

성별에 따른 효소음료의 인지도에 관한 연구

- 연구노트 -

배 현 수

초당대학교 조리과학부

A Study on the Awareness of Fermented Vegetable Beverage by Gender

Hyun-Soo Bae

Dept. of Culinary Art, Chodang University, Jeonnam 534-701, Korea

Abstract

This study was carried out to investigate the levels of awareness of fermented vegetable beverages according to consumers' gender. The data were obtained through questionnaires completed randomly by 441 respondents and analyzed using the SPSS, t-tests, ANOVA, X-square tests, multiple regression, and logistic regression analyses. Among 441 respondents, 32.9% of male and 30.2% of female ever consumed fermented vegetable beverages. This beverage were consumed as an alternative for water in males (6.3%) and in females (7.9%) which was the most common reason for consumption. As for the most common reason for non-consumption, males (5.9%) and females (6.6%) responded that they did not consume fermented vegetable beverages because people around them have never consumed fermented vegetable beverages. The awareness that fermented vegetable beverages help reduce hunger was higher in females (3.2%) than and in males (2.9%). These results revealed that the awareness of fermented vegetable beverages as hunger alleviators was more prevalent in females than in males which can be used as preliminary data for research on the development of fermented vegetable beverages.

Key words: gender, fermented vegetable beverage, awareness

서 론

음료는 대부분의 사람이 매일 소비하는 식품 중 하나로 인간이 마실 수 있는 모든 액체류를 총칭한다(1,2). 특히 음료는 대표적인 기호식품 중 하나로 갈증해소, 심리적 만족감, 기호 충족, 원활한 분위기 조성, 건강 보조 기능 등 다양한 기능을 가지고 있다(3,4). 이와 같은 음료류의 종류로는 과일·채소류 음료, 탄산음료류, 두유류, 발효음료류, 인삼·홍삼음료, 기타 음료 등 음용을 목적으로 하는 식품(다만 주류, 다류, 무지유고형성분이 3% 이상인 음료는 제외)이 있다(5).

우리나라의 국민소득 수준이 향상되면서 건강에 대한 욕구의 증가와 함께 음식문화에도 변화가 일어나고 있다. 일상적인 음료 섭취에도 소비자는 자신의 기호에 맞으며 건강에 좋은 음료를 찾고 있다. 단순한 청량감을 주는 콜라와 사이다의 소비 수준은 둔화되며, 점차 천연물을 주원료로 하는 음료의 판매량이 증가하고 있다. 탄산음료와 주스음료의 선호정도를 분석한 연구에서도 주스음료의 선호가 전반적으로 높게 나타난 바 있으며(6), 최근 우리 국민들의 소비성향이 연령별로 계층별로 다를 뿐 아니라 교육수준이나 소득수준에 의해서도 소비패턴이 다양화 하는 추세이다. 특히 국민

의 건강관리 측면에서도 체중관리의 중요성이 건강문제로 대두되면서 체중조절에 관한 관심이 증가하고 있으며, 이러한 관심도는 음료의 선택에도 반영되는 것으로 생각된다. 이러한 소비자 성향의 변화는 음료의 수요에 있어서도 소비자의 행동이 다양화해질 것으로 예상할 수 있다(7).

현대사회는 식생활 산업이 서구화 되고 식품의 선택 기준에서도 서구화 경향이 커져 카페인이 많이 함유된 기호음료의 소비가 날로 증가하고 있다(8). 음료는 소비자들의 생리적, 심리적 욕구를 충족하기 위한 대표적 기호식품으로 식품과 같이 섭취되기도 하지만 갈증 해소를 위해 단독으로 많이 섭취되며, 또한 자극 효과 등을 위해서도 선택된다. 20세기 초 외국 문물의 도입과 함께 근대화 과정을 거치면서 음료문화에도 커다란 변화가 일어나 우리 고유의 전통음료문화의 많은 부분이 소실되고 탄산음료, 우유, 주스와 커피 마시기가 일상화되었다(9).

