

## 세계화시대의 식생활문화

양 일 선 (연세대학교 식품영양학과)

### 1. 들어가는 말

세계화는 '우리가 살고있는 세계가 시공간적으로 압축되어가고 하나의 지구촌으로서의 시계에 대한 의식이 심화되는 현상'이다. 이러한 세계화 추세에 따라 국가간에 지리, 경제, 사회, 정치 및 문화적 장벽이 약화 될 뿐만아니라 그 의미도 축소되면서 국가간에 상호의존과 상호작용이 증가 하게 되고 세계는 '하나의 지구촌'이라는 인식이 확산되고 있다.

세계화(Globalization)는 국제화(Internationalization)와는 다른 의미로 사용되고 있는데, 국제화시대에는 경제적 의미의 국경이 존속하고 국가의 경제주권이 존중되었으며, 국내시장의 대외개방이 한정 적이었으나 세계화시대에는 경제적 의미의 국경은 소멸되고 국가의 경제주권도 위축되어 농축수산물과 같은 식량자원 뿐만 아니라 식품산업과 외식산업에서도 무한경쟁이 이루어지게 될 전망이다.

음식문화는 인류의 시작과 함께 존재해 온 현상으로 한 나라의 식생활 문화는 긴 역사의 조류 속에서 환경에 영향을 받으면서 형성되어, 각 국가마다 또한 한 국가 안에서도 지역에 따라 독특 하고 다양한 음식문화가 존재하고 있음을 볼 수 있다.

최근 세계화 의식이 고조되면서 외국 문화가 상품과 더불어 대량으로 수입되어 우리의 식생활에 확산되면서 우리 식탁의 내용을 변화시키고 있다. 또한 해외 외식업체의 국내 진출이 활발해 짐에 따라 외식문화에서 차지하는 외국음식의 비중이 점점 커지면서 우리의 입맛을 변화시키고 있다.

외국의 농, 축산물과 다국적 외식산업체의 도입 및 이에 따른 서구 음식문화의 유입은 그 영향 이 영양과 건강의 측면에 그치는 것이 아니라 개인들의 사고방식과 행동을 변화시키고 가치규범 의 혼란을 가져오게 한다.

우리나라의 젊은이들은 아침에는 스타벅스에서 커피를 마시며, 점심에는 맥도날드에서 햄버거를, 저녁에는 TGIFriday's와 같은 family restaurant에서 생일파티를 하는 것이 생활화되어, 전세계 젊은 이들이 같은 종류의 음식을 동시에 먹고 마시고 있는 현상이 나타나고 있는 것이다. 세계화의 흐름 에 편승한 서구(특히, 미국)음식문화의 유입은 젊은 세대들을 전통 음식문화 보다는 미국의 일상문

화에 더 친숙하게 만들고 있는 것이 사실이다. 이러한 현상은 각종 방송매체의 상업광고를 통해 더욱 심화되고 있어서, 우리는 갈증을 느낄 때 ‘송능 혹은 보리차 마시고 싶다’ 보다 ‘콜라 마시고 싶다’는 표현을 더 자연스럽게 함으로서 사회 비평가 Ivan Illich이 “갈증이라는 욕구를 코카콜라에 대한 갈망으로 전환”하는 과정이 세계화라는 물결 속에서 진행되고 있다고 지적한 바와 같다.

이와 같이 경제가 발전하고 소득이 증대되어 인적, 물적 국제교류가 급격히 확대되면서 서구 식문화와 접촉할 기회가 더욱 증가하게 되었으며, 내국인 출국자 수가 '80년에는 34만명이었으나 2000년에는 512만명으로 급증하였고, 더욱이 '86 아시안 게임과 '88올림픽을 전후하여 해외 외식업체가 밀려들어오면서 식생활의 서구화는 급속도로 진행되었다.

우리가 섭취하는 음식은 우리나라의 고유한 문화적 생산물이며 음식문화는 한 사회의 구성원들에 의해 습득되고 공유되며 전달되어 온 음식과 관련된 생활패턴 또는 양식이라고 할 수 있다. 문화는 학습된 경험을 통한 정착화 과정을 거쳐서 전승될 수 있으며, 식습관도 습득되고 정착화되어 다음 세대에 전승될 수 있음을 생각해 볼 때 우리 음식을 세계화하고 우리의 음식문화를 확립하는데 있어서 가정의 역할이 매우 중요함은 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다.

그러므로, 여기서는 우리 음식문화에 나타난 세계화 경향을 살펴보고 이러한 세계화 시대에서 한국의 식생활문화의 향방은 어떻게 전개되어야 하는 것이 바람직한가에 대해 논하고자 한다.

## 2 우리 식탁의 세계화 경향

경제와 산업, 문화 등 각 분야에서 나타나고 있는 세계화 경향은 음식문화에서도 예외가 아니어서 오늘의 우리의 식탁을 살펴보면 국경을 초월한 각종 식품들이 식탁의 대부분을 차지하고 있는 것을 볼 수 있다.

우리 나라는 삼면이 바다로 둘러싸인 역사적, 지리적 특성을 바탕으로 한 고유의 전통 식생활 문화를 형성해 오면서, 우리 나라 전통식은 주식인 밥을 중심으로 밥과 반찬이 상호 보완적으로 구성되며, 반찬의 종류에 따라 첩 수가 달라지는 반상차림으로 발달되었다. 이러한 곡류 중심의 주식과 각종 채소, 어·육류를 주재료로 하는 부식이 조화를 이루는 우리 나라의 식사형태는 영양적으로 균형을 이루고 있을 뿐만 아니라 색의 조화 및 맛과 향을 살린 식단 구성을 근세까지 잘 보존하여왔다. 그러나, 최근의 급속한 경제성장과 산업화의 영향은 우리의 식생활을 변화시켰으며, 여성의 경제활동 증가, 핵가족화, 외국음식의 급속한 유입과 함께 우리의 입맛 특히, 자라나는 세대의 입맛 변화가 급속히 나타나고 있으며 동시에 우리의 전통적인 맛이 실종되고 있는 실정이다. 이러한 현상은 음식에 대한 기호도 변화에서 뚜렷이 나타나는데 특히, 성장기의 아동과 청소년에서 우리 음식에 대한 기호도가 낮아지는 반면 햄버거와 피자 등 외래음식에 대한 기호도는 높아지는 현상이 나타나고 있다.

우리 식탁에서 수입농산물과 수산물, 축산물의 비중이 점차 커지고 있어서 요즘 한국인의 식탁을 차지하고 있는 식품들은 전 세계 각국에서 생산된 식품들로 이루어지고 있다. 호주산 고기로 만든 불고기와 각종 육류가공품들, 생선들, 중국산 마늘종과 무우말랭이로 만든 반찬들이 매일의 밥상을 차지하고 있으며, 전세계에서 생산된 각종 과일들을 쉽게 볼 수 있다.

〈표 1〉에서 볼 수 있듯이 우리나라의 수입농산물, 수산물 및 축산물은 매년 증가하고 있는 추세를 보이고 있다.

