

## 한국 전통음료에 대한 기호도와 섭취빈도 조사 연구

이연정<sup>1\*</sup> · 변광인<sup>2</sup>

<sup>1</sup>경주대학교 외식조리과, <sup>2</sup>세종사이버대학교 외식창업경영학과

### A Study on the Preference and Intake Frequency of Korean Traditional Beverages

Yeon-Jung Lee<sup>1\*</sup>, Gwang-In Byun<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Department of Food Service Management and Culinary, Gyeongju University

<sup>2</sup>Department of Food Service Planning & management, Sejong Cyber University

#### Abstract

This study was performed by questionnaire to investigate the preference and intake frequency of Korean traditional commercial beverages. The subjects were consisted of 320 participants in Daegu and Kyungpook area. 'Chain market' scored 49.4% as purchasing place of traditional beverages. 'Tea bag' scored 31.6% as the favorite package of traditional beverages. On the reasons of drinking traditional beverage 'good for health' scored the highest with 31.3% respondents, followed by 'good smell' with 14.4%. Coffee and traditional tea were the choice of beverage after having a rich meal and on occasion of entertaining guests. The favorite foods in ordinary days were 'tea', 'alcohol', 'ice cream', 'nuts' and 'cookie'. More than thirty percent of the respondents, both male and female, raised the need of improvement in taste of traditional beverage. In the intake frequency, Korea traditional beverages obtained 1.80 points as a whole. 'Green tea' scored highest(3.40points) while 'mulberry-leaf tea' received the lowest score of 1.31 points. The preferred Korean traditional drinks were 'greed tea', 'shick hae', 'citron tea', 'misitgaru', 'maesil tea', 'rice tea' in the order. On the other hand, the preference for 'mulberry-leaf tea', 'boxthorn tea', 'ginger tea', 'chrysanthemum tea' and 'omija tea' was very low. The people who are on twenties preferred 'shick hae', 'honey tea', 'citron tea', 'black tea' and 'misitgaru' more than the other generation.

**Key Words** : traditional beverage, utilization, preference, intake frequency

### 1. 서론

우리의 전통음료는 모두 자연에서 나온 자연물을 이용한 사계절의 변화를 담아 맛으로 표현한 것으로 지극히 자연스런 맛과 멋을 즐겼던 조상들의 낭만과 풍류, 정성이 깃들여 있는 고유한 음식이다<sup>1)</sup>.

전통음료는 종류, 형태, 조리법이 매우 다양하며 예로부터 차, 화채, 밀수, 식혜, 수정과, 탕, 갈수, 숙수, 즙, 우유 등으로 구분되어 일상식, 절식, 제례, 연회식 등에 사용되어 왔다<sup>2-4)</sup>.

우리 전통음료의 역사를 보면 삼국시대 때부터 주식, 부식, 후식의 구분에 따라 전통음료가 후식류로 발달하며 조과류(造菓類)와 더불어 중요한 기호식품으로 자리 잡은 기록을 찾아볼 수 있다<sup>5)</sup>. 차가 우리나라에 들어 온 것은 신라 28대 선덕여왕 때 당나라에서 차종자를 들여와 지리산에 심었고, 불교문화의 도입과 함께 왕가와 승려, 화랑들 사이로 전파되어 우리나라 역사상 차문화가 최전성기를 맞으며 귀족과 서민 사회 모두에서 일반화되었다. 또한 고려시대는 국가적 대행사인 연등회와 팔관회를 위시한 각종 제향 및 연회에 진다례(進茶禮)와 함께 다과상이 성행하면서 병과류와 함께 음청류도 매우 발달하였다. 조선시대는 차의

생산량이 감소하면서 차나무만을 이용한 음다(飲茶) 풍습이 다소 약해졌다. 그 대신 감잎차, 구기자차, 모과차, 국화차 등 대용차가 적극 개발되었고 향약이성(鄉藥餌性) 효과가 있는 여러 향미성 음청류가 크게 발달하였다. 이러한 향약성 음료의 발달은 자연을 적절히 활용하여 음료에 혼합함으로써 건강을 도모하는 약식동원(藥食洞原)의 사상이 뿌리내린 것이다<sup>1),2),5)</sup>.

가정에서 주로 애용되어오던 전통음료는 급격한 사회적 변화와 경제적 발달로 산업화되면서 다양한 소비자의 요구에 따라 스포츠음료, 식이음료, 캔류, 차류, 과채음료 등의 새로운 형태의 음료로 등장하였고, 90년대 후반에 들어서는 음료시장의 규모가 2조원 대를 넘어서면서 우리전통음료인 식혜, 수정과, 대추차가 선 보였다. 특히 최근에는 well-being food의 요구에 따라 기능성이 있거나 건강에 영향을 주는 음료가 경쟁적 차별성을 가지고 출시되고 있으며, 제품에 대한 소비자 요구도 다양해지면서 한방 성분이 가미된 음료, 건강 보조 식품을 가미한 음료, 각종 기능성을 가진 기능성 음료 등이 개발되면서 녹차, 홍차, 꿀차, 식혜, 수정과, 쌀음료, 유자차, 모과차, 생강차, 국화차, 대추차, 인삼차, 울무차, 쌍화차, 매실차, 뽕잎차, 구기자차, 오미자차, 동글레차, 미숫가루 등 다양한 음료가 다양한 형태로 시판되고 있다<sup>6-7)</sup>.

\* Corresponding author : Yeon-Jung Lee, Department of Food Service Management and Culinary, Gyeongju University, San 42-1 Hyohyun-dong, Gyeongju, 780-712, Korea Tel : 82-54-770-5372 Fax : 82-54-748-8568 E-mail : yeonjung@kju.ac.kr

전통음료제품은 소비자의 요구에 따라 그 형태에 있어서 다양화되었으며 차음료의 경우, 차잎 특유의 떫은맛이 남아 있어 젊은 층의 기호도가 낮아 1996~1998년까지는 수요가 낮았으나, 태평양화화(실록차), 삼화(녹차), 동서식품(두충차), 롯데 칠성(실론티, 봉황녹차) 등에서 제품을 침출차, 추출차, 분말차로 구분하여 생산하고 추출해낸 음료 차는 캔과 PET병, 유리병, 티백의 형태 등에 넣어 다양하게 출시함으로써 젊은 층에 까지 그 이용이 확대되었던 것을 볼 수 있다<sup>7)</sup>.

전통음료는 주로 기호음료로 발달되어 왔지만 어떤 식품보다도 생리적으로 유용한 기능적인 효과를 기대하고 있어 전통음료의 건전한 산업화를 위해서는 소비자의 요구나 기호 등에 대한 세밀한 분석과 아울러 과학적이고 체계적인 연구가 뒷받침되어야 할 것이다.

전통음료가 경쟁력을 갖추고 국내에서의 더 많은 이용증대와 세계화를 도모하기 위해서는 현 시점에서 시판되고 있는 전통음료에 관한 이용실태, 기호도와 섭취빈도 등을 조사하여 바람직한 마케팅 방향설정을 제공하는 것이 필요하다고 여겨진다.

