

시판용 수프에 대한 소비자 인지도 및 기호도 조사 -영남지역을 중심으로-

오 영 섭
경주대학교 외식·조리학 전공

A Survey on the Recognition and Preference of Commercial Cream Soup Focused on Yungnam Area

Young-Sub Oh
Department of Food Service Management and Culinary

Abstract

The object of this research is to assess both the preference and the recognition on commercial cream soup by gender and age group to design reliable proposals for better product. Of 461 questionnaires handed out to residents at Daegu, Busan and Gyeongju in youngnam area. The data were analysed by chi-square test, t-test and one-way ANOVA. The results are summarized as following: (1) the response rate of 78.6 percent liked soup because of it's taste, (2) respondents in ages 20~30's showed higher preference than respondents in ages 40~50's (3) main ingredient is the most important consideration as purchase, (4) vegetable cream soup and mushroom cream soup are shown as highest ranking on the recognition of soup, (5) mushroom cream soup and corn cream soup are shown as highest ranking on the preference of soup.

Key Words : preference, recognition, product, commercial cream soup, purchase

1. 서 론

오늘날 교통의 발달과 함께 지구촌의 형성으로 서양음식인 수프가 우리들의 식생활에서 친숙하게 접할 수 있는 기회가 늘고 있다. 이와 같이 형성된 식생활 문화는 인간의 이동(移動)과 빈번한 교류를 통하여 국가간 장벽이 없어지고 있다. 또한 이러한 식생활 문화는 음식사업이 하나의 산업으로 자리를 잡아가는데 큰 영향을 미치고 있다. Shine & Park(1999)에 의하면 1990년대 이전까지는 외식산업은 산업군의 대열에 서지 못하고 외식사업의 수준에 머무르던 것이 1990년대 이후 연평균 약 13%씩 꾸준히 성장되고 있다 하였으며, 이러한 변화는 경제성장과 함께 맞벌이 부부의 증대는 가계의 가처분 소득의 증가와 주 5일제 근무가 전 사업장으로의 확대 실시 등은 외식시장의 수요를 증대시키는 요인으로 작용되고 있다. 2001년 통계청 도시 가계 소비자출조 조사 자료에 따르면 식료품비 중 외식비가 차지하는 비율이 1990년 21.6%에서 2001년 43.3%로 외식수요가 가파르게 상승하는 것으로 알 수 있다.

서양요리의 수프는 우리의 죽이나 국과 같이 그들의 일상적인 음식으로서 가금류, 육류, 어류, 해초류 등을 주재료로 하여 여기에 채소류, 향신료를 넣어 찬물에서 약한 불로 천천히 삶아 우려

낸 국물(stock)을 사용하여 다양한 수프를 만든다. 이러한 수프를 Sharon(1995)의 연구에서는 프랑스에서는 콩소메(consommé), 수페(soupe), 그리고 뽀따쥬(potage) 등 3가지로 구분하며 이와 같이 다양한 이름으로 불리는 수프에 대한 조리법은 Daniel(1987), Eugene(1989), Betty(1980), Irma & Rombauer(1980) 등에 의해 매우 다르게 서술되어 있다. 서양음식의 수프와 비슷한 우리의 음식으로는 죽이나 국이 있다. 죽은 대용주식 또는 별미음식 약리성 효과를 갖는 보양음식이며 때로는 민속음식, 구황음식 등의 구실을 충실히 하였다 (Jang & Lee 1989). 수프에 대한 국내 학자의 연구로는 Park(1989), Chung(1994), Na(2000) 등의 연구가 있으나 시판용 수프에 대한 연구는 일천한 편이다.

2005년 통계청 자료에 의하면 수프의 제조업체 현황은 2001년 33개 업체에서 2003년 54개 업체로 증가하였으며, 매출 면에서도 2001년 5,956억 원에서 2003년 6,647억 원으로 약 10.4%의 상승세를 나타내고 있는 것과 같이 그 수요는 늘어가는 추세에 있으나 시판용 수프의 대부분이 분말로 제조된 인스턴트식품 또는 Retort식품으로 판매되고 있다.

따라서 본 연구에서는 대구, 부산, 경주 등 경상도지역에 거주하는 성인 남. 여의 크림수프에 대한 소비자들의 기호도를 조사

하고 식습관을 살펴봄으로써 시장의 요구를 파악하여 수프를 개발하여 상품화하는데 있어 제품의 질적, 기능적 그리고 소비자 지향적인 제품개발에 기여할 수 있는 기초 자료를 제공하는데 목적을 두고 있다.

