

## 떡 상품의 식사대용을 위한 소비자의 인식도 및 이용 실태 조사

김 충 호\*, 이 지 현†

호원대학교 식품외식조리학부\*, 대림대학 호텔관광외식계열

## The Study on the Consumers' Perception and Purchasing Behavior of Rice Cake as a Meal

Chung-Ho Kim\*, Ji-Hyun Lee†

\*Professor Dept. of Foods & Culinary, Howon University

Professor Dept. of Hotel, Tourism & Food Service Management, Daelim College

### Abstract

This research was to investigate the consumers' perception and purchase behavior of Korean rice cake as a meal. The rate of consumers who had eaten rice cake as a meal was 64.7% and that of those who had not was 35.3%. For breakfast, 49.83% of them ate rice cake and for lunch 21.2% of them did. Reasons for eating rice cake for meal were investigated on 'easy to eat(63.21%)', 'the others(13.0%)', 'good taste (12.3%)' and 'healthy food(10.8%)'. Reasons for not eating rice cake for meal were researched on 'snack(40.09%)', 'difficult storage(21.9%)' and 'expensive(9.7%)'. After purchasing or making rice cake, 45.4% of consumers ate immediately and 30.9% of them ate within 1~2 days. In thawing methods of frozen rice cake as a meal, 51.3% of consumers used a microwave. Kinds of beverage with which rice cake was eaten were water(35.3%), coffee(14.9%), milk(13.8%) and Kimchi(dongchimi, 13.8%). The complementary points for purchase of rice cake as a meal were 'Small package(23.2%)', 'Good preference'(20.5%), 'Healthy food(15.0%)', 'Affordable price(12.7%)' and 'Low calorie(9.5%)'. Kinds of rice cake as a meal were Injeolmi(16.0%), Backsulgi(15.4%), Yaksik(9.3%) and Galacteok(9.0%).

Key words : rice cake, consumer, perception, purchasing behavior.

### I. 서 론

떡은 쌀로 만들어진 한국 고유의 전통 음식으로서 상고시대부터 오늘날까지 제사 음식, 통과 의례 음식, 생업 의례 음식, 무속 의례 음식, 선물 용 및 세사 풍속의 절식 등으로 많이 이용되어 왔다(윤서석, 1986). 조선시대 이후에 문헌에 수록된 떡의 종류는 190여 종에 이르며 그 종류로는 크게 찐떡, 친떡, 지진 떡과 삶은 떡으로 나뉘

며 사용하는 재료에 따라 그 이름이 다양하게 붙여진다.

떡은 식품의 3가지 기능을 평고루 갖춘 훌륭한 음식인데, 그 이유는 첫째, 떡은 맵쌀이나 찹쌀에 두류, 견과류, 과일 등을 혼합해 제조하기 때문에 영양소의 보완효과가 있어 영양적으로 균형 잡힌 식품이라고 할 수 있다. 둘째, 떡의 배합재료도 쑥, 송기, 신감초, 진달래, 국화, 계피, 오미자, 꿀, 생강, 유자 등의 이용은 떡의 맛과 향을 향상시킬

수 있을 뿐 아니라 이를 재료들 중에는 기능성을 지닌 재료들이 많아 떡이 기능성 식품으로서도 손색이 없다고 할 수 있다. 이와 같이 떡은 영양적, 관능적 및 기능적 요소가 함께 어우러진 우리의 고유한 음식이라는 점에 그 진가가 있다고 서술하고 있다(이효자, 1988).

