

한국 발효 소스의 서양요리 적용에 대한 연구 - 고추장, 된장, 간장, 식초를 중심으로 -

김 지 형¹ · 유 은 이^{2*}

¹숙명여자대학교 부설기관 르 꼬르동 블루-숙명 아카데미, ²우송대학교 외식조리학부

Study on Korean Fermented Sauce applied to Western Cuisine - Focused on Red Pepper Paste, Soybean Paste, Soy Sauce and Vinegar -

Jihyung Kim¹ and Eunyi Yoo^{2*}

¹Le Cordon Bleu-Sookmyung Academy of Sookmyung Women's University, Seoul 04310, Korea

²Dept. of Culinary Arts, Woosong University, Daejeon 34606, Korea

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the possibilities of Korean fermented sauces including red pepper paste, soybean paste, soy sauce, and vinegar as ingredients for Western cuisine. Western cuisine professionals from US and Europe were interviewed for their experienced opinions. To classify the categories, the selected statements were given to other groups of foreign chefs, Korean cuisine professionals and students majoring culinary arts. The first category pointed out that Korean fermented sauces are healthy with 'umami' taste using only natural ingredients. They believe it has high possibilities of matching with many of other foods and also has unique tastes. Korean cuisine professionals were mostly occupied in this category. The second category had negative opinions matching with Western cuisines since Korean fermented sauces are rough and have a strong taste & smell. This category had many Western cuisine professionals. The last category was composed of mainly students majoring in culinary arts. They pointed out that Korean fermented sauces use natural ingredients and have a unique flavor with long-term shelf life. Use of Q methodology was significantly different from previous studies researched by quantitative methods especially for the Korea food service industry.

Key words : Korean fermented sauce, western cuisine, Q methodology

서 론

한식을 해외의 요리연구가들에게 소개하기 위해, 세계적 요리학교인 르 꼬르동 블루는 2004년 한국농수산식품유통공사와 '한국 김치와 르 꼬르동 블루'라는 책을 출간했고, 이 책은 2006년 5월 세계미식 박람회(Gourmand World Media Awards)에서 심사위원 특별상을 수상하기도 하였다(Park WS 2008). 또한 르 꼬르동 블루 인터내셔널의 회장인 Andre J. Cointreau는 2011년 인터뷰를 통해 한국 캠퍼스에 한식과정을 오픈하기 위한 준비를 시작했다고 밝혔다(Oh J 2011). 2010년 정부는 '한식 세계화'를 위해 한식재단을 출범하여 지금까지 다양한 사업을 추진해 오고 있지만, 한식이 가진 차별성과 특·장점에 관한 다양하고 심도 있는 연구가 부족하며, 아직까지 각 분야의 전문가들로부터 '한식은 무엇인가?'에 대한 다양한 의견을 통합하여 모두가 인정할 수 있는 큰 틀

에서의 합의를 이루지 못하였다. 게다가 정부주도하의 보여주기식 해외 프로모션은 다양한 식품관련업체들의 해외시장 신규개척을 돕기보다는 몇몇 대기업들의 국내 기업이미지 홍보를 위한 마케팅 수단으로 전략한 실정이다(Ko Y 2016).

한식은 쌀 위주의 식문화로써 밥에 간과 맛을 낼 수 있는 보조 식재료가 발달하였는데, 이러한 보조 식재료는 긴 겨울 보관에 용이하고, 풍미를 더하는 방법으로 절임과 발효기법이 발달하게 되었다(Shin DH 2010). 발효란, 다양한 식자재를 미생물이나 효소로 화학적 변화를 시켜 맛과 풍미를 나타내는 것으로(Shin DH 2010), 특히 우리나라는 채소 위주의 식단으로 채소에 풍미를 내기 위하여 간장, 고추장, 된장, 식초 등 발효 소스를 첨가하는 방식이 발달하게 되었다. 따라서 우리나라 식문화에 있어서 발효 소스는 맛과 색깔 그리고 향을 부가하고 음식 간의 조화를 이루기 위해 사용되는 서양 음식의 소스보다(Kim HD 등 2002) 미리 제조 및 저장된 소스를 활용하여 특유의 맛과 향을 쉽고 편리하게 표현할 수 있는 특징을 가졌다고 할 수 있다.

* Corresponding author : Eunyi Yoo, Tel: +82-42-629-6269, E-mail: eyy0508@naver.com

이러한 고추장, 된장, 간장, 식초 등의 발효 장류는 한국 식문화에 있어서 맛을 내는 중요한 부분으로써 빼놓을 수 없으며, 장 그 자체만을 섭취할 수도 있고, 소스로도 사용할 수 있다. 특히 한국 장류의 소스로의 가능성은 아직 한식을 모르거나 친근하지 않은 외국인들에게 서양 음식에의 적용과 타문화권 음식과의 퓨전을 통하여 자연스럽게 다가갈 수 있는 식자재로써 충분한 역할을 가지고 있다.

우리나라 주요 장류의 수출은 미국, 일본, 중국, 러시아 연방 위주였으나, 점차 다양화 되고 있으며, 그 추세 역시 2004년을 전후로 하여 크게 성장하고 있다. 하지만 아직까지도 교포 사회나 일본과 중국 같은 비슷한 음식 문화권에서의 소비에 의존하고 있는 형편이다(Shin HW 2010). 반면에, 미국이나 유럽에서 간장(soy sauce)이라는 말 대신 사용되고 있는 ‘기코만(Kikkoman)’이라는 일본의 브랜드 간장이, 타문화권의 음식과의 조화를 고려하여 ‘다레’, ‘데리아키’ 등 다양한 접근을 통하여 일식의 세계화에 일조하고 있는(Lee WK & Park SC 2009) 경우를 통하여 보았을 때, 아무리 작은 식자재라 할지라도 식문화의 세계화에 기여도의 차이는 없다고 할 수 있다. 국내 기업 중 선풍은 우리 발효 식품을 알리는 일환으로 2012년 스페인마드리드 퓨전에서 한국의 장맛을 알리기 위해 현지인들에게 유명 셰프들이 만든 한국의 장을 이용한 요리들을 한국 장의 맛과 향, 질감을 설명하는 ‘장 페어링 맵’을 통하여 제시하기도 하였다(Lee EJ & Mun KC 2012).

