

## 서울지역 주부들의 김치에 대한 인지도 조사

윤숙자 · 황수정  
한국전통음식연구소  
(2005년 5월 6일 접수)

### A Survey on the Level of Recognizing Kimchi among Housewives in Seoul Area

Sook-Ja Yoon and su-jung Hwang  
Institute of Traditional Korean Food  
(Received May 6, 2005)

#### Abstract

This study was to investigate firstly a way of promoting health through increasing kimchi ingestion by means of analyzing the points to be improved on the state of taking kimchi, the traditional Korean food, the degree of kimchi likings and the problems of the kimchi on the market, and secondly the other way of having our favorite age-old kimchi quality improved as well as making kimchi inherited by means of collecting useful related materials via questionnaire survey intended for 316 housewives of 20~50 years old who lived in Seoul.

In the degree of preferences, 92% of them liked kimchi, being considered that higher the age, higher the nostalgia with perception of traditional food.

On the problems to be improved of the kimchi on the market, the most answers, 48.73%, said that the hygiene was worrying, indicating that the most overriding problem to be improved in the kimchi on the market was all-out sanitary management.

On the thinking of kimchi, the feeling of that the kimchi was the most Korean-like was predominant.

Key Words : Recognition, Kimchi, Housewives

### 1. 서론

김치는 밥과 더불어 한국인의 식탁에서 중심적인 위치를 차지하고 있는 음식<sup>1)</sup>이며, 여러 가지 채소류를 재료로 사용하여 발효 과정을 통해 숙성되는 우리나라의 대표적인 전통식품이다<sup>2)</sup>.

최근에는 한국을 대표하는 김치가 세계적으로 널리 알려지게 되었으며 그 과학성에 대한 많은 연구에 의해 국민의 관심도 커지고 있다. 김치는 겨울철 채소류가 부족했던 시기에 우리 조상들에게 비타민과 무기질을 공급하는 주요 식품이었으며, 식이섬유 공급원, 발효과정에서 생성된 맛과 젖산균 및 유기산에 의한 변비 예방, 정장작용을 하여 일상생활에서 한국인을 위한 영양공급 및 건강유지를 위하여 중요한 역할을 하고 있다<sup>3)</sup>.

이처럼 훌륭한 식품이 최근의 사회적인 여러 변화로 인해 음식의 준비와 조리에서 점점 전통적인 부분이 감소하고, 가정에서 직접 담가 먹는 김치의 비율도 점차 감소되고 있는 실정이다<sup>4)</sup>. 원래 김치는 사용되는 주재료에 의해 크게 김치류, 각두

기, 동치미류, 절임류, 찐지류, 식혜류 등으로 구분 할 수 있고 이것을 세분하면 100여 종이 훨씬 넘는다<sup>5)</sup>.

그러나 일반인들이 알고 있는 김치는 대표적인 몇 종에 국한되어 있어 점차 시간이 지나면 우리 후세들은 1~2종류의 김치만을 기억하게 될 것이다. 더욱이 현대 한국인의 식생활 변화 가운데에서 주목되고 있는 점은 편이성과 기호 위주의 식생활을 지향하고 있는 점이다<sup>6)</sup>.

고도의 경제 성장과 인구의 도시편중, 아파트 거주 등 거주생활의 변화, 핵가족화, 여가생활의 증대, 여성의 사회참여확대, 고령화 및 특수계층화 등은 오늘날 식생활 양상과 식품산업을 크게 변화시켰다<sup>7)</sup>.

시간의 부족과 가사부담이 커지면서 김치 담는 시간이 많이 소요된다는 인식변화로 점차 상품화된 김치를 섭취하는 것이다. 시간의 부족과 가사부담이 커지면서 김치 담는 시간이 많이 소요된다는 인식변화로 점차 상품화된 김치를 섭취하는 것이다. 또한 단체급식의 증가와 김치 제조 산업이 발달함에 따라

연도별 총 김치 소요량에 대한 공장 김치의 소비량이 2000년을 기준으로 1997년 27.7%, 1998년 28.8%, 1999년 30.1% 그리고 2000년 31.3%로 매년 증가하는 추세이다<sup>8)</sup>.

그러나 최근 건강에 대한 의식이 높아지고 시판김치의 문제점이 대두되면서 직접 김치를 담아 먹고자 하는 주부가 점차 늘어나고 있는 추세이다. 그러나 김치 담는 방법을 잘 알지 못하는 주부가 대부분이어서 앞으로 주부들에게 다양한 종류의 김치를 만들어 볼 기회를 제공하고 이를 전문적으로 배울 수 있는 교육기관을 육성하여 우리 음식의 계승과 발전에 더욱 힘써야 할 것이다.

지금까지 김치에 대한 연구로는 김치의 다양화에 관한 연구<sup>9)</sup>, 김치의 기능성 향상에 관한 연구<sup>10)</sup>, 김치 산업화 현황에 관한 연구<sup>11)</sup>, 김치의 관능적, 이화학적 변화에 관한 연구<sup>12-14)</sup>, 김치의 숙성에 관한 연구<sup>15-16)</sup>, 김치의 저장에 관한 연구<sup>17-18)</sup>, 김치의 기호도 및 섭취실태 조사<sup>19-20)</sup> 등에 관하여 많은 연구가 행해졌다. 그러나 가족의 식생활과 밀접한 위치에 있으며, 가정에서 음식을 공급하는 일을 담당하는 주부들을 대상으로 한 연구는 미비한 실정이다. 그러므로 본 연구는 서울지역 20~50 이상 연령대인 주부들을 대상으로 이들의 김치에 대한 기호도와 이용실태가 어떻게 변화하고 있는가를 살펴보고 산업화의 기초 자료로 사용하고자 한다.

## II. 연구내용 및 방법

### 1. 조사대상 및 기간

본 연구는 서울에 거주하고 있는 20세 이상의 주부들을 대상으로 김치에 대한 기호도 및 이용실태를 조사하였으며, 조사기간은 2004년 2월~4월까지 응답자 기재식으로 실시하였다. 총 400부의 설문지를 배부한 후 부정확한 응답자를 제외한 조사자료 총 316부를 통계처리 하여 이용하였다.

### 2. 조사내용 및 설문지 개발

본 연구를 수행하기 위하여 기존의 문헌과 선행 연구를 참조하여 설문지를 개발하여 상용하였으며, 본 설문지는 사용하기 전에 김치의 종류 중 이미 알고 있거나 선호하는 김치류의 순으로 예비조사를 한 뒤 내용이 어렵거나 이해하기 힘든 문항은 보완, 수정하여 사용하였다. 설문지는 응답자가 신속하고 간편하게 대답 할 수 있도록 표준화된 질문지를 이용하였고 설문지의 구성은 김치에 관한 기호도와 이용실태에 관련된 문항 12문항과 조사대상자의 일반사항 5문항으로 구성되어 있다.

### 3. 조사자료의 통계분석 방법

자료의 통계분석을 SAS(Statistical Analysis System program<sup>21)</sup>)을 이용하여 빈도와 백분율을 산출하였고, 조사 분석 시 주요한 독립변인을 중심으로 이원 교차표를 작성한 후 집단 간의 차이성 여부를 판정하기 위하여 chi-square 검증을 실

시하였다.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 사항

서울에 거주하는 성인 316명을 대상으로 김치의 이용실태에 관해 조사한 결과 조사대상자의 일반적인 특징은 <Table 1>과 같다.

연령별로는 20대가 22.78%, 30대 39.56%, 40대 24.68%, 50대 이상이 12.97%를 차지하였고 30대가 가장 높은 비율을 차지하였다. 직업형태는 전업주부가 42.09%로 가장 높았으며 사무직 23.42%, 자영업 14.56%, 기타 19.94%로 나타났으며 기타 직업으로 학생, 강사 등이 있었다. 가족형태는 핵가족이 92.72%로 대가족의 7.28%보다 현저하게 많았고 교육수준은 초등학교가 0.32%, 중학교 2.53%, 고등학교가 39.87%로 전문대 19.62%, 대학교 30.70%, 대학원 이상 6.96%를 보여 고등학교 졸업자가 가장 많은 비율을 차지하였다. 가족의 월수입은 100만원 이하가 3.16%, 100~200만원 33.86%, 200~300만원 31.65%, 300~400만원 14.87%의 소득을 보여 100만원 이하는 극히 적었으나 400만원 이상의 고소득자는 16.46%로 다소 높은 수치를 나타내었다.

