The Korean Journal of Culinary Research
Vol. 13, No. 3, pp. 252~262 (2007)

수프 제품 개발을 위한 기호도 및 인식에 관한 연구
- 서울 지역을 중심으로 -

최수근¶, 신민자, 박기홍
경희대학교 조리외식학전공

A Study on the Preference and Recognition for the Development of Soup Focused on Seoul Area

Soo-Keun Choi¶, Min-Ja Shin, Ki-Hong Park
Dept. of Culinary Science and Arts, Kyung Hee University

Abstract

The object of this research is to assess the preference for commercial cream soup by gender and age group in order to develop reliable proposals for a better product. A total of 488 questionnaires were handed out to residents in the Seoul area. The data were analysed using chi-square test, *t*-test and one-way ANOVA. The results are summarized as follows: (1) 80.3% liked soup because of its flavor, taste, and ingredients, (2) respondents in their 20~30's exhibited higher preference than respondents in their 40~50's, (3) the main ingredient is the most important consideration for purchase, (4) mushroom cream soup and broccoli cream soup earned the highest ranking in terms of soup brand recognition, (5) mushroom cream soup and broccoli cream soup earned the highest ranking in terms of soup preference.

Key words : preference, recognition, improvement, product, cream soup, purchase.

Ⅰ. 서 론

우리나라의 빠른 경제 성장과 더불어 세계 여러 나라와의 교류를 통해 새로운 식문화가 많이 소개되고 있는데, 이러한 식문화는 새로운 식품 및 외식 산업으로 자리를 잡아가는데 많은 영향을 미치고 있다. Shine & Park(1999)의 연구에 의하면 1990년대 이후 식문화 시장은 연 평균 약 13%씩 증가하여 꾸준히 신장되고 있다. 맞벌이 부부의 증가와 경제 성장, 각 사업장의 주 5일제 근무 실시는 외식시장의 수요를 증대시키는 요인으로 작용하고 있다. 외식시장의 발전에 따라 서양 음식에 대한 대중의 인식도 많이 개선되어지고 기호도도 높아지고 있다.

한편, 통계청의 〈2006 사회통계조사〉 결과에 따르면 시장의 새로운 소비자를 주목하라는 제목으로 '블루슈머'(Blue Ocean Consumer)를 발표했는데, 이 중에 주목을 끄는 부분이 〈20대 아침 사양족(Hungry Morning)〉, 〈3050 일하는 엄마(Working Mom)〉과 〈살찐 한국인(Heavy Korean)〉이다.

2006년 우리나라 20대 중 아침 식사를 하지 않는 사람의 비율은 49.7%로 2명 중 1명은 아침 식

¶ : 교신저자, 02-961-0856, skchoi@khu.ac.kr, 서울특별시 동대문구 회기동 1번지

사를 하지 않는 것으로 나타났다. 2006년 기준 우리나라 20대 인구는 약 746만 1천명으로, 그 절반인 370만 8천명이 아침식사를 거르고 있는 것이다.

30~50대의 일하는 엄마들이 크게 늘면서 2006년 30~50대 여성 취업자 수는 약 639만 명으로 조사되고 있다. 일하는 엄마들이 늘면서 이들 가정에서의 일을 대신해 줄 무언가를 필요로 하게 되었다.

서구식 식단으로 지방질 섭취량이 크게 증가하면서 2005년도 우리나라 국민 1인당 지방질 공급량은 88.6 g으로 2004년 85.8 g보다 2.8 g이 증가했다. 이에 따라 이제 먹는 즐거움은 그대로 유지하되 지방과 칼로리, 살에 대한 걱정을 해소시켜줄 수 있는 저지방 식품의 소비 확대가 예상되고 있다.

식생활의 서구화와 외식시장의 확대로 인한 소비자 인식의 확대를 토대로 각각의 식품회사들에서도 시판용 수프의 제품 개발에 노력을 기하고 있다. 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 있다. 시판용 수프는 분말로 제조된 인스턴트 식품 또는 레토르트(retort)식품으로 판매되고 있으며, 건강을 중시한 생 수프 개발에도 노력을 기울이고 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 우려낸 국물(stock)을 사용하여 다양한 수프를 만든다. 이러한 수프를 Sharon(1995)의 연구에서 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 & Rom bauer(1980) 등에 의해 매우 다르게 서술되어 있다. 서양 음식의 수프와 비슷한 우리의 음식으로는 죽이나 국이 있다. 우리의 죽(粥) 문화는 오래 전부터 발달되어 왔으며, 고유 음식가운데서 일찍부터 발달된 것으로 오늘날에는 예날 가난한 시대의 구황식과 같은 의미로서의 사용은 거의 없어져 가고, 단지 그 재료, 조리법에 따라 건강식, 기호식, 보양식, 치료식 및 이유식 등으로 용도가 다양하게 이용되어지고 있다(Jang *et al*. 2000). 수프에 대한 국내 학자의 연구로는 Park (1989), Chung(1994), Na(2000), Han *et al*.(2005), Oh(2007) 등의 연구가 있으며, 시판용 수프에 대한 연구는 Oh(2006)의 연구가 있으나 영남 지역을 중심으로 한 연구이기에 서울 등 대도시를 대상으로 한 연구가 필요한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 서울 지역에 거주하는 대학생 이상의 성인 남, 여를 대상으로 시판용 크림수프에 대한 기호도를 조사하고, 소비자 시장의 요구를 파악하여 시판용 수프 개발에 있어 질적, 기능적 제품 개발에 기여할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

