

# 전북지역 주부들의 전통발효식품 섭취실태 및 소비현황 조사\*

## An Investigation on the Eating Status and Expenditures of the Traditional Fermented Foods for the Housewives in Jeonbuk Province\*

전주대학교 경영대학원 외식산업경영학과

석사 최나미

전주대학교 전통음식문화전공

교수 차진아

Department of Foodservice management, Jeonju University

Master : Na Mi Choi

Department of Traditional Food Culture, Jeonju University

Professor : Jin A Cha

### ◀ 목 차 ▶

I. 서론

II. 연구내용 및 방법

III. 연구결과 및 고찰

IV. 결론 및 제언

참고문헌

### <Abstract>

The purposes of this study were to investigate the eating status and to analyze expenditures of the traditional fermented foods. A structured questionnaire survey was conducted from 370 housewives in Jeonbuk province and there were 300 usable samples(81.1%) valid for analysis. For the statistical analysis, the data was analyzed by  $\chi^2$ -test using SPSS/PC 12.0 for windows. The results of this study were as follows :

1. In the investigation on the eating status of the traditional fermented foods, *Kimchi* showed highest intake frequency(over once a day) and next *Doenjang*, *Gochujang*, *Ganjang* were consumed 2 ~ 3 times per week. *Jeotgal* and *Jangajji* consumption showed the significant difference frequencies between the age groups( $p < 0.001$ ). The frequencies of using the home-made fermented foods were either similar or decreased, while the manufactured products were either similar or increased. The reasons behind the decreasing consumption were 'because of appetite change(47.0%)', 'the effect of western food(25.2%)' and 'dislike of salty food(17.4%)'. 90.7%(*Kimchi*), 54.9%(*Doenjang*), 54.8%(*Gochujang*), 53.2%(*Cheongkukjang*) of respondents knew the methods of preparation, while 62.5%(*Ganjang*), 41.1%(*Jeotgal*), 31.2%(*Jangajji*) of respondents didn't know the methods of preparation.

Corresponding Author : Jin A Cha, Department of Traditional Food Culture, Jeonju University, Hyoja-dong 3ga 1200, Jeonju, 560-759, Korea Tel: +82-63-220-2897 Fax: +82-63-220-2736 E-mail: jinacha@hanmail.net

\* 본 논문은 석사학위논문 중 일부임.

2. In the analysis of the expenditure for the purchasing of the traditional fermented foods, most of the respondents procured *Kimchi*, *Doenjang*, *Gochujang* from their families or relatives, but they bought *Ganjang*, *Jeotgal*, *Jangajji* in the markets. And most of the respondents bought the fermented foods in the general merchandise stores or the department store except *Kimchi*. The places of buying *Kimchi* were specialty stores(34.6%), general merchandise stores or department stores(25.0%). Overall scores of satisfaction for the quality of manufactured fermented foods showed 3.29 of 5 - point scales. The average cost per month of *Kimchi* was 19,550won and *Gochujang* 7,878won, *Doenjang* 5,764won, *Jeotgal* 5,439won, *Jangajji* 5,412won, *Ganjang*(for soup) 4,714won, *Cheongkukjang* 4,677won, *Ganjang*(for seasoning) 4,464won, and total cost was 20,920won. The reasons behind purchasing the traditional fermented foods were 'because of convenience(58.4%)', 'no time to make by oneself(23.0%)' and 'for not knowing the making methods(12.8%)'. The problems of the manufactured traditional fermented foods were 'worry about safety of the raw materials or additives(71.2%)', 'lack of sanitation(12.0%)'. The most important thing considered in purchasing was 'materials and origins(86.6%)' and next 'quality(64.1%)' was another important thing.

**주제어(Key Words)** : 전통발효식품(traditional fermented food), 섭취실태(eating status), 소비현황(expenditures)

## I. 서론

발효식품은 인류의 식문화 역사와 함께 전해져 내려왔고 현대 과학문명이 발달하기 훨씬 이전부터 경험을 통하여 터득한 자연발효법을 토대로 한 전통적인 가공법에 의해 제조되어 왔으며, 세계적으로 각 나라, 각 지역에 다양한 전통 발효식품이 전승되고 있다. 발효식품은 알콜발효, 젖산발효, 초산발효, 단백질 및 당질의 분해 등을 이용하여 새로운 맛을 창조하게 된다. 곡류, 두류, 채소류, 과일류, 축산물, 수산물 등의 원료를 이용하는 발효식품은 풍미와 관능적 기호성이 우수한 전통식품 소재로 이용될 뿐 아니라 식품의 새로운 맛을 창조하는 천연조미료로도 활용되고 있다. 또한 전통발효식품은 저장성이 우수하여 보존성과 위생 안정성이 확보되는 경제적인 식품이자 식량자원이다(차옥진, 2005).

발효식품은 한국 음식문화의 발전과정에서 매우 중요한 위치를 차지하고 있다. 아시아는 전통적으로 다양한 발효식품이 발달한 지역으로 한국은 특히 곡류, 두류, 어류, 채소류 등 다양한 농·수·축산물들을 발효를 통한 저장가공기술이 발달하였다. 한국 음식은 주식과 부식의 구분이 확실하고 부식의 기본이 되었던 것은 발효 저장식품들이었다. 대표적인 발효식품에는 장류, 젓갈류, 장아찌류, 김치류, 음청류, 주류 등이 있으며 이들은 부식과 기호식품으로 다양하게 활용되었다(이성우, 1988). 전통발효식품들은 근대 식품가공기술의 발달로 전통적인 방식의 가내생산구조에서 공장식 생산체제로 전환되었다. 특히 소비가 많은 장류, 김치류는 가공식품으로 상품화가 활발하게 진행되었으며, 이에 따라 발효공업 측면에서 관여 미생물, 영양성분, 제조법 등에 대해서 많은

연구가 이루어졌다(윤인화, 1995; 임변삼, 1989; 조재선, 1989).

최근에는 전통음식의 영양적 우수성 및 기능성 유용물질 소재에 대한 관심이 높아지고 있으며, 실제 여러 연구들에서 발효식품의 우수성이 입증되고 있다. 또한 발효식품 내 기능성 유용물질의 탐색과 발효대사에 대한 연구들도 활발하게 진행되면서, 면역활성화, 고혈압 억제, 세포증식 촉진, 항종양 활성, 혈당 강하작용, 콜레스테롤 저하, 혈전 용해효소 작용, 항암 효과, 항비만, 생균제(probiotics), 생백신 개발 등으로 생 활습관병 치료, 성인병 예방 및 새로운 건강 및 생리작용에 긍정적인 효과가 있음이 입증되고 있다(차옥진, 2005). 김치는 열량이 적고 식이성 섬유, 비타민 및 리보플라빈, 나이아신 및 무기질이 풍부하며 철분의 흡수를 촉진할 뿐만 아니라(오영주, 황민주, 1997), 소화작용의 증진, 변비와 대장암의 예방효과가 있으며(임선영, 1997; 이수진, 2002), 된장은 영양이 풍부한 단백질 공급원으로서 돌연변이를 막아주고, 항암 및 혈전용해 효능, 면역증진, 혈압강화 및 항산화 효능 등을 가진 것으로 나타났다(김승호, 1998; 권선화, 손미예, 2004). 고추장은 단백질, 지방, 비타민 B2, 비타민C, 카로틴 등 영양성분이 함유되어 있고, 전분 분해효소와 단백질 분해효소작용으로 인한 소화촉진 및 생리활성 효과 물질이 풍부하게 함유되어 있는 것으로 보고되고 있다(홍상필, 김은미, 조경현, 2004).

