

여성의 커피와 다류의 섭취에 영향을 주는 요인에 관한 연구⁺

손경희 · 이민준* · 민성희** · 이현주

연세대학교 생활과학대학 식품영양학과, 연세대학교 생활환경대학원 식품영양정보관리 전공*, 세경대학 관광호텔조리과**
(2000년 11월 6일 접수)

A Study on the Factors Affecting the Consumption of Coffee and Tea among Female in Seoul⁺

Kyung-Hee Sohn, Min-June Lee*, Sung-Hee Min** and Hyun-Jou Lee

Department of Food and Nutrition, College of Human Ecology, Yonsei University

*Food & Nutrition Information Management, The Graduate School of Human Environmental Sciences, Yonsei University**

*Department of Hotel Culinary Art, Saekyung College***

(Received November 6, 2000)

Abstract

The purposes of this study are : (a) to investigate the attitude to various coffee and tea of women, (b) to analyze the characteristics of each classified group according to eating frequency, and (c) to abstract the factors which can influence the consumption of coffee and tea.

Questionnaires were hand delivered to 1,200 women residing in Seoul. A total of 1012 was usable: resulting in 84% response rate. Statistical data analysis was completed using SAS Package program for the one way-analysis of variance(ANOVA), Duncan's multiple comparison test, factor analysis and analysis of covariance (ANOCOVA).

- (a) Instant coffee was most consumed(22.1 times a month), green tea in tea bag(8.7), Donggulre tea(8.3), Coffee (7.2) in order of frequency. Among Korean traditional tea Donggulre tea(8.3) and Yuja tea (2.0) were most preferred but still a minute quantity of Korean traditional tea was enjoyed.
- (b) Coffee and Black tea was regarded unhealthful but habitual, delicious and familiar beverage. Green tea was regarded good for health but not so habitual, practical and familiar. The consumer awareness can be grouped into 3 classes : Healthy factor, Habitual · Practical factor, Familiar factor.
- (c) The sociodemographic characteristics of women influenced the beverage consumption. Women in their 30s and 40s consumed much of instant coffee and coffee. 10s and 20s consumed much of canned coffee. Working women drank much of instant coffee and green tea in tea bag. Women in highest income group($\geq 4,000,000$ won/month) consumed much of coffee.
- (d) The factors which influenced the eating frequency of those beverages were various. The eating frequency of instant coffee was influenced by the age, familiar factor and habitual · practical factor. And coffee were influenced by income level, habitual · practical factor. The frequency of green tea in tea bag was influenced by habitual · practical factor and familiar factor, green tea was influenced by healthy factor and habitual · practical factor, Donggulre tea was influenced by habitual · practical factor.

Key Words : coffee. tea. consumption. female. eating frequency. influencing factor

⁺ This reaserch was supported by 1999 grant from the Pacific Foundation for encouragement of learning and culture.

I. 서 론

우리 조상들은 예로부터 화채, 수정과, 식혜 등의 음료를 가정에서 제조하여 즐겨 음용해 왔으며, 그 외에도 고유의 음료로서 곡류, 과일류, 화근피류를 이용하는 전통 대용차를 음용해 왔다¹⁾.

차는 지금으로부터 약 5000년전 염제 신농이 100여 가지의 풀을 먹어보고 그 효능을 시험해보다가 몸에 독이 배었는데 차를 마시고 독을 풀었다는 기록이 전해지고 있어 인류의 역사와 더불어 시작되었으며 커피, 코코아와 함께 3대 비알코올성 기호음료로 세계 인류의 50%가 마시고 있다²⁾. 이와 같이 차는 오랜 세월 동안 민간의약용으로 질병 치료의 목적으로 이용되어 왔으며 점차 경험적인 효능이 인정되면서 음료로 이용되어 왔다. 그러나 최근에는 일상생활의 예절 등 사회의 문화와 정신의 상징일 뿐만 아니라 영양공급과 노화억제, 생체리듬의 조절, 면역력 증진 등 복잡한 생명활동을 조절하는 기능성이 과학적으로 규명됨에 따라 기능성 식품으로서 가치가 재평가되고 있으며, 한국의 다류는 기호음료로서의 그 사회적 용도 뿐만 아니라 건강지향적 목적에서도 이용되고 있다³⁾⁴⁾.

1900년대이후 사회가 점차 산업화, 서구화되면서 한국고유의 차 소비에도 영향을 주게 되었다. 탄산음료, 우유, 주스 등의 소비가 증가되었으며, 전통차보다 커피 마시기를 일상화하여 커피의 수입량은 증가 추세에 있으며⁵⁾, 커피음료 시장은 2000년에 들어와서 전년대비 20%가량 성장한 2200억대로서 식품업계에서는 기존의 캔커피 외에 병, 컵, 팩 등의 다양한 용기에 담긴 커피들을 선보이고 있으며 고급형 에스프레소 형태로 커피시장이 급속하게 전환되고 있다⁶⁾.

우리 나라의 국민소득이 향상되면서 건강에 대한 욕구의 증가와 함께 음식문화에도 변화가 일어나고 있어서 일상적인 식음료 섭취에서도 소비자는 자신의 기호에 맞으며 건강에 좋은 음료를 찾고 있다. 최근 우리 국민들의 소비성향이 연령별로, 계층별로 다를 뿐 아니라, 교육수준이나 소득수준에 의해서도 소비패턴이 다양화되고 있는 추세이다. 성별에 따른 음료섭취량을 조사한 연구에서는 남성의 1일 총음료 평균 섭취량은 1633ml로 여성의 1321ml보다 많았고 식수, 탄산음료와 우유, 과일주스류에 있어서 남성의 섭취량이 많으나 커피를 비롯한 다류의 섭취는 여성의 섭취가 높은 것으로 조사되었다⁷⁾. 특히 많은 여성들은 건강 뿐 아니라 체중 조절에 대한 관심이 증가하고 있으며, 이러한 관심도는 식음료의 선택에도 반영되는 것으로 생각된다. 식생활을 담당하는 여성들의 직장 진출과 사회 참여증가, 소비의식과 행동의 변화, 소득 증대와 생활 수

준의 향상 등은 여성의 가치관과 생활 양식에 변화를 주면서 식생활에 커다란 영향력을 행사하게 되었으며 우리나라도 선진국에서 이미 겪어왔던 소비패턴과 일맥 상통하듯이 가정의 여성 중심 소비패턴으로의 이행이 진행중이다⁷⁾⁸⁾. 이러한 소비자 성향의 변화는 식음료의 수요에 있어서도 소비자의 행동이 다양해 질 것으로 예상할 수 있다⁹⁾.

식음료가 전반적인 식품섭취 및 식품비 지출에 차지하는 비율이 점차 증가하고 있으며, 더 나아가 영양 및 건강상태에 미치는 영향의 중요성도 증가하고 있으며 기호식품에 대한 소비자들의 다양한 요구가 증대되고 있다. 그러나 국내에서 식음료의 섭취 실태 및 이와 관련된 요인에 관한 연구는 극히 제한되어 있어, 음료에 대한 조사연구는 전국 도시별 식품생산과 수출입현황에서 얻어진 결과와 가구당 월평균 음료소비량과 음료구매비에 대한 통계치가 조사되고 있을 뿐이다¹⁰⁾¹¹⁾¹²⁾.

이에 본 연구에서는 각 연령층의 여성을 대상으로 각종 커피와 차에 대한 인식/태도 및 섭취 실태를 조사하고, 커피와 차의 종류에 따라 이를 주로 선택하는 집단의 특성을 파악하며, 각 식음료별 섭취에 영향을 주는 변인들을 추출하고자 하였다. 따라서 본 연구의 결과는 향후 식음료의 마케팅 전략 및 새로운 음료 개발을 위한 기초자료로서, 그리고 음료 선택에 대한 식생활 지도 및 영양교육을 위한 자료로 이용될 수 있을 것으로 기대된다.

II. 연구 방법

본 연구는 단면연구로, 서울에 거주하는 각 연령층의 여성을 대상으로 질문지법을 이용하여 커피와 다류에 대한 섭취 실태 및 이들의 음료에 대한 인식을 조사하였으며, 커피 및 차의 종류에 따라 섭취에 영향을 주는 변인에 대해 분석하고자 시행되었다.

1. 조사 대상 및 기간

본 연구에서는 여성의 커피와 다류의 소비구조의 차이를 분석하기 위해 연령별로 10대, 20대, 30대, 40대, 50대 이상에 속하며 서울에 거주하는 여성을 연구대상으로 선정하였다. 이를 위해 서울에 위치한 중학교, 고등학교, 대학교에 재학중인 여학생들과 그들의 어머니들을 조사 대상으로 임의로 추출하였다. 연구자가 본 연구의 목적 및 연구가설에 따라 조사 내용이 포함된

질문지를 작성해 예비조사를 실시한 후, 질문지를 수정·보완하여 2000년 4월 1일~5월 31일에 걸쳐 본 조사를 실시하였다. 총 1200명에게 설문지를 배부하였으며 이 중 1012부가 회수되어 회수율은 84%이었다.

