

## 조리용 와인의 선택 속성과 인구통계학적 특성 사이의 관계에 대한 연구

류 철<sup>1</sup> · 차석빈<sup>2\*</sup> · 최성만<sup>3</sup>

<sup>1</sup>중부대학교 호텔경영학과, <sup>2</sup>순천향대학교 관광경영학과, <sup>3</sup>동우대학 호텔조리과

### A Study on the Relationship between the Cooking Wine Attributes and Demographic Characteristics

Cheol Ryu<sup>1</sup>, Suk-Bin Cha<sup>2\*</sup> and Sung-Man Choi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Hotel Management, Joongbu University, Geumsan 312-702, Korea

<sup>2</sup>Dept. of Tourism Management, Soonchunhyang University, Asan 336-745, Korea

<sup>3</sup>Dept. of Hotel Culinary, Dongwoo College, Sokcho 217-711, Korea

#### Abstract

The purpose of this study was to examine the actual state of cooking wine usage, and analyze the relationship between the attributes of cooking wine and demographic characteristics. The major findings of this study are as follows. First, the origin and correct choice of cooking wine were significantly related to hotel type, restaurant type and career. Second, the importance of the taste and aroma of a cooking wine, which are intrinsic attributes in the evaluation of a wine, had significant relationships with all the demographic variables whereas the importance of purchase cost and label information of the cooking wine only exhibited a significant correlation with career ( $p < 0.05$ ). Third, 53.7% of the respondents used cooking wine based on recipes, while the rest used it by rule of thumb. These results between restaurant type were significantly different ( $p < 0.05$ ). For the results of this research to be of more use, further research should be conducted on the functional aspects of cooking wine and their effects on cooking. In addition, further systematic research should be performed on the functional and sensory effects of a variety of wine tastes and aromas on cooking.

Key words : Cooking wine, intrinsic attribute, functionality.

#### 서 론

우리나라에서의 서양 요리는 80년대 이후 급속한 경제성장에 따른 소득 증가와 함께 외국계 대형 체인 호텔들의 건립에 따른 세계 각국의 다양한 요리 기술의 습득을 바탕으로 발전하여 왔다. 이에 따라 가계 소비 지출 중 외식비가 차지하는 비중이 1990년 6.54%에 불과하던 것이 2005년에는 무려 12.23%를 차지하게 되었다(www.nso.go.kr). 이러한 추세는 외식 산업의 발달과 더불어 외식의 간편성을 바라는 젊은 연령층을 중심으로 서양 요리에 대한 기호성과 소비를 지속적으로 증가시킬 것으로 예상된다(Lee & Kim 2006, Nha YA 1993, Ahn SJ 1989).

서양 요리란 일반적으로 프랑스를 중심으로 한 유럽의 요리를 의미하는데(Nha YA 1993), 우리나라에서는 이탈리아, 영국, 독일, 스위스와 같은 유럽 국가들과 미국을 포함한 구미 여러 나라의 요리들을 총칭하고 있다(Kim et al 2002a,

Jang et al 2001).

이러한 서양 요리의 특징은 여러 가지 재료와 조리법에 잘 어울리는 다양한 종류의 소스가 발달하였다는 점(Kim et al 2002b, Choi SK 2002, Jang et al 2001, Oh C 2000, Kim et al 1998, Na YS 1995)과 음식의 향미를 풍요롭게 하기 위하여 여러 가지 향신료와 주류를 사용한다는 것이다(Kim MR 2002, Jung JW 2001). 소스는 와인, stock, 부재료 등의 구성 요소들이 조화롭게 결합하면서 요리의 좋은 맛을 내게 되며(Kim & Song 2001), 주 요리의 맛을 좌우하기 때문에 음식 전체의 맛과 식욕을 증진시킬 뿐더러 고객의 선호도를 높이는데 큰 영향을 미치고 있다(Kim et al 2002a). 그만큼 소스는 서양 요리에서 매우 중요한 역할을 차지하고 있다. 이러한 소스와 더불어 다양한 종류의 향신료는 음식의 향미에 변화를 주고 맛을 향상시켜 식욕과 기호를 증진시키는 작용(Noh WS 2002, Choi SK 2002)을 하기 때문에 서양 요리에서는 소스에 못지않게 중요한 역할을 하고 있다.

이와 같이 서양 요리에서는 소스와 향신료의 역할이 중요하기 때문에 이와 관련된 많은 연구들이 수행되어 왔다. 소

\* Corresponding author : Suk-Bin Cha, Tel : +82-41-530-1210, Fax : +82-41-530-1518, E-mail : sbcha@sch.ac.kr

스와 관련된 연구로는 소스의 기호도와 품질에 관한 연구(Han *et al* 2006, Kim *et al* 2002a, Kim *et al* 2002b, Jung JW 2001)와 다양한 재료 배합에 따른 소스의 관능적 변화에 대한 연구(Lee *et al* 2002a, Lee *et al* 2002b, Oh C 2001, Kim & Song 2001)가 이루어져 왔다. 그리고 향신료와 관련된 연구로는 향신료의 식품과학적인 측면과 기능성에 관한 이론적 연구(Noh WS 2002, Choi SK 2002, Kim MR 2002)와 향신료가 제품의 품질 특성에 미치는 영향에 관한 연구들(Lee & Park 2004, Shin & Kwon 2001, Kim *et al* 2001, Park CS 1997)이 있다.

그런데, 서양 요리에서 음식이나 소스를 만들 때 폭넓게 공통적으로 사용되는 중요한 재료 중 하나로 와인을 꼽을 수 있다. 와인을 음식이나 소스에 넣는 습관은 고대시대부터 이루어져 왔다(Hotel Shilla Service Education Center 1998). 즉, 서양 요리에서 와인은 조미료로 사용되기도 하며(Jang *et al* 2001), 소스의 주재료나 액체로 사용하여 소스 특유의 맛을 재현하는데 한 몫을 하기도 한다(Choi SK 2002, Kim & Song 2001). 또한 서양 요리에서 매우 중요한 역할을 하는 건조 향신료의 효과를 향상시키기 위해 사용하기도 한다(Choi SK 2002).

그동안 소스와 향신료에 관한 연구는 여러 측면에서 다양하게 이루어져 왔다. 그러나 소스의 중요한 재료 중의 하나이고 동시에 향신료로서의 기능도 가지고 있으며, 그 사용이 점차 다각적으로 확대되고 있는 조리용 와인과 관련된 연구는 거의 없는 실정이다. 단지 조리에서 사용하는 와인과 관련된 연구로 소스에 와인을 첨가하여 나타나는 색과 점도의 변화를 관찰한 연구(Lee *et al* 2002b, Kim & Song 2001)와 같이 와인의 부분적 기능과 관련된 연구와 서양 요리와 와인의 조화에 대한 이론적 연구(Jeong JO 2001, Jeong & Shin 1999)에 불과하였다. 이와 같이 와인은 서양 요리에서 필수 불가결한 소스의 재료와 향신료로 광범위하게 사용되고 있으나 아직까지 사용 실태와 선택 요인에 대한 구체적인 연구는 거의 이루어져 있지 않은 실정이다. 따라서 우선적으로 조리시에 와인이 어떻게 사용되고 있으며, 어떠한 요인에 근거하여 선택되는가를 살펴볼 필요가 있다.

본 연구는 조리용 와인의 종류와 원산지 및 선택 속성이 인구 통계학적인 특성 간에 어떠한 차이를 보이는가를 분석하는 것이다. 와인의 선택은 와인의 색, 향기 및 맛과 같은 속성과 더불어 제조업자의 명성, 생산지, 레이블 정보, 가격 등과 같은 부수적 측면에 의해 이루어진다(Verdu-Jover *et al* 2004, Poulsen *et al* 1996). 이에 본 연구에서는 조리용 와인의 선택 속성으로 와인의 맛(taste), 향기(aroma)와 함께 부수적 요인 중에서 구입 원가와 레이블 정보에 대해 어떻게 인식하고 있는가를 살펴보았다. 인구통계학적 변수로는 조사

대상자들이 근무하고 있는 호텔의 경영 형태와 근무업장의 종류 및 경력 변수를 사용하였다.

