

## 인천시 주부의 풍미 증진제에 대한 인식실태

장 경 자<sup>†</sup> · 차 원<sup>1)</sup>

인하대학교 생활과학대학 식품영양학과, 인하대학교 교육대학원 가정교육과<sup>1)</sup>

### Housewives' Perception of Flavor Enhancer Products in Incheon

Kyung Ja Chang,<sup>†</sup> Won Cha<sup>1)</sup>

Department of Food and Nutrition, College of Human Ecology, Majors in Home-Economics Education,  
Graduate School of Education,<sup>1)</sup> Inha University, Incheon, Korea

#### ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the perception and use of flavor enhancer products. This study was carried out through questionnaire and the subjects were 503 housewives in Incheon. The results are summarized as follows. As for age, 51.9% of the subjects were 40 years or older. Also, 60.0% of the subjects had received a high school education. As for occupation, full-time housewives accounted for 63.7%. Monthly household income of most subjects were 1 million won or more, and monthly food expenses of most subjects were 300 thousand won or more. Also 71.0% of subjects lived in apartments. As for taste of flavor enhancer products, 58.3% of subjects perceived that it was mediocre, 31.3% said good, 6.2% said bad, and 1.8% said very bad. Most subjects perceived that the convenience of flavor enhancer products was good and there was a significant difference among the groups divided by education level. As for economy of flavor enhancer products, there were significant differences among groups divided by household income and food expenses. Most subjects perceived that the safety of flavor enhancer products was not good. Most subjects considered the date of manufacture, manufacturers, food additives, packaging and price when they purchased flavor enhancer products. Also, 70.0% of subjects were going to reduce the amount of flavor enhancer products they use in the future. Most subjects needed flavor enhancer products good for health. Therefore, it may be necessary to develop and to produce safe, nutritious, tasty, cheap and various flavor enhancer products. (*Korean J Community Nutrition* 5(4) : 683~696, 2000)

**KEY WORDS** : flavor enhancer · monosodium glutamate · nucleotides · complex flavor enhancer.

## 서 론

풍미 증진제는 식품의 조리, 가공, 섭취시 맛을 돋구어 주거나 강화시킬 목적으로 사용되는 물질로 넓은 의미로는 당류, 향신료, 장류, 식초, 식염 등이 포함되지만, 일반적으로 국내업계에서는 글루타민산 나트륨(MSG : monosodium glutamate), 핵산과 종합조미료로 국한하여 인식되고 있다(정영섭 2000 ; 한국식품연감 1998).

채택일 : 2000년 11월 27일

<sup>†</sup>Corresponding author : Kyung Ja Chang, Department of Food and Nutrition, College of Human Ecology, Inha University, 253 Yonghyun-dong, Nam-Ku, Incheon 402-751, Korea  
Tel : (032) 860-8126, Fax : (032) 862-8120  
E-mail : kjchang@inha.ac.kr

단맛, 짠맛, 신맛, 쓴맛 외에 제5의 기본 맛으로 규명된(Garattini 2000 ; Yamaguchi & Ninomiya 2000) 감칠맛을 내는 풍미 증진제성분으로는 핵산이나 글루탐산이 있으며, 이들 성분은 멸치, 육류, 치즈, 표고버섯, 완두콩, 옥수수, 토마토, 조개, 다시마 등의 천연식품에 다량 존재하지만, 화학적으로 값싸게 대량생산하여 순도를 높힐 수 있어서 핵산이나 MSG제품을 화학조미료라고 불려왔다(정영섭 2000 ; Loliger 2000). 그러나 최근에 미생물발효에 의해 원가절감과 자동생산이 가능하고, 건강에 대한 관심증가로 식품첨가물인 화학조미료의 유해성이 문제시 되어 이들 제품을 정제 및 발효조미료라 불려워 지고 있다(식품과학과 산업 1993).

시판되고 있는 풍미 증진제는 크게 MSG, 핵산 및 종합조미료 세 가지로 나누어지는데, 이중 MSG와 핵산은 미생

물을 이용한 직접 발효로 제조되며, 종합조미료는 각종 동식물의 천연원료와 향신료, 식염을 MSG, 핵산 등과 혼합하여 제조된 것이다(정영섭 2000). 핵산조미료는 이노신산 나트륨(IMP)과 구아닐산 나트륨(GMP)의 두 종류로 각각 쇠고기 맛과 송이버섯 맛을 내며, 대표적인 조미료인 MSG와 병용하면 맛 상승효과로 경제성이 뛰어나서 IMP와 GMP를 용해한 후 이 두 물질을 MSG에 혼합 코팅한 핵산 복합조미료가 가공식품 등의 산업용소재로 주로 사용되고 있다(Halpern 2000; Yamaguchi & Ninomiya 2000). 종합조미료는 1975년 일본에서 풍미조미료라는 명칭으로 개발된 이래 우리나라와 일본을 비롯한 동양권에서 조리시간을 단축시켜주면서 조미효과를 낼 수 있는 일품양념류의 간편지향형 제품으로 다양화되고 있는 추세이다(정영섭 2000).

MSG는 1908년 해조류에서 분리정제된(Ikeda 1912) 이후 대량생산과 결정화가 되면서, 전세계적으로 가정 및 음식점에서 조리시 풍미 증진제로 사용하거나 공장에서 식품가공생산시에 첨가물로 사용되어 왔다. 선진국에서 MSG의 일인당 일일 평균섭취량은 0.3~1.0 g이며(Geha 등 2000), 우리나라의 경우에는 1.57 g으로 현재까지 알려진 국가중 가장 많이 MSG를 섭취하는 것으로 나타났다(Loliger 2000).

미국 식품의약안전청(FDA)에서는 MSG를 설탕, 후추, 식초, 베이킹 소오다와 같이 대체로 안전한 물질(GRAS: generally recognized as safe)로 분류해왔으나, 1968년 중국식당에서 음식을 먹은 후 목뒤와 팔이 뻣뻣해지고 허약감과 땀을 흘리는 중국식당증후군(CRS: Chinese restaurant syndrome)이 처음으로 보고된 후(Kwok 1968), 중국음식에 많이 함유된 MSG가 이런 알러지 증상을 야기하는 것으로 과량 섭취시 MSG의 안전성이 지난 30여년간 논란이 되어 왔으며(Geha 등 2000), MSG의 과량 섭취가 천식, 아토피성 피부염, 호흡부정맥, 신경병, 소화불량 등을 야기하거나 악화시키는 것으로 알려져 왔다(Allen 1987). 그러나, MSG가 천식을 악화시킨다는 실험의 경우(Allen 1987), 대상환자의 선택 등을 포함한 실험방법에 문제가 있는 것으로 나타났고 다른 실험에서는 MSG가 천식에 영향을 미치지 않는 것으로 보고되었다(Manning & Stevenson 1991; Schwarzstein 등 1987; Simon 1986). 독립

된 과학자집단으로서 미국연방실험생물학회(FASEB: Federation of American Societies)는 1995년 보고서를 통해 1일 0.5~2.5 g 정도로 MSG 과량 섭취 후에 일부 민감한 사람들은 MSG복합증후군(MSG symptom complex)이라 지칭된 알러지반응이 나타날 수도 있으며, 또한 심한 난치성 천식환자들은 이런 알러지반응 외에 천식이 악화될 수도 있다고 보고하였으나, 일상적인 섭취시 MSG가 대부분의 사람에게 안전한 식품성분이라는 FDA의 입장을 재확인하였다(FASEB Report 1995).

선진국에서는 MSG에 관한 연구가 역학적으로나 임상적으로 많이 수행되었으나(Allen 1987; Manning & Stevenson 1991; Schwarzstein 등 1987; Simon 1986; Yang 등 1997), 우리나라에서 가공식품에 대한 연구에서(김소연 1995; 한미영 1998) 식품첨가물에 MSG가 포함되었거나 안정성에 관한 좌담회(식품과학과 산업 1993)가 개최되었던 것 외에는 우리나라의 일일 MSG 섭취량이 현재까지 알려진 국가 중 가장 많고 최근에 종합조미료가 다양화되는 추세에도 불구하고 풍미 증진제에 관한 연구는 거의 찾아볼 수 없는 실정이다. 그러므로, 본 논문에서는 인천시에 거주하는 주부를 대상으로 풍미 증진제에 대한 인식을 살펴보고자 풍미 증진제의 맛, 편의성, 경제성, 안정성에 대한 인식, 풍미 증진제의 구입시 고려사항 및 향후 요구사항을 조사연구하였다.

## 조사대상 및 방법

### 1. 조사대상 및 기간

본 연구는 1999년 8월 1일부터 8월 31일까지 설문지를 통하여 인천광역시에 거주하는 주부 600명을 대상으로 하였다. 회수된 설문지 505부(회수율 84.2%)중 불완전한 응답의 설문지를 제외한 503부를 통계처리에 이용하였다.

### 2. 조사내용 및 방법

본 연구는 설문지법을 이용하였으며, 예비조사를 거쳐 수정 보완한 설문지를 본조사에 사용하였다. 일반사항으로는 조사대상의 연령, 교육정도, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거 형태를 조사하였고, 풍미 증진제에 대한 인식으로는 맛, 편의성, 경제성, 안정성에 관한 인식과 구입시 고려사항, 향후 풍미 조미료의 이용여부 및 요구사항을 조사하였다.

### 3. 자료의 처리

본 연구에 사용된 모든 자료는 PC에서 SAS를 이용하여 빈도, 백분율 등을 구하였고, 연령, 교육정도, 가족전체 월

**Table 1.** General characteristics of subjects

Variables	Groups	N(%)
Age(years)	Younger than 35	86(17.1)
	35 - 39	156(31.0)
	40 - 44	157(31.2)
	45 or older	104(20.7)
Education level	Middle school or lower	51(10.4)
	High school	289(59.0)
	College or higher	150(30.6)
Occupation	Employed housewife	165(33.3)
	Full-time housewife	331(66.7)
Household income (10,000won/month)	Less than 100	55(11.1)
	100 - 149	120(24.3)
	150 - 199	150(30.3)
	200 or more	169(34.3)
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	114(23.1)
	30 - 39	149(30.2)
	40 - 49	102(20.7)
	50 or more	128(26.0)
Residence type	Singlefamily house	79(15.8)
	Apartment	355(71.0)
	Multi-story house	66(13.2)

수입, 월 평균 식생활 지출비 등의 사회경제학적 변인에 대한 유의성 검증은 Chi-square test로 하였다.