그러나 떡의 원재료인 쌀은 수천 년 전부터 아시아 지역 거주인의 주식으로서 생명 유지에 중추적 역할을 해왔으며 주식으로서의 위치는 변함이 없을 것이다라고 예상하였지만 현재는 그 기능이 일부 쇠퇴해 가고 있는 실정이다. 쌀하면 우리는 곧 바로 밥을 연상시키게 되나 최근에 이로 러 쌀과 밥의 등식이 흔들리는 시점에 있으며, 이와 같은 현상은 지속적으로 국민 1인당 연간 쌀 소비량이 급격히 줄어들면서 주식으로서 쌀을 대체하는 식품 자원이 다양해졌기 때문이며, 떡은 위에서 서술한 것처럼 매우 훌륭한 전통 식품임에도 불구하고 떡의 제조 및 이용이 쇠퇴해가고 있는 것이 현재 국내의 전통 음식의 실정이며, 현대 사회의 산업화 및 사회적 변화로 인한 여성의 사회진출이 많아지면서 식생활에 많은 변화가 생겼기 때문으로 해석되고 있다. 즉, 산업화로 인한 식품의 대량 생산으로 가공 식품이나 즉석 식품 등이 많이 개발되었음은 물론 서양과의 잦은 왕래로 인한 식문화의 서구화 현상으로 소비자가 구미에 맞는 식품을 선택할 수 있는 기회가 많아졌으며, 주부들 또한 식품의 조리시간을 가능하면 줄일 수 있는 방법을 추구하고 있기 때문이다. 떡은 제조방법이 어렵고 쉽게 노화가 되는 단점이 있어 소규모로만 생산 판매되고 있으며, 다른 가공 식품에 비하면 구매하는데 어려움이 따른다. 즉 한국전통 떡류의 상품으로서의 문제점으로는 떡 소비의 한계성, 떡류 상품의 개발 및 생산의 영세성, 가격과 품질의 조화, 상품 개발과 제품 판매에 있어 고객 선정 미흡, 떡류의 용기 및 포장의 낙후, 연계 상품의 개발 미비, 판매업체의 마케팅 전략의 부재, 지원과 육성책 미흡 등이다(김민자, 2001). 이러한 이유들로 떡의 이용이 감

소되고 있다는 현상은 자연적인 추세로 생각된다.

지금까지 떡에 대한 이용 현황 및 인지도와 산업화 방안에 대한 연구로는 떡류의 문헌적 고찰 및 산업화에 관한 연구(김용식, 1999), 떡 개발과 상품화에 대한 연구(문정원, 1999), 떡의 상품화 방안(한복려, 2002), 초등학생의 기호도(최미숙 외, 2002), 대학생들(이진실, 1998), 여성들(황혜전, 2005)의 떡 섭취 실태 및 기호도 조사에 관한 연구만 있을 뿐 떡 상품의 식사 대용에 관한 연구는 없는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 쌀의 소비 촉진을 위한 기초적인 방안으로서 일반인들을 대상으로 식사 대용의 떡에 대한 실태 및 이용 현황을 조사하고 식생활 중 식사 대용으로서 떡에 대한 인식도 및 이용 실태를 파악하여 식사 대용으로서 떡을 상품화 할 수 있는 기초적인 자료와 함께 전통 음식의 한 부분인 떡의 대중화를 위한 방안을 제시하고자 한다.

## II. 조사 설계 및 분석 방법

### 1. 조사 설계

#### 1) 설문지 구성

본 연구를 수행하기 위해서 김지숙(2005), 김민자(2001), 이진실(1999), 윤재영(2000), 황혜전(2005), 홍금선 외(1999)의 선행 연구를 참고하여 연구자의 의도에 맞추어서 개발하여 사용하였다. 본 설문지는 2006년 9월 1일부터 20일까지 예비조사를 실시하여 식사 대용 떡에 대한 소비자의 인식도 및 사용실태에 대한 문제점을 수정, 보완하여 설문지를 최종 작성하였다. 설문지의 구성은 조사 대상자의 일반사항으로 성별, 연령, 가족 형태, 최종 학력, 가구당 월 수입 등 7개의 항목과 식사 대용으로 떡에 대한 식사 대용 여부 및 빈도 등 떡에 대한 식사 대용과 관련한 일반적인 조사 내용 12개 문항으로 총 19문항으로 구성되었다.

## 2) 조사 대상

본 설문 대상은 2006년 11월 1일부터 11월 30일까지 30일 동안 서울에 거주하며 H 백화점 및 L 백화점의 떡 코너를 이용하는 20세 이상의 성인들을 대상으로 설문지를 배포하였다. 설문지는 연구자 본인의 조사 목적과 설문지 개요를 설명한 다음 조사자들에게 배포, 회수되었으며, 조사 대상은 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자기 기입법으로 실시되었다. 설문지는 300부의 설문지를 배부 한 후, 287부를 회수하였고 이중 부정 확한 응답한 18부를 제외한 총 269부를 조사 자료로 이용하였다.