〈표 1〉 농산물, 수산물 및 축산물 수입동향 단위: 금액(1000 \$), 수량(ton)

분류	구분	1998	1999	2000	2001	2001/02	2002/02	증감율(2001/2002)
농산물	금액	4,072,406	4,200,422	4,688,524	4,766,356	397,795	417,068	4.8%
	수량	18,494,483	19,819,617	21,355,467	20,978,533	1,744,613	1,861,274	6.7%
축산물	금액	717,665	1,190,263	1,605,587	1,387,347	97,358	136,539	40.2%
	수량	330,516	623,847	731,260	665,382	46,998	61,756	31.4%
수산물	금액	541,546	1,096,832	1,285,857	1,556,377	102,992	130,747	26.9%
	수량	347,010	684,677	713,029	1,000,900	49,857	67,526	35.4%

출처: 농수산물 무역정보 사이트, [http://www.katinet/nm\\_static/t33-11.htm](http://www.katinet/nm_static/t33-11.htm)

농산물의 경우 과일 중 오렌지가 11,905톤, 바나나 14,599톤, 파인애플 2,902톤, 포도 1,564톤, 기타 과실이 2,948톤이 수입되었고(2002/02 기준), 과실류의 총 수입금액은 3,367만 6천불로 수입량과 수입금액이 계속 증가하는 추세이다. 과실류가 수입되는 국가는 미국, 필리핀, 브라질, 중국, 칠레, 타일랜드, 스페인, 뉴질랜드, 캐나다 등으로 매우 다양하여 그야말로 우리 식탁이 세계화되고 있음을 뚜렷이 보여준다. 그 가운데 수입량이 많은 국가들의 수입현황은 〈표 2〉에서 볼 수 있듯이 전년도 대비 과실류의 수입금액은 28.8%, 수량은 3.1% 증가하였으며 특히, 브라질과 중국, 필리핀에서의 수입증가가 현저하게 나타나고 있다.

이러한 경향은 축산물과 수산물에서도 나타나고 있어서 쇠고기의 수입비율이 전년도대비 냉동 쇠고기의 경우 203.2%의 증가율을 보이고 있다. 수산물도 수입량이 매년 증가하고 있는 추세이며 특히 1999년 이후 한·일, 한·러간 어업협정 결과에 따른 어장확보 문제로 인해 수입량이 수출량을 초과하고 있는 실정이다.

이외에도 우리 식탁에 가공식품과 편이식품의 사용이 증가하면서 외국 식품재료, 조미료 및 각종 외래 소스의 사용이 증가하고 있으며 다국적 기업이 생산한 청량음료, 각종 과자류가 가정에서 실시간으로 소비되고 있다. 이러한 다국적 식품의 빈번한 이용은 우리 국민의 식사구성 및 선호식품 패턴의 변화를 유도하고 있다. 특히 아침식사에서 우리 고유의 밥식에서 빵식이나 간단히 시리얼을 먹는 식사패턴이 증가하고 있다. '98 국민건강·영양조사에서 한국 다소비 식품으로 현재 쌀

〈표 2〉 과실류의 국가별 수입동향

단위: 금액(1000 \$), 수량(ton)

분류명	구분	1988	1999	2000	2001	2001/02(A)	2002/02(B)	증감율(A/B)
합계	금액	12,656	25,144	19,780	18,129	26,143	33,676	28.8%
	수량	18,732	35,957	29,685	27,878	40,561	41,829	3.1%
미국	금액	4,185	11,930	5,688	4,381	11,843	13,279	12.1%
	수량	3,230	14,940	5,189	3,347	14,628	12,849	-12.2%
필리핀	금액	5,218	6,697	6,032	5,940	7,064	9,870	39.7%
	수량	12,660	15,424	17,539	17,095	19,513	19,573	.3%
브라질	금액	1,065	2,718	1,547	2,104	2,780	5,106	83.7%
	수량	714	2,203	1,313	2,294	2,802	4,504	60.8%
중국	금액	751	1,219	2,777	1,672	1,089	1,563	43.5%
	수량	970	1,476	2,848	2,061	1,230	2,064	67.8%

출처: 농수산물 무역정보 사이트, [http://www.katinet/nm\\_static/t33-11.htm](http://www.katinet/nm_static/t33-11.htm)

〈표 3〉 수산물 수출입 경향

단위: 금액(1000 \$), 수량(ton)

연 도	수 입	수 출	수 입	수 출
	금액(1000 \$)		수량(ton)	
1993	542,489	1,496,461	355,668	370,764
1994	727,170	1,585,830	381,595	361,281
1995	843,269	1,721,817	416,300	437,223
1996	1,080,498	1,635,113	526,645	451,621
1997	1,050,748	1,494,245	528,772	510,259
1998	584,431	1,363,885	378,175	591,200
1999	1,170,902	1,518,407	751,226	475,717
2000	1,402,727	1,503,585	755,948	533,955
2001	1,651,496	1,271,988	1,069,333	435,438

출처: 농수산물 무역정보 사이트, [http://www.katinet/nm\\_static/t33-11.htm](http://www.katinet/nm_static/t33-11.htm)

과 배추김치가 12위이지만 15위에 탄산음료, 16위에 빵이 등장한 것을 볼 수 있으며, 음료수도 명실상부하게 우리의 고유 음료수보다는 탄산음료가 자리를 잡았으며, 떡(25위)보다는 빵이 우위를 차지하고 있음을 알 수 있다.

### 3. 외식문화에서의 세계화

'98국민건강영양조사에 의하면 우리나라 국민의 약40%는 하루 1회 이상 외식을 한다고 한다.

인구대비 외식업체 수는 2000년말 기준으로 인구 68.4명당 1개 업체로 일본, 미국, 중국에 비해 2-7 배 많다. 이는 외식이 국민의 식생활에 있어서 비중이 큼을 보여준다. (사)한국음식업중앙회 자료에 의하면(1998년 기준) 전체 외식업소의 반정도가 한식집이고 나머지 반이 양식, 중식, 일식 등이며, 소비자 성향조사에서도 자주 이용하는 식당으로 한식당이 차지하는 비율은 35.3%(2001년기준)로 점차 감소하는 경향을 보이고 있는 반면 패스트푸드점과 패밀리 레스토랑의 이용은 점차 증가하고 있는 것으로 나타나고 있다.(표 4)

〈표 4〉 외식시 자주 이용하는 식당

	1998.4	1999.4	2001.4
한식당	47.7	50.3	35.3
F. R	12.0	18.7	19.0
F. F	14.1	15.1	11.8
일식당	2.8	7.9	5.8
중식당	1.4	2.8	2.4
분식집	11.7	6.7	4.2
피자	-	5.3	2.2
양식당	2.5	3.5	3.2
주점	-	-	13.2
기타	6.0	5.1	2.9
취폐	1.8	-	-

출처: 박형희, 21세기 외식산업의 현황과 전망

<http://agsearch.snu.ac.kr/thinkfood/upload/외식/fs4.htm>

아동과 청소년 및 젊은 세대가 선호하는 패스트푸드는 우리나라의 경우 1979년 롯데리아가 개점하면서 시작되었다. 1980년대 이후 국내에는 맥도날드, KFC 등으로 대변되는 패스트푸드가 본격적으로 도입되어 전성기를 맞이하였으며, 패스트푸드는 국내의 외식을 산업화하는데 큰 기여를 하였지만 동시에 신세대들의 입맛을 바꾸는 역할을 하고 있기도 하다.

