



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

제주 방문 관광객의 향토음식점
선택 속성에 관한 연구

제주대학교 경영대학원

관광경영학과 관광경영전공

김 기 봉

2021年 8月

제주 방문 관광객의 향토음식점 선택 속성에 관한 연구




지도교수 오 상 훈

김 기 봉

이 논문을 관광경영학 석사학위 논문으로 제출함

2021年 8月

김기봉의 관광경영학 관광경영전공 석사학위
논문을 인준함

審査委員長 박 운정 
委 員 이 연우 
委 員 오 상훈 

제주대학교 경영대학원

2021年 8月

A study on the tourists' selection attributes of
Native food Restaurant

Ki-Bong Kim
(Supervised by professor Sang-Hoon Oh)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree
of Master of Tourism Science

2021. 8.

This thesis has been examined and approved.

Ouryoung Park

Yeonu Lee

Sang-Hoon, Oh

2021. 8

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

< 목 차 >

국문요약

| | |
|------------------------|----|
| I. 서론 | 1 |
| 1. 문제의 제기 | 1 |
| 2. 연구의 목적 | 3 |
| 3. 연구방법, 범위 및 구성 | 4 |
| 1) 연구 방법 및 범위 | 4 |
| 2) 연구 구성 | 5 |
| II. 이론적 고찰 | 6 |
| 1. 음식관광 | 6 |
| 1) 음식관광 개념 | 6 |
| 2) 음식관광의 분류 | 9 |
| 3) 음식관광의 동향 | 13 |
| 2. 향토음식 | 16 |
| 1) 향토음식 | 16 |
| 2) 제주 향토음식 | 19 |
| 3) 향토음식 선행연구 | 30 |
| 3. 향토음식 육성정책 | 32 |
| 1) 해외 향토음식 육성정책 | 32 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 2) 국내 향토음식 육성정책 | 35 |
| 3) 제주특별자치도 향토음식 육성정책 | 38 |
| 4. 선택속성 | 40 |
| 1) 선택속성의 개념 | 40 |
| 2) 선택속성 선행연구 | 42 |
| 3) 음식분야 선택속성 선행연구 | 44 |
| 4) 향토음식점 선택속성 선행연구 | 46 |
| | |
| III. 연구설계 | 59 |
| 1. 연구의 설계 및 방법 | 59 |
| 2. 실증조사 설계 | 60 |
| 1) 측정항목 도출 | 60 |
| 2) 표본선정 및 자료 수집 | 61 |
| 3) 설문지 구성 | 62 |
| 4) 분석방법 | 63 |
| | |
| IV. 실증분석 | 65 |
| 1. 향토음식점 선택속성의 선택요인 추출 | 65 |
| 2. 향토음식점 선택속성 간 상대적 중요도 분석 | 66 |
| 1) 표본의 특성 | 66 |
| 2) 향토음식점 선택속성 상위항목 중요도 분석 | 67 |
| 3) 향토음식점 선택속성 하위항목 상대적 중요도 분석 | 68 |
| 4) 제주 향토음식점 선택속성 종합 중요도 분석 | 73 |

| | |
|-------------------------|----|
| V. 결론 | 76 |
| 1. 연구 요약 및 시사점 | 76 |
| 2. 연구의 한계 및 향후 연구 | 79 |
| 참고문헌 | 81 |
| 설문지 | 89 |
| ABSTRACT | 95 |

<표 차례>

| | |
|--|----|
| < 표 1 > 음식관광의 개념 정의 | 9 |
| < 표 2 > 음식관광 분류 | 11 |
| < 표 3 > 음식 관광자원의 인벤토리 기본구조 | 12 |
| < 표 4 > 외래관광객 방한기간 중 활동 | 15 |
| < 표 5 > 향토음식의 정의 | 19 |
| < 표 6 > 제주 여행 고려 요인 | 22 |
| < 표 7 > 제주 전통 향토음식의 분류 | 27 |
| < 표 8 > 제주 지역 향토음식 관련 축제 | 39 |
| < 표 9 > 향토음식 선택속성에 관한 선행연구 | 51 |
| < 표 10 > 향토음식점 선택속성 | 55 |
| < 표 11 > 향토음식점 선택속성 평가 항목 설정 | 58 |
| < 표 12 > 향토음식점 선택속성 우선순위 결정을 위한 절차 | 60 |
| < 표 13 > 설문지의 구성 | 62 |
| < 표 14 > 선택속성 간 상대적 중요도 설문지 예 | 63 |
| < 표 15 > 향토음식점 선택속성 우선순위의 AHP 모형 | 65 |
| < 표 16 > 평가 항목 및 기준설정 | 66 |
| < 표 17 > 인구통계학적 분류 | 67 |
| < 표 18 > 제주 향토음식점 선택속성 전체 중요도 | 74 |

<그림 차례>

| | |
|---|----|
| < 그림 1 > 국민 해외관광 주요활동 | 15 |
| < 그림 2 > 외래관광객 방한기간 중 활동 | 16 |
| < 그림 3 > 제주여행 음식 만족도 | 23 |
| < 그림 4 > 향토음식점 선택속성 상위항목 중요도 | 68 |
| < 그림 5 > 음식품질 상대적 중요도 | 69 |
| < 그림 6 > 편의성 상대적 중요도 | 70 |
| < 그림 7 > 물리적환경 선택속성 상대적 중요도 | 71 |
| < 그림 8 > 인적서비스 선택속성 상대적 중요도 | 71 |
| < 그림 9 > 인지도 선택속성 상대적 중요도 | 72 |
| < 그림 10 > 제주 향토음식점 선택속성 하위항목 전체중요도 순위 | 75 |

<국문 요약>

본 연구는 제주 향토음식점의 활성화를 위하여 새로운 제주 향토음식점의 선택속성을 도출하고, 전문가를 통하여 제주 향토음식점을 선택할 때 중요하게 고려하는 선택속성들을 계층적으로 분류하고 쌍대비교를 통한 가중치를 구하여 우선순위를 파악하였다.

이를 위해, 제주 향토음식점 선택속성을 추출하기 위하여 선행연구 및 문헌을 조사하였다. 선행연구에서 제시된 모든 선택속성을 추출하여 관광 전문가 1인과 함께 개념지도(Concept Mapping)의 방법으로 제주 향토음식점 선택속성을 도출하고 상위항목 요인 5개(향토 음식 품질, 물리적 환경, 인적 서비스, 편의성, 인지도), 하위항목의 요인 18개로 구성하였다

도출된 제주 향토음식점 선택속성 간의 상대적 중요도 파악을 위하여 제주 향토음식점을 방문한 경험이 있는 관광 전공 교수, 연구기관의 연구원 및 담당 공무원 등으로 구성된 전문가 집단을 통해 설문하였다. 회수된 설문지 총 32부 중 일관성 비율이 0.1 이상인 6부를 제외하고, 일관성 비율이 0.1 이하인 설문지로 26부를 최종 분석대상으로 하여 AHP 전용 소프트웨어인 Expert Choice 11을 이용하여 분석하였다.

제주 향토음식점의 선택속성에 대한 상위항목 상대적 중요도 분석 결과, 향토 음식 품질(0.529)이 가장 높은 우선순위로 나타났고, 다음으로 편의성(0.228), 물리적 환경(0.122), 인지도(0.062), 인적 서비스(0.06) 순으로 나타났다. 향토음식 품질을 강조한 향토음식점의 차별화된 마케팅 전략에 초점을 맞추어 향토음식점을 관광 자원화하는데 활용하는 것이 가장 중요하다는 것을 시사하고 있다.

본 연구는 제주 지역 고유한 문화자원으로서 중요한 기능을 담당하는 향토음식점의 활성화를 위하여 새로운 제주 향토음식점 선택속성을 도출하여 새로운 시각으로 향토음식점을 연구를 시도하였다. 또한 제주 향토음식점 운영자가 분석된 선택속성의 우선순위에 따른 효과적인 마케팅 전략을 통하여 향토음식

점을 찾는 관광객의 만족도를 높이고 더 많은 관광객을 유치할 위한 경영전략
의 자료로 활용할 수 있다고 사료된다.

I. 서론

1. 문제의 제기

오늘날의 관광산업은 산업의 비약적으로 발전함에 따라 지가 및 물가 상승, 쓰레기와 오수처리, 치안 및 소방시설에 따른 공공서비스 요금의 상승 등 여러 가지 부정적인 효과가 있음에도 불구하고 대부분의 국가와 지역에서는 중요한 산업으로 인식되고 있다. 물론 위와 같이 많은 부정적인 효과도 있지만, 경제적 측면에서 지역 고용 창출 기회의 증가 및 생활 기반 시설을 향상하며, 낙후된 농, 어촌 관광 개발사업으로 지역의 균형 발전 효과와 함께 소득이 증대되며, 국가적으로는 높은 외화 획득으로 국제수지가 개선되며 조세효과까지 볼 수 있다. 그뿐만 아니라 사회, 문화적 측면에서는 사회구조, 환경, 지역주민의 가치관을 변화시키며, 문화적 교류, 전통문화의 보전과 관심이 증대된다. 또한 자연환경 보전의식이 고양되며 생태관광 효과 등 이런 수많은 관광의 긍정적인 효과로 인하여 많은 국가와 지역에서 미래 성장산업으로 경제정책의 우선순위를 점하고 있다.

시간이 흐름에 따라 관광은 여러 가지 유형으로 발전하고 있다. 단체 여행(Package tour)이 아닌 FIT 또는 소규모 개별여행이 증가하는 추세로, 경관이나 역사적 유적지 탐방에서 점차 여행지에서만 누릴 수 있는 특별한 체험으로 숲이나 갯벌, 수상 스포츠와 같은 전문적인 체험형 관광, 환경오염을 일으키지 않는 에코여행으로 여행의 트렌드가 변화하고 있다.

여행은 사람마다 다른 의미와 목적을 가지고 있겠지만, 대부분 편안한 휴식, 재충전의 기회, 그리고 새로운 추억과 색다른 경험 만들기라 할 수 있다. 여행하면서 종교, 사회, 문화적인 차이로 신경을 쓰거나 주의를 기울이면서도 기대하는 이유는 바로 새로운 사람을 만나고, 생전 듣도 보도 못한 이색적인 음식을 시식해보고, 그 나라의 전통문화를 즐기는 등 미지의 세계에서 먹고 보고 즐기는 모든 새로운 경험과 변화를 즐기는 것이 바로 여행의 진정한 묘미이며 그동안 모

르고 있던 색다른 문화를 체험할 수 있는 소중한 기회에 의의를 찾을 수 있는 것이다.

음식은 그 지역에 살고 있는 지역주민의 마음까지도 담고 있으며, 긴 역사의 흐름 속에서 전통음식 문화는 사회적, 환경적인 영향을 받으며 계승하고, 발전되어 온 민족 특유의 문화적 유산으로서 관광객들의 여행 묘미를 더해주는 아주 귀중한 관광자원이 되고 있다. 이미 관광선진국들은 전 세계의 미각을 자극하는 다양하고 특색있는 음식 조리법을 연구 개발하여 많은 사랑을 받고 있으며, 관광 수입을 증대시키는 중요한 수단 중 하나로 일반 관광객 뿐만 아니라 미식 여행객의 주목을 받는 중요한 매력요소가 되고 있다.

또한 음식의 문화적, 산업적 측면과 아울러 여러 산업에서 중요성이 부각되면서, 전 세계적으로 음식을 메인 관광상품으로 개발하고자 하는 움직임이 증가하고 있다. 게다가 웰빙과 건강에 관한 관심 증가하면서 음식 관광 상품의 부가가치가 점점 높아지고 있다.¹⁾

향토음식(local foods)은 역사적으로 전승된 민족의 음식으로 그 나라의 정치·경제·역사·풍토를 비롯한 그 지역 및 국가의 정체성을 나타내면 중요한 문화를 함축하고 있는 대표적인 수단의 관광자원으로 인식된다²⁾.

특히, 오늘날 사회 구성원의 신념이나 가치관 및 라이프스타일의 변화와 더불어 경제성장 및 교육 수준의 향상, 교통인프라의 발전으로 사람들은 산업 전 분야에 걸쳐 새로운 문화복지에 대한 기대 수준이 향상되고 인식의 전환이 이루어지고 있으며 특히 주 5일제 근무로 사회활동 증대, 여가활동의 증가, 웰빙문화에 대한 수요증대, 삶의 질 향상 등으로 지역의 음식문화에 관심이 높아지면서, 소문난 유명음식을 맛보기 위하여 특정 지역, 특정 시기에 맞춰 특정 지역을 방문하는 식도락 여행 역시 꾸준히 증가하고 있다³⁾.

이러한 음식에 대한 관심은 제주 관광에서도 뚜렷하게 반영되고 있으며, 제주 고유한 식문화에 대한 사회적 관심이 증가하고 제주의 향토음식을 경험하려는 관광객이 늘어나고 있어, 제주 향토음식은 제주의 중요한 관광자원의 하나로 인

1) 윤선희(2008), 음식관광 관여와 지역예착도가 여행지 음식 추구성향에 미치는 영향, 대구대학교 대학원, 박사학위논문
2) DJ Telfer, G Wall(1996), Linkages between tourism and food production
3) 박수길(2012), 대구·경북지역 향토음식점 선택속성에 따른 시장세분화, 위덕대학교, 박사학위논문

식되고 있다

제주는 현재 UNESCO 세계자연유산등재, 세계지질공원인증 등 제주 국제자유도시 출범으로 내국인은 물론 외국인 관광객에게도 인정받는 세계적인 국제적 관광지로 주목을 받고 있으며, 제주 음식에 대한 관심 또한 증대되어가고 있다. 이에 따라 관광객 유치를 목적으로 한 제주 음식 테마 관광 프로그램이나 음식을 주제로 한 축제까지 발전하고, 음식특화거리를 지정하는 등 관광과 향토음식을 융합하려고 노력하고 있다⁴⁾.

제주도의 향토음식 육성 정책을 구체적으로 살펴보면, 제주도는 ‘향토 음식육성 5개년 기본계획(2013-2017)’을 수립하였고, ‘제주 7대 대표 향토음식(자리돔 물회, 갈치국, 성게국, 한치물회, 옥돔구이, 빙 떡, 고기 국수)’을 선정하였으며 향토음식의 역사·문화적 배경을 토대로 음식에 이야기를 접목하는 스토리텔링 개발·보급에 나서고 있다. 또한 제주 향토음식의 관광 상품화 및 대중화를 위해 제주특별자치도가 인증하는 제주 7대 대표 향토음식 판매업소를 선정, 향토음식에 대한 브랜드 가치를 높여 나가고 있다⁵⁾.

따라서 본 연구에서는 제주 관광객이 향토음식점 방문 시 중요하게 생각하는 선택속성을 조사 분석하고, 항목별 중요도를 파악하고자 한다.

2. 연구의 목적

국가 간의 교통수단, 정보통신기술의 급속한 발달은 인간의 생활에 많은 변화를 가져왔을 뿐만 아니라 외국의 문화가 대량으로 수입되기도 하고, 외래문화가 일상생활에 확산하기도 하면서 우리의 음식문화 또한 많은 변화를 가져오고 있다. 많은 내외국인 관광객들이 지역 및 국가의 특색있는 음식을 체험하기 위한 식도락 관광객의 수도 꾸준히 증가하고 있는 추세이다⁶⁾.

4) 양태석, 오명철(2009), “제주 향토음식 선택속성이 고객행동에 미치는 영향- 제주방문 관광객의 고객만족, 재방문, 구전을 중심으로” 한국식품영양과학회지, 38(5):636-643.

5) 이창미, 오상훈, 민경천 (2015), 음식점의 서비스 품질이 고객만족과 사후행동에 미치는 영향, 동북아 관광연구 제11권 제2호 (통권29호) pp.193-209

음식 관광 자원을 다양하게 개발함으로써 식도락 관광은 관광객들에게 고유한 음식문화를 소개하고 관광의 즐거움을 더하여 미식의 즐거움을 줄 수 있으며, 지역의 전통음식을 계승, 보전 및 발전시킬 수 있어 향토애가 높아지며 경제적 효과로는 관련 산업의 발전까지 얻을 수 있다⁷⁾.

특히, 유구한 역사를 지닌 제주지역은 지역 곳곳에 다양한 자연적 문화자원이 산재해 있는 세계문화 및 자연유산의 도시로서 향토음식 또한 유서 깊은 역사적 배경과 가치 있는 문화적 자원이라 할 수 있다.

따라서 제주지역의 향토음식점에 관한 소비자들의 요구를 분석할 수 있는 연구가 필요한 시점이며 이제 소비자의 다양한 요구와 필요에 부합할 수 있도록 향토음식점의 질적 수준의 제고와 요구 세분화에 관한 연구가 절실히 필요한 실정이다⁸⁾.

따라서 본 연구에서는 제주 향토음식을 구매하고 체험한 적이 있는 전문가들을 대상으로 제주지역 향토음식점에 대한 선택속성을 조사하고, 제주지역의 향토음식점 선택속성 우선순위를 도출하여 향후 향토음식점의 기본적인 방향, 경쟁력 강화 및 운영방안 기여하는 데 연구의 목적이 있다.

이러한 연구 결과를 토대로 제주지역 향토음식에 대한 차별화된 마케팅전략을 수립하고 제주 향토음식점을 관광 자원화하는데 효과적인 방안을 제공하였으면 한다.

3. 연구방법, 범위 및 구성

1) 연구 방법 및 범위

먼저 연구의 지역적 범위는 제주지역으로 한정하였으며, 조사대상은 제주 관광

6) 윤선희(2008), 음식관광 관여와 지역애착도가 여행지 음식 추구성향에 미치는 영향, 대구대학교 박사학위논문

7) 권미영(2009), 음식관광 관여도, 다양성 추구성향이 참여활동과 충성도에 미치는 영향, 동국대학교 박사학위논문

8) 박수길(2012), 대구,경부지역 향토음식점 선택속성에 따른 시장세분화, 위덕대학교 박사학위논문

객들로 설정하였다.

본 연구에서는 문헌 연구와 함께 실증조사를 병행하여 제주 향토음식점의 선택요인을 도출해 내고 소비자들이 제주 향토음식점의 방문 시 중요도를 파악하여 제주 향토음식점의 마케팅전략에 필요한 자료를 제시하고자 한다.

첫째, 향토음식에 대한 이론적 접근으로 문헌 고찰을 통해 향토음식의 개념과 특성, 현황에 대해 정리하고자 한다.

둘째, 제주지역의 향토음식점 선택속성 우선순위를 도출하여 분석하고 추후 연구의 기초적 토대를 마련하고자 한다.

셋째, 제주지역의 향토음식점 선택속성에 대한 우선순위를 도출하여 제주지역의 향토음식 선택속성의 우선순위의 중요도를 고찰하여 제주 관광객의 만족도를 최대화하고 더 많은 관광객 유치하는 방안이 되었으면 한다.

2) 연구 구성

본 연구는 총 5장으로 구성되어 있으며, 장별로 구성내용을 요약하면 다음과 같다.

제 1장 서론에서는 본 연구의 문제의 제기와 연구목적, 연구 방법 및 범위를 설명하고 논문의 구성에 관하여 기술하였다.

제 2장 이론적 배경에서는 향토음식의 개념, 배경 및 특성, 연구 방법에 대한 선행연구를 토대로 본 연구의 실증분석을 위한 선택속성 요인의 근거를 제시하고자 하였다.

제 3장에서는 제 2장에서 살펴본 이론적인 선행연구를 바탕으로 연구 방법 부분으로 연구모형의 설정, 설문지의 구성 및 실증조사 설계로 구성되어 있다.

제4장에서는 실증분석을 통하여 향토음식점 선택요인의 중요도 분석 결과에 대해 살펴보았다.

제5장 결론 부분으로 본 연구의 내용을 요약하고 시사점을 제시하고 연구의 한계점과 향후 연구 과제 등의 제안할 점을 제시하였다.

II. 이론적 고찰

1. 음식관광

1) 음식관광 개념

언어처럼 음식은 말로 표현되지 않는지만, 그 지역에 사는 사람들의 마음마저 담고 있는 오래된 전통문화로서 그 나라의 경제, 정치, 풍토, 등 모든 문화를 함축하고 있다고 해도 과언은 아니다. 인류의 시작과 함께 존재해 온 음식문화는 하나의 현상이며, 환경의 영향을 받으며 한 나라의 오랜 역사의 조류 속에서 형성되어 온 것이다. 또한 귀중한 문화관광상품으로서 여행의 즐거움을 더해 주는 가치도 있다⁹⁾. 그뿐만 아니라 음식은 교통 및 숙박, 관광 활동, 관광명소와 같이 가장 기본적으로 결정적인 관광 체험의 역할을 한다¹⁰⁾. 특히 우리나라가 선진국 수준으로 국민소득이 향상되면서 삶의 질 향상과 함께 음식은 선택적 기호식품으로서 의식주의 개념을 넘어서게 되었다¹¹⁾.

관광은 일상 생활권을 벗어나 다른 지역의 문화, 유적, 풍경, 음식 등을 체험하고 낯선 곳에서 자신의 새로운 모습을 발견하며 서로의 문화를 이해하고 공유하는 과정이다. 교통, 통신 수단의 발달로 관광은 하나의 산업으로 발전했고, 제도화되면서 현대인들 누구나 누리는 필수적인 여가 활동 중의 하나가 되었다. 오늘날 관광이 대중화되고 하나의 산업이 되었다는 것은 관광으로 인한 국가와 지역 경제에 대한 기여도가 높고, 산업으로서 지역발전에 영향을 미치는 것을 의미한다.

9) 김장호, 최영민, 전지영(2010), 음식관광, 대왕사

10) Reynolds, P. (1994). Culinary heritage in the face of tourism. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 6: 189-94.

11) 김정(2020), 음식관광을 통한 지역경제활성화 방안 연구, 조선대학교 석사학위논문

다른 지역의 음식을 소비하기 위해 고대 로마 시대부터 여행을 하였다는 기록처럼, 음식은 관광과 불가분의 관계에 있다¹²⁾.

과거뿐만 아니라 현대 사회에서도 음식은 가장 중요한 문화적이고 자연적인 유산이며, 음식 관광은 이러한 음식과 관광이 합쳐진 새로운 개념이라고 할 수 있다¹³⁾.

이처럼 음식과 관광이 합쳐진 음식 관광을 특수목적관광(Special Interest Tourism)의 한 분야로 구분하며, 단순히 목적지를 방문하는 것이 아니라 음식이 관광의 중요 요소로 관광목적지의 음식문화, 향토미, 인정 등 사회문화적 경험을 추구하고, 음식을 체험하고 배우는 것이 관광 활동의 목표로 작용하며, 이러한 음식 관련이 있는 관광 활동에 직접적으로 참여하고는 것으로 일반관광에서의 음식 체험과는 차이가 난다.¹⁴⁾

음식 관광이란 용어는 Lucy Long이 1998년 요리 관광(Culinary Tourism)이라는 용어를 사용하기 시작하면서 처음 등장하였다. 음식관광에 대해서 Long(2004)은 요리를 준비하고 소비하는 과정에 참여하며 체험하는 것으로 정의하였다. 즉, 음식과 관광은 다른 지역의 음식을 맛보고 체험하는 과정에서 연결된다고 보았다¹⁵⁾.

그뿐만 아니라 음식 관광에 대해 ‘food tourism’이라는 용어를 사용한 WFTA(world food travel association, 2014)는 음식 및 음료 관광(food and drink tourism), 즉 beer tourism, wine tourism, commodity tourism, gourmet tourism을 모두 포함하는 개념이라고 설명하고 있다. 와인 관광(wine tourism)은 ‘와인 생산지를 방문하여 여행 기간 동안 와인을 시음하고 와인생산과정을 체험하며, 와인 관련 활동을 즐기고 추구하는 것’, 맥주 관광(beer tourism)은 ‘여행 기간 동안 맥주 양조장을 방문하고 맥주 시음 및 관련 체험을 즐기고 추구하는 것’, 미식 관광(gourmet tourism)은 ‘여행 기간 동안 독특하고 기억에 남는 또는

12) 이봉구 정우철 안범용. (2006). 음식 소비 관련 서비스 질, 지각된 가치, 만족, 향후 행동 의도 간 관계에 관한 연구. 관광학연구, 30(5), 257-276.

13) Horong, J. S. & Tsai, C. T.(2010), Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. Tourism Management, 31(1), p.74-85

14) 장지원·김태희·이인옥(2014). Kano모형을 이용한 음식관광지 선택속성 분류에 관한 연구 : 한국 및 중국 대학(원)생을 중심으로. 『호텔경영학연구』, 23(3): 225-244.

15) Long, L.(2004). Culinary tourism: Exploring the other through food. Lexington: TheUniversity Press of Kentucky, 20-21.

고가의 식사와 음료, 음주를 즐기고 추구하는 것', 상품관광(commodity tourism)은 '여행 기간 동안 농수축산 특산품(초콜릿, 차, 커피, 해산물, 고기 등)을 즐기고 추구하는 것'으로 정의하였으며, 결과적으로 음식 관광은 각양 각지에서 기억할만하고(memorable) 특별한(unique) 음식과 음료, 음주 경험을 즐기고 추구하는 것이라고 정의하였다.

이처럼 음식 관광은 관광지의 문화적 정체성을 형성하고 널리 알리는 데 많은 영향을 끼치며 관광에서 중요한 부분을 차지하고 있을 뿐만 아니라, 관광지가 가지는 특별하고 차별적인 특성을 강화하는데 상당한 역할을 하고 있다¹⁶⁾.

또한 음식 관광은 관광 산업과의 긴밀한 유대 관계가 가능하여 지역 특산물을 이용하여 다양하게 활용할 수 있으며 이를 바탕으로 효율적인 관광 프로그램을 운영할 수 있다. 그 지역의 자원을 활용하여 향토 음식 관광을 활성화하며 그 지역만의 특색 있는 향토 음식을 개발하고 이를 기반으로 지속적인 성과와 활용할 수 있는 충분한 가치를 지니고 있다¹⁷⁾.

16) Plummer R., Telfer, D., Hashimoto, A., & Summers, R.(2005), Beer tourism in Canada along the Waterloo-Wellington Ale Trail, *Tourism Management*, 26(3), p447-458

17) 서운정 외 2인(2011), 전통향토음식을 활용한 푸드 투어리즘 개발, 한국농촌학회, p.119.

< 표 1 > 음식관광의 개념 정의

| 구분 | 정의내용 |
|---|--|
| Lucy Long (1998) | Culinary Tourism(요리관광) 용어 개발 요리를 준비하고 소비하는 과정에 경험하고 참여하는 것 |
| MacDonald & Deneault(2001) | 관광지역에서 관광객들이 평소에는 쉽게 접하지 못하는 다양한 음식 및 친숙하지 않은 조리 방법에 대해 알아가는 학습과정'이라고 정의 |
| Hall & Mitchell (2001) | 관광지의 정통음식을 즐기고, 음식 축제에 참여하며, 레스토랑이나 특별한 장소에서 음식을 시식 또는 특산물 생산지역에서 체험활동 등을 경험해 보고자 하는 것이 여행의 주된 동기되는 경우 |
| Hall & Sharples (2003) | 여행 동기 요인 중 하나로서 음식 자원을 보유한 지역의 특별한 음식을 맛보거나 상품지역을 경험하기 위해 특정지역, 음식점, 음식페스티벌에 방문하는 것 |
| Halloran & Deale (2004) | 음식과 여행 및 음료 산업이 융·복합하여 영향을 주는 분야로 새롭게 정의된 틈새 시장 |
| International Culinary Tourism Association (ICTA) | 방문지역에서 음식을 통해 즐거움과 행복감, 특별하게 기억할 수 있는 요리학교, 독특한 음식 이벤트, 식료품점 및 음식점과 와이너리 등을 포함한다. 문화관광의 한 부분으로 고급 음식점이 아니더라도 식음료에 대한 배움과 경험의 과정을 포함한 광범위한 것 |
| Canadian Tourism Commission (CTC) | 관광자를 대상으로 개발한 다양한 음식과 음료, 지역의 음식문화와 관련한 일련의 활동으로 요리교실, 과수험체험, 전통음식체험, 토착민축제, 등이 포함 |

자료: 문헌연구를 참고하여 연구자 재구성

2) 음식관광의 분류

최근 관광시장은 기본적 관광 형태인 단체관광에서 관광객들의 관심사를 특정 주제로 하는 개별 관광으로 변화하고 있다. 이런 특수목적관광(Special Interest Tourism)은 관광객 그 지역에서만 느낄 수 있는 특별한 관심 분야와 특색이 두드러질 때 상품성을 가지게 된다. 관광객의 관심이나 활동에 따라 특수목적 관광은 문화관광, 건강관광, 교육관광, 환경관광 등으로 다양하게 분류된다. 활동별

특수목적 관광유형 중 음식 관광은 특정 주제에 음식과 관련한 관심이 있는 관광객들이 문화관광의 한 종류로서 관광지의 음식문화를 체험하기 위한 것이다¹⁸⁾.

여기서 음식 관광은 음식 재료의 특산물 생산지 방문, 음식 페스티벌 참가, 음식의 시식 등을 위하여 특정한 장소나 음식점 방문, 특산물 생산지역의 특성을 배우고 체험해 보는 것 등이 여행의 목적을 자극하는 중요한 요소로서 작용한다¹⁹⁾.

