

## 음식점 원산지표시제에 대한 소비자의 지식수준에 관한 연구

남지연<sup>1\*</sup> · 주세영<sup>2\*</sup> · 홍완수<sup>1†</sup>

상명대학교 식품영양학과<sup>1</sup>, 건국대학교 의료생명대학 식품학전공<sup>2</sup>

### Consumer knowledge regarding country-of-origin labeling for restaurants

Nam, Ji-Yeon<sup>1\*</sup> · Ju, Se-Young<sup>2\*</sup> · Hong, Wan-Soo<sup>1†</sup>

<sup>1</sup>Department of Foodservice Management and Nutrition, Sangmyung University, Seoul 03016, Korea

<sup>2</sup>Major in Food Science, College of Biomedical and Health Science, Konkuk University, Chungju, Chungbuk 27478, Korea

#### ABSTRACT

**Purpose:** Because of recent global and domestic issues regarding the safety of food, there is growing concern over food safety and interest in the country-of-origin for food ingredients from restaurants. This study was conducted to reveal the influence of consumer level of knowledge and awareness regarding restaurants and the country-of-origin labeling. **Methods:** To accomplish this, a primary survey of adults aged over 20 years old was conducted to measure customers' knowledge regarding country-of-origin labeling for restaurants. Respondents were then divided into a lower group and an upper group based on their level of knowledge to evaluate significant differences between groups. A total of 437 of 460 questionnaires were analyzed. **Results:** The average knowledge score regarding country-of-origin labeling for restaurants was 6.3 out of 10. Additionally, there were significant differences between the lower and upper group in terms of the final education level and occupation. **Conclusion:** It is necessary to develop guidelines and public relations for country-of-origin labeling of restaurants.

**KEY WORDS:** country-of-origin labeling, consumer, knowledge level, restaurant, food safety

## 서 론

최근 식재료의 안전성에 대한 관심이 높아지면서 원산지표시제에 대한 중요성이 더욱 커지고 있다. 전반적인 소득수준의 향상으로 소비지출에서 식료품비가 차지하는 비율은 점차 감소하고 있으나, 생활 패턴의 변화와 여성의 경제활동 참여율이 증가함에 따라 외식산업의 급성장과 함께 외식비의 비중이 크게 증가하고 있다. 외식시장이 점점 더 커지면서 소비자들의 외식에 대한 수요도 증가로 인한 음식점의 원산지표시제에 대한 소비자들의 요구도와 중요도는 점점 커지고 있는 상황이다. 위험에 대한 인식은 특정한 사회상황이 반영되기도 한다고 하였고,<sup>1</sup> 위험불안은 객관적 현실을 반영할 뿐만 아니라 타인이나 사회로부터 영향을 받아 불안이 형성된다고 하였다.<sup>2</sup>

음식점 원산지표시제도는 식품위생법에 도입되어 2008년

7월부터 쌀과 쇠고기를 시작으로 하여, 2008년 12월에는 돼지고기, 닭고기, 배추김치에 대해서도 실시하게 되었다. 2013년 6월부터 규모에 관계없이 모든 음식점을 대상으로 기존의 12개 품목에서 양 (염소 포함)고기, 고등어, 살아있는 물고기, 배달용 돼지고기 (족발, 보쌈 등) 등을 추가하여 16개 품목으로 확대하여 실시되었고, 2016년도 2월부터는 콩 (두부류, 콩국수, 콩비지), 오징어, 꽃게, 참조기가 추가되었다.<sup>3</sup>

국내의 원산지표시제에 대한 소비자의 인식과 태도에 대한 선행연구를 살펴보면, 제주지역 대학생들의 음식점 원산지표시제에 대한 인식 및 중요도 분석,<sup>4</sup> 일반음식점의 쇠고기 원산지표시제에 대한 소비자 인식에 관한 연구,<sup>5</sup> 서울 및 수도권에 거주하는 20세 이상의 소비자를 대상으로 음식점원산지 표시제의 중요도-만족도 분석연구,<sup>6</sup> 학교 급식 원산지표시제 시행에 따른 일부 서울지역 초등학교

Received: January 22, 2018 / Revised: March 15, 2018 / Accepted: August 3, 2018

\* These authors contributed equally to this article.

† To whom correspondence should be addressed.

tel: +82-2-2287-5350, e-mail: wshong@smu.ac.kr

© 2018 The Korean Nutrition Society

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

의 인식도조사,<sup>7</sup> 그리고 서울시에 거주하는 성인을 대상으로 음식점 원산지표시제 시행에 따른 소비자들의 인식과 요구도 조사<sup>8</sup> 등이 있으며, 국외의 연구로는 주로 육류와 관련된 원산지 표시에 관한 연구<sup>9,10</sup> 등이 있는 것으로 조사되었다. 그동안 소비자들의 제품에 대한 지식은 소비자 행동연구에서 자주 언급되는 변수의 하나로 소비자의 제품 선택행동을 설명하는 이론에서 주요한 주제 중 하나이다.<sup>11</sup> 소비자 지식수준의 측정은 그동안 많은 연구를 통해 객관적 지식과 주관적 지식으로 설명되고 있다.<sup>12,13</sup> 주관적 지식은 소비자 개인이 지각하는 소비자 지식, 즉 본인이 알고 있다고 생각되는 정도로 반복적인 제품 사용으로 발전된 경험에 근거한다고 할 수 있다. 반면 객관적 지식은 실제로 기억하고 있는 소비자의 지식으로 제품에 관련된 용어와 속성 등을 질문하여 지식의 정도를 측정한다고 할 수 있다. 이처럼 주관적 지식과 객관적 지식은 그 측정 방법이 다르다고 할 수 있으며 주관적 지식은 스스로 평가하는 지식이므로 실제로 정확히 알고 있는 지식보다는 자신감에 더 영향을 받는다.<sup>14</sup> 따라서 실제 알고 있는 지식수준에 비하여 제품에 대한 경험이 많을수록 지식수준이 높게 측정 될 수 있다. 주관적 지식수준이나 객관적 지식수준의 측정은 서로 다른 방향으로 연구에 영향을 줄 수 있으므로 연구목적에 맞는 지식측정 방법을 사용해야 한다.

