

## 외식 영양표시 제도에 대한 소비자의 사용동기, 장애요인과 확대 실시에 대한 인식

정유선<sup>1</sup> · 양일선<sup>1</sup> · 함선옥<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>연세대학교 식품영양학과 <sup>2</sup>가천대학교 관광경영학과

### Customer' Perceptions of Motivators, Barriers, and Expansion of Menu Labeling in Restaurants

Yoo-Sun Chung<sup>1</sup>, Il-Sun Yang<sup>1</sup>, Sunny Ham<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup>Department of Food & Nutrition, Yonsei University

<sup>2</sup>Department of Tourism Management, Gachon University

#### Abstract

Restaurants implement menu labeling to provide nutritional information to customers in an attempt to help customers select healthy menu items. Considering the increase in food-away-from-home consumption, the purpose of this study was to identify motivators and barriers in restaurant customers regarding use of menu labeling. Data were collected from a survey on restaurant customers in Seoul, Korea. The findings of this study indicate that customers used menu labeling for health reasons. However, barriers to using menu labeling were identified as small font size, difficulty in locating nutritional information display, and difficulty in interpreting nutritional information. In addition, they also suggested expanding the scope of menu labeling for restaurants by including chain restaurants with less than 100 units. The findings of this study offer strategies for the government to improve menu labeling practices for customers.

Key Words: Menu labeling, nutritional information, restaurants, motivators, barriers

#### I. 서 론

오늘날 우리나라의 급격한 경제 성장은 사회문화적 환경 변화와 함께 국민 생활수준의 향상과 더불어 식생활에 많은 변화를 가져왔다. 특히, 국민 소득의 증가, 소비자 욕구의 다양화, 여성의 사회진출 등으로 외식 의존도가 지속적으로 증가하여, 하루 1회 이상 외식률은 2012년 25.2%에서 2013년 31.7%로 6.5% 증가하였다(Ministry of Health & Welfare 2013). 우리나라의 외식비 비중은 가구당 식료품비 지출액의 45.6%를 차지하고 있으며(Statistics Korea 2011), 미국도 전체 식료품비 중 외식비의 지출이 지속적으로 증가하고 있는 추세이다(Ham et al. 1998; Ham et al. 2003; Ham et al. 2004; Jang et al. 2007).

이와 같은 외식 소비자의 증가와 더불어 안전한 먹거리와 건강한 음식에 대한 관심 또한 증대됨에 따라 소비자들끼리 메뉴 선택 시에 영양성분, 칼로리 등과 같은 영양 정보를 알고자 하는 요구도 확대되고 있다. 음식이 포함하고 있는 영양 성분이나 건강정보 표시 등을 통해 외식소비자들로 하여금

올바른 정보에 의한 음식 선택이 필요함이 강조되고 있다(Hong et al. 2008). 소비자에게 메뉴의 올바른 선택을 위한 영양정보 제공을 위해 시행되고 있는 외식 영양표시 제도는 외식업체에서 메뉴의 1회 제공량에 대해 열량, 당류, 단백질, 포화지방 및 나트륨 등의 영양정보와 일일 영양소기준치 비율(%)을 매장에 표시하는 제도이다(Korea Food & Drug Administration 2010).

외식 영양표시 제도를 일찍부터 시행하고 있는 미국은 1994년, Food and Drug Administration (FDA)의 Nutrition Labeling and Education Act (NLEA) 제정에 따라 식품에 영양성분 표시와 영양소 함량 강조 표시가 시행되었다. 그 이후, 1996년 외식 레스토랑 또한 NLEA에 의해 영양정보를 표시하도록 시행되었다(Kim 2011). 미국의 외식 영양표시의 경우 주별로 차이가 있지만, 연방정부 법에 따라 2008년 FDA에서 발간된 영양표시 가이드를 통해 의견을 제시하고 있다. 2010년 환자보호와 건강보험개혁안의 연방정부 법에 따라 20개 이상의 지점을 가진 레스토랑이나 식품판매 업체들은 식품에 대한 칼로리 정보를 제시해야 한다. 뿐만 아니

\*Corresponding author: Sunny Ham, Department of Tourism Management, Gachon University, 1342, Seongnam-daero, Sujeong-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do, Korea Tel: 82-31-750-8669 Fax: 82-2-363-3430 E-mail: sham@gachon.ac.kr

라, 소비자들이 요구 시에는 지방, 포화지방, 콜레스테롤, 나트륨, 탄수화물, 당, 섬유소, 단백질의 8가지 영양성분을 제시해야 한다. 또한, 최근에는 체인 레스토랑의 메뉴와 자동판매기(vending machine)에 칼로리 데이터를 부착하는 국가 기준을 만드는 등 적극적인 영양표시 제도 정책 시행의 모습을 보이고 있다(FDA 2014).

