Check for updates

*J East Asian Soc Diet Life*
*36(5): 283 ~293 (2026)*
http://dx.doi.org/10.17495/easdl.2026.10.36.5.283



# 식품영양학 관련 전공 대학생의 지역음식에 대한 인식과 식문화 설명 역량

김미현[1] · 곽은정[2] · 민성희[3] · 주신윤[4] · 김옥선[5†]

[1]공주대학교 식품영양학과 교수, [2]영남대학교 식품공학과 교수, [3]세명대학교 바이오식품영양학부 교수,
[4]대진대학교 식품영양학과 부교수, [5]장안대학교 푸드케어과 부교수

# Awareness of Regional Foods and Competency in Explaining Food Culture among University Students Majoring in Food and Nutrition-Related Fields

**Mi-Hyun Kim[1], Eun-Jung Kwak[2], Sung-Hee Min[3], Shin-Youn Joo[4] and Ok-Sun Kim[5†]**

*[1]Professor, Dept. of Food and Nutrition, Kongju National University, Yesan 32439, Republic of Korea*
*[2]Professor, Dept. of Food Science and Technology, Yeungnam University, Gyeongsan 38541, Republic of Korea*
*[3]Professor, School of Food and Nutrition Science for Bioindustry, Semyung University, Jecheon 27136, Republic of Korea*
*[4]Associate Professor, Dept. of Food Science and Nutrition, Daejin University, Pocheon 11159, Republic of Korea*
*[5]Associate Professor, Dept. of Food and Silver Care, Jangan University, Hwaseong 18331, Republic of Korea*

## ABSTRACT

**This study examined perceptions of regional foods; awareness and preference for selected regional dishes; interest in regional foods; and self-reported competency in explaining food culture among 578 university students majoring in food and nutrition-related fields. An online survey was conducted from April 6 to 14, 2023. Participants showed positive perceptions of regional foods. The need for the continued development of regional foods (4.22/5.00) and the contribution of food tourism to regional development (4.21/5.00) received the highest mean scores. Awareness varied considerably across regional dishes. Preference was analyzed using valid responses for each item after excluding missing responses. *Bajirak-kalguksu* showed the highest preference score (4.12/5.00), followed by *Misutgaru* (4.05/5.00), *Gomtang* (4.02/5.00), *Seolleongtang* (3.98/5.00), *Kongnamul-gukbap* (3.97/5.00), and *Yukgaejang* (3.97/5.00). Interest in purchasing regional foods as home meal replacements, including meal kits, was also high (3.98/5.00). In contrast, self-reported competency in explaining food culture was relatively low, with mean scores ranging from 2.75 to 3.18. These findings highlight the need for experiential education that integrates regional food history, specialty ingredients, preparation methods, storytelling, and product development to enhance students' understanding of regional foods and their competency in explaining food culture.**

**Key words: regional food, awareness, preference, food and nutrition-related fields, food-culture explanation competency**

## 서 론

우리나라의 음식문화는 지역의 자연환경과 기후, 풍토, 생산되는 식재료뿐만 아니라 오랜 기간 축적된 역사와 문화적 환경과 생활양식의 영향을 받아 다양하게 형성되어 왔다. 특히 지역음식은 특산물을 이용하거나 지역 고유의 조리방법을 활용하여 만들어진 음식으로서 지역민의 동질성과 소속감을 형성하며, 우리나라 전통음식의 근간을 이루는 중요한 식문화 자원으로 평가되고 있다(Choo JJ 2007). 또한 지역음식은 지역의 식재료, 조리법 및 생활양식을 반영할 뿐만 아니라 해당 지역을 특성화하는 정체성을 수반하는 음식으로, 지역의 역사와 생활문화를 반영하는 문화적 자산으로서 의미가 있다(Lee KJ 등 2017).

산업화와 도시화, 교통 및 유통체계의 발달로 지역 간 식재료와 음식문화의 교류가 활발해지고 식생활이 간편화되면서 지역 고유의 식문화와 향토음식의 전통성이 점차 약화되고 있다. 그러나 지방자치제의 정착과 관광산업의 성장에 따라 지역의 역사와 문화를 반영하는 지역 음식의 문화적 · 경제적 가치가 새롭게 주목받고 있다. 지역 음식은 그 지역의 역사, 풍토, 관습 및 생활양식을 반영하기 때문에 지역의 특징을 나타낼 수 있을 뿐만 아니라 관광자원 및 지역 브랜드로 활용할 수 있는 잠재력을 가지고 있다(Oh ST 2010). 이에 따라 지역 음식을 발굴하고 현대적으로 활용하여 지역의 이미지를 제고하고 관광 및 외식산업과 연계하려는 노력이 지속되고 있다.

지역 음식의 지속적인 계승과 발전을 위해서 음식 자체의

† **Corresponding author :** Ok-Sun Kim, Tel: +82-31-299-3680, Fax: +82-31-299-3609, E-mail: okboog@jangan.ac.kr

발굴과 상품개발뿐만 아니라 이를 인식하고 소비하며 다음 세대로 전달하는 소비자의 관심과 이해가 중요하다. 특히 대학생은 가정 중심의 식생활에서 벗어나 식품과 음식을 자신의 지식과 가치관에 따라 선택하기 시작하는 시기에 있으며, 향후 식품 소비와 식문화 형성에 영향을 미치는 주요 소비계층이라는 점에서 중요한 연구대상이다. Choo JJ(2007)는 대학생의 경우 음식을 수동적으로 제공받는 단계에서 벗어나 지식을 바탕으로 스스로 선택하는 시기에 있는 집단임을 제시하면서, 대학생이 지역 음식에 대한 올바른 가치관을 갖도록 하는 것이 향토음식의 발전에 중요하다고 하였다. 대전지역 대학생을 대상으로 전통음식의 이용 및 의식을 조사한 Park SW(2004)의 연구에서는 전통음식에 대한 인지도와 현대 식생활양식의 변화 등을 고려하여 대학생들이 전통음식을 쉽게 접할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있다고 하였고, Choo JJ(2007)의 연구에서도 조사대상자의 지역 음식에 대한 지식수준이 충분하지 않은 것으로 나타났으며, 지역 음식의 계승 · 발전, 활용을 위한 교육과 관심의 필요성이 제시되었다. 부산 · 경남지역 식품 · 조리 · 외식 관련 전공 대학생을 대상으로 한 Baek JO(2009)의 연구에서도 향토 음식에 관심을 가져본 대학생이 38.5%로 나타났으며, 향토 음식의 계승 · 발전을 위해서는 홍보가 중요하고 대중화를 위해 다양한 문화행사와 홍보가 필요한 것으로 조사되었다. 전북지역 식품 관련 전공 대학생을 대상으로 한 Kim MS(2022)의 연구에서는 지역특산물을 활용한 음식 또는 가공식품에 대한 인지도가 남학생 3.01점, 여학생 3.22점으로 여학생이 유의적으로 높았으며, 지역특산물에 대한 인지도와 기호도 간에도 유의적인 관련성이 나타났다. 이는 식품영양학 관련 전공 대학생의 지역 음식에 대한 인식과 기호도를 파악하고 이를 식생활교육 및 지역 음식 · 제품 개발과 연계할 필요가 있음을 시사한다.