Ⅱ. 연구 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 서울 지역의 성인 남, 여 550명을 대상으로 조사기간은 2007년 4월 15일부터 6월 14일까지 총 2개월 간 설문지를 배포하여 조사대상자가 직접 기입하게 하는 방법으로 총 510부(회수율 92.7%)를 회수하였으며, 회수한 설문지 중 불성실하거나 누락된 항목이 많은 설문지(22부)를 제외한 488부를 최종 분석에 사용하였다.

2. 조사 내용 및 방법

조사방법은 설문지법을 사용하였으며, 연구에 사용된 설문 내용은 Ahn(2005), Lee(2005), Seo (2005), Oh(2006) 등의 연구를 참고로 재구성하여 서울 지역의 성인 남, 여 50명을 대상으로 예

비조사를 실시한 후 설문지를 수정 작성하여 본 조사에 이용하였다. 조사 내용 중 서양 음식에 대한 기호도 5문항, 수프에 대한 인지도와 기호도 5문항 등 총 10개 문항으로 구성하였으며, 시판용 수프에 대한 기호도 평가는 수프에 대한 일반적 평가 5문항, 수프의 조리방법에 관한 평가 3문항, 크림수프 제품 개발에 관한 전망 5문항 등 총 13문항으로 구성하여 Likert scale에 의한 5점 척도법을 이용하여 각 단계를 점수화하여 평가하였다. 일반사항은 성별, 연령, 결혼, 직업, 교육, 월 수입 등을 포함시켰다.

3. 분석방법

자료의 통계처리는 SPSS 12.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 통계처리를 하였으며, 각 문항마다 결측 값은 자료 처리 시 제외시켰다. 항목에 따라 빈도, 백분율, 평균과 표준편차를 구하여 전반적인 경향을 파악하고, 변인간의 유의성 및 상관성은 *t*-test, χ^2-test, 상관관계분석(Pearson 적률상관계수), 분산분석 후 Duncan's multiple range test를 실시하였다.

Ⅲ. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적인 특성은 〈Table 1〉과 같다. 전체 조사대상자는 488명이며, 남성은 44.3%, 여성은 55.7%였다.

연령 분포는 20세 미만자가 3.1%, 20～29세 34.8%, 30～39세 32.4%, 40～49세 25.2%, 50～59세 4.5%로 20～29세가 가장 많은 분포를 나타내고 있었다. 20세 미만자가 포함된 이유는 대학생 중 20세가 되지 않은 학생이 응답에 포함되었기 때문이다.

기혼과 미혼은 각각 47.1%와 52.9%로 나타났으며, 조사대상자의 직업은 대학생이 24.2%, 판매·서비스, 사무직, 주부, 생산직 등의 순서로 나타났다. 전체 조사대상자의 84.6%가 전문대 졸

〈Table 1〉 **General characteristics of the respondents**

Variables & categories		N	(%)
Gender	Male	216	44.3
	Female	272	55.7
	Total	488	100.0
Age	≤19	15	3.1
	20～29	170	34.8
	30～39	158	32.4
	40～49	123	25.2
	≥50	22	4.5
	Total	488	100.0
Marital status	Married	230	47.1
	Single	258	52.9
	Total	488	100.0
Occupation	Students	118	24.2
	Office & administration	103	21.1
	Product & technician	62	12.7
	Sales & service	105	21.5
	Own business	17	3.5
	House wives	83	17.0
	Total	488	100.0
Education	≤High school	75	15.4
	undergraduate college or university	112	23.0
	College	140	28.7
	University	66	13.5
	≥Graduate school	95	19.5
	Total	488	100.0
Monthly income (10,000 Won)	<100	105	21.5
	100～200	155	31.8
	200～250	116	23.8
	250～300	65	13.3
	≥300	47	9.6
	Total	488	100.0

이상으로 학력은 매우 높게 나타났다. 월 수입은 100만원 미만이 21.5%, 200만원 이상이 46.7%로 나타났다.

2. 조사 대상자의 수프에 대한 일반적인 기호도

수프에 대한 일반적인 기호도의 조사에 대한 결과는 〈Table 2〉와 같으며, 조사대상자 중 수프를 '좋아한다'고 응답한 사람이 80.3%, '싫어한다'고 응답한 사람은 19.7%로 대부분이 수프를 좋아하는 것으로 나타났다. 성별로는 여자 '좋아한다' 79.4%, '싫어한다' 20.6%였고, 남자 '좋아한다' 81.5%, '싫어한다' 18.5%로 남녀의 성별에 관계없이 수프를 고루 좋아하는 것으로 나타났다. 이는 Oh(2006)의 영남 지역에서 실시한 수프 기호도 조사에서 나타난 선호도(78.6%)보다 약간 높은 수치로 지방보다는 서양 음식에 대한 접근성이 좋은 서울 지역이 선호도가 높은 것이 원인이었다.