II. 연구 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 대구, 부산, 경주 등 영남지역에 거주하는 20세 이상 성인 남·여 550명을 대상으로 조사기간은 2006년 3월 20일부터 4월 10일까지 총 22일간 설문지를 배부하여 조사대상자가 직접 기입하게 하는 방법으로 총 490부(회수율 89.1%)를 회수하였으며 회수한 설문지 중 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지를(29부) 제외한 461부를 최종 분석에 사용하였다.

2. 조사내용 및 방법

조사방법은 설문지법을 사용하였으며, 연구에 사용된 설문내용은 Ahn(2005), Lee(2005), Seo(2005) 등의 연구를 참고로 재구성하여 경주지역에 거주하는 학생, 직장인, 주부 등 각각 20명, 총 60명을 대상으로 예비조사를 실시한 후 설문지를 작성하여 본 조사에 이용하였다. 조사내용 중 서양음식에 대한 기호도 5문항, 수프에 대한 인지도와 기호도 5문항 등 총 10개 문항으로 구성하였으며, 시판용 크림수프에 대한 기호도 평가는 수프에 대한 일반적 평가 5문항, 수프의 조리방법에 관한 평가 3문항, 크림수프 제품개발에 관한 전망 5문항 등 총 13문항으로 구성하여 Likert scale에 의한 5점 척도법을 이용하여 각 단계를 점수화하여 평가하였다. 일반사항은 성별, 연령, 결혼, 직업, 교육, 월수입 등을 포함시켰다.

3. 분석방법

자료의 통계처리는 SPSS 12.0 통계패키지 프로그램을 활용하여 통계처리를 하였으며 각 문항마다 결측치는 자료 처리시 제외시켰다. 표본의 인구 통계적 특성의 빈도, 백분율을 사용하였고 독립된 집단의 평균, 표준편차 등의 유의적 차이 비교는 one-way ANOVA와 집단간의 차이성 여부를 판정하기 위하여 t-test와 chi-square검증을 이용하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 <Table 1>과 같다. 전체 조사대상자는 461명이며, 남성은 33.8%, 여성은 66.2%였다. 연령분포는 20-29세 45.6%, 30-39세 17.8%, 40-49세 27.3%, 50세 이상은 9.3%로 20-29세가 많은 것으로 나타났다. 기혼과 미혼은 각각 47.7%와 52.3%로 비슷한 분포를 보였으며, 조사 대상자의 직업은 대부분이 학생(고등학교, 대학생)으로 43.4%, 판매·서비스직 8.7%, 자영업자 6.9%, 사무·관리직 5.0%, 생

산·기술직 2.6%, 끝으로 전업주부가 33.4%로 높은 비율을 나타내었다. 교육정도는 고등학교 졸업자 28.6%(재학생 11.5%), 전문대학 졸업자가 43.2%(재학 22.8%), 다음으로 대학교 졸업자가 23.5%(재학생 9.1%), 대학원 이상 4.8%로 대체적으로 조사 대상자의 학력이 높은 것으로 조사되었다. 월수입은 응답자의 76.2%가 300만원 미만인 것으로 2006년 1분기 도시근로자 가구당 340만원(통계청2006)에 비하여 대부분의 조사대상자의 가계소득이 낮은 것으로 나타났다.

2. 조사 대상자의 수프에 대한 기호도

수프에 대한 기호도는 <Table 2>와 같으며, 조사대상자 중 수프를 '좋아한다'고 응답한 사람이 78.6%, 싫어한다고 응답한 사람은 21.4%로 대부분이 수프를 좋아하는 것으로 나타났다. 성별로는 여자 '좋아한다' 77.2%, '싫어한다' 22.8%였고, 남자 '좋아한다' 81.3%, '싫어한다' 18.7%로 여자가 남자에 비해 싫어하는 비율이 더 높게 나타났다.

연령대별로 보면 20대 '좋아한다' 80.5% '싫어한다' 19.5%, 30대 '좋아한다' 83.5% '싫어한다' 16.5%, 40대 '좋아한다' 73.8% '싫어한다' 26.6%, 50대 '좋아한다' 73.8% '싫어한다'

<Table 1> General characteristics of the respondents

Variables & Categories		N	(%)
Gender	Male	156	33.8
	Female	305	66.2
	Total	461	100.0
Age	20~29	210	45.6
	30~39	82	17.8
	40~49	126	27.3
	50≤	43	9.3
	Total	461	100.0
Marital status	Married	219	47.7
	Single	240	52.3
	Total	459	100.6
Occupation	Students	200	43.4
	Office & Administration	23	5.0
	Product & Technician	12	2.6
	Sales & Service	40	8.7
	Own business	32	6.9
	House wives	154	33.4
	Total	461	100.0
Education	≤ High School	132(53)	28.6(11.5)
	College	199(105)	43.2(22.8)
	University	108(42)	23.5(9.1)
	≥ Graduate school	22	4.8
	Total	461	100.0
Monthly income (₩=10,000)	< 100	128	30.5
	100~ < 200	84	20.0
	200~ < 250	66	15.7
	250~ < 300	42	10.0
	≥ 300	100	23.8
Total	420	100.0	

*() means students.

