

떡의 利用實態 및 市販製品에 對한 評價

任菊二·金宜孝

大田實業專門大學 食品營養科

(1988年 3月 20日 接受)

A Survey on the Utilization of Korean Rice-Cakes and the Evaluation about Their Commercial Products by Housewives

Kook-Yi, Yim and Sun-Hyo, Kim

Dept. of Food & Nutrition, Daejeon Junior College

(Received March 20, 1988)

Abstract

The purpose of this study was to find out the utilization status of Korean rice-cakes and the evaluation degrees of their commercial products by subjects.

The subjects were 530 housewives lived in Seoul, Deajeon, Youngju city, and Secheon khun.

We conducted this survey from November 16 to 28, 1987 by questionnaire method.

The results obtained can be summarized as follows;

1. In the subjects' home, 37 kinds of Korean rice-cakes were used. All of them, Inchelmi (67.9%), Songpyeon (66.6%), Whinddeg (51.4%) and Gaepiddeg (43.4%) were frequently used.
2. All of ceremonial days, Korean rice-cakes were used most frequently on the wedding day but they were used scarcely on the funeral day.
3. On the birth day of children and adults, cakes were used more frequently than Korean rice-cakes.
4. All of Korean festival days, Korean rice-cakes were used most frequently on New Year's day.
5. In the future, most housewives (61.7%) hoped to make the Korean rice cakes of themselves at home.
6. Convenience (65.8%) was the most favored cause purchasing the commercial products but many housewives (44.3%) wanted to make the Korean rice-cakes of themselves at home.
7. All the quality properties of commercial products, taste and color property were favored and price, package, storage and hygienic property were poorly evaluated by housewives.
8. The evaluation about color property of commercial products were affected by resident place variable of housewives ($P < 0.05$) and hygienic property were affected by resident place and academic career variable of housewives significantly ($P < 0.01$). And package property of them was affected by dwelling house type significantly ($P < 0.05$).
9. Housewives indicated that commercial products were improved hygienic property (37.0%), price (23.8%), package (15.6%), taste (11.1%), storage (10.1%) and color (2.4%) in order.

I. 緒 論

地球上의 여러 民族들은 그들의 오랜 生活史 속에서 각기 特性이 있는 食生活文化를 形成하였다.

우리나라는 農耕을 第一位의 生業으로 삼았던 바 調理·加工法에서도 穀物飲食이 가장 많이 開發되고 널리 普及되어 土着性이 짙은 傳統飲食으로 계승되어 왔다.

우리나라의 穀物飲食으로서 가장 原初的인 조리형태는 죽이며 그 다음이 떡, 밥으로 發展하였다.¹⁻⁴⁾

그중 떡은 穀物의 粉食形態의 飲食으로서 절구나 방아 속에서 찼은 곡물가루를 반죽하여 뜨거운 물에 익혀 내거나 찌는 加工法 또는 일단 찌낸 곡물을 메로 쳐서 먹는 加工法으로서 前者는 飯餅, 煎餅, 圓子餅으로 다시 細分되고 後者는 搗餅類이다.^{1,4-10)}

떡은 農事를 짓기 시작한 이후부터 이미 開發되어 죽과 함께 널리 常用되는 飲食이었다. 初期에는 죽과 함께 日常食이었지만 밥이 開發된 以後부터는 別味食, 特別食으로 그 위치를 차지하면서 貴한 음식으로서 대우를 받게 되었다.^{4,5,10-12)}

떡은 재료배합면에서 쌀과 콩류, 깨, 각종 堅果, 과일, 꽃잎 및 藥餌性菜 등을 배합하여 영양상 균형을 꾀함은 물론 다양한 맛과 향을 즐길 수 있었고^{5,6,8,9,11)} 형태면에서 빛은 모양이 다양하고 때로는 떡살무늬까지 곁들여 所願이 成就되기를 기원하는 마음을 담았으며^{6,13,14)} 季節과 地域의 風上에 맞춰 적합한 떡을 개발하였던 바^{6,11,15)} 우리나라 떡은 科學的이면서도 民族의 情緒가 깃든 飲食이라 하겠다.

우리나라 떡은 2,000年の 歷程을 거치면서 각종 通禮, 農耕儀禮, 土俗信仰을 배경으로 한 각종 行祭, 巫儀, 節食 또는 오늘날에는 貴重한 선물용으로서 우리 생활 속에 깊이 밀착되어 온 뿌리 깊은 飲食의 하나로써 그 種類가 다양하고 傳統性이 깊은 飲食이라 하겠다.^{3,4,6,7,9,11,12,15-21)}

오늘날에도 이런 風俗이 이어져 각종 行事時에는 儀禮飲食으로서 반드시 떡이 등장되는 바 우리의 特別飲食中 가장 보편적인 것이라 할 수 있다.

그러나 近來에 急速한 經濟發展과 外來文化의 流入으로 生活樣式이 변화됨에 따라 서구 食文化의 수용과 儀禮의 簡素化, 調理의 簡便化에 대한 要求增大와 함께 食品産業의 發達에 따른 다양한 食品의 開發로 우리의 食生活에서 떡이 차지하고 있는 위치는 점점 위축되어 가고 있는 실정이다.

따라서 각 가정에서 이용하고 있는 떡의 種類는 예전만큼 다양하지 못하고 그 이용빈도수도 감소하고 있으며 가정에서 직접 떡을 만들어 이용하는 대신 시판제품

을 구입하여 이용하는 경우가 점점 증가하고 있다. 그리고 편리성, 기호성 등의 이유로 떡 대신 케이크를 이용하는 가정이 증가하고 있다.

이에 본 연구는 현재 우리의 식생활에서 떡이 차지하고 있는 위치를 확인해 보고 앞으로 傳統食品의 계승 발전을 위한 傳統食品의 產業化方案을 모색하는데 기초 자료를 제공할 목적으로 전국 각지역에서 무작위로 추출된 주부들을 대상으로 떡의 이용실태 및 시판제품에 대한 평가도를 조사하였다.

II. 研究方法

1. 調査對象者 및 期間

서울시(대도시), 충남 대전시(중도시), 경북 영주시(소도시)와 충남 서천군(농어촌)에 거주하는 주부들중 각 지역별로 250명씩 총 1,000명을 무작위로 추출하여 1987년 11월 16일부터 1987년 11월 28일까지 13일간 실시하였고 그중 통계처리가 가능한 530명을 주대상으로 하였다.

2. 調査方法 및 內容

설문지법에 의해 조사대상자의 일반환경, 의례·절식시 떡의 이용실태 및 시판되는 떡제품에 대한 평가 등을 조사하였다.

조사대상자의 일반환경으로서는 주부의 연령, 학력, 거주지, 주택형태, 가족수, 가족형태, 직장유무, 가정의 월수입 및 머느리 서열 등을 조사했으며 의례·절식시 떡의 이용실태와 함께 각 시기별로 케이크의 이용실태도 조사하여 우리나라 식생활의 변모를 유추하고자 하였다.

사회변화에 따라 미래 가정에서는 가정에서 직접 떡을 만들어 이용하는 대신 시판되는 떡을 구입하여 이용하는 가정이 점점 증가되리라 예측되어 현재 시판되고 있는 떡의 품질특성에 대한 주부들의 평가도를 파악함으로써 앞으로 떡의 산업화방안을 모색하는데 기초자료가 되고자 시판제품의 구입이유, 시판제품을 구입하지 않는 이유, 시판제품의 맛, 색, 가격, 포장, 위생성 및 저장성 등을 5단계 기호도척도에 의해 조사하였다.

