

Original Article

패스트푸드 배달 주문 시 영양성분 표시에 대한 소비자 행동 연구

한지현¹  · 이동민^{2,*} ¹강릉원주대학교 일반대학원 식품과학과, ²강릉원주대학교 해양바이오식품학과 해양식품융합전공The Impact of Nutrition Labeling on Consumer Behavior:
A Focus on Fast-Food Delivery OrdersJi Hyeon Han¹ and Dongmin Lee^{2,*}¹Department of Food Science, Gangneung-Wonju National University²Department of Marine Bio Food Science, Gangneung-Wonju National University

Abstract: The study explores the impact of nutritional information on calorie prediction and purchase intent. Administered through self-report questionnaires, the research employs two types of stimuli to assess the influence of nutritional information. Hamburger set images, with or without accompanying nutritional details, were randomly presented to simulate the prevalent mobile app environment for fast-food delivery. Respondents were tasked with predicting calorie content and indicating purchase intent on a Likert 7-point scale. Results show a significant difference in calorie prediction based on the presence of nutritional labeling. While consumers expect positive health effects by estimating more exact calorie information with nutritional labeling, it doesn't significantly influence purchase intent. The study also examines consumer awareness and preferences regarding nutritional labeling policies, emphasizing the need for education and promotion. Most participants recognize the necessity of mandatory nutritional labeling in fast-food establishments, especially through delivery applications, to support healthier choices and prevent obesity.

Key words: fast-food delivery, nutrition labeling, mobile apps, consumer

I. 서 론

배달음식 산업의 성장세가 꾸준히 지속되고 있다. 특히, COVID-19 발생 이후 밀접 접촉에 대한 공포로 인해 제품 구매, 서비스 이용 등 소비생활에도 대면접촉이 생략되거나 줄어드는 언택트(Untact) 소비 형태가 선호되며 배달음식을 이용하는 빈도가 증가하였고, 배달음식의 주문방식으로는 배달 앱, 홈페이지 등의 온라인 채널이 자리 잡게 되었다(Gyeonggi Research Institute, 2020). 배달음식 주문 시 특히 패스트푸드가 주로 이용되는데 (Song *et al.*, 2023), 패스트푸드는 최소한의 조리로 신속하게 제공되며 배달 또는 포

장해가는 음식으로 값이 저렴하고 편리성이 높지만 영양학적으로는 불균형한 경우가 많다(Oh, 2019). 2018년부터 2022년까지 80세 미만의 연령대 중 20대의 당뇨 및 고혈압 환자 수는 그 비중은 작지만 증가율은 47.7%로 가장 높게 나타나는데(Health Insurance Review & Assessment Service, 2023), 20대를 중심으로 배달음식 섭취가 증가한 것이 요인 중 하나일 것으로 판단된다. 이러한 배경 속에서 식품안전의 약처는 소비자의 안전한 식습관 보호를 위해 2021년부터 어린이 기호 식품(버거, 피자, 빵, 아이스크림)을 판매하는 가맹점 50개 이상의 음식점의 영양성분 표시를 의무화 하였다. 현재 배달 앱, 홈페이지, 영수증 등을 통해 영양성분 표시를 하고 있는 실정이다. 본 연구에서는 모바일 배달 앱을 사용하여 패스트푸드 배달 주문 시 영양성분 표시가 소비자 행동에 어떠한 영향을 주는지 분석하였다. 배달 앱 사용이 익숙하고 빈번한 20대를 대상으로 연구를 진행하였다. 특히, 20대 대학생은 코로나19 중 대면 수업이 비대면으로 전환되며 배달음식의 이용이 증가한 집단이다(Yoon, 2023). 추가적으

*Corresponding author: Dongmin Lee, Department of Marine Bio Food Science, Gangneung-Wonju National University, 7 Jukheon-gil, Gangneung, Gangwon, S. Korea
Tel: +82-33-640-2970, Fax: +82-33-640-2970
E-mail: dongminlee@gwnu.ac.kr

로 식품안전의약처에서 시행하는 영양성분 표시제도에 대한 인식도 등을 조사하였다.

II. 연구내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 패스트푸드를 배달 주문한 경험이 있는 강릉 소재 대학교 재학생을 설문 대상으로 하였으며, 2021년 11월 17일부터 11월 19일까지 자기기입 방식의 설문조사로 진행하였다. 설문지는 총 36부 배포하였으며, 패스트푸드 배달 주문 경험이 모두 있다고 응답하여 36부 모두 회수하여 자료 분석에 사용하였다.

