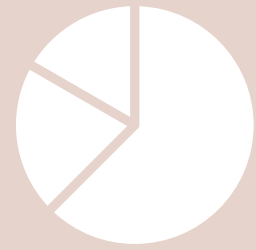


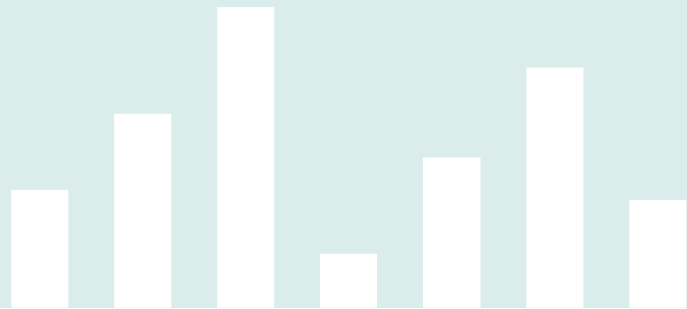
발간등록번호

11-1543000-002101-01



프리미엄 외식 시장 조사 보고

2017. 10



제 출 문

aT 한국농수산물유통공사 사장 귀하

본 보고서를 『프리미엄 외식 시장 조사』에
대한 최종 보고서로 제출합니다.

2017. 10

비알미디어(주)/블루리본서베이

연구진

책임연구원 김은조 (블루리본서베이 편집장)

연구원 김윤아

신혜진

보조연구원 장수인

남윤서

권혁민

원자영

연구요약

본 연구의 목적은 국내외 프리미엄 외식 시장 현황을 조사하고, 국내 프리미엄 레스토랑의 경영 현황 및 식재료 소비 및 유통 현황 파악을 통한 농업과의 연계 방안 및 발전 방향을 제시하고자 함. 또한 국내 프리미엄 외식 시장 소비실태 조사를 통해 국내 프리미엄 레스토랑 소비 동향을 파악하고자 함.

연구 방법은 기존 자료 및 논문, 신문기사, 웹사이트 등의 문헌 및 통계자료 수집 및 조사, 해외 관련 웹사이트, 통계 및 논문 조사, 업계 관계자, 소비자 대상 설문조사, 전문가 대상 조사 및 인터뷰를 통해 국내 프리미엄 외식 시장의 현황 및 발전 방안 등을 도출하였음.

먼저 본 연구의 조사 대상을 명확히 하기 위해 프리미엄 레스토랑의 범주를 한정식 전문점과 한식 외 레스토랑으로 나누고, 지역 편차를 고려하여 서울 내 한정식 전문점은 5만원 이상, 한식 외 레스토랑은 7만원 이상, 서울 외 지역의 한정식 전문점은 4만원 이상, 한식 외 레스토랑은 5만원 이상으로 가격대를 설정함. 이를 기준으로 추출한 전국 269개 업체 중 호텔에서 운영하는 55곳을 제외한 후, 설문에 응한 100개 업체를 대상으로 조사 결과를 추출함.

조사 결과는 다음과 같음. 전국 269개 업체 중 68% 이상이 서울에 있음. 그중 절반이 강남구 및 서초구에 있어 한국의 프리미엄 외식 시장은 서울 강남이 중심지라 할 수 있음. 또한 일반 외식 시장의 경우 94%의 음식점이 연 매출액 5억 미만임에 비해, 조사 대상 프리미엄 레스토랑 100곳 중 6억원 미만 규모가 18%, 6억 이상 레스토랑이 전체의 82%로 매출액 측면에서 프리미엄 레스토랑이 월등한 시장임. 또한 전통한식을 제외하면 주방을 책임지는 총괄 셰프의 전문성이 높고, 근로자의 전문성 또한 높음. 경영상 애로사항은 서비스 분야의 구인난이 전체의 33%를 차지할 정도로 가장 어려운 부분이며, 그 외에 조리 분야 구인난, 식재료비 상승 등이 주요 애로 사항임.

소비자 530명을 대상으로 한 프리미엄 외식 시장 소비 실태 조사는 월 프리미엄 레스토랑 방문 횟수를 기준으로 530명 중 미식가 그룹과 일반인 그룹을 나누어 결과를 도출함. 미식가 그룹은 월평균 2회 이상 프리미엄 레스토랑을 방문하는 소비자임. 결과에 따르면 음식의 맛은 프리미엄 레스토랑 선택 시 가장 중요한 요소로, 미식가와 일반인 간에 차이가 없었으나, 매장 선택을 위한 정보 탐색 시 활용 채널과 프리미엄 레스토랑에 대해 기대하는 요소에는 분명한

차이가 존재함. 관련 정보 탐색 채널의 경우 ‘가족/친구/지인 추천’을 제외하면, 미식가는 ‘외식 관련 종사자/전문가 설명 추천’, 일반인은 ‘맛집/음식 관련 TV 프로그램’을 각각 상대적으로 유용한 채널로 활용 중임. 또한 미식가는 가고 싶을 때 가는 곳이지만 일반인은 특별한 날에 가는 곳으로 해당 장소에 대한 기대 수준이 다름. 또한 프리미엄 레스토랑 메뉴 선택은 모던한식, 일식, 이탈리아식이 최우선 3순위이며, 일반인과 미식가가 모두 ‘맛있는 음식 소비’가 가장 중요한 목적이나, 일반인은 ‘분위기 전환’ 및 ‘격식 있는 모임/행사 또한 중요 목적임. 최근 방문 레스토랑을 대상으로 한 조사에서 미식가는 모던한식, 일반인은 프랑스식에 대해 상대적으로 긍정적인 평가를 나타내고 있으며, 향후 국내 프리미엄 레스토랑이 개선해야 할 부분에 대해 홀서비스와 셰프 수준을 꼽음.

국내 프리미엄 레스토랑의 식재료 사용 비율을 보면 수산물, 육류, 채소의 사용률이 월등히 높으며 곡류, 가공품의 경우 상대적으로 사용률이 낮음. 국내산 사용 비율이 가장 높은 재료는 채소이며, 곡류와 수산물, 육류 역시 대부분 70% 이상 국내산 재료를 사용함. 수입산 사용 비율이 높은 항목으로는 가공품이 있으며, 이는 국내에서 구하기 힘든 오일, 소스 등의 재료를 가공품 형태로 구매하기 때문인 것으로 추정됨. 또한 업종별로 살펴보면 국내산 육류, 수산물, 채소의 사용이 가장 높은 업종은 모던한식임. 국내산 식재료를 사용하는 주요 이유는 신선도와 외국산 대비 품질 우월성이며, 외국산 식재료를 사용하는 주요 이유로는 국내에 존재하지 않는 재료라서, 또는 국내산보다 품질이 좋기 때문인 것으로 나타남. 식재료 공급 시 주된 애로사항으로는 공급불안정, 가격불안정, 수입품 공급불안정 등이 있었으며, 공급불안정을 제외하면 식재료의 다양성 부족이 주요 애로사항인 것으로 나타남.

업계 관계자들이 파악하고 있는 프리미엄 외식 시장의 가장 큰 문제점으로는 수요 부족과 문화 수준 미달, 서비스 인력 부족이 대표적임. 향후 프리미엄 외식 시장은 프리미엄 외식 시장 내 양극화, 취급 음식 종류의 다양화, 임대료 및 임금 상승 등의 요인으로 인한 경영 악화, 동일 업종 내 경쟁이 심화되면서 현재보다는 시장 규모가 약간 커질 것으로 전망됨.

이와 같은 조사 결과를 통해 정부 차원에서 지원해야 할 내용은 중요도에 따라 다음과 같음. 인력난 해소를 위한 정책을 수립하고, 허브, 특수채소 등 식재료의 다양성을 보장하며, 예약제도의 개선과 올바른 소비 문화를 정착시키는 것임.

목차

1장. 연구개요

1. 연구배경 및 필요성	22
2. 연구 목적	24
3. 연구내용 및 방법	25
4. 연구 추진 체계	27

2장. 국내외 프리미엄 레스토랑의 정의

1. 프리미엄 레스토랑의 정의	30
1) 해외 파인 다이닝 정의	30
2) 국내 프리미엄 레스토랑의 분류 기준	31
2. 국내 프리미엄 레스토랑 조사 내용 및 설계	33
1) 조사 범위	34
2) 조사 설계	36
3) 표본의 구성	39
4) 조사 방법	39

3장. 국내 프리미엄 외식 시장 조사

1. 국내 외식시장 규모	42
2. 국내 프리미엄 레스토랑 외식시장 규모	43
1) 국내 프리미엄 외식 시장의 역사	43
2) 국내 프리미엄 레스토랑 분포	44

4장. 프리미엄 외식업체 경영 현황 및 식재료 구매 현황

1. 국내 프리미엄 외식 시장 개요	50
1) 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 업종별 분포	50
2) 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 지역별 분포	51
2. 경영현황	53
1) 영업 정보	53
A. 영업 기간	53

B. 규모	56
① 면적	56
② 주방	58
③ 좌석 수	61
C. 휴무일 및 영업시간	64
2) 사업주 정보	66
A. 운영 주체	66
B. 사업주의 경영 참여 형태	67
C. 기업 승계 여부	68
D. 분점 및 세컨드 브랜드 운영 여부	70
3) 총괄 셰프의 전문성	71
4) 근로자 정보	74
A. 근로자 규모	74
B. 근로자 구성	75
C. 근로자 전문성	77
5) 시설 및 서비스	78
A. 분위기 요소	78
B. 서비스 요소	79
C. 판매 주류 품목 수	80
D. 메뉴 운영	82
6) 고객 정보	83
A. 방문고객 수	83
B. 주요 고객 연령대	84
7) 객단가	85
8) 초기투자비용	88
9) 경영 비용	91
10) 순이익률	92
11) 수익성	94
12) 인증서	96

A. 인증서 보유 여부	96
B. 인증서 종류	96
C. 인증서의 영업 도움 여부	97
13) 경영상 애로사항	99
3. 프리미엄 외식 시장의 매출액	100
1) 일반 외식 시장 매출액	100
2) 프리미엄 외식 시장 매출액	101
A. 전체 프리미엄 외식 시장 매출액 및 일반 외식 시장과의 비교	101
B. 지역별 프리미엄 레스토랑 매출액	102
C. 업종별 프리미엄 레스토랑 매출액	102
D. 사업체 규모별 프리미엄 레스토랑 매출액	102
4. 식재료 구매 현황	104
1) 식재료 사용 비율	104
2) 국내산, 외국산 식재료 사용 비교	105
A. 산지별 식재료 사용 비율	105
B. 국내산 식재료 사용 이유	110
C. 외국산 식재료 사용 이유	111
D. 프리미엄 레스토랑에서 주로 사용하는 식재료 품목	112
3) 식재료 구매 주기 및 형태	115
A. 식재료 구매 주기	115
B. 식재료 구매 형태	117
4) 구매 방식	119
A. 국내산 식재료 구매 방식	119
B. 외국산 식재료 구매 방식	120
5) 구매 결정 및 결제 방식	121
A. 식재료 구매 결정권자	121
B. 식재료 대금 결제 방식	122
6) 정보 출처	123
7) 주거래 구매처 선정 시 고려사항	124

8) 식재료 수급 시 애로사항 125

5장. 프리미엄 레스토랑 소비 실태

1. 조사 설계 128

 1) 조사 항목 설계 및 설문지 개발 128

 2) 조사 기간 및 대상 수 130

 3) 응답자 프로파일 132

2. 조사 결과 140

 1) 조사 결과 분석 개요 140

 A. 프리미엄 레스토랑의 선택 140

 B. 프리미엄 레스토랑의 메뉴 141

 C. 프리미엄 레스토랑 업종별 선호도 141

 2) 프리미엄 레스토랑 매장 선택 142

 A. 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 142

 B. 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 148

 C. 프리미엄 레스토랑 이미지 151

 3) 프리미엄 레스토랑 이용 행동 153

 A. 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 변화 153

 B. 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 158

 C. 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적과 동반인 162

 D. 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비율 167

 E. 프리미엄 레스토랑 이용 빈도 171

 F. 프리미엄 외식 연간 총 지출 금액 175

 4) 프리미엄 레스토랑 이용 후 평가 182

 A. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 유형 182

 B. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 방문 시기 184

 C. 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인 188

 D. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족도 191

 E. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족/불만족 이유 192

F. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 향후 재이용 의향과 추천 의향	194
G. 국내 프리미엄 외식 수준에 대한 인식	197

6장. 해외 주요 파인 다이닝 시장현황

1. 조사 대상 국가 선정과 개요	202
2. 프랑스	203
3. 미국	207
4. 스페인	210
5. 일본	212

7장. 프리미엄 외식 시장전망 및 외식산업 육성을 위한 정책적 제언

1. 시장 성장 전망	216
1) 전망 예측	216
2) 프리미엄 레스토랑이 일반 외식업체에 미치는 영향	218
3) 프리미엄 외식 시장의 문제점 및 개선점	220
4) 시장 변화 예측	223
5) 향후 성장 기대 업종	224
2. 정부 지원책	225
1) 프리미엄 외식 업계에서 필요한 정부 지원 분야	225
2) 정부 지원책	226

부록

1. 프리미엄 레스토랑 경영지표조사 설문지	230
2. 프리미엄 레스토랑 이용실태조사 설문지	247

그림 목차

〈그림 1-1〉 프리미엄 외식 시장 조사 연구 추진체계	27
〈그림 2-1〉 프랑스 소펙사(농식품진흥공사)의 파인 다이닝 정의	31
〈그림 2-2〉 프리미엄 레스토랑의 정의 및 분류 기준 수립 프로세스	33
〈그림 3-1〉 국내 프리미엄 레스토랑의 전국 지역별 분포	45
〈그림 3-2〉 국내 프리미엄 레스토랑의 서울 지역별 분포	46
〈그림 3-3〉 국내 프리미엄 레스토랑의 업종별 분포	47
〈그림 4-1〉 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 업종별 분포	51
〈그림 4-2〉 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 전국 지역별 분포	52
〈그림 4-3〉 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 서울 지역별 분포	52
〈그림 4-4〉 프리미엄 레스토랑의 영업 기간 분포	54
〈그림 4-5〉 프리미엄 레스토랑의 업종별 영업 기간 분포	53
〈그림 4-6〉 프리미엄 레스토랑의 전체 면적 분포	56
〈그림 4-7〉 프리미엄 레스토랑 업종별 전체 면적 평균	57
〈그림 4-8〉 프리미엄 레스토랑 업종별 주방 면적 평균	58
〈그림 4-9〉 프리미엄 레스토랑 주방 면적 분포	59
〈그림 4-10〉 프리미엄 레스토랑 업종별 주방 면적 비율	60
〈그림 4-11〉 프리미엄 레스토랑 좌석 수 분포	61
〈그림 4-12〉 프리미엄 레스토랑 좌석당 면적 분포	63
〈그림 4-13〉 프리미엄 레스토랑의 휴무일	65
〈그림 4-14〉 프리미엄 레스토랑의 영업시간	65
〈그림 4-15〉 프리미엄 레스토랑 운영 주체	66
〈그림 4-16〉 프리미엄 레스토랑 단독/동업 운영 여부	67
〈그림 4-17〉 프리미엄 레스토랑 사업주 경영 참여 형태	68
〈그림 4-18〉 프리미엄 레스토랑 가업 승계 여부	69
〈그림 4-19〉 프리미엄 레스토랑 분점 및 세컨드 브랜드 운영 여부	70
〈그림 4-20〉 프리미엄 레스토랑 총괄 셰프의 전문성	72
〈그림 4-21〉 총괄 셰프가 외국 현지에서 공부 및 요리한 경험이 있는 경우	73
〈그림 4-22〉 프리미엄 레스토랑 근로자 규모별 사업체 수	74
〈그림 4-23〉 프리미엄 레스토랑 파트별 직원 비율	75

〈그림 4-24〉 프리미엄 레스토랑 근로자 성비	76
〈그림 4-25〉 프리미엄 레스토랑 근로자 관련 전공자 비율	77
〈그림 4-26〉 프리미엄 레스토랑의 분위기 요소	79
〈그림 4-27〉 프리미엄 레스토랑의 서비스 요소	80
〈그림 4-28〉 프리미엄 레스토랑 업종별 판매 주류 품목 수	81
〈그림 4-29〉 프리미엄 레스토랑 일일 방문 고객 수	83
〈그림 4-30〉 프리미엄 레스토랑 주요 고객 연령대 비율	84
〈그림 4-31〉 프리미엄 레스토랑의 업종별 평균 객단가	85
〈그림 4-32〉 프리미엄 레스토랑 객단가 분포	86
〈그림 4-33〉 프리미엄 레스토랑 지역별 평균 객단가	87
〈그림 4-34〉 프리미엄 레스토랑 자가 건물 운영 비율	88
〈그림 4-35〉 프리미엄 레스토랑 초기투자비용 중 인테리어, 주방 시설 비율	90
〈그림 4-36〉 프리미엄 레스토랑 경영 비용 비율	91
〈그림 4-37〉 프리미엄 레스토랑 업종별 평균 순이익률	93
〈그림 4-38〉 프리미엄 레스토랑 순이익률 분포	93
〈그림 4-39〉 프리미엄 레스토랑 지역별 순이익률	94
〈그림 4-40〉 프리미엄 레스토랑 2015~2017(예상) 수익성 추이	95
〈그림 4-41〉 인증서를 보유한 프리미엄 레스토랑의 비율	96
〈그림 4-42〉 프리미엄 레스토랑 보유 인증서 종류	97
〈그림 4-43〉 프리미엄 레스토랑에 부여된 인증서의 영업 도움 여부	98
〈그림 4-44〉 프리미엄 레스토랑 경영상 애로사항	99
〈그림 4-45〉 2015 외식 시장 일반 연 매출액	100
〈그림 4-46〉 프리미엄 외식 시장 연 매출액	101
〈그림 4-47〉 프리미엄 레스토랑 식재료 사용 비율	104
〈그림 4-48〉 프리미엄 레스토랑 업종별 식재료 사용 비율	105
〈그림 4-49〉 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균	106
〈그림 4-50〉 전통한식 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균	107
〈그림 4-51〉 모던한식 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균	107
〈그림 4-52〉 중식 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균	108

〈그림 4-53〉 이탈리아식 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균 . . .	108
〈그림 4-54〉 프랑스식 프리미엄 레스토랑 평균 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균	109
〈그림 4-55〉 기타 업종 프리미엄 레스토랑 평균 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균	109
〈그림 4-56〉 프리미엄 레스토랑의 국내산 식재료 사용 이유	111
〈그림 4-57〉 프리미엄 레스토랑의 외국산 식재료 사용 이유	112
〈그림 4-58〉 프리미엄 레스토랑 식재료 구매 주기	116
〈그림 4-59〉 프리미엄 레스토랑 식재료 품목별 구매 형태	118
〈그림 4-60〉 프리미엄 레스토랑 국내산 식재료 구매 방식	119
〈그림 4-61〉 프리미엄 레스토랑 수입산 식재료 구매 방식	120
〈그림 4-62〉 프리미엄 레스토랑 식재료 구매 결정권자	121
〈그림 4-63〉 프리미엄 레스토랑 식재료 대금 현금결제 비율	122
〈그림 4-64〉 프리미엄 레스토랑 식재료 구매처 및 가격 정보 출처	123
〈그림 4-65〉 프리미엄 레스토랑 주거래 구매처 선정 시 고려사항	124
〈그림 4-66〉 프리미엄 레스토랑 식재료 수급 시 애로사항	125
〈그림 5-1〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 전체 응답자 성별 분포	132
〈그림 5-2〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 전체 응답자 지역별 분포	134
〈그림 5-3〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 성별	135
〈그림 5-4〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 거주 지역	135
〈그림 5-5〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 결혼 여부	136
〈그림 5-6〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 직업	137
〈그림 5-7〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 연령	137
〈그림 5-8〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 월평균 가구소득	138
〈그림 5-9〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 학력 수준	138
〈그림 5-10〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 (전체)	143
〈그림 5-11〉 집단별 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소	144
〈그림 5-12〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 (미식가)	149
〈그림 5-13〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 (일반인)	150
〈그림 5-14〉 프리미엄 레스토랑 이미지	152
〈그림 5-15〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 증감 여부	153

〈그림 5-16〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 횟수 증가 이유	154
〈그림 5-17〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 횟수 감소 이유	155
〈그림 5-18〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 금액 증감 여부	156
〈그림 5-19〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 금액 증가 이유	157
〈그림 5-20〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 금액 감소 이유	157
〈그림 5-21〉 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 (전체)	159
〈그림 5-22〉 집단별 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 (미식가)	160
〈그림 5-23〉 집단별 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 (일반인)	160
〈그림 5-24〉 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적 (전체)	162
〈그림 5-25〉 집단별 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적	163
〈그림 5-26〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 이용 시 동반인	165
〈그림 5-27〉 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (전체)	167
〈그림 5-28〉 집단별 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (미식가)	169
〈그림 5-29〉 집단별 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (일반인)	170
〈그림 5-30〉 프리미엄 레스토랑 이용 빈도 (전체)	172
〈그림 5-31〉 집단별 프리미엄 레스토랑 이용 빈도 (미식가)	173
〈그림 5-32〉 집단별 프리미엄 레스토랑 이용 빈도 (일반인)	174
〈그림 5-33〉 프리미엄 외식 최근 1년간 총 지출 금액 평균 (전체, 1인 기준)	176
〈그림 5-34〉 집단별 외식 레스토랑 1년 총 지출 금액 평균 (1인 기준)	177
〈그림 5-35〉 프리미엄 레스토랑 이용 비용 및 최대 지불 의향 (전체, 1인 기준)	179
〈그림 5-36〉 집단별 프리미엄 레스토랑 이용 비용 및 최대 지불 의향 (미식가, 1인 기준)	180
〈그림 5-37〉 집단별 프리미엄 레스토랑 이용 비용 및 최대 지불 의향 (일반인, 1인 기준)	181
〈그림 5-38〉 최근 이용 프리미엄 레스토랑 유형	182
〈그림 5-39〉 지역별 최근 이용 프리미엄 레스토랑 유형	183
〈그림 5-40〉 집단별 최근 이용 프리미엄 레스토랑 유형	183
〈그림 5-41〉 최근 프리미엄 레스토랑 방문 시기 (전체)	185
〈그림 5-42〉 집단별 최근 프리미엄 레스토랑 방문 시기 (미식가)	186
〈그림 5-43〉 집단별 최근 프리미엄 레스토랑 방문 시기 (일반인)	187
〈그림 5-44〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인	188

〈그림 5-45〉 집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인	189
〈그림 5-46〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족도	191
〈그림 5-47〉 업종-집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족도	192
〈그림 5-48〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 향후 재이용 의향	195
〈그림 5-49〉 집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 향후 재이용 의향	195
〈그림 5-50〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 추천 의향	196
〈그림 5-51〉 집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 추천 의향	196
〈그림 5-52〉 선진국 대비 국내 프리미엄 레스토랑 수준 인식	197
〈그림 5-53〉 국내 프리미엄 레스토랑 개선 필요 요소	198
〈그림 7-1〉 프리미엄 외식 시장 업계 관계자들이 예측하는 시장 전망	216
〈그림 7-2〉 프리미엄 외식 소비자들이 평가하는 한국 프리미엄 외식 시장의 수준	217
〈그림 7-3〉 프리미엄 레스토랑이 일반 외식업체에 미치는 영향	218
〈그림 7-4〉 프리미엄 레스토랑 관계자가 생각하는 프리미엄 외식 시장의 문제점	220
〈그림 7-5〉 소비자가 생각하는 프리미엄 외식 시장의 문제점	221
〈그림 7-6〉 프리미엄 외식 소비자가 생각하는 프리미엄 외식 시장의 개선점	222
〈그림 7-7〉 프리미엄 외식 시장에서 향후 성장이 기대되는 업종	224
〈그림 7-8〉 프리미엄 외식 시장의 성장을 위해 정부 지원이 필요한 분야	225

표 목차

〈표 2-1〉 국내 프리미엄 레스토랑의 분류 체계	32
〈표 2-2〉 국내 프리미엄 레스토랑의 가격 기준	34
〈표 3-1〉 2011~2015 국내 음식점업 외식시장 규모 추이 (단위: 십억 원)	42
〈표 4-1〉 프리미엄 레스토랑의 개업연도별 분포	53
〈표 4-2〉 프리미엄 레스토랑의 업종별 영업 기간 분포	55
〈표 4-3〉 프리미엄 레스토랑 업종별 전체 면적 분포	57
〈표 4-4〉 프리미엄 레스토랑 업종별 주방 면적 분포	59
〈표 4-5〉 프리미엄 레스토랑 업종별 평균 좌석 수	62
〈표 4-6〉 프리미엄 레스토랑 업종별 좌석 수 분포	62
〈표 4-7〉 프리미엄 레스토랑 업종별 좌석당 면적 분포	64
〈표 4-8〉 프리미엄 레스토랑 업종별 가업 승계 여부 비율	69
〈표 4-9〉 프리미엄 레스토랑 업종별 총괄 셰프의 전문성	73
〈표 4-10〉 프리미엄 레스토랑 업종별 근로자 성비	76
〈표 4-11〉 업종별 프리미엄 레스토랑 근로자 관련 전공자 비율	78
〈표 4-12〉 프리미엄 레스토랑 업종별 판매 주류 품목 수	81
〈표 4-13〉 프리미엄 레스토랑 코스 메뉴 제공 여부	82
〈표 4-14〉 프리미엄 레스토랑 업종별 객단가 분포	87
〈표 4-15〉 프리미엄 레스토랑 업종별 자가 건물 보유 사업체 수	89
〈표 4-16〉 프리미엄 레스토랑 보증금, 권리금 및 초기투자비용 평균	89
〈표 4-17〉 프리미엄 레스토랑 업종별 초기 투자 비용 상세 비율	90
〈표 4-18〉 일반외식업과 프리미엄 외식 시장의 매출액 대비 영업이익률, 식재료 및 인건비율 비교	92
〈표 4-19〉 지역별 프리미엄 레스토랑 연 매출액	103
〈표 4-20〉 업종별 프리미엄 레스토랑 매출액	103
〈표 4-21〉 사업체 규모별 프리미엄 레스토랑 매출액	103
〈표 4-22〉 업종별로 본 프리미엄 레스토랑에서 사용하는 국내산 식재료 품목	113
〈표 4-23〉 업종별로 본 프리미엄 레스토랑에서 사용하는 외국산 식재료 품목	114
〈표 4-24〉 프리미엄 레스토랑 식재료 구매 주기	116
〈표 4-25〉 프리미엄 레스토랑 식재료 품목별 구매 형태	118

〈표 5-1〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 전체와 집단별 응답자 프로파일	133
〈표 5-2〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 (전체)	145
〈표 5-3〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 (미식가)	146
〈표 5-4〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 (일반인)	147
〈표 5-5〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 (미식가)	149
〈표 5-6〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 (일반인)	150
〈표 5-7〉 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 (전체)	159
〈표 5-8〉 집단별 최선호 프리미엄 레스토랑 유형	161
〈표 5-9〉 집단별 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적	164
〈표 5-10〉 분류별 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적	165
〈표 5-11〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 이용 시 동반인	166
〈표 5-12〉 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (전체)	168
〈표 5-13〉 집단별 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (미식가)	169
〈표 5-14〉 집단별 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (일반인)	170
〈표 5-15〉 프리미엄 외식 최근 1년간 총 지출 금액 구간 (전체, 1인 기준)	178
〈표 5-16〉 프리미엄 외식 1년 총 지출 금액 구간 (미식가, 1인 기준)	178
〈표 5-17〉 프리미엄 외식 1년 총 지출 금액 (일반인, 1인 기준)	178
〈표 5-18〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인	189
〈표 5-19〉 집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인	190
〈표 5-20〉 업종별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족 이유	193
〈표 5-21〉 업종별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 불만족 이유	193
〈표 5-22〉 선진국 대비 프리미엄 레스토랑 수준 인식	198
〈표 5-23〉 국내 프리미엄 레스토랑 개선 필요 요소	199

1장. 연구개요



1. 연구배경 및 필요성

소득수준의 향상과 더불어 다양한 식문화 경험, 미식(美食)에 대한 관심이 증가하고, 관련 사업이 확대됨에 따라 식당 메뉴, 서비스의 다양화·전문화·고급화가 이루어지며 국내 외식 산업과 트렌드 변화를 가져옴.

통계청 ‘도·소매업 조사’ 및 ‘경제 총 조사’에 따르면 외식산업 매출액은 2006년(53.7조) 부터 2014년(83.8조)까지 연평균 5.8%, 사업체 수는 동기간 1.5%, 종사자 수는 동기간 2.8% 성장하는 등 산업 규모가 지속적으로 성장한 것으로 나타남. 또한 2014년 기준 전 산업에서 외식업체 및 종사자 수가 차지하는 비중이 각각 17.1%(65만 개소), 9.1%(190만 명)로, 도·소매업 다음으로 고용흡수력이 높은 것으로 나타남.

외식 산업에 대한 소비자들의 기대 수준이 높아짐에 따라 업종의 다양화와 품질의 다양화가 지속되고 있음. 해외의 경우 ‘파인 다이닝’이라는 개념으로 고급 외식 소비 시장이 형성됨. 국내는 전체적인 외식 시장의 규모에 비해 현재 파인 다이닝이 차지하는 비율은 극히 미미하나 외식 시장에 미치는 영향은 상당히 크다고 볼 수 있음. 파인 다이닝 레스토랑에서 사용하는 세련되고 희귀한 식재료와 메뉴, 서빙 시스템과 인테리어 등은 대중적인 외식사업 전반에 큰 영향을 미치고 유행을 불러오고 있음.

외식업계의 수준 높은 트렌드를 견인하고 있는 파인 다이닝 시장을 연구함으로써 전반적인 외식 산업의 수준을 올릴 수 있는 지표로 삼을 수 있도록 한국형 파인 다이닝 레스토랑의 개념을 정립하고 분류할 필요성이 있음.

또한 레스토랑의 혁신과 관련된 분야의 연구가 아직 미진하여, 레스토랑 마케터들이 새로운 서비스 시스템을 도입하는 데 있어 정확한 정보에 의지하지 못하고 개인적인 지식이나 주관적인 판단에 좌우되는 경우가 많음.¹ 파인 다이닝 레스토랑이 추구하는 새로운 외식 트렌드를 연구하고 그것이 영향을 미치는 시장정보의 심층조사·분석을 통해 산업정보 기반을 구축하고 창

주 1) Naehyun (Paul) Jin, Ben Goh, Lynn Huffman & Jingxue Jessica Yuan, 「Predictors and Outcomes of Perceived Image of Restaurant Innovativeness in Fine-Dining Restaurants」, Journal of Hospitality Marketing & Management, 2014, p.459

업·경영전략 자료로 활용하도록 지원해야 함.

식재료 유통 면에서도 고급 식재료를 발굴하고 개발하여 소비자에게 제공하고 있는 파인 다이닝 외식 시장을 분석하여 외식산업 경쟁력 향상을 위한 정책사업을 발굴할 필요성이 대두됨. 파인 다이닝 레스토랑에서 제공하는 신메뉴나 새로운 식재료 개발은 하위 그룹의 외식산업계에 큰 영향을 미치고 있는 것으로 파악됨. 파인 다이닝 레스토랑에서는 새로운 식재료의 발굴 못지않게 품질 향상에도 신경을 쓰기 때문에 관련 산업 발전에 큰 도움이 될 것으로 추정됨. 또한 높은 비율의 국산 식재료 사용과 신선한 식재료 사용 등도 바람직한 현상임.

한편, 파인 다이닝을 소비하고 있는 미식가 계층에 대한 연구 또한 미진함. 일반적으로 미식가라고 분류할 수 있는 그룹과 일반인 소비자 간의 소비 행태는 약간의 차이가 있을 수 있음. 프리미엄 외식 시장이 발전하고 외식 산업의 선진화가 되기 위해서는 외식업의 최고층 소비자인 미식가 그룹의 소비 행태에 대한 연구가 필요함. 오피니언 리더라 할 수 있는 미식가 그룹 소비자 분석을 통하여 한국형 미식가의 분류 기준을 정하고 계층을 특정하여 향후 마케팅 타겟으로 사용할 수 있는 기반이 필요함.

이처럼 미식 트렌드를 선두하는 ‘파인 다이닝’이라는 개념으로 조사 설계되었으나, 아직까지 해외 선진국의 파인 다이닝과 실질적인 차이가 크고, 국내에서의 개념 정립이 명확하지 않아 이 조사에서는 파인 다이닝 대신 ‘프리미엄 외식 시장’에 대한 정의를 설정하여 조사함.

2. 연구 목적

본 연구의 목적은 프리미엄 외식 시장 현황 조사를 통해 프리미엄 외식 시장의 산업정보 기반을 구축하고 창업 및 경영 전략 자료로 활용하도록 지원하는 데 있음. 또한 고급 식재료와 서비스 등을 제공하는 ‘프리미엄 외식’을 통해 국내 외식산업이 질적으로 성장할 수 있는 여건을 파악하고, 국내 외식산업의 성장 동력으로 활용할 수 있는 고급 외식시장의 현황을 파악하며 외식산업 경쟁력 향상을 위한 정책사업 발굴하기 위함. 또한 프리미엄 레스토랑에서 사용하는 식재료의 사용 및 유통 현황을 파악하는 것을 기반으로 농업 연계 방안 및 발전 방향을 제시하고자 함.

또한 국내 프리미엄 레스토랑 소비 실태 파악 조사를 통해 프리미엄 외식을 소비하는 소수 그룹인 미식가 계층을 파악하고 향후 고급 외식시장의 발전을 위해 이들을 타겟으로 삼는 마케팅 방안 연구에 활용하고자 함. 일반인과 미식가를 포함한 전체 소비 형태의 분석 또한 병행하여 타겟에 따른 고급 외식 시장 발전 전략의 차별화를 꾀함.

연구의 세부 목표에는 ① 프리미엄 외식의 정의 및 분류 체계 구축 ② 국내 프리미엄 외식 시장 규모 및 현황 ③ 프리미엄 외식업체 경영 현황 및 식재료 구매 현황 ④ 프리미엄 레스토랑 소비 실태 조사 및 분석 ⑤ 해외 주요 파인 다이닝 시장 현황 ⑥ 프리미엄 외식 시장 전망 및 외식산업 육성을 위한 정책적 제언을 포함함.

3. 연구내용 및 방법

본 연구의 내용은 크게 ‘프리미엄 외식의 정의 및 분류기준’, ‘국내 프리미엄 외식 시장규모 및 현황’, ‘프리미엄 외식업체 경영 현황 및 식재료 구매 현황’, ‘국내 프리미엄 외식 소비실태’, ‘해외 주요 파인 다이닝 시장 현황’, ‘프리미엄 외식 시장전망 및 외식산업 육성을 위한 정책적 제언’의 여섯 부분으로 나눌 수 있으며, 세부 연구내용은 다음과 같음.

1) 프리미엄 외식의 정의 및 분류 기준

- 해외 파인 다이닝의 정의와 국내 프리미엄 외식의 범위
- 음식 종류 및 메뉴 운영 등을 기준으로 한 국내 프리미엄 외식 시장 분류기준 제시

2) 국내 프리미엄 외식 시장 규모 및 현황

- 국내 프리미엄 외식의 역사
- 전체 외식시장 대비 국내 프리미엄 레스토랑 시장 규모 분석
- 국내 프리미엄 외식업체 조사 대상 선정 과정

3) 프리미엄 외식업체 경영 현황 및 식재료 구매 현황

- 프리미엄 외식업체 경영 현황 및 사업주, 주방 책임자, 고용인 정보
- 부류별 식재료 사용 비율 및 국내산, 외국산 식재료 사용 비교
- 주요 식재료 유통 방식 및 식재료 수급 시 애로사항

4) 국내 프리미엄 외식 소비 실태

- 프리미엄 외식의 주 이용 고객층 및 프리미엄 레스토랑 이용 이유
- 프리미엄 레스토랑 이용 시 주요 고려 요소 파악
- 프리미엄 레스토랑 방문 주기 및 지출 금액

5) 해외 주요 파인 다이닝 시장 현황

- 문헌조사를 통한 주요 미식 선진국의 파인 다이닝 시장 현황 분석
- 미국, 프랑스, 스페인, 일본의 파인 다이닝 특성 비교

6) 프리미엄 외식 시장 전망 및 외식산업 육성을 위한 정책적 제언

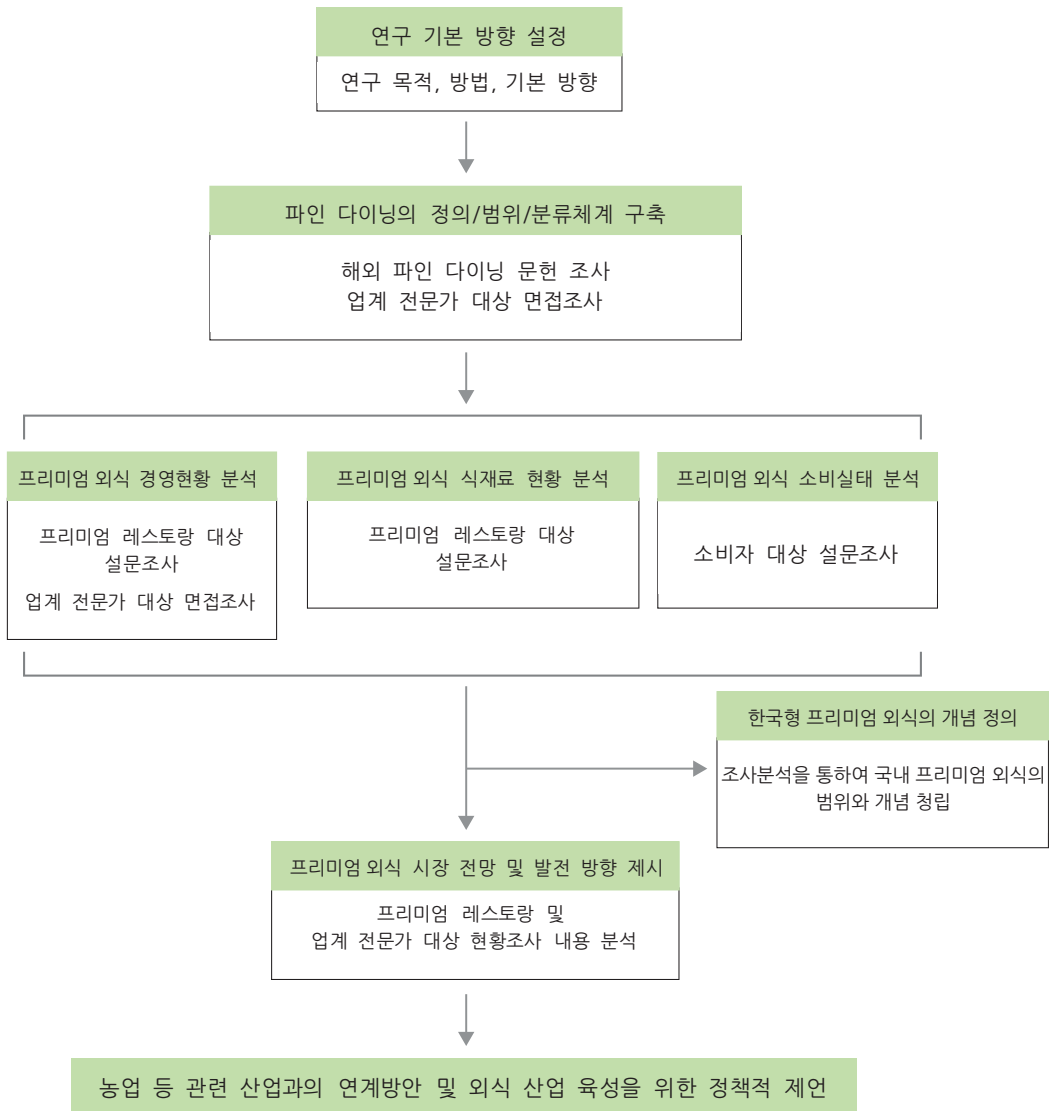
- 프리미엄 외식 시장 전망

- 해외 미식 선진국의 파인 다이닝과의 비교를 통한 국내 프리미엄 외식 시장의 개선점

- 국내 프리미엄 외식 수준 향상을 위한 정부 지원책

4. 연구 추진 체계

〈그림 1-1〉 프리미엄 외식 시장 조사 연구 추진체계



2장. 국내외 프리미엄 레스토랑의 정의



1. 프리미엄 레스토랑의 정의

1) 해외 파인 다이닝 정의

파인 다이닝(Fine Dining)이란 최고의 요리를 최상의 서비스를 통해 최적의 분위기에서 즐기는 과정으로, 대부분 코스로 제공되며, 다른 곳에서는 맛볼 수 없는 독특한 식재료 및 조리 방식 등을 사용하여 고객에게 식사 자체가 하나의 경험이 될 수 있도록 함. 이러한 식사 및 서비스를 제공하는 레스토랑이 ‘파인 다이닝 레스토랑’으로 지칭됨.

파인 다이닝의 개념은 18세기 프랑스 혁명 이후 출현하였음. 신분제의 폐지에 따라 왕, 귀족과의 고용 계약이 종료된 전문 요리사들의 생계 유지 필요성과 왕이나 귀족들이 즐기던 호화로운 만찬을 즐겨보고자 했던 부르주아 계급의 욕구가 결합됨으로써 출발함. “오트 퀴진(최고급 요리라는 의미)”이라고 불림. 이후 19세기, 20세기 전반에 걸쳐 프랑스 요리사들이 인근 유럽 국가로 이주하면서 파인 다이닝 문화가 시작됨.

파인 다이닝에 있어 최상의 식재료를 통해 최고의 요리를 만드는 것은 기본이며, 왕이나 귀족이 누리던 수준의 서비스를 고객에게 제공할 수 있어야 함. 맛과 서비스뿐 아니라 건물과 인테리어도 성을 방불케 하는 고급스러운 분위기를 제공해주어야 함.

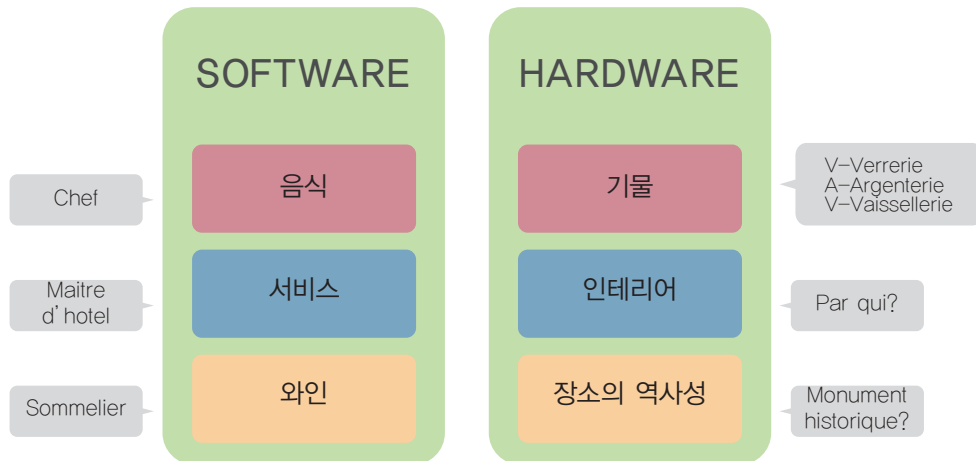
현대 프랑스에서 파인 다이닝의 의미는 하드웨어와 소프트웨어를 아우르는 개념임. 소프트웨어적인 면은 ‘음식’, ‘서비스’, ‘와인’으로, 맛있는 음식과 정중한 서비스, 그리고 음식에 어울리는 와인 제공을 파인 다이닝의 덕목으로 삼음. 하드웨어적인 면으로는 ‘기물’과 ‘인테리어’, ‘장소의 역사성’을 들 수 있음. 정중한 서비스와 함께 음식이 나오는 그릇과 유리잔, 커트러리 등이 고급스러워야 하며 인테리어와 분위기도 그에 맞는 수준이 되어야 함. 여기에 장소의 역사성까지 부여되면 최고의 파인 다이닝이 완성됨. 프랑스에서는 유명한 레스토랑의 경우 역사적인 건물에 위치한 경우가 많음.(그림 2-1)

주 2) 콜린 러시, 『파인 다이닝의 모든 것』, BR미디어, 2017, 개정판, p.20

주 3) Alchemy Market and Café, 「The History of Fine Dining」, 2017-11-22, <https://alchemymarket.com/articles/fine-dining/>

주 4) Christel Lane, 「The Michelin-Starred Restaurant Sector as a Cultural Industry」, Food, Culture & Society, 2010, p.499

〈그림 2-1〉 프랑스 소펙사(농식품진흥공사)의 파인 다이닝 정의



따라서 파인 다이닝은 소프트웨어 및 하드웨어를 모두 높은 수준으로 만족시켜주는 레스토랑이라 할 수 있음.

2) 국내 프리미엄 레스토랑의 분류 기준

파인 다이닝은 프랑스에서 시작되어 여러 미식 선진국에서 발달한 형태로, 국내에는 파인 다이닝 레스토랑만을 분류할 수 있는 별도의 체계가 존재하지 않음. 따라서 정의가 명확하지 않은 파인 다이닝 대신 '프리미엄 외식 시장'에 대한 전반적 조사를 실시함.

한국표준산업분류체계에 따르면 프리미엄 레스토랑은 음식점업에 포함되며, 한식 음식점업과 외국식 음식점업으로 세분화됨. 한식 음식점업은 한식 일반 음식점업, 한식 면 요리 전문점, 한식 육류 요리 전문점, 한식 해산물 요리 전문점으로 나뉘며, 외국식 음식점업의 경우 중식 음식점업, 일식 음식점업, 서양식 음식점업, 기타 외국식 음식점업으로 나뉨.

상권정보시스템에서는 일식/횃집/수산물, 중식, 양식전문 범주에 포함됨.

시장에서 소비자 또는 업계 관계자들이 일반적으로 사용하는 분류 체계는 해당 레스토랑에서 선보이는 메뉴의 종류를 기준으로 크게 한식과 양식, 그밖에 중식과 일식 등으로 나뉜다. 한식은 전통한식 전문점, 모던한식 전문점으로 세분화할 수 있으며, 양식은 프랑스식, 이탈리아식, 유럽식 등으로 나뉜다. (표2-1)

〈표 2-1〉 국내 프리미엄 레스토랑의 분류 체계

분류 방법	분류 내용
메뉴의 종류	한식(고급 한정식 전문점, 모던 한정식), 중식, 일식, 양식(프랑스식, 이탈리아식, 유럽식 등), 아시아식(베트남식, 태국식 등)
한국표준산업분류체계	한식 음식점업, 중식 음식점업, 일식 음식점업, 서양식 음식점업, 기타 외국 음식점업
상권정보시스템	일식/횃집/수산물, 중식, 양식전문

이처럼 프리미엄 레스토랑은 별도의 분류 기준 없이 기존에 존재하는 레스토랑 분류 기준에 메뉴별 특성을 기준으로 포섭되며, 프리미엄 외식만을 대상으로 하는 분류체계는 없음. 이로 인해 프리미엄 외식 시장의 동향 파악 및 통계자료 생성이 어려운 상황임.

2. 국내 프리미엄 레스토랑 조사 내용 및 설계

본 연구의 효율적인 수행을 위해 ‘파인 다이닝’에 대한 정의와 함께 파인 다이닝 외식시장의 분류 기준을 설정하고자 함.(그림 2-2)

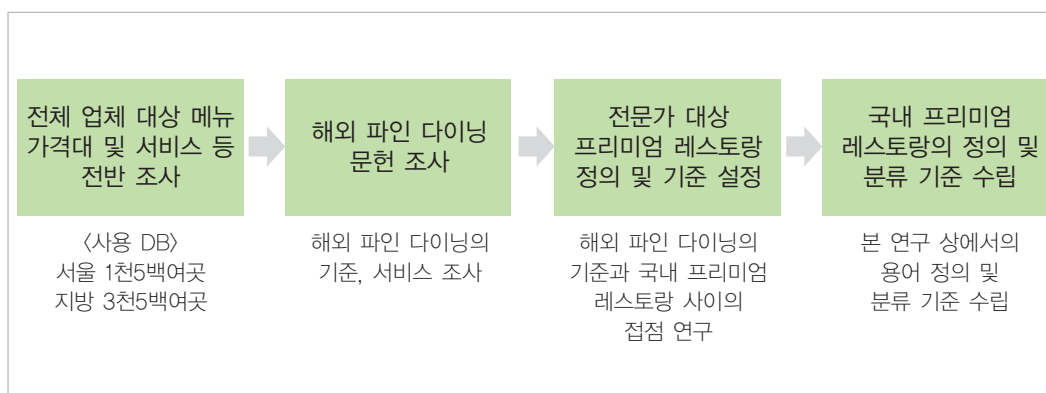
단, 해외에서 기원한 ‘파인 다이닝’의 기준을 국내에서 만족시킬 수 있는 곳은 호텔 레스토랑 일부 밖에 없음. 특히 지방의 경우는 국제적인 수준으로 맛과 분위기, 서비스를 만족시키는 곳은 거의 없는 것으로 추정됨.

따라서 한국형 파인 다이닝의 개념을 정립하기 위한 이번 조사에서는 ‘프리미엄 레스토랑’이라는 개념으로 파인 다이닝의 범주를 넓혀서 대상 레스토랑을 선정하여 조사를 실시하고, 그 가운데 공통적으로 공유하는 특질을 추출하여 그것을 다시 ‘국내 파인 다이닝’의 기준으로 삼고자 함.

프리미엄 레스토랑의 범주는 가격대를 기준으로 산정함.

이를 위해 국내 프리미엄 레스토랑을 대상으로 메뉴 운영 및 가격, 서비스 등에 대한 조사를 실시하였으며, 학계 및 업계의 외식업 전문가 및 셰프들과 함께 국내 파인 다이닝의 기준을 설정하는 회의를 진행함. 이를 토대로 분류된 국내 파인 다이닝의 기준 항목을 프리미엄 레스토랑 경영자 대상의 설문 항목에 적용하여 국내 파인 다이닝의 평균적 기준을 확정함.

〈그림 2-2〉 프리미엄 레스토랑의 정의 및 분류 기준 수립 프로세스



자문위원회에 속한 자문가는 총 8명으로, 레스토랑 경영인 1명, 셰프 3명, 학계 1명, 음식평론가 3명으로 구성됨. 또한 가격 기준을 도출하기 위하여 레스토랑 가이드 <블루리본서베이>에서 보유하고 있는 데이터베이스 3만여 건을 분석함.

1) 조사 범위

한식을 제공하는 전통적인 형태의 프리미엄 레스토랑으로는 한정식 전문점 및 고급 고깃집 등이 포함되지만, 파인 다이닝의 발상지라 할 수 있는 프랑스를 비롯한 해외의 파인 다이닝과 같은 기준으로 판단하기가 어려움. 이번 조사에서는 ‘프리미엄 레스토랑’이라는 개념을 도입하여 일정 가격대 이상의 식당을 조사 대상으로 선정한 후 경영 현황 조사를 통해 한국형 프리미엄 외식의 개념을 정립하는 것을 목적으로 함.

또한 여러 가지 여건상 한국에서 완전한 형태의 서비스를 제공하는 파인 다이닝 레스토랑은 호텔 레스토랑을 제외하면 사실상 운영이 불가능한 실정임. 호텔에서의 F&B는 일반 로드숍과 비교했을 때 인력관리, 식재료 유통 및 관리 시스템 등에서 다른 양상을 보이기 때문에 본 조사에서는 호텔에서 운영하는 레스토랑을 제외한 로드숍 중에서 ‘프리미엄 레스토랑’을 대상으로 조사를 진행함.

아울러 인프라 및 소비자층이 견고한 서울과 상대적으로 열악한 지방 레스토랑과의 격차를 고려하여 서울과 수도권 및 기타 지역 사이의 기준 가격대에 차등을 두어 범위를 지정함.

결론으로 나온 국내 프리미엄 레스토랑의 가격 기준은 표 2-2와 같음.

<표 2-2> 국내 프리미엄 레스토랑의 가격 기준

	서울	서울 외 지역	비고
한정식 전문점	5만원 이상	4만원 이상	음료 및 주류 제외 가격
한식 외 레스토랑	7만원 이상	5만원 이상	

또한 가격대를 만족시키더라도 다음과 같이 음식 부류별로 서비스 형태 면에서 파인 다이닝의 범주로 넣을 수 없는 곳들은 조사 대상에서 제외함.

〈한식〉

한식은 가격대가 높다고 해서 항상 프리미엄 레스토랑이라고 간주하기 어려움. 기본 가격대가 높은 고깃집이나 횡집은 서비스 형태가 파인 다이닝에 속한다고 보기 어렵다고 봄. 단일 품목만을 제공하기 때문에 메뉴의 창의성이나 다양성이 부족하다는 점에서 파인 다이닝에서 제외됨. 따라서 한식 파인 다이닝의 범위는 한정식 레스토랑으로 제한함.

〈일식〉

대부분의 일식집은 가격대가 높을수록 파인 다이닝에 가까워짐. 단 스시전문점의 경우는 단품만을 제공하고 있고, 식재료가 수산물에 집중되어 있어 메뉴의 다양성이 부족하다는 관점에서 파인 다이닝에서 제외함.

〈프랑스식과 이탈리아식, 양식〉

프랑스식, 이탈리아식 등 양식의 경우 가격대와 레스토랑의 격식이 어느 정도 비례하고 있어 객단가만으로도 프리미엄 레스토랑인지 여부를 판단할 수 있으며 육류를 비롯하여 해산물, 채소, 곡류 등 다양한 식재료를 사용함. 따라서 객단가 기준만으로 파인 다이닝의 범주에 속하는지 판단이 가능함.

〈중식 및 아시아식〉

역시 일정 객단가를 넘는 중식당은 코스요리를 제공하고 인테리어 수준이 높아 프리미엄 레스토랑의 범주에 넣을 수 있음. 그 외의 아시아식도 가격대가 높을수록 파인 다이닝에 가까움.

위의 기준에 맞춰 최종 도출된 조사 대상 프리미엄 레스토랑의 수는 269개의 사업체가 해당됨. 이 중 호텔 레스토랑 55곳과 제주도 지역 5곳을 제외하면 총 209곳으로, 이 중 163곳에 설문지를 배포함. 배포 비율은 서울 105곳, 지방 58곳으로 구성됨. 설문에 응한 곳은 100곳으로, 표본의 수는 100개가 됨.

2) 조사 설계

본 조사의 조사 영역은 크게 다음과 같이 나누어 볼 수 있음.

A. 기본 정보

- 음식 종류: 한식, 중식, 일식, 이탈리아식, 프랑스식, 기타
- 오픈연월, 업장 위치, 사업장 규모(신고면적 / 좌석 수)
- 영업일(휴무일), 영업시간
- 타 기관의 인증 여부와 인증 종류, 인증이 영업에 미친 영향, 인증이 도움이 된 방면 등

B. 프리미엄 레스토랑 시설 및 서비스

- 인테리어: 전문 인테리어 업체가 레스토랑의 콘셉트에 맞게 적절히 시공할 것
- 테이블 간의 간격: 옆 테이블의 소리가 귀에 거슬리지 않을 정도일 것
- 테이블웨어: 고급스러운 식기 및 식탁보 사용
- 매장 내부 관리: 홀에 테이블과 의자, 인테리어 소품 외에 식재료나 기타 물품이 보이지 않을 것
- 화장실: 남녀 화장실이 분리되어 있고 페이퍼타월 등을 갖추고 있을 것
- 이용 시 예약 필수 여부
- 와인 및 주류 리스트: 식사에 곁들일 고급 와인이나 사케(일식 전문점의 경우), 전통주(한식의 경우) 리스트를 갖추고 있을 것
- 코스 요리 운영 여부: 품격 있게 식사할 수 있도록 음식이 코스로 제공될 것. 또는 한상차림으로 나오는 한정식도 포함됨.
- 주차: 발레 파킹이 가능하거나 전용 주차장을 갖추고 있을 것

C. 사업주 정보

- 업체 운영 주체: 외식전문기업 운영, 비외식전문기업 운영, 개인 운영
- 학력(관련 전공): 국내 관련 전공, 외국 요리학교 및 관련 전공, 전공사항 없음
- 오너 셰프 여부: 경영인, 셰프, 오너셰프 중 선택
- 가업 승계 여부

- 분점, 세컨드 브랜드 운영 여부와 세컨드 브랜드 업종

D. 고용인 정보

- 고용인원
- 학력(관련 전공), 전체 고용인 중 관련 전공자 비율, 고용인 조리자격증 유무
- 고용인 성비
- 소믈리에 유무: 전문적인 지식을 가지고 메뉴와 술을 설명할 수 있는 종업원이 있는가
- 패스트리 셰프 유무: 디저트만을 전문적으로 담당하는 종업원이 있는가

E. 고객 정보

- 고객 연령: 20대, 30대, 40대, 50대, 60대 이상 비율로 질문
- 고객 성별
- 외국인 고객 비율
- 유입 고객 형태: 개인, 가족, 단체

F. 경영 현황

- 최근 3년 간 수익성: 2015, 2016, 2017(예상) 연도별 손실, 유지, 이익
- 평균 객단가(주류, 음료 제외)
- 1일 평균 방문 고객 수
- 월간 매출액(10% 부가세 포함 금액): 3천만원 이하, 3천~5천만원, 5천~7천만원, 7천만원~1억원, 1억~1억5천만원, 1억5천만원 이상 구간으로 질문
- 전체 매출 중 식재료비 비율
- 전체 매출 중 주류 및 음료 판매액 비율: 전체 주류 판매액 비율, 외국산 주류, 국내산 주류 비율
- 전체 매출 중 인건비 비율
- 일반관리비 및 유지관리비 비율
- 사업장 임차 여부: 자가건물, 임차 여부
- 임대료
- 보증금 및 권리금

- 초기투자비용: 인테리어, 주방 시설 비용
- 경영상 애로사항: 구인난(조리), 구인난(서빙), 식재료비상승, 임차료상승, 경쟁(외식산업 내), 경쟁(동일업종내), 제도적규제

G. 식자재

- 식자재 비율, 각 식자재별 국내산/수입산 사용 비율
- 육류 / 수산물 / 곡류 / 채소 / 가공품 / 기타 비율
- 주로 사용하는 국내산 식재료와 유통방식
- 국내산 식재료 사용 이유
- 국내산 식재료 주요 구매 방법
- 주로 사용하는 수입산 식재료와 원산지
- 수입산 식재료 사용 이유
- 수입산 식재료 주요 구매 방법: 직접 방문 및 운반, 매장 주문 및 배달, 온라인 주문 및 배달
- 주문 및 배달 형태: 카드 결제, 현금 결제 비중
- 결제 방식: 즉시 결제, 외상 거래
- 결제 시기
- 유통업체 선정 시 주요 고려사항: 지인소개, 홍보광고, 거래처, 영업사원, 이전 직장에서 사용, 인터넷, 기타
- 구매 결정권자: 대표자, 매니저, 셰프, 기타
- 식자재 구매처 및 가격 정보 출처
- 농축수산물 구매시 가장 중요하게 보는 부분: 가격, 품질, 신선도, 산지, 재료의 특이성, 기타
- 구매 결정 요인

H. 시장 전망

- 식자재 수급 시 애로사항
- 프리미엄 레스토랑 시장의 문제점
- 향후 프리미엄 레스토랑 시장이 더욱 커질 것인가?

- 프리미엄 레스토랑 시장의 전망
- 국내 프리미엄 레스토랑의 수준 비교
- 프리미엄 레스토랑 수준 제고를 위한 개선안
- 유망 업종
- 시장 발전을 위한 지원책
- 프리미엄 레스토랑 트렌드: 트렌드가 어떻게 변화할 것인지 자유 기술

3) 표본의 구성

본 조사의 표본은 블루리본서베이에서 보유하고 있는 전국 대상 3만 개의 db를 중심으로 구성됨. 블루리본서베이는 2005년부터 발간된 레스토랑 가이드북으로, 프리미엄 레스토랑을 중심으로 평가하고 있음. 전체 외식업체 65만 개 중 프랜차이즈점이나 체인점을 제외하고 프리미엄 레스토랑 부류에 넣을 수 있는 사업체는 대부분 포함하고 있는 db임.

업종을 나누는 세부 기준 역시 블루리본서베이의 분류 체계를 따름. 표준산업분류에 따르면 일 반음식점 중 한식 음식점업, 중국 음식점업, 일식 음식점업, 서양 음식점업, 기타 외국식 음식점업으로 분류되나, 프리미엄 외식 시장에서는 좀 더 세분화시켜 부류화시킬 필요가 있음.

본 조사에서 사용된 업종은 전통한식, 모던한식, 중식, 일식, 프랑스식, 이탈리아식, 기타로 분류됨.

4) 조사 방법

서울 105곳을 포함한 전국 163곳에 설문지를 전달하여 목표 표본 수 100개가 될 때까지 진행함. 비알미디어(주) 직원들이 외식업체에 방문하여 조사하는 것을 원칙으로 하며 부득이한 사정 이 있을 경우 유선으로 개요를 설명한 후 이메일로 설문지를 보내는 조사를 병행함.

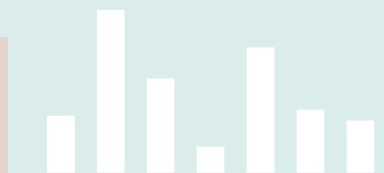
A. 방문 조사

처음 방문 시 조사 내용의 취지를 설명하고 설문지를 전달한 후 1주일 후에 재방문하여 설문지를 수거하는 형태로 진행함. 간혹 상호 및 응답자 신분 노출을 꺼리는 사업체를 위하여 따로 준비된 봉투를 함께 전달하여 익명 우편 접수도 병행함.

B. 전화 조사

직접 방문하지 않아도 전화나 메시지로 설문의 취지를 전달할 수 있는 곳들은 메신저 및 이메일을 통해 설문지를 보내고, 이메일이나 우편으로 응답을 받음. 직접 방문하지 않은 곳은 16곳으로, 전체의 10%에 해당됨.

3장. 국내 프리미엄 외식 시장 조사



1. 국내 외식시장 규모

한국표준산업분류상 음식점 및 주점업에 해당하는 국내 일반 외식 산업 규모는 사업체수 기준으로 2015년 약 65만 개이며, 조사 기간으로 잡은 2011년부터 꾸준한 증가세에 있음.(표 3-1)

〈표 3-1〉 2011~2015 국내 음식점업 외식시장 규모 추이 (단위: 십억 원)

산업별	2011		2012		2013		2014		2015	
	업체수	매출액	업체수	매출액	업체수	매출액	업체수	매출액	업체수	매출액
음식점 및 주점업	607,180	73,507	624,831	77,285	635,740	79,550	650,890	83,820	657,086	108,013
음식점업	439,794	59,637	451,338	63,119	459,252	65,033	467,229	68,402	473,614	89,804
일반 음식점업	327,093	42,373	334,917	44,164	339,988	45,085	343,415	46,299	348,071	62,756
한식 음식점업	289,218	33,892	295,348	35,178	299,477	35,732	301,939	36,555	304,005	51,073
중식 음식점업	21,458	3,009	21,680	3,011	21,503	3,058	21,550	3,149	22,041	3,981
일식 음식점업	6,707	1,973	7,211	2,170	7,466	2,274	7,740	2,362	8,657	2,801
서양식 음식점업	8,533	3,209	9,175	3,447	9,954	3,634	10,397	3,779	11,204	4,321
기타 외국식 음식점업	1,177	291	1,503	358	1,588	387	1,789	455	2,164	580
기관구내 식당업	5,578	3,697	6,955	4,700	7,830	4,901	9,709	5,583	11,252	7,714
출장 및 이동 음식점업	459	110	496	127	511	131	560	140	593	162
기타 음식점업	106,664	13,457	108,970	14,129	110,923	14,916	113,545	16,380	113,698	19,172
제과점업	14,632	3,785	14,799	3,970	15,313	4,238	16,496	4,682	17,195	5,610
피자 햄버거 샌드위치 및 유사	13,678	3,273	13,711	3,424	13,938	3,599	14,630	3,903	15,073	4,727
치킨 전문점	29,095	2,395	31,139	2,659	31,469	2,827	31,529	3,151	32,600	3,776
분식 및 김밥 전문점	44,912	2,870	45,070	3,007	45,928	3,144	46,221	3,463	43,719	3,692
그외 기타 음식점업	4,347	1,134	4,251	1,069	4,275	1,107	4,669	1,182	5,111	1,366
주점 및 비알콜음료점업	167,386	13,870	173,493	14,166	176,488	14,517	183,661	15,418	183,472	18,210

2. 국내 프리미엄 레스토랑 외식시장 규모

1) 국내 프리미엄 외식 시장의 역사

2005년부터 매년 발간되고 있는 레스토랑 가이드 <블루리본서베이>의 데이터베이스에 의하면 2006년 12월 말 현재, 국내 프리미엄 레스토랑의 수는 183개였음. 이후 10년간 새로 오픈한 프리미엄 레스토랑의 수는 매년 평균 22.8곳이며, 폐점한 곳의 수는 매년 평균 11.6곳임. 2016년 12월 말 현재는 385곳임.

국내 프리미엄 외식 시장의 발전 현황에 대해 <블루리본서베이: 서울의 맛집 2015년판>에서 정리한 내용을 인용하면 다음과 같음.

한국의 프리미엄 외식은 서울을 중심으로 발전하였으며 지금도 서울의 압도적인 점유율을 보이고 있음. 한국의 외식업의 역사는 100여 년으로 보고 있으며 1914년 국내 최초의 프렌치 레스토랑 팜코트가 조선폰텔에 생긴 것이 최초의 프리미엄 레스토랑이라 할 수 있음. 이후에도 특급 호텔 위주로 양식당이 생기면서 간헐적으로 프리미엄 외식 문화를 선보임. 1980년대에 오픈한 신라호텔의 라 컨티넨탈(프랑스식)과 힐튼호텔의 시즌즈(프랑스식), 일폰테(이탈리아식)가 대표적인 프리미엄 레스토랑임. 그러나 본격적인 프리미엄 외식 문화가 시작된 것은 2000년대 이후로 볼 수 있음.

2000년대 중반, 국민소득 2만 불 달성과 주 5일제 근무 등으로 경제적, 시간적인 여유가 생김으로써 미식에 대한 관심이 고조됨. 인터넷을 통한 정보 공유로 맛집과 프리미엄 외식에 대한 이해도가 높아짐. 2000년대 후반부터 해외에서 수련한 젊은 요리사들이 오너 셰프가 되어 레스토랑을 오픈하기 시작하면서 프리미엄 외식의 중심이 호텔에서 로드숍으로 옮겨가게 됨.

처음 프리미엄 외식 문화는 프랑스식 레스토랑과 이탈리아식 레스토랑으로 시작되었지만, 2010년대 이후 정식당, 명글스, 권숙수 등 모던한식을 테마로 하는 한식 레스토랑들이 두각을 나타내면서 프리미엄 외식 문화를 선도하고 있음. <블루리본서베이>에 의하면 모던한식이란 서양의 조리 테크닉과 주방 시스템을 기반으로 하면서 한식 식재료를 사용하여 한식의 맛과 풍미를 구현한 음식 장르로 정의내리고 있음.

전체적인 비율로는 아직 프랑스식 레스토랑이 강세지만, 젊은 요리사들이 모던한식에 많은 관심을 갖고 있는 것을 보아 앞으로는 모던한식이 국내 프리미엄 외식 문화를 주도할 것으로 보임. 이는 프리미엄 레스토랑 매출의 큰 부분을 외국인 관광객이 차지하는 추세와도 맞물려 있으며, 외국인 관광객은 국내에서 프랑스식 레스토랑보다는 모던한식 레스토랑을 선호하는 경향이 있음.

1990년대 초반까지만 해도 호텔이 아니더라도 고급 중식을 즐길 수 있는 중식 레스토랑이 많이 있었으나 이후에 점점 줄어들어 2000년대 이후에는 호텔 중식 레스토랑을 위주로 프리미엄 외식이 이뤄지고 있음. 이는 한국인의 입맛이 서구화되고 있는 것과도 관련이 있는 것으로 추정됨.

일식은 변함없이 오랫동안 한국인에게 고급 레스토랑이라는 이미지를 주고 있음. 다만 2000년대 이후는 정통 일식 코스를 내는 곳보다는 고급 스시집 위주로 발전하게 됨. 이번 조사에서는 스시집이 제외됨으로써 조사 대상이 될 일식 프리미엄 레스토랑의 수가 상대적으로 적어짐.

2010년 전후로 스마트폰과 SNS가 활성화되며 젊은 층 사이에 SNS를 통해 경쟁적으로 새로운 경험을 공유하고 추구하는 성향이 높아짐. 또한 2015년 이후 방송을 통해 레스토랑의 주방을 책임지는 ‘셰프’들에 대한 주목도가 높아지고, 각종 예능 프로그램, 드라마, 창작물 등 다양한 매체가 이를 소비함. 셰프라는 직업군에 대한 관심이 높아지면서 프리미엄 외식에 대한 대중의 이해도도 높아지고 하나의 문화 현상으로 간주하게 됨.

2) 국내 프리미엄 레스토랑 분포

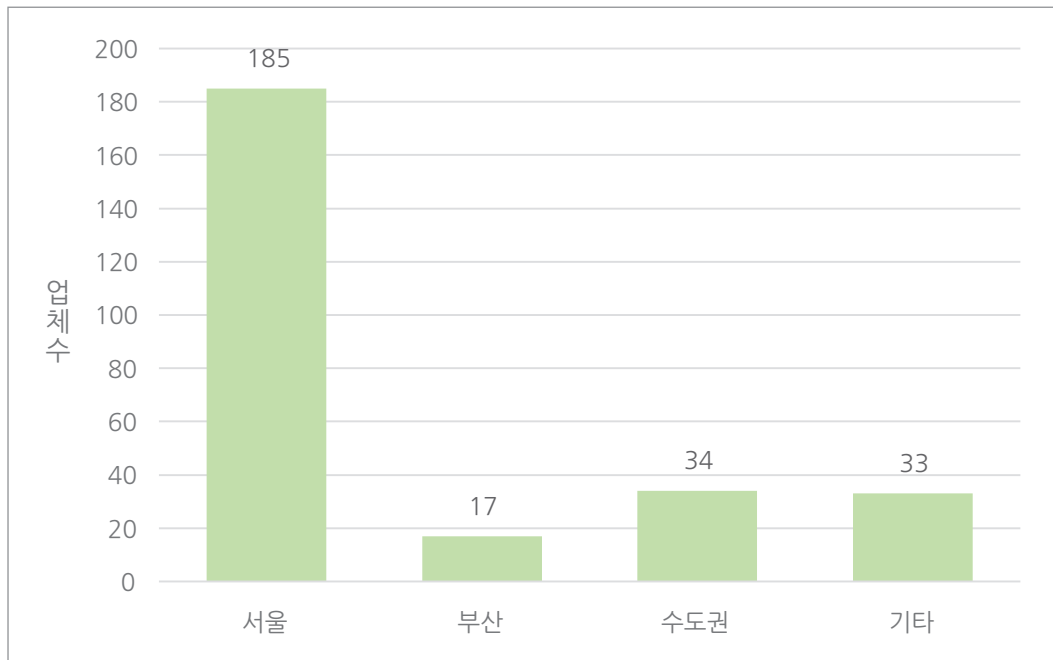
프리미엄 레스토랑은 2006년 12월 말 183개에서 매년 10곳 이상씩 증가함. 이번 조사를 위하여 추출한 프리미엄 레스토랑 조사 대상은 2017년 9월 30일 현재 영업 중인 269개 사업체가 해당됨. (블루리본서베이 보유 DB 기준)

지역별 분포를 보면 압도적으로 서울에 집중되어 있는데 269곳 중 68% 이상에 해당되는 185곳이 서울에 있음.(그림 3-1) 그중에서도 반에 해당되는 89곳이 강남구 및 서초구에 있어 한국의 프리미엄 외식은 서울 강남이 중심지라 할 수 있음.(그림 3-2)

전국적으로 보면 서울 다음으로 수도권에 프리미엄 레스토랑이 많이 분포되어 있으며, 그 외의 지역은 부산을 제외하고는 언급하기 어려운 상황임. 권역별로 보면 경상권이 그나마 소수 분포를 보이고 있으나 전라권, 충청권, 강원권은 미미한 편임.

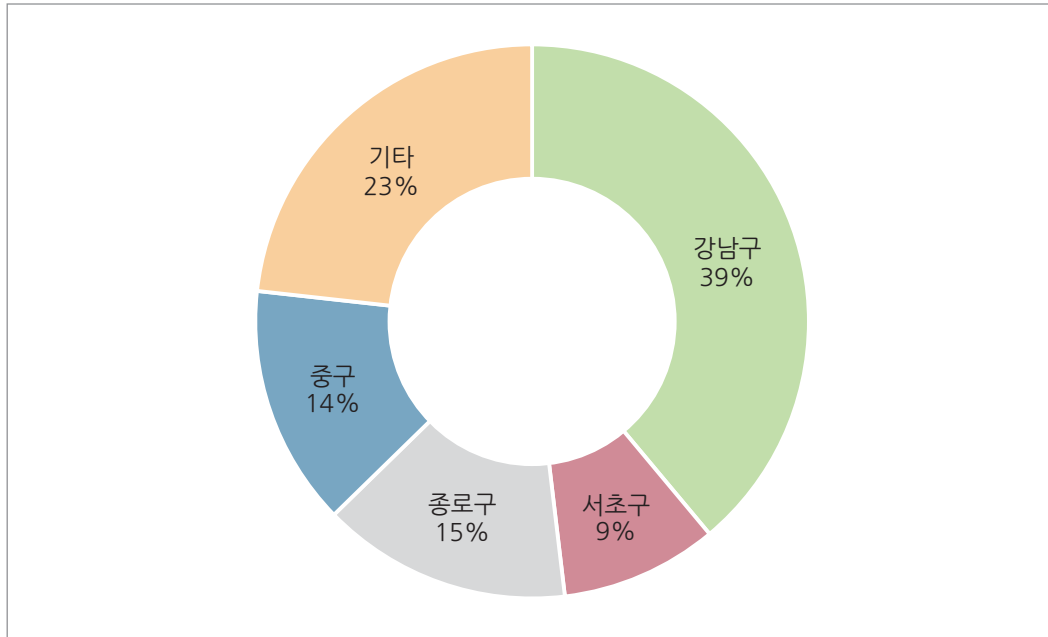
이번 조사에서는 지역을 크게 서울, 부산, 수도권, 그리고 그 외의 지역은 기타로 묶어서 조사하였으며, 서울은 의미 있는 결과가 나오는 경우에 한해서 강남 지역(강남구 및 서초구)을 따로 묶어서 분석하였음.

〈그림 3-1〉 국내 프리미엄 레스토랑의 전국 지역별 분포



(자료 출처: 블루리본서베이 보유 DB, n=269)

<그림 3-2> 국내 프리미엄 레스토랑의 서울 지역별 분포



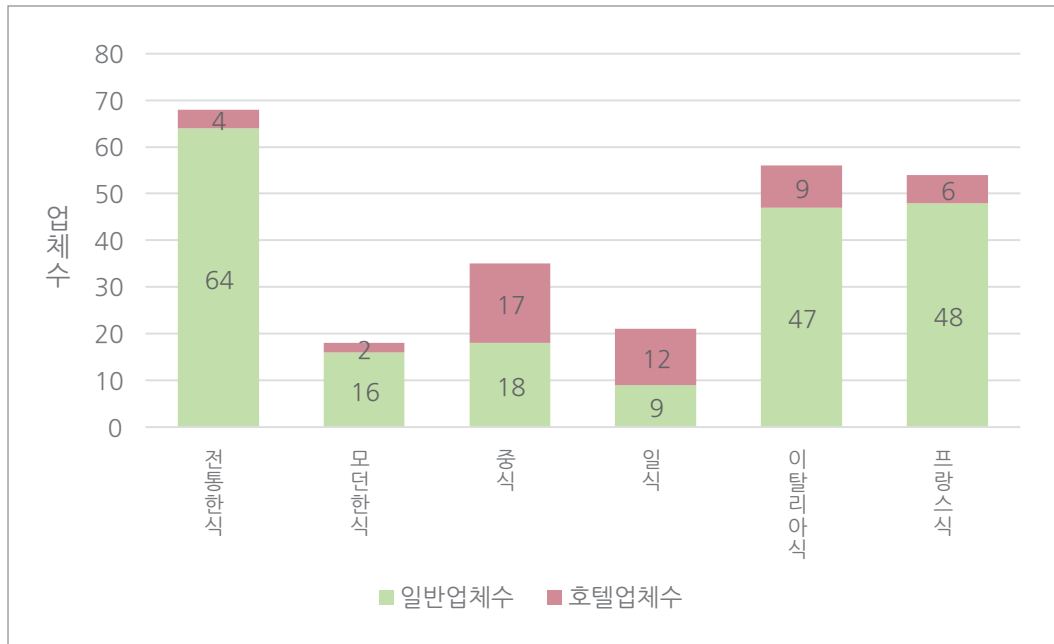
(자료 출처: 블루리본서베이 보유 DB, n=269)

업종별 분포를 보면 전통한식이 68곳으로 25.3%를 차지하고 있으며 모던한식과 합하면 한식이 전체의 32%로, 한식이 프리미엄 외식 업종에서는 우위를 차지하고 있는 것으로 보임.(그림 3-3)

그 다음으로 많은 업종이 프랑스식과 이탈리아식으로 각각 20.1%와 20.8%의 분포를 보이고 있음. 이 중 프랑스식은 대부분의 레스토랑이 프리미엄 레스토랑에 속하며 이탈리아식은 파스타와 피자를 주로 파는 대중적인 레스토랑이 많지만, 프리미엄 레스토랑의 숫자는 프랑스식을 넘지 못함.

