

여성의 연령에 따른 한국 전통음료의 음용실태 및 선호도에 관한 조사 분석

한 은 숙[†] · 노 숙 령

중앙대학교 생활과학대학 식품영양학과

An Analysis of Consumption and Preferences of the Korean Traditional Drinks by Women in Different Age Groups

Eun-Sook Han[†] and Sook-Nyung Rho

Dept. of Food and Nutrition, College of Human Ecology, Chung-Ang University, Seoul 156-756, Korea

Abstract

The purpose of this study was to analyze women's consumption and preferences of the Korean traditional drinks. For this purpose, 205 women aged between teens and 60s living in Seoul were sampled randomly for a questionnaire survey conducted from August 21 to 27, 2003. The results of this study were summarized as follows: The percentile of age groups accounted for 15.6% of the subjects in their teens, 19.5% in 20s, 18.0% in 30s, 20.5% in 40s, 13.7% in 50s, and 12.7% in 60s, respectively. On the other hand, those who graduated from colleges accounted for most (49.8%) of the subjects, those employed by companies for most (23.9%) and those earning 2 million won or more for most (40.5%). Subjects' preferences about the traditional drinks were as follows: The most popular traditional drink across all age groups was Sikhe (29.8%: fermented rice drink), followed by Sujonggwa (10.7%: dried persimmons punch) and green tea (8.8%). Most of those in their teens and 60s consumed the drinks to relieve from the thirst, while those between 20s and 50s to be healthy. The majority (31.7%) of the subjects were consuming the traditional drinks once or twice per week. Those in their teens and 40s consumed the drinks between 3 and 5 o'clock in the afternoon, while those in their 20s, 30s and 50s as they want, and those in their 60s after exercise and as they pleased. 63.4% of the subjects across all age groups bought the drinks at supermarkets, and 60.5% of them were consuming 200ml each time. The reasons of subjects' preferences of the traditional drinks were as follows: The most important factor perceived by all age groups was taste (61.0%), followed by nutrition (15.6%). The most preferred point of taste was 'light' (51.7%). Those in their teens preferred the drinks without grains, while the other age groups preferred the drinks with some grains. Those in their teens preferred canned drinks, while the other age groups preferred the bottled drinks. Consumers' desire for improvement of traditional drinks were as follows: Those in their teens and 20s were satisfied with the current prices of the drinks, while the other age groups hoped for lower prices. On the other hand, those in their 50s answered that the drinks should not be sweet, while the other age groups hoped that the tastes of the drinks would be improved in diverse ways. 53.2% of the consumers hoped that the flavors of the traditional drinks would be diversified. 67.3% of them hoped that the traditional drinks would be improved to be functional drinks, while 54.6% of them hoped that the drinks would be processed in a more hygienic way.

Key words: Korean traditional drinks, consumption, preferences.

서 론

본 연구는 중앙대학교 연구지원처의 지원에 의해 일부 이루어졌음.

[†]Corresponding author : Eun-Sook Han, Tel: +82-2-567-6007, E-mail: hjohee@hanmail.net

우리나라는 역사적으로 좋은 자연수와 함께 식용 열매, 꽃과 잎, 과일 등의 쉽게 얻을 수 있는 재료와 향약재 등을 이용하여 다양한 조리방법으로 차, 탕, 장, 갈수, 숙수, 화채 등의 전통음료가 발달하였다.

전통음료는 의식동의(醫食同意)의 실체로서 생활화되어 왔으며, 기호식품으로 수시로 음용하거나 장국상, 잔칫상 등에 빼놓을 수 없는 필수품목의 하나가 되었다(Kang et al 2000).

자연의 맛과 선조들의 풍류를 즐기는 멋이 깃든 전통음료는 153품목에 달하며(Lee HJ 1994), 1973년 (주)비락에서 즉석 식혜를 출시하면서 상업화된 전통음료는 대기업까지 참여하여 식혜시장 규모는 1996년에 3000억원 규모로 급신장하고 있다. 식혜와 1997년의 대추음료 등의 전통음료를 시작으로 해서(Oh SY 2000) 현재 상업화된 것은 차류, 식혜, 수정과를 비롯하여 오미자, 모과, 매실 등의 재료를 이용한 약재음료, 전통적 소재인 감식초, 솔잎 추출물, 쑥 등을 이용한 음료도 있다(Lee et al 2002).

국내 제조업 전체에서 음료는 6.31%를 차지하고 있으며, 2003년 음료시장은 약 3조 4000억원의 매출을 올렸고(Food J. 2004, 4) 2004년에는 3조 4500억의 매출을 예상하고 있다(Food J. 2004,1).

국민소득의 증가와 서구식 식생활 문화가 경제 발전의 기류를 타고 우리 식생활에 깊숙이 파고 들어 정착하면서 음료의 선택기준이나 제품에 대한 인지도와 만족도가 다양해졌다(Lee SY 2003).

개인의 기호에 따라 좋아하는 것을 선택, 섭취하게 되었고(Kim IS 1985), 천연의 맛과 향을 추구하며 자연 친화적인 삶을 위한 현대인의 Well-being life는 건강 지향적인 각종 음료의 소비량 증가와 함께 음료시장에 많은 변화를 주고 있다.