본 연구의 결과는 호텔 레스토랑의 원가 관리 및 요리의 품질 향상은 물론 표준화된 요리를 중요시하는 외식산업 등에 기여할 것으로 기대된다.

## 조사 내용 및 분석 방법

### 1. 조사 대상 및 조사 기간

본 연구에서는 조리용 와인의 선택 속성을 파악하기 위하여 서울 소재 특급 호텔에 근무하는 조리사들을 대상으로 조사하였다. 본 조사에 앞서 예비 조사는 2006년 8월 16일부터 8월 28일까지 서울 소재 특급 호텔에 근무하는 조리사 21명을 대상으로 실시하였다. 예비 조사는 설문지의 이해도와 관심도를 파악하기 위하여 개별적으로 진행하였다. 이를 통하여 잘못된 부분을 수정·보완하였고, 응답자들의 근무 환경을 고려하여 응답 소요 시간을 최소화할 수 있도록 설문지의 내용과 순서를 조정하였다.

본 조사는 2006년 9월 4일부터 9월 28일까지 예비 조사에 참가한 응답자들을 제외한 서울 소재 특급 호텔 13곳에 근무하는 조리사들을 대상으로 실시하였다. 설문지는 365매를 배포하여 268매가 회수되었고(회수율 73.4%), 이 중 응답이 부실하다고 판단되는 23매를 제외한 245매가 최종 분석을 위해 사용되었다.

### 2. 조사 내용 및 방법

본 연구에서 사용된 설문지는 조리용 와인 사용에 대한 일반적 특성, 조리용 와인의 선택 속성과 각 속성별 중요도에 대한 평가 및 응답자의 인구 통계학적 특성을 알아보기 위한 문항으로 이루어졌다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 조리용 와인 사용에 대한 일반적 특성을 알아보기 위하여 사용하는 와인의 종류, 보유 수량, 생산국, 교체 주기, 구입 원가, 하루 사용량 등을 조사하였다. 둘째, 조리용 와인의 선택 요인과 각 선택 요인의 속성별 중요도를 측정하였다. 셋째, 조리용 와인의 사용 기준과 각 기준별 중요도를 살펴보면, 추가적으로 표준 조리법(recipe)의 개발에 대한 필요성을 조사하였다.

설문지에 포함된 문항들은 조사 대상자들의 인구 통계학적 특성을 알아보기 위한 사항 7문항, 조리용 와인 사용에 대한 일반적 특성을 알아보기 위한 사항 6문항, 조리용 와인의 선택 요인과 각 선택 요인의 속성별 중요도를 측정하기 위한 사항 11문항, 조리용 와인의 사용 기준과 각 기준별 중요도를 분석하기 위한 2문항으로 구성하였다. 그리고 설문지에 사용된 척도는 명목 척도가 이용되었으며, 선택 속성별

중요도에 대한 평가는 등간 척도를 사용하였다. 등간 척도에 대한 평가는 Likert의 5점 척도를 이용하였다.

### 3. 조사 자료의 분석 방법

본 연구의 조사 자료는 SPSS 14.0을 이용하여 분석하였다. 분석 방법은 조사 대상자들의 인구 통계학적 특성과 조리용 와인 사용의 일반적 특성을 알아보기 위하여 기술적 통계분석이 이루어졌다. 그리고 조리용 와인 사용의 일반적 특성과 선택 요인에 대한 인구 통계학적 변수들 간 분포의 차이를 검증하기 위하여 chi-square 검증을 실시하였다. 인구 통계학적 변수로는 본 연구의 결과를 비교하는데 적합하며 동시에 상호 독립적인 성격을 갖고 있는 근무 호텔의 형태, 근무 업장, 경력 변수들을 사용하였다.

## 분석 결과 및 고찰

### 1. 조사 대상자의 인구 통계학적 특성

조사 대상자의 인구 통계학적 특성은 Table 1과 같다. 성별로는 남자와 여자가 각각 81.6%, 18.4%이었고, 학력은 고등학교 졸업 이하가 6.5%, 대학 졸업 이하가 81.2%, 대학원 재학 이상이 12.2%를 차지하였다. 그리고 근무처별로는 체인 호텔이 65.7%, 로컬 호텔이 34.3%로 나타났고, 근무업장에서는 양식당(25.7%), 뷔페 및 커피숍(21.6%), 이태리식당(15.5%), 한/중/일식당(14.3%), 메인 주방(13.1%) 순으로 나타났다. 직급별 분포를 살펴보면 조리사가 71.0%로 가장 많은 비중을 차지하였고, 나머지는 간부급인 것으로 조사되었다. 연령별로는 20대와 30대가 82.8%를 차지하고 있었고, 경력은 10년 이하가 63.7%, 10년부터 20년 이하가 28.6%로 응답자 중 92.3%가 20년 이하의 경력을 가지고 있는 것으로 확인되었다.

### 2. 조리용 와인 사용에 대한 일반적 특성

서양 음식이나 소스를 만들 때 사용되는 와인은 전통적으로 단맛이 없으며 신맛이 나는 것을 사용하고 있으나(Lee *et al* 2002b), 실무적으로는 요리의 특성에 따라 매우 목직한 레드 와인이나 포트(port), 셰리(sherry)와 같은 와인도 사용되고 있다. 이에 본 연구에서는 실제 호텔 현장에서 조리용 와인이 어떻게 사용되고 있는가를 알아보기 위하여 조리용 와인의 종류와 더불어 조리용 와인의 보유 수량과 교체 주기, 조리용 와인의 원산지, 구입 원가, 선정 권한에 대한 내용을 살펴보았다. 그리고 이러한 요인들 중에서 사용되는 조리용 와인의 생산국과 특정 국가의 와인을 선택한 이유, 구입 원가 및 선정 권한이 인구 통계학적 속성에 따라 어떠한 차이가 있는가를 분석하였다. 이러한 분석의 결과는 조리용 와인의

Table 1. Demographic characteristics of the subjects

Variables	Frequency(%)	
Gender	Male	200(81.6)
	Female	45(18.4)
Educational level	Below high school	16( 6.5)
	Undergraduate school	199(81.2)
	Above graduate school	30(12.2)
Age(years)	21~30	88(35.9)
	31~40	115(46.9)
	41~50	36(14.7)
	Above 51	6( 2.4)
Outlet restaurant	Western rest.	63(25.7)
	Italian rest	38(15.5)
	Main kitchen	32(13.1)
	K/C/J rest.†	35(14.3)
	Buffet/coffee shop	53(21.6)
	Others	24( 9.8)
Hotel type	Chain hotel	161(65.7)
	Local hotel	84(34.3)
Managerial positions	Executive chef	5( 2.0)
	Assistant executive chef	10( 4.1)
	Section chef	10( 4.1)
	Assistant section chef	25(10.2)
	Cook	174(71.0)
	Others	21( 8.6)
Career(years)	Below 5	69(28.2)
	6~10	87(35.5)
	11~15	45(18.4)
	16~20	25(10.2)
	21~25	14( 5.7)
	Above 26	5( 2.0)

† K/C/J rest.: Korean/Chinese/Japan restaurant.

선택이 음용용 와인과 어떻게 다른가를 비교하게 하며, 또한 조리용 와인 사용의 표준화와 일정한 요리 품질을 유지하는데 유용할 것으로 기대된다.

