



연령별 약주에 대한 소비자 인식 및 소비실태 조사

김하은¹ · 강지은^{2*} · 최한석^{1,3} · 정석태¹ · 김찬우¹ · 전진아¹

¹국립농업과학원 발효가공식품과, ²국립농업과학원 식생활영양과,

³한국농수산대학 농수산가공학과

Survey of Consumer Awareness and Consumption of *Yakju* by Age

Ha-Eun Kim¹, Ji-Eun Kang^{2*}, Han-Seok Choi^{1,3}, Seok-Tae Jeong¹,
Chan-Woo Kim¹ and Jin-Ah Jeon¹

¹Fermented and Processed Food Science Division, National Institute of Agricultural Sciences, RDA,
Wanju 55365, Republic of Korea

²Food and Nutrition Division, National Institute of Agricultural Sciences, RDA,
Wanju 55365, Republic of Korea

³Dept. of Agriculture & Fisheries Processing, Korean National College of Agricultural and Fisheries,
Jeonju 54874, Republic of Korea

ABSTRACT

This study was conducted to investigate the perception of age-related cognitive behavior by consumers using an online survey of 300 males and females who had consumed alcohol within 6 months. All respondents drank beer (95.0%) and *Soju* (90.0%) 2~3 times a week (46.7%). *Yakju* were consumed 2~3 times a month, so they had a good match with the food or had a good flavor, and drank it at home or in a folk restaurant. The reasons for preference for *Yakju* were that it had luxurious (30.8~31.3%), satisfactory (12.5~17.3%), classy feel (6.3~9.6%) in the 20s and 30s age, 40~50s age group are preference for fruit flavor (34.4~40.0%), savory taste (34.4~37.1%), traditional feeling (50.0~57.1%), good for health (43.8~58.6%) respectively. The reason respondents did not like *Yakju* is that 20s and 30s age because of its herbal medicine flavor (22.2~44.4%), the 40-50s age because of its herbal medicine flavor (42.9~62.5%) and the residue of the mouth (0.0~42.9%). The reason respondents preferred *Sake* were its savory taste (21.8~30.0%), fruit flavor (12.0~14.6%) of the 20~30s age, the 40~50s age it is perceived as being luxurious (4.6~42.9%) and its soft feeling (25.0~49.0%). The reasons for not favoring *Sake* were its appearance (18.2~18.5%) in the 20~30s age, artificial flavor (13.5~29.6%) and residual feeling (18.5~27.0%) among 40~50 years-old. Corresponding analysis results were divided into 20~40 years-old and 50 years-old induction factors based on one main ingredient (explanatory power 43.9%). Individuals in the 20 and 40 year-old groups, preferred *Yakju* because of its fruit flavor, healthy feeling, traditional feeling, and sweetness. Those aged 20~40 preferred *Sake* because of its attractive and luxurious appearance, while those who did not prefer *Sake* also reported that this was because of its appearance. Those in their 50s preferred *Yakju* and *Sake* because of the familiar feeling and the feeling that it was suitable for middle-aged people, while those who did not prefer it reported that this was because of their artificial flavor, unhealthy feeling and residual feeling. When developing *Yakju*, companies should understand and the sensory and emotional characteristics of each age group. During development of alcoholic beverages, it should be emphasized that the taste and flavor desired by consumers are different.

Key words: *Yakju*, *Sake*, perception, consumer survey

서 론

한국의 전통주는 탁주, 약주, 소주로 구분할 수 있는데, 그 중 탁·약주는 역사가 가장 오래된 주류로 삼국시대 이전부터 양조법이 발달되었다(Shin KR 등 1999). 탁·약주는 제조 방법상 큰 차이는 없으나, 약주는 곡류에 누룩을 넣고 발효한

다음 발효가 완료된 후 맑게 여과한 술이고, 탁주는 탁하게 여과한 술이다(Song & Shin 1995). 약주의 주원료는 멥쌀, 찹쌀, 누룩 등이 사용되며, 부원료로 식물 약재류 등을 첨가하여(Jin TY 등 2007) 건강한 재료와 재료 고유의 풍미를 모두 만족시키는 주류로 볼 수 있다(Kim EH 등 2013). 최근 이러한 풍미를 만족시키는 전통주에 대한 관심이 증가하면서 전통주의 소비가 증가하고 있다(Jeon JA 등 2017). 한국의 약주 브랜드는 100여 개 이상으로 매출 규모 3,000억 원 이상의 시

* Corresponding author : Ji-Eun Kang, Tel: +82-63-238-3617, Fax: +83-63-238-3843, E-mail: kje0516@korea.kr

