

부산 지역 주부들의 시판 밀반찬 기호도 및 이용 실태

류은순^{1*} · 이동선² · 정순경³

¹부경대학교 식품생명공학부, ²경남대학교 식품생명학과, ³창원전문대학 제과제빵과

Housewives' Preference and Consumption of Commercialized Basic Side Dishes in the Busan Area

Eun-Soon Lyu^{1*}, Dong-Sun Lee² and Sun-Kyung Chung³

¹Faculty of Food Science and Biotechnology, Pukyong National University, Busan 608-737, Korea

²Dept. of Food Science and Biotechnology, Kyungnam University, Masan 631-701, Korea

³Dept. of Confectionery & Baking, Changwon College, Changwon 641-771, Korea

Abstract

The purpose of this study was to investigate the preferences, consumption, and eating frequencies of housewives for commercialized traditional basic side dishes. The investigators visited 18 food markets and questionnaires were distributed to 464 housewives in the Busan area. The number of basic side dishes being sold at the markets were in the order of seasoned dried radish (17 markets; mk), salted garlic stalk (15 mk), braised black soy beans (14 mk), braised peppers and dried anchovies (13 mk), and braised lotus roots (12 mk). The housewives' order of preferences was for stir-fried dried anchovies, braised peppers and dried anchovies, braised seasoned beef, salted perilla leaf, and perilla leaf kimchi equal to seasoned sea lettuce, respectively. The order for eating frequency was stir-fried dried anchovies, braised peppers and dried anchovies, salted perilla leaf, and perilla leaf kimchi, respectively. Salted perilla leaf, perilla leaf kimchi, braised crab preserved in soy sauce, salted bean leaves, seasoned dried radish, and seasoned crab were either occasionally or frequently purchased by over 40% of the women. However, the reasons they did not purchase these products included: the excess use of chemical seasonings, unsanitary, unreliable cooking process, unreliable the origin, and high price, in the respective order. If the commercialized traditional basic side dishes were improved to eliminate these problems, 52.2% of the housewives would buy the products, and 65.6% anticipated increasing their use of these products in the future.

Key words : Preference, consumption, commercialized basic side dishes.

서 론

우리 전통적인 상차림은 주로 찬으로 구성되어 있다. 밥과 국, 김치 이외에 갖가지 반찬으로 상을 차리는데 상당한 부분을 차지하고 있는 것이 마른찬, 즉, 밀반찬이다. 밀반찬은 일상식은 물론 주안상 차림에서도 빠지지 않는 음식으로서 우리 조상들은 사계절이 뚜렷한 자연환경 속에서 겨울철에 대비하기 위해서, 혹은 먹거리가 충족치 못할 때의 비축식품으로 사용하기 위해 포나 말린 채소, 해조류 등을 이용하여 저장식품을 미리 장만해 두고 식사 시 이용하였다(한국문화재보호재단 1999).

경제 성장과 식생활 양식의 변화에 따른 가정 내에서의 식사 준비의 감소와 외식 및 편의식품의 이용 증가는 우리 식단에서 매우 중요한 부분을 차지하고 있는 반찬에도 많은

영향을 주고 있다. 국내 반찬시장은 2002년 3천억원 규모이었는데, 2005년에는 5천 300억원의 시장규모로 추정되어 3년간 57%의 성장률을 보이고 있는 가운데 급성장을 하고 있다(이형곤 2005).

시판 밀반찬 이용에 대한 주부들의 인식은 이미 많이 변화하고 있다. 중소도시 및 농어촌 주부들의 61.5%가 시판 밀반찬을 구입해 본 경험이 있는데, 이들 가운데 76.7%는 편하기 때문이라 하였다(Yoon & Song 1996). 또한, 우리나라 주부들은 반찬 걱정을 자주 하며 품질이 우수한 편의식이 개발되기를 바라고 있었고 (Yoon *et al* 1998), 젓갈, 장아찌류, 즉발 등에 대한 이용 정도가 높아 부식류의 사회화가 계속 이루어지고 있음이 보고되었다(Kwak *et al* 1997). 최근 연구에서도 시판 밀반찬에 대해 주부들은 시간이 절약되고 편리하며 종류가 다양하다는 면에서 매우 긍정적으로 인식되고 있음이 보고되었다(Lyu *et al* 2006).

외국의 경우, 이미 편의성 식품의 사용은 크게 증가하였고

* Corresponding author : Eun-Soon Lyu, Tel : +82-51-620-6336, FAX : +82-51-620-6336, E-mail : eslyu@pknu.ac.kr

(Pearson *et al* 1986), 소비자들은 신선하게 조리된 편의 식품을 원하며 이들이 구매 시 중요시 여기는 사항은 우수한 품질, 편리함, 가격의 순이라 보고하였다(Sloan AE 2004). 또한, 최근 보고에 의하면 가정에서 식사를 조리하는 비율이 1985년 56%에서 2006년 47%로 감소하였고, 특히 저녁식사로 한 사람이 1년에 식당에서 조리된 음식을 127번 구매하고 있어 소비자의 구매 경향이 더욱 편의식으로 가고 있었다(Sloan AE 2006).

그동안 국내에서 조사된 전통음식에 대한 내용은 밥, 죽, 찌개류, 전골류, 조림류, 구이류 등의 부찬 등에 대한 기호도, 인식 등에 대한 조사가 이루어졌다. 밀반찬의 경우, 그 종류가 포, 조림, 자반, 무침, 장아찌류 등으로 매우 다양하나 이에 대한 소비자의 기호도 조사에 대한 연구는 매우 미흡한 실정이다. 따라서 현재, 가정 내에서의 식사 준비 시간은 점차 감소하고 있고, 시판 밀반찬 제품이 계속 증가하고 있는 상황에서, 밀반찬에 대한 주부들의 기호도 및 섭취 빈도, 이용 현황에 대한 연구를 통해 시판 밀반찬의 마케팅 방향을 제시하는 연구가 필요하다 보겠다.

따라서 본 연구에서는 현재 시판되고 있는 밀반찬류에 대한 주부들의 기호도 및 섭취 빈도, 시판 밀반찬의 이용 실태 및 문제점을 파악함으로써, 앞으로 시판 밀반찬이 우수한 제품으로 보급되고 활성화되는데 필요한 기초 자료를 제공하고자 한다.

