



ISSN 1229-8565 (print) ISSN 2287-5190 (on-line)
한국지역사회생활과학회지 36(4): 605~619, 2025
Korean J Community Living Sci 36(4): 605~619, 2025
<http://doi.org/10.7856/kjcls.2025.36.4.605>

광주·전남지역 커피전문점 소비자의 영양성분 표시 인지도 및 이용실태조사

장 은 진·정 복 미^{†1)}

전남대학교 교육대학원 영양교육전공 석사·전남대학교 식품영양과학부 교수¹⁾

A Survey on the Awareness and Usage of Nutritional Information Labeling by
Consumers of Coffee Shops in the Gwangju-Jeonnam Area

Eun Jin Jang · Bok Mi Jung^{†1)}

Master, Major in Nutrition Education, Graduate School of Education, Chonnam National University,
Gwangju, Korea

Professor, Division of Food and Nutrition, Chonnam National University, Gwangju, Korea¹⁾

ABSTRACT

This study investigated the awareness and use of nutritional information labeling among coffee shop consumers in the Gwangju and Jeonnam regions. An online survey was conducted on 260 adults aged 19-49 to investigate general characteristics, coffee shop usage patterns, awareness of nutritional labeling, and usage patterns. The frequency of visits to coffee shops by the subjects was most frequently 1-2 times a week, followed by 3-6 times a week. The most commonly purchased coffee and beverages were americano and espresso, followed by smoothies, ade, fruit juices, and sweet coffee. The necessity, reliability, and satisfaction of nutritional information display in coffee shops were above average, but awareness was below average. The frequency of checking nutritional information labels in coffee shops was significantly lower than that in general foods ($p < 0.001$). The most common reason for checking the nutritional information label at coffee shops was 'curiosity,' followed by 'weight control,' and 'health.' The nutritional information that was checked was high in the order of 'sugar', 'calories', and 'caffeine'. The most common reason for not checking was 'I'm not interested', followed by 'the information is not noticeable' and 'I buy it out of habit'. The average correct answer rate for nutritional information was 70%, and the correct answer rate for the ratio of sugar content to the recommended daily intake was the lowest at 55.4%. The results of this study showed that the awareness, frequency of checking, and utilization of nutritional information labels among consumers of coffee shops in the Gwangju and Jeonnam regions were lower than those of consumers of general foods. Therefore, it is thought necessary to increase awareness and utilization of nutritional information labeling for coffee shop

Received: 24 October, 2025 Revised: 10 November, 2025 Accepted: 14 November, 2025

[†]**Corresponding Author:** Bok Mi Jung Tel: +82-62-530-1353 E-mail: jbm@jnu.ac.kr

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

beverages through promotion and nutrition education on nutritional information labeling in coffee shops, and to support consumers to choose beverages that are suitable for their health and lead a healthier diet.

Key words: coffee shops, nutritional information, awareness, usage,
Gwangju-Jeonnam area

I. 서론

영양성분 표시제도는 가공식품에 들어있는 영양성분 등에 관한 정보를 일정한 기준에 따라 표시하도록 관리하는 제도로, 제품의 영양 정보를 제공하여 소비자가 건강한 식사에 필요한 식품을 확인하고 잘 선택할 수 있도록 도움으로써 국민 건강 증진에 기여하기 위한 것이다(Ministry of Food & Drug Safety 2024). 최근 소비자의 건강에 대한 욕구와 관심이 높아지고 있으며, 건강에 밀접한 관련이 있는 영양표시는 소비자들의 건강한 메뉴를 선택하는 데 도움을 주고 있다(Krieger et al. 2013). 대부분의 사람들은 음식을 먹을 때 칼로리 및 영양성분을 고려하고 있으며(Ministry of Agriculture, Food & Rural Affairs 2023), 가공식품 선택 시 영양표시 이용률이 증가하고 있다(Korea Disease Control & Prevention Agency 2023). 이처럼 식품의 영양성분 표시의 중요성이 증가한 만큼 해외 여러 국가에서는 국민의 건강한 식품 선택을 위해 영양표시를 실시하고 있다(Ham et al. 2016). 미국의 경우 FDA에서는 연방 법전, 연방 규정집 외에도 정책 지침, 산업 지침 등을 통해 식품의 종류, 성분 등에 따른 식품의 영양표시를 권고하고 있으며, 표시제도 위반 시 그에 따른 적절한 조치를 취하고 있다(US Food & Drug Administration 2025). 캐나다는 2007년 모든 가공식품에 대한 영양성분 표시를 의무화하였고(Canadian Food Inspection Agency 2025), 이와 더불어 유럽연합, 중국, 일본 등 여러 국가

에서 국민의 건강을 위해 영양성분 표시를 시행하고 있다(National Food Safety Information Service 2023). 한국은 식약처에서 2007년 ‘어린이 먹거리 안전종합대책’의 일환으로, 패스트푸드점을 포함한 외식업체의 영양표시 의무화 계획을 발표하였다(Korea Food & Drug Administration 2007). ‘어린이 식생활안전관리 특별법’에 근거하여 어린이 기호식품을 판매하는 제과·제빵, 아이스크림류, 햄버거, 피자 등의 매장 수 100개 이상의 업체에서는 1회 제공량당 함유된 열량, 당류, 단백질, 포화지방, 나트륨의 함량 표시를 의무화하였다(Korea Food & Drug Administration 2012).

현재 한국의 19세 이상 성인의 음료류 1일 섭취량은 309.8 g으로 점차 증가하는 추세로(Korea Rural Economic Institute 2024), 그 중 커피는 쌀밥보다 자주 섭취하는 다빈도 식품으로 나타났다(Korea Health Industry Development Institute 2021). 2018년 20세 이상 성인 1인당 커피 소비량은 연 353잔의 소비가 이루어졌으며, 2015년 대비 약 21% 상승한 수치이다. 이는 세계 1인당 커피 소비량의 약 3배 이상인 것으로 나타났다(Park et al. 2019). 더불어 집 외에 가장 많이 이용한 여가 공간을 조사한 결과 카페가 가장 높았고, 20대가 다른 연령에 비해 카페를 이용한 경험이 높게 나타났으며, 다음으로 30대 순이었다(Ministry of Culture, Sports & Tourism 2023).

이처럼 많은 사람들이 이용하고 있는 커피전문점은接客시설을 갖추고 볶은 원두, 가공 커피류 등을 이용하여 생산한 커피 음료를 전문적으로 제

공하는 산업활동을 말하며,接客시설 없이 커피 포장 판매를 전문적으로 하는 음료점도 포함한다(Statistics Korea 2024). 현재 한국의 커피전문점은 단순히 커피나 음료만을 마시는 공간이 아닌 디저트나 식사 메뉴 등 다양한 메뉴를 제공하고, 휴식 공간, 대화의 장소, 각종 이벤트나 행사 등 다양한 사회적 교류를 위한 공간을 제공한다(Yoon et al. 2016; Choi & Kim 2020). 국내 통계에 의하면 전국 커피전문점 매장 수는 22년 기준 100,729개로 전년 대비 4.45%가 증가하였고, 매출액은 22년 기준 15,501,243백만원으로 전년 대비 14.7%가 증가하였다(Statistics Korea 2022). 거대해진 커피 시장 속 커피전문점의 영양성분 표시 현황은 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행규칙」에 따라 커피·음료 프랜차이즈에서 조리·판매하는 음료류는 영양성분 표시 의무 대상이 아니다. 식약처는 ‘외식업체 자율 영양성분 표시 지침’을 마련하여 커피전문점에서도 당, 열량 등 영양성분 정보를 소비자에게 제공할 수 있도록 유도하고 있으나 실태 조사 결과, 조사 대상 29개 중 22개(75.9%) 사업자만이 매장 또는 홈페이지에 영양성분 정보를 표시하고 있었다(Korea Consumer Agency 2021).

