



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

제주지역 20대 성인의 영양표시
인지도 및 프랜차이즈 햄버거
구매와의 관련성 연구

濟州大學校 教育大學院

營養教育專攻

吳 知 泳

2022年 8月



제주지역 20대 성인의 영양표시 인지도 및 프랜차이즈 햄버거 구매와의 관련성 연구

指導教授 姜 仁 慧

吳 知 泳

이 論文을 教育學 碩士學位 論文으로 提出함

2022 年 6 月

吳知泳의 教育學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 이 유 경 
委 員 강 인 혜 
委 員 하 경 호 

濟州大學校 教育大學院

2022 年 6 月

A Study on the Association of Awareness of
Nutrition Labeling with Purchase of
Franchised Hamburgers of 20s Adults in Jeju

ji-young Oh

(Supervised by professor In-hae Kang)

A thesis submitted in partial fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Education

2022. 8.

DEPARTMENT OF NUTRITION EDUCATION
GRADUATE SCHOOL OF EDUCATION
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

표 목차	iii
그림 목차	iv
국문 요약	v
I. 서론	1
II. 이론적배경	3
1. 영양표시제도	3
1) 영양표시제도 정의	3
2) 국내 외식 영양표시제도 현황	4
3) 국내 외식 영양표시 관련 소비자 연구 실태	5
2. 프랜차이즈 햄버거	7
1) 패스트푸드 정의	7
2) 프랜차이즈 햄버거 시장 현황	7
3) 프랜차이즈 햄버거 구매 관련 소비자 연구 실태	8
III. 연구 내용 및 방법	9
1. 조사대상 및 기간	9
2. 조사내용 및 방법	9
3. 조사 분석 및 통계 처리	11
IV. 연구 결과 및 고찰	13
1. 조사대상자의 일반사항	13
2. 영양표시 인지 및 활용	15

1) 영양표시 인지 여부	15
2) 영양표시 활용	18
3) 영양표시 항목 이해	21
3. 프랜차이즈 햄버거 점포 이용실태	24
1) 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 특성	24
2) 프랜차이즈 햄버거 구매 시 고려사항	26
4. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 이해	28
1) 객관적 이해	28
2) 주관적 견해	32
5. 프랜차이즈 햄버거 영양표시 활용	34
6. 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매와의 관련성	37
1) 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도	37
2) 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사	40
3) 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 상관관계	42
V. 결론 및 제언	44
VI. 참고문헌	48
1) 부록	52
2) Abstract	62

표 목 차

Table 1. 조사대상자의 일반사항	14
Table 2. 조사대상자의 영양표시 인지 여부	16
Table 3. 조사대상자의 영양표시를 알게 된 경로	17
Table 4. 성별 및 연령에 따른 영양표시 활용 여부	19
Table 5. 조사대상자의 영양표시 항목 이해	22
Table 6. 영양표시 항목 이해에 따른 일반사항	23
Table 7. 조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 특성	25
Table 8. 조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 구매 시 고려사항	27
Table 9. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해	30
Table 10. 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해에 따른 일반사항	31
Table 11. 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해에 따른 주관적 견해	33
Table 12. 성별 및 연령에 따른 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시 활용	35
Table 13. 성별 및 연령에 따른 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도	38
Table 14. 성별 및 연령에 따른 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사	41
Table 15. 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 상관관계	43

그 립 목 차

Fig 1. 프랜차이즈 햄버거 업장 홈페이지 영양표시 예시11

제주지역 20대 성인의 영양표시 인지도 및 프랜차이즈 햄버거 구매와의 관련성 연구

본 연구는 제주지역 20대 성인을 대상으로 영양표시 인지 및 활용, 프랜차이즈 햄버거 점포 이용실태, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 이해, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 활용 여부, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도 및 구매 의사를 조사하여 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 상관관계를 알아보고자 하였다. 이를 토대로 20대 성인의 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 인식과 이해를 높이고 업체의 영양표시 개선방안을 모색하기 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

이를 위해 제주지역 20대 성인 305명을 대상으로 2022년 3월 28일부터 4월 17일까지 온라인 설문조사를 실시하였으며, 회수된 설문지 중 302부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 조사된 자료는 SPSS Win Program (ver 26.0) 이용하여 분석하였다. 조사 내용별 분석 방법은 상관계수, 빈도분석을 사용하여 빈도와 백분율, 기술통계량을 분석하여 평균±표준편차, χ^2 -test, t -test, ANOVA를 실시하였고, Duncan's multiple range test를 이용하여 사후 검증하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자는 남성 45.7%, 여성 54.3%로 나타났고, 연령은 23-26세 45.4%, 체질량지수(BMI)는 정상 44%, 최종학력은 대학 졸업 79.1%, 직업은 대학(원)생 39.1%, 결혼 여부는 미혼 93.1%, 거주 형태는 자택 60.3%, 월평균 식비는 20-50만원 미만 43.0%로 높게 나타났다.

2. 조사대상자의 83.4%가 식품의 영양표시를 인지하고 있었으며, 영양표시를

알게 된 경로는 학교 수업(53.6%)이 가장 높게 나타났다. 식품 선택 시에 영양 표시 확인 여부는 27-29세의 ‘가끔 확인(73.2%)’ 비율이 가장 높게 나타났으며, 영양표시를 확인하는 이유는 ‘타사 제품 비교’에서 23-26세(25.3%)의 비율이 다른 연령대에 비해 높게 나타났다.

3. 조사대상자의 영양표시 항목 이해는 8점 만점 중 평균 5.03점으로 나타났으며, 영양표시 이해가 높은 집단(43.0%)보다 영양표시 이해가 낮은 집단(57.0%)의 비율이 높게 나타났다.

4. 조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 이용 경험은 98.0%로 높게 나타났으며, 이용 이유는 ‘맛이 좋아서(49.0%)’이 가장 높았다. 성별 및 연령에 따른 프랜차이즈 햄버거 구매 시 고려하는 사항은 맛이 가장 높았고, 영양성분이 가장 낮게 나타났다.

5. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해는 7점 만점에 평균 5.27점으로 나타났으며, 객관적 이해가 높은 집단(62.9%)이 객관적 이해가 낮은 집단(37.1%)에 비해 비율이 높게 나타났다.

6. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 주관적 견해는 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 높은 집단에서 3.40점(5점 만점), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 낮은 집단에서 2.80점(5점 만점)으로 나타났다.

7. 프랜차이즈 햄버거 영양표시 확인 여부는 ‘확인하지 않음’의 비율이 높게 나타났으며, 프랜차이즈 햄버거 영양표시를 확인하는 이유는 남성은 ‘영양성분 확인(45.1%)’, 여성은 ‘체중관리(60.5%)’가 높게 나타났다. 프랜차이즈 햄버거 영양표시를 확인하지 않는 이유는 남성은 ‘관심 없음(54.0%)’, 여성은 ‘습관적으로 구매(48.9%)’의 비율이 높게 나타났다.

8. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도는 성별에 따라서 남성이 3.68점, 여성이 3.76점으로 나타났으며, 연령에 따라서는 23-26세 3.78점, 27-29세 3.68점, 20-22세 3.65점 순으로 나타났다. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사는 남성이 3.68점, 여성이 3.65점으로 나타났으며, 연령에 따라서는 23-26세 3.78점, 27-29세 3.61점, 20-22세 3.46점 순으로 나타났다.

9. 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 상관관계는 영양표시 항목 이해와 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해($r=.421$), 영양표시 항목 이해와 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도($r=.259$), 영양표시 항목 이해와 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사($r=.222$), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도와 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해($r=.311$), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사와 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해($r=.223$), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사와 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도($r=.681$)가 모두 정적인(+) 상관관계를 나타냈다. ($p<0.001$)

이상의 연구 결과를 토대로 살펴볼 때, 제주지역 20대 성인의 경우 영양표시 인지 및 활용, 프랜차이즈 햄버거 구매 경험 비율은 높게 나타났으나, 프랜차이즈 햄버거 영양표시 확인 비율은 낮게 나타났다. 따라서 소비자들의 프랜차이즈 햄버거 영양표시 인식과 이해를 높이는 방안을 모색하는데 프랜차이즈 햄버거 업장과 정부의 체계적이고 적극적인 지원과 동참이 필요한 것으로 사료 된다. 또한 프랜차이즈 햄버거 영양표시가 조사대상자의 태도 및 구매 의사에 영향을 미치는 것으로 미루어 볼 때, 영양표시 정보에 대한 태도를 긍정적으로 할 수 있는 마케팅 및 교육자료 연구가 필요할 것으로 사료 된다.

I. 서론

경제성장으로 인해 국민의 생활 수준은 물론 식생활 환경도 크게 변화되었다. 2020 국민 건강 영양 조사 결과에 따르면, 우리나라 국민의 하루 1회 이상 외식률은 2019년에 비해 감소하였으며, 남성 외식률이 36.1%로 여성 19.3%보다 훨씬 높은 것으로 조사되었다.^[1]

바쁜 현대인들은 간편성, 신속성, 다양성, 경제성, 기호성 및 서비스를 추구하게 되었고 패스트푸드 및 가공식품은 이러한 요구에 부합하는 이유에서 우리 생활에 빠르게 정착하였다.^[2]

우리나라의 경우 1979년 롯데리아의 오픈을 기점으로 다국적 거대 기업인 맥도날드, KFC, 버거킹 등의 패스트푸드 업체가 잇달아 국내에 상륙하였다.^[3] 패스트푸드는 주문하면 음식이 곧바로 나오는 신속성을 특징으로 하며, 비교적 저렴하고 간편하게 먹을 수 있다.^[4] 특히 19~29세는 간편함, 맛, 적당한 가격 때문에 패스트푸드를 자주 이용하는 것으로 나타났으며, 시간이 부족하다고 인식하는 경우 더 자주 섭취하는 경향을 보였다.^[5]

하지만 패스트푸드는 기호성을 위주로 선택하는 경우가 많으므로 균형 잡힌 영양소 섭취가 어려워^[6] 고열량, 고지방, 고나트륨 등으로 인한 영양 불균형 및 비만 등의 부정적인 영향을 미치고 있다. 이에 국민은 외식과 건강의 밀접한 관계에 있어서 전반적인 먹거리에 관한 관심을 가지고 영양표시 등 정보 제공에 대한 요구도가 높아지고 있다.^[2]

영양표시는 소비자의 측면에서는 올바른 식품을 선택할 수 있도록 정보를 제공해주며, 업체의 측면에서는 업체의 이미지 향상 및 제품의 경쟁력을 향상하는데 기여할 수 있다.^[7]

정부에서는 국민의 건강 증진을 위해 소비자의 균형 있는 식문화 정착과 올바른 식품 선택을 돕고자 2007년부터 영양성분 표시제도를 의무적으로 시행하도록 하였다. 또한 식품의약품안전처는 어린이 식생활 안전관리 특별법 제11조(영양 정보표시)에서는 어린이 기호 식품을 조리·판매하는 식품접객업 중 100개

이상의 매장을 보유한 햄버거, 피자, 제과제빵, 아이스크림점 등 4가지 업종의 관련 업체 매장에서 연간 90일 이상 판매되는 제품에 2010년 1월부터 영양 성분표시(열량, 당류, 나트륨, 포화지방, 단백질)를 의무적으로 제공하도록 하고 있다.^[2]

이러한 영양 정보표시 활용에 대한 정부의 적극적인 노력에도 불구하고 아직까지 영양 정보표시에 대한 인식과 태도가 매우 부족한 것으로 나타나고 있다.^[8]

기존의 선행연구들은 프랜차이즈 햄버거를 포함하는 일반적인 가공식품으로 범위 내에서 수행되었으며, 영양표시에 대한 인식과 활용실태에 관한 연구가 주로 이루어지고 있다. 영양표시 인지 여부에 따라 식품 구매에 영향을 미치는지를 초점으로 한 국내연구는 미비한 실정이다.

이에 본 연구는 제주지역 20대 성인을 대상으로 영양표시 인지 및 활용, 프랜차이즈 햄버거 점포 이용실태, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 이해, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 활용 및 필요 여부, 영양표시가 프랜차이즈 햄버거 구매에 미치는 영향을 조사하여 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 상관관계를 알아보하고자 하였다. 이를 토대로 20대 성인의 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 인식과 이해를 높이고 업체의 영양표시 개선방안을 모색하기 위한 기초자료를 제공하고자 하였으며, 추후 소비자가 올바른 프랜차이즈 햄버거 선택을 통해 보다 건강한 식생활을 영위할 수 있도록 돕는 유의미한 시사점을 제공하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 영양표시제도

1) 영양표시제도 정의

영양표시제도는 가공식품에 들어있는 영양성분 등에 관한 정보를 일정한 기준에 따라 표시하도록 관리하는 제도로, 제품의 영양 정보를 제공하여 소비자가 건강한 식사에 필요한 식품을 확인하고 잘 선택할 수 있도록 도움으로써 국민건강 증진에 기여하기 위한 것이다.^[9]

우리나라의 영양표시기준은 1994년에 도입되어 영양소 기준치, 영양소 함량강조표시, 허용오차, 표시 방법 등에 대한 재.개정을 해왔고, 2003년 의무대상 식품 7가지 고시된 이후로 계속적으로 확대하였으며, 2006년 9월에는 열량, 탄수화물, 당류, 단백질, 지방, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤, 나트륨으로 총 9가지 영양성분을 식품 등의 표시기준(식품의약품안전처 고시 제2016-45호)에서 정하고 있다.^[10]

2019년 4월 개정되어 현재 영양표시대상 식품은 식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행규칙에 근거한 영양성분 표기대상은 장기 보존 식품(레토르트 식품만 해당), 과자류(과자, 캔디류 및 빙과류), 빵류 및 만두류, 초콜릿류, 잼류, 식용유류, 면류, 음료류, 특수용도 식품, 어육 가공품(어육 소시지), 즉석 섭취식품(김밥, 햄버거, 샌드위치), 커피(볶은 커피 및 인스턴트커피 제외), 장류(한식 메주, 재래 한식 간장, 한식 된장 및 청국장 제외), 시리얼류, 유가공품 중 우유류·가공유류·발효유류·분유류·치즈류, 식육 가공품 중 햄류, 소시지류, 건강기능식품, 규정에 해당하지 않는 식품 및 축산물로서 영업자가 스스로 영양표시를 하는 식품 및 축산물이다.^[11]

영양표시제도는 식품의 영양에 대한 적절한 정보를 제공함으로써 소비자들이 합리적인 식품 선택을 하도록 돕기 위한 제도로, 소비자를 대상으로 한 교육의

도구가 되고 영양에 대한 인식을 높여주며 식품을 구매할 때 소비자가 제품과 비교하여 살 수 있도록 정보를 제공하고 영양학적 가치를 비교하여 합리적이고 건강한 선택을 하도록 도와주는 역할을 하고 있다.