한편 지금까지의 전통음료와 관련한 연구들을 살펴보면, 기능성 건강 음료개발에 관한 연구<sup>8-10)</sup>, 전통음료가 쥐에게 미치는 효능(영양) 연구<sup>11-13)</sup>, 전통음료의 성분, 제조, 가공에 관한 연구<sup>14-18)</sup> 등이 대다수를 차지하고 있고, 실제 시판되고 있는 음료제품에 대한 이용고객의 기호도나 섭취빈도 등을 조사한 연구<sup>19-20)</sup>는 드문 실정이다.

따라서 본 연구는 시판되고 있는 전통음료를 이용하는 고객을 중심으로 전통음료의 기호도, 섭취빈도 및 이용실태 등을 조사하여 향후 시판 전통음료의 개발과 이용 증대 방안 수립을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

## II. 연구방법

### 1. 조사대상 및 기간

본 연구는 대구, 경북 지역 주민 가운데 전통음료의 섭취경험이 낮은 19세 이하의 연령을 제외한 20세 이상의 성인 320명을 대상으로 2005년 4월 1일부터 한 달간에 걸쳐 설문조사를 실시하였으며, 총 400부의 설문지를 배포하여, 총 350부의 설문지를 회수하였으며 회수한 설문지 중에서 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지를 제외한 320부의 설문지를 분석에 활용하였다.

### 2. 조사내용 및 방법

본 연구의 조사내용은 조사대상자의 일반적인 사항, 전통음료의 이용실태, 기호도, 섭취빈도 등이었으며, 그 구체적인 조사내용과 방법은 다음과 같다.

#### 1) 조사대상자의 일반적인 사항

조사대상자의 일반사항으로 성별, 연령, 학력, 월평균소득, 직업 등을 조사하였다.

#### 2) 전통음료의 이용실태

전통음료의 이용실태를 파악하기 위하여 전통음료를 구입하는 장소, 선호하는 전통음료 용기, 전통음료를 마시는 목적, 손님접대 및 기름진 음식 드신 후 이용하는 음료, 기호식품에 대한 선호도, 시판 전통음료의 개선점 등 7문항에 대해 조사하였다.

#### 3) 시판 한국 전통음료에 대한 기호도

선행연구<sup>4), 20-21)</sup>를 참조하여 그 인지와 이용도가 높다고 판단된 한국 전통음료 20가지 즉, 녹차, 홍차, 꿀차, 식혜, 수정과, 쌀음료, 유자차, 모과차, 생강차, 국화차, 대추차, 인삼차, 울무차, 쌍화차, 매실차, 뽕잎차, 구기자차, 오미자차, 동글레차, 미숫가루 등의 시판 전통음료에 대해 Likert 5점 척도를 사용하여 기호도를 측정하였다. 이때 매우 좋아한다 5점, 좋아한다 4점, 보통이다 3점, 좋아하지 않는다 2점, 전혀 좋아하지 않는다 1점으로 계산하였다.

#### 4) 시판 한국 전통음료에 대한 섭취빈도

기호도와 마찬가지로 위의 한국 전통음료 20종에 대해 Likert 5점 척도를 사용하여 섭취빈도를 측정하였으며, 매일 마신다 5점, 주 2-3회 마신다 4점, 주 1회 마신다 3점, 월 2-3회 마신다 2점, 거의 안 마신다 1점으로 계산하였다.

## 3. 자료의 분석

수집된 자료의 통계처리는 SPSS/PC+11.0 package program을 이용하여 빈도, 백분율, 평균을 구하였고,  $\chi^2$ -test, t-test, One-way ANOVA를 실시하였다.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자들의 일반적 특성은 <Table 1>에서 보는 바와 같이 성별로는 여자가 59.4%(190명), 남자가 40.6%(130명)이었다. 연령층으로는 20대 이하 이하가 가장 많은 35.3%(113명)이었고, 그 다음으로 30대가 31.6%, 40대가 25.3%, 50대가 7.8%로 나타났다. 직업유형별로는 주부가 41.3%로 가장 많았으며, 그 다음은 학생 31.3%, 회사원 13.2%, 전문직 8.1%, 기타 5.2% 등의 순이었다. 학력별로는 대졸(재학)이 47.5%로 가장 많았고, 월평균소득별로는 100만원 이하가 34.7%로 가장 많았으며, 그 다음은 300만원 이상이 20.3%, 150-199만원이 15.3% 등의 순으로 조사되었다. 결혼여부는 기혼이 63.1%로 미혼 36.9%보다 많은 것으로 조사되었다.

### 2. 시판 전통음료의 이용실태

#### 1) 전통음료를 구입하는 장소

전통음료를 구입하는 장소는 <Table 2>에서 보는 바와 같이

<Table 1> General characteristics of the subjects

Variable	Group	N(%)
Gender	Male	130( 40.6)
	Female	190( 59.4)
	Total	320(100.0)
Age(yr)	≤29	113( 35.3)
	30-39	101( 31.6)
	40-49	81( 25.3)
	≥50	25( 7.8)
	Total	320(100.0)
Occupation	Student	100( 31.3)
	Housewife	132( 41.3)
	Professional	26( 8.1)
	Salaried Person	42( 13.1)
	Others	20( 5.2)
Total	320(100.0)	
Education	≤High school	56( 17.5)
	College	69( 21.6)
	University	152( 47.5)
	≥Graduate school	43( 13.4)
Total	320(100.0)	
Monthly income (10,000 won)	≤100	111( 34.7)
	101~150	39( 12.2)
	151~200	49( 15.3)
	201~250	29( 9.1)
	251~300	27( 8.4)
	≥301	65( 20.3)
Total	320(100.0)	
Marriage	Single	118( 36.9)
	Married	202( 63.1)
	Total	320(100.0)

‘대형마트’가 49.4%로 가장 높았고, 그 다음으로 이용하는 곳은 ‘슈퍼마켓’ 25.3%, ‘전문점’ 8.1%, ‘24시간 편의점’ 5.3%, ‘자판기’ 5.0% 등의 순으로 나타났다. 대형마트나 슈퍼마켓을 주로 이용하는 것은 차 종류도 많고 구입하기도 용이하기 때문이라 여겨진다. 성별에 따라서는 남자는 여자보다 ‘24시간 편의점’(남 10.0%, 여 2.1%)과 ‘자판기’(남 7.7%, 여 3.2%)에서 전통음료를 더 많이 구입하고 있는 반면에, 여자는 남자보다 ‘대형마트’, ‘백화점’, ‘전문점’ 등에서 전통음료를 더 많이 구입하고 있는 것으로

나타났다(p<0.001). 연령에 따라서는 20대 이하는 ‘24시간 편의점’과 ‘슈퍼마켓’에서, 30대는 ‘대형마트’에서, 50대 이상은 ‘전문점’, ‘백화점’ 및 ‘자판기’에서 전통음료를 구입하는 비율이 다른 연령층에 비해 더 높은 것으로 나타났다(p<0.05).

2) 선호하는 전통음료 용기

전통음료 용기로 선호하는 것은 <Table 3>에서 보는 바와 같이 ‘티백’이 31.6%로 가장 높았고, 그 다음은 ‘유리병’ 27.5%, ‘캔’ 21.9% 등의 순이었다. 반면에 ‘플라스틱류’나 ‘종이팩’에 대한 선호도는 매우 낮게 나타나 전통음료 용기로 플라스틱류나 종이팩은 적절하지 않는 것으로 여겨진다. 연령에 따라서는 20대 이하는 ‘플라스틱’을, 30대는 ‘캔’, ‘종이팩’, ‘티백’을, 50대 이상은 ‘유리병’을 다른 연령층에 비해 전통음료 용기로 더 좋아하는 것으로 나타났다(p<0.01).