장 규모를 형성할 것으로 전망되어 경쟁시장에 대응하기 위한 많은 연구가 이루어져 왔다(Jin TY 등 2007). 약주를 대상으로 진행된 연구를 살펴보면, 크게 분석 연구와 조사 연구 중심으로 선행연구가 진행되었다. 분석 연구의 경우, 주로 약주의 일반 성분을 분석한 연구(Huh CK 등 2013), 약주의 관능적 특성을 비교 분석한 연구(Jin TY 등 2008), 원료에 따른 약주의 품질 특성을 비교 분석한 연구(Lee JY 등 2008), 약주의 숙성에 따른 성분 변화를 탐색한 연구(Kang JE 등 2018) 등 주류의 정량적 성분분석 연구들이 진행되어 왔다. 반면, 조사연구는 소비자 조사 및 소비실태를 파악하기 위한 설문 조사가 대부분이나, 포커스 그룹 인터뷰를 통한 약주의 브랜드 인지 여부 및 친밀도를 조사한 연구(Lee SJ 2011), 특정 지역 소비자의 주류 소비 실태 및 약주 인식 조사 연구(Lee SJ 2010), 소비자를 대상으로 약주의 숙성에 대한 중요도-수행도 분석을 실시하여 신제품 컨셉을 제안한 연구(Kim EH 등 2013) 등 소비자를 대상으로 다양한 방법들이 진행되었다. 이러한 많은 연구가 진행됨에도 불구하고, 현재 우리나라에서 소비되는 약주의 양은 2016년 11,490 kL로 2006년 42,837 kL에 비하여 10년 동안 3.7배 감소하였는데(통계청 2018), 이는 급변하는 소비자의 기호도에 부합한 연구개발이 부족한 것이 한 원인으로 생각된다.

따라서 본 연구에서는 약주에 대한 일반 소비자의 인식과 소비실태를 조사한 후, 조사대상자의 연령별 약주의 선호요인과 비선호 요인을 파악하고, 유도 인자에 대한 대응분석을 실시하였다. 또한 주세법상 일본식 청주(사케)를 ‘약주류 중 청주’라고 분류하면서 일본 사케와 한국 약주가 유사한 술로 인식되고 있는 경우가 많다. 따라서 사케와는 다른 한국 약주만의 개발 방향을 설정하기 위하여 약주와 사케를 대상으로 소비자들의 인식도를 비교분석하였다. 본 조사 결과를 이용하여 약주의 신제품 개발 시 타겟으로 하는 소비자 연령층의 선호 및 비선호 요인과 요구도에 따라 차별화된 마케팅 전략이 가능할 것으로 기대된다.

대상 및 조사 방법

1. 조사 대상 및 방법

본 연구는 연령별 약주에 대한 소비자의 인식과 소비실태를 알아보기 위하여 6개월 이내 약주, 청주, 일본 사케를 음용한 경험이 있고, 선호하는 자를 대상으로 2017년 6월 13일부터 6월 18일간 온라인 조사(IRB 94-5)를 실시하였다. 설문은 전국의 19~59세의 성인 남녀 538명에게 온라인으로 배포하였으며, 최종적으로 300명(55.8%)의 응답데이터를 분석에 활용하였다. 표본의 선정은 연령별 인구비례할당 표집으로 하였다. 설문조사의 응답률을 높이기 위해 응답자들에게

소정의 사례를 지급하였으며, 설문지 발송 후 E-mail 등을 통해 2차례에 걸쳐 응답을 상기시키도록 하였다. 조사에 앞서 조사 대상 약주는 시판 약주(백세주, 산사춘, 민들레대포, 오십세주, 짬, 진짜 맛있는 국화 등)와 전통 약주(교동법주, 소백산 오정주, 천안 연미주, 중원 청명주, 지리산 솔송주, 낙안 사상주, 남해 유자주, 둔송 구기주, 비슬산 하향주, 충남 연엽주, 이가수불, 정읍 약주, 해남 진양주, 금산 인삼주, 한산 소곡주 등)를 예시로 명시하였다.

본 조사는 조사 대상자의 인구통계학적 사항 6문항(성별, 연령, 지역, 학력, 6개월 이내 음용 주류, 음용빈도), 약주의 인식도 5문항(음용빈도, 음용이유, 음용장소, 음용상황, 구매시 고려사항), 약주 및 사케의 선호 요인 3문항(감각적 특성 15항목, 감정적 특성 15항목, 기타 2항목), 비선호 요인 3문항(감각적 특성 15항목, 감정적 특성 15항목, 기타 2항목) 등 총 17문항에 대해 조사하였다. 본 조사에 사용된 설문지는 약주에 대한 인식 조사 및 관능 평가와 관련된 선행 연구를 참고하여 본 연구의 목적에 맞도록 일부 수정을 거친 항목들로 조사하였다(Lee SJ & Ahn BH 2010; Lee SJ 2011; Jin HH & Lee SJ 2014; Jeon JA 등 2017). 특히 약주와 사케에 대한 선호 및 비선호 요인을 분석하기 위하여 관능적 특성과 감각적 특성을 중복 선택하게 하는 Check-All-That-Apply(CATA) 방법을 이용하였다(Ares G 등 2013).