연령대에 따른 조사에서는 유의적인 차이(p<0.01)를 보였다. 19세 이하 '좋아한다' 80.0% '싫어한다' 20.0%, 20대 '좋아한다' 84.1% '싫어한다' 15.9%, 30대 '좋아한다' 82.9% '싫어한다' 17.1%, 40대 '좋아한다' 78.0% '싫어한다' 22.0%, 50대 '좋아

〈Table 2〉 The preference of soup by general factors N(%)

	Variables & categories	Like	Dislike	Sub total	
Gender	Male	176(81.5)	40(18.5)	216(100)	χ^2=0.326
	Female	216(79.4)	56(20.6)	272(100)	
	Total	392(80.3)	96(19.7)	488(100)	
Age group	≤19	12(80.0)	3(20.0)	15(100)	χ^2=19.549**
	20～29	143(84.1)	27(15.9)	170(100)	
	30～39	131(82.9)	27(17.1)	158(100)	
	40～49	96(78.0)	27(22.0)	123(100)	
	≥50	10(45.5)	12(54.5)	22(100)	
	Total	392(80.3)	96(19.7)	488(100)	
Marital status	Married	172(74.8)	58(25.2)	230(100)	χ^2=8.466**
	Single	220(85.3)	38(14.7)	258(100)	
	Total	392(80.3)	96(19.7)	488(100)	
Occupation	Students	94(79.7)	24(20.3)	118(100)	χ^2=4.144
	Office & administration	86(83.5)	17(16.5)	103(100)	
	Production & function	52(83.9)	10(16.1)	62(100)	
	Sales & service	82(78.1)	23(21.9)	105(100)	
	Own business	11(64.7)	6(35.3)	17(100)	
	House wives	67(80.7)	16(19.3)	83(100)	
	Total	392(80.3)	96(19.7)	488(100)	
Education	≤High school	57(76.0)	18(24.0)	75(100)	χ^2=2.281
	Undergraduate college or university	92(82.1)	20(17.9)	112(100)	
	College	110(78.6)	30(21.4)	140(100)	
	University	56(84.8)	10(15.2)	66(100)	
	≥Graduate school	77(81.1)	18(18.9)	95(100)	
	Total	392(80.3)	69(19.7)	488(100)	
Monthly income (10,000 Won)	<100	86(81.9)	19(18.1)	105(100)	χ^2=1.627
	100～<200	123(97.4)	32(20.6)	155(100)	
	200～<250	94(81.0)	22(19.0)	116(100)	
	250～<300	54(83.1)	11(16.9)	65(100)	
	≥300	35(74.5)	12(25.5)	47(100)	
	Total	392(80.3)	96(19.7)	488(100)	

**p<.01.

한다' 45.5% '싫어한다' 54.5%로 이는 30대 이전 세대에 비해 40대 이후의 연령층에서 수프에 대한 선호도가 상대적으로 낮으며, 50대는 '싫어한다'는 비율이 '좋아한다'는 비율보다 높은 것을 나타내었다.

결혼 유무에 따른 조사에서는 유의적인 차이(p<0.01)를 보였다. 기혼자 '좋아한다' 74.8% '싫어한다' 25.2%, 미혼자 '좋아한다' 85.3% '싫어한다' 14.7%로 미혼자가 기혼자에 비해 '좋아한다'는 비율이 높게 나타났다.

직업에 따라서는 학생 '좋아한다' 79.7% '싫어한다' 15.3%, 사무 · 관리직 '좋아한다' 83.5% '싫어한다' 16.5%, 생산 · 기능직 '좋아한다' 83.9% '싫어한다' 16.1%, 판촉 · 서비스 '좋아한다' 78.1% '싫어한다' 21.9%, 자영업 '좋아한다' 64.7% '싫어한다' 35.3%, 주부 '좋아한다' 80.7% '싫어한다' 19.3%로 유의적 차이는 없었다.

교육 수준에 따른 조사에서는 고졸 '좋아한다' 76.0% '싫어한다' 24.0%, 전문대졸 '좋아한다' 78.6% '싫어한다' 21.4%, 대졸 '좋아한다' 84.8%, '싫어한다' 15.2%, 대학원 이상 '좋아한다' 81.1%, '싫어한다' 18.9%를 나타냈는데 이는 학력에 따라서 유의적이 차이가 없어서 학력과 관계없이 고루 수프를 좋아하는 것으로 생각할 수 있다.

3. 시판용 크림수프의 기호도 조사

조사대상자의 연령대에 따른 크림수프의 기호도에 유의적 차이가 있는지를 파악하기 위해 one-way ANOVA를 사용하였다. 조사를 위해 '양송이 크림수프', '브로콜리 크림수프', '호박 크림수프', '감자대파 크림수프', '옥수수 크림수프', '완두콩 크림수프'의 6가지의 보기를 제시하였다.

