

시판김치에 대한 인식 및 구입실태에 관한 조사연구 - 대구지역을 중심으로 -

A Survey on Perception and Purchase about Marketed Kimchi of
Housewives in Daegu area

영남대학교 생활과학대학 가정관리학과
강사 송주은
영남대학교 생활과학대학 가정관리학과
교수 한재숙

Dept. Home Management, Yeungnam Univ
Lecturer : Joo-Eun Song
Dept. Home Management, Yeungnam Univ
Professor : Jae-Sook Han

〈목 차〉

I. 서론	IV. 결론
II. 연구방법	참고문헌
III. 결과 및 고찰	

〈Abstract〉

This survey on marketed Kimchi was performed in 455 housewives living in Daegu city area and investigated for marketability and quality improvement of Kimchi. The results obtained as follows:

1. Subjects perceived marketed Kimchi as convenient and economical.
2. The proportion of subjects who has bought the marketed Kimchi products was 68.6%, some factors-ages, academic career, income, family system-were investigated.
3. Subjects bought the needed amount for 1-2days at hygienic store, by one's experiences and preferred Baechu-Kimchi
4. The most urgent improvement for the marketed Kimchi is it's standardization.

I. 서 론

한국인의 음식을 이야기할 때 빼놓을 수 없는 김치는 그 역사에 비하여 중요도는 매우 크게 부각되어 우리의 식생활에 가장 중심적인 위치를 차지하게 되었다. 그것은 고추, 마늘, 생강 등의 향신료와 각종 젓갈 그리고 주재료인 배추와 조화를 이루어 우리의 기호에 부합될 뿐 아니라 각종 유기산 및 우수한 영양성분¹⁾²⁾ 등은 건강식품으로의 가치³⁾를 지니고 있기 때문이다.

최근 들어 국민소득의 증대와 식생활 패턴의 변화, 사회의 다변화 및 국제적 교류의 급증 등의 영향으로 점차 우리의 전통식품에 대한 관심이 고조되어 국제적인 식품으로서 김치가 각광을 받게 되었고⁴⁾⁵⁾ 이에 대한 연구와 함께 김치의 대량 생산은 불가피하며 이와 때를 같이하여 식품산업 가운데 제품화된 김치의 종류가 수 년간 매우 증가하고 있는 추세이다.

신등⁶⁾은 상품화된 김치의 국내 수요의 증가율은 연간 10-15%정도라고 보고하고 있으며, 김⁷⁾은 1993년에 내수 및 수출을 합쳐 총 1천억원이상의 시장을 형성하고 있다고 보고하고 있을뿐 아니라 한국식품개발연구소⁸⁾는 1992년에 비하여 1996년에는 48.8%가 증가할 것으로 예상하고 있다. 이렇게 김치산업의 성장속도가 활발히 증가하고 있는 데도 불구하고 아직도 많은 주부들의 인식은 상품화된 김치에 대하여 부정적인 평가가 크다고 본다. 그 이유로는 가정에서 정성들여 만든 김치에 비하여 맛에 차이가 있으며 백⁹⁾의 보고에는 업체의 영세성에서 기인된 제조과정의 비위생적인 처리, 유통기간의 한계, 원료의 안정적 확보곤란 등이 문제점으로 인식되어 폭넓은 김치시장은 형성이 어려운 실정이라고 보고하고 있다.¹⁰⁾¹¹⁾

이에 본 조사에서는 대구지역 주부들을 대상으로 상품김치에 대한 인식, 구입실태 및 개선점을 조사 연구하여 주부들이 상품화된 김치를 선택하는 이유와 김치 산업에 대한 문제점을 제시하고 각각에 대한 개선방안을 강구하여 관련연구의 기초 자료로 삼

고자 한다.

II. 연구 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상자는 대구시내 거주하는 주부들을 대상으로 유치원, 초, 중, 고등학교 재학생들의 어머니나 주부모임을 통하여 설문지조사를 실시하였으며, 조사기간은 1995년 3월 10일부터 31일까지였다. 설문지는 500부를 배부하였으며 그 중 유효 설문지는 455부(유효 회수율 91.0%)였다.

