

삼계탕 신제품 개발방향에 관한 조사 연구

오 승 용 · 유 익 중
한국식품개발연구원

A Study on the Developing Direction of New Samgye-Tang Products

S. Y. Oh and I. J. Yoo

Korea Food Research Institute

Abstract

The major objective of this study is provide to basic data for developing of new Samgye-Tang products. The findings from this study are as follow. Consumers over half were thought Samgye-Tang products to be good for health. At the eating place of Samgye-Tang products, 'at home' ranked high in their groups. Also consumers have eaten Samgye-Tang products for the good of their health. On the developing functional Samgye-Tang products, respondents over 80% showed that it is desirable to develop functional Samgye-Tang products. And it is indicated that consumers want to strengthen the physical stamina in the new Samgye-Tang products. Price is the most important factor in selecting the new Samgye-Tang products. In packaging, consumers have preferred retort pouch.

Key words : Samgye-Tang, functional, good for health, price, retort pouch.

서 론

삼계탕은 단백질 함량이 높으면서도 지방, 칼로리, 콜레스테롤이 낮은 닭고기를 주원료로 하여 인삼, 찹쌀, 밤, 마늘, 대추 등을 첨가하여 만든 식품으로서 동물성과 식물성 식품이 조화를 이루고 있는 여름철의 몸보신용 전통식품으로 인식되어 왔으며⁽¹⁾ 동의수세보원(1894년, 이제마)에서는 "삼계고(參鷄膏)"라 하여 소음인의 이질과 같은 설사병 치료제로 명시하였다⁽²⁾.

삼계탕을 조리하는데 시간과 노력이 많이 들기 때문에 현대적 생활 구조상 삼계탕을 즐겨 섭취하는데 불편한 점이 있어 복잡한 요리과정 없이 짧은 시간에 간편하게 섭취할 수 있는 즉석 취식용 삼계탕 제조방법을 개발하고자 하는 노력이 시도되고 있으며 기존 편의식품으로서 삼계탕 가공식품이 개발되어 왔다⁽³⁾.

국내에서 소비되거나 수출되고 있는 기존의

삼계탕 가공제품의 경우, 생산 중 과도한 열처리로 인해 제품의 조직감이 떨어지거나 포장방법 및 형태가 불안정하여 제품의 이동 및 유통 중 몸체의 일부가 분리되는 등 상품으로서의 완성도가 떨어지는 문제점을 개선하기 위한 연구가 실행되었다⁽¹⁾. 기존의 삼계탕 혹은 영계백숙을 소재로 한 연구는 대부분 삼계탕의 조리 조건이나 방법 혹은 조리후의 영양성분에 미치는 영향 등의 연구가 주로 수행되어 왔으며^(4~6) 삼계탕 제조시의 전처리, 한약재 등의 부재료, 적정 열처리 등을 이용한 제품의 개발 및 개선 등 현실적인 문제점 등에 관련된 연구는 매우 미비한 실정이다.

뿐만 아니라 삼계탕 가공제품에 대해 소비자가 바라는 기본적인 요구에 대한 조사가 미비하여 제품의 배합비율이나 제품형태 및 포장의 개발 등 삼계탕 가공제품의 지속적인 소비나 새로운 수요를 창출시키는 노력 및 연구가 부족한 입장이다.

따라서 본 조사는 삼계탕 소비와 관련된 소비자들의 요구를 종합적으로 파악하여 삼계탕 신제품 개발을 위한 기초자료를 제공하는데 목

Corresponding author : S. Y. Oh, Korea Food Research Institute, San #46-1, Baekhyun-dong, Bundang-gu, Sungnam-si, Kyunggi-do, Korea.

적이 있다.

본 분석을 위한 자료처리는 SPSS Base 10.0 통계프로그램⁽⁷⁾을 이용하여 빈도분석을 하였다.

