

부산 지역 주민들의 김치 구매 및 섭취 선호도에 관한 연구

김 일 위*, 조 용 범¹

*영산대학교 호텔조리학부 겸임교수, 동의대학교 외식산업경영학전공 교수

A Study on Preference for Purchase and Ingestion of *Kimchi* among Busan Residents

Il-wee Kim*, Yong-Bum Cho¹

*Affiliate Professor, Division of Culinary Hotel Service Management,
YoungSan University

Professor, Division of Food Service & Restaurant Management, Dongeui University

Abstract

The purpose of this study is to investigate the preference for purchase and ingestion of Korean traditional food *Kimchi* among the different age groups in order to find a way to increase *Kimchi* consumption. The result of a questionnaire is from 51 male respondents(14.6%) and 299 female ones(85%). This indicates that most of the female respondents buy *Kimchi*. Second, 61.7% of the respondents have experience purchasing ready-made *Kimchi*. Third, the most preferred purchase place of *Kimchi* is a big mart or a department store. Fourth, the important factors of purchasing come nutrition, price, brand, color or package in that order. Also, 60.9% of respondents show that they "should eat *Kimchi*". Fifth, the reason of eating *Kimchi* is taste in the age groups under 20s and 30s and above 50s. Lastly, the analysis on the importance of ingestion shows as follows: respondents in their 20s are 57 persons(16.3%), 30s 59(16.9%), 40s 162(46.3%), and 50s 72(20.6%), showing 40s the highest among them.

Key words : *Kimchi*, Korean traditional food, purchase, ingestion, preference.

I. 서 론

최근 각 나라의 사람들이 즐겨먹는 전통 음식으로 각광받는 식품들 중 미국 월간 Health 잡지는 수많은 나라 음식 중 한국 김치를 세계인이 주목하는 5대 건강 식품으로 선정 발표하여, 김치 우수성이 알려지면서 더욱 많은 각광을 받게 되었고, 우리 고유의 전통 식품에서 김치의 세계화라는 슬로건 아래 다양한 매체나 매스컴 등을

¶ : 교신저자, 011-752-9659, vbcho22@deu.ac.kr, 부산시 부산진구 산 24.

통하여 세계적인 식품으로 관심이 높아지고 있다.

또한 김치를 먹는 사람은 사스(SARS, 중증급성호흡기증후군)에 잘 걸리지 않는다는 인식이 중국인들에게 퍼져 김치 소비가 크게 늘었다는 보도도 있었고, 이러한 현상은 일본으로 가면 더 야단스럽다. 일본은 김치가 성인병을 예방하는 건강 식품이며, 미용식으로 알려져 명성을 날리고 있고, 먹는 양도 많아지고 수요가 급격히 증가하고 있어 김치에 대한 인기는 날로 높아가고 있다(박우포, 2003).

김치는 한국 식생활에서 토착성과 상용성이 큰 고유한 채소 열장 발효 식품으로 김치와 같은 채소류의 보존을 목적으로 하는 침채류는 중국과 일본 및 동남아 여러 나라에서도 볼 수 있는데, 이는 채소의 소금 절임이나, 된장, 간장에 담근 장아찌식 절임과 젖산 발효 초기에 머무른 비교적 담백한 야채 절임류가 있고, 특히 구미의 sauerkraut나 pickle 등도 채소의 발효 식품으로 많이 알려져 있으나 김치는 이들과 비교할 수 없을 정도의 독특한 향과 질감, 감칠맛, 상쾌한 산미 등의 조화로운 맛을 지니고 있다.

식품의 다섯 가지 기본 맛에 젖갈로 인한 단백한 맛과 발효의 훈향을 더하는 일곱 가지 독특한 풍미를 갖춘 젖산 발효 야채 식품으로 김치는 지역과 기후, 계절, 각 가정의 생활 환경 및 식습관에 따라 다양하게 발달하였다(김정현 외 1996).

김치는 시간이 지남에 따라 계속 발효되는 식품으로써 영양가가 매우 높은 식품이며, 젖갈로 이용되는 어패류와 야채를 혼합하여 만든 이상적인 건강 식품이라는 점과 식품학적으로 젖산 발효 채소 식품이 여러 가지 장점들을 갖고 있어 '미래의 식품'으로 제안하는 학자들이 많으며 김치는 발효에 의한 야채의 저장 수단으로 세계적인 입맛에 맞는 기호식품이 되어 가고 있다(윤계순·우자원 1998).