식품안전은 소비자들의 불안감을 해소시키기 위해서 매우 중요한 문제이다. 최근 한 조사에 따르면 우리나라에서 최근 일 년 동안에 식품을 구입할 때 불안해 한 경험이 있었다고 응답한 소비자의 비율이 61.5%에 달했다.<sup>15</sup> Kim 등<sup>16</sup>의 연구에서는 건강한 식사를 제공한다고 인지되는 음식점의 가치, 만족, 재방문 의도에 대해 연구하였는데 이들 변수 사이에는 식사 만족, 가치에 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 또한 가치는 식사만족에 유의한 영향을 미쳤으며, 식사 만족은 재방문의도에 유의한 영향을 미침을 확인할 수 있었다. 이러한 연구결과에서도 볼 수 있듯이 안전한 먹거리를 제공한다고 인지하는 음식점에 대한 고객들의 재방문의도에 유의한 연구결과에서도 확인할 수 있다. 먹거리의 안전성에 대한 대중의 관심이 증가하고 외식비율의 증가에 따라 식품안전과 관련된 부정적인 정보는 곧바로 현저한 소비감소로 나타나게 되기 때문에, 식품안전에 관한 문제는 소비자들뿐만 아니라 외식업체, 정부에도 매우 중요한 부분이라고 할 수 있다. 식품안전을 위협하는 요인들이 점점 더 증가함에 따라 소비자들의 불안감을 감소시키고 정확한 정보를 제공하기 위한 음식점들과 정부를 노력이 필요한 시점이라고 사료된다. 선행연구<sup>17-19</sup>에 의하면 영양정보표시 (Food Nutrition Label)의 경우에도 제도 시행 초기에 소비자들의 이해도

및 활용정도는 낮은 편이었으나 영양표시 포맷과 내용의 개선으로 점차 향상하였으며 특히 식품 구매 시 활용 정도는 소비자들의 건강에 대한 의식과 자각이 높아짐에 따라 크게 증가하였다. 우리나라의 음식점 원산지표시제는 2008년 시행된 이래로 2016년도까지 계속 원산지표시에 대한 항목을 추가하여 시행되고 있다. 그동안 식품분야의 라벨링 제도에 대한 연구는 꾸준히 이루어져 왔으나, 음식점의 원산지표시 제도에 대한 연구는 미미한 실정이라고 할 수 있다. 최근 후쿠시마 원전사태이후 수입산 식재료에 대한 안전성에 대한 우려가 커지고 있는 상황에서 소비자들의 불안감을 조금이라도 해소하기 위해서 음식점 원산지표시제에 대한 연구는 필요하다고 생각된다.

본 연구에서는 현재 시행되고 있는 음식점 원산지표시제에 대한 소비자들의 객관적 지식수준을 파악하고, 다른 요인들과 지식수준에 따른 차이가 있는지 알아보려고 하는데 목적이 있다.

## 연구방법

### 조사대상 및 방법

본 연구는 일반사항, 음식점 원산지표시제에 대한 지식수준 측정 문항, 원산지표시제에 대한 인식, 음식점 이용 특성에 관한 문항을 구성하였다. 음식점 원산지표시제에 대한 소비자 인식 및 지식수준, 이용특성의 측정문항을 조사하기 위하여 20세 이상 소비자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 조사에 앞서 설문지의 타당성을 제고하기 위하여 사전조사를 시행하였다. 예비조사는 30명의 외식전공 대학원생 30명을 대상으로 예비조사를 실시하였고, 예비조사 후 문항을 수정하여 본 조사를 실시하였다. 본 조사는 온라인 설문조사 전문기관에 의뢰하여, 설문조사 전문기관에 등록된 패널 가운데 서울시와 수도권에서 거주하고 있는 20세 이상 성인 소비자를 600명을 대상으로 하였다. 리서치회사에서 구현한 웹 설문지를 조사대상자들이 자기기입식으로 작성하는 것으로 진행되었다. 소비자 600명 대상에 대한 설문지 중에서 460부가 회수되었다. 회수된 설문지 중 부실응답이 확인된 23부를 제외한 총 437부의 설문 결과만을 분석에 사용하였다. 본 연구는 건국대학교 연구윤리 심의위원회의 승인을 받아서 수행되었다 (심의번호 : 7001355-201807-HR-262).

### 설문지 구성

본 연구에 적용된 설문은 본 연구에 사용된 설문지는 선행 연구<sup>6-8,10,11</sup>에서 사용된 설문 문항을 참고로 하여 연구의 목적에 적합하도록 문항을 수정·보완하여 개발하였다.

대상자의 일반적 사항, 대상자의 외식행태 음식점 원산지 표시제에 대한 소비자들의 인식과 이용특성, 그리고 지식 수준을 측정하는 문항 등 총 10개로 이루어져 있다.

원산지표시제에 대한 소비자 인식에 대한 문항은 원산지를 가장 중요시 여기는 식품의 종류, 식품 선택 시 가장 중요시 여기는 사항, 원산지표시제를 접하게 된 계기, 음식점 원산지표시제의 시행으로 관리비용 상승이 발생해서 가격상승이 야기된다면 어느 정도 추가지불의사가 있는지를 설문조사 하였다. 또한 음식점 이용특성에 대한 설문조사도 실시하였다. 음식점 원산지표시제에 대한 지식수준의 측정을 위한 문항은 국립농산물품질관리원 (National Agricultural Products Quality Management Service, NAQS)의 원산지종합관리시스템 ([www.origin.go.kr](http://www.origin.go.kr))의 음식점 원산지 표시제에 대한 정보와 선행연구<sup>8</sup>를 바탕으로 10개의 ○, × 문항을 구성하여 설문조사를 실시하였다. 국립농산물품질관리원 (NAQS)에 게재된 음식점 원산지표시제에 대한 정보를 기준으로 총문항의 답이 맞으면 1점, 틀리면 0점으로 총점을 구하였다. 따라서 10점 만점으로 하여 점수가 높을수록 객관적 지식수준이 높은 것으로 평가하여, 획득점수의 전체 평균을 기준으로 하여 평균보다 낮은 경우

를 지식수준 하위집단, 평균보다 높은 경우를 지식수준 상위집단으로 분류하였다.

## 자료 분석

본 조사의 통계처리는 SPSS Windows Ver. 21.0 (Statistical Package for Social Science, Chicago, IL, USA) 통계프로그램을 이용하여 분석하였다. 자료의 분석 방법은 다음과 같다.