지금까지 영양성분 표시와 관련된 선행 연구를 살펴보면 가공식품에 대한 영양성분 표시에 대한 인지도 및 이용실태에 대한 연구(Won & Yun 2011; Lee 2018), 패스트푸드점의 영양성분 표시에 대한 소비자 인식 연구(Kwon & Kim 2014), 외식 영양정보 표시에 대한 이용과 소비자의 인식 연구(Ham et al. 2017) 등과 같은 주제로 연구가 보고되었으나, 커피전문점에 대한 연구는 부족한 실정이다. 그러므로 본 연구에서는 광주·전남지역 커피전문점 소비자의 영양성분 표시에 대한 인지도 및 이용 실태를 조사하고 이를 이용률이 증

가하고 있는 일반식품의 영양성분 표시와 비교함으로써 커피전문점에서의 영양성분 표시가 확대되고, 향후 커피전문점 업계가 추구해야 할 방향과 개선 사항을 모색하는데 활용할 기초자료의 수집에 있다. 또한 소비자가 본인에 맞는 건강한 식품을 선택하기 위한 영양교육의 기초자료를 마련하고자 하였다.

II. 연구방법

1. 조사 대상 및 기간

본 연구는 광주·전남지역에 거주하고 있으며, 최근 3개월 이내 커피전문점에서 커피 및 음료를 구매한 적이 있는 만 19~49세 성인 남녀를 대상으로 커피전문점 이용 현황, 영양성분 표시 인지도 및 이용 실태를 조사하였다. 조사 기간은 2024년 8월 11일 1일 동안 본 조사의 대상자와 동일한 조건의 20명을 대상으로 예비조사를 통하여 설문 내용을 수정·보완한 후 최종 완성하였다. 예비조사에 참여한 대상자가 본 조사에도 참여할 수 있도록 하였다.

본 조사는 2024년 8월 12일~2024년 10월 31일까지 80일 동안 진행되었으며, 지인, 카카오톡, SNS(인스타그램, 네이버 카페), 온라인 설문조사 어플(픽플리)에 모집 문건을 게시하여 온라인 설문 링크를 전달하는 방식으로, 271부를 수집하였고 연구 참여에 동의하지 않거나 설문조사 답변을 누락한 대상자 11명을 제외한 총 260부를 분석 자료로 이용하였다. 예비조사와 본 조사 모두 연구 대상자에게 설문조사의 목적을 설명한 후, 구글의 설문조사 사이트를 이용해 설문지의 동의 사항에 동의 표시를 받아 진행하였다. 본 연구의 계획 및 실행의 모든 과정은 전남대학교 생명윤리 위원회의 승인을 받은 후 연구를 진행하였다(IRB-1040198-240625-HR-109-02).

2. 조사 내용 및 방법

설문조사 내용은 조사대상자의 일반사항(6문항), 커피전문점 이용 실태(6문항), 영양성분 표시 인지도 및 이용 실태(17문항)로 크게 3항목으로 구성하였다.

1) 일반적 특성

조사 대상자의 일반사항은 성별, 연령, 거주 지역, 신체 사항(신장, 체중), 직업, 건강에 대한 관심도로 총 6문항으로 구성하였다. 성별은 ‘남성’과 ‘여성’, 연령은 ‘만 19세~29세’, ‘만 30~39세’, ‘만 40~49세’로 구분하였고, 주된 거주지역은 ‘광주’, ‘전남’으로 구분하였다. 직업은 ‘학생’, ‘주부’, ‘사무직’, ‘전문직’, ‘기타’로 구분하였고, 건강에 대한 관심도는 ‘건강에 관심이 있다.’, ‘보통이다.’, ‘건강에 관심이 없다.’로 구분하였다.

2) 커피전문점 이용 현황

커피전문점 이용 실태를 알아보기 위하여 선행 연구자료(Park 2010; Kim & Lee 2021)를 참고하여 본 연구에 맞도록 수정·보완하여 사용하였다.

커피전문점 이용 빈도, 주로 이용하는 커피전문점, 커피전문점 이용 시 고려하는 점, 커피전문점에서 주로 구매하는 커피·음료 종류, 커피전문점 이용 시 사이드메뉴 구매 빈도와 종류로 총 6문항으로 구성하였다. 커피전문점 이용 빈도는 ‘매일’, ‘주 3~6회’, ‘주 1~2회’, ‘월 3회’, ‘월 2회 이하’로 구성하였고, 커피전문점 이용 횟수 월 3회는 표본이 적기 때문에 월 1~2회와 통합하여 월 3회 이하로 구분하였다. 주로 이용하는 커피전문점은 ‘대형 프랜차이즈 커피전문점’, ‘저가형 프랜차이즈 커피전문점’, ‘개인 커피전문점’, ‘기타’로 구분하였다. 커피전문점 이용 시 고려하는 점은 ‘거리(위치)’, ‘가격’, ‘맛’, ‘매장 분위기’, ‘서비스’, ‘기타’로 구

분하였고, 다중응답이 가능하도록 하였다. 커피전문점에서 주로 구매하는 커피·음료 종류는 ‘아메리카노·에스프레소’, ‘카페라떼·카푸치노’, ‘바닐라라떼·카페모카 등과 같은 단 커피류’, ‘고구마라떼·녹차라떼 등과 같은 커피가 들어가지 않은 라떼류’, ‘스무디·에이드·과일주스류’, ‘레몬차·자몽차 등과 같은 청이 들어가는 차류’, ‘페퍼민트차·캐모마일차 등과 같은 차류’, ‘기타’로 구분하였고, 커피전문점 이용 시 사이드메뉴 구매 빈도는 ‘전혀 구입하지 않는다.’, ‘가끔 구입한다.’, ‘자주 구입한다.’, ‘항상 구입한다.’로 구분하였다. 주로 구매하는 사이드메뉴는 ‘케이크’, ‘쿠키’, ‘샌드위치’, ‘빵’, ‘와플’, ‘기타’로 구분하였다.

3) 영양성분 표시 인지도 및 이용 실태

조사 대상자의 영양성분 표시 인지도 및 이용 실태를 알아보기 위하여 선행 연구자료(Choi et al. 2002)를 참고하여 본 연구에 맞도록 수정·보완하여 사용하였다.

