

발효고기 떡볶이의 해외시장 현지화를 위한 메뉴개발과 마켓테스트

나영선¹⁾ · 정재홍²⁾ · 이정훈³⁾ · 오혁수⁴⁾ · 박영배⁵⁾ · 조동민⁶⁾ · 이태영⁷⁾ · 조성호^{8)¶}
신안산대학교 호텔조리과¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾ · (주)대대푸드원⁶⁾⁷⁾ · 김포대학교 호텔조리과^{8)¶}

Menu Development and Market Testing for Localization of Fermented Meat Tteokbokki in Foreign Markets

Young-Sun Na¹⁾ · Jae-Hong Jung²⁾ · Jung-Hun Lee³⁾ · Hyuk-Soo Oh⁴⁾ ·
Young-Bae Park⁵⁾ · Dong-Min Cho⁶⁾ · Tae-Young Lee⁷⁾ · Sung-Ho Cho^{8)¶}

Dept. of Hotel Culinary Arts, Sin-ansan University^{1,2,3,4,5)}
Ddedae Foodone Industry^{6,7)}
Dept. of Hotel Culinary Arts, Kimpo University^{8)¶}

Abstract

This study aims to suggest useful information for tteokbokki franchise businesses to enter foreign markets by market testing and surveying preferences of foreign consumers with various kinds of tteokbokki. For this research, a survey was conducted from July 16 to August 20, 2012, targeting the people who live in Beijing, Tokyo, Singapore. The data was collected and analyzed using SPSS for Windows Version 18.0. The relationship between the general details of consumers and the results of the market test were analyzed using canonical correlation analysis. Research results and utilization plans are expected to use for improving the image of the country and ripple effects on exporting agricultural and fishery products, along with the effect of increasing spread of overseas personnel export and domestic Korean overseas supply of cultural content. Nurturing restaurant franchise business, creating jobs, and contributing to the increase in the income of the rural economy are also expected. Fermented tteokbokki franchise business should create new added value. The development of fermented tteokbokki will build a new culture of consumption, expand consumption, academic cooperation and joint technology development, and activate employment linked. Consequently, it is necessary to understand eating habits of local consumers from a variety of perspectives such as texture, taste, and colors of sauce when globalizing Korean food.

Key words: Tteokbokki, Market test, Consumer Preferences, Consumption Experience, Localization

I. 서 론

세계 여러 나라들은 국가이미지 향상과 경제적 이익증대를 위해 음식문화 및 음식상품의 세계화를 위하여 다양한 정책 사업을 추진하고 있다. 또

한 문화의 글로벌화 및 시장다변화 추세에 따라 자국의 음식문화도 중요한 요소로 인식하여 세계 각국의 음식시장에 진출하고 있다(Choi YS · Won CS 2007). 예컨대, 음식 세계화에 성공한 일본, 태국, 중국, 베트남, 인도, 이탈리아, 프랑스 등

* “본 연구는 2012년 농림수산식품부지원에 의해 수행되었음”

¶: 교신저자, 조성호, 031-999-4254, shcho@kimpo.ac.kr, 경기도 김포시 월곶면 김포대학로 97

은 자국의 우수한 음식문화를 수출하는 시대가 되었다(Chang HJ et al 2010).

이와 같은 관점에서 한식은 국가 경제에 차지하는 중요성이 크고 해외시장으로의 진출 확대가능성 또한 매우 높다. 한식은 세계적으로 자연식, 발효음식, 건강지향성 음식으로 인정받고 있기 때문에 세계시장에서 웰빙 트렌드와 부합하며, 세계화의 잠재력이 크다고 볼 수 있다(Kim KH·Kim KM 2010; Lee EJ·Mun KC 2012). WHO는 한식을 영양적으로 균형을 갖춘 모범식으로 미국 헬스지는 김치를 세계 5대 건강식으로 선정한 바 있으며, 뉴욕타임즈는 LA의 김치타코 요리의 인기를 보도한 바 있다(농림수산물부2010)).

그러나 한식의 이러한 영양학적인 우수성에도 불구하고 아직 세계시장에서의 인지도는 낮은 편으로 적극적인 마케팅이 필요한 실정이다(Na JK 2007).

이와 같은 맥락서 본 연구에서는 우리의 전통 한식인 떡볶이를 외국인들의 입맛에 맞게 개발하여 향후 해외진출을 위한 기초적인 자료로 활용하기 위하여 기획되었다. 떡은 우리나라의 가장 오래된 전통식품 중의 하나로서 명절음식 또는 의례음식으로 자리 잡아 왔으나, 오늘날에 와서는 의례의 간소화 및 식생활의 서구화 등으로 인하여 사용빈도가 줄었다. 또한 식생활의 서구화로 주식으로서의 쌀 소비가 저하되고 있어 쌀의 소비를 촉진하기 위한 다양한 쌀 가공 식품 개발이 시도되고 있다. 그 중 가장 대표적인 대중적 기호도를 가진 쌀 가공 식품의 일종인 떡볶이 떡인 가래떡이다(Song JC·Park HJ 2003). 가래떡은 곡물을 알맹이 그대로 찌거나 또는 가루를 내어 찐 다음, 절구에 넣고 매우 쳐서 만드는 떡으로, 예로부터 설날의 엄숙함과 청결함을 의미하는 뜻에서 떡국으로 이용되어 현재에도 그 전통을 이어가고 있다(Kim MY et al 2009).

문헌상으로 떡볶이는 1500년대 주식방문(노가재공택)의 떡볶이법, 주식방문(정미년본)의 떡볶이법, 규곤요람 떡볶이법, 주식시의 떡볶이법 그리고 1800년대 시의저서의 기록으로 볼 때 떡볶

이는 원래 기름에 볶는 게 아니라 양념장과 물을 붓고 은근히 끓이는 찜의 한 종류로 추정하고 있으며, 규곤요람의 떡볶이에 대한 내용을 살펴보면, 상이 말씀하시기를 모친께서는 매번 나에게 식사를 빨리 하도록 하교하시지만 근래에는 한번의 식사에도 거의 한 시간이 걸린다. 다식과 같은 음식물도 남들은 많이들 즐겨 먹는데 나는 반의반 입도 먹지 못한다. 자성께서 절편이나 떡볶이도 드시지만 나는 그것도 먹지 못한다 라는 기록이 있다(이상호 2010). 조선시대 궁중떡볶이는 궁중에서 왕이 드시던 맵지 않은 음식으로 고기와 함께 채소를 곁들여 간장을 넣고 볶아 만들었다. 고추장을 사용하지 않고 만들었다고 해서 ‘간장떡볶이’ 라고도 하며, 맛이 잡채 맛과 흡사하고, 당면 대신 떡이 들어가 한 끼 식사로도 가능하고, 맵지 않아 아이들 간식으로 좋은 음식이다(Kim KB et al 2011). 떡볶이의 주류가 간장 떡볶이에서 현재의 고추장 떡볶이로 변한 시점 역시 정확하지 않은데 1950년대 이후라고 한다. 떡볶이는 현재 우리나라의 대표적인 간식으로 외국인 관광객들이 많이 찾아 여행안내 책자에 소개가 되고 있는데, 현재 한국의 떡볶이 시장은 다양한 떡의 개발과 소스의 개발로 과거거리의 노점상에서 프랜차이즈업체로 발전하였다. 떡볶이를 메뉴로 내놓고 있는 프랜차이즈업체로는 아딸, 해피궁, 올리브 떡볶이, 디델리 등 30여개이며, 가맹점은 1100개 정도로, 지난해 기준으로 떡면(떡볶이용 떡) 시장은 2100억 원 규모이고, 전체 떡면의 11%가 프랜차이즈 식당에서 소비된다고 보고되어지고 있다(농림수산물부 식량정책과 2009).

