

패밀리 레스토랑 고객의 메뉴 영양정보에 관한 인식 연구

김태희 · 장혜자*

경희대학교 의식산업경영연구소, 연세대학교 식품영양과학연구소*
(2003년 4월 30일 접수)

Family Restaurant Patrons' Perception on Nutrition Information of Restaurant Menus

Tae-Hee Kim and Hye-Ja Chang*

*Institute of Food Service Management, Kyung Hee University,
Research Institute of Food and Nutritional Sciences, Yonsei University**

(Received April 30, 2003)

Abstract

The purposes of this study were to investigate the customers' perception on nutrition information provided on a family restaurant menu, to examine customers' intention to use the nutrition information when eating out if nutrition information would be provided, and to identify what kinds of nutrient information the customers want. A total of 265 respondents were answered. Female was sixty-six percents, and eighty-four percent of the respondents was less than thirty-five years old. The patrons' perception about nutrition information on the menu showed the level of 2.5 points out of 5 points, which pointed out that family restaurant patrons were not satisfied with receiving nutritional information related to the menu. The customers perceived that restaurants had responsibilities for providing nutritional information about menu items. Sixty-six percent of respondents showed a positive intention to the question item about how much the customer would use nutritional information provided on the menu. The customers, who were female ($p < 0.05$), who had a good health status, who showed higher interest on weight control ($p < 0.01$), and who were health-oriented ($p < 0.01$), showed the higher intention to use nutritional information. Nutrient information in which the customers were interested strongly was a fat content, followed by cholesterol content and calorie information. According to the trends of eating out, preferring family restaurants, and increasing interests in a healthful menu, nutrition information demand in restaurant operations would be increased rapidly in the near future. Providing nutrition information at the point of menu choice might result in the improvement of customers' nutritional and health status by encouraging proper dietary habits of patrons as well as providing nutritional education. Therefore, it is recommended that government and restaurant firms should recognize the importance of nutrition information and make strategic plans for the future.

Key Words : family restaurant, restaurant menu, nutrition information

I. 서론

경제적인 풍요로움은 소비자의 건강과 영양에 대한 관심을 고조시켜 영양정보 필요성을 점차적으로 증대 시키고 있으며, 국내에서도 식품에 대한 표시와 가공식품의 영양성분 표시에 대한 인식이 증가하는 추세이다.¹⁻⁵⁾ 식품영양표시제도는 식품이 가진 영양적 가치를 표시함으로써 소비자에게 식품 영양에 관련한 정보를 제공하여 소비자 스스로 적합한 식품을 선택하도록 돕기 위한 제도로서 이를 통해 국민건강증진에 기여할 수 있다.⁶⁾

미국은 1975년부터 식품영양표시 임의제도를 실시했으며, 건강과 영양정보에 대한 소비자의 관심이 높아짐에 따라 1990년 '영양표시 및 교육법(Nutrition Labeling and Education Act, NLEA)'을 제정하여 1994년부터 거의 모든 가공식품에 영양정보 표시를 의무화하였고, 소비자들은 일상생활에서 식품영양표시제도를 적극적으로 활용하고 있다.^{4,7)} 우리나라는 1996년부터 특수영양식품과 건강보조식품에 영양표시제도를 의무화했고 기타 식품은 임의제도로 실시하고 있다.⁶⁾ 그러나 국내 가공식품의 영양성분표시 상태는 16.5%에 불과하며, 영양정보의 표준화와 기업 및 소비자의 인식부족으로 제대로 활용되지 못하고 있는 실정이다.⁸⁾

이러한 식품영양표시의 요구는 가공식품에만 국한 되지 않는다.⁹⁾ 점차 외식이 보편화됨에 따라 외식시 찾아가는 레스토랑의 종류와 섭취하는 메뉴에 의해 소비자들의 영양 섭취가 많은 영향을 받게 되며, 소비자들이 외식할 때 메뉴에 어떤 영양소가 들어 있는지, 들어 있다면 어느 정도 들어 있는지를 알고 자신에게 알맞은 식사를 스스로 판단하고 선택해 먹는 것은 중요한 건강 예방책 가운데 하나가 될 수 있다. 따라서 외식시 메뉴에 대한 올바른 영양정보를 제공할 경우 소비자는 몸에 좋은 건강 메뉴의 선택 기회를 증대시킬 수 있고, 올바른 식생활 문화 정착에 기여할 수 있다.