영양성분 표시 인지도, 필요성, 신뢰도, 만족도는 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점에서, ‘매우 그렇다’를 5점으로 점수화하였고, 영양성분 표시 확인 정도는 ‘확인하지 않는다’를 1점, ‘항상 확인한다’를 4점으로 점수화하였으며, 영양성분 표시 이해도는 ‘O’, ‘X’, ‘모르겠다’로 구성하여, 올바른 답에는 ‘정답’, 모르거나 틀린 답은 ‘오답’으로 구분하여 정답률을 산출하였다. 커피전문점의 영양성분 표시 인지도, 필요성, 신뢰도, 만족도는 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점, ‘매우 그렇다’를 5점으로 점수화하였고, 커피전문점의 영양성분 표시 확인 정도는 ‘확인하지 않는다’를 1점, ‘항상 확인한다’를 4점으로 점수화하였다.

커피전문점의 영양성분 표시 확인 정도에서 ‘가끔’, ‘자주’, ‘항상’을 선택한 응답자를 대상으로 하

는 커피전문점 이용할 시 영양성분 표시 확인하는 이유는 '건강을 위해서', '체중조절을 위해서', '영양성분이 궁금해서', '다른 음료와 비교하기 위해서', '습관적으로 영양성분 표시를 확인해서', '기타'로 구분하였고, 영양성분 표시 확인하는 내용은 '칼로리', '당류', '단백질', '포화지방', '나트륨', '카페인'으로 구분하여 다중 응답이 가능하도록 하였으며, 커피전문점 이용 시 영양성분이 커피·음료 선택 및 구매에 대한 영향도는 '전혀 아니다'를 1점, '매우 그렇다'를 5점으로 점수화하여 측정하였다.

커피전문점의 영양성분 표시 확인 정도에서 '확인하지 않는다.'를 선택한 응답자를 대상으로 하는 커피전문점 이용 시 영양성분 표시 확인하지 않는 이유는 '습관적으로 구매해서', '관심이 없어서', '정보가 눈에 띄지 않아서', '이해하기 어려워서', '내용을 믿지 않아서', '중요하게 생각하지 않아서', '주로 방문하는 커피전문점에 영양성분 표시가 제공되지 않아서', '기타'로 구분하였다.

3. 통계처리

본 연구 자료의 통계분석은 SPSS Statistics 26 (IBM Corp, Armonk, NY, USA)을 이용하여 본 연구 대상자의 일반적 특성, 커피전문점 이용 현황, 영양성분 표시 인지도 및 이용 실태를 파악하기 위해 빈도분석 및 기술통계 분석을 실시하였다. 성별에 따른 연구 대상자의 일반적 특성의 차이를 검증하기 위해 독립 표본 t-검정(Independent sample t-test)을 실시하였다. 일반 가공식품의 영양성분 표시와 커피전문점의 영양성분 표시에 대한 인지도, 필요성, 신뢰도 및 만족도 간 유의한 차이를 보이는지 검증하기 위해 반복측정 분산분석(Repeated measures ANOVA)을 실시하였다. 영양성분 표시에 대한 인지도·필요성·신뢰도·

만족도·확인 정도와 커피전문점의 영양성분 표시에 대한 인지도·필요성·신뢰도·만족도·확인 정도 간 유의한 차이를 보이는지 검증하기 위해 대응 표본 t-검정(Paired sample t-test)을 실시하였다. 성별과 건강관심도에 따른 영양성분 표시 인지도·필요성·신뢰도·만족도 및 영양성분 표시 확인 정도, 커피전문점 영양성분 표시 인지도·필요성·신뢰도·만족도 및 영양성분 표시 확인 정도, 영양성분 표시 이해도의 차이를 검증하기 위해 독립 표본 t-검정(Independent sample t-test)을 실시하였다. 영양성분 표시 인지도·필요성·신뢰도·만족도와 커피전문점 영양성분 표시 인지도·필요성·신뢰도·만족도 간 상관관계를 파악하고, 영양성분 표시 인지도·필요성·신뢰도·만족도 및 커피전문점의 영양성분 표시 인지도·필요성·신뢰도·만족도와 영양성분 표시 확인 정도 간 상관관계를 파악하기 위해 Pearson의 상관분석(Correlation analysis)을 실시하였다. 커피전문점 이용 횟수 및 주이용 커피전문점에 따라 영양성분 표시 확인 정도가 유의한 차이를 보이는지 검증하기 위해 일원 배치 분산분석(One-way ANOVA)을 실시하였고, 유의한 차이를 보이는 경우 Scheffé의 사후 검증을 실시하였다. 유의수준 $p < 0.05$ 를 기준으로 통계적 유의성 여부를 판단하였다.

III. 결과

1. 연구 대상자의 일반적 특성

본 연구 대상자의 일반적 특성에 관한 결과는 Table 1과 같다. 응답자 총 260명 중 성별의 경우 남자 107명(41.2%), 여자 153명(58.8%)으로 여자가 더 많았으며, 연령은 만 19-29세 123명(47.3%), 만 30-39세 79명(30.4%), 만 40-49세 58명(22.3%)으로 만 19-29세가 가장 많았고, 만

Table 1. General characteristics of subjects

Variables	Categories	n(%)
Age	19-29	123(47.3)
	30-39	79(30.4)
	40-49	58(22.3)
Sex	Male	107(41.2)
	Female	153(58.8)
Area	Gwangju	179(68.8)
	Jeonnam	81(31.2)
Job	Student	57(21.9)
	Housewife	28(10.8)
	Office	62(23.8)
	Profession	76(29.2)
	Others	37(14.2)
Interest level in health	Interested	143(55.0)
	Less interested	117(45.0)
Total		260(100.0)

40-49세가 가장 적었다. 거주 지역은 광주 179명(68.8%), 전남 81명(31.2%)으로 광주 지역이 많았고, 직업은 학생 57명(21.9%), 주부 28명(10.8%), 사무직 62명(23.8%), 전문직 76명(29.2%), 기타 37명(14.2%)으로 전문직이 가장 많았으며, 건강관심도는 관심 있음이 143명(55.0%), 보통이하가 117명(45.0%)으로 관심 있음이 보통이하보다 더 높았다.

2. 커피전문점 이용 현황

본 연구대상자의 커피전문점 이용 현황 결과는 Table 2와 같다. 커피전문점 이용 횟수는 월 2회 이하 30명(11.5%), 월 3회 27명(10.4%), 주 1-2회 83명(31.9%), 주 3-6회 73명(28.1%), 매일 47명(18.1%)으로 나타나, 주 1-2회가 가장 높았고, 다음으로 주 3-6회로 나타났다. 주 이용 커피전문점은 대형 프랜차이즈 62명(23.8%), 저가형 프랜차이즈 158명(60.8%), 개인 커피전문점 34명(13.1%), 기타 6명(2.3%)으로 나타나, 저가형 프랜차이즈 이용이 가장 높았다. 커피전문점 이용 시

Table 2. Usage status of coffee shop

Variables	Categories	n(%)
Frequency of visits	≤ 2 times a month	30(11.5)
	3 times a month	27(10.4)
	1-2 times a week	83(31.9)
	3-6 times a week	73(28.1)
	Everyday	47(18.1)
A coffee shop that is mainly used	A large franchise	62(23.8)
	A low-cost franchise	158(60.8)
	A private coffee shop	34(13.1)
	Others	6(2.3)
Points considered when visiting ¹⁾	Distance · Location	155(59.6)
	Price	128(49.2)
	Taste	151(58.1)
	Atmosphere of the store	43(16.5)
	Service	21(8.1)
Mainly purchased coffee and beverage types	Americano · Espresso	164(63.1)
	Cafe latte · Cappuccino	13(5.0)
	Coffee with syrup or sauce	25(9.6)
	Non coffee latte	9(3.5)
	Smoothie · Ade · Fruit juice	31(11.9)
	Fruit tea	9(3.5)
	Tea	9(3.5)
Purchased from the side menu	Never	61(23.5)
	Sometimes	182(70.0)
	Often	14(5.4)
	Always	3(1.2)
Total		260(100.0)

¹⁾multiple responses

고려 사항은 다중 응답으로 측정되었다. 거리 · 위치 155명(59.6%), 가격 128명(49.2%), 맛 151명(58.1%), 매장 분위기 43명(16.5%), 서비스 21명(8.1%)으로 나타나, 거리 · 위치가 가장 높았으며, 다음으로 맛, 가격, 매장 분위기, 서비스 순이었다.

