

증편의 이용현황과 인지도 및 막걸리 종류를 달리한 증편의 기호도 및 구매도

이계순 · 김귀순¹ · 박금순[†]

대구가톨릭대학교 외식식품산업학부, ¹구미 1대학 호텔조리계열

Utilization and Recognition of *Jeungpyun* and Preference for *Jeungpyun* Containing Different Kinds of *Makgeoilli*

Gae-Soon Lee, Gui-Sun Kim¹ and Geum-Soon Park[†]

Faculty of Food Service and Technology, Catholic University of Daegu, ¹Department of Hotel Culinary Art, Gumi College

Abstract

The purpose of this study was to investigate the perceptions and preferences held by the general public concerning *jeungpyun*. Self-administered questionnaires were collected from 484 residents in Daegu and Gyeongbuk. The questionnaires contained questions on the recognition of *jeungpyun*, purchasing, frequency, purchasing factor, and preferences for and purchasing of *jeungpyun* containing different kinds of *makgeoilli*. According to the survey, females were higher than males (31.4%) by 69.7%, and that for ages 20~30' was the highest. Most of them were students (39.7%), and 81.7% of them had an income of under 4,000,000 won per month. The results of the eating frequency rate showed that over half of the people had *jeungpyun* once a month, and the recognition of *jeungpyun* for females (3.63) was higher than that for males (3.09). The respondents who joyed eating *jeungpyun* mentioned 'good taste and texture' as the top reason for eating *jeungpyun*, and 'different food and bad flavor' was mentioned as the reason for disliking it. As a result, popularization of *jeungpyun* was based on two factors: 1) fundamental factor and 2) external factor, and both significantly influence the preference for and purchasing of *jeungpyun*,-. Therefore, future studies should be conducted to improve preference for *jeungpyun* as a functional food. The results of preference and purchasing show that *jeungpyun* prepared with rice, *rubus coreanum* miquel, black bean, grape and green mume *makgeoilli*.

Key words: *Jeungpyun*, preference, recognition

1. 서론

떡은 우리나라의 전통음식으로 농경문화의 정착시대부터 발달된 토착성과 전통성이 깊은 음식(Jung HS와 Shin MJ 2002)이지만 식생활의 서구화와 핵가족화로 인하여 의례 음식이 간소화되고 제과제빵 기술의 발달로 떡에 대한 관심이 줄어 든 것도 사실이다(김향숙 2002). 그러나 최근 쌀 소비의 증대와 전통음식의 관심이 고조되면서 전통식품의 개발과 연구에 역점을 뒀은 물론이고 현대인의 미각에 대하여 기호를 충족시키도록 쌀 가공식품의 개발이 요구되어지면서 떡이 식사대용이나 간식으로 많이 이용되고 있다(Ko MS 등 2006). 떡은 만드는 방법에 따라 찰

떡, 찰 떡, 지진 떡, 삶은 떡으로 나눌 수 있으며(윤서석 2002) 증편은 쌀가루에 막걸리를 넣어 발효시켜 만든 찰떡의 일종으로 시큼한 술맛과 신맛, 단맛이 나며 떡으로서 유일하게 발효과정을 거치며 빵과 같은 폭신한 망상구조를 가지는 것이 특징이다(Choi SE와 Lee JM 1993, Yoon SJ 2003). 발효에 의해 pH가 4~5 정도로 잡균이 성장하기 어려운 환경이어서 빨리 쉬지 않아 저장성이 우수한 여름 떡이며(Lee EA와 Woo KJ 2001, Jang JS과 Park YS 2008) 기주떡, 술떡, 기지떡, 병거지떡 등 다양하게 불려지고 있다(Park YS와 Choi BS 1994).

증편에 대한 선행연구로는 첨가재료를 달리한 품질 특성 및 조리학적 표준화를 제시한 연구가 이루어졌으며 떡류에 대해서도 전반적인 떡에 관한 인식과 이용현황에 대해 초, 중, 고등학생 또는 대학생을 대상으로 한정지어 다룬 부분이 많은 편이라(Lee YN 등 1991, Oh MY 1995, Jang EJ 1995, Kang KO와 Lee HJ 2000, Yoon YJ 2000)

[†]Corresponding author: Geum-Soon Park, Faculty of Food Service and Technology, Catholic University of Daegu
Tel: 053-850-3512
Fax: 053-850-3512
E-mail: gspark@cu.ac.kr

일반인을 대상으로 증편 자체의 이용현황에 대한 연구는 전무한 실정이다. 또한 증편의 발효효도의 급원으로 사용되는 막걸리는 일반 주류와 달리 단백질과 식이섬유 및 당질이 들어 있고 생리활성 물질과 많은 양의 젖산균 등이 함유되어 있어 영양적 기능적 가치가 높으며 최근 국내 및 일본 등에서 소비가 크게 증가하는 추세이다(Lee DH 등 2009). 또한 최근 대학가를 중심으로 과일 등을 첨가한 색다른 막걸리가 확산되고 있어 복분자, 청매실, 오디 등을 첨가하여 분홍색, 초록색, 붉은색을 내는 컬러 막걸리와 막걸리 칵테일 등의 퓨전 및 기능성 막걸리가 등장하였다(Kim EJ 2010).

본 연구는 증편의 발효원으로 막걸리를 사용할 경우 막걸리의 신맛을 최소화 하고 부푸는 정도를 최대화하기 위한 방안으로 막걸리와 물의 비율을 달리하거나 기능성 물질을 가루 또는 액체로 첨가하여 품질특성을 살펴본 기존의 연구보고와는 달리, 시중에 판매되는 다양한 막걸리를 사용하였을 때 제조 가능한 증편의 다양성과 품질 개선을 위한 기본 자료로 제시하여 소비자 입맛에 맞는 증편 개발의 기회를 제공하고자 하였다. 이에 대구·경북 지역 일반인을 대상으로 설문조사하여 증편의 이용현황과 인지도를 살펴보고, 상품화 방안을 위해 막걸리 종류를 달리한 증편의 기호도 및 구매도를 알아보하고자 하였다.