1980년대 후반에 국내에 패밀리레스토랑(Family Restaurant)이라는 새로운 concept의 외식 형태가 등장하게 되었으며, 우리나라 패밀리레스토랑(Family Restaurant)의 효시는 1988년 올림픽을 기점으로 일본 코코스(Coco's)사와 기술 제휴한 미도파의 코코스 레스토랑이며, 1992년 (주)아시안스타가 캐주얼 다이닝 레스토랑인 T.G.I.Friday's를 개점하였고, 1993년 판다로사(Pondarosa)등이 출점하여 그 동안의 국내 외식시장의 판도를 패스트푸드(Fast Food)에서 패밀리 레스토랑으로 바꾸어 놓았으며, 이후 10개 이상의 외국 브랜드명을 가진 패밀리레스토랑이 등장하였다. 우리나라 외식산업의 성장과정은 〈표 5〉와 같다.

〈표 5〉 한국외식산업의 성장과정

연도	GNP	성장과정	외식업체
1900년대	0	전통음식점 중심의 요식업 태동 식량자원부족으로 침체('45년 166점포) 식생활 및 식습관의 가내 주도형	이문설령탕(1900), 용금옥('30), 곰보추어탕('30), 한일관('34), 조선옥('37), 안동장('40), 남포면옥('48), 하동관('48)
1960년대	\$100~200	식생활의 궁핍 및 침체기(6·25전쟁 후) 밀가루 위주의 식생활이 유입(미국 원조품) 분식의 확산 및 식생활의 개선문제 부상	뉴욕제과('67) 개인업소 및 노상 잡상인 대량출현
1970년대	\$248~1644	영세성 요식업의 우후죽순 출현/ 경제개발 계획에 따른 식생활 향상 해외브랜드 도입 및 프랜차이즈의 태동	난다랑('79.7):국내 프랜차이즈의 효시, 가나안 제과('76) 롯데리아('79.10):서구식 외식 시스템의 효시 및 시발점
1980년대	\$1,592~2,158	외식산업의 태동기(요식업→외식산업) 영세난립형 체인점(햄버거, 국수, 치킨, 생맥주) 해외유명브랜드 진출 가속화	아메리카나('80), 원첼('82), 다림방('82), 짱구짱구('82), 웬디스('84), 피자헛('84), KFC('84), 장터국수('84), 신라명과('84), 하이텔베르그('84), 투머로타이거('84)
1980년대	\$2,194~4,127	외식산업의 적응 성장기 (중소기업, 영세업체 난립) 식생활의 외식화, 레저화, 가공식품화 추세 패스트푸드 및 프랜차이즈 중심이 시장 선도 패밀리레스토랑, 커피숍, 호프점, 베이커리, 양념치킨 약진	맥도날드('86), 피자인('88), 코코스('88), 도토루('89), 차텔('89), 나이스데이('89), 크라운베이커리('88), 만리장성('86)
1990년대	\$5,569~10,000	외식산업의 전환기(산업으로서의 정착: '95) 중/대기업의 신규진출 및 유명브랜드 도입 프랜차이즈의 급성장 및 도태 시스템의 출현(외식근대화)	나이스데이(케쥴), 시즐러(패밀리), 스카이라(패밀리), TGIF, 등

출처:이 선용, 국내 외식사업의 전망과 마케팅전략, 2001

(<http://agsearch.snu.ac.kr/thinkfood/upload/외식/fs3.htm>)

이러한, 해외브랜드를 포함한 우리나라의 전반적인 외식산업시장의 규모는 해마다 증가하여 2000년에는 연간 30조원의 시장을 형성하면서 외국 음식문화의 유입과 범람 경향을 심화시키고 있다.(표 6)

최근에는 스파게티 등 파스타 음식점이 빠르게 증가하고 있어서 파스타업계의 연간 매출도 1,000억원에 달할 것으로 예상되고 있다.

〈표 6〉 2000년 외식시장 규모

구 분	Fast food		Family Restaurant		Pizza	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001
업소수(개)	2,661	3,170	102	143	800	1,280
매출(억원)	13,881	18,290	2,338	3,340	3,011	4,234

주) FF는 롯데리아, 맥도날드, KFC, 파파이스, 버거킹, 비비큐, 하디스 등 7개 업체

FR은 TGIF, 베니건스, 스카이라, 퍽스, 마르쉐, 아웃백, 토니로마스, 코코스, 시즐러 등 9개 업체 PIZZA는 피자헛, 도미노, 미스타, 피자맥, 성신제과, 레드핀, 피자컨설팅 등 7개 업체

#### 4. 퓨전음식의 등장

최근에 등장한 퓨전푸드는 N세대의 새로운 문화언어로서 20세기 말부터 일어나 지금 21세기까지 불고 있는 퓨전(fusion)문화의 하나로 등장하게 되었다. 이질적인 것들의 뒤섞임, 조합, 조화'를 뜻하는 퓨전은 명사형 단어로서 더 이상 갈 곳 없는 장르들이 자신을 해체하고 다른 것과 합쳐지면서 또 다른 대안을 모색하는 문화, 예술의 한 경향이라고 본다. 이것은 즉, '이중 번식이 우성 인자를 낳는다'는 것으로 어울릴 것 같지 않은 다른 종류의 것이 만나 새로운 것을 창조한다는 개념으로 동양과 서양, 옛것과 새것의 만남을 의미하는 것이다.

퓨전음식은 말 그대로 다양한 음식재료와 조리방법이 혼합된 요리를 말한다. 퓨전푸드는 80년대 중반 미국에서 건강식에 대한 관심이 커지면서 시작된 것으로 동서양의 조리법을 한데 합쳐 탄생시키는 신인류의 음식이라고 생각되고 있다. '누벨퀴진', '뉴 웨이브 푸드'로 불리는 동서양 절충식은 시각적 효과가 뛰어난 서양요리에 담백한 동양소스를 더하는 식으로 나타났다.

요즘 들어 우리나라에서도 이러한 퓨전문화의 열풍이 한국의 음식문화를 바꾸고 있다. 음식도 하나의 문화이므로 다른 문화와 융합하고 발전하는 것이 당연하다는 관점에서 본다면 퓨전음식은 자연스러운 문화교류의 결과이며, 또한, 교통수단이 증가하고 인터넷이 발달되고, 다양한 매체를 통한 세계 문물에 대한 경험이 증가하면서 새로운 음식에 대한 호기심도 증가하게 된 산물이라고 볼 수 있지만, 그러나 새삼스럽게 퓨전음식이 새로이 각광을 받게 된 것은 맛을 통해 다양한 문화를 체험하고자 하는 욕구와 뭔가 색다른 맛을 원하는 사람들이 증가하고 있기 때문이라고 생각된다.

퓨전음식은 이국적 취향의 문화가 유행하게 되면서 본격적으로 나타났으며 사람들이 점점 이국적인 맛에 흥미를 갖게 되자 이국적인 ethnic food와 함께 치즈라면이나 김치스파게티, 불고기버거, 라이스버거 등을 비롯해서 최근의 녹차 피자나 찜닭에 이르기까지 다양한 재료를 섞어서 만든 새로운 음식들이 계속해서 출현하고 있으며 청담동 일대에 퓨전 음식점 거리가 형성되기도 하겠다.