2. 조사방법 및 내용

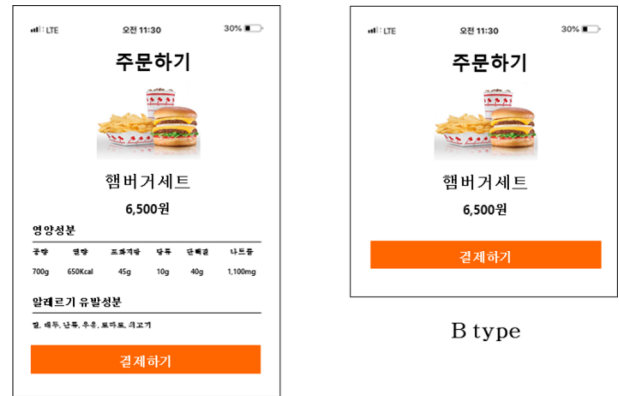
본 연구는 모바일 앱을 사용하여 패스트푸드 배달 주문 시 영양성분 표시가 소비자 구매의도에 미치는 영향을 확인하고자 하였다. 이를 위해 Choi (2010), Kim (2010), Ko (2011), Kang (2012), Choi (2014), Oh (2019)의 연구에서 활용된 측정도구를 토대로 본 연구 목적에 적합하게 수정하여 설문지를 개발하였으며, 식품 및 외식 소비 관련 전공 대학원생을 대상으로 예비조사를 거쳐 수정 및 보완하여 사용하였다. 본 조사는 영양성분 표시 유무별 실험 자극물을 제작하여 2가지 타입의 설문지를 무작위로 배포하여 응답자가 응하도록 하였다.

3. 설문지의 내용 및 구성

설문지의 문항은 영양성분 표시 유무에 따른 제품의 열량 평가 및 구매의도 2문항, 패스트푸드 배달주문 경험 3문항, 패스트푸드 배달주문 시 영양성분 표시의 인식도 및 필요성 7문항, 응답자의 인구통계학적 특성 4문항으로, 총 16문항으로 구성하였다.

패스트푸드 배달 주문 시 영양성분 표시 유무에 따라 조사대상자의 구매의도에 미치는 영향을 조사하기 위해 2가지 유형의 설문지로 구성하였다. 실험 자극물은 <Figure 1>과 같다. 패스트푸드 배달 주문 방법 중 가장 큰 비중을 차지하는 모바일 앱 환경을 구현하여 A 유형 설문지에는 햄버거 세트의 이미지, 가격 정보, 영양성분 정보가 표시되었고, B 유형 설문지에는 햄버거 세트의 이미지와 가격 정보만 제시되었다. 이 때, 실험에 영향을 줄 수 있는 브랜드 요인을 통제하기 위하여 실험 자극물로 사용되는 햄버거 세트 이미지는 인지도가 낮은 국외 브랜드의 제품 이미지를 활용하였다. 응답자는 실험 자극물을 살펴본 후 제품의 열량(kcal)을 단답형으로 예측하고, “나는 상기의 음식을 구매할 의향이 있다”라는 문장에 얼마나 동의하는지 Likert 7점 척도로 응답하였다(1=전혀 동의하지 않음, ... 7=매우 동의함).

패스트푸드 배달주문경험을 조사하기 위해 배달 주문 방법, 패스트푸드 배달 서비스를 통한 월 평균 외식 횟수, 1회



A type

B type

Figure 1. Experiment Stimulus

지출 비용을 문항을 구성하고, 배달주문 시 영양성분 표시의 인식도와 필요성을 파악하기 위해 영양표시제도 정책과 관련한 조사 대상자의 인식도 및 필요성 문항을 포함시켰다. 응답자의 인구통계학적 특성으로는 성별, 출생연도, 다이어트 유무, 월 평균 가구소득을 조사하였다.