최근에는 당분의 과잉 섭취나 치아 건강 등의 이유로 콜라 등의 탄산음료 섭취가 퇴조를 보이고(Restaurant J. 2004, 2) 한방 성분 및 전통의 맛을 지향하는 음료, 건강 증진 및 건강 보조 식품 등을 가미한 음료 제품과 식이성 섬유 음료, 세분화된 기능을 갖춘 아미노산, 비타민, 스트레스 해소, 숙취 해소, 피로 회복, 피부 미용 효과에 이르기까지 섭취 목적에 따라 차별화, 다양화되고 있는 추세이다.

따라서 전통음료는 우리 식생활에 아주 중요한 부분을 차지하고 있는 기호식품으로(Jeon et al 1995) 약이성(藥餌性) 효과를 겸하는 건강음료이며(Korean FRC. 1997) 천연재료에 의한 환경 친화적인 기능성 음료로서 시대의 변화에 부응할 수 있는 개발이 모색되어야 할 것이다.

본 연구에서는 서울에 거주하는 여성을 대상으로 연령별로 시음실태 및 선호도를 조사하여 비교 분석함으로써 우리나라 전통음료의 개발 및 발전을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

연구방법

1. 조사대상 및 기간

본 조사는 서울지역에 거주하는 10대에서 60대 사이의 여성 205명을 대상으로 2003년 8월 21일부터 7일간에 걸쳐 설문지법으로 실시하였으며, 배포된 설문지 230부중 205부가

회수되어 89.1%의 회수율을 보였고 205부를 통계처리의 분석 자료로 이용하였다.

2. 조사내용

조사대상자의 일반 사항과 연령에 따른 전통음료에 대한 음용실태 및 선호도에 관한 질문에 응답자가 직접 기재하였으며 질문 내용은 다음과 같다.

(1) 일반적인 사항은 연령, 학력, 직업, 월평균 소득 등을 조사하였다(4문항).

(2) 전통음료의 음용실태는 자주 마시는 전통음료의 종류, 마시는 목적, 마시는 횟수, 음용하는 시간, 구입하는 장소, 1회 마시기 적당한 분량에 대하여 조사하였다(6문항).

(3) 전통음료에 대한 선호도는 전통 음료 구입 시 선호하는 사항, 음용시 선호하는 맛, 고형물 유·무에 대한 선호도 구입 시 선호하는 용기 등에 대하여 조사하였다(4문항).

(4) 선호하는 전통 음료에 대하여 개선되기를 바라는 점 등에 대하여 조사하였다(5문항).

3. 자료의 분석

본 조사의 자료는 SAS Package Program을 이용하여 분석하였다.

조사대상자의 일반적인 환경과 전통음료의 시음실태 및 선호도에 관한 문항은 빈도와 백분율을 구하였고 연령에 따른 차이점은 χ^2 -test를 실시하여 그 유의성을 검증하였다.

결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

조사 대상자들의 연령, 학력, 직업, 월평균 소득에 대한 조사결과는 Table 1과 같다.

응답자들의 연령 분포는 40대가 42명으로 총대상자의 20.5%로 가장 높았고, 학력 분포는 대졸 이상이 102명(49.8%), 직업별 분포는 회사원이 49명(23.9%), 월 평균 소득은 200만원 이상이 83명(40.5%)으로 가장 높은 분포를 보였다.

2. 전통음료의 음용 실태

자주 마시는 전통음료는 식혜(29.8%)가 가장 많았으며, 수정과(10.7%), 녹차(8.8%), 매실차(5.9%) 순이었고, 10대에서 60대까지 연령별로는 유의한 차이가 없었다(Table 2).

전통음료를 마시는 목적은 건강추구(42.9%), 기호성(23.9%), 갈증 해소(21.5%), 목적 없음(7.3%), 기능성(4.4%)으로 나타나 전통음료 음용시 건강추구에 가장 큰 목적을 두고 있는 것으로 조사되었다(Table 3).

Lee et al (2002)은 전통음료 섭취에 영향을 주는 인자분석

Table 1. General factors of respondents N(%)

	Factor	N(%)
Age	The group of 10s (10~19)	32(15.6)
	The group of 20s (20~29)	40(19.5)
	The group of 30s (30~39)	37(18.0)
	The group of 40s (40~49)	42(20.5)
	The group of 50s (50~59)	28(13.7)
	The group of 60s (60~69)	26(12.7)
Educational level	Middle · High School student	48(23.4)
	College student	
	High school graduates	55(26.8)
	Graduates from colleges or higher	102(49.8)
Occupation	Students	48(23.4)
	White collar	49(23.9)
	Professional	38(18.5)
	Self-owned business women	35(17.1)
	Others	35(17.1)
Monthly income	Below 1 million won	44(21.5)
	Between 1 million won and 2 million wons	78(38.0)
	More than 2 million wons	83(40.5)
Total		205(100)

에서 건강인자가 41%를 나타내어 본 조사결과와 일치하였다.

연령별 음용 목적은 10대(40.6%)와 60대(50.0%)는 갈증해소, 20대(50.0%), 30대(48.6%), 40대(47.6%), 50대(57.1%)는 건강추구가 제 1의 목적이라고 응답하여 연령간에 유의한 차이($p<0.001$)가 있었다.

전통음료를 마시는 횟수에 관한 질문에서 주 1회 이하(31.7%)가 가장 많았으며, 주 1회(29.8%), 주 3회(16.1%), 1일 1회(11.7%), 1일 2회 이상(10.7%) 순으로 조사되었다(Table 4).