음식이 관광 활동에서 얼마나 중요한 요소로 작용하는가에 따라 경험을 위한 일반 관광 음식 소비자와 관광 목적지를 선정하는 기준으로 음식이 되는 적극적인 식도락 관광객을 분류하기도 한다²⁰⁾.

음식에 대한 재미와 흥미를 목적으로 하는 행동 및 활동, 목적지 선택에 영향을 받는 관광객과 여행 경험의 일부로서 음식을 소비하는 여행 동기로서의 음식에 대한 관심 정도에 따라 농촌/도시관광(rural/urban tourism), 요리관광(culinarytourism), 식도락 관광(gourmet tourism), 미식 관광(gastronomic tourism)으로 분류하였다²¹⁾.

18) 김정(2020), 음식관광을 통한 지역경제활성화 방안 연구, 조선대학교 석사학위논문

19) Hall, C.M. & Mitchell, R. (2001). Wine and Food Tourism. In N. Douglas, N. Douglas and R. Derrett(Eds). Special Interest Tourism(307-329). Wiley.

20) 박수진(2016), 음식관광자원 영역분류 및 자원중요도 비교에 관한 연구, 우석대학교 석사학위논문

21) Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste, Food Tourism Aroundthe World: Development, Management and Markets. Oxford. Butterworth - Heinemann. Oxford: 1-24.

< 표 2 > 음식관광 분류

| 관심정도 | 관광활동 | 관광유형 |
|-----------------|--|-------------------------------|
| 높은 관심 | 관광객들이 음식과 관련 된 활동을 합 특정 음식점, 시장 등을 주요 관광 목적지로 찾음 | Gourmet tourism (식도락관광) |
| | | Gastronomic tourism (미식관광) |
| | | Cuisine tourism (퀴진관광) |
| 적절한 관심 | 다양한 삶의 경험을 체험 하기 위하여 시장, 음식점, 음식축제, 와이너리 등 방문 | Culinary tourism (요리관광) |
| 낮은 관심 | 지역의 시장이나 축제, 음식점 호기심으로 방문 | Rural tourism (농촌관광) |
| | | Urban tourism (도시관광) |
| 낮은 관심 또는 무관심 | 여행기간 중 식사를 위해 방문지의 친근해 보 이는 음식점 방문 | |

자료: Sharples & Macionis(2003). Food tourism around the world.

한국문화관광연구원(2006)에서는 우수하고 다양한 음식 관광에 대한 정보 접근성을 근거로 하여 자원의 범위를 정리하여 음식 관광 자원 인벤토리 작업을 진행하였다. 공급자적 관점에서 음식 관광 자원화를 위한 기초 데이터 베이스 작업이라고 할 수 있다. 음식 관광을 크게 한국음식점, 향토음식, 음식 축제, 이벤트(음식 관련 행사, 컨벤션, 음식 관련 전시), 교육과정, 음식 전문기관, 요리 서적, 음식문화 서적, 음식관광패키지, 음식특화시장, 음식특화지구, 지역특산품 등으로 분류하여 목록을 만들었다²²⁾.

22) 한국문화관광정책연구원(2006). 『음식관광 산업화 촉진방안』

< 표 3 > 음식 관광자원의 인벤토리 기본구조

| 분류 | 세부분류 | 설명 |
|---------|---------|------------------------------|
| 향토음식 | | 지역별 향토음식 |
| 음식축제 | | 음식이 중심이 되는 지역별 축제 |
| 향토음식점 | | 지역 대표 한국음식점 |
| 교육과정 | | 단기간 교육과정 |
| 이벤트 | 음식관련 행사 | 음식관련 지역별 행사 |
| | 전시/컨벤션 | 음식과 관련된 지역별 전시나 국제회의, 포럼 등 |
| 음식전문기관 | 박물관 | 음식 또는 음식을 만드는 도구 관련 박물관, 전시실 |
| 요리서적 | | 한국음식문화를 소개하거나 요리를 소개하는 서적 |
| 음식문화서적 | 연구소 | 전통음식 및 문화를 연구하는 연구소 |
| 음식관광패키지 | | 지역별 음식관광 상품 |
| 지역특산품 | | 지역특산품 리스트 |
| 음식특화시장 | | 음식특화시장 리스트 |
| 음식특화지구 | | 지역별 음식특화지구 |
| 지역특산품 | | 지역특산품 리스트 |

자료: 한국문화관광정책연구원(2006)

< 표 3 >에서 음식 관광자원의 인벤토리 기본구조를 보면, 향토음식은 지역 음식으로 한정되어 있으며, 음식점 자체도 향토 음식과는 별개로 음식 관광자원의 하나로 분류되어 있다. 또한 음식을 테마로 하는 각종 행사, 음식 축제도 음식 관광자원의 한 종류로 볼 수 있다. 그 외에도 아직 일반화된 인식은 아니지만, 음식을 교육하고 보급하는 전문기관, 음식과 관련된 교육과정, 음식과 관련된 서적 및 특산품, 음식 관광패키지, 음식특화시장과 지구 등이 다양한 음식 관광자원으로 분류되어 있다. 하지만 이 인벤토리의 한계점으로 간접적인 음식 관광자원과 직접적인 음식 관광자원이 한 데 섞여 있다는 점과 농촌관광에서 지역 향토음식이 제공 될 수 있는 부분은 고려되지 못했다²³⁾.

23) 이영주(2007), 강원도 음식관광 활성화 방안 연구, 강원발전연구소

3) 음식관광의 동향

다른 특수목적관광 유형과는 다르게 음식 관광은 ‘융합 관광’ 상품으로 다양한 속성을 지니고 있다. 식자재 산지를 찾아 체험하는 ‘농촌관광’, ‘전원관광’, ‘자연관광’, 지역문화와 관련된 ‘문화관광’ 등에도 속하며, 음식, 농산물, 와인을 테마로 열리는 지역축제를 포함한 ‘이벤트 축제 관광’으로 분류하기도 한다. 또한 현지 음식 조리법을 학교나 요리 교실에서 배우고 와인 시음 교육을 통해 기술과 지식을 습득하므로 ‘교육관광’으로도 분류할 수 있으며, 공간적 범위로는 도시와 농촌 지역 모두 체험이 가능하므로 ‘농촌관광’ 및 ‘도시관광’, 상품이 되기도 하며, 훌륭한 서비스가 제공되는 분위기 있는 고급 음식점을 돌며 현지 음식을 체험하는 ‘식도락 관광’이 되기도 한다²⁴⁾.

이렇게 다양한 특성을 보인 음식 관광은 최근 관광목적지의 다양한 음식 관련 자원을 기반으로 문화적, 경제적 측면에서도 중요성을 가지고 있다.

첫째, 문화 관광시장의 중요한 부분을 음식 관광이 차지하고 있다. 관광 목적지의 정체성을 알리고 강화하는데 음식관광 상품을 판매하는 것은 큰 영향을 미치며, 지역의 정체성 확립 더 나아가 지역의 문화지도 형성 등에 강력한 실마리를 제공해주는데 도움을 준다²⁵⁾. 또한 지역의 문화 발전에 중요한 역할을 하며, 음식은 유물론적 개념으로 볼 때 문화이며, 현지 문화를 공유하는 것은 여행과 지역 생산물의 소비를 의미한다. 즉, 현지 주민과 친교를 맺는 방식 중 하나로 지역을 대표하는 전통 음식을 체험하고 지역의 와인을 마시는 것이라 할 수 있다²⁶⁾.

지역 고유한 음식은 그 자체로 지역의 전통 문화유산이며, 지역의 전통문화를 알리는 데 매우 효과적이고 중요한 수단이 되며, 관광객들이 쉽게 접할 수 있고, 지역의 문화를 대표할 수 있는 문화 관광자원이다. 세계적인 성장단계에 있는 미식 관광은 관광객이 지역 전통 음식을 먹는 데서 그치지 않고 음식의 기원과 유

24) 김태희((2014), 향토음식자원을 활용한 음식관광 활성화를 위한 조사연구, 농림축산식품부

25) Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste, Food Tourism Aroundthe World: Development, Management and Markets. Oxford.Butterworth - Heinemann. Oxford; 1-24.

26) Antonioni Corigliano M. (1995). Enoturismo: Caratter-istiche della domanda, strategie dell'offerta e appetititerritoriali e ambientali. Franco Angeli: Milano.

례, 스토리텔링, 생산과정에 대해서도 알고자 하므로 지역문화를 알리는 데 효과적이다²⁷⁾.

둘째, 지역경제를 자극하는 음식은 중요한 요소이다. 지역경제 개발, 지방세 외환 증가, 특히 초보 한시적 고용이 증가하면서 고용 창출 등의 효과가 발생하며, 음식의 요리 소매 유통을 담당하는 관련 산업은 수입품(imports)에 대한 의존도를 낮출 수 있게 된다²⁸⁾. 매우 다양한 관광체험과 가치, 품질을 제공할 수 있는 음식 관광은 숙박 기간 연장 및 지출을 확장하고 관광객을 1년 내내 끌어들이 수 있는 잠재력을 가진다²⁹⁾. 또한 음식 관광은 음식과 관련된 향토음식산업, 외식업, 농업에 관광산업을 접목함으로써 기존 산업에 부가가치를 더하는 것이라고 볼 수 있다. 상생 관계가 형성되어 상호 이익이 되는 시너지를 창출할 수 있다³⁰⁾.

< 그림 1 >, < 그림 2 >과 같이 내외국인의 관광활동 중 음식관광이 적지 않은 부분을 차지하고 있으며, < 표 4 >의 식도락 관광의 비중이 매년 완만한 증가세를 보이고 있다. 음식관광은 지역 고용 창출 효과, 특산물 판매 증가, 방문객 증가로 인한 매출 증가 등 다양한 연관 산업과 동반성장이 가능해 지역경제 활성화에 큰 영향을 줄 수 있다³¹⁾.

27) 박수진(2019), 관광목적지 브랜드개성 - 지역음식 브랜드개성 - 관광객 자아이미지 간의 일치성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향, 우석대학교 박사학위논문

28) 이영주(2007), 강원도 음식관광 활성화 방안 연구, 강원발전연구원

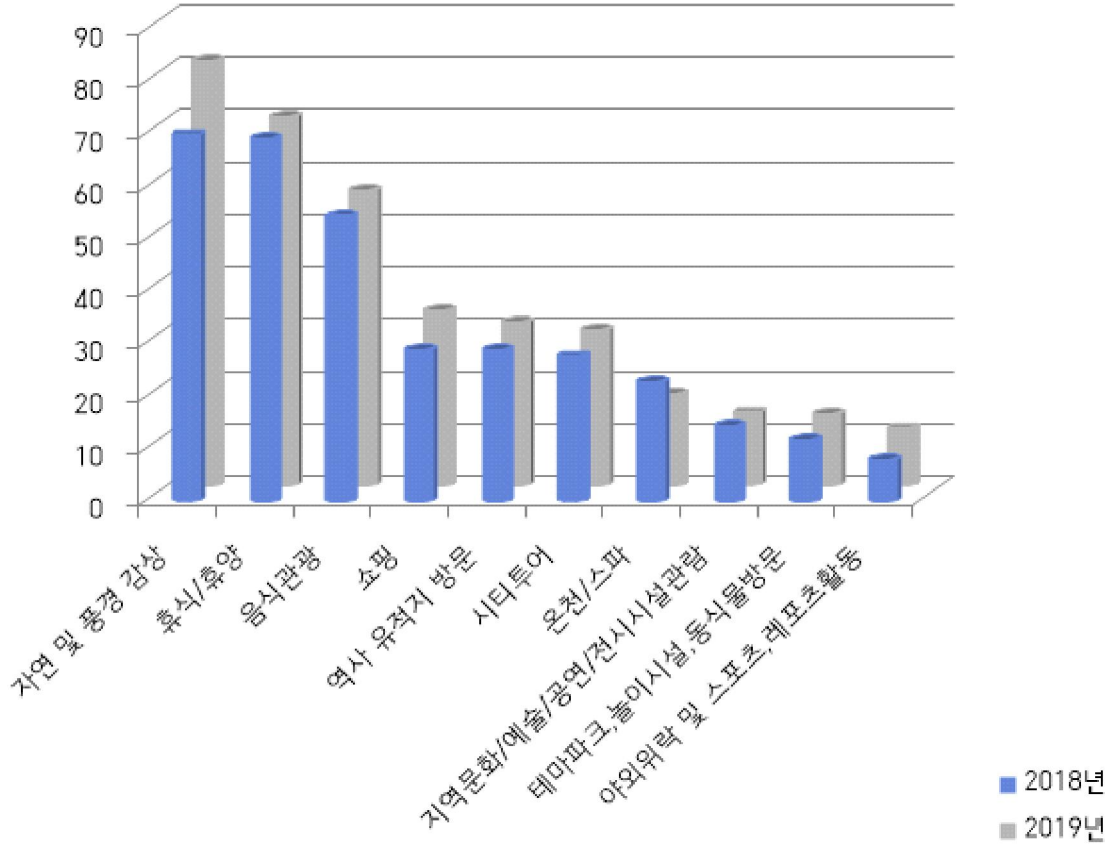
29) Canadian Tourism Commission(CTC). (2001). Statement of Objectives: National Tourism & Cuisine Forum, July 2001.

30) 김태희(2014). 지역기반 음식관광 네트워크 구축방안, 농촌진흥청 6차산업화 전문가 포럼 활동 보고서 “농업·농촌의 6차 산업화! 길을 묻다”, 문화관광부(2007).

31) 서윤정(2011). 전통·향토음식을 활용한 푸드투어리즘 개발, 농어촌관광연구

< 그림 1 > 국민 해외관광 주요활동

(중복응답, 단위%)



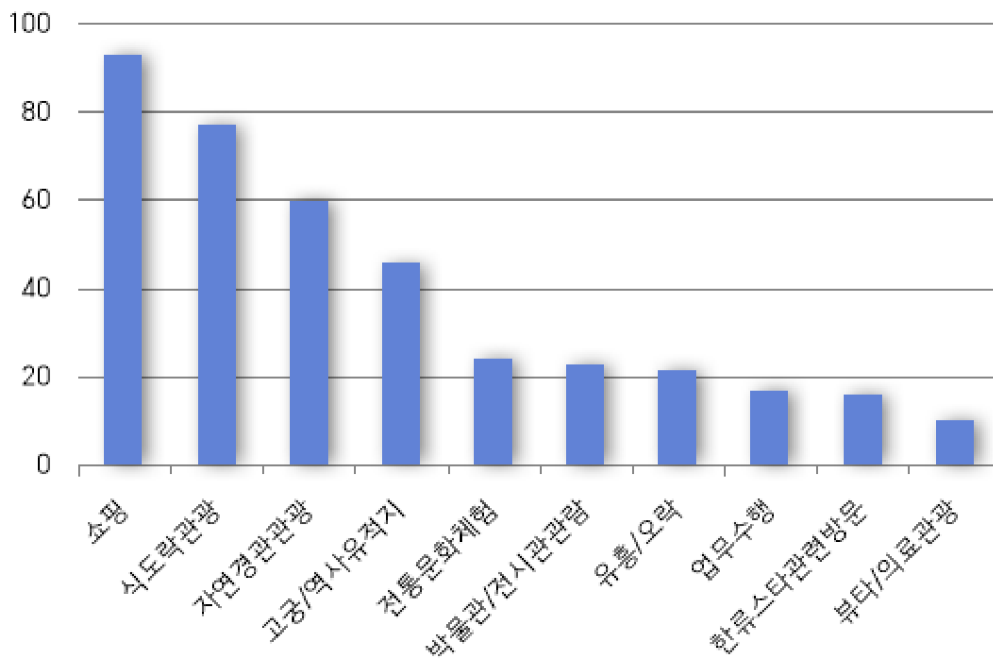
자료: 문화체육관광부(2019), 「2019 국민여행조사」.

< 표 4 > 외래관광객 방한기간중 활동

(중복응답, 단위%)

| 구분 | 쇼핑 | 식도락 관광 | 자연경 관관광 | 고궁/ 역사 유적지 | 전통 문화 체험 | 박물관 전시관 관람 | 유형/ 오락 | 업무 수행 | 한류스 타관련 방문 | 뷰티/ 의료 관광 |
|-------|------|--------|---------|------------|----------|------------|--------|-------|------------|-----------|
| 2019년 | 92.5 | 76.8 | 59.5 | 45.3 | 23.7 | 22.6 | 20.9 | 16.7 | 15.5 | 9.9 |
| 2018년 | 92.5 | 71.3 | 54.4 | 42.6 | 17.7 | 19.5 | 32.3 | 17.6 | 21.5 | 9.9 |
| 2017년 | 72.5 | 58.2 | 25.8 | 23.4 | 5.5 | 7.6 | 24.1 | 14.4 | 5.6 | 5.1 |
| 2016년 | 75.7 | 51.0 | 28.6 | 25.0 | 4.9 | 10.5 | 28.2 | 11.4 | 7.9 | 4.2 |
| 2015년 | 71.5 | 47.3 | 30.0 | 26.2 | 5.2 | 10.5 | 22.4 | 12.9 | 6.9 | 4.5 |

< 그림 2 > 외래관광객 방한기간 중 활동



자료: 문화체육관광부(2019), 「2019 외래관광객조사」.

2. 향토음식

1) 향토음식

(1) 향토음식의 개념

향토음식은 일반적으로 “그 지역에서 생산되는 재료를, 그 지방의 고유한 조리 방법으로 조리하여, 예로부터 그 지방 사람들이 먹어온 음식으로 현재에도 그 지역 민들이 먹고 있는 음식”³²⁾ 으로 정의된다.

향토는 사람들이 생활공동체로서의 의식을 갖는 지역사회로 정의된다. (두산

32) 향토음식 관광상품화방안, 한국관광공사, 1993

백과사전) 지역적 범위는 고정되어있는 것이 아니라 이동하는 것이라고 부연 되어 있다. ‘향토’의 개념을 좀 더 정확하게 하기 위하여 이 단어를 이용한 복합어와 보편적으로 사용하는 관용어를 조사하도록 한다. ‘향토’는 국어사전에서 ‘태어나서 자란 지역 혹은 땅’을 말한다. 복합어를 예로 보자면, ‘향토문학’은 ‘지방의 독특한 풍물, 풍속, 사상, 자연을 표현한 문학’, ‘향토 민요’는 ‘그 지역민들만이 부르는 민요’로 설명하고 있다³³⁾.

세계적으로 인류는 오랜 생활사 속에서 각기 특색 있는 식생활 문화를 형성하고 있으며, 독특한 특성을 바탕으로 수많은 자연환경과 사회·문화 환경에 의하여 지역 및 국가마다 차별화된 특성이 포함되어있다. 음식은 지역 및 국가의 문화와 정체성을 나타내는 자원이며 향토음식(local food) 또한 그 지역 또는 나라의 정치, 경제, 사회, 역사 등 그 지역을 대표하는 귀중한 자원 중 하나이다³⁴⁾

많은 관광자원 중에서 음식은 그 지역의 특색을 가장 잘 표명할 수 있는 것 중 하나이다. 향토음식은 오랜 시간의 흐름 속에서 자연스럽게 형성된 그 지방의 특색이 가장 잘 표현된 문화이며, 특색을 지녔기에 관광객들에게는 다양한 볼거리와 함께 만족을 줄 수 있는 좋은 자원이라고 사료 된다. 더욱이 국제화, 세계화 시대에 그 지역의 풍토, 기후에 뿌리를 두고 그 지역에서 생산된 특산품으로 만든 가장 토속적인 음식이면서 지역민의 전통 기술과 지혜로 만들어진 향토음식이야말로 가장 소중한 자원이라 할 수 있겠다.³⁵⁾

우리나라 또한 하나의 문화관광자원으로서 향토음식을 상품화를 끊임없이 노력하고 있으며 전 세계적으로 한류 영향의 확산과 최근에는 웰빙(well-being)에 대한 관심이 증대되면서 우리나라는 정책적으로 한식을 통한 우리 전통문화를 홍보하고 국가브랜드를 높이는 방안을 농림수산물식품 및 문화체육관광부 등 관련 부처와 함께 추진 중이다.³⁶⁾

33) 이영진(2008), 「향토음식의 개념과 조사연구과제」, 『실천민속학연구』, 실천민속학회, p.33.

34) 김영구, 서보원, 안태홍(2011). 향토음식 소비동기에 따른 시장세분화에 관한 연구, 『한국관광학회』 한국관광학회2011, 관광학연구 Vol.35 No.5

35) 이연경, 김상철(2008), 경주지역 향토음식 발굴 개발에 대한 주민의식연구, 『한국식품조리과학회지』,24(4) :549~55 9

36) 이연경, 이수범(2008) 한국호텔외식관광경영학회, 호텔경영학연구, 호텔경영학연구 제17권 제3호 2008.06 117 - 135 (19 pages)

(2) 향토음식의 배경

우리나라는 태고부터 동, 서, 남 삼면이 바다로 둘러싸여 있으며, 북으로는 압록강을 경계로 지역에 따라 기후, 지형 및 토질의 특성에 큰 차이가 있다.

산악지는 전 국토면적의 대부분을 차지하며 동해안을 따라 남북으로 뻗은 소백, 태백, 광주, 차령, 노령산맥을 중심으로 분포한다. 산록에는 경사지가 많고, 경사가 비교적 완만한 산악지 사이에는 해발이 낮은 구릉지가 분포하며, 구릉지의 하부에는 대지, 곡간지 및 선상지가 분포한다.

주로 서해안 및 서남 해안에는 평탄지가 분포하며, 내륙에는 한강, 낙동강, 영산강, 섬진강 및 금강 유역에 다소 분포하고 있다.

이렇게 지역마다 지형 및 토질에 따라서 특색 있는 특산품이 다양하여 이를 바탕으로 각 지역에서 특색있는 조리법이 더해져 세대 간 계승되어온 것이 향토음식의 배경이라 할 수 있다³⁷⁾

1900년 중반까지는 각 지역의 향토음식은 고유한 특색이 있었으나 점차 교통, 통신, 산업이 발달하면서 다른 지방과의 왕래 및 교역이 많아지고 인적, 물적 교류가 늘어나면서 한 지역의 식품이나 특산품이 전국 곳곳으로 퍼지게 되고 그 지역의 조리법도 널리 알려지게 되었다. 한 민족의 식생활 문화는 그 민족이 사는 지역의 자연 특성에 따라서 기본적인 틀로 이루어지고 그것이 사회, 문화 환경 조건의 영향을 받으며 발전과 변천을 거듭한다. 음식은 우리 인간과 바로 삶의 그 자체이며 인간과 음식은 불과 분의 관계가 있다³⁸⁾.

그러므로 향토음식이란 그 지역에서 산출되는 특산품을 그 지역의 조리법으로 조리하여, 예로부터 그 지방 사람들이 먹고 있는 그 지방만의 고유한 음식이라 할 수 있고, 그 지방의 자연환경뿐만 아니라 사회적, 역사적 환경에 영향을 받으며 계승된 그 지방의 특색있는 토착 음식을 말하는 것으로 역사적 전통과 풍토적 특성이 있으며 그 지역이 아니면 만들 수 없는 특유한 맛을 가진 음식(이연정, 2006), 타지역에서 공급받은 재료라도 그 지역에 적합한 조리법, 지역 특정인의 특정한 조리법으로 만든 음식을 말한다.³⁹⁾

37) 박영선(1999). 한산도 지역의 향토음식과 금기 식품에 한 인식. 『한국조리과학회지』, 15 (1) :23 ~36

38) 고법석 · 강석우(2004), 대구지역 향토음식의 인식도에 관한 연구. 한국조리학회지, 10(4): 15-30.

39) 신승미 · 정경희(2008). 한국 통음식 통합 검색 시스템 구축을 한 향토음식 연구.

『한국식품양학회지』, 21(2) :227~2 42

< 표 5 > 향토음식의 정의

| 연구자 | 향토음식의 정의 |
|-----------|---|
| 한익(1994) | 지역 특산물을 이용, 그 지역의 문화적 행사를 통해서 발달한 음식, 그 지역에서 고유하게 전승되어 온 비법으로 조리한 음식 시간 보다는 수평적 개념을 바탕으로 지역 공간에서 끊임없이 생성되고 소멸하는 과정을 통하여 형성된 음식. 주변 지역의 음식과 분명한 차별성이 나타나는 특징이 있음 |
| 신애숙(2000) | 지역 주민이 선호하는 음식으로 지역 특산물을 이용하여 그 지방의 전통적인 조리법에 의한 음식 |
| 민계홍(2003) | 지역 특산물을 재료로 그 지역의 전통 조리법으로 조리하여 그 지역 사람들이 먹어온 음식으로 현재에도 먹고 있는 음식 |
| 손영진(2004) | 그 지역에서 고유하게 전승되어 온 비법으로 조리하거나 지역 특산물을 이용 또는 그 지역의 문화적 행사를 통하여 발달한 음식 |
| 이승진(2005) | 타지역에서 생산된 재료로 독특한 조리법, 흔한 재료와 특유의 조리법과 차별화된 가공기술, 지방행사와 관련된 음식 |
| 배영동(2006) | 향토식품은 어떤 지역의 문화적 특성, 자연 지리적 조건, 역사적 경험이 어우러지면서 다른 지역의 식품과 구별되는 의미를 가짐. 향토음식은 그 지역의 문화, 역사적 전통이나 특색을 담고 있는 것일 때 그 의미와 가치가 있음 |

자료: 농촌진흥청(2008). 한국의 향토음식 100선

2) 제주 향토음식

(1) 제주 향토음식의 특징 및 현황

제주도는 섬이라는 지리적 영향으로 다른 지역과의 교류가 적어 자급자족해야 했으므로, 오랜 시간에 걸쳐 제주 고유의 식문화가 유지되었다. 쌀보다는 보리와 잡곡의 활용이 많고, 국의 종류가 다양하다. 또한 어패류와 해조류를 많이

이용하고, 조리법이 단순하며 재료 자체의 맛을 그대로 살리는 경향이 강하다. 육류는 돼지고기가 주로 이용되었으며 삶는 조리법이 많다.⁴⁰⁾

특히 제주는 화산회토 때문에 토지가 척박하고 가뭄, 태풍, 장마, 강한 바람 등의 자연재해에 의한 극심한 농작물의 피해로 식량 생산이 안정적이지 못했다. 그러나 자세히 살펴보면 싱싱하고 다양한 재료를 이용한 음식들이 많다. 사면의 바다에서 생산되는 해산물, 기후가 따뜻하여 사계절 내내 얻어지는 밭작물과 한라산의 산채 등 신선한 재료가 다양하다. 양념을 많이 쓰지 않으니 단순한 요리법으로 주변에서 쉽게 얻어지는 재료를 이용하여 천연 그대로의 맛을 느낄 수 있는 특색이 있다⁴¹⁾.

이러하듯이 특수한 여건 속에서 계승, 발전되어 온 제주의 향토음식은, 제주를 방문하는 관광객에게 매력적인 관광요소로 영향을 주기에 충분한 잠재력을 갖추고 있다. 하와이나 오키나와 등 타 관광지의 예를 살펴보아도, 본토에서 떨어진 섬 지역의 특유한 식문화는 중요한 관광 매력이 되는 경우가 많이 있다. 제주 향토 음식은 관광산업과의 밀접한 관계를 맺고 있으며, 제주도를 다른 지역과 차별화할 수 있는 중요한 관광자원이다.⁴²⁾

제주 음식문화의 특색을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 식품에 가능한 한 손질을 최소화하여 조리법이 단순하다는 점이다⁴³⁾. 이는 제주 지역에서는 일손이 부족해서 일상생활이 바쁘고 남성들뿐만 아니라 여성들도 나가서 농사, 장사, 해물 채취 등의 생산 노동에 종사할 수밖에 없었기 때문에 빠르고 간편하게 조리할 수 있는 음식들이 자연스럽게 발전하였으며, 이 영향으로 제주 향토 음식의 조리법은 신선한 음식 재료를 가볍게 끓이거나 데치고 있는 그대로 장에 찍어 먹는 등의 간편·신속한 조리 방법이 중점적으로 활용되었다.⁴⁴⁾

둘째, 제주 향토음식의 조리법은 간단할 뿐 아니라 양념을 한꺼번에 여러 가지

40) 제주특별자치도(2012). 제주인의 지혜와 맛, 전통향토음식, 성민출판사.

41) 고양숙(2015), 제주인의 지혜와 맛 전통향토음식, 휴먼컬처아리랑

42) 이창미, 오상훈, 민경천 (2015), 음식점의 서비스 품질이 고객만족과 사후행동에 미치는 영향, 동북아 관광연구 제11권 제2호 (통권29호) pp.193-209

43) 오영주(2001). 제주 향토음식의 현황과 전망. 동아시아식생활학회 학술발표대회논문집.43-67.

44) 신지희(2009). 제주지역 일부 중학생의 전통음식과 향토음식에 대한 인지도 및 기호도 분석, 제주대학교 교육대학원 석사논문

를 사용하지 않는다. 양념이 귀하기도 하였지만, 산채와 바다에서 생산되는 해산물 등 언제든지 싱싱한 재료를 구할 수 있었기 때문에 많은 양념을 넣지 않고도 재료 자체의 맛으로 충분한 맛을 낼 수 있었다⁴⁵⁾.