특히 식품영양학 관련 전공 대학생은 식품, 영양, 조리, 급식, 외식 및 식생활문화 등에 관한 전문적인 이론과 실습교육을 이수하고 있으며, 졸업 후 급식 · 외식 · 식품산업 및 식생활교육 분야의 전문인력으로 활동할 가능성이 높은 집단이다. 따라서 이들이 지역 음식의 가치와 특성을 어떻게 인식하고 있으며 식문화를 어느 정도 이해하고 설명할 수 있는지를 파악하는 것은 향후 지역 음식문화의 계승 및 활용 측면에서 중요한 의미를 갖는다.

그러나 대학생을 대상으로 수행된 기존 연구는 특정 지역 음식에 대한 인식과 이용실태를 조사하거나(Choo JJ 2007; Baek JO 2009), 특정 지역의 식품 관련 전공자를 대상으로 지역특산물을 이용한 음식과 가공식품의 인지도 및 기호도를 조사한 연구(Kim MS 2022)가 주를 이루고 있다. 따라서 식품영양학 관련 전공 대학생을 대상으로 여러 지역의 대표 음식을 포괄하여 지역 음식에 대한 전반적인 인식과 대표 음식의 인지도 및 기호도, 지역 음식에 대한 관심도와 식문화 설명 역량을 함께 분석한 연구는 상대적으로 제한적이다.

따라서 본 연구에서는 식품영양학 관련 전공 대학생을 대상으로 지역 음식에 대한 전반적인 인식, 지역별로 제시된 음식의 인지도와 기호도, 지역 음식에 대한 관심도 및 식문화 설명 역량을 조사하였다. 이를 통해 식품영양학 관련 전공 교육과정에서 지역 음식문화에 대한 이해와 설명 역량을 강화하기 위한 교육적 기초자료를 제공하고, 지역 음식의 계승과 대중화 및 식품 · 외식산업 연계 방안을 모색하고자 하였다.

## 연구방법

### 1. 연구대상 및 기간

본 연구는 서울 및 경기, 강원도, 충청도, 경상도, 전라도, 제주도 지역의 식품영양학 관련 전공 대학생을 대상으로 수행되었다. 자료 수집은 2023년 4월 6일부터 4월 14일까지 온라인 자기기입식 설문조사 방식으로 진행되었으며, 총 578명의 유효응답을 확보하였고, 분석에 활용하였다.

### 2. 연구내용 및 방법

본 연구의 설문지는 식품영양학 관련 전공 대학생의 지역 음식에 대한 인식과 식문화 설명 역량을 파악하기 위하여 향토음식 및 지역특산물에 대한 인식, 관심도, 인지도 및 기호도와 관련된 선행연구(Choi SK & Lee YJ 2004; Choo JJ 2007; Baek JO 2009; Baik EJ & Hong WS 2016; Kim MS 2022)를 참고하여 본 연구의 목적에 맞게 수정 · 보완하였다. 지역 음식 인지도 문항에 제시할 음식은 한국민족문화대백과사전의 향토음식 자료(Hwang HS 2023)와 Kang IH(1988)의 한국의 맛 및 국립농업과학원 웹사이트의 ‘전통향토음식 종합검색’ 자료(National Institute of Agricultural Sciences n.d.)에서 지역별로 소개된 음식을 검토하여 선정하였다. 조사도구에 제시된 지역 구분은 음식의 유래와 자료원의 분류를 기준으로 하였으나, 일부 음식은 오늘날 전국적으로 통용되므로 결과 해석에서는 음식명에 대한 인지도와 기호도에 초점을 두었다.

인구통계학적 특성은 성별, 학년, 전공, 가족구성, 거주형태, 거주지역, 현 거주지에서의 거주기간 및 월평균 용돈 등을 조사하였다. 지역 음식에 대한 인식은 우리나라 지역 음식, 고향 음식 및 현 거주지역 음식에 대한 주관적 지식 수준, 지역별 음식의 차이와 지방색, 지역 음식 전문매장의 접근성, 대중화 정도, 계승 · 발전의 필요성, 관광 및 지역 발전에 대한 기여, 한국 음식의 세계화 가능성, 가정간편식 개발 가능성 등을 포함하여 조사하였다.

지역별 대표 음식에 대한 인지도와 기호도는 조사대상자에게 지역별 대표 음식명을 제시한 후 해당 음식에 대한 인지 여부와 기호도를 조사하였다. 인지도는 해당 음식을 알고 있는지 여부로 측정하였으며, 기호도는 5점 Likert 척도를 이용하여 측정하였다.

지역 음식에 대한 관심도는 지역 음식의 이용, 가정간편식 및 밀키트 등의 상품화, 관련 교육 참여 등에 대한 관심을 조사하였으며, 식문화 설명 역량은 지역 음식과 식재료 및 국내·외 음식문화에 대한 이해와 설명 능력 등을 중심으로 조사하였다. 지역 음식에 대한 인식, 기호도, 관심도 및 식문화 설명 역량에 관한 문항은 5점 Likert 척도를 이용하여 측정하였으며, 점수가 높을수록 해당 항목에 대한 인식, 기호도, 관심도 및 식문화 설명 역량이 높은 것으로 해석하였다.

### 3. 통계처리

본 연구를 위해 수집된 설문자료는 IBM SPSS Statistics 25.0(IBM Corp., Armonk, NY, USA)을 사용하여 분석하였다. 응답자의 인구통계학적 특성과 각 문항의 응답 경향을 파악하기 위해 기술통계(빈도, 백분율, 평균, 표준편차)를 산출하였다.

성별에 따른 지역별 제시 음식의 인지도 차이는 카이제곱 검정($\chi^2$-test)을 실시하였으며, 지역 음식에 대한 인식, 음식 기호도, 지역 음식에 대한 관심도 및 식문화 설명 역량의 성별 차이는 독립표본 $t$-검정으로 분석하였다. 기호도 분석에서는 무응답을 문항별 결측값으로 제외하였고, 등분산 가정이 충족되지 않은 경우 Welch의 $t$-검정 결과를 적용하였다. 모든 통계분석의 유의수준은 $p<0.05$로 설정하였다.

