Journal of Nutrition and Health (J Nutr Health) 2014; 47(6): 463 ~ 474
http://dx.doi.org/10.4163/jnh.2014.47.6.463
pISSN 2288-3886 / eISSN 2288-3959

Research Article

도시와 농촌의 한식 음식점 식생활 환경에 대한 고객 인식 및 전문가 평가 비교 – 수원, 화성지역 음식점을 중심으로 –*

오미현[1] · 최정숙[1†] · 김영[1] · 이상은[2] · 백희영[2] · 장미진[3]
농촌진흥청 국립농업과학원,[1] 서울대학교 식품영양학과,[2] 서울대학교 보건대학원 보건영양학교실[3]

Customer perception and expert assessment in restaurant food environment by region - Focused on restaurants in Suwon, Hwaseong city -*

Oh, Mi Hyun[1] · Choe, Jeong-sook[1†] · Kim, Young[1] · Lee, Sang Eun[2] · Paik, Hee Young[2] · Jang, Mi Jin[3]
[1]National Academy of Agricultural Science, Rural Development Administration, Wanju-gun, Jeonbuk 565-851, Korea
[2]Department of Foods and Nutrition, Seoul National University, Seoul 151-741, Korea
[3]Department of Public Health and Nutrition, Graduate School of Public Health, Seoul National University, Seoul 151-741, Korea

ABSTRACT

Purpose: The aim of this study was to assess the food environment, particularly focusing on restaurants in three areas (Suwon city, Hwaseong Byeongieom-dong, and Bibong-myun). **Methods:** A total of 662 persons were surveyed on customers' perceptions of the food environment in restaurants. A structured questionnaire composed of 30 questions on 7 factors, sanitation (4 items), displaying information (5), food quality (12), information on nutritional and healthy food choice (6), restaurant's accessibility (1), availability (1), and affordability (1) was used. In addition, an expert assessment of restaurant sanitation, and information on nutritional · healthy food choice was conducted through visiting 126 restaurants. **Results:** Scores (range of score : 1~7) for each factors assessing the restaurant food environment were 5.06 for sanitation factors, 5.05 for displaying information factors, 5.13 for taste · appearance factors, and 4.35 for healthy menu factors. Informations on nutritional· healthy food choice showed a low rate: only 16.24% of the subjects answered that there is a message encouraging choice of healthy foods and 27.4% answered that menus contain nutritional information. Significant differences in food environment were observed by region (city, town, rural). The restaurants food environment in the rural area turned out to be poorer than that of the other two areas. In comparison of customer perception and expert assessment, significant differences were observed for 'Employee appearances and uniforms are clean and tidy' ($p < .05$), and 'There is a message encouraging the choice of healthy foods' ($p < .05$). **Conclusion:** This study provided evidence for differences of restaurant food environment by regions. In the rural area, there is a problem in restaurant's accessibility, availability, and affordability because of a lack of variety in menu items and restaurants. This results suggest that there is a need for more healthy food restaurants in the rural area.

KEY WORDS: restaurant food environment, Korean restaurant, customer perception

서 론

우리나라는 경제성장과 더불어 국민의 가처분소득과 생활수준의 향상, 라이프 스타일의 변화에 따른 맞벌이 부부와 싱글족 등의 증가로 외식이 일반화 되었으며, 외식 수요 또한 증가되었다. 2012년 국민건강통계의 외식빈도 조사 결과에 의하면, 하루 1회 이상 외식을 하는 비율이 전체의 25.2%로 나타났다.[1] 농촌경제연구원에 따르면 우리나라 성인 가운데 85.8%가 외식을 하며, 소비자의 식품 지출에서 외식이 차지하는 비중이 점차 증가하는 것으로 나타났다.[2] 이러한 외식의 증가는 식생활의 외식 의존도가 높아지고 외식이 건강에 미치는 영향력이 커진다는 것을 의미한다[3].

최근 개인의 외식행동이 건강상태에 미치는 연구가 이루어지고 있으며 인종, 소득, 음식점의 접근성 등과 같은 사회

Received: April 22, 2014 / Revised: May 15, 2014 / Accepted: November 12, 2014
*This work was carried out with the support of "Cooperative Research Program for Agriculture Science & Technology Development (Project No. PJ008995)" Rural Development Administration.
†To whom correspondence should be addressed.
tel: +82-63-238-3590, e-mail: swany@korea.kr

© 2014 The Korean Nutrition Society
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

적, 물리적 환경 요인이 개인의 외식행동과 만성질환 및 건강에 영향을 미친다는 연구가 국외에서 보고되고 있다.[4-8] 이는 음식의 접근성, 이용가능성 등은 개인의 메뉴선택, 식사행동에 영향을 미칠 수 있고, 섭취하는 식사의 질이나, 개인의 건강상태에 영향을 미칠 수 있기 때문이다.[5] 더 나아가 지역사회의 레스토랑의 접근성, 식품의 유용성 (availability), 질 (quality) 등과 같은 레스토랑 식생활 환경은 지역 주민의 건강한 식생활에 영향을 미치는 것으로 나타났다.[6] 이와 관련된 연구로 Hearst 등[9]은 청소년을 대상으로 주변 식생활 환경 인식조사를 통해 가당음료 (sugar-sweetened beverage), 패스트푸드 섭취에 미치는 영향을 살펴보았는데 집으로부터 식료품점이나 레스토랑이 가깝다고 인식할수록 가당음료와 패스트푸드의 섭취가 증가하였다. Lucan 등[10]의 연구에서는 식생활 환경이 나쁘다고 인식할수록 패스트푸드의 섭취가 유의적으로 증가하였다. 또한 미국 코네티컷의 레스토랑에서 메뉴 열량의 표시가 소비자의 메뉴 선택 및 섭취량에 미치는 영향을 알아보기 위해 열량 표시군 (단순 열량표시와 함께 하루 권장 열량 제시)과 열량 비표시군으로 나누어 실험한 결과 열량 표시군이 열량 비표시군에 비해 적게 주문하였고, 실제적인 섭취량에서도 열량표시와 함께 하루 권장 열량을 제시한 군이 열량 비표시군보다 250 kcal를 덜 섭취하는 것으로 나타났다.[11]

레스토랑 식생활 환경 조사는 객관적평가과 주관적 평가로 나눌 수 있는데, 주관적 평가는 주로 소비자의 인식을 조사하고, 객관적 평가로는 전문가의 음식점 방문 조사와 지리정보 분석으로 이루어진다. Saelens 등[12]과 Minaker 등[13]의 연구에서는 전문가가 음식점 내부의 건강메뉴의 유용성, 영양정보, 메뉴 가격 등을 조사하였고, Clark[14]는 접근성을, Frank 등[15], Jeffery 등[16]은 레스토랑의 접근성, 밀도, 다양성 등을 조사하여 지역의 레스토랑 식생활 환경을 객관적으로 평가하였다. 한편, 소비자 인식과 전문가 평가를 같이 한 Moore 등[8]의 연구도 있었다. 이러한 연구를 통해 소비자가 메뉴를 선택하기 전의 복잡한 상황을 이해할 수 있었으며, 소비자 인식은 식행동과 관련된 식품이나 메뉴선택, 식사의 질 (diet quality)에 직접적인 영향을 주는 것으로 보고되었다.[17-19]

국내에서는 음식점 고객과 서비스 제공자간에 서비스의 전달이 이뤄지고 상호작용이 일어나는 물리적 환경을 측정하여 업체의 매출 증가 위주의 판매 전략에 대한 연구는 다수 보고가 되었다[20-23]. 하지만, 지역사회 내의 음식점의 접근성, 건강메뉴의 유용성 및 메뉴의 질 등 음식점 식생활 환경을 조사하려는 목적으로 실행된 연구는 없는 실정이다.

한편 지역의 특성에 따라 주민들의 외식형태 및 빈도 등의 차이에 관한 국내연구를 살펴보면 Koo와 Park[24]은 국민건강영양조사를 토대로 도시에 거주하는 사람이 외식의 빈도가 높다고 하였으며, Kim 등[25]의 연구에서는 도시 노인은 농촌 노인에 비해 외식 빈도가 더 높았으며, 서구화된 식습관 경향을 나타내었다. 이에 지역 특성에 따라 음식점 식생활 환경도 다르다고 보아 본 연구에서는 대도시인 수원, 도농복합시인 화성시의 도시지역과 농촌지역을 대상으로 하여 지역에 따른 음식점 식생활 환경에 대한 소비자 인식의 차이를 알아보고, 소비자 인식과 전문가 평가의 비교를 통해 음식점 식생활 환경의 실태를 조사하여 향후 지역적인 특성을 고려한 건강한 식생활 환경을 조성하는데 기초자료로 제공하고자 한다.

