

외식업체의 영양표시제도 시행동기 및 장애요인*

Motivators and Barriers to Provision of Nutritional Information in Restaurants

정진이** · 김어지나*** · 양일선**** · 함선욱*****

Jeong Jin-Yi · Kim Eojina · Yang Il-Sun · Ham Sunny

Abstract

This study investigated motivators and barriers perceived by managers when they perform menu labeling at restaurants. Further, the study examined the current situations of restaurants related to nutrition information provision, such as the way they obtain nutrition information of menus, perception toward restaurant revenues after menu labeling implementation, and presentation of menu labeling. A survey was conducted in August-September 2013 from managers of restaurants which implemented menu labeling mandatorily and voluntarily. The biggest motivators for managers to perform menu labeling were identified as related to customers, such as provision of nutrition information, helping customer's menu selection, and building credits with customers. Overall, they perceived that menu labeling did not affect revenues of restaurants. Most of respondents obtained nutrition information from the company head offices, but they thought menu labeling would have a small effect on sales. Further, respondents wanted to have minimum guidelines offered by government, when they display the nutritional information of menus. Clarity of monitoring and guidelines by governments was perceived low by managers. Meanwhile, barriers significant to managers of restaurants with voluntary menu labeling implementation are involved in lack of sources, such as nutrient analysis cost of menus and printing cost. Restaurants with voluntary implementation felt higher levels of barriers with all items than those with required implementation. The findings of the study would offer government the directions to expand restaurants' participation in the menu labeling policies.

Key Words : Menu labeling, Nutrition information, Motivaors, Barriers, Restaurants, Managers

* 본 연구는 2013년도 식품의약품안전처 용역연구개발과제의 연구개발비 지원(13162식품안035)에 의해 수행되었음

** 연세대학교 식품영양학과 박사과정 <onlyjin1005@yonsei.ac.kr>

*** 미국 아이오와주립대학교 Hospitality Management 박사과정, 한국보건사회연구원 전문연구원 <eojina@yahoo.com>

**** 연세대학교 식품영양학과 교수 <isyang@yonsei.ac.kr>

***** (교신저자)가천대학교 관광경영학과 교수 <sham@gachon.ac.kr>

I. 서 론

다양한 식문화의 세계화와 새로운 식품 및 음식의 등장은 우리나라 국민의 식생활을 크게 변화시켰으며, 음식업의 전체 규모 확대를 통해 외식산업을 급성장시켰다. 2012년 국민건강영양조사에 따르면, 1일 1회 이상 외식하는 국민의 비율이 1998년 21.0%였던 것에 비하여 2005년 51.5%로 크게 상승해 우리나라 국민들의 외식 비율은 점진적으로 증가하였다(질병관리본부, 2012). 이와 같은 외식 비율의 증가 및 외식산업의 팽창은 오늘날의 경제, 생활수준 향상 및 도시화를 통한 식생활의 사회화 현상과 함께 나타나면서 국민 건강에 큰 영향력을 미치게 되었다(홍경의·정효지, 2009).

특히 2012년 국민건강영양조사에 따르면, 열량 및 지방 과잉섭취자 비율이 2007년 기준 남성은 4.9%, 여성은 2.2%로 나타난 데 비해 2012년 각각 10.1%, 5.2%로 남녀 모두 2배 이상 증가하였으며, 비만 유병률 또한 1998년 26.0%에 비해 2012년 32.4%로 지속적으로 상승하였다. 국민건강보험공단(2008)은 이와 같은 과제중, 비만 등의 유병률 증가로 1조 7,923억원에 이르는 비만 관련 사회·경제적 비용이 발생하고 있는 것으로 추정하였다.

외식의 확대와 식생활 변화에 따른 비만 관련 사회·경제적 비용의 증가는 범국민적으로 건강에 대한 관심을 증가시켰고, 올바른 식생활에 대한 요구로 이어졌다. 최근의 외식 소비자들은 생존을 위한 욕구 충족이 아닌 합리적인 결정을 통한 소비 성향을 보이고 있으며, 웰빙, LOHAS와 같은 건강관련 마케팅에 높은 관심을 보임과 동시에(송홍규·김홍길, 2008) 안전하고 깨끗한 식품을 선호하는 웰빙 소비가 증가하고 있다(유경진·윤혜현, 2014). 정부에서는 이러한 소비자들의 변화와 요구를 반영하여 건강한 식품 선택을 위한 식생활 안전 및 영양관리 관련 정책을 활발하게 전개해오고 있다. 그 중 영양표시 제도는 영양소 함량 및 건강 증진 효과 등과 관련된 정보의 제공을 통해 소비자들의 건강에 대

한 관심과 정보에 대한 욕구를 충족시킬 수 있는 대표적인 예로 볼 수 있다(식품의약품안전청, 2005).

국내에서는 2010년부터 『어린이 식생활안전관리 특별법』의 시행과 ‘식품접객업 중 어린이 기호식품의 영양성분 표시 및 방법 등에 관한 기준(식품의약품안전청 고시 제3호)’에 따라 어린이 기호식품에 대해 영양성분 표시를 의무화하였다(보건복지부, 2011). 이에 어린이 기호식품 업종으로 분류되는 햄버거, 피자, 아이스크림류, 제과·제빵류를 판매하는 업종 중 100개 이상의 점포를 갖는 경우 의무적으로 열량, 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨의 5가지에 대한 영양정보를 제공하고 있다. 이와 더불어 자율적으로 영양표시 제도를 시행하고 있는 외식업체 또한 커피전문점(‘08.7.~), 고속도로 휴게소(‘10.3.~), 패밀리레스토랑(‘10.12.~), 어린이 놀이동산 내 식품접객업체(‘12.5), 대형 영화관(‘13.5.~)으로 지속적으로 확대되고 있다(식품의약품안전청, 2013). 이와 같은 외식 영양표시 제도의 확대는 외식업체로 하여금 메뉴의 영양정보를 게시하도록 함으로써 건강한 메뉴 제공을 위해 노력하게 하며 소비자들의 합리적인 메뉴선택과 건강한 식생활의 영위에 도움을 주는 데에 목적을 두고 있다.

영양정보의 표시는 소비자들의 요구에 따라 전세계적으로 이목을 끌었으며, 여러 국가 정부들과 정책입안자들은 이를 다양한 정책 사업으로 시행하였다. 미국, 영국, 유럽연합, 싱가포르 등에서는 외식업체의 영양표시에 대한 제도를 시행하였고, 특히 미국의 경우 2010년 환자보호와 건강보험개혁안(PPACA, Patient Protection and Affordable Care Act)이 통과되면서 20개 이상의 체인 레스토랑에 메뉴의 영양정보를 공개하도록 하였다. 연방정부법에 따르면 외식업체에서는 메뉴판의 음식명 옆에 1회 제공량 당 열량을 표시해야 하며 9가지 영양성분(열량, 탄수화물, 지방, 포화지방, 콜레스테롤, 나트륨, 당, 섬유소, 단백질)에 대해 소비자가 원할 경우 제공할 수 있어야 한다.

외식에서의 영양표시와 관련된 연구는 영양표시

를 이용하는 소비자의 태도 또는 구매행동, 행동의도 등에 대해 나타내고 있다. 다수의 연구에서 소비자들은 외식업체에서 메뉴 선택 시 영양표시를 통해 건강메뉴를 선택할 수 있으며, 올바른 식생활을 위해 영양 정보의 제공이 필요하다고 인식하는 것으로 나타났다(Drichoutis et al., 2006; Brandau, 2011). 실제로 외식 영양표시는 소비자들에게 긍정적으로 작용하였는데, Bassett et al. (2008)의 연구에 따르면 외식업체에 방문한 소비자의 3분의 1은 영양표시에 의해 저칼로리 메뉴를 선택하는 행동변화를 보였다. 또한 소비자들은 영양표시가 제시됐을 때 저칼로리이며 영양의 균형을 갖춘 메뉴를 주로 주문하였다(Brandau, 2011; Dumanovsky, 2011). 이와 더불어 외식 영양표시가 올바른 식품선택과 건강에 도움이 될 것이라고 생각하는 소비자들이 영양표시를 더욱 활용하고자 하는 것으로 나타나(Kim et al., 2013), 실제적으로 영양표시 제도를 통해 소비자들은 합리적인 외식 선택을 위한 태도의 변화와 트랜스지방, 당, 나트륨 등에 대한 관리 강화 등의 건강한 식생활을 이루는 것으로 나타났다(황정진, 2012; 정유선 등, 2014)