소비자보호원(10)의 연구 결과에 의하면, 초·중학생의 50.9%가 카페인이 들어있는 커피를 마시고 있고, 카페인이 함유된 음료수 및 빙과류까지 고려한다면 카페인이 과다 섭취에 대한 위험성이 있는 것으로 보고되었다. 커피, 녹차, 코코아, 홍차 등 일반적 음료수에 포함되어 있는 카페인은 인체

에 여러 가지 생리적, 약리적 영향을 미치는 것으로 알려져 있다(11). 카페인은 순환기 계통의 활동을 늘리고, 이노작용을 유발하며 기관지 확장, 담낭 수축, 위장과 운동성을 증가시키는 효과가 있다. 또한 뇌에 영향을 미쳐 각성 효과를 나타내며, 혈관을 확장시켜 심장 박동수를 증가시킨다(12).

우리나라의 국민소득이 향상되면서 음식문화의 변화와 함께 건강에 대한 욕구가 증가하고 있다. 음료시장은 차별화·세분화가 이루어져 특정 세대, 연령별 소비자의 다양한 욕구를 충족시키기 위한 제품 개발이 이루어지고 있으며 일상적인 음료 섭취에서도 소비자는 자신의 기호에 맞으면서 건강에 좋은 음료를 찾고 있다(9).

전통음료 시장이 확대되면서 가정에서 제조하여 음용했던 우리의 전통음료가 편의화 되어 시장에서 시판되고 있다. 편의화 된 전통음료가 국내에서 경쟁력을 갖추고 세계화되기 위해서는 전통음료 고유의 맛과 특성을 유지할 필요가 있다(13). 오늘날 시장의 흐름은 간편함과 개성을 추구하는 젊은 세대가 선호하는 테이크아웃커피, 샌드위치, 생과일주스 시장 등이 크게 발달되고 있다(14). 그러나 아직까지 젊은 세대의 욕구와 기호에 맞는 테이크아웃형 전통음료 전문점은 거의 없는 실정이다. 전통음료는 주로 기호음료로 발달되어 왔지만 어떤 식품보다 기능성과 건강성의 효과를 기대하고 있으므로 전통음료의 활성화를 위해서는 고객의 요구나 기호 등에 대해 세밀한 분석과 체계적이고 세분화된 연구가 필요하다(15). 이러한 현대사회의 추세에 맞춰 카페인이 많은 음료 대신 우리 전통음료에서 건강을 찾으려는 소비자 욕구에 발맞춰 새로운 음료의 개발이 필요한 시점에서 요즘 각광받고 있는 식초음료를 더 나아가 발효식초음료들이 나오고 있는 실정이다.

여기서 예로부터 내려오는 ‘청’이라는 것을 살펴볼 필요가 있다. ‘청’이란 것은 어떠한 재료에 당분을 첨가해 삼투압작용으로 그 재료의 영양분을 액체로 만드는 것으로, 이것을 1년 정도 액체만 따로 항아리에서 자연발효를 시키면 그것이 바로 ‘효소’가 된다. 효소란 동물, 식물 및 미생물에 이르기까지 모든 생물에 광범위하게 존재하며 생명 현상을 유지하기 위한 필수적인 존재이다. 또한 효소는 살아있는 조리되지 않은 음식에 함유되어 있는 중요한 활성 단백질이다. 이들 효소는 발효과정을 통해서 음식을 삭힐 뿐만 아니라 생식으로 섭취했을 때 소화를 돕는 작용을 한다. 효소는 혈액과 인체조직 내의 콜레스테롤과 지방 축적물을 없애거나 분해하고, 전체적인 인체의 독소 제거를 돕는 역할을 한다(16).

아직까지 한국 음료시장에서 개척되지 못한 효소음료는 발전이 무궁무진한 분야지만 효소 자체에 대한 연구가 미비하기에 많은 연구가 필요한 실정이다. 따라서 현대사회에서 추구하는 웰빙에 발맞춰 효소를 일정한 양의 물이나 음료에 첨가한 효소음료의 개발이 필요할 것으로 사료된다.

본 논문에서는 효소음료의 인지도를 연구하여 웰빙 시대에 있는 현대인들의 건강관련사항과 더불어 앞으로의 음료

시장에서 효소음료에 대한 새로운 제품개발에 따른 기초 연구 자료와 마케팅방안의 발판을 마련하고자 한다.

대상 및 방법

조사기간 및 대상

본 조사는 2012년 3월 10일부터 2012년 3월 30일까지 20일간 국내 거주 무작위 남녀 500명을 대상으로 실시하였다. 연구에 사용된 설문 도구의 신뢰도와 타당성을 검토하기 위해 강원도 대학생을 대상으로 예비조사를 실시하였으며, 문항의 신뢰도가 낮은 문항들은 수정 및 보완하여 사용하였다. 총 500부의 설문지를 배포하여 479부를 회수하였으며, 그중 통계처리에 부적절한 38부를 제외한 441부를 분석하였다.