그러나, 이러한 퓨전푸드가 단순히 '입맛의 만족'과 '새로운 것에 대한 호기심을 충족시키는 재미'를 위해 우리나라 전통 음식문화의 역사와 전통을 파괴해서는 안될 것이다.

퓨전푸드가 세계적인 유행의 바람을 타고 다양한 개성과 복합적인 감수성을 지니고 있으며 맛과 유행에 예민한 20~30대에서 일시적으로 유행하는 '국적불명의 유행음식'으로 그치게 될지 혹은 새로운 음식문화의 한 영역을 차지할지는 미지수이지만 이렇게 자유분방한 퓨전음식의 경향 속에서도 우리 음식문화에 대한 소중함을 잃지 않아야 하는 것은 분명한 사실이다. 뿌리 없는 모방과 혼성은 잠깐 떠돌다 없어지고 말 유행 이상의 문화는 만들어내지 못하기 때문이다.

## 5. 우리 음식의 해외진출

문화 및 교통의 발달로 인한 사회적, 경제적, 문화적 교류는 서로 다른 문화권의 음식을 섭취하는 것을 가능하게 하여 세계 어느 곳에서나 음식을 통한 문화적 교류현상을 찾아볼 수 있다.

### 1) 국내 외식업체의 해외진출

국내 외식업체들도 1980년대부터 일부 해외진출을 하여 국내에서의 경험을 바탕으로 우리의 음식과 문화를 세계에 알리고 영업전략 및 노하우를 수출해 로열티를 받는 등 외화를 벌어들이고 있다. 우래옥, 서라벌 등의 한식당과 '별하나치킨' (BHC), 롯데리아 등의 패스트푸드점, 도시락점이 미국, 중국, 일본 등지의 주요 도시에 진출하고 있다.

우래옥은 미국 워싱턴 D.C와 시카고에 점포를 출점해 고급 레스토랑으로 인식되고 있고 한우리 외식산업(주)의 서라벌은 1989년부터 중국에 진출해 현재 5개 점포를 운영하며 한국요리의 대명사로 알려져 있다. 한우리외식산업은 현재 중국 대련시와 북경시에 2건의 또 다른 합작계약을 유리한 조건으로 성사시켜 사업 확장을 추진하고 있다.

해세드통상(주)이 운영하는 패스트푸드점 '별하나치킨' (BHC)는 현재 패스트푸드의 본고장인 미국과 중국, 일본, 미크로네시아, 필리핀에 9개 지사, 16개 점포를 운영하며 해외진출에 앞장서고 BHC만의 독특한 아이디어 상품을 무기로 해외 점포망을 빠르게 구축하고 있다. 특히, 북경 지사는 내년 안에 100호점 이상 체인점을 확대키로 계약을 맺었다. 롯데리아는 1994년 중국 북경에 1호점을 열어 중국시장에 본격적으로 진출해 현재 북경과 하얼빈에 총 6개점이 영업중이다. 롯데리아는 기존 스타일의 점포를 확장하기보다는 재정비 기간을 갖고 그 동안 지지부진했던 영업실적을 만회할 수 있는 시스템을 준비하고 있다.

최근에는 패스트푸드점인 BBQ와 한식당 (주)손가가 중국 진출을 계획하고 있고, 벽제갈비는 일본 진출을 계획중이며, 한식패밀리레스토랑 「우리들의 이야기」와 이태리레스토랑 「일마레」 등도 해외로의 진출을 계획하고 있다.

그러나 해외에 소재하고 있거나 진출해 있는 외식업체들의 문제점은 현지 국가에 대한 철저한



시장조사 없이 투자가 이루어졌거나 법규에 대한 연구가 부족하여 경영기반이 취약하며 한국 업체들간의 무모한 경쟁으로 공동으로 소멸하는 경우도 있다.

## 2) 우리 음식의 해외진출

1999년에는 '오이소박이'가 LA 타임즈에서 선정한 세계 10대 음식 가운데 하나로 선정되었고, 김치가 세계 각국으로 수출되고 있으며, 또한 외국인 관광객들의 김치와 인삼 등의 식료품 구매가 증가하고 있다.

또한 비행기를 이용한 승객이 증가하고 있는 요즘음 한식 기내식 개발에 많은 관심이 모아지고 있다. 대한항공의 '비빔밥'은 한식음식의 기내식화를 성공시킨 대표적인 예인데, 얼마 전 국제 기내식 협회에서 최고의 기내식상인 '머큐리상'을 수상하기도 해서 우리 음식을 널리 알리는데도 기여했으며, 이 음식은 주재료가 채소여서 건강식으로 외국인들에게 인기가 있으나, 현재까지 외국인의 한국 음식에 대한 인지도는 전반적으로 매우 낮은 것으로 지적되고 있다.

## 6. 식생활의 세계화에 따른 문제점

- 영양과잉 및 불균형의 문제가 있다.

다른 선진국과 마찬가지로 우리나라 역시 비만 아동이 급증하고 있는 실정으로 1998년 학교 영양사회와 한국교원노조 보건연구회 등이 공동 발표한 '아동비만과 소아성인병 증가현황'에 따르면 초등학교 2천명 가운데 35.6%가 비만으로 조사되어 지난 75년의 2.5%에 비해 14배 이상, 95년의 24.7%보다는 11.6% 증가하였음을 보여주었다. Eric Schlosser는 '패스트푸드의 제국'에서 "1970년대 후반 미국에서 시작된 비만이라는 유행병은 이제 패스트푸드라는 매개체를 통해 전 세계로 퍼져나가고 있다."고 언급하였으며 영국의 경우 1984년과 1993년 사이에 영국의 패스트푸드 음식점 수는 거의 2배 증가했으며, 동시에 성인 비만율도 두 배 증가하였다고 설명하였다. 이것은 우리나라의 경우에도 적용될 수 있을 것으로 생각된다.

세계화에 따른 빠른 현대사회생활 및 식품공업의 발달로 가공식품이나 조리 완제품의 이용이 많아졌고, 외식에의 의존도도 높아졌다. 또한 패스트푸드의 섭취가 급격하게 증가하게 되어 특히 성장기 아동과 청소년의 영양과잉과 영양 불균형이 공존하게 되었다. 외국 식문화의 무분별한 수용은 식생활 양상을 곡류, 채소류에서 동물성 식품, 스낵, 인스턴트 식품 위주로 변화시켜 영양이 과잉되고 불균형된 영양불량상태를 초래하게 되었다. 과거의 질병패턴은 영양섭취의 불량으로 인한 체내 저항력의 저하로 감염성질환이 주종을 이루었으나, 그러나 현대에 와서는 식사의 질이 개선되고 영양상태가 향상됨에 따라 특정 영양소의 과다 섭취와 관련된 만성 퇴행성질환이 증가하

고 있다.

• 쌀의 소비가 줄고 있다.