셋째, 제주도는 타지방과 달리 쌀농사가 부적합하여 자연환경에 적합한 작물을 재배하여왔다. 결과적으로 분식의 이용이 많아 분식과 입식이 혼재된 통합적 식문화를 이루었다. 제주의 주된 생산 곡식은 쌀보다는 밀과 보리, 조, 메밀 등의 제분을 이용한 음식 재료가 주를 이루고 있다. 이에 따라서 죽이나 개역 등 분식문화가 발달하였다⁴⁶⁾.

넷째, 제주는 저장 음식보다는 제철에 나는 농산물, 생선, 해산물을 다양하게 이용한다. 제주를 대표하는 향토 음식들은 대부분 바다 생선을 날로 먹는 물회나 강회, 냉국과 같이 자연의 풍미를 그대로 느낄 수 있는 음식이 발달하였으며, 이는 제주 지역이 타지역과 비교해 연중 온도가 온화하여 해변과 바다, 산과 들에 신선한 식자재가 산재해 있어서 때와 철에 따라서 식자재를 십분 활용할 수 있기 때문이다⁴⁷⁾.

다섯째, 제주 향토 음식의 특성상 신선한 자재의 활용을 극대화하여, 다른 지역에 비해 저장 식품이 발달했다고 볼 수는 없지만, 제주의 바다의 신선한 해산물을 활용한 독특한 저장 식품이 있다. 자리젓과 멜젓처럼 어획량이 넘쳐날 만큼 많이 잡힌 어류는 저장의 방편으로 젓갈을 담아 먹곤 했다. 게우젓(전복내장으로 만든 젓갈), 자리젓, 멜젓 등과 건미역, 몸 말림(모자반말림), 툯 말림(툯 말림)등이 제주를 대표하는 고유한 저장 식품이다⁴⁸⁾.

여섯째, 민간요법용 음식과 구황 음식이 발달하였다. 제주인의 식생활 역사는 한마디로 먹거리를 확보하기 위해 거친 자연환경과 맞서는 생활이었다. 큰일이 있을 때나 고기와 쌀밥을 먹을 수 있었고, 일상식의 주식은 범벅, 거친 잡곡밥 그리고 고구마와 죽이었다. 바로 이 기근을 이기기 위한 방편으로 죽류와 범벅류 그리고 국류가 발달한 것이다. 또한 제주에 각종 약재와 약술을 첨가한 엿류를

45) 농업과학기술원 농촌자원개발연구소(2008), 한국의 전통향토음식 10제주도.교문사.

46) 오상훈, 이영란, 이유라(2014), 제주 7대 대표 향토음식 현황조사 보고서, 제주대학교 산학협력단

47) 김용환(2019), 향토음식점 선택속성과이미지가 관광객 만족도와 행동의도에 미치는 영향관계 연구, 광주대학교 석사논문

48) 제주특별자치도, 고양숙 외 (2015). 전통향토음식 : 제주인의 지혜와 맛. 서울 : 생각집표.

비롯한 다양한 각종 음식은 제주의 풍부한 아열대성 약용식물과 힘든 노동으로 허약해진 신체를 보할 필요에서 비롯된 것이다⁴⁹⁾.

이렇듯 독특한 환경 속에 발달하여온 제주의 향토음식은, 제주를 방문하는 관광객에게 매력적인 관광요소로 작용하기에 충분한 잠재력을 갖추고 있다. 하와이나 오키나와 등 타 관광지의 예를 살펴보아도, 본토에서 떨어진 섬 지역의 독자적 식문화는 주요한 관광 매력이 되는 경우가 적지 않다. 제주 향토음식은 관광산업과의 유기적인 연계가 가능하며, 제주도를 타지역과 차별화할 수 있는 중요한 관광자원이다. 이러한 향토음식을 제공하는 곳이 향토음식점이며, 현재 총 49개소로(제주시 43개소 서귀포시 6개소) 제주 향토음식점이 제주특별자치도에 등록되어 있다(2019년 12월 통계 기준). 이들 향토음식점은 양질의 서비스와 요리를 제공함으로써 향토음식의 관광화에 앞장서고 있다⁵⁰⁾.

< 표 6 > 제주 여행 고려 요인

(단위 %)

| | 자연경관 감상 | 휴양/휴식 | 음식/미식 탐방 | 숙박/교통 관광편리성 | 역사/문화 유적/전통 문화 체험 | 여행비용 | 쇼핑 |
|------------|------------|-------|-------------|----------------|-------------------------|------|-----|
| 내국인 관광객 | 75.1 | 17.4 | 3.5 | 1.1 | 0.8 | 0.5 | 0.1 |
| 외국인 관광객 | 57.2 | 11.1 | 9.5 | 4.3 | 1.8 | 2.1 | 8.4 |
| 크루즈 관광객 | 48.2 | 12.7 | 16.9 | 1.6 | 10.5 | 2.8 | 2.7 |

자료: 제주특별자치도(2019), 제주특별자치도 방문관광객 실태조사,

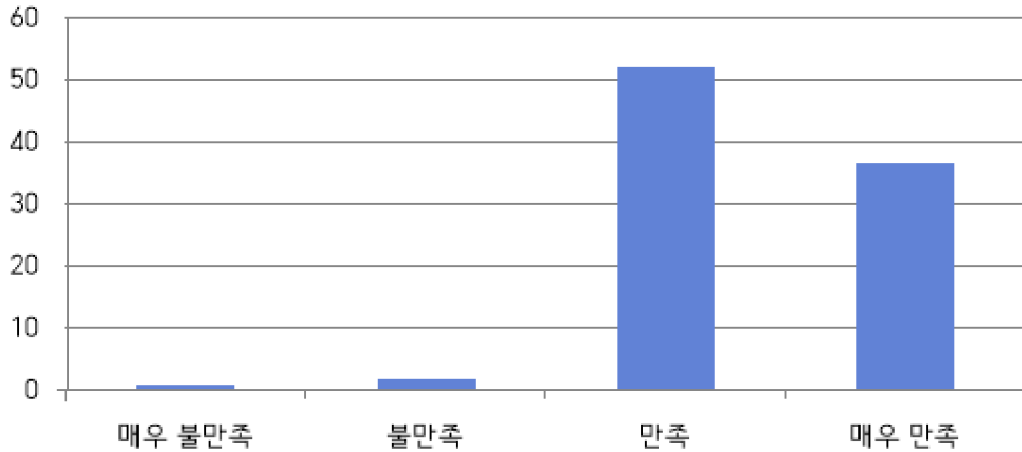
위와 같이 제주 방문 시 내외국인 모두 여행목적지로 제주가 큰 영향을 미치는 것은 않지만, 만족도 부문에서는 ‘만족률’(매우 만족 36.4%+만족 51.8%) 88.2%, ‘불 만족률’(매우 불만족 0.4%+불만족 1.4%) 1.8%로 나타났다.

49) 신지희(2009), 제주지역 일부 중학생의 전통음식과 향토음식에 대한 인지도 및 기호도 분석, 제주대학교 교육대학원 석사논문

50) 이창미, 오상훈, 민경천 (2015), 음식점의 서비스 품질이 고객만족과 사후행동에 미치는 영향, 동북아 관광연구 제11권 제2호 (통권29호) p.193-209

< 그림 3 > 제주 여행 음식 만족도

(단위 %)



자료: 제주특별자치도(2019), 제주특별자치도 방문관광객 실태조사,

(2) 제주 향토음식의 종류와 분류

전통 고유음식 종류는 약 381종이 있다. 종류별로 분류하여 보면 밥류 14종, 국류 58종, 죽류 37종, 반찬류 188종, 떡류 42종, 면류 23종, 차류 7종, 엿류 12종 등이 있으며, 전통 술과 양념류까지 더하면 약 490여 종의 요리를 제주 사람들이 만들어 먹어왔다⁵¹⁾.

가. 주식류

제주의 주식은 보리밥, 조밥을 주식으로 먹었으나 지리적 특성상 논농사가 어려웠음으로 수급이 어려워지면 고구마, 파래, 톳, 조, 콩, 팥, 메밀 등을 넣어서 주식으로 잡곡밥을 먹었다. 곡식을 아끼기 위해 많은 양의 해조류나 채소를 넣고 소량의 곡물로 죽을 만들어 먹기도 하였다. 그 종류를 보면 게죽, 고등어죽, 성게죽, 들깨죽, 옥돔죽, 문어죽, 전복죽, 표고버섯죽 등의 해산물을 이용한 죽과 비름죽, 조죽, 보리죽, 콩나물죽, 메밀죽, 마늘죽, 콩죽, 녹두죽, 팥죽, 등 채소를 이용한 죽, 꿩죽, 도새기새끼보죽, 돼지고기죽, 계죽과 같은 육류를 사용한 죽이 있다.

51) 문동일(2005), 제주도 향토음식의 활성화에 관한 연구, 초당대학교 석사논문

주식으로 밥과 죽 외에 먹었던 음식으로 국수, 범벅, 수제비 등이 있다⁵²⁾.

국수류는 칼국수보다 두껍게 썬 메밀 반죽을 쫄음수에 넣어 끓인 후 양념한 쫄고기와 무채, 실파를 넣어 먹는 쫄 메밀국수, 돼지고기 육수에 삶은건면을 넣고 돼지 수육을 얹은 고기 국수가 대표적으로 메밀 칼국수를 변형 시켜 만든 것이다.⁵³⁾

나. 국류, 찌개류

우리나라의 밥상 차림에는 전통적으로 국과 찌개가 따른다. 우리나라 사람들은 밥상에 국이나 찌개가 없으면 식사하기에 딱딱한 느낌 든다고 생각하기 때문이다. 특히 제주지역은 국, 찌개에 대한 선호도가 매우 높다. 여러 가지 어패류, 육류, 조류, 버섯류, 해조류, 채소류 등을 주재료로 하여 끓이는데, 간을 간장으로 하여 끓인 맑은장국, 간을 된장으로 한 된장국, 재료를 푹 고아서 간을 하지 않은 채로 먹을 때 간을 하는 곰국, 물회, 차게 만든 냉국 등으로 분류할 수 있다⁵⁴⁾.

특히 제주도는 찌개보다는 국을 많이 먹었으며, 국은 생선 또는 해산물로 끓이는 것이 많았으며 육지와 달리 생 된장을 많이 사용하는 특징이 있다. 냉수에 된장을 풀어 다양한 식자재(미역, 톳, 청각 등의 해조류와 배추, 오이 등의 채소류)를 넣어 만든 냉국과 양념한 생 된장에 한치, 자리 등의 싱싱한 회를 버무린 후 갖은 채소를 넣어 냉수를 부어 먹는 물회가 대표적으로 특히 한치물회와 자리물회는 지역의 정체성을 가장 잘 나타내는 대표적인 제주인이 가장 좋아하는 음식이다⁵⁵⁾.

또한 제주 사람들은 돼지고기를 이용한 국을 많이 먹는데 고사리와 돼지고기로 끓인 육개장, 돼지고기와 몸(모자반) 끓인 몸국, 아강발을 삶은 물에 미역을 넣고 소금과 마늘로 간을 한 아강발국 등이 있다⁵⁶⁾.

52) 조봄미(2015), 제주 7대 향토음식의 표준화, 제주대학교 석사논문

53) 안소정(2014), 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가, 숙명여자대학교 석사논문

54) 제주특별자치도(2015), 제주인의 지혜와 맛 전통향토음식, 생각섬표

55) 허남준, 주영하, 오영주 (2007). 제주의 음식문화. 제주: 국립민속박물관

56) 안소정(2014), 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가, 숙명여자대학교 석사논문

다. 찬류

제주도의 찬류를 보면 된장, 장아찌, 젓갈을 기본으로 어패류를 활용한 음식이 많이 있으며, 전, 적, 회, 구이, 생채, 나물, 조림 등 조리법이 많이 있다. 그중 회나 생채처럼 그대로 이용해서 먹는 경우가 흔했고, 조림, 나물 등의 반찬 또한 만드는 법이나 재료가 간단하였다. 적류나 전은 명절이나 제사 때 주로 만드는 음식이었다. 채소류를 활용한 김치, 짬, 장아찌, 김치, 나물, 무침을 만들어 먹었으며 해조류를 이용해서는 생으로 된장이나 초고추장에 바로 먹거나 우뭇가사리를 이용하여 우미를 만들어 먹었다. 해조류 무침은 참기름을 거의 쓰지 않으며 소금, 간장 또는 생 된장을 이용하여 만들었다.

생선을 이용한 요리 또한 많았다. 생선은 싱싱할 때 바로 회로 많이 먹었고, 생선에 된장과 식초, 야채를 넣어 물회를 만들어 먹었고, 소금을 뿌려 말린 뒤 생선구이로 만들거나, 무나 콩을 넣어 조림으로도 만들었다. 생선조림류로는 양념이 적고 국물이 많은 특징으로 전갱이조림, 벤자리조림, 고등어조림, 볼락조림, 자리돔조림, 갈치조림, 멸치조림, 붕장어조림 등이 있다. 육류를 이용한 찬으로는 돼지고기구이, 노루고기구이, 돼지고기 편육인 돔배고기를 즐겨 먹었다. 제사나 명절 때 사용한 적류로는 꿩고기산적, 돼지고기누름적, 소고기산적, 닭고기산적, 노루고기산적, 상어산적, 문어누름적, 오징어산적, 두부적, 메밀청묵적, 양하누름적, 메밀묵적, 풋마늘누름적 등이 있다⁵⁷⁾.

육지와 달리 제주는 고추재배가 쉽지 않고 따듯한 날씨로 김치가 금방 시어져 김장보다는 제철 채소를 활용한 별미김치를 많이 먹었다. ‘동지 김치’가 대표적으로 무나 배추에서 돌아난 ‘동지’(장다리 꽃대)를 소금에 절인 후 파, 마늘, 고춧가루 등의 양념에 버무린 것이다. 이 밖에도 달래김치, 갓김치, 부추김치, 무김치, 파김치 등이 있다⁵⁸⁾.

라. 후식류

쌀을 기본으로 떡을 만드는 다른 지방에 비하여 제주 지역에서는 쌀이 귀하여

57) 조보미(2015), 제주 7대 향토음식의 표준화, 제주대학교 석사논문

58) 안소정(2014), 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한 경제적 가치 평가, 숙명여자대학교 석사논문

잡곡으로 만드는 떡이 많고 만드는 방법과 용도, 모양에서도 차이가 난다. 시루에 엮거나, 지지는 떡, 삶아내는 떡, 솥 찜기에 찌는 떡으로 크게 나눌 수 있다.

절구에서 밥을 치는 찰떡의 종류는 제주에서는 거의 없었다. 떡의 주재료는 곡물로 보리, 조, 피, 밀, 메밀, 찹쌀, 쌀 등이 있고, 고구마 말린 절간(切干)이라고 하는 것을 가루로 내어 만든 떡도 있다. 부재료인 고물로 쓰이는 것은 팔이 으뜸이고 완두콩, 두불콩, 녹두, 돛비 무채, 깨, 고구마 등이 있다⁵⁹⁾.

메밀가루, 밀가루 등의 곡물가루에 참기름, 꿀로 반죽하여 만든 유밀과에는 과질, 요에, 강정 등이 있으며, 과거에는 육류의 섭취가 적어서 보양식의 기능이 있었을 것이다. 닭엿, 꿩엿, 엿기름, 마늘엿, 돼지고기엿 등이 있다. 제주지역의 차류는 한라산에서 자생하고 있는 다유자 나무 열매, 오미자를 중심으로 보리미숫가루, 보리썬달, 오미자차 등이 있으며 주류에는 대표적으로 차좁쌀로 만든 오메기떡을 원료로 하여 누룩을 넣고 빻은 감주, 오합주, 오메기술이 있다⁶⁰⁾.

(3) 제주 전통 향토음식의 유형 및 종류

제주도의 규범적, 문화적 특성이 잘 반영된 음식에는 세시풍속 음식과 통과례 음식이 있다. 먼저 출생 의례, 백일, 돌, 생일, 수 연례 때 먹는 통과례 음식과 제례음식, 상장례, 혼례 음식을 말한다. 통과례라 가장 보수성을 유지하고 있으며 그중에서도 제례와 상장례 음식은 원형대로 보존 계승된다고 본다. 정월부터 12월까지 세시풍속 음식은 절기에 따라서 특별식으로 먹어왔으며 어떤 음식을 먹어왔는지에 따라 문화, 사회적 특징을 파악할 수 있다. 또한, 제주 사람들의 정체성과 이러한 음식이 전승되는 이유를 연관 지어 볼 수 있다⁶¹⁾.

59) 제주특별자치도(2015), 제주인의 지혜와 맛 전통향토음식, 생각집표

60) 조봄미(2015), 제주 7대 향토음식의 표준화, 제주대학교 석사논문

61) 제주특별자치도(2015), 제주인의 지혜와 맛 전통향토음식, 생각집표

< 표 7 > 제주 전통향토음식의 분류

| | | |
|---------|--|--|
| 세시풍속 음식 | 계절음식, 시절음식 으로 불린다. | |
| | 닭 잡아먹는 날, 쑥떡, 팔주, 장 담금기 | |
| 통과의례 음식 | 사람이 태어나서 혼인하여 살다가 죽고, 제사지내기 까지 일련의 의례의 음식 | |
| | 생일음식 | 오색시루떡, 시루떡, 할망상(쌀, 물, 미역무침) |
| | 출산음식 | 미역국, 메밀수제비, 옥돔 미역국 |
| | 혼례음식 | 신부, 밥, 국 통닭, 두부, 돼지고기, 순대, 삶은계란, 잡채, 고신랑상 사리전, 표고전, 돼지갈비, 술 튀김 등 |
| 명절제사 음식 | 상객상 | 생선, 돼지고기, 닭고기, 생선투김, 삶은계란, 돼지갈비, 잡채, 두부, 순대, 술, 오색떡, 튀김 등 |
| | 절편, 지름떡, 약래, 강정, 은절미, 요애, 과질, 우찌, 메, 갱(옥독미역국, 소고기무국, 돼지고기 미역국), 적(소고기, 돼지고기, 꿩, 생선, 두부, 묵) 채소(고사리, 콩나물, 숙주, 시금치, 양하, 무), 전(계란, 고사리, 버섯) 떡(기름떡, 시루떡, 빙떡), 술, 순대, 회 무침 등 | |

자료: 고양숙(2015) 전통향토음식 p35를 토대로 연구자 작성

(4) 제주 7대 향토음식

제주도는 2011년 세계 7대 자연경관에 선정됨으로써 아름다운 자연경관과 아울러 제주를 빛낼 수 있는 7대 제주 명품 중 하나로 2013년 제주 7대 대표 향토음식을 선정하였다. 제주 7대 대표 향토음식의 선정 방법은 제주특별자치도 향토음식육성정책자문단이 제시한 의견과 전문가그룹 설문조사를 거쳐 추린 향토음식 50선을 대상으로 도민, 관광객, 도내 관련 전문가 설문 조사와 인터넷 투표 결과를 토대로 선정되었다⁶²⁾.

가. 갈치국

갈치는 우리나라 전 해역에 비교적 널리 분포하지만 청정해역인 제주도 연안에서 잡히는 그물로 잡는 다른 지방의 '먹갈치'와 달리 제주의 '은갈치'는 맛에

62) 오상훈, 이영란, 이유라(2014) 제주 7대 대표 향토음식 현황 조사 보고서, 제주대학교 산학협력단, p15

서 비교가 안 된다. 당일 한 마리씩 '채낚이'로 잡아 올려 선착장에 도착해 파는 갈치는 '당일바리'로 최고의 맛과 싱싱함을 자랑한다.

물이 끓으면 토막 낸 갈치 끓은 물에 넣고 익어가면 배추, 호박 등의 채소를 넣고 전통 간장으로 마지막에 간을 하면 갈치국이 완성된다. 갈치의 비린 맛을 청양고추를 조금 넣어 고추의 매운맛으로 잡아주고 특유의 시원한 맛을 느낄 수 있다⁶³⁾.

나. 고기 국수

제주에서는 상례나 혼례 등을 맞아 접대할 손님이 생기면 돼지고기를 큰 무쇠 솥에 삶아 뼈와 부산물은 국이나 순대 등의 재료로 고기는 편육(뚥배고기)으로 이용됐다. 일본강점기 때 쌀이 귀하여 국수 공장이 들어서 건면을 생산하였고, 물자가 귀한 시대라 몸국(몸국)과 같은 잔치 음식도 경조사 때 대접하지 못하게 되자 국수를 돼지 뼈를 이용하여 우린 국물에 말아서 대접하던 음식이 1970년대 부터 가정의례 준칙과 분식장려정책 발효되면서 섬 전역으로 퍼졌고 고기국수는 현재 제주를 방문하는 관광객들이 한번은 먹어야 하는 음식이 되었다⁶⁴⁾.

다. 빙떡

제주에는 논이 귀하고 땅이 척박하였다. 가뭄에 강한 밭작물 메밀이 많이 재배됐고, 메밀을 이용한 음식이 발전했다. 이름의 유래는 빙빙 말아서 먹는다고 한데서 나왔다는 말도 있고, 국자로 메밀 반죽을 빙빙 돌리면서 부친다고 빙떡이라 불렀다는 말이 전해지고 있다. 점탄성을 주는 글루텐 함량이 극히 적은 메밀은 쉽게 찢어지는 경향이 있으므로 전병을 얇게 부치고 안에 참깨와 소금 등으로 양념한 무채를 속으로 넣은 다음 말아서 만든다⁶⁵⁾.

라. 성계국

제주도에서 성계는 구살이라고 하는데, 양도 많지 않고 쉽게 채취할 수도 없어

63) 김문기, 『7대 제주 향토음식』, 매일신문 2020년 7월 29일

64) 조봄미(2015), 『제주 7대 향토음식의 조리표준화』, 제주대학교 석사논문

65) 고양숙, 『제주향토음식 20선』, 제주특별자치도 p143

서 제주에서도 예전부터 귀했다. 성게의 알에는 비타민, 철분, 단백질이 많은데 날것으로 먹기도 하고 성게국으로도 만들어 먹는다. 성게는 보통 5월에서 7월 보리가 익을 무렵에 가장 맛있다고 한다.

성게국은 미역과 성게알에서 우리나라는 국물이 어우러져 깊고 구수한 맛이 나는데 가파도 미역을 넣어 끓인 성게국을 최고로 친다. 불린 미역을 살짝 볶고 물을 넣어 끓이다 성게를 넣고 한소끔 끓인 후 소금과 전통 간장으로 간을 하면 된다. 작은 전복이나 오분자기를 넣는 지역도 있다⁶⁶⁾.

마. 옥돔구이

옥돔은 도미의 종류로 제주에서는 지역에 따라 오토미, 솔라니 라고도 불린다. 제주 사람들이 가장 좋아하는 고급 어종으로 예전부터 옥돔을 제사상이나 차례에 국(갱)이나 구이로 올렸다. 조선 시대부터 진상품으로 올려졌다.

겨울이 제철인 옥돔은 단백질이 풍부고 살이 단단하면서도 지방이 적어서 환자들이 죽으로도 많이 쭈어 먹었다. 옥돔구이는 비늘을 긁어내고 배를 갈라 내장을 제거하고 손질한 후 2알쯤 찬 바람이 부는 그늘에서 말린 후 참기름을 발라 구워 먹는 것을 진미로 꼽는다⁶⁷⁾.

바. 자리돔 물회

자리돔은 드넓은 제주 바다에서 한 장소에 모여 산다고 해 '자리'라고 부른다. 보통 5월부터 8월까지 제주 연안 등지에서 잡힌다. 다른 어종에 비해 크기가 작으며 무리를 지어 몰려다니기 습성 때문에 그물을 이용해 잡는 자리돔은 6월에서 7월 중순 사이 산란을 앞두고 알이 배는 시기에 가장 맛있다. 여름철에 자리돔을 이용한 물회가 대표적이며 젓갈, 강회, 구이 등으로도 만들어 먹는다. 마라도 인근 해역, 서귀포시 대정읍 모슬포 앞바다에서 잡히는 자리돔은 크기가 커 구이용으로 적당하고, 가시가 연해 뼈째로 썰어 회나 물회로 만들어 먹기에 적당한 자리돔은 보목동 앞바다에서 잡힌다. 자리돔 물회는 자리의 비늘을 벗기고 내

66) 김문기, 7대 제주 향토음식, 매일신문 2020년 7월 29일

67) 오상훈, 이영란, 이유라(2014) 제주 7대 대표 향토음식 현황 조사 보고서, 제주대학교 산학협력단, p18

장을 떼어 낸 후 깨끗이 씻은 다음에 어슷썰기로 썬 후 미나리, 양파, 오이 등 각종 양파에 고추장, 된장 등의 양념을 버무리려 찬물을 부으면 된다⁶⁸⁾.

사. 한치물회

살오징어목 오징어과에 속한 한치는 연체동물로 다리가 짧아 약 3cm인 한치밖에 안 된다고 하여 한치라고 하고 한겨울 추운 바다에서도 잡힌다고 하여 한치라고도 한다. 살이 연하고 담백하여 오징어보다 맛이 좋으며 물회나 회, 물에 살짝 데친 숙회로 만들어 먹거나 해풍에 말린 후 구이로 먹어도 진미이다. 한치물회는 한치를 가늘게 채 썰어서 미나리, 양파, 오이 등을 넣고 고추장과 된장을 섞은 양념장을 넣어 버무린 후 찬물을 넣어 만든다. 겨울철에 잡히는 한치는 손질한 후 냉동한 후 꺼내 얇게 회로 썰어 먹어도 좋고 여름철 잡히는 한치는 시원한 회나 물회로 만들어 먹는다⁶⁹⁾.

3) 향토음식 선행연구

향토음식의 소비에 대해 황익주(1994)는 다른 의미를 부여하고, 춘천닭갈비의 사회 계층적 의미, 소비와 관련된 사회문화적 의미 및 그 변화에 대하여 연구하였다⁷⁰⁾.

김기숙, 이재경(1997)은 향토음식의 인지도를 강원도에 거주하고 있는 주부들을 대상으로 조사연구 함으로써 사라져가거나 없어지는 향토음식에 대한 올바른 관심과 이해를 하는 계기를 마련하고, 향토음식의 계승발전에 필요한 기초자료를 제공하고자 한 연구 결과에서는, 47가지 조사한 음식 중 감자 부침개, 감자밥, 더덕 생채, 오징어구이의 순으로 높은 인지도가 나타났고, 책면, 댕싸리 떡, 꼭저구탕, 무송편, 팔국수, 어죽, 연엽식혜의 순으로 인지도가 낮게 나타났다⁷¹⁾.

윤덕인(1998)은 강원도 지역의 산출 식품에 따라 분류된 향토음식을 의례음식

68) 고양숙(2015), 『제주향토음식 20선』, 제주특별자치도 p71

69) 김문기, 7대 제주 향토음식, 매일신문 2020년 7월 29일

70) 황익주(1994), “향토음식 소비의 사회문화적 의미: 춘천닭갈비의 사례” 한국문화인류학회지, 26:69-93.

71) 김기숙, 이재경(1997), “강원도 향토음식에 관한 주부의 인지도” 가정문화논총, 10:87-127.

과 일상식으로 분류하였다. 영동지방의 산출식품으로는 콩, 조, 메밀, 쌀, 감자, 옥수수 등 농작물과 도토리, 잣, 머루, 다래 등 임산물 그리고 대구, 명태, 쫄면, 오징어 등 수산물 및 대합, 홍합, 명주조개, 귀조개 등과 영서지방은 뱀장어, 메기, 한우, 염소, 돼지 등을 키운다. 조사에 의하면 일상식 중 저장식품인 열무김치, 배추김치, 무김치, 서거리김치, 나박김치 그리고 장류로는 된장, 간장, 청국장, 떡장 젓갈류로는 창란젓, 명란젓 곡물 음식으로는 떡, 밥, 인절미, 약식, 과즐, 고기 음식과 어패류로는 한치회, 오징어 불고기, 채소 음식 중 감자송편, 감자밥, 감자수제비, 감자경단 의례 음식으로는 메, 갯, 시집, 편, 용떡, 콩시루, 어물, 육적, 어적, 전, 삼색 나물, 닭 2마리 등을 구체적으로 연구하였다⁷²⁾.

이연정·최수근(2004)은 향토음식에 대한 경주지역 대학생들의 기호도와 인식을 조사한 연구에서 향토음식에 대해 비교적 높은 인지도와 지식을 갖추고 있으며 경주지역의 대표적인 16가지의 향토음식 중 황남빵이 가장 인지도가 높았으며 한정식, 해장국, 메밀묵 무침, 쇠고기산적, 흰깨박산, 교동법주 등의 인지도 높은 순으로 나타났다. 경주 대학생들의 향토음식의 기호도는 77 이상의 기호도를 보였고 대도시나 중소도시에서 자란 사람보다 농·어·산촌에서 자란 사람이 향토음식에 대한 높은 기호도를 보였다⁷³⁾.