한국인들이 좋아하는 일식과 중식은 의외로 프리미엄 외식 시장에서는 큰 비중을 차지하지 못함. 일식의 경우는 고급 일식집이 스시 전문점에 집중되는 경향이 있는데, 이번 조사에서 스시 같은 단일 품목 레스토랑은 기준에서 제외했던 데에 원인이 있는 것으로 보임. 일식은 기타 범주에 넣어서 분석함.

〈그림 3-3〉 국내 프리미엄 레스토랑의 업종별 분포



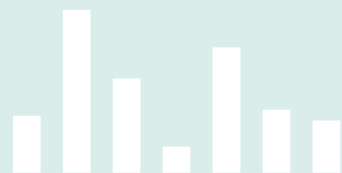
(자료 출처: 블루리본서베이 보유 DB, n=269)

중식은 전체 35개 중 17곳이 호텔에 속한 레스토랑으로, 전국적인 중식당의 규모에 비해 고급 중식당, 혹은 프리미엄 중식 레스토랑의 수는 비율이 극히 적음을 알 수 있음.

일반적으로 프리미엄 외식의 시스템이 프랑스식에서 왔기 때문에 국내 프리미엄 외식 시장에서 프랑스식이나 이탈리아식 등 서양 레스토랑이 비교적 유리한 시장을 점유하고 있는 것으로 보임. 이는 최근 젊은 요리사들이 해외, 특히 유럽이나 미국 쪽에서 경력을 쌓고 돌아와서 오픈 셰프 레스토랑을 많이 열고 있는 추세와도 관련이 있어 보임.

일반 레스토랑의 수로 보았을 때 이탈리아식 레스토랑이 프랑스식보다 훨씬 많은 숫자지만, 프리미엄 레스토랑의 수는 이탈리아식과 프랑스식이 거의 비슷한 분포를 보임. 이는 프랑스식 레스토랑은 대부분 프리미엄 외식 범주에 들어간다는 것을 의미함. 블루리본서베이 DB에 따르면 전국의 이탈리아식 레스토랑 : 프랑스식 레스토랑의 비율은 약 5.4 : 1로 이탈리아식이 프랑스식보다 약 5배의 규모임.

4장. 프리미엄 외식업체 경영현황 및 식재료 구매현황



1. 국내 프리미엄 외식 시장 개요

국내 프리미엄 외식 시장 조사는 지역별로 안배해서 전국 163곳에 설문지 배포하였으며 그중 설문에 응답한 100곳 레스토랑을 중심으로 이루어짐. 답변을 거부한 63개 사업체 중 반(30개 사업체) 정도가 전통 한식 레스토랑으로, 식재료 사용 등에 관한 설문 내용에 부담을 느끼거나 전통 한식 레스토랑이 경영상 어려운 점에 있는 사회 분위기와 관계 있는 것으로 추정됨.

조사에 앞서 유사한 용어 사용의 혼란을 피하기 위해 각종 용어를 조사의 목적에 맞게 정의함. 식당 또는 레스토랑이라는 용어는 레스토랑으로 통일함. 주방장, 조리장, 셰프 등의 용어는 셰프로 통일함. 식자재, 식재료로 혼용되어 부르는 것은 식재료로 통일함. 식자재는 식재료 외에 주방에서 사용되는 모든 도구를 포함하기도 하기 때문에 음식을 만드는 데 쓰는 재료의 총칭인 식재료로 용어를 통일함.

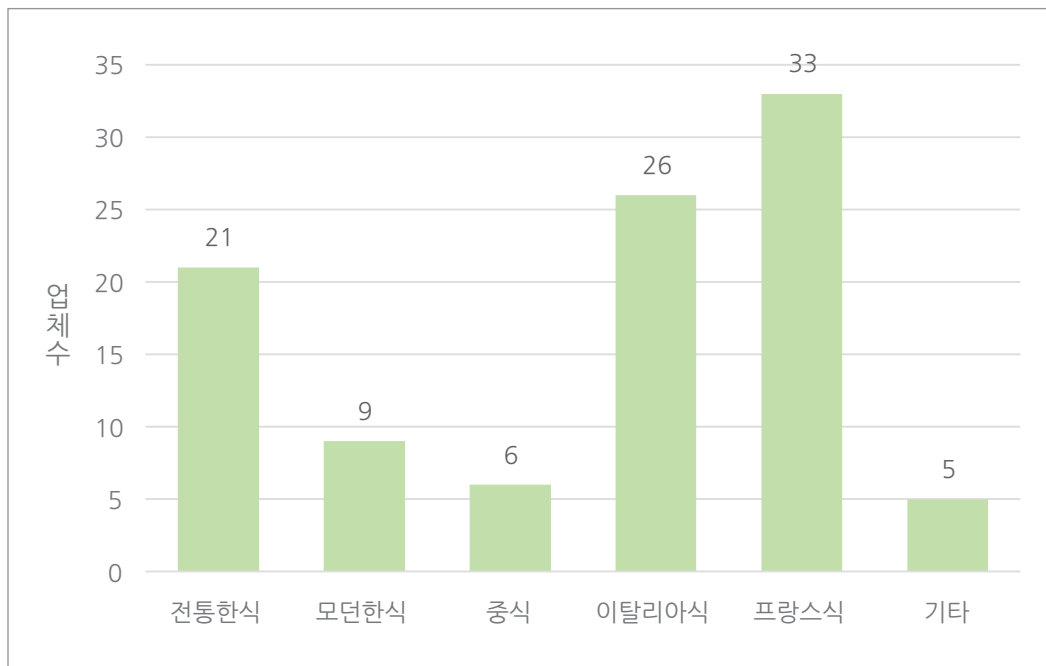
1) 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 업종별 분포

조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 업종별 분포를 조사함.(그림 4-1) 한식은 ‘전통 한식’과 ‘모던 한식’으로 별도 분류하여 전통적인 한정식과 최신 트렌드를 반영한 뉴코리안, 퓨전 한식, 모던 한식 등의 범주를 모두 포함할 수 있도록 함. 여기서 모던 한식이란 서양의 조리 테크닉과 주방 시스템을 기반으로 하면서 한식 식재료를 사용하여 한식의 맛과 풍미를 구현한 음식 장르를 말함.

가장 높은 비율을 차지한 업종은 프랑스식으로, 전체 100개 사업체 중 33곳이 이에 해당됨. 두 번째로 많은 비율을 차지한 업종은 이탈리아식으로, 26개 사업체가 해당됨. 한식은 전통 한식과 모던 한식을 합쳐 모두 30개 사업체에 이르나, 이중 전통 한식은 21곳, 모던 한식을 선보이는 곳은 9곳임. 일식, 스페인식과 퓨전 요리를 선보이는 곳은 기타로 분류하여 총 5곳임.

국내 프리미엄 외식 시장의 업종별 분포는 한식을 제외하고는 프랑스식과 이탈리아식이 가장 많은 비율을 차지함. 중식과 일식은 실제로도 프리미엄 외식범주에 들어가는 레스토랑 수가 적고 설문 응답에도 적극적이지 않아 이번 조사에서 많은 비중을 차지하지 못함. 일식은 응답 수가 적어서 기타에 포함하여 분석함.

〈그림 4-1〉 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 업종별 분포



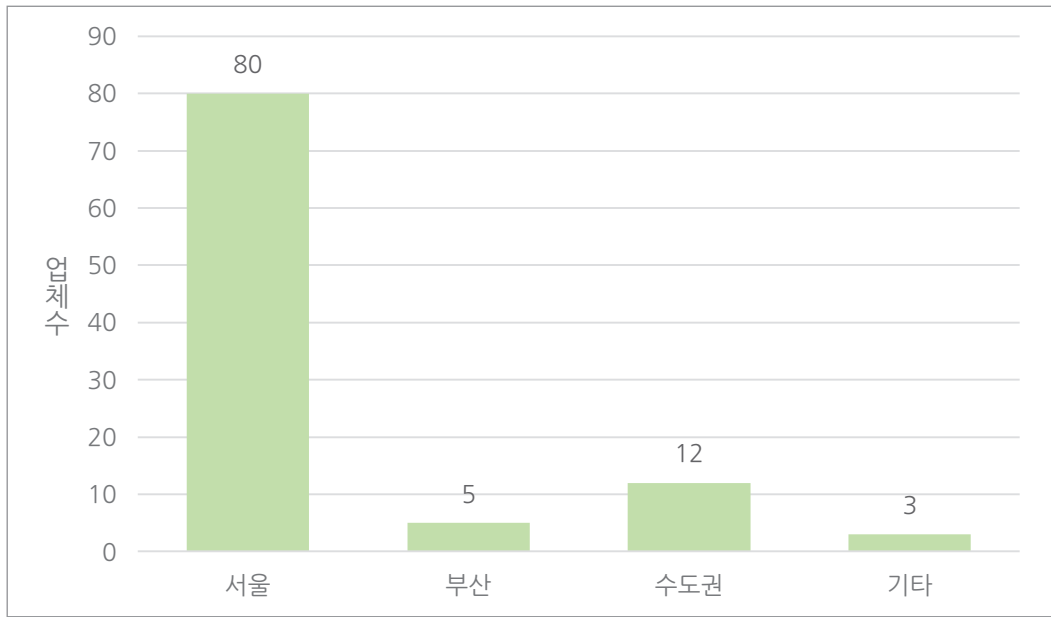
(n = 100)

2) 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 지역별 분포

전체 100개 사업체 중 서울에 80곳, 경기도에 11곳, 부산에 5곳이 자리하고 있으며 그밖에 인천, 대구, 전북, 경북 지역에 적은 수가 존재함. 전국적인 분포에서는 서울이 압도적인 우위를 차지하고 있음을 알 수 있음.

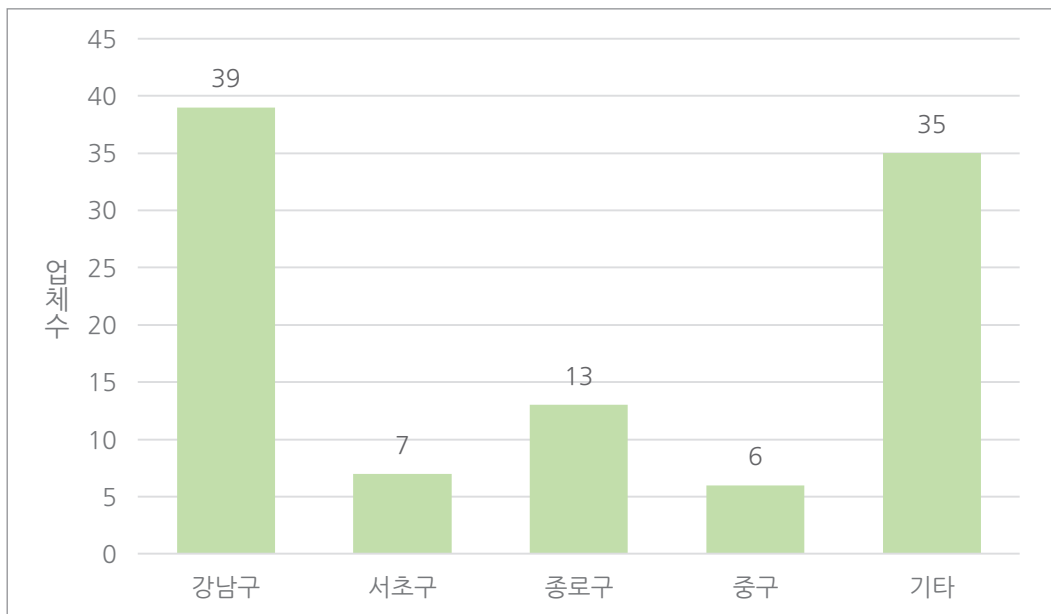
또한 서울 내에서는 단독 행정구로는 강남구에 39개 사업체가 있어 프리미엄 레스토랑이 가장 많이 모여있는 곳임을 알 수 있음. 인근 서초구를 포함할 경우 서울 80개 사업체 중 46개 사업체가 있어 서울의 과반 이상을 차지함. 그 밖의 지역으로는 종로구 및 중구 일대에 19곳, 용산구에 9곳이 있어 이들 지역이 비교적 프리미엄 레스토랑이 많은 지역임.

<그림 4-2> 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 전국 지역별 분포



(n = 100)

<그림 4-3> 조사에 사용된 프리미엄 레스토랑의 서울 지역별 분포



(n = 100)

2. 경영 현황

1) 영업 정보

A. 영업 기간

조사 대상 프리미엄 레스토랑 100곳의 평균 영업년수는 9.9년으로 집계됨. 개업연도별로 보았을 때 전통 한식은 가장 오래된 곳이 1971년과 1984년에 오픈한 곳이고 1990년부터 매년 평균 한 곳 이상씩 꾸준히 오픈함. 2015년 이후 전통 한식의 오픈은 없으며 모던 한식이 2010년 이후 전통 한식 자리를 대체하고 있음. 이탈리아식도 매년 평균 2곳씩 오픈하고 있으나 프랑스

〈표 4-1〉 프리미엄 레스토랑의 개업연도별 분포

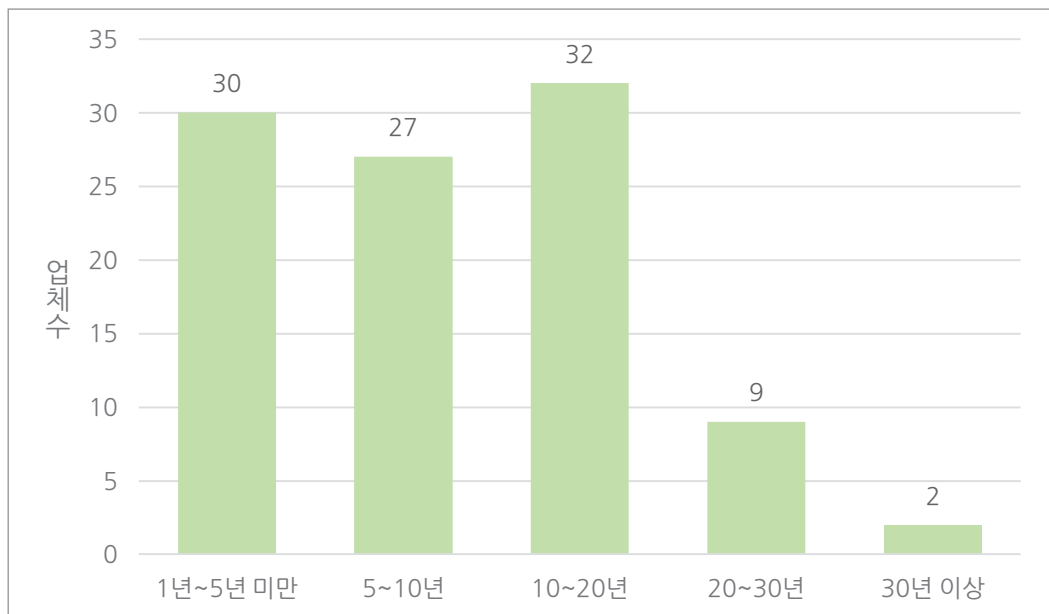
	전통한식	모던한식	이탈리아식	프랑스식	중식	기타	전체(개)
1971	1						1
1984	1						1
1990			1				1
1991	1						1
1992						1	1
1993	1						1
1994	2						2
1996	1		1				2
1997	1						1
1998	1					1	2
1999	3			2			5
2000	1			1			2
2001			1				1
2002	1			1			2
2003	2		3				5
2004			1	1			2
2005	1				1	1	3
2006			2	2			4
2007		1	2	1	2		6
2008	1	1	1	2	1		6
2009		1		2		1	4
2010	1		2	1			4
2011	1			3			4
2012		1	2	5	1		9
2013			1	6			7
2014	1	2	1	2		1	7
2015		1	4	3	1		9
2016		2	3	2			7
계	21	9	25	34	6	5	100

식은 좀 더 활발하여, 2010년 이후 오픈한 곳이 17곳에 달함. 중식은 2000년대 후반 이후부터 조금씩 오픈하기 시작함. 블루리본서베이의 자료에 의하면 1990년대 후반 이후 고급 중식 레스토랑의 폐점이 잇따르면서 2000년대 초반까지 신규 오픈이 없었음.(표 4-1)

영업기간별 분포로는 10년 이상~20년 미만 기간 동안 영업한 사업체가 32곳으로 가장 많으며, 1년 이상~5년 미만 기간 동안 영업한 사업체가 30곳으로 그 뒤를 차지함. 평균값이 속한 구간인 5년 이상~10년 미만 기간 동안 영업을 지속한 사업체는 27곳임.(그림 4-4)

이를 다시 업종별로 분류하면 20년 이상 구간에서 가장 높은 비율을 차지하는 곳은 전통 한식 레스토랑이며, 특히 30년 이상 영업한 사업체 2곳은 모두 전통 한식 레스토랑임. 20년 이상~30년 미만 구간에서 처음 등장한 이탈리아식 레스토랑은 10년 이상~20년 미만 영업 구간에서 가장 높은 비율을 차지함. 1년 이상~10년 미만 구간에서 가장 높은 비율을 차지하는 곳은 프랑스식이며, 각각 13곳이 해당 영업년수 구간에 분포하고 있음.(표 4-2, 그림 4-5)

〈그림 4-4〉 프리미엄 레스토랑의 영업 기간 분포



(n = 100)

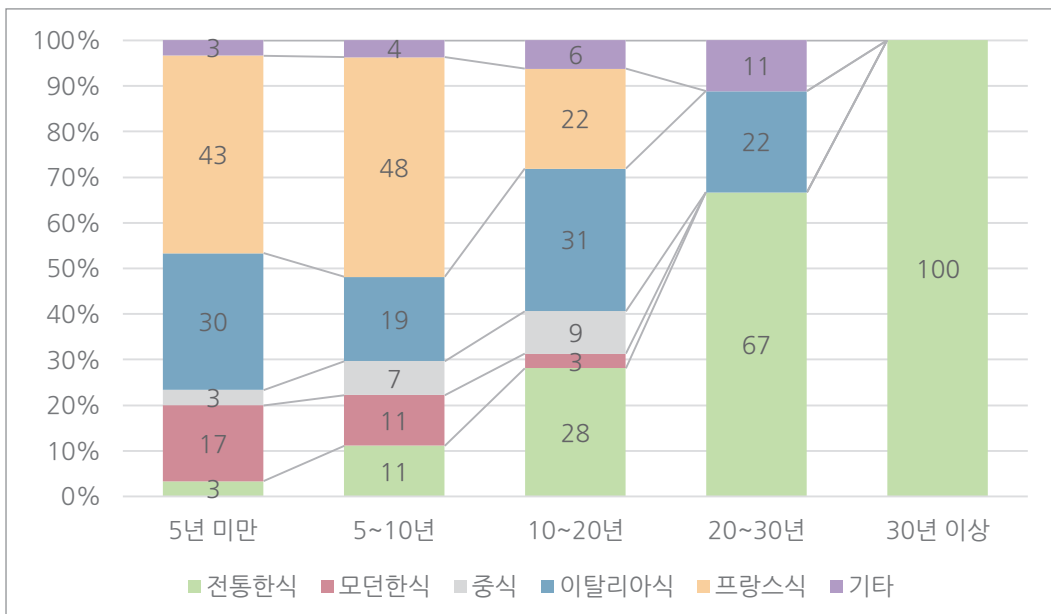
이를 종합하였을 때 기존에는 전통 한식 프리미엄 레스토랑이 우세하다가 점차 이탈리아식 프리미엄 레스토랑이 자리를 잡았으며, 근소한 차이로 프랑스식 레스토랑이 그 뒤를 이은 것으로 볼 수 있음. 전통 한식 프리미엄 레스토랑의 개업은 점차 줄어들고 있는 추세이며, 모던 한식 레스토랑이 늘어나는 추세를 볼 수 있음.

〈표 4-2〉 프리미엄 레스토랑의 업종별 영업 기간 분포

	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체(개)
5년 미만	1	5	1	9	13	1	30
5년~10년	3	3	2	5	13	1	27
10~20년	9	1	3	10	7	2	32
20~30년	6			2		1	9
30년 이상	2						2
계	21	9	6	26	33	5	100

(n = 100)

〈그림 4-5〉 프리미엄 레스토랑의 업종별 영업 기간 분포



(n = 100)

B. 규모

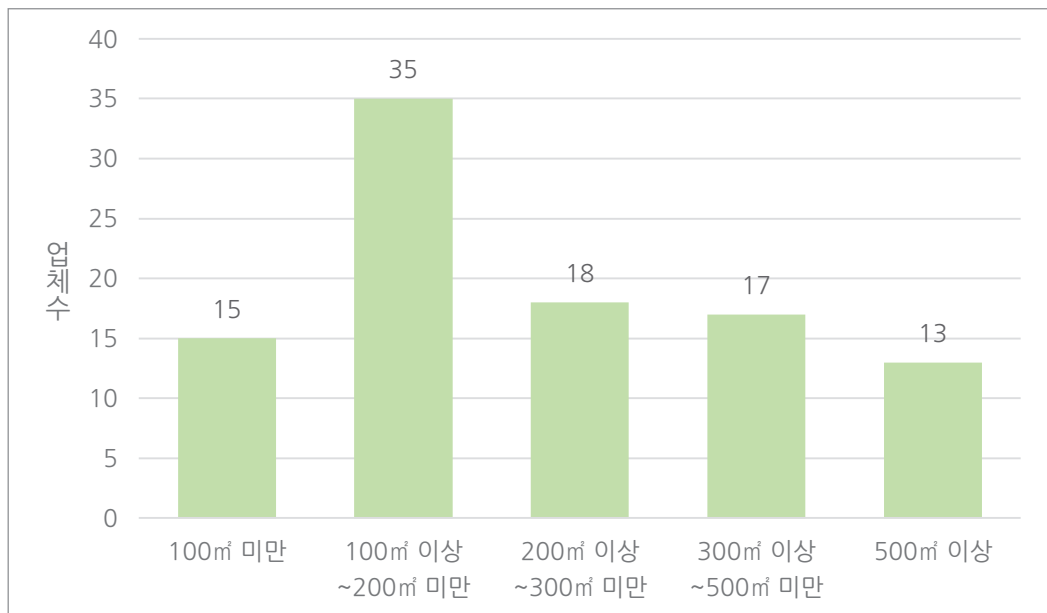
프리미엄 레스토랑 면적 규모 평균은 320.6㎡인 것으로 집계됨. 주방 평균 규모는 57㎡로 전체 면적의 17.8% 수준임. 좌석 규모는 평균 69.6석 수준으로, 약 70석임.

① 면적

전체 100개 사업체 중 응답한 98개 사업체의 평균 면적은 320.6㎡임. 구간별로 보았을 때는 100㎡ 이상 ~200㎡ 미만 구간이 35곳으로 가장 많은 비율을 차지하였으며, 나머지 구간대에서는 비슷한 분포를 보임.(그림 4-6)

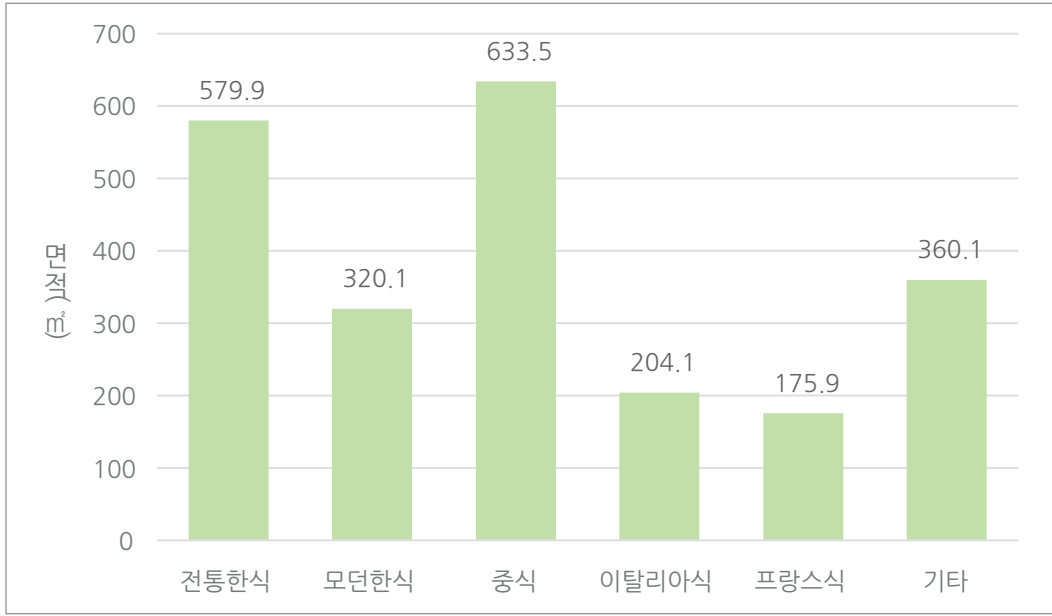
업종별 전체 면적 평균을 보면, 가장 넓은 곳은 중식으로, 평균 면적이 633.5㎡이고 그 다음이 전통 한식 579.9㎡이며 가장 적은 면적이 프랑스식으로 175.9㎡임. 모던 한식은 320.1㎡로 중간값이고, 이탈리아식과 프랑스식이 각각 204.1㎡와 175.9㎡로 소규모 운영하고 있음.(그림 4-7)

<그림 4-6> 프리미엄 레스토랑의 전체 면적 분포



(n = 98)

〈그림 4-7〉 프리미엄 레스토랑 업종별 전체 면적 평균



(n = 98)

업종별 구간 분포를 보면 100㎡ 미만인 사업체 중 가장 많은 비율을 차지하는 곳은 프랑스식과 이탈리아식이며, 100㎡ 이상~200㎡ 미만인 사업체 역시 프랑스식과 이탈리아식이 가장 높은 비율을 차지함. 프랑스식 레스토랑은 대체로 200㎡ 미만 구간대에 자리하고 있음. 반면 전통 한식과 중식은 300㎡ 이상 구간에서 가장 높은 비율을 차지함.(표 4-3)

〈표 4-3〉 프리미엄 레스토랑 업종별 전체 면적 분포

	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체(개)
100㎡ 미만	2			6	6	1	15
100~200㎡	4	4		8	18	1	35
200~300㎡	2	2		8	5	1	18
300~500㎡	7	2	3	3	1	1	17
500㎡ 이상	6	1	3	1	1	1	13
계	21	9	6	26	31	5	98

(n = 98)

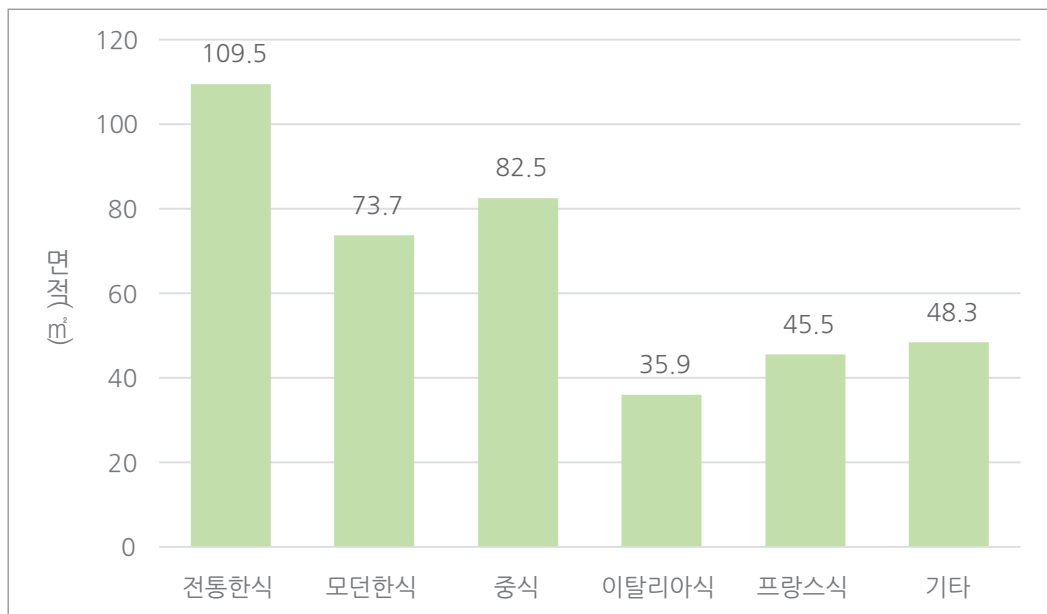
이를 종합해 보았을 때, 프랑스식과 이탈리아식 레스토랑은 비교적 소규모 면적으로 운영하며, 전통 한식 레스토랑과 중식 레스토랑은 대규모 면적으로 운영하는 것을 알 수 있음. 특히 중식은 300㎡ 미만의 사업체가 한 곳도 없음. 프랑스식과 이탈리아식 레스토랑은 젊은 오너셰프가 주방을 책임지면서 운영하는 경우가 많아 규모가 크지 않은 것으로 분석되며 상대적으로 전통 한식 레스토랑은 사업가가 운영하기 때문에 대규모 운영이 가능한 것으로 보임. 중식 역시 마찬가지임.

② 주방

전체 100개 사업체 중 응답한 80개 사업체의 주방 면적 규모 평균은 57㎡인 것으로 집계되어, 평균적으로 전체 면적의 17.8% 수준임.

업종별 주방 면적 평균은 전통 한식이 109.5㎡로 가장 높으며 중식, 모던 한식, 기타, 프랑스식, 이탈리아식 순임.(그림 4-8)

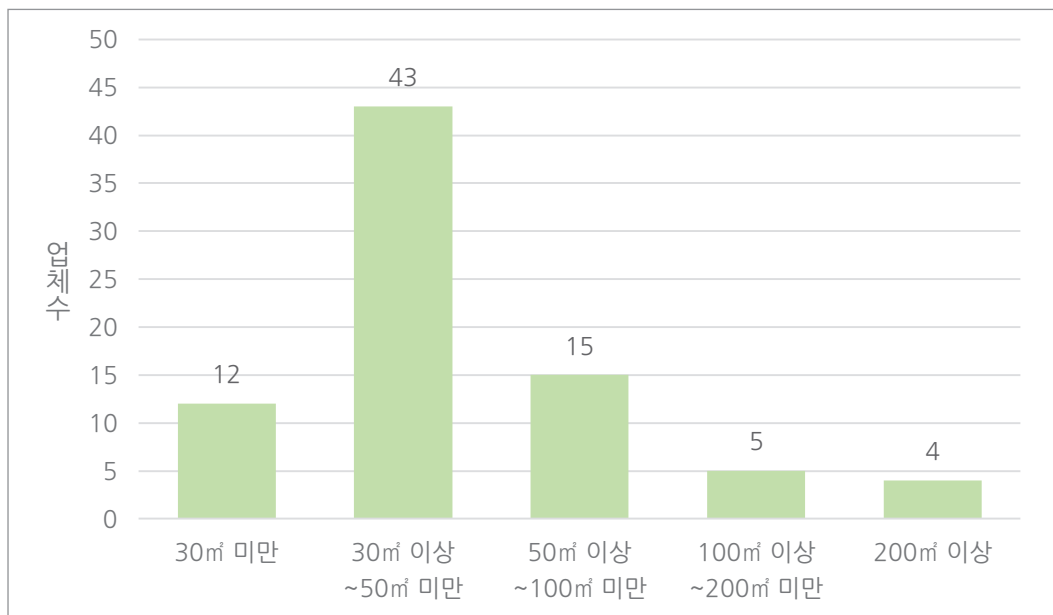
〈그림 4-8〉 프리미엄 레스토랑 업종별 주방 면적 평균



(n = 80)

업종별로 주방 면적 구간을 보면 30㎡ 미만의 소규모 주방의 경우 프랑스식이 50%를 차지함. 30㎡ 이상~50㎡미만 구간의 경우 전체 80개 사업체 중 43곳이 해당되는 구간으로, 가장 빈도수가 높으며, 해당 구간에서 이탈리아식, 프랑스식 레스토랑이 각각 39.5%를 보여 높은 비율을 차지함. 100㎡ 이상 범위에서는 전통 한식 레스토랑이 가장 높은 비율을 차지함. 이는 전통 한식 레스토랑의 전체 면적이 상대적으로 넓은 것과도 관련이 있는 것으로 보임.(그림 4-9, 표 4-4)

〈그림 4-9〉 프리미엄 레스토랑 주방 면적 분포



(n = 80)

〈표 4-4〉 프리미엄 레스토랑 업종별 주방 면적 분포

	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체(개)
30㎡ 미만	1		1	3	6	1	12
30~50㎡	1	6	1	17	17	1	43
50~100㎡	4	2	1	1	6	1	15
100~200㎡	3				2		5
200㎡ 이상	2	1	1				4

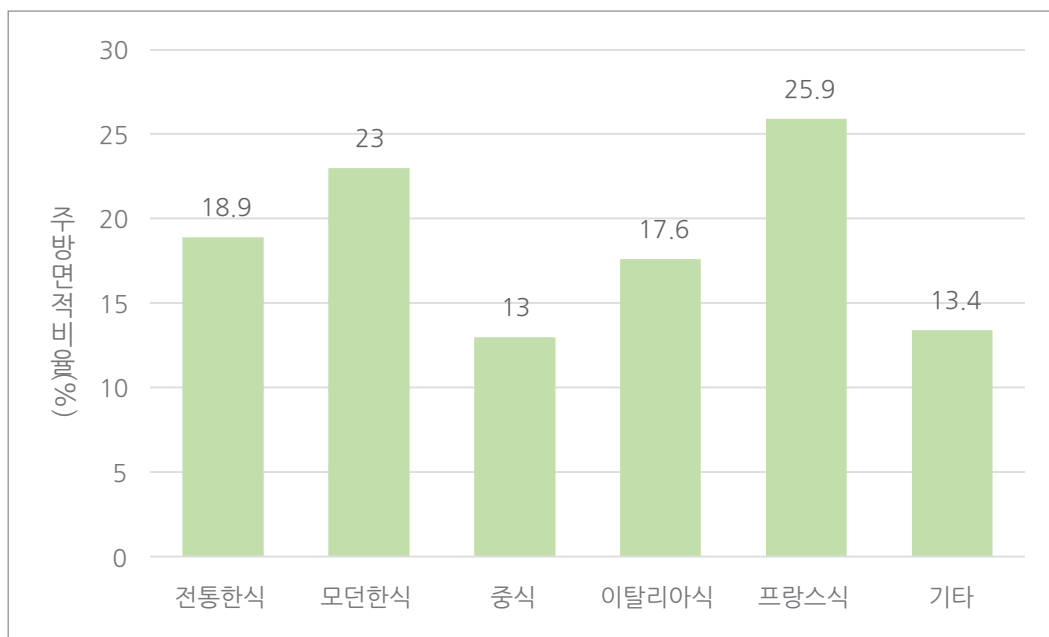
(n = 80)

그러나 이를 전체 면적 대비 주방 면적 비율로 환산해서 보면, 주방 비율이 가장 높은 곳은 프랑스식으로 25.9%임. 그 다음이 모던 한식, 전통 한식, 이탈리아식, 중식, 기타의 순임.(그림 4-10)

업종별로 주방 비율이 다른 것은 조리 스타일의 차이에서 오는 것으로 보임. 일반적으로 프랑스식 주방은 코스별로 스테이션이 나누어져 있음. 즉 콜드 애피타이저, 핫 애피타이저, 생선, 고기, 디저트 등의 작업이 각기 다른 스테이션에서 이루어지기 때문에 상대적으로 넓은 주방이 필요함. 프랑스식 조리 방식에서 영향 받은 모던 한식도 비슷한 이유에서 주방 면적을 많이 사용하는 것으로 보임.

중식 주방은 13.0%로, 가장 낮은 비율이면서 프랑스식의 반 정도 되는 주방 비율을 보임. 이는 조사 대상인 중식 레스토랑이 모두 면적 300㎡ 이상, 평균 주방 면적이 82.5㎡(프랑스식 평균 주방 면적의 2배)임을 감안하더라도 주방 면적이 상당히 작음을 알 수 있음. 이 역시 조리 스타일과 관련된 것으로, 중식은 한 번에 대량 인원의 조리가 가능하기 때문에 상대적으로 작은 주

〈그림 4-10〉 프리미엄 레스토랑 업종별 주방 면적 비율



(n = 80)

방 면적이 필요한 것으로 보임.(그림 4-9)

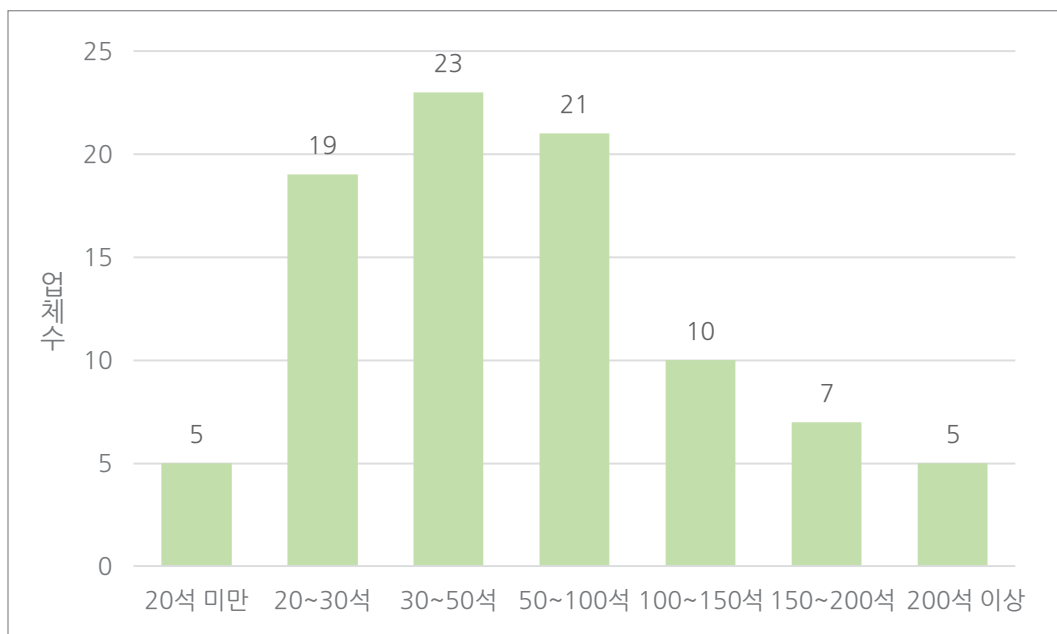
③ 좌석 수

무응답 10곳을 제외한 90개 사업체의 좌석 수를 집계했을 때, 프리미엄 레스토랑의 평균 좌석 수는 69.2석으로, 약 69석임. 이는 통상적으로 생각하는 프리미엄 레스토랑의 규모로서는 좌석 수가 많은 편인데, 100석 이상인 곳이 30%이며 200석 이상인 곳도 5곳이나 되기 때문에 평균값이 높아진 것으로 보임. 주로 전통 한식 레스토랑과 중식 레스토랑이 대규모로 운영되고 있음은 앞의 규모 조사 결과와 동일함.(그림 4-11)

업종별 평균 좌석 수를 보면 전통 한식이 144.4석, 그 다음이 중식 88.8석으로 대부분 대규모로 운영되고 있음이 확인됨. 모던 한식과 이탈리아식, 프랑스식은 각각 53.4, 48.7, 41.7석으로 비교적 소규모로 운영되고 있음.(표 4-5)

업종별로 100㎡ 당 평균 좌석 수는 프랑스식과 전통 한식이 각각 32석과 30.7석으로 높은 비

〈그림 4-11〉 프리미엄 레스토랑 좌석 수 분포



(n = 90)

율을 보이며 중식이 16.1석으로 가장 쾌적한 좌석 배치를 보이는 것으로 추정됨.

구간별 분포를 보면 30석 이상 50석 미만 규모에 90개 사업체 중 23곳이 해당되어 가장 높은 응답을 보이는 구간임. 그 다음으로는 50석 이상 100석 미만 규모가 21개 사업체로 많음. 20석 이상 30석 미만 규모도 19개 사업체가 해당되어 100석 미만 구간에 전체의 70%가 분포함. 업종별로 살펴보면 30석 미만 규모에서는 이탈리아식과 프랑스식이 가장 빈도수가 높으며, 30석 이상 50석 미만 규모에서는 프랑스식이 전체의 65.2%를 차지함. 100석 이상부터는 전통 한식의 비중이 늘어나 전통 한식 프리미엄 레스토랑이 대규모 좌석을 운영하는 것을 알 수 있음. 200석 이상 규모에는 전통 한식이 4곳, 모던 한식이 1곳으로, 상대적으로 전통 한식의

〈표 4-5〉 프리미엄 레스토랑 업종별 평균 좌석 수

	업종별 좌석 수 평균(석)	전체 면적 주방 면적(m ²)	100 m ² 면적당 좌석 수 평균(석)	좌석당 평균 면적(m ²)
전통한식	144.4	470.5	30.7	3.3
모던한식	53.4	246.4	21.7	4.6
중식	88.8	551.0	16.1	6.2
이탈리아식	48.7	168.2	28.9	3.5
프랑스식	41.7	130.3	32.0	3.1
기타	69.2	311.8	22.2	4.5

(n = 90)

〈표 4-6〉 프리미엄 레스토랑 업종별 좌석 수 분포

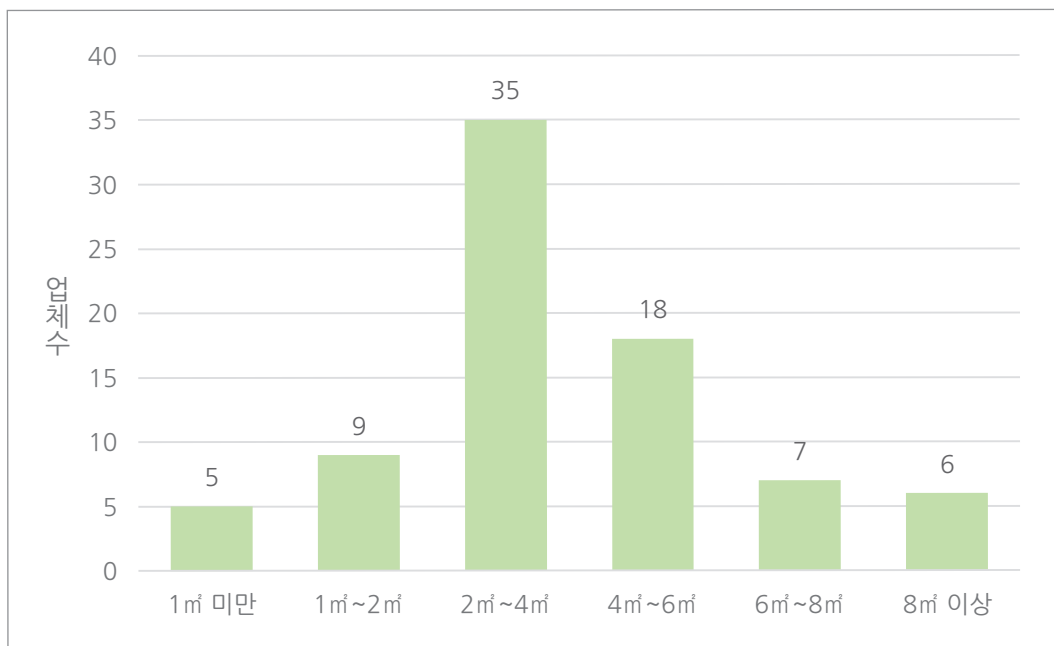
	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체(개)
20석 미만				2	3		5
20~30석		3		8	6	2	19
30~50석		4		3	15	1	23
50~100석	4		4	9	4		21
100~150석	5		1	2	1	1	10
150~200석	5				1	1	7
200석 이상	4	1					5
계	18	8	5	24	30	5	90

대규모 매장 비중이 높음.(표 4-6)

레스토랑 전체 면적과 주방 면적, 좌석 수에 모두 응답한 80개 사업체를 대상으로 좌석 당 면적을 조사함. 전체 80개 사업체 중 35개 사업체가 2㎡ 이상~4㎡ 미만 구간에 분포하며, 그 다음으로 4㎡ 이상~6㎡ 미만 구간에 18개 사업체가 분포함.(그림 4-12)

업종별로 보았을 때는, 좌석당 1㎡ 미만 구간에서는 해당 구간 5개 응답 중 4곳이 전통 한식으로 드러나, 전통 한식의 면적 규모가 크에도 불구하고 운영 좌석 수가 많아 좌석당 면적은 좁은 것으로 나타남. 중식과 모던 한식은 2㎡ 이상 구간부터 위치하고 있어, 쾌적한 좌석 배치를 보이고 있음. 이탈리아식은 1㎡ 이상~2㎡ 미만 구간과 2㎡ 이상~4㎡ 미만 구간에 가장 많이 하고 있어 비교적 좌석 배치가 좁은 편이라 할 수 있음. 프랑스식은 2㎡ 이상~4㎡ 미만, 4㎡ 이상~6㎡ 미만 구간이 가장 많은 비중을 차지함.(표 4-7)

〈그림 4-12〉 프리미엄 레스토랑 좌석당 면적 분포



(n = 80)

〈표 4-7〉 프리미엄 레스토랑 업종별 좌석당 면적 분포

	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체(개)
1㎡ 미만	4				1		5
1㎡~2㎡	1			6	1	1	9
2㎡~4㎡	5	4	1	9	16		35
4㎡~6㎡	1	2	1	4	7	3	18
6㎡~8㎡	1	1	1	2	2		7
8㎡ 이상		1	1	3		1	6
계	12	8	4	24	27	5	80

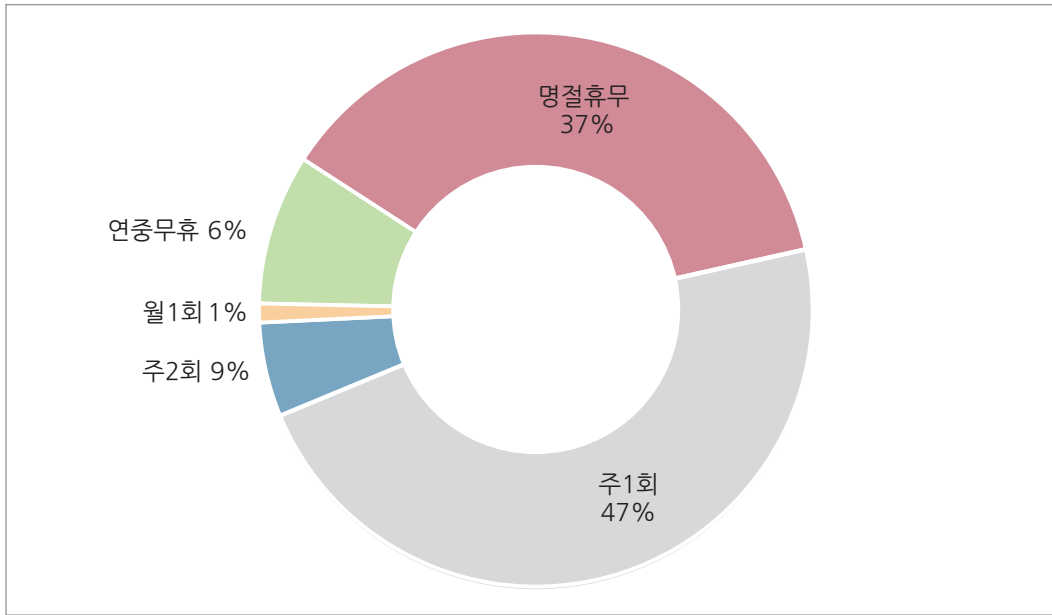
C. 휴무일 및 영업시간

프리미엄 레스토랑은 주1회 휴무로 운영하는 곳이 47곳, 명절휴무로 운영하는 곳이 37곳으로, 가장 높은 비중을 차지함. 그 밖에 연중무휴로 운영하는 곳이 9곳, 주 2회 휴무가 6곳으로 조사됨. 월 1회 휴무로 운영하는 곳은 1곳뿐임. 이는 일반 외식업체와 비슷한 양상이라 할 수 있음. 다만 주 2회 휴무는 프리미엄 외식 업계에서만 보여지는 현상으로, 일반 외식업에서는 주 2회 휴무는 거의 볼 수 없음.(그림 4-13)

영업시간은 점심/저녁 운영하는 곳이 93개 사업체로 가장 많음. 점심/저녁/심야 운영하는 곳이 3곳, 저녁/심야 운영하는 곳이 2곳이며, 아침/점심/저녁 운영이 각각 1곳임. 저녁/심야 운영의 경우, 술집을 제외하고는 일반 레스토랑 업계에서 흔한 영업 시간 방식은 아님.(그림 4-14)

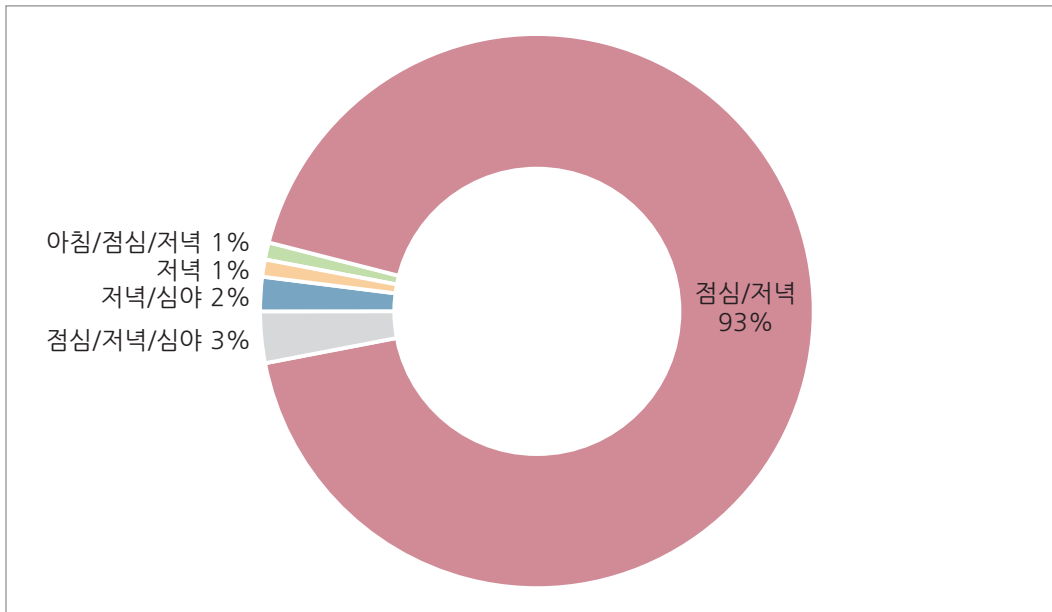
따라서 프리미엄 레스토랑은 대부분 주 1회 또는 명절 휴무로 운영하며 점심, 저녁 타임으로 운영하는 것으로 볼 수 있음.

〈그림 4-13〉 프리미엄 레스토랑의 휴무일



(n = 100)

〈그림 4-14〉 프리미엄 레스토랑의 영업시간



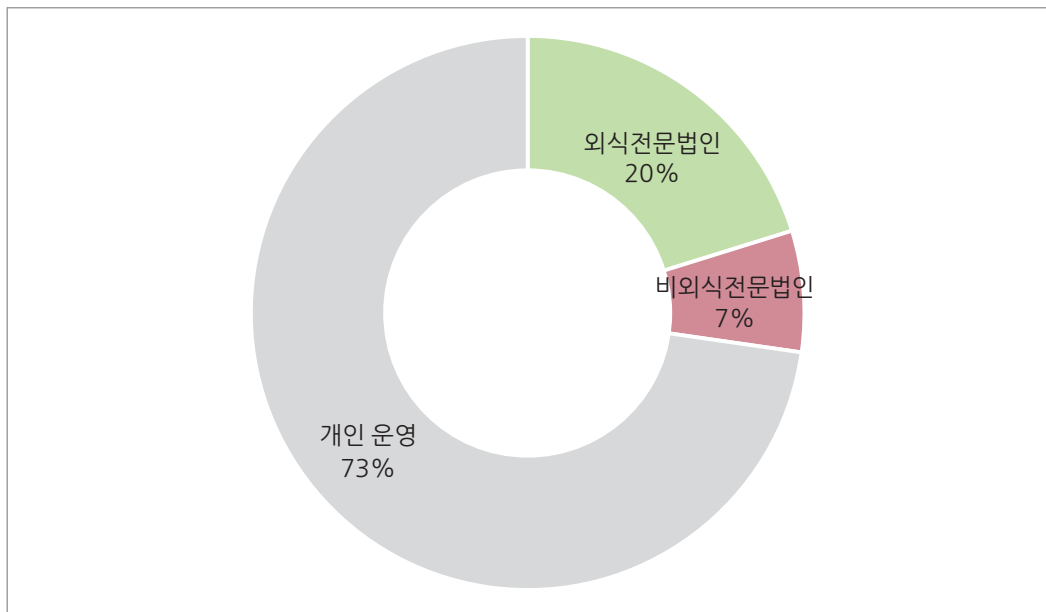
(n = 100)

2) 사업주 정보

A. 운영 주체

프리미엄 레스토랑의 운영 주체를 조사함. 전체 100개 사업체 중 무응답 1곳을 제외한 99개 사업체의 응답을 집계함. 외식전문법인에서 운영하는 경우, 비외식전문법인에서 운영하는 경우, 개인운영의 경우로 나누어 설문을 실시하였음. 프리미엄 외식에서 가장 높은 비율을 차지하는 경우는 개인이 운영하는 경우이며, 전체 73개 사업체가 이에 해당됨. 외식 전문 법인이 운영하는 사업체가 20곳, 비외식 전문 법인이 운영하는 곳이 7곳임. 일반적으로 프리미엄 레스토랑은 개인이 하는 소규모의 레스토랑임. 특히 오너 셰프의 비중이 큼.(그림 4-15)

〈그림 4-15〉 프리미엄 레스토랑 운영 주체



(n = 99)

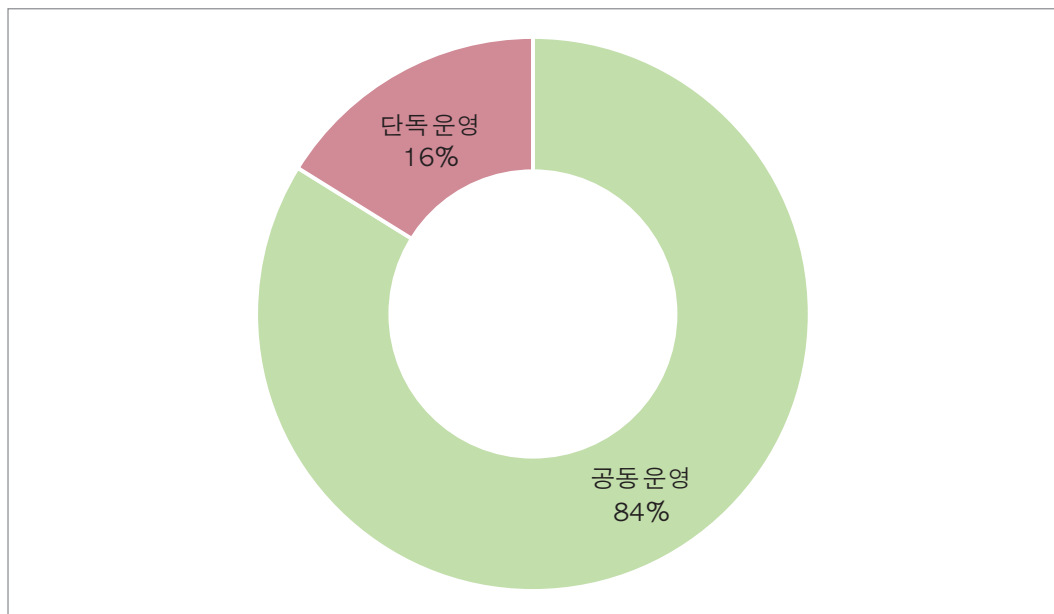
B. 사업주의 경영 참여 형태

프리미엄 레스토랑은 직접 경영하는 사람에게 요구하는 관련 분야 지식 수준이 높음. 따라서 레스토랑 전문 경영 지식을 보유한 경영자 또는 셰프의 존재가 매우 중요함. 셰프는 일반적으로 직접 자본금을 모아 레스토랑을 창업하거나(오너셰프), 투자자 혹은 경영인과 자본금을 공동 출자하여 레스토랑을 창업하거나(셰프), 전문 경영인이 창업한 레스토랑에서 고용되어 주방과 관련된 각종 업무를 처리함(셰프). 사업주들의 경영 참여 형태를 묻는 질문에는 경영인, 오너셰프, 셰프, 투자자의 4가지로 나누어 실시하였으며, 공동으로 사업체를 경영하는 경우에도 사업주의 참여 형태를 모두 선택하도록 함.

전체 100개 사업체 중 무응답 1개를 제외한 99개 응답을 대상으로 단독/동업 운영 여부를 조사한 결과, 경영 주체가 단독으로 운영하는 곳이 16곳, 동업으로 운영하는 곳이 16곳임.(그림 4-16)

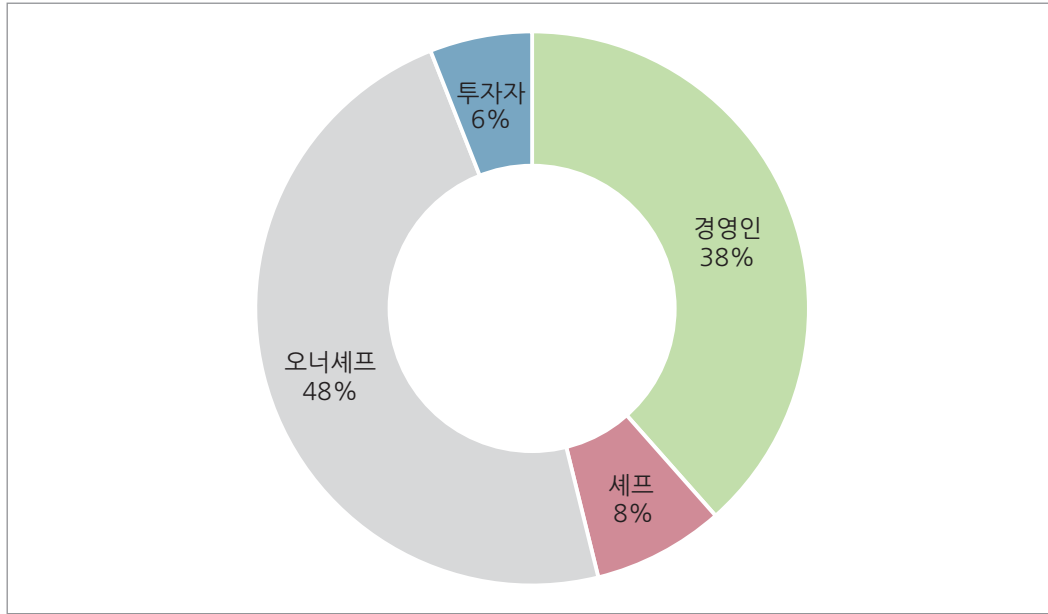
또한 사업주들의 경영 참여 형태를 묻는 설문은 동업의 경우를 고려하여 복수 응답이 가능하

〈그림 4-16〉 프리미엄 레스토랑 단독/동업 운영 여부



(n = 99)

〈그림 4-17〉 프리미엄 레스토랑 사업주 경영 참여 형태



(n = 118, 복수 응답)

도록 설계함. 전체 118개 응답 중 56개 응답이 오너셰프로, 절반에 달하는 47.5%가 오너셰프에 의해 경영되는 것으로 나타남. 또한 경영인으로 참여한다는 응답수도 38.1%에 달하여 프리미엄 외식업계에서 가장 많은 비율을 차지하는 경영 참여 형태는 오너셰프와 경영인인 것으로 나타남. 투자만 하고 경영에는 참여하지 않는 비율은 6%임.(그림 4-17)

C. 가업 승계 여부

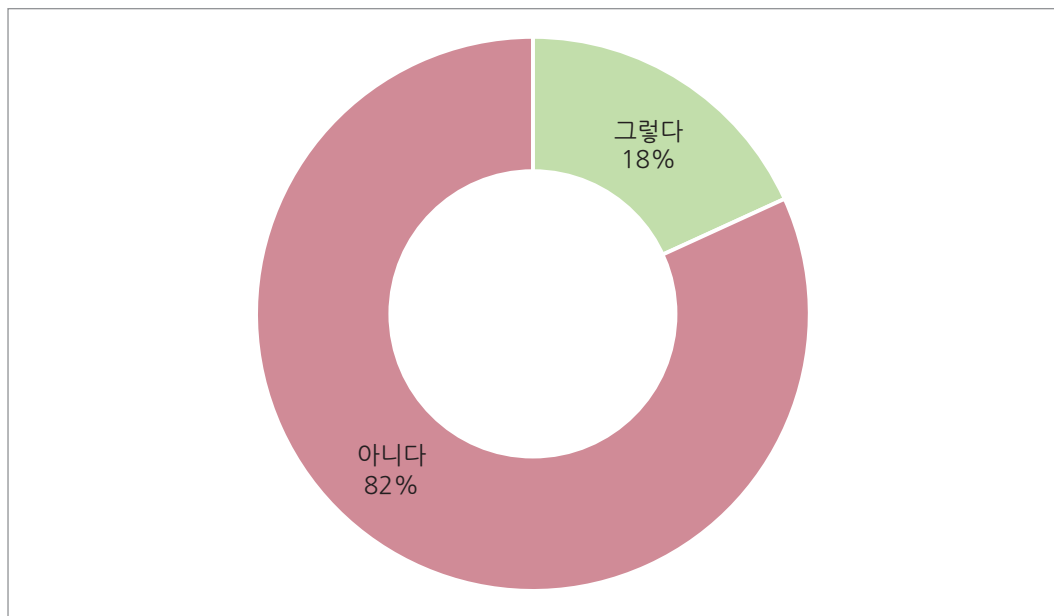
프리미엄 레스토랑을 가업으로 승계하였는가 여부를 조사하였으며, 100개 사업체 중 무응답 1곳을 제외한 99개 응답을 대상으로 집계함. 창업이라고 응답한 사업체가 81곳으로 높은 비중을 차지함. 가업을 승계한 경우는 12곳에 불과함.

이를 업종별로 분류해 보았을 때, 전통 한식 레스토랑의 과반 이상인 11곳이 가업을 승계하였다고 응답하였으며, 이탈리아식 레스토랑의 약 20%인 5곳이, 프랑스식에서는 33곳 중 1곳이 가업을 승계하였다고 응답함.

모던 한식을 비롯하여 중식 등은 모두가 창업이라고 응답함. 프리미엄 외식의 비중이 높은 프랑스식이나 모던 한식은 2000년대 후반부터 성업하게 되었기 때문에 가업을 잇기보다는 자수 성가한 비율이 높은 것으로 추정됨.

실제로도 프랑스식과 이탈리아식에서 가업 승계를 했다고 대답한 곳이 6곳이지만, 선대에서

〈그림 4-18〉 프리미엄 레스토랑 가업 승계 여부



(n = 99)

〈표 4-8〉 프리미엄 레스토랑 업종별 가업 승계 여부 비율

	응답수	비율(%)
전통한식	11	61.1
모던한식	0	0.0
중식	0	0.0
이탈리아식	5	27.8
프랑스식	1	5.6
기타	1	5.6
계	18	100

운영했던 이탈리아식던 레스토랑을 승계한 1곳을 제외하고는 선대에서는 한식이나 고깃집
 랑등 다른 업종의 레스토랑을 운영했던 경우여서 직접적으로 가업을 승계했다고 하기에는 무
 리가 있음.

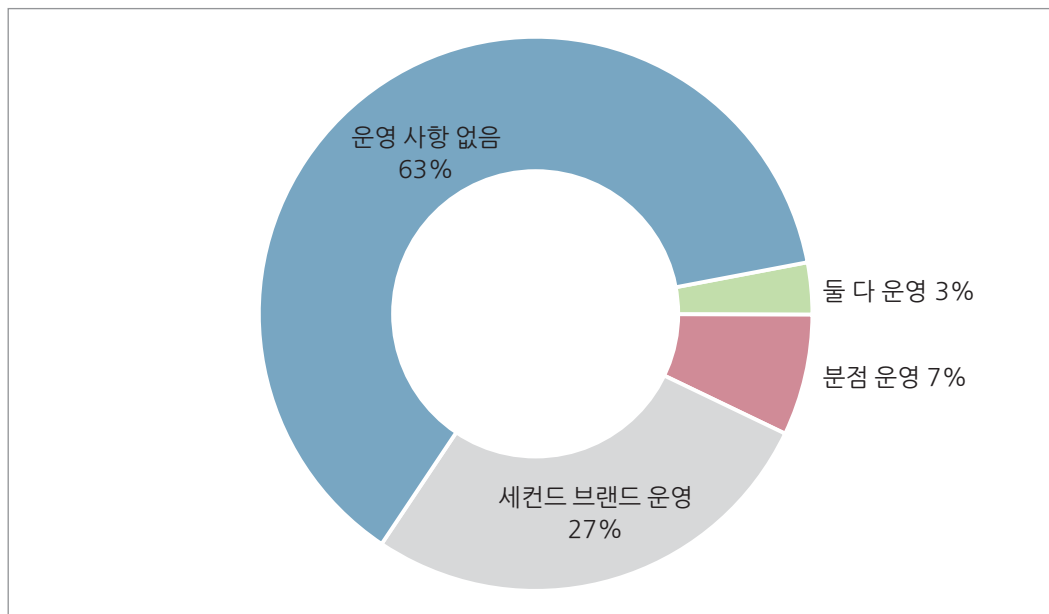
D. 분점 및 세컨드 브랜드 운영 여부

최근 사업의 다각화 유행에 따라 프리미엄 레스토랑을 운영하면서 별도의 분점이나 세컨드 브
 랜드를 운영하는 경우가 있음. 이에 따라 분점 운영 여부, 세컨드브랜드 운영 여부를 조사함.
 전체 100개 응답 중 무응답 1개를 제외하고 99개 응답을 집계함.

분점과 세컨드 브랜드를 모두 운영하는 사업체는 3곳이며, 분점만 운영하는 사업체는 7곳, 세
 컨드 브랜드만 운영하는 사업체는 27곳에 달함. 63개 사업체는 분점 또는 프리미엄 레스토랑
 을 운영하지 않음.(그림 4-19)

일반적으로 프리미엄 레스토랑의 경우 매출이 일반음식점에 비하여 높지만, 식재료 및 인건비

〈그림 4-19〉 프리미엄 레스토랑 분점 및 세컨드 브랜드 운영 여부



(n = 99)

로 들어가는 비용이 상당히 높고 순이익을 크게 내지 못하는 경우가 많음. 세컨드 브랜드는 대개 캐주얼 다이닝으로 가격대비 만족도는 높으면서 경영자 입장에서는 비용의 효율성이 높은 업종으로 운영됨. 세컨드 브랜드를 운영하면 인력 관리 면이나 식재료의 구매력 등 운영 효율이 높아지는 경우가 많음.

세컨드 브랜드로는 주로 프리미엄 외식보다는 비교적 캐주얼한 분위기의 비스트로, 고급 와인 바 또는 펍, 베이커리 전문점, 카페, 수제버거 전문점 등이 있음. 반찬가게라고 대답한 경우도 있으며 웨딩사업이라는 응답도 있음. 드물게도 같은 프리미엄 레스토랑을 세컨드 브랜드로 운영하는 곳도 한 곳 있음.

프리미엄 외식 셰프들이 분점보다는 세컨드 브랜드를 선호하는 또 하나의 이유는, 메인 브랜드에 대한 이미지를 보존하기 위함임. 셰프가 직접 분점에서 주방을 맡지 못하기 때문에 발생하는 품질에 대한 불만족은 본점의 이미지를 해칠 수 있음. 분점보다는 다른 콘셉트와 성향의 세컨드 브랜드를 운영함으로써 품질에 대한 기대는 낮추되 매출이나 순이익 면에서는 도움이 되는 방향을 택하는 것으로 보임.

3) 총괄 셰프의 전문성

프리미엄 레스토랑의 주방을 책임지는 총괄 셰프의 전문성을 조사함. 항목은 국내 호텔/조리 관련 전공, 외국 호텔/조리 관련 전공, 그리고 전공사항 없음으로 구성되었음. 전체 100개 응답 중 무응답 2개를 제외한 98개 응답을 집계함.

국내 호텔/조리 관련 전공자가 주방 책임자로 있는 사업체는 39곳, 외국 호텔/조리 관련 전공자가 총괄 셰프로 있는 사업체는 37곳으로 전공 교육을 받은 주방 책임자를 두고 있는 사업체가 76곳임. 전공사항이 없는 주방 책임자가 있는 사업체는 22곳에 불과함.(그림 4-20)

또한 한식을 제외하고 총괄 셰프가 외국 현지에서 공부 또는 요리한 경험이 있는가를 묻는 질문

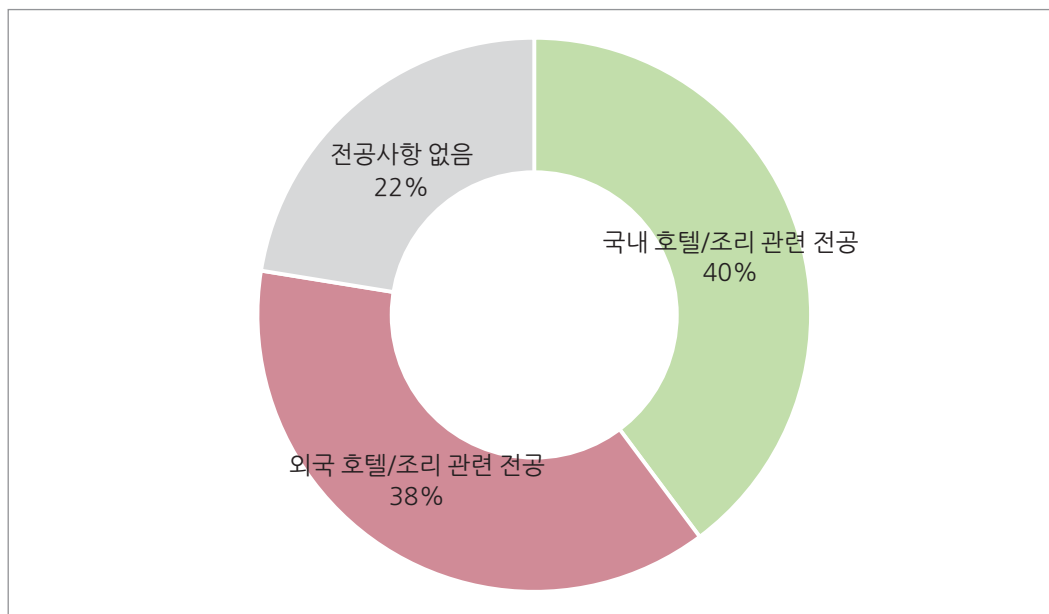
에 대하여 한식 16곳을 제외한 84곳 중 70%가 외국에서 공부/요리한 경험이 있다고 응답함.(그림 4-21)

업종별로 분류했을 때 프랑스식은 전체 33개 사업체 중 국내 호텔/조리 관련 전공자를 총괄 셰프로 두고 있는 곳이 8곳, 외국 관련 전공자를 총괄 셰프로 두고 있는 곳이 22곳이며, 비전공자가 있는 곳은 3곳에 불과하여 전공자 비중이 가장 높음.(표 4-9)

이탈리아식은 국내 관련 전공자를 두고 있는 레스토랑이 11곳, 외국 관련 전공자를 두고 있는 곳이 10곳으로, 국내 관련 전공자 비율이 근소하게 높으며, 비전공자가 주방 책임자인 경우도 프랑스식에 비해 많은 5곳임.

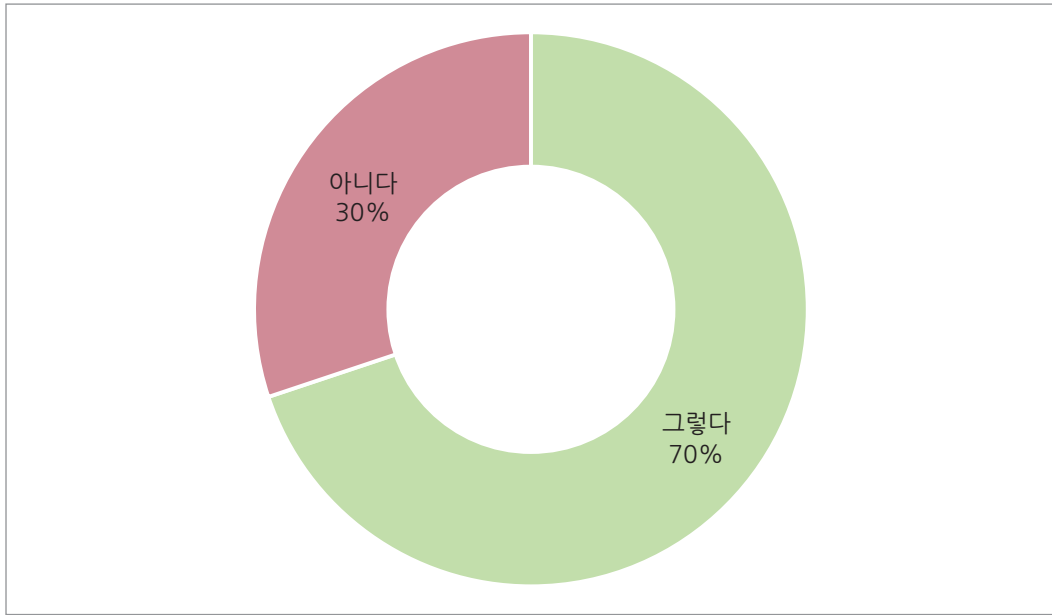
전통 한식과 무던 한식을 비교했을 때 전통 한식보다는 모던 한식이 조리 전공 비율이 높으며 외국 현지에서의 경험도 높은 것으로 나타남.

〈그림 4-20〉 프리미엄 레스토랑 총괄 셰프의 전문성



(n = 98)

〈그림 4-21〉 총괄 셰프가 외국 현지에서 공부 및 요리한 경험이 있는 경우



(n = 98)

〈표 4-9〉 프리미엄 레스토랑 업종별 총괄 셰프의 전문성

	국내 호텔/조리 전공	외국 호텔/조리 전공	전공사항 없음	전체(개)
전통한식	9	2	8	19
모던한식	7	1	1	9
중식	3	1	2	6
이탈리아식	11	10	5	26
프랑스식	8	22	3	33
기타	1	1	1	2
계	39	37	24	98

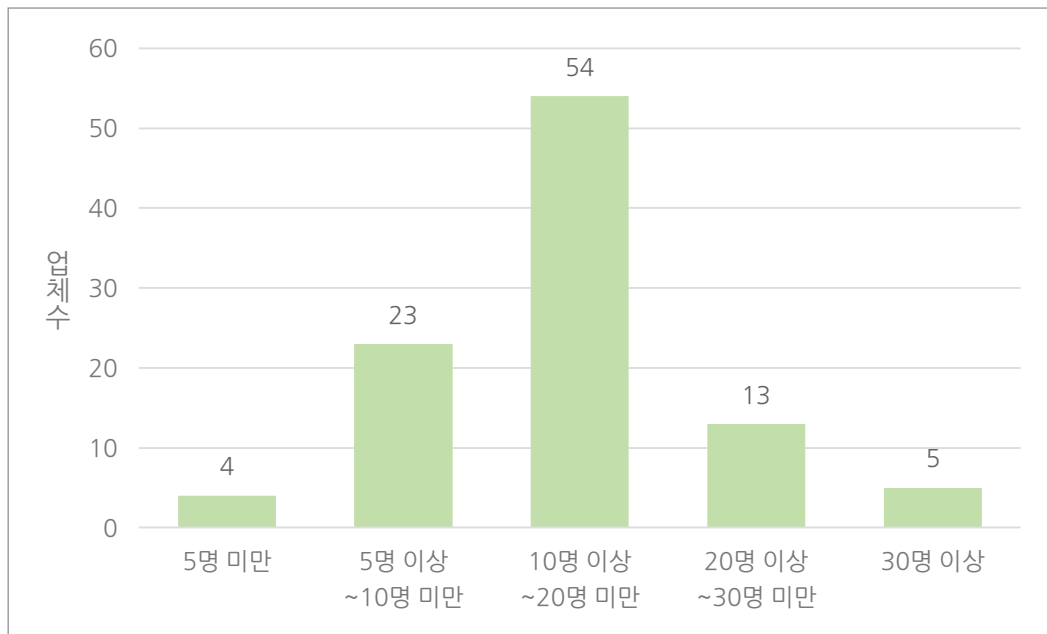
4) 근로자 정보

A. 근로자 규모

근로자는 크게 주방 파트와 홀 파트로 나뉘며, 각각 별도의 직급이 존재함. 주방 파트는 주방 최고 책임자 아래 부주방장에 해당하는 수셰프가 있으며, 그 아래로 일반 주방 스태프가 있음. 호텔 등 주방 인력이 많고 세분화된 곳에서는 별도의 파트장이 존재하지만, 개인 사업체에서는 파트장을 따로 둘 정도의 인력이 되지 않는 경우가 많음.