설문지 구성

설문지는 크게 대상자의 일반사항과 건강사항, 효소음료의 인지도로 구성되었다. 일반사항은 성별, 가계소득, 직업, 교육수준, 결혼여부와 같은 5가지 항목을 조사하였고, 건강과 관련된 사항으로는 운동, 식사, 스트레스 정도, 수면, 자신의 건강, 효소음료에 대한 인지도 9가지 문항 모두 1=매우 그렇지 않다, 2=그렇지 않다, 3=보통이다, 4=그렇다, 5=매우 그렇다의 Likert 5점 척도로 조사하였다.

자료 분석

자료의 통계분석은 SPSS(Version 18.0) Win package program(Statistical Package for Social Science, Chicago, IL, USA)을 이용하였으며 일반사항과 건강사항 및 각 조사항목에 대하여 기술통계 분석을 통하여 교차분석을 실시하여 빈도, 백분율, 평균 및 표준편차를 산출하였다. 효소음료의 인지도는 t-test 분석을 실시하였고, 항목 간 빈도의 차이 검증은 χ^2 -test를, 독립된 집단의 평균, 표준편차 등의 유의적 차이 비교는 one-way ANOVA를 실시한 후 Duncan's multiple range test $p < 0.05$ 수준에서 검증하였다.

결과 및 고찰

조사대상자의 일반적인 특성

본 설문 조사는 남자 223명과 여자 218명으로 전체 441명을 대상으로 조사하였다(Table 1). 설문 대상자의 가계소득은 100만원 이하의 경우 6.6%, 100~200만원의 경우 25.9%, 200~300만원의 경우 27.9%, 300~400만원의 경우 13.2%, 400만원 이상의 경우 26.5%로 나타났다. 직업으로는 전문직이 22.2%, 사무직이 6.6%, 영업직이 11.1%, 서비스직이 23.1%, 학생이 31.1%, 기타는 5.9%로 나타났다. 교육 수준 정도로는 고등학교 졸업이 54.0%, 전문대학 졸업이 18.4%, 4년제 대학교 졸업이 24.3%, 대학원 이상이 1.4%, 기타가 2.0%로 나타났다. 결혼여부로는 미혼이 43.5%, 기혼이 56.5%로 나타났다.

Table 1. General characteristics of the subject N (%)

Characteristics		Total
Gender	Male	223 (50.6)
	Female	218 (49.4)
Income (thousand won)	<1,000	29 (6.6)
	1,000~2,000	114 (25.9)
	2,000~3,000	123 (27.9)
	3,000~4,000	58 (13.2)
	>4,000	117 (26.5)
Job	A professional	98 (22.2)
	An office worker	29 (6.6)
	Salesmen	49 (11.1)
	Service sector	102 (23.1)
	Student	137 (31.1)
	Other	26 (5.9)
Education	High school graduation	238 (54.0)
	College graduation	81 (18.4)
	University graduation	107 (24.3)
	Graduate school	6 (1.4)
	Other	9 (2.0)
Marriage	Single	192 (43.5)
	Married	249 (56.5)
Total		441 (100.0)

조사대상자의 건강관련 조사

성별에 따른 건강관련 사항을 나타낸 결과는 Table 2와 같다. 성별에 따라서 “자신이 건강하다고 느끼십니까”, “운동을 규칙적으로 하십니까”, “수면은 충분하다고 생각하십니까”라는 설문에서 유의성($p < 0.05$)을 나타내었다. “자신이 건강하다고 느끼십니까”에서는 남자(3.31)가 여자(3.08)보다 건강하다고 느끼고 있었으나 자신의 건강상태에 대한 인식은 Jung 등(17)의 연구에서와 같이 응답자들이 전반적으

로 자신이 건강한 편이라고 생각하고 있었다. “운동을 규칙적으로 하십니까”라는 설문에서도 남자(2.77)가 여자(2.39)보다 운동을 규칙적으로 하고 있는 것으로 나타났다. “수면은 충분하다고 생각하십니까”의 문항에서는 남자(2.76)보다 여자(2.97)가 더 충분한 수면을 취하는 것으로 나타났다.

