

한식 세계화를 위한 내국인과 국내 체류 외국인의 한국음식 선호도와 한식에 대한 인식

박혜연¹ · 안명화² · 김복화³ · 김나영^{4*}

¹단국대학교 식품영양학과, ²우송대학교 글로벌한식조리학과,
³영동대학교 호텔외식조리학과, ⁴중부대학교 식품영양학과

Study on Preferences and Perception of Koreans and Non-Koreans Residing in Korea Regarding Globalization of Korean Foods

Hae-Youn Park¹, Myung-Wha Ahn², Bok-Wha Kim³ and Na-Young Kim^{4*}

¹Dept. of Food Science & Nutrition, Dankook University, Jukjeon 330-714, Korea

²Dept. of Global Korean Culinary Arts, Woosong University, Daejeon 300-718, Korea

³Dept. of Hotel Food Service & Culinary Arts, Youngdong University, Youngdong 370-701, Korea

⁴Dept. of Food & Nutrition, Joongbu University, Geumsan 312-702, Korea

Abstract

The purpose of this study was to assess consumer preferences and perception of Korean foods in Koreans and non-Koreans residing in Korea. Exactly 79 customers (28 Koreans, 51 non-Koreans) were surveyed with questionnaires in English and Korean. Data were analyzed using the SPSS statistical package (21.0) and χ^2 -test. Subjects were of various nationalities, including China (37.3%), Philippines (19.6%), Japan (17.7%), USA (11.8%), Uzbekistan (3.9%), Nepal (2.0%) and Nigeria (2.0%). The representative food was *Kimchi* and favorite Korean foods were *Kimchi*, *Bulgogi*, *Bibimbap*, *Galbijim* etc. Koreans reported that the main advantages of Korean food were its 'home-made style', but non-Koreans reported 'health functionality'. In terms of disadvantages, non-Koreans consumers ranked 'unsanitary eating style without individual plates' as the biggest problem while Koreans ranked 'table setting at a time'. Factors 'complicated cooking method', 'spicy taste' and 'salty taste' were also reported disadvantages. Survey participants were asked what was the most important for the globalization of Korean food. Most non-Korean participants listed 'health functionality' and 'traditionalism' ($p<0.05$).

Key words : Korean, non-Korean, preferences, perception for Korean foods

서 론

세계 각국은 국가 이미지 향상과 경제적 이익 증대를 위해, 음식문화 및 음식상품의 세계화 정책사업을 경쟁적으로 추진하고 있다(Chang *et al* 2010). 우리나라 또한 국제화, 세계화 시대에 발맞추어 2008년 한식 세계화 선포식을 출발점으로 지금까지 한식 세계화를 위한 다양한 연구와 노력을 기울이고 있다(Cha *et al* 2012). 한식은 동물성과 식물성 식품의 사용이 조화를 이루며, 채소류를 많이 사용하여 저칼로리 음식이면서 3대 영양소의 비율이 균형적으로 이루어져 있을 뿐만 아니라, 계절에 따른 식재료의 이용과 다양한 조리법으로 기능성 음식으로 알려져 있어 웰빙 트렌드에 부합하여 세계화 가능성이 높고, 한식을 문화상품으로 발전시킬 때 부가

가치를 높여 국제적 경쟁력을 가질 것으로 평가되고 있다(Lee *et al* 2005). 이와 같이 다양한 연구 결과에서 한식재료의 가능성이 밝혀지면서 한류 열풍과 함께 한국의 문화에 대한 관심뿐만 아니라, 한식에 대한 외국인의 관심이 크게 높아지고 있다(Lee YJ 2008). 그러나 한식이 세계 속에서 우수한 식품으로 인정받아 관심이 높아지고 있는데도 불구하고, 한식의 조리법이 복잡하고 표준화가 어렵다는 단점 등이 있기 때문에 한식 세계화의 걸림돌이 되고 있으며, 외국인의 인지도는 매우 낮은 실정이다(Byun *et al* 2001, Noh KS 2009). 이에 따라 한식에 대한 인지도를 높이기 위한 보다 적극적인 홍보 전략이 필요하며, 체계적인 홍보 전략 마련을 위해서는 외국인을 대상으로 한 한식 연구가 더욱 활발하게 이루어져야 할 것으로 판단된다.

지금까지 한식 관련 선행 연구를 살펴보면, 외국인을 대상으로 이루어진 연구로 특정 국가 현지 외국인(Hong *et al* 2007, Seo & Ryu 2009, Min KH 2010) 또는 국내 거주 외국

*Corresponding author : Na-Young Kim, Tel : +82-41-750-6607, Fax : +81-41-750-6168, E-mail : nykim@joongbu.ac.kr

인(Jang & Jeong 2011, Lim *et al* 2010, Lee YJ 2010, Kwak *et al* 2012, Kim & Lyu 2012, Seo *et al* 2003)을 대상으로 한 한식에 대한 인식이나 선호도 등의 연구가 많이 이루어져 있었으며, 내국인을 대상으로 한 선행 연구(Min & Park 2004, Gang & Chyun 2006, Hong & Lee 2006, Kang & Kim 2009, Oh & Han 2009, Jin YH 2011, Kim *et al* 2011)는 대부분 대학생이나 대학생을 대상으로 한 연구가 주를 이루었고, 초·중·고등학교 또는 영양사 등 특정집단을 대상으로 한 연구가 일부 진행되었을 뿐, 실제로 한식 소비 행동의 주체인 보편적인 성인을 대상으로 한 연구는 미흡한 실정이었다. 또한 내국인과 외국인의 한식에 대한 인식과 선호도에 차이가 있을 텐데, 이를 비교한 연구도 Chang *et al*(2010)의 한식 상품화를 위한 내·외국인의 한식에 대한 선호도 및 상품 개발 견해에 관한 연구와 Cha *et al*(2012)의 국내 체류 외국인 및 내국인의 전통 향토 음식에 대한 기호도를 비교 분석한 연구를 제외하고는 거의 찾아볼 수 없었다.

내국인의 한식 선호도와 인식을 기준으로 한식 세계화 전략을 수립할 경우, 기대에 미치지 못할 우려가 크므로 한식 세계화의 성공을 위해서는 내국인과 외국인의 선호도와 인식 차이를 알아보고, 외국인이 중요하게 인식하는 요인에 초점을 맞추어 어떤 점을 부각시키고, 어떤 점을 개선해야 하는지에 대한 인식 조사가 필요할 것으로 판단된다.

따라서 본 연구에서는 내국인과 국내 체류 외국인을 대상으로 한식 소비 행동의 변수가 될 수 있는 한식 선호도와 한식 세계화에 대한 인식을 비교 조사함으로써, 내·외국인의 한식에 대한 시각 차이를 알아보고, 보다 실효성 있는 한식 세계화 마케팅 전략을 수립하는데 기초 자료를 마련하고자 하였다.

