

발 간 등 록 번 호

11-1543000-002495-10

2021. 12.

# 외식산업 경영형태 및 식재료 구매현황 심층분석 보고서

연구기관

서울대학교·한국농촌경제연구원



농림축산식품부

※ 이 책에 실린 내용은 한국농촌경제연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.  
※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.  
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

# 제 출 문

## 농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「외식산업 경영형태 및 식재료 구매현황 심층분석 보고서」 과제의 최종 보고서로 제출합니다.

2021년 12월

연구기관: 서울대학교  
연구책임자: 김관수 (책임연구원)  
연구참여자: 임정빈 (연구원)  
김채리 (연구보조원)  
이승훈 (연구보조원)  
임창식 (연구보조원)  
박지용 (연구보조원)

연구기관: 한국농촌경제연구원  
연구책임자: 이계임 (책임연구원)  
연구참여자: 박기환 (연구원)  
홍연아 (연구원)  
주준형 (연구보조원)

**제1장 서론**

1. 연구의 필요성과 목적 .....	1
2. 주요 연구 내용 .....	2
3. 연구 방법 .....	4

**제2장 외식산업 현황과 코로나19 이후 변화 분석**

1. 외식산업 현황 .....	7
2. 코로나19 이후 외식업 변화 분석 .....	25
3. 시사점 .....	57

**제3장 외식업체 경영실태 및 생산성 지표 분석**

1. 경영현황 분석 .....	59
2. 외식업체 생산성 지표 분석 .....	99
3. 소결 .....	111

**제4장 외식업체 식재료 구매현황 심층 분석**

1. 개요 .....	113
2. 품목별 분석 .....	115
3. 시사점 .....	139

**제5장 설문 문항 개편안 제시**

1. 외식업체 경영실태조사 개편안 제시 .....	143
2. 식재료 구매현황 조사 개편안 제시 .....	149

---

## 제6장 요약 및 결론

1. 연구 결과 요약 .....	159
2. 연구의 시사점 .....	161
참고문헌 .....	163

제2장

〈표 2-1〉 외식업 업종별 사업체 수 동향 ..... 8

〈표 2-2〉 음식점 신규참여 및 폐업 사업체 수 추이 ..... 10

〈표 2-3〉 외식업 업종별 매출액 추이 ..... 13

〈표 2-4〉 외식업 업종별 사업체당 평균 매출액 ..... 14

〈표 2-5〉 외식업 업종별 사업체당 평균 영업비용 ..... 15

〈표 2-6〉 외식업 업종별 영업비용 항목별 비중 ..... 17

〈표 2-7〉 외식업 업종별 사업체당 평균 영업이익 ..... 19

〈표 2-8〉 외식업 업종별 종사자 수 ..... 21

〈표 2-9〉 외식업 업종별 사업체당 평균 종사자 수 ..... 22

〈표 2-10〉 음식점 및 주점업의 남·여 종사자 비율 ..... 23

〈표 2-11〉 음식점 및 주점업의 종사상 지위별 상용근로자 및 임시·일용근로자 비율 ..... 24

〈표 2-12〉 음식점 및 주점업의 업종별 전자상거래 여부 ..... 25

〈표 2-13〉 음식점 및 주점업 업종별 생산지수(2015=100) ..... 27

〈표 2-14〉 음식점 및 주점업 업종별 분기별 생산지수(불변지수) ..... 28

〈표 2-15〉 2019, 2020년, 2021년 분기별 식료품·비주류음료비, 식사비 지출액  
(명목기준) ..... 34

〈표 2-16〉 2019~2021년 분기별 식료품·비주류음료비 지출액(실질기준) ..... 35

〈표 2-17〉 2020~2021년 음식점 개인 신용카드 사용액 ..... 37

〈표 2-18〉 2020~2021년 음식점 개인 신용카드 사용액(수도권) ..... 39

〈표 2-19〉 2020~2021년 음식점 개인 신용카드 사용액(비수도권) ..... 39

〈표 2-20〉 이상점 탐지 결과(전국) ..... 40

〈표 2-21〉 이상점 탐지 결과(수도권) ..... 41

〈표 2-22〉 이상점 탐지 결과(비수도권) ..... 42

〈표 2-23〉 외식업체의 유입고객 단위별 매출 비중 ..... 47

〈표 2-24〉 외식업체의 판매유형별 매출 비중 ..... 48

〈표 2-25〉 2020~2021년 외식업 임금근로자 수 .....	53
〈표 2-26〉 이상점 탐지 결과(임금근로자) .....	54
〈표 2-27〉 이상점 탐지 결과(상용근로자) .....	55
〈표 2-28〉 이상점 탐지 결과(임시·일용근로자) .....	56

### 제3장

〈표 3-1〉 외식업체의 업체당 평균 영업이익 및 영업이익률 .....	60
〈표 3-2〉 배달앱 및 배달대행 사용여부에 따른 외식업체 평균 영업이익 및 영업이익률(2019년) .....	61
〈표 3-3〉 배달앱 및 배달대행 사용여부에 따른 외식업체 평균 영업이익 및 영업이익률(2020년) .....	61
〈표 3-4〉 업종별 영업이익 및 영업이익률(2019년) .....	64
〈표 3-5〉 업종별 영업이익 및 영업이익률(2018년) .....	65
〈표 3-6〉 배달앱 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교 (2019년, 사용) .....	66
〈표 3-7〉 배달앱 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교 (2019년, 미사용) .....	67
〈표 3-8〉 배달앱 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교 (2020년, 사용) .....	68
〈표 3-9〉 배달앱 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교 (2020년, 미사용) .....	69
〈표 3-10〉 배달대행 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교 (2019년, 사용) .....	70
〈표 3-11〉 배달대행 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교 (2019년, 미사용) .....	71

〈표 3-12〉 배달대행 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교 (2020년, 사용) .....	72
〈표 3-13〉 배달대행 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교 (2020년, 미사용) .....	73
〈표 3-14〉 지역별 영업이익 및 영업이익률(2019년) .....	76
〈표 3-15〉 지역별 영업이익 및 영업이익률(2018년) .....	76
〈표 3-16〉 상권별 영업이익 및 영업이익률(2020년) .....	80
〈표 3-17〉 상권별 영업이익 및 영업이익률(2019년) .....	80
〈표 3-18〉 상권별 영업이익 및 영업이익률(2018년) .....	81
〈표 3-19〉 운영형태별 영업이익 및 영업이익률(2019년) .....	83
〈표 3-20〉 운영형태별 영업이익 및 영업이익률(2018년) .....	83
〈표 3-21〉 연도별 외식업체 비용구조 .....	85
〈표 3-22〉 업종별 비용구조(2019년) .....	87
〈표 3-23〉 업종별 비용구조(2018년) .....	88
〈표 3-24〉 지역별 비용구조(2019년) .....	90
〈표 3-25〉 지역별 비용구조(2018년) .....	90
〈표 3-26〉 상권별 비용구조(2020년) .....	94
〈표 3-27〉 상권별 비용구조(2019년) .....	95
〈표 3-28〉 상권별 비용구조(2018년) .....	95
〈표 3-29〉 운영형태별 비용구조(2019년) .....	98
〈표 3-30〉 운영형태별 비용구조(2018년) .....	98
〈표 3-31〉 연도별 외식업체 종사원 당 매출액 .....	99
〈표 3-32〉 업종별 종사원 당 매출액(2019년) .....	102
〈표 3-33〉 업종별 종사원 당 매출액(2018년) .....	103
〈표 3-34〉 지역별 종사원 당 매출액(2019년) .....	105
〈표 3-35〉 지역별 종사원 당 매출액(2018년) .....	105



〈표 3-36〉 상권별 종사원 당 매출액(2020년) .....	108
〈표 3-37〉 상권별 종사원 당 매출액(2019년) .....	108
〈표 3-38〉 상권별 종사원 당 매출액(2018년) .....	108
〈표 3-39〉 운영형태별 종사원 당 매출액(2019년) .....	110
〈표 3-40〉 운영형태별 종사원 당 매출액(2018년) .....	110

## 제4장

〈표 4-1〉 연도별/품목별 국산사용률 .....	114
〈표 4-2〉 국산/수입산 사용패턴(쇠고기) .....	115
〈표 4-3〉 쇠고기 국산/수입산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률 .....	115
〈표 4-4〉 쇠고기 국산/수입산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매단가 .....	116
〈표 4-5〉 쇠고기 국산/수입산 사용유형별 구매형태(가공단계) .....	116
〈표 4-6〉 쇠고기 국산/수입산 사용유형별 유통형태(냉장·냉동여부) .....	118
〈표 4-7〉 쇠고기 국산/수입산 사용유형별 업종분포 .....	118
〈표 4-8〉 쇠고기 국산/수입산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포 .....	119
〈표 4-9〉 쇠고기 국산/수입산 사용유형별 지역 분포 .....	119
〈표 4-10〉 국산/수입산 사용패턴(돼지고기) .....	120
〈표 4-11〉 돼지고기 국산/수입산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률 .....	120
〈표 4-12〉 돼지고기 국산/수입산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매단가 .....	120
〈표 4-13〉 돼지고기 국산/수입산 사용유형별 구매형태(가공단계) .....	121
〈표 4-14〉 돼지고기 국산/수입산 사용유형별 유통형태(냉장·냉동여부) .....	121
〈표 4-15〉 돼지고기 국산/수입산 사용유형별 업종분포 .....	122
〈표 4-16〉 돼지고기 국산/수입산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포 .....	122
〈표 4-17〉 돼지고기 국산/수입산 사용유형별 지역 분포 .....	123
〈표 4-18〉 국산/수입산 사용패턴(마늘) .....	123
〈표 4-19〉 마늘 국산/수입산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률 .....	124

〈표 4-20〉 마늘 국산/수입산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매단가 .....	124
〈표 4-21〉 마늘 국산/수입산 사용유형별 구매형태(가공단계) .....	125
〈표 4-22〉 마늘 국산/수입산 사용유형별 유통형태(냉장·냉동여부) .....	125
〈표 4-23〉 마늘 국산/수입산 사용유형별 업종분포 .....	126
〈표 4-24〉 마늘 국산/수입산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포 .....	126
〈표 4-25〉 마늘 국산/수입산 사용유형별 지역 분포 .....	127
〈표 4-26〉 국산/수입산 사용패턴(당근) .....	128
〈표 4-27〉 당근 국산/수입산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률 .....	128
〈표 4-28〉 당근 국산/수입산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매단가 .....	129
〈표 4-29〉 당근 국산/수입산 사용유형별 구매형태(가공단계) .....	129
〈표 4-30〉 당근 국산/수입산 사용유형별 유통형태(냉장·냉동여부) .....	130
〈표 4-31〉 당근 국산/수입산 사용유형별 업종분포 .....	130
〈표 4-32〉 당근 국산/수입산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포 .....	131
〈표 4-33〉 당근 국산/수입산 사용유형별 지역 분포 .....	131
〈표 4-34〉 국산/수입산 사용패턴(김치) .....	132
〈표 4-35〉 김치 국산/수입산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률 .....	132
〈표 4-36〉 김치 국산/수입산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매단가 .....	133
〈표 4-37〉 김치 국산/수입산 사용유형별 유통형태(냉장·냉동여부) .....	133
〈표 4-38〉 김치 국산/수입산 사용유형별 업종분포 .....	134
〈표 4-39〉 김치 국산/수입산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포 .....	134
〈표 4-40〉 김치 국산/수입산 사용유형별 지역 분포 .....	135
〈표 4-41〉 국산/수입산 사용패턴(고춧가루) .....	136
〈표 4-42〉 고춧가루 국산/수입산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률 .....	136
〈표 4-43〉 고춧가루 국산/수입산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매단가 .....	137
〈표 4-44〉 고춧가루 국산/수입산 사용유형별 유통형태(냉장·냉동여부) .....	137
〈표 4-45〉 고춧가루 국산/수입산 사용유형별 업종분포 .....	138

〈표 4-46〉 고춧가루 국산/수입산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포 .....	138
〈표 4-47〉 고춧가루 국산/수입산 사용유형별 지역 분포 .....	139
〈표 4-48〉 수입비중이 높은 주요 품목의 국산/수입산 사용패턴 .....	140

## 제5장

〈표 5-1〉 영업실적 관련 문항에서의 통계 간 차이 .....	144
〈표 5-2〉 영업비용 관련 통계량 세부 항목의 차이 .....	145
〈표 5-3〉 서비스업조사표의 사업실적 관련 문항 .....	146
〈표 5-4〉 서비스업조사표의 인건비 문항 .....	146
〈표 5-5〉 외식업 경영실태조사의 사업실적 및 인건비 관련 문항 .....	147
〈표 5-6〉 외식업 경영실태조사의 매출액과 세금과공과 조사결과 .....	148
〈표 5-7〉 유통채널조사 문항(예: 육류) .....	150
〈표 5-8〉 구매채널 문항 응답 패턴 .....	151
〈표 5-9〉 유통채널조사 문항 개편(안) .....	152
〈표 5-10〉 구매빈도 조사 .....	153
〈표 5-11〉 구매빈도 조사 분포 .....	153
〈표 5-12〉 취급여부, 구매량 및 구매금액 조사문항 .....	154
〈표 5-13〉 품목별 구매여부 응답 패턴 .....	154
〈표 5-14〉 품목별 구매량 및 구매금액 응답 패턴 .....	155

제1장

〈그림 1-1〉 이상치에 따른 영향 형태 ..... 5

제2장

〈그림 2-1〉 외식업 사업체 수 추이 ..... 8

〈그림 2-2〉 음식업 폐업률 추이 ..... 11

〈그림 2-3〉 음식점 및 주점업의 매출액 추이 ..... 12

〈그림 2-4〉 음식점 및 주점업의 사업체당 영업이익 추이 ..... 18

〈그림 2-5〉 외식업체 종사자 수 추이 ..... 20

〈그림 2-6〉 서비스업 전체와 음식점 및 주점업 생산지수 추이(2015=100) ..... 26

〈그림 2-7〉 음식점 및 주점업의 분기별 생산지수 추이(불변지수) ..... 28

〈그림 2-8〉 음식점 및 주점업 판매액지수 추이(2015=100) ..... 29

〈그림 2-9〉 음식점 및 주점업의 분기별 판매액지수 추이(불변지수) ..... 30

〈그림 2-10〉 숙박 및 음식점업의 경제활동별 GDP 추이 ..... 31

〈그림 2-11〉 음식점 및 주점업의 분기별 경제활동별 GDP ..... 32

〈그림 2-12〉 2019~2021년 분기별 식료품·비주류음료비·식사비 지출액 비중  
(명목기준) ..... 33

〈그림 2-13〉 2019~2021년 분기별 식료품·비주류음료비·식사비 지출액 추이  
(실질기준) ..... 35

〈그림 2-14〉 음식점 개인 신용카드 사용액 ..... 37

〈그림 2-15〉 음식점 신용카드 결제액·예측값 및 코로나19 이후  
음식점 신용카드 결제 감소액 ..... 40

〈그림 2-16〉 음식점 신용카드 결제액·예측값 및 코로나19 이후  
음식점 신용카드 결제 감소액(수도권) ..... 41

〈그림 2-17〉 음식점 신용카드 결제액·예측값 및 코로나19 이후 음식점  
신용카드 결제 감소액(비수도권) ..... 42

〈그림 2-18〉 온라인 쇼핑 전체 및 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액 추이 .....	43
〈그림 2-19〉 음식점 및 주점업 매출액 대비 온라인 거래액 비중 추이 .....	44
〈그림 2-20〉 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액의 분기별 추이 .....	44
〈그림 2-21〉 온라인 쇼핑의 음식서비스 및 농축수산물 거래액 분기별 추이 .....	45
〈그림 2-22〉 외식업체의 배달앱 및 배달대행서비스 사용 비율 .....	46
〈그림 2-23〉 외식업체의 일평균 방문 고객 수와 배달 및 테이크아웃 수 .....	47
〈그림 2-24〉 외식업체의 월평균 배달앱수수료 및 배달대행수수료 .....	48
〈그림 2-25〉 지역별 고용조사와 사업체 노동력조사의 조사대상 비교 .....	50
〈그림 2-26〉 외식업 취업자 수 및 취업시간 .....	51
〈그림 2-27〉 외식업 종사상 지위별 취업자 수 .....	52
〈그림 2-28〉 2019년 동월 대비 2020~2021년 외식업 임금근로자 수 감소 비율 .....	53
〈그림 2-29〉 고용보험 가입 외식업체 비율 .....	54
〈그림 2-30〉 외식업 임금근로자 수·예측값 및 코로나19 이후 외식업 임금근로자 감소 수 .....	55
〈그림 2-31〉 외식업 상용근로자 수·예측값 및 코로나19 이후 외식업 상용근로자 감소 수 .....	56
〈그림 2-32〉 외식업 임시·일용근로자 수·예측값 및 코로나19 이후 외식업 임시·일용근로자 감소 수 .....	57