연구 내용 및 방법

1. 조사 대상 및 방법

본 연구는 부산 지역에 거주하는 주부 500명을 대상으로 하였다. 조사 방법은 부산에 거주하는 50명의 대학생 조사원이 주부에게 설문지를 배부하였으며, 조사 대상자가 직접 설문지에 기록하는 사람이 기록 방법을 이용하였다. 배부된 설문지 중 488부(97.6%)가 회수되었으며 이중 통계 처리가 가능한 464부를 본 조사를 위한 통계 처리에 이용하였다. 조사 기간은 2005년 8월 30일부터 9월 9일까지 수행하였다.

2. 조사 내용

본 연구를 위한 설문지는 기존의 문헌들(Yoon & Song 1996, Kwak *et al* 1997, Yoon *et al* 1998)을 참고로 하였고, 밀반찬 시장을 방문하여 많이 판매되고 있는 밀반찬류 종류를 파악한 후, 이를 기초로 밀반찬에 대한 기호도 및 섭취 빈도에 대한 문항을 작성하였다. 작성된 설문지는 주부 20명을 대상으로 예비 조사를 거쳐 본 연구자가 수정, 보완하여 최종 설문지를 개발하였다.

밀반찬 가게에서 판매하고 있는 반찬의 종류는 부산 지역

의 대형 할인점 6곳, 재래 시장 6곳, 상가의 반찬 가게 6곳 등 총 18곳의 밀반찬 가게를 방문하여 조사하였다. 조사 대상자의 일반 사항은 주부들의 연령, 학력, 총 수입, 직업 유무 및 가족 형태로 구성하였다. 밀반찬 이용 실태에 대한 항목은 조림류, 장아찌류, 무침/볶음류 밀반찬에 대한 기호도 및 섭취 빈도, 시판 밀반찬의 구입 빈도 및 구입하지 않는 이유 등으로 구성하였다. 시판 밀반찬의 전망에 대해서는 밀반찬 문제점 개선 시 구입 의향 및 밀반찬 시장의 증가 전망 등에 대한 항목으로 구성하였다. 밀반찬에 대한 기호도 및 섭취빈도에 대한 측정 도구는 Likert의 5점 척도로 이용하였으며 측정 척도는 1점(매우 싫어한다, 전혀 섭취하지 않는다)~5점(매우 좋아한다, 항상 섭취한다)으로 하였다.

3. 자료 분석 방법

수집된 자료는 SPSSPC V10.0 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다. 각 항목에 대한 빈도와 백분율을 구하였고, 조사대상자의 일반 사항에 따른 밀반찬에 대한 기호도 및 섭취 빈도 등은 oneway-ANOVA를 이용하여 분석하였으며, 각 집단간에 유의적인 차이는 Duncan's multiple range test를 이용하여 검증하였다. 시판 밀반찬 구입 의향은 χ^2 -test에 의해 검증하였다.

연구 결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반 사항

Table 1에는 본 연구의 조사 대상의 일반 사항에 대한 결과를 제시하였다. 주부들의 연령은 30세 이하가 9.1%, 31~40세는 24.6%, 41~50세는 55.3%, 51세 이상은 11.0%이었다. 교육 수준은 66.7%가 고졸 이하이었고 월 수입 현황은 151~250만원이 35.4%로 가장 높게 나타났다. 60.1%의 주부가 직업을 가지고 있었고 87.8%가 핵가족을 이루고 있는 것으로 나타났다.

2. 밀반찬에 대한 기호도 및 섭취 빈도

조사 대상자의 밀반찬에 대한 기호도 결과는 Table 2에 제시하였다. 기호도에 대해 살펴보면, 전체 조사 품목에서, 기호도 순위는 멸치볶음>고추멸치조림>쇠고기장조림>깻잎절임>생깻잎김치 = 파래무침>김무침>취취포 무침의 순으로 나타났다. 조리법에 따른 차이에서는, 조림류는 고추멸치조림>쇠고기장조림>메추리알조림>연근조림의 순이었고, 장아찌류는 깻잎절임> 생깻잎김치>콩잎절임>통마늘장아찌의 순이며, 무침/볶음류는 멸치볶음>파래무침>김무침> 취취포무침의 순으로 나타났다. 또한, 전체 기호도 점수에서는 조림류는 3.48점, 장아찌류는 3.40점, 무침/볶음류는 3.64점으로 나타

Table 1. General characteristics of subjects

	Items	N	%
Age(yrs.)	≤30	42	9.1
	31~40	113	24.6
	41~50	254	55.3
	51≤	52	11.0
	Total	461	100.0
Education level	Middle school	55	12.0
	High school	251	54.7
	College and Univ.	154	33.4
	Total	460	100.0
Household income (1,000won)	≤1,500	77	17.0
	1,510~2,500	160	35.4
	2,510~3,500	139	30.7
	3,510≤	76	16.8
	Total	452	100.0
Occupation	Yes	279	60.1
	No	185	39.9
	Total	464	100.0
Type of family	A nuclear family	404	87.8
	A large family	56	12.2
	Total	460	100.0

났다. Yoon GS(1995)의 연구에서, 장아찌류의 좋아 하는 순위는 깻잎절임, 고추잎절임, 풋고추절임의 순으로 좋아하고 있다고 보고하였고, Lee & Oh(1995)도 고등학생들이 가장 좋아하는 장아찌류는 깻잎절임이라 보고하였는데, 본 연구에서도 장아찌류에서 깻잎절임의 기호도도 높게 나타나 유사한 결과를 보였다.

