

## 인천 지역 주부들의 고추장 사용실태 및 기호성에 관한 연구

김병영 · 윤숙현 · 최정화 · 허윤정 · 최은옥

인하대학교 가정대학 식품영양학과  
(1998년 7월 14일 접수)

### A Study on *Kochujang* (Fermented Red Pepper-Soy Paste) Consumption and Preference of Housewives in Incheon

Byungyoung Kim, Sookhyun Yoon, Jungwha Choi, Yoonjung Huh, and Eunok Choe  
Department of Food Science and Nutrition, Inha University  
(Received July 14, 1998)

#### Abstract

Consumption and general views of housewives in Incheon on commercial *kochujang*(fermented red pepper-soy paste) were surveyed by questionnaires in June through August, 1997. Respondents considered the taste (88.1%) as the most important factors to determine the quality of *kochujang* and preferred hot(62.1%) and bright red colored *kochujang*(70.6%) with fine red pepper powder. Eighty seven percent of respondents preferred the traditional *kochujang* to the commercial one mainly due to the taste and the reliability to the materials for *kochujang*. Especially all housewives at the age of sixty and over preferred traditional *kochujang* and those at twenties had a higher preference for the commercial one compared to other age groups. While 51.4% of the respondents consumed both the traditional and commercial *kochujang*, 16.2% and 32.5% did only commercial and traditional *kochujang*, respectively. Consumption of commercial *kochujang* decreased with age and main food with it was pan fried dishes(33.7%). Convenience(76.6%) was the major reason for purchasing commercial *kochujang* and most respondents(44.1%) selected the special brand from the previous experience of their own. Problems to be improved in commercial *kochujang* were better taste(31.3%) and development of diverse usage(62.4%).

#### I. 서론

우리나라 고유의 발효 식품의 하나인 고추장은 전통적으로 자가 제조되어 왔으나 여성의 사회 진출 증가에 따른 가사 할당 시간의 감소로 인한 가정내 식사에서의 가공식품의 빈번한 이용 등 여러 가지 사회 변화에 따라 최근에는 공업적으로도 생산, 사용되고 있으며, 이러한 경향은 편리성을 추구하는 소비자의 욕구와 맞물려 더욱 확대될 전망이다. 고추장은 음식의 간을 맞추거나 맛, 색에 기여한다. 사회가 세분화되고 교통, 통신의 발달에 따른 지역간의 왕래가 빈번해짐에 따라 우리가 접하는 음식의 종류가 늘어나고 소비

자의 입맛과 기호도 매우 다양해지고 있다. 뿐만 아니라 고추장의 사용도 다양해지고 이를 위한 고추장 원료 및 제품의 개발이 요구되고 있다. 양질의 다양한 종류의 고추장 개발은 고추장의 맛성분, 유기산, 지방산의 특성 및 변화, 물리화학적 성질<sup>1-5)</sup>에 대한 이해가 필수적이나 소비자들의 고추장 사용 실태 및 요구 파악이 병행되지 않으면 성공할 수 없다. 특히 한 가정의 식생활은 그 가정의 주부에 전적으로 의존하는 경우가 많아 고추장에 대한 주부들의 인식 및 태도는 매우 중요하다. 따라서 본 논문에서는 우리나라 주부들의 고추장 이용실태를 조사하여 시대적 흐름에 맞는 고추장 개발에 대한 기본 자료를 제공하고자 하였다.

## II. 연구내용 및 방법

### 1. 조사내용

본 연구는 인천 지역 주부를 대상으로 1997년 6월부터 8월에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 설문지는 700부를 무작위 배부하여 회수된 520부를 분석 자료로 사용하였다.

설문지의 내용은 조사대상자의 인구사회학적 특성, 고추장 품질결정 인자, 재래식 및 시판고추장에 대한 선호도, 사용실태와 선택기준으로 구성하였다.