김치는 대체로 각 가정에서 자가 제조하여 소비되어 왔으나 최근에는 여성의 사회 참여, 외식 산업의 성장, 주거 환경의 변화, 단체 급식 이용 증가뿐만 아니라 김치 수출 산업이 다변화되어 급속도로 산업화 되어가고 있으므로 세계적인 식품으로 알려리는데 관심을 기울여야 할 시점으로 사료된다.

한국인의 식생활 변화 가운데에서 최근 특히 주목되고 있는 것은 식습관의 편이성과 기호 위주의 식생활로 진행되어감에 따라 전통적인 방법으로 가정에서 조리되는 기회는 점차 감소되고 가공 식품에 대한 요구가 점차 높아지고 있다는 사실이다. 그리고 나이가 어린 학생들일수록 외식 비율이 높아지면서 인스턴트 식품이나 서구 음식을 선호하게 되고 어려서부터 김치를 접하는 기회가 줄어들고 있으며, 이는 음식물과 식품에 대한 체험(Ann R 1970)이 식습관 형성에 큰 영향을 미쳐 음식 선택에 기여하기 때문에 문제시 된다고 본다.

따라서 본 연구는 전통 음식 중 김치에 대하여 소비자들의 김치 구매와 선호 경향과 섭취에 대한 차이점을 비교하여 나타난 자료를 근간으로 김치 구매 및 섭취와 선호도 연구의 기초 자료가 될 수 있도록 하였다.

연구의 목적은 한국의 전통 발효 식품인 김치를 섭취 형태와 구매 및 선호도를 조사하여 김치 섭취 증가에 기여할 수 있을 것이다. 아울러 김치의 연구와 상품 개발에 대한 연구의 기초 자료로 제공하는 것이며 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구를 하였다.

첫째, 인구통계적 특성 중 연령에 따라 김치에 대한 선호도를 비교하였다.

둘째, 김치를 선호하는 맛과 종류를 분석하고 선택 기준을 조사하였다.

셋째, 김치 구매량과 형태에 따라 식단의 기호도를 조사하였다.

넷째, 김치 부재료의 선호도 및 섭취에 관한 조사를 실시하였다.

다섯째, 김치를 이용한 조리 방법이나 기호성을 파악하여 김치의 섭취를 증대시키기 위한 제언을 하였다.

연구 대상은 전국을 대상으로 하는 데에는 시간적, 비용적 문제가 있기 때문에 부산 지역에 거주하는 일반 소비자들을 대상으로 설문 조사를 실시하였으며 자료의 분석방법은 SPSS 12.0 통계 패키지를 이용하여 빈도 분석, 교차 분석 등의 통계 기법을 활용하여 실증 분석하고자 하였다.

II. 연구 및 조사방법

본 연구는 한국의 전통 음식 중 김치 구매 및 섭취와 선호도에 관한 자료를 수집하고 분석하여 김치 구매 및 섭취 형태 조사와 김치를 어떠한 조리 형태로 섭취하는지, 김치 종류에 대한 선호도, 김치 부재료의 선호도에 대해서 집중적으로 연구하였다.

김치는 연령에 따라 구매와 식습관의 차이가 있는지를 분석하여 김치 섭취를 증대시키기 위한 제언을 제시하고자 다음과 같은 목적을 설정하였다.

첫째, 인구통계적 특성 중 연령에 따라 김치에 대한 선호도를 비교하여 차이점을 파악하고, 둘째, 김치 부재료의 선호도 및 김치 섭취에 관한 조사를 실시하며, 셋째, 전반적인 김치의 구매에 대한 조사를 실시하였다.

1. 설문지 구성 및 내용

본 연구는 김치 구매 및 섭취와 선호도를 분석하기 위하여 기존의 연구를 바탕으로 설문지 구성은 크게 5개 항목으로 하였으며, 인구통계학적 7문항, 김치 선호도 13문항, 김치 부재료 선호도 13문항, 김치 구매 12문항, 김치 섭취 5문항 등 총 5개 항목과 50개 문항수로 구성하였다.