### 2. 김치의 기호도

김치에 대한 전체적인 기호도는 <Table 2>와 같이 김치를 좋아한다고 응답한 주부는 92.41%였고, 싫어한다고 응답한 주부

<Table 1> General characteristics of subjects

	Variables	Frequency	(%)
Age	20	72	22.78
	30	125	39.56
	40	78	24.68
	over 50	41	12.97
Job	Housewives	133	42.09
	Officer	74	23.42
	Self-trader	46	14.56
	Others	63	19.94
Type	Nuclear family	293	92.72
	Extender family	23	7.28
Education	Primary school	1	0.32
	Middle school	8	2.53
	High school	126	39.87
	Junior college	62	19.62
	University	97	30.70
	Over graduate school	22	6.96
Income	<100	10	3.16
	100~200	107	33.86
	200~300	100	31.65
	300~400	47	14.87
	400	52	16.46
	Total	316	100.00

는 7.59%로 주부들이 김치를 매우 좋아하는 것으로 나타났다. 이는 좋아한다가 60.4%, 보통이다 33.8%, 싫어한다 5.8%로 좋아한다는 비율이 높았다는 문<sup>22)</sup>의 연구와 비슷한 경향을 보였다. 20대 주부는 김치를 좋아한다고 대답한 사람이 81.94%였고 30대주부는 92.80%, 40대주부 97.44%, 50대 이상 주부는 100%를 차지하여 연령이 높을수록 유의적으로 김치를 선호하는 것으로 나타났다. 월수입은 100만원 이하와 400만원 이상에서 100%로 김치를 좋아하는 것으로 나타났으며 300~400만원 97.87%, 200~300만원 90.00%, 100~200만원 87.85%로 나타나 수입에 따른 유의적인 차이를 나타냈다. 이는 저소득인 경우 섭취하는 반찬으로 김치의 비중이 큰 것으로 생각되며, 고소득인 경우 건강식이라는 의식이 높아 김치를 많이 섭취하는 것으로 생각된다. 직업별, 가족형태, 교육수준은 유의적인 차이를 보이지 않았다.

3. 김치를 좋아하는 이유

김치를 좋아하는 이유는 <Table 3>과 같이 맛이 좋아서 58.90%, 예전부터 먹어 와서 30.48%, 영양가가 높아서 5.48%, 쉽게 접할 수가 있어서 3.08%, 기타 2.05%로, 맛이 좋아서라는 응답이 많았다. 연령은 20대에서 맛이 좋아서가 67.80%로 높게 나타나 20대는 다른 이유보다 우선 김치의 맛을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

직업형태는 전업주부, 사무직, 자영업, 기타 모두에서 맛이 좋아서가 높게 나타났으며 전업주부 56.80%, 사무직 60.00%, 자영업 55.81%, 기타 64.41%로 나타났다.

가족형태는 맛이 좋아서가 대가족이 68.18%, 핵가족

58.15%보다 높았고 유의적인 차이는 없었다. 교육형태도 맛이 좋아서가 전문대졸에서 65.45%로 높게 나타났으며, 수입은 100~200만원에서 맛이 좋아서가 65.96%로 가장 높아 큰 유의적인 차이가 나타났다.

4. 김치를 좋아하지 않는 이유

김치를 좋아하지 않는 이유는 <Table 4>와 같다. 김치를 싫어한다고 응답한 주부 24명중에 김치에서 나는 냄새가 싫어서 50.00%, 매워서 33.33%, 맛이 없다 8.33%, 기타 8.33%로 나타났다. 연령별은 20대 53.85%와 30대 55.56%로 모두 냄새가 싫어서라고 응답한 주부가 높은 비율을 차지하였다. 이는 생강, 마늘, 파, 젓갈 등 비교적 강한 향을 내는 재료를 싫어하였다는 송<sup>23)</sup>의 결과로 볼 때 김치의 기호도 면에서 냄새는 중요한 요소로 작용하고 있음을 알 수 있다. 따라서 생강, 마늘의 첨가량과 향이 강하지 않은 새우젓을 사용하는 등 젓갈의 종류와 양의 조절이 필요하며, 김치의 기호도에 큰 영향을 주는 향으로는 조<sup>24)</sup>의 연구에서 산에 의해 생기는 신내와 성숙이 덜 된 배추로 김치를 담았을 때 나는 풋내와 오래된 김치에서 나는 불쾌한 군덕내가 큰 비중을 차지한다고 하였다. 이와 같이 좋지 못한 냄새를 개선하여 김치의 기호도를 높일 수 있는 방법을 모색해야 할 것이다.

5. 김치 섭취 방법

김치를 먹는 방법은 <Table 5>와 같이 본인이 직접 만들어 먹는다 32.59%로 가장 높았으며 어머니와 친척이 담아 준다 31.65%, 사먹는다 31.65%로 동일하게 높았으며, 김치 담글 때

<Table 2> Preference on Korean Kimchi

N(%)

Variables	yes	no	total	
Age	20	59( 81.94)	13(18.06)	72(100)
	30	116( 92.80)	9( 7.20)	125(100)
	40	76( 97.44)	2( 2.56)	78(100)
	over 50	41(100.00)	0( 0.00)	41(100)
Job	Housewives	125( 93.98)	8( 6.02)	133(100)
	Officer	65( 87.84)	9(12.16)	74(100)
	Self-trader	43( 93.48)	3( 6.52)	46(100)
	Others	59( 93.65)	4( 6.35)	63(100)
Type	Nuclear family	270( 92.15)	23( 7.85)	293(100)
	Extender family	22( 95.65)	1( 4.35)	23(100)
Education	Primary school	1(100.00)	0( 0.00)	1(100)
	Middle school	8(100.00)	0( 0.00)	8(100)
	High school	115( 91.27)	11( 8.37)	126(100)
	Junior college	55( 88.71)	7(11.29)	62(100)
	University	94( 96.91)	3( 3.09)	97(100)
	Over graduate school	19( 86.36)	3(13.64)	22(100)
Income	<100	10(100.00)	0( 0.00)	10(100)
	100~200	94( 87.85)	13(12.15)	107(100)
	200~300	90( 90.00)	10(10.00)	100(100)
	300~400	46( 97.87)	1( 2.13)	47(100)
	400	52(100.00)	0( 0.00)	52(100)
Total	292(92.41)	24( 7.59)	316(100)	

$\chi^2=17.44$   
p=0.0006

$\chi^2=2.89$   
p=0.41

$\chi^2=0.37$   
p=0.54

$\chi^2=6.12$   
p=0.29

$\chi^2=11.08$   
p=0.03

&lt;Table 3&gt; Reason for the preference to Kimchi

N(%)