주로 구매하는 커피 · 음료 종류는 아메리카노 · 에스프레소 164명(63.1%), 카페라떼 · 카푸치노 13명(5.0%), 단 커피류 25명(9.6%), 커피 없는 라떼류 9명(3.5%), 스무디 · 에이드 · 과일주스류 31명(11.9%), 청이 포함된 차류 9명(3.5%), 페퍼민

트·캐모마일 등 차류 9명(3.5%)으로 나타나, 아메리카노·에스프레소가 가장 높았고, 다음으로 스무디·에이드·과일주스류 순이었다. 사이드메뉴는 전혀 구입 안함 61명(23.5%), 가끔 구입 182명(70.0%), 자주 구입 14명(5.4%), 항상 구입 3명(1.2%)으로 나타났고, 주로 구입하는 사이드메뉴는 케이크 92명(46.2%), 쿠키 22명(11.1%), 샌드위치 29명(14.6%), 빵 45명(22.6%), 와플 11명(5.5%)으로 나타나, 케이크가 가장 높았고, 다음으로 빵, 샌드위치, 쿠키, 와플 순이었다.

3. 영양성분 표시에 대한 인지도·필요성·신뢰도
·만족도 및 영양성분 표시 확인 정도

본 연구 대상자의 일반식품과 커피전문점에서 영양성분 표시에 대한 인지도, 필요성, 신뢰도, 만족도와 영양성분 표시 확인의 비교 결과는 Table 3에 제시하였다. 영양성분 표시 인지도, 필요도, 신뢰도, 만족도 모두 커피전문점에 비해 일반 식품에서 유의하게($p < 0.001$) 높았고, 영양성분 표시 확인 정도 또한 커피전문점에 비해 일반 식품에서 유의하게($p < 0.001$) 높았다.

Table 3. Comparison of awareness, necessity, credibility, satisfaction, and checking of nutrition labeling of general food and coffee shops

Variables	General food Score	Coffee shops Score	t (p)
Awareness, necessity, credibility, satisfaction of nutrition labeling ²⁾			
Awareness	3.23 ± 1.15 ¹⁾	2.59 ± 1.12	7.31*** (0.000)
Necessity	3.98 ± 0.88	3.72 ± 0.91	4.99*** (0.000)
Credibility	3.63 ± 0.84	3.47 ± 0.80	3.69*** (0.000)
Satisfaction	3.48 ± 0.79	3.18 ± 0.86	5.89*** (0.000)
Checking of nutrition labeling ³⁾			
Checking	2.13 ± 0.83	1.83 ± 0.78	6.16*** (0.000)

¹⁾Mean ± SD

²⁾5-point scale was from 1(strongly disagree) to 5 (strongly agree)

³⁾4-point scale was from 1(not checked) to 4 (check daily)

*** $p < 0.001$

4. 커피전문점 이용 횟수·주 이용 커피전문점에 따른 영양성분 표시 확인 정도

커피전문점 이용 횟수 및 주 이용 커피전문점에 따른 영양성분 표시 확인 정도 결과는 Table 4에 제시하였다. 커피전문점 방문 빈도에 따른 영양표시 확인정도를 분석한 결과 월 3회 이하인 경우 보

Table 4. Differences in nutrition labeling utilization according to the main coffee shop and frequency of visits

Variables	Categories	n	Score	F (p)
Frequency of visits	< 3 times a month	57	1.63 ± 0.64 ^{1)a}	4.17** (0.007)
	1-2 times a week	83	1.81 ± 0.77 ^{ab}	
	3-6 times a week	73	2.08 ± 0.85 ^b	
	Everyday	47	1.74 ± 0.74 ^{ab}	
A coffee shop that is mainly used	A large franchise	62	2.00 ± 0.81	2.00 (0.137)
	A low-cost franchise	158	1.80 ± 0.75	
	A private coffee shop and others	40	1.73 ± 0.82	

¹⁾Mean ± SD, ** $p < 0.01$

Means with different letters (a-b) are significantly different at $p < 0.01$ by Scheffé test.

다 일주일에 3-6회 방문하는 사람들의 영양표시 확인 정도가 유의하게 높은 것으로 나타났다($p < 0.01$). 주로 이용하는 커피전문점에 따른 영양표시 이용의 차이는 유의성이 없었다.

5. 영양성분 표시 이해도

본 연구 대상자의 영양성분 표시에 대한 이해도 결과는 Table 5에 제시하였다. 음료의 1회 제공량의 열량에 대한 정답률은 72.7%였고, 1일 권장량 대비 당류 함량의 비율에 대한 정답률은 55.4%였으며, 고카페인 음료 여부에 대한 정답률은 80.8%였다. 세 문항에 대한 평균 정답 수는 2.09 ± 0.95/3 개로 나타나, 세 문항 중 두 문항 이상은 평균적으로 맞힌 것으로 확인되었고, 평균 정답률은 69.6% ± 31.7로 약 70%의 정답률을 보였다.

6. 커피전문점 영양성분 표시 확인 실태

커피전문점 영양성분 표시를 가끔이라도 확인하는 표본을 대상으로 커피전문점 영양성분 표시 확인 이유, 커피전문점 영양성분 표시 확인 내용, 커피전문점 영양성분의 커피·음료 구매에 미치는 영향 정도와 커피전문점 영양성분 표시를 확인하지 않는 표본을 대상으로 커피전문점 영양성분 미

확인 이유 결과는 Table 6에 제시하였다. 커피전문점 영양성분 확인 이유 건강을 위해서 39명(23.2%), 체중조절을 위해서 40명(23.8%), 영양성분이 궁금해서 64명(38.1%), 다른 음료와 비교하기 위해서 14명(8.3%), 습관적으로 영양성분 표시를 확인해서 11명(6.5%)으로 나타나, 영양성분이 궁금해서가 가장 높았고 다음으로 체중조절을 위해서, 건강을 위해서 등의 순으로 나타났다. 커피전문점 영양성분 확인 내용은 다중 응답으로 측정한 결과, 칼로리 110명(65.5%), 당류 118명(70.2%), 단백질 23명(13.7%), 포화지방 30명(17.9%), 나트륨 17명(10.1%), 카페인 72명(42.9%)으로 나타나, 당류가 가장 높았으며, 다음으로 칼로리, 카페인, 포화지방 등의 순으로 나타났다. 커피전문점 영양성분의 커피·음료 구매에 미치는 영향 정도는 평균 3.09/5점으로 나타났다. 커피전문점 영양성분 미확인 이유는 습관적으로 구매해서 14명(15.2%), 관심이 없어서 33명(35.9%), 정보가 눈에 띄지 않아서 24명(26.1%), 이해하기 어려워서 3명(3.3%), 내용을 믿지 않아서 1명(1.1%), 중요하게 생각하지 않아서 11명(12.0%), 영양성분 표시가 제공되지 않아서 6명(6.5%)으로 나타나, 관심이 없어서가 가장 높았고,