2. 조사 및 방법

조사내용은 조사대상자들의 일반적인 사항, 시판 김치에 대한 인식, 구입여부, 이용실태, 개선점 등에 관한 문항들을 응답자기제식으로 조사하였다. 이용실태에 대하여는 구입장소, 주로 구입하는 김치의 종류, 시판김치에 대한 가족들의 반응, 구입김치에 대한 선택기준 등을 조사하였다.

3. 조사자료의 처리

자료의 통계처리는 SAS프로그램을 이용하여 빈도, 백분율, 평균, 표준편차 등을 구하였고 각 변수에 따른 유의성 검증은 Chi square test로 하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적인 사항

조사대상자들의 일반적인 사항은 <표 1>과 같다. 조사대상자의 평균연령은 39.9±7.3으로 30, 40대가 가장 많았고 평균교육연수는 12.6±3.1년으로 조사대상자의 72.5%가 고등학교졸업 이상이었으며 가구당 월평균소득은 1,754±546천원이었다. 직업은 전업주부가 66.2%로 가장 많았고 정규직장, 시간제 직장, 자유업의 순으로 나타났다. 주택형태는 아파트가

60.2%로 가장 많았고 가족형태는 핵가족이 대부분이었다.

〈표 1〉 조사대상자들의 일반적인 사항

변수	평균±표준편차	집 단	인원수(%)
연 령	39.9±7.3	29	24(5.3)
		30-39	205(45.1)
		40-49	184(40.4)
		50	42(9.2)
계			455(100.0)
학 령	12.6±3	-6	20(4.4)
		9	105(23.1)
		12	158(34.7)
		16-	172(37.8)
계			455(100.0)
평균수입	1,754.4±546 (단위:천원)	-100	50(11.2)
		101-150	113(24.8)
		151-200	153(33.6)
		201-250	98(21.5)
		251-300	17(3.7)
		300-	24(5.3)
계			455(100.0)
직 업		주부	301(66.2)
		자유업	33(7.3)
		시간제	51(11.2)
		정규제	70(15.4)
계			455(100.0)
주택형태		한옥	41(9.0)
		양옥	140(30.8)
		아파트	274(60.2)
계			455(100.0)
가족형태		핵가족	392(86.2)
		대가족	58(12.7)
		독신	5(1.1)
계			455(100.0)

2. 상품김치에 대한 인식

상품김치에 대한 주부들의 인식은 〈표 2〉에서와 같이 상품김치를 구입하여 먹는 것이 맞(23.7%)이

나 위생면(38.7%), 원료의 우수성(32.9%)에 대해서는 ‘그렇다’라는 긍정적인 평가를 보인 반면, 종류가 다양하지 않고(57.3%), 보기가 좋지 않지만(55.8%), 조미료를 많이 사용하지 않으며(81.3%), 편리하고(74.7%), 시간이 절약(91.0%)된다거나, 필요할 때마다 조금씩 살 수 있고(66.4%), 가격도 비싸지 않으며(54.7%), 오히려 직접 담그는 것보다 경제적(56.5%)이라 응답하였다. 이는 농수산물유통공사의 상품가치에 대한 국내 소비자반응 조사분석¹⁴⁾에서 63%의 사람들이 시판김치가 비싸다고 한 것과는 다른 결과로서 그것은 그동안 배추값이 비싸졌으며 우리의 유통과정이 소매로서 구입하는 것과 산업체에서 대량으로 구입하는 경우 차이가 현저한 것 또한 중요한 요인 중의 하나라고 볼 수 있겠다.