해방 이후부터 한국전쟁 후 70년대까지 쌀 생산량이 지속적으로 부족하게 되자 정책입안자들에 의해 우리사회의 쌀밥을 위주로 하던 전통적 식생활은 '분식장려' 급격히 변화하게 되었다. 당시의 부족했던 식량난 해결에만 급급하여 분식을 장려하고 분식이 곧 식생활개선이라고 강조했기에 현재의 식생활에 크게 영향을 미친 것은 간과할 수 없는 사실이다.

수천년 동안 주식으로 우리 민족의 생명줄이 되어 왔던 쌀이 생산기술의 향상으로 그 생산량은 증가한 반면에 바쁜 현대사회의 영향으로 아침 결식이 증가하고, 서구식 식생활의 유입으로 아침에 밥 대신 빵을 먹고, 육류소비 증가와 각종 밀가루를 재료로 한 패스트 후드 등 편의식의 소비 증가로 쌀의 소비는 매년 감소되어 국민 1인당 쌀소비는 '84년 130KG에서 2000년에는 94KG으로 크게 줄어들었다. 우리의 기후풍토와 농경기반은 미작 중심일 수 밖에 없고 아직도 전 국민의 15%이상이 농민이며 이들의 주 소득원이 미작인 현실에서 농민의 소득을 보장하기 위한 정부의 적정가격 보상제도도 국제적인 압력을 감안할때 한계에 부딪힌 감이 있다. 최소한 식량자원을 자국내에서 확보하여야만 하는 식량안보적 차원에서 이 문제는 재고 되어야한다.

• 입맛의 변화가 나타나게 되었다.

식생활의 세계화로 우리 아이들은 전통음식인 김치 보다 햄버거와 피자를 더 좋아하게 되었으며 한국 전통음식의 맛 느끼기도 전에 서구적인 입맛을 가지게 되었다. 다국적 외식산업체의 도입과 식생활에서 나타나는 세계화 경향은 결국 아동과 젊은 세대의 입맛 변화를 주도함으로써 우리나라 음식에 대한 기호도를 변화시키고 있다. 1995년에 어린이의 김치의식에 관한 실태조사 결과를 보면(표 7) 초등학생의 83.0%가 김치를 먹어야 한다는 의식을 갖고 있는 것으로 나타나서 대부분의 학생들이 김치를 먹어야 하는 것으로 생각하고 있었으나, 실제로 응답자의 33.4%가 전혀 김치를 먹지 않고 있었고, 5조각 이상 먹는 경우는 26.5%에 불과하여서 김치에 대한 의식과 실제 섭취와는 차이가 큰 것으로 나타났다.

음식에 대한 기호와 맛은 한번 익숙해지면 바꾸기가 매우 어려울 뿐 아니라 아동기에 형성된 식습관이 성인이 된 후에도 유지됨으로 이러한 아동과 젊은세대의 입맛 변화는 매우 우려해야 할 부분으로 생각된다. 왜냐하면 어릴 때부터 김치와 된장찌개를 먹고 자란 아이들은 성인이 되고 난 후에도 전통의 맛을 기억하며, 그 맛을 되살리려고 노력하게 된다. 그러므로, 가정에서 전통음식을 먹을 수 있는 기회를 제공하는 것이 매우 중요하며 외식업체들도 전통음식을 젊은이들의 기호에 맞게 개발, 보급하여 대중화시키도록 노력해야할 것이다.

〈표 7〉 초등학교생들의 김치섭취에 대한 의식과 섭취량

김치섭취에 대한 의식	반 도(%)
꼭 먹어야 된다고 생각한다.	353(35.2)
가능한한 먹는 것이 좋다고 생각한다.	480(47.9)
싫으면 먹지 않아도 된다고 생각한다.	81( 8.1)
모르겠다.	88( 8.8)
김치 섭취량	반 도(%)
전혀 먹지 않는다.	336(33.4)
식사때마다 1-2조각 먹는다.*	315(31.3)
식사때마다 3-4조각 먹는다.	88( 8.8)
식사때마다 5조각 이상 먹는다.	266(26.5)

\* 한조각의 크기: 4×5cm

출처: 송영옥 외, 한국영양식량학회지 24(5): 765-770, 1995

• 질병의 세계화 현상이 나타나고 있다.

“오늘날 우리는 각종 뉴스와 상품뿐만 아니라 질병조차도 ‘세계화’ 되는 시대에 살고 있다.” 각 나라 간의 국경없는 교역과 교통수단의 발달은 질병발생에서도 국경을 사라지게 하고 있다. 즉, 식품과 음식의 세계화뿐만 아니라 식품에 대한 위험도 세계화가 되고 있는 것이다. 과거에는 상한 음식을 먹은 후 고통을 당하는 사람은 그 자리에 있었던 손님에 국한되었지만, 오늘날의 오염원은 매우 다양하고 전파속도도 급속히 빨라지고 있다. 우리는 중국에서 발생된 구제역이 황사바람을 타고 전염될 것을 우려하며, 미국 네브래스카산 쇠고기에서 병원성 식중독균인 O-157균이 검출되자 전세계가 공포감을 느끼게 되었다.

“육류와 살아있는 가축의 국제교역이 활발해 전 세계가 광우병에 노출돼 있다.”는 세계보건기구(WHO)의 경고는 지극히 타당하다. 광우병의 구체적인 징후가 없는 우리나라도 광우병의 잠재적 위험성을 벗어난 것이 아니라는 말이다. 세계화에 따라 식품이 전 세계를 넘나들므로 한 지역에서의 광우병이나 구제역 발생은 지구 반대편 국가 먹거리에도 그대로 영향을 주게되며 그 영향이 광범위하게 나타나게 된다. 한 때 광우병이 영국을 휩쓸 때는 광우병 환자가 발생하지 않은 우리 나라에서도 쇠고기의 사용이 급감하였고, 축산농가 뿐 아니라 육류 관련 외식산업에도 상당한 영향을 주었다.

• 식품의 안전성이 위협받고 있다.

우리나라의 식량 자급율은 70% 이하로 보고되고 있으며 따라서 우리 식탁에 오르는 식품들도 수입식품이 많은 것은 당연할 것이다. 식약청은 농임산물, 가공식품, 식품첨가물, 식품포장용기 등 2000년도 수입식품 등의 검사결과, 수입신고된 총 13만3천761건(중량 1천35만534t)중에서 0.59%인

794건(중량 5만9천484t)을 부적합판정, 폐기 또는 반송조치 했다고 밝혔다. 수입 국가별 부적합 현황을 보면 중국 227건(중량 2천51t), 미국 161건(5만5천573t), 베트남 79건(481t), 태국 21건(91t), 이탈리아 15건(53t) 등의 순으로 이 5개국이 전체 부적합건수의 63%, 전체 부적합 물량의 98%(중량 5만8천249t)를 차지했고 특히 미국이 전체 부적합물량의 93%(5만5천573t)로 가장 많았다. 벨기에 산 다이옥신 돼지고기와 각종 농약에 찌들은 수입산 오렌지에 이어서 이제는 중국산 ‘납꽃게’까지 우리의 식탁 위에 올랐다는 사실을 알고는 놀라움과 두려움을 금치 못한다

유전자 변형 농산물(Genetically Modified Organism : GMO)이란 일반적으로 생산량 증대 또는 유통·가공상의 편의를 위하여 유전공학기술을 이용하여, 기존의 방법으로는 나타날 수 없는 형질이나 유전자를 지니도록 개발된 농산물로 정의된다.