### 제3장

〈그림 3-1〉 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2018, 2019년) .....	63
〈그림 3-2〉 지역별 매출액 및 영업이익률 비교(2018, 2019년) .....	75
〈그림 3-3〉 상권별 매출액 및 영업이익률 비교(2018, 2019년, 2020년) .....	78
〈그림 3-4〉 운영형태별 매출액 및 영업이익률 비교(2018, 2019년) .....	82
〈그림 3-5〉 업종별 비용구조 비교(2018, 2019년) .....	85
〈그림 3-6〉 지역별 비용구조 비교(2018, 2019년) .....	89

〈그림 3-7〉 상권별 비용구조 비교(2018, 2019, 2020년) .....	93
〈그림 3-8〉 운영형태별 비용구조 비교(2018, 2019년) .....	97
〈그림 3-9〉 업종별 종사원 수, 종사원 당 매출액 비교(2018, 2019년) .....	100
〈그림 3-10〉 지역별 종사원 수, 종사원 당 매출액 비교(2018, 2019년) .....	104
〈그림 3-11〉 상권별 종사원 수, 종사원 당 매출액 비교(2018, 2019, 2020년) .....	106
〈그림 3-12〉 운영형태별 종사원 수, 종사원 당 매출액 비교(2018, 2019년) .....	109

# 1

## 서론

### 1. 연구의 필요성과 목적

- 국내 농업성장을 위해 외식업과의 연계 중요성이 증대되면서, 농업분야에서도 외식업을 농산물의 주요 수요자로서 심도 있게 연구할 필요성이 제기됨. 외식업은 국산 농산물의 주요 수요처 중 하나임과 동시에 WTO와 FTA를 통한 무역자유화의 진전으로 외국산 수입 농산물과 경합이 강함.
  - 이에 따라 외식업의 현황과 동향에 대한 심층 분석을 바탕으로 농업과 외식업 분야의 연계성 제고 필요성이 증대되고 있음.
- 또한 외식업은 고용 측면에서의 위상이 급격히 상승함에 따라 국민경제 전체적으로도 매우 중요한 산업으로 부상하였음.
  - 통계청 집계 기준 음식점 및 주점업은 약 70만 개 업체에 200만 명이 종사하여 국민경제 측면에서 중요도가 증대하고 있으며, 최근에는 퇴직자들의 주요 창업경로 중 하나로 대두되면서 외식업이 국가 전체의 고용과 고용안정성에 미치는 영향이 커짐.

- 따라서 농업과 외식업의 동반성장뿐만 아니라 외식업 종사자들의 생활안정 등 다양한 측면에서 적절한 정책의 도입과 활용이 필요함. 외식업의 원료 농산물 수요 분석을 통한 농업과의 연계 강화방안 마련은 매우 중요한 정책과제이며, 최근에는 최저임금 인상과 외식업 자체 포화 및 경쟁 심화 문제로 외식업에 종사하는 소상공인들의 생계문제가 대두됨.
  - 외식업체들의 원가절감 압력이 커지면서 수입식재료에 대한 의존도 심화와 식품안정성 문제가 우려되고 있음.
  
- 이런 측면에서 본 연구는 ‘외식업 경영실태 및 식재료 구매현황 조사’ 자료를 이용하여 정부 등 이해관계자들의 의사결정에 기여할 수 있는 정보를 제공하고, 외식업과 농업의 연계 강화를 위한 방안과 정책적 시사점을 도출하고자 함.
  - 외식업 경영현황을 분석함으로써 외식업 발전과 고용안정성 증진을 위한 효율적인 정책적 지원방안을 연구함.
  - 외식업체의 식재료 구매현황에 대한 심도 있는 분석을 통해 농업과 외식업의 연계를 강화하기 위한 방안을 도출하고자 함.

## 2. 주요 연구내용

- 본 연구에서 다룬 주요 분석내용은 크게 5개 부문으로 나뉘어 각 장별로 수록되어 있으며, 각 장의 핵심적 연구내용은 다음과 같음.
  
- 제2장에서는 외식산업 현황을 전반적으로 살펴보고, 코로나19 이후 외식업체의 변화를 분석한 후, 시사점을 도출하고자 함.
  
- 제3장에서는 ‘2020 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사’를 통해 수집된 설문 결과를 활용하여 외식업체의 경영실태를 상세히 분석함. 경영실태의 세부적인



파악을 위해 업종별, 지역별, 상권별, 영업형태별로 경영성과지표와 생산성지표를 정리하고 시사점을 도출하였으며, 전년도의 조사결과와 비교분석 하였음.

- 추가적으로 2021년도에 조사된 자료를 통해 코로나바이러스감염증-19(이하 코로나 19) 사태가 경영현황에 미친 영향을 일부 가용 변수를 통해 해석함.

○ 제4장에서는 ‘2020 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사’상에서 품목별로 국산식재료를 사용하는 경우와 수입식재료를 사용하는 업체의 특성을 대조하는 방식을 통해 국산화율 증진을 위한 시사점을 도출함.

- 전년도까지의 연구는 업종, 권역, 영업형태 등의 특성을 기준으로 식재료 사용 관련 변수의 통계량을 해석하였기 때문에, ‘외식업 식재료 구매현황 조사’와 관련하여 출판되는 별도 통계보고서와 상당 부분 영역이 중복되는 문제가 있었음.
- 따라서 본 연도의 연구에서는 수입식재료와 국산식재료 사용자를 비교하는 방식을 통해 이러한 문제를 해결하고, 식재료 국산화율 증진과 더 밀접한 연구를 수행하고자 함.

○ 제5장에서는 외식업 경영실태 및 식재료 구매현황조사의 조사결과를 분석한 후 조사원 활화 및 조사 결과의 정확성 증진을 위해 유효할 것으로 예상되는 개편안을 제안함.

- 외식업 경영실태조사는 주로 현재 산출되고 있는 통계치가 일반적 인식 또는 여타 통계와 일치되지 않는 경우를 특정하고 이를 해결하기 위한 개선안을 제시하였음.
- 식재료 구매현황조사의 경우 응답자 입장에서 설문에 답하기가 어렵다는 의견이 지속적으로 제시되어 왔으므로, 설문조사지 상에서 응답이 어려운 부분을 특정하고 이를 해결하기 위한 방안을 주로 제안하였음.

### 3. 연구 방법

○ 외식업 관련 주요 통계들을 종합적으로 분석하여 코로나19 이후 외식업 변화 동향을 정리하고 코로나19가 외식업에 미친 영향을 파악하고자 외식업 관련 주요 통계들을 활용함.

- 본 연구에 사용된 통계 이외에도 다양한 외식업 관련 통계들이 조사되고 있으나, 공표된 조사대상 기간이 코로나19 확산기간 이전까지거나, 외식업에 대한 분류가 별도로 되어 있지 않아 분석에 제한이 있음.

○ 외식업 관련 통계 자료의 시계열 자료가 장기간 일관성 있게 구축되어있는 경우 시계열 분석기법을 활용한 분석이 가능하며, 이를 통해 코로나19로 인한 외식업의 충격 시점을 탐색하고 그 효과를 추정하고자 함. 이상점 탐지 분석은 시계열 자료에 영향을 미칠 수 있는 시장구조의 급격한 변화 등과 같은 외적 요인의 존재 여부 및 발생시점 등의 이상점(outlier)을 파악할 수 있는 연구 방법임.

○ 본 연구에서는 이상점 탐지로 나타난 변화 시점을 ARIMA모형(Intervention seasonal ARIMA)에 반영하여 코로나19가 없었을 경우의 값을 우선 예측하였고, 예측값과 실제치와의 비교를 통해 코로나19가 외식업에 미친 효과를 추정하였음.

- 이상점 탐지분석은 다음과 같은 수식으로 표현할 수 있음.

$$Z_t = X_t + wv(B)I_t^T$$

$Z_t$  : 이상점에 의해 영향을 받은 시계열

$X_t$  : 이상점이 없었을 경우의 시계열

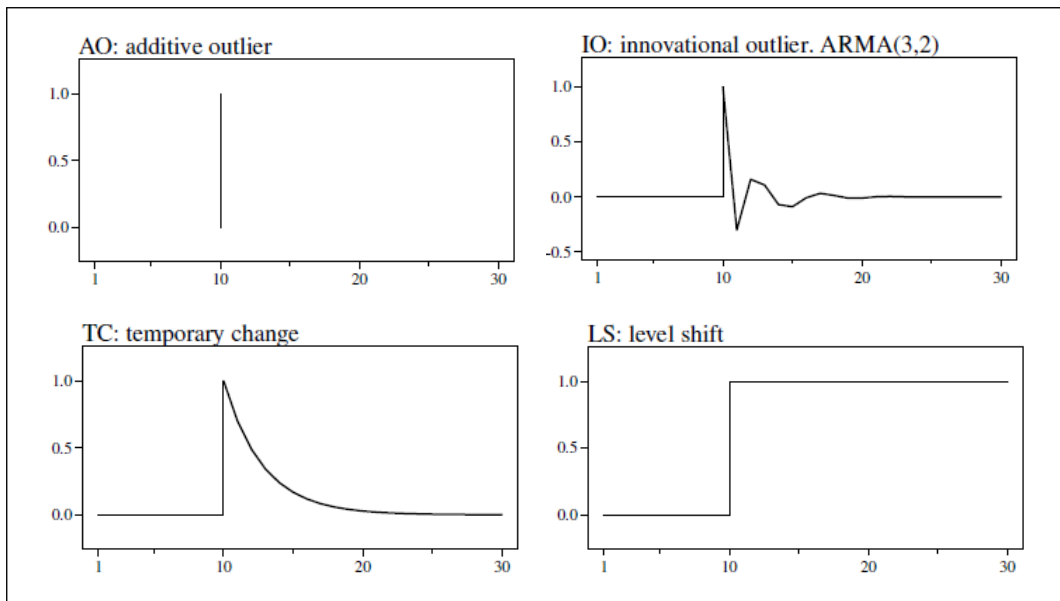
$w$  : 이상점의 효과,  $v(B)$  : 이상점 형태에 따른 함수,  $I_t^T$  : 개입유무

○ 시계열 이상점에 대한 연구에서는 다음과 같은 이상점의 형태를 제안하고 있음(Fox(1972), Tsay(1988), 조신섭 외(2019)).

- AO(Additive Outlier) : 한 시점에서만 관측 값에 영향을 미치는 이상점

- IO(Innovational Outlier) : 이상치가 발생한 이후에 지속적인 영향을 미치는 이상점
- TC(Temporary Change) : 이상치가 발생한 후 생긴 변화가 단기적으로 지속되면서 크기가 점차 줄어드는 이상점
- LS(Level Shift) : 이상치 발생 이후 관측 값 수준에 항구적인 수준 변화가 생기는 이상점

〈그림 1-1〉 이상치에 따른 영향 형태



자료: lopez(2016).

- 지급결제통계와 사업체 노동력조사의 경우 2009년 이후부터 월별로 자료가 구축되어 있어, 이를 활용한 외식업에 미친 코로나19의 영향에 대한 계량적 분석이 가능함.
  - 이를 통하여 외식소비 및 노동 시장에 대한 급격한 변화에 대한 발생시점을 탐색하고 그 효과 추정을 통하여 코로나19 이후 외식업의 변화 동향을 살펴보고자 함.
  - 분석 시 시계열의 안정성을 위해 원계열 값에 로그를 취하여 분석에 활용하고자 함.

# 2

## 외식산업 현황과 코로나19 이후 변화 분석

### 1. 외식산업 현황

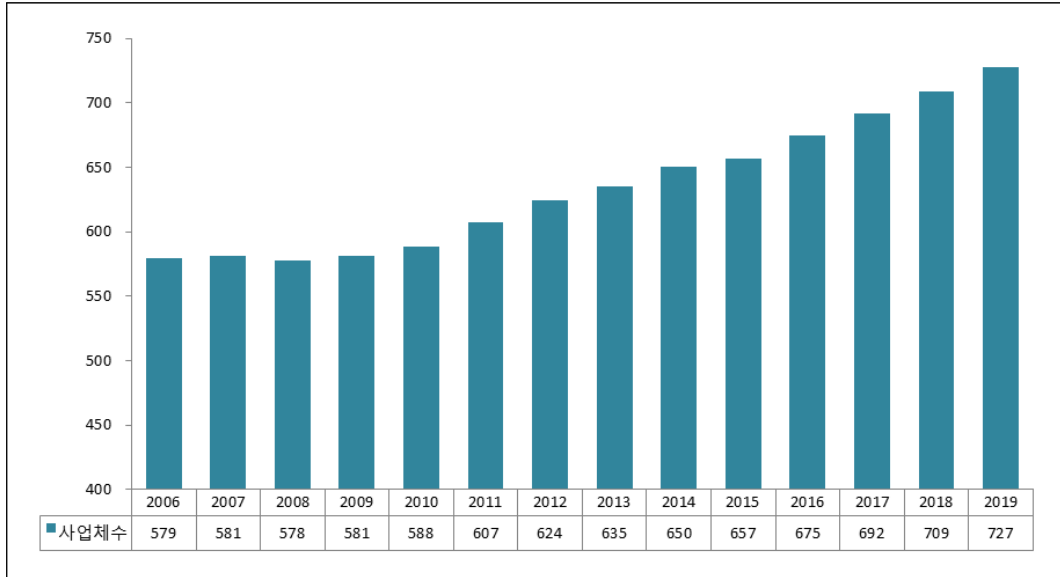
#### 1.1. 사업체 수

○ 외식업체 수는 2006년 58만 개소에서 2010년 59만 개소로 정체되었으나, 2011년에는 61만 개소에서 2015년 66만 개소로 꾸준히 증가하였으며, 2018년은 71만 개소로 70만 개소를 넘어섰음. 2019년에는 73만 개소로 전년 대비 2.6% 늘어 증가세가 이어지고 있음.

- 외식업체 수는 2006~2010년간 연평균 0.4%의 증가율에 그치고 있는 반면에 2011~2019년간은 2.3%로 나타나 2011년 이후 외식업체의 증가세가 두드러지고 있음.

〈그림 2-1〉 외식업 사업체 수 추이

단위: 천 개소



자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도.

○ 외식업체의 업종별 사업체 수를 살펴보면, 한식 음식점업이 가장 많으며, 2006년 27만 4천 개소에서 2019년 31만 7천 개소로 증가하고 있음. 그러나 전체 음식점업체 수에서 차지하는 비중은 2010년 66.1%에서 2019년 61.1%로 5.0%p 하락하였음. 그럼에도 불구하고 전체 음식점업의 60% 이상은 한식 음식점업체인 것으로 나타남.

