09 ^b	2.45±0.87 ^b	2.81±0.81 ^a	4.62	0.010**
도토리묵(무침)	3.56±1.04	3.44±0.97	3.65±0.83	1.38	0.252

*p<0.05 , **p<0.01 , ***p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

3) 학력에 따른 향토음식인지도

학력에 따른 영천향토음식 인지도를 분석(One-Way ANOVA 일원배치 분산분석)한 결과, “한우숯불구이”, “육회”, “소고기찌개”, “고디국”,

“추어탕”, “돔배기구이”, “한방오리백숙”, “한방오리불고기”, “한방오리탕”, “한방닭백숙”, “콩잎김치”, “도토리무침” 등의 항목이 $p < 0.05 \sim p < 0.001$ 의 유의수준에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 차이가 있는 항목에서 “한우숯불구이”, “육회”, “소고기찌개”는 대학(대재포함)졸업이 학력에 따른 향토음식 인지도가 가장 높게 나타났으며, “추어탕”, “한방오리백숙”, “한방오리탕”, “한방닭백숙” 항목에서는 전문대 졸업이 향토음식 인지도가 가장 높게 나타났으며, “고디국”, “돔배기구이(찜)”, “콩잎김치”, “도토리묵(무침)” 항목에서는 고졸이하가 가장 높게 인지하고 있는 것으로 나타났다.

< 표 4 - 5 > 학력에 따른 향토음식인지도 (Mean±SD)

항 목	고졸이하	전문대졸업	대학(대재포함)졸업	대학원이상	F	P
한우숯불구이	3.34±0.87 ^{ab}	3.49±0.87 ^{ab}	3.67±0.83 ^a	3.16±1.11 ^b	3.59	0.014*
육회	3.37±0.92 ^b	3.63±0.94 ^{ab}	3.81±0.88 ^a	3.44±1.08 ^b	4.27	0.006**
소고기찌개	2.98±0.77 ^a	3.15±0.82 ^a	3.24±0.78 ^a	3.24±0.83 ^a	5.18	0.024*
소(머리)수육	3.39±0.94	3.40±0.89	3.44±0.94	3.36±0.86	0.07	0.974
곰탕	3.39±0.98	3.49±0.95	3.49±0.87	3.16±1.03	1.05	0.372
쇠고기전골	3.12±0.86	3.09±0.93	3.03±0.87	2.76±0.83	1.20	0.310
한방소불고기	2.97±0.94	2.93±0.99	2.94±0.97	3.00±0.71	0.05	0.983
고디국	3.64±0.99 ^a	3.42±1.19 ^a	3.24±1.04 ^{ab}	2.92±1.04 ^b	4.15	0.007**
고디무침	3.16±0.96	3.04±1.07	2.84±0.95	2.81±0.94	2.52	0.058
잉어(붕어)찜	3.04±0.87	2.91±0.98	2.91±1.01	3.12±0.88	0.65	0.582
잉어(붕어)매운탕	3.08±0.81	3.12±0.87	2.88±0.82	2.72±1.02	2.57	0.055
메기(찜)매운탕	3.09±0.93	3.18±0.88	2.98±0.91	2.72±0.84	2.32	0.075
추어탕	3.43±0.91 ^a	3.59±0.99 ^a	3.40±0.92 ^a	2.92±0.95 ^b	3.43	0.018*
피라미조림	2.83±0.95	2.80±1.01	2.71±1.02	2.68±0.80	0.33	0.803
돔배기구이(찜)	3.50±1.13 ^a	3.35±1.17 ^a	3.44±1.08 ^a	2.76±0.88 ^b	3.13	0.026*
돔배기탕	3.12±1.02	3.02±1.05	2.98±1.05	2.60±0.76	1.77	0.154
상어피편	2.93±1.18	2.80±1.18	2.76±1.10	2.72±0.89	0.47	0.701
마른명태찜	3.01±1.00	2.85±0.95	2.93±1.07	2.64±0.70	1.09	0.354
문어채(숙회)	2.88±0.93	2.86±1.02	2.89±1.04	2.52±0.65	1.03	0.379
한방오리백숙	3.41±0.85 ^{ab}	3.55±0.73 ^a	3.21±0.80 ^b	2.80±0.71 ^c	7.28	0.000***
한방오리불고기	3.46±0.94 ^a	3.49±0.77 ^a	3.22±0.85 ^a	2.76±0.66 ^b	6.70	0.000***
방오리탕	3.18±0.83 ^a	3.37±0.78 ^a	3.10±0.86 ^a	2.72±0.89 ^b	4.30	0.005**
한방닭백숙	3.40±0.82 ^c	3.66±0.76 ^b	3.30±0.88 ^b	2.76±0.97 ^c	8.31	0.000***
(삼송)꾸만두	3.50±1.04	3.49±0.94	3.64±1.03	3.28±1.14	1.42	0.237
곰탕국수	3.09±0.77	3.11±0.98	3.08±0.99	2.80±0.82	0.81	0.488
시금장	3.03±1.13	2.87±1.08	2.75±1.08	2.76±1.01	1.24	0.297

집장	3.09±1.12 ^a	2.81±1.15 ^{ab}	2.70±1.02 ^{ab}	2.64±1.04 ^b	2.60	0.052 [*]
콩잎김치	3.47±1.02 ^a	3.24±1.11 ^{ab}	3.04±0.97 ^{bc}	2.84±0.99 ^c	4.23	0.006 ^{**}
곰피나물	2.77±0.93	2.52±0.97	2.62±0.94	2.60±0.71	1.15	0.329
도토리묵(무침)	3.77±0.89 ^a	3.68±0.88 ^a	3.43±0.97 ^a	3.00±0.91 ^b	6.03	0.001 ^{****}

*p<0.05, **p<0.01, ****p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

4) 월 소득에 따른 향토음식인지도

월 소득에 따른 영천향토음식 인지도를 분석한 결과 “상어피편”, “콩잎김치”, “도토리묵(무침)” 항목이 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 차이가 있는 항목 중에서 “도토리묵(무침)”항목에서는 100만원이하(3.84점)이 가장 높은 인지도를 나타내고 있으며, 다음으로 200만원이하(3.52점), 300만원이상(3.41점)순으로 나타났다. “콩잎김치”항목에서는 100만원이하가(3.46점)으로 가장 높은 인지도를 나타냈으며, 200만원이하(3.17점), 300만원이상(3.06점)순으로 인지도를 나타내고 있다. “상어피편” 항목에서는 300만원이상이(2.92점)으로 높은 인지도를 나타내었다.

본 연구결과 상어피편 같은 고가음식은 고소득자가 많이 알고 있는 반면에 도토리묵(무침)이나 콩잎김치 같은 저가의 음식은 저소득자가 더 잘 알고 있는 것으로 나타나 대조적이었다.

< 표 4 - 6 > 월 소득에 따른 향토음식인지도 (Mean±SD)

항 목	100만원 이하	200만원 이하	300만원 이상	F	P
한우숯불구이	3.53±0.82	3.45±0.86	3.47±0.98	0.23	0.794
육회	3.56±0.94	3.57±0.86	3.66±1.04	0.33	0.722
소고기찌개	3.09±0.82	3.13±0.83	3.18±0.74	0.30	0.740
소(머리)수육	3.39±0.88	3.34±0.96	3.50±0.89	0.86	0.424
곰탕	3.49±0.97	3.40±0.89	3.43±0.98	0.27	0.768
쇠고기전골	3.01±0.88	2.99±0.88	3.16±0.89	1.20	0.301
한방소불고기	2.86±0.98	2.98±0.93	3.00±0.93	0.68	0.506
고디국	3.62±1.15	3.26±1.08	3.35±1.01	2.97	0.053
고디무침	3.17±1.09	2.87±0.96	2.98±0.94	2.44	0.088
잉어(붕어)찜	2.89±0.99	2.96±1.03	3.04±0.81	0.62	0.541
잉어(붕어)매운탕	2.99±0.88	3.02±0.77	2.97±0.92	0.11	0.894
메기(찜)매운탕	3.08±0.84	3.03±0.85	3.04±0.87	0.96	0.908
추어탕	3.48±1.07	3.43±0.88	3.37±0.93	0.33	0.719

피라미조림	2.59±0.98	2.82±0.97	2.86±0.98	2.15	0.119
돔배기구이(찜)	3.59±1.13	3.22±1.06	3.42±1.16	2.98	0.052
돔배기탕	3.11±1.17	2.94±0.93	3.00±1.02	0.77	0.463
상어피편	2.98±1.33 ^a	2.63±0.97 ^b	2.92±1.12 ^{ab}	3.13	0.045 [*]
마른명태찜	2.95±1.16	2.85±0.88	2.94±0.97	0.41	0.664
문어채(숙회)	2.92±1.08	2.80±0.89	2.85±1.00	0.39	0.679
한방오리백숙	3.33±0.90	3.39±0.72	3.28±0.85	0.59	0.553
한방오리불고기	3.31±0.91	3.40±0.73	3.27±0.88	0.79	0.455
한방오리탕	3.09±0.95	3.24±0.75	3.15±0.87	0.81	0.442
한방닭백숙	3.39±0.91	3.42±0.78	3.34±0.94	0.25	0.780
(삼송)쫄면두	3.801.08	3.53±0.99	3.47±0.98	2.96	0.053
곰탕국수	3.10±0.99	3.01±0.88	3.17±0.91	0.54	0.582
시금장	2.93±1.23	2.78±1.01	2.93±1.07	0.79	0.455
집장	2.93±1.21	2.75±0.96	2.90±1.16	0.82	0.441
콩잎김치	3.46±1.05 ^a	3.17±0.92 ^b	3.06±1.13 ^b	3.80	0.023 [*]
곰피나물	2.68±1.16	2.63±0.82	2.60±0.86	0.17	0.846
도토리묵(무침)	3.84±0.96 ^a	3.52±0.84 ^b	3.41±1.00 ^b	5.47	0.005 ^{**}

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

5) 거주연한에 따른 향토음식인지도

거주연한에 따른 영천향토음식 인지도를 분석(One-Way ANOVA 일원배치 분산분석)한 결과 “육회”, “소고기찌개”, “소(머리)수육”, “곰탕”, “고디국”, “고디무침”, “잉어(붕어)찜”, “잉어(붕어)매운탕”, “메기(찜)매운탕”, “추어탕”, “피라미조림”, “돔배기구이(찜)”, “돔배기탕”, “상어피편”, “마른명태찜”, “삼송쫄면두”, “곰탕국수”, “시금장”, “집장”, “콩잎김치”, “곰피나물”, “도토리묵(무침)”, 항목이 p<0.05~p<0.001의 유의수준에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, “한우숯불구이”, “쇠고기전골”, “한방소불고기”, “문어채(숙회)”, “한방오리백숙”, “한방오리불고기”, “한방닭백숙”은 거주연한별로 차이가 없는 것으로 나타났다.

차이가 있는 항목 중에서 “육회”항목에서는 21년이상(3.84점)이 가장 높은 인지도를 나타내고 있으며, 다음으로 11~15년 (3.54점), 5년이하 (3.50점), 16~20년 (3.45점), 5년이하(3.50점)순으로 나타났다. “고디국”항목에서는 16~20년(3.77점)으로 가장 높은 인지도를 나타내고 있으며, 21년이상(3.66점), 11~15년(3.25점), 5~10년(2.96점), 5년이하 (2.86점)순으로 나타났다. “고디무침”항목에서는 16~20년(3.24점)이 가장 높은 인지도를

나타내고 있으며, 5년이하(3.34점), 21년이상(3.17점), 11~15년(2.97점), 5~10년(2.87점)순으로 인지도를 나타내고 있다. “마른명태찜”항목에서는 16~20년(3.10점)이 가장 높은 인지도를 나타내고 있으며, 다음으로 21년(3.09점), 11~5년(2.90점), 5~10년(2.76점), 5년이하(2.39점)순으로 나타났다.

“소고기찌개”, “소(머리)수육”, “곰탕”, “잉어(붕어)찜”, “잉어(붕어)매운탕”, “메기(찜)매운탕”, “추어탕”, “피라미조림”, “돔배기구이(찜)”, “돔배기탕”, “상어피편”, “삼송꾼만두”, “곰탕국수”, “시금장”, “집장”, “콩잎김치”, “곰피나물”, “도토리묵(무침)” 등 대부분의 항목에서는 21년 이상이 가장 높은 향토음식에 대한 인지도를 보였다. 대체적으로 거주연한이 길수록 향토음식에 대한 인지도가 높게 나타나는 것으로 보아 거주연한과 향토음식 인지도는 밀접한 상관관계가 있음을 보여준다.