선진국에서는 일반 레스토랑이나 급식소 메뉴의 영양정보표시가 임의규정이지만 외식기업들은 고객의 건강에 대한 관심과 영양정보욕구에 적극적으로 대응하기 위해 메뉴를 선택하는 시점에서 건강에 좋은 메뉴를 선택할 수 있도록 도와주는 여러 형태의 영양정보표시 메뉴 유형들을 디자인하여 그 효과에

대해 연구했다.¹⁰⁻¹⁹⁾ 그 결과 건강메뉴 선택기회 증가,^{12,20)} 영양교육 효과,²¹⁾ 고객만족도²²⁾ 및 매출증대²³⁾를 제고했다고 보고 되고 있다. 하지만 레스토랑에서 영양정보 표시를 하는데 있어서 메뉴 및 인적요인과 관련된 외식 기업들이 해결해야 할 여러 과제가 놓여있는 것도 사실이다.²⁴⁻²⁵⁾

레스토랑 메뉴에 주로 제공되고 있는 영양소 정보로는 칼로리, 지방, 콜레스테롤, 염분, 식이섬유소 정보 등이 있으며 이들 영양정보는 고객의 건강메뉴 선택에 가장 많은 도움을 주는 것으로 나타났다.^{10,16,26-27)} 고객 특성에 따라서는 남성보다는 여성이, 그리고 연령이 높을수록 레스토랑 메뉴 영양정보에 관심이 높으며 영양정보 표시에 민감하게 반응하고 건강메뉴 선택가능성이 높은 것으로 나타났다.^{23,28)}

지금까지의 국내 영양정보^{3,8,29-31)} 관련연구들은 대부분 소매업체에서 판매되는 식품에 제한되어 있고, 외식관련 연구로는 외식시 가장 인기가 좋은 한식 대표메뉴의 영양정보제공을 위한 단순한 영양가 분석³²⁾에 국한되어 있다. 또한 레스토랑 이용고객의 영양과 건강메뉴에 대한 관심은 매우 높은 것으로 연구⁵⁾ 되었으나 이들의 영양정보에 대한 인식 및 영양정보의 필요성 등에 관한 체계적인 연구는 아직까지 전무한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 패밀리 레스토랑 이용고객을 대상으로 패밀리 레스토랑의 영양정보 제공에 대한 인식을 조사하고, 외식시 영양정보 활용 의향, 그리고 메뉴에 대한 어떤 영양정보를 고객이 원하는지 등을 파악하여 외식기업들의 영양마케팅 전략수립의 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

해외브랜드 패밀리 레스토랑 중 T 레스토랑 이용 고객들을 대상으로 자료를 수집하였다. 조사 대상점포는 젊은 세대들이 많이 모이는 강남지역 점포 1개점, 주거지역단지에 위치한 점포 1개점, 그리고 경상남도 부산에 위치한 점포 1개점 등 총 3개 점을 선정했고, 조사방법은 주말 저녁시간 대기코

객들을 대상으로 연구보조원이 설문지를 배부하고 설명한 후 조사대상자가 직접 기입하게 하는 방식으로 작성하였다. 조사기간은 2002년 4월 19일부터 21일까지 3일 동안 각 점포에서 동시에 실시되었으며, 총 300부의 설문지가 배부되었고 이중 인구통계학적 자료가 누락되었거나 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 총 265부를 자료 분석에 활용하였다.

2. 조사내용

조사 내용은 인구통계학적인 변수 6문항(성별, 나이, 소득, 학력, 건강상태, 체중관리 관심도), 외식행동 관련 변수 1문항(외식시 영양과 건강에 대한 관심 정도), 국내 패밀리 레스토랑의 영양정보수준에 관한 의견과 영양정보의 제공 필요성 및 향후 활용의향 등에 관한 변수 6문항, 선행연구를^{10,16,26-27)} 기초로 외식 메뉴와 관련해 일반적으로 제공될 수 있는 영양정보 5가지(열량/칼로리, 지방, 콜레스테롤, 섬유소, 염분)에 관한 관심정도를 5점 Likert 척도를 활용하여 측정하였다.

3. 자료분석

모든 자료의 통계분석은 SPSS/PC+ Version 10.0 프로그램을 이용하여 평균, 표준편차, 빈도, 백분율 등의 기술적 통계 값을 산출하였고, 독립된 두 집단의 비교는 t-test, 2개 이상의 그룹 간 영양정보에 대한 인식, 영양정보 요구도의 차이는 ANOVA를 사용해 검정했다. ANOVA 분석 후에는 Duncan test를 사용하여 다중검정을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

<Table 1>에 제시된 바와 같이 조사대상자의 일반적 특성으로는 응답자의 66%(n=174)가 여성이었으며, 25세미만이 38%, 25세에서 35세미만이 46%로 대부분 35세미만의 젊은 여성이 주 고객층임을 알 수 있었다. 월평균 100만원 이상의 소득자가