## 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성은 Table 1과 같다. 전체 조사대상자 578명 중 여성은 424명(73.36%), 남성은 154명(26.64%)으로 여성이 더 많았다. 학년별로는 3학년이 189명(32.70%)으로 가장 많았으며, 4학년 148명(25.61%), 2학년 139명(24.05%), 1학년 79명(13.67%), 대학원생 23명(3.98%) 순이었다. 전공에서 식품영양학 전공자는 473명(81.83%)으로 가장 많았으며, 기타 전공 60명(10.38%), 조리학 전공 45명(7.79%) 순으로 나타났다. 가족구성은 핵가족이 489명(84.60%)으로 대부분을 차지하였으며, 확대가족 49명(8.48%), 한부모가족 38명(6.57%), 기타 2명(0.35%) 순이었다. 거주형태는 본가 거주가 290명(50.17%)으로 가장 많았으며, 자취, 기숙사, 기타 순이었다. 거주지역은 경북이 104명(17.99%)으로 가장 많았고, 전남 97명(16.78%), 경기 75명

**Table 1. General characteristics of the respondents**

| Category | | n | % |
|---|---|---|---|
| Gender | Male | 154 | 26.64 |
| | Female | 424 | 73.36 |
| Academic year | Freshman | 79 | 13.67 |
| | Sophomore | 139 | 24.05 |
| | Junior | 189 | 32.70 |
| | Senior | 148 | 25.61 |
| | Graduate student | 23 | 3.98 |
| Major | Food and nutrition | 473 | 81.83 |
| | Culinary arts | 45 | 7.79 |
| | Others | 60 | 10.38 |
| Family type | Nuclear family | 489 | 84.60 |
| | Extended family | 49 | 8.48 |
| | Single-parent family | 38 | 6.57 |
| | Other | 2 | 0.35 |
| Living arrangement | Living with family | 290 | 50.17 |
| | Living alone | 155 | 26.82 |
| | Living in a dormitory | 127 | 21.97 |
| | Other | 6 | 1.04 |
| Residential area | Seoul | 38 | 6.57 |
| | Gyeonggi | 75 | 12.98 |
| | Gangwon | 57 | 9.86 |
| | Chungbuk | 68 | 11.76 |
| | Chungnam | 59 | 10.21 |
| | Jeonbuk | 39 | 6.75 |
| | Jeonnam | 97 | 16.78 |
| | Gyeongbuk | 104 | 17.99 |
| | Gyeongnam | 31 | 5.36 |
| | Jeju | 10 | 1.73 |
| Length of residence | <1 year | 88 | 15.22 |
| | 1~<5 years | 159 | 27.51 |
| | 5~<10 years | 33 | 5.71 |
| | ≥10 years | 298 | 51.56 |
| Monthly allowance (Unit: 10,000 Korean won) | <30 | 144 | 24.91 |
| | 30~<60 | 276 | 47.75 |
| | 60~<100 | 107 | 18.51 |
| | ≥100 | 51 | 8.82 |
| Total | | 578 | 100.0 |

(12.98%), 충북 68명(11.76%), 충남 59명(10.21%), 강원 57명(9.86%), 전북 39명(6.75%), 서울 38명(6.57%), 경남 31명(5.36%), 제주 10명(1.73%) 순이었다. 현 거주지에서의 거주기간은 10년 이상이 298명(51.56%)으로 가장 많았으며, 1~5년 미만 159명(27.51%), 다음으로 1년 미만, 5~10년 미만 순이었다. 월평균 용돈은 30~60만원 미만이 276명(47.75%)으로 가장 많았고, 30만원 미만, 60~100만원 미만, 100만원 이상 순이었다.

선행연구에서는 대학생의 향토음식에 대한 인식과 중요도가 성별, 연령 및 거주기간 등 인구통계학적 특성에 따라 차이를 보이는 것으로 보고되었다(Baek JO 2009). 이에 본 연구에서는 조사대상자의 성별 분포와 선행연구 결과를 고려하여 이후 지역 음식에 대한 인식, 대표 음식의 인지도 및 기호도, 관심도와 식문화 설명 역량을 성별에 따라 비교 · 분석하였다.

## 2. 지역 음식에 대한 인식

조사대상자들의 지역 음식에 대한 인식 결과는 Table 2와 같다. '지역 음식을 계속 발전시켜야 한다'가 5점 만점에 4.22점으로 가장 높았으며, '지역 음식을 이용한 관광산업의 활성화가 지역 발전에 도움이 된다' 4.21점, '지역 음식의 발전이 한국 음식의 세계화에 도움이 된다' 4.11점으로 나타나 지역 음식의 계승 · 발전과 산업적 활용 가능성을 긍정적으

**Table 2. Perceptions of regional foods by gender**

| Variables | Male | Female | Total | $t$ ($p$) |
|---|---|---|---|---|
| I know about regional foods in my country. | 3.32±0.88[1)] | 3.36±0.80 | 3.35±0.82 | −0.466 (0.6565) |
| I know about the foods from my hometown. | 3.67±0.92 | 3.61±0.94 | 3.63±0.94 | 0.657 (0.5115) |
| I know about the foods in my current region. | 3.73±0.95 | 3.66±0.88 | 3.68±0.90 | 0.820 (0.4306) |
| I think food differs by region in my country. | 4.16±0.75 | 4.21±0.67 | 4.20±0.70 | −0.799 (0.4492) |
| Regional food specialty stores are easily accessible in my area. | 3.38±0.89 | 3.24±0.93 | 3.28±0.92 | 1.653 (0.0989) |
| I think regional foods are healthy. | 3.44±0.86 | 3.55±0.82 | 3.52±0.83 | −1.349 (0.1889) |
| I think regional foods reflect local characteristics. | 3.84±0.85 | 3.84±0.81 | 3.84±0.82 | −0.025 (0.9802) |
| I think regional food is made from local specialties. | 3.55±0.89 | 3.65±0.92 | 3.62±0.91 | −1.207 (0.2278) |
| I think regional foods have become popular. | 3.49±0.87 | 3.50±0.88 | 3.50±0.87 | −0.136 (0.8917) |
| I think regional food has great potential. | 3.83±0.88 | 3.95±0.78 | 3.92±0.81 | −1.479 (0.1403) |
| I think regional foods should continue to be developed. | 4.21±0.74 | 4.22±0.71 | 4.22±0.72 | −0.205 (0.8374) |
| I think food tourism using regional foods contributes to regional development. | 4.12±0.86 | 4.25±0.74 | 4.21±0.78 | −1.827 (0.0902) |
| I think developing regional foods as HMR products contributes to regional development. | 3.88±0.95 | 3.93±0.82 | 3.92±0.86 | −0.640 (0.5230) |
| I think the development of regional foods contributes to the globalization of Korean food. | 3.99±0.88 | 4.15±0.78 | 4.11±0.81 | −2.096* (0.0485) |

[1)] Values are presented as mean±S.D. based on a 5-point Likert scale (1: strongly disagree, 5: strongly agree).
* $p<0.05$.