3) 전통음료를 마시는 목적

전통음료를 마시는 목적은 <Table 4>에서 보는 바와 같이 ‘건강을 위해서’가 31.3%로 가장 높게 나타났고, 그 다음은 ‘기능성이 있어서’가 20.3%, ‘향이 좋아서’가 14.4%, ‘기호 만족을 위해서’가 10.6%, ‘갈증해소를 위해서’가 10.0%, ‘습관적으로’가 7.5% 등의 순으로 나타나 전통음료를 마시는 목적이 무엇보다도 건강을 우선으로 생각하는 데 있음을 알 수 있었다. Han & Rho (2004)는 전통음료 음용실태조사에서 전통음료 음용시 건강추구(42.9%)에 가장 큰 목적을 두고 있고, 그다음은 기호성(23.9%)이라고 보고하였는데 본 조사결과와 비슷한 경향이였다. 연령에 따라서는 20대는 ‘향이 좋아서’와 ‘갈증해소를 위해서’, 30대는 ‘기능성이 있어서’, 40대는 ‘습관적으로’와 ‘건강을 위해서’, 50대는 ‘기호 만족을 위해서’ 전통음료를 마신다는 응답율이 가장 높게 나타나 연령에 따른 유의한 차이를 보였다(p<0.01).

4) 손님접대 및 기름진 음식 드신 후 이용하는 음료

손님접대 시 주로 이용하는 음료로는 <Table 5>에서 보는 바와 같이 ‘커피’가 52.8%로 가장 높은 빈도를 보이고 있으며, 그 다음은 ‘전통차’가 20.3%, ‘주스’가 19.7% 순으로 나타나 커피, 전통차, 주스 등이 주를 이루고 있음을 알 수 있다. 반면에 콜라,

<Table 2> Purchasing Place of traditional beverage by gender and age

Variables		N(%)							Total	χ <sup>2</sup> -value
		Supermarket	Department Store	Chain Market	24hr. Convenience Store	Vending Machine	Speciality Shop	Others		
Gender	Male	33(25.4)	3(2.3)	49(37.7)	13(10.0)	10(7.7)	9( 6.9)	13(10.0)	130(100.0)	χ <sup>2</sup> =37.87*** df=6
	Female	48(25.3)	6(3.2)	109(57.4)	4( 2.1)	6(3.2)	17( 8.9)	0( .0)	190(100.0)	
	Total	81(25.3)	9(2.8)	158(49.4)	17( 5.3)	16(5.0)	26( 8.1)	13( 4.1)	320(100.0)	
Age	20-29	30(26.5)	2(1.8)	48(42.5)	14(12.4)	6(5.3)	9( 8.0)	4( 3.5)	113(100.0)	χ <sup>2</sup> =31.60* df=18
	30-39	24(23.8)	3(3.0)	59(58.4)	3( 3.0)	4(4.0)	3( 3.0)	5( 5.0)	101(100.0)	
	40-49	21(25.9)	2(2.5)	41(50.6)	0( .0)	4(4.9)	10(12.3)	3( 3.7)	81(100.0)	
	≥50	6(24.0)	2(8.0)	10(40.0)	0( .0)	2(8.0)	4(16.0)	1( 4.0)	25(100.0)	
	Total	81(25.3)	9(2.8)	158(49.4)	17( 5.3)	16(5.0)	26( 8.1)	13( 4.1)	320(100.0)	

\*P<0.05, \*\*\*P<0.001

<Table 3> The favorite container(Package) of traditional beverage by gender and age

N(%)

Variables		Glass bottle	Can	Plastic	Paper pack	Tea bag	Others	Total	$\chi^2$ -value
Gender	Male	31(23.8)	39(30.0)	7(5.4)	10(7.7)	35(26.9)	8( 6.2)	130(100.0)	$\chi^2=9.73$ df=5
	Female	57(30.0)	31(16.3)	13(6.8)	14(7.4)	66(34.7)	9( 4.7)	190(100.0)	
	Total	88(27.5)	70(21.9)	20(6.3)	24(7.5)	101(31.6)	17( 5.3)	320(100.0)	
Age	20-29	26(23.0)	25(22.1)	11(9.4)	8(7.1)	38(33.6)	5( 4.4)	113(100.0)	$\chi^2=30.64^{**}$ df=15
	30-39	23(22.8)	28(27.7)	4(4.0)	9(8.9)	35(34.7)	2( 2.0)	101(100.0)	
	40-49	28(34.6)	12(14.8)	4(4.9)	6(7.4)	26(32.1)	5( 6.2)	81(100.0)	
	≥50	11(44.0)	5(20.0)	1(4.0)	1(4.0)	2( 8.0)	5(20.0)	25(100.0)	
	Total	88(27.5)	70(21.9)	20(6.3)	24(7.5)	101(31.6)	17( 5.3)	320(100.0)	

\*\*P<0.01

<Table 4> Purpose of drinking traditional beverage by gender and age

N(%)

Variables		To satisfy favorite	Good Smell thirst	To relieve food	Functional drink	Habitual for Health	Good	Others	Total	$\chi^2$ -value
Gender	Male	15(11.5)	21(16.2)	18(13.8)	18(13.8)	14(10.8)	37(28.5)	7( 5.4)	130(100.0)	$\chi^2=10.192$ df=6
	Female	19(10.0)	25(13.2)	14( 7.4)	47(24.7)	14( 7.4)	63(33.2)	8( 4.2)	190(100.0)	
	Total	34(10.6)	46(14.4)	32(10.0)	65(20.3)	28( 8.8)	100(31.3)	15( 4.7)	320(100.0)	
Age	20-29	12(10.6)	27(23.9)	16(14.2)	21(18.6)	4( 3.5)	27(23.9)	6( 5.3)	113(100.0)	$\chi^2=37.13^{**}$ df=18
	30-39	8( 7.9)	10( 9.9)	8( 7.9)	26(25.7)	11(10.9)	36(35.6)	2( 2.0)	101(100.0)	
	40-49	8( 9.9)	8( 9.9)	5( 6.2)	15(18.5)	10(12.3)	31(38.3)	4( 4.9)	81(100.0)	
	≥50	6(24.0)	1( 4.0)	3(12.0)	3(12.0)	3(12.0)	6( 24.0)	3(12.0)	25(100.0)	
	Total	34(10.6)	46(14.4)	32(10.0)	65(20.3)	24( 7.5)	100(31.3)	15( 4.7)	320(100.0)	

\*\*P<0.01

<Table 5> Used beverage when entertaining guests

N(%)

Variables		Coffee	Traditional tea	Soda(Coke, Cider)	Juice	Others	Total	$\chi^2$ -value
Gender	Male	63(48.5)	19(14.6)	7(5.4)	36(27.7)	5(3.8)	130(100.0)	$\chi^2=15.01^{**}$ df=4
	Female	106(55.8)	46(24.2)	3(1.6)	27(14.2)	8(4.2)	190(100.0)	
	Total	169(52.8)	65(20.3)	10(3.1)	63(19.7)	13(4.1)	320(100.0)	
Age	20-29	41(36.3)	14(12.4)	9(8.0)	41(36.3)	8(7.1)	113(100.0)	$\chi^2=57.35^{***}$ df=12
	30-39	60(59.4)	27(26.7)	0(0.0)	12(11.9)	2(2.0)	101(100.0)	
	40-49	52(64.2)	19(23.5)	1(1.2)	7( 8.6)	2(2.5)	81(100.0)	
	≥50	16(64.0)	5(20.0)	0(0.0)	3(12.0)	1(4.0)	25(100.0)	
	Total	169(52.8)	65(20.3)	10(3.1)	63(19.7)	13(4.1)	320(100.0)	