재료 및 방법

조사 대상 및 기간

조사대상은 설문응답이 가능한 14세 이상 남녀를 비확률표본추출방법인 할당표본추출방법을 사용하여 총 400명을 성별, 연령별로 구분하여 조사하였으며 응답내용이 부실한 조사표를 제외한 360매를 분석에 이용하였다(Table 1).

조사지역은 표본의 대표성을 높이기 위하여 서울을 포함한 수도권 지역과 천안을 중심으로 하는 고속도로 휴게소를 대상으로 하였으며 조사는 2000년 1월에 이루어졌다.

조사 내용 및 방법

본 조사를 위한 설문서는 응답자의 연령, 성별 등을 파악하는 일반사항, 삼계탕 섭취 장소, 삼계탕에 대한 생각, 삼계탕을 먹는 이유, 삼계탕을 먹는 계절, 기능성 삼계탕 출현시 구입 의사, 어떤 성분이 강화된 삼계탕을 원하고 있는지, 포장의 종류 등의 내용으로 구성하였으며 조사방법은 설문서를 이용하여 응답자들로 하여금 면접청취 또는 자필 응답토록 하였다.

자료처리 및 분석방법

결과 및 고찰

삼계탕에 대한 일반사항

1) 삼계탕 먹는 장소

삼계탕을 먹는 장소를 보면 '가정'에서 먹는 비율이 전체 응답자의 61.9%를 차지하여 '일반음식점'에서 먹는 비율 38.1%를 크게 앞서는 것으로 나타났다(Table 2).

연령별로 보면 Table 2에 나타나 있는데 20대 미만과 40대 이상은 '가정', 20대는 '일반음식점'에서 먹는 비율이 높고, 30대는 '가정'과 '일반음식점'에서 먹는 비율이 비슷한 수준으로 나타났는데 χ^2 검정에서도 1% 유의수준에서 유의성이 있는 것으로 분석되었다.

성별로 보면 남자는 '가정'과 '일반음식점'에서 먹는 비율이 각각 54.3%, 45.7%로 비슷한 수준이었으나 여자는 '가정'에서 먹는 비율이 69.2%로 '일반음식점'에서 먹는 비율 30.8%보다 2배 이상 높은 것으로 나타났다.

2) 삼계탕에 대한 소비자의 생각

삼계탕에 대한 소비자들의 생각을 보면 응답

Table 1. General condition of survey

(unit : person, %)

	Less than twenties	Twenties	Thirties	Forties	Over fifties	Total
Male	35(52.2)	31(44.3)	46(50.5)	29(47.5)	34(47.9)	175(48.6)
Female	32(47.8)	39(55.7)	45(49.5)	32(52.5)	37(52.1)	185(51.4)
Total	67(100.0)	70(100.0)	91(100.0)	61(100.0)	71(100.0)	360(100.0)

Table 2. Eating place of Samgye-Tang products by age

(unit : person, %)

Age	Home	Restaurant	Total
Less than twenties	60(89.6)	7(10.4)	67(100.0)
Twenties	33(47.1)	37(52.9)	70(100.0)
Thirties	46(50.5)	45(49.5)	91(100.0)
Forties	38(62.3)	23(37.7)	61(100.0)
Over fifties	46(64.8)	25(35.2)	71(100.0)
Total	223(61.9)	137(38.1)	360(100.0)

χ^2 value 33.428, df 4, Asymp. Sig.(2-sided) 0.000

자의 51.9%가 '좋다', 42.2%가 '보통이다'라고 응답을 하여 대부분의 소비자가 긍정적인 의견을 갖고 있는 것으로 나타났다(Table 3).

연령별 결과는 Table 3에 있듯이 20대 미만은 '보통이다'라고 응답한 비율이 61.2%로 높고, 20대 이상은 '좋다'라고 응답한 비율이 '보통이다'라고 응답한 비율보다 높았으며 특히 30대가 상당히 좋아하고 있는 것으로 나타났는데 χ^2 검정 결과 1% 유의수준에서 유의성이 있는 것으로 분석되었다.