분산분석 결과 '감자대파 크림수프'와 '옥수수 크림수프'(p<0.001), 완두콩 크림수프'(p<0.01), '양송이 크림수프', '브로콜리 크림수프'(p<0.05)에서 유의적 차이를 보였다.

세부 항목별 수프의 기호도의 차이분석 결과는 〈Table 3〉과 같다. '감자대파 크림수프'와 '옥수수 크림수프'는 20~30대의 기호도가 높게 나타난 반면 40~50대의 기호도가 낮게 조사되었다. '완두콩 크림수프'는 40~50대의 기호도가 높고 10~20대의 기호도가 낮게 나타났다. '양송이 크림수프'는 전체 연령대에서 고른 기호도를 나타냈으며, '브로콜리 크림수프'는 20~40대의 기호도는 높고 10대와 50대에서 상대적으로 낮은 기호도를 나타내었다. 20~30대는 전반적으로 수프에 대한 기호도가 높은 반면 50대는 기호도가 낮다는 것을 알 수 있다.

서양 음식의 전반적인 기호도를 조사한 Nha(1991)의 연구에서도 외식의 빈도가 높고 외국음식에 대한 거부감이 적으며, 편의식을 추구하는 20대의 선호도가 다른 연령대에 비해 높은 것으로 나타난 점 등을 바탕으로 생각하면 수프도 역시 20대의 선호도가 높은 것과 같은 결과로 보여진다.

4. 크림수프와 함께 제공되는 서양 음식에 대한 선호도 조사

크림수프와 함께 제공되는 서양 음식의 선호도를 알아보기 위하여 성별, 연령에 따라 교차분석을 실시하여 각 항목의 비율을 측정하였다. 이에 대한 조사내용은 〈Table 4〉와 같다. 성별에서 가장 선호하는 음식의 비율이 가장 높은 것은 '육류와 가금류'로 나타났는데, 남자(48.6%), 여자(42.3%) 모두 절반에 가까운 비율로 선택하였다. 그 다음으로 선호하는 항목에서는 남자가 '빵과 케이크'로 20.8%의 선호도를 나타냈으며, 여자는 '파스타'로 19.9%의 선호도를 보였다.

연령대에 따른 조사에서는 20대는 '육류와 가금류'(43.5%), '파스타'(20.0%) 순으로 나타났으며, 30대는 '육류와 가금류'(46.8%), '빵과 케이크'(19.6%) 순으로 나타났다. 40대는 '육류와 가금류'(48.8%), '파스타'(17.1%)로 조사되었으며, 50대는 다른 세대와 비교되는 결과를 나타냈다. '빵과 케이크'(27.3%)가 가장 기호도가 높았으며 '생선과 갑각류'(22.7%)가 그 뒤를 이었다. Oh(2006)의 연구에서도 성별, 연령별로 가장 선호하는 서

<Table 3> **The preference of commercial soup by age**

Variable			N	Mean±SD	*F*-value
A food company	Mushroom soup	≤19	15	3.73±0.96[a]	2.530*
		20~29	170	4.04±0.89[a]	
		30~39	158	3.82±0.79[a]	
		40~49	123	4.00±0.78[a]	
		≥50	22	3.63±0.65[a]	
		Total	488	3.93±0.83	
	Broccoli soup	≤19	15	3.06±1.38[b]	3.072*
		20~29	170	3.62±1.10[a]	
		30~39	158	3.62±1.03[a]	
		40~49	123	3.43±1.08[ab]	
		≥50	22	2.95±1.04[b]	
		Total	488	3.52±1.09	
	Pumpkin soup	≤19	15	2.93±1.09	1.227
		20~29	170	3.47±1.05	
		30~39	158	3.44±1.05	
		40~49	123	3.47±0.89	
		≥50	22	3.54±0.80	
		Total	488	3.45±0.95	
	Leek&Potato soup	≤19	15	2.93±1.09[ab]	5.168***
		20~29	170	3.27±1.04[a]	
		30~39	158	3.03±0.89[ab]	
		40~49	123	2.79±1.06[ab]	
		≥50	22	2.59±1.00[b]	
		Total	488	3.03±1.02	
	Corn soup	≤19	15	3.33±1.17[ab]	10.841***
		20~29	170	3.67±0.92[a]	
		30~39	158	3.51±0.82[ab]	
		40~49	123	3.12±0.91[b]	
		≥50	22	2.68±0.94[c]	
		Total	488	3.42±0.93	
	Peas soup	≤19	15	2.40±0.91[b]	4.050**
		20~29	170	2.82±0.82[a]	
		30~39	158	3.01±0.80[a]	
		40~49	123	3.04±0.70[a]	
		≥50	22	3.18±0.58[a]	
		Total	488	2.94±0.79	

1) The value is mean±SD.
2) In a column, means followed by the same superscript are not significantly different at the 5% level by Duncan's multiple range test(*p<.05, **p<.01, ***p<.001).