로 인식하고 있었다. 또한 '지역별로 음식에 차이가 있다'는 4.20점, '지역 음식은 지방색이 강하다'는 3.84점으로 지역 음식의 고유성과 차별성을 높게 인식하였다. 반면 '우리나라 지역별 음식에 대해 알고 있다'와 '지역 음식 전문 매장을 주변에서 찾기 쉽다'는 각각 3.35점과 3.28점으로 상대적으로 낮았다. 성별에 따른 인식은 대부분의 항목에서 유의적인 차이가 없었으나, '지역 음식의 발전이 한국 음식의 세계화에 도움이 된다'는 여성이 4.15점으로 남성의 3.99점보다 유의적으로 높았다($p$<0.05).

Baik EJ & Hong WS(2016)는 남·북한 향토음식에 대한 소비자 인식에서 지역성, 독창성 및 차별화된 맛 등 향토성과 관련된 특성이 높게 평가되었다고 보고하여 본 연구와 유사한 경향을 보였다. 또한 Choo JJ(2007)는 대학생들이 향토음식의 계승·발전과 문화적 가치에는 긍정적으로 인식하였으나, 실제 지역 음식에 대한 지식수준은 충분하지 않았다고 보고하였다. Joung KH & Shin SM(2006)는 대학생의 향토음식에 대한 인지도와 선호도 향상을 위해 지속적인 관심과 교육이 필요함을 제시하였다.

한편, Oh ST(2010)는 지역 음식이 지역의 문화와 고유성을 반영하고 관광자원 및 지역 브랜드로 활용될 수 있다고 하였다. 이는 본 연구에서 지역 음식을 활용한 관광산업이 지역 발전에 도움이 된다는 인식이 높게 나타난 결과와 유사하다. 따라서 지역 음식의 지속적인 계승과 활용을 위해서는 식품영양학 관련 교육과정에서 지역별 음식과 특산 식재료에 대한 교육을 강화하고, 체험교육 및 관광·식품산업과 연계한 활용 방안을 모색할 필요가 있다.

### 3. 지역별 대표 음식 인지도와 기호도

지역별 대표 음식에 대한 인지도 결과는 Table 3과 같다. 조사대상자들의 지역별 대표 음식에 대한 인지도는 전반적으로 낮은 것으로 나타났다. 제주의 오메기떡(77.16%), 강원도의 메밀전병(70.07%), 전북의 콩나물국밥(66.61%), 강원도의 감자범벅(62.28%), 전남의 홍어회(59.69%)는 상대적으로 높은 인지도를 보였다. 반면 전남의 웃기떡(6.57%), 충북의 승검초편(7.27%), 서울의 두텁떡(11.76%), 경북의 헛제삿밥(12.80%), 경기의 편수(13.67%) 등은 낮은 인지도를 보여 대표 음식에 따라 인지도에 큰 차이가 있었다.

성별에 따라서는 개성약과의 인지도가 여성 50.00%, 남성 33.77%로 여성에서 높았으며($p$<0.001), 감자범벅과 메밀전병에서도 여성이 남성보다 유의적으로 높았다($p$<0.01). 오메기떡과 옥돔죽도 여성의 인지도가 남성보다 높았으며($p$<0.001), 톳냉국에서도 여성이 유의적으로 높았다($p$<0.05). 또한 충청남도의 망개떡도 여성(29.25%)이 남성(19.48%)보다 유의적으로 높은 인지도를 보였다($p$<0.05). 반면 승검초편은 남성이 여성보다 높은 인지도를 보였다($p$<0.05). 이러한 결과는 지역별 대표 음식의 인지도가 음식의 종류뿐만 아니라 성별에 따

**Table 3. Awareness of selected regional foods by gender**

| Food | | Male (%) | | Female (%) | | Total (%) | | $\chi^2$ ($p$) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Seoul | Seolleongtang | 60 | (38.96)[1)] | 198 | (46.70) | 258 | (44.64) | 2.7365 (0.0981) |
| | Sinseollo | 50 | (32.47) | 145 | (34.20) | 195 | (33.74) | 0.1513 (0.6973) |
| | Duteoptteok | 18 | (11.69) | 50 | (11.79) | 68 | (11.76) | 0.0012 (0.9726) |
| Gyeonggi | Joraengitteokguk | 66 | (42.86) | 195 | (45.99) | 261 | (45.16) | 0.4479 (0.5033) |
| | Pyeonsu | 21 | (13.64) | 58 | (13.68) | 79 | (13.67) | 0.0002 (0.9894) |
| | Gaeseongyakgwa | 52 | (33.77) | 212 | (50.00) | 264 | (45.67) | 11.9983 (0.0005)*** |
| Gangwon | Gamjaongsimibap | 67 | (43.51) | 193 | (45.52) | 260 | (44.98) | 0.1849 (0.6672) |
| | Gamjabeombeok | 82 | (53.25) | 278 | (65.57) | 360 | (62.28) | 7.2984 (0.0069)** |
| | Memiljeonbyeong | 93 | (60.39) | 312 | (73.58) | 405 | (70.07) | 9.3789 (0.0022)** |
| Chungbuk | Boribap | 52 | (33.77) | 151 | (35.61) | 203 | (35.12) | 0.1691 (0.6809) |
| | Ssogarimaeuntang | 38 | (24.68) | 104 | (24.53) | 142 | (24.57) | 0.0013 (0.9710) |
| | Seunggeomchopyeon | 17 | (11.04) | 25 | (5.90) | 42 | (7.27) | 4.4339 (0.0352)* |
| Chungnam | Bajirakkalguksu | 60 | (38.96) | 146 | (34.43) | 206 | (35.64) | 1.0093 (0.3151) |
| | Boriguljeot | 56 | (36.36) | 163 | (38.44) | 219 | (37.89) | 0.2076 (0.6486) |
| | Manggaetteok | 30 | (19.48) | 124 | (29.25) | 154 | (26.64) | 5.5113 (0.0189)* |