또한 학계의 연구는 한식 선호도 위주로 많이 진행되고 있는데, 외국인을 대상으로 한식의 맛, 질감, 세팅, 관능적 특성 등을 파악하고, 외국인들의 미각을 이해하도록 주제를 더 폭넓게 할 필요성이 제기된다(Lee JY 등 2010). 이에 본 연구는 지금까지 대량의 표본을 기반으로 하는 양적 연구 방식을 벗어나 소규모 집단을 통하여 개인의 인지적 차이를 밝히는(Suh YG 등 2011) Q 방법론을 사용하여 외국인 서양 요리 전문가들을 대상으로 한국 발효 소스의 서양 요리 적용에 대한 주관적인 의견을 수렴하여 그 가능성을 타진해 보고, 향후 한국 발효 소스의 서양 요리 적용 및 해외 수출증대를 위한 마케팅 방안을 고려하고자 한다.

연구방법

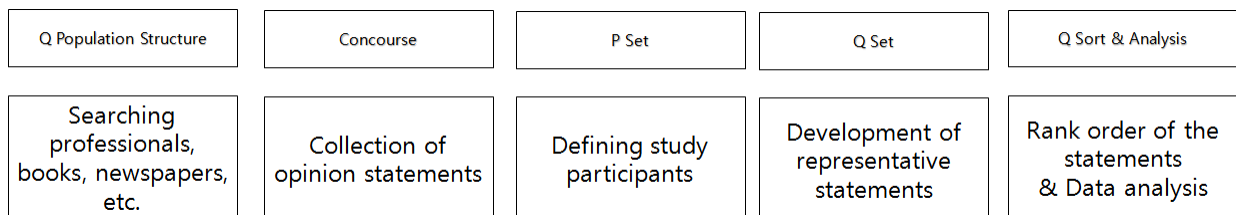


Fig. 1. Research flow.

1. Q 방법론

Kim HK(1992)는 “Q 방법론은 가설로 향하는 논리, 즉 가설 발견의 논리”라고 하였다. 또한 Stephenson W(1982)는 응답자의 주관적인 관점과 개인적인 태도를 파악하고, 감정과 지각 등을 분석하는데 도움이 된다고 하였다. Q 방법론은 과학적인 연구를 하는데 있어서 그 동안 연구자가 제시한 조작적 정의를 바탕으로 모집단의 객관적 의견을 과학적으로 입증하려는 노력에 대한 반발로써(Kim SE 2010), William Stephenson이 인간의 내부적·주관적 의식을 스스로 이해하고 표현하도록 만든 체계이다(Kim HK 1992). 즉, Q 방법론은 모집단 내의 대규모 표본이 되는 개인의 차이가 아닌 소규모 표본 분석을 통하여 개인이 인지하는 차이의 중요성을 탐구하는 것이다(Suh YG 등 2011).

이러한 Q 방법론은 심리학, 광고학, 정치학, 정책학, 정신의학, 간호학 등 사회 과학에서 널리 사용되고 있다(Kim MJ & You HS 2015). 호스피탈리티 분야에서는 관광객 행동(Kim HK & Hong JS 2009; Kim MJ & You HS 2015; Jun YX 2015), 항공사(Suh YG 등 2011), 관광개발(Park EK 등 2014), 의료관광(Ji KY 등 2011; Lee CM & You HS 2013), 도시 이미지(Jo H 2014), 창업(Choi WS 2015), 레스토랑(Kim YG & Hong JS 2009; Cho CB 등 2014), 한식(Kim JK 등 2010), 음료(Yu BH & Hwang J 2013; You HS 2013; Park J 2016), 교육(Kim JH 2006) 등 다양한 분야에서 연구가 이루어지고 있다.

2. Q 모집단 구성 및 Q 표본 수집

Q 방법론은 수행하기 위해서는 Q 모집단의 구성을 해야 하는데, 이것은 전문가, 전문서적, 신문, 방송 등을 통하여 주제와 연관된 자료를 수집하여 Q 진술문(Q statement)을 작성하는 것을 의미한다(Brown SR 1996).

따라서 본 연구에서는 선행연구를 통해 한식의 특징, 고추장, 된장, 간장, 식초와 같은 한국 발효 소스의 특징, 한국 발효 소스의 장점, 한국 발효 소스의 단점, 한국 발효 소스의 가능성의 4개 큰 항목을 도출하여 한국에 거주 중인 미국 및 유럽 등 서양 출신의 조리과 교수 및 셰프 40명을 대상으로 심층 인터뷰를 실시하였다. 이에 따라 총 168개의 진술문을 도출하였다.

Q 모집단 구성원의 인구통계학적 정보는 다음 Table 1과 같다. 국적은 미국이 15명(37.5%)으로 가장 많았으며, 성별은 남성이 36명(90%)으로 높은 비율을 차지하고 있다. 연령은 40대와 50대가 14명, 12명으로 65%를 차지하였고, 학력 수준은 대학 졸업이 18명(45%), 석사나 석사 이상이 16명(40%)으로 비슷한 수준으로 나타났다.