연령에 따른 차이에서, 조림류의 기호도 점수는 51세 이상이 가장 높은 기호도 점수를 보였고 연령이 낮아짐에 따라 기호도 점수가 낮게 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 각 밀반찬류에서, 강낭콩조림과 고추멸치조림은 30세 이하가 31세 이상보다 유의적($p<0.05$)으로 기호도가 낮았으나, 메추리알조림은 30세 이하가 다른 연령층보다 유의적($p<0.05$)으로 높게 나타났다. 땅콩조림은 30세 이하와 51세 이상이 31~40세보다 기호도가 유의적($p<0.01$)으로 높게 나타났다. 장아찌류의 기호도 점수는 51세 이상이 가장 높았고 30세 이하가 가장 낮은 점수를 보였다. 각 밀반찬류에서, 고추장아찌는 30세 이하의 기호도가 31세 이상보다 유의적($p<$

0.05)으로 낮게 나타났고 마늘종장아찌는 30세 이하가 51세 이상보다 유의적($p<0.05$)으로 낮게 나타났다. 무침/볶음류의 기호도 점수는 31~40세가 가장 높았고 다음은 51세 이상, 30세 이하, 41~50세의 순으로 나타났으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 각 밀반찬류에서는 계장무침이 51세 이상이 41~50세와 30세 이하보다 유의적($p<0.01$)으로 기호도가 높게 나타났고 취치포무침은 30세 이하의 기호도가 가장 높았고 41~50세와 51세 이상과 유의적인($p<0.01$) 차이를 보였다. 도라지무침은 30세 이하가 31~40세와 51세 이상보다 유의적($p<0.05$)으로 낮은 기호도 점수를 보였다. 전반적으로 조림류의 경우, 메추리알 조림을 제외한 모든 품목에서 높은 연령층에서 기호도가 높게 나타났으나 장아찌류와 무침/볶음류는 젊은 연령층의 기호도가 높은 품목도 있어 연령에 따른 기호도 차이가 크게 나타나지 않았다.

밀반찬에 대한 섭취 빈도 결과를 Table 3에 제시하였다. 전체 품목에서 섭취 빈도 순위는 멸치볶음>고추멸치조림>깻잎절임>생깻잎김치>파래무침>진미채무침>쇠고기장조림>검은콩조림=무말랭이무침의 순으로 나타났다. 조림류는 고추멸치조림>쇠고기장조림>검은콩조림>연근조림의 순이었고, 장아찌류는 깻잎절임>생깻잎절임>통마늘장아찌>콩잎절임>마늘종장아찌의 순이며, 무침/볶음류는 멸치볶음>파래무침>진미채무침>김무침=취치포무침의 순으로 나타났다. 전체 섭취 빈도에서는 조림류 2.56점, 장아찌류 2.66점, 무침/볶음류가 2.92점으로 무침/볶음류의 섭취 빈도가 가장 높았다. Yoon GS(1995)의 연구에서도 많이 섭취하는 장아찌류는 깻잎절임, 고추잎절임, 마늘종장아찌, 풋고추장아찌의 순으로 나타나 본 연구와 유사한 결과를 보여 깻잎절임은 우리 고유의 대표되는 장아찌류라 할 수 있겠다.

연령에 따른 차이에서, 조림류의 섭취 빈도 점수는 51세 이상이 2.66점으로 가장 높았고, 41~50세는 2.58점, 30세 이하와 31~40세는 모두 2.49점을 나타냈으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 각 밀반찬류에 대한 섭취 빈도는, 검은콩조림과 땅콩조림은 다른 군에 비해 51세 이상이 유의적($p<0.05$)으로 높은 섭취 빈도를 보였고 코다리조림에서는 31~40세가 30세 이하보다 유의적($p<0.05$)으로 높은 섭취 빈도를 나타냈다. 장아찌류의 섭취 빈도 점수는 51세 이상이 2.69점으로 가장 높았고 31~40세가 2.60점으로 가장 낮은 점수를 보였다. 각 밀반찬류에 대한 섭취 빈도는, 깻잎절임과 무장아찌가 젊은 연령층이 다른 연령층보다 섭취 빈도가 높았으나 유의적인 차이는 보이지 않았다. 무침/볶음류의 섭취 빈도 점수는 51세 이상이 3.04점, 30세 이하 2.95점, 31~40세는 2.88점, 41~50세는 2.90점을 나타냈다. 각 밀반찬에 대한 섭취 빈도에서, 무말랭이는 30세 이하가 31~40세와 51세 이상보다 유의적($p<0.01$)으로 높은 섭취 빈도를 보였고 계장 무침은 51세 이