Variables		delicious	Nutrition	Form old times	Easy touchness	Others	total	
Age	20	40(67.80)	3(5.08)	15(25.42)	1( 1.69)	0(0.00)	59(100)	$\chi^2=11.07$ p=0.52
	30	68(58.62)	9(7.76)	31(26.72)	4( 3.45)	4(3.45)	116(100)	
	40	45(59.21)	3(3.95)	25(32.89)	2( 2.63)	1(1.32)	76(100)	
	over 50	19(46.34)	1(2.44)	18(43.90)	2( 4.88)	1(2.44)	41(100)	
Job	Housewives	71(56.80)	9(7.20)	39(31.20)	6( 4.80)	0(0.00)	125(100)	$\chi^2=21.89$ p=0.04
	Officer	39(60.00)	5(7.69)	20(30.77)	1( 1.54)	0(0.00)	65(100)	
	Self-trader	24(55.81)	0(0.00)	17(39.53)	0( 0.00)	2(4.65)	43(100)	
	Others	38(64.41)	2(3.39)	13(22.03)	2( 3.39)	4(6.78)	59(100)	
Type	Nuclear family	157(58.15)	16(5.93)	82(30.37)	9( 3.33)	6(2.22)	270(100)	$\chi^2=2.89$ p=0.58
	Extender family	15(68.18)	0(0.00)	7(31.82)	0( 0.00)	0(0.00)	22(100)	
Education	Primary school	0( 0.00)	0(0.00)	0( 0.00)	1(100.00)	0(0.00)	1(100)	$\chi^2=49.39$ p=0.0003
	Middle school	5(62.50)	0(0.00)	2(25.00)	1( 12.50)	0(0.00)	8(100)	
	High school	69(60.00)	5(4.35)	35(30.43)	5( 4.35)	1(0.87)	115(100)	
	Junior college	36(65.45)	2(3.64)	15(27.27)	1( 1.82)	1(1.82)	55(100)	
	University	53(56.38)	9(9.57)	27(28.72)	1( 1.06)	4(4.26)	94(100)	
	Over graduate school	9(47.37)	0(0.00)	10(52.63)	0( 0.00)	0(0.00)	19(100)	
Income	<100	5(50.00)	0(0.00)	2(20.00)	3( 30.00)	0(0.00)	10(100)	$\chi^2=39.59$ p=0.0009
	100~200	62(65.96)	4(4.26)	24(25.53)	4( 4.26)	0(0.00)	94(100)	
	200~300	48(53.33)	6(6.67)	33(36.67)	1( 1.11)	2(2.22)	90(30.82)	
	300~400	28(60.87)	3(6.52)	11(23.91)	1( 2.17)	3(6.52)	46(100)	
	400	29(55.77)	3(5.77)	19(36.54)	0( 0.00)	1(1.92)	52(100)	
Total	172(58.90)	16(5.48)	89(30.48)	9( 3.08)	6(2.05)	292(100)		

&lt;Table 4&gt; Reason for the dislike to Kimchi

N(%)

Variables		Taste flat	Hot	Smell	Others	total	
Age	20	1( 7.69)	4(30.77)	7(53.85)	1( 7.69)	13(100)	$\chi^2=6.47$ p=0.37
	30	1(11.11)	3(33.33)	5(55.56)	0( 0.00)	9(100)	
	40	0( 0.00)	1(50.00)	0( 0.00)	1( 50.00)	2(100)	
	over 50	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0(0.00)	
Job	Housewives	1(12.50)	0( 0.00)	7(87.50)	0( 0.00)	8(100)	$\chi^2=16.81$ p=0.05
	Officer	1(11.11)	6(66.67)	1(11.11)	1( 11.11)	9(100)	
	Self-trader	0( 0.00)	2(66.67)	1(33.33)	0( 0.00)	3(100)	
	Others	4( 0.00)	0( 0.00)	3(75.00)	1( 25.00)	4(100)	
Type	Nuclear family	2( 8.70)	8(34.78)	11(47.83)	2( 8.70)	23(100)	$\chi^2=1.04$ p=0.79
	Extender family	0( 0.00)	0( 0.00)	1( 8.33)	0( 0.00)	1(100)	
Education	Primary school	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0(0.00)	$\chi^2=9.85$ p=0.36
	Middle school	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0(0.00)	
	High school	1( 9.09)	4(36.36)	5(45.45)	1( 9.09)	11(100)	
	Junior college	0( 0.00)	4(54.14)	3(42.86)	0( 0.00)	7(100)	
	University	1(33.33)	0( 0.00)	2(66.67)	0( 0.00)	3(100)	
	Over graduate school	0( 0.00)	0( 0.00)	2(66.67)	1( 33.33)	3(100)	
Income	<100	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0(0.00)	$\chi^2=14.10$ p=0.03
	100~200	2(15.38)	5(38.46)	6(46.15)	0( 0.00)	13(100)	
	200~300	0( 0.00)	3(30.00)	6(60.00)	1( 10.00)	10(100)	
	300~400	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	1(100.00)	1(100)	
	400	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0(0.00)	
Total	2( 8.33)	8(33.33)	12(50.00)	2( 8.33)	24(100)		

어머니와 친척의 도움을 받는다가 4.11%를 차지하였다. 연령별은 20대 주부의 경우 사서 먹다가 45.83%로 높았으며, 어머니와 친척이 담아 준다가 41.67%로 높았다. 이는 20대주부의 경우 맛별이가 늘어남에 따라 시간적 여유와 김치 담그는 방법을 모르기 때문에 시판하는 김치를 사먹는 것으로 사료된다. 이

는 윤<sup>25)</sup>의 조사에서 20~29세에서 구입경험이 가장 높았다는 조사와 비슷한 결과를 보였으며 유의적인 차이가 큰 것을 알 수 있다. 직업형태는 전업주부는 본인이 직접 담아 먹다가 46.62%로 높게 나타났으며 사무직은 어머니와 친척이 담아 43.24%로 높았으며 그 다음으로 사먹는다 37.84%로 높게 나

<Table 5> Way of procuring Kimchi Self-making

N(%)

Variables	Self-making	Made by mother or relatives	With aid by mother or relatives	No aid	total	
Age	20	6( 8.33)	30( 41.67)	3(4.17)	33(45.83)	$\chi^2=81.07$ p=<.0001
	30	27(21.60)	56( 44.80)	5(4.00)	37(29.60)	
	40	40(51.28)	10( 12.82)	5(6.41)	23(29.49)	
	over 50	30(73.17)	4( 9.76)	0(0.00)	7(17.07)	
Job	Housewives	62(46.62)	30( 22.56)	5(3.76)	36(27.07)	$\chi^2=38.76$ p=<.0001
	Officer	7( 9.46)	32( 43.24)	7(9.46)	28(37.84)	
	Self-trader	17(36.96)	15( 32.61)	1(2.17)	13(28.26)	
	Others	17(26.98)	23( 36.51)	0(0.00)	23(36.51)	
Type	Nuclear family	90(30.72)	96( 32.76)	13(4.44)	94(32.08)	$\chi^2=7.21$ p=0.07
	Extender family	13(56.52)	4( 17.39)	0(0.00)	6( 6.00)	
Education	Primary school	0( 0.00)	1(100.00)	0(0.00)	0( 0.00)	$\chi^2=21.46$ p=0.12
	Middle school	6(75.00)	1( 12.50)	0(0.00)	1(12.50)	
	High school	49(38.89)	36( 28.57)	3(2.38)	38(30.16)	
	Junior college	17(27.42)	19( 30.65)	3(4.84)	23(37.10)	
	University	23(23.71)	38( 39.18)	7(7.22)	29(29.90)	
	Over graduate school	8(36.36)	5( 22.73)	0(0.00)	9(40.91)	
Income	<100	1(10.00)	3( 30.00)	0(0.00)	6(60.00)	$\chi^2=13.20$ p=0.35
	100~200	37(34.58)	30( 28.04)	3(2.80)	37(34.58)	
	200~300	33(33.00)	36( 36.00)	6(6.00)	25(25.00)	
	300~400	14(29.79)	17( 36.17)	0(0.00)	16(34.04)	
	400	18(34.62)	14( 26.92)	4(7.69)	16(30.77)	
Total	103(32.59)	100( 31.65)	13(4.11)	100(31.65)	316(100)	

타났다. 자영업은 본인이 직접 담아 먹는다 36.96%로 높았으며 다음으로 어머니와 친척이 담아준다 32.61%, 사서먹는다 28.26% 순으로 나타났다. 위의 결과로 볼 때 전업주부의 경우 직접 담아 먹는 경우가 많으나 사무직이나 기타 직업이 있는 경우는 어머니와 친척이 담아 주는 경우와 사서먹는 경우가 높게 나타나 점차 사서 먹는 경우가 많아질 것이라 사료된다. 이는 김<sup>26)</sup>의 조사에서 김치 총 소비량은 비슷하지만 공장김치의 소비율은 해마다 20~38% 증가하고 있다는 결과와 비슷하였으며 유의적인 차이가 큰 것으로 나타났다. 가족형태는 핵가족은 어머니와 친척이 담아준다 32.76%로 가장 높았으며 사서 먹는다 32.08%로 높았고, 대가족의 경우 본인이 직접 담아 먹는다 56.52%로 가장 높았으며 어머니와 친척이 담아준다 17.39%와 사서 먹는다가 6.0%로 극히 적어 대가족의 경우는 사먹는 경우가 매우 낮은 것으로 나타났다. 결과적으로 대가족에서는 아직 김치를 담는 가풍이 많이 남아 있음을 알 수 있다. 교육형태와 수입은 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