4. 자료분석

본 연구에서는 SPSS 22.0 프로그램을 이용하여 다음과 같이 자료를 분석하였다. 영양성분 표시 유무별 실험 자극물에 따라 주요 변수에 유의한 차이를 보이는지 검증하고자 독립표본 t-검정(independent samples t-test)을 실시하여 두 집단의 평균을 비교하였다. 패스트푸드 배달주문 경험, 배달주문 시 영양성분 표시의 인식도 및 필요성, 응답자의 인구통계학적 특성은 빈도분석을 실시하여 빈도 및 백분율을 제시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다. 본 연구의 조사 대상자는 총 36명이며, 성별은 남성과 여성이 각각 18명(50%)으로 동일하였다. 조사대상자 전체 나이 평균은 23.33세이며, 다이어트 유무는 예 9명(25.0%), 아니오 27명(75.0%)으로 조사대상자의 대부분이 다이어트를 하지 않는 것으로 나타났다. 월 평균 가구 소득은 200만원 미만 9명(25.0%), 200~300만원 미만 2명(5.6%), 300~400만원 미만 6명(16.7%), 400~500만원 미만 5명(13.9%), 500~600만원 미만 4명(11.1%), 600만원 이상 10명(27.8%)으로 600만원 이상이 가장 많은 비중을 차지하였다.

2. 조사대상자의 패스트푸드 배달주문경험

조사대상자의 패스트푸드 배달주문경험은 <Table 2>와 같다. 패스트푸드 배달주문방법의 경우 전화 3명(8.3%), 배달

Table 1. Demographic Characteristics

Variables	Classification	Frequency (n)	Ratio (%)
Gender	Male	18	50.0
	Female	18	50.0
Age	Average=23.33		
Being on a diet	Yes	9	25.0
	No	27	75.0
Household monthly income (Unit: 10K KRW)	Under 200	9	25.0
	200~299	2	5.6
	300~399	6	16.7
	400~499	5	13.9
	500~599	4	11.0
	Above 600	10	27.8

앱(모바일앱) 33명(91.7%)로 조사 대상자의 대부분이 배달 앱(모바일앱)을 이용하는 것으로 나타났다. 이는 2019년 COVID-19로 인해 언택트(Untact) 상황이 발생되면서 온라인 쇼핑몰, 배달 앱, 전화배달주문 순으로 소비활동이 증가하였다는 Gyeonggi Research Institute (2020)의 연구 결과와 일맥상통하다. 패스트푸드 배달 서비스를 통한 1회 주문 비용은 10,000원 미만 1명(2.8%), 10,000~15,000원 미만 11명(30.6%), 15,000~20,000원 미만 15명(41.7%), 20,000~25,000원 미만 9명(25.0%)이었다. 패스트푸드 배달 서비스를 통한 월 외식 회수는 2회 이하 7명(15.6%), 3~4회 12명(26.7%), 5~6회 8명(17.8%), 6회 이상 9명(20.2%)으로 나타

났다. 이는 Kim *et al.* (2021)의 연구 결과에서 COVID-19 발생 전에는 월 2~3회, 월 1회 이하로 응답한 비율이 58.3%이었던 반면, COVID-19 발생 후에는 35.4%로 감소하며 배달음식의 이용 빈도가 증가한 것으로 설명될 수 있다.

3. 조사대상자의 패스트푸드 배달 주문 시 영양성분 표시가 열량 예측 평가 및 구매의도에 미치는 영향

영양성분 표시 유무별 실험 자극물에 따라 주요 변수에 유의한 차이를 보이는지 검증하고자 독립표본 t-검정을 실시하고 그 결과를 <Table 3>에 제시하였다. 그 결과 응답자가 예측하는 햄버거 세트의 열량(kcal)은 영양성분 표시 유무에 따라 유의한 차이를 보였다($t=.016$, $p<.05$). 영양성분이 표시되지 않은 B 유형 설문지를 받은 집단($M=1091.00$)이 영양성분이 표시된 A 유형 설문지를 받은 집단($M=661.76$)보다 햄버거의 열량을 더 높게 예측하는 것으로 나타났다. 이는 Carels *et al.* (2007) 및 Choi (2014)의 연구 결과와 동일하다. Choi (2014)는 외식업체에서 영양정보 제공 시 미제공 시보다 예측 열량 값이 크다는 결과를 보였다. 특히 Carels *et al.* (2007)는 건강한 음식으로 인지되는 경우 열량을 과소 추정하는 반면 건강하지 못한 음식으로 인지하는 경우 열량을 과대추정하는 결과를 보여, 일반적으로 건강하지 못한 음식으로 인지되는 패스트푸드의 열량 과대추정 경향성이 설명된다. 소비자가 제품의 영양 정보를 정확하게 인지하기 위해서는 모바일 앱을 사용하여 패스트푸드 배달 주문 시에도 영양표시제도가 필요함을 알 수 있었다.

