

커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도에 관한 연구

복혜자¹⁾ · 진양호²⁾

고려대학교 가정학과 식품학박사¹⁾ · 경기대학교 관광대학 외식조리학과의사²⁾

A Study on the Effect of Taste Preference on Harmony of Coffee Food

Hye-Ja Bok¹⁾ · Yang-Ho Jin²⁾

Dept. of Home Economics Food Science, Korea University, Seoul 136-701, Korea¹⁾
Department of Food Service & Culinary Management Kyonggi University²⁾

Abstract

In this study, the correlation between harmony of coffee-food and taste preference was examined by conducting an investigative analysis in order to find out taste preference having effect on the harmony of coffee-food. As a result of study, foreign food was perceived as having average level or higher harmony in confectionery and bread in harmony of coffee-food, coffee beans were perceived as being more harmonious than a coffee mix. Korean food was perceived as average or lower harmony with coffee with a relatively high level in rice cake, traditional snacks and Hangwa, all of which are traditional desserts. In the correlation between taste preference and harmony of coffee-food, foreign food was shown well-matched with coffee as sweet and salty tastes were low; however, for sour, bitter, spicy and plain tastes, the more preference they had, the better-matched they were. As a result, taste preference had effect on harmony with coffee-food. For foreign food, it was shown that sweet and plain tastes influenced it while bitter and plain tastes did in Korean food in general.

Key words: coffee food, harmony, taste preference, Korean food, Western food

I. 서론

커피가 국내에 처음 소개된 것은 1890년 전후로 추정되고 그 이후 1896년 국내에서 러시아인들이 경영하던 ‘다실’이 다방의 효시가 되면서 커피가 확산되었다(Jin YH 1999). 이후 한반도는 36년간 일제의 강점을 당하였고, 민족간 이념적인 6.25전쟁을 치르면서, 미군이 주둔하게 되었다. 결과 서구 여러 나라들의 문화를 재빠르게 흡수하고 영향을 받게 되는 계기가 되었고 이러한 과

정에서 미군부대의 원두커피와 인스턴트커피가 일반대중들에게 보급되면서 커피가 빠른 속도로 대중화되었다. 이러한 커피의 대중화과정에서 다방이라는 곳을 통하여 커피는 친목의 음료로서 역할을 형성하게 하였고 50여년이 지난 현재 커피는 단순한 음료의 차원을 뛰어넘어 일상생활을 더 풍성하게 해주는 매개체로서의 역할을 수행하고 있다(전광수 등 2010; 김은실 등 2009; 김복동 2009; 허영만 2009).

이렇듯 커피는 우리 일상생활에서 매우 중요한

음료로서 자리매김을 하고 있는데 현재 우리나라 커피의 응용정도 실태를 살펴보면 매일 차나 커피를 마시고 있다는 사람은 90%이상 차지 할 정도로 비율이 높고 이 중 커피를 매일 마신 사람들의 비율은 70%이상으로 보고되었다(권순선 2009; 서지연 2007; 박경희 2006).

커피의 대중화는 커피문화뿐만 아니라 커피산업을 다양하게 발전시켰다. 1999년 이전에는 우리나라의 커피시장은 대부분 인스턴트커피가 차지하였다. 하지만 이화여대 스타벅스 1호점이 1999년 개점 되면서 급속도로 커피전문점 형태의 커피매장이 늘어나게 되었다.

현재 스타벅스와 커피빈 이외 대형 체인화된 커피전문점을 살펴보면 엔제리너스, 탐앤탐스, 카페베네, 파스쿠찌, 할리스 등이 있다(박정정 2008, 강준만·오두진 2009).

이와 더불어 개인 바리스타들이 대형체인화 커피판매점과 다른 각 점포별 특성을 지닌 차별화된 매장을 개점하게 되었는데. 최가커피, 카페나루, 커피방앗간, 머랭 등이 그 예이다. 이런 매장들은 형태에 따라 커피품질지향 커피하우스, 고객참여형 커피하우스, 갤러리형 커피하우스, 웰빙라이프 지향형 커피하우스, 북카페형 커피하우스, 공영형 커피하우스 등 다양한 형태로 나뉘어진다(박영숙 2008).

최근 들어 커피산업은 새로운 접목이 시도되고 있는 중이다. 햄버거나 치킨 프랜차이즈에서 커피를 주요 상품으로 출시하는 한편 커피와 일반 음식을 동시에 즐길 수 있는 형태의 음식점이 늘어나고 있다.

하지만 이러한 커피의 대중화, 산업화, 고급화, 대형화의 새로운 접목시도에도 불구하고 커피의 활용도는 매우 낮은 편이다. 일반적으로 커피를 마시는 이유가 식후의 입가심 또는 대화 시 기호 음료수준에서 크게 벗어나지 못하고 있다. 또한 커피는 다른 음식과 함께 식단에서 중요한 위치를 차지하지 못하고 커피와 어울리는 음식도 세

분화되어 활발히 개발되지 못하고 있다.

이러한 원인으로 커피에만 초점이 맞춰진 커피산업으로 인해 부가적 또는 결합적 상품 출시에는 소홀했고 학문적으로도 커피와 음식 관련한 연구가 미흡했던 점을 들 수 있다.

지금까지 커피에 대한 연구 동향을 살펴보면 첫째, 커피시장에 대한 전반적인 고찰과 커피산업의 발전방향을 제시하는 연구(Jin YH 1999), 커피의 성분이 인체에 어떤 영향을 미치는지에 관한 연구(Kang KJ 등 2004; Choi MK·Lee YS 2007), 원두커피의 로스팅 조건과 제조방법에 따른 이화학적 특성 연구(Kin HK 등 2007; Nam HJ 등 2009; Kim KJ·Park SK 2006) 커피전문점 이용실태 및 마케팅방법에 대한 연구(Kim HA 2008; Lee YN·Kim JY 2009; Byun GI 등; Choi YS 등 2009; Min KH 2009; Kim JY 등 2009), 커피기호도 및 섭취실태에 대한 연구(Shin SY·Chung LN 2007)가 주를 이룬다. 하지만 이러한 연구들은 각 분야의 국한된 연구에 머물고 있으며, 상호연관성에 관한 연구는 소수에 지나지 않는 형편이다.

외국에서는 커피음식이 조리연구가들에 의해 핑거푸드로서 개발되어지고 있으나 우리나라에서는 잡지자료 이외에 특별한 개발 또는 연구가 없는 형편이다. 특히, 커피음식과 맛과의 관계는 전무한 실정이다.

커피와 음식의 접목은 커피를 즐기는 사람들에게 식생활의 풍부함을 제공하는 동시에 커피산업의 발전에도 기여하게 된다. 따라서 커피음식의 개발이 필요하다하겠다. 커피와 어울리는 음식을 개발함에 있어 우선 고려해야 할 점은 ‘맛’이다. 맛이란 매우 주관적인 요소지만 커피뿐만 아니라 모든 식품의 주요 품질 속성에 속한다(Shin SY·Chung LN 2007). 커피와 음식의 고유한 맛이 어우러져 새로운 맛이 탄생한다. 새로운 맛이 탄생하기 위해서는 커피와 음식 간의 조화도를 알아보고 이러한 조화도가 인간의 맛 선호도와 어떤 관계가 있는지 살펴보아야 한다.

이에 본 연구는 커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도에 관하여 살펴봄으로 커피와 어울리는 음식 개발에 있어 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 커피음식 현황

커피의 기원설은 8세기 에티오피아의 ‘칼디’라는 목동에 의해 발견되면서 시작되었다(Jin YH 1999; 전광수 등 2010 ; 강란기 등 2009). 그 후 커피는 11-12세기 경 아라비아반도 예멘지역으로 전파되었고 15세기경부터 예멘지역에서 재배되었다(김복동 2009). 유럽은 12세기 십자군 전쟁 때 커피를 처음 들여왔고 유럽전역에 퍼져나갔다. 15세기 아라비아 상인이 독점하였으나 16세기 인도, 17세기말에는 네덜란드가 커피묘목을 들여와 재배하기 시작했고 유럽제국주의의 식민지화를 통해 커피 대량재배가 가능해져 전세계로 퍼져나가게 되었다(김은실 등 2009, 김복동 2009). 이렇듯 전세계로의 커피전파는 각국의 식습관에 다양한 영향을 미쳤는데 커피를 단순히 마시는 음료 차원이 아닌 음식의 식재료로 사용하였다는 것을 알 수 있다.

커피가 식재료 또는 음식을 먹을 때 함께 이용되고 있다는 사례로 김현진(1999)에 의하면 독일의 일부지역인 노이엔훈토르프(Neuenhundertorf)에서는 버터빵, 구운감자, 그리고 가끔 데운 야채와 우유, 커피와 함께 음식을 먹었다는 기록이 있으며, 안드레아스베르크(Andreasberg)에서는 저녁 식사에 빵, 감자, 소시지, 커피를 먹었고, 그로스 쇠스도르프에서는 여름에 구운감자와 수프, 겨울에서는 구운감자와 커피를 먹었다고 한다.

최근의 연구에서는 네덜란드에서 카페나 가정에서 애플파이를 커피와 함께 먹는 경우가 많다고 하고, 일본에서는 쌀가루의 쫄득함과 달콤한 향이 의외로 커피와 잘 어울리는 것으로 판단하여 스타벅스에서는 쌀가루를케이크, 순쌀 쉬폰

케이크, 쌀푸딩을 만들어 판매하고 있다 한다(윤예찬 2009; 김민정2008). 핀란드인들은 세계에서 커피를 가장 좋아하고 또 가장 많이 소비하는 국민으로 손님에게 커피와 함께 뿔라(단빵)를 함께 대접하는 경우가 많다고 하며 이런 대접은 준(準) 식사대접 정도의 의미가 있다(이보영 2006)고 하며, 로마의 카페 그레코에서는 올리브오일과 발사믹 식초로 드레싱한 야채를 풍성하게 넣은 샌드위치에 맑은 커피를 한잔 곁들일 수 있고, 또한 이탈리아에서는 커피와 함께 아이스크림을 파는 곳이 많다고 한다(장수한 2008).