GMO의 상업화는 1994년 미국 칼젠(Calgene)사가 잘 물러지지 않는 토마토를 개발한 이후 빠르게 진행되었다. 일반인들이 관심을 가지기 시작한 것은 1996년 몬산토사의 대두와 노바티스사의 옥수수가 본격적으로 상품화되면서 부터이다.

1994-98년까지 FDA의 검증을 마치고 시판이 허용된 GMO는 옥수수, 토마토, 감자, 대두 등을 중심으로 39종에 이르며, 6년내 시판될 것으로 예상되는 제품도 30여종에 이른다. 유전자 조작 식품은 국외에서는 제초제 내성콩·옥수수(시중에 유통되고 있는 대표적인 상품은 Monsanto의 Roundup Ready콩과 Novartis의 Bt Maize옥수수), 병충저항성 감자, 숙성을 지연시킨 토마토(시중에 유통되는 상품으로 Flavor Savor 토마토로 만든 토마토피레), 치즈(시중에 유통되는 상품은 Vegetarian Cheese), 면화 등의 식품이 이미 상품화되었으며, 농산물의 75%정도를 수입에 의존하고 있는 우리나라에서도 이미 유통되고 있는 실정이다.

수입된 유전자조작 콩과 옥수수는 그 자체로서 판매되기도 하지만, 국내 식품산업에서 두부, 식용유, 메주, 과자, 물엿, 사료 등으로 가공돼 완제품으로 유통되고 있으며, 수입식품·식품첨가제·의약품에도 유전자조작 기술을 이용하여 제조하고 있으나 유전자조작 식품이 얼마나 수입되고 있으며, 어떻게 유통되고 있는가에 대한 기본적인 현황조차 파악되지 않고 있으며, 그 안전성 확보를 위한 제도적 장치 또한 부족한 실정이다.

## 7. 세계화시대 올바른 식생활문화 정착 방안

### 1) 우리 식생활문화의 우수성 홍보

서양문물을 부분별하게 받아들이고 서양의 과학 등이 우리보다 앞서므로 그들의 문화를 선진문화라고 여기고 있는 실정에서 일부에서는 서양식의 식사가 고위문화라고 생각하는 경우까지 있다. 그러나 우리 음식문화는 인간의 건강측면에서 그 우수성이 입증된 바 있으며 이를 홍보하는

것이 중요한 것이다.

#### • 식사구성의 우수성

밥과 국 또는 찌개, 김치류, 나물류, 고기 또는 생선 찬으로 구성되는 우리음식은 다양한 재료가 한 상위에 오르고, 식물성식품 80%에 동물성 식품 20%로 균형성을 가지고 있으며, 우리음식에는 기름과 설탕 등 단맛과 열량이 농축된 식재료가 많이 들어가지 않는 절제성이 있어 체중 조절과 비만 예방 효과가 크다. 우리나라 음식에서 육류는 야채를 보완하는 역할을 하고 있다. 우리가 흔히 생각하는 대표적인 고기 음식을 보면 불고기와 갈비구이를 제외하고는 여러가지 채소와 섞여 있는 찜, 탕, 볶음들로 전체 재료에서 육류가 차지하는 비율은 30%정도 많아야 59%정도이다. 따라서 한국 전통 식생활을 영위하면서 동물성 식품을 지나치게 많이 먹기란 여간 어려운 일이 아니다.

#### • 김치의 영양적 우수성

우리나라를 대표하는 음식으로 각광을 받고 있는 채소 저장발효식품인 김치는 흔히 독일의 Sauerkraut에 비교되기도 하나 맛, 영양, 색, 생리활성면에서 김치가 월등하게 우수한 식품이다. '98 국민건강영양조사에서 우리나라 국민 일인당 김치류 섭취는 122g인 것으로 나타났다. 김치는 샐러드(드레싱한 경우 100g당 116kcal)에 비해 열량이 낮고(100g 당 20kcal), 섬유소가 많아 비만 예방 및 콜레스테롤 저하효과가 있으며, 또한 베타카로틴과 비타민 C의 급원으로 기여하고, 젖산균의 성장을 도와주고 고추가루에 포함된 캡사이신은 항산화제 기능 등이 있다. 이외에도 면역증진, 항암, 혈전용해능력 등에 대한 연구가 진행되고 있다.

## 2) 아동기부터의 식생활교육

'98국민건강 영양조사에 의하면 서구식 식품의 소비가 다른 연령층에 비하여 어릴수록 높았다. 사회, 경제, 환경의 변화에 따른 식생활의 변화를 막을 수는 없으나, 이런 상황하에서도 건강을 유지하고 민족정체성을 이끌어 갈 수 있는 식문화를 계승 발전시켜나아가야 할 것이다. 식생활문화는 특정한 문화를 가지고 태어나는 것이 아니고 학습하는 것이다. 그러므로 아동과 청소년의 식생활을 올바르게 하기 위해서는 우리고유의 음식을 누구나 골고루 먹을 수 있게 제공하고 교육해야 할 것이다.

그러나 '98 국민건강·영양조사에 의하면 42.1%의 아동이 하루 식사 중 한끼를 거르고 있는 것으로 나타났는데 아침 결식율이 34.3%로 가장 높았고, 아동의 60%가 섭취하는 빈도 수는 1-2회였다. 초등학교 고학년 학생을 대상으로 여러 연구에서 65%-77%의 학생들이 편식을 하고 있는 것으로 나타났으며, 아동이 가족과 함께 식사하는 비율은 아침식사시 41.1%, 저녁식사시 62.0%로 나

타났다. 즉 상당수의 학생들이 아침을 먹지 않고 있었고, 가정에서 가족과 함께 식사하면서 올바른 식습관을 형성할 수 있는 밥상머리 교육을 받지 못하고 있음을 알 수 있다. 최근 일본에서도 혼자 식사하는 아이들이 많아지면서 가정에서의 불균형된 식사의 문제점이 제기되고 있다. 또한 학령기 아동에서 부족한 영양소를 공급하는 간식의 역할도 중요하므로 합리적인 간식의 선택에 대한 교육이 필요하고, 주 5일제 근무에 따라 외식은 더욱더 증가할 것으로 전망되므로 외식시 올바른 선택을 할수 있는 교육 또한 중요하다. 그러나 결식이 증가하고 가족과 함께 하는 식사가 줄어들고 있어 가정에서의 식생활 교육은 쉽지 않음을 알 수 있으며, 이제는 올바른 식생활교육을 더 이상 가정에만 의존할 수는 없는 현실이다. 다행히 2002년도까지는 초중고등학교에서 학교급식이 전면 실시되므로 학교급식을 통한 우리 식생활문화의 계승과 올바른 식습관 확립을 위한 급식과 영양교육의 중요성이 다시금 강조된다. 또한 여성들의 사회참여로 영유아보육시설이 증가하고 있으며, 식습관은 어릴수록 교정하기가 쉬우므로 이런 보육시설에서부터 올바른 식생활 확립을 위한 교육이 시행될 수 있는 정책적 배려가 요구된다.