3. 統計處理方法

의례·절식시 떡의 이용율은 백분율에 의하여 분석하였고 일반환경의 제요인이 시판제품의 품질특성에 대한 주부들의 평가에 미치는 영향은 X²검증에 의하여 분석하였다.

III. 結果 및 考察

1. 一般環境

표 1에 나타난 바와 같이 조사대상주부들의 연령은 40代(59.8%)가 가장 많았고 학력은 국졸(53.2%)이 가장 많았으며 대부분이 농어촌(43.8%)~중도시(40.2%)지역에 거주하였다. 가정의 월수입은 30~50만원(40.6%)수준이 가장 많았고 약 80%가 부부중심가족 형태를 갖는 것으로 나타났다.

또한 조사대상주부들은 대부분이 농가(43.6%)~단독주택(42.4%)에 거주하고 있었고 가족수는 5~6명(55.0%)이 가장 많았으며 전체조사대상주부들중 49.6%가 만여느리이었고 79.1%의 주부가 직장에 나가지 않는 것으로 나타났다.

2. 떡의 利用實態

1) 가정에서 이용하는 떡

조사대상자의 가정에서 이용하는 떡의 종류는 표 2에 나타난 바와 같이 증병류 16종, 도병류 6종, 전병류 4종, 단자병류 10종 및 증편 등의 총 37종이었고 그중

표 1. 조사대상자의 일반환경

내 용	구 분	N	%
연 령 (세)	← 40	83	15.7
	40~49	317	59.8
	50 →	130	24.5
학 령	국 졸	282	53.2
	중 졸	114	21.5
	고 졸	87	16.4
	대 졸	47	8.9
거주지	농어촌(서천군)	232	43.8
	소도시(영주시)	27	5.1
	중도시(대전시)	213	40.2
	대도시(서울시)	58	10.9
월수입 (만원)	← 30	154	29.1
	30~50	215	40.6
	50~70	82	15.4
	70 →	79	14.9
가족형태	부부중심가족	425	80.2
	친정부모동거대가족	14	2.6
	시부모동거대가족	91	17.2
합 계		530명	100

표 2. 가정에서 이용하는 떡의 종류 N=530명(%)

떡명	이 용 율		
	직접만들	의 퇴 합	계
I 饅 餅			
① 백 편	52 (9.8)	12 (2.3)	64 (12.1)
② 꿀 편	62 (11.7)	19 (3.6)	81 (15.3)
③ 삼 색 편	52 (9.8)	24 (4.5)	76 (14.3)
④ 승점초편	1 (0.2)	0 (0.0)	1 (0.2)
⑤ 백 설 기	260 (49.1)	23 (4.3)	283 (53.4)
⑥ 녹두찰편	16 (3.0)	4 (0.8)	20 (3.8)
⑦ 노랑깨찰떡	14 (2.6)	9 (1.7)	23 (4.3)
⑧ 검은깨찰떡	13 (2.5)	10 (1.9)	23 (4.3)
⑨ 팔시루떡	211 (39.8)	10 (1.9)	221 (41.7)
⑩ 콩시루떡	138 (26.0)	6 (1.1)	144 (27.2)
⑪ 수수 떡	89 (16.8)	4 (0.7)	93 (17.5)
⑫ 호 박 떡	116 (21.9)	0 (0.0)	116 (21.9)
⑬ 꽃 떡	10 (1.9)	3 (0.6)	13 (2.5)
⑭ 대추.밤시루떡	37 (7.0)	5 (0.9)	42 (7.9)
⑮ 썩시루떡	46 (8.7)	1 (0.2)	47 (8.9)
⑯ 무우시루떡	10 (1.9)	0 (0.0)	10 (1.9)
II 搗 餅			
① 인 절 미	290 (54.7)	70 (13.2)	360 (67.9)
② 절 편	76 (14.3)	134 (25.3)	210 (39.6)
③ 개 피 떡	21 (4.0)	209 (39.4)	230 (43.4)
④ 송 편	317 (59.8)	36 (6.8)	353 (66.6)
⑤ 수리취떡	1 (0.2)	1 (0.2)	2 (0.4)
⑥ 흰 떡	0 (0.0)	272 (51.4)	272 (51.4)
III 煎 餅			
① 진달래화전	1 (0.2)	0 (0.0)	1 (0.2)
② 국 화 전	2 (0.4)	0 (0.0)	2 (0.4)
③ 밀 전 병	17 (3.2)	1 (0.2)	18 (3.4)
④ 차 전 병	16 (3.0)	3 (0.6)	19 (3.6)
IV 圓子餅			
① 썩 경 단	6 (1.1)	1 (0.2)	7 (1.3)
② 깨 경 단	18 (3.4)	2 (0.4)	20 (3.8)
③ 석이채경단	0 (0.0)	1 (0.2)	1 (0.2)
④ 밤채경단	9 (1.7)	0 (0.0)	9 (1.7)
⑤ 대추채경단	1 (0.2)	1 (0.2)	2 (0.4)
⑥ 팔 경 단	24 (4.5)	3 (0.6)	27 (5.1)
⑦ 제피경단	3 (0.6)	1 (0.2)	4 (0.8)

떡명	이용율		
	직접만들	의뢰함	계
IV. 圓子餅			
⑧ 석이단자	1 (0.2)	1 (0.2)	2 (0.4)
⑨ 대추단자	1 (0.2)	0 (0.0)	1 (0.2)
⑩ 은행단자	0 (0.0)	1 (0.2)	1 (0.2)
V. 其他			
중 편	22 (4.2)	60 (11.3)	82 (15.5)
무 응 답			50 (9.4)

인절미(67.9%), 송편(66.6%), 흰떡(51.4%), 개피떡(43.4%), 팔시루떡(41.7%), 절편(39.6%) 등은 그 이용율이 30% 이상으로 나타났던 바 일부 도병류의 이용율이 비교적 높았다. 또한 승검초편, 녹두찰편, 노랑깨찰떡, 검은깨찰떡, 꽃떡, 무우시루떡, 수리취떡, 진달래화전, 국화전, 밀전병, 차전병, 쑥경단, 깨경단, 계피경단, 석이채경단, 밤채경단, 대추채경단, 석이단자, 대추단자 및 은행단자 등은 그 이용율이 5% 이하로 나타났던 바 일부의 증병류, 전병류 및 단자병류는 조사대상자의 가정에서 거의 이용되지 않고 있었다.

여기에서 이용율은 각각의 떡에 대해 조사대상자의 가정에서 이용한다고 응답한 빈도수를 전체조사대상자수로 나누어 백분율로 환산한 값이다.

조사대상자의 가정에서 이용하는 떡중 가정에서 직접 만들어 이용하는 떡은 증병류 16종, 도병류 5종, 전병류 4종, 단자병류 8종, 중편 등의 총 34종이었고 그중 송편(59.8%), 인절미(54.7%), 백설기(49.1%), 팔시루떡(39.8%), 콩시루떡(26.0%) 등의 일부 도병류와 증병류의 순으로 많이 만들어 이용하고 있었다.