Table 5. Understanding degree of nutrition labeling

Variables	Categories	n(%) or M ± SD
One serving of the above drinks is 100 Kcal.	Correct	189(72.7) ¹⁾
	Wrong answer	71(27.3)
The sugar content of the above drink is 30% of the recommended daily amount	Correct	144(55.4)
	Wrong answer	116(44.6)
The stomach drink is a high caffeine drink, and children, pregnant women, and caffeine-sensitive people should be careful about their intake.	Correct	210(80.8)
	Wrong answer	50(19.2)
Number of correct answers		2.09 ± 0.95 ²⁾
Average percentage of correct answers		69.6% ± 31.7

¹⁾n(%)

²⁾Mean ± SD

Table 6. Status of checking the nutrition labeling of coffee shops

Variables	n(%) or Mean ± SD
Reasons for checking the nutritional information label of coffee shops (n=168)	
Health improvement	39(23.2)
Weight control	40(23.8)
Curious about nutrients	64(38.1)
To compare with other drinks	14(8.3)
Habitual checking	11(6.5)
Check the nutrition labeling of coffee shop (n=168, double checking)	
Calories	110(65.5)
Carbohydrate	118(70.2)
Protein	23(13.7)
Fat	30(17.9)
Sodium	17(10.1)
Caffeine	72(42.9)
The effect of nutritional ingredients in coffee shops on the purchase of coffee and beverages (n=168)	
No impact at all	8(4.8)
No impact	43(25.6)
Normal	59(35.1)
Impact	42(25.0)
Very impact	16(9.5)
Score ¹⁾	3.09 ± 1.04
Reason for not checking the nutrition labeling of coffee shops (n=92)	
Habitual purchase	14(15.2)
Lack of interest	33(35.9)
Go unnoticed	24(26.1)
Hard to understand	3(3.3)
Distrust of content	1(1.1)
Don't think it's important	11(12.0)
Don't show the nutritional content	6(6.5)

¹⁾5-point scale was from 1(no impact at all) to 5 (very impact)

다음으로 정보가 눈에 띄지 않아서, 습관적으로 구매해서, 중요하게 생각하지 않아서 등의 순으로 나타났다.

IV. 고찰

본 연구는 커피전문점의 영양성분 표시 이용 실태를 알아보기 위해 최근 3개월 이내에 커피전문점을 이용한 광주·전남지역 만 19세-49세 소비자를 대상으로 영양성분 표시에 대한 인지도 및

이용 실태를 분석하여 커피전문점의 영양성분 표시 확대 및 소비자의 건강한 식품을 선택하기 위한 영양교육의 기초자료로 제공하고자 하였다.

본 연구에서 커피전문점 이용 실태 조사 결과 커피전문점 방문 빈도는 주 1-2회가 가장 많았고, 다음으로 주 3-6회, 매일 순으로 나타났다. 이는 대구 시민 대상으로 분석한 Kim & Lee(2021)의 연구에서 커피전문점 이용 횟수는 주 1-2회가 가장 많았다는 결과와 서울·경기지역 대학생을 중심으로 분석한 Kim(2016)의 연구에서 평균 주

2-3회 커피전문점을 이용하고 있다는 결과와 일치하였다. 본 연구 결과 주로 구매하는 커피 음료 종류는 아메리카노·에스프레소가 가장 높았고, 다음으로 스무디·에이드·과일주스류, 단 커피류 순으로 높았다. 이는 선행 연구(Park 2010; Kim & Lee 2021) 결과에서 커피전문점에서 주로 구매하는 커피 음료 종류는 아메리카노·에스프레소인 결과와 일치하였다.

커피는 파킨슨병, 알츠하이머병, 특정 유형의 암, 2형 당뇨병 및 비만의 발생률을 감소시키는 등 건강에 긍정적인 영향을 미치는 생리활성 화합물이 풍부한 음료이다(Carneiro et al. 2021; Corbi-Cobo-Losey et al. 2023; Safe et al. 2023). Liu et al.(2022)의 연구에서 무가당 커피나 소량의 설탕(컵당 약 4 g 이하)으로 단맛을 낸 커피를 마시는 소비자에게 다양한 원인으로 인한 사망 위험을 감소시킨다고 보고하였다. Siqueira et al. (2021)의 성인 건강에 대한 포괄적인 중단 연구(ELSA-브라질)는 커피를 포함한 당분이 함유된 음료의 과도한 섭취가 브라질인의 건강에 부정적이며, 이러한 습관은 체중 증가와 2형 당뇨병 발생률 증가로 이어질 수 있음을 보고하였다. 이러한 연구로 볼 때 소비자의 건강적인 측면에서는 무가당 커피의 선택이 현명할 것으로 판단된다.

본 연구에서 커피전문점의 영양성분 표시 인지도, 필요성, 신뢰도, 만족도를 분석한 결과 필요성이 가장 높은 점수를 나타냈으며, 다음으로 신뢰도, 만족도는 평균 보통 이상의 점수를 나타냈으나, 인지도는 평균 보통 이하의 점수를 나타냈다. 이는 부산지역 성인 여성을 대상으로 한 식품영양 표시 관련 연구(Lee 2018) 결과에서 식품 영양표시에 대한 요구도가 전체 평균 3.75점으로 높게 나온 결과와 일반 소비자의 연령과 성별에 따른 식품표시에 대한 인식 및 활용도 연구(Jung &

Kim 2016) 결과에서 식품표시의 필요성에 대해 전체 응답자의 84.4%가 필요하다고 응답한 결과와 유사하였다. 영양성분 표시에 대한 높은 필요성에 비해 낮은 인지도는 현재 커피전문점의 영양성분 표시는 자율 표시제로 선행 연구(Korea Consumer Agency 2021) 결과 약 75.9%의 커피전문점에서 영양성분 표시가 제공되고 있지만, 그 중 35%는 홈페이지에만 영양성분 표시를 제공하고 있어 소비자가 직접 검색하기 전까지는 영양성분 표시 확인이 어려운 실정이다. 외식 영양표시 제도에 대한 소비자의 장애요인에 대해 분석한 Chung et al.(2015)의 연구에서 외식 영양표시 이용에 대한 장애요인으로 ‘글씨가 작기 때문에 보기 어려워’, ‘영양표시가 어디에 있는지 찾기 어려워’ 순으로 나타났다. 이러한 장애요인은 영양표시의 문제점으로 소비자의 영양표시에 대한 낮은 인지도는 영양표시의 활용도를 낮춘다고 보고하였다(Korea Food & Drug Administration 2004). 이에 커피전문점 업계에서는 소비자가 영양성분 표시를 잘 인지할 수 있도록 영양성분 표시 게시 방법을 개선할 필요성이 있는 것으로 생각된다.