조리용 와인으로 가장 많이 사용하는 와인의 종류로는 Table 2에 제시된 바와 같이 레드 와인(59.6%)과 화이트 와인(36.3%)인 것으로 나타났다.<sup>1)</sup> 그리고 2~3명 정도 보유하면서 사용하는 경우가 53.9%를 차지하였고, 6명 이상 보유하

Table 2. Operating features of cooking wine

Variables	Frequency(%)	
Wine type	Red wine	146(59.6)
	White wine	89(36.3)
	Rosé wine	2( 0.8)
	Sherry	1( 0.4)
	Port	5( 2.0)
	Others	2( 0.8)
	Retaining quantity(btl.)	1
2		63(25.7)
3		69(28.2)
4		15( 6.1)
5		18( 7.3)
Above 6		66(26.9)
Replace cycle (months)		Below 2
	3	37(15.1)
	4	16( 6.5)
	5	1( 0.4)
	6	21( 8.6)
	Above 6	39(15.9)
	Irregular	89(36.3)
Origins	France	114(46.5)
	Italy	17( 6.9)
	Chile	58(23.7)
	Australia	23( 9.4)
	America	10( 4.1)
	Korea/others	23( 9.4)
Purchase price/1 btl. (₩)	Below 1,000	3( 1.2)
	1,001 ~2,000	37(15.1)
	2,001 ~3,000	78(31.8)
	3,001 ~4,000	69(28.2)
	4,001 ~5,000	33(13.5)
	Above 5,001	25(10.2)
Right of choice	Executive chef	84(34.3)
	Assistant executive	33(13.5)
	Chef missing	65(26.5)
	Section chef	36(14.7)
	Purchasing depart.	14( 5.7)
	Beverage manager	8( 3.3)
	Outlet manager	3( 1.2)
	Sommelier	2( 0.8)

면서 이용하는 경우도 26.9%에 이르고 있었다. 교체 주기는 36.3%가 비정기적으로 교체하고 있었으며, 6개월 이상이 24.5%, 2개월 정도가 17.1%, 3개월 마다 교체하는 경우가 15.1%인 것으로 조사되었다.

조리용으로 어느 나라의 와인을 주로 사용하는가를 알아본 결과는 프랑스산(46.5%), 칠레산(23.7%), 호주(9.4%), 국산/기타(9.4%) 순으로 나타났다. 이러한 결과는 우리나라의 주요 와인 수입 국가와 비교해 볼 때 유사한 분포를 이루고 있었다(Ryu & Choi 2005, 한국무역협회). 다만 칠레산 와인의 사용 비중이 높아진 것은 칠레와 FTA 체결 결과 저가의 칠레산 와인들이 많이 수입되었기 때문인 것으로 추측된다. 그래서 조리용으로 사용하는 와인의 생산 국가별 분포가 호텔 형태, 레스토랑 및 경력별로는 어떠한 차이를 보이는가를 살펴본 결과는 Table 3과 같고, 특정 국가의 와인을 선택한 이유가 무엇인가를 알아본 결과는 Table 4와 같다.

Table 3에서 보는 바와 같이 와인 생산국가에 대해서 호텔 형태( $p<0.01$ ), 근무업장( $p<0.001$ ), 경력( $p<0.05$ )에 따라 모두 유의적인 차이를 보여주고 있다. 이러한 결과는 우리나라가 음용이든 조리용이든 프랑스 와인의 의존도를 벗어나지 못함을 보여주고 있다. 한편, 칠레산의 증가는 가격 대비 품질이 우수한 칠레 와인의 국내 공급으로 인한 것으로 그 동안 우리나라 와인 시장의 문제점 중의 하나였던 프랑스 와인에 대한 지나친 의존도를 벗어나고 있음을 나타내고 있다. 이러한 현상은 와인 소비 다원화란 측면에서도 바람직한 것으로 우리나라의 와인 소비가 수입 국가나 와인의 브랜드에서 벗어나 점차 가격 대비 품질이나 맛에 근거하는 경향을 띄고 있음을 시사한다.

조리용 와인으로 특정 국가를 선택한 이유는 Table 4에서 나타난 바와 같이 원가(32.4%), 품질(32.4%), 맛(16.8%) 때문인 것으로 나타났고 통계적으로도 근무업장( $p<0.05$ )과 경력( $p<0.001$ )에서 유의적인 차이가 있음을 보이고 있다. 그리고 식재료와의 상관관계(14.3%)에 근거하고 있다는 것은 비록 일부에 불과하지만 조리용 와인의 사용이 매우 섬세하게 이

1) 참고로, 조리용 와인으로 사용하는 와인의 종류를 레스토랑의 종류별로 어떠한 차이를 보이는가를 알아보았다. 분석 결과, 양 식당에서는 조리용 와인으로 레드 와인을 54.0%, 화이트 와인을 42.3%, 이태리 식당에서는 각각 60.5%, 34.2%, 메인 주방에서는 78.1%, 21.9%, 한/중/일식당에서는 54.3%, 40.0% 사용하는 것으로 나타났다. 이 때 카이제곱값은 24.29로 통계적인 차이는 없었다. 이러한 결과는 조리용 와인의 사용이 레스토랑별 요리의 종류에 따라 사용되지 않고 육류 요리에는 레드 와인, 생선 요리에는 화이트 와인과 같이 전통적으로 알고 있는 방법에 따라 사용되고 있음을 나타낸다. 따라서 요리의 특성에 맞도록 조리용 와인에 대한 구체적이고 체계적인 사용 방법의 개발이 필요하다.

Table 3. Difference in the origin of cooking wine by demographics variables

Variable	Category	France	Italia	America	Aust.	Chile	Korea/Others	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	72(44.7)	15( 9.3)	6( 3.7)	14( 8.7)	45(28.0)	9( 5.6)	161(100.0)	15.385**
	Local hotel	42(50.0)	2( 2.4)	4( 4.8)	9(10.7)	13(15.5)	14(16.7)	84(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	28(44.4)	4( 6.3)	2( 3.2)	13(20.6)	11(17.5)	5( 7.9)	63(100.0)	79.584***
	Italian rest.	18(47.4)	10(26.3)	1( 2.6)	0( 0.0)	4(10.5)	5(13.2)	38(100.0)	
	Main kitchen	11(34.4)	0( 0.0)	1( 3.1)	1( 3.1)	18(56.3)	1( 3.1)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	18(51.4)	1( 2.9)	2( 5.7)	1( 2.9)	6(17.1)	7(20.0)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	29(54.7)	2( 3.8)	1( 1.9)	3( 5.7)	15(28.3)	3( 5.7)	53(100.0)	
	Others	10(41.7)	0( 0.0)	3(12.5)	5(20.8)	4(16.7)	2( 8.3)	21(100.0)	
Career	Below 5	30(43.5)	8(11.6)	1( 1.4)	5( 7.2)	17(24.6)	8(11.6)	69(100.0)	42.175*
	6~10	43(49.4)	4( 4.6)	5( 5.7)	7( 8.0)	20(23.0)	8( 9.2)	87(100.0)	
	11~15	19(42.2)	2( 4.4)	3( 6.7)	6(13.3)	12(26.7)	3( 6.7)	45(100.0)	
	16~20	13(52.0)	2( 8.0)	0( 0.0)	1( 4.0)	6(24.0)	3(12.0)	25(100.0)	
	21~25	8(57.1)	1( 7.1)	1( 7.1)	0( 0.0)	3(21.4)	1( 7.1)	14(100.0)	
	Above 26	1(20.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	4(80.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	5(100.0)	
Total		114(46.5)	17( 6.9)	10( 4.1)	23( 9.4)	58(23.7)	23( 9.4)	245(100.0)	

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

Table 4. Difference in the reason to choose wine of particular origin by demographic variables

Variable	Category	Cost	Quality	Taste	National cooking style	Relation with food ingredient	Others	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	48(29.8)	58(36.0)	29(18.0)	2( 1.2)	21(13.0)	3( 1.9)	161(100.0)	5.544
	Local hotel	31(37.3)	21(25.3)	12(14.5)	1( 1.2)	14(16.9)	4( 4.8)	83(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	18(29.0)	20(32.3)	7(11.3)	1( 1.6)	14(22.6)	2( 3.2)	62(100.0)	34.099*
	Italian rest.	8(21.1)	14(36.8)	10(26.3)	2( 5.3)	3( 7.9)	1( 2.6)	38(100.0)	
	Main kitchen	10(31.3)	13(40.6)	8(25.0)	0( 0.0)	1( 3.1)	0( 0.0)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	11(31.4)	8(22.9)	6(17.1)	0( 0.0)	9(25.7)	1( 2.9)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	25(47.2)	16(30.2)	7(13.2)	0( 0.0)	3( 5.7)	2( 3.8)	53(100.0)	
	Others	7(29.2)	8(33.3)	3(12.5)	0( 0.0)	5(20.8)	1( 4.2)	24(100.0)	
Career	Below 5	22(32.4)	20(29.4)	13(19.1)	0( 0.0)	12(17.6)	1( 1.5)	68(100.0)	53.052***
	6~10	32(36.8)	25(28.7)	15(17.2)	1( 1.1)	13(14.9)	1( 1.1)	87(100.0)	
	11~15	15(33.3)	14(31.1)	8(17.8)	1( 2.2)	7(15.6)	0( 0.0)	45(100.0)	
	16~20	7(28.0)	9(36.0)	4(16.0)	1( 4.0)	2( 6.0)	2( 8.0)	25(100.0)	
	21~25	1( 7.1)	11(78.6)	0( 0.0)	0( 0.0)	1( 7.1)	1( 7.1)	14(100.0)	
	Above 26	2(40.0)	0( 0.0)	1(20.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	2(40.0)	5(100.0)	
Total		79(32.4)	79(32.4)	41(16.8)	3( 1.2)	35(14.3)	7( 2.9)	244(100.0)	

\*  $p < 0.05$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

루어지고 있음을 알 수 있다. 한편 이상과 같은 선정 이유들이 호텔 형태별로 유의적인 차이를 보이지 않는 것은 서양 요리의 보급에 선도적 역할을 하였던 체인 호텔들의 조리기술이 로컬 호텔들과 상당 부분 평준화되었기 때문인 것으로 추측된다.

