

전북지역의 식품 관련 전공 대학생의 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도 및 기호도 연구

김문숙
원광보건대학교 식품영양과

Study on the Recognition and Preference for Foods or Processed Foods Using Local Specialties of College Students Majoring in Food in Jeollabuk-do

Moon-Sook Kim
Department of Food and Nutrition, Wonkwang Health Science University

요약 본 연구는 전라북도 지역 내의 식품 관련 전공 대학생을 대상으로 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도와 기호도를 알아보기 위하여 2019년 11월 11일에서 12월 3일까지 전라북도 익산 및 인근 지역 소재 대학교의 재학생 중에서 정확하게 설문 응답한 총 317부의 설문지를 토대로 연구결과 분석에 사용하였다. 연구 참여대상자의 일반적 특성, 식습관 행태, 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 인지 여부와 기호도를 조사하여 이의 상호 관련성을 알아보았다. 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도는 남학생 3.01 ± 0.73 , 여학생 3.22 ± 0.64 로 여학생이 남학생보다 인지도가 높은 것으로 뚜렷한 유의적인 차이가 있음($p < 0.01$)을 확인하였다. 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 기호도는 '품질만족', '편의성' 그리고 '위생성'에서 높은 유의성이 나타났고, 참여대상자의 식습관과 지역특산물에 대한 인지도에 연관성이 있고, 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 인지도와 기호도에는 상관관계의 유의성을 확인하였다. 이의 결과를 토대로 식생활 관련 교육 및 기호성을 고려한 지역특산 제품 또는 음식 메뉴 개발 등에 필요한 기초자료로 사용하고자 한다.

Abstract This study was conducted from November 11th to December 3rd, 2019, in Iksan, Jeollabuk-do, and nearby universities to investigate the recognition and preference for either food made from local specialties or processed foods among college students majoring in food in Jeollabuk-do. The research and results were based on 317 questionnaires that were answered by these students. The interrelationships were investigated by examining the student's general characteristics, eating habits, and recognition and preference of foods made from local specialties or processed foods. The recognition of foods or processed foods using local specialties was 3.01 ± 0.73 for male students and 3.22 ± 0.64 for female students. This confirms that there was a significantly higher recognition by female students compared to male students ($p < 0.01$). The parameters with high significance in the preference for foods made from local specialties or processed foods were 'quality satisfaction', 'convenience', and 'hygiene'. These were related to the participants' eating habits and recognition of local specialties. The significance of the correlation was thus confirmed. We intend to use these results as basic data for food-related education and the development of local specialties or food menus taking into consideration the preference parameters discussed above.

Keywords : General Characteristics, Eating Habits, Significant Difference, Satisfaction, Correlation.

1. 서론

급변하는 산업화와 현대화 추세에서 먹거리는 삶을 영위할 수 있는 원동력의 에너지와 건강한 신체 형성을 위한 영양 공급 등의 기본적인 기능 이외에도 사회문화적 변화에 따라 더 부가되는 기능이 많아진다. 요즘 세계의 한류화 영향으로 여러 나라에서는 한국 음식에도 관심이 높아지면서[1], 음식의 만족도는 관광산업에서도 중요 변수로 작용한다[2,3]. 또한 1995년부터 본격적으로 지방 자치체가 실시되어 지방 권한 확대에 따른 지역 자체의 경제 활성화 방안으로 식품 분야에서도 다양한 사업 또는 연구 활동 등이 이루어지고 있다. 이는 지역 특성을 고려한 지역적 정체성이 확립된 브랜드 개발전략을 세우기 위함이다[4]. 그 예로써, 충남 아산지역의 천연자원, 자연환경 및 문화재 등의 특이성을 부각하여 아산지역 농특산물인 콩과 관광자원인 온양온천에 대한 온천설화로 개발된 스토리텔링 제품도 보고되었다[5]. 전남 장성군의 산림 치유 관광을 중심으로 장성군 지역의 대표 특산물인 삼채, 사과, 단감 등을 이용하여 음식 메뉴를 개발하고 적절한 상차림을 방안도 제시하였다[6]. 또한 지역적 특산물을 이용한 향토음식에 대한 스토리텔링도 소비자들에게 긍정적인 브랜드 이미지를 형성한다고 보고하였다[7,8]. 더불어 지역 특산물의 제품 및 메뉴 개발이 원활하게 판매로 연계되기 위한 마케팅 방법의 하나로 지역 음식점의 긍정적 이미지를 도출하는데 SNS 마케팅이 유의한 영향을 끼친다[9].