2. 자료의 통계 분석

수집된 자료는 IBM SPSS statistics 21(SPSS Inc., Chicago, Illinois, USA)를 이용하여 통계 처리하였다. 본 조사에서 조사 대상자가 응답한 데이터를 기반으로 하여 인구 통계학적 특성 및 각 문항에 대해 빈도 분석을 실시하였다. 선호 및 비선호 요인(Jeon JA 등 2017)의 선택 빈도에 있어 연령별 유의성을 보기 위하여 Fisher's 정확성 검정을 이용한 카이 제곱 분석을 시행하였다. 카이 제곱 분석 결과, 유의적인 차이($p < 0.05$)가 나타났던 (비)선호 요인과 연령별 상관관계를 시각적으로 분석하기 위하여 XLSTAT(Addinsoft, Paris, France)을 이용하여 대응 분석(correspondence analysis; CA)을 실시하여 서로 연관가능성이 있는 표본의 차이를 위치상으로 표현하였다. 대응분석은 각 요인들이 선호도에 미치는 영향을 거리로 나타낸 것으로서 각 연령별 어떠한 요인이 선호도에 크게 영향을 미치고 있는지를 알 수 있는 장점이 있다.

결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 인구 통계학적 특성

본 조사 대상자의 인구 통계학적 특성을 살펴보면 다음과 같다(Table 1). 본 조사 대상자는 총 300명으로 성비는 남성

Table 1. General characteristics of the subjects (n=300)

Survey category		Frequency(%)
Gender	Male	169(56.3)
	Female	131(43.7)
Age (years old)	19~29 (20s)	61(20.3)
	30~39 (30s)	82(27.3)
	40~49 (40s)	86(28.7)
	50~59 (50s)	71(23.7)
Country	Metropolitan area	154(51.3)
	Provincial area	146(48.7)
Educations	Below high school	34(11.3)
	University student	22(7.3)
	Graduation university	194(64.7)
	Graduate school student	10(3.3)
	Above graduate school	40(13.3)
Intake of alcoholic beverage (last 6 months)	Soju	270(90.0)
	Beer	285(95.0)
	Spirits	122(40.7)
	Sake	166(55.3)
	Wine	162(54.0)
	Makgeoli	229(76.3)
	Cheongju	174(58.0)
	Yakju	166(55.3)
	Fruit wine	186(62.0)
	Distilled Soju	89(29.7)
Intake frequency of alcoholic beverages	≥ 4 times of weekend	28(9.3)
	2~3 times of weekend	140(46.7)
	1 times of weekend	72(24.0)
	2~3 times of month	44(14.7)
	1 times of month	16(5.3)

169명(56.3%), 여성 131명(43.7%)으로 남성이 여성에 비해 12.6% 많은 수준이었다. 각 연령별로 20대(19~29세) 61명(20.3%), 30대(30~39세) 82명(27.3%), 40대(40~49세) 86명(28.7%), 50대(50~59세) 71명(23.7%)으로 구성되어 있다. 현재 거주하고 있는 지역은 크게 서울/수도권 지역(51.3%)과 그 외 지방(48.7%)으로 균일한 비율로 나타났으며, 최종 학력의 경우, 대졸이 194명(64.7%)으로 가장 많았고, 그 다음

으로 대학원졸(13.3%), 고졸(11.3%) 순으로 나타났다. 최근 6개월 이내 음용한 알코올 주종을 설문한 결과, 맥주(95.0%)와 소주(90.0%)를 가장 많이 음용한 것으로 나타났으며, 소주, 맥주와 함께 사케, 와인, 막걸리, 청주, 약주, 과일주를 50% 이상의 소비자들이 음용한 경험이 있는 것으로 나타났다. 이는 Lee SJ(2010)의 연구에서 남성의 68.8%가 소주를, 여성의 62.4%가 맥주를 주로 음용한다는 비율보다 높게 나타났다. Lee의 조사대상자는 음주 경험이 있는 모든 대상자를 조사한 반면, 본 연구에서는 6개월 이내 음주 경험이 있는 대상자만을 조사하여 나타난 차이로 사료된다.

또한 알코올 음용 빈도를 설문한 결과, 1주에 2~3회 이상 섭취한다고 응답한 조사 대상자가 140명(46.7%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 주 1회 이상(24.0%), 한 달에 2~3회 이상(14.7%) 순으로 응답하였다. 이는 Lee SJ(2010)의 연구에서 남성의 경우 31.4%가 한 달에 4~6회 섭취, Kim EH 등(2013)의 연구에서 42.9%가 주 1~2회 섭취한다는 결과와 유사하게 나타났다.

2. 연령대별 조사 대상자의 약주 인식에 대한 설문 분석 결과

본 조사의 연령별 약주 음용과 관련하여 음용 빈도, 음용 이유, 음용 장소, 음용 시 상황, 그리고 약주 구매 시 가장 중요하게 생각하는 요인에 대한 설문 결과는 Table 2와 같다. 본 조사 결과에서는 응답한 항목에 대해 상위 3개의 응답만을 나타내었다.

