



저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 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 성인들의 원산지표시제도에 대한 인식 및
음식 구매 태도에 관한 연구 :
음식점 · 마트 · 배달애플리케이션을 중심으로

濟州大學校 教育大學院

營養教育專攻

朴 賢 亨

2022年 8月

제주지역 성인들의 원산지표시제도에 대한 인식 및
음식 구매 태도에 관한 연구 :
음식점 · 마트 · 배달애플리케이션을 중심으로


指導教授 姜 仁 慧


朴 賢 亨


이 論文을 教育學 碩士學位 論文으로 提出함

2022 年 06 月

朴賢亨의 教育學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 채 인 숙 

委 員 김 인 혜 

委 員 하 경 호 

濟州大學校 教育大學院

2022 年 06 月

A study on Awareness of Origin Labelling
System and Food Purchasing Attitudes of
Adults in Jeju Area: Focusing on Restaurant,
Mart, and Delivery Applications

seo-hyung Park

(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
국문 요약	iv
I. 서론	1
II. 이론적 배경	3
1. 원산지표시제도	3
1) 원산지표시제도 정의	3
2) 원산지표시제도 대상 품목	3
3) 원산지표시 방법	4
4) 원산지표시 위반에 대한 벌칙	6
5) 원산지표시 현황	6
III. 연구 내용 및 방법	8
1. 조사대상 및 기간	8
2. 조사내용 및 방법	8
3. 조사 분석 및 통계 처리	10
IV. 연구 결과 및 고찰	11
1. 조사대상자의 일반사항	11
2. 원산지표시제도에 대한 인식도	13
1) 원산지표시제도 인지 여부	13
2) 원산지표시제도에 대한 정보원	16
3) 원산지표시제도에 대한 인지 부족 이유	17

4) 원산지표시제도에 대한 지식수준	18
5) 원산지표시 품목에 대한 중요도	20
6) 원산지표시제도에 대한 전반적인 소비자 인식	21
3. 음식점 음식 구매 태도	22
1) 음식점에서 음식 구매 시 특성	22
2) 음식점에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부	24
3) 원산지표시제도에 따른 음식점 음식 구매 태도	26
4. 마트 음식 구매 태도	28
1) 마트에서 음식 구매 시 특성	28
2) 마트에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부	30
3) 원산지표시제도에 따른 마트 음식 구매 태도	32
5. 배달애플리케이션 음식 구매 태도	34
1) 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 특성	34
2) 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부	36
3) 배달애플리케이션 원산지표시 의무화 인지 여부	38
4) 원산지표시제도에 따른 배달애플리케이션 음식 구매 태도	39
6. 원산지표시제도 소비자 인식이 음식 구매 태도에 미치는 영향	41
1) 소비자 인식과 구매 태도 간의 상관관계	41
V. 결론 및 제언	43
VI. 참고문헌	50
1) 부록	52
2) Abstract	61

표 목 차

Table 1. 포장재 원산지표시 방법	4
Table 2. 조사대상자의 일반사항	12
Table 3. 조사대상자의 원산지표시제도 인지 여부	14
Table 4. 조사대상자의 일반사항에 따른 원산지표시제도 인지 여부	15
Table 5. 조사대상자의 연령, 최종학력에 따른 원산지표시제도에 대한 정보원 16	
Table 6. 조사대상자의 연령, 최종학력에 따른 원산지표시제도 인지 부족 이유 17	
Table 7. 조사대상자의 원산지표시제도 지식수준	19
Table 8. 조사대상자의 원산지표시제도 인식에 따른 원산지표시제도 지식수준 19	
Table 9. 원산지표시 품목에 대한 전반적인 중요도	20
Table 10. 원산지표시제도에 대한 전반적인 소비자 인식	21
Table 11. 음식점에서 음식 구매 시 특성	23
Table 12. 음식점에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부	25
Table 13. 원산지표시제도에 따른 음식점 음식 구매 태도	26
Table 14. 원산지표시제도 인식에 따른 음식점 구매 태도 차이	27
Table 15. 마트에서 음식 구매 시 특성	29
Table 16. 마트에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부	31
Table 17. 원산지표시제도에 따른 마트 음식 구매 태도	32
Table 18. 원산지표시제도 인식에 따른 마트 구매 태도 차이	33
Table 19. 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 특성	35
Table 20. 배달애플리케이션 음식 구매 시 원산지 확인 여부	37
Table 21. 배달애플리케이션 원산지표시 의무화 인지 여부	38
Table 22. 원산지표시제도에 따른 배달애플리케이션 음식 구매 태도	39
Table 23. 원산지표시제도 인식에 따른 배달애플리케이션 구매 태도 차이	40
Table 24. 소비자 인식도와 구매 태도 간의 상관관계	42

국문 요약

제주지역 성인들의 원산지표시제도에 대한 인식 및 음식 구매 태도에 관한 연구 : 음식점 · 마트 · 배달애플리케이션을 중심으로

본 연구는 제주지역 성인들을 대상으로 원산지표시제도에 대한 인지 여부와 인식도를 조사하고, 음식점, 마트, 배달애플리케이션에서 음식을 구매할 때 특성과 원산지표시제도가 구매 태도에 어느 정도 영향을 미치고 있는지를 조사하여 분석함으로써 원산지표시제도의 인식도 향상을 요구하여 추후 올바른 식품 선택과 구매를 유도하기 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

이를 위해 제주지역의 20세-50대 성인 301명을 대상으로 2022년 4월 5일부터 5월 6일까지 온라인 설문조사를 실시하였으며, 설문지는 301부를 배부하여 온라인 설문 시작 전 연구 참여 동의 여부에 미동의를 한 설문지 1부를 제외한 총 300부를 최종적으로 분석 자료로 사용하였다. 조사된 자료는 통계 처리 프로그램 SPSS Win Program(ver. 26.0)을 이용하여 빈도분석, 기술통계, χ^2 -test, t-test, ANOVA(Duncan), 상관관계 분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자의 중 성별은 남성이 (44.3%), 여성이 (55.7%)로 나타났고, 연령대는 20대 (47.0%) 최종학력은 대학교 졸업 (71.7%), 직업은 사무직 (27.3%), 혼인 여부는 미혼 (58.0%), 거주 형태는 4인 이상 (43.0%), 월 평균 소득은 200~300만 원 미만 (48.7%), 월 음식 구매 비용은 20~50만 원 미만 (34.7%)의 비율이 높게 나타났다.

2. 원산지표시제도의 인지 여부를 분석 결과는 ‘알고 있다’ (95.0%), ‘모른다’ (5.0%)로 나타났으며. 원산지표시제도를 인지 여부는 4인 이상에서 (43.2%), 2~3인 (32.8%), 1인 이상 (18.6%)로 순으로 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < 0.05$) 거주 형태를 제외한 나머지 일반사항의 경우 유의미한 차이가 없었다.

3. 원산지표시제도에 대한 정보원을 분석한 결과는 ‘TV/라디오’ (23.5%), ‘학교/소비자단체’ (23.5%)의 비율이 높아 전반적으로 ‘TV, 라디오, ‘인터넷, SNS’ 에서 원산지표시제도에 대한 정보를 얻는 것으로 볼 수 있다. 원산지표시제도에 대한 인지 부족 이유를 분석한 결과를 볼 때 ‘자신의 관심 부족’ 이 (66.7%)의 비율이 가장 높아 전반적으로 자신의 관심 부족으로 원산지 표시제도에 대한 인지가 부족한 것으로 나타났다.

4. 조사대상자의 원산지표시제도에 대한 지식수준 결과는 원산지표시에 대한 지식은 총 8점 만점으로 조사대상자의 평균 점수는 7.15점으로 나타났다.

5. 원산지표시 품목 중 원산지표시가 가장 중요하다고 여기는 품목을 분석은 5점 척도로 분석하였으며 분석 결과 가장 높은 중요도를 보인 품목은 ‘수산물(생선, 어패류 등)’ 이 4.55점, ‘육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등)’ 4.50점, ‘김치(배추, 고춧가루)’ 4.43점, ‘채소·과일류’ 4.22점, ‘가공식품’ 3.99, ‘쌀’ 3.90, ‘콩’ 3.86점으로 순으로 나타났다. 전반적으로 수산물과 육류의 원산지표시를 가장 중요시하는 것으로 볼 수 있다.

6. 원산지표시제도에 대한 소비자 인식을 분석은 5점 척도로 분석하였으며 분석 결과는 원산지표시제도에 대한 소비자 인식 문항에서 가장 높은 문항은 ‘원산지 국가의 이미지에 따라 품질 예측에 미치는 영향이 있다.’ (4.27점), 가장 낮은 점수의 문항은 ‘원산지표시가 있는 음식은 유해 물질로부터의 안전함을 의미한다.’ (3.20점)로 낮았다. 전반적으로 원산지표시제도의 안전성에 대한 소비자

의 인식이 낮은 것으로 나타났다.

7. 조사대상자의 음식점에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부 분석 결과 음식점에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (73.7%), 확인하지 않는다 (21.3%)로 나타났다. 확인하는 품목으로는 ‘배추김치’ (48.3%), ‘육류’ (41.1%), ‘수산물’ (7.2%), ‘쌀’ (3.0%), ‘가공식품’ (0.4%), ‘채소·과일류’ (0.0%), ‘콩’ (0.0%)로 나타났다. 확인하지 않는 이유로는 ‘자신의 관심 부족’ (46.9%)이 가장 높았다.

8. 조사대상자의 마트에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부 분석 결과 마트에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (82.0%), 확인하지 않는다 (18.0%)로 나타났다. 확인하는 품목으로는 ‘육류’ (55.7%), ‘수산물’ (31.7%), ‘배추김치’ (4.9%), ‘가공식품’ (1.6%), ‘채소·과일류’ (3.3%), ‘콩’ (2.0%), ‘쌀’ (0.8%)로 나타났다. 확인하지 않는 이유로는 ‘원산지보다 다른 요소가 더 중요하므로’ (51.9%)의 응답이 가장 높았다.

9. 조사대상자의 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부 분석 결과 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (26.7%), 확인하지 않는다 (73.3%)로 나타났다. 확인하는 품목으로는 ‘육류’ (65.0%), ‘수산물’ (18.8%), ‘가공식품’ (6.3%), ‘배추김치’ (5.0%), ‘쌀’ (5.0%), ‘채소·과일류’ (0.0%), ‘콩’ (0.0%)로 나타났다. 확인하지 않는 이유로는 ‘원산지표시가 잘 안 보여서’ (58.2%)의 응답이 가장 높았다.

10. 원산지표시제도에 대한 소비자 인식과 구매 태도 간의 상관관계 상관관계를 분석한 결과, 음식점 구매 영향과 소비자 인식도 ($r=.513$), 마트 구매 영향과 소비자 인식도 ($r=.530$), 배달애플리케이션 구매 영향과 소비자 인식도 ($r=.407$)으로 모두 정적인(+) 상관관계를 보였다. 대체로 원산지표시제도의 소비자 인식도가 높아질수록 구매 시 영향을 미치는 것으로 볼 수 있겠다.

이상의 연구 결과를 토대로 살펴볼 때, 제주지역 성인의 경우 원산지표시제도의 인지도는 높았으며, 음식점, 마트에서의 원산지표시 확인 비율이 높았으나 배달 애플리케이션에서의 원산지표시 확인의 비율은 낮게 나타났다. 따라서, 배달 애플리케이션에서의 원산지표시 방법의 개선방안과 국가의 교육과 적극적인 홍보가 필요할 것으로 사료된다. 또한, 음식점·마트·배달애플리케이션에서 원산지표시를 확인하는 품목으로는 육류가 전반적으로 높았으며, 이는 과거 광우병, 조류독감 등 식품 안전과 관련된 사고 발생으로 인하여 이러한 영향을 미친 것으로 생각되며, 소비자들은 원산지표시제도를 통하여 식품의 정보를 얻으며 안전하고 합리적인 소비생활을 위하여 국가 차원에서의 정확한 원산지 정보전달과 원산지 거짓 표시, 미표시의 감독 및 처벌이 강화되어야 한다고 생각된다.

I. 서론

현대 오늘날 사회에서 음식 산업의 발달과 음식 문화의 변화가 빠르게 일어나고 있다. 코로나바이러스 감염병은 생활양식과 의식구조에 영향을 미쳐 음식의 질적 면의 향상 및 건강에 대한 욕구 증가를 가져왔고, [12] 비대면 음식 구매 증가와 밀키트와 같은 간편 음식 수요가 증가하고 있다. 소비자들은 물리적 가치보다는 정보와 시간을 더욱 중요시하여 음식 구매에서 편리성을 고려하는 경향을 보인다. [12] 이에 따라, 간편함과 시간을 돈으로 사는 소비 형태인 ‘레이지 이코노미’ 현상이 대두되고 있으며 밀키트 시장과 배달애플리케이션 시장이 성장하고 있다. 또한, 소비자들은 음식의 원산지과 상세 성분 등을 더 따져보고 구매하는 성향으로 변화하고 있으며, 코로나바이러스 감염병으로 배달 음식 주문이 급증하였다. 한국농촌경제연구원 ‘2021 기준 외식업 경영실태 주요 조사 결과 보고서에 따르면, 외식업체의 배달앱 이용 비중은 코로나19 발생으로 인한 비대면 방식 선호로 2020년 19.9%, 2021년에는 29.5%로 증가하였다. [19] 이러한 변화로 인해 소비자들이 배달 음식을 안심하고 구매할 수 있도록 2020년 7월 1일부터 ‘농수산물 원산지표시에 관한 법률 시행규칙’에 의해 표시 대상 농수산물이나 그 가공품을 조리하여 배달을 통하여 판매·제공하는 경우에는 해당 농수산물이나 그 가공품 원료의 원산지를 포장재에 표기하며 포장재에 표기하기 어려운 경우에는 전단지, 스티커, 또는 영수증에 표기해야 하도록 하는 배달 음식 원산지표시 의무제도가 시행되었다. [17]

국립농산물품질관리원(원장 이주명, 이하 농관원)의 자료에 따르면, 2021년 농식품 원산지 단속을 통해 원산지 거짓 표시 등 위반업체 3,115개소를 적발했다고 밝혔다. 이는 2020년 적발된 2,969개소 보다 4.9% 증가한 수치이다. [21] 이처럼 미국산 소고기를 한우로 속여 판매하는 등의 식재료 원산지를 속인 음식점과 업체가 적발되는 등 원산지표시의 거짓 표시, 미표시의 업소 증가하고 있으며, 소비자들의 확인이 어려운 원산지를 속이는 사례가 늘어나고 있다. 따라서, 제품의 원산지, 상세 성분 등에 대한 구체적인 정보를 제공하는 것의 중요성이

커지고 있으며, 소비자들의 식품 안전에 관한 관심이 증가하여 원산지표시제도에 대한 중요성이 커지고 있다.

