

## 레스토랑 메뉴의 영양정보공개 지지도에 따른 메뉴선택속성 및 소비자 특성에 관한 연구

김선주<sup>1</sup> · 조미희\*

<sup>1</sup>경희대학교 외식경영학과, 플로리다 주립대학교 호스피탈리티학과

### Survey Study: How Customer Attributes and Menu Selection Criteria are Related to Customer Support for Menu Labeling

Sun-Joo Kim<sup>1</sup>, Meehee Cho\*

<sup>1</sup>Department of Food Service Management, Kyunghee University  
Adjunct lecturer, Dedman School of Hospitality, Florida State University

#### Abstract

We studied customer recognition and understanding of menu labeling as well as the correlations between customer support for menu labeling and multiple factors, such as demographic characteristics, dining-out behavior, and menu selection criteria. This study designed a survey and received responses from 351 individuals. The analysis results reveal that most respondents did not acknowledge menu labeling or lacked knowledge of it. Many of the respondents showed experience in ordering from menus with ingredient labels, but many showed no interest in menu labeling. Exactly 114 (32.5%) respondents showed support of menu labeling, and most were interested in levels of trans-fat, fat, and cholesterol. The respondents reported that menu labeling should be implemented more in fast-food restaurants and causal dining restaurants. This study also analyzed how customer menu selection criteria are related to support level of menu labeling. Respondents were classified into three groups based on their support level for menu labeling (low · medium · high), after which correlations between customer menu selection criteria and support level were examined. Respondents in the high support group considered all menu selection criteria (i.e., ingredients, health, and consideration of calories). GLM analysis showed that monthly dining-out expenses were highly related to support level with a significance level of 0.05, and the interaction between monthly dining-out expenses and respondents' jobs also affected support level with a significance level of 0.01.

**Key Words:** Restaurant menu labeling, menu selection criteria, customer characteristics

### 1. 서 론

현대인에게 외식은 선택이 아닌 필수적인 활동이다. 2000년대 초부터 시작된 웰빙(well-being) 현상이 잠깐의 유행일 것이라 생각하였으나, 음식을 선택할 때 건강을 생각하는 것은 많은 사람들에게 자연스러운 것이 되었다. 건강은 음식을 선택할 때에 중요한 동기 요인이 되며, 건강하고자 하는 의지가 높은 소비자일수록 건강에 위대한 요소들을 회피하고 건강한 라이프스타일을 지속적으로 유지하려는 성향이 높게 나타난다(Moorman & Matulich 1993). 따라서 외식업체는 고객의 건강을 생각하는 메뉴를 개발하고, 건강지향적인 이미지를 보이는 것이 중요하다고 하겠다.

고객이 레스토랑에서 메뉴를 선택할 때는 다양한 요인이 영향을 미친다. Romm(1989)은 음식의 질, 영양 그리고 양, 메뉴의 다양성과 적합한 가격정책이 고객들의 메뉴 선택속성에 중요한 요인이라고 하였다. Khan(1993)은 영양가, 음식의 특성과 같은 본질적 요인, 외부에서 미치는 영향인 비본질적 요인, 생물·생리·심리적 요인, 사회 경제적 요인, 문화 및 종교적 요인이 음식에 대한 습관과 선호에 영향을 미친다고 하였다. Khan(1993) 외에도 Gilleran(1993), Morgan(1993)은 여러 요인들이 복합적으로 작용하여 특정 음식에 대한 선호, 습관, 수용에 영향을 준다고 하여 본 연구에서 검증하고자 하는 영양정보공개에 대한 지지도 역시 메뉴선택속성에 영향을 줄 수 있을 것으로 사료된다.

2007년 12월 1일부터 식품의약품안전청은 어린이의 먹거리에 대한 안전 확보의 일환으로 외식업체 영양표시제를 추진하기 시작하였으며, 2010년부터 외식업체 영양표시를 확대 실시하였는데, 그 내용은 가맹점이 100개 이상인 햄버거, 피자, 제과·제빵, 아이스크림을 조리 판매하는 입장에서는 의무적으로 영양표시를 하여야 한다는 것이다. 우리나라는 1995년 영양표시제도를 도입한 이후 점차적으로 영양표시 의무대상 품목을 확대 시행하고 있으나(Kwon 등 2007), 외식업체에서는 영양정보를 제공하는 곳이 거의 없다. 이러한 이유로 특히 어린이, 청소년들이 많이 이용하는 외식업체를 중심으로 하여 소비자가 건강한 식품을 선택할 수 있도록 영양표시제를 추진한 것이다. 2010년 12월 29일부터 패밀리 레스토랑인 베니건스(22개 매장), TGI Friday's(33개 매장), 뽀스(5개 매장)가 자율적으로 영양표시를 실시하였고(식품의약품안전청 2010), 2011년 10월부터는 국민들이 즐겨 먹는 떡볶이, 만두 등을 판매하는 분식점을 대상으로 영양표시를 자율적으로 실시하도록 하였다(식품의약품안전청 2011). 영양정보를 제공하고, 그것을 소비자들이 읽는다면 영양 정보에 대하여 관심이 없던 소비자들도 한번쯤은 관심을 갖고 보게 될 것이며, 영양정보를 공개하는 것에 익숙해진다면 좀 더 신중하게 건강에 좋은 음식을 선택할 수 있을 것이다. 실제로 외국과 한국의 여러 연구에서 외식을 할 경우 가정식보다 더 많은 열량, 지방, 나트륨을 섭취하게 된다(Guthrie 등 2002; Nielsen 등 2002a; Nielsen 등 2002b; Jung 등 2006)고 하였다. 이러한 이유로 외식을 하는 것은 가정식을 먹는 것보다 건강에 좋지 않을 수 있다는 인식을 가질 수 있으므로, 외식업체의 영양표시제도를 통하여 건강에 관련된 수많은 정보를 속에서 소비자들이 정확한 영양 정보를 알게 하여 자신의 건강에 적합한 음식을 선택하는데 도움을 줄 수 있을 것이며(Choi 2010), 나아가 고객들에게 레스토랑에 대한 신뢰감을 줄 수도 있을 것으로 사료된다.