3. 상품김치의 구입실태

1) 상품김치의 구입여부

상품김치에 대한 구입실태는 〈표 3〉에 나타난 바와 같다. 연령별 구입실태는 30대가 31.9%로 가장 많았고, 고졸이상의 학력을 가진 사람이 52.5%였으며 직업별로는 주부가 44.1%로서 직업을 가진 주부가 전업주부보다 더 많이 구입할 것이라는 예측과 다른 결과를 나타내었다. 수입과 구입여부사이에는 높은 상관관계를 보여 151-200만원의 소득자가 22.3%로 가장 많이 구입하는 것으로 나타나 이는 저소득자와 고소득자가 중간계층 소득자보다 김치구입 경험이 많은 것으로 나타난 윤¹⁵⁾등의 결과와는 다르게 나타났다. 이는 100만원이하의 저소득자는 김치의 구입이 비경제적일 것이라는 선입견이 많고, 251만원이상의 고소득자는 김치를 사서 먹기보다는 가사보조자의 도움을 받는 경우가 많기 때문인 것으로 사료된다. 또, 가족형태별로는 소가족이 59.6%를 차지하여 높은 상관관계를 보였다. 그러나 주택형태에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 한편, 상품김치에 대한 구입여부는 〈표 4〉에 나타난 바와 같이 정기적으로 혹은 비정기적으로 김치를 구입하는 사람은 68.6%였다. 이는 1974년에 유통¹⁶⁾의 보고에서 사 먹어 본 경험이 있는 사람 17.8%, 앞으로 사 먹

〈표 2〉 상품김치에 대한 주부들의 인식

내 용	정말 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다.	전혀 그렇지않다	계(%)
편리하다	100 (22.0)	240 (52.7)	81 (17.8)	16 (3.5)	18 (4.0)	455 (100.0)
가격이 비싸다	6 (1.3)	82 (18.0)	118 (25.9)	193 (42.4)	56 (12.3)	455 (100.0)
맛있다	27 (5.9)	81 (17.8)	196 (43.1)	135 (29.7)	16 (3.5)	455 (100.0)
위생적이다	47 (10.3)	129 (28.4)	196 (43.1)	68 (14.9)	15 (3.3)	455 (100.0)
시간이 절약된다	185 (40.7)	229 (50.3)	37 (8.1)	4 (0.9)	0 (0.0)	455 (100.0)
조미료를 많이 사용한다	6 (1.3)	18 (4.0)	61 (13.4)	208 (45.7)	162 (35.6)	455 (100.0)
좋은 원료를 사용한다	22 (4.8)	128 (28.1)	231 (50.8)	68 (14.9)	6 (1.3)	455 (100.0)
종류가 다양하다	2 (0.4)	103 (22.6)	89 (19.6)	219 (48.1)	42 (9.2)	455 (100.0)
보기가 좋다	7 (1.5)	49 (10.8)	145 (31.9)	224 (49.2)	30 (6.6)	455 (100.0)
필요시마다 조금씩 살수 있어 좋다	20 (4.4)	282 (62.0)	93 (20.4)	57 (2.5)	3 (0.7)	455 (100.0)
직접 담그는것보다 오히려 경제적이다	79 (17.4)	178 (39.1)	85 (18.7)	111 (24.4)	2 (0.4)	455 (100.0)

겠다고 응답한 사람이 42.3%와, 1988년 윤등¹⁵⁾의 보고에서 김치를 구입한 경험이 있는 사람 24.2%보다 훨씬 많아진 것으로 미루어 최근 몇년간 시판김치의 이용이 활발해졌음을 알 수 있었다.

2) 구입장소

주부들이 김치를 구입하는 장소는 〈그림 1〉에서 보는 바와 같이 재래시장에서 만들어 파는 김치(31.9%), 포장화된 김치(31.6%), 주문김치(27.2%)의 순으로 나타났다. 이는 시장김치는 한 사람이 고정적으로 만들기 때문에 맛과 숙성정도가 일정할 것이라는 기대와 구입, 운반이 간편하고 위생적이기 때문인 것으로 나타났다.

3) 구입김치에 대한 선호도

구입김치에 대한 선호도는 〈표 5〉와 같다. 가장 선호하는 구입김치의 종류는 배추김치(85.9%), 총각김치(8.0%)의 순이며 물김치나 깍뚜기, 보쌈김치에 대한 선호도는 1.0-1.9%로 낮게 나타났는데 배추김치는 우리나라 사람들이 가장 좋아하는 김치의 종류¹⁶⁾이고 배추값이 비싸기 때문에 차라리 사서 먹는 편이 낫고, 깍뚜기나 물김치는 비교적 싼 재료로 손쉽게 담을 수 있기 때문인 것으로 사료된다.