또한, 다이옥신 파동, 광우병에 걸린 미국산 소고기 수입과 2011년 일본 후쿠시마 원전 사태 발생과 같은 유해환경에 노출된 식품이 수입되는 사례가 있었으며, 2020년 중국 김치공장의 비위생적인 상태가 영상으로 공개되면서 관세청의 수출입 무역통계에 따르면 중국산 김치 수입량이 감소한 사례가 있으며^[25], 이러한 국내와 국내의 식품 안전 사건 발생 등으로^[1] 소비자들은 안전한 식품에 대한 요구도가 커졌다.^[7] 이에 따라 소비자에게 정확한 정보를 제공하고, 안전한 식품을 선택하고 구매할 수 있도록 도와주는 원산지표시제도가 필요한 것이다.^[20] 또한, 원산지표시제도를 올바르게 활용하기 위해 원산지표시제도에 대한 이해와 지식 향상이 필요한 실정이다.^[2]

원산지표시제도에 관한 선행연구를 살펴보면 기존의 선행연구들은 음식점 원산지표시에 대한 소비자 인식 및 구매 태도^[7], 제주지역 대학생들의 음식점 원산지 표시제도에 대한 인식 및 중요도 분석^[1]에 대한 국내 연구가 이루어졌지만, 배달애플리케이션 원산지표시제도 시행은 2020년 시행되어 배달애플리케이션의 원산지표시를 조사한 연구는 미비한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 제주지역 성인들의 원산지표시제도에 대한 인지 여부와 소비자 인식을 조사하고, 음식점, 마트, 배달애플리케이션에서 음식을 구매할 때 구매 특성과 원산지표시제도가 구매 태도에 어느 정도 영향을 미치는지를 조사하여 분석함으로써 원산지표시제도의 인식도 향상을 요구하여 추후 올바른 식품 선택과 구매를 유도하기 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 원산지표시제도

1) 원산지표시제도 정의

원산지는 농·수산물에 생산·채취·포획된 국가·지역이나 해역을 의미하며, 원산지표시제도란 농·수산물과 그 가공품 등에 대하여 적정하고 합리적인 원산지표시와 유통 이력 관리하도록 함으로써 공정한 거래를 유도하고 소비자의 알 권리를 보장하여 생산자와 소비자를 보호하는 것을 목적으로 하는 제도이다. [16] 1991년 대외무역법에 따라 수출입 물품의 원산지표시제가 도입되었으며, 2008년 음식점 원산지표시제를 도입하였다. 원산지 표시제도는 국제규범에서 허용하고 있는 제도로서 미국, EU, 일본 등 대부분 국가가 원산지표시제도를 운영하고 있다. [19]

2) 원산지표시제도 대상 품목

원산지표시 대상자는 원산지표시 대상 농산물 또는 그 가공품을 수입하거나 생산·가공하여 출하, 판매(통신판매 포함)하거나 판매할 목적으로 보관·진열하는 자가 해당한다. 음식점의 경우 일반음식점(일반음식점, 뷔페, 예식장, 장례식장 등), 휴게음식점(즉석 음식점, 분식점 등), 위탁 급식 영업, 집단급식소(학교, 기업체, 기숙사, 공공기관, 병원 등 상시 1회 50명 이상 급식)의 대상업소에 해당한다. [21]

국산 농산물 표시 대상으로는 농·축·수산물 표준코드 또는 축산물 위생관리법에 정의된 품목 적용을 원칙으로 하여 222개의 품목이 있으며, 수입 농산물과 그 가공품 또는 반입 농산물과 그 가공품 표시 대상으로는 대외무역법 제33조 제1항에 따라 산업통상자원부 장관이 공고한 품목 중 농산물을 포함하여 161개의 품목이 있다. 농산물 가공품 표시 대상은 별도의 정의가 있는 경우를 제외하

고는 식품위생법 제7조에 따른 식품의 기준 및 규격에 따르며 268개의 품목이 있으며 농산물 및 가공품은 총 651개의 품목을 표시해야 한다. 수산물의 경우 국산 및 원양산 수산물 192개 품목, 수산물가공품 66개 품목과 수입 수산물과 그 가공품 또는 반입 수산물과 그 가공품 24개 품목으로 총 282개 품목이 원산지 표시제도의 대상에 해당된다. [21]

표시 품목 및 가공·제조·유통·조리하는 업소인 음식점과 마트, 배달 음식의 경우 24개 품목이 있으며 소고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기, 양고기, 염소 고기(유산양 포함), 쌀(밥, 죽, 누룽지), 배추김치(배추와 고춧가루), 콩(두부류, 콩국수, 콩비지), 넙치, 조피볼락, 참돔, 미꾸라지, 뱀장어, 낙지, 명태, 고등어, 갈치, 오징어, 꽃게, 참조기, 다랑어, 아귀, 주꾸미가 있다. 농수산물의 원산지표시에 관한 법률 시행규칙의 개정으로 다랑어, 아귀, 주꾸미 3종이 추가되었다. [23]

(3) 원산지표시 방법

국산 농산물, 수입 및 반입 농산물과 그 가공품의 경우, [Table 1]에 따라 원산지표시를 해야 한다. 포장재에 표시하는 경우 제품 포장재에 해당 원산지를 직접 인쇄하여 표시하고 지워지지 않는 잉크, 각인, 소인 등을 사용하여 표시하거나 스티커, 전자저울에 의한 라벨지 등으로 표시할 수 있다. [21]

Table 1. 포장재 원산지표시 방법

구분	포장재 원산지표시 방법
표시위치	소비자가 쉽게 알아볼 수 있는 곳
표시문자	한글로 표시하며, 필요한 경우 한글 옆에 한문 또는 영문 등으로 추가 표시 가능
글자 크기	1. 포장 표면적이 3,000cm ² 이상인 경우 : 20pt 이상 2. 포장 표면적이 50cm ² 이상~ 3,000cm ² 미만인 경우: 12pt 이상 3. 포장 표면적이 50cm ² 미만인 경우 : 8pt 이상, 8pt 이상의 크기로 표시하기 어려운 경우 다른 표시사항의 글자 크기와 같은 크기로 표시 가능
글자 색	포장재의 바탕색 또는 내용물의 색과 다른 색으로 선명하게 표시

출처: 국립농산물품질관리원

농산물 등의 원산지표시는 국산일 경우 국산 또는 국내산으로 표시하거나 생산·채취·사육한 지역의 시·도명이나 시·군·구명으로 표시해야 하며 ‘국산’과 ‘국내산’은 같은 의미이다. 외국산일 경우 대외 무역법에 의해 수입신고필증 상의 원산지 ‘국가명’을 표시해야 한다. 국산과 외국산을 혼합하였을 경우에는 혼합비율이 높은 순서로 3개 국가까지의 원산지와 그 혼합비율을 표시하며 원산지가 다른 외국산만을 혼합하였을 때 혼합비율이 높은 순서로 3개 국가까지의 원산지와 그 혼합비율을 표시해야 한다. ^[21]

원산지는 소비자가 쉽게 알아볼 수 있도록 모든 메뉴판과 게시판에 표시해야 하며, 원산지 표시판을 부착하는 경우에는 메뉴판 또는 게시판에 원산지표시 생략이 가능하다. 집단급식소와 위탁급식소는 취식하는 장소에 메뉴·식단표, 게시판 등의 형태로 표시하며, 교육·보육 시설은 원산지가 표시된 메뉴·식단표를 가정통신문으로 안내하거나 인터넷 홈페이지에 추가로 공지해야 한다. 장례식장, 병원과 같은 많은 사람이 이용하는 장소는 소비자가 쉽게 볼 수 있는 장소에 낱말, 게시판 등으로 표시할 수 있으며 원산지표시 글자 크기는 메뉴판이나 게시판 등에 적힌 음식명 글자 크기와 같거나 크게 표시해야 한다. ^[21]

배달 음식의 경우 음식점에서 원산지를 표시하는 것과 같이 사용된 품목의 원산지를 메뉴명과 함께 표시해야 한다. 포장재에 표시하되, 포장재에 표시가 어려운 경우에는 스티커 또는 영수증 등에 표시가 가능하다. 판매하는 음식에서 사용된 특정 원료의 원산지가 모두 같은 경우 메뉴명을 생략하고 일괄 표시가 가능하며, 국내산 소고기의 경우 원산지와 식육의 종류 ‘한우’ 또는 ‘육우’, ‘젓소’로 구분하여 표시해야 한다. 수입산 소고기의 경우에는 ‘수입 국가명’을 표시하고 원산지 또는 식육의 종류가 다른 소고기를 혼합할 경우에는 혼합된 사실을 표시한다. ^[20] 원산지가 다른 2개 이상의 동일 품목을 혼합되었을 때 혼합 비율이 높은 순서대로 표시하며 혼합되었음을 알려야 한다. 국내에서 제조 혹은 가공한 배추김치의 경우 배추, 고춧가루의 원산지를 각각 표시하며 외국에서 제조 혹은 가공한 배추김치의 경우 제조한 국가명을 표시해야 한다. ^[21]

(4) 원산지표시 위반에 대한 벌칙

농수산물의 원산지표시 등에 관한 법률에 따르면 제 14조(벌칙) 원산지를 거짓으로 표시하거나 혼동하게 할 경우, 7년 이하의 징역이나 1억 원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과(併科)할 수 있으며, 제16조(벌칙) 원산지 표시사항에 대한 행정처분을 이행하지 아니한 자는 1년 이하의 징역이나 1천만 원 이하의 벌금에 처한다. 제18조(과태료)에 따르면 농수산물 또는 그 가공품을 수입하는 자, 생산, 가공하여 출하하거나 판매하는 자 또는 판매할 목적으로 보관, 진열, 식품접객업 및 집단급식소에서 원산지표시를 하지 않은 경우, 원산지 표시 방법을 위반한 경우, 거짓으로 하거나 혼동하게 할 경우, 원산지 등이 기재된 영수증이나 거래명세서 등을 비치·보관하지 아니한 자, 처분이 확정되면 교육 농수산물 원산지표시제도 교육 이수 명령을 이행하지 아니한 자 등에 해당하는 자에게는 1천만 원 이하의 과태료를 부과하게 된다. [16,17,18]

(5) 원산지표시 현황

한국농촌경제연구원의 음식점 원산지표시제도의 현황과 과제(2009)에 따르면, 서울시 내 음식점(고기구이 94개, 일반한식 65개, 탕전문 39개, 양식 23개, 중식 17개, 일식 16개, 분식 26개, 기타 6개로 구성) 대상 설문조사 결과 음식점 원산지표시제를 실시하고 있는 곳은 95.7%로 대부분 음식점에서 원산지표시제를 실시하고 있는 것으로 조사되었다. 원산지를 표시하고 있는 곳은 주로 메뉴판(67.0%)과 벽에 부착된 메뉴판, 게시판(50.0%)으로 나타났으며, 원산지표시는 인쇄하여 메뉴판·게시판·포탈 등에 부착(51.7%)하거나 새로 작성하는 업체(38.5%)가 대부분이었으며 볼펜 등으로 메뉴판에 적는 업체가 (25.9%)이었다. [19]

한국소비자원의 음식점 원산지 표시실태조사(2018)에 따르면, 원산지표시 대상 품목을 표시한 일반음식점 80개 업소를 선정하여 원산지표시 실태 조사를 한 결과, 조사 대상 80개 중 43개 업소(53.8%)의 원산지표시가 부적합(33개소 적

합, 4개소 폐업)하였고, 소비자가 원산지를 쉽게 확인하기 힘든 시인성 불량 41건, 원산지 미표시·허위표시 사례 35건으로 조사되었다. [22]

시인성 불량 부적합 사례는 메뉴판 혹은 게시판의 원산지 글자 크기가 메뉴명보다 크거나 같아야 하나 작게 표시한 업소가 13개(16.3%)로 가장 많았고, 원산지 표시판의 글자 크기가 규정보다 작게 표시한 업소가 11개(13.8%), 원산지 표시판 크기가 규정보다 작게 표시한 업소가 9개(11.3%), 원산지 표시판을 잘 보이지 않는 곳에 설치한 업소가 8개(10.0%) 순이었다. 미표시·허위표시 부적합 사례는 식육의 품목명 미표시, 일부 메뉴 원산지 누락 각각 7개(8.8%) 업소로 가장 많았고, 거짓 또는 혼동 우려가 있는 원산지표시를 한 업소가 6개, (7.5%), 소고기 식육의 종류(한우·육우·젓소) 미표시한 업소가 5개, (6.3%) 순이었다. 표시대상자의 원산지표시제도에 대한 이해도가 낮은 것으로 보이며, 표시 방법에 대한 인지가 부족한 것으로 나타났다. 이에 따라 표시대상자의 원산지표시제도 교육이 필요한 것으로 사료되며, 원산지표시제도에 관한 지도와 단속이 강화되어야 할 것이다. [22]

Ⅲ. 연구 내용 및 방법

1. 조사 대상 및 기간

본 연구에서는 제주지역의 20세-50대 성인 301명을 대상으로 2022년 4월 5일부터 5월 6일까지 직접 기입법에 의한 온라인 설문조사를 실시하였다. 설문지는 301부를 배부하여 온라인 설문 시작 전 연구 참여 동의 여부에 미동의를 한 설문지 1부를 제외한 총 300부를 최종적으로 분석 자료로 사용하였다.

본 연구는 제주대학교 생명윤리심의위원회의 승인을 받아 실시하였다. (승인번호 : JJNU-IRB-2022-016)

2. 조사내용 및 방법

본 연구에 사용된 설문지는 기존의 선행연구^{[2],[3],[6],[12]}를 기초로 하여 본 연구의 목적에 적합하도록 문항을 수정·보완하여 재구성하였다. 설문지는 조사대상자가 직접 기입법에 의해 작성하도록 하였으며 조사내용은 다음과 같다, 조사내용은 크게 4가지 부분으로 일반사항, 원산지표시제도에 대한 인식, 원산지표시품목에 대한 중요도, 원산지표시제도에 대한 지식수준, 음식점·마트·배달에플리케이션 구매 태도로 구성하였다.

1) 일반사항

조사대상자의 일반사항은 성별, 연령, 혼인여부, 거주 형태, 최종학력, 직업, 월평균 소득, 월 음식 구매 비용의 총 8문항으로 구성하였다.

2) 원산지표시제도에 대한 인식

조사대상자의 원산지표시제도에 대한 인식을 파악하기 위하여 정정화(2021)^[7], 이주양(2021)^[10]의 연구를 참고하여 원산지표시제도에 대한 인지 여부와 인식과 관련된 항목들로 개발하였으며, 원산지표시제도 인지 여부(2문항), 원산지표시제도에 대한 소비자 인식(12문항)으로 구성하였다. 원산지표시제도에 대한 소비자 인식은 각 항목을 ‘전혀 아니다.’ (1점), ‘아니다’ (2점), ‘보통이다’ (3점), ‘그렇다’ (4점), ‘매우 그렇다’ (5점) 의 Likert 5점 척도를 사용하여 조사하였으며, 점수가 높을수록 원산지표시제도에 대한 긍정적인 인식을 의미하도록 구성하였다.