연구방법

조사지역 선정

조사대상 지역은 통계전문가를 통해 경기도 화성시의 인구통계자료를 이용하여 크기비례확률추출법 (Probability proportional to size sampling: PPS sampling)으로 표본 통/리를 추출하여 도시지역 1개 동과 농촌지역 1개 면을 선정하였다. 그리고 화성시에 인접해 있어 조사대상 지역 주민들이 자주 이용하는 수원지역의 음식점도 포함하여 대도시(수원), 도농복합시(화성)의 도시지역(병점동)과 농촌지역(비봉면) 이렇게 3가지로 구분하였다. 일반 농촌지역이 아닌 도농복합시의 농촌지역을 선정한 이유는 다음과 같다. 도시에는 많은 음식점이 있어 개인의 외식 범위가 비교적 자유로우나 농촌은 도시보다 상대적으로 접근성이 떨어진다. 따라서 도시근교에 위치한 농촌지역이 전형적인 농촌지역 보다는 다양한 메뉴의 외식을 즐기며, 외식 빈도가 높을 것이라 추측되었다. 또한 귀농·귀촌 인구가 증가하고 있는 요즘 전형적인 농촌지역 보다는 상업시설이 있는 도시근교 농촌에 귀농·귀촌가구 유입이 높을 것이라고 여겨지는 이유이기도 하다. 세부적인 지역선정은 인구수가 100만명 이상인 대도시로 수원시를 선정하였고, 상업시설과 주거지역이 같이 밀집되어 있는 수원시 팔달구 매산동, 인계동 지역에 위치한 한식 음식점을 조사하였다. 도농복합시는 도시지역과 농촌지역이 함께 있는 시를 말하는데, 군에 속하는 면, 읍과 시에 속하는 동 지역이 혼재되어 있다. 경기도 화성시는 대표적인 도농복합 형태를 갖춘 시로서, 도시지역으로는 상업시설과 주거지역이 밀집된 화성시 병점동을, 농촌지역은 화성시 비봉면으로 선정하였다.

조사대상 음식점 선정

한식 음식점은 우리나라에 영업 중인 음식점 중 48.7%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 한국인에게 가장 익숙하

고 친근하며, 다양한 연령대의 소비계층을 이루고 있다.[26,27] 한식 음식점의 기준은 일반 대중에게 제공하는 주요메뉴가 한식을 제공하는 음식점으로, 중소기업청 상권정보시스템의 한식 음식점업 분류체계인 한식/백반/한정식, 갈비/삼겹살, 곱창/양구이전문, 해장국/감자탕, 돌솥/비빔밥전문, 부대찌개/섞어찌개, 족발/보쌈전문, 설렁탕집, 쌈밥전문, 두부요리전문, 파전전문, 추어탕전문, 순두부전문, 보리밥전문, 버섯전문, 황태전문, 냉면집, 기사식당, 기타고기요리 등과 통계청 한국표준산업분류 중 한식 음식점업(56111)분류를 참고하여 횟집 (일본식이 아닌), 아귀찜, 생선구이, 국수요리 (식사대용), 낙지요리 등 포함하여 주식과 부식의 메뉴를 제공하는 음식점으로 하였다.[26,28]

조사대상 한식 음식점은 수원시 44개 업소, 화성시 도시지역 37개 업소, 농촌지역 45개 업소로 총 126개소를 편의표집하였다. 고객 인식은 음식점 방문 고객에게 면접을 통해 조사하거나 고객 직접 기록 방법으로 조사하였다. 한 업소당 5~10부 씩, 총 710부를 조사하였으며 불충분한 자료 48부를 제외한 662부를 분석하였다. 전문가 평가는 식품영양학 전공자 1인, 외식경영학 전공자 1인이 조사지를 가지고, 조사 대상 음식점 126개 업소를 직접 방문하여 이루어졌다. 조사는 2013년 3월 4일부터 5월 20일까지 진행하였다.

조사내용

본 연구의 음식점 식생활 환경은 외식 소비자의 메뉴 선택과 건강한 식생활에 영향을 미치는 환경적 요인으로 정하고 국내외 선행연구[4,7,14,29-33]를 참고하여 음식점의 접근성 및 유용성, 구매력, 음식의 질, 음식점의 표시정보, 영양정보와 위생환경을 조사하였다. 설문문항은 선행연구를 기본으로 하고 예비조사를 통해 일부 수정, 보완하였다. 최종 설문문항은 음식점의 위생환경 (4문항), 표시정보 (5문항), 음식의 질 (12문항), 영양정보 (6문항), 음식점의 접근성 (1문항), 유용성(1문항), 구매력 (1문항) 등 7영역의 30문항으로 구성하였다 (Table 1). 세부적으로, 음식점의 위생환경 (4문항)은 종업원 및 내부시설 위생과 청결을, 표시정보 (5문항)는 음식점 내부의 메뉴판, 안내 표시 정보에 대한 것이다. 음식의 질 (12문항)은 메뉴와 식재료의 상태와 섭취메뉴의 건강성을, 영양정보 (6문항)는 음식점 내외부 공간에 부착되어 있거나 비치되어 있는 여러 가지 영양정보 컨텐츠 예를 들면 메뉴판, 간판, 광고문안, 메시지 등을 통해 제공되는 영양정보 표시와 건강메뉴, 건강메뉴 섭취를 위한 촉진 및 방해요인을 측정하였다. 접근성은 현재 이용하고 있는 음식점에 가기 위해 이동하는 거리에 대한 인식, 유용성은 음식점에서 외식을 선택하는데 어려운 정도, 구매력은 가격에 대한 부담감의 정도를 측정하였다. 그 외 일반사항은 성별, 나이, 직업, 외식 정보의 출처, 외식 빈도, 방문한 음식점을 이용하는 가장 큰 이유 등 6문항으로 구성하였다. 음식점의 위생환경, 표시정보, 음식의 질, 음식점 접근성과 유용성 그리고 구매력의 문항은 리커트 7점 척도 (1점:전혀 그렇지 않다-7:매우 그렇다), 영양정보는 있는 여부만 판별하기 위해서 이분형 명목척도 (있음/없음)로 하였고, 일반사항은 명목척도로 하였다.

전문가 평가를 위한 조사지는 건강한 외식 식생활과 밀접한 관련이 있는 위생환경 4문항, 영양정보 5문항으로 총 9문항으로 구성하였다.

통계처리

통계분석은 PASW (18.0) 프로그램을 사용하여 아래의 방법에 의해 분석하였다. 개발된 설문지의 신뢰성을 검증하기 위해서는 Cronbach's α 계수를 이용하였고, 타당성 검증을 위해서 탐색적 요인분석의 한 방법인 주성분분석 (principal components analysis)을 사용하였다. 또한 요인 적재치 (factor loading)를 높이기 위해서 직교회전 (varimax) 방식을 사용하였으며 고유값 (eigenvalue)이 1 이상인 요인만을 선택하였다. 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량 (factor loading)은 Hair 등[34]이 제안한 기준에 따라 0.4 이상인 경우를 유의적인 것으로 판단하였다. 조사대상자 및 음식점의 일반사항은 빈도분석과 교차분석을 실시하였다. 지역 간 소비자 인식의 차이는 평균 및

Table 1. Structure of the questionnaire

Factors	Questions	Scale type	Reference
Sanitation	4	7-point Likert scale	Jung etc[23], Yoo etc[31]
Displaying Information	5		Wong etc[32]
Food Quality	12		Baranowski T etc[33], D'Angelo H etc[6], Hwang[30]
Nutritional Information	6	Nominal scale(Y/N)	Saelens etc[12], Minaker etc[13]
Accessibility	1	7-point Likert scale	Boehmer etc[7], D'Angelo etc[6]
Availability	1		
Affordability	1		
Demographic	6	Nominal scale	–

표준편차를 구하였으며, 유의성 검증은 일원분산분석 (One-way analysis of variance)을 실시하여 Duncan's multiple comparison을 이용해 사후 검증을 하였다. 이분형 척도 문항의 경우 빈도 분석 및 유의성 검증을 실시하였다. 고객 인식과 전문가 평가의 비교는 기술통계분석을 실시하여 평균 및 표준편차를 구하였으며, 유의성 검증은 독립표본 t-test로 하였다.