이와 같이 국내 프랜차이즈에서는 떡볶이가 활성화되고 있지만 세계화추진면에서는 아직까지 해외에 진출한 떡볶이 프랜차이즈기업이 전무한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 우리의 전통한식인 떡볶이를 외국인들의 기호에 맞게 개발하여 향후 떡볶이 프랜차이즈기업이 해외에 진출할 수 있는 토대를 마련하고자 하였다.

중국인을 대상으로 한 한국음식 관련 연구로는

대전지역 중국유학생들의 한국음식에 대한 인지도와 선호도(Ha KH 2010; Park ML et al 2009)), 중국조선족의 한국 전통음식 인식유형의 변화 추이와 명절음식 선호도(Park YS · Chung YS 2006), 일본 · 중국유학생의 한식당 서비스 품질 요인에 관한 중요도 및 만족도(Seo GH · Shin MJ 2006), 중국 연변 조선족의 한국 전통 일상음식에 대한 선호도와 섭취빈도(Park YS 2006), 외국인의 한국음식에 대한 태도와 한국음식점 이용 행태(Jang JH 2009; Jang JJ · Jeong HS 2011) 등이 있으나 떡볶이 프랜차이즈의 해외 진출을 위한 국내 거주 외국인을 대상으로 한 대상으로 한 연구는 아직까지 이루어지지 않고 있다. 따라서 본 연구는 해외 현지화를 위해 다양한 떡볶이를 개발하여 해외 현지인들을 대상으로 마케팅스트(marketing test) 및 한식 소비자 기호도 조사를 함으로써 추후 떡볶이 프랜차이즈기업이 해외에 진출할 수 있는 유용한 정보를 제시하는데 본 연구의 궁극적인 목적이 있다.

II. 발효고기 떡볶이용 떡 개발

1. 동물성 단백질(닭가슴살, silkpeptide) 발효기술개발¹⁾

1) 동물성 단백질(닭가슴살)은 전 세계적으로 애용되는 건강식품 중의 하나이다.

2) Silkpeptide는 실크의 가는 실로 외피를 형성하고 있는 세리신을 가공공정을 통해 녹여 제거하고, 그 내부에 존재하는 피브로인이라는 단백질을 얻어 각종 효소 등을 촉매로 하여 가수분해를 통해 얻어지는데, 이때 가수분해방법 및 잔류물을

여과하는 방법에 따라 아미노산의 조성 및 분자량에 차이가 나며 silkpeptide 특유의 생리활성도 달라진다고 보고되어 있다(Kim JH et al 2007).

3) Silkpeptide는 인체 단백질의 구성요소인 다양한 아미노산과 그 아미노산의 결합체가 혼재된 물질로서 높은 생리적 활성을 가지고 있으며, 현재까지 알려진 silkpeptide의 의약적 용도는 혈당치 저하, 혈중 콜레스테롤 저하, 알코올대사 촉진 효과, 항치매, 항산화 작용 등의 의약적 용도로 사용되고 있다. 이처럼 동물성 단백질(닭가슴살) 및 silkpeptide는 활용가치가 높은 건강식품 및 건강보조식품으로 알려져 있음에도 동물성 단백질(닭가슴살)과 silkpeptide를 이용한 건강식품을 쉽게 제조하지 못하는 것은, 동물성단백질을 발효시킨다는 아이디어를 착안하기 어려웠을 뿐만 아니라, 이를 실질적인 재료인 silkpeptide와 같이 식품에 포함시킨다는 것을 착안하기에 어려움이 있었다(김병도 2011; Lee MS · Kim DM 2003). 또한 silkpeptide를 발효하지 않고 그대로 건강보조식품으로 제조할 경우 각 유기물을 구성하는 단백질의 영향으로 쉽게 변질되고 장기간 보관할 수 없기 때문이다(이태영 2011)

4) 이러한 문제는 본 발명에 이르러 동물성 단백질(닭가슴살)과 silkpeptide의 유효성을 동시에 나타내는 건강보조 식품의 제조가 손쉽게 이루어지게 되었다. 특히, 본 발명에서는 동물성 단백질 중에서 닭가슴살을 선택했는데, 닭가슴살은 알려진 동물성 단백질 중 단백질의 함량이 가장 우수하며, 저칼로리이기도 하다. 또한 단백질의 소화흡수에도 도움이 되는 비타민이 풍부하여 불포화지방산의 조성이 우수하며, 당질은 거의 0%에 가까운 것으로 알려져 있다(Ha JS et al 2006).

1) 김병도(2006), 출원번호 10-2009-0023260, 동물성 단백질(닭가슴살, 실크펩타이드) 발효기술을 이용한 효모 복합체의 제조방법 및 효모 복합체; 본발명은 동물성 단백질(닭가슴살) 및 실크펩타이드를 주재로 한 효모 복합체의 제조방법 및 그 효모 복합체에 관한 것으로, 더욱 상세하게는 동물성 단백질(닭가슴살) 및 실크펩타이드에 각각 미생물 배양액을 첨가하여 숙성 발효한 다음 혼합함으로써, 변질을 막아 장기간 보관할 수 있고 인체 소화흡수력을 대폭 촉진시킬 수 있도록 한 동물성 단백질(닭가슴살) 및 실크펩타이드를 주재로 한 효모 복합체의 제조방법 및 그 효모 복합체에 관한 것이다.

5) 본 발명의 효과는 동물성 단백질(닭가슴살) 및 silkpeptide에 각각 미생물 배양액을 첨가하여 숙성 발효한 다음 혼합함으로써, 효모 복합체는 상온에서 장기간 보관할 수 있고, 닭가슴살과 silkpeptide 각각의 영양학적 효과를 동시에 가지고 있으며, 또한 인체에 소화흡수력이 우수한 효과가 있는 조성물을 제공한다.

6) 발효용 미생물 종균 배양 및 동물성 단백질 개발

발명의 실시를 위한 구체적인 내용은 동물성 단백질(닭가슴살) 발효기술을 이용한 효모 복합체의 제조방법을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 혼합균주 : *Bacillus subtilis* 25 중량%, *Saccharomyces cerevisiae* 25 중량%, *Lactobacillus acidophilus* 15 중량%, *Aspergillus oryze* 중량 35%

(2) 제1단계 배양방법 : 위의 혼합균주를 28~35℃에서 24~48시간 배양

(3) 제2단계 : 미생물 배양액을 진공처리 후, 질소가스를 충전한 챔버에 저장하는 미생물 배양액 저장(질소가스를 충전하여 저장)

(4) 제3단계 : 동물성 단백질(닭가슴살)을 동결건조하고 이것을 50~100 μm 크기로 분쇄하여 동물성 단백질(닭가슴살) 제조

(5) 제4단계 : 동물성 단백질(닭가슴살) 50 중량%에 미생물 배양액 50 중량%를 혼합하여 28~35℃에서 7~10일간 발효

(6) 제5단계 : silkpeptide를 동결건조하고 이것을 50~100 μm 크기로 분쇄하여 silkpeptide 분말 제조

(7) 제6단계 : silkpeptide 분말 25중량%에 미생물 배양액 75중량%를 혼합하여 28~35℃에서 30~40일간 발효

(8) 제7단계 : 발효가 완료된 동물성 단백질(닭가슴살) 60중량%과 silkpeptide 40중량%를 혼합하여 생산

2. 동물성 단백질을 이용한 떡볶이용 발효 떡 개발

1) 재료 및 방법

(1) 발효 silkpeptide acid의 제조

발효 silkpeptide acid는 동물성 단백질인 닭가슴살 및 silkpeptide를 99.5 중량%에 미생물 배양액 0.5 중량%를 첨가하여 발효시킨 다음 이 둘을 서로 동량 혼합하여 제조한다. 미생물 배양액은 *Bacillus subtilis* 25 중량%, *Saccharomyces cerevisiae* 25 중량%, *Lactobacillus acidophilus* 15 중량%, *Aspergillus oryze* 35%를 혼합 후 28~35℃에서 24~48시간 발효하여 제조한다. 발효한 미생물 배양액을 진공처리하여 질소가스를 충전한 챔버에 저장한다.