본 연구에 사용된 질문은 유영혜(2002), 이경희(1997), 김영구(1999)의 설문 형식을 본 연구의 목적에 부합되도록 일부 수정하여 사용하였으며, 질문 내용은 김치 구매 및 섭취와 선호도에 관련된 것으로 축소하였다.

〈표 1〉 설문지의 구성과 내용조사

항 목	내용	문항수
인구통계적	성별, 연령, 주거형태, 학력, 가족형태, 월평균 소득, 결혼 여부	7
김치 선호도	김치를 좋아하는 정도, 김치가 식탁에 차지하는 비중, 우리나라를 대표하는 음식, 어떤 맛의 김치를 선호하는지 등	13
김치 부재료 선호도	고춧가루, 사과, 꿀, 젓갈, 생강, 마늘, 당근, 양파, 배, 대추, 밤, 부추, 미나리	13
김치 구매 조사	시판 김치 구매 경험, 김치 구매 시 가족 의견, 구매 장소 등	12
김치 섭취 조사	어떤 종류의 김치 섭취한 경험, 어떤 방법으로 요리, 한 끼 식사 시 김치의 양, 한 끼 식사 시 김치의 종류, 반드시 매 식사 시 김치 섭취 여부 등	5

2. 표본의 선정 및 자료 수집

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 표본의 조사 패널은 동의대학교 학부생과 대학원생들을 연구 방법에 대한 설명과 교육을 한 다음 1차 예비 조사한 후 설문 응답할 조사 대상자로는 부산광역시에서 소개하는 일반인들을 대상으로 예비 조사에서 김치 섭취와 구매를 한 경험이 이 있는 사람을 대상으로 각 구별로 분산하여 50~60부 정도를 나누어 400명을 선정하였다. 표본 추출 방법은 무작위 추출 방법이 이용되었고, 유효 표본은 350부로 작성하였다. 조사 기간은 2006년 2월 25일부터 3월 16일 까지 20일간 실시되었으며, 조사된 자료는 SPSS 12.0을 이용하여 빈도 분석과 교차 분석, ANOVA 분석을 실시하였다.

설문 조사는 예비 조사와 본 조사로 구분하여 실시하였으며, 예비 조사는 2006년 2월 15일부터 3월 3일까지 20일만에 걸쳐 조사를 실시하였고, 본 조사는 2006년 3월 23일부터 4월 15일까지 실시하였다.

자료 수집을 위해 연구자는 부산 지역에 거주하는 대학생들에게 본 연구의 중요성과 표본 자료를 수집하기 위한 설문 조사 방법을 교육한 다음, 수차례 반복 훈련된 패널을 구성하였으며, 이들에게 각 구별로 분산하여 대형 마트나 시장에서 김치 섭취와 구매 경험이 있는 사람에 대해서만 설문 응답하도록 하였다. 수집된 자료에 대한 범주와 기록 과정에서 애매하거나 성의가 없는 자료 50부를 제외하고 총 350부가 본 연구 표본 자료로 사용되었다.

Ⅲ. 연구 결과

설문지 응답자의 성별을 보면 〈표 2〉에 나타나 있듯이 남성은 51명으로 전체 응답자의 14.6%, 여성은 299명으로 전체 응답자의 85.4%를 차지하였다. 성별에서 이렇게

〈표 2〉 인구통계적 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남	51	14.6
	여	299	85.4
연령	20세대 이하	103	16.3
	30대	92	16.9
	40대	28	46.3
	50대 이상	13	20.6
주거 형태	아파트	165	47.1
	빌라	56	16.0
	단독	91	26.0
	연립	33	9.4
	기타	5	1.4
학력	고졸 이하	200	57.1
	전문대졸	44	12.6
	대졸(대재 포함)	95	27.1
	대학원졸 이상(대재 포함)	11	3.1
가족형태	부부	47	13.4
	부부와 자녀	198	56.6
	부부와 부모님	9	2.6
	독신	38	10.9
	부모님, 부부, 자녀	33	9.4
	기타	25	7.1
월평균 소득	100만원 이하	64	18.3
	101~200만원 이하	115	32.9
	201~300만원 이하	85	24.3
	301~400만원 이하	56	16.0
	401만원 이상	30	8.6
결혼 여부	기혼	266	76.0
	미혼	84	24.0
합계		350	100.0

큰 차이를 나타내는 이유는 역시 김치 구매는 가정주부인 여성들이 많이 구매하는 것으로 사료된다. 응답자의 연령별 분포는, 20대 이하가 57명(16.3%), 30대가 59명(16.9%), 40대가 162명(46.3%), 50대 이상이 72명(20.6%)로 40대의 비중이 높은 것으로 나타났다. 응답자의 주거 형태는 아파트 거주가 165명(47.1%), 빌라 거주 56명(16.0%), 단독 주택 거주가 91명(26.0%), 연립주택 거주가 33명(9.4%), 기타 5명(1.4%)으로 아파트 거주 형태가 제일 많은 빈도를 나타내었다.