결 과

신뢰도 검증과 타당성 분석

설문문항의 신뢰성과 요인분석 결과는 Table 2에 제시하였다. 위생환경, 표시정보, 음식의 질에 관련된 21개 문항으로 요인분석 결과 고유값 (Eigen value)이 1 이상인 최종요인은 4개가 추출되었고, 이 요인들이 설명하는 총 누적 분산 설명력은 74.082%로 나타났다. 전체 표본 적합도인 KMO값은 0.936이며, Bartlett의 구형성 검정값은 11754.102 ($p < .000$)로 나타났다. 따라서 이들 요인의 중심 개념을 바탕으로 위생환경, 표시정보는 각각 1개의 요인으로 나타났기 때문에 분석에 그대로 적용하였고, 음식의 질은 2개 요인으로 추출되어 맛과 외관, 건강성으로 하였다. 맛과 외관은 고유값이 4.645이며 총 분산 설명력은 22.121%로 나타났다. 요인분석에 의하여 추출된 측정항목에 대한 신뢰도 값 Cronbach's α는 0.928로 나타났다. 건강성 요인은 고유값이 3.769이며 총 분산 설명력은 17.946%로 나타났다. 요인분석에 의하여 추출된 측정항목에 대한 Cronbach's α는

Table 2. Reliability and validity analysis

Factors	Constructs	Factor analysis		Cronbach's α
		Factor loading	Eigen value (Total variance%)	
Taste ·appearance	The consistent flavor and amount	0.795	4.645 (22.121)	0.928
	The food tastes good	0.783		
	The attractive menu's composition	0.752		
	The adequate amount of the food	0.727		
	The visually attractive menu	0.712		
	The fresh ingredients	0.622		
	The various drinks	0.571		
Healthy	There are the menus for health (low-fat, low-salt, low-sugar et al.).	0.810	3.769 (17.946)	0.877
	The menu relates the healthy	0.784		
	The menu of healthy diet (Diet Menu) introduces.	0.781		
	The menu made with ingredients for health	0.700		
	The menu made with recipe for health	0.686		
Sanitation	Interiors, including walls, floors, dishes, and chairs are clean.	0.834	3.689 (17.565)	0.921
	Furnishings (crockery, cutlery, menus) are generally clean.	0.813		
	Employees' appearances and uniforms are clean and tidy	0.808		
	Inside air is pleasant	0.719		
Displaying information	Information is displayed for entrance, emergency exit, no-smoking section and rest-room	0.800	3.454 (16.449)	0.906
	The menu shows the price for each dish.	0.786		
	The description of the dish in the menu is understandable.	0.764		
	Information is displayed for operation hours, reservations (conditions), closing time, and contact number.	0.720		
	The sign is easily readable.	0.646		
The cumulative total variance			74.082	
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)			0.936	
Information on nutritional and healthy food choice	Menu contains nutritional information	–	–	0.808
	There are healthy foods.			
	There is a message encouraging choice of healthy foods.			
	There is a message encouraging choice of non healthy foods.			
	There is a message encouraging overeating (such as free foods and unlimited refill).			
	There is a menu that the amount for a serving can be lowered (an opposite of 'piled').			

Table 3. General characteristics of the subjects

Variables		Number (%)
Region	Suwon	246 (37.2)
	Byeongjeom	175 (26.4)
	Bibong	241 (36.4
Gender	Male	384 (58.0)
	Female	278 (42.0)
Job	Expert	89 (13.4)
	Businessman	152 (23.0)
	Service	91 (13.7)
	Farmer·simple labor	90 (15.1)
	Homemaker	85 (12.8)
	Etc. (student et al.)	145 (21.9)
Frequency of eating out	1 & Over/day	133 (20.1)
	4~6 times/week	133 (20.1)
	1~3 times/week	346 (44.0)
	2~3 times/month	36 (4.6)
	1 and less/month	14 (1.8)
Age	20~29 years	182 (27.5)
	30~39 years	213 (32.2)
	40~49 years	174 (26.3)
	50 years and more	93 (14.0)
Information sources of eating out	Surrounding people	419 (63.3)
	Internet	108 (16.3)
	Newspaper·TV·magazine	66 (10.0)
	Outdoor advertising	69 (10.4)
Reasons of visits	Good taste	371 (56.0)
	Good accessibility	97 (14.7)
	Resonable price	88 (13.3)
	Health	85 (12.8)
	Atmosphere & service	21 (3.2)
Total		662 (100.0)

0.877로 나타났다. 위생환경 요인의 고유값 3.689, 총 분산 설명력 17.565%이며 Cronbach's α는 0.921로 나타났다. 표시정보 요인의 고유값은 3.454, 총 분산 설명력은 16.449%, Cronbach's α는 0.906로 나타났다.

영양정보 문항의 경우 이분형 명목척도로 신뢰성 검증만 가능하며 Cronbach's α는 0.808로 나타났다. 음식점의 접근성, 유용성, 구매력은 각각 1개 문항이므로 신뢰도를 측정하지 않았다.

조사대상자의 일반사항

고객 인식 조사 대상자는 수원시 246명, 화성시 도시지역 (병점) 175명, 화성시 농촌지역 (비봉) 241명이었다. 성별은 남자 384명 (58.0%), 여자 278명 (42.0%)이고, 연령별로는 30대가 213명 (32.2%)로 가장 많았고, 20대, 40대, 50대 순으로 나타났다. 직업은 사무종사자 152명 (23.0%)으로 가장 많았고, 기타 (학생 등), 서비스직, 농업·단순노무직, 전문가, 주부의 순으로 나타났다. 외식에 관한 정보 출처는 주변사람 419명 (63.3%)으로 가장 많았으며, 인터넷, 교통·옥외광고, 대중매체의 순으로 나타났다. 외식 빈도는 주 1~3회가 346명 (44.0%)로 가장 많았고, 1일 1회 이상, 주 4~6회는 각각 133명 (16.9%), 월 2~3회 36명 (4.6%), 월 1회 미만 14명 (1.8%)으로 나타났다. 방문한 그 음식점을 자주 가는 이유로는 '맛이 좋아서'가 371명 (56.0%)으로 가장 많았고, 편리한 접근성, 합리적인 가격, 건강메뉴, 음식점의 분위기와 종업원의 서비스 순으로 나타났다 (Table 3).

지역사회 한식 음식점 식생활 환경조사

지역별 고객 인식조사 대상자의 일반사항은 Table 4에 제시하였다. 지역별 연령대 분포는 유의적인 차이를 보였다. 병점의 경우 30대가 43.4%로 가장 많았고, 40대, 20대, 50대 이상 순으로 나타났다 ($p < .001$). 비봉의 경우 40대가 36.1%로 가장 많았고, 30대, 50대 이상, 20대 순으로 젊은 연령층이 다른 지역보다 적었다. 수원의 경우 20대가 46.3%으로 가장 많았고, 30대, 40대, 50대 이상의 순으로 나타났다. 직업별로도 유의적인 차이를 보였는데 ($p < .001$) 병점은 주부, 사무종사자, 기타 (학생 등), 서비스 직, 전문가, 농업·단순노무직 순으로 많았으며, 비봉은 농업·단순노무직, 사무종사자, 전문가, 기타 (학생 등), 서비스직, 주부 순으로 많았다. 수원은 기타 (학생 등), 사무종사자, 서비스직, 전문가, 주부 순으로 많았다. 외식 빈도를 살펴보면 3개 지역 모두 주 1~3회가 가장 높은 비율을 나타내었다 ($p < .001$). 각 지역별로 연령분포, 직업, 외식 빈도에서 유의적인 차이가 나타났으며, 병점은 30대와 주부, 비봉은 40대와 농업·단순노무직, 수원은 20대와 기타 (학생 등)의 비율이 가장 높았다.

병점, 비봉, 수원의 한식 음식점 식생활 환경에 대한 소비자 인식조사 결과를 Table 5~7에 제시하였다. 지역에 따른 한식 음식점 식생활 환경 중 '위생환경'과 '표시정보'의 요인이 지역 간 유의적인 차이가 나타났다 (Table 5). '위생환경'은 병점 (5.24 ± 0.99), 비봉 (5.03 ± 1.22), 수원 (4.95 ± 1.07) 순으로 높게 나타났는데 ($p < .05$) 문항 중 '집기 (그릇, 수저, 메뉴판) 등이 전반적으로 청결하다' ($p < .01$), '실내 공기가 쾌적한 상태이다'에서 유의적인 차이가 나타났다 ($p < .001$), '표시정보'는 병점 (5.32 ± 0.93), 비봉 (4.99 ± 1.06), 수원 (4.92 ± 1.36) 순으로 높게 나타났다 ($p < .01$). 표시정보의 요인 문항 중 '메뉴판 각 메뉴별 가격을 알기 쉽게 표시하고 있다', '메뉴판은 읽고 이해하기 쉽다' ($p < .001$), '간판은 눈에 잘 띄어 알아보기 쉽다'에서 유의적인 차이가 나타났다 ($p < .05$) 음식의 질에는 유의적인 차이는 없었지만, '맛과 외관'과 '건강성'의 요인은 병점지역의 평균점수가