우리나라는 식품의약품안전처에서 2007년 2월, 어린이먹거리 안전종합대책의 일환으로 패스트푸드점 등 외식업체의 영양표시 의무화 계획을 발표하였으며, 2010년 1월 식품접객업 중 어린이 기호식품의 영양성분 표시 및 방법 등에 관한 기준으로 제정 및 고시되었다. 여기서 어린이 식생활안전관리 특별법 제 11조에 근거하여 어린이 기호식품을 판매하는 제과·제빵, 아이스크림, 햄버거, 피자 등의 매장 수 100개 이상의 업체에서는 1회 제공량당 함유된 열량, 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨의 함량표시를 의무화하고 있다. 또한, 국민의 비만 예방, 건강한 식생활 환경 조성을 위해 의무적용 대상이 아닌 외식업체에 대해서도 자율적 영양표시를 하도록 시범사업을 통해 지속적으로 확대해 나가고 있는 실정이다(Korea Food & Drug Administration 2013).

이러한 영양표시 제도는 외식에서 제공되는 식품의 영양정보를 제공함으로써 소비자들이 합리적인 외식 선택을 위한 태도 변화를 가져올 수 있고, 트랜스지방, 당, 나트륨 등에 대한 관리를 강화하는 등 건강한 식생활을 하게 할 수 있다. 이러한 제도를 통해 소비자에게 자신의 건강에 적합한 제품을 선택하기 위해 자발적으로 영양표시를 활용할 수 있도록 가이드라인을 제시하고 있다.

최근 외식 영양표시에 대한 소비자 대상 연구의 경우, 국내·외에서 영양 표시 이용 실태와 더불어 인식 및 태도 등에 대해 다루고 있으며, 다양한 소비자를 대상으로 하여 기초자료 확립을 위한 조사(Jun et al. 2009; Sohn 2009; Yoo & Jeong 2011)가 이루어져 왔다. 뉴욕시에서 이루어진 여러 연구들에서도 소비자들이 영양정보가 제공될 때 이전에 비해 적은 양을 섭취하거나 건강메뉴를 주문하는 것으로 나타났다(Bassett et al. 2008; Technomic & Poll 2008; Brandau 2011; Dumanovsky et al. 2011). 특히, 소비자들은 외식 영양표시에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있을수록, 영양표시를 활용하려는 의도가 강한 것으로 나타났다. 또한, 외식 영양표시가 건강에 도움을 준다고 생각하거나, 건강한 식품선택에 도움을 준다고 생각하는 사람일수록 영양표시를 더 활용하고자 하는 의도를 보였다(Kim et al. 2013). Yoo & Jeong(2011)의 연구에 따르면 대부분의 레스토랑 이용자는 외식업체의 영양 표시가 메뉴 선택에 도움이 되었다는 반응을 보였다. 또한, Hong & Chung(2007)의 연구에서도 외식 영양표시 제도가 소비자들의 메뉴 선정 및 건강한 식생활에 도움을 주고 재방문 의사에 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 이처럼, 기존 외식 영양표시 관련 연구들은 대부분 2010년 의무화 제도 시행 이전 수행된 연구들이 많았으며, 최근

이루어지고 있는 연구들도 주로 소비자의 외식 영양표시 이용 현황, 활용정도, 필요성 등에 대한 내용을 주로 살펴보았다(Jun et al. 2009; Sohn 2009).

외식 영양표시 제도를 확대하고 있는 미국의 경우, 20개 이상의 지점을 가진 체인 레스토랑의 메뉴와 자동판매기(vending machine)에도 칼로리 데이터를 부착하는 국가 기준을 만드는 등 적극적인 영양표시 제도 정책 시행의 모습을 보이고 있다(US FDA 2014). 이처럼 외식 영양표시 제도가 한국 뿐 아니라 미국에서도 2010년 이후 중요한 정책으로 확대되고 있는 상황에서 실제 외식 영양표시 활용 동기는 무엇이며, 실제 메뉴 선택을 위한 외식 영양표시 활용에 있어 장애요인은 무엇인지, 외식 영양표시 확대 실시에 대한 소비자의 의견은 어떠한지에 대한 연구는 추가적으로 필요한 실정이다.

이에 외식 소비자의 영양표시에 대한 사용동기 및 장애요인을 파악하기 위한 본 연구의 세부 목적은 다음과 같다. 첫째, 외식 영양표시 제도에 대한 외식 소비자의 전반적인 사용 동기에 대한 조사를 실시하였다. 둘째, 외식 영양표시 이용에 대한 소비자의 장애요인을 파악하였다. 마지막으로, 외식 영양표시 영양성분 및 제도 확대 실시에 대한 소비자들의 의견에 대해 조사하였다.