약주 음용 빈도 설문에 대하여 한 달에 한 번 정도 약주를 음용한다고 응답(33.3%)한 40대를 제외한 20대, 30대, 50대는 한 달에 2~3번 이상 약주를 음용한다고 20% 이상 응답하여 Kim EH 등(2013)의 연구결과에서 전체 대상자의 39.0%가 월 1~2회 섭취한다는 결과와 유사하게 나타났다.

약주의 음용 이유에 대한 설문 결과, 20대를 제외한 나머지 연령대에서 음식과 잘 어울려서를 27.9~39.2%로 가장 많이 선택하였으며, 20대 또한 향이 좋아서(39.3%), 음식과 잘 어울려서(28.6%)라고 응답하였다. 이는 남성 39.3%와 여성 31.9%가 약주의 맛과 향이 뛰어나서 마신다고 답변한 Lee SJ(2010)의 결과와 응답자의 51.3%가 약주의 맛이 좋아서 마신다고 답변한 Kim EH 등(2013)의 연구결과와도 유사하게 나타났다. 이에 소비자들이 약주를 선택할 때 가장 중요한 요인으로 가격이나 건강기능성보다는 맛과 향, 술의 품질에 의해서 결정된다는 것을 알 수 있다.

약주의 음용 장소는 연령과 관계없이 친구나 동료와 함께 집(20대 42.9%, 40대 51.0%)이나 민속주점(30대 45.5%, 50대 51.2%)에서 가장 많이 섭취한다고 응답하여 51.3%가 민속주점에서 마신다는 Kim EH 등(2013), 집과 전통주점에서

Table 2. Consumer behaviors of drinking related to *Yakju* by the age generations

Survey category	Ages(%)			
	20's	30's	40's	50's
Intake frequency of <i>Yakju</i>	2~3 times a week (25.0)	2~3 times a month (22.7)	1 time a month (33.3)	2~3 times a month (25.6)
	1 time a week (17.9)	1 time a month (20.5)	2~3times a month (19.6)	1 time a month (20.9)
	2~3 times a month (17.9)	1 time a week (13.6)	1 time a 2~3month (15.7)	1 time a week (18.6)
Intake reason of <i>Yakju</i>	Smells good (39.3)	Suitable for food (31.8)	Suitable for food (39.2)	Suitable for food (27.9)
	Suitable for food (28.6)	Smells good (29.5)	Smells good (25.5)	Smells good (27.9)
	Be easy to drink (10.7)	Be easy to drink (18.2)	Be easy to drink (11.8)	Good for health (14.0)
Intake place of <i>Yakju</i>	Home (42.9)	Restaurant (45.5)	Home (51.0)	Restaurant (51.2)
	Restaurant (39.3)	Home (40.9)	Restaurant (37.3)	Home (41.9)
	Pub (17.9)	Pub (13.6)	Pub (11.8)	Pub (7.0)
Intake situation of <i>Yakju</i>	Get-together (53.6)	Get-together (63.6)	Get-together (68.6)	Get-together (55.8)
	Watch TV (17.9)	At mess (11.4)	At mess (13.7)	At mess (18.6)
	At mess (14.3)	Watch TV (9.1)	Watch TV (7.8)	Entertainment (9.3)
Important factors when purchasing <i>Yakju</i>	Taste (67.9)	Taste (72.7)	Taste (62.7)	Taste (60.5)
	Accessibility (10.7)	Accessibility (6.8)	Health enhancing (11.8)	Brand (11.6)
	Brand (7.1)	Price (6.8)	Brand (7.8)	Health enhancing (11.6)

주로 마신다는 Lee SJ(2010)의 결과와 유사하게 나타났다. 약주의 음용상황은 주로 친목 모임(53.6~68.6%)에서 음용한다고 응답한 수가 가장 많았으며, 그 다음으로 회식(11.4~18.6%), TV 시청(7.8~17.9%) 시 음용한다고 답변하여 연령별 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 약주 구매 시 고려 사항으로 모든 연령에서 맛(60.5~72.7%)에 의해 선택한다고 답변하였고, 다음으로 20~30대는 편의성(6.8~10.7%), 브랜드(20대 7.1%, 가격(30대 6.8%)이라고 답변하였고, 40~50대는 건강기능성(40대 11.8%), 브랜드(50대 11.6%)로 답변하였다. 약주를 선택할 때 가장 고려할 사항은 맛이지만, 젊은 층은 가격과 접근 편의성을, 중장년층에서는 건강기능성과 브랜드를 함께 고려하는 것으로 나타났다.