연구 내용 및 방법

1. 조사 기간 및 대상

본 조사는 내국인과 국내에 거주하는 외국인의 한식에 대한 선호도 및 인식을 비교하기 위하여, 만 18세 이상 내국인 및 국내 거주 외국인을 대상으로 하여 2013년 6월 17일~6월 19일까지 실시하였다. 설문 대상자는 대전지역 소재 대학교의 협조를 얻어 확보하였는데, 외국 유학생과 대학 교직원, 교수 등에게 연구 목적에 대해 사전에 설명하고, 동의를 얻은 후 자발적으로 참여한 사람들을 대상으로 하였다. 연구 방법은 본 조사 시 설문 조사와 함께 한식 약선 메뉴에 대한 설문 조사지를 이용한 관능평가가 함께 시행되었기 때문에, 관능평가가 진행된 대전지역 호텔에서 관능평가 실시 전에 설문 조사지를 이용해 직접 기록하는 자기기입식 기재 방법으로 실시하였다. 설문지는 한국어 설문지와 함께 영어 설문지를 제작하여 외국인의 경우, 설문지의 언어를 직접 선택하도록

하였으며, 내국인 중 해당 국가 언어 통역이 가능한 사람들과 같은 테이블에 배치하여 설문 내용의 이해를 도왔다. 설문지는 총 88부를 배부하여 회수하였으며, 이 중 불완전하게 응답한 설문지를 제외한 총 79부를 통계 처리에 이용하였다.

2. 설문지의 구성

본 연구의 설문지는 크게 3개 항목으로 총 12문항으로 구성하였는데, 자세한 설문지의 구성은 Table 1과 같다. 설문 내용은 한식 선호도, 한식 상차림, 한식에 관한 인식 관련 선행 연구(Seo & Ryu 2009, Chang *et al* 2010, Min KH 2010, Lee *et al* 2010, Kim & Lyu 2012, Cha *et al* 2012, Yoon & Park 2013, Lim *et al* 2010)를 참고로 하여, 본 연구의 취지에 맞게 수정 보완하여 설문 문항을 개발하였고, 외국인의 자문을 받아 내용에 대한 이해력, 언어의 표현 등을 수정한 후 사용하였다.

첫째 항목은 조사 대상자의 일반사항으로 성별, 나이, 국적, 교육 정도, 국내 체류 기간, 선호하는 아시아 음식, 주당 한식 섭취 빈도 등 7문항으로 구성되어 조사하였다. 둘째 항목은 한식 선호도에 대한 2문항으로 구성하였는데, ‘한식 중 가장 먼저 떠오르는 음식’은 세 가지 음식을 쓰도록 하였고, ‘선호하는 한식’은 제시한 음식 목록에 대해 다중 응답 방식으로 조사하였는데, 농림수산식품부가 제시한 한식 메뉴의 음식명 외국어표기법(농림수산식품부 2009)을 따라 표기하고, 사진을 함께 제공하여 이해를 도왔다. 셋째 항목은 한식에 대한 인식을 조사하기 위한 3문항으로 ‘한식의 장점’, ‘한식의 단점’에 대해 다중 응답 방식으로 조사하였으며, ‘한식 세계화를 위해 가장 중요하다고 생각하는 점’을 문항으로 구성하여 한 가지만 응답하도록 하였다.

3. 통계 분석

본 연구의 자료는 SPSS 21 프로그램을 이용하여 분석하였다. 조사 대상자의 일반적 특성, 한식 중 가장 먼저 떠오르는 음식, 선호하는 한식에 대해 알아보기 위한 각 명목 척도는 빈도와 백분율을 산출하였다. 또한 한식의 장점, 한식의 단점, 그리고, 한식 세계화를 위해 가장 중요한 점에 대한 내국인과 외국인의 인식 차이를 비교하기 위하여 항목 간 빈도의 차이 검증은 χ^2 test를 통해 유의성을 검증하였다.

결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반적 사항

Table 2는 조사 대상자의 일반적인 사항을 조사한 결과이다. 성별은 내국인의 75.0%(21명), 외국인의 66.7%(34명)가 여성이었고, 내국인의 25.0%(7명), 외국인의 33.3%(17명)가

Table 1. Configuration of survey questionnaire

Configuration of content	Items of question	Number of questions
General characteristics of respondents	Gender, generation, nationality, education level, residence period, most favorite Asian food, frequency of eating Korean foods	7
Preference of Korean foods	Korean foods that comes to mind first of the respondents, preferences in Korean foods of the respondents	2
Perceptions of Korean foods globalization	Recognition on the strengths of Korean foods, recognition on the weaknesses of Korean foods, perceptions of the most important thing for globalization of Korean foods	3

남성이었다. 연령은 내국인의 경우, 20대가 35.7%, 30대가 17.9%, 40대가 21.4%, 50세 이상이 21.4%였고, 외국인의 경우에는 20대가 56.9%, 30대가 23.5%, 40대가 11.8%, 50세 이상이 5.9%였다. 내국인 28명, 외국인 51명이었는데, 외국인의 국적은 중국 37.3%, 필리핀 19.6%, 일본 17.7%, 미국 11.8%, 우즈베키스탄 3.9%, 네팔과 나이지리아 각각 2.0%의 순으로 다양한 국적을 가지고 있었다. 설문에 성실히 답한 외국인

중 국적 무응답자가 5.9%였는데, 이는 내국인과 외국인의 인식 차이를 비교할 때 외국인의 자료로 포함시켜 산출하였다. 교육 수준은 대학교 재학 및 졸업이 내국인 46.4%, 외국인 54.9%, 대학원 재학 및 졸업이 내국인 53.5%, 외국인 29.4%로 나타나 교육 수준이 높았다. 외국인의 거주 기간은 3년 이상이 51%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음으로는 1~6개월이 13.7%로 높게 나타났다.

Table 2. General characteristics of respondents

N(%)

Variables	Content	Korean	Non-Korean	Total
Gender	Male	7(25.0)	17(33.3)	24(30.4)
	Female	21(75.0)	34(66.7)	55(69.6)
Generation	50≤	6(21.4)	3(5.9)	9(11.4)
	40~49	6(21.4)	6(11.8)	12(15.2)
	30~39	5(17.9)	12(23.5)	17(21.5)
	20~29	10(35.7)	29(56.9)	39(49.4)
	No response	1(3.6)	1(2.0)	2(2.5)
Nationality	Korea	28(100.0)	-	28(35.4)
	Japan	-	9(17.7)	9(11.4)
	China	-	19(37.3)	19(24.1)
	USA	-	6(11.8)	6(7.6)
	Philippines	-	10(19.6)	10(12.7)
	Nepal	-	1(2.0)	1(1.3)
	Nigeria	-	1(2.0)	1(1.3)
	Usbekistan	-	2(3.9)	2(2.5)
	No response	-	3(5.9)	3(3.8)
Education level	High school or less	0(0.0)	2(3.9)	2(2.5)
	University or college	13(46.4)	28(54.9)	41(51.9)
	Graduate school	15(53.5)	15(29.4)	30(38.0)
	No response	0(0.0)	6(12.0)	6(7.6)

Table 2. Continued

N(%)

Variables	Content	Korean	Non-Korean	Total
Residence period	Less 1 month	0(0.0)	5(9.8)	5(6.3)
	1~6 months	0(0.0)	7(13.7)	7(8.9)
	7~12 months	0(0.0)	4(7.8)	4(5.1)
	1~3 years	0(0.0)	5(9.8)	5(6.3)
	Over 3 years	27(96.4)	26(51.0)	53(67.1)
	No response	1(3.6)	4(7.8)	5(6.3)
Most favorite Asian food	Korean	17(60.7)	17(33.3)	34(43.0)
	Chinese	3(10.7)	8(15.7)	11(13.9)
	Japanese	3(10.7)	7(13.7)	10(12.7)
	Thai	3(10.7)	1(2.0)	4(5.1)
	Indian	1(3.6)	7(13.7)	8(10.1)
	Vietnamese	0(0.0)	6(11.8)	6(7.6)
	Indonesian	0(0.0)	1(2.0)	1(1.3)
No response	1(3.6)	4(7.8)	5(6.3)	
Frequency of eating Korean foods	Everytime	23(82.1)	10(19.6)	33(41.8)
	3~4 days a week	2(7.1)	13(25.5)	15(16.5)
	1~2 days a week	2(7.1)	26(51.0)	28(35.4)
	Rarely	1(3.6)	2(3.9)	3(3.8)
Total		28(100.0)	51(100.0)	79(100.0)