연령별로는 10대(43.8%)는 주 1회와 주 1회 이하, 20대(35.0%)와 40대(35.7%)는 주 1회, 30대(32.4%)와 50대(32.1%)는 주 1회 이하, 60대(23.1%)에서는 주 1회 이하와 주 3회 이상 마시는 것으로 나타나 연령간에 유의한 차이($p<0.05$)가 있었고, 전체적으로는 평균 1주일에 1회 이하로 마시는 경향이 있었다.

전통음료를 시음하는 시간에 관한 조사 결과는 시시때때로(29.3%)가 가장 많았고, 오후 3시~5시(21.5%), 점심식사 후(15.1%), 저녁(11.2%), 아침(9.3%), 운동 후(7.8%), 기타(5.9%)순이었다(Table 5).

연령별로 10대(43.8%)와 40대(28.6%)는 간식시간인 오후 3시~5시, 20대(30.0%)와 30대(24.3%), 50대(53.6%)는 시시때때로, 60대(26.9%)는 시시때때로와 운동 후에 음용하는 것으로 나타났고, 특히 50대의 경우에는 시시때때로 음용하는 비율이 다른 연령층에 비하여 높게 조사되어 연령간에 유의한 차이($p<0.01$)가 있었다.

Lee(Lee YM 1981)는 한국인의 기호도에 관한 조사에서 음

Table 2. Types of the traditional drinks consumed frequently

N(%)

Div.	Shick Hae	SooJung Gwa	SSang wha tea	Ginger tea	Citron tea	Maesil tea	Misit garu	Yulmu tea	Green tea	Omiza tea	Mogua tea	Cinamon tea	Others	Total	Significance
10s	13 (40.6)	4 (12.5)	1 (3.1)	0 (0.0)	1 (3.1)	2 (6.3)	1 (3.1)	2 (6.3)	0 (0.0)	1 (3.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (21.9)	32 (100.0)	$\chi^2 = 53.232$ df = 60 Not significant
20s	12 (30.0)	4 (10.0)	1 (2.5)	2 (5.0)	1 (2.5)	1 (2.5)	0 (0.0)	1 (2.5)	3 (7.5)	4 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (27.5)	40 (100.0)	
30s	10 (27.0)	5 (13.5)	0 (0.0)	2 (5.4)	1 (2.7)	3 (8.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (13.5)	4 (10.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (18.9)	37 (100.0)	
40s	12 (28.6)	4 (9.5)	1 (2.4)	1 (2.4)	2 (4.8)	3 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (16.7)	1 (2.4)	1 (2.4)	0 (0.0)	10 (23.8)	42 (100.0)	
50s	7 (25.0)	3 (10.7)	1 (3.6)	1 (3.6)	1 (3.6)	2 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (7.1)	1 (3.6)	1 (3.6)	0 (0.0)	9 (32.1)	28 (100.0)	
60s	7 (26.9)	2 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.8)	1 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.8)	13 (50.0)	26 (100.0)	
Total	61 (29.8)	22 (10.7)	4 (2.0)	6 (2.9)	7 (3.4)	12 (5.9)	1 (0.5)	3 (1.5)	18 (8.8)	11 (5.4)	2 (1.0)	1 (0.5)	57 (27.8)	205 (100.0)	

Table 3. Purposes of consuming the traditional drinks

N(%)

Div.	Relief from thirst	Pursuit of health	Gusto	Functionality	No purpose	Total	Significance
10s	13(40.6)	8(25.0)	8(25.0)	0(0.0)	3(9.4)	32(100.0)	
20s	4(10.0)	20(50.0)	13(32.5)	1(2.5)	2(5.0)	40(100.0)	
30s	4(10.8)	18(48.6)	10(27.0)	4(10.8)	1(2.7)	37(100.0)	$\chi^2=48.475$
40s	5(11.9)	20(47.6)	12(28.6)	2(4.8)	3(7.1)	42(100.0)	df = 20
50s	5(17.9)	16(57.1)	4(14.3)	2(7.1)	1(3.6)	28(100.0)	p< 0.001***
60s	13(50.0)	6(23.1)	2(7.7)	0(0.0)	5(19.2)	26(100.0)	
Total	44(21.5)	88(42.9)	49(23.9)	9(4.4)	15(7.3)	205(100.0)	

Table 4. Frequency of consuming the traditional drinks

N(%)

Div.	Once a day	Twice or more every day	Three times per week	Once per week	Less than once per week	Total	Significance
10s	3(9.4)	0(0.0)	1(3.1)	14(43.8)	14(43.8)	32(100.0)	
20s	0(0.0)	5(12.5)	8(20.0)	14(35.0)	13(32.5)	40(100.0)	
30s	3(8.1)	6(16.2)	8(21.6)	8(21.6)	12(32.4)	37(100.0)	$\chi^2=31.502$
40s	8(19.0)	2(4.8)	6(14.3)	15(35.7)	11(26.2)	42(100.0)	df = 20
50s	5(17.9)	4(14.3)	4(14.3)	6(21.4)	9(32.1)	28(100.0)	p< 0.05*
60s	5(19.2)	5(19.2)	6(23.1)	4(15.4)	6(23.1)	26(100.0)	
Total	24(11.7)	22(10.7)	33(16.1)	61(29.8)	65(31.7)	205(100.0)	

Table 5. Time of consuming the traditional drinks

N(%)