## 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사 대상자의 일반적 특성을 Table 1에서 살펴보면 40세 이상이 51.9%, 40세 이하가 48.1%, 34세 미만 17.1%의 연령 분포를 나타냈다. 교육정도는 고졸이 59.0%, 대졸이 30.6%, 중졸이 10.4% 순으로 학력은 고졸이상의 주부가 현저히 많은 분포를 나타냈다. 조사대상자의 66.7%가 전업 주부이고 33.2%가 직업을 가진 주부로 나타났다. 가족전체 월수입은 200만원 이상이 34.2%, 150~200만원 이하가 30.4%, 100~149만원이 24.3%, 100만원 미만이 11.1%를 나타냈다. 월 평균 식생활 지출비는 30~39만원 사이가 30.2%, 50만원 이상이 26.0%, 40~49만원 사이가 20.7%, 30만원 미만이 23.1%로 대체로 30만원 이상을 주부들이 월 평균 식생활비로 지출하는 것으로 나타났다. 주거형태는 71.0%가 아파트, 15.8%가 단독주택, 13.2%가 연립주택으로 대

**Table 2.** Housewives' perception of the taste of flavor enhancer products

Variables	Group	Very bad	Bad	Mediocre	Good	Very good	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	2(2.4)	5( 6.0)	60(71.4)	17(20.2)	-	84( 17.2)	$\chi^2 = 14.335^{NS}$ df = 12 p = 0.280
	35 - 39	4(2.6)	9( 5.8)	90(58.4)	51(33.1)	-	154( 31.4)	
	40 - 44	5(3.2)	11(7.1)	80(51.6)	59(38.1)	-	155( 31.6)	
	45 or older	3(3.1)	8( 8.3)	57(58.8)	28(28.9)	1(1.0)	97( 19.8)	
	Total	14(2.9)	33( 6.7)	287(58.6)	155(31.6)	1(0.2)	490(100.0)	
Education level	Middle school or lower	1(2.9)	2( 4.2)	29(60.4)	16(33.3)	-	48( 10.1)	$\chi^2 = 6.402^{NS}$ df = 8 p = 0.602
	High school	6(2.1)	20( 7.1)	159(56.6)	96(34.1)	-	281( 58.9)	
	College or higher	5(3.4)	11( 7.4)	93(62.8)	38(25.7)	1(0.7)	148( 31.0)	
	Total	12(2.5)	33( 6.9)	281(58.9)	150(31.5)	1(0.2)	477(100.0)	
Occupation	Employed housewife	7(4.3)	9( 5.6)	100(61.7)	46(28.4)	-	162( 33.5)	$\chi^2 = 3.661^{NS}$ df = 4 p = 0.454
	Full-time housewife	7(2.2)	21( 6.5)	184(57.3)	108(33.6)	1(0.3)	321( 66.5)	
	Total	14(2.9)	30( 6.2)	284(58.8)	154(31.9)	1(0.2)	483(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	3(5.7)	2( 3.8)	26(49.1)	22(41.5)	-	53( 11.0)	$\chi^2 = 15.100^{NS}$ df = 12 p = 0.236
	100 - 149	2(1.7)	13(11.3)	68(59.1)	31(27.0)	1(0.9)	115( 23.9)	
	150 - 199	5(3.4)	8( 5.4)	94(63.1)	42(28.2)	-	149( 30.9)	
	200 or more	4(2.4)	9( 5.5)	96(58.2)	56(33.9)	-	165( 34.2)	
	Total	14(2.9)	32( 6.6)	284(58.9)	151(31.3)	1(0.2)	482(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	3(2.8)	6( 5.5)	66(60.6)	33(30.3)	1(0.9)	109( 22.7)	$\chi^2 = 12.908^{NS}$ df = 12 p = 0.376
	30 - 39	1(0.7)	9( 6.2)	83(57.2)	52(35.9)	-	145( 30.1)	
	40 - 49	3(2.9)	8( 7.8)	55(53.9)	36(35.3)	-	102( 21.2)	
	50 or more	6(4.8)	9( 7.2)	80(64.0)	30(24.0)	-	125( 26.0)	
	Total	13(2.7)	32( 6.7)	284(59.0)	151(31.4)	1(0.2)	481(100.0)	
Residence type	Single-family house	2(2.7)	11(15.1)	37(50.7)	23(31.5)	-	73( 15.0)	$\chi^2 = 11.099^{NS}$ df = 8 p = 0.196
	Apartment	11(3.2)	17( 4.9)	208(59.8)	111(31.9)	1(0.3)	348( 71.5)	
	Multi-story house	1(1.5)	5( 7.6)	39(59.1)	21(31.8)	-	66( 13.5)	
	Total	14(2.9)	33( 6.8)	284(58.3)	155(31.8)	1(0.2)	487(100.0)	

NS : Not significant

부분의 주부가 아파트에 거주하는 것으로 나타났다.

는 소비자의 요구도를 수용한 것으로 보인다.

## 2. 풍미 증진제에 대한 인식

### 1) 맛에 대한 인식

풍미 증진제의 맛에 대한 인식은 58.3% 이상이 그저 그렇다, 31.3% 이상이 좋다, 6.2% 이상이 나쁘다, 1.8% 이상이 매우 나쁘다로 응답하였으며, 연령, 교육정도, 직업, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 나타나지 않았다(Table 2). 그저 그렇다에 응답률이 좋다에 응답율보다 높은 것은 최근 경제력의 증가로 육류소비가 증가되어, 종전에 육류소비가 제한되었던 시대에 맛의 증진을 위해 사용되었던 MSG 등의 맛에 대한 소비자의 인식이 달라진 것을 반영하는 결과로 사료된다(식품산업과 과학 1993). 최근 소비자의 생활수준 향상으로 천연원료를 사용한 종합조미료의 이용이 늘고 있으며, 특히 쇠고기 등 천연원료의 함량을 30%까지 높히고 천연원료의 입자가 보이는 과립형 제품 등으로 풍미 증진제가 고급화되는 추세는(정영섭 2000) 이런 인식변화로 나타나

### 2) 편의성에 대한 인식

풍미 증진제의 편의성에 대한 인식은 Table 3에 나타났다. 풍미 증진제의 편의성에 대하여 61.3% 이상의 주부가 좋다, 26.9% 이상이 그저 그렇다, 7.4% 이상이 매우 좋다, 3.0% 이상이 나쁘다, 0.6% 이상이 매우 나쁘다 라고 응답하였으며, 연령, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 없었다. 대학교 이상의 교육을 받은 주부의 70.8%, 고등학교 이상의 주부가 60.1%, 중학교 이하 주부의 40.5%가 풍미 증진제의 편의성에 대하여 좋다는 항목에 응답하여 교육정도가 높을수록 풍미 증진제의 편의성에 대해 유의적으로 긍정적 인식을 하고 있는 것으로 나타났다(p = 0.002). 직업을 가진 주부의 71.0%가 풍미 증진제의 편의성에 대하여 좋다, 18.7%가 그저 그렇다 라고 응답하고, 직업을 갖지 않은 주부의 57.3%가 좋다, 31.0%가 그저 그렇다라고 응답하여 직업유무에 따라 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.006). 위의 결과는 최근 생활양식의 변화로 풍미 증진제의 편의성에 대한 인식이 높아져서 조리시 다

**Table 3.** Housewives' perception of the convenience of flavor enhancer products N(%)

Variables	Group	Very bad	Bad	Mediocre	Good	Very good	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	-	2(2.4)	16(18.8)	61(71.8)	6( 7.1)	85( 17.8)	$\chi^2 = 16.321^{NS}$ df = 12 p = 0.177
	35 - 39	1(0.7)	4(2.7)	38(25.3)	95(63.3)	12( 8.0)	150( 31.4)	
	40 - 44	1(0.7)	3(2.0)	43(28.3)	91(59.9)	14( 9.2)	152( 31.8)	
	45 or older	1(1.1)	6(6.6)	34(37.4)	46(50.6)	4( 4.4)	91( 19.0)	
	Total	3(0.6)	15(3.1)	131(27.4)	293(61.3)	36( 7.5)	478(100.0)	
Education level	Middle school or lower	1(2.4)	3(7.1)	19(45.2)	17(40.5)	2( 4.8)	42( 9.0)	$\chi^2 = 23.844^{**}$ df = 8 p = 0.002
	High school	-	11(4.0)	76(27.5)	166(60.1)	23( 8.3)	276( 59.4)	
	College or higher	2(1.4)	1(0.7)	30(20.4)	104(70.8)	10( 6.8)	147( 31.6)	
	Total	3(0.7)	15(3.2)	125(26.9)	287(61.7)	35( 7.5)	465(100.0)	
Occupation	Employed housewife	2(1.3)	7(4.5)	29(18.7)	110(71.0)	7( 4.5)	155( 32.9)	$\chi^2 = 14.468^{**}$ df = 4 p = 0.006
	Full-time housewife	1(0.3)	8(2.5)	98(31.0)	181(57.3)	28( 8.9)	316( 67.1)	
	Total	3(0.6)	15(3.2)	127(27.0)	291(61.8)	35( 7.4)	471(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	1(2.0)	1(2.0)	15(29.4)	27(52.9)	7(13.7)	51( 10.9)	$\chi^2 = 10.128^{NS}$ df = 12 p = 0.605
	100 - 149	1(0.9)	5(4.5)	29(26.1)	66(59.5)	10( 9.0)	111( 23.6)	
	150 - 199	1(0.7)	2(1.4)	40(27.8)	91(63.3)	10( 6.9)	144( 30.6)	
	200 or more	-	6(3.7)	43(26.2)	106(64.6)	9( 5.5)	164( 34.9)	
	Total	3(0.6)	14(3.0)	127(27.0)	290(61.7)	36( 7.7)	470(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	1(0.9)	3(2.8)	24(22.6)	65(61.3)	13(12.3)	106( 22.6)	$\chi^2 = 13.686^{NS}$ df = 12 p = 0.321
	30 - 39	-	3(2.1)	36(25.5)	95(67.4)	7( 5.0)	141( 30.0)	
	40 - 49	-	4(3.9)	27(26.5)	64(62.8)	7( 6.9)	102( 21.7)	
	50 or more	2(1.7)	4(3.3)	41(33.9)	65(53.7)	9( 7.4)	121( 25.7)	
	Total	3(0.6)	14(3.0)	128(27.2)	289(61.5)	36( 7.7)	470(100.0)	
Residence type	Single-family house	-	5(7.5)	19(28.4)	38(56.7)	5( 7.5)	67( 14.1)	$\chi^2 = 7.042^{NS}$ df = 8 p = 0.532
	Apartment	3(0.9)	8(2.3)	92(26.8)	214(62.4)	26( 7.6)	343( 72.2)	
	Multi-story house	-	1(1.5)	18(27.7)	41(63.1)	5( 7.7)	65( 13.7)	
	Total	3(0.6)	14(3.0)	129(27.2)	293(61.7)	36( 7.6)	475(100.0)	