첫 번째, 인구통계학적 특성과 일반사항의 측정을 위해 빈도분석을 실시하였다. 두 번째, 객관적 지식수준의 측정을 위해 10개의 문항에 대한 빈도분석을 실시하였다. 세 번째, 지식수준 측정 결과를 토대로 지식수준을 하위그룹과 상위그룹으로 구분하여 음식점 원산지표시제에 대한 지식수준의 차이와 인구통계학적 특성, 외식행태와의 차이가 있는지에 알아보기 위해 카이제곱검증을 실시하였다.

## 결 과

### 조사대상자의 인구통계학적 특성

분석에 사용된 총 437명의 조사대상자의 인구통계학적

**Table 1.** General characteristics of the subjects

Variable	Group	n	%
Gender	Male	213	48.7
	Female	224	51.3
Age (years)	20 ~ 29	120	27.5
	30 ~ 39	92	21.1
	40 ~ 49	104	23.8
	50 ~ 59	105	24.0
	≥ 60	16	3.7
	mean ± SD		39.9 ± 12.0 <sup>1)</sup>
Education level	Under high school	101	23.2
	Attending university	86	19.7
	College	37	8.5
	University	141	32.3
	Graduate	72	16.5
Marital status	Single	188	43.1
	Married	249	57.0
Occupation	Professional job	76	17.4
	Office workers	71	16.2
	Technical / Production	39	8.9
	Service worker	43	9.8
	Public official / Educator	50	11.4
	Own business	26	5.9
	Student	76	17.4
	Housewife	39	8.9
Others	17	3.9	

1) mean ± SD

**Table 1.** General characteristics of the subjects (continued)

Variable	Group	n	%
Type of residence	One's own house	287	65.7
	Rent house	90	20.6
	Monthly rent house	40	9.2
	Dormitory	11	2.5
	Others	9	2.1
Monthly income (10,000 won)	< 200	104	23.8
	200 ~ 299	114	26.1
	300 ~ 399	97	22.2
	400 ~ 499	52	11.9
	500 ~ 599	36	8.2
	≥ 600	34	7.8
Total		437	100.0

1) mean ± SD

**Table 2.** Surveyed consumers' eating-out patterns

Variable	n	%	
No. of eating-out per Week	< 1	17	3.9
	1	34	7.8
	2	57	13.0
	3	54	12.4
	4	55	12.6
	5	59	13.5
	6	51	11.7
	≥ 7	110	25.2
	mean ± SD	4.4 ± 2.2 <sup>1)</sup>	
Companion for eating-out	Family	136	31.1
	Marital partner, dating partner	51	11.7
	Colleague	139	31.8
	Friend, Senior / Junior	87	19.9
	Business meeting or other group meeting	24	5.5
Eating-out cost	Less than 10,000 <sup>2)</sup>	128	29.3
	10,000 ~ 20,000	163	37.3
	20,000 ~ 30,000	70	16.0
	30,000 ~ 50,000	52	11.9
	50,000 or above	24	5.5
Information sources for restaurant	Word-of-mouth	132	30.2
	From experience	164	37.5
	From TV, magazine, etc.	35	8.0
	From internet	73	16.7
	From outdoor signs and advertisement	24	5.5
	Others	9	2.1
Total	437	100.0	

1) mean ± SD 2) Won

특성은 Table 1과 같다. 437명의 응답자 중 남성은 48.7%, 여성은 51.3%였으며, 20대가 27.5%, 30대가 21.1%, 40대가 23.8%, 50대가 24%, 60대 이상이 3.7%를 차지했다. 최종학력은 4년제 대학 졸업자 (32.3%)가 가장 많았으며, 그 다음으로 고등학교 졸업자 (22.7%)였다. 결혼여부는 기혼

(57%)이 미혼 (42.6%)보다 높은 것으로 나타났다. 또한 직업 분포는 전문직 (17.4%), 사무직 (16.2%), 생산·기술직 (8.9%), 서비스직 (9.8%), 공무원·교직원 (11.4%), 자영업 (5.9%), 학생 (17.4%), 주부 (8.9%), 기타 (3.9%) 등이고 거주환경은 자가 (65.7%)가 제일 많았으며, 월평균가계소

득은 200 ~ 300만원 미만 (26.1%)이 가장 높았다.

### 조사대상자의 외식행태

본 연구의 조사대상자의 외식행태에 대한 조사 결과는 Table 2와 같다. 조사대상자의 주당 외식횟수는 주당 7회 이상이 가장 많았다. 외식 시 동반자는 직장동료 (31.8%), 가족 (31.1%) 순이었다. 외식 시 1회당 외식비는 1 ~ 2만원 (37.3%)이 가장 많았으며 그 다음이 1만원 미만 (29.3%), 2 ~ 3만원 미만 (16.0%)으로 조사대상자의 대부분은 3만원 미만을 1회당 외식비로 지출하는 것을 알 수 있었다. 외식업체 선택에 관한 정보는 이용경험 (37.5%)이 가장 많았으며 구전 (추천) (30.2%), 인터넷 (16.7%)순이었다. 반면 TV, 잡지 등 (8.0%)은 선택한 경우는 적은 편이었다. 이 결과로 볼 때 조사대상자의 평균 연령이 39.9세로 연령이 고르게 분포해 있었음에도 불구하고 외식업체 선택에 관한 정보를 과거 TV, 잡지 등을 통해서가 아니라 구전 (추천)이나 인터넷을 통해 많이 얻는다는 것을 확인할 수 있었다.

### 음식점 원산지표시제에 대한 지식수준의 측정

음식점 원산지표시제에 대한 지식수준에 대한 측정 결과는 Table 3에서 보여주고 있다. 가장 정답률이 높았던 문항은 “상시 1회 50명 이상에게 음식을 제공하는 급식소에서도 원산지표시를 해야 한다”로 맞는다고 생각하는 응답자의 정답률이 98.2%에 이르렀다. 가장 낮은 정답률을 보였던 문항은 ‘죽, 식혜, 떡, 면 등도 원산지표시를 해야 한다’로 정답률이 7.6%였다. 대다수의 소비자들이 죽이나 떡 면 등에도 원산지표시를 해야 하는 것으로 알고 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 소비자들은 음식점 원산지표시에 대한 어느 정도의 지식은 가지고 있으나 상세

**Table 4.** Distribution of total scores for knowledge levels of restaurant country-of-origin labeling

Total score	n	%
3	2	0.5
4	19	4.3
5	43	9.8
6	188	43.0
7	152	34.8
8	27	6.2
9	5	1.1
10	1	0.2
mean ± SD	6.3 ± 1.0	
Total	437	100.0

한 부분을 확인하는 문항에서는 낮은 정답률을 보이는 것으로 조사되었다.

