

## 대구·경북 지역 소비자의 매실 가공 식품 이용 실태에 관한 조사 연구

김 인 속, 권 용 주<sup>\*¶</sup>

영남대학교 식품외식학부, \*경희대학교 호텔관광학부

### A Study on the Consumers' Use of *Prunus mume* Processed Products at Daegu and Gyeongbuk Areas in Korea

In-Sook Kim, Yong-Ju Kwon<sup>\*¶</sup>

Dept. of Food Technology & Food Service Industry, Yeungnam University

\*Major in Hotel & Tourism Management, Kyung Hee University

#### Abstract

This study was to investigate consumers' recognition, preference, and use condition of processed food of *Prunus mume*(PFPM). As for the general recognition of *Prunus mume*, as the age is higher, and as the group of manufacture and intake has a higher level of academic attainments, the level of recognition is high. The group that manufactures and takes in PFPM at home showed high preference for *Prunus mume* processed food, and significant differences were shown among groups in this regard. The group of higher age and academic attainment level and those who manufactured *Prunus mume* at home showed high intake frequency of PFPM. 88.7% of the all respondents said that they had had *Prunus mume* products such as *Prunus mume* alcoholic beverage(76.3%), undiluted solution of *Prunus mume*(74.9%), *Prunus mume* tea(60.1%), and *Prunus mume* Jjangajji, or sliced vegetables preserved in soy sauce or hot pepper paste(46.3%). The rates of intake experience on another PFPM were relatively very low, and PFPM consumers in Daegu and Gyeongbuk areas were very limited. As for the prospect of *Prunus mume* processed food consumption, 48.8% and 46.7% of the respondents expected that it would remain in the current condition and would increase respectively. Moreover, 62.8% of the respondents said that they would purchase new PFPM satisfying such requirements above, which suggests that producing new PFPM is very positive.

**Key words** : recognition, preference, use condition, processed food of *Prunus mume*(PFPM), consumers.

#### I. 서 론

매실(*Prunus mume* Siebold. et Zuccarini)은 타 과실에 비해 약리성이 아주 우수한 과일로서 특히, 항균 작용(Kim et al. 2003; Bae et al. 2003), 혈당 강하(Hwang JY 2005), 과다 위액 분비 억제

와 간 기능 회복(Sheo et al. 1990) 등의 생리 활성 효과에 집중되어 있으며, 본초강목, 신농본초경, 명 의 별 록 등의 각종 한 의 서 에 만 성 기 침, 하 열 에 의 한 가슴 의 열 기 나 목 마 름, 학 질, 만 성 설 사, 치 질, 혈 변, 혈 뇨, 회 충 에 의 한 급 성 복 통 이 나 구 토, 갈 고 리 촌 촌 감 염 등 을 치 료 한 다 는 기 록 이

¶ : 교신저자, 010-5670-2271, yjkwon@khu.ac.kr, 서울특별시 동대문구 회기동 1번지 경희대학교 호텔관광학부

있다(Jung OJ 2003 재인용; Lee et al. 2004 재인용). 이러한 매실의 다양한 기능이 부각되기 시작하면서 우리나라 매실 재배 면적은 2000년부터 해마다 20.7%씩 증가하였으며, 생산량 또한 재배 면적의 변화 추세에 따라 꾸준히 증가하였다(조성환 등 2006). 반면, 가공이 필수적인 매실을 이용한 매실 가공 제품의 형태는 매우 제한적이며, 농산물 및 가공 식품의 수입 개방 가속화가 급속히 진행되고 있는 시점에서의 매실 생산 농가의 경쟁력을 위한 다양한 매실 가공 식품 개발이 필요하다.

이에 본 연구는 대구·경북에 거주하는 소비자들을 대상으로 매실 가공 식품에 대한 인식과 기호도, 이용 실태 조사를 실시하여 매실 가공 식품의 개발 및 소비 활성화를 위한 기초 자료로서 이용하고자 하였다.

## II. 연구 방법

### 1. 조사 대상 및 조사 기간

본 연구의 조사 대상자는 대구·경북 지역에 거주하는 일반 소비자로서, 인구 통계적 특성과 건강에 대한 태도에 따른 매실 및 매실 가공 식품에 대한 인식 및 기호도, 이용 실태에 대한 조사를 실시하였다. 조사 내용이 포함된 예비 설문지를 작성하여 성인 남녀 50명을 대상으로 2007년 8월 25일부터 9월 10일까지 예비설문지를 배포하여 예비조사를 실시한 후, 설문지를 보완·수정하였다. 조사 기간은 2007년 9월 15일부터 9월 30일에 걸쳐 총 500부의 설문지를 배부하였으며, 조사 대상자가 설문 문항에 자기 기입 방법으로 응답하게 하였다. 조사 대상 집단 중 10대 후반은 대구, 경북 지역 3개 고등학교에서 2학년 남녀 학생을 대상(140명)으로 하였으며, 20대는 대구, 경북 지역 3개 전문대학, 대학교 남녀 학생(100명), 30~50대 이상은 대구, 경북 지역에 거주하는 성인 남녀를 대상(30대 85명, 40대 90명, 50대 85명)으로 하여 설문지를 배부, 회수하였다. 그 중

불성실한 응답 14부를 제외한 486부(회수율 97.2%)를 조사 분석에 활용하였다.

### 2. 설문지 구성

설문지의 구성은 매실 가공 식품에 대한 소비자의 구매 행태 및 선호도 분석(Kim et al. 2006), 자연산 송이의 이용 실태 및 제품화 방안 연구(Park 2006), 경주 지역 향토음식에 대한 대학생의 인식과 기호도 조사 연구(Lee & Choi 2004), 한국 전통음식 중 김치에 대한 인지도 및 기호도 연구(유영혜 2003), 떡 상품의 식사 대용을 위한 소비자의 인식도 및 이용 실태 조사(Kim & Lee 2007)를 기초로 하여 본 연구에 적합하게 수정하여 사용하였다. 본 연구의 조사 내용은 조사 대상자의 일반적 사항, 조사 대상자의 건강에 대한 태도, 매실에 대한 인식, 매실 가공 식품에 대한 기호도 및 이용 실태, 매실 및 매실 가공 식품의 소비 전망과 개선점 등으로 구성하였다.

#### 1) 조사 대상자의 일반적 사항

조사 대상자의 일반적 사항을 조사하기 위해 대상자의 성별, 연령대, 월평균 소득, 직업, 최종 학력, 가족 형태, 가족 수에 대한 문항으로 구성하였다.

#### 2) 조사 대상자의 건강에 대한 태도

조사 대상자의 건강에 대한 태도에 관해 알아보기 위해 건강에 대한 관심도, 건강을 위해 비중을 두는 부분, 조사 대상자가 느끼는 건강 상태의 문항으로 구성하였다.

#### 3) 매실에 대한 인식

매실에 대한 인식의 11가지 조사 항목에는 ‘매우 그렇다’, ‘그렇다’, ‘보통이다’, ‘그렇지 않다’, ‘매우 그렇지 않다’의 5점 척도를 사용하였다.

#### 4) 매실 가공 식품의 기호도 및 이용 실태

매실 가공 식품의 기호도 및 이용 실태를 알아

보기 위하여 매실 가공 식품을 먹어 본 적이 있는지, 먹어본 적이 있다면 얼마나 자주 먹는지, 매실 가공 식품을 좋아하거나 싫어한다면 그 이유는 무엇인지, 매실 가공 식품을 섭취하게 된 동기는 무엇인지, 매실 가공 식품 종류별 섭취 유무, 섭취 경로, 매실 가공 식품을 집에서 만들어 먹거나 시판 제품을 사 먹는다면 어떤 종류인지를 조사하기 위한 문항으로 구성하였다.