2) 국내 외식 영양표시제도 현황

외식 영양표시는 업체가 음식의 영양 정보를 제공함으로써, 고객들의 합리적인 선택과 건강한 식생활에 도움을 주는 데에 의의를 두고 있다.^[2]

우리나라는 식품의약품안전처 「어린이먹거리안전종합대책」의 일환으로 외식 영양표시제를 2007년부터 추진하였다. 패스트푸드를 대상으로 1차 시범에 이어, 피자업장과 카페를 대상으로 2008년 7월에는 2차 시범을 실시하였으며, 같은 해 3차 시범실시로 제과·제빵, 치킨업체에서 자율적으로 영양성분 표시를 시행하게 하였다.^[12]

외식 영양표시제도는 2010년 「식품접객업 중 어린이 기호식품의 영양성분 표시 및 방법 등에 관한 기준」의 제정 고시에 의거하여 실시되었으며^[13], ‘어린이 식생활안전 관리 특별법’ 제11조에 근거하여 어린이 기호식품 업종으로 햄버거, 피자, 아이스크림류, 제과·제빵류를 판매하는 100개 이상의 점포를 운영하는 경우 의무적으로 열량, 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨에 대한 영양정보를 표시하고 있다.

또한 식품의약품안전처는 국민의 성인 질환을 예방하고 건강한 식생활을 위해 의무 대상이 아닌 고속도로(2010.3~), 패밀리레스토랑(2010.12~), 대형 영화관(2013.5~)등의 외식 업장에 대해서도 자율적으로 영양표시를 하도록 하고 있으며, 외식업장을 대상으로 영양표시 가이드라인을 제공하고 있다.^[14]

식품의약품안전처는 2020년 6월 ‘어린이 식생활안전관리 특별법’ 시행령 일부개정안을 입법 예고하였다. 주요 개정 내용은 식품의 영양성분 등을 표시하여야 하는 대상 영업자를 현재 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」에 따른 점포 수 100개 이상인 가맹사업에서 50개 이상인 가맹사업으로 확대하는 것이다. 이는 소비자가 식품접객업소에서 영양 및 알레르기 정보를 확인하고 건강한 소

비할 수 있는 환경을 조성하고자 하는 취지이다.^[15]

이처럼 외식 영양표시의 중요성이 높아지고 있는데 최근 온라인을 통한 식품 구매가 확대됨에 따라 식품의약품안전처는 2020년 12월 피자 등 주로 어린이 기호식품을 조리 및 판매하는 식품접객업소에서 온라인(누리집, 배달앱)으로 메뉴를 주문할 때 영양성분과 알레르기 정보를 확인할 수 있도록 하였다. 영양표시의 무대상 업장은 햄버거(5개사), 피자(17개사), 제과·제빵(8개사), 아이스크림류(1개사) 총 31개사이며, 온라인에서 열량, 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨의 영양성분 정보와 알레르기를 유발할 수 있는 식품의 정보를 제공하고 있다.^[16]

3) 국내 외식 영양표시 관련 소비자 연구 실태

질병관리청에서 실시한 지역사회건강조사 ‘2020 지역건강통계 한눈에보기^[17]’에 따르면 전국 시·군·구를 대상으로 국내 영양표시 활용률을 조사한 결과 중앙값은 83.2%로 2019년에 81.1%였던 것에 비해 2.1% 증가하는 모습을 나타냈다.

제주의 경우 최근 3년간 영양표시 활용률의 변화를 보면 2018년 79.4%, 2019년 82.9%, 2020년 87.3%로 매년 증가하였으며, 2020년에는 국내 17개의 지역 중 제주가 세 번째로 영양표시 활용률이 높은 것으로 나타났다. 전국적으로 국민의 영양표시 활용률이 높아지고 있기에 소비자의 영양표시에 대한 인식과 이용이 더욱 증가한다면 영양표시는 올바른 식품 선택을 위한 교육자료로 잘 활용될 수 있음을 예측할 수 있다. 따라서 영양표시 인식 및 활용을 높이기 위해서는 적극적인 교육과 홍보방안의 마련이 필요하다.^[18]

고객을 대상으로 영양표시에 대해 인지하고 있는지를 조사한 연구 결과 햄버거 & 피자점 방문 고객의 영양표시 인지 및 활용을 조사한 연구^[19]에서는 전체 응답자의 64.6%가 햄버거 & 피자점 메뉴의 영양표시를 본 적이 있다고 응답하였으며, 55.5%가 영양표시를 읽지 않는 비율로 나타났다.

외식 영양표시를 확인 및 확인하지 않는 이유를 조사한 연구 결과 영양표시를 확인하는 이유는 건강 유지에 도움을 준다고 생각하는 사람이 가장 많았으며, 확인하지 않는 이유는 식품 영양표시에 관심이 없어서의 응답이 가장 많은 것으로

조사되었다.^{[20],[21]}

외식 영양표시에 대한 소비자의 인지도 및 만족도를 조사한 연구^[22]에서는 대구, 경북 지역에 거주하는 20대 이상 성인을 대상으로 현행 표시제도의 시행 실태에 대해서는 5점 만점에 평균 2.73 수준으로 실태에 문제점이 많다고 지적하였다. 특히 영양표시내용의 글자 크기가 적당하지 못하다는 불만이 가장 컸다. 표시제도의 필요성에 대한 인식 정도는 필요성을 높게 인식하고 있었으며 학력 수준이 높을수록 그 필요성을 더 강하게 인식하여 관련 지식과 정보가 상대적으로 많은 집단에서 오히려 더 제도와 법의 적용에 대한 요구가 높은 것으로 나타났다.

외식 영양표시에 대한 필요성에 관한 연구^[24]를 보면 고객은 외식 영양표시에 대한 필요성에 동의하고 있었으며, 영양 정보를 표시하는 경우 지방과 콜레스테롤에 대한 관심도가 특히 높았다. 다음으로 열량, 나트륨, 비타민, 단백질, 탄수화물 순으로 높은 관심도를 보였다.

반면 패스트푸드점에서 영양성분이 표시되기를 희망하는 항목은 전체 응답자의 66.3%가 ‘열량’을 표시하기를 희망하였으며 ‘나트륨’, ‘트랜스지방’ 순으로 나타났다.^[8]

외식에서의 영양표시가 영향을 미치는지 조사한 연구를 보면 영양 정보표시의 이용과 속성에 대한 소비자의 인식 연구^[25]에서는 대상자 대부분이 외식 영양 정보표시 이용 행동이 메뉴 선택에 영향을 미칠 것이라고 응답하였으며, 외식 영양 정보표시 행동이 향후 이용 의도의 양(+)의 영향을 미친다고 분석하였다.

영양표시가 메뉴 선택에 미치는 영향에 대한 연구^[23]에서는 외식 업체들의 영양표시를 보고 건강 메뉴로 바꾸어 선택하겠다는 응답자가 전체 87.8%로 대다수를 차지하였고, 건강과 영양을 고려하여 개발된 신메뉴라고 해도 맛이 없다면 구매 의사가 낮은 것으로 보였다.

외식에서의 영양표시에 대한 요구가 높아짐에 따라 10-50대 이상을 대상으로 조사한 연구^[12]에서는 사용률이 급증하고 있는 SNS, 인터넷 등 온라인을 통한 외식 영양표시 제공을 활성화하는 것도 바람직할 것이라고 시사했다.

2. 프랜차이즈 햄버거

1) 패스트푸드 정의

패스트푸드란 주문하면 음식이 곧바로 제공되는 신속성이 특징이며 바쁘게 생활하는 현대인들에게 먹기 간편하고 비교적 저렴한 가격에 판매할 목적으로 개발된 음식을 말한다.^[26]

또, 영양적으로 불균형한 경우가 많고 점포에서 먹거나 배달 또는 포장해 가기 간편한 음식들을 말한다. 서구에서부터 시작된 이 개념은 주로 햄버거, 피자, 샌드위치, 타코류 등의 음식들을 간편하고 빠르게 제공하는 체인 레스토랑이 생겨나면서 확립되었고 이들이 다국적 기업 형태로 발달하며 전 세계로 확산되고 있다.^[27]

패스트푸드는 주로 육류 가공식품으로 주요 영양소가 부족할 뿐만 아니라, 고열량, 고지방, 고나트륨 등으로 인한 영양 불균형을 초래하여 국민건강 식생활에 부정적인 영향을 미치고 있다.^[2]

2) 프랜차이즈 햄버거 시장 현황

패스트푸드라는 용어는 1979년 롯데리아가 개장하면서 처음 사용되기 시작하여 국가 간 교류 증가로 외국계 브랜드 맥도날드, KFC, 버거킹 등이 유입되면서 점차 일상적으로 사용되게 되었다. 치열한 외식시장에서 위축되지 않고 성장하고 있는 2019년 현재 패스트푸드 산업 현황의 특징으로는 세계 시장의 흐름에 맞춰 마케팅 전략을 파악하고 빠르게 대응했기 때문에 가능했을 것이다. 끊임없는 신메뉴 개발과 이미지 개선 및 상권이 좋은 대형 상가에 신규 점포 개설, 물가 상승에도 가격할인을 하면서 타 업종과의 제휴도 활발하게 나타나고 있다.^[28]

코로나 19로 인해 대부분의 외식업이 침체 현상을 겪고 있음에도 불구하고 햄버거 프랜차이즈점들의 경우에는 사회적 거리 두기 시행으로 인한 배달 매출의 상승, 키오스크 도입, 신규 메뉴의 꾸준한 출시 등으로 인해 위기 극복이 가능했다

는 것으로 보고 있다.^[5]

이외에도 프랜차이즈 햄버거 점포는 경쟁력을 높이기 위해 프리미엄 메뉴 출시 및 디저트군 확대, 배달 서비스 강화, 24시간 매장 운영, 드라이브스루 등으로 고객 집객력을 높이기 위해 여러 노력을 보이고 있다.^[28]

3) 프랜차이즈 햄버거 구매 관련 소비자 연구 실태

2020년 통계청에서 실시한 청소년건강행태조사^[29] 중 ‘주3회 이상 패스트푸드 섭취율’ 조사에 따르면 전체 대상자의 25.4%가 주 3회 이상 패스트푸드를 섭취한다고 응답하였으며, 남학생은 27.0%, 여학생은 23.6%로 조사되었다.

소비자를 대상으로 프랜차이즈 햄버거 구매 빈도를 연구^[30]한 결과에 따르면 대학생은 63%가 한 달에 1회 이상 패스트푸드점을 이용하였고, 70%가 햄버거나 치킨 등 열량이 높은 패스트푸드를 선호하였다.

‘2019 식품소비행태조사 보고서^[31]’에 따르면 소비자의 외식 시 음식점 선택 기준은 음식의 맛(45.6%), 음식의 위생 상태(15.8%), 음식의 가격(12.9%) 순으로 나타났으며, 프랜차이즈 햄버거 점포를 이용하는 이유를 연구^[19]한 결과 ‘맛이 있어서(45.7%)’, ‘바쁘고 시간이 없어서(25.1%)’ 순으로 나타났다. 대부분의 소비자들은 음식의 맛을 가장 중요시하며 편리성과 간편성을 추구하여 프랜차이즈 햄버거 점포를 이용하는 것으로 나타났다.

대학생의 프랜차이즈 햄버거 메뉴 선택 시 고려하는 사항을 연구^[5] 결과 프로모션(할인행사 or 이벤트)이 있는 메뉴, 양이 많은 메뉴, 가격이 저렴한 메뉴 순으로 고려하는 것으로 분석되었다.

Ⅲ. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 제주지역에 거주 중인 20대 성인 305명을 대상으로 2022년 3월 28일부터 4월 17일까지 직접기입법에 의한 온라인 설문조사를 실시하였다. 총 305부의 설문지가 회수되었으며, 온라인 설문 시작 전 연구 참여 동의 여부에 미동의를 한 설문지 3부를 제외한 총 302부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

본 연구는 제주대학교 생명윤리심의위원회의 승인을 거친 후 수행하였다 (JJNU-IRB-2022-021).