Table 4. General characteristics of the subjects by regions

General characteristics		Byeongjeom	Bibong	Suwon	χ^2
Age (year)	20~29	38 (21.7)[1)]	30 (12.4)	114 (46.3)	104.286***[2)]
	30~39	76 (43.4)	68 (28.2)	69 (28.0)	
	40~49	47 (26.9)	87 (36.1)	40 (16.3)	
	50 years and more	14 (8.0)	56 (23.2)	23 (9.3)	
Job	Expert	26 (14.9)	39 (16.2)	24 (9.8)	148.540***
	Businessman	39 (22.3)	48 (19.9)	65 (26.4)	
	Service	26 (14.9)	23 (9.5)	42 (17.1)	
	Farmer, simple labor	9 (5.1)	77 (32.0)	14 (5.7)	
	Homemaker	47 (26.9)	18 (7.5)	20 (8.1)	
	Etc. (student et al.)	28 (16.0)	36 (14.9)	81 (32.9)	
Frequency of eating out	1 & Over/day	32 (18.3)	46 (19.1)	55 (22.4)	27.822**
	4~6 times/week	42 (24.0)	65 (27.0)	26 (10.6)	
	1~3 times/week	91 (52.0)	109 (45.2)	146 (59.3)	
	2~3 times/month	5 (2.9)	17 (7.1)	14 (5.7)	
	less than once a month	5 (2.9)	4 (1.7)	5 (2.0)	
Total		175 (100)	241 (100)	246 (100)	

1) n (%) 2) **p < 0.01, ***p < 0.001

Table 5. Customer perception of restaurant food environment by regions

Factors	Total (n = 662)	Byeongjeom (n = 175)	Bibong (n = 241)	Suwon (n = 246)	F
Sanitation	5.06 ± 1.11[1)]	5.24 ± 0.99[a2)]	5.03 ± 1.22[ab]	4.95 ± 1.07[b]	3.677*[3)]
Interiors, including walls, floors, dishes, and chairs are clean.	5.09 ± 1.24	5.27 ± 1.16[a]	5.05 ± 1.37[ab]	4.98 ± 1.15[b]	2.953
Furnishings (crockery, cutlery, menus) are generally clean.	5.12 ± 1.20	5.37 ± 1.05[a]	5.07 ± 1.32[b]	5.00 ± 1.16[b]	5.134**
Employees' appearances and uniforms are clean and tidy.	4.98 ± 1.24	5.07 ± 1.16	4.91 ± 1.38	4.98 ± 1.14	0.864
Inside air is pleasant.	5.04 ± 1.23	5.23 ± 1.11[a]	5.13 ± 1.35[a]	4.81 ± 1.17[b]	6.845***
Displaying Information	5.05 ± 1.16	5.32 ± 0.93[a]	4.99 ± 1.06[b]	4.92 ± 1.36[b]	6.778**
Information is displayed for entrance, emergency exit, no-smoking section and rest-room.	4.74 ± 1.51	4.95 ± 1.39[a]	4.61 ± 1.70[b]	4.73 ± 1.40[ab]	2.593
The menu shows the price for each dish.	5.43 ± 1.34	5.83 ± 0.99[a]	5.25 ± 1.63[b]	5.33 ± 1.17[b]	10.859***
The description of the dish in the menu is understandable.	5.46 ± 1.33	5.88 ± 0.95[a]	5.28 ± 1.60[b]	5.34 ± 1.20[b]	12.309***
Information is displayed for operation hours, reservations (conditions), closing time, and contact number.	4.42 ± 1.42	4.47 ± 1.42	4.37 ± 1.71	4.43 ± 1.50	0.186
The sign is easily readable.	5.26 ± 1.33	5.51 ± 1.19[a]	5.18 ± 1.55[b]	5.16 ± 1.17[b]	4.299*
Taste · Appearance	5.13 ± 1.02	5.29 ± 0.88	5.08 ± 1.10	5.07 ± 1.01	2.736
The consistent flavor and amount	5.36 ± 1.17	5.57 ± 1.03[a]	5.33 ± 1.26[b]	5.23 ± 1.14[b]	4.557*
The food tastes good	5.37 ± 1.18	5.58 ± 1.00[a]	5.34 ± 1.32[b]	5.25 ± 1.15[b]	3.991*
The attractive menu's composition	5.12 ± 1.23	5.39 ± 1.10[a]	5.02 ± 1.35[b]	5.03 ± 1.16[b]	5.668**
The adequate amount of the food	5.17 ± 1.17	5.27 ± 1.13	5.17 ± 1.28	5.10 ± 1.08	1.171
The visually attractive menu	5.03 ± 1.23	5.25 ± 1.18[a]	4.87 ± 1.35[b]	5.04 ± 1.12[ab]	5.034**
The fresh ingredients	5.20 ± 1.19	5.35 ± 1.04[a]	5.27 ± 1.30[a]	5.02 ± 1.16[b]	4.578*
The various drinks	4.68 ± 1.46	4.58 ± 1.60	4.58 ± 1.54	4.86 ± 1.60	2.931
Healthy menu	4.35 ± 1.19	4.45 ± 1.16	4.38 ± 1.24	4.24 ± 1.17	1.775
There are the menus for health(low-fat, low-salt, low-sugar etc.).	4.30 ± 1.31	4.46 ± 1.35	4.29 ± 1.33	4.20 ± 1.27	1.929
The menu relates the healthy.	4.49 ± 1.40	4.57 ± 1.40[ab]	4.63 ± 1.47[a]	4.30 ± 1.31[b]	3.598*
The menu of healthy diet (Diet Menu)	3.59 ± 1.60	3.46 ± 1.65[b]	3.48 ± 1.67[b]	3.80 ± 1.48[a]	3.289*
The menu made with ingredients for health	4.72 ± 1.35	4.91 ± 1.30[a]	4.85 ± 1.40[a]	4.45 ± 1.29[b]	8.195***
The menu made with recipe for health	4.63 ± 1.34	4.81 ± 1.35[a]	4.68 ± 1.38[ab]	4.46 ± 1.27[b]	3.916*

1) Mean ± SD, range of scores: 1 = 'strongly disagree', 4 = 'neutral', 7 = 'strongly agree' 2) a, b: Duncan's multiple comparison (a > b)
3) *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001

가장 높게 나타났다.

음식점 영양정보에 대한 고객 인식조사 결과를 Table 6에 나타내었다. '영양정보' 문항들은 이분형 명목척도이며, 문항 중 '메뉴에 대한 영양정보가 있다', '건강메뉴를 제시하고 있다', '건강메뉴 선택을 독려하는 메시지가 있다'가 지역별로 유의적인 차이를 나타내었다. 메뉴에 대한 영양정보가 있는 경우가 병점 (32.5%), 수원 (30.8%), 비봉(19.9%) 순으로 나타났다 ($p < .05$). 건강메뉴가 제시되어 있다고 응답한 사람은 병점 (36.0%), 비봉 (24.4%), 수원 (24.3%) 순이며 ($p < .05$), 이러한 건강메뉴 섭취를 독려하는 메시지가 있다고 응답한 사람은 병점 (22.2%), 수원 (11.6%), 비봉 (11.2%)의 순으로 나타났다 ($p < .05$). 전반적으로 영양정보 표시는 있는 곳보다 없는 곳이 더 많았고 지역별로는 도시지역인 수원과 병점지역이 농촌지역인 비봉지역보다 더 많이 있는 것으로 응답하였다.

음식점의 접근성, 유용성, 구매력에 대한 고객 인식 조사 결과를 Table 7에 제시하였다. 접근성, 유용성, 구매력 문항 모두 지역에 따라 유의적인 차이를 나타내었다. 음식점의 접근성의 경우 병점 (5.18 ± 1.53), 수원 (5.02 ± 1.39), 비봉 (4.65 ± 1.75) 순으로 나타났으며 ($p < .01$), 음식점의 유용성도 접근성과 마찬가지로 병점 (5.44 ± 1.36), 수원 (5.18 ± 1.28), 비봉 (5.06 ± 1.69)의 순으로 나타났다($p < .05$). 메뉴 가격에 대한 부담감을 나타내는 구매력의 경우도 병점 (5.13 ± 1.31), 수원 (4.81 ± 1.20), 비봉 (4.71 ± 1.44)의 순으로 나타났다 ($p < .05$). 일관성 있게 도시지역이 농촌지역에 비해 음식점의 접근성, 유용성, 구매력이 더 좋은 것으로 나타났다.

고객 인식과 전문가 평가 비교

음식점 식생활 환경에 대한 고객 인식과 전문가 평가 결과를 Table 8, Table 9에 제시하였다. 위생환경 요인의 경우 '종업원의 용모와 복장은 깨끗하고 단정하다'만 유의적으로 차이가 났으며, 평균값으로 비교하였을 때, 고객은 4.98 ± 1.23, 전문가는 4.70 ± 1.24으로 고객 인식조사 값이 더 높았다 ($p < .05$). 그 외 내부 공간, 집기, 실내공기의 청결상태에 대한 고객, 전문가 평가 비교는 비슷한 값으로 나타났다.

지역 별 고객 인식과 전문가 평가를 비교한 결과, 병점지역은 위생환경 문항 중 '종업원의 용모와 복장은 깨끗하고 단정하다'만 유의적인 차이가 나타났다 ($p < .05$). 비봉지역은 문항 중 '실내공기가 쾌적한 상태이다'만 유의적인 차이가 나타났다 ($p < .05$). 수원지역은 모든 문항에서 유의적인 차이가 없었다. 위생환경의 경우 조사시점에 따라 다를 수도 있지만, 고객이 인식한 것보다 전문가 평가 점수가 더 낮은 것을 알 수 있다.