## 2 분석 방법

본 연구에서 수집된 자료는 코딩 과정을 거쳐 통계분석 프로그램 SPSS 12.0을 이용하여 기술적 통계인 빈도분석과 교차분석을 실시하였다. 조사 대상자의 일반적인 특성은 빈도(n)와 백분율(%)로 나타내었으며, 조사 대상자의 일반적 특성에 따른 식사 대용 떡의 섭취 현황 및 이용 실태를 알아보기 위하여 카이제곱 검증을 통한 유의성을 파악하였다.

## III. 결과 분석 및 고찰

### 1. 조사 대상자의 일반적인 특성

〈Table 1〉을 살펴보면 성별에서 남성과 여성 이 각각 137명(50.9%), 여성 132명(49.1%)로 비슷한 비율을 보이고 있다. 연령대에 있어서는 30대가 109명(40.5%), 20대가 83명(30.9%), 40대가 50명(18.6%)의 순으로 나타나고 있다. 가족 형태에서는 핵가족이 239명(88.8%)로 전체 응답자의 88.8%가 핵가족인 것으로 나타났다. 가구당 월 수입에서도 100~200만원이 79명(29.4%), 200~300만원대가 67명(24.9%), 400만원 이상이 61명(22.7%)의 순으로 나타났다.

### 2 식사 대용의 떡의 이용 실태

〈Table 1〉 General characteristics of subjects

	Variables	Frequency (N)	Rate (%)
Gender	Man	137	50.9
	Woman	132	49.1
Age(years)	20~29	83	30.9
	30~39	109	40.5
	40~49	50	18.6
	50~59	23	8.6
Occupation	Over 60	4	1.5
	Yes	257	95.5
	No	12	4.5
Family type	Nuclear family	239	88.8
	Extended family	30	11.2
Education	Primary school	1	0.4
	Middle school	3	1.1
	High school	39	14.5
	Junior college	81	30.1
	University	109	40.5
	Graduate school	36	13.4
Monthly income (10,000 won)	<100	15	5.6
	100~200	79	29.4
	200~300	67	24.9
	300~400	47	17.5
	>400	61	22.7
Religion	Buddhism	50	18.6
	Christianity	70	26.0
	Catholicism	72	26.8
	No religion	71	26.4
	Other	6	2.2
	Total	269	100.0

### 1) 식사 대용 떡의 이용 여부

〈Table 2〉는 설문 대상자들의 식사 대용으로 떡의 이용 여부에 관한 것이다. 식사 대용으로 떡을 이용하는 식사 시간대는 아침 식사의 경우가 전체 269명 중 134명으로 49.8%를 차지하였고 점심은 57명(21.2%) 순으로 나타나 식사 대용으로 떡을 사용할 식사 시간대는 아침 식사나 점심 시간이 적합한 것으로 나타났다.

떡을 식사 대용으로 하는 이유는 떡기가 간편해서가 179명(63.2%)로 가장 많게 나타났고 기타 와 맛있어서가 각각 35명(13.0%), 33명(12.3%)으로 순으로 나타났고 건강식품이라서 29명(10.8%)

Table 2 Experience in eating Korean rice cake as a meal

	Frequency(N)	Rate(%)
Eating time rice cake as a meal		
Breakfast	134	49.8
Lunch	57	21.2
Dinner	39	14.5
None	39	14.5
Reason for eating rice cake as a meal		
Easy to eat	179	63.2
The others	35	13.0
Good taste	33	12.3
Healthy(well-being) food	29	10.8
Functional(diet) food	2	0.7
Reason for not eating rice cake as a meal		
Snack	110	40.9
Difficult storage	59	21.9
Expensive	26	9.7
Difficult purchase	20	7.4
Dislike	19	7.1
The others	19	7.1
Feeling of not eating enough	16	5.9
Total	269	100.0

으로 나타났다. 떡을 식사 대용으로 하지 않는 이유는 간식이라고 생각되어서 110명(40.9%), 보관이 어려워서가 59명(21.9%), 가격이 비싸서 26명(9.7%)의 순으로 나타났다. 아직까지는 떡을 주식의 개념이 아니라 간식이나 부식 정도의 개념으로 받아들이고 있기에 떡을 주식으로 하려면 이에 대한 인식의 변화가 있도록 방안을 모색해야 할 것이다. 또한, 떡의 일반적인 문제인 보관에 관한 문제 역시 식사 대용을 위한 기술적인 측면에서도 해결해야 할 문제인 것으로 나타났다.