커피전문점의 영양성분 표시 인지도, 필요성, 신뢰도 및 만족도를 일반 식품 영양성분 표시 인지도, 필요성, 신뢰도 및 만족도와 비교해 보았을 때 모든 부분에서 커피전문점이 낮은 수치를 보였으며, 확인 정도 또한 커피전문점의 영양성분 표시 확인 정도는 평균 1.83/4점이고, 일반 식품의 영양성분 표시 확인 정도는 평균 2.13/4점으로 일반 식품보다 커피전문점에서의 영양성분 표시 확인 빈도가 유의하게 낮았다. 이는 일반 식품의 경우 영양성분 표시가 식품에 바로 적혀있어 접근성이 좋은 반면, 커피전문점에서 판매하고 있는 제품의 경우 영양성분 표시가 따로 제공되어 직접 찾아봐

야 하는 영양성분 표시의 접근성 차이로 인해 이러한 차이가 나타난 것으로 생각된다. 따라서 커피전문점의 영양성분 표시에 대한 접근성을 높이고, 소비자에게 커피전문점의 영양성분 표시에 대한 홍보가 필요할 것으로 사료된다.

커피전문점 이용 횟수에 따른 영양성분 표시 확인 정도를 비교한 결과 월 3회 이하로 적게 이용하는 경우보다 주 3-6회 자주 이용하는 경우 영양성분 표시 확인 정도가 유의하게 높아 커피전문점을 자주 이용할수록 영양성분 표시를 확인한다는 사실을 알 수 있었다. 주로 이용하는 커피전문점에 따른 영양성분 표시 확인 정도를 비교한 결과 유의한 차이를 보이지 않았다. 이에 정확한 영양성분 표시 제공이 어려운 개인 커피전문점과 비교적 정확한 영양성분 표시를 제공하고 있는 프랜차이즈 커피전문점의 차이가 없는 이유는 소비자의 영양성분 표시에 대한 관심을 가지도록 유도하는 것이 필요할 것으로 보인다.

본 연구에서 커피전문점의 영양성분 표시를 확인하는 이유를 조사한 결과 영양성분이 궁금해서(38.1%)가 가장 많았고, 다음으로 체중조절을 위해서(23.8%), 건강을 위해서(23.2%) 등의 순으로 많았다. 이는 대학생을 대상으로 연구한 Jang & Hong(2016)의 경우 영양표시를 확인하는 이유는 영양소 함량 확인, 체중 관리, 건강관리 순으로 나타난 결과와 일치하였다. 커피전문점의 영양성분 확인 내용으로는 당류(70.2%), 칼로리(65.5%), 카페인(42.9%) 순으로 나타났다. 가공식품 및 외식 영양표시에 대한 소비자 인식 조사를 진행한 Kwon et al.(2010)의 연구에서 소비자들이 가공식품을 구매할 시 확인하는 영양성분 항목은 지방, 열량, 나트륨이었으며, 대학생의 영양표시에 대한 지식, 인식 및 유용성 자각 비교를 연구한 Lee et al.(2010)의 연구에서 영양표시 중 중요시하는 항목

은 열량과 지방 순으로 본 연구 결과와 상이한 결과를 보였다. 이는 커피전문점에서 판매하고 있는 커피 및 음료의 영양성분 중 당류와 카페인이 다른 영양성분에 비해 함량이 높고, 현재 당류의 과다 섭취에 대한 문제점이 많이 제시되고 있으며, 국가에서 진행하는 당류 저감화 정책을 통해 소비자의 당류 섭취에 대한 관심이 높아졌기 때문이라 생각된다. 본 연구에서 커피전문점의 영양성분 확인한 후 영양성분 내용이 커피·음료 구매에 영향을 미치는 정도에 대한 결과는 전혀 아니다 4.8%, 아니다 25.6%로 커피전문점의 영양성분을 확인하는 사람 중 30.4%는 커피·음료를 구매하는 데 영양성분 내용이 영향을 미치지 않는다고 보고하였다. 가공식품의 영양성분 표시 이용과 주관적, 객관적 비만의 관련성에 대해 연구한 Lee & Lee(2016)의 연구 결과 영양성분 표시에 대해 알고 있으나 전체 48.52%는 실제로 이용하지 않고 있었으며, Lee et al.(2010)의 연구 결과에서 영양표시가 자신의 식품 선택에 영향을 미치는 정도는 낮다고 인식하여 자신의 식생활에 적극적으로 활용하고 있지 못하고 있다는 결과와 유사하였다. 원주 지역 대학생의 영양 지식에 따른 가공식품 관련 식행동과 식품표시 인식을 연구한 Won et al.(2011)의 연구 결과 가공식품 구매 시 고려하는 사항은 맛이 가장 높았으며, 한국 성인 여성에서 영양표시 사용과 식행동 요인과의 관계를 연구한 Lee & Kim(2008)의 연구 결과 식품구매 시 중요하게 생각하는 요인은 맛과 가격이 높은 비율을 차지했다. 이처럼 소비자들은 식품구매 시 영양보다 맛과 가격을 더 고려하여 구매하는 경향을 보이며, 실생활에서 영양성분 표시를 활용하고 있지 못하다는 사실을 알 수 있었다.

본 연구 결과 영양성분 표시를 확인하지 않는 이유로는 관심이 없어서(35.9%)가 가장 많았고,

정보가 눈에 띄지 않아서, 습관적으로 구매해서, 중요하게 생각하지 않아서 등의 순으로 많았다. 많은 선행 연구 결과(Kim et al. 2012; Jung & Kim 2016; Kim & Lee 2021)에서 영양성분 표시 확인하지 않는 이유로 관심이 없고, 무의식적으로 구매하는 습관에서 비롯된다고 하여 본 연구 결과와 일치하였다. 이에 Kim & Lee(2021)은 영양표시에 대한 관심과 중요성에 대한 인식 개선이 필요하다고 하였으며, 이를 위해 영양성분 표시에 대한 적극적인 홍보와 영양교육이 필요할 것으로 사료된다.

본 연구에서 영양성분 표시 이해도 문항은 영양성분 표시를 읽을 수 있는가에 대한 문항, 영양성분 표시를 이용할 수 있는가에 대한 문항, 커피전문점에서 판매하고 있는 메뉴의 특징을 고려한 고카페인 관련 문항으로 구성하였다. 이해도를 조사한 결과 평균 정답 수는 2.09/3개, 평균 정답률은 70%이다. 성별에 따른 영양성분 표시 이해도는 유의한 차이를 보였지만, 건강관심도와 주로 마시는 음료에 따른 차이는 유의하게 나타나지 않았다. 문항별로 살펴보면 1일 권장량 대비 당류 함량의 비율에 대한 정답률이 55.4%로 가장 낮게 나타났다. 이는 음료에 들어있는 영양성분 함량에 대해서는 이해하고 있지만, 1일 권장량 대비 영양성분 함량에 대해서는 잘 모르고 있다는 사실을 알 수 있다. 선행 연구(Kim & Lee 2010; Kim et al. 2012) 결과에서 개인의 영양 지식이 높을수록 영양정보 표시를 확인한다고 하였으며, Kim & Lee(2009)은 소비자의 영양 지식이 충분하지 못하면 영양성분 표시는 악용될 수 있어 영양표시제도의 시행과 적절한 영양교육이 뒷받침되어야 한다고 하였다. 따라서 영양성분 표시를 읽고 자신에 맞는 활용법에 대한 영양교육이 필요할 것으로 판단된다.

