

소비자 리서치 전문기관

Consumer Insight

컨슈머인사이트 보도자료

(Travel Report `19)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	kimmh@consumerinsight.kr
문 의	김민화 연구위원/Ph.D	연 락 처	02) 6004-7643
배 포 일	'20년 2월 20일 (목) 배포	매 수	자료 총 3매

국내여행하면 떠오르는 먹거리 Top20

- 컨슈머인사이트, 국내여행 먹거리 관련 연상어 Top20과 대표지역 분석
- 추천 연상 키워드 1위는 해산물, 2-3위는 회와 한우
- 막국수 · 칼국수 · 비빔밥 · 돼지국밥 등 정통 단품 식사류 선전
- 찌개류와 탕류, 외래음식과 패스트푸드는 전무
- 전통 강호 전남 · 광주는 특산물과 전통 한정식
- 신흥 강호 부산 · 대구는 시장 · 서민 음식 대표

여행 하면 가장 많이 떠오르는 것은 '먹거리'이고 먹거리 중에 가장 많이 떠올린 것은 '해산물'이었다. 여행 자체가 일상의 한 부분으로 흡수돼 '맛있는 것을 먹고, 쉬고 즐기는 여가생활'이 되는 추세와 통한다. 구체적으로 연상하는 음식으로는 해산물과 회가 각각 1, 2위였고, 그 뒤를 한우와 한정식이 따랐다. 대표 식도락 여행 지역인 전남 · 광주와 부산 · 대구는 Top20 중 각각 3개 음식에서 가장 많이 연상된 지역이었다.

여행전문 리서치회사 컨슈머인사이트는 지난해 실시한 '2019 여행자·현지인의 국내여행지 평가 및 추천 조사'에서 5만5000여명(여행자 2만6810명, 현지인과 연고인 2만8232명; 이하 편의상 현지인이라 함)에게 전국 기초자치단체의 추천할 만한 관광자원에 대해 자유롭게 기술하도록 했다. 총 21만7155건의 유의 단어 중 가장 많이 언급된 것은 '먹거리'였다[참고. [여행하면 연상되는 것 2위는 '바다', 1위는?](#)]. 구체적으로 가장 많이 연상된 먹거리가 무엇인지 Top20을 추출하고, 어떤 지역에서 추천자원으로 많이 연상됐는지 분석했다.

■ Top20의 구성 - 5위 빵 제외하곤 모두 전통 한식

먹거리 Top20은 요리 자체를 지칭하거나(예; 한정식, 비빔밥), 음식의 주 구성 요소(예; 해산물, 곱창)인 것을 선정했고, 요리의 부자재이거나 음료(예; 마늘, 막걸리)는 제외했다. 전국 먹거리 중의 순위, 연상률 1위인 광역자치단체와 기초자치단체를 집계한 결과는 <표1>과 같았다.

국내여행 시 추천되는 먹거리로 가장 많이 연상된 것 1위는 ▲해산물이었으며, 2-5위는 ▲회 ▲한우 ▲한정식 ▲빵이었다. 최상위에는 특정지역에 한정된 요리보다는 전국의 많은 곳에서 접할 수 있는 음식들이 포진되었다. 6-13위는 ▲막국수 ▲칼국수 ▲물회 ▲비빔밥 ▲닭갈비 ▲돼지국밥 ▲떡갈비 ▲국밥 순으로 지역특색이 강하면서도 일상에서 가볍게 즐길 수 있는 단품요리가 자리했다. 14-16위는 ▲소고기 ▲막창 ▲곱창으로 축산물, 17-20위는 ▲낙지 ▲밀면 ▲한식 ▲농산물이 차지했다.

먹거리 유형은 다양한 기준을 적용해 분류할 수 있겠으나 주재료로 구분하면 해산물, 축산물, 농산물로 나눌

수 있다. ▲해산물은 전체 1위이나 농산물은 간신히 20위에 올랐고, 축산물이라는 연상어는 없었다.

연상 1위 ▲해산물은 ▲2위 회 ▲8위 물회 ▲17위 낙지까지 3종을 상위 20개로 끌어들었다. ▲농산물은 20위에 그쳤지만 주곡인 쌀과 밀을 중심으로 하는 요리와 음식이 다수 포함되어 있었다. 쌀이 주재료인 비빔밥, 국밥(돼지국밥)에 더해, 밀이나 면을 기본으로 하는 빵, 막국수, 칼국수, 밀면도 눈에 띈다.

▲축산물 자체는 순위권에 들지 못했지만 소, 돼지, 닭 등 3대 육류를 주재료로 하는 음식과 막창, 곱창과 같은 부속물 요리를 아울러 국내여행 먹거리로 비중이 가장 큰 재료임을 알 수 있었다. 흥미로운 것은 돼지국밥이 11위에 오른 반면 삼겹살(40위권)은 순위에 없다는 점이다. 일상생활에서 자주 찾는 음식과 여행이라는 맥락에서 원하는 음식은 다를 수 있음을 보여준다.