한편, 영양표시에 관한 외식업체의 인식은 다음과 같이 조사된 바 있다. 미국 영양정보 제공 레스토랑의 경영주 또는 매니저들은 영양표시의 시행을 통한 이미지 개선 등의 긍정적 효과나 매출 감소와 같은 부정적 영향 등의 인식이 조사되었으며(Albright et al., 1990; Glanz et al., 2007; Almanza et al., 1997), 영양정보를 제공하면서 느끼는 어려움에 대해 조사하였다(Boger, 1995; Savage & Johnson, 2006; Zick et al., 2010; Cohn et al., 2012). 이와 같은 외식업체들의 인식은 영양표시 제도의 참여와 직결되어 있으며, 이들의 인식 변화 및 행동변화를 통해 자발적 참여와 건강 메뉴 개발 등의 긍정적 성과를 거둘 수 있음에 따라(Kim et al., 2013) 제도의 효과적인 확대를 위해 이와 관련된 조사들이 필요하다고 나타낼 수 있다. 그러나 국내 외식업체 운영자 또는 매니저의 측면에서 외식 영양표시에 대한 인식을 조사한 연구는 미비한 실정이며, 특히 외식 영

양표시 제도의 시행 동기와 시행 시의 장애요인에 대한 연구의 필요성은 더욱 높다고 볼 수 있다. 외식 영양표시 제도가 지속적으로 확대되고 있으며, 향후 많은 외식업체의 참여를 유도해야 하는 상황에서, 기존의 외식업체들을 통한 인식의 조사는 제도의 시행 및 확대를 긍정적인 방향으로 이끌어 가기 위한 기초자료의 확립을 가능하게 할 것이다.

본 연구의 목적은 외식 영양표시를 시행중인 외식업체의 표시 시행동기, 현황 및 장애 요인을 파악하는 것이다. 연구의 세부목적은 다음과 같다. 첫째, 국내 외식업체의 영양표시 제도 참여 동기를 파악하고 법적 의무를 위해 참여하는 업체와 자율적으로 실시하는 업체들의 비교를 통해 시행형태별 차이를 규명한다. 둘째, 외식업체의 영양표시 제도 실시 현황(외식업체의 영양정보를 얻는 방법, 외식업체의 영양표시 제도 시행에 따른 매출 변화에 대한 인식, 외식업체의 영양표시 운영·감독에 대한 인식)을 파악하고 시행형태별 차이를 확인한다. 셋째, 외식업체가 영양표시 제공 시 발생하는 장애요인에 대해 규명하고, 시행형태별 차이를 함께 규명한다.

따라서, 본 연구의 결과를 통해 외식업체의 영양표시 시행 동기, 시행관련 현황 및 장애요인에 대해 파악함과 더불어 각 항목에 대해 시행형태별 차이에 대해 함께 분석함으로써 제도 시행에 대한 전반적인 인식 조사와 향후 제도 확대를 위한 제언을 하고자 한다. 또한 앞으로의 정책 방향 설정에 세부적인 시사점을 제시하며, 외식 영양표시의 범국민적 확대 및 안정화를 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 외식 영양표시 제도 (Menu Labeling)

현대의 소비자들은 다양한 경로와 방법을 통해 구입하고자 하는 식품에 대한 정보를 얻고자 하며, 교육, 미디어 등 다양한 매체를 통해 식품의 특징과

정보가 전달되고 있다. 이 중 식품의 영양소 함량과 건강 증진 효과에 관한 정보는 외식 및 건강관심도의 증가에 따라 그 중요성이 더욱 대두되고 있는데, 영양표시는 식품의 이러한 정보를 나타내는 대표적인 예로 볼 수 있다(식품의약품안전처, 2005). 많은 선진 국가에서는 청소년의 식생활 안전과 영양관리를 위한 정책을 활발하게 시행하고 있으며, 그 중 식품의 영양정보를 명확하고 쉽게 이해하도록 제시하여 소비자가 건강한 식품 선택을 가능하도록 하는 영양표시 제도는 지속적으로 확대되고 있다(한국보건사회연구원, 2010). 영양표시는 소비자들에게 영양 정보를 제공함으로써 국가적 보건 목표 달성에 기여하며 다양한 정보 제공의 목적뿐만이 아닌 기업의 마케팅을 위한 전략으로도 사용될 수 있다. 특히, 영양표시 제도 시행 국가들에서는 소비자들에게 영양정보를 제공함으로써 건강한 식품 선택을 돕고 제조업자들이 건강에 좋은 식품을 개발하도록 독려하기 위함에 목적을 두고 있다(식품의약품안전처, 2005).

외식의 영양표시는 가공식품 영양표시에 뒤이어 여러 국가에서 도입되고 있으며, 미국, 영국, 유럽, 일본 등에서도 추진된 바 있다. 미국의 뉴욕시 보건부는 2008년 표준화된 메뉴를 제공하는 레스토랑에 대해 소비자들이 구매 시점에 이용할 수 있는 칼로리 정보를 메뉴에 게시할 것을 요청하였으며, 캘리포니아 주는 주 전체의 영양정보 표시제를 최초로 입법화하여 2009년부터 20개 이상의 체인 레스토랑에서는 열량, 탄수화물, 지방, 나트륨 등의 영양정보를 메뉴, 브로셔를 통해 눈에 띄도록 표시하게 하였다(한국보건사회연구원, 2010). 이와 더불어 필라델피아 주는 2010년부터 15개 이상의 체인 레스토랑에 칼로리, 트랜스지방, 포화지방, 나트륨, 탄수화물 함량에 대한 정보를 제시하도록 법안을 통과시켰다(Nation's Restaurant News, 2008). 특히 미국은 외식 소비의 지속적 확대(Ham et al., 1998; Ham et al., 2003; Ham et al., 2004; Jang et al., 2007), 과체중 및 비만 등의 유병률 증가 및 사

회, 경제적 비용이 증가하였다. 이에 전반적인 사회 변화를 위한 환자보호와 건강보험개혁안(PPACA, Patient Protection and Affordable Care Act)이 2010년에 통과되면서 H.R. 3590의 section 4205에 따라 20개 이상의 체인 레스토랑에 메뉴의 영양정보를 공개하도록 하였다(PPACA, 2010). 이와 같은 규제는 레스토랑에서 9가지 성분(열량, 탄수화물, 지방, 포화지방, 콜레스테롤, 나트륨, 당, 섬유소, 단백질)에 대해 표시하도록 하였으며, 소비자가 요구할 시에 확인이 가능하도록 준비되어야 한다고 나타내고 있다.

국내의 외식 영양표시 제도는 식품의약품안전처를 통해 국민의 건강 증진과 비만예방을 목적으로 2003년부터 기반연구가 진행되어왔다. 이후 2010년부터 어린이 먹을거리 안전 종합대책으로 패스트푸드 등 외식업체 영양성분표시 의무화 계획을 발표하였으며, 「식품접객업 중 어린이 기호식품의 영양성분 표시 및 방법 등에 관한 기준」의 제정 고시를 통해 햄버거, 피자, 제과제빵, 아이스크림으로 대표되는 어린이 기호식품을 조리 및 판매하는 영업자에게 열량, 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨의 5가지 영양성분의 1회 제공량 당 함량표시를 의무화하였다(보건복지부, 2011). 이에 따라 햄버거, 피자, 아이스크림류, 제과·제빵류를 판매하는 업종의 업체들 중 100개 이상의 점포를 가진 외식업체들이 영양정보의 제공에 참여하고 있으며, 1회 제공량 당 함유된 열량, 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨에 대해 의무적으로 표기하고 있다(식품의약품안전처, 2014). 한편, 2008년 커피전문점을 시작으로 2010년 고속도로 휴게소 및 패밀리 레스토랑에서 영양정보 표시를 자율적으로 실시하였으며, 2012년에는 어린이 놀이시설 내 식품접객업체 및 2013년의 대형 영화관, 백화점 푸드코트까지 자율 영양표시가 점진적으로 확대 실시되고 있다(식품의약품안전처, 2013). 최근 정부는 외식의 자율 영양표시 제도의 활성화를 위해 영양성분 함량 산출을 돕는 가이드를 제공하고 있으며,

식품영양성분 DB를 지속적으로 확대하는 등의 노력을 이어가고 있다(식품의약품안전처, 2013).