그러나 생활양식의 변화와 식생활의 서구화로 인해 전통 발효식품에 대한 관심과 소비가 점차 감소되는 추세에 있어 이에 대한 대책마련이 시급한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 가정에서의 식생활을 주관하고 있는 주부들을 대상으로 전통발효식품의 섭취실태와 소비현황을 분석함으로써 발효 식품 소비확대를 위한 방안을 제시하고자 하였다.

## II. 연구내용 및 방법

### 1. 조사의 대상 및 기간

본 연구에서는 전라북도 시지역에 거주하는 주부들을 대상으로 전통발효식품의 소비현황과 인식에 대한 조사를 실시하였다. 표본선정방법은 편의표본추출방법을 사용하였고, 조사대상자들이 자주 이용하는 대형마트, 재래시장, 문화센터 등에서 연구의 취지를 설명하고 설문 응답에 동의할 구한 후 설문조사를 실시하였다. 설문조사에 앞서 응답요령 및 주의사항을 설명한 후 자가응답 방식에 의해 기입하도록 하였으며, 연령이 높은 응답자의 경우는 조사원이 직접 질문한 후 응답내용을 기입하도록 하였다. 본 조사에 앞서 주부 10명을 대상으로 예비설문을 실시하여 수정 보완하였으며, 조사기간은 2005년 10월 23일부터 11월 3일까지였다.

### 2. 조사내용 및 분석방법

조사내용은 크게 3부분으로 나누었으며, 1부에는 조사대상자의 일반사항(연령, 직업, 학력, 가족 수, 가족 형태, 거주지 형태, 월평균 소득 등), 2부에서는 전통발효식품 8종(김치, 된장, 고추장, 국간장, 진간장, 젓갈류, 장아찌, 청국장)의 섭취실태를 조사하기 위해 각 발효식품들의 섭취빈도, 섭취량의 변화정도, 섭취량의 증감이유, 제조방법에 대한 인지도, 발효식품 조달방법 등에 대해 조사하였고, 3부에서는 시판전통발효식품 소비현황을 조사하기 위해 발효식품의 구입장소, 품질만족도, 월평균 구입비용, 시판 발효식품에 대한 소비자 인식(구입 이유, 시판 발효식품의 문제점, 구입 시 고려사항 등)에 관하여 조사하였다.

설문지는 총 370명에게 배부하였으며 이 중 337부를 회수하였고(회수율 91.1%) 이 중 부실 기재된 37부를 제외하여 총 300부(자료활용율 81.1%)를 최종 분석에 사용하였다. 설문지의 통계분석은 SPSS 12.0 for Windows를 사용하였으며 응답자의 일반적인 사항을 비롯한 빈도, 비율에 대해서는 기술통계분석을 실시하였으며, 인구통계학적 변수에 따른 각 범주 간 비율의 차이분석을 위해  $\chi^2$  - 검정을 실시하였다.

## III. 연구결과 및 고찰

### 1. 조사대상의 일반적 사항

본 조사대상자의 일반적 사항은 <표 1>과 같았다. 연령은 30대 144명(48.0%), 40대 87명(29.0%)으로 가장 많았고, 50대 44명(14.7%), 20대 19명(6.3%), 60대 이상 6명(2.0%) 순

으로 나타났다. 직업은 전업주부 153명(51.0%)으로 가장 많았으며, 전문직 및 사무직 45명(15.0%), 판매 및 서비스직 45명(15.0%), 자영업 26명(8.7%), 시간제 직업 24명(8.0%), 생산직 4명(1.3%), 학생 2명(0.7%)이었다. 학력은 대졸 이상 143명(47.7%), 고졸 136명(45.3%), 중졸 9명(3.0%), 초졸 이하 8명(2.7%) 순으로 나타났다. 가족 수(자신 포함)는 3 ~ 4인 213명(72.9%)으로 가장 많았으며, 5인 이상이 61명(20.9%), 2인 이하 18명(6.2%) 순으로 나타났다. 가족 형태는 핵가족(부부, 자녀)이 270명(90.6%)으로 거의 대다수를 차지하고 있었으며 확대가족은 28명(9.4%)이었다. 거주지 형태는 아파트가 239명(79.7%), 연립주택 26명(8.7%), 양옥 25명(8.3%), 한옥 10명(3.3%)으로 나타났다. 월평균 가계 소득(세금제외의 가처분 소득)은 200만원 ~ 300만원이 100명(33.3%), 100만원 ~ 200만원이 90명(30.0%), 300만원 ~ 400만원이 52명(17.3%), 100만원 미만인 20명(6.7%), 500만원 이상 6명(2.0%)으로 나타났다.

<표 1> 조사대상의 인구통계학적 특성 (n = 300)

항목	구분	빈도(명)	비율(%)
연령	20대	19	6.3
	30대	144	48.0
	40대	87	29.0
	50대	44	14.7
	60대 이상	6	2.0
직업	전업주부	153	51.0
	시간제 직업	24	8.0
	전문직 및 사무직	45	15.0
	판매 및 서비스직	45	15.0
	자영업	26	8.7
	학생	2	0.7
	생산직	4	1.3
학력	초졸 이하	8	2.7
	중졸	9	3.0
	고졸	136	45.3
	대졸 이상	143	47.7
가족 수 (자신포함)	2인 이내	18	6.2
	3 ~ 4인	213	72.9
	5인 이상	61	20.9
가족형태	핵가족(부부, 자녀)	270	90.6
	확대가족	28	9.4
거주지형태	아파트	239	79.7
	연립주택	26	8.7
	양옥	25	8.3
	한옥	10	3.3
	100만원 미만	20	6.7
월 평균 소득 (가처분 소득)	100만원 이상 ~ 200만원 미만	90	30.0
	200만원 이상 ~ 300만원 미만	100	33.3
	300만원 이상 ~ 400만원 미만	52	17.3
	400만원 이상 ~ 500만원 미만	24	8.0
	500만원 이상	6	2.0
합계		300	100.0

〈표 2〉 전통발효식품 품목별 섭취 빈도

품 목	빈도(%)					계
	하루 1번 이상	일주일 2번 정도	일주일 1번 정도	한 달에 1번 정도	거의 안 먹는다	
김	272(90.7)	18(6.0)	1(0.3)	1(0.3)	8(2.7)	300(100.0)
된장	38(12.7)	169(56.3)	77(25.7)	13(4.3)	3(1.0)	300(100.0)
고추장	40(13.5)	156(52.5)	88(29.6)	10(3.4)	3(1.0)	297(100.0)
국간장	47(16.1)	121(41.3)	83(28.3)	25(8.5)	17(5.8)	293(100.0)
진간장	41(13.9)	126(42.7)	89(30.2)	23(7.8)	16(5.4)	295(100.0)
젓갈류	14(4.7)	34(11.5)	82(27.7)	90(30.4)	76(25.7)	297(100.0)
장아찌	8(2.7)	37(12.5)	69(23.4)	99(33.6)	82(27.8)	295(100.0)
청국장	9(3.0)	47(15.7)	106(35.3)	103(34.3)	35(11.7)	300(100.0)