**Table 3. Continued**

| Food | | Male (%) | | Female (%) | | Total (%) | | $\chi^2$ (p) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Jeonbuk | Kongnamulgukbap | 97 | (62.99) | 288 | (67.92) | 385 | (66.61) | 1.2383 (0.2658) |
| | Chueotang | 66 | (42.86) | 160 | (37.74) | 226 | (39.10) | 1.2443 (0.2646) |
| | Mosisongpyeon | 32 | (20.78) | 108 | (25.47) | 140 | (24.22) | 1.3552 (0.2444) |
| Jeonnam | Gomtang | 65 | (42.21) | 165 | (38.92) | 230 | (39.79) | 0.5112 (0.4746) |
| | Hongeohoe | 97 | (62.99) | 248 | (58.49) | 345 | (59.69) | 0.9492 (0.3299) |
| | Utgitteok | 12 | (7.79) | 26 | (6.13) | 38 | (6.57) | 0.5069 (0.4765) |
| Gyeongbuk | Heotjesatbap | 16 | (10.39) | 58 | (13.68) | 74 | (12.80) | 1.0951 (0.2953) |
| | Yukgaejang | 58 | (37.66) | 169 | (39.86) | 227 | (39.27) | 0.2285 (0.6327) |
| | Songgitteok | 23 | (14.94) | 63 | (14.86) | 86 | (14.88) | 0.0005 (0.9818) |
| Gyeongnam | Hobakbeombeok | 27 | (17.53) | 84 | (19.81) | 111 | (19.20) | 0.3781 (0.5386) |
| | Jaecheopguk | 50 | (32.47) | 170 | (40.09) | 220 | (38.06) | 2.7874 (0.0950) |
| | Misutgaru | 37 | (24.03) | 100 | (23.58) | 137 | (23.70) | 0.0122 (0.9122) |
| Jeju | Okdomjuk | 31 | (20.13) | 151 | (35.61) | 182 | (31.49) | 12.5539 (0.0004)*** |
| | Totmaeunguk | 49 | (31.82) | 175 | (41.27) | 224 | (38.75) | 4.2552 (0.0391)* |
| | Omegitteok | 93 | (60.39) | 353 | (83.25) | 446 | (77.16) | 33.516 (<.0001)*** |

1) n (%)
* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

라서도 차이가 있음을 보여준다.

Kim MS(2022)의 전북지역 식품 관련 전공 대학생 연구에서는 지역특산물을 활용한 음식 메뉴의 인지도가 3.22점으로 나타났으며 성별에 따라서는 여성의 인지도가 남성보다 유의적으로 높게 나타나 본 연구에서 여러 대표 음식의 인지도가 여성에서 높게 나타난 결과와 유사한 경향을 보였다. Han KS & Song BC(2003)는 원주지역 향토음식의 발굴과 인식에 관한 연구를 수행하여 지역 향토음식에 대한 인지도를 높이기 위한 체계적인 발굴과 홍보의 필요성을 제시하였다. 또한 Lee YJ(2006)는 경주지역 향토음식의 이용실태를 분석하여 향토음식의 인식과 이용을 확대하기 위한 지속적인 홍보와 활성화의 중요성을 제시하였다. 이러한 선행연구와 본 연구의 결과를 종합하면, 인지도가 낮은 지역 음식은 단순한 음식명 홍보보다는 지역의 역사 · 문화적 배경 및 특산 식재료와 연계한 교육과 홍보를 통해 친숙도를 높일 필요가 있다. 특히 식품영양학 관련 전공 대학생은 향후 식생활 및 외식 · 식품산업 분야의 전문인력으로 활동할 가능성이 높으므로, 교육과정에서 다양한 지역 음식을 접할 수 있는 기회를 확대할 필요가 있다.

지역별로 제시된 음식에 대한 기호도는 Table 4와 같다. 문항별 결측값을 제외한 유효응답을 분석한 결과, 바지락칼국수의 기호도가 4.12점으로 가장 높았고, 미숫가루 4.05점, 곰탕 4.02점, 설렁탕 3.98점, 콩나물국밥과 육개장 각 3.97점 순으로 높았다. 상대적으로 기호도가 낮은 음식은 홍어회 2.42점, 톳냉국 2.45점, 웃기떡과 옥돔죽 각 2.65점, 보리굴젓 2.70점 및 승검초편 2.72점이었다.

성별에 따른 기호도는 경기도의 개성약과(p=0.002)와 조랭이떡국($p$=0.003), 강원도의 감자범벅($p$=0.032), 전라북도의 모시잎송편($p$=0.023), 경상남도의 호박범벅($p$=0.031)에서 여성이 남성보다 유의적으로 높았다. 반면 전라북도의 추어탕($p$=0.003), 전라남도의 곰탕($p$=0.016), 경상북도의 육개장($p$=0.040)은 남성이 여성보다 유의적으로 높았다. 이는 지역음식에 대한 선호가 음식의 특성뿐만 아니라 성별과 같은 인구통계학적 특성에 따라서도 차이가 나타날 수 있음을 보여준다.

지역별 제시 음식의 인지도와 기호도를 종합하면 음식에 따라 두 지표의 수준이 다르게 나타났다. 오메기떡, 메밀전병 및 콩나물국밥은 비교적 인지도가 높고 기호도도 양호하였다. Min SH 등(2005)은 제천 향토음식의 인지도와 기호도가 음식별로 다름을 보고하였고, Lee JS & Kim SJ(2010)는 전통음식 인지도와 여러 음식군의 기호도 간 양의 관련성을 제시하였다. 본 연구는 음식별 인지도와 기호도를 기술적으로 비

**Table 4. Preference for selected regional foods by gender**

| Food | | n | Male | Female | Total | *t* (*p*) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Seoul | Seolleongtang | 568[1)] | 4.05±0.917[2)] | 3.96±0.890 | 3.98±0.897 | 1.050 (0.294) |
| | Sinseollo | 261 | 2.99±0.904 | 3.07±0.785 | 3.05±0.821 | −0.754 (0.451) |
| | Duteoptteok | 243 | 2.87±0.905 | 3.02±0.957 | 2.97±0.942 | −1.156 (0.249) |
| Gyeonggi | Joraengitteokguk | 535 | 3.50±0.956 | 3.76±0.879 | 3.69±0.906 | −2.946 (0.003)** |
| | Pyeonsu | 214 | 2.86±0.909 | 2.92±0.942 | 2.90±0.929 | −0.404 (0.687) |
| | Gaeseongyakgwa | 423 | 3.33±0.933 | 3.67±0.975 | 3.59±0.975 | −3.069 (0.002)** |
| Gangwon | Gamjaongsimibap | 364 | 2.95±0.956 | 3.03±1.003 | 3.01±0.992 | −0.646 (0.519) |
| | Gamjabeombeok | 297 | 3.00±0.975 | 3.26±0.928 | 3.19±0.947 | −2.150 (0.032)* |
| | Memiljeonbyeong | 531 | 3.83±0.897 | 3.87±0.887 | 3.86±0.889 | −0.526 (0.599) |
| Chungbuk | Boribap | 556 | 3.66±0.876 | 3.78±0.884 | 3.75±0.883 | −1.397 (0.163) |
| | Ssogarimaeuntang | 438 | 3.08±1.169 | 2.98±1.145 | 3.01±1.151 | 0.806 (0.421) |
| | Seunggeomchopyeon | 181 | 2.85±1.011 | 2.65±0.908 | 2.72±0.949 | 1.342 (0.181) |
| Chungnam | Bajirakkalguksu | 571 | 4.06±0.944 | 4.14±0.917 | 4.12±0.924 | −0.878 (0.380) |
| | Boriguljeot | 421 | 2.88±1.228 | 2.64±1.275 | 2.70±1.266 | 1.722 (0.086) |
| | Manggaetteok | 324 | 3.06±1.083 | 3.30±1.106 | 3.24±1.104 | −1.670 (0.096) |
| Jeonbuk | Kongnamulgukbap | 566 | 3.92±0.876 | 3.99±0.939 | 3.97±0.922 | −0.769 (0.442) |
| | Chueotang | 523 | 3.30±1.297 | 2.91±1.318 | 3.02±1.323 | 3.015 (0.003)** |
| | Mosisongpyeon | 379 | 3.10±1.066 | 3.39±1.024 | 3.32±1.040 | −2.276 (0.023)* |
| Jeonnam | Gomtang | 560 | 4.17±0.812 | 3.96±0.897 | 4.02±0.879 | 2.427 (0.016)* |
| | Hongeohoe | 427 | 2.60±1.388 | 2.35±1.326 | 2.42±1.347 | 1.678 (0.094) |
| | Utgitteok | 162 | 2.59±1.116 | 2.69±0.977 | 2.65±1.029 | −0.615 (0.539) |
| Gyeongbuk | Heotjesatbap | 198 | 2.76±1.174 | 2.90±0.999 | 2.86±1.057 | −0.829 (0.409) |
| | Yukgaejang | 571 | 4.09±0.838 | 3.92±0.875 | 3.97±0.868 | 2.055 (0.040)* |
| | Songgitteok | 187 | 2.80±1.070 | 2.80±0.900 | 2.80±0.961 | 0.009 (0.993) |
| Gyeongnam | Hobakbeombeok | 244 | 2.69±1.109 | 3.02±1.104 | 2.92±1.114 | −2.172 (0.031)* |
| | Jaecheopguk | 321 | 3.02±1.102 | 3.06±1.098 | 3.05±1.097 | −0.258 (0.797) |
| | Misutgaru | 568 | 4.05±0.915 | 4.05±1.016 | 4.05±0.989 | 0.053 (0.957) |
| Jeju | Okdomjuk | 201 | 2.66±1.128 | 2.65±1.001 | 2.65±1.043 | 0.097 (0.923) |
| | Totmaeunguk | 227 | 2.47±1.154 | 2.44±1.031 | 2.45±1.065 | 0.211 (0.833) |
| | Omegitteok | 433 | 3.27±1.015 | 3.38±1.095 | 3.36±1.078 | −0.900 (0.369) |