3) 원산지표시 품목에 대한 중요도

조사대상자의 원산지표시 품목에 대한 중요도를 파악하기 위하여 육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등), 수산물(생선, 어패류 등), 김치(배추, 고춧가루), 쌀(쌀, 죽 등), 콩(두부류, 콩비지 등), 가공식품, 채소·과일류로 나누어 각 항목에 대하여 각 항목을 ‘전혀 그렇지 않다’ (1점), ‘그렇지 않다’ (2점), ‘보통이다’ (3점), ‘그렇다’ (4점) ‘매우 그렇다’ (5점) 의 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였으며, 점수가 높을수록 원산지표시 품목에 대한 중요도를 높게 평가하였다.

4) 원산지표시제도에 대한 지식수준

지식수준 문항은 식품안전나라^[20], 국립농산물품질관리원^[21], 농수산물의 원산지표시 등에 관한 법률^[14]의 정보를 참고하여 원산지표시제도에 대한 지식수준 8문항으로 구성하였으며, 각 항목에 대하여 ‘그렇다’ , ‘아니다’ 로 구분하여 응답하도록 하였다. 정답일 경우 1점, ‘아니다’ 로 체크 했을 경우 0점을 주어 총 8점 만점으로 조사하였으며, 점수가 높을수록 일반적인 원산지표시제도에 대한 지식을 높게 평가하였다.

5) 음식점·마트·배달앱리케이션 음식 구매 태도

음식점·마트·배달앱리케이션 음식 구매 태도에 관한 문항은 김새롬(2015)^[8], 서귀생(2009)^[9], 김유림(2021)^[12], 이주양(2021)^[10], 김용순^[13]의 연구를 참고하여 음식 구매 빈도, 구매 변화(코로나19 발생 이후), 구매 시 중요하게 여기는 사항, 원산지표시제도 확인 여부, 확인하는 품목, 확인 이유, 확인하지 않는 이유, 원산지표시제도에 따른 구매 태도(4문항) 총 13문항으로 구성하였다.

3. 조사 분석 및 통계 처리

본 연구의 자료 분석은 SPSS Win Program (ver 26.0) 사용하였으며, 유의수준 ($p < 0.05$)을 기준으로 검증하였다.

첫째, 조사대상자의 일반사항, 원산지표시제도에 대한 지식수준, 원산지표시 중요도 품목, 음식점·마트·배달앱리케이션의 구매 이용 특성은 빈도분석(빈도와 백분율)을 이용하여 실시하였다.

둘째, 원산지표시제도에 대한 지식수준, 원산지표시 중요도 품목, 원산지표시제도에 따른 구매 태도는 기술 통계량(평균과 표준편차) 분석을 실시하였다.

셋째, 조사대상자의 일반사항에 따른 원산지표시 인지 여부, 정보원, 인지 부족 원인 및 소비자 인식에 따른 음식점·마트·배달앱리케이션 음식 구매 태도의 차이를 분석하기 위해 독립 표본 t -test와 일원 배치 분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 일원 배치 분산분석에서 유의한 차이가 있는 경우 Duncan's multiple range test 사후검정을 실시하였다.

넷째, 원산지표시제도의 소비자 인식과 음식 구매 태도 간의 관계를 알아보기 상관분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

조사대상자의 일반사항을 조사한 결과는 [Table 2]에 제시하였다. 분석 결과 전체 300명의 조사대상자 중 남성이 (44.3%), 여성이 (55.7%)로 나타났고, 연령대는 20대가 (47.0%), 30대 (26.0%), 40대 (11.0%), 50대 (16.0%)로 나타났다. 조사 결과, 20대를 제외한 연령대의 응답자 수가 적었으며, 조사대상자의 최종학력은 고졸 (14.0%), 대학교 졸업 (71.7%), 대학원 졸업 (14.3%)으로 나타났으며, 직업은 학생 (19.7%), 사무직 (27.3%), 전문직 (18.0%), 판매영업직 (23.3%), 주부 (6.0%), 무직 (5.7%)로 나타났다. 혼인 여부는 미혼 (58.0%), 기혼 (42.0%)로 나타났으며, 거주 형태는 1인 (20.0%), 2인~3인 (37.0%), 4인 이상 (43.0%)로 나타났다. 월 평균 소득은 50만 원 미만 (3.3%), 50~100만 원 미만 (3.0%), 100~200만 원 미만 (17.0%), 200~300만 원 미만 (48.7%), 300만 원 이상 (13.0%)로 나타났으며, 마지막으로 월 음식 구매 비용은 20만 원 미만 (10.0%), 20~50만 원 미만 (34.7%), 50~80만 원 미만 (21.3%), 80~100만 원 미만 (18.7%), 100만 원 이상 (15.3%)로 나타났다.

Table 2. 조사대상자의 일반사항

(N=300)

	구분	N (%)
성별	남성	133(44.3)
	여성	167(55.7)
연령	20대	141(47.0)
	30대	78(26.0)
	40대	33(11.0)
	50대 이상	48(16.0)
최종학력	고등학교 졸업	42(14.0)
	대학 졸업(재학 포함)	215(71.7)
	대학원 졸업(재학 포함)	43(14.3)
직업	학생	59(19.7)
	사무직	82(27.3)
	전문직	54(18.0)
	판매영업직	70(23.3)
	주부	18(6.0)
	무직	17(5.7)
혼인 여부	미혼	174(58.0)
	기혼	126(42.0)
거주 형태	1인	60(20.0)
	2~3인	111(37.0)
	4인 이상	129(43.0)
월 평균 소득 (용돈 포함)	50만 원 미만	25(8.3)
	50-100만 원 미만	39(3.0)
	100-200만 원 미만	51(17.0)
	200-300만 원 미만	146(48.7)
	300만 원 이상	39(13.0)
월 음식 구매 비용	20만 원 미만	30(10.0)
	20-50만 원 미만	104(34.7)
	50-80만 원 미만	64(21.3)
	80만 원-100만 원 미만	56(18.7)
	100만 원 이상	46(15.3)

2. 원산지표시제도에 대한 인식도

1) 원산지표시제도 인지 여부

원산지표시제도의 인지 여부를 분석한 결과는 [Table 3]와 같다, 분석 결과 ‘알고 있다’ (95.0%), ‘모른다’ (5.0%)로 나타났으며. 조사대상자의 대부분이 원산지표시제도를 인지하고 있는 것으로 나타났다.

조사대상자의 일반사항에 특성에 따른 인지 여부는 [Table 4]와 같다. 거주 형태에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < 0.05$), 원산지표시제도를 인지 여부는 4인 이상에서 (43.2%), 2~3인 (32.8%), 1인 이상 (18.6%)로 순으로 나타났다. 거주 형태를 제외한 나머지 일반사항의 경우 유의미한 차이가 없었다.

원산지표시제도에 대한 정보원을 분석한 결과는 ‘TV/라디오’ (23.5%), ‘학교/소비자단체’ (23.5%), ‘포장지/문구를 보고’ (18.6%), ‘음식점/마트/배달앱/플리케이션에서 표시를 보고’ (18.6%), ‘친구/가족’ (3.2%), ‘신문/잡지’ (2.5%) 순으로 나타나 전반적으로 ‘TV, 라디오’, ‘인터넷, SNS’에서 원산지표시제도에 대한 정보를 얻는 것으로 볼 수 있다.

원산지표시제도에 대한 인지 부족 이유를 분석한 결과를 볼 때 ‘자신의 관심 부족’ 이 (66.7%), ‘다른 요소 선호’ (20.0%), ‘제도 존재를 몰라서’ (6.7%), ‘홍보/교육 부족’ (6.7%) 순으로 나타나 전반적으로 자신의 관심 부족으로 원산지 표시제도에 대한 인지가 부족한 것으로 보이며, 장정화 외(2015)^[7] 연구에 따르면 음식점 원산지표시제를 모르는 경우 원인으로 관심 부족이 가장 높은 비율을 차지하여 본 연구와 유사한 결과가 나타났다.

Table 3. 조사대상자의 원산지표시제도 인지 여부

	구분	N (%)
원산지표시제도 인지 여부 (n=300)	알고 있다	285(95.0)
	모른다	15(5.0)
원산지표시제도 정보원 (n=285)	TV/라디오	67(23.5)
	신문/잡지	7(2.5)
	인터넷/SNS	26(9.1)
	학교/소비자단체	67(23.5)
	친구/가족	9(3.2)
	포장지/문구	56(19.6)
	음식점/마트/배달앱리케이션 원산지표시를 보고	53(18.6)
인지 부족 이유 (n=15)	관심 부족	10(66.7)
	제도 존재 모름	1(6.7)
	홍보/교육 부족	1(6.7)
	다른 요소 선호	3(20.0)

Table 4. 조사대상자의 일반사항에 따른 원산지표시제도 인지 여부

N(%)

	구분	인지 여부		P-value
		알고 있다 N(285)	모른다 N(15)	
성별	남성	127(44.6)	6(40.0)	0.729
	여성	158(55.4)	9(60.0)	
연령	20대	133(46.7)	8(53.3)	0.307
	30대	77(27.0)	1(6.7)	
	40대	31(10.9)	2(13.3)	
	50대 이상	44(15.4)	4(26.7)	
혼인 여부	미혼	164(57.5)	10(66.7)	0.485
	기혼	121(42.5)	5(33.3)	
거주 형태	1인	53(18.6)	7(46.7)	0.018**
	2~3인	109(38.2)	2(13.3)	
	4인 이상	123(43.2)	6(40.0)	
최종학력	고등학교 졸업	38(13.3)	4(26.7)	0.285
	대학교 졸업(재학)	205(71.9)	10(66.7)	
	대학원 졸업(재학)	42(14.7)	1(6.6)	
직업	학생	59(20.7)	0(0.0)	0.206
	사무직	79(27.7)	3(20.0)	
	전문직	49(17.2)	5(33.3)	
	판매영업직	66(23.2)	4(26.7)	
	주부	17(6.0)	1(6.7)	
	무직	15(5.3)	2(13.3)	
월평균 소득	50만 원 미만	25(8.8)	0(0.0)	0.554
	50~100만 원 미만	36(12.6)	3(20.0)	
	100~200만 원 미만	47(16.5)	4(26.7)	
	200~300만 원 미만	140(49.1)	6(40.0)	
	300만 원 미만	37(13.0)	2(13.3)	
월 음식 구매 비용	20만 원 미만	27(9.5)	3(20.0)	0.380
	20~50만 원 미만	100(35.1)	4(26.7)	
	50~80만 원 미만	59(20.7)	5(33.3)	
	80~100만 원 미만	55(19.3)	1(6.7)	
	100만 원 미만	44(15.4)	2(13.3)	
	전체	285(95.0)	15(5.0)	

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

2) 원산지표시제도에 대한 정보원

조사대상자의 연령, 최종학력에 따른 원산지표시 정보원 분석 결과로는 20대 연령에서 학교/소비자단체 (35.3%), 30대 연령에서 TV/라디오 (22.1%), 40대 연령에서 TV/라디오 (41.9%), 50대 이상 연령에서 TV/라디오 (43.2%)로 20대를 제외한 모든 연령에서 TV/라디오에서 원산지표시에 대한 정보를 얻었으며 유의적인 차이가 있었다. ($P<0.05$) 최종학력에 따르면 고등학교 졸업에서 TV/라디오 (42.1%), 대학교 졸업에서 학교/소비자단체 (22.0%), TV/라디오 (22.0%), 대학원 졸업에서 학교/소비자단체 (50.0%)로 학력에 따라 학교/소비자단체에서 원산지표시에 대한 정보를 얻은 것으로 보이며 고등학교 졸업의 경우 원산지표시를 TV/라디오를 통해 정보는 얻는 것으로 나타났으나, 대학교/대학원 졸업의 경우 학교/소비자단체를 통해 정보를 얻는 것으로 나타나 유의적인 차이가 있었다. ($P<0.001$)

Table 5. 조사대상자의 연령, 최종학력에 따른 원산지표시에 대한 정보원

(N=285)

구분	원산지표시제도에 대한 정보원						P-value	
	TV/라디오	신문/잡지	인터넷/SNS	학교/소비자 단체	친구/가족	포장지/문구		
연령	20대	18(13.5)	1(0.8)	10(7.5)	47(35.3)	2(1.5)	29(21.8)	0.000***
	30대	17(22.1)	4(5.2)	11(14.3)	15(19.5)	2(2.6)	15(19.5)	
	40대	13(41.9)	2(6.5)	1(3.2)	2(6.5)	1(3.2)	5(16.1)	
	50대 이상	19(43.2)	0(0.0)	4(9.1)	3(6.8)	4(9.1)	7(15.9)	
최종학력	고등학교 졸업	16(42.1)	1(2.6)	3(7.9)	1(2.6)	2(5.3)	10(26.3)	0.000***
	대학교 졸업(재학)	45(22.0)	3(1.5)	23(11.2)	45(22.0)	4(2.0)	40(19.5)	
	대학원 졸업(재학)	6(14.3)	3(7.1)	0(0.0)	21(50.0)	3(7.1)	6(14.3)	

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

3) 원산지표시제도에 대한 인지 부족 이유

조사대상자의 연령, 최종학력에 따른 원산지표시 인지 부족 이유를 분석한 결과로는 [Table 6]과 같다. 20대 연령에서 ‘자신의 관심 부족’ (75.0%), 30대 연령에서 다른 요소 선호(100.0%), 40대 연령에서 ‘자신의 관심 부족’ (100.0%), 50대 이상 연령에서 ‘자신의 관심 부족’ (50.0%)로 연령, 최종학력에 따라서는 통계적으로 유의적인 차이가 없었다. ($P>0.05$) 최종학력에 따르면 고등학교 졸업에서 홍보/교육 부족 (25.0%), 대학교 졸업에서 ‘자신의 관심 부족’ (70.0%), 대학원 졸업에서 ‘자신의 관심 부족’ (100.0%)으로 유의적인 차이가 없었다. ($P>0.05$) 전반적으로 자신의 관심 부족으로 원산지표시제도에 대한 인지가 부족한 것으로 볼 수 있다.

Table 6. 조사대상자의 연령, 최종학력에 따른 원산지표시제도 인지 부족 이유

(N=15)

구분	인지 부족 이유				P-value	
	관심 부족	제도 존재 모름	홍보/교육 부족	다른 요소 선호		
연령	20대	6(75.0)	1(12.5)	0(0.0)	1(12.5)	0.461
	30대	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(100.0)	
	40대	2(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	50대 이상	2(50.0)	0(0.0)	1(25.0)	1(25.0)	
최종학력	고등학교 졸업	2(50.0)	0(0.0)	1(25.0)	1(25.0)	0.679
	대학교 졸업(재학)	7(70.0)	1(10.0)	0(0.0)	2(20.0)	
	대학원 졸업(재학)	1(100.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	

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

4) 원산지표시제도에 대한 지식수준

조사대상자의 원산지표시제도에 대한 지식 문항 정답률은 [Table 7]와 같다. 원산지표시에 대한 지식은 총 8점 만점으로 조사대상자의 평균 점수는 7.15점으로 나타났다. 조사대상자의 지식수준을 평가하기 위한 8개의 문항 중 가장 높은 정답률을 보인 문항은 ‘소고기, 돼지고기, 닭고기는 원산지표시를 해야 한다’ (99.3%), ‘원산지표시는 의무이다’ (99.0%), ‘배추김치는 배추와 고춧가루의 원산지를 모두 표시해야 한다.’ (97.7%)로 나타났으며, 가장 낮은 정답률을 보인 문항은 ‘원산지표시는 한글 또는 한문, 영문으로 표시할 수 있다.’ (76.0%), ‘콩국수, 죽, 누룽지는 원산지표시를 해야 한다.’ (62.0%)으로 나타났다.