2. 조사도구

본 연구의 조사도구인 자기기입형 설문지는 조사대상자의 특성, 건강에 관련된 특성, 커피와 다류에 대한 일반 사항, 커피와 다류에 대한 인식, 커피와 다류의 종류별 섭취빈도 등 총 다섯 부분으로 구성되었다.

3. 자료의 분석

자료의 분석은 SAS PC package program을 이용하였다. 모든 자료에 대해 기술통계량인 평균, 빈도, 백분율 등을 구하였고, 조사대상자의 사회인구학적변인에 따른 각 음료의 섭취빈도의 차이는 일원분산분석(one-way-analysis of variance; ANOVA)으로 검증하였으며, 집단간의 차이는 Duncan's multiple comparison test를 이용하였다. 커피와 다류의 종류별로 음료에 대한 인식을 유형화하기 위해 총 9문항에 대해 요인분석(factor analysis)을 시행하였으며, factor 추출법은 principal component analysis에 의하였고 varimax 방법으로 인자회전을 하였다. 한편, 각 음료의 섭취빈도에 영향을 주는 독립변인을 분석하기 위해, 공분산분석(analysis of covariance; ANOCOVA)을 시행하였다. 유의성 검증은 유의 수준 $\alpha=0.05$ 에서 통계적으로 유의하다고 보았다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반사항 및 건강 관련 사항

1) 일반사항

조사 대상자의 평균 연령은 29.7세(SD=12.76)였으며 19세 이하는 26.8%, 20-29세는 25.3%, 30-39세는 20.4%, 40-49세는 18.8%, 50세 이상은 8.8%의 분포를 보였다. 주 성장지역은 대도시가 73.3%로 가장 많았고 중소도시가 15.1%, 농어촌은 11.6%로 나타났다. 조사대상자는 취업여성이 20.4%, 전업주부가 31.7%, 중고생이 25.5%, 대학생이 22.4%의 분포를 보였다. 가계의 한달 총수입은 400만원이상이 12.5%, 300만원이상 400만원미만이 11.5%, 200만원이상 300만원미만이 19.3%, 100만원이상 200만원미만이 22.5%였고 100만원이하가 46%로 조사되었다(Table 1).

2) 조사 대상자의 신체 체격 지수

신체 체격 지수(Body Mass Index: 이하 BMI)를 이용하여 본 연구의 조사대상자들을 분류해 보면 42.8%가 저체중이었고 51.1%가 정상 체중에 속하였으며 과체중은 40%, 비만은 2.1%에 해당하였다. BMI 값이 20 미만인 경우 건강장애가 예상되는 저체중 집단으로 분류한 근거로 볼 때 본 조사 대상자의 42.8%가 저체중에 속하여 이들의 건강상태가 우려되는 결과를 보였다. 여대생들은 마른 체형에 대한 선호로 지나친 체중 조절과 저체중을 유지하기 위하여 부적당한 식사를 하고 있다는 보고가 있으며 이들이 이상적으로 생각하는 체중과 건강상의 바람직한 체중과는 상당한 차이가 있음이 보고된 바 있다¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾. 여고생을 대상으로 한 조사에서는 전체 조사 대상자 중 저체중의 비율이 23.1%

<Table 1> Sociodemographics of respondents

Number(%)

	≤19	20-29	30-39	40-49	≥50	
Age	271 (26.8)	256 (25.3)	206 (20.4)	190 (18.8)	89 (8.8)	
Grown area	Big city 726 (73.3)	Small city 150 (15.1)	Rural 115 (11.6)			
Occupation	Employed 191 (20.4)	Housewife 296 (31.7)	Middle. High School student 238 (25.5)	College student 209 (22.4)		
Monthly income (10,000 won)	<100 44 (4.6)	100-199 218 (22.5)	200-299 187 (19.3)	300-399 111 (11.5)	>400 121 (12.5)	no response 286 (29.6)

를 나타낸 바 있는데¹⁶⁾ 본 연구에서 42.8%로 높게 나타난 것은 대상자의 22.4%가 여대생이었고 이들의 저체중 선호도에 의해 다른 연구에서의 저체중 인원의 비율보다 높게 나왔을 것으로 여겨진다.

3) 체형 관련 태도

체형에 대한 설문 내용은 자신의 체형에 대한 만족도와 체중조절에 관한 것으로 구성되었다. 이 중 체형에 대한 만족도는 자신의 체형에 대하여 불만족하는 비율이 전체의 54.4%를 차지하였으며 체중조절 관심도에 대한 조사에서는 관심있다고 응답한 사람들이

72.2%로 높게 나타났으며, 이 결과는 자신의 체형에 만족해하는 사람들도 체중조절에는 상당수가 관심을 갖고 있다는 것을 의미한다. 우리 나라에서도 체중조절 실태가 점차 알려지고 있는데 여고생을 대상으로 한 조사에서 체중조절을 시도한 경험이 있는 학생이 28.7%, 앞으로 해 볼 의향이 있는 여고생이 54.9%라고 하였으며¹⁷⁾, 자신의 체형이 뚱뚱하다고 여길수록 체중조절에 대한 관심도가 컸고 체중조절 경험도 많았으며 다른 경우에는 체중조절에 관심이 적고 체중조절 시도도 매우 적다고 하였다¹⁸⁾. 본 연구에서 조사 대상자들은 51.4%가 체중조절을 시도해 본 경험이 있는 것으로 나타나 여성들의 체중에 대한 관심도가 높다는 것을 알 수 있었다(Table 2).

<Table 2> Health related characteristics of respondents

category	number	%
Obesity index		
-under weight (BMI < 20)	404	42.8
-normal (BMI 20-24.9)	483	51.1
-over weight (BMI 25-27)	38	4.0
-obese (BMI > 27)	20	2.1
Satisfaction on body image		
-much satisfied	11	1.1
-satisfied	91	9.0
-so so	358	35.5
-unsatisfied	428	42.4
-much unsatisfied	121	12.0
Interest on weight control		
-much interested	240	23.8
-interested	487	48.4
-so so	209	20.8
-not interested	64	6.4
-not at all	7	0.7
Self-reported health status		
-good	385	39.0
-fair	497	50.4
-bad	105	10.6
Weight control		
yes	512	51.4
no	485	48.6
Smoking		
yes	18	2.0
no	905	98.0
Drinking		
yes	553	58.1
no	398	41.9
Formula		
yes	156	18.5
no	980	81.5
Supplement		
yes	30	3.0
no	980	97.0
Herbal medicine		
yes	20	2.0
no	990	98.0

4) 건강 자각과 건강 관련 습관에 대한 조사

건강 자각에 대한 조사에서는 건강하다고 응답한 사람이 전체의 39%로 나타났으며 보통이라고 응답한 사람은 50.4%였으며 불량하다고 응답한 사람도 10.6%로 조사되었다. 흡연상태에 대한 조사에서는 조사대상자의 98%가 흡연을 하지 않는 것으로 응답하였으며 음주실태에 대한 질문에서 58.1%에 해당되는 사람이 술을 마신다고 하여 여성들에게 음주 문화가 보편화되어 있음을 알 수 있었다. No의 연구에서는 횡수에는 차이가 있지만 자취 여대생의 91.7%가 음주를 한다고 하였고¹⁹⁾, 다른 연구에서도 여대생의 84%가 음주를 한다고 한 것으로 보아¹⁹⁾, 다양한 연령층의 여성을 대상으로 한 본 연구에서 조사된 58.1%에는 여대생의 음주 실태가 크게 작용하였으리라 사료된다.

건강관리에 대한 질문에서 조사대상자들 중 18.5%는 영양제를 섭취한다고 하였으며 건강보조 식품을 섭취하는 사람은 전체의 3%, 보약을 먹는 사람은 2%로 나타났다(Table 2).

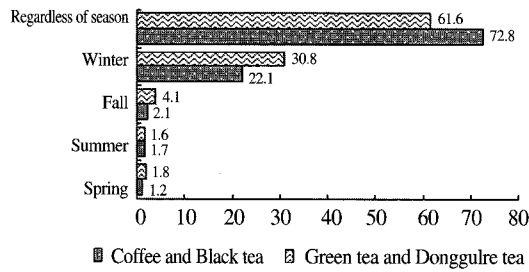
2. 각종 커피와 다류의 섭취실태

1) 계절별 소비 변화

계절에 따른 커피 및 다류의 소비 변화는 (Figure 1)과 같다. 커피, 홍차, 녹차, 등글레차는 계절에 관계없이 섭취하는 음료로 조사되었다.