해외의 레스토랑 영양표시 사례를 살펴보면, 건강에 민감한 소비자가 매우 많은 일본의 경우, 1995년 영양표시제도를 도입한 후 외식업체에서도 영양표시제도를 활용하고 있다. 패스트푸드 업체인 롯데리아, 모스버거, 일본 맥도날드와 도너츠 업체인 미스터 도너츠 등은 홈페이지에 영양 성분을 자세하게 표기하여 모든 사람들이 볼 수 있도록 하였다. 패밀리 레스토랑인 스카이라크는 2002년부터 재료의 원산지과 열량, 염분량을 볼 수 있도록 하고 있으며, 도시락 전문점이나 편의점 음식에도 영양성분을 표시하고 있다(식품외식경제 2007). 미국의 영양표시는 1975년부터 본격적으로 시행되었는데, 1990년부터는 가공식품의 영양표시를 모든 식품에 의무화(영양표시 및 교육법: Nutrition Labelling and Education Act, NLEA)하여 영양에 대한 인식에 많은 변화를 주었다(Burton & Andrews 1996). 현재는 레스토랑 영양표시(menu labeling)를 의무화하려는 법을 시행하려고 하는 단계에 있어 실행 방안을 재정해놓은 상태이다(FDA 2011). 하지만 미국

의 많은 레스토랑은 법적 의무와는 관계없이 이미 1990년대 후반부터 영양 정보를 제공하기 시작하였으며, 외식이 건강에 중요한 역할을 하는 만큼 레스토랑에서의 영양 정보는 필수적이라고 하였다. 미국의 대형 체인 레스토랑의 영양 정보 제공 실태를 조사한 Margo 등 (2006)의 연구 결과, 287개의 체인 레스토랑 중 54%의 레스토랑은 영양 정보를 제공하고 있었으며, 44%는 대표 메뉴의 영양 정보를 제공하고 있었다. 일본과 미국의 경우와 같이 우리나라도 점점 영양정보를 공개하는 레스토랑이 많아지고 있으며, 법적인 제도를 통하여 레스토랑의 영양정보공개가 구체화되고 있는 실정이다. 하지만 아직까지 이에 대하여 알고 있는 소비자는 많지 않을 것으로 사료되며, 영양정보를 실제로 얼마나 많이 이용하고 있는지, 어떤 영양정보를 필요로 하는지, 어떤 레스토랑에서 영양정보를 원하는지에 관한 연구는 이루어지지 않고 있다. 또한 소비자의 여러 특성에 따라서도 영양정보에 대한 인식과 생각은 다르게 나타날 것이라고 생각한다.

이에 본 연구에서는 레스토랑의 영양정보공개에 대한 인식 정도를 확인하고, 영양표시제도 지지도 수준에 따라 메뉴 선택속성이 어떻게 달라지는지, 영양정보공개 지지도와 소비자 특성 사이에 어떠한 관계가 있는지 조사하여 외식기업에서 실제로 활용할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 연구내용 및 방법

### 1. 조사대상 및 시기

2013년 5월 16일부터 5월 30일까지 대학생, 직장인 유동 인구가 많으며 외식업체가 밀집되어 있는 서울 회기동, 신촌, 삼성동, 강남역 주변 및 경기도 분당에서 20대와 30대를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

### 2. 조사내용

설문지는 외식업체 메뉴의 영양정보공개에 관한 일반적인 사항과, 영양정보공개에 관한 생각을 묻는 6가지 질문에 대한 28문항, 영양정보공개 지지도를 알아볼 질문 9문항(정 & 홍 2007; Choi 2009), 레스토랑 메뉴선택 속성에 관한 10문항(Yoo 2004; Steptoe 등 1995), 인구통계학적 특성에 대한 9문항, 일반적인 외식행동에 관한 질문 3문항으로 구성하였다. 영양정보공개에 관한 일반적인 사항은 영양표시제도에 대한 사전지식, 주문 경험, 영양표시제도에 의하여 주문한 경험이 있는 외식업체의 업종, 중요한 영양정보, 모든 형태의 외식 업체에서의 영양정보공개의 필요성, 영양정보공개가 필요한 외식업체에 대한 문항이었다.

### 3. 통계분석

수집된 자료는 SPSS for window(version 16.0)를 이용하여 분석하였다. 인구통계학적 특성, 영양정보에 관한 일반적인 항목에 관한 문항은 빈도분석을 실시하였으며, 레스토랑

메뉴선택속성 요인의 타당성을 검증하기 위하여 요인 분석(factor analysis)을 수행하였다. 또한 레스토랑 영양정보공개에 대한 지지도 수준에 따른 메뉴선택속성의 평균 차이는 분산분석(ANOVA)으로 테스트하였고, 사후 검증을 위하여 Duncan's multiple range test를 실시하였다. 마지막으로, 조사대상자의 인구통계학적 특성 및 외식행동의 영양정보공개 지지도에 대한 주영향(main effect) 및 상호작용영향(interaction effect)에 대한 분석은 일반선형모델(GLM: General Lineal Model)을 이용하였다.

### III. 결과 및 고찰

#### 1. 조사 대상자의 일반적 특성

본 연구를 위한 설문조사 대상자는 총 351명이었으며, 남자 152명(43.3%), 여자 199명(56.7%), 연령은 19세 이하가 3명(0.9%), 20대가 197명(56.1%), 30대가 151명(43.0%)이었다. 직업은 학생이 196명(55.8%)으로 가장 많았으며, 사무직이 106명(30.2%), 전문직이 26명(7.4%), 판매·서비스직이 23명(6.6%) 순이었고, 학력은 4년제 대학 재학 또는 졸업, 전문대 재학 또는 졸업(31.9%), 대학원 재학 또는 졸업(4.3%) 순으로 나타났다. 월 소득은 없는 사람이 120명(34.2%), 100만원 미만인 사람이 89명(25.4%), 100만원~200만원 미만이 13명(3.7%), 200만원~300만원 미만이 77명(21.9%), 300만원~400만원 미만이 36명(10.3%), 400만원 이상이 16명(4.6%)이었다.