40명의 인터뷰를 바탕으로 도출된 진술문을 바탕으로 Q 표본을 수집하는데, 일반적으로 Q 표본의 수는 60개에서 90개(Kerlinger FN 1972), 40개에서 50개(Brown SR 1980) 등 연구자들에 따라 다양하게 제시하고 있다. 이에 Kim HK(2008)는 절대적으로 합의된 수는 없지만, 그 수가 너무 적을 경우, 차별적인 요인 추출이 힘들다고 주장하고, 30개에서 50개의 표본 수가 적합하다고 하였다. 이렇게 Q 표본을 작성할 때에는 진술문은 연구의 주제와 관련성이 있어야 하며, 응답자의 의견이 표현된 자기 참조적(self-referent)의 성격을 가져야 한다(Kim HK 1992). 또한 하나의 진술문에는 하나의 아이디어를 포함해야 하며, 서로 반대되는 아이디어는 피해야 하며, 너무 난해하거나 애매한 문장은 사용하지 않는 것이 좋다(Kang YJ 2010).

따라서 본 연구에서의 Q 표본은 중복되는 것과 주제에 어

Table 1. Demographic characteristic of Q population

	Item	Frequency	Percentage
Nationality	Australia	2	5.0
	France	10	25.0
	Germany	3	7.5
	Italy	2	5.0
	Swiss	3	7.5
	United Kingdom	5	12.5
	USA	15	37.5
Sex	Male	36	90.0
	Female	4	10.0
Age	30's	7	17.5
	40's	14	35.0
	50's	12	30.0
	60's or above	7	17.5
Academic background	High school	6	15.0
	Undergraduate	18	45.0
	Master degree or above	16	40.0
	Total	40	100.0

긋나는 진술문을 삭제하여 42개의 진술문을 확보하였다(Table 2).

3. P 표본 설정

P 표본은 응답자로 생각될 수 있는 P 모집단으로부터 추출되어 실제로 Q 분류에 참여하는 응답자들이다. Kim CN & Kim HJ(2010)는 Q 방법론은 표본을 통하여 모집단을 추정하는 통계적인 방법과는 다르기 때문에 비확률적 표집 방법이 가능하다고 하였으며, 그 수는 20명에서 30명 내외가 적당하다고 하였다(Kerlinger FN 1972).

본 연구에서는 42개의 Q 표본을 측정하는 데에는 30명의 P 표본이 가장 적합하다는 Van Exel J & De Graaf G(2005)의 연구에 따라 한국에 거주하는 미국 및 유럽 출신의 셰프 및 조리 관계자 10명(조리 경력 5년 이상), 한식 전문가 7명(경력 5년 이상), 국내외에서 조리 경험이 있는 조리과 학생 14명의 총 31명을 P 표본으로 선정하였다.

4. Q 분류

응답자 개인의 주관적인 비교 우위를 나타낼 수 있는 강제분류방법으로 분류하였다(Song IS & Paek J 2013). 응답자들에게 Q 표본의 내용을 부정, 중립, 긍정으로 크게 분류하도록 지시하고, 다시 매우 긍정 +4와 매우 부정 -4를 진술문 2개씩 배치하도록 하였다. 이후 비슷한 방법으로 +3과 -3에 각각 3개씩, +2과 -2에 각각 5개씩, +1과 -1에 각각 7개씩, 마지막으로 중립인 0에 8개의 진술문을 배치하도록 하였다. 응답자의 설문이 끝난 후, Q 표본 배치에 대한 이유를 추가적으로 질문하였다. 이렇게 분류된 것은 PCQ 프로그램을 사용하여 분석하였다(Fig. 2).

결과 및 고찰

1. 유형의 도출

Table 3은 베리맥스를 통하여 회전된 요인 행렬을 나타내고 있으며, 아이겐 값은 1이상으로 통계적으로 유의하며, 누적 설명력 43.2977%를 나타내고 있다. 3개 요인에 구성된 응답자들의 수는 제1유형이 9명, 제2유형이 6명, 제3유형이 13명으로 구성되었다. 그러나 17번, 20번, 27번의 응답자는 3개의 유형에 유의미하지 않아서 무효 처리되었다.

Table 4는 진술문에 대한 응답에 대한 요인점수로 각 유형마다 진술문에 대한 응답 점수를 나타내고 있다.

2. 유형별 분석

1) 제1유형: 다양한 요리 적용이 가능한 건강한 음식

Table 2. Q sample

Categorization	Statements
Characteristics of Korean fermented sauces	It is good for health.
	These are made by all preserved natural ingredients.
	It has a unique flavor from the fermented sauce.
	In vinegar, it tastes just sour, not flavory.
	It is not only hot and spicy but also sweet.
	The spicy taste of these are just simple.
	There is almost no instruction on its back label.
	Chefs need to have more inspiration to use.
	It tastes rough compared to the Japanese sauces.
	In spite of minimum use of these sauces, it brings strong impression of Korean food.
It can be used as a sauce and it also can be eatable by itself.	
Advantage of Korean fermented sauces	It has 'Umami' taste.
	It has numerous lactic ferments.
	Due to its multipurpose, it is suitable to develop new recipes.
	It does not require to put additional salt.
	Traditional and classical sauces have various flavors and types.
	It adds more positive flavors with proper usage.
	It has good balance between acidity and saltiness.
	Unexpected texture and mouth feel creates certain Korean style flavor.
It has a long-term shelf life.	
It helps original tastes of ingredients.	
Disadvantage of Korean fermented sauces	It is too salty.
	This salty taste can badly affect health.
	It needs right parings between ingredients and sauces.
	Sometimes, it does not have enough flavor.
	Foreigners are reluctant to try it at first.
	It has too strong taste and smell.
	It is not modern.
	Without correct information, foreigners could think that all tastes are similar.
	Foreigners could feel unpleasant.
	In case of commercialized products from major producers, all tastes similar.
In case of vinegar and fish sauce, there is no difference between other countries' products.	
The commercialized red pepper pastes are too sweet.	
More information on raw materials of sauces are required.	