국내 커피전문점에서의 커피음식을 살펴보면 케이크와 스콘, 머핀, 샌드위치, 베이글, 쿠키가 커피푸드로 주로 판매되고 있는데 와플과 번, 젤라또 등이 추가되어 판매되고 있다. 소규모커피전문점은 각 매장에 맞추어 다양하게 커피음식이 제공되는데 스파게티와 비빔밥, 카레라이스 등 음식을 커피와 함께 점심메뉴 등으로 판매하고 있다. 일부 커피 전문매장에서도 식사메뉴로 메인디쉬와 브런치, 파스타, 케익, 빵, 샌드위치, 스프, 샐러드 등과 같이 커피를 함께 마실 수 있도록 하고 있다. 한편 전통한국음식 관련 카페매장에서 커피를 취급하고 있는데 떡카페인 ‘질시루’, ‘빛은’, ‘예다손’, ‘담장옆에 국화꽃’ 등의 매장에서 한과, 약과, 떡(떡케익포함) 등을 원두커피등과 함께 판매하고 있으며 다양한 연령층의 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

2. 커피음식 조화도

모든 식재료 및 음식들은 각각 독특한 맛과 향이 있고 이러한 식재료와 음식들이 조화하여 새로운 맛과 향이 생산된다. 커피도 독특한 맛과 향이 있는데 커피가 음식과 어우러졌을 때 맛과 향이 상호 상승작용을 일으킬 수도 있고 상호 배척작용이 일어날 수도 있다. 따라서 커피와 음식간의 조화도를 알아보는 것은 소비자들이 커피와 음식의 궁합을 어떻게 생각하는가를 알고 이를 메뉴개발에 이용할 수 있다는 면에서 중요하다.

현재까지 커피와 음식간 조화도에 관련한 연구는 미흡한 실정이다.

문중용(2009)에 의하면 커피맛(coffee taste)은 28가지가 있는데 Acidy(상큼한맛), Acrid(강한신맛), Alkaline(알칼리맛), Astringent(떫은맛), Basic taste(기본맛), Bitter(약한맛), Caustic(소다맛), Creosoty(타르맛), Delicate(약한단맛), Hard(쫄은신맛), Medicinal(소독내), Mellow(달콤한맛), Mild(부드러운단맛), Neutral(매우 약한맛), Nippy(강한단맛), Piquant(자극적단맛), Primary coffee taste(커피의 1차맛), Rough(거친맛), Salt(鹽, 무기질), Secondary coffee taste(커피의 2차맛), Sharp(자극적인맛), Soft(약한맛), Sour(신맛), Soury(시큼한맛), Sweet(단맛), Tart(새콤한 와인맛), Winey(와인맛)이 있으며 커피의 중후함(body)은 커피를 마실 때와 마신 후 혀와 입안에서 느끼는 물리적 촉감을 말하는데 다음과 같은 중후한 맛-Buttery(매우기름진), Creamy(기름진), Heavy(중후한), Light(연한), Smooth(부드러운), Thick(진한), Thin(물은), Watery(매우물은)등이 있다고 한다.

전광수 등(2010)에 의하면 커피에 느낄 수 있는 맛은 단맛, 짠맛, 신맛, 쓴맛이 기본이며 이 중 짠맛은 원두내의 산화무기물, 산화칼륨, 산화인, 산화마그네슘 등에 기인하여 느껴지는 맛이고 이 네 가지 기본 맛을 기본으로 생성되는 커피의 1차적인 맛은 상큼한 맛, 달콤한 맛, 와인맛, 맛맛한 맛, 자극적인 맛, 시큼한 맛으로 구분된다고 한다.

김복동(2009)은 개인의 기호에 따라 커피를 연하게 마실 수도 진하게 마실 수도 있지만 맛있는 커피는 진하다고 해서 쓴맛이 강한 것이 아니고 농밀함이나 깊이가 있는데, 이를 위해서는 원재료의 엄선과 관리뿐만 아니라 로스팅 기술과 추출 기술, 서비스 기술이 뛰어나야 한다고 한다.

정상문 등(2009)은 커피의 쓴맛은 커피맛에서 가장 중요한 요소로 쓴맛 성분으로 우선 카페인을 드는데 그러나 카페인의 쓴맛은 커피 쓴맛의 10%를 넘지 않는다. 커피의 쓴맛을 내는 물질은 다양하지만 이중 카페인의 20배 쓴맛을 내는 성

분은 caffeic acid에서 섭씨 170도에서 decarboxylation으로 형성된 p-vinyl catechol이라고 한다.

권장하(2009)는 에스프레소의 맛은 필터드립식으로 추출한 커피와 다른데 매우 강한 농축된 커피로 쓴맛과 떫은맛이 강하고 혀 가장자리에서 느껴지는 신맛은 Acidity이고 단맛은 뒤 맛으로 남는다고 한다.

커피는 고유의 기본 맛이 있으며 이러한 기본 맛은 다른 음식과 결합하여 새로운 맛이 창조된다. 외국 조리인들에 의해 개발된 커피맛과 어울리는 음식연구를 살펴보면 다음과 같다.

다구치마모루(2010)는 초콜릿을 사용한 과자는 코코아의 쓴맛이나 진한 향 때문에 강하게 볶은커피가 어울린다고 하였고, 너츠의 향기로운 맛과 커피가 잘 어울려서 최고의 맛을 만드는데 여기에는 캐러멜의 쓴맛과 향기로운 맛이 나기 때문에 쓴맛이 약하면서도 중간으로 볶은 커피가 어울린다고 하였다. 커피는 약하게, 혹은 강하게 볶아도 상관없지만, 버터맛이나 가벼운 맛이 나는 과자에 맞추어 커피를 선택하는 것이 좋다고 하였다. 생크림을 사용한 케이크는 약하게 볶은 것부터 중간으로 볶은 것까지 모두 적합하다고 하였다. 생지빵을 사용할 경우 폭신하고 부드러운 빵에 진하게 추출한 커피가 어울린다고 하였다. 쓴맛에는 쓴맛을 강한 맛에는 강한 맛을 조합해야 한다고 하였다.

헤닝제후젠(2008)은 커피와 매칭되는 음식을 핑거푸드로 소개하고 있는데 ‘풍부한 크림, 싱싱한 과일, 달콤한 초콜릿의 뿌리칠 수 없는 유혹으로 핑거푸드 타블렛을 소개하고 타블렛 라즈베리, 아몬드브라우니, 타블렛누가 등의 핑거푸드를 소개하였다. 또한 커피하우스와 커피숍에서 스위트 레시피로 초콜릿 토르테, 필링프로퍼트를, 체리 케이크 등을 소개하였고 스넥과 간단한 런치로 식욕을 돋우는 매콤한 레시피로 참치샌드위치, 파프리카랩, 연어랩 등을 소개하였다. 직접 커피를 식재료로 이용한 어드벤처 레시피로 절인커피 연어, 커리에조린 볶은 사탕무, 캐러멜커피샤롯,

크림버섯라자니아, 파인애플망고소스 커피누들, 아귀매리내이드, 토마토리조또 등을 소개하였다.

3. 맛 선호도

음식을 개발함에 있어 인간의 맛 체계를 이해하는 것이 매우 중요하다. 개인에 따라 맛에 대한 선호는 매우 다르다. 그러나 일반적으로 음식이 ‘맛있다’ 또는 ‘맛없다’라는 표현은 주관적이지만 이러한 표현들이 대중의 다수가 동의한다면 맛있는 음식으로 인정받을 수 있다. 인간의 기본 미각은 단맛, 신맛, 짠맛, 쓴맛 등이 있고 혀의 각 부분에 있는 미뢰들은 구조적으로 비슷하나 기본 미각에 대한 감수성이 서로 다르다.

혀의 끝 부분은 단맛, 앞부분은 짠맛, 옆 부분은 신맛, 뒷부분은 쓴맛에 민감하지만 이러한 구분은 다소 불명확하며, 대부분의 미뢰는 한 가지 이상의 기본 미각에 반응한다. 실제로 맛을 느끼는 데에는 이러한 기본 미각 외에 후각, 촉각, 온도 감각이 복합적으로 작용하고 있다. 매운맛은 미각이 아니라 통각의 일부이다. 사람들이 가지고 있는 맛 선호도에 대한 연구를 살펴보면 다음과 같다.

맛은 생물학적 특징에 따라서 차이가 있는데 이영애(2006)에 의하면 20세 이상 성인은 보통이 상 좋아하는 맛으로 단맛 88.1%, 매운맛 84.6%, 신맛 70.4%, 짠맛 58.1%가 선호한다고 한다.

개별음식에 대한 맛 선호에 있어 임윤희(2005)의 조사연구에 의하면 김치 섭취시 남자는 7.5%의 사람들이 아주 매운맛을 선호한다고 조사되었으며, 43.8%가 매운맛을 선호하였고, 42%가 보통 매운맛을 선호한다고 조사연구 되었다. 반면 여자는 3.7%가 아주 매운맛을 선호하였고, 28.8%가 매운 맛을 선호하여 남자보다 매운맛의 선호도가 낮았으며 61.9%정도가 보통매운맛을 선호한다고 조사연구 되었다.