소비자 인식에 따른 지식수준 결과 [Table 8]과 같다. 원산지표시제도에 대한 소비자 인식(12문항)으로 구성하고 Likert 5점 척도를 사용하여 조사하였으며, 총 60점을 만점으로 평균(46.2±7.24)를 기준으로 낮음(N=130), 높음(N=170)으로 나누었다. 문항 중 ‘원산지표시는 한글 또는 한문, 영문으로 표시할 수 있다.’ 문항에서 소비자 인식 높은 군의 평균 점수(0.88±0.32), 낮은 군의 평균 점수(0.60±0.49)로 높은 군의 지식수준 평균 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의한 차이가 있었다.(p<0.001) 또한, ‘원산지표시를 거짓으로 표시했을 시에는 처벌을 받는다.’ 문항에서 소비자 인식 높은 군의 평균 점수(0.99±0.77), 낮은 군의 평균 점수(0.95±0.22)로 높은 군의 지식수준 평균 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의한 차이가 있었다.(p<0.01) 하지만, ‘콩국수, 죽, 누룽지는 원산지표시를 해야 한다.’ 문항에서 소비자 인식 높은 군의 평균 점수(0.46±0.50), 낮은 군의 평균 점수(0.83±0.36)로 낮은 군의 지식수준 평균 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의한 차이가 있었다.(p<0.001) 이는 원산지표시제도를 인지하고 있는 조사대상자의 수가 많고, 지식수준의 평균 점수가 7.15점으로 평균적으로 지식수준이 높아 지식수준이 낮은 집단에서도 지식수준이 높은 문항이 있었을 것이라 여겨진다. 이 외의 문항에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

Table 7. 조사대상자의 원산지표시제도 지식수준

(N=300)

항목	정답률(%)
Q1. 원산지표시는 의무이다.	99.0
Q2. 원산지는 생산제조가 가공된 국가 지역을 의미한다.	95.7
Q3. 원산지표시는 농산물만 표시한다.	88.0
Q4. 원산지표시는 한글 또는 한문, 영문으로 표시할 수 있다.	76.0
Q5. 원산지표시를 거짓으로 표시했을 시에는 처벌을 받는다.	97.3
Q6. 소고기, 돼지고기, 닭고기는 원산지표시를 해야 한다.	99.3
Q7. 콩국수, 죽, 누룽지는 원산지표시를 해야 한다.	62.0
Q8. 배추김치는 배추와 고춧가루의 원산지를 모두 표시해야 한다.	97.7
지식 평균 점수1)	7.15±0.732)

1) 점수 기준: 정답(1점)/문항, 오답(0점)/문항

2) Mean±SD

Table 8. 원산지표시제도에 대한 소비자 인식에 따른 지식수준

항목	소비자 인식		P-value
	높음 (N=170)	낮음 (N=130)	
원산지표시는 의무이다.	0.99±0.77 ¹⁾	0.98±0.12	0.442
원산지는 생산제조가 가공된 국가 지역을 의미한다.	0.97±0.16	0.94±0.24	0.197
원산지표시는 농산물만 표시한다.	0.87±0.33	0.89±0.31	0.564
원산지표시는 한글 또는 한문, 영문으로 표시할 수 있다.	0.88±0.32	0.60±0.49	0.000***
원산지표시를 거짓으로 표시했을 시에는 처벌을 받는다.	0.99±0.77	0.95±0.22	0.011*
소고기, 돼지고기, 닭고기는 원산지표시를 해야 한다.	0.99±0.77	0.99±0.88	0.852
콩국수, 죽, 누룽지는 원산지표시를 해야 한다.	0.46±0.50	0.83±0.36	0.000***
배추김치는 배추와 고춧가루의 원산지를 모두 표시해야 한다.	0.99±0.10	0.96±0.19	0.130

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

1) Mean±SD

5) 원산지표시 품목에 대한 중요도

원산지표시 품목 중 원산지표시가 가장 중요하다고 여기는 품목을 분석한 결과는 [Table 9]과 같다. 5점 척도로 분석하였으며 가장 높은 중요도를 보인 품목은 ‘수산물(생선, 어패류 등)’ 이 4.55점으로 높았으며, ‘육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등)’ 4.50점, ‘김치(배추, 고춧가루)’ 4.43점, ‘채소·과일류’ 4.22점, ‘가공식품’ 3.99, ‘쌀’ 3.90, ‘콩’ 3.86점으로 순으로 나타났다. 전반적으로 수산물과 육류의 원산지표시를 가장 중요시하는 것으로 볼 수 있다. 서귀생(2009)^[9]의 논문 결과에 따르면 원산지표시를 고려하는 식품으로 육류가 가장 많았는데 본 연구와 유사한 결과를 나타내었다.

Table 9. 원산지표시 품목에 대한 전반적인 중요도

(N=300)	
원산지표시 품목	M±S.D
육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등)	4.50±0.65 ¹⁾
수산물(생선, 어패류 등)	4.55±0.63
김치(배추, 고춧가루)	4.43±0.73
쌀(쌀, 죽 등)	3.90±0.82
콩(두부류, 콩비지 등)	3.86±0.83
가공식품	3.99±0.88
채소·과일류	4.22±0.83
합계	4.21±0.75

¹⁾ 5점 척도 : 매우 그렇다 (5점), 전혀 그렇지 않다 (1점)

(6) 원산지표시제도에 대한 전반적인 소비자 인식

원산지표시제도에 대한 소비자 인식을 분석한 결과는 [Table 10]와 같다. 신뢰성 4문항, 안전성 4문항, 품질지각 4문항으로 구성하였으며, 5점 척도로 분석하였다. 원산지표시제도에 대한 소비자 인식 문항에서 가장 높은 문항은 ‘원산지 국가의 이미지에 따라 품질 예측에 미치는 영향이 있다.’ (4.27점), ‘원산지표시가 없는 음식보다 원산지표시가 있는 음식이 더 믿음이 간다.’ (4.30점), ‘원산지표시를 하는 곳은 신뢰할 수 있다.’ (4.12점)으로 높았으며, 가장 낮은 점수의 문항은 ‘원산지표시는 위생적으로 안전함을 의미한다.’ (3.42점), ‘원산지표시가 있는 음식은 유해 물질로부터의 안전함을 의미한다.’ (3.20점)로 낮았다. 전반적으로 원산지표시제도의 안전성에 대한 소비자의 인식이 낮은 것으로 나타났다.

Table 10. 원산지표시제도에 대한 전반적인 소비자 인식

	항목	M±S.D
신뢰성	원산지표시를 전반적으로 신뢰하는 편이다.	3.99±0.87
	원산지표시가 있어야 안심이 된다.	4.06±0.99
	원산지표시가 없는 음식보다 원산지표시가 있는 음식이 더 믿음이 간다.	4.30±0.83
	원산지표시를 하는 곳은 신뢰할 수 있다.	4.12±0.86
안전성	원산지표시는 안전한 식재료의 사용을 의미한다.	3.76±0.86
	원산지표시는 위생적으로 안전함을 의미한다.	3.42±0.98
	원산지표시가 있으면 유통기한이 정상적일 것 같다.	3.45±1.01
	원산지표시가 있는 음식은 유해 물질로부터의 안전함을 의미한다.	3.23±1.04
품질지각	원산지표시가 있는 음식은 품질관리가 잘 될 것 같다.	3.94±1.02
	원산지표시가 있는 음식은 일정한 품질을 기대할 수 있을 것이다.	3.95±0.98
	원산지표시가 있는 음식의 품질은 확신할 수 있을 것이다.	3.75±0.99
	원산지 국가의 이미지에 따라 품질 예측에 미치는 영향이 있다.	4.27±0.81

3. 음식점 음식 구매 태도

(1) 음식점에서 음식 구매 시 특성

조사대상자의 음식점에서 음식 구매 시 특성은 [Table 11]과 같으며, 분석 결과 전체 300명의 조사대상자 중 음식점에서 음식을 구매하는 횟수는 주 2~3회가 (51.0%), 주 1회 (25.0%), 2주에 1회 (16.0%), 1달에 1회 이하 (8.0%)으로 나타났다. 코로나19 발생 이후 구매 변화는 약간 감소 (40.0%), 약간 증가 (23.7%), 변화 없음 (18.7%), 매우 감소 (12.0%), (매우 증가 5.7%) 순으로 나타났고, 약간 감소의 응답 비율이 높아 코로나19로 인하여 외식하거나, 음식점에 방문하여 구매하는 횟수에 영향을 받았다고 할 수 있다.^[2] 구매 시 동반자는 ‘친구/연인’ (41.0%), ‘가족/배우자’ (34.3%), ‘직장동료’ (14.0%), ‘혼자’ (10.7%)로 나타났다. 음식점에서 음식 구매 시 중요하게 여기는 사항은 기호도 (33.7%), 위생 (19.3%), 가격 (17.0%), 품질 (15.0%), 원산지표시 (7.7%), 편리성 (4.3%), 영양표시 (3.0%)로 나타났다.

Table 11. 음식점에서 음식 구매 시 특성

(N=300)

구분		N (%)
구매 횟수	주 2~3회	153(51.0)
	주 1회	75(25.0)
	2주에 1회	48(16.0)
	1달에 1회 이하	24(8.0)
구매 변화	매우 감소	36(12.0)
	약간 감소	120(40.0)
	변화 없음	56(18.7)
	약간 증가	71(23.7)
	매우 증가	17(5.7)
구매 시 동반자	혼자	32(10.7)
	친구/연인	123(41.0)
	가족/배우자	103(34.3)
	동료	42(14.0)
중요하게 여기는 사항	원산지표시	23(7.7)
	위생	58(19.3)
	가격	51(17.0)
	기호도	101(33.7)
	영양표시	9(3.0)
	품질	45(15.0)
	편리성	13(4.3)

(2) 음식점에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부

조사대상자의 음식점에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부는 [Table 12]과 같으며, 분석 결과 전체 300명의 조사대상자 중 음식점에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (73.7%), 확인하지 않는다 (21.3%)로 나타났다.

확인하는 이유로는 ‘안전하고 건강한 음식 선택을 위해 (28.8%)’, ‘품질을 판단하는 데 영향을 미치므로’ (25.0%), ‘음식에 대한 신뢰에 영향을 미치므로’ (120.8%), ‘단순히 원산지가 알고 싶어서’ (16.5%) ‘특정 지역/국가 음식을 선호하므로’ (7.6%), ‘다른 요소보다 원산지가 중요하므로 (1.3%) 순으로 나타났다.

확인하는 품목으로는 ‘배추김치’ (48.3%), ‘육류’ (41.1%), ‘수산물’ (7.2%), ‘쌀’ (3.0%), ‘가공식품’ (0.4%), ‘채소·과일류’ (0.0%)로 나타났다.

확인하지 않는 이유로는 ‘자신의 관심 부족’ (46.9%), ‘원산지보다 다른 요소가 더 중요하므로’ (34.4%), ‘원산지표시가 잘 안 보여서’ (14.1%), ‘필요성을 못 느끼므로’ (4.7%)을 나타냈다. 안희진 외(2019)^[19] 연구에 따르면 음식점 원산지표시 미확인 원인으로 자신의 관심 부족이 가장 높은 비율을 차지하여 본 연구와 유사한 결과가 나타났다.

Table 12. 음식점에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부

	구분	N (%)
원산지표시제도 확인 여부 (N=300)	확인한다	236(78.7)
	확인하지 않는다	64(21.3)
확인하는 이유 (N=236)	안전하고 건강한 음식 선택을 위해	68(28.8)
	특정 지역/국가 음식을 선호	18(7.6)
	품질을 판단하는 데 영향	59(25.0)
	음식에 대한 신뢰에 영향	49(20.8)
	다른 요소보다 원산지가 중요	3(1.3)
	원산지가 알고 싶어서	39(16.5)
확인하는 품목 (N=236)	육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등)	97(41.1)
	수산물(생선, 어패류 등)	17(7.2)
	김치(배추, 고춧가루)	114(48.3)
	쌀(쌀, 죽 등)	7(3.0)
	콩(두부류, 콩비지 등)	0(0.0)
	가공식품	1(0.4)
	채소·과일류	0(0.0)
확인하지 않는 이유 (N=64)	관심 부족	30(46.9)
	표시가 잘 안 보여서	9(14.1)
	다른 요소가 더 중요	22(34.4)
	필요성을 못 느낌	3(4.7)

(3) 원산지표시제도에 따른 음식점 음식 구매 태도

원산지표시에 따른 전반적인 구매 태도를 알아보기 위하여 기술통계 분석을 실시한 결과는 [Table 13] 과 같다. 분석 결과 각 하위문항을 살펴보면 전체적으로 볼 때, ‘음식점에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.’ (3.46), ‘원산지표시를 하는 음식점을 주로 이용할 것이다.’ (3.95), ‘음식점에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.’ (4.13), ‘음식점에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.’ (4.20) 순으로 나타났다. 전반적인 구매 태도는 평균 3.94점으로 나타났다.