\*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001

사이다 등의 청량음료, 스포츠음료, 우유, 요구르트 등의 음료는 손님접대 시 잘 이용하지 않는 것으로 조사되었다. 성별에 따라서는 여자는 남자보다 커피, 전통차 등을, 반면에 남자는 여자보다 콜라나 사이다 등의 청량음료, 주스 등을 손님접대시 더 많이 이용하는 것으로 나타났다(p<0.01). 연령에 따라서는 20대는 주스와 청량음료를, 30대는 전통차를, 40대는 커피를 다른 연령층보다 높게 손님접대시 이용하는 것으로 나타났다(p<0.001).

기름진 음식을 섭취한 후 이용하는 음료는 <Table 6>에서 보는 바와 같이 '커피'가 41.3%로 가장 높고, 그 다음으로는 '청량음료'가 34.7%, '전통차'가 21.3% 순으로 나타나 손님접대용과 마찬가지로 커피를 많이 이용하고 있으나 청량음료를 특별히 많이 이용하는 점이 손님접대용과는 차이를 보이고 있다. 이것은 기름을 사용한 튀김류나 패스트푸드를 먹은 후 콜라나 사이다를

즐겨 찾는 젊은이들의 식습관이 반영된 것이라 여겨진다. 성별에 따라서는 남자는 여자보다 콜라, 사이다 같은 청량음료를, 반면에 여자는 남자보다 커피, 전통차 등을 기름진 음식을 섭취한 후 더 많이 이용하는 것으로 나타났다(p<0.001). 연령에 따라서는 20대는 콜라, 사이다 같은 청량음료를, 40대는 커피를, 50대 이상은 전통차를 다른 연령층보다 높게 기름진 음식을 섭취한 후 많이 이용하는 것으로 나타났다(p<0.001).

한편 본 조사 결과로 '전통차'가 손님접대시나 기름진 음식을 섭취한 후 많이 이용되는 것을 알 수 있어 '전통차'의 더 많은 보급과 대중화가 가능하다는 점을 인식할 수 있었다.

5) 기호식품에 대한 선호도

조사대상자들이 평소 좋아하는 기호식품류로는 <Table 7>에

<Table 6> Used beverage after having a rich meal

Variables		Coffee	Traditional tea	Soda(Coke, Cider)	Juice	Others	Total	$\chi^2$ -value
Gender	Male	41(31.5)	22(16.9)	62(47.7)	0(0.0)	5(3.8)	130(100.0)	$\chi^2=19.88^{***}$ df=4
	Female	91(47.9)	46(24.2)	49(25.8)	1(0.5)	3(1.6)	190(100.0)	
	Total	132(41.3)	68(21.3)	111(34.7)	1(0.3)	8(2.5)	320(100.0)	
Age	20-29	13(11.5)	26(23.0)	72(63.7)	0(0.0)	2(1.8)	113(100.0)	$\chi^2=94.37^{***}$ df=122
	30-39	56(55.4)	14(13.9)	27(26.7)	0(0.0)	4(4.0)	101(100.0)	
	40-49	46(56.8)	21(25.9)	12(14.8)	1(1.2)	1(1.2)	81(100.0)	
	≥50	17(68.0)	7(28.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(4.0)	25(100.0)	
	Total	132(41.3)	68(21.3)	111(34.7)	1(0.3)	8(2.5)	320(100.0)	

\*\*\*P<0.001

<Table 7> A favorite food in ordinary days by gender and age

Variables		Tea	Alcohol	Chocolate	Gum	Ice Cream	Nuts	Cookies	Others	Total	$\chi^2$ -value
Gender	Male	33(25.4)	41(31.5)	9(6.9)	6(4.6)	16(12.3)	6(4.6)	6(4.6)	13(10.0)	130(100.0)	$\chi^2=75.19^{***}$ df=7
	Female	114(60.0)	2(1.1)	12(6.3)	12(6.3)	21(11.1)	8(4.2)	5(2.6)	16(8.4)	190(100.0)	
	Total	147(45.9)	43(13.4)	21(6.6)	18(5.6)	37(11.6)	14(4.4)	11(3.4)	29(9.1)	320(100.0)	
Age	20-29	20(17.7)	23(20.4)	16(14.2)	9(8.0)	24(21.2)	4(3.5)	3(2.7)	14(4.4)	113(100.0)	$\chi^2=81.25^{***}$ df=21
	30-39	56(55.4)	13(12.9)	4(4.0)	7(6.9)	6(5.9)	5(5.0)	4(4.0)	6(5.9)	101(100.0)	
	40-49	53(65.4)	6(7.4)	1(1.2)	2(2.5)	4(4.9)	3(3.7)	4(4.9)	8(9.9)	81(100.0)	
	≥50	18(72.0)	1(4.0)	0(.0)	0(.0)	3(12.0)	2(8.0)	0(.0)	1(4.0)	25(100.0)	
	Total	147(45.9)	43(13.4)	21(6.6)	18(5.6)	37(11.6)	14(4.4)	11(3.4)	29(9.1)	320(100.0)	

\*\*\*P<0.001

서 보는 바와 같이 '차'가 45.9%로 가장 높았고, 그 다음으로는 '술' 13.4%, '아이스크림' 11.6% 등의 순으로 높게 나타났다. 반면에 '쿠키' (3.4%)나 '견과류' (4.4%) 등은 기호도에서 낮은 순위를 나타내었다. 성별에 따라서는 남자는 여자보다 평소에 술, 견과류, 쿠키 등을 더 좋아하는 반면에, 여자는 남자보다 차나 껌을 더 좋아하는 것으로 나타났다(p<0.001). 연령에 따라서는 20대 이하의 술, 초코렛, 껌, 아이스크림 등을, 40대는 쿠키를, 50대 이상은 차나 견과류를 다른 연령층에 비해 더 좋아하는 것으로 나타났다(p<0.001).

6) 시판 전통음료의 개선점

시판되고 있는 전통음료의 개선점에 대해서는 <Table 8>에서 보는 바와 같이 '맛'이 30.6%로 가장 많은 응답을 보였으며, 그 다음으로는 '영양' 19.7%, '가격' 18.4%, '위생' 11.3% 등의 순으로 나타났다. 한편 '양' (2.5%), '향' (5.9%), '포장상태' (5.9%)

등에 대한 개선 요구도는 낮게 나타나 단순히 전통음료의 향이나 양, 포장상태의 개선에 그친 음료를 시판할 것이 아니라 전통음료의 맛을 살리면서 건강에도 도움이 되는 그런 전통음료로의 개선이 시급하다고 사료된다. 성별에 따라서는 남자는 여자보다 '맛', '향', '양', '포장상태' 등에 대한 개선을 더 많이 요구한 반면에, 여자는 남자보다 '가격', '영양', '위생' 등에 대한 개선을 더 많이 요구하는 것으로 나타나 대조적이었다(p<0.01).