본 연구의 결과는 외식 소비자가 외식 영양표시에 대해 사용 동기 및 활용 시 느끼는 장애요인을 조사함으로써, 보다 소비자 친화적인 외식 영양표시 제도 정착을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 연구 내용 및 방법

### 1. 조사 대상 및 자료 수집

본 연구는 최근 3개월 이내 외식 경험이 있으며, 외식 영양표시를 본 적이 있는 10~50대 이상 외식 소비자를 대상으로 하였다. 표본은 할당 표집법(Quota sampling)을 이용하여, 외식 인구의 연령, 성별과 지역을 기준으로 표본을 추출하였다. 조사는 2013년 8월 한 달 동안 서울과 수도권에 거주하는 1,260명에게 설문을 배부하여 자가기입식 설문(self-administered survey)을 통해 진행되었다. 이 중 불성실한 응답을 제외하고 최종적으로 총 787부(유효 응답률 62.5%)가 최종 분석에 사용되었다.

### 2. 조사 내용

설문지 개발을 위해 포커스그룹 인터뷰(Focus group interview)를 10~50대 소비자 43명을 대상으로 시행하였다. FGI에서 규명된 변수들과 선행연구(Cranage et al. 2005; Mackison et al. 2009; Yoo 2009; Jun et al. 2009) 조사를 통해 외식 영양표시에 대한 소비자 인식 조사를 위한 문항을 도출하였다. 이는 전문가 자문회의 및 소비자 30명을 대상으로 실시한 예비조사를 통해 수정·보완 후 본 조사에 사용되었다.

설문의 도입부에는 외식업체 영양표시 제도에 대한 설명과 예시 그림을 제시하였다. 설문지는 외식영양표시 사용동기, 장애 요인, 외식 영양표시 제도 확대실시에 대한 의견으로 구성되었다. 사용동기에 대한 내용은 건강에 대한 관심, 체중조절 및 체중유지, 건강한 메뉴선택에 도움, 건강한 식습관, 영양에 대한 지식, 자기만족, 주변인(친구 또는 가족)의 영양표시 확인, 주변에서 영양표시 확인에 대한 중요성 언급의 8가지에 대해 Likert 5점 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 2: 그렇지 않다, 3: 보통이다, 4: 그렇다, 5: 매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다. 또한, 장애 요인에 대한 내용은 ‘영양표시가 어디에 있는지 찾기 어려워서’, ‘글씨가 작기 때문에 보기 어려워서’, ‘디자인(색상, 포맷 등)이 시선을 끌지 못해서’, ‘외식 영양표시를 이해하기 어려워서’, ‘기타’를 복수응답으로 구성하였다. 외식 영양표시 영양성분 확대 실시에 대한 질문은 제공정보 범위 및 제도의 확대, 유지, 축소 중에서 한 가지를 선택하도록 하였다. 마지막으로 조사대상자의 인구통계학적 특성으로 성별, 연령, 혼인상태, 자녀유무, 가족구성원 수, 가구 월 소득, 학력, 외식횟수를 조사하였다.

3. 조사 분석

본 연구는 SPSS 21.0을 사용한 통계분석이 이루어졌다. 세 부적인 분석방법으로 조사대상자의 일반사항에 대한 기본 현황은 기술통계(descriptive statistical analysis)를 통해 측정하였으며, 외식 영양표시 사용동기 분석을 위해 집단 간 차이 검증인 t-검증(t-Test), 일원분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 또한, 외식영양표시 대상 영양성분에 대한 인식도 조사를 위해 교차분석을 수행하였으며, Duncan’s multiple range를 이용하여 사후 검정을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다. 조사 대상자의 성별은 남성이 328명(42.1%), 여성 451명(57.9%)이었으며, 연령분포는 만 10~19세 92명(11.7%), 만 20~29세 257명(32.7%), 만 30~39세 249명(31.7%), 만 40~49세 122명(15.5%), 만 50세 이상 65명(8.4%)로 이 중 미혼은 447명(56.0%), 기혼 330명(44.0%)으로 조사되었다. 자녀 유무에 있어서는 자녀가 없는 소비자가 288명(87.3%)으로 자녀가 있는 소비자 42명(12.7%) 보다 많았다. 조사대상자의 가구 구성원 수는 4인가구는 352명(45.1%)으로 가장 높은 비율로 나타났으며, 가구 월 소득의 경우 500만원 이상이 286명(37.6%), 200만원 이상 300만원 미만인 146명(19.2%), 300만원 이상 400만원 미만이 131명(17.2%), 400만원 이상 500만원 미만이 119명(15.7%), 200만원 미만 78명(10.3%) 순으로 나타났다. 학력은 대학교 졸업이 353명(45.3%)으로 가장 많았고, 대학교 재학이 138명(17.7%), 대

학원 졸업이 109명(14.0%), 초·중·고등학교 재학이 88명(11.3%), 고등학교 졸업이 46명(5.9%), 대학원 재학이 45명(5.8%) 순으로 나타났다. 외식 횟수는 일주일에 2~3회가 248명(31.8%)으로 가장 많았으며, 한 달에 1~3회는 181명(23.2%), 일주일에 1회는 160명(20.5%) 순으로 나타났다.