인구사회학적 특성으로는 조사대상자의 연령, 학력, 직업, 동거가족, 자녀수, 식사준비 및 집안일을 하는 사람을 조사하였다. 고추장 품질결정 인자와 맛, 색, 고춧가루 입자 크기에 대한 주부들의 선호도 및 재래식 고추장과 시판 고추장에 대한 선호도를 조사하였다. 고추장 사용실태로는 시판 고추장 사용 비율, 주 사용 음

식, 구입제품, 구입이유, 맛과 색에 대한 선택기준 및 개선방향에 대해 조사하였다.

### 2. 자료처리 및 분석방법

얻어진 자료는 SAS통계 패키지<sup>6)</sup>를 이용하여 분석하였으며 빈도분석, 백분비,  $\chi^2$ -test를 이용하여 유의차를 검증하였다.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 인구사회학적 특성

조사대상자의 인구사회학적 특성은 Table 1과 같다. 본 조사대상자들은 20대, 30대, 40대, 50대, 60대 이상이 각각 17.9%, 23.3%, 20.6%, 19.2%, 19.0%로 각 연령층에 걸쳐 비교적 골고루 분포되었다. 학력수준은 고졸출신

<Table 1> Demographic characteristics of respondents

variables	age	Twenties	Thirties	Forties	Fifties	Sixty and over	Total	Chi-square test
								N(%)
<b>Education</b>								
None		0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	5( 5.00)	23(23.23)	28( 5.38)	df=16 $\chi^2=340.166$ p=0.000***
Elementary school		1( 1.08)	1( 0.83)	14(13.08)	35(35.00)	46(46.46)	97(18.65)	
Middle school		0( 0.00)	12( 9.92)	32(29.91)	24(24.00)	22(22.22)	90(17.31)	
High school		41(44.09)	68(56.20)	51(47.66)	30(30.00)	7( 7.07)	197(37.88)	
Over college		51(54.84)	40(33.06)	10( 9.35)	6( 6.00)	1( 1.01)	108(20.77)	
<b>Occupation</b>								
Part-time		16(17.20)	36(33.06)	24(22.43)	19(19.00)	28(28.28)	123(23.65)	df=8 $\chi^2=15.505$ p=0.050 <sup>ns</sup>
Full-time		34(36.56)	24(29.75)	35(32.71)	30(30.00)	19(19.19)	142(27.31)	
None		43(46.24)	61(50.41)	48(44.86)	51(51.00)	52(52.52)	255(49.04)	
<b>Family members(other than respondents)</b>								
Husband+Parents+children		4( 4.30)	20(16.53)	16(14.95)	9( 9.00)	2( 2.02)	51( 9.81)	df=12 $\chi^2=128.811$ p=0.000***
Husband+Parents		13(13.98)	1( 0.83)	1( 0.93)	1( 1.00)	0( 0.00)	16( 3.08)	
Husband+Children		36(38.71)	93(76.86)	82(76.64)	73(73.00)	66(66.67)	350(67.31)	
Husband		40(43.01)	7( 5.79)	8( 7.48)	17(17.00)	31(31.31)	103(19.81)	
<b>Number of children</b>								
0		52(55.91)	4( 3.31)	2( 1.87)	2( 2.00)	4( 4.04)	64(12.31)	df=12 $\chi^2=395.759$ p=0.00***
1		28(30.11)	25(20.66)	10( 9.35)	5( 5.00)	9( 9.09)	77(14.81)	
2-3		13(13.98)	91(75.21)	86(80.87)	74(74.00)	32(32.32)	296(56.92)	
Over 4		0( 0.00)	1( 0.83)	9( 8.41)	19(19.00)	54(54.55)	83(15.96)	
<b>Household chores</b>								
Mother(-in-law)		10(10.75)	5( 4.13)	( 3.74)	1( 1.00)	0( 0.00)	20( 3.85)	df=12 $\chi^2=178.252$ p=0.000***
By oneself		78(83.87)	115(95.04)	102(95.33)	94(94.00)	55(55.56)	444(85.38)	
Housekeeper		2( 2.15)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	2( 0.38)	
Other family members		3( 3.23)	1( 0.83)	1( 0.93)	5( 5.00)	44(44.44)	54(10.38)	
Total		93(17.88)	121(23.27)	107(20.58)	100(19.23)	99(19.04)	520(100)	