김영국·서보원·안태홍(2111)은 특정 지역이나 국가의 향토음식은 그 지역, 나라를 대표할 수 있는 한 부분의 문화로 중요한 관광 체험임을 강조하면서 시장세분화를 통해 시장별 관광 성향과 요구도를 고찰하였으며, 향토음식 소비 동기를 이해하였다. 관광객의 향토음식 소비 동기는 ‘건강 요인’, ‘사회적 관계’, ‘흥미로움’, ‘감각적 요인’, ‘문화적 요인’으로 분류하여 이를 바탕으로 군집 분석을 한 결과 관광객들의 향토음식에 대한 소비 동기 유형을 ‘문화적 경험 추구형’, ‘사회적 관계와 건강요인 추구형’, 그리고 ‘감각적 요인 추구형’으로 분류하였으며 ‘사회적 관계와 건강요인 추구형’의 관광객은 35-44세 이하, 그리고 55세 이상이 주를 이루며 신선한 재료로 만든 향토음식과 지역의 특산물은 건강에 도움이 되고 친구, 가족들과 공유하려는 성향이 높다. ‘문화적 경험 추구형’의 관광객의 경우, 25-34

72) 윤덕인(1998), “강원도지역 산출식품과 향토음식에 관한 연구” 관동논문집, 26(2):375-398.

73) 이연정, 최수근(2004), “경주지역 향토음식에 대한 대학생의 인식과 기호도 조사 연구” 한국외식경영학회, Vol.7 No.1

세 이하로 다른 집단에 비해 상대적으로 높았으며, 특별한 문화적 체험인 향토음식의 경험을 통해 지역민들의 삶을 간접적으로 이해하고 관광지 문화를 경험하는 유형이다. 감각적 추구형 관광객은 55세 이상이며 상대적으로 높으며 향토음식의 외형적인 성질 및 향, 맛, 촉감에 관심을 두는 유형이다. 이와 같은 연구 결과는 향토음식을 소비하는 성향이 연령대별로 다르며 문화적 경험 측면에서 향토음식을 바라보는 견해가 높은 젊은 층에 비하여 장년층의 경우 가족과 음식을 소비하는 성향이 높으며 건강과 맛의 편익을 추구함을 시사하였다⁷⁴⁾.

3. 향토음식 육성정책

1) 해외 향토음식 육성정책

OECD Food and the Tourism Experience(2012)의 보고서에 따르면 관광 서비스 소비(consumption)에서 차지하는 비중이 OECD 평균 17% 차지(2012년 기준, food and beverage 분야)하였으며, 음식 분야가 특정 지역에서는 관광 지출의 30% 이상을 차지하는 것으로 나타나고 있다. 스페인 바르셀로나의 경우, 음식 분야가 관광 지출의 30% 이상으로 조사되었으며, 이탈리아의 경우, 와인 관광객은 이탈리아 국내 관광객의 하루 평균 지출액 55유로보다 훨씬 많은 평균 200유로를 지출하였다. 이렇게 관광에서 음식에 지출하는 비용은 농촌 및 변두리 지역의 발전에 기여하며 직접적으로 지역(향토) 비즈니스에 연결되고 있다⁷⁵⁾.

(1) 이탈리아

자국의 먹거리에 대한 지식을 관광객에게 확산 슬로푸드 운동을 통해 패스트

74) 김영국, 서보원, 안태홍(2011), “향토음식 소비동기에 따른 시장세분화에 관한 연구”, 한국관광학회, 관광학연구, Vol.35 No.5

75) 송남근(2014), 미식산업 해외사례 및 활성화 방안, 주오이시디한국대표부

푸드(간편식)에 대응하고 지역별 특화된 제조 방법, 식자재 등을 확산 시켜 음식의 지역성을 알리고 있으며, 지리적 표시제, 원산지 표시, 보호 등을 통해 특정 지역의 음식의 정통성을 보호하고, 토리노 슬로푸드 축제와 같이 대외적 홍보를 추진하고 있다. 유적지 방문자에게 향토 요리를 제공하는 식당 메뉴 정도 및 위치, 음식 박람회·카니발, 농촌공동체별 생산품과 식당을 소개하는 미식지도 등 정보 제공하고 있으며, 요리문화의 의미 있는 폼페이 부엌과 같은 장소의 관광을 개발하고 있다. 각종 식품 관련 행사나 대규모 식품 축제에서 농업인 등 직접 생산자들이 참가하여 식품의 특징과 생산과정을 설명하고 체험 기회를 제공함으로써, 미식가뿐만 아니라 일반 방문자들도 이런 행사장에 방문하여 다양한 맛보고 비교하고 평가하게 된다.

독창성을 인정받는 지역(향토) 먹거리 생산지와 다양한 음식 축제 경우에는 미식 여행상품으로 발전하고 있다⁷⁶⁾.

(2) 일본

미쉐린가이드 도쿄 편의 2007년부터 출간이 시작되었으며, 그 당시 종주국 프랑스가 64개의 별을 제치고 191개의 별을 받으면서 최다 스타를 보유하면서 일본은 세계적인 미식 국가로 떠올랐다⁷⁷⁾. 2007년 미쉐린 가이드 도쿄, 오사카 편의 출간을 계기로 일본은 미식 관광객의 유입이 증가하였다. 이를 계기로 일본 음식이 세계에 알려지는 전환점이 되면서, 일본 농식품 수출 또한 역대 최고 실적을 달성하였으며, 음식 관광지로 전 세계적으로 주목받기 시작했다. 또한 일본은 음식 관광 활성화를 위하여 체류형 관광 프로그램 개발, 지역의 음식 관광 체험 상품으로 꾸준히 성장해왔다⁷⁸⁾.

(3) 프랑스

프랑스 정부는 프랑스 농식품과 미식의 수출 필요성을 인식하고 프랑스 농식품의 판매 확대를 목적으로 1961년에 소펙사(Sopexa) 설립하였으며, 1988년 와인

76) 송남근(2014), 미식산업 해외사례 및 활성화 방안, 주오이시디한국대표부

77) 김용환(2016). 농식품 & 유통 이슈 리포트; 미쉐린가이드 서울편 출간이 외식산업에 미치는 영향과 대응방안, 농식품유통교육원 유통연구소.

78) 정지연(2019), 일본관광지의 음식에 대한 위험지각, 음식이미지 및 행도의도 간의 구조적 관계, 세종대학교 박사학위논문

을 포함한 농식품의 최대 수출국이 되었으며, 1990년대 들어서 홍보를 더욱 강화하였다.

고부가가치 음식 관광과 대표 브랜드인 와인을 연계하기 위하여 와인 관광 전담기관을 설치하고, 다양한 와인 관광상품을 개발하고 등의 대대적인 음식 관광 육성 정책을 실시하고 있으며, 와인 관광의 국가적 전략 모색을 위하여 프랑스 관광공사(MDF)는 2002년부터 3개년 사업계획(Three-year action plan)을 수행하였으며, MDF는 와인 관광이 이미지 제고, 지역의 관광객 및 관광 수입 증대에 상당한 효과를 가져올 것으로 기대하고 있다⁷⁹⁾.

(4) 영국

로컬푸드(local food) 운동으로 영국은 향토음식산업의 활성화를 도모하고 있다. 지역에서 생산된 신선한 로컬푸드 원료를 이용하여 그 지방의 고유한 조리 방법으로 만든 식품으로 생산자 교육, 경영 자문, 생산자와 판매자, 식당업자 간 연결, 직거래장터 개설, 브랜드 형성, 구매자그룹과 소비자 협동조합 지원, 정책 사업지원 신청 및 추진 등을 통해 네트워킹을 촉진하고 있다⁸⁰⁾.

(5) 홍콩

홍콩 관광청은 음식관광을 육성하기 위하여 ‘Quality Tourism Services(QTS)’ 체계 운영을 통하여 레스토랑의 품질을 인증하여 양질의 서비스와 서비스 기준을 만들었고, 음식을 통한 홍콩 요리축제, 와인 축제 홍콩 최고의 요리 경연대회 및 이벤트를 추진하여 관광객 유치 정책을 추진하고, 음식 관련 행사 및 정보제공을 통해 관련 산업의 경제 활성화를 도모하고 있다⁸¹⁾.

(6) 태국

오래전부터 전통음식과 음식을 연계한 태국은 극장식 레스토랑을 활성화하여 태국문화와 음식을 동시에 알리고 정책적으로 관광객 유치를 추진하였으며 2001년

79) 신동일(2016), 제주지역 음식관광 활성화 방안, 제주발전연구원

80) 김태연(2005), 영국의 로컬푸드시스템 동향과 사례, 농정연구 제 15권, 농정연구센터

81) 한국문화관광연구원(2013), 음식관광 활성화 방안, 문화체육관광부

부터 태국 음식의 표준화, 국제화를 목표로 ‘세계의 주방’이라는 프로젝트를 통하여 전 세계에 태국음식점의 표준화를 이루었으며 태국 음식에 대한 이미지 제고로 일본과 프랑스 음식처럼 고급 이미지를 확립하여 궁극적으로는 세계 최고의 음식으로 격상시키고자 노력하고 있다⁸²⁾.

(7) 스페인

스페인에서 추진하는 전략은 크게 새로운 미식 여행상품 개발하여 유명 미식 잡지의 활용하고 국내외 스페인 미식의 영향력 확대하고 있다.

Madrid Fusion(최신 미식 동향 소개 및 세계적 셰프소개), Salon Gourmet Madrid, Aliment aria Barcelona(세계 3대 음식 박람회) 등 국제 미식 축제와 이벤트를 개최하여 미식 여행 상품화하였다. 또한, 자갓(Zagat), 미슐랭(Michelin), 고미요(Gault Millau) 레스토랑 매거진 등 유명 외식, 미식 안내서 등에 등재된 스페인 레스토랑들을 적극적으로 홍보하고 있다.

세계 음식 분야에서 스페인의 영향력을 높이기 위하여 국내에서 좋은 음식 제공, 음식과 와인 수출, 재능 있는 인재를 유치하여 훈련과 교육, 해외 높은 수준의 시장과의 네트워크, 셰프들의 위상을 스포츠선수, 예술가와 같이 격상 시켜 국가 이미지 제고에 활용하였다⁸³⁾.

2) 국내 향토음식 육성정책

(1) 중앙정부 정책

우리나라에서는 향토음식 정책에 관련하여 농림축산식품부 전통식품의 육성(농산물가공산업육성법) 문화체육관광부의 무형문화재 계승발전(문화재보호법), 및 문화산업 진흥(문화산업진흥 기본법) 차원으로 전통식품 제조업체 시설 및 음식 분야 무형 문화재의 기능보유자 선정, 운전자금 지원하여 전통문화의 계승, 보존을 지원한 것이 있다⁸⁴⁾. 또한 지방자치단체들의 조례, 고시를 통하여 향토음식의 발굴, 모범업소 지정과 홍보 지원 등을 하고 있다.

82) 신동일(2016), 제주지역 음식관광 활성화 방안, 제주발전연구원

83) 송남근(2014), 미식산업 해외사례 및 활성화 방안, 주오이시디한국대표부

84) 이동필, 최경은(2007), 향토음식산업의 육성 방안, 한국농촌경제연구원

문화체육관광부에는 음식 관광 관련 정책은 1999년부터 국내외 관광객들에게 관광상품 전통음식을 제공하기 위한 사업을 중점적으로 추진하여 2004년부터는 관광 진흥 계획으로 우리나라 전통음식의 관광 상품화를 추진하였으며, 2009년부터 외래관광객을 대상으로 음식 서비스 수용태세 개선을 중심으로 관광객들의 홍보 마케팅, 만족도 제고를 통한 음식 관광 활성화 기반 마련에 주력하였다. 2014년 사업으로는 일반인들과 외래 관광객들이 즐길 수 있는 궁중 음식체험 식당을 발굴하여 대중화 및 고유 음식 자원 홍보 통한 융복합 음식 관광자원 활성화를 하고 있다⁸⁵⁾.

(2) 서울

2010년 뉴욕 맨해튼 UN 본부에서 서울시 주최의 2010 Seoul Gourmet Week at UN(한식 축제 기간)을 개최하여 서울에서 파견된 6명의 요리사가 거리 음식, 궁중음식, 사찰음식, 반가의 다과상 등을 주제로 한식문화를 홍보하였다.

한편, 서울특별시에는 자랑스러운 서울의 한국음식점 지정, 길거리 음식 위생 개선, 음식으로 소통하는 마을 만들기, 모범음식점 위생등급 평가 지원 등의 사업을 통해 한식의 대중화 및 품질 제고에 노력하고 있다⁸⁶⁾.

(3) 부산

부산광역시에는 부산의 전통적이고 향토적인 맛과 멋이 담긴 향토음식을 개발하고 이를 중심으로 한 음식의 관광 자원화를 모색하기 위해 부산전통향토 음식발굴연구 사업을 전개하였으며 그 결과 총 13개의 향토음식을 지정하였다. (생선회, 동래파전, 흑염소 불고기, 복요리, 떡장어요리, 아귀찜, 해물탕, 재첩국, 낙지볶음, 밀면, 돼지국밥, 장어요리, 붕어찜) 또한, 부산시는 부산의 특색 있는 향토음식점을 관광명소로 육성하고 관광객 유치에 기여하고자 향토음식을 전문적으로 취급하는 업소를 부산의 대표성 있는 향토음식점으로 지정하고 있다⁸⁷⁾.

85) 김태희(2014), 향토음식자원을 활용한 음식관광 활성화를 위한 조사연구, 농림축산식품부

86) 신동일(2016), 제주지역 음식관광 활성화 방안, 제주발전연구원

87) 오재환, 윤태환(2009), 부산 음식관광 활성화 방안연구, 부산발전연구원

(4) 경기도

경기도는 2004년 지역적 차별성, 전통성이 있는 토속음식을 발굴하여 녹색농촌 체험마을 조성하여 슬로푸드마을을 지정, 농산물 소비촉진과 농촌, 도시 교류 활성화를 추구하고 있다. 또한, 2005년부터 향토음식 개발을 지원하고, 2007년에는 성남 향토 음식 문화축제, 여주 천서리 막국수축제, 의정부 명물찌개거리 음식 축제, 오이도 조가비축제, 양주 음식 문화축제 등 음식 문화축제를 지원하고 있다⁸⁸⁾.

(5) 강원도

강원도 관광정책과에서는 강원도 음식기행 ‘자연이 요리하는 강원도 음식기행’ 책자를 발간하였다. 도내 향토음식 소개, 요리법으로 구성되었는데, 곡(穀), 초(草), 육(肉), 어(魚) 4가지 주제에 각 5가지로 총 20개 음식을 소개하고 있다. 또한, 먹거리촌 조성에 대한 정책으로 속초 학사평순두부촌, 삼척 정라 먹거리촌, 평창 메밀 먹거리촌, 화천 파로호 횃집촌, 인제 백담 황태마을에 예산을 지원해주는 것이다. 주요 사업내용으로 거리환경 정비(꽃길 조성, 화단, 화분 등), 편의 시설(의자, 주차장, 화장실 등), 공동 안내간판, 홍보물 제작 등이다⁸⁹⁾.

(6) 경상북도

경상북도는 향토음식 자원화 사업으로 농가 맛집 2개소를 지정하여, 2007년 문경새재 오는 길, 2008년 청도의 남남이 선정되어 운영 중에 있다. 문경의 전통주 ‘문경새재 오는 길’, 향토 음식체험, 장류의 제조 등의 프로그램이 운영되고 있으며, 숙박시설과 체험교육장을 보유하고 예약제로 운영하고 있다. 또한 경북은 차별화된 관광콘텐츠 푸드 스쿨은 풍부한 자연·인문 관광자원과 우수한 음식문화 자원을 연계하여 1박 2일 일정의 패키지 여행상품을 구성하였다. 이를 통해 국내·외의 관광객을 대상으로 여행상품을 판매하고 있으며, 지역특산물, 축제 등의 주변 관광자원도 연계하여 추진하고 있다⁹⁰⁾.

88) 이동필, 최경은(2007), 향토음식산업의 육성방안, 한국농촌연구원

89) 이영주(2007), 강원도 음식관광 활성화 방안 연구, 강원발전연구원

90) 김현진(2009), 경상북도 슬로푸드 벨리 조성방안, 대구경북연구원

(7) 전라남도

전남은 예향이자 먹거리의 고장으로 풍족하고 다양한 농수산물을 이용한 고유 음식문화가 발전하였다. 전남의 오랜 역사·문화자원과 전남을 대표하는 남도 음식은 관광자원으로 융·복합 산업으로 발전 시켜 핵심 소득 창출 산업으로 육성하고 있다. 대표적으로 남도 맛 산업육성 5개년 계획을 추진하였으며 전통적 멋과 맛을 자랑하는 고유한 남도 음식문화를 보유하고 있는 전라남도는 전통과 이미지를 현대적으로 보존 계승하여 전라남도의 친환경 농수산물의 생산 및 판매, 2차 산업으로 식품 제조·가공 및 3차 산업으로 음식 서비스 등 식생활과 유관한 모든 산업에 「남도 맛 산업」을 체계적으로 추진하고 있다⁹¹⁾.

3) 제주특별자치도 향토음식 육성정책

제주특별자치도는 고유한 음식문화를 계승 발전시키고 나아가 농수축산업과 관광산업과의 연계 강화를 통해 신성장동력 산업으로 육성하여 지역경제 발전과 농어촌의 활력 회복에 기여하기 위하여 향토음식 육성 및 지위 조례를 제정하였다.

제주특별자치도 향토 음식육성 및 지원조례 제3조에 근거하여 2011년부터 1차로 고유한 향토음식의 계승 발전과 발굴육성 및 지원을 위한 제주 향토음식 육성 기본계획을 수립하였다.

또한, 현재 2018년부터 2022년까지 5년 단위의 제2차 단계를 수립하여 시행하고 있으며, 이번 계획 통하여 제주 고유의 전통음식, 식문화, 식자재 등에 대한 재조명은 물론, 이를 기반으로 음식 관광 상품을 개발함으로써 새로운 일자리 창출과 소득증대 및 고용 창출에 기여할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

첫째, 제주향토 음식 자원 발굴 및 보존 방안으로 향토음식 명인, 명소 지정하였고 제주 해녀 음식 UNESCO 무형문화유산 등재 추진 및 향토음식점 실태조사 백서 발간하였다.

둘째, 제주 향토음식점 지원 및 육성사업으로 제주 향토 음식업소 지정 운영제도 개선, 도외 우수 제주 향토음식점 인증제도 실시, 업소용 향토음식 표준 레시

91) 장덕기, 박응희, 송태갑(2010), 전남 향토음식과 관광상품화 방안, 전남발전연구원

피 제작 및 보급, 향토음식 조리인력 양성 및 민간 자격증제 도입, 고품격 고부가가치 제주 향토 정식 개발 보급하였다.

셋째, 1차 산업과 제주 향토음식 산업연계 강화 방안으로 향토 식자재 박람회 개최 및 식재 도감 제작, 특1급 관광호텔 내 향토음식점 운영지원, 지역 만들기 마을 향토 요리 체험상품 개발, 제주 향토음식점 도외 프랜차이즈 사업지원 하였다.

넷째, 제주 향토음식 자원 관광 활성화를 위하여, 성읍민속마을 향토음식 특수화, 향토음식 대표축제 개발 및 활성화, 야간관광 향토 음식 거리 벨트 조성, 재래시장 향토음식 쿠킹 투어 상품 운용 하였다.

마지막으로, 제주 향토음식 홍보 및 파워 브랜드화를 위하여 지구촌 제주인 고향의 맛 서포터즈 운영, 향토 음식문화 스토리텔링 개발 및 스토리북 제작, 향토음식 맛지도 제작 보급, 향토음식 바이럴 마케팅 지원 등이 이루어지고 있다.

제주지역에는 음식과 관련해 특정 지역에 특정 음식이 밀집되어 차별화된 특화 거리인 50년 가까운 전통의 원조 횃집 거리로서 서부두 명품 횃집 거리, 다소 허름하고 작은 가게이지만 제주의 오랜 전통의 방식으로 삶아낸 고기 국수와 비빔국수가 유명한 국수 문화거리, 제의 수심이 깊고 깨끗하다는 모슬포 바다에서 잡히는 자연산 해산물과 생선회를 구매하거나 먹을 수 있는 거리인 방어 축제 거리, 순수 제주어로 “알아서 좋을 거리”란 뜻으로 서귀포 도심지 먹거리 골목의 특색을 살리고 음식 테마 거리 아랑조을거리, 관광객들이 가장 먹고 싶어 하는 음식 중의 하나인 흑돼지 음식을 특화한 거리 흑돼지 거리 등이 있다⁹²⁾.

< 표 8 >과 같이 제주도는 여러 가지 지역 축제로 제주 향토음식을 홍보하고 육성하고 있다.

< 표 8 > 제주 지역 향토음식 관련 축제 (2019년 기준)

| 축제명 | 장소 | 주요내용 |
|---------------|--------|----------------------|
| 한라산 청정 고사리 축제 | 남원 한남리 | 고사리찍기대회, 고사리 요리경연대회, |

92) 신동일(2016), 제주지역 음식관광 활성화 방안, 제주발전연구원

| | | |
|------------|------------|---|
| 가파도 청보리 축제 | 가파도 | 농촌체험, 청보리밭 걷기 특산물 진시판매 등 |
| 보목 자리돔 축제 | 보목포구 | 자리돔 맨손잡기, 왕보말잡기 등 |
| 제주 도새기 축제 | 한림읍 | 도새기 홍보관, 먹거리체험, 판매 등 |
| 추자도 참굴비 축제 | 추자면 | 추자도 특산물대전, 참굴비 엮기체험, 젓갈무침 체험, 전국 낚시대회 유람 및 선상낚시 |
| 우도소리축제 | 우도면 | 원담바룻잡이, 구멍낚시체험 등 |
| 제주감굴박람회 | 감굴박물관 | 감굴시식, 감굴 체험프로그램 |
| 제주 광어 대축제 | 제주시 시민복지타운 | 광어 맨손 잡기, 시식, 판매 등 |
| 최남단 방어축제 | 모슬포항 | 방어 맨손잡기, 시식, 체험,판매 등 |

자료: 선행연구를 토대로 연구자 재작성

4. 선택속성

1) 선택속성의 개념

속성은 사물의 본질을 이루는 고유한 특질이나 특징을 의미하는 것으로 상품이 가진 유무형의 특징을 뜻하며 상품은 이런 속성들의 종합이라 할 수 있다.⁹³⁾ 음식점은 음식만을 판매하는 것이 아니라 음식을 경험하고 즐기며 체험하는 즉 하나의 문화를 제공하는 장소로서, 서비스는 유형적, 무형적 요소로 구성된다⁹⁴⁾.

속성은 제품의 유형 및 무형의 구체적인 특성으로 소비자들은 특정 속성을 통하여 결과를 도출하게 된다. 속성은 생산자 중심의 사고에서는 제품의 속성으로 표할 수 있고 소비자 중심의 사고에서는 구매 후 얻어지는 혜택들을 표현할 수 있으며 소비자의 선호행위, 구매 의사결정 및 재방문과 밀접한 연관성을 가진 속

93) Kotler,B.and Makens,A.(2003).Marketing for Hospitality and Tourism, PrenticeHall

94) Robson, S. K. A(1999). Turning the Tables : The psychology of design for high-volume restaurants. The Cornell H.R.A. Quarterly, 40(3),56-6

성을 결정적 속성 혹은 선택속성이라고 한다⁹⁵⁾.

또한 소비자에게 제공 할 수 있는 모든 유·무형의 서비스에 대하여 소비자가 지각할 수 있는 특징이며⁹⁶⁾, 주로 선호도, 중요성, 차별성, 경험 정도, 개발상태, 기후·환경적 요인, 접근성 등의 속성들의 묶음이라고 볼 수 있다⁹⁷⁾. 또한 지각 및 태도 형성 후에는 구매 의사 결정이나 사후행동을 발생시키는 원인요인으로 정의된다⁹⁸⁾.

선택속성은 소비자의 선호와 구매하는 물건을 결정하는데 차이를 유발하는 상품 선택 속성에 대한 의사결정이 어떻게 형성되며 이러한 선택 속성이 다른 선택 속성들과 구별될 수 있는가에 대한 것이다⁹⁹⁾.

이에 따라 소비자들은 이러한 선택 속성들이 묶음을 구매하는 것으로 상품 구매 여부를 결정하는 데 가장 중요한 요소 중 하나라고 볼 수 있다. 즉, 소비자는 구매하려는 상품이 자신의 중요도나 자신의 의지와 가치체계에 반한다고 판단되는 경우 선택 시 문제 인식(problem), 정보수집(search), 대안평가(alternative evaluational), 선택(choice), 평가(outcome)의 비교 복잡한 의사결정 과정(high involvement decision process)을 거치고, 구매하는 상품이 고객 자신의 의지나 가치체계와 관련성이 밀접하다고 판단되는 경우 문제 인식 대안평가 선택에 비교적 단순한 의사결정 과정(low involvement decision process)을 하게 된다¹⁰⁰⁾.

소비자가 구매한 상품이 기대에 부합하면 소비자는 소비 결과에 만족하지만, 반면에 상품이 자신의 기대에 미치지 못하게 되면 소비자는 불만족을 경험하게 되므로 속성은 소비자의 상품 선택을 결정하는 데 중요한 요소로 작용한다¹⁰¹⁾.

외식상품과 서비스를 소비 또는 선택하기 전에 여러 가지 요인에 영향을 받게 되는데 이렇게 다양한 요인 중에서 선택속성은 소비자들이 음식점이나 메뉴

95) 이가희(2014), 약선 음식의 선택속성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향 : 지각된 가치의 조절효과를 중심으로, 관동대학교 대학원 박사학위 논문, pp.15-16.

96) Wilkie, W. L. (1994). Consumer Behavior, 3rd edn. John Wiley and Sons, New York

97) Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2009). Marketing for hospitality and tourism. Prentice

98) 허윤주·이기중 (2012). 리조트 선택속성이 고객만족도와 행동의도에 미치는 영향연구. 「관광레저연구」, 24(4), 5-22.

99) Day. R. L.(1984). Modeling choice among alternative responses to dissatisfaction. Advance in Consumer Research, 11: 496-499.

100) Engel, J. F. & Blackwell, R. D.(1982). Consumer Behavior 4소 ed Hinsdale Illinois : The Dryden Press.

101) 공기열(2002), 방한 일본인 관광객의 개인가치에 따른 호텔선택속성의 차이연구. 관광·레저연구 14(3):213-227

의 선택 시 기준이 되는 것이라 할 수 있다¹⁰²⁾.

소비자가 음식점이나 메뉴를 선택 과정에서 의사결정은 고객의 욕구와 필요에 의하여 시작하여 최종 선택까지 모든 순환과정을 의미하며, 소비자는 예산을 기초로 음식점의 이용, 음식점의 종류, 메뉴, 이용 시기 등의 의사결정을 하여 주문과 소비 및 평가를 한다¹⁰³⁾.

제품이나 서비스를 이용하기 위하여 소비자들은 특정 점포를 선정하여 방문하거나, 또는 구매 의사와 상관없이 점포를 방문도 하며, 점포를 방문하여 제품 선택 시에는 소비자는 각자 다른 경향을 보이기도 한다. 이러한 이유로 소비자의 행동에 관한 정확한 정보와 분석이 필요하며, 선택 속성의 중요도는 중요한 의미가 있다¹⁰⁴⁾.

진양호(2000)는 소비자가 선택 시 중요하게 여기는 속성의 중요도와 선택하고 이용한 이후 지각되는 만족도를 정의하였다¹⁰⁵⁾.

이보연(2005)은 소비자가 제품의 선택 여부를 결정하는 중요한 요소로 특정 속성을 통하여 특정 결과를 연상하게 함으로써 작용하게 된다고 하였다¹⁰⁶⁾.

이처럼 선택속성은 소비자가 제품이나 서비스가 가지고 있는 속성 중에서 제품 및 서비스의 선택 시 고려하는 속성의 중요도로서 소비자가 상품에 대한 구매를 결정할 때 결정적인 의사결정을 판단하는 요인이다. 이러한 요인에는 소비자의 직업 및 경제 상황, 자아개념, 선호, 성격 등이 있으며 선택속성의 기존 모델을 일반화하여 이미지, 지각, 태도, 평가 기준 등 소비자의 심리 변수 등이 포함된다.

2) 선택속성 선행연구

102) 이애주 · 박대환 · 박진우(2003). 외식업체의 서비스품질이 고객만족과 재방문의도, 구전의도에 미치는 향: 부산지역 패밀리 레스토랑을 중심으로. 『호텔경영연구』, Vol.12 NO.1 : 191-213.

103) 정진우, 전경철.(2004), “서양요리에 대한 고객속성이 판매촉진에 미치는 영향에 관한 연구“ 한국관광정보연구, 18:45

104) 이보연(2005), “와인소비자의 라이프스타일 유형과 와인 선택속성 및 만족 특성” 경기대학교 대학원, 박사학위논문.