Table 4는 음식점 원산지표시제에 대한 지식수준 측정의 총점 분포도이다. 점수는 10점 만점에 3점부터 10점 사이에 분포하였으며 측정결과 평균점수는 6.3점인 것을 확인할 수 있었다.

Table 5에는 음식점 원산지표시제 관련 지식수준을 구분한 표를 만들어 놓았다. 음식점 원산지표시제의 지식수준을 측정한 점수에 따라 측정결과와 평균 (6.3점)을 기준으로 획득점수를 기준으로 7점 미만은 지식수준 하위집단, 7점 이상은 지식수준 상위집단으로 분류하였다. 분류한 결과 하위집단은 57.7%, 상위집단은 42.3%였다.

Table 6은 음식점 원산지표시제의 지식수준에 따른 일반적 사항과의 분포에 유의한 차이가 있는지 그 결과를 보여준다. 지식수준에 따른 일반적 사항과의 관련성을 분석한 결과, 최종학력과 직업은 음식점 원산지표시제의 지식수준과 분포에 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다

**Table 3.** Knowledge levels of subjects about the country-of-origin labeling for restaurants

Questions	Correct answer	n	%
1. A dining hall providing meals for 50 people or more for each meal is required to indicate the country-of-origin.	○	429	98.2
2. Country-of-origin for red pepper powder in Kimchi is required to be indicated.	○	410	93.8
3. Porridge, rice cake, rice juice and noodle are subject to the country-of-origin labeling.	×	33	7.6
4. Alive seafood is subject to the country-of-origin labeling (Being stored/ displayed to be cooked and sold).	○	420	96.1
5. The font size of the country-of-origin labeling should be the same or larger than the food name on a menu/ board.	○	334	76.4
6. Octopus is not subject to the country-of-origin labeling.	×	351	80.3
7. For labeling of the country-of-origin for one food item from more than one country of origin, a country of origin of which a percent is less should be indicated first.	×	207	47.4
8. Dried food such as dried pollack is not subject to the country-of-origin labeling.	○	89	20.4
9. A country-of-origin should be indicated above or in front of the corresponding food item.	×	69	15.9
10. If it is an imported item, the name of a nation of origin should be indicated.	○	420	96.6
Total		437	100.0

**Table 5.** Classification of restaurant country-of-origin labeling for knowledge levels

Lower group (< 7 score) <sup>1)</sup>		Upper group (≥ 7 score)		Total	
n	%	n	%	n	%
252	57.7	185	42.3	437	100.0

1) point out of 10 point

**Table 6.** Relationship between general characteristics and knowledge levels of country-of-origin labeling

Variable		Knowledge level				Total		$\chi^2$
		Lower group		Upper group		n	%	
		n	%	n	%			
Gender	Male	124	49.2	89	48.1	213	48.7	0.052 <sup>ns</sup>
	Female	128	50.8	96	51.9	224	51.3	
Age	20 ~ 29	65	25.8	55	29.7	120	27.5	7.671 <sup>ns</sup>
	30 ~ 39	56	22.2	36	19.5	92	21.1	
	40 ~ 49	61	24.2	43	23.2	104	23.8	
	50 ~ 59	56	22.2	49	26.5	105	24.0	
	≥ 60	14	5.6	2	1.1	16	3.7	
Education level	Under high school	58	23.0	43	23.2	101	23.1	16.406 <sup>**</sup>
	Attending university	46	18.3	40	21.6	86	19.7	
	College	27	10.7	10	5.4	37	8.5	
	University	92	36.5	49	26.5	141	32.3	
	Graduate	29	11.5	43	23.2	72	16.5	
Marital status	Single	103	40.9	85	45.9	188	43.0	1.120 <sup>ns</sup>
	Married	149	59.1	100	54.1	249	57.0	
Monthly income (10,000 won)	< 200	52	20.6	52	28.1	104	23.8	5.589 <sup>ns</sup>
	200 ~ 299	72	28.6	42	22.7	114	26.1	
	300 ~ 399	55	21.8	42	22.7	97	22.2	
	400 ~ 499	34	13.5	18	9.7	52	11.9	
	500 ~ 599	19	7.5	17	9.2	36	8.2	
	≥ 600	20	7.9	14	7.6	34	7.8	
Occupation	Professional job	36	14.3	40	21.6	76	17.4	23.479 <sup>**</sup>
	Office workers	48	19.0	23	12.4	71	16.2	
	Technical / Production	29	11.5	10	5.4	39	8.9	
	Service worker	28	11.1	15	8.1	43	9.8	
	Public official / Educator	33	13.1	17	9.2	50	11.4	
	Own business	11	4.4	15	8.1	26	5.9	
	Student	35	13.9	41	22.2	76	17.4	
	Housewife	19	7.5	20	10.8	39	8.9	
	Others	13	5.2	4	2.2	17	3.9	
Type of residence	One's own house	167	66.3	120	64.9	287	65.7	2.769 <sup>ns</sup>
	Rent house	47	18.7	43	23.2	90	20.6	
	Monthly rent house	27	10.7	13	7.0	40	9.2	
	Dormitory	6	2.4	5	2.7	11	2.5	
	Others	5	2.0	4	2.2	9	2.1	
Total		252	100.0	185	100.0	437	100.0	

<sup>\*\*</sup> p < 0.01, ns: not significant

(p < 0.01). 최종학력에서 지식수준의 하위집단 (7점 미만)은 대학원 재학 또는 졸업이상이 11.5%였고 상위집단 (7점 이상)은 23.2%였다. 또한 직업에서는 전문직이 지식수준의 하위집단 (7점 미만)은 13.3%였고 상위집단 (7점 이

상)은 21.6%이었다. 전문직, 자영업, 학생, 주부는 지식수준 상위집단이 더 높은 것을 확인할 수 있었다. Table 7은 음식점 원산지표시제에 관한 지식수준에 따른 원산지표시의 일반사항에 관한 결과이다. 첫 번째 원산지를 가장 중