또한 맛은 신체, 정신적인 상태에 따라서 차이를 보이는데 권순선(2009)에 의하면 사람들이 음식 섭취시 제일 선호하는 맛에 대한 결과로는 단

맛 12.4%로 선호하였고, 짠맛 18.6%, 매운맛 26.9%를 선호하여 매운맛을 제일 많이 선호한다고 조사되었다. 또 다른 연구(Jun YS·Choi MK 2004)는 “맛은 신체 상태에 따라 선호도가 바뀔 수가 있는데 스트레스가 높을수록 단맛의 선호도가 증가하는 경향을 보인다고 하였다. 또한 맛은 연령에 따라서 변할 수 있는데 연령이 많을수록 단맛과 짠맛에 대한 느낌이 줄어들어 더 강한 짠맛과 단맛을 좋아하게 된다고 한다(Kim WY 등 1997).

이와 같이 맛이란 획일적이 아니라 생물학적, 신체적, 정신적인 상태에 따라 변한다. 따라서 커피음식도 사람의 특성마다 매우 다양할 것으로 판단되며 커피음식에 있어서 맛 선호도가 영향을 다르게 미칠 것이라 판단할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 알아보려고 하였다. 이러한 관계는 단순히 커피음식과의 어울리는 정도만을 파악하는 것이 아니라 이를 토대로 다양한 맛 선호에 따라 커피와 어울리는 음식을 개발할 수 있다는 점에서 중요하다.

III. 연구방법

1. 조사대상 및 방법

본 연구는 2010년 3월 1일부터 3월 15일까지 서울거주 10대에서 40대 일반인 각 10명씩 총 40명을 대상으로 예비조사를 실시하여 설문지를 수정, 보완 한 후 3월 20일부터 3월 30일까지 서울 지역 10대에서 40대 일반인 총 240부를 회수하여 분석에 이용하였다.

2. 표본설계

본 조사연구의 표본의 설계표는 <Table 1>과 같다. 20대와 30대를 남녀 각각 40명씩 할당하였고 10대와 40대는 남녀 각각 20명씩 할당하였다. 10대의 연령은 18세 이상 20세 이하로 한정하였다. 표본은 10대와 40대에 한정된 이유는 커피믹스와 원두커피를 동시에 즐기는 층을 대상으로

조사를 실시함에 있어 원두커피를 즐길 수 있는 커피전문점을 이용하는 연령층이 50세 이하가 대부분을 차지하기 때문이다(Kim TH 등 2010). 또한 미각역치는 연령이 높아질수록 점진적인 증가를 보이지만 40대 이후 여자는 변화의 폭이 커지는 양상(Park SG 등 1998)을 보이기 때문에 50세 이상은 맛 선호도 평가에 있어 강도가 높아지는 경향이 있기 때문에 나이를 40대까지로 한정하였다.

3. 조사내용

‘한국식품연감’에서 커피수요를 커피믹스, 커피음료, 조제커피, 원두커피로 나누어 조사 보고되고 있는데 2008년 기준으로 커피믹스 8,452억원, 커피음료 3,665억원, 조제커피 1,464억원, 원두커피 395억원인 것으로 나타났다(농수축산신문편집부 2009). 따라서 본 연구에서는 이를 근거로 커피회사에서 생산된 커피제품군(커피믹스, 커피음료, 조제커피)에서는 매출액 비중이 가장 큰 커피믹스를 조사대상에 포함하였다. 커피믹스로는 현재 제품이 다양하지만 우리나라 커피믹스 시장에서 점유율이 가장 많으며 누구나 마셔 본 경험이 있을 D사의 M제품을 조사품목대상으로 정하였다. 또한 확장추세에 있는 커피전문점에서 음용할 수 있는 에스프레소, 아메리카노, 카푸치노 중 매출액 비중이 50%이상 보고되고 있는 아메리카노를 조사품목대상에 포함하여 커피와 음식 조화도를 파악하였다(서울신문 2009).

본 조사의 문항 구성으로 연령과 성별 2문항과 커피음용실태 문항으로 커피 마시는 횟수, 커피를 마시면서 중요시하는 것, 커피를 마시면서 음식을 먹어본 경험, 음식을 먹을 때 선호하는 맛,

커피와 전통음식을 떠올릴 때 어울리는 정도 등 5문항으로 구성하였다.

외국음식에 있어 커피음식조화도는 18음식종류(제과류-쿠키, 포테이토칩, 케익, 파이, 제빵류-베이글빵, 머핀, 식빵, 도넛, 커스터드파이, 패스트푸드류-햄버거, 피자, 샌드위치, 외국음식 식사류-스파게티, 스테이크, 기타류-샐러드, 말린과일, 치킨, 베이컨)로, 한국음식에 있어 커피음식조화도는 16음식종류(떡류-인절미, 가래떡, 백설기, 전통간식-호떡, 호빵, 호두과자, 생과자, 양갱, 한과류-약과 쌀과자, 찹쌀유과, 전류-파전, 해물전, 식사류-비빔밥, 갈비, 삼겹살)로 구성하였다.

떡류에 있어 인절미, 가래떡, 백설기로 한정된 것은 연구의 한계 상 모든 떡에 대한 조사를 실시할 수 없고 위 3가지 떡이 모든 떡의 기본이 되는 것으로 판단하였기 때문이다. 커피음식 조화도는 Likert 5점 척도(어울림정도 1-전혀 어울리지 않음, 2-어울리지 않는 편, 3-보통, 4-어울리는 편, 5-매우 어울림)를 사용하여 측정하였다.

맛 선호도는 Likert 5점 척도(선호도 1-전혀 좋아하지 않음, 2-좋아하지 않는 편, 3-보통, 4-좋아하는 편, 5-매우 좋아함)를 사용하여 단맛, 신맛, 쓴맛, 짠맛, 매운맛, 단백한맛의 선호를 측정하였다.

4. 연구모형 및 가설

본 연구에서 커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 규명하기 위해 커피음식조화도와 맛 선호도와와의 상관관계를 살펴보고 커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛선호도가 있는지 분석하였다. 본 연구의 연구모형은 <Fig. 1>과 같다.

<Table 1> Sampling Design

		Age Group				Total
		Teens	Twenties	Thirties	Forties	
Gender	Man	20	40	40	20	120
	Women	20	40	40	20	120
Total		40	80	80	40	240

- 1) 외국음식에 있어 커피와의 조화도와 맛 선호도는 상관관계가 있을 것이다.
- 2) 한국음식에 있어 커피와의 조화도와 맛 선호도는 상관관계가 있을 것이다.
- 3) 외국음식에 있어 커피와의 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도가 있을 것이다.
- 4) 한국음식에 있어 커피와의 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도가 있을 것이다.

5. 조사자료의 통계 및 분석방법

통계분석은 SPSS 11를 사용하였다. 일반적인 커피음용실태는 기술적통계분석을 실시하였다. 구체적인 분석방법으로 빈도분석을 실시하여 문항의 분포를 살펴보고, 교차분석(카이스퀘어분석)을 통하여 두 집단(연령 또는 성별과 문항)간의 분포의 차이를 살펴보았다.

외국음식과 한국음식에 있어 커피음식 조화도를 조사하는데 커피믹스와 아메리카노(이하 원두 커피)로 나누어 묻고 그 평균의 차이를 알아보기 위하여 쌍체비교(paired t-test)를 실시하였다. 맛 선호도의 연령별 평균의 차이를 알아보기 위하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였고 성별차이를 알아보기 위하여 독립표본 t검증을 실시하였다. 외국음식과 한국음식에서 커피음식조화도와 맛 선호도와의 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시하였고 외국음식과 한국음식별 커피음식조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 알아보기 위하여 중회귀분석을 실시하였다.

6. 변수의 조작적 정의

1) 커피음식

커피음식이란 식사 전, 후나 중간에 커피와 함께 먹는 음식으로 커피와 어울리는 음식을 말하며 핑거푸드도 불리기도 한다. 커피음식은 현재 대형화된 커피전문점에 커피와 함께 간단하게 즐길 수 있는 쿠키나 케익을 포함하여 스테이크 및 스파게티 전문점 또는 최근 떡카페 등에서 커피와 함께 즐길 수 있는 주음식을 포함한다.

2) 커피음식 조화도

커피음식 조화도는 커피와 음식을 함께 먹을 때 서로 어울리는 정도를 말한다. 즉, 커피의 독특한 맛과 향이 음식과 어우러져 상호 상승작용 또는 배척 작용이 일어날 수 있는데 커피음식 조화도는 그 정도를 의미한다.

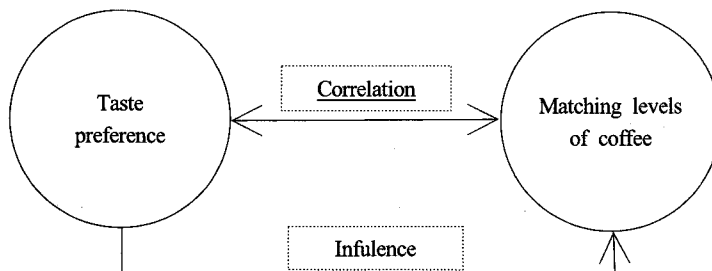
3) 맛 선호도

맛 선호도는 화학적 감각의 하나로서, 미뢰 안에 있는 미세포를 통해 자극을 받아들이는 것으로 대표적으로 단맛, 신맛, 쓴맛, 짠맛이 있다. 본 연구에서는 이외 매운맛, 단백한 맛을 추가하여 분석에 사용하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 커피음용실태

본 연구에서는 일반적인 커피음용실태를 파악



<Fig. 1> Research Model

하기 위하여 커피를 마시는 횟수와 커피를 마실 때 중요하게 생각하는 것, 커피와 음식을 함께 먹어본 경험, 한국음식과의 어울림 정도에 대하여 조사하고 연령별, 성별 분류하여 분석하였다. 결과는 <Table 2>와 같다.

조사결과 첫째, 커피를 마시는 횟수를 연령별 성별로 나누어 살펴본 결과 커피음용횟수는 전체적으로 1잔은 38.3%, 2잔 34.9%, 3잔 16.0%, 4잔 이상은 10.9%로 나타났다.