성별 결과는 '좋다'와 '보통이다'라고 응답한 비율이 거의 비슷한 수준을 보였으며 여자보다는 남자가 '좋다'라고 응답한 비율이 조금 높았

으나 유의성은 없는 것으로 나타났다(Table 3).

3) 삼계탕을 먹는 이유

삼계탕을 먹는 가장 큰 이유에 대한 설문에서 '보양식으로' 50.8%, '계절적으로 먹는 철이어서' 27.2%, '고기 맛이 좋아서' 14.7% 등의 순으로 나타났다(Table 4).

연령별, 성별에 따른 분석결과는 Table 4에 나타나 있는데 '보양식으로' 먹는다는 비율이 가장 높은 것으로 나타났으나 성별에 따라서는 유의성이 없는 것으로 분석되었다.

4) 삼계탕 먹는 계절

Table 3. Opinions of Samgye-Tang products by age and gender

(unit : person, %)

	Like	Average	Dislike	Total
Less than twenties	20(29.9)	41(61.2)	6(9.0)	67(100.0)
Twenties	37(52.9)	29(41.4)	4(5.7)	70(100.0)
Thirties	58(63.7)	30(33.0)	3(3.3)	91(100.0)
Forties	34(55.7)	25(41.0)	2(3.3)	61(100.0)
Over fifties	38(53.5)	27(38.0)	6(8.5)	71(100.0)
Total	187(52.0)	152(42.2)	21(5.8)	360(100.0)
χ^2 value 22.473, df 8, Asymp. Sig.(2-sided) 0.009				
Male	94(53.7)	75(42.9)	6(3.4)	175(100.0)
Female	93(50.3)	77(41.6)	15(8.1)	185(100.0)
χ^2 value 3.614, df 2, Asymp. Sig.(2-sided) 0.164				

Table 4. Eating reasons of Samgye-Tang products by age and gender

(unit : person, %)

	Delicious	Taking tonics	Adequate seasons in eating	Relatively lower price than other meats	Others	Total
Less than twenties	19(28.4)	27(40.2)	19(28.4)	1(1.5)	1(1.5)	67(100.0)
Twenties	8(11.4)	40(57.1)	19(27.1)	3(4.3)	-	70(100.0)
Thirties	9(9.9)	49(53.8)	25(27.5)	7(7.7)	1(1.1)	91(100.0)
Forties	9(14.8)	30(49.2)	17(27.9)	5(8.2)	-	61(100.0)
Over fifties	8(11.3)	37(52.1)	18(25.4)	8(11.3)	-	71(100.0)
Total	53(14.7)	183(50.8)	98(27.2)	24(6.7)	2(0.6)	360(100.0)
χ^2 value 23.580, df 16, Asymp. Sig.(2-sided) 0.099						
Male	22(12.6)	94(53.7)	48(27.4)	10(5.7)	1(0.6)	175(100.0)
Female	31(16.8)	89(48.1)	50(27.0)	14(7.6)	1(0.5)	185(100.0)
χ^2 value 3.149, df 4, Asymp. Sig.(2-sided) 0.533						

삼계탕을 특별히 자주 먹는 계절이 있는가에 대한 설문에서 전체 응답자의 57.2%가 '있다'라고 응답을 하였고 여름철에 주로 먹고 있으며, 42.5%는 '계절에 관계없이 먹는다'라고 하였다(Table 5).

연령별 결과는 Table 5에 나타나 있듯이 20대 미만은 특별히 자주 먹는 계절이 '없다'라고 응답하였으며 20대 이상은 '있다'라고 응답한 비율이 높은 것으로 나타났으며 1% 유의수준에서 유의성이 존재하고 있음을 알 수 있다.

성별에 따른 결과도 Table 5에 나타나 있는데 '있다'라고 응답한 비율이 남자보다는 여자가 조금 높은 것으로 나타났으나 1% 유의수준에서 유의성은 없었다.