<Table 2> The preference of soup by general factors

Variables & Categories		Like	Dislike	Sub total	N(%)
Gender	Male	126(81.3)	29(18.7)	155(100)	$X^2 = 1.04$ $p=0.31$
	Female	233(77.2)	69(22.8)	302(100)	
	Total	359(78.6)	98(21.4)	457(100.0)	
Age Group	20~29	169(80.5)	41(19.5)	210(100)	$X^2 = 3.87$ $p=0.28$
	30~39	66(83.5)	13(16.5)	79(100)	
	40~49	93(73.8)	33(26.2)	126(100)	
	≥50	31(73.8)	11(26.2)	42(100)	
	Total	359(78.6)	98(21.4)	457(100.0)	
Marital status	Married	166(76.1)	52(23.9)	218(100)	$X^2 = 1.33$ $p=0.25$
	Single	191(80.6)	46(19.4)	237(100)	
	Total	357(78.5)	98(21.5)	455(100.0)	
Occupation	Students	164(82.0)	36(18.0)	200(100)	$X^2 = 10.09$ $p=0.07$
	Office & Administration	28(80.0)	7(20.0)	35(100)	
	Sales & Service	24(64.9)	13(35.1)	37(100)	
	Own business	29(90.6)	3(9.4)	32(100)	
	House wives	114(74.5)	39(25.5)	153(100)	
	Total	359(78.6)	98(21.4)	457(100.0)	
Education	≤ High School	92(70.2)	39(29.8)	131(100)	$X^2 = 9.76$ $p=0.05$
	College	159(80.3)	39(19.7)	198(100)	
	University	88(83.0)	18(17.0)	106(100)	
	≥ Graduate school	20(90.9)	2(9.1)	22(100)	
	Total	359(78.6)	98(21.4)	457(100.0)	
Monthly income (₩=10,000)	< 100	95(74.2)	33(25.8)	128(100)	$X^2 = 11.86$ $p=0.02$
	100~ < 200	67(80.7)	16(19.3)	83(100)	
	200~ < 250	48(75.0)	16(25.0)	64(100)	
	250~ < 300	28(66.7)	14(33.3)	42(100)	
	≥ 300	88(88.9)	11(11.1)	99(100)	
	Total	326(78.4)	90(21.6)	416(100.0)	

다' 26.2%로 40대 이상에서 '싫어한다'의 비율이 점차 높게 조사되었다. 결혼 유무에 따른 조사에서는 기혼자 '좋아한다' 76.1% '싫어한다' 23.9%, 미혼자 '좋아한다' 80.6% '싫어한다' 19.4%로 미혼자가 기혼자에 비해 '좋아한다'는 비율이 높게 나타났다는데 이는 조사대상자 중 20대가 수프를 더 선호하는 것을 나타내는 것이라 할 수 있다.

직업에 따라서는 학생 '좋아한다' 82.0% '싫어한다' 18.0%, 사무 관리직 '좋아한다' 80.0% '싫어한다' 20.0%, 전업주부 '좋아한다' 74.5% '싫어한다' 25.5%로 이는 주부들이 수프에 대한 선호도가 낮아지는 것을 나타내고 있다.

교육수준에 따른 조사에서는 ($p < .05$)로 유의적인 차이를 보였다. 고졸 '좋아한다' 70.2% '싫어한다' 29.8%, 전문대졸 '좋아한다' 80.3% '싫어한다' 19.7%, 대졸 '좋아한다' 83.0%, '싫어한다' 17.0%, 대학원 이상 '좋아한다' 90.9%, '싫어한다' 9.1%로 학력이 높을수록 기호도가 높게 나타났다.