3. 시판 전통음료에 대한 기호도

1) 성별에 따른 시판 전통음료의 기호도

조사 대상자들의 성별에 따른 시판 한국 전통음료에 대한 기호도를 5점 Likert 척도로 조사한 결과는 <Table 9>에서 보는 바와 같다. 평균적인 기호도는 5점 만점에 평균 3.14점으로 보통 정도로 나타났다. 전통음료의 종류별 기호도를 보면 녹차(3.67

<Table 8> Improvement of traditional beverage by gender and age

Variables		Taste	Price	Flavor	Quantity	Nutrition	Hygiene	Package Condition	Others	Total	$\chi^2$ -value
Gender	Male	43(33.1)	22(16.9)	12(9.2)	7(5.4)	21(16.2)	8(6.2)	8(6.2)	9(6.9)	130(100.0)	$\chi^2=19.11^{**}$ df=7
	Female	55(28.9)	37(19.5)	7(3.7)	1(.5)	42(22.1)	28(14.7)	11(5.8)	9(4.7)	190(100.0)	
	Total	98(30.6)	59(18.4)	19(5.9)	8(2.5)	63(19.7)	36(11.3)	19(5.9)	18(5.6)	320(100.0)	
Age	20-29	41(36.3)	22(19.5)	8(7.1)	4(3.5)	16(14.2)	6(5.3)	8(7.1)	8(7.1)	113(100.0)	$\chi^2=26.98$ df=21
	30-39	32(31.7)	18(17.8)	6(5.9)	3(3.0)	24(23.8)	9(8.9)	4(4.0)	5(5.0)	101(100.0)	
	40-49	20(24.7)	14(17.3)	4(4.9)	1(1.2)	18(22.2)	15(18.5)	7(8.6)	2(2.5)	81(100.0)	
	≥50	5(20.0)	5(20.0)	1(4.0)	0(.0)	5(20.0)	6(24.0)	0(.0)	3(.9)	25(100.0)	
	Total	98(30.6)	59(18.4)	19(5.9)	8(2.5)	63(19.7)	36(11.3)	19(5.9)	18(5.6)	320(100.0)	

\*\*P<0.01

<Table 9> Preference of traditional drinks by gender  
(Mean ± SD)

Variables	Gender		Total	t
	Male	Female		
Green tea	3.61 ± 0.88	3.71 ± 0.83	3.67 ± 0.85	-0.97
Black tea	3.30 ± 0.85	2.92 ± 0.90	3.08 ± 0.90	3.78***
Honey tea	3.41 ± 0.84	2.91 ± 0.89	3.12 ± 0.91	5.00***
Shick hae	3.82 ± 0.91	3.55 ± 0.95	3.66 ± 0.95	2.52*
Sujeonggwa	3.38 ± 0.94	3.14 ± 0.98	3.24 ± 0.97	2.15*
Rice tea	3.49 ± 0.74	3.22 ± 0.87	3.33 ± 0.83	2.83**
Citron tea	3.64 ± 0.86	3.61 ± 0.81	3.63 ± 0.83	0.37
Mogua tea	2.98 ± 0.77	3.16 ± 0.88	3.09 ± 0.84	-1.92
Ginger tea	2.77 ± 1.02	2.89 ± 0.94	2.85 ± 0.98	-1.05
Chrysanthemum tea	2.68 ± 0.90	2.85 ± 0.90	2.79 ± 0.91	-1.68
Jujube tea	3.02 ± 1.03	3.00 ± 0.95	3.01 ± 0.99	0.20
Ginseng tea	2.84 ± 1.02	2.89 ± 1.00	2.88 ± 1.01	-0.42
Job's tears tea	3.19 ± 0.93	3.35 ± 0.90	3.29 ± 0.92	-1.59
Ssanghwa tea	2.79 ± 1.00	2.68 ± 0.96	2.73 ± 0.98	0.96
Maesil tea	3.45 ± 0.94	3.58 ± 0.92	3.53 ± 0.93	-1.23
Mulberry-leaf tea	2.44 ± 0.97	2.55 ± 1.00	2.51 ± 0.99	-0.94
Boxthorn tea	2.59 ± 1.04	2.73 ± 0.96	2.68 ± 0.99	-1.27
Omija tea	2.66 ± 1.05	2.92 ± 1.02	2.82 ± 1.04	-2.17*
Dunggulre tea	3.10 ± 1.12	3.44 ± 0.89	3.31 ± 1.01	-2.98**
Misitgaru	3.68 ± 1.14	3.55 ± 0.99	3.61 ± 1.06	1.09
Total	3.15 ± 0.52	3.14 ± 0.48	3.14 ± 0.50	0.17

\*P<0.05, \*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001

점에 대한 기호도가 가장 높았고 그 다음은 식혜(3.66점), 유자차(3.63점), 미수가루(3.61점), 매실차(3.53점), 쌀음료(3.33점) 등의 순이었다. 반면에 뽕잎차(2.51점)에 대한 기호도가 가장 낮았고 그다음은 구기자차(2.68점), 쌍화차(2.73점), 국화차(2.79점), 오미자차(2.82점) 등의 순으로 낮게 나타났다. 성별에 따라서는 남자는 여자보다 홍차(남자 3.30점, 여자 2.92점, p<0.001), 꿀차(남자 3.41점, 여자 2.91점, p<0.001), 식혜(남자 3.82점, 여자 3.55점, p<0.05), 수정과(남자 3.38점, 여자 3.14점, p<0.05), 쌀음료(남자 3.49점, 여자 3.22점, p<0.01) 등에 대한 기호도가 높은 반면에, 여자는 남자보다 오미자차(남자 2.66점, 여자 2.92점, p<0.05), 둥굴레차(남자 3.10점, 여자 3.44점, p<0.01) 등에 대한 기호도가 높게 나타나 성별에 따른 유의한 차이를 보였다. 본 조사 결과, 시판 전통음료 중 뽕잎차, 구기자차, 쌍화차, 국화차, 오미자차 등에 대한 조사대상자들의 기호도가 낮은 것으로 나타나 이들 차에 대한 기호도를 높일 수 있는 다방면의 연구와 홍보가 더욱 활발히 이루어져야 할 것으로 여겨진다.