3. 연령별 조사 대상자의 약주 및 사케에 대한 (비)선호 요인 분석 결과

연령대별로 약주 및 사케에 대한 선호 및 비선호도를 조사한 결과는 Table 3과 같다. 약주를 선호한다고 답변(%)한 연령은 50대(90.1), 20대(85.2), 40대(81.4), 30대(78.0) 순으로 나타났다. 연령별 선호도는 유의적인 차이를 보이지 않지만 50대가 약주를 가장 선호하는 경향으로 나타났다. 한편, 사케의 경우 20대(82.0), 30대(67.1), 50대(62.0), 40대(57.0) 순으로 선호한다는 답변이 나타났다. 이를 통해 20~30대 젊은층에서는

Table 3. Average comparison analysis of the favorability of *Yakju* and *Sake*

Survey category	Ages			
	20's	30's	40's	50's
<i>Yakju</i>	3.0±0.6	2.9±0.6	2.9±0.5	3.0±0.6
Favorable (%)	(85.2)	(78.0)	(81.4)	(90.1)
Unfavorable (%)	(14.8)	(22.0)	(18.6)	(9.9)
<i>Sake</i>	2.9±0.6	2.8±0.8	2.5±0.7	2.6±0.6
Favorable (%)	(82.0)	(67.1)	(57.0)	(62.0)
Unfavorable (%)	(18.0)	(32.9)	(43.0)	(38.0)

사케를, 50대 중년층에서는 약주를 선호한다고 볼 수 있다. 연령별 조사 대상자의 약주 및 사케에 대한 선호 및 비선호 유도인자(Jeon JA 등 2017)를 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다(Table 4). 또한 선호 및 비선호 요인의 선택 빈도에 있어 연령별 유의적인 차이가 있는지를 알아보기 위하여 카이제곱 분석을 시행한 결과, 15% 이상의 소비자들이 사용하면서 동시에 시료 간 유의적 빈도 차이를 보이는 CATA 용어는 선호 요인이 총 14개(단맛, 감칠맛, 순한맛, 곡물향, 숙취부담이 없다, 친숙하다, 만족스럽다, 고급스럽다,

Table 4. Survey category which were selected as the drivers of (dis)liking(%) of *Yakju* and *Sake*

Ages	Drivers of liking									
	Savory taste	Healthy	Luxurious	Cereal flavor	Fruit flavor	Without a hangover	Sweetness	Satisfactory	Classy feel	Mild taste
<i>p</i> -value	0.016	0.000	0.000	0.001	0.000	0.001	0.040	0.000	0.000	0.005
20s_ <i>Yakju</i>	30.8	32.7	30.8	17.3	32.7	32.7	19.2	17.3	9.6	11.5
30s_ <i>Yakju</i>	28.1	40.6	31.3	29.7	29.7	39.1	20.3	12.5	6.3	31.3
40s_ <i>Yakju</i>	37.1	58.6	20.0	41.4	40.0	35.7	25.7	24.3	5.7	41.4
50s_ <i>Yakju</i>	34.4	43.8	12.5	23.4	34.4	48.4	17.2	18.8	9.4	34.4
20s_ <i>Sake</i>	30.0	10.0	36.0	8.0	12.0	36.0	16.0	22.0	32.0	20.0
30s_ <i>Sake</i>	21.8	12.7	30.9	18.2	14.6	25.5	12.7	20.0	29.1	29.1
40s_ <i>Sake</i>	20.4	6.1	42.9	24.5	4.1	24.5	10.2	28.6	36.7	49.0
50s_ <i>Sake</i>	27.3	13.6	4.6	25.0	4.6	36.4	11.4	15.9	11.4	25.0

Ages	Drivers of liking				Drivers of disliking					
	Familiar	Traditional	Suit elderly	Attractive	Just dislike it	Appearance	Unhealthy	Artificial	Residue	Medical herbs
<i>p</i> -value	0.000	0.000	0.000	0.032	0.000	0.039	0.028	0.007	0.002	0.005
20s_ <i>Yakju</i>	5.8	28.9	9.6	7.7	-	11.1	-	11.1	11.1	44.4
30s_ <i>Yakju</i>	9.4	50.0	18.8	10.9	22.2	5.6	-	5.6	5.6	22.2
40s_ <i>Yakju</i>	21.4	57.1	28.6	4.3	6.3	-	6.3	6.3	-	62.5
50s_ <i>Yakju</i>	25.0	50.0	34.4	1.6	-	-	14.3	14.3	42.9	42.9
20s_ <i>Sake</i>	8.0	22.0	4.0	14.0	-	18.2	-	-	9.1	-
30s_ <i>Sake</i>	3.6	30.9	3.6	20.0	-	18.5	3.7	7.4	7.4	-
40s_ <i>Sake</i>	12.2	22.5	22.5	6.1	2.7	2.7	16.2	13.5	27.0	5.4
50s_ <i>Sake</i>	22.7	34.1	34.1	6.8	3.7	-	3.7	29.6	18.5	7.4

중년층에 잘 어울린다, 매력적이다, 세련된 느낌이 든다, 전통적이다, 건강에 좋을 것 같다, 비선호 요인이 총 6개(외관, 한약재향/맛, 잔여감, 그냥 싫다, 인공적이다, 건강에 해로울 것 같다)로 나타났다. (비)선호 요인에 대한 결과 분석에는 15% 이상의 소비자들이 사용하였으며, 시료 간 빈도에 유의적인 차이가 나타난 용어 20개를 위주로 정리하였다.