NS : Not significant

\*\* : p < 0.01

른 양념을 넣지 않아도 되는 종합조미료의 이용이 늘고 조리 시간을 단축시키면서 동시에 조미효과를 낼 수 있는 일품 양념류 등 간편지향적 제품으로 풍미 증진제의 다양화가 나타나는 추세로(정영섭 2000) 반영되는 것으로 사료된다.

**3) 경제성에 대한 인식**

풍미 증진제의 경제성에 대한 인식은 Table 4에 나타났다. 풍미 증진제의 경제성에 대하여 62.2% 이상의 주부가 그저 그렇다, 23.5% 이상이 좋다, 11.1% 이상이 나쁘다, 11.1% 이상이 매우 좋다, 1.0% 이상이 매우 나쁘다 라고 응답하였다. 연령에서는 35세 미만 주부의 53.0%, 35~39세 주부의 58.9%, 40~44세 주부의 67.6%, 45세 이상 주부의 68.1%가 그저 그렇다 라고 응답하여 연령이 많을수록 경제적인 면에 긍정적이지 않은 경향을 보이나 유의적이지 않았다(p = 0.109). 교육정도, 직업유무, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 없었으며 가족전체 월수입이 100만원 미만인 주부의 56.9%, 100~149만원인 주부의 50.5%, 150~199만원 이하인 주부의 68.3%, 200만원 이상인 주부의 67.5%가 그저 그렇다에 응답하였고 가족전체 월수입이 적을수록 풍미 증진제의 경제성이 좋다고 응답한 비율이 증가

하여 유의적인 차이를 보였다(p = 0.048). 월 평균 식생활 지출비가 30만원 미만인 주부의 51.9%, 30~39만원인 주부의 59.9%, 40~49만원인 주부의 72.6%, 50만원 이상인 주부의 67.8%가 풍미 증진제의 경제성에 대하여 그저 그렇다로 응답하였고 월 평균 식생활 지출비가 적을수록 좋다고 응답한 비율이 증가하여 유의적인 차이를 보였다(p = 0.049). 위의 결과로 볼 때 가족전체 월수입이 낮거나 월 평균 식생활비의 지출이 낮을수록 값비싼 육류를 대체하여 풍미 증진제가 값싸게 맛을 증진시킬 수 있어서 경제성이 좋다고 응답하는 비율이 증가하는 것으로 사료된다.

**4) 안정성에 대한 인식**

풍미 증진제의 안정성에 대한 인식은 Table 5에 나타났다. 풍미 증진제가 건강에 미치는 영향이 나쁘다라고 48.1% 이상의 주부가 응답하였으며, 그저 그렇다 37.3%, 매우 나쁘다 12.6%, 좋다 1.2%, 매우 좋다 0.2%로 풍미 증진제의 안정성에 대해 대부분의 주부가 긍정적이지 않은 것으로 나타났다. 교육정도에서는 중학교 졸업이하의 주부가 건강에 미치는 영향이 나쁘다라고 응답한 비율이 43.2%, 고등학교졸업 이상의 주부가 46.2%, 대학교졸업 이상의 주부는 53.1%로

**Table 4.** Housewives' perception of the economy of flavor enhancer products N(%)

Variables	Group	Very bad	Bad	Mediocre	Good	Very	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	-	7( 8.3)	45(52.9)	31(36.5)	2(2.4)	85( 17.7)	$\chi^2 = 18.218^{NS}$ df = 12 p = 0.109
	35 - 39	2(1.3)	20(13.3)	89(58.9)	39(25.8)	1(0.7)	151( 31.4)	
	40 - 44	2(1.3)	14( 9.3)	102(67.6)	30(19.9)	3(2.0)	151( 31.4)	
	45 or older	1(1.1)	14(14.9)	64(68.1)	14(14.9)	1(1.1)	94( 19.5)	
	Total	5(1.0)	55(11.4)	300(62.4)	114(23.7)	7(1.5)	481(100.0)	
Education level	Middle school or lower	1(2.3)	4( 9.3)	22(51.2)	15(34.9)	1(2.3)	43( 9.2)	$\chi^2 = 6.697^{NS}$ df = 8 p = 0.570
	High school	3(1.1)	33(11.9)	168(60.7)	69(24.9)	4(1.4)	277( 59.2)	
	College or higher	1(0.7)	15(10.1)	101(68.2)	29(19.6)	2(1.4)	148( 31.6)	
	Total	5(1.1)	52(11.1)	291(62.2)	113(24.2)	7(1.5)	468(100.0)	
Occupation	Employed housewife	2(1.3)	16(10.3)	94(60.7)	41(26.5)	2(1.3)	155( 32.7)	$\chi^2 = 1.132^{NS}$ df = 4 p = 0.889
	Full-time housewife	3(0.9)	38(11.9)	202(63.3)	72(22.6)	4(1.3)	319( 67.3)	
	Total	5(1.1)	54(11.4)	296(62.5)	113(23.8)	6(1.3)	474(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	1(2.0)	6(11.8)	29(56.9)	14(27.5)	1(2.0)	51( 10.8)	$\chi^2 = 21.174^*$ df = 12 p = 0.048
	100 - 149	2(1.8)	20(18.0)	56(50.5)	29(26.1)	4(3.6)	111( 23.5)	
	150 - 199	1(0.7)	8( 5.5)	99(68.3)	36(24.8)	1(0.7)	145( 30.6)	
	200 or more	1(0.6)	19(11.5)	112(67.5)	33(19.9)	1(0.6)	166( 35.1)	
	Total	5(1.1)	53(11.2)	296(62.6)	112(23.7)	7(1.5)	473(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	2(1.9)	15(13.9)	56(51.9)	31(28.7)	4(3.7)	108( 22.8)	$\chi^2 = 21.089^*$ df = 12 p = 0.049
	30 - 39	1(0.7)	19(13.4)	85(59.9)	37(26.1)	-	142( 30.0)	
	40 - 49	1(1.0)	4( 3.9)	74(72.6)	22(21.6)	1(0.9)	102( 21.6)	
	50 or more	1(0.8)	15(12.4)	82(67.8)	21(17.4)	2(1.7)	121( 25.6)	
	Total	5(1.1)	53(11.2)	297(62.8)	111(23.5)	7(1.5)	473(100.0)	
Residence type	Single-family house	-	7(10.1)	44(63.8)	17(24.6)	1(1.5)	69( 14.4)	$\chi^2 = 6.758^{NS}$ df = 8 p = 0.563
	Apartment	5(1.5)	41(11.9)	218(63.4)	76(22.1)	4(1.2)	344( 72.0)	
	Multi-story house	-	6( 9.2)	36(55.4)	21(32.3)	2(3.1)	65( 13.6)	
	Total	5(1.1)	54(11.3)	298(62.3)	114(23.9)	7(1.5)	478(100.0)	