일반적인 외식행동을 알아보기 위한 설문조사 결과 월 평균 외식횟수는 월 16~20회가 82명(23.4%)으로 가장 많았으며, 월 21~25회가 81명(23.1%), 매일이 63명(17.9%), 월 3~5회가 42명(12.0%), 월 6~10회가 39명(11.1%), 월 11~15회가 25명(7.1%), 월 1~2회가 19명(5.4%)으로 가장 적은 수를 보였다. 전체 응답자의 60% 이상(64.4%)이 한 달에 16회 이상의 외식을 하는 것으로 나타났다. 보건복지부(2011)에서 실시한 국민건강영양조사 결과에 따르면 외식 빈도는 주 5~6회가 25.3%, 하루 1회가 27.2%로 절반이상의 응답자가 거의 매일 외식을 하고 있다고 응답하여, 본 연구를 위한 샘플의 분포와 유사하였다. 월 평균 외식 비용은 51만원 이상 65명(27.1%), 11만원~20만원 75명(21.4%), 41만원~50만원 65명(18.5%), 21만원~30만원 49명(14.0%), 10만원 이하 38명(10.8%), 31만원~40만원 29명(8.3%) 순으로 나타나, 전체 응답자의 절반 이상(53.9%)이 31만원 이상을 외식 비용으로 지출한다고 대답하여 하루 평균 1만원 이상을 외식 비용으로 사용하는 것을 알 수 있었다. 즐겨찾는 외식업체 업종으로는 한식이 121명(34.5%)으로 가장 많았으며, 이탈리아(13.1%), 베이커리·커피전문점(11.7%), 피자·치킨(9.9%), 패스트푸드(8.0%), 에스닉 레스토랑(5.4%), 패밀리 레스토랑(4.6%), 분식(4.3%), 기타(2.5%)의 순으로 나타났다.

<Table 1> Socio-demographic characteristics and dinning out behavior of subjects

Section	Variables	Frequency (%)
Gender	Male	152 (43.3)
	Female	199 (56.7)
Age (years)	Below 19	3 ( 0.9)
	20-29	197 (56.1)
	30-39	151 (43.0)
Occupation	Student	196 (55.8)
	Office Worker	106 (30.2)
	Professionals	26 ( 7.4)
	Sales·Service	23 ( 6.6)
Educational background	In or graduate college	112 (31.9)
	In or graduate university	224 (63.8)
	In or graduate graduate school	15 ( 4.3)
Monthly income	none	120 (34.2)
	less than ₩1,000,000	89 (25.4)
	₩1,000,000~₩2,000,000	13 ( 3.7)
	₩2,000,000~₩3,000,000	77 (21.9)
	₩3,000,000~₩4,000,000	36 (10.3)
	more than ₩4,000,000	16 ( 4.6)
The monthly average number of dinning-out	1-2	19 ( 5.4)
	3-5	42 (12.0)
	6-10	39 (11.1)
	11-15	25 ( 7.1)
	16-20	82 (23.4)
	21-25	81 (23.1)
	everyday	63 (17.9)
The monthly average expense of dinning-out	≤100,000	38 (10.8)
	₩110,000~200,000	75 (21.4)
	₩210,000~300,000	49 (14.0)
	₩310,000~400,000	29 ( 8.3)
	₩410,000~500,000	65 (18.5)
	≥510,000	95 (27.1)
Most frequently visiting types of restaurant	Fast food	28 ( 8.0)
	Pizza·Chicken	35 ( 9.9)
	Bakery·Coffee	41 (11.7)
	Korean fast food	15 ( 4.3)
	Korean	121 (34.5)
	Japanese	21 ( 6.0)
	Ethnic Restaurant (Indian, Thai etc.)	19 ( 5.4)
	Italian	46 (13.1)
	Family Restaurant	16 ( 4.6)
	ETC	9 ( 2.5)
Total		351

#### 2. 레스토랑 영양정보공개에 관한 일반적인 질문에 대한 빈도 분석 결과

현재 가맹점이 100개 이상인 햄버거, 피자, 제과·제빵, 아이스크림을 조리 판매하는 업장에서는 의무적으로 실시하고 있는 영양정보공개에 대한 소비자의 인식 정도를 알아본 결과는 <Table 2>와 같았다.

현재 실시하고 있는 영양표시제도에 관하여 ‘매우 잘 알고 있다’고 대답한 응답자는 12명(3.4%), ‘잘 알고 있다’고 대답한 응답자는 51명(14.5%)이었으며, ‘약간 알고 있다’는 156명(41.4%), ‘모른다’는 132명(37.6%)으로 영양표시제도에 대하여 정확히 알고 있는 응답자는 많지 않은 것으로 나타났다. 영양표시가 되어 있는 메뉴를 주문한 경험이 있는지에 대한 질문에는 ‘주문한 적 있다’가 159명(45.3%), ‘주문한 적 없다’가 71명(20.2%), ‘모른다’가 121명(34.5%)으로 많은 응답자가 영양표시가 되어 있는 메뉴를 주문한 경험이 있는 반면에, 많은 수의 응답자가 모른다고 대답하여 영양표시에 대한 관심도가 낮은 소비자도 많다는 것을 알 수 있었다. 영양표시가 되어있는 메뉴를 주문한 경험이 있는 외식업체 업종은 중복 대답이 가능하였으며, 패스트 푸드 151명, 피자 91명, 제과제빵업체 85명, 아이스크림 73명, 커피전문점 45명, 치킨 42명, 기타 레스토랑 77명으로 나타났다. 이 결과를 통하여 영양표시제도가 의무인 업종뿐만 아니라 커피전문점이나 다른 업종의 레스토랑에서도 고객의 건강을 위하여 영양표시제도를 실시하고 있다는 사실을 알 수 있었으며, 고객들이 그 사실을 인지하고 있음을 확인하였다.

소비자들이 외식업체 메뉴의 영양정보에서 어떠한 영양성분을 중요시하는지 조사한 결과는 <Table 3>과 같았다.