**Table 7.** General questions of country-of-origin labeling

Variable	Knowledge level				Total		$\chi^2$	
	Lower group		Upper group		n	%		
	n	%	n	%				
What type of food do you find the most important to check a country-of-origin?	Meat	98	39.2	81	43.8	179	41.5	0.043 <sup>ns</sup>
	Rice	9	3.6	5	2.7	14	3.1	
	Vegetable	8	3.2	6	3.2	14	3.2	
	Seafood	113	45.2	85	45.9	198	45.5	
	Fruit	7	2.8	0	0	7	1.4	
	Processed Food	14	5.6	8	4.3	22	4.9	
	Others	1	0.4	0	0	1	0.4	
What do you find the most important for selecting food?	Country-of-origin labeling	102	40.8	57	30.8	159	35.8	8.521 <sup>ns</sup>
	Nutrition labeling	16	6.4	11	5.9	27	6.2	
	Hygiene	70	28.0	61	33.0	131	30.5	
	Quality	43	17.2	43	23.2	86	20.2	
	Preference	12	4.8	10	5.4	22	5.1	
	Price	4	1.6	3	1.6	7	1.6	
	Others	3	1.2	0	0	3	0.6	
How much are you willing to pay more for a menu with a country-of-origin indicated?	Less than 5%	157	62.8	114	61.6	271	62.2	12.326 <sup>**</sup>
	5 ~ 10%	70	28.0	56	30.3	126	29.2	
	10 ~ 20%	20	8.0	11	5.9	31	6.9	
	20% or above	3	1.2	4	2.2	7	1.7	
How did you learn about the country-of-origin labeling?	Via TV or radio	118	47.2	93	50.5	211	48.9	1.820 <sup>ns</sup>
	Via News or magazine	19	7.6	19	10.3	38	9.0	
	Via Internet	22	8.8	17	9.2	39	9.0	
	Via Information on the country-of-origin labeling, provided by a distributor	44	17.6	26	14.1	70	15.9	
	Via the country-of-origin indicated at a restaurant	43	17.2	25	13.6	68	15.4	
	Via customer organizations	2	0.8	1	0.5	3	0.6	
	Others	2	0.8	3	1.6	5	1.2	
Are you willing to check a country-of-origin before selecting a menu at a restaurant?	Yes	227	90.8	160	86.5	387	88.6	10.539 <sup>ns</sup>
	No	9	3.6	6	3.2	15	3.4	
	Not sure	16	6.4	19	10.3	35	8.0	
Total		252	100.0	185	100.0	437	100.0	

\*\* p < 0.01, ns: not significant

요시하는 식품은 무엇인지에 대해 설문조사를 하였는데 어패류 (45.5%)가 가장 많았고 다음은 육류 (41.5%), 가공식품 (4.9%) 순이었다. 두 번째 식품 선택 시 가장 중요하게 여기는 사항에서는 원산지표시 (35.8%)가 가장 높았으며, 다음으로 위생 (30.5%), 품질 (20.2%), 영양표시 (6.2%), 기호도 (5.1%), 가격 (1.6%), 기타 (0.6) 순이었다. 또한 조사대상자의 66.3%의 소비자들이 식품 선택 시 가장 중요하게 여기는 부분을 '원산지표시'와 '위생'이라고 응답하였다. 원산지를 가장 중요시하는 식품은 무엇인지에 대한 사항과 식품 선택 시 가장 중요하게 여기는 사항의 경우 원산지표시제에 관한 지식수준에 따라 분류한 두 집단 간에 유의적인 차이를 보이지 않았다. 또한, 원산지

표시제를 보고 메뉴를 선택할 의향이 있는지를 묻는 문항에서는 있다 (88.6%), 없다 (3.4%), 잘 모르겠다 (8.0%)의 비율로 응답하였다. 원산지표시제를 처음 접하게 된 계기와 원산지표시제를 보고 외식업체에서 메뉴를 선택할 의향이 있는지에 관한 항목의 경우에도 원산지표시제에 관한 지식수준에 따라 분류한 두 집단 간에 유의적인 차이를 보이지 않았다.

원산지표시를 한 메뉴에 추가비용 발생 시 추가지불의사를 묻는 문항에서는 62.2%의 소비자들이 5% 미만을 수용 가능한 금액으로 응답하였고 5 ~ 10% 미만은 29.2%였다. 원산지표시 메뉴에 추가지불의사를 묻는 문항에서는 원산지표시제에 관한 지식수준에 따라 분류한 두 집단 간

**Table 8.** Relationship between eating-out patterns and knowledge level of country-of-origin labeling

Variable	Total		Knowledge level				$\chi^2$	
	n	%	Lower group		Upper group			
	n	%	n	%	n	%		
No. of eating-out per Week	< 1 / week	17	3.9	12	4.8	5	2.7	9.028 <sup>ns</sup>
	1	34	7.8	20	7.9	14	7.6	
	2	57	13.0	25	9.9	32	17.3	
	3	54	12.4	33	13.1	21	11.4	
	4	55	12.6	36	14.3	19	10.3	
	5	59	13.5	34	13.5	25	13.5	
	6	51	11.7	33	13.1	18	9.7	
Companion for dining-out	≥ 7 / week	110	25.2	59	23.4	51	27.6	23.279 <sup>***</sup>
	Family	136	31.1	78	31.0	58	31.4	
	Marital partner, dating partner	51	11.7	31	12.3	20	10.8	
	Colleague	139	31.8	98	38.9	41	22.2	
	Friend, Senior / Junior	87	19.9	34	13.5	53	28.6	
	Business meeting or other group meeting	24	5.5	11	4.4	13	7.0	
Eating-out cost	Less than 10,000	128	29.3	87	34.5	41	22.2	13.633 <sup>**</sup>
	10,000 ~ 20,000	163	37.3	87	34.5	76	41.1	
	20,000 ~ 30,000	70	16.0	31	12.3	39	21.1	
	30,000 ~ 50,000	52	11.9	30	11.9	22	11.9	
	50,000 or above	24	5.5	17	6.7	7	3.8	
Information sources for restaurant	Word-of-mouth (recommendation)	132	30.2	71	28.2	61	33.0	2.909 <sup>ns</sup>
	From experience	164	37.5	95	37.7	69	37.3	
	From TV, magazine, etc.	35	8.0	23	9.1	12	6.5	
	From internet	73	16.7	41	16.3	32	17.3	
	From outdoor signs and advertisement	24	5.5	16	6.3	8	4.3	
	Others	9	2.1	6	2.4	3	1.6	
Total	437	100.0	252	100.0	185	100.0		

\*\* p < 0.01, \*\*\* p < 0.001, ns: not significant

에 유의적인 차이 ( $p < 0.01$ )를 보여 주었다. 원산지표시에 관한 지식수준이 낮은 집단의 경우 추가지불의사가 5% 미만인 응답자가 지식수준이 높은 집단보다 유의적으로 높게 나타났다. 원산지표시제를 처음 접하게 된 계기는 ‘TV, 라디오’ (48.9%)가 가장 많았으며 ‘유통업체 현장에 제시되어 있는 원산지표시 정보를 통해’ (15.9%), ‘외식업체에서 원산지표시를 보고 (15.4%)’ 등의 순이었다.