〈표 3〉 연령에 따른 전통발효식품 섭취 빈도의 차이

항 목	품 목	빈도(%)					계	x <sup>2</sup> 값
		하루 1번 이상	일주일 2번 정도	일주일 1번 정도	한 달에 1번 정도	거의 안 먹는다		
젓갈류	20대	0(0.0)	1(5.3)	8(42.1)	3(15.8)	7(36.8)	19(100.0)	44.087***
	30대	2(1.4)	10(7.0)	33(23.2)	52(36.6)	45(31.7)	142(100.0)	
	40대	8(9.3)	9(10.5)	25(29.1)	27(31.4)	17(19.8)	86(100.0)	
	50대	3(7.0)	12(27.9)	15(34.9)	8(18.6)	5(11.6)	43(100.0)	
	60대이상	1(16.7)	2(33.3)	1(16.7)	0(0.0)	2(33.3)	6(100.0)	
	전체	14(4.7)	34(11.5)	82(27.7)	90(30.4)	76(25.7)	296(100.0)	
장아찌	20대	0(0.0)	0(0.0)	7(36.8)	7(36.8)	5(26.3)	19(100.0)	46.386***
	30대	2(1.4)	9(6.4)	30(21.3)	49(34.8)	51(36.2)	141(100.0)	
	40대	4(4.6)	13(14.9)	23(26.4)	34(39.1)	13(14.9)	87(100.0)	
	50대	1(2.4)	12(28.6)	9(21.4)	9(21.4)	11(26.2)	42(100.0)	
	60대이상	1(16.7)	3(50.0)	0(0.0)	0(0.0)	2(33.3)	6(100.0)	
	전체	8(2.7)	37(12.5)	69(23.4)	99(33.6)	82(27.8)	295(100.0)	

\*\*\*p < .001.

2. 발효식품 섭취 실태 조사

(1) 발효식품 섭취 빈도

발효식품 중 가장 섭취 빈도가 가장 높은 품목은 김치로써 응답자의 대부분이 하루에 1회 이상 섭취(90.7%)하는 것으로 나타났고, 일주일에 2 ~ 3번 섭취하는 빈도가 높은 품목들은 된장(56.3%), 고추장(52.5%), 국간장(41.3%), 진간장(42.7%)이었고, 일주일에 1번 섭취하는 빈도가 높은 품목은 청국장(35.3%)이었으며, 젓갈류, 장아찌는 한 달에 1번 정도 먹는다 는 응답이 30.4%, 33.6%로 나타났다(표 2). 이러한 섭취 빈도는 과거에 비해 발효식품 소비가 매우 감소하고 있음을 보여주는 결과이다. 대전지역 주부들을 대상으로 조사한 발효식품 소비실태(구난숙, 1997) 연구결과에서 김치류는 하루에 한번 이상 이용 97%, 매끼마다 이용 87%로 가장 이용 빈도가 높았고 진간장, 국간장, 고추장 및 된장의 경우는 하루에 한번 이상 이용한다고 응답한 비율이 각각 47%, 46%, 31% 및 27%였다. 또한 발효식품의 섭취빈도는 지역적인 차이가 있어서 부산, 양산, 울산 지역에 주부들을 대상으로 한 연구(김영숙, 염동민, 1999) 결과에서 된장은 조사대상자의 67.2%, 고추장은 61.9%가 일주일에 1 ~ 2번 정도 이용하는 반면 청 국장은 60.3%가 거의 이용하지 않는다고 응답하였다.

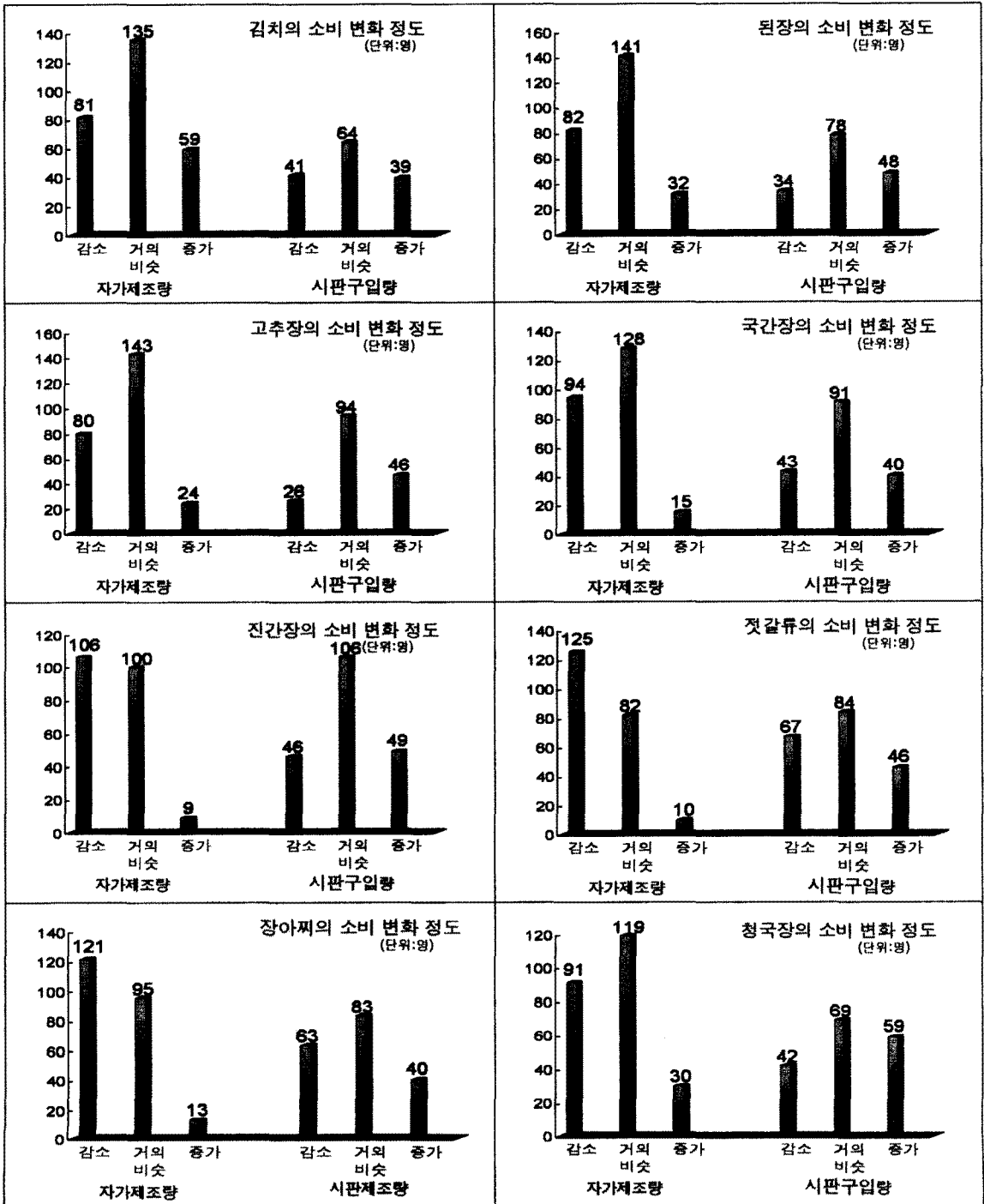
조사대상자의 일반적 사항에 따른 발효식품 섭취 빈도의 차이를 x<sup>2</sup> - 검정으로 분석한 결과 직업이나 학력, 가족 수, 가족 형태, 소득 등과 같은 일반적 사항 변수 대부분은 발효식품들의 섭취빈도 분포가 크게 다르지 않았으나 젓갈과 장아찌의 경우는 연령대에 따라 섭취빈도가 유의적으로 다르게 나타났다(p < .001). 〈표 3〉에서 나타난 바와 같이, 50대 ~ 60대의 경우는 젓갈이나 장아찌를 일주일에 1번 정도나 그 이상 섭취한다고 응답한 비율이 더 많았던 반면에, 40대의 경우는 일주일에 1번 이상 섭취한다는 응답과 한 달에 1번 정도 섭취하거나 거의 안먹는다는 응답이 거의 유사한 비율이었고, 20대 ~ 30대의 경우는 한 달에 1번 정도나 거의 먹지 않는다고 응답한 비율이 훨씬 많아서 연령에 따라 섭취 빈도에 차이를 보이는 것을 알 수 있었다. 선행연구들에서도 연령에 따라 발효 식품섭취빈도가 달라진다는 결과를 보고하였는데, 부천시 지역 주부를 대상으로 한 연구결과(고경희, 1999)에서도 주부의 연령이 높을수록 전통 발효식품 소비 빈도가 높게 나타났다. 된장국의 경우 대부분 일주일에 2 ~ 3회 섭취하고 있으며 연령이 높을수록 빈도수가 높아서 40대(64%), 50대(55%), 30대(54%), 20대(30%) 순으로 나타났다. 구난숙(1997)의 연구에서도 김치류, 장아찌류, 된장류, 고추장류, 젓갈류 및 청국장 등