한편, 응답자의 교육 수준별 분포는 고졸 이하 200명(57.1%), 전문대 졸 44명(12.6%), 대졸 95명(27.1%), 그리고 대학원졸 이상 11명(3.1%)으로 나타나고 있다. 가족 형태는 부부 47명(13.4%), 부부와 자녀 198명(56.6%), 부부와 부모님 9명

(2.6%), 싱글이 38명(10.9%), 부모님, 부부, 자녀 형태가 33명(9.4%), 기타가 25명(7.1%)으로 나타났다.

설문지 응답자의 월평균 소득은 월평균 소득(보너스, 이자 소득 등 포함)은 100만원 이하 64명(18.3%), 101~200만원 이하 115명(32.9%), 201~300만원 이하 85명(24.3%), 301~400만원 이하 56명(16.0%), 401원 이상 30명(8.6%)으로 나타났다. 결혼 여부는 기혼 266명(76.0%), 미혼 84명(24.0%)로 기혼이 미혼에 비해 상대적으로 높은 비율을 나타내는 것으로 조사됐다.

1. 김치 맛에 대한 결과

선호하는 김치 맛에 대한 결과는 <표 3>에 연령별로 차이가 있는지를 알아보기 위해 교차분석을 실시한 결과, 20대 이하는 매운맛 38.6%, 신맛 21.1%, 시원한 맛 24.6%, 짠맛 1.8%, 감칠 맛 7.0%, 젓갈 맛 5.3%, 단맛 0%, 기타 맛 1.8%로 나타났으며 매운맛을 38.6%로 가장 선호하는 것으로 나타났고, 두 번째로 시원한 맛이 24.6%로 나타났다.

30대는 매운맛 39.0%, 신맛 16.9%, 시원한 맛 25.4%, 짠맛 0%, 감칠 맛 16.9%, 젓갈 맛 0%, 단맛 1.7%, 기타 0%로 나타났으며, 20대 이하와 같이 매운맛과 시원한 맛을 선호하는 것으로 나타났다.

40대는 매운맛 16.7%, 신맛 24.1%, 시원한 맛 27.2%, 짠맛 2.5%, 감칠 맛 25.3%, 젓갈 맛 4.3%, 단맛 0%, 기타 0%로 나타났으며, 시원한 맛 27.2%로 가장 선호하고, 두 번째로 감칠 맛 25.3%로 나타났다. 50대 이상은 매운맛 34.7%, 신맛 6.9%, 시원한 맛 18.1%, 짠맛 0%, 감칠 맛 29.2%, 젓갈 맛 9.7%, 단맛 0%, 기타 1.4%로 나타났

<표 3> 김치 맛에 대한 차이 검증

구분	김치의 맛								Pearson χ^2	P
	매운맛	신맛	시원한 맛	짠맛	감칠맛	젓갈맛	단맛	기타		
20대 이하	22 38.6%	12 21.1%	14 24.6%	1 1.8%	4 7.0%	3 5.3%	0 0.0%	1 1.8%	57 16.3%	50.425* 0.000
30대	23 39.0%	10 16.9%	15 25.4%	0 0.0%	10 16.9%	0 0.0%	1 1.7%	0 0.0%	59 16.9%	
40대	27 16.7%	39 24.1%	44 27.2%	4 2.5%	41 25.3%	7 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	162 46.3%	
50대 이상	25 34.7%	5 6.9%	13 18.1%	0 0.0%	21 29.2%	7 9.7%	0 0.0%	1 1.4%	72 20.6%	
전체	97 27.7%	66 18.9%	86 24.6%	5 1.4%	76 21.7%	17 4.9%	1 0.3%	2 0.6%	350 100%	

* $p < 0.01$.