〈표 2-1〉 외식업 업종별 사업체 수 동향

단위: 개소, %

구분	2006	2010	2015	2016	2017	2018	2019
음식점업 계	420,817 (100.0)	425,856 (100.0)	473,614 (100.0)	485,038 (100.0)	496,915 (100.0)	506,407 (100.0)	518,794 (100.0)
한식 음식점업	274,172 (65.2)	281,551 (66.1)	304,005 (64.2)	308,310 (63.6)	310,692 (62.5)	313,562 (61.9)	317,225 (61.1)
외국식 음식점업	38,543 (9.2)	36,357 (8.5)	44,066 (9.3)	48,323 (10.0)	52,238 (10.5)	55,136 (10.9)	58,386 (11.3)
중식 음식점업	22,637 (5.4)	21,071 (4.9)	22,041 (4.7)	23,404 (4.8)	24,839 (5.0)	24,546 (4.8)	25,615 (4.9)
일식 음식점업	5,272 (1.3)	6,259 (1.5)	8,657 (1.8)	10,549 (2.2)	11,714 (2.4)	13,436 (2.7)	13,982 (2.7)
서양식 음식점업	10,210 (2.4)	7,997 (1.9)	11,204 (2.4)	11,489 (2.4)	11,831 (2.4)	12,607 (2.5)	13,540 (2.6)

구분		2006	2010	2015	2016	2017	2018	2019
	기타 외국식 음식점업	424 (0.1)	1,030 (0.2)	2,164 (0.5)	2,881 (0.6)	3,854 (0.8)	4,547 (0.9)	5,249 (1.0)
	기관 구내식당업	3,632 (0.9)	4,647 (1.1)	11,252 (2.4)	11,237 (2.3)	11,178 (2.2)	11,325 (2.2)	11,203 (2.2)
	출장 및 이동 음식점업	444 (0.1)	449 (0.1)	593 (0.1)	584 (0.1)	598 (0.1)	563 (0.1)	621 (0.1)
	기타 간이 음식점업	104,026 (24.7)	102,852 (24.2)	113,698 (24.0)	116,584 (24.0)	122,209 (24.6)	125,821 (24.8)	131,359 (25.3)
	치킨 전문점	22,968 (5.5)	27,782 (6.5)	32,600 (6.9)	35,107 (7.2)	38,099 (7.7)	36,791 (7.3)	37,508 (7.2)
	김밥 및 기타 간이 음식점업	54,949 (13.1)	44,447 (10.4)	43,719 (9.2)	41,726 (8.6)	41,933 (8.4)	43,212 (8.5)	44,495 (8.6)
	주점 및 비알코올 음료점업 계	156,148 (100.0)	160,441 (100.0)	183,472 (100.0)	190,018 (100.0)	194,836 (100.0)	202,607 (100.0)	208,583 (100.0)
	주점업	129,696 (83.1)	129,640 (80.8)	123,816 (67.5)	122,599 (64.5)	121,018 (62.1)	119,162 (58.8)	114,970 (55.1)
	비알코올 음료점업	26,452 (16.9)	30,801 (19.2)	59,656 (32.5)	67,419 (35.5)	73,818 (37.9)	83,445 (41.2)	93,613 (44.9)
	커피 전문점	-	-	-	51,551 (27.1)	56,928 (29.2)	66,231 (32.7)	76,145 (36.5)

주 1) 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2015년까지 분식 및 김밥 전문점으로 분류되었음.

2) 커피 전문점은 2016년부터 분류되었음.

3) ( ) 내는 음식점업과 주점 및 비알코올 음료점업의 계에 대한 각각의 구성비임.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

○ 외국식 음식점업은 2006년 3만 9천 개소에서 2019년 5만 8천 개소로 51.5%나 증가하였으며, 전체 음식점업 대비 점유율은 같은 기간 9.2%에서 11.3%로 확대되었음. 그러나 한식 음식점업체 수에 비하면 14~18% 수준으로 여전히 한식 음식점업이 크게 많은 상황임.

- 외국식 음식점업 중에서는 중식 음식점업이 가장 많으나, 2006년 대비 2019년 증가율은 13.2%에 그친 반면, 기타 외국식 음식점업은 12.4배나 증가하였음. 이는 다양한 국적의 음식을 선호하는 최근의 소비자 변화를 반영한 결과로 판단됨.

○ 기관 구내식당업은 2006년 전체 음식점업의 0.9%에서 2015년 2.4%로 소폭 상승하였으나, 이후는 2%대를 유지하고 있음. 출장 및 이동 음식점업체 수도 증가세이나, 전체 음식점업체 수 대비 비중은 0.1%로 상당히 미미한 수준임.

○ 기타 간이 음식점업체 수는 한식 음식점업 다음으로 많은 업종이며, 2006년 10만 4천 개소에서 2019년 13만 1천 개소로 26.3% 증가하였음. 전체 음식점업체 수에서 차지하는 비중은 같은 기간 24.7%에서 25.3%로 소폭 증가에 그침.

- 기타 간이 음식점업은 치킨 전문점과 김밥 및 기타 간이 음식점업이 상당수를 차지하지만, 이들 업종의 비중은 2006년 74.9%에서 2019년 기준 62.4%로 감소하였음. 이는 치킨 전문점 수가 증가세인 반면, 김밥 및 기타 간이 음식점업체 수가 2019년 2006년 대비 19.0% 감소한 데 기인함.

○ 음식점업의 신규참여 사업체 수는 2007년 19만 4천 개소에서 2010년 19만 7천 개소로 증가하였으나, 이후 감소하면서 2020년에는 16만 4천 개소로 2007~2020년간 연평균 1.3%의 감소율을 나타냄.

- 폐업하는 음식점업 사업체 수는 같은 기간 18만 5천 개소에서 14만 개소로 줄어 연평균 감소율이 2.1%로 신규참여보다는 감소 폭이 큼.

〈표 2-2〉 음식점 신규참여 및 폐업 사업체 수 추이

단위: 개소

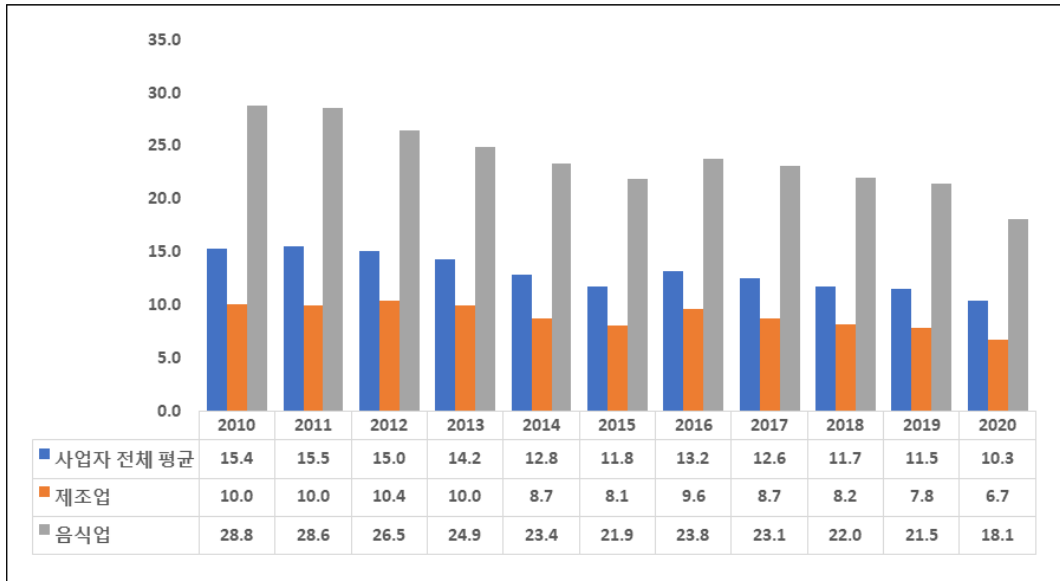
구분	2007	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
신규참여	194,371	196,520	186,922	187,837	181,304	178,582	182,158	163,863
폐업	185,076	178,549	155,172	169,164	166,751	161,899	162,042	140,314

자료: 국세청, 「국세통계」, 각 연도.

○ 음식점업의 폐업률은 2010년 28.8%에서 2015년 21.9%, 2020년 18.1%로 감소하는 추세임. 그러나 사업자 전체 평균이 2020년 기준 10.3%, 제조업체의 경우 6.7%인 것에 비하면 음식점의 폐업률은 상당히 높은 편임.

〈그림 2-2〉 음식업 폐업률 추이

단위: %



자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도.

## 1.2. 매출액 및 영업이익

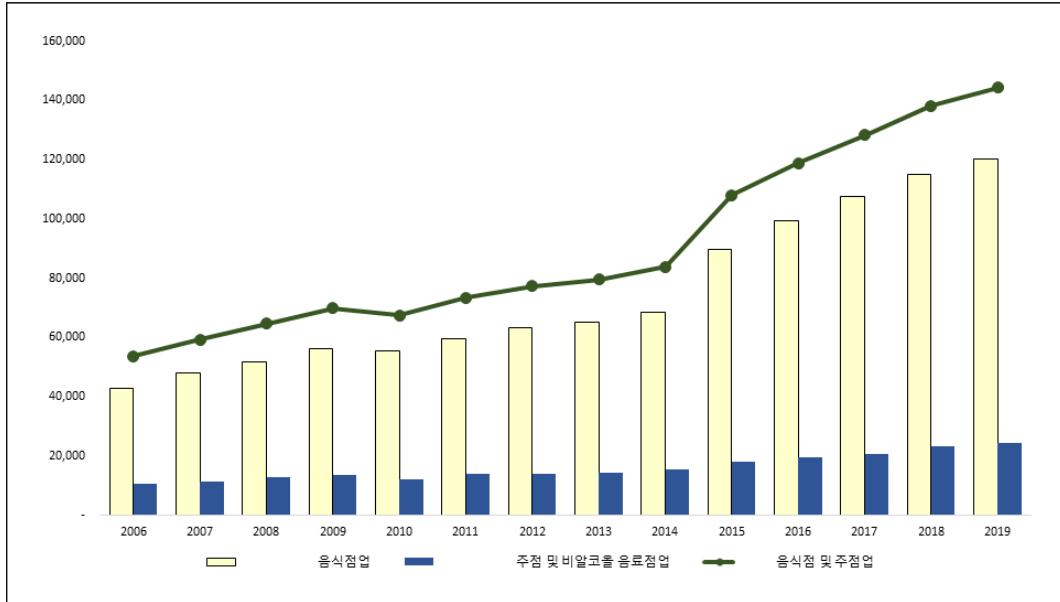
○ 음식점 및 주점업의 매출액은 2006년 53조 7천억 원에서 2019년 144조 4천억 원으로 연평균 2.7%의 증가율을 나타냄. 이중 음식점업의 매출액은 같은 기간 42조 9천억 원에서 120조 1천억 원으로 연평균 증가율이 2.8%에 달함. 주점 및 비알코올 음료점업의 매출액도 10조 8천억 원에서 24조 3천억 원으로 연평균 2.3%의 증가율로 지속적인 증가세이나, 음식점업에 비해 증가 폭이 조금 낮음.

- 이 때문에 음식점 및 주점업 매출액에서 음식점업이 차지하는 비중은 2006년 79.9%에서 2019년 83.2%로 증가한 반면, 주점 및 비알코올 음료점업은 20.1%에서 16.8%로 감소하였음.



〈그림 2-3〉 음식점 및 주점업의 매출액 추이

단위: 십억 원



자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

○ 음식점업의 업종 가운데 한식 음식점업의 매출액이 50% 이상을 점유하면서 가장 많지만, 비중은 2006년 59.9%에서 2019년 54.9%로 5.0%p 하락하였음. 외국식 음식점업의 2019년 매출액은 2006년 대비 2.9배 증가하여 비중은 2006년 13.3%에서 2019년 13.8%로 소폭 증가하였음.

- 기타 간이 음식점업은 한식 음식점업 다음으로 매출액이 많은 업종으로 2019년 매출액이 2006년보다 2.9배 증가하였으며, 음식점업 전체에서 차지하는 비중은 2006년 21.3%에서 2019년 22.4%로 1.1%p 상승하였음.

○ 주점 및 비알코올 음료점업 매출액 중에서 주점업이 2006년 84.8%의 비중으로 대부분을 차지하였으나, 2019년에는 48.8%로 과반 미만으로 떨어졌음. 반면, 비알코올 음료점업의 점유율은 같은 기간 15.2%에서 51.2%로 대폭 증가하였음.

- 이는 비알코올 음료점업 사업체 수의 증가에 기인하며, 매출액도 주점업은 2006년 대비 1.3배 증가에 그친데 비해 비알코올 음료점업은 무려 7.6배나 증가했기 때문임.

〈표 2-3〉 외식업 업종별 매출액 추이

단위: 십억 원

구분	2006	2010	2015	2016	2017	2018	2019
음식점업 계	42,905 (100.0)	55,527 (100.0)	89,804 (100.0)	99,312 (100.0)	107,483 (100.0)	114,869 (100.0)	120,065 (100.0)
한식 음식점업	25,715 (59.9)	32,284 (58.1)	51,073 (56.9)	56,110 (56.5)	60,146 (56.0)	63,133 (55.0)	65,948 (54.9)
외국식 음식점업	5,690 (13.3)	7,629 (13.7)	11,682 (13.0)	13,275 (13.4)	14,979 (13.9)	16,149 (14.1)	16,549 (13.8)
중식 음식점업	2,195	2,569	3,981	4,509	5,273	5,803	6,283
일식 음식점업	1,232	1,754	2,801	3,469	3,968	4,451	4,433
서양식 음식점업	2,190	3,052	4,321	4,590	4,754	4,783	4,710
기타 외국식 음식점업	73	255	580	707	984	1,111	1,123
기관 구내식당업	2,164 (5.0)	3,568 (6.4)	7,714 (8.6)	8,897 (9.0)	9,509 (8.8)	10,113 (8.8)	10,521 (8.8)
출장 및 이동 음식점업	186 (0.4)	132 (0.2)	162 (0.2)	163 (0.2)	176 (0.2)	160 (0.1)	186 (0.2)
기타 간이 음식점업	9,150 (21.3)	11,914 (21.5)	19,172 (21.3)	20,867 (21.0)	22,672 (21.1)	25,314 (22.0)	26,861 (22.4)
치킨 전문점	1,499	2,013	3,776	4,262	4,994	5,365	6,201
김밥 및 기타 간이 음식점업	3,086	2,372	3,692	4,214	4,645	5,191	5,695
주점 및 비알코올 음료점업 계	10,796 (100.0)	12,039 (100.0)	18,210 (100.0)	19,541 (100.0)	20,817 (100.0)	23,314 (100.0)	24,327 (100.0)
주점업	9,156 (84.8)	9,535 (79.2)	11,391 (62.6)	11,394 (58.3)	11,897 (57.2)	12,437 (53.3)	11,875 (48.8)
비알코올 음료점업	1,640 (15.2)	2,504 (20.8)	6,819 (37.4)	8,147 (41.7)	8,920 (42.8)	10,877 (46.7)	12,452 (51.2)
커피 전문점	-	-	-	7,131	7,850	9,687	11,068

주 1) 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2015년까지 분식 및 김밥 전문점으로 분류되었음.

2) 커피 전문점은 2016년부터 분류되었음.

3) ( ) 내는 음식점업과 주점 및 비알코올 음료점업의 계에 대한 각각의 구성비임.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

○ 음식점업의 업체당 평균 매출액을 살펴보면, 2006년 1억 원에서 2019년 2억 3천만 원으로 증가하였음. 음식점 업종별로는 기관 구내식당업을 제외하면, 서양식 음식점업이 2019년 기준 3억 5천만 원으로 제일 많으며, 다음이 일식 음식점업 3억 2천만 원, 출장 및 이동 음식점업 3억 원, 중식 음식점업 2억 5천만 원, 기타 외국식 음식점업 2억 1천만 원 등의 순임.

○ 한식 음식점업은 사업체 수로는 가장 많음에도 불구하고 업체당 평균 매출액은 2019년 2억 1천만 원으로 일반 음식점업 중에서 가장 적은 것으로 나타남. 기타 간이 음식점업은 업체당 평균 매출액이 2억 원 내외이며, 이중 치킨 전문점은 1억 7천만 원, 김밥 및 기타 간이 음식점업은 1억 3천만 원으로 음식점업 가운데 평균 매출액이 가장 적은 업종임.

○ 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 평균 매출액은 2006년 7천만 원에서 2019년 1억 2천만 원으로 증가하였으나, 음식점업 평균 매출액의 절반에도 미치지 못하는 것으로 나타남. 이 가운데 주점업의 매출액은 같은 기간 7천만 원에서 1억 원으로, 비알코올 음료점업은 6천만 원에서 1억 3천만 원으로 증가하였는데, 비알코올 음료점업의 증가 폭이 주점업보다 더 큼.