56%를 차지했고, 대상자의 91%는 대학졸업 이상의 고학력을 소지하고 있었다. 건강상태에 대해 보통이거나 양호한 편이라고 응답한 고객이 전체의 89%를 차지할 만큼 대부분 건강상태에 강한 자신감을 보이고 있었다. 체중관리(다이어트)에 대한 관심도는 '대체로 관심이 많다'고 응답한 고객이 37%로 가장 많았고, '매우 관심이 많다'가 27%, '보통이다'가 22%를 차지했다. 외식시 음식/메뉴의 영양가를 어느 정도 고려하느냐는 질문에 '매우 그렇다' 또는 '다소 그렇다'로 응답한 건강지향적인 응답자가 전체 조사대상자의 23%(n=60)를 차지했고, 외식시 음식의 영양가에 무관심한 고객들도 약 30%(n=80)를 차지하는 것으로 나타났다.

<Table 1> General characteristics of the respondents

Profiles		N (n=265)	Percent (%)
Gender	Male	91	34.3
	Female	174	65.7
Age	< 25	101	38.1
	25-34	122	46.0
	35 <	42	15.8
Monthly income (thousands won)	< 1,000	117	44.2
	1,000 - 1,999	69	26.0
	2,000 <	79	29.9
Educational level ^{a)}	High School	23	8.9
	College/University	204	78.8
	Graduate School	32	12.4
Self-reported health status	Very Bad	2	0.8
	Poor	27	10.2
	Neutral	108	40.8
	Good	102	38.5
	Very Good	26	9.8
Interest in weight control	Very Low	10	3.8
	Somewhat Low	27	10.2
	Neutral	58	21.9
	Somewhat High	99	37.4
	Very High	71	26.8
Interest in healthy menus when eating out	Very Low	24	9.1
	Somewhat Low	56	21.1
	Neutral	125	47.2
	Somewhat High	37	14.0
	Very High	23	8.7

^{a)} N(number of respondents) is less than 265 due to the missing values.

<Table 2> Restaurant patrons' perception on nutrition information practice by gender, age, weight control interest, and health consciousness

Items	Overall (mean ± SD)	Gender		Age			Interest in weight control			Health consciousness ¹⁾		
		Male (mean ± SD)	Female (mean ± SD)	<25 (mean ± SD)	25-34 (mean ± SD)	35< (mean ± SD)	Low (mean ± SD)	Neutral (mean ± SD)	High (mean ± SD)	Low (mean ± SD)	Neutral (mean ± SD)	High (mean ± SD)
Family restaurant provides enough nutrition information that patrons want	2.50 ± 0.87	2.56 ± 0.91	2.47 ± 0.85	2.49 ± 0.73	2.46 ± 0.93	2.64 ± 0.98	2.18 ± 0.91 ^a	2.54 ± 0.81 ^b	2.56 ± 0.86 ^b	2.29 ± 0.81 ^a	2.51 ± 0.84 ^{ab}	2.77 ± 0.93 ^b
		T-Value=0.820		F-Value=0.694			F-Value=3.194*			F-Value=5.414***		
Current nutrition information practice helps me to select healthy menus.	2.63 ± 0.29	2.56 ± 0.88	2.66 ± 0.91	2.46 ± 0.84	2.59 ± 0.93	2.69 ± 0.96	2.31 ± 0.80 ^a	2.61 ± 0.85 ^b	2.70 ± 0.93 ^b	2.43 ± 0.88 ^a	2.56 ± 0.83 ^a	3.03 ± 0.96 ^b
		T-Value=-0.851		F-Value=0.239			F-Value=3.126*			F-Value=8.992***		
It's easy to understand the nutritional characteristics of each menu item.	2.46 ± 0.96	2.45 ± 0.95	2.47 ± 0.97	2.60 ± 0.92	2.36 ± 1.02	2.40 ± 0.86	2.18 ± 0.88	2.45 ± 1.01	2.53 ± 0.95	2.38 ± 0.92 ^a	2.37 ± 0.91 ^a	2.77 ± 1.06 ^b
		T-Value=-0.143		F-Value=1.831			F-Value=2.179			F-Value=4.010*		
Nutrition labeling on the menu is easy to read.	2.37 ± 1.00	2.31 ± 0.90	2.40 ± 1.05	2.56 ± 1.03 ^a	2.17 ± 0.94 ^b	2.51 ± 0.93 ^a	2.18 ± 0.93	2.39 ± 1.00	2.40 ± 1.01	2.21 ± 0.93 ^a	2.33 ± 0.97 ^a	2.66 ± 1.09 ^b
		T-Value=-0.682		F-Value=4.740*			F-Value=0.764			F-Value=3.724*		
Restaurant should present nutrition information of menu items when patron requests.	3.90 ± 0.98	3.67 ± 0.99	4.02 ± 0.85	3.84 ± 0.98 ^a	3.83 ± 1.02 ^a	4.27 ± 0.81 ^b	3.50 ± 1.18 ^a	3.68 ± 0.96 ^a	4.07 ± 0.90 ^b	3.78 ± 0.91 ^a	3.85 ± 1.02 ^a	4.12 ± 0.95 ^b
		T-Value=-2.857**		F-Value=3.387*			F-Value=7.490*			F-Value=3.338*		

* P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

abc: Means with different superscripts in same row of each variable (age, interest in weight control, health consciousness) are significantly different from each other.