2. 외식 영양표시 시행동기 및 장애요인

외식 영양표시 제도는 소비자들에게 섭취하는 음식에 대한 구체적인 정보를 제공함으로써 소비자의 알권리를 충족시킴과 더불어 지역사회의 건강증진에 도움을 주고 있다. 하지만 이러한 외식 영양표시 제도는 외식업체 및 경영자들의 적극적인 참여 없이는 성공이 어려우며, 이들의 참여 증진을 위해서는 이 제도가 외식업체의 경영에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 인식이 필수적이라고 볼 수 있다. 실제로 체인 레스토랑에서의 영양정보 제공은 실제로 소비자들의 선택에 영향을 미치며(Wootan et al., 2006; Dumanovsky et al., 2011), 이와 같은 레스토랑 메뉴의 기초 정보 제공이 소비자의 건강에 맞는 적정 메뉴를 선택하도록 도움에 따라 올바른 식생활로 이끄는 역할을 할 수 있다고 나타났다(Drichoutis et al., 2006).

이에 따라 연구자들은 이와 같은 외식에서의 영양표시 제공의 효과적인 확대와 안정화를 위해 외식업체의 경영주 또는 외식업체들을 대상으로 인식을 조사하였다. Britt et al.(2011)의 연구에 따르면 레스토랑의 경영주 및 매니저들이 영양정보를 제공하는 경우 그들의 메뉴 아이템이 건강하다는 인식과 더불어 이들이 가진 영양적 가치를 알아주기를 바라는 것으로 나타났으며, Almanza et al.(1997)의 연구에서는 외식업체 메뉴 또는 운영 책임자들의 3분의 1이 영양표시 제공에 대해 책임이 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 Glanz et al.(2007)은 외식 영양표시를 통해 영양적으로 우수하고 건강에 도움이 되는 메뉴를 제공하는 레스토랑으로써의 이미지 개선과 더불어 이익 증대에 도움이 될 수 있다고 나타냈으며, 소비자 신뢰 구축으로 이어질 수 있다고 보았다. 즉, 외식업체들은 영양정보의 제공을 통해 얻을 수 있는 다양한 긍정적 영향에 대한

기대와 외식업체 운영에 대한 책임 등으로 인해 영양표시를 시행하고 있는 것으로 볼 수 있었다. 이와 더불어 국내의 경우, 홍순명 등(2014)의 연구에 따르면 2011년 식품의약품안전처로부터 ‘나트륨 줄이기 참여 건강음식점’으로 지정된 음식점 103곳을 대상으로 조리 기술 지원, 현판제공, 영양표시 등을 통해 나타난 변화를 모니터링 한 결과, 실제로 나트륨량이 유의적으로 감소하였으며, 이에 대한 고객들의 반응이 긍정적인 것으로 나타났다.

반면, Albright et al.(1990)에 따르면 저지방, 저콜레스테롤 식품에 영양정보를 제공한 경우 50%는 판매량이 증가했지만 다른 50%는 변화가 없는 것으로 나타났다. 또한, Almanza et al. (1997)의 연구에서는 외식업체 메뉴 또는 운영 책임자들 중 3분의 2가 영양정보의 표시가 그들의 판매에 영향을 미치지 않을 것으로 인식하고 있었으며, 영향을 미친다고 인식하는 경우에도 그 영향이 부정적일 것이라고 나타났다. 이처럼 일부 연구에서는 영양정보를 제공하는 것과 건강지향적인 메뉴를 판매하는 것이 매출에 부정적인 영향을 줄 것으로 인식하였다(FDA/CFSAN, 2004; Glanz et al., 2007). 국내 연구에 따르면, 서울시내 외식경영자를 대상으로 메뉴에 영양정보 및 건강정보를 표시하는 건강식당사업 참여의지에 대해 조사한 결과, 절반 정도의 응답자가 참여의지를 보였으나, 건강한 음식의 제공과 더불어 음식에 대한 영양 및 건강 정보도 함께 제공해야 하는 것에 대한 인식은 부족한 것으로 나타났다(홍경의 · 정효지, 2009). 특히, 국내 외식 영양표시 대상 업체의 경우 법적 근거에 따라 영양표시를 시행하는 의무시행 업체와 자율적으로 시행하는 업체로 분류될 수 있으며, 정진이 등(2014)의 연구에 따르면 이들 사이의 인식 및 만족도의 차이가 있으며, ‘외식 영양표시 정보 제공 범위’, ‘업체 대상 영양표시 제도 교육자료’ 항목 등에서 자율시행 업체의 만족도가 유의하게 낮은 것으로 나타났다.

이와 같은 인식의 부족 또는 부정적 인식은 대부분 외식 영양표시 제도 시행에 따르는 어려움에 의

한 것으로 볼 수 있는데, Boger(1995)는 영양정보 제공을 어렵게 하는 대표적인 어려움 중의 하나가 영양표시 관련 법규에 의한 혼란인 것으로 나타내었다. Almanza et al.(1997)는 영양정보를 제공하는 레스토랑의 경우 메뉴의 수가 많거나 공간 제한 등으로 인해 영양정보의 제공이 어려운 것으로 인식하고 있었으며, 영양정보를 제공하지 않는 레스토랑의 경우 메뉴와 관련된 어려움뿐만 아니라 기초적인 인력, 시간, 비용이 큰 장애요인이었다. 외식 경영자들을 통해 영양표시 제공시의 장애요인을 나타낸 Savage & Johnson(2006)의 연구에서는 외식 경영자들이 영양표시를 시행하면서 표준화된 레시피의 부족 등의 메뉴 관련 문제와 더불어 비용 및 내부 전문 인력 부족 등의 문제가 제도 시행의 장애요인이라고 보았다. 또한 영국의 호텔레스토랑에서 조사된 Zick et al.(2010)의 연구에 따르면 외식 종사자들은 영양정보를 메뉴에 표시하기 위해 발생하는 어려움과 더불어 소비자들의 혼란과 판매 저하를 우려하였으며, 시간, 인력 등으로 인한 비용 증가 문제를 장애요인으로 언급하였다. 또한 성공적인 영양표시를 위해 적절한 시간의 필요성과 비용 측면의 어려움이 극복되어야 한다고 보았다. 이와 더불어, Britt et al. (2011)은 자율적으로 영양표시에 참여한 외식 경영주들이 영양표시에 의한 경영상의 위협과 더불어 소비자들의 낮은 관심을 가장 큰 어려움으로 나타냈다. 한편, Cohn et al.(2012)에 따르면 저소득층 지역의 체인 레스토랑에서 제공되는 영양정보는 실제 이용률이 낮고 고객들이 이해할 수 있을 만한 충분한 정보가 제공되지 않을 뿐만 아니라, 1인 분량 이상의 정보에 대해서는 복잡한 계산이 필요하다고 나타냈다.

전반적으로 외식 영양표시를 시행하는 외식업체의 대부분은 경영자의 책임과 더불어 소비자의 요구에 따라 영양정보를 제공하는 경우가 많았으며, 이를 통한 이미지 개선, 신뢰도 증진 등의 긍정적 결과를 기대하는 경우도 있었다. 하지만 제도 시행에 대해 부정적으로 인식하는 경우도 나타났으며,

특히 영양표시 시행 시 메뉴 표기 방법 및 비용 등에 대해 어려움을 느끼고 있었다. 즉, 외식 영양표시에 대한 외식업체의 태도 또는 인식은 아직 일치되지 않으며, 참여 증진으로 이어지는 긍정적 인식을 위한 제고와 실제적인 장애요인에 대한 고려가 필요하다고 볼 수 있다.