〈표 2-4〉 외식업 업종별 사업체당 평균 매출액

단위: 만 원

구분	2006	2010	2015	2016	2017	2018	2019
음식점 및 주점업 전체 평균	9,308	11,524	16,438	17,606	18,547	19,489	19,851
음식점업 평균	10,196	13,039	18,961	20,475	21,630	22,683	23,143
한식 음식점업	9,379	11,467	16,800	18,199	19,359	20,134	20,789
외국식 음식점업	14,762	20,985	26,511	27,472	28,675	29,289	28,344
중식 음식점업	9,695	12,190	18,060	19,266	21,229	23,640	24,528
일식 음식점업	23,368	28,025	32,354	32,889	33,877	33,131	31,704
서양식 음식점업	21,450	38,160	38,565	39,954	40,182	37,943	34,786
기타 외국식 음식점업	17,198	24,761	26,802	24,526	25,524	24,438	21,403
기관 구내식당업	59,585	76,775	68,553	79,178	85,072	89,301	93,914
출장 및 이동 음식점업	41,871	29,301	27,386	27,905	29,508	28,385	30,010
기타 간이 음식점업	8,796	11,584	16,862	17,898	18,552	20,119	20,449
치킨 전문점	6,524	7,245	11,583	12,139	13,109	14,583	16,532
김밥 및 기타 간이 음식점업	5,617	5,336	8,445	10,100	11,076	12,013	12,800
주점 및 비알코올 음료점업 평균	6,914	7,503	9,925	10,284	10,684	11,507	11,663
주점업	7,060	7,355	9,200	9,294	9,831	10,437	10,329
비알코올 음료점업	6,200	8,128	11,430	12,084	12,083	13,035	13,301
커피 전문점	-	-	-	13,833	13,790	14,626	14,535

주 1) 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2015년까지 분식 및 김밥 전문점으로 분류되었음.

2) 커피 전문점은 2016년부터 분류되었음.

3) 사업체당 매출액은 업종별 매출액을 사업체 수로 나눈 값임.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

○ 음식점업의 2019년 업체당 평균 영업비용은 2006년보다 2.8배 증가한 2억 1천만 원이 었음. 업종별로는 기관 구내식당업이 2019년 평균 9억 원 내외로 가장 많으며, 일반 음식점업 중에서는 서양식 음식점업이 3억 3천만 원, 일식 음식점업 3억 원, 중식 음식점업 2억 2천만 원, 기타 외국식 음식점업 2억 원, 한식 음식점업 1억 9천만 원의 순임.

- 기타 간이 음식점업의 업체당 영업비용은 2019년 1억 9천만 원이며, 이중 치킨 전문점이 1억 5천만 원, 김밥 및 기타 간이 음식점업은 1억 2천만 원인 것으로 나타남.

○ 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 평균 영업비용은 2006년 5천만 원에서 2019년 1억으로 2배 정도 증가하였음. 주점업의 영업비용은 같은 기간 5천만 원에서 9천만 원으로 증가한데 비해 비알코올 음료점업은 4천만 원에서 1억 2천만 원으로 비용 증가폭이 더 큰 것으로 파악됨.

〈표 2-5〉 외식업 업종별 사업체당 평균 영업비용

단위: 만 원

구분	2006	2010	2015	2016	2017	2018	2019
음식점 및 주점업 전체 평균	6,832	8,873	14,223	15,534	16,942	17,721	18,099
음식점업 평균	7,590	10,197	16,599	18,171	19,864	20,707	21,235
한식 음식점업	6,710	8,511	14,422	15,793	17,538	18,050	18,853
외국식 음식점업	11,912	17,721	23,893	24,773	26,457	27,088	26,566
중식 음식점업	6,854	9,394	15,300	16,137	18,659	21,054	22,468
일식 음식점업	20,289	23,559	29,348	29,876	31,628	30,946	30,198
서양식 음식점업	18,719	34,645	36,499	38,296	38,636	36,281	33,167
기타 외국식 음식점업	13,846	21,186	24,327	22,318	23,612	22,778	19,866
기관 구내식당업	55,811	72,836	65,353	76,265	82,043	86,235	89,629
출장 및 이동 음식점업	38,572	26,689	25,019	25,297	27,795	26,483	28,135
기타 간이 음식점업	6,493	9,250	14,726	16,087	17,233	18,610	18,753
치킨 전문점	4,045	5,050	9,412	10,146	11,748	13,045	15,085
김밥 및 기타 간이 음식점업	3,672	3,682	6,624	8,823	10,067	10,704	11,669
주점 및 비알코올 음료점업 평균	4,787	5,361	8,087	8,804	9,488	10,257	10,299
주점업	4,914	5,105	7,246	7,649	8,507	9,181	9,060
비알코올 음료점업	4,167	6,438	9,833	10,904	11,096	11,794	11,822
커피 전문점	-	-	-	12,649	12,737	13,266	12,967

주 1) 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2015년까지 분식 및 김밥 전문점으로 분류되었음.

2) 커피 전문점은 2016년부터 분류되었음.

3) 사업체당 영업비용은 업종별 영업비용을 사업체 수로 나눈 값임.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

- 음식점 및 주점업의 전체 영업비용 가운데 인건비가 차지하는 비중은 2006년 18.2%에서 2019년 16.4%로 감소하였으며, 임차료 비중도 같은 기간 10.4%에서 6.4%로 줄었음. 반면, 기타비용의 비중은 2006년 71.4%에서 2010년 70.2%로 감소하다가 2019년 77.2%로 증가하여 영업비용 가운데 가장 높은 비중을 나타내고 있음.
- 업종별로는 한식 음식점업의 영업비용 중 인건비 비중은 2006년 17.3%에서 2015년 17.9%로 다소 증가하였으나, 2018년까지 15% 수준으로 낮아졌다가 2019년 16.2%로 높아졌음. 임차료는 2019년 전체 영업비용의 5.9%에 머물러 있으나, 기타경비는 77.9%로 비용의 대부분을 차지함.
  - 외국식 음식점업 가운데 기타 외국식 음식점업은 인건비 비중이 2006년 30.5%로 한식 음식점업보다 크게 높은 편이었으나, 2019년에는 23.3%까지 낮아진 상황임.
- 기관 구내식당업의 인건비 비용 비중은 2006년 21.3%였으나, 2019년 13.9%로 7.4%p 하락하였음. 이는 기관 구내식당업 업체당 종사자 수가 같은 기간 8명에서 6명으로 감소한 것이 주요 원인으로 판단됨.
- 기타 간이 음식점업의 영업비용 중에서 인건비가 차지하는 비중은 2006년 15.0%에서 2010년 16.8%로 증가하였지만, 2019년에는 15.0%로 다시 감소로 전환되었음. 기타 간이 음식점은 인건비 비중이 다른 업종에 비해 가장 낮은 특징을 보임.
  - 특히, 치킨 전문점의 경우 인건비 비중이 2006년 4.3%에 불과하였으며, 2010년 8.1%, 2015년 9.8%, 2019년 10.9%로 지속적인 증가세를 나타냄. 그럼에도 불구하고 여전히 인건비 비중이 타 업종에 비해 상당히 낮은 편임.

〈표 2-6〉 외식업 업종별 영업비용 항목별 비중

단위: %

구분	2006			2010			2015			2019		
	인건비	임차료	기타 경비	인건비	임차료	기타 경비	인건비	임차료	기타 경비	인건비	임차료	기타 경비
음식점 및 주점업 전체 평균	18.2	10.4	71.4	18.3	11.5	70.2	19.0	9.1	71.9	16.4	6.4	77.2
음식점업 평균	18.3	9.3	72.5	18.6	10.2	71.2	19.0	7.8	73.1	16.5	5.7	77.8
한식 음식점업	17.3	9.5	73.2	16.9	10.9	72.2	17.9	7.9	74.1	16.2	5.9	77.9
외국식 음식점업	25.4	8.6	65.9	25.4	10.2	64.4	25.4	9.1	65.6	21.4	7.0	71.6
중식 음식점업	26.9	8.4	64.7	27.3	9.7	63.0	25.5	8.1	66.4	22.0	6.7	71.3
일식 음식점업	24.3	7.6	68.2	23.8	11.7	64.5	23.2	9.3	67.5	19.5	6.1	74.4
서양식 음식점업	24.7	9.2	66.1	24.8	9.6	65.6	26.3	9.4	64.4	22.0	7.5	70.5
기타 외국식 음식점업	30.5	15.6	53.9	26.3	13.9	59.8	28.0	12.2	59.9	23.3	10.0	66.6
기관 구내식당업	21.3	2.8	76.0	22.3	3.3	74.5	21.1	2.8	76.0	13.9	2.1	84.0
출장 및 이동 음식점업	24.9	5.2	69.9	23.6	7.2	69.2	24.5	5.3	70.1	24.7	5.1	70.2
기타 간이 음식점업	15.0	11.1	73.9	16.8	10.8	72.4	16.9	9.0	74.1	15.0	5.9	79.0
치킨 전문점	4.3	12.5	83.2	8.1	12.9	79.0	9.8	8.7	81.5	10.9	4.7	84.4
김밥 및 기타 간이 음식점업	15.6	14.1	70.3	17.9	16.1	66.0	18.4	12.7	68.9	13.2	5.8	81.0
주점 및 비알코올 음료점업 평균	17.8	15.2	67.1	17.0	18.3	64.7	18.6	15.7	65.6	16.0	9.7	74.3
주점업	16.9	14.8	68.3	15.5	18.4	66.1	15.4	14.9	69.7	13.9	10.9	75.2
비알코올 음료점업	23.0	17.4	59.6	22.0	18.0	60.0	23.5	17.0	59.4	17.9	8.6	73.4
커피 전문점	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17.6	8.5	73.9

주 1) 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2015년까지 분식 및 김밥 전문점으로 분류되었음.

2) 커피 전문점은 2016년부터 분류되었음.

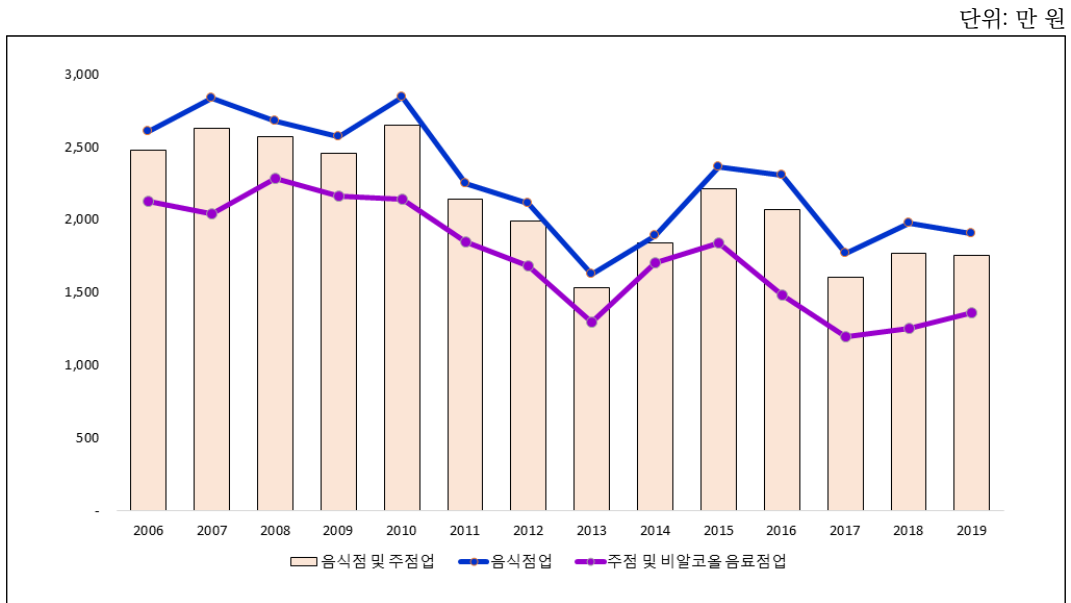
3) 기타경비는 영업활동과 관련하여 지출한 각종 세금, 공과금, 복리후생비, 보험료, 협회비, 차량비, 연료비, 교통비, 통신비, 여비, 수도·광열비, 감가상각비, 광고선전비, 보관료, 운송료 등 인건비와 임차료를 제외한 모든 경비를 말함.  
 자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

○ 주점 및 비알코올 음료점업의 총 영업비용에서 인건비가 차지하는 비중은 최근 17~19% 정도이며, 임차료는 2010년 18.6%에서 2019년 9.7%로 감소하였음. 이 가운데 비알코올 음료점업의 인건비 비중은 2006년 23.0%에서 2019년 17.9%로 5.1%p 하락하였음.

○ 음식점 및 주점업의 업체당 영업이익은 2006년 2,476만 원에서 2010년 2,651만 원으로 7.1% 증가하였으나, 2013년 1,534만 원까지 감소하였음. 그러나 이후 증가세로 돌아서 2015년 2,216만 원을 기록하였으며, 2019년에는 1,752만 원으로 다시 감소한 것으로 나타남.

- 음식점의 업체당 영업이익은 2010년 2,842만 원이었으나, 이후 증감을 반복하다 2019년에는 1,908만 원으로 전년 대비 3.4% 감소하였음. 주점 및 비알코올 음료점업의 경우 2008년 2,283만 원 이후 2013년 1,293만 원으로 계속 감소하였으며, 2014년부터 증감이 반복되다 최근 소폭의 증가세를 보이며 2019년 1,363만 원을 기록함.

〈그림 2-4〉 음식점 및 주점업의 사업체당 영업이익 추이



주: 사업체당 영업이익은 업종별 매출액에서 영업비용을 제외한 후, 사업체 수로 나눈 값임.  
 자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

- 음식점업의 평균 업체당 영업이익은 2019년 1,908만 원이며, 일반 음식점업 가운데는 중식 음식점업이 2,060만 원으로 가장 높음. 다음으로 한식 음식점업이 1,936만 원, 서양식 음식점업 1,619만 원, 기타 외국식 음식점업 1,537만 원, 일식 음식점업 1,506만 원의 순임.
- 일반 음식점의 업종별 업체당 매출액은 서양식 음식점업이 가장 높았으며, 한식 음식점업이 제일 낮았으나, 영업이익은 반대의 결과를 가져옴. 이는 서양식 음식점업의 영업비용이 한식 음식점보다 많이 소요되는 특성이 반영된 것임.

- 치킨 전문점의 영업이익은 2006년 2,480만 원에서 2019년 1,447만 원으로 41.6%나 감소하였으며, 한식 음식점업의 74.8% 수준으로 낮음. 김밥 및 기타 간이 음식점업의 2019년 평균 업체당 영업이익은 1,131만 원으로 음식점업 업종 가운데 가장 적은 것으로 분석됨.

○ 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 평균 영업이익은 2006년 2,127만 원에서 2019년 1,363만 원으로 감소하였음. 업종별로 주점업의 영업이익은 비알코올 음료점업보다 낮은 상태이며, 비알코올 음료점업의 평균 영업이익이 2019년 1,479만 원인데 비해 이중 커피 전문점은 1,569만 원으로 커피 전문점이 상대적으로 높은 영업이익을 내고 있음.

〈표 2-7〉 외식업 업종별 사업체당 평균 영업이익

단위: 만 원

구분	2006	2010	2015	2016	2017	2018	2019
음식점 및 주점업 전체 평균	2,476	2,651	2,216	2,072	1,605	1,768	1,752
음식점업 평균	2,605	2,842	2,362	2,304	1,766	1,976	1,908
한식 음식점업	2,669	2,956	2,378	2,406	1,821	2,084	1,936
외국식 음식점업	2,850	3,264	2,617	2,699	2,217	2,201	1,778
중식 음식점업	2,841	2,796	2,760	3,129	2,570	2,586	2,060
일식 음식점업	3,079	4,466	3,005	3,013	2,249	2,184	1,506
서양식 음식점업	2,730	3,516	2,066	1,658	1,547	1,662	1,619
기타 외국식 음식점업	3,351	3,575	2,476	2,208	1,913	1,660	1,537
기관 구내식당업	3,773	3,939	3,200	2,913	3,029	3,066	4,285
출장 및 이동 음식점업	3,299	2,613	2,366	2,608	1,713	1,902	1,875
기타 간이 음식점업	2,304	2,335	2,136	1,811	1,319	1,509	1,696
치킨 전문점	2,480	2,195	2,172	1,993	1,361	1,538	1,447
김밥 및 기타 간이 음식점업	1,944	1,654	1,822	1,276	1,009	1,309	1,131
주점 및 비알코올 음료점업 평균	2,127	2,142	1,838	1,480	1,196	1,250	1,363
주점업	2,146	2,250	1,954	1,645	1,324	1,257	1,269
비알코올 음료점업	2,033	1,690	1,597	1,180	987	1,241	1,479
커피 전문점	-	-	-	1,184	1,053	1,360	1,569

주 1) 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2015년까지 분식 및 김밥 전문점으로 분류되었음.