응답자들이 가장 중요하게 생각하는 영양성분은 트랜스 지방, 지방, 콜레스테롤, 칼로리, 나트륨, 포화지방, 단백질, 비타민, 탄수화물, 당류, 섬유소 순이었다. 보건복지부(2011)의 조사 결과, 응답자들은 영양표시 항목 중 열량 정보를 가장 관심 있게 읽는다고 하였으며(46.4%), 다음은 트랜스 지방(14.8%)이었다. 특히 10대(67.7%)와 20대(58.5%)의 경우 열량 정보에 많은 관심을 갖고 있는 것으로 나타났는데, 이는 다이어트와 관련이 있을 것이라고 하였다. 정혜정 등(2009)의 패스트푸드업체에 관한 연구 결과 열량, 지방, 콜레스테롤을 가장 우선적으로 표기해야 한다고 하였으며, Choi(2009)의 연구에서도 본 연구의 결과와 마찬가지로 소비자들이 콜레스테롤, 열량, 지방을 매우 중요하다고 인식하고 있다고 하였다. Kim & Jang(2003)의 패밀리 레스토랑을 대상으로 실시한 연구에서도, 지방, 콜레스테롤, 열량(칼로리) 함량 순으로 조사 대상자의 관심이 높아 본 연구 결과와 유사한 것을 알 수 있었다. 많은 연구에서 비슷한 결과를 보이는 이유는

이러한 영양성분들이 대체로 비만과 같은 소비자들이 많은 관심을 가지고 있는 질병과 밀접한 연관을 갖는 것들이기 때문이라고 사료된다. Burton 등(2006)은 대다수의 레스토랑을 이용하는 고객들이 고칼로리, 지방, 포화지방, 염분 등에 대하여 잘 인식하지 못하고 있다고 하였으며, 레스토랑의 영양정보 공개는 소비자가 건강에 유해한 음식을 적게 선택하게 되어 궁극적으로 공공 건강에 중요한 영향을 주는 역할을 할 수 있을 것이라고 주장하였다. 따라서 레스토랑은 고객들이 민감하게 생각하는 영양성분을 중심으로 하여 메뉴의 영양정보를 공개한다면 고객의 호응을 얻을 수 있을 것이다.

20대, 30대 소비자들이 패스트푸드, 피자, 치킨, 제과제빵, 아이스크림 외의 전문 레스토랑에서 영양정보를 공개할 필요가 있다고 생각하는지 알아보기 위한 질문의 결과는 <Table 4>와 같았다. 우선 모든 레스토랑에서 영양정보공개가 필요하다고 생각하는지 질문한 결과, 114명(32.5%)의 응답자가 필요하다고 하였으며, 117명(33.3%)의 응답자가 필요하지 않다고 응답하여 유사한 수치를 나타냈다. 즉, 모든 업종의 레스토랑보다는 특정 업종의 레스토랑에서 영양정보를 활용하는 것이 더 효과적일 것이라고 예측할 수 있었다. 어떤 업종의 레스토랑에서 영양정보공개가 필요한지 묻는 질문에서 패스트푸드, 패밀리레스토랑에서 영양정보 공개가 가장 필요하다고 응답하였으며, 그 다음으로는 피자, 중식 레스토랑, 치킨 업체의 영양표시가 필요하다고 생각하고 있는 것을 알 수 있었다. 이탈리아 레스토랑, 한식 레스토랑, 에스닉 레스토랑, 제과제빵, 일식 레스토랑, 분식집, 주점, 커피전문점 순으로 필요성이 낮게 나타났다. 이 연구결과는 Kim & Jang(2003)의 레스토랑 영양정보 공개와 고객의 활용의사에 관한 연구와 일치하는 결과를 보였으며, 이들의 연구에서는 조사대상자의 66%가 패밀리 레스토랑에서 영양정보를 제공한다면 활용할 의향이 있다고 하였다. 특히, 다이어트에 관심이 많고, 건강지향적인 사람일수록 정보를 활용할 의사가 많은 것으로 나타났다. 일반적으로 고객들이 건강식이 아니라고 생각하고 있는 패스트푸드와 칼로리가 높은 메뉴를 판매한다고 생각하는 패밀리 레스토랑에서의 영양정보공개가 필요하다고 인식하고 있음을 알 수 있었으며, 마찬가지로 이유로 소비자들은 피자, 중국음식, 치킨 업체도 영양정보공개를 하는 것을 원한다고 사료된다.

<Table 2> Frequency analysis about respondents' recognition of existing menu labeling

Background knowledge on existing menu labeling	Know very well 12 (3.4)*	Know well 51 (14.5)	Know a little 156 (44.4)	Don't know 132 (37.6)	Total		
Experience with menu labeling	Yes 159 (45.3)	No 71 (20.2)	Don't know 121 (34.5)		351 (100)		
Places of experience with menu labeling	Fast food 151	Pizza 91	Bread 85	Ice cream 73	Coffee 45	Chicken 42	etc 77

\*means N (%)

<Table 3> Frequency analysis about importance of nutrition facts at restaurants

	Not very important	Not important	Fare	Important	Very important	Mean±SD
Calories	3 (0.9)*	25 ( 7.1)	83 (23.6)	134 (38.2)	106 (30.2)	3.90±0.94
Carbohydrate	4 (1.1)	21 ( 6.0)	146 (41.6)	126 (35.9)	54 (15.4)	3.58±0.86
Fat	3 (0.9)	14 ( 4.0)	84 (23.9)	150 (42.7)	100 (28.5)	3.94±0.87
Trans Fat	4 (1.1)	17 ( 4.8)	76 (21.7)	120 (34.2)	134 (38.2)	4.03±0.95
Protein	3 (0.9)	20 ( 5.7)	137 (39.0)	124 (35.3)	67 (19.1)	3.66±0.88
Sodium	4 (1.1)	26 ( 7.4)	108 (30.8)	128 (36.5)	85 (24.2)	3.75±0.94
Cholesterol	7 (2.0)	17 ( 4.8)	83 (23.6)	133 (37.9)	111 (31.6)	3.92±0.96
Vitamin	5 (1.4)	22 ( 6.3)	133 (37.9)	123 (35.0)	68 (19.4)	3.65±0.91
Dietary fiber	8 (2.3)	39 (11.1)	164 (46.7)	100 (28.5)	40 (11.4)	3.36±0.91
Sugars	8 (2.3)	37 (10.5)	143 (40.7)	111 (31.6)	52 (14.8)	3.46±0.95
Saturated fat	9 (2.6)	26 ( 7.4)	112 (31.9)	122 (34.8)	82 (23.4)	3.69±0.99