(2) 떡볶이용 발효떡 개발

가. 제 1 단계 : 발효 쌀가루 제조

① 현미, 백미, 보리 등의 곡물 5kg을 세척 후 체에 걸러 물기를 제거한다.

② 발효 silkpeptide acid 25g과 물 3kg을 혼합하여 효소액을 만든다.

③ ①의 곡물과 ②의 효소액을 혼합하여 28℃에서 12시간 발효시킨다.

④ ③의 발효 곡물의 물기를 제거한다.

⑤ ④의 곡물을 분쇄하여 발효 쌀가루로 한다.

나. 제 2 단계 : 발효 정육 및 조갯살 제조

① 닭가슴살, 돼지고기, 조갯살 등을 각각 2kg 씩 세척한 후 물기를 제거한다.

② ①에 발효 silkpeptide acid 10g과 물 25g을 혼합한 효소액을 첨가하고 5℃의 진공텀블러에서 30분간 교반한다.

③ ②를 28℃에서 4시간 발효시킨 후 냉장고에서 72시간 숙성시킨다.

④ 숙성 후 플레이트에 펼쳐 담고 스모크하우스에서 80℃로 30분간 익힌다.

⑤ 스모크하우스 내의 온도를 60℃로 낮추어 10분간 건조시킨다.

⑥ 건조 중 생성되는 육즙을 제거한 후 분쇄기

로 분쇄하여 발효정육을 제조한다.

발효시킨다.

다. 제 3 단계 : 발효 야채 제조

① 당근, 양파, 시금치, 대파, 셀러리 등을 1.5kg 씩 준비한다.

② ①의 야채를 세척 후 물기를 제거하고 세절한다.

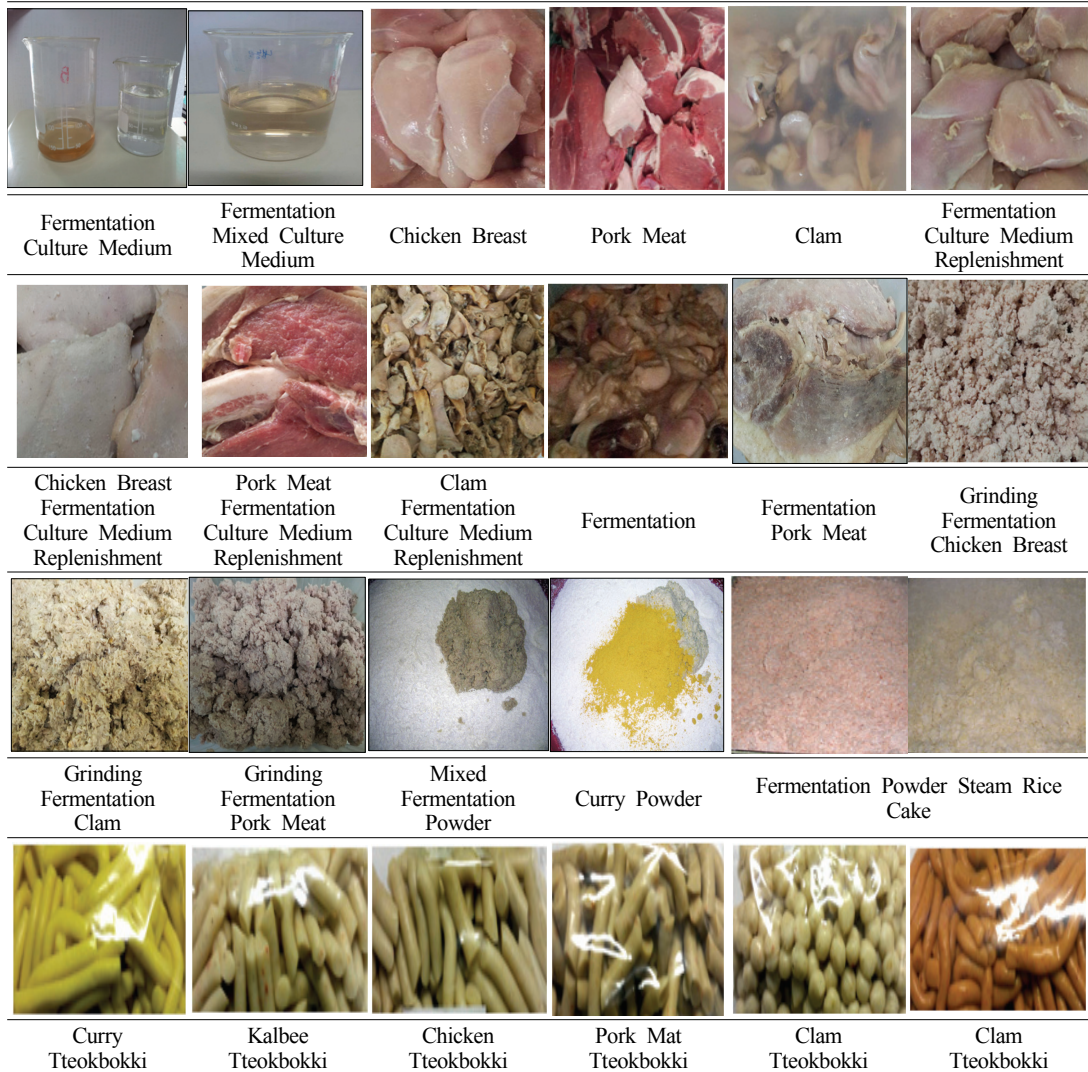
③ 세절한 야채에 발효 silkpeptide acid 10g과 물 25g을 혼합한 효소액을 넣고 28℃에서 10시간

라. 제 4 단계 : 발효떡볶이 제조

① 위의 ‘가, 나, 다’에서 제조한 발효 쌀가루 70%에 발효 정육(조갯살) 27%, 야채 3% 등을 혼합한다(이하 ‘발효떡가루’라 한다).

② 발효떡가루를 김이 오른 시루에 얹어 10분간 쪄 익힌다.

③ 익힌 발효 떡을 성형기에 넣고 원하는 모양



<Fig. 1> Fermentation tteokbokki a process of production

대로 만든다.

④ ③의 발효떡볶이를 찬물에 냉각시켜 제품을 완성한다.

III. 조사 설계

1. 조사 설계

본 연구의 조사 설계는 문헌과 식품회사의 자료를 참고(Brody AL · Load JB 2000; Margaret M 2005; Ulrich KT · Eppinger SD 2003; Stone H · Sidle JL 2005; Kim D · Pack H 2001; 이승민 2005; 고재갑, 차우진, 반현 2006)하여 떡볶이의 계획단계, 개발단계, 실행 단계로 나누어 실시한다. 먼저 떡볶이의 계획단계에서 떡볶이의 컨셉을 “해외 현지화 떡볶이”로 설정하고 떡볶이의 개발 목표를 “해외현지에서 떡볶이 프랜차이즈를 전개할 수 있도록 간편하게 먹기를 원하는 고객 대상으로 건강 지향적 이면서도 식사대용으로 제공할 수 있는 떡볶이 개발”로 설정하였다.