<Table 1> Characteristics of the Respondents

	Characteristic	N(%)
Gender	Male	328(42.1)
	Female	451(57.9)
	Total	779(100.0)
Age	10 to 19 years	92(11.7)
	20 to 29 years	257(32.7)
	30 to 39 years	249(31.7)
	40 to 49 years	122(15.5)
	Older than 50 years	65(8.4)
	Total	785(100.0)
Marital Status	Single	447(56.0)
	Married	330(44.0)
	Total	777(100.0)
Children	Yes	42(12.7)
	No	288(87.3)
	Total	330(100.0)
Number of Household members	1	59(7.6)
	2	61(7.8)
	3	182(23.3)
	4	352(45.1)
	5	111(14.2)
	More than 6	16(2.0)
	Total	781(100.0)
Monthly Household Income	Less than 2,000,000 won	78(10.3)
	2,000,000~2,999,999won	146(19.2)
	3,000,000~3,999,999won	131(17.2)
	4,000,000~4,999,999won	119(15.7)
	Above 5,000,000 won	286(37.6)
	Total	760(100.0)
Education	Student (Elementary, middle, high school)	88(11.3)
	less than high school	46(5.9)
	Currently attending college	138(17.7)
	College degree	353(45.3)
	Graduate student	45(5.8)
	Master or higher degree	109(14.0)
Total	780(100.0)	
Frequency of eating out	Almost everyday	87(11.2)
	1 time per week	160(20.5)
	2~3 times per week	248(31.8)
	4~6 times per week	77(9.9)
	1~3 times per month	181(23.2)
	Almost never	27(3.4)
Total	780(100.0)	

2. 외식 영양표시 사용 동기

소비자의 외식 영양표시 사용 동기는 <Table 2>에 제시하였다. 외식 영양표시 사용 동기 조사 결과, ‘체중조절 또는 체중유지(4.02)’가 가장 높게 나타났으며, ‘건강에 대한 관심(3.92)’, ‘건강한 식습관(3.90)’, ‘건강을 위한 메뉴선택에 도움(3.90)’ 순으로 나타났다. 이는 Sohn et al.(2009)의 연구에서도 외식 영양표시가 체중관리에 도움을 주며, 건강한 식생활에 도움이 된다는 인식이 높은 것으로 나타나 영양표시가 올바른 식생활 관리를 통한 건강 유지에 도움을 줄 것으로 기대하며 사용하고 있다는 본 연구와 유사한 연구결과를 보여주고 있다.

‘건강을 위한 메뉴선택에 도움’의 경우 여성(3.97)이 남성(3.80)보다 유의적으로 높게 나타났(p<0.01). 뿐만 아니라, ‘체중조절 또는 체중유지’가 여성(4.10)이 남성(3.90)보다 유의적으로 높게 나타났으며(p<0.05), ‘건강에 대한 관심’도 여성(3.95)이 남성(3.82)보다 높은 것으로 나타났다(p<0.05). 이와 유사한 결과로, 경기 지역에 거주하는 20세 이상 성인을 대상으로 한식당 영양표시에 대한 인식에 대해 조사한 Pak & Sohn(2013)의 연구에서 메뉴 선택 시 영양표시의 활용의 지를 분석한 결과 여성이 남성보다 높은 것으로 나타났다. 이는 여성이 전반적으로 외식 메뉴 선택 시 영양표시를 통해 섭취하는 음식에 대한 정보를 얻고, 건강을 관리하고자 하는 의도가 강한 것으로 볼 수 있다.

3. 외식 영양표시 이용의 장애 요인

소비자의 외식 영양표시 이용에 대한 장애요인은 <Table

3>에 제시하였다. ‘글씨가 작기 때문에 보기 어려워서’가 가장 높은 비율로 나타났으며, ‘영양표시가 어디에 있는지 찾기 어려워서’, ‘외식 영양표시를 이해하기 어려워서’, ‘디자인(색상, 포맷 등)이 시선을 끌지 못해서’ 순으로 나타났다. 이러한 장애요인에 대해서는 KFDA(2004) 연구에서 영양표시의 가장 큰 문제점으로 소비자의 영양표시에 대한 인지도 및 지식수준의 미비가 영양표시 활용도를 낮춘다는 것을 지적한 것에서도 살펴볼 수 있다. 또한 Chung & Kim(2007)의 연구에서도 외식 영양표시제도의 실효성을 높이기 위해서는 소비자가 원하는 정보를 보다 알기 쉽고 이해할 수 있게 영양 표시 내용을 개선해야 한다고 언급하고 있다.