은 교육수준이 높고 젊은 주부일수록 소비빈도가 유의적으로 낮게 나타났다.

(2) 발효식품의 소비량 변화정도

전통발효식품 품목별 소비량 변화 추세를 조사하기 위해

자가제조량과 시판구입량이 과거에 비해 감소 혹은 증가하였는지를 응답하도록 하였다(그림 1). 그 결과 전반적으로 자가제조량은 예전에 비해 거의 비슷하거나 감소하였다고 응답한 사람이 많았으나 반면에 시판구입량의 경우는 거의 비슷하거나 조금 증가하였다고 응답한 사람이 더 많았다. 특



〈그림 1〉 전통발효식품의 소비량 변화정도(자가제조량 vs. 시판구입량)

〈표 4〉 전통발효식품 소비량이 감소한 이유 (n = 270)

항 목	빈도(명)	비율(%)
입맛이나 식성의 변화	127	47.0
서구음식의 영향으로	68	25.2
짠 음식을 기피하여	47	17.4
반찬 가짓수가 늘어나서	13	4.4
기타	16	5.9
합계	270	100.0

〈표 5〉 전통발효식품 소비량이 증가한 이유 (n = 265)

항 목	빈도(명)	비율(%)
건강에 좋다는 것을 알게 되어	178	67.2
매스컴의 교육, 홍보효과 때문에	42	15.8
시판제품의 종류가 다양해져서	36	13.6
전통에 대한 관심이 증대하면서	9	3.4
합계	265	100.0

히, 진간장, 젓갈류, 장아찌는 자가제조량에 있어서 예전에 비해 감소하였다고 응답한 사람이 예전과 거의 비슷하다고 응답한 사람을 초과하여 점차 자가 생산이 감소되는 추세가 나타나고 있었다.

전통발효식품 소비의 감소 이유는 '입맛이나 식성의 변화 때문' (47.0%)이라는 응답이 가장 많았고, '서구 음식의 영향으로 인하여' (25.2%) 혹은 '짠 음식을 기피하여' (17.4%) 감소한 것으로 나타났다(〈표 4〉). 반면에 소비 증가하였다면 그 이유가 무엇인가에 대한 응답에서는 '건강에 좋다는 것을

알게 되어' (67.2%)라는 응답이 가장 많았고, '매스컴의 교육, 홍보 효과 때문에' (15.8%), '시판제품의 종류가 다양해져서' (13.6%), '전통에 대한 관심이 증대하면서' (3.4%) 순으로 나타나서(〈표 5〉), 주부들의 건강에 대한 관심을 반영하고 있었고, 매스컴의 교육, 홍보나 시판제품의 다양화 또한 발효식품 소비 증가에 영향을 미쳤음을 알 수 있었다.

(3) 발효식품 제조법에 대한 인지 수준

발효식품 제조법에 대한 인지수준은 만드는 법을 확실히 알거나 대략의 과정을 알고 있다고 응답한 비율이 김치가 90.7%로 가장 높았으며, 된장, 고추장, 청국장은 각각 54.9%, 54.8%, 53.2%로 응답자의 절반 정도만이 제조법에 대해 어느 정도 알고 있는 것으로 나타났다. 한편, 제조방법을 잘 모른다고 응답한 비율이 가장 높았던 것은 진간장 (62.5%)이었고 젓갈류(41.1%), 국간장(32.2%), 장아찌 (31.2%), 청국장(21.4%), 고추장(20.4%), 된장(19.1%)의 순이었다(〈표 6〉).

(4) 전통발효식품 조달 방법

발효식품을 조달하는 방법에 대해 조사한 결과, 김치, 된장, 고추장, 국간장, 청국장은 모두 가족으로부터 조달하는 비율이 가장 높았으며 진간장, 젓갈류, 장아찌는 시중에서 사먹는다고 응답한 비율이 가장 높았다(〈표 7〉). 직접 만든다고 응답한 비율이 가장 높았던 품목은 김치 33.0%였으며, 고

〈표 6〉 전통발효식품 품목별 제조법에 대한 인지수준

품 목	빈도(%)				계
	만드는 방법을 확실히 안다	대략의 과정을 알고 있다	약간만 안다	잘 모른다	
김 치	159(53.2)	112(37.5)	22(7.4)	6(2.0)	299(100.0)
된 장	60(20.1)	104(34.8)	78(26.1)	57(19.1)	299(100.0)
고추장	62(20.7)	102(34.1)	74(24.7)	61(20.4)	299(100.0)
국간장	50(16.8)	84(28.2)	68(22.8)	96(32.2)	298(100.0)
진간장	13(4.4)	42(14.3)	55(18.8)	183(62.5)	293(100.0)
젓갈류	34(11.4)	60(20.2)	81(27.3)	122(41.1)	297(100.0)
장아찌	49(16.4)	74(24.8)	82(27.5)	93(31.2)	298(100.0)
청국장	64(21.4)	95(31.8)	76(25.4)	64(21.4)	299(100.0)

〈표 7〉 전통발효식품 품목별 조달 방법

품 목	빈도(%)				
	직접 만든다	가족으로부터 받는다	다른 사람으로부터 받는다	시중에서 사먹는다	전 체
김 치	96(33.0)	172(59.1)	10(3.4)	13(4.5)	291(100.0)
된 장	40(13.7)	212(72.6)	10(3.4)	30(10.3)	292(100.0)
고추장	40(13.8)	195(67.3)	14(4.8)	41(14.1)	290(100.0)
국간장	36(12.6)	170(59.2)	10(3.5)	71(24.7)	287(100.0)
진간장	9(3.1)	41(14.3)	11(3.9)	225(78.7)	286(100.0)
젓갈류	10(3.6)	84(30.2)	13(4.7)	171(61.5)	278(100.0)
장아찌	32(11.9)	94(34.8)	18(6.7)	126(46.6)	270(100.0)
청국장	29(10.1)	154(53.9)	22(7.7)	81(28.3)	286(100.0)

추장은 13.8%, 된장 13.7%, 국간장 12.6%, 장아찌 11.9%, 청국장 10.1%, 젓갈류 3.6%, 진간장 3.1% 순으로 나타났다. 또한 시중에서 사먹는다고 응답한 비율이 가장 높았던 품목은 진간장 78.7%였으며, 젓갈류 61.5%, 장아찌 46.6%, 청국장 28.3%, 국간장 24.7%, 고추장 14.1%, 된장 10.3%, 김치 4.5% 순이었다. 즉, 다른 품목에 비해 김치는 직접 담그는 비율이 높았고 진간장은 시판제품에 대부분 의존하고 있음을 알 수 있으며, 향후에는 시중에서 구입하는 경향이 더 커질 것으로 예측된다.