시장에 나와 있는 기존 떡볶이(빌라드 스파이시, 조폭떡볶이, 떡볶이 뷔페 등)에 대한 조사, 인터넷, 요리책 등을 통해 떡볶이의 표준 레시피를 조사한 후 주재료와 부재료의 비율을 달리하여 실험조리와 관능평가를 반복하면서 레시피를 조정하였고, 관능특성과 가격면에서 현실성이 있는 표준 레시피를 확립하였다. 다음 단계로 제조 공장(대대푸드원)에서 대량 조리를 실시하였다. 이때 대량 조리에서 재료 배합비를 재확인하고 맛을 재평가한 후에 시작품을 생산하였다. 대량 생산된 떡볶이는 냉동 보관상태로 실험실로 바로 옮겨져 -18℃ 냉동실에 보관하였다. 시작품을 대상으로 국내 거주 중국인을 대상으로 예비조사 조사를 실시하여 소비자의 반응을 파악하고 맛의 변화를 조사하는 관능평가를 실시하였다.

1) 시장 조사

본 조사는 2012년 7월 16일부터 8월 20일까지 중국 북경, 일본 동경, 싱가포르 등 현지인을 대상으

로 실시되었다. 설문조사 방법은 중국 북경시 조양구 신원리 13호 백년외식 프랜차이즈 소래포구 식당, 동경 마을회관, 싱가포르 대대푸드 가맹점 등에서 떡볶이를 제조하고 소비자를 초청하여 떡볶이 및 한식에 관한 기호도를 직접 기입하도록 하였다.

떡볶이를 시식하게 하기 전에 떡볶이 소개를 한 후 외국인의 일반사항과 떡볶이의 시식 전에 떡볶이의 예상 맛과 구매 의향, 적정가격, 구매결정 인자에 대하여 평가하도록 하였다.

그 후에 떡볶이를 시식하게 하고 그 결과를 설문지에 응답하도록 하였다. 떡볶이의 맛, 구매 의향, 호감도는 5점 척도로 평가하였고, 1점은 ‘훨씬 더 나쁘다’, ‘확실히 구매하지 않을 것이다’, ‘전혀 그렇지 않다’, 5점은 ‘훨씬 더 좋다’, ‘확실히 구매할 것이다’, ‘매우 그렇다’로 각각 응답하게 하였다. 적정가격은 1점은 6000원/800 g, 2점은 8000원/800 g, 3점 10,000원/800 g, 4점 12,000원/800 g로 제시하여 응답자가 선택하게 하였다. 총 180부가 배부되었고, 이들 중 응답이 부실하거나 상당수의 질문 문항에 응답을 하지 않은 질문지와 부적격 응답자 설문지 7부를 제외한 총 173부를 분석 자료로 이용하였다.

2) 조사내용

설문지의 구성은 문헌(Brody AL · Load JB 2000; Margaret M 2005; Ulrich KT · Eppinger SD 2003; Stone H · Sidle JL 2005; Kim D · Pack H 2001; Zhang XM · Park SI 2009; Chang HJ · Hwang YK 2006; 이승민 2005; 고재갑 · 차우진 · 반현 2006)을 참조하여 외국인의 인구통계학적 변수를 묻는 일반 사항과 떡볶이의 시식 전 한식 기호도 조사 및 떡볶이 시식 후 평가의 세 영역으로 설계되었다. 일반사항은 소비자의 성별, 연령, 직업, 학력, 개인의 월수입, 한국방문여부 항목으로 구성되었다. 떡볶이의 섭취경험 조사 영역에서는 떡볶이의 구입요소, 섭취빈도, 향, 맛, 소스의 색깔, 조직감, 매운맛의 정도 그리고 한식기호

도에서는 밥류, 국, 탕, 볶음, 조림, 장류, 김치류, 떡류, 한과류 등에 대하여 묻는 항목으로 구성되었다.

3. 자료 분석

수집된 자료는 SPSS for Windows Version 18.0을 이용하여 소비자의 일반사항과 섭취경험, 선호도 등 빈도분석 실시하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 일반적 특성

본 연구를 위해 추출된 표본이 모집단인 북경, 동경, 싱가포르 현지인들의 대표성을 추정할 수 있도록 인구통계적 특성을 파악하는 빈도분석을 시행하였으며, 그 결과는 <Table 1>과 같다.

첫째, 성별분포는 남성이 79명(45.7%), 여성이 89명(51.4%)으로 나타났다. 둘째, 한국방문여부는 있다 50명(28.9%), 없다 67명(38.7%)으로 나타났다. 셋째, 연령의 분포에 있어서는 20대가 78명(45.1%), 30대가 36명(20.8%), 40대가 24명(13.9%), 50대가 28명(15.0%)으로 나타났다. 넷째, 결혼유무는 미혼이 93명(53.8%), 기혼이 73명

(42.2%)등의 비율을 보이는 것으로 나타났다. 다섯째, 학력은 중졸이 48명(27.7%), 고졸 36명(20.8%), 대졸이 68명(39.3%), 대학원 이상이 12명(6.9%)으로 나타났다. 여섯째, 직업은 사무직 29명(16.8%), 서비스직 33명(19.1%), 전문직이 37명(21.4%), 학생 24명(13.9%)으로 나타났다. 일곱째, 가계의 월소득에서는 100만원 미만 33명(19.1%), 100만원-200만원 미만이 19명(11.0%), 200만원-300만원 미만이 16명(9.2%), 300만원-400만원 미만이 14명(8.1%), 400만원-500만원 미만이 20명(11.6%)으로 나타났다.

2. 떡볶이 제품에 대한 섭취경험

떡볶이 요리에 경험에 대한 결과는 다음<Table 2>와 같다. 가장 높은 점수를 받은 항목은 떡볶이 요리를 먹어보니 맛은 어떠한가에 대한 평균값은 3.92로 나타났으며, 매우 나쁘다 2명(1.2%), 나쁘다 2명(1.2%), 보통이다 43명(24.9%), 좋다 79명(45.7%), 매우 좋다 40명(23.1%)로 나타났다. 떡볶이 요리를 먹어보니 느낌에 대한 평균값은 3.88로 나타났으며, 싫다 2명(1.2%), 보통이다 45명(26.0%), 좋다 90명(52.0%), 매우 좋다 2916.8명(16.8%)로 나타났다. 떡볶이 요리를 먹어보니 소

<Table 1> Demographic analysis

Contents		Frequency(%)	Contents		Frequency(%)
Sex	Male	79(45.7)	Marital status	Single	93(53.8)
	Female	89(51.4)		Married	73(42.2)
	Missing value	5(2.9)		Missing value	7(4.1)
Age	20s	78(45.1)	Education	Middle school graduate	48(27.1)
	30s	36(20.8)		High school graduate	36(20.8)
	40s	24(13.9)		University graduate	68(39.3)
	50s	28(15.0)		Graduate school graduate	12(6.9)
	Missing value	9(5.2)		Missing value	9(5.2)
Occupation	Office job	29(16.8)	Monthly income	Less than one million won	
	Service job	33(19.1)		More than ten million won-less than two million won	33(19.1)
	Professional	37(21.4)		More than two million won-less than three million won	16(9.2)
	Housewife	5(2.9)		More than three million won-less than four million won	14(8.1)
	Student	24(13.9)		More than three million won-less than four million won	20(11.6)
	Others	37(21.4)		More than three million won-less than four million won	71(41.0)
	Missing value	8(4.6)		Missing value	