조리용 와인의 병당 구입 가격은 ₩ 2,001~3,000 사이가 31.8%, ₩ 3,001~4,000 사이가 28.2%, ₩ 1,001~2,000 사이가 15.18%로 대부분을 차지하고 있었다. 이러한 결과는 한-칠레 간 FTA 협정에 따라 가격 대비 품질이 우수한 와인이 국내에 다량 공급되어 비교적 저렴한 수준인 3,500원 전후로 형성되었다는 것을 의미한다.

병당 구입 가격이 호텔 형태, 레스토랑 및 경력별로는 어떠한 차이를 보이는가를 Table 5와 같다. 표에 나타난 바와 같이 근무업장( $p<0.05$ )을 제외한 나머지 집단에서는 유의적인 차이를 보이지 않고 있다. 이것은 조리용 와인으로 1병(750 mL)짜리가 현장 종사자들의 편의성에 의해서 많이 사용되고 있어 원가 비교에 대한 부담을 가지고 있지 않음 때문인 것 같다. 향후 조리용 와인의 경우 구매 단위를 병 단위 구매보다는 Bag-in-a-Box(4 L)와 같이 대량으로 구입하여 사용하면 원가에 대한 새로운 인식이 제기될 것이라 판단된다.

조리용 와인의 선정 권한은 주방의 책임 계층인 총 주방

장(34.3%), 주방 과장(26.5%), 주방 부장(13.5%)이 주로 갖고 있었으며, 구매 부서에서 갖고 있는 경우도 14.7%에 이르는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 조직의 특성과 경력의 차이로 인하여 나타날 수도 있기 때문에 호텔 형태, 근무업장 및 경력별로는 어떠한 차이를 보이는가를 알아보았다.

Table 6을 통하여 알 수 있듯이 조리용 와인의 선정 권한은 호텔 형태( $p<0.001$ ), 근무업장( $p<0.001$ ), 경력별( $p<0.05$ )로 모두 유의적인 차이를 보이고 있다. 이러한 결과는 호텔마다 정도의 차이가 있겠지만 주방 내에서의 직급이나 경력에 따른 권한과 책임이 분명하기 때문인 것으로 추측된다. 즉, 총 주방장은 전체 주방에 대한 책임과 주방 전체에서 사용하는 식자재의 구매, 검수, 보관, 원가 관리 등의 권한을 가지고 있기 때문에 조리용 와인의 구매 권한도 총 주방장이 대부분 갖게 된다. 간혹 총 주방장 부재 시 주방 부장이나 주방 과장이 권한을 위임받아 구매하거나 추천하는 경우가 있을 뿐이다.

### 3. 조리용 와인의 선택 속성

제품의 품질에 대한 평가는 본질적 요인에 대한 평가와 더불어 제조업자의 명성, 생산지, 가격 등과 같은 부수적인 요인에 대한 지각에 의해 이루어지기도 한다(Poulsen *et al*

Table 5. Difference in purchase cost of cooking wine by demographic variables

Variable	Category	Below 1000	1001~2000	2001~3000	3001~4000	4001~5000	5001 Above	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	2(1.2)	26(16.1)	53(32.9)	47(29.2)	22(13.7)	11(6.8)	161(100.0)	5.937
	Local hotel	1(1.2)	11(13.1)	25(29.8)	22(26.2)	11(13.1)	14(16.7)	84(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	0(0.0)	10(15.9)	14(22.2)	22(34.9)	9(14.3)	8(12.7)	63(100.0)	44.225**
	Italian rest.	1(2.6)	5(13.2)	13(34.2)	11(28.9)	8(21.1)	0(0.0)	38(100.0)	
	Main kitchen	0(0.0)	3(9.4)	21(65.6)	2(6.3)	5(15.6)	1(3.1)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	1(2.9)	6(17.1)	8(22.9)	9(25.7)	6(17.1)	5(14.3)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	1(1.9)	9(17.0)	14(26.4)	20(37.7)	4(7.5)	5(9.4)	53(100.0)	
	Others	0(0.0)	4(16.7)	8(33.3)	5(20.8)	1(4.2)	6(25.0)	24(100.0)	
Career	Below 5	1(1.4)	16(23.2)	21(30.4)	16(23.2)	10(14.5)	5(7.2)	69(100.0)	30.836
	6~10	2(2.3)	15(17.2)	26(29.9)	22(25.3)	12(13.8)	10(11.5)	87(100.0)	
	11~15	0(0.0)	1(2.2)	17(37.8)	20(44.4)	3(6.7)	4(8.9)	45(100.0)	
	16~20	0(0.0)	2(8.0)	8(32.0)	8(32.0)	4(16.0)	3(12.0)	25(100.0)	
	21~25	0(0.0)	3(21.4)	5(35.7)	1(7.1)	4(28.6)	1(7.1)	14(100.0)	
	Above 26	0(0.0)	0(0.0)	1(20.0)	2(40.0)	0(0.0)	2(40.0)	5(100.0)	
	Total	3(1.2)	37(15.1)	78(31.8)	69(28.2)	33(13.5)	25(10.2)	245(100.0)	

\*\*  $p<0.01$ .

Table 6. Difference in the right of choice of cooking wine by demographic variables

Variable	Category	1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	13( 8.1)	3( 1.9)	7( 4.3)	63(39.1)	24(14.9)	33(20.5)	18(11.2)	161(100.0)	22.292***
	Local hotel	1( 1.2)	0( 0.0)	1( 1.2)	21(25.6)	9(11.0)	32(39.0)	18(22.0)	82(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	2( 3.3)	3( 4.9)	4( 6.6)	19(31.1)	7(11.5)	21(34.4)	5( 8.2)	61(100.0)	63.090***
	Italian rest.	2( 5.3)	0( 0.0)	1( 2.6)	9(23.7)	7(18.4)	12(31.6)	7(18.4)	38(100.0)	
	Main kitchen	0( 0.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	19(59.4)	6(18.8)	6(18.8)	1( 3.1)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	3( 8.6)	0( 0.0)	1( 2.9)	6(17.1)	7(20.0)	15(42.9)	3( 8.6)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	4( 7.5)	0( 0.0)	2( 3.8)	24(45.3)	2( 3.8)	5( 9.4)	16(30.2)	53(100.0)	
	Others	3(12.5)	0( 0.0)	0( 0.0)	7(29.2)	4(16.7)	6(25.0)	4(16.7)	24(100.0)	
Career	Below 5	6( 8.7)	1( 1.4)	3( 4.3)	17(24.6)	7(10.1)	21(30.4)	14(20.3)	69(100.0)	47.904*
	6~10	8( 9.3)	0( 0.0)	2( 2.3)	22(25.6)	15(17.4)	24(27.9)	15(17.4)	86(100.0)	
	11~15	0( 0.0)	1( 2.2)	0( 0.0)	23(51.5)	4( 8.9)	12(26.7)	5(11.1)	45(100.0)	
	16~20	0( 0.0)	0( 0.0)	3(12.0)	12(48.0)	4(16.0)	4(16.0)	2( 8.0)	25(100.0)	
	21~25	0( 0.0)	1( 7.1)	0( 0.0)	6(42.9)	3(21.4)	4(28.6)	0( 0.0)	14(100.0)	
	Above 26	0( 0.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	4(100.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	4(100.0)	
Total		14( 5.8)	3( 1.2)	8( 3.3)	84(34.6)	33(13.6)	65(26.7)	36(14.8)	243(100.0)	

\*  $p < 0.05$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

1) Beverage manager, 2) Sommelier, 3) Outlet manager, 4) Executive chef, 5) Assistant executive, 6) Section chef, 7) Purchasing depart.