Table 2. Continued

Categorization	Statements
Possibility of Korean fermented sauces	It has various possibilities that could be applied to western cuisine.
	The more you experience it, the more you find it addictive.
	It is harmonious with the most of other ingredients.
	It can be used various ways through fusion of other cultures' food.
	Using these sauces are trendy for current societies which consider healthier recipes by using more vegetables.
	In case of vinegar, other countries already have better taste and techniques, therefore, the competitiveness is needed to be considered.
	It could have numerous possibility through enough time in development and promotion.
	These are interesting ingredients.

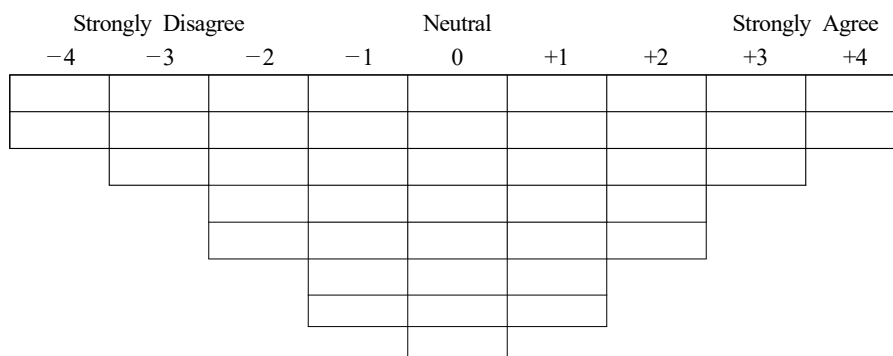


Fig. 2. Distribution chart for Q sorts.

Table 3. Eigen value and explained variants by rotated factor matrix

Order	Profile of the respondent	Sex	Age	Type 1	Type 2	Type 3
1	Korean Cuisine Professional 1	F	35	-0.2097	0.5756 X	-0.0806
2	Korean Cuisine Professional 2	F	31	0.8183 X	0.0671	-0.0130
3	Korean Cuisine Professional 3	F	33	0.4815 X	-0.1819	0.4279
4	Korean Cuisine Professional 4	F	36	0.1466	-0.0401	0.7640 X
5	Korean Cuisine Professional 5	F	30	-0.0835	-0.4536	0.6631 X
6	Korean Cuisine Professional 6	F	32	0.4460	-0.0294	0.5404 X
7	Korean Cuisine Professional 7	F	32	0.1669	0.3235	0.5912 X
8	Western Cuisine Professional 1	F	32	0.4139	0.3156	0.6404 X
9	Western Cuisine Professional 2	M	38	0.3183	0.3319	0.5252 X
10	Western Cuisine Professional 3	F	41	-0.0886	0.2337	0.5359 X
11	Western Cuisine Professional 4	F	39	0.4944	0.0390	0.4982 X
12	Western Cuisine Professional 5	F	30	-0.1630	0.1285	0.4981 X
13	Western Cuisine Professional 6	F	30	0.3123	-0.1936	0.5413 X

Table 3. Continued

Order	Profile of the respondent	Sex	Age	Type 1	Type 2	Type 3
14	Western Cuisine Professional 7	F	42	0.1214	-0.0833	0.6671 X
15	Western Cuisine Professional 8	M	37	0.0613	-0.3367 X	0.0408
16	Western Cuisine Professional 9	M	32	0.2430	0.0985	0.3985 X
17	Western Cuisine Professional 10	M	33	0.5652	-0.3778	0.4429
18	Student Majoring in Culinary Art 1	M	27	0.1457	-0.0866	0.4468 X
19	Student Majoring in Culinary Art 2	M	26	0.1668	0.5962 X	-0.0213
20	Student Majoring in Culinary Art 3	F	23	0.3117	-0.2129	0.3723
21	Student Majoring in Culinary Art 4	F	24	0.4997 X	0.1708	0.1345
22	Student Majoring in Culinary Art 5	F	23	0.4461 X	-0.1376	0.0933
23	Student Majoring in Culinary Art 6	F	23	0.5842 X	0.2907	-0.0766
24	Student Majoring in Culinary Art 7	F	23	0.1474	0.4638 X	0.4308
25	Student Majoring in Culinary Art 8	M	25	0.5628 X	0.1970	0.1406
26	Student Majoring in Culinary Art 9	F	23	0.5706 X	0.1897	0.0353
27	Student Majoring in Culinary Art 10	M	25	0.4165	0.4569	0.3021
28	Student Majoring in Culinary Art 11	M	26	0.1029	0.6989 X	0.1969
29	Student Majoring in Culinary Art 2	F	23	0.5527 X	-0.4470	0.2787
30	Student Majoring in Culinary Art 13	M	26	0.4715 X	0.0698	0.2763
31	Student Majoring in Culinary Art 14	M	26	0.2947	0.6591 X	-0.2323
Eigen value				7.4246	3.8038	2.1946
Variance rate (%)				23.9505	12.2678	7.0795
Accumulated rate (%)				23.9505	36.2183	43.2977

