



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
배달음식 어플리케이션 이용 실태
및 영양표시 필요성 조사

濟州大學校 教育大學院

榮養教育專攻

金 株 暎

2021年 8月

제주지역 20대 성인의 배달음식 어플리케이션 이용 실태 및 영양표시 필요성 조사




指導教授 蔡 仁 淑

金 株 暎

이 論文을 教育學 碩士學位 論文으로 提出함

2021 年 6 月

金株暎의 教育學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長	곽 성수	
委 員	채 인숙	
委 員	하정호	

濟州大學校 教育大學院

2021 年 6 月

A study on Usage Status of Food Delivery Apps
and Necessity of Nutrition Labeling of
20s Adults in Jeju

Ju-Yeong Kim
(Supervised by professor In-Suk Chai)

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF
EDUCATION

2021. 8.

DEPARTMENT OF NUTRITION EDUCATION
GRADUATE SCHOOL OF EDUCATION
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

표 목차	iii
국문요약	v
I. 서론	1
II. 이론적 배경	3
1. 외식 및 배달음식	3
1) 외식 및 배달음식 현황	3
2) 국내 외식 및 음식배달 서비스 관련 소비자 연구 실태	5
2. 음식 배달앱	6
1) 국내 음식 배달앱 현황	6
2) 국내 음식 배달앱 관련 소비자 연구 실태	7
3. 국내 외식 및 음식 배달앱의 영양표시	8
1) 국내 외식 및 음식 배달앱 영양표시 현황	8
2) 국내 외식 영양표시 관련 소비자 연구 실태	10
III. 연구 내용 및 방법	12
1. 조사대상 및 기간	12
2. 조사내용 및 방법	12
3. 자료의 분석 및 통계처리	15
IV. 연구 결과 및 고찰	16
1. 조사 대상자의 일반사항	16
2. 배달음식 이용 실태	18
1) 배달음식 이용 특성	18

2) 배달음식 종류별 섭취 빈도	20
3. 음식 배달앱 이용 실태	21
1) 음식 배달앱 이용 특성	21
2) 음식 배달앱 선택속성 중요도 및 만족도	23
(1) 일반사항에 따른 음식 배달앱 선택속성 중요도	25
(2) 일반사항에 따른 음식 배달앱 선택속성 만족도	29
(3) 음식 배달앱 선택속성 IPA분석	33
4. 영양표시 인지 및 활용	34
1) 영양표시 인지여부	34
2) 영양표시 활용여부	37
5. 음식 배달앱 영양표시 필요성	40
1) 음식 배달앱 영양표시 확인여부	40
2) 음식 배달앱 영양표시 필요여부	42
3) 음식 배달앱 영양표시 의견	44
4) 음식 배달앱 영양표시 실시 정보	46
V. 결론 및 제언	48
VI. 참고문헌	52
Abstract	57

표 목 차

표 1. 조사대상자의 일반사항	17
표 2. 조사대상자의 배달음식 이용특성	19
표 3. 조사대상자의 배달음식 종류별 섭취 빈도	20
표 4. 조사대상자의 음식 배달앱 이용특성	22
표 5. 조사대상자의 음식 배달앱 선택속성 중요도 및 만족도	24
표 6. 성별 및 연령에 따른 음식 배달앱 선택속성 중요도	26
표 7. 직업 및 주거형태에 따른 음식 배달앱 선택속성 중요도	28
표 8. 성별 및 연령에 따른 음식 배달앱 선택속성 만족도	30
표 9. 직업 및 주거형태에 따른 음식 배달앱 선택속성 만족도	32
표 10. 조사대상자의 영양표시 인지여부	35
표 11. 조사대상자의 영양표시 항목의 인지 정도 및 이해도	36
표 12. 조사대상자의 영양표시 활용 특성	39
표 13. 조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 확인여부	41
표 14. 조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 필요여부	43
표 15. 음식 배달앱 이용경험 및 영양표시 확인여부에 따른 배달앱 영양표시 필요여부	43
표 16. 조사대상자의 음식 배달앱 영양표시에 대한 의견	45
표 17. 조사대상자의 음식 배달앱의 영양표시 실시 정보에 관한 사항	47

그 립 목 차

그림 1. 음식 배달앱의 피자업장 영양표시 예시	· 14
그림 2. 조사 대상자의 음식 배달앱 선택속성 IPA분석	· 34

제주지역 20대 성인의 배달음식 어플리케이션 이용 실태 및 영양표시 필요성 조사

본 연구는 제주지역 20대 성인의 배달음식 및 음식 배달앱 이용실태, 영양표시 인지 및 활용, 음식 배달앱 영양표시 필요성에 대해 조사하였고, 성별 및 연령 등 일반사항에 따른 음식 배달앱 이용실태, 영양표시 인지 및 활용, 음식 배달앱 영양표시 필요성에 대해 분석하고자 하였다. 또한 음식 배달앱 선택속성의 중요도와 만족도에 대해 IPA 분석을 실시하였으며, 이를 토대로 음식 배달앱의 영양표시에 대한 20대 성인의 인식을 고취시키고 음식 배달앱의 영양표시 개선 방안을 모색하기 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

이를 위해 제주지역 20대 성인 300명을 대상으로 2021년 3월 29일부터 4월 9일 까지 온라인 설문조사를 실시하였고, 회수된 설문지 중 272부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 조사된 자료는 통계처리 프로그램 SPSS Win Program(ver. 21.0)을 이용하여 빈도분석, χ^2 -test, t-test, ANOVA(Duncan), IPA 분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자는 남성 30.9%, 여성 69.1%로 나타났고, 연령은 22-24세 35.7%, 직업은 대학(원)생 76.5%, 월 평균 소득은 50만원 미만 41.5%, 주거형태는 자택 59.6%, 배달음식 동반자는 가족(44.9%)의 비율이 높게 나타났다.

둘째, 조사대상자의 음식 배달앱 이용 경험은 96.7%로 높게 나타났으며, 음식 배달앱을 이용하는 이유는 '검색, 주문, 결제의 편리성(70.3%)'이 가장 높았다.

셋째, 조사대상자의 음식 배달앱 선택속성의 IPA 분석 결과, 중요도와 만족도 모두 낮은 항목은 영양표시로 나타났으며, 영양표시 항목의 중요도 및 만족도 분석 결과 중요도(3.10점)는 보통 이상으로 나타났고, 만족도(2.89점)는 보통 이하로 나타나 중요도에 비해 만족도가 낮은 것으로 나타났다($p < 0.05$).

넷째, 조사대상자의 89.7%가 식품의 영양표시를 인지하고 있었으며, 식품 선택 시 영양표시 확인여부는 가끔 이상으로 확인하는 비율이 75.0%로 나타났고, 영양표시를 확인하는 이유는 ‘체중 관리를 위해서(38.2%)’가 가장 높게 나타났다.

다섯째, 음식 배달앱의 영양표시 필요성은 조사대상자의 82.7%가 필요하다고 응답하였으며, 필요 이유는 ‘소비자 알 권리 보장(50.2%)’이 가장 높게 나타났고, 음식 배달앱의 영양표시를 확인하지 않는 비율은 77.6%로 나타났으며, 영양표시를 확인하지 않는 이유는 ‘표시가 눈에 띄지 않아서(44.5%)’의 응답이 가장 높았다.

여섯째, 조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 실시 정보에 대한 인지여부는 ‘아니요(88.2%)’의 응답이 높게 나타났으며, 음식 배달앱의 영양표시 인식 활성화 방안은 ‘배달앱 내 홍보(57.4%)’가 가장 높게 나타났다.

이상의 연구 결과를 토대로 살펴볼 때 제주지역 20대 성인의 경우 음식 배달앱의 이용 경험, 식품 선택 시 영양표시 인지 및 확인, 음식 배달앱의 영양표시 필요성의 비율이 높게 나타났으나 음식 배달앱의 영양표시 인지 및 확인의 비율은 낮게 나타났다. 따라서 더 많은 음식 종류 업장에서의 영양표시 의무화 확대가 요구되며, 소비자들의 영양표시 인식과 이해를 높이기 위한 방안을 모색하는데 음식 배달앱사와 정부의 체계적이고 적극적인 지원과 동참이 필요할 것으로 사료된다.

I. 서론

현대 사회는 소득 수준의 향상, 식생활 가치관 변화, 음식의 포장 기술 발달, 소규모 및 1인 가구의 증가, 편리성과 신속성 요구, 정보통신기술의 발전 등으로 인해 음식배달 서비스의 수요가 증가하고 있다¹. 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사의 ‘2019 국내 외식 트렌드 조사 보고²’에 따르면 배달 외식에 대한 소비자의 월 평균 섭취 빈도는 2017년도 월 3회, 2018년도 월 3.1회, 2019년도 월 3.4회로 매년 증가하고 있는 것으로 조사되어 앞으로의 배달 외식의 수요는 더욱 증대될 것으로 사료된다.

국내 성인을 대상으로 조사한 연구³에서 연령별 배달음식 이용 빈도수를 분석한 결과 20-29세미만(58.3%), 30-59세(54.8%.9), 60세이상(37.5%)순으로 배달음식을 많이 이용하였으며, 20대의 배달음식의 이용 빈도가 가장 많은 것으로 나타났다.

배달음식의 이용이 증가함에 따라 주문 형태 중 하나인 배달음식 어플리케이션(이하 음식 배달앱)의 이용도 증가하고 있는 추세이다. 통계청의 ‘2021년 2월 온라인 쇼핑 동향 조사’ 결과에 따르면 온라인 쇼핑 거래액 중 모바일 쇼핑 거래액에서 가장 많은 비중을 차지하는 것은 모바일을 이용한 배달음식 주문을 포함한 음식 서비스 군으로 96.7%를 차지하였으며, 이는 전년동월대비 69.5%의 증가율과 7,406억원의 증가액을 보여 비대면과 사회적 거리두기, 집콕 생활로 인해 모바일을 통한 배달음식의 이용이 더 증가한 것으로 조사되었다⁴.

‘2020 국내외 외식트렌드 조사 보고⁵’에서 국내 20대 이상 성인의 82.7%가 배달 음식 주문 시 배달앱을 이용한다고 응답하였으며, 그 중 20대가 90.2%로 배달앱을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났으며, 대학생의 스마트폰 음식 배달앱 이용실태 연구¹ 결과에서는 전체 응답자의 72%가 배달앱의 이용 경험이 있다고 분석되었다.

외식은 가정에서의 식사보다 더 많은 양의 식사를 섭취하게 되고 열량, 지방, 나트륨이 과다한 경향이 있어 비만 등의 성인질환을 초래하기 쉽다⁶.

건강과 외식의 밀접한 관계에 있어 먹거리 전반에 대한 소비자의 관심이 많아지고, 영양표시 정보 제공에 대한 요구도 또한 높아지고 있어 외식 업장의 영양표시

는 더욱 중요하게 되었다⁷. 영양표시는 소비자의 측면에서는 올바른 식품을 선택할 수 있도록 정보를 제공해주며, 업장의 측면에서는 업장의 이미지를 향상 시켜주고 제품의 경쟁력을 향상하는데 기여할 수 있다⁸.

최근 식품의약품안전처는 배달앱 등 온라인에서 식품을 구매하는 경향이 확대됨에 따라 햄버거·피자 등의 어린이 기호 식품을 조리 및 판매하는 일부 업장에 대해 배달앱 내 영양표시(열량, 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨)를 의무적으로 제공하도록 하고 있다⁷.

기존의 배달앱에 대한 선행연구는 스마트폰 배달앱 이용실태¹, 배달앱 선택속성 및 서비스의 만족도¹⁰⁻¹¹, 배달앱의 만족도 및 재이용의도^{12,13}등에 대해 수행되었으며, 영양표시에 대한 선행연구는 일반적 특성에 따른 영양표시 인식 및 활용도^{8,14-16}, 외식 업체의 영양표시에 대한 인식 및 만족도^{17,18}에 대한 연구가 이루어져왔다. 그러나 현대 사회에서 20대의 음식 배달앱을 통한 배달음식의 구매가 증가하고 영양표시의 중요성이 더욱 커지고 있음에도 불구하고 음식 배달앱 내 영양표시의 필요성에 관한 연구는 전무한 실정이다.

이에 본 연구는 제주지역 20대 성인의 배달음식 및 음식 배달앱 이용실태, 영양표시 인지 및 활용, 음식 배달앱 영양표시 필요성에 대해 조사하였고, 성별 및 연령 등 일반사항에 따른 음식 배달앱 이용실태, 영양표시 인지 및 활용, 음식 배달앱 영양표시 필요성에 대해 분석하고자 하였다. 또한 음식 배달앱 선택속성의 중요도와 만족도에 대해 IPA 분석을 실시하였으며, 이를 토대로 음식 배달앱의 영양표시에 대한 20대 성인의 인식을 고취시키고 음식 배달앱의 영양표시 개선 방안을 모색하기 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 외식 및 배달음식

1) 외식 및 배달음식 현황

외식산업진흥법 제2조에 따르면 “외식”이란 가정에서 취사(炊事)를 통하여 음식을 마련하지 아니하고 음식점 등에서 음식을 사서 이루어지는 식사형태를 말한다¹⁹.

국내의 외식산업은 1970년대 시작되어 88올림픽 등 국제 행사들을 계기로 급격하게 성장하게 되었으며, 1980년대 해외 브랜드가 국내시장으로 진출하면서 국내 외식산업이 본격적으로 시작되었다. 국내의 중·소규모의 패스트푸드업장은 여러 과정을 거쳐 추후 기업형 패밀리 레스토랑과 단체급식 중심으로 재편되고, 20년대 이후에는 규모가 더욱 커지고 브랜드도 다양화되는 등의 특징을 보이며 외식산업의 확대가 지속되고 있는 중이다⁶.

국내 외식 업장의 개수는 2017년 69만1751개, 2018년 70만9099개, 2019년 72만7352개로 매년 2.5%씩 증가하고 있으며²⁰, 제주의 경우 숙박 및 음식점업이 2018년 18,498개소에서 2019년 19,822개소로 7.2% 증가한 것으로 나타났다²¹.

외식 산업이 확대됨에 따라 외식 트렌드 또한 변화하고 있다. 소비자와 전문가를 대상으로 2021년 부상할 외식 트렌드를 조사한 결과 배달음식의 진화, 혼밥 문화, 홈코노미 등의 키워드가 선정되었으며, 이러한 외식 트렌드의 변화는 1인 및 소규모 가구 증가 및 코로나 19가 영향을 미쳤을 것으로 분석되었다⁵.

외식 트렌드의 주요한 변화 요인 중 하나인 1인 및 소규모 가구 증가와 관련한 통계청의 ‘2020 한국의 사회지표²²’에 따르면 2019년 평균 가구원 수는 2.39명이며, 1인가구(30.2%), 2인가구(27.8%), 3인가구(20.7%), 4인가구(16.2%), 5인가구(3.9%), 6인 이상가구(1.0%) 순으로 나타났으며, 2인 이하의 소규모 가구의 경우 매년 증가율을 보이는 것에 반해 3인 이상의 다인 가구는 매년 감소하는 결과를 보였다.