양 음식이 '육류와 가금류'로 나타났고 '파스타'와 '빵과 케이크'의 비중이 높았는데, 이는 우리나라에서 많이 대중화된 음식과 식사 패턴이 일반적으로 수프와 육류를 곁들이는 방법을 취하고 있으며, 근래에 들어 이태리 음식의 보편화와 간편식의 추세로 '파스타'와 '빵과 케이크'의 선호

〈Table 4〉 **The preference on western food(serving with soup)**

Variables	Gender N(%)				Age N(%)						
	Male	Female	Total	χ^2-value	≤19	20~29	30~39	40~49	≥50	Total	χ^2-value
Meat or poultry	105(48.6)	115(42.3)	220(45.1)		8(53.3)	74(43.5)	74(46.8)	60(48.8)	4(8.2)	220(45.1)	
Fish & shellfish	21(9.7)	29(10.7)	50(10.2)		0(0)	18(10.6)	15(9.5)	12(9.8)	5(22.7)	50(10.2)	
Pasta	33(15.3)	54(19.9)	87(17.8)		1(6.7)	34(20.0)	27(17.1)	21(17.1)	4(18.2)	87(17.8)	
Salad	12(5.6)	27(9.9)	39(8.0)	χ^2=7.253	3(20.0)	13(7.6)	10(6.3)	10(8.1)	3(13.6)	39(8.0)	χ^2=18.545
Bread & cake	45(20.8)	46(16.9)	91(18.6)		3(20.0)	31(18.2)	31(19.6)	20(16.3)	6(27.3)	91(18.6)	
Others	0(0)	1(0.4)	1(0.2)		0(0)	0(0)	1(0.6)	0(0)	0(0)	1(0.2)	
Total	216(100.0)	272(100.0)	488(100.0)		15(100.0)	170(100.0)	158(100.0)	123(100.0)	22(100.0)	488(100.0)	

도가 높은 것으로 생각된다.

5. 시판용 크림수프 구매시 고려사항

조사대상자들의 연령과 직업에 따른 시판용 크림수프를 구매 결정할 경우에 고려하는 사항들과의 유의적 차이가 있는지를 파악하기 위해 one-way ANOVA를 이용하였다. 분석결과 연령에 따라서는 '맛'과 '좋아하는 식재료'(p<0.01), '안전성'(p<0.05)이 유의적 차이를 보였다. 직업에서는 '건강식'(p<0.001), '먹어 본 경험'과 '좋아하는 식재료'(p<0.01), '영양가'와 '광고의 영향'(p<0.05)에서 유의적 차이를 보였다. 세부 항목별 시판용 크림수프 구매시 고려사항의 차이분석은 〈Table 5〉과 같다.

연령에 따른 각 항목별 평균을 비교해 보면 '맛'을 가장 많이 고려하는 것으로 나타났으며, '좋아하는 식재료'를 사용하는 크림수프를 제품 구매시 중요한 요인으로 나타났다.

직업에 따른 각 항목별 고려사항을 살펴보면 '주부들'이 시판 수프를 구매할 때 '건강식'으로 다른 직업의 조사대상자보다 많이 고려를 하는 것으로 나타났다.

'학생', '사무・관리직', '생산・기능직'의 직업에서는 '먹어 본 경험'과 '좋아하는 식재료'를 수프 구매시 많이 고려하는 것으로 나타났다.

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 조사되었으며, Oh(2006)는 영남 지역의 시판 수프 기호도 조사에서 수프 구매 시 고려사항은 성별에서 '광고의 영향'과 '맛'에서 성별로 유의적 차이(p<0.05)를 보였으며, '좋아하는 식재료', '맛', '먹어 본 경험' 등에서 유의적 차이(p<0.05)가 있는 것으로 보고하고 있다.

이상과 같은 선행 연구의 결과와 본 연구의 결과를 종합해 볼 때 시판용 수프 제품의 생산에도 소비자의 기호성의 고려가 매우 중요하다고 하겠다. 이에 고려할 사항으로는 맛, 영양, 식품의 안전성, 선호 식재료 등을 들 수 있다.

6. 시판용 크림수프의 맛, 조리방법 및 개선사항

시판용 크림수프에 대한 기호도 평가는 〈Table

<Table 5> The consideration about commercial soup as purchase

Variables	Age group						*F*-value
	≤19	20~29	30~39	40~49	≥50	Total	
Price	3.86±0.74	3.96±0.83	3.85±0.83	3.84±0.82	3.31±0.83	3.86±0.83	3.030
Taste	4.33±0.89[a]	4.59±0.64[a]	4.30±0.83[a]	4.30±0.83[a]	4.27±0.76[a]	4.40±0.78	3.954**
Health	3.06±0.88	3.77±0.94	3.82±0.99	3.80±1.02	3.81±0.90	3.78±0.98	2.117
Flavor	4.00±0.84	3.88±0.91	3.72±0.84	3.79±0.94	3.68±0.71	3.80±0.88	0.957
Nutrition	3.33±0.61	3.76±1.03	3.73±0.96	3.69±1.04	3.63±0.84	3.71±0.99	0.721
Safety	3.60±1.12[a]	3.92±0.91[a]	3.94±0.92[a]	3.66±1.06[a]	3.59±0.95[a]	3.84±0.97	2.443*
Experience	4.06±0.96	4.08±0.84	3.95±0.89	3.83±0.93	3.63±0.90	3.95±0.89	2.159
Like ingredients	4.26±1.09[a]	4.20±0.86[a]	3.98±0.91[a]	3.82±1.02[ab]	3.50±0.96[b]	4.00±0.95	4.993**
Advertise	3.00±1.19	3.12±1.09	3.06±0.99	3.26±0.90	3.31±0.99	3.14±1.01	0.856