영양정보 요인의 경우 이분형 명목척도 (예/아니요)로 고객과 전문가가 '있음'이라고 응답한 비율을 나타내었다. 대부분의 문항이 고객과 전문가의 평가가 비슷한 값으로 도출되었지만, '건강메뉴 선택을 독려하는 메시지가 있다'의 문항에서는 유의적인 차이가 나타났다. '건강메뉴 선택을 독려하는 메시지가 있다'는 고객 16.2%, 전문가는 6.4%가 있다고 응답하였다 ($p < .05$).

Table 6. Customer perception of information on nutritional and healthy food choice by regions

Information on nutritional and healthy food choice	Total	Byeong-jeom	Bibong	Suwon	χ^2
Menu contains nutritional information.	181 (27.4)[1)]	57 (32.5)	48 (19.9)	76 (30.8)	15.311[*2)]
There are healthy foods.	182 (27.5)	63 (36.0)	59 (24.4)	60 (24.3)	10.571*
There is a message encouraging choice of healthy foods.	107 (16.2)	39 (22.2)	27 (11.2)	41 (11.6)	12.691*
There is a message encouraging choice of non healthy foods.	56 (8.5)	7 (4.0)	21 (8.7)	28 (11.3)	8.746
There is a message encouraging overeating (such as free foods and unlimited refill).	73 (11.0)	19 (10.8)	18 (7.4)	36 (14.6)	8.480
There is a menu that the amount for a serving can be lowered (an opposite of a double/piled).	93 (14.1)	21 (12.8)	41 (17.0)	31 (12.6)	8.218

1) 'yes' n (%) 2) *p < 0.05

Table 7. Comparison of customer perception of restaurant's Accessibility, Availability, and Affordability by regions

Factors	Constructs	Total	Byeongjeom	Bibong	Suwon	F
Accessibility	How do you feel about moving away this restaurant?	4.93 ± 1.58[1)]	5.18 ± 1.53[a2)]	4.65 ± 1.75[b]	5.02 ± 1.39[a]	6.484[**3)]
Availability	How do you feel about difficulties for selecting menus in the restaurant?	5.21 ± 1.47	5.44 ± 1.36[a]	5.06 ± 1.69[b]	5.18 ± 1.28[ab]	3.457[*]
Affordability	How do you feel about the burden of the food price?	4.86 ± 1.33	5.13 ± 1.31[a]	4.71 ± 1.44[b]	4.81 ± 1.20[b]	5.350[**]

1) Mean ± SD, range of scores: 1 = 'strongly disagree', 4 = 'neutral', 7 = 'strongly agree' 2) a, b: Duncan's multiple comparison (a > b)
3) *p < 0.05, **p < 0.01

Table 8. Comparison of customer perception and expert assessment about sanitation

Constructs	Total			Byeongjeom			Bibong			Suwon		
	Customer	Expert	t	Customer	Expert	t	Customer	Expert	t	Customer	Expert	t
Employees' appearances and uniforms are clean and tidy.	4.98 ± 1.23[1)]	4.70 ± 1.24	2.365[*2)]	5.07 ± 1.56	4.59 ± 1.14	2.300[*]	4.91 ± 1.38	4.48 ± 1.38	1.957	4.98 ± 1.14	5.02 ± 1.12	-0.232
Interiors, including walls, floors, dishes, and chairs are clean.	5.08 ± 1.24	5.04 ± 1.25	0.338	5.27 ± 1.16	5.14 ± 1.23	0.655	5.05 ± 1.37	4.87 ± 1.49	0.827	4.98 ± 1.15	5.14 ± 0.95	-0.848
Furnishings (crockery, cutlery, menus) are generally clean.	5.12 ± 1.20	5.03 ± 1.23	0.749	5.37 ± 1.05	5.19 ± 1.20	0.908	5.07 ± 1.32	4.80 ± 1.39	1.227	5.00 ± 1.16	5.14 ± 1.07	-0.725
Inside air is pleasant.	5.03 ± 1.23	4.83 ± 1.21	1.614	5.23 ± 1.11	5.03 ± 1.26	0.970	5.13 ± 1.35	4.70 ± 1.30	2.043[*]	4.81 ± 1.17	4.81 ± 1.07	0.014

1) Mean ± SD, range of scores: 1 = 'strongly disagree', 4 = 'neutral', 7 = 'strongly agree' 2) *p < 0.05

Table 9. Comparison of customer perception and expert assessment about nutritional·healthy food choice information

Constructs	Total			Byeongjeom			Bibong			Suwon		
	Customer n = 662	Expert n = 126	χ^2	Customer n = 175	Expert n = 37	χ^2	Customer n = 241	Expert n = 45	χ^2	Customer n = 246	Expert n = 44	χ^2
Menu contains nutritional information.	181 (27.4)[1)]	27 (21.6)	2.179	57 (32.6)	15 (40.5)	0.877	48 (19.9)	3 (6.5)	4.991	76 (30.9)	9 (20.5)	1.545
There is a message encouraging choice of healthy foods.	107 (16.2)	8 (6.4)	8.526[*2)]	39 (22.3)	0 (0.0)	10.495[***]	27 (11.2)	2 (4.3)	2.434	41 (16.3)	6 (13.6)	0.149
There is a message encouraging choice of non healthy foods.	56 (8.5)	4 (3.2)	4.630	7 (4.0)	2 (5.4)	0.047	21 (8.7)	2 (4.3)	1.415	28 (11.4)	0 (0.0)	5.295[*]
There is a message encouraging overeating (such as free foods and unlimited refill).	73 (11.0)	12 (9.6)	0.824	19 (10.9)	5 (13.5)	0.128	18 (7.5)	2 (4.3)	1.193	36 (14.7)	5 (11.9)	0.228
There is a menu that the amount for a serving can be lowered.	93 (14.1)	26 (20.8)	3.990	21 (12.0)	11 (29.7)	6.240[*]	41 (16.6)	7 (15.2)	0.690	31 (12.7)	8 (18.2)	1.249

1) 'yes' n (%) 2) *p < 0.05

지역별 고객 인식과 전문가 평가를 비교하면 다음과 같다. 병점지역은 '건강메뉴 선택을 독려하는 메시지가 있다', '1인 분량의 양(크기)을 줄여서 선택할 수 있는 메뉴가 있다' 의 문항에서는 유의적인 차이가 나타났다. '건강메뉴 선택을 독려하는 메시지가 있다'는 고객 22.3%가 '있다'라고 응답한 반면, 전문가는 한 곳도 없다고 응답하였다 ($p < .01$). 반대로 '1인 분량의 양(크기)을 줄여서 선택할 수 있는 메뉴가 있다.'의 경우 고객이 있다고 응답한 비율은 12%이었고, 전문가는 29.7% 업소가 있다고 응답하였다 ($p < .05$). 비봉지역은 유의적인 차이가 나는 문항이 없었다. 수원지역은 '건강하지 않는 메뉴 선택을 독려하는 메시지가 있다.' 문항에서 고객 인식과 전문가의 평가가 유의적인 차이를 나타내었는데 ($p < .05$), 고객 246명 중 11.4%, 전문가는 한 곳도 없다고 응답하였다.

고 찰

본 연구는 한식 음식점을 방문한 고객 662명을 대상으로 음식점 식생활 환경에 대한 인식을 조사한 것이다. 조사지역은 대도시, 도농복합시의 도시지역 및 농촌지역으로 구분했으며, 수원시 팔달구 매산동과 인계동, 화성시 병점동, 화성시 비봉면에 위치한 음식점 126개를 선정하였다. 조사자가 음식점을 방문한 고객에게 면접 또는 고객 직접 기록을 통해 음식점의 위생환경(4문항), 표시정보(5문항), 음식의 질(12문항), 영양정보(6문항), 음식점의 접근성(1문항), 유용성(1문항), 구매력(1문항)을 조사하였다. 또한 전문가가 이들 음식점 126개 업소를 방문하여 위생환경 및 제공되고 있는 영양정보에 대해 평가하였다. 이를 통해 각 지역의 음식점 식생활 환경의 실태를 알고, 건강한 식생활 환경

을 위한 방안 제시에 도움을 주고자 하였다.