Table 8은 음식점 원산지표시제 지식수준에 따른 외식 관련 사항에 관한 결과를 나타낸 내용이다. 분석결과 지식수준에 따라 외식하는 이용 동반자, 1회당 외식비는 유의하게 분포에 차이가 있는 것으로 나타났다. 외식할 때 함께 이용하는 외식동반자를 묻는 사항에서 지식수준 하위집단은 직장동료가 38.9%였으며 지식수준 상위집단은 22.7%였다. 반면 친구, 선후배는 지식수준 하위집단은 13.5%, 지식수준 상위집단은 28.6%였다. 또한 지식수준 하위집단에서 1만원 이상 ~ 3만원 미만의 소비자들이 46.8%인

반면 지식수준 상위집단에서는 62.2%였다. 지식수준 상위집단이 1회당 외식비용이 1만원 미만보다는 1만 원 이상을 외식비로 지출하는 것을 확인할 수 있었다.

## 고 찰

본 연구는 현재 시행되고 있는 음식점 원산지표시제에 대한 소비자들의 객관적 지식수준을 파악하고, 다른 요인들과 지식수준에 따른 차이가 있는지 알아보려 하였다. 이러한 원산지표시제에 대한 소비자의 인식과 태도에 대한 선행연구를 살펴보면, Kim 등<sup>7</sup>은 학교급식 원산지표시제 시행에 따른 일부 서울지역 초등학교의 인식도에 대한 조사에서 학교급식의 원산지표시제 시행에 96%가 찬성을 하는 것으로 나타났고 또한 의무대상품목별 학교급식 원산지표시의 중요도에서는 쌀의 중요도 점수가 가장 높았다. 음식점에서 제시되어 있는 원산지표시제는 조사대상



자의 76.4%가 확인하는 것으로 조사되었다. 사람들이 외식 시 원산지표시제를 확인하지 않는 이유에 대해서는 고학년일수록 ‘해당 음식점을 신뢰하기 때문’이라고 생각하는 것으로 나타났다. 또 다른 연구인 Ahn 등<sup>8</sup>은 서울시에 거주하는 성인을 대상으로 음식점 원산지표시제 시행에 따른 소비자들의 인식과 요구도를 조사하였는데, 기존의 음식점 원산지표시 대상품목인 쌀, 쇠고기, 닭고기, 돼지고기 등이 원산지표시제 품목이라고 인식하고 있는 비율이 70% 이상인 것으로 보고되었다. 일반음식점의 쇠고기 원산지표시제에 대한 소비자 인식에 대해 조사한 Lee와 Jin<sup>5</sup>의 연구에서는 일반음식점의 쇠고기 원산지표시에 대한 소비자 인식수준은 비교적 낮은 것으로 나타났고 수입 쇠고기를 선호하는 이유는 한우에 비해 맛은 떨어지지만 가격이 상대적으로 저렴하기 때문인 것으로 나타났고 일반음식점에서 판매하는 국내산 한우에 대한 불신감이 큰 것으로 조사되었다. 또한 국내산 한우는 맛의 우수성, 안전성, 신선도에서 높은 평가를 받은 반면, 수입쇠고기는 모든 속성에서 낮은 평가를 받고 있었다. 마지막으로 음식점 원산지표시제에 대한 중요도-만족도 차이 분석을 수행한 Nam과 Hong<sup>6</sup>의 연구 결과에서는 중요도 및 만족도 12개의 속성 항목들 모두 유의적으로 차이가 있었으며, 모든 항목에서 중요도 (4.47점/5.00점)가 만족도 (2.94점/5.00점)보다 높으며 유의적인 차이를 나타내었다 ( $p < 0.001$ ). 전체 평균에서도 볼 수 있듯이 원산지 표시제에 대해 소비자들이 생각하는 중요도에 비해 만족도가 크게 낮은 것을 확인할 수 있었다. 음식점 원산지표시제의 속성에 대한 중요도-만족도 분석 결과에서는 중요도는 높으나 만족도는 낮은 2사분면인 ‘집중’ 영역에는 ‘적극적인 정부정책’, ‘원산지 위반 단속체계’, ‘원산지 위반 시 처벌’이 속하는 것으로 나타났다. 이러한 속성들은 소비자들이 현재 정부정책과 단속체계를 가장 개선해야 할 부분으로 소비자들의 원산지 표시를 포함한 제품에 대한 지식은 소비자행동연구에서 자주 언급되는 변수의 하나로 소비자의 제품 선택행동을 설명하는 이론에서 주요한 주제 중 하나인 것으로 볼 수 있다.<sup>11</sup>

한편 연구 결과 중 주당 외식횟수는 주당 7회 이상이 가장 많았으며, 이는 2011년 국민건강영양조사 결과 주 5~6회 이상 외식의 빈도가 국민의 절반이 높다는 결과와 유사한 것으로 나타났다.<sup>20</sup> 또한, Kwon과 Ju<sup>21</sup>의 연구에서도 가정식의 비율은 1998년에 비해 2012년에 낮아지는 추이를 보였으며, 반면에 외식은 높아지는 추이를 보였다.