II. 연구방법

1. 조사 대상 및 기간

한국 전통 떡 중 증편의 인지도 및 기호도를 조사하기 위하여 대구 경북지역을 중심으로 2009년 4월부터 2009년 6월까지 설문조사를 실시하였다. 설문지는 조사대상자에게 실시목적을 설명하고 배포하여 그 자리에서 직접 기입 후 총 500부를 배포하여 불충분한 응답을 제외하여 총 484부(96.8%)를 분석 자료로 사용하였다.

2. 연구내용 및 분석방법

본 연구를 위해 설문지는 선행연구(Shin EY 2008, Jung HS 2002, Kang SJ 2008)를 참조하여 조사대상자의 일반적 사항 7문항, 증편의 인지도 및 기호도, 증편의 섭취실태, 증편의 대중화 및 막걸리 첨가에 따른 증편의 기호도 및 구매도로 구성하였다. 인지도 및 기호도와 구매도는 Likert 5점 척도를 이용하여 측정하였으며, 자료의 분석은 SPSS 프로그램을 이용하여 분석하였다. 일반적 사항 및 인지도와 섭취실태는 빈도와 백분율로 표시하였고, 증편에 대한 인지도와 대중화, 막걸리 종류별 첨가 증편에 대한 기호도 및 구매도는 일반적 사항에 따라 t-검정 및 일원배치 분산분석(one-way ANOVA)을 실시하여 집단 간의 차이를 분석하였으며, 증편의 대중화를 요인화하여 구매도와 기호도에 영향을 미치는 정도를 알아보기 위하여

다중회귀분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특징

조사대상자의 일반적인 특성을 조사한 결과는 Table 1과 같이, 조사대상자 총 484명 중 성별은 남자가 31.4%, 여자가 68.6%이었으며, 연령은 20대가 42.6%, 40대가 20.2%, 30대가 18.6%, 50대가 13.2%, 20대 미만이 4.3%, 60대 이상이 1.2% 순이었다. 결혼여부에서 기혼이 51.4%로 미혼(48.6%)보다 많았으며 교육수준은 고졸이 50.1%, 전문대졸이 13.8%, 4년제 대학 졸업이 16.9%, 대학원 졸업이 3.9%로 나타났다. 직업은 학생이 39.7%로 가장 높았으며 전업주부가 28.7%, 전문직이 10.1%, 사무생산직이 5.8%, 판매서비스직이 4.5%, 사무관리직이 2.9% 순으로 나타났다. 한 달 월수입은 과반수 이상이 300만원 미만(60.5%)

Table 1. General characteristics of the subject

General characteristics		N	%
Gender	Male	152	31.4
	Female	332	68.6
Age(yrs)	≤20	21	4.3
	21~30	206	42.6
	31~40	90	18.6
	41~50	7	20.2
	51~60	64	13.2
	≥61	6	1.2
Marital status	Married	249	51.4
	Unmarried	235	48.6
Level of education	High school	245	50.1
	College	67	13.8
	University	82	16.9
	Graduate school	19	3.9
	The others	71	14.7
Occupation	Professional job	49	10.1
	Office/Management	28	5.8
	Laborer/Technician	14	2.9
	Student	192	39.7
	Seller/Service	22	4.5
	House Keeper	139	28.7
Monthly family income(10,000won)	The others	40	8.3
	<200	166	34.3
	200~300	127	26.2
	300~400	102	21.2
	400~500	39	8.1
Residential region	>500	50	10.3
	Large city	320	66.1
	Small city	132	27.3
Total	Farming village	32	6.6
		484	100

이었으며 응답자의 66.1%가 대도시에 거주하였으며 중소 도시는 27.3%, 농어촌은 6.6% 순으로 나타났다.

2. 증편의 섭취 빈도와 이용도

증편을 섭취한 경험과 섭취 빈도는 Table 2와 같이 남녀 모두 증편을 섭취한 경험은 각각 69.7%, 88.9%로 높게 나타났으나 섭취 빈도는 한 달에 증편을 먹지 않는다가 남자 70.4%, 여자 51.2%로 전체 57.2%가 한 달에 증편을 먹는 횟수가 많지 않음을 알 수 있었다. 한 달에 한번 섭취는 30.8%, 한 달에 두 번 섭취는 5.8%, 한 달에 세 번 섭취는 2.7%, 네 번 이상은 3.5%이었으며 남자보다는 여자가 증편의 섭취 빈도가 더 높게 나타났다. Shin EY (2008)은 떡 섭취빈도가 한 달에 한 두 번 먹는 경우가 48.6%로 높게 나타났으며, Lee JS(1999)은 수도권 성인 여성을 대상으로 과반수(49.1%)정도가 한 달에 한 두 번 정도 떡을 먹는다고 하여 이는 증편의 섭취에도 영향을 주었으리라 사료된다.