2. 조사내용 및 방법

본 연구에 사용된 설문지는 기존의 선행연구를 기초로 하여 본 연구의 목적에 적합하도록 문항을 수정·보완하여 재구성하였다. 설문지는 조사대상자가 온라인 상에서 직접 기입하는 방식으로 작성하도록 하였으며 조사내용은 다음과 같다.

1) 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반사항은 성별, 연령, 키, 체중, 최종학력, 직업, 결혼 여부, 거주 형태, 월 소득(용돈 포함), 월평균 식비의 총 10문항으로 구성하였다.

조사대상자의 체질량지수(body mass index. BMI)는 몸무게(kg)를 키의 제곱(m^2)으로 나눈 값으로 대한비만학회 비만 진료지침 2018 기준으로 $18.5kg/m^2$

미만이 저체중, 18.5-22.9kg/m² 정상, 23-24.9kg/m² 비만 전 단계 (과체중), 25kg/m² 이상이 비만으로 분류하였다.

2) 영양표시

영양표시는 영양표시 인지 여부, 영양표시를 알게 된 경로, 영양표시 확인 여부, 영양표시 확인 이유, 영양표시 중 우선 확인 항목, 영양표시를 본 장소, 영양표시를 확인하지 않는 이유, 영양표시 항목 이해(8문항)를 조사하였고 총 15문항으로 구성하였다. 영양표시 항목 이해의 각 항목에 대하여 ‘그렇다’, ‘아니다’, ‘모르겠다’로 구분하여 응답하도록 하였다. 정답일 경우 1점, 오답이거나 ‘모르겠다’로 체크했을 경우 0점을 주어 총 8점 만점으로 조사하였으며, 점수가 높을수록 영양표시의 항목에 대한 이해가 높게 평가하였다.

3) 프랜차이즈 햄버거 이용실태

프랜차이즈 햄버거 구매 경험 여부, 이용 이유, 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 횟수, 이용 시간, 이용 방법, 이용 시 동반자, 프랜차이즈 햄버거 선택 시 고려사항, 프랜차이즈 햄버거 점포 1회 방문 시 평균 지출 비용, 월평균 지출 비용, 프랜차이즈 햄버거를 구매하지 않는 이유의 총 15문항으로 구성하였다. 프랜차이즈 햄버거 선택 시 고려하는 사항을 분석하기 위해 항목은 맛, 가격, 영양성분, 서비스, 브랜드, 양으로 구성하였다.

4) 프랜차이즈 햄버거 영양표시

프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해(7문항), 주관적 견해(3문항), 프랜차이즈 햄버거 구매 시 영양표시 확인 여부, 영양표시 확인하는 이유, 영양표시 중 우선 확인 항목, 영양표시를 확인하지 않는 이유, 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시 필요성, 영양표시 위치의 총 16문항으로 구성하였다.

프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해는 프랜차이즈 햄버거업장 홈페이지

이지의 영양표시(Fig 1)를 주고 각 항목에 대하여 ‘그렇다’, ‘아니다’, ‘모르겠다’로 구분하여 응답하도록 하였다. 정답일 경우 1점, 오답이거나 ‘모르겠다’로 체크했을 경우 0점을 주어 총 7점 만점으로 조사하였으며, 점수가 높을수록 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 이해가 높게 평가하였다.

빅맥 영양성분		
1회 제공량 1개(267g)		
총 1회 제공량 (267g)		
1회 제공량 당 함량	(%)영양소기준치	
열량	608kcal	
당류	9g	9%
단백질	28g	52%
포화지방	11g	74%
나트륨	982mg	49%

%영양소기준치 : 1일 영양소 기준치에 대한 비율

Fig 1) 프랜차이즈 햄버거 업장 홈페이지 영양표시 예시

5) 영양표시가 프랜차이즈 햄버거 구매에 미치는 영향

영양표시가 프랜차이즈 햄버거 구매에 미치는 영향에 관한 문항은 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도(8문항), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 구매 의사(6문항)의 총 14문항으로 구성하였다. 각 문항에 대해(1점 : 전혀 아니다, 5점 : 매우 그렇다)의 Likert 5점 척도를 사용하여 분석하였다.

3. 조사 분석 및 통계 처리

본 연구의 자료는 SPSS Win Program (ver 26.0) 이용하여 분석하였다.

첫째, 조사대상자의 일반사항과 프랜차이즈 햄버거 이용실태를 알아보기 위하여 빈도분석(빈도, 퍼센트)을 실시하였다.

둘째, 조사대상자의 영양표시 항목 이해, 프랜차이즈 햄버거 구매 시 고려사항, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 주관적 견해, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도 및 구매 의사에 대해 기술통계(평균, 표준편차)를 실시하였다.

셋째, 조사대상자의 영양표시 인지 여부(활용, 영양표시 항목 이해, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해, 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시 활용, 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시 필요 여부, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도 및 구매 의사)에 따른 차이를 보기 위하여 분석하기 위해 카이제곱(X^2) 검정과 독립 T검정, 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 일원배치 분산분석에서 유의한 차이가 있는 경우 Duncan's multiple range test 사후검정을 실시하였다.

넷째, 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 관계를 알아보기 위해 상관분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반사항은 [Table 1]과 같으며, 조사대상자의 성별은 남성 45.7%, 여성이 54.3%로 여성의 비율이 더 높게 나타났고, 연령은 23-26세(20대 중반) 45.4%, 27-29세(20대 후반) 37.1%, 20-22세(20대 초반) 17.5% 순으로 나타났다.

조사대상자의 체질량지수(body mass index, BMI)는 정상 44.0%, 비만 30.1%, 과체중 21.9%, 저체중 4% 순으로 나타났다. 최종학력은 대학 졸업 79.1%, 고등학교 졸업 11.9%, 대학원 졸업이 8.9% 순으로 나타났으며, 직업은 대학(원)생 39.1%, 회사원 29.5%, 자영업 7.3%, 무직(주부, 취준생) 19.2%, 기타 5.0%로 나타났다.

조사대상자의 결혼 여부는 기혼 7.0%, 미혼 93.0%로 나타났으며, 거주 형태는 자택이 60.3%로 가장 높았고, 자취 28.8%, 기숙사 10.9% 순으로 나타났다. 월소득(용돈 포함)은 200만원 이상 29.8%, 50만원 미만 25.5%, 100-200만원 미만 22.8%, 50-100만원 미만 21.9% 순으로 나타났다. 월평균 식비는 20-50만원 미만 43.0%, 20만원 미만 26.5%, 50-80만원 미만 19.9%, 80만원 이상 10.6% 순으로 나타났다.

Table 1. 조사대상자의 일반사항

(N=302)

구분		N(%)
성별	남성	138(45.7)
	여성	164(54.3)
연령	20-22세	53(17.5)
	23-26세	137(45.4)
	27-29세	112(37.1)
BMI	저체중	12(4.0)
	정상	133(44.0)
	과체중	66(21.9)
	비만	91(30.1)
최종학력	고등학교 졸업	36(11.9)
	대학 졸업	239(79.1)
	대학원 졸업	27(8.9)
직업	대학(원)생	118(39.1)
	회사원	89(29.5)
	자영업	22(7.3)
	무직(주부, 취준생)	58(19.2)
	기타	15(5.0)
결혼 여부	미혼	281(93.0)
	기혼	21(7.0)
거주 형태	기숙사	33(10.9)
	자취	87(28.8)
	자택	182(60.3)
월 소득	50만원 미만	77(25.5)
	50-100만원 미만	66(21.9)
	100-200만원 미만	69(22.8)
	200만원 이상	90(29.8)
월평균 식비	20만원 미만	80(26.5)
	20-50만원 미만	130(43.0)
	50-80만원 미만	60(19.9)
	80만원 이상	32(10.6)

2. 영양표시 인지 및 활용

1) 영양표시 인지 여부

조사대상자의 영양표시 인지 여부를 조사한 결과 [Table 2] ‘알고 있음’ 이 83.4%, ‘모름’ 이 16.6%로 나타났다. 충북 지역 일부 대학생을 대상으로 조사한 연구^[7] 에서 조사대상자의 80.2%가 식품의 영양표시를 인지하는 것으로 나타나 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

성별에 따른 영양표시 인지 여부 분석 결과 여성(60.7%)이 남성(39.3%) 보다 영양표시 인지 비율이 높게 나타났으며, 영양표시를 인지하지 않는 경우 남성(78.0%), 여성(22.0%)로 남성의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다.($p < 0.001$),

연령은 23-26세(44.4%), 27-29세(40.1%), 20-22세(15.5%) 순으로 나타났으며, 영양표시를 인지하지 않는 경우 23-26세(50.0%), 20-22세(28.0%), 27-29세(22.0%) 순으로 비율이 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

체질량지수(BMI)는 정상(45.6%), 비만(29.4%), 과체중(20.6%) 순으로 나타났으며 유의적인 차이가 없었다.

최종학력에 따른 영양표시 인지 여부 분석 결과 대학 졸업(78.6%)이 영양표시를 가장 잘 인지하는 것으로 나타났으나 유의적인 차이는 없었다.

이 외에 직업, 결혼 여부, 거주 형태, 월 소득, 월평균 식비 항목에서도 영양표시 인지 여부에 대해 유의적인 차이를 나타낸 것은 없었다.

조사대상자의 영양표시를 알게 된 경로를 조사한 결과 [Table 3] 학교 수업(53.6%), 대중매체(42.9%), 친구(지인)(3.6%) 순으로 나타났다.

Table 2. 조사대상자의 영양표시 인지 여부

구분	인지 여부		P-value	
	알고 있음	모름		
성별	남성	99(39.3)	39(78.0)	0.000***
	여성	153(60.7)	11(22.0)	
연령	20-22세	39(15.5)	14(28.0)	0.021*
	23-26세	112(44.4)	25(50.0)	
	27-29세	101(40.1)	11(22.0)	
BMI	저체중	11(4.4)	1(2.0)	0.424
	정상	115(45.6)	18(36.0)	
	과체중	52(20.6)	14(28.0)	
	비만	74(29.4)	17(34.0)	
최종학력	고등학교 졸업	28(11.1)	8(16.0)	0.127
	대학 졸업	198(78.6)	41(82.0)	
	대학원 졸업	26(10.3)	1(2.0)	
직업	대학(원)생	97(38.5)	21(42.0)	0.806
	회사원	75(29.8)	14(28.0)	
	자영업	19(7.5)	3(6.0)	
	무직(주부, 취준생)	47(18.7)	11(22.0)	
	기타	14(5.6)	1(2.0)	
결혼 여부	미혼	237(94.0)	44(88.0)	0.125
	기혼	15(6.0)	6(12.0)	
거주 형태	기숙사	26(10.3)	7(14.0)	0.152
	자취	68(27.0)	19(38.0)	
	자택	158(62.7)	24(48.0)	
월 소득	50만원 미만	65(25.8)	12(24.0)	0.838
	50-100만원 미만	53(21.0)	13(26.0)	
	100-200만원 미만	57(22.6)	12(24.0)	
	200만원 이상	77(30.6)	13(26.0)	
월평균 식비	20만원 미만	72(28.6)	8(16.0)	0.126
	20-50만원 미만	109(43.3)	21(42.0)	
	50-80만원 미만	45(17.9)	15(30.0)	
	80만원 이상	26(10.3)	6(12.0)	
Total		252(83.4)	50(16.6)	

* p<0.05, *** p<0.001

Table 3. 조사대상자의 영양표시를 알게 된 경로

		N(%)
구분		N(%)
영양표시 알게 된 경로 (n=252)	학교 수업	135 (53.6)
	대중매체	108 (42.9)
	친구(지인)	9 (3.6)

2) 영양표시 활용

영양표시 활용 분석 결과 [Table 4] 성별에 따라서 식품 선택 시에 영양표시 확인 여부는 ‘확인하지 않음’ 에서 남성(38.4%)이 여성(17.7%)에 비해 높게 나타났으며 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

영양표시를 확인하는 이유는 ‘체중 관리’ 에서 남성(30.6%)에 비해 여성(51.9%)의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.01$)

영양표시를 본 장소는 ‘편의점’ 이 남성(41.7%), 여성(38.5%)로 가장 높게 나타났으며, ‘카페’ 는 남성(6.7%)에 비해 여성(11.8%)의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

식품 선택 시 영양표시 중 우선으로 확인하는 항목 중 ‘열량’ 이 남성(43.5%), 여성(53.3%)의 비율로 가장 높게 나타났으며, ‘열량’ 다음으로 남성은 ‘단백질(22.4%)’ 여성은 ‘당류(23.7%)’ 의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

연령에 따른 분석 결과 식품 선택 시에 영양표시 확인 여부는 27-29세의 ‘가끔 확인(73.2%)’ 의 비율이 가장 높게 나타났으며, ‘항상 확인(13.4%)’ , ‘확인하지 않음(13.4%)’ 의 비율이 동일하게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

영양표시를 확인하는 이유는 ‘타사 제품 비교’ 에서 23-26세(25.3%)의 비율이 다른 연령대에 비해 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

영양표시를 본 장소는 ‘편의점’ 이 20-22세(43.9%), 23-26세(44.3%)로 높게 나타났으며, ‘마트’ 는 27-29세(35.3%)의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

