



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 향토음식을 활용한
음식관광상품 개발 및
CVM을 활용한 경제적 가치 평가

Development of Jeju Food Tourism Product
and Estimating the Economic Value by
Contingent Valuation Method(CVM)

숙명여자대학교 대학원
외식경영학과 외식경영전공
안 소 정

석사학위논문

제주 향토음식을 활용한
음식관광상품 개발 및
CVM을 활용한 경제적 가치 평가

Development of Jeju Food Tourism Product
and Estimating the Economic Value by
Contingent Valuation Method(CVM)

숙명여자대학교 대학원
외식경영학과 외식경영전공
안 소 정

석사학위논문

제주 향토음식을 활용한
음식관광상품 개발 및
CVM을 활용한 경제적 가치 평가

Development of Jeju Food Tourism Product
and Estimating the Economic Value by
Contingent Valuation Method(CVM)

지도교수 윤지영

이 논문을 외식경영학 석사 학위 논문으로 제출함

2014년 6월

숙명여자대학교 대학원
외식경영학과 외식경영전공
안 소 정

안소정의 외식경영학 석사 학위 청구 논문을 인준함

제주 향토음식을 활용한
음식관광상품 개발 및
CVM을 활용한 경제적 가치 평가

Development of Jeju Food Tourism Product
and Estimating the Economic Value by
Contingent Valuation Method(CVM)

2014년 6월

심사위원장 김영신 교수 (인) 

위 원 윤희원 교수 (인) 

위 원 윤지영 교수 (인) 

숙명여자대학교 대학원

목 차

목차	i
표목차	iii
그림목차	v
수식목차	vi
국문요약	vii
제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 문제제기	1
제2절 연구의 필요성 및 연구목적	4
제2장 이론적 고찰	6
제1절 향토음식	6
제2절 제주 향토음식	8
제3절 음식관광	15
제4절 조건부가치측정법(CVM: Contingent Valuation Method)	19
제3장 연구방법	29
제1절 연구과정 및 연구방법	29
제2절 조사설계와 분석방법	38
제4장 연구결과	44
제1절 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품 개발 및 선정	44
제2절 일반인 설문조사 결과	55
제3절 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품 가치평가	68

제5장 결론	75
제1절 연구요약 및 결론	75
제2절 한계점 및 시사점	77
참고문헌	80
설문지	92
ABSTRACT	114

표 목 차

[표 2-1] CVM을 활용한 문화·관광자원 가치평가 선행연구: 국내	26
[표 2-2] CVM을 활용한 문화·관광자원 가치평가 선행연구: 국외	28
[표 3-1] 제주 향토음식	31
[표 3-2] 제주 음식관광자원	32
[표 3-3] 프로그램 가격	34
[표 3-4] 음식관광 프로그램 상품조합	35
[표 3-5] 전문가 평가항목	36
[표 3-6] 변수 선정	41
[표 3-7] 설문지 구성	42
[표 4-1] 음식관광 상품1	47
[표 4-2] 음식관광 상품2	47
[표 4-3] 음식관광 상품3	48
[표 4-4] 음식관광 상품4	49
[표 4-5] 음식관광 상품5	50
[표 4-6] 전문가 의견조사 결과1	51
[표 4-7] 전문가 의견조사 결과2	52
[표 4-8] 일반설문지에 활용된 음식관광 상품 예시	54
[표 4-9] 표본의 인구통계학적 특성	56
[표 4-10] 제주 관광 관련 특성	58
[표 4-11] 제주 향토음식에 대한 관심도 응답결과	60
[표 4-12] 제주 향토음식 인지도 및 섭취의사 신뢰도 분석결과	60
[표 4-13] 제주 향토음식 인지도 및 섭취의사 차이 분석결과	61
[표 4-14] 일반사항 및 관심도에 따른 인지도 상관분석 결과	64
[표 4-15] 일반사항 및 관심도에 따른 섭취의사 상관분석 결과	64
[표 4-16] 제주 향토음식의 문제점, 개발 필요성 및 개발 시 중점사항에 대한 응답결과	66
[표 4-17] 연령, 결혼여부에 따른 제주 향토음식 문제점 인식 교차분석결과	67

[표 4-18] 학력, 직업에 따른 제주 향토음식 개발필요성 인식 교차 분석결과	67
[표 4-19] 음식관광 수요도 조사결과	69
[표 4-20] 지불의사 여부 및 금액	70
[표 4-21] 지불의사금액에 영향을 미치는 요인 상관관계 분석결과	71
[표 4-22] 회귀분석 결과 요약	72
[표 4-23] 회귀분석 결과	73

그림 목 차

[그림 3-1] 연구과정	29
[그림 3-2] CVM 연구절차	37
[그림 3-3] 연구모형	40
[그림 4-1] 제주 향토음식 인지도, 섭취의사 분석결과	63

수 식 목 차

[수식 2-1]	20
[수식 2-2]	21
[수식 3-1]	39
[수식 3-2]	40
[수식 4-1]	74
[수식 4-2]	74

국 문 요 약

어느 지역이나 향토음식은 관광객의 경험과 즐거움을 결정하는 핵심적인 요소이며, 지역의 정체성과 이미지가 가장 잘 반영된 자원이다. 특히 제주 향토음식은 그 특징이 매우 뚜렷하며 종류도 많아 제주도 향토음식을 활용한 음식관광의 가능성은 매우 높다.

이에 본 연구에서는 제주 특수목적관광 자원의 하나인 향토음식을 활용한 음식관광 상품을 개발하고 개발한 상품에 대한 가치를 측정해 보고자 하였다. 연구자에 의해 개발된 총 5가지 음식관광 상품은 전문가 의견조사를 통해 수정·보완 되었으며 상품의 실현가능성 및 경제적 가치를 평가하기 위해 최근 10년 이내 제주를 방문한 경험이 있는 내국인 관광객 350명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

연구자에 의해 개발된 상품의 내용은 다음과 같다. [상품1]은 제주의 대표 재래시장인 ‘동문재래시장과 별미음식’을 테마로 한 상품으로 음식관광해설사의 동행아래 시장을 다니면서 제주 고유의 식재료에 대한 이야기를 듣고 향토음식을 선정해 맛보는 프로그램이다. [상품2]는 제주의 대표적 식재료인 ‘메밀과 팥’을 주제로 한 상품으로 메밀농사의 신인 ‘자칭비 신화’에 대한 이야기를 들으면서 제주 메밀밭과 팥농장을 돌아보고 관련 향토음식을 먹어보는 프로그램이다. [상품3]은 제주의 보존자원인 ‘제주해녀’를 테마로 한 상품으로 해녀박물관 및 김녕 해녀마을 방문해 제주 해녀에 대해 배우고 해녀가 채취한 식재료로 만든 음식을 시식하도록 구성하였다. [상품4]는 ‘제주의식주 체험’을 테마로 한 상품으로 성읍민속마을에 방문해 제주 식문화체험 후 제철 식재료를 활용한 향토밥상을 즐기는 프로그램이다. [상품5]는 제주 토종된장인 ‘푸른콩 된장’과 ‘향토 발효음식’을 테마로 한 상품으로 푸른콩 된장 만들기 체험 후 발효음식을 시식하는 프로그램이다. 이상 개발된 총 5가지 상품에 대한 전문가 의견조사 결과 주제관련성은 [상품5], 음식 및 장소선정의 적절성은 [상품2], 상품경쟁력과 소비자 매력도는 [상품3]이 가장 높은 것으로 나타났

으며 전체적 평가에서는 [상품5]가 가장 높게 조사되었다. 특히 [상품5]는 최근 트렌드에 잘 부합하며 체험요소가 소비자들의 신뢰감을 줄 수 있다는 것이 강점으로 꼽혔다.

개발 상품의 실현가능성 조사를 위한 내국인 관광객 설문조사 결과는 다음과 같다. 제주 향토음식 관심도의 경우 응답자의 67.8%가 보통이상이라고 응답해 높은 관심도를 보였다. 제주 향토음식에 대한 인지도는 평균 2.50, 섭취의사는 평균 3.50으로 대부분의 음식에 대해 섭취의사에 비해 인지도가 떨어지는 것으로 분석되었다. 향토음식 관심도에 따른 인지도와 섭취의사와의 상관관계를 분석한 결과 관심도가 높을수록 인지도와 섭취의사가 높아지는 것으로 나타났다. 또한 제주 향토음식의 문제점으로는 홍보부족과 비싼 가격이 지적 되었으며 개발필요성을 묻는 질문에는 전체 응답의 87.8%가 보통이상이라고 응답해 제주향토 음식의 개발이 필요한 것으로 나타났다.

개발된 음식관광 상품 중 가장 평가가 높았던 [상품 5]의 경제적 가치를 추정하기 위해 CVM을 활용한 지불의사금액을 질문한 결과 평균 58,534원으로 조사되었다. 지불의사금액에 영향을 미치는 요소를 확인하기 위해 상관분석과 회귀분석을 실시한 결과 음식지출비, 학력, 연령에 영향을 받는 것으로 나타났으며, 영향요소들을 고려한 추정 지불의사금액은 1인당 약 58,385원으로 계산되었다. 계산된 1인당 지불의사금액을 바탕으로 실제 음식관광 상품이 출시되었을 경우 경제적 가치는 연간 약 7,000억 원으로 추정되었다.

본 연구를 통해 제주 향토음식의 관광상품화를 위해서는 음식의 질과 맛을 향상시키고 적극적인 홍보를 통해 인지도를 높이는 한편 관광객들의 수용범위를 만족시키는 합리적 가격 결정이 필요함을 알 수 있었다. 본 연구는 제주의 다양한 관광자원 발굴의 일환으로 향토음식의 관광자원화 가능성을 확인하였으며 구체적 활용 방안을 제시했다는데 의의를 둘 수 있다.

주제어: 제주 향토음식, 음식관광, CVM

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 문제제기

관광수요가 다양해지고 관광욕구가 다변화되면서 관광기회와 횡수가 많아질수록 지역의 다양한 문화체험 욕구 및 활발한 활동, 지식습득 욕구가 증대하고 있다(이경모, 2005). 단순한 역사유물이나 자연경관만으로는 다양한 수요를 가진 관광객들을 만족시킬 수 없으므로 변화하는 다양한 관광객의 요구를 충족시킬 수 있는 여러 가지 자원을 활용한 체험관광상품이 필요성이 증대되고 있다(이연정 외, 2004).

체험관광 상품에 활용되는 여러 가지 관광자원 중 ‘음식’은 일상생활과 불가분의 관계를 가지고 있으며 생활습관, 문화, 예절 등이 반영되어 있는 것이다(이덕원 외, 2008). 특히 향토음식은 지역의 고유적인 관광자원으로 관광객이 가장 쉽게 접할 수 있고 관광객의 경험과 즐거움을 결정하는 핵심적인 요소이며, 지역의 정체성과 이미지가 가장 잘 반영된 필수적인 자원이다(Hall & Sharples, 2003). 한국문화관광정책연구원(2005)에 따르면 음식과 관련된 산업의 경제적 부가가치는 2조 6천억 원에 이르며, 음식이 관광산업에 미치는 부가가치 효과도 숙박, 운송, 오락시설보다 높은 것으로 밝혀졌다. 또한 과거에는 경관위주의 관광이 주류를 이루었다면 근래에 이르러서는 맛있는 음식을 찾아먹는 미식이 관광의 중요한 요소가 되고 있다(박보미 외, 2009; 이선희외, 2002).

이렇듯 음식이 한 나라의 문화를 이해하는 데 가장 큰 매개체이자 수익을 창출할 수 있다는 인식이 늘어나면서 프랑스나 이탈리아, 미국, 호주 등 관광선진국들은 각 지방별로 특색 있는 다양한 음식을 매력적인 관광자원으로 활용해 관광수입을 창출하고 있다(장혜진, 2003; 강다원, 2003).

우리나라에서도 음식이 다른 관광자원과 결합해 상승효과를 낼 수 있는 중요한 관광자원이라는 인식이 늘고 있으며, 최근에는 음식 자체가 관광의 직접적인 동기가 되는 경우도 생겨나고 있다(양일선

외, 2004). 2008년 ‘국가브랜드 맵’의 조사결과에 따르면, 한국하면 떠오르는 이미지로 ‘한국음식’이 2위를 차지하였으며, 관광자원으로서 전통음식의 매력성에 따른 구매의사 연구(박보미, 외 2009)에 따르면 전통음식의 매력성은 우수성, 문화성, 경쟁력 순 이였고, 전통음식의 매력성 평가가 구매의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 2012년 국민여행실태조사 결과에서도 내국인의 관광지에서 주요활동으로 자연 및 풍경감상(30.6%), 음식관광(17.2%), 휴식·휴양(16.3%), 야외 위락 및 스포츠 활동(9.4%) 순 이였다(문화체육관광부 2013). 이렇듯 음식뿐만 아니라 음식문화는 지역의 문화를 이해하고 지역의 경쟁력을 높이고 관광동기를 부여하는데 중요한 역할을 한다(고범석, 외 2004).

하지만 아직까지 우리나라 관광에서의 음식은 관광객들이 허기를 채우는 단순한 수단으로 여겨지고 있으며, 음식을 주목적으로 하는 관광은 아직 초기단계이다. 또한 대부분의 지역에서는 향토음식과 관광을 별개의 자원으로 구분하고 있어 지역의 특성을 살린 음식자원 발굴을 통한 상품개발 보다는 향토음식점 지정, 음식지구 지정, 음식관련 책자 발행 등의 제한적 활용만이 이루고 지고 있는 실정이다(이수진, 2010; 서윤정 외, 2011). 부분적으로 관광과 음식을 결합한 상품을 개발하려는 시도가 있으나 특색 있는 지역의 향토음식을 발굴해 이를 관광에 연결시키는 것이 어려워 실제 사례가 부족하며, 음식관광자원과 음식관광객의 수요를 파악해 향토음식 활용한 관광상품 개발전략에 대한 연구 또한 부족한 실정이다(이수진, 2010; 서윤정 외, 2011; 양일선 외, 2004).

우리나라에서 가장 각광받는 관광지로는 제주도를 들 수 있다. 제주도는 많은 관광자원을 지니고 있는 한국의 대표적인 관광지임에도 불구하고 향토음식 발굴 및 개발 부족, 음식관광체험 활동의 부재 등 음식관광을 위한 장소로서는 다른 지역과 마찬가지로 많은 취약점을 가지고 있다.

제주에서만 먹을 수 있는 다양한 향토음식이 존재함에도 불구하고 제주에 있는 대부분의 음식점이 생선회, 돼지고기,

해산물을 파는 관광음식점으로 차별성이 부족한 실정이다(주영하, 2012). 제주향토음식점 활성화에 관한 연구(문동일, 2005)에 따르면 제주의 향토음식점에서 판매하는 메뉴종류는 생선회를 포함해 15개 내외로 그 종류가 매우 적으며 메뉴의 대부분이 관광객이 선호하거나 조리법이 간단한 음식이라고 하였다.

2002년 제주발전연구원 연구결과 역시 가장 선호하는 제주 음식으로 옥돔구이, 생선회, 갈치조림, 흑돼지 요리 등 소수의 관광음식이 답변의 대부분을 차지하였다. 이러한 현상의 결과로 제주 향토음식은 다른 관광자원과는 달리 중요성과 가치를 인정받지 못했으며 경제적 가치 또한 낮게 인식되었다.

향토음식이 관광자원으로서 가치를 가지려면 관광객이 제주를 방문했을 때 다른 곳에서는 얻을 수 없는 특별한 경험을 제공하는 것이 중요하다. 이러한 점에서 제주도는 바다 한가운데 있는 섬이라는 지형적 특징으로 육지와는 매우 다른 음식문화가 발달했으며 몸국, 도새기새끼회, 보리싹다리, 갱이죽 등 많은 종류의 향토음식이 제주에서만 생산되는 식재료를 활용해 제주 특유의 조리법으로 만든 음식으로 제주의 식문화가 잘 반영되어 있다. 또한 지리적 특성상 타지역에 비해 연중 따뜻해 다양하고 신선한 식재료를 사시사철 활용할 수 있었기 때문에 그 가짓수 또한 무려 400여종으로 전주지방 280여종, 오키나와 150종에 비해 월등히 많다(오영주, 1998). 이렇듯 음식 하나하나가 향토음식으로서의 특징을 뚜렷하게 가지고 있으며 그 종류 또한 많아 제주도 향토음식을 활용한 음식관광의 가능성은 매우 높다. 따라서 본 연구에서는 관광자원으로서 제주향토음식을 가치를 확인하기 위해 이를 활용한 음식관광상품을 개발 및 실현가능성을 검토해 제주도 음식관광의 방향 제시하고자 한다.

제2절 연구의 필요성 및 연구목적

제주를 방문하는 내국인의 관광특성을 살펴보면 재방문 여행객이 65.3%로 특히 4회 이상 방문객이 34.9%로 매우 높은 비중을 보이며 방문횟수가 늘어날수록 자유여행과 개별여행을 선택하는 경향을 보이고 있다(제주 관광협회, 2013). 방문횟수가 늘고 관광기회가 많아질수록 관광객들은 자연경관뿐만 아니라 다양한 관광자원을 체험하고자 하는 욕구가 늘어나게 된다(이경모, 2005). 국민여행실태조사결과에 따르면 국내 관광 주요목적과 활동이 자연 및 풍경감상, 음식관광, 레저의 비중이 늘어나고 있으며 단순 휴식·휴양이 감소하고 있는 추세이다(문화체육관광부, 2011). 따라서 이러한 추세에 부응하는 새로운 체험관광상품 개발이나 기존 관광에 체험적 요소가 가미된 상품개발의 필요성이 높아지고 있다.

실제로 국내여행 관광상품 개발자를 대상으로 한 제주도 관광상품 개발 설문조사 결과에 따르면, 응답자의 상당수가 다양한 관광상품 개발이 필요하다고 응답하였으며, 특히 제주도가 경쟁력 있는 관광지가 되기 위해 가장 중점을 두어야 할 사항으로는 다양한 관광상품 개발(31.4%), 특색 있는 이벤트 개발(30.4%)로서 그중에서도 우선적으로 개발해야할 여행상품 내용에 대한 의견은 체험형 상품(44.1%)로 가장 높게 나타났다(제주관광협회, 2006).

제주를 방문한 관광객을 대상으로 한 조사 역시 음식을 활용한 ‘제주음식기행’과 같은 체험관광 상품 개발 시 이용의사를 묻는 질문에 이용의사가 있다는 응답이 89.9%로 나타나 체험관광 상품에 대한 소비자의 수요 역시 높게 나타났다(제주발전연구원, 2002).

이러한 결과는 앞으로의 제주관광은 단순히 자연경관만을 구경하는 기존의 1차적 관광개념으로는 한계가 있으며, 산업간 융·복합화를 통한 새로운 관광상품 개발의 필요성이 증대되고 있다는 것을 시사한다(이수진, 2010; 서윤정 외, 2011).

음식관광상품은 1차, 2차, 3차 산업이 결합한 대표적인 융·복합 상품으로 향토음식을 활용한 음식관광상품은 단순히 관광객에게 먹는 즐거움만 제공하는 것이 아니라 지역의 식문화를 통해 지역의

정서를 느끼게 하고 관광동기를 부여할 수 있다. 또한 관광객이 지역의 특별한 향토음식을 먹기 위해 해당 지역을 찾아오게 만들어 음식과 관련한 다양한 산업의 소비를 촉진하는 효과도 가져올 수 있다(오혁수, 1999; 차석빈, 외 2000). 이렇듯 향토음식의 관광자원화를 통한 효과는 관광수입이 증대하는 경제적인 파급효과 뿐만 아니라 비경제적인 효과 즉 사회·문화·교육 등에 미치는 영향이 매우 크며 관광지로서 제주도의 가치를 향상시키는데도 크게 이바지 할 수 있다.

그러므로 제주의 향토음식을 중요한 관광자원으로 인식하고 국내·외 음식관광 수요확대에 맞춰 제주 향토음식을 활용한 음식관광 활성화 방안이 제시되어야 할 필요성이 있다. 하지만 지금까지 음식관광자원발굴과 제주 음식관광객 수요에 대한 체계적인 분석이 부족하며 제주도가 음식관광지로서 나아가야 할 기본적인 방향조차 설정되지 못했다. 따라서 본 논문의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 변화하는 관광수요에 대응할 수 있는 새로운 체험형 관광상품은 무엇인가?

둘째, 한국의 대표적인 관광지인 제주도의 관광현실에서 개발될 수 있는 새로운 체험형 상품인 음식관광상품 개발방향은 어떠한가?

셋째, 음식관광상품이 제주도에 미치는 경제적, 비경제적 효과는 어떠한가?

이러한 연구문제를 바탕으로 도출된 연구목적은 다음과 같다. 제주 향토음식 중 음식관광자원화가 가능한 향토음식을 발굴하고 다양한 음식관련 자원을 활용한 음식관광 상품을 개발해 제주 향토음식의 문화적·경제적 가치를 증대시킬 수 있는 방안을 모색하고자 한다. 또한 음식관광 상품의 실현가능성과 가치를 평가해 음식관광지로서 제주도의 가능성을 확인하고 제주도 관광산업 다변화 방향을 제시하는데 기초자료를 제공하고자 한다.

제2장 이론적 고찰

제1절 향토음식

1. 개념적 정의

향토음식이란 그 지역에서 생산되는 특산물을 활용해 과거부터 전해 내려오는 고유의 조리법으로 만들어 그 지역 사람들이 많이 먹는 음식으로 해당 지역의 역사적 배경과 문화적 특징을 잘 나타내는 음식을 말한다(박성수, 2003; 심선아, 2003; 이상아, 1997). 향토음식의 개념과 특징은 학자에 따라 다양한 견해가 있으나 연구자들의 견해를 정리하면 다음과 같은 특징이 도출된다.

첫째, 향토음식에 사용하는 재료는 해당 지역에서 주로 많이 생산되는 특산물을 활용해야 한다. 지역에 따라 지리적인 조건·기후·풍토에 따라 생산되는 식재료가 다르기 때문에 그 지방에서만 찾아볼 수 있는 특산물이여야 한다는 것이다(오혁수, 1999; 심선아, 2003; 이덕원, 외 2008).

둘째, 해당지역에서 생산되는 식재료를 활용하지 않고 타지역으로부터 생산되는 식재료를 사용하더라도 음식의 조리법에 있어서 그 지방에서만 전수되는 고유한 조리법으로 만들어 그 지역 사람들이 과거부터 현재까지 계속 먹고 있어 음식에 그 지역의 정서가 반영되어 있어야 한다(오영주, 외 1998; 이상아, 1997; 오혁수, 1999; 이덕원, 외 2008).

셋째, 보편적인 식재료를 사용하더라도 지역에 따라 역사적으로 전해 내려오는 조상들의 생활풍속이나 의례성 등 음식에 문화적 특징이 반영되어 있어 음식을 통해 그 지역의 문화를 이해하는데 도움을 줄 수 있어야 한다(오혁수, 1999; 박성수, 2003).

이렇듯 지역의 향토음식은 지역의 자연·지리적 조건, 역사성, 문화적 특징이 어우러지면서 그 지역에서 끊임없이 생성되고 소멸되는 과정을 거치면서 형성된 것으로 주변 지역의 음식과 분명한 차별성을 띄게 된다(한역, 1996; 배영동, 2006).

2. 선행연구

향토음식의 소비는 그 맛 자체가 즐거움을 줄 뿐만 아니라 도시의 관광객들에게 정서적 만족감을 제공해 지역의 관광을 활성화시키는 중요한 요소가 될 수 있다. 이뿐만 아니라 건강을 중요시 여기는 소비자가 늘어나면서 방문지역의 신선한 식재료를 구매하거나 섭취하려는 경향이 늘어나고 있어 향토음식은 관광객들에게 새로운 관광동기를 부여하는 요소로 작용한다(Cohen & Avieli, 2004). 또한 향토음식은 그 지역을 알릴 수 있는 장소마케팅 도구이자 타지역과 차별화된 상품을 개발할 수 있는 중요한 소재로 개발지역의 특산물을 적극적으로 활용한 상품은 농가소득 창출, 지역 이미지제고, 일자리창출 등에 기여한다(Rand & Health, 2006; Rand, Health & Albert, 2003). 이렇듯 향토음식 상품화에 대한 연구의 중요성이 매우 크기 때문에 많은 연구자들에 의해 다양한 지역의 향토음식에 대한 연구가 이루어지고 있다.

차석빈 외(2003)는 향토음식을 관광객들에게 그 지역을 방문하는 동기를 제공하며 소비 촉진에도 도움을 주는 중요한 관광자원으로 인식하고 향토음식 발굴 및 메뉴개발에 대한 연구를 진행하였다. 최경희(2003)와 김상애(2007) 역시 대전시와 남해 지역의 향토음식에 대한 조리법을 체계화해 향토음식 표준화 방안을 제시하였다. 이뿐만 아니라 지역 주민들의 향토음식 개발과 의식에 관한 연구, 지역 향토음식 소비주체인 내·외국인의 인지도, 기호도, 만족도가 방문에 미치는 영향을 분석해 향토음식 개발과 대중화의 기초자료를 제공한 연구도 이루어졌다 (이연정 외, 2008; 이승진, 2005; 서연정, 2005). 또한 김상철(2000)은 지역축제를 통한 향토음식 관광상품화를 위해 국내외의 음식을 활용한 축제를 비교해 앞으로 나아갈 방향을 설정하였으며, 박진영 외(2000)는 남도음식축제에 방문한 관람객을 대상으로 축제의 중요도-성취도를 분석해 앞으로 개선할 부분과 효율적인 관리 방안을 제시하였다.

향토음식의 관광상품화를 위한 스토리텔링 활용에 관한 연구도 많이 이루어졌다. 김한수(2012)에 따르면 지역의 경제적·비경제적

과급효과를 창출하기 위해서는 지역이 보유한 자원을 최대한 활용하고 이에 더해 관광객에게 흥미를 불러일으킬만한 스토리를 부여한 체험관광상품 개발의 필요성을 시사하였다. 송영애 외(2013) 역시 향토음식 스토리텔링이 소비자 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구를 통해 스토리텔링이 있는 경우 지식정도와 상관없이 행동의도에 긍정적인 영향을 미치게 되므로 향토음식 활성화를 위한 스토리텔링의 중요성을 강조하였다.