원산지표시제도 인식에 따른 음식점 구매 태도 차이는 [Table 14] 과 같다. 신뢰성이 ‘낮은 집단’ (3.66), 신뢰성이 ‘높은 집단’ (4.22)이며, 안전성이 ‘낮은 집단’ (3.71), ‘높은 집단’ (4.11)이다. 품질지각이 ‘낮은 집단’ (3.52), ‘높은 집단’ (4.20)으로 전반적으로 평균 점수가 높은 집단의 구매 태도 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의적으로 차이가 있었다. ($p<0.001$)

Table 13. 원산지표시제도에 따른 음식점 음식 구매 태도

(N=300)	
항목	M±S.D
음식점에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.	4.20±0.82 ¹⁾
음식점에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.	4.13±0.87
원산지표시를 하는 음식점을 주로 이용할 것이다.	3.95±0.82
음식점에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.	3.46±1.00
합계	3.94±0.88

¹⁾ 5점 척도 : 매우 그렇다 (5점), 전혀 그렇지 않다 (1점)

Table 14. 원산지표시제도 인식에 따른 음식점 구매 태도 차이

(N=300)

소비자 인식	음식 구매 태도 (M±S.D)	P-value	
신뢰성 (20점만점)	낮음 (16점이하)	3.66±0.79 ¹⁾	0.000***
	높음 (16점이상)	4.22±0.57	
안전성 (20점만점)	낮음 (13점이하)	3.71±0.82	0.000***
	높음 (13점이하)	4.11±0.62	
품질지각 (20점만점)	낮음 (15점이하)	3.52±0.78	0.000***
	높음 (15점이하)	4.20±0.59	

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

¹⁾ Mean±SD

4. 마트 음식 구매 태도

(1) 마트에서 음식 구매 시 특성

조사대상자의 마트에서 음식 구매 시 특성은 [Table 15]과 같으며, 분석 결과 전체 300명의 조사대상자 중 마트에서 음식을 구매하는 횟수는 주 1회 (33.7%), 2주에 1회 (31.0%), 주 2~3회 (27.3%), 1달에 1회 이하 (8.0%)으로 나타났다. 코로나19 발생 이후 구매 변화는 약간 증가 (48.7%), 변화 없음 (27.0%), 약간 감소 (10.7%), 매우 감소 (6.3%), 매우 증가 (7.3%) 순으로 나타났다. 구매 시 동반자는 ‘가족/배우자’ (55.3%), 혼자’ (31.7%), ‘친구/연인’ (12.3%), ‘직장동료’ (0.7%)로 나타났다. 마트에서 음식을 구매 시 중요하게 여기는 사항은 가격 (37.3%), 원산지표시 (19.0%), 품질 (16.3%), 기호도 (15.3%), 위생 (5.7%), 영양표시 (5.0%), 편리성 (1.3%) 순으로 나타났다.

Table 15. 마트에서 음식 구매 시 특성

(N=300)

	구분	N (%)
구매 횟수	주 2~3회	82(27.3)
	주 1회	101(33.7)
	2주에 1회	93(31.0)
	1달에 1회 이하	24(8.0)
구매 변화	매우 감소	19(6.3)
	약간 감소	32(10.7)
	변화 없음	81(27.0)
	약간 증가	146(48.7)
	매우 증가	22(7.3)
구매 시 동반자	혼자	95(31.7)
	친구/연인	37(12.3)
	가족/배우자	166(55.3)
	동료	2(0.7)
중요하게 여기는 사항	원산지표시	57(19.0)
	위생	17(5.7)
	가격	112(37.3)
	기호도	46(15.3)
	영양표시	15(5.0)
	품질	49(16.3)
	편리성	4(1.3)

(2) 마트에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부

조사대상자의 마트에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부는 [Table 16]과 같으며, 분석결과 원산지표시제도를 확인한다 (82.0%), 확인하지 않는다 (18.0%)로 나타났다.

확인하는 이유로는 ‘안전하고 건강한 음식 선택을 위해’ (46.3%), ‘품질을 판단하는 데 영향을 미치므로’ (17.7%), ‘특정 지역/국가 음식을 선호하므로’ (15.0%), ‘음식에 대한 신뢰에 영향을 미치므로’ (11.4%), ‘단순히 원산지가 알고 싶어서’ (7.3%), ‘다른 요소보다 원산지가 중요하므로’ (1.2%) 순으로 나타났다.

확인하는 품목으로는 ‘육류’ (55.7%), ‘수산물’ (31.7%), ‘배추김치’ (4.9%), ‘콩’ (2.0%), ‘가공식품’ (1.6%), ‘채소·과일류’ (3.3%) ‘쌀’ (0.8%)로 나타났다.

확인하지 않는 이유로는 ‘원산지보다 다른 요소가 더 중요하므로’ (51.9%), ‘자신의 관심 부족’ (37.0%), ‘원산지표시가 잘 안 보여서’ (11.1%), ‘필요성을 못 느끼므로’ (0.0%)로 나타났다.

Table 16. 마트에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부

	구분	N (%)
원산지표시제도 확인 여부 (n=300)	확인한다	246(82.0)
	확인하지 않는다	54(18.0)
확인하는 이유 (N=246)	안전하고 건강한 음식 선택을 위해	114(46.3)
	특정 지역/국가 음식을 선호	37(15.0)
	품질을 판단하는 데 영향	46(18.7)
	음식에 대한 신뢰에 영향	28(11.4)
	다른 요소보다 원산지가 중요	3(1.2)
	원산지가 알고 싶어서	18(7.3)
확인하는 품목 (N=246)	육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등)	137(55.7)
	수산물(생선, 어패류 등)	78(31.7)
	김치(배추, 고춧가루)	12(4.9)
	쌀(쌀, 죽 등)	2(0.8)
	콩(두부류, 콩비지 등)	5(2.0)
	가공식품	5(1.6)
	채소·과일류	4(3.3)
확인하지 않는 이유 (N=54)	관심 부족	20(37.0)
	표시가 잘 안 보여서	6(11.1)
	다른 요소가 더 중요	28(51.9)
	필요성을 못 느낌	0(0.0)

(3) 원산지표시제도에 따른 마트 음식 구매 태도

원산지표시제도에 따른 전반적인 구매 태도를 알아보기 위하여 기술통계 분석을 실시한 결과는 [Table 17] 과 같다. 분석 결과 각 하위문항을 살펴보면 전체적으로 볼 때, ‘마트에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.’ (3.94), ‘원산지표시를 하는 마트를 주로 이용할 것이다.’ (4.05), ‘마트에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.’ (4.20), ‘마트에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.’ (4.26) 순으로 나타났으며, 전반적인 구매 태도는 평균 4.11점으로 나타났다.

원산지표시제도 인식에 따른 마트 구매 태도 차이는 [Table 18] 과 같다. 신뢰성이 ‘낮은 집단’ (3.77), 신뢰성이 ‘높은 집단’ (4.48)이며, 안전성이 ‘낮은 집단’ (3.96), ‘높은 집단’ (4.23)이다. 품질지각이 ‘낮은 집단’ (3.63), ‘높은 집단’ (4.41)으로 전반적으로 평균 점수가 높은 집단의 구매 태도 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의적으로 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

Table 17. 원산지표시제도에 따른 마트 음식 구매 태도

(N=300)	
항목	M±S.D
마트에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.	4.26±0.80 ¹⁾
마트에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.	4.20±0.86
원산지표시를 하는 마트를 주로 이용할 것이다.	4.05±0.79
마트에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.	3.94±1.03
합계	4.11±0.87

¹⁾ 5점 척도 : 매우 그렇다 (5점), 전혀 그렇지 않다 (1점)

Table 18. 원산지표시제도 소비자 인식에 따른 마트 구매 태도

(N=300)

소비자 인식		음식 구매 태도 (M±S.D)	p-value
신뢰성 (20점만점)	낮음 (16점이하)	3.77±0.75	0.000***
	높음 (16점이상)	4.48±0.63	
안전성 (20점만점)	낮음 (13점이하)	3.96±0.87	0.002***
	높음 (13점이하)	4.23±0.67	
품질지각 (20점만점)	낮음 (15점이하)	3.63±0.80	0.000***
	높음 (15점이하)	4.41±0.59	

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

5. 배달애플리케이션 음식 구매 태도

(1) 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 특성

조사대상자의 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 특성은 [Table 19]과 같으며, 분석 결과 전체 300명의 조사대상자 중 배달애플리케이션에서 음식을 구매하는 횟수는 주 2~3회 (34.0%), 주 1회 (29.0%), 2주에 1회 (17.7%), 1달에 1회 이하 (19.3%)로 나타났다. 코로나19 발생 이후 구매 변화는 약간 증가 (39.3.7%), 매우 증가 (32.0%), 변화 없음 (18.0%), 매우 감소 (5.7%), 약간 감소 (5.0%) 순으로 나타났고, 코로나19의 장기화로 인해 배달애플리케이션에 구매를 하는 횟수에 영향을 받았다고 할 수 있다. [2] 구매 시 동반자는 ‘가족/배우자’ (55.7%), ‘혼자’ (21.7%), ‘친구/연인’ (20.3%), ‘직장동료’ (2.3%)로 나타났다. 배달애플리케이션에서 음식을 구매 시 중요하게 여기는 사항은 기호도 (34.0%), 편리성 (24.0%), 가격 (20.0%), 품질 (10.3%), 위생 (5.7%), 원산지표시 (4.7%), 영양표시 (1.3%) 순으로 나타났다.

Table 19. 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 태도

(N=300)

	구분	N (%)
구매 횟수	주 2~3회	102(34.0)
	주 1회	87(29.0)
	2주에 1회	53(17.7)
	1달에 1회 이하	58(19.3)
구매 변화	매우 감소	17(5.7)
	약간 감소	15(5.0)
	변화 없음	54(18.0)
	약간 증가	118(39.3)
	매우 증가	96(32.0)
구매 시 동반자	혼자	65(21.7)
	친구/연인	61(20.3)
	가족/배우자	167(55.7)
	동료	7(2.3)
중요하게 여기는 사항	원산지표시	14(4.7)
	위생	17(5.7)
	가격	60(20.0)
	기호도	102(34.0)
	영양표시	4(1.3)
	품질	31(10.3)
	편리성	72(24.0)

(2) 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부

조사대상자의 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부는 [Table 20]과 같으며, 분석 결과 전체 300명의 조사대상자 중 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (26.7%), 확인하지 않는다 (73.3%)로 나타났다.

확인하는 이유로는 ‘안전하고 건강한 음식 선택을 위해’ (53.8%), ‘품질을 판단하는 데 영향을 미치므로’ (15.0%), ‘음식에 대한 신뢰에 영향을 미치므로’ (12.5%), ‘특정 지역/국가 음식을 선호하므로’ (8.8%), ‘다른 요소보다 원산지가 중요하므로’ (6.3%), ‘단순히 원산지가 알고 싶어서’ (6.3%), 순으로 나타났다.

확인하는 품목으로는 ‘육류’ (65.0%), ‘수산물’ (18.8%), ‘가공식품’ (6.3%), ‘배추김치’ (5.0%), ‘쌀’ (5.0%), ‘채소·과일류’ (0.0%), ‘콩’ (0.0%)로 나타났다.

확인하지 않는 이유로는 ‘원산지표시가 잘 안 보여서’ (58.2%), ‘원산지보다 다른 요소가 더 중요하므로’ (22.7%), ‘자신의 관심 부족’ (18.2%), ‘필요성을 못 느끼므로’ (0.9%)로 나타났다.

Table 20. 배달애플리케이션 음식 구매 시 원산지 확인 여부

	구분	N (%)
원산지표시제도 확인 여부 (N=300)	확인한다	80(26.7)
	확인하지 않는다	220(73.3)
확인하는 이유 (N=80)	안전하고 건강한 음식 선택을 위해	43(53.8)
	특정 지역/국가 음식을 선호	7(8.8)
	품질을 판단하는 데 영향	12(15.0)
	음식에 대한 신뢰에 영향	10(12.5)
	다른 요소보다 원산지가 중요	5(6.3)
	원산지가 알고 싶어서	3(6.3)
확인하는 품목 (N=80)	육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등)	52(65.0)
	수산물(생선, 어패류 등)	15(18.8)
	김치(배추, 고춧가루)	4(5.0)
	쌀(쌀, 죽 등)	4(5.0)
	콩(두부류, 콩비지 등)	5(0.0)
	가공식품	5(6.3)
	채소·과일류	0(0.0)
확인하지 않는 이유 (N=220)	관심 부족	40(18.2)
	표시가 잘 안 보여서	128(58.2)
	다른 요소가 더 중요	50(22.7)
	필요성을 못 느낌	2(0.9)

(3) 배달애플리케이션 원산지표시 의무화 인지 여부

조사대상자의 배달애플리케이션에서 원산지표시 의무화 인지 여부는 [Table 21]과 같으며, 분석 결과 전체 300명의 조사대상자 중 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시 의무화를 알고 있다 (37.3%), 모른다 (62.7%)로 나타났다. 원산지표시 의무화를 알게 된 경로를 분석한 결과는 ‘TV/라디오’ (35.7%), ‘인터넷, SNS’ (30.4), ‘학교/소비자단체’ (16.0%), ‘배달애플리케이션에 게시된 표시를 통해’ (8.0%), ‘친구/가족’ (6.3%), ‘신문/잡지’ (3.6%) 순으로 나타나 전반적으로 ‘TV, 라디오’에서 원산지표시제도에 대한 정보를 얻는 것으로 볼 수 있다.

원산지표시제도에 대한 인지 부족 이유를 분석한 결과를 볼 때 ‘국가 차원에서의 홍보/교육 부족’ (50.5%), ‘자신의 관심 부족’ (31.4%), ‘다른 요소에 대한 선호’ (15.4%), ‘기타’ (2.7%)순으로 나타나 전반적으로 자신의 관심 부족과 표시가 잘 안 보이기 때문에 원산지표시 의무화에 대한 인지가 부족한 것으로 보이며, 국가 차원에서의 홍보도 필요한 것으로 사료 된다.

Table 21. 배달애플리케이션 원산지표시 의무화 인지 여부

구분		N (%)
원산지표시제도 의무화 인지 여부 (N=300)	알고 있다	112(37.3)
	모른다	188(62.7)
알게 된 경로 (N=112)	TV/라디오	40(35.7)
	신문/잡지	4(3.6)
	인터넷/SNS	34(30.4)
	학교/소비자단체	18(16.0)
	친구/가족	7(6.3)
	배달애플리케이션에 게시된 표시를 통해	9(8.0)
인지 부족 이유 (N=188)	관심 부족	59(31.4)
	국가 차원에서의 홍보/교육 부족	95(50.5)
	다른 요소에 대한 선호	29(15.4)
	기타	0(2.7)

(4) 원산지표시제도에 따른 배달애플리케이션 음식 구매 태도

원산지표시제도에 따른 전반적인 구매 태도를 알아보기 위하여 기술통계 분석을 실시한 결과는 [Table 22] 과 같다. 분석 결과 각 하위문항을 살펴보면 전체적으로 볼 때, ‘배달애플리케이션에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.’ (3.33), ‘원산지표시를 하는 배달애플리케이션을 주로 이용할 것이다.’ (3.65), ‘배달애플리케이션에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.’ (3.94), ‘배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.’ (4.01) 순으로 나타났으며, 전반적인 구매 태도는 평균 3.94점으로 나타났다.