반면에 햄버거 세트에 대한 구매의도는 영양성분 표시 유

Table 2. Experience of fast food delivery order

Variables	Classification	Frequency (n)	Ratio (%)
How to order delivery Method	Call	3	8.3
	Internet (web page)	0	0
	Delivery app (mobile app)	33	91.7
Average expenditure per order (unit: KRW)	Less than 10,000	7	19.4
	10,000~14,999	12	33.3
	15,000~19,999	8	22.2
	20,000~24,999	9	25.1
Number of times eating out per month	Under 2 times	1	2.8
	3~4 times	11	30.5
	5~6 times	15	41.7
	Over 6 times	9	25.0

Table 3. Differences in Purchase Intention and Predicted Calorie Based on Nutritional Labeling Presence

Dependent variable	Group	Sample	Average	Standard deviation	t	p
Calorie (kcal)	A type	17	661.76	45.17	-2.316	0.027
	B type (without labelling)	19	1091.00	761.64		
Purchase Intention	A type	17	4.65	1.62	0.142	0.888
	B type (without labelling)	19	4.58	1.26		

Table 4 Awareness of the nutrition labeling system for fast-food delivery

Variables	Classification	Frequency (n)	Ratio (%)
Experience with the Nutrition Labelling System for fast-food delivery (N=36)	Yes	19	52.8
	No	17	47.2
Method of checking Nutrition label (N=19)	By internet (web page)	3	15.8
	By delivery mobile app	13	68.4
	On the package	3	15.8
Check for Nutrition Label when using fast-food delivery (N=36)	Yes	4	11.1
	No	32	88.9
Reasons for not checking (N=32)	Habitual purchase	17	53.1
	Don't check because it's annoying	10	31.2
	I don't know	5	15.7

Table 5. Necessity of nutrition labeling system for fast food delivery restaurants

Variables	Classification	Frequency (n)	Ratio (%)
Benefits to Consumers	Healthier food choices	16	44.4
	Improved menu quality through competition among companies	1	2.8
	Ease of comparison with other products	9	25.0
	Increased confidence in the company	10	27.8
Whether Education and Public Relations are Necessary	Necessary	28	77.8
	Not necessary	8	22.2
Effects on the Prevention of Obesity and the Creation of a Healthy Diet	No help	1	2.8
	Somewhat helpful	31	86.1
	Very helpful	4	11.1

무에 따라 유의한 차이를 보이지 않았다. 소비자들이 영양표시제도를 통해 햄버거의 영양정보를 알게 되더라도 구매의도에는 영향을 주지 않는 것으로 보아, 패스트푸드를 구매하는데에는 영양성분보다는 제품에 대한 선호도의 영향이 큰 것으로 판단된다.

4. 조사대상자의 패스트푸드 배달 주문 시 영양표시제도에 대한 소비자 인식

1) 조사대상자의 영양표시제도 인식도

조사 대상자의 영양표시제도 인식도는 <Table 4>와 같다. 패스트푸드 배달 주문 시 영양성분 표시를 경험한 적이 있는지 조사한 결과, 있다 19명(52.8%), 없다 17명(47.2%)로 나타났다. 영양표시제도를 경험을 한 응답자에 한하여 영양표시제도를 확인하는 방법에 대해 질문한 결과, 배달앱(모바일 앱) 13명(68.4%), 인터넷(홈페이지)와 포장이 각각 3명(15.8%)으로 나타나, 배달앱(모바일 앱)을 통한 확인방법이 가장 많은 비중을 차지하였다. Ko (2011)의 연구에서는 배달 음식의 영양정보표시를 확인한 출처로 포장박스 55.9%, 전단지 25.2%, 매장 내 포스터 12.6%, 홈페이지 4.5%, 기타 1.8%로 나타나 오프라인 매개체로부터의 경험이 많은 비중을 차지하였다. 해당 연구가 2011년에 진행된 것을 감안할 때, 외식시장에서 배달앱을 통한 배달주문의 시장이 확대되

었음을 확인할 수 있다.