또한 조사대상자의 가정에서 이용하는 떡중 친지 또는 떡집에 의뢰하여 이용하는 떡은 증병류 13종, 도병류 6종, 전병류 2종, 단자병류 8종 및 중편 등의 총 30종이었고 그중 흰떡(51.4%), 개피떡(39.4%), 절편(25.3%), 인절미(13.2%), 중편(11.3%) 등의 일부 도병류와 증편의 순으로 의뢰율이 높았다.

2) 의례에 이용하는 떡

표 3에 나타난 바와 의례시 이용하는 떡의 종류는 다음과 같다.

조사대상자의 가정에서 백일에 이용하는 떡은 33종이었고 그중 백설기(52.8%), 수수떡(27.4%), 인절미(24.0%), 백편(10.8%) 등의 순으로 이용율이 높았다.

똥에 이용하는 떡은 33종이었고 그중 백설기(47.6%), 수수떡(38.9%), 인절미(28.1%), 팔시루떡(10.9%), 백편(10.8%) 등의 순으로 이용율이 높았다.

어른의 생일에 이용하는 떡은 34종이었고 그중 인절미(27.9%), 팔시루떡(18.5%), 백설기(12.8%) 등의 순으로 이용율이 높았다.

아이의 생일에 이용하는 떡은 36종이었고 그중 백설기(23.8%), 인절미(15.8%), 팔시루떡(14.0%), 수수떡(11.5%) 등의 순으로 이용율이 높았다.

혼례에 이용하는 떡은 36종이었고 그중 인절미(36.2%), 절편(24.7%), 개피떡(24.7%), 삼색편(14.0%) 등의 순으로 이용율이 높았다.

제사시 이용하는 떡은 33종이었고 그중 인절미(43.8%), 콩시루떡(22.8%), 팔시루떡(18.5%) 등의 순으로 이용율이 높았다.

회갑에 이용하는 떡은 36종이었고 그중 인절미(36.4%), 개피떡(31.3%), 절편(21.9%), 삼색편(16.0%), 팔시루떡(11.5%) 등의 순으로 이용율이 높았다.

상례시 이용하는 떡은 29종이었으나 그 이용율은 아주 낮았다.

이상에서 의례중 혼례때 떡의 이용율이 가장 높았고 상례때 그 이용율이 가장 낮았으며 똥, 혼례, 회갑때에는 백일, 어른과 아이의 생일, 제사, 상례때보다 떡의 이용율이 높은 경향이였다.

백편은 백일과 똥에 그 이용율이 10% 이상이었고 삼색편, 절편, 개피떡은 혼례와 회갑때, 백설기는 백일, 똥, 어른과 아이의 생일때 그 이용율이 10% 이상이었다. 팔시루떡은 똥, 어른과 아이의 생일, 제사, 회갑때 그 이용율이 10% 이상이었고 콩시루떡은 제사때만, 인절미는 상례를 제외한 모든 의례때 그 이용율이 10% 이상이었다.

한편 각종 의례시 케이크의 이용율은 표 4에 나타난 바와 같이 어른과 아이의 생일때는 그 이용율이 35%내외로 나타나 그 시기의 각 떡의 이용율보다도 가장 높았고 백일, 똥, 혼례시에는 이용율이 8%내외로 나타났다. 또한 제사, 회갑, 상례시에는 그 이용율이 2%이하로서 거의 이용되지 않고 있었다. 따라서 현재 우리나라의 가정에서 케이크는 다른 의례때보다 주로 생일축하용으로 떡보다 많이 이용되고 있음을 알 수 있었다.

3) 절식에 이용하는 떡

조사대상자의 가정에서 절식에 이용하는 떡의 종류는 표 5에 나타난 바와 같다.

표 3. 의례에 이용하는 떡의 종류

N=530 명 (%)

구 분	이용시기 떡명	백 일	동	생 일		혼례	제사	회갑	상례
				어 른	아 이				
I 飯 餅	① 백편	57 (10.8)	57 (10.8)	26 (4.9)	27 (5.1)	40 (7.6)	25 (4.7)	52 (9.8)	18 (3.4)
	② 꿀편	15 (2.8)	21 (4.0)	32 (6.0)	30 (5.7)	37 (7.0)	9 (1.7)	50 (9.4)	3 (0.6)
	③ 삼색편	27 (5.1)	47 (8.9)	15 (2.8)	18 (3.4)	74 (14.0)	10 (1.9)	85 (16.0)	5 (0.9)
	④ 승검초편	4 (0.8)	8 (1.5)	4 (0.8)	3 (0.6)	9 (1.7)	2 (0.4)	11 (2.1)	0 (0.0)
	⑤ 백설기	280 (52.8)	252 (47.6)	68 (12.8)	126 (23.8)	29 (5.5)	18 (3.4)	39 (7.4)	11 (2.1)
	⑥ 녹두찰편	6 (1.1)	15 (2.8)	12 (2.3)	12 (2.3)	25 (4.7)	9 (1.7)	28 (5.3)	9 (1.7)
	⑦ 노랑깨찰떡	9 (1.7)	24 (4.5)	12 (2.3)	8 (1.5)	26 (4.9)	12 (2.3)	27 (5.1)	8 (1.5)
	⑧ 검은깨찰떡	13 (2.5)	23 (4.3)	26 (4.9)	12 (2.3)	32 (6.0)	12 (2.3)	34 (6.4)	8 (1.5)
	⑨ 팔시루떡	48 (9.1)	58 (10.9)	98 (18.5)	74 (14.0)	50 (9.4)	98 (18.5)	61 (11.5)	29 (5.5)
	⑩ 콩시루떡	11 (2.1)	18 (3.4)	21 (4.0)	32 (6.0)	29 (5.5)	121 (22.8)	32 (6.0)	44 (8.3)
	⑪ 수수떡	145 (27.4)	206 (38.9)	14 (2.6)	61 (11.5)	10 (1.9)	3 (0.6)	13 (2.5)	1 (0.2)
	⑫ 호박떡	3 (0.6)	2 (0.4)	6 (1.1)	18 (3.4)	1 (0.2)	1 (0.2)	2 (0.4)	0 (0.0)
	⑬ 꽃떡	5 (0.9)	6 (1.1)	1 (0.2)	5 (0.9)	22 (4.2)	5 (0.9)	24 (4.5)	2 (0.4)
	⑭ 대추밤시루떡	6 (1.1)	6 (1.1)	12 (2.3)	8 (1.5)	5 (0.9)	12 (2.3)	27 (5.1)	1 (0.2)
	⑮ 썩시루떡	2 (0.4)	2 (0.4)	5 (0.9)	10 (1.9)	5 (0.9)	9 (1.7)	9 (1.7)	4 (0.8)
	⑯ 무우시루떡	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	0 (0.0)	2 (0.4)	3 (0.6)	0 (0.0)
II 搗 餅	① 인절미	127 (24.0)	149 (28.1)	148 (27.9)	84 (15.8)	192 (36.2)	232 (43.8)	193 (36.4)	34 (6.4)
	② 절편	43 (8.1)	46 (8.7)	37 (7.0)	27 (5.1)	131 (24.7)	26 (4.9)	116 (21.9)	15 (2.8)
	③ 개피떡	27 (5.1)	34 (6.4)	51 (9.6)	28 (5.3)	131 (24.7)	21 (4.0)	166 (31.3)	5 (0.9)
	④ 송편	35 (6.6)	40 (7.5)	26 (4.9)	13 (2.5)	51 (9.6)	14 (2.6)	45 (8.5)	3 (0.6)
	⑤ 수리취떡	3 (0.6)	9 (1.7)	4 (0.8)	3 (0.6)	11 (2.1)	3 (0.6)	9 (1.7)	0 (0.0)
	⑥ 흰떡	6 (1.1)	5 (0.9)	3 (0.6)	2 (0.4)	25 (4.7)	5 (0.9)	38 (7.4)	2 (0.4)
III 煎 餅	① 진달래화전	1 (0.2)	1 (0.2)	2 (0.4)	3 (0.6)	11 (2.1)	5 (0.9)	12 (2.3)	0 (0.0)
	② 국화전	2 (0.4)	1 (0.2)	1 (0.2)	1 (0.2)	10 (1.9)	2 (0.4)	8 (1.5)	1 (0.2)
	③ 밀전병	12 (2.3)	11 (2.1)	9 (1.7)	7 (1.3)	30 (5.7)	41 (7.7)	35 (6.6)	19 (3.6)
	④ 차전병	8 (1.5)	9 (1.7)	0 (0.0)	1 (0.2)	20 (3.8)	27 (5.1)	26 (4.9)	9 (1.7)
IV 圓 子 餅	① 썩경단	19 (3.6)	18 (3.4)	7 (1.3)	11 (2.1)	15 (2.8)	2 (0.4)	18 (3.4)	0 (0.0)
	② 깨경단	22 (4.2)	22 (4.2)	22 (4.2)	21 (4.0)	27 (5.1)	3 (0.6)	36 (6.8)	0 (0.0)
	③ 석이깨경단	8 (1.5)	8 (1.5)	2 (0.4)	0 (0.0)	7 (1.3)	0 (0.0)	10 (1.9)	1 (0.2)
	④ 밤깨경단	5 (0.9)	8 (1.5)	6 (1.1)	6 (1.1)	14 (2.6)	2 (0.4)	1 (0.2)	1 (0.2)
	⑤ 대추깨경단	4 (0.8)	7 (1.3)	7 (1.3)	3 (0.6)	11 (2.1)	3 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)
	⑥ 팔경단	34 (6.4)	41 (7.7)	23 (4.3)	23 (4.3)	24 (4.5)	7 (1.3)	1 (0.2)	1 (0.2)
	⑦ 계피경단	27 (5.1)	21 (4.0)	8 (1.5)	6 (1.1)	12 (2.3)	0 (0.0)	2 (0.4)	2 (0.4)
	⑧ 석이단자	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	3 (0.6)	1 (0.2)	1 (0.2)	1 (0.2)
	⑨ 대추단자	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	2 (0.4)	7 (1.3)	0 (0.0)	2 (0.4)	2 (0.4)
	⑩ 은행단자	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	7 (1.3)	0 (0.0)	1 (0.2)	1 (0.2)	1 (0.2)
其他	① 증편	9 (1.7)	7 (1.3)	4 (0.8)	15 (2.8)	34 (6.4)	17 (3.2)	5 (0.9)	5 (0.9)