\*\*\*: p<0.001    <sup>ns</sup>: Not significant

자가 37.9%로 가장 많았고, 대졸이상 20.8%, 국졸 18.7%, 중졸, 무학이 각각 17.3%, 5.4%이었다. 본 조사 대상자들의 학력수준은 연령에 따라 유의적인 차이를 보여(p <0.001) 연령이 낮을수록 학력수준은 높았다. 또한, 주부중 직업이 있는 경우는 51.0%로 우리나라 주부의 경제활동 참여율인 47.6%<sup>7)</sup>보다 약간 높게 나타났다. 또한 연령이 낮을수록 종일제 직업을 가진 사람들이 많은 경향을 나타냈다.

가족구성은 부부외에 부모 및 자녀와 함께 생활하는 경우 9.8%, 부모와 생활하는 경우 3.1%, 자녀와 생활하는 경우 67.3%, 부부만 생활하는 경우가 19.8%이었다. 30대와 40대는 부부와 자녀가 함께 동거하는 비율이, 20대와 60대는 부부만 생활하는 가족의 비율이 다른 연령대에 비해 크게 나타나 부모들이 결혼한 자녀들과 함께 사는 것보다는 분가시키는 사회상을 반영하였다. 자녀수는 주부들의 연령과 유의적인 차이를 보였는데(p <0.01), 연령이 적을수록 적어지는 경향을 보인다. 2-3명의 자녀를 둔 가정의 수가 56.9%로 가장 많았고 4명 이상, 1명, 0명이 각각 16.0%, 14.8%, 12.3%였다.

식사준비 및 집안일은 주부 본인이 혼자 하는 경우

가 85.4%로 가장 많았으며, 그 외의 가족이 10.4%, 시어머니 혹은 친정어머니 3.9%, 파출부 0.4%로 나타났다. 연령과는 유의적인 차이를 보여(p <0.001) 연령이 낮을수록 시어머니 혹은 친정어머니가 식사를 준비하는 비율이 높았다. 이것은 주부들의 연령이 적을수록 취업주부가 많아 시어머니 또는 친정 어머니가 가사를 도와주는 것으로 생각된다. 60대 이상은 식사준비를 그 외의 가족이 하는 비율이 44.4%로 다른 연령대에 비해 높게 나타났는데, 이는 주로 자녀일 가능성이 높다.

## 2. 고추장 품질결정인자와 선호도

경인지역 주부들이 고추장의 품질을 판별하는데 고려하는 인자와 각 인자에 대한 선호도는 Table 2와 같다. 주부들은 고추장 품질을 결정하는데 연령에 상관없이 88.1%가 맛을, 5.8%가 고춧가루 입자의 크기, 5.2%가 색깔, 1.0%가 윤기를 중요시하였다. 따라서 고추장에서는 맛이 가장 중요한 품질결정인자임을 알 수 있다.

고추장의 맛으로는 62.1%가 매운 맛을 좋아하였고, 26.0%가 구수한 맛, 10.4%가 단맛, 1.5%가 짠맛을 좋아

<Table 2> Consideration factors to determine the quality of *kochujang*(fermented red pepper-soy paste) for housewives in Incheon