월수입에 따른 조사에서 ($p < .05$)로 유의적인 차이를 보였는데 100만원 미만 '좋아한다' 74.2% '싫어한다' 25.8%, 100만원~200만원 미만 '좋아한다' 80.7% '싫어한다' 19.3%, 200만원~250만원 미만 '좋아한다' 75.0% '싫어한다' 25.0%, 250만원~300만원 미만 '좋아한다' 66.7% '싫어한다' 33.3%, 300만원 이상 '좋아한다' 88.9% '싫어한다' 11.1%로 월수입이 100만

원 미만에서는 싫어하는 비율이 높고 200만원까지는 좋아하는 비율이 높아지는 반면 200만원에서 300만원까지는 싫어하는 비율이 높아지다가 300만원 이상에서는 다시 '좋아한다'가 높은 비율을 나타내었다. 그러므로 연령, 결혼유무, 직업에서는 20대가 '좋아한다'의 선호도가 높게 나타내었고, 교육수준에서는 학력이 높아질수록 선호도가 높아지는 것을 볼 수 있었으며, 월수입에서는 100만원 미만 '싫어한다', 100~200만원 '좋아한다', 200~300만원 '싫어한다', 300만원 이상 '좋아한다'가 높게 나타났다. 이상에서 같이 20대~30대에서는 좋아한다의 비율이 높았으며, 40대 이상은 싫어하는 비율이 높게 나타났는데 이는 20~30대와는 달리 40~50대는 서양음식인 수프를 접할 수 있는 기회가 젊은층에 비해 상대적으로 적었던 것이 요인으로 여겨진다.

3. 크림수프에 대한 인지도

크림수프에 대한 인지도 <Table 3>에서 '먹어 보았다' 항목에서는 남자, 여자 모두 야채크림수프, 양송이크림수프, 쇠고기크림수프 순서로 나타났으며, '잘 알고 있다' 항목에서는 남자 닭고기크림수프, 쇠고기크림수프, 양송이크림수프에서 높게 나타났다. '먹어보지 못했다' 항목에서 여자는 닭고기크림수프를 남자는 옥수수크림수프를 답하는 비율이 높았다. 닭고기크림수프가

<Table 3> Recognition of cream soup by gender

(%)

Variable	Have eaten		Know very well		Never have eaten		Total	X ² -value
	Male	Female	Male	Female	Male	Female		
Mushroom cream soup	92(59.0)	219(71.8)	29(18.6)	41(13.4)	35(22.4)	45(14.8)	461	7.83*
Chicken cream soup	70(44.9)	86(29.0)	41(26.3)	64(21.5)	45(28.8)	147(49.5)	453	18.80***
Vegetable cream soup	99(63.5)	242(80.4)	33(21.2)	37(12.3)	24(15.4)	22(7.3)	457	15.88***
Beef cream soup	90(57.7)	202(67.3)	29(18.6)	47(15.7)	37(23.7)	51(17.0)	456	4.42
Corn cream soup	77(49.4)	169(55.8)	28(17.9)	41(13.5)	51(32.7)	93(30.7)	459	2.26

*p<.05, ***p<.001

남자 여자 모두 높은 인지도를 보였으나 먹어보지 못했다고 응답한 비율도 높았다.

4. 서양음식에 대한 기호도 조사

서양음식에 대한 기호도 조사에서는 <Table 4>와 같이 성별에서 남자는 육류(가금류)를 선호하는 비율이 높았고, 여자는 육류(가금류)를 선호하는 비율이 가장 높았고 그 다음으로 샐러드, 빵과 케이크 순으로 나타났다. 연령별로 20~30대에서 육류(가금류), 빵과 케이크, 파스타, 샐러드의 순서로 나타났으며, 반면 50대 이상에서는 샐러드, 육류(가금류)의 순서로 나타났다.

서양 음식에 관련한 선행연구에서 Jung(2001)은 연령에 따른 서양요리의 품질의 지각에서 (p<.881)로 유의한 차이가 없으므로 밝혀졌고, Jeong & Jeon(2004)은 서양음식의 평가에서 '음식의 맛과 질'에서 (p<.05)로 유의성이 있다고 보고하였으나

수프에 대한 인지도와 기호도에 관한 연구는 일천한 편이다.

5. 시판용 크림수프 구매시 고려사항

크림수프 구매시 고려사항은 <Table 5>와 같다. 성별에서는 남자가 여자보다 '맛'을 더욱 고려하였으며, 여자의 경우 '광고' 등을 유의적으로 더욱 고려하는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 '좋아하는 식재료', '맛' (p<.001), '먹어본 경험' (p<.01), '가격', '안전성', '기타' (p<.05)등에서 유의성을 보였다. '좋아하는 식재료', 식품의 안전성 '등에 대한 고려사항은 20~30대까지는 증가율을 보이다가 40대 이후부터는 점차 감소하는 추세를 보였다. 그리고 '맛', '먹어본 경험', '가격' 등에 대해서는 20대부터 점진적으로 감소하는 추세를 보임으로서 연령이 높아질수록 맛, 먹어본 경험, 가격이 구매에 영향을 적게 미침을 알 수 있었다.

