

항을 영어로 인쇄한 약과의 기호도 조사를 실시하였다. 동부지역의 1차 기호도 조사는 코넬대학교 학생과 직원을 대상으로 하였으며, 조사 대상자는 남녀 각각 20대와 30대를 위주로 조사하였다. 2차 기호도 조사는 40대~60대 이상의 뉴욕시민을 대상으로 각각 남녀를 구분하여 실시하였다. 전체적으로 볼 때 남녀 성별에 관계없이 포장, 디자인, 인쇄와 냄새가 좋은 것으로 나타났으며 약과에 대한 선호도는 남성이 여성보다 다소 높게 나타났다. 세부적으로 볼 때 남자의 경우 연령이 낮을수록 인쇄상태를, 연령이 높을수록 향과 품질에 더 높은 점수를 주었으며 여자의 경우에는 포장상태와 디자인을 중시하는 것을 알 수 있었다. 따라서 외국인들의 기호에 맞는 인쇄, 디자인, 포장을 한다면 우리 나라 전통 한과인 약과의 수출을 확대시킴으로서 우리 전통의 식품의 세계화가 가능할 것으로 판단되었다.

[P-9]

미국 현지인을 대상으로 한 우리녹차 캔음료에 대한 기호도

박형우, 김상희, 김동만, 김윤호, 박미경, 장석익\*  
 한국식품개발연구원, \* 이미지마케팅연구소

**Preference test of Green tea(can) of Americans**

Hyung Woo Park, SangHee Kim, Dongman Kim, Yoonho Kim,  
 MiKyoung Park, Seokik Jang\*  
 Korea Food Research Institute, Institute of Image Marketing\*  
 Seongnam-Si, Kyonggi-Do, 463-420, Korea

우리녹차 캔 음료를 미국 현지인에게 수출하고자 디자인과 포장 표기사항을 영어로 인쇄하여 2002년 8-9월중에 미국 현지인 350명을 대상으로 기호도 조사를 실시하였으며 조사대상자의 성별 및 연령분포는 남자 46.6 %, 여자 53.4 %, 10대 21 %, 20대 45 %, 30대 14 %, 40대 8 %, 50대 12 %이었다. 녹차음료의 포장상태는 전체 응답자 중 85.7 %가 만족하고 있었으며, 포장디자인은 78.8%, 인쇄정도는 84%가 만족하고 있었다. 하지만, 냄새와 향의 경우 57.1 %와 58.1 %로 다른 항목에 비해 기호도가 상대적으로 낮았다. 녹차음료에 대한 종합적인 기호도는 60.6 %가 만족하고 있었지만, 10대의 경우 70.3 %가 만족한다고 하였다. 이상의 결과에서 우리녹차 캔음료를 미국 현지인에게도 수출이 가능함을 알 수 있었다.