Table 4. 성별 및 연령에 따른 영양표시 활용 여부

항목	성별		P-value	연령			P-value	N(%)
	남성	여성		20-22세	23-26세	27-29세		
식품 선택 시 영양표시 확인 여부 (n=302)			0.000***				0.000***	
항상 확인	13(9.4)	26(15.9)		3(5.7)	21(15.3)	15(13.4)		
가끔 확인	72(52.2)	109(66.5)		29(54.7)	70(51.1)	82(73.2)		
확인하지 않음	53(38.4)	29(17.7)		21(39.6)	46(33.6)	15(13.4)		
영양표시 확인 이유 (n=220)								
건강관리	17(20.0)	15(11.1)	0.009**	4(12.5)	14(15.4)	14(14.4)	0.020*	
체중관리	26(30.6)	70(51.9)		12(37.5)	35(38.5)	49(50.5)		
타사 제품 비교	20(23.5)	16(11.9)		4(12.5)	23(25.3)	9(9.3)		
영양성분 확인	20(23.5)	33(24.4)		10(31.3)	18(19.8)	25(25.8)		
기타	2(2.4)	1(0.7)		2(6.3)	1(1.1)	0(0.0)		
영양표시 미확인 이유 (n=82)								
관심 없음	29(54.7)	13(44.8)		10(47.6)	23(50.0)	9(60.0)		
무엇인지 모름	5(9.4)	0(0.0)	0.258	2(9.5)	3(6.5)	0(0.0)	0.788	
표시가 작아 읽기 어려움	1(1.9)	1(3.4)		0(0.0)	2(4.3)	0(0.0)		
습관적으로 구매 어떻게 활용해야 할지 몰라서	16(30.2)	12(41.4)		7(33.3)	15(32.6)	6(40.0)		
	2(3.8)	3(10.3)		2(9.5)	3(6.5)	0(0.0)		

영양표시를 본 장소 ¹⁾ (n=477)							
음식점	25(15.3)	39(12.4)	0.000***	6(9.1)	20(11.4)	38(16.2)	0.000***
마트	57(35.0)	116(36.9)		27(40.9)	63(35.8)	83(35.3)	
편의점	68(41.7)	121(38.5)		29(43.9)	78(44.3)	82(34.9)	
카페	11(6.7)	37(11.8)		2(3.0)	15(8.5)	31(13.2)	
본 적이 없음	2(1.2)	1(0.3)		2(3.0)	0(0.0)	1(0.4)	
식품 선택 시 영양표시 중요 항목 (n=220)							
열량	37(43.5)	72(53.3)	0.000***	16(50.0)	38(41.8)	55(56.7)	0.653
나트륨	9(10.6)	7(5.2)		3(9.4)	6(6.6)	7(7.2)	
탄수화물	4(4.7)	6(4.4)		1(3.1)	5(5.5)	4(4.1)	
당류	4(4.7)	32(23.7)		4(12.5)	19(20.9)	13(13.4)	
단백질	19(22.4)	8(5.9)		6(18.8)	11(12.1)	10(10.3)	
지방	12(14.1)	10(7.4)		2(6.3)	12(13.2)	8(8.2)	

¹⁾ 중복 선택 가능

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

3) 영양표시 항목 이해

조사대상자의 영양표시 항목 이해의 총점과 문항별 정답률은 [Table 5]과 같다. 총 8점 만점으로 평균 점수는 5.03점으로 나타났다.

‘영양표시는 식품표시항목 중의 하나로서 식품에 함유된 영양소의 종류와 함량 등을 표시한 것이다.’, ‘제품의 열량은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.’, ‘나트륨은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.’ 문항이 80% 이상의 정답률을 보였고, ‘비타민류는 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.’, ‘칼슘은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.’ 문항이 45% 이하의 낮은 정답률을 보였다.

평균 점수를 기준 ‘높은 집단’ (5점 이상), ‘낮은 집단’ (5점 미만)으로 분류하여 조사대상자의 영양표시 항목 이해에 따른 일반사항을 분석한 결과 [Table 6] 영양표시 항목 이해가 낮은 집단(57.0%)은 영양표시 항목 이해가 높은 집단(43.0%)에 비해 높게 나타났다.

성별에 따른 영양표시 항목 이해가 높은 집단에서는 55.4%, 영양표시 항목 이해가 낮은 집단은 53.5%로 모두 여성의 비율이 높게 나타났으며, 남성의 경우 영양표시 항목 이해가 높은 집단은 44.6%, 영양표시 항목 이해가 낮은 집단은 46.5%로 나타나 유의적인 차이가 없었다.

조사대상자의 최종학력은 영양표시 항목 이해가 높은 집단에서는 대학 졸업(77.7%), 대학원 졸업(14.6%), 고등학교 졸업(7.7%) 순으로 나타났으며, 영양표시 항목 이해가 낮은 집단에서는 대학 졸업(80.2%), 고등학교 졸업(15.1%), 대학원 졸업(4.7%) 순으로 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.01$)

조사대상자의 직업에서 영양표시 항목 이해가 높은 집단에서는 대학(원)생(46.9%)로 가장 높게 나타났으며, 영양표시 항목 이해가 낮은 집단에서는 대학(원)생(33.1%), 회사원(31.4%), 무직(주부, 취준생)(20.3%) 순으로 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

조사대상자의 거주 형태는 영양표시 항목 이해가 높은 집단에서는 자택(50.8%), 영양표시 항목 이해가 낮은 집단에서는 자택(67.4%) 비율이 높게 나타났으며 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

이 밖의 다른 항목에서는 유의적인 차이가 나타나지 않았다.

Table 5. 조사대상자의 영양표시 항목 이해

(N=302)	
문항	정답률 (%)
Q1. 영양표시는 식품표시항목 중의 하나로서 식품에 함유된 영양소의 종류와 함량 등을 표시한 것이다.	86.4
Q2. 제품의 열량은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	83.4
Q3. 트랜스지방은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	64.6
Q4. 나트륨은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	80.1
Q5. 칼슘은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	32.8
Q6. 비타민류는 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	40.7
Q7. ‘무지방’ , ‘고칼슘’ 등과 같이 영양 강조표시를 하려는 식품에는 영양표시를 의무적으로 해야 한다.	54.6
Q8. ‘칼로리0’ 과 같은 표시는 제품 속에 이 성분이 하나도 함유되지 않음을 뜻한다.	60.3
평균 점수 ¹⁾	5.03±2.12 ²⁾

¹⁾ 영양표시 항목 이해의 점수 기준 : 8점 만점(정답 1점/문항, 오답 0점/문항)

²⁾ Mean±SD

Table 6. 영양표시 항목 이해에 따른 일반사항

(N=302)

구분	영양표시 항목 이해(8점 만점)		P-value	
	높음 (5점 이상)	낮음 (5점 미만)		
성별	남성	58(44.6)	0.743	
	여성	72(55.4)		
연령	20-22세	18(13.8)	0.318	
	23-26세	63(48.5)		
	27-29세	49(37.7)		
BMI	저체중	2(1.5)	0.226	
	정상	61(46.9)		
	과체중	26(20.0)		
	비만	41(31.5)		
최종학력	고등학교 졸업	10(7.7)	0.003**	
	대학 졸업	101(77.7)		
	대학원 졸업	19(14.6)		
직업	대학(원)생	61(46.9)	0.044*	
	회사원	35(26.9)		
	자영업	9(6.9)		
	무직(주부, 취준생)	23(17.7)		
	기타	2(1.5)		
결혼 여부	미혼	122(93.8)	0.635	
	기혼	8(6.2)		
거주 형태	기숙사	18(13.8)	0.013*	
	자취	46(35.4)		
	자택	66(50.8)		
월 소득	50만원 미만	33(25.4)	0.156	
	50-100만원 미만	36(27.7)		
	100-200만원 미만	28(21.5)		
	200만원 이상	33(25.4)		
월평균 식비	20만원 미만	37(28.5)	0.132	
	20-50만원 미만	61(46.9)		
	50-80만원 미만	24(18.5)		
	80만원 이상	8(6.2)		
Total		130(43.0)	172(57.0)	

* p<0.05, ** p<0.01

3. 프랜차이즈 햄버거 점포 이용실태

1) 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 특성

조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 특성을 조사한 결과 [Table 7] 조사대상자의 98.0%가 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 경험이 있다고 응답하여 매우 높게 나타났다.

조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 이유는 ‘맛이 좋아서(49.0%)’, ‘식사 준비가 번거로워서(17.2%)’, ‘음식이 빨리 나와서(16.6%)’ 순으로 나타났다.

조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 횟수는 ‘월 2-3회(42.7%)’, ‘월 1회 이하(39.7%)’, ‘주 1-2회(13.2%)’ 순으로 나타났으며, 이용 시간은 ‘점심(42.1%)’, ‘저녁(34.8%)’, ‘야식(11.6%)’ 순으로 나타났다.

조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 방법은 ‘매장(32.8%)’, ‘배달(25.5%)’, ‘포장(22.2%)’ 순으로 나타났으며, 이용 시 동반자는 ‘친구(36.1%)’, ‘혼자(35.8%)’, ‘가족(배우자)(21.9%)’ 순으로 나타났다.

조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 점포 1회 방문 시 평균 지출 비용은 ‘5천원-1만원 미만(69.5%)’ 이 가장 높은 비율을 보였으며, 월평균 지출 비용은 ‘1-3만원 미만(34.4%)’, ‘3-5만원 미만(28.5%)’, ‘1만원 미만(24.2%)’ 순으로 나타났다.

Table 7. 조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 특성

		N(%)
구분		N(%)
이용 경험 여부 (n=302)	네	296(98.0)
	아니오	6(2.0)
이용 이유 (n=296)	음식이 빨리 나와서	50(16.6)
	맛이 좋아서	148(49.0)
	식사 준비가 번거로워서	52(17.2)
	가격이 저렴해서	21(7.0)
	기타	25(8.3)
이용 횟수 (n=296)	월 1회 이하	120(39.7)
	월 2~3회	129(42.7)
	주 1~2회	40(13.2)
	주 3회 이상	7(2.3)
이용 시간 (n=296)	아침	5(1.7)
	점심	127(42.1)
	저녁	105(34.8)
	야식	35(11.6)
	간식	24(7.9)
이용 방법 (n=296)	매장	99(32.8)
	포장	67(22.2)
	배달	77(25.5)
	드라이브스루	53(17.5)
이용 시 동반자 (n=296)	혼자	108(35.8)
	가족(배우자)	66(21.9)
	친구	109(36.1)
	직장동료	13(4.3)
1회 방문 시 평균 지출 비용 (n=296)	5천원 미만	24(7.9)
	5천원-1만원 미만	210(69.5)
	1만원 이상	62(20.5)
월평균 지출 비용 (n=296)	1만원 미만	73(24.2)
	1-3만원 미만	104(34.4)
	3-5만원 미만	86(28.5)
	5만원 이상	33(10.9)

2) 프랜차이즈 햄버거 구매 시 고려사항

조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 구매 시 고려하는 사항에 대해 분석한 결과 [Table 8] 성별에 따라서 남성(3.44점), 여성(3.59점)으로 모두 맛을 가장 고려하는 것으로 나타났다. 남성의 경우 맛(3.44점), 가격(3.18점), 양(3.07점), 브랜드(2.96점), 서비스(2.67점), 영양성분(2.10점) 순으로 고려하는 것으로 나타났으며, 여성의 경우 맛(3.59점), 가격(3.18점), 브랜드(3.10점), 양(2.88점), 서비스(2.68점), 영양성분(2.06점) 순으로 나타났다.

성별에 따른 분석 결과 ‘맛’은 남성(3.44점)에 비해 여성(3.59점)이 높게 나타났고, ‘양’은 남성(3.07점)이 여성(2.88점)에 비해 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

대학생의 패스트푸드 소비행태에 관한 연구^[32] 결과를 보면 패스트푸드 선택요인에서 남·여 대학생 평균 맛(62.8%)이 가장 높은 비율을 나타냈으며, 기타(17.1%), 가격(11.8%), 브랜드(7.8%), 영양(0.5%) 순으로 나타나 본 연구 결과와 유사한 결과를 보였다.

연령에 따른 분석 결과를 살펴보면 20-22세(3.56점), 23-26세(3.56점), 27-29세(3.46점) 모두 맛을 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났으며, 영양성분을 가장 고려하지 않는 것으로 나타났다.

‘가격’은 20-22세(3.33점)과 23-26세(3.25점)는 27-29세(3.02점)에 비해 높게 나타났으며, ‘양’은 23-26세(3.07점)이 20-22세(2.96점), 27-29세(2.83점)에 비해 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

Table 8. 조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 구매 시 고려사항

항목	성별		P-value	연령			P-value
	남성 (n=134)	여성 (n=162)		20-22세 (n=52)	23-26세 (n=135)	27-29세 (n=109)	
맛	3.44±0.64	3.59±0.51	0.027*	3.56±0.57	3.56±0.54	3.46±0.62	0.335
가격	3.18±0.73	3.18±0.63	0.999	3.33±0.68 ^b	3.25±0.69 ^b	3.02±0.65 ^a	0.006**
영양성분	2.10±0.83	2.06±0.74	0.638	2.08±0.81	2.07±0.74	2.09±0.81	0.984
서비스	2.67±0.80	2.68±0.76	0.935	2.52±0.73	2.68±0.79	2.74±0.78	0.229
브랜드	2.96±0.79	3.10±0.69	0.114	3.13±0.66	3.01±0.73	3.03±0.79	0.566
양	3.07±0.71	2.88±0.73	0.028*	2.96±0.74 ^{ab}	3.07±0.67 ^b	2.83±0.76 ^a	0.036*
Total	2.90±0.46	2.92±0.38	0.814	2.93±0.41	2.94±0.38	2.86±0.45	0.309

4점 척도 : 항상 고려한다 (4점), 전혀 고려하지 않는다 (1점)

a,b,ab : Duncan's multiple range test

* p<0.05, ** p<0.01

4. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 이해

1) 객관적 이해

프랜차이즈 영양표시에 대한 객관적 이해의 총점과 문항별 정답률은 [Table 9]과 같다. 총 7점 만점으로 평균 점수는 5.27점으로 나타났다.