지역특산물을 이용한 가공제품 및 음식 메뉴 개발 및 마케팅 등은 특정 지역 음식문화속성과도 연관성이 있다[10-12]. 전남지역을 중심으로 지역 음식에 관한 연구에서 지역 음식의 인지도는 지역 음식에 대한 지속적인 관계가 유지된다고 보고하였다[13]. 강릉지역을 중심으로 연구에서는 지역특산물을 이용한 음식의 맛, 품질, 인적 서비스, 이미지 요소 등이 지역특산 음식을 이용하는 고객의 만족도를 높인다는 결과를 보였다[14]. 전북 한옥마을을 중심으로 연구한 결과에서는 지역 특성이 가미된 브랜드 개성은 고객의 만족도와 행동의도에 유의적 영향을 끼치고[15], 전남 순천지역을 중심으로 조사한 결과에 따르면 관광객의 식생활 라이프스타일과 지역 음식 이미지 간에 양의 상관관계가 있음을 제시하였다[16]. 대체적으로, 농어촌 등의 지역적 특산물을 이용한 산업은 농·임수산물의 특수성 때문에 다품종 소량 생산특성이 있으므로[17] 지역별 향토산업 발전을 위해 PDCA Cycle 등을 통한 운영 관리 방안을 제시[18]하기도 하였다. 더불어

다양한 연령층을 대상으로 한 지역 특성화 발전을 위한 연구도 필요하다. 그러나 향토·지역 음식, 전통음식 또는 한식에 대한 대학생들의 인지도 또는 이해도 등의 최근 연구는 미비한 실정이다.

그래서 본 연구에서는 우선적으로 식품 관련 전공의 이론 및 실습 교육과정을 통해서 직·간접으로 향토·전통·지역 특산물의 음식 또는 가공식품 등에 접할 기회가 있을 전라북도 지역 내의 식품 관련 전공 대학생을 대상으로 지역특산물을 이용한 가공제품과 음식 메뉴에 대한 인지도와 기호도를 분석함으로써 지역특산물에 대한 관심도와 이해도 등을 파악하여 식생활 관련 교육 및 기호성을 고려한 지역특산 제품 또는 음식 메뉴 개발 등에 필요한 기초자료로 사용하고자 한다.

2. 본론

2.1 연구 대상자 및 조사기간

본 연구는 전라북도 익산 및 인근 지역 소재 대학교의 재학생 330명을 대상으로 2019년 11월 11일에서 12월 3일까지 설문 조사를 하였다. 회수된 설문지 중에서 불성실하고 무응답 설문지를 제외하고 총 317부의 설문지를 토대로 연구결과 분석에 사용하였다.

2.2 설문지 구성

본 연구에서 사용된 설문지는 전라북도 지역 내의 식품 관련 전공의 남녀대학생들의 식습관과 지역 특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 인지와 기호에 관련된 내용의 질의 및 답변으로 구성하였다. 설문지 문항은 참여 학생들의 일반사항(거주형태, 건강상태), 식습관(식사 횟수, 좋아하는 음식 종류, 주로 먹는 한식 메뉴), 간식 행태(간식 섭취 횟수, 좋아하는 간식, 간식 선택 시 고려사항) 그리고 지역 특산물에 관한 인식도 및 기호도로 구성하였다. 이와 같은 설문 항목을 선정한 이유는 설문 응답 대상 학생의 일반사항 또는 식습관 특성에 따라 지역특산물을 이용한 음식과 가공식품에 대한 인식 및 만족도의 변화를 알아보고자 함이다.

2.3 자료 분석

본 연구 자료의 분석은 SPSS 프로그램(IBM SPSS Statistics ver. 21)을 사용하여 다음과 같이 통계처리를 하였다. 참여 대학생을 대상으로 연구 관련 설문조사를

실시하여, 성별에 다른 특성 차이 등을 파악하고자 남학생, 여학생 그리고 전체 조사자로 구분하여 통계분석을 실시하였다. 설문조사 문항의 신뢰도는 Cronbach's Alpha로 일반사항 및 건강상태는 0.753, 식습관은 간식섭취형태는 0.732, 지역특산물을 활용한 음식 등의 인지도 0.784, 그리고 기호도는 0.745였다. 그 중에서 일반사항, 식습관 그리고 간식 관련 조사에 대해서는 기술통계를 통하여 평균값, 백분율 및 카이제곱으로 검정하였고, 식습관지역특산물에 관한 인지도 및 기호도는 Likert 5점 척도로 독립표본 t-test를 실시하여 유의성을 검증하였다. 그리고 선호하는 음식·간식 및 음식점·가공제품과 지역특산물을 활용한 음식 간의 관련성 알아보기의 인지도와 기호도 관계를 파악하고자 상관분석(Correlation coefficient)을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1 일반 특성

대학생들의 일반적인 특성은 Table 1과 같이 총 대상자수는 317명으로 전원 한국인이며 남학생 135명(42.6%), 여학생 182명(57.4%)으로 참여 성별 비율은 여학생이 많았다. 남녀대학생의 연령은 모두 지정 조사항목(10~20대)에 해당하고, 학력은 대학교 2년제와 4년제 재학생에 해당되었다. 남녀대학생의 일반사항으로 주거형태에 대한 질의에 '가족과 함께 생활'은 197명(62.1%), '혼자 생활'은 85명(26.8%), '기숙사 생활'은 26명(8.2%), '친적집 생활'은 2명(0.6%), 그리고 '기타' 7명(2.2%)로 나타났다. 위의 결과에서 조사자 대학생 주거형태는 가족과 함께 생활한다는 답변이 가장 높은 비율로 Min(2017)[12] 연구와 유사한 결과로 전북지역 내