### 5) 매실 가공 식품의 소비 전망과 개선점

매실 가공 식품의 소비 전망과 개선점에 대해 알아보기 위하여, 조사 대상자의 매실 가공 식품에 대한 소비 전망과 새로운 매실 가공 식품 개발 시 구입 의향, 매실 가공 식품의 보급 및 구매의향 개선을 위해 바라는 점에 대한 문항 등으로 구성하였다.

### 3. 자료 분석

자료 분석은 SPSS 12.0 program을 이용하여 통계 처리하였다. 조사 대상자의 일반적 사항 및 건강 태도, 소비 전망, 개선점에 대하여는 빈도분석을 실시하여 빈도와 백분율을 구하였으며, 매실의 인식 및 기호도는 5점 척도를 사용하여 t-test 및 one way ANOVA를 실시하고, Duncan's multiple range test를 통해 유의성을 검정하였으며, 매실의 이용 실태에 대하여는 교차분석을 실시하여 유의성을 검정하였다.

## Ⅲ. 결과 및 고찰

### 1. 조사 대상자의 일반적 사항

조사 대상자의 일반적 사항은 <표 1>에 나타낸 바와 같다.

성별은 남자 44%, 여자 56%였으며, 연령대는 10대 후반 27.6%, 20대 20.2%, 30대 17.1%, 40대 18.3%, 50세 이상이 16.9%였다. 월평균 가구 소득은 200~299만원이 29.4%로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 200만원 미만 28.4%, 400만원 이상

<표 1> 조사 대상자의 일반적 사항 (n=486)

항목	구분	빈도(%)
성별	남자	214( 44.0)
	여자	272( 56.0)
연령	10대 후반	134( 27.6)
	20대(20~29세)	98( 20.2)
	30대(30~39세)	83( 17.1)
	40대(40~49세)	89( 18.3)
	50세 이상	82( 16.9)
가구 소득 (월 평균)	200만원 미만	138( 28.4)
	200~299만원	143( 29.4)
	300~399만원	86( 17.7)
	400만원 이상	119( 24.5)
학력 수준	고졸 이하	176( 36.2)
	대학 재학	100( 20.6)
	대졸	164( 33.7)
가족 수	대학원 재학 이상	46( 9.5)
	1명	7( 1.4)
	2명	18( 3.7)
	3명	86( 17.7)
	4명	270( 55.6)
가족 형태	5명 이상	105( 21.6)
	핵가족	442( 90.9)
	확대가족	41( 8.4)
전체	기타	3( 0.6)
	전체	486(100.0)

24.5%, 300~399만원이 17.7%의 순으로 나타났다. 학력 수준은 고졸 이하가 36.2%였으며, 대졸이 33.7%, 대학 재학이 20.6%, 대학원 재학 이상이 9.5%였다. 가족 수는 조사 대상자의 55.6%가 4명이라고 응답하였으며, 그 다음이 5명 이상(21.6%), 3명(17.7%)의 순으로 나타났다. 가족 형태는 90.9%가 핵가족이라고 응답하였으며, 8.4%만이 확대가족이라고 응답하였다.

### 2. 조사 대상자의 건강에 대한 태도

조사 대상자의 건강에 대한 관심 여부는 '관심이 있다'가 447명으로 92%였으며, '관심이 없다'는 응답이 8%였다(그림 1). 조사 대상자의 대부분

분은 건강에 대한 관심이 있는 것을 확인할 수 있었다.

건강을 위한 중점 비중 부분은 건강에 관심이 있다고 응답한 조사 대상자의 42.8%가 건강을 위하여 ‘운동’에 가장 비중을 두고 있다고 하였으며, 37.6%는 ‘식생활’, 13.4%는 ‘건강 보조 식품의 섭취’, 5.5%가 ‘영양제 복용’에 비중을 두고 있다고 응답하였다(그림 2).

조사 대상자가 느끼는 자신의 건강 상태는 47.3%가 ‘보통’이라고 하였으며, 40.1%는 ‘건강하다’고

응답하였다. 반면 12.6%는 ‘건강하지 않다’고 응답하여 조사 대상자의 87.4%가 자신의 건강 상태를 보통 이상으로 생각하고 있었다(그림 3).

### 3. 매실에 대한 전반적인 인식

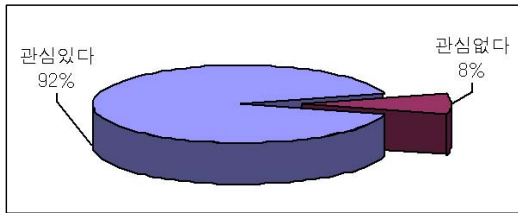
#### 1) 성별, 연령에 따른 매실의 전반적인 인식

성별, 연령에 따른 매실의 전반적인 인식에 대한 유의성 검정은 <표 2>에 나타난 바와 같다. 조사 대상자의 매실에 대한 전반적인 인식은 ‘건강 식품이다’라는 항목에 대해 평균 4.04로 가장 높은 점수를 나타냈으며, 다른 항목에 대하여는 ‘보통’ 이상의 점수를 나타냈다.

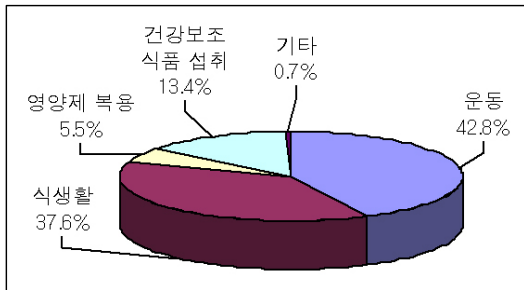
성별에 따른 전반적인 인식의 차이를 살펴보면, ‘영양식품이다’라는 항목에서 남자는 3.68, 여자는 3.52의 점수를 나타내, 남자가 여성에 비해 매실을 영양식품으로 인식하는 경향이 높은 것으로 나타났다( $p < 0.05$ ). ‘다이어트 식품이다’의 항목에서는 여자 3.05, 남자 3.28의 점수를 나타내 여자보다 남자가 매실을 다이어트 식품으로 인식하는 정도가 높은 것으로 나타났다( $p < 0.01$ ).

연령에 따른 전반적인 인식의 차이는 ‘기호식품이다’, ‘장수식품이다’라는 항목에서 10대 후반, 20대에 비해 연령이 높아질수록 매실을 기호식품, 장수식품으로 인식하는 정도가 높은 것으로 나타났다( $p < 0.001$ ). 또한, ‘전통식품이다’의 항목에서는 30대가 평균 3.94로 가장 높은 점수를 나타냈으며, 그 다음이 40대, 50대, 20대, 10대 후반의 순이었다( $p < 0.001$ ).

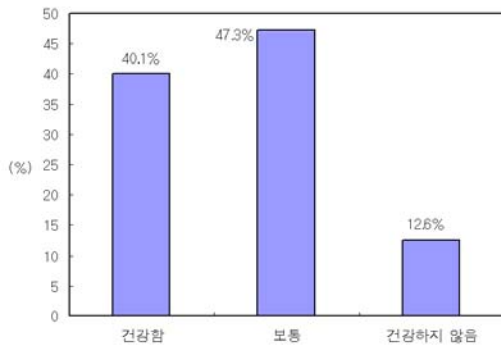
‘계절식품이다’의 항목에서는 30대 이상의 연령대(3.60~3.66)와 20대 이하의 연령대(3.25~3.48) 간의 유의한 차이를 나타냈으며( $p < 0.01$ ), ‘가공이 필요한 식품이다’의 항목에서는 50대 이상은 3.77로 비교적 높은 점수를 보였으나, 상대적으로 10대 후반, 20대, 40대는 3.37~3.38로 낮은 점수를 나타냈다( $p < 0.001$ ). ‘인체에 부작용이 없는 식품이다’의 항목에서는 30대가 평균 3.75였으나, 상대적으로 10대 후반은 평균 3.26으로 상대적으로



<그림 1> 조사 대상자의 건강에 대한 관심도.