가장 선호하는 아시아 음식은 한식이 내국인 60.7%, 외국인 33.3%로 가장 높게 나타났고, 내국인은 중국음식(10.7%), 일본음식(10.7%), 태국음식(3.6%), 인도음식(3.6%)의 순서였고, 외국인은 중국음식(15.7%), 일본음식(13.7%), 인도음식(13.7%), 베트남음식(11.8%), 태국음식(2.0%), 인도네시아음식(2.0%)의 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 한식의 섭취 빈도는 내국인의 경우, ‘매일’이 82.1%로 가장 많았지만, ‘일주일에 3~4일’ 또는 ‘1~2일’, ‘가끔 섭취한다’는 응답도 일부 있었다. 외국인의 경우, ‘일주일에 1~2일’이 51%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘일주일에 3~4일’이 25.5%였고, ‘매일’ 먹는다는 답변도 19.6%로 나타났다.

2. 한식 중 가장 먼저 떠오르는 음식

한식 중 가장 먼저 떠오르는 음식 3가지를 기입하도록 한 설문 조사 결과는 Table 3과 같았다. 가장 빈도수가 높았던 한식은 ‘김치’로 내국인(78.6%), 일본인(55.6%), 중국인(57.9%), 미국인(83.3%), 필리핀인(60%), 네팔, 나이지리아, 우즈베키스탄인(100%) 모두 김치를 선택하였다. Yoon & Park(2013)의 연구에서도 외국인이 한국 방문 후 대표 한식으로 인식하

는 것은 김치가 39.5%로 가장 높았고, 비빔밥(20.6%), 불고기, 갈비(11.3%)의 순이라고 하여 비슷한 결과였다. Kim *et al*(2009)의 연구에서도 조리전공 대학생들이 큰 빈도수 차이로 김치(24.0%)와 불고기(22.3%)를 대표 한식으로 인식하였다고 하였으며, Jang *et al*(2005)과 Han *et al*(2007)의 연구에서도 김치를 세계적으로 발전 가능성이 가장 크고 중요한 대표 한식으로 제시하였다.

김치 다음으로는 내국인의 경우, 갈비찜(35.7%), 비빔밥(32.1%), 불고기(32.1%), 떡볶이(25.0%)의 순이었으며, 일본인의 경우, 갈비찜(44.4%), 비빔밥(44.4%), 불고기(44.4%), 잡채(33.3%), 삼계탕(22.2%)의 순이었다. 중국인은 비빔밥(52.6%), 불고기(42.1%), 갈비찜(36.8%), 잡채(26.3%), 삼계탕(15.8%)의 순으로 먼저 떠오른다고 하였다. 미국인은 갈비찜(33.3%)과 잡채(33.3%)가 높은 빈도수를 보였고, 비빔밥, 불고기, 삼계탕, 냉면, 감자탕, 떡볶이, 김치찌개를 선택하였다. 필리핀인은 비빔밥(50%), 갈비찜(40%)의 순이었으며, 네팔은 갈비찜, 비빔밥을, 나이지리아는 비빔밥, 불고기를 선택하였고, 우즈베키스탄은 갈비찜, 비빔밥, 불고기를 선택하였다. 국적 무응답 외국인 3명도 김치와 갈비찜은 모두 선택하였으며,

Table 3. Korean foods that comes to mind first of the respondents¹⁾

N(%)

Nationality	Korean foods															
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
Korea	10 (35.7)	22 (78.6)	9 (32.1)	9 (32.1)	3 (10.7)	2 (7.1)	1 (3.6)	1 (3.6)	1 (3.6)	1 (3.6)	3 (10.7)	1 (3.6)	3 (10.7)	7 (25.0)	2 (7.1)	9 (32.1)
Japan	4 (44.4)	5 (55.6)	4 (44.4)	4 (44.4)	3 (33.3)	2 (22.2)	0 (0.0)	1 (11.1)	1 (11.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (11.1)	2 (22.2)
China	7 (36.8)	11 (57.9)	10 (52.6)	8 (42.1)	5 (26.3)	3 (15.8)	3 (15.8)	2 (10.5)	0 (0.0)	1 (5.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.3)	1 (5.3)	1 (5.3)	1 (5.3)
USA	2 (33.3)	5 (83.3)	1 (16.7)	1 (16.7)	2 (33.3)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (16.7)	0 (0.0)	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	2 (33.3)
Philippines	4 (40.0)	6 (60.0)	5 (50.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	3 (30.0)	0 (0.0)	1 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (10.0)	0 (0.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	2 (20.0)	2 (20.0)
Nepal	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Nigeria	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Uzbekistan	1 (50.0)	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)
No response foreigner	3 (100.0)	3 (100.0)	2 (66.7)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)

¹⁾ Triple responses.

A : Galbijim, B : Kimchi, C : Bibimbap, D : Bulgogi, E : Japche, F : Samgyetang, G : Dak-galbi, H : Tteokguk, I : Gujelpan, J : Janchi-guksu, K : Naengmyeon, L : Sinseollo, M : Gamjatang, N : Topokki, O : Kimchi JJigae, P : etc.

비빔밥, 불고기, 잡채, 삼계탕 등을 기입하였다. 본 연구 결과, 국적에 따라 다소 차이가 있기는 하지만, 전반적으로 Yoon & Park(2013)의 연구 결과와 같이 김치, 비빔밥, 불고기, 갈비찜 등이 한식을 대표해서 가장 먼저 떠오르는 음식인 것으로 조사되었다.

3. 선호하는 한식

Table 4는 조사 대상자들이 선호하는 한식에 대한 조사 결과이다. 내국인의 경우, 82.1%가 김치를 선호한다고 답하였고, 설렁탕(75.0%), 냉면과 떡이 67.9%, 불고기, 만두, 잔치국수, 탕평채 등이 64.3%로 뒤를 이었다. 출신 국가별로 보면, 일본인의 경우에도 김치의 선호도가 가장 높았으며(88.9%), 내국인과 달리 비빔밥이 77.8%, 불고기, 삼계탕, 닭갈비, 떡국, 설렁탕, 탕평채 등이 66.7%로 높게 평가되었다. 이는 Han *et al*(1998)의 연구에서 일본인이 가장 선호하는 메뉴가 불고기와 삼계탕이라고 한 것과 일부 일치하는 결과였다. 본 연구에서 중국인은 김치, 비빔밥, 불고기를 조사 대상자 모두 선호한다고 하였으며, 갈비찜, 만두, 설렁탕, 된장찌개가 84.2%, 잡채와 해물파전은 79.0%가 선호하는 것으로 평가되었는데, 서울 거주 중국인을 대상으로 조사한 연구(Kweon & Yoon

2006)에서도 불고기, 비빔밥, 삼계탕, 김치 순으로 높았다고 하여 본 연구와 비슷하였다. 필리핀인은 불고기(90.0%)를 가장 선호하는 것으로 조사되었으며, 갈비찜과 비빔밥(80.0%), 김치(70.0%), 탕평채(60.0%)가 다음 순으로 나타났다. 우즈베키스탄인은 김치, 비빔밥, 만두를 선호하는 것으로 나타났다. 미국인은 삼계탕, 떡국, 만두, 떡갈비, 탕평채(83.3%)를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 김치, 불고기, 잡채, 닭갈비, 해물파전, 빈대떡, 나물, 설렁탕, 식혜, 된장찌개, 동치미, 떡은 66.7%로 평가하여 맵지 않은 메뉴들을 선호 메뉴로 선택하여 다른 국적의 대상자들과 다소 차이가 있었다. 이러한 결과는 Joo *et al*(2001)의 연구에서도 주한 미국인의 경우, 비빔밥, 불고기, 갈비구이, 삼계탕, 잡채의 선호도가 높았다고 하여 본 연구와 다소 일치하는 결과였다.