연령별로 살펴보면 10대는 조사대상 전원이 1잔을 마신다고 응답했고 20대는 1잔을 마신다는 비율이 53.4%로 적게 마시는 것으로 나타났고 30대는 2잔 44.1%, 40대 이상은 2잔이 47.1%로 상대적으로 높았다. 이러한 결과는 김명옥(2008)이 20대를 주 대상으로 한 조사에서 매일 커피를 음용하는 대상자(1회를 1잔으로 봄)만을 살펴보았을 때 하루 1잔 50.4%, 하루 2잔 26.0%, 하루 3잔

23.6%이라는 조사결과와 유사하다. 이번 조사를 통해 연령대가 높아질수록 커피 음용횟수가 늘어나는 것을 확인할 수 있었다($p<0.001$) 성별로 살펴보면 남자가 여자에 비해 커피를 더 음용하는 것으로 나타났으나 통계적으로는 유의하지 않았다.

둘째, 커피를 마실 때 중요시하는 것을 전체적으로 살펴본 결과는 <Table 3>과 같다. 커피를 마실 때 맛을 중요하게 생각한다. 41.7%였고, 향을 중요하게 생각하는 사람은 8.8%였다. 맛과향을 똑같이 음미하면서 중요하게 생각하는 사람들은 43.8%로 나타난 반면, 커피를 마실 때 맛과 향이 별로 중요하지 않다는 비율은 5.8%를 차지하였다. 연령별로 살펴보면 맛을 중요하게 생각하는 연령대는 40대가 52.5%로 가장 높았고 다음 10대(47.5%), 20대(40.4%), 30대(35.0%) 순이었으나 통계적으로 유의하지 않았다. 성별로 살펴보면 남자가 맛을 더 중요시하는 것으로 나타났고 맛

<Table 2> Frequency of drinking coffee

Classification	Category	1 Cup	2 Cup	3 Cup	4 Cup	χ^2 -test
Age group	Teens	100.0				45.514***
	Twenties	53.4	25.9	15.5	5.2	
	Thirties	20.6	44.1	20.6	14.7	
	Forties	20.6	47.1	14.7	17.6	
Gender	Men	33.0	36.2	18.1	12.8	2.828
	Women	44.4	33.3	13.6	8.6	
Total		38.3	34.9	16.0	10.9	

Note *** $p<0.001$

<Table 3> Things regarded as important while drinking coffee

Classification	Category	Taste	Aroma	Same as taste and aroma	Nothing important	χ^2 -test
Age group	Teens	47.5	10.0	42.5		11.347
	Twenties	40.0	10.0	42.5	7.5	
	Thirties	35.0	11.3	45.0	8.8	
	Forties	52.5		45.0	2.5	
Gender	Men	48.3	7.5	35.8	8.3	4.902
	Women	35.0	10.0	51.7	3.3	
Total		41.7	8.8	43.8	5.8	

Note *** $p<0.001$

과 향을 똑같이 중요하게 음미한다는 여자의 비율이 높았으나 통계적으로 유의하지 않았다.

셋째, 커피를 마시면서 음식을 먹어 본 경험에 대해 설문한 결과 <Table 4>와 같다. 음식을 먹으면서 커피를 마시본 경험으로는 전체 응답자중 85%로 나타났다. 연령대별로 살펴보면 연령이 낮은 그룹일수록 커피를 마시면서 음식을 먹어 본 경험이 높은 것으로 나타났다($p<0.05$). 성별로 살펴보면 여자가 남성에 비해 상대적으로 높게 나타났다($p<0.05$).

넷째, 커피는 일반적으로 서양에서 건너온 음료로 판단하고 외국음식과 어울릴 것이라는 추측을 하게 되고 한국음식과는 어울리지 않을 것으로 판단하기 쉽다. 그래서 한국음식과 커피가 얼마나 어울리는가를 평점 5점 만점으로 조사한 결과는 <Table 5>와 같다. 한국음식과 커피 조화도는 평균 2.93점으로 보통수준이상으로 어울리는 음식과 음료로 생각하고 있었다. 연령별로 살펴

보면 20대가 3.00으로 가장 높았고 10대가 2.80으로 낮았으며 성별로는 남자 2.88보다 여자 2.99가 다소 높았으나 통계적 유의성은 없었다.

2. 커피음식 조화도

커피와 음식의 조화도는 커피와 음식을 동시에 먹을 때 어느 정도 어울릴 것인가를 나타내는 정도로서 매우 어울릴 때 5점, 전혀 어울리지 않을 때 1점을 주도록 하여 5점 만점이 되도록 설계되었다. 커피는 커피믹스와 원두커피 중 아메리카노로 나누어 조사하였고 음식은 외국음식과 한국음식으로 나누고 세부적으로 외국음식 18종, 한국음식 16종을 한정하여 조사하였다. 그 결과는 다음과 같다.

1) 커피와 외국음식 조화도

외국음식과 커피와의 조화도에 대한 응답 결과는 <Table 6>과 같다. 쿠키, 케익, 파이는 커피와

<Table 4> Experience of having eaten food while drinking coffee

Classification	Category	Yes	No	χ^2 -test
Age group	Teens	90.0	10.0	8.998*
	Twenties	88.8	11.3	
	Thirties	83.8	16.3	
	Forties	75.0	25.0	
Gender	Men	80.0	20.0	4.706*
	Women	90.0	10.0	
Total		85.0	15.0	

Note * $p<0.05$

<Table 5> Matching levels of coffee with Korean food

Classification	Category	Matching Levels of coffee with Korean food	F or t
Age group	Teens	2.80	0.507
	Twenties	3.00	
	Thirties	2.91	
	Forties	2.98	
Gender	Men	2.88	-1.033
	Women	2.99	
Total		2.93	

<Table 6> Matching levels of coffee with foreign food

Classification	Category	Coffee mix	Coffee beans	t value
Confectionery	Cookies	3.49	3.88	-3.831***
	Potato chips	2.31	2.50	-1.113
	Cakes	3.20	3.91	-6.719***
	Pies	3.31	3.88	-5.772***
Bakery	Bagels	3.41	3.80	-2.902**
	Muffins	3.16	3.75	-5.243***
	Bread	3.33	3.29	0.449
	Donuts	3.27	4.14	-4.537***
	Custard pies	2.74	3.30	-4.775***
Fast food	Hamburger	1.95	2.25	-3.409**
	Pizza	1.70	2.07	-4.761***
	Sandwich	2.40	2.96	-6.565***
foreign food	Spaghetti	1.79	2.17	-4.783***
	Steak	1.83	2.25	-4.903***
Others	Salad	2.05	2.32	-3.438**
	Dry fruit	2.04	2.40	-4.541***
	Chicken	1.73	1.88	-2.100*
	Bacon	1.95	2.09	-1.749

주 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

비교적 어울리는 것으로 나타났고 원두커피가 커피믹스보다 어울리는 정도가 유의하게 높은 것으로 나타났다. 제빵류 베이글빵, 머핀, 커스터드파이는 커피믹스와 원두커피 모두 보통 이상 어울린다고 응답하였고 베이글빵($p < 0.001$), 머핀($p < 0.001$), 커스터드파이($p < 0.001$)에서 원두커피가 커피믹스보다 조화도가 유의하게 높은 것으로 나타났다. 패스트푸드류인 햄버거, 피자, 샌드위치는 커피믹스와 원두커피 모두 어울리는 정도가 낮았다. 햄버거($p < 0.001$), 피자($p < 0.001$), 샌드위치($p < 0.001$)에서 원두커피가 커피믹스보다 조화도가 유의하게 높은 것으로 나타났다. 외국음식류인 스파게티, 스테이크는 커피믹스와 원두커피 모두 어울리는 정도가 낮았다. 스파게티($p < 0.001$), 스테이크($p < 0.001$)에서 원두커피가 커피믹스보다 조화도가 유의하게 높은 것으로 나타났다. 기타류인 샐러드, 말린과일, 치킨, 베이컨은 커피믹스와 원두커피 모두 어울리는 정도가 낮았다. 샐

러드($p < 0.001$), 말린과일($p < 0.001$), 치킨($p < 0.001$)에서 원두커피가 커피믹스보다 조화도가 유의하게 높게 나타났다.

2) 커피와 한국음식 조화도

한국음식 중 커피와 매칭 되는 음식류를 조사하여 알아본 결과 <Table 7>과 같다. 떡류, 전통간식류, 한과류, 전류, 한국음식류 등에서 모두 어울린다는 인식이 낮은 것으로 나타났다. 그러나 음식종류인 전이나 비빔밥 등 보다는 후식류의 조사수치가 1 정도 높았다. 특히 음식류 중 우리나라 사람들의 선호도가 높은 파전과 해물전류, 비빔밥, 갈비, 삼겹살 등에서 커피믹스와 원두커피 모두 1.48~1.67정도로 매우 낮은 수치로 조사되었다. 이러한 결과는 커피와 후식류는 그동안 먹어보았거나 경험에 의한 결과였지만 밥이나 전류 등 음식종류는 먹으면서 함께 커피를 먹었던 것이 아닌 메인음식으로 식사를 다 먹고 난 후 후

〈Table 7〉 Matching levels of coffee with Korean food

Classification	Category	Coffee mix	Coffee beans	χ^2 -test
Rice cake	Injeolmi	2.17	2.38	-3.027**
	Karetteok	2.03	2.28	-2.708**
	Baekseolki	2.23	2.28	-0.691
Traditional snacks	Hotteok	2.09	2.18	-1.184
	Hopang	2.25	2.24	0.108
	Walnut cookie	2.47	2.62	-1.896
	pastry	2.38	2.53	-1.832
	Yanggaeng	1.81	2.02	-2.338*
Hangwa	Yakgwa	1.98	2.21	-2.592*
	Ssalgwaja	2.55	2.53	0.288
	Chapssalyugwa	2.19	2.39	-2.499*
Fried food	Pajeon	1.52	1.57	-1.031
	Haemuljeon	1.50	1.50	0.153
Korean food	Bibimbap	1.48	1.51	-0.597
	Galbi	1.63	1.63	-
	Samgyupsal	1.63	1.67	-0.753

Note* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

식으로 먹어왔기 때문인 것으로 사료된다. 하지만 음식별 어울리는 정도에서 인절미($p < 0.01$), 가래떡($p < 0.01$), 양갱($p < 0.05$), 약과($p < 0.05$), 찹쌀유과($p < 0.05$) 모두 커피믹스에 비해 원두커피가 어울리는 정도가 높은 것으로 나타났다. 이상의 조사결과 외국음식과 한국음식 모두 원두커피가 커피믹스에 비해 음식과 어울리는 것으로 조사되었다. 향후 커피와 어울리는 음식개발에 있어 커피믹스보다는 원두커피에 초점을 맞출 필요가 있다.