NS : Not significant

\* : p < 0.05

Table 5. Housewives' perception of the safety of flavor enhancer products

Variables	Group	Very bad	Bad	Mediocre	Good	Very good	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	12(14.1)	45(52.9)	27(31.8)	1(1.2)	-	85( 17.6)	$\chi^2 = 10.546^{NS}$ df = 12 p = 0.568
	35 - 39	21(13.8)	68(44.7)	62(40.8)	1(0.7)	-	152( 31.5)	
	40 - 44	18(11.8)	76(49.7)	58(37.9)	1(0.7)	-	153( 31.7)	
	45 or older	11(11.8)	45(48.4)	33(35.5)	3(3.2)	1(1.1)	93( 19.3)	
	Total	62(12.8)	234(48.5)	180(37.3)	6(1.2)	1(0.21)	483(100.0)	
Education level	Middle school or lower	2( 4.6)	19(43.2)	22(50.0)	1(2.3)	-	44( 9.4)	$\chi^2 = 12.794^{NS}$ df = 8 p = 0.119
	High school	35(12.5)	129(46.2)	111(39.8)	4(1.4)	-	279( 59.4)	
	College or higher	24(16.3)	78(53.1)	43(29.3)	1(0.7)	1(0.7)	147( 31.2)	
	Total	61(13.0)	226(48.1)	176(37.5)	6(1.3)	1(0.2)	470(100.0)	
Occupation	Employed housewife	25(16.0)	78(50.0)	52(33.3)	1(0.6)	-	156( 32.8)	$\chi^2 = 4.475^{NS}$ df = 4 p = 0.346
	Full-time housewife	35(10.9)	153(47.8)	126(39.4)	5(1.6)	1(0.3)	320( 67.2)	
	Total	60(12.6)	231(48.5)	178(37.4)	6(1.3)	1(0.2)	476(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	7(13.5)	18(34.6)	26(50.0)	1(1.9)	-	52( 11.0)	$\chi^2 = 12.381^{NS}$ df = 12 p = 0.416
	100 - 149	12(10.5)	51(44.7)	48(42.1)	2(1.8)	1(0.9)	114( 24.0)	
	150 - 199	18(12.4)	74(51.0)	51(35.2)	2(1.4)	-	145( 30.5)	
	200 or more	24(14.6)	86(52.4)	53(32.3)	1(0.6)	-	164( 34.5)	
	Total	61(12.8)	229(48.2)	178(37.5)	6(1.3)	1(0.2)	475(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	16(14.8)	47(43.5)	42(38.9)	2(1.9)	1(0.9)	108( 22.7)	$\chi^2 = 7.554^{NS}$ df = 12 p = 0.819
	30 - 39	13( 9.1)	70(49.0)	58(40.6)	2(1.4)	-	143( 30.0)	
	40 - 49	14(13.7)	52(51.0)	35(34.3)	1(1.0)	-	102( 21.4)	
	50 or more	17(13.8)	61(49.6)	44(35.8)	1(0.8)	-	123( 25.9)	
	Total	60(12.6)	230(48.3)	179(37.6)	6(1.3)	1(0.2)	476(100.0)	
Residence type	Single-family house	5( 7.1)	31(44.3)	34(48.6)	-	-	70( 14.58)	$\chi^2 = 8.106^{NS}$ df = 8 p = 0.423
	Apartment	46(13.3)	167(48.4)	126(36.5)	5(1.5)	1(0.3)	345( 71.88)	
	Multi-story house	11(16.9)	34(52.3)	19(29.2)	1(1.5)	-	65( 13.54)	
	Total	62(12.9)	232(48.3)	179(37.3)	6(1.3)	1(0.2)	480(100.00)	

NS : Not significant

증가하는 경향을 보이나 유의적이지는 않았다( $p = 0.119$ ). 풍미 증진제가 건강에 미치는 영향이 나쁘다라는 항목에 가족 전체 월수입이 증가할수록 응답한 비율이 높았으나 유의적이지 않았으며, 연령, 직업의 유무, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 오래 전부터 일간신문 등에서 MSG 등의 화학조미료가 안정성에 문제가 있는 것으로 보도되면서 소비자가 기피현상을 보이므로(식품과학과 산업 1993) 화학조미료의 명칭을 천연재료로 부터 미생물발효로 생산된 발효조미료라고 바꾸었으며, 실제 천연원료를 사용한 종합조미료의 이용이 늘고 있음에도 불구하고, 최근 건강에 대한 관심의 증가와 전문가 등에 의한 풍미 증진제의 안정성에 대한 홍보부족 등이 대부분의 주부가 풍미 증진제가 건강에 미치는 영향이 긍정적이지 않다고 응답한 요인일 수도 있다고 사료된다. 이미 미국 등에서 MSG가 천식을 악화시킨다는 실험이(Allen 1987) 대상환자의 선택 등 실험방법에 문제가 있는 것으로 나타났고 많은 실험결과 MSG가 천식에 영향을 미치지 않는 것으로 보고되었다(Manning & Stevenson 1991; Schwarzstein 등 1987; Simon 1986). 또한 1일 0.5~2.5 g 정도로 MSG 과량 섭

취 후 일부 민감한 사람들은 MSG복합증후군(MSG symptom complex)이라 지칭된 앨러지 반응이 나타날 수도 있으며(Yang 등 1997), 심한 난치성 천식환자들은 이런 앨러지 반응 외에 천식이 악화될 수도 있다고 보고되었으나, 일상적인 섭취시 MSG가 대부분의 사람에게 설탕, 후추, 식초, 베이킹 소오다와 같이 안전한 식품성분이라는 FDA의 입장이 재확인되었다(FASEB Report 1995).

### 3. 풍미 증진제 구입시 고려사항

#### 1) 제조일자

풍미 증진제의 구입시 기준으로 제조일자 고려에 대한 조사결과는 Table 6와 같다. 풍미 증진제의 구입시 제조일자에 대하여 항상 고려한다에 30.7%이상의 주부가 응답했고, 고려하는 편이다와 가끔 고려한다에 각각 38.8%, 15.1%이상의 주부가 응답하여 대부분의 주부들이 풍미 증진제의 구입시 제조일자를 고려하는 것으로 나타났다. 이상의 결과로 볼 때, 주부들이 가공식품 등의 구입시 가장 많이 고려하는 기준이 제조일자 라는 선행연구의 결과가(김소연 1995; 안숙자 1989; 한왕근 1991) 풍미 증진제의 구입시에도 나타

**Table 6.** Housewives' consideration of the manufacture date of favor enhancer products N(%)

Variables	Group	Never consider	Rarely consider	Occasionally consider	Usually consider	Always consider	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	3(3.6)	12(14.3)	13(15.5)	31(15.5)	25(29.8)	84( 17.6)	$\chi^2 = 22.584^*$ df = 12 p = 0.031
	35 - 39	6(4.1)	5( 3.4)	19(12.8)	62(41.9)	56(37.8)	148( 30.9)	
	40 - 44	10(6.5)	15( 9.8)	21(13.7)	59(38.6)	48(31.4)	153( 31.9)	
	45 or older	9(9.6)	12(12.8)	20(21.3)	34(36.2)	19(20.2)	94( 19.6)	
	Total	28(9.6)	44( 9.2)	73(15.2)	186(38.8)	148(30.9)	479(100.0)	
Education level	Middle school or lower	5(10.9)	3( 6.5)	15(32.6)	15(32.6)	8(17.4)	46( 9.9)	$\chi^2 = 16.138^*$ df = 8 p = 0.040
	High school	17(6.1)	23( 8.2)	38(13.6)	112(40.1)	89(31.9)	279( 59.9)	
	College or higher	6(4.3)	14( 9.9)	20(14.2)	54(38.3)	47(33.3)	141( 30.2)	
	Total	28(6.0)	40( 8.6)	73(15.7)	181(38.8)	144(30.9)	466(100.0)	
Occupation	Employed housewife	8(5.2)	11( 7.2)	22(14.4)	65(42.5)	47(30.7)	153( 32.4)	$\chi^2 = 1.944^{NS}$ df = 4 p = 0.746
	Full-time housewife	19(6.0)	32(10.0)	50(15.7)	118(37.0)	100(31.3)	319( 67.6)	
	Total	27(5.7)	43( 9.1)	72(15.7)	183(38.8)	147(31.1)	472(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	6(11.5)	5( 9.6)	8(15.4)	16(30.8)	17(32.7)	52( 11.0)	$\chi^2 = 18.545^{NS}$ df = 12 p = 0.100
	100 - 149	10(8.9)	3( 2.7)	22(19.6)	47(42.0)	30(26.8)	112( 23.7)	
	150 - 199	4(2.7)	18(12.2)	22(15.0)	59(40.1)	44(29.9)	147( 31.1)	
	200 or more	8(5.0)	17(10.6)	21(13.0)	61(37.9)	54(33.5)	161( 34.2)	
	Total	28(5.9)	43( 9.1)	73(15.5)	183(38.8)	145(30.7)	472(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	10(9.4)	10( 9.4)	12(11.2)	37(34.6)	38(35.5)	107( 22.7)	$\chi^2 = 11.047^{NS}$ df = 12 p = 0.525
	30 - 39	5(3.5)	10( 7.0)	28(19.4)	56(38.9)	45(31.3)	144( 30.6)	
	40 - 49	7(6.9)	10( 9.8)	13(12.8)	45(44.1)	27(26.5)	102( 21.7)	
	50 or more	6(5.1)	13(11.0)	18(15.3)	46(39.0)	35(29.7)	118( 25.0)	
	Total	28(5.9)	43( 9.1)	71(15.1)	184(39.1)	145(30.8)	471(100.0)	
Residence type	Single-family house	2(2.8)	8(11.3)	14(19.7)	28(39.4)	19(26.8)	71( 14.9)	$\chi^2 = 12.602^{NS}$ df = 8 p = 0.126
	Apartment	18(5.3)	32( 9.4)	44(12.9)	138(40.6)	108(31.8)	340( 71.4)	
	Multi-story house	8(12.3)	4( 6.2)	14(21.5)	20(30.8)	19(29.2)	65( 13.7)	
	Total	28(5.9)	44( 9.2)	72(15.1)	186(39.1)	146(30.7)	476(100.0)	

NS : Not significant

\* : p < 0.05

나는 것으로 사료된다. 풍미 증진제의 구입시 제조일자에 대하여 35~39세의 주부가 고려한다에 가장 높게 응답하여 연령에 따른 유의적인 차이를 보였다(p = 0.031). 학력이 높을수록 풍미 증진제의 제조일자를 고려한다고 응답한 비율이 높게 나타나 교육정도에 따른 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.040). 그러나, 풍미 증진제의 구입시 제조일자 고려에 대하여 직업의 유무, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 나타나지 않았다. 대량으로 순수한 형태로 생산된 화학조미료는 제조일자에 큰 영향을 받지 않으나 동식물의 천연원료를 사용한 종합조미료는 제조일자에 영향을 받을 수 있으므로, 이에 관한 소비자 홍보교육이 바람직한 것으로 사료된다.