패스트푸드 배달주문 시 영양성분 표시를 확인하는지 조사한 결과, 예 4명(11.1%), 아니오 32명(88.9%)로 대부분의 조사 대상자가 영양성분을 확인하지 않는 것으로 나타났다. 영양성분을 확인하지 않는 이유를 조사한 결과, 습관적으로 그냥 구매한다 17명(53.1%), 알고 있지만 귀찮아서 확인하지 않는다 10명(31.2%), 영양성분이 표시되어 있는지 몰랐다 5명(15.7%) 순으로 나타났다. 기존 선행연구에서 영양성분을 확인하지 않는 이유로 아무 생각 없이 습관적으로 구입하기 때문이 47.3% (Ko, 2011), 43.3% (Kang, 2012)로 나타나 동일한 결과를 보였다. 즉, 영양표시제도에 대한 홍보 및 교육의 필요성을 확인할 수 있다.

2) 조사대상자의 패스트푸드 배달 주문 시 영양표시제도 필요성

조사 대상자의 패스트푸드 배달 주문 시 영양표시제도 필요성은 <Table 5>와 같다. 패스트푸드 배달음식점의 영양표시제도가 소비자에게 주는 이점에 대하여 조사한 결과, 자신의 건강에 필요한 식품 선택을 용이하게 한다 16명(44.4%), 영양정보를 표시하는 업장에 대한 신뢰성이 향상된다 10명(27.8%), 제품 선택 시 타 제품과 쉽게 비교할 수 있다 9명(25.0%), 업체들 간의 경쟁으로 인한 메뉴품질이 향상된다 1

Table 6. Awareness of National Policy of Nutrition Labeling System

Variables	Classification	Frequency (n)	Ratio (%)
Awareness of Mandatory Nutrition Labeling for Restaurant Chains with Over 50 Affiliated Stores	Yes	12	33.3
	No	24	66.7
Perceived Necessity of Nutrition Labeling System	Necessary	34	94.4
	Not necessary	2	5.6

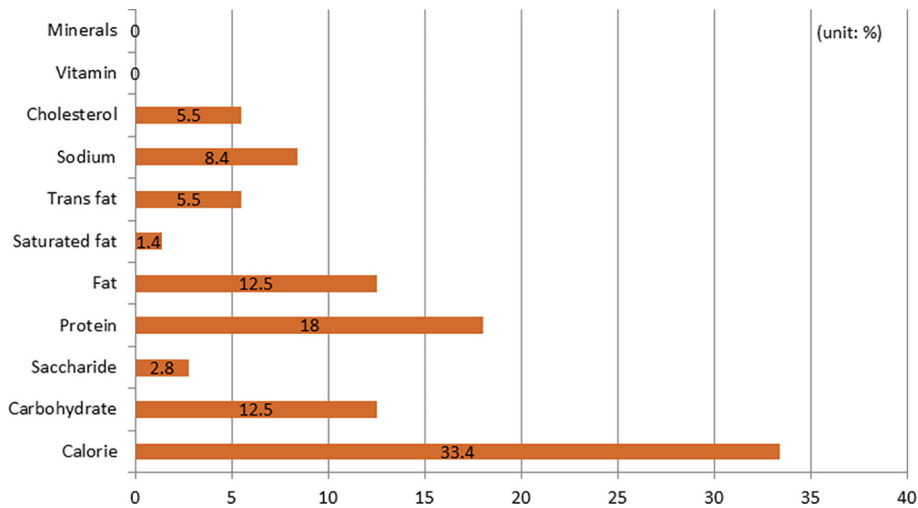


Figure 2. Consumer Importance Choice Ratios for Different Nutritional Components

명(2.8%)의 순으로 나타났다. 이는 Ko (2011)의 연구에서 배달음식 영양정보표시가 소비자에게 주는 이점에 대하여 조사한 결과, 건강에 필요한 식품 선택이 용이가 35.3%, 타 메뉴와 쉽게 비교 가능이 31.0%, 업체들 간 경쟁으로 품질 향상이 21.7%, 표시업체에 대한 신뢰성 향상이 12.0%로 나타난 결과와 동일하였다. 즉, 영양표시제도가 소비자 자신의 건강을 위한 선택에 긍정적인 영향을 줄 것이라 예상하였다. 또한, 패스트푸드 배달음식점 영양표시제도의 교육 및 홍보 필요성에 대하여 조사한 결과, 필요하다 28명(77.8%), 필요하지 않다 8명(22.2%)로 나타났다. 패스트푸드 배달음식점의 영양표시제도 교육 및 홍보 시, 비만 예방 및 건강한 식생활 환경 조성에 미치는 영향에 대하여 조사한 결과, 도움이 된다 31명(86.1%), 매우 도움이 된다 4명(11.1%), 도움이 되지 않는다 1명(2.8%)의 순으로 나타나 패스트푸드 배달 주문 시의 영양표시제도에 대한 교육 및 홍보가 소비자의 비만 예방 및 건강한 식생활에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상하였다.