<그림 2> 건강 관심자의 건강을 위한 중점 비중 부분.



<그림 3> 조사 대상자의 자가 건강 상태 평가.

〈표 2〉 성별, 연령에 따른 매실의 전반적인 인식

항목	전체	성별			연령					F-value
		남자	여자	t-value	10대 후반	20대	30대	40대	50대 이상	
영양식품이다	3.59±0.79	3.68±0.81	3.52±0.77	2.17*	3.72±0.76	3.66±0.72	3.51±0.83	3.52±0.80	3.45±0.82	2.28
건강 식품이다	4.04±0.68	4.03±0.69	4.05±0.68	-0.30	3.98±0.71	4.14±0.64	4.06±0.72	4.01±0.65	4.05±0.68	0.89
다이어트식품이다	3.15±0.87	3.28±0.87	3.05±0.86	2.90**	3.13±0.81	3.26±0.83	3.05±0.80	3.08±1.00	3.23±0.92	1.00
기호식품이다	3.42±0.86	3.47±0.87	3.39±0.85	1.10	3.22±0.87 <sup>c</sup>	3.17±0.85 <sup>d</sup>	3.52±0.74 <sup>b</sup>	3.51±0.84 <sup>b</sup>	3.88±0.78 <sup>a</sup>	11.11***
장수식품이다	3.43±0.85	3.51±0.89	3.37±0.81	1.83	3.25±0.83 <sup>b</sup>	3.23±0.82 <sup>b</sup>	3.54±0.85 <sup>a</sup>	3.60±0.91 <sup>a</sup>	3.67±0.75 <sup>a</sup>	5.93***
전통식품이다	3.67±0.83	3.72±0.86	3.63±0.81	1.21	3.43±0.92 <sup>b</sup>	3.51±0.86 <sup>b</sup>	3.94±0.69 <sup>a</sup>	3.87±0.80 <sup>a</sup>	3.79±0.64 <sup>a</sup>	8.12***
계절식품이다	3.49±0.88	3.51±0.91	3.48±0.85	0.35	3.25±0.90 <sup>b</sup>	3.48±0.89 <sup>ab</sup>	3.66±0.82 <sup>a</sup>	3.63±0.91 <sup>a</sup>	3.60±0.78 <sup>a</sup>	4.38**
미용식품이다	3.53±0.81	3.49±0.87	3.57±0.76	-1.19	3.51±0.83	3.64±0.83	3.43±0.78	3.43±0.82	3.67±0.74	1.79
가공이 필요한 식품이다	3.47±1.01	3.46±1.09	3.48±0.94	-0.26	3.37±1.09 <sup>b</sup>	3.38±1.06 <sup>b</sup>	3.57±0.84 <sup>ab</sup>	3.37±1.05 <sup>b</sup>	3.77±0.85 <sup>a</sup>	2.82*
인체에 부작용이 없는 식품이다	3.49±0.87	3.53±0.94	3.46±0.81	0.81	3.26±0.97 <sup>b</sup>	3.30±0.94 <sup>b</sup>	3.75±0.60 <sup>a</sup>	3.62±0.80 <sup>a</sup>	3.68±0.80 <sup>a</sup>	7.34***
청매실에는 독성분이 있다	3.17±1.01	3.17±0.99	3.18±1.03	-0.04	3.09±1.03 <sup>bc</sup>	3.32±1.03 <sup>ab</sup>	2.92±0.83 <sup>c</sup>	3.11±1.04 <sup>bc</sup>	3.48±0.96 <sup>a</sup>	4.11**

The value is mean±SD(\* $p$ <0.05, \*\* $p$ <0.01, \*\*\* $p$ <0.001).

Means with letters within a line are significantly different from each other by Duncan's multiple range test.

낮은 점수를 나타냈다. ‘청매실에는 독성분이 있다’의 항목에서는 50대 이상이 3.48로의 점수를 보인 반면, 30대 2.92, 40대 3.11, 10대 후반 3.09로 보다 낮은 점수를 나타내어 연령간의 유의한 차이를 나타냈다( $p$ <0.01).

이러한 결과로 보아, 매실에 대한 전반적인 인식에는 전체적으로 보통 이상의 점수를 나타냈으며, ‘영양식품이다’, ‘다이어트 식품이다’의 항목을 제외하고는 남녀간의 유의한 차이는 없었고 연령별 매실의 인식에 대한 차이는 유의한 것으로 나타났다. 특히, 청매실의 종자에는 아미그달린(amygdalin)이라는 청산 배당체가 함유되어 있어 생식이 부적합하므로 섭취하기 위해서는 가공 처리가 필요한 매실의 가공 특성에 대하여는 50대 이상을 제외한 연령대에서의 인식도가 상대적으로 낮은 것으로 나타나(현영희 등 2004), 매실 및 매실 가공 식품의 소비 활성화를 위해서는 매실의 영양 성분과 가공 특성에 대한 교육이 이루어져야 할 것으로 판단된다.

## 2) 주 섭취 경로, 학력 수준에 따른 매실의 전반적인 인식

주 섭취 경로, 학력 수준에 따른 매실의 전반적인 인식에 대한 결과는 〈표 3〉에 나타낸 바와 같다.

주 섭취 경로에 따른 매실의 전반적인 인식 차이는 ‘건강 식품이다’의 항목에서는 가정에서 직접 제조 섭취하는 집단이 평균 4.12였으며, 시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단은 평균 3.96으로 나타나, 집단간 유의한 차이를 나타냈다( $p$ <0.01). 또한, ‘기호식품이다’, ‘전통식품이다’의 항목에서도 시판 제품 구매 섭취 집단에 비해 가정 내 제조 섭취 집단이 높은 점수를 나타내어 집단간 유의한 차이를 나타냈다( $p$ <0.01). 이로써, 주 섭취 경로에 따른 매실의 전반적인 인식의 차이는 대부분의 항목에서 가정내 제조 섭취 집단이 높은 인식 정도를 나타내는 것을 알 수 있었다.

학력 수준에 따른 매실의 전반적인 인식 차이는 ‘건강 식품이다’의 항목에서는 대학원 재학 이상의 집단이 4.17로 높은 점수를 나타냈으며, 대학 재학 집단은 4.14, 대졸 집단은 3.60, 고졸 이하 집단은 3.35로 집단간 유의한 차이를 보였다( $p$ <0.01). ‘장수식품이다’, ‘전통식품이다’, ‘계절식품이다’, ‘인체에 부작용이 없는 식품이다’의 항