< 표 4 - 7 > 거주연한에 따른 향토음식인지도 (Mean±SD)

항 목	5년이하	5~10년	11~15년	16~20년	21년이상	F	P
한우숯불구이	3.43±0.87	3.44±0.81	3.34±0.93	3.31±0.86	3.68±0.90	2.24	0.065
육회	3.50±0.88 ^{ab}	3.42±0.84 ^b	3.54±1.01 ^{ab}	3.45±0.92 ^b	3.84±0.94 ^a	2.63	0.034*
소고기찌개	3.14±0.80 ^a	2.82±0.83 ^b	3.22±0.75 ^a	3.08±0.77 ^{ab}	3.25±0.80 ^a	2.61	0.036*
소(머리)수육	3.07±0.97 ^b	3.04±0.80 ^b	3.37±0.90 ^b	3.34±0.81 ^b	3.77±0.90 ^a	8.00	0.000***
곰탕	3.11±0.99 ^b	3.49±0.84 ^a	3.32±0.92 ^{ab}	3.34±1.02 ^{ab}	3.68±0.87 ^a	3.59	0.007**
쇠고기전골	2.82±0.87	2.93±0.81	3.09±0.93	3.10±0.86	3.16±0.89	1.40	0.233
한방소불고기	2.73±0.95	3.18±0.94	3.09±0.77	2.81±0.97	2.94±1.01	2.02	0.091
고디국	2.86±1.07 ^b	2.96±1.15 ^b	3.25±1.07 ^b	3.77±0.97 ^a	3.66±0.99 ^a	9.02	0.000***
고디무침	3.34±0.81 ^b	2.87±0.97 ^a	2.97±1.04 ^a	3.24±0.92 ^a	3.17±0.98 ^a	7.26	0.000***
잉어(붕어)찜	2.52±0.88 ^c	2.80±1.12 ^{bc}	3.09±0.93 ^{ab}	2.81±0.90 ^{bc}	3.24±0.86 ^c	5.97	0.000***
잉어(붕어)매운탕	2.73±0.82 ^c	3.13±0.81 ^{ab}	2.93±0.85 ^{abc}	2.94±0.81 ^{bc}	3.19±0.86 ^a	3.53	0.008**
메기(찜)매운탕	2.75±0.81 ^c	3.04±0.95 ^{abc}	2.87±0.75 ^{bc}	3.11±0.81 ^{ab}	3.25±0.86 ^a	3.82	0.005**
추어탕	3.14±1.03 ^{ab}	3.44±0.94 ^{ab}	3.25±0.94 ^{ab}	3.58±0.95 ^a	3.56±0.89 ^a	2.62	0.035**
피라미조림	2.27±0.82 ^c	2.64±0.96 ^b	2.73±0.80 ^b	2.61±1.03 ^{bc}	3.16±1.00 ^a	8.05	0.000***
돔배기구이(찜)	2.84±1.01 ^c	3.29±1.20 ^b	3.09±1.05 ^{bc}	3.48±1.08 ^{ab}	3.79±1.05 ^a	7.95	0.000***
돔배기탕	2.48±0.88 ^b	3.09±1.10 ^a	2.87±0.94 ^a	3.05±1.03 ^a	3.26±1.02 ^a	5.19	0.000***
상어피편	2.27±1.02 ^b	2.82±1.07 ^a	2.75±1.15 ^a	2.84±1.06 ^a	3.09±1.16 ^a	4.24	0.002**
마른명태찜	2.39±0.84 ^b	2.76±1.05 ^a	2.90±0.85 ^a	3.10±0.95 ^a	3.09±1.06 ^a	4.96	0.001***
문어채(숙회)	2.66±1.08	2.82±1.03	2.94±0.90	2.80±0.88	2.90±1.02	0.68	0.608
한방오리백숙	3.23±1.01	3.49±0.84	3.28±0.84	3.34±0.68	3.36±0.77	0.70	0.596
한방오리불고기	3.23±1.10	3.31±0.79	3.34±0.82	3.35±0.77	3.37±0.77	0.24	0.914
한방오리탕	3.05±1.03	3.13±0.84	3.19±0.78	3.13±0.86	3.25±0.80	0.55	0.701

한방담백숙	3.14±1.05	3.44±0.89	3.34±0.87	3.41±0.74	3.49±0.83	1.39	0.238
(삼송)쫄면	3.02±1.13 ^c	3.47±1.06 ^b	3.49±0.92 ^b	3.71±0.96 ^{ab}	3.86±0.94 ^a	6.23	0.000 ^{***}
곰탕국수	2.48±0.88 ^b	3.20±1.04 ^a	3.07±0.78 ^a	3.16±0.85 ^a	3.21±0.90 ^b	6.02	0.000 ^{***}
시금장	2.16±0.96 ^c	2.64±1.05 ^b	2.84±0.89 ^{ab}	3.06±1.14 ^a	3.17±1.10 ^a	8.41	0.000 ^{***}
집장	2.32±1.00 ^c	2.60±1.10 ^{bc}	2.75±0.82 ^b	2.85±1.11 ^b	3.24±1.17 ^a	7.09	0.000 ^{***}
콩잎김치	2.68±1.07 ^b	3.09±1.02 ^a	3.25±0.85 ^a	3.27±1.06 ^a	3.42±1.07 ^a	4.37	0.002 ^{**}
곰피나물	2.20±0.88 ^b	2.49±0.92 ^{ab}	2.68±0.68 ^a	2.68±0.84 ^a	2.93±1.09 ^a	3.90	0.004 ^{**}
도토리묵(무침)	3.16±1.10 ^b	3.58±0.87 ^a	3.44±0.94 ^{ab}	3.68±0.88 ^a	3.76±0.94 ^a	3.78	0.015 ^{**}

*p<0.05 ,**p<0.01 ,***p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

6) 성별에 따른 향토음식에 대한 관광 상품화 의지도

<표 4 - 8>에서 나타난 바와 같이 남녀 성별에 따른 영천향토음식에 대한 관광 상품화 의지도에 관한 차이분석(독립검정 T-테스트)을 실시한 결과 p<0.05~p<0.001의 유의수준에서 “육회”, “쇠고기전골”, “콩잎김치” 등의 항목에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 차이를 보이는 항목인 “육회”(남자 4.00점, 여자 3.57점)에서는 남자가 여자보다 높은 관광 상품화 의지도를 나타내고 있으며, 반면에 “쇠고기전골”(남자 3.00점, 여자 3.20점), “콩잎김치”(남자 2.92점, 여자 3.19점)에서는 여자가 남자보다 더 많이 관광 상품화 의지도를 가지고 있는 것으로 나타났다.

전반적으로 관광 상품화 의지도가 가장 높은 항목은 “육회”(3.70점)이었고, 그다음은 “한우숯불구이”(3.69점), “돔배기구이(찜)”(3.50점), “삼송쫄면”(3.47점), “소(머리)수육”(3.45점) 순이었다. 반면에 “곰피나물”(2.76점)이 가장 낮은 관광 상품화 의지도를 보였고 그다음은 “피라미조림”(2.84점), “마른 명태찜”(2.88점), “시금장”(2.94점), “문어채(숙회)”(2.96점)등은 대체로 낮은 관광 상품화 의지도를 보였다.

<표 4 - 8>성별에 따른 향토음식에 대한 관광상품화 의지도 (Mean±SD)

항 목	남	여	합 계	순위	T	P
육 회	4.00±0.82	3.57±0.96	3.70±0.94	1	4.07	0.000 ^{***}
한우숯불구이	3.81±0.89	3.62±0.89	3.69±0.90	2	1.73	0.087
돔배기구이(찜)	3.62±1.01	3.44±1.10	3.50±1.07	3	1.34	0.182
(삼송)쫄면	3.59±1.03	3.42±0.97	3.47±0.99	4	1.42	0.162

소(머리)수육	3.47±0.93	3.44±0.87	3.45±0.89	5	0.32	0.751
한방닭백숙	3.40±0.94	3.46±0.91	3.44±0.92	6	-0.50	0.621
한방오리불고기	3.31±0.99	3.47±0.87	3.42±0.92	7	-1.45	0.149
곰 탕	3.44±0.99	3.40±0.97	3.41±0.98	8	0.29	0.768
한방오리백숙	3.31±1.00	3.39±0.91	3.36±0.94	9	-0.68	0.501
고디국	3.44±0.96	3.27±1.02	3.32±1.00	10	1.45	0.151
추어탕	3.30±0.89	3.31±0.96	3.30±0.94	11	-0.11	0.917
한방오리탕	3.24±0.89	3.32±0.92	3.30±0.91	12	-0.79	0.431
한방소불고기	3.33±0.99	3.28±0.91	3.30±0.93	13	0.40	0.657
도토리묵(무침)	3.21±1.10	3.28±0.97	3.23±0.99	14	-0.61	0.542
돔배기탕	3.34±0.95	3.19±1.05	3.24±1.02	15	1.20	0.233
소고기찌개	3.19±0.79	3.22±0.80	3.21±0.80	16	-0.38	0.712
쇠고기전골	3.00±0.83	3.20±0.84	3.15±0.84	17	-2.06	0.039*
콩잎김치	2.92±0.92	3.19±0.95	3.11±0.95	18	-2.38	0.019*
상어피편	3.20±1.09	3.05±1.08	3.10±1.08	19	1.12	0.258
곰탕국수	3.08±0.96	3.10±0.92	3.09±0.94	20	-0.10	0.921
메기(찜)매운탕	3.04±0.88	3.10±0.88	3.08±0.88	21	-0.57	0.573
고디무침	3.08±0.89	3.04±0.92	3.05±0.91	22	0.42	0.672
잉어(붕어)매운탕	3.03±0.82	3.04±0.86	3.03±0.85	23	-0.05	0.958
잉어(붕어)찜	3.14±0.91	2.97±0.94	3.02±0.93	24	1.52	0.128
집 장	2.90±0.96 ^b	3.01±0.98 ^{ab}	2.98±0.97 ^a	25	-0.98	0.318
문어채(숙회)	3.01±1.07	2.94±0.86	2.96±0.93	26	0.64	0.521
시금장	2.87±0.93 ^b	2.97±1.01 ^{ab}	2.94±0.99 ^a	27	-0.69	0.491
마른명태찜	2.92±0.91	2.87±0.84	2.88±0.86	28	0.49	0.632
피라미조림	2.82±0.99	2.85±0.96	2.84±0.97	29	-0.21	0.837
곰피나물	2.73±0.80	2.77±0.85	2.76±0.83	30	-0.37	0.721

*p<0.05 ,**p<0.01 ,***p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

7) 연령에 따른 향토음식에 대한 관광상품화 의지도

연령에 따른 관광상품화 의지도를 분석한 결과 $p<0.05\sim p0.001$ 의 유의수준에서 “피라미조림”, “상어피편”, “시금장”, “집장” 등의 항목에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타내고 있으며, 차이가 있는 항목 중에서 “상어피편”항목에서는 40대이상(3.27점)이 가장 높은 관광상품화 의지도를 보이고 있으며, 다음으로 30대이하(2.98점), 20대이하(2.96점)순으로 나타났다. “시금장”항목에서는 40대이상(3.12점)으로 가장 높은 관광상품화 의지도를 보였으며, “집장”항목에서는 40대이상(3.12점)으로

가장 높은 관광상품화 의지도를 나타내고 있었으며, “피라미조림”에서도 40대이상(2.99점)으로 가장 높은 관광상품화 의지도를 나타내고 있다. 대체적으로 40대 이상의 연령이 높을수록 관광상품화 의지도가 높은 것으로 나타내고 있다.

< 표 4 - 9 > 연령에 따른 관광상품화 의지도 (Mean±SD)

항 목	20대이하	30대이하	40대이상	F	P
한우숯불구이	3.70±0.94	3.65±0.80	3.69±0.93	0.96	0.909
육회	3.72±0.90	3.81±0.97	3.61±0.95	1.08	0.339
소고기찌개	3.32±0.83	3.25±0.78	3.10±0.78	2.26	0.106
소(머리)수육	3.43±0.88	3.35±0.80	3.53±0.95	1.10	0.335
곰탕	3.46±0.96	3.36±0.90	3.42±1.04	0.23	0.794
쇠고기전골	3.24±0.82	3.09±0.83	3.11±0.87	0.92	0.400
한방소불고기	3.32±0.94	3.31±0.85	3.28±0.98	0.07	0.934
고디국	3.23±0.94	3.18±1.01	3.48±1.03	2.92	0.056
고디무침	3.03±0.89	2.95±0.98	3.13±0.87	0.99	0.373
잉어(붕어)찜	2.96±0.93	2.95±0.93	3.12±0.93	1.19	0.306
잉어(붕어)매운탕	2.90±0.90	3.01±0.70	3.15±0.88	2.54	0.080
메기(찜)매운탕	2.96±0.94	3.03±0.73	3.21±0.90	2.53	0.081
추어탕	3.22±1.04	3.19±0.88	3.45±0.89	2.59	0.076
피라미조림	2.69±0.97 ^b	2.78±0.89 ^{ab}	2.99±0.99 ^a	3.07	0.048*
돔배기구이(찜)	3.66±1.09	3.33±1.07	3.49±1.05	2.26	0.106
돔배기탕	3.39±1.18	3.14±0.90	3.19±0.97	1.71	0.182
상어피편	2.96±1.13 ^b	2.98±0.96 ^{ab}	3.27±1.10 ^a	3.07	0.048*
마른명태찜	2.89±0.97	2.88±0.83	2.88±0.80	0.01	0.993
문어채(숙회)	2.95±1.10	2.99±0.85	2.95±0.84	0.06	0.943
한방오리백숙	3.39±1.08	3.33±0.83	3.37±0.91	0.09	0.908
한방오리불고기	3.45±0.98	3.32±0.86	3.47±0.92	0.79	0.456
한방오리탕	3.36±1.03	3.25±0.83	3.28±0.87	0.37	0.693
한방닭백숙	3.40±0.97	3.36±0.82	3.52±0.94	0.93	0.393
(삼송)꾸만두	3.63±1.07	3.32±1.01	3.45±0.90	2.40	0.093
곰탕국수	3.10±1.05	3.06±0.86	3.10±0.90	0.77	0.926
시금장	2.73±1.01 ^b	2.91±0.85 ^{ab}	3.12±1.02 ^a	4.81	0.009**
집장	2.79±1.00 ^b	2.98±0.83 ^{ab}	3.12±1.03 ^a	3.32	0.037*
콩잎김치	2.96±0.96	3.06±0.84	3.25±0.99	2.80	0.062
곰피나물	2.76±0.90	2.67±0.75	2.81±0.82	0.79	0.456
도토리묵(무침)	3.32±1.01	3.20±0.96	3.24±1.00	0.33	0.718

*p<0.05 ,**p<0.01 ,***p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

8) 학력에 따른 향토음식에 대한 관광 상품화 의지도

학력에 따른 관광 상품화 의지도를 분석한 결과 (일원배치분산분석 One-Way ANOVA) $p < 0.05 \sim p < 0.001$ 의 유의수준에서 “육회”, “추어탕”, “돔배기탕”, “한방오리백숙”, “한방오리불고기”, “한방오리탕”, “한방닭백숙”, “삼송꾼만두”, “곰탕국수”, “시금장”, “집장”, “콩잎김치”, “도토리묵(무침)” 등의 항목에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

차이가 있는 항목 중에서 “육회”항목에서는 대학(대재포함)졸업에서 (3.87점) 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 전문대졸업(3.75점), 대학원이상과 고졸이하(3.52점)가 같은 점수로 나타났다. “추어탕”항목에서는 전문대졸업(3.53점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 고졸이하(3.35점), 대학(대재포함)졸업(3.13점), 대학원이상(3.12점)순으로 나타났다.

“돔배기탕” 항목에서는 고졸이하(3.39점)가 가장 높은 관광 상품화의 지도가 나타났으며, 대학(대재포함)졸업(3.30점), 전문대졸업(3.14점), 대학원이상(3.72점)으로 나타났다. “한방오리백숙”항목에서는 전문대졸업(3.60점)에서 가장 높은 관광 상품화의 지도가 나타났으며, 다음으로 고졸(3.51점), 대학(대재포함)졸업(3.18점), 대학원이상(2.72점)으로 나타났다. “한방오리불고기”항목에서는 전문대졸업(3.65점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 고졸이하(3.52점), 대학(대재포함)졸업(3.22점), 대학원이상(3.08점)순으로 나타났다. “한방오리탕”항목에서는 전문대졸업(3.45점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 고졸이하(3.42점), 대학(대재포함)졸업(3.11점), 대학원이상(3.08점)순으로 나타났다. “한방닭백숙”항목에서는 전문대졸업(3.69점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 고졸이하(3.54점), 대학(대재포함)졸업(3.26점), 대학원이상(2.92점)순으로 관광 상품화 의지도가 나타났다. “삼송꾼만두”항목에서는 전문대졸업(3.60점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 대학(대재포함)졸업, 고졸이하, 대학원이상 순으로 나타났다.