Table 1. General and physical condition of subjects

Variable		Gender. N(%)		Total. N(%) 317(100)	χ^2 (p-value)
		Male 135(42.6)	Female 182(57.4)		
Residence type	Self boarding	42(31.1)	43(23.6)	85(26.8)	5.571 (0.234)
	Dormitory	11(8.2)	15(8.2)	26(8.2)	
	With family	81(60.0)	116(63.7)	197(62.1)	
	With relative	-	2(1.1)	2(0.6)	
	Others	1(0.7)	6(3.3)	7(2.2)	
Health condition	Very good	35(25.9)	21(11.5)	56(17.7)	11.824* (0.019)
	Good	28(20.7)	41(22.5)	69(21.8)	
	Normal	64(47.4)	105(57.7)	169(53.3)	
	Bad	8(5.9)	14(7.7)	22(6.9)	
	Very bad	-	1(0.5)	1(0.3)	

*p < 0.05

Table 2. The meal habits of subjects.

Variable		Gender. N(%)		Total. N(%) 317(100)	χ^2 (p-value)
		Male 135(42.6)	Female 182(57.4)		
Meal(s) per day	Three times	23(17.0)	29(15.9)	52(16.4)	3.731 (0.292)
	Two times	78(57.8)	93(51.1)	171(53.9)	
	One time	10(7.4)	11(6.0)	21(6.6)	
	Irregular	24(17.8)	49(26.9)	73(23.0)	
Favorite food type	Korean food	61(45.2)	112(61.5)	173(54.6)	16.586** (0.002)
	Western food	40(29.6)	36(19.8)	76(24.0)	
	Japanese food	13(9.6)	23(12.6)	36(11.4)	
	Chinese food	7(5.2)	1(1.2)	8(2.5)	
	Convenience store food	14(10.4)	10(5.5)	24(7.6)	
Korean food menu usually eat	Baekban	27(20.0)	33(18.1)	60(18.9)	6.995 (0.321)
	Tangs	21(15.6)	26(14.3)	47(14.8)	
	Jigaes	65(48.1)	85(46.7)	150(47.3)	
	Bibimbap	11(8.1)	29(15.9)	40(12.6)	
	Gijims	4(3.0)	5(2.7)	9(2.8)	
	Jorims	4(3.0)	1(0.5)	5(1.6)	
	Muchims	3(2.2)	3(1.6)	6(1.9)	

**p < 0.01

의 대학생의 주거형태 변화가 일어나지 않음을 알 수 있었다. 건강상태에 대한 자가평가 조사에서는 조사 전체 대학생 317명(100%)중에서 '건강상태가 좋다'는 69명(21.8%), '아주 좋다'는 56명(17.7%), '보통'은 169명(33.3%)으로 조사자 과반수 이상이 건강상태가 양호한 것으로 응답하였다.

3.2 식습관 형태

조사대상자 남녀대학생의 식습관 형태에 관한 결과는 Table 2와 같다. 총 조사자(317명)에 대해 하루 식사 횟수를 조사한 결과, 하루 '3회'는 52명(6.4%), '2회'는 171명(53.9%), '1회'는 21명(6.6%) 그리고 '불규칙 식사 횟수'는 73명(23.0%)로 나타났다. 그중에서 남학생의 하루 식사 횟수로 '3회'는 23명(17.0%), '2회'는 78명(57.8%), '1회'는 10명(7.4%) 그리고 '불규칙 식사 횟수'는 24명(17.8%)로 조사되었고, 여학생의 하루 식사횟수로 '3회'는 29명(15.9%), '2회'는 93명(51.1%), '1회'는 11명(6.0%) 그리고 '불규칙 횟수'는 49명(26.9%)로 응답하였다. 이의 결과에 따르면, 대학생의 하루 식사 회수는 '2회'의 비율(53.9%)이 가장 높고 다음으로 불규칙 식사 횟수(23.0%)가 높은 비율로 나타나 대학생의 올바른 식습관에 대한 교육 및 홍보 자료 제공 등의 지속적인 건강관리 가이드 지원이 필요하다고 판단된다.

좋아하는 음식은 일반 조리법에 따른 '한식', '양식', '일식', '중식'의 4가지 항목과 편리하게 먹을 수 있는 '편의점 음식'의 항목에 대해 조사 한 결과, 총 조사자(317명)에서 '한식'은 173명(54.6%), '양식'은 76명(24.0%), '일식'은 36명(11.4%), '중식'은 8명(2.5%), 그리고 '편의점 음식'은 24명(7.6%)으로 조사되어 '한식'을 좋아한다는 비율(54.6%)이 가장 높은 답변으로 유의적인 결과가 나타났다. 이 중에서 남학생의 경우는 '한식'은 61명(45.2%), '양식'은 40명(29.6%), '일식'은 13명(9.8%), '중식'은 7명(5.2%) 그리고 '편의점 음식'은 14명(10.4%)으로 조사되었고, 여학생의 경우는 '한식'은 112명(61.5%), '양식'은 36명(19.8%), '일식'은 23명(12.6%), '중식'은 1명(1.2%) 그리고 '편의점 음식'은 10명(5.5%)이 응답하였다. 이로써, 전북지역의 식품 관련 전공 대학생들이 좋아하는 음식은 한식이며, 남학생보다는 여학생이 더 한식을 좋아하는 것으로 조사되었다. 일반적으로 향토 또는 지역특산물을 이용한 음식은 주로 한식 메뉴[5]여서 주로 먹는 한식 메뉴에 대한 세부적인 설문조사를 실시하였다. 조사한 한식 메뉴 문항으로 '백