〈Table 2〉 The consumption experience of *tteokbokki*

Contents		Frequency (n=173)	Percentage (%=100)	Mean
1. What is the most influential factor when you buy new food?	Taste	64	37.0	1.95
	Curiosity	58	33.5	
	Recommendation	33	19.1	
	Advertisement	11	6.4	
	Missing value	7	4.0	
2. Have you ever had <i>tteokbokki</i> ?	Yes	118	68.2	1.32
	No	48	27.7	
	Missing value	7	4.1	
3. How often do you have <i>tteokbokki</i> ?	Almost never	109	63.0	1.67
	Once a week	10	5.8	
	Once a month	28	16.2	
	Twice a month	7	4.0	
	More than three times a month	5	2.9	
	Missing value	7	8.1	
4. How do you feel when eating <i>tteokbokki</i> ?	Very bad	5	2.9	3.82
	Bad	0	0.0	
	So-so	55	31.8	
	Good	69	39.8	
	Very good	40	23.1	
	Missing value	2.3	2.3	
5. Do you like <i>tteokbokki</i> ? If so, why?	It's nutritious.	13	7.5	2.97
	It has good colors.	16	9.2	
	It's tasty.	90	52.0	
	It's easy to eat.	38	22.0	
	Missing value	16	9.2	
		16	9.2	
6. If you don't like <i>tteokbokki</i> , why?	It isn't nutritious.	13	7.5	2.67
	It doesn't have good colors.	19	11.0	
	It isn't tasty.	20	11.6	
	It's spicy.	1	6	
		104	60.1	
7. The followings are sauces used to make <i>tteokbokki</i> . Check all the sauces you have tried.	Gochujang sauce	104	60.1	2.07
	Soy sauce	11	6.4	
	Doenjang sauce	4	2.3	
	Cream sauce	15	8.7	
	Tomato sauce	8	4.6	
	Curry sauce	1	0.6	
	Bulgogi sauce	8	4.6	
	Jajang sauce	2	1.0	
	Missing value	20	11.6	
		74	42.8	
8. Which <i>tteokbokki</i> sauce do you prefer? (You can choose more than one answer.)	Gochujang sauce	74	42.8	2.89
	Soy sauce	6	3.5	
	Doenjang sauce	9	5.2	
	Cream sauce	27	15.6	
	Tomato sauce	14	8.1	
	Curry sauce	18	10.4	
	Bulgogi sauce	7	4.0	
	Jajang sauce	0	0.0	
Missing value	18	10.4		

Contents		Frequency (n=173)	Percentage (%=100)	Mean
9. How do you like <i>tteokbokki</i> ?	Very bad	2	1.2	3.92
	Bad	2	1.2	
	So-so	43	24.9	
	Good	79	45.7	
	Very good	40	23.1	
	Missing value	7	4.0	
10. What texture (mouthfeel) does <i>tteokbokki</i> have?	Very bad	1	0.6	3.80
	Bad	7	4.0	
	So-so	43	24.9	
	Good	87	50.3	
	Very good	27	15.6	
	Missing value	8	4.6	
11. How do you feel about the hot taste of <i>tteokbokki</i> ?	Not hot at all	6	3.5	3.38
	Not hot	25	14.5	
	So-so	47	27.2	
	Hot	80	46.2	
	Very hot	10	5.8	
	Missing value	5	2.9	
12. How do you feel about the color of <i>tteokbokki</i> sauce?	Very bad	0	0.0	3.86
	Bad	2	1.2	
	So-so	48	27.7	
	Good	91	52.6	
	Very good	28	16.2	
	Missing value	4	2.3	
13. How do you feel about <i>tteokbokki</i> ?	Very bad	0	0.0	3.88
	Bad	2	1.2	
	So-so	45	26.0	
	Good	90	52.0	
	Very good	29	16.8	
	Missing value	7	4.0	
14. Do you want to buy <i>tteokbokki</i> ?	Very negative	2	1.2	3.57
	Somewhat negative	14	8.1	
	Neutral	58	33.5	
	Somewhat positive	73	42.2	
	Very positive	20	11.6	
	Missing value	6	3.5	
15. If you buy <i>tteokbokki</i> , what's the purpose?	For breakfast	8	4.6	3.04
	For lunch	20	11.6	
	For dinner	105	60.7	
	For a snack	14	8.1	
	For entertaining guests	14	8.1	
	For family dinner	12	6.9	
	Missing value	12	6.9	
	Missing value	12	6.9	
16. What do you think is the reasonable price of <i>tteokbokki</i> ?	6000 won/800g	41	23.7	1.93
	8000 won/800g	74	42.8	
	10,000 won/800g	0	16.2	
	12,000 won/800g	28	6	
	Missing value	29	16.8	

Contents		Frequency (n=173)	Percentage (%=100)	Mean
17. What do you think about Korean food compared with food in your country in quality and hygiene?	Rather better	31	17.9	2.24
	Almost the same	100	57.8	
	Worse yet	8	4.6	
	Have no idea	29	16.8	
	Missing value	2	1.2	
		3	1.7	

스의 색은 어떠한가에 대한 평균값은 3.86로 나타났다. 나쁘다 2명(1.2%), 보통이다 48명(27.7%), 좋다 91명(52.6%), 매우 좋다 28명(16.2%)로 나타났다.

떡볶이 요리를 먹어보니 향은 어떠한가에 대한 평균값은 3.82로 나타났으며, 매우 나쁘다 5명(2.9%), 보통이다 55명(31.8%), 좋다 69명(39.8%), 매우 좋다 40명(23.1%)로 나타났다. 떡볶이 요리를 먹어보니 조직감은 어떠한가에 대한 평균값은 3.80로 나타났으며, 매우 나쁘다 1명(0.6%), 나쁘다 7명(4.0%), 보통이다 43명(24.9%), 좋다 87명(50.3%), 매우 좋다 27명(15.6%)로 나타났다. 한국음식 떡볶이 요리를 구매할 의사는 어떠한가에 대한 평균값은 3.57로 나타났으며, 매우 아니다 2명(1.2%), 아니다 14명(4.0%), 보통이다 58명(33.5%), 그렇다 73명(42.2%), 매우 그렇다 20명(11.6%)로 나타났다. 떡볶이 요리를 먹어보니 매운맛은 어떠한가에 대한 평균값은 3.38로 나타났으며, 전혀 맵지 않다 6명(3.5%), 맵지 않다 25명(14.5%), 보통이다 47명(27.2%), 맵다 80명(46.2%), 매우 맵다 10명(5.8%)로 나타났다. 떡볶이를 구매한다면 그 목적은 어떠한가에 대한 평균값은 3.04로 나타났으며, 조식 8명(4.6%), 중식 20명(11.6%), 석식 105명(60.7%), 간식 14명(8.1%), 손님접대 5명(8.1%)으로 나타났다. 귀하께서는 한국음식 떡볶이를 좋아하십니까 좋아하신다면 그 이유는 무엇입니까에 대한 평균값은 2.97로 나타났으며, 영양가가 풍부해서 13명(7.5%), 색깔이 좋아서 16명(9.2%), 맛이 좋아서 90명(52.0%), 간편하게 먹기 위해서 38명(22.0%)

으로 나타났다. 귀하께서는 한국음식 떡볶이 요리에 사용된 어떤 소스를 선호하십니까에 대한 평균 2.89로 나타났으며, 고추장소스 74명(42.8%), 간장소스 6명(3.5%), 된장소스 9명(5.2%), 크림소스 27명(15.6%), 토마토 소스 14명(8.1%), 카레소스 18명(10.4%), 불고기소스 7명(4.0%)으로 나타났다. 귀하께서는 한국음식 떡볶이를 싫어한다면 그 이유는 무엇입니까에 대한 평균값은 2.67로 나타났으며, 영양가가 부족해서 16명(9.2%), 색깔이 싫어서 13명(7.5%), 맛이 없어서 19명(11.0%), 매워서 20명(11.0%)으로 나타났다.