2) 커피 전문점은 2016년부터 분류되었음.

3) 사업체당 영업이익은 업종별 매출액에서 영업비용을 제외한 후, 사업체 수로 나눈 값임.

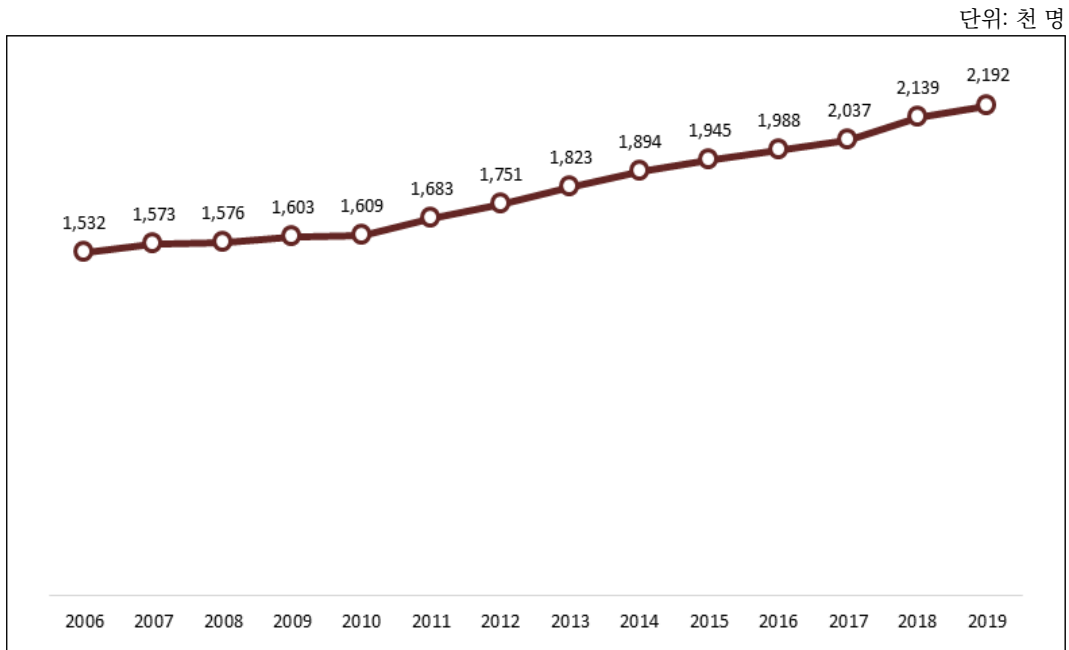
자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.



### 1.3. 고용 현황

○ 외식업체의 종사자 수는 2006년 153만 명이었으며, 2010년은 161만 명, 2015년 194만 명으로 증가하였음. 2017년에는 204만 명으로 종사자 수가 200만 명을 넘어섰으며, 2019년은 219만 명인 것으로 파악됨. 외식업체의 종사자 수는 2006~2019년간 연평균 2.8%의 증가율을 나타내 외식업체 수 연평균 증가율(1.8%)를 상회하는 것으로 분석됨.

〈그림 2-5〉 외식업체 종사자 수 추이



자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도.

○ 업종별로는 음식점업 가운데 한식 음식점의 종사자 수는 업체 수 증가로 인해 2006년 73만 명에서 2019년 96만 명으로 늘었으나, 전체 음식점업에서 차지하는 비중은 같은 기간 62.2%에서 57.2%로 감소하였음.

○ 외국식 음식점업의 종사자 수는 2006년 15만 명에서 2019년 24만 명으로 57.2% 증가하였으며, 전체 음식점업 대비 점유율은 12.9%에서 14.3%로 소폭 증가하였음. 기타 간

이 음식점업의 종사자 수도 같은 기간 26만 명에서 41만 명으로 57.9% 늘었으며, 비중은 22.0%에서 24.3%로 약간 증가하였음.

〈표 2-8〉 외식업 업종별 종사자 수

단위: 천 명

구분	2006	2010	2015	2016	2017	2018	2019
음식점업 계	1,175 (100.0)	1,249 (100.0)	1,510 (100.0)	1,540 (100.0)	1,576 (100.0)	1,647 (100.0)	1,674 (100.0)
한식 음식점업	731 (62.2)	773 (61.9)	886 (58.7)	892 (58.0)	912 (57.9)	945 (57.3)	957 (57.2)
외국식 음식점업	152 (12.9)	159 (12.8)	209 (13.9)	220 (14.3)	229 (14.5)	240 (14.6)	239 (14.3)
중식 음식점업	71	71	81	86	92	92	96
일식 음식점업	26	29	40	47	50	59	57
서양식 음식점업	53	54	78	74	70	71	67
기타 외국식 음식점업	2	5	11	13	17	19	19
기관 구내식당업	30 (2.6)	35 (2.8)	63 (4.2)	67 (4.3)	69 (4.4)	72 (4.4)	68 (4.1)
출장 및 이동 음식점업	3 (0.3)	2 (0.2)	3 (0.2)	3 (0.2)	3 (0.2)	2 (0.1)	3 (0.2)
기타 간이 음식점업	258 (22.0)	278 (22.3)	349 (23.1)	358 (23.3)	363 (23.1)	388 (23.5)	407 (24.3)
치킨 전문점	47	59	76	79	88	88	93
김밥 및 기타 간이 음식점업	114	91	96	99	100	108	113
주점 및 비알코올 음료점업 계	355 (100.0)	361 (100.0)	435 (100.0)	449 (100.0)	461 (100.0)	491 (100.0)	518 (100.0)
주점업	299 (84.2)	285 (79.2)	267 (61.5)	264 (58.9)	263 (57.1)	259 (52.6)	255 (49.3)
비알코올 음료점업	56 (15.8)	75 (20.8)	167 (38.5)	185 (41.1)	198 (42.9)	233 (47.4)	263 (50.7)
커피 전문점	-	-	-	153	165	197	224

주 1) 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2015년까지 분식 및 김밥 전문점으로 분류되었음.

2) 커피 전문점은 2016년부터 분류되었음.

3) ( ) 내는 음식점업과 주점 및 비알코올 음료점업의 계에 대한 각각의 구성비임.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

○ 음식점업의 업체당 평균 종사자 수는 2006년 2.8명에서 2019년 3.2명으로 나타나 대체로 3명 정도인 것으로 분석됨. 업종별로는 한식 음식점업은 평균 업체당 3명의 종사자가 있으며, 외국식 음식점업의 경우 2006년 3.9명에서 2015년 4.8명으로 증가하다가 2019년 4.1명으로 다시 감소하고 있으며, 대체로 4명 정도 종사하고 있음.

- 기관 구내식당업의 평균 종사자 수는 업체당 2006년 8.3명에서 계속 줄어 2019년에는 6.1명으로 26.3% 감소하였으나, 업종 가운데 업체당 평균 종사자 수가 가장 많은 것으로 나타남.

○ 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 평균 종사자 수는 2~3명 내외이며, 주점업은 큰 변화 없이 2명 수준을 유지하고 있음. 반면, 비알코올 음료점업의 경우 2006년 2.1명에서 2019년 2.8명으로 증가하였음.

〈표 2-9〉 외식업 업종별 사업체당 평균 종사자 수

단위: 명

구분	2006	2010	2015	2016	2017	2018	2019
음식점 및 주점업 전체 평균	2.7	2.7	3.0	2.9	2.9	3.0	3.0
음식점업 평균	2.8	2.9	3.2	3.2	3.2	3.3	3.2
한식 음식점업	2.7	2.7	2.9	2.9	2.9	3.0	3.0
외국식 음식점업	3.9	4.4	4.8	4.5	4.4	4.4	4.1
중식 음식점업	3.1	3.4	3.7	3.7	3.7	3.8	3.7
일식 음식점업	4.9	4.6	4.6	4.5	4.3	4.4	4.0
서양식 음식점업	5.2	6.7	6.9	6.4	5.9	5.6	5.0
기타 외국식 음식점업	5.1	5.0	4.9	4.4	4.3	4.1	3.7
기관 구내식당업	8.3	7.5	5.6	5.9	6.2	6.4	6.1
출장 및 이동 음식점업	7.8	5.5	5.0	4.6	4.4	4.3	4.5
기타 간이 음식점업	2.5	2.7	3.1	3.1	3.0	3.1	3.1
치킨 전문점	2.0	2.1	2.3	2.3	2.3	2.4	2.5
김밥 및 기타 간이 음식점업	2.1	2.0	2.2	2.4	2.4	2.5	2.5
주점 및 비알코올 음료점업 평균	2.3	2.2	2.4	2.4	2.4	2.4	2.5
주점업	2.3	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2
비알코올 음료점업	2.1	2.4	2.8	2.7	2.7	2.8	2.8
커피 전문점	-	-	-	3.0	2.9	3.0	2.9

주 1) 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2015년까지 분식 및 김밥 전문점으로 분류되었음.

2) 커피 전문점은 2016년부터 분류되었음.

3) 사업체당 종사자 수는 업종별 종사자 수를 사업체 수로 나눈 값임.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

○ 음식점 및 주점업 종사자의 남·여 비율을 살펴보면, 2006년 여자가 전체의 69.2%로 70%에 육박하였으나, 2019년 63.1%로 매년 조금씩 감소하는 경향을 보이고 있음. 반면, 남자의 비율은 2007년 30.8%에서 2019년 36.9%로 6.1%p 상승한 것으로 나타남.

〈표 2-10〉 음식점 및 주점업의 남·여 종사자 비율

단위: %

구분		2007	2010	2015	2016	2017	2018	2019
음식점 및 주점업	남	30.8	32.3	35.4	35.5	35.7	36.0	36.9
	여	69.2	67.7	64.6	64.5	64.3	64.0	63.1
	계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
음식점업	남	30.6	32.1	35.4	35.7	36.1	36.3	37.4
	여	69.4	67.9	64.6	64.3	63.9	63.7	62.6
	계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주점 및 비알코올 음료점업	남	31.2	33.2	35.5	34.8	34.3	34.8	35.1
	여	68.8	66.8	64.5	65.2	65.7	65.2	64.9
	계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 통계청, 「사업제노동실태현황」, 각 연도.

- 음식점업의 경우 여자 종사자 비율이 2007년 69.4%에서 2019년 62.6%로 감소하고 있으며, 주점 및 비알코올 음료점업도 여자 비율이 같은 기간 68.8%에서 64.9%로 줄어들었음.

○ 음식점 및 주점업의 종사상 지위별로 상용근로자 비율은 2007년 평균 32.9%에서 2019년 37.0%로 4.1%p 상승하여 다소 안정적 고용 형태로 변화하고 있는 것으로 보임. 상용근로자 비율은 남자가 2019년 36.3%, 여자는 37.4%로 여자가 조금 더 높은 편임.

- 음식점업의 상용근로자 비율은 2019년 39.5%이며, 이중 남자가 38.0%, 여자 40.3%로 나타남.
- 주점 및 비알코올 음료점업의 상용근로자 비율은 28.5%로 음식점업에 비해 11.0%p 낮으며, 특히 남자(30.0%)보다 여자(27.6%)의 비중이 더 낮아 음식점업과는 반대인 것으로 파악됨.

〈표 2-11〉 음식점 및 주점업의 종사상 지위별 상용근로자 및 임시·일용근로자 비율

단위: %

구분		2007		2010		2015		2016		2017		2018		2019	
		상용	임시	상용	임시	상용	임시	상용	임시	상용	임시	상용	임시	상용	임시
음식점 및 주점업	평균	32.9	31.3	28.0	38.4	35.8	35.4	35.4	35.5	35.6	34.0	37.0	34.5	37.0	33.1
	남	31.9	23.7	28.4	30.2	36.4	28.9	35.5	29.1	35.4	27.1	37.0	27.2	36.3	27.1
	여	33.3	34.6	27.7	42.3	35.5	38.9	35.4	39.0	35.8	37.9	37.1	38.6	37.4	36.6
음식점업	평균	35.3	31.1	30.7	37.9	38.8	34.3	38.3	34.2	38.3	32.7	39.6	32.9	39.5	31.1
	남	33.6	22.4	30.9	28.7	38.9	27.5	37.7	27.9	37.2	26.1	38.7	26.2	38.0	25.6
	여	36.1	35.0	30.5	42.2	38.7	38.0	38.7	37.7	38.9	36.4	40.1	36.8	40.3	34.4
주점 및 비알코올 음료점업	평균	24.2	31.7	18.3	40.2	24.8	39.5	25.1	40.1	26.1	38.9	27.8	40.0	28.5	39.9
	남	25.9	28.1	19.9	35.2	27.4	33.9	27.9	33.4	28.5	30.8	30.5	31.1	30.0	32.6
	여	23.4	33.3	17.5	42.8	23.3	42.5	23.6	43.7	24.8	43.1	26.4	44.8	27.6	43.8

주: 상용은 상용근로자, 임시는 임시 및 일용근로자를 말함.

자료: 통계청, 「사업체노동실태현황」, 각 연도.

#### 1.4. 온라인 거래 현황

○ 음식점 및 주점업 가운데 전자상거래를 하고 있는 업체 비중은 2009년 0.3%에 불과하였으나, 2019년에는 5.2%로 증가하였음. 음식점업의 경우 전자상거래를 하고 있는 업체 비중이 같은 기간 0.2%에서 6.1%로 증가하였으며, 일반 음식점 가운데는 중식 음식점업이 2019년 5.3%로 가장 높음.

- 출장 및 이동 음식점업은 2009년 1.9%에서 2019년 8.9%로 전자상거래를 하는 업체 비중이 증가하였으며, 기타 간이 음식점업은 같은 기간 0.7%에서 14.3%로 가장 큰 폭의 증가율을 나타냄.
- 특히, 치킨 전문점의 경우 전자상거래하는 업체 비중이 2009년 0.4%에 그쳤으나, 2019년에는 24.6%로 나타나 전체 업종 가운데 가장 비중이 높음.

〈표 2-12〉 음식점 및 주점업의 업종별 전자상거래 여부

단위: %

구분	2009	2010	2014	2016	2017	2018	2019
음식점 및 주점업 전체 평균	0.3	0.3	0.8	1.8	3.1	3.6	5.2
음식점업 평균	0.2	0.4	1.0	2.1	3.8	4.5	6.1
한식 음식점업	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	2.0	3.1
외국식 음식점업	0.0	0.4	0.5	0.0	3.1	3.7	5.0
중식 음식점업	0.0	0.2	0.1	0.1	4.5	3.8	5.3
일식 음식점업	0.0	0.8	0.0	0.5	1.9	3.0	4.8
서양식 음식점업	0.1	0.7	1.6	1.2	1.8	2.5	4.6
기타 외국식 음식점업	0.0	0.7	1.0	0.4	2.1	8.4	4.8
기관 구내식당업	0.0	1.1	0.3	0.1	0.5	1.0	2.0
출장 및 이동 음식점업	1.9	6.0	2.0	1.2	2.7	5.9	8.9
기타 간이 음식점업	0.7	0.9	2.8	6.4	9.9	11.6	14.3
치킨 전문점	0.4	0.4	3.5	10.4	14.9	19.4	24.6
김밥 및 기타 간이 음식점업	0.0	0.1	0.2	1.1	4.7	4.3	5.0
주점 및 비알코올 음료점업 평균	0.4	0.2	0.4	0.9	1.4	1.5	3.1
주점업	0.5	0.1	0.2	0.7	0.7	0.6	1.7
비알코올 음료점업	0.0	0.5	0.7	1.3	2.5	2.7	4.8
커피 전문점	-	-	-	-	2.9	2.6	5.2

주: 전자상거래 여부 응답 사업체 수를 기준으로 각각의 비중을 산정하였음.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도; 통계청, 「경제총조사」, 2010년 및 2015년; 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

## 2. 코로나19 이후 외식업 변화 분석

### 2.1. 외식업체 생산지수 및 판매액지수 변화 동향

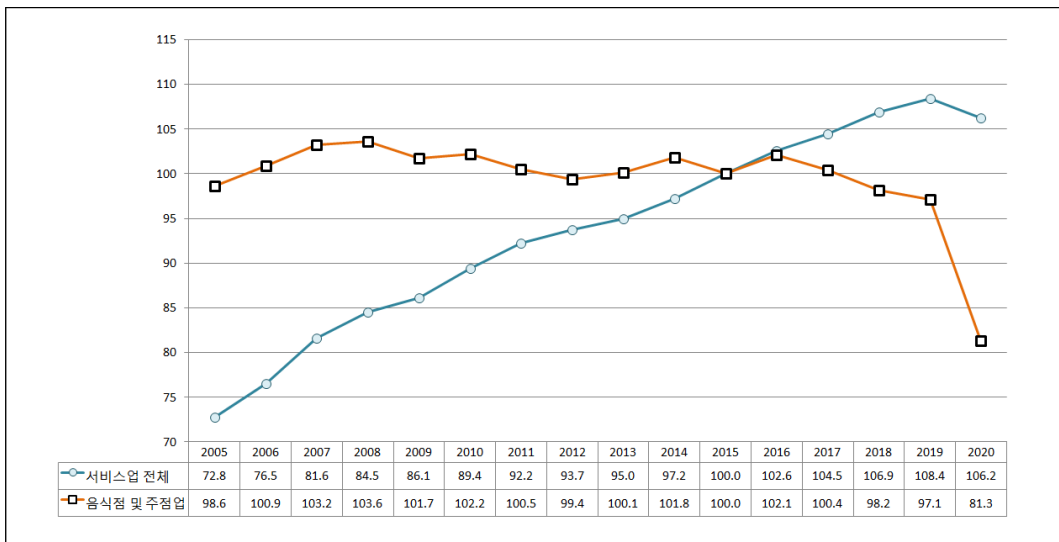
#### 2.1.1. 생산지수 변화

○ 음식점 및 주점업 생산지수는 2000년 85.5에서 2010년 102.2로 상승하였으며, 2016년에는 102.1로 정체하다 하락하는 추세를 보이고 있음. 이에 비해 전체 서비스업 생산지수는 지속적인 상승세를 나타내어 음식점 및 주점업과는 달리 전반적으로 서비스업 전체의 생산 활동은 활발히 전개되고 있음.