4. 소비자의 외식 영양표시 확대 실시에 대한 인식

1) 외식 영양표시 대상 영양성분 확대 실시

현재 외식 영양표시는 열량, 단백질, 나트륨, 당류, 포화지방의 5개의 영양성분에 대한 정보를 제공하고 있다. 이 외의 영양성분에 대한 표시에 대한 요구에 대해 조사한 결과는 <Table 4, 5>에 나타나 있다. 소비자의 성별에 따른 외식 영양표시 대상 영양성분 확대 실시에 대해 남성(54.7%), 여성(54.8%)로 모두 확대 실시해야 한다는 의견이 많았다. Yang & Heo(2013)의 대학생들을 대상으로 한 패밀리 레스토랑의 영양표시제도 시행에 따른 영양정보에 관한 인식연구에서도 열량, 지방뿐만 아니라 항후 콜레스테롤 등의 영양소들이 지속적으로 활용되어야 한다고 보고하였다. 또한, 소비자의 연령에 따른 외식 영양표시 대상 영양성분 확대 실시 의견은 50대 이상(74.2%)이 가장 높게 나타났으며, 40대(60.5%),

<Table 2> Motivators to consumer's use of menu labeling according to gender

M±SD

Variables <sup>1)</sup>	Male (n=328)	Female (n=451)	Total (N=779)	t-value <sup>2)</sup>
Weight control	3.90±1.00	4.10±1.25	4.02±1.15	-2.632*
Knowledge of nutrition	2.87±1.00	2.99±0.92	2.95±0.95	-1.764
Interest in health	3.94±0.83	3.90±0.79	3.92±0.81	0.511
Healthy eating habit	3.82±0.89	3.95±0.77	3.90±0.82	-2.175*
Menu selection for health	3.80±0.90	3.97±0.74	3.90±0.81	-2.797**
Self-satisfaction	2.63±1.08	2.77±0.98	2.72±1.03	-1.899
Others are saying that it is important to check nutrition label	2.42±1.06	2.39±0.94	2.41±1.00	0.339
Others(Friends or Family) are checking nutrition label	2.33±1.04	2.33±0.92	2.33±0.97	-0.013

<sup>1)</sup>Likert 5 scale style: 1=Strongly disagree 2=Disagree 3=Neutral 4=Agree 5=Strongly agree

<sup>2)</sup>\*\*p<0.01, \*p<0.05

<Table 3> Barriers to consumer's use of menu labeling according to gender

N(%)

Variables <sup>1)</sup>	Male	Female	Total
Small font sizes of presentations	75(31.1)	106(30.3)	181(30.6)
Difficulty of locating nutrition label	61(25.3)	93(26.6)	154(26.1)
Difficulty of interpretation of nutrition information	53(22.0)	74(21.1)	127(21.5)
Design (Color, format etc.)	47(19.5)	75(21.4)	122(20.6)
Others	5(2.1)	2(0.6)	7(1.2)
Total	241(100.0)	350(100.0)	591(100.0)

<sup>1)</sup>Multiple choice (N=350)

<Table 4> Opinion on the number of nutrients provided for menu labeling according to gender M±SD

Variables	Male	Female	Total	$\chi^2$
Expansion	166(54.7)	240(54.8)	405(53.3)	3.590
Maintenance	144(44.9)	182(41.6)	327(43.0)	
Reduction	11(40.7)	16(3.7)	27(3.6)	
Total	321(42.2)	438(100.0)	760(100.0)	

30대(56.1%), 20대(46.9%), 10대(43.0%) 순으로 나타났다.

2) 외식 영양표시 제도 확대 실시

현재 의무적으로 외식 영양표시 제도를 시행하고 있는 외식업체는 어린이 기호식품을 판매하는 제과·제빵, 아이스크림, 햄버거, 피자 등의 매장 수 100개 이상으로 규정이 되고 있다. 현재 시행하고 있는 외식 영양표시 의무대상 업체 뿐만 아니라, 체인 100개 이하의 외식업체와 자율 시행을 하고 있는 외식업체까지 범주 및 점포 수 확대해야 한다는 것에 대한 소비자의 의견은 <Table 6, 7>에 제시되었다. 향후 외식 영양표시 업체의 범주 및 점포수 확대에 대한 소비자의 동의 정도는 4.30으로 확대 실시에 긍정적으로 응답하였다. 소비자의 연령에 따른 외식 영양표시 확대 실시에 대한 의견 향후 외식 영양표시 업체의 범주 및 점포수 확대에 대해 20대(4.34)와 40대(4.36)에서 가장 높게 나타난 반면, 10대에서 가장 낮게 나타났으며(4.11) 이는 유의한 차이를 보였다( $p<0.05$ ).

IV. 요약 및 결론

사회 전반의 구조적인 변화와 함께 외식 소비자가 증가하면서, 건강에 대한 관심이 점차 높아지고 있다. 외식 인구의 증대와 더불어 외식 영양표시가 2010년 이후 국내뿐만 아니라 전 세계적으로 중요한 정책으로 확대되고 있다. 올바른 영양정보를 통한 소비자의 메뉴 선택에 도움을 주는 외식 영양표시에 대한 필요성이 증대 되고 있는 것이다.