6. 김치 구입 경로

김치를 구입하는 경로는 <Table 6>에서와 같이 김치를 사서 먹는다고 응답한 총 100명의 주부 중에 대형마트가 48.0%, 시장 30.0%, 주부배달 14.0%, 백화점 6.0%, 기타 2.0% 순이다. 20대 주부 대형마트 69.70%, 30대 주부도 대형마트 43.24%로 대형마트가 가장 높았는데 이는 여성들의 사회진출로 인해 주말을 이용한 소비행태가 늘어남에 따라 김치 이외의 것을 구입함과 동시에 김치도 구입하게 되는 것으로 생각된다. 직업별과

가족형태, 교육형태, 수입은 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

7. 김치를 사먹는 이유

김치를 사먹는 이유는 <Table 7>과 같다. 쉽게 구할 수 있다 47.0%로 높았으며, 시간이 절약된다 37.0%, 더 맛있다 11.0%, 만드는 방법을 모른다 5.0% 순으로 나타났다. 연령별로는 20대에서 쉽게 구할 수 있다가 63.64%로 높게 나타났으며, 시간이 절약 된다 18.18%, 더 맛있다와 만드는 방법을 모른다는 각각 9.09% 순으로 나타났으며, 20대의 경우 만드는 방법을 모른다가 9.09%로 다른 연령에 비해 높게 나타나 주부들은 직접 담아 먹는 것이 건강, 경제, 위생적인 면에서 모두 좋다고 생각 하지만 만드는 방법을 몰라 대형마트를 이용하면서 쉽게 김치를 함께 구입하는 악순환이 반복되고 있어 교육의 필요성이 절실하다고 생각된다. 30대는 시간절약이 43.24%, 만드는 방법을 모른다가 5.41%로 적어 김치 담는 방법은 알고 있으나 사먹는 김치가 더 맛있다가 18.92%로 가장 높아 직접 김치를 담았을 때 맛이 별로 없어 의욕이 상실되고 번거롭고 시간이 많이 든다는 의식변화로 시판 김치를 이용하는 것이라 생각된다. 이 또한 김치 담는 방법을 정확히 몰라 생기는 결과로 전문기관의 도움을 받는 등의 노력이 필요할 것이다. 위의 결과로 볼 때 김치를 사먹는 이유는 공장식 김치의 보급과 김치 생산업체의 증가로 인해 어디서든 김치를 쉽게 구할 수 있고, 반면 김치 담는 정확한 방법을 몰라 단순히 편리성과 시간절약에만 중점을 두어 생각하는 주부들이 늘어나면서 점차 사서 먹는 방법을 선택하는 것

&lt;Table 6&gt; Route of purchasing Kimchi

N(%)

Variables	Market	Large-mart	Department store	By order for delivery	Others	total		
Age	20 30 40 over 50	5( 15.15) 14( 37.84) 10( 43.48) 1( 14.29)	23(69.70) 16(43.24) 8(34.78) 1(14.29)	2( 6.06) 1( 2.70) 0( 0.00) 3(42.86)	2( 6.06) 6(16.22) 5(21.74) 1(14.29)	1( 3.03) 0( 0.00) 0( 0.00) 1(14.29)	33(100) 37(100) 23(100) 7(100)	$\chi^2=38.21$ p=0.0001
Job	Housewives Officer Self-trader Others	14( 38.89) 8( 28.57) 3( 23.08) 5( 21.74)	15(41.67) 14(50.00) 8(61.54) 11(47.83)	3( 8.33) 1( 3.57) 1( 7.69) 1( 4.35)	4(11.11) 5(17.86) 1( 7.69) 4(17.39)	0( 0.00) 0( 0.00) 0( 0.00) 2( 8.70)	36(100) 28(100) 13(100) 23(100)	$\chi^2=11.05$ p=0.52
Type	Nuclear family Extender family	28( 29.79) 2( 33.33)	45(47.87) 3(50.00)	5( 5.32) 1(16.67)	14(14.89) 0( 0.00)	2( 2.13) 0( 0.00)	94(100) 6(100)	$\chi^2=2.26$ p=0.69
Education	Primary school Middle school High school Junior college University Over graduate school	0( 0.00) 1(100.00) 12( 31.58) 8( 34.78) 9( 31.03) 0( 0.00)	0( 0.00) 0( 0.00) 19(50.00) 10(43.48) 13(44.83) 6(66.67)	0( 0.00) 0( 0.00) 1( 2.63) 3(13.04) 1( 3.45) 1(11.11)	0( 0.00) 0( 0.00) 5(13.61) 2( 8.70) 6(20.69) 1(11.11)	0( 0.00) 0( 0.00) 1( 2.63) 0( 0.00) 0( 0.00) 1(11.11)	0(0.00) 1(100) 38(100) 23(100) 29(100) 9(100)	$\chi^2=15.73$ p=0.47
Income	<100 100~200 200~300 300~400 400	2( 33.33) 11( 29.73) 7( 28.00) 4( 25.00) 6( 37.50)	1(16.67) 23(62.16) 11(44.00) 7(43.75) 6(37.50)	0( 0.00) 2( 5.41) 1( 4.00) 2(12.50) 1( 6.25)	2(33.33) 1( 2.70) 6(24.00) 2(12.50) 3(18.75)	1(16.67) 0( 0.00) 0( 0.00) 1( 6.25) 0( 0.00)	6(100) 37(100) 25(100) 16(100) 16(100)	$\chi^2=21.95$ p=0.14
Total	30( 30.00)	48(48.00)	6( 6.00)	14(14.00)	2( 2.00)	100(100)		

&lt;Table 7&gt; Reasons for purchasing

N(%)

Variables	Saving time	Easy obtaining	More delicious	No idea of kimchi-making	total		
Age	20 30 40 over 50	6(18.18) 16(43.24) 9(39.13) 6(85.71)	21( 63.64) 12( 32.43) 13( 56.52) 1( 14.29)	3( 9.09) 7(18.92) 1( 4.35) 0( 0.00)	3( 9.09) 2( 5.41) 0( 0.00) 0( 0.00)	33(100) 37(100) 23(100) 7(100)	$\chi^2=20.25$ p=0.02
Job	Housewives Officer Self-trader Others	14(38.89) 9(32.14) 3(23.08) 11(47.83)	17( 47.22) 13( 46.43) 8( 61.54) 9( 39.13)	4(11.11) 4(14.29) 2(15.38) 1( 4.35)	1( 2.78) 2( 7.14) 0( 0.00) 2( 8.70)	36(100) 28(100) 13(100) 23(100)	$\chi^2=5.83$ p=0.76
Type	Nuclear family Extender family	34(36.17) 3(50.00)	44( 46.81) 3( 50.00)	11(11.70) 0( 0.00)	5( 5.32) 0( 0.00)	94(100) 6(100)	$\chi^2=1.32$ p=0.72
Education	Primary school Middle school High school Junior college University Over graduate school	0( 0.00) 0( 0.00) 13(34.21) 7(30.43) 15(51.72) 2(22.22)	0( 0.00) 1(100.00) 17( 44.74) 11( 43.83) 12( 41.38) 6( 66.67)	0( 0.00) 0( 0.00) 6(15.79) 4(17.39) 1( 3.45) 0( 0.00)	0( 0.00) 0( 0.00) 2( 5.26) 1( 4.35) 1( 3.45) 1(11.11)	0(0.00) 1(100) 38(100) 23(100) 29(100) 9(100)	$\chi^2=9.66$ p=0.64
Income	<100 100~200 200~300 300~400 400	4(66.67) 10(27.03) 11(44.00) 6(37.50) 6(37.50)	2( 33.33) 19( 51.35) 8( 32.00) 8( 50.00) 10( 62.50)	0( 0.00) 6(16.22) 4(16.00) 1( 6.25) 0( 0.00)	0( 0.00) 2( 5.41) 2( 8.00) 1( 6.25) 0( 0.00)	6(100) 37(100) 25(100) 16(100) 16(100)	$\chi^2=11.03$ p=0.53
Total	37(37.00)	47( 47.00)	11(11.00)	5( 5.00)	100(100)		

이다. 이는 강<sup>27)</sup>의 조사에서 구입동기가 시간이 없어서가 39.4%, 담그는 방법을 알지 못해서 18.2%, 번거러워서 12.1%와 비슷한 결과를 보였으며, 직업형태, 가족형태, 교육형태, 수입은 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

#### 8. 시판 김치의 개선점

시판김치의 개선점은 <Table 8>와 같이 위생이 염려된다 48.73%로 높았으며, 가격이 비싸다 25.63%, 맛이 균일하지 않

다 22.47%, 기타 3.16%로 나타났으며 연령별, 직업형태, 가족 형태, 교육형태, 수입 모두 유의적인 차이는 없는 것으로 나타났다. 이는 윤<sup>25)</sup>의 조사에서 상업용 김치의 문제점으로 위생적인면 80.8%, 맛의 향상이 10.9%, 가격의 저렴화가 5.3%, 순으로 나타난 것과 동일한 결과로 소비자들의 시판김치의 위생에 대한 신뢰성을 높이기 위해서는 철저한 위생관리가 최우선시 되어야 할 것이다.