이렇듯 향토음식에 대한 선행연구는 향토음식의 인지도 및 선호도와 소비행동에 관한 연구, 조리법 표준화 및 영양성분에 관한 분석이 대부분으로 향토음식의 관광자원화를 위한 스토리텔링 활용에 관한 연구가 이루어지고 있으나 초기적인 단계이다(최정숙, 2009). 따라서 본 연구는 향토음식의 관광자원화를 위한 구체적인 상품화 방향에 대한 연구를 진행하고자 한다.

제2절 제주 향토음식

1. 특징 및 현황

향토음식의 정의에 비추어 제주 향토음식은 지역의 특산물을 활용해 특정한 조리법으로 만들어 오랫동안 섭취해온 음식으로 문화적 특징이 반영된 제주 고유의 음식의 의미한다고 할 수 있다. 특히 제주향토음식은 지리적 특성상 육지와는 멀리 떨어진 지역으로 사면이 바다로 둘러싸여 있을 뿐 아니라, 섬 안에서도 위치에 따라 뚜렷하게 구분되는 자연환경으로 인해 다양한 식재료를 활용하는 음식문화가 형성되었다. 즉 제주도의 음식문화는 자연환경의 영향을 많이 받았으며, 생활풍속을 잘 반영하고 있어 지역 주민의 생활상을 잘 표현하고 있다(진성기, 1985). 이러한 제주 향토음식의 특징을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 제주의 자연환경은 육지와 크게 달라 흙의 70%가 화산재로 이루어져 있으며 자갈과 돌이 많아 농사짓기 어려운

토양이다(오영주, 2003). 이러한 이유로 벼농사와 쌀농사가 아주 적고 조, 피, 보리, 메밀, 콩, 팥, 녹두, 깨 등의 잡곡이 주를 이루며 감자, 고구마의 생산이 많다. 따라서 곡물가루를 이용한 음식이 많고 쌀이 귀해 평소에는 보리, 조, 팥 등을 넣은 거친 잡곡밥을 많이 먹어 다양한 국류(생선국, 해초국, 채소국)가 발달한 것이 특징이다. 메밀범벅, 개역(볶은보리가루 음료), 상애떡(발효보리빵) 등은 이러한 특징이 잘 드러나는 예이다(오영주, 1998; 주영하 외, 2007).

둘째, 지형적, 지리적 특성상 농사가 쉽지 않아 구황음식이 발달하였다. 주식인 잡곡밥과 범벅, 죽, 고구마 등으로 주로 기근을 이기기 위한 음식이 많았다. 또한 제주도는 아열대성 기후로 약용식물이 풍부해 기력보충용 약술과 약재를 첨가한 엿류가 다양한 것이 특징이다(오영주, 1998; 주영하 외, 2007).

셋째, 제주에서는 대부분의 여인들이 생업에 뛰어들어 일하는 경우가 많아 요리할 여유가 없었다. 이 때문에 제주 음식의 조리법은 신선한 식재료를 그대로 장에 찍어먹거나 가볍게 끓이는 단순한 조리방법으로 조리시간이 짧고 영양손실을 최소화하였으며, 양념을 많이 사용하지 않고 식품고유 자연의 맛을 살린 것이 특징이다. 따라서 제주의 국류 대부분은 된장을 물에 풀어 생선과 야채를 넣은 냉국이나 물회, 생선국, 맑은 된장국이 주를 이룬다(오영주, 1998; 문동일; 2005, 주영하 외, 2007). 또한 다른 지역에 비해 고춧가루 보다는 된장과 젓갈을 많이 사용하는 것이 특징이다(김지순 2005).

이와같이 향토음식으로서의 특징이 뚜렷한 다양한 제주 향토음식이 존재함에도 불구하고 사람들에게 잘 알려지지 못하고 점차 사라져 보존·계승이 어려워지고 있다. 그 이유 중 하나는 제주 향토음식에 활용되는 대표적인 식재료가 줄어들고 있기 때문이다. 특히나 모자반의 경우 환경파괴로 인해 제주 근해에서 생산이 급격히 감소했으며, 제주의 잠녀(해녀)가 사라지고 있어 소라, 전복, 해삼, 오분자기, 성게 등의 수확물이 줄고 있다(허남춘 외, 2007). 뿐만 아니라 제주 향토음식 조리법의 기본이 되는 간장과

된장을 담그는 가정이 줄어들고 있어 고유의 조리방법과 맛이 사라지고 있다. 실제로 고양숙(1995)의 조사결과에 따르면 제주도 가정에서 간장과 된장을 집에서 담그지 않는다는 답변이 51%로 나타났다. 이러한 현상은 현재 더 가속화 되어가고 있을 것으로 짐작 할 수 있으며 이것은 제주도의 전통 식문화를 계승하는데 영향을 미친다고 할 수 있다(허남춘 외, 2007). 이러한 이유뿐만 아니라 제주 향토음식에 대한 인지도가 낮을수록 기호도도 떨어지는 것으로 나타나 제주 향토음식에 활용되는 식재료나 만들어진 음식이 생소해 인지도가 낮으며 홍보 또한 제대로 이루어지지 않아 소비가 활발하게 이루어지지 못하고 있는 것이 가장 큰 이유라 지적할 수 있다(안학영 외, 2009; 양태석, 2009).

2. 제주 향토음식의 종류¹⁾

1) 주식류

제주의 주식은 지리적 특성상 논농사가 힘들어 주로 조와 보리, 메밀을 활용한 밥, 죽, 국수, 범벅, 개역(곡물가루)을 많이 먹었다. 밥은 주로 조와 보리를 사용해 다양한 잡곡류(수수, 메밀, 콩, 팥, 녹두, 산도, 피)를 혼합해 지었으며 흉년이 자주 들어 곡식이 부족해 감자, 고구마, 채소류, 해조류를 많이 섞기도 하였다.

죽은 밥 대신 허기를 채우기 위한 것으로 곡물에 여러 가지 부재료(두류, 채소류, 고기류, 또는 어패류)를 섞어 쉽게 만들어 먹을 수 있으며 구황식품으로 적합해 다양한 종류의 죽이 발달하였다. 제주의 죽은 상대적으로 부족한 탄수화물에 다양한 재료를 섞어 영양을 보충하는 역할을 해 섬이라는 특수한 자연적 환경에서 어떻게 적응하는지 잘 보여주는 음식이다(허남춘 외, 2007). 다양한 죽 종류 중 전복죽이 가장 많이 알려진 것으로 제주도 전복죽이 육지와 다른 점은 조리 시 반드시 내장이 들어간다는 점이다. 그 이유는 내장 특유의 진한 연두빛으로 색과 맛으로 제주산인지 아닌지, 자연산인지 양식인지 여부를 확인할 수

1) 허남춘, 주영하, 오영주(2007). 농촌진흥청(2008)을 참고해 연구자 제작성

있기 때문이다. 이 밖에도 제주도 바닷가에서 많이 생산되는 식재료인 보말, 강이(게), 옥돔 등으로 죽을 만든다.

국수류는 쫄면수에 칼국수보다 두껍게 썬 메밀반죽을 넣어 끓인 후 양념한 쫄면고기와 실과와 무채를 넣어 먹는 쫄면국수, 삶은 건면에 돼지고기 육수를 넣고 돼지수육을 얹은 고기국수가 대표적으로 고기국수는 메밀칼국수를 변형시켜 만들 것이다.

이밖에도 제주에는 다양한 종류의 잡곡을 많이 생산해 곡물가루를 활용한 음식이 많다. 범벅은 고구마를 큼직하게 썰어 냄비에 넣고 물을 자작하게 부어 고구마가 어느 정도 익으면 메밀가루를 넣어 섞은 후 소금으로 간을 해 눌러 붙지 않게 뜸을 들인 후 먹는다. 해변에서는 게에 곡물가루를 묻혀 뜨거운 물에 익힌 ‘강이범벅’을 많이 먹는다. ‘개역’은 곡식을 볶아 가루로 만들어 물에 타 먹거나 밥에 섞어 먹는 것이다.

2) 국류·찌개류

제주의 국은 생선이나 해산물로 끓이는 것이 많고 육지와 달리 열처리를 하지 않고 생된장을 많이 사용하며 오래 끓이는 찌개류와 탕류가 별로 없다는 것이 특징이다. 냉수에 된장을 풀어 다양한 식재료(툇·미역·청각 등의 해조류, 오이·배추 등 채소류)를 넣어 먹는 냉국과 양념한 생된장에 자리, 한치 등의 싱싱한 회를 버무린 후 갖은 채소를 넣어 냉수를 부어먹는 ‘물회’가 대표적으로 특히 ‘자리물회’는 제주인이 가장 좋아하는 음식으로 지역의 정체성을 가장 잘 나타내는 대표적인 음식이다(허남춘 외, 2007).

채소류와 해조류의 경우 된장을 풀어 끓이는 경우가 많다. 계절에 따라 봄에는 양하순에 된장을 넣고 끓인 ‘양애국(양하국)’을 많이 먹는데 양하는 아시아 열대지방이 원산지인 식물로 제주에서 많이 생산되며 특 쏘는 맛과 아삭한 식감으로 장아찌, 국, 무침으로 많이 먹는다. 여름에는 끓는 멸치국물에 손질한 호박잎과 보릿가루를 넣어 걸쭉하게 만든 국물에 간장으로 간을 한 ‘호박잎국’, 가을·겨울에는 날콩가루에 배추나 무를 넣고 끓인 ‘콩국’을 많이 먹는다. 콩은 육지와 달리 생콩가루를 활용하는 것이

특징이며 가을과 겨울철에 중요한 단백질 공급원으로 활용되었다.

제주도 사람들은 돼지고기를 이용한 국을 많이 먹는데 돼지고기와 고사리로 끓인 ‘육개장’, 몸(모자반)과 돼지고기로 끓인 ‘몸국’, 돼지족을 삶은 국물에 미역을 넣고 마늘과 소금으로 간을 한 ‘아강발(돼지족)국’ 등이 있다.

또한 제주에서 생산되는 싱싱한 해산물을 활용한 국이 많다. 생선의 종류에 따라 함께 넣는 채소·해조류가 달라지는데 옥돔에는 미역이나 무를 넣은 옥돔미역국, 고등어는 배추와 함께 사용한다. 갈치를 사용한 국은 육지와 달리 호박이 반드시 들어가며 배추, 다진마늘, 풋고추로만 간을 해 담백하다는 것이 그 특징이다. 이밖에도 각재기(전갱어), 뽕(멸치의 일종)에 배추를 넣고 된장으로 양념해 끓인 ‘각재기국’, ‘뽕국’ 과 미역에 성게를 넣어 끓인 ‘성게미역국’ 등이 있다.

3) 찬류

제주의 찬류는 된장, 젓갈, 장아찌를 기본으로 어패류를 활용한 음식이 많다. 제철에 잡히는 다양한 종류의 생선(자리, 갈치, 우럭, 뽕(멸치), 쥐치 등)을 회로 먹거나 살짝 말려서 구워 먹는다. 조림류는 국물이 많고 양념이 적은 것이 특징으로 고등어에는 무, 우럭에는 콩을 넣고 다진마늘, 풋고추, 간장으로 간을 해 조리다.

채소류나 해조류는 톳을 물에 불려 된장으로 양념해 무친 톳무침을 많이 먹고 채소류를 활용한 무침으로는 초마기(어린무청)무침, 양하무침, 고사리무침, 풋마늘무침 등이 있다. 제주도 무침 조리법의 특징은 소금, 간장 된장을 기본으로 참기름을 거의 쓰지 않으며 된장은 생된장을 사용한다는 것이다.

제주도 음식용어는 장아찌라는 말을 사용하지 않고 절인 음식에 ‘지’를 붙이는데 ‘마농지(풋마늘장아찌)’, ‘초피지(산초장아찌)’, ‘양애간지(양하장아찌)’ 등이 있다. 마농(풋마늘)과 양하는 간장에 절이며 마늘뿌리나 초피(산초)는 된장에 묻었다 먹는다.

제주는 해산물이 많이 생산되어 다양한 젓갈류가 발달하였는데 대표적인 젓갈로는 식재료를 소금에 절여 발효시킨 ‘자리젓’, ‘뽕젓’,

‘게웃(전복내장)젓’, 간장에 갱이(게)를 넣어 발효시킨 ‘갱이젓’이 있다. 제주의 젓갈은 육지와 달리 양념용이 아닌 밥반찬용으로 콩잎이나 깻잎, 배추등과 함께 짬으로 많이 먹는다.

제주는 육지와 달리 고추재배가 쉽지 않고 날씨가 따뜻해 김치가 금방 시어져 김장을 하지 않고 제철 채소를 활용해 별미김치를 많이 먹는다. 대표적인 것으로 ‘동지김치’가 있는데 배추나 무에서 돌아난 장다리 꽃대 ‘동지’를 소금에 절인 후 고춧가루, 파, 마늘 등의 양념에 버무린 것이다. 이밖에도 갓김치, 달래김치, 부추김치, 파김치, 무김치 등이 있다.

4) 술류·기호식류

제주는 날씨가 덥고 습해 누룩을 빚기에 좋은 기후이며 다양한 종류의 산열매와 약초의 종류가 다양해 잡곡 또는 고구마로 빚은 소주에 여러 가지 약재, 꽃, 열매를 담근 침출주나 함께 발효시킨 증류주도 발달되었다. 대표적인 향토술로는 ‘오메기술’, ‘고소리술’, ‘제주강술’이 있다. ‘오메기술’은 좁쌀로 구멍술떡(오메기떡)을 빚어 누룩과 함께 발효시킨 양곡주로 한국의 민속주 중 구멍떡으로 빚은 유일한 술로 보존가치가 높다. 이 오메기술을 증류한 것이 ‘고소리술’이다. ‘강술’은 오메기떡에 물누룩을 섞어 물을 넣지 않고 발효시킨 것으로 마실 때 물을 타서 마신다.

제주에는 보신이나 약용으로 엿을 많이 만들어 먹었는데 추위를 이기기 위한 ‘닭엿’, 봄철에 약용으로 쓰인 ‘꿩엿’, 천식을 앓는 사람에게 쓰인 ‘돼지고기엿’이 대표적이며 이 밖에도 ‘익모초엿’, ‘취엿’, ‘호박엿’, ‘마늘엿’ 등이 있다. 닭엿을 만드는 법은 닭을 삶은 국물에 차조밥을 짓고 여기에 엿기름가루를 넣고 버무려 삭힌다. 이것을 주머니에 넣고 짠 후 나오는 엿기름물과 닭 삶은 물을 섞어 고 고아질 때 쫄 닭살과 통깨를 넣어 식힌다.

기호식은 크게 떡과 음료류로 나누어지는데 떡류로는 보리가루나 밀가루에 탁주를 부어 혼합해 발효시킨 후 소를 넣어 찌낸 ‘상애평’이 대표적으로 현재에는 밀가루와 보리가루를 혼합해 막걸리나 이스트를 넣어 발효시킨 보리빵으로 변형되어 판매되고

있다. 이밖에도 술을 빚을 때 쓰는 오메기떡을 변형해 차조로 반죽한 떡에 팔소를 섞은 ‘오메기떡’과 메밀반죽을 얇게 부쳐 무나물을 싸먹는 ‘빙떡’ 등이 있다. 음료류로는 밥에 누룩가루를 넣어 발효시킨 ‘쑤다리’, 흑오미자에 꿀을 넣고 저온에서 발효시켜 뜨거운 물이나 찬물을 타서 마시는 ‘발효오미자차’ 등이 있다.

3. 선행연구

제주향토음식에 대한 선행연구를 살펴보면 과거에는 제주도의 자연적, 역사적 특징에 따른 제주향토음식의 조리법의 특징(오혁수 외, 1999; 이정희, 1994)이나 제주향토음식의 현황(오영주 외, 2001) 등에 관한 연구가 많았던 반면에 근래에는 제주방문 관광객들을 대상으로 음식서비스 품질에 대한 인식에 관한 연구를 통해 시장을 세분화 하고(이영란 외, 2011; 양성수 외, 2009), 제주 향토음식에 대한 인지와 소비행동, 선택속성 등에 따라 소비행동이 달라지는 것에 대한 연구(안학영 외, 2009; 강성일 외; 2010, 양태석, 2009) 등이 이루어지고 있다.

전통음식 개발을 위한 결정요인에 관한 연구(김경호, 조문수 2002)에서는 기존에 연구되었던 전통음식 개발에 대한 이론적인 고찰과 중요도에 대한 요인분석을 통해 제주전통음식이 지역의 문화임을 인지하고 전통음식을 보존·개발하는 개발방안을 제시하였다. 특히 전통적으로 내려오는 천연식재료 이용의 중요성을 강조하였고 이를 활용한 음식은 이용자의 기호에 맞게 개선, 발전시킬 필요가 있음을 지적하였다.

이영란 외(2009)는 제주향토음식점을 이용객을 대상으로 관여도에 따른 음식관광객이 지각하는 서비스 품질차이를 검증하였으며 이를 통해 관여도에 따른 시장세분화와 서비스 품질 중 음식의 품질이 고객만족 향상의 핵심 전략임을 강조하였다.

또한 제주 향토음식 선택속성이 고객행동에 미치는 영향에 관한 연구에 따르면 향토음식의 구전 효과를 높이기 위해서는 이벤트, 메뉴에 대한 설명을 통한 메뉴마케팅이 필요한 것으로

나타났다(양태석 외 2009).

이러한 연구결과로 볼 때 제주 향토음식을 단순히 지역의 음식 뿐 이라는 이미지에서 벗어나 관광자원으로서의 가능성에 대한 연구들이 진행되고 있는 것을 알 수 있다. 또한 생소한 향토음식에 대한 다양한 홍보 및 체험이 활성화 되어 관광객의 인지도가 높아지면 그 음식을 시도하는 경우가 많아지고 기호도나 선호도 또한 높아져 자연스럽게 소비로 이어질 것이라 생각된다. 하지만 선행연구를 통해 도출된 결과의 대부분이 단순히 홍보와 메뉴개발의 필요성 정도만을 강조하고 있어 향토음식 활성화를 위한 구체적인 방법을 모색하고 관광상품 개발 방향에 대한 다양한 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

제3절 음식관광

1. 개념적 정의 및 특징

음식관광은 준비된 음식을 맛보거나 즐기기 위해 여행하는 행위로 음식을 통해 즐거움을 찾는 것이며, 고급 레스토랑이 아니더라도 지역의 특색 있는 음식을 통해 방문지역에서 기억할만한 경험을 하는 행위이다(Cohen 외, 2004; Quan 외, 2004; Santich, 2004). 이는 특수목적관광(Special Interest Tour: SIT)의 일종으로 특수목적관광은 하나의 주제를 가지고 특별한 관심을 가지는 분야에 대한 지식과 경험을 높이기 위해 떠나는 관광이다. 이러한 특수목적관광은 학력, 국민소득, 여행기회 증가에 따라 단순한 휴식으로의 의미를 넘어 여행을 통해 자아실현을 할 수 있는 관광상품에 대한 수요가 높아지게 된 것에서 비롯된다(Weiler& Hall, 1992). 이중 음식관광은 지역의 식재료 생산자를 방문하고 음식축제에 참여하며 레스토랑이나 특정한 장소에서 음식을 시식하거나 음식이나 식재료와 관련된 체험을 하는 것이 여행의 동기로 작용하는 관광이라고 정의할 수 있다(Hall&Mitchell,

2001).

음식관광은 기존 관광 상품과는 다른 독특한 특성을 갖는다. 대부분의 관광객들은 여행하는 동안 ‘음식’을 소비하며, 여행 중에 만족스런 음식경험은 관광지의 선호도를 높여준다. 음식관광은 일반관광과는 달리 관광객의 오감(五感)을 모두 자극하는 매력적이고 흥미로운 문화관광 상품으로 다양한 공간과 장소에서 다채로운 활동과 체험, 이벤트 등을 즐길 수 있다는 것이 가장 큰 특징이다. 또한 음식관광에서 활용하는 지역의 향토음식은 지리적 특성 및 그 지역의 고유한 문화와 역사를 담고 있는 차별화된 관광자원으로 사시사철 다양한 식재료와 음식을 통해 즐길 수 있어 다양한 형태의 개발이 가능하다. 또한 지역의 향토음식을 활용한 관광상품 개발은 방문객 증가로 인한 매출증가, 특산물 판매 증가, 지역 고용창출효과 등 다양한 연관 산업과 동반성장이 가능해 지역경제 활성화에 큰 도움을 줄 수 있다(서윤정 외, 2011, 김태희, 외 2011).

많은 사람들이 음식관광을 유명한 레스토랑이나 와인농장 등을 방문하는 것으로 생각하고 있으나 ICTA (International Culinary Tourism Association)에 의하면 음식관광이란 단순히 레스토랑을 방문하는 것이 아니라 특별한 종류의 음식이나 특정 지역의 고유음식, 유명한 주방장의 요리를 맛보거나 음식축제·이벤트참가, 식재료를 체험하는 등의 기억할만한 음식과 관련된 경험을 모두 포함한다고 하였다.

위와 같은 활동이 여행의 주요 동기가 되어야 하며 여행 동기로서 음식에 대한 관심 정도와 관광객의 활동에 따라서 그 종류가 세분화될 수 있다. 음식에 대한 관심이 높을 경우 식도락 관광(Gourmet tourism), 미식관광(Gastronomic tourism), 퀴진관광(Cuisine tourism)이 해당된다. 이 범주에 속한 관광객은 관광지를 찾는 주된 목적이 음식과 관련된 장소를 방문하기 위한 것이며, 관광객이 하는 활동의 대부분이 음식과 관련된 것으로 단순히 음식을 시식하는 것뿐만 아니라 음식과 관련된 지식을 습득하고 음식을 배우거나 식재료를 수확하는 등 음식과 관련된 다양한 체험을 하는 것을 통해 관광의 즐거움을 찾는다.

음식에 대한 관심의 정도가 중간정도인 경우 요리관광(Culinary tourism)에 해당되며 이 범주의 관광객은 관광지에서 다양한 경험을 하기위해 음식과 관련된 장소를 방문해 음식을 먹어보거나 여러 가지 관광활동 중의 하나로 음식과 관련된 활동을 한다.

마지막으로 음식에 대한 관심이 제일 낮은 경우로 농촌·도시관광(Rural·Urban tourism)이다. 이 범주의 관광객은 도시나 농촌을 다양한 목적을 가지고 관광하면서 단순한 호기심을 충족하기 위해 음식과 관련된 장소를 방문해 음식을 섭취한다(Hall&Mitchell, 2002; Wanger, 2001; Hall&Sharles, 2003).

위와 같이 음식관광 동기에 따라 그 종류가 세분화 될 수 있으며 이러한 음식관광에 활용되는 음식관광자원은 크게 시설, 활동, 이벤트, 조직으로 분류된다.

첫 번째로 ‘시설’의 경우 향토음식점, 양조장, 식재료상점, 레스토랑, 농장 등이 있으며 두 번째로 ‘관련 활동’의 경우 음식섭취, 식재료 구매, 요리배우기, 와인 테이스팅, 음식관련 서적 읽기 등이 있다. 세 번째로 ‘이벤트’의 경우 음식축제, 와인축제, 푸드쇼, 음식관련제품 런칭쇼 등이 있다. 마지막으로 ‘음식관련 조직’은 지역의 음식관련 자원을 인증할 수 있는 시스템과 이를 진행하고 관리하는 기관을 들 수 있다(한국문화관광정책연구원, 2006; Smith&Xiao, 2008).

2. 선행연구

음식관광과 관련한 선행연구로는 음식관광 소비자의 인식 및 요인분석에 대한 연구(김은혜, 이민아 2010)에 의하면 향후 지역의 특색 있는 음식을 먹기 위해 음식관광을 할 의사가 있다는 응답자가 91.2%로 내국인 역시 음식관광에 대한 관심도가 높은 것으로 나타났다.

그러나 현재 국내의 전통음식관광 상품화 현황에 대한 연구를 살펴보면 국내 교육기관이나 박물관 등에서 외국인을 위한 한국음식관련 관광상품으로 김치, 불고기 등을 만들어보는 체험을

진행하거나 지역의 지방자치단체에서 농촌체험관광의 일부로 식재료 수확체험과 음식체험을 연계해 진행하는 형태가 대부분이며 음식체험 관광상품을 전문적으로 운영하고 있는 여행사는 거의 없다. 또한 여행사에서 운영되고 있는 한국 전통음식 관련 관광상품의 역시 지역의 식재료나 특산물을 체험하거나 단순한 맛기행 형태로 이루어지고 있다. 이렇듯 현재 진행되고 있는 음식관광 상품의 경우 일회성에 그치는 경우가 많고 지역의 향토음식을 지속적으로 소비하고 계승할 수 있는 방향으로 개발되어 있는 경우가 거의 없다(장해진 외, 2004; 한국관광공사, 2009).

과거에 이루어진 음식관광에 대한 선행연구 또한 해당 지역의 음식관광객이나 진행되고 있는 음식관광상품의 특징을 분석해 시장을 세분화하거나 음식관광 상품개발을 위한 요인분석, 인지도조사, 선택속성 등을 통한 기초자료만을 제시하는 것에 그쳤으나(김지선 외, 2009; 장해진 외, 2004; Quadri&Donna L., 2012; Seery&Paul S., 2010; Fiumerodo&Maria T., 2008; Shenoy& Sajna S., 2005; Holly J., 2005; 김은혜 외, 2010; 박성훈 외, 2010; 박보미 외, 2009; 김지선 외, 2009; 신서영 외, 2004) 근래 음식관광에 대한 관심이 높아지면서 음식관광객에 대한 연구와 음식관광 상품개발에 대한 연구가 이루어지고 있다.

2001년 캐나다관광위원회(The Canadian Tourism Commission)에서 발간한 TAMS(Travel Activities & Motivation Survey, Wine & Cuisine Report)에 의하면 음식관광객은 청장년층 커플과 싱글, 교육수준, 소득수준, 탐험심이 높을수록 음식과 요리 관련 활동에 관심이 높은 것으로 나타났다.