III. 연구방법

1. 조사 설계

1) 조사 대상 및 자료 수집

본 연구의 모집단은 전체 외식업체 중 외식 영양표시 제도를 시행하는 업체이다. 이에 따라 본 연구의 조사는 국내에서 외식 영양표시 제도에 참여하는 업체를 대상으로 하였으며, 시행형태에 따라 현재 점포수 대비 백분율을 기반으로 한 할당 표집법을 통해 응답을 수집하였다. 즉, 법적 근거에 따라 영양정보를 의무적으로 제공해야 하는 대상인 의무시행 외식업체 및 자율적으로 영양정보를 제공하고 있는 자율시행 외식업체를 구분하였다. 의무시행 외식업체의 경우 제과·제빵, 피자, 햄버거, 아이스크림 업종에, 자율시행 외식업체의 경우 커피 전문점, 패밀리 레스토랑, 고속도로 휴게소, 어린이 놀이시설, 분식 업종의 현재 시행 점포수 대비 백분율을 기반으로 조사대상을 선정하였다. 즉, 의무시행업체의 경우 제과·제빵, 피자, 햄버거, 아이스크림 업체 순으로 가맹점 수가 많게 나타나 이의 비율에 맞추어 표본을 수집하였으며, 자율시행업체의 경우 커피전문점, 패밀리레스토랑, 고속도로 휴게소, 어린이 놀이시설, 분식 업체 순으로 가맹점수가 많게 나타남에 따라 역시 동일 비율로 표본을 구성, 자료를 수집하도록 계획하였다. 조사기간은 2013년 8월부터 9월까지 두 달 간 실시되었으며, 의무시행 155업체, 자율시행 130업체에 조사 협조를 의뢰하였다. 훈련된 연구원이 외식업체를 직접 방문하여 점주

또는 관리자급 이상의 직원을 대상으로 연구 목적에 대해 미리 설명이 이루어진 후 설문에 응답하도록 하였다. 최종적으로 의무시행 100업체, 자율시행 105업체, 총 205개 업체로부터 설문지가 회수되어 분석에 사용하였다.

2) 조사 내용

본 연구의 목적은 외식업체의 외식 영양표시 제도의 시행동기, 시행 현황(영양정보를 얻는 방법, 영양표시 제도에 따른 매출 변화에 대한 인식, 영양표시 운영·감독에 대한 인식)과 장애 요인을 파악하는 것이다. 이에 따라 현재 외식 영양표시 제도 시행에 참여하고 있는 국내 외식업체의 개별 점포를 대상으로 외식 영양표시 제도 시행에 대한 시행동기, 시행 현황 그리고 장애요인의 파악과 시행형태별 차이를 규명하고자 하였다.

본 연구의 조사를 위한 설문의 구성은 다음과 같이 이루어졌다. 첫째, 항목 구성을 위한 기초자료의 수집을 위해 외식 영양표시 시행 업체의 관련 업무 담당자를 대상으로 표적집단면접(Focus Group Interview: FGI)을 수행하였다. 표적집단면접은 영양표시 시행이유, 외식 영양표시에 따른 장애요인, 외식 영양표시의 현장 적용 가능성 탐색 등에 대한 의견을 수집하기 위해 이루어졌으며, 영양표시 실시 의무시행 외식업체, 자율시행 외식업체의 두 그룹을 대상으로 각 10업체씩 20업체를 통해 조사되었다. 둘째, FGI 결과 및 선행연구를 바탕으로 외식업체 측면에서 영양표시 제도에 대한 인식과 관련된 구체적인 설문의 문항을 구성하였다. 마지막으로, 본 조사가 이루어지기 전 19명의 외식업체의 관련업무 담당자를 통해 예비 조사를 시행하여 설문 항목의 수정 및 보완을 거쳐 최종 설문지를 완성하였다.

설문은 2개의 파트로 구분하였다. 첫 번째 파트는 외식 영양표시의 시행 동기, 시행 현황 및 장애요인에 대한 문항으로 구성되었으며, 두 번째 파트는 외식업체의 일반사항을 기입하도록 하였다. 시행 동기의 경우 의무시행 및 자율시행 외식업체의

FGI를 통해 언급된 내용들을 항목으로 재정리, 도출하였으며 기존 외식업체 영양표시 시행동기와 관련된 문항을 통해 문항을 구성하였으며(Glanz et al., 1992; Almanza et al., 1997; Britt et al., 2011), 외식업체가 인식하는 외식 영양표시 제도의 시행 동기에 대해 Likert 5점 척도 형태를 통해 그 수준을 응답하도록 하였다. 시행 현황의 경우 외식업체가 영양성분 분석 정보를 얻는 방법, 매출 변화 여부, 현재 표시방식에 대한 인식을 복수로 응답하도록 하고 외식 영양표시 제도 관리·감독 가이드라인 명확성에 대해 Likert 5점 척도 형태로 응답하도록 하였다. 또한 제도 시행 시 장애요인의 경우 의무시행 및 자율시행 외식업체의 FGI에서 언급된 장애요인들을 분류 및 재정리하여 항목으로 구성함과 더불어 문헌고찰을 통해 기존 수행된 연구들의 내용을 함께 보완하였으며(Boger, 1995; Almanza et al., 1997; Savage & Johnson, 2006; Britt et al., 2011; Cohn et al., 2012), Likert 5점 척도 형태를 통해 각각의 수준에 대해 평가하도록 하였다. 설문은 외식 영양표시 제도 의무시행 및 자율시행 업체 모두 같은 설문에 응답하도록 하였다.

2. 조사 분석

본 연구는 SPSS 21.0 통계 패키지를 통해 데이터를 분석하였으며, 각각의 세부 문항은 Descriptive Analysis, t-Test를 통해 분석되었다.

IV. 결과 및 고찰

1. 외식 영양표시 제도의 시행 동기

외식 영양표시 제도를 시행하고 있는 의무시행 및 자율시행 업체를 대상으로 시행 동기를 분석한 결과는 표 1과 같다. 의무시행 업체와 자율시행 업체 모두 ‘소비자에게 영양정보를 제공하기 위해서’ 항목이 각각 4.05, 4.03로 가장 높은 수준을 나타냈

표 1. 외식 영양표시 제도의 시행 동기

항목 ¹⁾	M±SD			t-value
	의무시행 (n=105)	자율시행 (n=100)	전체 (N=205)	
소비자에게 영양정보를 제공하기 위해서	4.05±0.81	4.03±0.77	4.05±0.79	0.257
소비자와의 신뢰도 구축을 위해	3.84±0.88	3.85±0.88	3.84±0.85	-0.054
소비자의 메뉴 선택에 도움을 주기 위해	3.82±0.86	3.79±0.83	3.81±0.84	0.213
업체의 이미지 및 컨셉과 관련 있으므로 (예: 건강한 메뉴, 웰빙 메뉴)	3.63±0.83	3.76±0.87	3.69±0.84	-1.075
법적인 규제 때문에	3.63±0.90	3.69±1.00	3.66±0.95	-0.466
건강한 식품환경 조성 등과 같은 정부기조에 동참할 수 있으므로	3.58±0.80	3.64±0.77	3.61±0.84	-0.518
업체의 사회적 책임이기 때문에	3.65±0.79	3.58±0.85	3.61±0.82	-0.578
업체의 브랜드 이미지를 위하여	3.51±0.81	3.51±0.91	3.51±0.86	0.039
언론 및 방송매체에서 강요하므로	3.31±0.90	3.26±1.02	3.28±0.96	0.397
경쟁업체와의 차별성 확보를 위해	3.24±0.93	3.30±0.98	3.27±0.95	-0.426
업체의 수익 증대에 영향을 주므로	2.83±0.88	2.82±1.02	2.82±0.95	0.087

¹⁾ Likert 5점 척도: 1=전혀 그렇지 않다 2=그렇지 않다 3=보통이다 4=그렇다 5=매우 그렇다

으며, ‘소비자와의 신뢰도 구축을 위해(각각 3.84, 3.85)’, ‘소비자의 메뉴 선택에 도움을 주기 위해(각각 3.82, 3.79)’ 순으로 높게 나타났다. 반면, 가장 낮은 수준의 항목으로는 두 시행형태 모두 ‘업체의 수익 증대에 영향을 주므로’가 각각 2.83, 2.82로 낮게 나타났으며, 전반적으로 응답의 수준이 시행형태별로 통계적으로 유의한 차이가 없이 유사하게 나타났다. 이는 현재 영양표시를 시행하고 있는 의무 및 자율시행 업체들이 영양표시 제도의 시행을 통해 소비자에게 유용한 정보를 제공함과 더불어 신뢰도를 구축할 수 있는 업체로 인식되고자 함에 따라 영양표시 제도를 선택 및 시행하고 있는 것으로 볼 수 있다. 이는 Glanz et al.(1992)의 연구에서 나타난 바와 같이 외식업체가 영양정보를 제공함으로써 소비자에게 영양적으로 우수하고 건강에 도움이 되는 메뉴를 선택하는 데에 도움을 줄 수 있으

며, 이를 통해 얻을 수 있는 레스토랑의 이미지 개선, 신뢰 구축으로 이어지는 긍정적 영향에 대한 기대가 충분히 시행의 동기가 될 수 있을 것으로 보인다. 그러나 업체들은 외식 영양표시 제도의 실행이 수익 증대로 연결된다고는 인식하지 않았으며, 이와 같은 결과는 외식업체들이 영양표시 시행에 따른 매출 변화에 대해 느끼는 부정적 인식을 나타낸 이전의 연구와도 유사하다(Almanza et al., 1997; FDA/CFSSAN, 2004; Glanz et al., 2007).