1996). 와인의 경우, 품질을 평가하는 본질적 요인으로 맛(taste), 향(aroma), 색(colour), 알코올 함량(alcohol content), 수확 연도(harvest), 숙성(age)을 들 수 있으며, 부수적 요인으로는 평판(reputation), 생산지(region), 원산지 통제 등급(appellation d' Origine), 생산자(brand), 레이블 정보(labelling), 광고 및 선전(advertising and propaganda), 가격(price), 유통 구조(distribution channels)가 있다(Verdu-Jover *et al* 2004).

본 연구에서는 먼저 호텔 현장에서 조리용 와인을 선택할 때 우선적으로 고려하는 요인들이 무엇인가를 살펴보았다. 그리고 이러한 결과와 더불어 와인 선택 속성 중에서 조리용 와인의 선택 시 중요 시 하는 와인의 맛(taste)과 향(aroma), 부수적 요인 중에서는 구입 원가, 레이블 정보의 중요도에 대해 인구 통계학적 속성에 따라 어떠한 차이가 있는가를 확인하였다. 이러한 분석의 결과는 조리용 와인의 사용을 표준화하여 요리에 미치는 영향을 과학적으로 분석하는데 유용한 근거를 제공할 것으로 기대된다.

먼저 조리용 와인의 선택 시 최우선으로 고려하는 요인들에 대한 결과는 Table 7과 같다. 이 표에 나타난 바와 같이 조리용 와인의 선택 속성은 요리의 특성(42.6%), 와인의 맛(28.7%), 원가(18.4%), 와인의 향(6.6%), 요리 해당 나라의 와인(3.7)

% 순으로 나타났다. 이것은 요리의 특성이나 맛, 향이 주된 선택 요인이며 '그 나라의 요리는 그 나라의 재료'를 사용한다는 말이 조리용 와인에는 예외로 적용되고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과를 바탕으로 본 연구에서는 와인의 본질적 속성 중에서 와인의 맛과 향을 부수적 속성으로는 구입 원가와 레이블 정보에 대하여 집단간 차이를 확인해 보았다.

와인 선택 요인 중 와인의 본질적 속성이라고 할 수 있는 와인의 맛과 향에 대한 중요도와 집단간 차이에 대한 분석 결과는 Table 8과 Table 9에 제시하였다. 중요도에 대한 차이는 분포의 형태를 살펴보기 위하여 chi-square 검정을 이용하였다.

와인의 맛에 대한 중요도는 Table 8과 같이 근무업장과 경력에 따라  $p < 0.05$  수준에서 유의적인 차이를 보이고 있다. 그러나 호텔 형태에서는 유의적인 차이를 보이지 않고 있었다. 이러한 결과는 조리용 와인의 선택 시 와인의 맛에 대한 관심이 레스토랑의 특성과 경력에 따라 차이가 있기 때문인 것 같다.

조리용 와인의 선택 시 향에 대한 중요도는 Table 9에 나타난 바와 같이 대부분(92.2%) 보통 이상으로 중요하다고 지적하였고, 경력별로  $p < 0.05$  수준에서 유의적인 차이가 있었

**Table 7. Difference in the choice criteria of cooking wine by demographic variables**

Variable	Category	Taste	Aroma	Cost	Unique of cuisine	National cooking style	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	47(29.2)	13( 8.1)	30(18.6)	64(39.8)	7( 4.3)	161(100.0)	3.186
	Local hotel	23(27.7)	3( 3.6)	15(18.1)	40(48.2)	2( 2.4)	83(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	22(35.5)	4( 6.5)	13(21.0)	19(30.6)	4( 6.5)	62(100.0)	26.210
	Italian rest.	15(39.5)	2( 5.3)	7(18.4)	13(34.2)	1( 2.6)	38(100.0)	
	Main kitchen	8(25.0)	0( 0.0)	6(18.8)	18(51.4)	0( 0.0)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	6(17.1)	4(11.4)	4(11.4)	18(51.4)	3( 8.6)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	14(26.4)	2( 3.8)	12(22.6)	24(45.3)	1( 1.9)	53(100.0)	
	Others	5(20.8)	4(16.7)	3(12.5)	12(50.0)	0( 0.0)	24(100.0)	
Career	Below 5	18(26.1)	2( 2.9)	12(17.4)	35(50.7)	2( 2.9)	69(100.0)	34.141*
	6~10	23(26.4)	6( 6.9)	20(23.0)	35(40.2)	3( 3.4)	87(100.0)	
	11~15	15(33.3)	3( 6.7)	7(15.6)	20(44.4)	0( 0.0)	45(100.0)	
	16~20	9(36.0)	1( 4.0)	5(20.0)	9(36.0)	1( 4.0)	25(100.0)	
	21~25	3(21.4)	4(28.6)	1( 7.1)	3(21.4)	3(21.4)	14(100.0)	
	Above 26	2(50.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	2(50.0)	0( 0.0)	4(100.0)	
Total		70(28.7)	16( 6.6)	45(18.4)	104(42.6)	9( 3.7)	244(100.0)	

\*  $p < 0.05$ .**Table 8. Difference in the importance of the taste of cooking wine by demographic variables**

Variable	Category	Never	Little	Neither	Somewhat	Very much	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	3( 1.9)	11( 6.8)	43(26.7)	66(41.0)	38(23.6)	161(100.0)	2.882
	Local hotel	1( 1.2)	6( 7.1)	20(23.8)	43(51.2)	14(16.7)	84(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	0( 0.0)	6( 9.5)	16(25.4)	23(36.5)	18(28.6)	63(100.0)	31.018*
	Italian rest.	1( 2.6)	3( 7.9)	10(26.3)	15(39.5)	9(23.7)	38(100.0)	
	Main kitchen	0( 0.0)	0( 0.0)	6(18.8)	20(62.5)	6(18.8)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	2( 5.7)	2( 5.7)	17(48.6)	11(31.4)	3( 6.6)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	1( 1.9)	5( 9.4)	7(13.2)	29(54.7)	11(20.8)	53(100.0)	
	Others	0( 0.0)	1( 4.2)	7(29.2)	11(45.8)	5(20.8)	24(100.0)	
Career	Below 5	1( 1.0)	5( 7.2)	15(21.7)	40(58.0)	8(11.6)	69(100.0)	29.008*
	6~10	3( 3.4)	9(10.3)	27(31.0)	31(35.6)	17(19.5)	87(100.0)	
	11~15	0( 0.0)	2( 4.4)	13(28.9)	21(46.7)	9(20.0)	45(100.0)	
	16~20	0( 0.0)	1( 4.0)	3(12.0)	10(40.0)	11(44.0)	25(100.0)	
	21~25	0( 0.0)	0( 0.0)	5(35.7)	4(28.6)	5(35.7)	14(100.0)	
	Above 26	0( 0.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	3(60.0)	2(40.0)	5(100.0)	
Total		4( 1.6)	17( 6.9)	63(25.7)	109(44.5)	52(21.2)	245(100.0)	

\*  $p < 0.05$ .



다. 이러한 결과는 와인의 맛과 향이 요리에 미치는 영향이 매우 크다고 인식하고 있음을 나타내고 있는 것이다. 즉, 와인의 맛과 향이 일반적으로 와인을 마실 때도 매우 중요하지만 요리에 미치는 영향력도 크다고 인식하고 있다는 것을 시사한다. 따라서 와인의 맛과 향이 어떻게 왜 중요한지를 차후에 실험적으로 분석하면 현장에서도 유용한 좋은 연구가 될 것이라고 판단된다.

와인 선택의 부수적 속성인 와인의 구입 원가와 레이블 정보에 대한 분석 결과는 Table 10과 Table 11에 제시하였다.