조이경(2010)은 인구통계학적 특성에 따라 체험관광 동기와 소비자 성향이 구분되고 관광 동기가 상품에 대한 평가, 만족도, 재구매의도, 추천의도에 영향을 미치므로 지역의 음식관광 활성화를 위해서는 소비자 성향별 특징에 맞는 음식관광 체험프로그램개발 및 개발 및 홍보 전략의 중요성을 강조하였다.

서윤정 외(2011)는 음식관광이 성공하기 위한 핵심요인으로

관광객들이 직접 체험하고 소비할 수 있는 차별화된 콘텐츠 개발을 통한 관광객 유인, 방문한 관광객에게 흥미롭고 다양한 체험 제공을 통한 지역 음식에 대한 인지도·선호도 강화 및 재방문 유도, 지속적인 활성화를 위한 내·외적 인프라 강화를 제시해 음식관광이 지역의 장기적인 성과로 이어질 수 있는 방안을 제시하였다.

그러나 이러한 연구들의 대부분이 해당 지역에 거주하는 사람들을 상대로 조사한 것이다. 하지만 관광상품은 외지인들에게 소비되는 것이므로 실제 수요를 가지고 있는 관광객을 대상으로 하는 음식관광 수요도 및 상품개발 방향을 조사할 필요성이 있으며, 개발된 음식관광상품이 지속적으로 관광객에게 그 가치를 전달하기 위해서는 그 지역의 전통과 문화, 종교, 역사적 배경을 바탕으로 오랫동안 전승·발전되어 온 독특한 음식관련 자원 발굴해 가치를 불어 넣는 것으로 본 논문의 연구 방향을 잡아야 할 것이라 여겨진다.

제4절 조건부가치측정법(CVM: Contingent Valuation Method)

1. 조건부가치측정법의 이론적 배경

조건부가치측정법(CVM: Contingent Valuation Method)은 현재 시장에 존재하지 않는 가상 상황의 재화나 서비스에 대한 소비자의 지불의사금액(WTP: Willingness to Pay)를 통해 비시장재화의 가치를 측정하는 것이다. 지불의사금액(WTP)은 아직 형성되지 않은 비시장재화의 가격이나 금전적으로 측정하기 어려운 환경재나 공공재의 가치를 금전적으로 환산한 결과물이다(권오상 2013).

지불의사금액(WTP)을 측정하기 위한 방법 중 조건부가치측정법(CVM)은 다양한 속성으로 이루어진 대상의 가치를 보다 정확하게 측정할 수 있는 대표적인 직접적인 방법이다(Carson&Mitchell,

1993). CVM을 통해 비시장재화의 가치를 측정하는 방법은 원래 환경자원의 가치를 평가하기 위해 개발된 것으로 Davis(1963)가 휴향지의 사냥꾼과 야생지 애호가에게 부여하는 가치를 측정하기 위해 CVM을 사용하였으며, 그 이후 Ridker(1967)가 대기오염 개선 편익을 측정하기 위해 CVM을 적용했다. 이후에 Krutilla(1967)가 환경에 대한 존재가치를 측정하게 되면서 지불의사(WTP: Willingness to pay)와 수용의사(WTA: Willingness to accept)의 차이를 발견하고 사람들에게 직접 이익을 주지 않은 것에 대한 비사용가치(존재가치)를 측정했다.

이는 가상상황을 설정한 후 제시된 가상상황에 대한 지불의사여부를 조사해 소비자가 응답한 지불의사금액을 계산해 허크스의 보상잉여(CS: Compensating Surplus)를 이끌어내는 것이다. 허크스의 보상잉여 이론은 공공재나 환경재의 최초의 질 수준에서 최초의 효용수준을 달성하기 위해 필요한 지출에서 공공재나 환경재의 질이 개선된 수준에서 원래의 효용수준을 유지하기 위해 필요한 지출을 차감한 것으로 소비자가 원래의 효용수준을 달성하기 위한 소득변화로 정의된다(권오상 2013).

[수식 2-1]

$$CS = E(p, q^0 ; U^0, Q, T) - E(p, q^i ; U^0, Q, T)$$

p: 시장재화의 가격

q^0 : 최초의 공공·환경재(관광재)의 질 수준

q^i : 변화된 공공·환경재(관광재)의 질 수준

U^0 : 최초의 효용수준

Q: 변화하지 않았다고 가정하는 다른 공공재 질 수준

T: 참가들의 선호를 반영하는 변수

위의 식에서 첫 번째 지출함수의 값은 다른 조건이 일정한 상태에서 최초의 공공재의 질 수준(q^0)에서 최초의 효용수준인 U^0 의 효용을 얻기 위한 최소 지출수준이 응답자의 현재 수입이고,

두 번째 지출함수의 값은 주어진 다른 조건이 일정할 때 공공재의 질 수준이 q^i 로 변했을 때 최초의 효용수준인 U^0 을 유지하는 최소의 지출수준이다. 이때 공공재의 질 변화에 따른 Hicks의 보상잉여인 지불의사금액이 첫 번째 지출함수와 두 번째 지출함수의 차이로 정의된다(신영철 1997). 편익에 대한 측정치로 지불의사금액(WTP)을 사용한다고 가정 시 이를 함수로 표현하면 다음과 같다.

[수식 2-2]

$$WTP = f(p, q^i, q^0, Q, Y^0, T)$$

이를 통해 응답자의 지불의사금액은 시장재화의 가격(p), 최초의 환경질 수준(q^0), 변화된 환경의 수준(q^i), 변화되지 않은 다른 공공재의 질 수준(Q), 현재의 수입(Y^0), 응답자들의 선호(T) 등에 영향을 받는 것을 알 수 있다. 식으로 표현된 지불의사금액(WTP)은 공공재의 질 변화로 인한 경제적 변화를 화폐가치로 표현하는 가치 측정함수로서 CVM의 이론적 기초가 된다(곽승준 외, 1995).

2. 조건부가치측정을 위한 설문방법

CVM은 존재하지 않는 가상재화에 대한 사용가치, 존재가치, 경제적 가치 등을 추정할 수 있으나 가상 상황을 설정해 가치를 추정하기 때문에 이 과정에서 발생할 수 있는 오류를 최소화 하고, 정확한 지불의사 금액을 유도하기 위해 다양한 설문방법들이 고안되었다(오호성, 2002). 대표적인 설문방식에는 다음과 같은 것이 있다.

1) 경매법(Bidding Game)

경매법은 Randall, Berry&Eastman(1974)에 의해 처음 고안된 것으로 단순입찰법과 반복입찰법 두 가지가 있다. 단순입찰법은 기존의 여건을 그대로 제시한 후, 응답자에게 그것을 그대로 이용하기 위한 지불의사금액을 제시하게 하고, 이렇게 얻어진 금액의 평균값에 연간 전체 이용자 수를 곱해 해당 재화의 경제적 가치를 측정하는 것이다. 반복입찰법은 응답자에게 제시한 지불의사금액에 대해 “예”라고 대답하면 그 가격을 높여 다시 질문해 최대 지불의사 금액을 구하는 것이다(강정길, 2010; 광승준 외, 1995).

이 방법은 응답자가 평소에 해당 재화에 대한 가치를 생각하지 못한 경우 지불의사금액이 최초에 제시된 금액에 영향을 받을 가능성이 크다는 문제점을 가지게 된다. 이 문제를 시작점 편향(starting point bias)라 한다(강정길, 2010; 박정숙, 2006).

2) 지불카드법(Payment Card)

지불카드법은 일정한 숫자가 적혀있는 카드를 응답자에게 보여줘 응답자가 지불의사금액을 선택하게 하는 방법으로 Hanemann(1978)에 의해 제일 먼저 사용되었고, Mitchell&Carson(1981)에 의해 발전되었다. 이 방법은 화폐로 환산해 대답하기가 곤란한 재화에 대해 일정한 금액을 제시함으로써 응답자가 대답을 쉽게 할 수 있다는 장점이 있는 반면에 최초에 제시된 금액에 영향을 받는 시작점 편향(starting point bias)의 문제가 발생할 수 있다.

3) 직접질문법(Open-ended Question)

직접질문법은 조사자가 응답자의 지불의사금액이 얼마인지 직접 묻는 것이다. 이 방법은 응답자의 의사를 가장 잘 반영하는 방법으로 조사자의 취향이나 의견이 전혀 개입되지 않는다는 장점이 있다.

하지만 화폐로 환산하기 힘든 재화나 사전에 해당 재화에 대한 정보를 충분히 제공받지 못하는 경우 너무 작거나 큰 금액을

제시하거나 대답을 회피할 가능성이 높다는 단점이 있다(권오상 2013).

4) 양분선택법(Dichotomous Choice Format)

양분선택법은 Bishop&Heberlein(1979)에 의해 처음 고안된 것으로 단일양분선택법과 이중양분선택법으로 나뉜다. 단일양분 선택법은 가상재화에 대한 최초 제시금액이 본인의 지불의사금액과 같거나 작으면 '예'로 대답하고, 높으면 '아니오'라고 응답하는 것이다. 이중양분선택은 여기서 '예'로 응답한 경우 최초 제시금액보다 더 큰 금액을 제시해 한 번 더 질문하고, '아니오' 라고 대답한 경우 최초 제시금액보다 더 낮은 금액을 제시해 지불의사금액을 측정하는 방법이다(곽승준 외, 1995; 박정숙, 2006).

이 방법은 응답자들이 가상재화에 대한 지불의사금액을 직접 대답하기는 어려우나 제시된 금액을 지불할지 여부는 대답하기가 상대적으로 쉬운 장점이 있다. 또한 다른 방식보다 실제에 가까운 지불의사(WTP)를 알아낼 수 있기 때문에 미국 내무성과 해양대기국에서도 양분선택형 방식을 추천하고 있어(NOAA 1994) CVM연구에 가장 많이 활용되고 있다(Boyle&Bishop, 1988; Sell, 1985; Bowker&Stoll, 1988; Loomis, 1988; Hanemann, 1989; Mackenzie, 1993; 한상열, 1995; 이충기 외, 1998; 김태균, 엄미정, 1999; 곽승준 외, 1999; 이광재, 2002; 이광우, 2003; 조민, 2004; 이충기, 2005; 김학영, 외 2006; 정민섭, 2008; 임은정 외, 2012). 따라서 본 연구에서도 이 방법을 적용하였다.

3. 조건부가치측정법의 문제점

1) 전략 편익(Strategic Bias)

전략편익은 응답자가 자신에게 유리한 결과를 얻기 위해 의도된 방향으로 지불의사금액을 응답 할 때 발생한다. 예를 들면 해당 재화에 대한 선호로 실제 가치보다 더 높은 금액을 지불의사금액으로 응답할 수도 있으며, 반대로 자신의 부담을

줄이기 위해 실제 보다 더 낮은 금액을 응답하는 무임승차(free rigging)문제가 발생할 수 있다. 이 편의를 줄이기 위해서는 응답자에게 향후 전체 응답자의 평균 지불의사금액을 지불하게 된다는 점을 언급하거나 해당 가상재화의 특징을 잘 설명해 실제 가치를 말하게 유도해야 한다(권오상, 2013; 강정길, 2010; 박정숙, 2006).

2) 지불수단 편의(Payment Vehicle Bias)

지불수단 편의는 설문에 사용되는 지불수단에 따라 응답자가 해당 가상재화의 가치를 다르게 평가하는 것이다. 지불수단으로 세금, 입장료, 가격, 기금 등이 있는데 특히 세금이나 기금을 지불수단으로 제시할 경우 이러한 문제가 많이 발생한다. 세금의 경우 조세에 대한 거부감으로 지불의사금액을 낮춰 대답할 가능성이 있으며, 기금의 경우 지불한 기금의 사용용도에 대한 의구심으로 문제가 발생할 수 있다(최승운, 2005). 이 문제를 줄이기 위해서는 지불금액에 대한 정확한 사용용도를 제시해야 하며 재화에 대한 적절한 지불수단을 신중히 선택해야 한다.

3) 출발점 편의(Starting Point Bias)

출발점 편의는 응답자들이 처음 제시된 금액에 영향을 받아 지불의사금액을 결정할 수 있다는 것이다. 이 문제는 경매법이나 지불카드법에서 나타나기 쉬우며 응답자가 해당 재화의 가치에 대한 확신이 없는 경우 많이 발생하기 때문에 평가대상이 응답자에게 친숙하기 않은 경우 주의해야 한다(김태윤 외, 2004).

4) 정보편의(Information Bias)

정보편의는 응답자에게 조사대상에 대한 정보를 부정확하거나 불충분하게 제공해 평가에 오류가 발생하는 것이다. 가상재화에 대한 평가는 응답자에게 제공되는 정보에 따라 달라질 수 있으며, 응답자의 사전지식이나 선호도에 따라서도 달라질 수 있다. 정보편의를 감소하기 위해서는 설문응답자에게 정확하고 동일한

정보를 제공해야 한다(권오상, 2013; 박정숙, 2006; 강정길, 2010).

5) 가상편의(Hypothetical Bias)

가상편의는 응답자들에게 제시된 상황은 실체가 아닌 가상적 상황이기 때문에 발생하는 문제점이다. 제시된 가상상황에 대해 상징적 의미 가지거나 회의적인 경우, 비슷한 상황에 대한 고려 등의 이유로 실제 상황이 발생했을 때 지불하는 금액과 응답한 지불의사금액이 같을 수 없다는 것이다. 이는 제시하는 가상상황이 실제상황의 모든 조건을 완벽하게 고려할 수 없기 때문에 발생하므로 이 편의를 줄이기 위해서는 가상상황을 최대한 실제와 가깝게 제시해야 한다(강정길, 2010).

4. 선행연구

CVM을 활용해 지불의사금액 추정된 선행연구를 살펴보면, 수원화성, 창덕궁, 광주비엔날레 등 문화자원의 사용가치를 측정했으며(김학영 외, 2006; 조민, 2004; 이희찬, 2003), 이탈리아 보르게세 박물관, 대영박물관, 인천 최초의 박물관 등 예술자원 대한 가치를 측정하기 위해 지불하고자 하는 입장료를 조사하기도 하였다(Mazzanti M., 2002; Maddison D.&Foster T. 2001; 정민섭, 2008).

또한 이뿐만 아니라 공정여행, 일기예보, 친환경농업, 제주밭담 등 여러 가지 비시장 재화에 대한 경제적 가치를 측정하였다(임은정 외, 2012; Brown&Jeremy S., 2003; 유진채, 2001; 이상영, 2006).

위와 같은 선행연구에 따르면 CVM을 활용한 지불의사금액 추정이 공공재나 환경재의 가치를 측정하기 위한 수단으로만 활용되는 것이 아니라 교통, 건강, 예술, 관광 등 다양한 분야의 가상재화에 대한 경제적 가치를 측정하기 위한 수단으로 활용되는 것을 확인할 수 있다. 따라서 CVM은 비시장재화인 제주향토음식을 활용한 음식관광상품의 적절한 가치평가방법이 될 수 있을 것이라 사료된다.

[표 2-1] CVM을 활용한 문화·관광자원 가치평가 선행연구(국내)²⁾

주제	질문법	연구결과	연구자
야외위락자원의 보전가치평가 -경주 황성공원에 대해-	양분 선택법	황성공원 이용자의 지불의사를 질문한 결과 선택가치 8,799원, 존 재가치 3,641원, 유산가치 6,088원 으로 나타났으며, 공원의 거리가 멀수록 연령이 낮을수록 지불의 사금액이 낮은 것으로 나타남.	손호기, 김규호 (1998)
수원화성의 이용 가치 평가	양분 선택법	1인당 평균 지불의사는 4,260원으 로 관광정보에 만족할수록, 월평 균 가계소득이 높을수록 지불의 사금액이 높은 것으로 나타남.	김학영, 김성섭 (2003)
체험관광의 가치 평가	양분 선택법	체험관광의 1인당 평균 지불의사 금액은 191,000원으로 체험관광을 경험해본 사람의 지불의사금액이 더 높게 나타남.	이충기, 조윤미 (2004)
근대문화유산 가 치평가 -인천 최 초사 박물관의 건 립사례를 중심으 로-	양분 선택법	박물관의 1인당 평균입장료는 8,138원으로 연령, 교육수준, 소득 수준이 높을수록 지불의사금액이 높은 것으로 나타남.	정민섭, 한혜숙, 박선희 (2007)
비시장관광자원의 가치추정 -부산지 역해수욕장을 대 상으로-	양분 선택법	부산시 해수욕장 1인당 평균 입 장료는 1,254.87원 으로 연령, 자 연보전 중요성 인지도가 높을수 록 지불의사금액이 높게 나타남.	최나리, 김재원 (2009)

2) 박지호(2003), 문혜선(2006), 강정길(2010), 박정숙(2006)의 논문을 참고해 연구자 재작성.

[표 2-1] 계속

주제	질문법	연구결과	연구자
해양관광레저도시에 대한 지불의사금액 추정	양분 선택법	일인당 평균지불의사금액은 164,764원으로 나타났으며 전문직, 고학력자일수록 지불의사금액이 높은 것으로 나타남.	소국섭 (2010)
농촌관광 자원 개발의 편익가치 분석	양분 선택법	담양 창평슬로시티의 1인당 평균 입장료는 2,074원이며 소득과 이용률이 높을수록 지불의사금액이 높은 것으로 나타남.	박창규 (2011)
공정여행 가치평가	양분 선택법	공정여행에 대한 추가지불의사금액은 113,536원으로 교육수준, 직업군, 공정여행에 대한 태도가 지불의사금액에 영향을 미치는 것으로 나타남.	임은정, 이희찬 (2012)
재래시장 사회문화적 기능에 대한 가치평가	양분 선택법	1가구당 지불의사금액은 29,084원으로 교육수준과 평균지출금액이 많을수록 지불의사금액이 높게 나타남.	김예경 (2011)
제주 전통담장 돌담의 공익적 기능 경제적 가치 평가	양분 선택법	돌담을 유지하기 위한 정책지원 차원에서 연간 1가구당 지불금액이 16,906원으로 나타남.	이상영 (2006)
제주 밭담의 경관 가치 유지비용	양분 선택법	1m당 평균 지불의사금액이 3,001원으로 나타남.	고성보 (2007)
전통민속마을의 보전가치 평가	양분 선택법	연간 가구별 평균 지불의사금액은 27,430원으로 나타남.	강영은 외 (2009)

[표 2-2] CVM을 활용한 문화·관광자원 가치평가 선행연구: 국외³⁾

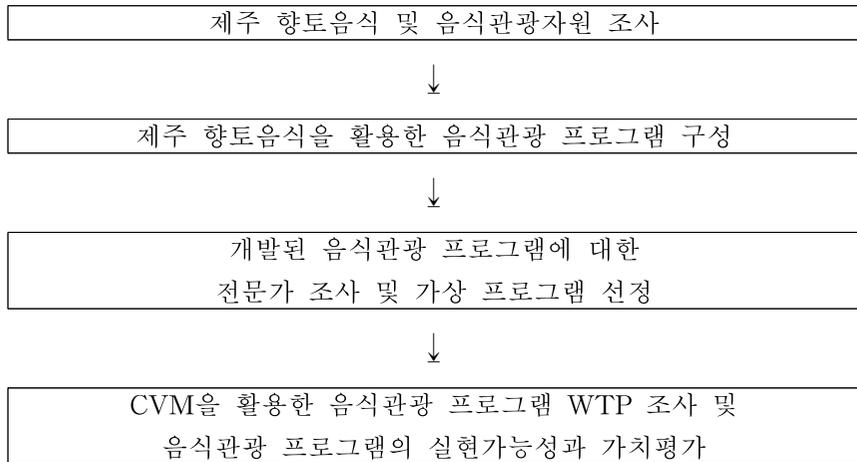
주제	질문법	연구결과	연구자
Platte 강의 가치 추정	양분 선택법	부가적인 환경시스템의 서비스를 위한 지불의사금액이 매월 \$21, 매년 \$252로 나타남.	Lewis et al(2010)
일본 농업 가치	양분 선택법	농업의 공익적 기능과 다면적 가치가 4조 1,071억엔으로 추정됨.	Yoshida (1997)
영국 남서부 ESA 지역	양분 선택법	영국 남서부의 ESA 지역을 대상으로 경관보존의 가치를 추정함.	Garrod& Willis (1994)
스코틀랜드 ESA 지역	양분 선택법	스코틀랜드 ESA 지역의 경관보존 가치를 추정함.	Hanley et al(1998)
동북 핀란드 공원에 대한 지불의사금액 추정	양분 선택법	거주하는 거리가 멀수록 지불의사금액이 낮으며 아파트에서 공원녹지 조망여부가 지불의사금액에 영향을 미치는 것으로 나타남.	Tyrvainen & Vaananen (1998)
주거 밀도규제의 사회적 비용과 가치 평가	양분 선택법	주택의 입지가 삶의 질 및 지불의사금액에 영향을 미치는 것으로 나타남.	Bishop& Syme (1995)
로마 보르게세 박물관	양분 선택법	보존을 위한 입장료 추가 지불의사금액은 평균 \$3.79로 나타남.	Mazzanti (2001)

3) 박지호(2003), 문혜선(2006), 강정길(2010), 박정숙(2006)의 논문을 참고해 연구자 제작성.

제3장 연구방법

제1절 연구과정 및 연구방법

본 연구는 다음과 같은 순서로 진행되었다.



[그림3-1] 연구과정

1. 제주 향토음식 및 음식관광자원 조사

제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품을 개발하기 위해 2013년 10월부터 12월까지 한국관광공사 및 제주관광공사에서 발간된 자료와 학회지 및 관련논문 등의 학술자료, 관련 기사 및 책자를 활용한 자료 수집을 통해 음식관광자원화가 가능한 자원을 수집하였다.

1) 제주 향토음식

제주 향토음식의 종류는 약 400여종으로 음식관광자원화가 가능한 음식의 종류는 매우 다양하다. 그러나 음식관광자원으로서 향토음식은 지역의 전통성을 가진 것으로 그 지방에서 생산되는 식재료를 활용해 그 지방의 조리법으로 조리한 음식 중 관광객의 관광활동을 통해 구매가 가능해야 한다(이소영, 2008). 따라서 문헌에 제시된 향토음식 중 현재 관광자원화가 이루어져 판매되고 있는 것으로 한정하였으며 조사 후 정리한 제주 향토음식은 표3-1과 같다.

[표 3-1] 제주 향토음식4)

주 식 류	밥류 - 돌솥표고비빔밥, 소라술밥, 해물술밥 죽류 - 콩죽, 전복죽, 갱이죽(계좁쌀죽) 면류 - 쫄면밀국수, 고기국수
부 식 류	국·찌개류 - 옥돔미역국, 성게국, 파래국, 몸국(돼지고기해초국), 툷국, 보말국, 벨국, 각재기국, 해물뚝배기 찰류 - 옥돔구이, 자리구이, 자리물회, 돼지새기회, 쫄만두, 툷무침, 흑돼지구이, 말고기 저장식품류 - 갱이젓(갯젓), 계우젓(전복창자젓)
기 호 식 류	떡류 - 오메기떡, 빙떡 술류 - 오메기술, 고소라술, 호박술, 고구마막걸리, 농주, 시래미주, 제주 청술 기타 - 콩역(볶은콩가루 음료), 개역(볶은보리가루 음료), 발효 오미자차

2) 식자원 및 체험자원

음식관광 자원에는 그 지역의 특징과 문화를 반영한 음식뿐만이 아니라 관광객들이 직접 그 음식을 접할 수 있는 음식점, 농장, 재래시장 등 다양한 식자원 및 체험자원도 포함된다.

따라서 본 연구에서 선정한 음식점은 한국관광공사, 제주관광공사, 제주도관광협회 관광안내서에서 제공하는 음식점 중 지역에서 역사가 깊고, 판매하는 메뉴가 지역의 특징을 잘 살리고 있으며 다른 관광자원과 연계가 가능한지를 기준으로 선정하였다.

식자원은 향토음식 및 식재료, 특산품 등이 거래되는 음식특화 시장이나 재래시장을 선정하였으며 식재료 및 음식관련 체험이 가능한 체험마을, 박물관을 조사하였다. 조사결과는 표3-2와 같다.

4) 한국관광공사(1993), 오혁수(1999)를 바탕으로 연구자 제작성

[표 3-2] 제주 음식관광자원

분류	자원	개수
향토 음식점	<p>금빵뿔향토음식점(돔배고기, 각종 회와 물회), 중문수원음식점(흑돼지구이), 맛있는집(각재기국, 멜국, 보말국), 해장(갈치조림, 찜밥, 흑돼지구이), 어부와농부(회와 흑돼지), 중문신라원(말고기, 흑돼지, 갈치, 전복죽 등), 돌하르방 식당(흑돼지구이), 독개물향(갈치조림, 해물뚝배기, 전복죽, 물회), 장춘(전복요리, 활고등어, 돔배고기, 옥돔구이, 옥돔국), 성산포진미식당(갈치, 고등어, 옥돔, 오분자기·전복 뚝배기), 동복리 해녀촌(회국수, 성계국수, 회덮밥), 용두암해촌(갈치구이, 전복뚝배기), 명문사거리식당(흑돼지, 몸국, 보말국), 무똥 식도락 식당(옥돔국), 바다잔치(갈치, 고등어 회), 선흘방주할매식당(해수두부, 콩된장 찜밥), 제주 바닷가의 나루터(회, 해물뚝배기, 전복죽), 해오름식당(전복, 오분자기, 해물 뚝배기, 갈치조림), 부지깽이(보말국, 각종조림, 고등어회), 신옛촌(갈치조림), 용담생국수(고기국수), 선우영(갈치조림), 성산진미식당(해물뚝배기, 해물전골, 고등어구이, 갈치조림, 옥돔구이, 전복죽), 하늘나리죽전문점(보말죽, 강이죽, 전복죽), 옛고을 국밥(몸국), 미소짓는 흑도야지(흑돼지), 사랑사랑샤브샤브(흑돼지), 연동만아식당(갈치조림, 갈치국), 앞뱅디식당(멜국, 각재기국), 하얀성&더돈(흑돼지구이), 만세국수삼성혈점(고기국수), 가산토방 식당(흑돼지구이, 갈치조림), 탐라 뚝배기(해물뚝배기), 바다의집(성계국, 성계비빔밥), 마돈(말고기, 흑돼지), 성읍칠십리주막(흑돼지), 그옛맛(해물술밥), 물금(회국수, 물회), 어부일기(회국수, 성계국수), 대우정(해물술밥), 평마을(평메밀국수, 평샤브샤브)</p>	41

[표 3-2] 계속

분류	자원	개수
음식축제	우도소라축제, 한라산 청정고사리축제, 가파도청보리축제, 보목자리돔큰잔치, 추자도참굴비축제, 최남단방어축제	6
체험마을, 체험농장	최남단감굴농장, 녹색농촌체험마을, 제주바다체험장, 낙천리아홉굿마을, 제주명도암참살이마을, 성읍민속마을, 한라봉마을, 대평용왕난드리마을, 온평리혼인지마을	9
음식 관련 기관	감굴박물관, 제주해녀박물관, 제주민속촌, 제주향토음식연구소, 제주관광음식연구소	5
지역 특산품	옥돔, 토종꿀, 표고버섯, 자리젓, 오분자기젓, 마늘장아찌, 자굴차, 무말랭이	8
재래시장	제주동문재래시장, 제주동문수산시장, 서귀포향토오일시장, 서귀포메일올레시장, 한림메일시장, 한림민속오일시장, 제주시민속오일시장, 도남시장, 보성시장, 서문공설시장, 중문오일시장, 표선오일시장	12
음식 특화거리	칠십리 음식특화거리, 청정흑돼지 거리	2
Total		83

이렇게 수집된 제주도의 다양한 음식관광자원 중 음식관광자원의 범위에 포함되는 장소와 체험요소를 분류한 후 이 중에서 역사적, 문화적 특징이 뚜렷하고 관광객들의 흥미를 유발할 만한 스토리가 있는 자원을 선정해 상품개발에 활용하였다.