variables	age	Twenties	Thirties	Forties	Fifties	Sixty and over	Total	Chi-square test
N(%)								
<b>Factors</b>								
Taste		85(91.4)	110(90.91)	95(88.79)	90(90.00)	78(78.79)	458(88.08)	df=12
Glossiness		1( 1.08)	1( 0.83)	0( 0.00)	1( 1.00)	2( 2.02)	5( 0.96)	$\chi^2=14.026$
Color		3( 3.23)	5( 4.13)	5( 4.67)	3( 3.00)	11(11.11)	27( 5.19)	p=0.299 <sup>ns</sup>
Size of red pepper powder		4( 4.3)	5( 4.13)	7( 6.54)	6( 6.00)	8( 8.08)	30( 5.77)	
<b>Taste</b>								
Sweet		14(15.05)	15(12.4)	11(10.28)	6( 6.00)	8( 8.08)	54(10.38)	df=12
Salty		0( 0.00)	1( 0.83)	1( 0.93)	6( 6.00)	0( 0.00)	8( 1.54)	$\chi^2=31.633$
Hot		67(72.04)	74(61.16)	63(58.88)	60(60.00)	59(59.6)	323(62.12)	p=0.002**
Savory		12(12.9)	31(25.62)	32(29.91)	28(28.00)	32(32.32)	135(25.96)	
<b>Color</b>								
Bright red		71(76.34)	82(67.77)	80(74.77)	69(69.00)	65(65.66)	367(70.58)	df=8
Dark red		12(12.9)	18(14.88)	15(14.02)	29(29.00)	20(20.2)	94(18.08)	$\chi^2=23.362$
Yellowish red		10(10.75)	21(17.36)	12(11.21)	2( 2.00)	14(14.14)	59(11.35)	p=0.003**
<b>Size of red pepper powder</b>								
Very fine		43(46.24)	66(54.55)	65(60.75)	55(55.00)	54(54.55)	283(54.42)	df=8
Fine		45(28.39)	48(39.67)	38(35.51)	35(35.00)	38(38.38)	204(39.23)	$\chi^2=8.313$
Coarse		5( 5.38)	7( 5.79)	4( 3.74)	10(10.00)	7( 7.07)	33( 6.35)	p=0.404 <sup>ns</sup>
Very coarse		0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	
Total		93(17.88)	121(23.27)	107(20.58)	100(19.23)	99(19.04)	520(100)	

\*\* : p<0.01    <sup>ns</sup> : Not significant

하였다. 이러한 경향은 전국을 대상으로 한 신<sup>8)</sup>의 연구와도 비슷하였다. 연령과는 유의적인 차이를 보여(p <0.01) 연령이 높을수록 구수한 맛에 대한 선호도가 증가하고, 단맛에 대한 선호도는 감소하는 경향을 보였다. 또한 젊을수록 매운 맛을 선호하였다. 고추장의 색으로는 70.6%가 밝은 선홍색을 선호하였고, 18.1%가 검붉은색, 11.4%가 황색을 띤 붉은색을 선호하는 것으로 나타났다. 색에 대한 선호도는 연령에 따라 유의적인 차이를 보여(p <0.01) 연령이 낮을수록 밝은 선홍색에 대한 선호도가 높았다. 고추장에 사용되는 고춧가루의 입자 크기로는 54.4%가 아주 고운 것, 39.2%가 고운 것, 6.4%가 약간 거친 것을 좋아하였다. 이것은 전통적으로 고추장을 담글때 입자가 고운 고춧가루를 사용해 온 데서 일부 비롯된 것으로 보인다.

3. 재래식 고추장과 시판 고추장에 대한 선호도

재래식 고추장과 시판 고추장에 대한 주부들의 선호도는 Table 3과 같다. 재래식 고추장과 시판 고추장 중 어느 것이 좋은가에 대한 질문에 응답자의 87.3%가 재래식 고추장이, 12.7%가 시판 고추장이 좋다고 하였다. 이것은 연령에 따라 유의적인 차이를 보였는데(p

<0.001) 연령이 높을수록 재래식 고추장이 좋다는 비율이 증가하여 60대 이상의 연령층에서는 응답자 모두가 재래식 고추장을 선호하였다. 그러나 두 종류의 고추장에 대한 선호도는 취업주부와 전업주부간에 유의적인 차이를 보이지 않았다(수치생략).

재래식 고추장을 선호하는 이유로는 고추장 원료에 대한 신뢰성이 53.1%로 가장 컸으며, 맛이 좋아서 24.7%, 위생적이라서 21.2%, 끈기가 있어서 1.1%로 나타났다. 시판 고추장이 좋은 이유로는 편리함이 65.2%로 가장 높게 나타났으며, 맛 18.2%, 위생 10.6%, 윤기 4.6%, 끈기 1.5%였다.