“곰탕국수”항목에서는 전문대졸업(3.29점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 고졸이하, 대학(대재포함)졸업, 대학원이상 순으로 나타났다. “시금장”항목에서는 고졸이하(3.13점)가 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 전문대졸업, 대학(대재포함)졸업, 대학원이상 순으로 나타났다. “집장”항목에서는 고졸이하(3.20점)가 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 전문대졸업, 대학(대재포함)졸업, 대학원이상 순으로 나타났다. “콩잎김치”항목에서는 고졸이하(3.38점)가 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 전문대졸업, 대학(대재포함), 대학원이상 순으로 나타났다. “도토리묵(무침)항목에서는 고졸이하(3.42점)가 가장 높은 관광 상품화 의지도가 나타났으며, 전문대졸업, 대학원이상, 대학(대재포함)졸업 순으로 관광 상품화 의지도가 나타났다. 대체적으로 전문대졸업 에서 “추어탕”, “한방오리백숙”, “한방오리불고기”, “한방오리탕”, “삼송꾼만두”, “곰탕국수”에서 관광 상품화 의지도가 높게 나타났다.

전체적으로 “한방오리백숙, 한방오리불고기, 한방오리탕, 한방닭백숙” 등 한방음식은 전문대졸이 가장 높은 관광 상품화 의지도를 보였고, “시금장, 집장, 콩잎김치, 도토리묵”등 전통음식은 고졸이하의 저학력자가 높은 관광 상품화 의지도를 보였다.

< 표 4- 10 >학력에 따른 관광 상품화 의지도 (Mean±SD)

항 목	고졸이하	전문대졸업	대학(대재포 함졸업	대학원이상	F	P
한우숯불구이	3.54±0.90	3.73±0.90	3.79±0.89	3.64±0.91	1.40	0.243
육회	3.52±0.90 ^b	3.75±1.00 ^a	3.87±0.90 ^a	3.52±0.96 ^b	2.81	0.040*
소고기찌개	3.27±0.74	3.25±0.88	3.13±0.79	3.20±0.76	0.61	0.609
소(머리)수육	3.40±0.82	3.60±0.93	3.39±0.93	3.36±0.81	1.29	0.279
곰탕	3.42±0.86	3.51±1.10	3.34±0.99	3.40±0.87	0.46	0.709
쇠고기전골	3.27±0.81	3.20±0.97	3.04±0.78	2.96±0.68	1.79	0.149
한방소불고기	3.29±1.03	3.44±0.97	3.25±0.86	3.04±0.61	1.45	0.227
고디국	3.49±1.04	3.37±1.10	3.19±0.92	3.30±0.71	2.46	0.063
고디무침	3.22±0.96	3.07±0.99	2.94±0.85	2.80±0.50	2.45	0.063
잉어(붕어)찜	3.11±1.03	2.97±0.96	2.99±0.87	3.04±0.61	0.45	0.715
잉어(붕어)매운탕	3.04±0.80	3.10±0.94	2.97±0.85	3.04±0.68	0.37	0.775
메기(찜)매운탕	3.13±0.79	3.23±0.93	2.97±0.93	2.84±0.62	2.21	0.087

추어탕	3.35±0.86 ^{ab}	3.53±0.99 ^a	3.13±0.94 ^b	3.12±0.93 ^b	3.40	0.018 ^{***}
피라미조림	2.91±0.99	2.77±1.01	2.90±0.98	2.60±0.50	0.97	0.406
뚝배기구이(찜)	3.51±1.04	3.48±1.14	3.58±1.05	3.12±1.01	1.28	0.282
뚝배기탕	3.39±0.97 ^a	3.14±1.04 ^b	3.30±1.09 ^a	2.72±0.68 ^b	3.28	0.021 ^{***}
상어피편	3.24±1.07	3.03±1.09	3.06±1.13	2.88±0.88	1.11	0.347
마른명태찜	3.01±0.84	2.80±0.86	2.92±0.92	2.52±0.51	2.56	0.055 ^{***}
문어채(숙회)	2.97±0.92	2.97±0.87	3.03±1.04	2.60±0.50	1.46	0.226
한방오리백숙	3.51±0.83 ^{ab}	3.60±0.95 ^a	3.18±1.01 ^b	2.72±0.46 ^c	8.68	0.000 ^{***}
한방오리불고기	3.52±0.82 ^{ab}	3.65±0.96 ^a	3.22±0.98 ^{bc}	3.08±0.64 ^c	5.24	0.002 ^{***}
한방오리탕	3.42±0.86 ^{ab}	3.45±0.95 ^a	3.11±0.96 ^{ab}	3.08±0.57 ^b	3.48	0.016 [*]
한방닭백숙	3.54±0.88 ^{bc}	3.69±0.90 ^a	3.26±0.95 ^b	2.92±0.64 ^c	7.12	0.000 ^{***}
(삼송)꾸만두	3.44±0.93 ^{ab}	3.60±0.93 ^a	3.51±1.05 ^{ab}	2.92±1.04 ^b	3.30	0.021 [*]
곰탕국수	3.12±0.76 ^{ab}	3.29±0.99 ^a	3.01±0.99 ^b	2.60±0.91 ^b	4.04	0.008 ^{**}
시금장	3.13±0.98 ^a	3.00±1.00 ^{ab}	2.80±1.01 ^{ab}	2.64±0.70 ^b	2.94	0.033 [*]
집장	3.20±0.96 ^a	2.98±0.99 ^{ab}	2.84±0.98 ^{ab}	2.68±0.80 ^b	3.30	0.021 [*]
콩잎김치	3.38±0.95 ^a	3.23±0.94 ^a	2.81±0.90 ^b	2.88±0.78 ^b	7.76	0.000 ^{***}
곰피나물	2.91±0.83	2.74±0.85	2.69±0.85	2.52±0.51	2.06	0.106
도토리묵(무침)	3.42±0.93 ^a	3.40±1.02 ^a	3.03±1.00 ^a	3.12±0.93 ^a	3.63	0.013 ^{**}

*p<0.05 ,**p<0.01 ,***p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

9) 월 소득에 따른 향토음식에 대한 관광상품화 의지도

월소득에 따른 관광상품화 의지도 차이를 분석한 결과 <표 4 - 9>와 같다. “소고기찌개”, “뚝배기탕”, “(삼송)꾸만두” 등의 항목에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, 차이가 있는 항목 중에서 “삼송꾸만두” 항목에서는 100만원이하(3.68점)으로 가장 높은 관광상품화 의지도를 나타내고 있으며, 다음으로 200만원이하(3.45점), 300만원이상(3.32점)으로 나타났다. “뚝배기탕”항목에서는 100만원이하(3.47점)으로 가장 높은 관광상품화 의지도를 보였으며, “소고기찌개”에서는 200만원이하(3.45점)으로 가장 높은 관광상품화 의지도가 나타났으며, 다음으로 100만원이하(3.11점), 300만원이상(3.00점)순으로 나타났다.

<표 4- 11> 월 소득에 따른 향토음식에 대한 관광상품화 의지도 (Mean±SD)

항 목	100만원 이하	200만원 이하	300만원 이하	F	P
한우숯불구이	3.61±1.04	3.80±0.83	3.60±0.84	1.86	0.157
육회	3.59±1.01	3.77±0.85	3.72±0.99	0.95	0.388
소고기찌개	3.11±0.81 ^b	3.45±0.82 ^a	3.00±0.68 ^b	10.58	0.000 ^{***}
소(머리)수육	3.44±0.95	3.48±0.80	3.42±0.95	0.17	0.843
곰탕	3.40±1.03	3.45±0.97	3.39±0.96	0.14	0.870
쇠고기전골	3.18±0.92	3.24±0.80	3.00±0.82	2.47	0.086
한방소불고기	3.30±1.08	3.42±0.83	3.15±0.90	2.34	0.098
고디국	3.38±1.14	3.32±0.95	3.27±0.95	0.30	0.742
고디무침	3.10±1.10	3.12±0.88	2.92±0.76	1.50	0.224
잉어(붕어)찜	3.07±1.09	3.00±0.87	3.02±0.87	0.15	0.865
잉어(붕어)매운탕	2.95±0.86	3.07±0.85	3.06±0.84	0.34	0.585
메기(찜)매운탕	3.03±0.91	3.17±0.89	3.02±0.83	1.04	0.354
추어탕	3.29±1.01	3.38±0.91	3.23±0.92	0.82	0.440
피라미조림	2.90±1.06	2.72±0.88	2.95±0.97	1.96	0.143
돔배기구이(찜)	3.68±1.13	3.40±1.03	3.47±1.06	1.83	0.162
돔배기탕	3.47±1.14 ^a	3.12±1.01 ^b	3.19±0.91 ^b	3.36	0.036 [*]
상어피편	3.17±1.11	2.95±1.05	3.20±1.09	1.84	0.161
마른명태찜	2.94±1.03	2.82±0.82	2.91±0.75	0.68	0.508
문어채(숙회)	3.02±1.06	2.89±0.90	2.99±0.85	0.60	0.549
한방오리백숙	3.37±0.92	3.44±0.97	3.27±0.92	0.97	0.381
한방오리불고기	3.32±0.90	3.54±0.93	3.36±0.92	1.78	0.170
한방오리탕	3.30±0.94	3.35±0.91	3.25±0.90	0.35	0.708
한방닭백숙	3.40±0.91	3.53±0.90	3.36±0.95	1.09	0.339
(삼송)꿩만두	3.68±0.96 ^a	3.45±0.97 ^{ab}	3.32±1.01 ^b	3.15	0.044 [*]
곰탕국수	3.10±0.93	3.10±0.95	3.07±0.93	0.05	0.952
시금장	2.90±1.02	2.96±0.97	2.97±0.99	0.14	0.872
집장	2.99±1.01	2.99±0.93	2.95±1.01	0.06	0.946
콩잎김치	3.18±0.97	3.10±0.93	3.05±0.95	0.49	0.611
곰피나물	2.86±0.94	2.75±0.81	2.68±0.75	1.20	0.303
도토리묵(무침)	3.33±1.01	3.28±1.00	3.17±0.97	0.67	0.511

*p<0.05 ,**p<0.01 ,***p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

10) 거주연한에 따른 관광 상품화 의지도

거주연한에 따른 관광 상품화 의지도 차이를 분석한 결과 “한우숯불구이”, “소(머리)수육”, “곰탕”, “한방소불고기”, “고디국”, “잉어(붕어)찜”, “잉어(붕어)매운탕”, “추어탕”, “피라미조림”, “돔배기구이(찜)”, “돔배기탕”, “상어피편”, “문어채(숙회)”, “한방오리불고기”, “시금장”, “집장”, “콩잎김치”, “곰피나물”, “도토리묵(무침)”, 항목이 $p < 0.05 \sim p < 0.001$ 의 유의수준에서 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났으며, “육회”, “소고기찌개”, “최고기전골”, “고디무침”, “메기(찜)매운탕”, “한방오리백숙”, “한방오리탕”, “한방닭백숙”, “삼송꾼만두”, “곰탕국수”는 거주연한별로 차이가 없는 것으로 나타났다.

차이가 있는 항목 중에서 “한우숯불구이”항목에서는 5~10년(3.84점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도를 보이고 있으며, 다음으로 21년이상(3.81점), 11~15년(3.74점), 5년미만(3.60점)순으로 나타났다. “한방소불고기”항목에서는 5~10년(3.71점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도를 보였으며, 다음으로 5년미만(3.32점), 11~15년(3.29점), 21년이상(3.27점), 16~20년(3.03점)순으로 나타났다. “잉어(붕어)매운탕”항목에서는 11~15년(3.16점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도를 보였으며, 21년이상(3.12점), 5~10년(3.11점), 5년미만(2.75점)순으로 나타났다. “문어채”항목에서는 5~10년(3.16점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도를 보였으며, 21년이상(3.02점), 11~15년(3.01점), 16~20년(2.81점), 5년미만(2.57점)순으로 나타났다. “한방오리불고기”항목에서는 5~10년(3.78점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도를 보였으며, 11~15년(3.56점), 5년미만(3.43점), 21년이상(3.28점), 16~20년(3.24점)순으로 나타났다. “도토리묵(무침)”항목에서는 5년미(3.46점)이 가장 높은 관광 상품화 의지도를 보였으며, 21년이상(3.42점), 11~15년(3.38점), 5~10년(3.27점), 16~20년(3.00점)순으로 나타났다.

전반적으로 “소(머리)수육, 곰탕, 고디국, 잉어(붕어)찜, 추어탕, 피라미조림, 돔배기구이(찜), 돔배기탕, 상어피편, 시금장, 집장, 콩잎김치, 곰피나물” 등이 대부분 영천 향토음식에 대해 21년 이상이 가장 높은 관광 상품화 의지도를 보였다. 대체적으로 거주연한이 길수록 향토음식의 관

광 상품화 의지도가 높게 나타나 오랜 고향에서의 생활이 음식에 대한 관심과 사랑이 더욱 높아져 관광 상품화 의지도가 높은 것을 알 수 있다.