2) 연령에 따른 시판 전통음료의 종류별 기호도

조사 대상자들의 연령에 따른 시판 한국 전통음료에 대한 기호도를 조사한 결과는 <Table 10>에서 보는 바와 같이 '홍차' (p<0.001), '꿀차' (p<0.001), '식혜' (p<0.001), '쌀음료' (p<0.001), '유자차' (p<0.01), '모과차' (p<0.001), '생강차' (p<0.001), '국화차' (p<0.001), '대추차' (p<0.001), '인삼차' (p<0.01), '율무차' (p<0.001), '쌍화차' (p<0.01), '뽕잎차' (p<0.001), '구기자차' (p<0.01), '오미자차' (p<0.05), '미숫가루' (p<0.001) 등

<Table 10> Preference of traditional drinks by age  
(Mean ± SD)

Variables	Age				F
	20-29	30-39	40-49	≥ 50	
Green tea	3.84 ± 0.88	3.57 ± 0.77	3.59 ± 0.86	3.56 ± 0.91	2.31
Black tea	3.50 ± 0.91	2.83 ± 0.82	2.87 ± 0.81	2.84 ± 0.74	14.46***
Honey tea	3.44 ± 0.86	2.92 ± 0.91	3.00 ± 0.89	2.84 ± 0.74	8.13***
Shick hae	4.10 ± 0.92	3.49 ± 0.92	3.32 ± 0.87	3.44 ± 0.71	14.96***
Sujeonggwa	3.24 ± 1.06	3.24 ± 0.95	3.20 ± 0.87	3.32 ± 0.94	0.08
Rice tea	3.51 ± 0.90	3.23 ± 0.76	3.11 ± 0.74	3.64 ± 0.81	5.47***
Citron tea	3.84 ± 0.80	3.57 ± 0.90	3.43 ± 0.74	3.48 ± 0.71	4.50**
Mogua tea	2.83 ± 0.75	3.22 ± 0.93	3.22 ± 0.80	3.32 ± 0.69	5.96***
Ginger tea	2.53 ± 0.98	2.92 ± 1.01	3.07 ± 0.90	3.24 ± 0.66	7.27***
Chrysanthemum tea	2.51 ± 0.89	2.80 ± 0.84	3.06 ± 0.91	3.08 ± 0.86	7.14***
Jujube tea	2.63 ± 1.03	3.16 ± 0.88	3.17 ± 0.93	3.52 ± 0.87	9.90***
Ginseng tea	2.69 ± 0.99	2.80 ± 0.98	3.06 ± 1.00	3.36 ± 1.03	4.29**
Job's tears tea	3.53 ± 1.01	3.06 ± 0.82	3.11 ± 0.80	3.64 ± 0.75	7.41***
Ssanghwa tea	2.73 ± 1.04	2.52 ± 0.97	2.81 ± 0.86	3.24 ± 0.87	4.03**
Maesil tea	3.57 ± 0.96	3.48 ± 0.92	3.54 ± 0.88	3.48 ± 1.00	0.19
Mulberry-leaf tea	2.30 ± 0.98	2.43 ± 0.95	2.62 ± 0.91	3.36 ± 0.99	9.03***
Boxthorn tea	2.47 ± 1.01	2.68 ± 1.06	2.76 ± 0.85	3.28 ± 0.79	4.92**
Omija tea	2.61 ± 1.10	2.85 ± 1.11	2.96 ± 0.85	3.20 ± 0.81	3.23*
Dunggulre tea	3.41 ± 1.15	3.20 ± 0.99	3.28 ± 0.86	3.32 ± 0.80	0.77
Misitgaru	4.02 ± 1.03	3.56 ± 1.02	3.18 ± 0.96	3.24 ± 0.92	12.51***

\*P<0.05, \*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001

의 전통음료 항목에서 연령에 따른 기호도에 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 차이를 보이는 항목 중에서 '식혜', '유자차', '꿀차', '홍차', '미숫가루' 등은 20대 이하가 가장 높은 기호도를 보였고, '쌀음료', '모과차', '생강차', '국화차', '대추차', '인삼차', '울무차', '쌍화차', '뽕잎차', '구기자차', '오미자차' 등은 50대 이상이 가장 높은 기호도를 보이는 것으로 나타나 20대 이하의 젊은 연령층은 단맛이 나는 차를, 50대이상은 맛보다는 건강과 기능성이 있는 음료를 다른 연령층보다 더 즐긴다는 것을 알 수 있었다.

#### 4. 시판 전통음료의 섭취빈도

##### 1) 성별에 따른 시판 전통음료의 섭취빈도

조사 대상자들의 성별에 따른 시판 한국 전통음료에 대한 섭취빈도를 5점 Likert 척도로 조사한 결과는 <Table 11>에서 보는 바와 같다. 평균적인 섭취빈도는 5점 만점에 평균 1.80점으로 낮은 섭취빈도를 보였다. 전통음료의 종류별 섭취빈도를 보면 녹차(3.40점)에 대한 섭취빈도가 가장 높았고 그 다음은 식혜(2.20점), 매실차(2.16점) 등의 순이었다. 반면에 뽕잎차(1.31점)에 대한 섭취빈도가 가장 낮았고 그다음은 구기자차(1.32점), 국화차(1.36점), 오미자차와 쌍화차(1.40점) 등의 순으로 낮은 섭취빈도를 나타내었다. 성별에 따라서는 홍차(남자 2.26점, 여자 1.71점,  $p<0.01$ ), 꿀차(남자 1.97점, 여자 1.66점,  $p<0.01$ ), 식혜(남자 2.43점, 여자 2.03점,  $p<0.001$ ), 수정과(남자 2.00점, 여자 1.60점,  $p<0.001$ ), 쌀음료(남자 2.04점, 여자 1.81점,  $p<0.05$ ), 대추차

<Table 11> The frequency of intake on Korean traditional commercial beverage by gender (Mean ± SD)

Variables	Gender		Total	t
	Male	Female		
Green tea	3.32 ± 1.35	3.45 ± 1.42	3.40 ± 1.40	-0.84
Black tea	2.26 ± 1.17	1.71 ± 1.10	1.93 ± 1.16	4.23**
Honey tea	1.97 ± 0.92	1.66 ± 0.93	1.79 ± 0.94	2.97**
Shick hae	2.43 ± 1.04	2.03 ± 0.99	2.20 ± 1.04	3.48***
Sujeonggwa	2.00 ± 0.96	1.60 ± 0.84	1.76 ± 0.91	3.84***
Rice tea	2.04 ± 1.01	1.81 ± 0.99	1.91 ± 1.01	2.01*
Citron tea	2.00 ± 0.99	1.94 ± 1.03	1.97 ± 1.02	0.45
Mogua tea	1.50 ± 0.80	1.52 ± 0.81	1.52 ± 0.81	-0.14
Ginger tea	1.53 ± 0.78	1.41 ± 0.77	1.47 ± 0.78	1.37
Chrysanthemum tea	1.37 ± 0.77	1.35 ± 0.75	1.36 ± 0.76	0.28
Jujube tea	1.72 ± 0.97	1.50 ± 0.78	1.59 ± 0.87	2.25*
Ginseng tea	1.54 ± 0.83	1.48 ± 0.83	1.51 ± 0.83	0.65
Job's tears tea	2.05 ± 1.02	2.02 ± 1.10	2.03 ± 1.07	0.26
Ssanghwa tea	1.40 ± 0.73	1.40 ± 0.78	1.40 ± 0.76	0.08
Maesil tea	2.19 ± 1.07	2.13 ± 1.26	2.16 ± 1.19	0.41
Mulberry-leaf tea	1.32 ± 0.74	1.30 ± 0.70	1.31 ± 0.72	0.21
Boxthorn tea	1.28 ± 0.61	1.34 ± 0.75	1.32 ± 0.70	-0.78
Omija tea	1.33 ± 0.73	1.44 ± 0.85	1.40 ± 0.81	-1.21
Dunggulre tea	1.80 ± 1.08	1.93 ± 1.18	1.88 ± 1.15	-0.95
Misitgaru	2.06 ± 1.11	2.08 ± 1.17	2.07 ± 1.15	-0.11
Total	1.86 ± 0.53	1.76 ± 0.55	1.80 ± 0.54	1.66

\* $P<0.05$ , \*\* $P<0.01$ , \*\*\* $P<0.001$

(남자 1.72점, 여자 1.50점,  $p<0.05$ ) 등에 대한 섭취빈도에서 남자가 여자보다 높게 나타나 성별에 따른 유의한 차이를 보였다.