20~30대 연령층보다 40~50대 연령층에서 약주에 대한 선호 유도 인자(%)가 더 높은 빈도로 선택되었으며, 40~50대 연령층에서 선택한 약주에 대한 선호 유도 인자로는 과일향(34.4~40.0), 감칠맛(34.4~37.1), 곡물향(23.4~41.4), 단맛(17.2~25.7)을 선택하였다. 감정적인 선호 유도 인자로 전통적이다(50.0~57.1), 건강에 좋을 것 같다(43.8~58.6), 숙취부담이 없어서 좋다(35.7~48.4), 중년층에 잘 어울린다(28.6~34.4), 친숙하다(21.4~25.0)를 20~30대 연령층과는 다르게

높은 빈도로 선택하였다. 40~50대 연령층의 경우, 관능적인 특성과 감정적인 특성이 고르게 선택된 것과 달리 20~30대 연령층에서는 고급스럽다(30.8~31.3), 만족스럽다(12.5~17.3), 세련된 느낌이 든다(6.3~9.6)와 같이 관능적 특성이 아닌 감정적인 선호 유도 인자가 주로 선택되었으며, 이는 비선호 유도 인자에서도 비슷한 경향으로 감정적인 유도 인자를 다수 선택하는 것으로 나타났다. 미각 형용사의 사용은 미각을 통한 경험을 전제로 하며, 경험을 통해 개념화되어 의미가 확장된다는 Kim HM(2015)의 결과에 따르면 본 설문 결과, 나타난 연령별 유도 인자 선택의 차이는 경험 여부와 횟수에 영향을 받은 결과일 것으로 사료된다.

사케에 대한 (비)선호 유도 인자 분석 결과(%), 약주에서 40~50대에 비해 관능적 특성에 대한 선호 유도 인자에 대해 소극적인 선택을 보였던 20~30대 연령층에서 감칠맛이 좋

다(21.8~30.0), 과일향이 좋다(12.0~14.6), 단맛이 좋다(12.7~16.0) 등이 선택되었으며, 비선호 유도 인자에서 또한 감정적인 용어보다 외관이 싫다(18.2~18.5)와 같이 제품 특성에 대해 확실한 호불호를 나타내는 것을 확인할 수 있었다. 최근 사케에 대한 젊은층의 소비가 증가하고 있다는 선행 연구 결과(Jeon JA 등 2017)와 연결하여 보면 사케에 대한 음용 경험이 사케에 대한 선호도와 사케가 가지고 있는 관능적 특성에 대한 이해가 증가한 것으로 볼 수 있다.

결과적으로 다양한 선호 및 비선호 유도 인자를 선택했던 40~50대 연령층에 비하여 선호 및 비선호 유도 인자의 선택이 비교적 적었던 20~30대 연령층은 약주에 대한 이해도가 중장년층에 비해 부족하며, 이해도가 부족한 데에는 약주에 대한 경험 여부와 음용 횟수에 영향을 받았을 것으로 사료된다.

4. 연령별 약주 및 사케의 (비)선호 유도 인자에 대한 대응 분석 결과

약주와 사케에 대해 선택된 선호 및 비선호 유도 인자와 연령별 연관성을 시각적으로 이해하기 위하여 대응분석을 실시하였다. 그 결과, 제1주성분(F1)과 제2주성분(F2)이 총 분산에 대해 약 71.3%의 설명력을 가지는 대응분석 도표가 도출되었다(Fig. 1).

도출된 대응분석 도표를 살펴보면 총 분산에 대해 약 43.9%의 설명력을 가지는 주성분 1(F1)을 중심으로 음의 방향으로 약주에 대한 연령대별 (비)선호 유도 인자가, 양의 방향으로 사케에 대한 연령대별 (비)선호 유도 인자가 위치하고 있는 것으로 나타났다.

약주와 사케에 대해 20대, 30대, 그리고 40대가 선택한 (비)선호 유도 인자가 확연하게 구분되어 나타났음을 볼 수

있으며, 약주에 대한 선호 유도 인자로 과일향이 좋다, 건강한 느낌이 든다, 전통적이다, 단맛이 좋다를, 비선호 유도 인자로는 그냥 싫다, 한약재향이 싫다를 공통적으로 선택하였다. 사케의 경우, 비선호 유도 인자인 외관이 싫다를 제외한 매력적이다, 고급스러워서 좋다를 사케를 선호하는 이유로 선택하였다. 다른 연령대와 달리 50대의 경우 (비)선호 유도 인자에 대한 주종 간 차이는 나타나지 않았으며, 약주와 사케의 선호요인은 친숙해서 좋다, 중년층에 잘 어울린다고 답변하였으며, 비선호 요인으로는 인위적인 맛이 싫다, 건강하지 못한 느낌, 잔여감이 싫다를 선택한 것으로 나타났다. 이와 같이 연령별 선호 및 비선호 요인이 확연히 나뉘어 알 수 있으며, 이를 이용하여 약주를 개발할 때 약주의 연령별 선호요인으로 20~40대는 과일향, 단맛, 건강한 느낌, 전통적인 느낌을, 50대 이상은 친숙한 느낌, 중장년층에 어울리는 느낌을 고려할 필요가 있다.