[1)] n represents the number of valid responses for each item.
[2)] Values are presented as mean±S.D. based on a 5-point Likert scale (1: strongly dislike, 5: strongly like).
* $p<0.05$, ** $p<0.01$.

교한 것으로 두 변수 간 관련성을 직접 검정하지 않았으므로 인과적 해석은 제한된다. 이러한 선행연구를 고려하면 지역 음식에 대한 인지도와 친숙성은 기호 형성과 관련될 가능성이 있으며, 특히 젊은 세대가 접할 기회가 적은 지역 음식에

대해서는 단순한 정보 전달보다 시식과 조리체험 등을 통해 음식에 대한 경험과 친숙성을 높이는 것이 필요할 것으로 생각된다.

한편 본 연구에서는 성별에 따라 지역별 대표 음식의 기호도에 차이가 나타났는데, 성별 차이가 확인된 음식은 여성의 기호도가 높은 조랭이떡국, 개성약과, 감자범벅, 모시잎송편, 호박범벅으로 나타났으며, 남성의 기호도가 높은 음식은 추어탕, 곰탕 및 육개장으로 나타났다. 따라서 지역 음식 교육과 홍보에서는 음식의 특성과 섭취 경험뿐 아니라 성별 등 대상자의 특성을 고려할 필요가 있다. 다만 성별 집단의 표본 수가 다르므로 결과를 해석할 때 주의가 필요하다. Min SH 등(2005)의 연구에서 제천 향토음식 중 일부 음식의 인지도에서 성별에 따른 차이가 확인되었으며, Baek JO(2009)의 연구에서도 향토음식의 중요도에 대한 평가가 성별, 연령 및 거주기간에 따라 유의적인 차이를 보인다고 보고하였다. 따라서 지역 음식의 기호도를 높이기 위해서는 모든 소비자를 동일하게 접근하기보다 성별이나 연령, 음식에 대한 경험 등 소비자 특성을 고려한 세분화된 교육 및 홍보전략이 필요할 것으로 판단된다.

또한 지역 음식의 대중화를 위해서는 음식 자체뿐만 아니라 지역의 역사와 문화적 의미를 함께 전달하는 전략이 중요하다. Park AR & Cho MS(2010)는 향토음식점에서 활용되는 스토리텔링과 소비자의 구매행동 간 관계를 분석하였으며, 이후 향토음식 관련 연구에서도 스토리텔링을 활용한 메뉴 및 콘텐츠 개발이 지속적으로 이루어지고 있다. 인지도가 낮은 승검초편이나 웃기떡과 같은 음식의 경우 음식명과 조리법을 단순히 소개하기보다는 음식의 유래, 지역의 식재료 및 생활문화와 연계한 스토리텔링 콘텐츠를 개발하는 것이 인지도 향상에 도움이 될 것으로 판단된다.

### 4. 지역 음식에 대한 관심도와 식문화 설명 역량

지역 음식에 대한 관심도와 식문화 설명 역량 결과는 Table 5와 같다. 지역 음식에 대한 관심도에서는 '지역 음식이 간편식(밀키트 등)으로 개발된다면 이용할 것이다'가 3.98점으로 가장 높았다. 성별에 따라서는 지역 음식에 대한 교육 참여 의향이 여성(3.70점)이 남성(3.53점)보다 유의적으로 높았으며($p$<0.05), 지역 음식의 간편식 이용 의향 역시 여성(4.04점)이 남성(3.82점)보다 유의적으로 높았다($p$<0.01).

식문화 설명 역량에서는 우리나라 전통음식을 설명할 수 있다고 지각한 정도가 3.18점으로 가장 높았으며, 우리나라

**Table 5. Interest in regional foods and self-reported food-culture explanation competency by gender**

| | Variables | Male | Female | Total | $t$ ($p$) |
|---|---|---|---|---|---|
| Interest in regional foods | I am interested in regional foods in my country. | 3.61±0.86[1)] | 3.60±0.83 | 3.60±0.84 | 0.114 (0.9094) |
| | I would participate in educational programs on Korean regional foods if given the opportunity. | 3.53±0.89 | 3.70±0.87 | 3.65±0.88 | −1.986* (0.0476) |
| | I would purchase regional foods if they were developed as home meal replacements (e.g., meal kits). | 3.82±0.90 | 4.04±0.77 | 3.98±0.81 | −2.638** (0.0089) |
| Food-culture explanation competency | I can explain Korean traditional foods. | 3.03±0.84 | 3.23±0.82 | 3.18±0.83 | −2.511* (0.0114) |
| | I can explain Korean regional foods. | 3.03±0.78 | 3.05±0.85 | 3.04±0.83 | −0.330 (0.7299) |
| | I can explain the foods of various East Asian countries. | 2.92±0.91 | 2.91±0.90 | 2.91±0.90 | 0.193 (0.8471) |
| | I can explain the foods of various Western countries. | 2.87±0.87 | 2.80±0.90 | 2.82±0.89 | 0.815 (0.4157) |
| | I can explain Korea's regional specialty foods. | 3.04±0.82 | 3.11±0.86 | 3.09±0.85 | −0.844 (0.3885) |
| | I can explain the ingredients of foreign foods. | 2.82±0.84 | 2.72±0.89 | 2.75±0.88 | 1.198 (0.2206) |

[1)] Values are presented as mean±S.D. based on a 5-point Likert scale (1: strongly disagree, 5: strongly agree).
* $p$<0.05, ** $p$<0.01.