본 연구 결과에서는 미국인과 필리핀인을 제외하면, 내국인과 외국인 모두 김치의 선호도가 가장 높은 것으로 나타났고, 내국인은 설렁탕이 다음 순이었으며, 외국인은 비빔밥, 불고기 등의 선호도가 높은 것으로 나타났다. 외국인의 한식 선호도 관련 연구들을 보면, Seo *et al* (2003)의 연구 결과, 외국인에게 불고기 선호도가 가장 높았다고 하였으며, Yoon & Park (2013)의 연구에서도 외국인이 선호하는 음식이 비

Table 4. Preferences in Korean foods of the respondents¹⁾

N(%)

Nationality	Korean foods												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
Korea	13 (46.4)	23 (82.1)	11 (39.3)	18 (64.3)	9 (32.1)	8 (28.6)	3 (10.7)	5 (17.9)	6 (21.4)	18 (64.3)	17 (60.7)	11 (39.3)	8 (28.6)
Japan	5 (55.6)	8 (88.9)	7 (77.8)	6 (66.7)	5 (55.6)	6 (66.7)	2 (22.2)	6 (66.7)	6 (66.7)	5 (55.6)	4 (44.4)	3 (33.3)	2 (22.2)
China	16 (84.2)	19 (100.0)	19 (100.0)	19 (100.0)	15 (79.0)	11 (57.9)	5 (26.3)	8 (42.1)	6 (31.6)	16 (84.2)	15 (79.0)	11 (57.9)	3 (15.8)
USA	3 (50.0)	4 (66.7)	3 (50.0)	4 (66.7)	4 (66.7)	5 (83.3)	2 (33.3)	4 (66.7)	5 (83.3)	5 (83.3)	4 (66.7)	4 (66.7)	4 (66.7)
Philippines	8 (80.0)	7 (70.0)	8 (80.0)	9 (90.0)	6 (60.0)	4 (40.0)	5 (50.0)	5 (50.0)	5 (50.0)	4 (40.0)	4 (40.0)	5 (50.0)	5 (50.0)
Nepal	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Nigeria	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Uzbekistan	1 (50.0)	2 (100.0)	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)
No response foreigner	3 (100.0)	2 (66.7)	3 (100.0)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	3 (100.0)	3 (100.0)
Nationality	Korean foods												
	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	
Korea	21 (75.0)	6 (21.4)	18 (64.3)	19 (67.9)	8 (28.6)	9 (32.1)	12 (42.9)	16 (57.1)	18 (64.3)	12 (42.9)	16 (57.1)	19 (67.9)	
Japan	6 (66.7)	2 (22.2)	2 (22.2)	3 (33.3)	4 (44.4)	3 (33.3)	2 (22.2)	4 (44.4)	6 (66.7)	3 (33.3)	2 (22.2)	4 (44.4)	
China	16 (84.2)	5 (26.3)	3 (15.8)	9 (47.4)	6 (31.6)	5 (26.3)	5 (26.3)	12 (63.2)	10 (52.6)	16 (84.2)	8 (42.1)	6 (31.6)	
USA	4 (66.7)	3 (50.0)	3 (50.0)	2 (33.3)	1 (16.7)	3 (50.0)	4 (66.7)	5 (83.3)	5 (83.3)	4 (66.7)	4 (66.7)	4 (66.7)	
Philippines	4 (40.0)	4 (40.0)	4 (40.0)	4 (40.0)	3 (30.0)	3 (30.0)	2 (20.0)	4 (40.0)	6 (60.0)	3 (30.0)	3 (30.0)	2 (20.0)	
Nepal	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
Nigeria	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)	1 (100.0)
Uzbekistan	2.00 (100.0)	2.00 (100.0)	2.00 (100.0)	2.00 (100.0)	1.00 (50.0)	2.00 (100.0)	1.00 (50.0)	1.00 (50.0)	1.00 (50.0)	1.00 (50.0)	1.00 (50.0)	1.00 (50.0)	1.00 (50.0)
No response foreigner	3 (100.0)	3 (100.0)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	2 (66.7)	2 (66.7)	2 (66.7)	

¹⁾ Multiple responses.

A : Galbijim, B : Kimchi, C : Bibimbap, D : Bulgogi, E : Japche, F : Samgyetang, G : Hobakjuk, H : Dak-galbi, I : Tteokguk, J : Mandu, K : Haemul-pajeon, L : Bindaetteok, M : Namu, N : Seolleongtang, O : Gujelpan, P : Janchi-guksu, Q : Naengmyeon, R : Sinseollo, S : Sujeonggwa, T : Sikhye, U : Tteokgalbi, V : Tangpyeonchae, W : Doenjang-ggigae, X : Dongchimi, Y : Tteok.

빔밥 > 갈비 > 불고기 > 잡채 등의 순이었다고 하였다. Min KH(2010)도 호주 대학생들의 한식 선호도에서 불고기(26.2%), 비빔밥(22.8%)이 가장 좋게 나타났으며, Cha et al(2012)의 연구에서도 외국에서의 인기 가능성에 대해 내외국인 모두 전주비빔밥, 언양불고기에 높은 점수를 주었다고 하였다. Chang et al(2010)의 내국인과 외국인의 한식 선호도 비교 연구에서는 내국인은 갈비구이를 가장 좋아했고, 김치찌개, 된장찌개, 갈비찜, 보쌈, 불고기, 비빔밥 등의 순이었다고 하여, 본 연구에서 내국인의 비빔밥 선호도가 다른 음식보다 낮았던 것과 유사한 결과였으며, 외국인의 경우는 불고기를 가장 선호하였다고 하여 본 연구와 비슷한 결과였다. 이러한 연구 결과들을 살펴볼 때, 본 연구에서 내국인과 외국인 모두 김치를 가장 선호한다고 나타난 것은 다른 연구 결과들과 다소 차이가 있는 결과였지만, 선호 순위는 다소 차이가 있더라도 국적에 상관없이 외국인이 선호하는 대표 한식은 불고기, 비빔밥, 갈비, 삼계탕 등으로 나타나, 본 연구 결과와 일치하는 경향이었다.