반', '탕류', '찌개류', '비빔밥', '지짐류', '조림류' 그리고 '무침류'로써, 총 조사자(317명)의 주로 먹는 한식 메뉴로는 '백반'은 60명(18.9%), '탕류'는 47명(14.8%), '찌개류'는 150명(47.3%), '비빔밥'은 40명(12.6%), '지짐류'는 9명(2.8%), '조림류'는 5명(1.6%) 그리고 '무침류'는 6명(1.9%)로 조사되어 가장 많이 선택하는 주로 먹는 한식 메뉴는 '찌개류'로 나타났다. 이 중에서도 남학생의 경우는 '백반'은 27명(20.0%), '탕류'는 21명(15.6%), '찌개류'는 65명(48.1%), '비빔밥'은 11명(8.1%), '지짐류'는 4명(3.0%), '조림류'는 4명(3.0%) 그리고 '무침류'는 3명(2.2%)로 응답하였고, 여학생의 경우는 '백반'은 33명(18.1%), '탕류'는 26명(14.3%), '찌개류'는 85명(46.7%), '비빔밥'은 29명(15.9%), '지짐류'는 5명(2.7%), '조림류'는 1명(0.5%) 그리고 '무침류'는 3명(1.6%)로 조사되었다. 이에 따라 남학생과 여학생 간에 유의적인 차이 없이 가장 많이 선택하여 주로 먹는 한식은 '찌개류'로 나타나고 있어 대학생의 전통 메뉴 선호도는 대중화에 유의미한 영향을 주고, 대학생의 메뉴 선택에는 환경적 요인, 분위기, 시간적 요인 등에 영향을 받는다고 판단된다.

3.3 간식 섭취 형태

조사대상자 남녀대학생의 간식 섭취 형태에 대한 조사 결과는 Table 3과 같다. 총 조사자에서 하루 간식 섭취 횟수 조사로 '1회'는 184명(58.0%), '2회'는 5명 (26.8%), '3회'는 29명(9.1%), '4회'는 11명(2.5%) 그리고 '5회 이상'은 8명(2.5%) 순으로 간식 섭취 횟수는 하루에 1회가 조사대상의 과 반수 이상으로 조사되었다. 남학생의 하루 간식 섭취 횟수로는 '1회'는 85명(63.0%), '2회'는 33명(24.4%), '3회'는 12명(8.9%), '4회'는 4명(3.0%) 그리고 '5회 이상'은 1명(0.7%)였으며 여학생의 경우에는 1회 99명(54.4%), '2회' 52명(28.6%), '3회' 17명(9.3%), '4회' 7명(3.8%) 그리고 '5회 이상' 7명(3.8%)의 순으로 남학생과 여학생간의 유의적인 차이는 없었다. 좋아하는 간식 종류에 대한 조사의 총 조사자 중에서 '빵류' 54명(17%), '과자류' 94명(29.7%), '아이스크림류' 41명(12.9%), '우유 및 유제품류' 26명(8.2%), '음료류' 45명(14.2%), '떡류' 4명(1.3%), '치킨류' 51명(16.1%) 그리고 '과일류' 2명(0.6%)로 조사되었다. 남학생의 경우는 '빵류' 20명(14.8%), '과자류' 34명(25.2%), '아이스크림류' 21명(15.6%), '우유 및 유제품류' 9명(6.7%), '음료류' 19명

(14.1%), '떡류' 1명(0.7%), '치킨류' 29명(21.5%) 그리고 '과일류' 2명(1.5%)였고, 여학생의 경우에는 '빵류' 34명(14.8%), '과자류' 60명(33.0%), '아이스크림류' 20명(11.0%), '우유 및 유제품류' 17명(9.3%), '음료류' 26명(14.3%), '떡류' 3명(1.6%), '치킨류' 22명(12.1%)로 조사된 결과에 따르면 간식으로 과자류를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 이 결과를 토대로 대학생 대상의 지역 특산물을 이용한 가공식품으로 과자류의 제품 개발이 필요한 것으로 판단되었다. 간식 선택 시 고려 사항에 대한

조사에서는 총 조사자 중 '맛'은 223명(70.3%)로 가장 높게 조사되었고, 다음으로 '편리성'은 36명(11.4%), '가격'은 29명(9.1%) 순의 유의적인 차이가 있다($p < 0.01$)는 결과를 보였다. 남학생과 여학생에서도 간식 선택 시 고려 사항은 '맛'이 88명(65.2%)과 135명(74.2%)로 가장 우선적 고려되는 항목으로 확인되었다. 이에 따라 지역 특산물을 활용한 가공식품에서도 맛에 대한 요소가 중요 변수임을 확인하였다.