삼계탕 신제품 개발에 관한 사항

1) 기능성 삼계탕 신제품에 대한 생각

인체에 유익한 기능을 갖는 삼계탕 신제품 개발에 대한 생각을 살펴본 결과는 Table 6에 나타나 있는데 응답자의 32.5%가 '매우 좋다', 그리고 53.3%가 '좋다'라는 반응을 보여 상당한 호감을 갖고 있는 것으로 나타났으며 연령별, 성별로도 비슷한 결과를 얻었다.

2) 소비자가 원하는 기능성 삼계탕

기능성 삼계탕 신제품을 개발하는데 있어서 어떤 기능이 강화된 삼계탕을 원하는지에 대한 설문에서 응답자의 44.4%가 체력강화 및 스타

Table 5. Eating Seasons of Samgye-Tang products by age and gender⁵ (unit : person, %)

	Yes	No	Others	Total
Less than twenties	28(41.8)	39(58.2)	-	67(100.0)
Twenties	43(61.4)	27(38.6)	-	70(100.0)
Thirties	63(69.2)	28(30.8)	-	91(100.0)
Forties	31(50.8)	30(49.2)	-	61(100.0)
Over fifties	41(57.8)	29(40.8)	1(1.4)	71(100.0)
Total	206(57.2)	153(42.5)	1(0.3)	360(100.0)
χ^2 value 13.467, df 4, Asymp. Sig.(2-sided) 0.009				
Male	94(53.7)	81(46.3)	-	175(100.0)
Female	112(60.5)	72(38.9)	1(0.6)	185(100.0)
χ^2 value 1.878, df 1, Asymp. Sig.(2-sided) 0.171				

Table 6. Interests on the functional Samgye-Tang products (unit : person, %)

	Much like	Like	Average	Dislike	Total
Less than twenties	25(37.3)	35(52.2)	6(9.0)	1(1.5)	67(100.0)
Twenties	22(31.4)	36(51.4)	10(14.3)	2(2.9)	70(100.0)
Thirties	30(33.0)	45(49.5)	16(17.6)	-	91(100.0)
Forties	22(36.1)	33(54.1)	6(9.8)	-	61(100.0)
Over fifties	18(25.4)	43(60.6)	9(12.7)	1(1.4)	71(100.0)
Total	117(32.5)	192(53.3)	47(13.1)	4(1.1)	360(100.0)
χ^2 value 9.504, df 12, Asymp. Sig.(2-sided) 0.659					
Male	62(35.4)	89(50.9)	22(12.6)	2(1.1)	175(100.0)
Female	55(29.7)	103(55.7)	25(13.5)	2(1.1)	185(100.0)
χ^2 value 1.354, df 3, Asymp. Sig.(2-sided) 0.716					

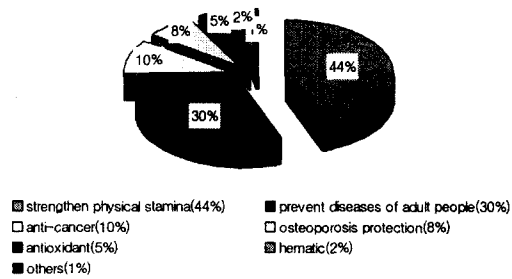


Fig. 1. Consumer's desirable functional Samgye-Tang products.

미너 강화된 제품을 원하고 있는 것으로 나타났다. 다음으로 성인병 예방 29.9%, 항암효과 10.3%, 골다공증 예방 7.5% 등의 순으로 나타났다(Fig. 1).

연령별 결과는 Table 7에 나타나 있는데 40대 이하는 체력강화 및 스테미너 강화를 위한 삼계탕을 원하는 비율이 높은 반면 50대 이상은 성인병 예방을 우선적으로 생각하는 비율이 높은 것으로 나타났다 유의성 검정에서도 1% 유의수준에서 유의성이 있는 것으로 분석되었다.