〈표 3〉 주 섭취 경로, 학력 수준에 따른 매실의 전반적인 인식

항목	전체	주 섭취 경로			t-value	학력 수준				F-value
		가정 내 제조	시판 제품	구매		고졸 이하	대학 재학	대졸	대학원 재학 이상	
영양식품이다	3.59±0.79	3.62±0.82	3.56±0.75	0.77	3.60±0.80	3.60±0.75	3.55±0.80	3.67±0.76	0.34	
건강 식품이다	4.04±0.68	4.12±0.73	3.96±0.62	2.62**	3.95±0.72 <sup>b</sup>	4.14±0.68 <sup>ab</sup>	4.04±0.65 <sup>ab</sup>	4.17±0.64 <sup>a</sup>	2.24*	
다이어트식품이다	3.15±0.87	3.20±0.93	3.10±0.80	1.18	3.09±0.84	3.24±0.87	3.15±0.93	3.17±0.77	0.64	
기호식품이다	3.42±0.86	3.54±0.86	3.31±0.85	2.86**	3.35±0.90 <sup>ab</sup>	3.20±0.85 <sup>b</sup>	3.60±0.81 <sup>a</sup>	3.57±0.75 <sup>b</sup>	5.49**	
장수식품이다	3.43±0.85	3.51±0.90	3.36±0.80	1.96	3.24±0.81 <sup>b</sup>	3.29±0.86 <sup>b</sup>	3.64±0.85 <sup>a</sup>	3.72±0.78 <sup>a</sup>	9.42***	
전통식품이다	3.67±0.83	3.80±0.90	3.55±0.75	3.29**	3.46±0.83 <sup>b</sup>	3.57±0.90 <sup>b</sup>	3.85±0.75 <sup>a</sup>	4.07±0.65 <sup>a</sup>	11.00***	
계절식품이다	3.49±0.88	3.51±0.95	3.48±0.80	0.31	3.32±0.86 <sup>b</sup>	3.53±0.89 <sup>ab</sup>	3.57±0.86 <sup>ab</sup>	3.78±0.87 <sup>a</sup>	4.46**	
미용식품이다	3.53±0.81	3.50±0.88	3.57±0.74	-0.89	3.52±0.81	3.55±0.85	3.55±0.79	3.52±0.81	0.06	
가공이 필요한 식품이다	3.47±1.01	3.47±1.09	3.47±0.91	-0.05	3.47±1.05	3.33±1.00	3.57±0.97	3.46±0.98	1.16	
인체에 부작용이 없는 식품이다	3.49±0.87	3.51±0.93	3.48±0.81	0.36	3.32±0.92 <sup>b</sup>	3.34±0.93 <sup>b</sup>	3.70±0.78 <sup>a</sup>	3.72±0.66 <sup>a</sup>	7.65***	
청매실에는 독성분이 있다	3.17±1.01	3.24±1.06	3.11±0.95	1.52	3.13±1.01	3.39±0.97	3.14±1.01	3.02±1.04	2.10	

The value is mean±SD(\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001).

Means with letters within a line are significantly different from each other by Duncan's multiple range test.

목에서는 집단간 매우 유의한 차이를 보였는데 ( $p<0.01$ ,  $p<0.001$ ), 학력 수준이 높아질수록 매실에 대한 전반적인 인식 정도가 높은 것으로 나타났다. 이상의 결과로서, 매실에 대한 전반적인 인식은 학력 수준이 높을수록 인식 정도가 높은 것을 확인할 수 있었다.

#### 4. 매실 가공 식품의 기호도

조사 대상자의 매실 가공 식품 기호도에 대한 결과는 〈표 4〉에 나타난 바와 같다.

성별에 따른 매실 가공 식품의 기호도는 남자가 평균 3.50, 여자가 평균 3.44로 남자가 여자보다 기호도가 높았으나, 유의적인 차이는 나타나지 않았다.

연령에 따른 매실 가공 식품의 기호도는 50대 이상이 3.74로 가장 높은 점수를 나타냈으며, 10대 후반, 40대가 3.44의 점수를 보였다. 또한, 30대는 3.40, 20대는 3.36으로 나타나 전반적으로 연령이 높아질수록 기호도가 높아지는 경향을 나타냈다( $p<0.01$ ).

학력 수준에 따른 매실 가공 식품의 기호도의 차이는 대학원 재학 이상이 3.67로 가장 높게 평가하였으나, 유의적인 차이는 보이지 않았다.

〈표 4〉 매실 가공 식품의 기호도

	항목	기호도	t/F-value
성별	남자	3.50±0.77	0.95
	여자	3.44±0.77	
연령	10대 후반	3.44±0.81 <sup>b</sup>	3.44**
	20대	3.36±0.72 <sup>b</sup>	
	30대	3.40±0.75 <sup>b</sup>	
	40대	3.44±0.77 <sup>b</sup>	
	50대 이상	3.74±0.75 <sup>a</sup>	
학력 수준	고졸 이하	3.46±0.80	1.54
	대학 재학	3.38±0.75	
	대졸	3.47±0.74	
주 섭취 경로	대학원 재학 이상	3.67±0.82	7.22***
	가정 내 제조	3.71±0.75	
건강 관심도	시판 제품 구매	3.23±0.72	4.00***
	관심 있다	3.51±0.77	
자가 건강 상태 평가	관심 없다	3.00±0.65	2.60
	건강하다	3.56±0.83	
	보통이다	3.40±0.73	
	건강하지 않다	3.41±0.74	
	전체	3.47±0.77	

The value is mean±SD(\*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001).

Means with letters within a column are significantly different from each other by Duncan's multiple range test.

주 섭취 경로에 따른 매실 가공 식품의 기호도는 가정내에서 직접 제조 섭취하는 집단이 평균 3.71의 기호도를 보여, 시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단에 비해 기호도가 매우 높게 평가되었다( $p<0.001$ ). 이러한 결과로서, 가정 내에서 매실 가공 식품을 직접 제조 섭취하는 집단이 시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단보다 매실 가공 식품을 더 좋아하는 것을 알 수 있었다.

건강에 대한 관심도에 따른 기호도는 관심이 있다고 응답한 집단이 관심이 없다고 응답한 집단보다 높은 기호도를 나타내 건강에 대한 관심이 높은 사람이 건강 식품인 매실을 가공한 식품에 대한 기호도가 높은 것을 알 수 있었다( $p<0.001$ ). 또한, 조사 대상자가 인식하는 자신의 건강 상태 평가에 따른 매실 가공 식품의 기호도는 자신이 건강하다고 느낄수록 매실 가공 식품 기호도가 높았으나, 집단간 유의한 차이는 없었다.

### 5. 매실 가공 식품의 기호 이유

평소 매실 가공 식품을 좋아한다고 응답한 집단의 매실 가공 식품을 좋아하는 이유에 대한 결과는 <표 5>에 나타내었다. 성별에 따른 매실 가공 식품을 좋아하는 이유에 대한 차이에 관한 유의성은 없었으며, 연령에 따라서는 매우 유의한 차이를 나타냈다( $p<0.001$ ). 10대 후반, 20대의 각각 51.7%, 45.0%가 매실 가공 식품을 좋아하는 이유로 ‘맛이 좋아서’라고 응답하였으며, 30대의 26.5%가 ‘건강에 좋아서’, ‘맛이 좋아서’라고 응답하였다. 40대와 50대는 각각 55.3%, 36.0%가 건강에 좋아서 매실 가공 식품을 좋아한다고 응답하여 연령이 높을수록 건강 유익성을 이유로 매실 가공 식품을 좋아했으며, 연령이 낮아질수록 맛이 좋아서 매실 가공 식품을 좋아하는 것으로 나타났다. 이는 중고등학생의 가공 식품을 사 먹는 이유가 영양의 고려보다는 맛에 의한 선택이 큰 비중을 차지하였다는 정(Choung 2005)의

<표 5> 매실 가공 식품을 좋아하는 이유

(N(%))