## 2) 제조업체

풍미 증진제의 구입시 기준으로 제조업체 고려에 대한 결과는 Table 7과 같다. 풍미 증진제의 구입시 제조업체를 고려하는 편이다에 54.2%이상의 주부가 응답했고, 항상 고려한다에 27.4%이상, 가끔 고려한다에 10.8%이상의 주부가 응답하여 대부분의 주부들이 믿을 만한 제조업체를 고려하

여 풍미 증진제를 구입하는 것으로 나타났다. 연령에서는 34세 미만과 45세 이상의 주부가 다른 연령층보다 풍미 증진제의 구입시 제조업체를 항상 고려한다에 응답률이 낮았으며 거의 고려하지 않거나 전혀 고려하지 않는다에 응답률이 높아서 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.001). 교육 정도에서는 학력이 높을수록 풍미 증진제의 구입시 제조업체를 항상 고려한다에 응답률이 높고 거의 고려하지 않는다에 응답률이 낮아서 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.007). 아파트에 거주하는 주부의 55.6%, 연립주택에 거주하는 주부의 52.4%, 단독주택에 거주하는 주부의 50.0%가 풍미 증진제의 구입시 제조업체를 고려하는 편이다라고 응답하였고, 단독주택 거주 주부의 32.4%, 아파트 거주 주부의 28.1%, 연립주택 거주 주부의 20.6%가 항상 고려한다고 응답하여 주거형태에 따른 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.003). 풍미 증진제의 구입시 기준으로 제조업체 고려에 대하여 직업의 유무, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비에 따른 유의적인 차이는 나타나지 않았다.

**Table 7.** Housewives' consideration of the manufacturer of favor enhancer products N(%)

Variables	Group	Never consider	Rarely consider	Occasionally consider	Usually consider	Always consider	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	1( 1.2)	9(10.7)	12(14.3)	44(52.4)	18(21.4)	84( 17.6)	$\chi^2 = 34.635^{**}$ df = 12 p = 0.001
	35 - 39	1( 0.7)	4( 2.7)	11( 7.5)	85(57.8)	46(31.3)	147( 30.9)	
	40 - 44	2( 1.3)	6( 3.9)	20( 13.0)	77(50.0)	49(31.8)	154( 32.4)	
	45 or older	8( 8.8)	3( 3.3)	9( 9.9)	52(57.1)	19(20.9)	91( 19.1)	
	Total	12( 2.5)	22( 4.6)	52(10.9)	258(54.2)	132(27.7)	476(100.0)	
Education level	Middle school or lower	5(11.6)	4( 9.3)	4( 9.3)	20(46.5)	10(23.3)	43( 9.3)	$\chi^2 = 21.187^{**}$ df = 8 p = 0.007
	High school	3( 1.1)	14( 5.0)	30(10.8)	158(56.6)	74(26.5)	279( 60.3)	
	College or higher	4( 2.8)	4( 2.8)	16(11.4)	73(51.8)	44(31.2)	141( 30.4)	
	Total	12( 2.6)	22( 4.8)	50(10.8)	251(54.2)	128(27.7)	463(100.0)	
Occupation	Employed housewife	1( 0.7)	8( 5.3)	24(15.8)	81(53.3)	38(25.0)	152( 32.4)	$\chi^2 = 8.960^{NS}$ df = 4 p = 0.062
	Full-time housewife	11( 3.5)	14( 4.4)	27( 8.5)	173(54.6)	92(29.0)	317( 67.6)	
	Total	12( 2.6)	22( 4.7)	51(10.9)	254(54.3)	130(27.7)	469(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	2( 3.9)	5( 9.8)	3( 5.9)	27(52.9)	14(27.5)	51( 10.9)	$\chi^2 = 18.466^{NS}$ df = 12 p = 0.102
	100 - 149	3( 2.8)	6( 5.5)	18(16.5)	59(54.1)	23(21.1)	109( 23.3)	
	150 - 199	3( 2.1)	5( 3.4)	12( 8.2)	91(62.3)	35(24.0)	146( 31.2)	
	200 or more	4( 2.5)	5( 3.1)	19(11.7)	78(48.2)	56(34.6)	162( 34.6)	
	Total	12( 2.6)	21( 4.5)	52(11.1)	255(54.5)	128(27.4)	468(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	2( 1.9)	8( 7.7)	7( 6.7)	51(49.0)	36(34.6)	104( 22.2)	$\chi^2 = 15.122^{NS}$ df = 12 p = 0.235
	30 - 39	2( 1.4)	4( 2.8)	17(11.9)	90(62.9)	30(21.0)	143( 30.6)	
	40 - 49	4( 4.0)	5( 5.0)	12(11.9)	54(53.5)	26(25.7)	101( 21.6)	
	50 or more	4( 3.3)	5( 4.2)	14(11.7)	59(49.2)	38(31.7)	120( 25.6)	
	Total	12( 2.6)	22( 4.7)	50(10.7)	254(54.3)	130(27.8)	468(100.0)	
Residence type	Single-family house	1( 1.5)	2( 2.9)	9(13.2)	34(50.0)	22(32.4)	68( 14.4)	$\chi^2 = 23.006^{**}$ df = 8 p = 0.003
	Apartment	9( 2.6)	10( 2.9)	37(10.8)	190(55.6)	96(28.1)	342( 72.3)	
	Multi-story house	2( 3.3)	10(15.9)	5( 7.9)	33(52.4)	13(20.7)	63( 13.3)	
	Total	12( 2.5)	22( 4.7)	51(10.8)	257(54.3)	131(27.7)	473(100.0)	

NS : Not significant

\*\* : p &lt; 0.01

### 3) 첨가물

품미 증진제의 구입시 기준으로 첨가물의 고려에 대한 결과는 Table 8과 같다. 품미 증진제의 구입시 첨가물에 대하여 고려하는 편이다에 43.0%이상, 가끔 고려한다에 20.4% 이상, 항상 고려한다에 15.7%이상, 거의 고려하지 않는다에 15.5%이상, 전혀 고려하지 않는다에 4.4%이상이 응답하였으며, 교육정도, 직업의 유무, 가족전체 월수입, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 나타나지 않았다. 연령에서는 34세 미만과 45세 이상의 주부가 품미 증진제의 구입시 첨가물에 대하여 항상 고려한다에 응답률이 낮은 반면 거의 고려하지 않거나 전혀 고려하지 않는다에 응답률이 높아서 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.001). 월 평균 식생활 지출비가 50만원 이상 주부가 50만원 이하의 주부에 비하여 품미 증진제의 구입시 첨가물을 고려하는 편이거나 항상 고려한다에 높은 응답률을 보여서 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.038). 이상의 결과로 볼 때, 최근 종합조미료가 고급화되고 일품양념류 등으로 다양화되는 추세에서(정영섭 2000) 식생활비의 지출이 높은 주부들이 이런 고가의 제품 등을 구매할 수 있어서 첨가된 성분들을 고려하는 율이

높은 것이 아닌가 사료된다.

### 4) 포장단위

품미 증진제의 구입시 기준으로 포장단위의 고려에 대한 결과는 Table 9과 같다. 품미 증진제의 구입시 기준으로 포장단위에 대하여 46.1%이상의 주부가 고려하는 편이다, 19.9%이상이 가끔 고려한다, 16.0%이상이 항상 고려한다, 13.6%이상이 거의 고려하지 않는다, 2.8%이상이 전혀 고려하지 않는다고 응답하였으며, 연령, 교육정도, 직업의 유무, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 교육정도에서는 학력이 높을수록 품미 증진제의 구입시 기준으로 포장단위를 항상 고려한다, 고려하는 편이다에 응답률이 증가하는 경향을 보이지만 유의적이지는 않았다(p = 0.108). 최근 동식물의 천연원료를 사용한 종합조미료의 이용이 늘면서(정영섭 2000) 포장단위가 제품의 보존기간에 영향을 줄 수 있으므로 이런 제품을 이용하는 소비자를 중심으로 포장단위가 품미 증진제의 구입시 기준으로 고려되리라 사료된다.



**Table 8.** Housewives' consideration of the food additives of favor enhancer products

N(%)

Variables	Group	Never consider	Rarely consider	Occasionally consider	Usually consider	Always consider	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	3( 3.6)	20(23.8)	20(23.8)	35(41.7)	6( 7.1)	84( 17.8)	$\chi^2 = 33.220^{**}$ df = 12 p = 0.001
	35 - 39	4( 2.7)	20(13.7)	30(20.6)	60(41.1)	32(21.9)	146( 30.9)	
	40 - 44	4( 2.6)	20(13.2)	39(25.7)	62(40.8)	27(17.8)	152( 32.1)	
	45 or older	10(11.0)	14(15.4)	9( 9.9)	47(51.7)	11(12.1)	91( 19.2)	
	Total	21( 4.4)	74(15.6)	98(20.7)	204(43.1)	76(16.1)	473(100.0)	
Education level	Middle school or lower	4( 9.1)	6(13.6)	10(22.7)	19(43.2)	5(11.4)	44( 9.5)	$\chi^2 = 7.250^{NS}$ df = 8 p = 0.510
	High school	14( 5.1)	40(14.6)	56(20.4)	125(45.5)	40(14.6)	275( 59.8)	
	College or higher	3( 2.1)	24(17.0)	28(19.9)	58(41.1)	28(19.9)	141( 30.7)	
	Total	21( 4.5)	70(15.2)	94(20.4)	202(43.9)	73(15.9)	460(100.0)	
Occupation	Employed housewife	5( 3.3)	17(11.2)	37(24.3)	63(41.5)	30(19.7)	152( 32.6)	$\chi^2 = 7.222^{NS}$ df = 4 p = 0.125
	Full-time housewife	16( 5.1)	55(17.5)	58(18.5)	140(44.6)	45(14.3)	314( 67.4)	
	Total	21( 4.5)	72(15.5)	95(20.4)	203(43.6)	75(16.1)	466(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	3( 5.9)	9(17.7)	12(23.5)	20(39.2)	7(13.7)	51( 11.0)	$\chi^2 = 12.531^{NS}$ df = 12 p = 0.404
	100 - 149	7( 6.4)	21(19.3)	21(19.3)	50(45.9)	10( 9.2)	109( 23.4)	
	150 - 199	5( 3.5)	26(18.1)	30(20.8)	55(38.2)	28(19.4)	144( 31.0)	
	200 or more	6( 3.7)	17(10.6)	35(21.7)	75(46.6)	28(17.4)	161( 34.6)	
	Total	21( 4.5)	73(15.7)	98(21.1)	200(43.0)	73(15.7)	465(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	8( 7.7)	18(17.3)	19(18.3)	43(41.4)	16(15.4)	104( 22.4)	$\chi^2 = 21.976^*$ df = 12 p = 0.038
	30 - 39	1( 0.7)	30(21.1)	35(24.7)	58(40.9)	18(12.7)	142( 30.5)	
	40 - 49	6( 5.9)	12(11.9)	27(26.7)	40(39.6)	16(15.8)	101( 21.7)	
	50 or more	6( 5.1)	14(11.9)	16(13.6)	59(50.0)	23(19.5)	118( 25.4)	
	Total	21( 4.5)	74(15.9)	97(20.9)	200(43.0)	73(15.7)	465(100.0)	
Residence type	Single-family house	2( 2.9)	6( 8.8)	16(23.5)	30(44.1)	14(20.6)	68( 14.5)	$\chi^2 = 11.159^{NS}$ df = 8 p = 0.193
	Apartment	16( 4.7)	55(16.2)	62(18.3)	154(45.4)	52(15.3)	339( 72.1)	
	Multi-story house	3( 4.7)	13(20.6)	19(30.2)	20(31.8)	8(12.7)	63( 13.4)	
	Total	21( 4.5)	74(15.7)	97(20.6)	204(43.4)	74(15.7)	470(100.0)	