이에 본 연구는 소비자들의 외식 영양표시 사용 동기 및 사용 시 느끼는 장애요인에 대해 조사하고, 이 제도를 확대 실시하는 것에 대한 의견을 알아보기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 2013년 8월 한 달 동안 서울 및 수도권 지역의 외식 영양표시를 본 적이 있으며, 최근 3개월 내에 외식 경험이 있는 10~50대 이상 외식 소비자를 대상으로 하였다. 접촉 표본 수는 1,260명이었고, 유효 표본 총 787명의 응답이 최종 분석에 사용되었다. 조사 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

(1) 조사 대상자는 여성이 57.9%, 남성이 42.1%였으며, 연령 만 20~29세 257명(32.7%), 만 30~39세 249명(31.7%)로 조사되었다. 가구 구성원 수는 4인 가구 352명(45.1%)로 가장 높은 비율로 나타났으며, 가구 월 소득의 경우 500만원 이상이 286명(37.6%)으로 높게 나타났다. 학력은 대학교 졸업이 353명(45.3%)으로 가장 많았고, 외식 횟수는 일주일 2~3회가 248명(31.8%)으로 가장 많은 것으로 조사되었다.

<Table 5> Opinion on the number of nutrients provided for menu labeling according to age N(%)

Variables	10-19	20-29	30-39	40-49	50≤	Total	$\chi^{2(1)}$
Expansion	37(43.0)	119(46.9)	137(56.1)	72(60.5)	46(74.2)	411(53.7)	31.322**
Maintenance	46(53.5)	125(49.2)	99(40.6)	42(35.3)	14(22.6)	326(42.6)	
Reduction	3(3.5)	10(3.9)	8(3.3)	5(4.2)	2(3.2)	28(3.6)	
Total	86(100.0)	254(100.0)	244(100.0)	119(100.0)	62(100.0)	765(100.0)	

<sup>1)</sup>\*\* $p<0.01$

<Table 6> Opinion on the scope of restaurants to offer menu labeling according to gender M±SD

Variables <sup>1)</sup>	Male (n=328)	Female (n=451)	Total (N=779)	t-value
Expanding the scope of menu labeling restaurants	4.43±0.75	4.34±0.75	4.30±0.75	-1.694

<sup>1)</sup>Likert 5 scale style: 1=Strongly disagree 2=Disagree 3=Neutral 4=Agree 5=Strongly agree

<Table 7> Opinion on the scope of restaurants to offer menu labeling according to age M±SD

Variables <sup>1)</sup>	10-19 (n=92)	20-29 (n=257)	30-39 (n=249)	40-49 (n=122)	50≤ (n=65)	Total (N=785)	F-value <sup>2)</sup>
Expanding the scope of menu labeling restaurants	4.11±0.80 <sup>b</sup>	4.34±0.63 <sup>a</sup>	4.30±0.72 <sup>ab</sup>	4.36±0.82 <sup>a</sup>	4.18±0.99 <sup>ab</sup>	4.30±0.75	2.672*

<sup>abc</sup>Duncan's multiple comparison

<sup>1)</sup>Likert 5 scale style: 1=Strongly disagree 2=Disagree 3=Neutral 4=Agree 5=Strongly agree

<sup>2)</sup>\* $p<0.05$

(2) 소비자의 외식 영양표시 사용 동기 조사 결과, ‘체중조절 또는 체중유지(4.02)’가 가장 높게 나타났으며, ‘건강을 위한 메뉴선택에 도움’의 경우 여성(3.97)이 남성(3.80)보다 유의적으로 높게 나타났으며( $p < 0.01$ ). 뿐만 아니라, ‘체중조절 또는 체중유지’와 ‘건강에 대한 관심도’ 모두가 여성이 남성보다 유의적으로 높게 나타났으며.

이를 통해 소비자는 체중 조절 및 건강을 위해 외식 영양표시를 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 외식업체는 소비자 요구에 따른 건강한 메뉴를 개발하고 이를 소비자에게 알려주는 외식 영양표시 제도를 적극 활용하는 것이 바람직하겠으며.

(3) 소비자의 외식 영양표시의 장애요인은 ‘글씨가 작기 때문에 보기 어려워서’가 가장 높은 비율로 나타났으며, ‘영양표시가 어디에 있는지 찾기 어려워서’, ‘외식 영양표시를 이해하기 어려워서’, ‘디자인(색상, 포맷 등)이 시선을 끌지 못해서’ 순으로 나타났다. 이와 같은 결과로 소비자들은 영양표시를 외식에서의 메뉴 선택 시 사용하고 싶어도, 글씨가 작아 찾기 어렵고, 이해하기 어려워 활용하기 어렵다는 것을 보여준다. 이를 위해, 외식 영양표시의 접근성을 높여 친근감을 확보하며, 활용하기 쉽고, 믿을 수 있는 영양표시에 대한 사회적 분위기를 조성하기 위한 노력이 필요하다. 또한, 외식영양 표시를 잘 알고 있지 못해 찾지 못하거나, 이해하기 어려운 소비자들을 위해, 언론 및 대중매체를 통해 외식 영양표시에 대한 적극적인 홍보 및 소비자 대상별 차별화된 교육을 시행하는 것을 우선적으로 해야 한다. 뿐만 아니라, 외식기업에 영양표시 제도에 대한 가이드라인 또는 매뉴얼을 제공하여, 소비자들에게 보다 쉽고, 정확한 정보를 제공할 수 있는 국가차원의 지원도 필요하다.