4. 고추장 사용실태

인천 지역 주부들의 고추장 사용실태는 Table 4와 같다. 대다수의 주부들(51.4%)은 재래식 고추장과 시판 고추장을 함께 사용하고 있었으며 16.2%가 시판 고추장만을, 32.5%는 재래식 고추장만을 사용하였다. 이것은 연령에 따라 유의적인 차이를 보여(p<0.001) 연령이 높을수록 고추장을 담가먹는 비율이 높고, 연령이 낮아질수록 시판고추장을 많이 사용하였는데 특히 20대 주부들의 시판고추장 사용이 매우 높았다. 그러나

<Table 3> Preference of housewives in Incheon for the traditional and commercial kochujang(fermented red pepper-soy paste)

variables	age	Twenties	Thirties	Forties	Fifties	Sixty and over	Total	Chi-square test
N(%)								
<b>Prefer the traditional kochujang</b>		71(76.34)	102(84.30)	93(86.92)	89(89.00)	99(100.00)	454(87.31)	df=4 $\chi^2=25.743$ p=0.000***
<b>Reasons</b>								
Taste		16(22.54)	16(15.69)	17(18.28)	23(25.84)	40(40.04)	112(24.67)	
Glossiness		0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	df=12
Consistency		0( 0.00)	1( 0.98)	0( 0.00)	1( 1.12)	3( 3.03)	5( 1.1)	$\chi^2=28.150$
Sanitation		12(16.90)	26(25.49)	24(25.81)	18(20.22)	16(16.16)	96(21.15)	p=0.005**
Reliability for the materials		43(60.56)	59(57.84)	52(55.91)	47(52.81)	40(40.40)	241(53.08)	
<b>Prefer the commercial kochujang</b>		22(23.66)	19(15.70)	14(13.08)	11(11.00)	0( 0.00)	66(12.69)	df=4 $\chi^2=25.743$ p=0.000***
<b>Reasons</b>								
Taste		5(22.73)	2(10.73)	4(28.57)	1( 9.09)	0( 0.00)	12(18.18)	
Glossiness		0( 0.00)	2(10.53)	0( 0.00)	1( 9.09)	0( 0.00)	3( 4.56)	df=12
Consistency		0( 0.00)	1( 5.26)	0( 0.00)	0( 0.00)	0( 0.00)	1( 1.52)	$\chi^2=12.600$
Convenience		13(59.09)	14(73.68)	9(63.64)	7(63.64)	0( 0.00)	43(65.15)	p=0.399 <sup>ns</sup>
Sanitation		4(18.18)	0( 0.00)	1( 7.14)	0( 0.00)	0( 0.00)	7(10.61)	
<b>Total</b>		93(17.88)	121(23.27)	107(20.58)	100(19.23)	99(19.04)	520(100)	

\*\* : p<0.01 \*\*\* : p<0.001 <sup>ns</sup> : Not significant

<Table 4> Kochujang(fermented red pepper-soy paste) consumption of housewives in Incheon

Variable	Group	Consume both traditional and commercial kochujang	Consume only commercial kochujang	Consume only traditional kochujang	Total	Chi-square test
<b>Ages</b>						
Twenties		56(60.22)	29(31.18)	8( 8.60)	93(17.88)	df=8 $\chi^2= 65.860$ p=0.000***
Thirties		66(54.55)	21(17.36)	34(28.10)	121(23.27)	
Forties		53(49.53)	17(15.89)	37(34.58)	107(20.58)	
Fifties		52(52.00)	15(15.00)	33(33.00)	100(19.23)	
Sixty and over		40(40.40)	2( 2.02)	57(57.58)	99(19.04)	
<b>Family system</b>						
Large family		37(55.22)	5( 7.46)	25(37.31)	67(12.88)	df=2
Small family		230(50.77)	79(17.44)	144(31.79)	453(87.12)	$\chi^2= 4.370$ p=0.112 <sup>ns</sup>
<b>Occupation of housewives</b>						
Full & part time		130(49.06)	53(20.00)	82(30.94)	265(50.96)	df=2
None		137(53.73)	31(12.16)	87(34.12)	255(49.04)	$\chi^2= 5.903$ p=0.052 <sup>ns</sup>
<b>Preference</b>						
Traditional kochujang		239(52.64)	46(10.13)	169(37.22)	454(87.31)	df=2
Commercial kochujang		28(42.42)	38(57.58)	0( 0.00)	66(12.69)	$\chi^2=106.033$ p=0.000***
Total		267(51.35)	84(16.15)	169(32.50)	520( 100)	

\*\*\* : p<0.001

<sup>ns</sup> : Not significant

사용하는 고추장의 종류는 가족형태나 주부의 직업유무와는 관계가 없었다.