NS : Not significant

\* : p < 0.05

\*\* : p < 0.01

### 5) 가 격

풍미 증진제의 구입시 기준으로 가격의 고려에 대한 결과는 Table 10과 같다. 풍미 증진제의 구입시 기준으로 가격에 대하여 49.8%이상의 주부가 고려하는 편이다. 19.9%이상이 가끔 고려한다, 18.8%이상이 항상 고려한다, 9.7%이상이 거의 고려하지 않는다, 0.9%이상이 전혀 고려하지 않는다라고 응답하였으며, 연령, 교육정도, 직업, 가족전체 월 수입, 주거형태에 따른 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 월 평균 식생활 지출비를 적게 쓰는 주부일수록 가격을 항상 고려하거나 고려하는 편이다에 응답률이 높아서 유의적인 차이를 보여서(p = 0.016), 경제적인 요인이 풍미 증진제의 구입시 기준으로 가격 고려에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

### 4. 풍미 증진제의 향후 이용여부 및 요구사항

#### 1) 향후 이용여부

풍미 증진제의 향후 이용여부에 대한 결과는 Table 11에 나타났다. 앞으로 풍미 증진제의 사용량을 줄이겠다에 70.0% 이상, 계속 사용하겠다에 17.3% 이상, 사용하지 않겠다에

12.1% 이상이 응답하였고, 이는 최근 건강에 대한 관심증가와 시판되고 있는 풍미 증진제의 유해성에 대한 불안감을 반영하는 것으로 사료된다. 교육정도에서는 학력이 높을수록 풍미 증진제를 계속 사용하겠다에 응답율이 감소하는 반면, 사용하지 않겠다에 응답율은 증가하여 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.002). 직업을 가진 주부의 경우에 교육정도가 높은 주부와 유사한 경향을 보이거나 유의적이지 않았으며(p = 0.057), 가족전체 월수입이 증가할수록 풍미 증진제를 계속 사용하겠다에 응답율이 감소하는 반면에 사용하지 않겠다에 응답율은 증가하는 경향을 보이거나 유의적이지 않았다(p = 0.054). 월 평균 식생활비의 지출이 30만원 미만인 주부의 73.4%, 18.4%, 8.3%가 각각 풍미 증진제의 사용량을 줄이겠다, 계속 사용하겠다, 사용하지 않겠다에 응답한 반면에 50만원 이상을 월 평균 식생활비로 지출하는 주부의 64.2%, 20.3%, 15.5%가 각각 풍미 증진제의 사용량을 줄이겠다, 사용하지 않겠다, 계속 사용하겠다에 응답하여 유의적인 차이를 나타내었다(p = 0.038). 풍미 증진제의 향후 이용여부에 대하여 연령, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 없었으며, 이상의 결과로 볼 때 학력이 높

**Table 9.** Housewives' consideration of the packaging of flavor enhancer products N(%)

Variables	Group	Never consider	Rarely consider	Occasionally consider	Usually consider	Always consider	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	1(1.2)	12(14.3)	21(25.0)	43(51.2)	7( 8.3)	84( 17.9)	$\chi^2 = 17.527^{NS}$ df = 12 p = 0.131
	35 - 39	6(4.1)	15(10.3)	26(17.9)	69(47.6)	29(20.0)	145( 30.9)	
	40 - 44	2(1.3)	24(15.8)	28(18.4)	67(44.1)	31(20.4)	152( 32.3)	
	45 or older	5(5.6)	16(18.0)	19(21.4)	39(43.8)	10(11.2)	89( 18.9)	
	Total	14(3.0)	67(14.3)	94(20.0)	218(46.4)	77(16.4)	470(100.0)	
Education level	Middle school or lower	3(7.3)	9(22.0)	11(26.8)	14(34.2)	4( 9.8)	41( 9.0)	$\chi^2 = 13.124^{NS}$ df = 8 p = 0.108
	High school	8(2.9)	45(16.3)	52(18.8)	128(46.4)	43(15.6)	276( 60.4)	
	College or higher	3(2.1)	12( 8.6)	29(20.7)	69(49.3)	27(19.3)	140( 30.6)	
	Total	14(3.1)	66(14.4)	92(20.1)	211(46.2)	74(16.2)	457(100.0)	
Occupation	Employed housewife	6(4.0)	20(13.3)	32(21.3)	68(45.3)	24(16.0)	150( 32.4)	$\chi^2 = 1.386^{NS}$ df = 4 p = 0.847
	Full-time housewife	7(2.2)	43(13.7)	62(19.8)	149(47.6)	52(16.6)	313( 67.6)	
	Total	13(2.8)	63(13.6)	94(20.3)	217(46.9)	76(16.4)	463(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	2(4.0)	9(18.0)	11(22.0)	20(40.0)	8(16.0)	50( 10.8)	$\chi^2 = 10.616^{NS}$ df = 12 p = 0.562
	100 - 149	4(3.7)	19(17.8)	24(22.4)	46(43.0)	14(13.1)	107( 23.1)	
	150 - 199	4(2.8)	23(16.0)	24(16.7)	73(50.7)	20(13.9)	144( 31.2)	
	200 or more	4(2.5)	15( 9.3)	35(21.7)	74(46.0)	33(20.5)	161( 34.9)	
	Total	14(3.0)	66(14.3)	94(20.4)	213(46.1)	75(16.2)	462(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	3(2.9)	15(14.6)	16(15.5)	49(47.6)	20(19.4)	103( 22.3)	$\chi^2 = 18.368^{NS}$ df = 12 p = 0.105
	30 - 39	1(0.7)	22(15.6)	31(22.0)	71(50.4)	16(11.4)	141( 30.5)	
	40 - 49	5(5.0)	17(17.0)	24(24.0)	33(33.0)	21(21.0)	100( 21.7)	
	50 or more	5(4.2)	12(10.2)	22(10.2)	62(52.5)	17(14.4)	118( 25.5)	
	Total	14(3.0)	66(14.3)	93(20.1)	215(46.5)	74(16.0)	462(100.0)	
Residence type	Single-family house	2(3.0)	9(13.6)	16(24.2)	31(47.0)	8(12.1)	66( 14.1)	$\chi^2 = 8.939^{NS}$ df = 8 p = 0.347
	Apartment	10(3.0)	45(13.3)	61(18.1)	159(47.0)	63(18.6)	338( 72.4)	
	Multi-story house	2(3.2)	13(20.6)	16(25.4)	27(42.9)	5( 7.9)	63( 13.5)	
	Total	14(3.0)	67(14.4)	93(14.4)	217(46.5)	76(16.2)	467(100.0)	

NS : Not significant

거나 월 평균 식생활 지출비가 높은 주부일수록 앞으로 시판되고 있는 풍미 증진제를 사용하지 않거나 사용량을 줄여갈 것으로 사료된다.

## 2) 요구사항

풍미 증진제에 관한 요구사항에 대한 결과는 Table 12에 나타났다. 조사대상주부의 78.7% 이상이 건강에 유해성이 없는 제품을 요구하였고, 13.5% 이상이 맛과 영양이 좋은 제품을 요구하였으며, 5.0%와 2.2% 이상이 각각 값싼 제품과 다양한 제품을 요구하였으나, 연령, 직업의 유무, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 교육정도에 있어서는 학력이 증가할수록 건강에 대한 요구도가 증가한 반면에 맛과 영양에 대한 요구도는 감소하여서 유의적인 차이를 나타내었다( $p = 0.016$ ). 가족전체 월수입에 있어서는 수입이 낮을수록 가격에 대한 요구도가 증가하였으며, 특히 가족전체 월수입이 100만원 미만인 주부의 경우에 건강, 맛과 영양, 가격에 대한 요구도가 각각 60.8%, 21.6%, 15.7%인 반면에 200만원 이상인 주부의 경우에는 건강, 맛과 영양, 가격에 대한 요구도가 각

각 80.3%, 15.4%, 1.9%로 유의적인 차이를 나타내었다( $p = 0.01$ ). 식품첨가물에 관한 연구에서 나타났듯이 건강에 대해 미치는 영향에 주부의 관심이 78.2%로(한왕근 1991) 본 연구 결과와 유사하였다. 이상의 결과로 볼 때, 소비자의 요구를 반영하여 앞으로 건강에 안전하여 믿고 먹을 수 있을 뿐 아니라, 맛있고 영양적으로 우수하며 값싸고 다양한 풍미 증진제가 개발생산되어야 할 것이다.