제주의 경우 제주특별자치도의 ‘2020 제주통계연보²¹⁾’의 가구원 수 조사 결과에 따르면 1인 가구는 2015년 58,446가구에서 2019년 75,353가구로 증가하였고, 2인 가구는 2015년 58,302가구에서 2019년 71,409가구로 나타났으며, 소규모 가구의 경우 3인 이상의 가구에 비해 매년 증가 비율이 높은 것으로 조사되었다.

1인가구와 다인가구의 외식 빈도 차이를 분석한 연구²³⁾에서는 하루 1회 및 2회 이상 외식하는 1인가구가 다인가구에 비해 높게 나타났다. 한국농촌경제연구원의 ‘2019 식품소비행태조사 통계보고서²⁴⁾’를 보면 함께 외식하는 가족 구성원의 수는 2인가구(30.9%), 1인가구(27.2%), 3인가구(23.1%), 4인가구(17.4%), 5인 이상가구(1.5%)로 나타나 소규모 가구일수록 함께 외식을 하는 비중이 높은 것으로 분석되었다.

20-30대 청년층을 대상으로 연구²³⁾한 결과 청년층 1인가구는 다인가구들과 비교했을 때 식행동에 있어 다른 특성을 지니는 것으로 나타났다. 청년층 1인가구의 경우 다인가구에 비해 소득의 많은 비중을 외식을 하는데 사용하고 있으며, 식사 준비의 번거로움 등으로 인해 직접 요리하는 것을 선호하지 않고 편의성과 간편성이 높은 식품을 소비하는 성향이 높다고 하였다. 앞의 내용들을 고려해보면 청년층 소규모 가구의 증가는 이들이 배달음식 증가의 중요한 소비 주체로 영향력을 끼칠 수 있음을 예측할 수 있다⁶⁾.

과거의 배달음식은 주로 짜장면 등의 중식이나 패스트푸드(치킨, 피자)로 단순히 끼니를 때우기 위한 목적으로 이용되었으나 현재는 일식, 분식, 샌드위치, 커피와 아이스크림을 비롯한 디저트까지 배달이 가능한 음식이 확장되었다. 이렇듯 기존에 자체적으로 배달을 시도하지 않았던 외식 업장들도 배달을 시도할 수 있게 되면서 소비자들에게 배달음식은 더욱 친숙한 외식 소비방법으로 자리 잡고 있다. 현대에는 다양한 배달음식 품목이 생기고 홍보가 되면서 자연스럽게 배달을 통한 매출이 증가하고 있어 현재 외식업은 배달음식을 떼어놓고 논할 수 없는 상황이다²⁵⁾.

배달음식이 증가하는데 있어 우리나라의 특성 또한 영향을 미친다. 우리나라는 다른 나라에 비해 비교적 다양한 종류의 음식 배달이 가능하며, 야근 문화와 야식 문화가 발달함에 따라 상대적으로 배달음식점의 운영시간도 긴 편이다. 또한 정보통신 기술이 발달함에 따라 다양한 전자 매체를 통해 간편하게 배달 음식을 시킬 수 있는 주문 방법이 다양해 세계적으로도 배달음식이 빠르게 발달할 수 있었다²⁶⁾.

이 밖에도 2019년 발생한 코로나 19로 인해 대부분의 외식에서의 매출은 감소한 반면 배달음식 시장은 더욱 확대되었는데²⁷, 이는 사회 전반에 언택트 마케팅 채널 도입, 비대면 서비스 경제기반 구축, 온라인 플랫폼의 상품과 서비스 제공 등의 요인이 큰 영향을 미쳐 안전함을 추구하는 소비자로 인해 배달음식 시장이 증대되었을 것으로 생각된다²⁸.

2) 국내 외식 및 배달음식 관련 소비자 연구실태

농림축산식품부의 ‘2019 외식업체 경영 실태조사 보고서²⁹’에 따르면 2018년에 비해 2019년에 전국적으로 배달앱 및 배달 대행의 비중이 증가하였으며, 전 지역 중 호남·제주권에서 배달앱 및 배달대행의 이용 비중 증가가 가장 큰 것으로 나타났다. 외식 업종별로 보면 전국적으로 치킨 전문점, 중식점 및 한식점이 높은 비중을 차지하였으며, 호남·제주권에서도 같은 업종에서 큰 폭의 증가가 있었다.

국내 소비자의 배달음식 이용과 관련해 선호하는 음식 종류를 조사한 결과 주 이용 음식점은 치킨전문점(55%), 중식(53.9%), 패스트푸드(43.7%) 순으로 나타났으며⁵, 대학생을 대상으로 스마트폰 음식 배달앱 이용실태를 조사한 연구¹에서는 스마트폰 음식 배달앱에서의 메뉴에 대한 선호도를 조사한 결과 5점 만점에 패스트푸드(치킨, 햄버거 등)가 4.1점으로 가장 높았으며, 분식류가 4.0점, 양식 3.6점, 중식 3.4점 순으로 이용도가 높은 것으로 나타났다.

‘2019 식품소비행태조사 보고서²⁴’에 따르면 소비자의 외식 시 음식점 선택 기준은 음식의 맛(45.6%), 음식의 위생상태(15.8%), 음식의 가격(12.9%), 분위기, 서비스정도, 음식의 양 순으로 나타났으며, 기존 선행연구^{1,30-32}에서 소비자를 대상으로 배달음식을 이용 목적을 조사한 결과 대부분 ‘맛있는 음식을 먹기 위해서’ 배달음식을 이용하는 것으로 나타나 소비자는 배달음식 이용 시 음식의 맛을 가장 중요시 하는 것으로 분석되었다.

2. 음식 배달앱

1) 국내 음식 배달앱 현황

배달앱이란 스마트폰의 위치 정보를 이용해 주문배달이 가능한 외식업장의 정보를 제공해주며 또한 주문 및 결제의 기능까지 갖춰 편의성이 강조된 모바일 플랫폼이다³³.

코로나 19로 인해 대면 중심의 비즈니스를 해왔던 외식산업에서의 운영방식이 변화하게 되었다. 식당 내에서 낯선 외부인과 식사를 하는 것에 불안함을 느끼게 된 소비자들은 비대면 서비스와 온라인 주문에 더욱 익숙해지게 되었다. 즉, 언택트(비대면)와 관련된 마케팅의 선호도가 높아지고 있으며, 이와 관련해 배달앱 서비스 시장이 폭발적으로 확장 되는 구조로 변하고 있다³⁴.

배달앱 서비스 시장의 확장에는 정보통신기술의 발달 또한 큰 역할을 하고 있는데 과거에는 전단지를 찾아 메뉴를 선택하고, 직접 전화를 걸어 배달음식을 주문하였다면, 정보통신 기술의 발달은 이와 같은 번거로움을 없애는 역할을 하고 있다¹¹. 정보통신기술의 발달로 확대된 비대면 서비스는 주문과 결제 등의 서비스가 무인 및 자동화되는 것을 의미하며, 키오스크, O2O 서비스, 자판기 등이 이에 해당된다. 온라인에서 주문하고 오프라인에서 서비스를 제공받는 O2O 서비스의 경우 새로운 서비스 가치를 창출하고 있으며, 이 방식을 적용한 배달앱의 시장 역시 더욱 성장하고 있다.

국내 음식 배달앱은 2010년 4월에 출시된 위치정보 기반의 ‘배달통’을 시작으로 그 해 6월에는 ‘배달의 민족’이 출시되었다. 또한 2012년 8월에는 ‘요기요’가 등장하였으며, 이후 배달앱 시장은 상당히 빠르게 성장하여 2014년에는 배달앱 상위 3사의 스마트폰 배달앱 서비스 프로그램 다운로드 수가 4,000만 건을 넘게 되는 등 시장 규모는 더욱 커지게 되었다³⁵.

공정거래위원회에 따르면 국내 배달앱의 시장 규모는 2017년 2조여원, 2018년 4조여원, 2019년 9조여원으로 가파른 상승세를 보였다. 국내 배달앱 시장 이용자수는 2013년 87만명에서 2018년 2500만명으로 5년 만에 2773% 급증했으며, 2019년 배달

앱의 월 이용자는 2700만명, 음식점 약 35만개, 배달 대행 라이더는 12만명으로 나타났다³⁶.

배달앱 서비스는 외식업장과 직접 통화하지 않고 비대면 방식으로 메뉴 검색, 주문, 결제까지 가능하며, 다른 이용자들의 서비스 후기 및 다양한 추가 혜택을 지금 받을 수 있는 서비스 편의성을 가져 배달앱 사용에 대한 수요는 더욱 증가할 것으로 예상된다³⁷.

2) 국내 음식 배달앱 관련 소비자 연구 실태

농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사의 ‘2020 국내외 외식트렌드 조사 보고서⁵⁾의 음식점 선택 시 정보 취득 경로 조사 결과에 따르면 배달 외식의 경우 스마트폰 앱을 통한 정보 취득이 63.2%로 가장 많았으며, 다음으로는 인터넷 검색을 통해 54.9%, 주변 지인 추천 35.0% 순으로 많았다.

국내 20-50대 성인을 대상으로 조사한 연구³⁰에서 배달음식 주문 방법으로 ‘배달 앱’이 75.3%로 가장 많았고, 그 다음으로 ‘전화(24.0%)’, ‘PC(0.7%)’ 순으로 이용하는 것으로 분석되었다.

통계청에서 발표한 ‘한국의 사회지표³⁸⁾에 의하면 국내 국민의 스마트폰 가입률이 90.6%인 것으로 나타났으며, 2014년의 스마트폰 가입률이 45.2%인 것과 비교하면 매년 스마트폰 사용자가 빠르게 증가하여 2016년에는 90%를 돌파하게 되었고, 우리나라의 스마트폰 보급률을 고려할 때 스마트폰 배달앱을 이용한 배달음식 주문은 더욱 증가할 것으로 시사 된다³⁰.

선행연구에서 배달앱 이용 주요 연령에 대해 조사한 결과 타 연령에 비해 20대의 배달앱 이용이 가장 많은 것으로 조사되어 대부분의 20대는 배달앱을 통해 배달음식을 이용하는 것으로 나타났으며^{10,38}, 20대를 대상으로 선호하는 배달앱을 조사한 결과 배달의 민족, 요기요, 배달통 순으로 선호하는 것으로 나타났다¹¹⁻¹².

대학생을 대상으로 스마트폰 음식 배달앱 이용 실태 연구¹에서는 배달음식을 이용하는 주된 목적이 ‘검색, 주문, 결제 모두 한 번에 가능해서(56.9%)’, ‘쿠폰, 마일리지, 가격할인 등 혜택이 있어서(13.8%)’, ‘다양한 결제방식이 가능해서(11.6%)’순으로

나타났다. 소비자들의 식생활라이프스타일에 따른 배달음식의 소비성향을 분석한 연구³¹에서는 배달앱을 이용하는 이유를 복수응답으로 조사한 결과 ‘주문이 간편해서(82.8%)’의 응답이 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘결제가 간편해서(59.3%)’, ‘고객 리뷰 확인이 쉬워서(32.6%)’, ‘쿠폰을 사용할 수 있어서(25.9%)’, ‘많은 브랜드를 비교할 수 있어서(23.2%)’ 순으로 조사되어 대부분의 소비자들이 편리성과 간편성을 추구하여 음식 배달앱을 이용하는 것으로 나타났다.

성인의 음식 배달앱의 선택속성에 대한 중요도와 만족도를 분석한 연구³⁹에서는 중요도와 만족도가 높은 항목으로 음식의 맛, 음식의 양, 배달 시간, 리뷰 등으로 나타났다으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높은 항목은 결제 방법의 다양성, 리뷰에 대한 사장님의 댓글로 나타났다. 중요도와 만족도가 모두 낮은 항목은 메뉴의 다양성, 다른 업체와의 차별성, 매장정보 등으로 나타났으며, 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목은 음식의 품질, 음식 온도, 배달료 등으로 나타났다.

3. 국내 외식 및 음식 배달앱 영양표시

1) 국내 외식 및 음식 배달앱 영양표시 현황

외식 영양표시제도는 외식에서 제공되는 식품의 영양정보를 제공하여 소비자들이 본인의 건강에 합리적인 선택 하도록 태도 변화를 가져올 수 있고, 트랜스지방, 당, 나트륨 등에 대한 관리를 강화하는 등 건강한 식생활을 유도할 수 있다^{40,41}.

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 시범 실시로 제과·제빵, 치킨업체에서 자율적으로 영양성분 표시를 시행하게 하였다⁴⁰.

외식 영양표시제도는 2010년 「식품접객업 중 어린이 기호식품의 영양성분 표시 및 방법 등에 관한 기준」의 제정 고시에 의거하여 실시되었으며¹⁸, ‘어린이 식생활안전관리 특별법’ 제11조에 근거하여 어린이 기호식품을 판매하는 제과·제빵, 아이스크

림류, 햄버거, 피자 등 100개 이상의 점포를 운영하는 가맹업장에 대해 ‘열량’, ‘당류’, ‘단백질’, ‘포화지방’, ‘나트륨’의 함량을 의무적으로 표시하도록 하고 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 있다¹⁷⁾.

식품의약품안전처는 2020년 6월 ‘어린이 식생활안전관리 특별법’ 시행령 일부개정안을 입법예고하였다. 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 소비할 수 있는 환경을 조성하고자 하는 취지이다⁴²⁾.

이처럼 외식 영양표시의 중요성은 더욱 대두 되고 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. 영양표시 의무 대상 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.

업장별로 누리집 또는 배달앱에서 영양성분 정보를 확인할 수 있으며, 영양표시의 위치와 방식은 차이가 있지만 배달앱의 경우 주문 메뉴를 선택하면 그 주변이나 메뉴화면 맨 하단에서 해당 정보를 확인할 수 있다. 또한 식품의약품처는 배달앱 내 신규 가맹점이나 신규 메뉴가 추가될 시 영양성분 등의 정보가 실시간으로 반영 및 표출될 수 있도록 가맹점과 본사, 그리고 배달앱사와 지속적으로 협의해 나갈 것이며, 표시 관리를 강화해 나갈 예정이다.⁹⁾

2) 국내 외식 영양표시 관련 소비자 연구 실태

질병관리청에서 실시한 지역사회건강조사 ‘2020 지역건강통계 한눈에보기⁴³⁾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.

최근 3년간의 제주의 영양표시 활용률의 변화를 보면 2018년 79.4%, 2019년 82.9%, 2020년 87.3%로 매년 영양표시 활용률이 증가하는 모습을 보였으며, 2020년에는 국내 17개의 지역 중 세종, 대전 다음으로 세 번째로 영양표시 활용률이 높은 것으로 나타났다. 제주뿐만 아니라 전국적으로 국민의 영양표시 활용률이 높아지고 있는 이 시점에서 소비자의 영양표시에 대한 인식과 이용이 더욱 증가한다면 영양표시는 바람직한 식품 선택을 위한 교육 자료로 잘 활용 될 수 있음을 예측 할 수 있다. 따라서 영양표시 인식 및 활용을 향상시키기 위해서는 적극적인 교육과 홍보 방안의 마련이 필요하다⁴⁴⁾.