Table 2. Preference of basic side dishes by age

M±SD

	yrs≤30	31~40	41~50	51≤yrs	F value	Total
Jorim(braising)						
Braised black soy beans	3.28±0.99 ¹⁾	3.49±0.99	3.51±0.85	3.60±0.98	1.021	3.49±0.92
Braised kidney beans	2.71±0.96 ^{a2)}	3.04±0.95 ^b	3.04±0.83 ^b	3.23±0.83 ^b	2.660*	3.03±0.88
Braised lotus root	3.40±0.76	3.42±0.89	3.54±0.94	3.75±0.82	1.795	3.52±0.90
Braised burdock	3.33±0.87	3.47±0.87	3.50±0.94	3.65±0.96	0.934	3.50±0.92
Braised beef seasoned	4.09±0.75	3.94±0.86	3.90±0.94	4.04±0.79	0.749	3.94±0.89
Braised quail's egg seasoned	4.02±0.86 ^b	3.66±0.89 ^a	3.68±0.92 ^a	3.54±0.94 ^a	2.623*	3.69±0.92
Braised crab preserved in soy sauce	3.38±1.46	3.59±1.04	3.44±1.10	3.67±1.08	0.992	3.50±1.12
Braised green pepper and dried anchovy	3.71±0.80 ^a	4.00±0.90 ^b	3.99±0.79 ^b	4.24±0.65 ^b	3.176*	3.99±0.81
Braised kodari	3.02±1.02	3.33±1.00	3.13±0.99	3.25±1.00	1.460	3.18±1.00
Braised peanuts	3.26±1.16 ^b	2.83±1.00 ^a	3.00±0.97 ^{ab}	3.33±0.83 ^b	3.677**	3.02±1.00
Total	3.42±0.49	3.47±0.43	3.46±0.39	3.63±0.39	2.124	3.48±0.44
Jangachies(salted)						
Perilla leaf kimchi	3.73±0.93	3.89±0.75	3.85±0.85	3.98±0.82	0.702	3.86±0.83
Salted perilla leaf	3.95±0.66	4.00±0.74	3.89±0.79	3.97±0.77	0.583	3.93±0.76
Salted bean leaves	3.59±0.93	3.52±0.93	3.64±1.01	3.66±1.02	0.410	3.60±0.98
Salted green pepper	2.88±1.08 ^a	3.27±0.98 ^b	3.27±0.92 ^b	3.45±0.98 ^b	2.880*	3.26±0.97
Salted garlic stalk	3.47±1.04	3.43±0.94	3.46±0.94	3.52±0.99	0.097	3.46±0.95
Salted whole garlic	3.21±1.17 ^a	3.46±0.93 ^{ab}	3.55±0.96 ^{ab}	3.74±1.02 ^b	2.412*	3.52±0.98
Salted radish	2.92±1.04	3.02±0.99	3.15±0.91	3.10±0.95	0.959	3.09±0.95
Salted rakkyo	2.48±1.12	2.75±1.10	2.57±1.03	2.56±0.97	1.009	2.61±1.05
Total	3.27±0.62	3.42±0.60	3.41±0.61	3.45±0.57	0.825	3.40±0.64
Muchim(seasoned)/stir-fried(bokkeum)						
Seasoned dried radish	3.85±0.95	3.58±0.99	3.61±1.00	3.37±0.89	1.808	3.60±0.98
Seasoned crab	3.33±1.26 ^a	3.66±1.11 ^{ab}	3.45±1.02 ^a	3.91±0.86 ^b	3.742**	3.54±1.06
Seasoned garlic stalk	3.57±1.01	3.56±0.79	3.45±0.92	3.60±0.80	0.782	3.50±0.88
Seasoned file fish, dried	4.00±0.69 ^c	3.78±0.88 ^{bc}	3.54±0.94 ^{ab}	3.45±1.00 ^a	4.754**	3.63±0.92
Seasoned dried squid	3.53±1.02	3.71±0.93	3.55±0.83	3.46±1.02	1.223	3.58±0.90
Seasoned sea lettuce	3.97±0.74	3.82±0.83	3.81±0.89	4.10±0.78	1.847	3.86±0.85
Seasoned seaweed	3.64±0.98	3.72±0.84	3.76±0.86	3.91±0.97	0.788	3.75±0.88
Seasoned Chinese bellflower	3.30±1.04 ^a	3.65±0.93 ^b	3.43±0.94 ^{ab}	3.67±1.00 ^b	2.462*	3.50±0.96
Stir-fried stern of sea mustard	3.83±1.01	3.57±0.95	3.60±0.90	3.64±0.85	0.879	3.62±0.92
Stir-fried dried anchovy	3.95±0.82	4.09±0.86	4.11±0.76	4.10±0.76	0.532	4.09±0.79
Stir-fried dried shrimps	3.33±1.14	3.61±1.00	3.41±0.89	3.48±0.81	1.512	3.46±0.94
Total	3.66±0.45	3.70±0.50	3.61±0.46	3.69±0.05	1.134	3.64±0.47

1) Score scales: 1(very dislike)~5(very like).

2) Different letters indicate significant difference among groups by Duncan's multiple range test.

* $p<0.05$, ** $p<0.01$.

Table 3. Eating frequency of basic side dishes by age

M±SD

	yrs≤30	31~40	41~50	51≤yrs	F value	Total
Jorim(braising)						
Braised black soy beans	2.80±1.47 ^{ab2)}	2.57±1.21 ^a	2.95±1.30 ^{ab}	3.16±1.34 ^b	3.137 [*]	2.86±1.31
Braised kidney beans	1.76±1.241 ¹⁾	1.82±1.12	1.95±1.17	2.12±1.16	1.062	1.92±1.16
Braised lotus root	2.70±1.22	2.44±1.17	2.82±1.30	2.76±1.31	2.125	2.71±1.27
Braised burdock	2.55±1.23	2.56±1.33	2.63±1.41	3.00±1.27	1.316	2.65±1.36
Braised beef seasoned	3.19±1.07	2.91±1.24	3.00±1.31	2.82±1.19	0.759	2.97±1.26
Braised quail's egg seasoned	2.66±1.39	2.62±1.32	2.67±1.39	2.34±1.11	0.766	2.62±1.35
Braised crab preserved in soy sauce	2.07±1.55	2.24±1.23	2.15±1.27	2.27±1.28	0.303	2.18±1.28
Braised green pepper and dried anchovy	3.63±1.29	3.78±1.24	3.88±1.32	4.06±1.16	0.952	3.85±1.28
Braised kodari	1.66±1.22 ^a	2.27±1.32 ^b	2.04±1.29 ^{ab}	1.97±1.17 ^{ab}	2.451 [*]	2.05±1.28
Braised peanuts	2.07±1.34 ^{ab}	1.68±1.02 ^a	2.04±1.20 ^{ab}	2.20±1.14 ^b	3.283 [*]	1.97±1.18
Total	2.49±0.66	2.49±0.57	2.58±0.57	2.66±0.45	1.227	2.56±0.57
Jangachies(salted)						
Perilla leaf kimchi	3.61±1.43	3.32±1.30	3.42±1.38	3.57±1.35	0.666	3.43±1.36
Salted perilla leaf	4.04±1.10	3.66±1.21	3.70±1.32	3.62±1.31	1.099	3.71±1.27
Salted bean leaves	2.85±1.42	2.48±1.36	2.86±1.43	2.83±1.34	2.060	2.76±1.41
Salted green pepper	2.09±1.26	2.27±1.26	2.42±1.29	2.60±1.55	1.439	2.37±1.31
Salted garlic stalk	2.76±1.47	2.67±1.41	2.77±1.32	2.83±1.40	0.196	2.75±1.36
Salted whole garlic	2.52±1.51	2.76±1.42	2.87±1.42	3.20±1.44	1.883	2.85±1.43
Salted radish	2.23±1.24	1.91±1.17	2.08±1.31	1.91±1.16	0.959	2.04±1.26
Salted rakkyo	1.39±0.80	1.60±1.08	1.47±0.97	1.50±0.97	0.611	1.50±0.98
Total	2.67±0.76	2.60±0.72	2.68±0.70	2.69±0.68	0.322	2.66±0.70
Muchim(seasoned)/bokkeum(stir-fried)						
Seasoned dried radish	3.28±1.43 ^b	2.72±1.27 ^a	2.92±1.30 ^{ab}	2.48±1.19 ^a	3.495 ^{**}	2.86±1.31
Seasoned crab	1.90±1.41 ^a	2.36±1.26 ^b	2.24±1.31 ^{ab}	2.88±1.42 ^c	4.631 ^{**}	2.31±1.34
Seasoned garlic stalk	2.71±1.56	2.71±1.28	2.75±1.25	2.83±1.21	0.118	2.74±1.28
Seasoned file fish, dried	3.42±1.36 ^b	2.96±1.31 ^{ab}	2.81±1.45 ^a	2.79±1.50 ^a	2.427 [*]	2.90±1.42
Seasoned dried squid	3.14±1.63 ^b	3.18±1.36 ^b	3.00±1.52 ^b	2.47±1.48 ^a	2.542 [*]	3.00±1.50
Seasoned sea lettuce	2.85±1.20 ^a	3.07±1.31 ^a	3.17±1.22 ^a	3.58±1.00 ^b	2.954 [*]	3.16±1.23
Seasoned seaweed	2.80±1.38 ^a	2.54±1.19 ^a	2.97±1.39 ^a	3.44±1.30 ^b	5.631 ^{**}	2.90±1.35
Seasoned Chinese bellflower	2.85±1.49	2.85±1.36	2.63±1.33	2.66±1.32	0.893	2.71±1.35
Stir-fried stem of sea mustard	3.04±1.49	2.71±1.37	2.89±1.42	3.08±1.35	1.061	2.88±1.41
Stir-fried dried anchovy	4.14±1.09	4.03±1.20	4.19±1.16	4.28±1.05	0.706	4.16±1.15
Stir-fried dried shrimps	2.38±1.49	2.51±1.32	2.40±1.38	2.75±1.46	0.955	2.46±1.38
Total	2.95±0.73	2.88±0.62	2.90±0.64	3.04±0.67	0.743	2.92±0.64