2. 외식 영양표시 제도의 시행 현황

2.1. 외식업체의 영양 정보 출처

현재 외식 영양표시 제도를 시행하고 있는 의무 시행 및 자율시행 외식업체를 대상으로 시행형태별 영양표시를 위한 영양성분 정보를 얻는 방법에 관

표 2. 외식업체의 영양정보를 얻는 방법

N(%)

항목	의무시행	자율시행	전체
본사로부터 정보를 받음	91(87.5)	59(63.4)	150(76.1)
공인된 기관에 분석 의뢰	7(6.7)	25(26.9)	32(16.2)
영양성분DB를 이용하여 영양성분 산출	5(4.8)	9(9.7)	14(7.1)
기타	1(1.0)	0(0.0)	1(0.5)
합계	104(100.0)	93(100.0)	197(100.0)

한 인식에 대한 빈도 분석 결과는 표 2와 같다. 의무시행 및 자율시행 업체 모두에서 ‘본사로부터 정보를 받음’의 항목이 각각 87.5%, 63.4%로 가장 높은 응답률을 보였다. 이는 100개 이상의 점포를 가진 경우에만 해당하는 의무시행 업체와 대기업 프랜차이즈가 다수 포함된 자율시행 업체들의 특성에 따라 나타난 결과로 볼 수 있으며, 대부분의 업체들이 본사의 일괄적인 정보 제공 및 관리를 통해 외식 영양표시 제도를 시행하고 있는 것으로 나타낼 수 있다.

2.2. 외식업체의 영양표시 제도에 따른 매출 변화에 대한 인식

외식 영양표시 제도를 시행하고 있는 의무시행 및 자율시행 업체를 대상으로 시행형태별 매출변화에 대한 인식에 대한 빈도 분석 결과는 표 3과 같다. 의무시행 및 자율시행 업체에서 모두 ‘잘 모르겠다’의 응답이 각각 52.9%, 51.5%로 가장 높게 나타났다으며, ‘변화가 없다’ 항목이 두 번째로 높게 나

타났다. 이와 같은 결과는 Albright et al.(1990)의 연구에서 나타난 영양정보를 제공한 레스토랑에서 50%의 응답자가 매출에 변화가 없는 것으로 응답한 것과 유사한 결과로 볼 수 있다. 의무시행 및 자율시행 외식업체의 응답이 전반적으로 유사한 형태를 보임에 따라, 이들 모두 외식 영양표시 제도 시행에 따른 매출변화 여부에 대해 직접적으로 인식하지는 못하고 있는 것으로 나타났다.

2.3. 외식업체의 영양표시 운영 및 감독에 대한 인식

외식업체의 영양표시 의무시행 및 자율시행 업체를 대상으로 시행형태별 현재 영양표시 방식에 대한 인식에 대한 빈도 분석 결과(표 4), 의무시행 및 자율시행 업체 모두에서 ‘기본적인 표시 방식만을 갖추게 하고 나머지는 자율적으로 시행하도록 해야 함’의 항목이 가장 높게 나타났다(각각 63.1%, 58.6%). 뒤이어 ‘모든 표시방식을 정부에서 정해줘야 함’이 두 번째로 높게 나타났으며(각각 23.3%,

표 3. 외식업체의 영양표시 제도에 따른 매출변화에 대한 인식

N(%)

항목	의무시행	자율시행	전체
잘 모르겠다.	55(52.9)	50(51.5)	105(52.2)
변화가 없다.	45(43.3)	40(41.2)	85(42.3)
매출이 증가하였다.	3(2.8)	7(7.2)	10(5.0)
매출이 감소하였다.	1(1.0)	0(0.0)	1(0.5)
합계	104(100.0)	97(100.0)	201(100.0)

표 4. 외식업체의 현재 영양표시 방식에 대한 인식

항목	N(%)		
	의무시행	자율시행	전체
기본적인 표시 방식만을 갖추게 하고 나머지는 자율적으로 시행하도록 해야 함	65(63.1)	58(58.6)	123(60.9)
모든 표시 방식을 정부에서 정해주어야 함	24(23.3)	26(26.3)	50(24.8)
규제 없이 모든 표시 방식을 자율적으로 시행하도록 해야 함	14(13.6)	15(15.2)	29(14.4)
기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
합계	103(100.0)	99(100.0)	202(100.0)

표 5. 외식업체 영양표시 제도 관리·감독 가이드라인 명확성에 대한 인식

항목 ¹⁾	M±SD			
	의무시행 (n=105)	자율시행 (n=100)	전체 (N=205)	t-value ²⁾
표시 값의 허용기준(신뢰성 확보기준)	2.91±0.67	2.83±0.65	2.87±0.66	0.876
감독 항목	2.75±0.68	2.83±0.72	2.79±0.70	-0.875
디스플레이 관련 방법	2.80±0.73	2.77±0.77	2.78±0.75	0.266
표시값 산정근거 제시 방법	2.85±0.65	2.65±0.78	2.75±0.72	2.017*
감독 기준	2.70±0.75	2.78±0.73	2.74±0.74	-0.800

¹⁾ Likert 5점 척도: 1=전혀 명확하지 않다 2=명확하지 않다 3=보통이다 4=명확하다 5=매우 명확하다

²⁾ * p<0.05

26.3%), ‘규제 없이 모든 표시 방식을 자율적으로 시행하도록 해야 함’이 각각 13.6%, 15.2%로 가장 낮게 나타남에 따라 전반적으로 외식 영양표시 제도의 표시가 정부를 통한 기본적인 방식을 기반으로 하여 각 업체에 맞게 자율적으로 영양정보를 표시할 수 있기를 원하는 것으로 볼 수 있다.

외식 영양표시 제도를 시행하고 있는 의무시행 및 자율시행 업체를 대상으로 정부의 관리 및 감독과 관련된 가이드라인 명확성에 대한 인식의 t검증 결과는 표 5와 같다. 의무시행 및 자율시행 업체 모두 ‘표시 값의 허용기준(신뢰성 확보 기준)’ 항목의 명확성이 각각 2.91, 2.83로 가장 높은 수준을 나타냈다. 하지만 전반적으로 모든 항목이 3점미만으로 나타나 대부분의 관리·감독 가이드라인의 명확성을 낮게 인식하고 있었다. 그 중 의무시행의 경우 ‘감독 기준’ 항목의 명확성이 2.70으로 가장 낮게 나타나 외식 영양표시 제도에 대한 감독 기준의 명확

성에 대한 고려가 필요할 것으로 보인다. 또한 자율시행의 경우 ‘표시 값 산정근거 제시 방법(2.65)’ 항목이 가장 낮게 나타났고, 의무시행에 비해 유의하게 낮은 수준을 보임에 따라(p<0.05) 영양표시의 명확한 근거제시를 가능케 하는 기준 확립이 필요할 것으로 사료된다.