Div.	Morning (for empty stomach)	After lunch	Snack (between 3:00 and 5:00 p.m.)	Evening (before dinner)	After exercise	Frequently anytime	Others and no answer	Total	Significance
10s	1(3.1)	3(9.4)	14(43.8)	4(12.5)	2(6.3)	6(18.8)	2(6.3)	32(100.0)	
20s	5(12.5)	7(17.5)	9(22.5)	4(10.0)	0(0.0)	12(30.0)	3(7.5)	40(100.0)	
30s	4(10.8)	6(16.2)	7(18.9)	8(21.6)	3(8.1)	9(24.3)	0(0.0)	37(100.0)	$\chi^2=53.752$
40s	4(9.5)	6(14.3)	12(28.6)	4(9.5)	2(4.8)	11(26.2)	3(7.1)	42(100.0)	df = 30
50s	4(14.3)	3(10.7)	1(3.6)	1(3.6)	2(7.1)	15(53.6)	3(7.1)	28(100.0)	p< 0.01**
60s	1(3.8)	6(23.1)	1(3.8)	2(7.7)	7(26.9)	7(26.9)	2(7.7)	26(100.0)	
Total	19(9.3)	31(15.1)	44(21.5)	23(11.2)	16(7.8)	60(29.3)	12(5.9)	205(100.0)	

료는 주로 간식으로 선택되어지는 식품으로 보고되었는데 본 조사에서는 10대와 40대를 제외한 연령대에서 시시때때로 시음하는 것으로 나타났다.

전통음료를 구입하는 장소에 관한 질문에서 슈퍼마켓(63.4%)이 가장 많았으며, 백화점(20.5%), 24시간 편의점(6.3%)과 기타 소매점(6.3%), 자동판매기(3.4%) 순으로 구입하는 것으로 나타났다(Table 6).

연령별로 10대는 슈퍼마켓에서 주로 구입하였고, 다음으로 24시간 편의점과 기타 소매점을 이용하였으며, 20대, 40대

는 슈퍼마켓, 백화점, 24시간 편의점 순이고, 30대와 50대는 슈퍼마켓, 백화점, 기타 소매점 순서로 구입하는 것으로 나타났다. 60대는 슈퍼마켓을 주로 이용하고 다음으로 백화점 그리고 24시간 편의점과 기타 소매점에서 구입하는 것으로 조사되어 연령간에 유의한 차이(p<0.05)가 있었다.

전통음료의 1회 마시기 적당한 양에 대한 조사에서 총 응답자 중의 124명(60.5%)이 200 mL가 알맞다고 하였으며, 그 다음이 150 mL(22.4%)였고, 연령에 따른 유의한 차이는 없었다(Table 7).

3. 전통음료의 구입시 선호하는 요인에 관한 사항

전통음료 구입시의 우선적인 고려사항은 맛(61.0%), 영양(15.6%), 향(6.3%), 상관없음(5.4%), 제조회사(4.4%), 색(2.9%), 분량(2.4%), 가격(2.0%)순으로 나타났다.

10대에서 60대까지 전통음료를 구입할 때, 맛이 가장 중요한 부분을 차지하는 것으로 조사되었으며 유의한 차이는 아니나 10대와 20대는 맛과 향을, 30대 이후는 맛과 영양을 우선적으로 선호하는 경향이 있었다(Table 8).

전통음료 시음시 선호하는 맛은 담백한 맛(51.7%)이 가장 높았고, 단맛(24.4%), 전통재료 고유의 맛(13.2%), 한약 같은

맛(5.9%), 신맛(4.9%) 순으로 나타났으며, 연령 간에 유의한 차이는 없었으나 모든 연령층에서 담백한 맛과 단맛을 선호하는 경향이었다(Table 9).

전통음료의 고형물 유·무에 대한 선호도에서는 고형물이 약간 있는 것(51.2%)이 높은 선호도를 보였고, 고형물이 없는 것(29.3%), 고형물이 많아서 씹는 질감이 있는 것(15.1%) 순으로 조사되었으며 연령 간에 유의한 차이는 없었다(Table 10).

전통음료의 용기에 대한 조사 결과 유리병(83명:40.5%)을 가장 선호하였고, 캔(24.9%), 종이컵(17.1%), 플라스틱류(8.8%),

Table 6. Places where the traditional drinks are bought

N(%)

Div.	Department store	24hr. Convenience store	Super market	Vending Machines	Grocery store	Total	Significance
10s	1(3.1)	4(12.5)	20(62.5)	3(9.4)	4(12.5)	32(100.0)	
20s	8(20.0)	6(15.0)	23(57.5)	2(5.0)	1(2.5)	40(100.0)	
30s	9(24.3)	0(0.0)	25(67.6)	0(0.0)	3(8.1)	37(100.0)	$\chi^2=32.301$
40s	14(33.3)	2(4.8)	24(57.1)	1(2.4)	1(2.4)	42(100.0)	df = 20
50s	6(21.4)	0(0.0)	18(64.3)	1(3.6)	3(10.7)	28(100.0)	p< 0.05*
60s	4(15.4)	1(3.8)	20(76.9)	0(0.0)	1(3.8)	26(100.0)	
Total	42(20.5)	13(6.3)	130(63.4)	7(3.4)	13(6.3)	205(100.0)	

Table 7. Quantity of the traditional drinks consumed each time

N(%)