또한, 가장 낮은 선호도를 보인 메뉴는 내국인의 경우, 호박죽(10.7%)이었으며, 일본인은 호박죽, 나물, 구절판, 잔치국수, 식혜, 동치미가 22.2%로 가장 낮았다. 중국인은 나물과 잔치국수를 15.8%로 가장 선호하지 않았고, 미국인은 신선로(16.7%), 호박죽(33.3%), 냉면(33.3%), 필리핀인은 식혜와 떡을 20.0%만이 선택하여 다른 메뉴에 비하여 선호하지 않는 것으로 조사되어, 다양한 한식의 홍보와 외국인의 기호에 부합하는 맛의 연구 개발이 지속적으로 이루어져야 할 것으로 판단된다. Lee et al(2010)의 연구에서는 선호도가 낮은 메뉴로 죽의 선호도가 대체로 낮았다고 하여 본 연구 결과와 일치하였는데, 심층 면접 조사 결과, 일본인은 질병에 걸렸을 때 식사로 이용하기 때문에 부정적인 이미지가 있어서, 중국인은 식문화의 차이로 일상식으로 먹는 죽 재료와 형태가 우리의 죽과 달라 선호도가 낮다고 한 것으로 보아 선호도가 낮더라도 나라별 식문화의 차이에 따라 각각 다른 이유로 선호하지 않을 수 있다는 것을 알 수 있었으며, 한식 세계화를 위해서는 단순히 선호도를 파악하는 것에 그치지 말고, 대상 국가별 한식 세계화 전략을 수립하는 것이 필요할 것으로 판단된다.

4. 한식 세계화에 대한 내국인과 외국인의 인식 비교

1) 한식의 장점에 대한 인식

한식의 장점에 대한 내국인과 외국인의 인식을 알아본 결과는 Fig. 1에 나타내었다. 내국인과 외국인의 인식 간에 ‘건강기능성’(p<0.001), ‘가정식’(p<0.05), ‘발효식품’(p<0.05), ‘위생적인 면’(p<0.01), ‘시각적 아름다움’(p<0.001), ‘좋은 맛’(p<

0.01), ‘채소 위주의 메뉴’(p<0.01), ‘다양성’(p<0.01), ‘슬로우푸드’(p<0.05) 항목에서 유의적인 차이가 있었다.

내국인의 경우, ‘가정식’(78.6%), ‘발효식품’(71.4%)과 ‘영양적 균형’(71.4%), ‘고품질’(67.9%), ‘전통성’(64.3%)에 대하여 높은 인식도를 보였고, ‘시각적 아름다움’(32.1%)을 가장 낮게 인식하였다. Kim et al(2009)의 조리전공 대학생에 대한 내국인의 한식에 대한 인식 조사 결과에서도 한식의 특성 중 ‘발효 저장 음식 발달(4.82)’이 가장 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타나, 본 연구 결과와 유사하였다.

외국인의 경우, ‘건강 기능성’(86.3%)을 장점으로 가장 높게 인식하고 있었으며, ‘전통성’(70.6%)과 ‘영양적 균형’(70.6%), ‘가정식’(68.3%), ‘고품질’(66.7%) 항목을 높게 인식하고 있었고, ‘자연식품’(47.1%)에 대해 가장 낮은 인식을 보였다. ‘가정식’, ‘영양적 균형’, ‘고품질’, ‘발효식품’, ‘자연식품’ 항목을 제외한 ‘전통성’, ‘건강기능성’ 등 모든 항목에 관해서는 내국인에 비하여 외국인이 장점으로 높게 인식하고 있었다. Yoon & Park(2013)의 연구에서 외국인이 느끼는 한식에 대한 이미지는 ‘한식은 가격이 적절하다’가 가장 높았다고 하여 본 연구와 차이가 있었으나, ‘건강에 좋다’는 인식도 높은 순위에 있었다. Min KH(2010)도 호주 대학생들에게 한식을 좋아하는 이유를 물었을 때 한식은 맛이 있고 몸에 좋다는 것으로 생각하고 있는 것으로 판단된다고 하였다. Chang et al(2010)의 연구에서도 한식에 대한 인식 조사 결과, 외국인의 경우 ‘건강식이다’(3.88점)를 가장 높게 인식하여 맛보다 건강성에 대한 평가가 더 높았다고 하였다. 또한, Kim & Lyu (2012)의 연구에서도 한식 특성에 대한 국적별 만족도

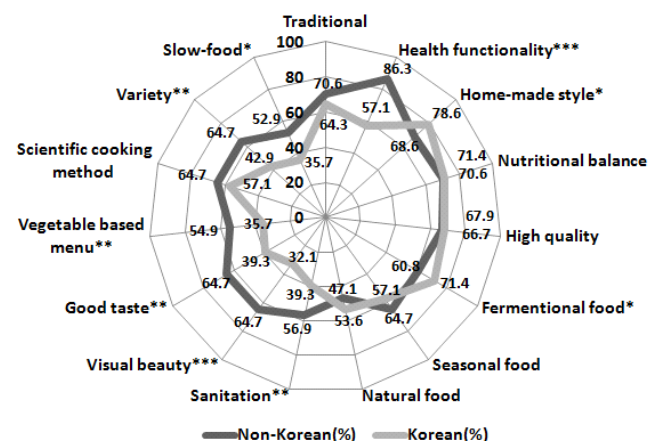


Fig 1. Recognition on the strengths of Korean foods.

* Significantly different between Korean and non-Korean groups variables by Chi-square test at p<0.05.

** Significantly different between Korean and non-Korean groups variables by Chi-square test at p<0.01.

*** Significantly different between Korean and non-Korean groups variables by Chi-square test at p<0.001.

조사에서 국적별 순위에 차이가 있기는 했지만, 미주/유럽인은 건강, 중국인은 영양과 건강, 동남아시아인은 건강과 영양이 가장 높게 나타나, 전반적으로 건강과 영양에 대한 인식이 높은 것으로 나타나 본 연구와 일치하는 결과였다.

이와 같이 한식의 장점에 대한 인식 조사 결과를 종합해 보면, 내국인과 외국인의 인식 간에 차이가 있어 외국인은 내국인이 높게 인식하고 있는 ‘가정식’, ‘발효식품’보다 ‘건강 기능성’과 ‘전통성’, ‘영양적 균형’ 등을 한식의 장점으로 인식하고 있어, 한식 세계화를 위한 전략으로 적극적인 홍보가 중요할 것으로 판단된다.

2) 한식의 단점에 대한 인식

한식의 단점에 대한 내국인과 외국인의 인식을 알아본 결과는 Fig. 2에 나타내었다. 한식의 단점에 대한 인식에서는 ‘복잡한 조리방법’과 ‘짠맛’(p<0.001), ‘함께 떠먹는 비위생적인 식사방식’과 ‘매운맛’(p<0.01), ‘한꺼번에 차려내는 상차림 방법’과 ‘너무 많은 국물요리’(p<0.05)에 대해 유의적인 차이가 있어, ‘강한 마늘향’을 제외하고는 모든 항목에서 유의적인 차이가 있었다.

내국인의 경우, ‘한꺼번에 차려내는 상차림 방법’(67.9%)을 가장 단점으로 높게 인식하고 있었으며, ‘함께 떠먹는 비위생적인 식사방식’(64.3%), ‘매운 맛’(57.1%), ‘강한 마늘향’(57.1%)의 순으로 높게 인식하였으며, ‘짠맛’(39.3%)과 ‘홍보

부족’(39.3%)은 가장 낮게 인식하고 있었다.

외국인의 경우, ‘함께 떠먹는 비위생적인 식사방식’(78.4%)을 가장 단점으로 인식하였으며, ‘복잡한 조리방법’(74.5%), ‘매운맛’(68.6%), ‘짠맛’(64.7%)에 대해 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 내국인과 마찬가지로 ‘홍보 부족’(39.3%) 항목에 대해 가장 낮게 인식하고 있었다. 외국인의 경우, ‘함께 떠먹는 비위생적인 식사방식’(78.4%)을 가장 단점으로 인식하였으며, ‘복잡한 조리방법’(74.5%), ‘매운맛’(68.6%), ‘짠맛’(64.7%)에 대해 높게 인식하는 것으로 나타났는데, ‘짠맛’은 내국인이 낮게 인식하고 있어 내국인과 외국인의 인식에 차이를 보였다(p<0.01).