전체 100개 응답 중 무응답 1곳을 제외한 99개 응답을 집계했을 때, 평균적으로 13.9명의 근로자를 두고 있는 것으로 집계됨. 이 중 과반수에 달하는 54개 사업체가 10~20명 사이의 근로자를 두고 있는 것으로 나타남. 그 다음으로는 5~10명의 근로자를 둔 사업체가 23곳으로 가장 많은 비율을 차지하였음. 20~30명 미만의 근로자를 두고 있는 사업체는 13곳으로 세 번째로 비중이 높으며, 30명 이상인 사업체는 5곳, 5명 미만인 사업체는 4곳으로 나타남.(그림 4-22)

〈그림 4-22〉 프리미엄 레스토랑 근로자 규모별 사업체 수



(n = 99)

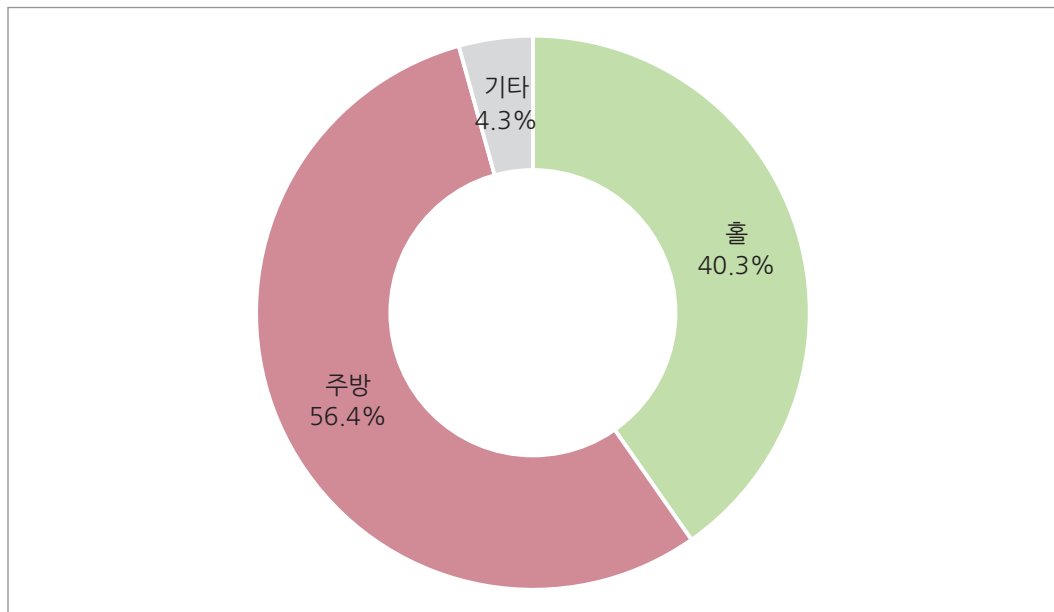
B. 근로자 구성

홀에서는 음식 서빙을 담당하는 직원 외에도 음식과 페어링하기 좋은 주류를 추천해주는 소믈리에, 홀 전반을 담당하는 매니저 등이 있음. 그 외 홀과 주방 외 직원으로 발레 파킹을 담당하는 전문 직원 등이 있을 수 있으며, 각 해당 사항이 있는 파트의 직원 수만을 기재하게 하여 업종별 평균 인원수를 도출함.

크게 서비스를 담당하는 홀 직원과 요리를 담당하는 주방 직원을 나누어 조사한 결과 홀을 담당하는 서비스 직원의 평균 비율은 40.3%, 주방을 담당하는 직원의 평균 비율은 55.4%로, 주방을 담당하는 직원의 비율이 높음. 전체 레스토랑 중 27곳만 기타 영역을 담당하는 직원을 두고 있었으며, 이 중 40인 이상의 사업체를 제외하면 대부분 1인에 그침.(그림 4-23)

또한 근로자 성비를 살펴보면 남성 평균 7.4명, 여성 평균 4.6명으로 남성이 전체의 61.7%, 여성이 38.3%의 비율을 보임.(그림 4-24)

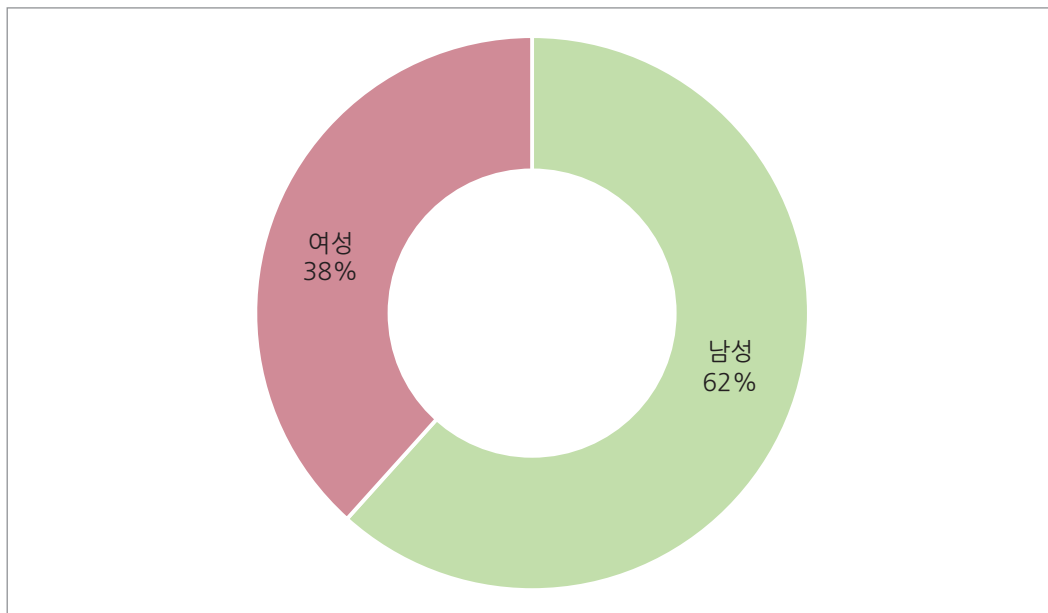
〈그림 4-23〉 프리미엄 레스토랑 파트별 직원 비율



(n = 99)

남성 대비 여성의 비율은 업종별로 큰 차이를 보이는데, 전통 한식만 여성의 비율이 남성대비 약 1.4이며 다른 업종은 남성의 비율이 큰 것을 알 수 있음. 특히 이탈리아식과 프랑스식 같은 서양식 레스토랑이 남성의 비율이 높음. 모던 한식도 전통 한식이나 중식에 비해 남성의 비율이 높음.(표 4-10)

〈그림 4-24〉 프리미엄 레스토랑 근로자 성비



(n = 99)

〈표 4-10〉 프리미엄 레스토랑 업종별 근로자 성비

	남	여	남성 대비 여성 비율(%)
전통한식	5.3	7.3	137.7
모던한식	13.0	7.6	58.5
중식	6.8	5.2	76.5
이탈리아식	7.4	3.1	41.9
프랑스식	7.1	3.3	46.5
기타	5.3	3.7	69.9

(n = 99)

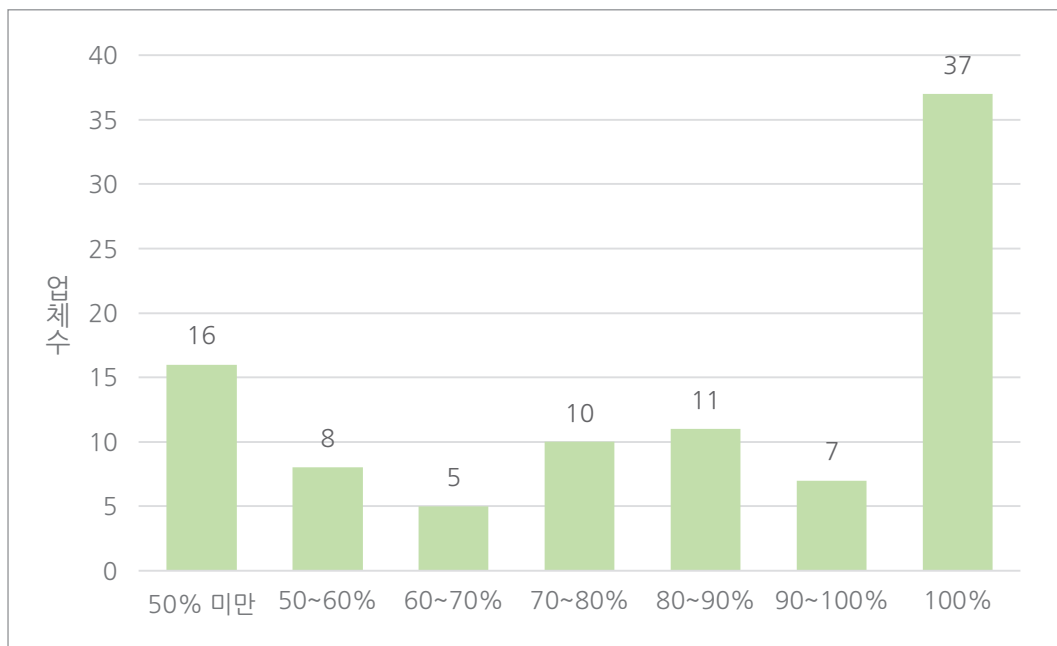
C. 근로자 전문성

프리미엄 레스토랑 전체 근로자의 호텔, 레스토랑 및 조리 관련 전공자 비율을 알아봄. 해당 전문성은 주방 인력을 100%로 하여 전공자 비율을 산출함.

전통 한식을 제외한 모든 레스토랑이 기본적으로 50% 이상의 전문적 근로자 고용 경향을 보임. 근로자의 100%가 전문성을 갖춘 인력인 곳이 37%에 달하며, 50% 미만인 곳은 16곳에 불과함.(그림 4-25)

업종별로 살펴보면 50% 미만인 곳은 16곳 중 11곳이 전통 한식이며, 100%인 곳도 37곳이나 되었는데, 그중 21곳이 프랑스식으로, 프랑스식 프리미엄 외식의 전문성이 높은 경향을 알 수 있음. 또한 프랑스식의 영향을 많이 받은 모던 한식도 근로자의 전문성이 높은 것으로 보임.(표 4-11)

〈그림 4-25〉 프리미엄 레스토랑 근로자 관련 전공자 비율



(n = 98)

〈표 4-11〉 업종별 프리미엄 레스토랑 근로자 관련 전공자 비율

	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체(개)
50% 미만	11			1	3	1	16
50~60%	2		1	5			8
60~70%			2	2			4
70~80%	2	2	1	3	2		10
80~90%	1	1		5	3	1	11
90~100%	1	2		1	3		7
100%	1	4	1	8	21	2	37
계	21	9	6	25	33	4	98

5) 시설 및 서비스

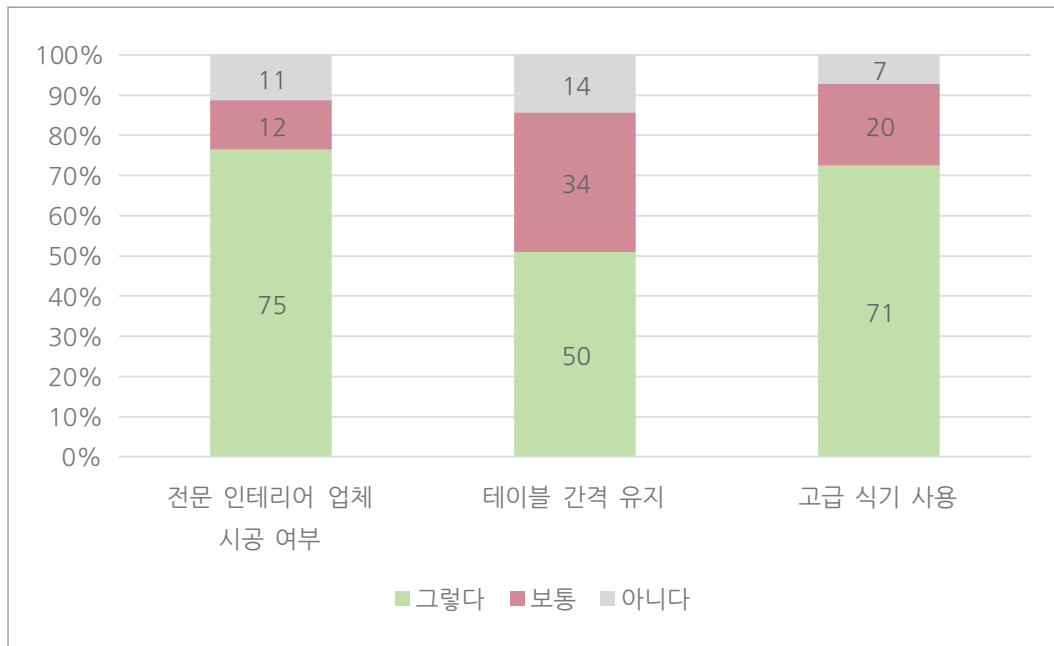
A. 분위기 요소

프리미엄 레스토랑에서 가장 중요한 요소 중의 하나인 분위기 측면을 인테리어 및 기물 등에 관한 질문을 통해 조사함. 전체 100개 응답 중 2개 응답은 질문에 대한 무응답으로 전체 응답에서 제외함.

전문 사업체의 인테리어 시공 여부를 묻는 질문에 전체 100개 사업체 중 75곳이 ‘그렇다’ 고 답함. ‘아니다’ 라고 답한 곳은 11곳에 불과함. 고급 식기 사용 여부 역시 71개 사업체가 ‘그렇다’ 고 답하여 70% 이상의 사업체가 전문 인테리어에 의한 인테리어 시공 및 고급 식기를 갖추고 있음을 알 수 있음. 그러나 테이블 간격이 충분히 유지되어 있는지를 묻는 질문에는 50개 사업체만이 ‘그렇다’ 고 답하여 상대적으로 적은 긍정 응답 수를 보임.(그림 4-26)

이를 종합하여 한국형 프리미엄 외식업체는 전문적인 인테리어를 갖추고 고급 식기를 사용하고 있지만, 테이블 간격 유지는 상대적으로 소홀히 하고 있음을 알 수 있음. 이는 앞에서 조사된 프리미엄 레스토랑의 면적 및 좌석 수의 비율에서도 예측됨.

〈그림 4-26〉 프리미엄 레스토랑의 분위기 요소



(n = 98)

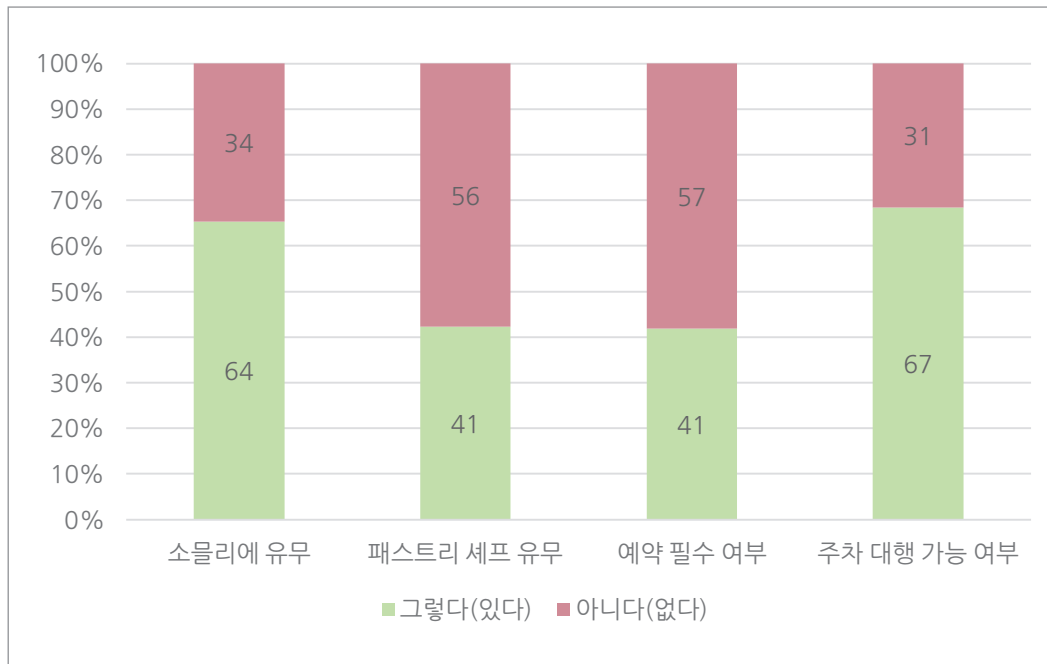
B. 서비스 요소

소믈리에 유무, 패스트리 셰프(디저트 담당 셰프를 말함) 유무, 예약 필수 여부, 주차 대행 가능 여부 등 서비스적 요소를 갖추고 있는가에 대한 응답을 집계함.

전체 98개 사업체 중 소믈리에를 갖춘 곳은 64곳, 주차 대행이 가능한 곳은 67곳으로, 다른 서비스 요소에 비해 긍정적인 응답이 높았음. 패스트리 셰프 유무와 예약 필수 여부는 각각 41개 응답이 집계되어 프리미엄 레스토랑 이용에 상대적으로 덜 중요한 요인으로 나타남.(그림 4-27)

프랑스 같은 미식 선진국에서는 서비스 요소에서 소믈리에 유무를 중요한 요소로 뽑는 데 비해 한국에서는 주차 대행 서비스가 가장 중요한 것으로 나타난 점이 흥미로움. 국내 프리미엄 외식 시장에서는 아직 와인이나 전통주 같은 요소가 프리미엄 외식에서 중요시되고 있지 않음.

〈그림 4-27〉 프리미엄 레스토랑의 서비스 요소



(n = 98)

C. 판매 주류 품목 수

판매하고 있는 주류의 종류를 묻는 질문에 대하여, 주류를 판매하고 있지 않다는 응답은 없음. 주류를 50종(품목을 말함) 이상 판매한다는 응답이 가장 많으며, 전체 58개 응답 중 이탈리아식 레스토랑이 20곳, 프랑스식 레스토랑이 24곳으로 가장 비중이 높음. 이탈리아식과 프랑스식 레스토랑이 와인 리스트를 잘 갖추고 있는 경우가 많음. 모던 한식 역시 전체 9개 사업체 중 8개 사업체가 50종 이상을 판매한다고 응답하여 음식 종류 내 분포에서 높은 비중을 차지함.(표 4-12, 그림 4-28)

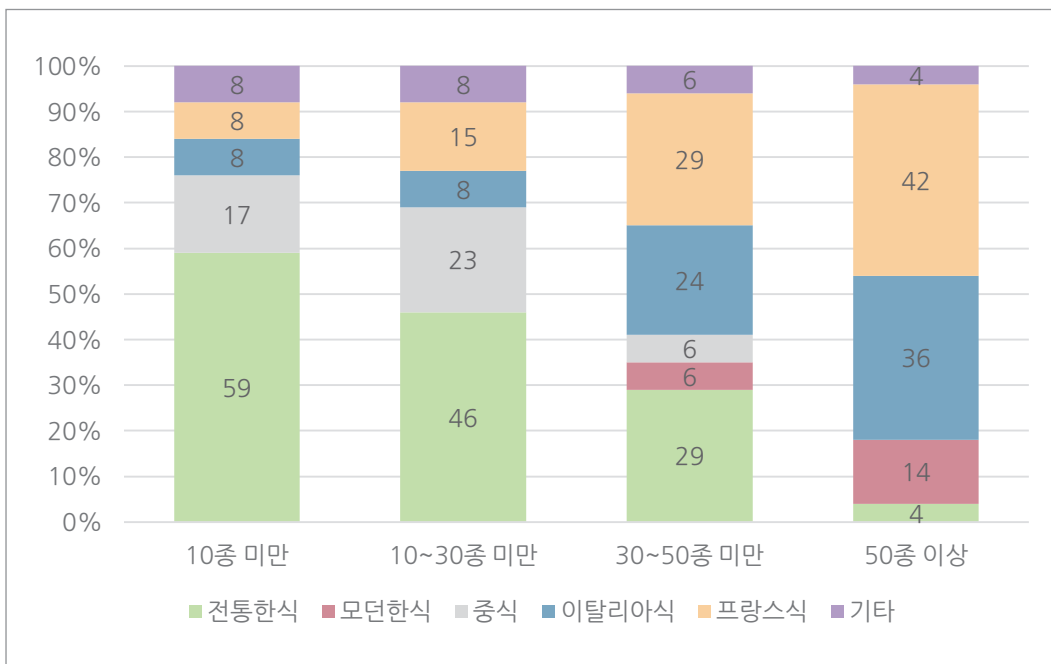
10종 미만, 10종 이상에서 30종 미만 구간에서는 전통 한식이 전체 20개 사업체 중 각각 7곳, 6곳을 차지하여 가장 높은 비중을 차지함. 일반적으로 전통 한식은 와인보다는 전통주를 갖추고 있는 경우가 많아 와인에 비해 품목 수가 많지 않음.

〈표 4-12〉 프리미엄 레스토랑 업종별 판매 주류 품목 수

	10종 미만	10~30종	30~50종	50종 이상	전체(개)
전통한식	7	6	5	2	20
모던한식			1	8	9
중식	2	3	1		6
이탈리아식	1	1	4	20	26
프랑스식	1	2	5	24	32
기타	1	1	1	2	5
계	12	13	17	56	98

(n = 98)

〈그림 4-28〉 프리미엄 레스토랑 업종별 판매 주류 품목 수



(n = 100)

D. 메뉴 운영

메뉴 제공에 있어 코스만 제공하는지, 코스와 단품을 함께 제공하는지, 단품만 제공하는지의 질문에서는 전체 100개 사업체 중 과반에 속하는 53곳이 코스와 단품 메뉴를 모두 제공한다고 응답함. 이탈리아식이 17곳으로 가장 수가 많았으며, 그 다음이 프랑스식, 그 다음이 전통 한식으로 나타남.(표 4-13)

코스만 제공하는 곳은 총 40개 사업체이며 이 중 프랑스식이 17곳으로 가장 많은 비중을 차지함. 전통 한식과 모던 한식 역시 각각 10곳, 7곳으로 코스만 제공하는 비중이 높음.

단품만 제공하는 곳은 이탈리아식 4곳, 프랑스식 3곳으로 총 7개 사업체에 불과하여, 프리미엄 레스토랑의 코스 메뉴 운영 비율이 높음을 알 수 있음.

외국 파인 다이닝 레스토랑은 대부분 코스로만 운영되는 데 반해 국내 프리미엄 레스토랑은 아직 단품 제공의 비율이 높은 편임.

〈표 4-13〉 프리미엄 레스토랑 코스 메뉴 제공 여부

	코스만 제공	코스, 단품 제공	단품만 제공	전체(개)
전통한식	10	11		21
모던한식	7	2		9
중식		6		6
이탈리아식	5	17	4	26
프랑스식	17	13	3	33
기타	1	4		2
계	40	53	7	100

(n = 100)

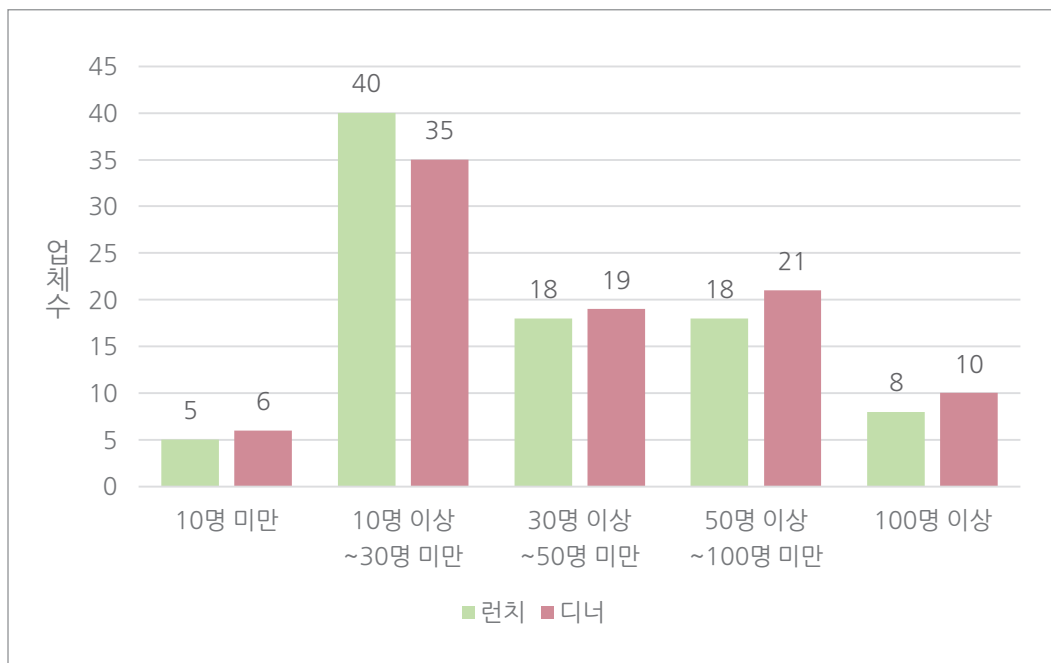
6) 고객 정보

A. 방문고객 수

일일 방문 고객 수를 런치와 디너 타임으로 나누어 조사함. 전체 100개 사업체 중 무응답 8곳을 제외하고 92개 사업체를 대상으로 집계함. 92곳 중 두 곳은 점심 영업을 하지 않아 점심 항목을 무응답으로 처리함.

전체 평균 방문 고객 수는 런치가 37.6명, 디너가 40.8명으로, 디너 고객 수가 근소하게 높음. 가장 많은 비율을 차지한 구간은 10명 이상~30명 미만 구간으로, 점심의 경우 40곳, 디너의 경우 35곳이 이에 해당함.(그림 4-29)

〈그림 4-29〉 프리미엄 레스토랑 일일 방문 고객 수



(런치 n = 92 / 디너 n = 90)

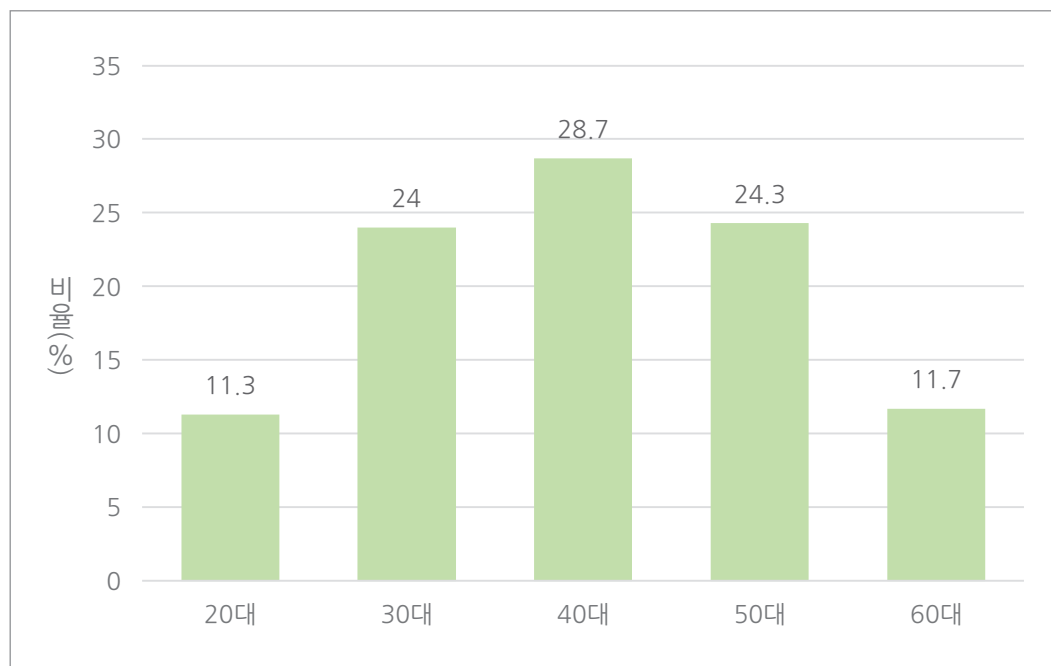
B. 주요 고객 연령대

유효한 응답 95개를 대상으로 주요 고객 연령대 평균을 집계함.

40대가 28.7%로 가장 높으며, 50대가 24.3%, 30대가 24%로, 30~50대가 전체의 77%를 차지함. 20대는 11.3%, 60대는 11.7%로 상대적으로 이용 비율이 낮았음.(그림 4-30)

이는 소비자를 대상으로 한 프리미엄 외식 이용 조사 결과와 비슷한 비율을 보이고 있음.(제 6장 참조)

〈그림 4-30〉 프리미엄 레스토랑 주요 고객 연령대 비율



(n = 95)

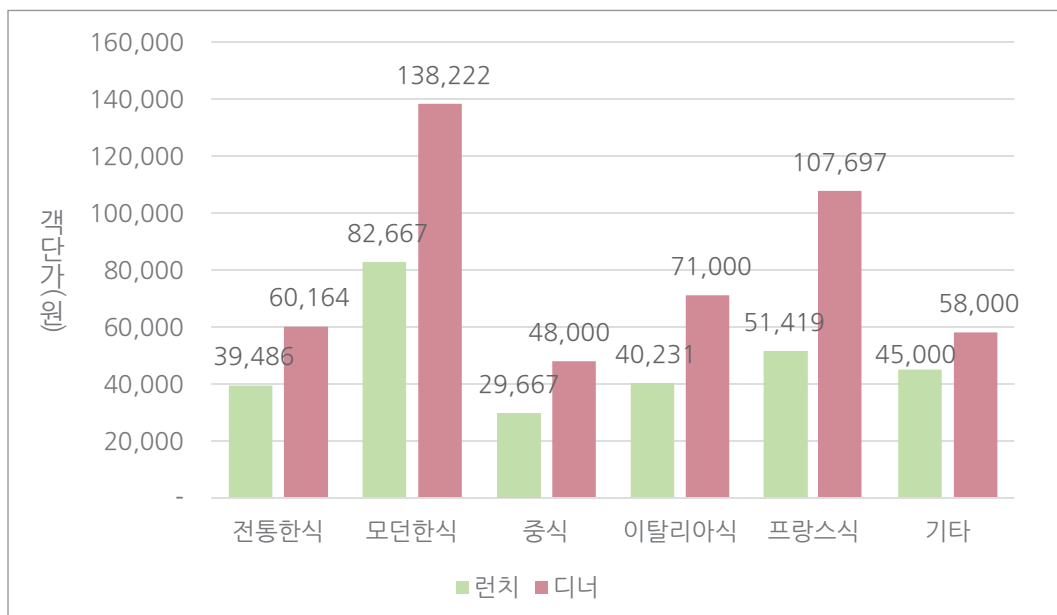
7) 객단가

전체 사업체 중 점심 영업을 하지 않는 2곳을 제외하고 런치 98개 응답, 디너 100개 응답을 대상으로 집계함.

런치 객단가 평균은 47,104원이며, 디너 객단가 평균은 84,855원으로, 디너 객단가가 약 2배 정도 높은 것으로 나타남. 업종별로는 모던한식이 런치 82,667원, 디너가 138,222원으로 가장 높고, 뒤이어 프랑스식이 런치 51,419원, 디너가 107,697원으로 두 번째를 차지하였으며, 세 번째는 이탈리아식으로 런치 40,231원, 디너 71,000원임. 객단가가 가장 낮은 업종은 중식으로, 런치 29,669원, 디너 48,000원임. 전통 한식도 런치 39,486원, 디너 60,164원으로 객단가가 낮은 편임.(그림 4-31)

구간별로 보았을 때 런치에서 가장 많은 응답 수를 보이는 구간은 3만원 이상~5만원 미만 구간대로, 전체 98개 응답 중 38개 응답이 이에 속함. 5만원 이상~7만원 미만 구간 응답도 31개에 달해, 총 67개 사업체가 3만원 이상~7만원 미만 구간대에 속함.(표 4-14)

〈그림 4-31〉 프리미엄 레스토랑의 업종별 평균 객단가



(n = 100)

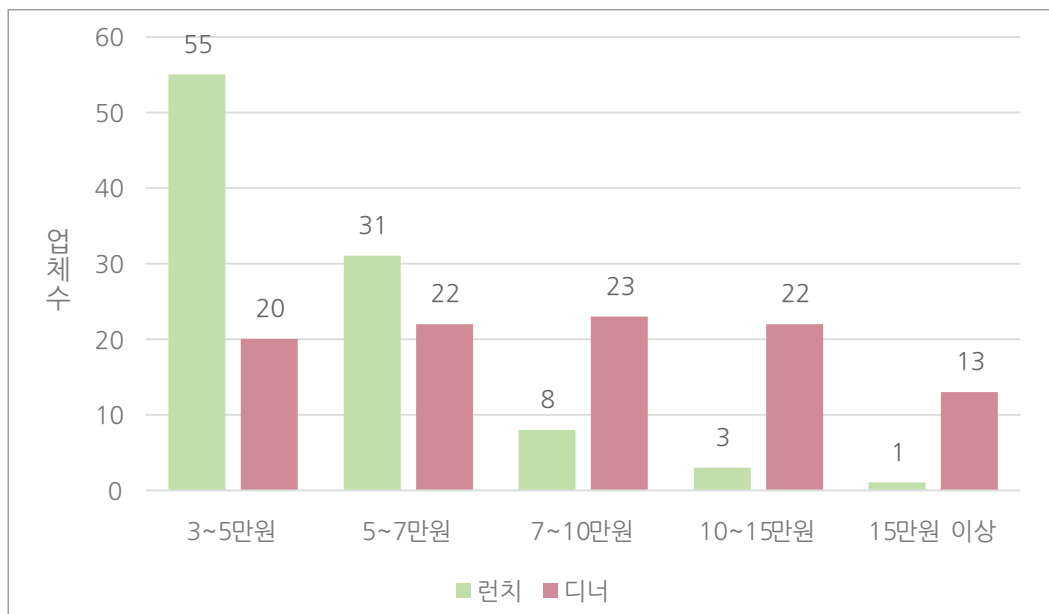
디너 객단가에서 가장 높은 응답을 차지한 구간은 7만원 이상~10만원 미만 구간대로 전체 100개 응답 중 23개 응답이 이에 속함. 5만원 이상~7만원 미만, 10만원 이상~15만원 미만 구간 역시 각각 22개 응답을 보여 디너 객단가는 5만원 이상~15만원 미만 구간대에서 고르게 나타나는 것을 볼 수 있음.(그림 4-32)

지역별 객단가를 살펴보면 서울 평균이 런치 46,834원, 디너 92,304원으로 전국 평균에 비해 런치는 근소하게 낮으며 디너는 상대적으로 높은 편임. 강남구의 경우 런치가 48,515원, 디너가 101,778원으로 런치, 디너 모두 전국에 비해 높은 편임.(그림 4-33)

이를 다시 업종별로 살펴보면 모던한식은 런치 82,667원, 디너 138,222원으로 월등히 높은 구간에서 평균 가격대가 형성되어 있음. 그 다음으로는 프랑스식이 런치 51,419원, 디너 107,697원으로 평균에 비해 높은 가격대를 형성함.(표 4-14)

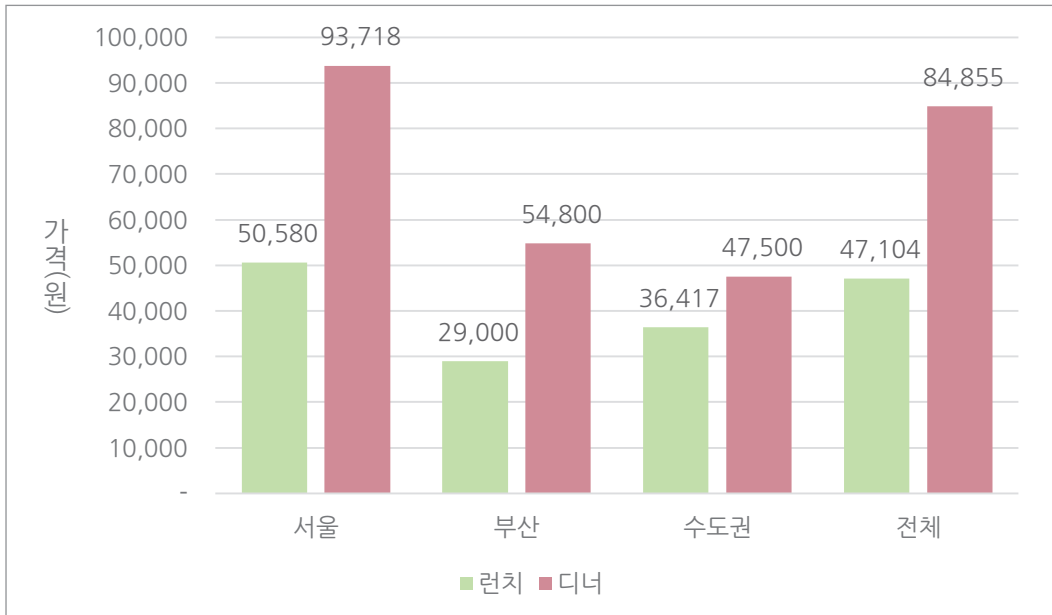
이를 종합하면 서울 강남구 모던한식 프리미엄 레스토랑이 가장 높은 구간에서 평균 가격이 형성되어 있음을 알 수 있음.

〈그림 4-32〉 프리미엄 레스토랑 객단가 분포



(n = 100)

〈그림 4-33〉 프리미엄 레스토랑 지역별 평균 객단가



(n = 100)

〈표 4-14〉 프리미엄 레스토랑 업종별 객단가 분포

		서울	강남구	수도권	부산	기타 지역	전체(원)
전통한식	점심	42,655	51,125	44,375	30,000	34,500	39,486
	저녁	65,495	79,188	56,875	56,333	59,500	60,164
모던한식	점심	82,667	83,000				82,667
	저녁	138,222	136,750				138,222
중식	점심	35,000	20,000	18,000	20,000		29,667
	저녁	56,250	35,000	28,000	35,000		48,000
프랑스식	점심	52,379	55,500	40,000	35,000		51,419
	저녁	110,452	115,313	60,000	70,000		107,697
이탈리아식	점심	42,739	41,300	21,000			40,231
	저녁	75,391	79,900	37,333			71,000
기타	점심	40,000		57,500		20,000	43,750
	저녁	60,000		57,500		25,000	50,000

(n = 100)

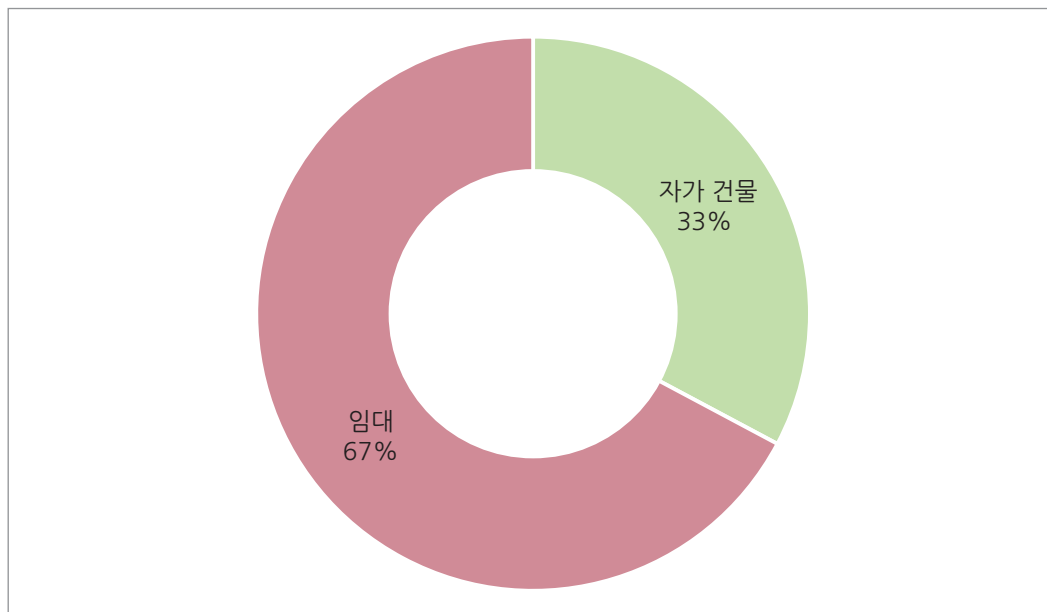
8) 초기투자비용

보증금, 권리금을 비롯한 초기 투자 비용에 대한 질문에는 무응답이 31곳에 달함. 질문에 응한 61개 사업체 중 26곳은 자가 건물을 보유하여 보증금 및 권리금 항목이 0임. 프리미엄 레스토랑의 33%는 자가 건물을 기반으로 레스토랑을 운영하고 있다고 할 수 있음.(그림 4-34)

업종별로 자가 건물 비율을 보면, 전통 한식이 7개 사업체, 프랑스식이 8개 사업체, 이탈리아식이 7개 사업체로, 큰 비중을 보이고 있음. 모던 한식은 소규모의 오너 셰프 비율이 높아서 자가 건물이 거의 없는 것으로 보임.(표 4-15)

자가 건물을 보유한 사업체를 제외하고 전체 41개 데이터를 기반으로 평균을 조사하였을 때, 평균 보증금은 115,710천원, 평균 권리금은 60,100천원인 것으로 나타남. 권리금의 경우 61개 사업체 중 53개 사업체만 응답하여, 권리금을 따로 책정하지 않은 경우도 있음을 짐작할 수 있음.(표 4-16)

〈그림 4-34〉 프리미엄 레스토랑 자가 건물 운영 비율



(n = 69)

〈표 4-15〉 프리미엄 레스토랑 업종별 자가 건물 보유 사업체 수

업종 구분	업체수(개)
전통한식	7
모던한식	1
이탈리아식	7
프랑스식	8
기타	3
계	26

〈표 4-16〉 프리미엄 레스토랑 보증금, 권리금 및 초기투자비용 평균

비용 구분	금액(천원)
보증금	115,707
권리금	60,100
초기투자비용	460,970
합계	636,777

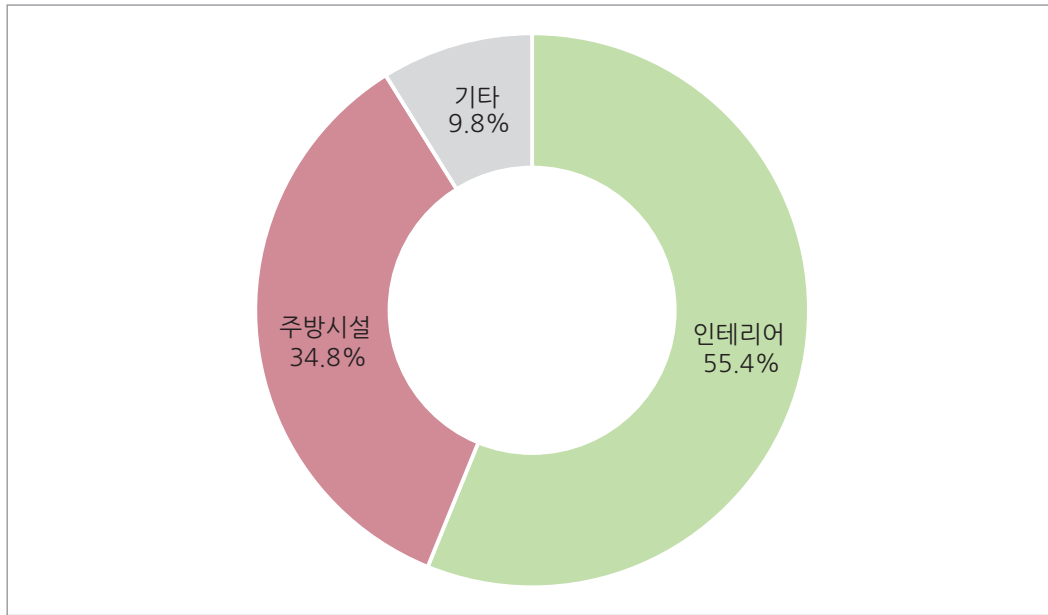
(n = 64)

부동산 비용을 제외한 초기 투자비용 평균은 460,970천원임. 이를 부동산 비용과 함께 합산 하였을 때, 전체 초기 투자 비용 평균은 636,780천원인 것을 알 수 있음.(표 4-16)

초기투자비용은 인테리어, 주방시설, 기타의 3분야로 나누어 볼 수 있음. 이때 각각 차지하는 비율을 조사함. 평균적으로 인테리어에 전체 초기투자비용의 55.4%를, 주방시설에 34.8%, 기타에 9.8%의 비용을 투자한 것으로 드러남.(그림 4-35)

업종별로 보았을 때, 전통 한식이 인테리어에 가장 많은 비용을 지출한 것으로 나타남.(표 4-17)

〈그림 4-35〉 프리미엄 레스토랑 초기투자비용 중 인테리어, 주방 시설 비율



(n = 64)

〈표 4-17〉 프리미엄 레스토랑 업종별 초기 투자 비용 상세 비율

	인테리어(%)	주방시설(%)	기타(%)
전통한식	60.4	30.4	9.2
모던한식	55.0	35.2	9.8
중식	43.3	33.3	23.3
이탈리아식	57.0	36.3	6.7
프랑스식	50.9	37.2	11.9
기타	65.0	30.0	5.0

(n = 64)

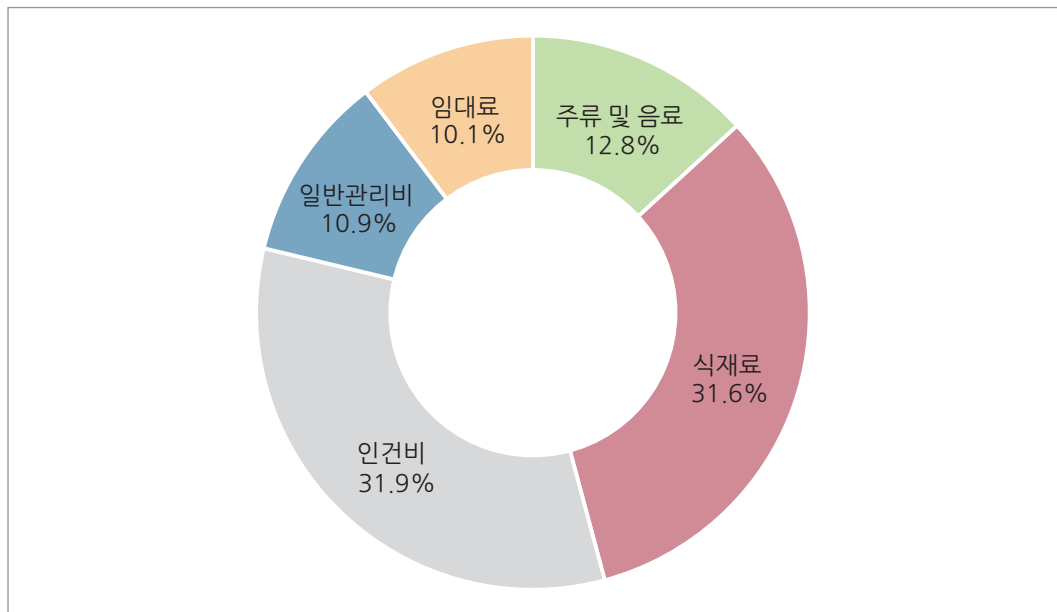
9) 경영 비용

순이익을 제외한 전체 비용을 100으로 보았을 때, 주류 및 음료, 식재료, 인건비, 일반관리비, 임대료의 비율을 조사함. 전체 100개 업체 중 무응답 14곳을 제외한 86개 사업체에 대한 응답을 집계하여 각 레스토랑별 비율의 평균치를 구하고 분석함.

가장 높은 비율을 차지하는 분야는 인건비로 전체의 31.9%로 나타남. 그 다음으로 높은 분야가 식재료로 인건비와 비슷한 31.6%로 집계됨. 프리미엄 레스토랑 근로자의 전문성이 높은 것과 인건비 비율이 높은 것과 상관 관계가 있는 것으로 보임.(그림 4-36)

일반 외식업체와의 차이를 보기 위해 프리미엄 레스토랑 전체 분야별 비용을 <2016 외식업 경영실태 결과 보고서>에 나타난 수치와 비교함. 2016년 조사 보고서에는 식재료와 인건비를 하나의 항목으로 작성하여, 비교를 위해 프리미엄 레스토랑의 분야별 비용 중 식재료와 인건비 평균치를 합산하여 구함. 매출액 대비 영업이익률은 전체 사업체 순이익률의 평균치를 구함.

<그림 4-36> 프리미엄 레스토랑 경영 비용 비율



(n = 86)

이를 살펴보면 프리미엄 레스토랑의 매출액 대비 영업 이익률은 14.8%로 일반 외식업체의 29.4%에 비해 절반 수준이며, 매출액 대비 식재료 및 인건비율은 63.5%로, 일반 외식업체에 비해 11.4%p 높은 것을 볼 수 있음.(표 4-18)

프리미엄 레스토랑이 인건비와 식재료비에 고비율로 지출하면서 영업 이익률이 일반 외식업체의 반 이하지만, 평균 객단가가 13,783원인 일반 외식업체에서 비해 런치는 3.4배, 디너는 6.2배 높아 결과적으로 전체 이익 금액이 높음.

〈표 4-18〉 일반외식업과 프리미엄 레스토랑의 매출액 대비 영업이익률, 식재료 및 인건비율 비교

	매출액 대비 영업이익률(%)	매출액 대비 식재료 및 인건비율(%)
일반외식업	29.40%	52.10%
프리미엄 외식	14.8%	63.5%

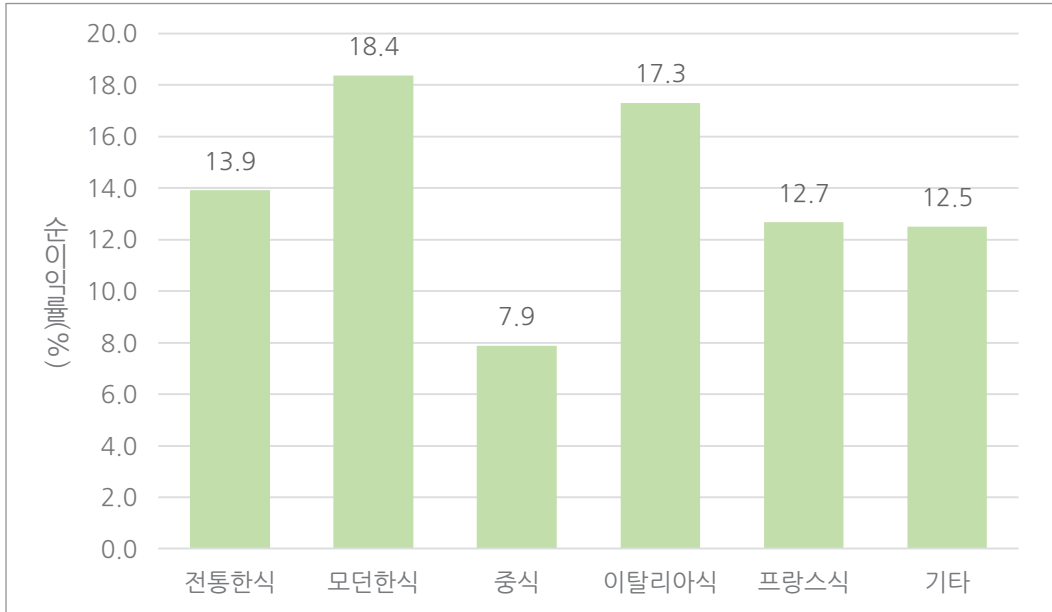
10) 순이익률

전체 100개 사업체 중 무응답 19개를 제외한 81개 응답을 집계함.

프리미엄 레스토랑의 평균 순이익률은 14.8%이며, 업종별로 살펴보면 모던한식이 18.4%로 가장 높고, 이탈리아식이 17.3%로 두번째를 차지하며, 전통한식이 13.9%, 프랑스식이 12.7%, 기타가 12.5%, 중식이 7.9%에 달함.(그림 4-37)

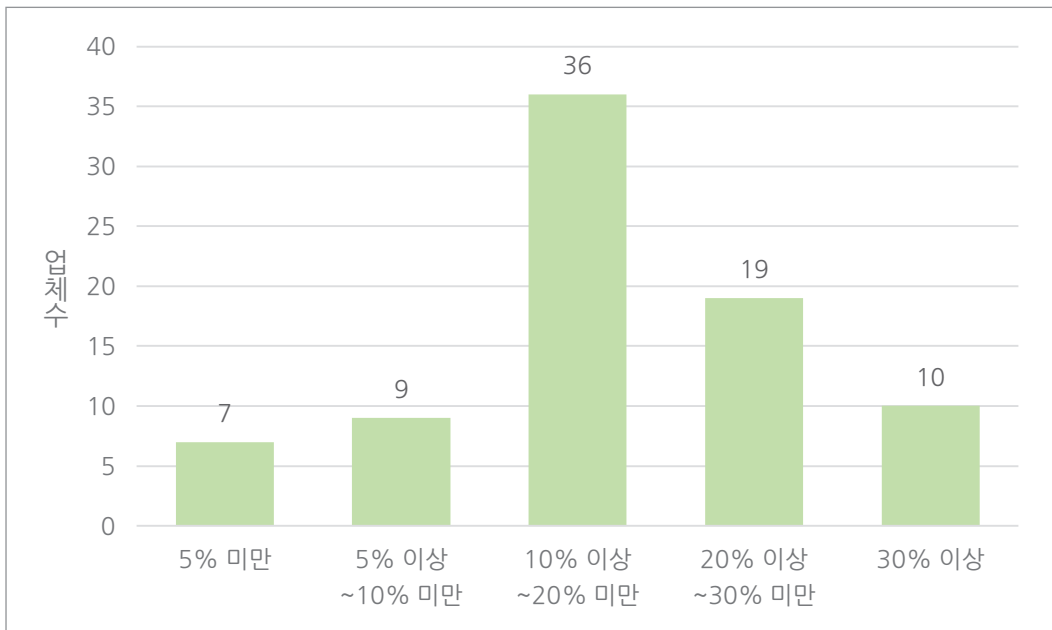
평균 수익률을 구간별로 보면, 10~20%미만 구간에 해당하는 사업체가 36곳으로 가장 많음. 그 다음으로는 20~30% 구간이 전체의 19곳으로 두 번째로 높은 비중을 차지함. 최대 순이익률은 30%인 것으로 나타남.(그림 4-38)

〈그림 4-37〉 프리미엄 레스토랑 업종별 평균 순이익률



(n = 81)

〈그림 4-38〉 프리미엄 레스토랑 순이익률 분포

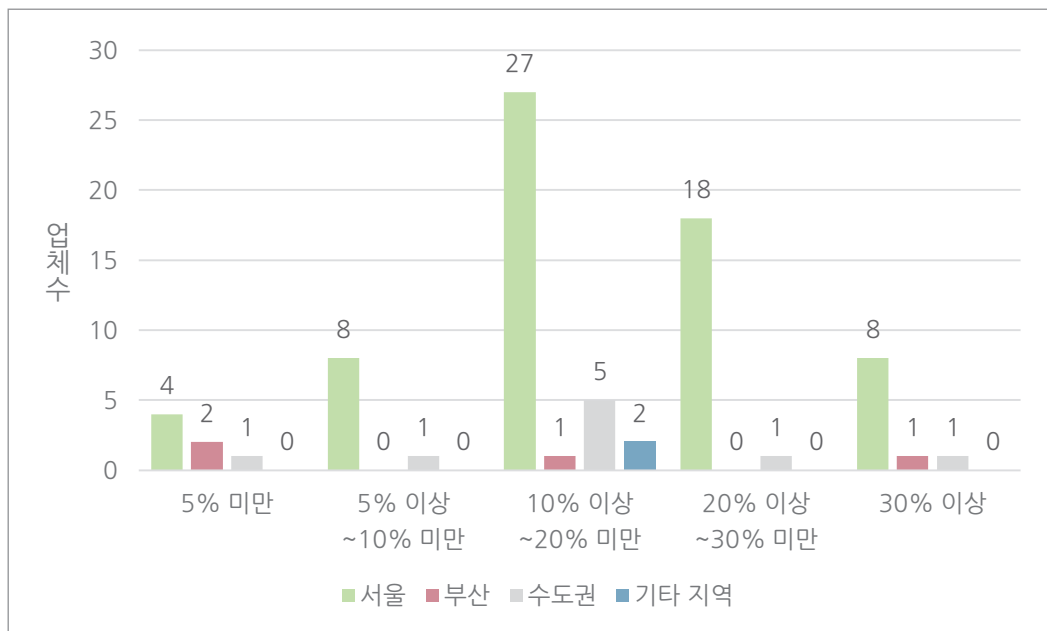


(n = 81)

지역별 순이익률 분포를 보면 서울은 10~20%에 해당하는 사업체가 응답한 65개 사업체 중 27곳으로 높은 비중을 차지함. 20~30%라고 응답한 사업체도 18곳에 달해, 서울 과반에 해당하는 45곳이 10~30%의 순이익을 올리는 것을 알 수 있음.(그림 4-39)

업종별로 살펴보면 모던한식과 이탈리아식이 5% 이상 범위에서 다양하게 분포하며 5% 미만이라고 응답한 사업체는 없어, 상대적으로 이익률이 좋은 업종이라고 볼 수 있음.

〈그림 4-39〉 프리미엄 레스토랑 지역별 순이익률



(n = 81)

11) 수익성

2015년부터 3년간 레스토랑의 수익성 여부를 손실/유지/이익으로 나누어 각 해당 사항에 응답하게 하여 지난 3년간 프리미엄 레스토랑 수익성 추이를 확인함. 전체 100개 사업체 중 95개 사업체의 응답을 대상으로 집계하였으며, 2015년에는 95개 중 5개 사업체가, 2016년에는

1개 사업체가 아직 오픈 전으로, 영업 중에 있지 않았음.(그림 4-40)

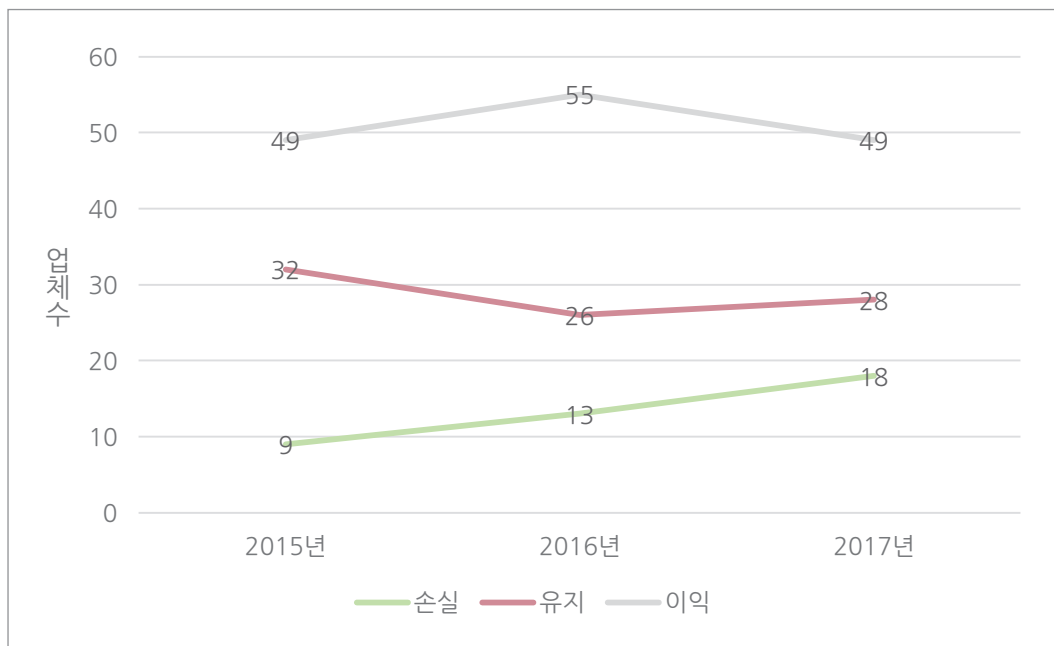
2015년에는 49곳, 2016년에는 55곳의 사업체가 이익을 보였으나, 2017년 전망은 49곳의 사업체만이 이익을 본 것으로 전망함.

손실이었다는 응답은 2015년에는 9곳, 2016년에는 13곳이 해당하였으며, 2017년에는 18곳이 손실을 예상하고 있음.

비슷하게 유지하고 있다는 응답은 2015년에는 32곳, 2016년에는 26곳이 이에 해당하였으며, 2017년에는 28곳의 사업체가 현상을 유지할 것으로 예상함.

2016년에는 비교적 수익성이 높았으나 2017년 들어 다시 수익성이 낮아지는 것을 볼 수 있음. 2018년의 전망도 손실을 예상하는 곳이 많은 것으로 보아, 당분간 프리미엄 외식 시장은 수익성 전망이 어두울 것으로 예상됨. 이는 전체적인 경기 분위기와 관련 있는 것으로 보임.

〈그림 4-40〉 프리미엄 레스토랑 2015~2017(예상) 수익성 추이



(n = 95)

12) 인증서

A. 인증서 보유 여부

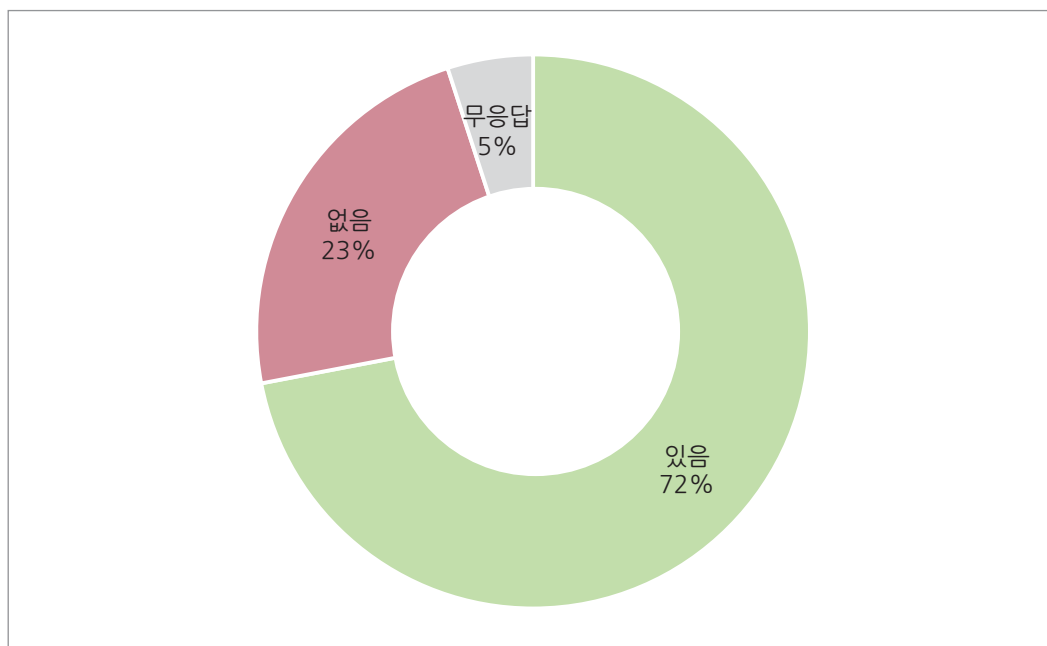
공공기관 및 지방자치단체에서 발행한 인증서 발행 여부를 조사하였음. 전체 100개 사업체 중 무응답 5개를 제외한 95개 응답만 집계함. 인증서의 종류는 공공기관이나 단체에서 발행한 것과 민간 단체에서 발행하는 것을 모두 포함해서 응답하게 함.

응답한 전체 95개 사업체 중 인증서를 보유하고 있다고 응답한 사업체가 72곳, 없다고 응답한 사업체는 23곳임.(그림 4-41)

B. 인증서 종류

보유한 인증서의 종류는 ‘미쉐린가이드’, ‘블루리본서베이’, ‘모범음식점’, ‘향토음식점’, ‘ 으뜸음식점’, ‘전문관광음식점’ 등 다양함. 하나의 레스토랑에서 여러가지 인증서를 보유하는 경우가 있어 인증서가 있다고 답한 75개 사업체에서 수집한 105개 복수 응답을 집계함.

〈그림 4-41〉 인증서를 보유한 프리미엄 레스토랑의 비율



(n = 95)

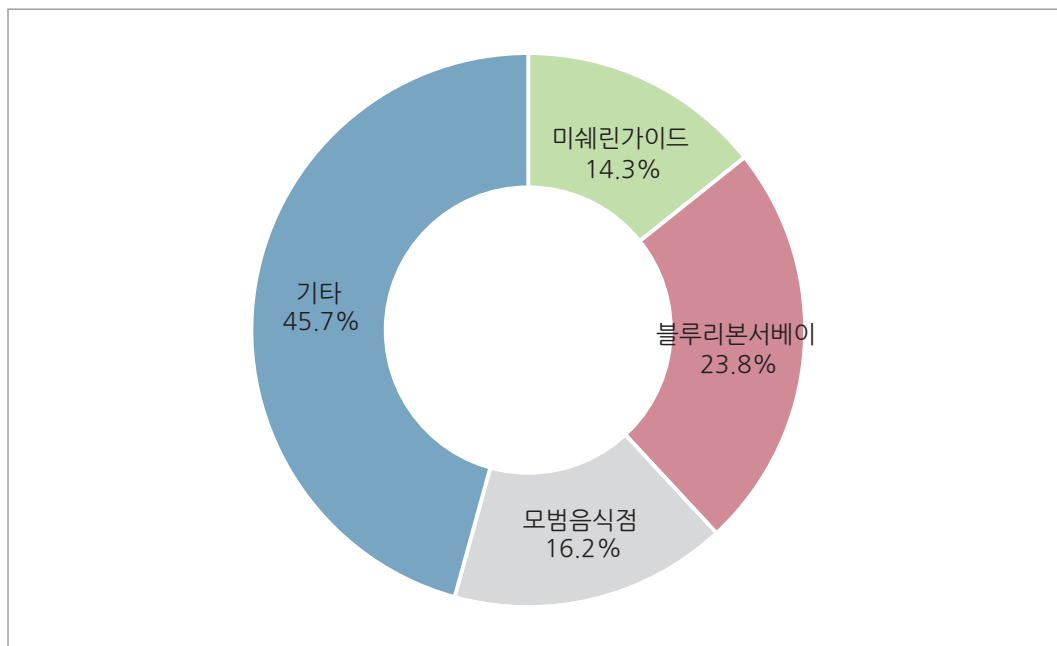
단일 인증서로 가장 많은 비중을 차지한 항목은 ‘블루리본서베이’로, 전체의 23.8%를 차지함. 그 다음으로는 ‘모범음식점’이 16.2%, 세 번째로 ‘미쉐린가이드’가 14.3%를 차지함. 그밖에 ‘음식점위생등급’, ‘오피음식점’, ‘향토음식점’ 등을 포함하는 기타가 45.7%를 차지함.(그림 4-42) 기타 인증서로는 그밖에도 ‘감베로로소’, ‘오스피탈리타 이탈리아나’, ‘자갓서베이’, 지자체지정 ‘안심먹거리’, ‘코릿’, 관광협회에서 발급하는 ‘관광편의시설지정’ 등이 있음.

C. 인증서의 영업 도움 여부

인증서가 있다고 답한 75개 사업체를 대상으로 인증서가 영업에 도움이 되었는지 여부 응답을 집계함. 무응답이 12곳으로, 전체의 16.7%에 해당하며, 이는 인증서가 있음에도 영업에 도움이 되었는지 여부를 체감할 수 없기에 응답하지 않은 비율이 높다고 추정됨.

무응답을 포함해 72개 응답 중 인증서가 영업에 도움이 되었다고 응답한 레스토랑은 45곳으로, 전체의 62.5%이며, 도움이 되지 않았다고 답한 사업체는 15곳으로, 전체의 20.8%를 차지함.(그림 4-43)

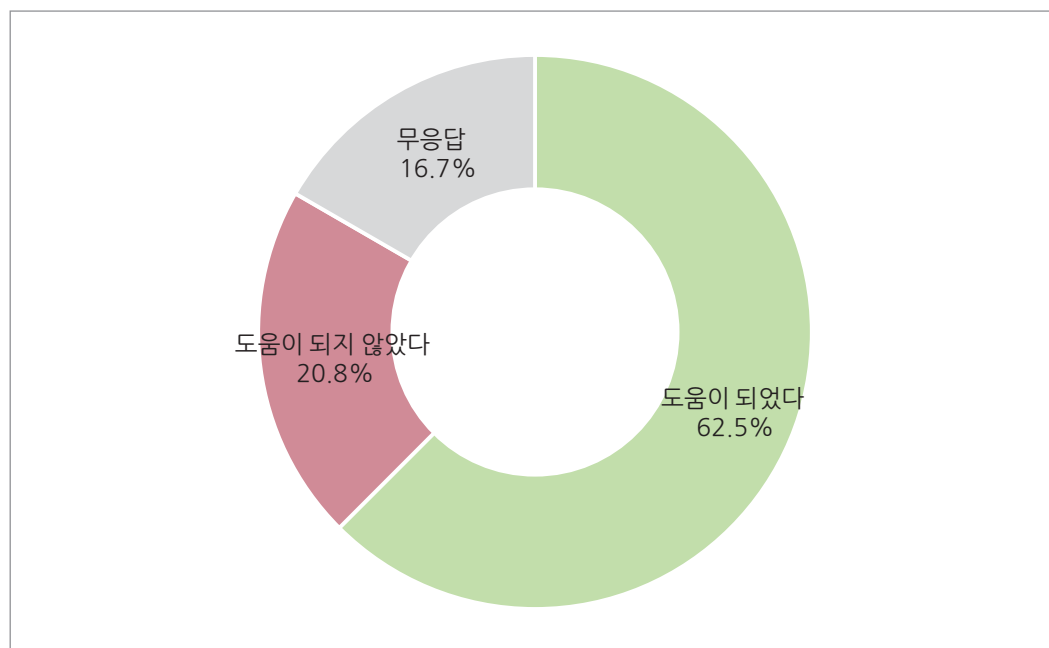
〈그림 4-42〉 프리미엄 레스토랑 보유 인증서 종류



(n = 105)

영업에 도움이 된다고 응답한 사업체들은 인증서의 보유로 인해 소비자에게 인지도가 향상되었으며 신뢰감 향상, 이미지 개선 및 홍보에 도움이 되었다고 응답함. 직접적인 예약률 상승이라고 응답한 사업체의 경우, 해당 인증서 발급이 발표된 직후 짧은 기간만 체감할 수 있는 효과라고 한정하였으나, 전체적인 이미지 개선의 효과는 있다고 응답함.

〈그림 4-43〉 프리미엄 레스토랑에 부여된 인증서의 영업 도움 여부



(n = 63)

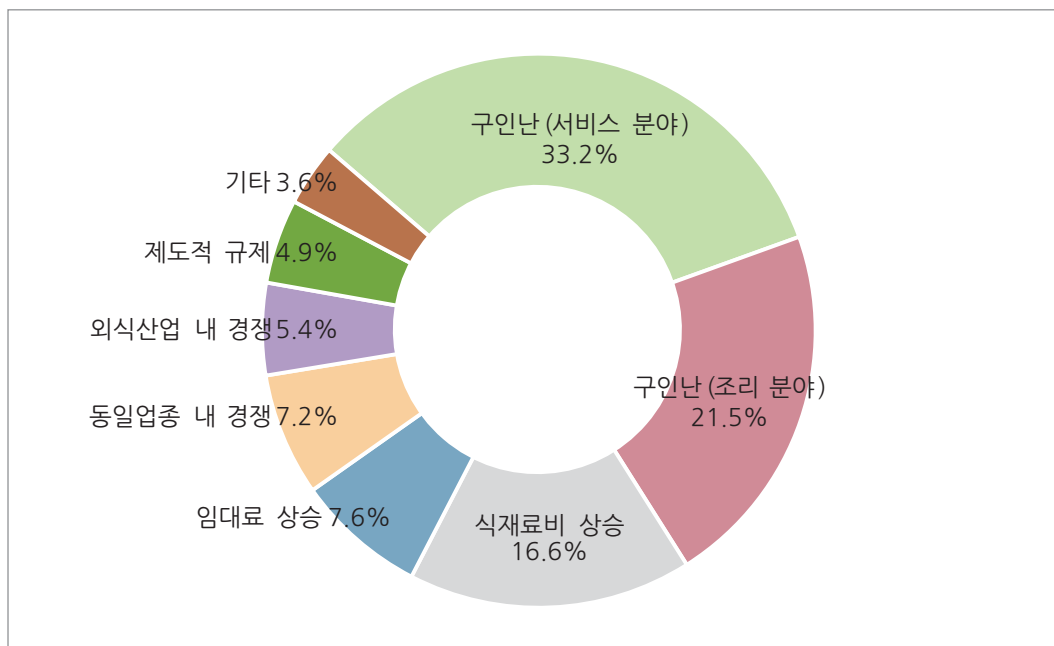
13) 경영상 애로사항

경영상 애로사항에 대해 조리 분야 구인난, 서비스 분야 구인난, 식재료비 상승, 임대료 상승, 외식산업 내 경쟁, 동일업종 내 경쟁, 제도적 규제, 기타의 8개 파트로 나누어 복수 선택이 가능하도록 조사를 실시함.

전체 응답 223개 중, 가장 높은 비중을 차지하는 분야는 구인난으로, 특히 서비스 분야 구인난이 차지하는 비율이 가장 높음. 서비스 분야의 구인난이 33.2%이며 조리 분야 구인난이 그 뒤를 이어 21.5%를 차지함. 구인난 전체 비율이 54.7%로 과반에 해당하는 것을 알 수 있음.(그림 4-44)

그밖에 경영상 애로사항으로는 식재료비 상승이 16.6%, 임대료 상승이 7.6%, 동일업종 내 경쟁이 7.2%를 차지함. 기타 요인으로는 세금, 경영 환경, 레스토랑 입지로 인한 사회적 요인 등이 있었음.

〈그림 4-44〉 프리미엄 레스토랑 경영상 애로사항



(n = 223, 복수 응답)

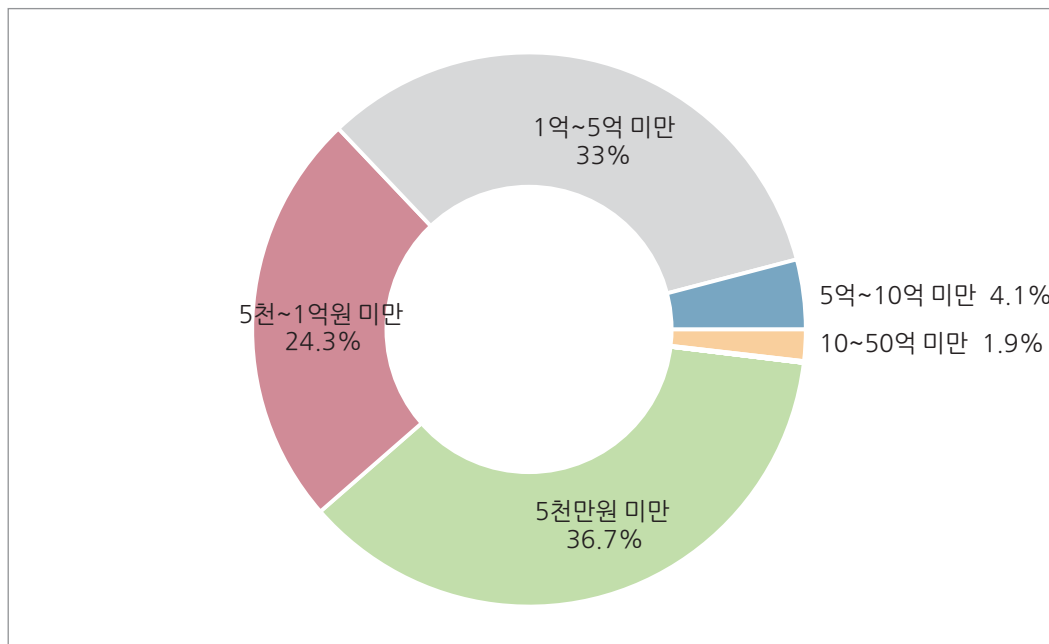
3. 프리미엄 외식 시장의 매출액

1) 일반 외식 시장 매출액

통계청의 자료상 매출액 구간은 연간 매출액을 기준으로 5천만원 미만, 5천만원~1억원 미만, 1억~5억원 미만, 5억~10억원 미만, 10~50억원 미만, 50~100억원 미만, 100~200억원 미만, 200~300억 미만, 300억 이상의 범주로 나누어 있음.