1) Score scales: 1(never eat)~5(always eat).

2) Different letters indicate significant difference among groups by Duncan's multiple range test.

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$.

상이 30세 이하와 41~50세보다 유의적($p<0.01$)으로 높은 섭취 빈도를 보였다. 쥐치포무침은 30세 이하가 41~50세와 51세 이상보다 유의적($p<0.05$)으로 높은 섭취 빈도를 보였고 진미채무침은 51세 이상이 유의적($p<0.05$)으로 가장 낮은 섭취 빈도를 보였다. 파래무침($p<0.05$)과 김무침($p<0.01$)은 51세 이상이 다른 연령층보다 유의적으로 높은 섭취 빈도를 나타냈다.

Yoon GS(1995)의 연구에서, 장아찌에 대한 관심이 많다고 응답한 비율이 20대는 10%, 30대는 21.8%, 40대는 26.8%, 50대는 30%이며, 관심도가 20대는 없다, 40대와 50대는 많다에서 관찰치가 기대치보다 높게 나타났고, 나이가 젊을수록 관심도가 유의적($p<0.05$)으로 낮아지는 경향을 보인다고 보고하였다. Kim *et al*(1994)의 연구에서도 50세 이상인 주부들의 시판 것갈류 등의 이용 빈도가 다른 연령층보다 많다고 보고하였고, Kang & Chyun(1998)의 연구에서도 30대의 젊은 연령층에서는 장아찌, 호박고지 등의 저장 밀반찬류를 가정에서 담그는 비율이 낮다고 보고하였다.

이상을 살펴볼 때, 조림류와 장아찌류는 특정 밀반찬류를 제외한 많은 종류의 품목에 대한 기호도 및 섭취 빈도가 낮았고, 무침/볶음류는 몇 가지 품목을 제외한 많은 품목에 대한 기호도와 섭취 빈도가 높게 나타나 조사 대상 주부들은 밀반찬류의 조리법에서는 무침/볶음류를 선호하는 경향이 있음을 알 수 있었다. 또한, 연령이 젊은 층은 특정 밀반찬에 대해 기호도 및 섭취 빈도가 높게 나타났는데, 앞으로 단체 급식 및 외식업체 등을 통해서, 여러 가지 종류의 전통 밀반찬을 제공하는 방안을 통해 우리 전통 밀반찬의 보급이 필요하겠다.

시판 밀반찬의 종류 및 구입 현황

1. 시판 밀반찬의 종류

부산 지역 18곳에서 판매하고 있는 반찬의 종류에 대한 결과는 Table 4와 같다. 조사 대상 반찬 가게에서 판매하고 밀반찬 수는 대형 할인점(6곳)에서는 66종의 밀반찬을 판매하였고, 재래시장(6곳)에서는 49종을, 상가 반찬 가게(6곳)에서는 50종의 밀반찬을 판매하였다. 가장 많이 판매하고 있는 밀반찬류는 조림류이고 장아찌류, 무침류의 순으로 나타났다. 표로는 제시하지 않았으나 본 연구자가 18곳의 밀반찬 가게를 방문, 조사한 결과, 무말랭이무침은 17곳의 밀반찬 가게에서 판매하고 있었고 마늘종장아찌는 15곳, 콩자반, 풋고추멸치볶음, 연근조림, 오징어젓은 12곳, 쥐치포무침은 11곳의 밀반찬 가게에서 판매하고 있었다.

2. 시판 밀반찬의 구입 현황

시판 밀반찬의 구입빈도에 대한 결과를 Table 5에 제시하

Table 4. The kind of commercia basic side dishes (N)

	Discount market (N=6)	Traditional market (N=6)	Side dished market (N=6)	Total
Jorim(braising)	23	13	17	53
Muchim(seasoned)	10	9	10	29
Bokkeum(stir-fried)	5	6	8	19
Jangachies (seasoned-fermented)	16	12	9	37
Jutgal(salt-fermented)	7	7	4	18
Others	5	2	2	9
Total	66	49	50	165

였다. 가끔 구입한다와 자주 구입한다는 비율이 높은 품목은 깻잎절임(54.3%), 생깻잎김치(48.0%), 간장게장(45.2%), 콩잎절임(43.8%), 무말랭이무침(40.6%), 계장무침(40.4%), 마늘종장아찌(39.2%), 파래무침(38.3%), 통마늘장아찌(37.4%), 검은콩조림(37.3%)이었다. 이외 쇠고기 장조림, 고추멸치조림, 마늘종무침, 쥐치포무침, 김무침, 멸치볶음은 30% 이상의 구입 빈도를 보였다. 시판 밀반찬의 구입빈도는 장아찌류의 구입 빈도가 가장 높았는데, Yoon GS(1995)의 연구에서도 조사 대상자의 51.4%가 시판 장아찌류를 구입해 본 경험이 있다고 보고하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다. Song & Han(1995)은 김치에 대해서도 시판 김치를 구입해 본 경험이 있는 사람이 68.4%라고 보고한 바, 앞으로는 시판하는 음식에 대한 구입 빈도는 더 증가할 것으로 예측할 수 있겠다.

