

P6. 전통기술을 이용한 상품의 소비자 선호조사

- 전통장류를 중심으로 -

유명님*, 김미희, 안윤수, 김행란
농촌진흥청 농업과학기술원 농촌자원개발연구소

1. 연구배경 및 목적

장류는 전통적으로 가정에서 만들어 먹던 식품이었으나 여성의 사회참여가 높아짐에 따라 편의성을 추구하면서 시판제품으로 대체되는 경향이다. 따라서 장류에 대한 소비자의 선호경향을 조사하여 상품화를 위한 기초자료로 제공하고자 한다.

2. 연구방법

전통장류의 소비자 선호경향을 파악하기 위하여 가계 소비지출을 담당하는 20~50대의 기혼여성 1,500명을 대상으로 2003.6.16~7.15까지 인터넷조사 전문업체에 조사를 의뢰, 이메일 리쿠르팅 방법으로 온라인 설문조사를 실시하였다.

3. 연구결과

- 가. 조사대상자는 20~40대가 28~32%, 50대가 10%를 차지하고 있으며, 59.2%가 대졸 이상이고, 한달평균소득은 150~250만원이 33.3%로 가장 많았으나 350만원 이상도 25.7%에 달하고 있었다. 소비자유형은 자신이 관습적·합리적 소비자라는 것에 대하여 5점 척도 평균 각 3.79와 4.00점으로 긍정하는 경향이었고, 과시적·충동적이라는 것에 대하여는 각 2.35, 2.43점으로 부정하는 경향이었다.
- 나. 전통장류의 선호도는 5점 척도 평균 4.21점으로 고추장>된장>간장>청국장 순이었다. 장류에 대한 인식은 “항암효과가 있는 좋은 음식이다”와 “국산콩으로 만든 장류가 더 좋다”가 각 4.82, 4.70점으로 대부분의 소비자가 공감하고 있었으며, “국산콩으로 만든 장류가 2배 더 비싸도 구입하겠다”는 3.95점으로 구입의사가 높은 편이었다.
- 다. 장류의 사용현황을 보면 96% 이상이 사용하고 있으며, 주 3~5회 이상 사용하는 소비자도 절반수준이었다. 조달방법은 된장은 37.3%가 구입하는데 비해 나머지 3종은 50% 정도를 구입에 의존하고 있었다.
- 라. 마케팅 요소에 있어 구입기준은 “맛”과 “원료의 원산지”를 59.1%가 중시하고 있었고, 구입비용은 51.1%가 연간 3~10만원을 지출하고 있었는데 연령이 높을수록, 소득이 높을수록 구입비용 역시 늘어나는 것이 통계적으로 유의한 수준이었다. 구입장소는 대부분이 대형할인마트이지만 직거래 비율도 5.7%를 차지하고 있다.
- 마. 소비변화는 예전에 비해 늘어났다(35.8%)가 줄었다(20.0%)에 비해 높았으며, 앞으로의 소비전망도 늘어날 것이다(39.9%)가 줄어들 것이다(16.3%)에 비해 높게 나타났다.