조사 결과, 하루 1회 이상 외식하는 비율이 20.1%로 이는 2012년 국민건강통계 외식 빈도조사결과의 25.2% 보다 조금 낮은 수치이다.[1] 지역에 따른 외식 빈도를 비교했을 때, 대도시 수원 (22.4%)보다 도농복합도시인 화성시 도시지역 (18.3%)과 농촌지역 (19.1%)이 낮게 나왔다. 본 조사대상자 중 도농복합도시의 도시지역은 주부의 비율이 가장 높고, 농촌지역은 농업직 비율이 가장 높았는데, 이들 대부분은 출근을 하지 않아 외식보다는 가정식으로 식사를 해결하는 경우가 많기 때문인 것으로 생각된다. 또 농촌의 경우 음식점 접근성이 떨어지는 것도 한 원인일 수 있다. 7점 리커트 척도로 조사한 '위생환경'은 병점 (5.24 ± 0.99), 비봉 (5.03 ± 1.22), 수원 (4.95 ± 1.07) 순으로 ($p < .05$) 나타났으며 지역에 따라 유의적인 차이를 나타내었다. Kye 등[35,36]은 서울 소재 230개 한식 음식업소의 조리실, 객실 및 기타 시설의 위생상태와 조리원의 개인위생 및 식품취급 습관을 평가하였는데 보통 상태인 것으로 나타났다. 또 서울, 경기지역의 한식 음식점 18개소를 대상으로 위생관리 모니터링 도구에 의한 평가결과 전체 평균은 100점 만점에 53.9점 이었으며 개인위생 영역 60.5%, 공정별 식품위생 영역 47.7%, 환경위생 영역 59.3%을 보여 세 영역 중 가장 취약한 영역은 공정별 식품위생인 것으로 나타났다.[37] 본 연구에서 고객 인식과 전문가 평가를 비교하였을 때, 위생환경 요인 중 종업원의 청결성만 유의적인 차이가 있었다($p < .05$). 조사 시점에 따라 종업원의 청결이 다를 수 있지만, 고객이 생각하는 것보다 음식점이 비위생적일 수도 있다는 것을 의미한다. 앞으로 식품안전사고 사전예방과 청결한 위생관리로 건강한 음식점환경을 위해 업주들의 지속적인 노력과 지원이 필요할 것이다.

음식점의 표시정보는 화성시 병점지역의 평균값이 가장 높았으며, 비봉, 수원 순으로 나타났다. 맛과 외관, 건강성의 경우 유의적인 차이는 나타나지 않은 것으로 보아 조사지역 내 한식 음식점의 경우 맛과 외관, 건강성과 관련된 음식의 질의 경우 비슷한 것으로 생각된다. Yu와 Park[38]은 외식업소 품질을 평가하는 속성을 요인분석하여 총 10가지 요인으로 분류하고 가족생활주기에 따라 중요하게 인식되는 정도에 차이가 있는지를 조사한 결과 '건강 (인공조미료의 사용 여부, 고지방 재료의 사용여부, 국내산 재료의 사용여부, 건강에 좋은 음식을 포함한 식단, 신선한 채소 식단)과 '시설 (놀이시설, 화장실의 청결성, 메뉴판이나 팜플렛의 구비)', '안락함 (안락한 내외장 시설과 분위기, 편리한 주차, 종업원 용모)', '상품력 (음식의 양과 외관, 가격, 이벤트와 할인쿠폰)' 영역에서 유의적인 차이를 보였다. Kim 등[20]의 외식 서비스 제공자의 인식도 조사에서 적절한 1인분의 양, 이용하기에 편리한 위치, 주차의 편이성, 편안하고 안락한 분위기, 광고의 효율성, 실내와 외관의 적절성, 적정한 음식 가격 등의 항목에서 평균값보다 낮은 점수가 나타난 반면 음식의 맛, 음식의 외관, 신선한 음식의 제공 등에 대한 인식도는 평균 점수보다 높게 나타났다. 이는 외식 서비스 제공자 자신이 직접 영향을 미칠 수 없는 영역인 물리적 환경 등의 외부 환경에 대해서는 서비스 품질이 낮다고 인식하는 것으로 보고하였다.

영양정보 문항 중 메뉴 영양정보의 유무, 건강메뉴의 제시 유무, 건강메뉴 선택을 독려하는 메시지 유무에서 지역간 유의적인 차이가 나타났다. 전반적으로 수원, 병점 도시지역의 음식점이 농촌지역 음식점보다 영양정보 표시 비율이 높았다. 또한 전체적으로 봤을 때 고객이 인식하는 영양정보 표시가 된 곳은 30% 이내이며, 전문가 평가도 25% 이내로 낮게 나타나 세 지역 모두 영양정보 표시 비율이 낮다는 것을 알 수 있다.

현재 음식점의 영양표시제가 시행되고 있지만, 가맹 사업점포 수가 100개 이상인 대형 프랜차이즈 업체로만 한정되어 있으며 특히 한식 음식점의 경우 영세업체가 많기 때문에 영양정보 표기에 대해 미온적으로 대응하는 것으로 보인다. Lee 등[4]의 영양정보 중 열량표시가 메뉴선택에 미치는 영향에 관한 연구에서 메뉴판에 메뉴의 열량정보 표시 전후 각 2주간 메뉴별 판매율을 비교한 결과 열량이 낮은 메뉴의 판매율은 증가하였고 반면에 열량이 높은 메뉴는 판매율이 감소하는 경향을 보였다. Sohn의 연구[39], Chung 등[40]의 연구에서 외식 소비자들은 영양표시의 필요성에 대한 인식이 높고 영양표시가 체중관리와 건강한 식생활 및 메뉴 선택에 영향을 주어 올바른 식생활 관리를 통한 건강유지에 도움을 줄 것으로 기대하고 있는 것으로 나타났다.

외식소비자들로 하여금 영양성분, 건강성 등 제공된 정보에 입각하여 메뉴를 선택하게 하고 건강을 유지하는데 도움이 되는 음식점 식생활 환경을 조성하는 것이 무엇보다 중요하다. 음식점 경영주 입장에서는 영양정보 표시, 건강메뉴 제시 등을 할 경우 비용부담이 크고, 원산지 표시제 규제 등 갈수록 규제가 심해져 영업환경이 힘들어지고 있는 상황이다. 이렇다보니 해야만 하는 당위성은 잘 알고 있지만, 업체도 영양정보 표시, 건강메뉴 제시 등의 준비가 제대로 되기 어렵다. 현재 영양정보 표시의 활성화를 위해 식품의약품안전처에서는 열량, 나트륨 등 영양성분 함량 산출을 쉽게 할 수 있도록 도와주는 '외식 메뉴의 영양성분 함량 산출 가이드'를 제공하고 있다.[41] 소규모 영세 한식 음식점에서도 음식의 영양 성분을 직접 분석하지 않고도 기존의 식품영양성분 DB 활용하여 쉽게 산출할 수 있도록 되어 있다. 또한 특정 지자체에서는 건강식당을 선정하여 소비

자의 건강에 맞는 음식을 섭취할 수 있도록 음식점 대표메뉴에 영양성분 분석내용을 표기하며 각종 성인병 관리 등에 도움을 줄 수 있는 건강메뉴 뿐만 아니라 정보도 제공하는 음식점 인증 제도를 실시하고 있다.[42] 이러한 영양정보 가이드와 건강식당에 대한 지속적인 홍보 등 정부와 지자체의 적극적인 지원이 선행되어 음식점 경영주들이 영양정보 제시에 능동적으로 참여할 수 있도록 해야 할 것이다. 또 지자체는 집중적으로 음식점 경영주에게 식생활 환경의 중요성을 인식시켜 위생환경, 표시정보 및 건강메뉴의 유용성을 높일 수 있도록 권장하며, 소비자에게 건강한 외식 식생활 교육을 통해 중요성을 인지시키고 활용할 수 있도록 해야 할 것이다.

영양정보 중 '1인 분량의 양(크기)을 줄여서 선택할 수 있는 메뉴가 있다'는 문항은 전체 소비자 중 14.1%만이 있다고 응답하였다. 일부 대기업에서 운영하는 음식점의 경우 표준분량규격 (standard portion size; 1인분 식사 기준량)을 기준으로 음식의 양을 줄일 수 있으며, 줄인 양에 따라 가격이 내려가는 메뉴가 있다. 하지만, 대부분의 중소형 한식 음식점의 경우 소비자의 만족도를 높이기 위해서 표준분량 규격 자체의 양이 많으며, 무조건 음식의 양을 푸짐하게 제공하는 경향이 있는데 이는 소비자에게 과식을 유도할 수 있다. 향후 음식점 경영주는 소비자에게 무조건 음식의 양을 푸짐하게 제공하는 것을 지양하고 1인분의 양을 조절할 수 있는 메뉴를 개발하고 제공할 필요가 있다고 생각한다.