지역특산식품과 지역 음식을 설명할 수 있다고 지각한 정도는 각각 3.09점과 3.04점이었다. 외국 음식 및 식재료에 대한 설명 역량은 상대적으로 낮았고, 외국 음식의 식재료를 설명할 수 있다고 지각한 정도가 2.75점으로 가장 낮았다. 성별 차이는 대부분 나타나지 않았으나, 우리나라 전통음식 설명 역량은 여성이 남성보다 유의적으로 높았다($p$<0.05). 이 결과는 실제 수행능력이 아니라 자기보고식 설명 가능 정도를 의미한다.

지역 음식에 대한 관심과 관련하여 부산·경남지역 대학생을 대상으로 조사한 결과 향토음식에 관심을 가져본 경험이 있는 대상자가 38.5%로 나타났으며, 향토음식의 계승과 발전을 위해 홍보와 다양한 문화행사가 필요하다고 하였다(Baek JO 2009). 한편 Ha DH & Kwon MY(2009)는 경주·포항지역 주민을 대상으로 한국 전통음식에 대한 인식과 지식을 조사하여 전통음식에 대한 관심과 인식 수준을 제시하였다. Choi SK 등(2006)도 울산지역 향토음식에 대한 식행동과 기호도를 분석하는 등 대학생과 지역주민의 향토음식에 대한 인식과 이용 특성을 파악하려는 연구를 지속적으로 수행하였다. 이들 연구는 조사대상과 조사내용에서 본 연구와 차이가 있어 직접적인 수치 비교에는 한계가 있으나, 지역 향토음식 및 전통음식에 대한 관심과 인식이 대상자의 특성과 식문화 경험에 따라 달라질 수 있음을 보여주고 있다.

본 연구에서 지역 음식의 간편식 개발에 대한 이용 의향이 가장 높게 나타난 것은 지역 음식의 대중화 및 상품화 측면에서 의미 있는 결과이다. Choo JJ(2007)는 전북지역 대학생을 대상으로 향토음식의 가정 내 이용 활성화 방안을 조사하였고 조리법의 간편화, 조리법의 표준화, 조리강습을 통한 조리법 보급, 조리된 음식의 포장식품화 및 영양학적 우수성 제시 등이 필요하다고 하였다. 이는 지역 음식이 현대 소비자의 식생활에 지속적으로 활용되기 위해서는 전통적인 형태의 보존뿐만 아니라 조리 편의성과 접근성을 높이는 상품 개발이 필요함을 의미한다. 따라서 지역 음식의 고유한 식재료와 조리특성을 유지하면서 조리과정을 단순화하고 밀키트나 가정간편식 등의 형태로 개발하는 것은 젊은 소비자의 지역 음식 이용을 확대하는 하나의 방안이 될 수 있을 것으로 생각된다.

그러나 본 연구에서는 지역 음식에 대한 관심과 교육 참여 의향에 비해 지역 음식과 지역 특산식품에 대한 설명 역량은 상대적으로 낮게 나타났다. Koo NS(1995)는 대전지역 대학생을 대상으로 한국 전통음식의 인식과 기호도를 조사하였고, Min SH 등(2005)은 제천지역 향토음식의 인지도와 기호도를 분석하는 등 대학생과 소비자의 전통·향토음식에 대한 지식과 선호를 파악하기 위한 연구를 지속적으로 진행하였다. 이러한 연구들을 고려하면 지역 음식에 대한 관심이 반드시 관련 지식이나 설명 역량으로 직접 연결되는 것은 아니므로, 관심을 실제 식문화 역량으로 전환할 수 있는 체계적인 교육이 필요할 것으로 판단된다.

특히 식품영양학 관련 전공 대학생은 향후 급식·외식·식품산업 및 식생활교육 분야에서 전문인력으로 활동할 가능성이 높은 집단이라는 점에서 지역 식문화에 대한 단순한 인지 수준을 넘어 이를 설명하고 활용할 수 있는 역량이 요구된다. Kim MS(2022) 역시 식품 관련 전공 대학생은 이론 및 실습 교육을 통해 향토·전통음식과 지역특산물을 이용한 음식 및 가공식품을 직·간접적으로 접할 수 있는 집단이라는 점에 주목하고, 지역특산물에 대한 관심과 이해를 바탕으로 식생활교육 및 제품·메뉴 개발에 활용할 필요성을 제시하였다. 따라서 전공교육에서는 지역 음식의 명칭이나 종류에 대한 지식 전달에 그치기보다 지역 식재료, 음식의 역사·문화적 배경, 조리방법, 메뉴개발 및 상품화를 연계한 체험형 교육을 강화할 필요가 있다.

## 요약 및 결론

본 연구는 식품영양학 관련 전공 대학생 578명을 대상으로 지역 음식에 대한 인식, 지역별 제시 음식의 인지도와 기호도, 지역 음식에 대한 관심도 및 식문화 설명 역량을 조사하고 성별 차이를 분석하였다. 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 조사대상자들은 지역 음식의 문화적 가치와 계승·발전의 필요성, 관광 및 지역 발전에 대한 기여 가능성을 긍정적으로 인식하였다. 반면 우리나라 지역별 음식에 대한 지식과 지역 음식 전문 매장의 접근성에 대한 평가는 상대적으로 낮아, 지역 음식의 가치에 대한 긍정적 인식에 비해 실제적인 지식과 접근 기회는 충분하지 않은 것으로 나타났다.

둘째, 지역별 제시 음식의 인지도와 기호도는 음식에 따라 차이를 보였다. 오메기떡, 메밀전병 및 콩나물국밥 등은 상대적으로 높은 인지도를 보였다. 결측값을 문항별로 제외한 기호도는 바지락칼국수(4.12점)가 가장 높았고, 미숫가루(4.05점), 곰탕(4.02점), 설렁탕(3.98점), 콩나물국밥과 육개장(3.97점) 순이었다. 성별에 따라 기호도가 유의하게 다른 음식도 확인되었다.