##### 2) 연령에 따른 시판 전통음료의 섭취빈도

연령별에 따른 전통음료의 섭취빈도 차이를 분석한 결과는 <Table 12>에서 보는 바와 같이 '홍차', '식혜', '모과차', '대추차', '인삼차', '울무차', '둥글레차' 등의 전통음료가 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 차이를 보이는 항목 중에서 '홍차 ( $p<0.001$ )', '식혜( $p<0.001$ )', '울무차( $p<0.001$ )', '둥글레차 ( $p<0.05$ )' 등은 20대 이하가 가장 높은 섭취빈도를 보이고 있고, '모과차( $p<0.05$ )'는 40대가, '대추차( $p<0.05$ )'와 '인삼차 ( $p<0.01$ )'는 50대 이상이 가장 높은 섭취빈도를 보이는 것으로 나타났다.

### IV. 요약 및 결론

본 연구는 시판 전통음료의 이용실태, 기호도 및 섭취빈도를 조사하여 향후 시판 전통음료의 이용증대와 마케팅 방향설정을 위한 기초 자료를 제공하고자 한 것으로 다음과 같은 결과를 얻었다.

1. 시판 전통음료의 구입하는 장소는 '대형마트(49.4%)', '슈퍼마켓(25.3%)', '전문점(8.1%)', '24시간 편의점(5.3%)', '자판기(5.0%)' 등의 순이었고, 남자는 '24시간 편의점'과 '자판기'에서, 반면에 여자는 '대형마트', '백화점', '전문점' 등에서 전통음료를 더 많이 구입하고 있는 것으로 나타났다( $p<0.001$ ). 또한 20대 이하의 '24시간 편의점'과 '슈퍼마켓'에서, 30대는 '대형마트'에서, 50대 이상은 '전문점', '백화점' 및 '자판기'에서 전통음료를 구입하는 비율이 다른 연령층에 비해 더 높은 것으로 나타났다( $p<0.05$ ).

2. 선호하는 전통음료 용기는 '티백'이 31.6%로 가장 높았고, 그 다음은 '유리병' 27.5%, '캔' 21.9% 등의 순이었으며 '플라스틱류'나 '종이팩'에 대한 선호도는 매우 낮게 나타났다. 20대 이하의 '플라스틱'을, 30대는 '캔', '종이팩', '티백'을, 50대 이상은 '유리병'을 더 선호하는 것으로 나타났다( $p<0.01$ ).

3. 전통음료를 마시는 목적은 '건강을 위해서'가 31.3%로 가장 높게 나타났고, 그 다음은 '향이 좋아서'가 14.4%, '기능성이 있어서'가 10.0%, '습관적으로'가 8.8% 등의 순으로 나타났다. 반면에 '맛있어서', '갈증해소를 위해서', '소화가 잘되므로' 등을 위한 목적은 낮게 나타나 전통음료를 마시는 목적이 무엇보다도 건강을 우선으로 생각하는 데 있음을 알 수 있었다.

4. 손잡이대 및 기름진 음식을 섭취한 후 주로 이용하는 음료로는 '커피'가 가장 높았고, 그 다음으로는 '전통차', '청량음료' 등으로 나타나 '전통차'가 많이 이용되고 있음을 알 수 있었다.

5. 평소 좋아하는 기호식품류로는 '차', '술', '아이스크림', '견과류', '쿠기' 등의 순으로 나타났으며 남자는 여자보다 술, 견과류, 쿠기 등을, 여자는 남자보다 차나 껌을 더 좋아하는 것으로 나타났다( $p<0.001$ ). 또한 20대 이하의 술, 초콜릿, 껌, 아이스

&lt;Table 12&gt; The frequency of intake on korean traditional commercial beverage by age (Mean ± SD)

Variables	Age				F
	20-29	30-39	40-49	≥ 50	
Green tea	3.38 ± 1.17	3.59 ± 1.42	3.18 ± 1.56	3.40 ± 1.55	1.29
Black tea	2.38 ± 1.26	1.61 ± 0.90	1.80 ± 1.14	1.64 ± 1.07	9.76***
Honey tea	1.93 ± 0.90	1.69 ± 0.88	1.77 ± 1.03	1.56 ± 0.96	1.80
Shick hae	2.52 ± 1.04	2.10 ± 0.97	1.96 ± 1.04	1.84 ± 0.85	6.65***
Sujeonggwa	1.81 ± 0.95	1.72 ± 0.86	1.80 ± 0.95	1.56 ± 0.82	0.64
Rice tea	2.05 ± 1.04	1.78 ± 0.93	1.80 ± 1.00	2.12 ± 1.09	1.98
Citron tea	2.00 ± 0.97	2.06 ± 1.11	1.87 ± 0.95	1.72 ± 1.02	1.08
Mogua tea	1.33 ± 0.63	1.56 ± 0.86	1.70 ± 0.91	1.52 ± 0.82	3.49*
Ginger tea	1.31 ± 0.67	1.51 ± 0.85	1.58 ± 0.80	1.56 ± 0.82	2.18
Chrysanthemum tea	1.33 ± 0.73	1.34 ± 0.76	1.41 ± 0.77	1.36 ± 0.81	0.21
Jujube tea	1.38 ± 0.77	1.64 ± 0.84	1.72 ± 0.97	1.84 ± 0.9	3.55*
Ginseng tea	1.36 ± 0.72	1.45 ± 0.70	1.67 ± 0.95	1.84 ± 1.17	3.82**
Job's tears tea	2.35 ± 1.13	1.91 ± 0.97	1.70 ± 0.91	2.16 ± 1.24	6.87***
Ssanghwa tea	1.38 ± 0.73	1.35 ± 0.79	1.41 ± 0.72	1.60 ± 0.86	0.70
Maesil tea	2.10 ± 1.12	2.27 ± 1.27	2.11 ± 1.09	2.08 ± 1.41	0.48
Mulberry-leaf tea	1.27 ± 0.68	1.28 ± 0.68	1.34 ± 0.77	1.48 ± 0.87	0.64
Boxthorn tea	1.26 ± 0.58	1.28 ± 0.65	1.41 ± 0.87	1.40 ± 0.70	0.96
Omija tea	1.35 ± 0.73	1.44 ± 0.84	1.39 ± 0.90	1.40 ± 0.70	0.22
Dunggulre tea	2.10 ± 1.29	1.75 ± 1.03	1.82 ± 1.06	1.56 ± 0.96	2.68*
Misitgaru	2.23 ± 1.12	2.01 ± 1.17	2.06 ± 1.15	1.68 ± 1.06	1.76

\*p&lt;0.05, \*\*p&lt;0.01, \*\*\*p&lt;0.001

크림 등을, 40대는 쿠키를, 50대 이상은 차나 견과류를 다른 연령층에 비해 더 좋아하는 것으로 나타났다(p<0.001).