1) Abbreviation of "Interest in healthy menus when eating out"

2. 국내 패밀리 레스토랑의 현 영양정보제공에 대한 인식

국내 패밀리 레스토랑들의 메뉴 영양정보 제공 활동에 대한 인식을 조사한 결과를 <Table 2>에 제시하였다. 영양정보에 관한 패밀리 레스토랑 고객의 인식 수준은 5점 만점의 2.5 수준을 나타내 전반적으로 고객이 만족할 만한 영양정보가 제공되지 못하고 있는 것으로 나타났다. 패밀리 레스토랑 메뉴판의 영양정보가 읽기 쉽게 표시되어 있는지에 대해서는 5점 만점에 2.37로 가장 낮은 평균을 나타냈으며, 다음으로 '각 메뉴의 영양적 특성과 파악이 용이하다 (2.46±0.96)', '원하는 영양정보를 충분히 제공하고 있다(2.50±0.87)' 순으로 나타났다. 현재 패밀리 레스토랑의 영양정보 수준이 건강 메뉴 선택에 도움이 된다고 생각하느냐는 질문에는 2.63의 '그렇지 않다'는 부정적인 인식을 하고 있어, 아직까지 국내 패밀리 레스토랑들은 영양정보 제공이 미흡할 뿐만 아니라, 읽기 쉽고 영양적 특성 파악이 용이한 형태로도 제공하지 못하고 있어 고객의 건강메뉴 선택에 많은 도움을 주지 못하는 것으로 나타났다. 레스토랑 메뉴의 영양정보 필요성에 대한 질문에서 조사대상자들은 '레스토랑업체들은 레스토랑에서 판매하고 있는 메뉴의 영양정보를 원하는 고객에게 제공할 의무가 있다'라는 항목에 높은 동의(3.90±0.98)를 나타내 향후 외식기업들의 고객의 영양정보제공 요구에 적극적인 대응이 필요할 것으로 판단된다.

성별, 연령, 체중관리 관심도 등 고객 특성에 따른 차이를 분석한 결과, 패밀리 레스토랑은 '원하는 영양정보를 충분히 제공하고 있다'는 항목에 대해서는 체중관리 저관심 그룹과 고관심 그룹 사이에만 유의적인 인식차이가 있는 것으로 나타났다($p < .05$). 체중관리에 대한 관심이 보통이거나 높은 그룹은 저관심 그룹보다 다소 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 또한 '현 패밀리 레스토랑 영양정보 수준이 건강메뉴 선택에 도움이 된다'는 항목에 대해서도 유의적인 인식차이를 보이고 있는데($p < .05$) 체중관리 저관심 그룹이 다소 부정적으로 인식하고 있었다. 이는 체중관리에 관심이 없는 그룹은 메뉴 선택 시 메뉴 영양정보를 주의 깊게 살펴보지 않는 경향이 높기 때문에 현 패밀리 레스토랑

의 영양정보제공 수준에 대해 다소 부정적으로 평가하는 것으로 사료된다.

'각 메뉴의 영양적 특성과 파악이 용이하다'라는 항목에 대해서는 성별, 연령, 체중관리 관심도에 따른 그룹 간 차이가 없는 것으로 나타났다. 영양정보가 읽기 쉽게 표시되어 있는지에 대한 항목에 대해서는 연령에 따라 유의적인 인식차이가 나타났는데($p < .05$), 25세미만 그룹과 35세 이상그룹이 다소 긍정적으로 평가했다. 또한 패밀리 레스토랑의 현 영양정보 제공 수준과 영양정보 제공 의무에 대해 성별, 연령, 체중관리 관심도에 따라 그룹 간 유의적인 인식 차이가 있는 것으로 나타났다. 레스토랑의 메뉴 영양정보 제공 의무에 대한 인식은 남성보다는 여성이($p < .01$), 연령이 높을수록($p < .05$), 체중관리 관심도가 높을수록($p < .05$) 유의적으로 높게 동의하는 것으로 나타났다. 기타 직업, 소득수준, 학력수준, 방문빈도수, 건강상태에 따라 패밀리 레스토랑의 메뉴 영양정보제공에 대한 인식에는 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

마지막으로 고객의 건강지향성 정도에 따라 인식 차이를 비교한 결과 5개의 모든 항목에서 그룹 간 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 외식시 건강과 영양에 대한 관심이 많은 그룹일수록 패밀리 레스토랑의 현 영양정보 제공 수준에 대한 평가는 그렇지 않은 그룹에 비해 다소 긍정적으로 인식했으며($p < .001$), 고객이 원하는 경우 의무적으로 메뉴 영양정보를 제공해야 한다는 의견에 대해서도 유의적으로 매우 높게 동의하는 것으로 나타났다($p < .05$).