지역에 따른 음식점의 접근성, 유용성, 구매력에 대한 소비자 인식의 경우 화성시 비봉지역이 다른 지역 보다 낮은 값을 나타내었다. 이는 수원 팔달구, 화성 병점 등 통틀어 도시지역이 화성 비봉 농촌지역보다 한식음식점으로의 이동거리가 가깝고, 쉽게 외식을 할 수 있으며, 음식의 가격에 대한 부담감이 적은 것을 알 수 있다. 따라서 음식점 접근성이 좋지 못하고 가격 부담감이 큰 것으로 나타난 농촌지역에는 지자체에서 운영하는 비영리 음식점 (노인정 급식 등)을 조성하거나 도시락 배달사업, 이동판매와 이동 차량 제공 등의 지원사업이 필요할 것으로 생각된다. Ma 등[43]의 외국 연구에서는 도시와 농촌의 지역 주민을 대상으로 패스트푸드 레스토랑과 캐주얼 레스토랑의 유용성에 대한 인식조사 결과 도시지역이 농촌지역보다 패스트푸드 레스토랑은 40% 더 많았고, 캐주얼 레스토랑은 25%가 더 많았다. Hearst 등[9]의 연구는 도시와 교외 지역의 청소년을 대상으로 패스트푸드 레스토랑, 비 (non) 패스트푸드 레스토랑, 카페 등이 집으로부터의 접근성에 대한 인식을 알아보고, 과당주스, 편의식품, 패스트푸드 섭취에 미치는 영향에 대해 알아보았다. 우선 도시지역과 교외지역의 패스트푸드 레스토랑과 비 패스트푸드 레스토랑, 카페 등의 접근성이 유의적으로 차이가 있었고, 도시지역이 접근성이 좋았다. 그리고 패스트푸드, 비 패스트푸드 등 레스토랑의 업태와 상관없이 레스토랑의 접근성이 좋다고 인식할수록 과당주스, 편의식품, 패스트푸드 등 비 건강식의 섭취가 증가하였다. 미국에서는 이러한 질 낮은 식품의 섭취가 비만을 불러일으키고 이로 인해 만성적인 성인병이 증가하는 것으로 보고되고 있으며, 특히 특정 지역에서 이러한 현상이 더 심각한데 주목하고 있다.[9] 이들 특정 지역 거주민은 건강한 식품 섭취에 필요한 다양한 식품을 공급하는 식료품점이나 음식점으로의 접근이 어려워 제한된 식품을 공급하는 패스트푸드점 등에 의존하고 있는 것으로 나타나 건강한 식품의 접근이 제한된 지역에 대한 연구를 활발히 하고 있다.[44]

본 연구는 우리나라에서는 처음으로 고객을 대상으로 음식점 식생활 환경 조사를 했다는데 의의가 있다. 그리고 일부문항은 전문가 평가를 통해 연구 내용의 정확성을 높이고자 하였다. 하지만, 세 지역의 일부 한식 음식점을 선정하여 일부 고객을 대상으로 인식조사를 하였는데, 조사기간 동안 방문한 고객의 연령대, 직업, 경제수준, 음식점의 운영방식 등의 차이에 의한 영향을 배제할 수 없다는 제한점을 가지고 있다. 조사대상자 중 대도시의 경우 20대와 학생이 가장 많았고 도시지역은 30대, 농촌지역은 40대가 많았는데 이러한 지역별 연령분포가 구매력, 유용성, 접근성 인식에 영향을 미쳤을 것으로 생각된다. 또 모든 음식점의 조사대상자 수가 동일하지 않고 음식점당 5~10명으로 차이가 있었던 것도 제한점이 될 수 있다.

따라서 향후 이러한 요인을 최소화하고 신뢰도 높은 연구결과를 도출하기 위하여 더 많은 음식점 선정과 소비자를 대상으로 한 연구가 수행되어져야 할 필요성이 있다.

요 약

본 연구는 대도시(경기도 수원시), 도농복합시인 화성시 도시지역과 농촌지역 등 세 지역의 한식 음식점 126개 업소를 선정하여 방문 고객 662명을 대상으로 음식점 식생활 환경에 대한 인식을 조사하였다. 음식점 식생활 환경을 측정하기 위해 위생환경, 표시정보, 맛과 외관, 건강성, 영양정보, 음식점의 접근성, 유용성, 구매력 등의 인식을 조사하였고, 위생환경, 영양정보 두 영역은 같은 문항을 가지고 전문가 평가도 실시하였다. 세 지역의 한식 음식점 식생활 환경에 대한 고객 인식을 비교분석 하였으며, 고객 인식과 전문가 평가 비교를 통해 지역사회의 음식점 식생활 환경 실태를 알아보고, 향후 건강한 식생활 환경 조성을 위한 기초자료를 제시하고자 하였다.

1) 조사 대상자는 총 662명 중 남자가 58%, 여자가 42%

였으며, 30대가 32.2%로 가장 많았고, 직업은 사무종사자가 23%로 가장 많았다. 외식 성향과 관련하여, 외식의 정보 출처는 주변사람이 63.3%로 가장 많았고, 외식 빈도는 주 1~3회가 44%로 가장 많았으며 지역에 따라 유의적인 차이를 나타내었다 ($p < 0.01$). 방문한 한식 음식점을 가는 이유로는 '맛이 좋아서'라고 응답한 사람이 가장 많았으며 (56%), 편리한 접근성, 합리적인 가격, 건강, 음식점의 분위기와 종업원의 서비스 순으로 나타났다.

2) 지역에 따른 한식 음식점 식생활 환경에 대한 주관적 인식 조사 결과는 다음과 같다. 위생환경과 표시정보의 경우 지역 간 유의적인 차이가 나타났으며 ($p < 0.05$, $p < 0.01$), 병점, 비봉, 수원 지역 순으로 점수가 높았다. 맛과 외관, 건강성에 관련된 요인은 지역에 따라 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 영양정보의 경우 메뉴에 대한 영양정보 여부, 건강메뉴의 제시 및 독려하는 메시지 여부에서 지역에 따라 유의적인 차이가 나타났다 ($p < 0.05$). 도시지역이 농촌지역보다 영양정보 표시 음식점이 더 많은 것으로 조사되었다.

3) 지역에 따른 음식점의 접근성, 유용성, 구매력에 대한 인식에 있어 지역별로 유의적인 차이가 나타났다 ($p < 0.01$, $p < 0.05$, $p < 0.01$). 대체적으로 도시지역이 농촌지역보다 접근성, 유용성, 구매력이 더 좋은 것으로 인식하였다. 따라서 음식점 접근성이 낮고 가격 부담감이 큰 농촌지역에는 지자체에서 운영하는 비영리 음식점을 조성하거나 도시락 배달사업, 이동판매와 이동 차량 제공 등의 지원 사업이 필요할 것으로 생각된다. 더불어 유용성을 높일 수 있는 다양한 메뉴와 건강한 메뉴가 제공되어야 할 것이다.

4) 음식점 식생활 환경 중 위생환경, 영양정보 표시에 대한 전문가 평가 결과, '종업원의 용모와 복장은 깨끗하고 단정하다' 문항에서 고객 인식과 전문가 평가 간에 유의적인 차이를 나타내었으며 ($p < 0.05$), 대체적으로 위생환경의 모든 문항이 소비자 인식보다 전문가 평가 점수가 낮게 나타났다. 건강메뉴의 선택을 독려하는 메시지의 여부에서 유의적인 차이가 나타났는데 ($p < 0.05$), 소비자 인식보다 전문가 평가가 더 낮은 비율을 나타내었다.

외식률이 증가하고 이와 동시에 비만과 만성질환의 예방과 관리를 위한 올바른 음식점 식생활 환경의 개선이 중요시되는 현시점에서 향후 음식점에서는 소비자의 건강한 식생활을 위해서 종업원의 청결 및 실내의 위생, 건강메뉴 개발 및 표시, 영양정보를 제시할 수 있도록 지원과 교육이 필요할 것으로 생각한다. 또한 음식점의 접근성과 이용가능성, 구매력을 높일 수 있도록 지역사회 차원의 식생활 환경을 개선하는 것도 필요하다. 농촌지역 노인정 급식사업, 도시지역 건강식당사업, '어린이 식생활 안전관리 특별법'에서 학교 주변에서 위생적이고 우수한 식품을 판매하도록 명시하고 있는 것 등의 사례가 있다.

향후 여러 지역사회의 다양한 음식점 업태를 선정하여 음식점 식생활 환경 실태를 조사하고, 식생활 환경이 개인의 식생활 및 건강상태에 미치는 영향에 대한 연구 등 후속 연구가 필요할 것이다.