현재 프랜차이즈 식음료 업계에서는 당류 저감화를 위해 대체당 사용, 당류 저감화 레시피 개발 등의 노력을 하고 있으며(Lee et al. 2021), 디카페인 원두 및 당도 조절 등 고객들이 다양한 선택을 할 수 있는 환경을 제공하고 있다. 하지만 정확한 영양성분에 대해 살펴볼 수 있는 영양성분 표시에 대한 소비자의 인지도는 아직 낮은 편이다. Song(2019)의 연구 결과에서 영양성분 표시를 상세하게 제시하였을 때 소비자의 제품 태도, 기업 이미지, 표시 만족, 섭취 의도, 구매 의도, 추천 의도 모두 높게 나타났으며, 영양표시 확인 용이성, 이해 용이성, 표시 만족이 모두 유의미하게 긍정적으로 평가되었다. 따라서 커피전문점 업계는 영양성분 표시 개선과 더불어 영양성분 표시가 제공되어도 소비자들이 중요하게 여기지 않거나 제대로 이용하지 못한다면 영양성분 표시는 의미가 없기에 영양성분 표시에 대한 홍보 및 영양교육도 함께 진행되어야 함을 시사한다.

본 연구에서 제안하는 커피전문점의 영양성분 표시 방법은 QR코드를 이용한 방법이다. 다양한 메뉴가 있는 커피전문점은 영양성분 표시를 찾는 데 어려움이 있다. 따라서 메뉴판에 영양성분 표시를 볼 수 있는 QR코드를 제공하는 방법을 이용함으로써 소비자는 이를 통해 빠르고 쉽게 영양성분 표시를 확인할 수 있으며, 건강한 식생활에 도움이 될 것으로 생각된다.

본 연구의 제한점은 다음과 같다. 첫째, 커피전문점은 다양한 연령대가 소비하는 곳이나 대체로 젊은층에서 많이 이용한다는 연구결과를 참고하여 본 연구는 광주·전남지역 커피전문점 소비자 중만 19-49세를 대상으로 제한하였다. 추후 연구에서는 전체 지역과 다양한 연령층을 대상으로 광범위하게 연구할 필요가 있다. 둘째, 주로 마시는 커피·음료만 매번 구매하여 항상 영양성분 표시 확

인이 불필요한 상황이 있을 수 있어 커피전문점의 영양성분 표시 확인 정도의 차이가 있을 수 있다. 셋째, 커피전문점의 영양성분 표시 비교군인 일반 식품 영양성분 표시 부분에서 일반 식품의 범위가 같은 음료군이 아닌 전체 일반 식품으로 조사를 하였기에 비교가 적절하지 않을 수 있다. 따라서 이를 고려한 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다. 그러나 커피전문점 소비자의 영양성분 표시에 대한 인지도 및 이용 실태에 대한 최근 자료를 제공하였다는 점에서 의의가 있다. 따라서 본 연구 결과는 향후 커피전문점 업계의 영양성분 표시 개선 및 영양성분 표시 교육과 활용 방법 모색에 이용될 수 있을 것으로 사료 된다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 광주·전남지역 성인을 대상으로 커피전문점 소비자의 영양성분 표시 인지도 및 이용 실태를 조사하였다. 만 19세-49세 성인 260명을 대상으로 온라인 설문조사를 통하여 일반적 특성, 커피전문점 이용 실태, 영양성분 표시 인지도 및 이용 실태를 조사하였다. 조사대상자의 커피전문점 방문 빈도는 주 1-2회가 가장 많았으며, 다음으로 주 3-6회였다. 주로 구매하는 커피·음료는 아메리카노·에스프레소가 가장 높았으며, 다음으로 스무디·에이드·과일주스류, 단 커피류 순이었다. 커피전문점의 영양성분 표시 필요성, 신뢰도, 만족도는 보통이상의 점수를 나타냈으나, 인지도는 보통 이하를 나타냈다. 커피전문점의 영양성분 표시 확인 빈도는 일반 식품의 확인빈도보다 유의하게 낮았다($p < 0.001$). 커피전문점의 영양성분 표시를 확인하는 이유는 '궁금해서'가 가장 높았고 다음으로 '체중조절', '건강' 순이었다. 확인하는 영양성분 내용은 '당류', '칼로리', '카페인' 순으로 높았다. 확인하지 않는 이유는 '관심이 없

어서', '정보가 눈에 띄지 않아서', '습관적으로 구매해서' 순으로 높게 나타났다. 영양성분 표시내용의 평균 정답률은 70%이었으며, 1일 권장량 대비 당류 함량의 비율에 대한 정답률이 55.4%로 가장 낮게 나타났다.

본 연구 결과 광주·전남지역 커피전문점 소비자의 영양성분 표시 인지도와 확인 빈도, 활용도는 일반 식품에 비해 낮았다. 이는 소비자의 커피전문점 영양성분 표시의 관심 부족과 인지 부족 때문이었다. 따라서 커피전문점의 영양성분 표시에 대한 홍보와 영양교육을 통하여 커피전문점 음료의 영양성분 표시에 대한 인식과 활용도를 높이고, 소비자의 건강에 맞는 음료를 선택하여 보다 건강한 식생활을 할 수 있는 지원이 필요할 것으로 생각된다.

References

- Canadian Food Inspection Agency(2025) Food products that require a label. Available at <https://inspection.canada.ca/en/food-labels/labelling/industry/food-products#c1> (accessed 1 May 2025).
- Carneiro SM, Oliveira MBP, Alves RC(2021) Neuroprotective properties of coffee: an update. Trends Food Sci Tech 113, 167-179. doi:10.1016/j.tifs.2021.04.052
- Choi BS, You DR, Park YM, Lee IS(2002) College students characteristics and utilization of the nutrition labels on food package. J Korean Soc Food Cult 17(3), 299-308
- Choi EJ, Kim CJ(2020) A study on the influence of the characteristics of a cultural space coffee shop on customer satisfaction and revisit intention. J Korea Cult Indust 20(4), 163-174. doi:10.35174/JKCI.2020.12.20.4.163
- Chung YS, Yang IS, Ham S(2015) Customer' perceptions of motivators, barriers, and expansion of menu labeling in restaurants. J Korean Soc Food Cult 30(2), 190-196
- Corbi-Cobo-Losey MJ, Martinez-Gonzalez MA, Gribble AK, Fernandez-Montero A, Navarro