○ 2020년은 코로나19 영향으로 인해 서비스업 전체 생산지수는 2019년 108.4에서 106.2로 하락하였으며, 음식점 및 주점업 생산지수도 동반 하락하였음. 그러나 음식점 및 주점업의 경우 2020년 생산지수는 81.3으로 2019년 97.1에 비해 15.8이나 하락하여 전체 서비스업 하락 폭 2.2보다 상당히 큼.

- 즉, 서비스업 가운데서도 음식점 및 주점업이 코로나19로 인해 생산 활동이 매우 위축되었음을 반증함.

〈그림 2-6〉 서비스업 전체와 음식점 및 주점업 생산지수 추이(2015=100)



주 1) 서비스업 생산지수는 서비스업의 성장세를 가늠하는 핵심지표로서 서비스업 전체 및 개별업종의 생산 활동을 종합적으로 파악하기 위하여 개별 업종의 상대적 중요도인 부가가치 기준 가중치를 적용하여 지수화한 것임.

2) 불변지수 기준임.

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

○ 업종별 생산지수를 살펴보면, 음식점업 전체의 생산지수는 2000년 79.6에서 2016년 100.2로 상승세를 유지하였으나, 이후 하락하여 2020년에는 77.2를 기록함. 2017년부터 음식점업의 생산 활동은 위축되기 시작하였지만, 코로나19 발생으로 인한 사회적 거리두기로 2020년은 역대 최저 수준까지 하락한 것으로 나타남.

- 한식 음식점업은 2010년 106.6을 기록한 이후 2020년 72.0까지 큰 폭의 하락세를 보였으며, 외국 음식점업과 기관 구내식당업, 기타 간이 음식점업 모두 비슷한 패턴으로 하락하였음.

○ 주점 및 비알코올 음료점업은 2017년 117.1로 생산지수가 상승하였으나, 이후 하락하여 2020년 98.8로 파악됨. 주점업은 2010년 124.0 이후 생산지수가 지속적으로 하락하는 경향을 보이고 있으며, 2020년은 65.1로 나타나 코로나19 영향을 가장 큰 업종이었음.

- 반면, 비알코올 음료점업의 생산지수는 2010년 82.4에서 2019년 160.9로 큰 폭의 상승세를 나타낸 업종이며, 2020년은 150.6으로 하락하였지만, 타 업종에 비해 생산지수는 상당히 높음.

〈표 2-13〉 음식점 및 주점업 업종별 생산지수(2015=100)

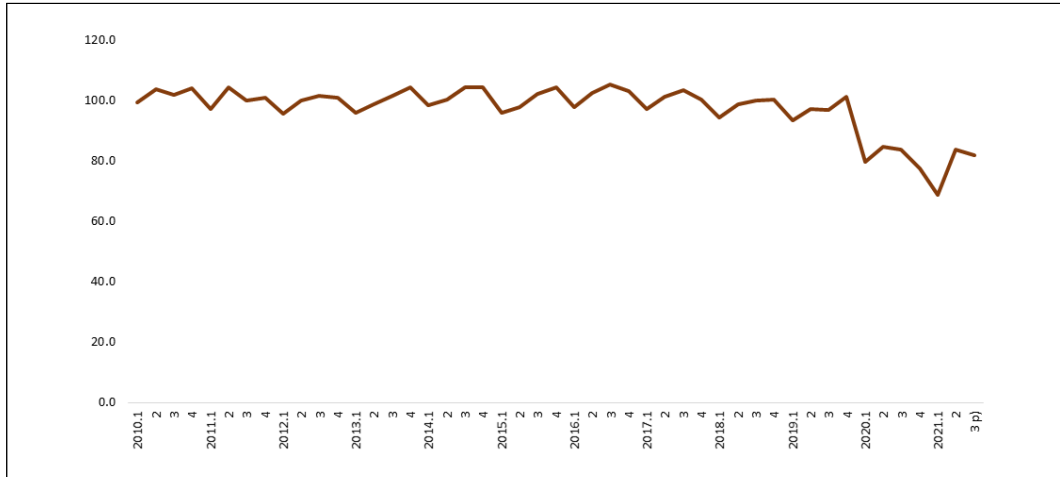
구분	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020
음식점업 전체	79.6	94.2	100.5	100.0	100.2	97.2	93.7	91.9	77.2
한식 음식점업	-	-	106.6	100.0	97.2	94.4	93.3	92.7	72.0
외국식 음식점업	-	-	106.5	100.0	107.9	104.2	87.8	80.3	79.7
기관 구내식당업	-	-	98.3	100.0	97.8	95.9	98.3	99.7	79.7
기타 간이 음식점업	66.4	77.0	83.2	100.0	103.9	99.9	97.9	95.9	89.0
주점 및 비알코올 음료점업 전체	113.8	118.1	109.9	100.0	109.5	113.8	117.1	118.9	98.8
주점업	124.0	128.8	120.0	100.0	101.6	99.9	97.9	91.6	65.1
비알코올 음료점업	-	-	82.4	100.0	121.7	135.2	146.6	160.9	150.6

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

○ 음식점 및 주점업의 분기별 생산지수를 살펴보면, 1분기에서 4분기로 갈수록 생산지수가 올라가는 패턴이 반복되면서 큰 폭의 변화는 나타나지 않았음. 그러나 코로나19가 발생하기 시작한 2020년 1분기 생산지수는 79.7로 2019년 1분기 93.3과 4분기 101.1에 비해 크게 낮아졌음. 2021년 1분기의 생산지수도 68.7로 하락세가 이어짐에 따라 코로나19로 인해 외식업체가 상당히 위축되었음을 알 수 있음.



〈그림 2-7〉 음식점 및 주점업의 분기별 생산지수 추이(불변지수)



자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

- 2021년 2분기에는 83.6, 3분기는 81.7로 1분기보다 생산지수가 높아져 다소 회복되었으나, 아직까지 코로나19 이전에 2019년 수준에는 크게 미치지 못하고 있는 실정임.

○ 음식점 및 주점업 모두 코로나19가 발생 이후 생산지수가 떨어졌는데, 업종별로는 한식 음식점업과 외국식 음식점업의 경우 2021년 1분기에 최저를 기록한 이후 2분기부터 회복되는 모습을 보이고 있으나, 3분기에 다시 생산지수가 소폭 하락한 것으로 나타남.

- 반면, 비알코올 음료점업은 2020년 1분기부터 2021년 1분기까지 생산지수가 대체로 하락하다가 2분기와 3분기 모두 상승세로 전환되었으며, 2분기부터는 오히려 코로나19 이전인 2019년보다 생산지수가 높은 것으로 분석됨.

〈표 2-14〉 음식점 및 주점업 업종별 분기별 생산지수(불변지수)

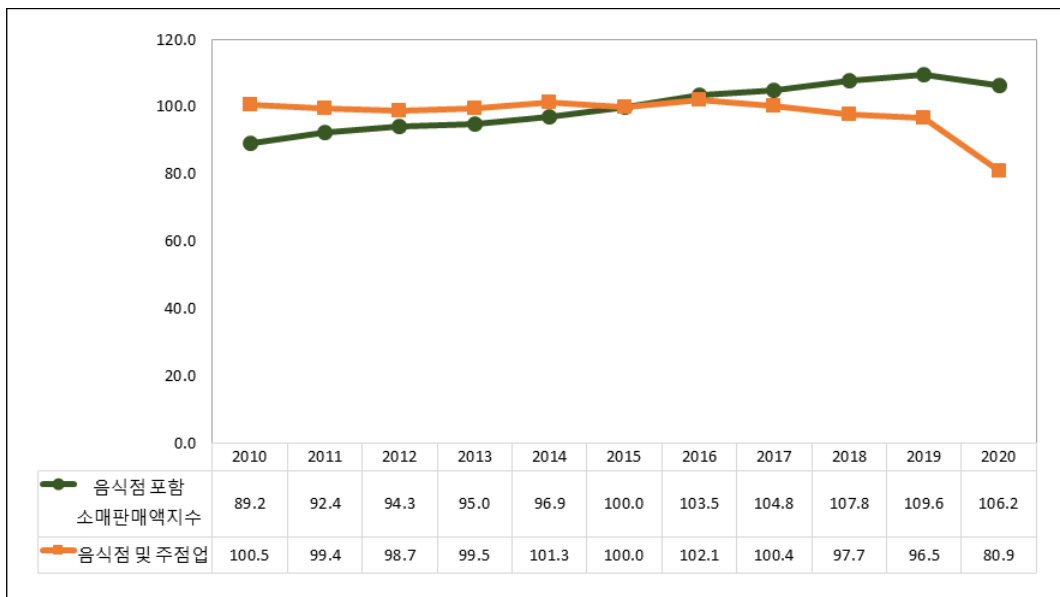
구분	2019				2020				2021		
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4
음식점업 전체	88.9	91.7	90.9	96.0	75.1	79.9	79.1	74.5	67.0	79.7	78.3
한식 음식점업	89.2	93.4	92.4	96.0	70.3	76.7	74.8	66.0	58.2	74.5	71.8
외국식 음식점업	79.1	77.5	73.7	91.1	72.3	81.9	79.6	84.9	76.7	92.5	89.6
기관 구내식당업	95.8	104.4	98.1	100.4	84.2	77.5	78.6	78.2	74.2	77.2	78.3
기타 간이 음식점업	93.1	93.8	98.2	98.5	87.8	88.3	90.8	89.2	82.0	85.3	87.9
주점 및 비알코올 음료점업 전체	111.8	120.4	121.2	122.2	98.9	104.6	102.4	89.2	75.8	99.9	96.2
주점업	90.6	91.4	90.9	93.3	72.6	67.6	65.2	54.9	37.6	55.1	43.2
비알코올 음료점업	144.3	165.0	168.0	166.4	139.4	161.4	159.7	141.8	134.5	168.8	177.5

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

### 2.1.2. 판매액지수 변화

- 음식점이 포함된 소매판매액지수는 2010년 89.2에서 2014년 96.9로 상승하였으며, 2019년에는 109.6으로 매년 지속적인 상승세를 나타내고 있음. 계속 상승하던 소매판매액지수는 2020년 코로나19가 발생하면서 106.2로 하락하게 되었음.
- 음식점 및 주점업의 경우 2010년 100.5, 2014년 101.3으로 음식점 포함 소매판매액지수보다 높았으나, 2016년부터 낮아지기 시작하였음. 그럼에도 불구하고 2017년까지 판매액지수는 큰 폭의 변화 없이 꾸준한 수준을 유지하였으나, 2018년부터 낮아져 2019년에는 96.5를 기록함.
  - 2020년에는 코로나19의 영향 받아 판매액지수가 80.9까지 떨어졌으며, 음식점 포함 소매판매액지수보다 음식점 및 주점업의 지수 하락폭이 훨씬 커 코로나19는 외식업체의 판매 활동에 상당히 많은 제약 요인으로 작용했음.

〈그림 2-8〉 음식점 및 주점업 판매액지수 추이(2015=100)



주: 불변지수 기준임.

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

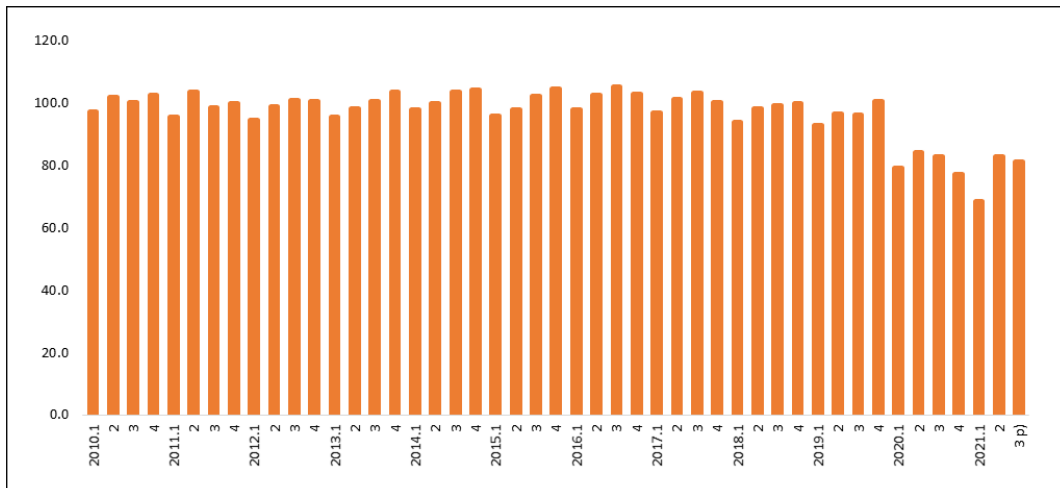
○ 음식점 및 주점업의 분기별 판매액지수는 1분기에서 4분기에 걸쳐 등락을 반복하는 구조였으나, 2020년 1분기를 기점으로 크게 하락하고 있음. 2019년 판매액지수는 1분기 92.9에서 4분기 100.4로 상승하였으나, 코로나19 발생으로 사회적 거리두기가 진행됨에 따라 2020년 1분기에는 79.3으로 급락하였음.

- 2020년 2분기와 3분기는 각각 84.1, 83.0으로 1분기보다 회복되었지만, 4분기에 다시 77.1로 떨어졌음.

○ 이러한 판매액지수 하락세 전환은 2021년 1분기까지 이어져 68.6으로 역대 최저치를 기록하게 되었음. 2021년 2분기부터는 워드 코로나 등 사회적 거리두기가 다소 완화되면서 판매액지수는 2분기 83.0으로 2020년 3분기 수준까지 회복되었으나, 3분기는 81.2로 다시 3분기보다 조금 낮아졌음.

- 2021년 1분기에 비해서는 2분기와 3분기 판매액지수가 많이 상승되었지만, 2019년과 비교하면 여전히 상당히 낮아 외식업체의 판매 상황이 아직까지 이전 수준으로 돌아가지 않은 것으로 파악됨.