## 2) 식사 대용 떡의 부가적인 이용 사항

Table 3은 식사 대용의 떡을 먹을 경우 부가적인 이용사항에 관한 것이다. 구입하거나 만든 후 떡을 먹는 시기는 “바로 먹는다.”가 122명(45.4%)으로 나타났고 “1~2일 이내에 보관하여 먹는다.”가 83명(30.9%), “1~2주일 이내에 보관하여 먹는다.”가 30명(11.2%)로 나타나 떡의 보

관 기간이 길지 않기에 빠른 시간 안에 먹는 것으로 나타났다.

냉동 보관된 떡의 먹는 방법에 있어서도 “전자레인지를 이용한다.”가 138명(51.3%)으로 가장 높게 나타났으며, “쪄서 먹는다.”가 88명(32.7%)으로 나타나 식사 대용의 떡을 먹을 경우에 있어서 보관 방법 및 먹는 방법에 있어서도 간편하게 먹을 수 있는 방안을 고려해야 할 것으로 나타났다.

떡과 함께 먹는 음료 및 음식에 있어서는 생수가 95명(35.3%), 커피는 40명(14.9%), 우유 37명(13.8%) 순으로 나타났다. 따라서 떡과 함께 먹는 음료의 경우는 전통 음료를 먹는 경우는 적게 나타나 떡과 함께 먹을 수 있는 음료 역시 추가적인 개발 사항이라 고려된다.

식사 대용 구입 시 보완해야 할 점은 소포장 떡 110명(23.2%, 기호성이 좋은 음식은 97명(20.5%), 건강에 좋은 떡 71명(15.0%), 저렴한 떡 60명(12.7%), 저열량식 45명(9.5%) 순으로 나타났다. 따라서

Table 3 Additional items in eating Korean rice cake as a meal

	Frequency(N)	Rate(%)
Eating period after purchase or making rice cake as a meal		
Eating immediately	122	45.4
Eating within 1~2 days	83	30.9
Eating within 1~2 weeks	30	11.2
Eating within 3~4 weeks	22	8.2
The others	12	4.5
Thawing method of frozen rice cake		
Microwave	138	51.3
Steaming	88	32.7
Room temperature	37	13.8
The others	6	2.2
Kinds of beverage with eating rice cake		
Water	95	35.3
Coffee	40	14.9
Milk	37	13.8
Kimchi(Dongchimi)	37	13.8
Green tea	30	11.2
Carbonated drinks	22	8.2
The others	8	3.8
Complementary point for purchase of rice cake		
Small package	110	23.2
Good preference(good taste)	97	20.5
Healthy food	71	15.0
Affordable price	60	12.7
Low calorie	45	9.5
Diversity of purchase way	33	7.0
Long storage time	33	7.0
Feeling for eating enough	18	3.8
The others	7	1.5
Kinds of Korean rice cake as a meal		
Injeolmi(인절미)	133	16.0
Backsulgi(백설기)	128	15.4
Yaksik(약식)	77	9.3
Galaetteok(가래떡)	75	9.0
Patgomulsirutteok(팥고물시루떡)	68	8.2
Chaltteok(찰떡)	66	8.0
Songpyun(송편)	63	7.6
Mugiegaetteok(무지개떡)	52	6.3
Julpyun(줄편)	45	5.4
Kyungdan(경단)	43	5.2
Gaepitteok(개피떡(바람떡))	23	2.8
Duttuptteok(두텁떡)	19	2.3
Jeungpyun(종편(술떡))	17	2.1
Danja(단자)	10	1.2
The others	10	1.2
Total	269	100.0

떡을 식사 대용으로 개발할 경우, 소포장으로 포장하여 나누어서 먹을 수 있도록 포장하며 가격에 대한 저항성을 줄이고 웰빙 바람과 함께 건강에 좋은 떡을 개발하여 다이어트로서 활용할 수 있는 저열량식 떡의 개발 역시 고려해야 할 사항으로 판단된다.