녹차와 등글레차는 겨울에도 상당수 섭취하지만 계절에 관계없이 많이 섭취되는 것으로 조사되었는데 이것은 녹차와 등글레차는 뜨거운 차의 형태와 동시에 식수의 형태로 차게 음용하는 경우도 많기 때문으로 여겨진다.

대학생의 음료습관과 식습관에 대해 조사한 연구에서 커피는 사계절 변함없이 마시는 비율이 높았으며



<Figure 1> Seasonal variation of coffee and tea consumption (%)

녹차와 전통 다류는 겨울에 많이 섭취하는 것으로 나타났다¹²⁾.

2) 커피와 다류의 섭취빈도

각종 커피와 다류의 섭취 빈도는 <Table 3>과 같다. 각 음료의 월 평균 섭취 빈도는 인스턴트 커피의 경우 22.1회로 가장 높은 섭취 빈도를 나타내었으며, 티백 녹차(8.7회), 등글레차(8.3회), 원두커피(7.2회)의 순이었다. 거의 먹지 않는다고 응답한 비율을 보면 캔녹차가 95.2%, 홍차 80.5%였다. 하루에 2회 이상 섭취하는 음료로는 인스턴트 커피가 19.8%로 가장 많은 비율을 차지하였으며 원두커피가 4.4%, 티백녹차가 4.2%를 차지하였다. 대학생을 대상으로 한 Park의 연구에서 커피

는 남녀 차이 없이 하루에 1-2회 마시는 음료로 가장 높은 빈도를 보였고 홍차와 녹차는 섭취빈도가 낮은 것으로 보고되어²⁰⁾ 본 조사와 일치된 결과를 보였다.

전통다류에 대한 섭취 빈도 조사에서 빈도수가 높은 것은 유자차, 등글레차, 울무차 등이었으며 조사 항목 중 모과차, 오미자차, 쌍화차 등은 거의 마시지 않는다고 응답한 사람의 비율이 높은 음료였다. 대학생을 대상으로 한 연구에서 쌍화차, 오미자차등은 섭취 경험도 없었다고 하였으며²⁰⁾, Kim의 연구에서는 전통 음료가 준비하기 번거로움 때문에 섭취하지 않는다고 하였다²¹⁾. 세계화, 국제화의 추세에 전통적인 것이 강조되면서 관심이 커져 현대적 생산체계를 갖춘 다양한 전통음료들이 출시되었으며 캔제품의 식혜, 수정과, 녹차 등은 우리 전통음료에 대한 새로운 소비문화를 유도하게 되었지만 아직도 전통음료에 대한 섭취는 보편적이지 못한 것으로 사료된다.

3) 사회인구학적 변인에 따른 섭취빈도의 차이

본 연구에서는 조사대상자의 사회인구학적 변인(연령, 직업, 소득수준, 최종학력)에 따라 각종 식음료의 섭취빈도에 차이가 있는지를 검증하기 위해 일원분산분석(one-way analysis of variance)을 시행하였다. 연령은 10대, 20대, 30대, 40대, 50세 이상의 5그룹으로 분류하였고, 직업의 경우 대학생과 중·고등학생의 생활양

<Table 3> Frequency of Coffee and Tea Consumption

Item	Frequency(%)						M±SD ¹
	Hardly	1-3/month	1/week	2-4/week	1/day	≥2/day	
Coffee, instant	36.8	9.5	6.7	10	1.73	19.8	22.1 ² ±30.02
Coffee, brewed	58.0	14.4	8.7	6.6	7.8	4.4	7.2±17.60
Coffee, canned	58.7	19.6	10.8	6.3	4.0	0.5	3.2±8.94
Black tea	80.5	10.3	3.1	3.6	1.7	0.9	2.2±10.56
Green tea,tea bag	45.4	17.4	13.0	10.4	9.7	4.2	8.7±19.22
Green tea,leaf	71.5	10.8	6.0	4.7	4.3	2.7	5.0±17.80
Green tea,canned	95.2	2.4	1.6	0.5	0.1	0.2	0.5±5.72
Yuja tea	60.5	27.5	7.2	2.7	1.9	0.3	2.0±6.63
Mogua tea	93.8	4.4	1.3	0.1	0.3	0.1	0.3±3.02
Ginger tea	86.6	9.2	2.9	0.5	0.5	0.2	0.7±4.1
Donggulre tea	63.2	16.8	6.9	4.1	2.7	6.4	8.3±25.17
Gingseng tea	89.2	6.8	2.5	0.6	0.5	0.3	0.7±4.84
Ssangwha tea	92.1	5.4	1.3	0.5	0.5	0.1	0.5±4.44
Omija tea	93.2	4.2	0.8	0.9	0.5	0.3	0.6±4.84
Yulmu tea	66.7	21.4	7.7	2.8	1.2	0.2	1.6±5.85

1. Mean ± Standard deviation

2. The mean value of eating frequency

(ex) once a month → 1 once a week → 4 once a day → 30 twice a day → 60

식에는 비교적 차이가 크기 때문에 대학생, 중·고등학생, 주부, 취업여성의 4그룹으로 분류하였다. 소득수준은 100만원미만에서 400만원 이상까지 5그룹으로 나누었으며, 교육수준의 경우에는 본 조사대상에 학생이 포함되었기 때문에 현재 재학중인 학생을 제외하고 최종학력으로 3그룹으로 분류하였다. 또한 분석을 위해 종속변수인 각 음료의 섭취빈도를 한달 기준으로 점수를 부여하여 연속변수로 전환하였다. 예를 들면, 1달에 한번 섭취하는 경우는 1점, 하루에 한번 섭취하는 경우는 30점의 점수를 부여하였다.

(1) 연령에 따른 커피와 다류의 섭취빈도의 차이

조사대상자의 연령에 따른 각 음료의 섭취빈도의 차이를 <Table 4>에 제시하였다.

커피, 홍차 및 녹차의 섭취빈도는 홍차와 캔녹차를 제외하고는 연령에 따른 차이를 보여주었다. 인스턴트 커피의 평균섭취빈도는 22.1로 가장 높았고, 다음으로는 티백녹차, 원두커피, 녹차잎의 순이었다. 인스턴트 커피의 섭취는 30대의 경우 평균 38.8로 가장 높아, 하루에 한 번 이상으로 섭취하는 것으로 나타났고, 다음으로는 40대와 50세이상의 순이었으며, 연령층간에 유의적인 차이를 보여주었다. 원두커피의 경우는 40대에서 가장 높았고 캔커피의 섭취는 10대와 20대의 경우 다른 연령층에 비해 유의적으로 높았다. 티백녹차의

섭취는 30세 이상의 연령층이 30세미만의 연령층에 비해 유의적으로 높았으며, 녹차잎을 이용한 녹차의 섭취는 40세 이상에서 다른 연령층에 비해 높은 것으로 나타났고, 캔녹차의 경우 전반적으로 한달에 1번도 섭취하지 않는 것으로 조사되었다. 녹차의 섭취빈도를 조사한 다른 연구에서 남성은 하루 2잔 이상이라고 응답한 비율이 3.7%였으며 여성은 2.3%로 나타나 남성보다 여성의 녹차 섭취 비율이 낮다고 하였으며 연령별로는 20-30대가 많이 섭취한다고 하여 본 조사와는 다른 양상을 나타내었다⁹⁾.

전통음료의 섭취는 등글레차를 제외하고는 극히 낮은 것으로 나타났는데 등글레차의 경우, 식수로 음용하는 가정이 있기 때문에 섭취빈도가 다른 음료에 비해 높은 것으로 사료된다. 20대의 섭취가 가장 낮았고 특히 10대와 30대 연령층에 비해 유의적으로 낮은 것으로 나타났다. 서울 주거민 대상의 음료 섭취 실태 조사에서는 커피·홍차를 포함한 카페인 음료의 하루 소비량이 성인군에서 97.9ml로 가장 많이 섭취하였으며 대학생군 87.8ml, 고등학생군 80.2ml, 중학생군에서 7.7ml로써 연령이 낮아짐에 따라 섭취량이 적게 나타났다⁶⁾.

(2) 직업에 따른 커피와 다류의 섭취빈도의 차이

조사대상자의 직업에 따른 각 음료의 섭취빈도의 차이를 <Table 5>에 제시하였다.