3) 음식관련 체험상품 가격 현황

개발된 음식관광 상품에 대한 지불의사금액 제시 가격선정을 위해 2013년 11월부터 12월까지 정부기관에서 발간된 자료, 인터넷 조사 및 관련책자를 활용해 현재 국내여행사 및 음식관련 기관에서 당일로 진행하는 요리교실, 음식체험프로그램, 체험상품, 기타 패키지 상품 등의 가격을 조사하였다. 조사결과 음식이나 체험형태에 따라 가격이 달라지나 최소 20,000원-최대 100,000원으로 조사되었으며 자세한 결과는 표3-3에 제시하였다.

[표 3-3] 프로그램 가격⁵⁾

구분	종류	가격 (성인 1인 기준)	형태
음식체험	지역특산물 체험	43,000원-47,000원	시연, 식사
	위커히호텔 김치체험	100,000원	김치, 궁중음식 실습 및 시식
	한국전통음식 연구소 김치체험	50,000원	김치, 한식 실습 및 시식
	종가집 김치체험	10,000원	공장투어
	김치박물관 김치체험	50,000원	박물관 견학, 김치 만들기
	떡박물관 음식체험	50,000원-70,000원	전통음식 실습 및 시식
	온고푸드 도보 음식체험	60,000원-100,000원 (메뉴에 따라 가격 변동)	5~7개 음식점시식 (해설사 동행)
요리교실	요리 아카데미	60,000원-120,000원	시연, 실습, 시식
	백화점 문화센터	20,000원-35,000원	
	개인 클래스	30,000원-70,000원	
템플스테이	사찰음식 체험	25,000원-50,000원	사찰음식 배우기, 식사
식음료 패키지	조식	20,000원	식사
	중식	37,000원	
	석식	64,000원	
제주 이벤트	산방산 탄산온천	16,000원	체험
	알프스 승마	20,000원	
	우도 잠수함	59,000원	

5) 연구자 조사결과 및 한국관광공사(2009), 박숙진, 김태현(2013)를 참고해 재구성

2. 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품 구성

음식관광 프로그램 구성은 크게 2단계로 진행하였다. 1단계는 실제 운영되고 있는 음식관광 상품의 기본속성을 파악한 후 특징에 따라 분류한 속성들을 조합해 총 3가지의 유형의 상품조합을 구성하였다.

[표 3-4] 음식관광 프로그램 상품조합

가상상품1	가상상품2	가상상품3
형태: 시식 소요시간: 2시간 가격: 30,000원	형태: 시식+시연 또는 체험 소요시간: 3시간 가격: 50,000원	형태: 시식+시연+실습 소요시간: 4시간 가격: 70,000원

1단계에서 구성된 조합을 바탕으로 조사된 제주의 음식관광 자원을 조합해 장소, 시식 음식, 시간배분 등의 세부사항을 고려해 총 5개의 구체적인 상품을 구성하였다. 각 상품에는 상품명, 장소, 상품가격, 세부일정(시식, 시연, 체험, 실습 등), 상품특징을 제시하였다.

3. 개발된 음식관광 상품에 대한 전문가 조사 및 가상 프로그램 선정

2013년 1월 한 달 동안 개발된 음식관광 프로그램을 객관적으로 평가해 줄 수 있는 음식 및 관광관련 전문가를 통해 상품을 평가하였다. 전문가 집단은 외식경영학과 교수 1명, 식품영양학과 교수 1명, 국내 음식관광 관련 업체 대표 2명, 요리스쿨 강사 1명, 국내 관광 가이드 2명, 제주향토음식 전문가 2명 등 총 9명으로 구성되었다. 평가방법은 1대1면접, 전화조사를 통해 상품 개발 배경과 과정을 설명하고 각 상품에 대한 평가 및 의견을 수집하였다. 평가 항목 및 평가기준은 다음과 같다.

전문가 평가결과에 따라 각 항목의 평균점수를 계산한 후 가장 점수가 높은 프로그램을 선정하였으며, 선정된 프로그램은 평가의견에 따라 수정·보완해 최종설문조사에 활용하였다.

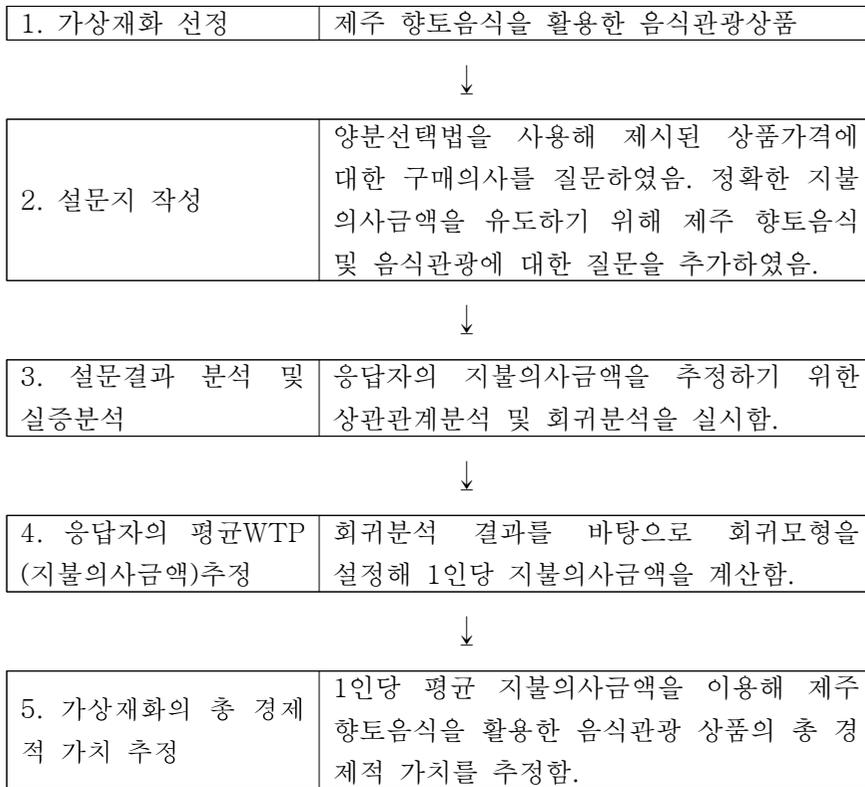
[표 3-5] 전문가 평가항목⁶⁾

평가항목	평가기준	척도
가격 적절성	개발된 상품이 소비가 입장에서 구매하기에 적절한지에 대한 평가	5점 리커트
구성 체계성	상품에 포함된 각 자원들이 주제와 연관되며 상호 연관성을 가지고 유연하게 구성되어 있는지에 대한 평가	5점 리커트
상품성	개발된 상품이 시장 경쟁력을 가지고 있는지와 소비자에게 어느 정도 매력적인가에 대한 평가	5점 리커트
내용 충실성	개발된 상품을 다른 상품과 비교했을 때, 이점, 및 약점, 보충할 부분 등에 대한 의견 제시	개방형 질문

4. 개발된 음식관광상품의 WTP 조사

개발된 음식관광상품의 경제적 가치를 평가하기 위해 CVM 설문을 활용해 설문조사를 실시하였다. CVM 연구절차는 설문지작성 및 자료수집, 결과분석의 절차를 거친다. 본 연구의 WTP 조사를 위한 CVM의 연구절차는 다음과 같다.

6) 장해진(2004), 이소영(2008), 최정숙 외(2012)의 논문의 참고해 연구자 재구성



[그림3-2] CVM 연구절차

1) 가상재화 선정

본 연구에서 사용한 가상재화는 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품이다. 총 5개의 음식관광상품을 개발하였으며, 개발한 음식관광상품은 전문가조사를 통해 가장 경쟁력 있는 상품을 선정해 일반인 설문조사에 활용하였다. 선정된 음식관광상품은 상품명, 상품특징, 소요시간, 세부일정이 제시되었으며 상품에 대한 이해를 돕기 위해 자세한 설명 및 사진을 추가하였다.

2) 설문지 작성

설문방법은 양분선택법을 사용해 위에 제시된 상품이 X원에 판매된다면 구매할 의사가 있는지 여부를 물어보았다. 선정된

가상재화는 관광재로 판매금액을 지불수단으로 활용하였다. 또한 응답자의 응답을 유도하기 위해 제주 향토음식 및 음식관광에 대한 추가질문도 함께 질문하였다.

3) 결과 분석

수집된 설문결과를 바탕으로 종속변수인 지불의사가격(WTP)에 영향을 미치는 변수를 확인하기 위해 상관관계 분석을 실시하였으며, 상관관계가 있는 변수를 종속변수로 투입해 회귀분석을 실시하였다. 분석결과 도출된 회귀모형을 사용해 1인당 WTP(평균지불의사금액)을 계산하였으며 이를 활용해 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품의 총 경제적 가치를 추정하였다.

제2절 연구설계와 분석방법

1. 연구설계

본 연구의 최종 목적은 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품에 대한 지불의사를 통해 음식관광 상품의 경제적 가치를 측정하는 것이다. 가상 상황에 대한 지불의사를 묻기 전에 제주 향토음식 인지도 및 선호도, 제주 향토음식 관심도 및 개발방향을 조사하였으며, 음식관광의 개념 제시, 음식관광 수요도 질문을 통해 CVM 질문에 대한 응답을 유도하였다.

다음으로 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품의 경제적 가치를 평가하기 위해 가상으로 개발한 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품을 제시하였다. 제시된 상품의 잠재 수요자인 최근 10년 이내 제주를 방문한 경험이 있는 내국인 관광객을 대상으로 제시된 상품가격에 대한 지불의사금액(WTP)을 질문하였다.

이때 응답된 지불의사금액(WTP)는 Hicks의 보상잉여개념에 따라 주변 환경, 여건, 기타 특성에 따라 변화한다(울산발전연구원, 2007; 박지호, 2003; 이우경, 2012). 따라서 본 연구의 제주향토음식

을 활용한 음식관광상품 가치모형은 다음과 같다.

[수식3-1]

$$WTP = C + \beta_0 \times X$$

WTP: 지불의사금액 C: 상수항 β_0 : 계수 벡터 X: 설명변수

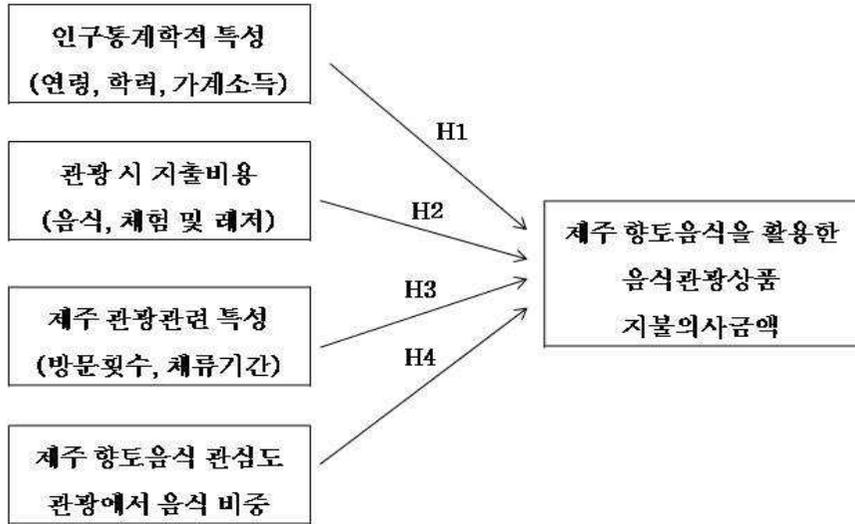
마지막으로 제주향토음식을 활용한 음식관광상품의 경제적 가치를 추정하기 위해 제시된 상품에 대한 지불의사금액을 종속변수로 하고 응답자의 방문횟수, 체류기간, 음식 지출비, 체험 및 레저 지출비, 연령, 학력, 가계소득, 음식차지비중, 향토음식 관심도를 독립변수로 투입하여 모형을 설정하였다. 따라서 이를 통해 도출되는 가설 및 연구모형은 다음과 같다.

가설1) 인구통계학적 특성(연령, 학력, 가계소득)은 지불의사금액에 영향을 미칠 것이다.

가설2) 제주관광관련 특성(방문횟수, 체류기간)은 지불의사금액에 영향을 미칠 것이다.

가설3) 관광 시 지출비용(음식, 체험 및 레저)은 지불의사금액에 영향을 미칠 것이다.

가설4) 제주 향토음식에 대한 관심도 및 관광에서 음식이 차지하는 비중은 지불의사금액에 영향을 미칠 것이다.



[그림3-3] 연구모형

총 9개의 독립변수와 종속변수인 지불의사가격으로 상관관계 분석을 실시한 후 상관관계가 있는 변수로 회귀분석을 실시해 도출된 유의미한 변수로 최종 지불의사금액을 추정한다.

따라서 본 연구에서 활용한 변수는 표3-6과 같으며 제주향토음식을 활용한 음식관광상품 가치모형은 다음과 같다.

[수식3-2]

$$WTP = C + \beta_1 \times VISIT + \beta_2 \times DAY + \beta_3 \times FOOD + \beta_4 \times LEISURE + \beta_5 \times AGE + \beta_6 \times EDU + \beta_7 \times INCOME + \beta_8 \times PERCENT + \beta_9 \times INTEREST$$

VISIT: 방문횟수 ; DAY: 체류기간 ; FOOD: 음식 지출비 ; LEISURE: 체험 및 레저 지출비 ; AGE: 연령 ; EDU: 학력 ; INCOME: 가계소득 ; PERCENT: 음식차지비중 ; INTEREST: 향토음식 관심도

[표 3-6] 변수 선정

항목	설명변수	β 예상부호*	단위
종속 변수	음식관광상품 지불의사금액	WTP	만원
	방문횟수	+	회
독립 변수	체류기간	+	0박0일
	음식 지출비	+	만원
	체험 및 레저 지출비	+	만원
	연령	+	세
	학력	+	12: 고졸 14: 전문대 16: 대학 18: 대학원
	가계소득	+	만원
	음식차지비중	+	%
	향토음식 관심도	+	5점 리커트

*독립변수의 변화(증가·감소)에 따른 종속변수(음식관광상품 지불의사금액)의 변화(증가·감소)

2. 설문지 구성

본 연구에서 사용된 설문지는 크게 4부분으로 나누어져 있다.

[표 3-7] 설문지 구성

조사내용	설문내용	문항수	척도
제주관광 일반사항	방문경험	1	명목척도
	동행인	1	
	평균 체류기간	1	
	음식 지출비 (1인 1회 평균)	1	
	체험관광 및 레저 지출비 (1인 1회 평균)	1	
	숙박시설 지출비 (1인 1회 평균)	1	
제주향토음식	인지도 및 섭취의사	34	5점 리커트
	관심도	1	명목척도
	문제점	1	
	개발 필요성	3	
	개발 시 중점사항	1	
음식이 관광에 차지하는 비중	1		
음식관광	음식관광 형태	1	명목척도
	CVM(양분선택형)	3	
	성별	1	
인구통계학적 특성	연령	1	명목척도
	결혼여부	1	
	학력	1	
	직업	1	
	가계소득	1	
		1	

3. 조사방법 및 분석방법

제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품의 경제적 가치를 평가하기 위해 2014년 1월 6일부터 2월 9일까지 서울 및 수도권에 거주하는 20대 이상 성인 중 최근 10년 이내에 제주를 방문한 경험이 있어 음식관광의 잠재 수요자가 될 수 있는 내국인 350명을 대상으로 제주관광현황, 제주 향토음식, 음식관광의 개념 및 제시된 음식관광 상품성명 등이 포함된 설문지를 활용해 1:1 면접, 우편 및 e-mail을 통해 자료를 수집하였다.

설문 결과 총 320부를 수집하였으며 이중에서 분석이 불가능한 것은 제외한 296부를 SPSS 21.0을 활용해 분석하였다. 분석내용 및 방법은 다음과 같다.

응답자의 인구통계학적특성과 제주 관광 관련 특성을 분석하기 위해 기술통계와 기초분석을 실시하였으며, 제주향토음식 인지도 및 섭취의사의 차이분석을 위한 t-test, 일반사항 및 관심도에 따른 인지도와 섭취의사 차이를 분석하기 위해 상관관계분석을 실시하였다. 또한 제주향토음식을 활용한 음식관광상품의 지불의사금액에 영향을 미치는 변수를 확인하기 위해 상관관계분석 및 회귀분석을 실시하였으며 이를 통해 얻은 점수값에 각 독립변수의 평균값을 곱해 1인당 지불의사금액을 분석하였다. 마지막으로 앞에서 얻어진 1인당 지불의사금액과 제주방문 내국인 관광객 수를 곱해 제주향토음식을 활용한 음식관광상품의 경제적 가치를 산출하였다.

제4장 연구결과

제1절 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품 개발 및 선정

1. 상품개발 결과

조사된 음식관광자원을 바탕으로 총 5가지 음식관광상품을 개발하였다. 개발 시 중점사항은 우선 ‘음식’이라는 자원을 중심으로 선정된 주제에 걸맞은 향토음식을 먹어보고, 그 음식을 직접 배우거나 관련된 체험을 할 수 있는 상품으로 구성하였다. 또한 선정된 자원과 관련된 스토리, 장소 등을 선정해 각 상품의 차별성을 강화하였다. 개발된 모든 상품은 음식관광 해설사가 동행해 각 상품에 얽힌 스토리와 식재료, 식문화를 들려줘 상품에 대한 이해도와 만족도를 높인 것이 가장 큰 특징이다.

개발된 음식관광 상품은 총 5가지로 각 상품에 대한 상품명, 장소, 식사내역, 상품가격, 이동편, 소요시간 및 세부일정은 표4-1~표4-5에 제시되었으며, 구체적인 특징은 다음과 같다.

상품1은 제주의 대표 재래시장인 ‘동문재래시장과 별미음식’ 테마로 한 상품으로 식재료 구경 및 구매, 향토음식 시식으로 구성된다. 음식관광 해설사와 함께 다니면서 제주에서만 생산되어 육지에서 접하기 힘든 식재료에 대한 이야기도 듣고, 시장에서 판매중인 제주 향토음식 중 별미음식만을 선정해 맛보는 프로그램이다(표4-1).

재래시장은 계절별로 생산되는 신선한 식재료를 구매할 수 있으며, 다양하고 저렴한 향토음식을 먹어볼 수 있는 대표적인 음식관광 자원이다. 제주의 재래시장 중 동문재래시장은 해방 후 제주시 도심 지역에 유일하게 형성된 시장으로 오래된 전통을 이어가고 있는 곳이다. 청정 제주에서 나는 각종 농수산물 및 향토음식을 가장 저렴하게 구매 할 수 있는 곳으로 유명하며 제주의 시장 문화를 접하기 위해 국내외 관광객들이 많이 찾는 곳이기도 하다.

상품2는 제주를 대표하는 식재료인 ‘메밀과 썩’을 주제로 한 상품으로 식재료 체험 및 향토음식 시식으로 구성된다. 제주를 대표하는 메밀농사의 신인 자청비 신화에 대한 이야기를 들으면서 제주의 메밀밭을 둘러본 후 썩농장을 보유한 식당에 방문해 썩농장을 둘러보고 썩메밀국수, 썩만두 등 메밀과 썩이 주재료인 제주 향토음식을 먹어보는 프로그램이다(표4-2).

메밀은 재배기간이 짧고 바람에 강하며, 돌이 많고 척박한 땅에서도 잘 자라는 작물로 제주에서 기르기 적합해 제주의 메밀 생산량은 전국 1위로 총생산량의 약 50%를 차지한다. 이러한 이유로 메밀은 제주 음식문화에서 빼놓을 수 없는 구황작물로 심한흉년이 들면 메밀대를 삶아 먹으며 허기를 달렸고, 뜨거운 물에 타면 바로 먹을 수 있는 비상식량이었다. 또한 메밀은 피를 맑게 해주는 효능도 있어 산후조리식으로도 많이 먹었다.

또한 제주에는 썩을 사육하기에 최적의 조건을 갖추고 있어 썩농장이 많으며, 농사가 힘든 제주에서 썩을 기력보충용으로 많이 먹었다. 이러한 이유로 제주도는 메밀과 썩을 이용한 음식이 많아 다른 지역과 다른 독특한 음식을 먹을 수 있다.

상품3은 제주의 대표적인 보존자원인 ‘제주해녀’를 테마로 한 상품으로 해녀문화체험 및 해녀가 채취한 식재료로 만든 음식 시식으로 구성된다. 해녀박물관에서 시작해 해녀에 대해 배운 후 해녀가 채취한 식재료로 만든 음식으로 식사하고, 제주에서 해녀가 가장 많다는 김녕해녀마을에 들러 해설사와 함께 해녀가 물질하는 모습 및 마을을 둘러보는 프로그램이다(표4-3).

김녕리는 제주시에서 동쪽으로 약 22km 떨어진 해안가에 위치한 곳으로 김녕리의 해녀 수는 약 150여명으로 제주 마을 중 해녀가 가장 많아 해녀의 물질하는 모습을 볼 수 있으며, 해녀가 채취한 식재료를 활용한 음식을 먹어볼 수 있다.

상품4는 ‘제주 의식주 체험’을 테마로 한 상품으로 제주 가옥체험, 음식 만들어보기, 향토음식 시식으로 구성된다. 제주의 대표적인 민속마을인 성읍민속마을을 방문해 해설사와 함께 제주 가옥구조의 특징, 식문화에 대한 이야기를 듣는다. 이후에 마을 내 위치한 체험장에서 제주 향토음식을 직접 만들어 본 후 제철식재료를 활용한 제주 향토밥상으로 식사하는 프로그램이다 (표4-4). 특히 섭취하는 향토음식은 계절에 따라 제철 식재료를 활용해 만든 음식으로 구성된다.

상품5는 제주 토종된장인 ‘제주 푸른콩 된장’과 다양한 ‘제주 향토 발효음식’을 테마로 한 상품으로 시연 및 체험, 시식으로 구성된다. 푸른콩 된장이 만들어지는 과정을 본 후 제주 향토 발효음식을 직접 만들어보고, 만든 음식으로 식사하는 프로그램이다 (표4-5).

제주 식문화에서 된장은 빠질 수 없는 중요한 식재료로 많은 음식에 된장이 활용된다. 특히 제주도 고지에서만 생산되는 토종 품종인 ‘푸른콩’으로 만든 ‘제주 푸른콩 된장’은 슬로우푸드협회 맛의 방주에 등재되어 그 가치가 높다.

상애떡은 보리가루에 탁주를 부어 혼합하고 소를 넣어 발효시킨 제주식 발효 찌빵으로 현재 보리빵으로 변형되어 많이 판매된다. 발효오미자차는 오미자에 꿀을 넣고 저온에서 발효시켜 뜨거운 물에 타서 마시는 차이다. 과거에는 제주 한라산에서만 자라는 흑오미자를 활용했으나 현재는 채취가 금지되면서 현재는 제주도 내 농장에서 직접 생산되는 오미자로 만들어진다.