Variables	Occupation							*F*-value
	Students	Office & administration	Production & function	Sales & service	Own business	House wives	Total	
Price	3.96±0.78	3.80±0.89	3.98±0.87	3.86±0.74	3.82±1.01	3.72±0.85	3.86±0.83	1.189
Taste	4.47±0.71	4.46±0.80	4.25±0.82	4.32±0.79	4.35±0.79	4.44±0.80	4.40±0.78	1.031
Health	3.47±0.98	3.95±0.95	3.50±0.97	3.85±0.96	3.64±0.86	4.14±0.91	3.78±0.98	6.749***
Flavor	3.83±0.87	3.90±0.92	3.72±0.90	3.71±0.90	3.47±0.71	3.87±0.86	3.80±0.88	1.185
Nutrition	3.52±1.01[b]	3.79±1.04[ab]	3.48±0.98[b]	3.80±0.95[ab]	3.64±0.78[ab]	3.96±0.95[a]	3.71±0.99	2.959*
Safety	3.77±0.93	3.93±0.96	3.79±1.02	3.77±1.02	3.82±0.88	3.97±0.96	3.84±0.97	0.758
Experience	4.09±0.86[a]	4.11±0.88[a]	4.08±0.87[a]	3.80±0.88[ab]	3.64±0.70[b]	3.74±0.94[ab]	3.95±0.89	3.482**
Like ingredients	4.18±0.89[a]	4.16±0.91[a]	4.04±0.91[a]	3.80±0.95[ab]	3.52±0.87[b]	3.86±1.03[ab]	4.00±0.95	3.645**
Advertise	3.00±1.05[ab]	3.22±0.99[ab]	2.90±1.05[b]	3.17±0.95[ab]	3.17±0.95[ab]	3.39±1.01[a]	3.14±1.01	2.322*

1) The value is mean±SD.
2) In a column, means followed by the same superscript are not significantly different at the 5% level by Duncan's multiple range test(*p<.05, **p<.01,***p<.001).

6〉에서 수프에 대한 일반적 평가(5개 문항), 수프의 조리방법에 관한 평가(3개 문항), 크림수프 제품 개발에 관한 전망(5개 문항)등 총 13문항으로 구성하여 평가하였다.

조사대상자의 연령대에 따른 시판용 크림수프에 대한 평가에 유의적 차이가 있는지를 파악하기 위해 one-way ANOVA를 하였다.

분산 분석 결과 수프에 대한 일반적인 평가 문항에서는 '맛과 풍미가 좋다'와 '가끔 먹고 싶을 때가 있다'(p<0.05)에서 유의적 차이를 보였으며, 수프류의 향후 전망을 묻는 항목에서는 '제품의 고급화가 필요하다'(p<0.001) '제품의 다양화가 필요하다'(p<0.01)에서 유의적 차이가 나타났다.

'맛과 풍미가 좋다'와 '가끔 먹고 싶을 때가 있다'의 항목에서의 유의적 차이는 젊은 연령층에서 긍정적인 답을 보인 비율이 높았으며 '제품의 고급화가 필요하다'와 '제품의 다양화가 필요하다'는 항목에서는 50대에 비해 20~30대에서 더 많은 요구를 보이고 있었다. 20대가 30대에 비해서 수프에 대한 적극적인 구매 의사를 내재하고 있다고 볼 수 있다.