두 종류 고추장에 대한 선호도에 따라 주부들의 고추장 사용은 유의적으로(p<0.001) 달랐는데, 재래식 고추장이 더 좋다고 응답한 주부의 37.2%가 모두 고추장을 담가 먹는 반면, 시판 고추장이 더 좋다고 응답한 주부의 57.6%가 시판 고추장만을 사용하였고, 재래식 고추장만을 사용하는 사람은 한 명도 없었다.

### 5. 시판 고추장 사용실태

본 조사대상자 중 '고추장을 일부 담가먹고 일부는 사서 먹는다'라고 응답한 주부 267명을 대상으로 한 시판 고추장 사용실태는 Table 5와 같다. 담가먹는 고추장과 시판 고추장의 사용 비율은 267명 주부 중 31.1%가 3:1, 28.1%가 2:1, 18.0%가 1:1, 22.9%가 1:2로 절반 이상의 주부가 사서먹는 고추장보다 담가먹는 고추장을 더 많이 사용하고 있었다. 또한 이 비율은 연령에 따라 상당한 유의차를 보여(p<0.001) 연령이 높을수록 시판 고추장보다 담가먹는 고추장을 더 많이 사용

하였다.

시판 고추장을 주로 사용하는 음식으로는 볶음류가 33.7%, 분식류가 26.2%, 생채소 또는 건어물을 찍어 먹을 때가 22.1%, 찌개용이 15.4%, 나물무침이 2.6%이었다. 이것은 대부분의 주부들이 시판 고추장을 분식류와 볶음류에 사용하고 있음을 보여준다. 주부들이 사서먹는 고추장을 사용하는 음식은 연령에 따라 유의적인 차이를 보여주어(p<0.001) 20대는 51.8%가 볶음류에, 30대는 39.4%가 분식류에, 40대는 68.0%가 분식류와 볶음류에, 50대는 44.2%가 생채소 또는 건어물을 찍어 먹을 때, 60대는 45.0%가 볶음류에 사서먹는 고추장을 사용하였다. 이는 주부의 연령에 따른 가족구성고 밀접한 관계가 있는 것으로 생각된다. 즉, 고추장을 사용할 수 있는 식품 중 부부 중심의 20대 젊은 층에는 볶음류, 어린 자녀를 둔 30대는 분식류, 학동기·청소년기의 자녀를 둔 40대는 분식류·볶음류, 부부 중심의 50대에서는 생채소 이용시, 결혼한 자녀와 노부부 중심의 60대에서는 생채소 이용과 볶음류가 다른 음식에 비해 빈번히 식탁에 오르며 됨으로써 그 음식에 대한 고추장의 이용이 많은 것으로 보여진다.

< Table 5> Commercial *kochujang* consumption of housewives

							N(%)	
variables	age	Twenties	Thirties	Forties	Fifties	Sixty and over	Total	Chi-square test
<b>Consumption ratio of traditional to commercial <i>kochujang</i></b>								
3 : 1		6(10.71)	15(22.73)	18(33.96)	23(44.23)	21(52.50)	83(31.09)	df=12 $\chi^2= 54.198$ p=0.000***
2 : 1		12(21.43)	18(27.27)	13(24.53)	18(34.62)	14(35.00)	75(28.09)	
1 : 1		11(19.64)	15(22.73)	14(26.42)	5( 9.62)	3( 7.50)	48(17.98)	
1 : 2		27(48.21)	18(27.27)	8(15.09)	6(11.54)	2( 5.00)	61(22.85)	
<b>Major foods with <i>kochujang</i></b>								
Noodles		11(19.64)	26(39.39)	18(33.96)	9(17.31)	6(15.00)	70(26.22)	df=16 $\chi^2= 54.328$ p=0.000***
Seasoned Korean salad		0( 0.00)	4( 6.06)	1( 1.89)	1( 1.92)	1( 2.50)	7( 2.62)	
Stew		11(19.64)	16(24.24)	4( 7.55)	6(11.54)	4(10.00)	41(15.36)	
Dressing for vegetables		5( 8.93)	8(12.12)	12(22.64)	23(44.23)	11(27.50)	59(22.10)	
Pan-frying foods		29(51.79)	12(18.18)	18(33.96)	13(25.00)	18(45.00)	90(33.71)	
Total		56(20.97)	66(24.72)	53(19.85)	52(19.48)	40(14.98)	267(100)	