이러한 결과는 과거의 연구조사와 비교해 볼 때 매우 시사점이 크다고 할 수 있다. 1999년도 부천지역 주부들을 대상으로 한 연구(고경희, 1999)에서는 김치, 장아찌, 간장, 고추장, 된장은 집에서 만들어 먹는 비율이 가장 높게 나타났다. 또한 김영숙과 염동민(1999)의 연구에서도 된장, 고추장, 국간장은 집에서 마련하는 비율이 가장 높았으며, 진간장은 65.0%가 시판 제품을 이용하는 것으로 조사되었다. 강원지역 농촌 주부들을 대상으로 한 김의 연구(김은실, 1996)에서는 발효식품 대부분을 집에서 만드는 것으로 나타나서, 김치

〈표 8〉 연령에 따른 발효식품 품목별 조달 방법의 차이

연령	직접 만든다	가정으로부터 받는다	다른사람으로부터 받는다	시중에서 사먹는다	빈도(%)		
					전체	비율	
김치	20대	2(10.5)	17(89.5)	0(0.0)	0(0.0)	19(100.0)	105.221***
	30대	18(12.6)	116(81.1)	2(1.4)	7(4.9)	143(100.0)	
	40대	37(45.7)	35(43.2)	5(6.2)	4(4.9)	81(100.0)	
	50대	34(81.0)	3(7.1)	3(7.1)	2(4.8)	42(100.0)	
	60대이상	5(83.8)	1(16.7)	0(0.0)	0(0.0)	6(100.0)	
	전체	96(33.0)	172(59.1)	10(3.4)	13(4.5)	291(100.0)	
된장	20대	0(0.0)	17(89.5)	0(0.0)	2(10.5)	19(100.0)	82.863***
	30대	3(2.1)	125(86.8)	4(2.8)	12(8.3)	144(100.0)	
	40대	13(16.0)	55(67.9)	4(4.9)	9(11.1)	81(100.0)	
	50대	21(50.0)	13(31.0)	2(4.8)	6(14.3)	42(100.0)	
	60대이상	3(50.0)	2(33.3)	0(0.0)	1(16.7)	6(100.0)	
	전체	40(13.7)	212(72.6)	10(3.4)	30(10.3)	292(100.0)	
고추장	20대	0(0.0)	17(89.5)	1(5.3)	1(5.3)	19(100.0)	96.484***
	30대	3(2.1)	120(83.9)	5(3.5)	15(10.5)	143(100.0)	
	40대	13(16.3)	48(60.0)	6(7.5)	13(16.3)	80(100.0)	
	50대	20(47.6)	9(21.4)	2(4.8)	11(26.2)	42(100.0)	
	60대이상	4(66.7)	1(16.7)	0(0.0)	1(16.7)	6(100.0)	
	전체	40(13.8)	195(67.2)	14(4.8)	41(14.1)	290(100.0)	
국간장	20대	0(0.0)	11(57.9)	1(5.3)	7(36.8)	19(100.0)	54.615***
	30대	4(2.8)	94(66.2)	4(2.8)	40(28.2)	142(100.0)	
	40대	13(16.5)	48(60.8)	3(3.8)	15(19.0)	79(100.0)	
	50대	16(39.0)	14(34.1)	2(4.9)	9(22.0)	41(100.0)	
	60대이상	3(50.0)	3(50.0)	0(0.0)	0(0.0)	6(100.0)	
	전체	36(12.5)	170(59.2)	10(3.5)	71(24.7)	287(100.0)	
젓갈류	20대	0(0.0)	6(31.6)	0(0.0)	13(68.4)	19(100.0)	47.378***
	30대	3(2.3)	62(47.3)	7(5.3)	59(45.0)	131(100.0)	
	40대	4(4.9)	11(13.6)	2(2.5)	64(79.0)	81(100.0)	
	50대	2(4.8)	5(11.9)	4(9.5)	31(73.8)	42(100.0)	
	60대이상	1(20.0)	0(0.0)	0(0.0)	4(80.0)	5(100.0)	
	전체	10(3.6)	84(30.2)	13(4.7)	171(61.5)	278(100.0)	
장아찌	20대	1(5.6)	7(38.9)	0(0.0)	10(55.6)	18(100.0)	65.579***
	30대	6(4.7)	68(53.5)	6(4.7)	47(37.0)	127(100.0)	
	40대	15(19.0)	16(20.3)	7(8.9)	41(51.9)	79(100.0)	
	50대	6(15.0)	3(7.5)	4(10.0)	27(67.5)	40(100.0)	
	60대이상	4(66.7)	0(0.0)	1(16.7)	1(16.7)	6(100.0)	
	전체	32(11.9)	94(34.8)	18(6.7)	126(46.7)	270(100.0)	
청국장	20대	0(0.0)	12(63.2)	2(10.5)	5(26.3)	19(100.0)	74.789***
	30대	3(2.1)	100(70.9)	8(5.7)	30(21.3)	141(100.0)	
	40대	9(11.4)	34(43.0)	6(7.6)	30(38.0)	79(100.0)	
	50대	14(34.1)	7(17.1)	6(14.6)	14(34.1)	41(100.0)	
	60대이상	3(50.0)	1(16.7)	0(0.0)	2(33.3)	6(100.0)	
	전체	29(10.1)	154(53.8)	22(7.7)	81(28.3)	286(100.0)	

\*\*\*p < .001.

〈표 9〉 시판 전통발효식품 품목별 구입장소

항 목	빈도(%)					
	전문점/ 반찬가게	재래시장	마트/백화점	인터넷/ 홈쇼핑	생산자 직거래	합계
김 치	72(34.6)	35(16.8)	52(25.0)	5(2.4)	44(21.2)	208(100.0)
된 장	29(13.5)	23(10.7)	106(49.3)	4(1.9)	53(24.7)	215(100.0)
고추장	26(11.8)	16(7.3)	122(55.5)	2(0.9)	54(24.5)	220(100.0)
국간장	21(10.0)	19(9.0)	122(58.1)	1(0.5)	47(22.4)	210(100.0)
진간장	12(4.8)	14(5.6)	205(82.0)	0(0.0)	19(7.6)	250(100.0)
젓갈류	32(13.4)	51(21.4)	110(46.2)	0(0.0)	45(18.9)	238(100.0)
장아찌	42(18.4)	40(17.5)	109(47.8)	0(0.0)	37(16.2)	228(100.0)
청국장	31(14.2)	50(22.9)	81(37.2)	1(0.5)	55(25.2)	218(100.0)

가 98.2%로 가장 높았으며, 고추장 96.4%, 된장 89.4%, 간장 86.8%, 장아찌 66.4%, 청국장 51.8% 순으로 집에서 직접 담가 먹는 것으로 나타났다. 즉, 과거 20여 년간 식생활 및 생활양식의 변화, 식품가공기술의 변화 등으로 인해 전통발효제품은 자가생산제품 보다는 시판제품에 의존하는 비율이 커졌음을 시사하고 있다.