< 표 4- 12 > 거주연한에 따른 관광 상품화 의지도 (Mean±SD)

항 목	5년미만	5~10년	11~15년	16~20년	21년이상	F	P
한우숯불구이	3.60±0.92 ^{ab}	3.84±0.88 ^a	3.74±0.73 ^b	3.35±0.94 ^b	3.81±0.93 ^a	3.27	0.012 ^{**}
육회	3.45±0.85	3.73±0.96	3.59±0.83	3.64±0.93	3.90±1.02	2.04	0.089
소고기찌개	3.09±0.80	3.11±0.86	3.29±0.75	3.08±0.71	3.33±0.83	1.62	0.170
소(머리)수육	3.23±0.74 ^b	3.31±0.87 ^b	3.47±0.92 ^{ab}	3.24±0.88 ^b	3.72±0.88 ^a	4.32	0.002 ^{***}
곰탕	3.27±1.00 ^{ab}	3.40±1.07 ^{ab}	3.40±0.88 ^{ab}	3.18±1.00 ^b	3.65±0.94 ^a	2.79	0.030 [*]
쇠고기전골	3.02±0.82	3.04±0.88	3.26±0.78	3.11±0.83	3.18±0.88	0.81	0.519
한방소불고기	3.32±0.88 ^b	3.71±0.92 ^a	3.29±0.90 ^b	3.03±0.90 ^b	3.27±0.94 ^b	3.63	0.007 ^{**}
고디국	3.02±0.93 ^c	3.04±1.00 ^c	3.15±0.93 ^{bc}	3.48±0.92 ^{ab}	3.58±1.06 ^a	4.69	0.001 ^{***}
고디무침	2.98±0.93	2.96±0.90	2.84±0.78	3.19±0.85	3.17±0.99	2.01	0.093
잉어(붕어)찜	2.75±0.87 ^b	2.96±0.93 ^{ab}	2.93±0.89 ^{ab}	2.98±0.95 ^{ab}	3.26±0.94 ^a	2.99	0.019 [*]
잉어(붕어)매운탕	2.75±0.92	3.11±1.05	3.16±0.75	2.90±0.74	3.12±0.82	2.37	0.053 [*]
메기(찜)매운탕	2.80±0.95	3.27±0.99	3.12±0.80	3.08±0.80	3.11±0.87	1.74	0.141
추어탕	2.89±1.04 ^b	3.29±0.87 ^a	3.35±0.82 ^a	3.27±0.96 ^a	3.49±0.95 ^a	3.27	0.012 ^{**}
피라미조림	2.45±0.79 ^b	2.78±1.00 ^{ab}	2.87±0.90 ^a	2.77±1.01 ^{ab}	3.06±1.00 ^a	3.30	0.011 ^{**}
돔배기구이(찜)	3.11±0.99 ^c	3.38±1.05 ^{bc}	3.22±1.02 ^c	3.6±21.01 ^{ab}	3.821±0.9 ^a	5.49	0.000 ^{***}
돔배기탕	2.89±0.97 ^c	3.09±1.12 ^{bc}	3.03±0.86 ^{bc}	3.39±1.01 ^{ab}	3.50±1.04 ^a	4.38	0.002 ^{***}
상어피편	2.75±0.99	2.91±1.12	3.22±1.09	3.08±1.08	3.24±1.07	2.19	0.070 ^{**}
마른명태찜	2.52±0.73 ^b	2.84±0.85 ^{ab}	2.99±0.82 ^a	2.83±0.77 ^{ab}	3.01±0.95 ^a	2.86	0.024
문어채(숙회)	2.057±0.87 ^b	3.16±0.85 ^a	3.01±0.84 ^a	2.81±0.76 ^{ab}	3.02±1.06 ^a	3.70	0.006 ^{**}
한방오리백숙	3.41±1.06	3.60±1.01	3.43±0.85	3.18±0.88	3.31±0.94	1.51	0.200
한방오리불고기	3.43±1.00 ^{ab}	3.78±0.90 ^a	3.56±0.84 ^{ab}	3.24±0.88 ^b	3.28±0.93 ^b	3.33	0.011 ^{**}
한방오리탕	3.36±1.01	3.42±0.94	3.38±0.77	3.19±0.96	3.22±0.92	0.78	0.536
한방닭백숙	3.32±1.03	3.62±0.91	3.49±0.89	3.37±0.94	3.42±0.94	0.77	0.548
(삼송)꾼만두	3.20±1.02	3.40±0.89	3.32±0.91	3.60±1.05	3.63±1.01	2.19	0.070
곰탕국수	2.86±1.03	3.20±1.01	3.13±0.83	2.98±0.84	3.17±0.97	1.25	0.289
시금장	2.41±0.79 ^c	2.73±1.03 ^{bc}	3.01±0.78 ^{ab}	2.97±0.99 ^{ab}	3.20±1.07 ^a	5.97	0.000 ^{***}
집장	2.61±0.95 ^b	2.84±0.98 ^b	2.96±0.74 ^{ab}	2.92±0.91 ^{ab}	3.24±1.10 ^a	3.84	0.005 ^{**}
콩잎김치	2.57±0.90 ^b	3.04±0.77 ^a	3.12±0.74 ^a	3.13±1.00 ^a	3.34±1.04 ^a	5.45	0.000 ^{***}
곰피나물	2.39±0.72 ^b	2.82±0.83 ^a	2.79±0.64 ^a	2.65±0.77 ^{ab}	2.93±0.96 ^a	3.86	0.004 ^{***}
도토리묵(무침)	3.46±1.10 ^{ab}	3.27±1.07 ^{ab}	3.38±0.83 ^{ab}	3.00±0.91 ^b	3.42±1.02 ^a	2.54	0.040 [*]

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001, a>b>c : Duncan's multiple range test 결과

2. 향토음식의 품질속성에 대한 중요도와 실천성

1) 향토음식의 품질속성에 대한 중요도와 실천성의 대응표본 차이 분석

향토음식의 품질 속성에 대한 중요도와 실천성의 분석을 실행하기 위하여 속성별 중요도와 실천성의 평균값에 대하여 대응표본 t-test를 실시하였다. 중요도와 실천성 항목에 있어서 대응표본 t-test를 실시한 결과는 <표 4 - 9>와 같다.

중요도에 관한 평균 순위에서는 “맛”(4.32), “위생”(4.31), “신선도”(4.29), “음식의 간”(4.03), “조미료 사용여부”(4.01), “냄새”(3.80) 등을 특히 중요하게 생각하였고, “추가제공”(3.34), “외부구입 찬”(3.34), “색상”(3.42), “신속성”(3.44), “음식에 대한 설명”(3.45)은 상대적으로 중요성 인식에 있어서 낮은 순위가 나타났다.

또한 영천 향토음식의 실천성(만족도)평균을 살펴보면 “맛”(3.42), “음식의 간”(3.28), “양”(3.25), “위생”(3.25), “신선도”(3.24), “냄새”(3.21)에 대해 만족하는 것으로 나타났다. 그러나 중요도 평균에서와 같이 “조미료 사용여부”(2.80), “음식에 대한 설명”(2.84), “희귀성”(2.94), “외부구입 찬”(2.97), “모양, 장식”(2.98)은 5점 리커트 척도의 2.5점은 넘었지만 상대적으로 만족하는 순위가 가장 낮음을 알 수 있다.

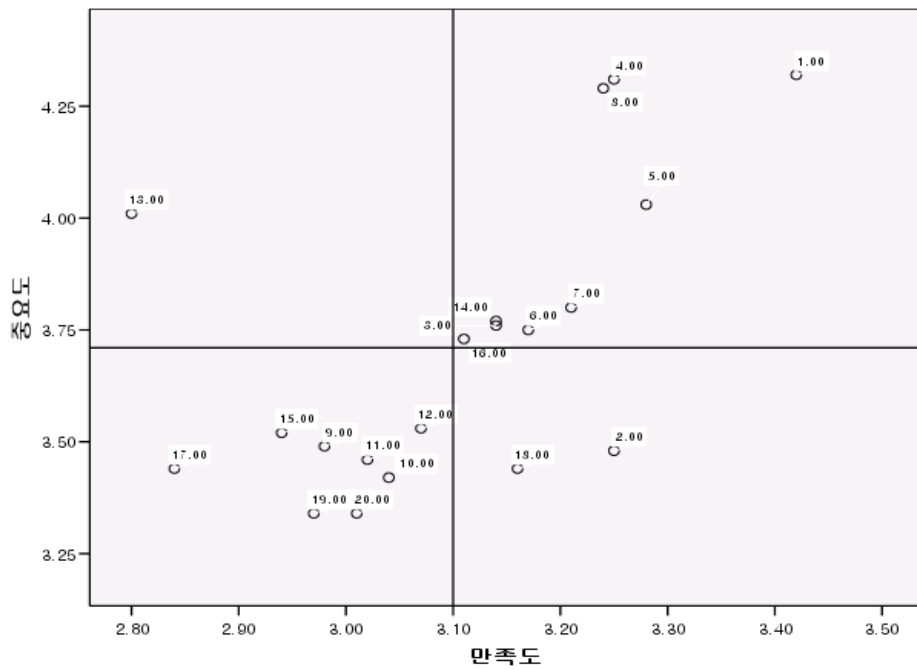
<표 4-13> 향토음식의 품질 속성에 대한 중요도와 실천성 (Mean±SD)

항목	중요도		실천성(만족도)		t값	P값
	평균	순위	평균	순위		
맛	4.32±0.16	1	3.42±0.45	1	5.28	0.834
위생	4.31±0.83	2	3.25±0.97	4	15.08	0.878
신선도	4.29±0.85	3	3.24±0.92	5	15.17	0.763
음식의 간	4.03±0.80	4	3.28±0.88	2	12.29	0.014
조미료사용여부	4.01±1.12	5	2.80±0.98	20	13.99	0.136
냄새	3.80±0.81	6	3.21±0.80	6	10.06	0.015
전통성	3.77±0.92	7	3.14±0.83	9	9.75	0.040
가격	3.76±0.84	8	3.14±0.78	10	9.90	0.774
온도	3.75±0.81	9	3.17±0.79	7	9.65	0.082
조리방법	3.73±0.85	10	3.11±0.81	11	10.53	0.001

다양성	3.53±0.88	11	3.07±0.85	12	7.60	0.001
희귀성	3.52±0.93	12	2.94±1.01	18	7.34	0.510
모양, 장식	3.49±0.90	13	2.98±0.79	16	8.78	0.000
양	3.48±0.81	14	3.25±0.67	3	3.98	0.523
그릇	3.46±0.87	15	3.02±0.83	14	6.90	0.102
음식에 대한설명	3.45±0.90	16	2.84±0.88	19	9.42	0.004
신속성	3.44±0.90	17	3.16±0.82	8	4.70	0.000
색상	3.42±0.88	18	3.04±0.76	13	6.49	0.004
외부구입찬	3.34±0.89	19	2.97±0.77	17	6.32	0.000
추가제공	3.34±0.84	20	3.01±0.75	15	5.96	0.000
합계	3.71±0.84		3.10±0.82			

2) 향토음식의 품질 속성에 대한 중요도 - 실천성의 IPA분석

영천향토음식의 품질속성에 대한 중요도-만족도에 대한 대응표본 t-test를 실시한 결과를 IPA그래프로 나타내면 <그림 4 - 1>과 같다.

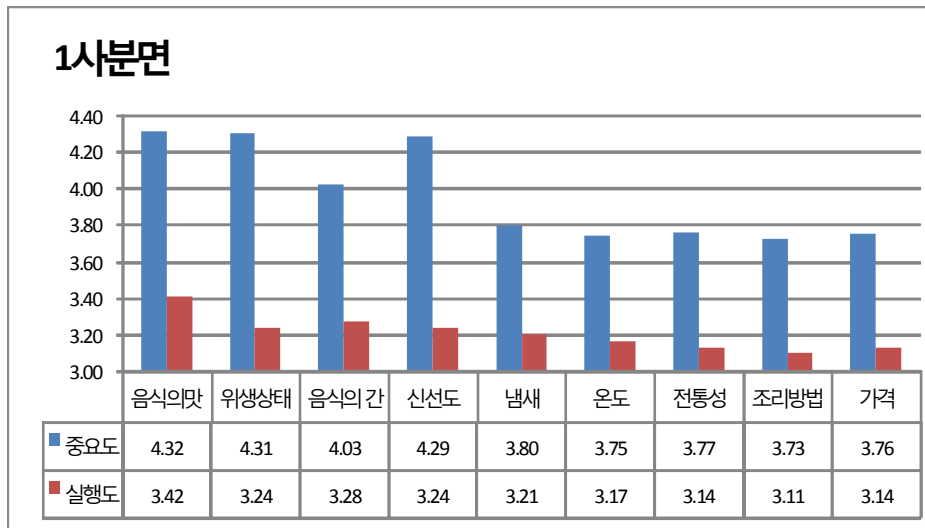


주: 1. 맛, 2. 양, 3. 가격, 4. 위생상태, 5. 음식의 간, 6. 온도, 7. 냄새, 8. 신선도, 9. 모양 또는 장식, 10. 색상, 11. 그릇, 12. 다양성, 13. 화학조미료의 사용여부, 14. 전통성, 15. 희귀성, 16. 조리방법, 17. 음식에 대한 설명, 18. 신속성, 19. 외부구입 찬, 20. 추가제공 여부 및 정도

<그림 4 - 1>향토음식의 품질속성에 대한 중요도-실천성 분석결과

1. 제 1 사분면(좋은 성과 계속 유지)

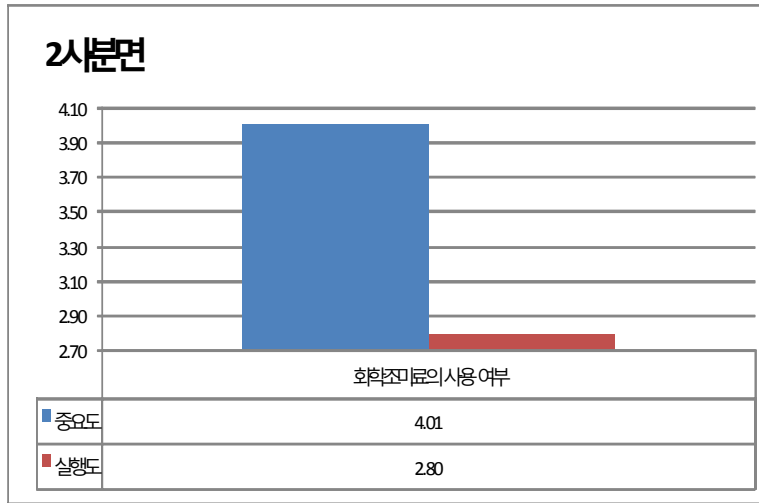
영천 향토음식의 품질속성에 대한 중요도와 실행도(만족도)가 전체 평균보다 높게 나타난 결과이다. <그림 4 - 2> 제 1 사분면에 해당하는 항목으로는 “맛”, “위생상태”, “음식의 간”, “신선도”, “냄새”, “온도”, “전통성”, “조리방법”, “가격”이 있으며, 중요도와 함께 실행도(만족도)에서도 높게 기각하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 이 변수들은 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도 지속적으로 유지시켜 주어야 한다.