Table 4. Q sorts points for statement

Statement	Points		
	1	2	3
1 It is good for health.	2	1	1
2 These are made by all preserved natural ingredients.	2	2	3
3 It has a unique flavor from the fermented sauce.	4	4	3
4 In vinegar, it tastes just sour, not flavory.	-3	2	-2
5 It is not only hot and spicy but also sweet.	1	0	0
6 The spicy taste of these are just simple.	-2	1	-4
7 There is almost no instruction on its back label.	2	3	0
8 Chefs need to have more inspiration to use.	3	-1	0
9 It tastes rough compared to the Japanese sauces.	0	4	-1

Table 4. Continued

Statement	Points		
	1	2	3
10 In spite of minimum use of these sauces, it brings strong impression of Korean food.	2	-1	-1
11 It can be used as a sauce and it also can be eatable by itself.	3	-2	1
12 It has 'Umami' taste.	3	0	4
13 It has numerous lactic ferments.	4	-1	2
14 Due to its multipurpose, it is suitable to develop new recipes.	1	-4	0
15 It does not require to put additional salt.	-1	-2	-2
16 The traditional and classical sauces have various flavors and types.	1	0	1
17 It adds more positive flavors with proper usage.	2	0	3
18 It has good balance between acidity and saltiness.	0	-3	-1
19 Unexpected texture and mouth feel creates certain Korean style flavor.	-1	-4	-1
20 It has a long-term shelf life.	1	3	4
21 It helps original tastes of ingredients.	0	-2	-3
22 It is too salty.	0	0	-2
23 This salty taste can badly affect health.	1	2	-3
24 It needs right pairings between ingredients and sauces.	1	1	2
25 Sometimes, it does not have enough flavor.	-1	-1	-2
26 Foreigners are reluctant to try it at first.	0	1	-1
27 It has too strong taste and smell.	1	3	-2
28 It is not modern.	-2	1	-4
29 Without correct information, foreigners could think that all tastes are similar.	-2	0	-1
30 Foreigners could feel unpleasant.	0	1	-1
31 In case of commercialized products from major producers, all tastes similar.	-2	2	0
32 In case of vinegar and fish sauce, there is no difference between other countries' products.	-3	-1	-3
33 The commercialized red pepper pastes are too sweet.	-1	2	2
34 More information on raw materials of sauces are required.	0	0	1
35 It has various possibilities that could be applied to western cuisine.	-3	-2	1
36 The more you experience it, the more you find it addictive.	0	-1	2
37 It is harmonious with the most of other ingredients.	-2	-3	0
38 It can be used various ways through fusion of other cultures' food.	-1	-1	2
39 Using these sauces are trendy for current societies which consider healthier recipes by using more vegetables.	-4	-2	0
40 In case of vinegar, other countries already have better taste and techniques, therefore, the competitiveness is needed to be considered.	-4	-3	0
41 It could have numerous possibility through enough time in development and promotion.	-1	0	1
42 These are interesting ingredients.	-1	1	1

Table 5. Statements over +/- 1 standardized points in type 1

No.	Statements	Standard points
3	It has a unique flavor from the fermented sauce.	1.879
13	It has numerous lactic ferments.	1.732
12	It has 'Umami' taste.	1.563
11	It can be used as a sauce and it also can be eatable by itself.	1.367
8	Chefs need to have more inspiration to use.	1.298
10	In spite of minimum use of these sauces, it brings strong impression of Korean food.	1.277
1	It is good for health.	1.246
2	These are made by all preserved natural ingredients.	1.214
17	It adds more positive flavors with proper usage.	1.087
6	The spicy taste of these are just simple.	-1.040
29	Without correct information, foreigners could think that all tastes are similar.	-1.080
4	In vinegar, it tastes just sour, not flavory.	-1.218
35	It has various possibilities that could be applied to western cuisine.	-1.286
32	In case of vinegar and fish sauce, there is no difference between other countries' products.	-1.532
39	Using these sauces are trendy for current societies which consider healthier recipes by using more vegetables.	-1.574
40	In case of vinegar, other countries already have better taste and techniques, therefore, the competitiveness is needed to be considered.	-1.844

Table 5는 제 1유형의 진술문에 대해 긍정적으로 동의하는 진술문은 '발효장에서 오는 특유의 풍미를 가지고 있다.', '유산균이 많다.', '감칠맛이 있다.', '발효 식품 그대로 먹을 수도 있고, 양념으로도 사용할 수 있다.', '셰프들에게 더 많은 영감을 필요로 한다.', '간장, 고추장, 된장의 경우 조금만 들어가도 한식이라는 느낌을 준다.', '건강에 좋다.', '자연재료를 보존하여 만든다.', '잘 사용하면 요리의 맛을 더해준다.'이며, 부정적으로 동의하는 진술문은 '매운 맛이 단조롭다.', '올바른 정보 없이는 외국인에게 모든 맛이 비슷하게 느껴진다.', '식초의 경우, 풍미보다는 산미만 강하다.', '서양 음식에 적용할 수 있는 풍부한 가능성을 가지고 있다.', '식초와 액젓의 경우, 다른 나라의 그것과 차이가 없다.', '채소를 바탕으로 만들어지는 식품으로 건강을 중요하게 생각하는 현대 사회에 적합한 트렌드를 가지고 있다.', '식초의 경우 이미 다른 나라들이 맛과 기술을 앞질렀기 때문에 경쟁 우위 선점에 대해 고려해야 할 것이다.'이다. 위에 진술문을 살펴보면, 제 1유형은 한식 발효장의 특성이 건강식이며, 요리에 활용성이 넓다는 것을 알 수 있다.