3) 조사대상자의 영양표시제도 국가정책에 관한 인식도

2021년부터 식품의약품안전처는 가맹점 50개 이상의 햄버거·피자 등을 판매하는 어린이 기호식품 조리·판매 업소를 대상으로 영양성분과 알레르기 유발 원료 표시의무제도를 시행하고 있다. 특히, 온라인으로 음식을 주문하는 경우에도 제품명과 가격표 주변에 영양성분 및 알레르기 유발원료 정보

를 표시해야 한다. 이러한 영양표시제도 도입 의무화에 관한 조사대상자의 인식도는 <Table 6>와 같다. 가맹점 50개 이상 외식업장의 영양표시제도 의무화를 인식하고 있는지에 대한 조사 결과, 예 12명(33.3%), 아니오 24명(66.7%)로 조사대상자의 2/3가 인식하지 못하는 것으로 나타났다. 이러한 패스트푸드 영양표시제도 도입 필요성에 대하여 조사한 결과, 필요하다 34명(94.4%), 필요하지 않다 2명(5.6%)로 대부분의 조사대상자가 패스트푸드 영양표시제도가 필요하다고 인식하고 있었다. Korea National Council of Consumer Organization (2021)에 따르면, 배달앱을 통한 배달 주문이 증가하고 있으나 배달앱에 제공되는 정보는 주로 가격, 후기 등과 같은 판매 중심의 기능적인 정보가 주를 이루며, 원재료 함량, 영양성분과 같은 영양 정보에 대한 정보들은 찾기 어렵다는 조사결과를 제시하였다. 따라서 배달앱에서도 영양 정보를 쉽고 빠르게 확인할 수 있도록 국가 및 관련 부처와 배달앱 운영사와의 지속적인 협력을 통해 영양표시제도의 자리매김이 필요하다.

4) 배달음식 주문 시 영양성분 별 중요도 및 영양성분 희망표시장소

조사 대상자가 배달음식 주문 시 중요하게 생각하는 영양성분을 2가지 중복 선택한 결과는 다음과 같다. <Figure 2>에는 전체 응답자 중 각 영양성분을 중요하다고 선택한 응답 비중을 제시하였다. 열량 33.4%, 단백질 18.0%, 탄수화물

Table 7. Nutrition Information Check Location Preference

Variables	Classification	Frequency (n)	Ratio (%)
Nutrition Information Check Location Preference	On Product Page on the Internet or in the Delivery App	16	44.4
	On a Pamphlet Along with the Food Delivered	6	16.7
	On Package of Food Delivered	11	30.6
	On the Receipt that Comes with the Food Delivered	3	8.3

과 지방 각 12.5%, 나트륨 8.4%, 트랜스지방과 콜레스테롤 각 5.5%, 당류 2.8%, 포화지방 1.4% 순이었으며, 비타민과 무기질은 선택되지 않은 것으로 나타났다. 이는 Ko (2011)의 연구 결과에서 배달음식 메뉴 선택 시 중요하게 생각하는 영양성분에 대하여 조사한 결과, 열량을 가장 중요하게 보는 것과 일치하였다. 배달음식 주문 시에 열량, 지방, 단백질 중요하게 생각하는 이유는 배달음식을 섭취함에 있어 영양적 균형과 체형 유지를 선호하여 건강과 체중에 크게 영향을 미치는 영양성분에 더 많은 관심이 있을 것으로 사료된다.

배달음식 주문 시 영양성분의 희망표시장소에 대하여 조사한 결과, 인터넷, 배달앱 상의 상품페이지 16명(44.4%), 배달된 음식의 포장지 11명(30.6%), 배달된 음식과 함께 별도의 팸플릿 제공 6명(16.7%), 배달된 음식과 함께 제공되는 영수증에 내용 출력 3명(8.3%)의 순으로 나타났다. 주문 시 영양성분을 확인할 수 있도록 모바일 앱에 노출되어 있거나, 혹은 최종 제품을 받아보고 섭취하기 전 확인할 수 있도록 비교적 잘 보이는 패키지 위를 선호하는 것을 뜻한다.