[표 4-1] 음식관광 상품1(형태: 시식)

상품명	제주 전통시장 맛체험	
장소	제주 동문재래시장, 골목식당	
식사내역	중식1식	
상품가격	3만원	
이동편	도보	
소요시간	세부일정	비고
2시간	몸국 → 썩 메밀국수 → 빙떡, 오메기떡, 뺏데기	시장 먹거리 체험

[표 4-2] 음식관광 상품2(형태: 시식+체험)

상품명	제주 메밀과 썩 이야기	
장소	제주 표선면 메밀밭 썩마을(썩농장을 보유하고 있는 표선면 식당)	
식사내역	중식1식	
상품가격	5만원	
이동편	도보·차량	
소요시간	세부일정	비고
45분	자칭비 신화와 함께하는 메밀밭투어	제주 식재료 체험
15분	이동	
10분	썩농장 투어	제주 식재료 체험
1시간	메밀과 썩을 테마로 한 식사 (썩코스요리: 썩만두 - 썩샤브샤브 - 썩 메밀국수)	제주 향토 음식 체험

[표 4-3] 음식관광 상품3(형태: 시식+체험)

상품명	해녀들의 식탁	
장소	해녀박물관, 김녕해변, 김녕해녀마을, 동북해녀촌	
식사내역	중식1식	
상품가격	5만원	
이동편	도보·차량	
소요시간	세부일정	비고
1시간	해설사와 함께하는 해녀 박물관 투어, 박물관 내 시설을 이용한 해녀체험	해녀 체험
20분	김녕해변 드라이브	
40분	김녕해녀마을 투어 및 싱싱한 해산물 시식 (전복, 성게, 개불, 해삼 등)	제주 식재료 체험
1시간	식사: 성게국수, 회국수 (구좌읍 '동북 해녀촌' 식당)	제주 향토음식 체험

[표 4-4] 음식관광 상품4(형태: 시식+시연+실습)

상품명	제주 식문화 체험		
장소	성읍 민속마을		
식사내역	중식1식		
상품가격	7만원		
이동편	도보		
시간	세부일정	비고	
1시간	성읍 민속마을 투어	성읍 민속마을 체험	
20분	고소리술, 오메기술 시연, 시음		
40분	빙떡 시연, 실습, 시식		
1시간	식 전	콩죽, 빙떡	제주 향토음식 식사*
	메 인	- 보리밥, 차조밥 - 멧국 or 보말국 or 각재기국 - 잎쌈: 양하잎, 콩잎, 배추잎 + 멧젓 or 자리젓 - 마농지 or 양하 장아찌	
	식 후	오메기떡, 콩역 or 개역	

*메뉴는 계절에 따라 변동

[표 4-5] 음식관광 상품5(형태: 시식+시연+실습)

상품명	제주 발효음식 체험	
장소	한라산 청정촌(푸른콩 된장 체험농장)	
식사내역	중식1식	
상품가격	7만원	
이동편	도보	
시간	세부일정	비고
1시간	제주 푸른콩 된장 만들기 시연	제주 발효음식 체험
1시간	상애티 만들기 시연 및 실습	
1시간	메인	제주 향토발효음식 식사*
	식후	

*메뉴는 계절에 따라 변동

2. 전문가 의견조사 결과 및 최종상품 선정

전문가 의견조사 중 가격적절성, 구성체계성, 상품성은 5점 리커트 척도를 사용해 조사하였으며 분석결과는 표4-6과 같다.

[표 4-6] 전문가 의견조사 결과1(가격적절성, 구성체계성, 상품성)

항목*		상품1	상품2	상품3	상품4	상품5
		Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD	Mean±SD
가격적절성	소비자 입장	3.67 ±1.00	3.56 ±0.88	3.66 ±1.00	3.00 ±1.23	3.67 ±0.87
구성체계성	주제와 관련성	3.67 ±1.00	3.78 ±0.88	3.88 ±1.27	3.67 ±1.00	3.89 ±0.93
	음식 및 장소선정의 적절성	3.89 ±1.17	4.11 ±0.60	3.56 ±1.13	3.33 ±1.12	4.00 ±0.50
상품성	상품 경쟁력	3.44 ±1.01	3.56 ±0.73	3.78 ±0.83	3.56 ±1.13	3.67 ±0.71
	소비자 매력도	3.78 ±0.83	3.67 ±0.71	3.89 ±0.93	3.22 ±1.30	3.78 ±0.67
Total		3.69 ±0.97	3.73 ±0.75	3.75 ±1.00	3.36 ±1.13	3.80 ±0.73

*descriptor: 1 전혀 경쟁력 없다 ~ 5 매우 경쟁력 있다

각 상품에 대한 구체적인 분석결과 소비자 입장에서 가격적절성은 상품5가 3.67점으로 가장 높았다. 구성체계성 중 주제와 관련성 역시 상품5가 3.89점으로 가장 높았던 반면에 음식 및 장소선정의 적절성은 상품3이 4.11점으로 가장 높은 것으로 나타났다. 상품성 중 상품경쟁력 및 소비자 매력도는 상품3이 각 3.78점, 3.89점으로 가장 높은 것으로 나타났다. 각 항목을 합산한 평균값은 상품5가 3.80점으로 가장 높은 것으로 분석되었다.

각 상품의 대한 강점 및 약점, 보완점은 개방형 질문을 사용해 조사하였으며 응답결과는 표4-7에 제시하였다.

[표 4-7] 전문가 의견조사 결과2(강점, 약점 및 보완점)

상품	항목	의견조사 결과
상품 1	강점	- 시장을 다니면서 육지에서는 접할 수 없는 제주의 다양한 식재료와 음식을 체험할 수 있음.
	약점 및 보완점	- 제주에는 신선한 해산물이 많으므로 시식메뉴에 추가되었으면 좋겠음. - 시장은 관광객 혼자서도 충분히 찾아다닐 수 있는 곳이므로 해설의 차별성이 요구됨. - 육지에 돌아가서도 제철식재료나 희귀식재료를 구매할 수 있는 등의 옵션이 추가된다면 경쟁력이 있을 것임.
상품 2	강점	- 메밀과 썩이라는 큰 주제를 기본으로 볼거리, 알거리, 먹을거리가 함께 있는 상품으로 도심에서 보기 힘든 메밀밭과 썩농장이 희소성이 높음.
	약점 및 보완점	- 메밀밭체험은 계절성을 고려해야 함. - 썩은 익숙하지 않은 식재료로 다른 메뉴 추가가 필요함. - 메밀밭이나 메밀과 관련된 체험이 추가되면 좋겠음.
상품 3	강점	- 해녀의 희소성, 보존성 등 가치가 크며 해녀가 직접 채취한 음식을 먹는다는 것이 강점임.
	약점 및 보완점	- 해녀박물관 체험과 해녀마을 투어의 차별성이 부족함. - 박물관이라는 한정된 장소에서 하는 체험이 아닌 해녀가 실제 생활하는 장소 또는 채취장소 방문, 해녀를 만나 이야기를 듣는 등 현장위주의 체험이 추가되었으면 좋겠음. - 드라이브는 버스가 아닌 승용차로 소수의 인원이 진행해야 좋을 것이라 생각됨.

[표 4-7] 계속

상품	항목	의견조사 결과
상품 4	강점	<ul style="list-style-type: none"> - 민속마을에서 이루어지는 프로그램으로 체험형태, 시식음식 등 주제관련성이 높음. - 제주도의 다른 음식점에서 먹기 힘든 특화된 향토음식을 직접 체험하고 먹어볼 수 있다는 점이 강점임. - 시식메뉴에 제철식재료를 활용한다는 것이 강점임.
	약점 및 보완점	<ul style="list-style-type: none"> - 시식메뉴가 채소위주의 구성으로 육류·해산물 등 추가메뉴가 필요함. - 식사장소 선정 및 메뉴에 대한 정확한 설명이 필요함.
상품 5	강점	<ul style="list-style-type: none"> - 한국의 발효와 제주 지역의 특징을 접목시킨 것으로 최근 트렌드인 건강식, 발효식에 부합함. - 직접 된장을 만드는 것을 보고 체험해 소비자들에게 신뢰를 줄 수 있음.
	약점 및 보완점	<ul style="list-style-type: none"> - 장체험은 다른 지역에서도 많이 하는 체험이므로 제주만의 특수성을 강조해야함. - 농장방문, 콩따기 등 식재료와 접목된 체험이 추가되면 좋겠음. - 시연, 시식, 실습 등 다양한 체험으로 체험시간이 부족할 것으로 생각되므로 시간이 늘어났으면 좋겠음.

위의 전문가 조사 결과 및 평가의견을 바탕으로 평가 점수가 가장 높은 상품5를 일반설문지에 음식관광상품 예시로 활용할 상품으로 선정하다.

전문가 의견조사결과 푸른콩과 관련된 체험이 추가되었으면 좋겠다는 의견에 따라 농장방문을 추가하였으며, 시간배분이 부족하다는 의견을 수용해 체험순서를 수정하고 체험시간을 늘렸다. 최종 수정된 상품5는 표4-8과 같다.

[표 4-8] 일반설문지에 활용된 음식관광 상품 예시

상품명	‘제주 향토 발효음식 체험’
상품 특징	제주도 토종품종인 ‘푸른콩’으로 만든 된장 및 다양한 제주 향토 발효음식을 테마로 한 ‘웰빙 음식 체험 프로그램’
소요 시간	세부 일정
1시간	제주 국제 컨벤션 센터 앞 집합 ‘한라산 청정촌’ 푸른콩 된장 체험농장 으로 이동
1시간	제주 푸른콩 농장 방문 ‘제주 푸른콩 된장’ 만드는 법 설명 및 시연 - 한라산 고지에서만 재배되는 제주도 토종 품종인 ‘제주도 푸른콩’과 화산암반수만으로 만든(‘無’ 색소, 향료, 방부제, 화학성분) 된장 시연
1시간	‘제주 향토 발효음식 밥상’ 식사 <메뉴> * 계절에 따라 달라짐 - 잡곡밥 - 냉이 된장국 or 호박잎 된장국 - 한치물회 or 자리물회 - 된장양념 돔배고기 - 강이범벅(방게볶음) - 잎쌈: 양하잎(봄, 가을), 콩잎(여름), 배추잎(겨울) + 푸른콩 된장소스
2시간	상애떡 만들기 - 보리가루에 탁주를 부어 혼합하고 발효시킨 반죽에 소를 넣어 찌낸 제주식 찌빵 만들기 상애떡과 발효오미자차 시식 - 직접 만든 상애떡과 잘 어울리는 발효 오미자차(제주산 오미자에 꿀을 넣고 저온에서 발효시켜 뜨거운 물에 타서 마시는 차) 시식

제2절 일반인 설문조사 결과

1. 표본의 인구통계학적 특성

응답자의 인구통계학적 분석결과는 표4-9와 같다. 성별은 남자 165명(55.9%), 여자 130명(44.1%)로 유사하게 조사되었다. 지역은 서울 198명(67.1), 수도권 97명(32.9%)로 서울이 많았다.

연령은 20대 81명(27.5%), 30대 114명(38.6%), 40대 72명(24.4%), 50대 이상 28명(9.5%)로 50대 이상을 제외한 나머지 연령대가 비슷하게 나타났다. 결혼여부는 미혼 134명(45.5%), 기혼 161명(54.6%) 비슷하게 조사되었다.

학력은 대학(졸업 혹은 재학) 165명(55.9%), 전문대(졸업 혹은 재학) 80명(27.1%), 대학원 이상(졸업 혹은 재학) 35명(11.9%), 고졸 이하 15명(5.1%)로 대학(졸업 혹은 재학)이 가장 높게 나타났다.

직업의 경우 사무직 96명(32.5%)으로 가장 많았으며 뒤를 이어 서비스직 64명(21.7%), 주부 30명(16.9%)으로 나타났으며 기술직 35명(11.9%), 전문직 34명(11.5%)으로 비슷한 비율을 보였다.

소득은 300만원 미만 114명(38.6%)이 가장 많은 것으로 나타났으며 뒤이어 200만원 미만 71명(24.1%), 400만원 미만 38명(12.9%), 500만원 미만 35명(11.9%), 100만원 미만 20명(6.8%), 500만원 이상 17명(5.8%)순으로 나타났다.

[표 4-9] 표본의 인구통계학적 특성

요인	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남	165	55.9
	여	130	44.1
지역	서울	198	67.1
	수도권	97	32.9
연령	20대	81	27.5
	30대	114	38.6
	40대	72	24.4
	50대 이상	28	9.5
결혼여부	미혼	134	45.4
	기혼	161	54.6
학력	고졸 이하	15	5.1
	전문대(졸업 혹은 재학)	80	27.1
	대학(졸업 혹은 재학)	165	55.9
	대학원 이상(졸업 혹은 재학)	35	11.9
직업	학생	20	6.8
	주부	30	10.2
	자영업	16	5.4
	사무직	96	32.5
	서비스직	64	21.7
	전문직	34	11.5
	기술직	35	11.9
가계소득	100만원 미만	20	6.8
	200만원 미만	71	24.1
	300만원 미만	114	38.6
	400만원 미만	38	12.9
	500만원 미만	35	11.9
	500만원 이상	17	5.8

2. 제주 관광 관련 특성

제주향토음식을 활용한 음식관광 상품 지불의사금액에 영향을 미치는 영향변수에 대한 기초자료를 수집하기 위해 제주 관광 관련 특성을 조사한 결과는 표4-10과 같다.

최근 10년 이내 제주도 방문횟수는 1회 154명(52.2%), 2회 57명(19.3%), 3회 41명(13.9%), 5회 이상 35명(11.9%), 4회 8명(2.7%) 순으로 1회 방문이 전체 응답자의 절반 가량을 차지했다.

동행인은 가족 146명(49.5%), 친구 85명(28.8%), 연인 34명(11.5%), 혼자 14명(4.7%), 기타 직장동료 16명(5.4%)로 나타나 가족이 가장 많은 것으로 조사되었다.

체류기간은 2박3일 124명(42.0%), 3박4일 109명(36.9%), 4박5일 이상 43명(14.6%), 1박2일 19명(6.4%)순으로 2박3일에서 3박4일이 가장 많은 것으로 분석되었다.

체류기간 중 지출비(1인 1회 기준)는 음식, 레저 및 관광활동, 숙박으로 나누어 조사하였다.

음식 지출비는 3만원 미만 94명(31.9%)로 가장 많았으며, 뒤를 이어 10만원 이상 80명(27.1%), 5만원 미만 59명(20.0%)으로 나타났다.

레저 및 관광활동 지출비는 10만원 이상 74명(25.1%)이 가장 많았으며 뒤를 이어 3만원 미만 69명(23.4%), 5만원 미만 62명(21.0%), 7만원 미만 36명(12.2%), 10만원 미만 34명(11.5%) 순으로 나타났다.

숙박 지출비는 10만원 이상 80명(27.1%)로 가장 많았으며 뒤를 이어 10만원 미만 73명(24.7%), 5만원 미만 53명(18.0%), 5만원 미만 53명(18.0%), 7만원 미만 53명(18.0%)순으로 나타났다.

각 항목의 평균을 계산한 결과 숙박 76677.96원, 관광 및 레저 63355.93원, 음식 60067.79원으로 나타나 숙박시설에 지출하는 비용이 가장 많은 것으로 분석되었다.

[표 4-10] 제주 관광 관련 특성

요인	항목	빈도(명)	비율(%)
방문횟수	1회	154	52.2
	2회	57	19.3
	3회	41	13.9
	4회	8	2.7
	5회 이상	35	11.9
동행인	가족	146	49.5
	친구	85	28.8
	연인	34	11.5
	혼자	14	4.7
	기타(직장동료)	16	5.4
체류기간	1박2일	19	6.4
	2박3일	124	42.0
	3박4일	109	36.9
	4박5일 이상	43	14.6
음식지출비 (1인1회 평균)	1만원 미만	19	6.4
	3만원 미만	94	31.9
	5만원 미만	59	20.0
	7만원 미만	18	6.1
	10만원 미만	25	8.5
	10만원 이상	80	27.1
	Mean±SD	60067.79(±32356.36)	
체험 및 레저 지출비(1인1회 평균)	1만원 미만	20	6.8
	3만원 미만	69	23.4
	5만원 미만	62	21.0
	7만원 미만	36	12.2
	10만원 미만	34	11.5
	10만원 이상	74	25.1
	Mean±SD	63355.93(±31481.42)	
숙박시설 지출비 (1인 1회 평균)	1만원 미만	6	2.0
	3만원 미만	30	10.2
	5만원 미만	53	18.0
	7만원 미만	53	18.0
	10만원 미만	73	24.7
	10만원 이상	80	27.1
	Mean±SD	76677.96(±27064.07)	

3. 제주 향토음식 관련 특성

제주향토음식을 활용한 음식관광 상품에 대한 가치평가를 위한 기초자료로 제주 향토음식 관련 특성을 조사하였다. 조사항목은 크게 관심도, 인지도, 섭취의사, 문제점, 개발필요성, 개발 시 중점사항으로 나누어 조사하였다.

1) 제주 향토음식 관심도, 인지도 및 섭취의사

향토음식에 대한 관심도를 분석한 결과 높다 62명(21.0%), 보통이다 138명(46.8%), 낮다 95명(32.3%)으로 나타나 보통이상의 응답이 67.8%로 제주 향토음식에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다(표4-11).

제주 향토음식에 대한 인지도 및 섭취의사 분석결과는 표4-13과 같다. 각 항목별 인지도는 찬류(2.74), 국류(2.60), 주식류(2.40), 기호식류(2.27), 술류(1.99)로 찬류가 가장 높게 나타났다. 찬류 중에서 옥돔미역국(3.04), 해물떡배기(3.50), 옥돔구이(3.69), 흑돼지구이(3.92) 등 현재 제주에서 많이 판매하고 있는 음식의 인지도가 높게 나타났다. 그러나 일부 음식을 제외하고는 대부분의 음식이 평균 3이하의 값으로 보통이하로 나타났으며 특히 강이죽(1.96), 고소리술(1.94) 제주청술(1.94), 콩역(1.96), 개역(1.88) 등의 인지도는 평균값이 2 이하로 매우 낮은 것으로 나타났다.

반면에 각 항목별 섭취의사는 주식류(3.32), 기호식류(3.26), 국류(3.15), 술류(3.05)로 주식류가 가장 높게 나타났다. 대부분의 음식 선호도가 평균 3이상의 값으로 보통 이상으로 나타났다.

각 항목의 Cronbach's α 값은 0.954로 항목의 신뢰도는 적절한 것으로 판단되었다.

제주 향토음식의 인지도와 섭취의사의 차이를 분석하기 위해 t-test를 실시한 결과 대부분의 음식이 인지도에 비해 섭취의사가 높은 것으로 나타났으며, 구체적인 분석을 위해 IPA를 응용하여 인지도와 섭취의사의 평균값을 기준으로 4분면으로 나누어 분석한 결과 인지도와 선호도가 모두 평균 이상인 음식은 흑돼지구이,

옥돔구이, 전복죽, 옥돔미역국, 성게국, 자리구이, 자리물회, 해물뚝배기, 찜만두, 오메기떡, 발효오미자차 총 11개, 인지도는 높으나 섭취의사가 낮은 음식은 툇무침, 파래국, 말고기 총 3개, 인지도는 낮으나 섭취의사가 높은 음식은 빙떡, 돌솥표고비빔밥, 소라술밥, 해물술밥, 찜메밀국수 총 5개, 인지도와 섭취의사가 모두 평균 이하인 음식은 콩죽, 갱이죽, 뽕국, 몸국, 툇국, 보말국, 각재기국, 갱이젓, 게우젓, 자리젓, 오메기술, 고소리술, 제주청술, 콩역, 개역 총 15개로 분석되었다(그림 4-1).

이러한 결과를 볼 때 향토음식의 적극적인 홍보를 통해 인지도가 높아진다면 소비를 촉진할 수 있을 것이라 생각된다.

[표 4-11] 제주 향토음식에 대한 관심도 응답결과

요인	항목	빈도(명)	비율(%)
향토음식 관심도	높다	62	21.0
	보통이다	138	46.8
	낮다	956	32.3

[표 4-12] 제주 향토음식 인지도 및 섭취의사 신뢰도 분석결과

Cronbach's α 값	항목수
.954	68

[표 4-13] 제주 향토음식 인지도 및 섭취의사 차이 분석결과

분류		인지도*	섭취의사*	t값
		Mean±SD	Mean±SD	
주식류	돌솥표고비빔밥	2.38±1.34	3.46±1.12	-10.718***
	소라솥밥	2.15±1.25	3.37±1.16	-12.646***
	해물솥밥	2.40±1.37	3.50±1.18	-10.900***
	콩죽	2.11±1.22	2.96±1.18	-9.213***
	전복죽	3.74±1.43	3.81±1.12	-0.794***
	깁이죽	1.96±1.12	2.89±1.20	-10.357***
	팽메밀국수	2.08±1.21	3.30±1.21	-12.837***
	Total	2.40±0.95	3.32±0.82	-13.571***
국류 · 찌 개 류	옥돔미역국	3.04±1.51	3.59±1.23	-5.417***
	성게국	3.10±1.51	3.46±1.28	-3.811***
	파래국	2.76±1.37	3.12±1.19	-3.925***
	몸국	2.27±1.36	3.03±1.25	-8.455***
	톳국	2.42±1.33	2.96±1.20	-5.515***
	보말국	2.21±1.34	2.99±1.27	-8.593***
	멜국	2.10±1.27	2.68±1.22	-7.233***
	각재기국	2.07±1.28	2.80±1.24	-7.766***
	해물뚝배기	3.50±1.47	3.76±1.21	-2.541***
	Total	2.60±0.99	3.15±0.85	-8.625***
찬류	옥돔구이	3.69±1.39	4.04±1.15	-3.781***
	자리구이	2.56±1.45	3.58±1.26	-10.397***
	자리물회	2.63±1.49	3.47±1.29	-8.515***
	흑돼지구이	3.92±1.41	4.13±1.11	-2.442***
	팽만두	2.59±1.37	3.51±1.22	-9.086***
	톳무침	2.72±1.40	3.08±1.16	-4.931***
	말고기	2.83±1.39	3.16±1.38	-2.745***
	깁이젓	2.12±1.22	2.91±1.25	-8.259***
	게우젓	2.14±1.27	2.84±1.27	-7.366***
	자리젓	2.23±1.34	2.82±1.27	-5.971***
	Total	2.74±0.94	3.35±0.81	-9.612***

[표 4-13] 계속

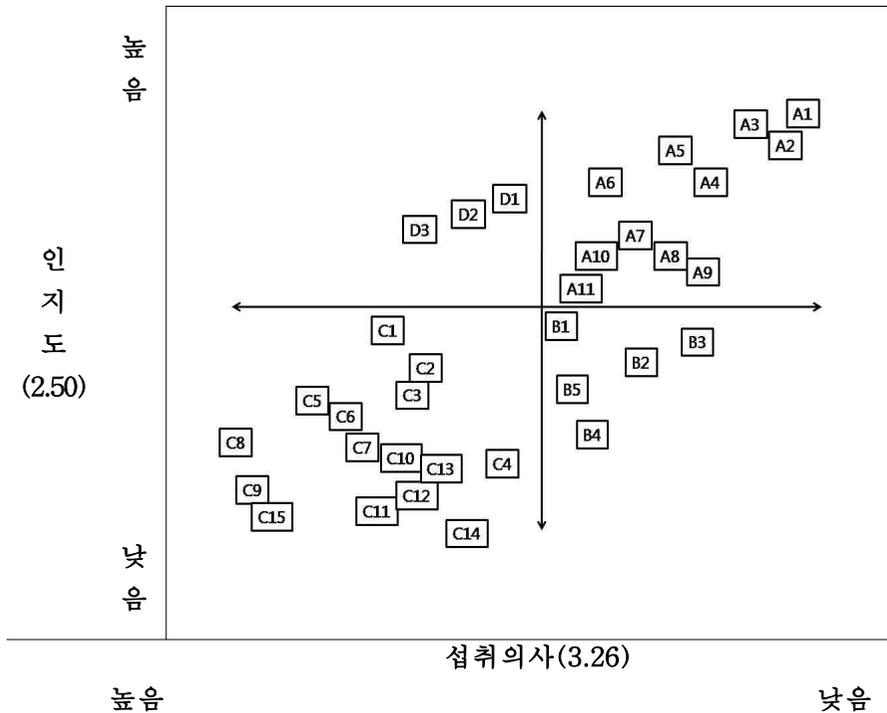
분류		인지도*	섭취의사*	t값
		Mean±SD	Mean±SD	
술 류 · 기 호 식 류	오메기술	2.08±1.32	3.03±1.30	-9.137***
	고소리술	1.94±1.27	3.05±1.30	-11.082***
	제주 청술	1.94±1.20	3.09±1.29	-11.941***
	오메기떡	2.51±1.49	3.37±1.27	-9.074***
	빙떡	2.46±1.46	3.33±1.22	-8.701***
	콩역	1.96±1.19	3.15±1.24	-13.648***
	개역	1.88±1.15	3.08±1.25	-13.096***
	발효 오미자차	2.52±1.44	3.39±1.24	-8.846***
	Total	2.27±1.02	3.26±0.97	-13.832***
Total	2.50±0.55	3.26±0.35	-7.626***	

***p<0.001

*descriptor

인지도 1 전혀 모른다 ~ 5 잘 알고 있거나 먹어보았다

섭취의사 1 전혀 먹어보고 싶지 않다 ~ 5 매우 먹어보고 싶다



- A1 흑돼지구이 ; A2 옥돔구이 ; A3 전복죽 ; A4 옥돔미역국 ; A5 해물뽕배기 ; A6 성게국 ; A7 자리물회 ; A8 평만두 ; A9 자리구이 ; A10 발효오미자차 ; A11 오메기떡
- B1 빙떡 ; B2 돌솥표고비빔밥 ; B3 해물술밥 ; B4 소라술밥 ; B5 썰메밀국수
- C1 툃국 ; C2 물국 ; C3 보말국 ; C4 강이죽 ; C5 개우젓 ; C6 강이젓 ; C7 콩죽 ; C8 뽕국 ; C9 각계기국 ; C10 오메기술 ; C11 고소리술 ; C12 제주청술 ; C13 개역 ; C14 룡역 ; C15 자리젓
- D1 말고기 ; D2 파래국 ; D3 툃무침

[그림 4-1] 제주 향토음식 인지도, 섭취의사 분석결과

2) 일반사항 및 관심도에 따른 인지도, 섭취의사

일반사항 및 관심도에 따른 향토음식 인지도, 섭취의사 상관관계 분석결과는 표4-14, 표4-15와 같다.

향토음식 관심도에 따른 인지도와 섭취의사의 상관관계를 분석한 결과 향토음식에 대한 관심도가 높을수록 인지도와 섭취의사가 높아지는 것으로 나타났다. 또한 연령이 높을수록 술류·기호식류를 제외한 주식류, 국류, 찬류의 인지도가 높아지며, 가계소득이 높을수록 찬류에 대한 섭취의사가 높아지는 것으로 나타났다.