표 4. 외래서 케이크의 이용빈도

N=530 명

이용빈도	이용시기	백 일	둘	생 일		혼 레	재 사	회 감	상 레
				어른	아이				
N		38	59	197	186	44	10	2	2
%		7.2	11.1	37.2	35.1	8.3	1.9	0.4	0.4

표 5. 절식에 이용하는 떡의 종류

N=530명 (%)

이용시기 떡명	실 날	경월대보름	중 화 절	삼월삼짇날	사월초파일	단 오	유 두	칠월칠석	추 석	중 구 절	시월五日	
	陰一月一日	一月十五	二月朔日	三月三日	四月八日	五月五日	六月十五日	七月七日	八月十五日	九月九日	馬 日	
I 餠	① 백편	74(14.0)	14(2.6)	5(0.9)	5(0.9)	3(0.6)	4(0.8)	3(0.6)	8(1.5)	22(4.2)	5(0.9)	4(0.8)
	② 꿀편	35(6.6)	12(2.3)	1(0.2)	2(0.4)	2(0.4)	3(0.6)	2(0.4)	2(0.4)	34(6.4)	5(0.9)	2(0.4)
	③ 삼색편	13(2.5)	3(0.6)	2(0.4)	2(0.4)	4(0.8)	3(0.6)	1(0.2)	4(0.8)	16(3.0)	3(0.6)	2(0.4)
	④ 승점초편	2(0.4)	2(0.4)	1(0.2)	2(0.4)	2(0.4)	2(0.4)	1(0.2)	2(0.4)	5(0.9)	2(0.4)	3(0.6)
	⑤ 백설기	61(11.5)	29(5.5)	6(1.1)	16(3.0)	21(4.0)	10(1.9)	3(0.6)	56(10.6)	31(5.8)	2(0.4)	7(1.3)
	⑥ 녹두찰편	13(2.5)	4(0.8)	2(0.4)	1(0.2)	1(0.2)	1(0.2)	2(0.4)	3(0.6)	11(2.1)	4(0.8)	4(0.8)
	⑦ 노랑깨찰떡	9(1.7)	4(0.8)	1(0.2)	3(0.6)	2(0.4)	4(0.8)	1(0.2)	2(0.4)	8(1.5)	2(0.4)	3(0.6)
	⑧ 검은깨찰떡	16(3.0)	8(1.5)	2(0.4)	2(0.4)	1(0.2)	2(0.4)	2(0.4)	5(0.9)	12(2.3)	3(0.6)	1(0.2)
	⑨ 팔시루떡	182(34.3)	84(15.8)	9(1.7)	4(0.8)	21(4.0)	16(3.0)	4(0.8)	33(6.2)	89(16.8)	5(0.9)	19(3.6)
	⑩ 콩시루떡	135(25.5)	25(4.7)	6(1.1)	7(1.3)	4(0.8)	5(0.9)	3(0.6)	10(1.9)	60(11.3)	4(0.8)	2(0.4)
	⑪ 수수떡	20(3.8)	14(2.6)	2(0.4)	2(0.4)	4(0.8)	3(0.6)	0(0.0)	3(0.6)	7(1.3)	1(0.2)	1(0.2)
	⑫ 호박떡	76(14.3)	42(7.9)	3(0.6)	1(0.2)	1(0.2)	1(0.2)	0(0.0)	3(0.6)	16(3.0)	7(1.3)	2(0.4)
	⑬ 꽃떡	2(0.4)	5(0.9)	1(0.2)	3(0.6)	1(0.2)	3(0.6)	1(0.2)	2(0.4)	6(1.1)	2(0.4)	1(0.2)
	⑭ 대추·밤시루떡	57(10.8)	17(3.2)	0(0.0)	2(0.4)	3(0.6)	1(0.2)	2(0.4)	7(1.3)	37(7.0)	3(0.6)	3(0.6)
	⑮ 쑥시루떡	25(4.7)	22(4.2)	2(0.4)	2(0.4)	4(0.8)	13(2.5)	1(0.2)	4(0.8)	22(4.2)	1(0.2)	0(0.0)
	⑯ 무우시루떡	7(1.3)	12(2.3)	0(0.0)	2(0.4)	1(0.2)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.2)	3(0.6)	1(0.2)	2(0.4)
II 搗餅	① 인절미	73(13.8)	14(2.6)	1(0.2)	1(0.2)	4(0.8)	4(0.8)	3(0.6)	2(0.4)	46(8.7)	2(0.4)	2(0.4)
	② 절 편	74(14.0)	4(0.8)	1(0.2)	1(0.2)	4(0.8)	4(0.8)	0(0.0)	2(0.4)	31(5.8)	1(0.2)	1(0.2)
	③ 개피떡	22(4.2)	6(1.1)	0(0.0)	0(0.0)	2(0.4)	5(0.9)	0(0.0)	3(0.6)	47(8.9)	5(0.9)	2(0.4)
	④ 송 편	8(1.5)	3(0.6)	0(0.0)	1(0.2)	1(0.2)	2(0.4)	1(0.2)	6(1.1)	504(95.1)	5(0.9)	1(0.2)
	⑤ 수리취떡	2(0.4)	6(1.1)	1(0.2)	0(0.0)	0(0.0)	11(2.1)	2(0.4)	3(0.6)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	⑥ 흰 떡	501(94.5)	8(1.5)	0(0.0)	1(0.2)	0(0.0)	2(0.4)	0(0.0)	2(0.4)	2(0.4)	1(0.2)	2(0.4)
III 煎餅	① 진달래화전	0(0.0)	4(0.8)	3(0.6)	3(0.6)	3(0.6)	5(0.9)	0(0.0)	1(0.2)	2(0.4)	0(0.0)	0(0.0)
	② 국화전	2(0.4)	2(0.4)	0(0.0)	1(0.2)	1(0.2)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.2)	6(1.1)	5(0.9)	0(0.0)
	③ 밀전병	60(11.3)	9(1.7)	0(0.0)	2(0.4)	0(0.0)	5(0.9)	5(0.9)	9(1.7)	40(7.5)	3(0.6)	1(0.2)
	④ 차전병	45(8.5)	8(1.5)	0(0.0)	0(0.0)	2(0.4)	3(0.6)	1(0.2)	3(0.6)	24(4.5)	12(0.4)	1(0.2)
IV 子餅	① 죽경단	12(2.3)	4(0.8)	0(0.0)	1(0.2)	3(0.6)	2(0.4)	1(0.2)	3(0.6)	14(2.6)	1(0.2)	1(0.2)
	② 계경단	31(5.8)	2(0.4)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.2)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	19(3.6)	0(0.0)	2(0.4)
	③ 석이채경단	3(0.6)	3(0.6)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(0.6)	0(0.0)	0(0.0)
	④ 밤채경단	15(2.8)	4(0.8)	0(0.0)	1(0.2)	0(0.0)	1(0.2)	0(0.0)	1(0.2)	6(1.1)	1(0.2)	2(0.4)
	⑤ 대추채경단	4(0.8)	4(0.8)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(0.6)	1(0.2)	0(0.0)