3. 외식 영양표시 제도 시행의 장애요인

외식 영양표시 의무시행 및 자율시행 업체를 대상으로 시행 시 발생하는 장애요인에 대한 t검증 결과는 다음 표 6과 같다. 자율시행의 응답 수준은 의무시행에 비해 ‘업체의 시간 부족’, ‘영양표시를 위한 메뉴 분석 비용 발생 부담’, ‘업체 내부 전문 인력 부족’, ‘분석 프로그램의 미비’, ‘영양정보 분석 시 결과 값의 재현성 불명확(오차의 폭이 큼)’, ‘영양표시 포맷과 디스플레이의 규정 모호’, ‘영양표시 제시를 위한 비용 발생 부담’의 7개 항목에서 통계

표 6. 외식 영양표시 제도 시행의 장애요인

M±SD

항목 ¹⁾	의무시행 (n=105)	자율시행 (n=100)	전체 (N=205)	t-value ²⁾
소비자의 관심부족으로 영양표시의 효용이 적음	3.46±0.90	3.70±0.93	3.58±0.92	-1.821
영양표시 게시를 위한 비용 발생 부담 (예: 디자인 및 게시물 제작)	3.45±0.79	3.72±0.90	3.58±0.91	-2.127*
영양정보 분석 시 결과 값 재현성 불명확(오차의 폭이 큼)	3.30±0.71	3.67±0.82	3.50±0.79	-3.498**
메뉴의 영양표시를 위한 표기 및 게시 공간 부족	3.46±0.94	3.51±0.92	3.48±0.93	-0.406
영양표시 포맷과 디스플레이의 규정 모호	3.30±0.71	3.60±0.69	3.45±0.72	-3.057**
영양표시를 위한 메뉴 분석 비용 발생 부담	3.18±0.84	3.71±0.87	3.44±0.89	-4.482***
영양표시 제도에 대한 검사관의 명확한 규제기준 부족	3.39±0.84	3.50±0.75	3.44±0.80	-0.982
운영 메뉴의 표준 레시피 확립의 어려움	3.25±0.83	3.43±0.97	3.34±0.90	-1.443
분석 프로그램의 미비	3.09±0.77	3.51±0.79	3.30±0.80	-3.837***
영양표시에 대한 종사원들의 이해 부족	3.16±0.85	3.38±0.83	3.26±0.84	-1.857
업체의 시간 부족	2.93±0.76	3.48±0.79	3.20±0.82	-5.032***
업체 내부 전문 인력 부족	2.99±0.77	3.42±0.80	3.20±0.81	-3.993***

¹⁾ Likert 5점 척도: 1=전혀 그렇지 않다 2=그렇지 않다 3=보통이다 4=그렇다 5=매우 그렇다

²⁾ *** p<0.001, ** p<0.01, * p<0.05

적으로 유의하게 높게 나타남에 따라(p<0.001, p<0.01, p<0.05), 전반적으로 의무시행 업체 비해 자율시행 업체의 경우가 외식 영양표시 제도 시행에 있어 장애요인에 대한 높은 인식수준을 보이고 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 Almanza et al. (1997)의 연구에서 영양표시 시행 업체와 미시행 업체가 인식하는 장애요인의 항목별 수준이 일부 다르게 나타난 것과 유사한 결과로 볼 수 있으며, 자율시행 외식업체가 의무시행 외식업체에 비해 영양표시 제도 실시의 기간이나 경험이 상대적으로 적음에 따른 결과로 볼 수 있다.

한편, 의무시행 업체의 경우 장애요인에 대한 인식이 ‘소비자의 관심 부족으로 영양표시 효용이 적음(3.46)’, ‘메뉴의 영양표시를 위한 표기 및 게시 공간 부족(3.46)’의 항목에서 가장 높은 수준을 나타냈으며, ‘영양표시 게시를 위한 비용 발생 부담(3.45)’, ‘영양표시제도에 대한 검사관의 명확한 규제 기준 부족(3.39)’ 순으로 높게 나타났다. 반면, 자율시행 업체의 경우 ‘영양표시 게시를 위한 비용 발생 부담(3.72)’, ‘영양표시를 위한 메뉴 분석 비용 발생 부담(3.71)’, ‘소비자 관심부족으로 영양표시의 효용이

적음(3.70)’ 순으로 높게 나타났다. 이와 같은 결과는 이전의 외식업체를 대상으로 영양표시 시행의 장애요인을 조사한 연구들과 유사한 결과로, 의무시행 업체에서 가장 높은 수준을 보인 소비자의 관심 부족의 경우 Britt et al.(2012)의 연구에서 높은 수준의 장애요인으로 조사되었다. 한편 자율시행 업체에서 가장 높은 수준을 보인 영양표시를 위한 비용 발생과 관련된 장애요인의 경우 다수의 연구에서 장애요인으로 조사되었으며, 이로 인한 경영상의 위험 또한 함께 장애요인으로 나타낸 바 있었다(Almanza et al., 1997; Savage & Johnson, 2006; Zick et al., 2010).

V. 결론 및 시사점

본 연구는 국내 외식 영양표시 제도 시행 및 점진적 확대에 따라 외식업체의 참여 증진에 기반이 될 수 있는 기초 자료를 마련함을 목적으로 하였다. 이에 외식 영양표시 제도 시행 업체를 대상으로 영

양표시 제도의 시행동기, 시행 현황(영양정보를 얻는 방법, 영양표시 제도에 따른 매출 변화에 대한 인식, 영양표시 운영·감독에 대한 인식)과 장애요인을 파악하고 시행형태별 차이를 규명하였다. 연구는 현재 영양표시를 시행하고 있는 외식업체를 대상으로 할당 표집법을 통해 샘플을 선정, 조사하였다. 샘플은 의무시행 및 자율시행 외식업체를 구분하여 현재 점포수 대비 백분율에 따라 조사대상을 선정하였고, 연구원이 점포를 직접 방문하여 점주 또는 관리자급 이상의 직원을 대상으로 설문응답하도록 하여 최종적으로 의무시행 100업체, 자율시행 105업체, 총 205개 업체로부터 응답을 회수, 분석에 사용하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 외식업체의 영양표시 시행 동기의 경우 의무시행 및 자율시행 업체 모두에서 ‘소비자에게 영양정보를 제공하기 위해서’, ‘소비자와의 신뢰도 구축을 위해’, ‘소비자의 메뉴 선택에 도움을 주기 위해’ 순으로 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 시행형태별 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다.
2. 외식업체의 영양 정보를 얻는 방법은 의무시행 및 자율시행 업체 모두 ‘본사로부터 정보를 받음’ 항목이 가장 높게 나타났으며, 영양표시 시행 이후 매출변화 여부에 대해 조사한 결과 두 시행형태 모두에서 ‘잘 모르겠다’ 항목이 가장 높은 수준을 보였으며 ‘변화가 없다’ 항목이 뒤를 이었다. 현재 표시방식에 대한 인식의 경우 두 시행형태 모두에서 ‘기본적인 표시 방식만을 갖추게 하고 나머지는 자율적으로 시행하도록 해야 함’의 항목이 가장 높게 나타났으며 모두 50% 이상의 높은 비율을 보였다. 또한 외식업체의 영양표시 제도 관리·감독 가이드라인 명확성에 대한 인식에 대한 조사 결과 모든 항목에서 3점 미만의 수준을 보이면서 가이드라인의 명확성에 대해

비교적 낮게 인식하고 있었으며, 의무시행 및 자율시행 업체 모두 ‘표시 값의 허용기준’의 항목이 가장 높은 수준을 보였고 ‘감독 기준 명확성’ 및 ‘표시 값 산정근거 제시 방법’ 항목이 각각 가장 낮게 나타났다.

3. 외식 영양표시 시행 외식업체가 인식하는 장애요인의 경우 의무시행 업체는 ‘메뉴의 영양표시를 위한 표기 및 게시 공간 부족’, ‘소비자의 관심 부족으로 영양표시 효용이 적음’ 항목에서 가장 높은 수준을 나타냈으며 자율시행 업체는 ‘영양표시 게시를 위한 비용 발생 부담’, ‘영양표시를 위한 메뉴 분석 비용 발생 부담’ 항목을 가장 높게 인식하는 것으로 나타나 시행형태별 인식의 차이를 보였다. 또한 전체 12개의 항목 중 7개의 항목에서 자율시행 업체가 의무시행 업체에 비해 통계적으로 유의하게 높은 수준을 보였으며, 나머지 5개 항목 또한 유의한 차이는 아니나 자율시행 업체의 인식 수준이 높은 것으로 나타나 전반적인 장애요인에 대해 자율시행 업체가 의무시행 업체에 비해 상대적으로 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

본 연구 결과에 따르면 외식 영양표시를 시행하고 있는 외식업체는 대부분 영양표시가 소비자들의 정보에 대한 욕구 및 권리 충족을 위함과 더불어 외식업체의 긍정적인 이미지 형성과 신뢰도 향상에 도움을 줄 수 있음에 따라 참여하고 있는 것으로 나타났다. 또한 본사를 통해 영양 분석 정보를 얻는 대기업 프랜차이즈 외식업체들이 법적고지를 통한 영양표시 시행 외식업체의 대부분임에 따라, 장기적으로는 영양표시가 소비자에게 유익한 정보를 제공함으로써 소비자 중심적 마케팅의 일환으로 사용될 수 있으며, 외식업체의 긍정적 이미지 형성으로 이어지는 제도로 인식될 수 있을 것으로 사료된다. 그러나 외식업체가 인식하는 매출변화의 수준이 잘 모르거나 변화가 없다는 수준의 응답이 많은 것은

로 볼 때 소비자들과의 긍정적 관계 형성이 매출 증대로는 직접적으로 이어지고 있지 않다고 인식하는 것으로 볼 수 있었다.