4) 구입김치에 대한 식구들의 반응

김치를 구입했을때 식구들의 반응은 〈표 6〉에 나타난 것과 같이 67.2%가 좋아하지 않은 것으로 나타났다. 좋아하지 않은 사람은 주로 남편(51.4%)과

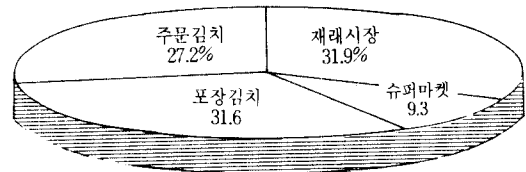
〈표 3〉 여러 변인별 시판김치의 구입실태

변인	정기적구입	비정기적구입	경험없음	계	비고	
연령	20-29	-	22(91.67)	2(8.33)	24(100.0)	x ² =30.229 df=9 ***
	30-39	14(6.83)	131(63.90)	60(29.27)	205(100.0)	
	40-49	-	121(65.93)	61(33.52)	183(100.0)	
	50-	-	22(52.38)	20(47.62)	42(100.0)	
학력	6	-	17(85.00)	3(15.00)	20(100.0)	x ² = 32.344 df=9 ***
	9	-	55(52.38)	50(47.62)	105(100.0)	
	12	2(1.28)	108(69.23)	46(29.49)	156(100.0)	
	16	12(6.98)	116(66.86)	44(25.58)	172(100.0)	
직업	주부	6(2.01)	194(64.88)	99(33.11)	299(100.0)	x ² = 23.494 df=9 **
	자유업	-	20(60.61)	13(39.39)	33(100.0)	
	시간제	6(11.76)	35(68.63)	10(19.61)	51(100.0)	
	정규제	2(2.86)	47(67.14)	21(30.00)	70(100.0)	
수입	-100	-	31(62.00)	19(38.00)	50(100.0)	x ² = 72.900 df= 15 ***
	101-150	-	73(65.77)	38(34.23)	111(100.0)	
	151-200	2(1.31)	99(64.71)	52(33.99)	153(100.0)	
	201-250	12(12.24)	65(66.33)	21(21.43)	98(100.0)	
	251-300	-	16(88.46)	1(5.88)	17(100.0)	
	300-	-	12(50.00)	12(50.00)	24(100.0)	
주택	한옥	-	26(64.41)	15(36.59)	41(100.0)	x ² = 12.025 df= 6
	양옥	-	93(67.39)	45(32.61)	138(100.0)	
	아파트 (연립주택)	14(5.11)	177(64.60)	83(30.29)	274(100.0)	
가족제도	소가족	14(3.59)	261(65.64)	120(30.77)	390(100.0)	x ² = 12.025 df= 6 **
	대가족	-	35(60.34)	23(39.66)	58(100.0)	

***:P<0.001, **:P<0.05

〈표 4〉 주부들의 시판김치 구입경험

구입여부	인원수(%)
정기적으로 구입한다	14(3.1)
비정기적으로 구입한다	296(65.3)
구입한 경험 없다	143(31.6)



〈그림 1〉 시판김치의 구입 장소

아이들(28.5%)이었으며 〈표 7〉, 그 주된 이유로는 입에 맞지 않기 때문인 것으로 나타났다〈표 8〉. 구입김치에 대한 반응이 좋지 않았음에도 불구하고 매년 김치구입율이 증가하고 있는 것은 가사노동에 대

한 주부들의 의식이 편이성 위주로 변하고 있어서 우리나라 성인 여성 7명중 1명은 김치를 담글 줄 모르지만¹⁸⁾ 김치의 필요성에 대해서는 반드시 있어야 한다고 생각하기 때문인 것으로 사료된다. 따라서 김

〈표 5〉 구입김치에 대한 선호도

종류	인원수(%)	종류	인원수(%)
배추김치	269(85.9)	물김치	5(1.6)
총각김치	25(8.0)	깍뚜기	5(1.6)
보쌈김치	3(1.0)	기타	6(1.9)

치를 위생적이고 맛있게 담그고 맛과 숙성정도를 일정하게 하기 위하여 포장과 유통형태에 대한 연구가 시급하다고 할 수 있다.