2) 제2유형: 특유의 풍미

Table 6은 제 2유형의 진술문에 대해 긍정적으로 동의하는

진술문은 '발효장에서 오는 특유의 풍미를 가지고 있다.', '일식에 비해 투박한 인상을 가지고 있다.', '너무 강한 맛과 향이 있다.', '장기간 보관이 가능하다.', '백라벨에 사용법에 관한 설명이 거의 없다.', '식초의 경우, 풍미보단 산미만 강하다.', '대기업의 상업화된 제품의 경우 맛이 다 비슷비슷하다.', '상업화된 패키지 고추장의 경우 단맛이 강하다.'이며, 부정적으로 동의하는 진술문은 '소금을 추가적으로 사용할 필요가 없다.', '채소를 바탕으로 만들어지는 식품으로 건강을 중요하게 생각하는 현대 사회에 적합한 트렌드를 가지고 있다.', '서양 음식에 적용할 수 있는 풍부한 가능성을 가지고 있다.', '재료 본연의 맛을 잘 살린다.', '대부분의 식자재와 잘 어울린다.', '신맛과 짠맛의 조화가 좋다.', '식초의 경우 이미 다른 나라들이 맛과 기술을 앞질렀기 때문에 경쟁 우위 선점에 대해 고려해야 할 것이다.', '생각지 못했던 식감과 질감으로 한국적인 맛을 만들어 낸다.', '다목적이어서 새로운 메뉴 개발에 좋다.'이다. 위에 진술문을 살펴보면, 제 2유형은 한식 발효장의 특성이 투박하면서도 특유의 풍미라는 것을 알 수 있다.

3) 제3유형: 자연재료를 사용한 발효소스

Table 7은 제 3유형의 진술문에 대해 긍정적으로 동의하는 진술문은 '감칠맛이 있다.', '장기간 보관이 가능하다.', '발

Table 6. Statements over +/- 1 standardized points in type 2

No.	Statements	Standard points
3	It has a unique flavor from the fermented sauce.	1.764
9	It tastes rough compared to the Japanese sauces.	1.527
27	It has too strong taste and smell.	1.517
20	It has a long-term shelf life.	1.403
7	There is almost no instruction on its back label.	1.185
4	In vinegar, it tastes just sour, not flavory.	1.125
31	In case of commercialized products from major producers, all tastes similar.	1.065
33	The commercialized red pepper pastes are too sweet.	1.064
15	It does not require to put additional salt.	-1.091
39	Using these sauces are trendy for current societies which consider healthier recipes by using more vegetables.	-1.151
35	It has various possibilities that could be applied to western cuisine.	-1.301
21	It helps original tastes of ingredients.	-1.316
37	It is harmonious with the most of other ingredients.	-1.330
18	It has good balance between acidity and saltiness.	-1.490
40	In case of vinegar, other countries already have better taste and techniques, therefore, the competitiveness is needed to be considered.	-1.547
19	Unexpected texture and mouth feel creates certain Korean style flavor.	-1.646
14	Due to its multipurpose, it is suitable to develop new recipes.	-1.882

Table 7. Statements over +/- 1 standardized points in type 3

No.	Statements	Standard points
12	It has 'Umami' taste.	1.738
20	It has a long-term shelf life.	1.658
3	It has a unique flavor from the fermented sauce.	1.537
2	These are made by all preserved natural ingredients.	1.433
17	It adds more positive flavors with proper usage.	1.328
36	The more you experience it, the more you find it addictive.	1.194
22	It is too salty.	-1.110
27	It has too strong taste and smell.	-1.215
21	It helps original tastes of ingredients.	-1.283
23	This salty taste can badly affect health.	-1.346
32	In case of vinegar and fish sauce, there is no difference between other countries' products.	-1.543
6	The spicy taste of these are just simple.	-2.070
28	It is not modern.	-2.152

효장에서 오는 특유의 풍미를 가지고 있다.’, ‘자연재료를 보존하여 만든다.’, ‘잘 사용하면 요리의 맛을 더해준다.’, ‘경험치가 늘어갈수록, 알면 알수록 매력적이다.’이며, 부정적으로 동의하는 진술문은 ‘짠맛이 너무 강하다.’, ‘너무 강한 맛과 향이 있다.’, ‘재료 본연의 맛을 잘 살린다.’, ‘소금 함량이 높아 건강에 해로울 수 있다.’, ‘식초와 액젓의 경우, 다른 나라의 그것과 차이가 없다.’, ‘매운 맛이 단조롭다.’, ‘현대적이지 않다.’이다. 위에 진술문을 살펴보면, 제 3유형은 한식 발효장의 특성이 자연 재료를 사용하여 만들어지고, 요리를 더 풍부하게 해주는 것을 알 수 있다.

요약 및 결론

본 연구에서는 슬로우 푸드로 평가 받는 한국의 발효식품인 고추장, 된장, 간장, 식초와 같은 발효 장들이 소스로써 서양 요리의 적용을 타진해 보고자 미국 및 유럽 출신의 서양 요리 전문가들을 Q 모집단으로 설정하였으며, 한국 발효식품의 특성, 장점, 단점, 그리고 가능성에 대해 심층 인터뷰를 진행하여 Q 표본을 도출하였다. 이후, 위 전문가 진술문들의 유형을 분류하고 분석하기 위하여 외국인 셰프, 한식 전문가, 국내외에서 조리 경험을 가진 학생들을 P 표본으로 설정하여 Q방법론을 활용한 연구를 진행하였다.

그 결과, 제1유형은 고추장, 된장, 간장, 식초와 같은 한국의 발효 식품에 대해서 자연의 식재료를 사용하여 감칠맛과 건강한 식품임을 강조하고, 다른 나라와 차별화된 맛으로 다양한 음식의 적용 가능성을 제시하였다. 제2유형은 한국의 발효 식품은 투박하면서도 특유의 강한 맛과 향을 지니고 있어서 여러 식재료와의 어울림이나 서양 음식의 적용에 대해서는 부정적인 의견이었다. 이는 다양한 음식의 적용이 가능하다고 한 제1유형과는 반대의 의견이다. 또한 제품으로 나온 한국 발효식품의 경우, 사용법에 대한 설명이 부족하고 대기업의 제품은 맛의 차별성이 없고 단맛이 강하다는 문제를 제시하고 있다.