인구통계학적 특성에 따라 발효식품 조달 방법에 차이가 있는지를 조사한 결과 모든 발효식품 품목들이 연령( $p < .001$ )에 따라 유의적 차이를 보였다(〈표 8〉). 김치의 경우는 20대나 30대 연령층에서는 가족으로부터 받는다고 응답한 비율이 가장 높아서 89.5%, 81.1%였던 반면, 40대 연령층에서는 직접 만든다 45.7%, 가족으로부터 받는다 43.2%로 거의 유사하였고, 50대, 60대 연령층에서는 직접 만든다 81.0%, 83.8%로 점차 연령대가 증가할수록 직접 만들어 먹는 경향을 보였다. 또한 된장, 고추장, 국간장, 청국장은 가족으로부터 받는다고 응답한 비율이 각각 20대는 89.5%, 89.5%, 57.9%, 63.2%, 30대는 86.8%, 83.9%, 66.2%, 70.9%, 40대는 67.9%, 60.0%, 60.8%, 43.0%로 나타난 반면 직접 만든다고 응답한 비율이 50대는 50.0%, 47.6%, 39.0%, 34.1%, 60대는 50.0%, 66.7%, 50.0%, 50.0%로 나타나서 장류의 경우는 40대 연령층까지는 가족으로부터 받는다고 응답한 비율이 더 높게 나타났고 50대 이상의 연령층에서는 직접 만드는 비율이 더 높게 나타났다. 한편, 젓갈류, 장아찌의 경우는 대부분의 연령층이 시중에서 사먹는다는 응답이 많은 편이었으나 20대나 30대 연령층에서는 가족으로부터 받는다는 응답도 다수 있었다.

이러한 현상은 여성의 사회진출로 인하여 음식에 대한 시간 투자를 하지 못하는 시대적 변화를 반영한 결과인 것으로 사료된다. 부천시 지역 주부들을 대상으로 한 연구(고경희, 1999)에서도 장아찌, 간장, 된장, 젓갈류의 경우 연령이 높을수록 집에서 만들어 먹는다고 나타났고 교육수준이 높을수록 장아찌, 간장, 된장, 고추장, 전통주류 등을 집에서 만들어 먹지 않는 것으로 나타났으며( $p < .05$ ,  $p < .001$ ), 가족형태 중 확대가족은 집에서 많이 만들어 먹는 것으로 나타났다( $p < .05$ ). 또한 향후에는 가족으로부터 받는 것도 한계가 있을

것으로 예측되며 시판 발효식품의 개발이 더욱 중요할 것으로 예상된다.

### 3. 시판 전통발효식품 소비실태

시판 전통발효식품의 구입장소와 품질만족도를 조사하기 위해 시판제품을 구입한 경험이 있는 응답자를 대상으로 하였다. 시판 전통발효식품의 구입장소는 〈표 9〉와 같이 김치를 제외하고 된장, 고추장, 국간장, 진간장, 젓갈류, 장아찌, 청국장은 마트/백화점에서 구입하는 비율이 가장 높았으며 인터넷/홈쇼핑은 거의 이용하지 않는 것으로 나타났다. 특히 김치의 구입장소는 전문점/반찬가게가 34.6%로 가장 높았고, 마트/백화점은 25.0%로 나타났다. 즉, 김치를 제외한다면 시판제품들은 비교적 쉽게 접근할 수 있는 곳을 선호하여 가까운 마트나 백화점을 이용하는 것으로 나타났지만, 김치의 경우에는 맛이나 품질이 검증된 전문점을 선호하기 때문인 것으로 사료된다. 전북지역 주부들을 대상으로 한 이의 연구(이경자, 1991)에 의하면 식품의 구입장소가 재래시장 52.1%, 동네 슈퍼 40.9%, 백화점 4.6% 등의 순으로 나타났으나 대형 마트의 등장으로 주부들의 식품의 구입장소도 점차 바뀌어질 것으로 예상된다. 향후에는 인터넷/홈쇼핑 구입도 늘어날 것으로 예상되므로 발효식품 판매 경로도 이에 따라 다변화될 것으로 보인다.

또한 시판 전통발효식품 품질 만족도를 5점 척도(5 - 매

〈표 10〉 시판 전통발효식품의 품질 만족도

항 목	품질 만족도 (평균 ± 표준편차)
김 치(n = 201)	3.31 ± 0.93
된 장(n = 204)	3.36 ± 0.82
고추장(n = 211)	3.46 ± 0.77
국간장(n = 205)	3.35 ± 0.77
진간장(n = 235)	3.38 ± 0.66
젓갈류(n = 224)	3.24 ± 0.71
장아찌(n = 216)	3.17 ± 0.74
청국장(n = 207)	3.33 ± 0.71
평균	3.29 ± 0.62

주. 품질만족도 평가척도 : 1(매우 불만족), 3(보통), 5(매우 만족).



〈표 11〉 전통발효식품 품목별 월 평균 조달 및 구입비용(원)

품목	월 평균 비용(원) (평균 ± 표준편차)
김치(n = 40)	19,550 ± 1.08
된장(n = 28)	5,764 ± 3.97
고추장(n = 33)	7,878 ± 6.01
국간장(n = 42)	4,714 ± 4.18
진간장(n = 117)	4,464 ± 3.64
젓갈류(n = 74)	5,439 ± 5.10
장아찌(n = 57)	5,412 ± 7.32
청국장(n = 45)	4,677 ± 3.81
합계	20,920 ± 21.82

〈표 12〉 시판 전통발효식품을 구입하는 이유 빈도(%)

내용	빈도(명)	비율(%)
편리해서	160	58.4
직접 만들 시간이 없어서	63	23.0
제조방법을 몰라서	35	12.8
보관장소가 부족해서	8	2.9
맛이 좋아서	8	2.9
합계	274	100.0

〈표 13〉 시판 전통발효식품의 문제점 (n = 292)

항목	빈도(명)	비율(%)
수입재료, 첨가물 사용의 불안감	208	71.2
제조과정이 비위생적임	35	12.0
제조일자를 믿을 수 없음	22	7.5
전통적인 입맛에 맞지 않음	16	5.5
가격에 비해 품질이 떨어짐	7	2.4
구입이 불편함	4	1.4
합계	292	100.0

〈표 14〉 시판 전통발효식품 구입시 고려점 (n = 300)

항목	빈도(명)	비율(%)
원료, 원산지	190	86.6
품질	189	64.1
가격	63	24.8
상표인지도	37	14.7
편리성	23	9.9
합계	502	200.0

† 다중응답

우 만족, 4 - 만족, 3 - 보통, 2 - 불만족, 1 - 매우 불만족)로 조사한 결과는 〈표 10〉에 정리하였다. 고추장이 3.46으로 가장 높았고 장아찌가 3.17로 가장 낮았으며, 품질 만족도의 평균은 3.29로 보통수준의 만족도를 보였다.

시판 전통발효식품 월 평균 구입비용은 시판 발효식품을 사서 먹거나 다른 사람으로부터 받을 경우 소요되는 월 평균 비용에 대해 조사한 결과로써 김치의 월평균 구입비용은

19,550원으로 나타났으며, 고추장은 7,878원, 된장은 5,764원, 젓갈류는 5,439원, 장아찌는 5,412원, 국간장은 4,714원, 청국장은 4,677원, 진간장은 4,464원 순으로 나타났다. 김치의 경우는 다른 발효식품에 비해 섭취빈도가 가장 높아 월 평균 비용이 많게 나타난 것으로 보인다. 조사대상 주부들은 평균적으로 20,920원을 발효식품 구입에 소비하였다(〈표 11〉).