105) 진양호(2000). 패밀리레스토랑의 선택속성과 재방문가능성에 관한 연구, 『한국조리학회지』 제 6권 제2호, p.157-173

106) 이보연(2005), 와인소비자의 라이프스타일 유형과 와인선택속성 및 만족 특성, 경기대학교 대학원 박사학위논문, p.39

소비자는 상품구매 시 선택 행동에서 사회, 경제, 심리적 요인이 복잡하게 작용하여, 자신의 기대에 부합하면 소비자는 만족하지만, 부합하지 못하면 소비자는 불만족을 경험하게 된다. 이러한 선택속성은 소비자의 주관적 판단, 즉 자신의 욕구를 충족 시켜 줄 수 있는 상품의 가치가 충분하다고 인정했을 때 비로소 상품을 선택하는데 결정적인 역할을 하는 중요한 요소이며, 구매 결정을 내리게 되는 매우 복잡한 과정을 가지고 있다¹⁰⁷⁾.

선택속성에 대한 국외 선행연구로 Kaynak, Kucukemiroglu(1993)는 미국 펜실베이니아주와 중남부 3개 도시에서 국제선을 이용한 376명의 소비자를 대상으로 국가별 항공사에 따른 선택을 분석한 정확한 항편 정보 제공, 수속 카운터, 승무원 서비스, 수하물의 신속성, 연결편의 편리함, 출발, 도착 시각 준수, 신속한 예약, 편리한 비행 스케줄, 기내식의 질, 무료 음료 제공, 기내 편의시설, 항공 요금의 가격 경쟁력, 멤버십 프로그램 등의 영향을 미친다고 분석했다¹⁰⁸⁾.

Lunt, Carrera,(2010)는 의료기술의 높은 질과 비밀유지 및 사생활 보호, 안정성과 같은 의료서비스뿐만 아니라, 기후, 의식주, 문화 등 기반시설과 같은 다양한 요인 또한 영향을 미친다고 분석하였다¹⁰⁹⁾.

Grewal, Krishnan, Baker, Borin(1998)은 소비자가 브랜드 품질 인식, 가격, 이미지, 가치 인식과 구매 의도에 대한 브랜드, 이미지, 가격할인에 대한 모델 개발하여 대학생을 대상으로 실험을 하였으며, 소매업체가 제공하는 가격할인은 인지된 기존가격 품질, 브랜드에 인식된 가치 및 구매 의도에 영향을 미친다는 연구 결과를 제시하였다¹¹⁰⁾.

국내연구를 살펴보면, 조우정(2008)은 골프용품 소비자의 관여도, 선택속성 및 재구매 행동 간의 관계에 관한 연구에서 선택속성을 브랜드, 기능, 디자인, 가격 등 4가지의 요인으로 구분해 선택속성과 타 변수 간의 관계를 분석하였다¹¹¹⁾.

107) 백경탁(2002). 상업 스포츠시설 이용자의 소비자 만족에 관한 연구. 미간행 석사학위논문, 국민대학교 스포츠산업대학원.

108) Kaynak, E., & Kucukemiroglu, O. (1993). Successful marketing for survival: The airline industry. *Management Decision*, 31(5).

109) Lunt, N., & Carrera, P. (2010). Medical tourism: Assessing the evidence on treatment abroad. *Maturitas*, 66, 27-32.

110) Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J. & Borin, N.(1998), The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions, *Journal of retailing*, 74(3).

111) 조우정(2008). 골프용품 소비자의 관여도, 선택속성 및 재구매행동 간의 인과관계 분석. *한국스포츠산업경영학회지*, 13(1), 98-110

이가희(2014)는 약선 음식의 선택속성이 고객 만족, 충성도에 미치는 영향 연구에서 가격 등이 고객 만족에 영향으로 미치는 결과를 제시하였으며, 고객 만족 후 충성도에 미치는 선택속성이 하부 변수가 다양할수록 긍정적인 영향이 미치는 것을 알 수 있다. 이는 선택속성이 충성도에 고객 만족은 유의한 매개효과임을 검증하였다¹¹²⁾.

조용범(2008)은 김치 구매 선택속성이 고객 만족과 제품 재구매 의도의 관계 연구에서 선택속성 요인이 제품의 지각된 품질, 기능성, 서비스 요인이 만족과 재구매 의도에 영향이 미친다는 연구 결과를 제시하였다. 여기서 김치 제품의 구매 실태와 선택속성 요인을 검증하여 실무적 의사결정의 자료를 제시하였다¹¹³⁾.

위의 여러 분야의 선행연구뿐만 아니라 커피전문점 선택속성, 크루즈 여행 상품 선택속성, 한 식기 선택속성, 출국장 및 입국장 면세점 선택속성, 골프투어 이용객의 선택속성, 친환경 차의 선택속성, 주식투자자들의 선택속성 등 다양한 산업에서 선택속성이 연구되고 있으며, 어떠한 선택속성이 구매에 중대한 영향을 미치고 있는지 지속해서 연구되고 있다.

3) 음식분야 선택속성 선행연구

음식 분야 선택속성에 관한 국내외 선행연구를 살펴보면 업태 및 업종을 불문하고 음식의 가격, 서비스, 맛, 위생, 분위기, 메뉴의 다양성 등을 공통적인 선택속성으로 분류하고 있다¹¹⁴⁾. 음식 분야의 선택속성에 관한 내용은 음식의 맛, 질, 양, 냄새, 신선도, 색상, 영양, 메뉴의 일관성, 메뉴 선택의 다양성, 서비스 품질, 정확한 조리 상태, 어린이 메뉴, 어린이 할인 가격, 쉽게 이해할 수 있는 메뉴, 건물 외양 외식업체의 로고, 체인 규모, 편리한 위치, 실내 분위기, 주차의 편리, 안락성, 서비스 제공의 신속성, 종사원의 경험, 용모, 유니폼, 가격, 위생 상태 등을 측정항목으로 사용하였다¹¹⁵⁾.

112) 이가희(2014), 약선음식의 선택속성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향: 지각된 가치의 조절효과를 중심으로, 관동대학교대학원 박사학위논문, p.15.

113) 조용범(2008), 김치 제품 선택속성이 고객만족과 재구매 의도에 미치는 영향, 『한국조리학회지』,14(4).

114) 박기용(2008).“라이프스타일유형에 따른 뷔페레스토랑 고객의 구매행동에 관한연구.” 『호텔경영연구』 17(6),81-9

음식 분야 선택속성에 관한 국외 선행연구를 살펴보면, Leslie, Smith(1987)는 레스토랑의 속성요인으로서 서비스, 가격, 분위기, 주류, 음식의 질 이렇게 다섯 가지로 분류하였으며, 지인과의 식사, 생일축하, 사업목적, 가족 식사 등의 네 가지 상황에 대한 각 속성의 상대적 기여도를 측정하는데, 지인과의 식사 상황에서는 각 속성의 상대적 기여도가 주류, 서비스, 음식의 질, 분위기, 요금 순으로 나타났다, 또한 생일축하 상황에 대하여는 주류, 서비스, 요금, 음식의 질, 분위기, 순으로 나타났으며, 사업목적 상황에 대하여는 서비스, 주류, 요금 음식의 질, 분위기 순으로 측정되었다. 마지막으로 가족 식사 상황에 대하여는 서비스, 요금, 주류, 음식의 질, 분위기 순으로 상대적 기여도를 보였다, 따라서 고객이 중요시하는 속성요인은 전반적으로 서비스의 질, 수준 높은 주류 확보, 요금, 분위기의 순으로 나타남을 제시하였다¹¹⁶⁾.

국내연구를 살펴보면, 이창기, 권영린(2001)은 퓨전 레스토랑을 중심으로 레스토랑의 고객 만족과 재방문 의사에 영향을 주는 선택속성에 관한 연구를 통하여 선택속성과 재방문 의사, 선택속성과 고객 만족 간의 영향 관계를 연구한 결과, 선택속성 요인에서 레스토랑 환경 및 식자재 신선도, 고객의 부대 요구 반영 요인, 서비스의 다양성 및 접근성, 환경의 적응성, 음식의 특이성 및 예약의 용이성, 음식의 품질에서 만족도에 유의한 영향을 미쳤으며, 재방문 의사와 영향 관계에서는 레스토랑 환경 및 식자재 신선도, 음식의 특이성과 예약의 용이성, 서비스의 다양성 및 접근성, 고객의 부대 요구 반영 요인에서만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다¹¹⁷⁾.

최웅, 이규숙(2006)은 패밀리레스토랑의 선택속성과 구매 행동에 관한 연구를 통하여 인구 통계적 특성에 의하여 선택속성 요인에 대한 차이를 검정한 결과, 성별에 따라 선택속성 요인 중 음식 서비스, 내부시설과 청결, 직원 서비스, 입지 요인과 외관에서 유의한 차이를 보였으며, 나이에 따라 음식 서비스, 직원 서비스, 입지 요인과 외관에서 유의한 차이를 보였고, 월평균 소득, 학력에 따라서는

115) 유영진(1999).“패밀리레스토랑 이용행태에 따른 선택속성에 관한연구 :대구지역을 중심으로.” 『관광레저학회』 제11호 제1권, p.43-56

116) Leslie P. June & L.J. Smith(1987) Service Attributes & Situational Effects on Customer Preferences for Restaurant Dining, Journal of Travel Research, Fall 1987

117) 이창기, 권영린(2001), 레스토랑의 고객만족과 재방문의사에 영향을 주는 선택속성에 관한 연구, 호 텔관광연구, 7, 83-113.

선택속성의 모든 요인이 유의한 차이를 제시하였으며, 직업에 따라서는 음식 서비스, 외관과 입지, 내부시설과 청결 요인에서 유의한 차이를 보였다¹¹⁸⁾.

박정하, 박호정(2011)은 라이프스타일에 따른 패밀리레스토랑 선택속성 및 행동 의도의 차이에 관한 연구에서 군집 분석을 통하여 라이프스타일을 3개 집단으로 분류하여 집단에 따른 선택속성의 차이를 연구한 결과, 라이프스타일에 따라 선택속성 요인 중 음식의 질, 인적 서비스, 운영 및 이미지, 분위기 및 접근성, 영업 및 시설요인에서만 군집 간 유의한 차이를 보였다¹¹⁹⁾.

박수길(2012)은 대구, 경북지역 향토음식점을 방문한 고객들을 대상으로 연구한 결과 선택속성은 음식의 품질과 맛, 물리적 서비스, 편의성, 인적 서비스, 명성 및 이미지로 나타났다¹²⁰⁾.

문혜선(2015)은 레스토랑 서비스 선택속성이 고객의 만족도 및 고객 반응에 미치는 영향 연구에서 감정반응과 선택속성과의 영향 관계를 분석하여 선택속성의 모든 요인이 감정반응에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다¹²¹⁾.

4) 향토음식점 선택속성 선행연구

음식 관광과 향토음식점 선택속성에 관한 선행연구를 살펴보면, 음식의 인적 요소, 물적 요소 등 다양한 변인들이 통합돼 있는 특성으로 인하여 음식과 음식점에 대한 선택속성에 대해 몇 가지 구성요인만으로는 판단하기에는 어려움이 있지만 여러 학자의 연구에서 다양한 음식 선택속성들이 제시되고 있으며 일반 음식점이나 레스토랑과 향토음식점 선택속성이 세분되어 있음을 알 수 있다¹²²⁾.

이덕원(2010)은 향토음식점을 이용하는 방문객들의 향토음식점을 이용 동기를 분석하여 시장세분화에 영향을 미치는 결정요인을 연구하고 동시에 향토음식점 이용 방문객들의 방문 및 지출 수요를 분석하여 향토음식점 수요 결정요인을 연

118) 최웅, 이규숙(2005), 패밀리레스토랑의 선택속성과 구매행동에 관한 연구, 호텔리조트카지노연구, 4(2), 351-364.

119) 박정하, 박호정(2011), 라이프스타일에 따른 패밀리레스토랑 선택속성 및 행동의도의 차이에 관한 연구, 외식경영연구, 14(4), 125-144.

120) 박수길(2012), “대구·경북지역 향토음식점 선택속성에 따른 시장세분화” 위덕대학교 대학원 석사학위논문.

121) 문혜선(2015), 레스토랑 서비스 선택속성이 고객의 감정반응 및 만족도에 미치는 영향 연구, 호텔관광연구, 17(4), 203-218.

122) 김민정, 전현모(2013), “경주지역 향토음식의 선택속성에 관한 연구”, 관광연구, 28(5), 111-129

구하였다¹²³⁾.

박기홍, 이보순, 김동석(2011)은 전주비빔밥 향토음식점의 선택속성이 고객 만족과 행동 의도에 미치는 영향에서 25개(맛, 재료의 주문과 정확한 음식 제공, 실내의 청결성, 신속한 서비스, 종업원의 친절성, 고객불편 처리능력, 비빔밥 담은 모양, 신뢰할 수 있는 서비스, 주차의 편리성, 비빔밥의 안전성, 비빔밥의 제공온도, 재료의 신선도, 고객불편 처리능력, 건강식으로서의 비빔밥, 직원의 적절한 배치, 예약의 편리성, 기분 좋은 향기, 교통의 편리성, 음식점의 위치, 종업원의 용모단정, 기분 좋은 향기, 적절한 실내온도, 음식점의 위치, 실내 디자인 및 장식, 조명, 음악, 메뉴 선택의 다양성)의 항목으로 측정하여 요인분석의 결과 음식 요인, 서비스 요인, 물리적 환경으로 추출하여 선택속성과 행동 의도 간의 영향 관계를 분석하였다. 연구 결과 전주비빔밥 향토음식점에 대하여 선택속성의 탐색적 요인분석의 결과 물리적 환경, 음식, 서비스 등 3개 요인이 도출되었다¹²⁴⁾.

홍성현, 최승철(2012)은 향토음식점 이용고객의 선택속성과 이용 동기를 통하여 향토음식점의 차별화 요인을 추출하는 연구를 하였다. 이용 고객들이 향토음식점에서 가장 중요하게 생각하는 선택속성은 위생, 청결로 나타났으며, 음식, 가격, 서비스, 고객 수준, 시설, 메뉴의 순으로 나타났다¹²⁵⁾.

이덕원·이형룡·이원옥(2012)은 향토음식점의 속성을 향토음식점에 적용할 수 있도록 향토음식 품질 및 맛(향토음식의 품질, 향토음식의 양, 향토음식의 고유한 맛, 향토음식의 가격, 향토음식 종류, 향토음식의 씹는 감촉, 향토음식의 다양한 밑반찬), 물리적 환경(주변 환경, 실내구조, 실내 분위기, 주변 환경, 조경 시설), 인적 서비스(인심, 복장, 지식, 의사소통), 편리성(다양한 할인 혜택, 불편사항 처리능력, 깨끗한 화장실, 대중교통 이용), 인지도(위생적인 차림 상, 명성, 상호 브랜드 이미지) 등 5개의 요인으로 추출하여 시장세분화의 분석을 하였다.

체험 선호 집단에서는 향토음식 품질 및 맛 요인 즉 향토음식의 양과 향토음식 고유한 맛 향토음식의 가격, 향토음식의 품질과 다양한 향토음식의 종류, 향

123) 이덕원(2010), 강원도 향토음식점 고객의 이용동기에 따른 시장세분화와 선택속성 및 수요결정요인 분석, 세종대학교 박사학위논문

124) 박기홍, 이보순, 김동석(2011), 전주비빔밥 향토음식점의 선택속성이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향, 한국조리학회, 한국조리학회지 제 17권 제3호

125) 홍성현·최승철(2012), “로지스틱 회귀분석을 이용한 향토음식점의 선택속성에 관한 연구”, 농업경영·정책연구, 39(2), 238-264.

토음식의 씹는 감촉을 선호하며 관심이 많고, 편리성 요인, 다양한 할인 혜택, 대중교통 이용, 불편사항 처리능력, 깨끗한 화장실에는 관심이 적은 집단으로 파악되었다.

품질, 사고 선호집단에서는 향토음식 인적 서비스 요인, 품질 및 맛 요인에 관심이 많은 집단으로 파악되었다.

홍보 선호집단은 물리적 환경 요인, 향토음식점의 실내구조나 토속적인 실내 분위기 또는 향토음식점의 조경 시설과 주변 환경, 그리고 향토음식점의 명성과 좋은 소문, 향토음식점의 상호 브랜드 이미지와 인지도 요인, 깔끔하고 위생적인 차림 상에 관심이 많고 향토음식에 대한 직원들의 풍부한 지식과 넉넉한 인심 그리고 직원들의 직원들과의 의사소통, 용모와 복장 등 인적 서비스 요인에는 비교적 관심이 적은 집단으로 파악되었다.

개성 선호집단은 향토음식의 가격, 향토음식의 고유한 맛, 향토음식의 양, 향토음식의 품질, 향토음식의 씹는 감촉 그리고 다양한 향토음식의 종류 등 향토음식 맛과 품질 요인과 향토음식점에 대한 좋은 소문, 명성과 향토음식점의 브랜드 이미지 또는 향토음식점이 깔끔하고 위생적인 차림 상 등의 인지도 요인에는 관심이 적지만 향토음식점의 토속적인 실내 분위기와 실내구조, 향토음식점의 조경 시설과 주변 환경 등 물리적 환경 요인과 대중교통으로 향토음식점 이용이 편리한지 다양한 할인 혜택과 화장실의 청결 및 편리성 요인 그리고 넉넉한 인심, 향토음식에 대한 직원들의 풍부한 지식, 직원의 복장과 용모 및 직원들과의 의사소통 등의 인적 서비스 요인에 관심이 많은 집단으로 파악되었다¹²⁶⁾.

이상화(2014)는 농촌체험 관광의 향토 레스토랑 선택속성이 관광만족과 고객 만족, 특산물 구매 의도와와의 인과관계를 규명하여 결과에 따른 전략적인 시사점을 제시하기 위한 목적으로 실증 분석했다.

향토 레스토랑의 선택속성을 메뉴 품질, 인적 서비스, 시설 및 환경, 위생, 향토성 총 5가지의 요인을 추출하고 농촌 체험 관광이 향토 레스토랑 선택속성과 고객 만족과 특산물 구매 의도와와의 영향 관계를 분석하였다.

향토 레스토랑의 향토성, 시설 및 환경, 메뉴 품질, 인적 서비스는 레스토랑 만

126) 이덕원·이형룡·이원옥(2012), "음식점 이용고객의 선택속성 및 이용동기에 따른 시장세분화: 강원도 지역을 중심으로", *외식경영연구*, 15(1), 49-71, 2012.

족에 유의한 영향 관계가 있는 것으로 제시되었으며, 레스토랑 선택속성이 높게 인식되는 경우 고객의 만족이 높게 나타났으며, 향토 레스토랑 만족은 특산물 구매 의도, 관광 만족에 유의한 영향 관계가 있는 것으로 나타나 향토 레스토랑에 대해 만족도가 높으면 특산물 구매 의도와 관광에 대한 만족도도 높아진다는 것으로 나타났다.

농촌관광 만족은 특산물 구매 의도에 유의한 영향 관계로 연구 결과 제시되었으며 농촌관광객의 지역 농특산물 구매 선택속성의 상품 신뢰와 맛 요인이 구매 만족에 영향을 미치는 것으로 나타나 농촌을 관광한 후 농촌 관광객이 얻은 만족도가 지역의 농특산물을 구매로 이어지는 것이 확인되었다¹²⁷⁾.

김현철(2015)의 식생활 라이프스타일에 따른 기장지역 향토음식점 선택속성이 고객 만족에 미치는 영향에 관한 연구에서는 5개 요인 건강성(구성된 음식의 질과 양, 건강에 좋은 음식 구성, 건강한 계절 음식 제공), 음식의 향토성(지역특산물 이용한 반찬 제공, 지역 먹거리 제공, 지역 음식 구성), 다양성(메뉴 선택의 다양성, 메뉴의 다양한 종류), 점포의 향토성(향토적 인테리어, 향토적 느낌의 공간, 향토적 외관의 점포), 편리성(음식점 주차시설의 편리성, 음식점 접근의 용이성, 대기석/ 어린이 전용공간구비) 14개의 선택속성으로 연구하였다. 향토음식점 선택속성과 고객 만족에 영향을 미치는 요인에서는 음식의 향토성, 점포의 향토성이 높게 나왔다¹²⁸⁾.

여인성·이애주(2016)는 전주 방문객의 한식당 선택속성요인이 고객 만족과 충성도에 유의한 영향이 미치는가를 분석하였다. 전주 방문 관광객의 한식당 선택속성 요인 측정을 위하여 실증적 연구 방법과 이론적 연구 방법 두 가지 방법으로 나누어 분석하였다. 한식당을 선택하는 선택속성을 음식의 품질, 물리적 환경, 메뉴의 다양성과 호기심, 종업원의 서비스와 분위기 등 4개의 요인을 추출하여 선택속성이 충성도와 고객 만족에 미치는 영향을 분석하였다¹²⁹⁾.

신성룡(2016)은 서비스 품질이 관계 품질과 고객 충성도에 미치는 영향에 대해

127) 이상화(2014), “농촌체험관광의 향토 레스토랑 선택 속성이 고객만족과 관광 만족”, 특산물 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구, 경희사이버대학교 석사학위논문

128) 김현철(2015), “식생활라이프스타일에 따른 기장지역 향토음식점 선택속성이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국호텔관광학회, 호텔관광연구, 59, 164-183,

129) 여인성, 이애주(2016), 방문동기에 따른 한식당 선택속성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향, 한국외식산업학회지, vol.12, no.2, 통권 31호 pp. 95-112 (18 pages)

살펴보고, 향토음식점 이용 고객의 선택속성과 이용 동기, 선호 유형 등의 요인들을 통해 향토음식 시장의 치와 차별화 요인을 추출하여 선택속성이 고객 만족에 영향을 미치는지 연구하였다¹³⁰⁾.

양승필(2018)은 향토음식점을 이용하는 방문객을 중심으로 이용 동기를 확인하였고, 추출한 선택속성으로 향토음식점 고객의 인지적 체험 과정 후에 지각된 가치와 미래 행동 의도가 어떠한 영향을 미치는지 연구하였다.

향토음식점을 방문하는 고객은 다양한 음식의 맛과 재료의 신선함, 음식점이 갖고 있어야 할 인적 서비스의 품질의 내용, 상호 및 브랜드 이미지, 향토적 색채, 조경 시설, 접근성과 주차 등에 중요하게 인식하고 있다. 따라서 고객은 향토음식점의 선택 시 주요 특성을 확인하고 자신의 선택에 대한 스스로 정화하고 긍정적인 평가로 가치를 느낄 수 있는 의사결정 과정과 사후평가에 대하여 노력과 준비가 필요하다고 했다¹³¹⁾.

김세경, 윤덕인, 김형일(2018)은 지역 특산음식 선택속성이 고객 만족과 행동 의도에 유의한 영향을 미치는가에 대한 문제를 연구하여 지역 특산음식을 이용하는 고객을 대상으로 지역 특산음식 선택속성과 고객 만족, 행동 의도 간의 영향 관계를 연구하였다. 선택속성을 이미지, 음식의 맛과 품질, 인적 서비스, 물리적 서비스, 편의성으로 나누어 고객 만족과 행동 의도 간의 영향 관계를 연구하였다¹³²⁾.

이승익(2019)은 향토관광음식점 선택속성이 지각된 가치와 고객 만족 및 재방문 의도에 미치는 영향에서 물리적 환경(실내 공기는 쾌적, 실내조명은 밝다, 실내 인테리어는 향토적, 실내 시설물은 청결, 실내 냉난방 온도는 양호) 인적 서비스, (종사원은 위생적이다, 종사원과 브랜드이미지는 좋다, 종사원과의 의사소통은 원활하다, 종사원은 친절하다), 음식 품질(음식에 명성, 음식 맛, 음식 가격이 적절) 세 가지 선택속성 요소로 인적 가치, 고객 만족, 재방문 의도에 미치는 영향을 연구하였다. 향토관광음식점 선택속성이 인지적 가치에 미치는 영향 관계에

130) 신성룡(2016), “향토음식점 선택속성에 따른 고객만족도에 미치는 영향 연구”, 경기대학교 석사학위논문

131) 양승필(2018), “향토음식점의 이용 동기, 선택속성이 지각된 가치와 행동의도에 미치는 영향: 제주지역 향토음식점을 중심으로”, 관광연구, Vol.33 No.1, pp. 205-226,

132) 김세경, 윤덕인, 김형일(2018), 지역특산음식 선택속성이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향, 한국콘텐츠학회, 한국콘텐츠학회논문지 Vol.18 No.7

서 인적 서비스, 음식 품질, 물리적 환경 순으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 감정적 가치에서는 인적 서비스, 음식 품질, 물리적 환경 순으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 향토관광음식점 선택속성이 고객 만족에 미치는 영향 관계에서는 물리적 환경, 인적 서비스, 음식 품질 순으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

향토관광음식점 선택속성이 재방문 의도에 미치는 영향 관계에서는 인적 서비스, 음식 품질, 물리적 환경 순으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다¹³³⁾.

강지원(2020)은 국내 향토음식점의 선택속성이 재방문 의도에 미치는 영향 관계에 관하여 연구하였다. 선택속성으로 4가지 요인 음식의 맛과 품질(특산음식의 양, 특산음식의 품질, 특산음식의 고유한 맛, 특산음식의 가격), 인적 서비스(특산음식점 직원들의 고객 응대의 신속성, 특산음식점 직원들의 이미지 단정함, 특산음식점 직원들이 친절함), 물리적 서비스(특산음식점은 주변 환경, 특산음식점의 조경, 특산음식점은 실내 인테리어, 특산음식점의 토속적인 실내 분위기), 이미지(특산음식의 명성과 입소문, 특산음식점의 이미지) 13가지 선택속성으로 연구하였다. 향토음식점의 선택속성 중 음식의 맛과 품질, 물리적 서비스, 이미지는 재방문 의도에 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 향토음식점의 선택속성 중 재방문 의도에 미치는 영향력의 크기는 음식의 맛과 품질이 가장 큰 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다¹³⁴⁾.