\*\*\* : p<0.001

<Table 6> Purchase of commercial *kochujang* of housewives

							N(%)	
		Twenties	Thirties	Forties	Fifties	Sixty and over	Total	Chi-square test
<b>Purchase product</b>								
Factory made		66(77.65)	75(86.21)	60(85.71)	62(92.54)	34(80.95)	297(84.62)	df=4 $\chi^2=7.068$ p=0.132 <sup>ns</sup>
Home made		19(22.35)	12(13.79)	10(14.29)	5( 7.46)	8(19.05)	54(15.38)	
<b>Reasons for purchasing</b>								
Delicious taste		9(10.59)	12(13.79)	16(22.86)	7(10.45)	6(14.29)	50(14.25)	df=12 $\chi^2=35.906$ p=0.001**
Low price		1( 1.18)	1( 1.15)	3( 4.29)	1( 1.49)	0( 0)	6( 1.71)	
Convenience		70(82.35)	57(65.52)	50(71.43)	57(85.07)	35(83.33)	269(76.64)	
Doesn't know how to make		5( 5.88)	17(19.54)	1( 1.43)	2( 3.00)	1( 2.38)	26( 7.41)	
<b>To be improved</b>								
Taste		24(28.24)	22(25.29)	20(28.57)	21(31.34)	23(54.76)	110(31.34)	df=12 $\chi^2=35.906$ p=0.001**
Color		1( 1.18)	1( 1.15)	2( 2.86)	5( 7.46)	5(11.90)	14( 3.99)	
Flavor		0( 0)	1( 1.15)	2( 2.86)	2( 2.99)	3( 7.14)	8( 2.28)	
Diversity		60(70.59)	63(72.41)	46(65.71)	39(58.21)	11(26.19)	219(62.39)	
<b>Motivation for selection</b>								
Advertizing		22(25.88)	12(13.79)	9(12.86)	13(19.40)	6(14.29)	62(17.66)	df=16 $\chi^2= 29.297$ p=0.022*
Materials		13(15.29)	12(13.79)	3( 4.29)	6( 8.96)	2( 4.76)	36(10.26)	
Price		2( 2.35)	4( 4.60)	0( 0.00)	1( 1.49)	3( 7.14)	10( 2.85)	
Recommendation		17(20.00)	11(12.64)	9(12.86)	11(16.42)	9(21.43)	57(16.24)	
Experience		31(36.47)	48(55.17)	49(70.00)	36(53.73)	22(52.38)	186(52.99)	
Total		85(24.22)	87(24.79)	70(19.94)	67(19.99)	42(11.96)	351( 100)	

\*\* : p<0.01 \* : p<0.05

<sup>ns</sup> : Not significant

본 조사대상자중 시판 고추장을 이용하는 351명의 주부를 대상으로 한 시판 고추장 구매 실태는 Table 6 과 같다. '어떤 고추장을 사서 먹는다' 하는 질문에 응

답자의 84.6%가 공장이나 농협 제품을, 15.4%가 개인 이 담가 시장에서 파는 제품을 사용한다고 답하였다. 시판 고추장을 구입하는 이유로는 76.6%가 '편리하기

때문에', 14.3%가 '맛있어서', 7.4%가 '담그는 방법을 몰라서', 1.71%가 '가격이 저렴하여서' 이었다.