시판 전통발효식품의 구입 이유는 편리성 때문(58.4%)이라는 응답이 가장 많았고, 직접 만들 시간이 없어서(23.0%), 제조법을 몰라서(12.8%), 보관장소가 부족해서(2.9%), 맛이 좋아서(2.9%)의 순으로 나타났다(〈표 12〉). 대전지역 주부들을 대상으로 한 조사(구난숙, 1999)에서도 편리해서 구입한다는 주부가 많았고(52.99%), 제조법을 모르므로(17.5%), 시간이 없어서(12.5%), 보관장소 부족으로(8.2%) 순으로 나타나서 본 연구의 결과와 유사하였다.

시판 전통발효식품의 문제점은 〈표 13〉과 같이 수입재료, 첨가물 사용의 불안 71.2%, 제조과정이 비위생적임 12.0%, 제조일자를 믿을 수 없음 7.5%, 전통적인 입맛에 맞지 않음 5.5%, 가격에 비해 품질이 떨어짐 2.4%, 구입이 불편함 1.4% 순으로 조사되었다.

주부들이 시판 전통발효식품에서 가장 우려하는 것은 수입재료, 첨가물 사용인 것으로 나타나서 시판제품 제조시 가장 우선적으로 고려해야 할 사항임을 알 수 있었다. 홍금선, 백수진과 김향숙의 연구에서 시판되는 한국전통음식의 개선되기를 바라는 점은 중학생은 맛 23.3%, 위생적인 면 22.0%, 가격 면 21.5%의 순으로 응답하였고, 성인은 위생적인 면 27.1%, 맛 21.7%, 가격 면 18.1%의 순으로 응답하였다(홍금선, 백수진, 김향숙, 1999). 남·여대학생의 시판 한국전통음식의 개선점에 대해 맛(51%), 가격(18%), 저장성(8%), 위생(8%) 순으로 응답하였다(김향숙, 윤경희, 2004). 최근에는 이러한 소비자들의 경향을 반영한 전통식품제조 기술이 개발되고 있는데, 김동수(2000)는 전통 젓갈류 국제화를 위한 제조기술 개발 연구에서 젓갈류 생산방법을 단순 염장 숙성 공정에서 탈피하고 발효공정을 진공상태로 함으로서 숙성중의 품질을 최대한 안정화하여 발효공정 개선이 가능하며, 산업법이 아닌 액염법에 의한 조미 및 진공포장방법을 사용하여 위생적이고 품질이 균일한 젓갈류 제품 개발 기술을 제안한 바 있다. 또한 진효상(2005)은 우리나라의 대표적 전통 발효식품인 고추장과 김치의 종균을 분말제제로 개발하는 연구를 수행하였으며, 이에 따라 고추장, 김치의 표준 제조방법을 공정도, 최적 공정 조건과 원료배합비, 품질관리 기준을 제시하기도 하였다.

시판 전통발효식품 구입시 고려점은 원료, 원산지 86.6%로 가장 많이 고려하며, 다음은 품질 64.1%로 나타났다(〈표 14〉). 대전지역 주부들을 대상으로 한 연구에서는 가장 많이

고려하는 점이 유효기간 91.9%, 맛 91.2%이었고, 그 다음이 위생, 안전성, 영양, 제조회사, 가격의 순이었다(구난숙, 1999). 요즘은 시장이 국제화되면서 식품원료도 수입산이 많이 들어오고 있으며, 그것이 국내산으로 둔갑하는 현상이 많이 일어나고 있는 실정이라서 주부들은 품질과 원료, 원산지를 가장 고려하는 것으로 사료된다.

#### IV. 결론 및 제언

우리나라 전통발효식품은 식문화의 역사와 함께 발달해 온 소중한 문화적 자산임과 동시에 식품 및 기능성 소재 및 발효기술의 원천이 된다는 점에서 의의를 지니고 있다. 하지만, 생활양식의 변화와 식생활의 서구화로 인해 전통발효식품에 대한 관심과 소비가 점차 감소되는 추세이다. 따라서 본 연구에서는 가정의 식생활에 책임을 맡고 있는 주부들을 대상으로 전통발효식품의 섭취실태와 소비현황을 분석하고자 하였으며 이를 통해 발효식품 소비확대를 위한 방안을 마련하고자 하였다.

본 연구의 대상은 전북지역에 거주하는 주부들을 편의표본추출방법을 사용하여 선정하였으며, 조사대상자의 일반사항, 전통발효식품 8종(김치, 된장, 고추장, 국간장, 진간장, 젓갈류, 장아찌, 청국장)의 섭취실태, 시판전통발효식품 소비현황 등에 관하여 자가기입법에 의한 설문조사를 실시하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 발효식품에 대해 섭취빈도를 조사한 결과 가장 섭취빈도가 높은 품목은 김치로 응답자의 대부분이 하루에 1회 이상 섭취(90.7%)하는 것으로 나타났으며, 일주일에 2~3번 섭취하는 빈도가 높은 품목으로는 된장(56.3%), 고추장(52.5%), 국간장(41.3%), 진간장(42.7%)이었고, 일주일에 1번 섭취하는 빈도가 높은 품목은 청국장(35.3%)이었으며, 반면 짠 음식 종류인 젓갈류, 장아찌는 한 달에 1번 정도 먹는다는 응답이 30.4%, 33.6%로 나타났다. 젓갈과 장아찌의 경우 연령대에 따라 섭취빈도가 유의적으로 다르게 나타났다( $p < .001$ ).

둘째, 발효식품의 섭취량이 자가제조량과 시판구입량에 있어 변화한 정도를 조사한 결과 자가제조량은 전반적으로 과거와 비슷하거나 감소하는 경향을 나타냈으나, 시판구입량의 경우는 비슷하거나 조금 증가하는 것으로 나타났다. 전통발효식품 소비의 감소 이유는 '입맛이나 식성의 변화 때문' (47.0%)이라는 응답이 가장 많았고, '서구 음식의 영향으로 인하여' (25.2%) 혹은 '짠 음식을 기피하여' (17.4%) 감소한 것으로 나타났고, 반면에 소비 증가 이유로는 '건강에 좋다는 것을 알게 되어' (67.2%), '매스컴의 교육, 홍보 효과 때문' (15.8%), '시판제품의 종류가 다양해져서' (13.6%), '전

통에 대한 관심이 증대하면서' (3.4%) 순으로 나타났다.

셋째, 발효식품 제조법에 대한 인지수준은 김치가 90.7%로 가장 높았으며, 된장, 고추장, 청국장은 각각 54.9%, 54.8%, 53.2%만이 제조법에 대해 어느 정도 알고 있는 것으로 나타났다. 제조방법을 잘 모른다고 응답한 비율이 가장 높았던 것은 진간장(62.5%)이었고 젓갈류(41.1%), 국간장(32.2%), 장아찌(31.2%), 청국장(21.4%), 고추장(20.4%), 된장(19.1%)의 순이었다.

넷째, 발효식품을 조달하는 방법에 대해 조사한 결과, 김치, 된장, 고추장, 국간장, 청국장은 모두 가족으로부터 조달하는 비율이 가장 높았으며 진간장, 젓갈류, 장아찌는 시중에서 사먹는다고 응답한 비율이 가장 높았다. 발효식품 중에서 직접 만든다고 응답한 비율이 가장 높았던 품목은 김치가 33.0%로 가장 높게 나타났으며, 고추장은 13.8%, 된장 13.7%, 국간장 12.5%, 장아찌 11.9%, 청국장 10.1%, 젓갈류 3.6%, 진간장 3.1% 순으로 나타났다. 또한 시중에서 사먹는다고 응답한 비율이 가장 높았던 품목은 진간장 78.7%로 가장 높게 나타났으며, 젓갈류 61.5%, 장아찌 46.7%, 청국장 28.3%, 국간장 24.7%, 고추장 14.1%, 된장 10.3%, 김치 4.5% 순이었다. 다른 품목에 비해 김치는 직접 담그는 비율이 높은 반면 진간장은 시판제품에 대부분 의존하고 있었다. 또한, 된장, 고추장, 국간장, 젓갈류, 장아찌, 청국장은 연령에 따라 조달 방법에서 유의적 차이를 보였다( $p < .001$ ).