## 요약 및 결론

인천광역시에 거주하는 주부를 대상으로 풍미 증진제에 대한 인식을 살펴보고자 풍미 증진제의 맛, 편의성, 경제성, 안정성에 대한 인식, 풍미 증진제의 구입시 고려사항 및 향후 요구사항을 조사연구하였다. 설문지를 600명의 주부에 게 배포하여 자가 기록하게 하였으며 회수된 설문지 505부(회수율 84.2%)중 불완전한 응답의 설문지를 제외한 503부를 통계처리하여 얻은 결과는 다음과 같다.

1) 조사대상 주부는 40세 이상이 51.9%로 가장 많았고, 교육정도는 고졸이 59.0%로 고졸이상의 주부가 현저히 많

**Table 10.** Housewives' consideration of the price of favor enhancer products

N(%)

Variables	Group	Never consider	Rarely consider	Occasionally consider	Usually consider	Always consider	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	-	12(14.3)	21(25.0)	44(52.4)	7( 8.3)	84( 17.9)	$\chi^2 = 15.391^{NS}$ df = 12 p = 0.221
	35 - 39	1(0.7)	14( 9.7)	23(15.9)	75(51.7)	32(22.1)	145( 30.9)	
	40 - 44	1(0.7)	11( 7.3)	35(23.2)	71(47.0)	33(21.9)	151( 32.1)	
	45 or older	2(2.2)	9(10.0)	17(18.9)	45(50.0)	17(18.9)	90( 19.2)	
	Total	4(0.9)	46( 9.8)	96(20.4)	235(50.0)	89(18.9)	470(100.0)	
Education level	Middle school or lower	1(2.4)	4( 9.8)	9(22.0)	17(41.5)	10(24.4)	41( 9.0)	$\chi^2 = 5.591^{NS}$ df = 8 p = 0.693
	High school	2(0.7)	27( 9.8)	49(17.8)	142(51.6)	55(20.0)	275( 60.2)	
	College or higher	1(0.7)	14( 9.9)	33(23.4)	72(51.7)	21(14.9)	141( 30.8)	
	Total	4(0.9)	45( 9.9)	91(19.9)	231(50.6)	86(18.8)	457(100.0)	
Occupation	Employed housewife	1(0.7)	17(11.3)	33(22.0)	78(52.0)	21(14.0)	150( 32.4)	$\chi^2 = 4.026^{NS}$ df = 4 p = 0.403
	Full - time housewife	3(1.0)	29( 9.3)	60(19.2)	154(49.2)	67(21.4)	313( 67.6)	
	Total	4(0.9)	46( 9.9)	93(20.1)	232(50.1)	88(19.0)	463(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	-	1( 2.0)	7(14.0)	30(60.0)	12(24.0)	50( 10.8)	$\chi^2 = 13.921^{NS}$ df = 12 p = 0.306
	100 - 149	1(0.9)	9( 8.5)	18(17.0)	59(55.7)	19(17.9)	106( 22.9)	
	150 - 199	-	17(11.8)	33(22.9)	68(47.2)	26(18.1)	144( 31.2)	
	200 or more	3(1.9)	18(11.1)	38(23.5)	73(45.1)	30(18.5)	162( 35.1)	
	Total	4(0.9)	45( 9.7)	96(20.8)	230(49.8)	87(18.8)	462(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	2(1.9)	3( 2.9)	18(17.5)	55(53.4)	25(24.3)	103( 22.3)	$\chi^2 = 24.689^*$ df = 12 p = 0.016
	30 - 39	-	12( 8.6)	28(20.0)	76(54.3)	24(17.1)	140( 30.3)	
	40 - 49	-	20(19.8)	22(21.8)	42(41.6)	17(16.8)	101( 21.9)	
	50 or more	2(1.7)	11( 9.3)	26(22.0)	58(49.2)	21(17.8)	118( 25.5)	
	Total	4(0.9)	46(10.0)	94(20.4)	231(50.0)	87(18.8)	462(100.0)	
Residence type	Single-family house	-	6( 9.1)	11(16.7)	34(51.5)	15(22.7)	66( 14.1)	$\chi^2 = 7.746^{NS}$ df = 8 p = 0.459
	Apartment	4(1.2)	29( 8.6)	71(21.0)	173(51.2)	61(18.1)	338( 72.4)	
	Multi-story house	-	11(17.5)	13(20.6)	27(42.9)	12(19.1)	63( 13.5)	
	Total	4(0.9)	46( 9.9)	95(20.3)	234(50.1)	88(18.8)	467(100.0)	

NS : Not significant

\* : p < 0.05

은 분포를 나타냈다. 조사대상자의 66.7%가 전업 주부이고 가족 전체 월수입은 대부분이 100만원 이상이었으며 그중 월 평균 식생활 지출비로 대부분이 30만원 이상을 지출하는 것으로 나타났다. 주거형태는 71.0%가 아파트에 거주하여 대부분의 주부가 아파트에 거주하는 것으로 나타났다.

2) 풍미 증진제의 맛에 대한 인식은 58.3% 이상이 그저 그렇다, 31.3% 이상이 좋다, 6.2% 이상이 나쁘다, 1.8% 이상이 매우 나쁘다로 응답하였으며, 연령, 교육정도, 직업의 유무, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 나타나지 않았다.

3) 풍미 증진제의 편의성에 대하여 61.3% 이상의 주부가 좋다, 26.9% 이상이 그저 그렇다, 7.4% 이상이 매우 좋다, 3.0% 이상이 나쁘다, 0.6% 이상이 매우 나쁘다 라고 응답하였으며, 연령, 가족전체의 월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 없었으나, 교육정도가 높을수록 풍미 증진제의 편의성에 대해 긍정적이고 직업을 가진 주부도 전업주부에 비해 긍정적인 반응을 보여서 유의적인 차이를 나타냈다.

4) 풍미 증진제의 경제성에 대하여 62.2% 이상의 주부가 그저 그렇다, 23.5% 이상이 좋다, 11.1% 이상이 나쁘다, 11.1% 이상이 매우 좋다, 1.0% 이상이 매우 나쁘다 라고 응답하였다. 연령, 교육정도, 직업의 유무, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 없었으나, 가족전체의 월수입과 월 평균 식생활 지출비에 따른 유의적인 차이를 나타냈다.

5) 풍미 증진제가 건강에 미치는 영향이 나쁘다라고 48.1% 이상의 주부가 응답하였으며, 그저 그렇다 37.3%, 매우 나쁘다 12.6%, 좋다 1.2%, 매우 좋다 0.2%로 풍미 증진제의 안정성에 대해 대부분의 주부가 긍정적이지 않은 것으로 나타났다. 풍미 증진제가 건강에 미치는 영향이 나쁘다라는 항목에 가족전체 월수입이 증가할수록 응답한 비율이 높은 경향이나 유의적이지 않았으며, 연령, 교육정도, 직업의 유무, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

6) 대부분의 주부들이 풍미 증진제의 구입시 기준으로 제조일자를 고려하는 것으로 나타났으며, 연령, 교육정도에는 유의적인 차이를 나타내었으나 직업의 유무, 가족전체

**Table 11.** Housewives' intention of the use of favor enhancer products

Variables	Group	Will not use	Will keep using	Will reduce the	Total	p-value
Age(years)	Younger than 35	8( 9.5)	14(16.7)	62(73.8)	84( 17.6)	$\chi^2 = 2.679^{NS}$ df = 6 p = 0.848
	35 - 39	19(12.6)	31(20.5)	101(66.9)	151( 31.6)	
	40 - 44	19(12.7)	26(17.3)	105(70.0)	150( 31.4)	
	45 or older	13(14.0)	13(14.0)	67(72.0)	93( 19.4)	
	Total	59(12.3)	84(17.6)	335(70.1)	478(100.0)	
Education level	Middle school or lower	3( 6.8)	10(22.7)	31(70.5)	44( 9.5)	$\chi^2 = 16.761^{**}$ df = 4 p = 0.002
	High school	24( 8.6)	49(17.6)	205(73.7)	278( 59.8)	
	College or higher	31(21.7)	23(16.1)	89(62.2)	143( 30.7)	
	Total	58(12.5)	82(17.6)	325(69.9)	465(100.0)	
Occupation	Employed housewife	26(16.8)	21(13.6)	108(69.7)	155( 32.9)	$\chi^2 = 5.722$ df = 2 p = 0.057
	Full-time housewife	32(10.1)	61(19.3)	223(70.6)	316( 67.1)	
	Total	58(12.3)	82(17.4)	331(70.3)	471(100.0)	
Household income (10,000won/month)	Less than 100	2( 3.9)	14(26.9)	36(69.2)	52( 11.1)	$\chi^2 = 12.366$ df = 6 p = 0.054
	100 - 149	13(11.7)	23(20.7)	75(67.6)	111( 23.7)	
	150 - 199	15(10.4)	22(15.3)	107(74.3)	144( 30.7)	
	200 or more	28(17.3)	22(13.6)	112(69.1)	162( 34.5)	
	Total	58(12.4)	81(17.3)	330(70.3)	469(100.0)	
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	9( 8.3)	20(18.4)	80(73.4)	109( 23.2)	$\chi^2 = 13.366^*$ df = 6 p = 0.038
	30 - 39	11( 8.1)	29(21.3)	96(70.6)	136( 28.9)	
	40 - 49	12(11.8)	14(13.7)	76(74.5)	102( 21.7)	
	50 or more	25(20.3)	19(15.5)	79(64.2)	123( 26.2)	
	Total	57(12.1)	82(17.5)	331(70.4)	470(100.0)	
Residence type	Single-family house	6( 8.1)	16(21.6)	52(70.3)	74( 15.6)	$\chi^2 = 3.373^{NS}$ df = 4 p = 0.497
	Apartment	45(13.3)	54(16.0)	239(70.7)	338( 71.0)	
	Multi-story house	8(12.5)	14(21.9)	42(65.6)	64( 13.4)	
	Total	59(12.4)	84(17.7)	333(70.0)	476(100.0)	

NS : Not significant

\* : p &lt; 0.05

\*\* : p &lt; 0.01

월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에는 유의적인 차이를 나타내지 않았다.