3. 한국음식의 선호도

한국음식의 선호도에 경험에 대한 결과는 다음 <Table 3>과 같다. 가장 높은 점수를 받은 항목 국, 탕, 찌개류(된장국, 갈비탕, 설렁탕, 김치찌개, 육개장)의 평균값은 4.24을 나타내었고, 보통이다 18명(10.4%), 좋아한다 91명(52.6%), 매우 좋아한다 58명(33.5%)으로 나타났다. 구이류(너비아니, 생선구이)의 평균값은 4.21을 나타내었고, 전혀 좋아하지 않는다 1명(0.6%), 좋아하지 않는다 4명(2.3%), 보통이다 28명(16.2%), 좋아한다 60명(34.7%), 매우 좋아한다 74명(42.8%)으로 나타났다. 볶음, 조림류(불고기, 닭조림)의 평균값은 4.15을 나타내었고, 전혀 좋아하지 않는다 1명(0.6%), 보통이다 24명(13.9%), 좋아한다 91명(52.6%), 매우 좋아한다 52명(30.1%)으로 나타났다. 김치류(배추김치, 열무김치, 동치미, 소박이, 겉절이)의 평균값은 4.14을 나타내었고, 전혀 좋아하지 않는다 3명(1.7%), 좋아하지 않는다 6명(3.5%), 보통이다

<Table 3> Preferences for Korea food

Item		Frequency (n=173)	Percentage (%=100)	Mean
Rice (multigrain rice, rice with beans, nutritious rice, rice with red beans, barley, five-grain rice)	Don't like at all	0	0.0	3.78
	Don't like	4	2.3	
	So-so	57	32.9	
	Like	78	45.2	
	Like very much	28	16.3	
	Missing value	6	3.5	
Soup and stew (doenjangguk, galbitang, seolleongtang, gimchijjigae, yukgaejang)	Don't like at all	0	0.0	4.24
	Don't like	0	0.0	
	So-so	18	10.4	
	Like	91	52.6	
	Like very much	58	33.5	
	Missing value	6	3.5	
Stir-fry, boiled food in sauce(bulgogi, boiled chicken)	Don't like at all	1	0.6	4.15
	Don't like	0	0.0	
	So-so	24	13.9	
	Like	91	52.6	
	Like very much	52	30.1	
	Missing value	5	2.9	
Boiled vegetables, raw vegetables (cucumbers seasoned with condiments, shredded daikon, cooked spinach, three-color vegetables)	Don't like at all	3	1.7	3.86
	Don't like	11	6.4	
	So-so	35	20.2	
	Like	75	43.4	
	Like very much	42	24.3	
	Missing value	7	4.0	
Roast (slices of roast, roast fish)	Don't like at all	1	0.6	4.21
	Don't like	4	2.3	
	So-so	28	16.2	
	Like	60	34.7	
	Like very much	74	42.8	
	Missing value	6	3.5	
Panfried food (hobakjeon, dongtaepojeon, wanjajeon, nokdujeon)	Don't like at all	4	2.3	3.96
	Don't like	4	2.3	
	So-so	40	23.1	
	Like	66	38.2	
	Like very much	54	31.2	
	Missing value	5	2.9	
Kimchi (baechukimchi, yeolmu kimchi, dongchimi, sobagi, goetjeori)	Don't like at all	3	1.7	4.14
	Don't like	6	3.5	
	So-so	21	12.1	
	Like	73	42.2	
	Like very much	65	37.6	
	Missing value	5	2.9	
One-bowl dish (bibimbap, janchiguksu, tteokguk, naengmyeon)	Don't like at all	1	0.6	3.93
	Don't like	5	2.9	
	So-so	47	27.2	
	Like	67	38.7	
	Like very much	48	29.1	
	Missing value	5	2.9	

Item		Frequency (n=173)	Percentage (%=100)	Mean
Sauce and paste (ssamjang, gochujang, doenjang)	Don't like at all	3	1.7	3.83
	Don't like	3	1.7	
	So-so	47	27.2	
	Like	81	46.8	
	Like very much	34	19.7	
	Missing value	5	2.9	
Salted and fermented seafood (salted and fermented squid, pollack roe)	Don't like at all	13	7.5	3.39
	Don't like	17	9.8	
	So-so	57	32.9	
	Like	51	29.5	
	Like very much	28	16.2	
	Missing value	7	4.0	
Rice cake (songpyeon, injeolmi, baekseolgi, yakbap, gaepitteok, jeungpyeon)	Don't like at all	2	1.2	3.52
	Don't like	13	7.5	
	So-so	76	43.9	
	Like	50	28.9	
	Like very much	27	15.6	
	Missing value	5	2.9	
Korean traditional cookies (maejakgwa, yakgwa, gangjeongdashil)	Don't like at all	5	2.9	3.35
	Don't like	15	8.7	
	So-so	78	45.1	
	Like	55	31.8	
	Like very much	14	8.1	
	Missing value	6	3.5	
Dessert and beverages (sujeonggwa, shikhye, omija)	Don't like at all	6	3.5	3.49
	Don't like	14	8.1	
	So-so	62	35.8	
	Like	59	34.1	
	Like very much	24	13.9	
	Missing value	8	4.6	

21명(12.1%), 좋아한다 73명(42.2%), 매우 좋아한다 65명(37.6%)으로 나타났다. 전류(호박전, 동태포전, 완자전, 녹두전)의 평균값은 3.96을 나타내었고, 전혀 좋아하지 않는다 4명(2.3%), 좋아하지 않는다 4명(2.3%), 보통이다 40명(23.1%), 좋아한다 66명(38.2%), 매우 좋아한다 54명(31.2%)으로 나타났다. 한그릇음식(비빔밥, 잔치국수, 떡국, 냉면)의 평균값은 3.93을 나타내었고, 전혀 좋아하지 않는다 1명(0.6%), 좋아하지 않는다 5명(2.9%), 보통이다 47명(27.2%), 좋아한다 67명(38.7%), 매우 좋아한다 48명(29.1%)으로 나타났다. 나물, 생채류(오이무침, 무생채, 시금치나물, 삼색나물)의 평균값은 3.86을 나타내었고, 전혀

좋아하지 않는다 3명(1.7%), 좋아하지 않는다 11명(6.4%), 보통이다 35명(20.2%), 좋아한다 75명(43.4%), 매우 좋아한다 42명(24.3%)으로 나타났다. 장류(짜장, 고추장, 된장)의 평균값은 3.83을 나타내었고, 전혀 좋아하지 않는다 3명(1.7%), 좋아하지 않는다 3명(1.7%), 보통이다 47명(27.2%), 좋아한다 81명(46.8%), 매우 좋아한다 34명(19.7%)으로 나타났다. 밥류(잡곡, 콩밥, 영양밥, 팔밥보리밥, 오곡밥)의 평균값은 3.78을 나타내었고, 좋아하지 않는다 4명(2.3%), 보통이다 57명(32.9%), 좋아한다 78명(45.2%), 매우 좋아한다 28명(16.3%)으로 나타났다. 떡류(송편, 인절미, 백설기, 약밥, 개피떡, 증편, 송편)의 평균값은

3.52을 나타내었고, 전혀 좋아하지 않는다 2명(1.2%), 좋아하지 않는다 13명(7.5%), 보통이다 76명(43.9%), 좋아한다 50명(28.9%), 매우 좋아한다 27명(15.6%)으로 나타났다. 떡류(송편, 인절미, 백설기, 약밥, 개피떡, 증편, 송편)의 평균값은 3.49을 나타내었고, 전혀 좋아하지 않는다 6명(3.5%), 좋아하지 않는다 14명(8.1%), 보통이다 62명(35.8%), 좋아한다 59명(34.1%), 매우 좋아한다 24명(13.9%)으로 나타났다.

4. 떡볶이에 대한 전반적인 순위

떡볶이에 대한 전반적인 순위를 파악하기 위하여 순위분석을 실시하였으며, 맛에 대한 순위분석 결과는 다음<Table 4>와 같다. 가장 높은 점수를 받은 양념치킨떡볶이의 평균값은 4.02로 나타났으며, 그 뒤를 이어서 궁중떡볶이 3.92, 불고기 떡볶이 3.83, 유크림떡볶이 3.80, 떡냉채 3.79, 카레떡볶이 3.78, 된장크림소스떡볶이 3.76, 치즈오븐구이떡볶이 3.69, 토마토소스떡볶이 3.65, 닭갈비떡볶이 3.61, 단호박크림소스떡볶이 3.59, 고추장떡볶이 3.57로 나타났다.