동양문화권에서는 예로부터 의식동원이라고 하여 우리가 섭취하는 음식이 건강을 유지하고 질병을 치료하는데 밀접한 관련성이 있다고 믿어왔다(18). 이토록 오랜 전통 속에 뿌리박은 건강의식을 바탕으로 사람들은 최적의 건강을 유지하기 위하여 좋은 영양섭취를 원하고는 있지만 그들이 균형된 식생활에 대한 필요성을 인식하여 올바른 식생활을 하는데 어려움이 많은 것으로 알려져 있다(19,20).

성별에 따른 건강유지를 위하여 가장 중요하게 고려하는 사항을 설문하여 얻은 결과는 Table 3과 같다. 성별간 건강유지를 위하여 가장 중요하게 고려하는 사항으로는 남자의 경우 식습관(16.6%)과 운동(16.3%)의 순으로, 여자의 경우 식습관(17.0%)과 스트레스 해소(13.4%) 등의 순으로 나타났다. 이 결과에 의하면 남자, 여자 모두 식습관을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. Lee와 Paek(21)도 우리나라 소비자들은 건강유지를 위해 가장 중요하게 고려해야 할 사항으로 식습관(39.8%), 운동(38.8%), 타고난 체질(13.2%), 스트레스 해소(5.5%)로 식습관과 운동을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다고 보고한 바 있다.

성별에 따른 건강에 대한 정보를 얻는 방법에 대한 설문조사 결과는 Table 4와 같다. 성별에 따른 건강에 대한 정보를 얻는 방법으로는 가족, 친지가 남자 4.3%, 여자 6.1%, 대중매체가 남자 42.0%, 여자 41.3%, 의료전문가가 남자 3.4%, 여자 1.6%, 기타 남자 0.9%, 여자 0.5%로 나타났다. 이와 같은

Table 2. Personal opinion about own health status by gender

Gender	Very healthy	Exercise regularly	Eating regularly	Get rid of stress	Sufficient sleep
Male	3.31±0.063	2.77±0.079	2.92±0.060	3.49±0.054	2.76±0.063
Female	3.08±0.056	2.39±0.074	2.82±0.074	3.44±0.053	2.97±0.068
t-value	t=2.690	t=3.474	t=1.034	t=0.705	t=-2.225
Sig.	p<0.007**	p<0.001**	p<0.302	p<0.481	p<0.027*

1, disagree very much; 5, agree very much.

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$.

Table 3. The most important point for health maintenance by gender

Gender	Eating habit	Sleep	Get rid of stress	Exercise	Other	Total	Note
Male	73 (16.6)	29 (6.6)	49 (10.9)	72 (16.3)	1 (0.2)	223 (57.6)	$\chi^2=7.656$ $p < 0.105$
Female	75 (17.0)	36 (8.2)	59 (13.4)	48 (10.9)	0 (0.0)	218 (49.4)	
Total	148 (33.6)	65 (14.7)	107 (24.3)	120 (27.2)	1 (0.2)	441 (100.0)	

Table 4. Source of health-care information by gender

Gender	Family	Mass media	Medical expert	Other	Total	Note
Male	19 (4.3)	185 (42.0)	15 (3.4)	4 (0.9)	223 (50.6)	$\chi^2=4.936$ $p < 0.177$
Female	27 (6.1)	182 (41.3)	7 (1.6)	2 (0.5)	218 (49.4)	
Total	46 (10.4)	367 (83.2)	22 (5.0)	6 (1.4)	441 (100.0)	

Table 5. Consumption of healthy food for the last six month by gender N (%)

Gender	Intake		Total	Note
	Yes	No		
Male	85 (19.3)	138 (31.3)	224 (50.6)	$\chi^2=6.191$ $p<0.045^*$
Femal	107 (24.3)	111 (25.2)	218 (49.4)	
Total	192 (13.5)	249 (56.5)	441 (100.0)	

*p<0.05.