항목	좋아하는 이유						전체	비고
	건강에 좋아서	맛이 좋아서	피로 회복 효과	복통 완화 효과	기타			
성별	남자	29(29.6)	31(31.6)	14(14.3)	10(10.2)	14(14.3)	98(100.0)	$\chi^2=3.67$ $p=.453$ $df=4$
	여자	31(25.4)	41(33.6)	12( 9.8)	22(18.0)	16(13.1)	122(100.0)	
연령	10대 후반	6(10.3)	30(51.7)	3( 5.2)	13(22.4)	6(10.3)	58(100.0)	$\chi^2=71.31***$ $p=.000$ $df=16$
	20대	6(15.0)	18(45.0)	1( 2.5)	4(10.0)	11(27.5)	40(100.0)	
	30대	9(26.5)	9(26.5)	3( 8.8)	8(23.5)	5(14.7)	34(100.0)	
	40대	21(55.3)	2( 5.3)	11(28.9)	3( 7.9)	1( 2.6)	38(100.0)	
	50대 이상	18(36.0)	13(26.0)	8(16.0)	4( 8.0)	7(14.0)	50(100.0)	
학력 수준	고졸 이하	12(15.2)	34(43.0)	9(11.4)	15(19.0)	9(11.4)	79(100.0)	$\chi^2=35.58***$ $p=.000$ $df=12$
	대학 재학	7(17.1)	19(46.3)	1( 2.4)	3( 7.3)	11(26.8)	41(100.0)	
	대학원 재학 이상	30(40.0)	15(20.0)	11(14.7)	10(13.3)	9(12.0)	75(100.0)	
주 섭취 경로	가정내 제조 섭취	11(44.0)	4(16.0)	5(20.0)	4(16.0)	1( 4.0)	25(100.0)	$\chi^2=15.63**$ $p=.004$ $df=4$
	시판 제품 구매 섭취	48(33.1)	36(24.8)	17(11.7)	25(17.2)	19(13.1)	145(100.0)	
전체		60(27.3)	72(32.7)	26(11.8)	32(14.5)	30(13.6)	220(100.0)	

1) n=220.

2) \*\* $p<0.01$ , \*\*\* $p<0.001$ .

연구 결과와 같은 것이었다.

학력 수준에 따른 매실 가공 식품을 좋아하는 이유에 대하여는 고졸 이하 집단의 43.0%가 ‘맛이 좋아서’라고 응답했으며, 그 다음이 ‘복통 완화 효과’(19.0%)로 응답하였다. 대학 재학 중인 집단 또한 고졸 이하 집단과 마찬가지로 ‘맛이 좋아서’ 매실 가공 식품을 좋아한다고 응답한 비율이 가장 높았다. 반면, 대졸 집단은 40.0%, 대학원 재학 이상 집단의 44.0%가 ‘건강에 좋아서’의 이유로 매실 가공 식품을 좋아하는 것으로 응답하여 집단간 매우 유의한 차이를 나타냈다( $p < 0.001$ ). 주 섭취 경로에 따라서는 가정 내 제조 섭취하는 집단의 33.1%가 ‘건강에 좋아서’, 24.8%가 ‘맛이 있어서’로 응답하였으며, 시판 제품 구매 섭취집단은 48.0%가 ‘맛이 좋아서’를 매실 가공 식품을 좋아하는 이유로 응답하였다( $p < 0.01$ ).

이상의 결과들을 종합해 볼 때, 연령, 학력 수

준이 높을수록, 매실 가공 식품을 가정 내에서 직접 제조 섭취하는 집단이 ‘건강에 좋아서’를 이유로 매실 가공 식품을 좋아한다고 응답한 비율이 높았으며, 연령, 학력 수준이 낮을수록 ‘맛의 기호성’을 이유로 매실 가공 식품을 좋아하는 것으로 응답한 비율이 높았다. 이상의 결과로 보아, 향후 매실 가공 식품의 소비 활성화를 위해서는 기호 요인들을 고려한 표적시장 선정과 마케팅 전략 수립이 필요할 것으로 판단된다.

### 6. 매실 가공 식품의 섭취 빈도

조사 대상자의 매실 가공 식품 섭취 빈도에 대한 결과는 <표 6>에 나타난 바와 같다. 전체 조사 대상자의 37.5%가 ‘1개월 1회 이상’으로 응답하였으며, 19.1%가 ‘6개월에 1회 이상’, 13.6%가 ‘1주 1회 이상’ 매실 가공 식품을 섭취하는 것으로 나타났다. 10대 후반의 섭취 빈도는 1개월 1회 이

<표 6> 매실 가공 식품의 섭취 빈도

(N(%))

항목	섭취 빈도						전체	비고	
	2~3일 1회 이상	1주 1회 이상	1개월 1회 이상	6개월 1회 이상	1년 1회 이상	기타			
성별	남자	29(13.6)	34(15.9)	87(40.7)	34(15.9)	23(10.7)	7( 3.3)	214(100.0)	$\chi^2=6.20$ $p=0.287$ $df=5$
	여자	38(14.0)	32(11.8)	95(34.9)	59(21.7)	33(12.1)	15( 5.5)	272(100.0)	
연령	10대 후반	14(10.4)	8( 6.0)	44(32.8)	33(24.6)	26(19.4)	9( 6.7)	134(100.0)	$\chi^2=74.64^{***}$ $p=0.000$ $df=20$
	20대	11(11.2)	7( 7.1)	30(30.6)	25(25.5)	15(15.3)	10(10.2)	98(100.0)	
	30대	7( 8.4)	15(18.1)	36(43.4)	14(16.9)	10(12.1)	1( 1.2)	83(100.0)	
	40대	19(21.3)	19(21.3)	33(37.1)	12(13.5)	4( 4.5)	2( 2.2)	89(100.0)	
	50대 이상	16(19.5)	17(20.7)	39(47.6)	9(11.0)	1( 1.2)	0( 0.0)	82(100.0)	
학력 수준	고졸 이하	23(13.1)	19(10.8)	60(34.1)	40(22.7)	26(14.8)	8( 4.5)	176(100.0)	$\chi^2=45.47^{***}$ $p=0.000$ $df=15$
	대학 재학	10(10.0)	7( 7.0)	30(30.0)	28(28.0)	16(16.0)	9( 9.0)	100(100.0)	
	대졸	25(15.2)	29(17.7)	77(47.0)	17(10.4)	11( 6.7)	5( 3.0)	164(100.0)	
	대학원 재학 이상	9(19.6)	11(23.9)	15(32.6)	8(17.4)	3( 6.5)	0( 0.0)	46(100.0)	
주 섭취 경로	가정내 제조 섭취	59(24.5)	42(17.4)	85(35.3)	30(12.4)	17( 7.1)	8( 3.3)	241(100.0)	$\chi^2=66.48^{***}$ $p=0.000$ $df=5$
	시판 제품 구매 섭취	8( 3.3)	24( 9.8)	97(39.6)	63(25.7)	39(15.9)	14( 5.7)	245(100.0)	
전체	67(13.8)	66(13.6)	182(37.5)	93(19.1)	56(11.5)	22( 4.5)	486(100.0)		

1) \*\*\* $p < 0.001$ .



상(32.8%), 6개월 1회 이상(24.6%), 1년 1회 이상(19.4%)의 순이었으며, 20대는 1개월 1회 이상(30.6%), 6개월에 1회 이상(25.5%, 1년 1회 이상(15.3%)의 순이었다. 30대는 1개월 1회 이상(43.4%), 1주 1회 이상(18.1%), 6개월 1회 이상(16.9%)의 순이었으며, 40대는 1개월 1회 이상(37.1%), 1주 1회 이상(21.3%), 2~3일 1회 이상(21.3%), 6개월 1회 이상(13.5%)의 순으로 나타났다. 50대 이상은 47.6%가 1개월에 1회 이상 매실 가공 식품을 섭취한다고 하였으며, 그 다음은 1주 1회 이상(20.7%), 2~3일 1회 이상(19.5%)의 순으로 나타났다.

이러한 결과는 연령이 높아질수록 매실 가공 식품의 섭취 빈도가 높음을 나타내는 것이며, 연령간의 섭취 빈도의 차이가 큰 것을 나타낸 것으로 판단된다( $p < 0.001$ ).