시판 고추장의 개선 방향을 묻는 질문에는 62.4%가 용도에 맞는 다양한 제품을, 31.3%가 맛의 개선을 요구하였다. 또한 이것은 연령에 따른 유의적 관계를 보여(p<0.01) 연령이 높아질수록 맛의 개선을 요구하는 응답자가 증가하였고, 60대를 제외한 모든 연령층에서는 용도에 맞는 다양한 제품으로의 개선에 대다수가 응답을 하였다. 교통 통신의 발달로 지역간의 격차가 줄어들고 사회가 다양해짐에 따라 다양한 음식 마련에 따른 고추장에 대한 소비자들의 강한 욕구를 반영한다고 하겠다.

시판 고추장을 구매할 때 주부들의 53.0%가 자신의 경험, 16.2%가 다른 사람의 추천, 17.7%가 광고, 10.3%가 원료에 대한 신뢰성, 2.9%가 가격에 따라 제품을 결정하였다. 특히 고추장의 상표 선택기준으로 광고를 선택한 응답자가 17.7%에 달하는 것은 고추장의 구매 활동에 광고가 큰 영향을 미치고 있다는 것을 알 수 있으며, 53.0%의 응답자가 자신의 경험에 바탕을 두고 고추장을 선택하는 것을 보아 기존에 사용하였던 고추장의 재구매가 일어날 수 있다는 것을 알 수 있다. 이것은 연령에 따른 유의차를 보여(p<0.05) 연령이 높아짐에 따라 다른 사람의 추천 또는 자신의 경험을 기준으로 하는 비중이 증가하였다. 20대 주부는 광고와 원료, 다른 사람의 추천 등이 다른 연령에 비해 높은 반면 자신의 경험으로 고추장의 상표를 결정하는 경우는 현저히 낮았다.

#### IV. 결 론

인천 지역 주부를 대상으로 1997년 6월부터 8월에 걸쳐 고추장에 대한 의견 및 이용실태에 관한 설문지 조사를 실시하였다.

조사대상자들은 고추장 품질결정 인자로 맛(88.1%)을 가장 중요시하였고 맵고(62.1%), 밝은 선홍색

(70.6%)의 고운 고춧가루로 만든 고추장을 선호하였다. 응답자의 87.3%가 시판 고추장보다 재래식 고추장을 좋아하였고 맛과 고추장 원료에 대한 신뢰성이 그 중요한 원인이었다. 특히 60대 이상의 주부들은 모두 재래식 고추장을 선호하였고 20대 주부들은 다른 연령층에 비해 시판 고추장에 대한 선호도가 높았다.

고추장 사용실태는 주부들의 51.4%가 고추장을 일부는 담가먹고 일부는 사서 먹었고, 16.2%가 모두 사서 먹었으며, 32.5%는 모두 담가 먹었다. 연령이 높아짐에 따라 시판 고추장의 사용이 줄었으며 시판 고추장의 주 사용 음식은 볶음류(33.7%)가 가장 많았다. 시판 고추장의 구입 동기는 편리함(76.6%)이 가장 높았고 자신의 경험(44.1%)에 의해 제품을 결정하고 개선 방향으로는 용도에 맞는 다양한 제품의 개발(62.4%)과 맛의 개선(31.3%)이라고 응답하였다.

#### ■참고문헌

1. 이택수, 조한옥, 유명기. 고추장의 맛성분에 관한 연구. 한국영양학회지 13: 43, 1980
2. 이택수, 방성오, 이명환. 전분질 원료를 달리한 고추장 유기산 정량. 한국농화학회지 24: 120, 1981
3. 김영수, 오훈일. 재래식과 공장산 고추장의 향기성분. 한국식품과학회지 13: 319, 1981
4. 문태화, 김재욱. 전분질 원료를 달리한 고추장의 화학적, 물리적 성질과 기호성. 한국농화학회지 21: 387, 1988
5. 전명숙, 이택수, 노봉수. 담금 방법을 달리한 고추장의 유기산 및 지방산의 변화. 한국식품과학회지 27: 25, 1995
6. SAS/Guide for personal Computers. SAS Institute, Inc. Cary, North Carolina, 1989
7. 한국여성개발원. 1996 여성 통계연보, 1996
8. 신동화. 시판고추장에 대한 소비자 반응에 관한 조사연구. 한국식생활문화학회지 10: 419, 1995