소비자를 대상으로 외식 영양표시에 대해 인지하고 있는지를 조사한 연구 결과 배달음식의 이용실태와 영양정보표시 인식도를 조사한 연구⁶⁾에서는 전체 응답자의 54.7%가 외식 영양표시에 대해 모르고 있다고 응답하였으며, 68.3%가 배달음식 영양표시를 모른다고 응답한 것으로 나타났다. 외식 영양표시에 대한 소비자의 인지도 및 만족도를 조사한 연구⁴⁰⁾에서는 외식 영양표시에 대해 5점 만점에 2.99점으로 보통 정도로 영양표시를 인지하는 것으로 나타났다.

외식 영양표시를 확인 및 확인하지 않는 이유에 대해 조사한 연구 결과 영양표시를 확인하는 이유는 ‘체중 및 몸매관리를 위해서’가 가장 많았으며, 확인하지 않는 이유는 ‘영양정보표시에 관심이 없어서’의 응답이 가장 많은 것으로 조사되었다^{6,45)}.

외식에서의 영양표시가 외식 이용 시 영향을 미치는지 조사한 연구들을 보면 영양정보 표시의 이용과 속성에 대한 소비자의 인식 연구¹⁷⁾에서는 대부분의 대상자가 외식 영양정보 표시 이용행동이 메뉴 선택에 영향을 미칠 것이라고 응답하였으며, 외식 영양정보 표시 행동이 향후 이용의도의 양(+의 영향을 미친다고 분석하였다. 식생활라이프스타일과 인구통계적 특성이 외식 영양표시 외식업체의 브랜드 이미지에 미치는 영향 연구⁴¹⁾에서는 안전을 추구하는 성향이 클수록 외식 영양표시에 대한 브랜드 이미지가 상승하였다고 나타났으며, 식품 안전에 대한 소비자의 관심이 높

아지고 있어 외식 영양표시는 음식 안전에 좋은 대안이 될 수 있을 것으로 시사하였다.

외식에서의 영양표시에 대한 요구가 높아짐에 따라 10-50대 이상을 대상으로 조사한 연구⁴⁰에서는 점점 사용률이 급증하고 있는 SNS, 인터넷 등 온라인을 통한 외식 영양표시 제공을 활성화 하는 것도 바람직할 것이라고 시사했다.

Ⅲ. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구에서는 제주 지역에 거주 중인 20대 성인 300명을 대상으로 2021년 3월 29일부터 4월 9일 까지 직접기입법에 의한 온라인 설문조사를 실시하였다. 총 300부의 설문지가 회수되었으며, 부실 기재된 설문지 28부를 제외한 총 272부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 본 연구는 제주대학교 생명윤리심리위원회의 승인을 거친 후 수행하였다(JJNU-IRB-2021-016).

2. 조사내용 및 방법

본 연구에 사용된 설문지는 선행연구^{1,6,7,12,17,30,45,46}와 국민건강영양조사⁴⁷ 식생활 조사지를 기초로 하여 본 연구의 목적에 적합하도록 문항을 수정 및 보완하여 개발하였다. 설문지는 조사대상자가 온라인상에서 직접 기입하는 방식으로 설문지를 작성하도록 하였으며 조사내용은 다음과 같다. 조사내용은 크게 다섯 가지 부분으로 일반사항, 배달음식 이용실태, 음식 배달앱 이용실태, 영양표시 인지 및 활용, 음식 배달앱의 영양표시 필요성으로 구성하였다.

1) 일반사항

조사 대상자의 일반사항은 성별, 연령, 결혼 여부, 직업, 월 평균 소득, 주거 형태, 배달음식 이용 동반자 총 7문항으로 구성하여 조사하였다.

2) 배달음식 이용 실태

배달음식 이용 실태를 파악하기 위하여 배달음식 이용 빈도, 배달음식을 이용하는 목적, 배달음식 종류별 섭취 빈도, 배달음식 이용 시 중요 고려사항, 배달음식 정보 획득 경로, 배달음식 주문 방법으로 총 6문항으로 구성하였다.

3) 음식 배달앱 이용 실태

음식 배달앱 이용 실태는 이용 경험 여부, 이용 목적, 주로 사용하는 배달앱, 해당 앱 이용 이유, 앱 이용 횟수, 배달앱 이용 시 1회 지출 비용, 추후 이용의도를 조사하였다. 음식 배달앱의 선택 속성의 중요도 및 만족도를 분석하기 위해 항목은 주문 및 결제 편리성, 메뉴 다양성, 추가 옵션, 메뉴 설명, 다양한 혜택, 최소 주문금액, 배달 비용, 후기, 영양표시로 구성하였으며, 각 항목에 대해 중요도(1점 : 전혀 중요하지 않다, 5점 : 매우 중요하다)와 만족도(1 : 전혀 만족하지 않는다, 5점 : 매우 만족한다)의 Likert 5점 척도를 사용하여 분석하였으며, 평균 점수를 기준으로 IPA 분석을 실시하였다.

4) 영양표시 인지 및 활용

영양표시 인지 및 활용은 영양표시 인지 여부, 식품 선택 시 영양표시의 영향, 식품 구매 시 영양표시 확인 여부, 영양표시 확인 이유를 조사하였고, 영양표시 항목의 인지 정도 및 이해도는 현재 배달앱 내 피자업장의 영양표시를 예시(그림 1)를 주고 인지정도(1 : 전혀 모른다, 5점 : 매우 잘 안다)는 Likert 5점 척도를 사용하여 분석하였고, 영양표시 항목의 이해도는 7개의 문항으로 구성해 각 문항에 체크하게 한 다음 총 7점 만점으로 정답률을 조사하였다. 중요하게 생각하는 영양표시 항목의 경우 국민건강영양조사⁴⁷의 식생활 조사지를 참고하여 열량, 당류, 단백질, 나트륨, 지방, 칼슘, 비타민으로 구성하여 조사하였다.

불고기피자 R 피자 영양성분	
총 제공량 8조각 (490g) 1회 제공량 2조각 (123g)	
1회 제공량 당 함량	
열량	342Kcal
당류	4g
단백질	18g
포화지방	7g
나트륨	543mg

그림 1. 음식 배달앱의 피자업장 영양표시 예시

5) 음식 배달앱의 영양표시 필요성

조사 대상자의 음식 배달앱의 영양표시 필요성을 파악하기 위해 음식 배달앱 이용 시 영양표시를 확인여부와 음식 배달앱의 영양표시 필요여부, 필요 이유를 조사하였고 음식 배달앱의 영양표시에 대한 의견은 두 문항으로 구성하여 각 문항에 대해(1점 : 전혀 아니다, 5점 : 매우 그렇다)의 Likert 5점 척도를 사용하여 분석하였다. 또한 음식 배달앱의 영양표시 실시 정보 인지 여부, 음식 배달앱의 영양표시 실시 정보 습득 경로, 음식 배달앱의 영양표시 인식 활성화 방안으로 문항을 구성하여 조사하였다.

3. 자료 분석 및 통계처리

본 연구의 자료는 SPSS Win Program (ver 21.0)을 이용하여 분석하였고, 조사대상자의 일반사항, 배달음식 이용실태, 음식 배달앱 이용실태, 영양표시 인식 및 활용, 음식 배달앱의 영양표시 필요성은 빈도와 백분율, 평균과 표준편차를 산출하였다. 조사 대상자의 일반사항에 따른 배달음식 이용실태, 음식 배달앱 이용실태, 영양표시 인식 및 활용, 음식 배달앱 이용 경험 및 영양표시 확인 여부에 따른 음식 배달앱 내 영양표시 필요성의 차이를 분석하기 위해 카이제곱(χ^2) 검정과 독립 T검정, 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 일원배치 분산분석에서 유의한 차이가 있는 경우 Duncan's multiple range test 사후검정을 실시하였다.

음식 배달앱의 선택속성 중요도와 만족도를 분석하기 위해 각 항목별로 평균과 표준편차를 구한 후 중요도와 만족도 간의 차이분석을 위해 t-test를 실시하였으며, 평균 점수를 기준으로 IPA분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 조사 대상자의 일반사항

조사대상자의 일반사항은 표 1과 같으며, 조사 대상자의 성별은 여성 69.1%, 남성 30.9%로 여성의 비율이 더 높게 나타났고, 연령은 22-24세 35.7%, 25세 이상 35.3%, 21세 이하 29.0% 순으로 나타났다. 결혼 여부는 미혼이 96.7%, 기혼이 3.3%로 나타났으며, 직업은 대학(원)생 76.5%, 관리/사무/전문직 12.5%, 판매/서비스/기술직 8.1%, 무직(주부,취준생) 2.9%로 나타났다. 월 평균 소득은 50만원 미만 41.5%, 50-100만원 미만 27.9%, 100만원-200만원 미만 17.3%, 200만원 이상 13.2% 순으로 나타났다. 주거형태는 자택이 59.6%로 가장 높았으며, 기숙사 22.4%, 자취 18.0% 순으로 나타났고, 배달음식 이용 시 동반자는 가족(배우자) 44.9%, 지인 29.4%, 혼자 25.7% 순으로 나타나 배달음식 이용 시 가족과 이용하는 사람의 비율이 가장 많은 것으로 조사되었다.

표 1. 조사대상자의 일반사항

(n=272)

	구 분	n	%
성별	남성	84	30.9
	여성	188	69.1
연령	21세 이하	79	29.0
	22-24세	97	35.7
	25세 이상	96	35.3
결혼 여부	미혼	263	96.7
	기혼	9	3.3
직업	대학(원)생	208	76.5
	관리/사무/전문직	34	12.5
	판매/서비스/기술직	22	8.1
	무직(주부,취준생)	8	2.9
월 평균 소득	50만원미만	113	41.5
	50-100만원미만	76	27.9
	100-200만원미만	47	17.3
	200만원이상	36	13.2
주거 형태	기숙사	61	22.4
	자취	49	18.0
	자택	162	59.6
배달음식 동반자	혼자	70	25.7
	가족(배우자)	122	44.9
	지인	80	29.4

2. 배달음식 이용실태

1) 조사대상자의 배달음식 이용특성

조사대상자의 배달음식 이용특성을 조사한 결과 (표 2) 배달음식 이용 빈도는 ‘월 2-3회(43.0%)’가 가장 높게 나타났으며, 다음은 ‘주 1-2회(32.4%)’ 순으로 나타났다. 국내 20-50대 성인을 대상으로 조사한 연구^{30,31}에서 배달음식 이용 빈도에 대해 각각 ‘월 2-3회(33.0%)’와 ‘월 2-4회(47.2%)’ 이용한다는 응답이 가장 높아 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

조사대상자의 배달음식 이용 목적은 ‘맛있는 음식을 먹기 위해서(58.1%)’, ‘식사 준비가 번거로워서(32.0%)’, ‘장소에 제약이 없어서(4.0%)’ 순으로 나타났으며, 대학생을 대상으로 조사한 연구¹²에서 ‘맛있는 음식을 즐기기 위해(50.6%)’ 배달음식을 이용한다는 응답이 가장 높게 나타나 본 연구 결과와 유사하였다.

배달음식 정보 획득 경로는 ‘음식 배달앱(90.8%)’이 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘미디어 광고(3.7%)’, ‘전단지(2.9%)’, ‘지인 추천(2.6%)’ 순으로 나타났다. 배달음식 이용 시 주문하는 방법은 ‘음식 배달앱(89.3%)’, ‘전화(9.2%)’, ‘음식점 방문(1.5%)’ 순으로 나타나 음식 배달앱을 통한 배달음식 주문이 가장 많은 것으로 나타났다.

조사대상자의 배달음식 이용 시 가장 중요하게 고려하는 사항은 ‘음식의 맛(57.7%)’이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘음식의 가격(26.8%)’, ‘음식의 양(4.0%)’, ‘위생 상태(3.3%)’, ‘배달 속도(2.6%)’, ‘할인 및 쿠폰(2.2%)’, ‘업장 위치(1.8%)’, ‘기타(배달비용)(1.5%)’ 순으로 나타났다.

성인을 대상으로 배달음식 이용실태를 조사한 연구⁶에서 배달음식 선택 시 중요하게 고려하는 사항 중 음식의 맛과 질이 5점 만점에 4.4점으로 나타났으며, 배달음식 서비스에 대해 조사한 연구³⁹에서 배달음식 이용 시 가장 중요하게 생각하는 사항이 ‘음식의 맛(4.62점)’으로 나타나 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

표 2. 조사대상자의 배달음식 이용특성

(n=272)

	구 분	n	%
배달음식 이용 빈도	월 1회 이하	29	10.7
	월 2-3회	117	43.0
	주 1-2회	88	32.4
	주 3-4회	29	10.7
	매일 이용	9	3.3
배달음식 이용 목적	식사 준비가 번거로워서	87	32.0
	맛있는 음식을 먹기 위해서	158	58.1
	여러 종류의 음식을 먹기 위해서	10	3.7
	손님 접대를 위해서	6	2.2
	장소에 제약이 없어서	11	4.0
배달음식 정보 획득 경로	음식 배달앱	247	90.8
	전단지	8	2.9
	미디어 광고	10	3.7
	지인 추천	7	2.6
배달음식 주문 방법	음식 배달앱	243	89.3
	음식점 방문	4	1.5
	전화	25	9.2
중요 고려사항	음식의 맛	157	57.7
	음식의 가격	73	26.8
	음식의 양	11	4.0
	위생 상태	9	3.3
	할인, 쿠폰	6	2.2
	배달 속도	7	2.6
	업장 위치	5	1.8
	기타(배달비용)	4	1.5

2) 배달음식 종류별 섭취 빈도

조사대상자의 배달음식 종류별 섭취 빈도를 조사한 결과 (표 3) 주 1회 이상 섭취하는 음식 종류는 ‘치킨(16.9%)’, ‘음료류(16.1%)’, ‘분식류(15.0%)’ 순으로 높았으며, 월 2-3회 섭취는 ‘치킨(43.8%)’, ‘분식류(30.5%)’, ‘패스트푸드(21.0%)’ 순으로 높게 나타났다. 치킨의 경우 주 1회 이상(16.9%), 월 2-3회(43.8%) 섭취하는 비율이 모든 배달음식 종류 중 가장 높은 것으로 나타났다.

대학생을 대상으로 조사한 연구¹에서 치킨, 햄버거가 5점 만점에 4.1점으로 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 성인을 대상으로 조사한 연구⁵에서도 섭취 빈도로 치킨이 55.0%로 가장 응답이 높아 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다. 외식 영양 표시제도의 의무 표시 대상인 제과·제빵류의 경우 모든 배달음식 종류 중 거의 먹지 않음(64.7%)이 가장 높게 나타났다.

표 3. 조사대상자의 배달음식 종류별 섭취 빈도

구 분	섭취 빈도				n(%)
	주 1회 이상	월 2-3회	월 1회	거의 먹지 않음	
한식류	27(9.9)	26(9.6)	83(30.5)	136(50.0)	
중식류	7(2.6)	43(15.8)	131(48.2)	91(33.5)	
일식류	12(4.4)	40(14.7)	91(33.5)	129(47.4)	
양식류	6(2.2)	25(9.2)	72(26.5)	169(62.1)	
분식류	41(15.0)	83(30.5)	87(32.0)	61(22.4)	
치킨	46(16.9)	119(43.8)	83(30.5)	24(8.8)	
패스트푸드	31(11.4)	57(21.0)	101(37.1)	83(30.5)	
제과·제빵류	23(8.5)	28(10.3)	45(16.5)	176(64.7)	
음료류	44(16.1)	28(10.3)	41(15.1)	159(58.5)	

(n=272)

3. 음식 배달앱 이용 실태

1) 음식 배달앱 이용 특성

조사대상자의 음식 배달앱 이용 특성을 조사한 결과 (표 4) 음식 배달앱 이용 경험은 96.7%가 이용 경험이 있다고 응답하여 매우 높게 나타났다.