7) 대부분의 주부들이 품미 증진제의 구입시 기준으로 제조업체를 고려하는 것으로 나타났으며, 연령, 교육정도, 주거형태에는 유의적인 차이를 나타내었으나, 직업의 유무, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비에는 유의적인 차이를 나타내지 않았다.

8) 품미 증진제의 구입시 기준으로 첨가물에 대하여 고려하는 편이다에 43.0%이상, 가끔 고려한다에 20.4%이상, 항상 고려한다에 15.7%이상, 거의 고려하지 않는다에 15.5%이상, 전혀 고려하지 않는다에 4.4%이상이 응답하였으며, 교육정도, 직업의 유무, 가족전체 월수입, 주거형태에 따른 유의적인 차이는 나타나지 않았으나, 연령, 월 평균 식생활 지출비에 따른 유의적인 차이를 나타내었다.

9) 품미 증진제의 구입시 기준으로 포장 단위에 대하여 46.1%이상의 주부가 고려하는 편이다, 19.9%이상이 가끔 고려한다, 16.0%이상이 항상 고려한다, 13.6%이상이 거의 고려하지 않는다, 2.8%이상이 전혀 고려하지 않는다고 응답하였으며, 연령, 교육정도, 직업의 유무, 가족전체 월수입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에는 유의적인 차이를 나타내지 않았다.

입, 월 평균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이가 나타나지 않았다.

10) 품미 증진제의 구입시 기준으로 가격에 대하여 49.8%이상의 주부가 고려하는 편이다, 19.9%이상이 가끔 고려한다, 18.8%이상이 항상 고려한다, 9.7%이상이 거의 고려하지 않는다, 0.9%이상이 전혀 고려하지 않는다고 응답하였으며, 연령, 교육정도, 직업의 유무, 가족전체 월수입, 주거형태에 따른 유의적인 차이가 나타나지 않았으나, 월 평균 식생활비를 적게 쓰는 주부일수록 가격을 항상 고려하거나 고려하는 편이다에 응답률이 높아서 유의적인 차이를 보였다.

11) 앞으로 품미 증진제의 사용량을 줄이겠다에 70.0%이상, 계속 사용하겠다에 17.3% 이상, 사용하지 않겠다에 12.1% 이상이 응답하였고, 교육정도, 월 평균 식생활비에는 유의적인 차이를 나타내었으나, 직업의 유무, 가족전체 월수입, 주거형태에는 유의적인 차이를 나타내지 않았다.

12) 조사대상주부의 78.7% 이상이 건강에 유해성이 없는 제품을 요구하였고, 13.5% 이상이 맛과 영양이 좋은 제품을 요구하였으며, 5.0%와 2.2% 이상이 각각 값싼 제품과 다양한 제품을 요구하였으나, 연령, 직업의 유무, 월 평

**Table 12.** Housewives'needs for favor enhancer products

Variables	Group	Cheap	Nutritious	Various	Good for	Total	N(%)	p-value
Age(years)	Younger than 35	1(1.2)	16(19.3)	1(1.2)	65(78.3)	83( 17.7)	$\chi^2 = 11.451^{NS}$ df = 9 p = 0.246	
	35 - 39	7(4.7)	16(10.7)	4(2.7)	123(82.0)	150( 32.1)		
	40 - 44	8(5.4)	17(11.6)	3(2.0)	119(81.0)	147( 31.4)		
	45 or older	8(9.1)	15(17.1)	3(3.4)	62(70.5)	88( 18.8)		
	Total	24(5.1)	64(13.7)	11(2.4)	369(78.9)	468(100.0)		
Education level	Middle school or lower	6(14.3)	7(16.7)	-	29(69.1)	42( 9.2)	$\chi^2 = 15.614^*$ df = 6 p = 0.016	
	High school	15(5.5)	39(14.4)	8(3.0)	209(77.1)	271( 59.4)		
	College or higher	2(1.4)	16(11.2)	2(1.4)	123(86.0)	143( 31.4)		
	Total	23(5.0)	62(13.6)	10(2.2)	361(79.2)	456(100.0)		
Occupation	Employed housewife	4(2.6)	22(14.3)	1(0.7)	127(82.5)	154( 33.4)	$\chi^2 = 6.009^{NS}$ df = 3 p = 0.111	
	Full-time housewife	19(6.2)	42(13.7)	10(3.3)	236(76.9)	307( 66.6)		
	Total	23(5.0)	64(13.9)	11(2.4)	363(78.7)	461(100.0)		
Household income (10,000won/month)	Less than 100	8(15.7)	11(21.6)	1(2.0)	31(60.8)	51( 11.1)	$\chi^2 = 21.779^*$ df=9 p=0.010	
	100 - 149	7(6.5)	13(12.2)	3(2.8)	84(78.5)	107( 23.3)		
	150 - 199	6(4.3)	14(10.0)	3(2.1)	117(83.6)	140( 30.4)		
	200 or more	3(1.9)	25(15.4)	4(2.5)	130(80.3)	162( 35.2)		
	Total	24(5.2)	63(13.7)	11(2.4)	362(100.0)	460(100.0)		
Food expenses (10,000won/month)	Less than 30	7(6.6)	17(16.0)	2(1.9)	80(7.5)	106( 23.0)	$\chi^2 = 5.993^{NS}$ df = 9 p = 0.741	
	30 - 39	9(6.8)	14(10.6)	2(1.5)	107(81.1)	132( 28.6)		
	40 - 49	4(4.0)	14(13.9)	3(3.0)	80(79.2)	101( 21.9)		
	50 or more	3(2.5)	18(14.8)	4(3.3)	79(79.5)	122( 26.5)		
	Total	23(5.0)	63(13.7)	11(2.4)	364(79.0)	461(100.0)		
Residence type	Single-family house	4(5.6)	13(18.1)	1(1.4)	54(75.0)	72( 15.5)	$\chi^2 = 2.732^{NS}$ df = 6 p = 0.842	
	Apartment	17(5.1)	40(12.1)	9(2.7)	265(80.1)	331( 71.0)		
	Multi-story house	3(4.8)	10(15.9)	1(1.6)	49(77.8)	63( 13.5)		
	Total	24(5.2)	63(13.5)	11(2.4)	368(79.0)	466(100.0)		

NS : Not significant

\* : p < 0.05

균 식생활 지출비, 주거형태에 따른 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 교육정도에 있어서는 학력이 증가할수록 건강에 대한 요구도가 증가한 반면에 맛과 영양에 대한 요구도는 감소하여서 유의적인 차이를 나타내었으며, 가족전체 월 수입에 있어서는 수입이 낮을수록 가격에 대한 요구도가 증가하여서 유의적인 차이를 나타내었다.

이상의 결과로 볼 때, 소비자의 요구를 반영하여 앞으로 건강에 안전하여 믿고 먹을 수 있을 뿐 아니라, 맛있고 영양적으로 우수하며 값싸고 다양한 풍미 조미료가 개발생산되어야 할 것이다.

### 참고문헌

김소연(1995) : 주부의 가공식품에 대한 구매행동과 식품 첨가물에 대한 인식. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문  
 안숙자(1989) : 우리 나라 가공 식품에 대한 인식 및 이용실태에 관한 연구. *한국조리과학회지* 5(2) : 75-90  
 정영섭(2000) : 발효공학이 빛어 낸 식탁 위의 혁명. *식품산업과 영양* 5(2) : 70-74  
 특집 I. MSG이용실태와 안전성에 관한 좌담회(1993) : *식품과학과*

*산업* 26(4) : 9-23  
 한국 식품 연합(1998) : 조미료, pp.429-431  
 한미영(1998) : 도시주부의 가공식품 구매행동과 식품첨가물에 관한 인식 연구. 성신여자대학교 교육대학원 석사학위논문  
 한왕근(1990) : 식품안전성 및 식품 첨가물에 대한 소비자 인식에 관한 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문  
 Allen DH, Delohery J, Gaker G(1987) : Monosodium L-glutamate-induced asthma. *J Allergy Clin Immunol* 80 : 530-537  
 FASEB report(1995) : Background on Monosodium Glutamate. <http://www.familyheaven.com/health/bak-msg.html>  
 Garattini S(2000) : Glutamic acid, twenty years later. *J Nutr* 130(4S) : 901S-909S  
 Geha RS, Beiser A, Ren C, Patterson R, Greenberger PA, Grammer LC, Ditto AM, Harris KE, Shaughnessy MA, Yamold PR, Corren J, Saxon A(2000) : Review of alleged reaction to monosodium glutamate and outcome of a multicenter double-blind placebo-controlled study. *J Nutr* 130(4S) : 1058S-1062S  
 Halpem BP(2000) : Glutamate and the flavor of foods. *J Nutr* 130(4S) : 910S-914S  
 Ikeda K(1912) : On the taste of the salt of glutamic acid. *Proc. 8th. Int Congr Appl Chem* 38 : 147  
 Kwok RHM(1928) : Chinese-restaurant syndrome. *N Eng J Med* 278 : 796

696 · 주부의 풍미 증진제에 대한 인식

- Loliger J(2000) : Function and importance of glutamate for savory foods. *J Nutr* 130(4S) : 915S-920S
- Manning ME, Stevenson DD(1991) : Pseudoallergic drug reactions. *Immunol Allergy Clin N Am* 11 : 101-107
- Schwartzstein RM, Kelleher M, Weinberger SE, Weiss JW, Drazen JM (1987) : Airways effects of monosodium glutamate in subjects with chronic stable asthma. *J Asthma* 24 : 167-172
- Simon RA(1986) : Adverse reactions to food additives. *N Eng Reg*

*Allergy Proc* 7 : 533-542

- Yang WH, Drouin MA, Herbert M, Mao Y, Karsh J(1997) : The monosodium glutamate symptom complex : assessment in a double-blind, placebo-controlled, randomized study. *J Allergy Clin Immunol* 99(6 Pt 1) : 757-762
- Yamaguchi S, Ninomiya K(2000) : Umami and food palatability. *J Nutr* 130(4S) : 921S-926S