식사 대용의 떡으로는 인절미 133명(16.0%), 백설기 128명(15.4%), 약식 77명(9.3%), 가래떡 75명(9.0%)의 순으로 나타났다. 그러나 선행 연구를 고려할 때 어린이 경우 송편과 꿀떡의 경우 선호도가 높은 것으로 나타나 연령대 및 기호도를 고려한 각각 경우를 고려하여 상품을 개발해야 것으로 사료된다.

### 3. 인구통계적 특성과 식사 대용 떡에 대한 관계

#### 1) 성별

성별에 따른 식사 대용 시간에 따른 교차분석 결과 카이제곱 검증에 따라 유의수준 0.05 이하에서 검증한 결과 **Table 4**에서와 같이 남성과 여성의 경우 유의한 차이를 보이고 있는데, 떡의 식사 대용 시간은 아침이 49.8%로 가장 많았고, 그 다음은 점심(21.2%), 저녁(14.5%) 및 없다(14.5%)

**Table 4** Effect of different gender in eating time for rice cake as a meal

Eating time for rice cake	Gender		Total	
	Man	Woman		
Breakfast	Frequency(N)	56	78	134
	Rate(%)	20.8	29.0	49.8
Lunch	Frequency(N)	29	28	57
	Rate(%)	10.8	10.4	21.2
Dinner	Frequency(N)	21	18	39
	Rate(%)	7.8	6.7	14.5
None	Frequency(N)	31	8	39
	Rate(%)	11.5	3.0	14.5

$$\chi^2=17.337, df=3, p=.001$$

\*p<0.05, \*\*p<0.01에서 유의함.

등의 순으로 나타났다. 성별에 따라서는 여성은 29.0%로 남성은 아침시간에 20.8%로 높게 나타났고, 남성은 7.8%로 여성은 6.7%로 식사 대용으로 떡을 먹는다는 비율이 높았다. 전체적으로 떡을 식사 대용을 이용하는 시간대는 아침 식사 시간으로 나타나 향후 바쁜 직장인이나 학생들의 경우 식사 대용으로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

**Table 5**는 성별에 따른 떡의 식사 대용 횟수의 교차분석 결과 카이제곱 검증에 따라 유의수준 0.05이하 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 남성과 여성의 경우, 1주일에 한번 이내가 남성은 17명(6.3%)에 비해 여성의 경우 30명(11.2%)로 높게 나타나 여성이 식사 대용을 많이 하는 것으로 나타났다. 2주일에 한 번 이내는 여성과 남성의 차이가 없었지만 3주일과 1달 이내에서는 여성이 남성보다 더 자주 이용하는 것으로 나타났고, 아예 먹지는 않는다에서는 남성이 24명(8.9%)

**Table 5** Effect of different gender in eating frequency for rice cake as a meal

	Eating frequency	Gender		Total
		Man	Woman	
Within one time per a week	Frequency(N)	17	30	47
	Rate(%)	6.3	11.2	17.5
Within one time per 2 weeks	Frequency(N)	13	15	28
	Rate(%)	4.8	5.6	104
Within one time per 3 weeks	Frequency(N)	3	9	12
	Rate(%)	1.1	3.3	4.5
Within one time per a month	Frequency(N)	28	32	60
	Rate(%)	10.4	11.9	22.3
Within one time per 3 months	Frequency(N)	20	25	45
	Rate(%)	7.4	9.3	16.7
Within one time per a year	Frequency(N)	32	8	40
	Rate(%)	11.9	3.0	14.9
None	Frequency(N)	24	13	37
	Rate(%)	8.9	4.8	13.8

$$\chi^2=25.147, df=6, p=.000$$

\*p<0.05, \*\*p<0.01에서 유의함.

로 여성 13명(4.8%)으로 높게 나타나 이에 대한 방안을 고려해야 할 것이다.

성별에 따른 냉동된 떡의 시식 방법에 대한 교차 분석 결과 카이제곱검증에 따라 유의수준 0.05 이하에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. <Table 6>은 성별에 따른 냉동된 떡의 시식 방법으로 남성의 실온에서 녹여서 먹는다가 여성은 27명(10.0%)이고, 남성은 10명(3.7%)로 나타났다. 전체적으로 전자레인지를 이용한다가 남성이 74명(27.5%)이고, 여성은 64명(23.8%)으로 가장 많은 51.3%의 비율로 나타났고 썩어서 먹는다 32.7%의 순으로 나타났다.