조사대상자의 음식 배달앱 이용 목적은 ‘검색, 주문, 결제 편리성(70.3%)’, 할인 및 쿠폰 등의 ‘다양한 혜택(11.8%)’ 순으로 나타났으며, 국내 20-50대 성인을 대상으로 조사한 연구³¹에서 배달앱을 이용하는 이유로 ‘주문이 간편해서(82.8%)’가 가장 높게 나타나 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

조사대상자의 주로 사용하는 배달앱을 조사한 결과 ‘배달의민족(80.6%)’, ‘요기요(17.5%)’, ‘기타(배달통, 배달365)(1.9%)’ 순으로 많이 이용하는 것으로 나타났으며, 20대를 대상으로 조사한 연구^{11,12}결과 배달의 민족, 요기요 순으로 많이 선호하는 것으로 나타나 본 연구와 유사함을 알 수 있었다.

조사대상자의 해당 음식 배달앱을 이용하는 이유는 ‘이용자 수가 많아서(44.1%)’가 가장 높게 나타났고, ‘광고 노출이 많아서(27.8%)’, ‘할인 및 쿠폰 제공(21.7%)’ 순으로 나타났다.

조사대상자의 음식 배달앱 이용 횟수는 ‘월 2-3회(41.8%)’, ‘주 1-2회(27.8%)’ 순으로 나타났다. 음식 배달앱 이용 시 1회 지출 비용은 ‘1-3만원 미만(82.9%)’이 가장 높은 비율을 보였으며, 국내 성인을 대상으로 조사한 연구³⁹결과 조사대상자의 74.3%가 만 5천원-3만원 미만으로 배달음식을 구매하는 것으로 나타나 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

조사대상자의 음식 배달앱 추후 이용의도에 대해 모든 조사대상자가 추후에도 음식 배달앱을 이용하겠다고 응답하였으며, ‘항상 이용(44.9%)’, ‘자주 이용(31.2%)’, ‘가끔 이용(24.0%)’ 순으로 나타났다.

표 4. 조사대상자의 음식 배달앱 이용특성

	구 분	n	%
배달앱 이용경험 (n=272)	있음	263	96.7
	없음	9	3.3
배달앱 이용목적 (n=263)	검색, 주문, 결제 편리성	185	70.3
	다양한 혜택	31	11.8
	비대면 진행	15	5.7
	후기 참고	16	6.1
	맞춤형 주문	16	6.1
주 사용 배달앱 (n=263)	배달의민족	212	80.6
	요기요	46	17.5
	기타	5	1.9
해당 앱 이용이유 (n=263)	이용자 수가 많아서	116	44.1
	할인 및 쿠폰 제공	57	21.7
	광고 노출이 많아서	73	27.8
	후기가 좋아서	17	6.5
배달앱 이용횟수 (n=263)	월 1회 이하	37	14.1
	월 2-3회	110	41.8
	주 1-2회	73	27.8
	주 3-4회	37	14.1
	매일 이용	6	2.3
배달앱 1회 지출 비용(n=263)	1만원미만	2	0.8
	1-3만원미만	218	82.9
	3만원이상	43	16.3
배달앱 추후 이용의도(n=263)	가끔 이용	63	24.0
	자주 이용	82	31.2
	항상 이용	118	44.6

2) 음식 배달앱 선택속성 중요도 및 만족도

조사대상자의 음식 배달앱 선택 속성 9개의 항목에 대해 중요도와 만족도를 분석한 결과 (표 5) 음식 배달앱 선택속성의 중요도 평균은 3.99점으로, 각 항목의 중요도 점수는 ‘배달 비용(4.56점)’, ‘후기(4.31점)’, ‘주문 및 결제 편리성(4.19점)’, ‘메뉴 다양성(4.16점)’, ‘최소 주문금액(4.06점)’, 할인 및 이벤트 등의 ‘다양한 혜택(4.04점)’ 순으로 높게 나타났으며, 그 다음은 ‘메뉴 설명(3.95점)’, 사이드메뉴 토핑 등의 ‘추가 옵션(3.51점)’, ‘영양표시(3.10점)’로 나타났다.

음식 배달앱 선택속성의 만족도 평균은 3.38점이며, 각 항목의 만족도 점수는 ‘주문 및 결제의 편리성(4.30점)’이 가장 높았으며, ‘메뉴 다양성(3.95점)’, ‘추가 옵션(3.89점)’, ‘후기(3.88점)’, ‘메뉴 설명(3.37점)’, ‘다양한 혜택(3.21점)’, ‘영양표시(2.89점)’, ‘최소 주문금액(2.72점)’, ‘배달 비용(2.24점)’ 순으로 나타났다. 중요도에 비해 만족도가 낮게 평가된 항목은 ‘메뉴의 다양성($p<0.001$)’, ‘메뉴 설명($p<0.001$)’, ‘다양한 혜택($p<0.001$)’, ‘최소 주문금액($p<0.001$)’, ‘배달 비용($p<0.001$)’, ‘후기($p<0.001$)’, ‘영양표시($p<0.05$)’, 총 7개 항목으로 나타났으며, 중요도에 비해 만족도가 높게 평가된 항목은 ‘주문 및 결제 편리성($p<0.05$)’, ‘추가 옵션($p<0.001$)’으로 총 2개 항목으로 분석되었다.

표 5. 조사대상자의 음식 배달앱 선택속성 중요도 및 만족도

구 분	Mean±SD		
	중요도 ¹⁾	만족도 ²⁾	p-value
주문, 결제의 편리성	4.19±0.69	4.30±0.60	0.015
메뉴의 다양성	4.16±0.72	3.95±0.69	0.000
추가 옵션	3.51±0.99	3.89±0.67	0.000
메뉴 설명	3.95±0.81	3.37±0.75	0.000
다양한 혜택	4.04±0.90	3.21±0.85	0.000
최소주문금액	4.06±0.93	2.72±0.94	0.000
배달 비용	4.56±0.60	2.24±0.98	0.000
후기	4.31±0.80	3.88±0.68	0.000
영양 표시	3.10±1.06	2.89±0.80	0.023
평 균	3.99±0.83	3.38±0.98	0.000

1) 5점 척도:(1점 : 전혀 중요하지 않다, 5점 : 매우 중요하다)

2) 5점 척도:(1점 : 전혀 만족하지 않는다, 5점 : 매우 만족한다)

(1) 일반사항에 따른 음식 배달앱 선택속성 중요도

일반사항에 따른 음식 배달앱 선택속성의 중요도 분석 결과 (표 6) 성별을 살펴보면 여성(4.62점)이 남성(4.41점) 보다 ‘배달 비용’의 중요도가 높게 나타나 유의한 차이를 보였다($p < 0.01$). 다음으로 중요도가 높은 항목은 ‘후기’로 여성(4.33점)이 남성(4.26점) 보다 높게 나타났으며, 영양표시 항목의 경우 남성(3.28점)이 여성(3.03점) 보다 중요도가 더 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

연령에 따른 분석 결과 중요도가 가장 높게 나타난 항목은 ‘배달 비용’으로 21세 이하(4.64점), 22-24세(4.59점), 25세 이상(4.47점) 순으로 나타났으며, 다음으로 ‘후기’는 22-24세(4.34점), 25세 이상(4.33점), 21세 이하(4.24점) 순으로 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 영양표시 항목의 경우 25세 이상(3.33점)이 21세 이하(3.01점)와 22-24세(2.95점)보다 중요도 점수가 더 높아 25세 이상은 다른 연령에 비해 음식 배달앱 선택 시 영양표시에 대해 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다($p < 0.05$).

표 6. 성별 및 연령에 따른 음식 배달앱 선택속성 중요도

구분 ¹⁾	Mean±SD							
	Total (n=263)	성별		P- value	연령			P- value
		남성 (n=80)	여성 (n=183)		21세 이하 (n=74)	22- 24세 (n=95)	25세 이상 (n=94)	
주문, 결제 편리성	4.19±0.69	4.18±0.61	4.20±0.72	0.803	4.20±0.66	4.08±0.75	4.29±0.63	0.127
메뉴 다양성	4.16±0.72	4.06±0.68	4.20±0.74	0.154	4.19±0.72	4.12±0.68	4.17±0.77	0.785
추가 옵션	3.51±0.99	3.55±1.00	3.50±0.99	0.691	3.47±0.90	3.47±1.00	3.59±1.05	0.681
메뉴 설명	3.95±0.81	3.91±0.86	3.97±0.79	0.616	3.88±0.91	3.88±0.82	4.07±0.71	0.182
다양한 혜택	4.04±0.90	3.95±0.90	4.08±0.91	0.277	3.97±0.91	4.03±0.92	4.11±0.90	0.633
최소 주문금액	4.06±0.93	3.93±0.91	4.11±0.93	0.126	4.19±0.86	3.93±0.96	4.09±0.94	0.175
배달 비용	4.56±0.60	4.41±0.61	4.62±0.58	0.008	4.64±0.63	4.59±0.59	4.47±0.56	0.161
후기	4.31±0.80	4.26±0.90	4.33±0.64	0.520	4.24±0.74	4.34±0.72	4.33±0.81	0.686
영양 표시	3.10±1.06	3.28±1.01	3.03±1.03	0.082	3.01±1.00 ^a	2.95±1.10 ^a	3.33±1.09 ^b	0.032
평 균	3.99±0.83	3.95±0.46	4.00±0.39	0.310	3.98±3.98	3.93±0.41	4.05±0.42	0.151

1) 5점 척도:(1점 : 전혀 중요하지 않다, 5점 : 매우 중요하다)

a, b : Duncan's multiple range test

조사대상자의 직업 및 주거형태에 따른 음식 배달앱 선택속성의 중요도를 분석한 결과 (표 7) 직업에 따라 '최소 주문금액'의 중요도는 무직(4.33점), 관리/사무/전문직(4.18점), 대학(원)생(4.08점), 판매/서비스/기술직(3.55점) 순으로 나타나 무직이 최소 주문금액에 대한 중요도가 가장 높았으며, 판매/서비스/기술직의 중요도가 가장 낮아 유의적인 차이를 보였다($p < 0.05$). 배달 비용의 경우 대학(원)생(4.63점), 관리/사무/전문직(4.38점), 판매/서비스/기술직(4.32점), 무직(4.17점) 순으로 분석되었으며, 대학(원)생의 중요도 점수가 가장 높게 나타났다($p < 0.01$).

직업에 따른 영양표시의 중요도는 판매/서비스/기술직(3.59점), 무직(3.50점), 관리/사무/전문직(3.41점), 대학(원)생(2.99점) 순으로 나타났으며, 대학(원)생의 경우 다른 직업에 비해 영양표시에 대한 중요도가 가장 낮게 나타났다($p < 0.05$).

주거 형태에 따른 음식 배달앱 선택속성의 중요도를 분석한 결과 최소 주문금액은 기숙사(4.29점), 자취(4.17점), 자택(3.94점)으로 나타나 기숙사에 거주 할수록 최소 주문 금액에 대한 중요도가 높은 것으로 나타났다($p < 0.05$). 배달 비용의 경우 기숙사(4.88점), 자택(4.51점), 자취(4.33점) 순으로 나타나 기숙사에 거주자의 배달 비용에 대한 중요도가 가장 높은 것으로 나타나 유의한 차이를 보였다($p < 0.001$). 주거 형태에 따른 영양표시 항목의 중요도 분석 결과 자택(3.18점), 자취(3.17점), 기숙사(2.85점)로 나타나 자택의 중요도가 가장 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

표 7. 직업 및 주거형태에 따른 음식 배달앱 선택속성 중요도

구 분 ¹⁾	Mean±SD									
	Total (n=263)	직업				p-value	주거 형태			p-value
		대학 (원)생 (n=201)	관리/사무 전문직 (n=34)	판매/서비스 기술직 (n=22)	무직 (n=6)		기숙사 (n=59)	자취 (n=48)	자택 (n=156)	
주문, 결제 편리성	4.19±0.69	4.15±0.73	4.38±0.55	4.18±0.50	4.33±0.52	0.328	4.03±0.69	4.25±0.70	4.23±0.68	0.140
메뉴 다양성	4.16±0.72	4.17±0.72	4.15±0.70	3.95±0.79	4.33±0.52	0.533	4.22±0.77	4.23±0.59	4.11±0.74	0.446
추가옵션	3.51±0.99	3.45±0.99	3.91±0.79	3.36±1.14	3.83±0.98	0.059	3.58±0.97	3.79±0.87	3.40±1.02	0.050
메뉴 설명	3.95±0.81	3.93±0.87	3.97±0.58	4.09±0.61	4.17±0.41	0.731	3.98±0.84	3.96±0.74	3.94±0.82	0.928
다양한 혜택	4.04±0.90	4.00±0.92	4.03±0.97	4.27±0.70	4.50±0.55	0.348	4.00±1.03	4.15±0.83	4.03±0.88	0.669
최소주문금액	4.06±0.93	4.08±0.95 ^{ab}	4.18±0.67 ^{ab}	3.55±0.96 ^a	4.33±0.52 ^b	0.045	4.29±0.87 ^a	4.17±0.81 ^{ab}	3.94±0.96 ^b	0.029
배달 비용	4.56±0.60	4.63±0.60 ^a	4.38±0.49 ^{ab}	4.32±0.65 ^{ab}	4.17±0.41 ^b	0.007	4.88±0.33 ^a	4.33±0.66 ^b	4.51±0.61 ^b	0.000
후기	4.31±0.80	4.32±0.74	4.24±0.74	4.41±0.96	4.00±0.63	0.631	4.27±0.85	4.48±0.62	4.27±0.76	0.223
영양 표시	3.10±1.06	2.99±1.07 ^a	3.41±1.05 ^b	3.59±0.85 ^b	3.50±1.05 ^b	0.012	2.85±1.13	3.17±1.04	3.18±1.04	0.111
평 균	3.99±0.83	3.97±0.42	4.07±0.42	3.97±0.38	4.13±0.19	0.470	4.01±0.43	4.06±0.42	3.96±0.40	0.282

1) 5점 척도:(1점 : 전혀 중요하지 않다, 5점 : 매우 중요하다)

a, b : Duncan's multiple range test

(2) 일반사항에 따른 음식 배달앱 선택속성 만족도

성별 및 연령에 따른 음식 배달앱 선택속성의 만족도 분석결과 (표 8) 성별에 있어서는 ‘주문 및 결제 편리성’ 항목은 여성(4.36점)이 남성(4.16점) 보다 더 만족도가 높은 것으로 나타났다($p<0.05$). ‘후기’ 항목의 경우 남성(4.06점)이 여성(3.80점)보다 만족도가 더 높은 것으로 나타났으며($p<0.01$), 영양표시 항목은 여성(2.92점)이 남성(2.83점) 보다 더 만족하는 것으로 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