구입원가의 경우, 조리용 와인의 선택 권한을 갖고 있는 주방 과장 이상의 간부급들로부터 원가 절감에 대한 교육용 항상 받고 있기 때문에 모든 직원들은 원가의 중요성을 알고 있다. 그렇기 때문에 응답자의 97.5%가 보통 이상으로 중요성을 인식하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 집단 간에 통계적으로 유의적인 차이는 보이지 않았다.

레이블 정보는 와인을 마시기 전에 ‘First read the label’ (Jefford A 2003)이라고 할 정도로 중요하다. 레이블에는 포도 품종, 와인 브랜드, 빈티지(vintage), 원산지, 알코올 함량, 생산자의 이름과 주소, 첨가물과 같은 정보가 담겨져 있어 (Ryu & Choi 2005), 와인을 선택하거나 와인의 특성을 1차적으로 판단할 때 유용하게 이용된다. 그러나 본 연구 결과에 의하면 Table 11과 같이 레이블에 대한 중요성을 49.8%의

응답자가 보통으로 답변하였고 집단 간에도 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 레이블 정보는 일반적으로 와인 애호가들이 많이 중요시 하는 선택 속성이기 때문에(Ko & Jung 2006) 주방의 간부들이 일괄적으로 선택하여 각 부서로 배급하는 조리용 와인의 선택 속성과는 차이가 있기 때문인 것 같다. 따라서 각 주방 부서의 조리사들은 와인의 레이블 정보가 중요하다는 일반적인 지식은 알고 있으나 자신이 직접 선택할 수 없는 시스템으로 말미암아 그 중요성에 대해 깊이 있게 인식하지 않고 있음을 알 수 있다.

이러한 레이블 정보에 대한 결과는 위와 같이 의외의 해석을 가져오게 되었다. 그래서 부수적 요인 중의 하나인 생산연도(vintage)에 대하여 차이 검증을 해 보았다. 검증 결과 레이블 정보와 같이 중요도에 대해 ‘보통’이 43.0%, ‘중요하지 않음’이 23.0%, ‘중요함’이 22.1%나 나타나 대체적으로 중립적인 견해를 가지고 있음을 알 수 있었다. 인구 통계학적 변수들에 대한 통계적 의미도 차이를 보이지 않았다. 이러한 결과는 레이블 정보의 결과와 같이 구매 시스템에서 유래되었다고 할 수 있다. 그러나 다른 한편으로는 그동안 유럽의 와인들에 길들여져 왜곡되었던 와인에 대한 선택 속성이 와인 선진국들의 와인 문화와 일치되어지고 있다는 반증이 아닌가 하는 추가적인 해석도 가능케 한다. 즉, 와인은 본질적인 속성인 맛과 향과 색을 음미하는 것이 와인을 즐기는 진정한 요

Table 9. Difference in the importance of the aroma of cooking wine by demographic variables

Variable	Category	Never	Little	Neither	Somewhat	Very much	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	2(1.2)	10( 6.2)	51(31.7)	64(39.8)	34(21.1)	161(100.0)	0.792
	Local hotel	2(2.4)	5( 6.0)	27(32.1)	35(41.7)	15(17.9)	84(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	0(0.0)	5( 7.9)	18(28.6)	24(38.1)	16(25.4)	63(100.0)	14.949
	Italian rest.	1(2.6)	3( 7.9)	10(26.3)	17(44.7)	7(18.4)	38(100.0)	
	Main kitchen	0(0.0)	2( 6.3)	9(28.1)	15(46.9)	6(18.8)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	2(5.7)	2( 5.7)	15(42.9)	12(34.3)	4(11.4)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	1(1.9)	2( 3.8)	15(28.3)	24(45.3)	11(20.8)	53(100.0)	
	Others	0(0.0)	1( 4.2)	11(45.8)	7(29.2)	5(20.8)	24(100.0)	
Career	Below 5	1(1.4)	4( 5.8)	20(29.0)	36(52.2)	8(11.6)	69(100.0)	31.840*
	6~10	2(2.3)	10(11.5)	31(35.6)	28(32.2)	16(18.4)	87(100.0)	
	11~15	0(0.0)	1( 2.2)	17(37.8)	18(40.0)	9(20.0)	45(100.0)	
	16~20	1(4.0)	0( 0.0)	6(24.0)	11(44.0)	7(28.0)	25(100.0)	
	21~25	0(0.0)	0( 0.0)	4(28.6)	5(35.7)	5(35.7)	14(100.0)	
	Above 26	0(0.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	1(20.0)	4(80.0)	5(100.0)	
Total		4(1.6)	15( 6.1)	78(31.8)	99(40.4)	49(20.0)	245(100.0)	

\*  $p < 0.05$ .

**Table 10. Difference in the importance of the purchase cost of cooking wine by demographic variables**

Variable	Category	Never	Little	Neither	Somewhat	Very much	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	3( 1.9)	14( 8.7)	48(29.8)	59(36.6)	37(23.0)	161(100.0)	6.220
	Local hotel	1( 1.2)	8( 9.5)	33(39.3)	33(39.3)	9(10.7)	84(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	1( 1.6)	4( 6.3)	20(31.7)	26(41.3)	12(19.0)	63(100.0)	23.939
	Italian rest.	0( 0.0)	3( 7.9)	17(44.7)	13(34.2)	5(13.2)	38(100.0)	
	Main kitchen	0( 0.0)	4(12.5)	8(25.0)	16(50.0)	4(12.5)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	2( 5.7)	6(17.1)	13(37.1)	10(28.6)	4(11.4)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	1( 1.9)	4( 7.5)	13(24.5)	22(41.5)	13(24.5)	53(100.0)	
	Others	0( 0.0)	1( 4.2)	10(41.7)	5(20.8)	8(33.3)	24(100.0)	
Career	Below 5	1( 1.4)	3( 4.3)	24(34.8)	30(43.5)	11(15.9)	69(100.0)	28.536*
	6~10	3( 3.4)	11(12.6)	30(34.5)	27(31.0)	16(18.4)	87(100.0)	
	11~15	0( 0.0)	7(15.6)	13(28.9)	18(40.0)	7(15.6)	45(100.0)	
	16~20	0( 0.0)	1( 4.0)	8(32.0)	9(36.0)	7(28.0)	25(100.0)	
	21~25	0( 0.0)	0( 0.0)	6(42.9)	7(50.0)	1( 7.1)	14(100.0)	
	Above 26	0( 0.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	1(20.0)	4(80.0)	5(100.0)	
Total		4( 1.6)	22( 9.0)	81(33.1)	92(37.6)	46(18.8)	245(100.0)	

\*  $p < 0.05$ .**Table 11. Difference in the importance of the label information of cooking wine by demographic variables**

Variable	Category	Never	Little	Neither	Somewhat	Very much	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	8( 5.0)	22(13.7)	80(49.7)	41(25.5)	10( 6.2)	161(100.0)	2.202
	Local hotel	2( 2.4)	16(19.0)	42(50.0)	20(23.8)	4( 4.8)	84(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	0( 0.0)	10(15.9)	33(52.4)	15(23.8)	5( 7.9)	63(100.0)	28.036
	Italian rest.	1( 2.6)	2( 5.3)	21(55.3)	12(31.6)	2( 5.3)	38(100.0)	
	Main kitchen	0( 0.0)	9(28.1)	14(43.8)	6(18.8)	3( 9.4)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	1( 2.9)	5(14.3)	16(45.7)	12(34.3)	1( 2.9)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	5( 9.4)	6(11.3)	26(49.1)	14(26.4)	2( 3.8)	53(100.0)	
	Others	3(12.5)	6(25.0)	12(50.0)	2( 8.3)	1( 4.2)	24(100.0)	
Career	Below 5	2( 2.9)	10(14.5)	31(44.9)	23(33.3)	3( 4.3)	69(100.0)	25.738
	6~10	5( 5.7)	18(20.7)	46(52.9)	14(16.1)	4( 4.6)	87(100.0)	
	11~15	1( 2.2)	6(13.3)	26(57.8)	9(20.0)	3( 6.7)	45(100.0)	
	16~20	1( 4.0)	3(12.0)	12(48.0)	6(24.0)	3(12.0)	25(100.0)	
	21~25	0( 0.0)	1( 7.1)	5(35.7)	8(57.1)	0( 0.0)	14(100.0)	
	Above 26	1(20.0)	0( 0.0)	2(40.0)	1(20.0)	1(20.0)	5(100.0)	
Total		10( 4.0)	38(15.5)	122(49.8)	61(24.9)	14( 5.7)	245(100.0)	

소이지 명성이나 생산국이 중요한 요인은 아니기 때문이다.