Table 3은 성별에 따른 증편의 이용도를 살펴본 결과,

Table 2. Intake frequency of *jeungpyun* N(%)

Variables		Male	Female	Total
Experience of eating <i>jeungpyun</i>	Yes	106(69.7)	295(88.9)	401(82.9)
	No	46(30.3)	37(11.1)	83(17.1)
	Total	152(100.0)	332(100.0)	484(100.0)
Intake frequency (per month)	0	107(70.4)	170(51.2)	277(57.2)
	1	34(22.4)	115(34.6)	149(30.8)
	2	3(2.0)	25(7.5)	28(5.8)
	3	4(2.6)	9(2.7)	13(2.7)
	≥4	4(2.6)	13(3.9)	17(3.5)
	Total	152(100.0)	332(100.0)	484(100.0)

Table 3. Consumption and utilization of *jeungpyun* N(%)

Variables		Male	Female	Total
Utilization of <i>jeungpyun</i> as meals	Yes	46(30.3)	164(49.4)	210(43.4)
	No	106(69.7)	168(50.6)	274(56.6)
	Total	152(100.0)	332(100.0)	484(100)
Eating as meals	Breakfast	77(50.7)	190(57.2)	267(55.2)
	Lunch	47(30.9)	111(33.4)	158(32.6)
	Dinner	28(18.4)	31(9.3)	59(12.2)
	Total	152(100.0)	332(100.0)	484(100)
Preference as snacks	None	5(3.3)	8(2.4)	13(2.7)
	Little	7(4.6)	12(3.6)	19(3.9)
	Moderate	59(38.8)	109(32.8)	168(34.7)
	Much	69(45.4)	172(51.8)	241(49.8)
	Very much	12(7.9)	31(9.3)	43(8.9)
	Total	152(100.0)	332(100.0)	484(100)

남자는 69.7%, 여자는 50.6%가 증편을 식사대용으로 이용할 의사가 없다고 응답하였으며, 남자(30.3%)보다는 여자(49.4%)가 식사대신 증편을 섭취할 수 있다고 하였다. 식사로서 증편을 섭취 시 남녀 모두 아침으로서 50.7%, 57.2%로 높게 나타났으며 점심, 저녁 순이었다. 대부분 증편을 식사보다는 간식으로 먹는다고 하였으며, 간식으로 선호도를 살펴본 결과 남자 92.1%, 여자 93.9%가 긍정적인 답변을 하였다. Rho JO와 Woo KJ(2003)는 떡을 식사대용으로 먹은 경우 남녀 모두 아침으로 많이 이용하였으며 56.9%가 식사대용보다는 간식으로 먹는 경우가 많다고 보고하여 본 조사와 유사한 경향을 보였다.

3. 증편의 기호도

Table 4는 증편을 섭취한 후 좋아하는 정도와 이유, 싫어하는 이유에 대한 응답으로 성별에 따라 남녀 모두 증편을 섭취 후 좋아한다가 67.1%, 82.2%로 높게 나타났으며 남자보다는 여자가 증편 기호도가 긍정적으로 나타났다. 증편을 좋아하는 이유로는 남녀 모두 씹을 때 촉촉하고 쫄깃한 질감을 선호하여 남자 32.9%, 여자 54.8%로 높게 나타났으며 맛이 좋아서가 남자 19.7%, 여자 16.6%, 건강에 도움이 되므로 남자 3.9%, 여자 5.4%, 저장성이 좋아서가 남자 3.9%, 여자 2.1%, 모양과 색상이 좋아서가 남자 3.9%, 여자 1.2%로 나타났다. 증편을 싫어하는 이유로는 남녀 모두 다른 먹거리가 많아서가 남자 17.8%, 여자

Table 4. Preference and reason for like and dislike of *jeungpyun* N(%)

Variables		Male	Female
Preference	Like	102(67.1)	273(82.2)
	Dislike	50(32.9)	59(17.8)
	Total	152(100.0)	332(100.0)
Reason for like of <i>jeungpyun</i>	High nutritive	2(1.3)	5(1.5)
	Good taste	30(19.7)	55(16.6)
	Good appearance (form and color)	7(4.6)	4(1.2)
	Chewing feeling	50(32.9)	182(54.8)
	Healthful diet	6(3.9)	18(5.4)
	Long storage	6(3.9)	7(2.1)
Reason for dislike of <i>jeungpyun</i>	The others	7(4.6)	5(1.5)
	Bad taste	7(4.6)	15(4.5)
	Bad texture	1(0.7)	7(2.1)
	Bad flavor	9(5.9)	23(6.9)
	Bad appearance	0(0.0)	3(0.9)
	Different food	27(17.8)	35(10.5)
Total	The others	21(13.8)	15(4.5)
	Total	152(100.0)	332(100.0)

10.5%로 가장 많았으며 이는 증편 자체의 싫어함보다 증편 이외의 다른 음식들이 많다는 환경적인 이유를 첫 번째로 응답하였다. 반면 증편 자체의 냄새가 싫어서가 남자 5.9%, 여자 6.9%로 나타나 증편이 지닌 특유의 술 냄새를 싫어하여 기호도가 낮음을 보였으며 Rho JO과 Woo KJ(2003)는 인천지역의 대학생들의 떡에 대한 기호도 조사에서 증편을 싫어하는 이유를 술 냄새가 싫다가 주 이유로 보고된 바 있어 떡 제조 중 첨가되는 재료의 양과 종류 등의 변화를 통해 현대인의 입맛에 맞는 떡을 개발함으로(Shin EY 2008) 증편에도 이를 접목하여 다양한 증편의 개발이 필요하리라 사료된다.