3. 맛 선호도

사전적으로 미각은 혀에 있는 맛 봉오리가 침에 녹은 화학물질에 반응하는 것으로 단맛, 짠맛, 신맛, 쓴맛을 기본 맛으로 하고 표현에 따라 매운맛, 단백한 맛 등 다양하게 표현된다. 하지만 이러한 맛은 사람마다 그 선호도가 다르다. 예로 단맛을 좋아한다고 하더라도 아주 단맛을 좋아하는 사람과 약간 단맛을 좋아하는 사람으로 나뉜다. 따라서 맛에 대한 선호를 알아볼 때 좋아하는 맛을 분류하기란 어렵고 방대하다. 따라서 본 연구

에서는 주관적이라고 할지라도 맛을 단맛, 짠맛, 신맛, 쓴맛, 매운맛, 단백한 맛으로 임의적으로 나누고 이에 대한 맛의 선호를 매우 좋아할 때 5점, 전혀 좋아하지 않을 때 1점을 주도록 하여 5점이 만점이 되도록 하였다.

맛 선호도에 대한 조사결과 <Table 8>과 같다. 맛 선호도에서 단맛은 연령이 낮을수록 좋아하는 것으로 나타났다($p < 0.000$). 신맛은 30대가 2.70으로 가장 높았고 20대 2.63, 40대 2.30, 10대 1.85로 순으로 나타났고($p < 0.001$). 담백한 맛은 전 연령층에서 선호하는 것으로 나타났고 기타 맛은 20대와 30대는 미각선호도에서 대체적으로 10대나 40대보다는 고른 수치 2.00~3.25등의 수치로 나타낸 반면 10대는 단맛이 매운맛, 신맛, 쓴맛, 짠맛의 선호도는 기타 연령에 비해 현저히 낮았다. 또한 40대는 2.08~2.98정도의 중간정도의 맛을 선호하였다. 성별로는 남자에 비해 여자가 신맛을 좋아하는 것으로 나타났다($p < 0.05$). 쓴맛은 30대가 2.39로 가장 높았고 40대 2.28, 20대 2.13, 10대 1.70으로 나타났고($p < 0.05$).

<Table 8> People's taste preference in our country

Classification	Category	Sweet taste	Sour taste	Bitter taste	Salty taste	Spicy taste	Plain tTaste
Age group	Teens	4.48	1.85	1.70	1.93	2.40	3.63
	Twenties	3.44	2.63	2.13	2.18	3.04	3.73
	Thirties	3.25	2.70	2.29	1.99	3.01	3.71
	Forties	2.78	2.30	2.28	2.08	2.98	3.75
Gender	F	24.992***	5.664**	3.407*	0.678	2.144	0.153
	Men	3.42	2.29	2.18	2.07	2.82	3.63
	Women	3.46	2.64	2.08	2.04	3.01	3.79
	t	-0.037	-2.301*	0.773	0.186	-1.049	-1.445
	Total	3.44	2.47	2.13	2.05	2.91	3.71

Note* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

4. 커피와 음식 조화도와 맛 선호도와의 상관관계

음식개발에 있어 커피와 음식 조화도와 맛 선호도를 알고 있다면 고객별 음식에 대한 선호도를 파악하고 커피푸드 개발에 기초자료로 활용할 수 있을 것이다. 또한 커피와 음식 조화도와 맛 선호도와의 상관관계를 파악함으로써 상관 강도 및 유의성을 파악 음식개발에 적용할 수 있을 것이다. 그 결과는 <Table 9>과 같다. 외국음식에 있어서 커피믹스를 살펴보면 커피와 음식 조화도와 단맛은 쿠키, 케익, 머핀, 식빵, 도넛, 커스터드파이, 베이컨에서 양(+)의 상관관계, 신맛은 쿠키, 베이글빵에서 양(+)의 상관관계, 쓴맛은 쿠키, 파이, 머핀, 도넛, 커스터드파이에서 음(-)의 상관관계, 햄버거에서는 양(+)의 상관관계, 짠맛은 쿠키, 커스터드파이에서 양(+)의 상관관계, 매운맛은 커스터드파이에서 양(+)의 상관관계, 단백한 맛은 쿠키, 케익, 파이에서 양(+)의 상관관계, 피자에서 음(-)의 상관관계를 보였다.

원두커피를 살펴보면 단맛은 도넛, 햄버거, 피자, 샌드위치, 스파게티, 스테이크, 샐러드, 치킨에서 음(-)의 상관관계, 신맛은 쿠키, 케익, 베이글빵, 머핀, 샌드위치, 말린과일에서 양(+)의 상관관계, 쓴맛은 포테이토티프, 케익, 말린과일, 치킨에서 양(+)의 상관관계, 짠맛은 케익, 파이, 식빵, 커스터드파이에서 음(-)의 상관관계, 단백한 맛은 케

익, 파이, 베이글빵, 식빵, 스테이크, 샐러드, 말린과일, 베이컨에서 양(+)의 상관관계를 보였다.

한국음식에서 커피믹스와의 조화도를 설문한 결과는 <Table 10>과 같다. 커피와 음식 조화도에서 신맛은 가래떡에서 양(+)의 상관관계, 쓴맛은 백설기, 약과, 찹쌀유과, 파전, 해물전, 비빔밥, 갈비, 삼겹살에서 양(+)의 상관관계, 짠맛은 호빵, 호두과자, 생과자, 쌀과자, 단백한 맛은 인절미, 호두과자, 생과자에서 양(+)의 상관관계를 보였다. 원두커피와 음식맛과의 상관관계를 살펴보면 단맛은 인절미, 가래떡, 백설기, 호두과자, 생과자, 양갱, 유과, 쌀과자, 찹쌀유과에서 음(-)의 상관관계, 신맛은 백설기에서 양(+)의 상관관계, 쓴맛은 인절미, 백설기, 호두과자, 약과, 쌀과자, 찹쌀유과, 해물전, 비빔밥, 갈비, 삼겹살에서 양(+)의 상관관계, 짠맛은 호두과자에서 양(+)의 상관관계, 매운맛은 호빵, 호두과자에서 양(+)의 상관관계, 단백한 맛은 인절미, 호두과자, 생과자, 찹쌀유과에서 양(+)의 상관관계를 보였다.

5. 커피와 음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도

커피와 음식 조화도와 맛 선호도의 상관관계를 통해서 상호상관정도를 파악하였다면 여기에서는 커피와 음식조화도를 종속변수로 맛 선호도를 독립변수로 놓아 커피와 음식조화도에 영향을 미

<Table 9> Correlation between coffee food (foreign food) and taste preference

Coffee	Classification	Types	Sweet taste	Sour taste	Bitter taste	Salty taste	Spicy taste	Plain taste
Coffee mix	Confectionery	Cookies	0.196**	0.178**	-0.343***	0.167*	0.119	0.187**
		Potato Chips	-0.065	-0.005	-0.01	0.061	0.001	-0.104
		Cakes	0.256***	0.118	-0.138*	0.02	0.014	0.157*
		Pies	0.294***	0.054	-0.226***	0.117	0.011	0.128*
	Bakery	Bagels	0.015	0.156*	0	0.057	0.076	0.126
		Muffins	0.271***	0.072	-0.177**	0.093	0.065	0.141*
		Bread	0.212**	0.022	-0.036	-0.083	-0.051	0.082
		Donuts	0.254***	-0.039	-0.237***	0.143*	0.064	0.025
	foreign food	Custard Pies	0.223**	0.052	-0.207**	0.066	0.199**	0.085
		Hamburger	-0.04	-0.104	0.132*	-0.028	-0.072	-0.055
		Pizza	-0.002	-0.062	0.07	0.018	-0.089	-0.177*
		Sandwich	-0.002	0.065	-0.042	-0.004	-0.042	-0.081
		Spaghetti	0.026	-0.084	0.051	0.078	-0.05	0.049
		Steak	0.061	-0.018	0.026	0.005	-0.06	0.117
		Salad	0.046	-0.089	-0.003	0.057	-0.01	0.003
		Fruit	0.025	0.006	0.118	-0.041	-0.124	0.007
Others	Chicken	-0.008	-0.077	0.086	-0.074	-0.095	-0.041	
	Bacon	0.179**	-0.049	0.083	0.050	0.000	0.03	
	Cookies	-0.116	0.211*	-0.048	0.056	0.035	0.092	
	Potato Chips	-0.042	0.076	0.140*	0.111	0.047	0.008	
Bakery	Cakes	-0.035	0.195**	0.171**	-0.145*	0.084	0.127*	
	Pies	0.121	0.084	0.018	-0.186**	0.017	0.280***	
	Bagels	-0.062	0.287***	-0.009	-0.044	0.111	0.138*	
	Muffins	-0.012	0.259***	-0.037	-0.031	0.186**	0.11	
	Bread	0.023	0.038	0.057	-0.235***	-0.063	0.212**	
	Donuts	-0.146*	0.119	0.08	0.002	0.08	0.067	
Coffee beans	Custard Pies	0.068	0.040	-0.063	-0.187*	0.018	0.095	
	Hamburger	-0.268***	0.035	0.107	-0.039	0.102	-0.016	
	Pizza	-0.314***	0.011	0.054	-0.009	0.106	-0.087	
	Sandwich	-0.241***	0.148*	0.049	-0.116	-0.002	-0.006	
	Spaghetti	-0.205*	-0.005	0.08	0.015	0.113	0.078	
	Steak	-0.172**	0.061	0.075	-0.003	0.088	0.130*	
	Salad	-0.171**	0.049	0.119	-0.006	0.11	0.162**	
	Fruit	-0.109	0.129*	0.132*	0.000	0.053	0.106	
	Chicken	-0.129*	0.059	0.150*	-0.037	0.053	0.112	
	Bacon	-0.077	-0.008	0.051	0.09	0.101	0.138*	

Note * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

치는 맛 선호도는 어떤 것들이 있는가를 규명하였다.