학력 수준에서는 고졸 이하와 대학 재학인 경우에는 1개월 1회 이상, 6개월 1회 이상, 1년 1회 이상이었으며, 대졸과 대학원 재학 이상인 경우에는 1개월 1회 이상, 1주 1회 이상, 2~3일 1회 이상의 순이었다( $p < 0.001$ ).

학력 수준이 높을수록 매실 가공 식품의 섭취 빈도가 높은 것으로 나타났으며, 대졸, 대학원 재학 이상의 집단이 매실 가공 식품을 좋아하는 이유로 '건강에 좋아서'가 가장 높은 빈도를 나타낸 결과에 비추어 볼 때, 학력 수준이 높을수록 건강 유익성이 있다고 인식하는 매실 가공 식품을 자주 섭취하였다.

주 섭취 경로에 따라서는 가정 내에서 직접 제조 섭취하는 집단은 1개월 1회 이상이 35.3%였으며, 그 다음이 1주 1회 이상, 2~3일 1회 이상의 순이었다. 반면, 시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단은 1개월 1회 이상, 6개월 1회 이상, 1년 1회 이상의 순으로 나타나, 주 섭취 경로에 따른 매실 가공 식품의 섭취 빈도는 매우 차이가 있었다( $p < 0.001$ ).

## 7. 매실 가공 식품의 섭취 동기

매실 가공 식품의 섭취 동기에 대한 결과는

〈표 7〉에 나타낸 바와 같다.

전체 조사 대상자 486명 중 32.1%가 주위(가족, 친척, 동료 등)의 권유로 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답하였으며, 27.2%가 매실이 건강에 좋기 때문에 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답하였으며, 20.0%는 맛이 있어서 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답하였다.

이러한 결과는 1995년에 연구 보고된 건강 식품의 정보를 친구, 가족에게서 많이 얻는다고 한 박명화(1995)의 연구 결과와도 관련이 있는 것으로 판단된다.

성별에 따른 유의한 차이는 없었으며, 연령간에는 매우 유의한 차이를 나타내었다( $p < 0.001$ ). 10대 후반은 46.3%가 주위로 권유로 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 하였으며, 29.1%가 맛이 있어서 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 하였다. 20대는 '주위의 권유로'(34.7%), '맛이 있어서'(24.5%), '건강에 좋아서'(18.4%)의 순이었으며, 30대는 '주위의 권유로'(32.5%), '건강에 좋아서'(31.3%), '선물로 받아서'(20.5%)의 순으로 나타났다. 40대는 48.3%가 매실이 건강에 좋기 때문에 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 하였으며, 25.8%는 '주위의 권유'로, 16.9%가 '선물로 받아서' 섭취하게 되었다고 하였다. 50대 이상은 37.8%가 '건강에 좋아서' 매실 가공 식품을 섭취한다고 하였으며, 29.3%는 '맛이 있어서', 15.9%가 '선물로 받아서'로 응답하였다.

이상의 결과는 Kim et al.(2006)이 30~40대 가구계층에서 매실 가공 식품을 구매하는 이유로 매실이 가지고 있는 독특한 맛과 향으로 응답한 반면, 50대 가구 계층에서는 매실 성분이 가지고 있는 기능성이나 질병 치료에 도움이 되는 성분이 있기 때문으로 답하여 연령대별로 매실 가공 식품의 구매 동기가 다르게 나타났다고 보고한 결과와 유사한 경향을 보이는 것이었다.

학력 수준에 따라서는 고졸 이하는 40.3%가 주위의 권유로 인해 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답하였으며, 그 다음이 맛이 있어서, 건

〈표 7〉 매실 가공 식품의 섭취 동기

(N(%))

항목	섭취 동기						전체	비고
	건강에 좋아서	맛이 있어서	선물로 받아서	주위 권유로	기타			
성별	남자	60(28.0)	47(22.0)	30(14.0)	67(31.3)	10( 4.7)	214(100.0)	$\chi^2=3.08$ $p=0.544$ $df=4$
	여자	72(26.5)	50(18.4)	39(14.3)	89(32.7)	22( 8.1)	272(100.0)	
연령	10대 후반	14(10.4)	39(29.1)	12( 9.0)	62(46.3)	7( 5.2)	134(100.0)	$\chi^2=92.08^{***}$ $p=0.000$ $df=16$
	20대	18(18.4)	24(24.5)	12(12.2)	34(34.7)	10(10.2)	98(100.0)	
	30대	26(31.3)	8( 9.6)	17(20.5)	27(32.5)	5( 6.0)	83(100.0)	
	40대	43(48.3)	2( 2.2)	15(16.9)	23(25.8)	6( 6.7)	89(100.0)	
	50대 이상	31(37.8)	24(29.3)	13(15.9)	10(12.2)	4( 4.9)	82(100.0)	
학력 수준	고졸 이하	29(16.5)	49(27.8)	20(11.4)	71(40.3)	7( 4.0)	176(100.0)	$\chi^2=55.81^{***}$ $p=0.000$ $df=12$
	대학 재학	19(19.0)	24(24.0)	12(12.0)	34(34.0)	11(11.0)	100(100.0)	
	대졸	62(37.8)	20(12.2)	28(17.1)	44(26.8)	10( 6.1)	164(100.0)	
	대학원 재학 이상	22(47.8)	4( 8.7)	9(19.6)	7(15.2)	4( 8.7)	46(100.0)	
주 섭취 경로	가정내 제조 섭취	92(38.2)	38(15.8)	15( 6.2)	85(35.3)	11( 4.6)	241(100.0)	$\chi^2=51.43^{***}$ $p=0.000$ $df=4$
	시판 제품 구매 섭취	40(16.3)	59(24.1)	54(22.0)	71(29.0)	21( 8.6)	245(100.0)	
	전체	132(27.2)	97(20.0)	69(14.2)	156(32.1)	32( 6.6)	486(100.0)	

1) n=486.

2) \*\*\* $p<0.001$ .

강에 좋아서의 순이었다. 대학 재학의 집단은 고졸 이하의 집단보다는 ‘건강에 좋아서’의 응답비율이 높았고, ‘주위의 권유’로 응답한 비율은 낮았으며, 비교적 유사한 경향을 나타냈다. 대졸 집단은 37.8%가 건강에 좋아서 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답한 비율이 가장 높았으며, 이러한 경향은 대학원 재학 이상의 집단에서 더 강해졌다( $p<0.001$ ).

주 섭취 경로에 따라서는 가정 내에서 직접 제조하여 섭취하는 집단은 ‘건강에 좋아서’, ‘주위의 권유로’, ‘맛이 있어서’의 순이었으며, 시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단은 ‘주위의 권유로’, ‘맛이 있어서’, ‘선물로 받아서’의 순으로 나타나 집단간 매우 유의한 차이를 보였다( $p<0.001$ ).

이상의 결과를 종합해 보면, 10대 후반은 매실의 건강 기능성을 인식하여 섭취하기보다 부모님

등의 주위 권유에 의해, 맛의 기호성 때문에 매실 가공 식품을 섭취하게 되었으며, 20대는 10대 후반에 비해 주위의 권유로 섭취하게 된 비율은 낮아지고, 오히려 건강에 좋아서 섭취하게 되었다고 응답한 비율이 증가하였다. 30대부터 50대 이상은 매실이 건강에 좋기 때문에 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답한 비율이 가장 높았으며, ‘주위의 권유’를 섭취 동기로 응답한 비율은 연령이 높아질수록 낮아졌다. 또한, 학력 수준이 높을수록 매실이 건강에 좋기 때문에 매실 가공 식품을 섭취하게 되었으며, 학력 수준이 낮을수록 주위의 권유로 인해 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 하였다. 가정에서 직접 제조하여 섭취하는 집단은 건강에 좋아서 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답한 비율이 가장 높았으며, 시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단은 주

위의 권유로 섭취하게 된 경우가 가장 많았다.