<표1> 전국 먹거리 연상 키워드 Top20와 대표지역

순위	연상 키워드	전체 (%)	1위 지자체	
			광역시(16개)	기초(229개)
1	해산물	0.958	전남	사천 경남
2	회	0.848	부산	수영 부산
3	한우	0.688	경북	황성 강원
4	한정식	0.259	광주	강진 전남
5	빵	0.253	대전	중구 대전
6	막국수	0.235	강원	춘천 강원
7	칼국수	0.223	대전	중구 대전
8	물회	0.208	경북	포항 경북
9	비빔밥	0.174	전북	전주 전북
10	닭갈비	0.169	강원	춘천 강원
11	돼지국밥	0.159	부산	사상 부산
12	떡갈비	0.155	광주	광산 광주
13	국밥	0.144	대구	북구 부산
14	소고기	0.139	전남	장흥 전남
15	막창	0.137	대구	북구 대구
16	곱창	0.136	대구	달서 대구
17	낙지	0.130	전남	무안 전남
-	밀면	0.130	부산	연제 부산
19	한식	0.129	광주	광산 광주
20	농산물	0.125	충북	익산 전북

Q. '000여행지/연고지'에서 특별히 추천하고 싶은 것이 있으신가요?

주1) '전체(%)'는 지자체 전체 키워드 내에서의 점유율이며, 현지인과 여행자의 단순평균으로 계산함.

주2) 현지인/여행자 중 하나라도 60사례미만인 지역은 순위에서 제외하지 않음.

Top20의 가장 큰 특징은 빵(5위)을 제외한 거의 전부가 전통 한식이라는 것이다. 외래 음식은 빵이 유일했고, 흔히 접하는 패스트푸드(예; 라면, 햄버거, 짜장면)도 없었다. 또한 전통 한식임에도 가장 많이 찾는 찌개류, 탕류, 고기류(불고기, 삼겹살)가 없다는 점도 주목할 만하다. 어떤 음식이, 왜 연상이 많이 된 먹거리인지 연구가 필요하다.

■ 해산물 대표지역은 전남,회는 부산... 전라권과 경상권의 특성 뚜렷해

전남과 광주, 부산과 대구 등 4개 시도는 먹거리 연상 Top20 중 3개 음식에서 1위를 차지해 대표 먹거리가 확실한 시도로 드러났다. 식도락 여행의 전통강호인 전라권과 신흥강호 경상권의 대결이다.

전남은 해산물(1위), 소고기(14위), 낙지(17위) 연상률이 1위이고, 광주는 한정식(4위), 떡갈비(12위), 한식(19위)에서 가장 높았다. 전남은 특산물, 광주는 전통한식에 강했다. 반면 부산은 회(2위)·돼지국밥(11위)·밀면(17위), 대구는 국밥(13위)·막창(15위)·곱창(16위)로 전통시장이나 거리에서 쉽게 접할 수 있는 서민음식이 꼽혀 특색을 드러냈다.

그 외 강원도는 막국수(6위)와 닭갈비(10위), 경북은 한우(3위)와 물회(8위), 대전은 빵(5위)과 칼국수(7위)의 대표 지역으로 꼽혔다. 전북은 비빔밥(9위), 충북은 농산물(20위) 부분에서 1위였고, 서울·인천·경기의 수도권과 충청남도를 포함한 중부권, 그리고 제주도는 하나도 없었다.

기초자치단체에서는 대전 중구(빵 5위, 칼국수 7위), 강원 춘천시(막국수 6위, 닭갈비 10위), 광주 광산구(떡갈비 12위, 한식 19위)가 복수 키워드를 대표하는 식도락 여행지로 꼽혔다.

먹거리는 여행 관련 연상어 1위이며, 모든 관계자에게 가장 소중한 관광 자원임은 부인할 수 없다. 그러나 어떤 음식이 사랑받는 자원이 되고, 어떤 것이 유력한 잠재자원인지를 파악하는 것은 결코 간단치 않다. 찌개류, 탕류, 구이류(불고기, 삼겹살 등)가 상위권에 들지 못한 것을 보면 전통음식이어야 한다는 가정도 맞지 않고, 비빔밥, 칼국수, 국밥 등이 있는 것을 보면 지역특색을 반영해야 하는 것도 아니다. 음식의 종류 보다는 훨씬 더 중요한 다른 요인이 있는 것으로 보인다.

식도락 트렌드는 음식 자체 이상으로 식사 공간과 환경을 중시하는 방향으로 가고 있다. 좋은 환경의 식당이나 카페에서 시간을 보내고, 단품 중심의 한끼 식사보다는 다양한 먹거리를 체험하는 것으로 변하고 있다. 먹거리의 발굴과 함께 조화로운 환경 조성과 고객 중심의 서비스가 기본이 되어야 하며, 이를 설득력있게 전달하는 마케팅이 뒷받침 되어야겠다.

컨슈머인사이드는 2017년에 이어 2019년 7월 여행객과 현지인에게 가 본 여행지에 대한 평가와 살아 본 지역에 대한 평가를 받고, 이를 기초로 어느 지역이 어떤 레저활동과 잘 맞는지를 찾았다. 컨슈머인사이드의 8만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본틀로 하여 여행객 2만7천여 명, 현지인 2만8천여 명으로 총 5만 5천여 명의 여행지-레저활동 추천을 조사했으며, 표본추출은 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례할당했다. 자료수집은 이메일과 모바일을 사용했다. [\(2017 리포트 다운로드 받기\)](#).

여행자 또는 현지인의 사례수가 60사례 미만인 지역은 제외하였으며, 여행자와 현지인 점유율을 비가중 평균하여 '전체' 값을 산출했다. 표본수 및 그 특성을 고려해 세종시는 229개 기초자치단체 수준으로만 비교했다.

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

김민화 컨슈머인사이드 연구위원/Ph.D	kimmh@consumerinsight.kr	02)6004-7643
정경식 컨슈머인사이드 책임연구원/Ph.D	jungks@consumerinsight.kr	02)6004-7627
조혜원 컨슈머인사이드 연구원	johw@consumerinsight.kr	02)6004-7631