Table 7. Consumer's desirable functional Samgye-Tang products by age and gender

(unit : person, %)

	Streng- then physical stamina	Prevent diseases of adult people	Anti- oxidant	Osteo- porosis	Hematic	Anti- cancer	Others	Total
Less than twenties	27(40.3)	10(14.9)	10(14.9)	2(3.0)	2(3.0)	12(18.0)	4(6.0)	67(100.0)
Twenties	33(47.1)	24(34.3)	1(1.4)	3(4.3)	2(2.9)	7(10.0)	-	70(100.0)
Thirties	45(49.5)	28(30.8)	3(3.3)	8(8.8)	1(1.1)	5(5.5)	1(1.1)	91(100.0)
Forties	33(54.1)	18(29.5)	-	4(6.6)	1(1.6)	5(8.2)	-	61(100.0)
Over fifties	21(29.6)	27(38.0)	4(5.6)	10(14.1)	-	8(11.3)	1(1.4)	71(100.0)
χ^2 value 56.809, df 24, Asymp. Sig.(2-sided) 0.000								
Male	105(60.0)	38(21.7)	7(4.0)	5(2.9)	4(2.3)	16(9.1)	-	175(100.0)
Female	54(29.2)	69(37.3)	11(5.9)	22(11.9)	2(1.1)	21(11.4)	6(3.2)	185(100.0)
χ^2 value 42.117, df 6, Asymp. Sig.(2-sided) 0.000								

Table 8. Willingness to purchase functional Samgye-Tang products by age and gender

(unit : person, %)

	Purchase	Purchasing after thinking over	No purchase	Total
Less than twenties	39(58.2)	27(40.3)	1(1.5)	67(100.0)
Twenties	32(45.7)	35(50.0)	3(4.3)	70(100.0)
Thirties	57(62.6)	29(31.9)	5(5.5)	91(100.0)
Forties	40(65.6)	19(31.1)	2(3.3)	61(100.0)
Over fifties	47(66.2)	20(28.2)	4(5.6)	71(100.0)
Total	215(59.7)	130(36.1)	15(4.2)	360(100.0)
χ^2 value 11.497, df 8, Asymp. Sig.(2-sided) 0.175				
Male	111(63.4)	59(33.7)	5(2.9)	175(100.0)
Female	104(56.2)	71(38.4)	10(5.4)	185(100.0)
χ^2 value 2.727, df 2, Asymp. Sig.(2-sided) 0.256				

Table 9. Packaging by age and gender

(unit : person, %)

	Canning	Retort pouch	Tray	Others	Total
Less than twenties	10(14.9)	29(43.3)	24(35.8)	4(6.0)	67(100.0)
Twenties	9(12.9)	36(51.4)	19(27.1)	6(8.6)	70(100.0)
Thirties	17(18.7)	51(56.0)	17(18.7)	6(6.6)	91(100.0)
Forties	12(19.7)	28(45.9)	19(31.1)	2(3.3)	61(100.0)
Over fifties	13(18.3)	36(50.7)	18(25.4)	4(5.6)	71(100.0)
Total	61(16.9)	180(50.0)	97(26.9)	22(6.1)	360(100.0)
χ^2 value 10.404,	df 12,	Asymp. Sig.(2-sided) 0.581			
Male	34(19.4)	76(43.4)	53(30.3)	12(6.9)	175(100.0)
Female	27(14.6)	104(56.2)	44(23.8)	10(5.4)	185(100.0)
χ^2 value 5.596,	df 3,	Asymp. Sig.(2-sided) 0.133			

성별 분석결과도 Table 7에 나타나 있는데 남자는 '체력강화 및 스테미너 강화'를 우선시 하는 비율이 60.0%로 압도적으로 많았고 여자는 성인병 예방을 위한 가공식품을 원하는 비율이 37.7%로 가장 높은 것으로 나타났으며 1% 유의수준에서 유의성이 존재하고 있음을 알 수 있다.