으며, 매운 맛 34.7%로 가장 선호하고, 감칠 맛 29.2%로 조사되었다.

김치의 맛에 대한 분석 결과는 연령별로 차이로 보이고 있었다. 각 비율을 보면, 20대 이하와 30대, 50대 이상은 매운 맛을 가장 선호하며, 두 번째로는 20대 이상과 30대는 시원한 맛을, 40대와 50대 이상은 감칠맛을 선호하는 것으로 나타났다. 즉, 연령별로 선호하는 김치 맛에 대한 차이가 있음을 알 수 있었다.

2. 김치를 섭취하는 주된 이유

김치를 먹는 주된 이유에 대한 분석 결과는 20대 이하의 ‘맛이 있으므로’ 45.6%, ‘전통음식이므로’ 3.5%, ‘항상 먹는 것이므로’ 42.1%, ‘영양이 우수해서’ 7.0%, ‘기타’ 1.8%로 맛이 있어서가 가장 높았고, 그 다음으로 항상 먹는 것이므로 가 높게 나타났다. 30대는 ‘맛이 있으므로’ 44.1%, ‘전통음식이므로’ 8.5%, ‘항상 먹는 것이므로’ 40.7%, ‘영양이 우수해서’ 6.8%, ‘기타’ 0.0%로 맛이 있어서가 가장 높았고, 그 다음으로 항상 먹는 것이므로 가 높게 나타났다. 40대는 ‘맛이 있으므로’ 33.3%, ‘전통음식이므로’ 12.3%, ‘항상 먹는 것이므로’ 34.6%, ‘영양이 우수해서’ 17.3%, ‘기타’ 2.5%로 ‘항상 먹는 것이므로’가 가장 높았고, 그 다음으로 ‘맛이 있으므로’가 높게 나타났다. 50대 이상은 ‘맛이 있으므로’ 44.4%, ‘전통음식이므로’ 9.7%, ‘항상 먹는 것이므로’ 13.9%, ‘영양이 우수해서’ 31.9%, ‘기타’ 0.0%로 맛이 있어서가 가장 높았고, 영양이 우수해서가 두 번째로 높게 나타났다.

분석 결과 김치를 섭취하는 주된 이유에 대해서 세대별로 차이를 보이고 있었으며, 모든 세대에서 대부분 ‘맛이 있어서’라는 응답이 높게 나타났으며, 연령별로 20대 이하와 30대, 50대 이상은 맛이 있으므로 가 가장 높은 응답을 나타내고 있으며, 두 번째로는 20대 이하와 30대에서는 항상 먹는 것이기 때문에, 40대는 맛이 있기 때문에, 50대 이상은 영양이 우수해서라는 응답으로 나타났다(표 4).

3. 김치 섭취 중요도 차이 분석

김치 섭취 중요도에 대한 분석 결과는 <표 5>에 나타난 바와 같이 20대 이하의 ‘식사 시 반드시 먹어야 한다’가 42.1%, ‘먹지 않아도 좋다’ 43.9%, ‘모르겠다’ 14.0%로 먹지 않아도 좋다가 가장 높게 나타났다. 30대는 ‘식사 시 반드시 먹어야 한다’가 49.2%, ‘먹지 않아도 좋다’ 42.4%, ‘모르겠다’ 8.5%로 반드시 먹어야 한다가 가장 높게 나타났다. 40대는 ‘식사 시 반드시 먹어야 한다’가 67.3%, ‘먹지 않아도 좋다’ 28.4%, ‘모르겠다’ 4.3%로 ‘반드시 먹어야 한다’가 가장 높게 나타났다. 50대는 ‘식사 시 반드시 먹어야 한다’가 70.8%, ‘먹지 않아도 좋다’ 18.1%, ‘모르겠다’ 11.1%로 반드시 먹어야 한다가 가장 높게 나타났다.