References

1. Ministry of Health and Welfare, Korea Centers for Disease Control and Prevention. Korea Health Statistics 2012: Korea National Health and Nutrition Examination Survey (KNHANES V-3). Cheongwon: Korea Centers for Disease Control and Prevention; 2013.
2. Korea Rural Economic Institute. A base study on developing the consumer behavior survey for food. Seoul: Korea Rural Economic Institute; 2013.
3. Suh YS, Jang JH, Kim HS, Chung YJ. Comparison of nutritional status of the Daejeon metropolitan citizens by frequency of eating out. Korean J Nutr 2010;43(2):171-180.
4. Lee D, Lee JC, Kim MH. Effect of menu calorie labels on menu sales and consumer's recognition at a Korean restaurant in a hotel. Korean J Community Nutr 2013; 18(5): 505-514.
5. Story M, Kaphingst KM, Robinson-O'Brien R, Glanz K. Creating healthy food and eating environments: policy and environmental approaches. Annu Rev Public Health 2008; 29: 253-272.
6. D'Angelo H, Suratkar S, Song HJ, Stauffer E, Gittelsohn J. Access to food source and food source use are associated with healthy and unhealthy food-purchasing behaviours among low-income African-American adults in Baltimore city. Public Health Nutr 2011; 14(9): 1632-1639.
7. Boehmer TK, Lovegreen SL, Haire-Joshu D, Brownson RC. What constitutes an obesogenic environment in rural communities? Am J Health Promot 2006; 20(6): 411-421.
8. Moore LV, Diez Roux AV, Nettleton JA, Jacobs DR, Franco M. Fast-food consumption, diet quality, and neighborhood exposure to fast food: the multi-ethnic study of atherosclerosis. Am J Epidemiol 2009; 170(1): 29-36.
9. Hearst MO, Pasch KE, Laska MN. Urban v. suburban perceptions of the neighbourhood food environment as correlates of adolescent food purchasing. Public Health Nutr 2012; 15(2): 299-306.
10. Lucan SC, Mitra N. Perceptions of the food environment are associated with fast-food (not fruit-and-vegetable) consumption: findings from multi-level models. Int J Public Health 2012; 57(3): 599-608.
11. Roberto CA, Larsen PD, Agnew H, Baik J, Brownell KD. Evaluating the impact of menu labeling on food choices and intake. Am J Public Health 2010; 100(2): 312-318.
12. Saelens BE, Glanz K, Sallis JF, Frank LD. Nutrition Environment Measures Study in Restaurants (NEMS-R): development and evaluation. Am J Prev Med 2007; 32(4): 273-281.
13. Minaker LM, Raine KD, Cash SB. Measuring the food service environment: development and implementation of assessment tools. Can J Public Health 2009; 100(6): 421-425.
14. Clark RA, Coffee N. Why measuring accessibility is important for public health: a review from the Cardiac ARIA project. Public

Health Bull S Aust 2011; 8(1): 3-8.
15. Frank L, Glanz K, McCarron M, Sallis J, Saelens B, Chapman J. The spatial distribution of food outlet type and quality around schools in differing built environment and demographic contexts. Berkeley Plan J 2006; 19: 79-95.
16. Jeffery RW, Baxter J, McGuire M, Linde J. Are fast food restaurants an environmental risk factor for obesity? Int J Behav Nutr Phys Act 2006; 3: 2.
17. Lytle LA. Measuring the food environment: state of the science. Am J Prev Med 2009; 36(4 Suppl): S134-S144.
18. Giskes K, van Lenthe FJ, Brug J, Mackenbach JP, Turrell G. Socioeconomic inequalities in food purchasing: the contribution of respondent-perceived and actual (objectively measured) price and availability of foods. Prev Med 2007; 45(1): 41-48.
19. Zenk SN, Schulz AJ, Hollis-Neely T, Campbell RT, Holmes N, Watkins G, Nwankwo R, Odoms-Young A. Fruit and vegetable intake in African Americans income and store characteristics. Am J Prev Med 2005; 29(1): 1-9.
20. Kim H, Yang I, Shin S. Effect of the service providers' perceived service quality on customer loyalty in restaurants. Korean J Community Nutr 2000; 5(2): 236-242.
21. Byun GI, Cho WJ. Family restaurant customers' quality evaluation and satisfaction depending on the physical environmental variables. Korean J Food Cult 2006; 21(1): 51-56.
22. Lee GR, Yoo YJ, Park GS. A study of the effect of environmental characteristics on overall service quality, and repurchase intentions in Korean foodservice firms. Korean J Food Cult 2005; 20(6): 661-667.
23. Jung MB, Kim SH, Kim YI. Impacts of hotel buffer restaurant's physical environment on both service quality and customer satisfaction as well as customer's loyalty - focused on the super deluxe hotels in Seoul. Korean J Tourism Res 2010; 25(3): 101-120.
24. Koo S, Park K. Dietary behaviors and lifestyle characteristics related to frequent eating out among Korean adults. J Korean Soc Food Sci Nutr 2013; 42(5): 705-712.
25. Kim Y, Seo S, Kwon O, Cho MS. Comparisons of dietary behavior, food intake, and satisfaction with food-related life between the elderly living in urban and rural areas. Korean J Nutr 2012; 45(3): 252-263.
26. Statistics Korea. Korean statistical information service [Internet]. Daejeon: Statistics Korea; 2013 [cited 2013 Jan 15]. Available from: http://kosis.kr/statisticsList/statisticsList_01List.jsp?vwcd=MT_ZTITLE&parentId=K.
27. Monthly Restaurant. The customer behavior of eating out 2012 [Internet]. Seoul: Korea Food Service Information Co. Ltd.; 2012 [cited 2014 Jan 15] Available from: http://month.foodbank.co.kr/etc/search_view.php?secIndex=2863&page=15&section=&serial=&keyfield=all&key=??.
28. Agency Small Business. Commercial information systems [Internet]. Daejeon: Small Enterprise and Market Service; 2008 [cited 2013 Jan 15] Available from: http://sg.kmdc.or.kr/index.sg#/analy/result/D_205321_0/.
29. Hong K, Joung H. Restaurateur's willingness to participate in the healthy restaurant program in Seoul. Korean J Nutr 2009; 42(3): 268-277.
30. Hwang JJ. How does nutritional information about fast food menu items influence consumer choice behavior according to their health consciousness and nutritional knowledge? Korean J Hosp Adm 2012; 21(2): 93-112.
31. Yoo YJ, Lee JK, Choi YS. The evaluation of service employees' sanitary management in hotels. Korean J Food Cookery Sci 2006; 23(5): 565-572.
32. Wong F, Stevens D, O'Connor-Duffany K, Siegel K, Gao Y; Community Interventions for Health (CIH) collaboration. Community Health Environment Scan Survey (CHESS): a novel tool that captures the impact of the built environment on lifestyle factors. Glob Health Action 2011; 4: 5276.
33. Baranowski T, Missaghian M, Watson K, Broadfoot A, Cullen K, Nicklas T, Fisher J, O'Donnell S. Home fruit, juice, and vegetable pantry management and availability scales: a validation. Appetite 2008; 50(2-3): 266-277.
34. Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE. Multivariate data analysis, 7th edition. Upper Saddle River (NJ): Prentice Hall; 2009.
35. Kye SH, Moon HK, Chung HR, Hwang SH, Kim WS, Moon HY. A study for the improvement of sanitary condition in Korean style-restaurant in Seoul city area (I) -evaluation on sanitation of working environment and facilities for the kitchen-. Korean J Food Cult 1995; 9(5): 457-465.
36. Kye SH, Moon HK, Chung HR, Hwang SH, Kim WS. A study for the improvement of sanitary condition in Korean style-restaurant in Seoul city area (II) -evaluation on sanitary management of cooking equipment and personal hygiene-. Korean J Food Cult 1995; 10(1): 1-10.
37. Kim SJ, Yi NY, Chang HJ, Kwak TK. Current status of sanitation management performance in Korean-food restaurants and development of the sanitary training posters based on their risk factors. Korean J Food Cult 2008; 23(5): 582-594.
38. Yu JL, Park DY. Korean family's perception of the importance of the quality of restaurants according to family life cycle. Korean J Community Nutr 2002; 7(1): 130-140.
39. Sohn CY. Perception of nutrition labeling on restaurant menus among adults in Suwon. Korean J Community Nutr 2009; 14(4): 420-429.
40. Chung HJ, Cheon HS, Kwon KI, Kim JY, Yoo KS, Lee JH, Kim JW, Park HK, Kim SH, Hong SM. The recognition and requirement of nutrition labeling in fast-food restaurants. Korean J Nutr 2009; 42(1): 68-77.
41. Ministry of Food and Drug Safety. Menu nutritional information manual [Internet]. Cheongju: Ministry of Food and Drug Safety; 2013 [cited 2014 Jan 20]. Available from: http://www.mfds.go.kr/nutrition.
42. Hong K, Joung H. Developing a questionnaire to evaluate the healthy restaurant program. Korean J Nutr 2011; 44(6): 562-576.
43. Ma X, Barnes TL, Freedman DA, Bell BA, Colabianchi N, Liese AD. Test-retest reliability of a questionnaire measuring perceptions of neighborhood food environment. Health Place 2013; 21: 65-69.
44. United States Department of Agriculture, Economic Research Service. Access to affordable and nutritious food-measuring and understanding food deserts and their consequences: report to congress [Internet]. Washington, D.C.: Economic Research Service; 2009 [cited 2014 Apr 10]. Available from: http://www.ers.usda.gov/publications/ap-administrative-publication/ap-036.aspx.