(4) 열량, 단백질, 나트륨, 당류, 포화지방의 5개의 영양성분에 대한 정보를 제공하고 있는 현재 외식영양표시 대상 영양성분 확대 실시에 대한 조사결과, 남성(54.7%), 여성(54.8%)로 모두 확대에 긍정적인 의견을 나타냈다. 또한, 외식 영양표시 대상 영양성분 확대 실시에 대해 50대 이상(74.2%)이 가장 높게 나타났으며, 40대, 30대, 20대, 10대 순으로 나타났다. 이는 연령이 높아짐에 따라, 건강과 질병에 대한 관심도 함께 증가되고, 이는 외식 시 영양성분에 대한 많은 정보를 통해 보다 건강한 식생활을 하기 위한 것으로 사료된다. 뿐만 아니라, 향후 외식 영양표시 업체의 범주 및 점포수 확대 시행에 대해 소비자는 4.30 정도로 긍정적이었다. 이처럼, 소비자들이 현재 시행하고 있는 외식 영양표시 의무대상 업체뿐만 아니라, 체인 100개 이하의 업소들에 대해서도 제도를 확대해야 한다는 의견을 나타냈다. 이와 같은 결과는 외식 영양표시를 질적·양적으로 확대하는 것이 적절한 시기임을 뒷받침한다.

외식 영양표시 제도의 궁극적인 목적은 소비자의 식생활 행동 변화에 있다. 또한, 제도의 실효성을 위해서도 다각적인 측면에서 소비자가 활용하기 쉬운 제도 시행을 위한 노

력이 본 연구 결과에서 도출된 외식 영양표시 이용에 대한 사용동기를 기반으로, 장애요인을 극복하기 위한 단계적인 외식 영양표시 제도의 확대가 이루어져야 한다. 뿐만 아니라, 적극적으로 외식 영양표시를 활용할 수 있는 제도적 환경을 조성하여 궁극적으로 국민들의 건강한 식생활을 위한 삶의 질 향상을 도모할 수 있을 것이다. 이를 통해 외식 영양표시 제도가 소비자 친화적 제도로 확대가 가능할 것으로 사료된다.

시행 초기에 있는 국내 외식업체의 영양표시 제도에 대한 소비자의 사용동기 및 장애요인에 대해 조사한 본 연구는 외식영양 표시 제도를 정착, 확대하기 위한 기초 자료를 제시하였다. 본 연구에 결과에 따른 향후 연구 제안은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 서울 및 경기 지역을 대상으로 조사가 이루어졌다. 외식영양표시 제도가 국가적 차원의 정책으로 확대 시행되고 있음에 따라, 향후 연구는 전 국민 대상으로 조사가 이루어져야 한다. 둘째, 향후 연구에서는 소비자뿐만 아니라 영양표시를 제공하는 외식기업 입장에서 장애요인을 함께 비교 분석하는 것이 필요 하겠다. 외식 영양표시 제도의 활성화를 위해 기업과 소비자의 차이를 인지하고, 소비자와 외식업체가 모두 만족할 수 있도록 제도의 내용을 조정하는 것이 중요하다. 이를 통해 외식 영양표시 제도 정착의 활성화 전략 및 방안을 마련 할 수 있을 것이라 사료된다.

## 감사의 글

본 연구는 2013년도 식품의약품안전처 용역연구개발과제의 연구개발비 지원(13162식품안 035)에 의해 수행되었으며, 이에 감사드립니다.

## References

- Bassett MT, Dumanovsky T, Huang C. 2008. Purchasing behavior and calorie information at fast-food chains in New York City. *Am J. Public Health*, 98(8):1457-1459
- Brandau M. 2011. “What calorie postings mean to consumers: New NPD Survey Looks at ordering and eating habits when diners see calorie counts.”. *Nation’s Restaurant News*, March 22
- Chung JY, Kim MJ. 2007. Using and understanding of nutrition labeling and related factors among female adults in the Seoul Area. *Korean J. of Commun. Nutr.*, 12(4):417-425
- Cranage DA, Conklin MT, Lambert CU. 2005. Effect of nutrition information in perceptions of food quality, consumption behavior and purchase intentions. *J. Foodserv. Business Res.*, 7(1):43-61
- Dumanovsky T, Huang CY, Nonas CA, Matte TD, Bassett MT, Silver LD. 2011. Changes in energy content of lunchtime purchases from fast food restaurants after introduction of calorie labelling: Cross sectional customer surveys. *BMJ*:

- Brit. Med. J., 343: 44-64
- Ham S, Hiemstra S, Yang IS. 1998. Modeling U.S. household expenditure on Food Away From Home (FAFH): Logit regression Analysis. *J. Hosp. Tour. Res.*, 22(1):15-24
- Ham S, Hwang JH, Kim W. 2004. Household profiles affecting food-away-from-home expenditures: a comparison of Korean and US households. *Int. J. Hosp. Manage.*, 23(4):363-379
- Ham S, Yoon BJ, Leong JK. 2003. Demographic and socioeconomic characteristics affecting Food-Away-From-Home expenditure patterns of the U.S. households. *Praxis: J. Appl. Hosp. Manage.*, 6(1):22-34
- Hong KE, Kang YW, Joung HY. 2008. An analysis of consumers' needs and practice willingness for the health promotion program in restaurant industry among Seoul residents. *Korean J. Nutr.*, 41:365-373
- Hong SM, Chung HJ. 2007. Model development of nutrition labeling on restaurant and fast-food. Ministry of Food and Drug safety, pp 11-220
- Jang S, Ham S, Hong G. 2007. Food-Away-From-Home (FAFH) Expenditure of Senior Households in the United States: A Double-Hurdle Approach. *J. Hos Tour. Res.*, 31(2):147-167
- Joo NM, Yoon JY, Kim OS, Ko YJ, Jung HA, Choi EY. 2005. A Survey on the recognition and satisfaction of food labeling system in Seoul and Geongsangnamdo area, J. *Korean Soc. Food Cult.*, 20(5):525-531
- Jun SM, Kwon SH, Park HK, Kim SH, Kwon KI, Jung HR. 2009. Consumers' use and demand of restaurant foods nutrition labeling. *J. Consum. Studies*, 20(2):279-304
- Kim E. 2011. Consumers' behavioral intentions toward nutrition labeling in a restaurant :An application of the theory of planned behavior. Doctoral degree thesis, Yonsei University, Korea, pp 1-26
- Kim E, Ham S, Yang IS, Choi JG. 2013. The roles of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control in the formation of consumers' behavioral intentions to read menu labels in the restaurant industry. *Int. J. Hosp. Manage.*, 35(2013):203-213
- Korea Food & Drug Administration. 2004. Study for improvement of nutrition labeling system. Korea Food & Drug Administration, Seoul, Korea. pp 176-177
- Korea Food & Drug Administration. 2010. Guideline for Nutrition labelling (한눈에 쓱쓱 단계별 영양표시 가이드 라인), pp 1-19
- Lando AM, Labiner-Wolfe J. 2007. Helping consumers make more healthful food choices: Consumer views on modifying food labels and providing point-of-purchase nutrition information at quick-service restaurants. *J. Nutr. Educ. Behav.*, 39(3):157-163
- Lee HY, Kim MK. 2008. Dietary behavioral correlates of nutrition label use in Korean women. *Korean J. Nutr.*, 41:839-850
- Lee KJ, Lee YH. 2004. A study on the dietary life of housewives and their usage practices of food-nutrition labeling. *J. East Asian Soc. Dietary Life*, 14:161-174
- Mackison D, Wrieden W, Anderson A. 2009. Making an informed choice in the catering environment: What do consumers want to know?. *J. Hum. Nutr. Diet.*, 22(6):567-573
- Ministry of Health & Welfare. 2011. Special act on safety control of children's dietary life
- Ministry of Health & Welfare. 2013. Korea national health and nutrition examination Survey
- Pak HO, Sohn CY. 2013. Recognition of nutrition labeling of Korean Restaurants among Adults in Gyeonggi-do Area. *Korean J. Food & Nutrition*, 26(4):663-669
- Sohn CY. 2009. Perception of Nutrition Labeling on Restaurant Menus among Adults in Suwon. *Korean J. Commun. Nutr.*, 14(4):420-429
- Technomic, Inc. & Poll. 2008. Consumer Reaction to Calorie Disclosure on Menus/Menu Boards in New York City: An On-line Survey, Project Number 13109
- Yang JH, Heo YR. 2013. Perception of University Students on Nutrition Information According to Food & Nutrition Labeling Systems in Family Restaurant. *J. Korean Soc. Food Sci. Nutr.*, 42(12):2068-2075
- Yoo J, Jeong HS. 2011. Consumer awareness of nutrition labelling in restaurants according to level of health consciousness. *Korean J. Food & Nutr.*, 24(3), 282-290
- Statistics Korea. 2011. <http://kostat.go.kr/wsearch/search.jsp>, assessed 2013
- U.S. FDA Registration. FDA-nutrition labeling. Available from: <http://www.registrarcorp.com/>, assessed 2013

---

Received November 19, 2014; revised April 16, 2015; revised April 20, 2015; revised April 21, 2015; accepted April 22, 2015