Table 3. The snack eating habits of subjects

Variable		Gender. N(%)		Total, N(%) 317(100)	χ^2 (p-value)
		Male 135(42.6)	Female 182(57.4)		
Snack per day	One	85(63.0)	99(54.4)	184(58.0)	4.626 (0.328)
	Two	33(24.4)	52(28.6)	85(26.8)	
	Three	12(8.9)	17(9.3)	29(9.1)	
	Four	4(3.0)	7(3.8)	11(3.5)	
	Five or above	1(0.7)	7(3.8)	8(2.5)	
Favorite snack type	Breads	20(14.8)	34(18.7)	54(17.0)	11.644 (0.113)
	Confectionery	34(25.2)	60(33.0)	94(29.7)	
	Ice creams	21(15.6)	20(11.0)	41(12.9)	
	Milk and dairy food	9(6.7)	17(9.3)	26(8.2)	
	Drinks	19(14.1)	26(14.3)	45(14.2)	
	Rice cakes	1(0.7)	3(1.6)	4(1.3)	
	Chickens	29(21.5)	22(12.1)	51(16.1)	
Snack selection considerations	Fruits	2(1.5)	-	2(0.6)	23.865** (0.001)
	Calorie	4(3.0)	8(4.4)	12(3.8)	
	Nutrient	6(4.4)	2(1.1)	8(2.5)	
	Easy	10(7.4)	26(14.3)	36(11.4)	
	Taste	88(65.2)	135(74.2)	223(70.3)	
	Price	22(16.3)	7(3.8)	29(9.1)	
	Package	2(1.5)	-	2(0.6)	
	Popular	2(1.5)	3(1.6)	5(1.6)	
Others	1(0.7)	1(0.5)	2(0.6)		

$p^{**} < 0.01$

Table 4. The recognition of local special foods or food products in subjects

Variable	Gender. N(%)		Total, N(%) 317(100)	t-value (p-value)
	Male 135(42.6)	Female 182(57.4)		
Restaurant using local specialties	2.95±0.74	2.92±0.76	2.93±0.75	0.543 (0.719)
Local specialties menu	2.87±1.34	3.48±1.49	3.22±1.46	3.331*** (0.000)
Famous local specialties	3.01±0.73	3.22±0.64	3.13±0.69	0.459** (0.007)
Types of local special products produced	3.03±0.74	3.10±0.71	3.07±0.72	0.378 (0.442)
Processed products using local specialties	2.79±0.69	2.89±0.76	2.85±0.73	0.366 (0.263)

$p^{**} < 0.01, p^{***} < 0.001$

3.4 지역 특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지

지역특산물을 원·부재료 하여 조리 또는 가공한 음식 또는 가공식품에 대한 인지 여부에 대해서 총 조사대상자의 남녀대학생에서 나타난 조사 결과는 Table 4와 같다. 지역별 특산물을 이용하여 음식을 조리하는 음식점의 인지 여부에 대한 조사에서 남학생과 여학생의 인지도 평균 점수는 2.95 ± 0.74 와 2.92 ± 0.76 으로 유의적 차이가 없으며 낮은 인지도를 나타냈다. 반면에, '지역특산물의 음식 메뉴'에 대한 인지도는 남학생 2.87 ± 1.34 , 여학생 3.48 ± 1.49 으로 여학생이 남학생보다 지역특산물 음식 메뉴에 대한 인지도가 월등히 높은 유의적인 차이를 보였고, 지역별 유명 특산물에 대한 인지도에서도 남학생 3.01 ± 0.73 , 여학생 3.22 ± 0.64 로 여학생이 남학생보다 인지도가 높은 것으로 뚜렷한 유의적인 차이가 있음($p < 0.01$)을 확인하였다. 그러나 국내에서 생산하는 특산물 종류와 지역별 특산물을 이용한 가공제품에 대한 인지도는 남학생에서는 3.03 ± 0.74 , 2.79 ± 0.69 의 결과이고 여학생에서는 3.10 ± 0.71 , 2.89 ± 0.76 로 조사되어 남학생과 여학생 모두에서 낮은 인지도를 보여 지역특산물을 이용한 음식 메뉴와 가공제품 종류 등에 대한 홍보와 마케팅이 필요하다고 판단된다.

3.5 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 기호

참여 남녀대학생을 대상으로 지역특산물을 이용하여 조리한 음식과 제조·가공한 가공식품에 대한 기호도 조사 결과는 Table 5와 같다. 남녀대학생의 지역특산물을 이용하여 조리한 음식과 제조·가공한 가공식품에 대한 조사 항목으로 '구입 기호도'는 남학생이 2.94점, 여학생은 2.95점이고, '구입 만족도'는 남학생이 3.11점, 여학생은 3.20점이고, '구입 의향'은 남학생이 3.04점, 여학생은 3.13점으로 성별 간에 유의적이 차이가 없었으나 '품질만족도'에서는 남학생이 2.36점, 여학생은 3.13점($p < 0.05$)으로 남학생보다 여학생에서 높은 뚜렷한 유의적인 차이를 보였다. 이는 지역별 특산물을 이용한 음식 메뉴 및 가공품에 대한 구입의 기호도 또는 구입 만족도는 낮아도, 지역별 특산물을 이용한 음식 메뉴 및 가공품의 소비 경험이 있으면 이에 대한 만족도는 높아지는 것으로 해석되므로 지역별 특산물을 이용한 음식 메뉴 및 가공품이 생활 영역 내의 가까운 장소에 매장 입점 및 홍보 매체 등의 환경적 분위기 조성이 필요하다고 보겠다. 지역별 특산물을 이용한 음식 메뉴 및 가공품에 대한 '가성비', '추천의향' 및 '신뢰성'에 대한 기호도 질의에 대해서는 보통의 점수로 남학생과 여학생에서 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 그 외에 '편의성'에 대한 기호도에서 남학생은 3.14점과 여학생은 2.96점($p < 0.05$)으로