< 표 9 > 향토음식 선택속성에 관한 선행연구

| 연구자 | 선택속성 |
|---------------|--|
| | 향토음식 품질 및 맛 |
| | 음식의 양, 고유한 맛, 음식의 품질, 종류, 가격, 씹는 감촉, 다양한 밑반찬 |
| 이덕원 (2010) | 물리적 환경 |
| | 실내구조, 주변환경, 조경시설, 실내분위기 |
| | 인적서비스 |
| | 복장, 인심, 의사소통, 지식 |
| | 편리성 |
| | 불평처리능력, 다양한 할인혜택, 대중교통이용, 화장실 청결 |
| | 인지도 |
| | 위생적인 차림상, 명성, 브랜드이미지 |

133) 이승익(2019), 향토관광음식점 선택속성이 지각된가치와 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향, 한국호텔리조트학회, 호텔리조트연구 Vol.18 No2 pp.331-350

134) 강지원(2020), 국내향토음식점의 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향, 한국호텔관광학회, 호텔관광연구 제22권 제2호 pp.137-148

| | | |
|-----------------------------|----------------|--|
| 박기홍 이보순 김동석 (2011) | | 맛, 재료의 주문과 정확한 음식제공, 실내의 청결성, 신속한 서비스, 교통의 편리성, 종업원의 친절성, 고객불편 처리능력, 비빔밥 담는 모양, 신뢰할수 있는 서비스, 고객불편 처리능력, 주차의 편리성, 메뉴 선택의 다양성, 비빔밥의 안정성, 비빔밥의 제공온도, 재료의 신선도, 건강식으로서의 비빔밥, 예약의 편리성, 직원의 적절한 배치, 종업원의 용모단정, 음식점의 위치, 적절한 실내온도, 실내 디자인 및 장식, 조명, 음악, 기분 좋은 향기 |
| | 음식 | 음식의 품질, 맛, 양, 모양, 영양, 향, 알맞은 조리방법, 재료의 신선도 |
| | 메뉴 | 선택의 다양성, 일관성, 계절성, 차별성, 디저트 메뉴, 어린이 메뉴 |
| | 가격 | 적절한 가격, 할인제도, 가격의 차별성 |
| | 위생/청결 | 종업원의 위생/청결, 화장실의 위생/청결, 음식점의 위생/청결 |
| 홍성현 최승철 (2012) | 서비스 | 서비스 품질, 종업원의 단정함, 종업원의 친절, 종업원의 전문성, 서비스의 정확성, 종업원의 신속성, 서비스의 다양성, 의사소통, 단골고객 배려, 대기석 유무, 점포의 전문성, 어린이 전용공간, 예약 서비스, 주차서비스, 관련자료비치, 배달(포장) 가능 유무, 이벤트 및 광고 |
| | 고객수준 | 음식점 및 메뉴에 대한 소비자 지식, 음식점 및 메뉴에 대한 소비자 선호도, 소비자의 태도 |
| | 시설 | 건물의 외관, 이미지, 안락함, 실내분위기, 실내 장식, 적절한 음악, 실내온도, 테이블위치, 주차공간, 용이한 접근성(교통), 주위환경, 화장실, 시설관리의 양호, 시설이용 편리성 |
| | 향토음식 품질 및 맛 | 향토음식의 품질, 향토음식의 가격, 향토음식의 고유한 맛, 향토음식의 양, 향토음식 종류, 향토음식의 씹는 감촉, 향토음식의 다양한 밑반찬 |
| 이덕원 이형룡 이원욱 (2012) | 물리적 환경 | 실내구조, 조경시설, 실내분위기, 주변환경 |
| | 인적서비스 | 인심, 복장, 지식, 의사소통 |
| | 편리성 | 다양한 할인혜택, 대중교통 이용, 불편사항 처리능력, 깨끗한 화장실 |
| | 인지도 | 명성, 상호 브랜드 이미지, 위생적인 차림상 |
| 이상화 (2014) | 시설 및 환경 | 실내 온도, 실내 공기, 실내 소음, 시설을 불편함 |

| | | |
|----------------------|---------------|---|
| | 메뉴품질 | 건강식 메뉴, 적절한 간, 쌀의 품질, 계절 식재료의 신선도 |
| | 인적서비스 | 종사원의 친절도, 빠른 반찬 리필 서비스, |
| | 위생 | 음식점 청결, 화장실 청결, 테이블 의자 청결, 식기류 청결 |
| | 향토성 | 지역 식재료, 고향의 맛, 음식에 대한 향토적인 설명, 식당 내외부 인테리어 |
| | 건강성 | 구성된 음식의 질과 양 건강에 좋은 음식 구성 건강한 계절음식 제공 |
| | 음식의 향토성 | 지역특산물 이용한 반찬제공 지역 먹거리 제공 지역 음식 구성 |
| 김현철 (2015) | 다양성 | 메뉴선택의 다양성 메뉴의 다양한 종류 |
| | 점포의 향토성 | 향토적 인테리어 향토적 느낌의 공간 향토적 외관의 점포 |
| | 편리성 | 음식점 주차시설의 편리성 음식점 접근의 용이성 대기석/ 어림이 전용공간구비 |
| | 물리적 환경 | 음식점의 실내온도, 음식점의 조명, 음식점의 건물 외관, 음식점의 실내크기규모, 음식점의 실내음악, 음식점의 실내 인테리어, 음식점의 규모, 음식점의 식기 및 테이블, 음식점 좌석의 안락함 |
| 여인성 이예주 (2016) | 음식의 품질 | 음식의 품질, 음식의 신선도, 음식의 청결 및 위생상태, 제공되는 음식의 맛 |
| | 종업원의 서비스와 분위기 | 종업원의 의사소통 능력, 서비스 품질, 종업원의 태도, 종업원의 서비스 기술, 종업원의 용모, 서비스제공의 신속함, 음식점의 분위기, 음식점의 이미지, 음식점의 평판 |
| | 메뉴의 다양성과 호기심 | 새로운 음식점에 대한 호기심, 메뉴선택의 다양성, 새로운 음식에 대한 욕구 |
| 신성룡 (2016) | 음식 품질 | 향토음식의 품질, 간이 적절, 맛의 균일, 향토 특색 메뉴 |
| | 물리적 환경 | 주변풍경의 아름다움, 휴게시설 및 화장실 청결, 주차장 이용 편리, 접근성, 실내 위생, 토속적인 식기 |
| | 서비스 품질 | 직원 친절, 고객이 요구 신속 정확한 처리, 직원 용모가 단정 |

| | | |
|-----------------------------|-----------|--|
| | 건강식 | 재료의 신선도, 건강식 메뉴 및 조리법, 성인병예방, 지역 제철음식 사용 |
| | 프로모션 | 동계올림픽특구 문화의 독특함, 올림픽 건축물과 주변환경, 동계올림픽 문화성과 향토성 |
| | 매력성 | 지역축제 때 향토음식점, 마일리지 적립, 계절별 특선요리 |
| | 음식의 맛과 품질 | 음식의 양, 품질, 특산음식의 고유한맛, 가격 |
| 김세경 윤덕인 김형일 (2018) | 인적서비스 | 신속한 고객응대, 직원 이미지, 직원 친절, 종업원들의 특산음식의 지식 풍부 |
| | 물리적서비스 | 주변환경, 조경시설, 실내구조, 실내분위기의 토속성 |
| | 편의성 | 대중교통의 편리성, 할인 혜택, 고객불평사항 처리 |
| | 이미지 | 명성과 입소문, 상호브랜드 이미지 |
| | 물리적환경 | 실내 공기는 쾌적 실내조명은 밝다 실내 인테리어는 향토적 실내 시설물은 청결 실내 냉난방 온도는 양호 |
| 이승익 (2019) | 인적 서비스 | 종사원은 위생적이다 종사원과 브랜드 이미지는 좋다 종사원과의 의사소통은 원활하다 종사원은 친절하다 |
| | 음식 품질 | 음식에 명성 음식 맛 음식 가격이 적절 |
| | 음식의 맛과 품질 | 특산음식의 양, 특산음식의 품질, 특산음식의 고유한 맛, 특산음식의 가격 |
| 강지원 (2020) | 인적서비스 | 특산음식점 직원들의 고객응대의 신속성, 특산음식점 직원들의 이미지의 단정함, 특산음식점 직원들이 친절함 |
| | 물리적서비스 | 특산음식점 주변환경, 특산음식점의 조경, 특산음식점의 실내 인테리어, 특산음식점의 토속적인 실내분위기, |
| | 이미지 | 특산음식의 명성과 입소문, 특산음식점 이미지 |

자료: 선행연구를 토대로 연구자 재작성

< 표 10 > 향토음식점 선택속성

| 향토음식점 선행연구 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
| 음식의 품질 | ○ | | ○ | ○ | | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 음식의 양 | ○ | | ○ | ○ | | ○ | | | ○ | | ○ |
| 음식의 청결 | | | | | | | ○ | | | | |
| 음식의 신선도 | | | | | | | ○ | | | | |
| 음식 모양 | | ○ | ○ | | | | | | | | |
| 주차의 편리성 | | ○ | ○ | | ○ | | | | | | |
| 음식의 안전성 | | ○ | | | | | | | | | |
| 음식의 온도 | | ○ | | | | | | | | | |
| 음식의 향기 | | | ○ | | | | | | | | |
| 음식의 명성 | | | | | | | | | | ○ | |
| 고유한 맛 | ○ | ○ | | ○ | | | ○ | | ○ | | |
| 맛의 균일 | | | | | | | | ○ | | | |
| 적절한 간 | | | | ○ | | | | ○ | | | |
| 조리방법 | | | ○ | | | | | ○ | | | |
| 쌀의 품질 | | | | ○ | | | | | | | |
| 재료의 신선도 | | ○ | ○ | ○ | | | | ○ | | | |
| 건강식(영양) | | ○ | ○ | | ○ | ○ | | ○ | | | |
| 가격 | ○ | | ○ | ○ | | | | | ○ | ○ | ○ |
| 가격의 차별성 | | | ○ | | | | | | | | |
| 메뉴의 다양성 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | | | | |
| 메뉴의 계절성 | | | ○ | | ○ | ○ | | ○ | | | |
| 메뉴의 차별성 | | | ○ | | | | | | | | |
| 어린이 메뉴 | | | ○ | | | | | | | | |
| 디지털 메뉴 | | | ○ | | | | | | | | |
| 향토음식 구성 | | | | | ○ | ○ | | ○ | | | |
| 향토적인 식재료 | | | | | ○ | ○ | | ○ | | | |
| 지역특산물을 이용한 밑반찬 | | | | | ○ | ○ | | | | | |

| 향토음식점 선행연구 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
| 다양한 밑반찬 | ○ | | | ○ | | | | | | | |
| 향토적인 외관 | | | | | ○ | ○ | | | | | |
| 향토적인 인테리어 | | | | | ○ | ○ | | | ○ | ○ | ○ |
| 향토적인 공간 | | | | | ○ | ○ | | | | | |
| 향토적인 식기 | | | | | | | | ○ | | | |
| 실내구조 | ○ | | | ○ | ○ | | ○ | | ○ | | |
| 주변환경 | ○ | | ○ | ○ | | | | ○ | ○ | | ○ |
| 조경시설 | ○ | | | ○ | | | | | ○ | | ○ |
| 실내분위기 | ○ | ○ | | ○ | ○ | | | | | | |
| 기분좋은 향기 | | ○ | | | | | | | | | |
| 음식점 위치 | | ○ | | | | | | | | | |
| 음식점 크기 | | | | | | | ○ | | | | |
| 음식점 명성 | ○ | | | ○ | | | ○ | | ○ | | ○ |
| 음식점 전문성 | | | ○ | | | | | | | | |
| 브랜드 이미지 | ○ | | | ○ | | | ○ | | ○ | | ○ |
| 실내온도 | | ○ | | | ○ | | ○ | | | ○ | |
| 실내공기 | | | | | ○ | | | | | ○ | |
| 실내소음 | | | | | ○ | | | | | | |
| 시설의 불편함 | | | | | ○ | | | | | | |
| 조명 | | ○ | | | | | ○ | | | | |
| 음악 | | ○ | | | | | ○ | | | ○ | |
| 신뢰할수 있는 서비스 | | ○ | | | | | | | | | |
| 서비스 품질 | | | ○ | | | | ○ | | | | |
| 서비스의 정확성 | | ○ | ○ | | | | | | | | |
| 서비스의 다양성 | | | ○ | | | | | | | | |
| 신속한 서비스 | | ○ | ○ | | ○ | | | ○ | ○ | | ○ |
| 종업원의 전문성(지식) | ○ | | ○ | ○ | ○ | | ○ | | ○ | | |
| 종업원의 친절성(태도) | | ○ | | | ○ | | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

| 항목 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
| 종업원의 위생 | | | ○ | | | | | | | | ○ |
| 종업원 복장 | ○ | ○ | ○ | ○ | | | ○ | ○ | | | |
| 직원의 적절한 배치 | | ○ | | | | | | | | | |
| 직원의 이미지 | | | | | | | | | ○ | ○ | ○ |
| 인심 | ○ | | | ○ | | | | | | | |
| 의사소통 | ○ | | ○ | ○ | | | ○ | | | ○ | |
| 할인혜택 | ○ | | ○ | ○ | | | | ○ | ○ | | |
| 접근용이(대중교통이용) | ○ | ○ | ○ | ○ | | ○ | | | ○ | | |
| 불편처리능력 | ○ | ○ | | ○ | | | | | ○ | | |
| 음식점의 위생, 청결 | | | ○ | | ○ | | | | | | |
| 실내의 청결 | | ○ | | | | | | ○ | | ○ | |
| 테이블 의자 청결 | | | | | ○ | | | | | | |
| 식기류 청결 | | | | | ○ | | | | | | |
| 화장실 위생, 청결 | ○ | | ○ | ○ | ○ | | | ○ | | | |
| 위생적 차림상 | ○ | | | ○ | | | | | | | |
| 예약의 편리성 | | ○ | ○ | | | | | | | | |
| 어린이 전용공간 | | | ○ | | | ○ | | | | | |
| 대기석 유무 | | | ○ | | | ○ | | | | | |
| 이벤트 및 광고 | | | ○ | | | | | | | | |
| 배달(포장) 가능 | | | ○ | | | | | | | | |

자료: 선행연구를 토대로 연구자 재작성

1. 이덕원(2010), 2. 박기홍, 이보순, 김동석(2011) 3. 홍성현, 최승철(2012) 4. 이덕원, 이형룡, 이원옥(2012) 5. 이상화(2014) 6. 김현철(2015) 7. 여인성, 이애주(2016) 8. 신성룡(2016) 9. 김세경, 윤덕인, 김형일(2018) 10. 이승익(2019) 11. 강지원(2020)

< 표 11 > 향토음식점 선택속성 평가 항목 설정

| 상위항목 | 하위항목 | 연구자 |
|---------|-----------|-----------|
| 향토음식 품질 | 향토 음식의 맛 | 이덕원(2012) |
| | 음식의 가격 | 김세경(2018) |
| | 신선한 재료 | 신성룡(2016) |
| | 메뉴 다양성 | 김현철(2018) |
| 물리적환경 | 음식점 위생 청결 | 신성룡(2018) |
| | 인테리어의 향토성 | 강지윤(2020) |
| | 조경시설 | 김세경(2018) |
| | 실내 온도 공기 | 이상화(2014) |
| 인적서비스 | 의사소통 | 여인성(2016) |
| | 종업원 친절 | 이승익(2019) |
| | 종업원 전문성 | 홍성현(2012) |
| | 서비스 신속 정확 | 윤덕인(2018) |
| 편의성 | 접근의 용이성 | 김형일(2018) |
| | 주차시설 편리성 | 김현철(2015) |
| | 어린이 전용공간 | 김현철(2015) |
| 인지도 | 명성 | 윤덕인(2018) |
| | 브랜드이미지 | 강지원(2020) |
| | 블로그 SNS | 김형일(2018) |

자료: 선행연구를 토대로 연구자 재작성

이에 본 연구에서는 선행연구를 통해 나타난 향토음식점의 선택속성 요인들을 기초로 하여 향토음식점 방문 시 고객이 중요하게 생각하는 정도를 의미하는 구체적인 측정항목의 선정은 <표 9>, <표 10>에서 제시한 선행연구의 결과를 참고하여 향토음식점 평가 항목을 설정하여 제주를 방문하는 소비자의 향토음식점 선택속성에 관해 연구하고자 한다.

Ⅲ. 연구설계

1. 연구의 설계 및 방법

본 연구는 소비자 관점에서 향토음식점 선택 시 상대적으로 중요시하는 속성을 도출하고 도출된 속성을 바탕으로 우선순위를 부여함으로써 제주 향토음식점의 효율적인 마케팅 전략을 제시하는 데 연구의 목적이 있다.

향토음식점 선택속성의 우선순위를 도출을 위한 연구모형을 설계하기 위하여 기존 음식 관광 선택속성과 향토음식점 선택속성 선행연구를 참조하여 향토음식점 선택속성을 파악한 후, 제주 향토음식점 선택할 때 영향을 미치는 요인을 새롭게 도출하였다. 그 과정으로 AHP 기법을 이용하여 각 요인을 쌍대 비교하고 상대적인 중요도를 통하여 항목의 중요도 및 우선순위를 검증한다.

본 연구의 구체적인 연구 과정 및 방법은 다음과 같다.

1단계에서는 제주 향토음식점 선택속성을 추출하기 위하여 선행연구 및 문헌을 조사하였다. 2단계에는 선행연구에서 제시된 향토음식점 선택속성을 모두 추출하여 개념지도(Concept Mapping)의 방법으로 선택속성을 도출하고 상위항목과 하위항목을 구성하였다. 3단계에는 개념지도화 결과에서 적합하다고 도출된 향토음식점 선택속성 계층모형과 AHP 기법을 도입한 설문지를 작성하여 조사를 하였다. 4단계에서는 쌍대비교를 통한 설문조사를 실시하여 조사 결과를 Expert Choice 11 프로그램을 사용하여 AHP 분석기법으로 선택속성별 상대적 중요도와 가중치를 구하여 우선순위를 분석하였다. 마지막으로, 시행된 실증조사를 분석한 후, 분석된 결과를 토대로 결론을 제시하였다.

< 표 12 > 향토음식점 선택속성 우선순위 결정을 위한 절차

| | |
|-------------------|---|
| 개념지도화 | 선행연구 및 전문가 상담을 통하여 향토음식점 선택속성의 최종 요인 도출 |
| 계층구조의 설정 | 선택속성의 상위계층, 하위계층 구분하여 구조화 |
| 쌍대비교 및 상대적 중요도 설정 | 선택속성에 대한 상대적 가중치 설정 |
| 논리적 일관성의 유지 | 각 비교항목별 응답의 일관성 비율 |
| 우선순위 도출 | 선택속성별 상대적 중요도와 가중치를 구하여 우선순위를 분석 |

2. 실증조사 설계

1) 측정항목 도출

AHP 적용 절차의 첫 단계로 선택속성 항목을 설정하고 평가 항목에 대한 기준을 명확히 도출하는 것이 필요하다.

본 연구에서는 향토음식점 선택속성 결정요인의 선택속성 도출을 위하여 기존에 연구되었던 국내·외 음식 관광 선택속성 및 향토음식점 선택속성에 관한 문헌 조사를 바탕으로 구성하였다. 추출된 모든 선택속성은 관광 전문가 1인과 함께 선택속성에 대한 개념 지도화 과정을 실시하여 최종 상위항목 요인 5개 하위항목의 요인 18개 도출하여 이를 토대로 설문지를 개발하였다.

2) 표본선정 및 자료 수집

본 연구에서는 소비자 관점에서의 향토음식점 선택 시 상대적으로 중요시 여기는 속성을 선정하고 도출된 속성을 바탕으로 우선순위를 부여함으로써 제주 향토음식점의 효율적인 마케팅 전략을 제시하고자 선택속성을 구성하였으며 개념 지도화를 통해 선택속성요인의 최종 항목을 선정하였다.

조사는 2021년 4월 1일~4월 10일까지 총 10일 동안 실시하였다.

설문의 내용의 정확한 이해와 일관성 비율을 높이기 위해 모두 직접 전달하고 회수하려 하였으나 COVID-19 영향으로 인하여 비대면 방식 E-mail로 설문 조사하였다. 설문 대상은 제주 향토음식점을 방문해 본 관광 전공 교수 및 연구기관의 연구원 등의 설문을 하였다.

총 40부의 설문지를 배부하여 32부를 회수하였으며 회수율은 80%로 나타났다.

AHP에서는 응답자의 논리적 일관성을 가지고 신뢰할 수 있는지를 판단하는 것이 매우 중요하다. AHP 응답의 일관성 여부를 판단하는 방법으로 일관성 지수(CI: Consistency Index)와 일관성 비율(CR: Consistency Ratio)를 계산 함으로써 측정이 가능하다. 일관성 비율은 일반적으로 그 값이 작을수록 결과의 일관성이 크다고 볼 수 있으며 Satty는 일관성 비율이 0.1(10%) 미만이면 쌍대비교는 합리적으로 일관성 있게 이원비교를 수행한 것으로 판단하고, 0.2 이내일 경우 수용할 수 있는 수준의 일관성을 갖고 있으나, 0.2 이상이면 일관성이 부족한 것으로 신뢰할 수 없다고 판단 재조사가 필요하다고 제안했다¹³⁵⁾. 따라서 본 연구에서는 응답자의 일관성 비율을 0.1로 설정하고 0.1을 넘지 않는 설문지에 대해서만 최종분석하였다. 따라서 본 연구에서는 회수된 32부의 설문지 중 일관성 비율 0.1을 초과한 6부의 설문을 제외하고 0.1 이하인 설문지 26부가 반영되었다.

최근의 AHP를 이용한 관광 관련 연구의 유효표본 수 동향을 보면 김영문, 채수원(1996)은 15부, 염진철, 박한나(2003)는 12부, 박재현(2004)은 14부, 장인수·황희연(2005)은 34부, 정승준·한범수(2006)은 18부, 최수정(2009) 32부, 김경자(2019) 31부 연구의 성격에 따라 유효표본 수가 다를 수 있다. 따라서 AHP의 이용은 유효표본 수의 양보다 응답자가 신뢰할 수 있는 일관성을 가지고 응답을 얼마나 성실히 하였는지가 중요한 요인이 된다. 따라서 평균 유효표본의 수

135) 김하나(2015), AHP를 이용한 복합리조트 선택속성 우선순위도출에 관한 연구, 이화여자대학교 석사 학위논문

가 20부 내외인 점을 고려하면 본 연구에서는 총 26부의 유효 표본을 분석하기에 충분한 표본 수로 판단된다.

3) 설문지 구성

Analytic Hierarchy Process(AHP) 기법을 이용한 선택속성 간 상대적 중요도를 도출하기 위한 설문내용은 도출된 각 항목의 쌍대비교를 통해 이루어졌으며, 연구대상의 인구통계학적 조사는 명목척도를 이용하여 조사하였다.

< 표 13 > 설문지의 구성

| 설문항목 | 설문내용 | 척도 | 문항수 |
|------------------------------------|-----------|--------------------------|------|
| 향토음식점 선택속성의 상위항목의 상대적 중요도 | 향토음식품질 | Satty의 쌍대비교 (9점척도) | 10문항 |
| | 물리적 환경 | | |
| | 인적서비스 | | |
| | 편의성 | | |
| | 인지도 | | |
| 향토음식점 선택속성 하위항목의 상대적 중요도 | 향토 음식의 맛 | Satty의 쌍대비교 (9점척도) | 6문항 |
| | 음식의 가격 | | |
| | 신선한 재료 | | |
| | 메뉴의 다양성 | | |
| | | | |
| | 음식점 위생/청결 | Satty의 쌍대비교 (9점척도) | 6문항 |
| | 인테리어 향토성 | | |
| | 조경시설 | | |
| | 실내온도/공기 | | |
| | 의사소통 | Satty의 쌍대비교 (9점척도) | 6문항 |
| | 종업원 친절 | | |
| | 종업원 전문성 | | |
| | 서비스 신속/정확 | | |
| | 접근의 용이성 | Satty의 쌍대비교 (9점척도) | 3문항 |
| | 주차시설 편리성 | | |
| | 어린이 전용 공간 | | |
| | 명성 | Satty의 | 3문항 |

| | | |
|------------|------------------------|----------------|
| | 브랜드이미지 블로그/SNS | 쌍대비교 (9점척도) |
| 인구 통계학적 변수 | 성별 연령 결혼여부 직업 | 명목척도 |

< 표 14 > 선택속성 간 상대적 중요도 설문 의 예

설문예시]

향토음식점 선택속성의 음식품질과 인지도 요인간의 상대적 중요도 비교:
아래에 제시된 설문작성 예시는 제주 방문 관광객 중심의 향토음식점 선택속성 우선 순위도출에 관한 연구로 소비자적 관점에서 제주 관광객이 향토음식점 방문시 고려 되어질 수 있는 요인 중 상대적 중요도(가중치)를 알아보기 위한 것 입니다.
음식 품질이 인지도보다 매우 강하게 더 중요하다고 생각하실 경우의 평가 예시로 만약 두 항목이 동등하게 중요하게 생각하신다면 가운데 ①에, 두 항목 중 인지도요 인이이 음식품질 요인보다 매우 강하게 더 중요하게 생각하시면 좌측 ⑨에 체크하시 면 됩니다

① 동등하게 중요(equalimportance) ③ 약간 중요함(moderateimportance)
⑤ 중요함(strongimportance) ⑦ 매우 중요함(verystrongimportance)
⑨ 극히 중요함(extremeimportance)
②,④,⑥,⑧ 위 값들의 중간 값

| 평가항목 | 절대 | | 매우 | | 중요 | | 약간 | | 동등하게 | | 약간 | | 매우 | | 절대 | | 평가항목 | |
|----------|--------|----|----|----|----|----|----|----|------|----|----|----|----|----|----|---|------|-----|
| | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | 중요 | | | |
| 음식 품질 | √ 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인지도 |

4) 분석방법

AHP 기법(계층분석과정)에 의한 분석 방법은 개별 응답자들이 각각 설문지를 평가한 후 그 결과를 기하평균을 이용하여 종합하는 방법과 평가집단의 토의를 통하여 각 쌍대비교 항목에 대한 합의를 한 후 이를 이용하는 방법 두 가지가 있다.

본 연구에서는 설문지를 이용하여 평가한 후에 다시 종합하는 전자의 기하평

균 방법을 선택하였으며, 이런 방법을 이용하는 가장 큰 이유는 기하 평균법이 쌍대비교의 역수 성질을 만족하는 유일한 방법이기 때문이다¹³⁶⁾.

따라서 모든 유효 설문지를 종합하여 쌍대비교행렬의 각 행렬값을 Saaty의 1, 3, 5, 7, 9 척도를 적용 가중치를 계산하였으며, AHP 소프트웨어인 Expert Choice 11 프로그램을 사용하였다.

136) 최수정(2009), 고택 관광지 선택속성 우선순위에 관한 전문가 조사연구, 숙명여자대학교 석사학위논문

IV. 실증분석

1. 향토음식점 선택속성의 선택요인 추출

향토음식점 선택속성의 선택요인을 도출하기 위하여 기존에 연구되었던 국내외 음식 관광과 향토음식점 선택속성에 대하여 선행연구를 하였으며, 본 연구에서 문헌 조사를 바탕으로 추출된 모든 선택속성을 관광 전문가 1인과 함께 선택속성에 대한 개념지도화 과정을 실시하여 최종 상위항목 요인 5개 하위항목의 요인 18개 도출하여 이를 토대로 설문지를 개발하였다.

< 표 15 > 향토음식점 선택속성 우선순위의 AHP 모형

| | | | | | |
|--|---------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|------------------------|
| <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">향토음식점 선택속성</div> | | | | | |
| 상위항목 | 향토음식 품질 | 물리적환경 | 인적서비스 | 편의성 | 인지도 |
| 하위항목 | 향토음식의 맛 음식의 가격 신선한 재료 메뉴 다양성 | 음식점위생청결 인테리어향토성 조경시설 실내온도공기 | 의사소통 종업원 친절 종업원 전문성 서비스신속정확 | 접근의 용이성 주차시설편리성 어린이전용공간 | 명성 브랜드이미지 블로그SNS |

< 표 16 > 평가 항목 및 기준설정

| 상위항목 | 하위항목 | 설명 |
|---------|-----------|-------------------------------|
| 향토음식 품질 | 향토음식의 맛 | 향토적인 맛과 향이 조화로우며, 일관된 음식 맛이다. |
| | 음식의 가격 | 가격이 적절하고 가격대비 품질이 훌륭하다. |
| | 신선한 재료 | 계절에 따른 신선한 재료를 사용한다. |
| | 메뉴 다양성 | 다양한 재료와 양념으로 음식의 종류가 많다. |
| 물리적환경 | 음식점 위생 청결 | 음식점 내부 및 주방, 화장실이 깨끗하다. |
| | 인테리어 향토성 | 음식점의 향토적인 실내 분위기 |
| | 조경시설 | 음식점 실외 조경시설이 적당하다 |
| | 실내 온도 공기 | 환기가 잘되며, 온도가 적절하다. |
| 인적서비스 | 의사소통 | 음식점 직원들과의 의사소통은 원활하다. |
| | 종업원 친절 | 직원들이 호의롭고 친절하다. |
| | 종업원 전문성 | 음식점 직원들이 음식에 대하여 정확히 알고 있다. |
| | 서비스 신속 정확 | 빠르고 정확한 서비스를 제공한다. |
| 편의성 | 접근의 용이성 | 너무 멀지 않으며 교통이 편리하다 |
| | 주차시설 편리성 | 음식점의 주차시설은 이용이 편리하다 |
| | 어린이 전용공간 | 어린이 놀이공간과 휴게시설이 있다. |
| 인지도 | 명성 | 사람들에게 받는 평가로 이루어진 좋은 입소문 |
| | 브랜드이미지 | 소비자가 특정 브랜드에 가지고 있는 느낌 |
| | 블로그 SNS | 소셜 네트워킹 서비스로 정보 공유 |

2. 향토음식점 선택속성 간 상대적 중요도 분석

1) 표본의 특성

향토음식점 선택속성 간 상대적 중요도를 분하기 위하여 제주 향토음식점을 체험해 본 관광 전공 교수, 연구원 등의 학계 전문가 집단과 관광공사, 관광협회

등의 실무 전문가 집단을 나누어 설문조사를 실시하였다. AHP 기법의 설문방식에 대한 이해를 돕기 위해 설문지 응답하기 전 각 문항에 대해 자세한 설명을 하였다. 총 40부의 설문지 중 32부의 설문지가 회수 분석에 사용되었다. 일관성 비율이 0.1을 초과 하는 6부의 설문지를 제외하고, 최종 분석 대상은 일관성이 0.1 이하인 설문지 26부를 하여 AHP 전용 소프트웨어인 Expert Choice 11을 이용하여 분석하였다. 조사 대상자는 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 성별, 연령, 학력, 직업 빈도 분석을 한 결과는 다음 < 표 17 >과 같다.

< 표 17 > 인구통계학적 분류

| 항목 | 구분 | 빈도 | 비율(%) |
|----|-----------|----|-------|
| 성별 | 남 자 | 17 | 65.4 |
| | 여 자 | 9 | 34.6 |
| 연령 | 20 - 30세 | 4 | 15.3 |
| | 30 - 40세 | 11 | 57.6 |
| | 40 - 50세 | 8 | 30 |
| | 50세 이상 | 3 | 11.5 |
| 학력 | 대학교 졸업 | 5 | 19.2 |
| | 대학원 이상 | 21 | 80.7 |
| 직업 | 관광 전공 교수 | 6 | 23 |
| | 관광 관련 연구원 | 13 | 50 |
| | 관광 관련 공무원 | 7 | 27 |

2) 향토음식점 선택속성 상위항목 중요도 분석

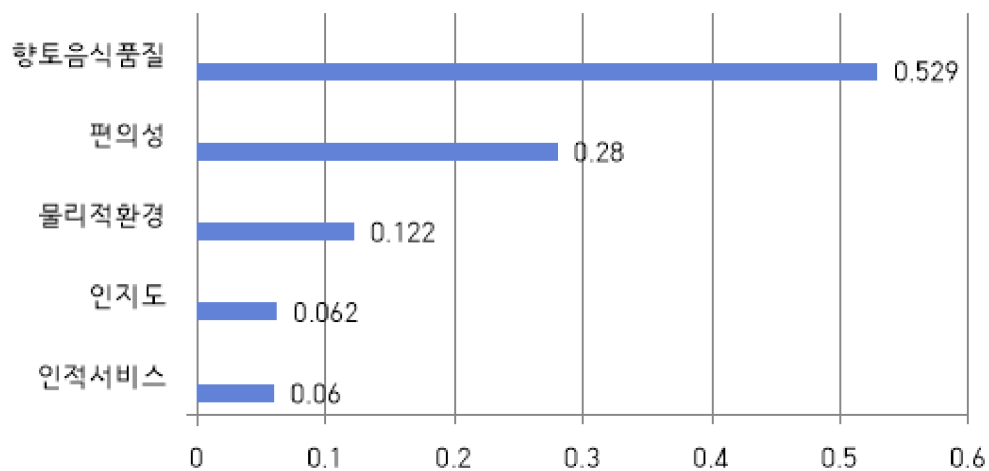
제주 향토음식점 선택속성 상위항목은 음식 품질, 물리적 환경, 인적 서비스, 편의성, 인지도 요인으로 구분되며, 상위항목 요인을 바탕으로 AHP 전용 소프트웨어 Expert Choice 11 이용하여 중요도 측정 결과는 다음 < 그림 4 >와 같다.