일반 외식 시장의 경우 가장 적은 소득구간인 연간 5천만원 미만의 매출을 올리는 곳이 36.7%로 가장 높으며, 그 다음으로는 연간 1억~5억원 미만의 소득을 올리는 곳이 33%로 많음. 연간 5천만원~1억원 미만 구간의 소득을 올리는 곳이 24.3%로 다음을 차지하며, 연간 5억원 이상 매출 범위는 고소득 구간으로서 해당 매출액 이상 구간대의 모든 사업체 수를 합하여도 전체의 6% 정도임.(그림 4-45)

〈그림 4-45〉 2015 외식 시장 일반 연 매출액



(자료출처: 통계청)

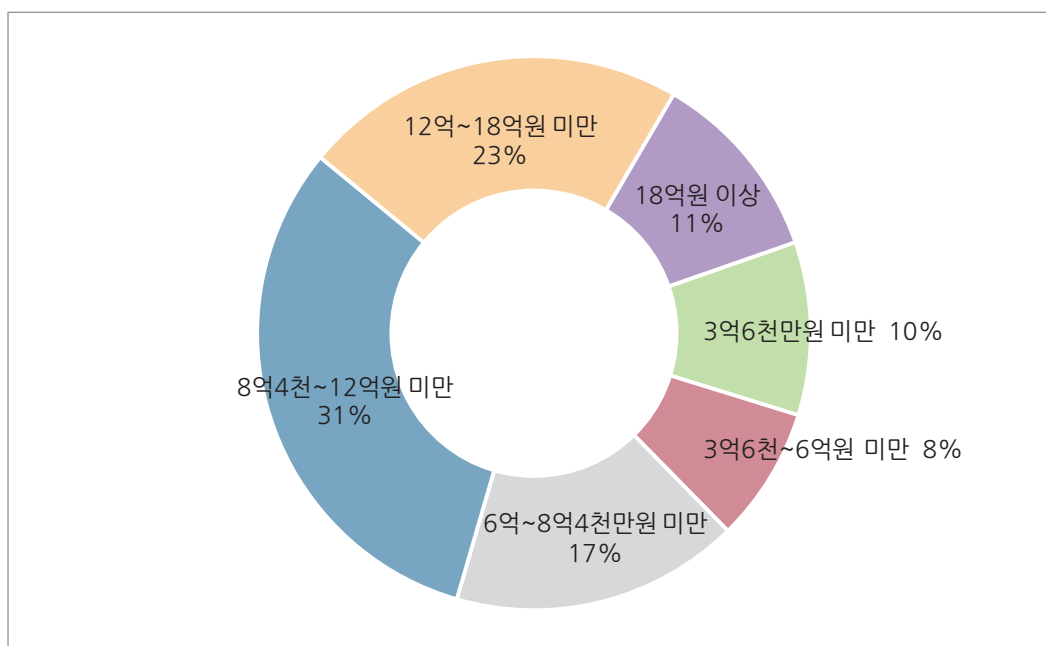
2) 프리미엄 외식 시장 매출액

A. 전체 프리미엄 외식 시장 매출액 및 일반 외식 시장과의 비교

프리미엄 레스토랑 100여 곳을 조사 대상으로 선정하여 설문을 실시하였으며, 무응답 11곳을 제외하고 89개 사업체의 응답을 집계함. 조사 매출액 구간은 샘플로 테스트한 일부 프리미엄 레스토랑의 수치와 전문가들의 의견을 종합하여 설정. 월간을 기준으로 설정하여 3천만원 미만, 3천~5천만원 미만, 5천~7천만원 미만, 7천만원~1억원 미만, 1억~1억5천만원 미만, 1억5천만원 이상 범위로 설정함.

위와 같은 설문 응답을 취합하여 연간으로 환산한 구간으로 분포를 구함. 이에 따라 프리미엄 외식 업계에서 가장 높은 비율을 차지하는 매출액 구간은 연간 8억4천~12억원 미만 구간대로, 31%의 레스토랑이 이에 속하며, 그밖에 12억~18억원 미만 구간이 23%, 6억~8억4천만원 미만 구간이 17%로 나타남.(그림 4-46)

〈그림 4-46〉 프리미엄 외식 시장 연 매출액



(n = 89)

65만개의 국내 외식업 시장에서 가장 높은 구간을 차지하는 수익 구간은 연간 5천만원 미만의 구간대로, 전체의 67%에 달함. 전체 94%의 레스토랑은 연간 5억원 미만의 매출을 올림.

반편 프리미엄 레스토랑 시장에서는 3억6천만원 미만 수익을 올리는 곳이 전체의 10%에 불과하며, 90%에 달하는 레스토랑이 연 매출 3억6천만원 이상인 것으로 집계되어 연 매출액 측면에서 프리미엄 외식 시장이 월등한 시장임으로 보임.

B. 지역별 프리미엄 레스토랑 연 매출액

지역별 프리미엄 레스토랑 연 매출액을 보았을 때, 서울의 경우 8억4천~12억원 미만 구간이 서울 전체의 29.5%를 차지하여 가장 높은 비중을 보임. 두 번째로 많이 분포하고 있는 구간은 12억원 이상 18억원 미만 구간으로, 서울 전체의 21.8% 수준이며, 1, 2순위 구간을 합쳐 51.3%의 비율을 보임.(표 4-19)

프리미엄 레스토랑이 밀집되어 있는 강남구는 비율상 12억원 이상 18억원 미만 구간이 서울 평균에 비해 3.8%p 높아 비교적 높은 매출액을 기록하고 있으며, 서울과 마찬가지로 1, 2순위 구간인 8억4천~18억원 미만 구간대가 56.4%를 차지하여 전국 매출액 분포에 비해 8억4천만원 이상 구간대 빈도가 더 높은 것으로 나타남.

C. 업종별 프리미엄 레스토랑 매출액

100개 레스토랑의 업종별 매출액 구간을 비교하면 이탈리아식 및 프랑스식은 8억4천~12억원 구간대, 전통한식은 12억~18억원 구간대에 주로 분포하고 있음. 모던한식은 6억~8억4천 구간에 가장 많음. 중식은 8억4천~12억 구간대가 가장 많음. 이는 각 레스토랑별 사업체 규모 분포와도 관련이 있는 것으로 추정됨.(표 4-20)

D. 사업체 규모별 프리미엄 레스토랑 매출액

레스토랑의 좌석수를 기준으로 구간을 나누어 매출액 분포를 비교함. 좌석 수 또는 매출액을 묻는 질문에 응답하지 않은 19곳을 제외하고 81곳의 매출액 분포를 집계함.

20석 미만 규모 레스토랑의 매출액은 대부분 3억6천만원 미만 구간에 분포하고 있으며,

20~30석 미만부터 100석 규모까지는 8억4천에서 12억원 구간에 주로 분포함. 100~150석 규모인 곳은 12억~18억원 구간 사이에, 200석 이상 규모의 경우 모든 레스토랑이 18억원 이상 범위에 분포하고 있음.(표 4-21)

〈표 4-19〉 지역별 프리미엄 레스토랑 연 매출액

	서울	부산	수도권	기타 지역	전체(개)
3억6천 미만	7		2		9
3억6천~6억	5		2		7
6억~8억4천	12		2		14
8억4천~12억	24	2	2		28
12억~18억	16	2		1	19
18억 이상	9	1	1	1	12
계	73	5	9	2	89

〈표 4-20〉 업종별 프리미엄 레스토랑 매출액

	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체(개)
3억6천미만	1	1		2	4	1	9
3억6천~6억	1		1	3	2		7
6억~8억4천	2	4		3	3	3	15
8억4천~12억	3		3	10	10	1	27
12억~18억	7	1	1	4	7		20
18억이상	3	3		3	2		11
계	17	9	5	25	28	5	89

〈표 4-21〉 사업체 규모별 프리미엄 레스토랑 매출액

	20석미만	20~30석	30~50석	50~100석	100~150석	150~200석	200석 이상	전체(개)
3억6천미만	3	2	1	2				8
3억6천~6억		3	2	2				7
6억~8억4천	1	2	5	3	2	1		14
8억4천~12억		8	8	6	3	1		26
12억~18억		2	5	4	4	2		17
18억이상			1	1	1	2	4	9
계	4	17	22	18	10	6	4	81

4. 식재료 구매 현황

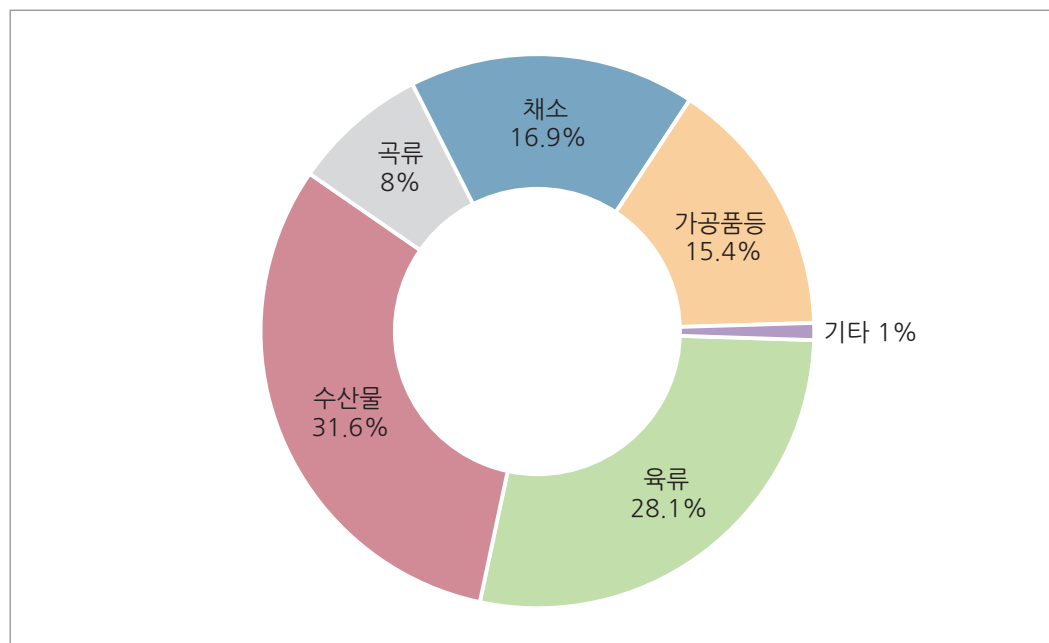
1) 식재료 사용 비율

전체 식재료 구매 비용에서 식재료 종류별 구매 금액 비율을 물어보고 무응답을 제외한 75개 응답을 집계함. 식재료 종류 중 수산물이 31.6%로 가장 높은 비율을 보였고, 육류가 28.1%, 채소가 16.9%의 사용 비율을 보임. 채소는 가격대가 낮기 때문에 전체적으로 사용하는 양은 많지만, 구매 비용 비율에서는 낮은 비율을 차지하는 것으로 보임.(그림 4-47)

업종별로는 일식과 모던한식이 각각 50%, 43.1%로 높은 수산물 사용 비율을 보임. 이탈리아식은 육류와 수산물의 사용비율이 비슷하지만 근소하게 수산물 비율이 높아 31.1%에 달하며, 육류는 29.9%의 사용률을 보임. 프랑스식의 경우 육류 사용이 약간 더 높아 육류가 31.6%, 수산물이 30.9%의 사용률을 보임.(그림 4-48)

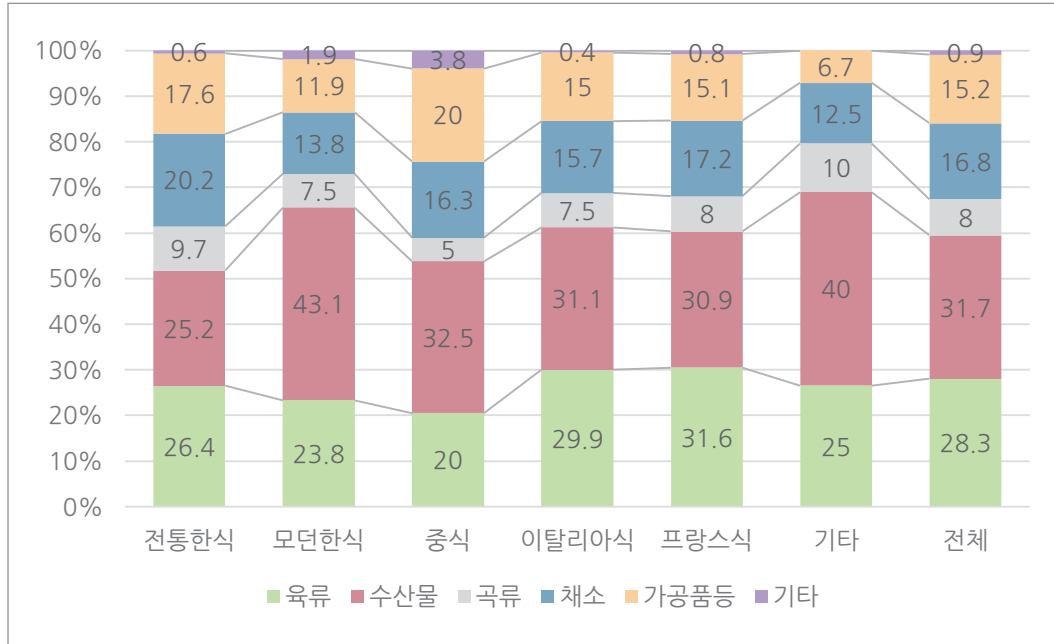
전통한식은 채소를 가장 적은 비율로 사용하는 모던한식과 비교했을 때 채소 비율이 최대 6.4%p 높음.

〈그림 4-47〉 프리미엄 레스토랑 식재료 사용 비율



(n = 75)

〈그림 4-48〉 프리미엄 레스토랑 업종별 식재료 사용 비율



(n = 75)

2) 국내산, 외국산 식재료 사용 비교

A. 산지별 식재료 사용 비율

전체 80개 사업체에서 응답한 내용으로 국내산, 외국산 식재료 사용 비율을 집계함. 전체적으로 국내산 식재료 비율이 높음. 일반 외식업체와 비교했을 때 특히 육류 부분에서 국내산 식재료의 사용 비율이 높는데, 이는 한우를 많이 사용하기 때문인 것으로 보임. 국내 프리미엄 레스토랑에서는 한우를 사용하는 메인 메뉴를 많이 내고 있음.(그림 4-49)

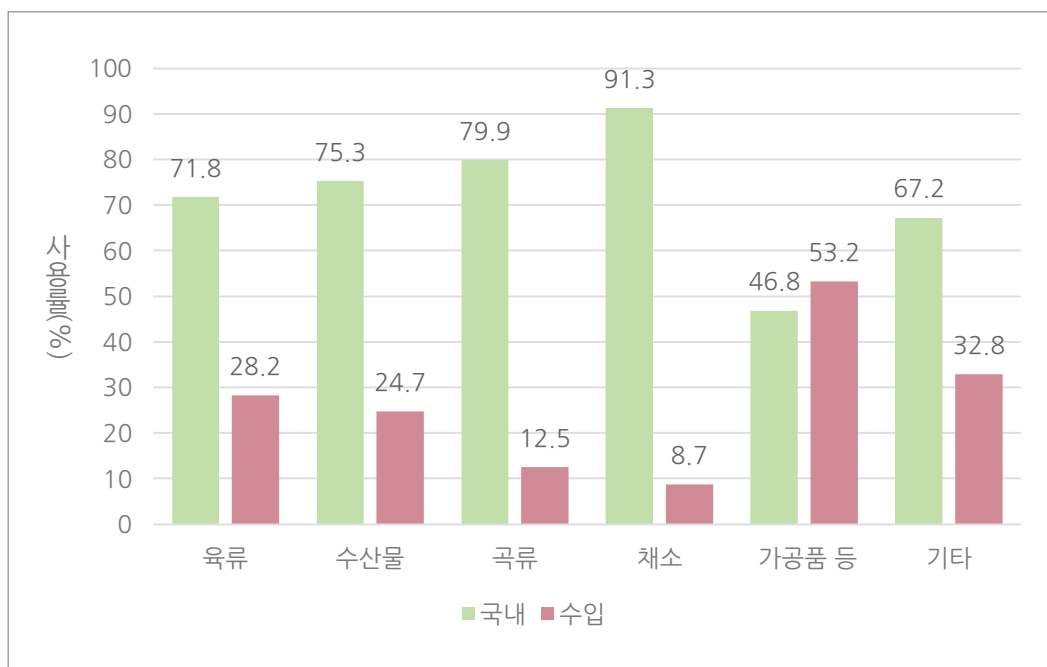
국내산 사용 비율이 가장 높은 식재료는 채소며 국내산 사용 비율이 91.4%에 달함. 곡류 역시 국내산 사용비율이 79%로 높은 비율을 보임. 수산물은 75.5%, 육류는 72.2%을 국내산으로 사용함. 채소는 유통 과정에서 가장 빨리 상하는 품목이기 때문에 좋은 식재료를 사용하기 위해서는 국내산 사용 비율이 높아질 수 밖에 없는 것으로 보임.

가공품(공산품 포함)의 경우 수입산 사용 비율이 국내산 사용비율에 비해 약 0.8%p 높은데, 이는 국내에서 구하기 힘든 오일, 소스 등의 재료를 가공품으로 구매하기 때문인 것으로 추정됨.

업종별로 식재료의 국내산 비율은 그림 4-50에서 4-55를 보면 알 수 있음. 이 중 국내산 육류의 사용이 가장 높은 업종은 모던한식으로, 육류의 85.6%를 국내산으로 사용하는 것으로 나타남. 그 다음으로는 이탈리아식이 80.8%로 높은 비율을 보임. 전통한식의 경우 국내산 육류 사용비율은 57.9%에 불과하여 국내산 육류를 사용하는 사업체 중에서는 가장 낮은 사용률을 보임.

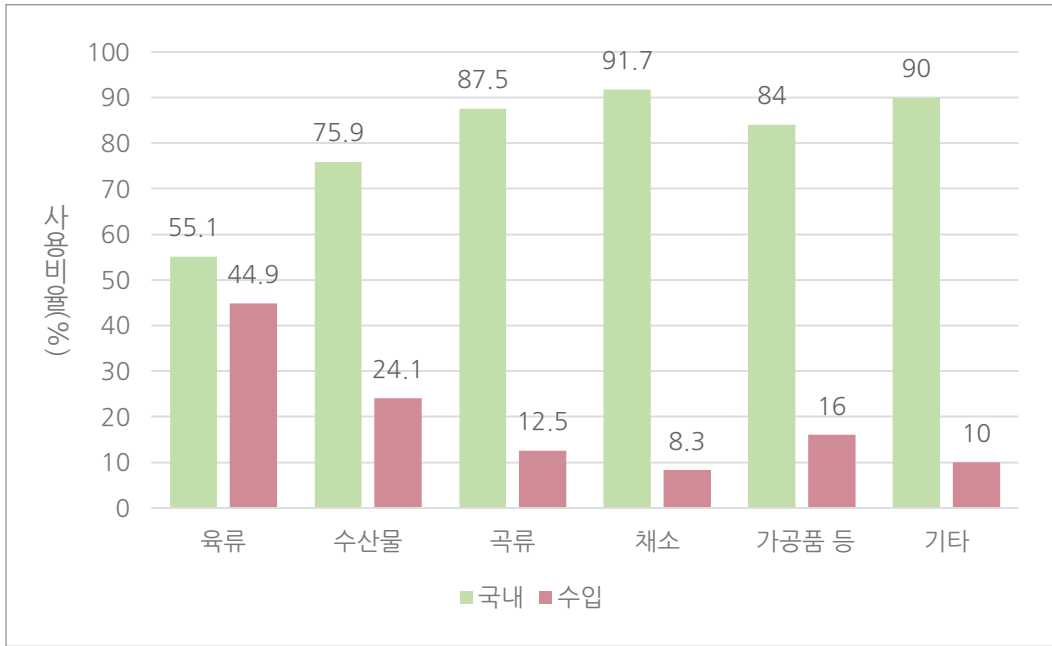
전통 한식과 모던 한식의 식재료 사용을 비교하면, 모던 한식 쪽이 압도적으로 국내산 사용 비율이 높음. 전통 한식은 육류에 수입품을 많이 사용하는데 이는 모던 한식보다 낮은 객단가를 맞추기 위한 것으로 보임. 반면 모던 한식은 서양식 조리 테크닉을 많이 사용하는 관계로 양식에 사용되는 수입 가공품을 전통 한식보다 많이 사용하는 것으로 보임

〈그림 4-49〉 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균



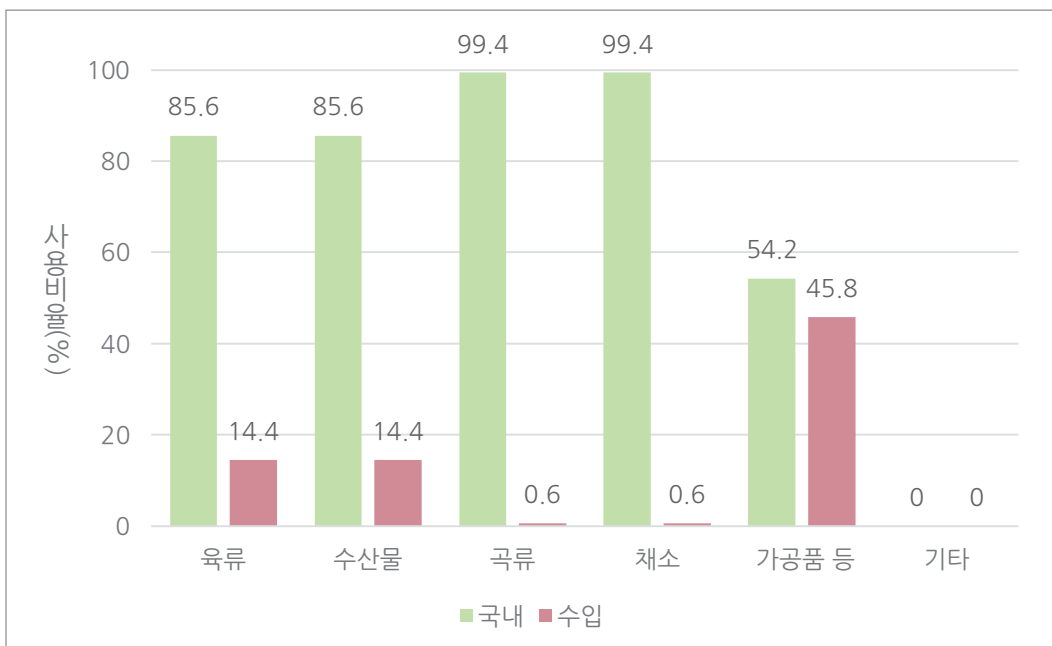
(n = 80)

〈그림 4-50〉 전통한식 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균



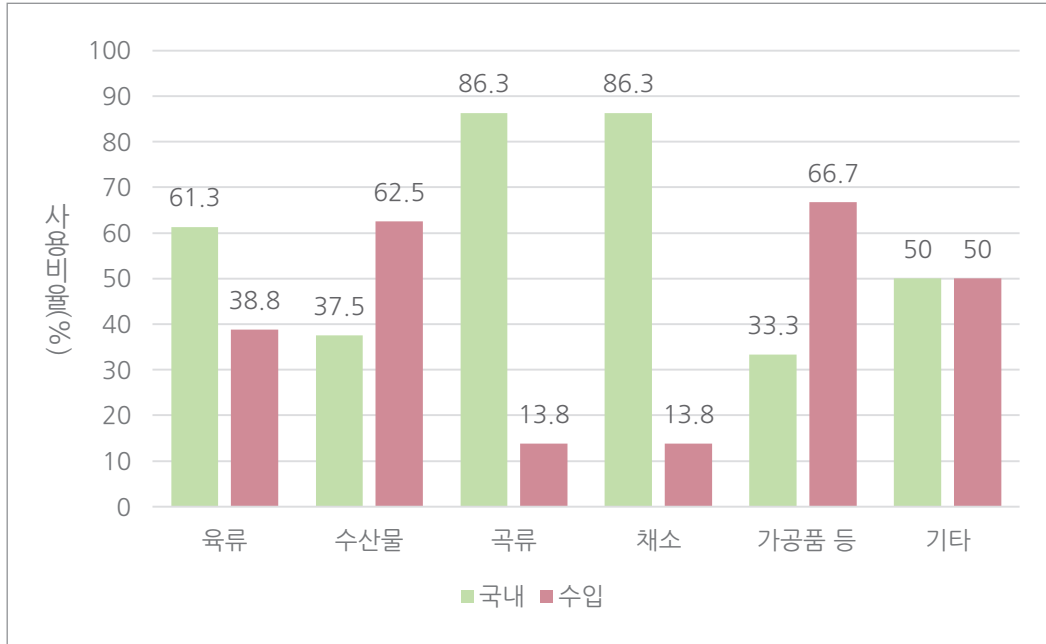
(n = 15)

〈그림 4-51〉 모던한식 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균



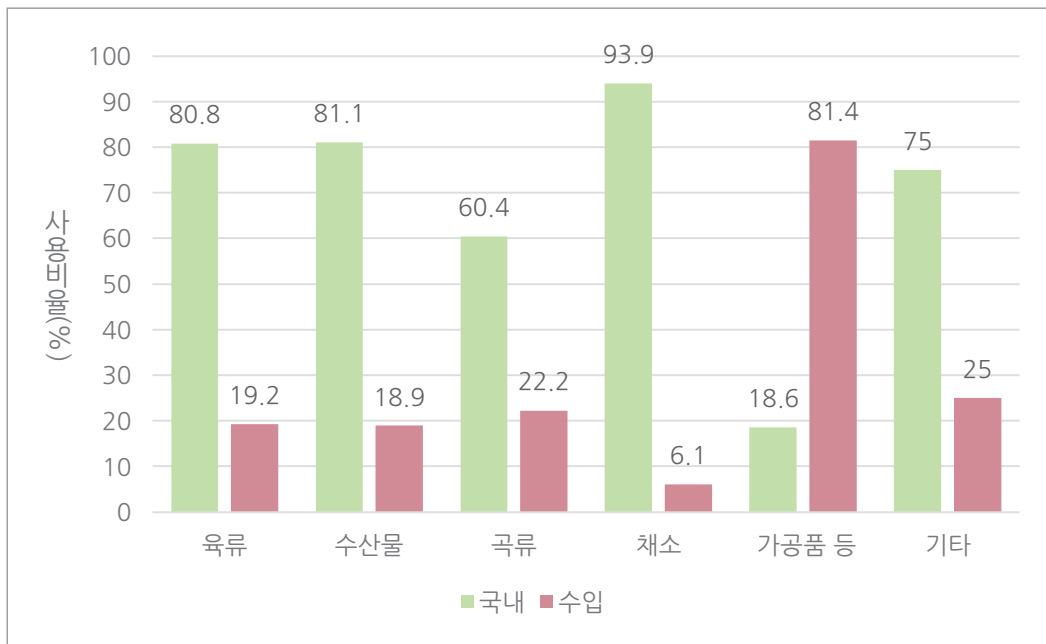
(n = 8)

〈그림 4-52〉 중식 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균



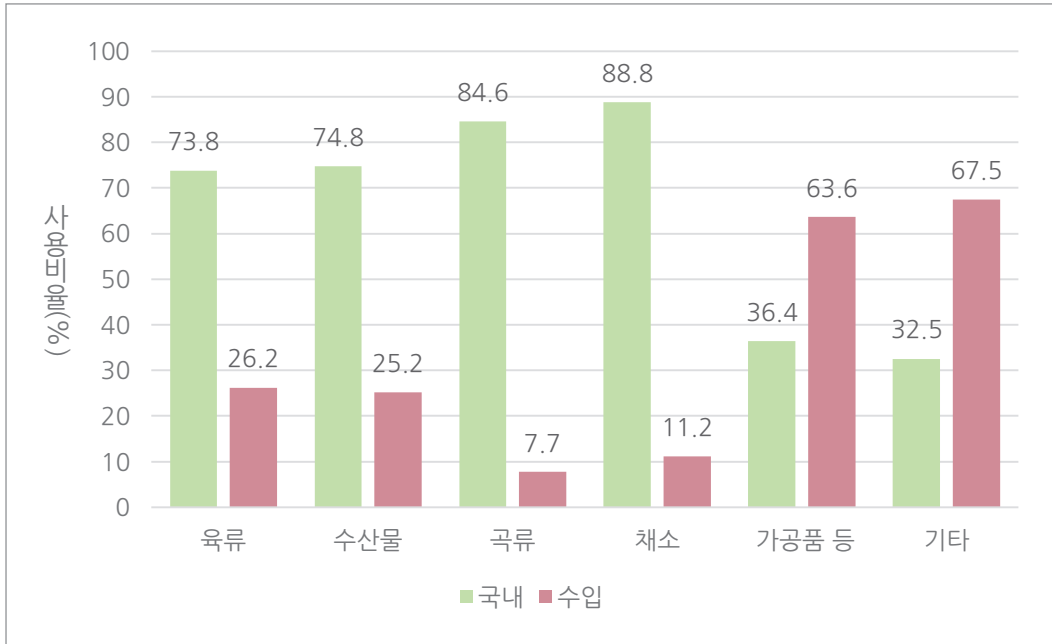
(n = 4)

〈그림 4-53〉 이탈리아식 프리미엄 레스토랑 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균



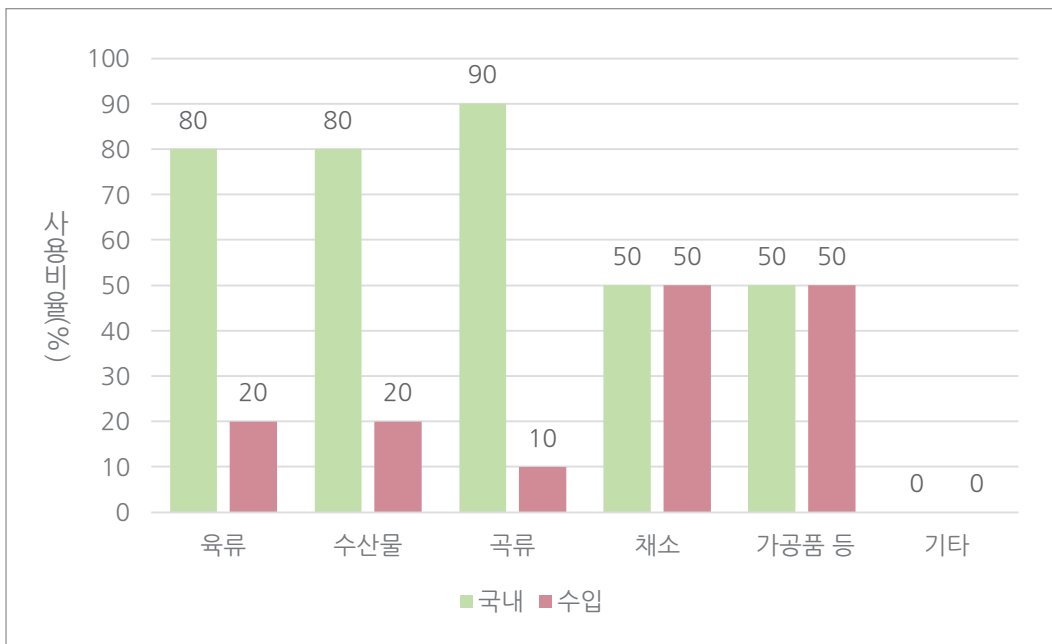
(n = 23)

〈그림 4-54〉 프랑스식 프리미엄 레스토랑 평균 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균



(n = 26)

〈그림 4-55〉 기타 업종 프리미엄 레스토랑 평균 국내산, 외국산 식재료 사용 비율 평균



(n = 1)

수산물 역시 모던한식의 국내산 사용 비율이 86.1%에 달해 가장 높으며, 이탈리아식이 81.1%로 두 번째를 차지함. 국내산 채소도 모던한식이 99.4%, 이탈리아식이 93.9%로 높은 사용률을 보임.

일반적으로 중식, 이탈리아식, 프랑스식 레스토랑에서 수입 가공품 사용 비율이 높음. 이들 외국 레스토랑은 현지에서 나는 식재료를 국내에서 공급하기 어려운 경우가 많고 신선한 상태로 수입하기 어려운 품목도 있음. 그런 경우 가공된 상태로 들여오기도 함. 이런 이유로 수입 가공품 사용 비율이 높음.

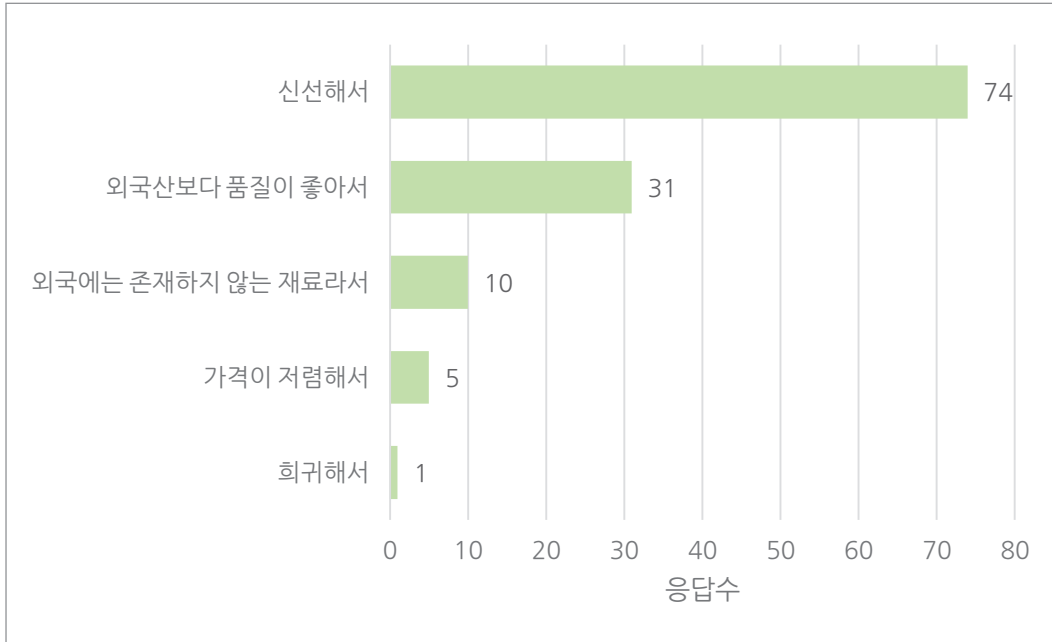
이탈리아식과 프랑스식은 국내산, 외국산 식재료의 비율이 거의 비슷한 양상을 보임. 중식은 수입 수산물 비율이 높은 것이 특징임.

B. 국내산 식재료 사용 이유

국내산 또는 외국산 식재료를 사용하는 이유를 묻는 문항에는 복수 응답을 허용하여 프리미엄 레스토랑이 국내산, 외국산 식재료를 사용하는 이유를 판단할 수 있도록 함. 무응답 3개를 제외하고 124개 응답을 집계하였음.

국내산 식재료를 주로 사용하는 이유에는 신선도가 61.2%로 가장 높은 비중을 차지하며, 외국산 대비 품질 우위가 25.6%, 외국에 존재하지 않는 재료이기에 국산 재료를 사용한다고 답한 비율은 8.3%임. 재료의 희소성은 전체의 0.8%에 불과함. 신선도 및 품질에 관련된 항목의 합이 86.8%로, 대부분의 사용 이유가 품질을 위한 것임.(그림 4-56)

〈그림 4-56〉 프리미엄 레스토랑의 국내산 식재료 사용 이유



(n = 124, 복수 응답)

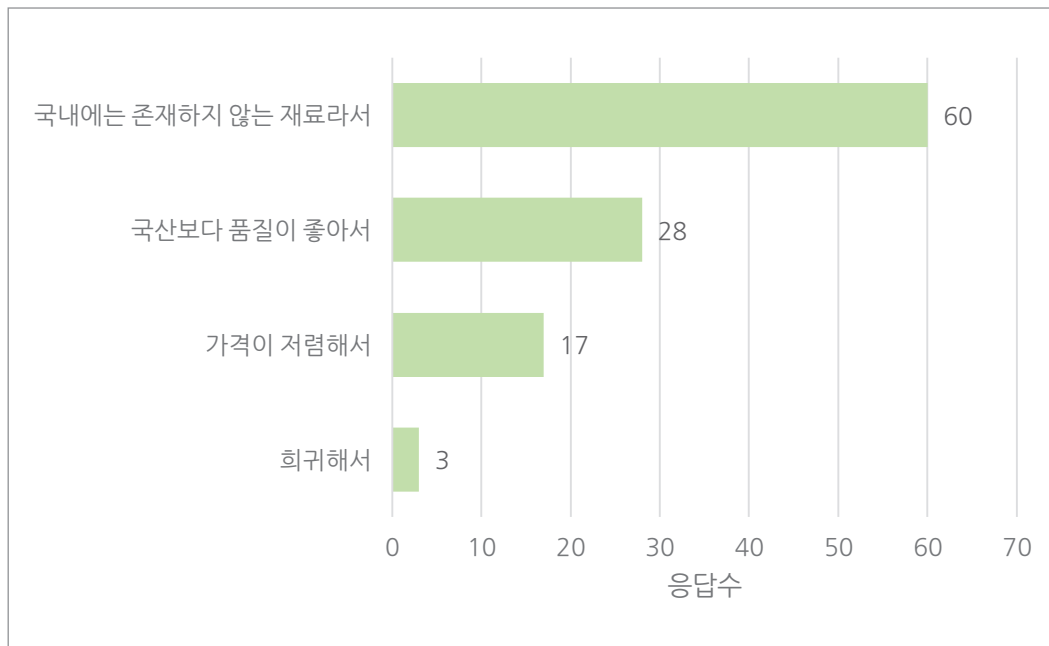
C. 외국산 식재료 사용 이유

국내산 또는 외국산 식재료를 사용하는 이유를 묻는 문항에는 복수 응답을 허용하여 프리미엄 레스토랑이 국내산, 외국산 식재료를 사용하는 이유를 판단할 수 있도록 함. 무응답 8개를 제외하고 116개 응답을 집계하였음.

수입산 식재료의 경우, 국내에 존재하지 않는 재료이기에 수입산을 사용한다고 응답한 비율이 55.6%로 가장 높은 비율을 차지하며, 국내산보다 품질이 더 좋아서라는 이유가 두 번째로 25.9%를 차지함. 가격 경쟁력은 15.7% 였으며, 재료의 희소성은 2.8%를 차지함.(그림 4-57)

국내산보다 품질이 좋은 경우는 주로 외국 품종의 식재료인 것으로 추정됨. 외국산 식재료를 사용하는 주 이유는 국내에 없는 식재료이기 때문에 어쩔 수 없이 사용하거나, 외국산 품종으로서, 국내에서 아직 품질 개발이 덜 되었거나 생산력이 저조하기 때문인 것으로 보임.

〈그림 4-57〉 프리미엄 레스토랑의 외국산 식재료 사용 이유



(n = 116, 복수 응답)

D. 프리미엄 레스토랑에서 주로 사용하는 식재료 품목

사업체별로 가장 많이 사용하는 식재료 품목 중 국내산 5가지와 외국산 5가지를 질문함. 구체적으로 어떤 품목이 가장 많이 소비되고 있는지 알기 위함.

국내산 식재료의 경우 응답하지 않은 사업체 13곳을 제외하고 87곳, 외국산 식재료의 경우 무응답 16곳을 제외한 84곳의 응답을 집계함. 육류, 생선, 곡류 등 상세 항목으로 쓰지 않은 응답은 집계에서 제외함.(표 4-22)

응답 내용을 보면, 일반 외식업체에서 많이 사용하지 않는 품목이 나타남. 예를 들어 국내산 식재료 중 토종닭, 딱새우, 성게알, 특수채소, 프리제허브, 전복, 루콜라, 바질, 아스파라거스, 브뤼셀스프라우트 등은 프리미엄 레스토랑 메뉴에 주로 오르는 품목임.

외국산 식재료 중에는 이베리코 돼지고기, 트리플 오일, 프로슈토, 트리플, 치즈 종류, 푸아그라 등을 프리미엄 레스토랑에서 주로 사용하는 식재료 품목으로 들 수 있음.(표 4-23)

채소의 경우, 외국산이 아닌 국내산이더라도 외국 품종이 많은 것이 주목할 만함. 그러한 예로는 특수채소, 청경채, 루콜라, 바질, 브로콜리, 아스파라거스, 파슬리, 브뤼셀스프라우트 등을 들 수 있음. 이러한 채소들은 수년 전만 해도 외국산에 의존했던 품목들임.

〈표 4-22〉 업종별로 본 프리미엄 레스토랑에서 사용하는 국내산 식재료 품목

	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체
육류	소고기, 한우, 돼지고기	소고기, 한우, 돼지고기	소고기, 돼지고기, 닭고기, 장각	소고기, 한우, 흑돼지, 닭고기, 토종닭	소고기, 한우, 양고기, 닭고기, 오리고기, 메추리	소고기	소고기, 한우, 돼지고기, 양고기, 닭고기, 장각, 토종닭, 오리고기, 메추리
수산물	광어, 전복, 새우	금태, 도미, 멸치, 민어, 옥돔, 꼬막, 소라, 전복, 조개	게살, 전복	광어, 농어, 어란, 참돔, 문어, 참문어, 딱새우, 굴, 조개, 홍합, 성게알, 제주도수산물	고등어, 광어, 농어, 덕자병어, 도미, 아귀, 문어, 새우, 돌게, 킹크랩, 딱새우, 가리비, 전복		광어, 금태, 농어, 덕자병어, 도미, 멸치, 민어, 아귀, 옥돔, 참돔, 오징어, 문어, 참문어, 게살, 돌게, 새우, 딱새우, 킹크랩, 조개, 가리비, 굴, 꼬막, 소라, 전복, 홍합, 성게알, 어란, 제주도수산물
곡류	쌀, 찰쌀	쌀	쌀	쌀			쌀, 찰쌀
채소	양상추, 양파, 콩	마늘, 배추, 버섯, 콩나물, 파	양파, 청경채	감자, 대파, 마늘, 양파, 토마토, 특수채소, 그린믹스, 브뤼셀스프라우트, 브로콜리, 프리제, 허브		가지, 감자, 마늘, 양상추, 양파, 오이, 토마토, 특수채소, 그린믹스, 루콜라, 바질, 아스파라거스, 파슬리	가지, 감자, 당근, 대파, 더덕, 마늘, 배추, 버섯, 양상추, 양파, 파, 연근, 오이, 청경채, 콩, 콩나물, 토마토, 특수채소, 그린믹스, 루콜라, 바질, 브로콜리, 아스파라거스, 파슬리, 프리제, 허브
가공품등	고추장, 된장, 식초, 건어물, 고춧가루, 두부, 김치		식용유, 고춧가루, 밀가루	밀가루, 올리브오일, 토마토홀, 파스타	유기농설탕, 초란	우동	고추장, 된장, 밀가루, 식초, 초란, 건어물, 고춧가루, 김치, 유기농설탕, 올리브오일, 토마토홀, 파스타, 우동
기타	과일			계란, 과일, 유제품			계란, 과일, 유제품

〈표 4-23〉 업종별로 본 프리미엄 레스토랑에서 사용하는 외국산 식재료 품목

	전통한식	모던한식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타	전체
육류	소고기, 갈비, 돼지고기, 삼겹살, 닭고기	돼지고기, 이베리코, 양갈비	소고기, 도가니	소고기, 랍아이, 티본, 돼지고기, 이베리코, 양고기, 양갈비, 송아지고기	돼지고기, 이베리코, 양고기, 양갈비, 송아지고기	소고기	소고기, 도가니, 갈비, 돼지고기, 이베리코, 삼겹살, 양고기, 양갈비, 송아지고기, 닭고기
수산물	새우, 낙지, 백조기, 장어, 비닷장어, 조기, 홍어, 오징어, 대하, 동태	참치, 문어, 대하, 가리비, 성게	오징어, 솔방울오징어, 새우, 대하, 중새우, 해삼, 절단게	농어, 연어, 새우, 팔각새우, 소프트셸크랩, 관자	농어, 연어, 몰스래피쉬, 문어, 새우, 비닷가재, 킹크랩, 가리비, 관자	비닷가재, 연어	농어, 도미, 백조기, 연어, 은대구, 장어, 비닷장어, 조기, 참치, 홍어, 문어, 낙지, 오징어, 솔방울오징어, 비닷가재, 소프트셸크랩, 킹크랩, 대하, 팔각새우, 중새우, 관자, 성게, 동태, 절단게
곡류				듀럼밀, 세몰리나	쌀		쌀, 듀럼밀, 세몰리나
채소	나물, 무, 배추, 생강, 콩	건능이버섯, 통깨	자연송이버섯	유기농채소, 트러플, 토마토	아스파라거스, 바닐라빈, 엔다이브, 특수채소, 트러플		아스파라거스, 나물, 엔다이브, 생강, 배추, 통깨, 양파, 콩, 배추, 무, 바닐라빈, 특수채소, 올리브, 자연송이버섯, 건능이버섯, 트러플
가공품등	보리굴비, 들깨가루, 양념	밀가루, 올리브오일, 전분, 식용유, 트러플오일, 초리조, 초콜릿	굴소스, 두반장, 건해삼	그라노파다노치즈, 버터, 치즈, 버팔로치즈, 마스카르포네치즈, 파르메산치즈, 프로슈토, 숙성햄, 살라미, 절임류, 파스타, 훈제연어, 먹물, 토마토홀, 비네거, 올리브오일, 소금, 밀가루, 트러플오일, 초콜릿	크림, 버터, 치즈, 그뤼에르치즈, 파르메산치즈, 에멘탈치즈, 프로슈토, 초리조, 허몽, 건조버섯, 토마토페이스트, 파스타, 올리브오일, 트러플오일, 비네거		버터, 치즈, 그라노파다노치즈, 그뤼에르치즈, 마스카르포네치즈, 버팔로치즈, 에멘탈 치즈, 파르메산치즈, 허몽, 햄, 초리조, 프로슈토, 살라미, 숙성햄, 토마토홀, 토마토페이스트, 파스타, 보리굴비, 양념, 들깨가루, 건조버섯, 건해삼, 훈제연어, 먹물, 절임류, 비네거, 카놀라유, 올리브오일, 트러플오일, 초콜릿, 전분, 굴소스, 소금, 밀가루
기타				와인, 과일	와인	푸아그라	와인, 과일, 푸아그라

3) 식재료 구매 주기 및 형태

A. 식재료 구매 주기

식재료를 육류, 수산물, 곡류, 채소, 가공품, 공산품, 기타로 나누어 각 부류를 구매하는 빈도를 조사함. 전체 100개 사업체 중 무응답 6개를 제외하고 94개 응답을 집계함. 곡류, 가공품, 공산품의 경우 사용하는 비율이 미미하거나 거의 사용하지 않아 무응답을 보인 사업체가 있어, 곡류는 90개, 가공품등은 88개 응답을 집계함. 또한 많은 사업체가 구매 주기에 복수 응답을 하여 이를 포함하여 집계함.(표 4-24, 그림 4-60)

매일 구매하는 비중이 가장 높은 재료는 채소로, 약 73% 응답이 이에 해당함. 채소는 일주일 단위 기준으로 구매하며, 월 2~3회, 월 1회 응답은 존재하지 않음.

그 다음으로는 수산물을 매일 구매한다는 응답이 약 57%로 높은 수준임. 주 3~4회 구매한다는 비율도 32%에 달함. 매일 구매한다는 응답과 월 2~3회 구매한다는 응답은 합쳐서 4% 이하였으며, 월 1회 구매하는 곳은 없는 것으로 나타남.

채소와 수산물은 쉽게 신선도가 떨어지는 품목이기 때문에 자주 구매하는 것으로 보임.

육류의 경우 주 3~4회 구매한다는 응답이 전체의 30% 가량으로 가장 높으며, 주 1~2회 구매한다는 응답도 같은 수준임. 매일 구매한다는 응답은 약 26% 정도임. 하루에 여러 번 구매한다는 응답이 가장 높은 재료로, 하루 여러 번 구매 비율이 약 3%에 달함. 하루에 여러 번 구매한다고 대답한 이유는 육류는 소고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기 등이 전부 공급처가 따로 있기 때문에 각 품목별 구매하기 위해서는 하루에도 여러 번 구매 활동이 일어나기 때문으로 보임. 반면 수산물이나 채소는 하나나 둘 정도의 공급처에서 공급하기 때문에 구매 횟수가 육류보다 적을 수 있음.

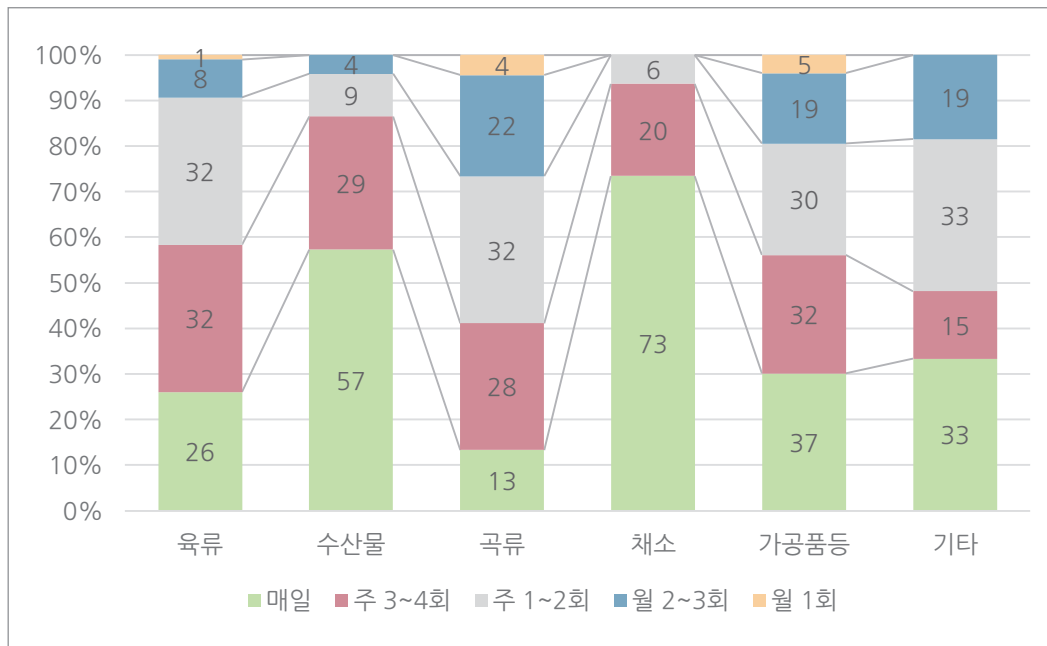
곡류, 가공품, 공산품의 경우 월 1회 구매한다는 응답이 4~5% 가량 존재하는 것을 제외하면 대부분의 재료는 주 단위로 구매하는 것을 알 수 있음.

〈표 4-24〉 프리미엄 레스토랑 식재료 구매 주기

	매일	주 3~4회	주 1~2회	월 2~3회	월 1회	계
육류	25	31	31	8	1	96
수산물	55	28	9	4		96
곡류	12	25	29	20	4	90
채소	69	19	6			94
가공품등	37	32	30	19	5	123
기타	9	4	9	5		27

(육류, 수산물 n = 96 / 곡류 n = 90 / 채소 n = 94 / 가공품등 n = 123 / 기타 n = 27, 가공품등 복수 응답)

〈그림 4-58〉 프리미엄 레스토랑 식재료 구매 주기



(n = 94)

B. 식재료 구매 형태

식재료의 구매 형태는 직접 방문 및 운반하는 경우, 매장 주문 및 배달하는 경우, 온라인 주문 및 배달하는 경우, 기타로 나누어 문항을 작성함. 무응답 6개를 제외하고 일부 매장의 사용하지 않는 재료에 대한 구매 형태 질문은 무응답으로 처리함. 해당 문항은 복수 응답이 일부 존재하여 식재료를 구매하는 형태가 품목 별로 여러 가지 방법인 것으로 나타남.

대부분 매장 주문 및 배달의 형태가 가장 높았으며, 직접 방문하여 구매하는 경우가 그 뒤를 이음. 육류는 73.8%가 매장에서 주문하여 배달 받는 것으로 나타나 비중이 가장 높았으며, 공산품 역시 70.2%를 매장에서 주문하여 배달 받는다고 응답함.(표 4-25)

직접 방문하여 운반하는 비중이 가장 낮은 재료는 곡류로 17.2%에 불과함. 온라인으로 주문, 배달한다는 응답은 5.6%~11.8% 사이에 분포하고 있으며, 온라인 구매 비중이 가장 높은 재료는 공산품이 11.8%, 가공품이 11.4%였음. 온라인 구매 비중이 가장 낮은 재료는 채소, 육류, 수산물로 각각 4.2%, 5.6%, 6%로 나타남.

일반적으로 프리미엄 레스토랑에서는 기본이 되는 식재료는 공급업체를 선정하여 정기적으로 배달 받는 방법을 취하지만, 일부 주요하게 생각되는 품목은 직접 방문하여 품질을 확인하고 구매하는 것으로 보임.

국내에 없거나 구하기 어려운 식재료는 외국에 나갈 때 직접 사오거나 외국에서 가져온 사람을 통해 구매하는 경우도 드물게 있음. 이는 정상적인 유통 경로는 아니지만, 프리미엄 레스토랑의 메뉴에서 꼭 필요하다고 생각되는 식재료를 이런 방식으로 조달함.

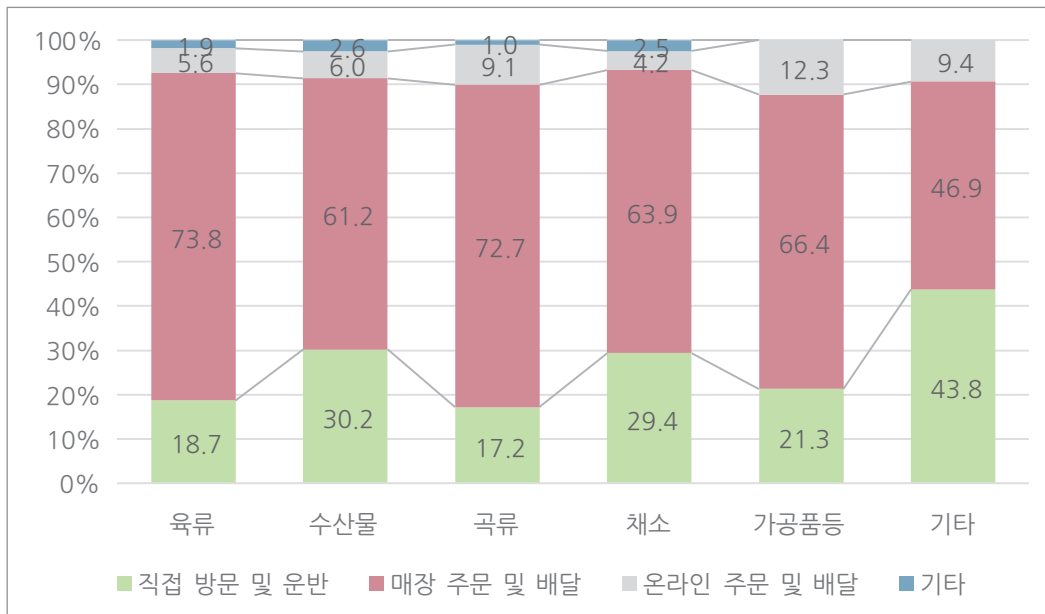
기타 구매 방식으로는 산지 및 농장과 직접 거래, 전문업체와 거래 등이 있음. 국내에서 유통되지 않은 채소류를 농장과 계약하여 재배 및 생산하는 경우도 있음. 최근에는 허브나 꽃 등 희귀 작물을 전문적으로 재배하는 농장이 늘어나고 있는 추세임.

〈표 4-25〉 프리미엄 레스토랑 식재료 품목별 구매 형태

	직접 방문운반	매장 주문배달	온라인 주문배달	기타	전체
육류	20	79	6	2	107
수산물	35	71	7	3	116
곡류	17	72	9	1	99
채소	35	76	5	3	119
가공품등	26	81	15		122
기타	14	15	3		32

(n = 94)

〈그림 4-59〉 프리미엄 레스토랑 식재료 품목별 구매 형태



(n = 94)

4) 구매 방식

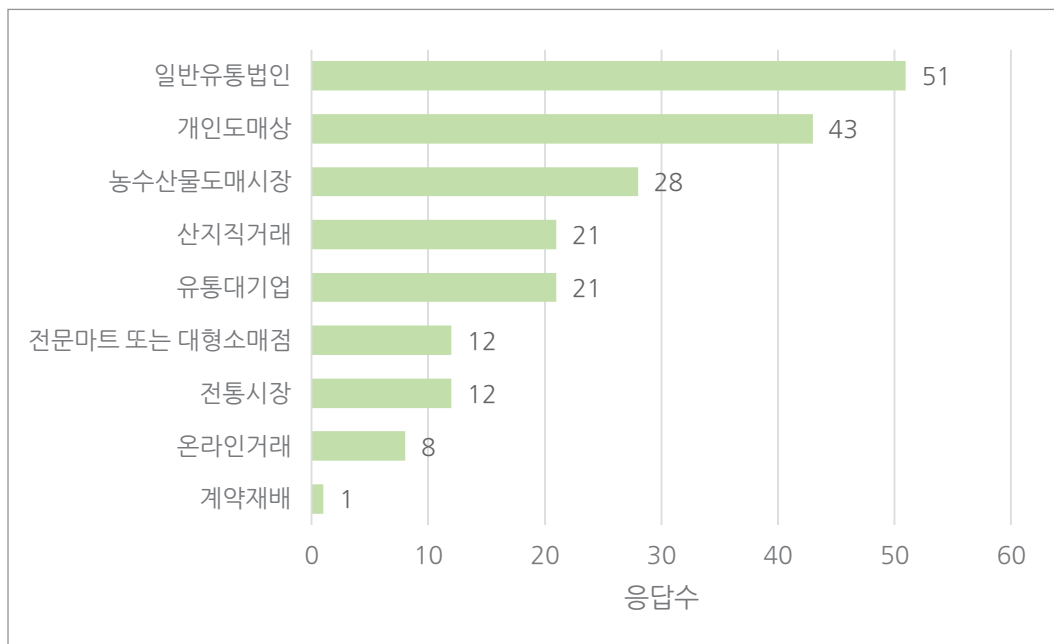
A. 국내산 식재료 구매 방식

기타를 포함한 11개 응답 중 1순위부터 3순위까지 선택하도록 응답지를 구성함. 무응답 1개를 제외하고 99개 사업체의 1순위 및 2순위 응답 수를 분석하여 프리미엄 레스토랑에서 주로 사용하는 구매 방식을 집계함.

가장 이용률이 높은 방식은 일반 유통법인을 통하는 것으로, 전체의 25.9%를 차지함. 두 번째로는 개인 도매상으로, 21.8%에 달함. 세 번째로 많이 이용하는 구매 방식은 농수산물도매시장으로 이용률이 14.2%에 달함. 그 밖의 방식으로는 유통 대기업 및 산지 직거래가 각각 10.7%를 차지함.(그림 4-60)

전통시장은 6.1%에 불과하였으며 일반소매점을 이용하는 사업체는 없음. 계약재배를 하고 있다는 응답은 전체 197개 중에 1개로, 전체의 0.5%임.

〈그림 4-60〉 프리미엄 레스토랑 국내산 식재료 구매 방식



(n = 198, 1,2순위 복수 응답)

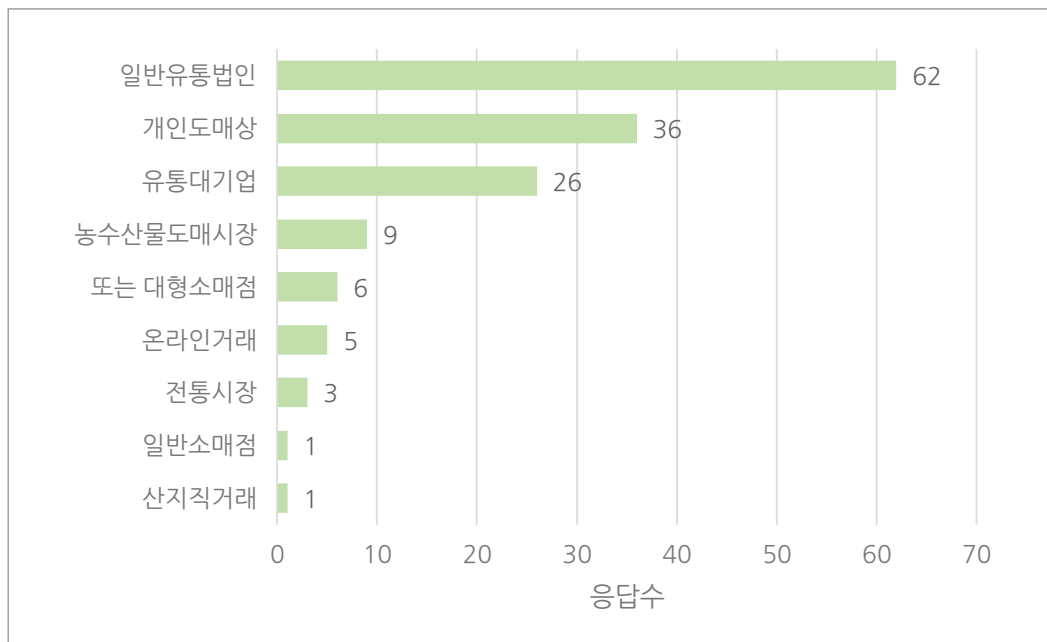
B. 외국산 식재료 구매 방식

기타를 포함한 11개 응답 중 1순위부터 3순위까지 선택하도록 응답지를 구성함. 무응답 7개를 제외하고 93개 사업체의 1순위 및 2순위 응답 수를 분석하여 프리미엄 레스토랑에서 주로 사용하는 구매 방식을 집계함.

수입산 식재료를 구매하기 위해 가장 많이 이용하는 방식으로는 일반유통법인을 통하는 것으로, 전체의 41.6%에 달함. 두 번째로 높은 비율을 차지하는 방식은 개인 도매상으로 24.2%의 응답률을 보임. 세 번째로 높은 응답은 유통대기업으로 17.4%로 나타남.

그 밖에 농수산물도매시장이 6%, 온라인 거래가 3.4% 등이며, 수입산 식재료의 경우 주요 유통 채널을 제외하면 나머지 구매 방식의 이용 비율은 미미한 것으로 나타남.(그림 4-61)

〈그림 4-61〉 프리미엄 레스토랑 수입산 식재료 구매 방식



(n = 186, 1,2 순위 복수 응답)

5) 구매 결정 및 결제 방식

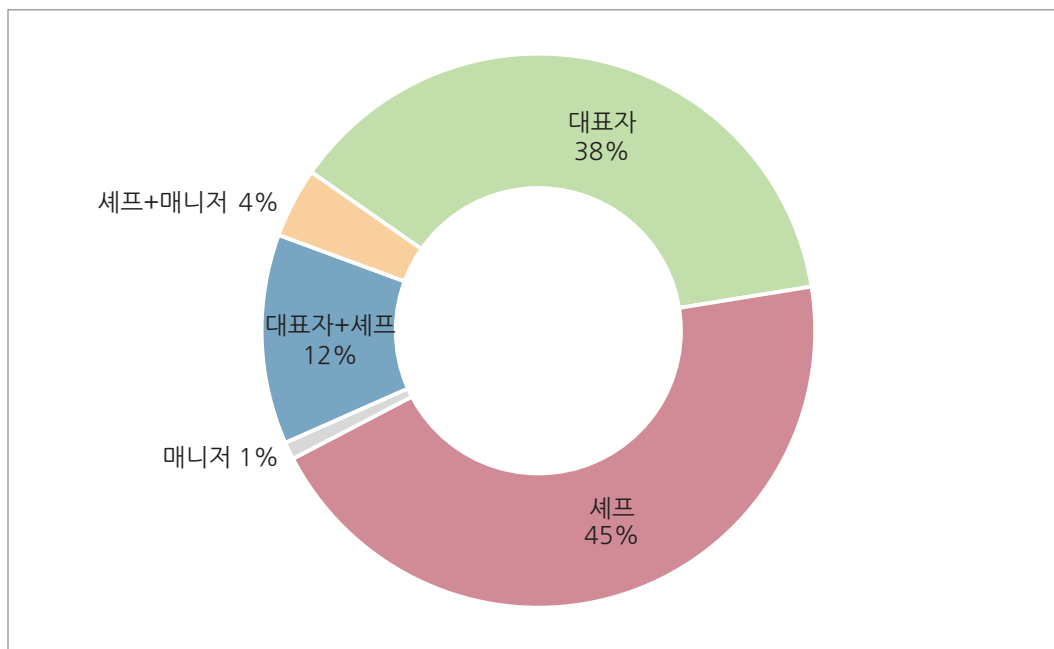
A. 식재료 구매 결정권자

식재료를 구매하는 결정권자에 관한 문항에는 일부 복수 응답이 있어 구매 결정권자가 복수 존재하는 곳이 있음. 무응답 1개를 제외한 99개 사업체의 응답을 집계함.

가장 높은 비율을 차지하는 구매 결정권자는 셰프로, 전체 응답의 45%가 이에 달함. 두 번째로 높은 구매 결정권자는 대표자였으며, 전체의 38%에 달함. 매니저가 단독으로 식재료 구매를 결정하는 경우는 전체 응답의 1% 수준으로 가장 낮은 것으로 집계됨.(그림 4-62)

그밖에 셰프와 대표자가 함께 결정한다고 응답한 비율이 12%이며, 셰프와 매니저가 구매를 결정하는 경우도 4%에 달함. 이를 포함하여 셰프가 구매 결정에 참여하는 전체 비율은 61%임.

〈그림 4-62〉 프리미엄 레스토랑 식재료 구매 결정권자



(n = 99, 복수 응답)

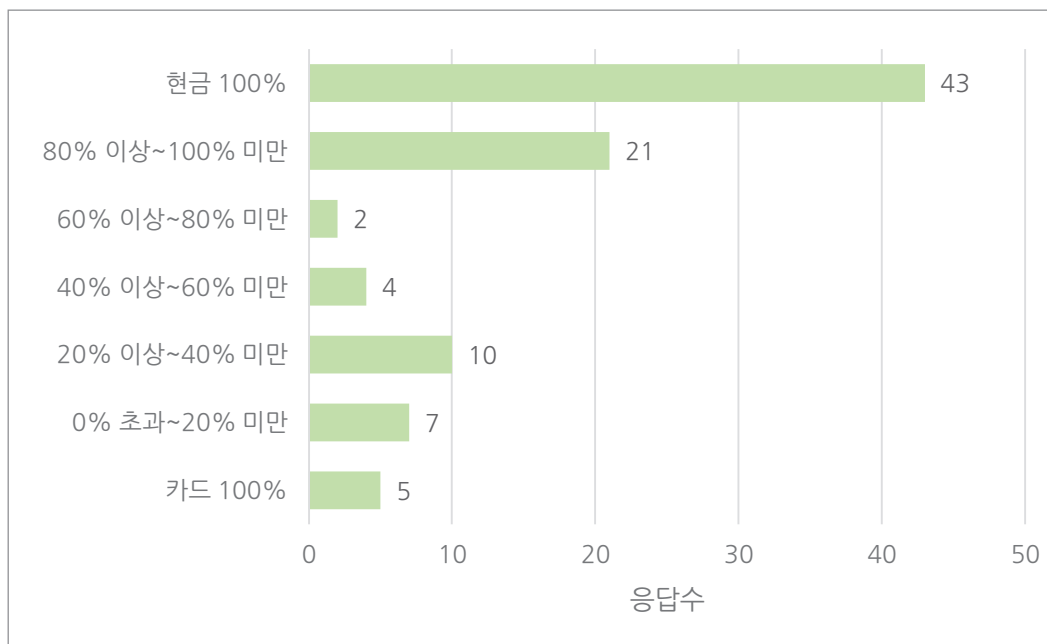
B. 식재료 대금 결제 방식

식재료의 대금을 결제할 때 현금 결제와 카드 결제 방식을 조사함. 무응답 6개를 제외하였으며, 1곳은 별도의 본사결제 시스템을 갖추고 있어 해당 질문에 해당하지 않아 전체 93개 응답을 집계함.

평균적으로 현금결제 비율이 73.6%, 카드결제 비율이 26.4%인 것으로 나타남. 일반외식업의 경우 카드 결제율이 가장 높은 유흥주점업의 카드결제율이 64.4%였으며, 현금결제율이 가장 높은 기관구내식당업의 경우 현금결제율이 88.8%로, 업종별로 큰 차이가 있음을 알 수 있음.

실제 분포를 살펴보면 응답 수의 46.2%에 해당하는 43개 사업체가 100% 현금결제로 식재료를 구매하며, 13개 사업체는 90%를, 9개 사업체는 80% 이상을 현금으로 결제하여 전체의 69.6% 사업체에서 현금결제 비율이 80% 이상임. 프리미엄 외식 식재료 시장에서는 현금결제를 선호한다는 것을 알 수 있음. 대금 전액을 카드만으로 결제하는 사업체는 5곳에 불과함.(그림 4-63)

〈그림 4-63〉 프리미엄 레스토랑 식재료 대금 현금결제 비율



(n = 93)

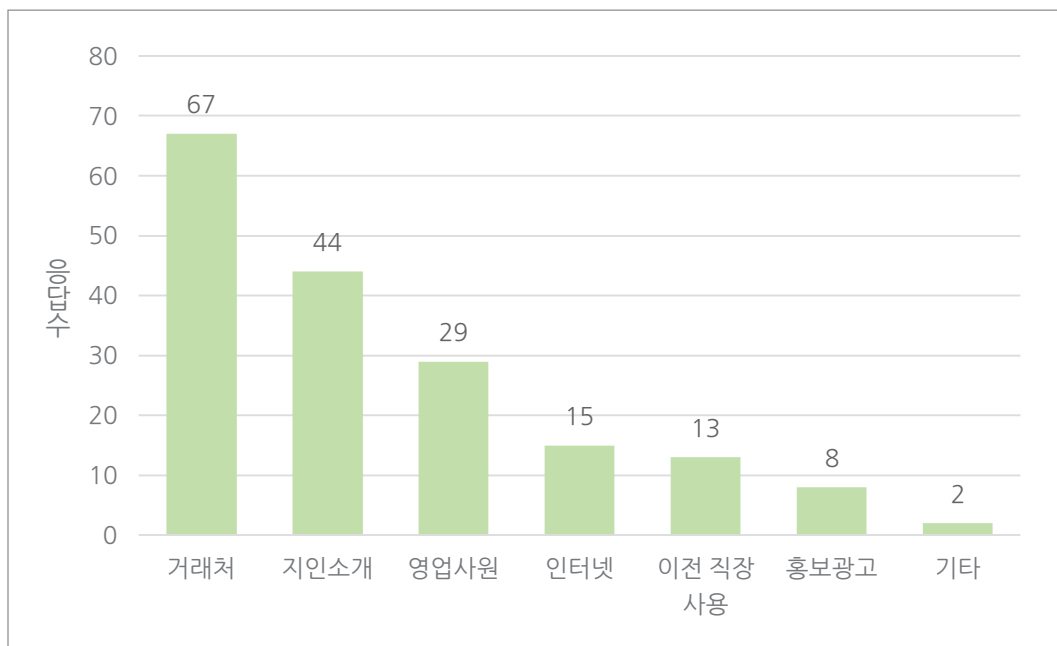
6) 정보 출처

프리미엄 레스토랑이 식재료 구매처 및 가격과 관련된 정보를 어떤 채널을 통해 얻는지 알아보기 위해 기타를 포함한 7개 선택지 중에 순위별로 3순위까지 선택하도록 구성. 무응답 5개를 제외하고 95개 사업체의 응답에서 1순위와 2순위만 추출하여 주된 정보 출처를 구함.

주된 정보 출처는 거래처로, 전체의 37.6%임. 두 번째로 많이 이용하는 정보 출처로는 지인 소개가 24.7%이며, 영업 사원이 16.3%로 세 번째인 것으로 나타남. 홍보 광고는 4.5%에 불과하여 기타 항목을 제외하면 가장 응답 수가 적었으며, 이전 직장에서 사용했다는 응답이 7.3%, 인터넷이 8.4%인 것으로 나타남.(그림 4-64)

거래처에서 주는 정보의 비율이 높다는 것은 구매처에 대한 정보를 주로 같은 업계로부터 받고 있음을 의미함.

〈그림 4-64〉 프리미엄 레스토랑 식재료 구매처 및 가격 정보 출처



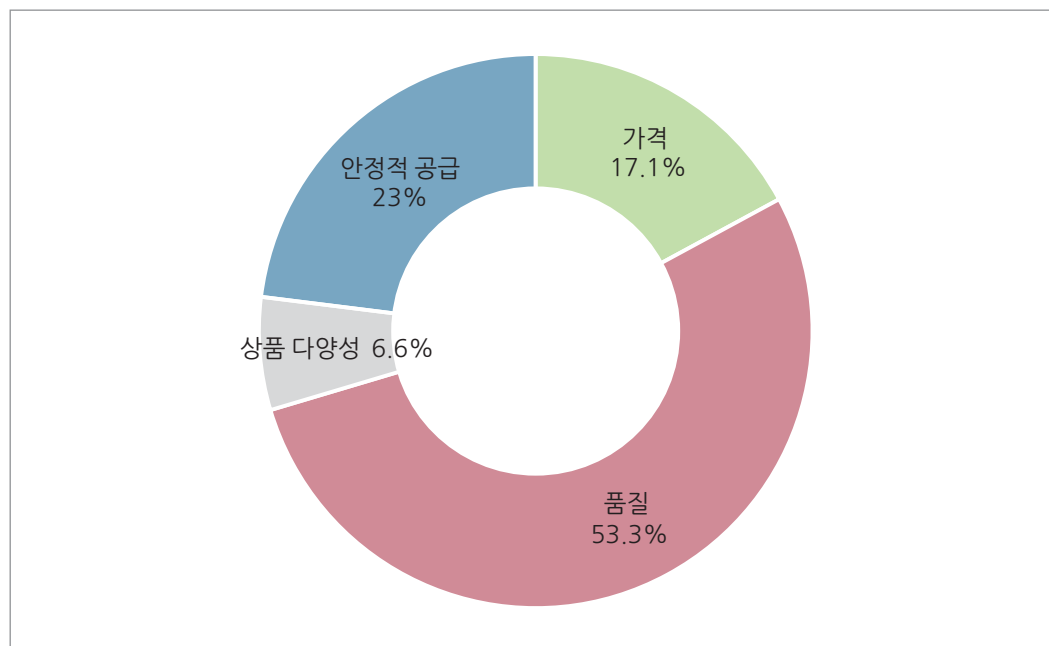
(n = 190, 1,2 순위 복수 응답)

7) 주거래 구매처 선정 시 고려사항

주거래 구매처를 선정할 때 주로 고려하는 사항을 가격, 품질, 상품 다양성, 안정적 공급 가능성, 기타의 5가지로 분류하여 응답을 집계함. 전체 100개 응답 응답하지 않은 사업체 3곳을 제외하고, 일부 사업체에서는 복수 응답을 보여 전체 152개 응답을 기준으로 집계함.