Lee(2002)의 인스턴트 식품의 주간 섭취빈도

<Table 6> **Quality evaluation of commercial soup by age**

Variables & categories		Age						
		Mean ± SD						*F*-value
		≤19	20~29	30~39	40~49	≥50	Total	
General evaluation of commercial soup	Usually interest	3.33±1.04	3.41±0.87	3.40±0.83	3.63±0.96	3.40±1.22	3.46±0.91	1.476
	Good taste & flavor	3.80±1.01[a]	3.77±0.81[ab]	3.65±0.72[ab]	3.49±1.00[ab]	3.36±0.95[b]	3.64±0.86	2.663*
	Highly nutritious	3.20±0.67	3.26±0.80	3.36±0.76	3.26±0.87	3.22±0.92	3.29±0.81	0.438
	Easy to eat	3.26±0.88	3.56±0.90	3.50±0.89	3.64±0.86	3.45±1.01	3.54±0.89	0.902
	Want to eat	3.93±0.88[a]	3.75±1.09[a]	3.60±0.89[a]	3.69±0.99[a]	3.04±1.04[b]	3.66±1.00	2.923*
Evaluation of cooking	Not easy to cook	2.86±0.83	2.89±0.98	2.92±0.98	2.92±0.95	2.77±0.92	2.90±0.96	0.145
	Learn how to cook	3.73±1.09	3.51±1.00	3.43±0.85	3.50±1.04	3.09±1.01	3.74±0.97	1.272
	Need cooking at home	3.86±1.18	3.50±0.97	3.47±0.90	3.65±0.99	3.36±0.84	3.53±0.96	1.263
Future prospect to commercial soup	Need deluxe product	3.93±0.88[a]	3.79±0.88[a]	3.78±0.86[a]	3.20±0.96[b]	2.72±0.93[c]	3.59±0.95	15.208***
	Need to variety items	4.06±1.03[a]	3.63±1.03[ab]	3.67±0.92[ab]	3.46±1.03[b]	2.95±1.04[c]	3.58±1.01	3.911**
	Need to variety packing	3.93±0.88	3.82±0.89	3.67±0.90	3.64±0.99	3.68±0.77	3.72±0.92	1.045
	Need to lower price	4.13±0.99	3.84±0.83	3.74±0.82	3.78±0.85	3.50±0.67	3.79±0.83	1.565
	More increase to demand	3.46±0.83[a]	3.69±0.84[a]	3.68±0.84[a]	3.49±1.00[a]	2.63±1.09[b]	3.58±0.92	7.671***

1) The value is mean±SD.
2) In a column, means followed by the same superscript are not significantly different at the 5% level by Duncan's multiple range test(*p<.05, **p<.01, ***p<.001).

에 대한 조사 결과를 보면 일주일에 2회 이상 섭취하는 비중이 남녀 모두 거의 95% 정도가 넘는다고 보고하고 있다. 이는 우리의 식생활이 간편화 되어 간다는 증거일 것이다.

Oh(2006)의 선행 연구에서도 '평소에 관심이 있다'와 '먹어 보고 싶다'는 항목과 '제품 개발에 대한 필요성'에 높은 빈도가 나타나는 것을 보아서 이제 수프는 우리의 일상에 완전한 음식으로 자리를 잡고 있으나 소비자의 욕구에 맞는 다양한 제품과 용도에 맞는 포장의 개발이 필요하다고 하겠다.

Ⅳ. 요약 및 결론

본 연구는 서울 지역의 대학생, 직장인 남·여를 대상으로 시판용 크림수프에 대한 인지도 및 기호도 조사를 통해 향후 수프의 제품 개발과 마케팅 방향에 기초 자료를 제공하고 수프의 대중화와 품질 개선 방안을 모색함은 물론 효과적인 발전 방안을 제시하고자 하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자의 크림수프에 대한 기호도는 '좋아한다' 80.3%, '싫어한다' 19.7%이었으며, 선호그룹과 비선호 그룹 사이의 일반적인 사항에서는 연령과 결혼 유무에서 유의적인 차이(p<0.01)를 보였으며, 20~30대는 선호하는 비율이 높은 반면 40대는 상대적으로 낮은 비율이었고, 50대는 '싫어한다'는 응답이 '좋아한다'는 응답보다 많았다. 미혼인 대상자(85.3%)가 기혼인 대상자(74.8%)에 비해 선호의 비율이 높았다.
2. 시판용 크림수프에 대한 기호도 조사에서 분산분석 결과, '감자대파 크림수프'와 '옥수수 크림수프'(p<0.001), '완두콩 크림수프'(p<0.01), '양송이 크림수프', '브로콜리 크림수프'(p<0.05)에서 유의적 차이를 보였다.
3. 수프와 함께 제공되는 서양 음식에 대한 기호도 조사에서 성별에 따라 가장 선호하는

음식의 비율이 가장 높은 것은 '육류와 가금류'로 나타났는데, 남자(48.6%), 여자(42.3%) 모두 절반에 가까운 비율로 선택하였다. 그 다음으로 선호하는 항목에서는 남자가 '빵과 케이크'로 20.8%의 선호도를 나타냈으며, 여자는 '파스타'로 19.9%의 선호도를 보였다. 연령대에 따른 조사에서는 20대는 '육류와 가금류'(43.5%), '파스타'(20.0%) 순으로 나타났으며, 30대는 '육류와 가금류'(46.8%), '빵과 케이크'(19.6%) 순으로 나타났다. 40대는 '육류와 가금류'(48.8%), '파스타'(17.1%)로 조사되었으며, 50대는 '해산물과 갑각류'를 더 선호하는 것으로 나타났다.

4. 크림수프 구매시 고려사항에 대한 조사에서는 분석 결과, 연령에 따라서는 '맛'과 '좋아하는 식재료'($p<0.01$), '안전성'($p<0.05$)이 유의적 차이를 보였다. 직업에서는 '건강식'($p<0.001$), '먹어 본 경험'과 '좋아하는 식재료'($p<0.01$), '영양가'와 '광고의 영향'($p<0.05$)에서 유의적 차이를 보였다.
5. 시판용 크림수프에 대한 일반적인 평가 문항에서는 분산 분석 결과, '맛과 풍미가 좋다'와 '가끔 먹고 싶을 때가 있다'($p<0.05$)에서 유의적 차이를 보였으며, 수프류의 향후 전망을 묻는 항목에서는 '제품의 고급화가 필요하다'($p<0.001$) '제품의 다양화가 필요하다'($p<0.01$)에서 유의적 차이가 나타났다.