연령을 살펴보면 25세 이상(4.37점), 21세 이하(4.27점), 22-24세(4.25점) 순으로 ‘주문 및 결제 편리성’ 항목의 만족도가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘후기’ 항목의 경우 25세 이상(4.02점)이 21세 이하(3.80점)와 22-24세(3.81점) 보다 만족도가 더 높은 것으로 분석되었다($p<0.05$). 영양표시 항목의 만족도는 유의하진 않지만 22-24세(2.97점), 21세 이하(2.95점), 25세 이상(2.78점) 순으로 나타나 25세 이상의 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

표 8. 성별 및 연령에 따른 음식 배달앱 선택속성 만족도

구분 ¹⁾	Mean±SD							
	Total (n=263)	성별		<i>P</i> - value	연령			<i>P</i> - value
		남성 (n=80)	여성 (n=183)		21세 이하 (n=74)	22- 24세 (n=95)	25세 이상 (n=94)	
주문, 결제 편리성	4.30±0.60	4.16±0.58	4.36±0.60	0.013	4.27±0.73	4.25±0.60	4.37±0.49	0.348
메뉴 다양성	3.95±0.69	3.89±0.69	3.98±0.69	0.327	3.96±0.67	3.97±0.68	3.93±0.72	0.905
추가 옵션	3.89±0.67	3.81±0.66	3.92±0.68	0.217	3.84±0.62	3.92±0.66	3.90±0.72	0.731
메뉴 설명	3.37±0.75	3.39±0.80	3.36±0.73	0.750	3.30±0.77	3.35±0.70	3.44±0.80	0.477
다양한 혜택	3.21±0.85	3.13±0.89	3.25±0.83	0.290	3.20±0.79	3.29±0.85	3.13±0.90	0.402
최소 주문금액	2.72±0.94	2.71±1.02	2.72±0.91	0.945	2.65±0.91	2.81±0.91	2.68±1.00	0.484
배달 비용	2.24±0.98	2.36±1.03	2.19±0.95	0.179	2.20±1.06	2.21±0.93	2.30±0.97	0.772
후기	3.88±0.68	4.06±0.68	3.80±0.66	0.004	3.80±0.70 ^a	3.81±0.66 ^a	4.02±0.66 ^b	0.044
영양 표시	2.89±0.80	2.83±0.78	2.92±0.82	0.361	2.95±0.83	2.97±0.75	2.78±0.83	0.209
평 균	3.38±0.98	3.37±0.49	3.39±0.42	0.794	3.35±0.44	3.40±0.41	3.39±0.47	0.777

1) 5점 척도:(1점 : 전혀 만족하지 않는다, 5점 : 매우 만족한다)

a, b : Duncan's multiple range test

조사대상자의 직업 및 주거형태에 따른 음식 배달앱 선택속성의 만족도를 분석한 결과 (표 9) 직업에 있어서 판매/서비스/기술직(4.41점), 대학(원)생(4.30점), 관리/사무/전문직(4.21점)에서 ‘주문 및 결제 편리성’ 항목의 만족도가 가장 높게 나타났으며, 무직의 경우 ‘주문 및 결제 편리성’, ‘추가 옵션’ 항목이 4.33점으로 동일하게 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

‘배달 비용’ 항목의 만족도는 직업에 따라 유의적인 차이를 보였는데($p < 0.05$), 무직(3.17점), 판매/서비스/기술직(2.50점), 관리/사무/전문직(2.44점), 대학(원)생(2.15점) 순으로 나타나 무직의 만족도가 가장 높게 나타났다. ‘영양표시’ 항목의 경우 대학(원)생(2.96점), 판매/서비스/기술직(2.91점), 무직(2.83점), 관리/사무/전문직(2.50점), 순으로 나타나 관리/사무/전문직의 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다($p < 0.05$).

주거형태에 따른 음식 배달앱 선택속성의 만족도 분석 결과는 다음과 같다. ‘메뉴 설명’ 항목은 자취(3.60점), 자택(3.37점), 기숙사(3.17점) 순으로 나타나 자취 거주자가 메뉴설명을 가장 만족하는 것으로 나타났다($p < 0.05$). 다음으로 ‘다양한 혜택’ 항목의 경우 자취(3.50점), 기숙사(3.24점), 자택(3.11점)으로 나타나 자취를 할수록 만족도가 높은 것으로 나타났으며($p < 0.05$), ‘배달비용’ 항목의 경우 자택(2.38점), 자취(2.35점), 기숙사(1.75점)로 나타나 자택의 만족도가 가장 높게 나타났다($p < 0.001$).

‘후기’ 항목은 자취(4.13점)의 만족도가 가장 높게 나타났으며($p < 0.01$), 주거 형태에 따른 음식 배달앱 선택속성의 만족도 분석 결과 만족도의 평균은 자취(3.51점), 자택(3.40점), 기숙사(3.24점)으로 나타나 기숙사 거주자의 음식 배달앱 선택속성의 평균적인 만족도가 가장 낮은 것으로 나타났다($p < 0.01$). 영양표시 항목의 경우 자택(2.89점), 기숙사(2.88점), 자취(2.85점) 순으로 나타나 자택의 영양표시 항목의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

표 9. 직업 및 주거형태에 따른 음식 배달앱 선택속성 만족도

구 분 ¹⁾	Mean±SD									
	Total (n=263)	직업				p-value	주거 형태			p-value
		대학 (원)생 (n=201)	관리/사무 전문직 (n=34)	판매/서비스 기술직 (n=22)	무직 (n=6)		기숙사 (n=59)	자취 (n=48)	자택 (n=156)	
주문, 결제 편리성	4.30±0.60	4.30±0.64	4.21±0.41	4.41±0.50	4.33±0.52	0.668	4.24±0.63	4.33±0.56	4.31±0.61	0.649
메뉴 다양성	3.95±0.69	4.00±0.72	3.88±0.48	3.64±0.66	4.00±0.63	0.123	3.90±0.71	4.04±0.62	3.94±0.70	0.550
추가옵션	3.89±0.67	3.88±0.69	3.94±0.55	3.82±0.73	4.33±0.52	0.368	3.83±0.62	3.98±0.57	3.88±0.72	0.518
메뉴 설명	3.37±0.75	3.35±0.79	3.41±0.61	3.36±0.66	3.50±0.84	0.947	3.17±0.77 ^a	3.60±0.77 ^b	3.37±0.73 ^{ab}	0.012
다양한 혜택	3.21±0.85	3.21±0.87	3.12±0.77	3.23±0.87	3.67±0.52	0.546	3.24±0.84 ^{ab}	3.50±0.80 ^b	3.11±0.85 ^a	0.019
최소주문금액	2.72±0.94	2.71±0.96	2.62±0.80	2.86±1.08	3.00±0.63	0.695	2.46±0.92	2.77±1.04	2.80±0.91	0.053
배달 비용	2.24±0.98	2.15±0.99 ^a	2.44±0.86 ^a	2.50±0.96 ^{ab}	3.17±0.75 ^b	0.017	1.76±0.88 ^a	2.35±1.08 ^b	2.38±0.93 ^b	0.000
후기	3.88±0.68	3.84±0.68	4.00±0.70	4.09±0.61	4.00±0.00	0.234	3.66±0.66 ^a	4.13±0.67 ^b	3.89±0.68 ^c	0.002
영양 표시	2.89±0.80	2.96±0.81 ^b	2.50±0.66 ^a	2.91±0.81 ^b	2.83±0.75 ^b	0.022	2.88±0.67	2.85±0.85	2.89±0.84	0.907
평 균	3.38±0.98	3.38±0.46	3.35±0.31	3.42±0.42	3.65±0.30	0.453	3.24±0.40 ^a	3.51±0.45 ^b	3.40±0.44 ^b	0.005

1) 5점 척도:(1점 : 전혀 만족하지 않는다, 5점 : 매우 만족한다)

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

(3) 음식 배달앱 선택속성 IPA분석

조사대상자의 음식 배달앱 선택속성의 중요도 및 만족도를 분석한 후 X축을 만족도 점수, Y축을 중요도 점수로 하고, 중요도 평균 점수(3.99점)와 만족도 평균 점수(3.38점)를 좌표의 기준선으로 하여 IPA 분석을 실시한 결과는 그림 2와 같다.

중요도는 높으나 만족도가 평균 이하로 나타나 가장 개선이 필요한 것으로 평가된 A사분면은 총 3개의 항목으로 ‘배달 비용’, ‘최소 주문금액’, ‘다양한 혜택’으로 나타났다. 중요도와 만족도가 모두 평균 이상으로 높게 평가되어 현재 상태를 잘 유지해야하는 B사분면은 ‘후기’, ‘메뉴 다양성’, ‘주문 및 결제 편리성’ 총 3개 항목으로 나타났다. 중요도와 만족도 모두 평균보다 낮게 나타난 C사분면은 ‘영양표시’, ‘메뉴 설명’이었으며, 영양표시 항목의 경우 중요도는 3.10점으로 보통 이상으로 나타났고, 만족도는 2.89점으로 보통 이하로 나타나 중요도에 비해 만족도가 낮은 것으로 나타났다($p < 0.05$). 중요도는 낮지만 만족도가 평균보다 높게 나타난 D사분면은 ‘추가 옵션’으로 나타났다.

국내 20-50대 성인을 대상으로 배달음식 선택속성을 분석한 연구³⁰에서 중요도는 높지만 만족도가 낮은 항목은 ‘배달비’, ‘할인혜택’으로 나타났고, 중요도와 만족도가 높은 항목은 ‘편리성’으로 나타났으며, 중요도와 만족도 모두 낮은 항목은 ‘영양소 함량’으로 나타나 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

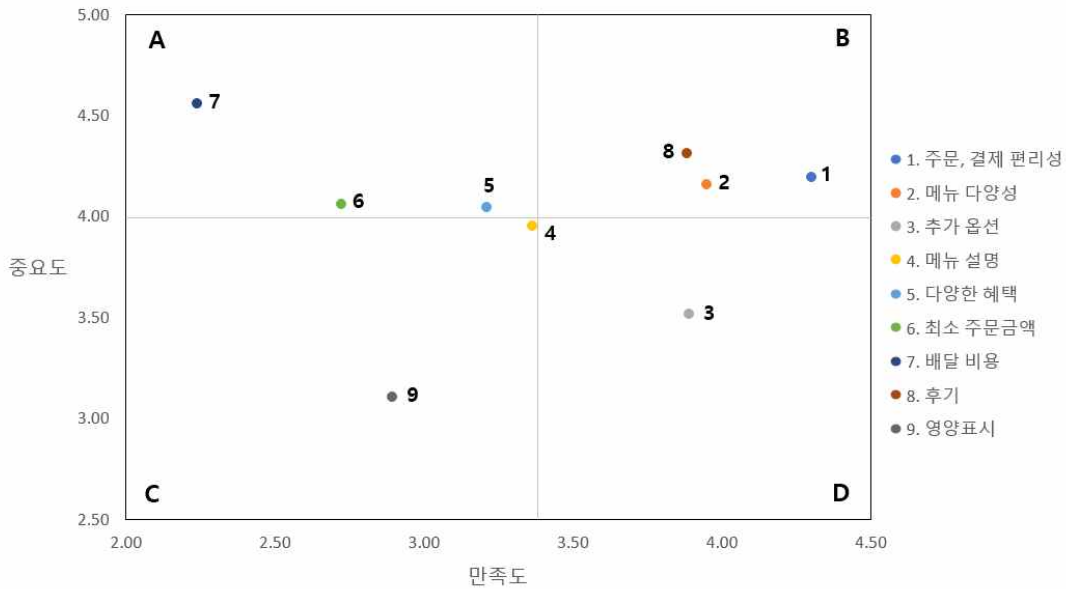


그림 2. 조사 대상자의 음식 배달앱 선택속성 IPA분석

4. 영양표시 인지 및 활용

1) 영양표시 인지여부

조사대상자의 영양표시 인지여부에 대한 분석 결과 (표 10) ‘알고 있음’이 89.7%로 나타났으며, ‘모름’이 10.3%로 나타났다. 충북 지역 일부 대학생을 대상으로 조사한 연구⁴⁸에서 조사대상자의 80.2%가 식품의 영양표시를 인지하는 것으로 나타나 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

성별에 따른 영양표시 인지여부 분석 결과 여성(92.0%)이 남성(84.5%) 보다 영양표시 인지 비율이 높게 나타났으며, 연령은 25세 이상(92.7%), 22-24세(90.7%), 21세 이하(84.8%) 순으로 나타나 25세 이상이 다른 연령에 비해 가장 잘 인지 하는 것으로 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

표 10. 조사대상자의 영양표시 인지여부

구 분	Total (n=272)	성별		P- value	연령			P- value
		남성 (n=84)	여성 (n=188)		21세	22-	25세	
					이하 (n=79)	24세 (n=97)	이상 (n=96)	
알고 있음	244(89.7)	71(84.5)	173(92.0)	0.060	67(84.8)	88(90.7)	89(92.7)	0.213
모름	28(10.3)	13(15.5)	15(8.0)		12(15.2)	9(9.3)	7(7.3)	

조사대상자의 영양표시 항목의 인지 정도는 현재 음식 배달앱에서 제공되는 피자 업장의 영양표시를 예시(그림 1)를 주고 인지 정도를 조사하였으며, 분석 결과 (표 11) 3.47점으로 나타났다. 성별에 따른 분석 결과 여성(3.57점)이 남성(3.25점) 보다 영양표시 항목의 인지 정도가 높은 것으로 나타났다($p < 0.01$). 연령에 따른 영양표시 인지정도 분석 결과 22-24세(3.53점)와 25세 이상(3.53점)의 평균이 동일하게 나타났고, 21세 이하(3.33점)로 나타나 21세 이하가 다른 연령에 비해 영양표시 항목을 잘 인지하지 못하는 것으로 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

조사대상자에게 각 문항 별로 영양표시 항목의 이해도를 분석한 결과 총 점수는 6.25점으로 나타났으며, 가장 높은 정답률을 보인 항목은 ‘피자의 총 제공량은 8조각이다(0.94점)’로 나타났고, 가장 낮은 정답률을 보인 항목은 ‘피자 1조각 속에는 2g의 당류가 함유되어 있다(0.85점)’로 나타났다.

성별 및 연령에 따른 영양표시 항목의 이해도 분석 결과, 성별에 있어서는 ‘피자의 총 제공량은 8조각이다’의 항목에서 여성(0.96점)이 남성(0.88점) 보다 이해도가 더 높게 나타났으며($p < 0.05$), 총 점수는 여성(6.27점)이 남성(6.20점) 보다 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 연령에 있어서는 ‘피자의 1회 제공량은 123g이다’ 항목에서 25세 이상(0.97점), 21세 이하(0.86점), 22-24세(0.79점) 순으로 나타나 25세 이상의 이해도가 가장 높은 것으로 나타났다($p < 0.05$). 연령에 따른 영양표시 항목 이해도의 총 점수는 유의한 차이는 없지만 25세 이상(6.53점), 21세 이하(6.19점), 22-24세(6.02점) 순으로 나타나 25세 이상이 가장 높은 것으로 나타났다.