Div.	300 mL	200 mL	150 mL	Below 150 mL	Total	Significance
10s	3(9.4)	16(50.0)	6(18.8)	7(21.9)	32(100.0)	
20s	6(15.0)	24(60.0)	8(20.0)	2(5.0)	40(100.0)	
30s	5(13.5)	22(59.5)	10(27.0)	0(0.0)	37(100.0)	$\chi^2 = 22.075$
40s	3(7.1)	25(59.5)	12(28.6)	2(4.8)	42(100.0)	df = 15
50s	1(3.6)	19(67.9)	6(21.4)	2(7.1)	28(100.0)	Not significant
60s	0(0.0)	18(69.2)	4(15.4)	4(15.4)	26(100.0)	
Total	18(8.8)	124(60.5)	46(22.4)	17(8.3)	205(100.0)	

Table 8. Preferences of the traditional drinks

N(%)

Div.	Taste	Flavour	Color	Nutrition	Price	Amount	Manufacturer	No concern	Total	Significance
10s	24(75.0)	2(6.3)	0(0.0)	0(0.0)	1(3.1)	0(0.0)	1(3.1)	4(12.5)	32(100.0)	
20s	30(75.0)	3(7.5)	0(0.0)	2(5.0)	1(2.5)	0(0.0)	1(2.5)	3(7.5)	40(100.0)	
30s	22(59.5)	2(5.4)	2(5.4)	7(18.9)	0(0.0)	1(2.7)	2(5.4)	1(2.7)	37(100.0)	$\chi^2 = 46.627$
40s	24(57.1)	4(9.5)	3(7.1)	8(19.0)	1(2.4)	1(2.4)	1(2.4)	0(0.0)	42(100.0)	df = 35
50s	12(42.9)	1(3.6)	1(3.6)	8(28.6)	0(0.0)	3(10.7)	2(7.1)	1(3.6)	28(100.0)	Not significant
60s	13(50.0)	1(3.8)	0(0.0)	7(26.9)	1(3.8)	0(0.0)	2(7.7)	2(7.7)	26(100.0)	
Total	125(61.0)	13(6.3)	6(2.9)	32(15.6)	4(2.0)	5(2.4)	9(4.4)	11(5.4)	205(100.0)	

파우치(7.8%)순으로 나타났다(Table 11).

10대는 캔 용기, 유리병의 순서로 선호하였고, 20대와 50대는 유리병과 캔 순이며, 30대와 40대는 유리병과 종이컵, 60대는 유리병과 플라스틱류 순으로 선호하는 것으로 나타나 연령 간에 유의한 차이($p < 0.05$)를 보였다.

유의성 검정 결과 일반적으로 10대는 취급상 편리한 캔 용기를 선호하였으나, 20대부터 60대까지는 고른 분포로 내용물 확인이 가능한 유리병을 선호하는 것으로 나타났다.

Kim et al (1998)은 음료 자동 판매기에 관한 소비자 인식도 조사에서 선호하는 포장 형태는 캔(52.6%), 컵(45.7%)으로

병(0.8%)과 팩(0.8%)에 비하여 단독적으로 높게 나타났으며, 20세 미만은 72.3%가 캔을 선호하고 20대는 컵(46.9%)과 캔(52.3%)의 이용률이 비슷하였으며 30세 이상은 컵(71.1%)을 더 선호하는 것으로 조사되었는데, 자동판매기에서 음료 구입시, 용기의 선호도에 약간의 차이가 있음을 알 수 있었다.

Oh(Oh SR 2000)는 음료식품의 특성에 관한 소비자 선호 분석에서 20대 이하의 캔 형태를 선호하고 30대 이상은 투명한 유리병을 더 좋아하는 것으로 나타나 본 조사와 유사한 결과를 보여 주었다.

Table 9. Preferred tastes of the traditional drinks

N(%)

Div.	Sour taste	Sweet taste	Simple taste (clean taste)	Taste like a Chinese herb	Unique taste of traditional material	Total	Significance
10s	0(0.0)	15(46.9)	13(40.6)	0(0.0)	4(12.5)	32(100.0)	
20s	2(5.0)	8(20.0)	23(57.5)	4(10.0)	3(7.5)	40(100.0)	
30s	3(8.1)	10(27.0)	18(48.6)	2(5.4)	4(10.8)	37(100.0)	$\chi^2 = 27.160$
40s	4(9.5)	9(21.4)	19(45.2)	3(7.1)	7(16.7)	42(100.0)	df = 20
50s	1(3.6)	4(14.3)	19(67.9)	2(7.1)	2(7.1)	28(100.0)	Not significant
60s	0(0.0)	4(15.4)	14(53.8)	1(3.8)	7(26.9)	26(100.0)	
Total	10(4.9)	50(24.4)	106(51.7)	12(5.9)	27(13.2)	205(100.0)	

Table 10. Preferences of the traditional drinks with or without grains

N(%)

Div.	Without solid grains	Chewing taste due to solid grains	With some solid grains	No concern	Total	Significance
10s	13(40.6)	7(21.9)	12(37.5)	0(0.0)	32(100.0)	
20s	10(25.0)	6(15.0)	24(60.0)	0(0.0)	40(100.0)	
30s	11(29.7)	5(13.5)	21(56.8)	0(0.0)	37(100.0)	$\chi^2 = 22.331$
40s	13(31.0)	7(16.7)	18(42.9)	4(9.5)	42(100.0)	df = 15
50s	9(32.1)	5(17.9)	12(42.9)	2(7.1)	28(100.0)	Not significant
60s	4(15.4)	1(3.8)	18(69.2)	3(11.5)	26(100.0)	
Total	60(29.3)	31(15.1)	105(51.2)	9(4.4)	205(100.0)	