설문 결과 향토음식점 선택속성 상위항목의 일관성 비율(Consistency Ratio)은

0.02로 쌍대비교 설문지의 분석 결과에 대한 신뢰성을 확보하였으며, 제주 향토 음식점의 상위항목 중요도 분석 결과, 음식 품질이 52.9% 다른 속성들에 비해 2~8배 이상으로 가장 중요한 항목으로 나타났다. 다음으로 편의성 22.8%, 물리적 환경 12.2%, 인지도 6.2%, 인적 서비스 6.0% 순위로 나타났다.

< 그림 4 > 향토음식점 선택속성 상위항목 중요도

Inconsistency = 0.02



3) 향토음식점 선택속성 하위항목 상대적 중요도 분석

(1) 향토 음식 품질 선택속성 상대적 중요도 분석

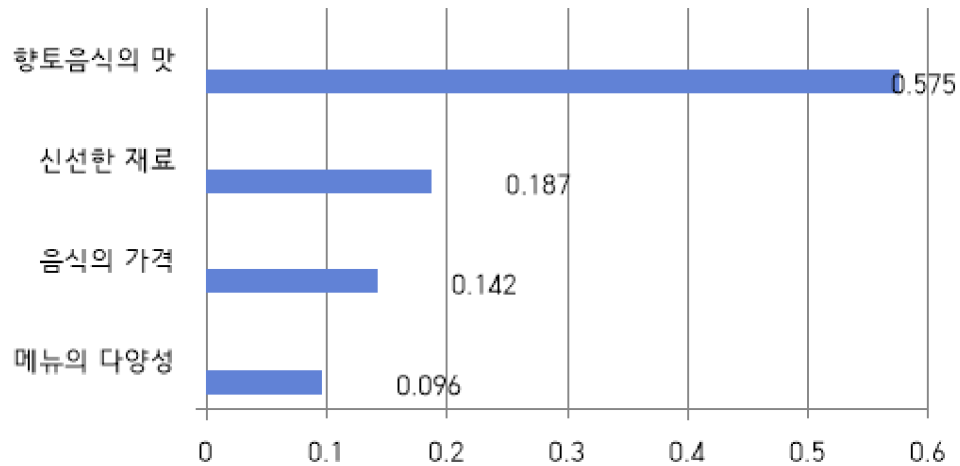
제주 향토음식점 선택속성 상위항목인 향토 음식 품질의 하위항목은 향토 음식의 맛, 음식의 가격, 신선한 재료, 메뉴 다양성 요인으로 구분되며, 음식 품질의 하위항목의 상대적 중요도 측정 결과는 다음< 그림 5 >와 같다.

설문 결과의 일관성 검증 결과 일관성 비율은 0.02로 쌍대비교 설문지의 분석 결과에 대한 신뢰성을 확보하였다. 음식 품질의 4개 하위속성에서는 향토 음식의 맛 57.5%, 신선한 재료 18.7%, 음식의 가격 14.2%, 메뉴의 다양성 9.6% 순으로

나타났다. 향토 음식의 맛이 신선한 재료, 음식의 가격보다 40% 가까이 중요한 속성으로 나타났으며, 메뉴의 다양성은 8.6%로 상대적으로 덜 중요한 속성으로 분석되었다.

< 그림 5 > 향토 음식품질 상대적 중요도

Inconsistency = 0.02



(2) 편의성 선택속성 상대적 중요도 분석

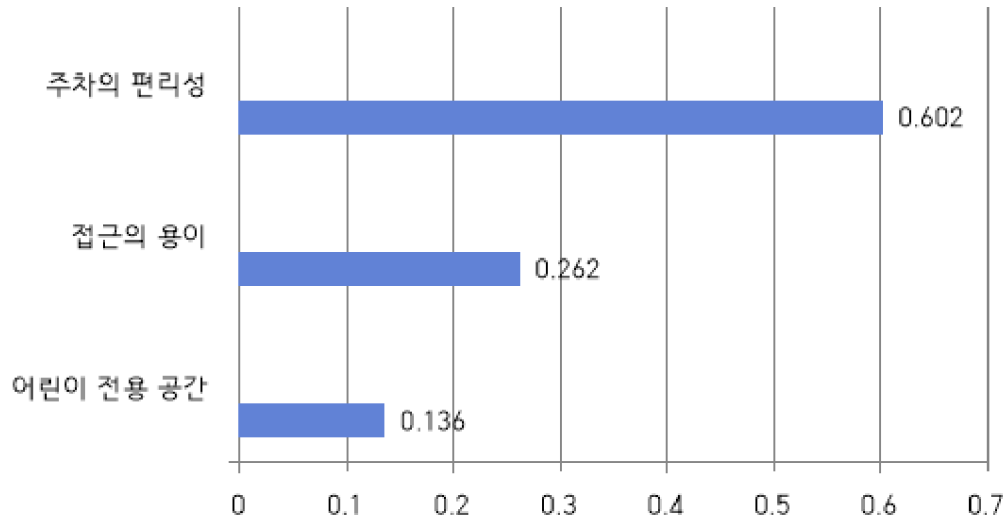
향토음식점 선택속성 상위항목인 편의성의 하위항목은 주차의 편의성, 접근의 용이, 어린이 전용공간 요인으로 구분되며, 편의성의 하위항목의 상대적 중요도 측정 결과는 다음 < 그림 6 >과 같다.

설문 결과의 일관성 검증 결과 일관성 비율은 0.00124로 쌍대비교 설문지의 분석 결과에 대한 신뢰성이 확보되었다.

편의성 하위속성에서는 주차의 편리성 60.2%, 접근의 용이성 26.2%, 어린이 전용공간 13.6%로 주차의 편리성이 접근의 용이성보다 2배 이상, 어린이 전용공간보다 5배 가까운 수치로 중요한 속성으로 나타났다.

< 그림 6 > 편의성 상대적 중요도

Inconsistency = 0.00124



(3) 물리적 환경 선택속성 상대적 중요도 분석

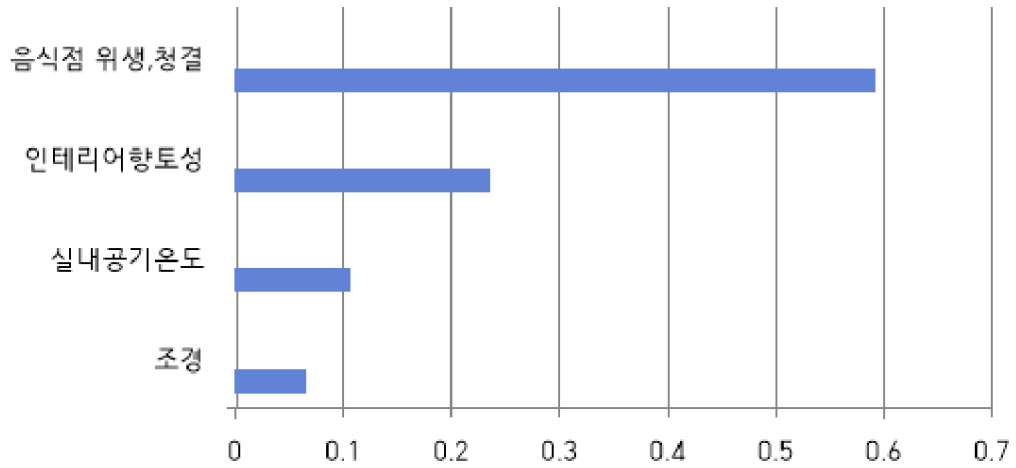
향토음식점 선택속성 상위항목인 물리적 환경의 하위항목은 음식점 위생/청결, 인테리어 향토성, 조경 시설, 실내 온도/공기 요인으로 구분되며, 물리적 환경의 하위항목의 상대적 중요도 분석 결과는 다음< 그림 7 >과 같다.

설문 결과의 일관성 검증 결과 일관성 비율은 0.02로 쌍대비교 설문지의 분석 결과에 대한 신뢰성을 확보하였다.

음식점 위생, 청결이 59.1%로 인테리어 향토성 23.6%, 실내 공기, 온도 10.7%, 조경 시설 6.6%로 음식점 위생, 청결이 상대적으로 중요한 속성으로 나타났다.

< 그림 7 > 물리적환경 선택속성 상대적 중요도

Inconsistency = 0.02

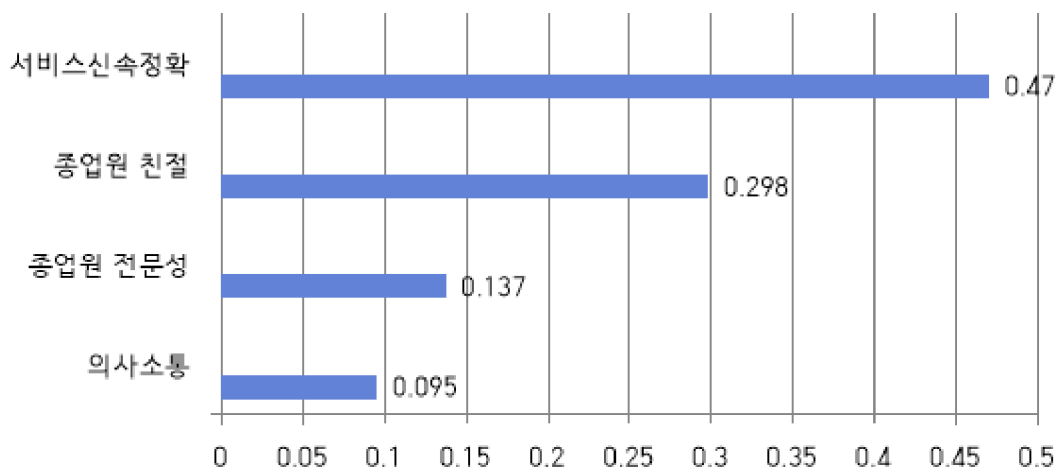


(4) 인적 서비스 선택속성 상대적 중요도 분석

제주 향토음식 선택속성 상위항목인 인적 서비스 하위항목은 의사소통, 종업원 친절, 종업원 전문성, 서비스 신속 정확 요인으로 구분되며, 인적 서비스의 하위 항목의 상대적 중요도 측정 결과는 다음< 그림 8 >과 같다.

< 그림 8 > 인적서비스 선택속성 상대적 중요도

Inconsistency = 0.02



설문 결과의 일관성 검증 결과 일관성 비율은 0.02로 쌍대비교 설문지의 분석 결과에 대한 신뢰성을 확보하였다. 인적 서비스의 4개 속성에서는 서비스 신속 정확 47%, 종업원 친절 29.8%, 종업원 전문성 13.7%, 의사소통이 9.5% 순으로 나타났으며 서비스 신속정확이 의사소통보다 4배 이상 중요한 속성으로 나타났다.

(5) 인지도 선택속성 상대적 중요도 분석

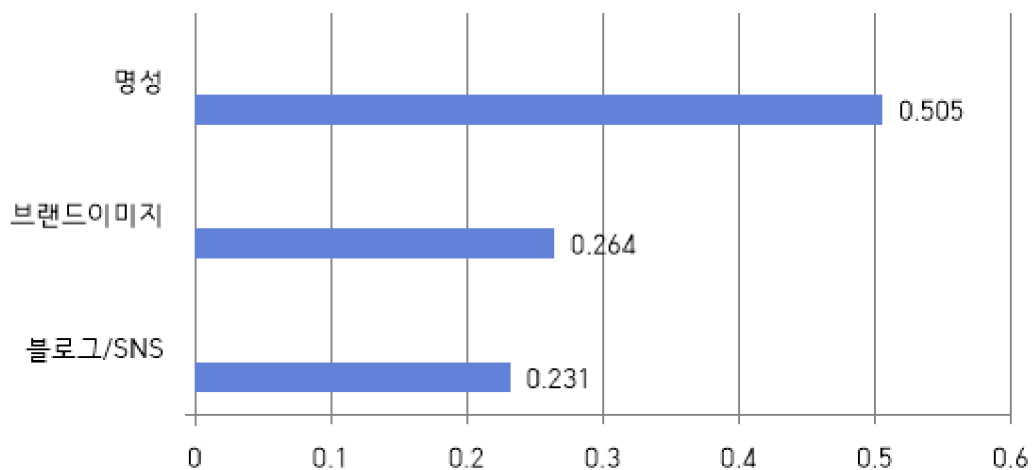
제주 향토음식점 선택속성 상위항목인 인지도의 하위항목은 명성, 브랜드 이미지, 블로그/SNS 요인으로 구분되며, 인지도의 하위항목의 상대적 중요도 측정 결과는 다음 < 그림 9 >와 같다.

설문 결과의 일관성 검증 결과 일관성 비율은 0.00783으로 쌍대비교 설문지의 분석 결과에 대한 신뢰성을 확보하였다.

인지도의 3개 속성에서는 명성 50.5%, 블로그/SNS 26.4%, 브랜드 이미지 26.4%로 나타나 명성이 50%로 가장 중요하며, 블로그/SNS, 브랜드 이미지는 비슷하게 중요한 속성으로 나타났다.

< 그림 9 > 인지도 선택속성 상대적 중요도

Inconsistency = 0.00783



4) 제주 향토음식점 선택속성 종합 중요도 분석

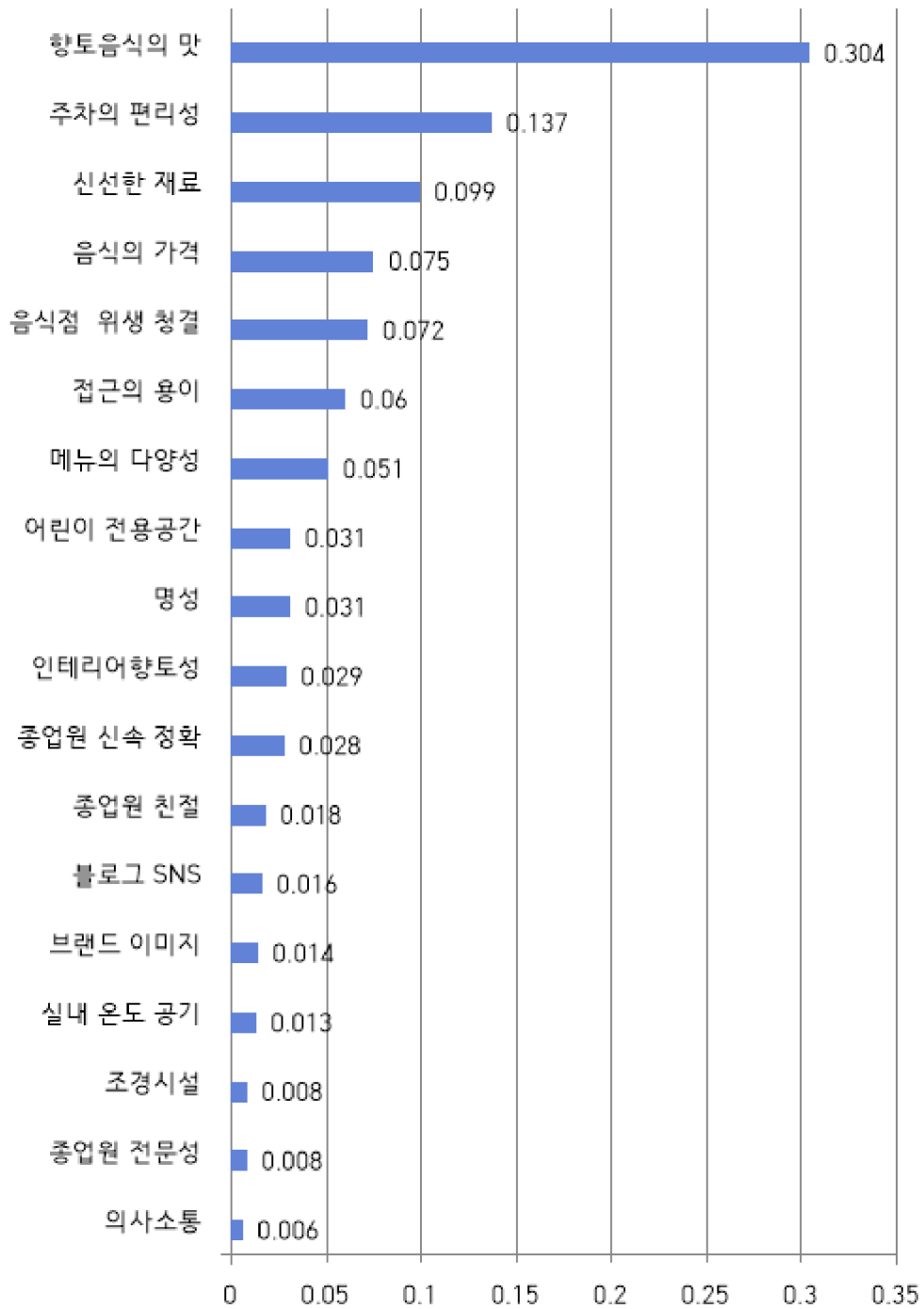
제주 향토음식점 선택 시 검토되는 음식 품질, 편의성, 물리적 환경, 인적 서비스, 인지도 항목에서는 음식 품질이 다른 항목 비해 2배 이상으로 가장 중요한 선택속성으로 나타났다. 다음으로는 편의성, 물리적 환경, 인지도, 인적 서비스 순으로 결과가 나왔다.

하위항목의 종합 가중치는 < 표 18 >과 같이 향토 음식의 맛(0.304), 주차의 편리성(0.117), 신선한 재료(0.099), 음식의 가격(0.075), 음식점 위생 청결(0.072) 순으로 높게 나왔다. 다음으로 접근의 용이(0.06), 메뉴의 다양성(0.051), 어린이 전용공간 및 명성(0.031), 인테리어 향토성(0.029), 종업원 신속 정확(0.028), 종업원 친절(0.018), 블로그 SNS(0.016), 브랜드 이미지(0.014), 실내 온도 공기(0.013) 순으로 나타났다. 반면, 조경 시설(0.008), 종업원 전문성(0.008), 의사소통(0.006)은 낮은 중요도를 나타냈다.

< 표 18 > 제주 향토음식점 선택속성 전체 중요도

| 상위항목 | 중요도 | 하위항목 | 중요도 | 종합 순위 |
|--------|-------|-----------|-------|-------|
| 향토음식품질 | 0.529 | 향토 음식의 맛 | 0.304 | 1 |
| | | 신선한 재료 | 0.099 | 3 |
| | | 음식의 가격 | 0.075 | 4 |
| | | 메뉴의 다양성 | 0.051 | 7 |
| 편의성 | 0.228 | 주차의 편리성 | 0.137 | 2 |
| | | 접근의 용이 | 0.060 | 6 |
| | | 어린이 전용공간 | 0.031 | 8 |
| 물리적환경 | 0.122 | 음식점 위생 청결 | 0.072 | 5 |
| | | 인테리어 향토성 | 0.029 | 10 |
| | | 실내 온도 공기 | 0.013 | 15 |
| | | 조경시설 | 0.008 | 16 |
| 인지도 | 0.062 | 명성 | 0.031 | 9 |
| | | 브랜드 이미지 | 0.014 | 14 |
| | | 블로그 SNS | 0.016 | 13 |
| 인적서비스 | 0.060 | 종업원 신속 정확 | 0.028 | 11 |
| | | 종업원 친절 | 0.018 | 12 |
| | | 종업원 전문성 | 0.008 | 16 |
| | | 의사소통 | 0.006 | 18 |

< 그림 10 > 제주 향토음식점 선택속성 하위항목 전체중요도 순위



V. 결론

1. 연구 요약 및 시사점

현대 관광산업은 단체 관광에서 개별 관광으로, 단순히 보고 먹고 즐기는 여행에서 문화관광(문화유산관광, 성지순례 관광, 축제 관광), 환경관광(생태관광, 농촌관광), 교육관광(수학여행, 어학연수, 워킹홀리데이), 비즈니스 관광(MICE 관광, 인센티브 관광) 등과 같은 특수목적관광(Special Interaction Tour)이나 특별한 주제를 가지고 떠나는 테마 관광 형태로 발전하는 중이다.

이에 따라 우리나라 정부, 각 지방자치단체에서는 변화하는 관광산업의 추세에 따라 특수목적관광의 한 분야인 음식 관광 중 향토 음식 관광의 가치를 재발견하고 문화 정체성을 정립하기 위하여 다방면의 향토음식 육성정책을 펼치고 있다. 그 일환으로 제주특별자치도는 2011년부터 고유한 향토음식의 계승 발전과 발굴육성 및 지원을 위한 제주향토음식 육성 기본 계획을 수립하였다. 하지만 향토음식점에 대한 관광객 만족도 조사나 향토음식점 선택속성에 대한 연구가 체계적으로 이루어지고 있지 않은 상태로 활용되고 있어, 운영자들의 향토음식점 마케팅전략을 세우기 어려운 실정이다.

따라서 본 연구는 제주 향토음식점의 발전을 위하여 제주 향토음식점 수요자인 향토음식점 이용객이 음식점 선택할 때 먼저 선택하는 요소가 무엇인지 알아보기 위하여 적합한 선택속성을 추출하였으며, AHP 기법을 이용하여 도출된 선택속성의 우선순위 중요도에 따라 관광객의 니즈를 분석하고 효과적인 마케팅을 통하여 관광객 만족도를 최대화 할 수 있는 방안을 제시하고자 본 연구가 수행되었다.

이를 위하여, 향토음식점 선택속성의 선행연구를 통하여 평가모형체계의 적합성 및 평가항목에 대한 타당성을 확인하고 향토음식점 선택 결정요인을 도출하였다. 향토음식점 선택속성으로 5개의 상위항목(향토 음식 품질, 물리적 환경, 인적 서비스, 편의성, 인지도)과 18개의 하위항목으로 구성되었다.

향토음식점 방문객의 향토음식점 선택속성에 대한 상대적 중요도와 우선순위 결과 나타난 주요 특징은 아래와 같이 요약된다.

제주 향토음식점의 상위항목 상대적 중요도 분석 결과, 향토 음식 품질(0.529)이 가장 높은 우선순위로 나타났고, 다음으로 편의성(0.228), 물리적 환경(0.122), 인지도(0.062), 인적 서비스(0.06) 순으로 나타났다.

제주 향토음식점 선택속성 상위항목인 음식 품질의 4개의 하위속성에서는 향토 음식의 맛(0.575), 신선한 재료(0.187), 음식의 가격(0.142), 메뉴의 다양성(0.096) 순으로 나타났다.

선택속성 상위항목인 편의성의 하위속성에서는 주차의 편리성(0.602), 접근의 용이성(0.262), 어린이 전용공간(0.136)으로 주차의 편리성이 접근의 용이성보다 2배 이상, 어린이 전용공간보다 5배 가까운 수치로 중요한 속성으로 나타났다.

선택속성 상위항목인 물리적 환경의 하위속성에서는 음식점 위생, 청결이(0.591), 인테리어 향토성(0.236), 실내 공기, 온도(0.107), 조경 시설(0.066)의 순으로 음식점 위생, 청결이 상대적으로 중요한 속성으로 나타났다.

선택속성 상위 항목인 인적 서비스의 4개 하위속성에서는 서비스 신속 정확(0.47), 종업원 친절(0.298), 종업원 전문성(0.137), 의사소통이(0.095) 순으로 나타났으며 서비스 신속 정확이 의사소통보다 4배 이상 중요한 속성으로 나타났다.

마지막으로 선택속성 상위 항목인 인지도의 3개 하위속성에서는 명성(0.505), 블로그/SNS(0.264), 브랜드 이미지(0.264)로 나타나 명성이 50%로 가장 중요하며, 블로그/SNS, 브랜드 이미지는 비슷하게 중요한 속성으로 나타났다.

하위항목의 종합 가중치는 음식의 맛(0.304), 주차의 편리성(0.117), 신선한 재료(0.099), 음식의 가격(0.075), 음식점 위생 청결(0.072) 순으로 높게 나왔다. 다음으로 접근의 용이(0.060), 메뉴의 다양성(0.051), 어린이 전용공간 및 명성(0.031), 인테리어(0.029), 종업원 신속 정확(0.028), 종업원 친절(0.018), 블로그 SNS(0.016), 브랜드 이미지(0.014), 실내 온도 공기(0.013) 순으로 나타났다. 반면, 조경 시설(0.008), 종업원 전문성(0.008), 의사소통(0.006)은 낮은 중요도를 나타냈다.

이러한 결과를 바탕으로 아래와 같은 시사점을 제시할 수 있다.

첫째 상위항목 중 음식 품질의 중요도는 두 번째로 중요하게 나타난 편의성보

다 2배 이상의 수치를 보였다. 이러한 결과는 박수금¹³⁷⁾의 연구서에서 향토음식 선택속성과 만족도에 관련하여 품질 및 맛, 영양 및 건강성 요인의 측면에서 집중하여 선호하고 만족한다고 나온 결과를 뒷받침하고 있다. 음식의 품질을 강조한 제주 향토음식점 활용에 초점을 맞추어 마케팅 전략에 활용하는 것이 가장 중요하다는 것을 시사하고 있다. 또한 선왕성¹³⁸⁾의 연구에서도 고객만족도 평가 및 재방문을 위하여 가장 중요하게 고려되어야 하는 요인이 음식의 질이라는 연구의 결과도 이를 뒷받침해 주고 있다.

향토 음식의 품질 하위항목 중 1순위인 향토 음식의 맛을 제주특별자치도 향토음식점 육성정책에 따라서 전통 식문화를 계승 보급하며, 더불어 농어촌 이해 증진 및 지역 농산물 소비 촉진에 힘써서 관광객들에게 만족도를 높이고, 재방문을 유도해야 할 것이다.

둘째 제주 향토음식점 상위항목인 편의성 중 주차시설의 편리성이 두 번째로 중요한 속성으로 분석된 이유는, 제주지역에서 운행 중인 자동차 수는 2020년 기준 38만 8000여 대로 인구당 자동차 보유율은 전국 평균의 125% 수준이기 때문이다. 특히 2018년부터 제주의 렌터카 총량제를 도입하여 자동차 운행 제한을 할 정도로 차량이 많으며, 관광객의 62.5%가 렌트카를 이용하면서 관광지의 교통 혼잡문제가 심각하므로 관광객들이 향토음식점의 선택 시 고려되는 사항이라고 할 수 있겠다.

셋째 제주 향토음식점 선택속성 중 세 번째로 중요하게 여기는 속성은 신선한 재료로 나타났다. 향토음식점은 대부분 지역적인 맛, 지역에서 사용되는 식재료로 사용하기 때문에 신선한 재료가 중요한 요인이라고 사료된다. 고유의 향토음식 이미지를 형성하기 위해서는 지역에서 생산되는 식자재를 사용한 음식과 토속적인 맛이 중요하다고 연구한 강진희¹³⁹⁾의 연구와 향토음식의 질을 향상하기 위해서는 지역에서 생산되는 식재료를 이용하여 메뉴이 재구성과 전통적인 맛을 고수해야 할 것이라고 연구한 김현철¹⁴⁰⁾의 연구에서도 이를 뒷받침해준다.

137) 박수금(2016), 향토음식점 선택속성이 소비자 구매행동에 미치는 영향, 관동대학교 석사논문

138) 선왕성(2003), 한국 외식업체의 서비스품질과 고객 만족도 및 재방문에 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문.

139) 강진희(2017), “향토음식에 대한 경험가치가 향토이미지 제고와 방문의도에 미치는 영향”, 관광연구, 32(5), 137-155, 2017.

140) 김현철(2019), “향토음식의 이미지가 관광지의 정서적 이미지 및 인지적 이미지에 미치는 영향에 관

넷째 제주 향토음식점 선택속성 중요도에서 인지도 부분은 모두 낮은 중요도로 분석되었다. 중요도가 낮은 이유로 최근 들어 무분별해진 쏟아지는 블로그, SNS 맛집 등은 이제는 관광객의 신뢰를 받지 못하기 때문이다. 따라서 제주도는 2019년의 목포시 정책(2019년 목포 으뜸 맛집 선정)과 같은 자연의 맛 도시 브랜드화와 관광객 유치와 만족도 향상을 위한 마케팅전략으로 ‘맛’ 브랜드를 선점하여 체계적으로 향토음식점 육성정책을 추진하여야 할 것이다¹⁴¹⁾.

마지막으로, 본 연구에서는 의사소통이 종합 중요도에서 가장 낮은 순위로 분석되었으나, 종업원과 고객 간의 의사소통 또한 중요하며 고객에 대한 세심한 배려가 필요한 것은 당연하다.