표 11. 조사대상자의 영양표시 항목 인지정도 및 이해도

항 목	Mean±SD								
	Total (n=272)	성별		P- value	연령			P- value	
		남성 (n=84)	여성 (n=188)		21세 이하 (n=79)	22-24세 (n=97)	25세 이상 (n=96)		
영양표시 인지정도 ¹⁾	3.47±0.88	3.25±0.94	3.57±0.84	0.006	3.33±0.89	3.53±0.84	3.53±0.92	0.241	
영양표시 항목별 이해도	피자의 총 제공량은 8조각이다.	0.94±0.24	0.88±0.33	0.96±0.19	0.034	0.92±0.27	0.94±0.24	0.95±0.22	0.811
	피자의 1회 제공량은 123g이다.	0.88±0.33	0.89±0.31	0.87±0.34	0.553	0.86±0.35 ^a	0.79±0.41 ^a	0.97±0.18 ^b	0.001
	피자의 2조각의 열량은(kcal)은 342kcal 이다.	0.88±0.33	0.88±0.33	0.88±0.33	0.939	0.84±0.37	0.87±0.34	0.93±0.26	0.163
	피자 1조각 속에는 2g의 당류가 함유되어 있다.	0.85±0.36	0.82±0.39	0.86±0.35	0.463	0.86±0.35	0.84±0.37	0.84±0.37	0.895
	피자 2조각 속에는 18g의 단백질이 함유되어 있다.	0.89±0.31	0.90±0.30	0.88±0.32	0.598	0.90±0.30	0.84±0.37	0.94±0.24	0.073
	피자 2조각 속에는 7g의 포화지방이 함유되어 있다.	0.90±0.30	0.90±0.30	0.90±0.30	0.883	0.90±0.30	0.86±0.35	0.95±0.22	0.101
	피자 2조각 속에는 543mg의 나트륨이 함유되어 있다.	0.92±0.27	0.92±0.28	0.93±0.26	0.801	0.91±0.29	0.90±0.31	0.96±0.20	0.254
총 점수 ²⁾	6.25±1.66	6.20±1.63	6.27±1.68	0.753	6.19±1.67	6.02±1.98	6.53±1.22	0.095	

1) 5점 척도:(1점 : 전혀 모른다, 5점 : 매우 잘 안다)

2) 점수 기준 : 7점 만점 (정답 1점, 오답 0점)

a, b : Duncan's multiple range test

2) 영양표시 활용여부

조사대상자의 영양표시 활용여부를 분석한 결과 (표 12) 식품 선택 시 영양표시 확인여부는 ‘가끔 확인’이 54.4%로 가장 높았으며, 제주지역 일부 대학생을 대상으로 영양표시 이용실태를 조사한 연구¹⁶에서 가끔 확인한다는 응답이 53.3%로 나타나 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

성별에 따른 영양표시 확인여부 분석 결과 남성은 ‘가끔 확인’ 57.1%, 여성은 ‘가끔 확인’ 53.2%로 나타나 남성이 가끔 확인하는 비율이 더 높게 나타났으며, 연령에 있어서는 25세 이상(63.5%), 22-24세(54.6%), 21세 이하(43.0%) 순으로 영양표시를 ‘가끔 확인’하는 비율이 높게 나타났으나 성별 및 연령에 따른 유의한 차이를 보이지 않았다. 연령에 있어 영양표시를 확인 하지 않는다는 응답이 21세 이하(38.0%), 22-24세(28.9%), 25세 이상(10.4%) 순으로 나타나 21세 이하가 다른 연령에 비해 영양표시를 확인하지 않는 비율이 가장 높은 것으로 분석되었다($p < 0.01$).

조사대상자의 식품 선택 시 영양표시를 확인하는 이유는 ‘체중 관리를 위해서(38.2%)’, ‘영양성분 확인을 위해서(27.0%)’, ‘건강관리를 위해서(18.1%)’, ‘타 식품과 비교를 위해서(16.7%)’ 순으로 나타났다. 20-50대 성인을 대상으로 조사한 연구⁷에서 ‘체중 관리(42.3%)’ 때문에 영양표시를 확인한다는 비율이 가장 높게 나타나 본 연구 결과와 유사함을 알 수 있었다.

성별 및 연령에 따른 분석 결과 ‘체중 관리를 위해서’ 확인한다는 응답은 여성(38.3%)이 남성(38.1%) 보다 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 연령을 살펴보면 유의하진 않지만 22-24세(44.9%), 25세 이상(38.4%)은 ‘체중 관리를 위해서’ 영양표시를 확인한다는 응답이 가장 높게 나타났으며, 21세 이하는 ‘영양성분 확인을 위해서(28.6%)’, ‘체중 관리를 위해서(28.6%)’ 확인한다는 비율이 동일하게 나타났다.

조사대상자의 영양표시를 확인하지 않는 이유는 ‘관심이 없어서(66.7%)’가 가장 높게 나타났으며, 남성(66.7%)이 여성(57.4%) 보다 관심이 없어 영양표시를 확인하지 않는다는 응답이 더 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 연령에 있어서는 21세 이하(63.3%), 25세 이상(60.0%), 22-24세(57.1%) 순으로 관심이 없어서 영양표시를 확인하지 않는 비율이 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

다음으로 조사대상자의 식품 선택 시 영양표시의 영향은 ‘그렇다’가 48.1%로 가장 높게 나타났으며, 성별에 있어서는 ‘그렇다’의 응답이 남성(57.1%)이 여성(44.1%) 보다 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 연령을 살펴보면 식품 선택 시 영양표시의 영향에 대해 ‘그렇다’고 응답한 비율이 25세 이상(68.8%), 21세 이하(39.2%), 22-24세(35.2%) 순으로 나타나 25세 이상이 모든 연령 중 가장 높게 나타났다 ($p<0.001$).

조사대상자의 식품 선택 시 중요하게 생각하는 영양표시 항목은 복수 응답하게 하였으며, ‘열량(28.0%)’, ‘지방(21.2%)’, ‘나트륨(19.0%)’, ‘당류(16.1%)’, ‘단백질(12.0%)’ 순으로 나타났다. 가장 중요하게 생각하지 않는 영양표시 항목은 ‘칼슘’과 ‘비타민’으로 1.8%로 동일하게 나타났다. 성별에 따른 분석 결과 여성(29.9%)이 남성(24.1%) 보다 ‘열량’을 더 중요하게 생각하였으나 유의한 차이는 없었다. 성별에 따라 네 번째로 중요하게 생각하는 항목의 경우 남성은 ‘단백질(15.7%)’, 여성은 ‘당류(16.8%)’로 나타나 유의한 차이를 보였다($p<0.001$). 연령에 있어서는 21세 이하(30.5%), 22-24세(29.6%), 25세 이상(25.5%)으로 ‘열량’을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다으나 유의한 차이는 없었다.

표 12. 조사 대상자의 영양표시 활용여부

구 분	Total	성별		P-value	연령			P-value
		남성 (n=84)	여성 (n=188)		21세 이하 (n=79)	22- 24세 (n=97)	25세 이상 (n=96)	
식품선택 시 영양표시 확인 여부(n=272)								
확인 안함	68(25.0)	21(25.0)	47(25.0)	0.738	30(38.0)	28(28.9)	10(10.4)	0.001
가끔 확인	148(54.4)	48(57.1)	100(53.2)		34(43.0)	53(54.6)	61(63.5)	
확인함	56(20.6)	15(17.9)	41(21.8)		15(19.0)	16(16.5)	25(26.0)	
영양표시 확인이유 (n=204)								
영양성분 확인을 위해서	55(27.0)	18(28.6)	37(26.2)	0.738	14(28.6)	17(24.6)	24(27.9)	0.738
체중 관리를 위해서	78(38.2)	24(38.1)	54(38.3)		14(28.6)	31(44.9)	33(38.4)	
건강 관리를 위해서	37(18.1)	13(20.6)	24(17.0)		11(22.4)	11(15.9)	15(17.4)	
타 식품과 비교를 위해서	34(16.7)	8(12.7)	26(18.4)		10(20.4)	10(14.5)	14(16.3)	
영양표시 미확인 이유 (n=68)								
내용이 어려워서	2(2.9)	1(4.8)	1(2.1)	0.776	0(0.0)	2(7.1)	0(0.0)	0.529
표시가 눈에 띄지 않아서	4(5.9)	1(4.8)	3(6.4)		3(10.0)	1(3.6)	0(0.0)	
관심이 없어서	41(60.3)	14(66.7)	27(57.4)		19(63.3)	16(57.1)	6(60.0)	
확인할 필요가 없어서	21(30.9)	5(23.8)	16(34.0)		8(26.7)	9(32.1)	4(40.0)	
식품선택 시 영양표시 영향 여부(n=272)								
아니다	65(23.9)	16(19.0)	49(26.1)	0.137	27(34.2)	27(27.8)	11(11.5)	0.000
보통	76(27.9)	20(23.8)	56(29.8)		21(26.6)	36(37.1)	19(19.8)	
크다	131(48.2)	48(57.1)	83(44.1)		31(39.2)	34(35.1)	66(68.8)	
식품선택 시 영양 표시 중요 항목								
열량(n=184)	184(28.0)	52(24.1)	132(29.9)	0.000	47(30.5)	63(29.6)	74(25.5)	0.109
당류(n=106)	106(16.1)	32(14.8)	74(16.8)		23(14.9)	33(15.5)	50(17.2)	
단백질(n=79)	79(12.0)	34(15.7)	45(10.2)		17(11.0)	29(13.6)	33(11.4)	
나트륨(n=125)	125(19.0)	36(16.7)	89(20.2)		33(21.4)	40(18.8)	52(17.9)	
지방(n=139)	139(21.2)	44(20.4)	95(21.5)		32(20.8)	44(20.7)	63(21.7)	
칼슘(n=12)	12(1.8)	9(4.2)	3(0.7)		1(0.6)	2(0.9)	9(3.1)	
비타민(n=12)	12(1.8)	9(4.2)	3(0.7)		1(0.6)	2(0.9)	9(3.1)	

5. 음식 배달앱 영양표시 필요성

1) 음식 배달앱 영양표시 확인여부

조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 확인여부를 분석한 결과 (표 13) 음식 배달앱의 영양표시를 확인 하지 않는다는 응답이 77.6%로 나타났으며, 22.4%가 확인하는 것으로 나타났다. 국내 20-50대 성인을 대상으로 조사한 연구⁶에서 배달음식 영양표시 확인여부에 대해 조사대상자의 81.7%가 확인하지 않는 것으로 나타나 본 연구결과와 유사함을 알 수 있었다. 성별 및 연령에 따른 음식 배달앱의 영양표시 확인여부 분석 결과 성별에 있어서 여성(78.7%)이 남성(75.0%) 보다 확인하지 않는다는 응답이 더 높게 나타났으며, 연령에 따른 분석 결과 22-24세(82.5%), 21세 이하(79.7%), 25세 이상(70.8%) 순으로 확인하지 않는 비율이 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

조사대상자의 음식 배달앱의 영양표시를 확인하지 않는 이유는 ‘표시 눈에 띄지 않아서(44.5%)’, ‘고려 사항이 아니라서(37.9%)’, ‘존재를 몰라서(16.6%)’ ‘내용이 어려워(0.9%)’ 순으로 나타났다. 일반사항에 따른 분석 결과 성별에 있어서 남성의 경우 ‘표시 눈에 띄지 않아서(54.0%)’가 가장 높게 나타났으며, 여성은 ‘표시 눈에 띄지 않아서(40.5%)’와 ‘고려사항이 아니라서(40.5%)’의 응답이 동일하게 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 연령을 살펴보면 21세 이하는 ‘고려 사항이 아니라서(46.0%)’가 가장 높게 나타났고, 22-24세(48.8%)와 25세 이상(55.9%)은 ‘표시 눈에 띄지 않아서’가 가장 높아 21세 이하는 다른 연령에 비해 음식 배달앱의 영양표시를 고려하지 않고 이용하는 것으로 나타났다($p < 0.05$).

표 13. 조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 확인여부

구 분	Total	성별		P-value	연령			P-value
		남성 (n=84)	여성 (n=188)		21세 이하 (n=79)	22- 24세 (n=97)	25세 이상 (n=96)	
		n(%)						
배달앱의 영양표시 확인 여부 (n=272)								
확인함	61(22.4)	21(25.0)	40(21.3)	0.496	16(20.3)	17(17.5)	28(29.2)	0.131
확인안함	211(77.6)	63(75.0)	148(78.7)		63(79.7)	80(82.5)	68(70.8)	
배달앱의 영양표시 미확인 이유(n=211)								
존재를 몰라서	35(16.6)	9(14.3)	26(17.6)	0.281	16(25.4)	10(12.5)	9(13.2)	0.032
표시 눈에 띄지 않아서	94(44.5)	34(54.0)	60(40.5)		17(27.0)	39(48.8)	38(55.9)	
내용이 어려워서	2(0.9)	0(0.0)	2(1.4)		1(1.6)	1(1.3)	0(0.0)	
고려사항이 아니라서	80(37.9)	20(31.7)	60(40.5)		29(46.0)	30(37.5)	21(30.9)	

2) 음식 배달앱 영양표시 필요여부

조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 필요여부 분석 결과 (표 14) 음식 배달앱의 영양표시 필요여부에 대해 조사대상자의 82.7%가 필요하다고 응답하였으며, 17.3%는 필요하지 않은 것으로 나타났다. 일반사항에 따른 분석 결과 성별에 있어서 남성은 ‘필요(83.3%)’, ‘불필요(16.7%)’로 나타났고, 여성은 ‘필요(82.4%)’, ‘불필요(17.6%)’로 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

조사대상자의 음식 배달앱의 영양표시가 필요한 이유는 ‘소비자 알 권리 보장(50.2%)’, ‘식품 선택권 보장(40.4%)’, ‘업체 신뢰성 향상(5.8%)’, ‘메뉴 건강성 향상(3.6%)’ 순으로 나타났다. 성별에 있어서 남성은 ‘식품 선택권 보장(45.7%)’이 가장 높게 나타났으며, 여성은 ‘소비자 알 권리 보장(56.1%)’을 위해 필요하다고 응답한 비율이 가장 높아 성별에 따라 유의한 차이가 있었다($p < 0.05$).

조사대상자의 음식 배달앱의 영양표시가 필요하지 않은 이유는 ‘확인하지 않음(85.1%)’, ‘신뢰성 떨어짐(8.5%)’, ‘내용 이해 못함(4.3%)’, ‘과대광고 우려(2.1%)’ 순으로 나타났으며, 성별에 따른 분석 결과 유의한 차이는 없지만 남성(92.9%)이 여성(81.8%) 보다 확인하지 않아 음식 배달앱의 영양표시가 필요하지 않다는 응답이 더 높게 나타났다.

조사대상자의 음식 배달앱 이용 경험 및 실생활에서의 영양표시 확인여부에 따른 분석 결과 (표 15) 음식 배달앱을 이용한 경험이 있는 경우 82.5%, 이용 경험이 없는 경우 88.9%가 음식 배달앱의 영양표시가 필요하다고 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 식품 구매 시 영양표시 확인 여부에 따른 분석 결과 ‘가끔 확인(92.6%)’이 가장 높았으며, 실생활에서 영양표시를 확인하지 않는 경우 음식 배달앱의 영양표시 필요성이 가장 낮게 나타났다($p < 0.001$).