1) 커피와 외국음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도

커피와 외국음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 알아보기 위하여 음식 각 종류별 커피

와의 조화도를 독립변수로 맛 선호도를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하고 모형의 적합도와, 표준화된 계수를 살펴보았다. 그 결과는 다음 <Table 11>과 같다.

커피믹스에 있어 커피와 외국음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 살펴보면 쿠키는 단맛, 신맛, 짠맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 쓴맛이 부

〈Table 10〉 Correlation between coffee Food (Korean food) and taste preference

Coffee	Classification	Type	Sweet taste	Sour taste	Bitter taste	Salty taste	Spicy taste	Plain taste
Coffee mix	Rice cake	Injeolmi	-0.115	0.119	0.099	0.100	0.059	0.293***
		Karetteok	-0.115	0.148*	0.104	0.019	-0.077	0.092
		Baekseolki	-0.054	0.046	0.155*	-0.011	-0.039	0.054
	Traditional snacks	Hotteok	-0.095	0.004	0.04	0.126	0.042	-0.057
		Hopang	-0.033	-0.106	0.011	0.127*	0.061	-0.068
		Walnut Cookie	0.027	0.047	0.056	0.213**	0.101	0.195**
		pastry	-0.097	0.097	0.066	0.238***	0.097	0.132*
		Yanggaeng	-0.047	-0.08	0.048	-0.01	-0.112	-0.125
	Hangwa	Yakgwa	-0.078	-0.057	0.237***	-0.013	-0.016	0.031
		Ssalgwaja	0.011	0.096	-0.023	0.145*	0.047	0.086
		Chapssalyugwa	-0.038	0.065	0.240***	0.034	0.044	0.042
	Fried food	Pajeon	0.054	-0.112	0.145*	-0.02	-0.105	-0.014
		Haemuljeon	0.036	-0.068	0.138*	-0.034	-0.08	-0.004
	Korean food	Bibimbap	-0.017	0.015	0.216**	0.063	0.011	-0.08
Galbi		0.056	-0.017	0.223***	-0.032	-0.067	0.00	
Samgyupsal		-0.011	0.095	0.182**	0.066	0.083	0.013	
Coffee beans	Rice cake	Injeolmi	-0.185**	0.087	0.226***	0.01	0.026	0.228***
		Karetteok	-0.318***	0.025	0.08	-0.039	-0.090	-0.127*
		Baekseolki	-0.137*	0.146*	0.239***	0.004	0.052	0.146*
	Traditional snacks	Hotteok	-0.081	0.096	0.086	0.091	0.105	0.07
		Hopang	-0.106	0.049	0.076	0.112	0.143*	0.100
		Walnut Cookie	-0.130*	0.11	0.189**	0.159*	0.211**	0.191**
		pastry	-0.142*	0.087	0.104	0.12	0.106	0.142*
		Yanggaeng	-0.242***	0.100	0.124	0.015	0.107	0.005
	Hangwa	Yakgwa	-0.175**	0.04	0.160**	-0.047	0.006	0.092
		Ssalgwaja	-0.136*	0.109	0.240***	-0.006	0.022	0.111
		Chapssalyugwa	-0.173**	0.095	0.248***	-0.01	0.042	0.141*
	Fried food	Pajeon	0.019	-0.063	0.09	-0.07	-0.067	0.119
		Haemuljeon	-0.031	-0.048	0.141*	-0.054	-0.05	0.11
	Korean food	Bibimbap	-0.079	0.034	0.133*	0.046	-0.004	0.051
Galbi		-0.069	0.113	0.183**	0.012	0.052	0.038	
Samgyupsal		-0.058	0.090	0.133*	0.052	0.069	0.012	

Note * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

(-)의 영향, 포테이토칩은 단맛이 정(+)의 영향, 케익은 단맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 베이글빵은 단맛, 신맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 식빵은 단맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 도넛은 단맛, 짠맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 커스터드파이는 단맛, 매운맛이 정(+)의 영향, 햄버거는 단맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 피자는 단맛, 쓴맛이 정(+)의 영향, 샌드위치는 단맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 스파게티는 단맛, 쓴맛, 짠맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 스테이크는 단맛, 단백한 맛이

정(+)의 영향, 샐러드는 단맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 말린과일은 단맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 치킨은 단맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 베이컨은 단맛, 쓴맛이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

원두커피(아메리카노)에 있어 커피와 외국음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 살펴보면 쿠키는 단맛, 신맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 포테이토칩은 쓴맛이 정(+)의 영향, 케익은 단맛, 신맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)의 영향, 베이글빵은

단맛, 신맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 머핀은 단맛, 신맛, 매운맛, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 식빵은 단맛, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 도넛은 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 커스터드파이는 단맛,
짬뽕, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 햄버거는 쓴맛,

매운맛, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 피자는 쓴맛,
매운맛, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 샌드위치는 신
맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 스파게티는
쓴맛, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 스테이크는 쓴
맛, 단백한 맛이 정(+)
의 영향, 샐러드는 쓴맛, 단

〈Table 11〉 Taste preference having influence on coffee food (foreign food)

Coffee	Classifi- cation	Type	Standardized variable(β)					Suitability of the model		
			Sweet taste	Sour taste	Bitter taste	Salty taste	Spicy taste	Plain taste	R2	F
Coffee mix	Confec- tionery	Cookies	.344***	.130**	-.158***	.135**	-.010	.529***	.906	388.35***
		Potato chips	.277**	.043	.173*	.150	.061	.218	.761	124.320***
		Cakes	.437***	.107	-.034	.027	-.015	.433***	.871	263.008***
	Bakery	Pies	.471	.038	-.080	.139	-.045	.438	.888	310.306***
		Bagels	.184*	.171*	.070	.049	.030	.416**	.779	137.603***
		Muffins	.456	.043	-.044	.086	.025	.398	.881	289.538***
		Bread	.460***	.048	.093	-.028	.024	.367***	.877	279.196***
	foreign food	Donuts	.517***	-.049	-.048	.163**	.059	.316**	.871	263.688***
		Custard pies	.521***	.036	-.046	-.034	.279**	.187	.835	151.355***
		Hamburger	.299**	-.074	.309***	.083	.033	.259*	.754	119.625***
		Pizza	.401***	-.045	.278***	.141	.024	.083	.767	128.668***
		Sandwich	.329***	.139	.122	.070	.011	.254*	.743	138.255***
		Spaghetti	.274**	-.094	.167*	.205*	-.070	.424**	.768	129.180***
		Steak	.265**	-.007	.102	.096	-.099	.527***	.743	112.820***
Salad		.347***	-.099	.141	.153	.029	.327*	.749	116.119***	
Others		Dry fruit	.296**	.063	.241**	.065	-.102	.341**	.759	122.610***
		Chicken	.327***	-.031	.258**	.023	.005	.293*	.710	95.697***
	Bacon	.485***	-.099	.213**	.091	.059	.148	.743	112.861***	
Coffee Beans	Confec- tionery	Cookies	.166**	.187***	.084	.084	-.009	.085***	.903	363.860***
		Potato chips	.059	.089	.300**	.194	.028	.055	.465	33.960***
		Cakes	.241***	.171**	.230***	-.132	.147	.336***	.906	377.649***
	Bakery	Pies	.314***	.080	.100	-.114	.064	.542***	.925	482.887***
		Bagels	.187*	.246***	.097*	.054	.088	.423***	.901	352.976***
		Muffins	.248***	.213***	.094	-.082	.182**	.333***	.895	333.848***
		Bread	.250**	.094	.129	-.176	.018	.623***	.857	234.555***
	Fast food	Donuts	.017	.176	.194*	-.007	.111	.389**	.706	333.930
		Custard pies	.372***	.126	.085	.169*	.144	.397**	.861	186.426***
		Hamburger	-.021	.092	.292***	.038	.240*	.324*	.717	98.750***
Pizza		-.033	.081	.270**	.022	.259*	.278	.696	89.428***	
Sandwich		.049	.255**	.190**	.071	.439	.439***	.796	152.425***	
Spaghetti		-.011	.000	.215**	.035	.179	.470**	.729	104.907***	
Steak		-.041	.088	.170*	.002	.105	.552***	.717	98.755***	
Others	Salad	-.030	.051	.210**	-.015	.136	.547***	.756	121.136***	
	Dry fruit	.064	.161*	.222**	.003	.054	.413**	.771	131.122***	
	Chicken	.038	.085	.260**	-.038	.099	.446**	.732	106.599***	
	Bacon	.078	-.048	.140	.130	.084	.506***	.736	108.738***	

Note * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

백한 맛이 정(+)¹의 영향, 말린과일은 신맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 치킨은 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 베이컨은 단백한 맛이 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

맛 선호도를 알아보기 위하여 음식별 커피조화도를 독립변수로 맛 선호도를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시, 모형의 적합도와, 표준화된 계수를 살펴보았다. 그 결과는 다음 <Table 12>과 같다.