제1유형과 제2유형의 차이는 응답자 구성의 차이로 파악할 수 있는데, 제1유형의 경우, 한식 전문가들의 응답비율이 높으며, 제2유형의 경우, 서양 음식 전문가들의 응답비율이 높기 때문이라고 분석된다. 이러한 차이는 현재 한식의 해외 진출에 대한 많은 노력과 연구들이 진행되고 있음에도 불구하고, 서로 간의 시각 차이가 존재하는 것을 나타내 준다. 또한 한국인과 외국인이 한식을 바라보는 시각에서도 큰 차이가 있음을 보여주는데, 아무래도 한국인의 자민족중심주의에 근거한 한국의 것에 대한 애착과 기대가 표현된 것으로 보인다.

제3유형은 우리나라 발효 식품의 특징으로 자연 재료를 사

용하여 만든 발효장이 장기간 보관을 통해 특유의 풍미를 가지게 되는 것에 대해 설명하였다. 이것은 응답자의 대부분이 조리과 학생들로 다양한 음식에의 적용보다는 발효 식품 자체의 특징에 기반을 두어 응답한 것으로 사료된다.

본 연구에서의 찾은 각 유형별 중요 응답을 종합해 보면, 한국의 발효식품은 다양한 요리에 적용이 가능한 자연재료를 사용한 건강한 음식, 적은 양을 사용하여도 발효장에서 오는 한식 특유의 풍미를 낼 수 있고, 장기간 보관이 가능하다는 장점을 가지고 있다. 하지만 본 연구의 주제에 가장 잘 부합하는 서양음식 전문가들의 비율이 높은 제 2유형의 주요 응답문들에 보다 주의를 기울일 필요가 있다. 특히 ‘백 라벨에 사용법에 관한 설명이 거의 없다.’, ‘식초의 경우, 풍미보단 산미만 강하다.’, ‘대기업의 상업화된 제품의 경우 맛이 다 비슷비슷하다.’, ‘상업화된 패키지 고추장의 경우 단맛이 강하다.’ 등의 부정적인 의견에 대응하기 위해, 백 라벨에 직관성을 높인 제품사용법을 추가하고, QR 코드를 삽입하여 스마트폰을 통해 다양한 언어로 된 요리법과 제품설명을 찾을 수 있도록 배려하는 조치가 필요하며, 오로지 국내시장 내 M/S (Market Share)확보를 위해 원가경쟁이 주요 목표가 된 상업화된 대기업의 패키지 장류에 대응할 수 있도록, 생산자마다의 고유한 특성을 살린 발효식품의 개발 또한 필요하다.

본 연구는 그 동안의 사례연구와 정량적인 연구에서 벗어나, Q 방법론을 통해 한국의 발효식품을 국내 거주하는 외국인 셰프 및 교수 등 요리 전문가의 의견을 유형 별로 나누어, 한국의 발효식품의 실제 서양요리 적용에 대한 그 가능성을 확인하고, 부정적 의견 또한 수렴했다는 것에 의의를 찾을 수 있을 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 한식 장류를 소스로써 서양요리 적용에 대한 가능성에 대해 알아보았으나, 한식의 세계화를 위해서는 한식의 맛, 향, 질감, 세팅 등에 대한 평가를 조사하고, 외국인들의 미각에 대한 깊은 이해가 요구된다(Lee JY 등 2010). 따라서 향후 연구들은 다양하면서도 깊이 있는 한식에 대한 연구가 필요할 것이다.

둘째, 현재 세계요리의 트렌드는 아시아, 아프리카와 같은 이국적인 요리에 많은 관심을 갖고 있으며, 퓨전을 통하여 현지화된 요리로써 그 다양화를 실행하고 있다. 따라서 향후 연구에서는 다양한 문화권에서의 한국 발효 소스의 가능성을 파악하는 것이 필요할 것이다.

셋째, 본 연구에서는 진술문에 대해 분류를 하는 P 표본을 시간적·장소적 제약으로 주로 한국에 거주하는 외국인파 조리 전문가들로 선정하였으나, 응답자가 한국에 거주하는 경우 한국에 대해 느끼는 감정에 편견이 발생할 수 있으리라고 사료된다. 따라서 향후 연구에서는 해외 대도시에서 한식

을 접해본 전문가들을 통하여 보다 객관적이고 전문적인 연구가 필요할 것이다.

감사의 글

이 논문은 산업통산자원부의 재원으로 『2015년도 지역주력산업육성사업』의 지원을 받아 수행된 연구임.