3. 메뉴 영양정보 활용 의향

'향후 패밀리 레스토랑 메뉴판에 메뉴와 관련된 영양정보가 제공된다면 얼마나 활용하시겠습니까'는 질문에 전체 조사대상자의 66%($n=175$)가 영양정보를 활용하겠다는 의향을 보였으며 '적극 활용하겠다'고 응답한 고객도 32%나 차지했다. 이는 조사대상자들의 영양정보에 대한 높은 관심을 보여주고 있음을 나타낸다. <Table 3>은 고객특성에 따른 메뉴 영양정보 활용의향에 대한 그룹 간 차이를 비교한 것으로서, 남성보다는 여성이($p < .05$), 건강상태가 양호한 사람일수록($p < .01$), 체중관리 관심도가

높은 사람일수록($p < .001$), 그리고 건강지향성 고객일수록($p < .001$) 패밀리 레스토랑 메뉴 영양정보를 적극적으로 활용할 의향이 높은 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 통계학적으로 유의적인 차이는 보이지 않았으나 연령이 높아질수록 레스토랑 메뉴 영양정보의 활용 가능성이 높을 것으로 사료된다.

Albright²³⁾와 Okeiyi²⁸⁾의 연구에서도 남성보다는

여성이, 연령이 높아질수록 레스토랑 메뉴에 영양정보가 제공되는 것을 중요시했고, 건강 및 영양관련 프로모션에 민감하게 반응하는 것으로 나타났다. 식품영양표시에 관한 국내 연구³⁾에서는 교육수준, 소득수준에는 차이가 없었지만 여성이 남성보다 식품표시에 관심이 더 많은 것으로 나타났고, 응답자의 91%가 영양소 함량에 관한 정보가 식품 표시에 포

<Table 3> Willingness to use nutrition information on a menu by demographic variables

Variables		Mean \pm SD	Value	Sig.
Gender	Male	3.74 \pm 1.03	T-Value=-2.355	0.019
	Female	4.02 \pm 0.89		
Age	< 25	3.83 \pm 0.88	F-Value=1.885	0.154
	25-34	3.92 \pm 1.00		
	35 <	4.17 \pm 0.94		
Self-reported health status	Bad/Very Bad	3.64 \pm 1.19 ^a	F-Value=5.152	0.006
	Neutral	3.78 \pm 0.91 ^{ab}		
	Good/Very Good	4.11 \pm 0.88 ^b		
Interest in weight control	Low Group	3.51 \pm 1.19 ^a	F-Value=9.006	0.000
	Neutral	3.68 \pm 0.94 ^a		
	High Group	4.10 \pm 0.84 ^b		
Interest in healthy menus when eating out	Low Group	3.53 \pm 1.00 ^a	F-Value=11.803	0.000
	Neutral	4.02 \pm 0.89 ^b		
	High Group	4.25 \pm 0.84 ^b		

^{ab} Means with different superscripts in same column of each variable(self-reported health status, interest in weight control, health consciousness) are significantly different from each other.

<Table 4> Nutrition information needs by gender, weight control interest, and health consciousness