Table 11. Preferred containers for the traditional drinks

N(%)

Div.	Glass bottle	Plastic	Pouch	Paper cup	Can	Others	Total	Significance
10s	8(25.0)	4(12.5)	1(3.1)	4(12.5)	15(46.9)	0(0.0)	32(100.0)	
20s	18(45.0)	2(5.0)	2(5.0)	7(17.5)	11(27.5)	0(0.0)	40(100.0)	
30s	16(43.2)	2(5.4)	2(5.4)	11(29.7)	6(16.2)	0(0.0)	37(100.0)	$\chi^2 = 37.969$
40s	18(42.9)	2(4.8)	4(9.5)	9(21.4)	8(19.0)	1(2.4)	42(100.0)	df = 25
50s	14(50.0)	2(7.1)	2(7.1)	3(10.7)	6(21.4)	1(3.6)	28(100.0)	$p < 0.05^*$
60s	9(34.6)	6(23.1)	5(19.2)	1(3.8)	5(19.2)	0(0.0)	26(100.0)	
Total	83(40.5)	18(8.8)	16(7.8)	35(17.1)	51(24.9)	2(1.0)	205(100.0)	

4. 전통 음료에 대한 개선되기를 바라는 점

가격면에 관한 개선점 질문에서 현재보다 싸야 한다 (50.2%), 현 상태에 만족한다(41.5%), 관계없다(5.4%), 비싸야 한다(2.9%) 순으로 조사되었다(Table 12).

10대와 20대는 가격면에서 “현 상태에 만족한다” 가 높게 나타났으며, 30대에서 60대까지는 현재 가격보다 “싸야 한다”로 응답하여 연령간에 유의한 차이를 볼 수 있었다($p < 0.001$).

유의성 검정 결과 10대와 20대는 가격면에 민감하지 않으며, 30대 부터 연령이 증가할수록 싸야 한다는 응답자의 비율이 높아지는 것을 알 수 있었다.

맛에 대한 개선점 질문에서 현재보다 다양해져야 한다 (55.6%), 달지 않아야 한다(31.2%), 현 상태에 만족한다 (11.2%), 관계없다(2%) 순으로 나타났다(Table 13).

10대는 맛이 다양해야 한다, 현 상태에 만족한다 순서로 응답하였고, 20대와 30대, 40대, 60대는 맛이 다양해야 한다, 달지 않아야 한다 순이며, 50대는 달지 않아야 한다, 맛이 다양해야 한다는 순으로 응답하여 연령 간에 유의한 차이를 보였다($p < 0.05$).

선호하는 음료의 맛에 대한 현 상태의 만족도가 전 연령대에서 고르게 낮은 분포를 보이는 결과를 바탕으로 연령대의

요구에 맞는 음료의 맛 개선이 요구된다.

음료 한 품목의 향에 대한 개선점 질문에서는 향이 다양해져야 한다(53.2%)가 가장 높았고, 현 상태에 만족한다 (33.2%), 관계없다(13.7%) 순으로 응답하여(Table 14) 다양한 종류의 향이 있는 전통음료로의 개선이 요구되며, 연령 간에 유의한 차이는 없었다.

영양에 관한 개선점 질문에서는 기능성 음료로 다양하게 개선되어야 한다(67.3%)가 가장 높았고 현 상태에 만족한다 (21.0%), 건강 보조 식품이 되어야 한다(9.3%), 관계없다 (2.4%) 순으로 조사되었다(Table 15).

10대부터 40대까지는 기능성 음료로 다양하게 개선되어야 한다와 현 상태에 만족한다는 순서이고, 50대와 60대는 기능성 음료로 다양하게 개선되어야 한다와 건강 보조 식품이 되어야 한다는 순으로 응답하여 연령간에 유의한 차이가 있었다($P < 0.001$).

이러한 응답의 결과는 음료의 선택에 있어 양보다는 질을 추구하고 건강 지향적인 선호도에 따른 것으로 50대, 60대 연령에서는 기능성 음료와 건강보조 식품으로의 개선을 요하며, 특히 40대 이후부터 연령이 높아질수록 건강 보조식품이 되어야 한다는 응답자의 비율이 높아지는 결과는 인체의 기능에 유용한 효과를 얻을 수 있는 전통음료에 대한 다양성

Table 12. Prices desired for the traditional drinks

N(%)

Div.	Must be cheap	Must be expensive	Satisfied with the current level	No concern	Total	Significance
10s	14(43.8)	0(0.0)	18(56.3)	0(0.0)	32(100.0)	
20s	11(27.5)	0(0.0)	29(72.5)	0(0.0)	40(100.0)	
30s	18(48.6)	1(2.7)	15(40.5)	3(8.1)	37(100.0)	$\chi^2 = 47.011$ df = 15 $p < 0.001^{***}$
40s	22(52.4)	4(9.5)	13(31.0)	3(7.1)	42(100.0)	
50s	17(60.7)	1(3.6)	6(21.4)	4(14.3)	28(100.0)	
60s	21(80.8)	0(0.0)	4(15.4)	1(3.8)	26(100.0)	
Total	103(50.2)	6(2.9)	85(41.5)	11(5.4)	205(100.0)	

Table 13. Tastes desired for the traditional drinks

N(%)