<Table 4> Frequency of coffee and tea consumption by age

item	age	all	<20	20-29	30-39	40-49	≥50	F-value
Coffee, instant ****		22.1 ¹	4.4 ^e	18.8 ^d	38.8 ^a	31.9 ^b	25.9 ^c	53.73
Coffee, brewed ****		7.2	1.5 ^c	6.1 ^b	10.0 ^b	14.1 ^a	7.8 ^b	15.99
Coffee, canned ****		3.2	3.9 ^a	5.7 ^a	1.3 ^b	1.8 ^b	0.4 ^b	10.62
Black tea ^{NS}		2.2	1.6 ^{ab}	2.5 ^{ab}	0.7 ^b	3.6 ^a	3.2 ^{ab}	1.80
Green tea, tea bag ***		8.7	5.7 ^c	7.0 ^{bc}	12.1 ^a	10.6 ^{ab}	10.8 ^{ab}	4.37
Green tea, leaf ****		5.1	3.7 ^c	2.3 ^c	4.8 ^{bc}	9.9 ^a	8.3 ^{ab}	5.92
Green tea, caned ^{NS}		0.5	0.6	0.4	0.0	0.9	0.3	0.65
Yuja tea ***		2.0	3.2 ^a	1.0 ^b	1.4 ^b	2.4 ^{ab}	1.9 ^{ab}	4.2
Mogua tea ^{NS}		0.3	0.5	0.2	0.3	0.4	0.3	0.40
Ginger tea ^{NS}		0.7	0.7	0.3	0.4	1.0	1.2	1.62
Donggulre tea ***		8.3	10.6 ^{ab}	3.7 ^c	12.6 ^a	7.7 ^{abc}	6.1 ^{bc}	4.34
Ginseng tea ****		0.7	0.1 ^c	0.3 ^c	0.1 ^c	2.6 ^a	1.5 ^b	9.61
Ssanwha tea ^{NS}		0.5	0.6	0.1	0.3	1.2	0.7	1.71
Omija tea ^{NS}		0.6	0.7	0.5	0.3	1.2	0.3	0.93
Yulmu tea *		1.6	2.2 ^a	1.9 ^{ab}	0.6 ^b	1.6 ^{ab}	2.0 ^a	2.50

1: The mean value of frequency

ex) once a month→1, once a week→4, once a day→30, twice a day→60

NS: Not Significant

+ 0.05 < p < 0.1 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005 **** p < 0.001

a-e: The group of same letter is not significantly different.

<Table 5> Frequency of coffee and tea consumption by occupation

item	occupation	Mean	Employed	House wife	Student		F-value
					college	middle & high	
Coffee, instant****		21.7 ¹	37.5 ^a	30.9 ^b	14.8 ^c	4.0 ^d	70.90
Coffee, brewed****		7.3	12.7 ^a	11.1 ^a	4.4 ^b	1.4 ^b	20.85
Coffee, canned****		3.2	1.6 ^c	1.1 ^c	6.4 ^a	4.0 ^b	16.49
Black tea ^{NS}		2.3	2.8	2.3	2.8	1.5	0.53
Greentea, tea bag****		8.7	14.9 ^a	9.1 ^b	5.9 ^b	6.1 ^b	9.14
Green tea, leaf**		5.2	7.7 ^a	7.0 ^a	2.2 ^b	4.1 ^{ab}	4.06
Green tea, canned ^{NS}		0.5	0.2	0.6	0.4	0.7	0.28
Yuja tea****		2.0	1.1 ^b	2.2 ^{ab}	1.1 ^b	3.4 ^a	5.86
Mogua tea ^{NS}		0.3	0.4	0.3	0.1	0.4	0.41
Ginger tea ^{NS}		0.7	0.6	1.0	0.3	0.7	0.95
Donggulre tea*		8.1	8.1 ^{ab}	9.5 ^a	3.7 ^b	10.4 ^a	3.12
Ginseng tea***		0.7	1.3 ^a	1.4 ^a	0.2 ^b	0.1 ^b	4.53
Ssanghwa tea ^{NS}		0.5	0.6	0.7	0.1	0.6	0.91
Omija tea ^{NS}		0.7	0.6	0.7	0.7	0.6	0.02
Yulmu tea ⁺		1.7	1.1 ^b	1.2 ^{ab}	2.0 ^{ab}	2.3 ^a	2.41

1: The mean value of frequency

ex) once a month→1, once a week→4, once a day→30, twice a day→60

NS: Not Significant

+ 0.05 < p < 0.1 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005 **** p < 0.001

a-e: The group of same letter is not significantly different.

<Table 6> Frequency of coffee and tea consumption by family income (10,000 won)

item	income	all	<100	100-199	200-299	300-399	≥400	F-value
Coffee, instant*		26.5 ¹	22.4 ^a	31.7 ^a	22.0 ^a	26.4 ^a	25.8 ^a	2.58
Coffee, brewed***		8.0	2.0 ^b	7.1 ^b	7.3 ^b	7.3 ^b	13.5 ^a	4.00
Coffee, canned*		2.4	2.7 ^{ab}	1.3 ^b	2.9 ^{ab}	2.0 ^{ab}	3.9 ^a	2.47
Black tea ^{NS}		1.8	0.2	1.5	1.3	2.7	3.0	1.14
Green tea, tea bag ⁺		9.4	4.6 ^b	9.6 ^{ab}	7.6 ^{ab}	10.0 ^{ab}	13.2 ^a	2.14
Green tea, leaf ^{NS}		5.1	3.7	6.0	3.6	4.2	7.3	1.13
Green tea, canned ⁺		0.4	0.0 ^b	0.3 ^b	0.1 ^b	0.0 ^b	1.7 ^a	2.29
Yuja tea ^{NS}		1.6	1.1	1.4	1.9	1.8	1.4	0.50
Mogua tea ^{NS}		0.2	0.2	0.1	0.3	0.5	0.2	0.68
Ginger tea ^{NS}		0.6	0.2	0.6	0.7	0.7	0.4	0.56
Donggulre tea ^{NS}		8.3	10.8	7.9	11.8	5.0	5.4	1.82
Ginseng tea ^{NS}		0.8	0.0	0.4	1.2	0.7	1.1	1.13
Ssangwha tea ^{NS}		0.5	0.1	0.3	0.4	0.8	0.8	1.63
Omija tea ^{NS}		0.6	0.1	0.9	0.2	0.5	0.9	0.70
Yulmu tea ^{NS}		1.3	1.3	1.2	1.4	1.1	1.4	0.14

1: The mean value of frequency

ex) once a month→1, once a week→4, once a day→30, twice a day→60

NS: Not Significant

+ 0.05 < p < 0.1 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005 **** p < 0.001

a-e: The group of same letter is not significantly different.

커피류, 홍차 및 녹차류의 경우 홍차와 캔녹차를 제외하고는 직업에 따라 섭취빈도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 인스턴트커피의 경우, 취업여성의 섭취빈도가 가장 높았고, 다음으로 주부, 대학생, 중·고등학생 순으로 모든 집단간에 유의적인 차이를 보여주었다. 원두커피의 경우 학생의 섭취빈도가 유의적으로 낮았고, 반면 캔커피의 섭취빈도는 학생의 경우에 유의적으로 높았다. 취업여성의 티백녹차의 섭취빈도는 다른 집단에 비해 유의적으로 높았다.

(3) 소득수준에 따른 커피와 다류의 섭취빈도의 차이

조사대상자의 소득수준에 따른 각 음료의 섭취빈도의 차이를 <Table 6>에 제시하였다.

커피 종류는 소득수준에 따라 섭취빈도에 차이를 보여주었다. 원두커피의 경우 400만원 이상의 집단에서 다른 집단에 비해 유의적으로 섭취빈도가 높았다.

전통음료와 기타 음료의 섭취는 소득수준과 차이가 없는 것으로 나타났다.

(4) 교육수준(최종학력)에 따른 커피와 다류의 섭취빈도의 차이

조사대상자의 교육수준에 따른 각 음료의 섭취빈도

의 차이를 <Table 7>에 제시하였다.

다른 사회인구학적 변인에 비해 교육수준에 따라 커피 및 다류의 섭취빈도는 크게 차이가 나지 않는 것으로 사료된다.

3. 커피와 다류에 대한 태도

음료선택시 영향을 주는 요인에 관한 조사는 커피와 다류를 포함한 전반적인 식음료를 선택할 때 영향을 줄 수 있는 영양적 균형, 공복감 해소, 상품명, 건강, 광고, 가격, 갈증해소, 맛, 피로회복, 열량의 10가지 요인을 포함하였다.

또한 커피와 다류에 대한 태도 조사는 각각의 음료를 선택할 때 갖고 있는 의식을 조사하기 위하여 영양, 건강, 맛, 가격, 습관, 갈증해소, 구입용이, 광고친숙, 안심하고 마실수 있는지의 9가지 측면에서 조사하였다.