<그림 4 - 2> 기존의 좋은 성과 계속유지(1사분면)

2. 제 2 사분면(여기에 집중)

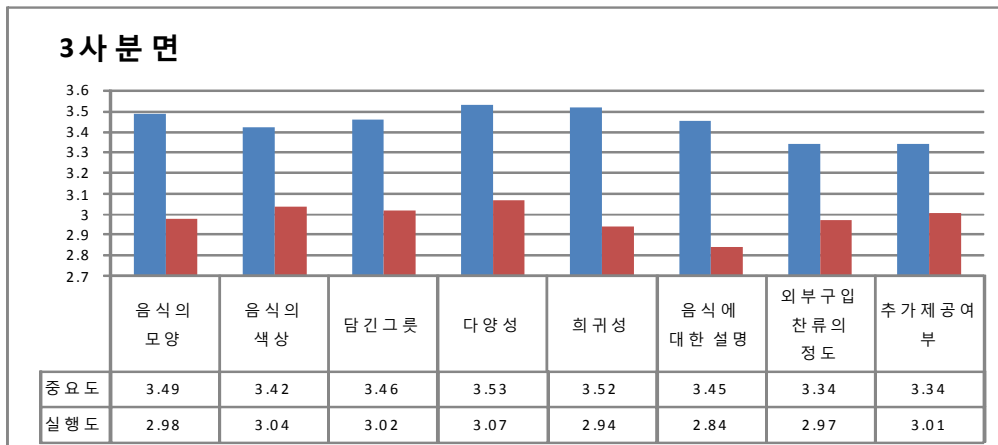
제 2사분면에 나타난 항목에 대해서는 집중적으로 관리 및 운영을 해야 하는 항목이다 <그림 4 - 3>. 고객이중요하다고 느끼는 반면에 전반적으로 실행도(만족도)는 그 기대에 미치지 못하는 결과를 낳고 있기 때문이다. 그 항목으로는 “화학조미료의 사용여부”로 나타났다. 이러한 항목들은 시급히 개선되어야 하는 속성들이다.



<그림 4 - 3> 집중관리(2사분면)

3. 제 3 사분면 (낮은 우선순위)

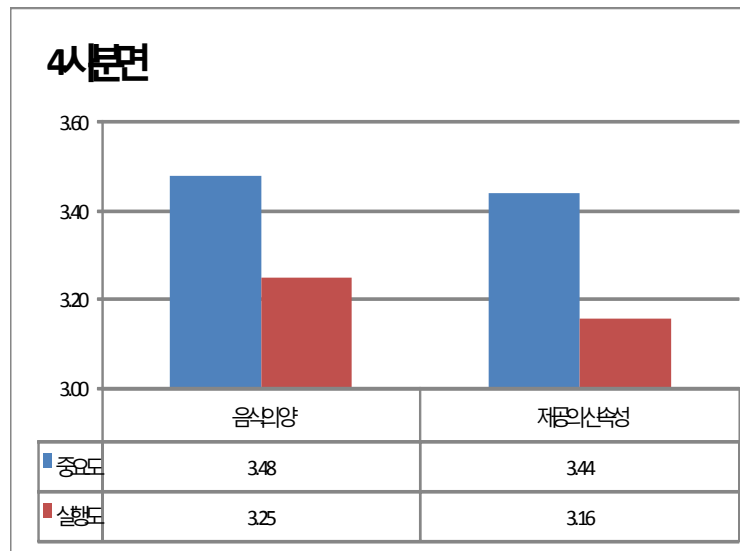
중요도와 실행도가 모두 낮게 나타나는 변수들로는 “음식의 모양, 장식”, “음식의 색상”, “음식이 담긴 그릇”, “음식의 다양성”, “음식의 희귀성”, “음식에 대한 설명”, “외부구입 찬류의 정도”, “추가제공여부 및 정도” 로 나타났다 <그림 4 - 4>. 따라서 이들 변수들에 대한 투자는 현재보다 더 이상 노력 집중화하지 않는 것이 좋은 것으로 사료된다.



<그림 4 - 4 > 낮은우선순위(3사분면)

4. 제 4 사분면(과잉 노력 지양)

낮은 중요도의 속성을 가지지만 그 실행도(만족도)는 평균에 비해 높게 나타난 항목으로 <그림 4 - 5>. “음식의 양”, “음식제공 신속성”이 분석 되었다. 이러한 속성들에 대해서는 응답자들은 실행도(만족도)에 대해 만족하고 있다. 그러나 관리자는 다른 부분에 비해 상대적으로 과도하게 투자하고 있으므로 현재의 노력의 저감을 고려해야 한다.



<그림 4 - 5> 과잉노력지양(4사분면)

3. 향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 중요도 및 만족도

1) 향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 중요도 및 만족의 대응표본 차이분석

향토음식의 품질속성과 동일한 방법으로 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 중요도와 만족도의 차이를 분석하기 위하여 중요도와 만족도의 평균값에 대하여 대응표본(paired samples) t-test를 실시하여 <표 4 - 14 >과 같은 결과를 얻었다. 분석결과 향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 속성의 중요도와 만족도는 차이가 있는 것으로 나타났으며, 평균적으로 중요도가 만족도보다 높은 것으로 나타나 향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 속성이 고객의 기대보다 낮은 것으로 나타났다.

향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 속성의 중요도에서는 “청결 및 위생상태의 개선”(4.18점), “전통적인 조리법의 전수”(3.82점), “조리방법의 개선”(3.80점), “향토음식 브랜드의 개발”(3.72점), “향토음식 기능보유자 발굴”(3.71점)순으로 높게 나타났으며, “향토음식식당에 대한 행정 및 재정적인 지원”(3.57점), “관련기관과의 연계개발”(3.45점), “조리법의 표준화, 단순화”(3.45점), “향토음식에 대한 교육시행”(3.47점), “향토음식의 지정 및 관리”(3.50점)는 비교적 낮은 중요도를 보였다.

이에 따른 만족도는 “조리방법의 개선”(3.11점), “청결 및 위생상태 개선”(3.11점), “전통적인 조리법의 전수”(3.10점), “향토음식 브랜드의 개발”(3.07점), “신세대 입맛에 맞도록 요리법의 변형”(3.05점)순으로 높게 나타났으며, “향토음식 지정 및 관리”(2.84점), “향토음식식당에 대한 행정 및 재정적인 지원”(2.84점), “향토음식과 관련된 식도락 테마 여행코스의 개발”(2.85점), “향토음식에 대한 교육시행”(2.92점), “향토음식 기능보유자 발굴”(3.94점)은 상대적으로 낮게 나타났다.

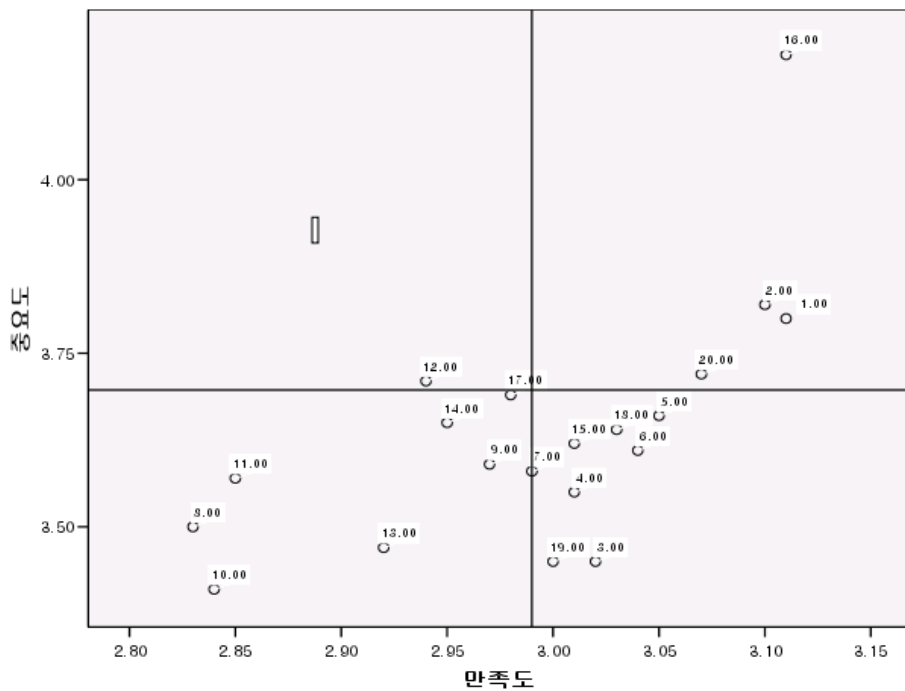
전반적인 분석결과 “청결 및 위생상태의 개선” “전통적인 조리법의 전수” “조리방법의 개선” “향토음식 브랜드의 개발”은 중요도와 만족도가 높게 나타났으며, “향토음식식당에 대한 행정 및 재정적인 지원” “향토음식점의 지정 및 관리” 등은 중요도와 만족도가 낮게 나타난 것을 알 수 있다. 또한 “관련기관과의 연계개발” “조리법의 표준화, 단순화” “조리방법의 보편화, 대중화”에서는 낮은 중요도를 가지고 있지만 만족도에서는 높게 나타났다.

**<표 4 - 14> 향토음식 대중화 및 관광상품화 방안에 대한
중요도와 만족도 차이분석 (Mean±SD)**

항 목	중 요 도		만 족 도		t 값	p 값
	평 균	순 위	평 균	순 위		
청결 및 위생상태의 개선	4.18±0.87	1	3.11±1.06	2	14.31	0.494
전통적인 조리법의 전수	3.82±0.90	2	3.10±0.77	3	11.11	0.532
조리방법의 개선	3.80±0.85	3	3.11±0.70	1	11.15	0.787
향토음식 브랜드의 개발	3.72±0.89	4	3.07±0.86	4	9.70	0.167
향토음식 기능보유자 발굴	3.71±0.92	5	2.94±0.89	16	10.97	0.403
전통메뉴의 다양화 추진	3.69±0.91	6	2.98±0.84	13	10.36	0.892
신세대 입맛에 맞도록 요리법의 변형	3.66±0.95	7	3.05±0.91	5	8.04	0.359
새로운 향토메뉴개발	3.65±0.96	8	2.95±0.95	15	9.84	0.076
인터넷, 메스컴 홍보강화	3.64±0.92	9	3.03±0.88	7	9.06	0.043
향토음식 메뉴가격 적정성	3.62±0.90	10	3.01±0.88	10	9.02	0.203
향토 전문식당 개설, 확산	3.61±0.88	11	3.04±0.89	6	8.58	0.121
향토음식점의 전문화	3.59±0.85	12	2.97±0.90	14	9.33	0.438
음식관련 축제, 행사의 개최	3.58±0.90	13	2.99±0.91	12	8.81	0.042
향토음식과 관련된 식도락 테마 여행 코스의 개발	3.57±0.96	14	2.85±0.93	18	9.88	0.333
조리방법의 보편화, 대중화	3.56±0.92	15	3.02±0.74	9	8.11	0.468
향토음식점의 지정 및 관리	3.50±0.92	16	2.84±0.84	20	9.68	0.902
향토음식에 대한 교육시행	3.47±0.93	17	2.92±0.87	17	8.00	0.259
조리법의 표준화, 단순화	3.45±0.91	18	3.02±0.74	8	6.94	0.061
관련 기관과의 연계개발	3.45±0.83	19	3.00±0.74	11	7.12	0.414
향토음식식당에 대한 행정 및 재정적인 지원	3.41±0.96	20	2.84±0.87	19	7.76	0.784
전체평균	3.63±0.91		2.99±0.86			

2) 향토음식 대중화 및 관광상품화에 방안에 대한 중요도와 만족도에 대한 IPA분석결과

영천향토음식의 대중화 및 관광상품화에 대한 중요도-만족도에 대한 대응표본 t-test를 실시한 결과를 IPA그래프로 나타내면 <그림 4 - 6>과 같다.

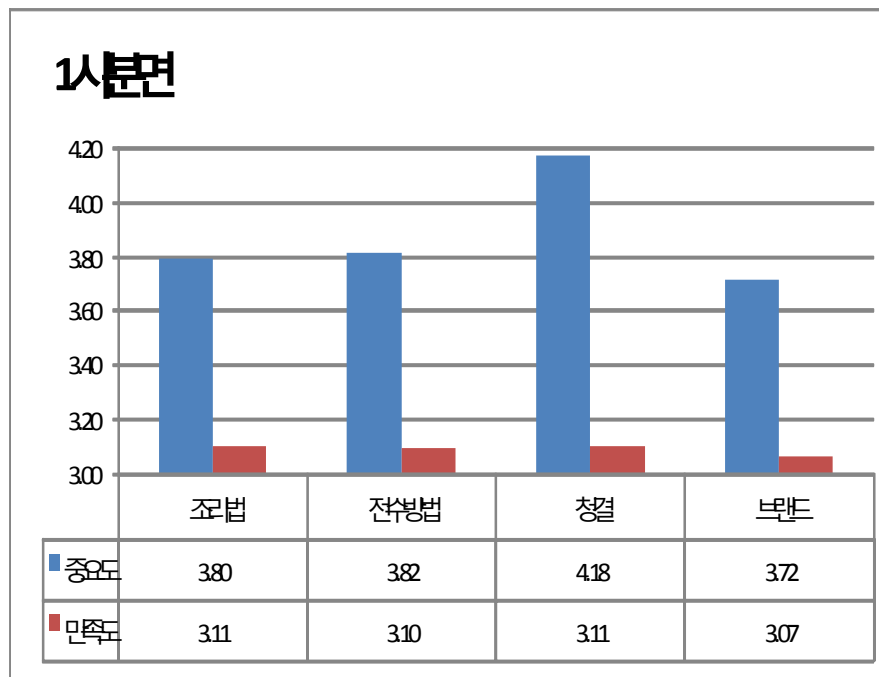


주: 1. 조리방법의 개선, 2. 전통적인 조리법의 전수, 3. 조리법의 표준화, 단순화, 4. 조리방법의 보편화, 대중화, 5. 신세대의 입맛에 맞도록 요리법의 변형, 6. 향토 전문식당 개설, 확산, 7. 음식관련 축제 행사의 개최, 8. 향토음식점의 지정 및 관리, 9. 향토 음식점의 전문화, 10. 향토음식 식당에 대한 행정 및 재정적인 지원, 11. 향토음식과 관련된 식도락 테마 여행 코스의 개발, 12. 향토음식 기능보유자 발굴, 13. 향토음식에 대한 교육시행, 14. 새로운 향토메뉴 개발, 15. 향토음식 메뉴 가격 적정성, 16. 청결 및 위생상태의 개선, 17. 전통메뉴의 다양화 추진, 18. 인터넷, 메스컴 홍보강화, 19. 관련 기관과의 연계개발, 20. 향토음식 브랜드의 개발

<그림 4 - 6>대중화 및 관광상품화 방안에 대한 중요도 만족도

1. 제 1사분면 (좋은 성과 계속 유지)

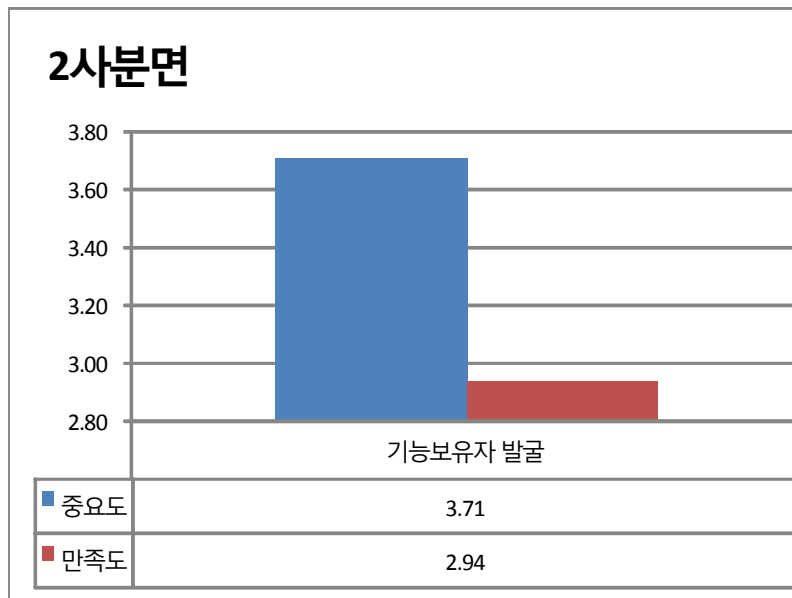
영천 향토음식의 대중화 및 관광 상품화에 대한 중요도와 만족도가 전체 평균보다 높게 나타난 결과이다 <그림 4 - 7>. 그 항목으로는 “조리 방법의 개선”, “전통적인 조리법의 전수”, “청결 및 위생상태의 개선”, “향토음식 브랜드의 개발”이 있으며, 중요도와 함께 만족도에서도 고객들에게 높게 지각되고 있는 것으로 나타났다. 따라서 이 변수들은 현재도 잘 지켜지고 있지만 앞으로도 지속적으로 유지시켜 주어야 한다.