요 약

본 연구는 연령별 약주에 대한 소비자의 인식 및 소비실태를 분석, 비교하기 위하여 6개월 이내 알코올을 음용한 성인 남녀 300명을 대상으로 온라인 조사를 실시하였다. 성별은 남성 169명(56.3%), 여성 131명(43.7%), 연령은 20대(19~29세) 61명(20.3%), 30대(30~39세) 82명(27.3%), 40대(40~49세) 86명(28.7%), 50대(50~59세) 71명(23.7%)으로 구성되었다. 음용주류는 주로 맥주(95.0%)와 소주(90.0%)를 주 2~3회 마신다(46.7%)는 답변이 가장 많았으며, 약주는 월 2~3회, 음식과 잘 어울리거나 향이 좋아서 집 또는 민속주점에서 마신다는 답변이 가장 많이 나타났다.

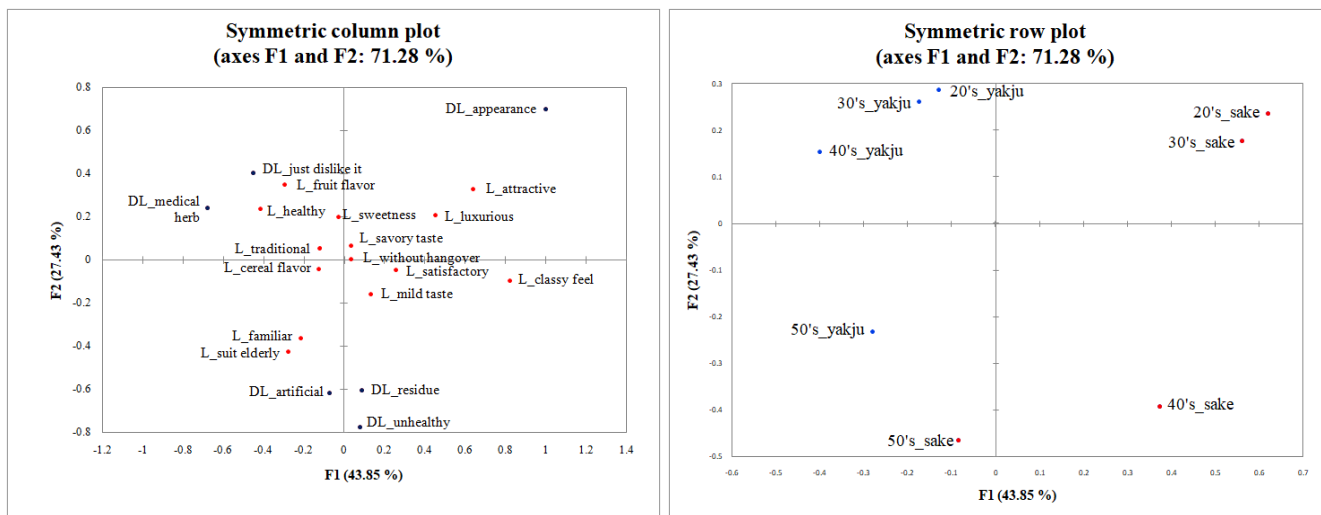


Fig. 1. Correspondence analysis (CA) for percentage of (dis)liking term of Yakju and Sake among the age generations. Left figure(blue spot: disliking term, red spot: liking term), right figure(Blue spot: Yakju, red spot: Sake)

약주 선호 요인으로 20~30대는 고급스럽다(30.8~31.3%), 만족스럽다(12.5~17.3%), 세련된 느낌이 든다(6.3~9.6%), 40~50대는 과일향(34.4~40.0%), 감칠맛(34.4~37.1%), 곡물향(23.4~41.4%), 전통적이다(50.0~57.1%), 건강에 좋을 것 같다(43.8~58.6%), 숙취부담이 없어서 좋다(35.7~48.4%)라고 하였으며, 비선호 요인으로 20~30대는 한약재향(22.2~44.4%), 40~50대는 한약재향(42.9~62.5%), 잔여감이 싫다(0.0~42.9%)라고 하였다. 사케 선호 요인은 20~30대는 감칠맛(21.8~30.0%), 과일향(12.0~14.6%), 단맛(12.7~16.0%), 40~50대는 고급스럽다(4.6~42.9%), 부드러운 향(25.0~49.0%)으로 답변하였고, 비선호 요인으로 20~30대는 외관(18.2~18.5%), 40~50대는 인공적인 향(13.5~29.6%), 잔여감이 싫다(18.5~27.0%)고 답변하였다.