3) 기능성 삼계탕이 출시될 경우 구입의사 인체에 유익한 삼계탕이 출시될 경우, 구입의사에 대한 설문에서 응답자의 59.7%가 '구입하겠다'라고 응답을 하였으며, 36.1%는 '생각해 본 후 구입하겠다'라고 응답을 하여 상당수가 구입의사가 있는 것으로 나타났다(Table 8).

연령별에 따른 인체에 유익한 삼계탕에 대한 구입의사에 대한 조사결과는 Table 8에 나타나 있는데 30대 이상은 '구입하겠다'라는 적극적인 의사표시를 한 비율이 60%를 넘은 반면 20대는 '생각해 본 후 구입하겠다'라는 유보적 반응이 50.0%에 달하였으나 통계적 유의성 검증에서는 유의성이 없는 것으로 분석되었다.

성별 조사결과는 Table 8에 있듯이 남자가 '구입하겠다'라고 응답한 비율이 63.4%로 여자 56.2%보다 높은 것으로 나타났지만 유의성은 없는 것으로 분석되었다.

4) 포장형태

삼계탕을 포장하여 판매할 경우 포장형태에 대한 설문에서 응답자의 50.6%가 '레토르트 파우치' 형태를 원하는 것으로 나타났으며 그 다

음은 '트레이형 용기'가 27.2%, '캔' 17.1% 순으로 나타났다(Table 9).

연령별, 성별에 따른 포장형태를 보면 Table 9에 나타나 있는데 '레토르트 파우치' 포장형태를 가장 선호하는 것으로 나타났으며 그 다음으로는 '트레이형 용기'를 선호하고 있는 것으로 나타났으나 남자의 경우는 '캔' 포장형태를 선호하는 비율이 약 20%에 달하였지만 통계적 유의성은 없는 것으로 나타났다.

요 약

본 조사는 삼계탕 소비와 관련된 소비자들의 요구를 종합적으로 파악하여 삼계탕 신제품을 개발하기 위한 기초자료를 제공하는데 목적이 있다. 삼계탕에 대해서 소비자들은 절반 이상이 좋다는 반응을 보이고 있으며 가정에서 먹는 비율이 높은 것으로 나타났으며 여름철 보양식으로 많이 먹고 있는 것으로 조사되었다. 기능성 삼계탕 개발과 관련하여 응답자의 85% 이상이 좋다는 반응을 보였으며 체력 및 스테미너가 강화된 신제품을 소비자들은 원하고 있는 것으로 나타났다. 기능성 삼계탕에 대한 구입의사는 일반 삼계탕과 가격수준이 비슷할 경우 구입하겠다는 비율이 높은 것으로 나타나 가격이 제품선택시 중요한 요소로 작용하고 있음을 알 수 있으며 포장형태는 레토르트 파우치 형태를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

참고문헌

1. 유익중, 전기홍, 박우문, 강통삼, 임상동, 최성유 : 삼계탕 가공식품 제조시 골연화 억제 기술 개발. 한국식품개발연구원, 16(19-97).
2. 김달래 : 한의사 김달래의 체질에 따라 약이 되는 음식 224 체질을 보하는 요리법 105. 경향신문사, 27(1996).
3. 김창희 : 즉석취식용 삼계탕 및 그 제조 방법. 공개특허공보, 공개번호 96-9904 (1996).
4. 박세원, 김선태, 유양자 : 조리용기와 가열 시간에 따른 삼계탕 용출액 중 무기질 함량에 관한 연구. 한국조리과학회지, 9(1), 52 (1993).
5. 장영수, 이효지 : 조리조건에 연계백숙의 성분과 관능적 품질에 미치는 영향. 한국조리과학회지, 4(2), 31(1988).
6. 이종경 : 삼계탕의 계육조리법. 공개특허공보, 공개번호 96-9903(1996).
7. SPSS Inc. : SPSS Base 10.0 User's Guide, SPSS Inc., U.S.A(1999).

(2001년 1월 12일 접수)