시판 밀반찬을 구입하지 않는 이유에 대해 인공 조미료를 너무 많이 사용해서 57.8%, 비위생적이어서 40.5%, 조리 과정을 믿을 수 없어서 35.1%, 원재료 출처를 믿을 수 없어서 28.9%, 너무 비싸서 22.8%로 나타났다(Fig. 1). Lee & Choi(2001)의 연구에서, 상품화된 육수를 좋아 하지 않는 가장 큰 이유는 첨가제에 대한 염려와 인공 조미료 때문이라 보고하여 소비자들은 안전한 식품에 대한 관심이 높음을 알 수 있었다. 또한, 위생적인 면이 계속 문제로 지적되고 있는데, Yoon & Song(1996)의 연구에서는 시판 밀반찬의 문제점에 대해 비위생적>가격이 높다>맛이 없다고 보고하였고, Lee *et al*(2004)의 연구에서도 조사 대상자들은 시판 김치에 대해서 위생면과 종류가 다양하기를 원하고 있다고 보고하여 비위생적인 면은 어느 제품에서나 여전히 문제점으로 남아 있고 10년 이상이 지난 현재도 계속 시판 반찬에 대한 위생적인 문제가 소비자를 만족시키지 못하고 있음을 알 수 있었다. 이러한 상황을 살펴 볼 때, 밀반찬 판매자들은 시판 밀반찬 시장의 건전한 발전을 위해서는 소비자가 확신하며 안심하고 구입

Table 5. Frequency of purchase

N(%)

	Scarcely	Occasionally	Frequently	Total
Jorim(braising)				
Braised black soy beans	286(62.3)	143(30.8)	30(6.5)	460(100.0)
Braised kidney beans	363(79.1)	82(17.9)	14(3.1)	459(100.0)
Braised lotus root	323(70.4)	115(25.1)	21(4.6)	459(100.0)
Braised burdock	327(71.2)	113(24.6)	19(4.1)	459(100.0)
Braised beef seasoned	291(63.3)	126(27.4)	43(9.3)	460(100.0)
Braised quail's egg seasoned	328(72.1)	92(20.2)	35(7.7)	455(100.0)
Braised crab preserved in soy sauce	252(54.8)	172(37.4)	36(7.8)	460(100.0)
Braised green pepper and dried anchovy	303(66.3)	99(21.7)	55(12.0)	457(100.0)
Braised kodari	376(81.0)	65(14.2)	16(3.5)	457(100.0)
Braised peanuts	355(77.7)	94(20.6)	8(1.8)	457(100.0)
Jangachies(salted)				
Perilla leaf kimchi	238(52.0)	158(34.5)	62(13.5)	458(100.0)
Salted perilla leaf	209(45.6)	177(38.6)	72(15.7)	458(100.0)
Salted bean leaves	258(56.2)	159(34.6)	42(9.2)	459(100.0)
Salted green pepper	329(72.5)	105(23.1)	20(4.4)	454(100.0)
Salted garlic stalk	278(60.7)	143(31.2)	37(8.1)	458(100.0)
Salted whole garlic	288(62.6)	139(30.2)	33(7.2)	460(100.0)
Salted radish	343(74.7)	100(21.8)	16(3.5)	459(100.0)
Muchim(seasoned)/bokkeum(stir-fried)				
Seasoned dried radish	272(59.4)	142(31.0)	44(9.6)	458(100.0)
Seasoned crab	273(59.6)	147(32.1)	38(8.3)	458(100.0)
Seasoned garlic stalk	307(67.5)	117(25.7)	31(6.8)	455(100.0)
Seasoned file fish, dried	296(64.8)	118(25.8)	43(9.4)	457(100.0)
Seasoned dried squid	324(70.7)	97(21.2)	37(8.1)	458(100.0)
Seasoned sea lettuce	283(61.7)	131(28.5)	45(9.8)	459(100.0)
Seasoned seaweed	308(67.1)	119(25.9)	32(7.0)	459(100.0)
Stir-fried dried anchovy	292(63.5)	97(21.1)	71(15.4)	460(100.0)

할 수 있는 위생적인 측면에도 더욱 관심을 갖고 방안을 강구하여야 하겠다.

3. 시판 밀반찬에 대한 구입 의향 및 이용 전망

시판 밀반찬의 문제점이 개선되는 경우, 구입할 의향에 대한 결과를 Table 6에 제시하였다. 시판 밀반찬에 대한 문제점이 개선되는 경우, 구매할 의향이 있다는 응답은 52.2%, 없

다는 13.5%, 잘 모르겠다는 34.3%로 나타났다. Lee & Choi (2001)의 연구에서, 상품화된 옥수의 품질이 보증된다면 응답자의 75%가 사용할 것이라 보고하여 소비자는 제품의 품질 보증에 많은 관심이 있음을 알 수 있었다. 앞으로 시판 밀반찬 판매자들은 인공 조미료 사용 문제, 위생 문제, 조리과정, 원재료 출처 등에 대한 개선 방안에 대한 연구가 필요하겠다. 연령에 따른 구입 의향에서, 30세 이하와 31~40세가

구입할 의향이 있다는 응답 비율이, 41~50세는 구입 할 의향이 없다와 잘 모르겠다는 응답 비율이 51세 이상은 잘 모

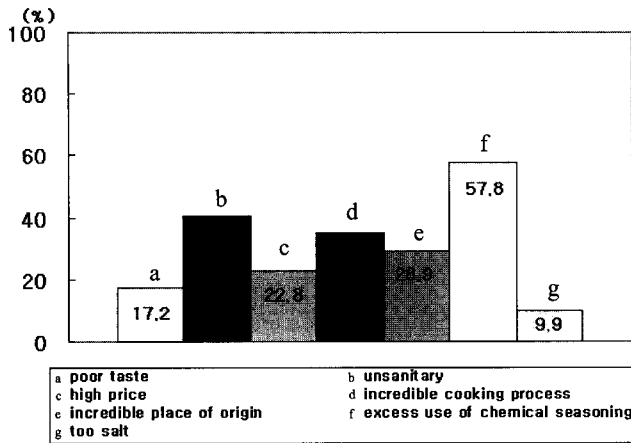


Fig. 1. The reasons for not buying the commercialized basic side dishes (Multiple response).