Table 6. Consumption of fermented vegetable beverages by gender N (%)

Gender	Intake of fermented vegetable beverage		Total	Note
	Yes	No		
Male	145 (32.9)	78 (17.7)	223 (50.6)	$\chi^2=0.762$ $p<0.383$
Female	133 (30.2)	85 (19.3)	218 (49.4)	
Total	278 (63.0)	163 (37.0)	441 (100.0)	

설문 조사 결과에 의하면 남자, 여자 모두 대중매체에서 건강에 대한 정보를 얻는 것으로 나타났고 성별 간 유의성(p<0.05)은 나타나지 않았다. 이처럼 건강에 대한 정보를 전문가의 지식을 활용하기보다 대중매체를 통해 건강식품과 관련된 정보를 얻고 있기 때문에(22,23) 본인에게 맞는 적당한 건강식품의 품목을 선택하기 어려운 실정이다(24).

최근 6개월 동안 건강식품 및 영양제 복용여부에 대한 설문 조사 결과는 Table 5와 같다. 설문조사 결과에 의하면 남자(19.3%)보다 여자(24.3%)가 건강식품 및 영양제를 꾸준히 복용을 하는 것으로 나타났으며 유의성(p<0.05)이 인정되었다. 이와 같은 설문 조사 결과에 의하면 효소음료를 건강에 중점을 두어 건강기능성 식품으로 개발할 경우 남자소비자보다는 여자소비를 중심으로 개발, 연구하여야 할 것으로 사료된다.

조사대상자의 효소관련 조사

현대사회는 일반적으로 결식, 야식, 간식의 과다 섭취 및 잦은 외식 등 식습관이 불량하여 이들에게 바람직한 음료의 선택은 그들의 영양 상태에 상당한 영향을 미치고 있으므로

(25) 효소음료를 마셔본 적이 있는가에 대한 설문 조사 결과는 Table 6과 같다. 효소음료를 마셔본 적이 있는가라는 설문에서 남자는 32.9%, 여자는 30.2%가 음용한 적이 있다고 답하였다. 이 결과는 건강식품을 섭취하는 사람은 주로 부모님이나 남편이고 주부의 섭취 정도는 매우 낮은 것으로 조사된 연구결과와는 다르게 나타나(26,27), 현대사회에서는 남녀 구분 없이 모두 건강식품 및 음료를 섭취하고 있다고 사료된다. 또한 건강이 쇠약해지고 성인병에 걸리기 쉬운 중년기나 노년기로 갈수록 건강식품 및 음료에 대한 섭취율이 높아지고 있다(18,28).

효소음료를 마셔본 계기에 대한 설문 조사 결과는 Table 7과 같다. 설문 조사 결과에 의하면 남자(20.4%)와 여자(15.0%)가 모두 가족, 친지로 인해서가 가장 많았고 그 다음이 대중매체(남자 9.5%, 여자 7.5%)에 의한 계기였다고 나타났으며, 성별 간에 유의성(p<0.05)이 나타났다.

효소음료를 마셔본 적이 있는 사람 중 효소음료를 이용하는 때는 언제인가라는 항목으로 설문 조사한 결과는 Table 8과 같다. 효소음료를 마셔본 적이 있는 사람 중 효소음료를 이용하는 때는 남자의 경우 물대용 6.3%, 간식 섭취 6.1%, 약대용 5.9% 순으로 나타났으며, 여자 또한 물대용 7.9%, 간식섭취 7.3%, 약대용 6.1% 순으로 나타나 유의적인 차이는 없었다.

효소음료를 마셔본 적 없는 사람 중 그 이유에 대하여 설문 조사한 결과는 Table 9와 같다. 효소음료를 마셔본 적 없는 사람 중 그 이유는 남자의 경우 주변사람이 섭취를 안 해서 5.9%, 손쉽게 구할 수 없어서 5.7%, 낮은 음식의 거부감 2.7%, 기타 3.1%, 음료를 좋아하지 않아서 1.8%의 순으로 나타났으며, 여자는 주변사람이 섭취를 안 해서 6.6%, 낮은 음식의 거부감 4.3%, 음료를 좋아하지 않아서와 손쉽게 구할 수 없어서가 모두 4.1%, 기타 1.8%로 나타나 성별 간 유의적인 차이는 나타나지 않았다.