1) 음료 선택시 영향을 주는 요인

본 조사에서 음료 선택 시 영향 주는 요인으로는 76.3%가 맛을 꼽았으며, 갈증해소라고 응답한 사람이 70.3%, 가격이라고 대답한 사람이 38.9%로 나타났다

<Table 7> Frequency of coffee and tea consumption by education level¹⁾

school item	all	below middle school graduate	high school graduate	above college graduate	F-value
Coffee, instant ^{NS}	32.4 ²	25.2	33.0	33.7	1.67
Coffee, brewed ⁺	10.9	7.4	9.4	13.1	2.66
Coffee, canned ^{NS}	1.5	1.8	1.0	1.9	0.98
Black tea ^{NS}	2.2	0.8	2.2	2.7	0.57
Green tea, tea bag [*]	10.9	4.3 ^b	11.0 ^a	12.6 ^a	3.66
Green tea, leaf ^{NS}	6.5	2.7 ^b	5.9 ^{ab}	8.1 ^a	1.97
Green tea, canned ^{NS}	0.4	0.1	0.2	0.6	0.41
Yuja tea ^{NS}	1.8	2.2	1.9	1.5	0.82
Mogua tea ^{NS}	0.4	0.6	0.3	0.4	0.20
Ginger tea ^{NS}	0.8	0.4	1.0	0.7	1.61
Donggulre tea ^{NS}	9.2	5.6	11.2	8.3	1.39
Ginseng tea ^{NS}	1.2	1.4	1.1	1.2	0.04
Ssangwha tea ^{NS}	0.6	0.3	0.5	0.8	1.09
Omija tea ^{NS}	0.6	0.7	0.5	0.7	0.09
Yulmu tea ^{NS}	1.2	1.7	1.0	1.2	0.62

1 : Final school career (except student)

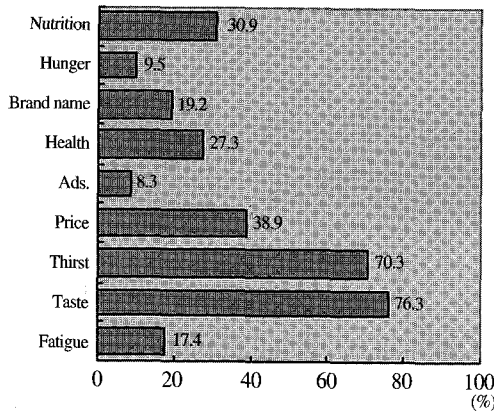
2 : The mean value of frequency

ex) once a month→1, once a week→4, once a day→30, twice a day→60

NS: Not Significant

+ 0.05 < p < 0.1 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005 **** p < 0.001

a-e: The group of same letter is not significantly different.

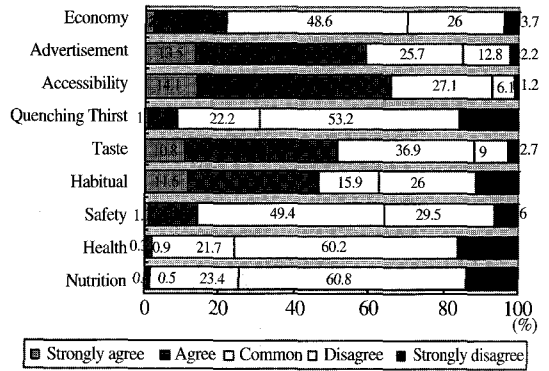


<Figure 2> The influencing factors in choosing beverage
(Number of Subject = 1012, multiple response)

(복수응답). 그 외에도 음료 선택 시 영향을 주는 요인으로는 영양균형(30.9%), 건강(27.3%), 상품명(19.2%), 피로회복(17.4%), 공복해소(9.5%), 광고(8.3%)순으로 나타났다(Figure 2). Ha는 음료 선택시 가장 중요한 사항은 맛이라고 하여¹⁰⁾ 본 연구의 결과와 일치하였으며, Park은 음료별로 나누어 선택 시 중요한 사항을 조사한 결과에서 커피, 주스류, 스포츠 음료류, 사이다, 녹차, 홍차는 맛을 가장 먼저 고려한다고 하였고 콜라인 경우에는 상표를, 우유, 요거트, 인삼차 등은 영양을 고려한다고 하였으며 같은 음료라 하더라도 성별에 의해서 중요하게 생각하는 사항이 다르다고 하였다²¹⁾. 본 조사에서는 여성의 전 연령층을 대상으로 하였으므로 특정 연령층을 대상으로 한 결과와는 차이가 있었으며⁹⁾, 음료 선택 시 광고에 의한 영향이 낮게 나타났는데, 조사 통계에 따르면 10대의 신세대는 20대, 30대, 40대보다 새로운 상표의 음료나 식품을 다 사먹어 본다고 하였고²²⁾, Park은 청소년들이 TV 광고를 보고 구매하게 되는 품목은 1위가 청량음료라고 하여²³⁾ 역시 연령에 따른 차이가 있을 수 있음을 예상할 수 있었다. Yang은 음료의 소비는 생활 스타일과 매우 밀접하므로 홍보나 광고를 이용하는 경우가 많다고 보고한 바 있다²⁴⁾. 음료섭취행동에 영향을 주는 요인을 조사한 연구에서는 육식위주의 식습관을 가진 고단백 식사군이 더 많은 양의 음료를 섭취하였으며, 빵식을 많이 하는 균일수목 음료의 섭취가 증가하였다⁶⁾.

2) 커피 및 차에 대한 인식

커피와 다류에 대한 인식의 조사 결과를 Figure 3과 4에 제시하였다.



<Figure 3> Awareness of coffee and black tea

(1) 커피 및 홍차에 대한 인식

커피와 홍차의 영양적 측면에 대한 인식에서는 조사 대상자의 74.7%가 영양적으로 좋지 않으며 76.1%가 건강에 도움이 되지 않는다고 응답하였으며 36%가 안심하고 마실수 없다고 응답하였다. 각 부분의 인식에 대해 '매우 그렇다' 5점, '그렇다' 4점, '보통' 3점, '그렇지 않다' 2점, '매우 그렇지 않다' 1점을 부여하여 각 항목의 평균을 계산하였다. 영양적 측면에서는 평균 1.8점, 건강적 측면 2.1점, 안전성 2.7점으로 건강에 관련된 문항에 있어서는 부정적으로 인식되고 있었다.

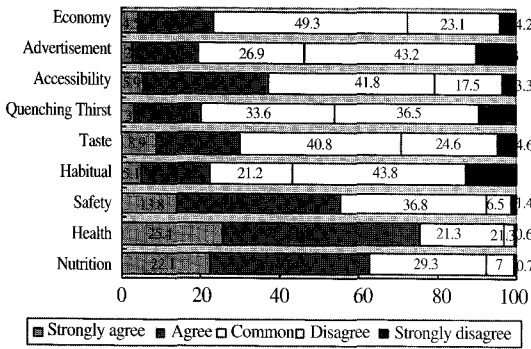
맛에 대한 인식에서 평균 3.5점으로 맛이 좋은 음료로서 인식하고 있었으며, 습관성에 관한 문항에서는 습관적으로 마신다고 응답한 경우가 일반적인 예상과 같이 46.7%로 높게 나타났으나 습관적이지 않다고 응답한 비율도 37.4%로 높게 조사되었으며, 평균 3.1점을 나타낸 것으로 보아 전체 응답자 중에서 커피를 마시는 응답자들은 커피가 습관적으로 마시는 음료로 인식하는 것으로 사료된다. 경제적인지를 묻는 문항에서는 평균 2.9점으로 크게 가격에 부담을 느끼는 음료가 아닌 것으로 나타났으며, 갈증해소에 도움이 되는 지에 대한 질문에서는 평균 2.3점이었다.

구입용이성에 대해서는 평균 3.7점으로 구입이 용이하며 광고를 통해서 친숙한 음료로(평균 3.7점) 인식되고 있었다.

(2) 녹차에 대한 인식

건강 관련 문항에서는 영양적인 면에 있어서 평균 3.8점, 건강에 도움을 주는지에 대한 문항에서는 4.0점, 안심하고 마실수 있는지에 대해서는 3.6점으로, 카페인이 함유된 기호음료인 커피나 홍차보다 긍정적인 인식을 갖고 있는 것으로 조사되었다.

습관성을 묻는 문항에서는 2.6점으로 커피·홍차의



<Figure 4> Awareness of green tea

3.5점보다 낮은 점수를 나타내었으며, 습관적이지 않다고 응답한 비율이 56.6%로 높게 나타났는데, 이러한 결과는 녹차의 섭취비율이 티백녹차의 경우 월평균 5회 정도로 낮기 때문이라고 사료된다(Table 3 참고). 맛에 대한 인식에서는 평균 3.1점이었으며 값이 저렴한지를 묻는 경제성 문항에서는 3.0점을 나타내었다. 갈증해소에 대한 인식에서는 (평균 2.7점) 조사대상자의 46.1%가 갈증해소에 도움을 주지 못한다고 하였다.