4. 증편의 인지도

Table 5는 증편에 대한 인지도 및 이해도에 관한 조사로 남자(3.09)보다는 여자(3.63)가 증편에 대한 인지도가 더 높았으며 유의적인 차이가 있었다($p<.001$). 증편 인지도는 연령별로도 유의한 차이를 보였으며($p<.001$) 20대에서 30대의 젊은 층보다는 40대 이후의 중년층이 더 많이 인지하고 있었으며 미혼(3.13)보다는 기혼(3.77)이 증편을 더 잘 알고 있다고 답변하였다. 교육수준에서는 대학원생(4.00)과 2년제 대학생(3.81)에서 높게 나타났으며 직업에서는 전업 주부가 3.84로 가장 높게 증편에 대해 인지하고 있으며 거주 지역에서는 대도시에서 유의적으로 높게

Table 5. Recognition of *jeungpyun*

Variables		Recognition	Steamed rice cake	Having fermentation process	Used <i>makgeoilli</i>	Called <i>Giju tteok, sul tteok</i>	Good storage
Gender	Male	3.09±1.15	3.69±0.82	3.70±0.88	3.69±0.91	3.91±0.88	3.38±0.99
	Female	3.63±0.96	3.92±0.69	3.99±0.76	3.97±0.73	4.07±0.68	3.66±0.91
T-value		-5.376***	-3.173**	-3.788***	-3.611***	-2.152*	-3.113**
Age (yrs)	<20	2.86±1.20	3.62±0.74	3.95±0.74	3.76±1.04	4.14±0.79	3.62±1.02
	20~30	3.14±1.06	3.76±0.75	3.79±0.81	3.78±0.81	3.96±0.85	3.48±0.97
	30~40	3.70±0.93	4.01±0.70	3.96±0.86	3.94±0.83	4.04±0.72	3.56±1.06
	40~50	3.80±0.90	3.89±0.81	4.05±0.85	4.00±0.78	4.11±0.68	3.71±0.82
	50~60	3.88±0.88	3.75±0.55	3.98±0.60	4.06±0.47	4.09±0.43	3.70±0.77
	>60	3.00±1.55	3.50±1.22	3.50±1.22	3.17±1.33	3.33±1.21	3.00±1.26
F-value		11.598***	2.509*	2.043 ^{NS}	3.021*	1.868 ^{NS}	1.527 ^{NS}
Marital status	Married	3.77±0.90	3.94±0.70	4.04±0.74	4.01±0.75	4.10±0.62	3.72±0.88
	Unmarried	3.13±1.01	3.74±0.77	3.75±0.86	3.74±0.83	3.93±0.86	3.41±0.98
T-value		-7.022***	-3.108**	-3.925***	-3.729***	-2.598*	-3.718***
Level of education	High school	3.32±1.05	3.86±0.68	3.90±0.79	3.89±0.75	4.01±0.73	3.61±0.90
	College	3.81±1.00	3.87±0.67	3.91±0.75	3.88±0.86	4.00±0.72	3.57±0.96
	University	3.57±0.94	3.74±0.89	3.93±0.86	3.90±0.83	3.94±0.48	3.46±0.98
	Post graduate school	4.00±0.94	4.26±0.56	4.26±0.45	4.26±0.56	4.32±0.48	3.84±1.07
	The others	3.34±1.13	3.80±0.82	3.76±0.92	3.75±0.91	4.11±0.77	3.48±1.00
F-value		4.749***	2.001 ^{NS}	1.511 ^{NS}	1.615 ^{NS}	1.272 ^{NS}	.948 ^{NS}
Occupation	Professional job	3.76±0.96	3.94±0.80	4.02±0.83	4.10±0.82	4.14±0.82	3.84±1.01
	Office/Management	3.21±1.07	3.68±0.82	3.46±0.92	3.57±1.00	3.68±0.95	3.32±0.90
	Laborer/Technician	3.36±1.28	4.00±0.68	4.07±0.62	3.93±0.83	4.00±0.68	3.57±0.85
	Student	3.10±1.07	3.77±0.74	3.79±0.83	3.76±0.82	3.95±0.85	3.43±0.97
	Seller/Service	3.59±1.10	3.63±0.90	3.59±1.05	3.63±0.90	3.77±0.61	3.45±0.86
	House Keeper	3.84±0.83	3.99±0.60	4.11±0.61	4.06±0.57	4.15±0.46	3.74±0.81
	The others	3.65±1.07	3.80±0.91	3.98±0.92	3.93±0.94	4.15±0.83	3.55±1.13
F-value		9.078***	2.104 ^{NS}	4.509***	3.848**	2.798*	2.532*
Residential region	Large city	3.57±1.01	3.88±0.74	3.98±0.76	3.98±0.75	4.08±0.71	3.60±0.97
	Small city	3.23±1.08	3.79±0.71	3.79±0.83	3.73±0.81	3.96±0.76	3.56±0.81
	Farming village	3.31±1.05	3.78±0.83	3.56±1.04	3.56±1.08	3.69±1.02	3.28±1.08
F-value		5.156***	.829 ^{NS}	5.757**	7.143**	4.653*	1.713 ^{NS}

^{NS} not signification, * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

¹⁾ The mean of perceptual scores was based on 5 score test. 5: well known ~ 1: don't know

나타났다. 증편이 찐 떡이라는 인식은 성별, 연령, 결혼여부에서 유의한 차이를 보였으며 증편 제조 시 발효과정이 있다는 인식은 여성이 남성보다 높게, 미혼보다 기혼이 더 높게 나타나 집단간 유의한 차이를 보였다.

증편을 제조할 때 막걸리를 사용한다는 인식은 교육수준을 제외한 모든 항목에서 유의한 차이를 보였으며 대부분 막걸리를 사용한 떡이라는 사실을 인지하고 있었다. 첨가되는 재료로 인하여 증편을 기주떡 또는 술떡이라고 하는데 연령과 교육수준에서 유의적인 차이 없이 높게 인식됨을 볼 수 있었다. 다른 전통떡에 비해 저장성이 좋다는 인식은 미혼이 3.41로 기혼이 3.72보다 낮게 나타났으

며 직업별로는 전문직이 3.84, 전업주부가 3.74로 유의적으로 높게 나타났다($p<.05$). Jung HS(2002)는 전통 떡과 한과류에 대한 인식도에서 증편에 대해 들어보지 못함이 34.6%, 들어본 적 있으나 먹어보지 못함이 26.2%로 증편의 낮은 인식과 섭취를 보고한 바 있으며 Yoon SO(2008) 연구에서도 대구시내 중학생 대상으로 증편에 대해 들어본 적 없음이 35.35%, 들어보았으나 먹어보지 않음이 35.99%로 인지도가 가장 낮은 떡으로 보고된 바 있다.