김치를 먹어야 하는가에 대한 결과는 연령별로 차이를 보이고 있다. 모든 연령에서는 ‘반드시 먹어야 한다’와 ‘먹지 않아도 된다’라는 응답이 비슷한 비율을 보이고

〈표 4〉 김치를 섭취하는 주된 이유에 대한 차이 검증

구분	김치를 섭취하는 주된 이유					합계	Pearson χ^2	P
	맛이 있기때문	전통음식 이기 때문	항상 먹는 것이므로	영양이 우수해서	기타			
20대 이하	26 45.6%	2 3.5%	24 42.1%	4 7.0%	1 1.8%	57 16.3%	36.773*	0.000
30대	26 44.1%	5 8.5%	24 40.7%	4 6.8%	0 0.0%	59 16.9%		
40대	54 33.3%	20 12.3%	56 34.6%	28 17.3%	4 2.5%	162 46.3%		
50대 이상	32 44.4%	7 9.7%	10 13.9%	23 31.9%	0 0.0%	72 20.6%		
전체	138 39.4%	34 9.7%	114 32.6%	59 16.9%	5 1.4%	350 100%		

* $p < 0.01$.

〈표 5〉 식사 시 김치 섭취 중요도에 대한 차이 검증

구분	김치 섭취 중요도			합계	Pearson χ^2	P
	반드시 먹어야 한다.	먹지 않아도 좋다.	모르겠다.			
20대 이하	24 42.1%	25 43.9%	8 14.0%	57 16.3%	22.824*	0.001
30대	29 49.2%	25 42.4%	5 8.5%	59 16.9%		
40대	109 67.3%	46 28.4%	7 4.3%	162 46.3%		
50대 이상	51 70.8%	13 18.1%	8 11.1%	72 20.6%		
전체	213 60.9%	109 31.1%	28 8.0%	350 100%		

* $p < 0.01$.

있으나, 연령이 높은 경우는 '반드시 먹어야 한다'는 응답이 매우 높게 나타났으며, 나이가 젊은 세대일수록 식사시 김치를 먹지 않아도 된다는 응답이 높게 나타났다.

어떤 종류의 김치를 가장 선호하는지에 대한 빈도분석 결과, 배추김치와 깍두기, 물김치의 순으로 나타나고 있으며, 배추김치의 경우는 전체 응답자의 67.4%인 236

〈표 6〉 김치 구매 장소

구분	빈도	퍼센트
1 슈퍼마켓	29	8.3
2 대형마트, 백화점	180	51.4
3 인터넷 쇼핑몰	13	3.7
4 재래시장	127	36.3
5 주문 배달	0	0.0
기타	1	0.3
합계	350	100.0

〈표 7〉 김치 구매 시 중요 순위

구분	빈도	퍼센트
1 영양을 우선으로 생각하고 구매	233	66.6
2 가격을 생각하며 구매	57	16.3
3 브랜드를 우선으로 생각하고 구매	54	15.4
4 색이나 포장 등을 생각하고 구매	6	1.7
합계	350	100.0

명이나 선호하는 것으로 조사되어 우리의 식탁에서 차지하는 배추김치가 상당히 중요한 것으로 나타났다.

4. 김치 구매 장소

김치를 주로 구매하는 장소에 대한 조사 결과는 〈표 6〉에 ‘대형 마트나 백화점에서 구매한다’라고 응답한 사람이 51.4%로 가장 높게 나타났으며, 두 번째로는 ‘재래시장에서 구매한다’라고 응답한 사람이 전체의 36.3%로 조사되었다. ‘슈퍼마켓에서 구매한다’라고 응답한 사람도 전체의 8.3%인 29명이 응답하였다.

5. 김치 구매 시 중요 순위

김치 구매 시 가장 중요시 생각하는 우선순위는 〈표 7〉에 나타난 바와 같이 ‘영양을 우선으로 생각하고 구매한다’가 233명으로 66.6%를 차지하고 있으며, 다음으로는 ‘가격을 생각하고 구매하는 방법’이 16.3%, ‘브랜드를 우선 생각하고 구매한다’가 15.3%, ‘색이나 포장 등을 생각하고 구매한다’가 1.7% 등의 순으로 구매하는 것으로 조사되었다.

IV. 결 론

본 연구는 한국의 전통음식 중 김치 구매와 선호도를 연령별로 비교 분석한 연구

로서 연령별 기호성을 파악하여 김치 섭취를 증대시키기 위한 목적을 두고 연구하였다.

조사 방법은 설문지법을 이용하여 실시하였으며, 조사 대상은 부산 지역에 소재하는 일반인들을 대상으로 선정하여 400명을 연구 대상으로 한정하였으며, 표본 추출 방법은 무작위 추출방법이 이용되었고, 유효 표본은 350부로 작성하였다. 조사기간은 2006년 2월 25일부터 3월 16일까지 20일간 실시되었으며, 조사된 자료는 SPSS 12.0을 이용하여 빈도 분석과 교차 분석, ANOVA 분석을 실시하였다.