본 실증분석 결과를 토대로 연구자는 식사 대용의 떡을 개발함에 있어서 이용의 편의성을 위해서 떡 상품을 개발함에 있어서 소비자가 쉽게 전자레인지를 이용할 수 있도록 포장 및 가공할 수 있는 방안 역시 필요한 것으로 사료된다.

<Table 7>은 성별에 따른 식사 대용의 떡과 함께 먹는 음료수에 대한 교차분석 결과에 관한 것이다. 성별에 따른 식사 대용의 떡과 함께 먹는 음료수에서 생수를 먹는다가 전체 269명 중 95명으로 35.3%를 차지하였고 이 중 남성은 41명(15.2%)이고 여성은 54명(20.1%)로 나타났다. 또한, 남성의 경우는 우유가 27명(10%), 커피 19명

**Table 6 Effect of different gender in eating method for frozen rice cake as a meal**

Thawing method	Gender		Total
	Man	Woman	
Room temperature	Frequency(N)	10	27
	Rate(%)	3.7	10.0
Steaming	Frequency(N)	47	41
	Rate(%)	17.5	15.2
Microwave	Frequency(N)	74	64
	Rate(%)	27.5	23.8
The others	Frequency(N)	6	0
	Rate(%)	2.2	0.0

$\chi^2=14.857$ ,  $df=3$ ,  $p=.002$

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ 에서 유의함.

**Table 7 Effect of different gender in eating beverage with rice cake as a meal**

Beverage	Gender		Total
	Man	Woman	
Water	Frequency(N)	41	54
	Rate(%)	15.2	20.1
Green tea	Frequency(N)	12	18
	Rate(%)	4.5	6.7
Coffee	Frequency(N)	19	21
	Rate(%)	7.1	7.8
Milk	Frequency(N)	27	10
	Rate(%)	10.0	3.7
Carbonated drinks	Frequency(N)	18	4
	Rate(%)	6.7	1.5
Kimchi (Dongchimi)	Frequency(N)	17	20
	Rate(%)	6.3	7.4
The others	Frequency(N)	3	5
	Rate(%)	1.1	1.9

$$\chi^2=20.456, df=6, p=.002$$

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ 에서 유의함.

(7.1%), 탄산음료 18명(6.7%)의 순으로 나타났으며, 여성은 커피가 21명(7.8%), 동치미 20명(7.4%), 녹차 18명(6.7%)의 순으로 나타났다.

전체적으로 떡과 함께 먹는 음료수가 생수 및 우유, 동치미, 녹차 등 나타났으며, 떡과 함께 먹는 음료의 경우 비탄산 음료를 선호하는 것으로 떡과 함께 먹을 수 있는 음료 개발에 있어서 이러한 부분을 고려해야 할 것으로 사료된다.

## 2) 연령

연령에 따른 식사 대용을 하지 않는 이유에 대한 교차분석 결과 카이제곱검증에 따라 <Table 8>과 같이 유의수준 0.05 이하에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 가격이 비싸서와 구입이 어려워서, 보관이 어려워서 항목에서는 30대가 가장 높게 나타나고 있으며, 20대의 경우는 간식이라고 생각하는 경우가 45명(16.7%)로 가장 높게 나타났다. 전체적인 항목에서는 떡을 주식의 개념보다는 부식의 개념으로 파악하여 식사 대용

〈Table 8〉 Effect of different ages in reason for not eating rice cake as a meal

Reason for not eating rice cake as a meal	Age				Total	
	20~29	30~39	40~49	Over 50		
Dislike	Frequency(N)	6	11	1	1	19
	Rate(%)	2.2	4.1	0.4	0.4	7.1
Expensive	Frequency(N)	3	13	7	3	26
	Rate(%)	1.1	4.8	2.6	1.1	9.7
Difficult purchase	Frequency(N)	4	7	6	2	20
	Rate(%)	1.1	4.8	2.6	1.3	9.7
Difficult storage	Frequency(N)	14	29	9	5	59
	Rate(%)	1.5	2.6	2.2	1.5	7.4
Snack	Frequency(N)	45	38	20	7	110
	Rate(%)	16.7	14.1	7.4	2.6	40.9
Feeling of not eating enough	Frequency(N)	3	7	1	4	16
	Rate(%)	5.2	10.8	3.3	2.6	21.9
The others	Frequency(N)	8	4	6	1	19
	Rate(%)	3.0	1.5	2.2	0.4	7.1

$$\chi^2=38.231, df=24, p=.033$$

\*p<0.05, \*\*p<0.01에서 유의함.