Div.	Should not be sweet	Tastes should be diverse	Satisfied with the current level	No concern	Total	Significance
10s	1(3.1)	27(84.4)	4(12.5)	0(0.0)	32(100.0)	
20s	13(32.5)	25(62.5)	2(5.0)	0(0.0)	40(100.0)	
30s	15(40.5)	16(43.2)	6(16.2)	0(0.0)	37(100.0)	$\chi^2=30.053$ df = 15 $p < 0.05^*$
40s	16(38.1)	21(50.0)	4(9.5)	1(2.4)	42(100.0)	
50s	13(46.4)	10(35.7)	3(10.7)	2(7.1)	28(100.0)	
60s	6(23.1)	15(57.7)	4(15.4)	1(3.8)	26(100.0)	
Total	64(31.2)	114(55.6)	23(11.2)	4(2.0)	205(100.0)	

Table 14. Flavors desired for the traditional drinks

N(%)

Div.	Flavors should be diverse	Satisfied with the current level	No concern	Total	Significance
10s	14(43.8)	15(46.9)	3(9.4)	32(100.0)	$\chi^2 = 12.939$ df = 10 Not significant
20s	27(67.5)	9(22.5)	4(10.0)	40(100.0)	
30s	19(51.4)	15(40.5)	3(8.1)	37(100.0)	
40s	25(59.5)	11(26.2)	6(14.3)	42(100.0)	
50s	13(46.4)	8(28.6)	7(25.0)	28(100.0)	
60s	11(42.3)	10(38.5)	5(19.2)	26(100.0)	
Total	109(53.2)	68(33.2)	28(13.7)	205(100.0)	

Table 15. Nutritional points desired for the traditional drinks

N(%)

Div.	Should be improved in diverse ways to be a functional drink	Satisfied with the current level	Should be an auxiliary health food	No concern	Total	Significance
10s	16(50.0)	15(46.9)	0(0.0)	1(3.1)	32(100.0)	$\chi^2 = 44.785$ df = 15 $p < 0.001^{***}$
20s	33(82.5)	6(15.0)	1(2.5)	0(0.0)	40(100.0)	
30s	27(73.0)	9(24.3)	1(2.7)	0(0.0)	37(100.0)	
40s	28(66.7)	6(14.3)	5(11.9)	3(7.1)	42(100.0)	
50s	20(71.4)	3(10.7)	4(14.3)	1(3.6)	28(100.0)	
60s	14(53.8)	4(15.4)	8(30.8)	0(0.0)	26(100.0)	
Total	138(67.3)	43(21.0)	19(9.3)	5(2.4)	205(100.0)	

Table 16. Hygienic points desired for the traditional drinks

N(%)

Div.	Should be improved	Satisfied with the current level	No concern about improved hygienic	Total	Significance
10s	19(59.4)	12(37.5)	1(3.1)	32(100.0)	$\chi^2 = 23.506$ df = 10 $p < 0.01^{**}$
20s	21(52.5)	18(45.0)	1(2.5)	40(100.0)	
30s	23(62.2)	11(29.7)	3(8.1)	37(100.0)	
40s	21(50.0)	10(23.8)	11(26.2)	42(100.0)	
50s	16(57.1)	6(21.4)	6(21.4)	28(100.0)	
60s	12(46.2)	6(23.1)	8(30.8)	26(100.0)	
Total	112(54.6)	63(30.7)	30(14.6)	205(100.0)	

이 요구된다고 할 수 있다.

위생에 관한 개선점 질문에서 개선되어야 한다(54.6%)가 가장 높았고, 현 상태에 만족한다(30.7%), 위생 개선에 관심 없다(14.6%)순으로 조사되었다(Table 16).

연령에 따른 구분에서는 10대에서 30대까지는 개선되어야 한다와 현 상태에 만족한다가 높았으며, 40대에서 60대까지는 개선되어야 한다는 응답과 위생 개선에 관심없다는 응답이 높은 것으로 조사되어 연령간에 유의한 차이가 있었다($p < 0.01$).

위생면의 개선에 대한 요구가 현상태에 만족하는 비율보다 전 연령대에서 50% 이상의 높은 응답률을 보인 결과를 바탕으로 전통음료의 위생적인 관리와 개선이 요구된다.

요약 및 결론

본 연구는 10대부터 60대까지 서울에 거주하는 여성 205명을 대상으로 2003년 8월 21일부터 8월 27일까지 연령별 구분에 따른 한국 전통음료의 음용실태와 선호도에 관한 비교

분석을 한 것으로, 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사 대상자들의 일반사항에서 연령은 10대:15.6%, 20대:19.5%, 30대:18.0%, 40대:20.5%, 50대:13.7%, 60대:12.7%으로 40대가 가장 많았고, 학력분포는 대졸 이상이 49.8%, 직업은 회사원이 23.9%, 월 평균 소득은 200만원 이상이 40.5%으로 가장 많았다.

2. 전통음료의 음용실태 : 10대에서 60대까지 가장 자주 마시는 전통 음료는 식혜(29.8%), 수정과(10.7%) 녹차(8.8%)의 순으로 나타났으며, 음료를 마시는 목적으로는 10대와 60대는 갈증 해소(10대:40.6%, 60대:50.0%), 20대에서 50대까지는 건강성(20대:50.0%, 30대:48.6%, 40대:47.6%, 50대:57.1%)으로 응답하였다.