이상과 같이 조리용 와인의 선택 속성에 대한 차이와 더불어 본 연구에서는 추가적으로 조리용 와인이 어떠한 기준에 근거하고 사용되고 있는가를 살펴보았다. 조리용 와인의 사용은 Table 12에서 보는 바와 같이 53.7%가 레시피(recipe)에 근거하고 있었다. 반면 나머지는 요리의 양이나 습관적인 짐작에 근거하고 있음을 알 수 있었다. 이러한 결과는 특히 근무업장별로 유의적인 차이( $p < 0.05$ )를 보이고 있었다. 그리고 조리용 와인 사용에 따른 레시피의 필요성에 대해서도 Table 13과 같이 응답자 중 73.4%가 필요성을 인정하였으며, 특히 근무업장별로 유의적인 차이( $p < 0.05$ )를 보이고 있었다 (Table 13).

이러한 결과는 실무적으로 대부분의 주방은 요리를 만들 때 적합한 양의 와인을 첨가하도록 레시피가 준비되어 있으나, 정확한 측정량을 요구하는 카테일의 레시피처럼 그 중요도를 인식하지 않고 와인의 과부족이 요리에 그다지 예민하게 영향을 미치지 않는다고 생각하는 일반적인 관례 때문인 것 같다. 이에 따라 일정한 요리의 맛을 지속적으로 유지하기 위해서는 조리용 와인을 포함한 여러 부재료들의 영향과 효과 및 레시피의 사용에 대한 적절한 교육이 필요함을 시사

하고 있다.

### 요약 및 결론

서양 요리에서 와인은 소스의 재료는 물론 향신료로 광범위하게 사용되어 왔다. 그러나 소스와 향신료에 관한 연구가 다양한 측면에서 수행되어 왔음에도 불구하고 와인과 관련해서는 구체적인 연구가 거의 이루어지지 않았다. 이에 본 연구에서는 조리용 와인이 어떠한 속성에 따라 선택되며, 이러한 선택 속성이 인구 통계학적 특성에 따라 어떠한 차이를 보이는가를 분석하였다. 본 연구의 주요 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 조리용 와인으로 조사 대상자의 46.5%가 프랑스산 와인을 사용하고 있었으며, 인구 통계학적 특성들 간에도 모두 유의적인 차이를 보이고 있었다. 이와 같이 프랑스산 와인에 대한 의존도가 높은 것은 조리용 와인의 소비가 와인의 품질이나 식자재와의 관계 및 원가 절감 측면에서 선택되지 않고 음용용 와인과 마찬가지로 기존의 인지도나 경험적으로 선택하여 사용하기 때문인 것으로 추측된다.

둘째, 조리용 와인의 선택 권한은 간부급으로 집중되어 있

Table 12. Difference in the way use cooking wine by demographic variables

Variable	Category	Based on the recipe	Based on the cooking quantity	With habit eye guess	According to boss's instruction	Without accurate standards	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	83( 51.9)	46(28.8)	20(12.5)	6( 3.8)	5(3.1)	160(100.0)	3.293
	Local hotel	48( 57.1)	22(26.2)	6( 7.1)	6( 7.1)	2(2.4)	84(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	35( 55.6)	15(23.8)	7(11.1)	3( 4.8)	3(4.8)	63(100.0)	29.224*
	Italian rest.	14( 37.8)	17(45.9)	2( 5.4)	3( 8.1)	1(2.7)	37(100.0)	
	Main kitchen	20( 62.5)	6(18.8)	2( 6.3)	3( 9.4)	1(3.1)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	15( 42.9)	14(40.0)	2( 5.7)	2( 5.7)	2(5.7)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	31( 58.5)	14(26.4)	8(15.1)	0( 0.0)	0(0.0)	53(100.0)	
	Others	16( 66.7)	2( 8.3)	5(20.8)	1( 4.2)	0(0.0)	24(100.0)	
Career	Below 5	33( 47.8)	20(29.0)	7(10.1)	7(10.1)	2(2.9)	69(100.0)	17.999
	6~10	44( 50.6)	26(29.9)	10(11.5)	3( 3.4)	4(4.6)	87(100.0)	
	11~15	28( 62.2)	9(20.0)	6(13.3)	2( 4.4)	0(0.0)	45(100.0)	
	16~20	15( 60.0)	7(28.0)	2( 8.0)	0( 0.0)	1(4.0)	25(100.0)	
	21~25	6( 46.2)	6(46.2)	1( 7.7)	0( 0.0)	0(0.0)	13(100.0)	
	Above 26	5(100.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	0( 0.0)	0(0.0)	5(100.0)	
Total		131( 53.7)	68(27.9)	26(10.7)	12( 4.9)	7(2.9)	244(100.0)	

\*  $p < 0.05$ .

Table 13. Difference in the necessity of recipes by demographic variables

Variable	Category	Never	Little	Neither	Somewhat	Very much	Total	$\chi^2$ value
Hotel types	Chain hotel	2(1.3)	7(4.4)	36(22.5)	72(45.0)	43(26.9)	160(100.0)	3.128
	Local hotel	0(0.0)	5(6.0)	15(17.9)	35(41.7)	29(34.5)	84(100.0)	
Outlet restaurant	Western rest.	0(0.0)	1(1.6)	19(30.2)	23(36.5)	20(31.7)	63(100.0)	30.394*
	Italian rest.	0(0.0)	3(8.1)	6(16.2)	16(43.2)	12(32.4)	37(100.0)	
	Main kitchen	0(0.0)	1(3.1)	0(0.0)	23(71.9)	8(25.0)	32(100.0)	
	K/C/J rest.	0(0.0)	3(8.6)	10(28.6)	13(37.1)	9(25.7)	35(100.0)	
	Buffet/coffee shop	1(1.9)	4(7.5)	10(18.9)	24(45.3)	14(26.4)	53(100.0)	
	Others	1(4.2)	0(0.0)	6(25.0)	8(33.3)	9(37.5)	24(100.0)	
Career	Below 5	1(1.4)	5(7.2)	22(31.9)	24(34.8)	17(24.6)	69(100.0)	16.285
	6~10	1(1.1)	4(4.6)	13(14.9)	40(46.0)	29(33.3)	87(100.0)	
	11~15	0(0.0)	1(2.2)	9(20.0)	23(51.1)	12(26.7)	45(100.0)	
	16~20	0(0.0)	1(4.2)	3(12.5)	14(58.3)	6(25.0)	24(100.0)	
	21~25	0(0.0)	1(7.1)	3(21.4)	5(35.7)	5(35.7)	14(100.0)	
	Above 26	0(0.0)	0(0.0)	1(20.0)	1(20.0)	3(60.0)	5(100.0)	
Total		2(0.8)	12(4.9)	51(20.9)	107(43.9)	72(29.5)	244(100.0)	

\*  $p < 0.05$ .

있으며, 이러한 현상은 통계적으로도 호텔 종류( $p < 0.05$ ), 근무업장( $p < 0.001$ ) 및 경력( $p < 0.001$ )별로 모두 유의적인 차이를 보였다. 서양 요리의 중요한 재료의 하나인 와인의 사용이 업장이나 요리의 특성을 고려하지 않고 일괄적으로 운영되고 있음은 단기적으로 원가 절감이나 단기간에 걸친 조리 경험의 전수와 같은 긍정적인 효과가 있을 수도 있다. 그러나 중·장기적으로 요리의 품질 향상이 체계적으로 이루어지지 않아 결국 고객 만족에 기여를 못하여 업장의 매출에도 영향을 미칠 수 있는 부정적인 영향도 있을 수 있다. 따라서 요리의 특성에 맞는 조리용 와인의 선택이 체계적으로 이루어져야함을 시사하고 있다.