기타사항으로 수입산(중국) 김치재료에 대한 불신과 기타 화학조미료(MSG)의 사용이 너무 많다는 의견이었다. 또한 최<sup>28)</sup>의 연구에서 현재 국내 김치제조업체의 수는 약 148개 업체로서 대부분 영세하다는 결과로 보아 생산에만 치중된 영세기업이 위생적 측면을 얼마나 고려할 것인가의 의문을 제기하며 위생 담당기관의 정확한 관찰이 필요할 것이다.

9. 좋아하는 김치의 종류

좋아하는 김치의 종류는 <Table 9>와 같이 통배추김치 85.44%로 가장 높았고, 총각김치 48.72%, 오이소박이 39.56%, 동치미 34.81%, 갓김치 33.54%, 파김치 32.59%, 백김치 32.28%, 깍두기와 고들빼기김치가 각각 27.53%, 나박김치 18.04% 순으로 나타났으며, 위에서와 같이 항상 우리 식단에서 접할 수 있는 통배추김치가 가장 좋아하는 김치였으며, 다음으로 총각김치 순으로 나타났다. 연령별 김치종류에 대한 선호도는 배추김치의 경우 모든 연령층에서 선호하였으나 연령이 높을수록 선호도가 큰 것을 알 수 있다. 이는 배추김치를 73.2%로 가장 좋아하였다는 이<sup>29)</sup>의 연구와 비슷한 경향을 나타내었다.

김치의 맛은 조직감에 의해서 크게 영향을 받는다고 한다. 한

국인의 김치에 대한 조직감 선호도는 아삭아삭한 성질과 씹힘성이 중요한 요소를 차지한다는 손<sup>30)</sup>의 결과와 동일하게 치아가 건강한 30대에서는 조직감이 좋은 총각김치가 55.20%로 높게 나타났다. 그러나 치아가 나쁜 50대 이상의 연령층에서는 총각김치와 깍두기의 선호도가 낮았다. 반면 파김치, 고들빼기, 갓김치는 연령이 높을수록 선호도가 높게 나타났다. 이는 신세대 주부들이 좋아하는 김치의 종류가 한정되어 있는 반면 연령이 높은 40~50대 이상의 주부들은 더 많은 종류의 김치를 예전부터 먹어왔으므로 평소 많이 접해 본 김치가 잘 접해보지 못한 김치보다 선호도가 높게 나타났다는 김<sup>26)</sup>의 연구와 비슷한 결과로 나타난 것이라 생각된다. 직업형태는 전업주부가 통배추김치를 84.96%로 가장 좋아하였으며 총각김치, 오이소박이, 파김치 순으로 나타나 이는 항상 주부들이 쉽게 만들고 접할 수 있는 김치의 종류에 의한 선호도인 것으로 생각된다. 가족형태는 핵가족의 경우 통배추김치, 총각김치, 오이소박이, 동치미, 백김치, 파김치, 갓김치, 깍두기, 고들빼기, 나박김치의 순으로 선호하였고 종류에도 한정이 있었으나 대가족의 경우 예전부터 먹어왔던 핵가족 구성원들이 쉽게 접할 수 없었던 김치인 갓김치, 고들빼기를 선호하는 것이 차이점이라 할 수 있다. 이와 같은 결과로 볼 때 음식의 기호는 개인이 먹는 습관, 맛에 대한 경험 등을 바탕으로 하여 형성되고, 따라서 접해본 음식을 맛있게 느끼게 되며, 이것은 곧 섭취량의 증가로 이어진다. 따라서 김치 섭취량을 증가시키기 위해서는 다양한 제품개발을 통해 여러 종류의 김치를 접할 수 있도록 기회를 부여하는 것이 필요하다고 생각된다.

<Table 8> Points to be improved of the Kimchi purchased

N(%)

Variables		High price	Hygiene care	Inconsistency of taste	Others	total	
Age	20	23( 31.94)	34(47.22)	12(16.67)	3(4.17)	72(100)	$\chi^2=8.27$ p=0.51
	30	30( 24.00)	63(50.40)	27(21.60)	5(4.00)	125(100)	
	40	16( 20.51)	42(53.85)	19(24.36)	1(1.28)	78(100)	
	over 50	12( 29.27)	15(36.59)	13(31.71)	1(2.44)	41(100)	
Job	Housewives	38( 28.57)	63(47.37)	28(21.05)	4(3.01)	133(100)	$\chi^2=9.89$ p=0.36
	Officer	20( 27.03)	37(50.00)	15(20.27)	2(2.70)	74(100)	
	Self-trader	9( 19.57)	29(63.04)	7(15.22)	1(2.17)	46(100)	
	Others	14( 22.22)	25(39.68)	21(33.33)	3(4.76)	63(100)	
Type	Nuclear family	75( 25.60)	143(48.81)	66(22.53)	9(3.07)	293(100)	$\chi^2=0.12$ p=0.99
	Extender family	6( 26.09)	11(47.83)	5(21.74)	1(4.35)	23(100)	
Education	Primary school	1(100.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0(0.00)	1(100)	$\chi^2=16.50$ p=0.35
	Middle school	3( 37.50)	3(37.50)	2(25.00)	0(0.00)	8(100)	
	High school	33( 26.19)	59(46.83)	32(25.40)	2(1.59)	126(100)	
	Junior college	15( 24.19)	35(56.45)	11(17.74)	1(1.61)	62(100)	
	University	23( 23.71)	49(50.52)	18(18.56)	7(7.22)	97(100)	
	Over graduate school	6( 27.27)	8(36.36)	8(36.36)	0(0.00)	22(100)	
Income	<100	1( 10.00)	6(60.00)	3(30.00)	0(0.00)	10(100)	$\chi^2=9.99$ p=0.62
	100~200	31( 28.97)	49(45.79)	24(22.43)	3(2.80)	107(100)	
	200~300	22( 22.00)	49(49.00)	24(24.00)	5(5.00)	100(100)	
	300~400	17( 36.17)	23(48.94)	6(12.77)	1(2.13)	47(100)	
	400	10( 19.23)	27(51.92)	14(26.92)	1(1.92)	52(100)	
Total	81( 25.63)	154(48.73)	71(22.47)	10(3.16)	316(100)		

<Table 9> Kind of favorite Kimchi (double check allowed)

N(%)