### 3) 쌀 소비 확대

쌀은 지방질이 1%이하로 적고 우리 전통의 밥식은 뇌졸중, 심장병, 고혈압을 걱정하는 현대인의 필수건강식으로 평가받고 있을 뿐만 아니라 단백질과 필수아미노산이 밀의 두배 이상 함유되어 있다. 그러므로 어려운 우리 농업과 농촌을 살리고 건강지향적인 밥문화가 우리 식생활에서 제 자리를 찾도록 해야한다. 이를 위해서는 우선 아침에 밥먹기가 생활화되어야한다. 이런 관점에서 학교급식의 전면확대는 그나마 밥문화를 유지하는데 크나큰 공헌을 하고있다. 학교급식의 주 메뉴는 밥식이므로 800만명의 학생이 매일 소비하는 쌀의 소비량도 많거니와 밥식 위주의 우리 식문화 정착에도 도움을 주고 있다.

쌀 소비를 늘리기 위한 또 하나의 방법은 쌀가공품을 개발 보급하는 것이다. 서구화 되어가는 추세에 부응하면서 쌀을 이용하는 시도가 시급하게 그리고 소비자의 변화 양상에 맞게 이루어져야한다. 특히 쌀에 익숙한 세대보다는 서구식이나 편의 간편식에 더 호감을 가지고 있는 젊은 층의 입맛을 잡는 매력적인 제품이 개발되어야 한다. 근래에는 기존의 떡집과 달리 실내분위기도 고급화하고 떡의 모양도 아름답고 예쁘게 만들고 포장도 현대화한 떡집들이 출현하여 좋은 반응을 얻고 있다.

### 4) 우리 음식의 세계화

우리나라를 방문하는 일본관광객들이 한국음식 특히, 김치담그는 법을 배우는 관광코스를 선호하는 추세를 볼 때 맛있는 음식은 단순히 그것을 먹는데서 그치지 않고 볼거리와 놀거리, 배울거

리까지 제공할 수 있는 관광상품으로 개발은 한국문화를 효과적으로 전파하는 초석이 될 수 있다.

우리 음식의 세계화를 위해서는 보다 다양한 전략이 필요하며 이를 위해서 여러 가지 연구 및 활동이 전개되어야 하며, 최종적으로는 관광산업과 연계한 다양한 맛 체험 관광상품을 개발하는 것이 필요하다. 외국인들이 한국에서 참여하기를 희망하는 형태가 한국음식과 문화가 결합된 형태의 문화행사 및 요리만들기 등으로 나타났으므로, 한국음식 체험 관광프로그램, 테마 음식파티 등 다양한 맛 체험 프로그램이 개발될 필요가 있고 이를 각 지역의 향토음식과 결합하여 관광자원화 할 필요가 있다.

세계적으로 한국음식을 대표하는 음식으로는 김치와 불고기가 있으나 아직도 전세계적으로 볼 때 한국음식의 인지도는 높지 않은 실정이나, 현재 인지도가 가장 높은 음식은 불고기이며 나머지 음식의 인지도는 매우 낮은 형편이다. 그러므로 김치와 불고기 뿐만 아니라 한국 고유의 전통음식 가운데 외국인이 선호하는 음식을 중점적으로 개발, 홍보, 보급하여 세계적인 브랜드로 만들어야 할 것이다. 특히 삼계탕이나 잡채와 같은 음식도 인지도를 높이고 홍보활동과 상품화에 주력하면 브랜드화의 가능성이 높은 음식으로 생각된다.

중식이나 일식이 전 세계적인 음식이 된 것과 달리 현재까지 외국인의 한국음식에 대한 인지도는 매우 낮은 실정이므로 우리 음식의 세계화를 위한 지속적인 노력이 매우 시급하며 다른 한편으로는 우리음식의 세계화를 위해 외국인의 기호와 입맛에 맞는 한식 메뉴의 개발과 보급방법에 대한 필요성도 증가하고 있다. 전통 그대로를 고수하기보다는 그보다 먼저 외국인들의 미각을 이해하고 그들이 원하는 한국요리를 제공하는 것이 필요하다. 전반적으로 조사된 한국음식의 맛에 대한 느낌은 좋은 것으로 나타나서 한국의 전통적인 맛에 약간의 변형을 준다면 외국인의 입맛에도 맞출 수 있을 것으로 보인다. 현재까지의 연구로는 지역적, 혹은 민족적인 선호도 차이를 구분하기 어렵지만 앞으로 이러한 지역적인 기호도 조사를 통해 보다 세분화한 외국인의 맛에 대한 접근이 필요하다고 본다.

## 5) 환경문제와 안정성 확보

근래 음식물 쓰레기가 환경오염의 주범으로 인식되고 있다. 이러한 음식물 쓰레기는 환경 오염 뿐 아니라 경제적 가치로 환산하면 연간 16조원에 이른다. 여기에 식품의 유통과정에서 발생하는 물류비용 등 간접비용을 포함하면 음식물 쓰레기의 식량자원으로서의 가치는 16조원을 훨씬 상회하게 된다. 그런데 이러한 음식물 쓰레기는 한식에서 많이 나오고 양식은 상대적으로 적은 양이 나오고 있다. 그러므로 반찬 가지 수를 수 십 개씩 늘어놓는 한정식 등 외식업소에서의 개선이 요구된다. 자칫하면 한식은 낭비가 심한 음식으로 오해할 수도 있다.

식품의 세계화에 따라 장기간의 식품 수입기간 및 유통에 따라 식품의 손상을 막기위해 식품에

첨가되는 농약, 발아억제제, 산화억제제 등 식품첨가물 등으로부터 안정성을 확보하는 일은 국민 건강 차원에서 중요한 일이다. 소비자의 알 권리, 선택할 권리를 위해 원산지 표기의 감독 관리가 강화되어야 한다.

근래에는 우리의 주식이자 가장 소비량이 많은 쌀 중에서 친환경쌀도 나오고 있다. 농약이나 화학비료를 사용하지 않고 재배한 친환경쌀은 일반 쌀에 비해 평균 20-30% 비싼데도 시장에 나오기가 무섭게 팔리고 있다. 환경과 건강을 생각하는 소비자가 늘어가고 있으므로 이러한 친환경적 식품은 무한경쟁 국제화시대에서 우리 농산물이 비교적 우위를 차지할 수 있는 한 방법이 될 것으로 본다.

## 8. 끝맺는 말

2002년은 월드컵대회를 개최하는 해이며 이러한 큰 행사를 계기로 우리의 전통적인 식생활 문화의 우수성이 전세계에 알려지는 한 해가 되어야 할 것이다. 그렇게 하기 위해서는 무엇보다도 우리국민 모두가 가정의 식생활에서부터 전통의 뿌리와 기본을 유지하기 위해 노력하는 것이 필요하다.