셋째, 조리용 와인의 선택 속성에서 와인 평가의 본질적인 속성인 맛과 향의 중요성이 경력이나 근무업장별로 유의적인 차이를 보이고 있었다. 그러나 부수적 요인인 구입원가나 레이블 정보의 중요성에 대해서는 경력별에서만 유의적인 차이( $p < 0.05$ )를 나타내고 있었다. 이러한 결과는 조리용 와인의 경우 음용용 와인과는 선택기준이 다르다는 것을 의미한다. 따라서 조리용 와인의 경우 구입 방법을 병당 구입보다는 Bag-in-a-Box와 같은 대용량으로 구입하는 것도 원가 관리 측면에서 유용하리라 판단할 수 있다. 그러나 이러한 해석에는 다소 제한적일 수가 있다. 왜냐하면 실무에서는 외국

계 요리사들의 경우 조리용 와인으로 포트 와인이나 셰리 와인과 같은 고가의 와인도 사용하고 있어 섬세한 요리 맛을 유지하기 위해서는 해당 요리에 알맞은 와인의 사용도 검토되어야 하기 때문이다.

넷째, 조리용 와인을 사용할 때 우선적으로 고려하는 요인으로 조사 대상자의 42.6%가 요리의 특성을 꼽았으며(Table 7), 조리용 와인 선정 이유로 조사 대상자의 14.3%가 식재료와의 상관관계를 지적하였다(Table 4). 이러한 결과는 조리용 와인의 사용이 요리에 미치는 기능적, 관능적 영향에 대하여 체계적으로 검토해야 할 필요성을 암시하고 있는 결과라고 간주된다.

다섯째, 조리용 와인의 사용 기준으로 조사 대상자의 53.7%가 레시피에 근거하고 있었으며, 그 필요성도 73.4%의 응답자가 인정하고 있었다. 반면에 46.3%에 해당하는 응답자들은 'rule of thumb'와 같은 경험 법칙에 근거하여 조리용 와인을 사용하고 있었다. 이러한 결과는 조리용 와인이 요리에 미치는 영향을 고려하지 않고 있다는 것을 나타낸다. 호텔 레스토랑과 외식 산업의 경우 요리의 일관성(consistence)이 매우 중요하다. 따라서 이상과 같은 결과는 조리 방법과 부재료의 사용에 대한 표준화가 필요함을 의미한다고 할 수 있다.

본 연구는 연구 대상의 범위가 서울 소재 특급 호텔에 국한하였다. 그래서 이상과 같은 결론을 일반화하기에는 제한적일 수 있다. 그러나 호텔의 outlet restaurant이 양식당, 이태리식당, 메인 주방, 한식당, 일식당, 중식당, 뷔페 및 커피숍 등을 포함하고 있으며 서양 요리를 선도하고 있다는 측면을 고려한다면 본 연구의 결과를 외식 산업과 같은 분야에서도 적절한 활용이 가능할 것으로 기대된다. 또 다른 한계는 조리용 와인에 대한 선행 연구가 전무하여 본 연구의 결과를 비교하며 폭넓게 실증적 해석을 도출하지 못했다는 점이다.

본 연구의 결과가 보다 유용하기 위해서는 조리용 와인의 기능적 측면과 그 기능이 요리에 미치는 영향과 같은 연구가 이루어져야 할 것이다. 또한 와인의 다양한 맛과 향이 요리에 미치는 기능적 영향과 관능적 효과에 대한 체계적인 연구와 더불어 요리에 미치는 영향에 대한 분석이 필요하다. 더 나아가 행동과학적 측면에서 조리용 와인을 사용하였을 경우의 요리에 대한 선호도나 고객의 만족도에 대한 측정도 다루어져야 할 것이다. 서양 요리에서 와인이 광범위하게 사용되고 있는 점을 고려한다면 이러한 연구들은 결국 요리의 품질 향상과 더불어 고객만족에 크게 기여하게 되리라 판단된다.

## 문헌

- 나영선 (1995) 호텔 서양조리실무개론. 백산출판사, 서울. pp 218-223.
- 류철, 최성만 (2005) 와인이야기. 현학사, 서울. pp 43-46, 113-119, 130.
- 장명숙, 김용식, 오찬 (2001) 서양 요리. 신광출판사, 서울. p 11, 20-21, 89.
- 최수근 (2002) 소스의 이론과 실제. 형설출판사, 서울. pp 28-29, 48-52.
- 통계청(<http://www.nso.go.kr>)
- 한국무역협회(<http://www.kita.net>)
- 호텔신라서비스교육센터 (1998) 서양 요리백과. 호텔신라서비스교육센터, 서울. p 653.
- Ahn SJ (1989) A study on the survey of the dining out behaviors of college students in Seoul. *Korean J Food Culture* 4: 383-393.
- Choi SK (2002) Food and spices. *J East Asian Soc Dietary Life* 12: 461-470.
- Han CW, Lee MY, Seong SK (2006) Quality characteristics of the brown sauce prepares with *Leitimus edodes* and *Agaricus bisporus*. *J East Asian Soc Dietary Life* 16: 364-370.
- Jefford A (2003) Choosing wine. Ryland Peters & Small Kirman House, London. p 6, pp 26-57.
- Jeong JO (2001) Chief factors in the quality of western food. *Culinary Research* 7: 275-294.
- Jeong JO, Shin KM (1999) A study on cuisine and wine in the western meal. *Culinary Research* 5: 283-299.
- Jung JW (2001) Chief factors in the quality of western food. *Culinary Research* 7: 275-294.
- Kim BJ, Park SW, Kim US (1998) A theory and the facts of western cookery. Hyungseol Publishing Co., Seoul. p 12.
- Kim HD, Lee YJ, Han JS (2002a) An evaluation of the recognition, preferences and quality factors on sauces. *J East Asian Soc Dietary Life* 12: 197-209.
- Kim HD, Lee YJ, Han JS (2002b) A study western food experience and the influence of sauce on food quality. *J East Asian Soc Dietary Life* 12: 307-317.
- Kim ML, Park GS, An SH, Choi Kh, Park CS (2001) Quality changes of breads with spices powder during storage. *Korean J Food Cooking Sci* 17: 195-203.
- Kim MR (2002) Functional effects of spice and herbs. *J East Asian Soc Dietary Life* 12(5): 431-453.
- Kim YS, Song CR (2001) Physicochemical and sensory characteristics of brown sauce made with pork bone. *Culinary Research* 7: 119-133.
- Ko JY, Jung MR (2006) Importance of wine information and perception differences according to consumer groups. *J Tourism Sci* 30: 403-420.
- Lee HY, Kim HY (2006) University students' attitudes and interest for ethnic food. *Korean J Food Culture* 21: 463-472.
- Lee KH, Lee KI, Lee YN, Park HH (2002a) Sensory and mechanical characteristics of brown sauce by different ratio of ingredients. *Korean J Soc Food Cookery Sci* 18: 637-147.
- Lee KI, Lee KH, Lee YS, Shin MJ (2002b) Changes in quality characteristics of different combination of brown sauce during storage *Korean J Soc Food Cookery Sci* 18: 142-147.
- Lee SJ, Park GS (2004) The quality characteristics of beef prepared various spices. *Korean J Food Cooking Sci* 20: 489-497.
- Nha YA (1993) A survey on the recognition and cooking method about western food in Seoul area. *J East Asian Soc Dietary Life* 3: 51-59.
- Noh WS (2002) Spices and food industry. *J East Asian Soc Dietary Life* 12: 424-430.
- Oh C (2000) Sensory properties and viscosity of bechamel

- sauce by cooking methods and ratio of raw materials. *Korean J Food & Nutr* 13: 307-311.
- Park CS (1997) Effects of spice on the growth of pathogenic bacteria. *Korean J Food Cooking Sci* 13: 330-337.
- Poulsen CS, Juhl HJ, Kristensen K, Bech AC, Engelund E (1996) Quality guidance and quality formation. *Food Quality Preference* 7: 127-155.
- Shin MJ, Kwon HL (2001) A study on the culinary culture of garlic in Korea and France. *J East Asian Soc Dietary Life* 11: 336-344.
- Verdu-Jover AJ, Montes FJL, Fuentes MMF (2004) Measuring perceptions of quality in food products: the case of red wine. *Food Quality Preference* 15: 453-469.  
(2007년 1월 24일 접수, 2007년 2월 23일 채택)