Lim et al(2010)의 연구에서는 국내 거주 외국인을 대상으로 짠맛의 강도를 조사한 결과, 국적별로 기호에 차이가 있었으며, 특히 미주지역의 경우, 5점 척도에서 4.2±0.9점으로 다른 지역에 비해 강한 짠맛으로 불쾌하게 인식하여, 한식 세계화를 위해서는 한식 고유의 맛을 살리면서 미주나 유럽인들도 쉽게 적응할 수 있도록 맛의 단계를 조절하는 것이 한식 기호도 향상에 도움이 될 것이라고 하였는데, 본 연구 결과와 같이 외국인들에게는 짠맛이 단점으로 인식될 것으로 보인다. 또한 한국 외식문화에서 가장 불편한 점으로 동아시아 외국인은 ‘여러 명이 나누어 먹는 독특한 음식문화’를 들어 본 연구와 일치하는 결과였으며, 유럽, 미주, 동남, 중앙아시아 지역은 ‘이해하기 힘든 메뉴’라고 답하여 본 연구와 다소 다른 의견도 있었는데, 한식 메뉴에 대한 충분한 소개와 의사 소통 문제 또한 한식 세계화를 위한 과제라고 판단된다. 또한 Min KH(2010)의 연구에서는 호주 현지 대학생들을 대상으로 한식 세계화를 위해 개선할 사항을 조사한 결과, 현지의 특성상 ‘한식을 만들어 먹을 수 있는 식재료가 유통되어야 한다’(44.0%)가 가장 많아 본 연구 결과와 다소 차이가 있었지만, 다음 순위인 ‘매운 맛 개선’(36.1%), ‘복잡한 조리법을 간단히 개선해야 한다’(16.2%)는 본 연구와 일치하는 결과였다.

한식의 단점에 대한 인식 조사 결과를 종합해 보면, 내국인의 경우, ‘한꺼번에 차려내는 상차림 방법’(67.9%)을, 외국인의 경우에는 ‘함께 떠먹는 비위생적인 식사방식’(78.4%)을 가장 단점으로 인식하여 그룹 간에 다소 차이가 있었으며, 외국인의 경우, 그 밖에 ‘복잡한 조리방법’(74.5%), ‘매운맛’(68.6%), ‘짠맛’(64.7%)에 대한 개선이 이루어져야 한식의 선호도를 높일 수 있을 것으로 판단된다.

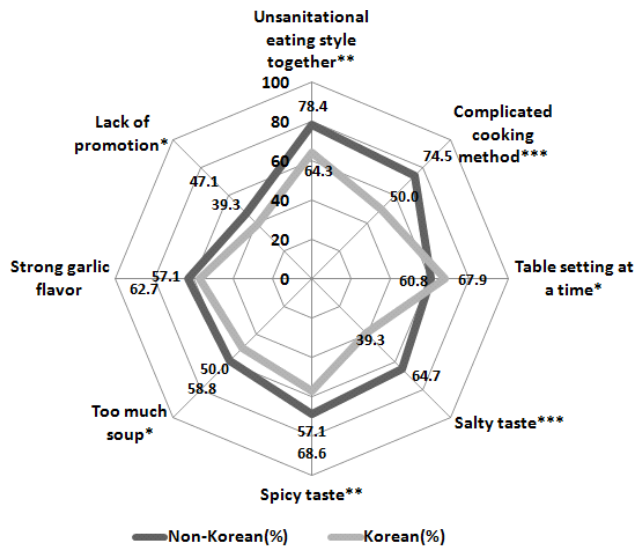


Fig. 2. Recognition on the weaknesses of Korean foods.
 * Significantly different between Korean and non-Korean groups variables by Chi-square test at p<0.05.
 ** Significantly different between Korean and non-Korean groups variables by Chi-square test at p<0.01.
 *** Significantly different between Korean and non-Korean groups variables by Chi-square test at p<0.001.

3) 한식 세계화를 위해 가장 중요한 점

한식 세계화를 위해 가장 강조해야 하는 중요한 점을 조사한 결과는 Fig. 3에 나타내었는데, 내국인과 외국인의 인식에 유의적인 차이가 있었다(p<0.05). 내국인은 ‘전통성’(14%)을 가장 중요하다고 하였고, 다음으로 ‘발효식품’(11%), ‘시각적

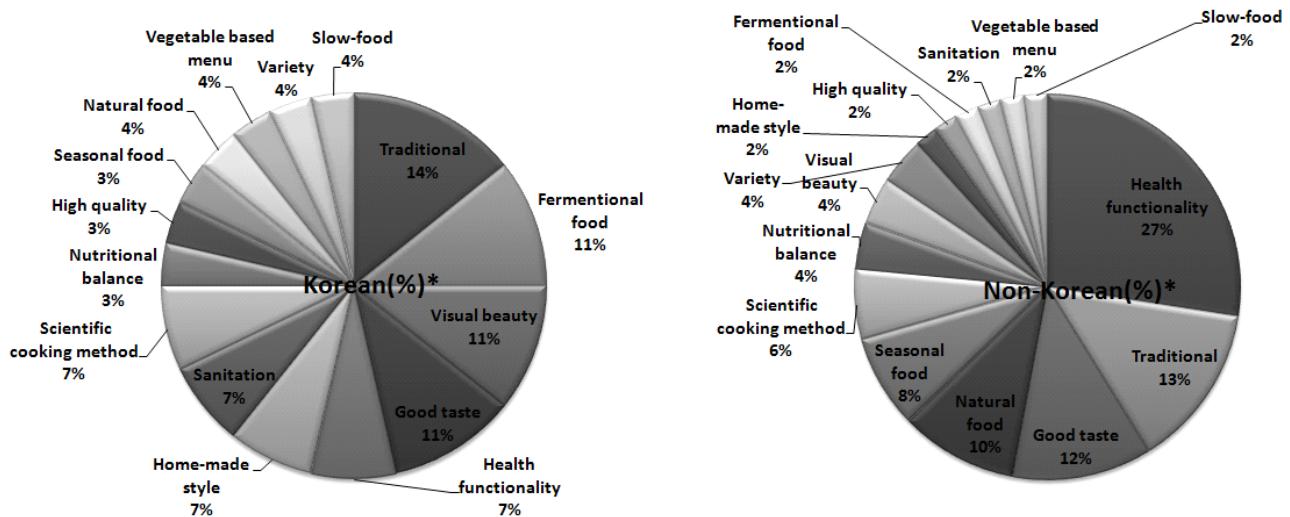


Fig. 3. Perceptions of the most important thing for globalization of Korean foods.

* Significantly different between Korean and non-Korean groups variables by Chi-square test at $p < 0.05$.

아름다움'(11%), 좋은 맛(11%)이 중요한 점으로 높게 인식하고 있었다.