Table 5. The preference of local special foods or food products in subjects

Variable	Gender, N(%)		Total, N(%) 317(100)	t-value (p-value)
	Male 135(42.6)	Female 182(57.4)		
Purchase preference	2.94±0.87	2.95±0.86	2.94±0.86	0.392 (0.965)
Purchase satisfaction	3.11±0.82	3.20±0.75	3.16±0.78	0.053 (0.335)
Repurchase intention	3.04±0.82	3.13±0.84	3.09±0.83	0.406 (0.384)
Quality satisfaction	3.36±0.70	3.17±0.74	3.25±0.73	1.333* (0.015)
Cost ratio	2.81±0.84	2.79±0.86	2.80±0.85	0.360 (0.823)
Recommendation intention	3.07±0.75	3.14±0.77	3.11±0.76	0.596 (0.463)
Convenience	3.14±0.72	2.96±0.80	3.03±0.77	0.004* (0.038)
Reliability	3.22±0.72	3.18±0.73	3.20±0.73	0.012 (0.599)
Hygiene	3.37±0.64	3.13±0.78	3.23±0.73	0.275** (0.003)

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

유의적으로 높은 점수를 나타냈으며 '청결성'에 대한 기호도에서는 남학생은 3.37점과 여학생은 3.13점($p < 0.01$)으로 뚜렷한 유의적 차이를 보였다. 이 결과로 조사대상자들이 좋아하는 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공제품은 간편하고 위생적으로 청결한 상태의 메뉴 또는 가공식품을 선호한다는 것으로 판단된다.

3.6 대학생의 식습관과 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 인지도에 대한 상관분석

조사 참여 대상 대학생의 식습관과 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 지역별 특산물을 이용한 음식 메뉴 및 가공품의 인지도의 상관관계를 알아보기 위해 상관분석을 한 결과는 Table 6과 같다. Table 6의 결과를 보면, '좋아하는 간식 종류'와 '간식 선택 시 고려 사항'에는 유의적인 상관 관계를 나타냈다. 지역특산물 종류를 알고 있는 대학생은 '유명 지역특산물', '지역별 특산물을 이용한 가공제품', '지역별 특산물을 이용한 음식점' 그리고 '지역별 특산물을 이용한 음식 메뉴'에 대해 유의적 상관관계를 보였고, 유명 지역특산물을 알고 있

는 대학생은 '지역별 특산물을 이용한 가공제품', '지역별 특산물을 이용한 음식점' 및 '지역별 특산물을 이용한 음식 메뉴'와의 유의적 상관관계를 나타냈다. 지역별 특산물을 이용한 가공제품에 대해 인지도가 있는 대학생은 '지역별 특산물을 이용한 음식점' 그리고 '지역별 특산물을 이용한 음식 메뉴'에 대해서 양의 유의적 상관관계를 보여 대학생의 식습관과 지역특산물에 대한 인지도에 연관성이 있음을 알게 되었다.

3.7 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도와 기호도의 상관관계

총 조사대상자 대학생들의 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지 여부에 따라 기호도와는 어떠한 연관성이 있는지 알아보기 위해서 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도와 기호도의 상관관계를 분석한 결과는 Table 7과 같다. Table 7의 결과에 따르면, 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도 항목 '지역특산물 종류', '지역특산물의 음식', 및 '지역특산물의 가공식품'과 기호도 항목의 '구

Table 6. Correlation coefficients between the eating habits and recognition of local special foods or food products in subjects

Variable	Favorite food type	Korean food menu usually eat	Favorite snack type	Snack selection considerations	Type of local specialities	Famous local specialities	Processed food using special products	Restaurant using special products	Local specialities menus
Favorite food type	1								
Korean food menu usually eat	0.033	1							
Favorite snack type	0.091	-0.021	1						
Snack selection considerations	-0.040	-0.014	0.106*	1					
Type of local specialities	0.070	-0.012	0.055	-0.056	1				
Famous local specialities	0.065	-0.060	0.022	-0.081	0.700**	1			
Processed food using local specialities	0.004	-0.038	0.085	0.012	0.461**	0.481**	1		
Restaurant using local specialities	0.028	-0.006	0.028	-0.065	0.490**	0.559**	0.617**	1	
Local specialities menu	0.047	-0.001	0.063	-0.005	0.163**	0.182**	0.095*	0.056	1

$p^* < 0.05$, $p^{**} < 0.01$

Table 7. Correlation coefficients between the perception and preference of local special foods or food products in subjects