구입용이성에 대해서는 커피·홍차보다 낮은 점수를 나타내었는데(평균 3.2점) 이것은 자판기에서는 녹차를 구입해서 마실수 없기 때문이라고 생각되며, 광고에서도 친숙하지 않은 음료인 것으로 조사되었다(광고 친숙도 2.6점).

3) 커피 및 차에 대한 인식의 요인분석

본 연구에서는 각종 커피 및 다류에 영양, 건강, 맛, 경제성, 습관성, 갈증해소, 구입, 광고, 안전성 등의 9가지 측면에 대해 어떤 의식을 갖고 있는 지에 관하여 조사하였다. 종류별 식음료에 대한 인식을 유형화하기 위해 총 9문항에 대해 요인분석(factor analysis)을 시행하였으며, 요인추출법은 일반적으로 사용되는 주성분 분석방법(principal component analysis)에 의하였고, 요인회전은 직교회전(varimax)을 한 후 식음료 종류별로 고유치(eigen value)가 1.0 이상인 3개의 요인을 추출하였다(Table 8, 9).

본 연구에서 각 음료에 대한 인식을 유형화하여 요인을 추출한 주된 목적은 음료에 대한 인식이 음료의 섭취에 영향을 주는 가를 분석하기 위한 것이었다. 따라서 요인분석의 결과로 추출된 식음료에 대한 요인들을 본 연구 결과의 마지막 부분에서 공분산분석의 독립변수로 이용하였다.

커피·홍차에 대한 요인 분석 결과(Table 8), 9개 문

<Table 8> Factor analysis for the awarness of coffee and balck tea

variable	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Communality
Advertisement	0.815	0.050	0.034	0.667
Accessibility	0.796	-0.045	0.153	0.659
Economy	0.583	0.038	0.214	0.387
Healty	-0.036	0.867	0.031	0.754
Nutrition	-0.065	0.857	0.068	0.743
Safety	0.274	0.522	0.263	0.416
Habit	0.282	-0.041	0.762	0.662
Taste	0.264	0.088	0.740	0.624
Quenching thirst	-0.059	0.239	0.678	0.520
Eigenvalue	1.870	1.831	1.733	
Proportion	0.296	0.197	0.111	
Cumulative	0.296	0.493	0.604	

- Factor 1 : Familiar factor
- Factor 2 : Healty factor
- Factor 3 : Habitual · Practical factor

<Table 9> Factor analysis for the awarness of green tea

variable	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Communality
Nutrition	0.864	0.042	-0.038	0.749
Health	0.857	0.169	-0.076	0.769
Safety	0.644	0.221	0.224	0.513
Habit	0.138	0.824	0.155	0.722
Quenching thirst	0.044	0.796	0.231	0.688
Taste	0.296	0.732	0.067	0.628
Accessibility	0.068	0.093	0.868	0.767
Advertisement	-0.082	0.195	0.770	0.637
Economy	0.349	0.199	0.391	0.314
Eigenvalue	2.136	2.013	1.639	
Proportion	0.347	0.185	0.111	
Cumulative	0.347	0.532	0.643	

- Factor 1 : Healthy factor
- Factor 2 : Habitual · Practical factor
- Factor 3 : Familiar factor

항 가운데 3개의 요인이 추출되었다. 요인 1로 친숙요인이 추출되었으며 각 요인이 설명해 주는 분산의 양은 요인 1이 29.6%로 가장 높고, 요인 2(건강요인)는 19.7%, 요인 3(습관·실용요인) 11.1%의 설명비율을 보였으며, 이들 3개의 요인이 설명해 주는 총 분산의 양은 60.4%였다.

녹차의 경우 요인1은 '건강요인'으로 설명되는 분산의 양은 34.7%이며, 요인2에는 '습관성', '갈증해소', '맛'이 묶일 수 있으며, '경제성'은 요인으로 추출되지

<Table 10> Analysis of covariance for the frequency of instant coffee consumption

Variable	Type III SS	F-value	Prob.
Age	8369.09	2.94	*
Grown area	323.42	0.23	NS
Occupation	5626.11	2.64	*
Income level	3124.60	1.10	NS
Obesity index	1766.67	0.83	NS
Satisfaction on body image	2787.34	1.31	NS
Interest on weight control	4183.49	1.96	+
Health status	1996.72	1.40	NS
awarness about coffee, instant			
Famillar factor	9711.35	13.66	****
Healty factor	0.43	0.00	NS
Habitual · Practical factor	40617.17	57.15	****
F-value = 6.85		Prob. = 0.0001	
parameter	Estimate	T-value	Prob.
Intercept	17.44	1.27	NS
Age			
10s	-5.56	-0.42	NS
20s	7.75	1.20	NS
30s	15.06	3.45	****
40s	7.55	1.70	+
≥50s	0.00	.	.
Occupation			
employed	6.81	0.52	NS
housewife	3.04	0.23	NS
college student	(-)8.47	-0.68	NS
middle&high school student	0.00		
Famillar factor	3.95	3.25	***
Habitual · Practical factor	10.60	8.18	****
F-value = 20.86		Prob. = 0.0001	

0.05 <+ < 0.01 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005

**** p < 0.001 NS : Not Significant

못하였다. 추출된 3개의 요인은 전체 변동율의 64.3%를 설명할 수 있다<Table 9>.

이상과 같이, 각 음료에 따라 추출된 요인의 순서와 포함된 변수의 종류에 약간의 차이는 있었으나, 전반적으로 3개의 요인, 즉, 건강요인(건강, 영양, 안전성), 습관·실용요인(습관성, 맛, 갈증해소, 경제성), 친숙요인(광고, 구입편이성)의 3개의 요인으로 묶일 수 있는 것으로 나타나, 식음료에 대한 인식을 3가지 측면으로 유형화시킬 수 있는 것으로 사료된다.

4. 커피 및 다류의 섭취에 영향을 주는 변인분석

본 연구에서 조사한 커피 및 다류 중에서 전체 조사

<Table 11> Analysis of covariance for the frequency of coffee(brewed) consumption

Variable	Type III SS	F-value	Prob.	
Age	968.39	0.78	NS	
Grown area	349.09	0.56	NS	
Occupation	2411.90	2.59	†	
Family income	2689.29	2.17	†	
Obesity index	2127.75	2.29	†	
Satisfaction on body image	131.76	0.14	NS	
Interest on wight control	722.44	0.78	NS	
Health status	1090.63	1.76	+	
awarness about coffee, brewed				
Famillar factor	15.39	0.05	NS	
Health factor	58.20	0.19	NS	
Habitual · practical factor	1477.78	4.76	*	
F-value = 1.98		Prob. = 0.0030		
parameter	Estimate	T-value	Prob.	
Intercept	11.75	3.97	****	
Age				
10s	-3.98	-1.13	NS	
20s	-0.44	-0.15	NS	
30s	2.30	0.79	NS	
40s	4.57	1.54	NS	
≥50s	0.00	.	.	
Family	<100	-9.25	-2.67	**
income level	100-199	-6.86	-2.82	***
(1,000,000)	200-299	-5.02	-2.10	*
	300-399	-6.54	-2.40	*
	≥400	0.00	.	.
Habitual · Practical factor	2.41	2.86	***	
F-value = 4.02		Prob. = 0.0001		

0.05 <+ < 0.01 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005

**** p < 0.001 NS : Not Significant

대상자의 평균 섭취빈도점수가 4점 이상, 즉 일주일에 한 번 이상 섭취하는 것으로 나타난 음료는 인스턴트 커피, 원두커피, 티백녹차, 녹차잎, 둥글레차로 총 5종이었다.

이에 본 연구에서는 비교적 섭취빈도가 높은 이들 5종류의 식음료의 섭취빈도를 종속변수로 하고, 식음료 섭취에 영향을 미칠 수 있는 것으로 사료되는 독립변수로 사회인구학적 변인(연령, 주성장지역, 직업, 소득수준), 건강관련변인(비만도, 체형 만족도, 체중조절 관심도, 건강상태), 음료에 대한 인식변인(건강요인, 습관·실용요인, 친숙요인)을 설정하여 각 음료의 섭취 빈도에 영향을 주는 변인을 분석하고, 동시에 상호관련성이 있는 변수의 영향력을 배제하기 위해 공분산분석(Analysis of covariance, ANOCOVA)을 시행하였다.