\*means N (%)

<Table 4> Frequency analysis about necessity of menu labeling

	Not very necessary	Not necessary	Fare	Necessary	Very necessary	Mean±SD
Necessity of menu labeling	27 (7.7)	90 (25.6)	120 (34.2)	82 (23.4)	32 (9.1)	3.01±1.08
Type of restaurant						
Fast food	2 (0.6)	15 ( 4.3)	67 (19.1)	127 (36.2)	140 (39.9)	4.11±0.90
Pizza	1 (0.3)	20 ( 5.7)	68 (19.4)	138 (39.3)	124 (35.3)	4.04±0.90
Chicken	2 (0.6)	13 ( 3.7)	87 (24.8)	127 (36.2)	122 (34.8)	4.01±0.89
Bakery	2 (0.6)	21 ( 6.0)	106 (30.2)	127 (36.2)	95 (27.1)	3.83±0.92
Coffee	5 (1.4)	43 (12.3)	136 (38.7)	105 (29.9)	62 (17.7)	3.50±0.97
Korean fast food	5 (1.4)	45 (12.8)	125 (35.6)	106 (30.2)	70 (19.9)	3.54±1.00
Korean	5 (1.4)	17 ( 4.8)	81 (23.1)	137 (39.0)	111 (31.6)	3.95±0.93
Japanese	6 (1.7)	25 ( 7.1)	94 (26.8)	125 (35.6)	101 (28.8)	3.83±0.98
Chinese	1 (0.3)	17 ( 4.8)	74 (21.1)	140 (39.9)	119 (33.9)	4.02±0.88
Italian	2 (0.6)	15 ( 4.3)	81 (23.1)	148 (42.2)	105 (29.9)	3.97±0.88
Family	2 (0.6)	13 ( 3.7)	58 (16.5)	148 (42.2)	130 (37.0)	4.11±0.85
Ethnic	3 (0.9)	16 ( 4.6)	97 (27.6)	134 (38.2)	101 (28.8)	3.89±0.90
Bar	14 (4.0)	45 (12.8)	116 (33.0)	100 (28.5)	76 (21.7)	3.51±1.09

3. 메뉴선택속성 설문 문항의 타당성 및 신뢰도 검증

측정도구의 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였으며, 분석 결과는 <Table 5>와 같았다. 레스토랑 메뉴 선택속성에 관련된 문항의 타당성을 검증하기 위한 요인분석에서는 요인 적재값이 0.6 이상, 고유치(Eigen value)도 일반적인 기준인 1 이상을 기준으로 하였는데, 요인 적재량 값이 0.5이하인 1문항을 제외한 9문항이 3개의 요인으로 도출되었으며, 이들 요인의 총 분산 설명력은 71.613%, 전체표본적합도(KMO) 값이 0.819, Bartlett의 구형성 검정  $\chi^2$  값이 1343.273(p<0.01), 자유도는 36로 분석되었다. 각 요인을 구성하고 있는 항목들에 대한 요인적재량이 0.667 이상으로 모두 0.6 이상을 상회하고 있어 3개의 요인에 속한 모든 변수에서 집중타당성과 판별타당성이 확보되었다고 할 수 있다. 요인 1은 ‘유기농 식품을 사용한 메뉴인지가 중요하다’. ‘섭취소가 많이 함유된 메뉴가 중요하다’, ‘내가 선택하는 메뉴

에 영양소가 골고루 포함됐는지 중요하다’, ‘건강에 좋은 메뉴인지가 중요하다’ 항목을 포함하고 있었다. 이는 메뉴를 선택할 때에 음식 재료를 중요한 요인으로 보는 것이므로 ‘음식성분’으로 명명하였다. 요인 2는 ‘음식과 건강은 관련이 있다고 생각한다’, ‘음식을 선택할 때에 질병을 고려하여 선택한다’, ‘평소에 음식을 선택할 때 건강을 생각한다’ 항목을 포함하며, ‘건강’으로 명명하였다. 요인 3은 ‘음식의 칼로리가 얼마인지 중요하다’, ‘지방이 다량 포함되어 있는지 고려한다’ 항목이 포함되어 있으며, 이는 다이어트와 관련된 항목으로 판단하여 ‘칼로리 고려’ 속성으로 명명하였다.

신뢰도 분석 결과, 칼로리 고려 요인의 크론바흐 알파(Cronbach’s  $\alpha$ ) 값이 0.852로 가장 높았으며, 음식성분 요인이 0.849, 건강 요인이 0.731로 나타나 측정항목들의 신뢰도는 만족할 만한 수준이었다.

<Table 5> Factor analysis of restaurant menu selection criteria

	Indicator	Factor loading	Cronbach's $\alpha$ if item deleted	Cronbach's $\alpha$
Ingredients	Menu made with organic food	0.874	0.815	0.849
	Menu contains a lot of fiber	0.832	0.817	
	Balance of nutrition	0.683	0.796	
	Healthy menu	0.667	0.803	
Health	Relation between food and health	0.768	0.617	0.731
	Interested in disease	0.710	0.642	
	Interested in health	0.708	0.668	
Consideration of calories	Importance of calories	0.849	-	0.852
	Importance of fat content	0.839	-	

4. 레스토랑 영양정보공개에 대한 설문조사 대상자의 지지 수준에 따른 메뉴선택속성 차이 분석

영양정보공개에 관한 설문조사 대상자의 지지 수준에 따른 메뉴선택속성의 차이를 알아보기 위하여 지지도를 높은 수준, 중간 수준, 낮은 수준으로 나누어 결과의 차이를 분석하였다(Jung & Kim 2006). 3개의 수준으로 나누기 위하여 영양정보공개를 어느 정도 지지하는지에 관한 9문항의 질문에 대한 답을 각각 100분위 단위로 점수화한 후 평균을 내어 한 응답자의 영양정보공개에 대한 지지도를 결정하였다. 1점~50점 미만은 낮은 수준, 50점 이상~75점 미만은 중간 수준, 75점 이상을 높은 수준으로 분류하였으며 수준에 따른 메뉴선택속성에 대한 차이 분석 결과는 <Table 6>과 같았다. 지지도가 낮은 수준은 74명, 중간 수준은 176명, 높은 수준은 101명으로 나타났으며, 평균은 각각 0.37±0.11, 0.63±0.07, 0.85±0.07이었다.