효소음료에 대한 성별에 따른 인식도를 설문 조사한 결과는 Table 10과 같다. 성별에 따른 효소음료의 인식도에 대한 설문 조사 항목인 “건강에 도움이 된다”, “영양적으로 우수

Table 7. Primary consideration for drinking fermented vegetable beverages by gender N (%)

Gender	Family	Mass media	Medical expert	Products reported curiosity	Other	Total	Note
Male	90 (20.4)	42 (9.5)	1 (0.2)	11 (2.5)	1 (0.2)	145 (33.5)	$\chi^2=13.322$ $p<0.021^*$
Female	66 (15.0)	35 (7.9)	1 (0.2)	26 (5.9)	5 (1.1)	133 (30.1)	
Total	156 (35.4)	77 (17.5)	2 (0.5)	37 (8.4)	6 (1.4)	278 (63.0)	

*p<0.05.

Table 8. Drinking pattern of fermented vegetable beverages by gender N (%)

Gender	Substitute for water	After exercise	Snack time	Habit-forming	After meals	Drug substitute	Other	Total	Note
Male	28 (6.3)	19 (4.3)	27 (6.1)	19 (4.3)	17 (3.9)	26 (5.9)	9 (2.0)	145 (33.5)	$\chi^2=8.985$ $p<0.254$
Female	35 (7.9)	9 (2.0)	32 (7.3)	11 (2.5)	10 (2.3)	27 (6.1)	9 (2.0)	133 (30.1)	
Total	63 (14.3)	28 (6.3)	59 (13.4)	30 (6.8)	27 (6.1)	53 (12.0)	18 (4.1)	278 (63.0)	

Table 9. Refusal reasons for drinking fermented vegetable beverages by gender

N (%)

Gender	No chance to drink the beverage	Aversion to unfamiliar food	Not like drinking beverage	Not readily available	Other	Total	Note
Male	26 (5.9)	12 (2.7)	8 (1.8)	25 (5.7)	7 (3.1)	78 (17.7)	$\chi^2=8.311$ $p<0.140$
Female	29 (6.6)	19 (4.3)	18 (4.1)	18 (4.1)	4 (1.8)	88 (19.9)	
Total	55 (12.5)	31 (7.0)	26 (5.9)	43 (9.8)	11 (2.5)	166 (37.6)	

Table 10. Personal preference for drinking fermented vegetable beverages by gender

	Male	Female	t-value	Sig.
It helps you to be healthy	3.58±0.054	3.66±0.047	t=-1.148	p<0.251
It is nutritionally superior	3.45±0.047	3.44±0.052	t=0.049	p<0.961
It can be ingested with safety	3.51±0.050	3.54±0.052	t=-0.479	p<0.632
It is good for overcoming your fatigue	3.49±0.051	3.44±0.052	t=0.601	p<0.548
It helps you quench your thirst	3.33±0.055	3.31±0.060	t=0.299	p<0.765
It helps you relieve your hangover	3.18±0.057	3.22±0.059	t=-0.497	p<0.619
It helps you lose your weight and gain beauty	3.26±0.055	3.39±0.061	t=-1.580	p<0.115
It provides specific enhancements as well as a good recovery for your body	3.43±0.061	3.33±0.054	t=1.338	p<0.181
It helps you relieve hunger	2.93±0.058	3.18±0.056	t=-3.082	p<0.002**

**p<0.01.

하다”, “안심하고 섭취할 수 있다”, “피로회복에 좋다”, “갈증 해소에 도움이 된다”, “숙취해소에 도움이 된다”, “다이어트, 미용에 좋다”, “특정기능 강화, 회복에 좋다”, “공복감 해소에 도움이 된다”와 같은 총 9가지 항목 중 “공복감 해소에 도움이 된다”의 항목에서만 유의성(p<0.05)이 나타났다. “건강에 도움이 된다”는 남자(3.58)보다 여자(3.66)가 더 도움이 된다고 나타났고, “영양적으로 우수하다”는 남자(3.45)가 여자(3.44)보다 효소음료가 영양적으로 우수하다고 인식하는 것으로 나타났다. “안심하고 섭취할 수 있다”의 항목에서는 남자(3.51)보다 여자(3.54)가 더 안심하고 섭취할 수 있다고 나타났으나 “피로회복에 좋다”의 문항에서는 남자(3.49)가 여자(3.44)보다 피로회복에 좋다고 인식하는 것으로 나타났다. “갈증해소에 도움이 된다”는 남자(3.33)가 여자(3.31)보다 갈증해소에 도움이 된다고 나타났으나 “숙취해소에 도움이 된다”의 항목에서는 남자(3.18)보다 여자(3.22)가 더 숙취해소에 도움이 된다는 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한 “다이어트, 미용에 좋다”의 항목에서도 남자(3.26)보다 여자(3.39)가 더 좋다고 생각하였으나 “특정기능 강화, 회복에 좋다”의 항목에서는 남자(3.43)가 여자(3.33)보다 특정기능 강화와 회복에 좋다고 인식하고 있었다. “공복감 해소에 도움이 된다”의 항목에서는 남자(2.93)보다 여자(3.18)가 공복감 해소에 도움이 된다고 인식하는 것으로 나타났으며 유의성(p<0.05)이 나타났다. 이와 같은 인지도 결과로 효소음료를 남자소비자보다는 여자 소비자를 중심으로 음료를 개발하고, 유의성이 나타난 공복감 해소에 도움이 된다는 인지도를 기초자료로 효소음료를 개발하여야 할 것으로 사료된다.