Variables	tongbaechukimchi	bakkimchi	chonggakkimchi	dongchimi	gakdugi	nabakkimchi	gotkimchi	oisobakei	godulbagi	pakimchi	total
Age											
20	59( 81.94)	24(33.33)	36( 50.00)	26( 36.11)	34( 47.22)	10(13.89)	12(16.67)	28( 38.89)	14(19.44)	16(22.22)	72(100)
30	100( 80.00)	48(38.40)	69( 55.20)	47( 37.60)	33( 26.40)	27(21.60)	41(32.80)	58( 46.40)	36(28.80)	39(31.20)	1125(100)
40	71( 91.03)	20(25.64)	36( 46.15)	24( 30.77)	13( 16.67)	13(16.67)	33(42.31)	25( 32.05)	24(30.77)	30(38.46)	78(100)
Over 50	40( 97.56)	10(24.39)	13( 31.71)	13( 31.71)	7( 17.07)	7(17.07)	20(48.87)	14( 34.15)	13(31.71)	18(43.90)	41(100)
$\chi^2$	10.48	4.92	7.10	1.22	20.93	2.04	16.19	4.80	3.23	7.24	
p	0.01	0.18	0.07	0.75	0.0001	0.56	0.001	0.19	0.36	0.06	
Job											
Housewives	113( 84.96)	35(26.32)	74( 55.64)	37( 27.82)	31( 23.31)	22(16.54)	47(35.34)	61( 45.86)	43(32.33)	52(39.10)	133(100)
Officer	63( 85.14)	29(39.19)	31( 41.89)	30( 40.54)	26( 35.14)	16(21.62)	22(29.73)	26( 35.14)	18(24.32)	20(27.03)	74(100)
Self-trader	39( 84.78)	15(32.61)	26( 56.52)	24( 52.17)	12( 26.09)	11(23.91)	17(36.96)	20( 43.48)	13(28.26)	12(26.09)	46(100)
Others	55( 87.30)	23(36.51)	23( 36.51)	19( 30.16)	18( 28.57)	8(12.70)	20(31.75)	18( 28.57)	13(20.63)	19(30.16)	63(100)
$\chi^2$	0.22	4.3	8.81	10.65	3.42	3.13	1.01	6.29	3.43	4.66	
p	0.97	0.23	0.03	0.01	0.33	0.37	0.80	0.1	0.33	0.2	
Type											
Nuclear family	249( 84.98)	95(32.42)	140( 47.78)	98( 33.45)	77( 26.28)	50(17.06)	90(30.72)	113( 38.57)	75(25.60)	94(32.08)	293(100)
Extender family	21( 91.30)	7(30.43)	14( 60.87)	12( 52.17)	10( 43.48)	7(30.43)	16(69.57)	12( 52.17)	12(52.17)	9(39.13)	23(100)
$\chi^2$	0.69	0.04	1.46	3.30	3.16	2.58	14.44	1.65	7.55	0.48	
p	0.41	0.84	0.23	0.07	0.08	0.11	0.0001	0.2	0.006	0.49	
Education											
Primary school	1( 0.32)	0( 0.00)	1(100.00)	1(100.00)	1(100.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	1(100.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	1(100)
Middle school	7( 87.50)	0( 0.00)	6( 75.00)	2( 25.00)	3( 37.50)	0( 0.00)	4(50.00)	3( 37.50)	3(37.50)	3(37.50)	8(100)
High school	106( 84.13)	39(30.95)	61( 48.41)	42( 33.33)	28( 22.22)	25(19.84)	41(32.54)	52( 41.27)	35(27.78)	40(12.66)	126(100)
Junior college	56( 90.32)	21(33.87)	32( 51.61)	21( 33.87)	22( 35.48)	11(17.74)	18(29.03)	23( 37.10)	15(24.19)	19(30.65)	62(100)
University	83( 26.27)	38(39.18)	50( 51.55)	39( 40.21)	27( 27.84)	19(19.59)	35(36.08)	42( 43.30)	27(27.84)	35(36.08)	97(100)
Overgraduate school	17( 77.27)	1(18.18)	4( 18.18)	5( 22.73)	6( 27.27)	2( 9.09)	8(36.36)	4( 18.18)	7(31.82)	6(27.27)	22(100)
$\chi^2$	2.74	8.57	12.00	5.02	6.78	3.61	2.46	6.63	1.34	1.54	
p	0.74	0.13	0.03	0.41	0.24	0.61	0.78	0.25	0.93	0.91	
Income											
<100	10(100.00)	4(40.00)	3( 30.00)	3( 30.00)	1( 10.00)	0( 0.00)	4(40.00)	2( 20.00)	2(20.00)	6(60.00)	10(100)
100~200	90( 84.11)	35(32.71)	54( 50.47)	41( 38.32)	29( 27.10)	20(18.69)	35(32.71)	44( 41.12)	24(22.43)	32(29.91)	107(100)
200~300	80( 80.00)	35(35.00)	53( 53.00)	37( 37.00)	28( 28.00)	25(25.00)	31(31.00)	45( 45.00)	22(22.00)	27(27.00)	100(100)
300~400	43( 91.49)	12(25.53)	19( 40.43)	11( 23.40)	16( 34.04)	6(12.77)	16(34.04)	16( 34.04)	18(38.30)	20(42.55)	47(100)
400	47( 90.38)	16(30.77)	25( 48.08)	18( 34.62)	13( 25.00)	6(11.54)	20(38.46)	18( 34.62)	21(40.38)	18(34.62)	52(100)
$\chi^2$	6.64	1.65	3.57	3.59	2.73	7.88	1.08	4.10	10.25	7.41	
p	0.16	0.80	0.47	0.46	0.60	0.10	0.90	0.40	0.04	0.12	
Total	270( 85.44)	102(32.28)	154(48.73)	110( 34.81)	87( 27.53)	57(18.04)	106(33.54)	125( 39.56)	87(27.53)	103(32.59)	316(100)

10. 김장을 담는가의 유무

한해의 김장을 담그는지의 유무는 <Table 10>과 같다. 김장을 한다 81.33%, 아니다 18.67%로 나타나 아직까지 각 가정에서는 한해 김장을 하는 것으로 나타났다. 연령별은 50대 주부에서 84.80%로 가장 높았으며, 40대 83.33%, 20대 81.94%, 30대 77.60% 순으로 나타나 연령이 높을수록 김장을 하는 것으로 나타나 예전부터 한해 김장을 해왔던 전통을 잘 이어오는 것으로 나타났으며, 30대에서 가장 낮게 나타난 것은 지속적인 경제성장, 고도산업화, 핵가족의 확대, 가족구조의 변천, 여성의 사회참여확대 등으로 공장식 김치로 김장김치를 대체하는 것으로 생각된다. 20대에서 김장을 한다고 대답한 것은 최근 혼수품목의 기본으로 김치냉장고가 널리 보급되어 아파트와 같은 주거환경에서도 김치를 오래 저장할 수 있게 되었고 또한 건강을 중요시하는 인식이 높아지고, 공장식 김치의 문제점이 대두되면서 가정에서 주부 스스로 만든 김치를 가족에게 공급하고자 하는 의식들이 높아진 결과라 할 수 있겠다. 가족의 형태에서도 대가족에서 100% 김장을 담는다는 결과로 볼 때 핵가족에서는 전통문화 교육이 다소 어려운데 비해 대가족에서는 웃어른으로부터 신세대 주부로 김장과 같은 전통음식문화가 잘 계승되고

알 수 있다.

11. 김장시 배추 포기수

김장 시 배추의 포기 수는 <Table 11>과 같다. 20~30포기가 37.74%로 높게 나타났으며, 10포기 28.02%, 30~40포기 19.07%, 50포기 이상 8.95%, 40~50포기 6.23% 순으로 나타났으며 핵가족의 확대에 의해 20~30포기가 가장 많은 것으로 생각되며, 또한 농업기술의 발달로 사계절 배추가 공급되어 김장김치에만 의존하던 예전과는 달리 적당량의 김장과 생김치를 같이 섭취하고자 하는 욕구에서 비롯된 결과라 생각된다. 또한 20~30대의 주부들은 김치의 저장을 선호하며 김치냉장고의 이용이 생활화된 현대생활의 변화를 알 수 있다. 직업형태는 50포기 이상이 전업주부의 경우 4.63%로 극히 적으며 사무직은 16.95%, 자영업은 15.0%로 다소 높아 앞에서 언급한 현대주부들의 생활을 대변하는 것이다.