2) 커피와 한국음식과의 조화도 에 영향을 미치는 맛 선호도

커피와 한국음식과의 조화도 에 영향을 미치는

커피믹스에 있어 커피와 한국음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 살펴보면 인절미는 전

<Table 12> Taste preference having influence on coffee food (Korean food)

Coffee	Classification	Type	Standardized variable(β)						Suitability of the model	
			Sweet taste	Sour taste	Bitter taste	Salty taste	Spicy taste	Plain taste	R2	F
Coffee mix	Rice cake	Injeolmi	-.055	.096	.106	.140*	-.093	.739***	.833	194.161***
		Karetteok	.061	.209*	.172	.114	-.153	.529***	.811	166.815***
		Baekseolki	.189*	.078	.257***	.055	-.015	.375**	.806	162.085***
	Traditional snacks	Hotteok	.199*	.019	.201**	.206**	.058	.248*	.777	136.046***
		Hopang	.307**	-.121	.195**	.208**	.127	.211	.782	198.396***
		Walnut Cookie	.151	-.022	.106	.245***	-.022	.487***	.824	183.005***
		pastry	.029	.058	.132*	.295***	-.046	.470***	.809	165.553***
	Yanggaeng	.320**	-.015	.243**	.142	-.035	.233	.719	99.909***	
	Hangwa	Yakgwa	.171	-.066	.395***	.051	.067	.280*	.741	111.539***
		Ssalgwaja	.204*	.091	.069	.191**	-.034	.416***	.809	164.811***
Chapssalyugwa		.200*	.057	.356***	.043	.097	.189	.795	150.953***	
Fried food	Pajeon	.372***	-.116	.307***	.099	-.038	.257	.725	102.827***	
	Haemuljeon	.340**	-.055	.292***	.055	-.006	.264	.732	106.442***	
	Bibimbap	.294**	.016	.404***	.113	.104	-.014	.744	113.242***	
Korean food	Galbi	.350***	-.007	.367***	.025	.018	.163	.768	128.921***	
	Samgyupsal	.227*	.087	.323***	.052	.145	.084	.746	114.826***	
Coffee beans	Rice cake	Injeolmi	.103	.094	.266***	.053	-.044	.653***	.801	157.177***
		Karetteok	-.074	.181	.286**	.120	-.056	.390*	.659	75.487***
		Baekseolki	-.020	.169*	.315***	-.002	.036	.419**	.774	133.710***
	Traditional snacks	Hotteok	.117	.092	.194**	.085	.067	.081*	.770	130.829***
		Hopang	.080	.019	.184*	.118	.142	.379**	.770	130.924***
		Walnut cookie	.005	.038	.249***	.114	.159	.391***	.829	189.115***
		pastry	.007	.070	.181**	.147	.042	.486***	.797	152.730***
	Yanggaeng	-.048	.157	.283***	.015	.183	.031*	.717	98.688***	
	Hangwa	Yakgwa	.009	.085	.273***	-.002	.037	.497***	.752	118.225***
		Ssalgwaja	.059	.125	.314***	.020	.030	.398***	.819	176.223***
Chapssalyukwa		-.024	.110	.329***	.007	.046	.458***	.793	149.081***	
Fried food	Pajeon	.229*	.061	.187*	-.003	-.050	.545***	.692	87.722***	
	Haemuljeon	.174	.040	.249**	.014	-.022	.502***	.727	103.962***	
	Bibimbap	.117	.052	.250**	.121	-.016	.371**	.726	106.749***	
Korean food	Galbi	.138	.142	.312***	.003	.102	.209	.738	109.610***	
	Samgyupsal	.169	.108	.273***	.058	.117	.177	.723	101.659***	

Note * p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 가래떡은 신맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 백설기는 단맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 호떡은 단맛, 쓴맛, 짠맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 호빵은 단맛, 쓴맛, 짠맛이 정(+)¹의 영향, 호도과자는 짠맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 생과자는 쓴맛, 짠맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 양갱은 단맛, 쓴맛이 정(+)¹의 영향, 약과는 쓴맛, 짠맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 쌀과자는 단맛, 짠맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 찹쌀유과는 단맛, 쓴맛이 정(+)¹의 영향, 과전은 단맛, 쓴맛이 정(+)¹의 영향, 해물전은 단맛, 쓴맛이 정(+)¹의 영향, 비빔밥은 단맛, 쓴맛이 정(+)¹의 영향, 갈비는 단맛, 쓴맛이 정(+)¹의 영향, 삼겹살은 단맛, 쓴맛이 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

원두커피(아메리카노)에 있어 커피와 한국음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 살펴보면 인절미는 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 가래떡은 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 백설기는 신맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 호떡은 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 호빵은 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 호도과자는 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 생과자는 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 양갱은 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 약과는 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 쌀과자는 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 찹쌀유과는 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 과전은 단맛, 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 해물전은 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 비빔밥은 쓴맛, 단백한 맛이 정(+)¹의 영향, 갈비는 쓴맛이 정(+)¹의 영향, 삼겹살은 쓴맛이 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 결 론

1. 요약

커피산업의 발전으로 말미암아 소비자는 다양한 제품을 즐길 수 있게 되었고 많은 커피전문점에서는 품질 좋은 커피와 최상의 서비스를 받게

되었다. 하지만 현재 출시되거나 판매 또는 서비스되는 커피는 단순히 음료차원에서 대중에게 사랑을 받았지 커피 활용도는 낮은 수준에 머무르고 있다. 커피산업의 발전과 한국음식문화의 세계화를 위해서 커피를 활용하여 문화에 접목한다면 우선적으로 고려해야 할 분야가 음식분야이다. 현재 일부 소규모커피전문점 또는 퓨전음식점 등에서 커피와 음식이 하나의 메뉴로 된 상품을 팔고 있지만 아직 체계화되지 못한 실정이다. 이러한 이유는 커피와 어울리는 음식에 대한 연구 및 맛 선호에 관한 연구가 미흡하기 때문이다. 따라서 본 연구는 커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 살펴봄으로 21세기 한국문화속에서 대중과, 혹은 세계인들의 입맛에 어울리는 커피와음식이 서로 조화를 이룰 수 있는 커피음식을 개발하는 데 기초자료를 제공하고자 하였다.

조사결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 커피음용실태를 살펴보면 연령이 높아질수록 커피음용횟수가 늘어나는 경향을 보였고 성별로는 여자에 비해 남자가 더 많이 마시는 것으로 나타났다. 커피와 함께 음식을 먹어 본 경험은 연령이 낮을수록 그 비율이 높았고 연령이 높을수록 낮아 세대 간 차이를 보였다. 이러한 결과로 장래 커피와 함께 음식을 즐기는 사람들이 늘어날 것을 예측할 수 있었다.

둘째, 커피음식 조화도를 살펴보면 외국음식은 제과 제빵류에서 보통수준 또는 그 이상의 조화도가 있는 것으로 인식되었고 커피믹스보다는 원두커피가 더 조화롭다고 인식하고 있었다. 한국음식과 커피와의 조화도는 보통수준 또는 그 이하의 조화도가 있다고 인식하고 있는 반면 후식류인 떡류와 전통간식류, 한과류는 상대적으로 조화도가 높게 조사되었다. 이는 후식류를 커피와 어울리는 음식으로 개발하여도 가능하다는 추측으로 사료된다.

셋째, 맛 선호도에서 우리나라 사람들이 좋아하는 맛을 단맛, 신맛, 쓴맛, 짠맛, 매운맛, 단백한 맛으로 나누어 커피음식 조화도와 상관을

살펴본 결과 외국음식은 단맛과 짠맛이 낮을수록 커피와 어울리는 것으로 신맛과 쓴맛, 매운맛, 단백한 맛은 선호도가 높을수록 어울리는 것으로 나타났다.

넷째, 커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도를 살펴보면 외국음식은 일부를 제외하고 전반적으로 단맛과 단백한 맛이 영향을 미치는 것으로 나타났고 한국음식은 일부를 제외하고 전반적으로 쓴맛과 단백한 맛이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

조사연구 결과 커피와 음식의 개발에 있어 개인적인 선호가 매우 다양하면서 전체적으로 커피음식 조화도와 맛의 선호도와 상관계수가 있는 것으로 파악되었다. 또한 커피와 어울리는 음식으로 한국음식보다 외국음식이 더 조화도가 높은 것으로 인식되었다.

2. 연구의 한계점

본 연구의 한계점으로는 커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛 선호도에 관한 기존 연구가 전무하여 임의적으로 연구대상과 커피 및 음식의 종류를 정하여 연구를 진행하였다는 점에서 탐색적 연구 수준에 그치고 10대와 40대는 각 20명씩, 20대와 30대는 각 40명씩 할당하여 총 240명만을 대상으로 조사함으로써 국민전체나 특정 모집단을 대표하지 못한다는 것이다. 또한 이 연구는 커피와 음식맛과의 상호관계에 대한 과학적 연구에 해당하는 관능평가나 성분분석이 아닌 커피와 함께 음식을 먹어 본 경험, 맛 기호도, 습관 등 커피와 음식 섭취 실태조사 차원에서 이루어졌다는 점에서 연구의 한계점이라 하겠다.

3. 향후 연구의 제언

소비자들의 맛에 대한 선호도를 바탕으로 커피와 어울리는 음식개발이 이루어져야 하며 특히 커피와 어울리는 음식을 다양하게 개발함으로써 커피와 어울리는 음식의 다양함과 풍부함을 소비자들에게 제공하도록 해야 할 것이다. 따라서 향후

연구들은 커피와 음식과의 관계를 매칭하여 조화로운 음식이 개발되어질 수 있도록 다양한 분야에서 실험적으로 연구되어야 할 것이며 특히 커피와 조화되는 음식을 개발하여 커피와 함께 먹어보고 음미하면서 전문가집단의 관능평가를 거쳐 과학적인 조화도관계가 규명된다면 많은 커피 애용가들에게 행복을 서비스하는 최근 대두되고 있는 진정한 Hospitality의 시작이 아닐까 사료된다.