<Table 4> The preference on western food (serving with soup)

Variables	Gender N(%)				Age N(%)				Total	X ² -value
	Male	Female	Total		20~29	30~39	40~49	≥50		
Meat or poultry	86(56.2)	96(32.1)	182(40.3)		93(44.5)	39(49.4)	37(29.8)	13(32.5)	182(40.3)	
Fish & Shellfish	13(8.5)	38(12.7)	51(11.3)		19(9.1)	8(10.1)	19(15.3)	5(12.5)	51(11.3)	
Pasta	12(7.8)	39(13.0)	51(11.3)	X ² =	29(13.9)	11(13.9)	9(7.3)	2(5.0)	51(11.3)	X ² =
Salad	16(10.5)	73(24.4)	89(19.7)	28.93***	22(10.5)	12(15.2)	39(31.5)	16(40.0)	89(19.7)	47.30***
Bread & Cake	25(16.3)	52(17.4)	77(17.0)		45(21.5)	9(11.4)	19(15.3)	4(10.0)	77(17.0)	
Others	1(0.7)	1(0.3)	2(0.4)		1(0.5)	0(0.0)	1(0.8)	0(0.0)	2(0.4)	
Total	153(33.8)	299(66.2)	452(100)		209(46.2)	79(17.5)	124(27.4)	40(8.9)	452(100)	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<Table 5> The consideration about commercial soup as purchase

Variable	Gender		T-value	Age				F-value
	Male	Female		20~29	30~39	40~49	≥50	
Price	3.77±0.86	3.65±0.83	1.42	3.79±0.86	3.70±0.88	3.54±0.81	3.56±0.73	2.65*
Taste	4.42±0.70	4.25±0.90	2.23*	4.44±0.77	4.35±0.79	4.17±0.92	3.87±0.88	6.66***
Health	3.87±0.98	3.83±0.97	0.40	3.82±0.90	3.88±1.04	3.90±1.06	3.77±0.99	0.53
Flavor	3.81±0.88	3.74±0.89	0.78	3.86±0.83	3.79±0.95	3.64±0.94	3.53±0.83	5.15
Nutrition	3.74±0.95	3.89±0.95	-1.63	3.78±0.89	3.94±1.06	3.92±0.98	3.62±0.92	0.91
Safety	3.94±0.90	3.90±1.05	0.44	3.92±0.87	4.13±0.98	3.86±1.12	3.57±1.20	2.75*
Experience	3.83±1.01	3.86±0.96	-0.27	3.98±0.99	3.93±1.00	3.64±0.94	3.61±0.87	4.06**
Like ingredients	3.78±0.97	3.79±0.97	-0.08	3.97±0.87	4.01±1.03	3.45±0.93	3.26±0.90	13.03***
Advertise	2.96±0.96	3.23±0.91	-2.81**	3.07±0.88	3.30±1.02	3.15±0.97	3.03±0.88	0.25
Others	2.81±1.03	3.13±1.11	-2.97**	2.84±1.05	3.09±1.17	3.21±1.14	3.26±0.85	3.69*

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

<Table 6> The preference of commercial soup by gender

(%)

Variable		Like		Average	Dislike	Dislike very much	Total	X ² -value
		very much	Like					
A Food company	M/S ¹⁾	Male	14(10.6)	68(51.5)	49(37.1)	1(0.8)	132(100)	4.182
		Female	25(10)	113(45.4)	101(40.6)	9(3.6)	249(100)	
		Sub total	39(8.5)	181(39.3)	150(32.5)	10(2.2)	381(100)	
	SC/S ²⁾	Male	11(9.5)	56(48.3)	45(38.8)	4(3.4)	116(100)	2.849
		Female	32(13.4)	94(39.5)	102(42.9)	10(4.2)	238(100)	
		Sub total	43(9.3)	150(32.5)	147(31.9)	14(3.0)	354(100)	
	BC/S ³⁾	Male	15(11.5)	60(46.2)	50(38.5)	5(3.8)	130(100)	1.873
		Female	23(9.5)	100(41.2)	107(44.0)	13(5.3)	243(100)	
		Sub total	38(8.2)	160(34.7)	157(34.1)	18(3.9)	373(100)	
	V/S ⁴⁾	Male	7(6.3)	46(41.1)	56(50.0)	2(1.8)	112(100)	3.943
		Female	21(10.1)	79(38.0)	101(48.6)	7(3.3)	208(100)	
		Sub total	28(6.1)	125(27.1)	157(34.1)	9(2.0)	320(100)	
	C/S ⁵⁾	Male	12(9.9)	48(39.7)	56(46.3)	5(4.1)	121(100)	0.684
		Female	25(10.8)	89(38.4)	106(45.7)	11(4.7)	232(100)	
		Sub total	37(8.0)	137(29.7)	162(35.1)	16(3.5)	353(100)	