12. 김치에 대한 인식

김치에 대한 인식은 <Table 12>와 같다. 한국적이다 59.81%

<Table 10> Number of time to make Kimchi for a winter in a home

N(%)

	Variables	yes	no	total	
Age	20	59( 81.94)	13(18.06)	72(100)	$\chi^2=2.50$ p=0.47
	30	97( 77.60)	28(22.40)	125(100)	
	40	65( 83.33)	13(16.67)	78(100)	
	over 50	36( 84.80)	5(12.20)	41(100)	
Job	Housewives	107( 80.45)	26(19.55)	133(100)	$\chi^2=0.39$ p=0.94
	Officer	62( 83.78)	12(16.22)	74(100)	
	Self-trader	37( 80.43)	9(19.57)	46(100)	
	Others	51( 80.95)	12(19.05)	63(100)	
Type	Nuclear family	234( 79.86)	59(20.14)	293(100)	$\chi^2=5.69$ p=0.02
	Extender family	23(100.00)	0( 0.00)	23(100)	
Education	Primary school	0( 0.00)	1( 0.32)	1(100)	$\chi^2=8.44$ p=0.13
	Middle school	6( 75.00)	2(25.00)	8(100)	
	High school	106( 84.13)	20(15.87)	126(100)	
	Junior college	54( 87.10)	8(12.90)	62(100)	
	University	74( 76.29)	23(23.71)	97(100)	
	Over graduate school	17( 77.27)	5(22.73)	22(100)	
Income	<100	8( 80.00)	2(20.00)	10(100)	$\chi^2=6.45$ p=0.17
	100~200	85( 79.44)	22(20.56)	107(100)	
	200~300	86( 86.00)	14(14.00)	100(100)	
	300~400	33( 70.21)	14(29.79)	47(100)	
	400	45( 86.54)	7(13.46)	52(100)	
Total	257( 81.33)	59(18.67)	316(100)		

<Table 11> Number of cabbage heads for a winter Kimchi

N(%)

	Variables	10	20~30	30~40	40~50	Over 50	total	
Age	20	12(21.82)	18(32.73)	15(27.27)	3( 5.45)	7(12.73)	55(100)	$\chi^2=11.60$ p=0.95
	30	25(24.27)	34(33.01)	23(22.33)	9( 8.74)	12(11.65)	103(100)	
	40	21(31.82)	30(45.45)	8(12.12)	4( 6.06)	3( 4.55)	66(100)	
	over 50	14(42.42)	15(45.45)	3( 9.09)	0( 0.00)	1( 3.03)	33(100)	
Job	Housewives	35(32.41)	47(43.52)	14(12.96)	7( 6.48)	5( 4.63)	108(100)	$\chi^2=5.42$ p=0.51
	Officer	16(27.12)	21(35.59)	9(15.25)	3( 5.08)	10(16.95)	59(100)	
	Self-trader	7(17.50)	12(30.00)	12(30.00)	3( 7.50)	6(15.00)	40(100)	
	Others	14(28.00)	17(34.00)	14(28.00)	3( 6.00)	2( 4.00)	50(100)	
Type	Nuclear family	68(28.45)	93(38.91)	47(19.67)	14( 5.86)	17( 7.11)	239(100)	$\chi^2=2.18$ p=0.18
	Extender family	4(22.22)	4(22.22)	2(11.11)	2(11.11)	6(33.33)	18(100)	
Education	Primary school	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0(0.00)	$\chi^2=13.86$ p=0.39
	Middle school	6(85.71)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	1(14.29)	7(100)	
	High school	30(30.61)	37(37.76)	15(15.31)	7( 7.14)	9( 9.18)	98(100)	
	Junior college	13(25.49)	17(33.33)	10(19.61)	5( 9.80)	6(11.76)	51(100)	
	University	18(21.95)	34(41.46)	20(24.39)	4( 4.88)	6( 7.32)	82(100)	
	Over graduate school	5(26.32)	9(47.37)	4(21.05)	0( 0.00)	1( 5.26)	19(100)	
Income	<100	2(22.22)	6(66.67)	1(11.11)	0( 0.00)	0( 0.00)	9(100)	$\chi^2=11.84$ p=0.32
	100~200	22(27.50)	30(37.50)	14(17.50)	4( 5.00)	10(12.50)	80(100)	
	200~300	26(30.23)	31(36.05)	15(17.44)	8( 9.30)	6( 6.98)	86(100)	
	300~400	8(21.62)	13(35.14)	15(29.73)	2( 5.41)	3( 8.11)	37(100)	
	400	14(31.11)	17(37.78)	8(17.78)	2( 4.44)	4( 8.89)	45(100)	
Total	72(28.02)	97(37.74)	49(19.07)	16( 6.23)	23( 8.95)	257(100)		

로 가장 높았으며, 건강식이다 37.03%, 다이어트식이다 1.90%, 기타 1.27% 순으로 나타났다. 연령별은 모든 연령에서 한국적이다라는 인식이 높아 '김치' 하면 우리나라 고유의 전통 음식이라는 의식이 강다고 생각되며 최근 일본과의 김치에 대한 국적논쟁과 중국의 김치가 재수입되고 있는 시점에서 주부

들의 전통음식에 대한 올바른 제조법과 섭취방법을 교육할 수 있도록 많은 노력을 기울여야 할 것이다. 직업형태와 가족형태에서도 한국적이다는 응답이 가장 높았으며 교육형태는 학력이 높을수록 한국적이다라는 인식과 더불어 건강식이라는 인식 또한 높은 것으로 나타났다. 이는 김치의 성분, 부재료의 효능

&lt;Table 12&gt; Recognition of Kimchi

Variables		Korean-like	Healthy food	Diet food	Others	total	N(%)
Age	20	46( 63.89)	23(31.94)	1( 1.39)	2(0.63)	72(100)	$\chi^2=14.63$ p=0.10
	30	73( 58.40)	50(40.00)	1( 0.80)	1(0.80)	125(100)	
	40	38( 48.72)	36(46.15)	3( 3.85)	1(1.28)	78(100)	
	over 50	32( 78.05)	8( 6.84)	1(16.67)	0(0.00)	41(100)	
Job	Housewives	78( 58.65)	51(38.35)	4( 3.01)	0(0.00)	133(100)	$\chi^2=6.71$ p=0.67
	Officer	44( 59.46)	29(39.19)	0( 0.00)	1(1.35)	74(100)	
	Self-trader	29( 63.04)	15(32.61)	1( 2.17)	1(2.17)	46(100)	
	Others	38( 60.32)	22(34.92)	1( 1.59)	2(3.17)	63(100)	
Type	Nuclear family	171( 58.36)	112(38.23)	6( 2.05)	4(1.37)	293(100)	$\chi^2=3.76$ p=0.29
	Extender family	18( 78.26)	5(21.74)	0( 0.00)	0(0.00)	23(100)	
Education	Primary school	1(100.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0(0.00)	1(100)	$\chi^2=14.90$ p=0.46
	Middle school	4( 50.00)	3(37.50)	1(12.50)	0(0.00)	8(100)	
	High school	83( 65.87)	42(33.33)	0( 0.00)	1(0.79)	126(100)	
	Junior college	37( 59.68)	22(35.48)	2( 3.23)	1(1.61)	62(100)	
	University	53( 54.64)	40(41.24)	3( 3.09)	1(1.03)	97(100)	
	Over graduate school	11( 50.00)	10(45.45)	0( 0.00)	1(4.55)	22(100)	
Income	<100	9( 90.00)	1(10.00)	0( 0.00)	0(0.00)	10(100)	$\chi^2=12.87$ p=0.38
	100~200	67( 62.62)	39(36.45)	1( 0.93)	0(0.00)	107(100)	
	200~300	52( 52.00)	44(44.00)	3( 3.00)	1(1.00)	100(100)	
	300~400	28( 59.57)	16(34.04)	1( 2.13)	2(4.26)	47(100)	
	400	33( 63.46)	17(32.69)	1( 1.92)	1(1.92)	52(100)	
Total		189( 59.81)	117(37.03)	6( 1.90)	4(1.27)	316(100)	

등의 지식을 접하여 단순히 한국적이다는 의식에서 전환하여 김치를 건강식의 개념으로 받아들이고 있는 것으로 생각된다.