반면에 외국인의 경우에는 내국인에서는 7%를 차지했던 '건강기능성'(27%)이 높은 비율을 차지하며, 가장 중요한 점으로 인식되고 있었고, 다음으로 '전통성'(13%), '좋은 맛'(12%), '자연식품'(10%) 등이 높게 나타났으며, 내국인에게 두 번째로 중요하다고 나타난 '발효식품'은 2%에 불과하여 내국인과 외국인의 인식에 차이가 뚜렷함을 알 수 있었다. 이는 Chang *et al*(2010)의 연구에서 외국인이 한식의 이미지를 건강식으로 가장 높게 인식하므로, 한식 세계화를 위해서도 '건강식'을 부각하는 것이 가장 중요한 점이라고 한 것과 Lee & Yoon(2011)의 연구에서 한식을 세계화하기 위한 보완점으로 '전통의 맛 그대로 전수'(41.4%)가 가장 높게 나타났다는 결과와 매우 유사한 결과였다. 이와 같이 한식 세계화를 위해서는 내, 외국인의 인식에 서로 차이가 있으므로, 대상이 되는 외국인의 한식에 대한 인식을 정확히 파악하는 것이 우선되어야 할 것으로 판단된다.

요약 및 결론

본 연구는 내국인과 국내에 거주하는 외국인을 대상으로 한식 선호도와 한식 세계화에 대한 인식을 비교 조사함으로써, 내·외국인의 한식에 대한 시각 차이를 알아보아, 보다 실효성 있는 한식 세계화 전략을 수립하는데 기초 자료를 마련하고자 하였다. 본 조사는 대전지역에 거주하는 만 18세 이상 내국인 및 외국인 총 79명을 대상으로 실시하였는데, 연구 결과는 다음과 같다.

성별은 내국인의 75.0%(21명), 외국인의 66.7%(34명)가 여

성이었고, 내국인의 25.0%(7명), 외국인의 33.3%(17명)가 남성이었다. 연령은 내국인의 경우, 20대가 35.7%, 30대가 17.9%, 40대가 21.4%, 50세 이상이 21.4%였고, 외국인은 20대가 56.9%, 30대가 23.5%, 40대가 11.8%, 50세 이상이 5.9%였다. 내국인 28명, 외국인 51명이었는데, 국적은 중국 37.3%, 필리핀 19.6%, 일본 17.7%, 미국 11.8%, 우즈베키스탄 3.9%, 네팔과 나이지리아 각각 2.0%였다. 교육 수준은 대학교 재학 및 졸업이 내국인 46.4%, 외국인 54.9%, 대학원 재학 및 졸업이 내국인 53.5%, 외국인 29.4%로 나타났고, 외국인의 거주 기간은 3년 이상이 51%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음으로는 1~6개월이 13.7%로 높게 나타났다. 가장 선호하는 아시아 음식은 한식이 내국인 60.7%, 외국인 33.3%로 가장 높게 나타났고, 내국인은 중국음식(10.7%), 일본음식(10.7%), 태국음식(3.6%), 인도음식(3.6%)의 순서였고, 외국인은 중국음식(15.7%), 일본음식(13.7%), 인도음식(13.7%), 베트남음식(11.8%), 태국음식(2.0%), 인도네시아음식(2.0%)의 순으로 선호하였다. 한식의 섭취 빈도는 내국인의 경우, '매일'이 82.1%로 가장 많았지만, '일주일에 3~4일 또는 1~2일', '가끔 섭취한다'는 응답도 일부 있었다. 외국인의 경우, '일주일에 1~2일'이 51%로 가장 많았으며, '일주일에 3~4일'이 25.5%였고, '매일' 먹는다는 답변도 19.6%로 나타났다.

한식 중 가장 먼저 떠오르는 음식은 '김치'로 내국인의 78.6%, 일본인 55.6%, 중국인 57.9%, 미국인 83.3%, 필리핀인 60%, 네팔, 나이지리아, 우즈베키스탄은 100%가 선택하였다. 다음으로는 내국인은 갈비찜(35.7%), 비빔밥(32.1%), 불고기(32.1%), 떡볶이(25.0%)의 순이었으며, 일본인은 갈비찜(44.4%), 비빔밥(44.4%), 불고기(44.4%), 잡채(33.3%), 삼계탕(22.2%)의 순이었고, 중국인은 비빔밥(52.6%), 불고기

(42.1%), 갈비찜(36.8%), 잡채(26.3%), 삼계탕(15.8%)의 순이었다. 미국인은 갈비찜(33.3%)과 잡채(33.3%)가 높게 나타났고, 필리핀인은 비빔밥(50%), 갈비찜(40%)의 순이었다. 선호하는 한식에 대한 조사 결과, 내국인의 경우 김치(82.1%), 설렁탕(75.0%), 냉면과 떡(67.9%), 불고기, 만두, 잔치국수, 탕평채 등(64.3%)의 순이었다. 일본인의 경우, 김치(88.9%), 비빔밥(77.8%), 불고기, 삼계탕, 닭갈비, 떡국, 설렁탕, 탕평채 등(66.7%)이 높게 평가되었고, 중국인은 김치, 비빔밥, 불고기를 조사대상자 모두(100.0%)가 선호한다고 하였다. 필리핀인은 불고기(90.0%)를 가장 선호하는 것으로 조사되었으며, 갈비찜과 비빔밥(80.0%), 김치(70.0%), 탕평채(60.0%)가 다음 순이었고, 미국인은 삼계탕, 떡국, 만두, 떡갈비, 탕평채가 동점(83.3%)으로 가장 선호하는 한식으로 나타났다. 가장 낮은 선호도를 보인 메뉴는 내국인의 경우 호박죽(10.7%)이었으며, 일본인은 호박죽, 나물, 구절판, 잔치국수, 식혜, 동치미가 22.2%로 가장 낮았다. 중국인은 나물과 잔치국수를 15.8%로 가장 선호하지 않았고, 미국인은 신선로(16.7%), 호박죽(33.3%), 냉면(33.3%), 필리핀인은 식혜와 떡을 20.0%만이 선택하여 다른 메뉴에 비하여 선호하지 않는 것으로 조사되었다.

한식의 장점에 대한 내국인과 외국인의 인식 간에는 ‘건강기능성’, ‘가정식’, ‘발효식품’, ‘위생적인 면’, ‘시각적 아름다움’, ‘좋은 맛’, ‘채소 위주의 메뉴’, ‘다양성’, ‘슬로우 푸드’ 항목에서 유의적인 차이가 있었다($p<0.05$, $p<0.01$, $p<0.001$). 내국인의 경우, ‘가정식’(78.6%), ‘발효식품’(71.4%)과 ‘영양적 균형’(71.4%), ‘고품질’(67.9%), ‘전통성’(64.3%)에 대하여 높은 인식도를 보였고, ‘시각적 아름다움’(32.1%)을 가장 낮게 인식하였다. 외국인의 경우, ‘건강기능성’(86.3%)을 장점으로 가장 높게 인식하고 있었으며, ‘전통성’(70.6%)과 ‘영양적 균형’(70.6%), ‘가정식’(68.3%), ‘고품질’(66.7%) 항목을 높게 인식하고 있었고, ‘자연식품’(47.1%)에 대해 가장 낮은 인식을 보였다. 한식의 단점에 대한 인식에서는 내국인의 경우 ‘한꺼번에 차려내는 상차림방법’(67.9%)을 가장 단점으로 높게 인식하였으며, ‘짠맛’(39.3%)과 ‘홍보 부족’(39.3%)은 가장 낮게 인식하고 있었다. 외국인의 경우, ‘함께 떠먹는 비위생적인 식사방식’(78.4%)을 가장 단점으로 인식하였으며, ‘복잡한 조리방법’(74.5%), ‘매운맛’(68.6%), ‘짠맛’(64.7%)에 대해 높게 인식하는 것으로 나타났는데, ‘짠맛’은 내국인이 낮게 인식하고 있어 내국인과 외국인의 인식에 차이를 보였다($p<0.01$).