¹⁾Mushroom soup, ²⁾Sweet corn soup, ³⁾Beef cream soup, ⁴⁾Vegetable soup, ⁵⁾Cream soup

Nha(1993)는 “한국에서 서양요리에 대한 개선점의 항목”으로 기호성 개발, 영양성 개발, 조리법 개발 그 밖의 사항 등으로 분류하여 조사한 결과 응답자의 67.6%가 ‘기호성 개발’, 22.1%가 ‘조리법의 개발’ 그리고 8.3%가 ‘영양성 개발’을 택하였다 하였으며, Choi(2002)는 레스토랑 선택의 본질적 연구”에서 ‘음식의 재료(0.86)’, ‘음식의 맛과 질(0.84)’, ‘음식의 양(0.75)’, ‘음식의 조리 방법(0.71)등의 순으로 응답자가 음식의 재료 그리고 맛과 질에 관심을 가지는 것으로 조사되었다. 이상과 같이 선행 연구에서 나타난 바와 같이 향후 시판용 수프제품의 생산에도 소비자의 기호성에 따른 맛, 영양, 식품의 안정성, 좋아하는 식재료 등을 적극적으로 이용하는 제품 개발이 필요하다고 하겠다.

6. 시판용 크림수프의 기호도 조사

시판용 크림수프에 대한 기호도 조사는 총 조사대상자 461명 중 응답자가 320~381명으로 6항목 중 각 항목에서 100여명이 무응답이었는데 이는 지금까지 시판용 크림수프에 대한 조사대상 지역 일반인들의 수프에 대한 인식이 낮은 것을 나타내고 있는 것이라고 할 수 있을 것이다. <Table 6>에서는 성별에 따른 기호도를 나타내고 있으며, 다음과 같은 결과를 나타내고 있다. 양송이크림수프 ‘아주 좋아한다’, ‘좋아한다’ 남자 62.1% 여자 55.4%, 닭고기크림수프 ‘아주 좋아한다’, ‘좋아한다’ 남자 57.8% 여자 52.9%, 야채크림수프 ‘아주 좋아한다’, ‘좋아한다’ 남자 57.7% 여자 50.7%,에서 남자의 기호도가 높게 나타났으나, 크림수프 ‘아주 좋아한다’, ‘좋아한다’ 남자 47.4% 여자

<Table 7> Quality evaluation of commercial soup by age

Variables & Categories	Age				Total	F-value	
	M ± SD						
	20~29	30~39	40~49	≥ 50			
General evaluation of commercial soup	Usually interest	3.34 ± 0.89	3.50 ± 0.93	3.04 ± 0.93	3.03 ± 1.01	3.27 ± 0.93	5.268***
	Good taste & flavor	3.63 ± 0.81	3.69 ± 0.78	3.25 ± 0.83	3.21 ± 0.78	3.51 ± 0.83	8.224***
	Highly nutritious	3.28 ± 0.73	3.31 ± 0.79	3.15 ± 0.80	3.09 ± 0.88	3.24 ± 0.77	1.339
	Easy to eat	3.47 ± 0.89	3.43 ± 0.83	3.21 ± 0.93	3.00 ± 1.08	3.36 ± 0.91	4.052*
	Want to eat	3.56 ± 0.97	3.60 ± 0.99	3.04 ± 1.11	3.21 ± 1.03	3.40 ± 1.04	8.004***
Evaluation of cooking	Not easy to cook	2.90 ± 0.85	2.95 ± 0.96	3.01 ± 1.01	3.11 ± 1.13	2.96 ± 0.94	0.750
	Learn how to cook	3.53 ± 0.93	3.42 ± 1.09	3.11 ± 1.03	3.11 ± 0.96	3.37 ± 1.00	5.279***
	Need cooking at home	3.59 ± 1.00	3.53 ± 1.03	3.12 ± 1.09	3.15 ± 1.08	3.42 ± 1.06	6.132***
Future prospect to commercial soup	Need deluxe product	3.65 ± 0.93	3.70 ± 0.86	3.68 ± 1.07	3.33 ± 0.99	3.64 ± 0.96	1.302
	Need to variety items	3.93 ± 0.83	3.88 ± 0.73	3.69 ± 0.94	3.49 ± 0.98	3.82 ± 0.86	3.808*
	Need to variety packing	3.63 ± 0.95	3.58 ± 0.96	3.45 ± 0.96	3.00 ± 1.00	3.52 ± 0.97	4.432**
	Need to lower price	3.64 ± 0.86	3.69 ± 0.82	3.62 ± 0.92	3.24 ± 0.90	3.61 ± 0.88	2.238
	More increase to demand	3.48 ± 0.95	3.48 ± 0.92	3.58 ± 0.82	3.65 ± 0.88	3.52 ± 0.90	0.527