‘햄버거 1개의 총량은 267g이다.’, ‘햄버거 1회 섭취 열량은 608kcal이다.’, ‘햄버거 1개에는 포화지방이 11g 함유되어 있다.’ 문항이 80% 이상의 정답률을 보였고, ‘햄버거 1개를 섭취한다면, 1일 나트륨 섭취 권장량의 절반 이상의 나트륨을 섭취하는 것이다.’ 문항이 가장 낮은 정답률을 보였다.

평균 점수 기준으로 ‘높은 집단’ (5점 이상), ‘낮은 집단’ (5점 미만)으로 분류하여 조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해에 따른 일반사항을 분석한 결과 [Table 10] 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 높은 집단은 62.9%, 객관적 이해가 낮은 집단은 37.1%로 나타났다.

성별에 따른 분석 결과 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 높은 집단에서는 여성이 60.5%, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 낮은 집단에서는 남성이 56.3%로 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

조사대상자의 최종학력은 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 높은 집단에서는 대학 졸업(81.1%), 대학원 졸업(13.2%), 고등학교 졸업(5.8%) 순으로 나타났으며, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 낮은 집단에서는 대학 졸업(75.9%), 고등학교 졸업(22.3%), 대학원 졸업(1.8%) 순으로 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

조사대상자의 결혼 여부는 미혼이 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 높은 집단에서는 95.3%, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 낮은 집단에서는 89.3%로 비율이 높게 나타났으나 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 낮은 집단에서 기혼(10.7%) 비율이 비교적 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

조사대상자의 거주 형태는 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 높은 집단에서 55.3%, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 낮은 집단에서

68.8%로 모두 자택의 비율이 높게 나타났으며, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 높은 집단에서 기숙사(14.2%)로 비교적 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

조사대상자의 월평균 식비는 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 높은 집단에서는 20-50만원 미만 43.2%, 20만원 미만 32.6% 순으로 나타났으며, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해가 낮은 집단에서는 20-50만원 미만 42.9%, 50-80만원 미만 28.6% 순으로 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

이 밖의 다른 항목에서는 유의적인 차이가 나타나지는 않았다.

Table 9. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해

(N=302)	
문항	정답률 (%)
Q1. 햄버거 1개의 총량은 267g이다.	85.1
Q2. 햄버거 1회 섭취 열량은 608kcal이다.	87.7
Q3. 햄버거 1개에는 단백질이 52g 함유되어 있다.	75.8
Q4. 햄버거 1개를 섭취한다면, 하루에 섭취해야 하는 포화 지방량의 74%를 섭취하는 것이다.	72.2
Q5. 햄버거 1개에는 포화지방이 11g 함유되어 있다.	82.8
Q6. 햄버거 1개를 섭취한다면, 1일 나트륨 섭취 권장량의 절반 이상의 나트륨을 섭취하는 것이다.	50.7
Q7. 햄버거 1개에는 당류 28g 함유되어 있다.	72.5
평균 점수 ¹⁾	5.27±2.24 ²⁾

¹⁾ 영양표시 항목 이해의 점수 기준 : 7점 만점(정답 1점/문항, 오답 0점/문항)

²⁾ Mean±SD

Table 10. 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해에 따른 일반사항

(N=302)

구분	객관적 이해(7점 만점)		P-value
	높음 (5점 이상)	낮음 (5점 미만)	
성별	남성	75(39.5)	0.005**
	여성	115(60.5)	
연령	20-22세	32(16.8)	0.915
	23-26세	87(45.8)	
	27-29세	71(37.4)	
BMI	저체중	8(4.2)	0.287
	정상	89(46.8)	
	과체중	35(18.4)	
	비만	58(30.5)	
최종학력	고등학교 졸업	11(5.8)	0.000***
	대학 졸업	154(81.1)	
	대학원 졸업	25(13.2)	
직업	대학(원)생	85(44.7)	0.091
	회사원	48(25.3)	
	자영업	13(6.8)	
	무직(주부, 취준생)	36(18.9)	
	기타	8(4.2)	
결혼 여부	미혼	181(95.3)	0.049*
	기혼	9(4.7)	
거주 형태	기숙사	27(14.2)	0.021*
	자취	58(30.5)	
	자택	105(55.3)	
월 소득	50만원 미만	53(27.9)	0.101
	50-100만원 미만	47(24.7)	
	100-200만원 미만	41(21.6)	
	200만원 이상	49(25.8)	
월평균 식비	20만원 미만	62(32.6)	0.002**
	20-50만원 미만	82(43.2)	
	50-80만원 미만	28(14.7)	
	80만원 이상	18(9.5)	
Total		190(62.9)	112(37.1)

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

2) 주관적 견해

프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해의 평균 점수 기준으로 ‘높은 집단’ (5점 이상), ‘낮은 집단’ (5점 미만)으로 분류하였으며, 프랜차이즈 영양표시의 객관적 이해에 따른 주관적 견해를 분석하여 [Table 11]에 제시하였다. 총 평균을 살펴보면 ‘높은 집단’ (3.40점), ‘낮은 집단’ (2.80점)으로 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

‘나는 다른 사람에 비해 영양표시정보에 대한 지식이 많은 편이다’ 항목은 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 높은 집단에서 3.35점, 낮은 집단에서 2.71점으로 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

‘나는 다른 사람에 비해 영양표시정보를 더 잘 이해할 수 있다고 생각한다’ 항목은 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 관한 객관적 이해가 높은 집단에서는 3.46점, 객관적 이해가 낮은 집단에서는 2.88점으로 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

‘나는 다른 사람에 비해 영양표시정보를 더 잘 활용할 수 있다고 확신한다’ 항목은 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 관한 객관적 이해가 높은 집단에서 3.39점, 객관적 이해가 낮은 집단에서는 2.81점으로 유의한 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

Table 11. 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해에 따른 주관적 견해

항목	프랜차이즈 햄버거 영양표시		Mean±SD
	객관적 이해		P-value
	높음 (5점 이상)	낮음 (5점 미만)	
Q1. 나는 다른 사람에 비해 영양표시정보에 대한 지식이 많은 편이다.	3.35±0.88	2.71±0.96	0.000***
Q2. 나는 다른 사람에 비해 영양표시정보를 더 잘 이해할 수 있다고 생각한다.	3.46±0.90	2.88±0.98	0.000***
Q3. 나는 다른 사람에 비해 영양표시정보를 더 잘 활용할 수 있다고 확신한다.	3.39±0.97	2.81±0.98	0.000***
Total	3.40±0.85	2.80±0.90	0.000***

5점 척도 : 매우 그렇다 (5점), 전혀 아니다 (1점)

*** p<0.001

5. 프랜차이즈 햄버거 영양표시 활용

프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시 활용 분석 결과 [Table 12] 성별에 따라서 ‘확인하지 않음’ 에서 남성(63.0%)이 여성(53.7%)에 비해 높게 나타났으나 유의적인 차이는 없었다.

프랜차이즈 햄버거 영양표시를 확인하는 이유는 남성은 ‘영양성분 확인(45.1%)’, 여성은 ‘체중관리(60.5%)’ 가 높게 나타났으며 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

프랜차이즈 햄버거 영양표시를 확인하지 않는 이유는 남성은 ‘관심 없음(54.0%)’, 여성은 ‘습관적으로 구매(48.9%)’ 의 비율이 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.01$)

프랜차이즈 햄버거 영양표시 중 우선으로 확인하는 항목에서는 ‘열량’ 이 남성(72.5%), 여성(67.1%) 모두 높게 나타났으나 유의적인 차이는 없었다.

연령에 따른 분석 결과 프랜차이즈 햄버거 영양표시를 확인하는 이유는 ‘건강관리’ 에서 다른 연령대에 비해 20-22세(30.8%)의 비율이 높게 나타났으며, ‘영양성분 확인’ 에서는 23-26세(45.9%)의 비율이 비교적 높게 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.01$)

이 외에 다른 항목에서는 유의적인 차이가 나타나지 않았다.

Table 12. 성별 및 연령에 따른 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시 활용

항목	성별		P-value	연령			P-value
	남성	여성		20-22세	23-26세	27-29세	
프랜차이즈 햄버거 영양표시 확인 여부 (n=302)			0.241				0.074
항상 확인	5(3.6)	6(3.7)		1(1.9)	6(4.4)	4(3.6)	
가끔 확인	46(33.3)	70(42.7)		12(22.6)	55(40.1)	49(43.8)	
확인하지 않음	87(63.0)	88(53.7)		40(75.5)	76(55.5)	59(52.7)	
프랜차이즈 햄버거 영양표시 확인 이유 (n=127)			0.014*				0.007**
건강관리	9(17.6)	6(7.9)		4(30.8)	7(11.5)	4(7.5)	
체중관리	15(29.4)	46(60.5)		7(53.8)	22(36.1)	32(60.4)	
타사 제품 비교	3(5.9)	4(5.3)		1(7.7)	4(6.6)	2(3.8)	
영양성분 확인	23(45.1)	19(25.0)		0(0.0)	28(45.9)	14(26.4)	
기타	1(2.0)	1(1.3)		1(7.7)	0(0.0)	1(1.9)	
프랜차이즈 햄버거 영양표시 미확인 이유 (n=175)			0.001**				0.088
관심 없음	47(54.0)	29(33.0)		16(40.0)	35(46.1)	25(42.4)	
무엇인지 모름	6(6.9)	1(1.1)		5(12.5)	1(1.3)	1(1.7)	
표시가 작아 읽기 어려움	9(10.3)	3(3.4)		5(12.5)	5(6.6)	2(3.4)	
영양표시가 없어서	5(5.7)	7(8.0)		0(0.0)	8(10.5)	4(6.8)	
습관적으로 구매	17(19.5)	43(48.9)		13(32.5)	23(30.3)	24(40.7)	
올바른 선택할 자신이 있어서	1(1.1)	2(2.3)		0(0.0)	2(2.6)	1(1.7)	
어떻게 활용해야 할지 몰라서	2(2.3)	3(3.4)		1(2.5)	2(2.6)	2(3.4)	

프랜차이즈 햄버거 영양표시 중 우선 확인 항목 (n=127)							
열량	37(72.5)	51(67.1)	0.321	8(61.5)	42(68.9)	38(71.7)	0.186
나트륨	1(2.0)	3(3.9)		0(0.0)	2(3.3)	2(3.8)	
탄수화물	2(3.9)	5(6.6)		0(0.0)	4(6.6)	3(5.7)	
당류	1(2.0)	8(10.5)		1(7.7)	5(8.2)	3(5.7)	
단백질	5(9.8)	6(7.9)		4(30.8)	2(3.3)	5(9.4)	
지방	5(9.8)	3(3.9)		0(0.0)	6(9.8)	2(3.8)	
희망하는 프랜차이즈 햄버거 영양표시 위치 (n=302)							
식품 포장지	41(29.7)	66(40.2)	0.436	15(28.3)	49(35.8)	43(38.4)	0.504
카운터 위 메뉴판	25(18.1)	26(15.9)		9(17.0)	22(16.1)	20(17.9)	
벽 포스터	8(5.8)	10(6.1)		4(7.5)	8(5.8)	6(5.4)	
쟁반	7(5.1)	10(6.1)		1(1.9)	7(5.1)	9(8.0)	
테이블	3(2.2)	4(2.4)		1(1.9)	2(1.5)	4(3.6)	
영수증	12(8.7)	7(4.3)		6(11.3)	6(4.4)	7(6.3)	
키오스크	42(30.4)	41(25.0)		17(32.1)	43(31.4)	23(20.5)	

* p<0.05, ** p<0.01

6. 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매와의 관련성

1) 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도

조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도를 Likert 5점 척도(1점 : 전혀 아니다, 5점 : 매우 그렇다)로 분석한 결과 [Table 13] 성별에 따라서 남성이 3.68점, 여성이 3.76점으로 나타났으며, 연령에 따라서는 23-26세 3.78점, 27-29세 3.68점, 20-22세 3.65점 순으로 나타났다.

성별에 따라서 ‘나는 프랜차이즈 햄버거 제품을 구매할 때 영양표시정보를 읽는 것은 시간 낭비라고 생각한다.’ 항목에서는 남성이 3.49점, 여성이 3.87점으로 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.01$)

연령에 따라서 ‘나는 프랜차이즈 햄버거의 영양표시 정보가 건강을 위한 제품선택에 도움이 된다고 생각한다.’ 항목에서 20-22세 3.94점, 23-26세 3.93점, 27-29세 3.67점 순으로 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$) 이 외에 다른 항목에서는 유의적인 차이가 나타나지 않았다.