요 약

본 논문에서는 효소음료의 인지도를 연구하여 웰빙 시대에 있는 현대인들의 건강관련사항과 더불어 앞으로의 음료 시장에서 효소음료에 대한 새로운 제품개발에 따른 기초 연구 자료와 마케팅방안의 발판을 마련하고자 한다. 성별에 따라 가계소득, 직업, 교육수준, 결혼 여부를 비교 분석하였다. 유의적인 차이를 나타낸 항목은 자신의 건강정도, 규칙적인 운동, 수면여부에서 나타났으며, 남자(3.31)가 여자(3.08)보다 자신 스스로가 건강하고 생각하고 있었고, 또한 남자(2.77)가 여자(2.39)보다 규칙적인 운동을 하고 있었으나 수면 여부는 남자(2.76)보다 여자(2.97)가 더 수면을 충분하다고 생각하고 있는 것으로 나타났다. 건강유지를 위해 가장 중요하게 고려하는 사항에서는 남자 16.6%, 여자 17.0% 모두 식습관을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 건강에 대한 정보를 얻는 방법은 남자 42.0%, 여자 41.3%로 모두 대중매체를 통하여 건강에 대한 정보를 얻는 것으로 나타났다. 최근 6개월 동안 건강식품 및 영양제 복용 여부를 나타낸 결과에서 유의성(p<0.05)이 나타났다. 효소음료를 마셔본 적이 있는가의 물음에서는 남자가 여자보다 효소음료를 접해본 기회가 많은 것으로 나타났다. 효소음료를 마셔본 계기의 물음에서는 성별에 따라 유의적인 차이를 나타냈으며, 남자(20.4%), 여자(15.0%) 모두 가족, 친지에 의해서의 답이 가장 많은 것으로 나타났다. 효소음료를 이용하는 때의 물음에서는 남자(6.3%), 여자(7.9%) 모두 물 대용으로 이용하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 효소음료를 마셔본 적이 없는 이유에서 남자(5.9%), 여자(6.6%) 모두 주변사람이 섭취를 안해서가 가장 많았다. 효소음료에 대한 인식도에서 공복감 해소에 도움이 된다는 항목에서만 유의적인 차

이를 나타냈다. 향후 음료시장에서 효소음료가 자리 잡기 위해서는 여자 소비자의 요구를 충족시킬 수 있는 신제품개발로 건강증진 효과를 주는 기능성식품으로서 뿐만 아니라 기호식품으로서 공복감 해소에 대한 기대감도 크므로 더 나아가 다이어트에 도움을 줄 수 있는 제품으로 인식하게 하여 새로운 제품개발의 방향 설정 및 음료시장 마케팅에 이용되면 좋을 것으로 사료된다. 나아가 다양한 재료의 효소를 가지고 음료를 개발하여 직장인 남성뿐만 아니라, 영유아, 청소년 등 소비자 각 계층의 요구를 충족시킬 수 있는 새로운 제품개발의 방향설정에도 이용되면 좋을 것으로 사료된다.