- AM, Domínguez LJ, BesRastrollo M, Toledo E(2023) Coffee consumption and the risk of metabolic syndrome in the 'Seguimiento Universidad de Navarra' Project. *Antioxidants* 12(3), 686. doi:10.3390/antiox12030686
- Ham S, Jeong JY, Kim YS(2016) Relationships among customer attitudes, behavioral intention and health-consciousness toward menu labeling in restaurants. *J Tour Leis Res* 28(1), 365-384
- Ham S, Lee HJ, Kim SY, Park YM(2017) Customers' use of menu labeling in restaurants and their perceptions of menu labeling attributes. *J Korean Diet Assoc* 23(1), 106-119. doi:10.14373/JKDA.2017.23.1.106
- Jang JS, Hong MS(2016) A comparative study on the dietary behavior and recognition on food labelling of processed foods according to the degree of health concern in university students. *Korean J Food Nutr* 29(4), 529-537. doi:10.9799/ksfan.2016.29.4.529
- Jung HY, Kim HA(2016) Consumer's perception and utilization of food labels by age and gender. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 45(3), 437-444. doi:10.3746/jkfn.2016.45.3.437
- Kim JH(2016) A study on the attributes of selecting coffee shop and type of coffee in relation to the reason for the visit : focused on university students in Seoul and Gyeonggi province. *J Korea Contens Assoc* 16(11), 409-419. doi:10.5392/JKCA.2016.16.11.40
- Kim KL, Lee YK(2021) Daegu citizens' perceptions and factors affecting behavioral intentions to reduce sugars in the coffee shop beverages. *J Nutr Health* 54(4), 355-372. doi:10.4163/jnh.2021.54.4.355
- Kim NY, Lee JS(2009) A study on perception and utilization of food-nutrition labeling by age in Busan residents. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 38(12), 1801-1810. doi:10.3746/jkfn.2009.38.12.1801
- Kim SY, Lee JH(2010) Effect of nutrition labeling use on consumers' food choices. *J Consum Stud* 21(3), 107-128
- Kim YJ, Jeon ER, Yoo MJ, Jung LH(2012) Perception and utilization of food labeling system of middle school students in Gwangju. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 41(6), 796-806. doi:10.3746/jkfn.2012.41.6.796
- Korea Consumer Agency(2021) A survey on the safety of franchise beverages. *Safety Investigation Report*, 1-21
- Korea Disease Control and Prevention Agency (2025) 2023 National health statistics. the 9th second year of the national health and nutrition survey. Korea Disease Control and Prevention Agency
- Korea Food & Drug Administration(2004) Study for improvement of nutrition labeling system. Seoul, Korea. pp176-177
- Korea Food & Drug Administration(2007) Comprehensive measures for children's food safety - safe food, good nutrition, healthy children
- Korea Food & Drug Administration(2012) Commentary on the special act on the management of children's dietary safety
- Korea Health Industry Development Institute (2021) Frequent food. Available from <https://www.khidi.or.kr/kps/dhraStat/result15?menuId=MENU01669> [cited 2025 May 1]
- Korea Rural Economic Institute(2024) The consumer behavior survey for food 2023
- Krieger J, Chan N, Saelens B, Ta M, Solet D, Fleming D(2013) Menu labeling regulations and calories purchased at chain restaurants. *Am J Prev Med* 44(6), 595-604. doi:10.1016/j.amepre.2013.01.031
- Kwon KI, Yoon SW, Kim SJ, Kang HN, Kim HN, Kim JY, Kim SY, Kim KL, Lee JH, Jung SM, Ock SW, Lee EJ, Kim JW, Kim MC, Park HK (2010) A survey on customers' perceptions of nutrition labeling for processed food and restaurant meal. *J Nutr Health* 43(2), 181-188. doi:10.4163/kjn.2010.43.2.181
- Kwon SY, Kim OS(2014) Consumer perceptions of nutrition labeling at fast-food restaurants in Seoul. *J East Asian Soc Diet Life* 24(5), 544-551
- Lee HY, Kim MK(2008) Dietary behavioral correlates of nutrition label use in Korean women. *J Nutr Health* 41(8), 839-850
- Lee IS, Lee KW(2016) The association of food label use with objective and subjective obesity among a Korean population. *J Korean Acad Community Health Nurs* 27(3), 262-271. doi:10.12799/jkachn.2016.27.3.262
- Lee JC, Jang JN, Cha W, Kim SJ(2021) The menu

- development and the nutritional compositions for reducing sugars in a specialty coffee shop: focusing on A·B·C companies. *J Foodservice Manag* 24(1), 229–256
- Lee JS(2018) Awareness, satisfaction, and usage patterns of female-consumers for food-nutrition labeling in Busan. *J Korean Diet Assoc* 24(4), 312–329
- Lee KA, Lee HJ, Park EJ(2010) The effect of use of nutrition labelling on knowledge and perception of nutrition labelling, and awareness of nutrition labelling usefulness with among college students. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 39(2), 253–266
- Liu D, Li ZH, Shen D, Zhang PD, Song WQ, Zhang WT, Mao C(2022) Association of sugar-sweetened, artificially sweetened, and unsweetened coffee consumption with all-cause and cause-specific mortality: a large prospective cohort study. *Annals Internal Med* 175(7), 909–917. doi:10.7326/M21-2977
- Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs (2023) 2023 Statistical report on the consumer attitude survey of processed foods. p209
- Ministry of Culture, Sports and Tourism(2023) 2023 National leisure activities survey. p86
- Ministry of Food and Drug Safety(2024) Nutrition labelling instructions at a glance - civilian guide 2024. p9
- National Food Safety Information Service(2023) Current status and latest trends of nutrition labeling system in major overseas countries 2023. pp1–4
- Park KM(2010) A study of college students' actual conditions of using coffee shops and choice attributes - focused on Seongnam area. *Korean J Food Nutr* 23(1), 52–62
- Park YJ, Lee JW, Han JJ(2019) Five trend changes and prospects of the coffee industry, Hyundai Research Institute Economic commentary. Hyundai Research Institute Korea, 19–25(848), 1–17
- Safe S, Kothari J, Hailemariam A, Upadhyay S, Davidson LA, Chapkin RS(2023) Health benefits of coffee consumption for cancer and other diseases and mechanisms of action. *Inter J Molecular Sci* 24(3), 2706. doi:10.3390/ijms24032706
- Siqueira JH, Santana NMT, Pereira TSS, Moreira AD, Benseñor IM, Barreto SM, Velasquez-Melendez G, Molina MCB(2021) Consumption of alcoholic and non-alcoholic beverages: ELSA-brasil results. *Ciência & Saúde Coletiva* 26, 3825–3837. doi:10.1590/1413-81232021269.2.30682019
- Song EG(2019) A study on the improvement of nutrition labeling on movie theaters snacks. *J Consumption Cult* 22(4), 129–152. doi:10.17053/jcc.2019.22.4.006
- Statistics Korea(2022) Report on the service industry survey. p2
- Statistics Korea(2024) Korean standard industrial classification. pp639–640
- U.S. Food and Drug Administration(2013) Guidance for Industry: Food Labeling Guide. Available from <https://www.fda.gov/regulatory-information/search-fda-guidance-documents/guidance-industry-food-labeling-guide> [cited 2025 May 1]
- Won HR, Yun HR(2011) College students' dietary behavior for processed foods and the level of perception on food labeling systems according to the level of nutrition knowledge in Won ju province. *Korean J Community Living Sci* 22(3), 379–393
- Yoon HS, Oh SK, Yoon HH(2016) The study on the influence of selection attributes for coffee shop on revisit intention - based on customers of twenties and thirties -. *Korean J Hospital Tour* 25(5), 25–44