을 하지 않는 것으로 나타나 떡을 식사 대용의 음식으로 사용할 수 있는 방안을 모색해야 하는 것으로 나타났다.

연령에 따른 떡을 식사 대용하는 이유는 〈Table 9〉와 같다. 먹기가 간편하다에서는 20대와 30대가 각각 61명(22.7%), 64명(23.8%)로 가장 많은

비중을 차지했고 40대도 32명(11.9%)으로 나타났다.

건강식품이라서 응답한 경우에는 30대가 19명(7.1%)로 나타나 간편성과 건강성과 같은 이유가 식사 대용으로 떡을 이용하는 것으로 나타났다. 그러나 맛있어서의 경우 전체적으로 12.3%의

〈Table 9〉 Effect of different ages in reason for eating rice cake as a meal

Reason for eating rice cake as a meal	Age				Total	
	20~29	30~39	40~49	Over 50		
Good taste	Frequency(N)	7	12	7	7	33
	Rate(%)	2.6	4.5	2.6	2.6	12.3
Easy to eat	Frequency(N)	61	64	32	13	170
	Rate(%)	22.7	23.8	11.9	4.8	63.2
Healthy food	Frequency(N)	4	19	3	2	29
	Rate(%)	1.5	7.1	1.1	1.1	10.8
Functional food	Frequency(N)	0	1	0	0	2
	Rate(%)	0.0	0.4	0.0	0.4	0.7
The others	Frequency(N)	11	13	8	3	35
	Rate(%)	4.1	4.8	3.0	1.1	13.0

$$\chi^2=54.952, df=16, p=.000$$

빈도가 적게 나타났고 떡에 대한 맛을 고려해야 할 것으로 나타났다. 이는 기존의 메뉴에 대한 선택속성과 관련된 선행 연구를 고찰할 때 소비자로 하여금 맛에 대한 부분을 중요하게 항목으로 설정하고 있는데 이는 떡을 식사 대용으로 한다면 떡 역시 맛에 대한 부분이 역시 중요한 요인이며, 떡을 식사 대용으로 개발할 경우 소비자의 기대에 부응할 수 있도록 개발해야 할 것으로 사료된다.

## V. 결 론

본 연구의 목적은 쌀 소비 촉진을 위한 방안으로서 일반인들을 대상으로 식사 대용의 떡에 대한 실태 및 이용 현황을 조사하고 식생활 중 식사 대용으로서 떡에 대한 인식도 및 이용 실태를 파악하여 향후 쌀 소비 촉진을 위한 떡의 식사 대용식 개발을 위한 기초적인 자료를 제공함과 동시에 전통 음식의 한 부분인 떡의 대중화를 위한 방안에 대해서 시사점을 제시하고자 한다.

연구 결과는 다음과 같다. 우선 빈도분석 결과 식사 대용으로 떡을 이용하는 식사 시간대는 아침 식사를 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이는 바쁜 아침 식사를 떡으로 대용하는 것으로 판단되지만 아침식사와 점심 식사 시간대에도 활용도를 올리기 위해서 편리성과 활용성을 고려하여 패스트푸드처럼 포장 및 내용을 개발하고 홍보를 한다면 식사 대용으로서 떡의 다양성을 확보할 수 있을 것으로 사료된다.

떡을 식사 대용으로 하는 이유는 먹기가 간편해서가 가장 많게 나타났고 맛있어서와 건강 식품이라서 순으로 나타났다. 따라서 떡 소비 시장을 확대하기 위해서는 좀 더 쉽게 다가갈 수 있도록 소비층의 기호도와 구매 요건을 맞추어서 다양한 제품의 개발과 함께 소비자들에 쉽게 접할 수 있는 유통 체계를 개발해야 할 것으로 나타났다. 이는 선행 연구에서도 언급했다시피 떡을 판매하는 업체의 영세함이 가장 큰 문제점으

로 드러났는데, 소비자들의 품질에 대한 신용도를 향상시키기 위해서는 떡 상품 역시 타 외식업체처럼 브랜드화된 상품의 개발이 필요할 것으로 여겨진다.