가장 높은 응답을 보인 항목은 품질로, 53.3%의 응답률을 보임. 두 번째로 높은 기준은 안정적 공급 가능성으로, 전체의 23%를 차지함. 가격은 17.1%, 갖추고 있는 상품의 다양성은 6.6%로 나타남. 식재료는 품질 못지않게 안정적인 공급도 중요한 요소로 보임. 일반적으로 프리미엄 레스토랑은 메뉴의 종류가 많지 않기 때문에 식재료가 제때에 수급되지 않으면 메뉴 운영에 많은 차질이 있을 것으로 생각됨. 이는 다음에 나오는 식재료 수급 시 애로사항에도 언급되는 내용임.(그림 4-65)

〈그림 4-65〉 프리미엄 레스토랑 주거래 구매처 선정 시 고려사항



(n = 152, 복수 응답)

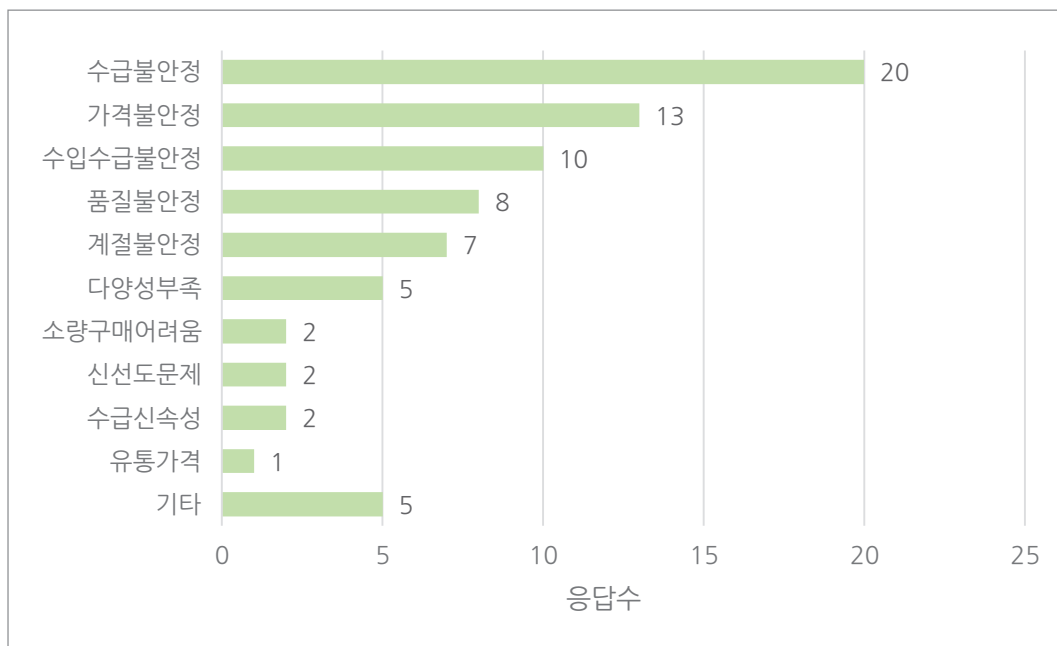
8) 식재료 수급 시 애로사항

식재료 수급 시 애로사항은 열린 문항으로 구성하여 자유롭게 서술할 수 있도록 함. 무응답 40개를 제외하고, 60개 사업체의 응답을 분석함. 답변을 분석한 결과 대부분 애로사항이 비슷하였으며, 이를 유형별로 구성하여 비율을 구함. 유형화한 결과 일부 복수 응답이 있으며, 이를 고려한 전체 응답 75개를 집계함.

프리미엄 레스토랑에서 식재료 수급 시 가장 어려운 점은 일반적인 수급 불안정으로, 전체의 26.7%의 응답을 보임. 두 번째로 높은 응답을 기록한 항목으로는 가격 불안정으로 전체의 17.3%에 달함. 수입품에 관한 수급이 어렵다고 응답한 비율은 전체의 13.3%로, 이 역시 높은 비중을 차지함.(그림 4-66)

수입품의 수급 어려움의 예를 들자면, 최근 조류독감으로 유럽에서 푸아그라 생산이 중단됨에 따라 국내로 유입되는 물량이 줄어들거나 불가능해져 소규모 업장 위주로 메뉴에서 푸아그라

〈그림 4-66〉 프리미엄 레스토랑 식재료 수급 시 애로사항



(n = 75)

가 없어지는 현상이 나타나기도 함.

그밖의 애로사항으로는 계절에 따른 식재료 수급상의 어려움, 식재료의 다양성 부족, 신속한 수급의 어려움, 신선한 식재료 구매의 어려움 등이 있음. 이는 국내 유통 구조와 관련이 있음.

또한 소규모의 사업체에서는 소량 구매의 어려움도 주요 애로 사항임. 최근에는 친한 프리미엄 레스토랑 셰프끼리 소량 구매가 어려운 품목을 공동구매하는 현상도 나타나고 있음

5장. 프리미엄 레스토랑 소비 실태



1. 조사 설계

1) 조사 항목 설계 및 설문지 개발

국내 프리미엄 레스토랑 이용 실태에 대한 소비자 조사 설문지는 일반 외식 이용 실태(4문항), 프리미엄 외식 이용 실태(20문항), 인구통계학적 질문(7문항)으로 구성함. 프리미엄 외식 이용 실태 문항의 경우, 프리미엄 레스토랑 방문 이유 및 레스토랑 선택 기준, 정보 출처, 소비 금액, 선호하는 레스토랑(2문항) 및 최근 방문한 레스토랑(8문항)에 대한 문항으로 구성함.

거주 지역은 서울, 수도권, 경상권으로 제한함. 이는 앞선 프리미엄 외식 시장 조사 설계에서 프리미엄 레스토랑의 분포가 서울, 수도권, 부산 지역에 집중되어 있는 것과 상관 있음. 거주 지역 내에 프리미엄 레스토랑이 없는 경우는 프리미엄 소비 조사가 의미 없음.

‘프리미엄 레스토랑’이라는 용어가 익숙하지 않은 사람을 위하여 설문지에는 ‘고급 레스토랑’이라는 용어를 사용하고 고급 레스토랑에 대한 정의를 설문지 시작 부분에 제시함. 앞선 프리미엄 레스토랑 경영 조사 설계에서는 한정식집만 조사 대상에 포함되기 때문에 소비자를 위한 설문지에는 ‘전통 한식’과 ‘모던 한식’이라는 용어 대신 ‘전통 한정식’과 ‘모던 한정식’이라는 용어를 사용하여 한정식에만 응답을 특정시킴.

[고급 레스토랑(또는 파인 다이닝 레스토랑)]

- 고급 레스토랑(또는 파인 다이닝 레스토랑)이란 한식, 중식, 일식, 아시안, 이탈리아, 프랑스식 음식을 모두 포함(일반 고깃집/육류 전문 음식점 제외)한 개념으로, 신선한 식재료를 이용해 최상의 맛과 질을 보장하고, 최상의 서비스와 분위기를 제공하는 레스토랑입니다. 이는 이후 모든 설문에 동일하게 적용되는 정의입니다.

- 가격대: 음료 및 주류를 제외한 1인당 저녁 식사 금액은 다음과 같습니다.

	서울	서울 외 지역	비고
한정식 전문점	5만원 이상	4만원 이상	음료 및 주류
한식 외 레스토랑*	7만원 이상	5만원 이상	제외 가격

* 한식 외 레스토랑: 일식, 중식, 아시안, 이탈리아, 프랑스식, 퓨전식 레스토랑 포함 (한식 고깃집 제외)

본 조사의 영역은 크게 다음과 같이 나누어 볼 수 있음.

A. 기본 정보

- 성별
- 연령
- 거주지
- 유사업계 종사 여부

B. 스크리닝 질문 및 일반 외식 이용 실태

- 월 평균 외식 빈도: 월 평균 외식 빈도를 추후 일반인 그룹과 미식가 그룹을 나누는 지표로 사용함.
- 월 평균 외식 비용
- 음식점 이용 행태 및 태도
- 프리미엄 레스토랑 이용 빈도: 최근 6개월 이내에 방문 경험이 없는 경우에는 면접 중단. 최근 6개월 간 방문 횟수가 1회 이상인 대상에 한해서만 면접 진행함.

C. 프리미엄 레스토랑 이용 실태

- 프리미엄 레스토랑 선택시 주요 고려 요소
- 프리미엄 레스토랑 정보 탐색 채널
- 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 증감 여부
- 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 증가 이유
- 평소 프리미엄 레스토랑 이용 시 속성별 중요도
- 평소 자주 찾는 프리미엄 레스토랑 종류
- 최선호 프리미엄 레스토랑 종류
- 프리미엄 레스토랑 월 평균 이용 비용
- 프리미엄 레스토랑 이용시 1인당 최대 지불 의향
- 가장 최근 방문한 프리미엄 레스토랑 종류
- 가장 최근 방문한 프리미엄 레스토랑 방문시기
- 가장 최근 방문한 프리미엄 레스토랑 이용 상황 및 동반인

- 가장 최근 방문한 프리미엄 레스토랑 이용 전반 만족도
- 가장 최근 방문한 프리미엄 레스토랑 이용 전반 만족 이유
- 가장 최근 방문한 프리미엄 레스토랑 이용 전반 불만족 이유
- 가장 최근 방문한 프리미엄 레스토랑 이용 속성별 만족도
- 가장 최근 방문한 프리미엄 레스토랑 향후 재이용 의향

D. 배경 질문

- 결혼 여부
- 직업
- 가구 소득

2) 조사 기간 및 대상 수

설문조사는 2017년 10월 1일부터 10월 30일까지 총 30일 간 온라인 및 오프라인 설문으로 진행함. 설문 대상자는 서울 및 수도권, 경상권에 거주하는 20~60대 성인 남녀 500명으로 설정함. 지역을 한정하는 이유는 프리미엄 레스토랑의 분포가 이 세 지역에 집중적으로 분포되어 있어 실제로 소비하는 이용자를 대상으로 하기 위함임.

250명은 전문 리서치 기관에서 보유한 패널 중 250명을 대상으로 온라인 설문 조사를 진행함. 프리미엄 레스토랑의 높은 가격과 접근의 특수성을 고려하여 미식가로 분류될 확률이 높을 것으로 예상되는 소비자는 블루리본서베이 홈페이지(www.bluer.co.kr) 및 페이스북을 통해 200명을 온라인 설문 조사를 하였으며, 나머지 50명은 서울 소재의 프리미엄 레스토랑을 직접 방문한 고객들을 대상으로 오프라인 설문 조사를 진행함. 설문 조사 시에는 프리미엄 외식에 익숙하지 않은 소비자를 위하여 '고급 레스토랑'이라는 용어 사용함. 조사 마감일까지 설문에 실제로 응한 소비자는 총 564명임. 이 중 응답률이 떨어지거나 불성실하게 작성되었다고 생각되는 설문지 34부를 제외하고 최종 530개를 유효 표본으로 선정하여 통계 분석을 실시함.

또한 530명의 표본은 프리미엄 레스토랑(고급 레스토랑) 이용 빈도 및 최근 1년 이내 이용 빈

도를 기준으로 미식가와 일반인 집단으로 분류하고 미식가 집단과 일반인 집단의 프리미엄 레스토랑 소비 성향에 의미 있는 차이가 있는지 분석함. 분석 결과 미식가와 일반인의 의미있는 소비 성향이 나타나는 분류 기준은 다음과 같았음.

- * 미식가 = 프리미엄 레스토랑 월 2회 이상 이용 및 최근 1년 이내 12회 이상 이용자
- * 일반인 = 프리미엄 레스토랑 최근 6개월 이내 1회 이상 이용자 (공통 조건만 충족)

위와 같은 조건으로 미식가와 일반인을 구분하였을 때 비율이 미식가 : 일반인 = 109(명) : 421(명) 으로 미식가가 약 20%의 비율을 차지함. 이번 조사를 통해 미식가와 일반인의 구분은 월 2회 이상 프리미엄 레스토랑을 방문하는 사람으로 규정함. 일반인도 최근 6개월 이내에 1회 이상 방문한 경험이 있는 사람을 대상으로 하며 프리미엄 레스토랑을 거의 방문하지 않는 사람은 설문 조사 대상에서 제외되었음.

또한 월 평균 외식(프리미엄 외식을 포함한 전체 외식) 빈도 수에 따라서도 집단을 나누어 외식 빈도수에 따른 성향도 분석함.

- * 외식 빈도 높음 = 상위 25%에 해당되며 월 평균 외식 빈도가 15회 이상임
- * 외식 빈도 중간 = 중간 50%에 해당되며 월 평균 외식 빈도가 5~14회임
- * 외식 빈도 낮음 = 하위 25%에 해당되며 월 평균 외식 빈도가 4회 이하임

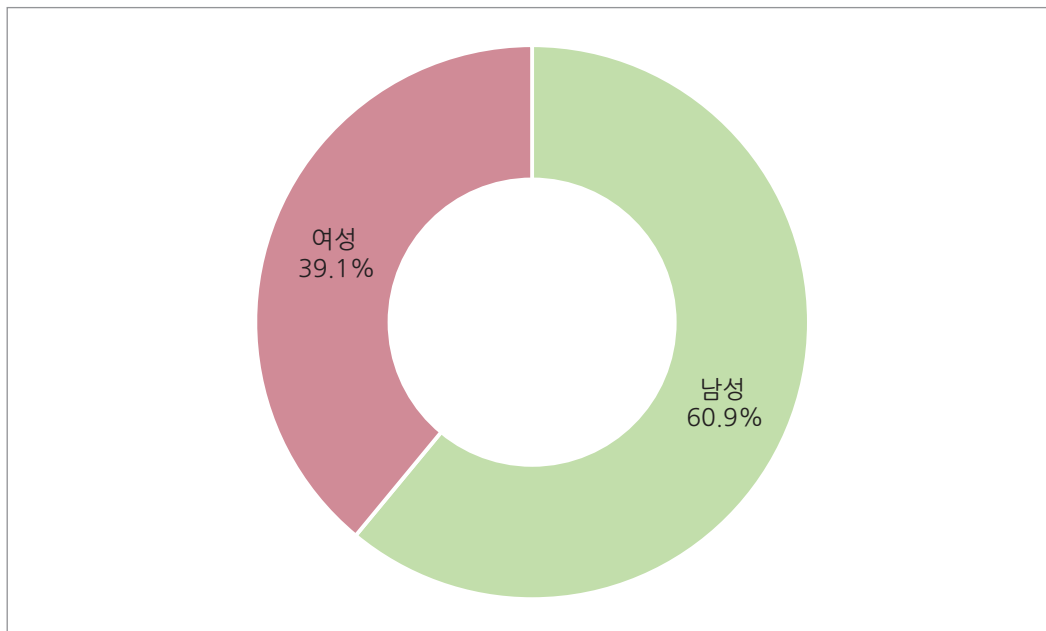
3) 응답자 프로파일

A. 전체 응답자 프로파일

응답자 프로파일은 성별, 지역별, 결혼 여부, 직업, 연령, 학력, 월평균 가구소득을 조사함.(표 5-1)

성별 분포는 남성 60.9%, 여성 39.1%로, 남성이 높은 비율을 보임.(그림 5-1) 지역별로는 서울이 68%, 수도권이 20%, 경상권이 13%로, 이는 실제 프리미엄 레스토랑의 지역별 비율인 서울 69%, 수도권 14%, 경상권 12%와 유사한 분포를 보이고 있음. 따라서 지역별 프리미엄 레스토랑의 수와 그 지역 소비자의 프리미엄 레스토랑 방문 빈도가 비례함을 보여줌.(그림 5-2)

〈그림 5-1〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 전체 응답자 성별 분포



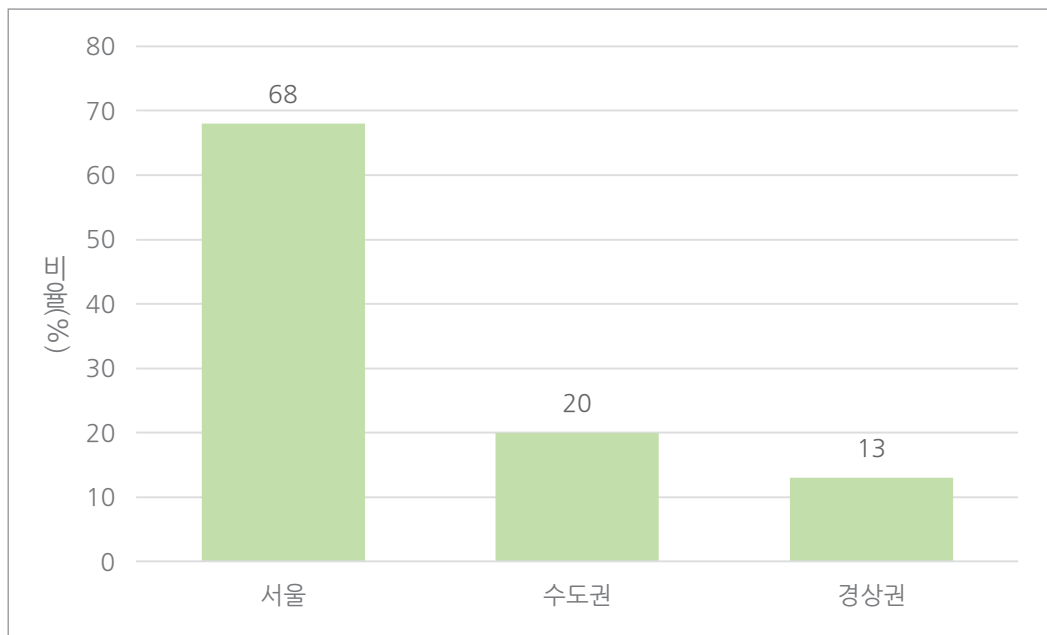
(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈표 5-1〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 전체와 집단별 응답자 프로파일

		전체		일반인		미식가	
		사례수(명)	비중(%)	사례수(명)	비중(%)	사례수(명)	비중(%)
성별	남성	323	61	251	60	72	66
	여성	207	39	170	40	37	34
지역별	서울	359	68	274	65	85	78
	수도권	104	20	89	21	15	14
	경상권	67	13	58	14	9	8
결혼 여부	미혼	229	43	177	13	52	48
	기혼, 무자녀	72	14	56	45	16	15
	기혼, 유자녀	229	43	188	42	41	38
직업	사무직	147	28	127	30	20	18
	관리직 (회사 임원 등)	81	15	61	14	20	18
	전문직 (의사, 변호사 등)	55	10	36	9	19	17
	판매/영업/서비스직	52	10	35	8	17	16
	자영업	45	8	32	8	13	12
	프리랜서	35	7	29	7	6	6
	기술직	29	5	26	6	3	3
	대학생	25	5	22	5	3	3
	예술가(디자이너 포함)	22	4	20	5	2	2
	전업주부	10	2	9	2	1	1
연령별	20대	141	27	116	28	25	23
	30대	157	30	120	29	37	34
	40대	107	20	83	20	24	22
	50대	80	15	62	15	18	17
	60대	45	8	40	10	5	5
학력별	고등학교 졸업 이하	45	8	41	10	4	4
	대학원 졸업/재학	365	69	296	70	69	63
	대학원(석사 이상) 졸업/재학	120	23	84	20	36	33
월평균 가구소득	299만원 이하	68	13	60	14	8	7
	300~399만원	62	12	50	12	12	11
	400~499만원	80	15	67	16	13	12
	500~599만원	83	16	70	17	13	12
	600~699만원	52	10	43	10	9	8
	700~799만원	59	11	49	12	10	9
	800~899만원	35	7	27	6	8	7
	900만원 이상	90	17	54	13	36	33

(전체 n = 530 / 미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

<그림 5-2> 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 전체 응답자 지역별 분포



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

B. 미식가와 일반인 응답자 프로파일 비교

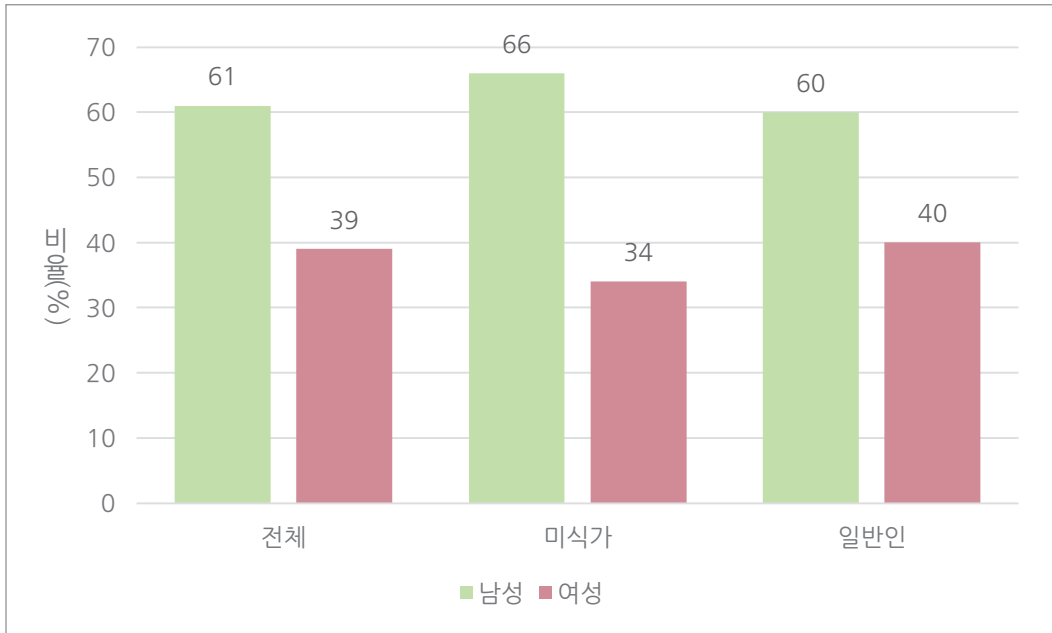
응답자 프로파일은 성별, 거주지역, 결혼 여부, 직업, 연령, 학력 수준, 소득 수준 항목으로 조사함. 각 항목별로 미식가와 일반인이 유의미한 차이가 있는지 분석함.

미식가 응답자의 비율은 남성이 66%로, 여성 응답자의 두 배의 비율이며, 일반인 남성의 비율 60%보다 6%p 높음.(그림 5-3)

지역별로는 미식가 집단이 서울이 78%, 수도권이 14%, 경상도가 8%인 반면, 일반인 집단은 각각 65%, 21%, 14%로, 서울 지역의 비율이 13% 높음. 서울 지역이 미식가 비율이 높다는 것을 알 수 있음.(그림 5-4)

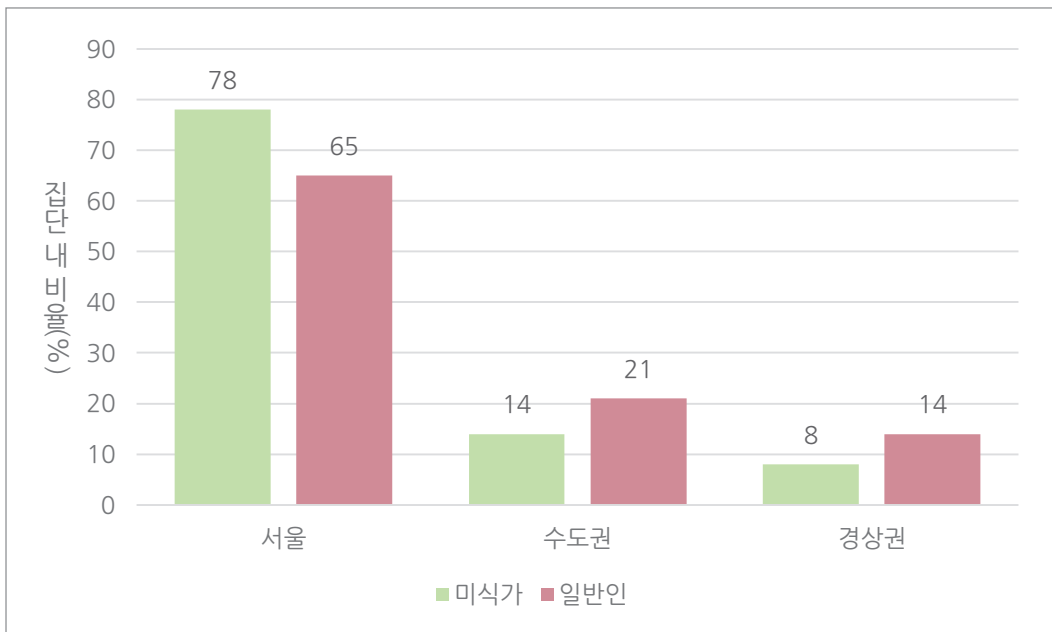
미식가와 일반인의 프로파일이 대부분의 항목에서는 비슷한 흐름을 보이지만, 결혼 여부를 묻는 항목에서는 미혼 비율이 일반인은 13%인데 반해 미식가는 48%를 차지하여 크게 의미있는

〈그림 5-3〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 성별



(전체 n = 500 / 미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈그림 5-4〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 거주 지역



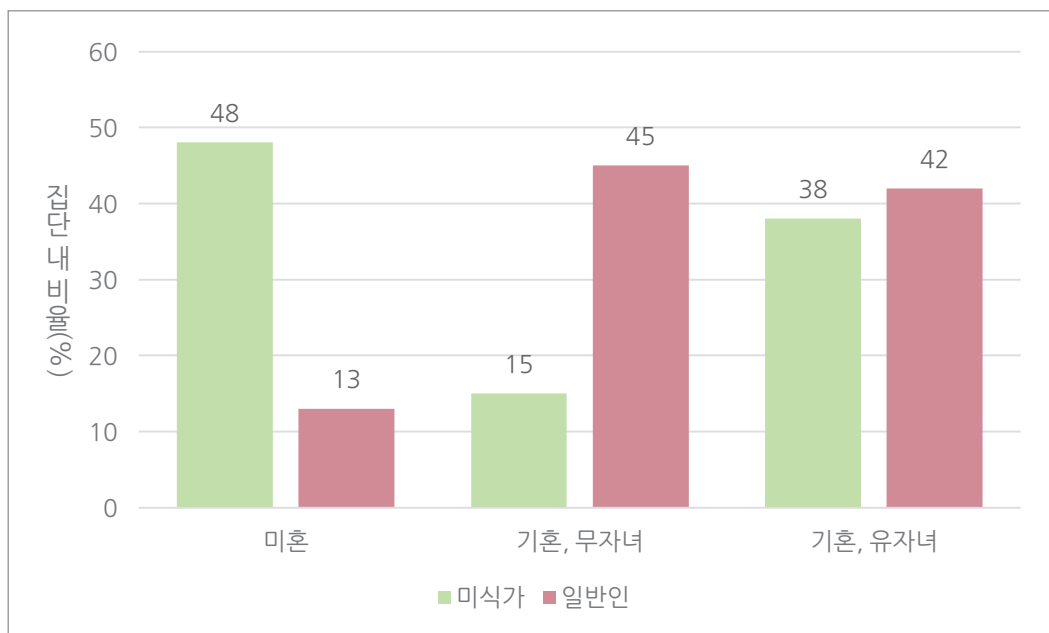
(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

차이를 보임.(그림 5-5)

직업별 분포를 보면 일반인 집단에서는 사무직이 28%, 판매/영업/서비스직이 14%로 전체의 반 정도를 차지하지만, 미식가 집단에서는 관리직(회사 임원 등)이 18%, 전문직(의사, 변호사 등)이 17%, 판매/영업/서비스직이 16%로, 세 업종이 반 이상을 차지하고 있음. 이는 직종에 따라 프리미엄 외식의 소비가 많이 달라질 수 있음을 보여줌. 판매/영업/서비스직이 양 집단에 균일한 비율을 차지하고 있는 것은 업무상 프리미엄 레스토랑에 방문할 일이 많은 것으로 추정됨. 미식가 집단에서는 자영업 비율도 12%로, 일반인 8%보다 높은 비율을 보임.(표 5-1, 그림 5-6)

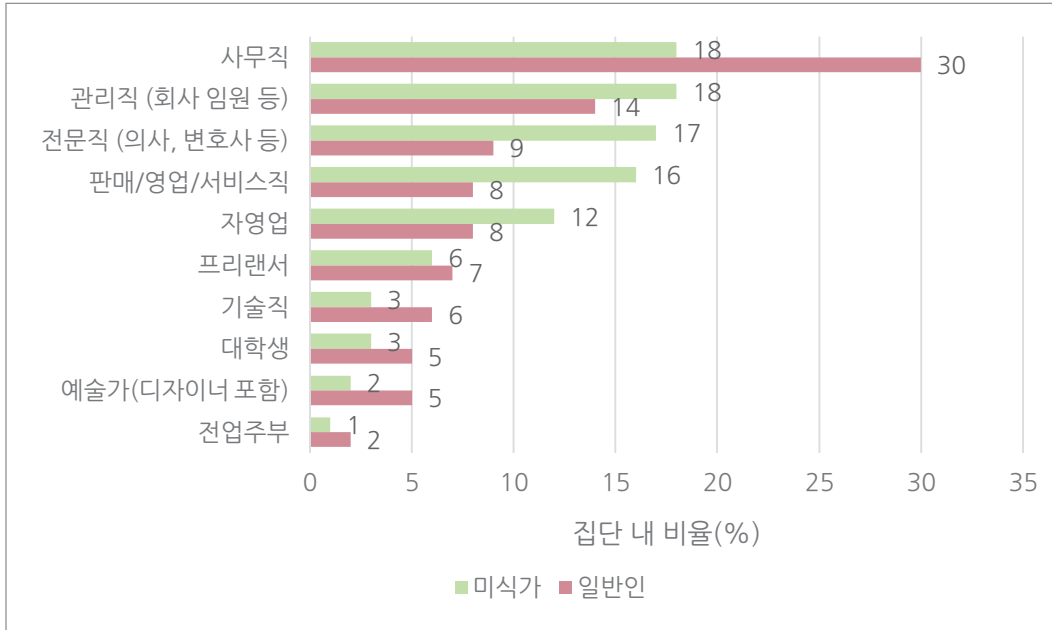
연령대별로 보면 일반인과 미식가 집단을 비교했을 때, 미식가 집단이 30대와 40대가 각각 34%와 22%로 일반인 집단 29%와 20%보다 높은 비율을 보임. 30대와 40대가 보다 적극적으로 미식을 즐기는 연령대라 할 수 있음.(그림 5-7)

<그림 5-5> 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 결혼 여부



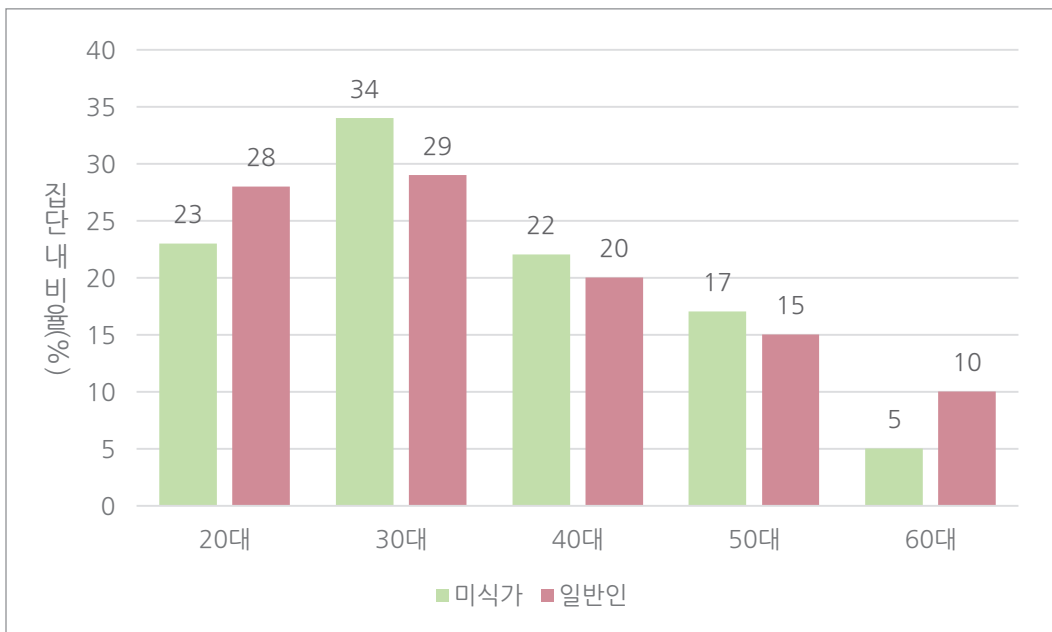
(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈그림 5-6〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 직업



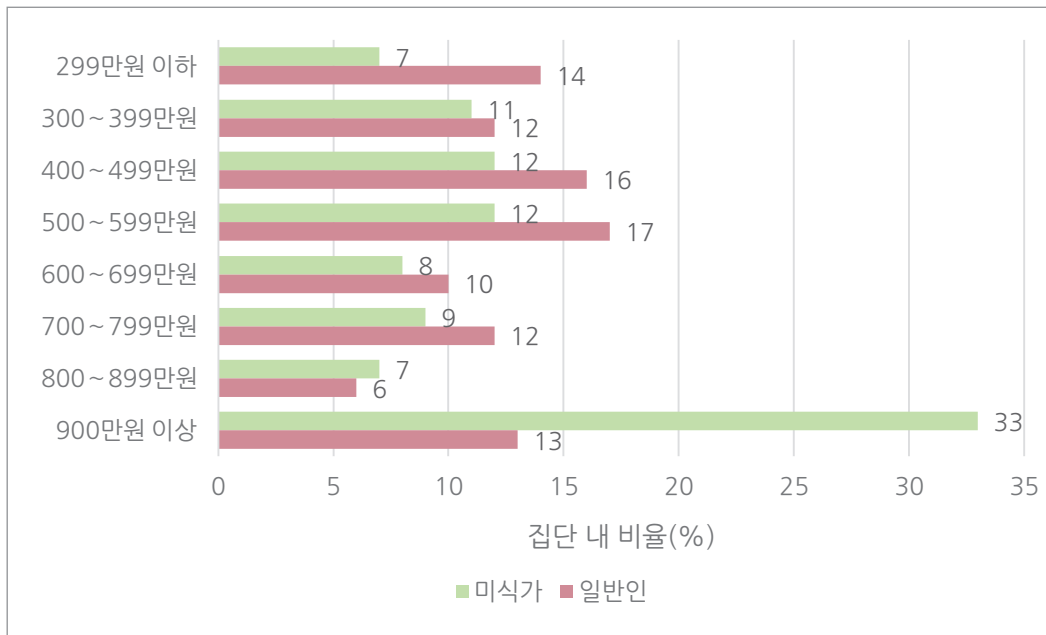
(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈그림 5-7〉 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 연령



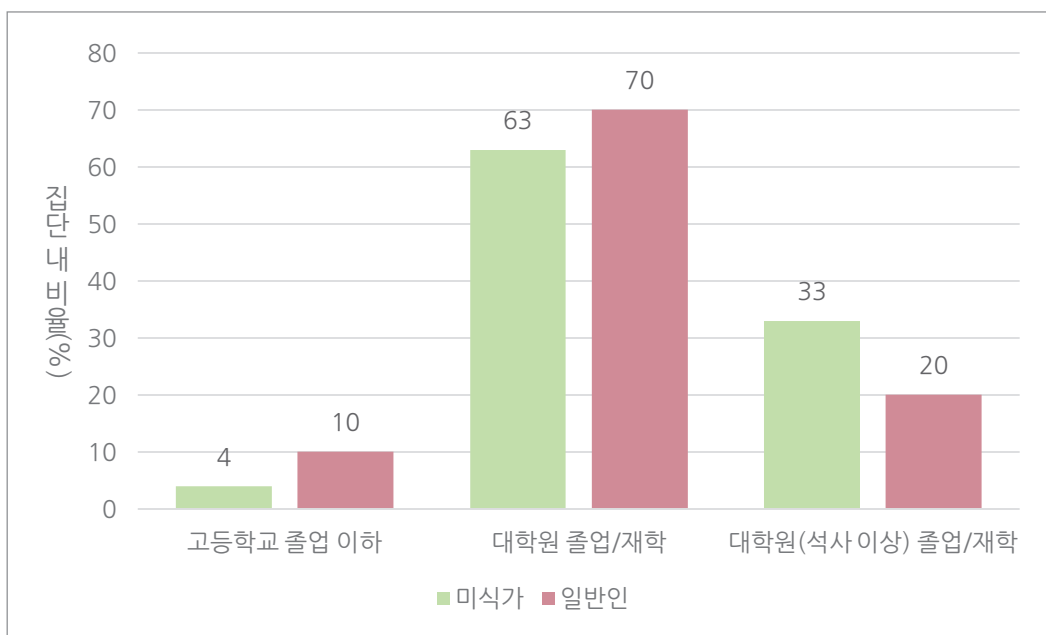
(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

<그림 5-8> 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 월평균 가구소득



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

<그림 5-9> 프리미엄 레스토랑 소비실태 설문 미식가와 일반인 응답자 학력 수준



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

월 평균 가구 소득은 일반인 집단은 소득구간이 전체적으로 골고루 분포되어 있는 편이며, 400~499만원이 16%, 500~599만원 사이가 17%로 큰 비중을 차지하고 있는 반면, 미식가 집단에서는 900만원 이상이 33%를 차지하여 소득과 미식이 큰 상관성이 있는 것으로 보임.(그림 5-8)

학력은 양쪽 집단 모두 대졸 재학 이상이 90%를 차지함. 이중 미식가 집단은 석사 이상의 학력자가 33%로 일반인보다 13%p 높음. 이는 미식가는 석사 이상이 1/3, 일반인은 석사 이상이 1/5임을 의미함.(그림 5-9)

또한 이번 조사 대상이 6개월 이내에 한 번 이상 프리미엄 레스토랑을 방문한 사람에 한하였음을 고려해보면, 6개월 이내 프리미엄 레스토랑을 한 번 이상 방문하는 소비층은 대부분 대졸 이상의 학력을 가졌다는 것을 추정할 수 있음.

2. 조사 결과

1) 조사 결과 분석 개요

소비 형태 조사 분석 결과는 크게 세 가지 측면으로 볼 수 있음. 첫 번째는 프리미엄 레스토랑을 선택할 때 보이는 행태임. 두 번째는 프리미엄 레스토랑의 메뉴에 대한 소비 형태, 세 번째는 프리미엄 레스토랑의 업종별 선호도 이렇게 세 가지로 나누어 소비 형태를 분석함.

또한 전체 표본을 월 평균 프리미엄 레스토랑 방문 횟수에 따라 일반인 집단과 미식가 집단으로 나누어 분석하여 두 집단간 의미 있는 차이가 존재하는지 살펴봄.

A. 프리미엄 레스토랑의 선택

일반 음식점을 선택할 때와 마찬가지로, '음식의 맛'은 프리미엄 레스토랑에서도 가장 중요한 요소로, 미식가와 일반인 간에 차이 없음. 다만, 매장 선택을 위한 정보 탐색 시 활용 채널과 '프리미엄 레스토랑'에 대해 기대하는 요소에는 분명한 차이 존재함.

프리미엄 레스토랑 관련 정보는 주로 '가족/친구/지인 추천' (미식가 54%, 일반인 63%)을 통해 수집되고 있으며, 미식가는 '외식 관련 종사자/전문가 설명 추천' (53%), 일반인은 '개인 SNS 레스토랑 관련 리뷰 및 정보' (53%)를 각각 상대적으로 유용한 채널로 활용 중임. 미식가 집단에 비해 일반인 집단이 '맛집/음식 관련 TV 프로그램' (미식가 15%, 일반인 26%)에 의존도가 높음.

프리미엄 레스토랑에 대해서, 미식가와 일반인 모두 플레이팅 대비 음식 맛을 더욱 중요시 여기며, 술을 곁들일 수 있고, 독창적인 메뉴를 기대하는 경우가 많음. 특히, 미식가는 '가고 싶을 때 가는 곳', 일반인은 '특별한 날에 가는 곳'으로, 각각 해당 장소에 대한 기대 수준이 다름.

B. 프리미엄 레스토랑의 메뉴

프리미엄 외식을 위한 최선호 레스토랑은 ‘모던한식’, ‘일식’, ‘이탈리아식’이 Top3로 꼽힘. 집단별로 나눠서 보면 미식가들은 ‘프랑스식’을, 일반인들은 ‘모던한식’을 선호하고 있음.

‘맛있는 음식 소비’가 두 집단 모두 가장 중요한 목적이나, 미식가는 ‘새로운 경험을 위해’, 일반인은 ‘상견례등 가족 행사를 위해’ 또한 중요 목적임.

총 외식 중 프리미엄 외식이 차지하는 비중은 미식가 14%, 일반인 5% 수준이며, 미식가 기준 연간 평균 22회 가량 방문 중임.

1회 방문 시 소비 지출 및 연간 소비 수준은 미식가와 일반인 간에 큰 차이를 보이며, 미식가 기준 1회 방문 시 평균 10~15만원 지출, 연간 201~1,000만 원 사이로 지출한다는 응답 비중이 가장 높음.

C. 프리미엄 레스토랑 업종별 선호도

최근 방문 레스토랑 중, 미식가는 모던한식, 일반인은 프랑스식에 대해 상대적으로 긍정적인 평가(만족도/재이용 의향/추천 의향)를 나타내고 있음, 모던한식에 대한 미식가 만족도와 프랑스식에 대한 일반인 만족도는 각 80%, 84%(5점척도 Top2)로 나타남. 다만 최근 방문 빈도가 모던한식 다음으로 높은 이탈리아식에 대해서는 미식가의 69%가 만족하여 상대적으로 낮은 만족을 보임.

2) 프리미엄 레스토랑 매장 선택

A. 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소

프리미엄 레스토랑 선택 시 고려하는 요소를 ‘음식’, ‘분위기/시설’, ‘서비스’, ‘평판 및 이미지’의 척도에서 5점 척도를 사용하여 고르게 함. 5점 척도는 ‘매우 그렇다’, ‘그렇다’, ‘보통이다’, ‘그렇지 않다’, ‘매우 그렇지않다’로 나누어짐.

네 가지 척도에서 ‘음식’ 척도가 가장 중요하게 나타났으며, 그중에서도 ‘음식의 맛’은 프리미엄 외식을 위한 레스토랑 선택 시, 가장 중요한 의사 결정 요인임. 그 외, ‘신선한 식재료’, ‘믿을 수 있는 식재료’ 등을 중요하게 고려한 레스토랑 선택이 이루어지고 있음. 음식 자체에 관련된 의견은 미식가와 일반인 간에 차이가 없음.(그림 5-10)

‘분위기/시설’ 면에서 일반인은 ‘편리한 주차’와 ‘접근성’을 중요하게 생각하지만, 미식가는 상대적으로 레스토랑의 위치에 구애받지 않는 것으로 보아 일부러 찾아가는 곳이라는 생각을 갖고 있음. ‘서비스’에 대한 의견은 미식가와 일반인 그룹이 비슷한 견해를 보임.(그림 5-11)

‘평판 및 이미지’ 면에서는 일반인들이 ‘주변 평판 및 이미지’, ‘매체의 평점’, ‘셰프의 명성’에 예민한 것으로 나타남. 일반인일수록 자신의 판단보다는 타인의 의견에 민감함.

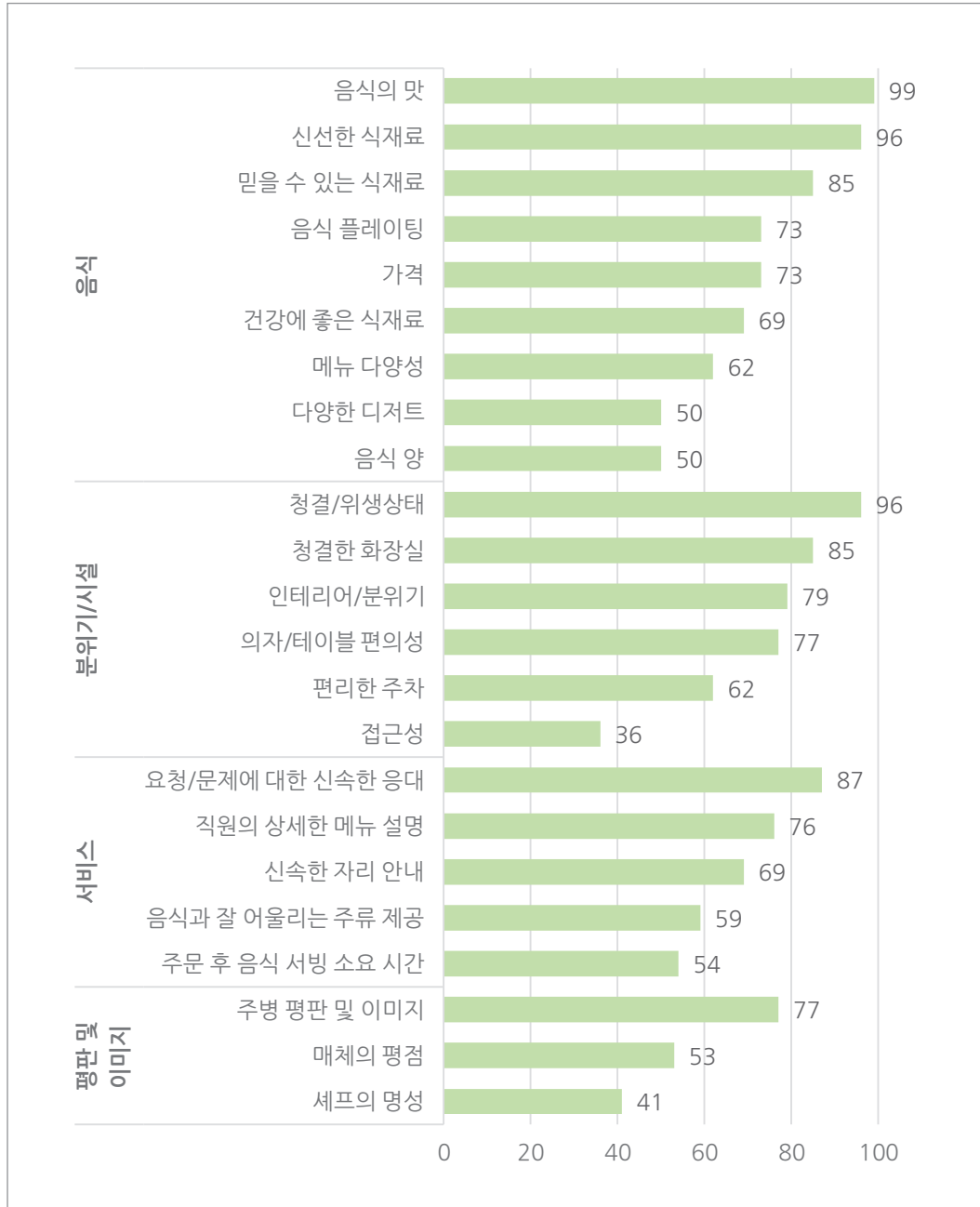
‘분위기/시설’ 면에서는 ‘청결/위생상태’와 ‘청결한 화장실’, ‘인테리어/분위기’가 중요한 요소로 나타남. 서비스 면에서는 ‘요청/문제에 대한 신속한 응대’를 가장 중요한 요소로 뽑았음.

연령별로 고려 요소를 보았을 때, 20대에서는 ‘음식의 플레이팅’을 ‘믿을 수 있는 식재료’보다 더 중요하게 여기는 것으로 나타났으며, 50대와 60대는 ‘편리한 주차’와 ‘접근성’을 중요하게 생각하는 것으로 나타남. 또한 60대는 ‘가격’도 중요하게 생각하고 있음. 또한 외식 빈도가 낮을수록 가격대를 중요한 요소로 생각함.(표 5-2)

미식가 중 ‘가격’을 중요하게 생각하는 연령대는 주로 60대이며, 외식 빈도가 낮은 그룹에서 특히 가격을 중요시 함. 이는 일반인과 비슷한 양상임. ‘청결/위생 상태’에 대한 니즈는 남성

〈그림 5-10〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 (전체)

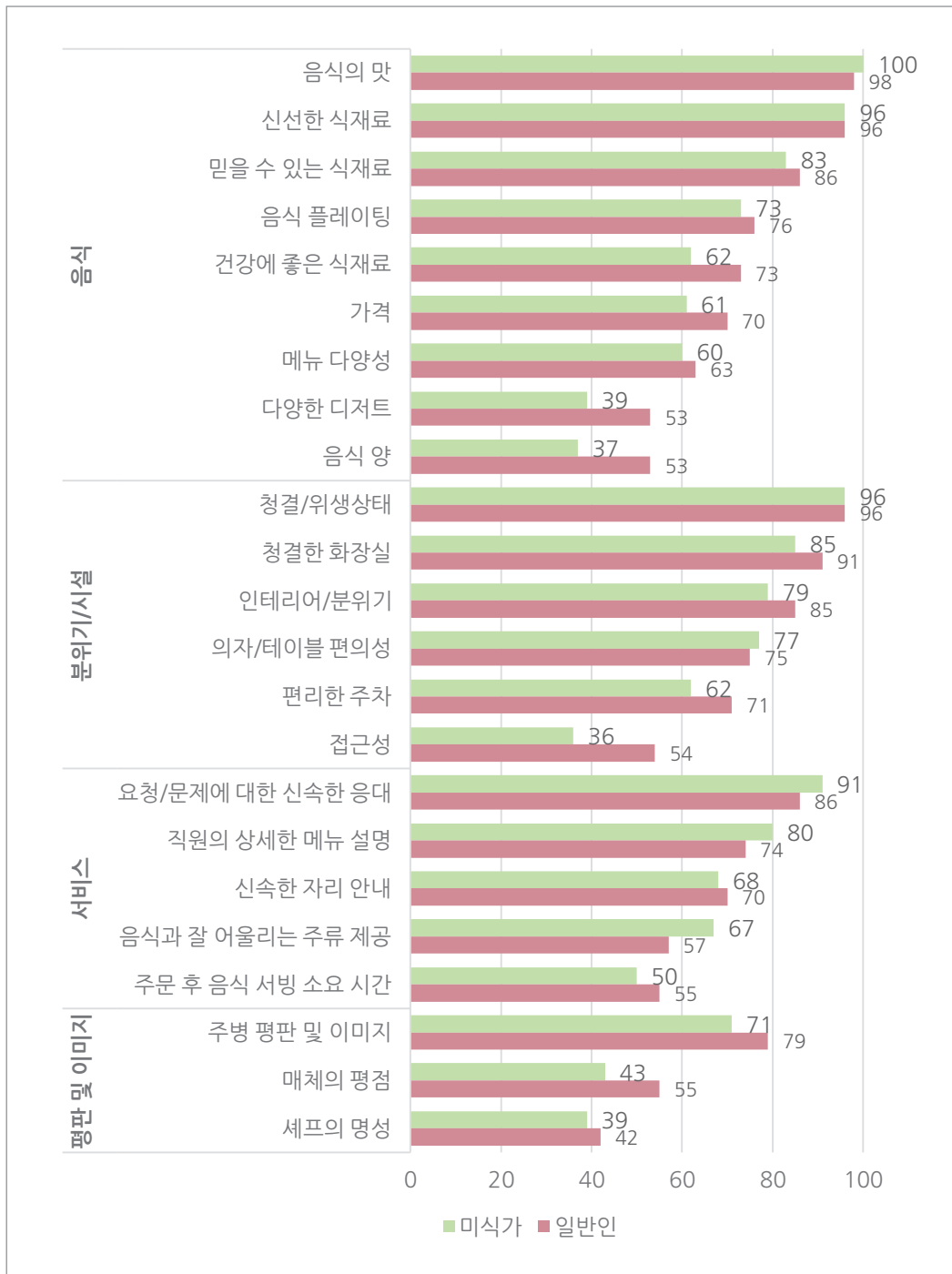
(단위: 5점 척도, Top2 %)



(n = 530)

〈그림 5-11〉 집단별 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소

(단위: 5점 척도, top2 %)



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈표 5-2〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 (전체)

(단위: 5점 척도, top2 %)

	(Base)	성별		연령						지역			외식빈도		
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음	
		323	207	141	157	107	80	45	359	104	67	125	275	130	
음식	음식맛	98	100	99	98	98	100	98	99	99	97	100	99	97	
	신선한 식재료	95	98	98	94	96	96	96	96	97	97	98	96	95	
	믿을수 있는 식재료	82	91	84	80	85	94	93	86	83	85	85	84	88	
	음식 플레이팅	70	78	87	71	61	74	67	72	79	72	77	75	67	
	가격	71	76	67	69	77	78	89	75	65	75	70	73	75	
	건강에 좋은 식재료	63	77	55	59	75	91	87	68	68	73	62	69	75	
	메뉴 다양성	63	60	62	59	64	74	49	62	63	63	51	67	63	
	다양한 디저트	46	57	50	47	60	50	38	51	45	52	53	49	48	
	음식 양	45	57	52	38	54	59	58	48	52	58	45	52	51	
분위기	청결/위생상태	95	99	97	95	94	99	98	97	93	94	98	97	93	
	청결한 화장실	87	95	91	87	86	96	96	91	91	87	87	92	90	
	인테리어/분위기	82	85	86	81	81	85	87	83	82	88	80	85	83	
	의자/테이블 편의성	74	78	82	68	70	89	76	75	71	87	78	78	68	
	편리한 주차	69	69	42	68	79	94	89	70	60	81	61	72	72	
	접근성	46	58	36	48	54	68	67	51	45	55	44	50	58	
서비스	요청 등에 대한 신속한 응대	86	88	90	85	81	91	91	87	85	91	90	90	79	
	직원의 상세한 메뉴 설명	77	72	88	72	66	73	76	73	79	84	79	76	70	
	신속한 자리 안내	66	74	65	72	66	75	73	70	66	72	65	71	70	
	음식과 어울리는 주류 제공	62	55	64	64	56	50	51	58	61	64	72	58	49	
	주문 후 음식 서빙 소요 시간	52	57	52	50	52	64	60	54	50	60	54	56	50	
평판 및	주변 평판 및 이미지	75	81	69	77	83	90	67	80	73	70	75	79	75	
	매체의 평점	50	57	55	50	51	65	36	56	45	49	58	57	40	
	셰프의 명성	42	40	38	38	41	53	42	43	35	43	42	41	42	

(n = 530)

〈표 5-3〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 (미식가)

(단위: 5점 척도, top2 %)

	(Base)	성별		연령					지역			외식빈도		
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음
		72	37	25	37	24	18	5	85	15	9	37	60	12
음식	음식맛	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	신선한 식재료	94	100	96	97	100	89	100	95	100	100	100	93	100
	믿을 수 있는 식재료	81	86	80	81	79	89	100	82	93	67	81	80	100
	음식 플레이팅	69	81	92	62	54	89	100	73	67	89	70	82	42
	가격	61	62	44	62	67	67	100	64	73	22	54	63	75
	건강에 좋은 식재료	56	76	48	54	75	72	100	59	73	78	68	58	67
	메뉴 다양성	61	57	64	59	67	50	40	55	93	44	54	62	67
	다양한 디저트	38	41	40	27	46	50	40	35	53	44	24	48	33
	음식 양	35	41	20	41	42	39	60	38	40	22	38	35	42
분위기	청결/위생상태	94	100	100	92	96	100	100	95	100	100	100	95	92
	청결한 화장실	81	95	100	73	79	94	100	85	87	89	76	93	75
	인테리어/분위기	79	78	80	73	79	83	100	79	73	89	73	82	83
	의자/테이블 편의성	75	81	76	73	71	94	80	78	67	89	70	85	58
	편리한 주차	60	68	40	57	75	89	60	61	67	67	68	67	25
	접근성	32	43	12	35	42	50	80	35	33	44	35	37	33
서비스	요청 등에 대한 신속한 응대	88	97	96	89	88	89	100	91	87	100	95	88	92
	직원의 상세한 메뉴 설명	81	78	92	73	79	83	60	78	80	100	81	82	67
	신속한 자리 안내	65	73	68	70	71	61	60	68	73	56	68	67	75
	음식과 어울리는 주류 제공	68	65	72	78	71	44	20	71	53	56	84	55	75
	주문 후 음식 서빙 소요 시간	47	54	56	41	50	56	60	47	60	56	57	50	25
이미지	주변 평판 및 이미지	67	78	60	62	79	100	40	72	67	67	68	83	17
	매체의 평점	42	46	44	32	46	67	20	41	53	44	49	47	8
	셰프의 명성	39	41	40	27	42	67	20	39	33	56	38	45	17

(n = 109)

〈표 5-4〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 주요 고려 요소 (일반인)

(단위: 5점 척도, top2 %)

	(Base)	성별		연령						지역			외식빈도		
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음	
		251	170	116	120	83	62	40	274	89	58	88	215	118	
음식	음식맛	98	99	99	98	98	100	98	99	99	97	100	99	97	
	신선한 식재료	95	98	98	93	95	98	95	96	97	97	98	96	94	
	믿을 수 있는 식재료	82	92	84	80	87	95	93	87	81	88	86	86	86	
	음식 플레이팅	71	77	85	74	63	69	63	72	81	69	80	73	69	
	가격	74	79	72	71	80	81	88	78	64	83	77	76	75	
	건강에 좋은 식재료	65	78	57	61	75	97	85	70	67	72	59	72	75	
	메뉴 다양성	64	61	61	59	63	81	50	64	58	66	50	68	63	
	다양한 디저트	47	61	55	42	57	61	60	52	52	60	53	53	53	
음식 양	49	60	56	49	65	53	35	55	46	57	59	53	49		
편의성	청결/위생상태	86	86	89	84	80	92	90	86	84	90	88	90	78	
	청결한 화장실	76	71	87	72	63	69	78	72	79	81	78	75	70	
	인테리어/분위기	67	75	64	73	65	79	75	70	65	74	64	73	69	
	의자/테이블 편의성	60	53	62	60	52	52	55	54	62	66	67	59	47	
	편리한 주차	54	58	52	53	53	66	60	57	48	60	53	58	53	
	접근성	95	98	97	96	94	98	98	98	92	93	98	97	93	
서비스	요청 등에 대한 신속한 응대	89	95	90	92	88	97	95	92	92	86	92	91	92	
	직원의 상세한 메뉴 설명	83	86	87	83	82	85	85	84	83	88	83	86	83	
	신속한 자리 안내	74	77	83	66	70	87	75	74	72	86	81	76	69	
	음식과 어울리는 주류 제공	72	69	42	72	81	95	93	72	58	83	58	73	76	
	주문 후 음식 서빙 소요 시간	50	61	41	52	58	73	65	56	47	57	48	53	61	
평판	주변 평판 및 이미지	77	82	71	82	84	87	70	82	74	71	78	78	81	
	매체의 평점	53	59	58	56	53	65	38	60	44	50	61	60	43	
	셰프의 명성	43	39	38	42	41	48	45	44	35	41	43	40	44	

(n = 421)

보다는 여성, 외식 빈도가 높은 그룹에서 두드러짐. ‘요청/문제에 대한 신속한 응대’ 역시 남성 대비 여성, 60대 연령층이 레스토랑 선택 시 주 고려 요소로 꼽음.(표 5-3)

일반인은 미식가보다 ‘가격’ 및 ‘음식 양’이 중요하다고 대답한 사람의 비율이 높음. 일반인에서는 특히 여성이 ‘음식 플레이팅’, ‘건강에 좋은 식재료’, ‘음식 양’, ‘다양한 디저트’, ‘접근성’ 등 다양한 측면을 고려하여 프리미엄 레스토랑을 선택하는 경향을 보임. 또한 미식가 여성은 남성보다 “음식 플레이팅”을 중요하게 생각함.(표 5-4)

B. 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널

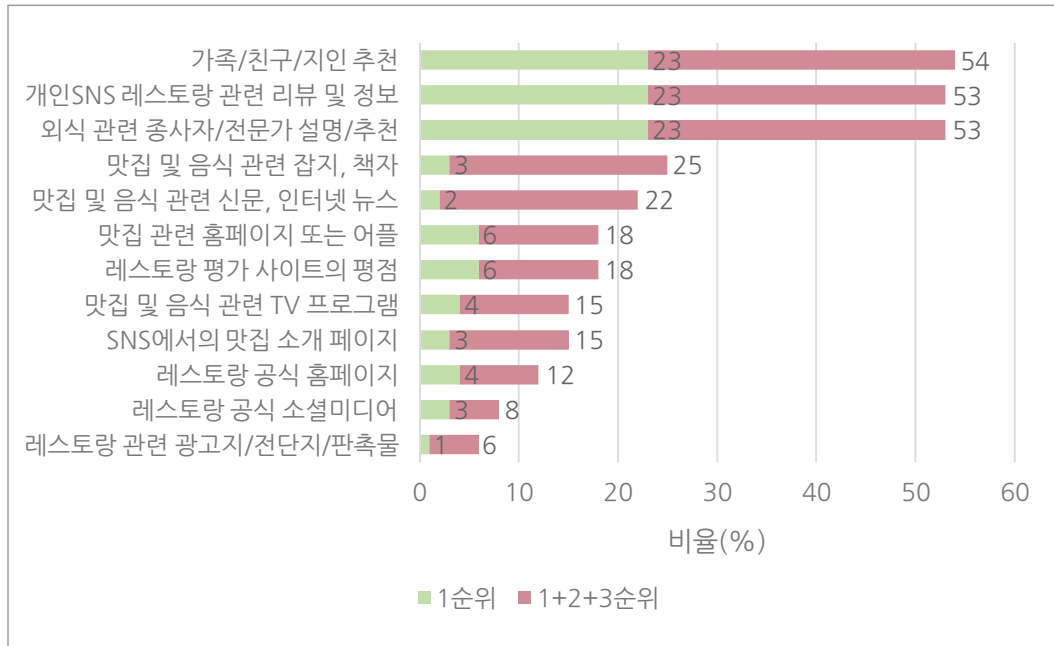
프리미엄 레스토랑을 선택할 때 많이 사용하는 정보 채널은 ‘가족/친구/지인의 추천’을 중요시하는 것으로 나타남. 정보원의 신뢰도와 관련된 것으로, 직접 경험한 사람으로부터의 정보가 신뢰도가 높음. 2위의 정보 채널인 ‘개인 SNS 레스토랑 관련 리뷰 및 정보’ 역시 직접 경험한 사람의 정보를 높게 산다는 증거로 볼 수 있음. 3위는 ‘외식 관련 종사자/전문가 설명/추천’임. 1위에서 3위까지는 신뢰도가 높은 개인의 정보를 선호한다는 것을 보여줌. 미식가는 1, 2, 3위의 비율이 각각 77%, 76%, 76%로, 거의 같은 비율로 선호함.(그림 5-12, 표 5-5)

미식가는 ‘외식 관련 종사자/전문가 설명/추천’을 선호하는 비율이 상당히 높음(미식가 76%, 일반인 44%), 이는 미식가일수록 본인이 업계 관련자이거나 아니면 관련 업계 사람들과 교류가 많음을 의미함. 미식가일수록 경험자로부터 직접 얻는 정보를 선호하며 그러한 정보에 접근이 쉬운 위치에 있다고 추정할 수 있음.

일반인 집단은 미식가 집단보다 ‘맛집 및 음식관련 TV 프로그램’과 ‘레스토랑 평가 사이트’의 평점 등 매체에서 보내는 정보에 대한 의존도가 높음.(그림 5-13, 표 5-6)

레스토랑에서 직접 제공하는 정보인 ‘레스토랑 공식 홈페이지’, ‘레스토랑 관련 광고지/전단지/판출물’ 및 ‘레스토랑 공식 소셜미디어’에 대한 신뢰도는 양쪽 집단 모두에게 가장 낮은 순위임. 서비스 제공 당사자가 내보내는 정보는 가장 신뢰가 없음을 보여줌.

〈그림 5-12〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 (미식가)



(n = 109)

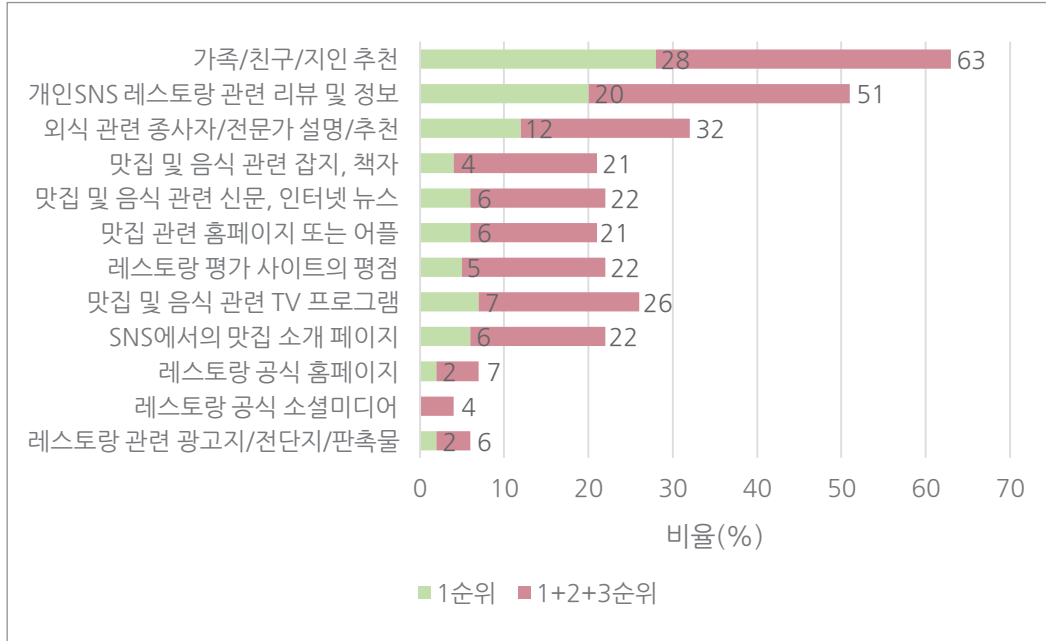
〈표 5-5〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 (미식가)

(단위: 명)

미식가	성별		연령					지역			외식 빈도		
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음
(base)	70	37	25	35	24	18	5	84	14	9	37	59	11
가족/친구/지인 추천	23	24	8	23	38	22	40	24	29	11	22	24	27
개인SNS 레스토랑 관련 리뷰 및 정보	24	22	40	20	21	17		24	14	33	19	29	9
외식 종사자/전문가 설명/추천	19	32	28	26	17	28		26	14	11	22	20	45
맛집 관련 홈페이지 또는 어플	6	5	4	3		11	40	6	7		5	5	9
레스토랑 평가 사이트 평점	6	5	4	6	13			5	7	11	14	2	
레스토랑 공식 홈페이지	4	3	8	3			20	1	21		3	3	9
맛집 및 음식 관련 TV 프로그램	6			3	8	6		1	7	22	3	5	

(1순위, n = 109)

〈그림 5-13〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 (일반인)



(n = 421)

〈표 5-6〉 프리미엄 레스토랑 선택 시 정보 탐색 채널 (일반인)

(단위: 명)

일반인	성별		연령				지역			외식빈도			
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음
(base)	249	170	114	120	83	62	40	274	87	58	87	214	118
가족/친구/지인 추천	28	29	25	24	24	34	48	30	24	28	20	31	30
개인SNS 레스토랑 관련 리뷰 및 정보	16	26	23	29	22	3	8	18	30	14	28	18	18
외식 종사자/전문가 설명/추천	13	12	18	13	8	11	3	10	21	10	21	12	7
맛집 및 음식 관련 TV 프로그램	6	8	2	3	10	18	8	7	3	9	5	7	8
SNS에서의 맛집 소개 페이지	7	6	4	7	7	6	10	8	3	5	7	7	6
맛집 및 음식 관련 신문, 인터넷 뉴스	9	2	3	4	16	6	5	7	5	7	2	7	9
맛집 관련 홈페이지 또는 어플	6	7	4	7	8	8	5	7	3	7	2	8	5

(1순위, n = 421)

C. 프리미엄 레스토랑 이미지

프리미엄 레스토랑에서 연상되는 이미지를 ‘싸다/비싸다’, ‘맛이 우선/플레이팅이 우선’, ‘편하게 먹는/격식을 차리는’, ‘와인 등 고급 술과 함께/식사만’, ‘독창적인 메뉴/흔히 볼 수 있는 메뉴’, ‘특별한 날에 가는/가고 싶을 때 가는’ 등 6가지 차원에서 7점 척도로 응답하게 함.

‘값이 비싸다’ 라는 것이 미식가 집단과 일반 집단 모두 강함. 전체적으로 ‘편하게 먹기’ 보다는 ‘격식을 갖추어야 한다’ 고 인식하고 있음. ‘값이 비싸다’ 는 이미지는 top 2% + middle 3%가 96%인 데 반해 ‘맛이 우선이다’ 라는 질문에서는 top 2% + middle 3%가 54% 밖에 되지않아 전반적으로는 맛을 중요시하지만 플레이팅도 상당히 비슷한 정도로 중요하게 생각하고 있음을 보여줌. 이는 미식가와 일반인 모두 비슷한 경향을 보임.(그림 5-14)

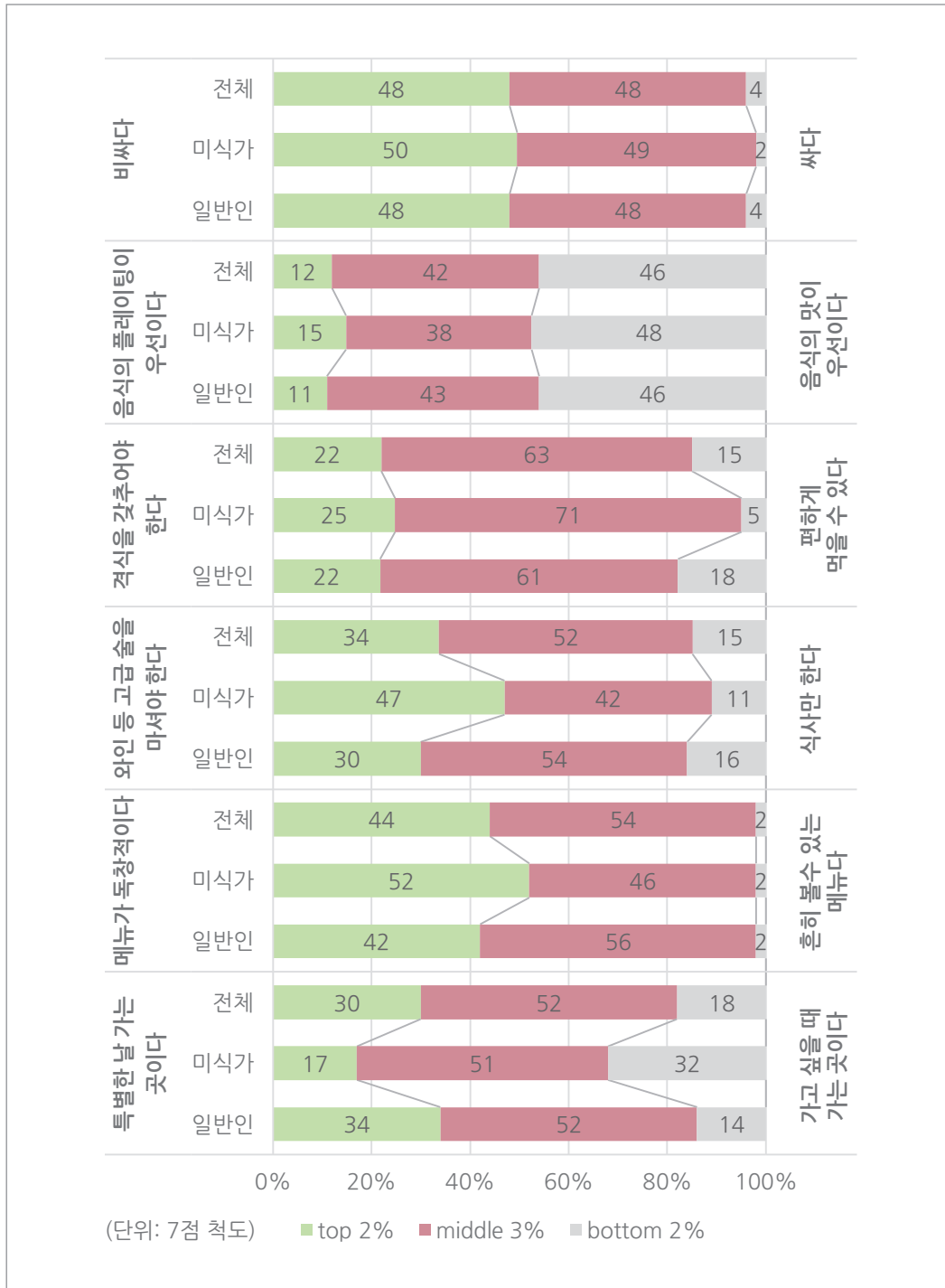
미식가 집단에서는 ‘와인 등 고급 술과 같이 해야 한다’ 는 이미지가 강하고 일반인들은 ‘식사만 한다’ 는 이미지를 갖고 있음. 미식가일수록 식사할 때 술을 곁들이는 경우가 많을 것으로 예상됨. 또한 미식가일수록 ‘독창적인 메뉴’ 가 있을 것으로 기대하는 경향이 더 큼.

어떤 때에 가느냐는 질문에는 미식가 집단은 ‘가고 싶을 때 가는 곳’, 일반인 집단은 ‘특별한 날에만 가는 곳’ 으로 체크하여 양 집단의 프리미엄 외식에 대한 소비 의식의 차이를 보여줌.

미식가의 입장에서 프리미엄 레스토랑의 이미지를 종합하면, 값이 비싸고, 격식을 갖추어야 하고, 와인 등 고급 술을 같이 마셔야 하며 독창적인 메뉴를 기대하고, 가고 싶을 때 가는 곳임.

일반인 입장에서 프리미엄 레스토랑이란, 특별한 날에 가는 곳이고, 와인 등 고급 술을 곁들이기보다는 식사만 하는 곳임. 일반적으로 프리미엄 레스토랑에서 주류대는 식사 비용의 50%를 넘기 때문에 일반인들은 경제적인 부담으로 술을 곁들이지 않는 것으로 추정됨.

〈그림 5-14〉 프리미엄 레스토랑 이미지



(전체 n = 530 / 미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

3) 프리미엄 레스토랑 이용 행동

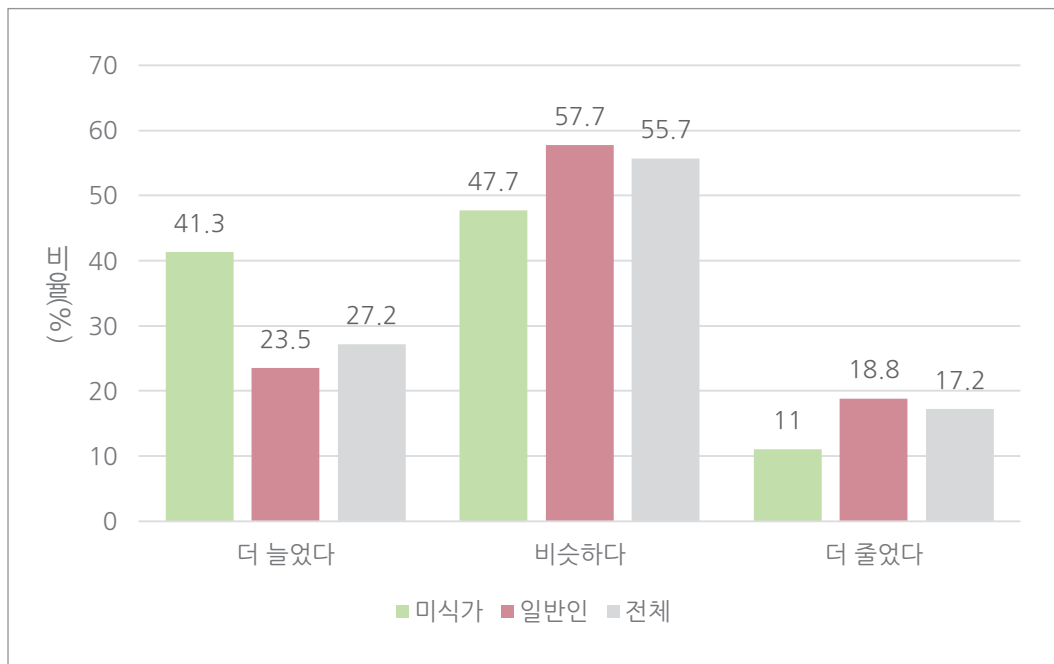
A. 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 변화

최근 1년 내 프리미엄 레스토랑의 이용 횟수 변화를 물었을 때, 약 4명 중 1명이 최근 1년 내 프리미엄 외식을 즐기는 횟수가 늘었다고 답했으며, 그 이유로 ‘프리미엄 레스토랑의 증가’, ‘경제력 증가’, ‘다양한 경험을 하기 위해서’ 라는 응답이 많았음.(그림 5-15)

이용이 줄었다는 경우, ‘경제력 하락/경기침체로 인해’, ‘높은 가격/금액적 부담’ 등을 이유로 제시하며 가격에 대한 민감도를 나타냄.

미식가 그룹의 경우는 ‘프리미엄 레스토랑 이용 횟수가 늘었다’ 는 응답이 41.3%, ‘비슷하다’ 는 응답이 47.7%, ‘감소했다’ 는 응답이 11.0%로, 일반인보다는 더 프리미엄 외식에 대한 충성

〈그림 5-15〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 증감 여부



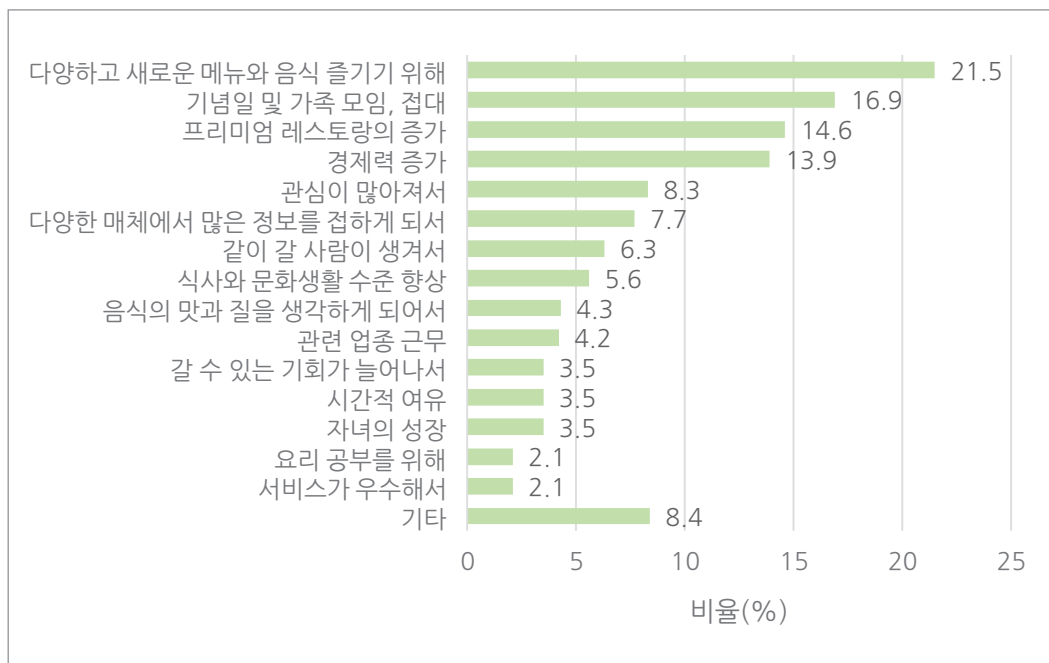
(전체 n = 530 / 미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

도가 높음을 보여줌. 일반인의 경우 ‘횟수가 더 늘었다’는 대답은 23.5%에 불과함.