5. 증편의 대중화 방안

Table 6은 증편의 이용도를 높이고 대중화시키기 위한

Table 6. Factors for popularization of *jeungpyun*

Variables		Preservation of traditional taste	Development of different taste	Development of different color and form	Development of functional <i>jeungpyun</i>	Increasing of storage	Development of package	Low cost	Standardization of cookery
Gen der	Male	3.55±0.90	3.85±0.95	3.99±0.85	4.11±0.83	3.88±0.83	3.93±0.90	3.84±1.00	3.67±0.94
	Female	3.73±0.80	3.92±0.69	4.07±0.71	4.21±0.67	4.10±0.75	4.10±0.75	3.89±0.78	0.89±0.81
T-value		-2.127*	-2.308*	-1.045 ^{NS}	-1.376 ^{NS}	-2.795**	-2.437*	-.627 ^{NS}	-2.644**
Age (yrs)	<20	3.76±1.04	3.76±1.04	4.14±0.65	4.29±0.72	4.00±0.84	4.05±1.07	3.95±1.02	3.76±1.04
	20~30	3.61±0.88	3.98±0.81	4.10±0.82	4.20±0.76	4.02±0.83	4.09±0.84	3.92±0.93	3.75±0.92
	30~40	3.60±0.75	4.02±0.72	4.04±0.60	4.11±0.69	4.07±0.78	4.08±0.74	3.74±0.80	3.80±0.77
	40~50	3.74±0.82	3.96±0.73	4.01±0.71	4.20±0.71	4.04±0.72	4.02±0.69	3.86±0.74	3.87±0.79
	50~60	3.86±0.69	3.97±0.76	3.90±0.75	4.19±0.56	4.03±0.67	4.11±0.59	3.94±0.71	4.02±0.72
	>60	3.50±1.38	3.83±1.60	3.83±1.47	4.00±1.55	3.83±1.47	3.83±1.47	4.00±1.55	4.00±1.55
F-value		1.270 ^{NS}	.412 ^{NS}	.830 ^{NS}	.342 ^{NS}	.124 ^{NS}	.256 ^{NS}	.659 ^{NS}	1.061 ^{NS}
Marital status	Married	3.63±0.86	3.96±0.82	4.10±0.81	4.19±0.78	4.03±0.83	4.07±0.86	3.89±0.92	3.69±0.93
	Unmarried	3.71±0.81	3.98±0.77	3.99±0.70	4.17±0.67	4.04±0.74	4.08±0.69	3.87±0.79	3.95±0.77
T-value		-.958 ^{NS}	-.252 ^{NS}	-1.542 ^{NS}	.282 ^{NS}	-.089 ^{NS}	-.115 ^{NS}	-.282 ^{NS}	-3.333***
Level of education	High school	3.75±0.83	3.98±0.71	4.08±0.78	4.21±0.68	4.08±0.75	4.09±0.75	3.96±0.79	3.83±0.85
	College	3.57±0.80	4.04±0.77	3.97±0.58	4.03±0.74	3.93±0.83	4.10±0.80	3.85±0.87	3.94±0.81
	University	3.54±0.76	3.83±0.80	4.00±0.70	4.11±0.69	3.80±0.74	3.85±0.76	3.54±0.83	3.66±0.86
	Post graduate school	4.00±0.47	4.37±0.76	4.32±0.67	4.42±0.51	4.47±0.70	4.37±0.60	3.84±0.76	3.84±0.83
	The others	3.56±0.98	3.93±1.03	3.97±0.89	4.23±0.90	4.11±0.87	4.14±0.88	4.01±1.01	3.86±0.90
F-value		2.413*	2.068 ^{NS}	1.127 ^{NS}	1.612 ^{NS}	4.064**	2.534*	4.495**	1.111 ^{NS}
Occupation	Professional job	3.68±0.83	4.06±0.90	4.12±0.67	4.24±0.69	3.88±0.86	4.08±0.86	3.76±0.90	3.92±0.84
	Office/Management	3.64±0.73	3.64±0.73	3.86±0.71	4.14±0.65	3.71±0.71	4.04±0.69	3.75±0.80	4.00±0.67
	Laborer/Technician	3.93±0.62	3.71±0.73	3.93±0.73	4.14±0.66	4.21±0.80	4.07±0.62	3.93±0.83	3.79±0.98
	Student	3.63±0.86	3.98±0.80	4.13±0.82	4.21±0.76	4.10±0.81	4.13±0.85	3.95±0.91	3.74±0.72
	Seller/Service	3.87±0.71	4.14±0.71	4.09±0.68	4.00±0.93	4.05±0.95	4.09±0.68	3.77±0.75	3.82±0.66
	House Keeper	3.71±0.82	4.06±0.63	4.01±0.69	4.22±0.59	4.09±0.64	4.08±0.66	3.96±0.72	3.96±0.75
	The others	3.55±0.96	3.73±1.11	3.78±0.80	3.93±0.89	3.85±0.89	3.80±0.85	3.50±0.99	3.50±1.01
	F-value		.693 ^{NS}	2.316*	1.753 ^{NS}	1.274 ^{NS}	1.972 ^{NS}	.971 ^{NS}	2.160*
Residential region	Large city	3.73±0.78	3.99±0.78	4.04±0.73	4.20±0.69	4.06±0.74	4.12±0.71	3.88±0.80	3.90±0.81
	Small city	3.58±0.89	3.72±0.74	3.98±0.77	4.11±0.74	3.93±0.81	3.92±0.85	3.90±0.91	3.67±0.85
	Farming village	3.50±1.04	3.94±1.08	4.28±0.89	4.22±0.94	4.22±1.01	4.25±1.08	3.75±1.11	3.69±1.18
F-value		2.291 ^{NS}	.389 ^{NS}	1.987 ^{NS}	.720 ^{NS}	2.144 ^{NS}	4.068*	.411 ^{NS}	3.616*