르겠다고 응답 비율이 관찰치가 기대치보다 높게 나타났으며 유의적인($p<0.01$) 차이를 보였다. 수입에 따른 유의적인 차이는 없었으나 1,500만원 이하와 3,510만원 이상이 구입할 의향이 관찰치보다 기대치가 높게 나타났다. 직업 유무에 따른 차이에서는 직업이 있는 주부가 구입할 의향이 있음이 관찰치가 기대치보다 높았고, 전업 주부는 잘 모르겠다는 비율이 관찰치가 기대치보다 높게 나타났으며 유의적인($p<0.01$) 차이를 보였다.

주부들이 바라보고 있는 앞으로의 시판 밑반찬의 이용 전망에 대한 결과는 Table 7에 제시하였다. 시판 밑반찬 이용에 대해 ‘증가할 것이다’ 65.6%, ‘현재 수준이 유지’ 25.2%로 나타나 밑반찬 이용은 계속 증가할 것으로 예측할 수 있겠다. 유의적인 차이는 보이지 않았으나 연령에서는 36~45세가, 수입에서는 2,510만원 이상이 직업 유무에서는 직업이 있는 주부가 증가할 것이라는 견해가 기대치보다 관찰치가 높게 나타났다.

이미 반찬 시장은 지속적인 성장을 하고 있고 주부들은

Table 6. Intention of buying the commercialized basic side dishes

N(%)

	Age(yrs.)				Household income(ten thousand won)				Occupation		Total
	≤30	31~40	41~50	51≤	≤1,500	1,510~2,500	2,510~3,500	3,510≤	Yes	No	
Yes	#30(71.4)	#65(58.0)	121(47.8)	23(46.0)	44(57.1)	76(47.8)	71(51.4)	46(60.5)	#162(58.3)	77(42.8)	239(52.2)
No	4(9.5)	11(9.8)	#41(16.2)	6(12.0)	6(7.8)	21(13.2)	26(18.8)	7(9.2)	34(12.2)	28(15.6)	62(13.5)
No idea	8(19.0)	#36(32.1)	#91(36.0)	#21(42.0)	27(35.1)	62(39.0)	41(29.7)	23(30.3)	82(29.5)	#75(41.7)	157(34.3)
Total	42(9.2)	112(24.5)	253(55.4)	50(10.9)	77(17.1)	159(35.3)	138(30.7)	76(16.9)	278(60.7)	180(39.3)	458(100.0)
χ^2		12.130*				10.073			10.641**		

#: observed value>expected value.

** $p<0.01$.

Table 7. The prospects of using the commercialized basic side dishes

N(%)

	Age(yrs.)				Household income(ten thousand won)				Occupation		Total
	≤30	31~40	41~50	51≤	≤1,500	1,510~2,500	2,510~3,500	3,510≤	Yes	No	
Increase	27(5.9)	72(15.8)	165(36.3)	35(7.7)	49(63.6)	105(66.5)	93(67.9)	49(60.5)	185(66.5)	114(64.0)	299(65.6)
Present level	15(3.3)	29(6.4)	62(13.6)	8(1.8)	21(7.8)	39(24.7)	31(22.6)	20(26.3)	70(25.2)	45(25.3)	115(25.2)
Decrease	0(0)	1(0.2)	9(2.0)	2(0.4)	0(0.0)	4(2.5)	6(4.4)	2(2.6)	5(1.8)	7(3.9)	12(2.6)
No idea	0(0)	8(1.8)	17(3.7)	5(1.1)	7(9.1)	10(6.3)	7(5.1)	5(6.6)	18(6.5)	12(6.7)	30(6.6)
Total	42(9.2)	110(24.2)	253(55.6)	50(11.0)	77(17.2)	158(35.3)	137(30.6)	76(17.0)	278(61.0)	178(39.0)	456(100.0)
χ^2		11.060				5.463			1.994		

#: observed value>expected value.

앞으로 시판 밀반찬 이용은 증가할 것으로 전망하고 있다. 그러나 이러한 성장에 앞서 소비자가 원하는 부분인 위생적인 처리, 원재료 출처 실명제, 조미료 사용에 대한 안심 등 밀반찬을 신뢰하고 구입할 수 있는 사항에 대해 판매자들은 관심을 갖고 이에 대한 개선의 노력이 먼저 이루어져야 하겠다.

요약 및 결론

본 연구는 부산 지역에서 시판되고 있는 전통 밀반찬의 종류와 주부들이 기호도 및 섭취 빈도, 구입현황 및 문제점 등에 대한 파악을 통해 앞으로 많은 종류의 전통 밀반찬이 보급되고 활성화하는데 필요한 자료를 제공하고자 부산 지역 18곳의 반찬시장과 464명의 주부를 대상으로 조사하였으며 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 대형 할인점(6곳), 재래 시장(6곳), 상가 반찬 가게(6곳)에서 판매하고 있는 밀반찬류에서 가장 많이 쓰이고 있는 조리법은 조림류>장아찌류>무침류 순이고, 가장 많이 판매하고 있는 밀반찬은 무말랭이>마늘쫀장아찌>콩자반>푹고추멸치조림 = 연근조림 순이었다.