〈표 6〉 구입김치에 대한 가족들의 반응

구 분	인원수(%)
좋아하였다	116(37.3)
그다지 좋아하지 않았다	163(52.4)
전혀 좋아하지 않았다	32(10.3)

〈표 7〉 구입김치를 싫어하는 사람

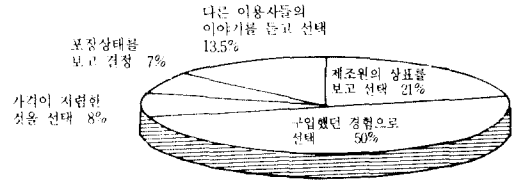
구 분	인원수(%)	구 분	인원수(%)
남 편	110(51.4)	주 부	41(19.2)
아이들	61(28.5)	기 타	2(0.9)

〈표 8〉 구입김치를 싫어하는 이유

이 유	인원수(%)
맛이 입에 맞지 않으므로	150(67.6)
김치는 집에서 담궈야 한다는 선입견때문에	34(15.3)
비위생적이므로	17(7.7)
비경제적이므로	11(5.0)
기 타	10(4.5)

5) 시판김치에 대한 선택기준

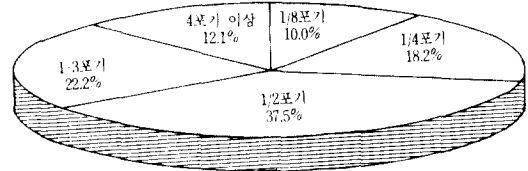
김치를 구입할 때의 선택기준은 〈그림 2〉에서 나타난 바와 같이 구입했던 경험에 의한 경우(51.0%)가 가장 많았고 다음이 제조원의 상표를 보고 선택(20.5%)한다고 응답하여 시판김치에 대한 신뢰도가 아직 부족한 것으로 나타났다.



〈그림 2〉 시판김치를 구입할때의 선택기준

6) 김치의 1회 구입량

한꺼번에 구입하는 김치의 량은 〈그림 3〉에서와 같이 1/2포기(37.0%)가 가장 많았고 1-3포기(22.5%), 1/4포기(19.0%)의 순으로 나타났다. 이는 최적 상태의 김치를 그때그때 구입하여 먹기를 원하기 때문인 것으로 사료된다.



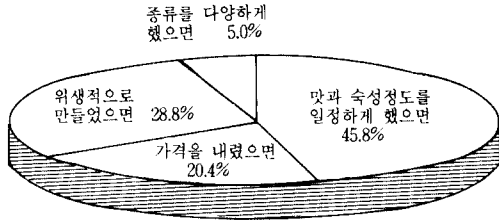
〈그림 3〉 김치의 1회 구입량

7) 시판김치의 개선점

주부들의 시판김치에 대한 바람이나 개선점은 〈그림 4〉에 나타난 바와 같이 '맛과 숙성정도를 일정하게 했으면'(45.8%), '위생적으로 만들었으면'(28.8%), '가격을 내렸으면'(20.4%), '종류를 다양하게 했으면'(5.0%) 등으로 현재 시판되고 있는 김치의 맛이나 숙성정도가 일정하지 않다는 것을 나타내었다. 김치를 산업화하기 위해서는 품질유지와 함께 저장성 향상도 대단히 중요한 사항¹⁹⁾인만큼 김치맛의 균일화와 포장, 유통과정의 분체점을 파악, 개선하여 숙성정도를 일정하게 유지시키는 것이 요구되고 있다. 위생적인 면은 1988년에 윤²⁰⁾등이 조사했을때 80.8%가 불만스럽게 생각했으나 5년이 지난 본 조사에서는 28.8%로 낮아져 기업가와 소비자들의 위생관념이 많이 향상되었음을 알 수 있었다.

한편, 현재 이용되고 있는 포장과 유통과정의 적절성 여부는 〈표 9〉와 같이 78.4%의 주부들이 그렇지 않다고 응답하여 김치의 국내시장은 물론, 국제

화를 위해서도 김치가 가장 맛있는 시점에서 오래 저장될 수 있는 방법이 시급히 연구되어야 한다고 본다.



〈그림 4〉 시판김치에 대한 주부들의 바램이나 개선점

〈표 9〉 현재의 포장과 유통과정의 적절성 여부

구분	인원수(%)
적절하다	69(21.6)
적절하지 못하다	250(78.4)

V. 결 론

대구지역 주부들을 대상으로 시판김치에 대한 인식, 구입실태, 개선점 등을 조사하였다.