프리미엄 레스토랑 이용이 증가한 이유를 묻는 질문에는 ‘다양하고 새로운 메뉴와 음식을 즐기기 위한다’는 답이 가장 많으며 ‘기념일 및 가족 모임, 접대’ 등의 이유도 많았음. ‘프리미엄 레스토랑의 수가 증가’한 것도 이용 증가에 영향을 미쳤으며 ‘경제력 증가’도 주요 증가 요인이 됨.(그림 5-16)

그 외의 이유로는 ‘이해도가 증가되서’, ‘이유없이 방문’, ‘취미를 위해’, ‘사회생활 때문에’, ‘다양한 셰프들의 음식을 맛보기 위해’, ‘나이가 많아져서’, ‘정성 들인 요리가 좋아서’, ‘유명인이 해당 레스토랑에 방문해서’, ‘주류를 즐기기 위해서’, ‘가치가 있어서’, ‘독창적인 음식점을 찾기 위해’, ‘분위기 좋은 곳을 가고 싶어서’, ‘지인 추천으로’ 등이 있음. ‘요리 공부를 위해서’라는 대답도 2.1% 있으며 ‘관련 업종 근무’도 4.2%가 되어 업계 종사자들도 경험치를 위해 프리미엄 레스토랑을 방문하는 것으로 보임.

〈그림 5-16〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 횟수 증가 이유



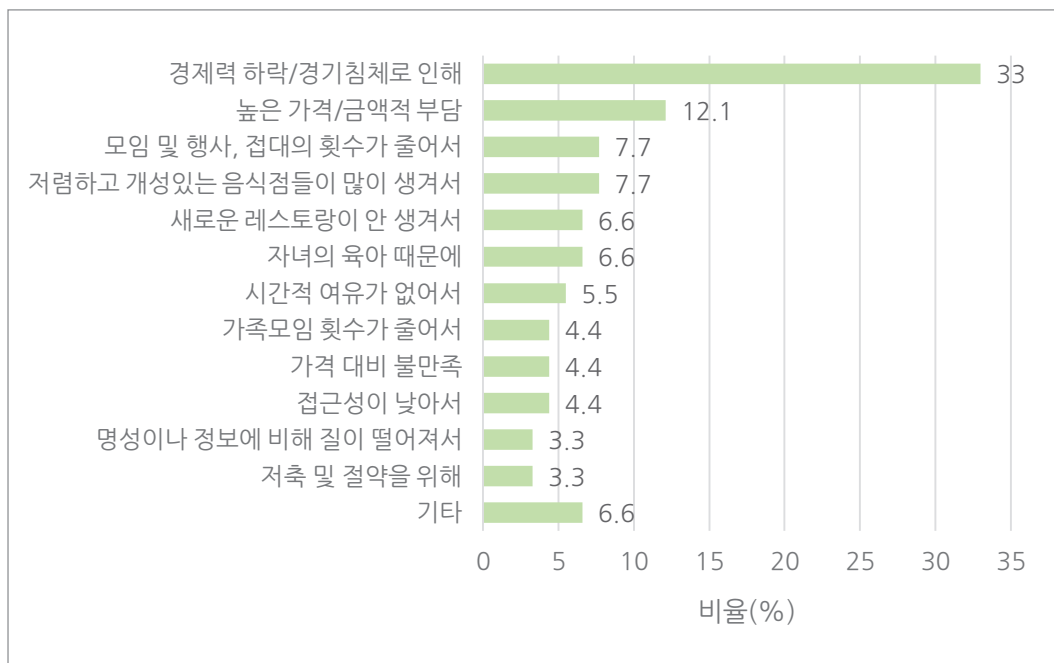
(n = 144)

프리미엄 레스토랑 이용 감소 이유를 묻는 질문에는 그림 5-17과 같이 대답함.

‘경제력 하락/경기 침체로 인해’와 ‘높은 가격/금액적 부담’이 각각 33.0%, 12.1%로 높게 나타남. 그 외에도 ‘모임 및 행사, 접대의 횟수가 줄어서’와 ‘저렴하고 개성있는 음식점들이 많이 생겨서’ 프리미엄 레스토랑에 갈 기회가 줄어든 것도 있음.

위의 표에 제시된 것 외에도 ‘예약이 불편해서’, ‘이유 없음’, ‘한식이 좋아서’, ‘맛에 대한 만족도가 줄어서’, ‘로열티가 생기지 않아서’, ‘메뉴의 다양성 부족’, ‘입맛에 맞지 않아서’ 등의 응답도 있었음.

〈그림 5-17〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 횟수 감소 이유



(n = 91)

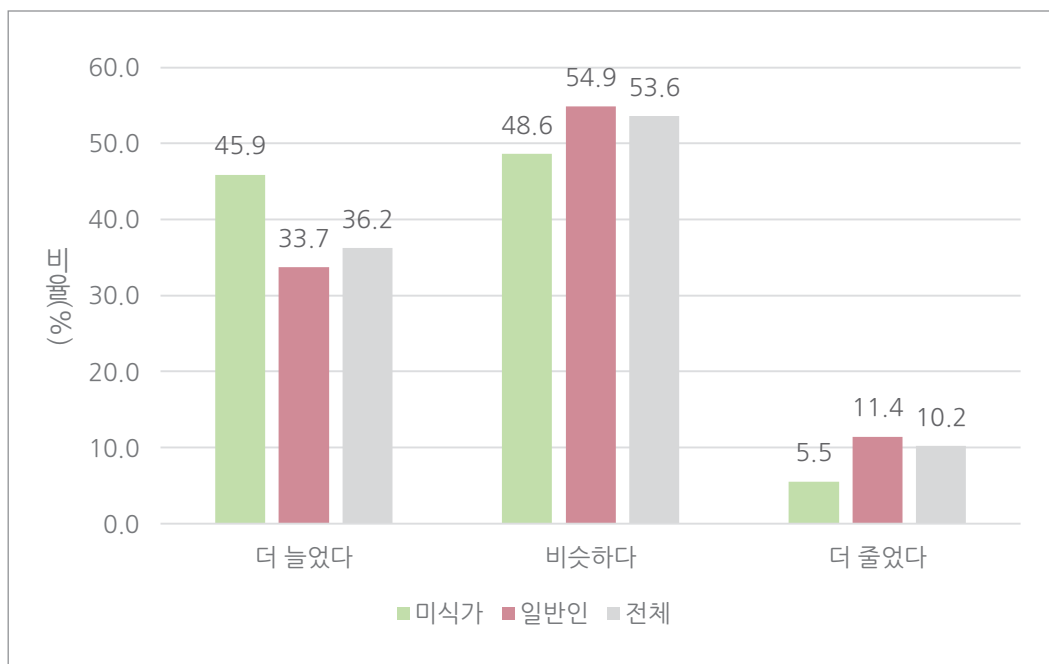
최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 금액 증감 여부를 묻는 질문에는 36.2%가 늘었다고 응답함.(그림 5-18)

금액이 증가한 이유는 가격 및 물가 상승 요인이 가장 큰 것으로 나타남. 그 외에도 술을 곁들이거나 이용 횟수 증가를 들 수 있음. 미식가 집단의 경우는 이용 횟수 증가가 20%로 두 번째로 큰 비중을 차지함. 그 외에 같이 갈 사람이 생겨서, 비싼 레스토랑 및 메뉴 선호라는 이유를 꼽은 사람도 있음.(그림 5-19)

금액이 감소한 이유는 경제력 하락, 이용 횟수 하락이 가장 큰 요인임. 기타 의견으로는 식성의 변화, 경험 후 실망해서, 갈 곳이 없어서 등이 있음.(그림 5-20)

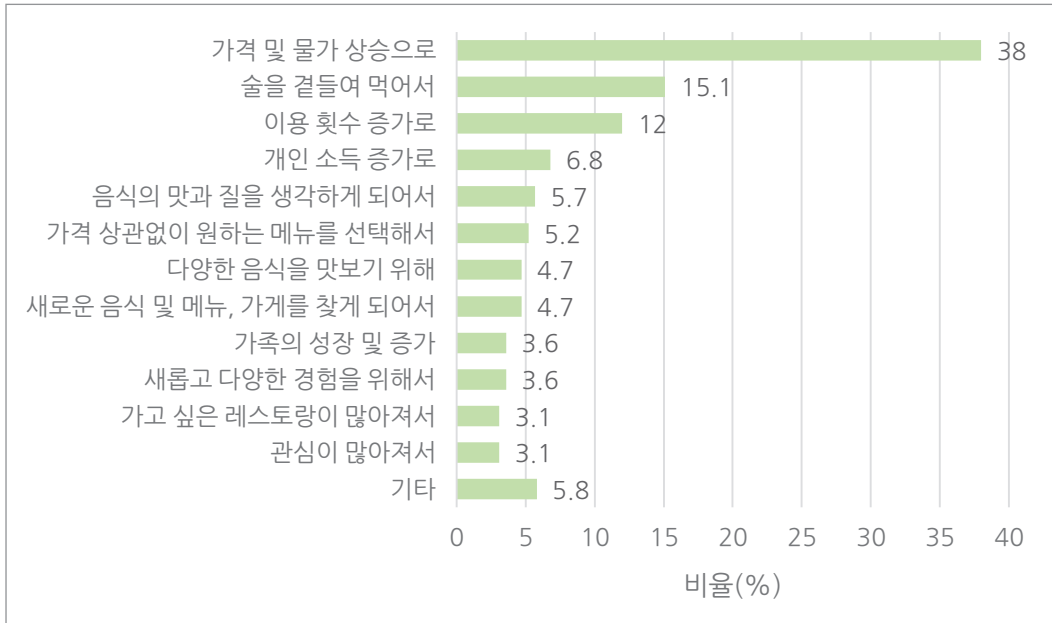
미식가와 일반인을 비교했을 때 미식가보다는 일반인이 프리미엄 레스토랑 이용 금액이 줄었다고 대답하는 비율이 높음.

〈그림 5-18〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 금액 증감 여부



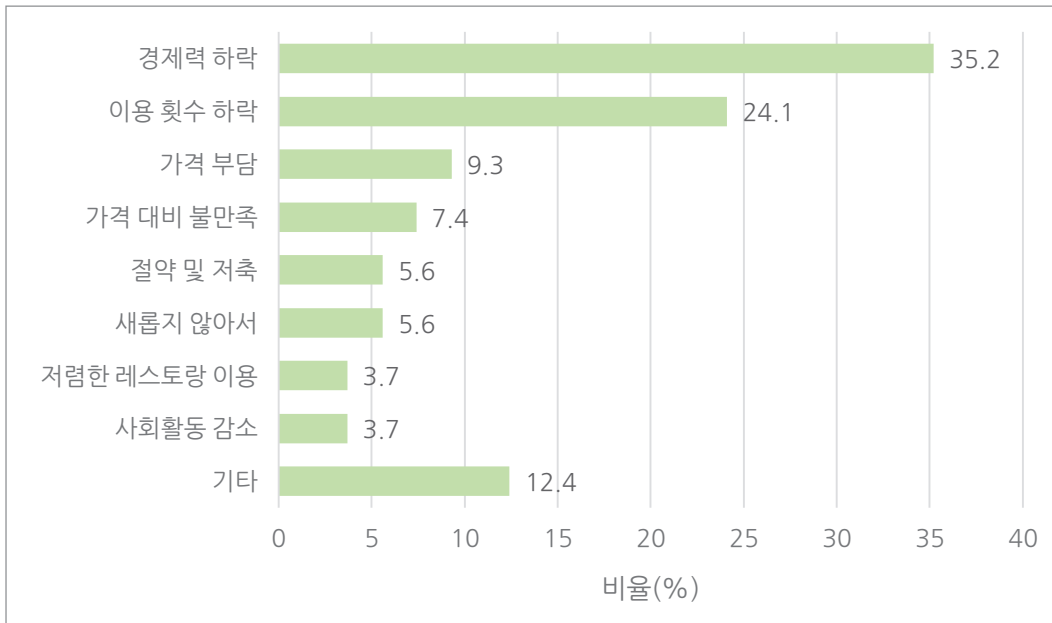
(전체 n = 530 / 미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈그림 5-19〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 금액 증가 이유



(n = 192)

〈그림 5-20〉 최근 1년 내 프리미엄 레스토랑 이용 금액 감소 이유



(n = 54)

B. 최선호 프리미엄 레스토랑 유형

최선호 프리미엄 레스토랑 유형을 물었을 때, 모두 ‘모던한식’, ‘일식’, ‘이탈리아식,’ 을 Top3로 꼽았음.(그림 5-21)

이를 집단별로 보았을 때는 뚜렷하게 다른 양상을 보이는데, 미식가 그룹은 ‘프랑스식’, ‘일식’, ‘이탈리아식’ 을 최선호함.(그림 5-22)

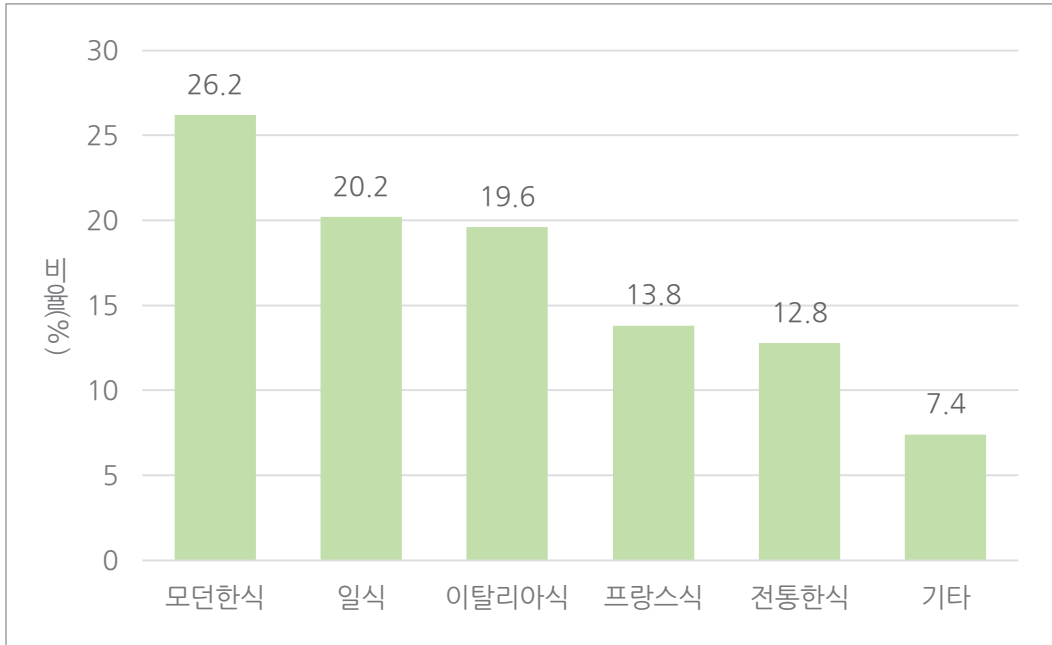
이 경향은 서울 지역, 외식 빈도가 높은 그룹에게서 뚜렷하게 나타나며, 특히 ‘모던한식’ 은 60대, 서울 지역에서 두드러짐. ‘모던한식’ 을 가장 선호하는 60대는, ‘전통한식’ 또한 선호하는 경향을 보임. 60대는 전통과 모던에 관계없이 한식을 선호하는 것으로 보임.(표 5-8)

일반인이 가장 선호하는 프리미엄 레스토랑 유형은 ‘모던한식’ 으로 주로 40대에게서 나타남.(그림 5-23, 표 5-8)

여성은 ‘이탈리아식’, 남성은 ‘프랑스식’ 을 좀 더 선호한다는 점에서 차이가 존재하며, ‘전통한식’ 에 대한 선호는 주로 50~60대에서 나타남. 특히 60대는 미식가 그룹과 일반인 집단 모두 ‘프랑스식’ 을 전혀 선호하지 않는 것으로 나타남.(표 5-7, 표 5-8)

종합적으로 보면 ‘모던한식’ 과 ‘프랑스식’ 은 서울 지역의 40대 미식가가, ‘모던한식’ 은 서울 지역의 40대 일반인이 선호하는 것으로 나타남. ‘모던한식’ 은 미식가 집단과 일반인 집단 모두에게 선호되는 반면, ‘프랑스식’ 은 일부 미식가가 선호한다고 할 수 있음.

〈그림 5-21〉 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 (전체)



(n = 530)

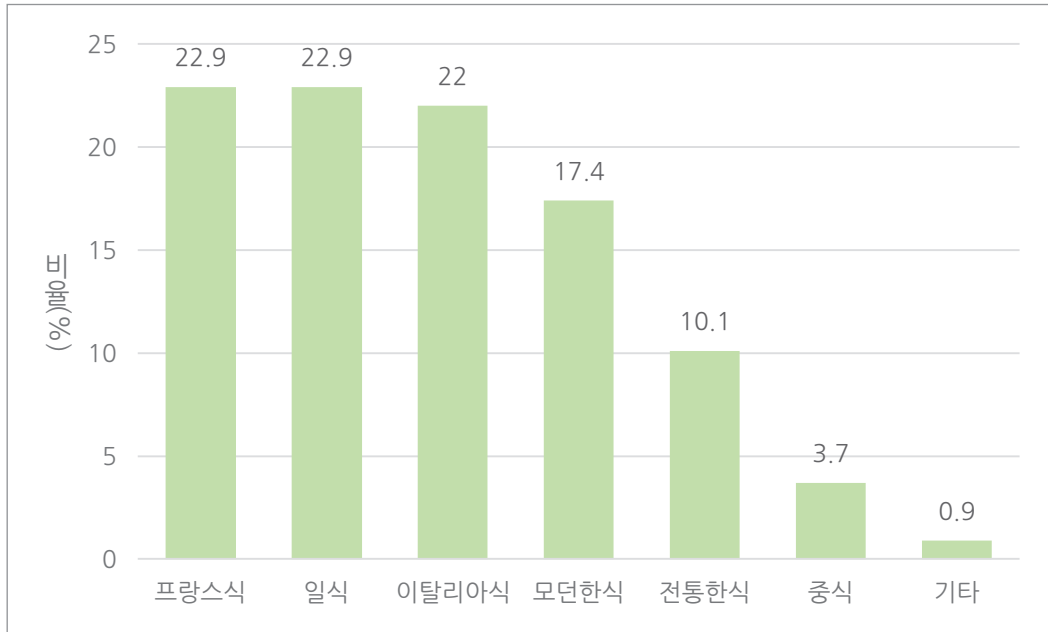
〈표 5-7〉 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 (전체)

(단위: 명)

		(Base)	모던한식	일식	이탈리아식	프랑스식	전통한식	중식	기타
성별	남성	323	24	22	16	17	14	5	2.9
	여성	207	30	17	25	9	11	5	
연령	20대	141	24	20	26	23	3	3	1
	30대	157	19	22	24	17	8	5	4
	40대	107	37	20	13	12	10	7	
	50대	80	29	16	15	3	29	8	
	60대	45	27	24	9		38	2	
지역	서울	359	28	21	20	14	11	5	2.2
	수도권	104	30	11	19	14	16	5	5
	경상권	67	12	28	19	13	19	6	1
외식 빈도	높음	125	26	24	18	22	5	4	2
	중간	275	28	20	22	10	13	4	2.6
	낮음	130	23	17	15	14	20	8	3

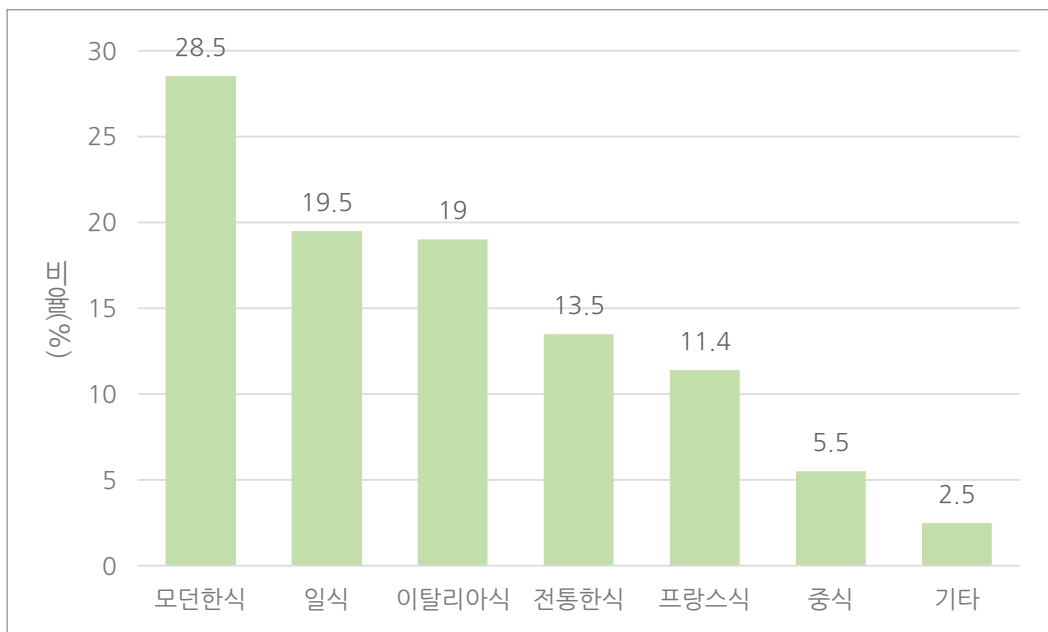
(n = 530)

〈그림 5-22〉 집단별 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 (미식가)



(n = 109)

〈그림 5-23〉 집단별 최선호 프리미엄 레스토랑 유형 (일반인)



(n = 421)

〈표 5-8〉 집단별 최선호 프리미엄 레스토랑 유형

(단위: %)

		(Base)	전통한식	모던한식	일식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타		
미식가	성별	남성	72	14	14	21	4	19	26	1	
		여성	37	3	24	27	3	27	16		
	연령	20대	25		8	20	4	32	36		
		30대	37	5	11	27	3	27	24	3	
		40대	24	13	29	25	8		25		
		50대	18	17	22	22		33	6		
		60대	5	60	40						
	지역	서울	85	7	20	21	4	22	25	1	
		수도권	15	27	13	13	7	20	20		
		경상권	9	11		56		22	11		
	외식 빈도	높음	37	5	19	32	3	14	27		
		중간	60	12	15	20	5	30	17	2	
		낮음	12	17	25	8		8	42		
	일반인	성별	남성	251	14	27	22	5	15	14	2.8
			여성	170	12	31	15	6	25	8	3
연령		20대	116	3	28	20	3	24	20	3	
		30대	120	9	22	20	6	23	14	6	
		40대	83	10	40	18	7	17	8	0	
		50대	62	32	31	15	10	10	2	2	
		60대	40	35	25	28	3	10		0	
지역		서울	274	12	30	22	5	19	10	2.2	
		수도권	89	15	33	10	4	19	13	5	
		경상권	58	21	14	24	7	19	14	2	
외식 빈도		높음	88	5	28	20	5	20	19	2	
		중간	215	13	32	20	4	20	8	2.5	
		낮음	118	20	23	18	8	16	11	4	

(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

C. 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적과 동반인

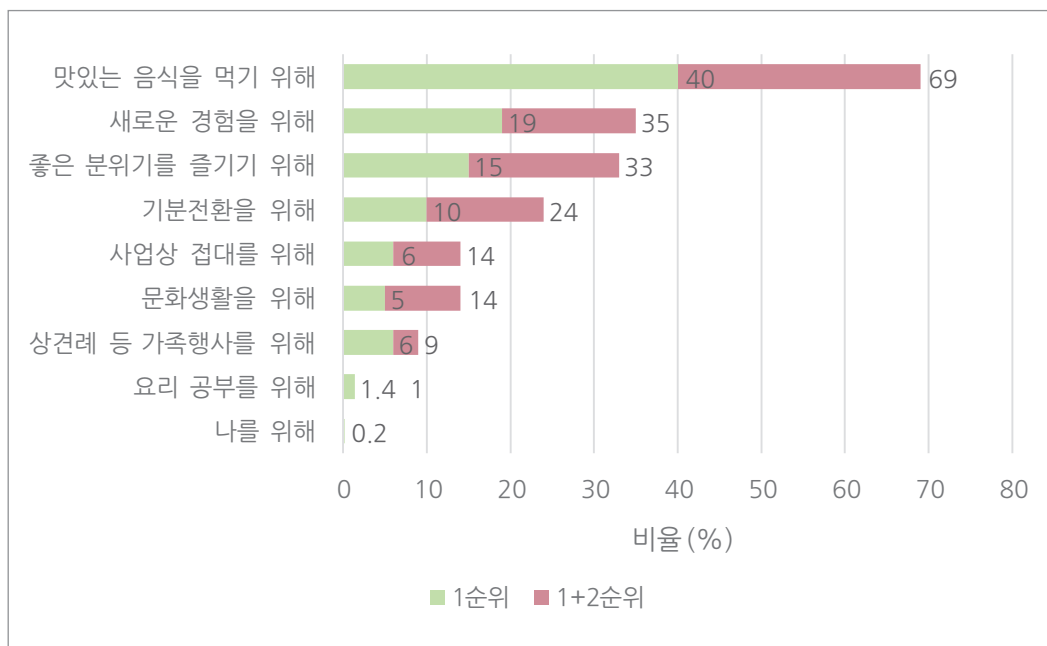
평소 프리미엄 레스토랑을 이용하는 목적과 누구와 함께 동행하는지를 조사하였을 때, 이용 목적은 '맛있는 음식을 먹기 위해서'가 가장 많음. 그 다음 많은 응답은 '새로운 경험을 위해' 방문하는 것으로 나타남. 이러한 프리미엄 외식의 목적은 미식가와 일반인 집단이 비슷한 양상을 보임.(그림 5-24)

집단별로 비교했을 때, 일반인은 '좋은 분위기를 즐기기 위해', '기분 전환을 위해', '상견례 등 가족 행사를 위해' 라는 응답 비율이 높음.(그림 5-25)

특히 60대에서 '상견례 등의 가족 행사를 위해' 라는 응답이 많음. 40대와 50대는 '사업상 접대를 위해' 라는 응답이 많음.(표 5-9)

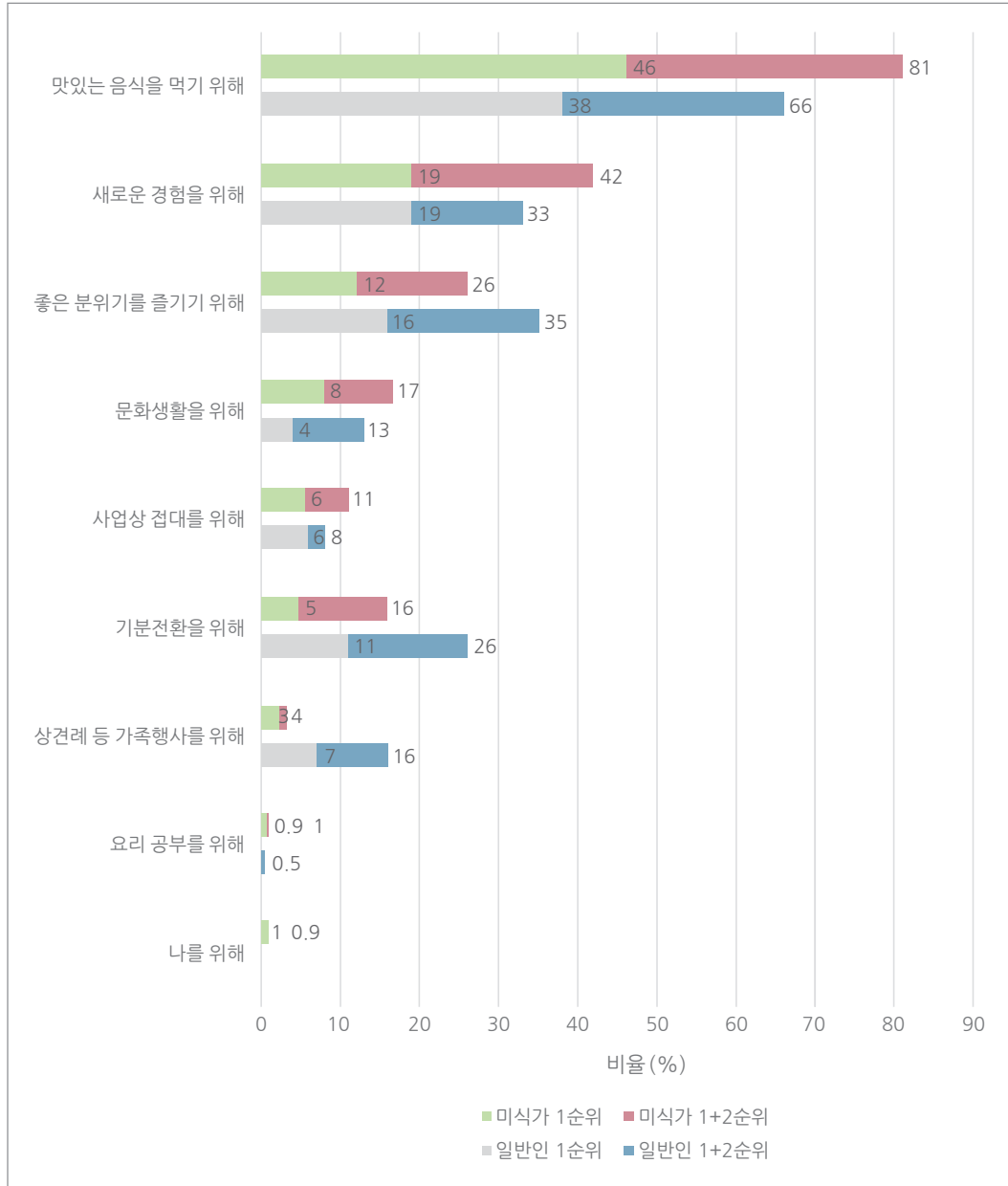
프리미엄 레스토랑을 방문할 때 동반자를 묻는 질문에는 미식가들은 '친구/선후배/지인과의 약속, 모임' 때 주로 이용하며 남성보다는 여성, 서울 지역 미식가들이 더욱 그러한 것으로 확

<그림 5-24> 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적 (전체)



(n = 530)

〈그림 5-25〉 집단별 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈표 5-9〉 집단별 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적

(단위: %)

	성별		연령						지역			외식 빈도		
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음	
미식가	(base)	72	37	25	37	24	18	5	85	15	9	37	60	12
	맛있는 음식을 먹기 위해	46	46	56	51	38	44		51	27	33	51	43	42
	새로운 경험을 위해	19	19	28	16	25	11		19	20	22	27	17	8
	좋은 분위기를 즐기기 위해	10	16	8	16	8	11	20	9	13	33	11	13	8
	문화생활을 위해	10	5	8	5	4	11	40	5	27	11		12	17
	사업상 접대를 위해	6	5			17	11		7			8	5	
	기본전환을 위해	6	3		5	4	11		6				7	8
	상견례 등 가족행사를 위해	3	3			4		40	1	13			3	8
	요리 공부를 위해	1			3				1					8
	나를 위해		3		3				1			3		
	일반인	(base)	251	170	116	120	83	62	40	274	89	58	88	215
맛있는 음식을 먹기 위해		37	39	36	42	45	32	30	38	36	43	50	39	28
새로운 경험을 위해		22	14	37	14	14	5	8	18	27	7	20	20	15
좋은 분위기를 즐기기 위해		15	17	16	13	13	23	20	15	15	19	17	11	24
문화생활을 위해		4	3	4	6	2	2		3	7	2	3	3	5
사업상 접대를 위해		8	2	1	3	8	16	8	4	8	9	3	6	7
기본전환을 위해		8	15	4	16	11	11	18	14	4	10	5	13	12
상견례 등 가족행사를 위해		5	10	1	8	6	11	18	8	3	9	1	8	9
요리 공부를 위해		0		1							2		0.5	

(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

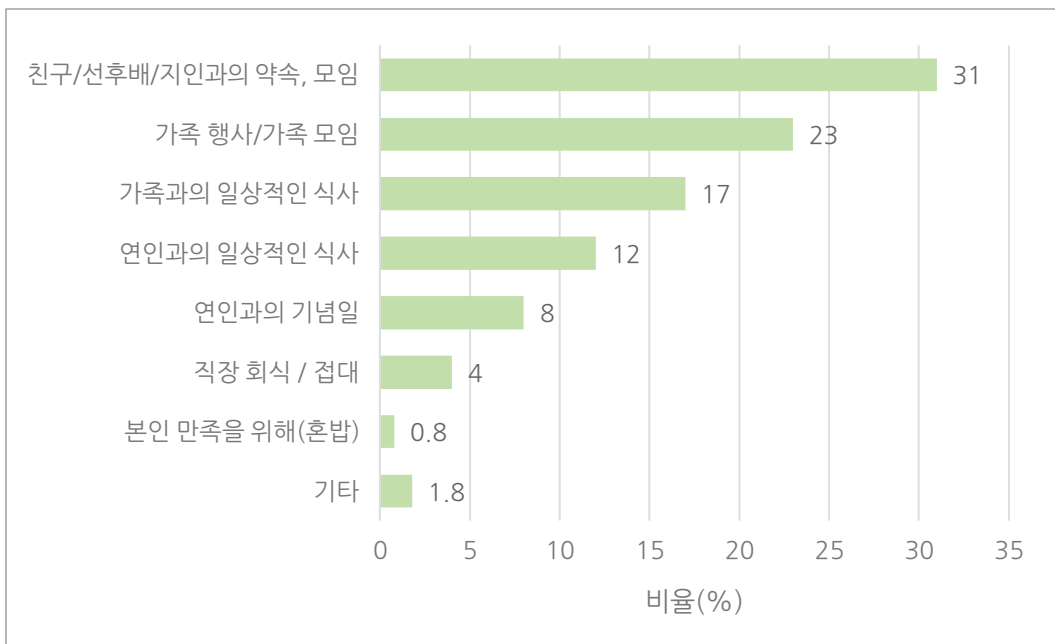
〈표 5-10〉 분류별 평소 프리미엄 레스토랑 방문 목적

(단위: %)

	성별		연령						지역			외식 빈도		
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음	
(base)	323	207	141	157	107	80	45	359	104	67	125	275	130	
맛있는 음식을 먹기 위해	39	41	40	44	43	35	27	41	35	42	50	40	29	
새로운 경험을 위해	21	14	35	15	17	6	7	18	26	9	22	19	15	
좋은 분위기를 즐기기 위해	14	17	14	13	12	20	20	14	14	21	15	11	22	
기분전환을 위해	8	13	4	13	9	11	16	12	4	9	3	12	12	
사업상 접대를 위해	8	2	1	2	10	15	7	5	7	7	5	6	6	
문화생활을 위해	4	9	1	6	6	9	20	6	5	7	1	7	9	
상견례 등 가족행사를 위해	5	3	5	6	3	4	4	3	10	3	2	5	6	
요리 공부를 위해	1		1	1				0.3		1		0.4	1	
나를 위해		0.5		1				0.3			1			

(n = 530)

〈그림 5-26〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 이용 시 동반인



(n = 530)

인됨.(그림 5-26)

일반인들은 ‘가족 행사/가족 모임’을 주 이유로, 특히 50~60대가 이용 중이며, ‘친구/선후배/지인과의 약속, 모임’은 20대, 수도권에서 나타남

주로 프리미엄 레스토랑을 이용하는 상황은 ‘친구/선후배/지인과의 약속, 모임’ 때문이며, 그 다음으로는 ‘가족 행사/가족 모임’, ‘가족과의 일상적인 식사’ 등 가족과의 식사 상황이 선택 됨.

특히, 50-60대는 ‘가족 행사/가족 모임’ 때 주로 방문하며, 20대는 ‘연인과의 일상적인 식사’, ‘연인과의 기념일’ 등 연인과의 방문이 두드러짐.

〈표 5-11〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 이용 시 동반인

(단위: %)

	성별		연령					지역			외식빈도		
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음
(base)	323	207	141	157	107	80	45	359	104	67	125	275	130
친구/선후배/지인과의 약속, 모임	30	32	35	28	33	26	29	28	44	22	31	31	31
가족 행사/가족 모임	22	25	9	20	28	35	47	26	13	25	18	24	26
가족과의 일상적인 식사	16	18	4	17	25	25	20	17	17	16	14	14	25
연인과의 일상적인 식사	13	10	21	16	6	1	2	11	9	18	19	10	8
연인과의 기념일	7	9	12	11	2	4	2	9	4	7	6	10	5
직장 회식/접대	6	1	1	4	6	9		4	4	3	4	4	4
본인 만족을 위해(혼밥)	4	2	11	2				3	2	7	4	4	2
여행을 주 목적으로	1	1	3						3			1	
출장/행사 식사				1	1				1		2		
경험을 위해			1								1		
소개팅 목적으로				1					1				
스트레스 해소				1					1				
다이닝 목적 모임			1								1		
세프와 친해서			1						1		1		
여유가 있어서			1										

(n = 530)

D. 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비율

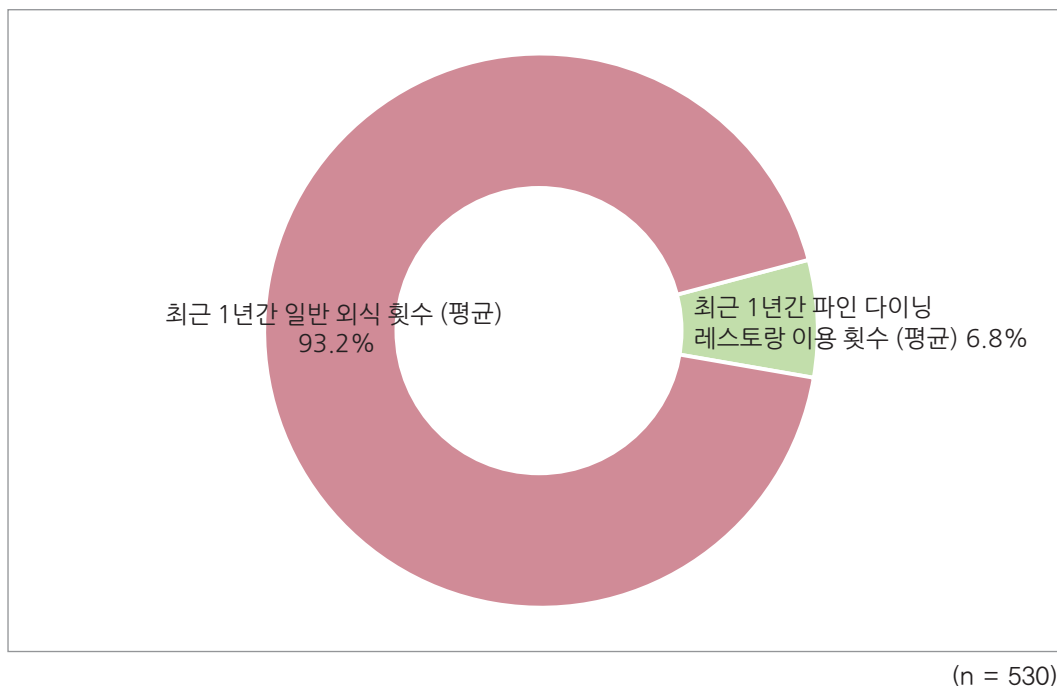
연간 총 외식 횟수 중에 프리미엄 레스토랑 이용 비율을 조사하였을 때, 최근 1년간 외식 이용 횟수 평균은 약 128회이며 프리미엄 레스토랑 이용 빈도 평균은 약 9회임. 총 외식 이용 횟수 중 프리미엄 레스토랑 이용 비중은 7% 정도 수준임.(그림 5-27)

부류별 방문 행태를 보면, 남성이 여성보다, 30대와 40대가, 지방보다는 서울 지역이 프리미엄 레스토랑 방문 비율이 높음.(표 5-12)

집단별로 보았을 때, 총 외식 대비 프리미엄 레스토랑 이용 비중은 미식가 14%로 일반인은 5%보다 훨씬 높게 나타남.(그림 5-28, 그림 5-29)

미식가 집단은 남성이 여성보다 높은 비율을 보인 반면, 일반인 집단은 성별 차이가 거의 없음. 미식가 집단과 일반인 집단 모두 40대가 가장 높은 프리미엄 레스토랑 방문 비율을 보임. 또한 외식 빈도가 낮은 그룹일수록 연간 프리미엄 레스토랑 이용 비중이 높음. 그렇지만 전체 프리

〈그림 5-27〉 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (전체)



미엄 레스토랑 방문 횟수로 보면, 외식 빈도가 높은 그룹일수록 전체 횟수는 많음.(표 5-13, 표 5-14)

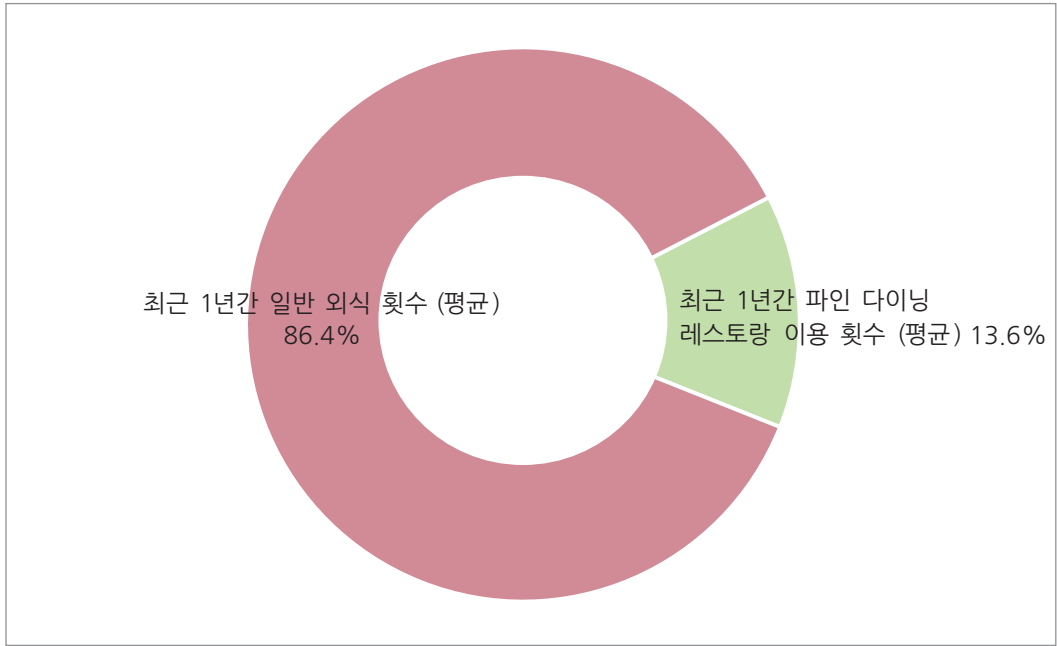
〈표 5-12〉 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (전체)

		(Base)	최근 1년간 파인다이닝 레스토랑 이용 횟수 (평균)	연간 총 외식 횟수* (평균)	전체 외식 중 파인다이닝 레스토랑 이용 비중(%)
성별	남성	323	9.9	117	8
	여성	207	7.9	136	6
연령	20 대	141	7.9	150	5
	30 대	157	10.0	121	8
	40 대	107	10.4	121	9
	50 대	80	9.6	109	9
	60 대	45	5.7	91	6
지역	서울	359	9.6	130	7
	수도권	104	7.8	114	7
	경상권	67	8.2	109	8
외식 빈도	높음	125	12.8	269	5
	중간	275	8.9	99	9
	낮음	130	6.1	38	16

(n = 530)

*연간총외식횟수: 월 평균외식 횟수 x 12

〈그림 5-28〉 집단별 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (미식가)



(n = 109)

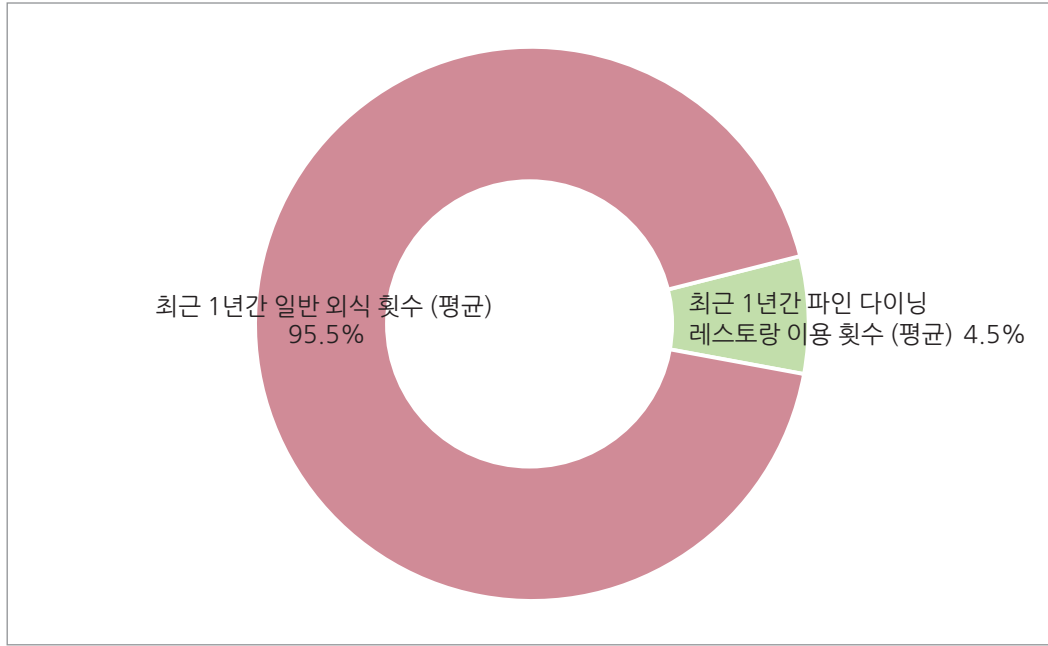
〈표 5-13〉 집단별 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (미식가)

		(Base)	최근 1년간 파인다이닝	연간 총 외식 횟수* (평균)	전체 외식 중 파인다이닝
			레스토랑 이용 횟수 (평균)		
성별	남성	72	22.8	145	15.7
	여성	37	20.6	198	10.4
연령	20 대	25	18.0	156	11.5
	30 대	37	22.7	147	15.4
	40 대	24	26.1	228	11.4
	50 대	18	23.3	137	17.0
	60 대	5	14.2	98	14.4
지역	서울	85	21.6	176	12.3
	수도권	15	21.1	99	21.3
	경상권	9	28.3	149	19.0
외식 빈도	높음	37	27.8	299	9.3
	중간	60	18.9	103	18.3
	낮음	12	20.4	44	45.4

(n = 109)

*연간총외식횟수: 월 평균외식 횟수 x 12

<그림 5-29> 집단별 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (일반인)



(n = 421)

<표 5-14> 집단별 전체 외식 중 프리미엄 레스토랑 방문 비중 (일반인)

		(Base)	최근 1년간 파인다이닝 레스토랑 이용 횟수 (평균)	연간 총 외식 횟수* (평균)	전체 외식 중 파인다이닝 레스토랑 이용 비중(%)
성별	남성	251	6.1	109	5.7
	여성	170	5.1	122	4.2
연령	20 대	116	5.8	148	3.9
	30 대	120	6.1	114	5.4
	40 대	83	5.9	90	6.5
	50 대	62	5.6	99	5.7
	60 대	40	4.6	90	5.1
지역	서울	274	5.9	116	5.1
	수도권	89	5.6	117	4.8
	경상권	58	5.1	100	5.1
외식 빈도	높음	88	6.5	257	2.5
	중간	215	6.1	98	6.2
	낮음	118	4.6	38	12.3

(n = 421)

*연간총외식횟수: 월 평균외식 횟수 x 12

E. 프리미엄 레스토랑 이용 빈도

여기서 프리미엄 레스토랑 이용 빈도는 미식가 집단과 일반인 집단을 나누는 데 사용된 지표임에 유의해야 함. 미식가 집단을 나누는 기준은 프리미엄 레스토랑 이용 횟수가 월 2회 이상임.

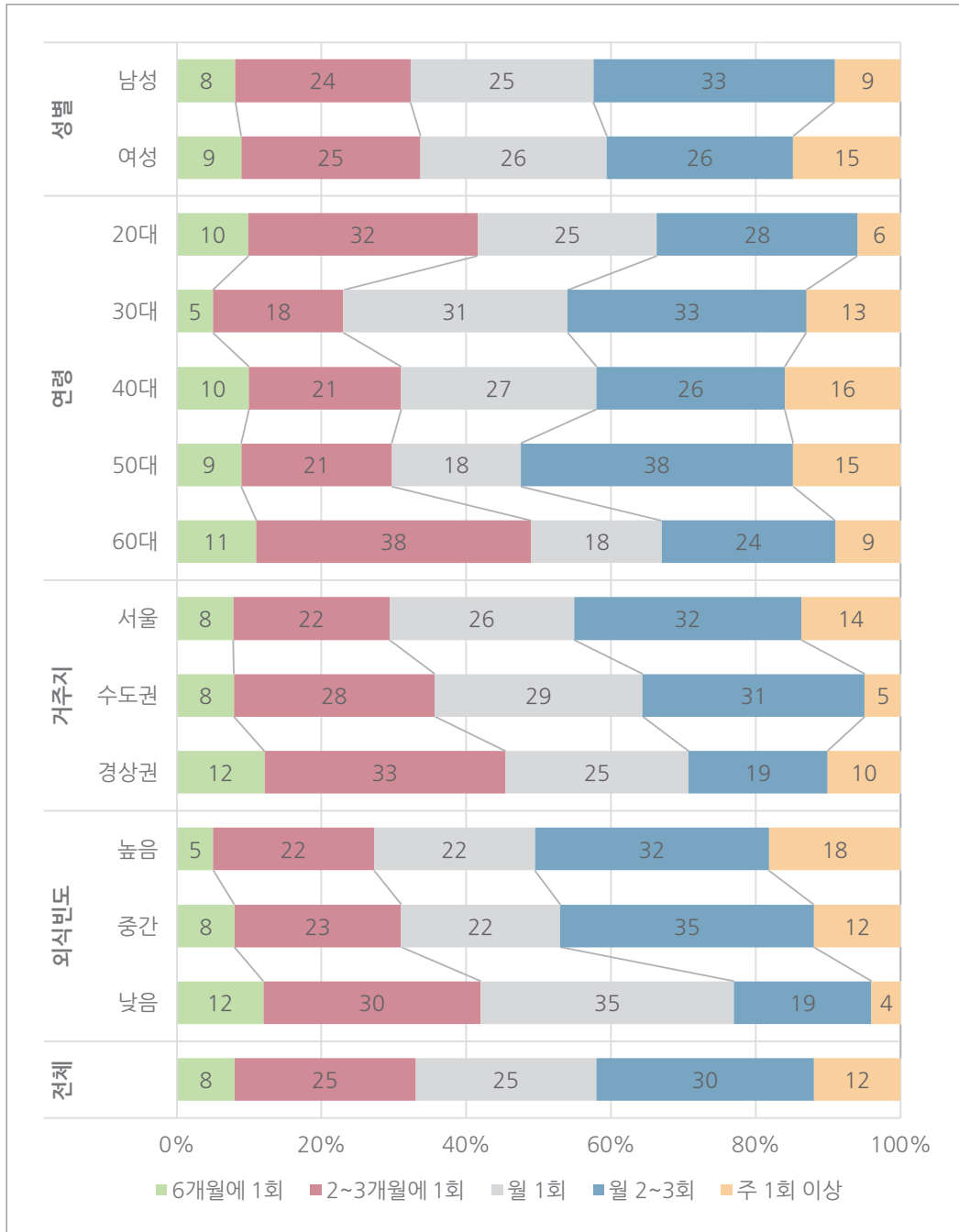
전체 기준, 월 1회 이상 프리미엄 레스토랑 방문자는 67%이며, 30대는 월 1회 이상 프리미엄 레스토랑을 이용하는 경우가 77%로, 타 연령대 대비 이용 빈도 높음.(그림 5-30)

월 2~3회 이상 프리미엄 레스토랑 방문자 비율은 42%이며, 50대가 53%로 가장 높은 비율을 차지함. 미식가 기준으로 보았을 때 50대가 미식가 성향에 가까운 것을 알 수 있음. 또한 서울 지역 거주자일수록, 외식빈도가 높을수록 프리미엄 레스토랑 이용 빈도는 높아짐.

미식가 집단에서는 주 1회 이상 프리미엄 레스토랑을 방문하는 비율이 꽤 높음. 성별로는 여성이 41%로 남성 24%보다 많으며 연령은 30대와 40대가 각각 38%를 차지함. 60대는 주 1회 이상 방문한다는 응답이 없음. 거주 지역은 서울과 경상권이, 외식 빈도가 높은 그룹이 프리미엄 레스토랑 이용 빈도가 높음.(그림 5-31)

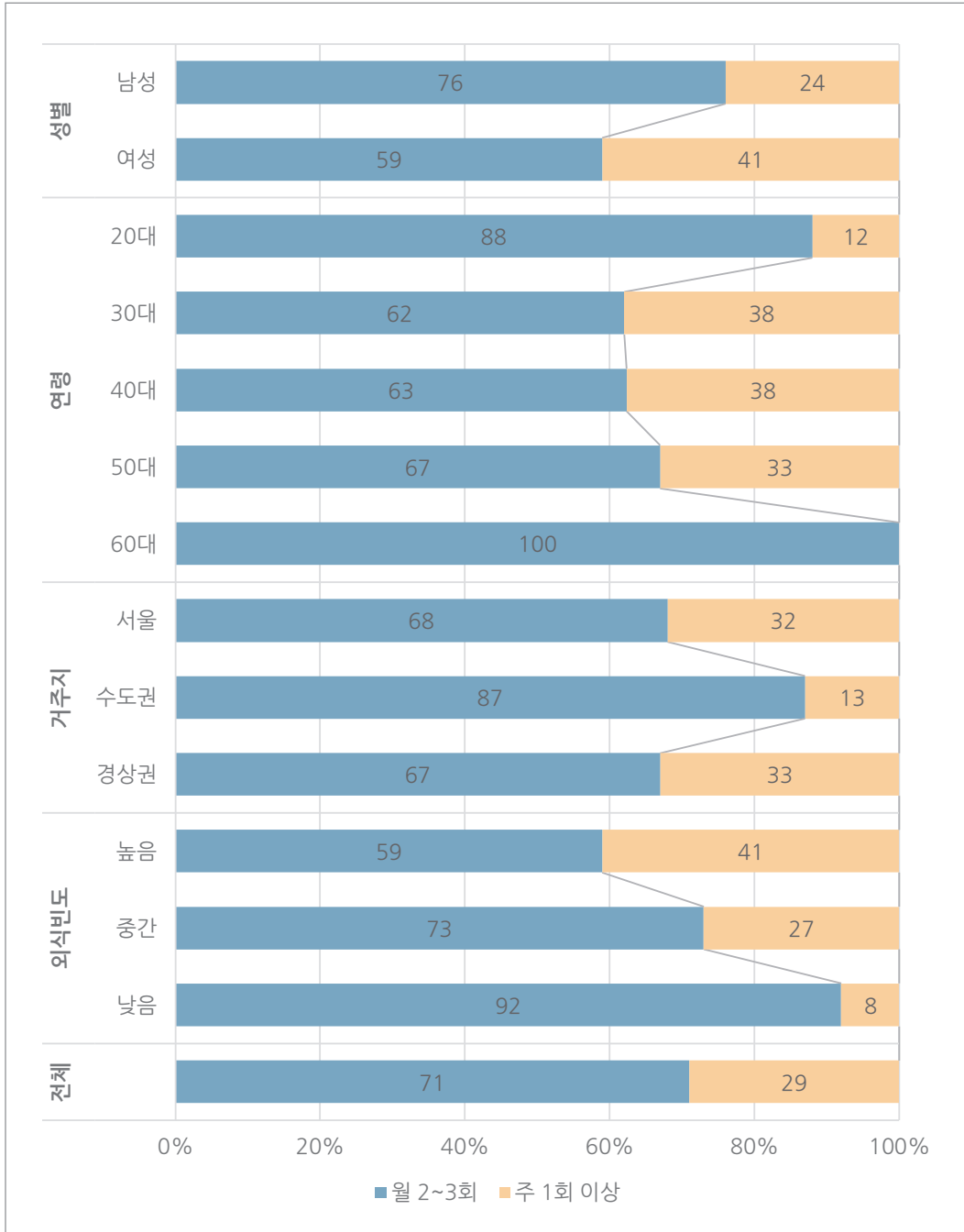
일반인 집단에서는 주 1회 이상 방문 비율이 모든 부류에서 10% 미만으로 나타남. 연령대로는 30대가, 거주지로는 서울 지역이 높으며 남성과 여성의 비율은 비슷하게 나타남. 역시 외식 빈도가 높을수록 프리미엄 레스토랑 이용 빈도도 높음.(그림 5-32)

〈그림 5-30〉 프리미엄 레스토랑 이용 빈도 (전체)



(n = 530)

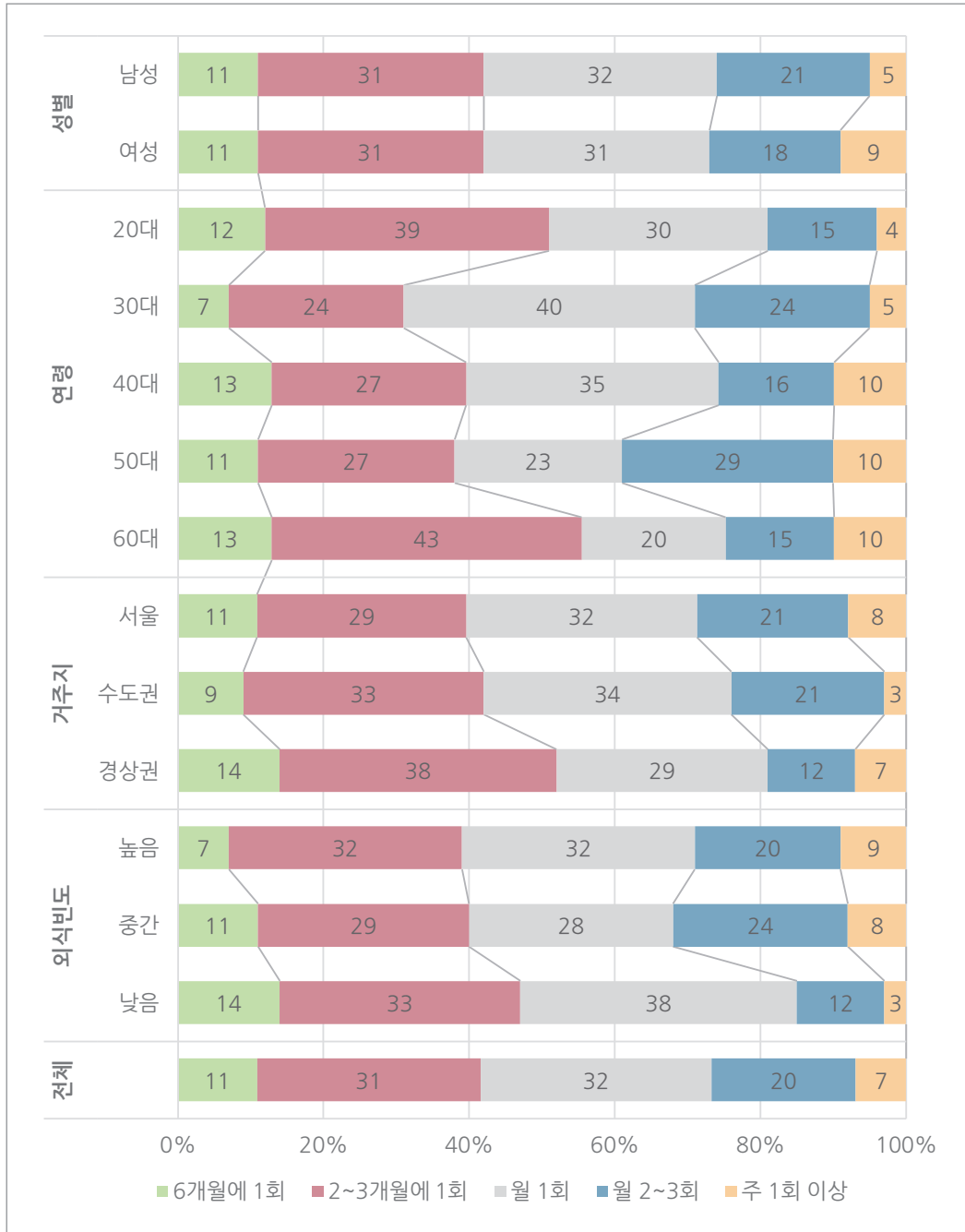
〈그림 5-31〉 집단별 프리미엄 레스토랑 이용 빈도 (미식가)



(n = 109)

* 본 문항을 기준으로 미식가와 일반인을 구분하였음에 주의한 해석 필요

〈그림 5-32〉 집단별 프리미엄 레스토랑 이용 빈도 (일반인)



(n = 421)

F. 프리미엄 외식 연간 총 지출 금액

전체 응답자 기준, 연간 1인 평균적으로 약 111만원을 프리미엄 레스토랑에서 지출함. 주류 및 음료 비용은 제외한 금액임.

남자일수록, 30대와 40대가, 미식가일수록, 외식 빈도가 높을수록 지출 금액이 높음. 특히 미식가의 지출 평균 약 3백만원과 일반인 지출 평균 58만5천원은 큰 차이를 보여줌.(그림 5-33)

여성일수록, 60대일수록, 지방일수록, 외식 빈도가 낮을수록, 1년간 총 지출 금액도 적음.(그림 5-34)

또한 그림 5-34를 보면, 미식가와 일반인을 비교해 보았을 때, 프리미엄 외식 지출 규모가 상당히 큰 차이가 있음.

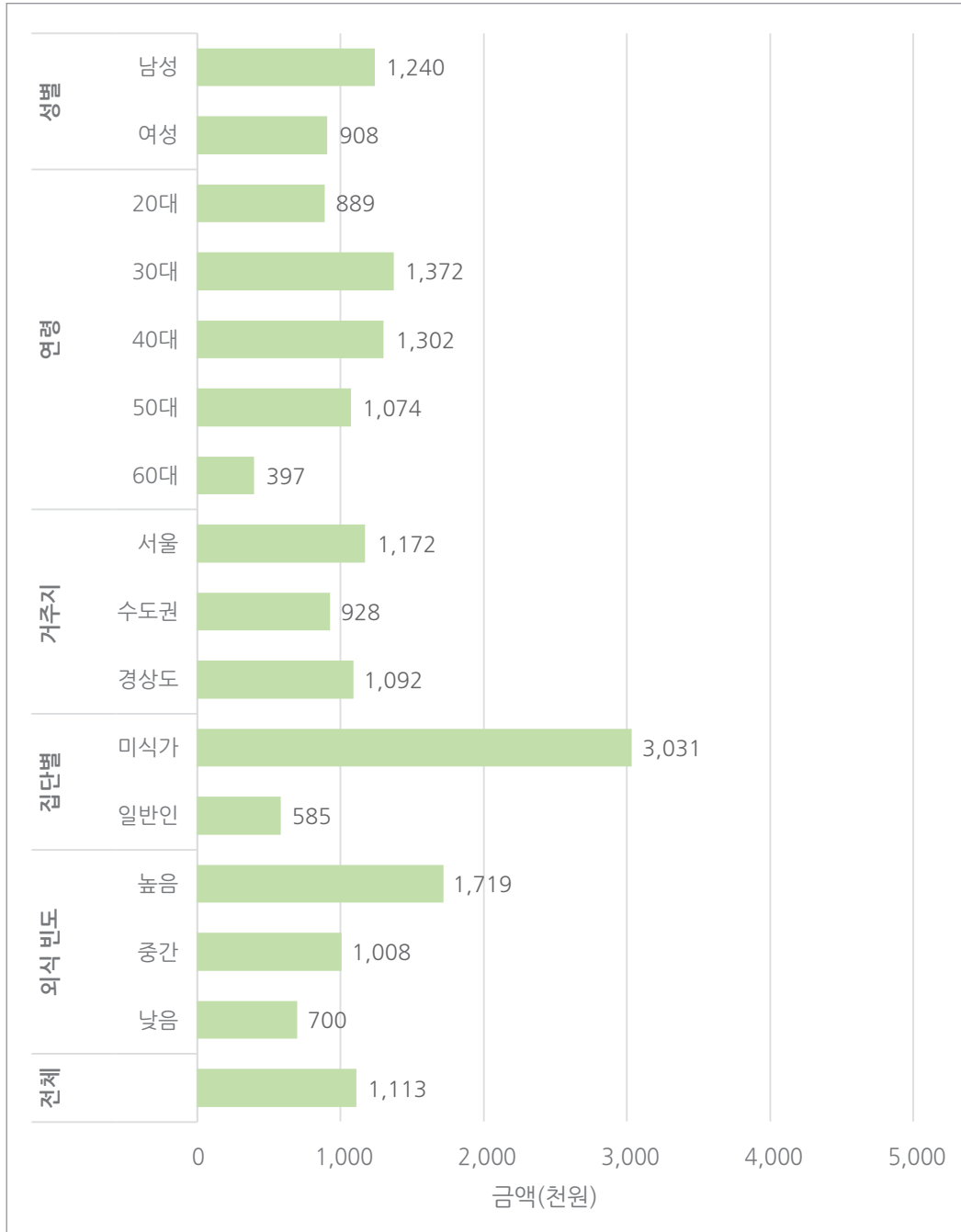
미식가들은 프리미엄 외식을 위해 연간 201만원~1000만원 정도 소비하는 경우가 많으며, 30~50대 연령층의 소비 지출이 큰 편임. 반면, 일반인들은 연간 20만 원 이하의 소비 수준에서 프리미엄 레스토랑을 이용하는 경우가 가장 많음.(표 5-16, 표 5-17)

1회 방문 시 1인당 평균 지출 비용은 약 1만5천원이며, 30대의 1인 평균 지출 비용이 가장 높음(12만 4천원)

현재 지출하고 있는 금액보다 더 많이 지불할 의향이 있는지 묻는 문항에는 평소 지출하는 금액 대비 약 6만원 높은 추가 지불 의향을 보임. 평균적으로는 1회 방문 시 16만원까지 지불할 의향이 있으며, 여성 대비 남성, 외식 빈도가 높을수록 추가 지출 의향이 강함.(그림 5-35)

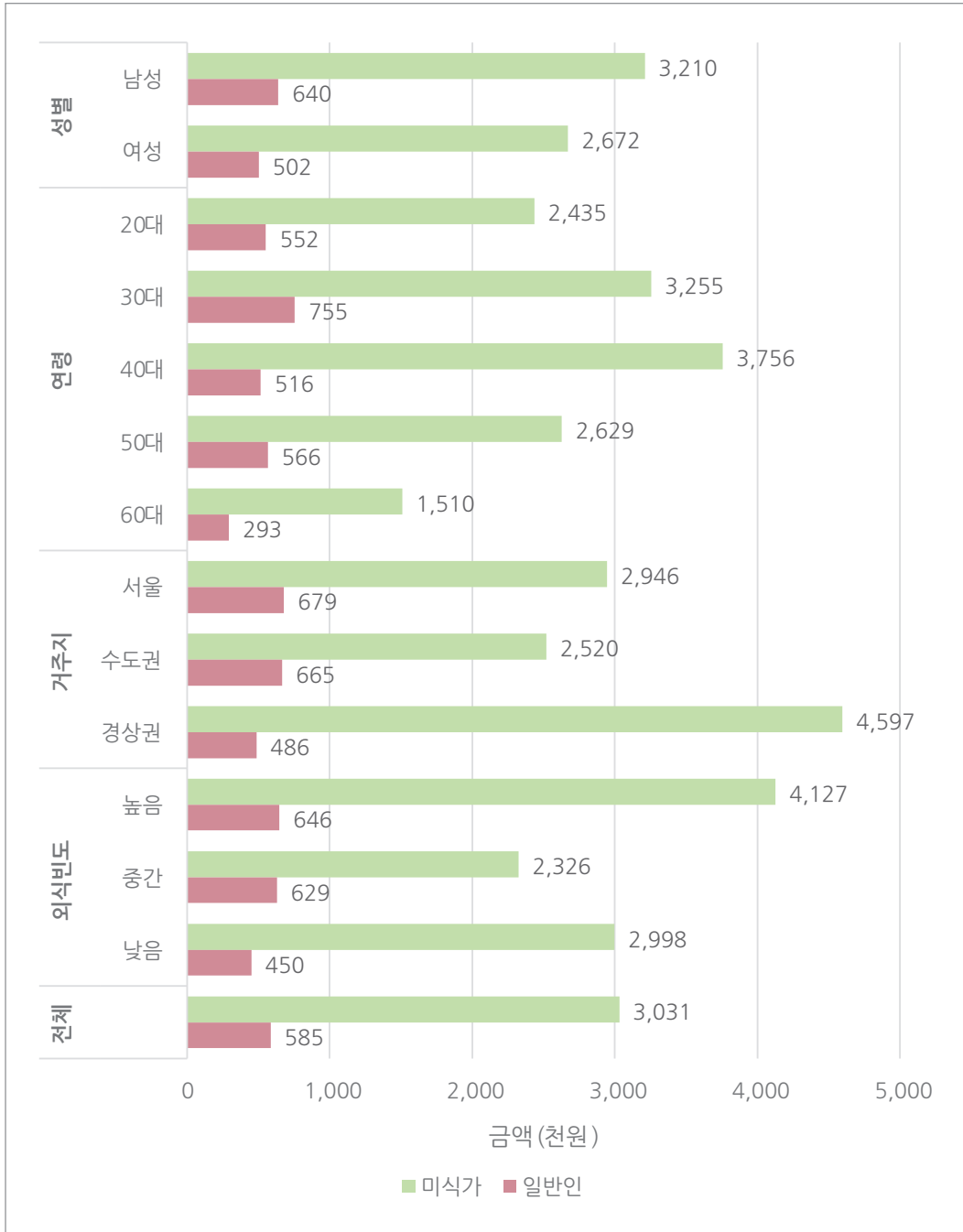
집단별로 보았을 때, 미식가 중 30대 남성, 그리고 외식빈도가 높은 집단이 최대 지불 의향 금액이 25만원 이상으로 가장 높음. (그림 5-36) 일반인은 최대 지불 의향 금액이 17만원을 넘지 않음. (그림 5-37)

〈그림 5-33〉 프리미엄 외식 최근 1년간 총 지출 금액 평균 (전체, 1인 기준)



(n = 530)

<그림 5-34> 집단별 프리미엄 외식 1년 총 지출 금액 평균 (1인 기준)



(미식가 n = 109, 일반인 n=421)

〈표 5-15〉 프리미엄 외식 최근 1년간 총 지출 금액 구간 (전체, 1인 기준)

	성별		연령					거주지			외식빈도			전체
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음	
1001만원 이상	0.9			0.6	1.9			0.6		2	2			0.6
201~1000만원	11	10	6	16	12	11	2	13	6	8	19	10	5	11
151~200만원	4	4	6	5	2	5		4	3	5	2	5	4	4
101~150만원	12	8	14	13	8	6	2	11	11	5	14	12	3	10
71~100만원	16	10	11	19	13	15	2	12	20	13	14	14	12	14
51~70만원	11	9	16	8	8	6	7	11	9	5	10	12	5	10
31~50만원	15	15	21	13	15	11	11	13	20	16	16	14	16	15
21~30만원	12	12	10	10	12	11	20	11	11	15	8	12	15	12
20만원 이하	25	33	18	17	27	34	56	25	21	33	14	22	42	25

〈표 5-16〉 프리미엄 외식 1년 총 지출 금액 구간 (미식가, 1인 기준)

(단위: %)

	성별		연령					거주지			외식빈도			전체
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음	
1001만원 이상								2		11	8			3
201~1000만원	4			3	8			48	33	44	62	37	42	46
151~200만원	42	54	32	59	50	39	20	12	13	22	5	17	17	13
101~150만원	13	14	28	5	4	22		21	27	11	14	27	17	21
71~100만원	24	16	32	24	13	17	20	7	13	11	8	8	8	8
51~70만원	8	8	4	5	21	11	20	5	7		3	7	8	5
31~50만원	7	3		3	4	6	20	1						1
21~30만원	3	5	4			6	40	4	7			5	8	4
20만원 이하	0							2		11	8			3

(n = 109)

〈표 5-17〉 프리미엄 외식 1년 총 지출 금액 (일반인, 1인 기준)

(단위: %)

	성별		연령					거주지			외식빈도			전체
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대	서울	수도권	경상권	높음	중간	낮음	
201~1000만원	2	1		3	1			1	1	2		2	1	1
151~200만원	4	2	1	4	1	3		2	1	2	1	2	3	2
101~150만원	8	6	9	9	7	3	3	8	8	3	15	7	2	7
71~100만원	18	11	13	23	11	16	3	13	21	14	17	16	12	15
51~70만원	12	11	19	9	10	6	5	13	9	5	15	13	4	11
31~50만원	20	17	25	17	19	15	10	17	24	19	22	18	18	19
21~30만원	15	14	12	13	16	15	23	15	12	17	11	15	16	14
20만원 이하	25	39	21	22	35	42	58	31	24	38	19	27	45	30

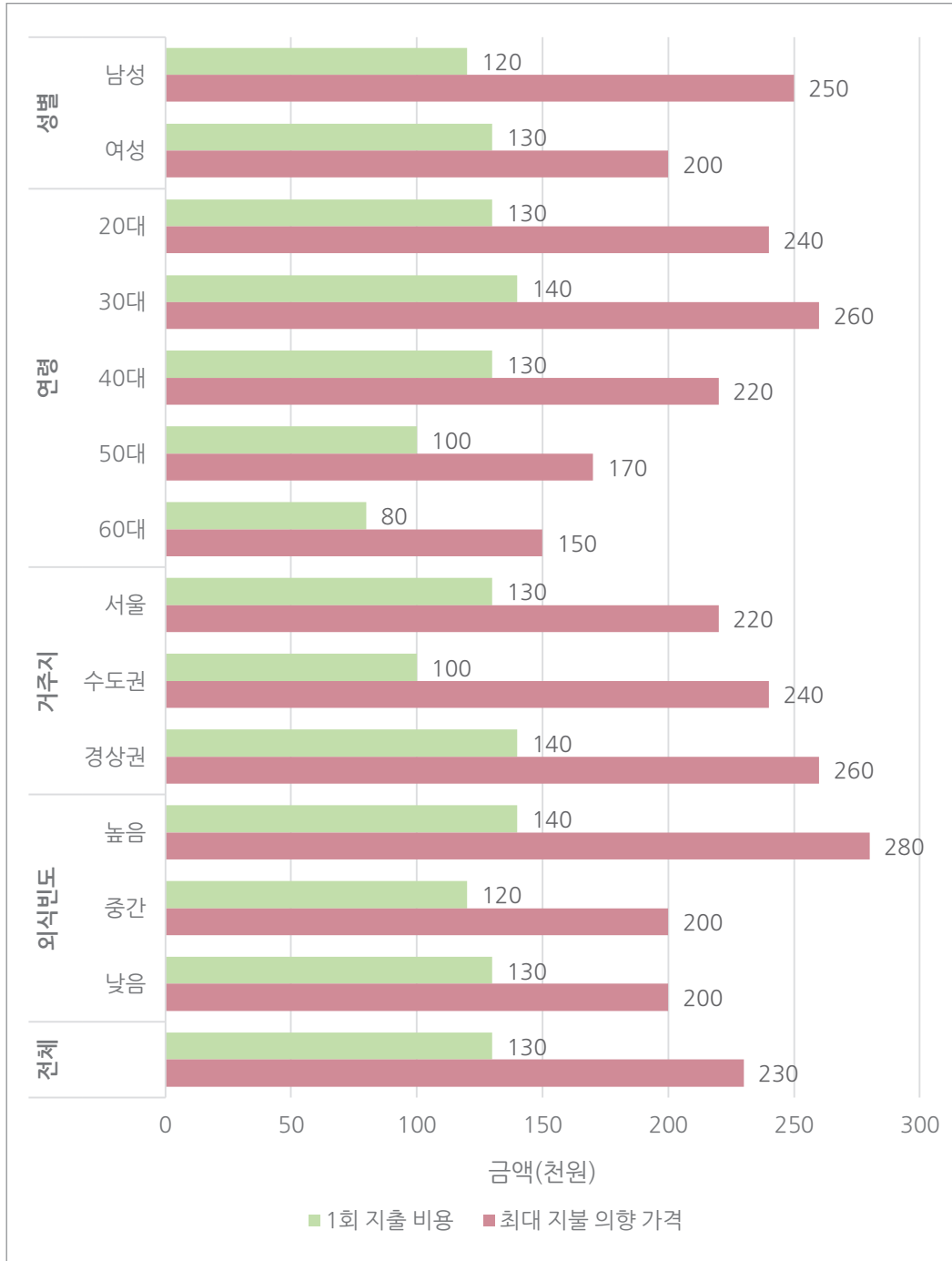
(n = 421)