#### IV. 요약 및 결론

본 연구는 전통음식인 김치의 이용실태, 기호도와 시판 김치의 개선점을 분석하여 김치 섭취를 증가시켜 건강을 도모하고 우리의 좋은 전통음식인 김치를 계승·발전시키기 위한 자료를 얻기 위하여 서울에 거주하는 주부 20대, 30대, 40대, 50대 이상 주부 316명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

1. 일반적인 특징은 연령별로는 30대가 39.56%로 가장 높은 비율을 차지하였고 주부들의 직업으로는 전업주부 42.09%로 가장 많았다. 가족형태로는 핵가족이 92.72%로 압도적으로 높았고, 교육수준은 고졸이 39.87%로 가장 많았다. 가족의 월수입은 100~200만원대가 33.86%, 가 가장 많았으며, 400만원 이상의 고소득자도 16.46%로 다소 높은 수치를 나타냈다.

2. 92%의 주부가 김치를 좋아하는 것으로 나타났으며 좋아하는 이유로는 맛이 좋아서 좋다는 대답이 많았다.

3. 김치를 섭취하는 방법은 본인이 직접 만들어 먹는다가 32.59%로 가장 높았으며, 연령별로는 20대 주부는 45.83%가 사먹는다고 대답하였다.

4. 김치를 사먹는 이유는 쉽게 구할 수 있다 47.0%로 가장 높았다. 시판김치의 개선점으로는 위생이 염려 된다 48.73%로 가장 높게 나타났다.

5. 좋아하는 김치의 종류는 통배추김치 85.44%로 가장 높게 나타났다. 한해 김장 유무는 한다 81.33%로 나타나 아직까지

각 가정에서는 한해 김장을 하는 것으로 나타났다.

6. 김치에 대한 인식은 한국적이다 59.81%로 가장 높게 나타나 '김치' 하면 우리나라 고유의 전통음식이라는 의식이 깊은 것으로 나타났다.

이상의 결과로 보아, 전통음식의 계승·발전을 위해서는 앞으로 우리의 음식문화를 가꾸어 갈 신세대 주부들의 교육이 무엇보다 시급하다고 생각된다.

따라서 전통음식을 전문적으로 가르칠 수 있는 교육기관의 육성에 중점을 두어야 할 것이며, 또한 단순히 김치 담는 방법을 알리는 것에 국한 되지 않고 김치축제와 같은 행사를 열어 주부들의 참여도를 높이고 김치응용 요리도 배워 볼 수 있는 기회를 제공하고 아이와 함께 김치요리를 만들어 볼 수 있는 이벤트 행사를 열어 김치에 대한 인식을 친숙하게 할 수 있도록 하고 경연대회를 열어 자신만의 김치요리를 선보일 수 있는 자리도 많이 마련하여야 할 것이다. 아울러 전문적인 전통음식연구가의 육성으로 김치를 이용한 음식 개발에도 많은 노력이 필요하다고 생각된다.

#### ■ 참고문헌

- 1) 김숙희. 현대식탁에서의 김치의 의미, Korean J. Dietary Culture, 6(4): 521-526, 1991
- 2) Kim JA, Yoon HS. A survey on Middle school student's preferences for Kimchi in Masan and Changwon city, Journal of the Korean dietetic association, 8(3): 289-300, 2002
- 3) Park KY. The nutritional evaluation, and actimutagenic

- and anticancer effects of Kimchi, *J. Korean Soc. Food Nutrition*, 24(1): 169-182, 1995
- 4) Koo NS. Housewives' consumption aspects of korean fermented foods in Taejon, *J. Korean Soc. Food Nutrition*, 26(4): 714-725, 1997
  - 5) 윤숙자. 굿모닝김치, 질시루, 2003
  - 6) 최홍식. 한국의 김치문화와 식생활, 효일출판사, 2002.
  - 7) Kang SY, Han MJ. Consumption pattern of Kimchi in Seoul area, *Korean J. Soc. Food, Cookery Sci*, 18(6): 684-691, 2002
  - 8) Kim DM and Lee JH. Current status Korean Kimchi industry and R&D Trends. *Food industry and Nutrition*, 6(3): 52-59, 2001
  - 9) Han SY, Park MS, Seo KI. Changes in the food components during storage of oyster mushroom Kimchi, *The Korean J. Food preservation*, 9(1): 51-55, 2002
  - 10) Park MJ, Jeon YS, Han JS. Antioxidative activity of mustard leaf kimchi added green tea and pumpkin powder, *The Korean J. Of Food And Nutrition*, 30(6): 53-59, 2001
  - 11) Kim DM, Lee JH. Current status of korean kimchi industry and R&D trends, *Food industry and Nutrition*, 6(3): 52-59, 2001
  - 12) Kim KO, Kim WH. Changes in properties of kimchi prepared with different kinds and leaves of salts and fermented seafoods during fermentation, *Korean J. Food SCI. Technol*, 26(3): 324-330, 1994
  - 13) Lee MJ, Jang MS. Physicochemical characteristics and intake rate of kimchi provided to the elementary school lunch program in sung-nam area, *Journal of the korean dietetic association*, 6(2): 79-85, 2000
  - 14) Yi JH, Cho Y, Hwang IK. Fermentative characteristics of kimchi prepared by addition of different kinds of minor ingredients, *Korean J. SOC. food Sci*, 14(1): 1-8, 1998
  - 15) Jang MS, Park JE. Effect of Maesil(*prunus mume* sieb. et Zucc) juice on yulmoo mul-kimchi fermentation, *Korean J. Soc. Food, Cookery Sci*, 20(5): 511-520, 2004
  - 16) Moon SW, Shin HK, Gi EG. Effect of Xylitol and Grapefruit seed extract on sensory value and fermentation of baechu kimchi, *Korean J. Food SCI. Technol*, 35(2): 246-253, 2003
  - 17) Lee SH, Choi DJ, Kim JG. The effect of chitosan addition on soybean leaf kimchi fermentation, *Korean Journal of Food Preservation*, 10(4): 517-521, 2003
  - 18) Nha YA, Park JN. Effect of dried powers of pine needle, pine pollen, green tea and horseradish on preservation of kimchi-yangnyum, *Korean Journal of Culinary Research*, 9(4): 179-190, 2003
  - 19) Lee IS, Kim HY, Kim EJ. A survey on the commercial pogg kimchi and consumer acceptance test prepared in the various region, *Korean J. Dietary Culture*, 19(4): 460-467, 2004
  - 20) Hwang GH, Yoo YK, Chung DL, Cho NC, Jung LH. Effects of sensory acceptability for kimchi prepared with different conditions of fermented seafood and red pepper, *The Korean J. Of Food And Nutrition*, 13(3): 201-212, 2000
  - 21) 송문섭, 조신섭. Window용 SAS를 이용한 통계 자료분석, 자유아카데미, 2000
  - 22) Moon HJ, Lee YM. A survey on elementary, middle and high school students' attitude and eating behaviors about kimchi in seoul and kyunggido area, *Korean J. Dietary Culture*, 14(1): 29-42, 1999
  - 23) Song YO, Kim EH, Kim M, Moon JW. A survey on the children's notion in kimchi(I)-children's preferences for kimchi-, *J. Korean SOC. Food Nutriion*, 24(5): 758-764, 1995
  - 24) Cho EJ, Lee SM, Lee SH, Park KY. Studies on the standardization of chinese cabbage kimchi, *Korean J. Food Sci. Technol*, 30(2): 324-332, 1998
  - 25) Yoon SI, Kim YC, Lee C. A Consumer survey in seoul area on marketed kimchi products. *Korean J. Dietary Culture*, 4(3): 369-376, 1988
  - 26) Kim JH, Park WP, Kim JS, Ryu JD, Lee HG, Song YO. A survey on the actual state in kimchi in Kyung-nam(II). *Korean J. Dietary Culture*, 2(15): 147-153, 2000
  - 27) Kang SY, Han MJ. Consumption pattern of kimchi in seoul area, *Korean J. SOC. Food Cookery Sci*, 18(6): 684-691, 2002.
  - 28) Choi SY. 김치산업의 현황, *Korean J. Dietary Culture*, 6(4): 527-534, 1991
  - 29) Lee HJ. A study on commercial kimchi consumption of housewives in seoul and chungbuk area, *The Korean J. Of Food And Nutrition*, 13(3): 221-225, 2000
  - 30) 손경희. 김치의 종류와 이용, *Korean J. Dietary Culture*, 6(4): 503-507, 1991