1. 주부들은 시판김치에 대해서 편리하고 시간이 절약되며, 필요시마다 조금씩 살 수 있으며 직접 담그는 것보다 오히려 경제적이라고 인식하고 있었다.

2. 정기적, 비정기적으로 김치를 구입하는 사람은 68.6%로 30대, 고졸이상, 151-200 만원의 소득자, 핵가족이 구입하는 확률이 많으며, 주부김치보다는 구입과 운반 이 편리한 포장김치를 직접 구입하고, 배추김치를 가장 선호하며 전에 구입했던 경험에 의해서 1회에 배추 1/2포기정도를 필요할 때마다 구입하는 것으로 나타났다.

3. 구입김치에 대한 가족들의 반응은 입에 맞지 않기 때문에 그다지 좋아하지 않았으나 주부들의 의식변화와 김치의 필요성 때문에 구입율은 날로 늘어날 전망이다.

4. 시판김치의 개선점은 맛과 숙성정도를 일정하게 했으면 하였고 현재의 포장과 유통과정은 김치의

맛과 숙성도 유지에 부적당한 것으로 나타났다.

【참 고 문 헌】

- 1) 김숙희, 현대 식탁에서의 김치의 의미, 한국식품화학회지, 6(4), 1991, 521-526.
- 2) 이서래, 김치의 맛과 영양, 식품과 영양, 8(2), 1987, 20-22.
- 3) 허우덕, 남영중, 김영진, 하재호, 김익수, 전통고유식품의 향과 맛 성분의 규명 및 개선시험에 관한 연구. 한국식품개발연구원, 1989, 18.
- 4) 이수성, 김치 재료의 종류와 특성, 식품과학, 21(1), 1988, 12-18.
- 5) 최신양, 김치산업의 현황, 한국식품화학회지, 6(4), 1991, 535.
- 6) 장경숙, 배추김치 부재료 혼합의 모델화와 품질, 동아시아식생활학회지, 4(3), 1994, 147-169.
- 7) 문광덕, 변정아, 김성중, 한대석, 김치의 선도유지를 위한 천연보존제의 탐색, 한국식품과학회지, 27(2), 1995, 257-263.
- 8) 신동화, 구영조, 김치산업의 현황과 전망, 식품과학, 21(1), 1989, 4-11.
- 9) 김기호, 김치의 세계화를 위한 마케팅 전략, 포장세계, 68, 1994, 14.
- 10) 한국식품개발연구원, 가공식품의 품목별 향후 추정수요량, 1992.
- 11) 백운화, 김치의 포장과 유통, 식품과 과학, 21(1), 1988, 33.
- 12) 농수산물 유통공사 종합식품연구원, 김치의 연구현황 및 제조지침서, 1987.
- 13) 홍석인, 박진숙, 박노현, 소포장김치의 포장방법별 품질특성변화, 한국식품과학회지, 27(1), 1995, 112-118.
- 14) 농수산물유통공사, 상품가치에 대한 국내소비자 반응 조사분석, 1987.
- 15) 윤석인, 김영찬, 이철, 시판김치의 수도권 소비자에 대한 조사연구, 한국식품화학회지, 3(4), 1988, 369-376.
- 16) 유태중, 정동효, 김치의 공업적 생산을 위한 공

- 업표준화에 관한 연구, 한국식품과학회지, 6(2), 1974, 116-123.
- 17) 김미향, 서봉순, 한재숙, 도시주부의 김치에 대한 개념 및 소비형태에 관한 연구, 영남대학교 자원문제연구논문집, 14(1), 1995, 41-49.
- 18) 극동조사연구소, 조선일보, 1995
- 19) 최신양, 김영봉, 유진영, 이인선, 정건섭, 구영조, 김치제조시의 온도 및 염농도에 따른 저장효과, 한국식품과학회지, 22(6), 1990, 707.
- 20) 구경형, 강근옥, 김우정, 김치의 발효과정중 품질변화, 한국식품과학회지, 20(4), 1988, 476-482.
- 21) 조재선, 황성연, 김치류 및 절임류의 표준화에 관한 조사연구(2), 한국식품화학회지, 3(3), 1988, 301-307.