REFERENCES

- Brown SR (1980) Political Subjectivity: Applications of Q Methodology in Political Science. New Haven, CT: Yale University Press.
- Brown SR (1996) Q methodology and qualitative research. *Qualitative Health Research* 6(4): 561-567.
- Cho CB, Kim YG, Jin IJ (2014) A study on the restaurant customers' popular interior design style by using the Q method. *Journal of Foodservice Management Society of Korea* 17(1): 27-48.
- Choi WS (2015) Effects of start-up motivation types on start-up behavior among college students majoring in tourism focused on Q-methodology and motivation system theory. *Tourism Research* 40(4): 231-260.
- Jo H (2014) A research of the subjectivities on city image as a MICE destination - With a focus on Busan, Korea. MS Thesis Kyunghee University, Seoul. pp 41-52.
- Ji KY, Lee JY, Han JY (2011) Types of medical tourism product development using deep sea water of Gangwon province. *J Tourism Sci* 35(2): 249-270.
- Jun YX (2015) The study on the typology of Chinese visitor's motivation to Hanok - An application of Q methodology. MS Thesis Kyunghee University, Seoul. pp 49-57.
- Kang YJ (2010) A study on the consumer type for Korean Smartphone users. MS Thesis Sookmyung Hospitality Business School, Seoul. pp 13-14.
- Kerlinger FN (1972) Q methodology in behavioral research. pp 3-38 in Brown SR, & Brenner DJ (eds.). *Science, Psychology, and Communication: Essay Honoring William Stephenson*. Teachers College Press, New York, NY, USA.
- Kim CN, Kim HJ (2010) A study on the voters' attitudes about negative political advertisements. *J Korean Political Sci Soc* 18(1): 21-50.
- Kim HD, Lee YJ, Han JS (2002) A study of western food experience and the influence of sauce on food quality. *J East Asian Soc Dietary Life* 12(4): 307-317.
- Kim HK (1992) Understanding Q methodology for subjective study. *Seoul J Nursing* 6(1): 1-11.
- Kim HK, Hong JS (2009) A study on the motivation and attitudinal factors of overseas travelers-Approach to Q-methodology. *Tourism Management Research* 13(4): 51-75.
- Kim MJ, You HS (2015) Templestay participants' subjectivities: Q methodology. *J Tourism Sci* 39(8): 277-290.
- Kim MJ, Oh MH, Lee HY (2011) A study about restaurant choice attributes, concepts, and preference of Korean food for putting Korean fine dining restaurants into the USA marketplace : Aimed at citizens in the New York City. *J Tourism & Leisure Research* 23(8): 189-209.
- Kim JH (2006) The characteristics of career attitude on the college students specializing in hotel and culinary by personality type. *Family and Environment Research* 44(4): 49-63.
- Kim JK, Kim BG, Lee CS (2010) A study on categorizing Chinese consumers' cognition type on Korean food consumption by Q-methodology. *Korea Trade Research Association* 35(2): 135-156.
- Kim SE (2010) The theory and philosophy. *Korean Soc & Public Admin* 20(4): 1-25.
- Kim YG, Hong JS (2009) Market segmentation in family restaurant customers' by using the Q methodology. *Journal of Foodservice Management Society of Korea* 12(5): 229-248.
- Ko Y (2016) Globalization of Korean Food, Distributing products of Korean company for free to overseas' Korean. *Hankook Ilbo*: in press. <http://www.hankookilbo.com/v/7a6-5f6b93fb941a88db036a8f958d3e6> (accessed on 24. 2. 2017)
- Lee CM, You HS (2013) A Q-methodology analysis of medical tourism in Korea - Focusing on the perception of medical tourism professionals. *Tourism Study* 28(2): 269-286.
- Lee EJ, Mun KC (2012) Globalization of Korean cuisine through Korean sauces - Focusing on the success of world-wide sauces. *Korean J Culinary Research* 18(3): 108-120.
- Lee JY, Kim KJ, Park YH, Kim HR (2010) Preference and perception of Korean foods of foreign consumers by nationality. *Korean J Food Culture* 25(1): 9-16.
- Lee WK, Park SC (2009) A case study on localization strategy for globalization of Korean restaurants. *Journal of Foodservice Industry & Management Research* 5(1): 25-58.
- Oh J (2011) Cointreau wants *Hansik* course for Le Cordon Bleu's Korean campus. *The Korea Herald*: in press. <http://>

- khnews.kheraldm.com/view.php?ud=20110227000183&md=20120422221148_BL Accessed on 13. 9. 2016)
- Park EK, Hong SB, Oh SH (2014) A study of government officials' perception on the impact of tourism development: Focused on the officials in tourism post of Gangwon-do province using Q methodology. *J Tourism Sci* 38(10): 129-152.
- Park J (2016) Brewer's subjectivities of craft beer using Q method. MS Thesis Kyunghee University, Seoul. pp 39-53.
- Park WS (2008) Cointreau family, the owner of 110 years old world famous French culinary school, Le Cordon Bleu visit Korea Weekly Hankook: in press.
- Shin DH (2010) Globalization trends and prospect of Korean traditional fermented foods. *Korean Soc Food Sci Technol* 43(3): 69-82.
- Shin HW (2010) Global red pepper sauce development. pp 48-54 presented at Symposium of Korean Soc Food Sci Nutr, Seoul, Korea.
- Song IS, Paek J (2013) A study on the image and image-determining factors of administrative assistants according to Q-methodology. *J Secretarial Studies* 22(2): 87-116.
- Stephenson W (1982) Q-methodology, inter-behavioral psychology, and quantum-theory. *Psy Record* 32(2): 235-248.
- Suh YG, Kim SR, Suh YK (2011) Exploring consumer types of low-cost carrier using Q methodology. *J Tourism Sci* 35(1): 145-164.
- You HS (2013) A Q-methodology study on the perception of domestic Wine market for wine mania. *Northeast Asia Tourism Research* 9(4): 123-145.
- Yu BH, Hwang J (2013) Wine experts' subjectivities of Young-Dong red wine made from Campbell-Early grape: Q method. *J Tourism Sci* 37(3): 103-123.
- Van Exel J, De Graaf G (2005) Q methodology, A sneak preview. https://www.researchgate.net/profile/Gjalt_Graaf/publication/228574836_Q_Methodology_A_Sneak_Preview/links/02bfe50f946fc9978b000000.pdf Accessed on 8. 6. 2016.

Date Received	Feb. 8, 2017
Date Revised	Feb. 27, 2017
Date Accepted	Apr. 13, 2017