<Table 12> Analysis of covariance for the frequency of green tea(tea bag) consumption

Variable	Type III SS	F-value	Prob.
Age	802.26	0.67	NS
Grown area	2174.94	3.65	*
Occupation	828.68	0.93	NS
Family income	2331.56	1.96	+
Obesity index	973.28	1.09	NS
Satisfaction on body image	1473.06	1.65	+
Interest on weight control	2788.43	3.12	*
Health status	140.58	0.24	NS
awareness about green tea, tea bag			
Health factor	216.12	0.73	NS
Habitual · Practical factor	18811.18	63.18	****
Famillar factor	1171.08	3.93	*
F-value = 4.61		Prob. = 0.0001	
parameter	Estimate	T-value	Prob.
Intercept	9.39	13.35	****
Habitual · Practical factor	7.37	10.56	****
Famillar factor	2.03	2.89	***
F-value = 59.85		Prob. = 0.0001	

0.05 < + < 0.01 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005
 **** p < 0.001 NS : Not Significant

<Table 14> Analysis of covariance for the frequency of Donggulre tea consumption

Variable	Type III SS	F-value	Prob.
Age	1363.86	0.55	NS
Grown aea	119.89	0.10	NS
Occupation	750.65	0.41	NS
Family income	3406.07	1.38	NS
Obesity index	874.53	0.47	NS
Satisfaction on body image	432.18	0.23	NS
Interest on weight control	452.37	0.24	NS
Health state	474.99	0.38	NS
awareness about Donggulre tea			
Health factor	1127.55	1.83	+
Habitual · Practical factor	2004.25	3.24	+
Famillar factor	54.82	0.09	NS
F-value = 0.84		Prob. = 0.7034	
parameter	Estimate	T-value	Prob.
Intercept	8.36	8.59	****
Habitual · Practical factor	1.80	1.87	+
F-value = 3.48		Prob. = 0.0625	

0.05 < + < 0.01 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005
 **** p < 0.001 NS : Not Significant

<Table 13> Analysis of covariance for the frequency of green tea(leaf) consumption

Variable	Type III SS	F-value	Prob.	
Age	1744.18	1.60	+	
Grown area	1018.36	1.87	+	
Occupation	211.83	0.26	NS	
Family income	808.78	0.74	NS	
Obesity index	721.33	0.88	NS	
Satisfaction on body image	648.72	0.79	NS	
Interest on weight control	991.30	1.21	NS	
Health stae	458.92	0.84	NS	
awareness about green tea, leaf				
Health factor	860.57	3.15	+	
Habitual · Practical factor	12182.80	44.63	****	
Familliar factor	170.65	0.63	NS	
F-value = 3.41		Prob. = 0.0001		
parameter	Estimate	T-value	Prob.	
Intercept	8.18	4.17	****	
Age	10s	-3.29	-1.26	NS
	20s	-7.30	-3.12	***
	30s	-3.03	-1.29	NS
	40s	1.37	0.57	NS
	≥50s	0.00	.	.
Health factor	1.39	2.10	*	
Habitual · Practical factor	5.01	7.63	****	
F-value = 14.40		Prob. = 0.0001		

0.05 < + < 0.01 * p < 0.05 ** p < 0.01 *** p < 0.005
 **** p < 0.001 NS : Not Significant

또한 독립변수들 중에서 유의적인 것만을 추려내어 공분산분석을 다시 시행하여 최종 적합 모형을 구하였다.

<Table 10>에는 인스턴트 커피에 대한 공분산분석 결과를 제시하였다. 인스턴트 커피의 경우, 연령과 커피에 대한 인식 중 친숙요인과 습관·실용요인이 유의적으로 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉, 30대의 경우가 가장 자주 커피를 섭취하는 집단으로 나타났고, 50대에 비해 한달에 15회 정도 더 커피를 섭취하는 것으로 추정되었고 10대의 경우 가장 섭취빈도가 낮은 것으로 나타났다. 커피에 대한 인식 중에서 친숙요인보다는 습관성, 맛, 갈증해소 등의 습관·실용요인의 영향력이 더 큰 것으로 나타났다.

원두커피의 경우 소득수준, 습관·실용요인이 유의적인 영향을 주는 독립변수인 것으로 나타나서 가구의 월 소득수준이 400만원 이상인 경우, 다른 집단에 비해 한달에 5~9회 더 자주 섭취하는 것으로 추정되었다 <Table 11>.

녹차(티백)의 섭취빈도에는 녹차에 대한 인식 중에서 습관·실용요인과 친숙요인이 영향을 주는 것으로 나타났으며, 친숙요인 보다는 습관, 경제성, 갈증해소 등의 습관·실용요인의 영향력이 3배 이상 큰 것으로 나타났다. 즉, 티백녹차의 섭취는 사회인구학적 변인이나, 건강 혹은 친숙요인 보다는 경제성이 있으며, 습관에 의한 식수로서 섭취한다는 인식이 중요한 것으로 사료된다(Table 12).

녹차잎을 이용한 녹차의 섭취는 티백녹차와는 약간 다른 양상을 보여 연령, 건강요인과 실용요인이 영향을 주는 것으로 나타났다. 연령별로는 40세 이상에서 섭취빈도가 높으며 20대의 섭취빈도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 티백녹차와 마찬가지로 습관·실용요인의 영향력이 크나 친숙요인이 아닌 건강요인이 영향을 주는 것으로 나타났다(Table 13). 따라서 티백녹차의 경우 간편하게 식음료로서 이용한다면, 녹차잎의 경우는 건강에 대한 인식에 의해 섭취를 하는 것으로 사료된다.

등글레차의 경우 습관·실용요인이 영향을 주는 것으로 나타났다. 녹차와 마찬가지로 평상시에 식수로서 섭취하는 경우도 많기 때문인 것으로 사료된다(Table 14).

이상에서 살펴본 바와 같이, 커피 및 다류의 종류에 따라 그 섭취 빈도에 영향을 주는 요인은 다른 것으로 나타났고, 대부분의 경우 식음료에 대한 인식이 섭취에 유의적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회인구학적 변인 중 연령과 소득수준이 섭취빈도에 영향을 주는 것으로 분석되었다.

IV. 요약 및 결론

본 연구에서는 서울에 거주하는 각 연령층의 여성을 대상으로 질문지법을 이용하여 각종 커피 및 다류에 대한 인식/태도 및 섭취 실태를 조사하고, 식음료의 종류에 따라 이를 주로 선택하는 집단의 특성을 파악하며, 각 음료별 섭취에 영향을 주는 변인들을 추출하므로써 섭취빈도를 추정해보고자 하였다.

본 연구의 결과를 요약하여 결론을 내리면 다음과 같다.

1. 인스턴트 커피의 섭취빈도가 가장 높아 월 평균 22.1회 섭취하는 것으로 조사되었다. 조사대상자의 19.8%는 인스턴트 커피를 하루 2회 이상 섭취한다고 응답하였으며, 원두커피의 경우 거의 매일, 혹은 그 이상 섭취하는 비율은 12.2%이었다. 티백녹차의 경우 월 평균 8.7회를 섭취하며 거의 마시지 않는 비율이 45.4%, 일주일에 1회 이상은 37.2%, 거의 매일 섭취하

는 비율은 9.7%, 하루 2회 이상은 4.2%로 나타났다. 캔 녹차의 경우 거의 마시지 않는다는 비율이 95.2%나 되었고, 캔커피를 일주일에 1회 이상 섭취한다고 응답한 비율은 21.7%이었다.

본 연구에서 조사한 전통다류 중에서 유자차, 등글레차 등의 섭취빈도가 높은 편이었으나, 한 달에 1회 이상 섭취하는 비율이 40%이상을 차지하는 것은 없는 것으로 나타났으며 쌍화차, 모과차, 인삼차, 생강차 등의 월 평균 섭취량이 1회 이하로 조사되어 전통다류의 섭취 비율은 매우 저조한 것으로 보였다.

본 연구에서 섭취빈도조사는 계절과 상관없이 1년을 평균하여 응답하도록 하였으므로, 조사 시기의 영향을 거의 받지 않았을 것으로 생각되며 계절에 따른 음료 소비의 변화를 조사한 결과, 커피와 홍차, 녹차, 등글레차는 계절에 관계없이 섭취하는 음료로 조사되었다.

2. 여성의 사회인구학적 특성(연령, 직업, 소득수준, 교육수준)에 따라 커피와 다류의 섭취 빈도는 다르게 나타났는데 커피, 녹차의 섭취빈도는 연령에 따라 유의성 있는 차이를 나타내어 인스턴트커피와 원두커피는 각각 30대와 40대에서 많이 섭취하였으며 캔커피는 10대와 20대의 경우 다른 연령층에 비해 유의적으로 높았다. 티백녹차는 30대 이상의 연령층에서, 녹차잎은 40대 이상에서 다른 연령층에 비해 섭취빈도가 높게 관찰되었다. 직업에 따른 섭취빈도의 조사에서는 취업 여성의 경우 인스턴트커피와 티백녹차의 섭취빈도가 다른 집단에 비해 유의적으로 높았다. 소득수준에 따른 차이는 원두커피의 경우 월평균 소득이 400만원이상의 집단에서 다른 집단에 비해 유의적으로 섭취빈도가 높은 것으로 관찰되었으며 교육수준에 따라서 섭취빈도는 크게 차이가 나지 않았다.