원산지표시제에 대한 일반사항에 대한 문항의 결과에서는 조사대상자의 원산지표시에 대한 일반적 사항에 대한 문항에서는 첫 번째 원산지를 가장 중요시하는 식품은 무

엇인지에 대해 설문조사를 하였는데 어패류 (45.3%)가 가장 많았고 다음은 육류 (41.4%), 가공식품 (5.0%) 순이었다. 이는 최근 일본 후쿠시마 원전사태 이후 방사성물질의 해수 유입에 따른 어패류에 대한 소비자들의 불안감을 반영한 결과라고 사료되며, 이에 대한 좀 더 구체적인 확인을 위한 후속연구가 진행되어야 할 것으로 사료된다. 또한 2008년 미국산 쇠고기의 광우병 파동에 대한 불안감으로 인해 육류의 원산지표시에 대한 요구도<sup>22</sup>도 역시 높은 것도 이와 관련된 것으로 사료된다. 이러한 선행연구의 결과와 본 연구의 결과에서도 볼 수 있듯이 식품에 대해 소비자들이 한번 가지게 되는 불신은 시간이 지남에 따라 줄어들지 않고 소비자들의 불안감을 증폭시킬 수 있을 것으로 사료된다. 따라서 식품에 대한 소비자들의 신뢰를 얻기 위해 식품안전사고와 원산지표시제의 위반이 일어나지 않도록 원산지표시제에 대한 강력한 정부정책과 관리, 감독이 필요하다고 사료된다. 한편 선행연구에서 보고한 식품안전의 위해요인 중 기존 연구에 가장 많이 다루어진 요인은 식품첨가물이며 그 다음은 잔류농약, (식중독) 미생물과 GM (Genetically Modified) foods, 광우병과 방사선조사, 항생물질, 환경호르몬, 성장호르몬, 식품표시, 발암물질, 이물질, 화학물질, 수입식품 순이었다.<sup>15</sup>

마지막으로 원산지표시제를 처음 접하게 된 계기는 ‘TV, 라디오’ (48.4%)가 가장 많았으며, ‘유통업체 현장에 제시되어 있는 원산지표시 정보를 통해’ (16.5%), ‘외식업체에서 원산지표시를 보고 (15.6%)’ 등의 순이었다. 이러한 결과로 볼 때 원산지표시제의 홍보를 위해서는 ‘TV, 라디오’가 외식업체 원산지표시제의 홍보를 위해 소비자들에게 보다 잘 전달될 수 있는 한 방법이 될 수 있을 것이라고 생각된다.

연구 결과를 바탕으로 앞으로의 연구를 위한 음식점 원산지표시제에 대한 소비자들의 인식과 개선방안에 대해 생각해보면 다음과 같다. 첫째, 최근 후쿠시마 원전사태 이후 (2011년) 어패류의 원산지표시제에 대한 관심이 더욱 커지고 있는 상황이고 이러한 것은 원산지표시를 가장 중요시하는 품목은 무엇인지 묻는 본 연구의 결과로 확인할 수 있었다. 조사대상자인 소비자들은 어패류 (45.3%)를 가장 중요시하는 품목으로 꼽았으며 다음은 육류 (41.4%), 가공식품 (5.0%) 순이었다. 이러한 연구결과로 볼 때 현재 소비자들은 어패류와 육류에 대한 원산지표시에 가장 큰 관심을 가지고 있는 것을 확인할 수 있으며, 이에 대한 후속 연구가 필요할 것으로 보인다. 둘째, 현재 소비자들은 기본적인 원산지표시제에 대한 지식은 가지고 있다고 사료된다. 그러나 세부적인 원산지표시제에 대한 지식은 부족한 것으로 연구결과 확인되었으며, 2013년 추가·확대

개정된 음식점 원산지표시제에 대한 홍보와 함께 소비자들의 신뢰를 확보하기 위한 언론매체를 통한 홍보가 필요할 것으로 사료된다. 셋째, 학력이 높을수록 음식점 원산지표시제에 대한 지식수준이 높은 것을 확인할 수 있었고 전문직, 자영업, 학생, 주부는 지식수준 상위집단이 더 많이 분포하는 것을 확인할 수 있었는데, 원산지표시제에 관심이 많은 집단일수록 지식수준이 높게 나온 것으로 사료된다. 이러한 차이를 고려하여 원산지표시제의 정착과 활성화 방안에 대해 고려해보는 것도 필요할 것으로 사료된다. 이미 2008년 광우병에 걸린 미국산 쇠고기의 수입에 대한 우려로 큰 파동을 한차례 겪었다. 또한, 일본 원전사태로 어패류에 대한 불안감이 여전히 큰 상황이다. 이러한 일련의 사례로 볼 때 식품안전에 대한 문제들은 외식업체의 타격뿐만 아니라 생산 농가, 그리고 소비 위축으로 인해 장기적으로 경제적인 피해와 손실을 보게 된다. 이전의 사례로 볼 때 현재 음식점 원산지표시제의 시행에 따른 비용이 발생하더라도 이러한 제도를 통해 소비자들의 신뢰를 회복하고 음식점에 대한 소비자들의 불신을 개선해 나간다면 결국 경제적인 효과가 커질 수 있을 것이라 사료된다. 따라서 소비자의 알 권리에 대한 보장뿐만 아니라 경제적 이익을 위해서도 장기적으로도 원산지표시제의 활성화를 위해 노력해야 할 것으로 생각된다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 서울과 수도권에 거주하는 소비자들을 대상으로 한 연구이기 때문에 결과를 일반화시키기에 한계점이 있다고 생각된다. 둘째, 음식점 원산지표시제의 지식수준은 측정하는 문항의 깊이 있는 개발이 필요하다고 생각된다. 음식점 원산지표시제에 대한 선행연구들이 거의 부족한 상태로 지식수준의 측정을 위한 문항의 개발에 한계가 있었다. 후속연구에서는 현재 시행되고 있는 음식점 원산지표시제에 대한 소비자들의 인식의 평가를 위한 다양한 항목들을 추가한 연구와 지식수준을 측정하는 문항의 개발과 같은 후속 연구가 필요할 것으로 사료되며 이러한 연구들을 통해 음식점 원산지표시제에 대한 개선방안을 마련할 수 있을 것이라 사료된다.