또한 실내 온도, 공기, 조경 시설도 낮은 중요도로 분류되었으나, 이제는 음식점이 식사만을 위한 공간이 아니라 식사는 하면서 즐거움과 고객 만족도를 향상하는 요소이므로 장기적인 관점에서 지속적인 관리가 필요하다고 하겠다.

2. 연구의 한계 및 향후 연구

본 연구는 제주 지역 고유한 문화자원으로서 중요한 기능을 담당하고 지역 정체성을 가지는 향토음식점의 활성화를 위하여 새로운 제주 향토음식점 선택속성을 도출하고, 각 선택속성의 상위항목 하위항목으로 분류와 더불어 상대적 중요성과 가중치를 구하여 우선순위를 도출하는 데 있다. 분석된 선택속성의 중요도에 따라 향토음식점의 효과적인 관리를 통하여 제주 향토음식점을 찾는 관광객의 만족도를 최대화할 방안과 더불어 더 많은 관광객을 유치하기 위한 방안을 마련하기 위한 향토음식점 마케팅 전략을 시사점으로 도출하는 데 있다. 하지만 본 연구를 수행하는데 다음과 같은 한계점을 지니고 있다.

첫째, 본 연구에서 도출한 향토음식점 선택속성 외 제주 향토음식점 선택에 영향을 미칠 수 있는 다른 선택속성이 존재할 수 있으므로, 추후 충분한 이론적 연

한 연구 : 부산지역을 중심으로”, 호텔관광연구, 21(1), 186-199,
141) 김용환(2020), 향토음식점 선택속성과 이미지가 관광객 만족도와 행동의도에 미치는 영향관계연구, 광주대학교 석사학위 논문

구를 통하여 더 다양한 선택속성을 추출하여 검증하는 것이 필요하다.

둘째, 본 연구는 전문가에 한정하여 설문조사 되었다는 점에서 향후 연구에서는 향토음식점을 이미 방문한 관광객이나 제주 향토음식점의 잠재고객을 대상으로 한 폭넓은 연구가 필요하다고 하겠다. 관광객을 대상으로 한 조사에서는 선택속성의 상대적 중요도와 우선순위가 달라질 수 있기 때문에 두 집단 간의 상호 비교 연구가 필요하다.

셋째, 제주 향토음식점 중요도는 제주 지역별 특성에 따라 차이가 있을 것이며, 인구통계학적 특성 중 성별, 연령, 교육 수준에 따라 상대적 중요도의 차이가 있을 수 있으므로 이를 고려한 향후보다 폭넓은 후속 연구가 요구된다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

- 강지원(2020), 국내향토음식점의 선택속성이 재방문의도에 미치는 영향, 한국호텔관광학회, 호텔관광연구 제22권 제2호 pp.137-148
- 강진희(2017), “향토음식에 대한 경험가치가 향토이미지 제고와 방문의도에 미치는 영향”, 관광연구, 32(5), 137-155, 2017.
- 고범석 · 강석우(2004), 대구지역 향토음식의 인식도에 관한 연구. 한국조리학회지, 10(4): 15-30.
- 고양숙(2015), 제주인의 지혜와 맛 전통향토음식, 휴먼컬처아리랑
- 고양숙(2015), 『제주향토음식 20선』, 제주특별자치도 p143
- 공기열(2002), 방한 일본인 관광객의 개인가치에 따른 호텔선택속성의 차이연구. 관광 · 레저연구 14(3):213-227
- 김기숙, 이재경(1997), “강원도 향토음식에 관한 주부의 인지도” 가정문화논총, 10:87-127.
- 김민정, 전현모(2013), “경주지역 향토음식의 선택속성에 관한 연구”, 관광연구, 28(5), 111-129
- 김세경, 윤덕인, 김형일(2018), 지역특산음식 선택속성이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향, 한국콘텐츠학회, 한국콘텐츠학회논문지 Vol.18 No.7
- 김영구, 서보원, 안태홍(2011). 향토음식 소비동기에 따른 시장세분화에 관한 연구, 『한국관광학회』 한국관광학회2011, 관광학연구 Vol.35 No.5
- 김장호, 최영민, 전지영(2010), 음식관광, 대왕사
- 김태연(2005), 영국의 로컬푸드시스템 동향과 사례, 농정연구 제 15권, 농정연구센터
- 김태희(2014), 지역기반 음식관광 네트워크 구축방안, 농촌진흥청 6차산업화 전

문가 포럼 활동 보고서 “농업·농촌의 6차 산업화! 길을 묻다”, 문화관광부(2007).

김현철(2019), “향토음식의 이미지가 관광지지의 정서적 이미지 및 인지적 이미지에 미치는 영향에 관한 연구 : 부산지역을 중심으로”, 호텔관광연구, 21(1), 186-199,

김현철(2015), “식생활라이프스타일에 따른 기장지역 향토음식점 선택속성이 고객 만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국호텔관광학회, 호텔관광연구, 59, 164-183,

농업과학기술원 농촌자원개발연구소(2008), 한국의 전통향토음식 10제주도.교문사.

문혜선(2015), 레스토랑 서비스 선택속성이 고객의 감정반응 및 만족도에 미치는 영향 연구, 호텔관광연구, 17(4), 203-218.

박기용(2008).“라이프스타일유형에 따른 뷔페레스토랑 고객의 구매행동에 관한 연구.” 『호텔경영연구』 17(6),81-9

박기홍, 이보순, 김동석(2011), 전주비빔밥 향토음식점의 선택속성이 고객만족 과 행동의도에 미치는 영향, 한국조리학회, 한국조리학회지 제 17권 제3호

박영선(1999), .한산도 지역의 향토음식과 금기 식품에 한 인식. 『한국조리과학회지』 , 15 (1) :23 ~36

박정하, 박호정(2011), 라이프스타일에 따른 패밀리레스토랑 선택속성 및 행동 의도의 차이에 관한 연구, 외식경영연구, 14(4), 125-144.

박진용·채단비·상매이(2016), 소비자의 경제적 어려움 지각과 합리적 소비 성향 이유통업체 브랜드 구매의도에 미치는 영향, 『유통연구』 , 21(4).

서윤정, 조록환, 이웅규 (2011), 전통향토음식을 활용한 푸드 투어리즘 개발, 한국농촌학회, p.119.

신승미·정경희(2008), .한국 통음식 통합 검색 시스템 구축을 한 향토음식 연구, 『한국식품양학회지』 ,21(2) :227~2 42

양승필(2018), “향토음식점의 이용 동기, 선택속성이 지각된 가치와 행동의도에 미치는 영향: 제주지역 향토음식점을 중심으로”, 관광연구, Vol.33 No.1, pp. 205-226,

여인성, 이애주(2016), 방문동기에 따른 한식당 선택속성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향, 한국외식산업학회지, vol.12, no.2, 통권 31호 pp. 95-112 (18 pages)

이승익(2019), 향토관광음식점 선택속성이 지각된가치와 고객만족 및 재방문의도에 미치는 영향, 한국호텔리조트학회, 호텔리조트연구 Vol.18 No2

pp.331-350

- 오상훈, 이영란, 이유라(2014), 제주 7대 대표 향토음식 현황조사 보고서, 제주대학교 산학협력단
- 오영주(2001).제주 향토음식의 현황과 전망.동아시아식생활학회 학술발표대회논문집.43-67.
- 유영진(1999).“패밀리레스토랑 이용행태에 따른 선택속성에 관한연구 :대구지역을 중심으로.”『관광레저학회』 제11호 제1권, p,43-56
- 윤덕인(1998), “강원도지역 산출식품과 향토음식에 관한 연구” 관동논문집, 26(2):375-398.
- 이덕원·이형룡·이원옥(2012), “음식점 이용고객의 선택속성 및 이용동기에 따른 시장세분화: 강원도 지역을 중심으로”, 외식경영연구, 15(1), 49-71, 2012.
- 이애주 · 박대환 · 박진우(2003). 외식업체의 서비스품질이 고객만족과 재방문의도, 구전의도에 미치는 향: 부산지역 패밀리 레스토랑을 중심으로. 『호텔경영학연구』, Vol.12 NO.1 : 191-213.
- 이연정, 김상철(2008), 경주지역 향토음식 발굴 개발에 대한 주민의식연구, 『한국식품조리과학회지』, 24(4) :549~55 9
- 이연정, 이수범(2008) 한국호텔외식관광경영학회, 호텔경영학연구, **호텔경영학연구 제17권 제3호** 2008.06 117 - 135 (19 pages)
- 이연정, 최수근(2004), “경주지역 향토음식에 대한 대학생의 인식과 기호도 조사 연구” 한국외식경영학회, Vol.7 No.1
- 이창미, 오상훈, 민경천 (2015), 음식점의 서비스 품질이 고객만족과 사후행동에 미치는 영향 , 동북아관광연구 제11권 제2호 (통권29호) pp.193-209
- 양태석, 오명철(2009), “제주 향토음식 선택속성이 고객행동에 미치는 영향- 제주방문 관광객의 고객만족, 재방문, 구전을 중심으로” 한국식품영양과학회지, 38(5):636-643.
- 이동필, 최경은(2007), 향토음식산업의 육성 방안, 한국농촌경제연구원
- 이영주(2007), 강원도 음식관광 활성화 방안 연구, 강원발전연구소
- 이영진(2008), 「향토음식의 개념과 조사연구과제」, 『실천민속학연구』, 실천민속학회, p.33.

- 이봉구 정우철 안범용. (2006). 음식 소비 관련 서비스 질, 지각된 가치, 만족, 향후 행동 의도 간 관계에 관한 연구. 관광학연구, 30(5), 257-276.
- 이창기, 권영린(2001), 레스토랑의 고객만족과 재방문의사에 영향을 주는 선택 속성에 관한 연구, 호텔관광연구, 7, 83-113.
- 이창미, 오상훈, 민경천 (2015), 음식점의 서비스 품질이 고객만족과 사후행동에 미치는 영향, 동북아관광연구 제11권 제2호 (통권29호) pp.193-209
- 장지원·김태희·이인옥(2014). Kano모형을 이용한 음식관광지 선택속성 분류에 관한 연구 : 한국 및 중국 대학(원)생을 중심으로. 『호텔경영학연구』, 23(3): 225-244.
- 정진우, 전경철.(2004), “서양요리에 대한 고객속성이 판매촉진에 미치는 영향에 관한 연구“ 한국관광정보연구, 18:45
- 제주특별자치도(2012). 제주인의 지혜와 맛, 전통향토음식, 성민출판사.
- 제주특별자치도, 고양숙 외 (2015). 전통향토음식 : 제주인의 지혜와 맛. 서울 : 생각습표.
- 조용범(2008), 김치 제품 선택속성이 고객만족과 재구매 의도에 미치는 영향, 『한국조리학회지』, 14(4).
- 조우정(2008). 골프용품 소비자의 관여도, 선택속성 및 재구매행동 간의 인과관계 분석. 한국스포츠산업경영학회지, 13(1), 98-110
- 진양호(2000). 패밀리레스토랑의 선택속성과 재방문가능성에 관한 연구, 『한국조리학회지』 제 6권 제2호, p.157-173
- 최웅, 이규숙(2005), 패밀리레스토랑의 선택속성과 구매행동에 관한 연구, 호텔리조트카지노연구, 4(2), 351-364.
- 한국관광공사(1993), 향토음식 관광상품화방안
- 한국문화관광연구원(2013), 음식관광 활성화 방안, 문화체육관광부
- 한국문화관광정책연구원(2006), 음식관광 산업화 촉진방안
- 허남춘, 주영하, 오영주 (2007). 제주의 음식문화. 제주: 국립민속박물관
- 허윤주·이기종 (2012). 리조트 선택속성이 고객만족도와 행동의도에 미치는 영향연구. 「관광레저연구」, 24(4), 5-22.
- 홍성현·최승철(2012), “로지스틱 회귀분석을 이용한 향토음식점의 선택속성에

관한 연구”, 농업경영·정책연구, 39(2), 238-264.
 황익주(1994), “향토음식 소비의 사회문화적 의미: 춘천닭갈비의 사례” 한국문화인류학회지, 26:69-93.

2) 논문

김용환(2019), 향토음식점 선택속성과이미지가 관광객 만족도와 행동의도에 미치는 영향관계 연구, 광주대학교 석사논문
 김정(2020), 음식관광을 통한 지역경제활성화 방안 연구, 조선대학교 석사학위논문
 김태희((2014), 향토음식자원을 활용한 음식관광 활성화를 위한 조사연구, 농림축산식품부
 김하나(2015), AHP를 이용한 복합리조트 선택속성 우선순위도출에 관한 연구, 이화여자대학교 석사학위논문
 김현진(2009), 경상북도 슬로푸드 벨리 조성방안, 대구경북연구원
 권미영(2009), 음식관광 관여도, 다양성 추구성향이 참여활동과 충성도에 미치는 영향, 동국대학교 박사학위논문
 문동일(2005), 제주도 향토음식의 활성화에 관한 연구, 초당대학교 석사논문
 박수금(2016), 향토음식점 선택속성이 소비자 구매행동에 미치는 영향, 관동대학교 석사논문
 박수길(2012), 대구·경북지역 향토음식점 선택속성에 따른 시장세분화, 위덕대학교, 박사학위논문
 박수진(2016), 음식관광자원 영역분류 및 자원중요도 비교에 관한 연구, 우석대학교 석사학위논문
 박수진(2019), 관광목적지 브랜드개성 - 지역음식 브랜드개성 - 관광자 자아 이미지 간의 일치성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향, 우석대학교 박사학위논문
 백경탁(2002). 상업 스포츠시설 이용자의 소비자 만족에 관한 연구. 미간행 석사학위논문, 국민대학교 스포츠산업대학원.
 선완성(2003), 한국 외식업체의 서비스품질과 고객 만족도 및 재방문에 관한 연구, 경기대학교 석사학위논문

송남근(2014), 미식산업 해외사례 및 활성화 방안, 주오이시디한국대표부

신동일(2016), 제주지역 음식관광 활성화 방안, 제주발전연구원

신성룡(2016), “향토음식점 선택속성에 따른 고객만족도에 미치는 영향 연구”,
경기대학교 석사학위논문

신지희(2009). 제주지역 일부 중학생의 전통음식과 향토음식에 대한 인지도 및
기호도 분석, 제주대학교 교육대학원 석사논문

안소정(2014), 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발 및 CVM을 활용한
경제적 가치 평가, 숙명여자대학교 석사논문

오재환, 윤태환(2009), 부산 음식관광 활성화 방안연구, 부산발전연구원

윤선희(2008), 음식관광 관여와 지역애착도가 여행지 음식 추구성향에 미치는
영향, 대구대학교 박사학위논문

이가희(2014), 약선 음식의 선택속성이 고객만족과 충성도에 미치는 영향 : 지
각된 가치의 조절효과를 중심으로, 관동학교 대학원 박사학위 논문

이덕원(2010), 강원도 향토음식점 고객의 이용동기에 따른 시장세분화와 선택
속성 및 수요결정요인분석, 세종대학교 박사학위논문

이동필, 최경은(2007), 향토음식산업의 육성방안, 한국농촌연구원

이상화(2014), “농촌체험관광의 향토 레스토랑 선택 속성이 고객만족과 관광 만
족”, 특산물 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구, 경희사이버대학교 석사
학위논문

이보연(2005), “와인소비자의 라이프스타일 유형과 와인 선택속성 및 만족 특성”
경기대학교 대학원, 박사학위논문.

이영주(2007), 강원도 음식관광 활성화 방안 연구, 강원발전연구원

장덕기, 박응희, 송태갑(2010), 전남 향토음식기 관광상품화 방안, 전남발전연구원

정지연(2019), 일본관광지의 음식에 대한 위협지각, 음식이미지 및 행도의도 간
의 구조적 관계, 세종대학교 박사학위논문

조봄미(2015), 제주 7대 향토음식의 표준화, 제주대학교 석사논문

최수정(2009), 고택 관광지 선택속성 우선순위에 관한 전문가 조사연구, 숙명여
자대학교 석사학위논문

2. 국외문헌

1) 서적

Canadian Tourism Commission(CTC). (2001). Statement of Objectives: National Tourism & Cuisine Forum, July2001.

Day. R. L.(1984). Modeling choice among alternative responses to dissatisfaction. *Advance in Consumer Research*, 11: 496-499.

DJ Telfer, G Wall(1996), Linkages between tourism and food production
Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2009). *Marketing for hospitality and tourism*. Prentice

Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J. & Borin, N.(1998), The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions, *Journal of retailing*, 74(3).

Hall, C.M. & Mitchell, R. (2001). Wine and Food Tourism. In N. Douglas, N. Douglas and R. Derrett(Eds). *Special Interest Tourism*(307-329). Wiley.

Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption An introduction to the tourism of taste, *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford. Butterworth - Heinemann. Oxford; 1-24.

Horong, J, S. & Tsai, C, T.(2010), Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), p.74-85

Kaynak, E., & Kucukemiroglu, O. (1993). Successful marketing for survival: The airline industry. *Management Decision*, 31(5).

Long, L.(2004). *Culinary tourism: Exploring the other through food*. Lexington: TheUniversity Press of Kentucky, 20-21.

Lunt, N., & Carrera, P. (2010). Medical tourism: Assessing the evidence on treatmentabroad. *Maturitas*, 66, 27-32.

Plummer R., Telfer, D., Hashimoto, A., & Summers, R.(2005), Beer tourism in Canada along the Waterloo-Wellington Ale Trail, *Tourism Management*, 26(3), p447-458

Reynolds, P. (1994). Culinary heritage in the face of tourism. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 6: 189-94.

Robson, S. K. A(1999). Turning the Tables : The psychology of design for high-volume restaurants. *The Cornell H.R.A. Quarterly*, 40(3),56-6

2) 논문

Antonioli Corigliano M. (1995). *Enoturismo: Caratter-istiche della domanda, strategie dell'offerta e aspettiterritoriali e ambientali*. Franco Angeli: Milano.

Engel, J. F. & Blackwell, R. D.(1982). *Consumer Behavior* 4소 ed Hinsdale Illinois : The Dryden Press.

Leslie P. June & L. J. Smith(1987) *Servixe Attributes & Situational Effects on Customer Preferences for Restaurant Dining*, *Journal of Travel Research*, Fall 1987

Kotler,B.and Makens,A.(2003).*Marketing for Hospitality and Tourism*, PrenticeHall

Wilkie, W. L. (1994). *Consumer Behavior*, 3rd edn. John Wiley and Sons, New York

3. 기타문헌

김문기, 7대 제주 향토음식, 매일신문 2020년 7월 29일

문화체육관광부(2019), 2019 외래관광객조사

제주특별자치도(2019), 제주특별자치도 방문관광객 실태조사

한국관광공사(2010), 음식관광 실태조사

한국관광공사(2017), 외래관광객 음식관광 실태조사 및 컨설팅

한국문화관광정책연구원(2006)

문화체육관광부(2019), 2019 국민여행조사

설문지

제주 방문 관광객의 향토음식점 선택속성에 관한 연구

안녕하십니까?

제주대학교 경영대학원 관광경영학과 석사과정에 재학 중인 김기봉입니다.

먼저 이렇게 설문에 응해주신 데에 대한 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

본 설문은 제주 관광객 중심의 향토음식점 선택속성 우선 순위도출에 관한 연구로 제주 향토음식점 소비자적 관점의 마케팅 전략을 수립하기 위해 개발되었습니다.

본 설문에서는 제주 향토음식점의 선택속성을 구분하여 쌍대비교를 할 수 있는 설문지를 제시하였습니다.

객관적이고 정확한 우선순위 선정을 위해 가치있는 소견을 부탁드립니다.

응답하신 내용은 평가항목 중요도 측정을 위한 기초 자료로만 사용될 것이며 대외적으로 공개되지 않을 것입니다.

다시 한 번 바쁘신 와중에도 본 설문에 도움을 주시는 것에 대해 깊이 감사드리며, 귀하의 건강과 행복을 기원합니다.

2021년 04월

지도교수: 오 상 훈 교수님 (제주대학교 관광경영학과 교수)

연구자: 김 기 봉

※ 다음은 제주 향토음식점의 선택속성에 대한 중요도를 측정하기 위한 것으로 평가항목들 간 상대적 중요도를 파악하기 위하여 설계되었습니다.

1. 설문지 작성방법

설문예시]

향토음식점 선택속성의 식품품질과 인지도 요인간의 상대적 중요도 비교:
아래에 제시된 설문작성 예시는 제주 방문 관광객 중심의 향토음식점 선택속성 우선 순위도출에 관한 연구로 소비자적 관점에서 제주 관광객이 향토음식점 방문시 고려 되어질 수 있는 요인 중 상대적 중요도(가중치)를 알아보기 위한 것 입니다.
음식 품질이 이미지보다 매우 강하게 더 중요하다고 생각하실 경우의 평가 예시로 만약 두 항목이 동등하게 중요하게 생각하신다면 가운데 ①에, 두 항목 중 인지도요인이 음식품질 요인보다 매우 강하게 더 중요하게 생각하시면 좌측 ⑨에 체크하시면 됩니다

① 동등하게 중요(equalimportance) ③ 약간 중요함(moderateimportance)
⑤ 중요함(strongimportance) ⑦ 매우 중요함(verystrongimportance)
⑨ 극히 중요함(extremeimportance)
②,④,⑥,⑧ 위 값들의 중간 값

| 평가항목 | 절대 중요 | | 매우 중요 | | | 중요 | | | 약간 중요 | | | 동등하게 | | 약간 중요 | | | 매우 중요 | | | 절대 중요 | | 평가항목 |
|-------|--------|---|-------|---|---|----|---|---|-------|---|---|------|---|-------|---|---|-------|-----|--|-------|--|------|
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | | | | | |
| 음식 품질 | √ 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인지도 | | | | |

2. 제주 향토음식점을 선택할 때 고려하는 항목들을 상위항목과 하위항목으로 나눈 계층구조 모형입니다. 각 항목 간 우선순위를 정하시고 설문에 임하시면 일관성 지수가 상당히 높게 나타납니다.

향토음식점
선택속성

| 상위항목 | 향토음식품질 | 물리적환경 | 인적서비스 | 편의성 | 인지도 |
|------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|------------------------|
| 하위항목 | 향토음식의맛 음식의 가격 신선한 재료 메뉴 다양성 | 음식점위생청결 인테리어향토성 조경시설 실내온도공기 | 의사소통 종업원 친절 종업원 전문성 서비스신속정확 | 접근의 용이성 주차시설편리성 어린이전용공간 | 명성 브랜드이미지 블로그SNS |

I. 상위 항목의 상대적 중요도

일반적으로 향토음식점 선택하실 때 중요하게 고려하는 선택속성은 크게 향토 음식품질, 물리적 환경, 인적 서비스 편리성, 인지도로 분류할 수 있습니다. 다음의 각 질문에 대하여 귀하께서 더 중요하게 생각하시는 항목에 (√)를 하여 주시기 바랍니다.

| 항목 | 항목 설명 |
|---------|------------------------------------|
| 향토 음식품질 | 향토음식의 맛, 음식의 가격, 신선한 재료, 메뉴 다양성 |
| 물리적환경 | 음식점 위생 청결, 인테리어 향토성, 조경시설, 실내온도 공기 |
| 인적서비스 | 의사소통, 종업원 친절, 종업원 전문성, 서비스 신속 정확 |
| 편의성 | 접근의 용이성, 주차시설편리성, 어린이 전용공간 |
| 인지도 | 명성, 브랜드이미지, 블로그SNS |

| A 평가 항목 | A가 더 중요 | | | | | | | | | 동등하게 선호 | B가 더 중요 | | | | | | | | | B 평가 항목 |
|----------------|----------|----------|----|----------|---|---|---|---|---|------------|---------|---|---|---|---|---|---|-----------|---|---------------|
| | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 6 | 7 | 8 | 9 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 향토 음식 품질 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 물리적 환경 | | |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인적 서비스 | | |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 편의성 | | |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인지도 | | |
| 물리적 환경 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인적 서비스 | | |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 편의성 | | |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인지도 | | |
| 인적 서비스 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 편의성 | | |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인지도 | | |
| 편의성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인지도 | | |

II. 하위 항목의 상대적 중요도

각 질문별로 제시된 항목에 대해서 (A)와 (B)를 비교한 후 그 중요도를 (✓)로 표시해 주시기 바랍니다.

1. 향토 식품품질

| A | A가 더 중요 | | | | | | | | | B가 더 중요 | | | | | | | | B |
|---------------|---------|-------|----|-------|---------|-------|----|-------|-------|---------|---|---|---|---|---|---|---|------------|
| 평가 항목 | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | 동등하게 선호 | 약간 중요 | 중요 | 매우 중요 | 절대 중요 | 평가 항목 | | | | | | | | |
| 향토 음식 맛 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 음식의 가격 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 신선한 재료 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 메뉴의 다양성 |
| 음식의 가격 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 신선한 재료 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 메뉴의 다양성 |
| 신선한 재료 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 메뉴의 다양성 |

2. 물리적 환경

| A | A가 더 중요 | | | | | | | | | B가 더 중요 | | | | | | | | B |
|-----------------|---------|-------|----|-------|---------|-------|----|-------|-------|---------|---|---|---|---|---|---|---|-------------|
| 평가 항목 | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | 동등하게 선호 | 약간 중요 | 중요 | 매우 중요 | 절대 중요 | 평가 항목 | | | | | | | | |
| 음식점 위생 청결 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 인테리어 향토성 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 조경 시설 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 실내온도 /공기 |
| 인테리어 향토성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 조경 시설 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 실내온도 /공기 |
| 조경시설 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 실내온도 /공기 |

3. 인적서비스

| A | A가 더 중요 | | | | | | | | | B가 더 중요 | | | | | | | | B |
|---------|---------|-------|----|-------|---------|-------|----|-------|-------|---------|---|---|---|---|---|---|---|----------|
| 평가 항목 | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | 동등하게 선호 | 약간 중요 | 중요 | 매우 중요 | 절대 중요 | 평가 항목 | | | | | | | | |
| 의사소통 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 종업원 친절 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 종업원 전문성 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 서비스 신속정확 |
| 종업원 친절 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 종업원 전문성 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 서비스 신속정확 |
| 종업원 전문성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 서비스 신속정확 |

4. 편의성

| A | A가 더 중요 | | | | | | | | | B가 더 중요 | | | | | | | | B |
|----------|---------|-------|----|-------|---------|-------|----|-------|-------|---------|---|---|---|---|---|---|---|----------|
| 평가 항목 | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | 동등하게 선호 | 약간 중요 | 중요 | 매우 중요 | 절대 중요 | 평가 항목 | | | | | | | | |
| 접근의 용의성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 주차시설 편리성 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 어린이 전용공간 |
| 주차시설 편리성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 어린이 전용공간 |

5. 인지도

| A | A가 더 중요 | | | | | | | | | B가 더 중요 | | | | | | | | B |
|---------|---------|-------|----|-------|---------|-------|----|-------|-------|---------|---|---|---|---|---|---|---|---------|
| 평가 항목 | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | 동등하게 선호 | 약간 중요 | 중요 | 매우 중요 | 절대 중요 | 평가 항목 | | | | | | | | |
| 명성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 브랜드 이미지 |
| | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 블로그 SNS |
| 브랜드 이미지 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 블로그 SNS |

ABSTRACT

A study on the tourists' selection attributes of
Native food Restaurant

Department of Tourism Management
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

This study is to identify the selection attributes of new Jeju local restaurants to support the revitalization of Jeju local restaurants.

The selection attributes are classified hierarchically according to the importance that experts attach to the criteria for selecting Jeju local restaurants. These criteria are given priority according to their relative weight through pair-wise comparison.

For this purpose, previous studies and literature were investigated to extract Jeju local restaurant selection attributes. By extracting all the selection attributes suggested in the previous study, we derived the selection attributes of Jeju local restaurants by the concept mapping method together with one tourism expert, and identified the top 5 factors (local food quality, physical environment, human service, convenience, awareness), composed of 18 sub-items.

In order to understand the relative importance of the derived Jeju local restaurant selection attributes, a survey was conducted through a group of experts consisting of tourism majors, researchers from research institutes, and public officials who have visited local restaurants in Jeju. Of the total 32

recovered questionnaires, 6 were excluded with a consistency ratio of 0.1 or higher, and 26 questionnaires with a consistency ratio of 0.1 or less were used as final analysis targets and analyzed using Expert Choice 11, an exclusive software for AHP.

As a result of analyzing the relative importance of the top items on the selection attributes of local restaurants in Jeju, local food quality (0.529) was the highest priority, followed by convenience (0.228), physical environment (0.122), awareness (0.062), and human service. (0.06) was shown in the following order. Focusing on the differentiated marketing strategy of local restaurants emphasizing the quality of local food, it suggests that it is most important to utilize local restaurants as tourism resources.

This study attempted to study local restaurants from a new perspective by deriving new Jeju local restaurant selection attributes to revitalize local restaurants that play an important function as a unique cultural resource in Jeju. In addition, it is thought that Jeju local restaurant operators will be able to increase the satisfaction of tourists who visit local restaurants and use them as data for business strategies to attract more tourists through effective marketing strategies according to the priority of the analyzed selection attributes.