Items	Overall (mean \pm SD)	Gender		Interest in weight control			Health consciousness ¹⁾		
		Male (mean \pm SD)	Female (mean \pm SD)	Low (mean \pm SD)	Neutral (mean \pm SD)	High (mean \pm SD)	Low (mean \pm SD)	Neutral (mean \pm SD)	High (mean \pm SD)
Calorie information	3.70 \pm 1.12	3.17 \pm 1.11	3.98 \pm 1.02	2.90 \pm 1.07 ^a	3.32 \pm 1.10 ^a	4.02 \pm 0.98 ^b	3.45 \pm 1.18	3.80 \pm 1.10	3.83 \pm 1.04
		T-Value=-5.846***		F-Value=23.242***			F-Value=2.896		
Fat content	3.84 \pm 1.12	3.41 \pm 1.16	4.06 \pm 1.04	3.13 \pm 1.20 ^a	3.36 \pm 1.11 ^a	4.16 \pm 0.98 ^b	3.60 \pm 1.20	3.92 \pm 1.09	4.00 \pm 1.06
		T-Value=-4.643***		F-Value=22.847***			F-Value=2.768		
Cholesterol content	3.75 \pm 1.11	3.53 \pm 1.19	3.88 \pm 1.05	3.15 \pm 1.18 ^a	3.39 \pm 1.14 ^a	4.01 \pm 1.00 ^b	3.49 \pm 1.18 ^a	3.74 \pm 1.06 ^a	4.12 \pm 1.03 ^b
		T-Value=-2.385**		F-Value=14.362***			F-Value=5.721**		
Fiber content	3.59 \pm 1.08	3.24 \pm 1.09	3.77 \pm 1.34	3.10 \pm 1.14 ^a	3.24 \pm 1.15 ^a	3.82 \pm 0.98 ^b	3.29 \pm 1.08 ^a	3.60 \pm 1.09 ^a	3.95 \pm 0.96 ^b
		T-Value=-3.768***		F-Value=11.209***			F-Value=6.476**		
Salt content	3.33 \pm 1.07	3.02 \pm 1.11	3.50 \pm 1.02	2.79 \pm 1.06 ^a	2.95 \pm 1.00 ^a	3.60 \pm 1.02 ^b	3.04 \pm 1.12 ^a	3.33 \pm 1.03 ^a	3.75 \pm 0.99 ^b
		T-Value=-3.504**		F-Value=15.122***			F-Value=7.850***		

** P<0.01 *** P<0.001

^{ab} Means with different superscripts in same row of each variable(interest in weight control, health consciousness) are significantly different from each other.

¹⁾ Abbreviation of "Interest in healthy menus when eating out"

함되기를 원하는 것으로 나타나 우리나라 국민들의 영양정보에 대한 높은 관심을 볼 수 있다. 고객들이 레스토랑 메뉴 영양정보를 많이 활용하겠다는 결과는 앞으로 외식 메뉴 영양정보 표시 및 활용에 대한 정부와 외식기업의 관심과 적극적인 대응이 더욱 요구되어짐을 의미한다고 볼 수 있다.

4. 메뉴관련 영양소 정보 관심도

5가지 영양소를 제시하고 패밀리 레스토랑 고객들의 각각 영양소에 대한 관심도를 평가한 결과를 <Table 4>에 제시하였다. 가장 높은 관심도를 나타낸 영양소 정보는 지방함유량 (3.84) 인 것으로 나타났으며, 그 뒤로 콜레스테롤 정보(3.75), 열량/칼로리 정보(3.70), 섬유소 함량(3.59), 염분함량(3.33) 순으로 나타났다. 이는 장³⁾의 연구결과와 다소 순위 상으로 차이를 보이기는 하지만 선호하는 영양소들의 특성면에서는 유사한 결과를 보이고 있는 것으로 나타났다. 장³⁾의 연구에서는 일반 식품표시에서 가장 관심 있게 보는 영양소 항목으로 열량, 콜레스테롤, 지방, 설탕, 단백질 순이었고 열량을 제외하고는 모두 10% 미만의 저조한 응답률을 보였으나, 비만, 성인병과 관련된 지방, 콜레스테롤, 열량 정보 등을 가장 관심 있어 하는 것은 본 논문의 결과와 매우 유사하다고 판단된다. 따라서 외식기업들이 고객에게 메뉴의 영양정보를 제공하고자 하는 경우 지방, 콜레스테롤, 열량정보 등을 중심으로 제공하는 것이 바람직하다고 보여진다.

<Table 4>는 고객특성에 따라 영양소 정보 관심 정도에 차이가 있는지 분석한 결과이다. 연령, 소득 수준, 교육수준, 건강상태에 따라서는 그룹 간 유의적인 차이가 없었으나, 성별, 체중관리 관심도, 건강지향성에 따라 그룹 간에 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 남정보다는 여성이 5가지 영양소 정보 모두에 대한 관심이 매우 높았으며, 특히 열량/칼로리 정보, 지방함유량, 섬유소 함유량에 대한 관심은 $p < .001$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 이는 여성 응답자의 대부분이 젊은 여성들이기 때문에 비만이나 다이어트 등 체중관리에 영향을 많이 미치는 영양소들 중심으로 관심이 높게 나타난 것으로 보여진다. 이와 비슷한 이유로 체중관리 관심도에 따라 비교한 결과에서도 저관심 그룹에 비해

고관심 그룹이 모든 영양소 정보에 대한 관심 정도가 매우 높은 것으로 나타났다($p < .001$). 특히 지방함유량, 열량/칼로리 정보, 콜레스테롤 수치 등은 5점 만점에 4점 이상의 높은 평균을 나타내었고 나머지 섬유소 함유량 (3.82), 염분 함유량 (3.60) 등에도 상당히 높은 관심을 보였다.