Variable	Type of local specialities	Famous local specialities	Restaurant using special products	Processed food using local specialities	Purchase preference	Purchase satisfaction	Quality satisfaction	Recommendation intention	Reliability
Type of local specialities	1								
Famous local specialities	0.694	1							
Restaurant using local specialities	0.503**	0.611**	1						
Processed food using local specialities	0.479**	0.542**	0.671**	1					
Purchase preference	0.168*	0.204**	0.287**	0.337**	1				
Purchase satisfaction	0.160**	0.238**	0.224**	0.293**	0.563**	1			
Quality satisfaction	0.161**	0.213**	0.333**	0.334**	0.557**	0.570**	1		
Recommendation intention	0.061	0.130*	0.224**	0.303**	0.463**	0.502**	0.601**	1	
Reliability	0.101	0.252**	0.246**	0.254**	0.306**	0.463**	0.547**	0.499**	1

$p^* < 0.05$, $p^{**} < 0.01$

입'. '구입 만족', '품질 만족', '추천의향' 및 '신뢰성'에 대해서 서로 양의 유의적 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 지역 특산 음식의 선택 속성은 음식의 맛과 품질요소에 의한 유의한 정의 영향이 있다는 연구 결과 [26]와 유사한 것으로, 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 인지도와 기호도에는 상관관계의 유의성을 확인되어 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대해 알고 있는 대학생일수록 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품을 좋아하는 것으로 판단되었다.

4. 요약 및 결론

본 연구는 전북지역 내의 식품 관련 전공 대학생을 대상으로 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도와 기호도를 알아보기 위하여 연구 참여대상자의 일반적 특성, 식습관 행태, 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 인지 여부와 기호도를 조사하여 이의 상호 관련성을 알아봄으로써 올바른 식생활 관리를 위한 교육 및 기존의 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 개선 방안 등을 모색하는 데 기초자료로 제공하고자 한다.

수행한 연구결과는 첫째, 참여한 남녀대학생의 일반적

특성 조사에서 주거형태는 '가족과 함께 생활'이 62.1%로 가장 많았고, 조사 대상자의 과반수 이상이 건강상태라고 자가평가하였다. 둘째, 남녀대학생의 식습관 조사 결과에서 하루 식사횟수는 '2회'를 한다는 답변이 53.9%으로 가장 많았다. 좋아하는 음식 종류는 조사대상자의 54.6%가 '한식'이라고 답변하였고 주로 먹는 한식 메뉴로는 '찌개류', '백반', '탕류', '비빔밥' 순으로 나타났다. 하루 간식 섭취 횟수는 '1회'로 답변한 응답자 비율은 58.0%에 해당하였다. 좋아하는 간식의 종류는 '과자류', '빵류', '음료류', '아이스크림' 순으로 응답하였고 간식 선택 시 고려 사항으로 '맛'(65.2%)을 가장 우선으로 생각한다는 결과를 보였다. 셋째, 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도를 조사한 결과, 지역별 유명 특산물의 인지도는 남학생 3.01±0.73, 여학생 3.22±0.64로 여학생이 남학생보다 인지도가 높은 것으로 뚜렷한 유의적인 차이가 있음($p < 0.01$)을 확인하였다. 넷째, 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품에 대한 기호도는 '품질만족', '편의성' 그리고 '위생성'에서 높은 유의성이 나타났다. 다섯째로, 전라북도 지역의 식품관련 전공 대학생의 식습관과 지역특산물에 대한 인지도에 연관성이 있었다. 마지막으로, 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품의 인지도와 기호도에서 상관관계의 유의성이 있어 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품을

인지하고 있는 연구조사 대상자일수록 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품을 선호하는 것으로 확인되었다.

본 연구는 식품 관련 전공의 이론 및 실습 교육과정에서 직·간접으로 향토·전통·지역 특산물의 음식 또는 가공식품 등에 접할 가능성이 있는 지역 내의 식품 관련 전공 대학생으로 연구조사 대상의 세분화로 특산물을 이용한 음식 또는 가공제품에 대한 인지도와 기호도를 파악하여 이를 기반으로 다양한 소비자들의 특성 등을 고려하여 지역특산물을 이용한 음식 또는 가공식품 등의 개발, 홍보 그리고 판로 개척 등을 위한 차별화된 교육, 기술지원 또는 컨설팅 등으로 지역 경제 발전의 활성화에 도움이 되고자 한다.