메뉴선택속성 중 제 1요인인 메뉴아이템의 음식성분 요인은 지지도가 높은 수준, 중간 수준, 낮은 수준 순으로 중요하게 생각하였으며, 높은 지지 수준을 보인 그룹은 중간 수준, 낮은 수준 그룹과는 유의한 차이를 나타내었다. 하지만, 영양표시제도 지지도가 낮은 그룹과 중간 그룹 간에는 유의한 차이를 나타내지 않았다. 제 2 요인인 건강요인 역시 지지도가 높은 그룹에서 낮은 그룹, 중간 그룹과 유의적인 차이를 보이며 가장 높은 점수를 나타냈으며, 지지도가 낮은 그룹, 중간 그룹 간에는 유의적인 차이를 보이지 않았다. 제 3요인인 칼로리 고려 요인은 지지도가 높은 그룹, 중간 그룹, 낮은 그룹 순으로 점수가 높게 나왔다. 제 1, 2 요인과

마찬가지로 지지도가 높은 그룹과 낮은 그룹, 중간 그룹 간에는 유의적인 차이를 나타냈으나, 낮은 지지도 그룹과 중간 지지도 그룹 간의 유의적인 차이는 없었다.

레스토랑의 영양정보공개에 대하여 지지도가 높은 사람들의 경우 레스토랑에서 메뉴를 선택할 때에 음식성분을 고려하고, 건강에 좋은 메뉴인지를 중요하게 생각하며, 메뉴를 선택할 때에 건강뿐만 아니라 다이어트에 도움이 되는, 즉, 칼로리가 미치는 영향에 대하여 지지도가 낮은 사람들에 비하여 더 많이 고려한다는 것을 알 수 있었다.

5. 소비자의 인구통계학적 특성 및 외식행동과 영양정보공개 지지도와 상관성

조사대상자의 인구통계학적 특성 및 외식행동과 영양정보공개 지지도와 상관성을 알아보기 위하여 일반선형모델(GLM: General Lineal Model)을 이용하여 분석하였다. 우선 유의도가 높은 요인을 선별하기 위하여 각 요인의 영양정보공개 지지도에 대한 주영향(main effect)을 one-way 일반선형모델을 통하여 분석하였다. 그 결과 직업, 즐겨 찾는 업종, 월평균외식비용, 월평균외식횟수가 주영향이 높은 요인으로 나타났다. 주영향이 높은 요인의 상세 영향을 알아보기 위하여 상세 일반선형모델을 제시하였다.

해당 상세 일반선형 모델에서 개별 요소의 주영향과 개별 요소들 조합의 상호작용의 영향을 분석한 결과는 <Table 7>과 같았다. 월평균외식비용과 영양정보공개 지지도의 상관관계가 p<0.05의 수준에서 유의하였으며, 직업과 월평균외식비용 별 소비자 그룹의 영양정보공개 지지도의 차이는 p<0.01

<Table 6> ANOVA for menu selection criteria vs. support level for menu labelling

		LOW	MEDIUM	HIGH	sig.
N		74	176	101	-
Mean±SD		0.37±0.11	0.63±0.07	0.85±0.07	-
Menu selection criteria	Ingredients	2.94±0.84 <sup>b</sup>	3.06±0.71 <sup>b</sup>	3.53±0.73 <sup>a</sup>	0.000**
	Health	3.73±0.79 <sup>b</sup>	3.68±0.66 <sup>b</sup>	4.07±0.66 <sup>a</sup>	0.000**
	Consideration of calories	2.41±1.03 <sup>b</sup>	2.59±0.96 <sup>b</sup>	2.98±0.92 <sup>a</sup>	0.000**

\*\*p<0.01

<Table 7> MANOVA for sociodemographic factors and dining-out behaviors vs. support level for menu labelling

Source	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
Occupation	1.106	3	0.369	0.799	0.495
Frequency <sup>1)</sup>	9.664	12	0.805	1.746	0.057
Expense <sup>2)</sup>	2.447	1	2.447	5.304	0.022*
Number <sup>3)</sup>	1.158	1	1.158	2.511	0.114
Occupation×Expense	7.052	3	2.351	5.096	0.002**
Occupation×Number	3.291	3	1.097	2.378	0.070
Frequency×Expense	7.652	12	0.638	1.382	0.173

<sup>1)</sup>means Most frequently visiting types of restaurant

<sup>2)</sup>means The monthly average expense of dinning-out

<sup>3)</sup>means The monthly average number of dinning-out

\*p<0.05, \*\*p<0.01

수준에서 유의한 것으로 나타났다.

월 평균 외식비용과 직업의 상호작용 결과값에 따른 영양정보공개 지지도의 차이를 상세히 보기 위하여 <Table 8>에서 보는 것과 같이 평균값을 분석하였다. 월 평균 외식비용으로 51만원 이상을 지출하는 그룹이 가장 높은 영양정보공개 지지도를 보였으며, 두 번째로는 10만원 이하를 지출하는

<Table 8> Group mean statistics of support level for menu labelling by expense and occupation × cost

Expense <sup>1)</sup>	Mean±SD	Occupation	Mean±SD of occupation ×expense
less than ₩100,000	2.16±0.79	Student	2.16±0.80
		Office Worker	-
		Professionals	-
		Sales · Service	-
₩100,000-₩200,000	2.00±0.66	Student	2.07±0.62
		Office Worker	-
		Professionals	-
		Sales · Service	1.00±0.00
₩210,000-₩300,000	2.00±0.82	Student	2.00±0.79
		Office Worker	-
		Professionals	-
		Sales · Service	-
₩310,000-₩400,000	2.13±0.69	Student	2.21±0.72
		Office Worker	1.67±0.58
		Professionals	-
		Sales · Service	-
₩410,000-₩500,000	1.91±0.55	Student	2.10±0.74
		Office Worker	1.90±0.48
		Professionals	2.33±0.50
		Sales · Service	1.60±0.52
over ₩510,000	2.24±0.71	Student	-
		Office Worker	2.21±0.75
		Professionals	2.30±0.70
		Sales · Service	2.22±0.67