6. 시판되고 있는 전통음료의 개선점은 '맛'이 30.6%로 가장 많았고, 그다음으로는 '영양' 19.7%, '가격' 18.4%, '위생' 11.3%, '포장상태' (5.9%), '향' (5.9%), '양' (2.5%) 등의 순으로 나타났다. 남자는 여자보다 '맛', '향', '양', '포장상태' 등에 대해, 여자는 '가격', '영양', '위생' 등에 대한 개선을 더 많이 요구하는 것으로 나타나 대조적이었다(p<0.01).

7. 시판 전통음료의 섭취빈도는 5점 만점에 1.80점으로 낮은 섭취빈도를 보였으며, 녹차(3.40점)에 대한 섭취빈도가 가장 높은 반면에 뽕잎차(1.31점)에 대한 섭취빈도가 가장 낮았다. 남자는 여자보다 홍차, 꿀차, 식혜, 수정과, 쌀음료, 대추차 등에 대한 섭취빈도에서 높게 나타났고, 20대 이하의 '홍차', '식혜', '울무차', '둥글레차' 등을, 40대는 '모과차'를, 50대 이상은 '대추차'와 '인삼차' 등을 자주 섭취하는 것으로 나타났다.

8. 시판 전통음료에 대한 기호도는 5점 만점에 평균 3.14점으로 보통정도로 나타났고, 종류별로는 녹차(3.67점), 식혜(3.66점), 유자차(3.63점), 미수가루(3.61점), 매실차(3.53점), 쌀음료(3.33점) 등이 높은 기호도를 보인 반면에 뽕잎차(2.51점), 구기자차(2.68점), 쌍화차(2.73점), 국화차(2.79점), 오미자차(2.82점) 등은 낮은 기호도를 나타냈다. 남자는 홍차, 꿀차, 식혜, 수정과, 쌀음료 등에 대해, 반면에 여자는 오미자차, 둥글레차 등에 대한 기호도가 높게 나타났다. 또한 20대 이하의 '식혜', '유자차', '꿀차', '홍차', '미수가루' 등 대체로 단 음료에 대해, 50대 이상은 '쌀음료', '모과차', '생강차', '국화차', '대추차',

'인삼차', '울무차', '쌍화차', '뽕잎차', '구기자차', '오미자차' 등에 대해 가장 높은 기호도를 보이는 것으로 나타나 대조적이었다.

본 연구 결과, 섭취빈도와 기호도가 낮게 나타난 뽕잎차, 구기자차, 국화차, 오미자차와 쌍화차 등의 시판 전통음료에 대한 맛, 품질 개선, 홍보강화 등이 시급히 이루어져야 하겠고 더욱이 섭취빈도가 5점 만점에 1.80점의 낮은 수준을 보여 전반적으로 전통음료의 섭취빈도를 높일 수 있는 다양한 마케팅 방안 모색과 홍보강화가 이루어져야 하겠다. 특히, 개선점으로 '맛', '영양', '가격', '위생' 등이 높게 나타나 이점에 대한 개선을 전통음료 판매회사들은 더욱 강화시켜야 한다고 여겨진다.

#### ■ 참고문헌

- 1) Lee SW. Korean food culture history. Kyomunsa Publishing Company, 1984
- 2) Kang IH. A customs of korean dietary life. Samyoungsa Publishing Company, 1984
- 3) Kim MR. Korean traditional convenience beverage and cookery science. Korean J Soc Food Cookery Sci, 17(6): 657-700, 2001
- 4) Lee YJ. Comparison of the importance and performance (IPA) of the quality of korean traditional commercial beverages. Korean J Soc Food Cookery Sci, 21(5): 693-702, 2005
- 5) Yoon SS. A study on the history of korean food. SinKoang



- Publishing Company, 1987
- 6) Han ES, Rho SN. An analysis of consumption and preferences of the Korean traditional drinks by women in different age groups. *J East Asian Soc Dietary Life*, 14(5): 397-406, 2004
  - 7) Jo WH. Development trend and desirable development direction of traditional material beverage. *Korean J Soc Food Cookery Sci*, 17(6): 651-655, 2001
  - 8) Park SH, Baeg SH, Han JH. Effects in blood pressure and cerebral blood flow with green ginger (*Zingiber officinale* Roscoe) and development of health drink by using it. *Korean J. Soc. Food Culture*, 19(2): 150-157, 2004
  - 9) Bae JH, Kim KJ, Kim SM, Lee WJ, Lee SJ. Development of the functional beverage containing the prunus mume extracts. *Korean J. Food Sci. Technol.*, 32(3): 713-719, 2000
  - 10) Park GS, An SH, Choi KH, Jeoung JS, Park CS, Choi MA. Preparation of the functional beverages by fermentation and its sensory characteristics. *Korean J Soc Food Cookery Sci*, 16(6): 663-669, 2000
  - 11) Seo KH, Kim SH. A study on the analysis of oriental functional beverage and on the blood alcohol concentration or rat after drinking liquors. *Korean J. Food Nutr.*, 14(3): 222-227, 2001
  - 12) Jo SY, Kim MJ, Lee MG, Park EM, Jang JY, Choe JM, Kim DJ. Effect of Korean traditional tea materials on minerals content and histological changes in Pb-administered rats. *J. Korean Soc. Food Sci. Nutr.*, 33(2): 311-317, 2004
  - 13) Koh JB. Effect of tea Fungus / Kombucha beverage on serum and liver lipids metabolism in rats. *Korean J. Nutr.*, 33(5): 497-501, 2000
  - 14) Choi OJ, Ghoi KH. The physicochemical properties of korean wild teas (green tea, semi-fermented tea, and black tea) according to degree of fermentation. *Korean Soc. Food Sci. Nutr.*, 32(3): 356-362, 2003
  - 15) Kim MS, Hahn TR, Yoon HH. Saccharification and sensory characteristics of Sikhe made of pigmented rice. *Korean J. Food Sci. Technol.*, 31(3): 672-677, 1999
  - 16) Kim SD, Do JH, Oh HI, Lee SJ. Effects of processing methods on the quality of ginseng leaf tea. *Korean J. Food Sci. Technol.*, 13(4): 267-272, 1981
  - 17) Gao YT, McLaughlin JK, Blot WJ, Ji BT, Dai Q, Fraumeni JF. Reduced risk of esophageal cancer associated with green tea consumption. *J Natl Cancer Inst*, 86: 855-858, 1994
  - 18) Ko YS, Lee IS. Quantitative analysis of free amino acids and free sugars in steamed and roasted green tea by HPLC. *Korean Soc. Food Sci. Nutr.*, 14(3): 301-304, 1985
  - 19) Kim HY, Lee KY, Ko SH. 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, 1998
  - 20) Lee HJ, Sohn KH, Lee MJ. Analysis of the factors that influence Korean beverage consumption. *Korean J Soc Food Cookery Sci.*, 18(1): 63-72, 2000
  - 21) Lee YJ. A Study on the preference of Korean food and revisiting intention of Japanese tourists. *J East Asian Soc Dietary Life*, 15(3): 247-256, 2005
  - 22) Jang MJ, Cho MS. Recognition and preference to Korean traditional food of foreign visitors in Korean. *Korean J. Dietary Culture*, 15(3): 215-223, 2000
  - 23) Go GH. A comparative study on the dietary culture consciousness and their consumption attitude of traditional foods between korean and Japanese women. *Korean J. Dietary Culture*, 18(4): 333-345, 2003
- 
- (2005년 12월 8일 접수, 2006년 2월 6일 채택)