Table 13. 성별 및 연령에 따른 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도

항목	(M±S.D)						
	성별		P-value	연령			P-value
	남성 (n=138)	여성 (n=164)		20-22세 (n=53)	23-26세 (n=137)	27-29세 (n=112)	
나는 프랜차이즈 햄버거의 영양표시제도가 좋다고 생각한다.	3.91±0.73 ¹⁾	3.96±0.67	0.478	3.96±0.68	3.99±0.69	3.86±0.72	0.304
나는 서로 다른 제품 비교 시 영양표시 정보가 도움이 된다고 생각한다.	3.84±0.80	3.98±0.76	0.117	3.81±0.88	3.99±0.73	3.88±0.78	0.325
나는 영양표시정보가 프랜차이즈 햄버거 구매에 유용하다고 생각한다.	3.70±0.81	3.69±0.89	0.889	3.68±0.94	3.77±0.83	3.62±0.85	0.382
나는 프랜차이즈 햄버거의 영양표시 정보가 건강을 위한 제품선택에 도움이 된다고 생각한다.	3.76±0.85	3.90±0.85	0.151	3.94±0.77 ^{b)}	3.93±0.83 ^{b)}	3.67±0.89 ^{a)}	0.031*
나는 프랜차이즈 햄버거 제품을 구매할 때 영양표시정보를 읽는 것은 시간 낭비라고 생각한다. ²⁾	3.49±1.19	3.87±1.02	0.003**	3.47±1.22	3.74±1.10	3.75±1.09	0.264

나는 영양표시가 프랜차이즈 햄버거 제품의 질이 향상되는 효과를 가져 온다고 생각한다.	3.61±0.92	3.65±0.88	0.716	3.43±1.03	3.67±0.89	3.67±0.82	0.216
나는 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시에 표기된 내용을 신뢰한다.	3.67±0.85	3.76±0.74	0.370	3.77±0.82	3.74±0.73	3.66±0.86	0.608
나는 다른 사람에 비해 영양표시정보를 더 잘 활용할 수 있다고 확신한다.	3.43±1.01	3.27±1.08	0.170	3.13±1.14	3.42±1.03	3.35±1.02	0.230
Total	3.68±0.65	3.76±0.60	0.254	3.65±0.64	3.78±0.60	3.68±0.64	0.295

¹⁾ 5점 척도 : 매우 그렇다 (5점), 전혀 아니다 (1점)

²⁾ 역산

* p<0.05, ** p<0.01

2) 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사

조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사를 Likert 5점 척도(1점 : 전혀 아니다, 5점 : 매우 그렇다)로 분석한 결과 [Table 14] 성별에 따라 남성이 3.68점, 여성이 3.65점으로 나타나 유의적인 차이가 없었으나, 연령에 따라서는 23-26세 3.78점, 27-29세 3.61점, 20-22세 3.46점 순으로 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

성별에 따른 분석 결과 ‘나는 이왕이면 영양표시가 되어있는 제품을 우선으로 구매할 것이다.’ 항목에서 남성 3.70점, 여성 3.59점으로 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

연령에 따라서는 ‘나는 이왕이면 영양표시가 되어있는 제품을 우선으로 구매할 것이다.’, ‘나는 가격이 같다면, 영양표시정보가 되어있는 제품을 구매할 의사가 있다.’, ‘나는 앞으로 영양표시를 살펴보고, 제품을 구매할 생각이다.’, ‘나는 앞으로 영양표시가 제공되는 제품의 구매 비중을 늘릴 것이다.’ 항목에서 유의적인 차이가 있었다. ($p < 0.05$)

이 외에 다른 항목에서는 유의적인 차이가 나타나지 않았다.

Table 14. 성별 및 연령에 따른 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사

항목	(M±S.D)						
	성별		P-value	연령			P-value
	남성 (n=138)	여성 (n=164)		20-22세 (n=53)	23-26세 (n=137)	27-29세 (n=112)	
나는 이왕이면 영양표시가 되어있는 제품을 우선으로 구매할 것이다.	3.70±0.83 ¹⁾	3.59±0.89	0.294	3.38±1.02 ^a	3.75±0.80 ^b	3.63±0.82 ^{ab}	0.025*
나는 가격이 같다면, 영양표시정보가 되어있는 제품을 구매할 의사가 있다.	3.75±0.77	3.75±0.85	0.969	3.53±0.93 ^a	3.89±0.71 ^b	3.68±0.84 ^{ab}	0.011*
나는 영양표시가 되어있는 제품은 그렇지 않은 제품보다 다음에 구매할 가능성이 더 크다.	3.62±0.91	3.62±0.93	0.945	3.47±1.09	3.69±0.82	3.60±0.93	0.313
나는 앞으로 영양표시를 살펴보고, 제품을 구매할 생각이다.	3.72±0.85	3.71±0.89	0.863	3.47±0.95 ^a	3.82±0.80 ^b	3.70±0.89 ^{ab}	0.040*
나는 앞으로 영양표시가 제공되는 제품의 구매 비중을 늘릴 것이다.	3.67±0.86	3.68±0.92	0.930	3.45±1.05 ^a	3.84±0.80 ^b	3.59±0.89 ^{ab}	0.011*
나는 주변 사람들에게 영양표시가 제공되는 제품의 구매를 추천할 것이다.	3.59±0.89	3.54±0.99	0.599	3.43±1.02	3.67±0.89	3.49±0.98	0.181
Total	3.68±0.72	3.65±0.78	0.739	3.46±0.90	3.78±0.66	3.61±0.76	0.020*

¹⁾ 5점 척도 : 매우 그렇다 (5점), 전혀 아니다 (1점)

* p<0.05

3) 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 상관관계

영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매의 상관관계를 분석한 결과 [Table 15] 영양 표시 항목 이해와 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해($r=.421$)는 유의적인 상관관계를 보였다. ($p<0.001$)

프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도와 영양표시 항목 이해($r=.259$), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사와 영양표시 항목 이해($r=.222$)는 정적인 (+) 상관관계를 보였으며, 유의적인 상관관계를 보였다. ($p<0.001$)

프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해와 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도($r=.311$), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사와 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해($r=.223$)는 정적인(+) 상관관계를 보였으며, 유의적인 상관관계를 보였다. ($p<0.001$)

프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도와 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사($r=.681$)는 유의적인 상관관계를 보였다. ($p<0.001$)

이로써 영양표시 항목에 대한 이해가 높을수록 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도, 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사가 높은 것으로 볼 수 있다.

Table 15. 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 상관관계

구분	영양표시 항목 이해	프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해	프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도	프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사
영양표시 항목 이해	1	0.421***	0.259***	0.222***
프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해	0.421***	1	0.311***	0.223***
프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도	0.259***	0.311***	1	0.681***
프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사	0.222***	0.223***	0.681***	1

*** p<0.001

V. 결론 및 제언

본 연구는 제주지역 20대 성인을 대상으로 영양표시 인지 및 활용, 영양표시가 프랜차이즈 햄버거 구매에 미치는 영향에 대해 조사 및 분석하였고, 이를 토대로 20대 성인의 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 인식과 이해를 높이고 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시 개선방안을 모색하기 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자는 남성 45.7%, 여성 54.3%로 나타났고, 연령은 23-26세 45.4%, 27-29세 37.1%, 20-22세 17.5%로 나타났다. 체질량지수(BMI)는 정상 44%, 비만 30.1%, 과체중 21.9%, 저체중 4.0%로 나타났으며, 최종학력은 대학 졸업 79.1%이 가장 높게 나타났다. 직업은 대학(원)생 39.1%, 회사원 29.5%, 무직(주부, 취준생) 19.2%, 자영업 7.3%, 기타 5.0% 순으로 나타났다. 결혼 여부는 미혼 93.1%, 거주 형태는 자택 60.3%이 가장 높았다. 월 소득은 200만원 이상 29.8%, 월평균 식비는 20-50만원 미만 43.0%의 비율이 높게 나타났다.

2. 조사대상자의 83.4%가 식품의 영양표시를 인지하고 있었으며, 영양표시를 알게 된 경로는 학교 수업(53.6%), 대중매체(42.9%) 순으로 나타났다. 식품 선택 시에 영양표시 확인 여부는 27-29세의 '가끔 확인(73.2%)'의 비율이 가장 높게 나타났으며, 영양표시를 확인하는 이유는 '타사 제품 비교'에서 23-26세(25.3%)의 비율이 다른 연령대에 비해 높게 나타났다.

3. 조사대상자의 영양표시 항목 이해는 총 8점 만점 중 평균 5.03점으로 나타났다. 평균 점수를 기준으로 '높은 집단(5점 이상)', '낮은 집단(5점 미

만)’으로 분류하여 분석한 결과 영양표시 이해가 높은 집단(43.0%)에 비해 영양표시 이해가 낮은 집단(57.0%)의 비율이 높게 나타났다.

4. 조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 이용 경험은 98.0%로 높게 나타났으며, 이용 이유는 ‘맛이 좋아서(49.0%)’이 가장 높았다. 프랜차이즈 햄버거 구매시 고려하는 사항은 성별에 따라서 남성(3.44점), 여성(3.59점) 모두 맛을 가장 고려하는 것으로 나타났으며, 영양성분은 남성(2.10점), 여성(2.06점)으로 가장 낮게 나타났다.

5. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해는 총 7점 만점에 평균 5.27점으로 나타났다. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 높은 집단(5점 이상)과 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 낮은 집단(5점 미만)으로 분류하여 분석한 결과 객관적 이해가 높은 집단(62.9%)이 객관적 이해가 낮은 집단(37.1%)에 비해 높게 나타났다.

6. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 주관적 견해는 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 높은 집단(5점 이상)과 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 낮은 집단(5점 미만)으로 분류하였다. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 높은 집단은 주관적 견해가 3.40점(5점 만점), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 객관적 이해가 낮은 집단은 주관적 견해가 2.80점(5점 만점)으로 나타났다.

7. 프랜차이즈 햄버거 영양표시 활용 분석 결과 성별에 따라서 프랜차이즈 햄버거 영양표시를 확인하는 이유는 남성은 ‘영양성분 확인(45.1%)’, 여성은 ‘체중관리(60.5%)’가 높게 나타났다. 프랜차이즈 햄버거 영양표시를 확인하지 않는 이유는 남성은 ‘관심 없음(54.0%)’, 여성은 ‘습관적으로 구매(48.9%)’의 비율이 높게 나타났다.

8. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도는 성별에 따라서 남성이 3.68점,

여성이 3.76점으로 나타났으며, 연령에 따라서는 23-26세 3.78점, 27-29세 3.68점, 20-22세 3.65점 순으로 나타났다. 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사는 남성이 3.68점, 여성이 3.65점으로 나타났으며, 연령에 따라서는 23-26세 3.78점, 27-29세 3.61점, 20-22세 3.46점 순으로 나타났다.

9. 영양표시와 프랜차이즈 햄버거 구매 간의 상관관계는 영양표시 항목 이해와 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해($r=.421$), 영양표시 항목 이해와 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도($r=.259$), 영양표시 항목 이해와 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사($r=.222$), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도와 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해($r=.311$), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사와 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 객관적 이해($r=.223$), 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 구매 의사와 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도($r=.681$)가 모두 정적인(+) 상관관계를 나타냈다. ($p<0.001$)

본 연구의 결과를 바탕으로 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 조사대상자의 83.4%로 영양표시를 인지하는 것으로 나타났으며, 식품 구매 시 영양표시를 확인 여부는 ‘가끔 확인’의 비율이 높게 나와 영양표시의 이해를 높이기 위해 마케팅 및 교육자료 마련의 기초자료로 활용될 수 있을 것이라 사료 된다.

둘째, 조사대상자의 프랜차이즈 햄버거 영양표시 확인 여부는 ‘확인하지 않음’의 비율이 높게 나타났다. 프랜차이즈 햄버거 영양표시를 확인하지 않는 이유는 남성은 ‘관심 없음(54.0%)’, 여성은 ‘생각 없이 습관적으로 구매(48.9%)’의 응답이 가장 높은 것으로 나타났다. 하지만 프랜차이즈 햄버거 영양표시에 대한 태도 및 구매 의사가 높은 점수를 나타내어 프랜차이즈 햄버거의 영양표시에 대한 적극적인 홍보를 통해 영양표시 인식과 이해를 높여 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 시 본인에게 적합한 식품을 선택할 수 있도록 하

는 방안이 모색되어야 할 것이다.

셋째, 프랜차이즈 햄버거 점포 이용 방법은 ‘매장(32.8%)’, ‘배달(25.5%)’ 순으로 나타났으며, 프랜차이즈 햄버거 영양표시의 희망하는 위치를 매장을 이용하는 소비자들로 한정시킨 바가 있다. 현대사회의 소비자들은 식품 구매에 있어서 편의성을 추구하는 비율이 점점 늘어나고 있으므로 소비자를 대상으로 배달 이용 시 음식 배달앱이나 공식 홈페이지 등 온라인상에서 영양 표시를 적극적으로 활용할 수 있는 방안의 모색이 필요하다.

본 연구의 제한점은 제주지역의 일부 20대 성인을 대상으로 구성하였기에 우리나라 20대 성인의 결과로 일반화하기에는 어려움이 있다.

선행연구는 프랜차이즈 햄버거를 포함하는 일반적인 가공식품으로 범위 내에서 수행되었으며, 영양표시에 대한 인식과 활용실태에 관한 연구가 주로 이루어지고 있다. 영양표시 인지 여부에 따라 식품 구매에 영향을 미치는지를 초점으로 한 연구는 전무하여 본 연구 결과와 비교하는 데 어려움이 있었다. 또한 본 연구에서는 다양한 연령에 따른 영양표시 인지도 및 프랜차이즈 햄버거 이용실태를 파악하기 어려워 후속 연구에서는 청소년의 실태를 반영한 연구가 필요할 것이라고 사료 된다.