[표 4-14] 일반사항 및 관심도에 따른 인지도 상관분석 결과

상관계수			
항목		관심도	연령
관심도	Pearson 상관계수	1	
연령	Pearson 상관계수	.157**	1
주식류	Pearson 상관계수	.255**	.162**
국류	Pearson 상관계수	.385**	.167**
찬류	Pearson 상관계수	.272**	.195**
술류·기호식류	Pearson 상관계수	.264**	.065

**p<0.01 *p<0.05

[표 4-15] 일반사항 및 관심도에 따른 섭취의사 상관분석 결과

상관계수			
항목		관심도	가계소득
관심도	Pearson 상관계수	1	
가계소득	Pearson 상관계수	.201**	1
주식류	Pearson 상관계수	.259**	.066
국류	Pearson 상관계수	.316**	.102
찬류	Pearson 상관계수	.263**	.135*
술류·기호식류	Pearson 상관계수	.206**	.024

**p<0.01 *p<0.05

3) 제주 향토음식 문제점, 개발 필요성 및 개발방향

제주 향토음식의 문제점, 개발 필요성 및 개발방향에 대한 응답결과는 표4-15와 같다.

제주향토음식의 문제점을 묻는 질문에는 대중성(홍보)부족 127명(43.1%), 비싼 가격 115명(39.0%), 특별함 부족 34명(11.5%), 메뉴의 다양성 부족 19명(6.4%)로 나타나 향토음식에 대한 홍보부족이 가장 큰 문제점으로 지적되었으며 비싼 가격이 뒤를 이었다. 이러한 결과를 바탕으로 인지도가 낮은 가장 큰 원인이 홍보부족임을 유추할 수 있으며 홍보의 중요성과 비싼 가격 조정이 필요함을 시사하였다.

제주 향토음식의 개발 필요성에 대한 질문에는 필요하다 147명(49.8%), 보통이다 112명(38.0%) 필요하지 않다 36명(12.2%), 전체 응답의 87.8%가 향토음식 개발이 이루어져야 한다고 응답해 개발 필요성이 높은 것을 알 수 있었다.

향토음식 개발이 필요한 이유를 묻는 질문에는 제주도 관광객이 지속적으로 늘어나고 있으므로 제주도 관광상품 및 관광산업 다양화를 위해 개발이 필요하다는 의견이 많았다. 또한 현재 판매되는 음식의 대부분이 일관된 관광음식으로 제주도를 대표할 만한 향토음식이 부족하다는 의견이 많았다. 제주도 향토음식을 대중에게 알리고 전통을 보존하기 위해서는 향토음식을 관광자원으로 개발해야 한다는 의견이 많았으며, 이를 위해서는 타지역과 비교할 수 없는 고유의 전통음식을 발굴하고 제주도에서만 먹을 수 있는 특별한 음식을 중심으로 개발되어야 한다는 의견이 제시되었다.

반면에 제주 향토음식 개발이 필요하지 않다는 의견으로는 이미 타지역과 차별화된 향토음식의 종류가 많으므로 개발보다는 현재 존재는 음식의 관광상품화를 통해 대중에게 홍보하고 알리는 것이 필요하다는 의견이 많았다.

마지막으로 향토음식 개발 시 중점 사항에 대한 질문에는 음식의 질과 맛 150명(50.8%), 지역의 전통성 91명(30.8%), 상품성 47명(15.9%), 조리방법 7명(2.4%) 순으로 나타나 제주 향토음식 개발 시 지역의 전통성을 유지하면서 음식의 질과 맛을 향상시키는

것이 중요하다는 것을 알 수 있었다.

[표 4-16] 제주 향토음식의 문제점, 개발 필요성 및 개발 시 중점사항에 대한 응답결과

요인	항목	빈도(명)	비율(%)
문제점	대중성(홍보)부족	127	43.1
	비싼 가격	115	39.0
	특별함 부족	24	11.5
	메뉴의 다양성 부족	19	6.4
개발 필요성	필요하지 않다	36	12.2
	보통이다	112	38.0
	필요하다	147	49.8
개발 시 중점사항	음식의 질과 맛	150	50.8
	지역의 전통성	91	30.8
	상품성	47	15.0
	조리방법	7	2.4

응답자의 일반 특성에 따라 달라지는 제주 향토음식 문제점이 나 개발 필요성의 차이를 분석하기 위해 교차분석을 실시한 결과는 표4-17, 표4-18과 같다.

연령대나 결혼여부에 따라 응답한 제주 향토음식의 문제점이 달라지는 것으로 나타났는데 20대, 50대나 미혼의 경우 대중성 부족이라고 응답한 비율이 가장 높았던 반면에 30대, 40대나 기혼의 경우 비싼 가격이라는 응답이 가장 높은 비율을 차지하였다.

또한 학력이나 직업 따라 개발의 필요성을 다르게 인식하였는데 학력이 높아질수록 필요하다는 응답이 많은 것으로 나타났으며, 직업에 따라서는 사무직, 전문직, 학생, 주부의 경우 필요하다는 응답이 가장 많았던 반면에 서비스직이나 기술직, 자영업은 보통이라는 응답이 가장 많은 것으로 분석되었다.

[표 4-17] 연령, 결혼여부에 따른 제주 향토음식 문제점 인식 교차분석 결과

요인		대중성 부족	특별함 부족	비싼 가격	메뉴의 다양성 부족	합계	X ²
연령	20대	54(18.30)	2(0.68)	22(7.46)	3(1.01)	81(27.45)	46.703***
	30대	37(12.54)	19(6.44)	49(16.61)	9(3.05)	114(38.64)	
	40대	24(8.14)	9(3.05)	38(12.88)	1(0.34)	72(24.42)	
	50대 이상	12(4.07)	4(1.35)	6(2.03)	6(2.03)	28(9.49)	
결혼 여부	미혼	73(24.74)	10(3.39)	44(14.92)	7(2.37)	134(45.42)	13.907**
	기혼	54(8.31)	24(8.14)	71(24.07)	12(4.06)	161(54.58)	

***p<0.001 **p<0.01

[표 4-18] 학력, 직업에 따른 제주 향토음식 개발필요성 인식 교차분석 결과

요인		필요하지 않다	보통이다	필요하다	합계	X ²
학력	고졸이하	4(1.34)	5(1.69)	6(2.04)	15(5.08)	16.979**
	전문대	6(2.04)	41(13.89)	33(11.18)	80(27.12)	
	대졸	24(8.19)	58(19.66)	83(28.14)	165(55.94)	
	대학원 이상	2(0.68)	8(2.71)	25(8.47)	35(11.86)	
직업	학생	0	3(1.01)	17(5.76)	20(6.78)	28.889**
	주부	1(0.34)	13(4.41)	16(5.42)	30(10.17)	
	자영업	5(1.69)	7(2.37)	4(1.35)	16(5.42)	
	사무직	11(3.72)	33(11.18)	52(17.62)	96(32.55)	
	서비스직	9(3.05)	32(10.85)	23(7.79)	64(21.69)	
	전문직	4(1.35)	9(3.05)	21(7.12)	34(11.53)	
	기술직	6(2.03)	15(5.08)	14(4.74)	35(11.86)	

***p<0.001 **p<0.01

제3절 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품 가치평가

1. 음식관광 수요도

음식관광상품에 대한 가치평가에 앞서 음식관광에 대한 수요도를 조사한 결과는 표4-19와 같다.

관광에서 음식이 차지하는 비중을 묻는 질문에는 41-60% 103명(34.9%), 61-80% 76명(25.8%), 21-40% 70명(23.7%), 81-100% 23명(7.8%) 0-20% 23명(7.8%)로 조사되었다. 이 결과 응답자의 70% 이상이 관광에서 음식이 차지하는 비중이 40% 이상이라고 응답해 관광에서 음식의 중요성을 시사하였다.

참여하고 싶은 음식관광 형태를 묻는 질문에는 전체응답의 61.1%인 236명이 평소에 먹을 수 없는 새로운 음식을 먹어보는 것이라 응답하였으며 기타 답변으로 음식을 만드는 모습을 구경하고 시식해 보는 것 82명(21.2%), 음식과 관련된 다양한 상품을 구매하는 것 37명(9.6%), 직접 음식을 만들어 보고 먹어보는 것 31명(8.0%), 이라고 응답하였다. 이 결과 대부분의 응답자가 지역의 새로운 음식체험에 대한 욕구가 크다는 것을 알 수 있었다.

[표 4-19] 음식관광 수요도 조사결과

요인	항목	빈도(명)	비율(%)
음식이 관광에 차지하는 비중	0-20%	23	7.8
	21-40%	70	23.7
	41-60%	103	34.9
	61-80%	76	25.8
	81-100%	23	7.8
참여하고 싶은 음식관광 형태*	평소에 먹을 수 없는 새로운 음식을 먹어보는 것	236	61.1
	직접 음식을 만들어 보고 먹어보는 것	31	8.0
	음식을 만다는 모습을 구경하고 시식해 보는 것	82	21.2
	음식과 관련된 다양한 상품을 구매하는 것	37	9.6

*다중응답

2. 음식관광 상품 가치평가

1) 지불의사금액(WTP) 및 상관분석 결과

제시된 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품에 대한 가치평가를 실시한 결과 제시된 음식관광상품에 대한 지불의사가 있다고 응답한 응답자는 215명으로 전체응답자의 72.9%를 차지하였으며 최소 지불의사금액은 45,000원 최대지불의사금액은 105,000원 이며 지불의사가 있는 응답자의 지불의사금액 평균은 58534.88원으로 측정되었다.

지불의사가 있는 경우 그 이유로는 평소에 쉽게 접할 수 없는 음식을 직접 체험해 보고 먹어볼 수 있는 것이 매력적이며 가족과 함께 체험해 볼 수 있어 의미 있는 경험이 될 것이라는 응답이 많았다.

반면에 지불의사가 없는 경우 그 이유로는 발효음식에 관심이 없다는 응답과 음식이 생소하거나 체험이 생소해 직접 체험해 본

경험이 없어 금액에 대한 가치를 평가할 수 없다는 응답이 있었다.

[표 4-20] 지불의사 여부 및 금액

요인	항목	빈도(명)	비율(%)
지불의사 없음		80	27.1
지불의사 있음	45,000원	125	42.4
	70,000원	68	23.1
	105,000원	22	7.5

위의 결과를 바탕으로 종속변수인 지불의사금액과 독립변수인 지출비용(음식, 체험관광 및 레저, 숙박시설), 연령, 학력, 가계소득, 향토음식 관심도, 방문횟수, 체류기간에 대한 상관분석결과는 표4-21에 제시되었다.

음식 지출비용이 0.376으로 가장 높은 상관관계를 보였으며 뒤이어 향토음식관심도(0.272), 학력(0.262), 체험 및 레저 지출비용(0.306), 방문횟수(0.252), 연령(0.240)으로 나타났다. 총 11개의 변수 중 6개의 변수가 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 종속변수와 독립변수간의 상관관계는 전체적으로 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며 0.01수준에서 유의한 것으로 나타났다.

[표 4-21] 지불의사금액에 영향을 미치는 요인 상관관계 분석결과

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11
X1	1										
X2	.306**	1									
X3	.025	.450**	1								
X4	.376**	.659**	.375**	1							
X5	.240**	.027	-.124	-.088	1						
X6	.262**	.058	.055	.038	.040	1					
X7	.090	.107	.123*	-.007	.286**	.177*	1				
X8	.042	.082	.071	.129*	.079	.011	-.018	1			
X9	.272**	.049	.031	.076	.145*	.089	.201**	.298**	1		
X10	.252**	.076	-.021	.047	.302**	.203**	.187**	-.026	.086	1	
X11	-.009	.066	-.038	.102	.009	-.093	-.128*	.053	.049	.035	1

**p<0.01 *p<0.05

X1 지불의사금액 ; X2 레저 체험 지출비 ; X3 숙박 지출비 ; X4 음식 지출비용 ; X5 연령 ; X6 학력 ; X7 소득 ; X8 음식비중 ; X9 향토음식 관심도 ; X10 방문횟수 ; X11 체류기간

2) 지불의사금액추정

상관관계분석 결과를 바탕으로 유의한 독립변수인 음식지출비, 향토음식관심도, 학력, 체험 및 레저 지출비, 방문횟수, 연령과 종속변수인 음식관광상품 지불의사금액(WTP)에 대한 회귀분석을 실시하였으며, 회귀방법으로는 가장 중요한 변수부터 선택하되 단계별로 통계적으로 유의하지 않은 변수를 제거하는 방법인 단계별투입법(stepwise method)사용하였다.

단계별로 투입된 설명변수에 대한 회귀분석 결과표는 표4-22에 제시되었다. 선정된 모델의 설명력을 설명하는 수정된 R²값은 1단계 0.227, 2단계 0.284, 3단계 0.284 로 나타났으며 유의확률은 1단계 0.010, 2단계 0.015, 3단계 0.015로 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 더빈-왓슨(Durbin-Watson)계수는 1.708로 2에 가까워 잔차에 대한 자기상관 관계가 없는 것으로 확인되었다.

[표 4-22] 회귀분석 결과 요약

모형	R	R ²	수정된 R ²	Durbin - Watson	F 값	유의확률
1	.376	.231	.227		6.289	.010*
2	.440	.258	.249	1.708	5.991	.015*
3	.489	.284	.271		5.987	.015*

*p<0.05

독립변수: 음식지출비, 향토음식 관심도, 학력, 체험 및 레저 지출비, 방문횟수, 연령
 종속변수: 음식관광상품 지불의사금액

최종적으로 선정된 6개의 독립변수에 대한 회귀분석의 자세한 내용은 표4-23에 제시되었다. 모델의 설명력을 나타내는 단계별 R²값을 살펴보면 3단계 모형의 R²이 0.284 가장 높아 3단계를 채택하였으며 F값은 5.987, 유의확률 0.015로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

R²값은 추정된 모형이 데이터에 얼마나 적합하느냐를 평가하는 기준으로 1에 가까울수록 적합한 것으로 평가되나 R²은 종속변수에 대한 독립변수의 설명력을 나타내는 것으로 독립변수의 개수가 많아질수록 커지게 된다. 그러나 R²값을 높이기 위해 독립변수를 늘리면 다중공선성 문제가 발생하게 된다. 따라서 회귀분석결과에는 t값과 공차, VIF값을 함께 확인해야 한다. 우선, t 값의 경우 일반적으로 2 이상의 값을 보일 경우 통계적으로 유의하다고 할 수 있으며 공차는 0.1이상 VIF는 15이하인 경우 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 평가된다(서혜선 외 2009; 이승복 2000).

이를 바탕으로 본 연구에서 최종적으로 선정된 독립변수에 대한 분석결과는 다음과 같다. 연구결과 음식지출비, 학력, 연령의 t값이 2이상 유의확률 0.05이하로 유의한 것으로 나타났으며 공차는 0.1이상, VIF 15이하로 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 분석되었다.

[표 4-23] 회귀분석 결과

단계	모형	비표준화 계수		t값	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차			공차	VIF
1	상수	52620.360	2568.297	20.488	.000	1.000	1.000
	음식지출비	.097	.037	2.613	.010*		
2	상수	210909.279	12801.140	1.712	.008	1.000	1.000
	음식지출비	.098	.037	2.665	.008*		
	학력	1975.060	806.902	2.448	.015*		
3	상수	10094.472	13543.151	1.745	.457	.995	1.005
	음식지출비	.104	.036	2.866	.005*		
	학력	2074.086	789.601	2.597	.010*		
	연령	313.917	128.292	2.447	.015*	.992	1.008

**p<0.01 *p<0.05

독립변수: 음식지출비, 향토음식관심도, 학력, 체험 및 레저 지출비, 방문횟수, 연령
 종속변수: 음식관광상품 지불의사금액

위의 결과에 따라 본 연구에서 선정된 회귀모델은 다음과 같다.

[수식 4-1]

$$\text{음식관광상품의 지불의사금액(WTP)} = 10094.472 + 0.104 \times \text{음식지출비} + 2074.086 \times \text{학력} + 313.917 \times \text{연령}$$

위 모형 분석결과 음식지출비가 증가할수록 음식관광상품 가치가 약0.104원, 학력이 높아질수록 약2074원, 연령이 높아질수록 약314원 증가하는 것을 의미한다.

도출된 회귀분석 모형식에 음식지출비의 평균값인 60067.79, 학력의 평균값인 15.49, 연령의 평균값인 31.59를 대입한 결과 개인당 지불의사액은 58385.752로 계산되었으며 응답자의 평균지불의사금액인 58534.883원과 149.131원 차이로 거의 동일하게 분석되어 산출 금액에 대한 객관적 타당성이 부여되었다.

[수식 4-2]

$$\text{음식관광상품의 지불의사금액(WTP)} = 10094.472 + 0.104 \times 60067.79 + 2074.086 \times 15.49 + 313.917 \times 31.59 = 58385.752$$

위에서 산출된 1인당 지불의사금액을 바탕으로 실제 음식관광상품이 출시되었을 때 경제적 가치를 산출하고자 한 해 동안 제주를 방문하는 내국인 관광객 수를 조사하였다. 조사결과 제주도 5,716,864명, 서귀포시 11,203,645명, 합계 12,362,550명으로 집계되었다(통계청 2010).

따라서 이를 바탕으로 위에서 산출된 음식관광 상품의 지불의사금액과 방문객수를 곱한 결과 제주향토음식을 활용한 음식관광상품의 경제적 가치는 연간 약 7000억 원으로 추정되었다.

제5장 결론

제1절 연구요약 및 결론

매년 제주 방문 관광객이 증가하고 방문횟수가 늘어나면서 다양한 관광자원 체험에 대한 욕구가 늘어나 체험형 관광상품의 필요성이 증가하고 있다. 따라서 본 연구는 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품 개발을 통해 음식관광이라는 체험형 관광상품의 실현가능성 및 경제적 가치를 확인하였다.

본 연구의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 개발된 상품은 총 5가지로 ‘음식’이라는 자원을 중심으로 선정된 5가지 주제에 걸맞은 향토음식을 먹어보고 관련된 체험을 하는 것으로 구성하였으며 각 상품에 대한 상품명, 장소, 식사내역, 상품가격, 이동편, 소요시간, 세부일정이 제시되었다. 전문가 의견조사 결과 제주 향토 발효음식을 활용한 상품5의 점수가 3.80점으로 가장 높은 것으로 나타나 상품5를 전문가 의견조사 결과에 따라 수정·보완 후 일반인 설문조사 결과에 활용하였다.

둘째, 개발된 음식관광 상품의 지불의사 가격을 유도하고 지불의사금액에 영향을 미치는 요인을 확인하기 위해 제주 향토음식 및 음식관광에 대한 의견조사를 실시하였다.

제주 향토음식 관심도를 물어본 결과 응답자의 67.8%가 보통 이상이라 응답해 관심도가 높은 것을 알 수 있었다. 그러나 제주 향토음식에 대한 인지도는 찬류(2.74), 국·찌개류(2.60), 주식류(2.40), 술·기호식류(2.27) 순으로 나타났으며 일부음식을 제외하고 대부분의 향토음식에 대한 인지도가 3.00 이하로 매우 낮은 수준이었다. 반면 제주향토음식 섭취의사는 찬류(3.35), 주식류(3.32), 술·기호식류(3.26), 국·찌개류(3.15) 순으로 나타났으며, 대부분의 음식에 대해

높은 섭취의사를 보였다. 인지도와 섭취의사의 차이를 분석한 결과 대부분의 음식이 인지도에 비해 섭취의사가 높은 것으로 분석되었으며, 구체적인 분석을 위해 각 항목의 평균값을 기준으로 4분면으로 나누어 분석한 결과 인지도와 섭취의사가 모두 높은 음식 11개, 인지도는 낮으나 섭취의사가 높은 음식 5개, 인지도는 높으나 섭취의사가 낮은 음식 3개, 인지도와 섭취의사 모두 평균 이하인 음식 15개로 분석되었다. 또한 인구통계학적 특성에 향토음식 관심도에 따른 인지도와 섭취의사의 상관관계를 분석한 결과, 관심도가 높을수록 인지도와 섭취의사가 높아지는 것으로 나타났으며, 연령이 높을수록 주식류, 국·찌개류, 찌류의 인지도가 높았고, 가계소득이 높을수록 찌류에 대한 섭취의사가 높아지는 것으로 나타났다.

제주 향토음식의 문제점에 대한 질문에 있어서는 홍보부족(43.1%), 비싼 가격(39.0%), 차별성 부족(11.5%), 메뉴의 다양성 부족(6.4%)순으로 나타났다. 특히 인구통계학적 특성에 따라 응답이 달라지는 것으로 조사되었는데 20대, 50대 이상, 미혼의 경우 ‘홍보부족’이라는 응답이 가장 높았던 반면, 30-40대, 기혼의 경우 ‘비싼 가격’에 대한 응답이 가장 높은 것으로 분석되었다. 또한 개발필요성을 묻는 질문에 있어서는 전체 응답자의 87.8%가 보통 이상으로 응답해 개발필요성이 높은 것을 알 수 있었다. 개발 시 중점사항으로는 음식의 질과 맛(50.8%), 지역의 전통성(30.8%), 상품성(15.9%), 조리방법(7%) 순으로 조사되어 음식의 질과 맛이 가장 중요한 것으로 나타났다.

마지막으로 제시된 음식관광 상품의 경제적 가치를 평가하였으며, 정확한 지불의사금액 유도를 위해 음식관광 수요도를 조사하였다.

관광에서 음식이 차지하는 비중을 묻는 질문에는 응답자의 70% 이상이 관광에서 음식이 차지하는 비중이 40% 이상이라고 응답해 관광에서 음식의 중요성을 시사하였다. 또한 참여하고 싶은 음식관광 형태를 묻는 질문에는 전체응답의 61.1%인 236명이 평소에 먹을 수 없는 새로운 음식을 먹어보는 것이라 응답해 지역의 새로운

음식체험에 대한 욕구가 크다는 것을 알 수 있었다. 제시된 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품에 대한 가치평가를 실시한 결과 지불의사가 있다고 응답한 응답자는 215명(72.9%)으로 최소 지불의사금액 45,000원, 최대 지불의사금액 105,000원으로 조사되었다. 지불의사금액에 영향을 미치는 변수를 확인하고자 종속변수인 지불의사금액과 독립변수인 방문횟수, 체류기간, 지출비(음식, 체험관광 및 레저, 숙박시설), 연령, 학력, 가계소득, 향토음식 관심도에 대한 상관분석결과 음식 지출비(0.376)가 가장 높은 상관관계를 보였으며 뒤이어 향토음식 관심도(0.272), 학력(0.262), 체험 및 레저 지출비(0.306), 방문횟수(0.252), 연령(0.240) 순으로 나타났다. 상관관계분석 결과를 바탕으로 음식관광상품 지불의사금액에 대한 회귀분석을 실시한 결과 R^2 값 0.284, F값 5.987, 유의확률 0.015로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 도출된 회귀분석 모형식에 음식지출비의 평균값인 60067.79, 학력의 평균값인 15.49, 연령의 평균값인 31.59를 대입한 결과 1인당 평균 지불의사금액은 58385.752원으로 계산되었다. 위에서 산출된 1인당 지불의사금액에 제주 방문 내국인 관광객 수인 12,362,550명을 곱한 결과 제주향토음식을 활용한 음식관광상품의 경제적 가치는 연간 약 7000억 원으로 추정되었다.

본 연구 결과 관광자원으로서 제주 향토음식의 경제적 가치를 제고하기 위해 이를 활용한 다양한 음식관광 상품의 개발 및 실현 가능성을 확인하였다. 또한 이러한 상품개발을 통해 제주도 관광자원 다양화의 기초자료를 제공하였다는데 의의가 있다.

제2절 시사점 및 한계점

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 제주향토음식에 대한 관심도가 높음에도 불구하고 홍보부족으로 인해 인지도가 낮은 것으로 나타났다. 반면에 섭취의사는 상대적으로 높은 것으로 나타나 제주 향토음식에 대한 인지도가 높아진다면 섭취의사 또한

높아져 자연스럽게 소비를 촉진할 수 있을 것이라 사료된다.

또한 제주 향토음식의 관광상품화를 위해서는 음식의 질과 맛을 향상시키고 적극적인 홍보를 통해 인지도를 높이는 것이 중요하며 비싼 가격이 문제점으로 지적되어 관광객의 수요를 만족시키는 합리적인 가격 조정이 필요할 것으로 생각된다.

관광에서 음식이 차지하는 비중을 조사한 결과 응답자의 약 70%가 40% 이상이라고 응답해 관광에서 음식의 중요성이 큰 것으로 나타났다. 또한 참여하고 싶은 음식관광 상품 형태의 경우 평소에 먹을 수 없는 새로운 음식을 먹어보고 싶다는 응답이 60%로 지역의 새로운 음식체험에 대한 욕구가 높은 것을 알 수 있었으며, 제시된 음식관광 상품에 대해 지불의사가 있다는 응답이 전체 응답의 70%로 매우 높게 나타나 음식의 관광자원화 가능성이 크다는 것을 확인하였다. 또한 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품의 연간 경제적 가치를 추정한 결과 약 7000억 원으로 산출되어 실제로 상품이 출시되었을 경우 그 경제적 효과가 클 것으로 예상된다. 따라서 향후 향토음식의 관광상품화를 위한 심도 있는 연구가 추가로 이루어져야 할 것으로 여겨진다.

본 연구의 한계점은 비시장재화인 제주 향토음식을 활용한 음식관광상품의 경제적 가치를 추정하기 위해 CVM을 활용했기 때문에 선행연구에서 언급된 여러 가지 편의(bias)에 영향을 받을 수 있다는 점이다. 이러한 편의를 줄이기 위해 다양한 설문방법이 개발되었는데 본 연구에서는 설문방법 중 편의의 영향을 가장 적게 받으며 신뢰성이 높게 평가되어 선행연구에서 가장 많이 활용되는 양분선택법을 활용하였다. 제시된 가상재화는 환경재나 공공재가 아닌 개인이 소비하는 관광재로 무임승차 등의 문제가 발생하는 전략편의와 지불수단에 영향을 받는 지불수단편의는 발생하지 않았을 것으로 생각된다. 또한 정보편의와 출발점편의를 줄이기 위해 줄이기 위해 실제 운영되고 있는 체험관광 상품의 가격조사를 통해 정확한 가격을 제시하려고 노력하였으며, 제주 향토음식 및 음식관광에 대한 사전 질문을 통해 지불의사에 대한 정확한 응답을

유도하였다. 그럼에도 불구하고 제시된 비시장재화인 음식관광 상품이 일반 관광객에게는 생소한 개념이라 가상편의가 다소 발생했을 가능성이 한계점으로 지적된다. 향후 연구에서는 이러한 편의를 최소화하기 위한 방안을 모색해야 할 것으로 여겨진다.