연령별로 김치에 대한 선호도에서 유의한 차이가 나타났으며, 특히 김치에 대한 선호도의 분석 결과는 모든 세대가 선호하는 것으로 나타났고 특히 50대 이상이 가장 선호하는 것으로 나타났다.

선호하는 김치 맛에 대해 차이를 알아보기 위해 교차 분석을 실시한 결과, 역시 연령별로 차이로 보이고 있었다. 각 비율을 보면, 20대 이하와 30대, 50대 이상은 매운 맛을 가장 선호하며, 두 번째로는 20대 이사와 30대는 시원한 맛을, 40대와 50대 이상은 감칠맛을 선호하는 것으로 나타났다. 즉, 연령별로 선호하는 김치 맛에 대한 차이가 있음을 알 수 있었다.

김치를 먹는 주된 이유에 대한 분석 결과는 연령별로 차이를 보이고 있었으며 모든 연령에서 대부분 '맛이 있어서'라는 응답이 높게 나타났으며, 연령별로 20대 이상과 30대, 50대 이상은 '맛이 있으므로'가 가장 높은 응답을 나타내고 있으며, 두 번째로는 20대 이하와 30대에서는 '항상 먹는 것이기 때문에', 40대는 '맛이 있기 때문에', 50대 이상은 '영양이 우수해서'라는 응답으로 나타났다.

김치의 부재료에 대한 분석 결과는 사과와 굴의 경우, 50대 이상이 가장 선호하는 것으로 나타났다. 젓갈과 생강, 마늘은 40대가 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 배는 30대가 가장 선호하는 것으로 나타났다. 밤은 20대 이하가 가장 선호하는 것으로 나타났고, 부추는 30대가 가장 선호하는 것으로 나타났다. 김치의 부재료에 대한 선호도는 전체적으로 연령별로 차이를 보이고 있으며, 고춧가루, 당근, 양파, 대추, 미나리는 연령별로 차이를 보이고 있지 않는 것으로 조사되었다.

김치 섭취 중요도에 대한 분석 결과는 연령별로 차이를 보이고 있다. 모든 연령에서는 '반드시 먹어야 한다'와 '먹지 않아도 된다'라는 응답이 비슷한 비율을 보이고 있으나, 연령이 높은 경우는 '반드시 먹어야 한다'는 응답이 매우 높게 나타났으며, 나이가 젊은 세대일수록 식사 시 김치를 먹지 않아도 된다는 응답이 높게 나타났다.

한국의 전통 음식 중 부산 지역 주민들은 김치에 대한 구매 및 선호도에 관한 연구결과를 보면 다음과 같다.

첫째, 김치를 구매하는 계층은 여성이 299명(85.5%), 남성이 51명(14.6%)로 김치를 구매하는 계층은 여성이 지배적이며 남성의 경우 독신이나 자취하는 사람들이 구매하는 것으로 사료된다.

둘째, 김치를 섭취하는 주된 이유를 묻는 질문에 20대 이하와 30대, 50대 이상은 맛을 우선적으로 꼽았고, 40대는 항상 먹는 것이 때문에 섭취하는 것으로 나타났다.

셋째, 김치 섭취의 중요도에 대한 분석 결과는 40대가 162명(46.3%), 50대가 72명(20.6%), 30대가 59명(16.9%), 20대 이하가 57명(16.3%) 순으로 나타났다.

넷째, 시판 김치를 구매한 경험이 있는가에 대한 빈도 분석 결과, 전체의 61.7%인 216명이 시판 김치를 구매한 경험이 있는 것으로 조사되어 상당수가 김치는 시판 김치를 구매하는 것으로 나타났다.

다섯째, 김치를 주로 구매하는 장소에 대한 조사 결과, '대형 마트나 백화점에서 구매한다' 180명(51.4%)으로 가장 높게 나타났으며, '재래시장에서 구매한다' 127명(36.3%)으로 나타났으며, '슈퍼마켓에서 구매한다' 29명(8.3%)의 순으로 나타났다.