약주 및 사케의 선호 및 비선호 유도인자 대응분석 결과, 제1주성분(설명력 43.9%)을 중심으로 20~40대와 50대의 유도인자가 분류되었다. 20~40대의 약주 선호 유도인자로는 과일향, 건강한 느낌, 전통적 느낌, 단맛이, 비선호 유도인자로 한약재향이 나타났다. 사케의 선호 유도인자는 매력적, 고급스러움을, 비선호 유도인자는 외관으로 선택되었다. 50대의 약주 및 사케의 선호 유도인자는 친숙함, 중장년층에 어울림을, 비선호 유도인자는 인공적인 향, 건강하지 못한 느낌, 잔여감이 싫다로 나타났다.

향후 약주 개발 단계에서 제품의 타겟 연령층을 인지하고, 연령층이 선호하는 감각적 특성과 감정적 특성을 이해하며, 이를 유도할 수 있는 요인들에 관심을 가져야 소비자들의 기호도에 맞는 제품 개발에 한발 앞설 수 있을 것으로 기대된다. 주류 제품 개발에 있어 무엇보다 소비자들이 원하는 맛과 향이 다르다는 것에 중점을 두어야 할 것으로 사료된다.

감사의 글

본 연구는 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(과제번호: PJ01260102)의 지원에 의해 이루어진 것으로 지원에 감사드립니다.

REFERENCES

- Ares G, Jaeger SR, Bava CM, Chheang SL, Jin D, Gimenez A, Varela P (2013) CATA questions for sensory product characterization: Raising awareness of biases. *Food Qual Prefer* 30(2): 114-127.
- http://kosis.kr. Accessed September 28, 2018.
- Huh CK, Lee JW, Kim YD (2013) Comparison of the organic acids, fusel oil contents and antioxidant activities of *Yakju* with the additions of various rice cultivars. *Korean J Food Preserv* 20(3): 365-371.
- Jeon JA, Ko JY, Jeong ST (2017) Consumption of alcoholic beverages and perception about Korean *Cheongju*. *J East Asian Soc Diet Life* 27(2): 215-222.
- Jin HH, Lee SJ (2014) Perception of Korean rice wine and food pairings among food service employees in Seoul metropolitan area. *J East Asian Soc Diet Life* 24(3): 283-290.
- Jin TY, Kim ES, Eun JB, Wang SJ, Wang MH (2007) Changes in physicochemical and sensory characteristics of rice wine, *Yakju* prepared with different amount of red yeast rice. *Korean J Food Sci Technol* 39(3): 309-314.
- Jin TY, Lee WG, Lee IS, Wang MH (2008) Changes of physicochemical, sensory and antioxidant activity characteristics in rice wine, *Yakju* added with different ratios of *Codonopsis lanceolata*. *Korean J Food Sci Technol* 40(2): 201-206.
- Kang JE, Kim CW, Yeo SH, Jeong ST, Kim YS, Choi HS (2018) Effect of heat-treated *Nuruk* on the quality characteristics of aged *Yakju*. *Food Science Biotechnol* 27(3): 715-724.
- Kim EH, Ahn BH, Lee MA (2013) Analysis of consumer consumption status and demand of rice-wine. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 42(3): 478-486.
- Kim HM (2015) A study on the meaning extension and aspects of conceptualization of the taste adjectives in the Korean. Ph D Dissertation Chonnam University, Chonnam.
- Lee JY, Lee KA, Gwak EK (2008) Fermentation characteristics of grape *Yakju* made with three kinds of grape. *J East Asian Soc Diet Life* 19(1): 96-104.
- Lee SJ (2010) Consumption of alcoholic beverages and perception about Korean *Yakju* in the *gyunggi* area of Korea. *J East Asian Soc Dietary Life* 20(1): 11-19.
- Lee SJ (2011) Effect of brand recognition and familiarity on consumer preferences for commercial rice wines (*Yakju*). *Korean J Food Sci Technol* 43(1): 23-29.
- Lee SJ, Ahn BH (2010) Sensory profiling of rice wines made with *Nuruks* using different ingredients. *Korean J Food Sci Technol* 42(1): 119-123.
- Shin KR, Kim BC, Yang JY, Kim YD (1999) Characterization of *Yakju* prepared with yeasts from fruits 1. volatile components in *Yakju* during fermentation. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 28(4): 794-800.

Song HY, Shin JY (1995) Fermentology. Jigu Publishing,
Paju, Korea. pp 193.

Date Received	Aug. 21, 2018
Date Revised	Oct. 16, 2018
Date Accepted	Oct. 18, 2018