음식 배달앱 이용 경험 및 영양표시 확인여부에 따른 영양표시 필요 이유는 배달앱 이용 경험이 있는 경우 ‘식품 선택권 보장(50.7%)’이 가장 높았고, 경험이 없는 경우 ‘식품 선택권 보장’과 ‘소비자 알 권리 보장’이 37.5%로 동일하게 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 실생활의 영양표시 확인 여부에 따른 음식 배달앱의 영양표시 필요 이유는 유의한 차이는 없었지만 소비자의 알권리 보장이 ‘확인 안함(62.5%)’, ‘가끔 확인(48.2%)’, ‘확인함(45.8%)’ 순으로 나타났다.

표 14. 조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 필요여부

		n(%)			
구 분	Total	성별		P-value	
		남성 (n=84)	여성 (n=188)		
배달앱의 영양표시 필요여부(n=272)	필요	225(82.7)	70(83.3)	155(82.4)	0.858
	불필요	47(17.3)	14(16.7)	33(17.6)	
배달앱의 영양표시 필요 이유(n=225)	식품 선택권 보장	91(40.4)	32(45.7)	59(38.1)	0.011
	소비자 알권리 보장	113(50.2)	26(37.1)	87(56.1)	
	메뉴 건강성 향상	8(3.6)	4(5.7)	4(2.6)	
	업체 신뢰성 향상	13(5.8)	8(11.4)	5(3.2)	
배달앱의 영양표시 미필요 이유(n=47)	내용 이해 못함	2(4.3)	0(0.0)	2(6.1)	0.692
	확인하지 않음	40(85.1)	13(92.9)	27(81.8)	
	신뢰성 떨어짐	4(8.5)	1(7.1)	3(9.1)	
	과대광고 우려	1(2.1)	0(0.0)	1(3.0)	

표 15. 음식 배달앱 이용경험 및 영양표시 확인여부에 따른 배달앱 영양표시 필요여부

		n(%)						
구 분	Total	이용 경험		P-value	영양표시 확인			P-value
		있음 (n=263)	없음 (n=9)		확인안함 (n=68)	가끔확인 (n=148)	확인함 (n=56)	
배달앱의 영양표시 필요 여부(n=272)								
필요	225(82.7)	217(82.5)	8(88.9)	0.619	40(58.8)	137(92.6)	48(85.7)	0.000
불필요	47(17.3)	46(17.5)	1(11.1)		28(41.2)	11(7.4)	8(14.3)	
배달앱의 영양표시 필요 이유(n=225)								
식품 선택권 보장	91(40.4)	88(40.6)	3(37.5)	0.423	14(35.0)	56(40.9)	21(43.8)	0.138
소비자 알권리 보장	113(50.2)	110(50.7)	3(37.5)		25(62.5)	66(48.2)	22(45.8)	
메뉴 건강성 향상	8(3.6)	7(3.2)	1(12.5)		0(0.0)	8(5.8)	0(0.0)	
업체 신뢰성 향상	13(5.8)	12(5.5)	1(12.5)		1(2.5)	7(5.1)	5(10.4)	

3) 음식 배달앱 영양표시 의견

조사대상자의 음식 배달앱의 영양표시에 대한 의견을 Likert 5점 척도(1점: 전혀 아니다, 5점 : 매우 그렇다)로 분석한 결과 (표 16) 의견 1(음식 배달앱 내 영양표시는 건강한 식생활을 유지하는데 도움이 된다)에 대해 평균 3.75점으로 나타났다.

일반사항에 따른 분석 결과 성별에 있어서는 남성(3.81점)이 여성(3.72점) 보다 의견 1에 대해 더 높게 나타났으나 유의한 차이는 보이지 않았다. 연령을 살펴보면 의견 1에 대해 25세 이상(3.96점), 22-24세(3.73점), 21세 이하(3.49점) 순으로 나타나 25세 이상이 모든 연령 중 가장 높게 나타났다($p < 0.01$). 직업에 따른 분석 결과 의견 1에 대해 판매/서비스/기술직(4.20점), 관리/사무/전문직(4.03점), 무직(4.00점), 대학(원)생(3.63점) 순으로 나타났고, 다른 직업에 비해 대학(원)생의 평균이 가장 낮게 나타났으나, 대학(원)생도 3.63점으로 보통 이상으로 도움이 된다고 응답한 것으로 나타났다($p < 0.01$).

조사대상자의 의견 2(음식 배달앱 이용 시 같은 음식이면 영양표시가 되어있는 업장에서 주문을 하겠다)에 대한 분석 결과 평균 3.86점으로 나타났다. 성별을 살펴보면 남성(4.03점)이 여성(3.78점) 보다 의견 2에 대해 더 높게 나타났다($p < 0.05$). 연령에 있어서는 25세 이상(4.02점), 22-24세(3.76점), 21세 이하(3.75점) 순으로 나타났으며, 직업은 결과 판매/서비스/기술직(4.25점), 관리/사무/전문직(4.03점), 대학(원)생(3.78점), 무직(3.75점) 순으로 나타났으나 유의한 차이는 없었다.

표 16. 조사대상자의 음식 배달앱 영양표시에 대한 의견

		Mean±SD			
구 분 ¹⁾		의견 1 ²⁾	<i>P</i> -value	의견 2 ²⁾	<i>P</i> -value
Total(n=225)		3.75±0.86		3.86±0.82	
성별	남성(n=70)	3.81±0.82	0.461	4.03±0.76	0.035
	여성(n=155)	3.72±0.88		3.78±0.83	
연령	21세 이하(n=61)	3.49±1.06 ^a	0.004	3.75±0.93	0.062
	22-24세(n=80)	3.73±0.73 ^{ab}		3.76±0.75	
	25세 이상(n=84)	3.96±0.77 ^b		4.02±0.78	
직업	대학(원)생(n=165)	3.63±0.92 ^a	0.005	3.78±0.82	0.053
	관리/사무/전문직(n=32)	4.03±0.65 ^b		4.03±0.86	
	판매/서비스/기술직(n=20)	4.20±0.52 ^b		4.25±0.55	
	무직(n=8)	4.00±0.00 ^b		3.75±0.89	

1) 5점 척도:(1점 : 전혀 아니다, 5점 : 매우 그렇다)

2) 의견 1: 음식 배달앱 내 영양표시는 건강한 식생활을 유지하는데 도움이 된다.

의견 2: 음식 배달앱 이용 시 같은 음식이면 영양표시 제공 업장에서 주문하겠다.

a, b : Duncan's multiple range test

4) 음식 배달앱 영양표시 실시 정보

조사대상자의 식품의약품안전처에서 실시하는 음식 배달앱 영양표시 정보에 대한 분석 결과 (표 17) 인지여부는 ‘모름’이 88.2%, ‘알고 있음’이 11.8%로 나타났으며, 성별에 따른 분석 결과 여성(89.9%)이 남성(84.5%) 보다 인지하지 않는 비율이 더 높았으나 유의한 차이는 없었다. 연령을 살펴보면 인지하지 않는다는 응답이 21세 이하(96.2%), 22-24세(87.6%), 25세 이상(82.3%)으로 나타나 21세 이하는 다른 연령에 비해 음식 배달앱의 영양표시를 잘 인지하지 못하는 것으로 나타났다($p < 0.05$).

조사대상자의 음식 배달앱의 영양표시 실시 정보 습득 경로는 ‘뉴스/기사(59.4%)’, ‘SNS 홍보자료(25.0%)’, ‘기타(지인, 아르바이트)(15.7%)’ 순으로 나타났다. 성별 및 연령에 따른 분석 결과 성별에 있어서는 남성(69.2%)이 여성(52.6%) 보다 뉴스 및 기사를 통해 정보를 습득하였다는 응답이 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었다. 연령을 살펴보면 뉴스 및 기사로 정보를 습득했다는 응답이 21세 이하(100.0%), 22-24세(66.7%), 25세 이상(47.1%) 순으로 나타나 21세 이하가 가장 높았으나 유의한 차이를 보이지 않았다.

조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 인식 활성화 방안은 ‘배달앱 내 홍보(57.4%)’, ‘SNS 광고(25.0%)’, ‘교육과정(9.2%)’, ‘TV 광고(8.5%)’ 순으로 나타나 음식 배달앱과 SNS 등 온라인을 통한 인식 활성화가 필요한 것으로 사료된다.

성별 및 연령에 따른 분석 결과 ‘배달앱 내 홍보’에 대해 남성(58.3%)이 여성(56.9%) 보다 더 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었으며, 연령에 있어서는 25세 이상(75.0%), 22-24세(50.5%), 21세 이하(44.3%) 순으로 나타나 25세 이상이 다른 연령 보다 ‘배달앱 내 홍보’의 응답이 가장 높게 나타났다($p < 0.001$).

표 17. 조사대상자의 음식 배달앱 영양표시 실시 정보에 관한 사항

구 분	Total	성별		p-value	연령			p-value
		남성 (n=84)	여성 (n=188)		21세 이하 (n=79)	22- 24세 (n=97)	25세 이상 (n=96)	
		n(%)						
영양표시 실시정보 인지 (n=272)								
알고 있음	32(11.8)	13(15.5)	19(10.1)	0.204	3(3.8)	12(12.4)	17(17.7)	0.017
모름	240(88.2)	71(84.5)	169(89.9)		76(96.2)	85(87.6)	79(82.3)	
영양표시 실시정보 습득 경로(n=32)								
뉴스/기사	19(59.4)	9(69.2)	10(52.6)	0.475	3(100.0)	8(66.7)	8(47.1)	0.485
SNS 홍보 자료	8(25.0)	2(15.4)	6(31.6)		0(0.0)	4(33.3)	4(23.6)	
기타(지인,아르바이트)	5(15.7)	2(15.4)	3(15.8)		0(0.0)	0(0.0)	5(29.4)	
영양표시 인식 활성화 방안 (n=272)								
배달앱 내 홍보	156(57.4)	49(58.3)	107(56.9)	0.580	35(44.3)	49(50.5)	72(75.0)	0.000
TV 광고	23(8.5)	5(6.0)	18(9.6)		5(6.3)	14(14.4)	4(4.2)	
SNS 광고	68(25.0)	20(23.8)	48(25.5)		28(35.4)	25(25.8)	15(15.6)	
교육과정	25(9.2)	10(11.9)	15(8.0)		11(13.9)	9(9.3)	5(5.2)	

V. 결론 및 제언

본 연구는 제주지역 20대 성인을 대상으로 배달음식 및 음식 배달앱 이용실태와 영양표시 인지 및 활용, 음식 배달앱 영양표시 필요성에 대해 조사 및 분석하였고, 음식 배달앱 선택속성의 중요도와 만족도를 조사하여 IPA분석을 실시하였으며, 이를 토대로 음식 배달앱의 영양표시의 개선 방안을 모색하기 위한 기초 자료를 제공하고자 하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반사항에서 성별은 여성 69.1%, 남성 30.9%로 나타났고, 연령은 22-24세 35.7%, 25세 이상 35.3%, 21세 이하 29.0% 순으로 나타났다. 직업은 대학(원)생 76.5%, 관리/사무/전문직 12.5%, 판매/서비스/기술직 8.1%, 무직(주부,취준생) 2.9%로 나타났으며, 월 평균 소득은 50만원 미만 41.5%이 가장 많았다. 주거 형태는 자택이 59.6%로 가장 높았으며, 배달음식 이용 시 동반자는 가족(배우자)이 44.9%로 가장 높게 나타났다.

둘째, 조사대상자의 배달음식 이용 빈도는 ‘월 2-3회(43.0%)’가 가장 높았으며, 이용 목적은 ‘맛있는 음식을 먹기 위해서(58.1%)’가 가장 높게 나타났다. 배달음식 정보 획득 경로는 ‘음식 배달앱(90.8%)’이 가장 높았으며, 조사대상자의 89.3%가 음식 배달앱을 통해 배달음식을 주문하는 것으로 나타났다. 배달음식 종류별 섭취 빈도 조사 결과 주 1회 이상 섭취는 ‘치킨(16.9%)’, ‘음료류(16.1%)’, ‘분식류(15.0%)’ 순으로 높았으며, 월 2-3회 섭취는 ‘치킨(43.8%)’, ‘분식류(30.5%)’, ‘패스트푸드(21.0%)’ 순으로 높게 나타났다.

셋째, 조사대상자의 음식 배달앱 이용 경험은 96.7%로 나타났으며, 음식 배달앱을 이용하는 이유는 ‘검색, 주문, 결제의 편리성(70.3%)’이 가장 높게 나타났다. 주로 사용하는 음식 배달앱은 ‘배달의 민족(80.6%)’으로 나타났으며, 추후 음식 배달앱 이용

의도는 ‘항상 이용(44.6%)’의 비율이 가장 높게 나타났다.

넷째, 조사대상자의 음식 배달앱 선택속성의 중요도 및 만족도 분석 결과 중요도가 가장 높은 항목은 ‘배달비용(4.56점)’, 가장 낮은 항목은 ‘영양표시(3.10점)’로 나타났다으며, 만족도가 가장 높은 항목은 ‘주문, 결제의 편리성(4.30점)’, 가장 낮은 항목은 ‘배달비용(2.24점)’으로 나타났다. 성별 및 연령에 따른 영양표시 항목의 중요도 및 만족도 분석 결과 중요도는 남성(3.28점)이 여성(3.03점) 보다 중요도가 높게 나타났으며, 연령에 있어서는 25세 이상(3.33점)의 중요도가 가장 높게 나타났다($p < 0.05$). 만족도는 여성(2.92점)이 남성(2.83점) 보다 높게 나타났으나 유의한 차이는 없었으며, 연령에 있어서는 25세 이상(2.78점)의 만족도가 모든 연령 중 가장 낮게 나타났다($p < 0.05$).

다섯째, 조사대상자의 음식 배달앱 선택속성의 IPA 분석 결과, A사분면 중요도는 높으나 만족도가 평균보다 낮은 항목은 ‘배달비용’, ‘최소주문금액’, ‘다양한혜택’으로 나타났다으며, B사분면 중요도와 만족도 모두 평균보다 높은 항목은 ‘주문 및 결제 편리성’, ‘후기’, ‘메뉴다양성’으로 나타났다. C사분면 중요도와 만족도 모두 평균보다 낮은 항목은 ‘영양표시’, ‘메뉴설명’이며, 영양표시 항목의 중요도 및 만족도 분석 결과 중요도(3.10점)는 보통 이상으로 나타났고, 만족도(2.89점)는 보통 이하로 나타나 중요도에 비해 만족도가 낮은 것으로 분석되었다($p < 0.05$). D사분면 중요도는 낮으나 만족도가 평균보다 높은 항목은 ‘추가옵션’으로 나타났다.

여섯째, 조사대상자의 89.7%가 식품의 영양표시에 대해 인지하고 있다고 응답하였으며, 영양표시 항목의 인지 정도는 5점 만점에 대해 3.47점으로 보통 이상으로 나타났다. 실생활에서 식품 선택 시 영양표시 확인여부는 ‘가끔 확인(54.4%)’이 가장 높았으며, 영양표시를 확인하는 이유는 ‘체중 관리를 위해서(38.2%)’가 가장 높게 나타났다.