〈그림 2-9〉 음식점 및 주점업의 분기별 판매액지수 추이(불변지수)



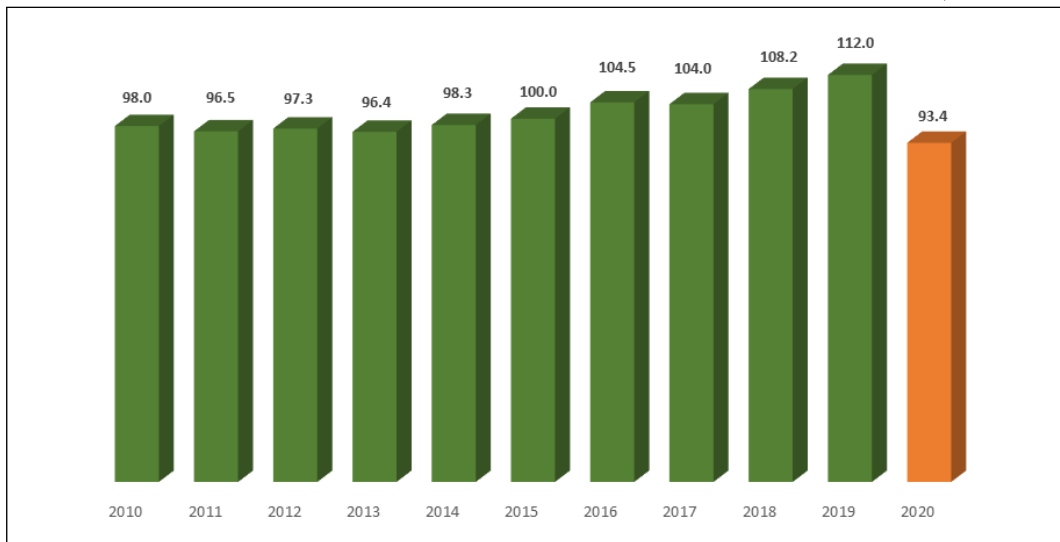
자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

### 2.1.3. 경제활동별 GDP 변화

○ 숙박 및 음식점업의 GDP는 약간의 증감이 있지만, 대체로 증가하는 추세를 나타내고 있음. 그러나 2020년에는 2015년 대비 하락하였으며, 2019년보다 크게 떨어졌는데, 코로나19의 영향으로 판단됨.

〈그림 2-10〉 숙박 및 음식점업의 경제활동별 GDP 추이

단위: 2015=100



주: 경제활동별 GDP는 2015년 GDP를 100으로 하여 계산한 비율임.

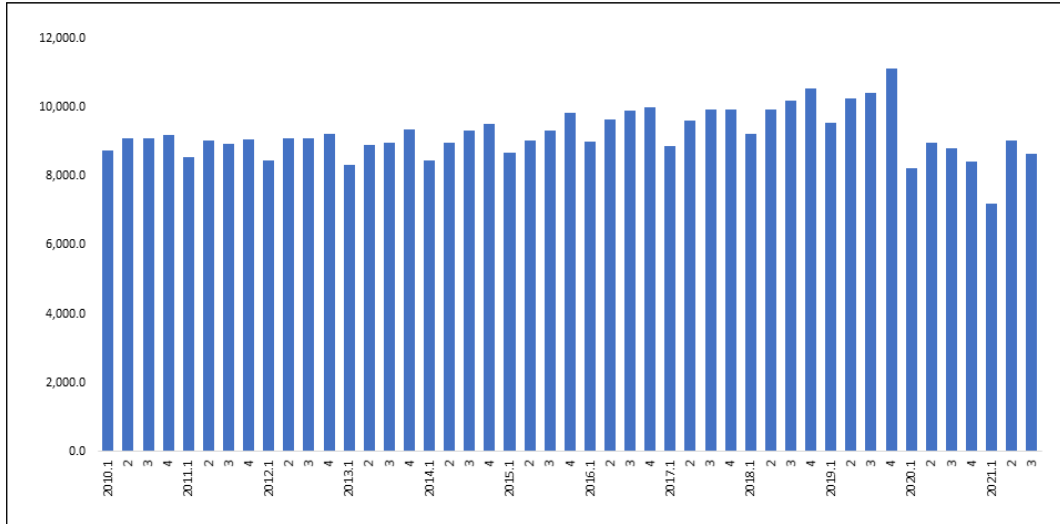
자료: 한국은행, 「국민계정」, 각 연도 자료를 기초로 저자 산정.

○ 숙박 및 음식점업의 분기별 GDP는 4분기로 갈수록 증가하는 패턴을 보이는 가운데, 전반적으로는 매년 증가하는 경향을 나타내고 있음. 그러나 2020년 1분기는 코로나19 여파로 2019년 1분기 대비 13.7% 감소하였으며, 4분기에는 24.3% 감소하여 감소폭이 더욱 확대되었음.

○ 2021년 들어서도 1분기에는 전년 1분기보다 12.4%, 2019년 1분기 대비 24.4% 감소하여 GDP 감소세가 이어졌음. 그러다가 2분기에는 전년 2분기 대비 0.8% 소폭 증가로 전환되었으며, 2019년 2분기에 비해서 11.8% 감소하여 1분기보다 감소폭이 줄어들었음. 그러나 3분기에는 같은 기간 대비 각각 2.0%, 16.9% GDP가 감소하여 회복세가 주춤하는 형국임.

〈그림 2-11〉 음식점 및 주점업의 분기별 경제활동별 GDP

단위: 10억 원



자료: 한국은행, 「국민계정」, 각 연도.

## 2.2. 외식소비 변화 분석

### 2.2.1. 가계 소비 변화

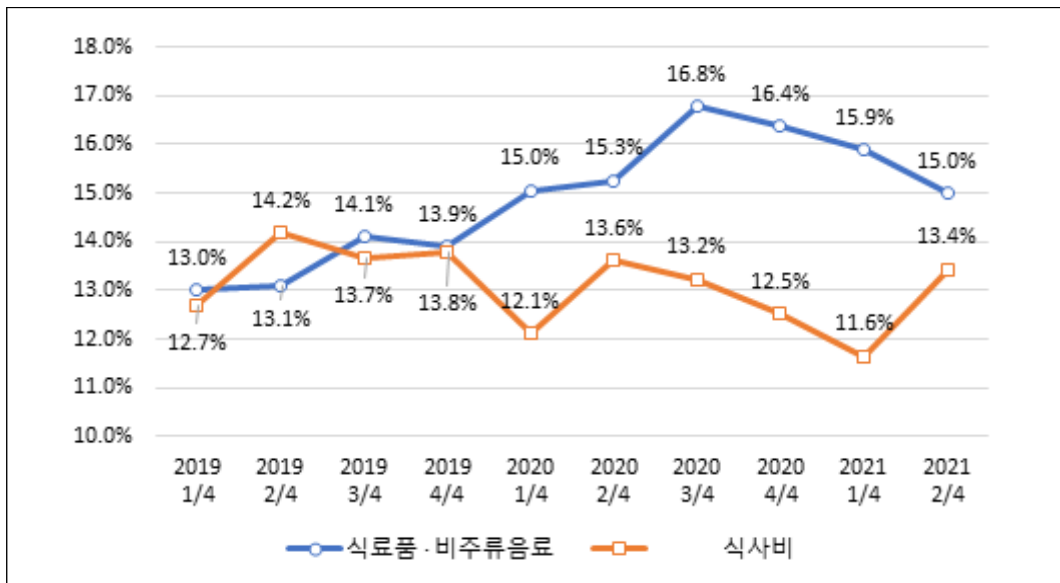
○ 가계동향조사(통계청)에서는 식료품 구매 및 외식과 관련된 소비 지출의 비중을 분기별로 제공하고 있으며, 식료품 및 비주류음료 구매에 대한 비중과 식사비(외식비 등)로 구분하여 통계를 제공하고 있음. 명목금액과 실질금액(기준연도: 2015)으로 구분하여 통계를 제공하고 있어 본 연구에서는 먼저 명목금액 통계를 활용해 지출 비중 분석을 수행하였으며, 다음으로 물가 변동의 영향을 제거한 실질금액 기준의 통계를 활용하여 시계열적인 소비 물량 변화를 살펴봄.

○ 식료품·외식 관련 가계 소비 분석을 위해 가계동향조사(통계청)를 분석한 결과, 코로나 19 이후 가계의 외식비 지출 비중은 0.7% 감소하였지만, 식료품 소비 지출 비중이 2.4% 증가하면서 전체 식료품·외식과 관련된 가계의 소비지출 비중은 1.7% 증가한 것으로 나타남.

- 2020년 기준 가계의 외식비 지출 비중은 12.9%(2019년: 13.6%), 식료품 소비 지출 비중은 15.9%(2019년: 13.5%)로 전체 식료품·외식과 관련된 가계의 소비지출 비중은 28.8%(2019년: 27.1%)로 분석됨.
- 2020년 하반기 이후 가계의 식료품 소비 지출 비중이 감소하는 경향을 보이거나, 2019년 대비 여전히 높은 지출 비중을 보이고 있음.

○ 2020년 식료품 구매 및 외식과 관련된 가계의 월평균 소비 지출(식료품·비주류음료+식사비) 비중은 2019년 대비 1.7%p 높은 것으로 나타남. 2020년 3분기의 지출은 30.0%로 2019년 동기 대비 2.2%p 상승하였으며, 4분기의 지출 비중은 28.9%로 전년 동기 대비 1.2%p 소폭 상승한 것으로 파악됨.

〈그림 2-12〉 2019~2021년 분기별 식료품·비주류음료·식사비 지출액 비중(명목기준)



자료: 가계동향조사.

○ 2020년 월평균 식료품·비주류음료 지출 비중은 2019년 대비 2.4%p 상승한 것으로 나타남. 2020년 1분기 식료품·비주류음료 지출 비중은 15.0%로 전년 동기 대비 소폭(2.0%p) 증가하였으며, 4분기의 지출 비중은 전년 동기 대비 2.7%p 상승한 16.8%로 가장 많이 증가한 것으로 나타남.

○ 2020년의 월평균 외식비(식사비) 지출 비중은 2019년 대비 0.7%p 하락하였음. 2020년 3분기 외식비 지출은 13.2%로 전년 동기 대비 소폭(0.5%p) 줄었으며, 4분기 지출 비중도 12.5%로 전년 동기 대비 1.3%p 하락한 것으로 분석됨.

○ 2021년 1분기의 식료품비 지출액 비중은 전년 동기 대비 0.9%p 상승하였으나, 2분기 지출액 비중은 0.3%p 하락하여 식료품비의 지출액 비중은 감소하는 추세를 보임. 2021년 1~2분기의 외식비(식사비) 지출 비중은 전년 동기 대비 각각 0.5%p, 0.2%p 떨어진 것으로 나타남.

〈표 2-15〉 2019~2021년 분기별 식료품·비주류음료비·식사비 지출액(명목기준)

단위: 만 원/월

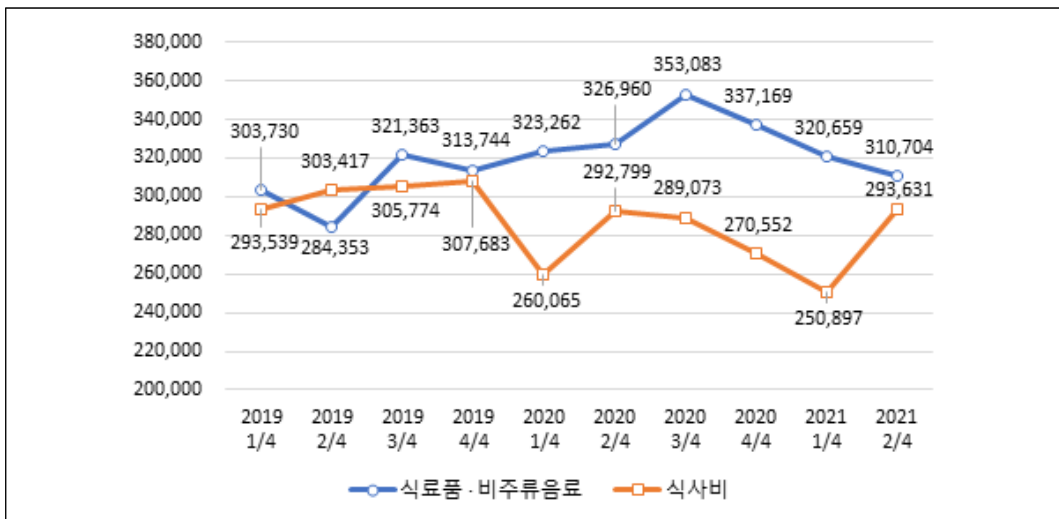
구분		식료품·비주류 음료 (A)	식사비 (B)	식료품·비주류 음료+식사비(A+B)	소비 지출
2019년 1분기	지출액	330,884	322,688	653,572	2,544,919
	비중	13.0%	12.7%	25.7%	100.0%
2019년 2분기	지출액	308,864	334,335	643,199	2,357,094
	비중	13.1%	14.2%	27.3%	100.0%
2019년 3분기	지출액	348,036	337,421	685,457	2,467,777
	비중	14.1%	13.7%	27.8%	100.0%
2019년 4분기	지출액	342,639	339,805	682,444	2,464,541
	비중	13.9%	13.8%	27.7%	100.0%
2019년 평균 (연간자료)	지출액	<b>332,558</b>	<b>333,552</b>	<b>666,110</b>	<b>2,456,678</b>
	비중	<b>13.5%</b>	<b>13.6%</b>	<b>27.1%</b>	<b>100.0%</b>
2020년 1분기	지출액	358,109	288,257	646,366	2,379,576
	비중	15.0%	12.1%	27.2%	100.0%
2020년 2분기	지출액	363,972	324,685	688,657	2,385,004
	비중	15.3%	13.6%	28.9%	100.0%
2020년 3분기	지출액	406,929	321,218	728,147	2,426,415
	비중	16.8%	13.2%	30.0%	100.0%
2020년 4분기	지출액	394,453	301,746	696,199	2,407,610
	비중	16.4%	12.5%	28.9%	100.0%
2020년 평균 (연간자료)	지출액	<b>381,056</b>	<b>308,992</b>	<b>690,048</b>	<b>2,400,123</b>
	비중	<b>15.9%</b>	<b>12.9%</b>	<b>28.8%</b>	<b>100.0%</b>
2021년 1분기	지출액	384,374	281,682	666,056	2,418,703
	비중	15.9%	11.6%	27.5%	100.0%
2021년 2분기	지출액	371,261	332,479	703,740	2,475,079
	비중	15.0%	13.4%	28.4%	100.0%

자료: 통계청 가계동향조사.

○ 실질금액 기준으로 살펴본 결과, 코로나19가 발생한 2020년의 경우 월평균 가계 외식비 지출은 27.8만 원으로 전년 대비 2.4만 원(8.1%) 감소하였지만, 식료품 소비 지출은 33.5만 원으로 전년 대비 3.0만 원(9.7%) 증가하면서 전체 식료품·외식과 관련된 가계의 소비 지출은 증가한 것으로 나타남.

○ 2021년 상반기 기준으로, 식료품비 지출액은 코로나19 이전인 2019년보다 증가하였지만, 그 증가폭이 감소하였고, 2021년 1분기의 외식비 지출액은 크게 감소하여 전체 식료품·외식과 관련된 가계의 소비 지출은 다소 감소한 것으로 분석됨.

〈그림 2-13〉 2019~2021년 분기별 식료품·비주류음료비·식사비 지출액 추이(실질기준)



자료: 통계청 가계동향조사.

〈표 2-16〉 2019~2021년 분기별 식료품·비주류음료비·식사비 지출액(실질기준)

단위: 만 원/월

구분	2019년 (A)	2020년 (B)	전년 동기 대비 증감액 (B-A)	전년 동기 대비 증감률 (B-A)/A	2021년 (C)	전년 동기 대비 증감액 (C-B)	전년 동기 대비 증감률 (C-B)/B	2019년 동기 대비 증감액 (C-A)	2019년 동기 대비 증감률 (C-A)/A
1분기	303,730	323,262	19,532	6.4%	320,659	-2,603	-0.8%	16,929	5.6%
2분기	284,353	326,960	42,607	15.0%	310,704	-16,256	-5.0%	26,351	9.3%
3분기	321,363	353,083	31,720	9.9%	-	-	-	-	-
4분기	313,744	337,169	23,425	7.5%	-	-	-	-	-
평균	305,744	335,496	29,752	9.7%	315,682	-9,430	-2.9%	21,640	7.5%

주1: 2021년도 연평균 자료는 2021년 1분기와 2분기 값으로 계산하였음.