VI. 참고문헌

1. 2020 국민건강통계. 국민건강영양조사. 질병관리청. <http://knhanes.kdca.go.kr>
2. 오은미. (2019). 패스트푸드 영양표시의 이해도 및 영양표시 제품에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향. 국내석사학위논문 연세대학교 교육대학원.
3. 배영경. (2016). 대전지역 남·여 고등학생의 패스트푸드에 대한 인식 및 섭취실태. 국내석사학위논문 한국교원대학교 교육대학원.
4. 이경아, 류은순, 윤지영. (2006). 부산지역 중 고등학생의 패스트푸드 이용 실태 조사. 한국식품영양과학회지, 35(4), 448-455.
5. 최유니. (2021). 컨조인트 분석을 이용한 전북지역 대학생의 프랜차이즈 햄버거 메뉴 선택속성의 상대적 중요도 분석. 국내석사학위논문 전북대학교 교육대학원
6. 이정숙. (2017). 부산지역 성인의 연령별 패스트푸드 인식 및 이용실태. 대한영양사협회 학술지, 23(3), 285-299.
7. 배윤정, 박서영, 박혜린. (2020). 충북 지역 일부 대학생에서 영양표시와 영양강조표시 이용에 따른 식사의 질과 영양상태 평가 연구- 영양지수를 이용하여. 대한지역사회영양학회지, 25(3), 179-188.
8. 권수연, 김옥선. (2014). 서울지역 소비자의 패스트푸드점 영양 성분 표시에 대한 인식. 동아시아식생활학회지, 24(5), 544-551.
9. 2020 한눈에 보는 영양표시 가이드라인. 식품의약품안전처. <https://www.mfds.go.kr>

10. 박지은, 이형신, 이윤나. (2018). 현 영양표시제도로 파악할 수 있는 한국인의 영양소 섭취 정보의 범위: 2013년 국민건강영양조사 자료를 이용하여. 대한지역사회영양학회지, 23(2), 116-127.
11. 식품 등의 표시·광고에 대한 법률. 국가법령정보센터. <https://www.law.go.kr>
12. 정유선, 함선옥, 양일선, 김하영. (2014). 외식 영양표시에 대한 소비자의 인지도 및 만족도 조사. 호텔경영학연구, 23(5), 221-237.
13. 정진이, 김어지나, 양일선, 함선옥. (2014). 외식업체의 영양표시 제도에 대한 인지도 및 만족도 조사. 외식경영연구, 17(4), 247-265.
14. 함선옥, 이호진, 김서영, 박영민. (2017). 외식 영양정보 표시의 이용과 속성에 대한 소비자 인식. 대한영양사협회 학술지, 23(1), 106-119.
15. 어린이 식생활안전관리 특별법시행령 일부 개정안 입법예고. 식품의약품안전처. <https://www.mfds.go.kr>
16. ‘피자 등 온라인 주문시, 영양성분 정보 확인하세요!’ 보도자료. (2020). 식품의약품안전처.
17. 2020 지역건강통계 한눈에보기 지역사회건강조사. 질병관리청. <http://www.kdca.go.k>
18. 김미현, 연지영. (2019). 성인 대상 영양표시 교육프로그램개발 및 효과평가. 한국식생활문화학회지, 34(1), 34-43.
19. 이민영, 이정원. (2011). "대전지역 햄버거·피자점 방문 고객의 영양표시 인지 및 활용." 대한지역사회영양학회지 16.2. 227-238.

20. 고민경. (2011). 배달음식의 이용실태와 영양정보표시 인식도. 중앙대학교 의약식품.
21. 현다희. (2020). 제주지역 대학생의 식생활 라이프스타일 및 소비가치에 따른 커피전문점에서의 당류 섭취에 관한 연구. 제주대학교 국내석사학위논문.
22. 김정희. (2015). 소비자의 표시 확인 정도와 표시제도 필요성에 대한 인식. 소비자문제연구, 46(3), 167-192.
23. 전상민, 여정성. (2008). 가공식품의 건강강조표시에 대한 소비자평가 및 선호도 분석. 소비자정책교육연구, 4(2), 75-95.
24. 유진아, 정희선. (2011). 건강관심도에 따른 외식업체 메뉴의 영양 표시 인지도." 한국식품영양학회지. 24.3, 282-290.
25. 함선옥, 이호진, 김서영, 박영민. (2017). 외식 영양정보 표시의 이용과 속성에 대한 소비자 인식. 대한영양사협회 학술지 23.1, 106-119.
26. 김경원, 신은미, 문은혜. (2004). 대학생의 패스트푸드 이용, 영양지식, 식 행동, 영양소 섭취 실태에 관한 연구. 대한영양사협회 학술지, 10(1), 13-24.
27. 양동휘, 이강연, 김진형. (2016). 패스트푸드의 웰빙 메뉴 트렌드 변화가 고객인지도에 미치는 영향. 이벤트컨벤션연구, 12(1), 99-113.
28. 이영화. (2019). 패스트푸드점 DID에 나타난 GUI 디자인 연구- 롯데리아, 맥도날드, 버거킹, 맘스터치 중심으로-. 한국융합학회논문지, 10(11), 253-562.
29. 청소년건강행태조사. 2020. <https://kostat.go.kr>

30. 김혜영. (1996). 울산 지역 대학생의 패스트푸드 이용실태에 관한 연구. 한국식생활문화학회지, 11(1), 131-141.
31. 김상효, 이계임, 허성윤, 최재현, 박인호. 2019 식품소비행태조사 통계보고서. 한국농촌경제연구원 기타연구보고서 2019;-(-):1-1168.
32. 조규석, 임병순, 김석은, 김계웅. (2005). 대학생의 패스트푸드 소비행태에 관한 연구. 한국생활과학회지(충북가정학회지), 14(2), 313-319.

부 록

제주지역 20대 성인의 영양표시 인지도 및 프랜차이즈 햄버거 구매에 미치는 영향

안녕하십니까?

본 설문조사는 '제주지역 20대 성인의 영양표시 인지도 및 프랜차이즈 햄버거 구매에 미치는 영향'을 분석하고 이를 통해 올바르고 합리적인 프랜차이즈 햄버거 제품을 선택하여 건강한 식생활을 영위할 수 있도록 돕는 유의미한 시사점을 제공하고자 합니다.

귀하께서 응답해주신 모든 내용은 무기명 처리되어 본 연구의 학술연구 목적 이외에는 사용되지 않을 것이며, 여러분의 솔직하고 성실한 답변은 이 연구의 중요한 자료가 될 것입니다.

설문에 응답해주셔서 감사합니다.

2022년 03월

지도교수 : 제주대학교 식품영양학과 강인혜

연구자 : 제주대학교 교육대학원 영양교육전공 오지영

I. 일반사항

※ 다음은 귀하의 일반사항에 대한 질문입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 체크(√)로 표시하여 주십시오.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령은 어떻게 됩니까?

- ① 20대 초반(20-22세) ② 20대 중반(23세-26세) ③ 20대 후반(27-29세)

3. 귀하의 키는 어떻게 되십니까? ()cm

4. 귀하의 체중은 어떻게 되십니까? ()kg

5. 귀하의 최종학력은 무엇입니까?

- ① 고등학교 졸업 ② 대학 졸업(재학 포함) ③ 대학원 졸업(재학 포함)

6. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 대학(원)생 ② 회사원 ③ 자영업 ④ 무직(주부, 취업준비생 등) ⑤ 기타()

7. 귀하의 결혼 여부는?

- ① 미혼 ② 기혼

8. 귀하의 거주 형태는?

- ① 기숙사 ② 자취 ③ 자택

9. 귀하의 월 소득은 얼마입니까? (용돈 포함)

- ① 50만원 미만 ② 50만원 - 100만원 미만 ③ 100만원 - 200만원 미만 ④ 200만원 이상

10. 귀하의 월 평균 식비는 얼마입니까?

- ① 20만원 미만 ② 20만원 - 50만원 미만 ③ 50만원 - 80만원 미만 ④ 80만원 - 100만원 미만 ⑤ 100만원 이상

II. 영양표시

※ 다음은 영양표시에 대한 질문입니다. 아래의 영양표시제도에 대한 설명을 읽어보신 후 질문에 응해 주시기 바랍니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 체크(✓)로 표시하여 주십시오.

영양정보	총 내용량 00g 000kcal
총 내용량당	1일 영양성분 기준치에 대한 비율
나트륨 00mg	00%
탄수화물 00g	00%
당류 00g	00%
지방 00g	00%
트랜스지방 00g	00%
포화지방 00g	00%
콜레스테롤 00mg	00%
단백질 00g	00%

1일 영양성분 기준치에 대한 비율(%)은 2,000kcal 기준
이므로 개인별 필요 영양에 따라 다를 수 있습니다.

영양표시제도

영양성분 등에 관한 정보를 일정한 기준에 따라 표시하도록 관리하는 제도로, 제품의 영양 정보를 제공하여 소비자가 **건강한 식사에 필요한 식품을 확인하고 잘 선택할 수 있도록** 도움으로써 국민 건강 증진에 기여하기 위한 것입니다.

1. 귀하는 위의 표시가 무엇을 나타내는지 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 알고 있다. -> **1-1번으로 이동**
- ② 알고 있지만 정확히 모른다. -> **1-1번으로 이동**
- ③ 잘 모른다.
- ④ 전혀 모른다.

1-1. 영양표시를 알고 있다면 어떤 경로를 통해서 알게 되었습니까?

- ① 학교 수업을 통해서 ② 인터넷 및 SNS ③ TV ④ 친구 및 지인 ⑤ 신문 및 잡지 ⑥ 기타()

2. 평소 식품을 구입할 때, 영양표시를 확인하십니까?

- ① 항상 확인한다. → **2-1번으로 이동**
- ② 가끔 확인한다. → **2-1번으로 이동**
- ③ 전혀 확인하지 않는다. → **2-4번으로 이동**

2-1. 영양표시를 확인해 본 적이 있다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 건강관리를 위해서(혈압, 당뇨, 고지혈증, 지병 등)
- ② 체중관리를 위해서(다이어트, 비만 예방 등)
- ③ 타사 제품과의 영양표시를 비교하기 위해서
- ④ 영양성분을 확인하기 위해서
- ⑤ 기타()

2-2. 영양표시를 확인한다면 가장 먼저 확인하는 것은 무엇입니까?

- ① 열량 ② 나트륨 ③ 탄수화물 ④ 당류 ⑤ 단백질 ⑥ 지방 ⑦ 포화지방 ⑧ 트랜스지방 ⑨ 콜레스테롤

2-3. 다음 중 영양표시를 본 적이 있는 곳을 모두 고르시오. (중복 가능)

- ① 음식점 ② 마트 ③ 편의점 ④ 카페 ⑤ 어느 곳에서도 본 적이 없음

2-4. 영양표시를 확인하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 영양표시에 관심이 없어서
 ② 영양표시가 무엇인지 몰라서
 ③ 표시가 너무 작아 읽기 어려워서
 ④ 영양표시가 없어서
 ⑤ 아무 생각 없이 습관적으로 구매하여서
 ⑥ 확인하지 않아도 올바른 선택할 수 있는 자신이 있어서
 ⑦ 시간이 오래 걸려서
 ⑧ 어떻게 활용해야 할지 몰라서
 ⑨ 기타()

3. 다음은 <영양표시 지식>에 관한 내용입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 체크(√)로 표시하여 주십시오.

문항	아니다	모르겠다	그렇다
1) 영양표시는 식품표시항목 중의 하나로서 식품에 함유된 영양소의 종류와 함량 등을 표시한 것이다.	①	②	③
2) 제품의 열량은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	①	②	③
3) 트랜스지방은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	①	②	③
4) 나트륨은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	①	②	③
5) 칼슘은 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	①	②	③
6) 비타민류는 영양표시제품에 꼭 기재해야 한다.	①	②	③
7) '무지방', '고칼슘' 등과 같이 영양 강조표시를 하려는 식품에는 영양표시를 의무적으로 해야 한다.	①	②	③
8) '칼로리'와 같은 표시는 제품 속에 이 성분이 하나도 함유되지 않음을 뜻한다.	①	②	③

Ⅲ. 프랜차이즈 햄버거 구매 실태

※ 다음은 프랜차이즈 햄버거 구매 실태에 대한 질문입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 체크(✓)로 표시하여 주십시오.

프랜차이즈 햄버거 점포는 국내 가맹점 100개 이상을 운영하는 브랜드 중 제주지역에도 점포가 있는 곳으로 기준을 정하였습니다. (맥○○○, 롯데○○○, 맘○○○, 버○○)

1. 귀하는 프랜차이즈 햄버거 구매 경험이 있습니까?

- ① 네 -> 1-1번으로 이동
- ② 아니오 -> 1-9번으로 이동

1-1. 귀하가 프랜차이즈 햄버거를 이용하는 가장 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 음식이 빨리 나와서
- ② 맛이 좋아서
- ③ 음식의 종류가 다양해서
- ④ 식사 준비하기가 번거로워서
- ⑤ 가격이 저렴해서
- ⑥ 양이 많아서
- ⑦ 영양이 풍부해서
- ⑧ 기타()

1-2. 프랜차이즈 햄버거 점포를 얼마나 자주 이용하십니까?

- ① 월 1회 이하 ② 월 2~3회 ③ 주 1~2회 ④ 주 3~4회 ⑤ 주 5회 이상

1-3. 프랜차이즈 햄버거 점포를 자주 이용하는 시간은 언제입니까?

- ① 아침시간 ② 점심시간 ③ 저녁시간 ④ 야식 ⑤ 간식

1-4. 프랜차이즈 햄버거 점포를 주로 이용하는 방법은 무엇입니까?