한글 초록

본 연구에서 커피 음식 조화도에 영향을 미치는 맛선호도를 알아보기 위해 커피음식조화도와 맛선호도와 상관계수를 살펴보고 맛 커피음식 조화도에 영향을 미치는 맛선호도가 있는지 조사 분석하였다. 연구결과 커피음식 조화도에서 외국음식은 제과 제빵류에서 보통수준 또는 그 이상의 조화도가 있는 것으로 인식되었고, 커피믹스 보다는 원두커피가 더 조화롭다고 인식하였고, 한국음식은 커피와의 조화도에서 보통수준 또는 그 이하의 조화도가 있다고 인식하였는데 이중 후식류인 떡류와 전통간식류, 한과류에서 상대적으로 조화도의 인식이 높았다. 맛 선호도와 커피음식조화도와 상관계수에서 외국음식은 단맛과 짠맛이 낮을수록 커피와 어울리는 것으로 신맛과 쓴맛, 매운맛, 단백한 맛은 선호도가 높을수록 어울리는 것으로 나타났다. 커피음식조화도에 영향을 미치는 맛 선호도로 외국음식은 일부음식을 제외하고 전반적으로 단맛과 단백한 맛이 영향을 미치는 것으로 나타났고 한국음식은 일부를 제외하고 전반적으로 쓴맛과 단백한 맛이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

참고문헌

- 강란기 우인에 유승연(2009) 커피 바리스타 이론. 도서출판명성, 9-14. 서울
 강준만 오두진(2009) : 고종 스타벅스에 가다, 인

- 물과 사상사, 23-192, 서울
- 권순선(2009) : 영업직 사원들의 생활습관과 식생활 현황에 관한조사 연구, 영남대학교, 33, 경산
- 권장하(2009) : 바리스타의 길, 새한문화사, 149-150, 서울
- 김민정, 日, 안전하고 건강한 식자재 '쌀가루' 각광, Assessed July 9. 2008. Available from : http://www.globalwindow.org/wps/portal/gw2/kcxml/04_Sj9SPykssy0xPLMnMz0vM0Y_QjzKLd423CDQASYGZAR76kehiXiYIsSB9b31fj_zcVP0A_YLc0IhyR0dFAHPA0Kw!/delta/base64xml/L3dJdyEvd0ZNQUFzQUMvNEIVRS82X0VfOEw3?1=1&workdist=read&id=2106993
- 김복동(2009) : 커피, 에듀컨텐츠휴피아. 12, 서울
- 김명옥(2008) : 브랜드 아이덴티티 요소가 커피음료 선호에 미치는 영향에 관한연구, 홍익대학교, 82, 서울
- 김은실, 박성진, 최은희, 김현중, 박복덕, 한경순 (2009) : 커피풍경, MJ미디어, 9-10, 서울.
- 김현진(1999) : 독일의 음식문화와 커피, 한국의국어대학교, 74, 서울
- 농수축산신문(2009) : 2009-2010 한국식품연감, 359-368, 서울
- 대구치 마모루, 박종한, 옴김(2010) : 에브리데이 홈메이드 커피레시피. 황금부엉이. 95-112, 서울
- 문중웅(2009) : 완전한 에스프레소 커피의 이해, 아이비라인(월간커피), 201-209
- 박경희(2006) : 대학 내 커피전문점의 서비스품질 측정을 위한 다문화 척도(CoffeeSERV) 개발, 서울대학교, 2-8, 서울
- 박영숙(2008) : 문화마케팅을 통한 소규모 점포 활성화방안 연구 : 커피하우스의 사례를 중심으로, 호서대학교, 14~40, 천안
- 박정정(2008) : 차소비 문화기반 확대를 위한 마케팅 전략, 원광대학교, 23, 익산
- 서울신문. 2009. “커피는 진하게” “주스는 연하게”, 7월 18일.
- 서지연(2007) : 한국의 원두커피 시장 확대 방안에 관한 연구, 경기대학교, 48, 서울
- 윤예찬, 한국사과, 유럽의 농산물 수출창구 네덜란드를 공략하라, Assessed August 25. 2009. Available from : http://www.globalwindow.org/wps/portal/gw2/kcxml/04_Sj9SPykssy0xPLMnMz0vM0Y_QjzKLd423CDQASYGZAR76kehiXiYIsSB9b31fj_zcVP0A_YLc0IhyR0dFAHPA0Kw!/delta/base64xml/L3dJdyEvd0ZNQUFzQUMvNEIVRS82X0VfOEw3?1=1&workdist=read&id=2106993
- 이영애(2006) : 대구-경북지역 성인의 식품섭취와 치아우식상태 및 치아우식활성과의 관련성, 계명대학교, 57, 대구
- 이보영, 핀란드인을 알면 핀란드에서 승리가 보인다!, Assessed June 28. 2006. Available from : http://www.globalwindow.org/wps/portal/gw2/kcxml/04_Sj9SPykssy0xPLMnMz0vM0Y_QjzKLd423CDQASYGZAR76kehiXiYIsSB9b31fj_zcVP0A_YLc0IhyR0dFAHPA0Kw!/delta/base64xml/L3dJdyEvd0ZNQUFzQUMvNEIVRS82X0VfOEw3?1=1&workdist=read&id=2003595
- 임윤희(2005) : 김치응용요리 인지도 및 기호도, 숙명여자대학교. 22. 서울
- 장수한(2008) : 유럽커피문화기행. 한울, 264-267, 파주
- 전광수, 이순훈, 서지연, 송주은, 김윤경 공저(2010) : 기초 커피바리스타 형설출판사 149-150, 서울.
- 정상문, 허경택, 이정기, 김윤희(2009) : 커피학, 광문각, 161, 서울.
- 허영만(2009) : 허영만의 커피스쿨, 팜파스, 35, 서울.
- 헤닝제후젠지음(2009) : ENJOY COFFEE(김진영 역). 서울:재승출판, 12-155.
- Byun GI, Lee SY, Cho WJ(2009):Study on the Importance and Customer Satisfaction of Coffee-shop Type according to the Choice Attributes by University Students -Focused on Daegu-. *J East Asian Soc Dietary Life*. 19(4):503~514.

- Choi MK, Lee YS (2007): The Relationships among Coffee Consumption, Blood Pressure, and Serum Lipids in Korean Adult Men and Women. *Korean J Food & Nutr* 20(4):460~466.
- Choi YS, Kim YT, Jhee OH(2009): A Study on University Students' Coffee Shop Use in the Seoul Area. *Korean J Culinary Res* 15(1): 287~295.
- Jin YH (1999): A Study on the Present Condition of the Coffee and Vision of 21C in Korea. *Korean J Culinary Res* 5(2):5~24.
- Jun YS, Choi MK(2004): Effect of Academic Examination Stress on Taste Perception and Nutrient Intake in University Students. *Korean J Food & Nutr*. 33(2) 349~355.
- Kang KJ, Choi SS, Han HK, Kim KJ, Kwon SY(2004) : Effects of Instant Coffee on Weight, Plasma Lipids, Leptin, and Fat Cell Size in Rats Fed on a High Fat Diet. *Korean J Food Sci & Technology* 36(3):478~483.
- Kim HA(2008): Importance-Performance Analysis of Service Quality of In Campus Specialty Coffee Shop. *J Korean Soc Food Sci & Nutr* 37(8): 1069~1078.
- Kim HK, Hwang SY, Yoon SB, Chun DS, Kong SK, Kang KO (2007): A Study of the Characteristics of Different Coffee Beans by Roasting and Extracting Condition *Korean J Food & Nutr* 20(1):14~19.
- Kim JY, Kim HJ, Kim CM(2009): The Influence of Service Elements on Customers' Emotion and Loyalty - Focused on Specialty Coffee Shop Customers. *Korean J Culinary Res* 15(1):271~286
- Kim KJ, Park SK(2006): Changes in Major Chemical Constituents of Green Coffee Beans during the Roasting. *Korean J Food Sci & Technology* 38(2): 153~158.
- Kim TH, Yoo HJ, Lee IO(2010) : Evaluation of How the Motivation the Use of Specialized Coffee Branches Brand Attitude, Satisfaction and Loyalty. *J East Asian Soc Dietary Life* 20(1): 149~158.
- Kim WY, Won HS, Kim KO(1997): Effect of Age-related Changes in Taste Perception on Dietary Intake in Korean Elderly. *Korean J Nutr*. 30(8):995~1008
- Lee YN, Kim JY(2009) : Differences in Purchase Behavior and Choice Attributes according to Characteristics of Specialty Coffee Shop Customers. *J East Asian Soc Dietary Life* 19(2):265~277.
- Min KH (2009): A Study on the Education Programs for Employees in Coffee Restaurants from the Employers' Viewpoint. *Korean J Culinary Res* 15(3):271-283.
- Nam HJ, Seo Iw, Shin HS(2009): Influence of Roasting Conditions on Polycyclic Aromatic Hydrocarbon Contents in Ground Coffee Bean. *Korean Journal of Food Science and Technology* 41(4):362~368.
- Park SG, Kim SH, Kee WC, Choi JK(1998) : Changes In Electrical Taste Threshold with Age In Korea . *Korean J Oral Med* 23(4):327~341.
- Shin SY, Chung LN(2007): The Preference and Frequency of Beverages related to Health Factor in University Students. *Korean Soc Food Culture*, 22(4):420~433.

2010년 10월 13일 접수
 2010년 11월 1일 1차 논문수정
 2010년 12월 1일 2차 논문수정
 2011년 1월 4일 게재확정