	이용시기 떡명	설날 陰一月一日	정월대보름 一月十五日	중화절 二月朔日	삼월삼짇날 三月三日	사월초파일 四月八日	단오 五月五日	유두 六月十五日	칠월칠석 七月七日	추석 八月十五日	중구절 九月九日	시월 十月五日
IV ■ 子 餅	⑥ 팔경단	18 (3.4)	7 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	0 (0.0)	2 (0.4)	12 (2.3)	3 (0.6)	0 (0.0)
	⑦ 제피경단	6 (1.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.6)	2 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	9 (1.7)	1 (0.2)	3 (0.6)
	⑧ 석이단자	2 (0.4)	1 (0.2)	1 (0.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	0 (0.0)	1 (0.2)	2 (0.4)	0 (0.0)
	⑨ 대추단자	3 (0.6)	0 (0.0)	1 (0.2)	0 (0.0)	2 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	3 (0.6)	1 (0.2)	0 (0.0)
	⑩ 은행단자	4 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	4 (0.8)	0 (0.0)	1 (0.2)
茶 籠	① 증편	12 (2.3)	2 (0.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)	6 (1.1)	4 (0.8)	1 (0.2)	1 (0.2)

설날에 10% 이상의 이용율을 나타낸 떡은 백편, 백설기, 팔시루떡, 콩시루떡, 호박떡, 대추·밤시루떡, 인절미, 절편, 흰떡, 밀전병 등 10종이었고 그중 흰떡(94.5%), 팔시루떡(34.3%), 콩시루떡(25.5%)의 이용율이 높았다.

추석에는 송편, 팔시루떡, 콩시루떡 등 3종의 이용율이 10% 이상으로 나타났고 그중 송편의 이용율은 95.1%로 가장 높았다.

한편 정월 대보름에는 팔시루떡만이(15.8%), 칠월 칠석에는 백설기만이(10.6%) 그 이용율이 10% 이상으로 나타났고 중화절, 삼월 삼짇날, 사월 초파일, 유두, 중구절, 시월 午日에는 각 절식에 이용하는 떡 뿐만 아니라 모든 떡의 이용율이 4% 이하로서 아주 낮게 나타났다.

이상에서 모든 절식중 떡의 이용율은 설날에 가장 높았고 설날과 추석에 제외한 다른 절식은 조사대상자의 가정에서 거의 지켜지지 않고 있는 실정이었다.

4) 앞으로 떡 만들기에 대한 주부들의 의견

앞으로 떡 제조 여부에 관한 문항에서 전체조사대상 주부들중 61.7%가 계속 가정에서 직접 만들겠다, 24.9%가 친지의 도움을 받거나 떡집에 의뢰하겠다, 8.1%가 시판제품을 구입하겠다는 응답 분포를 보여 주었던 바(표 6) 아직까지 주부들은 가정에서 직접 떡을 만들고자 하는 경향이 있음을 알 수 있었고 주부 스스로 떡 만들기가 어려운 경우에는 시판제품을 구입하기보다는 친지나 떡집에 의뢰해서 이용하고자 함을 알 수 있었다.

표 6. 앞으로 떡 만들기에 대한 주부들의 의견

떡 만들기에 대한 의견	N	%
계속 가정에서 직접 만들겠다	327	61.7
친지나 떡집에 의뢰하겠다	132	24.9
시판제품을 구입하겠다	43	8.1
무응답	28	5.3
합 계	530	100

3. 市販되는 떡製品에 對한 主婦들의 評價

시판되는 떡의 품질특성에 대한 주부들의 평가도를 주부의 연령, 학력, 거주지 주택형태, 가족수, 가족형태, 직장유무, 가정의 월수입 및 머느리서열 등 일반환경요인에 따라 살펴보면 다음과 같다.

1) 시판제품을 구입하는 이유

조사대상주부들이 시판제품을 구입하는 이유는 표 7에 나타난 바와 같이 간편해서가 가장 많았고(65.8%) 그 다음이 소량 필요해서(17.8%) 나타났으며 그밖의 이유에 대해서는 낮은 응답율을 보여 주었다.