<sup>1)</sup>means The monthly average expense of dinning out

그룹, 그 다음은 31만원-40만원, 21만원-20만원, 11만원-20만원 순이었으며, 41만원~50만원을 지출하는 그룹이 가장 낮은 지지도를 보이는 것으로 나타났다. 외식에 많은 비용을 지출할수록 영양정보공개에 대하여 높은 지지도를 보일 것으로 예상하였으나, 10만원 이하를 소비하는 경우 두 번째로 높은 지지도를 보였다. 이는 월 평균 외식비용과 직업 간의 상호작용 결과값을 보면 알 수 있듯이 10만원 이하를 소비하는 직업은 거의 대부분 학생이기 때문이라고 생각한다. 학생의 경우 외식을 좋아하고, 영양정보공개 등에 대하여 많은 관심을 갖고 있더라도 소득이 없어서 외식에 많은 지출을 할 수 없는 경우도 많을 것으로 사료된다. 월 평균 외식비용과 직업 간의 상호작용 결과값에 따른 영양정보공개 지지도 차이를 본 결과, 전문직이며 월 평균 41만원-50만원, 51만원 이상을 지출하는 경우가 가장 높은 지지도를 보였다. 주로 월 평균 51만원 이상을 외식에 지출하는 경우 높은 지지도를 보였으며, 학생의 경우에는 31-40만원, 10만원 이하를 지출하는 그룹에서 비교적 높은 영양정보공개 지지도를 보이는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 통하여 레스토랑 메뉴의 영양정보공개 지지도 수준에 따라 메뉴선택속성이 달라질 수 있다는 것을 확인하였으며, 인구통계학적인 특성과 외식행동이 영양정보공개 지지도 수준과도 관련이 있다는 것을 알 수 있었다.

#### IV. 요약 및 결론

본 연구는 20대, 30대를 대상으로 소비자들의 레스토랑에서의 영양정보공개에 대한 인식 정도와 생각에 대하여 확인하였다. 또한, 레스토랑 메뉴의 영양정보공개 지지도에 따라 어떻게 메뉴선택속성이 달라지는지, 영양정보공개 지지도와 소비자 특성 사이에 어떠한 관계가 있는지 알아보고자 하였다.

첫째, 연구를 위한 조사 대상자는 총 351명으로 남자가 152명(43.3%), 여자가 199명(56.7%), 연령은 19세 이하가 3명(0.9%), 20대가 197명(56.1%), 30대가 151명(43.0%)이었

다. 직업은 학생이 196명(55.8%), 사무직이 106명(30.2%), 전문직이 26명(7.4%), 판매·서비스직이 23명(6.6%), 학력은 4년제 대학 재학 또는 졸업 224명(63.8%), 전문대 재학 또는 졸업 112명(31.9%), 대학원 재학 또는 졸업 15명(4.3%) 순이었다. 월 소득은 0원 120명(34.2%), 100만원 미만 89명(25.4%), 100만원~200만원 미만 13명(3.7%), 200만원~300만원 미만 77명(21.9%), 300만원~400만원 미만 36명(10.3%), 400만원 이상이 16명(4.6%)으로 나타났다. 월 평균 외식횟수는 월 16~20회가 82명(23.4%), 월 21~25회가 81명(23.1%), 매일이 63명(17.9%), 월 3~5회가 42명(12.0%), 월 6~10회가 39명(11.1%), 월 11~15회가 25명(7.1%), 월 1~2회가 19명(5.4%)이었다. 월 평균 외식 비용은 51만원 이상 65명(27.1%), 11만원~20만원 75명(21.4%), 41만원~50만원 65명(18.5%), 21만원~30만원 49명(14.0%), 10만원 이하 38명(10.8%), 31만원~40만원 29명(8.3%) 순이었고, 즐겨 찾는 외식업체 업종으로는 한식이 121명(34.5%)으로 가장 많았다.

둘째, 레스토랑에서 실시하고 있는 영양정보공개에 대한 조사대상자의 인식을 조사한 결과, 조사대상자 중 영양표시제도와 관하여 '매우 잘 알고 있다'고 대답한 응답자는 12명(3.4%), '잘 알고 있다'고 대답한 응답자는 51명(14.5%), '약간 알고 있다'는 156명(41.4%), '모른다'는 132명(37.6%)이었다. 영양표시가 되어 있는 메뉴를 주문한 경험에 대해서는 '주문한 적 있다'가 159명(45.3%), '주문한 적 없다'가 71명(34.5%), '모른다'가 121명(34.5%)으로 나타났다. 영양표시제도에 의하여 주문한 경험이 있는 외식업체의 업종은 패스트푸드, 피자, 제과제빵업체, 아이스크림, 커피전문점, 치킨, 기타 레스토랑 순이었다. 조사대상자가 가장 중요하게 생각하는 영양성분은 트랜스 지방, 지방, 콜레스테롤, 칼로리, 나트륨, 포화지방, 단백질, 비타민, 탄수화물, 당류, 섬유소 순이었다. 114명(32.5%)의 응답자는 모든 레스토랑에서 영양정보공개가 필요하다고 하였으며, 117명(33.3%)의 응답자가 꼭 모든 레스토랑에 필요하지는 않다고 응답하였다. 소비자들은 패스트푸드, 패밀리레스토랑, 피자, 중식 레스토랑, 치킨업체, 이탈리아 레스토랑, 한식 레스토랑, 에스닉 레스토랑, 제과제빵, 일식 레스토랑, 분식집, 주점, 커피전문점 순으로 영양정보공개의 필요성이 낮다고 하였다.

셋째, 레스토랑 메뉴 선택속성에 관련된 문항의 타당성을 검증하기 위한 요인분석 결과, 제 1 요인은 메뉴를 선택할 때에 음식 재료를 중요한 요인으로 보는 '음식성분' 요인으로 명명하였다. 제 2 요인은 '건강'으로 명명하였고, 제 3 요인은 '칼로리 고려' 요인으로 명명하였으며, 요인분석 결과는 높은 신뢰 수준을 보였다.