- ① 매장 ② 포장 ③ 배달 ④ 드라이브스루

1-5. 프랜차이즈 햄버거 구매 시 동반자는?

- ① 혼자 ② 가족(배우자) ③ 친구 ④ 직장동료

1-6. 다음은 프랜차이즈 햄버거 선택 시 고려하는 사항에 관한 질문입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 체크(✓)로 표시하여 주십시오.

문항	전혀 고려하지 않는다	고려하지 않는다	고려한다	항상 고려한다
1) 맛	①	②	③	④
2) 가격	①	②	③	④
3) 영양성분	①	②	③	④
4) 서비스	①	②	③	④
5) 브랜드	①	②	③	④
6) 양	①	②	③	④

1-7. 귀하가 프랜차이즈 햄버거 점포에서 1회 방문 시 평균적으로 지출하는 비용은 얼마입니까?

- ① 3,000원 미만 ② 3,000~5,000원 미만 ③ 5,000~10,000원 미만 ④ 10,000~15,000원 미만 ⑤ 15,000원 이상

1-8. 귀하가 프랜차이즈 햄버거 점포에서 한 달에 평균적으로 지출하는 비용은 얼마입니까?

- ① 10,000원 미만 ② 10,000~30,000원 미만 ③ 30,000~50,000원 미만 ④ 50,000~100,000원 미만 ⑤ 100,000원 이상

1-9. 프랜차이즈 햄버거 구매를 해 본 적이 없다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 건강에 좋지 않아서
 ② 햄버거에 대한 선호도가 낮아서
 ③ 신선도가 떨어져서
 ④ 위생 상태를 신뢰할 수 없어서
 ⑤ 가격이 비싸서
 ⑥ 기타()

IV. 프랜차이즈 햄버거 영양표시

※ 다음은 우리나라의 대표적인 프랜차이즈 햄버거의 영양성분 표시입니다. 아래의 그림을 보고 각 문항에 대해 응답해주시기 바랍니다.

빅맥®
Big Mac®



빅맥 영양성분		
1회 제공량 1개(267g)		
총 1회 제공량 (267g)		
1회 제공량 당 함량	(%)영양소기준치	
열량	608kcal	
당류	9g	9%
단백질	28g	52%
포화지방	11g	74%
나트륨	982mg	49%

%영양소기준치 : 1일 영양소 기준치에 대한 비율

1. (객관적) 다음의 영양표시를 참고하여 옳다고 생각하는 칸에 체크(√)로 표시하여 주십시오.

문항	아니다	모르겠다	그렇다
1) 햄버거 1개의 총량은 267g이다.	①	②	③
2) 햄버거 1회 섭취 열량은 608kcal이다.	①	②	③
3) 햄버거 1개에는 단백질이 52g 함유되어 있다.	①	②	③
4) 햄버거 1개를 섭취한다면, 하루에 섭취해야 하는 포화 지방량의 74%를 섭취하는 것이다.	①	②	③
5) 햄버거 1개에는 포화지방이 11g 함유되어 있다.	①	②	③
6) 햄버거 1개를 섭취한다면, 1일 나트륨 섭취 권장량의 절반 이상의 나트륨을 섭취하는 것이다.	①	②	③
7) 햄버거 1개에는 당류 28g 함유되어 있다.	①	②	③

2. (주관적) 영양표시정보에 대한 다음 질문 중 옳다고 생각하는 칸에 체크(√)로 표시하여 주십시오.

문항	전혀 아니다	아니다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 다른 사람에 비해 영양표시정보에 대한 지식이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 다른 사람에 비해 영양표시정보를 더 잘 이해할 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 다른 사람에 비해 영양표시정보를 더 잘 활용할 수 있다고 확신한다.	①	②	③	④	⑤

3. 프랜차이즈 햄버거를 구매할 때, 영양표시를 확인하십니까?

- ① 항상 확인한다. → **3-1번으로 이동**
- ② 가끔 확인한다. → **3-1번으로 이동**
- ③ 전혀 확인하지 않는다. → **3-3번으로 이동**

3-1. 영양표시를 확인해 본 적이 있다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 건강관리를 위해서(혈압, 당뇨, 고지혈증, 지병 등)
- ② 체중관리를 위해서(다이어트, 비만 예방 등)
- ③ 타사 제품과의 영양표시를 비교하기 위해서
- ④ 영양성분을 확인하기 위해서
- ⑤ 기타()

3-2. 영양표시를 확인한다면 가장 먼저 확인하는 것은 무엇입니까?

- ① 열량 ② 나트륨 ③ 탄수화물 ④ 당류 ⑤ 단백질 ⑥ 지방 ⑦ 포화지방 ⑧ 트랜스지방 ⑨ 콜레스테롤

3-3. 영양표시를 확인하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 영양표시에 관심이 없어서
- ② 영양표시가 무엇인지 몰라서
- ③ 표시가 너무 작아 읽기 어려워서
- ④ 영양표시가 없어서
- ⑤ 아무 생각 없이 습관적으로 구매하여서
- ⑥ 확인하지 않아도 올바른 선택할 수 있는 자신이 있어서
- ⑦ 시간이 오래 걸려서
- ⑧ 어떻게 활용해야 할지 몰라서
- ⑨ 기타()

4. 프랜차이즈 햄버거 점포에 영양표시가 필요하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 필요하지 않다. ② 필요하지 않다. ③ 그저 그렇다. ④ 필요한 편이다. ⑤ 매우 필

요하다.

5. 프랜차이즈 햄버거 점포에 영양 정보를 표시한다면 어떤 곳에 표시하는 것이 좋습니까?

- ① 식품 포장지 ② 카운터 위 메뉴판 ③ 벽 포스터 ④ 쟁반 ⑤ 테이블 ⑥ 영수증 ⑦ 키오스크(무인단말기)

V. 영양표시가 프랜차이즈 햄버거 구매 의도에 미치는 영향

※ 다음은 영양표시가 프랜차이즈 햄버거 구매에 미치는 영향에 대한 질문입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 체크(✓)로 표시하여 주십시오.

1. 다음은 귀하의 <영양표시에 대한 태도>에 대한 질문입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 체크(✓)로 표시하여 주십시오.

문항	전혀 아니다	아니다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 프랜차이즈 햄버거의 영양표시제도가 좋다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 서로 다른 제품 비교 시 영양표시 정보가 도움이 된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 영양표시정보가 프랜차이즈 햄버거 구매에 유용하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 프랜차이즈 햄버거의 영양표시 정보가 건강을 위한 제품선택에 도움이 된다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5) 나는 프랜차이즈 햄버거 제품을 구매할 때 영양표시정보를 읽는 것은 시간 낭비라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6) 나는 영양표시가 프랜차이즈 햄버거 제품의 질이 향상되는 효과를 가져온다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7) 나는 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시에 표기되어 있는 내용을 신뢰한다.	①	②	③	④	⑤
8) 나는 프랜차이즈 햄버거 점포의 영양표시로 인해 영양에 관한 관심이 증가한다.	①	②	③	④	⑤

2. 다음은 귀하의 <구매의도>에 대한 질문입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 체크(√)로 표시하여 주십시오.

문항	전혀 아니다	아니다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 이왕이면 영양표시가 되어있는 제품을 우선으로 구매할 것이다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 가격이 같다면, 영양표시정보가 되어있는 제품을 구매할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 영양표시가 되어있는 제품은 그렇지 않은 제품보다 다음에 구매할 가능성이 더 크다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 앞으로 영양표시를 살펴보고, 제품을 구매할 생각이다.	①	②	③	④	⑤
5) 나는 앞으로 영양표시가 제공되는 제품의 구매 비중을 늘릴 것이다.	①	②	③	④	⑤
6) 나는 주변 사람들에게 영양표시가 제공되는 제품의 구매를 추천할 것이다.	①	②	③	④	⑤

< 수고하셨습니다. 설문에 응답해 주셔서 진심으로 감사합니다. >

Abstract

A Study on the Association of Awareness of Nutrition Labeling with Purchase of Franchised Hamburgers of 20s Adults in Jeju

Ji-young Oh

Department of Nutrition Education, Graduate School of Education
Jeju National University, Jeju, Korea

This study investigated the awareness and utilization of nutrition labeling, the actual use status of franchise hamburger stores, the understanding level of franchise hamburger nutrition labeling, and the attitude and purchase intention of franchise hamburger nutrition labeling for adults in their 20s living in Jeju, thereby intending to figure out the association of nutrition labeling with franchise burger purchase. Based on this, it also aimed to provide fundamental data to help the adults in their 20s not only enhance the awareness and understanding of franchise hamburger nutrition labeling but also seek ways to improve the nutrition labeling of relevant companies.

To that end, an online survey was conducted on 305 adults in their 20s living in Jeju from March 28 to April 17, 2022, and 302 of the collected questionnaires were used as the final analysis data. The SPSS Win Programs (ver 26.0) were used to analyze the investigated data. In terms of the analysis method by surveyed content, the study performed the average \pm standard deviation, χ^2 -test, t-test, and ANOVA by analyzing frequency, percentage, and descriptive statistics

using correlation coefficient and frequency analysis. Afterward, the post-hoc test was performed through Duncan's multiple range test.

The followings are the summarized results of this study.

1. The survey subjects accounted for 45.7% in men and 54.3% in women, 45.4% in 23–26 years old, 44% in normal status for the body mass index (BMI), 79.1% in college graduates of education level, 39.1% in college students for occupation, 93.1% in unmarried for the marital status, 60.3% in the family house for residential status, and 43.0% in between KRW 200 and 500 thousand for the average monthly meals cost.

2. Of the entire survey subjects, 83.4% were aware of the nutrition labeling of food, and the highest route for acquiring the information on nutrition labeling was the school classes accounting for 53.6%. With regard to the confirmation of nutrition labeling when selecting food, the 'sometimes checking' was the highest in the age ranges of 27–29 accounting for 73.2%. In addition, for the reason for confirming nutrition labeling, the ratio of 23–26 years old accounted for was 25.3%, which is relatively higher than that of other age groups.

3. The understanding level of nutrition labeling items by the survey subjects was 5.03 on average out of 8 points, and the ratio of the group with a low understanding of nutrition labeling (57.0%) was higher than that with a high understanding of nutrition labeling (43.0%).

4. The survey subjects exhibited a high rate of experience in using

the franchise hamburgers at 98.0%, and the reason for using the franchise hamburgers was 'because of good taste' , which is the highest at 49.0%. For considerations by gender and age when purchasing the franchise hamburgers, the taste was the highest and the nutrition was the lowest.

5. The score of objective understanding of franchise hamburger nutrition labeling exhibited 5.27 on average out of 7, and the group with a high objective understanding (62.9%) showed a higher rate than that with a low objective understanding (37.1%).

6. The subjective view of franchise hamburger nutrition labeling exhibited 3.40 points out of 5 points in the group with a high objective understanding of franchise hamburger nutrition labeling and 2.80 points in the group with a low objective understanding of franchise hamburger nutrition labeling.

7. The rate of 'not confirming' exhibited high in the confirmation of the franchise hamburger nutrition labeling, and regarding the reason for confirming the franchise hamburger nutrition labeling, 'Nutritional component confirmation' was high for men and 'Weight management' was high for women, accounting for 45.1% and 60.5%, respectively. As reasons for not confirming the franchise hamburger nutrition labeling, the rate of 'no interest' was high for men and 'habitually buying' was high for women, accounting for 54.0% and 48.9%, respectively.

8. The attitude for the franchise hamburger nutrition labeling by gender exhibited 3.68 points for men and 3.76 points for women, and

that for the age groups of 23–26, 27–29, and 20–22 years old accounted for in order of 3.78, 3.61, and 3.65 points, respectively. The purchase intention for the franchise hamburger nutrition labeling was 3.68 points for men and 3.65 for women. It also exhibited in order of 3.78, 3.61, and 3.46 points for each age group of 23–26, 27–29, and 20–22 years old.

9. With regard to the association of the nutrition labeling with the franchise hamburger purchase, a positive (+) correlation. ($p < 0.001$) was exhibited all between understanding of nutrition labeling items and objective understanding of franchise hamburger nutrition labeling ($r = .421$), between understanding of the nutrition labeling items and attitudes toward the nutrition labeling of franchise hamburgers ($r = .259$), between understanding of the nutrition labeling items and purchasing intention for franchise hamburger nutrition labeling ($r = .222$), between attitude of franchise hamburger nutrition labeling and objective understanding of franchise hamburger nutrition labeling ($r = .311$), between purchasing intention of franchise hamburger nutrition labeling and objective understanding of franchise hamburger nutrition labeling ($r = .223$), and between purchasing intention for franchise hamburger nutrition labeling and attitude toward franchise hamburger nutrition labeling ($r = .681$).

Based on the results of the study thus far, the adults in their 20s at Jeju exhibited a high rate in not only the awareness and use of the nutrition labeling but also the experience in purchasing franchise hamburgers, but exhibited a low rate in confirmation of franchise hamburger nutrition labeling. Therefore, it is thought that systematic and proactive support and involvement from the franchise hamburger

businesses and the government are necessary to seek the measures in order to improve the awareness and understanding of consumers for the franchise hamburger nutrition labeling. Furthermore, considering that franchise hamburger nutrition labeling affects the attitude and purchase intention of the survey subjects, it seems that studies for marketing and educational materials are necessary for positively demonstrating the attitude toward nutrition labeling information.