다섯째, 시판 전통발효식품의 구입장소는 김치를 제외하고 된장, 고추장, 국간장, 진간장, 젓갈류, 장아찌, 청국장은 마트/백화점에서 구입하는 비율이 가장 높았다. 김치의 구입장소는 전문점/반찬가게가 34.6%로 가장 높고, 마트/백화점은 25.0%로 나타났고, 인터넷/홈쇼핑은 거의 이용하지 않는 것으로 나타났다. 시판 전통발효식품 품질 만족도는 5점 중 평균 3.29로 보통 수준의 만족도를 나타냈다.

여섯째, 시판 전통발효식품 월 평균 구입비용은 김치 19,550원, 고추장 7,878원, 된장 5,764원, 젓갈류 5,439원, 장아찌 5,412원, 국간장 4,714원, 청국장 4,677원, 진간장 4,464원 순으로 나타났고, 월 평균 20,920원을 발효식품 구입에 소비하였다.

일곱째, 시판 전통발효식품의 구입 이유는 편리성 때문(58.4%)이라는 응답이 가장 많았고, 직접 만들 시간이 없어서(23.0%), 제조법을 몰라서(12.8%), 보관장소가 부족해서(2.9%), 맛이 좋아서(2.9%)의 순으로 나타났다. 시판 전통발효식품의 문제점은 수입재료, 첨가물 사용의 불안 71.2%, 제조과정이 비위생적임 12.0%, 제조일자를 믿을 수 없음 7.5%, 전통적인 입맛에 맞지 않음 5.5%, 가격에 비해 품질이 떨어짐 2.4%, 구입이 불편함 1.4% 순으로 조사되었다. 시판 전통발효식품 구입시 고려점은 원료, 원산지 86.6%로 가장 많이

고려하며, 다음은 품질 64.1%로 나타났다.

이상과 같은 연구결과를 통해 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 전통 발효식품은 단순히 전통을 고수하는 것에만 그치지 않고 현대에 맞는 품질개선과 신제품 개발이 병행되어야 한다. 유익한 전통발효식품에 대한 비법을 발굴해야 하고 전통발효식품의 계승과 규격화로 국제 경쟁력을 제고할 필요가 있다.

둘째, 주부들은 전통발효식품에 대해 건강에 유익하며 시판제품이 다양해지면서 소비를 증가시키고자 하는 의도와 함께 입맛이나 식성의 변화와 서구음식의 영향, 전통발효식품이 짠 음식이라는 인식 등으로 인해 기피하는 경향을 동시에 가지고 있으므로 전통발효식품에 대한 우수성 홍보와 함께 현대인의 입맛과 새로운 생활양식에 맞게 포장, 용량 등을 조절하고 염도를 낮춘 제품을 개발할 필요가 있다.

셋째, 주부들은 시판발효제품에 대해 품질 만족도가 보통 수준이며 원재료, 첨가물사용, 위생 측면에서 특히 불만이 크므로 발효식품제조업체에서는 원산지표시, 규격품 생산, HACCP 인증 도입 등을 통해 품질에 대한 만족도를 높일 필요가 있다.

넷째, 가정에서도 쉽게 발효식품을 직접 만들 수 있도록 위생과 품질이 뒷받침된 원료 가공품 또는 전처리 가공품 형태를 개발, 유통할 필요가 있고 발효식품 제조 방법 등에 대한 교육이 이루어질 필요가 있다.

이상과 같은 시사점 외에도 향후 국내 발효식품 산업의 발전을 위해서는 새로운 발효 미생물 균주의 검색과 유용물질의 생산기술을 발전시키고 국제적인 기준에 맞는 식품규격화 연구를 지속할 필요가 있다고 본다.

## ■ 참고문헌

- 고경희(1999). 부천지역 주부의 식문화와 전통발효식품 소비태도와의 관계. **대한가정학회지**, 37(11), 139-156.
- 구난숙(1997). 대전지역 주부들의 한국발효식품 소비실태. **한국식품영양학회지**, 26(4), 714-725.
- 권선화, 손미예(2004). 된장 숙성기간중의 항산화 및 암세포 생육 억제효과. **한국식품저장유통학회지**, 11(4):461-467.
- 김동수(2000). 전통 것갈류의 국제화를 위한 제조기술 개발. 한국식품개발연구원. 농림부 농림수산특정연구사업 최종보고서.
- 김승호(1998). 된장의 기능성에 대한 새로운 연구방향 - 혈전 용해능에 관하여. **한국콩연구회지**, 15(1), 8-15.
- 김영숙, 염동민(1999). 부산, 양산, 울산 지역의 발효식품 소비현황 : II. 장류, **한국식품영양학회지**, 12(4), 350-357.
- 김은실(1996). 강원 지역 농촌 주부들의 전통 식생활 습관에 관한 실태 조사(II) : 자주 이용하는 전통음식 빈도와 시절식 및 전통발효음식 시행유무를 중심으로. **한국조리과학회지**, 12(1), 82-92.
- 김향숙, 윤경희(2004). 충북지역 대학생의 가공 판매되는 한국전통음식에 대한 이용실태. **한국생활과학회지**, 13(1), 85-91.
- 오영주, 황민주(1997). 김치의 섭취가 성인남자의 철분 영양상태지표에 미치는 영향. **한국영양학회지**, 3(10), 1188-1194.
- 윤인화(1995). 전통발효식품의 과학화 연구. 농촌진흥청작물시험장. 과학기술부 연차보고서.
- 이경자(1991). 전북지역 주부들의 식생활관리 실태에 관한 조사연구, **한국식생활문화학회지**, 6(4), 403-412.
- 이서래(1986). **한국의 발효식품**. 서울: 이화여자대학교 출판부.
- 이성우(1988). 한국 전통발효식품의 역사적 고찰. **한국식생활문화학회지**, 3(4), 331-339.
- 이수진(2002). 된장의 암예방 기능성 증진 연구. 부산대학교 석사학위 청구논문.
- 임범삼(1989). 우리나라 전통발효식품의 연구개발 동향. **한국식생활문화학회지**, 4(3), 265-269.
- 임선영(1997). 된장의 항돌연변이 및 항발암효과. 부산대학교 박사학위 청구논문.
- 조재선(1989). 한국의 전통발효식품 연구동향에 관한 분석고찰. **한국식생활문화학회지**, 4(4), 375-382.
- 진효상(2005). 전통발효식품(고추장, 김치)의 종균개발 및 품질 표준화. 전주대학교. 과학기술진흥기금사업 연구보고서
- 차옥진(2005). 전통발효식품의 기술동향. KISTI 첨단기술정보분석보고서.
- 홍금선, 백수진, 김향숙(1999). 시판되는 한국전통음식의 이용현황 및 선호도의 세대간 차이. **한국생활과학회지**, 8(2), 363-373.
- 홍상필, 김은미, 조경현(2004). 전통 고추장을 이용한 소스의 제조 및 특성. **한국식생활문화학회지**, 19(2), 239-249.

접 수 일 : 2008년 1월 28일  
 1차 심사시작일 : 2008년 2월 12일  
 1차 심사완료일 : 2008년 3월 10일  
 게재 확정일 : 2008년 4월 14일