IV. 요약 및 결론

COVID-19로 인한 사회적 거리두기가 지속되고 1인 가구가 증가함에 따라 국내에서도 외식 배달 서비스를 이용하는 사람들이 증가하고 있다. 식품의약품안전처에서는 소비자의 안전한 식습관 보호를 위해 2021년부터 어린이 기호 식품(버거, 피자, 빵, 아이스크림)을 판매하는 가맹점 50개 이상의 음식점에서 영양 표시를 게시하도록 하고 있다. 본 연구는 이러한 배경에서 모바일 앱을 이용한 패스트푸드 배달 주문 시 영양표시제도가 열량 예측 평가 및 구매의도에 미치는 영향과 식품의약품안전처에서 시행하고 있는 영양표시제도에 대한 소비자의 인식과 필요성을 조사하였다.

영양표시제도 유무별 실험 자극물에 따라 주요 변수에 유의한 차이를 보이는지 검증하고자 독립표본 t-검정을 실시한 결과, 영양표시제도 유무에 따라 열량(kcal) 예측에 있어서 유의한 차이를 보인다. 영양표시가 없을 때 영양표시가 있는 때보다 햄버거 세트의 열량(kcal)을 더 높게 예측하는 것으로 나타났다. 소비자가 제품의 영양정보를 정확하게 인지하기 위해서는 영양표시제도가 필요함을 시사한다. 반면에 햄버거에 대한 구매의도는 영양표시제도 유무에 따라 유의한

차이를 보이지 않았다. 이는 소비자가 영양정보를 인지하더라도 실제 구매 결정에는 다양한 요인이 영향을 미치고 있는 것으로 판단된다.

조사 대상자의 영양표시제도 인식도를 조사한 결과는 다음과 같다. 영양표시제도 경험 여부를 조사한 결과, 있다 19명(52.8%), 없다 17명(47.2%)로 나타났다. 영양표시제도를 경험한 응답자에 한하여 영양표시제도를 확인하는 방법에 대해 질문한 결과 배달앱(모바일앱) 13명(68.4%), 인터넷(홈페이지)와 포장지(박스)가 각각 3명(8.3%)으로 나타나, 배달앱(모바일앱)을 통한 확인방법이 가장 많은 비중을 차지하였다. 패스트푸드 배달 주문 시 영양표시를 확인하지 않는 조사대상자를 대상으로 확인하지 않는 이유에 대해서 조사한 결과, 습관적으로 그냥 구매한다 17명(53.1%), 알고 있지만 귀찮아서 확인하지 않는다 10명(31.2%), 영양성분이 표시되어 있는지 몰랐다 5명(15.7%) 순으로 나타나, 영양표시제도에 대한 홍보 및 교육의 필요성을 알 수 있다. 영양표시제도의 보급과 함께 소비자 교육 및 편의성을 강화하는 것이 중요하다는 결론을 지지하고 있다.

영양표시제도의 교육과 홍보에 있어서 그 콘텐츠를 개발하는 것 또한 중요하다. 배달음식 주문 시 영양성분의 희망 표시장소에 대하여 질문한 결과, 인터넷, 배달앱 상의 상품페이지 16명(44.4%), 배달된 음식의 포장지 11명(30.6%)의 비중이 높아, 이러한 소비자의 요구를 외식업체에 전달할 필요가 있다. 또한, 본 연구에서 어떠한 영양성분이 중요한지 살펴본 결과, 열량 24명(66.7%), 단백질 13명(36.1%), 탄수화물과 지방 9명(25.0%)의 순으로 나타나 최근의 저탄고단(탄수화물은 적게, 단백질은 많이) 트렌드를 반영하는 영양표시제도의 교육 및 홍보 전략 수립이 필요하다.

본 연구에서는 모바일 배달 앱 환경과 유사한 자극물을 개발하여 설문조사 방식으로 영양성분 표시가 소비자 행동에 미치는 영향을 살펴보았다. 향후 연구에서는 내적 타당도(internal validity)를 증대시킬 수 있는 심층 인터뷰 기법을 사용하거나, 외적 타당도(external validity)를 증대시키기 위해 소비자의 실제 배달주문 데이터를 분석하는 등 보다 다양한 분석 방법을 사용하여 배달음식 주문 시의 영양성분 표시에 대한 소비자의 인식과 행동에 대해 보다 깊은 고찰이 필요하다. 또한 본 연구는 배달 앱 사용이 빈번한 20대 대학생에 한정해서 살펴본 연구로 한계점이 존재한다. COVID-19 이후 40대 이상의 소비자층이 배달 앱으로 유입된 상황

이기 때문에 향후 연구에서는 연구대상의 확대가 필요하다고 판단된다.