떡을 식사 대용으로 하지 않는 이유는 간식이라고 생각되어서와 보관이 어려워서, 가격이 비싸서 등의 순으로 나타났다. 아직까지는 떡을 주식의 개념이 아니라 간식이나 부식 정도의 개념으로 받아들이고 있기에 떡을 주식으로 하려면 이에 대한 인식의 변화가 있도록 방안을 모색해야 할 것이다. 따라서 이러한 부분은 교육 및 홍보 활동을 통한 빠른 변화보다는 장기적인 계획 아래 떡을 활용한 주식의 개념으로서 소비자들이 받아들일 수 있도록 지속적인 연구가 필요할 것으로 생각된다.

또한, 떡의 일반적인 문제인 보관에 관한 문제 역시 기술적인 측면에서도 해결해야 되며, 가격 역시 조리법의 표준화와 같은 정확한 레시피의 확보를 통한 원가 절감과 함께 소비자가 이해하고 받아들일 수 있는 가격에 대한 부분도 해결해야 할 것이다.

마지막으로 떡과 함께 먹을 수 있는 음료로는 생수, 커피, 우유 등 기본적인 음료 외에는 전통 음료를 떡과 함께 먹지 않는 것으로 나타나 떡과 잘 어울릴 수 있는 전통 음료 개발에 대한 후속 연구과제가 필요할 것이다. 일반적으로 패스트푸드와 탄산음료를 같이 먹는 것처럼 전통 음식인 떡과 함께 먹을 수 있는 전통 음식의 음료개발은 식사 대용으로 가기 위한 떡의 상품화 과정 중에 필수적인 요소로 여겨진다.

본 연구를 수행함에 있어서 분석대상에 따른 지역적 분배 및 좀 더 세분화된 인구통계적 변수를 활용하지 못한 것이 연구의 제한점을 가지고 있다. 따라서 향후 연구에서는 식사 대용을 위한 떡 상품의 개발에 있어서 표준화된 상품으로 이러한 한계점을 보완하고 체계적인 연구방법으로 지속적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

### 참고문헌

- 한국음식문화연구원논총 45-113.
1. 김민자 (2001) : 한국전통 음식의 관광상품화에 관한 연구-한국전통 떡류를 중심으로-, 순천향대학교 산업정보대학원 석사학위논문. 69-71.
  2. 김옥선 (2003) : 우리나라 전통 떡의 이용 현황에 관한 연구. 경희대학교 관광대학원 석사학위논문.
  3. 김용식 (1999) : 떡류의 문헌적 고찰 및 산업화에 관한 연구. 안양대학교 논문집, 22, 384-388.
  4. 김지숙 (2005) : 한국 전통 음식 브랜드화에 따른 포장디자인 전략에 관한 연구-영양 칠떡류를 중심으로-. 흥익대학교 대학원 석사학위논문.
  5. 문정원 (1999) : 떡 개발과 상품화에 대한 연구. 부산여자대학논문집 20:43-60.
  6. 이진실 (1998) : 수도권 대학생들의 떡의 이용 실태 및 기호도 조사. 한국조리과학학회지 14(2):133-139.
  7. 이효지 (1988) : 조선시대 떡류의 분석적 고찰,
  8. 이효지 (1995) : 한국전통 음식에 대한 의식·지식·기호도 연구. 대한가정학회지 33(4):65-67.
  9. 윤서석 (1986) : 한국음식 -역사와 조리법. 수학사, 331-343
  10. 윤재영 (2000) : 어린이와 어머니의 떡에 대한 인식 비교 연구. 한국조리과학학회지 16(6).
  11. 한복려(2002), 떡의 상품화 방안. 한국조리학회지 18(5):582-585.
  12. 홍금선·백수진·김수진 (1999) : 시판되는 한국 전통 음식의 인지도 및 기호도의 세대간 차이. 한국생활과학학회지 8(2).
  13. 황혜전 (2005) : 떡 상품의 대중화를 위한 이용 실태 파악과 인지도 조사-서울 지역 여성을 대상으로-. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
  14. 최미숙·정은희·현태선 (2002) : 충북 지역 아동들의 전통 음식에 대한 의식과 기호도. 한국식생활문화학회지 17(4):399-410.

---

2007년 2월 25일 접수

2007년 6월 13일 게재확정