References

- [1] C. G. Kwon, "The transition from culture to culture-focusing on the industrialization of Korean culture and Korean wave", *The Association of Popular Narrative*, Vol.20, No.3, pp.221-244, 2014.
DOI: <https://dx.doi.org/10.18856/jpn.2014.20.3.007>
- [2] J. M. Lee, M. N. Rue, G. G. Lim, "A study on the revitalization of tourism industry through big data analysis", *Journal of Intelligence and information systems*, Vol.24, No.2, pp.149-169, 2018.
DOI: <https://dx.doi.org/10.13088/jiis.2018.24.2.149>
- [3] Y. J. Kim, "Competitive advantages and growth characteristics of Korea's tourism industry : Comparative analysis with Northeast Asian countries by using shift-share method", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.21, No.3, pp.370-379, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2020.21.3.370>
- [4] M. J. Lee, "A study on regional identity in the agricultural cooperative brand of local governments", *A Journal of Brand Design Association of Korea*, Vol.18, No.4, pp.387-397, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.18852/bdak.2020.18.4.387>
- [5] M. H. Kim, "Study on the development of food tourism products based on the local food and folktales", *Korean J. Food Culture*, Vol.33, No.3, pp.217-228, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.7318/KJFC/2018.33.3.217>
- [6] Y. J. Park, "Study on dish and dining table development for healing foods using local products : Fcus on forest healing tourism at mount Chungnyeong, Jangseong", *Korean J. CommunityLiving Sci.*, Vol.28, No.3, pp.415-428, 2017.
DOI: <http://doi.org/10.7856/kicls.2017.28.3.415>
- [7] Y. A. Song, K. H. Jeon, "Influence of consumers' knowledge on their behavioral intentions by the storytelling about the local food", *International Journal of Contents Association*, Vol.13, No.8, pp.118-127, 2013.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2013.13.08.118>
- [8] J. S. Park, "A study on open innovation and performance of new product development", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.17, No.7, pp.481-491, 2016.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2016.17.7.481>
- [9] S. R. Jeong, H. I. Kim, "The SNS marketing of food service industry effect on local food image and loyalty : Focusing in local food image on the intermediary role", *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.25, No.7, pp.193-204, 2019.
DOI: <https://doi.org/10.20878/cshr.2019.25.7.019>
- [10] G. Y. Kil, Y. M. Choi, "Demand analysis of food culture attribute to vitalize local food tourism : Focusing on Gwangju metropolitan city", *Journal of Product Research*, Vol.38, No.3, pp.73-81, 2020.
DOI: <http://dx.doi.org/10.36345/kacst.2020.38.3.009>
- [11] K. S. Kang, S. Y. Lee, "A convergence study on the relationship between food preferences and intrinsic motivation of rural tourism", *The Journal of the Convergence on Culture Technology*, Vol.7, No.1, pp.272-283, 2021.
DOI: <http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2021.7.1.272>
- [12] K. J. Min, H. J. Joung, Y. J. Lee, M. S. Kim, I. S. Choi, "University students' eating habit, perception and acceptance of Korean food in Jeolabukodo province", *Korean J. Food Cook Sci.*, Vol.33, No.5, pp.588-600, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.9724/kfcs.2017.33.5.588>
- [13] G. D. Seo, "The effect of the traditional food perception and relationship quality : Focused on Jeollanamdo area food", *Journal of Digital Convergence*, Vol.16, No.7, pp.117-122, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.14400/JDC.2018.16.7.117>
- [14] S. K. Kim, D. I. Yoon, H. I. Kim, "The effect of attribute selection of local specialty food on the customer satisfaction and behavioral intention : focused on Gangneung area", *International Journal of Contents Association*, Vol.18, No.7, pp.338-349, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2018.18.07.338>
- [15] K. Kim, I. P. Ryu, "The influence of marketing communication and brand personality on satisfaction and behavioral attitude : focused on Hanok village in Jeonju", *Tourism Research*, Vol.44, No.4, pp.43-64, 2019.
DOI: <http://doi.org/10.32780/ktidoi.2019.44.4.43>
- [16] D. K. Son, S. I. Kim, "The effects of the food-related lifestyle of tourists on the local food image and satisfaction : Focused on Suncheon", *Journal of Tourism Management Research*, Vol.24, No.2, pp.363-389, 2020.
DOI: <http://dx.doi.org/10.18604/tmro.2020.24.2.19>
- [17] D. J. Park, "Research on the current status and

prospects of the rural industry development projects”,
CNU Journal of Agricultural Science, Vol.39, No.4,
pp.619-628, 2012.

DOI: <http://dx.doi.org/10.7744/cnujas.2012.39.4.619>

- [18] E. I. Son, H. Satoshi, J. S. Song, “A study on the application of PDCA cycle for performance management of promotion project for local industry”, *Journal of The Korea Society of Rural Planning*, Vol.19, No.2, pp.139-148, 2013.
DOI: <http://dx.doi.org/10.7851/ksrp.2013.19.2.139>
-

김 문 숙(Moon-Sook Kim)

[정회원]



- 1991년 2월 : 전북대학교 식품가공학과(농학사)
- 1993년 2월 : 전북대학교 식품가공학과(농학석사)
- 1999년 2월 : 전북대학교 식품가공학과(농학박사)

- 2004년 2월 ~ 2006년 5월 : University of Illinois. Post. Doc.
- 2006년 9월 ~ 2009년 2월 : 식품의약품안전처. Post. Doc.
- 2009년 3월 ~ 2011년 8월 : 성신여자대학교 식품영양학과 시간강사
- 2011년 8월 ~ 2014년 2월 : 숭의여자대학교 식품영양과 시간강사
- 2014년 3월 ~ 현재 : 원광보건대학교 식품영양과 교수

〈관심분야〉

식품가공 및 위생, 외식조리, 식품영양, 관능평가