셋째, 지역 음식에 대한 인지도와 기호도를 종합하면 음식별로 서로 다른 특성이 나타났다. 일부 음식은 인지도와 기호도가 모두 높은 반면, 일부 음식은 두 지표가 모두 낮았으며, 인지도에 비해 기호도가 낮거나 반대로 인지도에 비해 기호도가 높은 음식도 확인되었다. 이러한 결과는 지역 음식의 활성화를 위해 모든 음식을 동일한 방식으로 접근하기보다는 음식별 인지도와 기호도 수준에 따라 차별화된 전략이 필요함을 시사한다.

넷째, 지역 음식이 간편식 및 밀키트로 개발될 경우 이용하겠다는 의향이 가장 높았으며, 지역 음식 관련 교육 참여에도 비교적 긍정적인 태도를 보였다. 자기보고식 식문화 설명 역량은 우리나라 전통음식에서 상대적으로 높았으나 지역 음식과 지역특산식품에서는 이에 비해 낮았고, 외국 음식 및 식재료에서는 더욱 낮았다.

이상의 결과는 식품영양학 관련 전공 대학생의 지역 음식에 대한 긍정적 인식이 충분한 지식이나 설명 역량으로 연결되지 않을 수 있음을 보여준다. 관련 교육과정에서는 지역 음식의 명칭과 종류에 대한 지식 전달을 넘어 지역의 역사 · 문화적 배경, 지역특산 식재료, 조리방법, 스토리텔링 및 제품개발을 연계한 체험형 교육을 강화할 필요가 있다.

또한 지역 음식의 대중화 및 산업적 활용을 위해서는 음식별 인지도와 기호도를 고려한 차별화된 전략이 필요하다. 인지도가 낮은 음식은 음식의 유래와 지역의 역사 · 문화, 식재료를 연계한 스토리텔링과 체험 · 홍보를 강화하고, 기호도가 낮은 음식은 전통적 특성을 유지하면서 현대 소비자의 기호와 편의성을 고려한 조리법 및 제품 개발이 필요하다. 특히 본 연구에서 간편식 개발에 대한 이용 의향이 높게 나타난 점을 고려하여 지역특산물을 활용한 밀키트와 가정간편식 등으로 상품 형태를 다양화할 필요가 있다. 반면 인지도와 기호도가 모두 높은 음식은 지역을 대표하는 식문화 및 관광 콘텐츠로 적극 활용함으로써 지역 음식문화의 계승과 지역 식품 · 외식산업 활성화에 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구는 여러 지역의 음식을 대상으로 식품영양학 관련 전공 대학생의 인식, 인지도, 기호도, 관심도 및 식문화 설명 역량을 종합적으로 분석하였다는 점에서 의의가 있다. 그러나 식품영양학 전공자가 81.83%로 다수를 차지하고 조리학 전공자는 7.79%에 불과하여 전공 간 동등한 비교나 일반화에는 제한이 있다. 또한 조사대상 지역과 전공 구성이 균형적이지 않고, 일부 음식은 오늘날 전국적으로 통용되어 특정 지역의 대표성을 단정하기 어려우며, 설명 역량도 실제 수행이 아닌 자기보고로 측정하였다. 향후 연구에서는 지역과 전공 및 연령층을 확대하고, 지역 음식 선정 기준을 표준화하며, 지식과 설명 · 조리 능력을 객관적으로 평가할 필요가 있다.

## 감사의 글

본 연구는 한국여성과학기술단체총연합회의 2023년도 단체지원사업의 지원을 받아 수행되었음.

## REFERENCES

Baek JO (2009) A study on the university students' attitude and importance of native local foods in Busan and Gyeongnam areas. Culi Sci & Hos Res 15(1): 137-148.

Baik EJ, Hong WS (2016) Commercialization strategy based on analysis of domestic consumers' preference and awareness on South and North Korean regional cuisine. Korean J Food Cook Sci 32(6): 734-744.

Choi SK, Lee YJ, Ha MO (2006) A study on the dietary attitude and preference of native local foods in Ulsan area. J Korean Soc Food Cult 21(5): 446-455.

Choo JJ (2007) Perception and concerns regarding Jeollabuk-do local foods among university students in Jeollabuk-do. J East Asian Soc Diet Life 17(1): 20-26.

Ha DH, Kwon MY (2009) Awareness and knowledge on Korean traditional food among residents in Gyeongju and Pohang area. Culi Sci & Hos Res 15(2): 17-30.

Han KS, Song BC (2003) A study on discover and perception of the native local foods in Wonju region. J Korean Soc Food Cult 18(4): 365-378.

Hwang HS (2023) Hyangto Eumsik [Regional Foods]. Encyclopedia of Korean Culture. https://encykorea.aks.ac.kr/Article/E0062997 (accessed on 13. 9. 2026).

Joung KH, Shin SM (2006) A study on the recognition and preference of hometown foods given to university students in the Northwest area of Chungnam Korea. J East Asian Soc Diet Life 16(3): 227-241.

Kang IH (1988) Hangugui Mat [The Taste of Korea]. Daehan Textbook Co., Ltd., Seoul, Korea.

Kim MS (2022) Study on the recognition and preference for foods or processed foods using local specialties of college students majoring in food in Jeollabuk-do. Journal of Korea Academia-Industrial cooperation Society 23(2): 578-587.

Koo NS (1995) A study on college students' perception and preference of Korean traditional foods in Taejon. J Korean Soc Food Cult 10(4): 357-366.

Lee JS, Kim SJ (2010) A comparative study on cognition and preference of Korean traditional food classified by age in Busan. Korean J Community Nutr 15(3): 351-360.

Lee KJ, Park EJ, Park JH (2017) Analysis of trends in research on native local foods: Focused on domestic thesis. J Korean Soc Food Cult 32(2): 75-88.

Lee YJ (2006) Analysis of current use of local food of adults in Gyeongju classified by age. J Korean Soc Food Cult 21(6): 577-588.

Choi SK, Lee YJ (2004) A study on the recognition and

preference of university students for native foods in Gyeongju area. Journal of Foodservice Management 7(1): 157-174.

Min SH, Um JS, Oh IG (2005) Study on the perception and preference of the native local foods in Jecheon area. J East Asian Soc Diet Life 15(5): 504-515.

National Institute of Agricultural Sciences (n.d.) National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration. Agricultural Food Information System: Traditional Local Food Search [Internet]. https://www.naas.go.kr (accessed on 13. 9. 2026).

Oh ST (2010) Building up awareness of and preference for local brand foods: Focus on Dajeon Metropolitan City. J East Asian Soc Diet Life 20(5): 785-793.

Park AR, Cho MS (2010) The effect of storytelling on purchase behavior in local food restaurant. J Korean Soc Food Cult 25(6): 764-769.

Park SW (2004) The research of utilization and awareness on the traditional food of university students in Daejeon. J East Asian Soc Diet Life 14(4): 309-318.

Date Received Aug. 20, 2026
Date Revised Sep. 28, 2026
Date Accepted Oct. 08, 2026