마지막으로 응답자의 건강지향성 정도에 따라 분석한 결과, '건강지향형' 고객이 그렇지 않은 고객들에 비해 콜레스테롤 수치, 섬유소 함량, 염분 함량에 대해 높은 관심을 나타냈다. 열량/칼로리 정보 및 지방함유량은 그룹 간 유의적인 차이는 없는 것으로 나타났으나 대체로 건강지향적인 그룹이 무관심한 그룹 보다는 다소 높은 관심을 보였다. Okeiyi²⁸⁾의 연구에서도 메뉴 영양정보에 대한 관심이 높을수록 레스토랑 선택시 저칼로리, 저콜레스테롤, 저염 메뉴 등 레스토랑의 건강메뉴 보유가 매우 중요한 것으로 나타났으며, 영양지식 수준도 높은 것으로 나타났다.

IV. 요약 및 결론

본 연구의 목적은 패밀리 레스토랑 이용고객을 대상으로 메뉴 영양정보 제공에 대한 인식을 조사하고, 메뉴 영양정보가 제공된다면 외식시 영양정보 활용 의향, 그리고 관심 있는 영양정보는 어떤 것이 있는지 파악하고자 했다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 총 265명의 조사 대상자 가운데 여성이 66%, 35세미만이 84%를 차지했고, 대상자의 91%는 대학 졸업 이상의 학력을 소지하고 있었다. 응답자의 89%는 자신의 건강상태를 보통이거나 양호하다고 대답했으며, 체중관리에 관심이 있다고 응답한 사람은 전체 대상자의 64%를 차지했다. 또한 외식시 음식/메뉴의 영양가를 고려하는 건강지향적인 응답자가 약 23%를 나타냈다.

2. 국내 패밀리 레스토랑들의 메뉴 영양정보 제공 활동에 대한 인식을 조사한 결과 평균점수는 5점 만점의 2.5 수준을 나타내 전반적으로 고객이 만족할 만한 영양정보가 제공되지 못하고 있는 것으로 나타났다. 반면, 레스토랑 메뉴의 영양정보 필요성에 대한 질문에서 조사대상자들은 고객이 원할 경

우 레스토랑은 판매되는 메뉴에 대한 영양정보를 제공할 의무가 있다고 인식했다.

3. '향후 패밀리 레스토랑 메뉴판에 메뉴와 관련된 영양정보가 제공된다면 얼마나 활용하시겠느냐'는 질문에 전체 조사대상자의 66%(n=175)가 영양정보를 활용하겠다는 의향을 보여 조사 대상자들의 레스토랑 메뉴 영양정보에 대한 높은 관심을 확인할 수 있었고, 고객특성에 따라서는 남성보다는 여성이($p < .05$), 건강상태가 양호한 사람일수록($p < .01$), 체중관리 관심도가 높은 사람일수록($p < .001$), 그리고 건강지향성 고객 일수록($p < .001$) 패밀리 레스토랑 메뉴 영양정보를 적극적으로 활용할 의향이 높은 것으로 나타났다.

4. 패밀리 레스토랑 고객들이 가장 관심 있어 하는 메뉴관련 영양소 정보는 지방 함유량, 콜레스테롤 함유량, 그리고 열량/칼로리 함유량 순으로 나타났으며, 남성보다는 여성이, 그리고 체중관리 고관심 그룹과 건강지향적인 그룹이 그렇지 않은 그룹보다 각 각의 영양소 정보에 대한 요구도가 매우 높은 것으로 나타났다.