^{NS} not signification, * $p<.05$, ** $p<.01$

방안을 살펴본 결과로 건강에 좋은 기능성 증편 개발을 남녀 모두 유의적인 차이 없이 평균 4.18(5점 만점)로 가장 높게 나타나 전통적인 떡에 기능적인 면을 첨가한 증편의 개발이 필요하다고 사료된다. 그 다음으로 남자는 다양한 색과 모양의 증편 개발을 3.99로 중요시 하였으며 여자는 먹기 좋은 포장 개발이 4.13으로 높게 나타나 집단간 유의적인 차이를 보였다($p < .05$). 남녀 모두 전통적인 옛 맛 보존을 3.55, 3.73으로 다른 항목에 비해 낮게 응답하여 증편을 섭취시 다양한 맛과 기능성이 첨가된 증편을 기대함을 볼 수 있었다. 연령별로는 증편의 대중화 및 개발에 대해 유의적인 차이가 없었으며 기혼보다는 미혼이 증편 대중화의 요인으로 조리법의 표준화를 중요하게 생각하고 있었다($p < .001$).

교육수준에 따라서는 유의적인 차이 없이 기능성 증편 개발 항목에서 4점 이상의 높은 중요도를 보였으며 저장성 증가 항목에서 대학원생 졸업자가 4.42로 다른 집단에 비해 가장 중요하게 생각하고 있었다($p < .01$). 직업에 따라서는 다양한 맛 개발과 저렴한 가격, 조리법의 표준화 항목이 집단간 유의한 차이를 보였다($p < .05$). 다양한 맛 개발에서는 판매 및 서비스업종과 전문직에서 높게 나타났으며 저렴한 가격에서는 학생과 전업주부가 가장 높게 나타났으며 조리법 표준화에서는 사무관리직과 전업주부가 높게 나타나 각 집단에 따라 증편의 대중화 및 개발에 필요한 중요도가 차이가 나는 것을 볼 수 있었다. 거주도시에 따라서는 포장의 개발과 조리법의 표준화가 각 집단간 유의한 차이를 보였는데 포장의 개발은 중소도시, 대도시, 농어촌 순으로 나타났으며 조리법의 표준화는 대도시에서 3.90으로 가장 높게 나타났다.

Table 7과 8은 증편의 대중화를 위하여 필요한 항목을 크게 두 가지 요인으로 명명화하여 막걸리의 종류를 달리한 증편 제조시 전체적인 기호도와 구매도에 미치는 영향을 알아본 것으로 요인 1은 옛 맛을 그대로 보존, 저장 및 보존성 증가, 먹기쉬운 포장 개발, 저렴한 가격, 조리방법의 표준화로 구성되어 본질적 요인으로 명명했으며

Table 7. Factor analysis on popularization of *jeungpyun*

Contents	Fundamental External	
	factor	factor
Preservation of traditional taste	.644	
Increasing of storage	.689	
Development of package	.671	
Low cost	.724	
Standardization of cookery	.719	.820
Development of different taste		.857
Development of different color and form		.658
Development of functional <i>jeungpyun</i>		
Eigen value	4.004	1.029
Dispersion rate(%)	50.055	11.607

Table 8. Effect of popularization factor and overall preference and purchasing of *jeungpyun*

Dependence	Independence	B	Beta	T-value
Overall preference	Constant	44.935		128.480***
	Fundamental	2.266	.273	6.474***
	External	2.216	.267	6.328***
$R^2 = .146$ $F = 40.977$ ***				
Overall purchasing	Constant	42.367		112.093***
	Fundamental	1.614	.191	4.336***
	External	1.586	.181	4.191***
$R^2 = .066$ $F = 18.185$ ***				

*** $p < .001$

요인 2는 변화 있고 다양한 맛 개발과 다양한 색과 모양 개발, 건강에 좋은 기능성 증편 개발로 구성하여 외향적 요인으로 명하였다. 항목에 대한 신뢰도는 .852로 높게 나타났으며 요인 적재치는 각각의 .6을 상회하는 것을 하나의 요인으로 묶어 추출하였다. 막걸리 종류를 달리하여 제조한 증편에 대한 전반적인 기호도는 모든 요인에서 유의한 차이를 보였으며 설명력이 14.6%를 보여 본질적요인과 외향적요인 모두 결합 수 있는 증편의 개발이 필요 하리라 사료되며 증편에 대한 구매도도 두가지 요인 모두 유의적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다($p < .001$).

6. 막걸리 종류별 첨가 증편의 기호도 및 구매의사

Table 9는 Hong GJ 등(2008)의 증편 제조를 참고하여 기주로 사용된 전통막걸리 대체로 시중에 판매되고 있는

Table 9. Preference of *makgeollil* M±SD

Name of <i>makgeollil</i>	Gender		Total	T-value
	Male	Female		
Rice	3.89±0.82	3.97±0.83	3.94±0.83	-1.015NS
Ginseng	3.32±1.00	3.37±1.05	3.36±1.03	-.580NS
<i>Acanthopanax senticosus</i>	3.20±0.97	3.23±1.01	3.22±0.99	-.256NS
<i>Codonopsis lanceolata</i>	3.21±0.98	3.25±0.98	3.24±0.98	-.379NS
Black bean	3.64±0.97	3.72±0.89	3.70±0.91	-.914NS
<i>Rubus coreanum miquel</i>	3.86±0.97	3.89±0.86	3.88±0.89	-.398NS
Grape	3.52±1.10	3.60±0.90	3.57±0.97	-.808NS
Pear	3.34±0.99	3.30±0.93	3.31±0.95	.392NS
Green Mume	3.47±1.05	3.60±0.91	3.56±0.95	-1.343NS
Apple	3.41±1.03	3.49±0.88	3.46±0.93	-.916NS
Purple sweet potato	3.17±1.07	3.47±0.97	3.38±1.01	-2.942**
Turmeric	2.92±0.87	3.00±0.94	2.97±0.92	-.973NS
Pine nut	3.05±1.00	3.11±0.99	3.10±0.99	-.633NS
Nuroongi	3.40±1.00	3.48±0.98	3.46±0.98	-.799NS