원산지표시제도 인식에 따른 배달애플리케이션 구매 태도 차이는 [Table 23] 과 같다. 신뢰성이 ‘낮은 집단’ (3.53), 신뢰성이 ‘높은 집단’ (3.94)이며, 안전성이 ‘낮은 집단’ (3.51), ‘높은 집단’ (3.91)이다. 품질지각이 ‘낮은 집단’ (3.40), ‘높은 집단’ (3.94)으로 전반적으로 평균 점수가 높은 집단의 구매 태도 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의적으로 차이가 있었다. ($p<0.01$)

Table 22. 원산지표시제도에 따른 배달애플리케이션 음식 구매 태도

(N=300)	
항목	M±S.D
배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.	4.01±0.94
배달애플리케이션에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.	3.94±0.96
원산지표시를 하는 배달애플리케이션을 주로 이용할 것이다.	3.65±0.86
배달애플리케이션에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.	3.33±1.01
합계	3.94±0.88

¹⁾ 5점 척도 : 매우 그렇다 (5점), 전혀 그렇지 않다 (1점)

Table 23. 원산지표시제도 소비자 인식에 따른 배달애플리케이션 구매 태도

(N=300)

소비자 인식		음식 구매 태도 (M±S.D)	P-value
신뢰성 (20점만점)	낮음 (16점이하)	3.53±0.86	0.000***
	높음 (16점이상)	3.94±0.62	
안전성 (20점만점)	낮음 (13점이하)	3.51±0.84	0.002**
	높음 (13점이하)	3.91±0.69	
품질지각 (20점만점)	낮음 (15점이하)	3.40±0.89	0.000***
	높음 (15점이하)	3.94±0.63	

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

6. 원산지표시제도 소비자 인식이 구매 태도에 미치는 영향

1) 소비자 인식과 구매 태도 간의 상관관계

원산지표시제도에 대한 소비자 인식과 구매 태도 간의 상관관계를 분석하여 [Table 24]에 제시하였다. 음식점 구매 영향과 소비자 인식도 ($r=.513$), 마트 구매 영향과 소비자 인식도 ($r=.530$), 배달애플리케이션 구매 영향과 소비자 인식도 ($r=.407$)으로 모두 정적인(+) 상관관계를 보였다.

신뢰성과 안전성($r=.249$), 신뢰성과 품질지각($r=.505$), 신뢰성과 소비자 인식도($r=.752$), 안전성과 품질지각($r=.759$), 안전성과 소비자 인식도($r=.719$), 품질지각과 소비자 인식도($r=.846$)으로 모두 정적인(+) 상관관계를 보였다.

대체로 원산지표시제도의 소비자 인식도가 높아질수록 구매 시 영향을 미치는 것으로 볼 수 있겠다.

Table 24. 소비자 인식도와 구매 태도 간의 상관관계

구분	신뢰성	안전성	품질지각	소비자 인식도	음식점 구매 영향	마트 구매 영향	배달애플리케 이션 구매 영향
신뢰성	1						
안전성	.249***	1					
품질지각	.505***	.579***	1				
소비자 인식도	.752***	.719***	.896***	1			
음식점 구매 영향	.299***	.363***	.524***	.513***	1		
마트 구매 영향	.366***	.277***	.553***	.530***	.772***	1	
배달애플리케이션 구매 영향	.220***	.348***	.401***	.407***	.741***	.690***	1

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

V. 결론 및 제언

본 연구는 제주지역 성인들을 대상으로 조사하였다. 첫째, 원산지표시제도에 대한 인지 여부와 지식수준을 파악하여 원산지표시제도의 이해도와 인식도를 높이는 개선방안을 모색하고자 하였다. 둘째, 음식점·마트·배달앱리케이션의 음식 구매 태도, 구매 시 원산지표시제도 활용 여부를 조사하여 원산지표시제도의 활용도를 높이는 개선방안을 모색하고자 하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자의 일반사항 조사한 결과는 성별은 남성이 (44.3%), 여성이 (55.7%)로 나타났고, 연령대는 20대가 (47.0%), 조사대상자의 최종학력은 대학교 졸업 (71.7%), 직업은 사무직 (27.3%), 혼인 여부는 미혼 (58.0%), 거주 형태는 4인 이상 (43.0%), 월 평균 소득은 200~300만 원 미만 (48.7%), 월 음식 구매 비용은 20~50만 원 미만 (34.7%)의 비율이 높게 나타났다.

2. 원산지표시제도의 인지 여부를 분석 결과는 ‘알고 있다’ (95.0%), 모른다 (5.0%)로 나타났으며. 조사대상자의 일반사항에 특성에 따른 인지 여부는 거주 형태에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < 0.05$), 원산지표시제도를 인지 여부는 4인 이상에서 (43.2%), 2~3인 (32.8%), 1인 이상 (18.6%)로 순으로 나타났다. 거주 형태를 제외한 나머지 일반사항의 경우 유의미한 차이가 없었다.

3. 원산지표시제도에 대한 정보원을 분석한 결과는 ‘TV/라디오’ (23.5%), ‘학교/소비자단체’ (23.5%)의 비율이 높아 전반적으로 ‘TV, 라디오’, ‘인터넷, SNS’ 에서 원산지표시제도에 대한 정보를 얻는 것으로 볼 수 있다. 원산지표시제도에 대한 인지 부족 이유를 분석한 결과를 볼 때 ‘자신의 관심 부족’ 이

(66.7%)의 비율이 가장 높아 전반적으로 자신의 관심 부족으로 원산지 표시제도에 대한 인지가 부족한 것으로 나타났다.

4. 조사대상자의 원산지표시제도에 대한 지식수준 결과는 원산지표시에 대한 지식은 총 8점 만점으로 조사대상자의 평균 점수는 7.15점으로 나타났다. 조사대상자의 지식수준을 평가하기 위한 8개의 문항 중 가장 높은 정답률을 보인 문항은 ‘원산지표시는 의무이다.’ (99.0%)로 나타났으며, 가장 낮은 정답률을 보인 문항은 ‘콩국수, 죽, 누룽지는 원산지표시를 해야한다.’ (62.0%)로 나타났다.

5. 원산지표시 품목 중 원산지표시가 가장 중요하다고 여기는 품목을 분석은 5점 척도로 분석하였으며 분석 결과 가장 높은 중요도를 보인 품목은 ‘수산물(생선, 어패류 등)’ 이 4.55점, ‘육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등)’ 4.50점, ‘김치(배추, 고춧가루)’ 4.43점, ‘채소·과일류’ 4.22점, ‘가공식품’ 3.99, ‘쌀’ 3.90, ‘콩’ 3.86점으로 순으로 나타났다. 전반적으로 수산물과 육류의 원산지표시를 가장 중요시하는 것으로 볼 수 있다.

6. 원산지표시제도에 대한 소비자 인식을 분석은 5점 척도로 분석하였으며 분석 결과는 원산지표시제도에 대한 소비자 인식 문항에서 가장 높은 문항은 ‘원산지 국가의 이미지에 따라 품질 예측에 미치는 영향이 있다.’ (4.27점), 가장 낮은 점수의 문항은 ‘원산지표시가 있는 음식은 유해 물질로부터의 안전함을 의미한다.’ (3.20점)로 낮았다. 전반적으로 원산지표시제도의 안전성에 대한 소비자의 인식이 낮은 것으로 나타났다.

7. 조사대상자의 음식점에서 음식 구매 시 태도 분석 결과, 조사대상자 중 음식점에서 음식을 구매하는 횟수는 주 2~3회가 (51.0%), 코로나19 발생 이후 구매 변화는 약간 감소 (40.0%), 구매 시 동반자는 ‘친구/연인’ (41.0%)의 응답이 가장 높았으며, 음식점에서 음식 구매 시 중요하게 여기는 사항은 기호도 (33.7%), 위생 (19.3%), 가격 (17.0%), 품질 (15.0%), 원산지표시 (7.7%), 편리성 (4.3%), 영양표시 (3.0%)로 나타났다.

8. 조사대상자의 음식점에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부 분석 결과 음식점에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (73.7%), 확인하지 않는다 (21.3%)로 나타났다. 확인하는 품목으로는 ‘배추김치’ (48.3%), ‘육류’ (41.1%), ‘수산물’ (7.2%), ‘쌀’ (3.0%), ‘가공식품’ (0.4%), ‘채소·과일류’ (0.0%), ‘콩’ (0.0%)로 나타났다. 확인하지 않는 이유로는 ‘자신의 관심 부족’ (46.9%)이 가장 높았다.

9. 원산지표시에 따른 전반적인 구매 태도를 알아보기 위한 분석 결과 전체적으로 볼 때, ‘음식점에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.’ (3.46), ‘원산지표시를 하는 음식점을 주로 이용할 것이다.’ (3.95), ‘음식점에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.’ (4.13), ‘음식점에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.’ (4.20) 순으로 나타났다. 전반적인 구매 태도는 평균 3.94점으로 나타났다. 원산지표시제도 인식에 따른 음식점 구매 태도 차이는 신뢰성이 ‘낮은 집단’ (3.66), 신뢰성이 ‘높은 집단’ (4.22)이며, 안전성이 ‘낮은 집단’ (3.71), ‘높은 집단’ (4.11)이다. 품질지각이 ‘낮은 집단’ (3.59), ‘높은 집단’ (4.21)으로 전반적으로 평균 점수가 높은 집단의 구매 태도 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의적으로 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

10. 조사대상자의 마트에서 음식 구매 시 태도 분석 결과, 마트에서 음식을 구매하는 횟수는 주 1회 (33.7%), 코로나19 발생 이후 구매 변화는 약간 증가 (48.7%), 구매 시 동반자는 ‘가족/배우자’ (55.3%)의 응답이 가장 높았으며, 마트에서 음식을 구매 시 중요하게 여기는 사항은 가격 (37.3%), 원산지표시 (19.0%), 품질 (16.3%), 기호도 (15.3%), 위생 (5.7%), 영양표시 (5.0%), 편리성 (1.3%) 순으로 나타났다.

11. 조사대상자의 마트에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부 분석 결과 마트에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (82.0%), 확인하지 않는다 (18.0%)

로 나타났다. 확인하는 품목으로는 ‘육류’ (55.7%), ‘수산물’ (31.7%), ‘배추김치’ (4.9%), ‘가공식품’ (1.6%), ‘채소·과일류’ (3.3%), ‘콩’ (2.0%), ‘쌀’ (0.8%)로 나타났다. 확인하지 않는 이유로는 ‘원산지보다 다른 요소가 더 중요하므로’ (51.9%)의 응답이 가장 높았다.

12. 원산지표시제도에 따른 전반적인 구매 태도를 알아보기 위하여 분석 결과 전체적으로 볼 때, ‘마트에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.’ (3.94), ‘원산지표시를 하는 마트를 주로 이용할 것이다.’ (4.05), ‘마트에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.’ (4.20), ‘마트에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다. 원산지표시제도 인식에 따른 마트 구매 태도 차이는 신뢰성이 ‘낮은 집단’ (3.77), 신뢰성이 ‘높은 집단’ (4.48)이며, 안전성이 ‘낮은 집단’ (3.96), ‘높은 집단’ (4.23)이다. 품질 지각이 ‘낮은 집단’ (3.46), ‘높은 집단’ (3.95)으로 전반적으로 평균 점수가 높은 집단의 구매 태도 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의적으로 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

13. 조사대상자의 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 태도 분석 결과 배달애플리케이션에서 음식을 구매하는 횟수는 주 2~3회 (34.0%), 코로나19 발생 이후 구매 변화는 약간 증가 (39.3%), 구매 시 동반자는 ‘가족/배우자’ (55.7%)의 응답 비율이 가장 높았고, 배달애플리케이션에서 음식을 구매 시 중요하게 여기는 사항은 기호도 (34.0%), 편리성 (24.0%), 가격 (20.0%), 품질 (10.3%), 위생 (5.7%), 원산지표시 (4.7%), 영양표시 (1.3%) 순으로 나타났다.

14. 조사대상자의 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지 확인 여부 분석 결과 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (26.7%), 확인하지 않는다 (73.3%)로 나타났다. 확인하는 품목으로는 ‘육류’ (65.0%), ‘수산물’ (18.8%), ‘가공식품’ (6.3%), ‘배추김치’ (5.0%), ‘쌀’ (5.0%), ‘채소·과일류’ (0.0%), ‘콩’ (0.0%)로 나타났다. 확인하지 않는 이유로는 ‘원산지표시가 잘 안 보여서’ (58.2%)의 응답이 가장 높았다.

15. 조사대상자의 배달애플리케이션에서 원산지표시 의무화 인지 여부 분석 결과 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시 의무화를 알고 있다 (37.3%), 모른다 (62.7%)로 나타났다. 원산지표시 의무화를 알게 된 경로를 분석한 결과는 ‘TV/라디오’ (35.7%)의 응답이 가장 높아 전반적으로 ‘TV, 라디오’에서 원산지표시제도에 대한 정보를 얻는 것으로 볼 수 있다. 원산지표시제도에 대한 인지 부족 이유를 분석한 결과를 볼 때 ‘표시가 잘 안 보여서’ (31.7), ‘자신의 관심 부족’ (19.7%), ‘국가 차원에서의 홍보/교육 부족’ (50.5%)의 응답이 높아 국가 차원에서의 홍보도 필요한 것으로 사료 된다.

16. 원산지표시제도에 따른 전반적인 구매 태도 분석 결과 전체적으로 볼 때, ‘배달애플리케이션에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.’ (3.33), ‘원산지표시를 하는 배달애플리케이션을 주로 이용할 것이다.’ (3.65), ‘배달애플리케이션에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.’ (39.4), ‘배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.’ (4.01) 순으로 나타났으며, 전반적인 구매 태도는 평균 3.94점으로 나타났다. 원산지표시제도 인식에 따른 배달애플리케이션 구매 태도 차이는 신뢰성이 ‘낮은 집단’ (3.53), 신뢰성이 ‘높은 집단’ (3.94)이며, 안전성이 ‘낮은 집단’ (3.51), ‘높은 집단’ (3.91)이다. 품질지각이 ‘낮은 집단’ (3.46), ‘높은 집단’ (3.95)으로 전반적으로 평균 점수가 높은 집단의 구매 태도 점수가 높은 것으로 나타났으며 유의적으로 차이가 있었다. ($p < 0.001$)

17. 원산지표시제도에 대한 소비자 인식과 구매 태도 간의 상관관계 상관관계를 분석한 결과, 음식점 구매 영향과 소비자 인식도 ($r = .513$), 마트 구매 영향과 소비자 인식도 ($r = .530$), 배달애플리케이션 구매 영향과 소비자 인식도 ($r = .407$)으로 모두 정적인(+) 상관관계를 보였다.

신뢰성과 안전성 ($r = .249$), 신뢰성과 품질지각 ($r = .505$), 신뢰성과 소비자 인식도 ($r = .752$), 안전성과 품질지각 ($r = .759$), 안전성과 소비자 인식도 ($r = .719$), 품질지각과 소비자 인식도 ($r = .846$)으로 모두 정적인(+) 상관관계를 보였다.

대체로 원산지표시제도의 소비자 인식도가 높아질수록 구매 시 영향을 미치는 것으로 볼 수 있겠다.

본 연구의 결과를 바탕으로 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 원산지표시제도를 ‘알고 있다’ (95%), 모른다 (5.0%)로 나타났으며, 원산지표시제도에 대한 지식수준 결과, 총 8점 만점으로 조사대상자의 평균 점수는 7.15점으로 나타났다. 원산지표시제도에 대한 인지도가 높았으며, 이에 따라 지속적인 정부의 홍보와 교육이 필요하다고 사료 된다.