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

48.1%, 옥수수크림수프 '아주 좋아한다', '좋아한다' 남자 49.6% 여자 49.2%로 옥수수와 크림수프에서는 남녀의 구별이 거의 나타나지 않았으나, 수프에 대한 기호도 조사 대상자 대부분이 크림수프를 좋아하는 것으로 조사되었다.

7. 시판용 크림수프에 대한 평가

시판용 크림수프에 대한 기호도 평가는 <Table 7>에서 수프에 대한 일반적 평가 (5개 문항), 수프의 조리방법에 관한 평가 (3개 문항), 크림수프 제품개발에 관한 전망 (5개 문항) 등 총 13 문항으로 구성하여 평가하였다.

조사 대상자의 연령에 따라서는 '가끔 먹고 싶을 때가 있다', '평소에 관심이 있다, 먹어보고 싶다(p<.001)', '맛과 풍미가 좋다(p<.01)', '쉽게 먹을 수 있다(p<.05) 등에서 유의성을 보였으며, 수프의 조리 방법에 관한 평가에서는 '집에서 만들어보고 싶다, '만드는 방법을 배우고 싶다' (p<.001) 등에서 유의차를 나타냈다. 향후 수프제품 개발에 대한 평가에서는 '다양한 포장의 개발이 필요하다(p<.01)', '제품의 다양화가 필요하다(p<.05) 등에서 유의성을 보였다. June(1997)의 죽의 기호도에 대한 연구에서 조사대상자 363명 중 채소류의 기호도가 '좋아함과 매우 좋아함' (73.6%)으로 가장 높게, 다음으로, 육류기호도가 '좋아함과 매우 좋아함' (58.7%) 등으로 채소류가 육류보다 기호도가 더 높게 나타났으며, Lee(2002)의 인스턴트식품의 주간 섭취빈도를 조사한 연구에서 주2일 남(32.5%), 여(45.9%), 주3~5일 남(48.7%), 여(35.1%), 주 6~7일 남(18.9%), 여(18.9%) 등으로 나타났다. 이상과 같이 선행연구에 따라서 볼 때 수프가 우리들의 식생활에서 하나의 완전한 음식으로의 자리를 잡기 위해서는 인스턴트식품을 선호하는 20~30대의 기호도를 고려하고, 소비자들의 요구에 부응하는 질 좋고 맛있는 수프제품의 다양화와 고급화가 중요하게 대두되고 있다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 대구, 부산, 경주 등 영남지역에 거주하는 성인 남·여를 대상으로 시판용 크림수프에 대한 인지도와 기호도 조사를 통해 향후 수프의 제품개발과 마케팅 방향에 기초 자료를 제공하고 나아가 수프의 대중화와 품질개선 방안 모색 및 효과적인 발전방안을 제시하고자 하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자의 크림수프에 대한 기호도는 '좋아한다' 78.6%, '싫어한다' 21.4%이었으며, 선호그룹과 비선호그룹 사이의 일반적인 사항에서는 교육정도, 월수입에서 유의성(p<.05)을 보였고, 남자(81.3%)가 여자(77.2%)보다 높은 선호도를 나타냈다.

2. 시판용 크림수프 구매시 고려사항은 성별에서 '광고의 영향', '기타' (p<.01), '맛' (p<.05) 등이었으며, 연령에서는 '좋아하는 식재료', '맛' (p<.001), '먹어본 경험' (p<.01), '가격', '안전성', '기타' (p<.05) 등으로 '좋아하는 식재료', '식품의 안전성' 등에 대해서는 30대까지는 증가를 하다가 40대 이후 감소하는

추세를 나타내었으며, '맛', '먹어본 경험'에 대한 응답에는 20대에서 50대로 갈수록 점진적으로 감소를 보였다.

3. 시판용 크림수프에 대한 인지도와 기호도 조사는 'A' 식품(주)에서 생산하여 판매하는 5개 품목의 크림수프에 대하여 실시하였다. 평가자의 기호도 조사에서는 '양송이크림수프'가 가장 높게 나타났으며, '쇠고기크림수프', '옥수수크림수프', '크림수프' 등의 순서로 나타났다.