문 헌

- Shin SY, Chung L. 2007. The preference and frequency of beverages related to health factor in university students. *Korea J Food Culture* 22: 420-433.
- Kim EM. 2011. Formulation and quality characteristics of Noni beverages mixed with red ginseng, *Rubus coreanus* and pomegranate extracts. *Korea J Culinary Research* 17: 259-269.
- Park M. 1999. A study on beverage consumption pattern and image of college students. *J East Asian Soc Dietary Life* 9: 501-513.
- Her ES, Lee KH, Bea EY, Lyu ES. 2008. Internationals among beverage intake, food behavior and personality in adolescents. *Korea J Community Nutrition* 13: 189-198.
- Korea Food & Drug Administration. 1999. *Korean food standards codex*. Seoul, Korea.
- Lee KY. 1990. A study on beverage consumption patterns according to demographic characteristics. *MS Thesis*. Ajou University, Seoul, Korea.
- Park KH, Chung JH, Ki MJ, Eun JB. 1996. A survey on Korean consumer attitude toward green tea. *J Kor Tea Soc* 2: 129-146.
- Kim MH, Kim YR, Lee JW, Park BK, Kim MK, Choi MK, Kim AJ. 2008. The effects of caffeine on lipid and mineral content in the serum of rats. *Korean J Food & Nutr* 21: 336-343.
- Lee HJ. 2001. A social-cultural investigation of beverages and analysis of the factors that influence beverage consumption. *PhD Dissertation*. Yonsei University, Seoul, Korea.
- National Institute of Food and Drug Safety Team. 2002. *Intakes of caffeinated beverages seconds, and junior high school students*. Korea Consumer Protection Board, Korea.
- Kim HK. 2002. Caffeine knowledge, attitude and consumption of young women. *Journal of Human Ecology (University of Ulsan)* 3: 57-63.
- Hwang JH, Oh KH, Ryu MH, Kim JY, Jang HJ. 2009. *Coffee & tea*. Powerbook. Seoul, Korea. p 8-10.
- Seo JS. 2005. A study of expectation and satisfaction for the quality of marketing traditional drink. *PhD Dissertation*. Kyung Hee University, Seoul, Korea. p 63-67.
- Park EY. 2006. The plans to market traditional Korean beverages as take-out products. *PhD Dissertation*. Sookmyung Women's University, Seoul, Korea. p 84-86.
- Lee YJ, Byeon KI. 2006. A study on the preference and intake frequency of Korean traditional beverages. *Korean J Food Culture* 21: 8-16.
- Choe YS. 2005. *Native grasses to create enzyme fermentation broth 1*. Hanam Publisher, Seoul, Korea. p 24-30.
- Jung HK, Lee JH, Jo MS. 1999. The study on the health control of food by adults in Seoul. *Papers Collection of Korean Food Research Institute* 7: 525.
- Kim MK, Choi BY, Lee SS. 1992. A study on the nutrient supplements usage and related factors in Seoul, Korea. *Korean J Nutr* 25: 264-274.
- Park IH, Kim SH, Mo SM. 1979. *Nutrition fundamentals and diet therapy*. 2nd ed. Publisher of Ewha Womans University, Seoul, Korea. Vol 8, p 155-161.
- Kim SH, Yoo JR, Lee KY, Lee SW, Han IG. 1976. *Nutrition education*. Publisher of Dongmyung, Seoul, Korea. p 155-61.
- Lee IS, Paek KY. 2003. Preparation and quality characteristics of yogurt added with cultured ginseng. *Korean J Food Sci Technol* 35: 235-241.
- Kim HS, Lee KA. 1995. A survey on using health supplemental foods. *J Living Science* 2: 39-45.
- Park SJ. 1992. Study on the relations among the intake of nutrient supplements and health foods, dietary behavior and health: mainly for women and men who live in Seoul city. *MS Thesis*. Dongguk University, Seoul, Korea.
- Park MH. 1995. The classification, problems, usage of health food. *Monthly Publication of Food Life*. Korea food service information Ltd., Seoul, Korea. Vol 12, No 4, p 74-78.
- Ha TS, Park MH, Choi YS, Cho SH. 1999. A study on beverage consumption pattern associated with food and nutrient intakes of college students. *J Korean Dietetic Assoc* 5: 21-28.
- Kim HS, Lee KA. 1995. A survey on using health supplemental foods. *Papers Collection of Chungbuk National University* 2: 39-45.
- Kim NY. 2004. Development of bioactive ginseng yogurt fermented by probiotic *Bifidobacterium* sp. *PhD Dissertation*. Kyung Hee University, Seoul, Korea.
- Yoon EY, Lim YH, Wang SK, Koo NS. 1998. Survey on food habits, health condition and precaution for disease for the health improvement of community people in Taejeon. *Korean J Human Ecology* 7: 205-216.

(2013년 1월 28일 접수; 2013년 2월 7일 채택)