둘째, 원산지 확인 여부 분석 결과 음식점에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (73.7%), 확인하지 않는다 (21.3%)로 나타났으며, 마트에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (82.0%), 확인하지 않는다 (18.0%)로 나타났다. 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시제도를 확인한다 (26.7%), 확인하지 않는다 (73.3%)로 나타났다. 조사대상자의 원산지표시 확인 여부는 마트에서가 가장 높았으나 배달애플리케이션에서 확인하는 비율이 가장 낮았다. 확인하지 않는 이유로는 ‘원산지표시가 잘 안 보여서’ (58.2%)의 응답이 가장 높아 배달애플리케이션의 원산지표시가 눈에 띄지 않아 활용하지 못하는 것으로 나타났다. 이에 따라, 배달애플리케이션의 소비자가 손쉽게 편리하게 활용할 수 있도록 개선방안이 필요하다고 사료 된다.

셋째, 조사대상자의 배달애플리케이션에서 원산지표시 의무화 인지 여부 분석 결과 배달애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시 의무화를 알고 있다 (37.3%), 모른다 (62.7%)로 나타났다. 인지 부족 이유를 분석한 결과를 볼 때 ‘국가 차원에서의 홍보/교육 부족’ (50.5%)의 응답이 높아 국가 차원에서의 적극적인 홍보가 필요하며 눈에 띄도록 강조하는 등의 원산지표시 방법을 개선하는 방안이 모색되어야 할 것이다.

넷째, 원산지표시를 확인하는 품목으로는 육류가 전반적으로 높았으며, 이는 과거 광우병, 조류 독감 등 식품 안전과 관련된 사고 발생으로 인하여 이러한 영향을 미친 것으로 생각되며, 소비자들은 원산지표시제도를 통하여 식품의 정보를 얻으며 안전하고 합리적인 소비생활을 위하여 국가 차원에서의 정확한 원산지 정보전달과 원산지 거짓 표시, 미표시의 감독 및 처벌이 강화되어야 한다고 생각된다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 제주에 거주하는 성인을 대상으로 한 연구이기 때문에 결과를 일반화시키기에 어려움이 있다. 향후 연구에서는 다양한 지역과 계층을 포함한 소비자들을 대상으로 한 연구가 필요하다. 둘째, 일반사항에 따른 요인들의 차이와 원산지표시제도가 구매에 미치는 영향을 알 수 있었으나, 소비자의 다른 관점에서 발생할 수 있는 요인을 발견하기에는 한계가 있었다. 후속 연구에서는 현재 시행되고 있는 음식점·마트·배달앱플리케이션 원산지표시제에 대한 소비자들의 다양한 의견과 폭넓은 평가를 위한 여러 항목을 추가한 연구가 필요할 것으로 사료된다.

VI. 참고문헌

1. 박영미,고양숙,and 채인숙. "제주지역 대학생들의 음식점 원산지표시제에 대한 인식 및 중요도 분석." *Journal of Nutrition and Health* 51.2 (2018): 177-185.
2. 남지연(Nam Ji-Yeon),주세영(Ju Se-Young),and 홍완수(Hong Wan-Soo). "음식점 원산지표시제에 대한 소비자의 지식수준에 관한 연구." *Journal of Nutrition and Health* 51.4 (2018): 357-367.
3. 이승미(Seung Mi Lee),and 진양호(Yang Ho Jin). "일반음식점의 쇠고기 원산지 표시에 대한 소비자 인식 연구." *한국조리학회지* 15.3 (2009): 112-127.
4. 안희진 (Hee Jin Ahn),박상현 (Sang Hyun Park),and 주나미 (Na Mi Joo). "음식점 원산지 표시제 시행에 따른 소비자의 인식 및 요구도 조사 -서울시 거주하는 성인 대상-." *대한영양사협회 학술지* 16.3 (2010): 255-269.
5. 이재학(Jae-Hak Lee). "수입육류의 원산지표시가 소비자의 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구." *관세학회지* 12.4 (2011): 319-348.
6. 김영갑 (Young Gab Kim),and 이혜린 (Hye Rin Lee). "식재료 원산지표시가 외식메뉴의 구매의도와 수용가격에 미치는 영향." *외식경영연구* 17.2 (2014): 161-180.
7. 정정화. "음식점 원산지 표시에 대한 소비자 인식 및 구매태도." *국내석사학위논문 원광대학교 교육대학원*, 2011. 전라북도
8. 김새롬. "원산지표시제도에 대한 태도가 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구." *국내석사학위논문 중앙대학교 대학원*, 2015. 서울
9. 서귀생. "패밀리레스토랑의 원산지표시가 소비자의 지각과 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구." *국내석사학위논문 세종대학교 일반대학원*, 2009. 서울
10. 이주양. "대구·경북 지역 대학생들의 음식점 원산지표시제에 대한

- 인식도 및 지식수준." 국내석사학위논문 경북대학교 교육대학원, 2021.
대구
11. 류명호. "음식점 원산지표시제 시행에 따른 소비자 인식도 조사."
국내석사학위논문 전남대학교 행정대학원, 2013. 광주
 12. 김유림. "제주지역 성인들의 영양지식과 식생활 라이프스타일이 온라인
식품구매에 미치는 영향." 국내석사학위논문 제주대학교 교육대학원,
2021. 제주도
 13. 김용순. "음식점 원산지표시제 제도의 개선방안에 관한 연구."
국내석사학위논문 전남대학교 행정대학원, 2012. 광주
 14. 김주영. "제주지역 20대 성인의 배달음식 어플리케이션 이용 실태 및
영양표시 필요성 조사." 국내석사학위논문 제주대학교 교육대학원, 2021.
제주도
 15. 남지연. "음식점 원산지표시제에 대한 소비자 행동 연구."
국내박사학위논문 상명대학교, 2014. 서울
 16. 농수산물의 원산지표시 등에 관한 법률
 17. 농수산물의 원산지표시 등에 관한 법률 시행규칙
 18. 농수산물의 원산지표시 요령
 19. 한국농촌경제연구원 <https://www.krei.re.kr/krei/index.do>
 20. 식품안전나라 <https://www.foodsafetykorea.go.kr/>
 21. 국립농산물품질관리원 <https://www.naqs.go.kr/>
 22. 국립농산물품질관리원. "음식점 원산지 표시제도 바로 알기." 월간
닭고기 18.8 (2012): 57-61.
 23. 우동식, and Woo Dong-Sik. "정책.제도 - 음식점 원산지표시 제도."
한맛한얼 1.2 (2008): 35-38.
 24. 한국소비자원 음식점 원산지 표시실태조사(2018)
 25. 관세청 수출입무역통계

부 록

안녕하십니까?

본 설문지는 제주지역 성인들의 원산지표시제도에 대한 인식 및 음식 구매 태도에 관한 연구 : 음식점·마트·배달음식을 중심으로 하였을 때 귀하께서 생각하고 계시는 의견과 제안을 듣고자 합니다.

귀하가 응답하여 주신 의견은 무기명으로 작성되고 연구 이외의 다른 목적으로는 절대 사용되지 않으며, 본 논문의 귀중한 자료가 되므로 각 문항을 읽고 솔직하고 성의 있는 답변 부탁드립니다.

바쁘신 가운데 본 설문조사에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2022. 3월

제주대학교 교육대학원 영양교육전공 박서형

지도교수 : 강인혜
연구자 : 박서형

I. 일반사항

※ 다음은 귀하의 일반사항에 대한 질문입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 표시해 주십시오.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 어떻게 됩니까?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

3. 귀하의 결혼 여부는 어떻게 됩니까?

- ① 미혼 ② 기혼

4. 귀하의 현재 거주형태는 어떻게 됩니까?

- ① 1인 가구 ② 2~3인 가구 ③ 4인 이상 가구

5. 귀하의 최종학력은 무엇입니까?

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

6. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 학생 ② 사무직(회사원, 은행원, 공무원 등) ③ 전문직(의사, 교사 등)
④ 판매영업직(자영업, 서비스직 등) ⑤ 전업주부 ⑥ 무직

7. 귀하의 월평균 소득은 얼마입니까?

※ 용돈을 받는 경우 용돈을 포함한 금액으로 응답해주시길 바랍니다.

- ① 50만 원 미만 ② 50만 원~100만 원 미만 ③ 100만 원~200만 원 미만
- ④ 200만 원~300만 원 미만 ⑤ 400만 원 이상

8. 귀하의 월평균 음식 구매 비용은 얼마입니까?

- ① 20만 원 미만 ② 20만 원~50만 원 미만 ③ 50만 원~80만 원 미만
- ④ 80만 원~100만 원 미만 ⑤ 100만 원 이상

II. 원산지표시제도

※ 다음은 원산지표시제도에 대한 질문입니다. 각 문항에서 해당하는 곳에 표시해 주십시오.

<ul style="list-style-type: none"> • 소갈비찜 (최고가: 국내산 한우) • 족발 (돼지고기: 국내산) • 양념치킨 (닭고기: 브라질산과 국내산을 섞음) • 베이컨 피자 {베이컨(돼지고기: 국내산), 스모크햄(돼지고기: 미국산)} • 설렁탕 (최고가: 국내산 한우) • 바비큐 {닭고기: 국내산, 베이컨: 돼지고기(국내산과 독일산을 섞음)} • 배추김치 (배추: 국내산, 고춧가루: 중국산) • 밥 (쌀: 국내산) <p style="text-align: center;">출처 : 국립농산물품질관리원</p>	<p>“원산지표시제도”</p> <p>농산물, 수산물과 그 가공품 등에 대하여 적정하고 합리적인 원산지표시를 하도록 하여 소비자의 알 권리를 보장하고 공정한 거래를 유도함으로써 생산자와 소비자를 보호하기 위한 제도이다.</p>
--	---

1. 원산지표시제도에 대하여 알고 계십니까?

- ① 알고 있다 > 1-1로 이동 ② 모른다 > 1-2로 이동

1-1. 원산지표시제도에 대하여 알고 있다면 어떤 경로를 통해 알게 되셨습니까?

- ① TV, 라디오 ② 신문, 잡지 ③ 인터넷, SNS ④ 학교 ⑤ 소비자 단체
- ⑥ 친구, 가족을 통해 ⑦ 포장지 표시, 문구를 보고
- ⑧ 음식점, 마트, 배달 애플리케이션에서 원산지표시를 보고

1-2. 원산지표시제도에 대하여 모르고 있다면 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 자신의 관심 부족
- ② 원산지표시제도의 존재를 몰라서
- ③ 국가 차원에서의 홍보 및 교육 부족
- ④ 원산지표시 보다 음식의 맛, 영양, 가격 등 음식의 다른 요소에 대한 선호
- ⑤ 기타

※ 다음은 원산지표시제도에 대한 지식 문항입니다. 각 문항을 읽으시고 본인의 생각과 가장 일치하는 것에 표기를 해주십시오.

원산지표시제도에 대한 지식		그렇다	아니다
1	원산지표시는 의무이다.		
2	원산지는 생산·제조·가공된 국가·지역을 의미한다.		
3	원산지표시는 농산물만 표시한다.		
4	원산지표시는 한글 또는 한문, 영문으로 표시할 수 있다.		
5	원산지표시를 거짓으로 표시했을 시에는 처벌을 받는다.		
6	소고기, 돼지고기, 닭고기는 원산지표시를 해야 한다.		
7	콩국수, 죽, 누룽지는 원산지표시를 해야 한다.		
8	식육 가공품 중 3가지 품목이 혼합된 경우, 한 가지의 품목만 원산지를 표시한다.		
9	배추김치는 배추와 고춧가루의 원산지를 모두 표시해야 한다.		
10	원산지가 같은 경우 일괄표시가 가능하다.		

※ 다음은 원산지표시 품목에 대한 원산지표시가 얼마나 중요한지 묻는 문항입니다. 각 문항을 읽으시고 본인의 생각과 가장 일치하는 것에 표기를 해주십시오.

원산지표시의 중요도	전혀 중요하지 않다	중요하지 않다	보통이다	중요하다	매우 중요하다
육류(소고기, 닭고기, 돼지고기 등)	①	②	③	④	⑤
수산물(생선, 어패류 등)	①	②	③	④	⑤
김치(배추, 고춧가루)	①	②	③	④	⑤
쌀(쌀, 죽 등)	①	②	③	④	⑤
콩(두부류, 콩비지 등)	①	②	③	④	⑤
가공식품	①	②	③	④	⑤
채소·과일류	①	②	③	④	⑤

※ 다음은 원산지표시제도에 대한 인식을 묻는 문항입니다. 각 문항을 읽으시고, 각 문항을 읽으시고 본인의 생각과 가장 일치하는 것에 표기를 해주십시오.

	원산지표시제도에 대한 인식	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
신뢰성	원산지표시를 전반적으로 신뢰하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
	원산지표시가 있어야 안심이 된다.	①	②	③	④	⑤
	원산지표시가 없는 음식보다 원산지표시가 있는 음식이 더 믿음이 간다.	①	②	③	④	⑤
	원산지표시를 하는 곳은 신뢰할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
안전성	원산지표시는 안전한 식재료의 사용을 의미한다.	①	②	③	④	⑤
	원산지표시는 위생적으로 안전함을 의미한다.	①	②	③	④	⑤
	원산지표시가 있으면 유통기한이 정상적일 것 같다.	①	②	③	④	⑤
	원산지표시가 있는 음식은 유해물질로부터의 안전함을 의미한다.	①	②	③	④	⑤
품질지각	원산지표시가 있는 음식은 품질관리가 잘 될 것 같다.	①	②	③	④	⑤
	원산지표시가 있는 음식은 일정한 품질을 기대할 수 있을 것이다.	①	②	③	④	⑤
	원산지표시가 있는 음식의 품질은 확신할 수 있을 것이다.	①	②	③	④	⑤
	원산지 국가의 이미지에 따라 품질예측에 미치는 영향이 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 음식 구매 태도(음식점)

※ 문항을 읽고, 각 문항에서 해당하는 곳에 표시해 주십시오.

1. 귀하는 평소 음식점에서 얼마나 자주 음식을 구매하십니까?

- ① 주 2~3회 ② 주 1회 ③ 2주에 1회 ④ 1달에 1회
⑤ 구매하지 않음

2. 코로나 19 발생 전과 비교하면 현재 귀하의 음식점을 이용한 음식 구매는 어떻게 변했습니까?

- ① 매우 감소 ② 약간 감소 ③ 변화 없다 ④ 약간 증가 ⑤ 매우 증가

3. 음식점에서 음식 구매 시 주로 누구와 함께합니까?

- ① 혼자 ② 친구, 연인 ③ 가족, 배우자 ④ 직장동료

4. 음식점에서 음식 구매 시 가장 중요하게 여기는 사항은 무엇입니까?

- ① 원산지표시 ② 위생 ③ 가격 ④ 기호도 ⑤ 영양표시 ⑥ 품질 ⑦ 편리성

5. 음식점에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인하십니까?

- ① 확인한다 > **5-1번으로 이동** ② 확인하지 않는다 > **5-3번으로 이동**

5-1. 음식점에서 원산지를 확인하는 이유는 무엇입니까?