<그림 4 - 7> 기존의 좋은 성과 계속 유지 (1사분면)

2. 제 2사분면 (집중관리)

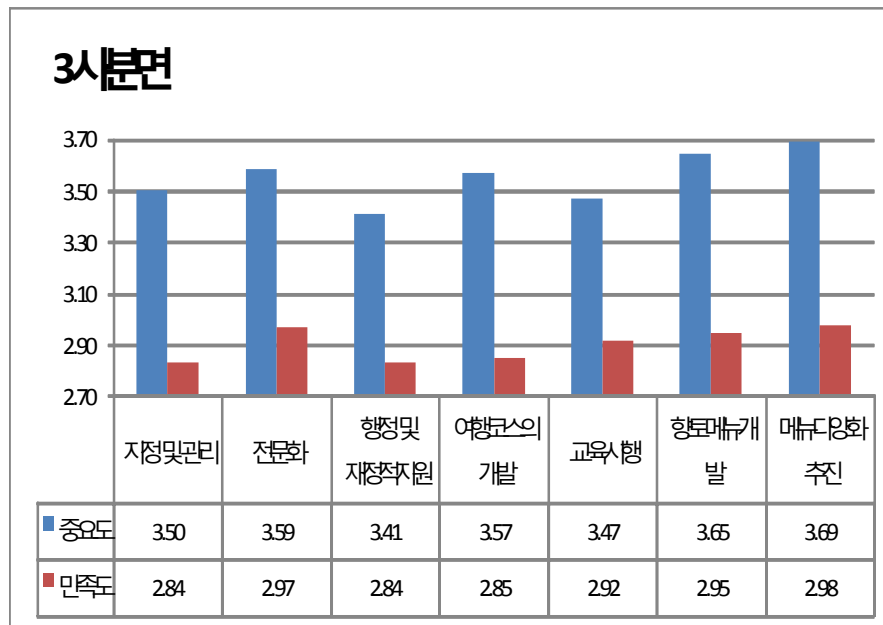
제 2 사분면에 나타난 항목에 대해서는 집중적으로 관리 및 운영을 해야 하는 항목이다<그림 4 - 8>. 고객이 중요하다고 느끼는 반면에 전반적으로 만족도는 그 기대에 미치지 못하는 결과를 낳고 있기 때문이다. 그 항목으로는 “향토음식 기능 보유자 발굴”로 나타났다. 이러한 항목은 개선하기 위한 노력과 투자비용이 현재보다 많이 필요하다고 하겠다.



<그림 4 - 8> 집중관리(2사분면)

3. 제 3 사분면 (낮은 우선순위)

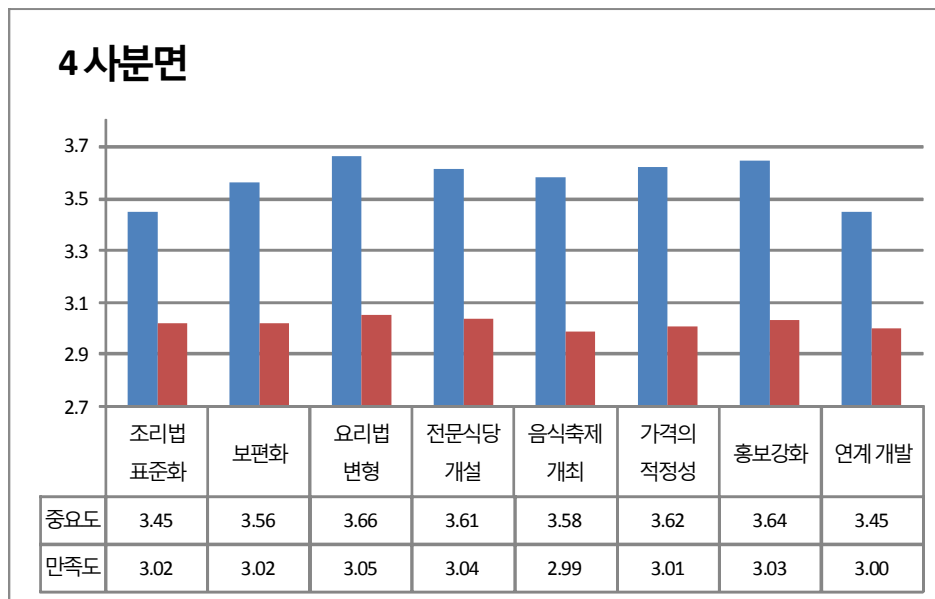
<그림 4 - 9>에서 보는 바와 같이 중요도와 만족도가 모두 낮게 나타나는 변수들이다. 그 변수로는 “향토음식점의 지정 및 관리”, “향토 음식점의 전문화”, “향토음식 식당에 대한 행정 및 재정적인 지원”, “향토음식과 관련된 식도락 테마 여행 코스의 개발”, “향토음식에 대한 교육시행”, “새로운 향토메뉴 개발”, “전통메뉴의 다양화 추진”으로 나타났다. 실질적으로 이 항목들은 향토음식의 대중화 및 관광 상품화를 위해 한 부분을 차지하고 있다. 이 부분은 만족도가 낮을지라도 관리자는 과도하게 집중해서는 안 된다. 이 부분의 속성은 중요하지 않기 때문에 제한된 자원이 소비되어야 한다.



<그림 4 - 9> 낮은 우선순위 (3사분면)

4. 제 4 사분면 (과잉 노력 지양)

제 4 사분면에 나타난 항목에 대해서는 낮은 중요도의 속성을 가지지만 그 만족도는 평균에 비해 높게 나타난 항목이다 <그림 4 - 10>. 그 항목으로 “조리법의 표준화, 단순화”, “조리방법의 보편화, 대중화”, “신세대 입맛에 맞도록 요리법의 변형”, “향토 전문식당 개설, 확산”, “음식관련 축제, 행사의 개최”, “향토음식 메뉴가격 적정성”, “인터넷, 메스컴 홍보강화”, “관련 기관과의 연계 개발”이 분석 되었다. 이러한 속성들에 대해서는 응답자들은 만족도에 대해 만족하고 있다. 그러나 관리자는 다른 부분에 비해 상대적으로 과도하게 투자하고 있으므로 현재의 노력의 저감을 고려해야 한다.



<그림 4 - 10> 과잉 노력 지양 (4사분면)

V. 결 론

제 1 절 연구결과의 요약 및 논의

본 연구는 영천향토음식에 대한 기초자료를 얻기 위하여 영천 시민들을 대상으로 인지도 및 의지도를 조사연구 함으로써 향토음식에 대한 이해와 관심을 가지는 계기를 마련하고, 계승 발전 및 대중화에 대한 의식과 향토음식에 대한 속성들의 중요성과 실천성을 분석하여, 향토음식의 관광상품화에 대한 방안 모색과 앞으로의 효과적인 발전방향을 제시하기 위한 기초 자료로 제공하고자 한다.

본 연구의 조사 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 보면, 전체응답자 322명중 여자가 225명 (69.9%), 남자가 97명 (30.1%)으로 여자가 남자보다 많았으며, 연령층으로는 40~50대가 가장 많았다. 학력별로는 대학졸업(대학재학생포함)이 108명 (33.5%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 고졸이하가 많았으며, 직업유형별로는 공무원이 88명 (27.3%)으로 가장 많았다. 월평균 소득으로는 101~199만원이 130명 (40.4%)으로 가장 많았고, 종교로는 불교가 123명 (38.2%)으로 가장 많았으며, 거주지로는 영천시내 199명 (61.8%)으로 가장 많았고, 거주연한별로는 21년 이상이 103명 (32%)으로 가장 많았다.

둘째, 표본대상자들의 식 행동 특성을 보면, “향토음식에 대한 인식”은 보통이다 인 응답자가 153명(47.5%)으로 나타난 것으로 보아 인식이 잘 되어 있지 않음을 알 수 있다. “좋아하는 이유”에서는 “우리에게 익숙한 맛이므로”가 83명 (25.8%)으로 가장 높은 점으로 보아 어릴 때부터 가정에서의 입맛이 매우 중요한 것을 알 수 있다. “알게 된 경로”에서는 “메스컴”이 103명 (32.0%)으로 가장 높은 점으로 보아 가정에서의 전통 음식 전승이 고거보다 상당히 줄어들었음을 보여주고 있다. “이용 빈도수가 줄어드는 이유”를 묻는 항목에서는 “접할 기회의 감소”가 136명

(42.2%)이었으므로 전통음식과 관련한 다양한 문화행사와 홍보가 절실히 필요하다는 것을 알 수 있다. “다음세대전승견해”를 묻는 항목에서는 “긍정적”, “매우 긍정적”이 175명 (54.3%)으로 보여 졌으며, 부정적으로 보는 의견은 5.6%에 불과하였다. “세계적 음식으로의 중요사항”에서는 “맛”과 “영양”이 가장 중요한 요소였음을 보였다. “대중화를 위한 필수사항”항목에서는 “다양한 음식관련 행사 개최”와 “조리법 단순화”가 가장 많은 응답을 했고, “관광상품화 방안 시 고려 할 사항”에서는 “전문점 활성화”, “현대적 감각의 음식개발”이 가장 많은 응답을 하였기에 향토음식을 발굴하여 현대적 감각으로 음식을 개발하여 전문점을 활성화시켜야 한다고 보여 졌다.

셋째, 향토음식에 대한 인지도에서는 “(삼송)쫄면”, “육회”에서는 남자와 여자가 모두 높은 것으로 나타났으며, “한우숯불구이”, “곰탕”에서는 남자가, “도토리묵(무침)”, “추어탕”에서는 여자가 각각 높았고, 연령별로는 40대이상에서 “피라미조림”, “상어피편”, “시금장”, “곰피나물”이 향토음식에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났으며, 월소득별로는 100만원이하에서 “상어피편”, “콩잎김치”, “도토리묵(무침)”이 관광상품화 인지도가 높은 것으로 나타났다. 유의를 보이는 항목에서는 대체적으로 거주연한이 길수록 인지도가 높은 것으로 나타났다. 고학력자에서는 “한우숯불구이”, “육회”, “소고기찌개”등의 순으로 저학력자에서는 “고디국”, “뽕배기구이(찜)”, “콩잎김치”, “도토리묵(무침)”순으로 향토음식에 대한 인지도를 보였다.

넷째, 향토음식에 대한 관광상품화 의지도에서는 “한우숯불구이”, “육회”, “소(머리)수육”, “뽕배기구이(찜)”, “(삼송)쫄면”에서 남자, 여자 모두에게서 관광상품화 의지도가 높게 나타났으며, 유의를 보이는 항목에서 “피라미조림”, “상어피편”, “시금장”, “집장”등이 40대이상의 높은 연령대에서 높은 관광상품화 의지도를 나타내고 있으며, “소고기찌개”는 200만원이하에서 높은 관광상품화 의지도를 보였으며, “뽕배기탕”과 “(삼송)쫄면”은 100만원이하의 저소득자에게서 높은 관광상품화 의지도를 나타냈다. 학력별 관광상품화 의지도에서는 “육회”가 대학(대재포함)졸업에서 가장 높은 관광상품화 의지도가 나타났다. 전반적으로 “소머리수육”,

“곰탕”, “고디국”, “잉어(붕어)찜”, “추어탕”, “피라미조림”, “돔배기구이”, “돔배기탕”, “상어피편”, “시금장”, “집장”, “콩잎김치”, “곰피나물” 등은 거주연한이 21년 이상이 높은 관광상품화 의지도를 보였다.

다섯째, 영천 향토음식의 품질속성의 중요도와 실천성에 관한 실증분석을 한 결과에 의하면 “맛”, “위생”, “신선도”, “음식의 간”, “조미료” “사용여부”, “냄새”순으로 중요도가 높게 평가 되는 반면 “추가제공”, “외부구입 찬”, “색상”, “신속성”, “음식에 대한 설명”은 중요도가 낮은 속성으로 평가하였음을 확인 하였다. 관광상품화를 위한 향토음식의 품질속성의 만족도를 의미하는 실천성 순위는 “맛”, “음식의간”, “양”, “위생”, “신선도”, “냄새”에 대해 만족하는 것으로 나타났고, “조미료사용여부”, “음식에 대한 설명”, “회귀성”등은 낮은 속성으로 나타났다.