NS not signification, ** $p < .01$

막걸리 중 기능성 재료를 첨가하여 만든 대중화된 막걸리를 첨가하였을 때의 증편 사진을 제시하여 소비자의 기호도를 기대한 결과 자색고구마 막걸리를 제외한 모든 막걸리에서 성별에 따른 유의적인 차이 없었으며 울금 막걸리(2.97)를 제외하고 모두 3점 이상의 기호를 보였다. 쌀 막걸리가 남자 3.89, 여자 3.97로 가장 높은 기호도를 보였으며 그 다음으로 복분자 막걸리 3.88, 검정콩 막걸리 3.70, 포도 막걸리가 3.57, 청매실 막걸리가 3.56, 누룽지 막걸리가 3.46, 사과 막걸리가 3.46, 자색고구마 막걸리가 3.38, 인삼 막걸리가 3.36, 배 막걸리가 3.31, 산더덕 막걸리가 3.24, 가시오가피 막걸리가 3.22, 잣 막걸리가 3.10순으로 나타났다.

Table 10은 막걸리 종류를 달리하여 첨가한 증편의 구매 의사를 조사한 것으로 쌀 막걸리 증편, 검정콩 막걸리 증편, 자색고구마 증편은 남녀에 따른 유의한 차이를 보였으며 남자에 비해 여자가 구매의사가 더 높음을 볼 수 있었다. 막걸리 구매도는 쌀 막걸리 증편 구매가 3.73으로 가장 높게 나타났으며 복분자 막걸리 증편 3.65, 검정콩 막걸리 증편 3.45, 포도 막걸리 증편 3.38, 청매실 막걸리 증편 3.37, 누룽지 막걸리 증편 3.34, 사과 막걸리 증편 3.30, 자색고구마 막걸리 증편 3.25, 배 막걸리 증편 3.18, 인삼 막걸리 증편 3.11, 가시오가피 막걸리 증편 3.00, 잣 막걸리 증편 2.99, 산더덕 막걸리 증편 2.95, 울금 막걸리 증편 2.78로 나타났으며 Table 9에서 보여지는 막걸리 종류에 따른 기호도가 높을수록 Table 10에서 첨가된 막걸리 종류에 따른 증편의 구매도가 높았다. 막걸리의 종류를 달리하여 증편 제조 시 기호도와 구매도가 높은 쌀 막걸리, 검정콩 막걸리, 복분자 막걸리, 포도막걸리, 청매실

막걸리를 첨가하여 맛과 색의 다양성을 높이고 현대인의 취향에 맞는 증편이 개발되리라 기대할 수 있겠다.

IV. 요약

본 연구는 대구경북 지역에 거주하는 일반인 484명을 대상으로 증편에 대한 인지도 및 기호도, 섭취 이용도, 대중화 방안, 그리고 막걸리 종류를 달리한 증편의 기호도 및 구매도를 조사하였으며 그 결과는 다음과 같다.

조사대상은 여자 68.6%, 남자 31.4%였으며 연령은 20~30대가 가장 높았으며 기혼이 51.4%, 미혼이 48.6%으로 기혼이 많았으며 교육수준은 고졸이 50.1%로 가장 높았고 직업은 학생이 39.7%로 가장 높았다. 월평균 총수입은 대부분 400만원 미만이었으며 주거지는 대도시가 가장 많았다. 증편의 섭취경험은 남자(69.7%)보다 여자(88.9%)가 더 높았으며 섭취빈도는 대부분 한 달에 한 번 미만으로 낮은 섭취율을 보였다. 식사로서 증편의 섭취기대는 남녀 모두 적합하지 않다고 생각했으며 간식이용도로는 93.9%가 긍정적인 응답을 하였다. 남녀 모두 과반수 이상이 증편을 좋아한다고 했으며 이유는 맛과 질감이 좋았기 때문이라 했으며 싫어하는 이유는 다른 먹거리가 많으며 냄새가 좋지 않기 때문이라 하였다.

증편의 인지도는 남자(3.09)보다 여자(3.63)가 더 높게 나타났으며 일반적 사항에서 평균수입을 제외한 모든 집단군에서 유의한 차이를 보였다. 증편의 대중화 방안으로는 옛맛보존, 저장성 증가, 포장개발, 저렴한 가격, 조리법의 표준화를 본질화 요인으로 하였으며, 다양한 맛 개발, 다양한 색과 모양개발과 기능성 증편 개발을 외향적 요인으로 구분하여 증편의 구매도와 기호도에 영향성을 살펴본 결과 두 요인 모두 유의한 결과를 보여(p<.001) 증편 대중화시 두 가지 요인 모두 접목한 개발이 필요하겠다. 증편의 발효원이 막걸리의 종류를 달리한 증편의 기호도와 구매도를 살펴본 결과 기호도가 높은 쌀 막걸리, 복분자 막걸리, 검정콩 막걸리, 포도 막걸리, 청매실 막걸리가 이들이 첨가된 증편의 구매도에도 높은 경향을 보였다. 본 연구와 같은 자료를 바탕으로 증편에 대한 품질 개선과 함께 대중에게 널리 보급화 시킬 수 있도록 현대인의 취향에 맞는 다양한 기능성 증편의 개발 및 포장 개발로 구매의욕을 유도하여 지속적인 개발과 다양한 방안이 모색되어야 할 것으로 사료된다.