반면, 외식업체의 영양표시 표시방식에 대한 인식 조사에서 ‘기본적인 표시 방식만을 갖추게 하고 나머지는 자율적으로 시행하도록 해야 함’의 응답 수준이 가장 높게 나타난 것과 더불어 관리·감독 항목의 명확성에 대한 인식 조사에서 모든 항목이 3점미만으로 낮게 나타난 것은 외식에서의 영양표시가 정부 정책으로써 시행되면서 발생하는 어려움으로 일환으로 인식되고 있다고 볼 수 있다. 이는 외식 영양표시의 장애요인에 대한 응답에서도 함께 확인할 수 있으며, 결국 영양표시 제도의 시행 및 확대에 있어 외식업체로 하여금 영양표시 제도가 규제와 장애요인이 아닌, 외식업체에도 이점을 주는 제도임을 홍보하여야 하는 것이 중요하다고 할 수 있다.

특히, 외식 영양표시 의무시행 업체의 경우에는 관리·감독의 가이드라인에 대한 교육 및 홍보가 필요하며 외식업체가 인식하는 어려움에 대한 지속적인 개선노력이 필요할 것으로 보인다. 또한 제도와 관련된 자료의 개발 및 보급을 통해 100개 이상의 점포를 가진 의무시행 업체들에서 개별 점포로의 제도 안정화를 위한 기반 마련 필요할 것이다. 이와 더불어 의무시행 업체에서 제공하는 메뉴의 경우 다양성과 변화 정도가 높아 직접적인 분석 비용이 지속적으로 소요되며, 다점포의 제도 시행을 위한 물리적 비용 또한 큰 부담으로 나타남에 따라 금전적 지원 또는 비용절감에 도움이 되는 방안의 모색이 필요할 것으로 사료된다. 한편 외식 영양표시 자율시행 업체의 경우 제도 자체를 법적 규제의 일부로 인식하고 있으며 종사원들의 영양표시 제도에 대한 이해가 부족하고, 메뉴 레시피 확립이 되어 있지 않아 어려운 실정이며, 관리·감독의 가이드라인에 대한 지속적인 교육과 홍보가 필요한 것으로 나타남에 따라 외식 영양표시 제도의 긍정적 효과에 대한 범국민적인 홍보가 우선적으로 필요할 것

으로 보인다. 또한 외식 영양표시 제도의 시행 범위와 가이드라인의 정확한 제시가 필요함과 동시에 제도 및 활용에 대한 이해를 증진시킬 수 있는 교육 자료의 개발과 지속적인 교육 제공이 필요할 것이다. 즉, 현재 제시되고 있는 정부의 기본적 형식에 대한 규제 및 감독의 기준을 명확히 하고 이에 대한 대응을 가능케 하는 실질적인 교육과 관련된 지원이 필요하다. 또한 단순 금전적 지원을 넘어 기술적, 행정적 지원을 통해 불필요한 비용발생을 차단하고 전반적 비용 절감에 도움을 줄 수 있어야 할 것으로 사료된다.

이를 통해 외식 영양표시 제도는 실제 외식업체 간의 공정한 경쟁을 기반으로 한 건강 메뉴 개발의 확대를 이끌어 낼 수 있으며, 외식업체가 신뢰성 있는 정보를 제공한다는 소비자의 인식을 통해 소비자와의 신뢰도를 확보 할 수 있을 것으로 여겨진다. 이전의 여러 연구에서 외식 영양표시 제도가 소비자 및 외식업체 모두에 이점을 준다는 바가 밝혀진 바 있음에 따라, 제도의 궁극적 성공을 위해서는 외식업체의 행동변화를 이끌어 내고 건강식을 개발하도록 노력하게 해야 하며, 이를 통해 소비자가 영양표시를 식품선택에 있어 실제 이용할 수 있도록 하는 것이 중요할 것이다.

본 연구의 한계점과 이에 따른 향후 연구 제안은 다음과 같다. 첫째, 본 조사의 모집단은 우리나라 외식업체로 전국을 포함하지만 조사의 표본은 서울을 포함한 수도권의 외식업체를 표본으로 하여 조사가 이루어졌다. 이는 본 조사가 외식 영양표시 제도 시행 여부를 기반으로 의무시행 및 자율시행 형태 모두를 포함할 수 있어야 함에 따라 이들이 밀집되어있는 서울 및 수도권에서 이루어 졌다. 향후 연구에서는 정책의 효율적인 확대를 위한 전국 표본의 연구가 필요할 것으로 사료된다. 둘째, 연구의 대상인 자율시행 외식업체의 경우 현재 지속적으로 업종별 확대가 이루어지고 있는 시점으로, 본 연구의 조사 대상으로 선정된 업체는 다른 자율시행 업종에 비해 시행 일수와 경험이 적음에 따라 장기간

시행하고 있는 다른 자율시행 업종에 비해 인식도 평가가 어려웠을 수도 있으며, 이들 업체의 영양표시에 대한 인식이 향후 변화 가능할 것으로 사료된다. 이에 따라 자율시행 외식업체의 경우 다각적인 지원과 관리를 통해 자발적 참여를 확대시킬 수 있도록 하여야 하며, 시범 기간을 거쳐 제도 시행이 안정화 된 이후에 이에 대한 평가가 다시 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

국민건강보험공단(2008). 『한국인 비만의 사회·경제적 비용(’08년 국민건강보험공단 추계자료)』

보건복지부(2011). 어린이 식생활안전관리 특별법령집. 식품의약품안전청.

송홍규·김홍길. (2008). 외식소비자의 건강메뉴성향이 건강의식지향에 미치는 영향-웰빙성향과 LOHAS 성향을 조절변수로. 『관광연구저널』 22(1): 83-99.

유경진·윤혜현. (2014). 친환경식품 구매고객의 가치와 태도 및 행동의도와의 인과관계 연구 : 윤리적 소비의식에 따른 조절효과. 『호텔경영학연구』 23(2): 47-68.

식품의약품안전처(2013). 백화점 푸드코트에서도 주문 전 열람 확인하세요! -백화점과 대형마트 내 푸드코트, 자율영양표시 동참-. 6월 20일.

식품의약품안전청(2010). 외식메뉴도 영양표시 확인하고 선택하세요!. 1월 12일.

질병관리본부(2012). 국민건강영양조사.

한국보건사회연구원(2010). 아동과 청소년을 위한 식생활 안전과 영양 관리 국제 동향. 보건·복지 Issue & Focus. 제28호(2010-11).

식품의약품안전청(2005). 『영양표시 및 건강강조표시 규정의 국가별 비교』. 한국보건산업진흥원

정유선·함선옥·양일선·김하영. (2014). 외식 영양표시에 대한 소비자의 인식도 및 만족도 조사. 『호텔경영학연구』 23(5): 221-237.

정진이·김어지나·양일선·함선옥. (2014). 외식업체의 영양표시 제도에 대한 인식도 및 만족도 조사. 『외식경영연구』 17(4): 247-265.

홍경의·정효지. (2009). 서울시 외식경영자의 건강식당사업 참여의지. 『한국영양학회지』 42(3): 268-277.

홍순명·이지혜·김혜경·유리나·서정희·허은정·양정아. (2014). 나트륨 줄이기 참여 건강음식점의 나트륨 저감화 실태. 『대한영양사협회 학술지』 20(3): 174-182.