본 연구에서 여성의 사회 인구학적 특성에 따라 커피 및 다류의 섭취 빈도에는 차이를 보였으나 연령, 직업, 소득수준, 교육수준 등의 사회인구학적 변인은 상호간에 영향을 미치므로, 각각의 독립변수의 영향이 다른 요인의 영향력이 배제된 것이라 보기는 힘든 것으로 사료된다. 이에 본 연구에서는 상호관련성이 있는 독립변수들간의 영향력을 배제하기 위해 공분산분석을 시행하였으며, 일원분산분석의 결과와는 약간 다른 양상을 보여 주었다.

3. 커피와 홍차에 대한 인식을 조사한 결과 건강에 도움이 되지 않으며 영양적으로도 좋지 않고 안전성에 대해서도 부정적인 인식을 하고 있었다. 습관성에 관한 문항에서는 습관적으로 마신다고 응답한 경우가 높게 나타났으며, 가격에 대한 부담은 낮고, 맛이 좋은 음료로 인식하고 있었으며, 구입이 용이하고 광고를 통해 친숙한 음료로 인식하고 있었다.

녹차의 건강 관련 문항에서는 같은 카페인 음료인 커피나 홍차보다 영양적 면이나 건강, 안전성에 관한 문항에서 긍정적인 인식을 갖고 있었으며, 습관성과 맛, 경제성, 구입용이성, 광고 친숙도에 관련된 문항에서는 평균점수가 낮게 나타나 커피음료보다는 건강에 도움이 되는 음료로 인식하고 있으나 일상생활 중에서는 덜 접하게 되는 음료임을 알 수 있었다.

각 음료에 따라 추출된 요인의 순서와 포함된 변수의 종류에 약간의 차이는 있었으나, 전반적으로 3개의 요인, 즉, 건강요인(건강, 영양, 안전성), 습관·실용요인(습관성, 맛, 갈증해소, 경제성), 친숙요인(광고, 구입용이성)의 3개의 요인으로 묶일 수 있는 것으로 나타나, 식음료에 대한 인식을 3가지 측면으로 유형화시킬 수 있는 것으로 사료된다.

4. 커피 및 다류의 종류에 따라 섭취빈도에 영향을 주는 변인의 종류는 다르게 나타나서 본 연구에서 조사한 식음료 중에서 평균 섭취빈도가 일주일에 1회 이상인 것에 대해 섭취빈도에 영향을 주는 변인을 분석하였다. 인스턴트 커피의 경우 연령, 친숙요인과 습관·실용요인이, 원두커피에는 연령, 소득수준, 습관·실용요인이 섭취빈도에 영향을 주는 독립변인이었다. 티백녹차의 섭취에는 습관·실용요인과 친숙요인이, 녹차잎의 섭취에는 건강요인과 습관·실용요인이 영향을 주는 것으로 나타났으며, 동글레차의 섭취에 영향을 주는 독립변인은 차에 대한 인식 중 습관·실용요인이었다. 이상과 같이, 각종 커피와 다류의 종류에 따라 그 섭취 빈도에 영향을 주는 요인은 다른 것으로 나타났다. 대부분의 경우 사회인구학적 변인보다는 식음료에 대한 인식이 섭취에 유의적으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회인구학적 변인 중에서는 연령과 소득수준이 섭취빈도에 영향을 주는 것으로 분석되었다.

현대 우리 사회는 소비자의 다양한 요구에 맞는 신상품의 개발, 적극적인 판매전략, 유행을 추구하는 소비유형 등으로 인해 식음료 시장도 빠르게 변화하고 있다. 특히 도처에 있는 자동판매기와 24시간 편의점의 확산, 그리고 젊은 층을 중심으로 생활양식의 변화 등이 식음료의 소비 증가와 소비 양상의 변화를 촉진하는 요인이 된다고 본다. 젊은 세대의 식생활 양식은 점차 서구화되고 있으며, 특히 fast foods의 섭취 증가와 더불어 각종 음료의 섭취도 함께 증가하고 있는 것으로 보고된 바 있다. 본 연구에서 각종 전통차의 섭취 비율은 극히 저조한 것으로 나타났는데, 전통 문화의 계승이라는 문화적 순기능을 담당하고 있는 전통차의 소비를 촉진하기 위해, 음료 선택에 주된 영향을 주는 갈증해소와 맛의 측면을 충족시키면서 영양 및 건강을

강조하는 다양한 건강음료의 개발과 친숙감을 증대시킬 수 있는 광고전략이 필요할 것으로 본다. 또한 전통차의 성분중 생리 활성 물질 규명과 같은 과학적 우수성을 홍보하며 뜨거운 차의 형태로만 공급되고 있는 제품의 한계성에서 벗어나 시원한 음료로 개발하여 자판기에서의 판매가 용이해 진다면 생활속에서 접근할 기회가 늘어날 것이다. 녹차와 동글레차의 경우는 현재 기호 중심의 음료가 아닌 식수로 이용하는 가정도 증가하고 있으며, 전반적으로 좋은 인식을 갖고 있으므로 건강적인 측면을 부각시키면서 식수로의 활용을 적극 홍보하는 것이 소비를 촉진할 수 있는 방안이 될 수 있을 것으로 본다. 우리 식생활에서 각종 식음료가 차지하는 비율이 점차 증가하고 있으며, 이에 따라 건강을 도모할 수 있는 식음료의 소비를 촉진하는 방안이 다각도로 이루어져야 할 것이다.

■참고문헌

- 1) 농수축산신문, 한국식품연감, 1988
- 2) 村松敬一郎, 茶의 科學, 朝倉書店, 1991
- 3) Shin MK. Science of green tea. Korean J Diet Culture 9(4): 433-445, 1994.
- 4) Chen Zongmao, Green tea. Abstract of 2nd conference of Korean Society of Food Science & Technology, 1993s
- 5) 동아일보, 제24652호, 2000
- 6) Kim IS. A study on beverage consumption, Sungshin Women's Univ. thesis, 1985
- 7) 대한 가정학회편. 가정학 연구의 최신 정보 III, 교문사, 1990
- 8) Lee KY. An empirical study on beverage consumption patterns by demographic characteristics, Aaju Univ., 1990
- 9) Park KH, Chung JH. A survey on Korean consumer attitude toward green tea. J. Kor. Tea Soc. 2(1): 129-146, 1996
- 10) Ha TS, Park MH, Choi YS, Cho SH. A study on beverage consumption pattern associated with food and nutrient intakes of college student. J. of the Korean dietetic association 5(1): 21-28, 1992
- 11) Kim BJ, Kim IS. Study on the status of beverage consumption of middle and high school students, Journal of Korean Home Economics Association 27(3): 79-87, 1989
- 12) Ban SH. A study on beverage consumption and food habits of the college students, Ewha Women's

- Univ., 1989
- 13) Ru ES. A study on food consumption status of college student residing in Pusan area. Korean J Diet Culture 3(1): 43-54, 1993
 - 14) Kim SH. A comparison of food consuming style of female university student in Gongju area. Korean J of Nutr 28(7): 653-674
 - 15) Kim KW, Lee MJ, Kim JH, Sim YH. A study on weight control status and related factors of female university student. Korean J Community Nutrition 3(1): 21-33, 1998
 - 16) Ruu HK. A study on concern of adolescent on body shape. Korean J Community Nutrition 2(2): 197-205, 1997
 - 17) Kim YJ. A study on food consumption and apraisement of female high school student related to weight control concern. Journal of Korean Home Economics Association 26(4): 31-41, 1988
 - 18) O HS, Cho EK. A study on food consumption behavior and food intake status. Sangji Univ. 1(2): 93-118, 1999
 - 19) No JM. A study on food consumption status of college student doing his own cooking. Korean J Diet Culture 12(5): 495-508, 1997
 - 20) Park MR. A study on beverage consumption pattern and image of college students. J. East Asian Soc 9(4): 501-513, 1999
 - 21) Kim YS, Cho HS. A Study on status of beverage consumption and like of middle and high school students. Mokpoo Univ. thesis
 - 22) 김경훈, 한국인 트렌드, p. 186, 실록출판사, 1994
 - 23) Park YS. A study on influence of TV ads. on adolescent. KyungNan Univ, 1990
 - 24) Yang HE. An image study on rogo type of sport beverage. Sookmyung Women's Univ, 1988