한식 세계화를 위해 가장 강조해야 하는 중요한 점으로 내국인은 ‘전통성’(14%), ‘발효식품’(11%), ‘시각적 아름다움’(11%), 좋은 맛(11%)이 중요한 점으로 높게 인식하고 있었던 반면, 외국인은 ‘건강기능성’(27%), ‘전통성’(13%), ‘좋은 맛’(12

%), ‘자연식품’(10%) 등이 높게 나타나 인식에 차이가 뚜렷함을 알 수 있었다($p<0.05$).

따라서 성공적인 한식 세계화를 위해서는 내국인의 인식과는 차이가 있으므로 대상이 되는 외국인의 한식에 대한 인식을 정확히 파악하는 것이 우선되어야 할 것이다. 또한 본 연구 결과, 외국인들에게 한식의 가장 큰 장점으로 나타난 ‘건강기능성’과 ‘전통성’을 부각시켜, 한식 고유의 전통성을 살리고, 한식의 건강기능성을 과학적으로 규명하여 한식의 우수성을 전략적으로 홍보해야 할 것이며, 한식의 단점으로 나타난 ‘한꺼번에 차려내는 상차림 방법’이나 ‘함께 떠먹는 비위생적인 식사방식’, ‘복잡한 조리 방법’ 등을 개선하고, 외국인의 기호에 부합하는 한식의 향미를 개발하기 위한 노력이 지속되어야 할 것으로 사료된다.

감사의 글

본 연구는 농림축산식품부에서 시행한 한식 세계화용역연구사업(한식 우수성·기능성 연구)의 연구비 지원에 의해 수행되었으며, 연구지원에 감사드립니다.

Reference

- 농림수산식품부 (2009) 한식메뉴 외국어표기 길라잡이(Korean menu guide). Available from: http://www.hansik.org/kr/board.do?cmd=view&bbs_id=237&menu=pkr2020300&art_id=4593&lang=kr
- Byun JO, Han JS, Oh OH (2001) The Korean American's knowledge on Korean traditional foods(II) - preference and frequency. *J East Asian Saian Soc Dietary Life* 11: 140-148.
- Cha SM, Chung LN, Chung SJ, Kim KO, Lee SR, Kim HR, Han GJ, Lee JY (2012) Comparative analysis on preference for Korean traditional foods in foreigners and Koreans. *Korean J Food Culture* 27: 294-303.
- Chang HJ, Choi BR, Yi NY, Park BS, Kim HS (2010) Preferences and product development opinions of Koreans and non-Koreans regarding commercialization of Korean foods. *Korean J Food Cookery Sci* 26: 458-468.
- Gang MS, Chyun JH (2006) A study on the perception and the knowledge of the Korean traditional food in the elementary schoolchildren of Incheon. *Korean J Food Culture* 21: 107-115.
- Han GJ, Lim YS, Kim HR (2007) Resident survey evaluating the degree of value placed on traditional Korean foods in

- the Kyunggi and Kangwon area of Korea. *Korean J Food Cookery Sci* 23: 124-139.
- Han JS, Kim JS, Kim SY, Kim MS, Otani K, Minamide T (1998) A survey of Japanese perception and preference for Korean foods. *Korean J Soc Food Sci* 14:188-194.
- Hong HO, Lee JS (2006) Survey on Korean food preference of college students in Seoul - focused on the staple food and snack-. *Korean J Nutrition* 39: 699-706.
- Hong SP, Lee MA, Kim EM, Chae IS (2007) Sensory evaluation of Korean traditional foods for Americans. *Korean J Food Culture* 22: 801-807.
- Jang DJ, Kim SA, Kim SH, Lee KK, Lee HJ (2005) Survey of consumer perception for derivation of superior factors in various Korean traditional foods. *Korean J Food Cookery Sci* 21: 800-812.
- Jang JJ, Jeong HS (2011) A survey on the knowledge and preferences for Korean food targeting Germans residing in Korea. *The Korean Journal of Culinary Research* 17: 1-14.
- Jin YH (2011) A study on recognition of globalization of Korean food among the students majoring in foodservice. *The Korean Journal of Culinary Research* 17: 57-73.
- Joo NM, Sim YJ, Lee KA (2001) The perception and preference of American residing in Korea for Korean traditional food. *J Korean Home Econo Asso* 39: 15-23.
- Kang JH, Kim JE (2009) A survey of the perception of the superior factors of Korean traditional foods by college students with food related majors. *Korean J Food Culture* 24: 155-163.
- Kim HS, Lyu ES (2012) Importance and satisfaction with Korean food for foreigners living in Busan with regard to nationality. *Korean J Food Cookery Sci* 28: 89-96.
- Kim TH, Lee EJ, Lee EJ (2009) A study on perception and globalization of Korean food among university students with food-related majors. *Korean J Food Culture* 24: 597-606.
- Kwak YW, Nam YS, Jeong HS (2012) A survey on the knowledge and preferences for Korean food among unmarried foreigners residing in Korea. *Korean J Food Cookery Sci* 28: 337-347.
- Kweon SY, Yoon SJ (2006) Recognition and preference to Korean traditional food of Chinese at Seoul residence. *Korean J Food Culture* 21:17-30.
- Lee JY, Kim KJ, Park YH, Kim HR (2010) Preference and perception of Korean foods of foreign consumers by nationality. *Korean J Food Culture* 25: 9-16.
- Lee YJ (2008) Influences of globalization factors of Korean food on country image, attitudes and product buying intention toward Korea of Chinese and Japanese. *Ph D Dissertiation* KyungHee University. pp 1-38.
- Lee YJ (2010) The effects of Korean food globalization on foreigners' perception of wellbeing value and experience with Korean food. *Korean J Food Culture* 25: 487-498.
- Lee YJ, Seo YJ, Joo HS, Choi SK (2005) A study on the satisfaction for the menu quality of Korean traditional food of Japanese tourists. *Korean J Food Culture* 29: 283-291.
- Lee YJ, Yoon SJ (2011) A study on the perception and attitude Japanese tourists visit to experience the cuisine of motivation a Korean food. *Korea Tourism Research Association* 25: 401-417.
- Lim HJ, Lee IH, Suk WH, Lee JM, Choue RW (2010) Evaluation of the globalization of Korean foods and Yak-sun among nationalities of foreigners living in Korea. *Korean J Food Culture* 25: 671-679.
- Min KH (2010) Recognition and preference of university students on Korean food in Australia. *The Korean Journal of Culinary Research* 16: 92-102.
- Min SH, Park OJ (2004) A survey on the Korean food preference, frequency and nutritional knowledge of college students in Kangwondo area. *Korean J Food Culture* 19: 43-51.
- Nho KS (2009) Study of preference and satisfaction degree on the Korean food for its globalization. *Ph D Dissertiation* Sungshin Woman's University, Seoul. pp 1-3.
- Oh NY, Han MJ (2009) A study on the perception of Korean traditional food by middle school students in Seoul. *Korean J Food Culture* 24: 359-365.
- Seo KH, Lee SB, Shin MJ (2003) Research on Korean food preference and improvement of Korean restaurants for Japanese and Chinese students in Korea. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 19: 715-722.
- Seo SH, Ryu KM (2009) Chinese customers perception of Korean foods and satisfaction and revisit intentions to Korean cuisine restaurant. *Korean J Food Culture* 23: 126-136.
- Yoon SA, Park GS (2013) Study on image, preference, importance and satisfaction to Korean traditional food of foreign visitors in Korea, Daegu. *J East Asian Saian Soc Dietary Life* 23: 184-196.