배달음식의 소비가 급증함에 따라 영양표시제도의 중요성이 부각되고 있다. 특히, 모바일 및 온라인 플랫폼에서의 영양표시가 더욱 중요해지고 있으며, 이에 따라 정부는 모바일 및 온라인 플랫폼 상의 영양표시제도에 대한 교육과 홍보를 강화하여 소비자의 건강한 식습관을 촉진할 필요가 있다. 본 연구는 배달 주문이 일상화된 20대 대학생을 중심으로 한 연구로, 영양표시제도가 패스트푸드 배달 주문에 미치는 영향을 탐색하여 정책 및 실천에 필요한 기초자료를 제공하는데 기여할 것으로 기대된다.

이해 관계의 글

No potential conflict of interest relevant this article was reported.

References

- Carels RA, Konrad K, Harper J. 2007. Individual differences in food perceptions and calorie estimation: an examination of dieting status, weight, and gender. *Appetite*, 49(2):450-458.
- Choi BK. 2010. A Study on the Influence of Food Service Companies' Nutrition Indication on Menus upon Consumers' Purchase Attitudes. Master's degree thesis, Kyonggi University, Korea.
- Choi YJ. 2014. The choice of Fast Food: The Influence of Nutrition Information on Calorie Estimation, Perceived Healthiness of Food and Purchase Intention. Master's degree thesis, Yonsei University, Korea.
- Jang HJ. 2010. Actual State of Using Fast Food by Male and Female Students of Middle Schools in the Ulsan Region and the Degree of Recognition of Fast Food Nutrition Labeling. Master's degree thesis, Ulsan University, Korea.
- Kang MH. 2012. The perception on nutrition labeling of fast food and among university students in Ulsan area of Korea. Master's degree thesis, Ulsan University, Korea.
- Kim MH, Yeon JY. 2021. Change of dietary habits and the use of home meal replacement and delivered foods due to COVID-19 among college students in Chungcheong province, Korea. *J. Nutr. Heal.* 54(4):383-397.
- Kim YA. 2011. Fast Food Utilization and Recognition Survey on Fast Food Nutrition Labelling of University Students around Gyeonggi Partial Area. Master's degree thesis, Kyung Hee University, Korea.
- Ko MG. 2011. Consumption Pattern and Nutrition Labeling recognition of Delivery Food, Master's degree thesis, Chung Ang University, Korea.
- Lee JJ. 2009. Survey on the Fast Food Consumption and Nutrition Knowledge of Middle School Students in Pohang City. Master's degree thesis, Yeungnam University, Korea.
- Oh EM. 2019. Understanding of Fast Food Nutrition Labeling and Influence of Attitude toward Nutrition Labeling Products on Purchase Intention. Master's degree thesis, Yonsei university, Korea.
- Sim HY. 2008. Consumption of Fast Food and the Cognition of Nutrition of Fast Food in Middle School Students. Master's degree thesis, Hannam University, Korea.
- Song HC, Oh JH, Sim SJ, Kang KO. 2023. A Study on the Use Status, Recognition and Satisfaction of Delivery Food-Focused on 20-30s Single Household in Capital Region-. *Foodserv. Ind. J.* 19(1):69-85.
- Yoon EY. 2023. Dietary guidelines adherence and changes in eating habits among college students in the post-COVID-19 period: a cross-sectional study. *Kor. J. Comm. Nutr.* 28(3):220-234.
- Gyeonggi Research Institute. 2020. The Survival Strategy of Untact Consumption and Alley Market in the COVID-19 Era. [cited 2023 Dec 02]. Available from: https://library.gri.re.kr/search/catalog/view.do?bibctrlno=97920&se=r0&ty=B&_csrf=d04e9d6f-fbf7-4fa6-aa4d-093ada0f5995
- Health Insurance Review&Assessment Service. 2023. The Korean National Health Insurance Statistical Yearbook. [cited 2023 Nov. 3]. Available from: <https://www.hira.or.kr/bbsDummy.do?pgmid=HIRAA020045020000&brdScnBltno=4&brdBltno=2315&pageIndex=1&pageIndex2=1#none>

저자 정보

Ji Hyeon Han (Gangneung-Wonju National University, Ph.D course, 0009-0007-1583-0831)

Dongmin Lee (Gangneung-Wonju National University, Associate Professor, 0000-0003-2700-0687)