여섯째, 관광상품화를 위한 향토음식의 품질 속성의 IPA그래프에서는 기존의 좋은 성과를 계속 유지하는 기대도 높고 실천성도 높은 1사분면에서는 “맛”, “위생상태”, “음식의간”, “신선도”, “냄새”, “온도”, “전통성”, “조리방법”, “가격”의 9개항목이 포함되었다. 중요도는 높지만 실행도는 낮은 2사분면에서는 “화학조미료사용여부”라는 1개의 항목이 포함되었으며, 낮은 우선순위를 나타내는 3사분면에서는 “음식의 모양”, “장식”, “음식의 색상”, “음식이 담긴 그릇”, “음식의 다양성”, “음식의 회귀성”, “음식에 대한 설명”, “외부구입 찬류의 정도”, “추가제공여부 및 정도”의 8개의 항목이 포함되었고, 과잉노력을 지양해야하는 4사분면에서는 “음식의 양”, “음식제공 신속성”의 2개의 항목이 포함되었다.

일곱째, 향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 항목별중요도 평가에 있어서 “청결 및 위생상태의 개선”, “전통적인 조리법의 전수”, “조리방법의 개선”, “향토음식 브랜드의 개발”, “향토음식 기능보유자 발굴”순으로 높게 평가 되었으며, “향토음식에 대한 행정 및 재정적인 지원”, “관련 기관과의 연계개발”, “조리법의 표준화, 단순화”는 낮은 중요도를 가진 것으로 평가 하였다. 향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 항목별 만족도 평가에 있어서는 “조리방법의 개선”, “청결 및 위생상태의 개선”, “조리법의 표준화, 단순화”, “향토음식브랜드의 개발”, “신세대 입맛에 맞도록 요리법의 변형”순으로 높게 평가하는 것으로 나

타났으며, “향토음식점의 지정 및 관리”, “향토음식식당에 대한 행정 및 재정적인 지원”, “향토음식과 관련된 식도락 테마여행코스의 개발”, “향토음식에 대한 교육시행”, “향토음식 기능보유자 발굴”, “새로운 향토메뉴개발”에서는 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

여덟째, 향토음식의 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 IPA그래프에서는 기존의 좋은 품질을 계속 유지하는 기대도 높고 만족도도 높은 1사분면에서는 “조리방법의개선”, “전통적인 조리법의 전수”, “청결 및 위생상태의 개선”, “향토음식 브랜드의 개발”이라는 4개의 항목이 포함되었다. 집중관리를 해야 하는 2사분면에서는 “기능보유자 발굴”의 1개의 항목이 포함되었으며, 낮은 우선순위를 나타내는 3사분면에서는 “향토음식점의 지정 및 관리”, “향토음식점의 전문화”, “향토음식 식당에 대한 행정 및 재정적인 지원”, “향토음식과 관련된 식도락 테마 여행코스의 개발”, “향토음식에 대한 교육시행”, “새로운 향토 메뉴개발”, “전통메뉴의 다양화 추진”이라는 7개 항목이 포함되었다. 고객은 낮은 중요도를 두지만 경영자의 실행도는 높아 과잉낭비 가능성이 있는 4사분면에서는 “조리법의 표준화, 단순화”, “조리방법의 보편화, 대중화”, “신세대 입맛에 맞도록 요리법의 변형”, “향토전문식당개설, 확산”, “음식관련축제, 행사의 개최”, “향토음식 메뉴가격 적정성”, “인터넷, 메스컴 홍보강화”, “관련 기관과의 연계개발”이라는 8개 항목이 포함되었다.

제 2 절 연구의 시사점

영천 향토음식에 대한 인식과 미래전망 다음 세대 전승 견해에서 응답자의 과반수이상인 긍정적인 의견이었으므로 향토음식의 장래가 밝다고 볼 수 있다. 이용 빈도수에 대하여는 접할 기회 없고 조리시간이 많이 걸리는 것에 중점을 둔 점으로 보아 다양한 향토음식에 대한 의식을 높여주고 가정에서나 그 이외 장소에서 쉽게 자주 접할 수 있는 기회를 제공하여 친숙해 지도록 유도하는 것이 우선적임을 시사한다. 대중화를 위하여 전통적인 맛을 유지하면서, 현대감각에 맞는 음식을 개발하고 문

화행사를 통한 향토음식을 홍보를 하는 것과 전문점을 개설하고 현대감각에 맞는 음식을 개발하여 접할 기회를 많이 갖도록 하는 것이 중요하다. 또한 인터넷 등 다양한 매체를 통한 조리방법의 습득기회를 부여하고, 표준화를 통한 손쉬운 조리법의 개발보급에 중점을 두어야 한다.

향토음식의 대중화와 관광 상품화를 위해서는 화학조미료의 사용을 줄이고 유기농, 저농약, 무농약등의 친환경 농산물의 사용을 증대시키고 향토음식점에서 친환경 식재료를 사용한 천연조미료 사용을 증대시켜 건강한 생활을 영위할 수 있도록 노력을 해야 할 것이다. 이와 같이 불만족 속성을 보완하여 향토음식에 대한 만족도를 높이고, 세계적 음식으로 나아가기위해서 맛과 영양, 위생에 중점을 두어 다 함께 즐길 수 음식으로 발전 될 수 있도록 해야 할 것이다.

실증분석을 통해 제시된 결과를 토대로 향토음식에 대한 관광상품화 방안의 효율적인 운영방법을 보면 다음과 같다.

첫째, 관광상품화를 위한 향토음식의 품질속성에 대한 중요도와 실천성의 차이를 분석한 결과 중요도가 실천성보다 대체로 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 아직까지 고객들의 향토음식에 대한 기대가 높다는 것을 의미하는 것이며, 다른 한편으로는 향토음식의 품질이 고객의 기대를 충족시키지 못한다는 것을 의미하는 것이다. 따라서 전반적으로 향토음식의 품질을 향상시켜야 할 것이다.

둘째, 향토음식의 품질 속성에서 가장 중요하다고 생각하는 속성은 “맛”, “위생”, “신선도”, “음식의 간”, “조미료사용여부” 등으로 나타났으며, 향토음식의 대중화 및 상품화 방안에 대한 중요도 항목에서는 “청결 및 위생상태의 개선”, “전통적인 조리법의 전수”, “조리방법의 개선”, 에 높은 중요도를 두고 있는 것으로 나타났다. 따라서 중요도와 실행도에서 모두 낮은 순위로 나타난 “향토음식식당에 대한 행정 및 재정적인 지원”, “관련기관과의 연계개발”, “향토음식에 대한 교육시행”에 대해서는 상대적으로 비중을 적게 두어야 하며, “청결 및 위생상태”, “조리방법의 개선”, “전통적인 조리법의 전수”에 더욱 중점을 두어야 할 것이다.

셋째, IPA그래프에서 분석한 결과는 다음과 같다. 중요도와 실천성에서 좋은 성과를 계속 유지해야 하는 1사분면에 해당하는 향토음식의 품

질속성에 대한 변수들로는 “맛”, “위생상태”, “음식의간”, “신선도” 등이 있고, 대중화 및 관광상품화 방안으로 “조리방법의 개선”, “전통적인 조리법의 전수”, “청결 및 위생상태의 개선” 등이 있는데, 이 변수들은 중요도와 함께 실천성에서도 고객들에게 높게 지각되고 있으므로 지속적으로 유지시켜 주어야 할 것이다.

넷째, 집중관리가 필요한 2사분면에 해당하는 향토음식의 품질 속성에서는 “화학조미료의 사용여부”이고, 대중화 및 관광상품화 방안에 대한 항목으로는 “향토음식의 기능보유자 발굴” 등인데, 이러한 속성과 항목에 대한 집중적인 노력이 필요하다.

다섯째, 중요도와 실행도가 모두 낮은 3사분면에 해당하는 항목으로는 “음식의 모양·장식”, “음식의 색상”, “음식이 담긴 그릇” 등이 있었고, 관광상품화 방안에 항목으로는 “향토음식점의 지정 및 관리향토 음식점의 전문화”, “향토음식 식당에 대한 행정 및 재정적인 지원” 등이 있었다.

여섯째, 실천성은 높으나 중요도는 낮은 4사분면에서는 “음식의 양”, “음식제공 신속성”, 이 포함되었으며, 대중화 및 관광상품화 방안으로는 “조리법의 표준화·단순화”, “조리방법의 보편화·대중화”, “신세대 입맛에 맞도록 요리법의 변형” 이 포함 되어 있는데 이 부분에 기여한 노력을 다른 평가 속성에 투입해야 할 것이다.

제 3절 연구의 한계와 향후 연구과제

본 연구의 결과는 다음과 같은 한계를 가지고 있다.

첫째, 연구결과의 적용범위와 관련하여 본 연구에서는 연령계층에 있어서 20세이하와 50세이상의 표본수가 적었고, 영천지역의 산간지방과 내륙지방의 주민을 고르게 선정하지 못하였으므로 연구 결과의 일반화에 주의가 요구된다.

둘째, 본 연구는 횡단적 연구로 진행되었기 때문에 연구를 진행한 시점의 상황적 특성으로 인한 변수를 배제할 수 없었으며, 종단적인 연구가 보완 되어야 할 것이다.

셋째, 영천지역을 대상으로 향토음식의 선행 연구가 아직까지 거의 없는 상태이다. 따라서 향토음식의 항목을 선정함에 있어서 문헌적 고찰과 실증적 조사를 병행하는 방법을 적용하여, 대표성이 미흡한 점을 보완하려 하였으나 일반화하기에는 여전히 난점이 있다.

넷째, 현재 연구의 미흡으로 잘 알려지지 않은 향토음식들을 발굴하여 체계적인 분류조사 연구가 필요하며, 홍보강화와 상품화 방안에 대한 추가적인 연구가 시급하다.

참고문헌

- 고범석·강석우(2004). 대구지역 향토음식의 인식도에 관한 연구, 『한국조리학회지』, 10(4) : 15-30.
- 권세정·이종하(2004). 향토음식개발 및 관광 상품화 방안에 관한 연구, 『한국관광산업학회』, 19(0) : 49-60.
- 김상보(2002). 가례도감의례를 통해서 본 조선왕조 혼례연향음식, 『호서 고고학회』, 6(7) : 401-471.
- 김상철(2000). 지역축제의 향토 음식 관광 상품화에 관한 연구, 『한국조리학회지』, 6(3) : 193-223.
- 김상철(2003). 지역축제행사와 연관된 한국 전통음식 개발 및 전승에 관한 연구, 『문화관광연구』, 5(1) : 95-127.
- 김성미·손유정(2001). 영남지방의 무속(巫俗)과 불교 제의(祭儀)에 나타난 음식문화연구, 『동아시아식생활학회지』, 11(3) : 169-178.
- 김은미 외(2006). 17세기 이전 주식류의 문헌적 고찰, 『한국식품조리학회지』, 22(3) : 314-336.
- 김재수(2005). 한국음식의 국제화방안, 『한국식생활문화학회지』, 20(5) : 499-507.
- 김종열(2000). 대물림 전통음식점의 육성 및 서비스 품질개선에 관한 연구, 중앙대학교 산업경영대학원 석사학위논문
- 민계홍(2008). 향토음식점 방문객의 향토음식 인식과 향토메뉴 개발, 『한국조리학회지』, 14(4) : 67-78.
- 박건태·김도완(2003). 약선을 이용한 건강 기능 식 개발에 관한 연구, 『한국조리학회지』, 9(4) : 192-202.
- 박재완·이덕원(2008). 강원지역 향토음식 메뉴개발에 관한 연구, 『관광연구저널』, 22(1) : 179-190.
- 서윤정(2005). 한국전통음식에 대한 만족도 조사연구, 경주대학교 대학원 석사학위논문 : 9-11.
- 서태양(1999). 문화관광론, 서울, 대왕사
- 양다순(1998). 전통 민속 문화재의 관광 상품화 방안에 관한 연구, 경기대학교 대학원 석사학위논문
- 양일선·장혜진·신서영·정라나(2004). 한국전통음식문화를 소재로 한 인바운드 관광 상품개발, 『외식경영연구』, 7(3) : 87-116.

- 오순환(1999). 지역축제의 실제와 경제적 효과, 『관광학 연구』, 22(3) : 202-221.
- 원용희(2002). 한국전통문화의 체험 관광 상품화 방안에 관한 연구, 『한국관광산업학회』, 16(0) : 51-63.
- 윤서석(1998). 한국음식(역사와 조리법), 수학사 : 17.
- 윤숙자(1997). 한국의 저장 발효음식, 신광출판사
- 윤은숙·송태희(1995). 우리나라 전통음식의 인지도에 관한 연구, 『한국식품조리과학회』, 11(2) : 145-152.
- 이덕원(2006). 향토음식 메뉴개발에 관한 연구, 세종대학교 관광대학원 석사학위논문 :12- 40
- 이연정(2005). “방한 일본 관광객의 한국 전통음식 메뉴품질 만족도에 관한 연구. 『한국식생활문화학회지』, 20(2) : 283-291.
- 이연정(2007). 경주향토음식의 현황과 관광 상품화 방안 모색, 경주(新)관광음식 개발과 활성화 방안세미나 : 18-23
- 이연정·최수근(2006). 경주지역 향토음식에 대한 대학생의 인식과 기호도 조사연구, 『외식경영연구』, 7(1) : 157-174.
- 이장춘(1998). 최신관광자원학, 대왕사 : 35-42.
- 이효지(2000). 한국의 김치문화, 『비교민속학회』, 18(0) : 85-99.
- 장대자·김선아·김상희·이경개·이혜정(2005). 한국 전통음식의 우수 요인발굴을 위한 소비자 인식조사, 『한국식품조리과학회지』, 21(6) : 800-812.
- 전소현·김두라(2005). 약재를 이용한 메뉴개발 연구, 『관광경영학 연구』, 25(0) : 411-434.
- 진양호·김승희·김진영(2001). 향토음식의 관광 상품화 방안, 『문화 관광연구학회』, 3(2) : 49-83.
- 진양호·조정옥·문혜영(2008). 서울지역 식품관련전공 대학생들의 전통음식 선호도가 메뉴개발에 미치는 영향연구, 『한국조리학회지』, 14(4) : 176-187.
- 차석빈·박건태(2003). 약선을 이용한 천안지역 향토음식개발 연구, 『한국관광레저학회지』, 15(2) : 9-22.
- 차석빈·임주환·이애자(2000). 향토음식 메뉴개발에 관한 연구, 『외식경영연구』, 3(2) : 211-229.
- 최영준·원철식(2007). 한국음식문화의 관광상품화 방안, 『호텔리조트카지노연구』, 6(1): 157-166.
- 최수근·하미옥·이연정·변광인(2006). 울산향토음식의 대중화및 관광상품화를 위한