황정진. (2012). 패스트푸드 메뉴 아이템의 영양정보가 소비자의 선택행동에 어떤 영향을 미치는가? - 소비자의 건강 유의도와 영양정보에 대한 지식을 중심으로. 『호텔경영학연구』 21(2): 93-112.

Albright, C. L., Flora, J. A., & Fortmann, S. P. (1990). Restaurant menu labeling: impact of nutrition information on entree sales and patron attitudes. *Health Education & Behavior*, 17(2): 157-167.

Almanza, B, Nelson, D & Chai, S. (1997). Obstacles to nutrition labeling in restaurants. *Journal of American Dietetic Association*, 17(2): 157-161.

Bassett MT, Dumanovsky T & Huang C. (2008). Purchasing behavior and calorie information at fast-food chains in new york city, 2007. *American Journal of Public Health* 98(8): 1457-1459.

Boger, CA. (1995). Food labeling for restaurants: Fact versus fiction. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(3): 62-70.

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.
- Britt, J.W., Frandsen, K., Leng, K., Evans, D. & Pulos, E. (2011). Feasibility of voluntary menu labeling among locally owned restaurants. *Health Promotion Practice*, 12(18): 17-24.
- Cohn, E. G., Larson, E. L., Araujo, C. & Sawyer, V., & Williams, O. (2012). Calorie postings in chain restaurants in a low-income urban neighborhood: Measuring practical utility and policy compliance. *Journal of Urban Health*, 89(4): 587-597.
- CLAY, J., EMENHEISER, D. A., & BRUCE, A. R. (1995). Healthful menu offerings in restaurants: A survey of major US chains. *Foodservice Research International*, 8(2): 91-101.
- Drichoutis A.C., Lazaridis P & Nayga R.M. (2006). Consumers' use of nutritional labels: a review of research studies and issues. *Academic Marketing Science Rev*, no. 9.
- 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: British Medical Journal*. 343.
- FDA/CFSAN (Food and Drug Administration/Center for Food Safety& Applied Nutrition) (2004) Counting Calories: A Report of the Obesity Working Group. United States Food and Drug Administration: Washington, DC. 12 March 2004. Available at: <http://www.cfsan.fda.gov/~dms/owg-rpt.html#v>.
- FDA/CFSAN (Food and Drug Administration/Center for Food Safety& Applied Nutrition) (2004). How to Understand and Use the Nutrition Facts Label. Available at: <http://www.cfsan.fda.gov/~dms/foodlab.html>.
- Glanz, K., Resnicow, K., Seymour, J., Hoy, K. & Stewart, H. (2007). How major restaurant chains plan their menus. The role of profit, demand, and health. *American Journal of Preventive Medicine*, 32(5):383-388.
- Ham, S., Hiemstra, S., & Yang, I. (1998). Modeling U.S. household expenditure on Food Away From Home (FAFH): Logit regression Analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 22(1): 15-24.
- Ham, S., Hwang, J.H., & Kim, W. (2004). Household profiles affecting food-away-from-home expenditures: a comparison of Korean and US households. *International Journal of Hospitality Management*, 23(4): 363-379.
- Ham, S., Yoon, B. J., & Leong, J. K. (2003). Demographic and socioeconomic characteristics affecting Food-Away-From-Home expenditure patterns of the U.S. households. *The Journal of Applied Hospitality Management*, 6(1): 22-34.
- Jang, S., Ham, S., & Hong, G. (2007). Food-Away-From-Home (FAFH) Expenditure of Senior Households in the United States: A Double-Hurdle Approach. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(2): 147-167.
- Kim, E., Ham, S., Yang, I. S., & Choi, J. G. (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. *International Journal of Hospitality Management*,

35: 203-213.

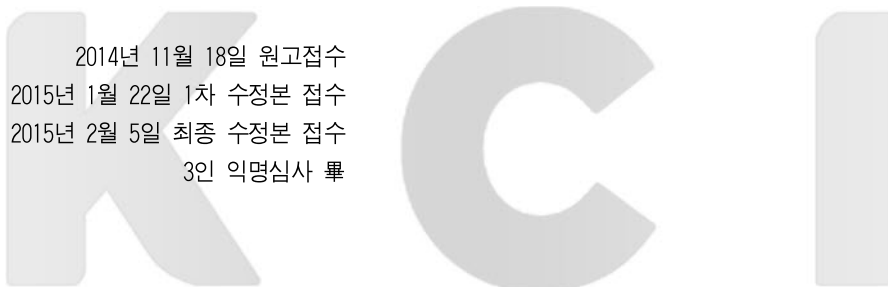
Nation's Restaurant News. (2008. 11. 6),
[Http://www.nrn.com/breakingNews.aspx?id=359940&menu_id=4368](http://www.nrn.com/breakingNews.aspx?id=359940&menu_id=4368)

Savage, L. C., & Johnson, R. K. (2006). Labelling in restaurants: will it make a difference?.
Nutrition bulletin, 31(4): 332-338.

The Patient Protection and Affordable Care Act.
HR 3590, 111th Congress, 2nd Sess (2010).
Sec. 4205.

Wootan, M. G., & Osborn, M. (2006). Availability of nutrition information from chain restaurants in the United States. *American Journal of Preventive Medicine*, 30(3): 266-268.

Zick, A., Wake, Y., & Reeves, S. (2010). Nutrition labelling in restaurants: a UK-based case study. *Nutrition & Food Science*, 40(6): 557-565.



2014년 11월 18일 원고접수
2015년 1월 22일 1차 수정본 접수
2015년 2월 5일 최종 수정본 접수
3인 익명심사 畢

외식업체의 영양표시제도 시행동기 및 장애요인*

Motivators and Barriers to Provision of Nutritional Information in Restaurants

정진이** · 김어지나*** · 양일선**** · 함선옥*****

Jeong Jin-Yi · Kim Eojina · Yang Il-Sun · Ham Sunny

국문초록

본 연구는 외식 영양표시 제도 시행에 따른 외식업체의 참여 동기 및 장애요인을 파악하고자 하였다. 이와 더불어 외식업체의 영양표시와 관련하여 영양정보를 얻는 방법과 제도시행에 따른 매출변화 인식 및 외식업체의 영양표시 운영·감독에 대한 인식을 파악하고 시행형태별 차이를 확인하고자 하는 데에 목적을 두었다. 설문은 2013년 8-9월 동안 외식 영양표시 제도 의무 및 자율시행 업체의 점포 매니저들을 대상으로 이루어졌다. 결과에 따르면, 외식업체에서 영양정보를 제공하는 동기는 ‘소비자에게 영양정보를 제공하기 위해서’, ‘소비자와의 신뢰도 구축을 위해’, ‘소비자의 메뉴 선택에 도움을 주기 위해’ 등의 항목이 가장 높게 나타나 대부분 소비자와 관련된 항목들을 알 수 있었다. 외식업체에서는 영양표시와 관련된 정보를 본사로부터 받는 경우가 가장 많았으나 이와 같은 영양표시가 매출에 미치는 영향은 적은 것으로 인식하고 있었다. 이와 더불어 외식업체에서는 영양정보의 제공에 있어 정부에서 최소한의 가이드라인만을 제공해야 할 것으로 인식하고 있었으며, 외식업체의 영양표시 제도 관리·감독 가이드라인 명확성에 대한 인식은 낮은 것으로 나타났다. 한편, 영양표시의 장애요인의 경우 의무시행 외식업체에 비해 자율시행 외식업체에서 분석 또는 게시를 위한 비용의 부족과 같은 자원의 부족과 관련된 항목들에 대한 인식이 유의하게 높게 나타났다. 본 연구의 결과는 외식업체의 영양표시 제도 참여 확대를 위한 방향성 제시에 기여할 수 있을 것으로 보인다.

핵심용어 : 영양표시, 영양정보, 시행동기, 장애요인, 레스토랑, 매니저

* 본 연구는 2013년도 식품의약품안전처 용역연구개발과제의 연구개발비 지원(13162식품안035)에 의해 수행되었음

** 연세대학교 식품영양학과 박사과정 <onlyjin1005@yonsei.ac.kr>

*** 미국 아이오와주립대학교 Hospitality Management 박사과정, 한국보건사회연구원 전문연구원 <eojina@yahoo.com>

**** 연세대학교 식품영양학과 교수 <isyang@yonsei.ac.kr>

***** (교신저자)가천대학교 관광경영학과 교수 <sham@gachon.ac.kr>

к с і