V. 결 론

정부는 농업과 식품 및 외식산업의 신 성장동

력으로 수출 드라이브 정책을 시행하기 위하여 2012년에는 100억 달러 2017년에는 200억 달러 수출목표를 설정하고 있다.

농식품 수출은 농업의 경쟁력 강화를 위한 전략적인 사업으로 1차 신선농산물을 비롯해 부가가치를 높은 가공식품과 외식분야의 수출에 주력하고 있다. 이와 같은 맥락에서 우리 농식품의 세계시장 진출 확대 및 세계화를 위한 해외시장 정보 분석과 해외시장 농식품 유통업체의 거래형태 및 현지 선호도 등의 분석이 필요한 시점이다.

따라서 본 연구는 식생활의 서구화로 주식이었던 쌀 소비가 저하되고 있어 쌀의 소비를 촉진하고 동시에 한식의 세계화에 기여하고자 하였다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 선행 연구에 대한 이론적 고찰과 문헌 고찰을 수행하여 연구 모형과 연구 설계, 떡볶이 제조, 실증분석을 위해 중국 북경의 소비자를 대상으로 설문지법을 사용하였다.

분석결과를 요약하면 떡볶이 제품에 대한 섭취 경험에서 가장 높은 점수를 받은 항목은 첫째, 떡볶이 제품의 섭취시 느낌에 대한 평균값은 3.92로 나타났으며, 보통이다 12명(22.6%), 좋다 30명(56.6%), 매우 좋다 8명(15.1%)로 나타났다. 둘째, 떡볶이 제품의 섭취시 향에 대한 평균값은 3.86로 나타났으며, 매우 나쁘다 4명(7.5%), 보통이다 8

<Table 4> Priority analysis

Item	N	Minimum Value	Maximum Value	Mean	Standard Deviation
Tteokbokki with seasoned spicy chicken	169	1	5	4.02	1.026
Curry tteokbokki	173	2	5	3.92	.886
Tteoknaengchae	173	2	5	3.83	.750
Bulgogi tteokbokki	173	1	5	3.80	.894
Tteokbokki carbonara	174	2	5	3.79	.916
Tteokbokki with tomato sauce	174	1	5	3.78	.990
Gungjung tteokbokki	172	1	5	3.76	.936
Dakgalbi tteokbokki	173	2	5	3.69	.880
Oven-baked cheese tteokbokki	172	1	5	3.65	.977
Tteokbokki with doenjang cream sauce	171	2	5	3.61	.799
Tteokbokki with sweet pumpkin cream sauce	173	1	5	3.59	.915
Gochujang tteokbokki	174	2	5	3.57	.869
Carry end around	162				

명(15.1%), 좋다 26명(49.1%), 매우 좋다 13명(24.5%)로 나타났다.

셋째, 떡볶이 제품의 맛에 대한 평균값은 3.78로 나타났으며, 매우 나쁘다 1명(1.9%), 나쁘다 2명(3.8%), 보통이다 12명(22.6%), 좋다 22명(41.5%), 매우 좋다 11명(20.8%)로 나타났다.

넷째, 떡볶이 제품의 섭취시 소스의 색에 대한 평균값은 3.78로 나타났으며, 나쁘다 1명(1.9%), 보통이다 17명(32.1%), 좋다 25명(47.2%), 매우 좋다 8명(15.1%)로 나타났다. 다섯째, 떡볶이 제품의 섭취시 조직감에 대한 평균값은 3.72로 나타났으며, 매우 나쁘다 1명(1.9%), 나쁘다 3명(5.7%), 보통이다 10명(18.9%), 좋다 27명(50.9%), 매우 좋다 6명(11.3%)로 나타났다. 여섯째, 떡볶이 제품의 구매할 의사에 대한 평균값은 3.41로 나타났으며, 매우 아니다 2명(3.8%), 아니다 7명(13.2%), 보통이다 13명(24.5%), 그렇다 26명(49.10%), 매우 좋다 3명(5.7%)로 나타났다.

떡볶이에 대한 전반적인 순위결과는 가장 높은 점수를 받은 양념 치킨 떡볶이의 평균값은 4.18로 나타났으며, 그 뒤를 이어서 카레 떡볶이 3.93, 떡냉채 3.93, 불고기 떡볶이 3.81, 까르보나라 떡볶이 3.68, 토마토 소스 떡볶이 3.63, 궁중 떡볶이 3.62, 닭갈비떡볶이 3.59, 치즈 오븐구이 떡볶이 3.57, 된장크림 소스 떡볶이 3.50, 단호박 크림 소스 떡볶이 3.49, 고추장 떡볶이 3.30으로 나타났다.

연구 분석결과 측면에서 살펴보면, 최종적으로 중국시장 진출에 적합한 6가지 발효떡볶이 메뉴 개발하였다. 즉, 떡냉채, 양념치킨떡볶이, 된장크림소스떡볶이, 카레떡볶이, 불고기떡볶이, 치즈오븐구이떡볶이 그리고 중국 현지인이 선호하는 떡볶이소스 개발을 개발하였다.

국가적 측면에서 보면 국내산 식재료의 해외 수출 가능성 확대, 떡볶이메뉴를 활용하여 프랜차이즈 외식기업의 해외진출 가능성 확대, 한식 전문가의 해외취업 가능성 증대, 우리 쌀 소비증대로 농촌경제 활성화에 기여, 국가 이미지 제고 및 농축수산물 수출 파급효과, 한식의 해외 보급

으로 문화컨텐츠를 수출하고 국내인력의 해외 보급 증대, 인프라 구축 및 한식세계화를 위한 정부의 강력한 의지에 동참 등을 들 수 있다.

산업적 측면을 보면, 간식개념의 떡볶이에서 영양이 보강된 주식개념의 메뉴로 전환, 외식프랜차이즈 육성 및 고용창출, 농촌경제의 소득증대에 기여, 떡볶이 메뉴개발로 한식세계화를 위한 역량 강화, 한식전략산업과 브랜드개발, 국내 및 외국소비자의 수요 증가에 따른 전통음식조리 전문인력 양성으로 일자리 창출에 기여하였다는 점이다. 기업적 측면을 보면 기존에 쌀로만 만든 떡볶이 보다 품질향상으로 기업의 매출 증대 및 고용안정에 기여, 발효떡볶이의 프랜차이즈 사업을 통한 새로운 부가가치 창출, 발효떡볶이 개발을 통한 새로운 소비문화의 구축 및 소비촉진 확대, 산학연을 유기적으로 연결하는 네트워크 구축, 협력적 지역협의체 거점 구축, 산학 공동 기술 개발 활성화 및 취업 연계, 산학협력을 통해 공동으로 식문화 발전에 동참 및 활용을 들 수 있다.

이와 같은 연구성과를 바탕으로 향후 활용계획은 발효떡볶이의 프랜차이즈 사업을 통한 새로운 부가가치 창출, 새로운 메뉴의 프랜차이즈 사업으로 기업 이익 창출, 쌀, 닭고기, 돼지고기, 조갯살 등의 안정적 소비 증가, 외식기업의 해외진출에 한식전략품목으로 활용, 단백질이 보강된 영양강화 식품으로 단체급식에 보급, 신규사업의 기업활성화로 고용 창출 도모, 식자재의 해외수출 증대로 글로벌 경쟁력 강화에 활용될 수 있을 것으로 사료된다.