- 중요도와 만족도 연구 -울산시민을 대상으로- 『한국식품조리과학회지』, 22(3)
: 346-354.
- 하미옥(2005). 울산 향토음식에 대한인지도 및 기호도 조사연구, 영남대학교 대학원 석사
학위논문 : 37-38.
- 경북의 전통 향토음식(2007). 경상북도, 2007 : 1-9.
- 영천시 맛집 (2007). 영천시청 : 6-153.
- 영천시 통계연보(2007). 영천시청 2007 : 3-7.
- 한국관광공사(1993). 향토음식 관광상품화 방안 : 12-23.
- 한마당(1989). 자랑스런 민족음식 : 37-44.
- 한범수(1998). 충청북도 관광개발계획의 실현성 평가, 『관광학 연구』, 22(2) : 30-35.
- 한복진(1995). 팔도음식, 대원사 : 64-130.
- 한역(1996). 전통음식의 현대적 인식과 재조명, 서울대학교대학원 석사학위논문 : 1-3.
- 향토음식매이기 고향의 맛(2001). 영천시농업기술센터 : 57-63.
- 황혜성(1990). 고향음식의 멋과 맛, 한국문화재보호협회 : 10-95.
- <http://gyeongbuk.go.kr>
- <http://tour.yc.go.kr>
- [http://blog.daum.net\(영천뉴스24\)](http://blog.daum.net(영천뉴스24))
- <http://en.wikipedia.org>
- Lental, H. Kotschevar(1987), Management by Menu, NIFI, p. 2.
- Ela, A.Knowles, and J.Lankford, S.(2007), "Local food festivals in Northeast Iowa
communities: A visitor and economic impact study", Managing Leisure 12(2)
: 171-186.
- Hall, C. M(2005), "Introduction: Culinary Tourism and Regional Development: From
Slow Food to Slow Tourism?." Tourism Review International 9(4) : 303-305
- Nummedal, M. and Hall, C. M.(2006), "Local food in tourism: An investigation of the
New Zealand South Island's bed breakfast sector's use and perception of local
food," Tourism Review International, 9(4) : 365-378
- Skuras, D.Dimara and E.petrou, A (2006), "Rural tourism and visitors' expenditures for
local food products," Regional studies 40(7) : 769-779

설문지

--	--	--

안녕하십니까?

본 설문지는 <영천시의 향토음식에 대한 지역거주 시민의 인식도 및 관광상품화 방안에 관한 연구>라는 주제로 논문을 준비하기 위하여 작성되었습니다.

본 연구는 순수한 학문적 목적으로 이용되며 지역의 향토음식의 개발 및 상품화에 대한 기초자료로 활용하고자 합니다, 조사에 성실히 답변하여 주셔서 대단히 감사합니다.

2009. 1

지도교수 : 경주대 산업경영대학원 연구자 : 경주대 산업경영대학원
호텔외식경영학과 이연정 호텔외식경영학과 장순옥

I. 영천시의 향토음식에 대한 대중화 및 관광 상품화에 대한 견해를 묻는 질문입니다. 항목별로 중요하게 생각되는 곳에 (√)표를 해주십시오.

중요도					구분	만족도				
매우중요	중요	보통	중요하지않음	전혀중요하지않음		매우만족	만족	보통	불만족	매우불만족
					조리 방법의 개선					
					전통적인 조리법의 전수					
					조리법의 표준화, 단순화					
					조리방법의 보편화, 대중화					
					신세대의 입맛에 맞도록 요리법의변형					
					향토 전문식당 개설, 확산					
					음식관련 축제행사 의 개최					
					향토음식점의 지정 및 관리					
					향토 음식점의 전문화					
					향토음식 식당에 대한 행정 및 재정적인지원					
					향토음식과 관련된 식도락 테마 여행 코스의 개발					
					향토음식 기능보유자 발굴					
					향토음식에 대한 교육시행					
					새로운 향토메뉴 개발					
					향토음식 메뉴가격 적정성					
					청결 및 위생상태의 개선					
					전통메뉴의 다양화 추진					
					인터넷, 메스컴 홍보강화					
					관련 기관과의 연계개발					
					향토음식 브랜드의 개발					

II. 영천 향토음식의 관광상품화를 위한 음식의 품질 속성에 대하여 중요하게 생각하는 정도와 현재 영천 소재 향토식당들이 실천하고 있는 정도에 대한 만족도를 선택하여 (√)표 하여 주십시오.

중요성에 대한 정도					구 분	실천성에 대한 정도				
매우중요	중요하다	보통이다	중요하지 않다	전혀중요하지 않다		적극실천	실천하는 편	보통이다	실천안하다	결코실천안함
					음식의 맛(품질)					
					음식의 양					
					음식의 가격					
					음식의 위생상태					
					음식의 간					
					음식의 온도					
					음식의 냄새(향)					
					음식(재료)의 신선도					
					음식의 모양 혹은 장식					
					음식의 색상					
					음식이 담긴 그릇					
					음식의 다양성					
					화학조미료의사용여부					
					음식의 전통성					
					음식의 희귀성					
					음식의 조리방법					
					음식에 대한설명					
					음식제공의신속성					
					외부구입 찬류의 정도					
					추가제공 여부 및 정도					

Ⅲ. 영천지역 향토음식에 대한 인지도 및 관광상품화에 대한 의지도에 관련된 질문입니다. 각 항목별로 중요하게 생각되는 곳에 (✓)표 를 해주십시오.

인 지 도					메뉴명	관광상품화 의지도					
전혀 모른다	모 른다	보통 이다	잘 안다	매우 잘안다		매우 높다	높 다	보통 이다	낮다	매우 낮다	
					우육	한우숯불구이					
						육회					
						소고기찌개					
						소(머리)수육					
						곰탕					
						쇠고기전골					
						한방소불고기					
					민물 생선	고디국					
						고디무침					
						잉어(붕어)찜					
					민물 생선	잉어(붕어)매운탕					
						메기(찜)매운탕					
						추어탕					
					바다 생선	피라미조림					
						돔배기구이(찜)					
						돔배기탕					
						상어피편					
						마른명태찜					
					압육	문어채(숙회)					
						한방오리백숙					
						한방오리불고기					
					계육	한방오리탕					
						한방닭백숙					
					면류	(삼송)꾸만두					
						곰탕국수					
					장류	시금장					
						집장					
					찬류	콩잎김치					
						곰피나물					
						도토리묵(무침)					

IV. 향토요리에 대한 영천시민들의 일반적인 식 행동 특성입니다. 해당하는 곳에 (√) 표를 해주십시오.

1. 지역의 향토음식에 대한 인식은?
 - ① 매우 잘 안다 ② 잘안 다 ③ 보통이다 ④ 잘 모른다 ⑤ 거의 모른다
2. 향토음식을 좋아한다면 그 이유는 무엇입니까?
 - ① 좋아하지 않는다 ② 맛이 좋아서 ③ 영양이 풍부하기 때문에 ④ 우리 고유의 전통 음식이므로 ⑤ 조상의 얼과 슬기가 담겨져 있기 때문에 ⑥ 우리에게 익숙한 맛이므로 ⑦ 조리방법이 독특 ⑧ 건강식이기 때문에
3. 향토음식을 알게 된 경로는?
 - ① 메스컴(TV, 라디오, 잡지, 신문 등) ② 인터넷 ③ 학원, 학교 ④ 관련 문헌, 서적 ⑤ 할머니 ⑥ 친정어머니 ⑦ 시어머니(장모님) ⑧ 친지, 친족 ⑨ 기타()
4. 식생활의 서구화에 따라 향토음식 이용 빈도수가 줄어들고 있는 바, 그 이유는?
 - ① 관심부재 ② 접할 기회의 감소 ③ 기호에 맞지 않음 ④ 조리방법 몰라서 ⑤ 조리시간 많이 걸림 ⑥ 기타 ()
5. 향토음식의 미래 전망은?
 - ① 매우 밝다 ② 밝다 ③ 보통이다 ④ 어둡다 ⑤ 매우 어둡다.
6. 향토음식의 다음 세대 전승에 대한 견해는?
 - ① 매우 긍정적 ② 긍정적 ③ 보통이다 ④ 부정적 ⑤ 매우 부정적
7. 향토음식이 세계적 음식으로 발전하기 위한 가장 중요한 사항은?
 - ① 조리방법 ② 맛 ③ 영양 ④ 가격 ⑤ 포장상태 ⑥ 위생 ⑦ 저장성 ⑧ 편의성 ⑨ 모양과 색 ⑩ 기타 ()
8. 향토음식의 대중화를 위한 가장 필수 사항은?
 - ① 옛 맛의 재현 ② 조리법 단순화 ③ 판매가격의 인하 ④ 과학적인 우수성 입증 ⑤ 다양한 음식관련 행사개최 ⑥ 유아기 때부터 입맛 유도
9. 향토음식의 관광 상품화 방안을 위하여 가장 먼저 고려하여야 할 사항은?

- ① 홍보강화 ② 품질개선 ③ 전문점 활성화 ④ 가격인하 ⑤ 위생수준 향상 ⑥ 제조기준
완화 ⑦ 조리방법 표준화 ⑧ 포장기술의 개발 ⑨ 현대적 감각의 음식 개발 ⑩ 기타 ()

VI. 귀하의 인적사항에 대한 질문입니다. 해당하는 곳에 (√)표를 해주십시오.

1. 귀하의 성별은?()
① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은? ()
① 20세 이하 ② 21~30세 ③ 31~40세 ④ 41~50세 ⑤ 51~60세 ⑥ 61세 이상
3. 귀하의 결혼 여부는?()
① 미혼 ② 기혼 ③ 독신 ④ 기타
4. 귀하의 교육 정도는? ()
① 고졸 이하 ② 전문대학 졸업 ③ 대학 재학 ④ 대학 졸업 ⑤ 대학원 졸업
5. 귀하의 종사하는 직업은? ()
① 회사원 ② 전문직 ③ 공무원 ④ 교직 ⑤ 사무관리직 ⑥ 자영업
⑦ 서비스직 ⑧ 건설 및 생산직 ⑨ 학생 ⑩ 전업주부 ⑪ 기타()
6. 귀하의 월 평균 소득은?()
① 거의 없다 ② 100만원 미만 ③ 100~149만원 ④ 150~199만원 ⑤ 200~249 만원⑥
250~300만원 ⑦ 300~350만원 ⑧ 351~400만원 ⑨ 400만원 이상
7. 귀하의 종교는?()
① 불교 ② 기독교 ③ 천주교(카톨릭) ④ 무교 ⑤ 기타
8. 귀하의 실제 거주지는?()
① 영천시내 ② 영천외곽 ③ 대구권(대구, 경산 등) ④ 기타 지역()
9. 귀하의 영천시 거주 연한은?
① 1년 미만 ② 1년~5년 ③ 5년~10년 ④ 11년~15년 ⑤ 16년~20년 ⑥ 21년 이상

감사합니다.

A Study on the Excavation and Tourism Commercialization of Local Foods -Focused on Yeongcheon Area-

Jang Sun Ok

Graduate School of Industrial Management, Gyeongju University
Department of hotel and food service management

(Supervised by Professor Lee, Yeon - Jung)

(Abstract)

This study has been aimed at residents in Yeongcheon and researched the awareness about the native local food and the plan for its tour-commercialization and popularization so that it can develop the native local food in Yeongcheon as a tour commodity and activate the local economy and contribute to improving the image of food culture based on books and theses by arranging previous researchers's theses and excerpting and applying the related documents. The method of collecting data are self-fill-in questionnaire and interview; the questionnaire has been used that consists of recognition, willingness, general behavior characteristics and a character through documents, empirical and precious researches. 350 copies of questionnaire have been distributed and the comparative graph of IPA(Important-Performance Analysis) has been made through frequency analysis, descriptive statistical analysis, difference analysis(T-test, ANOVA), factor analysis.

The results are as follows.

A majority of respondents have replied as a positive one in the view of recognition and future prospect and transmission of next generation; therefore, the future of the native local food is bright. Considering use

frequency, the access to it is not available and it takes a long time to cook; thus, the chances to try and to be familiar with it at home and other places are important. For popularization, the traditional taste should be maintained. Also, it is important to develop the food for modern-oriented and to promote the native local food through the cultural events, to establish specialty stores and to give changes to access to it. In addition, it should be focused on giving chances to acquire the recipe through the various media such as the internet and spread and development of convenient recipe.

The effective management plans about tour-commercialization based on results through the empirical analysis are as follows.

First, as a result of the difference in importance and practice about native local food's quality characteristics, importance is generally higher than practice. This means that customers still have high expectation about the native local food and its quality, on the one hand, is not satisfactory. Therefore, the general quality of native local food should be improved.

Second, the most important attributes in quality characteristics are 'taste', 'sanitation', 'freshness', 'a salty taste' and 'a synthetic seasoning' and in the items of popularization and commercialization of native local food, it is focused on 'the improvement of cleanness and sanitation', 'transmission of traditional recipe' Therefore, "administrative and financial support for native food restaurants" in importance and practicality and "connected development with related organizations" and "education for native local food" should be emphasized and "the status cleanness and sanitation", "the improvement of recipe" and "transmission of traditional recipe" should be emphasized.

Third, the results of IPA graph analysis are as follows. the first quadrant contains "taste", "sanitation", "a salty taste" and "freshness" in the view of the quality characteristics variables of native food and "the improvement of recipe" and "transmission of traditional recipe" and "the improvement of cleanness and sanitation" as plans of popularization and

tour-commercialization. These variables should be continuously maintained because they are highly recognized along with importance and practicality.

Fourth, the second quadrant where the intensive treatment are necessary stresses "a synthetic seasoning" regarding its quality attributes and "a scout of skill possessor for native local food"; intensive efforts are necessary for these attributes and items.

Fifth, the third quadrant where both importance and practicality are low contains "the size and decoration of food", "the food color" and the container of food" and "designation and "management of the restaurant and its specialization for native local food" and "administrative and financial support for native food restaurants"

Sixth, the fourth quadrant where practicality is high but importance low includes "food portion", "rapidity of serving" and "standardization and simplification of recipe", "generalization and popularization of recipe" and "recipe variation for the young generation" as plans for tour-commercialization and popularization; the contributed efforts should be committed to other evaluation attributes.

For tour-commercialization and popularization of native local food, a synthetic seasoning should be reduced and environmental-friendly agricultural products such as the organic, low or no agrichemical should be increased and environmental-friendly ingredients should be enlarged so that we can live healthily. By complementing unsatisfactory attributes, the satisfaction of native local food would be increased and taste, nutrition and sanitation should be emphasized so that we all can enjoy the food as the worldwide food.