또한, 이러한 결과는 식품을 선택할 때는 식생활 태도, 영양지식, 다른 사람의 권유 정도, 건강 관심도가 영향을 미치는 요인으로 작용한다고 보고한 연구 결과와 유사하였으며(Yoon & Woo 1999; Lee & Kim 2000; Oh et al. 2002), 건강 보조식품의 섭취동기 분석 결과, 가족과 친구의 권유로 섭취하게 되었다는 연구 조사 결과(Shin 2002)와 건강 식품의 섭취 동기에는 주변의 권유가 의료 전문가의 처방보다 더 큰 영향을 미친다는 연구 조사 결과와도 유사하였다(Lee 2000).

### 8. 주 섭취 경로에 따른 매실 가공 식품의 주요 섭취 식품

매실 가공 식품의 주 섭취 경로에 따른 매실 가공 식품의 주요 섭취 식품에 대한 비교 결과는 <그림 4>와 같다.

가정에서 직접 매실 가공 식품을 제조 섭취하는 집단은 매실 원액을 가장 많이 섭취하는 것으로 나타났으며, 그 다음은 매실차, 매실 음료, 매실 장아찌, 매실 된장, 매실 고추장, 매실 식초 등의 순이었다.

시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단은 매실 음료를 가장 많이 섭취한다고 응답하였으며, 그 다음이 매실차, 매실 원액, 매실 장아찌, 매실 식초, 매실 된장, 매실 고추장의 순이었다. 이러한 결과는 매실 가공 식품 중 가장 자주 구입하는 제품으로 응답 가구의 77.3%가 음료로 응답하였다

는 조사 결과와 같은 것이었다(Kim et al. 2006).

특히, 가정 내 직접 제조 섭취하는 집단은 응답자의 64.7%가 매실 원액을 가장 많이 섭취하였으며, 시판 제품을 구매 섭취하는 집단은 60.8%가 매실 음료를 가장 많이 섭취한다고 응답하여 주 섭취 경로에 따른 주요 섭취 식품은 큰 차이가 있음을 알 수 있었다.

### 9. 매실 가공 식품의 소비 전망, 개선점, 향후 구입 의사

매실 가공 식품의 소비 전망, 개선점, 향후 구입 의사에 대하여 알기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 <표 8>에 나타난 바와 같다.

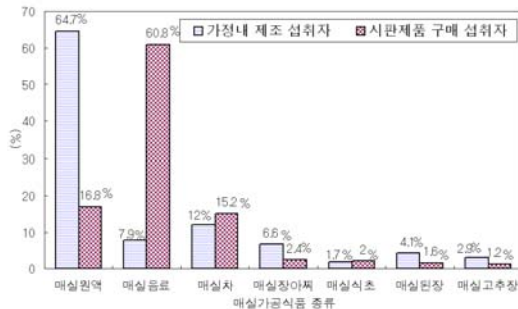
매실 가공 식품의 소비 전망에 관한 항목에는 조사 대상자의 48.8%가 ‘현 상태로 유지될 것이다’로 전망하였으며, 46.7%는 ‘소비가 증가할 것이다’라고 응답하였다. 반면, ‘소비가 감소될 것이다’이라고 응답한 비율은 4.5%에 불과하였다.

매실 가공 식품의 보급 및 구매의향 개선을 위한 요구 사항에 대한 항목에서는 조사 대상자의 28.8%가 ‘다양한 가공 제품 개발’이 요구된다고 응답하였으며, 24.3%는 ‘적극적인 홍보’가 요구된다고 응답하였다. 그 다음은 위생적인 제조 공정, 고품질의 제품 개발, 적절한 가격, 구입의 용이성의 순이었다.

이러한 결과는 매실 가공 식품 구매시의 애로점 중 ‘제품 가짓수가 부족하여’로 응답한 비율이 가장 높게 나타났던 조사 연구 결과(Kim et al. 2006)와 같은 의미인 것으로 판단된다.

매실 가공 식품의 보급 및 구매 의향 개선 요구 사항의 응답 비율이 가장 높았던 ‘다양한 제품 개발’과 ‘적극적인 홍보’는 매실 가공 식품의 섭취 경험 유무에 대한 문항에서 조사 대상자가 섭취 경험했던 매실 가공 식품의 종류가 매우 한정적이었던 것과 관련이 있으며, 보다 다양한 매실 가공 식품을 섭취하고자 하는 소비자의 욕구를 반영하는 것이라 판단된다.

윤성은(2002)은 매실음료의 출시 당시, 젊은 여



<그림 4> 주 섭취 경로에 따른 매실 가공 식품의 주요 섭취 식품.

〈표 8〉 매실 가공 식품의 소비 전망, 개선점, 향후 구입 의사

항목	구분	빈도(%)
매실 가공 식품 소비 전망	소비가 증가할 것이다	227( 46.7)
	현 상태로 유지될 것이다	237( 48.8)
	소비가 감소될 것이다	22( 4.5)
매실 가공 식품의 보급 및 구매 의향 개선 요구 사항	적절한 가격	50( 10.3)
	적극적인 홍보	111( 24.3)
	위생적인 제조 공정	83( 17.1)
	다양한 가공 제품 개발	140( 28.8)
	고품질의 제품 개발	74( 15.2)
	구입의 용이성	17( 3.5)
	기타	4( 0.8)
새로운 매실 가공 식품의 구입 의사	구입할 것이다	305( 62.8)
	보통이다	16( 34.2)
	구입하지 않을 것이다	15( 3.1)
전체		486(100.0)

성층을 타겟으로 소비를 주도하였으나, 현재는 주 타겟층의 인구 통계적 특징이 나타나지 않고 있고, 소비자는 매실음료가 매실과 관련되고 있음을 인식하고는 있으나, 막연히 건강, 자연 등을 연상시키므로 구체적인 매실 음료의 차별적 특징이나 건강과 관련된 구체적인 효능에 대해 강조하여 다른 건강 식품과의 차별화를 꾀하여야 한다고 하였다.

이러한 개선 요구 사항이 충족된 새로운 매실 가공 식품의 구매 의향에 관한 문항에서는 조사 대상자의 62.8%가 ‘구입할 것’이라고 응답하였고, 3.1%만이 ‘구입하지 않을 것’으로 응답하여, 향후 새로운 매실 가공 식품에 대한 소비 전망은 매우 밝은 것으로 판단된다.

#### IV. 요약 및 결론

본 연구는 다양한 매실 가공 식품 개발을 위한 소비자의 요구도 파악 및 기초 자료로 이용하고자 대구, 경북 지역 거주 소비자의 매실 및 매실 가공 식품에 대한 인식, 기호도, 이용 실태 조사를 실시하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

매실에 대한 전반적인 인식은 전체적으로 보통 이상의 점수를 나타냈으며, 연령이 높을수록, 가정 내 제조 섭취 집단일수록, 학력 수준이 높을수록 매실의 인식 정도가 높게 나타났다. 매실 가공 식품의 기호 정도는 연령이 높을수록, 가정 내에서 매실 가공 식품을 직접 제조 섭취하는 집단일수록 매실 가공 식품의 기호도가 높았으며, 집단간 유의한 차이를 나타냈다. 매실 가공 식품의 기호 이유는 연령, 학력 수준이 높을수록 매실 가공 식품을 가정 내에서 직접 제조 섭취하는 집단이 ‘건강에 좋아서’를 이유로 매실 가공 식품을 좋아한다고 하였으며, 연령, 학력 수준이 낮을수록 ‘맛의 기호성’을 이유로 매실 가공 식품을 좋아하는 것으로 나타났다.