향후 크림수프 제품생산에 대한 조사에서 1)수프류에 대한 평가에서 '맛과 풍미가 좋다', '가끔 먹고 싶을 때가 있다' 등이며, 2)조리방법에 대한 평가에서 '집에서 만들어보고 싶다', '만드는 방법을 배우고 싶다' 등의 순으로 나타났으며, 3)향후 수프의 시장성에 대한 평가에서 '제품의 다양화 필요', '제품의 고급화 필요', '저렴한 가격', 등의 순서로 나타났다.

본 연구의 결과는 성별과 연령에서 남성이 여성에 비해서 수프를 좋아한다고 응답한 비율이 높게 나타났으며 햄버거, 피자, 등에 친숙한 젊은층(20~30대)이 우리음식에 익숙한 중년층(40~50)에 비해 높은 기호도를 나타낸 것으로 보인다.

따라서 향후 수프제품 개발에 있어 제품의 다양화와 고급화 및 맛과 영양이 풍부한 냉동수프, 통조림수프 등과 같은 다양한 제품개발이 이루어져야 할 것이다. 그러나 본 연구에 이용된 크림수프제품이 일부업체의 제품에 한정된 것과 수프에 대한 기호도 조사의 범위가 영남지역 거주민에 국한된 한계점을 극복하여 향후 수프에 대해서 보다 일반화 시킬 수 있는 폭넓은 연구가 이루어지기를 기대한다.

■ 참고문헌

- www.nso.or.kr. 2005. 산업분류/ 종사자 규모별 주요지표(1999-2004)
- www.nso.or.kr. 2001. The material of urban family expenses
- www.nso.or.kr. 2006. The monthly average earning and expenses per household in 1st quarter.
- Ahn SO. 2005. A Study on the Preference and Recognition for the Development of Soup stock, Sookmyung Women's University, Master thesis, 70-78
- Betty C. 1980. Cook Book Golden Press, New York, 318-319
- Chang HJ, Lee HG. 1989. A Bibliographical Study on the Main Dishes, Korean J. Dietary culture, 4(3): 201-211
- Choi WH. 2002. A Study of the Hotel Visitor's Restaurant Selection Factors Affecting Satisfaction and Intent to Revisit, Cheju National University, Master thesis, 63-64
- Chung HS. 1994. The free amino acid components and examinations on the preference of Consommé upon main ingredient and yield, Sookmyung Women's University, Master thesis, 1-3
- Daniel W W. 1987. Biostatistics, 4th Ed., John Wiley & Sons, Singapore, 273-295
- Eugen P. 1989. Classical Cooking the Modern Way, 2nd Ed., Van

- Nostrend Reinhold, New York, 311-313, 321-327
- Irma S. Rombauer B. 1980. Joy of cooking, Bobbs-Merrill Company. New York, 174-190
- Jeong JW, Jeon KC. 2004. A Study on the Influence of Consumer Characteristic on Marketing Promotion in Western Food, 한국관광정보학회 「관광정보연구」 53
- June JH. 1997. The Study on the Preference of 'Jook' and Quality Characteristics of 'Hodojook', Soowon University, Master thesis, 28-29
- Jung JW. 2001. Effects of Culinary Quality on Customer' Values, Customer' Satisfactions and Customer' Royalties, Daejeon University, Doctoral thesis, 66-67
- Kim MH. 1997. A Study on Acceptance and Utility Practice of Western Cuisine in Taegu, Korean J. SOC, Food SCI. 13(3): 338-347
- Lee SJ. 2005. A Study on the Recognition and Preference for Traditional Regional Foods, Sookmyung Women's University, Master thesis, 60-67
- Lee YH. 2002. Research on Eating Habit of Physical Education College Students, Yong-in University, Master thesis, 35-36
- Na JK. 2000. Study of meaning and classification on western soup, Journal of Foodservice Society of Korea. 3(1): 51-52
- Nha YA. 1993. A Study on the Recognition and Cooking Method about Western Food in Seoul Area, Journal of the East Asian Society of Dietary Life. 3(1): 58
- Park SH. 1989. The Study on Some Nutrients in Chicken Stock, Sookmyung Women's University, Master thesis
- Seo YJ. 2005. A Study of satisfaction of Japanese tourists for Korean traditional food to Korea, Geongju University, Master thesis, 114-119
- Sharon TH. 1995. Food Lover's Companion, Barron's, 455
- Shine JY, Park GY. 1999. An Introduce of Foodservice Industrials, Daewang Publishing company, Seoul, 131

(2006년 7월 29일 접수, 2006년 10월 2일 채택)