여섯째, 김치 구매 시 가장 중요시 생각하는 우선 순위는 '영양을 우선으로 생각하고 구매한다'가 233명(66.6%)을 차지하고 있으며, 가격 57명(16.3%), 브랜드 54명(15.4%), '색이나 포장 등을 생각하고 구매한다' 6명(1.7%)의 순서로 나타났다. 또한 '김치는 반드시 먹어야 한다'가 219명(60.9%)과 '먹지 않아도 좋다'의 경우 109명(31.1%)으로 나타나 많은 사람들이 김치는 먹어야 하는 것으로 인식하고 있음을 알 수 있다.

따라서 시판 김치의 경우, 각 연령에 맞는 다양한 김치 제품을 개발하여 소비자들의 입맛을 자극할 수 있다면 김치 섭취 증가와 시판 김치 구매를 촉진할 수 있으며, 동시에 김치 제품 개발을 통한 마케팅 전략이 필요하며 본 연구는 부산 지역을 중심으로 연구의 한계성이 있어 후속적 연구는 전국을 대상으로 한 연구가 필요하다고 사료된다.

참고문헌

1. 강인희 (1991) : 한국식생활사. 삼영사: 161-234.
2. 고용덕·김홍재·전성식·성낙계 (1994) : 냉장고를 이용한 김치 발효 및 저장 제어시스템의 개발. *한국식품과학회지* 26:199.
3. 김경태·신형식·이용배 (1992) : 한국문화사. 이화여자대학교 출판부: 16-18.
4. 김순동·김경희·오영애 (1998) : 소금 절임과 김치담금 시 효모의 첨가 숙성에 미치는 영향. *한국식품영양과학회지* 26(6):1077-1085.
5. 김정현·임민준·박미연·문수재 (1996) : 한국남성의 식생활형태에 관한 연구. *한국식품화학회지* 11(5):542-650.
6. 박완수·이인선·한영숙·구영조 (1994) : 분리 저장한 절임 배추와 김치 속을 이용한 김치의 제조. *한국식품과학회지* 24(2):330.
7. 박우포 (2003) : 김치 및 김치관련제품의 개발. *김치의 과학과 기술* 9:225.

8. 박우포 · 김재욱 (1991) : 조미료, 젓갈 등이 김치 발효에 미치는 영향. *한국농화학회지* 34(3):242-248.
9. 심영자 · 김정선 · 전희정(1999) : 한국의례음식과 상차림에 관한 인식과 실행. *한국조리과학회지* 15(2):146.
10. 이인선 · 박완수 · 구영조 · 강국희 (1994) : 품종별 가을배추로 제조한 절임 배추의 저장 중 특성 변화. *한국식품과학회지* 26:239.
11. 이준영 · 이나영 · 이현철 · 정선식 (1992) : Ames test에서 항암항생체의 돌연변이 유발 및 이에 미치는 Retinoic acid, b-carotene 및 Ascorbic acid의 영향. *대한암학회지* 24(4).
12. 장명숙 · 김미정 · 문성원 (1995) : 양파 첨가가 동치미의 발효숙성에 미치는 영향. *한국식품영양과학회지* 24(2):330.
13. 황우익 · 이성동 · 손홍수 · 백나경 · 지유환 (1991) : 마늘성분에 의한 면역증강 및 항암 효과. *한국영양식량학회지* 19:494.
14. Ann R. Stasch · Mae Martha Johnson · Glennell J. Spangler (1970) : Food practices and preferences of some college student. *J. Am. Diet. Assoc.* 57:523.
15. Curl AL (1992) : The carotenoids of red bell peppers. *Agric. Food Chem.* 10:504.
16. Hwang IJ · Oh YJ · Brehme U · Michel P · Loos S · Wangemann Golf S. Temme H. Leitzmann C (1991) : Influence of regular consumption of sauerkraut and *Kimchi* on various blood parameters: Fourth International Symposium on Clinical Nutrition, October 2-4, Heidelberg, Germany. *Reccet Advances in Clinical Nutrition*.
17. Lee SH · Lim YS · Choi WJ (1998) : Effect of *Schizandra chinensis* (Omija) extract on the fermentation of kimchi. *Kor. J. Appl. Microbiol. Biotechnol.* 25(2): 229-234.
18. Lee Sr (1986) : Korea Fermented Foods. Ewha Womens University.

2006년 5월 25일 접수

2006년 12월 15일 게재확정