Table 10. Purchase opinion of *jeungpyun* M±SD

Name of <i>Jeungpyun</i>	Gender		Total	T-value
	Male	Female		
Rice	3.58±0.90	3.79±0.83	3.73±0.86	-2.483*
Ginseng	3.00±1.04	3.17±1.05	3.11±1.05	-1.625 ^{NS}
<i>Acanthopanax senticosus</i>	2.88±1.01	3.05±1.02	3.00±1.02	-1.775 ^{NS}
<i>Codonopsis lanceolata</i>	2.89±1.00	2.98±1.05	2.95±1.03	-.817c
Black bean	3.27±1.04	3.53±0.96	3.45±0.99	-2.591*
<i>Rubus coreanum miquel</i>	3.41±1.02	3.67±0.94	3.65±0.97	-.582 ^{NS}
Grape	3.35±1.06	3.39±0.97	3.38±1.00	-.808 ^{NS}
Pear	3.14±1.00	3.19±0.95	3.18±0.97	.390 ^{NS}
Green Mume	3.28±1.01	3.42±0.94	3.37±0.96	-1.438 ^{NS}
Apple	3.20±1.00	3.34±0.91	3.30±0.94	-1.459 ^{NS}
Purple sweet potato	2.99±0.99	3.36±1.00	3.25±1.00	-3.813***
Turmeric	2.67±0.88	2.83±1.00	2.78±0.97	-1.881 ^{NS}
Pine nut	2.93±1.06	3.01±1.02	2.99±1.03	-.760 ^{NS}
Nuroongi	3.24±1.07	3.38±0.94	3.34±0.99	-1.373 ^{NS}

^{NS} not signification, *p<.05, ***p<.001

참고문헌

김향숙. 2002. 떡·한과의 품질향상을 위한 조리과학적 고찰. 한국 조리과학회 추계학술 심포지움. pp 5
 윤서석. 2002. 한국음식-역사와 조리법-. 수하사. 서울. pp 283-293
 Choi SE, Lee JM. 1993. Standardization for the preparation of

- traditional *jeungpyun*. Korean J Food Sci Technol 25(6): 655-665
- Hong GJ, Kim MH, Kim KS. 2008. Rheological properties of *jeungpyun* prepared with SPI(soybean protein isolates). J East Asian Soc Dietary Life 18(1):1-8
- Jang EJ. 1995. A study on the consciousness, Knowledge, dietary life behaviors and preference on Korean traditional foods-focus on housewives in Seoul area. Masterate thesis. The Hanyang University of Korea
- Jang JS, Park YS. 2008. Quality characteristics of *jeungpyun* prepared with milk. J East Asian Soc Dietary Life 18(3): 311-321
- Jung HS, Shin MJ. 2002. A study on the recognition and preference of Korean traditional rice cake among college students. Korean J Food Culture 17(5):594-604
- Jung HS. 2002. A study on the recognition and preference of Korean traditional duk and han-gwa -based on the recognition of university students-. masterate thesis. Kyunghee University pp 42-92
- Kang KO, Lee HJ. 2000. A study on the housewives cognition and consumption pattern of Korea rice cake. Korean J Soc Food Sci 16(6):505-510
- Kang SJ. 2008. Consumption of tteok and physicochemical and sensory properties of hobakpyeon with different amount pumpkin powder. doctorate thesis. Korea university pp 36-42
- Kim EJ. 2010. A study on the influence of peripheral cue of package design on consumer's purchase intention -focused on makgeolli(rice wine) brand-. Masterate thesis. Hongik University pp 61
- Ko MS, Kim SA, Choi YJ. 2006. Quality characteristics of *jeungpyun* with different ratios of *makkulli* to water. Silla University 자연과학연구소 15:45-54
- Lee DH, Kim JH, Lee JS. 2009. Effect of pears on the quality and physiological functionality of makgeoljy. Korean J Food & Nutr 22(4):606-611
- Lee EA, Woo KJ. 2001. Quality characteristics of *jeungpyun* according to the type and amount of the oligosaccharide added. Korean J Soc Food Cookery Sci 17(5):431-440
- Lee JS. 1999. Assessment of women's consumption pattern and preference of Korean rice cake. Korean J Dietary culture 14(5): 447-454
- Lee YN, Shin MK, Kim BN. 1991. A Study on the present state of traditional food. Korean J Dietary Culture 6(1):71-80
- Oh MY. 1995. A study on the consciousness, Knowledge and preference of Korean traditional food. masterate thesis. The Hanyang University of Korea
- Park YS, Choi BS. 1994. Studied on the amounts of water addition in *jeungpyun* dough. Korean J Soc Food Cookery Sci 10(4):334-338
- Rho JO, Woo KJ. 2003. A study on university student's recognition and preference of Korean rice cake in Incheon area. J East Asian Soc Dietary Life 13(1):1-8
- Shin EY. 2008. Investigation for recognition and consumption patterns of Korean rice cakes on high school students. masterate thesis. Yonsei University. pp 8, pp 54
- Yoon JY. 2000. Comparison of children and mothers in opinion of rice cake. Korean J Soc Food Sci 16(6):548-556
- Yoon SJ. 2003. Quality characteristics of *jeungpyun* with different ratios of *makkulli* leaven to water. Korean j Soc Food Cookery Sci 19(1):11-16
- Yoon SO. 2008. Investigation on the recognition and preference for traditional Korean Dessert of school meal -middle school students in the daegu-. masterate thesis. Keimyung University pp 26

2010년 8월 3일 접수; 2010년 10월 29일 심사(수정); 2010년 10월 29일 채택