## 요 약

본 연구는 음식점 원산지표시제에 대한 소비자 인식과 외식행태, 그리고 지식수준과 그에 따른 확장된 계획행동 이론의 변수들과 유의한 차이가 있는지 분석해보았다. 조사대상자의 외식행태와 음식점 원산지표시제 관련 일반사항에 대한 문항에 대해 조사한 결과 조사대상자의 주당 외식횟수는 7회 이상, 외식 시 1회당 비용은 1~2만원 미만

이 가장 많았다. 조사대상자들은 원산지를 가장 중요시하는 식품으로 어패류이고, 육류, 가공식품 순이었다. 또한 식품 선택 시 가장 중요하게 여기는 사항에서는 원산지표시가 가장 높았으며, 위생, 품질, 영양표시 등의 순으로 나타났다. 원산지표시제를 보고 메뉴를 선택 할 의향이 있는지를 묻는 문항에서는 대다수의 소비자들이 원산지표시제를 보고 메뉴를 선택할 의향이 있음을 확인할 수 있었다. 또한, 음식점 원산지표시제 관련 지식수준을 측정한 결과 전체 평균점수는 6.3/10점이었다. 가장 정답률이 낮았던 항목은 ‘죽, 식혜, 떡, 면 등도 원산지표시를 해야 한다’이고, 전반적으로 소비자들은 대체적으로 현재 시행되고 있는 외식업체 원산지표시제에 대한 일반적인 사항들에 대한 지식수준은 높았으나 세부적으로 물어보는 문항에서는 낮은 정답률을 보이는 것을 확인할 수 있었다. 음식점 원산지표시제의 지식수준 (하위집단, 상위집단)에 따른 일반적 사항과 외식행태에서는 일반사항과는 최종학력과 직업에서 분포에 유의한 차이가 있는 것을 확인할 수 있었다.

이러한 연구 결과를 토대로 향후 연구에서는 원산지 표시를 위한 홍보 및 보다 구체적인 사례를 포함한 가이드라인의 개발이 필요할 것으로 사료된다. 그리고 이러한 결과들을 토대로 소비자들의 인식 변화에 대한 후속 연구도 같이 수행되어야 할 것으로 생각된다. 많은 후속연구의 결과들이 이루어진다면 보다 식품 안보나 식품 안전성 정책 방향 개선에도 큰 도움이 될 것이기 때문이다. 추후 연구에서 이러한 결과가 반영되기를 기대해 본다.

## ORCID

남지연: <https://orcid.org/0000-0002-8337-8521>

주세영: <https://orcid.org/0000-0002-5655-9917>

홍완수: <https://orcid.org/0000-0003-3645-2802>

## References

1. Boholm Å. The cultural nature of risk: can there be an anthropology of uncertainty. *Ethnos* 2003; 68(2): 159-178.
2. Zinn JO. Recent developments in sociology of risk and uncertainty. *Hist Soz Forsch* 2006; 31(2): 275-286.
3. National Agricultural Products Quality Management Service (KR). Country-of-origin labeling [Internet]. Gimcheon: National Agricultural Products Quality Management Service; 2017 [cited 2018 Jan 10]. Available from: <http://www.naqs.go.kr>.
4. Park YM, Ko YS, Chai I. Perception and importance for country-of-origin labeling at restaurants in college students in Jeju. *J Nutr Health* 2018; 51(2): 177-185.
5. Lee SM, Jin YH. Research on consumer awareness due to origin declaration of beef in general restaurant. *Korean J Culinary Res*

- 2009; 15(3): 112-127.
6. Nam JY, Hong WS. Study on importance-performance analysis regarding country-of-origin labeling for restaurants. *Korean J Food Cookery Sci* 2015; 31(1): 53-61.
  7. Kim SY, Park S, Joo N. Recognition of elementary school students for the country-of-origin labeling at school foodservice in Seoul. *Korean J Community Nutr* 2010; 15(4): 507-512.
  8. Ahn HJ, Park SH, Joo NM. Consumer awareness and demand for country-of-origin labeling at restaurants: for adults who live in Seoul. *J Korean Diet Assoc* 2010; 16(3): 255-269.
  9. Pouliot S, Sumner DA. Differential impacts of country of origin labeling: COOL econometric evidence from cattle markets. *Food Policy* 2014; 49: 107-116.
  10. Pouta E, Heikkilä J, Forsman-Hugg S, Isoniemi M, Mäkelä J. Consumer choice of broiler meat: the effects of country of origin and production methods. *Food Qual Prefer* 2010; 21(5): 539-546.
  11. Na TK, Choi IS. Communication effects of the presenting types of menu labels and consumers' knowledge level. *Korean J Culinary Res* 2008; 14(1): 107-122.
  12. Brucks M. The effects of product class knowledge on information search behavior. *J Consum Res* 1985; 12(1): 1-16.
  13. Bettman JR, Park CW. Effects of prior knowledge and experience and phase of the choice process on consumer decision processes: a protocol analysis. *J Consum Res* 1980; 7(3): 234-248.
  14. Rao AR, Sieben WA. The effect of prior knowledge on price acceptability and the type of information examined. *J Consum Res* 1992; 19(2): 256-270.
  15. Yoon Y, Kim K. A qualitative study on consumers' perceptions of food safety risk factors. *J Korean Home Manage Assoc* 2013; 31(4): 15-31.
  16. Kim HJ, Park JP, Kim MJ, Ryu KS. Does perceived restaurant food healthiness matter? Its influence on value, satisfaction and revisit intentions in restaurant operations in South Korea. *Int J Hosp Manag* 2013; 33(6): 397-405.
  17. Park SH. Consumer's menu choices by providing nutritional information and the moderating effect of future orientation. *Korea J Tourism Hosp Res* 2011; 25(4): 335-352.
  18. Hwang JJ. How does nutritional information about fast food menu items influence consumer choice behavior according to their health consciousness and nutritional knowledge? *Korean J Hosp Adm* 2012; 21(2): 93-112.
  19. Yoon JY, Ha AH, Ju S. Importance and performance of food and nutrition labeling for school adolescents in Seoul. *J Nutr Health* 2017; 50(4): 383-390.
  20. Ministry of Health and Welfare, Korea Centers for Disease Control and Prevention. *Korea Health Statistics 2011: Korea National Health and Nutrition Examination Survey (KNHANES V-2)*. Cheongwon: Korea Centers for Disease Control and Prevention; 2011.
  21. Kwon YS, Ju SY. Trends in nutrient intakes and consumption while eating-out among Korean adults based on Korea National Health and Nutrition Examination Survey (1998-2012) data. *Nutr Res Pract* 2014; 8(6): 670-678.
  22. Nam JY, Hong WS. A study on the selection attributes regarding American beef by importance-performance analysis: focused on the university students in Seoul and Gyeonggi area. *Korean J Food Cookery Sci* 2012; 28(1): 33-40.