넷째, 영양정보공개에 관한 설문조사 대상자의 지지 수준에 따른 메뉴선택속성의 차이를 알아보기 위하여 지지도를 높은 수준, 중간 수준, 낮은 수준으로 나누어 결과의 차이를 분석한 결과, 제 1·2·3요인 모두 지지도가 높은 그룹의 경우 각 메뉴선택속성을 중요하게 생각하였다. 또한, 지지도가

높은 그룹과 낮은 그룹, 중간 그룹 간에는 유의적인 차이를 나타냈으나, 낮은 지지도 그룹과 중간 지지도 그룹 간의 유의적인 차이는 없었다.

다섯째, 조사대상자의 인구통계학적 특성 및 외식행동과 영양정보공개 지지도와 상관을 알아본 결과, 월평균외식비용과 영양정보공개 지지도의 상관관계가  $p < 0.05$ 의 수준에서 유의하였으며, 직업과 월평균외식비용 별 소비자 그룹의 영양정보공개 지지도의 차이는  $p < 0.01$  수준에서 유의한 것으로 나타났다.

이상으로 소비자들의 영양정보공개에 대하여 얼마나 인식하고 있는지 확인하였고, 레스토랑 메뉴의 영양정보공개 지지도 수준의 차이가 메뉴선택속성에 다르게 영향을 미칠 수 있다는 것을 알 수 있었으며, 인구통계학적인 특성과 외식행동이 영양정보공개 지지도 수준과도 관련이 있는 것을 알 수 있었다.

## 감사의 글

이 논문은 2012년도 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구입니다(NRF-2012S1A5B5A07036086).

## References

- 보건복지부. 2011. 2011 국민건강통계-국민건강영양조사 제 5기 2차년도. 2011. pp 46-47, 384-391
- 정혜정, 홍순명. 2007. 외식업체 및 패스트푸드의 영양표시 모델 개발연구. 식품의약품안전청
- Burton S, Creyer CE, Kees J, Huggins K. 2006. Attacking the Obesity Epidemic: The Potential Health Benefits of Providing Nutrition Information in Restaurants. *Am. J. Public Health*, 96(9):1669-1675
- Choi BK. 2009. A study on the influence of food service companies' nutrition indication on menus upon consumers' purchase attitudes, Kyonggi University MS Thesis. pp 52-54, 97-100
- Gilliran S. 1993. Kids dine out: Attracting the family foodservice market with children's menus and pint-sized promotions. John Wiley & Sons, Inc. USA. pp 1-15
- Jung SJ, Kang SH, Song SM, Ryu SH, Yoon JH. 2006. Nutritional quality of Korean adults' consumption of lunch prepared at home, commercial places, and institutions: Analysis of the data from the 2001 national health and nutrition survey. *J. Nutr. Health*, 39(8):841-849
- Jung YK, Kim MJ. 2006. Segmentation of Wine Market by Consumers' Product Involvement, *Korean J. Food Culture*, 21(6): 614-622
- Khan MA. 1993. Menus and Menu Planning. In *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. Van Nostrand



- Reinhold Publishing Co. USA. pp 92-93
- Kim TH, Chang HJ. 2003. Family Restaurant Patrons' Perception on Nutrition Information of Restaurant Menus. *Korean J. Food Culture*, 18(3):270-278
- Kwon KI, Park SH, Lee JH, Kim JY, Yoo KS, Lee JS, Kim SY, Sung H, Nam HS, Kim JW, Lee HY, Park HK, Kim MC. 2007. Prevalence of Nutrition Labeling and Claims on Processed, and Packaged Foods. *Korean J. Community Nutrition*, 12(2):206-213
- Wootan MG, Osborn M, Malloy CJ. 2006. Availability of point-of-purchase nutrition information at a fast-food restaurant. *Prev. Med.*, 43(6):458-459
- Moorman C, Matulich E. 1993. A model of consumers' preventive health behaviors: The role of health motivation and health ability. *J. Consum. Res.*, 20(2):208-228
- Morgan MS. 1993. Benefit Dimension of Midscale Restaurant Chains, *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 34(2):78-79
- Romm DL. 1989. The Quiet Revolution at Allies, *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 30(2):107-108
- Guthrie JF, Lin BH, Frazao E. 2002. Role of food prepared away from home in the American diet, 1977-78 versus 1994-96: changes and consequences. *J. Nutr. Educ. Behav.*, 34(3):140-150
- Nielsen SJ, Siega-Riz AM, Popkin BM. 2002a. Trends in food locations and sources among adolescents and young adults. *Pre. Med.*, 35(2):107-113
- Nielsen SJ, Siega-Riz AM, Popkin BM. 2002b. Trends in energy intake in U.S between 1997 and 1996: similar shifts seen across age groups. *Obes. Res.*, 10(5):370-378
- Steptoe A, Pollard TM, Wardle J. 1995. Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire. *Appetite*, 25(3):267-284
- Yoo J. 2009. Consumer understanding of nutrition labelling by the food industry according to the level of health interests of the consumer. *Sookmyung Women's University MS Thesis*. pp 15-20, 61-64
- 식품외식경제. 2007. 영양성분표시제 중요성 갈수록 부각. 제 519호. <http://www.foodbank.co.kr/news/view.php?back=1&secIndex=9513&section=001005>
- 식품의약품안전청. 2010. 주요 패밀리 레스토랑 영양표시 자율 참여. [www.kfda.go.kr/index.kfda?mid=56&seq=13794&cmd=v](http://www.kfda.go.kr/index.kfda?mid=56&seq=13794&cmd=v)
- 식품의약품안전청. (2011). 국민간식 김밥과 떡볶이 열량을 확인하세요. [www.kfda.go.kr/index.kfda?mid=56&seq=16348&cmd=v](http://www.kfda.go.kr/index.kfda?mid=56&seq=16348&cmd=v)
- FDA (U.S. Food and Drug Administration). 2013. Overview of FDA Proposed Labeling Requirements for Restaurants, Similar Retail Food Establishments and Vending Machines. <http://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/LabelingNutrition/ucm2448732.htm>

---

Received December 5, 2013; revised May 7, 2014; accepted June 2, 2014