본 연구에서 확립한 떡볶이 제품의 개발과정과 현지의 마켓테스트 그리고 한식에 대한 기호도를 토대로 떡볶이의 제품개발을 시행하였고 그 과정에 마켓 테스트와 전문 관능 패널에 의한 관능검사를 통해 전반적인 변화를 살펴봄으로써 떡볶이 제품의 중국 소비자 반응과 문제점 등 일련의 연구 방법론은 해외 진출을 위한 신제품 개발시 유용한 자료가 될 것으로 기대된다.

한글 초록

본 연구는 중국 현지화를 위해 다양한 떡볶이를 개발하여 해외 현지인들을 대상으로 마켓테스트 및 한식 소비자 기호도 조사를 함으로써 추후 떡볶이 프랜차이즈기업이 해외에 진출할 수 있는 유용한 정보를 제시하고자 하였다. 본 연구의 목적을 달성하기 위해 2012년 7월 16일부터 8월 20일까지 중국 북경, 일본 동경, 싱가포르 등 현지인을 대상으로 실시되었다. 수집된 자료는 SPSS for Windows Version 18.0을 이용하여 분석하였다. 연구성과 및 활용계획은 국가 이미지 제고 및 농축수산물 수출 파급효과, 한식의 해외 보급으로 문화컨텐츠를 수출하고 국내인력의 해외 보급 증대, 외식프랜차이즈 육성 및 고용창출, 농촌경제의 소득증대에 기여, 발효떡볶이의 프랜차이즈 사업을 통한 새로운 부가가치 창출, 발효떡볶이 개발을 통한 새로운 소비문화의 구축 및 소비촉진 확대, 산학 공동 기술개발 활성화 및 취업 연계이다. 따라서 특정한 한식을 세계화 하기 위해서는 제품에 대한 조직감, 맛, 구매의도 그리고 소스의 색 등 다양한 관점에서 현지 소비자들의 식생활을 파악하여 추진해야 할 것으로 판단된다.

참고문헌

- 고재갑·차우진·반현 (2006). 밤 가공품 마켓테스트. *한국농림식품수출입조합*, 44.
- 김병도(2011) 동물성 단백질(닭가슴살, 실크랩타이드) 발효기술을 이용한효모 복합체의 제조 방법 및 효모 복합체. 등록특허 10-1022174.
- 이상효(2010). 한국전통 떡볶이의 세계화 전략. 서울국제식품산업대전 산업 심포지움, *한국식품영양학회*, 1-54.
- 이태영(2011). 발효기술을 이용한 발효 식품(떡, 곡류) 제조방법. 대대푸드원, 출원번호 : 10-2011-0023507.
- Brody AL·Lord JB (2000): Developing New Food Products for a Changing Marketplace. CRC Press, New York.
- Chang HJ·Choi BR·Yi NY·Park BS·Kim HS (2010). Preferences and Product Development Opinions of Koreans and Non-Koreans Regarding Commercialization of Korean Foods. *THE KOREAN J. FOOD COOKERY SCI*, 26(4): 458-468.
- Chang HJ·Hwang YK (2006). Product Development and Market Testing of Ready-to-Eat Mandu with Pond-Snail as a Health Food. *Korean J Community Nutrition*, 11(5) : 650 ~ 660.
- Cho YS·Won CS(2007). Plan to introduce Korean food culture as a tourism product. *Korean Journal of Hotel & Resort Association*, 6(1): 157-166.
- Ha JS·Song JJ·Cho HK·Lee SG (2006). Preparation of Soluble Silk Peptides by Food-grade Proteinases. *Journal of Microbiology and Biotechnology*, 34(2): 115-120.
- Jang JH (2009). Influence of acculturation and uncertainly avoidance on the dinning out behavior of foreigners living in Korea. MS Thesis. Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Jang JJ·Jeong HS (2011). A Survey on the Knowledge and Preferences for Korean Food Targeting Germans Residing in Korea. *The Korean Journal of Culinary Research*, 17(5): 1-14.
- Kim D·Park H (2001). New product strategy as a response to changing customer lifestyle: the case of CJ Haeban. *Koean Soc Consumer Studies*. 12(3): 191-208.
- Kim JH·Park JG·Song BS·Lee JW·Kim WG·Hwang YJ·Byun MW (2007). Combined Effect of Gamma Irradiation and Silk Peptide on the Radio-sensitivity of Bacteria and Storage Stability of Ready-to-eat Hamburger Patty. *Food Preservation and Processing*

- Industry*, 14(5): 481-486.
- Kim KB · Kim HA · Choi SK (2011). Sensory Characteristics of Soybean Paste(Doenjang) Tteokbkkki Sauce with Chines Sauce. *Korean Journal of Foodservice Asso*, 7(1): 43-61.
- Kim KH · Kim KM(2010). A Study on Chinese Consumers Food Consumption Behavir Based on Food related Lifestyle. *Journal of Korean Food Marketing Association*, 27(1): 41-62.
- Kim MY · Jong Mi Kim JM · Yun-Jin Lee YJ · Heo OS · Kim MR(2009). Optimization of Spirulina Added Korean Rice Cake(Garaeduk)using Response Surface Methodology. *Journal of East Aaian Dietary Life*, 19(1): 38-44.
- Lee EJ · Mun KC (2012). Globalization of Korean Cuisine through Korean Sauces -Focusing on the Success of World-wide Sauces. *The Korean Journal of Culinary Research*, 18(3): 108-120.
- Lee MS · Kim DM (2003). Study on Consequent Body Fat and Serum Lipid Metabolism after Cocoon Hydrolysate, Green Tea Leaves and Dietary Fiber Supplementation. *J Appl Biol Chem*, 46(2): 123-129.
- Lee SH · Choi AJ · Song SJ · Ryu JM · Rho SN · Hwang YH (2002). Study on Consequent Nutrient Intake Status, Body Mass Index, and Fat Distribution after Silk Amino Peptide and Dietary Fiber Supplementation. *J Korean Diet Assoc*, 8(2): 175-184.
- Lee SM (2005). Marketing survey on the consumption of Bibimbabs and consumer preferences, Sookmyung Women University.
- Margaret M (2005). *Foods: experimental perspectives*, 5th ed., Peason Prentice Hall, New Jersey.
- Na JK (2007). A Study on Globalization of Korean Restaurants. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 10(2): 155-179.
- Park ML · Kim YA · Yoon KS · Liu F · Byun GI(2009). A Research on College Students' Recognition and Preference of Korean Food in Shenyang Region of China -Focused on Bibimbap. *The Korean Journal of Culinary Research*, 15(1): 169-180.
- Park YS (2006). Preference and intake frequency of daily Korean traditional food of China-Korean in Yanbian area. *Korean J Food Culture*. 22: 80-87.
- Park YS · Chung YS (2006). Perceptonal trend and preference for Korean traditional holiday food of China-Koreanin Yanbian area. *Korean J Food Culture*, 21: 1-7.
- Seo GH · Shin MJ (2006). Importance and satisfaction with the service of Korean restaurants for Japanese and Chinese students in Korea. *J East Asian Dietary Life*, 16: 753-762.
- Song JC · Park HJ (2003). Function of various hydro-colloids as anticaking agents in Korean rice cake. *J Kor Soc Food Sci*, 32: 1253-1261.
- Stone H · Sidel JL (2005). *Sensory Evaluation Practices*, 3rd. ed., Elsevier Academic Press, California.
- Ulrich KT · Eppinger SD (2003). *Product Design and Development*. 3rd ed., McGraw-Hill Co., New York.
- Zhang XM · Park SI (2009). A Survey of the Chinese's Preference for Kimchi to Expand Chinese Market in Shandong Province. *THE KOREAN JOURNAL OF FOOD AND NUTRITION*, 22(4): 526-541.

2013년 04월 16일 접수

2013년 08월 15일 1차 논문수정

2013년 10월 15일 2차 논문수정

2014년 03월 15일 3차 논문수정

2014년 04월 10일 논문게재확정