또 다른 한계점으로는 음식관광상품의 경제적 가치를 환산하기 위해 1인당 지불의사금액에 제주 방문 내국인 관광객 수를 곱해 산출하였다. 그러나 이렇게 도출한 경제적 가치는 실제 소비의사가 있는 소비자만을 대상으로 계산한 것이 아니기 때문에 차이가 있을 것으로 생각되며 조사된 1인당 지불의사금액 응답자 역시 수도권 내에 거주하는 성인 295명으로 전체 관광객의 의사를 반영한 것이 아니므로 향후 좀 더 광범위한 잠재 수요자를 대상으로 한 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

1. 국내

- 강다원 (2003). 한국음식문화와 유럽음식문화의 비교에 따른 한식의 유럽 진출 방안. 한국조리학회지. 9(3), 88-101.
- 강성일, 이계희 (2010). 제주지역 관광관련 지역음식점 사업자 특성에 따른 사업동기, 성공요인 인식차이에 관한 연구. 관광·레저연구. 22(3), 195-209.
- 강수경 (2009). 제주전통음식문화의 현대적 의미 모색. 제주대학교 탐라문화연구소. 35, 177-203.
- 강정길 (2010). CVM 기법을 응용한 국립공원 설악산의 관광자원 가치 측정에 관한 연구 : 케이블카 설치 가부에 따른 측정을 중심으로. 석사학위논문. 경희대학교대학원, 서울
- 고범석, 강성우 (2004). 대구지역 향토음식의 인식도에 관한 연구. 한국조리학회지. 10(4), 15-30.
- 고성보 (2007). 경관보전직불제 도입을 위한 제주발담의 경관가치 평가. 한국농촌계획학회. 농촌계획. 13(4), 1-8.
- 고양숙 (1995). 제주도의 식생활. 제주: 제주도민속자연사박물관
- 곽승준, 전영섭 (1995). 환경의 경제적 가치. 과주: 학현사
- 권세정, 이종하(2004). 향토음식 개발 및 관광상품화 방안에 관한 연구: 경상북도 북부지방을 중심으로. Tourism Research 19. 49-60.
- 권오상 (2013). 환경경제학. 서울: 박영사
- 김경호, 조문수 (2002). 전통음식 개발을 위한 결정요인에 관한 연구 -제주도를 중심으로-. 문화관광연구. 4(1), 115-138.
- 김남우 (2002) Huff의 확률모형과 다중회귀분석을 이용한 상권분석 비교연구 : 서울시 백화점을 대상으로 건국대학교 대학원 석사학위논문, 서울
- 김상애, 김정숙 (2007). 남해군의 전통 향토 음식 발굴 및 전승에 관한 연구: 생선국 및 탕의 조리법과 영양 성분. 한국조리학회지. 13(2), 47-58.

- 김상철(2000). 지역축제의 향토음식 관광상품화에 관한 연구. 한국조리학회지 6(3), 193-223.
- 김수인, 박연진, 김소영, 장혜진(2013). 향토음식 특화 거리의 관광상품화와 활성화 방안 연구: 담양 죽순 푸드빌리지를 중심으로. 한국식생활문화학회. 28(4), 348-355.
- 김애경 (2011). 재래시장 사회문화적 기능에 대한 가치평가 : 가상가치평가법(CVM) 적용. 한국관광학회 학술대회 발표논문집. 855-865.
- 김은혜, 이민아(2010). 음식관광에 대한 소비자의 인식 및 요인분석. 대한지역사회영양학회지. 15(1), 83-93.
- 김재곤, 송경숙 (2011). 축제이벤트에서의 전통향토 음식체험관광에 대한 관광동기가 기대도와 지역애착 및 관광만족에 미치는 영향. 한국콘텐츠학회논문지. 11(10), 434-448.
- 김정현, 이영란, 조문수 (2010). 가족관광객의 향토음식에 대한 지각된 위험, 관여도, 만족과 충성도에 관한 연구. 동아시아식생활학회. 20(5), 802-811.
- 김종천 (2007). TCM, CVM을 이용한 자연경관의 경제적 가치평가에 관한 연구 : 부산시 이기대 수변 도시자연공원을 중심으로. 부경대대학원 석사학위논문, 부산
- 김지선, 정은미, 석용현, 타가미히로시 (2009). 전통주 관광트레일 개발을 위한 전통주 인지도 및 중요 요소 분석 -충남권 전통주 관광자원을 중심으로-. 한양대학교 관광연구소 관광연구논총. 21(1), 93-117.
- 김지순(2005). 잊혀져 가는 제주 음식의 세계. 제주도 교육청 교육제주. 127, 70-75.
- 김천중(2002). 관광상품론. 서울: 학문사
- 김태윤, 김상봉(2004). 비용·편익분석의 이론과 실제 : 공공사업평가와 규제영향분석. 서울: 박영사
- 김태희, 최지아, 안은금주 (2011) 켈리너리투어리즘: '숨겨진 보물을 찾아서'. 한국켈리너리투어리즘협회. 서울
- 김학용, 김성섭(2003). CVM을 이용한 수원 화성의 이용가치 평가. 관광학연구. 27(3), 157-172.

- 김한수 (2012). 향토음식의 스토리텔링을 활용한 관광개발의 지역과
급효과에 대한 지역주민 인식. 문화관광연구. 14(2), 71-81.
- 김희수(2006). 관광산업정책의 변화방향 연구. 서울: 한국문화관광정책
연구원
- 남택영 (2007). 당진 남부지역 관광상품 개발방안 연구. 관광정보연
구. 26, 1-27.
- 농촌진흥청 농업과학기술원 농촌자원개발연구소(2008). 한국의 전통
향토음식 10 제주도. 과주: 교문사(주)
- 문동일 (2005). 제주도 향토음식의 활성화에 관한 연구: 제주도 6 개
향토음식점을 중심으로. 석사학위논문. 초당대학교 산업대학원,
무안
- 문혜선 (2006). 호텔객실 조망권의 경제적 가치평가: CRM과 CVM
의 적용·비교분석. 박사학위논문. 세종대학교 대학원, 서울
- 문화관광부, 한국문화관광정책연구원(2006). 여가백서. R790.103270
- 문화체육관광부 (2013). 국민여행실태조사. R388.901557
- 문화체육관광부, 한국관광공사 (2009). 한식체험 관광상품 개발 연구.
서울: 한국관광공사
- 박보미, 윤유식, 이경희 (2009). 관광자원으로서 전통음식의 매력성
에 다른 구매의사에 관한 연구. 동아시아식생활학회지. 19(5),
819-826.
- 박성수 (2003). 향토음식 인지도 강화에 관한 실증적연구. 석사학위
논문. 경주대학교 대학원, 경주
- 박소현, 이민아, 장해진 (2011). 중국인 관광객의 식생활 라이프스타
일(Food Related Lifestyle) 분석을 통한 음식관광상품 컨셉 요
소 도출. 한국관광학회 학술대회 발표논문집, 231-240.
- 박숙진, 김태현 (2013). 제주특별자치도 관광패키지상품 가격 평가 :
전망이론을 적용하여. 한국콘텐츠학회논문지. 13(6), 469-480.
- 박승현, 서용석 (2010). 음식관광 결정 요인 : 전북의 장소성과 관여
도를 중심으로. 관광학연구. 34(6), 149-169.
- 박정숙 (2006). 조건부시장가치평가법(CVM)을 이용한 공연이벤트의
경제적 가치평가 : 뮤지컬 '오페라의 유령'의 사례를 중심으로.

- 석사학위논문. 한림대학교 국제대학원. 춘천
- 박지호 (2003). 신도시 중앙공원 가치평가에 관한 연구: 조건부가치 추정법(CVM)을 중심으로. 석사학위논문. 경원대학교 대학원, 경기
- 박진영, 이태희, 김용근(2000). 지역축제의 중요도-성취도 분석에 관한 연구. 관광학연구. 26(1)
- 박창규(2011)가상적 가치추정법(CVM)을 이용한 농촌관광 자원개발의 편익가치 분석. 관광경영연구. 50, 73-89.
- 배영동 (2008). 퓨전형 향토음식의 발명과 상품화. 한국민속학회지 (48), 179-212
- 서용석, 이훈 (2013). 진지성 여가이론으로 본 일상 속 식도락과 관광. 한국관광학회, 관광학연구. 37(3), 289-308.
- 서윤정, 조록환, 이웅규 (2011). 전통·향토음식을 활용한 푸드투어리즘 개발. 농촌관광연구. 18(1), 117-133.
- 서혜선, 양경숙, 김나영, 김희영, 김미경 (2009) SPSS(PASW) 회귀 분석. 서울: 한나래출판사
- 소국섭 (2010). 해양관광레저도시에 대한 지불의 사액(WTP) 추정: 가상시장가치 평가법(CVM)의 적용. 호텔관광연구. 36, 93-103
- 손영진 (2005).경기지방 향토음식의 관광상품화 개발필요성 조사. Tourism Research. 21, 211-226.
- 손호기, 김규호 (1998). 야외위락자원의 보전가치평가 - 경주 황성공원에 대한 CVM 기법을 적용하여. 대한관광경영학회 관광연구. 11, 127-139.
- 송영애 (2013). 음식 스토리텔링의 콘텐츠 구성 전략. 한국콘텐츠학회 논문지. 13(7), 120-130.
- 신서영, 장해진, 양일선, 정라나, 이해영 (2004). 컨조인트 분석을 이용한 한국 전통음식 관광상품 선택 속성에 관한 연구. 대한지역사회영양학회지. 9(5), 654-662.
- 신영철 (1997). 조건부가치추정법에 의한 한강수질개선 편익 추정에 관한 연구. 박사학위논문. 서울대학교 대학원, 서울
- 심선아 (2003). 나주지역 주부들의 향토음식에 대한 인지도 및 기호

- 도 조사. 석사학위논문. 순천향대학교, 서울
- 안학영, 전효진, 양태석 (2009). 제주향토음식에 대한 인지와 고객 행동에 관한 연구 - 제주 방문 관광객의 고객 만족, 재방문, 구전을 중심으로 -. 한국조리학회지. 15(2), 93-107.
- 야은숙 (2008). 한국의 식도락 관광 진흥 방안 연구. 관광경영연구. 37, 21-44.
- 양성수, 정철, 육운, 조문수 (2009). 한국음식의 질에 따른 제주방문 중국관광객의 시장세분화. 관광학연구. 33(5), 387-408.
- 양인선, 황춘선 (1990). 제주도 향토음식에 관한 대학생의 인지도 및 기호도 조사연구. 한국식생활문화학회. 5(3), 317-330.
- 양일선, 이해영, 장해진, 신서영, 정라나 (2004). 외국인 대상 한국 전통음식의 관광상품화에 대한 요구도 조사 및 한국 전통음식 관광 상품 개발. 제56차 단양 국제관광학술심포지엄 발표자료. 단양.
- 양일선, 장해진, 신서영, 정라나 (2004). 한국 전통 음식 문화를 소재로 한 인바운드 관광상품 개발. 외식경영연구7(3), 87-116.
- 양태석, 오명철 (2009). 제주 향토음식 선택속성이 고객행동에 미치는 영향. 한국식품영양과학회지. 38(5), 636-643.
- 양태성, 오명철 (2009). 제주 향토음식 선택속성이 고객행동에 미치는 영향 - 제주방문 관광객의 고객만족, 재방문, 구전을 중심으로. 한국식품영양과학회지. 38(5), 636-643.
- 오영주 (2002). 제주향토음식 - 현황과 전망. 한국조리학회 학술발표대회자료. 수원.
- 오영주, 오혁수 (2000). 제주도 국제자유도시 지정에 따른 99 제주음식 연구개발 및 보급. Culinary research. 6(1), 291-312.
- 오영주, 허채옥 (2001). 제주 향토음식의 현황과 전망. 동아시아식생활학회 학술발표대회논문집. 43-67.
- 오혁수 (1999). 제주향토음식 메뉴특성에 관한 연구. Culinary research. 5(1), 131-148.
- 오호성 (2002). 환경경제학. 과주: 법문사
- 울산발전연구원 (2007). 울산광역시 도시공원의 가치평가: 울산대공원을 중심으로. 울산: 울산발전연구원

- 유경민 (2003). 전통음식의 관광상품화 방안에 관한 연구: 전주비빔밥을 중심으로. 석사학위논문. 전주대학교 국제경영대학원, 전주
- 유지윤, 서용석 (2008). 음식관광 서비스품질과 관여도, 만족도 및 재방문의도 분석 : 중·미·일 방한 관광객을 중심으로. 한국관광학회 학술대회 발표논문집. 399-410.
- 유진채, 공기서 (2011). CVM에 의한 친환경농업의 비시장적 가치평가: 충북 도시 소비자를 중심으로. 농업경영정책연구. 28(2), 238-254.
- 이경모 (2005). SIT 미래관광의 대안 모색. 서울: 대왕사
- 이덕원, 이형룡 (2008). 향토음식 메뉴개발과 외식경영자의 지각된 편의 간의 관계. 대한관광경영학회 학술연구발표 논문집. 158-172.
- 이상미 (2010). 음식관광의 참여활동이 방문의도에 미치는 영향. 한국콘텐츠학회논문집. 10(8), 417-425.
- 이상아 (1997). 제주지역의 향토음식과 식생활용구에 관한 연구. 석사학위논문. 세종대학교, 서울
- 이상영, 김은자, 김영 (2006). 제주 전통돌담의 유지보전 방안연구. 한국지역사회생활과학회 학술대회 자료집. 85-89.
- 이선호 (2006). 광주,전남 전통 음식을 연계한 농촌 관광 프로그램에 관한 연구. 한국조리학회지. 12(1), 68-81.
- 이선호, 박영배 (2002). 안동지역의 향토음식을 활용한 관광체험 프로그램 개발. 한국조리학회지. 8(3), 147-168.
- 이소영 (2008). 음식관광자원 인벤토리 및 음식관광상품 경쟁력 평가도구 개발. 석사학위 논문 연세대학교 대학원, 서울.
- 이수진 (2010). 신한류콘텐츠 음식관광 활성화 방안. 경기개발연구원 정책연구. 1-212.
- 이승복(2001) CVM 기법을 이용한 한강수질의 품질경영에 관한 실증적 연구 단국대학교 박사학위논문, 서울
- 이승진(2005). 향토음식의 인지도 및 기호도. 숙명여자대학교 전통문화예술대학원. 석사학위논문. 서울
- 이연정(2005). 한국음식에 대한 일본관광객의 기호도 및 재방문의사에 관한 연구. 동아시아식생활학회지. 15(3), 247-256.

- 이영란, 육운, 조문수 (2011). 제주 방문 중국관광객의 음식 및 서비스 품질 인식에 관한 연구. 한국관광학회 학술대회 발표논문집. 603-615.
- 이영란, 조문수 (2009). 외식 소비자의 관여도 수준에 따른 서비스 품질 지각 차이 분석 : 제주 지역 향토음식점을 중심으로. 한국관광학회 학술대회 발표논문집. 140-150.
- 이우경(2012). 경산 자인단오제의 경제적 가치평가에 관한 연구 : DB-DC CVM을 중심으로. 석사학위논문. 영남대학교 행정대학원. 경북
- 이정희(1995). 제주도 향토음식에 관한 연구. 세종대학교대학원. 석사학위논문. 서울
- 이진희 (2012). 제주도 관광이미지와 만족도, 재방문 의도에 관한 연구. 제주대학교 탐라문화연구소. 40, 109-138.
- 이충기, 조윤미 (2004). CVM을 이용한 체험관광의 가치평가. 관광연구저널. 18(2), 217-232.
- 이희승, 조민, 박종구 (2006). 창덕궁의 사용가치 추정: 조건부시장 가치평가법의 적용. 관광·레저연구. 18(2), 211-225.
- 이희찬 (2003). 문화예술제의 가치평가. 조건부 시장가치평가법의 적용. 관광학연구. 26(4), 129-143.
- 임은정 (2013). CVM을 이용한 프리미엄관광 가치평가. 호텔리조트연구. 12(1), 5-19.
- 임은정, 이희찬(2012). CVM을 이용한 공정여행 가치평가. 관광연구저널. 26(3), 251-266.
- 장순옥, 이연정 (2009). 영천 향토음식에 대한 주민 인식과 관광상품화 의도에 관한 연구. 한국식품조리과학회지. 25(4), 452-466.
- 장해진 (2004). 외국인관광객을 위한 한국 전통음식의 관광상품화 : 개발과 활용. 석사학위논문. 연세대학교, 서울
- 장해진, 양일선, 정라나, 신서영 (2004). 국내외 전통음식 관련 관광상품의 현황 분석. 한국식생활문화학회지. 19(4), 392-398.
- 장해진 (2003). 이탈리아 지역 음식 문화에 관한 고찰: 전통 요리를

- 중심으로. 한국조리학회지. 9(4), 203-220.
- 정민섭, 한혜숙, 박석희 (2008). CVM을 이용한 근대문화유산의 가치 평가에 관한 연구: 인천 최초사 박물관의 건립사례를 중심으로. 호텔경영학연구 17(3), 175-195.
- 제주관광협회 (2004). 한국국제관광전(KOTFA 2004) 관람객 설문조사결과.
- http://www.hijeju.or.kr/APP/bbs/board.php?bo_table=issue&wr_id=91&sca=&sfl=wr_subject&stx=%EA%B4%80%EB%9E%8C%EA%B0%9D+%EC%84%A4%EB%AC%B8%EC%A1%B0%EC%82%AC&sop=and 에서 검색
- 제주관광협회 (2006). 국내여행상품 개발책임자 대상 제주관광 설문조사결과.
- http://www.hijeju.or.kr/APP/bbs/board.php?bo_table=issue&wr_id=96&sca=&sfl=wr_subject&stx=%EA%B5%AD%EB%82%B4%EC%97%AC%ED%96%89%EC%83%81%ED%92%88&sop=and 에서 검색
- 제주관광협회(2013). 2012 제주방문 관광객 설문조사 결과.
- http://www.hijeju.or.kr/APP/bbs/board.php?bo_table=issue&wr_id=148 에서 검색
- 제주발전연구원 (2012). 제주문화의 관광자원화 방안 연구 : 음식 및 유 배문화를 중심으로. 제주발전연구원. 정책연구 2002-09
- 조이경 (2010). 체험관광 동기에 따른 음식체험관광 상품의 기대도와 만족도에 관한 인식. 석사학위논문. 세종대학교 관광대학원, 서울
- 주영하 (2005). 제주도 음식의 문화콘텐츠와에 대한 일고. 제주대학교 탐라문화연구소. 26, 1-20.
- 진성기 (1985). 제주민속박물관의 소장자료와 그 가치. 제주도연구. 2, 287-302.
- 차선빈, 임주환, 이해자 (2000). 향토음식 메뉴개발에 관한 연구. 외식경영연구. 3(2), 211-229.
- 최경희 (2003). 대전시 지정 향토음식의 조리법 표준화 및 영양평가. 석사학위논문. 한남대학교 대학원, 대전
- 최나리, 김재원 (2009). 가상적가치평가법(CVM)을 이용한 비시장 관광자원의 가치추정: 부산지역해수욕장을 대상으로. 관광연구저널. 23(4), 19-36.

- 최수근, 하미옥, 이연정, 변광인 (2006). 울산향토음식의 대중화 및 관광상품화를 위한 중요도와 만족도 연구: 울산시민을 대상으로. 한국식품조리과학회지. 22(3), 346-354.
- 최승운 (2005). CVM을 이용한 화암동굴지구의 경제적 가치 평가에 관한 연구. 석사학위논문. 삼척대학교 산업대학원, 삼척
- 최정숙, 박한식 (2009). 향토음식의 스토리텔링 적용 사례연구. 한국식생활문화학회. 24(2), 137-145
- 최정숙, 박한식, 박승현, 이진영, 강민숙 (2012). 향토음식의 산업화 가치 평가를 위한 지표 개발 연구. 한국식생활문화학회지 27(3), 233-239
- 한국관광공사 (1993). 향토음식 관광상품화 방안. 641.0951호155호
- 한국관광공사 (2006). 외래관광객 한국여행 실태조사
- 한역 (1996). 전통음식의 현대적 인식과 재조명. 석사학위논문. 서울대학교대학원, 서울
- 허남춘, 주영하, 오영주 (2007). 제주의 음식문화. 제주: 국립민속박물관

2. 국외

- Bowker, J. M., & Stoll, J.R. (1988). Use of dichotomous nonmarket methods to value the whooping crane resources. *American journal of agriculture economics*. 70(2), 372-281.
- Brown, J., S. (2003). Valuation of weather forecast services: Discrete choice and CVM approaches. University of Guelph Canada
- Cohen, E., Avieli N., (2004). Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research* 31(4), 755-778.
- Cweirtka, Katarzyna, J. (2002). Asian Food: The Global and Local, Curzon Press
- Fiumerodo, Maria T. (2008). Celebrating community and cuisine:

- Tradition and change in the Sagre Festival in Italy. University of California, Los Angeles
- Fonseca, Carolyn E. (2009). The value of Fijian coral reefs by nonusers: A contingent valuation study to investigate Willingness-to-Pay for conservation, understand scale/magnitude of reef problems and provide tools for practitioners. Georgia Institute of Technology
- Goldhor, W., Barbara, A. (2000). Measuring the willingness to pay user fees for interpretive services at a national forest. The Johns Hopkins University
- Hall, C. M., Mitchell, R. (2002). *Tourism as a force for gastronomic globalization and localization*. In *Tourism and Gastronomy*. Routledge
- Hall, C.M., Mitchell, R., Marina, N. (2005). *Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences*. London: Butterworth-Heinemann. Oxford. 73-88.
- Hall, C. M., Sharples. L., Mitchell R, Macionis, N., Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world*. London: Butterworth-Heinemann. Oxford
- Hammit, W. E. Bixler, R. D., Noe, F. P.(1996). Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance-influence of park impacts. *Journal of Park and Recreation Administration*. 14(1).
- Hanemann, W. M. (1984). Welfare evaluation in contingent valuation experience with discrete response. *American journal of agriculture economics*. 66(3), 332-341.
- Hao, J. (2008). Residents' knowledge, perceptions, attitudes, and willingness to pay for non-point source pollution control: A study of Nansihu Lake watershed, China. The Ohio State University
- Holly J. (2005). Culinary tourism in Newfoundland and Labrador

- Everett. Memorial University of Newfoundland. Canada
- Karim, A. B., Shahrim. (2006). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of the destination's food image and information sources. Oklahoma State University
- Karim, A. B., Shahrim. (2006). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of the destination's food image and information sources. Oklahoma State University
- Khuc, Quy, V. (2013). Household's willingness-to-pay estimation for safe drinking water: A case study in Vietnam. Colorado State University
- Lewis, Sarah, E. (2010). Perception vs. reality: Stakeholder perception of and willingness to pay for watershed ecosystem integrity. University of Arkansas
- Long, L. (2004). *Culinary Tourism*. The University Press of Kentucky
- Loomis, J. B. (1988). Contingent valuation using dichotomous choice models. *Journal of Leisure research*. 20(1), 45-56.
- Mackenzie. J. (1993). A Comparison of contingent preference models. *American journal of agriculture economics*. 75(3), 593-603.
- Maddison, D., Foster, T. (2001). Valuing Congestion Costs in the British Museum. Paper presented to the Economic Valuation of Cultural Heritage. Conference in the Department of Economics of University College London.
- Mazzanti, M. (2002). Valuing Cultural Heritage Services by Choice Modeling Experiments: Visitor Study at the Galleria Borghese in Rome. *Paper presented at the 12th Biennial ACEI Conference June 13-15*, Rotterdam, the Netherlands.
- Mitche, R. C., Carson, R. T. (1989). *Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method. Resources for the Future* : Washington, D.C.
- Nield, K., Kozak, M., LeGrrys, G. (2000). The role of food service

- in tourist satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*. 19, 375-384.
- Quadri, Donna, L. (2012). An experience economy analysis of tourism development along the Chautauqua-Lake Erie Wine Trail. Iowa State University
- Quan, S., Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*. 25, 297-305.
- Rand, G .E., Health, E. (2006). Toward a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Rand, G. E., Health, E., & Alberts, N.(2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3), 97-112.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*. 23, 15-24.
- Seery, Paul, S. (2010). Metropolitan Cuisine Tourism: Exploring Food Tourists to the Creole Cuisine in New Orleans, LA USA. Arizona State University
- Seller, C., Stoll, J. R., Chavas J..P. (1985). Validation of empirical measures of welfare change: A comparison of nonmarket techniques. *Land economics* 61(2), 158-175.
- Smith, Xiao (2008) Culinary Tourism Supply Chain: A preliminary Examination. *Journal of Travel Research*. 46, 289-299.
- The Canadian Tourism Commission (2001). Travel Activities & Motivation Survey, Wine & Cuisine Report
- Wagner, H. A. (2001). Marrying food and travel. culinary tourism. Canada's Food News. Food service Insights, March
- Weiler, B, Hall, C. M. (1992). *Special interest tourism*. London: Belhaven Press

설문지 [전문가 의견조사용]

제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품개발을 위한
전문가 의견조사

안녕하십니까?

본 설문지는 『제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품을 개발』을 위한 기초자료를 마련하고자 작성되었습니다. 아래 제시된 음식관광상품의 전문가 평가 의견을 바탕으로 해 가장 실현가능성이 높은 것을 선정해 소비자 조사를 실시하고자 합니다.

응답해주신 내용은 연구 이외에 목적으로는 절대로 이용하지 않을 것을 약속드리며, 각 문항에 대해 빠짐없이 솔직하게 응답해 주시면 감사하겠습니다.

바쁘신 중에도 본 설문에 참여해 주신 것에 대해 진심으로 감사합니다.

2014년 1월

숙명여자대학교 외식경영학과 석사과정 안소정
숙명여자대학교 문화관광학부 지도교수 윤지영

※ 본 설문에 응답하실 때 다음의 용어 정의를 참고해 주시기 바랍니다.