표 7에 나타난 바와 같이 주부의 학력수준에 따라 국졸(70.3%), 고졸(72.7%)의 주부가 중졸(59.6%), 대졸(45.2%)의 주부보다 간편해서 시판제품을 구입하는 비율이 높았고 대졸(41.9%) 주부는 국졸(14.6%)~고졸(18.2%)의 주부보다 소량 필요해서 시판제품을 구입하는 비율이 높았다. ($p < 0.01$)

거주지에 따라 표 8에 나타난 바와 같이 농어촌지역에 거주하는 주부일수록 간편해서, 대도시지역에 거주하는 주부일수록 소량 필요해서 시판제품을 구입하는 경향이었고($p < 0.05$) 그밖의 일반환경요인에 따른 유의적인 영향은 없었다.

2) 시판제품을 구입하지 않는 이유

시판제품을 구입하지 않는 이유로서 내 손으로 직접 만들고 싶어서(44.3%) 가장 많았고 그 다음이 값이 비싸서(15.9%), 비위생적이어서(15.6%), 맛이 없어서(12.5%)와 믿을 수 없어서(11.8%) 순으로 나타났다 바 아직까지 우리나라 주부들은 떡을 구입하기보다는 가정에서 직접 만들어 이용하고자 하는 경향이 있음을 알 수 있었고 시판제품의 대량보급화를 위해서는 시판 떡의 가격, 위생 및 관능적인 면 등이 개선되어야 할 것으로 생각된다.

일반환경의 제요인이 조사대상주부들이 시판제품을 구입하지 않는 이유에 유의적인 영향을 미치지 않았다.

3) 시판제품의 맛에 대한 평가

표 9에 나타난 바와 같이 5단계 기호도척도에 의한 시판제품의 맛 평가에서 전체조사대상주부들중 35.7%

표 7. 주부의 학력과 시판제품을 구입하는 이유

명 (%)

구입하는 이유	학 력	국 줄	중 줄	고 줄	대 줄	합 계	x ² 검증
간편해서		111 (70.3)	28 (59.6)	14 (72.7)	24 (45.2)	177 (65.8)	32.3 (df = 15)
집에서 만드는 것보다 맛이 좋아서		12 (7.6)	5 (10.6)	2 (6.1)	2 (6.5)	21 (7.8)	P<0.01
저장할 장소가 마땅치 않아서		1 (0.6)	0 (0.0)	1 (3.0)	0 (0.0)	2 (0.7)	
만들줄 몰라서		6 (3.8)	1 (2.1)	0 (0.0)	1 (3.2)	8 (3.0)	
집에서 만드는 것보다 가격이 싸서		5 (3.2)	7 (14.9)	0 (0.0)	1 (3.2)	13 (4.8)	
소량 필요해서		23 (14.6)	6 (12.8)	6 (18.2)	13 (41.9)	48 (17.8)	
합 계		158 (58.7)	47 (17.5)	33 (12.3)	31 (11.5)	269 (100)	

가 '보통이다', 32.6%가 '약간 좋다', 25.5%가 '아주 좋다'로 평가했던 바 시판되는 떡의 맛이 조사대상주부들에게 비교적 좋게 수용되고 있는 것으로 생각된다.

일반환경의 제요인이 조사대상주부들이 시판제품의 맛을 평가하는데 유의적인 영향을 미치지 않았다.

4) 시판제품의 색에 대한 평가

표 10에 나타난 바와 같이 시판제품의 색에 대하여 '보통이다'로(38.8%) 평가한 주부가 가장 많았고 그 다음이 '약간 좋다'(27.3%), '아주 좋다'로(23.2%) 나타났던 바 조사대상주부들은 시판제품의 색에 대하여

표 8. 주부의 거주지와 시판제품을 구입하는 이유

명 (%)

구입하는 이유	거 주 지	농 어 촌	소 도 시	중 도 시	대 도 시	합 계	x ² 검증
간편해서		110 (71.0)	10 (71.4)	51 (64.6)	19 (48.7)	190 (66.2)	26.3 (df = 15)
집에서 만드는 것보다 맛이 좋아서		13 (8.4)	1 (7.1)	5 (6.3)	3 (7.7)	22 (7.7)	P<0.05
저장할 장소가 마땅치 않아서		0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.3)	1 (2.6)	2 (0.7)	
만들줄 몰라서		5 (3.2)	1 (7.1)	1 (1.3)	1 (2.6)	8 (2.8)	
집에서 만드는 것보다 값이 싸서		7 (4.5)	0 (0.0)	8 (10.1)	0 (0.0)	15 (5.2)	
소량 필요해서		20 (12.9)	2 (14.3)	13 (16.5)	15 (38.5)	50 (17.4)	
합 계		155 (54.0)	14 (4.9)	79 (27.5)	39 (13.6)	287 (100)	

표 9. 시판제품의 맛에 대한 주부들의 평가

맛에 대한 평가	N	%
아주 좋다	122	25.5
약간 좋다	156	32.6
보통이다	171	35.7
약간 나쁘다	25	5.2
아주 나쁘다	5	1.0
합 계	479	100

표 11. 시판제품의 가격에 대한 주부들의 평가

가격에 대한 평가	N	%
아주 싸다	14	2.9
약간 싸다	50	10.5
보통이다	225	47.4
약간 비싸다	151	31.8
아주 비싸다	35	7.4
합 계	475	100

비교적 좋은 반응을 보임을 알 수 있었다.

주부의 거주지에 따라 표 10에 나타난 바와 같이 농어촌에 거주하는 주부가 도시에 거주하는 주부보다 시판제품의 색을 더 좋게 평가하는 경향이었고 ($p < 0.05$) 그밖의 일반환경요인에 따른 유의적인 영향은 없었다.

5) 시판제품의 가격에 대한 평가

표 11에 나타난 바와 같이 시판제품의 가격에 대해 전체조사대상주부들중 대부분이 '보통이다'(47.4%) ~ '약간 비싸다'(31.8%)로 평가했던 바 시판제품의 가격이 조사대상주부들에게 비교적 비싼 음식으로 평가되는 경향이었고 시판제품의 대량보급화를 위해서는 가격 문제도 고려되어야 함을 시사해 주었다.

일반환경의 제요인이 시판제품의 가격에 대한 조사대상주부들의 평가에 유의적인 영향을 미치지 않았다.

6) 시판제품의 위생성에 대한 평가

시판제품의 위생성에 대해 전체조사대상주부들중 41.5%가 '보통이다', 30.7%가 '약간 비위생적이다',

7.7%가 '아주 비위생적이다'로 평가했던 바(표 12 참조) 시판제품은 조사대상주부들에게 비위생적인 음식으로서 불신감을 주는 것으로 생각된다.

주부의 학력수준에 따라 표 12에 나타난 바와 같이 학력수준이 높을수록 시판제품을 더 비위생적이라고 평가하는 경향이였다. ($p < 0.01$)

주부의 거주지에 따라 표 13에 나타난 바와 같이 도시지역에 거주하는 주부가 농어촌지역에 거주하는 주부보다 시판제품을 더 비위생적이라고 평가하는 경향이였다 ($p < 0.01$)

그밖의 일반환경요인에 따른 유의적인 영향은 없었다.