일곱째, 음식 배달앱의 영양표시 필요성은 조사대상자의 82.7%가 필요하다고 응답하였으며, 필요한 이유는 ‘소비자 알 권리 보장(50.2%)’이 가장 높게 나타났다. 음식 배달앱의 영양표시를 확인하지 않는 비율은 77.6%로 나타났으며, 영양표시를 확인하지 않는 이유는 ‘표시가 눈에 띄지 않아서(44.5%)’의 응답이 가장 높았다.

여덟째, 음식 배달앱의 영양표시에 대한 의견은 5점 만점에 대해 의견 1(음식 배달앱의 영양표시는 건강한 식생활 유지에 도움이 된다)(3.75점)과 의견 2(음식 배달앱 이용 시 같은 음식이면 영양표시 제공 업장에서 주문하겠다)(3.86점) 모두 보통 이상으로 나타났다. 연령에 따른 분석 결과 의견 1에 대해 25세 이상(3.96점)의 평균이 가장 높게 나타났으며($p < 0.01$), 성별에 있어서는 의견 2에 대해 남성(4.03점)이 여성(3.78점)보다 더 높게 나타났다($p < 0.05$).

아홉째, 조사대상자의 음식 배달앱의 영양표시 실시 정보의 인지여부는 ‘모름(88.2%)’의 응답이 높게 나타났으며, 연령에 따른 분석 결과 21세 이하(96.2%)가 가장 인지하지 못하는 것으로 나타났다($p < 0.05$). 음식 배달앱의 영양표시 인식 활성화 방안은 ‘배달앱 내 홍보(57.4%)’가 가장 높게 나타났으며, 25세 이상이 다른 연령에 비해 ‘배달앱 내 홍보(75.0%)’의 응답이 가장 높게 나타나 유의한 차이가 있었다($p < 0.001$).

본 연구의 결과를 근거로 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 조사대상자의 배달음식 종류별 섭취빈도 결과 주 1회 이상 섭취는 ‘치킨(16.9%)’, ‘음료류(16.1%)’, ‘분식류(15.0%)’ 순으로 나타났고, 음식 배달앱의 영양표시에 대해 82.7%가 필요하다고 응답하였으나, 현재 음식 배달앱 내 영양표시 의무업장은 어린이 기호 식품(햄버거, 피자, 아이스크림류, 제과 및 제빵류)을 조리 및 판매하는 일부 업장에 한정되어 있다. 따라서 더 많은 음식 종류 업장에서의 영양표시 의무화 확대가 요구되며, 음식 배달앱사와 정부의 적극적인 지원이 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 조사대상자의 75.0%가 실생활에서 식품 선택 시 영양표시를 확인하는 것으로 나타났으나 음식 배달앱의 영양표시는 77.6%가 확인하지 않는 것으로 나타났다. 음식 배달앱의 영양표시를 확인하지 않는 이유는 ‘표시가 눈에 띄지 않아서(44.5%)’의 응답이 가장 높아 조사대상자는 음식 배달앱의 영양표시가 눈에 띄지 않아 활용하지 못하는 것으로 나타났다. 또한 조사대상자의 음식 배달앱의 영양표시에 대한 의견 1(3.75점), 의견 2(3.86) 모두 보통 이상으로 긍정적인 것으로 나타나 음식 배달앱의 영양표시를 더욱 눈에 띄도록 강조하여 소비자가 더 잘 활용할 수 있도록 개선할 필요가 있다.

셋째, 조사대상자의 89.7%가 식품 구매 시 영양표시를 인지하고 있다고 응답하였으나, 음식 배달앱의 영양표시 실시 정보에 대해 88.2%가 인지하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 한편, 음식 배달앱의 영양표시 인식 활성화 방안으로 ‘배달앱 내 홍보(57.4%)’가 가장 높게 나타나 음식 배달앱 내 영양표시에 대한 적극적인 홍보를 통해 영양표시 인식과 이해를 높여 음식 배달앱 이용 시 본인에게 적합한 식품을 선택할 수 있도록 하는 방안이 모색되어야 할 것이다.

본 연구의 제한점은 제주지역의 일부 20대 성인을 대상으로 구성하여 우리나라 20대 성인의 결과로 일반화하기에는 어려움이 있으며, 조사대상자의 성별은 여성에, 직업은 대학(원)생에 편중되어있다는 한계점이 있다. 선행연구는 음식 배달앱의 이용실태나 외식의 영양표시에 대한 연구가 주로 이루어져 왔으나 음식 배달앱의 영양표시 필요성에 대한 연구는 전무하여 본 연구 결과와 비교하는데 어려움이 있었다. 또한 본 연구에서는 다양한 직업에 따른 음식 배달앱 이용 실태 및 음식 배달앱의 영양표시 필요성을 분석하기 어려워 후속 연구에서는 직장인의 실태를 반영한 연구가 필요할 것이라고 사료된다.

VI. 참고문헌

1. 배운정, 박희진, 성민희, 조홍비. 충북 지역 일부 대학생에서 스마트폰 음식 배달 앱 이용 실태. 韓國食品營養學會誌 2020;33(1):27-36.
2. 2019 국내 외식 트렌드 조사 보고서. 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사. <https://www.atfis.or.kr>
3. 김연천, 김연진, 윤승현, 김은순. 배달·테이크아웃 음식 소비지출 요인분석. 한국 지역사회생활과학회지 2021;32(1):113-30.
4. 2021년 2월 온라인 쇼핑 동향 조사. 통계청. <https://kostat.go.kr>
5. 2020 국내외 외식 트렌드 조사 보고서. 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사. <https://www.atfis.or.kr>
6. 고민경. 배달음식의 이용실태와 영양정보표시 인식도. 서울: 중앙대학교 의약식품 대학원; 2011.
7. 오은미. 패스트푸드 영양표시의 이해도 및 영양표시 제품에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향. 연세대학교 교육대학원; 2019.
8. 배운정, 박서영, 박혜린. 충북 지역 일부 대학생에서 영양표시와 영양강조표시 이용에 따른 식사의 질과 영양상태 평가 연구- 영양지수를 이용하여. 대한지역사회영양학회지 2020;25(3):179-88.
9. 식품의약품안전처. ‘피자 등 온라인 주문시, 영양성분 정보 확인하세요!’ 보도자료. 2020.

10. 전현모, 최형민. 모바일 배달앱 서비스에 대한 소비자 수용. 한국외식산업학회지 2017;13(1):67-82.
11. 송주완. 청년층 1인가구의 외식 배달앱 서비스 편의성이 지속적 이용의도에 미치는 영향: 배달앱 서비스 이용비용 지불의사의 조절효과를 중심으로. 한국외식산업학회지 2019;15(3):161-76.
12. 최정화. 대학생들의 식생활라이프스타일에 따른 배달앱 신뢰, 고객만족 및 이용의도. 한국외식산업학회지 2019;15(2):195-210.
13. 신형철, 김도훈, 고봉호. 외식업체 배달앱의 선택속성이 고객만족과 재 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구. 식공간연구 2016;11(1):1-14.
14. 최미희, 윤수진, 안영순, 서갑중, 박기환, 김건희. 서울지역 소비자들의 식품표시에 대한 인식도 조사. 한국식품영양과학회지 2010;39(10):1555-64.
15. 정현영, 김현아. 일반 소비자의 연령과 성별에 따른 식품표시에 대한 인식 및 활용도. 한국식품영양과학회지 2016;45(3):437-44.
16. 현주삼. 제주지역 대학생의 식품·영양표시 이용실태와 인식도 및 식습관에 관한 연구. 제주대학교 교육대학원; 2015.
17. 함선옥, 이호진, 김서영, 박영민. 외식 영양정보 표시의 이용과 속성에 대한 소비자 인식. 대한영양사협회 학술지 2017;23(1):106-19.
18. 정진이, 김어지나, 양일선, 함선옥. 외식업체의 영양표시 제도에 대한 인지도 및 만족도 조사. 외식경영연구 2014;17(4):247-65.
19. 외식산업진흥법 제2조. <https://www.law.go.kr>

20. 2019 서비스업생산 및 소비판매 동향조사. 통계청. <https://kostat.go.kr>
21. 2020 제주통계연보. 제주특별자치도. <https://www.jeju.go.kr>
22. 2020 한국의 사회지표. 통계청. <https://kostat.go.kr>
23. 강나연, 정복미. 1인가구와 다인가구의 영양소섭취, 식행동 및 식품섭취빈도에 대한 차이분석 : 제 6, 7기 국민건강영양조사(2014~2016)자료 활용. 대한지역사회영양학회지 2019;24(1):1-17.
24. 김상호, 이계임, 허성윤, 최재현, 박인호. 2019 식품소비행태조사 통계보고서. 한국농촌경제연구원 기타연구보고서 2019;(-):1-1168.
25. 2019 외식 산업 배달 실태에 대한 연구. 한국외식산업중앙회. <https://www.kfiri.org>
26. 권재영, 김시내, 박은지, 송중우. 국내 배달음식 이용건수 분석 및 예측. 응용통계연구 2015;28(5):977-990.
27. 장혜민, 박선영. 팬데믹 시대의 외식업 비대면 서비스에 대한 소비자의 인식유형 연구. 주관성연구 2021;0(54):69-92.
28. 이윤옥, 강희석. 코로나 시대 환대산업 서비스의 언택트 마케팅에 관한 고찰. 한국엔터테인먼트산업학회논문지 2020;14(7):161-73.
29. 2019 외식업체 경영 실태 조사 보고서. 농림축산식품부. <https://www.atfis.or.kr>
30. 박민서, 배현주. 배달음식 이용고객의 만족도에 영향을 미치는 요인 분석. Journal of Nutrition and Health 2020;53(6):688-701.

31. 허소정, 배현주. 식생활라이프스타일에 따른 배달음식의 소비성향 분석. *Journal of Nutrition and Health* 2020;53(5):547-61.
32. 재미경, 전향란, 이영애. 외식과 배달 및 테이크아웃 이용여부에 따른 소비자집단별 식생활소비행태 차이 분석. *소비문화연구* 2017;20(3):27-50.
33. 김태호, 김학선. 수정된 기술수용모델을 이용한 푸드테크산업 소비자의 배달앱 기술수용의도에 관한 연구. *관광학연구* 2016;40(5):127-44.
34. 강희석, 허종국, 김효진. 외식산업의 언택트 마케팅 서비스가 서비스 품질과 고객 관계, 기업신뢰에 미치는 영향. *한국조리학회지* 2021;27(1):15-28.
35. 최부현, 문수지. 스마트 시니어의 스마트폰 배달 애플리케이션 만족도 기반 이용결정요인 분석. *디지털융복합연구* 2021;19(1):199-209.
36. 국내 음식 배달앱 시장규모. 공정거래위원회. <https://www.ftc.go.kr>
37. 김민정, 이수범. O2O 외식 배달앱 서비스의 혜택과 비용이 이용의도에 미치는 영향. *서비스경영학회지* 2017;18(5):1-22.
38. 이태희, 현병언. 모바일 배달앱 콘텐츠가 구매선택에 미치는 영향. *한문경상연구* 2019;30(3):27-41.
39. 양진영, 이행주. 배달 음식 서비스의 고객 재구매 의사결정 요인에 관한 연구. *고객만족경영연구* 2020;22(4):65-82.
40. 정유선, 함선옥, 양일선, 김하영. 외식 영양표시에 대한 소비자의 인지도 및 만족도 조사. *호텔경영학연구* 2014;23(5):221-37.

41. 김나형. 식생활라이프스타일과 인구통계적 특성이 외식영양표시 외식업체의 브랜드 이미지에 미치는 영향. 한국산학기술학회논문지 2019;20(6):548-56.
42. 어린이 식생활안전관리 특별법 시행령 일부 개정안 입법예고. <https://www.mfds.go.kr>
43. 2020 지역건강통계 한눈에보기 지역사회건강조사. 질병관리청. <http://www.kdca.go.kr>
44. 김미현, 연지영. 성인 대상 영양표시 교육프로그램개발 및 효과평가. 韓國食生活文化學會誌 2019;34(1):34-43.
45. 현다희. 제주지역 대학생의 식생활 라이프스타일 및 소비가치에 따른 커피전문점에서의 당류 섭취에 관한 연구. 제주대학교 교육대학원; 2020.
46. 최윤형, 변혜민. 영양성분표시에 대한 소비자의 이해도, 인식 및 행동의도에 관한 연구: 2016년 개정 전·후 비교를 중심으로. 소비자정책교육연구 2019;15(1):183-207.
47. 2019 국민건강통계 국민건강영양조사 제8기. 질병관리청. <http://www.kdca.go.kr>

Abstract

A study on Usage Status of Food Delivery Apps and Necessity of Nutrition Labeling of 20s Adults in Jeju

Ju-Yeong Kim

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

This study analyzed the usage of food delivery apps and the need for nutrition labeling of 300 adults in their 20s in Jeju surveyed from March 29 to April 9, 2021 with the aim of providing basic data to increase the awareness of adults in their 20s on the nutrition labeling of food delivery apps. A total of 272 questionnaires out of 300 were used as base data for this study. The data were analyzed using descriptive analysis, χ^2 -test, t-test, ANOVA and IPA(Importance-Performance Analysis) analysis using the SPSS Win program (version 21.0). The results of this study can be summarized as follows.

First, the subjects included 30.9% for male and 69.1% for female, and age 22-24 years old 35.7%, occupation 76.5% university(graduate) student, average monthly income of less than 500,000 won 41.5%, residential type 59.6% % and delivery food companions showed a high proportion of families.

Second, 96.7% of subjects indicated the experience of using the food delivery apps, and regarding the reason for using the food delivery apps, 'convenience of searching, ordering and payment(70.3%)' showed the highest rate.

Third, regarding a result of the IPA analysis of the subjects food delivery apps selection attributes, the items with low both importance and satisfaction were found to be nutrition labeling, and as a result of the importance and satisfaction analysis of nutrition labeling, the importance (3.10) was found to be above average, satisfaction (2.89) was below average, indicating that satisfaction was low compared to importance($p < 0.05$).

Fourth, 89.7% of the subjects were aware of the nutrition labeling of food, and 75.0% of the subjects checked the nutrition labeling occasionally when selecting food. Regarding the reason for checking the nutrition labeling, 'for weight management (38.2%)' was the highest.

Fifth, 82.7% of subjects answered that the need for nutrition labeling of food delivery apps was necessary, and regarding the necessary reason, 'guaranteeing consumers right to know (50.2%)' was the highest. The rate of not checking the nutrition labeling on the food delivery apps was 77.6%, and the most common reason for not checking the nutrition labeling was 'not seeing the label (44.5%)'.

Sixth, regarding awareness of the nutrition labeling information of food delivery apps, 88.2% of subjects were not aware of it and as for the ways to increase the awareness of nutrition labeling of food delivery apps, 'promotion in delivery app (57.4%)' was the highest.

Based on the results of this study the subjects indicated that the experience of using food delivery apps and the rate of recognition and checking of nutrition labeling in selecting food and the need for nutrition labeling in food delivery apps were high. On the other hand, the subjects showed that the rate of recognition and checking of nutrition labeling in food delivery apps was low. Therefore, it is necessary to increase the mandatory nutrition labeling practices in more food-type businesses. Moreover, a systematic and active support by the government and food delivery app companies needs to be developed in order to improve consumers awareness of nutrition labeling of food delivery apps.