마시는 횟수는 주 1회~2회가 가장 많았고(31.7%), 마시는 시간은 10대와 40대는 오후 3~5시(10대:43.8%, 40대:28.6%), 그리고 20대, 30대, 50대는 시시때때로 마시며(20대:30.0%, 30대:24.3%, 50대:53.6%), 60대는 운동 후(26.9%)와 시시때때로(26.9%) 마시는 것으로 조사되었다. 구입 장소는 10대에서 60대까지 슈퍼마켓이 63.4%로 가장 높은 응답률을 보였으며, 1회 마시기 적당한 양은 200 mL로 총 응답자의 60.5%를 차지하였다.

3. 전통음료의 선호도에 관한 사항: 전통 음료 구입시의 선호도 조사 결과 10대에서 60대까지 맛이 중요한 것으로 조사되었고(61.0%), 다음으로는 영양(15.6%)이 높은 응답률을 보였다.

선호하는 맛은 담백한 맛이 51.7%로 가장 높았고, 전통음료의 고형물은 10대는 고형물이 없는 것 (40.6%)을 좋아하며, 20대에서 60대까지는 고형물이 약간 있는 것(20대:60.0%, 30대:56.8%, 40대:42.9%, 50대:42.9%, 60대:69.2%)을 가장 선호하는 것으로 조사되었다.

용기에 관한 선호도 조사 결과는 10대는 캔(46.9%), 20대에서 60대까지는 유리병(20대:45.0%, 30대:43.2%, 40대:42.9%, 50대:50.0%, 60대:34.6%)을 가장 선호하는 것으로 조사되었다.

4. 선호하는 전통음료에 있어 개선되기를 바라는 점: 음료의 가격에 있어서 10대와 20대는 현 상태에 만족하는 것으로 나타났고(10대:56.3%, 20대: 72.5%), 30대~60대까지는 싸야 한다(30대:48.6%, 40대:52.4%, 50대:60.7%, 60대:80.8%)고 응답하였다. 맛에 있어서 50대는 달지 않아야 한다(46.4%)고 하였으며, 10대에서 40대 그리고 60대는 맛이 다양하게(10대:84.4%, 20대:62.5%, 30대:43.2%, 40대:50.0%, 60대:57.7%) 개선되기를 바라는 것으로 조사되었다.

전통음료의 향에 있어서는 다양해야 한다고 53.2%가 응답하였으며, 영양면에 있어서는 10대에서 60대까지 총 응답자의 67.3%가 기능성 음료로 개선되기를 바라는 것으로 조사되

었고, 위생에 관해서는 총 응답자의 54.6%가 개선되어야 한다고 응답하였다.

이상과 같은 연구결과를 종합하면, 10대부터 60대까지 여성들이 선호하는 전통음료는 자주 접할 수 있는 식혜, 수정과, 녹차, 매실차 등이며 전통음료를 마시는 목적도 갈증해소와 영양 및 기능성 등을 선호하는 것으로 연령대별 요구도가 달랐다.

구입장소는 슈퍼마켓에서 주로 구입하는 것으로 나타났고, 가격면에 있어서는 연령이 높아질수록 싸야 한다는 요구가 있었으며, 용기는 유리병과 캔을 선호하고 맛에 있어서는 담백한 맛을 선호하고 있었다.

따라서 앞으로 한국의 전통음료는 고유한 맛과 향을 다양하게 살리면서 연령별 기호적 욕구와 기능성, 적절한 1회 분량 그리고 안전성 등을 고려하여 소비자들의 수요에 적극적으로 부응할 수 있는 음료로 개발하기 위한 다각적 연구가 필요하다고 사료된다.

문헌

- 강인희 등(2000) 한국음식대관 제 3권, 한길출판사, 서울.p 505-506.
- 식품저널 (2004. 4) 고부가가치 첨단식품 산업 육성방안(1)제과제빵. 음료, p. 138.
- 식품저널 (2004. 1) 2004식품시장 전망 음료, p. 116.
- 우리맛 연구회 (1997) 전통건강음료, 대원사, 서울 p. 10.
- 월간식당 (2004. 2) 외식업계에도 “건강음료” 바람 솔솔~, p. 217.
- 전희정 등 (1995) 식품과 현대인의 건강. 지구문화사, 서울 p. 82.
- Kim HY, Lee KY, Ko SH (1998) A study on the actual status in use and customer's perception of the food and beverage from vending machines. *Korean J Dietary Culture* 13(4): 307-316.
- Kim IS (1985) A Study on beverage consumption, Department of Food and Nutrition The Graduate School Sungshin Woman's University, p. 1-3.
- Lee HJ (1994) Study on Traditional Beverage. *Korean J Dietary Culture* 9(4): 421-430.
- Lee HJ, Sohn KH, Lee MJ (2002) Analysis of the factors that influence Korea beverage consumption. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 18(1): 63-72.
- Lee SY (2003) A Study on Strategies to Steagthen the Competitive Sales Power of the Beverage Market in Korea, Department of Business Administration Graduate School ,

Honam University, Gwangju, Korea, p. 12-13.

Lee YM (1981) Study of Dietary Survey and Food Preference of Koreans According to Area, Age Group and Sex. Department of Food and Nutrition The Graduate School Yonsei University p. 53.

Oh SY (2000) Consumer Preference Analysis on the Attributes of Selected Beverage Products. Ph D. Program in Livestock Management Graduate School of Kon-kuk University, p 80-81.

(2004년 8월 13일 접수, 2004년 10월 24일 채택)