〈그림 5-35〉 프리미엄 레스토랑 이용 비용 및 최대 지불 의향 (전체, 1인 기준) (단위: %)



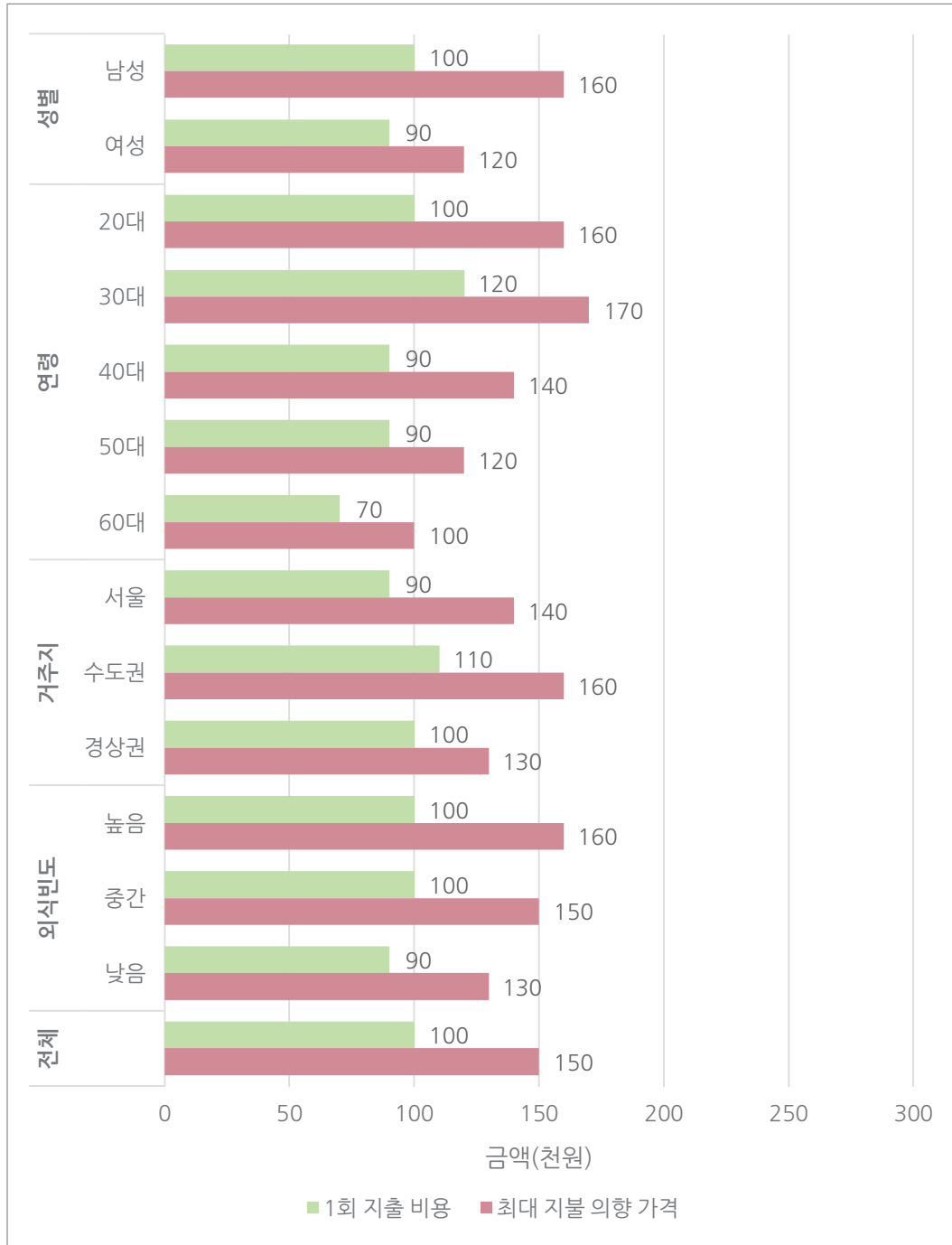
(n = 530)

〈그림 5-36〉 집단별 프리미엄 레스토랑 이용 비용 및 최대 지불 의향 (미식가, 1인 기준)



(n = 109)

〈그림 5-37〉 집단별 프리미엄 레스토랑 이용 비용 및 최대 지불 의향 (일반인, 1인 기준)



(n = 421)

4) 프리미엄 레스토랑 이용 후 평가

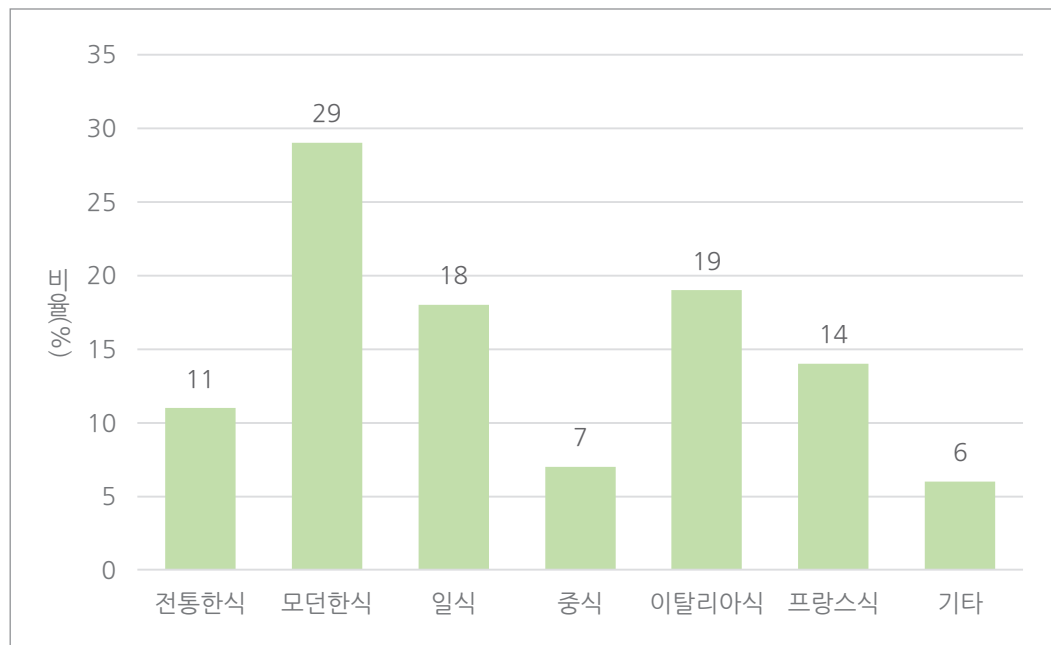
A. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 유형

전체적으로는 ‘모던한식’ 과 ‘이탈리아식’, ‘일식’ 등이 최근 방문한 프리미엄 레스토랑으로 나타남.(그림 5-38)

지역별로 보면, 서울은 ‘모던한식’ 이, 수도권은 ‘모던한식’ 과 ‘이탈리아식’ 이, 경상권은 ‘일식’ 의 비중이 높음. 경상권에는 ‘모던한식’ 이나 ‘이탈리아식’ 프리미엄 레스토랑의 수가 적기 때문인 것으로 보임.(그림 5-39)

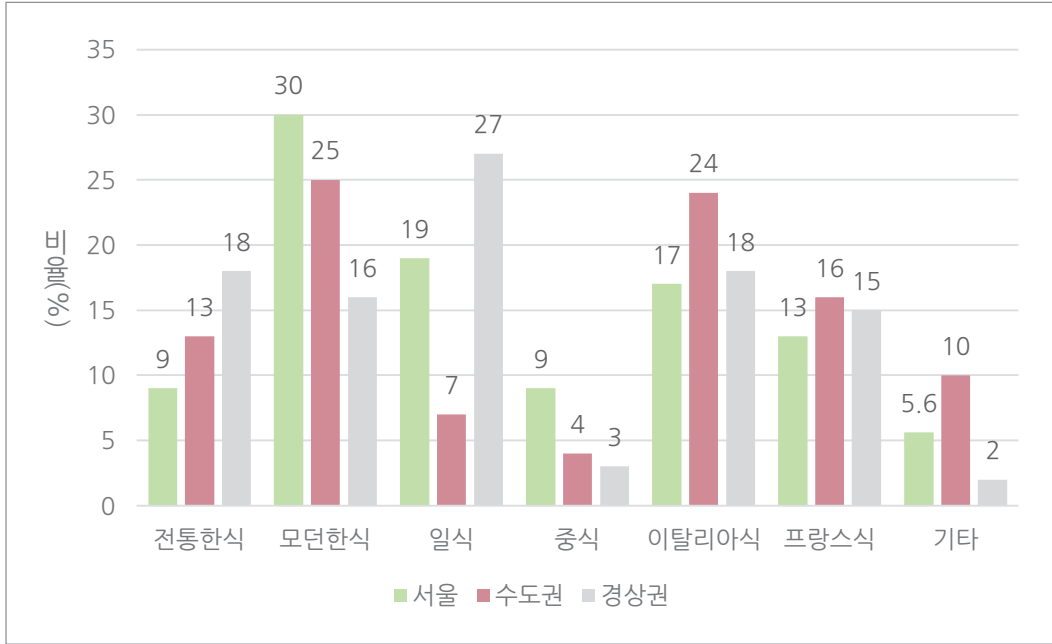
미식가들이 가장 최근 이용한 프리미엄 레스토랑 유형으로 ‘프랑스식’, ‘모던한식’, ‘일식’ 이 주로 언급되었음. 일반인은 ‘모던한식’ 과 ‘이탈리아식’ 을 많이 언급함.(그림 5-40)

〈그림 5-38〉 최근 이용 프리미엄 레스토랑 유형



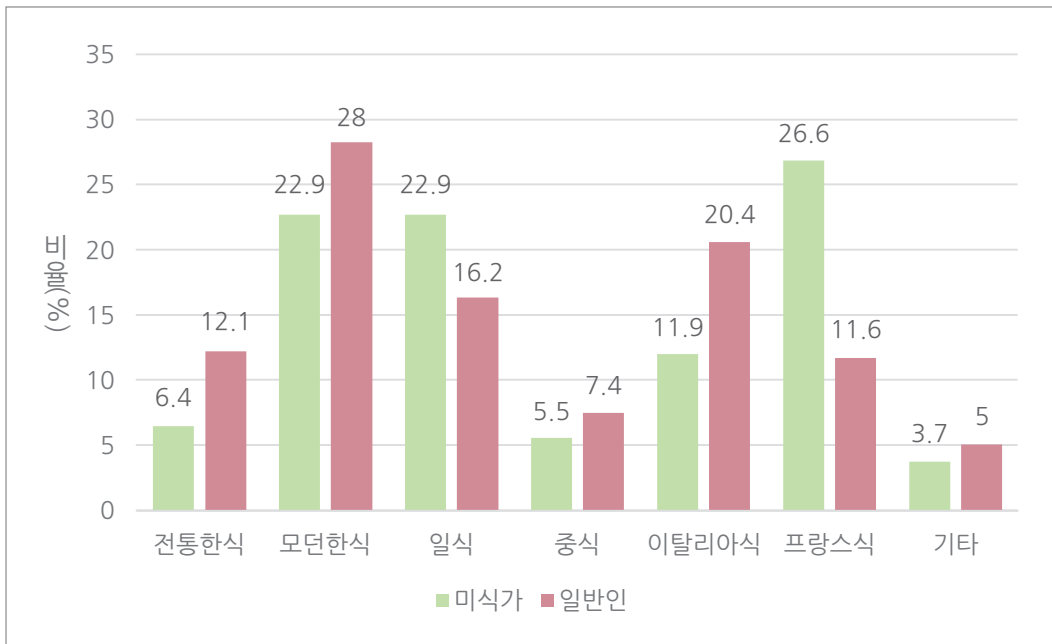
(n = 530)

〈그림 5-39〉 지역별 최근 이용 프리미엄 레스토랑 유형



(n = 530)

〈그림 5-40〉 집단별 최근 이용 프리미엄 레스토랑 유형



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

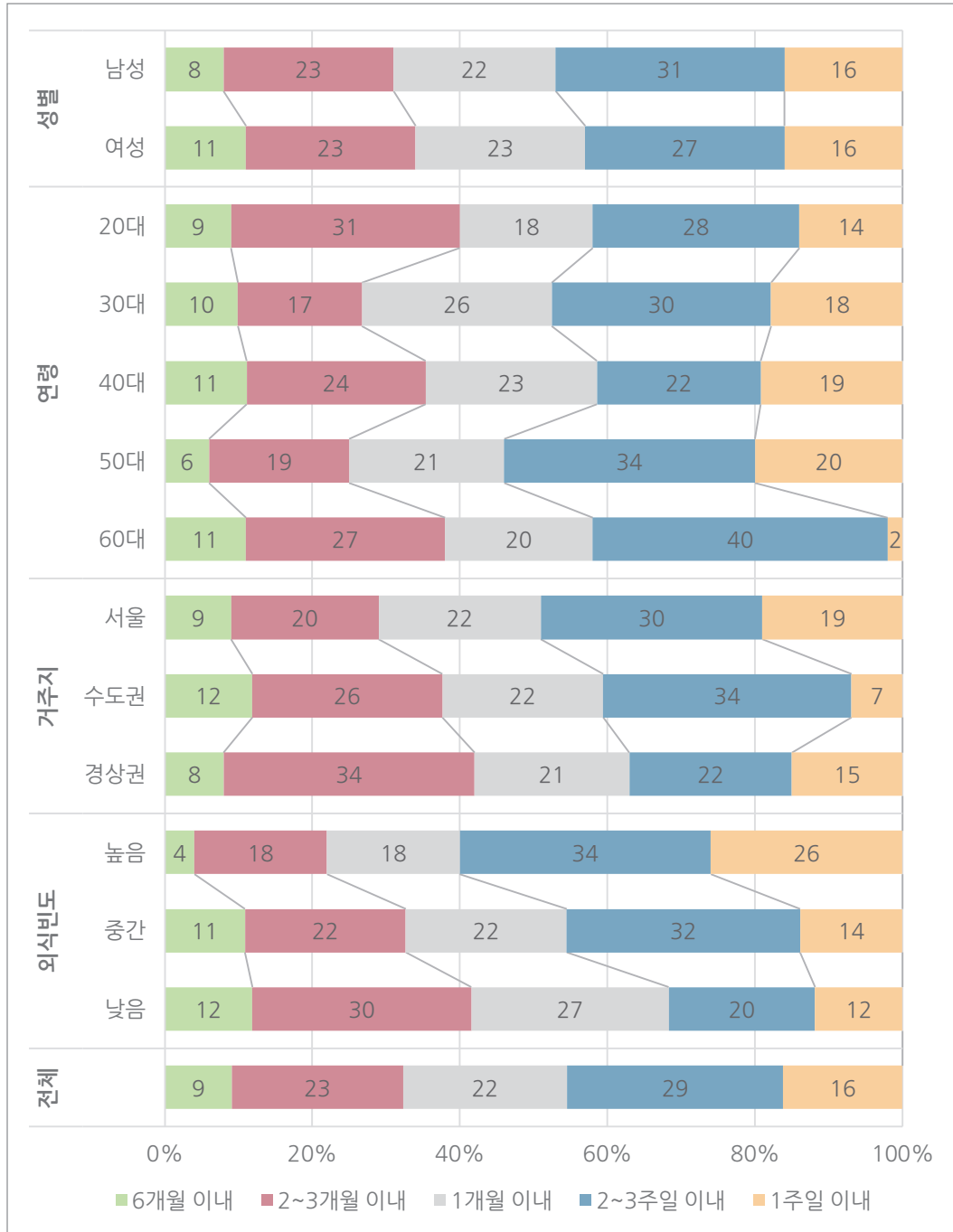
B. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 방문 시기

전체 기준, 1~3 주일 이내 프리미엄 레스토랑을 방문한 비중은 45%임, 그중에서도 40대는 54%가 1~3주일 내 프리미엄 레스토랑에 방문한 경험이 있다고 응답하며, 최근에 방문한 비율이 높음.(그림 5-41)

미식가들은 최근 1주일에서 2~3주일 이내에서 프리미엄 레스토랑을 이용하고 있는 비율이 50% 이상으로 상당히 높음. 남성보다 여성이, 40대와 50대가, 외식빈도가 높을수록 1주일에서 2~3주 이내에 프리미엄 레스토랑을 이용한 비율이 높음.(그림 5-42)

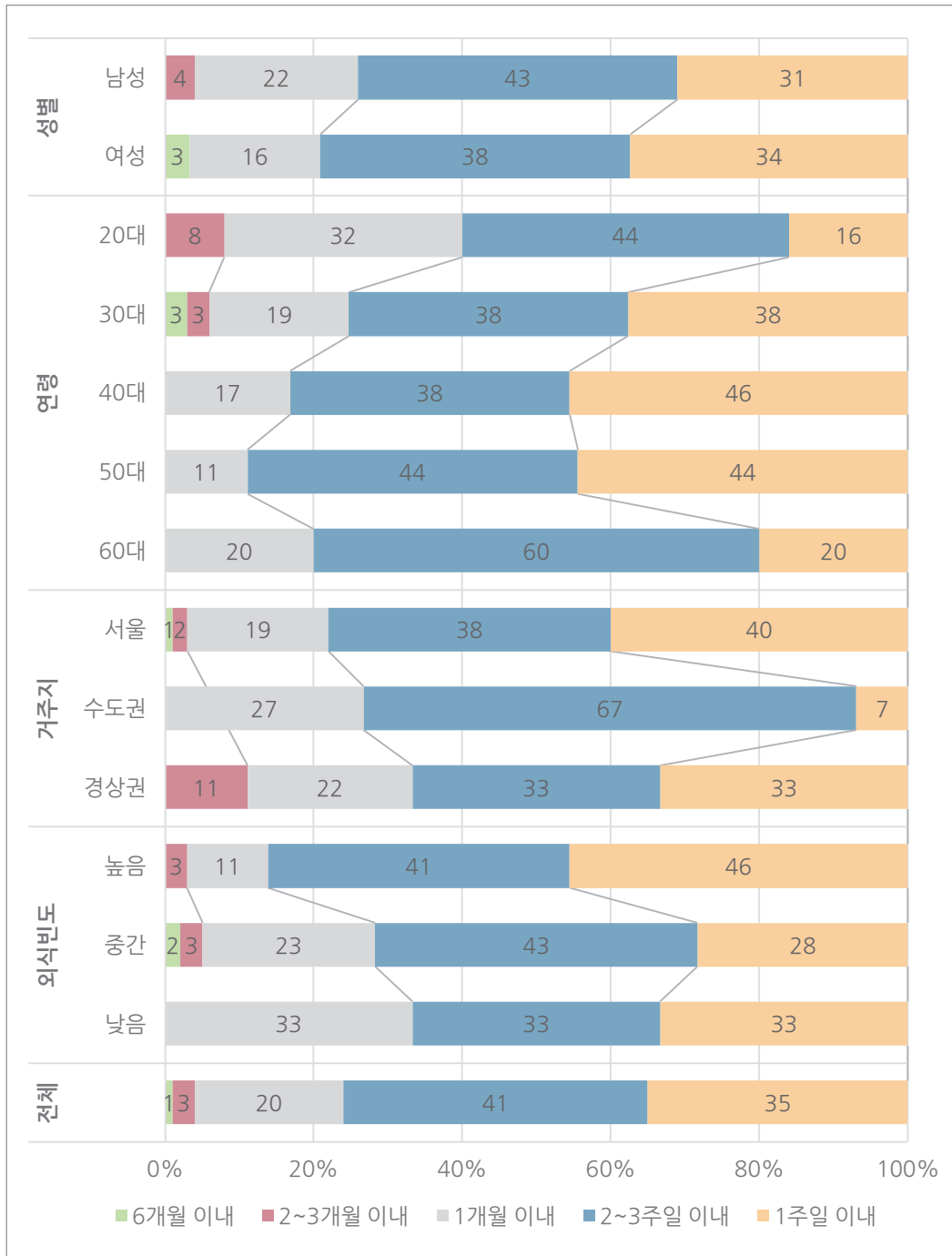
일반인의 경우 최근 방문 시기가 2~3개월 이내로, 두 집단 간 이용 빈도(주기)가 상당히 다름. 일반인은 여성보다 남성이, 50대가 최근 방문한 비율이 높으며 거주지역이나 외식빈도 등에서 의미 있는 차이가 나지 않음.(그림 5-43)

〈그림 5-41〉 최근 프리미엄 레스토랑 방문 시기 (전체)



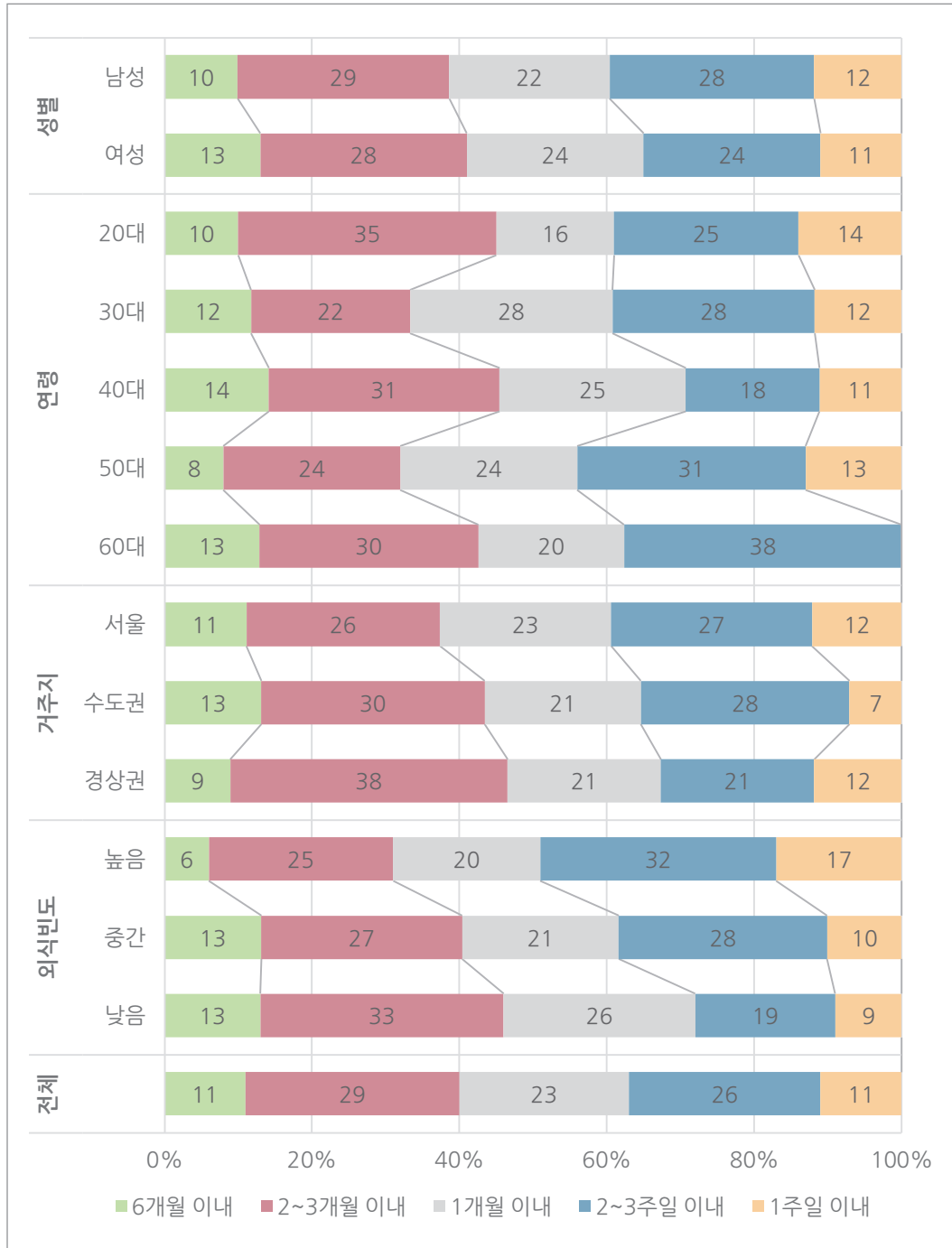
(n = 530)

〈그림 5-42〉 집단별 최근 프리미엄 레스토랑 방문 시기 (미식가)



(n = 109)

〈그림 5-43〉 집단별 최근 프리미엄 레스토랑 방문 시기 (일반인)



(n = 421)

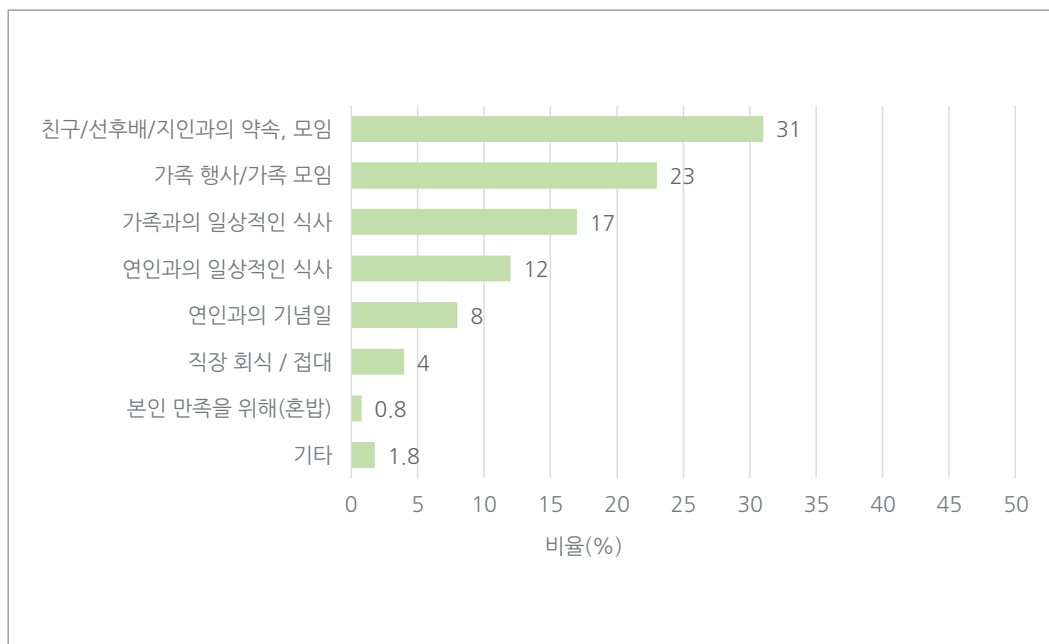
C. 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인

최근 방문했던 프리미엄 레스토랑을 방문한 이유와 동반한 사람에 대해 질문함. 전반적으로 ‘친구/선후배/지인과의 약속, 모임’ 을 위해 프리미엄 레스토랑을 최근 방문함. 그밖의 기타 요인으로는 ‘여행 목적’, ‘출장/행사’ ‘식사’, ‘경험을 위해’, ‘소개팅 목적’으로, ‘스트레스 해소’, ‘프리미엄 외식을 목적으로 한 모임’, ‘셰프와 친해서’, ‘여유가 있어서’ 등이 각각 0.4~0.2% 내외로 존재함.(그림 5-44)

모던한식, 이탈리아식, 프랑스식은 주로 ‘친구/선후배/지인과의 약속, 모임’ 을 위해, 일식, 전통한식, 중식은 주로 ‘가족 행사/가족 모임’ 을 위해 프리미엄 레스토랑을 이용함. ‘연인과의 기념일’ 에는 이탈리아식과 프랑스식을 가장 선호함.(표 5-18)

미식가와 일반인 집단으로 나누어서 보면, 미식가는 ‘친구/선후배/지인과의 약속, 모임’ 을 위해, 일반인은 ‘가족 행사/가족 모임’ 을 위해 프리미엄 레스토랑을 이용함.(그림 5-45, 표 5-19)

〈그림 5-44〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인



(n = 530)

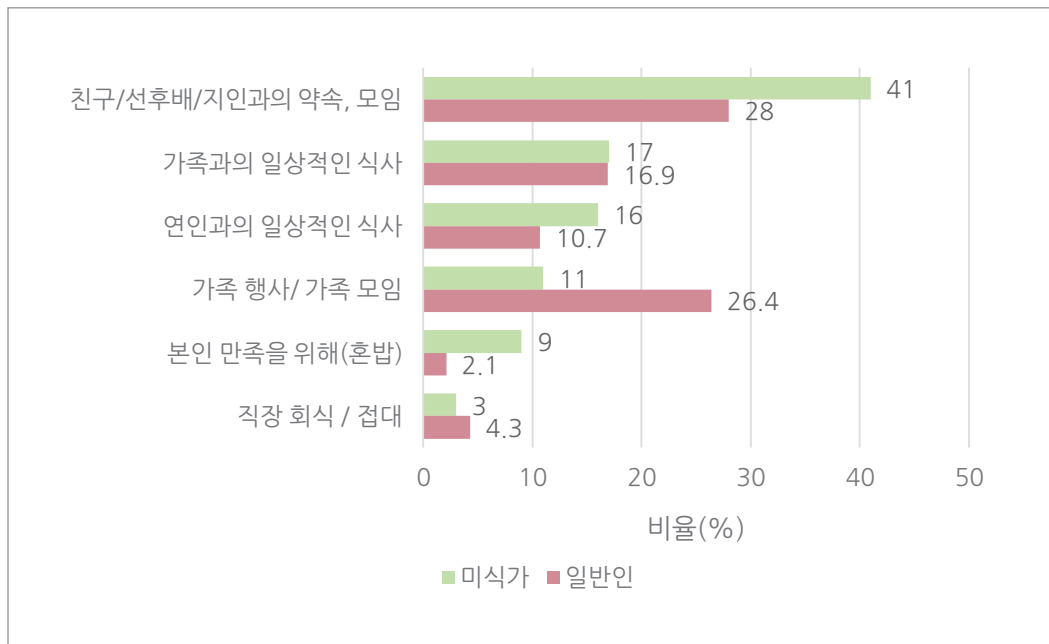
〈표 5-18〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인

(단위: %)

전체 (Base)	전통한식	모던한식	일식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타
친구/선후배/지인 과의 약속, 모임	26	34	24	19	27	51	25
가족 행사/가족 모임	34	28	29	38	14	5	19
가족과의 일상적인 식사	22	17	16	27	12	8	38
연인과의 일상적인 식사	7	7	16	8	19	11	
연인과의 기념일	3	4	6	3	17	11	6
직장 회식/접대	7	5	3	5	3		13
본인 만족을 위해(혼밥)		3	2		6	8	

(n = 530)

〈그림 5-45〉 집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈표 5-19〉 집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑별 이용 상황 및 동반인

(단위: %)

		전통한식	모던한식	일식	중식	이탈리아식	프랑스식	기타
미식가	(Base)	7	25	25	6	13	28	
	친구/선후배/지인과 의 약속, 모임	57	48	28	33	54	39	
	가족과의 일상적인 식사		20	12	50	23	11	
	연인과의 일상적인 식사		8	20		15	21	
	가족 행사/가족 모임	29	8	24	17		4	
	본인 만족을 위해(혼밥)		12	8			18	
	직장 회식 / 접대	14	4	4				
일반인	(Base)	51	118	68	31	86	45	8
	친구/선후배/지인과 의 약속, 모임	22	31	22	16	23	58	25
	가족 행사/ 가족 모임	35	32	31	42	16	7	13
	가족과의 일상적인 식사	25	17	18	23	10	7	38
	연인과의 일상적인 식사	8	7	15	10	20	4	
	연인과의 기념일	4	5	9	3	19	18	
	직장 회식 / 접대	6	5	3	6	3		25
본인 만족을 위해 (혼밥)		2			7	2		

(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

D. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족도

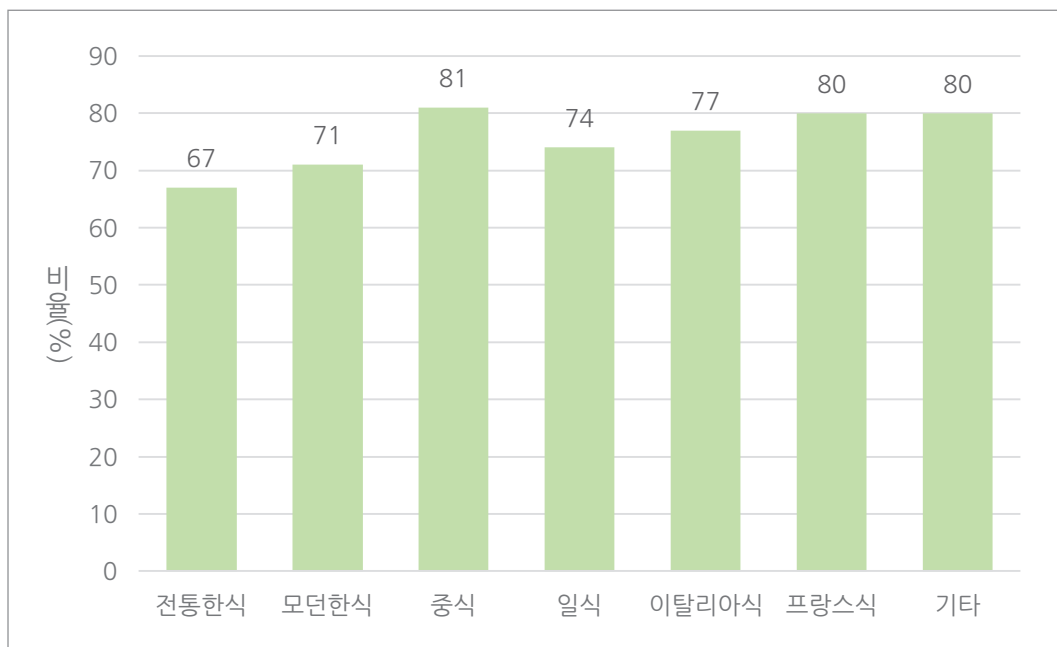
최근 방문한 프리미엄 레스토랑 만족도는 전반적으로 67% 이상으로 높으며, 특히 중식(81%)과 프랑스식(80%)이 가장 높음(사례수 30 이상 기준). 가장 만족도가 낮은 업종은 전통한식(67%)임.(그림 5-46)

집단별로 보면 미식가는 중식, 모던한식, 일식 순으로 만족도가 높았으며 일반인은 기타, 프랑스식, 모던한식 순으로 만족도가 높음. 양쪽 집단 모두에서 전통한식이 만족도가 가장 낮음.(그림 5-47)

양쪽 집단 모두 최근 방문 프리미엄 레스토랑 업종 중 중식이 가장 낮은 비율이었지만, 만족도는 가장 높았다는 사실이 주목할 만함.

〈그림 5-46〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족도

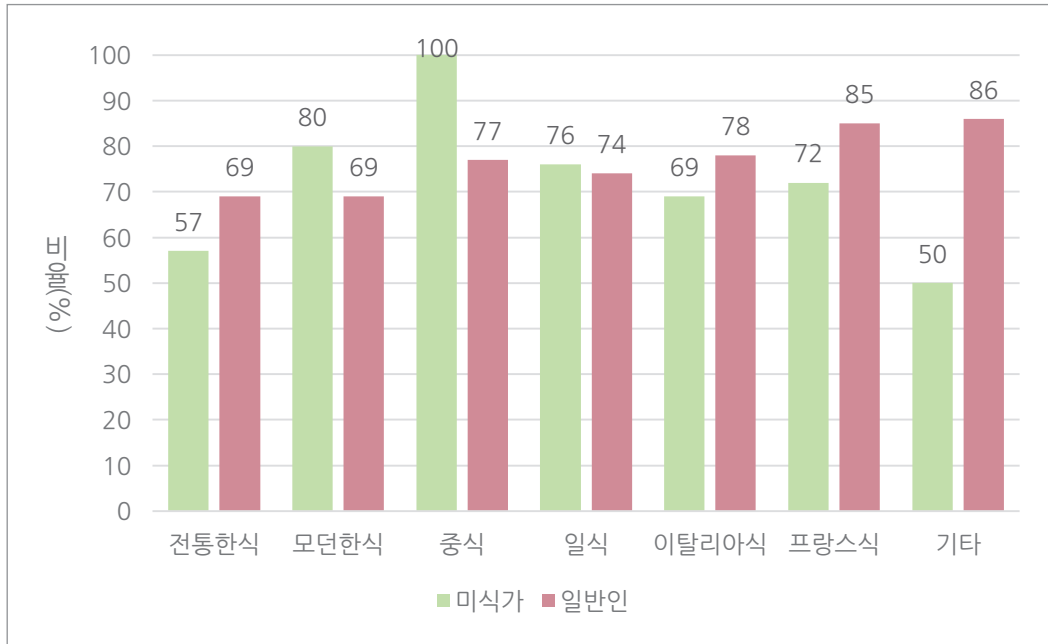
(단위: 5점척도, top2 %)



(n = 530)

〈그림 5-47〉 업종-집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족도

(단위: 5점척도, top2 %)



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

E. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족/불만족 이유

최근 이용한 프리미엄 레스토랑에 만족하는 이유는 공통적으로 '맛있어서', '서비스가 우수해서'이며, '일식'의 경우, '질 좋은 식재료를 사용해서' 만족한 것으로 나타남. 불만족 이유는 대체로 '가성비가 좋지 않아서', '맛이 없어서'가 언급되었으며, '중식'을 이용한 사람들은 '서비스가 좋지 않아서' 불만족한 것으로 보임.(표 5-20, 표 5-21)

〈표 5-20〉 업종별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 만족 이유

(단위: 5점척도, top2 %)

	전통한식	모던한식	중식	일식	이탈리아식	프랑스식	기타
(Base)	39	102	30	69	76	60	20
맛있어서	59	55	53	57	63	53	45
서비스가 우수해서	33	35	50	33	34	42	35
분위기가 좋아서	28	22	27	7	25	25	20
깨끗/깔끔해서	21	11	3	6	12	5	35
새롭고 차별화된 메뉴라서	3	13		3	11	18	15
가성비가 좋아서	8	8	7	17	7	10	5
음식의 품질이 좋아서	5	8	10	12	8	15	5
질 좋은 식재료를 사용해서		4		25	8	7	
플레이팅이 우수해서	3	11	3	4	4	10	
메뉴/구성이 잘 되어 있어서	8	8	3	4	8	5	
내부컨셉/인테리어가 좋아서	8	7		4	4	12	
주류와 잘 어울려서		2		3	5	17	5
셰프가 선호되어서		3		6	1	5	

(Base: 전체, 프리미엄 레스토랑 만족 응답자 n = 396)

〈표 5-21〉 업종별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 불만족 이유

(단위: 5점척도, top2 %)

	전통한식	모던한식	중식	일식	이탈리아식	프랑스식	기타
(Base)	19	41	7*	24	23	15*	5*
가성비가 좋지 않아서	32	22	14	33	26	20	40
맛이 없어서	26	15	14	17	30	40	20
서비스가 좋지 않아서	16	12	43	17	22	27	40
특별하거나 새롭지 않아서	11	27		8	17	13	20
소문/기대보다 수준이 낮아서	11	7		17	13		20
음식의 질이 낮아서	16	2		8		27	
음식의 양이 적어서	5	5	14	13	9		
내부 인테리어/분위기가 만족스럽지 않아서		10		4	9		
시끄러워서		10					
메뉴 구성이 다양하지 않아서		5		4	4		

(Base: 전체, 프리미엄 레스토랑 불만족 응답자 n = 134)

*사례수 적어 해석에 유의 필요

F. 최근 방문 프리미엄 레스토랑 향후 재이용 의향과 추천 의향

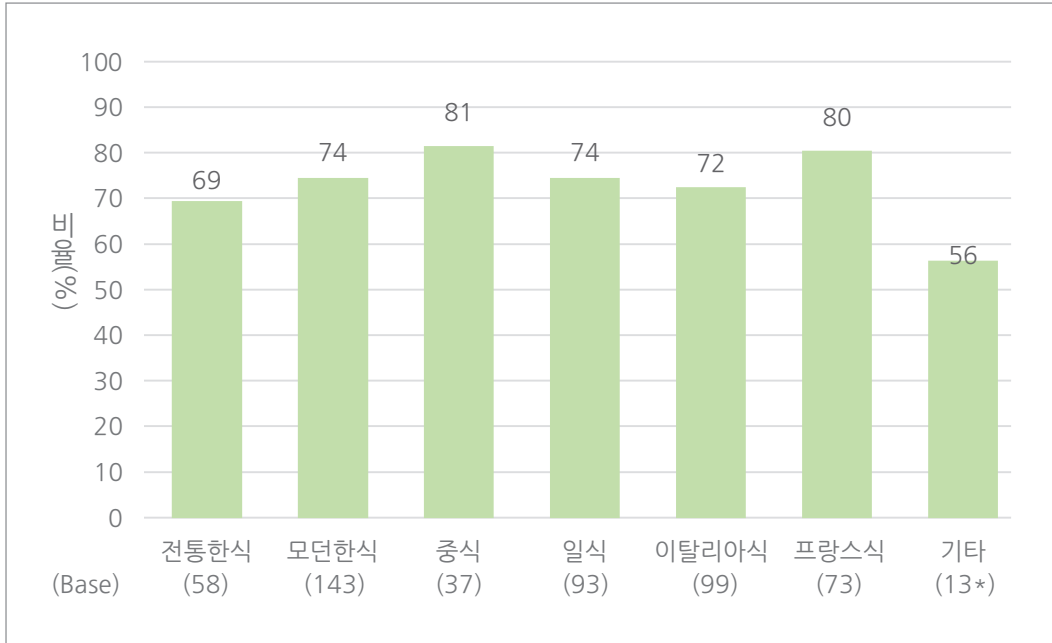
최근 방문한 프리미엄 레스토랑 중 '중식' 레스토랑을 향후 재이용하겠다는 비율이 81%로 가장 높음(사례수 30 이상 기준). 프리미엄 레스토랑 이용자들은 미식가, 일반인 모두 모든 곳에서 만족할 뿐 아니라, 향후에도 이용할 의사를 보임. 대체로, '이탈리아식' 레스토랑 추천에 대해 가장 긍정적임(사례수 30 이상 기준).(그림 5-48, 그림 5-49)

미식가들에게 '모던한식' 프리미엄 레스토랑은 최근에 가장 많이 방문한 곳이면서도 만족도/재방문 의사/추천 의향도가 높은 곳임. 일반인들은 '프랑스식' 프리미엄 레스토랑에 대한 만족, 재방문 의사 및 추천 의향에 대해 가장 긍정적인 반응을 보임.(그림 5-50, 그림 5-51)

재이용 의향은 최근방문 프리미엄 레스토랑 만족도와 같은 결과값을 보이는 것이 특징임. 그러나 재이용 의향과 추천 의향 결과값은 비례하지 않음.

<그림 5-48> 최근 방문 프리미엄 레스토랑 향후 재이용 의향

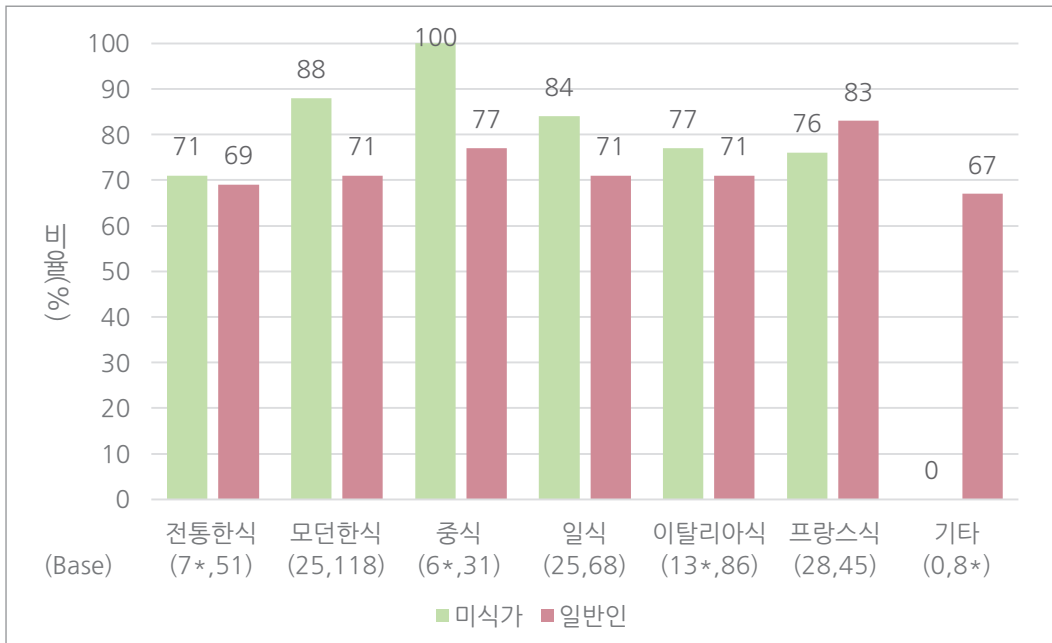
(단위: 5점척도, top2 %)



*사례수 적어 해석에 유의 필요

<그림 5-49> 집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 향후 재이용 의향

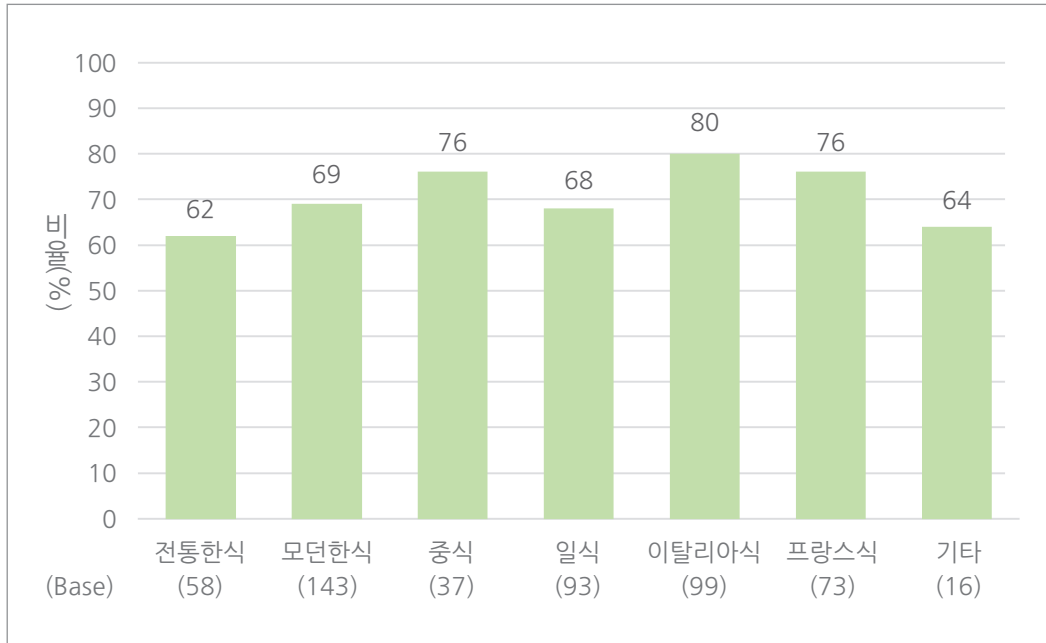
(단위: 5점척도, top2 %)



*사례수 적어 해석에 유의 필요

〈그림 5-50〉 최근 방문 프리미엄 레스토랑 추천 의향

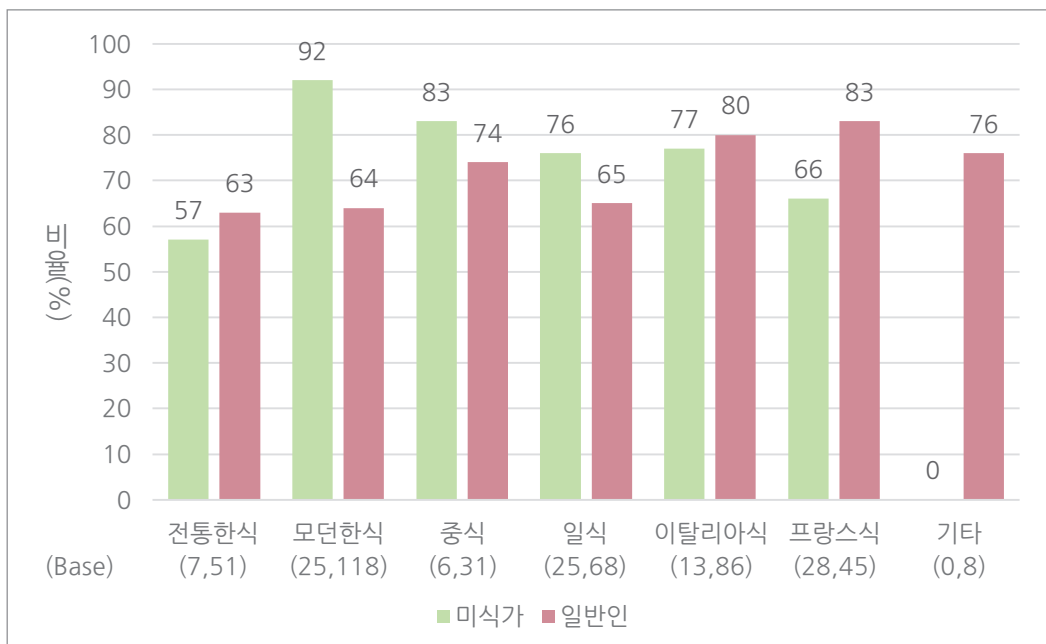
(단위: 5점척도, top2 %)



(n = 530)

〈그림 5-51〉 집단별 최근 방문 프리미엄 레스토랑 추천 의향

(단위: 5점척도, top2 %)



(미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

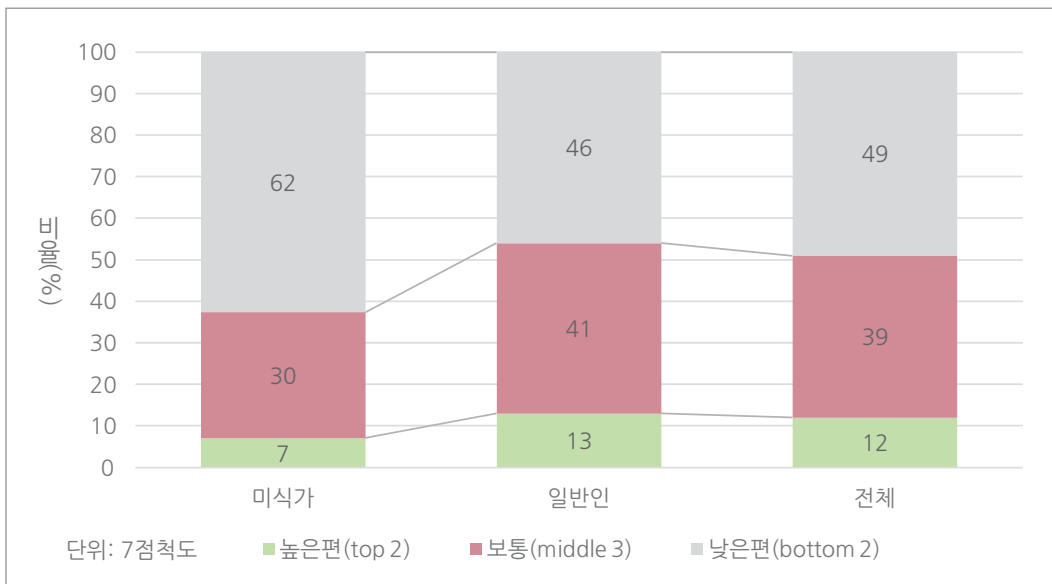
G. 국내 프리미엄 외식 수준에 대한 인식

국내 프리미엄 레스토랑의 수준에 대해서 묻는 질문에는 전체의 51% 정도가 보통이거나 그 이상이라고 대답함. 그다지 높은 평가를 내리고 있지는 않음. 특히 미식가 집단은 보통이거나 그 이상이라는 비율이 37%로 낮음.(그림 5-52)

특히, 경상권 지역 미식가는 국내 프리미엄 레스토랑 수준에 대해 전원 부정적인 반응을 보임. 성별이나 연령, 외식빈도에 관계없이 비슷한 견해를 보임.(표 5-21)

국내 프리미엄 레스토랑이 선진국 수준이 되기 위해서 어떤 것이 개선되어야 한다고 생각하는 질문에는 ‘홀 서비스 수준’의 개선이 필요하다는 응답이 가장 많았으며, 그 외, ‘셰프 수준’, ‘시설’, ‘이용 고객 수준’, ‘국내 프리미엄 외식 문화 인식 수준’ 등에 대한 개선이 필요하다는 반응을 보임.(그림 5-53, 표 5-23)

〈그림 5-52〉 선진국 대비 국내 프리미엄 레스토랑 수준 인식



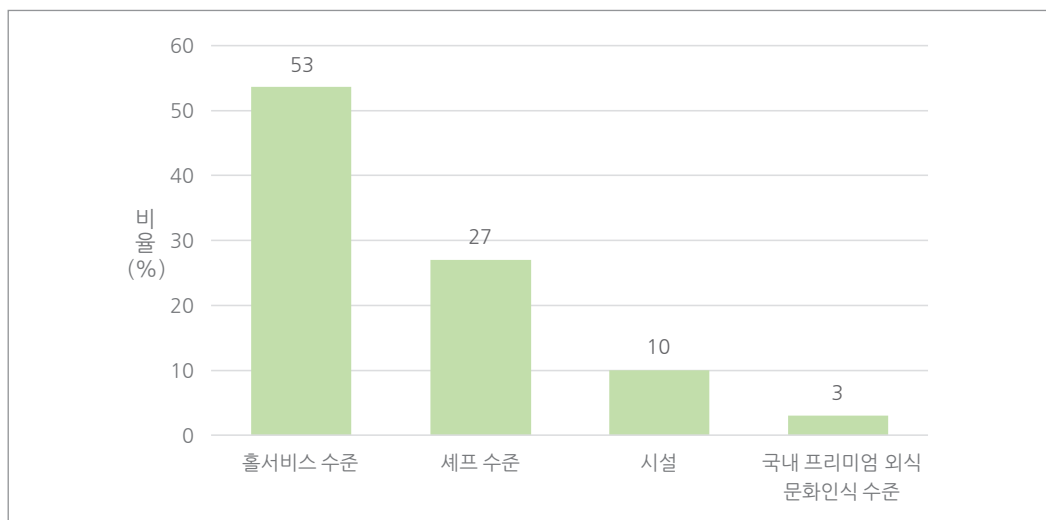
(전체 n = 530 / 미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

〈표 5-22〉 선진국 대비 프리미엄 레스토랑 수준 인식

top2%		전체		미식가		일반인	
		(Base)	%	(Base)	%	(Base)	%
성별	남성	323	11	72	7	251	12
	여성	207	14	37	8	170	16
연령	20 대	141	9	25		116	10
	30 대	157	13	37	8	120	15
	40 대	109	9	24	13	83	8
	50 대	80	19	18	6	62	23
	60 대	45	13	5	20	40	13
지역	서울	359	13	85	8	274	15
	수도권	104	11	15	7	89	11
	경상권	67	7	9		58	9
외식 빈도	높음	125	13	37	5	88	16
	중간	275	11	60	8	215	11
	낮음	130	15	12	8	118	15

(n = 530)

〈그림 5-53〉 국내 프리미엄 레스토랑 개선 필요 요소



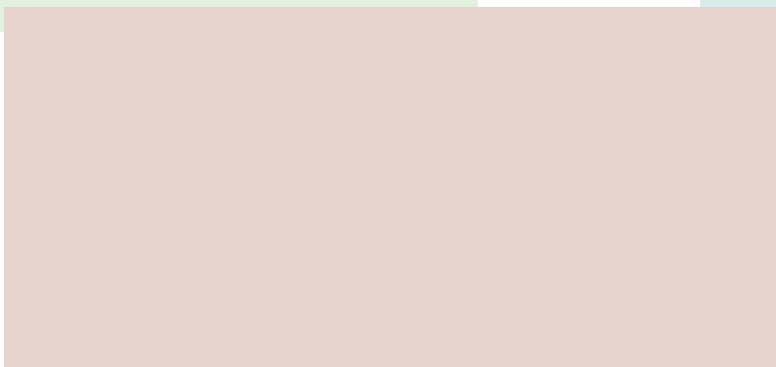
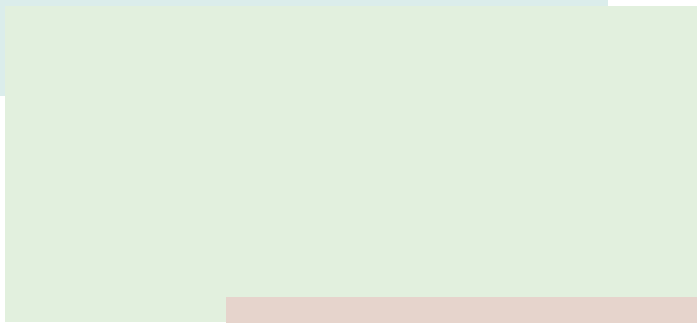
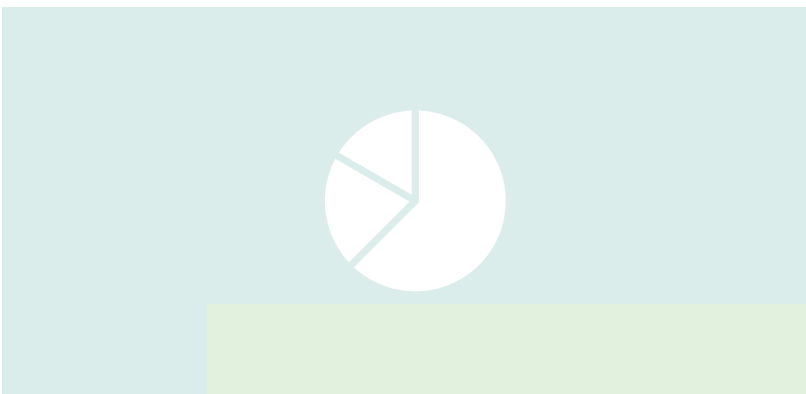
(n = 530)

〈표 5-23〉 국내 프리미엄 레스토랑 개선 필요 요소

	top2%	(Base)	홀 서비스 수준	셰프 수준	시설	고객 수준	국내프리미엄외식 문화 인식수준
성별	남성	323	46	28	9	4	4
	여성	207	54	26	11	3	1
연령	20대	141	41	30	6	4	6
	30대	157	45	26	8	10	3
	40대	109	50	25	16		3
	50대	80	60	28	10		
	60대	45	64	24	11		
지역	서울	359	48	25	12	4	3
	수도권	104	41	37	6	3	4
	경상권	67	64	21	4	1	3
외식 빈도	높음	125	52	21	6	6	6
	중간	275	51	27	9	3	3
	낮음	130	42	32	14	3	1

(n = 530)

6장. 해외 주요 파인 다이닝 시장현황



1. 조사 대상 국가 선정과 개요

파인 다이닝의 시초가 된 미식의 종주국 프랑스를 비롯하여 21세기 이후 새롭게 미식의 중심지로 떠오르고 있는 미국, 스페인, 일본까지 총 4곳을 대상으로 조사함.

각 나라별로 파인 다이닝에 대한 정확한 개념이 다름. 미국의 경우 파인 다이닝 레스토랑의 범위를 한끼 식사 50달러(약 5만4천원) 이상으로 규정하고 있는데 이는 통상적인 개념의 파인 다이닝 수준에 못미치는 기준임. 반면 스페인은 파인 다이닝의 한 끼 식사 비용을 120유로(약 15만3천 원)으로 규정하고 있어 가장 적절한 파인 다이닝의 분류가 될 것으로 보임. 이들 기준으로 보면 미국에는 약 5,100개의 파인 다이닝 레스토랑이 있다고 보여지나 이는 지나치게 과장된 숫자로 보임. 미국 기준에 맞추면 국내 파인 다이닝 레스토랑의 수는 269개 정도임.(블루리본서베이 DB 기준.)

프랑스는 미쉐린 레드 가이드를 기준으로 파인 다이닝 레스토랑을 분류하면, 별을 한 개 이상 보유하고 있는 레스토랑은 모두 101곳임. 디너 브뤼 데귀스타시옹 또는 카르트 블랑슈 가격의 평균은 전체 163.94유로(약 21만1천 원)임. 프랑스의 디너 가격을 기준으로 국내 파인 다이닝 레스토랑의 수를 계산해보면 10곳 내외로, 대부분 호텔 레스토랑임. (블루리본서베이 DB 기준.)

스페인 120유로(약 15만3천원) 기준으로 전국에 약 60여 개의 파인 다이닝 레스토랑이 있는 것으로 조사됨. 120유로를 기준으로 했을 때 국내 파인 다이닝의 수는 15곳 내외로 정도로 볼 수 있음. (블루리본서베이 DB 기준.)

2. 프랑스

프랑스는 파인 다이닝의 발상지로, 파인 다이닝을 위한 주방 시스템과 홀 서비스 시스템을 처음으로 만든 나라임. 프랑스의 파인 다이닝은 긴 시간에 걸친 사회적, 정치적 변화가 녹아있는 음식으로, 왕실 요리사였던 마리 앙투안 카렘과 오귀스트 에스코피에가 고급 요리인 오토 퀴진의 기틀을 마련함. 오토 퀴진은 최상의 재료를 사용하여 최고로 세련되고 예술적인 요리를 만드는 방식을 말함. 구식인 듯하면서도 세련되고 고상한 것이 특징임.⁵

18세기 프랑스 혁명으로 일자리를 잃은 요리사들이 상류 계급이 즐기던 시설을 갖춘 식당을 개업하기 시작하며 현대 레스토랑의 역사가 시작됨. 레스토랑이라는 용어 자체가 프랑스에서 기원한 것으로, 본래는 질병을 완화하고 정신을 맑게 하기 위해 태번 등에서 제공하는 호화로운 수프를 가리키는 말이었음. 이러한 레스토랑들은 지역 유지 및 부르주아들의 수요와 맞물려 성장함.

19세기에 이르러 파리의 레스토랑 수가 증가하였으며, 나폴레옹의 패배 뒤에는 부유한 유럽인들이 파리에 몰려 미식을 즐기기 시작함. 19세기 말에는 증기선, 철도 및 자동차를 통한 운송 시스템이 진보함에 따라 여행객이 증가함. 이에 따라 관광 산업이 새롭게 부상하면서, 식사가 단순한 필수품 이상의 사치재 지위를 차지함.⁶

마리 앙투안 카렘은 나폴레옹을 비롯하여 영국의 왕세자, 러시아 황제 등에 봉사하면서 고급 프랑스 요리를 발전시킴. 그때까지 내려오던 프랑스의 전통 음식 메뉴를 집대성하였으며 특히 소스 부분을 정리한 것으로 유명함. 오귀스트 에스코피에는 영국 런던의 리츠호텔에서 근무하면서 현대적인 레스토랑 개념과 운영 시스템을 정착시킴.

20세기에 들어서면서 점차 프랑스 레스토랑이 해외로 뻗어나가기 시작하였으며, 이 무렵 폴 보퀴즈의 주도로 등장한 ‘누벨 퀴진’이 등장하였음. ‘누벨 퀴진’은 새로운 요리라는 뜻으로, 소스에 의존하던 기존 요리 방식에서 벗어나 재료의 풍미를 살리며 간단한 조리법으로 음식을

주 5) 콜린 러시, Op. cit., p.182

주 6) Lorri Mealey, 「History of Restaurants Part 2」, the balance, 2017-11-22, <https://www.thebalance.com/the-history-of-restaurants-part-2-2888665>

만드는 풍조임. 소스를 만들 때도 버터와 밀가루에 의존하지 않고 육즙, 육수, 인퓨전, 리덕션 등을 사용하는 것이 특징이며, 채소는 푹 끓이기 보다 재빨리 데치거나 로스트하여 천연의 풍미를 살리는 것이 특징임. 상대적으로 큰 접시에 적은 양의 음식을 담는 경향이 생겨난 것도 이때임.⁷

이를 기반으로 파인 다이닝의 기틀이 갖추어져, 프랑스의 파인 다이닝은 왕족 또는 귀족이 즐기는 식사를 그대로 모방하는 형식을 취함. 불편함을 조금도 느낄 수 없는 고용인들의 극진한 접대와 유럽의 고성 같은 인테리어, 맛 등을 완벽하게 갖추었으며, 전통적으로 엄격한 드레스 코드를 유지하여 남성의 경우 드레스 코드를 맞추지 못한 고객을 위해 입구에서 연미복 대여 서비스를 제공하기도 함.

프랑스 파인 다이닝 현황을 살펴보면 미쉐린 레드 가이드를 기준으로 별을 1개 이상 보유하고 있는 레스토랑은 모두 101곳임. 이 중 별 1개는 75곳, 2개는 16곳, 3개는 10곳이었음. 가격대를 확인하기 어려운 레스토랑 3곳(별 1개 1곳, 별 3개 2곳)을 제외하고 디너 브뤼 데귀스타시옹 또는 카르트 블랑슈 가격의 평균은 전체 163.94유로, 각 별 개수 구간별 평균은 별 1개 레스토랑의 평균은 125.70유로, 별 2개, 3개 레스토랑 26곳의 평균은 259.16유로임. 일부 레스토랑의 경우는 코스메뉴를 운영하지 않아 알라카르트의 비용 평균을 기준으로 계산하였으며, 코스메뉴를 운영하는 곳만으로 한정할 경우 최소 비용은 70유로, 최대 비용은 580유로였음.

프랑스 파인 다이닝에서 서비스는 매우 중요한 요소로, 특히 홀 서비스 전반을 책임지는 지배인은 세일즈맨이면서 동시에 사교계의 정점으로 인정받으며, 유명 셰프와 비슷한 급여를 받음.⁸

파인 다이닝에서는 알라카르트, 즉 단품메뉴는 따로 제공하지 않으며 준비된 코스요리만을 선

주 7) 콜린 러시, Op. cit., p.182

주 8) 박혜림, "한국과 프랑스의 파인다이닝 차이?... '홀 서비스 등 소프트웨어'", REAL FOODS, 2016-11-25, <http://www.realfoods.co.kr/view.php?ud=20161125000097>

주 9) 신현호, "전 세계 파인다이닝을 섭렵한 한국 남자 ", GQ KOREA, 2017-05-17, <http://www.gqkorea.co.kr/2017/05/17/%EC%A0%84-%EC%84%B8%EA%B3%84-%ED%8C%8C%EC>

보이고, 요리마다 와인 등의 어울리는 술을 곁들이는 것을 기본으로 함. 이러한 코스요리는 카르트 블랑슈(Carte blanche(백지 위임), 테이스팅 메뉴 등의 이름으로 셰프가 미리 정해놓은 요리를 정해진 순서에 따라 선보임. 점차 메뉴에 대한 선택권은 온전히 셰프에게 있으며, 손님이 먹고 싶은 음식이 아니라 셰프가 표현하고자 하는 음식을 맛보기 위해 레스토랑을 찾는 형태로 바뀌어가고 있음.⁹

대표적으로 프랑스에서 만드는 세계적인 레스토랑 가이드인 미쉐린 레드 가이드의 별 등급은 1개부터 3개까지 나뉘어 있으며, 별을 부여받기 위해서는 은식기 사용, 은으로 된 커트러리와 식탁보 사용, 1대1 대응 서비스 등 시설과 서비스 수준이 중요 고려 요소 중 한 가지임. 미쉐린 레드가이드에서 레스토랑에 별을 부여하는 기준은 요리재료의 수준, 요리법과 풍미의 완벽성, 요리에 대한 셰프의 개성과 창의성, 가격에 합당한 가치, 전체 메뉴의 통일성과 언제 방문해도 변함없는 일관성¹⁰임. 위의 기준에서 특히 '가격에 합당한 가치'를 판단하는 데 서비스 및 시설 수준이 크게 영향을 미침.

20세기 중반까지 세계에서 가장 명망있고 유명한 파인 다이닝 레스토랑은 모두 프랑스 음식을 전문으로 선보이는 곳이었음. 그러나 이처럼 약 300여년 간 미식의 국가로 여겨져 온 프랑스의 권위는 최근 아시아 및 라틴 아메리카의 영향과 이탈리아 요리의 부상, 지역 식자재에 대한 선호 현상 등으로 인해 국제 미식 트렌드에서 쇠퇴하고 있는 추세임.¹¹

프랑스의 파인 다이닝 경향을 살펴볼 수 있는 미쉐린 가이드에 대한 평가 역시 다양한 측면에서의 문제가 제기됨. 미쉐린 가이드는 현실적인 프랑스가 아닌 공식적인 프랑스, 관례적인 프랑스만 비추고 있다는 비판을 받고 있으며, 요리가 아닌 식당의 시설 및 장식 등을 필요 이상으로 중시한다는 지적을 받음. 이러한 이유로 세계적으로는 큰 브랜드로 인식되어 영향력이 크지만, 정작 프랑스와 프랑스 미식의 정점인 파리에서는 미쉐린에 대한 평가가 낮음.¹²

주 10) 「미쉐린 가이드 평가 방법」, 미쉐린 가이드 서울, 2017-11-22, <https://guide.michelin.co.kr/ko/about/inspection-processes/>

주 11) 「How was French cuisine toppled as the king of fine dining?」, THE CONVERSATION, 2017-11-22, <http://theconversation.com/how-was-french-cuisine-topped-as-the-king-of-fine-dining-66667>

주 12) 광미성, 「파리는 이제 미슐랭을 읽지 않는다」, 프랑스식 식탁, 2017-11-22, <https://brunch.co.kr/@enchante/14>

미쉐린 외에도 고미요, 가요 등 권위있는 레스토랑 가이드가 존재함. 미쉐린 가이드보다 자세하고 과감한 비평을 보이며, 세계 여러 나라 고급 레스토랑의 순위를 매기는 것이 특징이며, 서비스, 인테리어 분위기가 아니라 음식의 질만을 토대로 하는 것이 특징임.¹³ 최근 모바일 시대를 맞아 fooding이라는 앱이 젊은이를 중심으로 큰 인기를 끌고 있음. 기존의 무거운 파인 다이닝보다는 캐주얼 다이닝을 추구하는 경향이 높음.

주 13) 콜린 러시, Op. cit., p.191

3. 미국

미국의 파인 다이닝의 형태는 비교적 다양하고 자유로운 편임. 미국 남서부 음식을 파인 다이닝으로 재구성한 곳부터, 이탈리아, 스칸디나비아, 멕시코, 오스트리안, 일식 등 다양한 장르의 파인 다이닝을 선보이는 레스토랑들이 명성을 누리고 있음. 극단적으로 서구적이면서 격식을 갖춘 파인 다이닝 레스토랑도 있는 반면, 피크닉 음식 등 평소 볼 수 있는 일상적인 음식에 모티브를 두고 재구성한 파인 다이닝 레스토랑까지 다양함.

2016년 10월 기준 미국 내 파인 다이닝 레스토랑의 수는 5,100곳 이상임. 파인 다이닝 레스토랑 저녁식사를 중시하며 한 끼 식사 합계 평균이 50달러를 넘음. 이러한 레스토랑은 “white tablecloth restaurants(흰색 식탁보를 깔 레스토랑)”로 알려져 있음.

이러한 파인 다이닝 레스토랑은 미국 풀 서비스 레스토랑 산업에서 1.4%를 차지하며, 레스토랑 산업 전체로 보면 0.73%에 해당함. 주별로 나누어 보면 워싱턴 D.C.가 4%로 가장 많으며, 하와이와 네바다가 각각 2%, 로드아일랜드와 사우스 다코다가 각각 1.4%, 1.3%를 기록하여 톱5를 이룸.

미국 파인 다이닝 업계는 연매출 100억 달러 이상을 기록하고 있으며, 이는 레스토랑 한 곳 당 평균 2백만 달러에 해당하는 수치임. 풀 서비스 레스토랑의 전체 평균 매출은 한 곳 당 1년에 824,000달러인 것으로 집계되었으며, 파인 다이닝 레스토랑 중 8%만이 연 매출 5백만 달러 이상을 기록함.¹⁴

가장 큰 차이를 보이는 부분은 서비스적인 측면으로, 유럽의 버틀러 서비스와 같은 정중한 서비스보다는 비교적 자유롭고 대등한 분위기에서 서비스하는 경향이 있음.

Barrows, Powers & Reynolds(2012)는 외식고객의 니즈(needs)를 기반으로 dining market(social), eating market(biological) 크게 2개의 시장으로 구분하고, 이를 다시 가격 수준

주 14) CHD North America, "The "White Tablecloth" Segment: CHD Expert Evaluates the Fine Dining Landscape of the United States", CHD expert, 2017-11-22, https://www.chd-expert.com/blog/press_release/the-white-tablecloth-segment-chd-expert-evaluates-the-fine-dining-landscape-of-the-united-states/

및 레스토랑에서 제공하는 식사경험(이용 시간, 위치, 편리성, 실용도 등), 시장규모, 종업원의 기술 등을 기반으로 다시 구분하여 dining market은 파인 다이닝(fine dining)과 캐주얼 업스케일 다이닝(casual upscale dining)으로, eating market은 미드스케일 레스토랑(mid-scale restaurant)과 패스트 캐주얼 레스토랑(fast casual restaurant), 퀵서비스 레스토랑(quick service restaurant)으로 분류함. 이 기준에 따르면 파인 다이닝은 평균 객단가 40달러 이상의 독립된 레스토랑으로, 100명 미만의 고객을 수용하며, 전문적인 경험과 기술을 갖춘 셰프, 고품격 서비스, 훈련 받은 종업원, 숙련된 운영 등이 요구되는 레스토랑으로 현대적인 성향과 다양한 재미 요소를 조합하여 제공하는 레스토랑으로 정의됨.

Wikipedia(2016)와 Chron(2016)는 레스토랑 유형을 패스트 푸드(fast food), 패스트 캐주얼(fastcasual), 캐주얼 다이닝(casual dining), 파인 다이닝(fine dining)의 4개 유형으로 분류하였으며, 이 분류 기준에 따르면 파인 다이닝은 잘 훈련된 종업원과 정성들인 코스 메뉴를 풀 서비스로 제공하는 레스토랑을 의미함.

유럽을 제외하고는 2005년 처음으로 뉴욕 미쉐린 가이드가 출간되었음. 새로 발표된 2018년 미쉐린에 따르면 샌프란시스코 베이 지역이 미쉐린 별 55개를 받았고, 별 세개를 받은 레스토랑이 총 7곳으로, 별 세 개 레스토랑이 있는 뉴욕 및 시카고 지역을 앞서면서 새로운 파인 다이닝 중심지로 떠오르고 있음.¹⁵

전통적으로 다이어트 식단, 채식주의 식단, 또는 건강 식단을 추구하는 미국에서는 파인 다이닝에서도 유기농, 근교 재배, 지속 가능한 방식으로 재배한 식재료에 높은 비중을 두고 있음.¹⁶ 소스도 프랑스식의 무거운 소스보다는 가벼운 소스를 선호함.

주 15) Melia Robinson, 「The San Francisco area is the new fine-dining capital of America — here are the top restaurants」, msn news, 2017-11-22, <https://www.msn.com/en-my/news/techandspace/the-san-francisco-area-is-the-new-fine-dining-capital-of-america-%E2%80%94-here-are-the-top-restaurants/ar-AAu3lea?li=AA4RCF>

주 16) Lorri Mealey, 「History of Restaurants Part 3」, the balance, 2017-11-22, <https://www.thebalance.com/history-of-restaurants-part-3-2888657>

미국에서 시작된 대표적인 레스토랑 안내서로는 자갓 서베이가 있음. 1979년 미국 뉴욕 시 레스토랑만을 대상으로 출간된 것이 시작으로, 전문 평가자의 비평이 아니라 실제 레스토랑에 방문한 손님의 비평을 종합한 것이 특징임. 최근 인터넷과 모바일 시대를 맞아 캐주얼 다이닝을 주로 취급하는 옐프 사이트가 대세가 되고 있음.

4. 스페인

스페인은 프랑스 요리의 영향권에 있는 곳으로, 기본적으로 프랑스의 파인 다이닝 시스템을 따라가면서 발전하였음. 특히 1970년대에 유행했던 프랑스의 누벨 퀴진 사조가 스페인의 파인 다이닝에 큰 영향을 미쳤으며 현대 스페인의 파인 다이닝은 누벨 퀴진에 분자 요리를 접목하여 발전한 형태임.