7) 시판제품의 포장에 대한 평가

표 14에 나타난 바와 같이 시판제품의 포장에 대해 전체조사대상주부들 69%가 '보통이다' 이하로 평가했던 바 조사대상주부들은 시판제품의 포장이 나쁘다고 보는 경향이었고 이와같은 결과는 앞으로 새로운 포장

표 10. 주부의 거주지와 시판제품의 색에 대한 평가

색에 대한 평가 \ 거주지	농어촌	소도시	중도시	대도시	합 계	χ^2 검증
아주 좋다	60 (26.0)	8 (38.1)	32 (18.5)	11 (20.4)	111 (23.2)	23.8 (df = 12) P < 0.05
약간 좋다	69 (29.9)	2 (9.5)	47 (27.2)	13 (24.1)	131 (27.3)	
보통이다	83 (35.9)	8 (38.1)	72 (41.6)	23 (42.6)	186 (38.8)	
약간 나쁘다	18 (7.8)	1 (4.8)	20 (11.6)	5 (9.3)	44 (9.2)	
아주 나쁘다	1 (0.4)	2 (9.5)	2 (1.2)	2 (3.7)	7 (1.5)	
합 계	231 (48.2)	21 (4.4)	173 (36.1)	54 (11.3)	479 (100)	

표 12. 주부의 학력과 시판제품의 위생성에 대한 평가

명(%)

위생성에 대한 평가	학 력	국 졸	중 졸	고 졸	대 졸	합 계	x ² 검증
아주 좋다		19 (7.4)	5 (6.1)	3 (4.5)	1 (2.6)	28 (6.3)	28.5 (df = 12) P<0.01
약간 좋다		40 (15.6)	11 (13.4)	7 (10.6)	3 (7.7)	61 (13.8)	
보통이다		116 (45.3)	27 (32.9)	24 (36.4)	17 (43.6)	184 (41.5)	
약간 나쁘다		64 (25.0)	37 (45.1)	20 (30.3)	15 (38.5)	136 (30.7)	
아주 나쁘다		17 (6.6)	2 (2.4)	12 (18.2)	3 (7.7)	34 (7.7)	
합 계		256 (57.8)	82 (18.5)	66 (14.9)	39 (8.8)	443 (100)	

방법의 개발이 필요함을 시사해 준다 하겠다.

주택형태에 따라 표 14에 나타난 바와 같이 농가나 아파트에 거주하는 주부가 단독주택이나 연립주택에 거주하는 주부보다 시판제품의 포장에 더 나쁘다고 평가하는 경향이었고 ($p < 0.05$) 그밖의 일반환경요인에 따른 유의적인 영향은 없었다.

8) 시판제품의 저장성에 대한 평가

표 15에 나타난 바와 같이 시판제품의 저장성에 대해 전체조사대상주부들중 76.5%가 '보통이다' 이하로 평가했던 바 시판제품의 저장성 문제가 크게 대두됨을 알 수 있었고 앞으로 전통식품의 산업화를 통한 떡의 대량

보급을 위해서 떡의 저장성 증진에 관한 연구가 시급히 이루어져야 함을 시사해 주었다.

앞에서 논의된 시판제품이 갖고 있는 문제점중 포장 문제가 해결된다면 시판제품의 위생성과 저장성 문제의 해결에도 도움이 되리라 생각된다.

일반환경의 제요인이 시판제품의 저장성에 대한 조사대상주부들의 평가에 유의적인 영향을 미치지 않았다.

이상에서 조사대상주부들은 간편해서 또는 소량 필요해서 시판제품을 구입하는 경향이었고 시판제품을 구입하지 않는 이유로서는 내 손으로 직접 만들고 싶어서가 가장 큰 이유이었다.

표 13. 주부의 거주지와 시판제품의 위생성에 대한 평가

위생성에 대한 평가	거 주 지	농 어 촌	소 도 시	중 도 시	대 도 시	합 계	x ² 검증
아주 좋다		16 (7.0)	2 (11.1)	9 (5.2)	2 (3.7)	29 (6.1)	28.3 (df = 12) P<0.01
약간 좋다		41 (17.8)	2 (11.1)	17 (9.9)	5 (9.3)	65 (13.7)	
보통이다		109 (47.4)	5 (27.8)	67 (39.0)	21 (38.9)	202 (42.6)	
약간 나쁘다		55 (23.9)	5 (27.8)	64 (37.2)	19 (35.2)	143 (30.2)	
아주 나쁘다		9 (3.9)	4 (22.2)	15 (8.7)	7 (13.0)	35 (7.4)	
합 계		230 (48.5)	18 (3.8)	172 (36.3)	54 (11.4)	474 (100)	

표 14. 주부가 거주하는 주택형태와 시판제품의 포장에 대한 평가 명(%)

포장에 대한 평가	주택 형태	농 가	단독주택	연립주택	아 파 트	합 계	x ² 검증
아주 좋다		26 (11.6)	22 (12.0)	4 (19.0)	3 (7.0)	55 (11.7)	23.7 (df = 12) P < 0.05
약간 좋다		45 (20.1)	33 (18.0)	3 (14.3)	10 (23.3)	91 (19.3)	
보통이다		105 (46.9)	64 (35.0)	6 (28.6)	20 (46.5)	95 (41.4)	
약간 나쁘다		39 (17.4)	47 (25.7)	3 (14.3)	7 (16.3)	96 (20.4)	
아주 나쁘다		9 (4.0)	17 (9.3)	5 (23.8)	3 (7.0)	34 (7.2)	
합 계		224 (47.6)	183 (38.9)	21 (4.5)	43 (9.1)	471 (100)	

표 15. 시판제품의 저장성에 대한 주부들의 평가 명(%)

저장성에 대한 평가	N	%
아주 좋다	47	9.9
약간 좋다	64	13.5
보통이다	194	41.0
약간 나쁘다	125	26.4
아주 나쁘다	43	9.1
합 계	473	100

시판되는 떡의 품질특성중 맛과 색은 조사대상주부들에게 비교적 좋게 평가되는 경향이었고 가격, 위생성, 포장 및 저장성 등은 나쁘게 평가되는 경향이었으므로 앞으로 이에 대한 연구가 이루어져야 하겠다.

9) 시판제품의 가장 개선해야 할 점

시판제품의 가장 개선해야 할 점으로 위생문제(37.0%)가 가장 많이 지적되었고 그 다음이 가격(23.8%), 포장(15.6%), 맛(11.1%), 저장성(10.1%) 및 색 등의(2.4%) 순으로 나타났던 바 이는 앞에서

표 16. 주부의 거주지와 시판제품의 가장 개선해야 할 점 명(%)

가장 개선해야 할 점	거주지	농 어 촌	소 도 시	중 도 시	대 도 시	합 계	x ² 검증
맛		23 (10.1)	5 (23.8)	18 (10.8)	6 (11.8)	52 (11.1)	28.2 (df = 15) P < 0.05
색		6 (2.6)	0 (0.0)	5 (3.0)	0 (0.0)	11 (2.4)	
가 격		70 (30.7)	5 (23.8)	32 (19.2)	4 (7.8)	111 (23.8)	
포 장		36 (15.8)	4 (19.0)	21 (12.6)	12 (23.5)	73 (15.6)	
저 장 성		24 (10.5)	2 (9.5)	16 (9.6)	5 (9.8)	47 (10.1)	
위 생 성		69 (30.3)	5 (23.8)	75 (44.9)	24 (47.1)	173 (37.0)	
합 계		228 (48.8)	21 (4.5)	167 (35.8)	51 (10.9)	467 (100)	

논의된 시판제품에 대한 주부들의 평가와 거의 일치하는 경향이였다. (표 16 참조)

그러나 시판제품의 저장성 문제는 앞에서 전체조사대상주부들중 76.5%가 '보통이다' 이하로 평가했던 결과와는 다소 상반되나(표 15 참조) 이는 조사대상주부들이 우리나라 떡의 저장기간이 길지 못함을 감안했기 때문으로 생각되며 위의 결과는 시판제품의 대량보급화를 위해서는 관능적인 면보다 위생 및 가격문제 등이 우선적으로 고려되어야 한다는 앞의 결과를 지지해 주는 것으로 생각된다.