정부에서도 각 시도와 함께 전통음식 요리시연회를 개최하고 농촌진흥청이 전국의 향토음식을 모은 인터넷홈페이지([www.rda.go.kr/food](http://www.rda.go.kr/food))를 개설, 전통음식 6백50가지를 소개하는 등 이제 막 우리 요리의 보전 노력을 시작하는 중이다

모두가 예상하듯이 21세기 우리의 생활양식은 격변할 것이며 이에 따라 식생활패턴의 변화도 더욱 가속화 될 것으로 여겨진다. 무엇보다도 식생활에서 편의지향적인 성향이 크게 증대될 것이며 세계화의 확대로 서구 식문화의 유입은 가속화 될 것이다. 생물식품분야의 과학기술 혁신으로 다양한 기능성 소재가 가능해지면서 기능성 식품에 대한 수요가 급팽창할 것이다. 또한 다양하고 품질이 좋은 가공식품이 개발되고 요리가 간편해지면서 가공식품의 소비도 크게 증가할 것이다. 세계의 석학들은 예상되는 미래의 변화에 적절히 대응하기 위해 세계화에 따른 가치관의 혼동을 피하기 위해 뿌리를 갖는 것이 매우 중요하다고 경고한다. 음식문화는 적응의 문화이며 어릴 때의 입맛이 성인이 되어서도 유지됨을 생각해 볼 때 각 가정에서 전통식생활 문화의 유지와 학교에서 올바른 식생활을 정착시키기 위한 교육은 매우 중요하다. 물론, 자라나는 아이들과 신세대를 위해서는 우리음식의 다양한 변형과 개발도 필요하겠지만 이러한 변형과 개발은 전통의 뿌리 위에서 이루어져야 한다는 것을 기억해야 할 것이다.



## ■ 참고문헌

- Ballester, E.D. & M, J.L. Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*. 35(11/12):1238~1258, 2001
- Cross, E.W. & Shanklin, C.W. A Perspective on Quality. *School Food Service Research Review*. 21(1):5~10, 1997
- Food Management, Food Management's Contractor Top 50. *Food Management Apr*:34~44, 2001
- Fu, Y.Y. & Parks, S.C. The Relationship Between Restaurant Service Quality and Consumer Loyalty Among The Elderly. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 25(3):320~336, 2001
- Laveochia, G. Foodservice 2005. *Food Management* 33(1):14~15, 22, 1997
- Lawn, J. & Buzalka, M. Eight Trends that Drive the Contract Market. *Food Management* 33(Apr):54~58, 1998
- NRA. Restaurant Industry Forecast 2002-Executive Summary. National Restaurant Association:1~4, 2002
- Ulbrich T. 푸른 눈에 비친 한국인의 식생활 - 해산물이 풍부한 식도락의 천국. *월간 식생활* 6:33-35, 1986
- 강윤주, 홍창호, 홍영진 : 서울시내 초중고 학생들의 최근 18년간 비만도 변화 추이 및 비만아 증가양상. *한국영양학회지*30(7), 832-839, 1997
- 구복자, 이경애 : 초등학생의 영양교육을 위한 식습관 및 영양지식 조사. *한국식생활문화학회지* 15(3), 201-213, 2000
- 김은경 : 한국아동의 식행동과 영양문제, *대한지역사회영양학회지*6(5), 905-920, 2001
- 농수산물 무역정보사이트 : [http://www.katinet/nm\\_static/t33-11.htm](http://www.katinet/nm_static/t33-11.htm)
- 문수재, 손경희, 이영미, 안경미. 주한 외국인의 한국 식당의 음식 및 서비스에 대한 의견조사. *대 한가정학회지* 24(2):63-73, 1986
- 문현경 : '98년도 국민건강·영양조사 자료를 이용한 연령별 영양섭취현황, *국민영양*(1·2), 36-41, 2002
- 박진환, 강봉순, 부경생, 조용섭, 허문희, 우리나라와 세계의 식량수급; 서기 2030년대의 우리나라 농 수산 과학의 전망과 그 실현을 위한 연구 방안, *한림 연구보고서* 4. 한국과학기술한림원, 1999, 4, ,
- 박형희 : 21세기 외식산업의 현황과 전망, 21세기 글로벌시대 외식·급식산업의 성장전략, 63-75, 외식산업경영연구소 산학협동세미나, 2001 : <http://agsearch.snu.ac.kr/thinkfood/upload/외식/fs4.htm>

- 보건복지부 : '98 국민건강·영양조사, 2001
- 손숙미 : 비만과 성인병 예방을 위한 밥 중심식사, 대한지역사회영양학회지6(5), 862-867, 2001
- 송영옥, 김은희, 김명, 문정원. 어린이의 김치의식에 관한 실태조사 II. 한국 영양식량학회지 24(5):765-770, 1995
- 아다치 미유키(모수미, 권순자, 이경신 역) : 알고 계십니까, 아이들의 식사, 교문사, 2000
- 양일선, 차진아. 급식경영학. 교문사. 2001
- 에릭솔로서, 패스트푸드의 제국, 에코리브르, 2001, pp323
- 이경신 : 전통식사 계승을 위한 식생활 교육 방안, 대한지역사회영양학회지6(5), 868-876, 2001
- 이경혜, 황권중, 허은실 : 창원시 일부 초등학교 고학년의 비만도에 따른 체형인식도, 식습관, 식행 동 및 영양섭취상태에 대한 비교연구, 대한지역사회영양학회지, 6(4), 577-591, 2001
- 이난숙, 임양순, 김복란(1997) : 초등학교 아동의 식습관 및 기호도에 관한 연구, 지역사회영양학 회지2(2), 187-196, 1997
- 이상효 : 기능성 쌀, 국민영양(12), 29-35, 2001
- 이선용, 국내 외식사업의 전망과 마케팅전략, 21세기 글로벌시대 외식·급식산업의 성장전략, 63-75, 외식산업경영연구소 산학협동세미나, 2001; <http://agsearch.snu.ac.kr/thinkfood/upload/외식/fs3.htm>
- 장남수 : 한국음식의 영양적 우수성, 한국식생활문화학회 2000년 추계학술대회자료집, 9-21, 2000
- 장문정, 조미숙. 외국인의 한국음식에 대한 인지도와 기호도, 한국식생활문화학회지. 15(3):215-223, 2000
- 전삼녀, 노희경 : 농촌 초등학생의 식습관 및 식품기호에 관한 연구, 한국식생활문화학회지 13(1), 65-72, 1998
- 정혜경 : 생활양식변화에 따른 한국식생활문화의 변천, 2001년도 춘계연합학술대회(한국영양학회, 한국식품영양과학회, 한국식생활문화학회, 한국운동영양학회) 자료집, 17-24, 2001
- 정혜경, 이정혜, 조미숙, 이종미. 서울 음식문화에 대한 연구 - 심층면접에 의한 사례 연구. 한국식 생활문화학회지 11(2):155-167, 1996
- 조웅제 : 생활양식의 변화와 가공산업, 2001년도 춘계연합학술대회(한국영양학회, 한국식품영양과 학회, 한국식생활문화학회, 한국운동영양학회) 자료집, 111-116, 2001
- 중앙일보. p35. 2000. 3. 8.
- 한재숙, 허성미, 김미향. 한국 음식에 대한 미국인의 기호 및 적응에 관한 조사. 영남대학교 자원문 제 연구소 논문집 14(1):519, 1997