매실 가공 식품의 섭취 빈도는 연령이 높을수록, 학력 수준이 높을수록 매실 가공 식품의 섭취 빈도가 높았으며, 가정 내에서 직접 매실 가공 식품을 제조하여 섭취하는 집단이 시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단에 비해 매실 가공 식품의 섭취 빈도가 높은 것으로 나타났다. 매실 가공 식품의 섭취 동기는 10대 후반이 매실의 건강 기능성을 인식하여 섭취하기보다 부모님 등의 주위

권유에 의해, 맛의 기호성 때문에 매실 가공 식품을 섭취하게 되었으며, 20대는 10대에 비해 주위의 권유로 섭취하게 된 비율은 낮아지고, 오히려 건강에 좋아서 섭취하게 되었다고 응답한 비율이 증가하였다. 30대부터 50대 이상은 매실이 건강에 좋기 때문에 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답한 비율이 가장 높았으며, '주위의 권유'를 섭취 동기로 응답한 비율은 연령이 높아질수록 낮아졌다. 또한, 학력 수준이 높을수록 매실이 건강에 좋기 때문에 매실 가공 식품을 섭취하게 되었으며, 학력 수준이 낮을수록 주위의 권유로 인해 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 하였다. 가정에서 직접 제조하여 섭취하는 집단은 건강에 좋아서 매실 가공 식품을 섭취하게 되었다고 응답한 비율이 가장 높았으며, 시판 제품을 구매하여 섭취하는 집단은 주위의 권유로 섭취하게 된 경우가 가장 많았다.

주 섭취 경로별 매실 가공 식품의 섭취 경험 유무에서는 가정 내 직접 제조 섭취하는 집단의 응답자 64.7%가 매실 원액을 가장 많이 섭취하였으며, 시판 제품을 구매 섭취하는 집단은 60.8%가 매실 음료를 가장 많이 섭취한다고 응답하여 주 섭취 경로에 따른 주요 섭취 식품은 큰 차이가 있었다.

매실 및 매실 가공 식품의 소비 전망은 조사 대상자의 48.8%가 '현 상태로 유지될 것이다'로 전망하였으며, 46.7%는 '소비가 증가할 것이다'라고 응답하였다. 매실 가공 식품의 보급 및 구매 의향 개선점에 대한 항목에서는 조사 대상자의 28.8%가 '다양한 제품 개발'이 요구된다고 응답하였으며, 24.3%는 '적극적인 홍보'가 요구된다고 응답하였다. 그 다음은 위생적인 제조 공정, 고품질의 가공 제품 개발, 구입의 용이성의 순이었다. 이러한 개선 요구 사항이 충족된 새로운 매실 가공 식품의 구매 의향에 관한 문항에서는 조사 대상자의 62.8%가 '구입할 것이다'이라고 응답하였다.

이상의 결과로 보아 매실 가공 식품의 소비 활

성화를 위해서는 맛의 기호도를 중시하는 저 연령층 집단과 건강 유의성을 중시하는 고 연령층 집단의 특성을 고려하여야 하며, 가정 내에서 주로 제조·섭취하는 집단에게는 매실을 다양하게 활용, 가공하는 방법의 홍보 및 교육뿐 아니라, 영양 성분, 가공 특성에 대한 교육이 필요할 것으로 사료된다. 시판 제품을 주로 구매, 섭취하는 집단에게는 선택의 폭을 넓힐 수 있는 고품질의 다양한 가공 제품 개발이 요구되므로 제품 자체의 특성과 표적 대상에 맞는 제품을 개발하여야 할 것으로 판단된다.

## 참고문헌

1. 박명화 (1995) : 건강 식품의 종류, 문제점, 복용 실태. 월간 식생활 12(4):74-78.
2. 조성환·김성용·하명희·이강삼·오병태·김수림·박우포·이승철 (2006) : 국내 매실산업의 활성화를 위한 기능성 물질 및 가공기술 개발. 농림부 보고서, 103-126.
3. 유영혜 (2003) : 한국 전통음식 중 김치에 대한 인지도 및 기호도 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문, 83-87, 서울.
4. 윤성은 (2002) : 매실음료 제품의 리포지셔닝 전략에 관한 연구. 숙명여자대학교 경영대학원 석사학위논문, 53-54, 서울.
5. 현영희·구본순·송주은·김덕숙 (2004) : 식품재료학. 형설출판사, 78-79, 서울.
6. Bae JH · Kim KJ · Kim SM · Lee WJ · Lee SJ (2003) : Development of the functional beverage containing the *Prunus mume* extracts. *Korean Journal of Food Science Technology* 32:713-719.
7. Choung DG (2005) : A study on processed food intake of high school juniors and seniors. Master's Thesis, Chonbuk National University Graduate School of Education, 17-22, Chonbuk.
8. Hwang JY (2005) : Pharmacological effects of

- Maesil(Prunus mume)*. *Food Science and Industry* 38(4):112-119.
9. Jung OJ (2003) : Study on flavor improvement of *Maesil* tea. Master's Thesis, Suncheon National University, 1-5, Suncheon.
  10. Kim CH · Lee JH (2007) : The study on the consumer's perception and purchasing behavior of rice cake as a meal. *The Korean Journal of Culinary Research* 13(2):59-68.
  11. Kim SY · Kim SR · Cho SH (2006) : Consumer demand and preference for *Prunus mume* products. *Korean Journal of Agricultural Management and Policy* 33(4):912-930.
  12. Kim YS · Park YS · Lim MH (2003) : Anti-microbial activity of *Prunus mume* and *Schizandra chinensis* H-20 extracts and their effects on quality of functional *Kocujang*. *Korean J. Food Sci. Technol.* 35(5):893-897.
  13. Lee EH · Choi OJ · Sim KH (2004) : Properties on the quality characteristics of muffin added with sugaring Ume puree. *Food Industry and Nutrition* 9(1):58-65.
  14. Lee JS · Kim KS (2000) : Factors on the sea-food preference and eating frequency of elementary school children. *Journal of the Korean Society of Food Science and Nutrition* 29(6): 1162-1168.
  15. Lee SY (2000) : Factors associated with the consumption of health food among middle-aged women. Master's thesis, Yonsei University, 25-26, Seoul.
  16. Lee YJ · Choi SG (2004) : A study on the recognition and preference of university students for native foods in Gyeongju area. *J. Food Service Management Society of Korea* 7(1):157-174.
  17. Oh HS · Park HO · Yoon S (2002) : A survey on the consumption and the perception of mushrooms and mushroom dishes Koreans. *Korean Journal of Community Nutrition* 7(2): 245-256.
  18. Park ML(2006) : Study on products development and consumption patterns of mushroom (*Tricholoma matsutake*). Ph. D. Thesis, Yeungnam University, 36-53, Gyeongsan.
  19. Sheo HJ · Lee MY · Chung DL (1990) : Effect of *Prunus mume* extract on gastric secretion in rats and carbon tetrachloride induced liver damage of rabbits. *Journal of the Korean Society of Food Science and Nutrition* 19:21-26.
  20. Shin JM (2002) : An analysis of intake of health foods and supplements and its associated factors in middle old aged adults living in Seoul and KyongKi region. Master's thesis, Yonsei University, 42-43, Seoul.
  21. Yoon GS · Woo JW (1999) : The perception and the consumption behavior for the meats in Koreans. *Journal of the Korean Society of Food Science and Nutrition* 28(1):246-256.
- 
- |  |                       |
|--|-----------------------|
|  | 2008년 8월 4일 접 수       |
|  | 2008년 9월 21일 1차 논문수정  |
|  | 2008년 10월 28일 2차 논문수정 |
|  | 2008년 11월 21일 3차 논문수정 |
|  | 2008년 12월 3일 게재확정     |