주부의 거주지에 따라 표 16에 나타난 바와 같이 농어촌에 거주할수록 가격을, 대도시에 거주할수록 위생성을 가장 개선해야 할 점으로 보는 경향이였고($p < 0.05$) 그밖의 일반환경요인에 따른 유의적인 영향은 없었다.

IV. 要 約

본 조사는 서울시, 충남 대전시, 경북 영주시, 충남 서천군에 거주하는 530명의 주부를 대상으로 1987. 11. 16~11. 28 사이에 떡의 이용실태와 시판제품의 품질특성에 대한 주부들의 평가도를 조사했던 바 여기에서 얻어진 결과를 요약하면 다음과 같다.

(1) 조사대상자의 가정에서 이용하는 떡의 종류는 총 37종이었고 그중 인절미(67.9%), 송편(66.6%), 흰떡(51.4%), 개피떡(43.4%) 등 일부 도병류의 이용율이 높았고 전병류, 단자루 및 일부 중병류의 이용율은 아주 낮았다.

(2) 의례시 떡의 이용율은 혼례때 가장 높았고 상례때 가장 낮았으며 들, 혼례, 회갑때는 백일, 어른과 아이의 생일, 제사, 상례때보다 떡의 이용율이 높은 경향이였다.

(3) 의례시 가장 많이 이용하는 떡은 백일, 들, 아이의 생일에는 백설기로 어른의 생일, 혼례, 제사, 회갑에는 인절미로 나타났다.

(4) 어른과 아이의 생일에는 케이크의 이용율이(36%내외) 떡보다 높은 경향이였다.

(5) 절식시 떡의 이용율은 설날에 가장 높았고 그 다음이 추석으로 나타났으며 그밖의 절식은 조사대상자의 가정에서 거의 지켜지지 않고 있었다.

(6) 전체조사대상주부들중 61.7%가 앞으로도 계속 가정에서 떡을 만들겠다고 응답했던 바 아직까지 대부분의 주부들은 의외 또는 구입하기보다는 가정에서 직접 만들고 싶어하는 경향임을 알 수 있었다.

(7) 조사대상주부들이 시판제품을 구입하는 이유는 간편해서가(65.8%) 가장 많았고 또한 시판제품을 구입하지 않는 이유는 내 손으로 직접 만들고 싶어서가(44.3%) 가장 많았던 바 두가지 이유가 상반되는 경향이였다.

(8) 조사대상주부들은 시판되는 떡의 품질특성중 맛과 색 등 관능적인 면은 비교적 좋게 평가하는 경향이였고 가격, 위생성, 포장 및 저장성 등을 나쁘게 평가하는 경향이였다.

시판제품의 색은 주부의 거주지에 따라 농어촌에 거주하는 주부가 도시에 거주하는 주부보다 더 좋게 평가하는 경향이였다. ($p < 0.05$) 위생성은 주부의 학력과 거주지에 따라 주부의 학력이 높을수록, 농어촌지역보다는 도시에 거주하는 주부일수록 시판제품이 더 비위생적이라고 평가하는 경향이였고($p < 0.01$) 포장에 대해서는 주택형태에 따라 농가나 아파트에 거주하는 주부가 단독주택이나 연립주택에 거주하는 주부보다 더 나쁘게 평가하는 경향이였다. ($p < 0.05$)

(9) 조사대상주부들은 시판제품의 가장 개선해야 할 점으로 위생성(37.0%), 가격(23.8%), 포장(15.6%), 맛(11.1%), 저장성(10.1%) 및 색(2.4%) 등의 순으로 지적하였고 주부의 거주지에 따라 대도시에 거주할수록 위생성을, 농어촌에 거주할수록 가격을 가장 개선해야 할 점으로 보는 경향이였다. ($p < 0.05$)

참고문헌

1. 윤서석, 한국음식 -역사와 조리-, 수학사, pp.42-52(1985).
2. 윤서석, 한국식품사연구, 신광출판사, pp.8-11(1985).
3. 임양순, 병과류 이용에 관한 실태연구, 대한가정학회지, 16(2) : 19-40(1978).
4. 서혜경, 우리나라 떡의 발달과정과 의례음식으로서의 떡에 관한 고찰, 전주대학 교육학부 논문집, 제 1집, pp.213-228.
5. 이철호, 맹영선, 한국 떡에 관한 문헌적 고찰, 식문화학회지, 2(2) : 117-132(1987).
6. 강인희, 우리 고유식의 원류를 쫓다 -떡-, 식생활, 5월호, pp.64-68(1985).
7. 정순자, 우리나라 병과류에 대한 소고, 단국대학교 논문집, 제 7집, pp.539-565(1973).
8. 윤숙경: 떡의 발달과정과 조리법에 대한 고찰, 안동대 논문집, 제 4집, pp.468-477(1982).
9. 윤덕인, 의례음식으로서의 떡에 관한 고찰 및 떡의 이용에 관한 실태 연구 -영동지역을 중심으로-, 관동대 논문집(자연과학·예체능학편), 제 15집, pp.75-96(1987).
10. 윤덕인, 한국의 병과류에 관한 연구 고찰(I) -병이류 중심적으로-, 관동대 논문집(자연과학·예체능학편), 제 14집, pp.57-79(1986).
11. 윤서석, 한국의 전래생활, 수학사, pp.59-62(1983).
12. 전세경, 한경선, 생일축하용 떡의 사용에 관한 실태조사 연구, 중앙대학교 가정대학논문집, 제 3집, pp.47-56(1985).
13. 강인희, 이경복, 한국식생활풍속, 삼영사, pp.109-116(1984).
14. 전완길, 선조의 숨결 -떡살-, 식생활, 9월호, 1985.
15. 김경진, 우리의 식생활 풍속사 -떡의 기본은 백설기-, 식생활, 1월호, pp.53-55(1985).
16. 강인희, 한국식생활사, 삼영사, pp.259-271(1986).

17. 이성우, 한국식품사회사, 교문사, pp. 299-320(1984).
18. 정완섭, 한국 절식에 관한 역사적 배경과 실증적 연구, 관동대 논문집(자연과학·예체능학편), 제 12집, pp. 91-109(1984).
19. 정완섭, 한국 절식에 관한 역사적 배경과 실증적 연구(2편), 관동대 논문집(자연과학·예체능학편), 제 13집, pp. 59-77(1985).
20. 최상수, 한국음식 이것이 자랑이다 -시절식으로 즐긴 풍속-, 식생활, 9월호, pp. 28-31(1985).
21. 윤서석, 한국의 절식 풍속, 대한가정학회지, 3: 385-392(1962).