외식의 보편화, 패밀리 레스토랑의 고객 선호도 증가, 및 영양과 건강메뉴에 대한 관심 증가에 따라 고객의 레스토랑 메뉴에 대한 영양정보 요구는 점차 증대될 것으로 전망된다. 고객이 레스토랑 메뉴를 선택하는 시점에 원하는 영양정보를 제공하는 것은 고객에 대한 영양의 중요성과 식생활의 주의사항에 대한 영양교육 뿐만 아니라 올바른 식생활 습관 형성을 유도하여 국민건강증진에 기여할 수 있을 것으로 기대됨에 따라 향후 정부와 외식기업의 적극적인 인식전환 및 대응이 필요할 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 1) Park HR, Min YH. A basic research for the adoption and implementation of nutrition labeling: with a reference to the consumer awareness. Korean J Dietary Culture 10(3): 155-166, 1995
- 2) Im HS, Kim HS. Awareness of nutrition labeling by female consumers in northern area of Kyonggi-do. Korean Living Science Assoc 5(2): 173-186, 1996
- 3) Chang NS. Food/nutrition attitudes, views and practices of adults in Seoul area. Korean J Nutr 30(3): 360-367, 1997
- 4) Choi, SH. Food labeling trends and issues. Samsung Economic Research and Institute Issue Paper, November 27, 2002
- 5) Kim, TH. Family restaurant patrons' attitudes toward nutrition and healthy menus. Korean J Dietary Culture 17(5): 629-637, 2002
- 6) Ministry of Health and Welfare. Food labeling regulations, 1995
- 7) Federal Register. Food labeling regulations- implementing the Nutrition Labeling and Education Act 1990, 58(3): 206-2190, 1993
- 8) Chang YA, Kim CI, Kim BH, S대 HJ, Lee HS, Ha JH, Hwang, JB. Study for Promoting Nutrition Labeling System, Korean Food & Drug Administration, 2002
- 9) Calson BL, Tabacchi MH. Meeting consumer nutrition information needs in restaurants. J Nutr Education 18(5): 211-214, 1986.
- 10) Almanza BA, Hsieh HM. Consumer preferences among nutrition labeling formats in a restaurant. J Am Diet Assoc 95(1): 83-85, 1995
- 11) Anderson J, Hass MH. Impact of a nutrition education program on food sales in restaurants. J Nutr Education 22(1): 232-238, 1990
- 12) Dubbert PM, Johnson WG, Schlundt DG, Montague NW. The influence of caloric information on cafeteria food choices. J Applied Behavior Analysis 17(1): 85-92, 1984
- 13) Forster-Coull L, Gillis D. A nutrition program for restaurant patrons. J Nutr Education 20: 20B-22C, 1988
- 14) Granzin KL, Bahn KD. The role of consumers' attitudes toward nutrition in restaurant patronage. J Nutr Education 20(2): 56-62, 1988
- 15) Kalina L. Healthy choices: a restaurant guide for healthy eating in Kamloops. J Canadian Diet Assoc 50(2): 187, 1989
- 16) Kim TH, Almanza BA. Three nutrition labeling formats for restaurant menus. J Nutr in Recipe & Menu Development 3(2): 45-57, 2001

- 17) Zimmerman J. The nutri-dots are coming!. *Nutr Action* 9: 11-12, 1980
- 18) Perlmutter CA, Canter DD, Gregoire MB. Profitability and acceptability of fat- and sodium-modified hot entrees in a work-site cafeteria. *J Am Diet Assoc* 97(4): 391-395, 1997
- 19) Regan C. Promoting nutrition commercial foodservice establishment: a realistic approach. *J Am Diet Assoc* 87(4): 486-488, 1987
- 20) Clay JM, Emenheiser DA, Bruce AR. Healthful menu offering in restaurants: a survey of major US chains. *J Foodservice Syst* 8: 91-101, 1995.
- 21) Almanza BA, Mason, AC, Widdows R, Girard FJ. Consumer responses to nutrition guidelines labeling in a university restaurant. *J Am Diet Assoc* 93(5): 580-581, 1993
- 22) Fitzpartrick MP, Chapman GE, Barr SI. Lower-fat menu items in restaurants satisfy customers. *J Am Diet Assoc* 97(5): 510-514, 1997
- 23) Albright CL, Flora JA, Fortmann SP. Restaurant menu labeling: impact of nutrition information on entree sales and patron attitudes. *Health Education Quarterly* 17(2): 157-167, 1990
- 24) Boger CA. Food labeling for restaurants: fact versus fiction. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 36(3): 62-70, 1995
- 25) Almanza BA, Nelson D, Chai S. Obstacles to nutrition labeling in restaurants. *J Am Diet Assoc* 97(2): 157-161, 1997
- 26) National Restaurant Association. A nutrition guide for the restaurateur. Washington, DC, 1986
- 27) Sneed J, Burkhalter JP. Marketing nutrition in restaurants: a survey of current practices in attitudes. *J Am Diet Assoc* 91(4): 459-462, 1991
- 28) Okeiyi EC, Postel RT, Finley DA. Consumers' health consciousness: impact on restaurant selection. *J Hospitality & Tourism Research* 5(1): 27-39, 1994
- 29) Park HR, Min YH, Jung HR. A basic research for the adoption and implementation of nutrition labeling(2): comparative perceptions of consumers, producers and government officials. *Korean J Dietary Culture* 10(3): 175-184, 1995
- 30) Son HS, Chang YK. Understanding of food labeling. *J Food Industry & Technology* 30(2): 69-74, 1997
- 31) Chang SO. A study of the comprehension and preference of consumers to four different formats of nutrition label. *Korean J Nutrition* 30(6): 679-689, 1997
- 32) Kye SH, Moon HK. Assessment of nutrition content for providing nutrition information of dishes in restaurant and food service institutions: about Korean dishes. *Korean J Dietary Culture* 9(5): 447-455, 1995