특히 2000년대 이후 신흥 미식강국으로 떠오르고 있음. 또한 분자요리의 선두주자였던 페란 아드리아의 레스토랑인 엘 불리의 분자요리를 흡수하면서, 자유로운 실험이 이루어지고 있음. 엘불리는 1년에 6개월만 영업하고, 나머지 6개월은 요리 연구를 위해 휴업을 하던 레스토랑으로, <Restaurant Magazine>에서는 2002년, 2006년, 2007년, 2008년 및 2009년에 5번 세계 레스토랑 Top50위 안에 이름을 올린 엘 불리를 세계 1위로 평가하기도 하였음.¹⁷

바르셀로나는 미쉐린 스타 레스토랑이 30여개에 가까울 정도로 많으며, 산 세바스티안은 인구 10만의 작은 도시에 미쉐린 3스타 레스토랑만 세 개가 있을 정도로, ‘인구 대비 별이 가장 많은 도시’ 라는 말이 있음. 현재 엘 불리는 문을 닫았으나 <월드베스트50레스토랑>의 선두를 달리는 엘 세에르 데 칸 로카를 비롯하여 아사도르 에체바리 등 10위 안에 세 곳, 50위 안에는 여섯 곳의 스페인 레스토랑이 이름을 올리고 있음.

식사는 대부분 테이스팅 메뉴(코스)와 단품으로 구성되어 있음. 또한 스페인의 일부 선두적인 레스토랑의 경우 프랑스에도 밀리지 않는다는 평가를 받으며, 타파스 바, 핀초 바 등에서 고급 레스토랑에서나 나올 법한 요리를 저렴하게 맛볼 수도 있어 음식의 가성비가 높은 곳으로 꼽힘. 또한 미쉐린 별 세 개를 받은 곳에서도 하나의 접시에 나온 요리를 나누어 먹는 경우가 많음. 프랑스처럼 엄격한 코스를 지키지 않아 비교적 격식을 갖춘 곳에서는 레스토랑만의 테이스팅 메뉴를내지만, 점심 코스의 경우에는 코스가 달리 없으며 단품만으로 운영하기도 함.

스페인의 대표적인 미식 도시 바르셀로나에는 엘 불리 출신 셰프들이 많으며, 전통 스타일 보다는 모던한 창작 요리를 선보이는 곳이 많음. 또한 타파스와 결합된 형태의 음식을 내며, 일

주 17) 「El Bulli」, Wikipedia, 2017-11-22, <https://en.wikipedia.org/wiki/ElBulli>

본을 비롯한 아시안 터치를 많이 사용하기도 함.

최근에는 다양한 테크닉을 이용한 모던 퀴진이 주를 이루고 있으며, 그 가운데 클래식한 음식과 전통적인 서비스를 갖춘 레스토랑들이 축을 이루고 있음.¹⁸

2016년 자료에 따르면 스페인에는 약 60여 개의 파인다이닝 레스토랑이 있음. 여기서 파인다이닝이란, 음료를 제외하고 120 유로 이상(VAT 포함)의 코스요리를 제공하는 식당을 말함. 지역별로는 카탈루냐에 20여 개로 가장 많고, 그 다음으로는 마드리드와 바스크에 각각 10여 개가 있으며 바르셀로나, 마드리드, 기푸스코아(Guipúzcoa), 발레아레스(Baleares), 말라가 등에 분포해 있음.¹⁹

2016년 스페인의 외식업종의 매출은 전년 대비 약 6.2% 성장한 약 350억 유로를 기록했는데 이는 스페인 국내총생산의 약 7.6%를 차지하고 있음. 이 중 파인다이닝 산업의 매출은 1억 7천 5백만 유로로, 이는 2015년 대비 약 17% 증가한 수치임. 당분간 파인다이닝의 수요 증가가 지속될 것으로 예측됨.²⁰

주 18) 배동렬, 『비밀이야의 맛있는 스페인』, BR미디어, 2017, p.86

주 19) Economía 2017.6.24 사회면 기사 "파인다이닝은 얼마나 버는가"

https://cronicaglobal.elespanol.com/economia/social-economia/cuanto-generan-los-restaurantes-de-alta-gama_75518_102.html - 파인다이닝 매출 규모 및 식당수. 통계치 원출처는 Observatorio Sectorial DBK de INFORMA (비즈니스 DB)로 밝히고 있음

주 20) Cinco dias 2017.11.17 칼럼 "왜 미식사업을 하는가" https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/11/13/fortunas/1510602819_426945.html

5. 일본

일본과 같은 아시아 국가는 서구의 파인 다이닝과 달리 분위기와 시설, 서비스 등이 만족되는 곳이 드물며, 서구적인 파인 다이닝의 기준과는 엄밀히 들어맞지 않음.

일본에서는 메이지 시대부터 쇼와 초기에 걸쳐 고급 호텔이 중심이 되어 서양의 요리를 제공하는 양식당을 도입함. 이후 일본의 음식에 서양 요리 기법이 더해진 요리법이 개발되어 일본의 독자적인 양식을 제공하는 장소로서 레스토랑이 시작됨.²¹

특히 싱가포르, 홍콩 등지에서 미쉐린이 저렴한 길거리 레스토랑에 별을 주기 전에는 일본에 있는 6~8석 규모의 레스토랑에 별을 부여했을 때 큰 화제가 되었는데, 가장 큰 문제는 화장실의 남녀 분리 등 시설적인 측면이 제대로 갖추어지지 않은 데 대한 것으로, 이러한 측면을 살펴보면 서구의 파인 다이닝 시장과 어느정도 괴리되어 있음을 알 수 있음.

일본은 레스토랑의 오래된 역사와 장인 정신을 중시하는 경향을 보이며, 서구적 의미의 파인 다이닝에 가장 가까운 가이세키 전문점은 대를 물려 내려오는 역사와 전통, 주인의 정신을 중시함. 가이세키 요리는 일본의 코스 요리로, 초기에는 연회장에서 술과 함께 즐기던 연회용 요리를 말하였으나, 점차 호화로운 잔치 요리로 발전함.

또한 일본의 가장 큰 특징은 셰프 1인이 조리부터 서비스까지 모두 제공 가능한 카운터 형식의 소규모 레스토랑이 많음. 주로 스시나 덴푸라 등을 제공하는 곳으로 이와 같은 레스토랑들은 엄밀히 서구의 파인 다이닝 레스토랑 기준과는 맞지 않지만 미쉐린에서 별을 받으며 일본의 파인 다이닝 레스토랑으로서 인정 받음.

일본의 미쉐린 가이드는 유럽을 제외한 지역으로는 사상 처음으로 2008년 도쿄만을 대상으로 발간됨. 처음 발간된 2008년 도쿄 판에 일식집, 초밥집이 별 세 개를 처음으로 획득하였으며, 도쿄 전체를 대상으로 별 누계가 191개에 달하면서 세계 최다 별을 보유한 도시가 됨. 이로 인해 평범한 가게에 별을 주고 있다거나 근본적으로 문화가 상이하여 일본 요리를 제대로 평가

주 21) 「레스토랑」, 위키백과, 2017-11-22, <https://ja.wikipedia.org/wiki/レストラン>

할 수 있는가에 대한 비판이 이어짐.²²

이후 2011년에는 도쿄, 요코하마, 가마쿠라를 대상으로, 2012년에는 도쿄, 요코하마, 쇼난을 대상으로 발간되었음. 또한 관서 지방을 대상으로 하는 미쉐린 가이드는 별도로 발간되어, 2010년 교토와 오사카를 대상으로 처음 관서 지방의 미쉐린 가이드가 발간됨. 이후 2011년에는 교토, 오사카, 고베의 레스토랑을 대상으로 평가한 가이드북이 발간되었으며, 2012, 13년에는 교토, 오사카, 고베, 나라 지역을 대상으로, 이후 14년에는 관서 지방 전체를 대상으로 하기에 이름. 또한 2012년에는 홋카이도, 2013년에는 히로시마, 2014년 후쿠오카·사가가 발간되었으며, 2015년 요코하마·가와사키·쇼난, 2016년에는 도야마·이시카와를 대상으로 특별판 서적을 발간하면서 점차 미쉐린 가이드의 대상으로 삼는 지역을 넓혀가고 있는 추세임.

2016년에는 일본 파인 다이닝 협회(JFDA)가 발족하여 일본의 음식 문화를 견인하는 것을 주 역할로 함. 장기화된 일본 경기 침체에서 비롯된 디스플레이션의 영향 및 인력 부족으로 파인 다이닝 시장이 어려워지고 있어, 상품 및 서비스, 관리 인력, 해외 진출 등 다양한 분야에서 호혜 관계를 구축하여 일본의 레스토랑 문화를 만들어 나가는 것이 목표임.²³

일본 푸드 서비스 협회(이하 JF)에 따르면 2016년 전체 외식산업시장 규모는 전년 대비 0.1% 증가한 25조 4,169억엔으로 집계되었음. JF는 음식업을 패스트푸드, 패밀리레스토랑, 펍레스토랑/이자카야, 디너레스토랑, 찻집, 기타의 7개로 분류하고 있으며, 해당 분류상 디너 레스토랑은 적은 종류의 단품 요리나 코스 요리 등을 선보이는 곳으로, 전문적인 요리를 제공하는 음식점을 말함. 객단가가 높고 상품내용이나 서비스, 점포 분위기에도 고급스러움이 요구되는 고급 레스토랑 타입을 말함.²⁴ 즉, 이 연구에서 논의하는 디너 레스토랑이 파인 다이닝과 사실상 비슷한 부류의 레스토랑 분류로 볼 수 있음.

JF에서 발표한 2017년 9월 외식 산업 시장 동향 조사에 의하면 조사에 응한 사업자 전체 점포

주 22) 「ミシュランガイド」, 위키백과, 2017-11-22, <https://ja.wikipedia.org/wiki/ミシュランガイド>

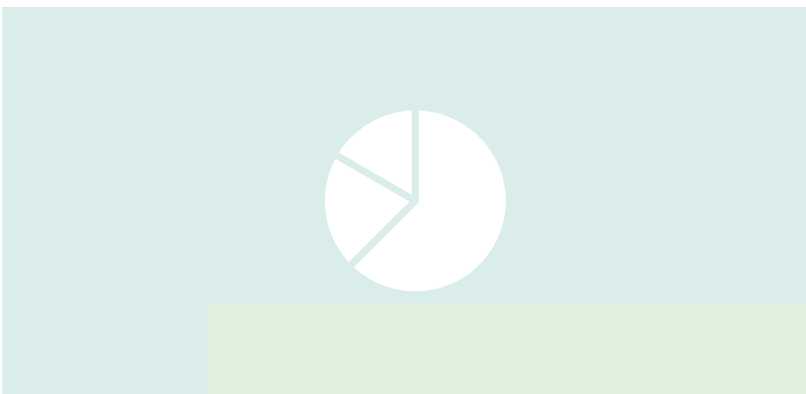
주 23) 「日本ファインダイニング協会について」, JFDA, 2017-11-22, <http://www.jfda.info/>

주 24) 「ディナーレストラン」, 日本ホテルスクール, 2017-11-24, <https://www.jhs.ac.jp/guide/glossary/2664.php>

수는 36,077개이며, 이 중 디너 레스토랑이 1,018곳으로, 전체 외식 시장의 2.8%에 해당함. 해당 통계에 따르면 디너 레스토랑의 점포 수는 전년 9월 대비 0.7% 증가했으며, 매출액은 5.5%, 고객수는 4.0%, 객단가는 1.4% 증가하여 크게 호조를 보임. 디너 레스토랑의 경우 전년대비 매출 증가율이 5.5%에 달해 가장 높은 매출 증가율을 보임. 타 업종의 경우 패스트푸드 4.1%, 패밀리 레스토랑 2.6%, 카페 1.7%, 펍 및 비어홀이 0.7%, 이자카야가 1.1%, 기타가 4.2%의 매출 증가율을 보임.²⁵⁾

주 25) “9月外食産業統計 | デイナ レストラン牽引し売上高3.3%/13カ月連続増”, 商人社流通ス パ ニュ ス 2017-11-24, <https://news.shoninsha.co.jp/statistics/87330>

7장. 프리미엄 외식 시장전망 및 외식산업 육성을 위한 정책적 제언



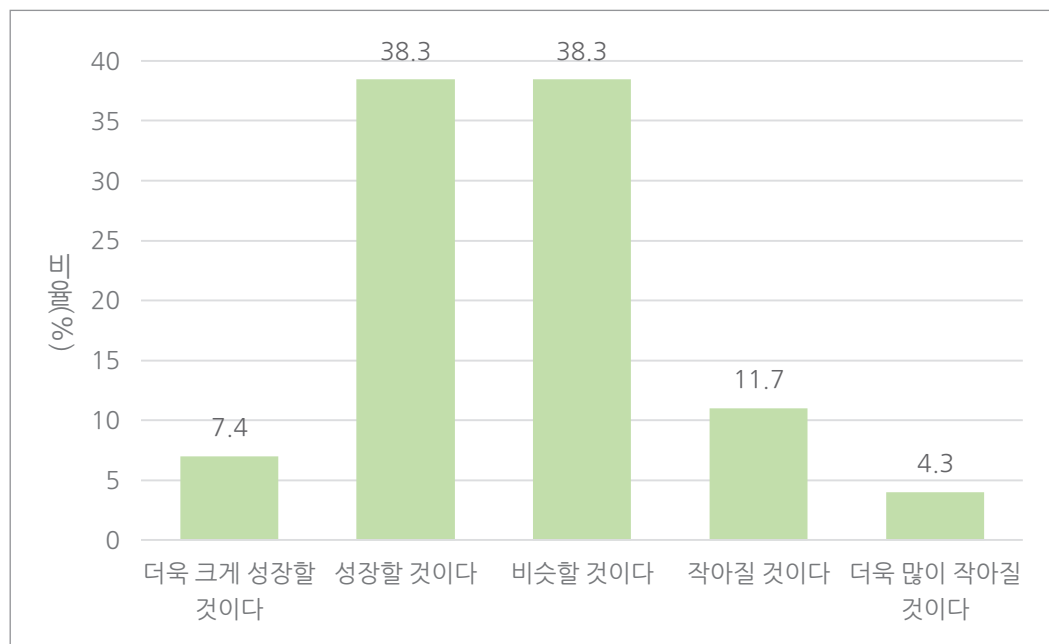
1. 시장 성장 전망

1) 전망 예측

프리미엄 레스토랑 100군데를 대상으로 프리미엄 외식 시장이 더욱 성장할 것인지 여부를 물은 결과, 현재보다 더욱 크게 성장할 것이라고 답한 응답은 7.4%였으며, 성장할 것이라고 답한 응답과 비슷할 것이라고 답한 응답은 모두 각각 38.3%였음. 작아질 것이라고 답한 응답은 11.7%, 현재보다 더욱 많이 작아질 것이라고 답한 응답은 4.3%였음. 대체로 프리미엄 외식 업계에서는 프리미엄 외식 시장이 지금보다 성장할 것으로 전망하고 있다고 볼 수 있음.

(그림 7-1)

<그림 7-1> 프리미엄 외식 시장 업계 관계자들이 예측하는 시장 전망

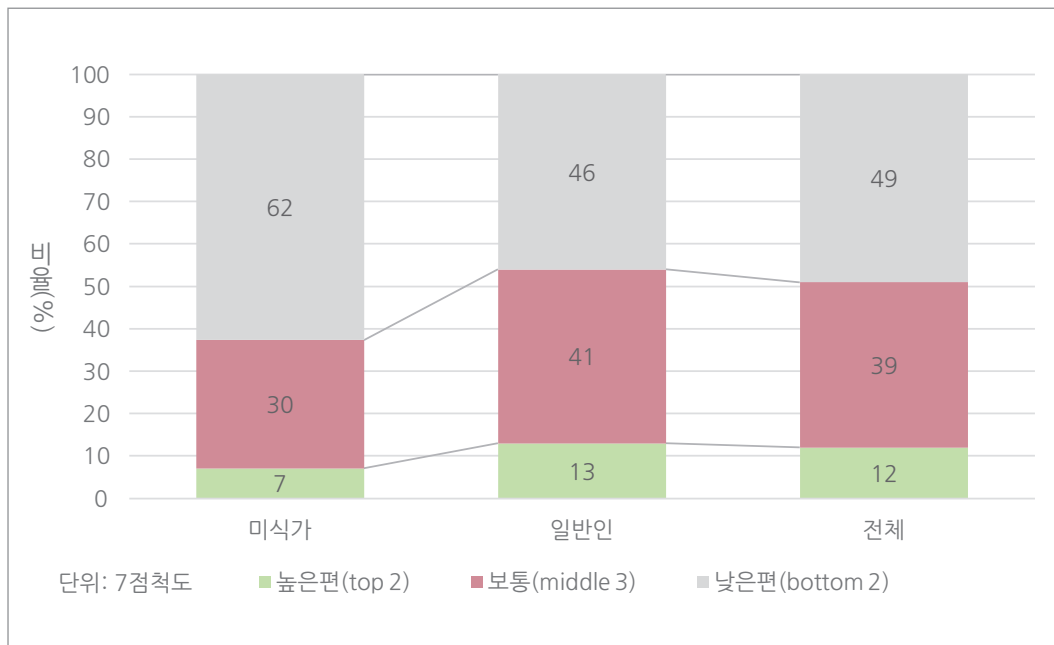


(n = 94)

한국의 프리미엄 외식 시장이 성장하기 위해서 발전해야 하는 요인이 무엇인가를 묻는 질문에 프리미엄 외식 업계 관계자들은 인테리어의 개선, 메뉴의 개선, 주방 시설 개선, 셰프의 수준을 차례로 들었다.

일반 소비자가 생각하는 한국 프리미엄 외식의 수준을 물었을 때 전체적으로는 51%가 보통이거나 그 이상이라고 생각함. 미식가보다는 일반인들이 긍정적으로 보는 경향이 높음. 미식가들은 일반인들보다 프리미엄 외식 시장을 평가하는 기준이 높을 수밖에 없으므로, 일반인보다 한국 프리미엄 외식 수준에 대해 낮게 평가함.

〈그림 7-2〉 프리미엄 외식 소비자들이 평가하는 한국 프리미엄 외식 시장의 수준



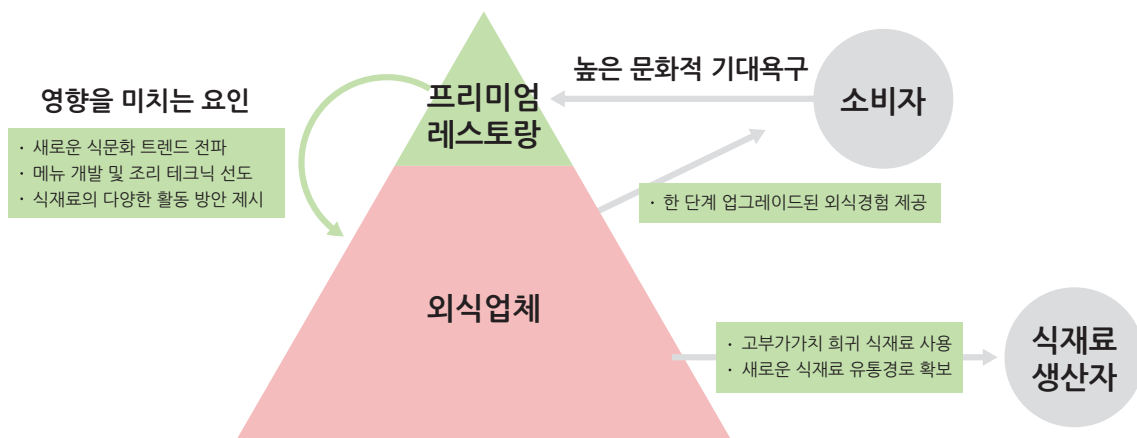
(전체 n = 530 / 미식가 n = 109 / 일반인 n = 421)

2) 프리미엄 레스토랑이 일반 외식업체에 미치는 영향

외식업 전문가 자문위원과 프리미엄 외식 업계 관계자를 중심으로 프리미엄 외식이 일반 외식 업체에 미치는 영향을 조사한 결과, 다음과 같이 정리됨.

- 프리미엄 레스토랑은 외식업계에서 모든 면에서 가장 정점에 위치.
- 소비자는 프리미엄 레스토랑에 모든 면에서 가장 높은 수준을 원함.
- 소비자가 프리미엄 레스토랑에서 경험한 수준을 일반 외식업체에까지 확대해서 기대하게 됨. 예를 들면 식재료, 서빙 방식, 인테리어 수준 등에서 영향을 미침.
- 일반 외식업계에서는 정점에 있는 프리미엄 레스토랑의 메뉴 개발부터 조리 테크닉까지 다방면에서 프리미엄 외식의 방식을 응용하거나, 간소화하거나, 극대화시켜 활용하고 있음. 일반 외식업뿐 아니라 요리 연구가나 연구자에게도 큰 영향을 미침.

〈그림 7-3〉 프리미엄 레스토랑이 일반 외식업체에 미치는 영향



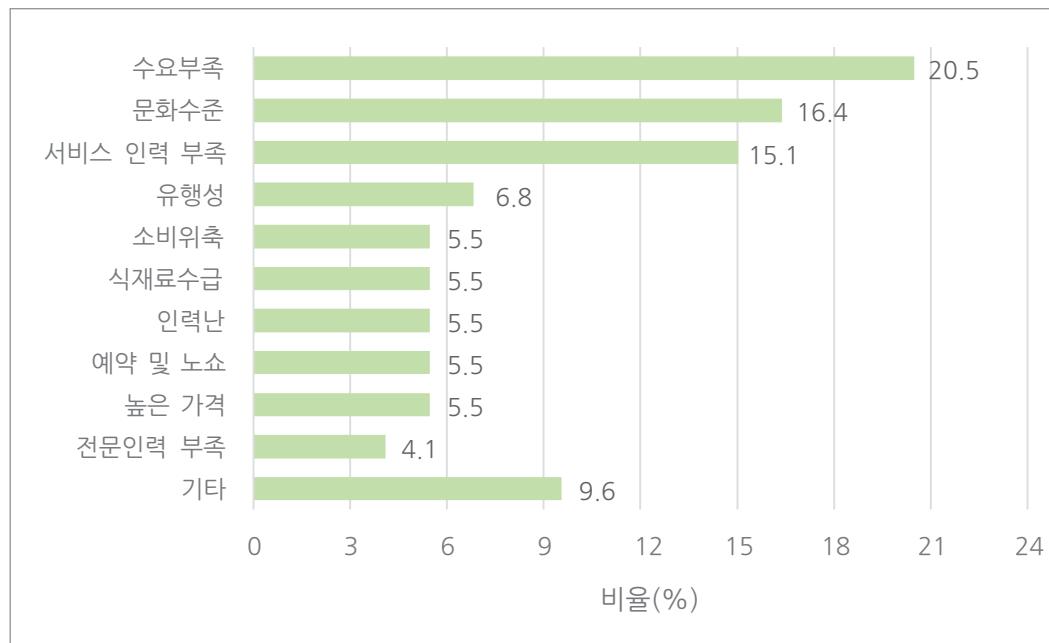
- 프리미엄 레스토랑에서는 같은 식재료라도 다양한 활용 방안이 있다는 것을 제시하여 식재료의 개발과 다양화에 큰 도움이 될 수 있음.
- 프리미엄 외식 업계 종사자들은 외국의 새로운 트렌드를 받아들여 국내에 전파시키는 역할을 하고 있음.
- 프리미엄 레스토랑에서 부가가치가 높고 희귀한 식재료를 많이 사용함으로써 일반 외식 업체에까지 파급되는 영향을 미침. 각종 허브 식물이 동네 마트까지 들어오기까지는 프리미엄 레스토랑의 역할이 컸음.
- 남들이 사용하지 않아 유통 경로가 없던 식재료 소비를 통해 유통 경로를 확보하고 개발하는 역할을 함.
- 종합적으로 보았을 때, 프리미엄 레스토랑은 일반 외식업체 전반, 즉 소비자와 식재료 생산자, 외식업체 종사자 등 다양한 측면에서 긍정적인 영향을 미치고 전체 외식업 발전에 큰 도움일 줄 수 있음.

3) 프리미엄 외식 시장의 문제점 및 개선점

A. 문제점

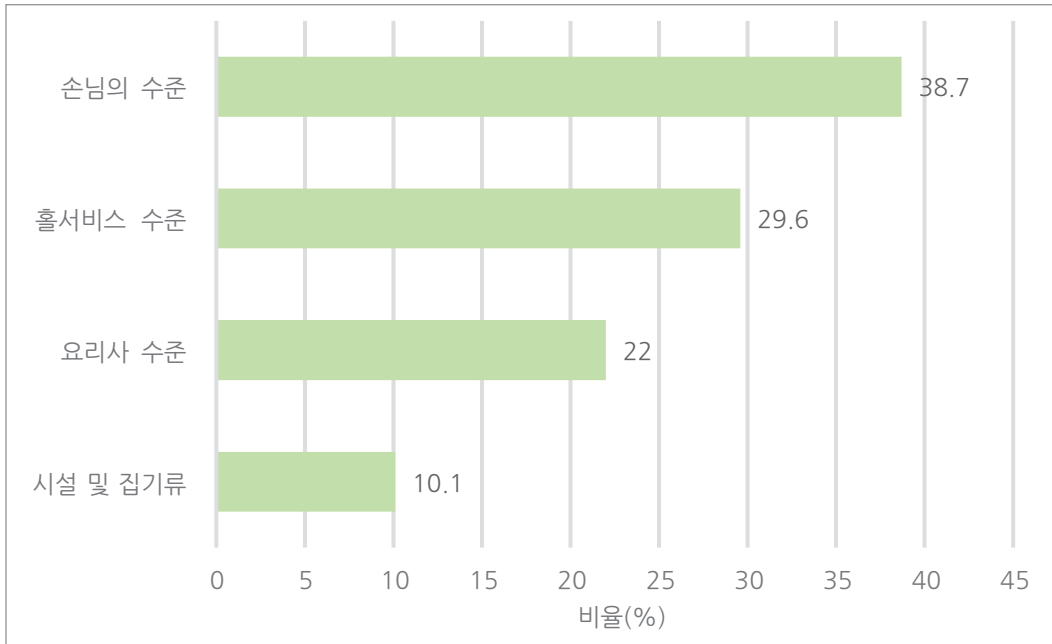
프리미엄 외식 시장의 문제점을 프리미엄 외식 업계 관계자에게 물어본 결과, 가장 높은 비율을 보인 것은 수요 감소를 지적함. 전체의 20.5%임. 수요가 줄어 상대적으로 공급이 과잉인 현실을 지적하는 답변이 있었음. 두 번째로 많은 응답은 국내 외식문화 수준을 지적하는 응답으로, 전체의 16.4%임. 주로 고객의 인식 및 에티켓 부족, 사회 전반의 문화 수준 등의 답변이 있었음. 그 다음으로는 서비스 인력 부족이 15.1%였으며 식자재 수급의 어려움과 홍보와 예약 취소 관련 문제가 각각 5.5%였음.(그림 7-4)

〈그림 7-4〉 프리미엄 레스토랑 관계자가 생각하는 프리미엄 외식 시장의 문제점



(n = 73)

〈그림 7-5〉 소비자가 생각하는 프리미엄 외식 시장의 문제점



(n = 530)

반면 소비자가 생각하는 프리미엄 외식 시장의 문제점은 홀서비스, 셰프, 시설 및 집기의 수준 등 소비하는 입장에서의 관점을 보임. 손님 수준이 문제라는 자각도 38.7%로 높은 편임. 그러나 예약 및 노쇼 문제, 서비스 인력 부족 등 생산자 입장에서의 고려는 없는 것으로 보임.(그림 7-5)

종합적으로 보았을 때, 국내 프리미엄 외식 시장 규모는 작은 편으로, 소비해주는 수요가 부족한 것이 프리미엄 레스토랑 운영에 가장 큰 어려움으로 보임. 수요가 부족한 상황에서 서비스 인력과 식자재 공급 문제도 애로 사항임.

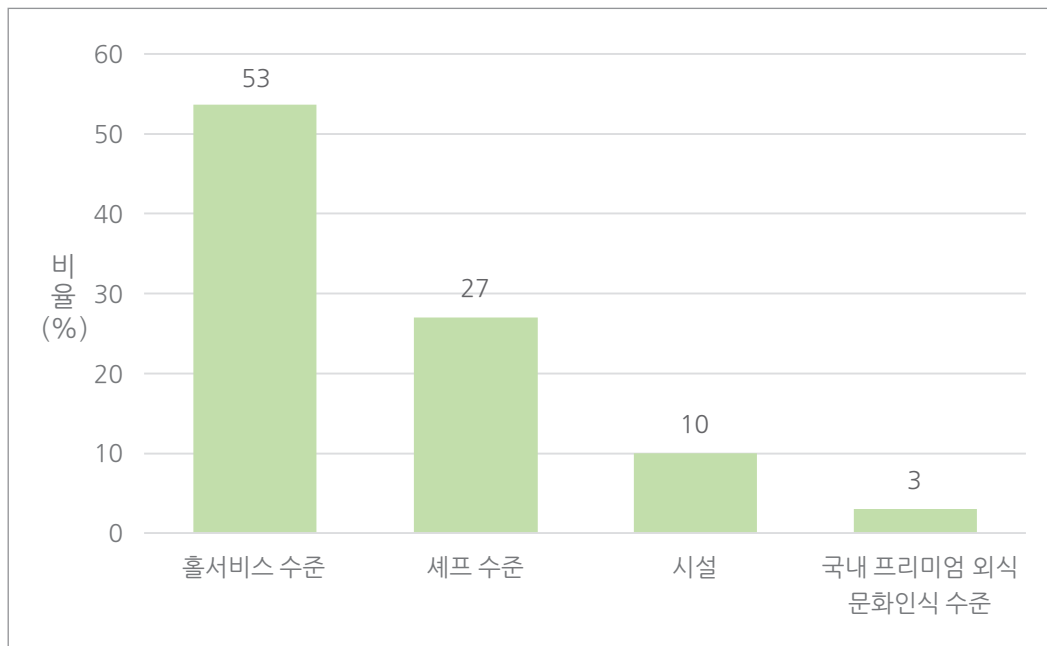
수요의 부족뿐 아니라 노쇼 등 소비자의 프리미엄 외식 문화를 즐기는 태도도 아직 성숙되지 못한 것으로 보임.

B. 개선점

소비자 입장에서 국내 프리미엄 외식 시장의 수준이 높아지기 위해 개선이 필요하다고 생각하는 부분을 묻는 문항을 작성. 요리사, 홀서비스, 손님, 시설 및 집기류, 기타 항목으로 선택지를 구성하여 응답을 집계함.

소비자 입장에서 가장 개선이 필요한 부분은 홀서비스 수준으로, 53%에 달했음. 프리미엄 레스토랑에서는 일반 외식에 비해 기대하는 홀서비스 수준이 높음을 알 수 있음. 기타로 국내 프리미엄 외식 문화 인식 수준을 꼽은 소비자도 3% 정도 되었음. (그림 7-6)

〈그림 7-6〉 프리미엄 레스토랑 소비자가 생각하는 프리미엄 외식 시장의 개선점



(n = 530)

4) 시장 변화 예측

향후 국내 프리미엄 외식 시장이 어떻게 변화할 것으로 예상되는지에 관한 오픈 문항을 작성. 자유롭게 기술하는 문항이었으나 대부분 응답이 비슷하여 유형화 가능.

A. 양극화

장차 외식 시장 자체가 일부 상류층을 위한 프리미엄 외식 시장과 일반 소비층을 위한 저가, 평균 시장으로 나뉠 것으로 예상. 또한 프리미엄 레스토랑 자체도 임대료와 임금 상승을 견딜 수 있는 상위 10%의 프리미엄 레스토랑과 하향 평준화된 90%로 구성될 것으로 예상.

B. 다양화

하나의 장르에 국한되지 않고 다양한 형태의 외식 시장이 발전할 것으로 예상. 비교적 캐주얼한 레스토랑이나 합리적인 가격의 프리미엄 레스토랑이 발전할 것으로 예상됨. 한식 분야에서는 모던한식이 발전하면서 한식에 대한 소비 문화 수준이 높아져 전통한식도 함께 발전할 것으로 예상됨. 프랑식이나 이탈리아식은 프리미엄 외식 시장에서 중식이나 일식보다 큰 역할을 할 것으로 보임.

C. 경영 악화

임대료와 임금 상승 등의 요인으로 인해 큰 자본이 뒷받침되지 않는 한 개인이 운영하는 오너셰프 레스토랑 등은 영업에 많은 어려움이 있을 것으로 예상됨.

D. 경쟁심화

경쟁 업체는 증가하였으나 프리미엄 외식 시장 규모 자체가 성장한 것은 아니기 때문에 업체 간 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상됨.

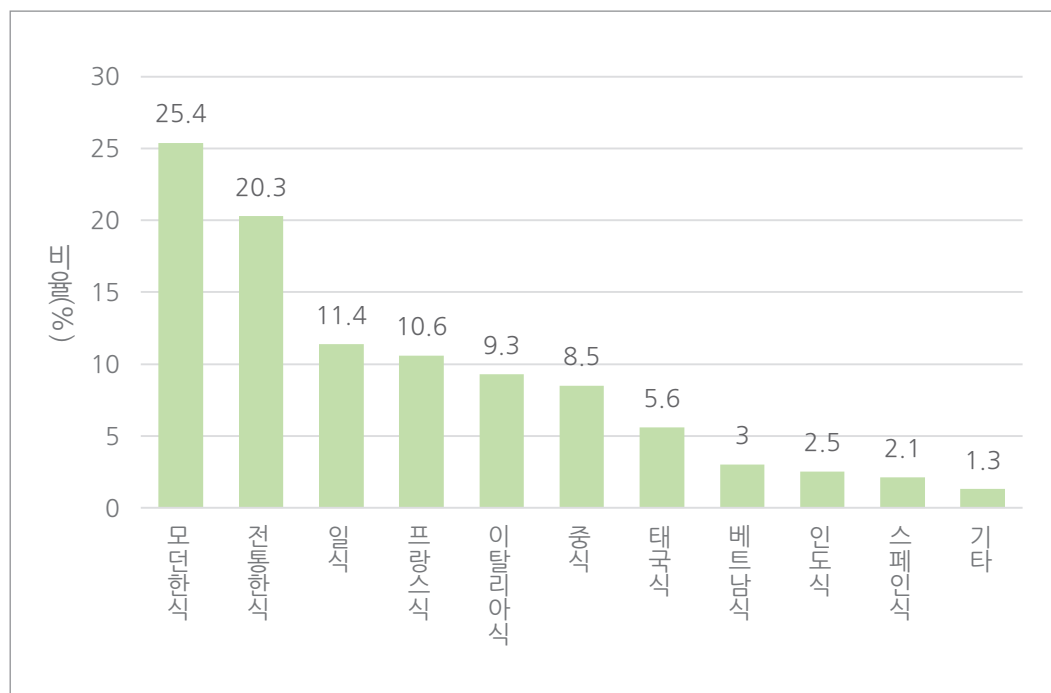
5) 향후 성장 기대 업종

프리미엄 외식 시장에서 향후 성장이 기대되는 업종을 중복으로 3가지까지 선택할 수 있도록 응답을 설계함. 모던한정식이 전체의 25.4%를 차지하면서 가장 성장이 기대되는 업종으로 꼽혔으며 그 다음으로는 전통한정식이 20.3%로 뒤를 이었음.(그림 7-7)

그 다음으로는 일식이 11.4%, 프랑스식이 10.6%, 이탈리아식이 9.3%, 중식이 8.5%, 태국식이 5.6%, 베트남식이 3%, 인도식이 2.5%, 스페인식이 2.1%를 차지하였음. 기타 응답은 전체의 1.3%로 컨템포러리 레스토랑을 꼽았음.

전통한정식 및 모던한정식의 성장이 기대된다고 꼽은 이유로는 ‘한국적인 것이 가장 세계적인 것이기 때문’이라는 응답이 많았음. 프랑스식의 성장이 기대된다고 응답한 이유로는 고급 취진에대한 수요 및 양식의 표준이라고 할 수 있는 프랑스식에 대한 인식이 대부분임.

〈그림 7-7〉 프리미엄 외식 시장에서 향후 성장이 기대되는 업종



(n = 236, 복수 응답 허용)

2. 정부 지원책

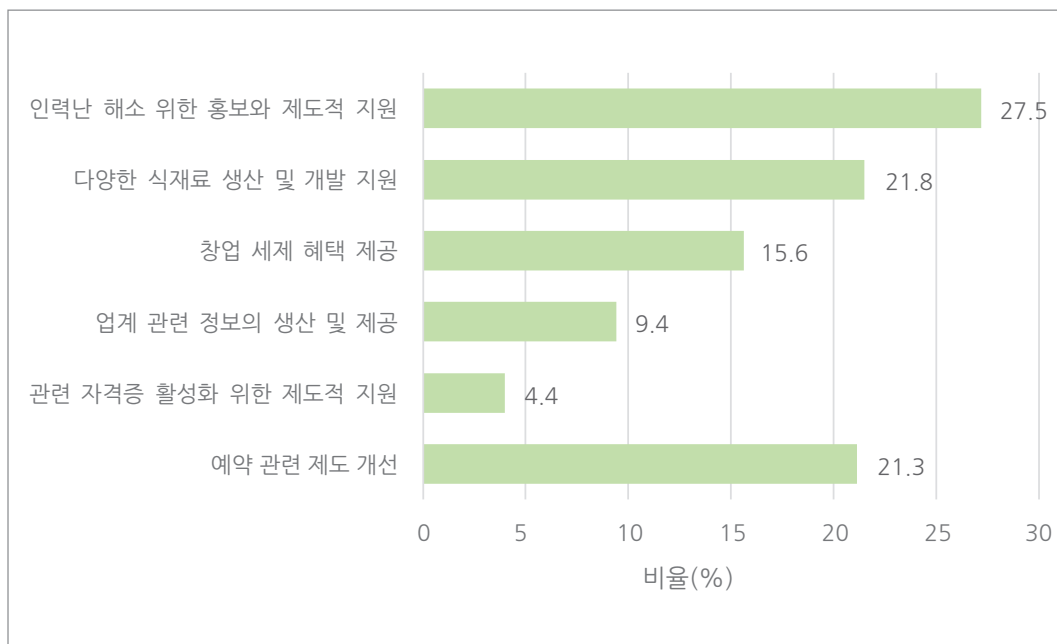
1) 프리미엄 외식 업계에서 필요한 정부 지원 분야

현장에서 직접 레스토랑을 경영하는 이들을 대상으로 정부에 지원을 요청하고 싶은 분야에 대해 조사함. 설문 문항은 업계 관련 정보의 생산 및 제공, 다양한 식재료 생산 및 개발 지원, 관련 자격증 활성화를 위한 제도적 지원, 인력난 해소를 위한 홍보와 제도적 지원, 창업을 위한 세제 혜택 제공, 예약 관련 제도의 개선, 기타의 7개 답변 요소로 이루어져 있음.

조사결과 인력난 해소를 위한 홍보와 제도적 지원이 27.5%로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 다양한 식재료 생산 및 개발 지원이 21.8%로 높은 비율을 차지함. 예약 관련 제도의 개선이 시급하다고 응답한 곳도 21.3%에 달함.(그림 7-8)

그밖에 기타 사항으로는 식약청 규제 완화, 세금 완화, 카드수수료 인하, 임대료 및 임금 압박 완화, 전화로 카드를 결제할 수 있는 시스템 도입, 서비스업 관련법률 개정 등이 있음.

〈그림 7-8〉 프리미엄 외식 시장의 성장을 위해 정부 지원이 필요한 분야



(n = 160, 복수 응답 허용)

2) 정부 지원책

앞에서 살펴보았듯이 프리미엄 레스토랑이 일반 외식업체에 미치는 영향이 크기 때문에 전반적인 외식문화의 발전을 위하여 프리미엄 외식 산업에 대한 지원이 절실함. 현재는 프리미엄 외식 업계를 위한 현황 조사나 업종을 분류하여 관리하는 체계가 부족함.

A. 농업과의 연계 강화

다양한 식재료 수급 문제를 해결하는 방안 필요. 프리미엄 레스토랑에서 사용하는 다양한 채소류를 국내에서 재배할 수 있도록 농가를 독려하고 지원하는 정책 수립. 또는 종자의 보급. 현재 개인 농장에서 재배하는 허브나 특수 채소, 외국산 품종 등은 정부 차원에서 육성하고 수입산 식재료를 대체하는 방안 필요. 식재료 가격의 지나친 변동도 레스토랑 사업에서 어려운 문제를 꼽는 만큼 이에 대한 해결책 필요.

B. 외식업계의 질적인 분류 기준 체계 확립

외국음식점업으로 분류되어 있는 체계를 프랑스식, 이탈리아 식 등으로 세분화할 필요가 있음. 또한 업종별로만 분류되어 있는 외식업 체계를 서비스 형태별로 구분하는 분류도 필요함. 예를 들어 미국은 풀서비스 레스토랑을 따로 분류하고 그 안에서 업스케일 레스토랑이라는 용어로 파인 다이닝 레스토랑을 분류하고 있음.

C. 정보의 제공

국내 프리미엄 외식 시장이 성장하기 위해서는 외국의 최신 트렌드와 시장 상황, 소비 상황에 대한 정보가 절실함. 정부 차원에서 지속적으로 정보를 조사하고 지원해야 할 필요가 있음. 셰프와 외식업 관계자로 이루어진 전문가위원회를 구성하여 정보를 수집하고 배포하는 것도 좋은 정책으로 보임.

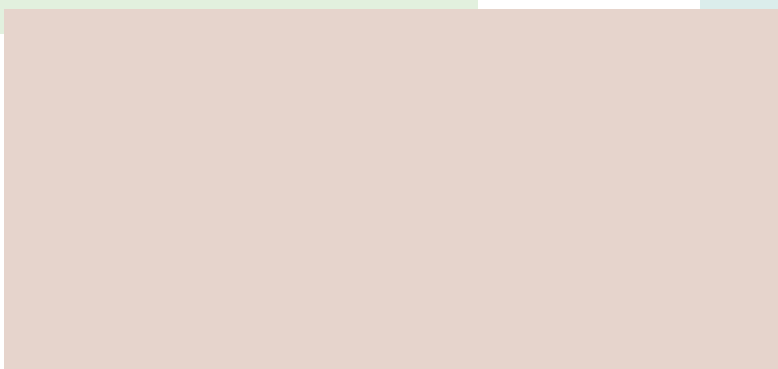
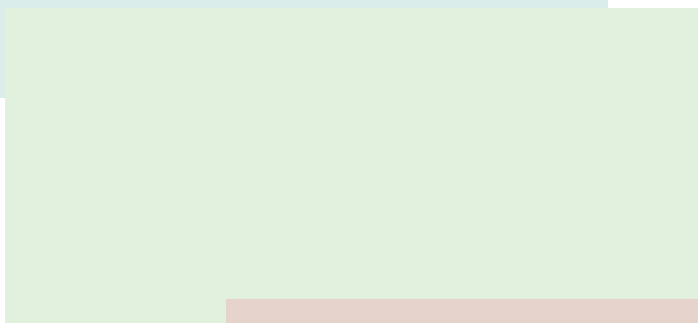
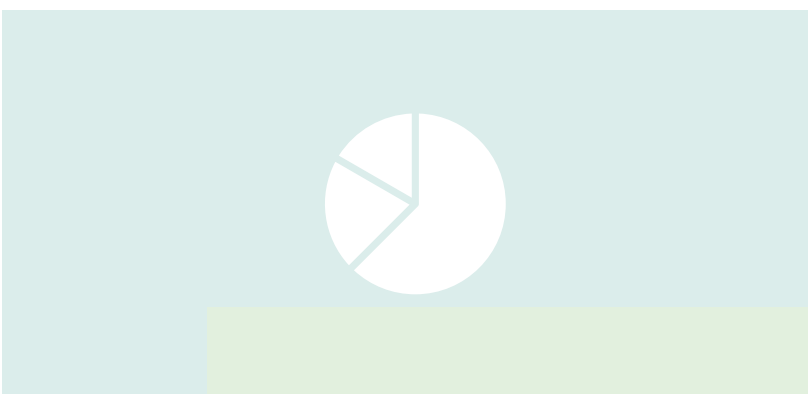
D. 인력난 해소를 위한 정책 수립

국내 프리미엄 레스토랑에서는 특히 서비스 인력이 부족한 상황. 이를 위해 정책적으로 서비스 인력을 육성하는 방안이 필요하며 유럽의 고급 서비스 인력이 국내에서 활동할 수 있는 제도적 방안이 있으면 프리미엄 레스토랑 사업에 도움이 될 것으로 생각됨.

E. 예약 제도의 개선과 소비 문화의 정착

프리미엄 레스토랑의 경영 면에서 가장 악재는 노쇼. 일반적으로 40석 내외인 레스토랑에 하루에 1~2 테이블(2인~8인) 정도 노쇼가 나면 매출의 20% 내외 감소가 되기 때문에 심각한 상황. 예약 받을 때 예치금을 받을 수 있도록 제도적 개선이 필요함. 아울러 프리미엄 외식을 하나의 문화 현상으로 인정하고, 건전한 프리미엄 레스토랑 문화가 정착될 수 있도록 정부 차원에서 소비 문화 독려 필요.

부록



1. 프리미엄 레스토랑 경영지표조사 설문지

레스토랑 경영 현황 조사

안녕하세요? 레스토랑 가이드북을 출간하는 블루리본 서베이입니다.

저희는 금번 한국농수산식품유통공사의 주관 아래, 파인 다이닝 시장을 조사하기 위한 설문을 진행하고 있습니다.

귀하께서 응답해주시는 모든 내용은 통계법 33 조 및 제 34 조에 의하여 비밀이 철저히 보장되고 통계목적에만 사용됩니다. 기재해주신 정보는 조사 완료 6 개월 후 전문 기관에 의해 일괄 폐기될 예정입니다

바쁘시겠지만 잠시 시간을 내어 설문에 응답해주시면 감사하겠습니다.

2017년 10월

블루리본 서베이

SQ. 기본 정보

SQ1. 귀하의 레스토랑 업종은 무엇입니까? (하나만 선택해주세요.)

1. 한식
2. 중식
3. 일식
4. 이탈리아식
5. 프랑스식
6. 기타 : 상세 항목 작성 요망

SQ2. 귀하의 레스토랑 오픈일은 언제입니까?

_____년 _____월

SQ3. 귀하의 레스토랑은 어느 지역에 위치하고 있습니까?

_____도 _____시 _____구

SQ4. 귀하의 레스토랑 규모는 어느 정도입니까?

신고면적 () m² 또는 () 평
 주방 () m² 또는 () 평
 테이블 () 개 / 좌석 () 석

SQ5. 귀하의 레스토랑의 영업일은 얼마나 됩니까? 휴무일을 기준으로 선택해주세요.

1. 연중무휴
2. 명절 휴무
3. 일주일에 1번
4. 기타:()

SQ6. 귀하의 레스토랑의 영업시간은 어떻게 운영됩니까? 해당 운영 시간을 모두 선택해주세요

1. 아침 (06시~10시)
2. 점심 (10시~15시)
3. 저녁 (17시~22시)
4. 심야 (22시 이후)

SQ7. 귀하의 레스토랑에서 공공기관이나 지방자치단체에서 우수업소로 선정된 적이 있습니까? (예: 모범음식점, 미쉐린가이드, 향토음식점, 위생등급제 등)

1. 있다. -> SQ 8으로
2. 없다. -> Part A로

SQ8. 선정내용의 종류와 발행처를 적어주십시오 .

종류	발행처	내용

SQ9. 우수업소로 선정된 것이 영업에 도움이 되었습니까 ?

1. 도움이 되었다. -> SQ10 으로
2. 도움이 되지 않았다. -> Part A 로

SQ10. 도움이 되었다면 어떤 면에서 도움이 되었습니까 ?

Part A. 고급 레스토랑 시설 및 서비스

A1. 귀하의 레스토랑의 인테리어는 전문 인테리어 업체에 의해 레스토랑 콘셉트에 맞추어 시공되었습니까 ?

1. 그렇다
2. 보통
3. 아니다

A2. 귀하의 레스토랑의 테이블 간 간격은 옆 테이블의 소리가 귀에 거슬리지 않을 정도로 충분한 거리를 유지하고 있습니까 ?

1. 그렇다
2. 보통
3. 아니다

A3. 귀하의 레스토랑에서 테이블에 식탁보를 사용하며, 레스토랑 콘셉트에 맞는 고급 식기를 사용하고 있습니까 ?

1. 그렇다
2. 보통
3. 아니다

A4. 근로자 중 전문적인 지식을 가지고 메뉴와 술을 설명할 수 있는, 자격증을 갖춘 소믈리에가 있습니까 ?

1. 있다
2. 없다

A5. 코스 요리를 낼 때 디저트만 전담하는 패스트리 셰프가 따로 있습니까 ?

1. 있다
2. 없다

A6. 레스토랑 이용 시 반드시 예약을 해야 합니까 ?

1. 그렇다
2. 아니다

A7. 귀하의 레스토랑에서는 할 때 발렛 파킹(주차 대행)이 가능합니까 ?

1. 그렇다
2. 아니다

A8. 식사에 곁들일 고급 와인 또는 사케, 전통주 리스트를 갖추고 있습니까?

1. 주류 종류가 50종 이상이다.
2. 주류 종류가 30~50종이다.
3. 주류 종류가 10~30종이다.
4. 주류 종류가 10종 이하다.
5. 주류를 판매하지 않는다.

A9. 귀하의 레스토랑에서는 코스 요리를 제공하십니까?

1. 코스 요리만 제공한다.
2. 코스 요리와 단품 요리를 모두 제공한다.
3. 단품 요리만 제공한다.

A10. 귀하의 레스토랑이 고급 레스토랑 (파인 다이닝 레스토랑)이라고 생각하십니까?

1. 그렇다
2. 아니다 ->A11으로
3. 모르겠다

A11. 고급 레스토랑 (파인 다이닝)이 아니라면, 어떤 면이 개선되면 고급 레스토랑 (파인 다이닝)이 될 수 있다고 생각하십니까?

1. 셰프의 수준
2. 메뉴의 개선
3. 인테리어
4. 주방시설
5. 기타 ()

Part B. 사업주 정보

B1. 레스토랑의 운영 주체는 어떤 형태입니까 ?

1. 외식전문기업 운영(법인)
2. 비외식전문기업 운영(법인)
3. 개인 운영

B2. 총괄 셰프가 레스토랑 관련 전공을 수료 또는 졸업하신 바가 있으십니까 ?

1. 국내 호텔/조리 관련 전공
2. 외국 호텔/조리 관련 전공
3. 전공사항 없음

B3. 귀하의 레스토랑이 한식당이 아닌 경우, 셰프가 외국 현지에서 공부하였거나 요리를 한 경험이 있습니까 ?

1. 그렇다
2. 아니다

B4. 레스토랑 운영에서 사업주의 경영 참여 방식은 어떤 형태입니까 ? (사업주가 여러 명일 경우 복수 선택 가능합니다.)

1. 경영인
2. 셰프
3. 오너셰프
4. 투자자
5. 기타 ()

B5. 귀하의 레스토랑은 가업을 승계하여 운영하고 있습니까 ?

1. 그렇다
2. 아니다

B6. 분점 또는 세컨드 브랜드를 운영하고 있습니까 ? 해당되는 사항에 모두 체크해주시시오 . 세컨드 브랜드를 운영하고 계신 경우에는 세컨드 브랜드의 업종도 함께 적어주시기 바랍니다 .

1. 분점 운영
2. 세컨드 브랜드 운영 (업종:)
3. 없음

Part. C 근로자 정보

C1. 귀하의 레스토랑의 정규직, 비정규직을 모두 포함한 고용 인원의 규모는 어느 정도입니까? 홀 파트와 주방 파트로 나누어 응답해주세요.

1. 홀 : 매니저 () 명 / 일반 서버 () 명 / 소믈리에 () 명
2. 주방 : 셰프(주방장) () 명 / 수셰프(부주방장) () 명
 요리사 ()명 / 주방보조 () 명
3. 기타 : () 명

C2. 전체 근로자 중 호텔, 레스토랑 및 조리 관련 전공자 비율은 어느 정도입니까?
()% 또는 () 명

C3. 조리사 자격증을 소지한 근로자는 어느 정도입니까?
()% 또는 () 명

C4. 근로자의 성비는 어느 정도입니까?
남 () 명 / 여 () 명

Part. E 경영 현황

E1. 귀하의 레스토랑의 지난 3년간 수익성은 어떻습니까? 영업을 하지 않은 해는 공란으로 비우고, 2017년 수익성은 예상치로 답변해주시기 바랍니다.

2015년	①손실	②유지	③이익
2016년	①손실	②유지	③이익
2017년 (예상)	①손실	②유지	③이익

E2. 귀하의 레스토랑의 1일 평균 방문 고객은 몇 명입니까?

런치 () 명 / 디너 () 명

E3. 귀하의 레스토랑의 고객 1인당 객단가는 약 어느 정도입니까? 주류와 음료 가격을 제외한 금액으로 답변해주시기 바랍니다.

런치 () 원 / 디너 () 원

E4. 귀하의 레스토랑의 월간 매출액 범위는 다음 중 어느 구간에 속하십니까? 부가세를 포함한 금액으로 응답해주세요.

1. 3천만원 이하
2. 3천~5천만원
3. 5천~7천만원
4. 7천~1억원
5. 1억~1억5천만원
6. 1억5천만원 이상

E5. 전체 매출을 100으로 보았을 때 모든 비용을 제외한 순이익의 비율은 어느 정도입니까?

약 ()%

E6. 순이익을 제외한 전체 비용을 100으로 보았을 때 다음 비용의 비율은 각각 어느 정도입니까?

분류	비율	비고
주류 및 음료	약 ()%	
식재료	약 ()%	
인건비	약 ()%	
일반관리비	약 ()%	
임대료	약 ()%	자가건물일 경우 0%

Part. F 식재료

F1-1. 귀하의 레스토랑에서 사용하는 식재료 종류의 사용 비율은 어느 정도입니까? (비용면에서)

	육류	수산물	곡류	채소	가공품	공산품	기타
사용비율 (%)							

F1-2. 귀하의 레스토랑에서 사용하는 식재료의 국내산, 수입산 사용 비율은 어느 정도입니까? (비용면에서)

	육류	수산물	곡류	채소	가공품	공산품	기타
국내산 비율 (%)							
수입산 비율 (%)							

F1-3. 귀하의 레스토랑에서 사용하는 식재료의 구매 주기와 형태는 어떻게 됩니까? 아래의 예시에서 맞는 기호를 골라 적어주세요.

	구매 주기	구매 형태
육류	① 하루에 여러 번 ② 매일 ③ 일주일 3~4회 ④ 일주일 1~2회 ⑤ 월 2~3회 ⑥ 월 1회	ㄱ. 직접 방문 및 운반 ㄴ. 매장 주문 및 배달 ㄷ. 온라인 주문 및 배달 ㄹ. 기타()
수산물	① 하루에 여러 번 ② 매일 ③ 일주일 3~4회 ④ 일주일 1~2회 ⑤ 월 2~3회 ⑥ 월 1회	ㄱ. 직접 방문 및 운반 ㄴ. 매장 주문 및 배달 ㄷ. 온라인 주문 및 배달 ㄹ. 기타()
곡류	① 하루에 여러 번 ② 매일 ③ 일주일 3~4회 ④ 일주일 1~2회 ⑤ 월 2~3회 ⑥ 월 1회	ㄱ. 직접 방문 및 운반 ㄴ. 매장 주문 및 배달 ㄷ. 온라인 주문 및 배달 ㄹ. 기타()

채소	① 하루에 여러 번 ② 매일 ③ 일주일 3~4회 ④ 일주일 1~2회 ⑤ 월 2~3회 ⑥ 월 1회	ㄱ. 직접 방문 및 운반 ㄴ. 매장 주문 및 배달 ㄷ. 온라인 주문 및 배달 ㄹ. 기타()
가공품	① 하루에 여러 번 ② 매일 ③ 일주일 3~4회 ④ 일주일 1~2회 ⑤ 월 2~3회 ⑥ 월 1회	ㄱ. 직접 방문 및 운반 ㄴ. 매장 주문 및 배달 ㄷ. 온라인 주문 및 배달 ㄹ. 기타()
공산품	① 하루에 여러 번 ② 매일 ③ 일주일 3~4회 ④ 일주일 1~2회 ⑤ 월 2~3회 ⑥ 월 1회	ㄱ. 직접 방문 및 운반 ㄴ. 매장 주문 및 배달 ㄷ. 온라인 주문 및 배달 ㄹ. 기타()
기타	① 하루에 여러 번 ② 매일 ③ 일주일 3~4회 ④ 일주일 1~2회 ⑤ 월 2~3회 ⑥ 월 1회	ㄱ. 직접 방문 및 운반 ㄴ. 매장 주문 및 배달 ㄷ. 온라인 주문 및 배달 ㄹ. 기타()

F2. 가장 많이 사용하는 국내산 식재료 5가지와, 각 식재료의 유통방식을 적어주세요 .

	식재료	유통방식 (상온/냉장/냉동)
1		
2		
3		
4		
5		

F3. 국내산 식재료를 사용하는 이유는 무엇입니까 ?

1. 가격이 저렴해서
2. 신선해서
3. 외국산보다 품질이 더 좋아서
4. 외국에는 존재하지 않는 재료라서
5. 희귀해서

Part. G 시장 전망

G1. 현재 고급 레스토랑 (파인 다이닝) 시장의 문제점이 있다면 무엇이라고 보십니까 ?

G2. 향후 고급 레스토랑 (파인 다이닝) 시장이 더욱 성장할 것이라 전망하십니까 ?

1. 현재보다 더욱 크게 성장할 것이다.
2. 성장할 것이다
3. 비슷할 것이다
4. 작아질 것이다
5. 현재보다 더욱 많이 작아질 것이다

G3. 우리나라 고급 레스토랑 (파인 다이닝)의 수준은 프랑스나 스페인, 일본 등 미식 선진국에 비해 어느 수준이라고 생각하십니까 ?

아주 낮다	약간 낮다	비슷하다	약간 높다	아주 높다
1	2	3	4	5

G4. 우리나라 고급 레스토랑 (파인 다이닝) 수준이 높아지려면 어느 부분이 개선되어야 한다고 생각하십니까 ?

1. 요리사 수준
2. 홀 서비스 수준
3. 손님 수준
4. 시설 및 집기류
5. 기타 ()

G5. 향후 고급 레스토랑 (파인 다이닝) 시장에서 성장이 기대되는 업종을 3가지 선택하고 그 이유를 적어주세요 .

	기대 업종	이유
1. 전통한정식 레스토랑		
2. 모던한정식 레스토랑		
3. 프랑스식 레스토랑		
4. 이탈리아식 레스토랑		
5. 일식 레스토랑		
6. 중식 레스토랑		
7. 스페인식 레스토랑		
8. 태국식 레스토랑		
9. 베트남식 레스토랑		
10. 인도식 레스토랑		
11. 기타()		

G6. 고급 레스토랑 (파인 다이닝) 시장의 성장을 위해 정부 차원에서의 지원이 필요한 사항은 무엇이라고 보십니까?

1. 경영전략 수립을 위한 업계 관련 정보의 생산 및 제공
2. 다양한 식재료 생산 및 개발 지원
3. 관련 자격증 활성화를 위한 제도적 지원
4. 인력난 해소를 위한 홍보와 제도적 지원
5. 창업을 위한 세제 혜택 제공
6. 예약 관련 제도의 개선 (사전 예약금 등)
7. 기타 ()

G7. 향후 국내 고급 레스토랑 (파인 다이닝) 시장이 어떻게 변화할 것이라고 생각하시는지 자유롭게 기술해주세요.

*설문에 참여해주셔서 감사합니다.

2. 프리미엄 레스토랑 이용실태조사 설문지

BLUERIBBONSURVEY 블루리본서베이

고급 레스토랑 (파인 다이닝) 이용실태 조사

안녕하세요

한국농수산식품유통공사에서는 국내 '고급 레스토랑 (파인다이닝) 이용실태'에 관한 자료 수집 및 분석을 위한 설문조사를 실시하고 있습니다. 귀하께서 말씀해주시는 모든 내용은 통계적 목적으로만 이용되며, 다른 목적으로는 절대로 이용되지 않습니다. 바쁘시겠지만 잠시 시간을 내어 설문에 응답 해주시면 감사하겠습니다.

주관기관 : 한국농수산식품유통공사

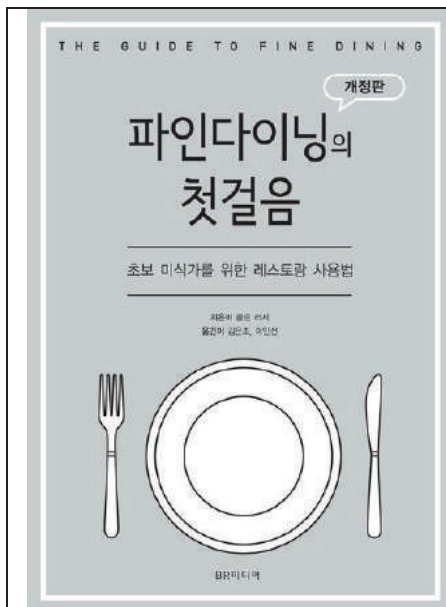
조사기관 : 블루리본 서베이

2017년 10월
블루리본 서베이

설문에 참여해주신 분께는 감사의 의미로 아래의 도서를 제공해 드리고 있습니다.

설문에 참여해주신 분께 제공되는 도서는 <파인 다이닝의 첫걸음>으로, 파인 다이닝을 만끽할 수 있는 방법을 담은 도서입니다.

[설문 참여 후 제공 도서]



<파인 다이닝의 첫걸음>

초보 미식가를 위한 레스토랑 입문서.

미국 코스모폴리탄 잡지의 기고 작가인 콜린 러시가 레스토랑에서 사용하는 식재료와 조리법부터 와인, 치즈까지 파인 다이닝 레스토랑에서 '아는 척'하는 데 필요한 모든 것을 담아낸 책으로, 어렵고 복잡하게 여겨지는 파인 다이닝 레스토랑을 100% 즐길 수 있는 방법을 알려줍니다. 적당한 레스토랑 에티켓을 익히고 싶거나, 레스토랑에서 주문하는 법이 궁금한 미식가들의 필독서입니다.

- 지은이 : 콜린 러시
- 페이지 : 224페이지
- 발행일 : 2017년 4월 18일
- 정가 : 15,000원

SQ. 기본 정보

SQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까 ?

1. 남자
2. 여자

SQ2. 귀하의 올해 나이는 만으로 어떻게 되시나요 ? 만 _____ 세

1. 만 20세 미만
2. 만 20~24세
3. 만 25~29세
4. 만 30~34세
5. 만 35~39세
6. 만 40~44세
7. 만 45~49세
8. 만 50~54세
9. 만 55~59세
10. 만 60세 이상

SQ3. 귀하께서 현재 거주하고 계시는 지역은 어느 곳입니까 ?

1. 서울
2. 수도권 (인천 및 경기)
3. 경상도 (부산, 대구, 울산 포함)
4. 전라도 (광주 포함)
5. 충청권 (대전 포함)
6. 강원도
7. 기타 : _____

Part A. 기본 Screening 질문 및 일반 외식 이용 실태

[월 평균 외식 빈도]

A1. 귀하께서는 외식을 얼마나 자주 하시나요? 월 평균으로 말씀해 주세요.

1. 월 평균 외식 빈도 : () 회

[월 평균 외식 지출 비용]

A2. 귀하께서는 외식 비용을 월 평균 얼마 정도 지출하시나요?

총 비용을 만원 단위로 말씀해 주세요.

1. 월 평균 전체 외식 지출 비용 : 총 () 만 원

[고급 레스토랑 이용 빈도]

A3. 귀하께서는 '고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)'을 얼마나 자주 이용하시나요?

[고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)]

- 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)이란 한식, 중식, 일식, 아시안, 이탈리아, 프랑스식 음식을 모두 포함(일반 고깃집/육류 전문 음식점 제외)한 개념으로, 신선한 식재료를 이용해 최상의 맛과 질을 보장하고, 최상의 서비스와 분위기를 제공하는 레스토랑입니다. 이는 이후 모든 설문에 동일하게 적용되는 정의입니다.

- 가격대: 음료 및 주류를 제외한 1인당 저녁 식사 금액은 다음과 같습니다.

	서울	서울 외 지역	비고
한정식 전문점	5만원 이상	4만원 이상	음료 및 주류 제외 가격
한식 외 레스토랑 *	7만원 이상	5만원 이상	

* 한식 외 레스토랑 : 일식, 중식, 아시안, 이탈리아, 프랑스식, 퓨전식 레스토랑 포함 (한식 고깃집 제외)

1. 일주일에 한 번 이상
2. 월 2~3회
3. 월 1회
4. 2~3개월에 1회
5. 6개월에 1회
6. 6개월에 1회 미만
7. 방문 경험 없음

[음식점 이용 행태 및 태도]

A4. 다음은 평소 외식 메뉴를 선택하실 때의 행동과 관련된 문항입니다. 각 항목별로 귀하와 얼마나 가깝다고 생각하시는지 선택해 주세요.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1) 이전에 먹어 보지 못했던 새로운 음식이 나오면 먼저 먹어보는 편이다	1	2	3	4	5
2) 요즘 뜨고 있는 혹은 유행하는 식당이나 레스토랑을 찾아 다니는 편이다.	1	2	3	4	5
3) 여럿이 음식점을 가면 어떤 것을 먹을지 주로 내가 결정하거나 추천하는 편이다	1	2	3	4	5
4) 평소 외식 음식점을 결정할 때 가격보다는 음식의 질을 고려하는 비율이 더 높다	1	2	3	4	5
5) 평소 블로그 등으로 맛집 및 음식점 정보를 적극적으로 찾는 편이다	1	2	3	4	5

Part B. 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 이용 실태

[고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)을 방문하는 목적]

B1. 평소 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)을 이용하시는 이유는 무엇입니까? 주로 방문하시는 이유를 두 가지만 선택해주세요.

1. 좋은 분위기를 즐기기 위해
2. 기분전환을 위해
3. 문화생활을 위해
4. 새로운 경험을 위해
5. 맛있는 음식을 먹기 위해
6. 사업상 접대를 위해
7. 상견례 등 가족행사를 위해
8. 기타: _____

[고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 선택시 주요 고려 요소]

B2. 평소 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)을 이용하실 때, 다음 각 항목에 대해서 얼마나 중요하게 생각하시나요?

		전혀 중요하 지 않음	중요 하지 않음	보통	약간 중요	매우 중요
음식	1. 가격	1	2	3	4	5
	2. 메뉴 다양성	1	2	3	4	5
	3. 음식 맛	1	2	3	4	5
	4. 음식 양	1	2	3	4	5
	5. 음식 플레이팅 (담겨진 모양)	1	2	3	4	5
	6. 다양한 디저트 제공	1	2	3	4	5
	7. 신선한 식재료 사용	1	2	3	4	5
	8. 몸에 좋은 (건강에 좋은) 식재료 사용	1	2	3	4	5
	9. 믿을 수 있는 식재료의 사용 (식재료의 원산지 표시 여부)	1	2	3	4	5
서비스	10. 음식과 잘 어울리는 주류(와인 등) 제공	1	2	3	4	5
	11. 레스토랑 직원의 신속한 자리 안내	1	2	3	4	5
	12. 레스토랑 직원의 상세한 메뉴 설명	1	2	3	4	5
	13. 요청 또는 문제에 대한 직원의 신속한 응대	1	2	3	4	5
	14. 메뉴 주문 후 음식 서빙까지의 소요 시간	1	2	3	4	5
분위기	15. 레스토랑 내부 인테리어 /분위기	1	2	3	4	5
	16. 레스토랑 청결/위생상태	1	2	3	4	5

	17. 레스토랑의 의자/테이블 편의성	1	2	3	4	5
	18. 청결한 화장실	1	2	3	4	5
	19. 레스토랑이 가까운 곳에 위치(레스토랑 접근성)	1	2	3	4	5
	20. 편리한 주차 시설(충분한 주차 공간, 발렛 서비스 제공 등)	1	2	3	4	5
평판 및 이미지	21. 셰프의 명성	1	2	3	4	5
	22. 레스토랑에 대한 주변 평판 및 이미지	1	2	3	4	5
	23. 평가 매체(맛집 안내서, 맛집 사이트 등)의 평점	1	2	3	4	5

[고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 정보 탐색 채널]

B3. 귀하께서는 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)에 대한 정보를 주로 어디에서 얻으셨나요?
간접적 또는 직접적으로 접하신 정보원을 순서대로 3가지 선택해 주세요.

1 순위:() 2 순위:() 3 순위:()

대분류	보기 설명
매장	1. 레스토랑 관련 광고지/전단지/판촉물
타인 추천	2. 가족/친구/지인 추천
	3. 외식 관련 종사자 또는 전문가의 설명/추천
소셜미디어 /SNS	4. 개인 SNS 에서의 레스토랑 관련 리뷰 및 정보 (예: 페이스북, 트위터, 카카오톡, 인스타그램, 블로그 등)
	5. 해당 레스토랑에서 운영하는 소셜미디어
	6. SNS 에서의 맛집 소개 페이지
웹 사이트 또는 어플	7. 레스토랑 공식 홈페이지
	8. 맛집 관련 홈페이지 또는 어플
	9. 레스토랑 평가 사이트의 평점
대중매체	10. 맛집 및 음식 관련 TV 프로그램
	11. 맛집 및 음식 관련 신문, 인터넷 뉴스
	12. 맛집 및 음식 관련 잡지, 책자

[평소 자주 찾는/최선호 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 종류]

B4. 평소 자주 찾는 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)은 다음 중 어느 곳인가요? 아래의 표에서 모두 선택해 주세요.

B5. 그 중에서 가장 선호하는 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)은 어느 곳 인가요? 아래의 표에서 하나만 선택해주세요.

	B4. 평소 자주 찾는 고급레스토랑 (파인 다이닝 레스토랑) 종류	B5. 최선호 고급레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 종류
1. 전통한정식 레스토랑	1	1
2. 모던한정식 레스토랑	2	2
3. 프랑스식 레스토랑	3	3
4. 이탈리아식 레스토랑	4	4
5. 일식 레스토랑	5	5
6. 중식 레스토랑	6	6
7. 스페인식 레스토랑	7	7
8. 태국식 레스토랑	8	8
9. 베트남식 레스토랑	9	9
10. 인도식 레스토랑	10	10
11. 기타()	11	11

[고급 레스토랑에 대한 이미지]

B6. 평소에 갖고 있는 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)에 대한 이미지는 어떻습니까? 항목 1 과 2 중 가까운 쪽으로 표시해주시기 바랍니다.

항목 1	구분							항목 2
	1	2	3	4	5	6	7	
싸다								비싸다
음식의 맛이 우선이다								음식의 플레이팅 *이 우선이다
편하게 먹을 수 있다								격식을 갖추어야 한다
식사만 한다								와인 등 고급 술을 함께 마셔야 한다
흔히 볼 수 있는 메뉴다								메뉴가 독창적이다
가고 싶을 때 가는 곳이다								특별한 날에 가는 곳이다

* 플레이팅 : 음식이 접시에 담겨져 나오는 형태

B10-1. 최근 1년 내 고급 레스토랑을 이용하는 금액이 늘었다고 하셨는데요, 그 이유는 무엇인가요?

()

B10-2. 최근 1년 내 고급 레스토랑을 이용하는 금액이 줄었다고 하셨는데요, 그 이유는 무엇인가요?

()

지금부터는 현재 식사하고 있는 레스토랑을 제외하고 가장 최근에 방문했던 '고급 레스토랑'에 대해 응답해 주세요.

[최근 방문 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 방문시기]

B11. 가장 최근에 방문했던 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)은 언제 방문하셨나요?

1. 1주일 이내
2. 2주일 이내
3. 3주일 이내
4. 1개월 이내
5. 2개월 이내
6. 3개월 이내
7. 6개월 이내

[최근 방문 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 종류]

B12. 가장 최근에 방문했던 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)은 다음 중 어떤 레스토랑입니까?

1. 전통한정식 레스토랑
2. 모던한정식 레스토랑
3. 프랑스식 레스토랑
4. 이탈리아식 레스토랑
5. 일식 레스토랑
6. 중식 레스토랑
7. 스페인식 레스토랑
8. 태국식 레스토랑
9. 베트남식 레스토랑
10. 인도식 레스토랑
11. 기타: _____

[최근 방문 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 이용 상황 및 동반인]

B13. 가장 최근에 방문했던 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)은 누구와 어떤 이유/상황으로 방문하셨나요 ?

1. (가족과의 일상적인 날) 가족과의 일상적인 식사
2. (가족과의 특별한 날) 가족 행사/가족 모임
3. (연인과의 일상적인 날) 연인과의 일상적인 식사
4. (연인과의 특별한 날) 연인과의 기념일
5. 친구/선후배/지인과의 약속, 모임
6. 직장 회식 / 접대
7. 기타: _____

[최근 방문 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 이용 전반 만족도]

B14. 가장 최근 방문했던 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)은 전반적으로 얼마나 만족하셨나요 ?

매우 불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	매우 만족
1	2	3	4	5

[최근 방문 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 만족 이유]

B15. 최근 방문했던 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)에 대해 만족하신 이유는 무엇인가요 ?

1. _____

[최근 방문 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 불만족 이유]

B16. 최근 방문했던 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)에 대해 불만족하신 이유는 무엇인가요 ?

1. _____

[최근 방문 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 향후 재이용 의향]

B17. 가장 최근 방문했던 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)을 향후에 다시 방문하실 의향이 얼마나 있으신가요 ?

전혀 없다	없다	보통	있다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

B18. 주변 지인에게 최근 방문했던 레스토랑을 추천할 의사가 있습니까 ?

전혀 없다	없다	보통	있다	매우 그렇다
1	2	3	4	5

[해외 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)과의 비교]

B19. 우리나라 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑)의 수준은 프랑스나 일본 등 미식 선진국에 비해 어느 수준이라고 생각하십니까 ?

아주 낮다	약간 낮다	비슷하다	약간 높다	아주 높다
1	2	3	4	5

B20. 우리나라 고급 레스토랑 (또는 파인 다이닝 레스토랑) 수준이 높아지려면 어느 부분이 개선되어야 한다고 생각하십니까 ?

1. 셰프 수준
2. 홀 서비스 수준
3. 시설
4. 기타: _____

Part C. 배경 질문

C1. 귀하께서는 결혼을 하셨나요 ?

1. 예 (기혼, 자녀 없음)
2. 예 (기혼, 자녀 있음)
3. 아니오 (미혼)

C2. 귀하의 직업은 무엇입니까 ?

1. 사무직
2. 관리직 (회사 임원 등)
3. 전문직 (의사, 변호사 등)
4. 프리랜서
5. 예술가 (디자이너 포함)
6. 기술직
7. 판매/영업/서비스 직
8. 자영업
9. 대학생
10. 전업주부
11. 기타: _____

C3. 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까 ?

1. 고등학교 졸업 이하
2. 대학교 졸업 (재학)
3. 대학원 (석사 이상) 졸업 (재학)

C4. 실례지만 귀댁의 월 평균 가구 소득은 대략 얼마입니까 ?

가족 구성원 전체의 세후 소득으로 말씀해 주시기 바랍니다 .

1. 월 200만원 미만
2. 월 200~299만원
3. 월 300~399만원
4. 월 400~499만원
5. 월 500~599만원
6. 월 600~699만원
7. 월 700~799만원
8. 월 800~899만원
9. 월 900~999만원
10. 월 1000만원 이상

설문에 참여해주셔서 감사합니다.

2017년도 프리미엄 외식 시장 조사 보고

인쇄일 : 2017년 10월 | 발행일 : 2017년 10월

발행처 : 한국농수산물유통공사
[58326] 전라남도 나주시 문화로 227
한국농수산물유통공사 외식진흥부
TEL: 061)931-1114 FAX: 061)804-4540

수행기관 : 비알미디어(주)

자료문의 : 한국농수산물유통공사 외식진흥부

본 책자의 통계자료 및 분석내용에 관한 사항은
한국농수산물유통공사 외식진흥부(061-931-0724)로
문의하여 주시기 바랍니다.
동 자료는 식품산업통계정보시스템(www.aTFIS.or.kr)을 통해
다운받아 볼 수 있습니다.

이 책의 내용은 한국농수산물유통공사의 서면 동의가 있어야 사용할 수 있습니다.

또한 무단으로 책의 내용이나 각종 자료를 복제 및 전제하거나 웹상의 수집 및 게시하는 행위, 판매 등
상업적 이용을 금합니다.

2017년도 프리미엄 외식 시장 조사 보고

발행일 : 2017년 10월
발행처 : 한국농수산물유통공사
[58326] 전라남도 나주시 문화로 227
한국농수산물유통공사 외식진흥부
수행기관 : 비알미디어(주)
자료문의 : 한국농수산물유통공사 식품정보부