음식관광	음식과 관련된 활동(음식의 주요 생산지 방문, 음식축제, 레스토랑이나 특정장소에서의 음식시식, 특산물 생산지역에서 체험 등)이 관광의 주된 목적이며, 이러한 목적이 여행 동기를 유발시키는 중요한 요소로 작용하는 것.
음식관광 상품	일정기간 동안 세부적인 일정 속에 음식이 중점이 되어 진행되는 상품.

※ 다음에 제시된 음식관광상품 평가영역을 참고하셔서 다음 내용에 응답해 주시기 바랍니다.

평가항목	평가기준
가격 적절성	개발된 상품이 소비자 입장에서 구매하기 적절한 지에 대한 평가
구성 체계성	상품에 포함된 각 자원들이 주제와 연관되며 상호연관성을 가지고 유연하게 연결되어 있는지에 대한 평가
내용 충실성	개발된 상품을 다른 상품과 비교했을 때, 이점, 및 약점, 보충할 부분 등에 대한 의견 제시
상품성	개발된 상품이 시장 경쟁력을 가지고 있는지와 소비자에게 어느 정도 매력적인가에 대한 평가

※ 다음에 제시된 음식관광상품 참고하셔서 옆에 제시된 평가지에
응답해 주시기 바랍니다.

상품1	제주 전통시장 맛체험	
장소	제주 동문재래시장, 골목식당	
식사내역	중식1식	
상품가격	3만원	
세부일정	시장 먹거리 탐험 (몸국 → 쫄면 메밀국수 → 빙떡, 오메기떡, 뺏데기)	2시간
상품특징	<p>동문재래시장은 해방 후 제주시 도심지역에 유일하게 형성된 시장으로서 가장 오래된 전통의 명목을 이어가고 있는 곳으로 청정 제주에서 나는 각종 농수산물을 가장 저렴하게 살 수 있는 곳으로 유명하며 제주의 시장 문화를 접하기 위한 국내외 관광객들이 많이 찾는 곳이기도 하다. 제주의 대표 재래시장을 해설사와 함께 다니면서 제주에서만 생산되는 육지에서는 접하기 힘든 식재료에 대한 이야기도 듣고, 시장에서 판매중인 제주 향토음식 중 별미음식만을 선정해 맛보는 프로그램이다.</p>	
추가설명	<ul style="list-style-type: none"> • 몸국: 돼지고기는 제주의 대표적인 잔치음식으로 몸국은 돼지를 삶은 육수에 모자반을 넣어 끓인 것으로 동문시장 내 가장 오래된 몸국집이 있다. • 쫄면메밀국수: 쫄면메밀국수는 제주에서만 먹어볼 수 있는 별미음식으로 동문시장의 골목식당은 2대째 내려오는 40년 된 곳으로 깊은 역사만큼 깊은 맛을 가진 곳이다. • 뺏데기: 고구마를 찢 후 설탕을 뿌려 단맛이 나게 한 후 말린 것으로 겨울에 간식으로 많이 먹었다. • 오메기떡: 끓는 물에 소금으로 간을 해 반죽을 한 후 콩과 팥을 한 줍씩 모아 삶은 후 찹쌀을 둥그렇게 떡을 만들어 끓는 물에 넣고 삶은 후 콩가루나 팥가루를 묻힌 것이다. • 빙떡: 빙떡은 메밀가루를 반죽해 얇게 부친 후 무채와 함께 먹는 것으로 동문 재래시장에는 빙떡 골목이 있을 만큼 제주사람들이 많이 먹는 음식이다. 	

평가 항목	평가기준	
가격 적절성	소비자 입장	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
구성 체계성	주제와 관련성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
	음식 및 장소선정의 적절성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
상품성	상품 경쟁력	① 전혀 경쟁력 없다 ② 경쟁력 없다 ③ 보통이다 ④ 경쟁력 있다 ⑤ 매우 경쟁력 있다
	소비자 매력도	① 전혀 매력적이지 않다 ② 매력적이지 않다 ③ 보통이다 ④ 매력적이다 ⑤ 매우 매력적이다
내용 충실성	강점	
	약점 (보충할 부분)	
기타 상품 평가에 대한 의견을 자세히 기재해 주시기 바랍니다.		

상품2	제주 메밀과 썩 이야기	
장소	제주 표선면 메밀밭 썩마을(썩농장을 보유하고 있는 표선면 식당)	
식사내역	중식1식	
상품가격	5만원	
세부일정	자청비 신화와 함께하는 메밀밭투어	45분
	이동	15분
	썩농장 투어	10분
	메밀과 썩을 테마로 한 식사 (썩코스요리: 썩만두 - 썩샤브샤브 - 썩 메밀국수)	1시간
상품특징	메밀과 관련된 신화인 '자청비 신화'(자청비를 제주를 대표하는 여신으로 메밀 농사의 신이기도 하다)에 대한 해설사의 이야기를 들으면서 제주의 메밀밭을 둘러본 후 근처에 썩 농장을 보유하고 있는 식당에 방문해 썩 농장을 둘러본 후 썩 메밀국수, 썩만두 등 메밀과 썩이 주재료인 제주 향토음식을 먹어보는 프로그램이다.	
추가 설명	<p>메밀은 제주처럼 돌이 많고 척박한 땅에서 잘 자라고 재배기간이 100일도 안되며, 가뭄에 강하고 길이가 1m를 넘지 않아 바람이 강한 제주에 적합한 작물로 제주는 전국 메밀 생산량 1위로 전국 총생산량의 약 50%를 차지한다.</p> <p>메밀은 제주 음식문화에서 빼놓을 수 없는 구황작물로 심한흉년이 들면 메밀대를 삶아 먹으면서 허기를 달랬고, 뜨거운 물에 타면 바로 먹을 수 있는 비상식량이었다. 또한 메밀은 피를 맑게 해주는 효능도 있어 산후조리식으로 많이 먹었다. 또한 제주도에서는 메밀과 썩을 이용한 음식이 많아 다른 지역과 다른 독특한 음식을 먹어볼 수 있다.</p>	

평가 항목	평가기준	
가격 적절성	소비자 입장	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
구성 체계성	주제와 관련성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
	음식 및 장소선정의 적절성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
상품성	상품 경쟁력	① 전혀 경쟁력 없다 ② 경쟁력 없다 ③ 보통이다 ④ 경쟁력 있다 ⑤ 매우 경쟁력 있다
	소비자 매력도	① 전혀 매력적이지 않다 ② 매력적이지 않다 ③ 보통이다 ④ 매력적이다 ⑤ 매우 매력적이다
내용 충실성	강점	
	약점 (보충할 부분)	
기타 상품 평가에 대한 의견을 자세히 기재해 주시기 바랍니다.		

상품명3	해녀들의 식탁	
장소	해녀박물관, 김녕해변, 김녕해녀마을, 동북 해녀촌	
식사내역	중식1식	
상품가격	5만원	
세부일정	해설사와 함께하는 해녀 박물관 투어, 박물관 내 시설을 이용한 해녀체험	1시간
	김녕해변 드라이브	20분
	김녕해녀마을 투어 및 싱싱한 해산물 시식 (전복, 성게, 개불, 해삼 등)	40분
	식사: 성게국수, 회국수 (구좌읍 '동북 해녀촌' 식당)	1시간
상품특징	해녀를 테마로 한 상품으로 해녀박물관에서 시작해 해녀의 다양한 모습에 대해 배운 후 해녀가 채취한 식재료로 만든 음식을 먹은 뒤 제주에서 해녀가 가장 많다는 김녕해녀마을에 들러 해녀가 물질하는 모습과 해설사와 함께 마을 안을 구석구석 둘러보는 프로그램이다.	
추가설명	김녕리는 제주시에서 동쪽으로 약 22km 떨어진 해안가에 위치한 곳으로 1천148가구, 3천8백 명이 사는 비교적 큰 바닷가마을이다. 서김녕과 동김녕을 합쳐 해녀 수는 150여 명으로 제주 마을 중 해녀가 가장 많아 해녀의 물질하는 모습을 볼 수 있으며, 해녀가 채취한 식재료를 활용한 음식을 먹어볼 수 있다. 또한 마을 안에 해녀박물관이 있어 체험도 가능하다.	

평가 항목	평가기준	
가격 적절성	소비자 입장	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
구성 체계성	주제와 관련성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
	음식 및 장소선정의 적절성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
상품성	상품 경쟁력	① 전혀 경쟁력 없다 ② 경쟁력 없다 ③ 보통이다 ④ 경쟁력 있다 ⑤ 매우 경쟁력 있다
	소비자 매력도	① 전혀 매력적이지 않다 ② 매력적이지 않다 ③ 보통이다 ④ 매력적이다 ⑤ 매우 매력적이다
내용 충실성	강점	
	약점 (보충할 부분)	
기타 상품 평가에 대한 의견을 자세히 기재해 주시기 바랍니다.		

상품4	제주 식문화 체험			
장소	성읍 민속마을			
식사내역	중식1식			
상품가격	7만원			
세부일정	성읍 민속마을 체험	성읍 민속마을 투어		1시간
		고소리술, 오메기술 시연, 시음		20분
		빙떡 시연, 실습, 시식		40분
	향토음식 코스요리 식사	식 전	콩죽, 빙떡	1시간
		메 인	- 보리밥, 차조밥 - 멜국 or 보말국 or 각재기국 - 잎쌈: 양하잎(봄), 콩잎(여름), 배추잎(가을, 겨울) + 멜젓 or 자 리젓 - 마농지 or 양하 장아찌	
식 후		오메기떡, 콩역or개역		
상품특징	제주의 대표적인 민속마을인 성읍민속마을을 방문해 해설사의 설명과 함께 마을 설명 및 제주 가옥구조의 특징, 식문화 등에 대한 이야기를 듣고, 마을 내 다양한 체험장에서 제주 향토음식을 체험하고 제철식재료로 만든 밥상으로 식사하는 프로그램.			
추가설명	<ul style="list-style-type: none"> • 오메기술, 고소리술: 오메기술은 차조가루를 도넛모양으로 익반죽해 끓는 물에 삶아 으갠 다음 누룩과 섞은 후 떡 삶은 물을 식혀 부어 발효시킨 것이며 고소리술은 이를 증류한 것이다. • 콩요리: 제주는 사시사철 콩을 활용한 음식을 많이 먹었다. 여름에는 콩잎을 활용한 요리를 먹고 겨울에는 콩죽과 콩국을 즐겨 먹는다. • 멜: 멜'이란 큰 멀치의 제주 방언으로 보통의 조림용 멀치보다는 큰 종류이다. 주로 국, 조림 또는 튀김을 해서 먹는다. 			

<p>추가설명</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 각재기: 제주 연안 해역에 서식하고 있는 전갱어과의 어류로 국이나 조림을 주로 해서 먹는다. • 보말: 보말은 제주에서만 채취 가능한 식재료로 해안가 돌에서 쉽게 채취할 수 있다. • 양하: 제주에서 가을에 많이 생산되는 식재료로 생강과에 속하는 식물로 잎은 쌈으로 먹고 뿌리열매는 아삭한 식감과 톡 쏘는 맛으로 무치거나 장아찌로 해 먹는다. • 마농지: 풋마늘대를 제주도에서 부르는 방언으로 장아찌로 많이 담궈 먹는다. • 콩역, 개역: 볶은 콩가루나 볶은 보리 가루를 물에 탄 음료
--------------------	---

평가 항목	평가기준	
가격 적절성	소비자 입장	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
구성 체계성	주제와 관련성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
	음식 및 장소선정의 적절성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
상품성	상품 경쟁력	① 전혀 경쟁력 없다 ② 경쟁력 없다 ③ 보통이다 ④ 경쟁력 있다 ⑤ 매우 경쟁력 있다
	소비자 매력도	① 전혀 매력적이지 않다 ② 매력적이지 않다 ③ 보통이다 ④ 매력적이다 ⑤ 매우 매력적이다
내용 충실성	강점	
	약점 (보충할 부분)	
기타 상품 평가에 대한 의견을 자세히 기재해 주시기 바랍니다.		

상품명5	제주 발효음식 체험			
장소	푸른콩 된장 체험농장			
식사내역	중식1식			
상품가격	7만원			
세부일정	제주 푸른콩 된장 만들기 시연		1시간	
	상애떡 만들기 시연 및 실습		1시간	
	제주 발효음식 테마 밥상 식사	메인	<ul style="list-style-type: none"> - 보리밥, 차조밥 - 냉이 된장국 or 호박잎 된장국 - 한치물회 or 자리물회 - 된장양념 돔베고기 - 갱이범벅 - 잎쌈: 양하잎(봄), 콩잎(여름), 배추잎(가을, 겨울) + 푸른콩 된장소스 	1시간
		식후	상애떡, 발효 오미자차	
상품특징	<p>제주도 고지에서만 생산되는 토종품종인 ‘푸른콩’으로 만든 된장 및 기타 제주 향토 발효음식을 테마로 한 프로그램이다. 특히 제주에서 된장은 제주 식문화에서 빠질 수 없는 것으로 많은 음식에 된장이 활용된다.</p>			
추가설명	<ul style="list-style-type: none"> • 제주푸른콩된장: 제주도 푸른콩은 제주도 고지에서만 재배되는 제주도 토종 품종으로 이것으로 만든 된장은 슬로우푸드협회 ‘맛에 방주’에 등재되어 보존가치가 높다. • 한치or자리물회: 된장을 푼 냉국에 신선한 생선을 잘게 썰어 넣은 것이다. • 돔베고기: ‘돔베’는 제주도 방언으로 ‘도마’를 뜻하는데 도마에 대충 썰어 내어주는 돼지고기를 돔베고기라 일컫는다. • 갱이: 제주에서는 게를 ‘갱이’라고 부르는데 그 중에서 방게는 구하기가 쉬워 방게를 이용한 음식이 매우 다양한데 주로 방게를 간장에 볶거나 보리가루를 범벅 해 볶아먹는다. 			

<p>추가설명</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 상애평: 상애평은 보리가루에 탁주를 부어 혼합하고 소를 넣어 발효시킨 반죽은 찌낸 제주식 찌빵이다. • 발효오미자차: 오미자에 꿀을 넣고 저온에서 발효시켜 뜨거운 물에 타서 마시는 차이다. 제주에서는 한라산에서 나는 흑오미자를 활용해 만들어 먹었으나, 현재는 채취가 불가능해지면서 제주 농장에서 생산된 오미자로 만들어 진다.
--------------------	--

평가 항목	평가기준	
가격 적절성	소비자 입장	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
구성 체계성	주제와 관련성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
	음식 및 장소선정의 적절성	① 전혀 적절하지 않다 ② 적절하지 않다 ③ 보통이다 ④ 적절하다 ⑤ 매우 적절하다
상품성	상품 경쟁력	① 전혀 경쟁력 없다 ② 경쟁력 없다 ③ 보통이다 ④ 경쟁력 있다 ⑤ 매우 경쟁력 있다
	소비자 매력도	① 전혀 매력적이지 않다 ② 매력적이지 않다 ③ 보통이다 ④ 매력적이다 ⑤ 매우 매력적이다
내용 충실성	강점	
	약점 (보충할 부분)	
기타 상품 평가에 대한 의견을 자세히 기재해 주시기 바랍니다.		

설문지 [일반인 설문조사용]

제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품개발 설문조사

안녕하십니까?

본 설문지는 『제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품개발』을 위한 기초자료를 마련하고자 작성되었습니다. 제시된 제주 향토음식, 음식관광 및 기타 일반사항에 대한 설문에 응답해 주시기 바랍니다.

응답해주신 내용은 연구 이외에 목적으로는 절대로 이용하지 않을 것을 약속드리며, 각 문항에 대해 빠짐없이 솔직하게 응답해 주시면 감사하겠습니다.

바쁘신 중에도 본 설문에 참여해 주신 것에 대해 진심으로 감사합니다.

2014년 01월

숙명여자대학교 외식경영학과 석사과정 안소정
숙명여자대학교 문화관광학부 지도교수 윤지영

※ 다음의 설문을 읽고 해당되는 곳에 ✓표시를 해 주시기 바랍니다.

I. 제주 관광 일반사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하는 최근 10년 이내에 제주도를 방문한 경험이 있으십니까?

① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상 ⑥ 기타_____

2. 귀하의 제주도 방문시 동행인은?

① 가족 ② 친구 ③ 연인 ④ 혼자 ⑤ 기타_____

3. 제주도 방문 시 평균 체류기간은?

① 1박2일 ② 2박3일 ③ 3박4일 ④ 4박5일 ⑤ 5박6일 ⑥ 7일(일주일) 이상 ⑦ 기타_____

4. 귀하께서 제주도 방문시 음식(식사, 제품구매 및 기타 관련활동)에 지출하는 비용은? (1인 1회 평균)

()만원

5. 귀하께서 제주도 방문시 체험관광 및 레저에 지출하는 비용은? (1인 1회 평균)

()만원

6. 귀하께서 제주도 방문시 숙박시설에 지출하는 비용은? (1인 1박 평균)

()만원

II. 제주 향토음식에 관한 질문입니다.

1. 다음은 제주 향토음식입니다. 설문을 읽어보시고 각 항목에 ✓ 표시해 주십시오.

1) 다음 음식 중 귀하께서 알고 있는 정도에 ✓ 해주십시오.					양쪽 문항에 각각 응답해 주시기 바랍니다.					2) 다음 음식 중 귀하께서 먹어보고 싶은 정도에 ✓ 해 주십시오.									
전혀 모른다					잘 알고 있거나 먹어 보았다.					전혀 그렇지 않다					매우 그렇다				
←					설문 음식					←									
1	2	3	4	5	주 식 류	돌솥표고비빔밥	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5		소라술밥	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5		해물술밥	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5		콩죽	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5		전복죽	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5		강이죽(게좁쌀죽)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5		평매밀국수	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5		국 류	옥돔미역국	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
1	2	3	4	5	성계국		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	파래국		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	몸국(돼지고기해초국)		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	톳국		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	보말국		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	멜국(큰멸치국)		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	각재기국(진갱어국)		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
1	2	3	4	5	해물뚝배기		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			

1	2	3	4	5	찬류	옥돔구이	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		자리구이	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		자리물회	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		흠뻑지구이	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		팽만두	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		툇무침	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		말고기	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		강이젓(바닷게젓)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		게우젓(진복창자젓)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		자리젓	1	2	3	4	5

1	2	3	4	5	술류	오메기술(차조발효주)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		고소리술(차조증류주)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		제주 청술	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	기호식류	오메기떡(차조팥떡)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		빙떡	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		콩역(볶은콩가루음료)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		개역(볶은보리가루음료)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		발효 오미자차	1	2	3	4	5

2. 귀하의 제주 향토음식에 대한 관심 정도는?

- ① 매우 낮다 ② 낮다 ③ 보통이다 ④ 높다 ⑤ 매우 높다

3. 귀하께서 생각하시는 제주 향토음식의 문제점은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 대중성(홍보) 부족 ② 특별함 부족 ③ 비싼 가격
④ 메뉴의 다양성 부족 ⑤ 기타_____

4. 귀하께서는 제주 향토음식 개발이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 필요하지 않다 ② 필요하지 않다 ③ 보통이다
④ 필요하다 ⑤ 매우 필요하다

4-1. 필요하다면 그 이유는 무엇입니까?
()

4-2. 필요하지 않다면 그 이유는 무엇입니까?
()

5. 귀하께서는 제주 향토음식이 개발된다면 어떤 점에 중점을 두어야 한다고 생각하십니까?

- ① 조리방법 ② 상품성 ③ 음식의 질과 맛 ④ 지역의 전통성
 ⑤ 기타(구체적으로) _____

Ⅲ. 음식관광에 관한 질문입니다.

※ 본 설문에 응답하실 때 다음의 용어 정의를 참고해 주시기 바랍니다.

음식 관광	음식과 관련된 활동(<u>음식의 주요 생산지 방문, 음식축제, 레스토랑이나 특정장소에서의 음식시식, 특산물 생산지역에서 체험 등</u>)이 관광의 주된 동기이자 목적이 되는 관광.
음식 관광 상품	일정기간 동안 세부적인 일정 속에 <u>음식이 중점이 되어 진행</u> 되는 상품.

1. 귀하께서는 제주 방문 시 음식이 관광에 차지하는 비중은 어느 정도 된다고 생각하십니까?

- ① 0~20% ② 21~40% ③ 41~60% ④ 61~80% ⑤ 81~100%

2. 귀하께서 참여하고 싶으신 음식관광 형태는 무엇입니까?(중복 응답 가능)

- ① 평소에 먹을 수 없는 새로운 음식을 먹어보는 것
 ② 직접 음식을 만들어 보고 먹어보는 것
 ③ 음식을 만드는 모습을 구경하고 시식해 보는 것
 ④ 음식과 관련된 다양한 상품을 구매하는 것
 ⑤ 기타(구체적으로) _____

3. 다음은 제주 향토음식을 활용한 음식관광 상품의 경제적 가치를 알아보려고 합니다. 다음 장에 제시된 제주 향토음식을 활용해 개발된 음식관광상품을 읽어보시고 다음 질문에 답해 주시기 바랍니다.

상품명	‘제주 향토 발효음식 체험’
상품 특징	제주도 토종품종인 ‘푸른콩’ 으로 만든 된장 및 다양한 제주 향토 발효음식 을 테마로 한 ‘웰빙 음식 체험 프로그램’
시간	세부 일정
10시	제주 국제 컨벤션 센터 앞 집합 ‘한라산 청정촌’ 푸른콩 된장 체험농장 으로 이동
11시 -12시 (1시간)	<p>제주 푸른콩 농장 방문 ‘제주 푸른콩 된장’ 만드는 법 설명 및 시연</p> <ul style="list-style-type: none"> - 한라산 고지에서만 재배되는 제주도 토종 품종인 ‘제주도 푸른콩’과 화산암반수만으로 만든(‘無’ 색소, 향료, 방부제, 화학성분) 된장 시연 
12시 -13시 (1시간)	<p>‘제주 향토 발효음식 밥상’ 식사</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p><메뉴></p> <ul style="list-style-type: none"> - 잡곡밥 - 냉이 된장국 or 호박잎 된장국 (계절에 따라 달라짐) - 한치물회 or 자리물회 (계절에 따라 달라짐) - 된장양념 돔베고기 - 김이범벅(방게볶음) - 잎쌈: 양하잎(봄, 가을), 콩잎(여름), 배추잎(겨울) + 푸른콩 된장소스 </div> 

IV. 인구통계학적 사항에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 성별은? ① 남자 ② 여자
2. 귀하의 연령은? ()세
3. 귀하의 결혼여부는? ① 미혼 ② 기혼
4. 귀하의 학력은?
① 고졸이하 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원 이상(졸업 혹은 재학)
5. 귀하의 직업은?
① 학생 ② 주부 ③ 은퇴자 ④ 사무직 ⑤ 서비스직 ⑥ 전문직
⑦ 기술직 ⑧ 자영업 ⑨ 기타: _____
6. 월평균 가계소득은 얼마입니까? ()만원

☺ 긴 시간 설문에 응해 주셔서 감사합니다.

ABSTRACT

Development of Jeju Food Tourism Product and Estimating the Economic Value by Contingent Valuation Method(CVM)

So-Jung An

Department of Hotel and Restaurant Management
The Graduate School
Sookmyung Women's University

As the number of tourists visiting Jeju has increased, the need for a variety of tourism products has increased, due to the growing desire for a variety of tourism resources experience. Local food is a core element for determining tourists' excitement and experience, and is a resource that best reflects the image and identity of the region. The potential for food tourism in Jeju is high, because of the various types and clear features of its local food.

In this study, five food tour products that utilize Jeju local food were developed, and an opinion survey of experts was conducted in order to measure the value of each product. To evaluate the economic value and feasibility of the product, a questionnaire survey was conducted on 350 domestic tourists that have visited Jeju within 10 recent years.

First, The opinion survey results and expert product development results are as follows. The Contents of the product that has been developed are as follows. [Product 1] 'Dongmun Traditional Market and Delicious Food,' is a program in which tourists taste a selected regional cuisine while a culinary tour guide explains about Jeju's traditional food walking around the market. [Product 2] is a tour focusing on Jeju's traditional food reserves: pheasant and buckwheat flour. around the pheasant farm and Jeju buckwheat field while listening to the story for the 'Jachonbi myth' and eat the local cuisine. [Product 3] is about Jeju's conservative resource - 'Haenyeo(women divers).' It is to learn about women divers of Jeju by visiting Gimnyeong village and the 'Haenyeo Museum.' Tourists are to try food made with ingredients Haenyeos collected. [Product 4] is about experiencing Jeju food, clothing and shelter, It is a program in which tourists experience Jeju food culture by visiting the folk village and having a local meal that is made of seasonal ingredients. [Product 5] is about 'fermentation food' and 'Jeju blue soybean miso' Tourists are to participate in a miso-making experience and eat Jeju fermentation food. The highest rated product for each criteria of the expert survey were respectively different: [Product 5] for theme relevance appropriateness, [Product 2] for appropriateness of food and site selection, [Product 3] for consumer attractiveness and competitiveness, and [Product 5] for overall evaluation.

Second, The public survey results for practicality estimation are as follows. For interest in Jeju local cuisine, more than 67.8% of the respondents answered that they had high interest. And Cognition of Jeju local food was 2.50 in average, and, willingness to intake was 3.50 in average, showing relatively high food intake willingness compared to awareness. The result also

showed that the drawbacks of Jeju local food are lack of popular appeal and high price. 87.8% of respondents answered yes to the question asking if development was needed, showing the need of local food development.

In order to estimate the commercial value of the highest-rated [Product 5] by CVM, respondents were asked for their payment intention price, and the average resulted to be 58,534won. Correlation analysis and regression analysis were conducted to figure what factors influenced the payment intention price. The analysis result shows 58,385won as the mean of WTP, affected by food expenses, education, and age. and The economic value of the food tour product is 700 billion won.

This study shows that improvement on taste and quality of food while remaining at a reasonable price is necessary in order to commercialize local food tourism of Jeju. Aggressive promotion attempts for increased awareness are also in need. This study is significant in that it discovers the possibility and suggests specific application plans of Jeju's local food.

Key Word: Jeju local food, Culinary tour, CVM