- ① 안전하고 건강한 음식을 선택하기 위해서
- ② 특정 지역 및 국가의 음식을 선호하기 때문에
- ③ 음식의 품질을 판단하는 데 영향을 미치기 때문에
- ④ 원산지 확인으로 인해 음식에 대한 신뢰에 영향을 미치기 때문에
- ⑤ 맛, 영양, 가격 등 음식의 다른 요소보다 원산지를 중요하게 생각하기 때문에
- ⑥ 단순히 원산지를 알고 싶어서
- ⑦ 기타

5-2. 음식점에서 원산지를 확인하는 음식의 품목은 주로 무엇입니까?

- ① 육류 (소고기, 닭고기, 돼지고기 등)
- ② 수산물 (생선, 어패류 등)
- ③ 김치 (배추, 고춧가루)
- ④ 쌀(쌀, 죽 등)
- ⑤ 콩(두부류, 콩비지 등)
- ⑥ 가공식품
- ⑦ 채소·과일류

5-3. 음식점에서 원산지를 확인하지 않는 이유는 무엇입니까?

- ① 자신의 관심 부족
- ② 원산지표시가 잘 보이지 않아서
- ③ 원산지표시에 대한 신뢰성이 낮으므로
- ④ 원산지표시보다 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)가 더 중요하기 때문에
- ⑤ 원산지표시제도의 필요성을 느끼지 못했기 때문에
- ⑥ 기타

※ 다음은 귀하께서 음식점에서 음식을 구매할 때 원산지표시가 영향을 미치는지 알아보기 위한 것입니다. 각 문항을 읽으시고 본인의 생각과 가장 일치하는 것에 표기를 해주십시오.

설문 내용	전혀 아 니 다	아 니 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 음식점에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.	①	②	③	④	⑤
2. 음식점에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.	①	②	③	④	⑤
3. 원산지표시를 하는 음식점을 주로 이용할 것이다.	①	②	③	④	⑤
4. 음식점에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.	①	②	③	④	⑤

IV. 음식 구매 (마트)

1. 귀하는 평소 마트에서 얼마나 자주 음식을 구매하십니까?

- ① 주 2~3회 ② 주 1회 ③ 2주에 1회 ④ 1달에 1회
⑤ 구매하지 않음

2. 코로나 19 발생 전과 비교하면 현재 귀하의 마트를 이용한 음식 구매는 어떻게 변했습니까?

- ① 매우 감소 ② 약간 감소 ③ 변화 없다 ④ 약간 증가 ⑤ 매우 증가

3. 마트에서 음식 구매 시 주로 누구와 함께합니까?

- ① 혼자 ② 친구, 연인 ③ 가족, 배우자 ④ 직장동료

4. 마트에서 음식 구매 시 가장 중요하게 여기는 사항은 무엇입니까?

- ① 원산지표시 ② 위생 ③ 가격 ④ 기호도 ⑤ 영양표시 ⑥ 품질 ⑦ 편리성

5. 마트에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인하십니까?

- ① 확인한다 > 5-1번으로 이동 ② 확인하지 않는다 > 5-3번으로 이동

5-1. 마트에서 원산지를 확인하는 이유는 무엇입니까?

- ① 안전하고 건강한 음식을 선택하기 위해서
② 특정 지역 및 국가의 음식을 선호하기 때문에
③ 음식의 품질을 판단하는 데 영향을 미치기 때문에
④ 원산지 확인으로 인해 음식에 대한 신뢰에 영향을 미치기 때문에
⑤ 맛, 영양, 가격 등 음식의 다른 요소보다 원산지를 중요하게 생각하기 때문에
⑥ 단순히 원산지를 알고 싶어서
⑦ 기타

5-2. 마트에서 원산지를 확인하는 음식의 품목은 주로 무엇입니까?

- ① 육류 (소고기, 닭고기, 돼지고기 등)
- ② 수산물 (생선, 어패류 등)
- ③ 김치 (배추, 고춧가루)
- ④ 쌀(쌀, 죽 등)
- ⑤ 콩(두부류, 콩비지 등)
- ⑥ 가공식품
- ⑦ 채소·과일류

5-3. 마트에서 원산지를 확인하지 않는 이유는 무엇입니까?

- ① 자신의 관심 부족
- ② 원산지표시가 잘 보이지 않아서
- ③ 원산지표시에 대한 신뢰성이 낮으므로
- ④ 원산지표시보다 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)가 더 중요하기 때문에
- ⑤ 원산지표시제도의 필요성을 느끼지 못했기 때문에
- ⑥ 기타

* 다음은 귀하께서 마트에서 음식을 구매할 때 원산지표시가 영향을 미치는지 알아보기 위한 것입니다. 각 문항을 읽으시고 본인의 생각과 가장 일치하는 것에 표기를 해주십시오.

설문 내용	전혀 아 니 다	아 니 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 마트에서 음식 구매 시 원산지표시를 확인할 것이다.	①	②	③	④	⑤
2. 마트에서 원산지표시가 있는 음식을 구매할 것이다.	①	②	③	④	⑤
3. 원산지표시를 하는 마트를 주로 이용할 것이다.	①	②	③	④	⑤
4. 마트에서 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)보다 원산지를 고려하여 음식을 구매할 것이다.	①	②	③	④	⑤

V. 음식 구매 (배달 애플리케이션)

1. 귀하는 평소 배달 애플리케이션에서 얼마나 자주 음식을 구매하십니까?

- ① 주 2~3회 ② 주 1회 ③ 2주에 1회 ④ 1달에 1회
- ⑤ 구매하지 않음

2. 코로나 19 발생 전과 비교하면 현재 귀하의 배달 애플리케이션을 이용한 음식 구매는 어떻게 변했습니까?

- ① 매우 감소 ② 약간 감소 ③ 변화 없다 ④ 약간 증가 ⑤ 매우 증가

3. 배달 애플리케이션에서 음식 구매 시 주로 누구와 함께합니까?

- ① 혼자 ② 친구, 연인 ③ 가족, 배우자 ④ 직장동료

4. 배달 애플리케이션에서 음식 구매 시 가장 중요하게 여기는 사항은 무엇입니까?

- ① 원산지표시 ② 위생 ③ 가격 ④ 기호도 ⑤ 영양표시 ⑥ 품질 ⑦ 편리성

5. 배달 애플리케이션에서 음식 구매 시 원산지표시제도 확인하십니까?

- ① 확인한다 > **5-1번으로 이동** ② 확인하지 않는다 > **5-3번으로 이동**

5-1. 배달 애플리케이션에서 원산지를 확인하는 이유는 무엇입니까?

- ① 안전하고 건강한 음식을 선택하기 위해서
② 특정 지역 및 국가의 음식을 선호하기 때문에
③ 음식의 품질을 판단하는 데 영향을 미치기 때문에
④ 원산지 확인으로 인해 음식에 대한 신뢰에 영향을 미치기 때문에
⑤ 맛, 영양, 가격 등 음식의 다른 요소보다 원산지를 중요하게 생각하기 때문에
⑥ 단순히 원산지를 알고 싶어서
⑦ 기타

5-2. 배달 애플리케이션에서 원산지를 확인하는 음식의 품목은 주로 무엇입니까?

- ① 육류 (소고기, 닭고기, 돼지고기 등)
② 수산물 (생선, 어패류 등)
③ 김치 (배추, 고춧가루)
④ 쌀(쌀, 죽 등)
⑤ 콩(두부류, 콩비지 등)
⑥ 가공식품
⑦ 채소·과일류

5-3. 배달 애플리케이션에서 원산지를 확인하지 않는 이유는 무엇입니까?

- ① 자신의 관심 부족
② 원산지표시가 잘 보이지 않아서
③ 원산지표시에 대한 신뢰성이 낮으므로
④ 원산지표시보다 다른 요소(맛, 영양, 가격 등)가 더 중요하기 때문에
⑤ 원산지표시제도의 필요성을 느끼지 못했기 때문에
⑥ 기타

6. 배달음식 원산지표시 의무화 시행에 대하여 알고 계십니까?

(※'농수산물의 원산지표시에 관한 법률 시행규칙'에 따라 20.07.01 시행)

- ① 예 > **6-1로 이동** ② 아니오 > **6-2로 이동**

6-1. 배달음식 원산지표시 의무화 시행을 알고 있다면 어떤 경로를 통해 알고 계십니까?

- ① TV, 라디오 ② 신문, 잡지 ③ 인터넷, SNS ④ 학교 ⑤ 소비자 단체
- ⑥ 친구, 가족을 통해 ⑦ 배달 애플리케이션에 게시된 원산지표시를 보고

6-2. 배달음식 원산지표시 의무화 시행을 모르고 있다면 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 자신의 관심 부족
- ② 국가 차원에서의 홍보 및 교육 부족
- ③ 다른 요소에 대한 선호
- ④ 기타

Abstract

A study on Awareness of Origin Labelling System and Food Purchasing Attitudes of Adults in Jeju Area: Focusing on Restaurant, Mart, and Delivery Applications

The purpose of this study was to provide basic data for inducing correct food selection and purchase in the future by requesting to raise awareness of the origin labelling system through examining and analyzing the presence or absence of awareness of the origin labelling system and the level of awareness among adults in Jeju area and how much the characteristics and the origin labelling system affect their purchasing attitudes when purchasing food from restaurants, marts, and delivery applications.

To this end, an online survey was conducted from April 5 to May 6, 2022, among 301 adults in their 20s to 50s in Jeju area, 301 questionnaires were administrated, and a total of 300 copies, excluding one questionnaire indicating non-consent to participate in the study before an online survey, were finally used as analysis data. Frequency analysis, descriptive statistics, χ^2 -test, t-test, ANOVA (Duncan), and correlation analysis were performed on the investigated data using the statistical processing program SPSS Win Program (ver. 26.0).

The results of this study are summarized as follows:

1. Among the survey subjects, male was 44.3% and female was 55.7%. And their most representative characteristics in terms of demographic data, income, and food purchasing expenses were determined: their age group was in 20s (47.0%), their highest level of education was university (71.7%), they were office workers (27.3%), marital status was single (58.0%), they were living together with a group of 4 or more (43.0%), their monthly average incomes were less than 2~3 million won (48.7%), and their monthly food purchase expenses were less than 200,000~500,000 won (34.7%).
2. The results of analysis on whether they recognized the origin labelling system showed that 95.0% answered 'I know' while 5.0% answered 'I don't know', that there was a significantly difference in whether they recognized the origin labelling system in the order of 4 or more (43.2%), 2~3 (34.8%), 1 or more (18.6%) by the type of residence ($p < 0.05$), and that there was no significant difference in the other general items except for the type of residence.
3. According to the results of analysis on the sources of information on the origin labelling system, the ration of 'TV/radio' (23.5%) and 'school/consumer group' (23.5%) was high, indicating that overall they obtained the information on the origin labelling system from 'TV, radio' and 'Internet, SNS.' The results of analysis on the reasons of the lack of awareness of the origin labelling system showed that the ratio of 'lack of one's interest' (66.7%) was the highest, resulting in the lack of awareness of the origin labelling system due to overall lack of one's interest.

4. The result of the survey subjects' knowledge level on the origin labelling system was shown to be 7.15 on average, out of 8 points.
5. Among the items with the indication of the origin labelling, the items for which the origin labelling was considered the most important were analyzed on a 5-point scale and the results of analysis revealed that the items showing the highest importance were 'aquatic products (fish, shellfish, etc.)' with 4.55, 'meat (beef, chicken, port, etc.)' with 4.50, 'Kimchi (cabbage, red pepper powder)' with 4.43, 'vegetables and fruits' with 4.22, 'processed food' with 3.99, 'rice' with 3.90, and 'bean' with 3.86 in order. Overall, it can be shown that they regarded the origin labelling for fishery products and meat as the most important.
6. The analysis of consumer awareness of the origin labelling system was conducted on a 5-point scale and the results showed that the item with the highest point among the items of the consumer awareness of the origin labelling system was 'the image of the country of origin has an effect on quality prediction' (4.27) and the item with the lowest point was 'the food with the indication of the origin labelling means the safety from harmful substances' (3.20). Overall, it was found that consumers' awareness of the safety of the origin labelling system was low.
7. As a result of the analysis on whether or not to check the country of origin when the survey subjects were purchasing food at restaurants, it was found that 'I check the origin labelling system when purchasing food at

restaurants' (73.7%) and 'I don't check' (21.3%). Items checked by them were found to be 'cabbage kimchi' (48.3%), 'meat' (41.1%), 'aquatic products' (7.2%), 'rice' (3.0%), 'processed food' (0.4%), 'vegetables/fruits' (0.0%), and 'beans' (0.0%). The most common reason for not checking was 'lack of interest' (46.9%).

8. The results of analysis on whether or not to check the country of origin when the survey subjects were purchasing food at marts showed that 'I check the origin labelling system when purchasing food at marts' (82.0%) and 'I don't check' (18.0%). Items checked by them were found to be 'meat' (55.7%), 'aquatic products' (31.7%), 'cabbage kimchi' (4.9%), 'processed food' (1.6%), 'vegetables/fruits' (3.3%), 'beans' (2.0%), and 'rice' (0.8%). The most common reason for not checking was 'because other factors were more important than the country of origin' (51.9%).
9. The results of analysis on whether or not to check the country of origin when the survey subjects were purchasing food at delivery applications showed that 'I check the origin labelling system when purchasing food at delivery applications' (26.7%) and 'I don't check' (73.3%). Items checked by them were found to be 'meat' (65.0%), 'aquatic products' (18.8%), 'processed food' (6.3%), 'cabbage kimchi' (5.0%), 'rice' (5.0%), 'vegetables/fruits' (0.0%), and 'beans' (0.0%). The most common reason for not checking was 'because the country of origin was not clearly visible' (58.2%).
10. According to the results of analysis on the correlation between consumer

awareness toward the origin labelling system and purchasing attitudes, the effect of purchase at restaurants and consumer awareness ($r=.513$), the effect of purchase at marts and consumer awareness ($r=.530$), and the effect of purchase at deliver applications and consumer awareness ($r=.407$) all showed a positive (+) correlation. In general, it can be seen that the higher the consumer awareness of the origin labelling system, the more stronger it has an effect on purchase.

Based on the aforementioned study results, adults in Jeju area showed high awareness of the origin labelling system and high ratio in checking the origin labelling at restaurants and marts but low ratio in checking the origin labelling at deliver applications. Therefore, it is considered that measures to improve the origin labelling method, nation-wide education, and active promotion activities will be necessary for deliver application. In addition, meat was overall high among items for which consumers checked the origin labelling at restaurants, marts, and deliver applications, probably due to an effect caused by the occurrence of accidents related to food safety such as mad cow disease, bird flu, etc. in the past. Given that consumers obtain information about food through the origin labelling system, it is believed that for a safe and rational consumer life the delivery of accurate information on the country of origin and the supervision and punishment of false labelling and non-labelling of the country of origin should be strengthened at the national level.