본 연구의 결과는 전체 조사 연령대 모두에서 수프에 대한 높은 선호도를 보였으며, 20～30대에 비해 40～50대에서 선호하지 않는다는 답변이 많은 것으로 나타났다. 또한, 20～30대와 40～50대가 선호하는 구체적인 수프의 종류도 다르게 나타났으며, 같이 먹는 음식에서도 연령대별 차이를 나타냈다.

이러한 결과들을 볼 때 향후 수프 제품을 개발할 때는 연령대를 구분하여 각 연령대가 선호하는 제품을 개발할 필요가 있으며, 다양한 종류의 제품을 개발하여 선택의 폭을 넓혀줄 필요가 있다고 할 수 있겠다. 또한, 제품 개발 이후 마케팅 과정에서 광고를 통한 방법을 이용할 때 수프만을 이용한 광고보다는 같이 먹을 수 있는 음식과 함께 광고를 하는 것이 좋을 것 같다.

제품의 포장 또한, 소비자들의 요구에 맞추어 보관, 휴대, 이용에 편리한 제품의 개발이 필요하다 할 수 있다. 또한 건강을 중요시하는 요즘의 식생활 패턴을 고려하여 건강식 수프의 개발이 필요하며, 젊은 세대뿐만 아니라 중장년층에서도 쉽게 접근할 수 있으며, 전통적인 한국의 식재료(예를 들면 오곡, 인삼 등을 이용한 건강식 수프)를 이용한 제품의 개발도 고려해 볼만 할 것이다.

위와 같은 결과에도 불구하고 본 연구는 서울지역을 중심으로 한 연구이므로 다양한 지역과 계층에 대한 조사를 하지 못했다는 한계를 가지고 있다. 향후에는 이러한 한계점을 극복하여 시판용 수프 개발과 일반화 시킬 수 있는 폭넓은 연구가 이루어지길 기대한다.

참고문헌

1. Ahn SO (2005) : A study on the preference and recognition for the development of soup stock. Sookmyung Women's University, Master thesis, 70-78, Seoul.
2. Betty C (1998) : Cook Book Golden Press, 318-319, New York.
3. 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, Seoul.
5. Daniel WW (2006) : Biostatistics, 8th Ed,. John Wiley & Sons, Singapore, 273-295.
6. Eugen P (1989) : Classical Cooking the Modern Way, 2nd Ed,. Van Nostrend Reinhold, 311-313, 321-327, New York.

7. Han GP · Han JS · Kozukue N · Kim DS · Park ML · Lee KR (2005) : Quality characteristics of potato added functional cream soup. *Korean J. Food Cookery Sci.* 21(1):12-17.
8. Irma S · Rombauer B (2006) : Joy of cooking, Bobbs-Merrill Company, 174-190, New York.
9. Lee SJ (2005) : A Study on the Recognition and Preference for Traditional Regional Foods. Sookmyung Women's University, Master thesis, 60-67, Seoul.
10. Lee YH (2002) : Research on Eating Habit of Physical Education College Students. Yong-in University, Master thesis, 35-36, Seoul.
11. Nha JK (2000) Study of meaning and classification on western soup. *J. Foodservice Society of Korea* 3(1):51-52.
12. Nha YA (1991) : A survey on the dining out of western food in Seoul area. *Korean J. Food & Nutrition* 4(2):187-198.
13. Oh YS (2006) : A survey on the recognition and preference of commercial cream soup focused on Yungnam Area. *Korean J. Dietary Culture* 21(5):456-462.
14. Oh YS (2007) : Quality characteristics of snow crab cream soup with yam and potato as a thickening agents. *Korean J. Culinary Research* 13(1):112-118.
15. Park SH (1989) : The Study on Some Nutrients in Chicken Stock. Sookmyung Women's University, Master thesis, Seoul.
16. Seo YJ (2005) : A study of satisfaction of Japanese tourists for Korean traditional food to Korea, Gyeongju University, Master thesis, 114-119, Gyeogbuk.
17. Sharon TH (1995) Food Lover's Companion, Barron's, 455, New York.
18. Shine JY · Park GY (1999) : An Introduce of Foodservice Industrials, Daewang Publishing Company, 131, Seoul.
19. Zhang X · Lee FZ · Kum JS · Eun J (2002) : The effect of processing condition on physicochemical characteristics in pine nut gruel. *Korean J. Food sci. Technol.* 34(2):225-231.
20. www.nso.or.kr. 2001. The material of urban family expenses.
21. www.nso.or.kr. 2006. The monthly average earning and expenses per household in 1st quarter.

2007년 7월 31일 접수
2007년 9월 20일 게재확정