둘째, 밀반찬에 대한 기호도 순위는 멸치볶음>고추멸치조림>쇠고기장조림>깻잎절임>생깻잎김치>파래무침>김무침>취취포의 순으로 나타났다. 섭취 빈도 순위는 멸치볶음>고추멸치조림>깻잎절임>생깻잎김치>파래무침>진미채무침>쇠고기장조림>검은콩조림=무말랭이무침의 순으로 나타났다. 연령에 따른 차이에서 기호도의 경우, 강남콩조림, 고추멸치조림, 고추장아찌, 통마늘장아찌, 계장무침, 도라지초무침은 높은 연령층에서 유의적($p<0.05$)으로 높은 기호도를 나타냈고, 취취포무침은 젊은 연령층에서 유의적($p<0.05$)으로 높게 나타났다. 섭취 빈도의 경우, 검은콩조림, 땅콩조림, 계장무침, 파래무침, 김무침은 높은 연령층에서 유의적($p<0.05$)으로 높게 나타났고, 코다리조림은 31~40세에서 유의적($p<0.01$)으로 높게 나타났으며, 무말랭이, 취취포무침, 진미채무침은 젊은 연령층에서 유의적($p<0.05$)으로 높게 나타났다.

셋째, 시판 밀반찬 구입에서, 가끔 구입한다와 자주 구입한다는 비율이 40% 이상인 품목은 깻잎절임, 생깻잎김치, 간장계장, 콩잎절임, 무말랭이무침, 계장무침으로 나타났다. 시판 밀반찬을 구입하지 않는 이유는 인공 조미료의 과다 사용에 대한 비율이 가장 높았고 다음은 비위생적인 면, 조리 과정의 믿을 수 없음, 원재료 출처를 믿을 수 없음, 너무 비싸서의 순으로 나타났다.

넷째, 시판 밀반찬의 구입 의향에서 52.2%는 구입할 의향이 있다고 하였고, 직업 주부가 구입할 의사가 유의적($p<0.01$)으로 높게 나타났다. 앞으로 시판 밀반찬의 이용 전망에 대해 증가할 것임 65.6%, 현재 수준은 25.2%로 나타났다.

이상을 살펴 볼 때, 주부들의 식생활에 대한 의식이 사회

화 되어가고 앞으로 시판 조리 제품의 이용은 계속 증가할 것으로 예측하고 있다. 그러나 젊은 연령층은 특정 밀반찬에 대해서 기호도 및 섭취 빈도가 높게 나타났는데, 다양한 밀반찬의 보급을 위해서는 단체 급식 및 외식업체에서 다양한 밀반찬이 제공할 수 있도록 관리자들에게 우리 밀반찬에 대한 조리 및 홍보 교육이 필요하고 밀반찬 시장에서도 다양한 우리 전통의 밀반찬을 판매하도록 밀반찬의 종류 및 조리에 대한 정보 제공 시스템이 필요하겠다. 또한, 현재 소비자들은 시판 밀반찬에 대해서 조미료 사용, 위생적인 조리, 원재료 출처 등이 과제로 남아 있어 소비자가 안심하고 구매할 수 있도록 시판 밀반찬의 위생에 대한 철저한 관리는 물론이고 품질에 대해 소비자가 신뢰할 수 있는 체계적이고 제도적인 유통장치가 마련되어야 하겠다.

또한, 우리 식문화의 보존을 위해서는 다양한 전통 밀반찬의 개발과 이의 보급에 대한 정부의 관심과 제도적인 뒷받침이 필요하다.

본 연구는 부산 지역의 밀반찬 가게를 대상으로 하였으므로 지역적 특성으로 인해 시판되고 있는 밀반찬 종류가 제한될 수 있다는 점이 한계점이다. 앞으로는 밀반찬 가게에 대한 소비자 및 제조자의 견해에 대한 좀 더 확장된 지역 조사를 실시함으로써 우수한 품질의 밀반찬을 보급하는데 필요한 자료들이 제시되어야 하겠다.

감사의 글

본 연구는 농림부에서 시행한 농림기술개발사업(202088-02-1-GC000)의 연구비 지원에 의해 수행된 연구 결과의 일부로서 이에 감사드립니다.

문헌

- 이형곤 (2005) 즉석식품시장 경쟁 '가속화' 외식경제신문, 3월 17일.
- 한국문화재보호재단 (1999) 한국음식대관 제1권. 한림출판사, 서울, pp499-505.
- Kang US, Chyun JH (1998) A study on Korean traditional food use patterns in households of middle aged women living in Kyunggido and Incheon area. *Korean J Dietary Culture* 13: 461-474.
- Kim KJ, Park KS, Chan EJ, Kim HJ (1994) A study on the dietary habit in Pusan area. *Bulletin of the Human Ecology Research Institute, Dong-A University* 2: 63-78.
- Kwak TK, Lee KY, Park HW, Ryu K, Choi EJ, Hong WS, Jang HJ, Kim SH (1997) The survey of housewives' perception for the development of refrigerated convenience

- foods for Koreans. *Korean J Dietary Culture* 12: 391-400.
- Lee HG, Oh MY (1995) Consciousness, knowledge and food preferences for Korean traditional foods of high school students in Seoul. *J Korean Economics Assoc* 33: 65-87.
- Lee IN, Kim HY, Kim EJ (2004) A survey on the commercial *poggi kimchi* consumer acceptance test prepared in the various region. *Korean J. Dietary Culture* 19: 460-467.
- Lee JM, Choi SE (2001) A survey on the status of utilization and consumers' for commercial soup stock. *Korean J Dietary Culture* 16: 65-72.
- Lyu, ES, Lee DS, Chung SK (2006) A survey of Korean housewives' on the commercial Korean basic side dishes in Busan Area. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 35: 440-447.
- Pearson JM, Capps O, Axelson J (1986) Convenience food use in households with male food preparers. *J Am Diet Assoc* 86: 339-345.
- Sloan AE (2004) Gourmet & specialty food trends. *J Food Technology* 58: 32-38.
- Sloan AE (2006) Trending toward tomorrow. *J Food Technology* 60: 52-57.
- Song JE, Han JS (1995) A survey on perception and purchase about kimchi of housewives in Daegu area. *J Korean Home Economics Assoc* 33: 121-128.
- Yoon GS (1995) A study on the knowledge and utilization of Korean basic side dishes(I). *Korean J Dietary Culture* 10: 457-463.
- Yoon GS, Song YS (1996) A study on the knowledge and utilization of Korean basic side dishes(II). *Korean J Dietary Culture* 11: 593-600.
- Yoon S, Sohn KH, Kwak TK, Kim JS, Kwon DJ (1998) Consumer trends on and food purchasing behaviors and perception for the convenience. *Korean J Dietary Culture* 13: 197-206.

(2007년 3월 22일 접수, 2007년 5월 11일 채택)