자료: 통계청 가계동향조사.



## 2.2.2. 음식점 내 외식소비

### 가) 지급결제통계 분석

- 가계동향조사 자료를 통하여 코로나 발생 이후 가계의 외식소비 감소를 확인할 수 있었으며, 외식소비를 음식점 내에서의 소비와 배달주문을 통한 소비로 구분하여 추가적인 분석을 수행함. 음식점 내 소비는 한국은행의 지역별 소비유형별 개인 신용카드 사용액 자료를 활용하였으며, 배달서비스 외식소비는 온라인쇼핑몰동향거래조사 자료를 활용하였음.
- 지급결제통계(한국은행)의 지역별 소비유형별 개인 신용카드 사용액에서는 개인이 음식점에서 결제한 신용카드 사용액을 카드사 및 은행으로부터 자료를 수집하여 월별·지역별 데이터로 제공해주고 있음. 자료에는 개인의 신용카드 사용액만을 포함하며 법인 이용금액은 제외됨.
  - 배달의 민족, 쿠팡이츠, 요기요 등과 같은 음식 배달 어플리케이션을 이용한 바로결제 금액은 전자상거래로 분류되어 카드 사용액이 집계되므로 음식점 개인 신용카드 사용액에는 포함되지 않음.<sup>1)</sup>
- 따라서 본 연구에서는 음식점 개인 신용카드 사용액을 배달서비스 외식소비를 제외한 음식점 내 외식소비에 대한 대리변수로 활용하여 음식점 내 외식 소비 지출 변화를 분석함.
- 지역별 소비유형별 개인 신용카드 자료(한국은행)에 의하면, 음식점 개인 신용카드 사용액은 2020년 코로나19 발생 이전까지 지속적으로 증가하는 추세를 보임. 5월과 여름(7~8월), 연말(12월)에 음식점 개인 신용카드 사용액이 많고 2월에 소비가 감소되는 계절적 특성을 보이거나, 시간이 경과함에 따라 음식점 개인 신용카드 사용액이 증가하는 일관된 경향성을 갖는 것으로 나타남.

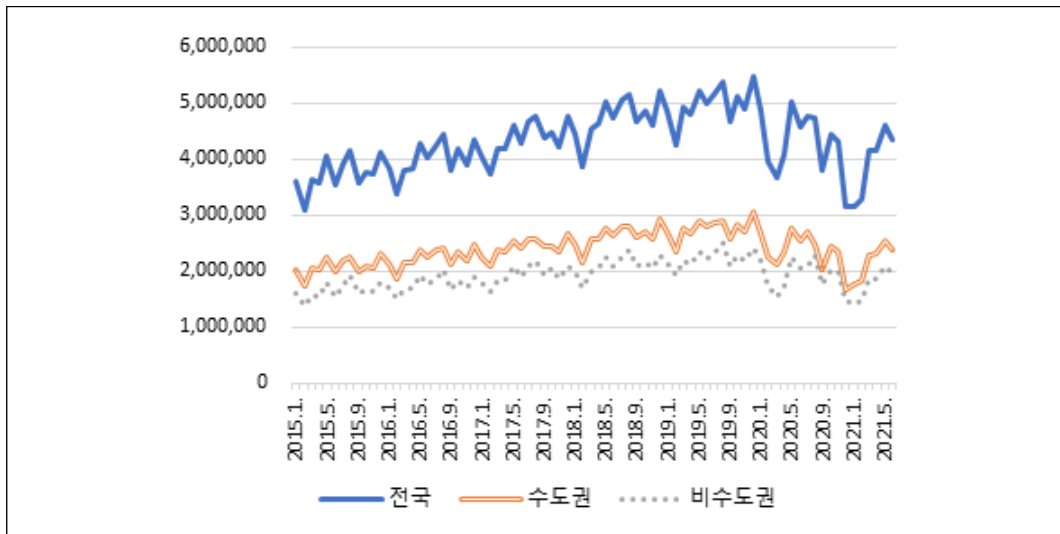
---

<sup>1)</sup> 배달앱 점유율이 가장 높은 배달의 민족 주문고객 중 앱으로 바로결제를 이용하는 비중은 95.2%(배민트렌드 2021)로 배달앱을 이용한 외식 주문의 경우의 결제 금액은 대부분 전자상거래로 분류되어 집계됨.

○ 음식점 내 외식소비 분석을 위해 지급결제통계(한국은행)의 음식점 개인 신용카드 사용액 자료를 분석한 결과, 코로나19 확산이 본격화 된 2020년 2월 이후 음식점 내 외식소비는 크게 감소하여 2020년 평균 음식점 내 외식소비는 전년 대비 14.0% 감소한 것으로 파악됨.

〈그림 2-14〉 음식점 개인 신용카드 사용액

단위: 백만 원



자료: 한국은행 지급결제통계.

○ 2020년 음식점 개인 신용카드 총사용액은 51.4조 원으로 2019년 59.7조 원에 비해 14.0% 감소한 것으로 나타남. 2020년의 음식점 개인 신용카드 월별 사용액은 2019년보다 전체적으로 감소하였으며, 코로나19 유행 초기인 3월은 전년 동월 대비 25.5% 줄었음.

〈표 2-17〉 2020~2021년 음식점 개인 신용카드 사용액

단위: 백만 원

구분	2020년			2021년				
	신용카드 사용액	전년 동기 대비 증감액	전년 동기 대비 증감률	신용카드 사용액	전년 동기 대비 증감액	전년 동기 대비 증감률	2019년 동기 대비 증감액	2019년 동기 대비 증감률
1월	4,849,133	-11,266	-0.2%	3,143,342	-1,705,791	-35.2%	-1,717,057	-35.3%
2월	3,968,954	-272,683	-6.4%	3,281,635	-687,319	-17.3%	-960,002	-22.6%
3월	3,672,995	-1,258,116	-25.5%	4,156,220	483,225	13.2%	-774,891	-15.7%

구분	2020년			2021년				
	신용카드 사용액	전년 동기 대비 증감액	전년 동기 대비 증감률	신용카드 사용액	전년 동기 대비 증감액	전년 동기 대비 증감률	2019년 동기 대비 증감액	2019년 동기 대비 증감률
4월	4,074,181	-719,122	-15.0%	4,149,760	75,579	1.9%	-643,543	-13.4%
5월	5,003,961	-224,934	-4.3%	4,604,262	-399,699	-8.0%	-624,633	-11.9%
6월	4,565,537	-435,665	-8.7%	4,341,215	-224,322	-4.9%	-659,987	-13.2%
7월	4,776,541	-379,765	-7.4%	-	-	-	-	-
8월	4,742,019	-629,446	-11.7%	-	-	-	-	-
9월	3,803,457	-857,949	-18.4%	-	-	-	-	-
10월	4,452,038	-671,748	-13.1%	-	-	-	-	-
11월	4,307,920	-577,532	-11.8%	-	-	-	-	-
12월	3,134,373	-2,338,703	-42.7%	-	-	-	-	-
평균	3,950,241	-644,379	-14.0%	3,946,072	-4,168	-0.1%	-648,547	-14.1%

자료: 한국은행 지급결제통계.

- 코로나19의 재확산으로 인한 사회적 거리두기 단계 강화가 되는 8월 이후 다시 감소 폭이 커지는 것으로 나타났으며, 12월 전기 동월 대비 음식점 개인 신용카드 사용액이 42.7% 감소한 것으로 나타나 소비 위축이 가장 큰 것으로 나타남.

○ 2021년 상반기 기준 음식점 개인 신용카드 사용액은 2019년 대비 14.1% 감소하여 2020년 음식점 개인 신용카드 사용액 감소분과 크기가 비슷한 것으로 나타남. 2021년 1월의 감소폭이(-35.3%) 가장 큰 것으로 나타났으며, 3월 이후 다소 회복하고 있음.

○ 음식점 개인 신용카드 사용액을 수도권과 비수도권으로 구분하였을 경우 코로나19 확산 초기에는 수도권에 비해 상대적으로 비수도권 외식업체의 음식점 내 외식소비 감소가 더 컸으나, 2020년 8월 이후에는 수도권 외식업체의 피해 규모가 더 큰 것으로 파악됨.

- 비수도권의 경우 대구·경북지역을 중심으로 코로나19의 유행이 시작된 2020년 3~4월에 음식점 내 외식소비가 큰 폭으로 감소하여 2020년 7월까지 음식점 내 외식소비 감소가 수도권보다 큰 것으로 나타남.
- 2020년 8월 이후부터 수도권 중심의 코로나19의 2차 유행으로 인하여 수도권의 음식점 내 외식소비 감소폭이 훨씬 큰 것으로 분석됨.

〈표 2-18〉 2020~2021년 음식점 개인 신용카드 사용액(수도권)

단위: 백만 원

구분	2020년			2021년				
	신용카드 사용액	전년 동기 대비 증감액	전년 동기 대비 증감률	신용카드 사용액	전년 동기 대비 증감액	전년 동기 대비 증감률	2019년 동기 대비 증감액	2019년 동기 대비 증감률
1월	2,671,537	-37,536	-1.4%	1,752,884	-918,653	-34.4%	-956,189	-35.3%
2월	2,241,717	-89,297	-3.8%	1,826,525	-415,192	-18.5%	-504,489	-21.6%
3월	2,122,571	-633,997	-23.0%	2,292,542	169,971	8.0%	-464,026	-16.8%
4월	2,340,903	-334,731	-12.5%	2,305,010	-35,893	-1.5%	-370,624	-13.9%
5월	2,768,420	-132,237	-4.6%	2,531,407	-237,013	-8.6%	-369,250	-12.7%
6월	2,527,548	-256,272	-9.2%	2,379,018	-148,530	-5.9%	-404,802	-14.5%
7월	2,683,911	-167,168	-5.9%	-	-	-	-	-
8월	2,463,604	-413,266	-14.4%	-	-	-	-	-
9월	2,031,818	-549,578	-21.3%	-	-	-	-	-
10월	2,436,102	-403,007	-14.2%	-	-	-	-	-
11월	2,332,972	-368,792	-13.7%	-	-	-	-	-
12월	1,677,864	-1,388,511	-45.3%	-	-	-	-	-
평균	<b>2,358,247</b>	<b>-397,866</b>	<b>-14.4%</b>	<b>2,181,231</b>	<b>-177,016</b>	<b>-7.5%</b>	<b>-574,882</b>	<b>-20.9%</b>

자료: 한국은행 지급결제통계.

- 2021년의 경우 수도권과 비수도권의 음식점 신용카드 사용액 감소의 양상은 비슷한 것으로 나타나 2019년 대비 각각 20.9%, 20.5% 감소하였음.

〈표 2-19〉 2020~2021년 음식점 개인 신용카드 사용액(비수도권)

단위: 백만 원

구분	2020년			2021년				
	신용카드 사용액	전년 동기 대비 증감액	전년 동기 대비 증감률	신용카드 사용액	전년 동기 대비 증감액	전년 동기 대비 증감률	2019년 동기 대비 증감액	2019년 동기 대비 증감률
1월	2,177,597	26,269	1.2%	1,390,458	-787,139	-36.1%	-760,870	-35.4%
2월	1,727,237	-183,386	-9.6%	1,455,109	-272,128	-15.8%	-455,514	-23.8%
3월	1,550,424	-624,119	-28.7%	1,863,678	313,254	20.2%	-310,865	-14.3%
4월	1,733,277	-384,394	-18.2%	1,844,750	111,473	6.4%	-272,921	-12.9%
5월	2,235,540	-92,700	-4.0%	2,072,856	-162,684	-7.3%	-255,384	-11.0%
6월	2,037,988	-179,392	-8.1%	1,962,199	-75,789	-3.7%	-255,181	-11.5%
7월	2,092,630	-212,598	-9.2%	-	-	-	-	-
8월	2,278,414	-216,181	-8.7%	-	-	-	-	-
9월	1,771,640	-308,369	-14.8%	-	-	-	-	-
10월	2,015,935	-268,742	-11.8%	-	-	-	-	-
11월	1,974,946	-208,741	-9.6%	-	-	-	-	-
12월	1,456,509	-950,193	-39.5%	-	-	-	-	-
평균	<b>1,921,011</b>	<b>-300,212</b>	<b>-13.5%</b>	<b>1,764,842</b>	<b>-156,170</b>	<b>-8.1%</b>	<b>-456,382</b>	<b>-20.5%</b>

자료: 한국은행 지급결제통계.

나) 이상점 탐지 분석<sup>2)</sup>

○ 이상점 탐지 분석 결과 음식점 내 외식소비는 코로나19 충격으로 인하여 2020년 3월 크게 감소(-23.5%)한 이후 2020년 4월과 5월에 음식점 내 외식소비 수준이 다소 회복하는 것으로 나타남. 2020년 12월 다시 한 번 충격으로 인해 단기적인 수준 감소(-42.8%)가 발생하였으며, 이후 음식점 내 외식소비는 2020년 5월 수준으로 점차 회복하고 있는 것으로 분석됨.

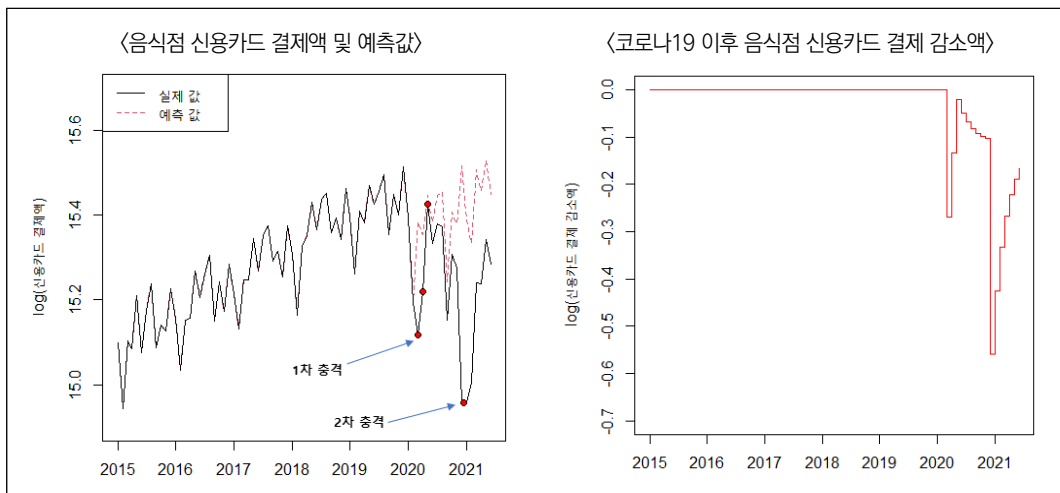
- 평균적으로 음식점 개인 신용카드 사용액은 코로나19가 발생하지 않았을 경우에 비하여 2020년에는 11.1% 감소하였으며, 2021년 상반기에는 22.8% 감소한 것으로 파악됨. 시계열 자료는 계절형 ARIMA((1,1,0)(0,1,1)[12]) 모형으로 적합하였음.

〈표 2-20〉 이상점 탐지 결과(전국)

순서	종류	시기	계수 값	t-통계량
1	LS	2020년 3월	-0.26822	-9.04
2	TC	2020년 4월	0.13381	4.688
3	LS	2020년 5월	0.15395	5.598
4	TC	2020년 12월	-0.45239	-16.687

자료: 저자 작성.

〈그림 2-15〉 음식점 신용카드 결제액·예측값 및 코로나19 이후 음식점 신용카드 결제 감소액



자료: 저자 작성.

2) 이상점 탐지 분석에 대해서는 제1장의 연구 방법을 참조할 것.

○ 수도권과 비수도권의 경우로 구분하여 충격을 살펴보면, 공통적으로 3월과 12월의 충격으로 인하여 감소하였으나, 코로나19의 세부적인 영향과 형태에서 다소 차이가 발생함. 수도권의 경우에는 2020년 3월에 항구적인 충격으로 인하여 항구적인 음식점 개인 신용카드 사용액 감소(-18.0%)가 발생하였음. 또한, 음식점 개인 신용카드 사용액이 2020년 12월 다시 큰 폭으로 감소(-46.5%)하였으며, 이후에는 2020년 3월 수준으로 회복하고 있는 것으로 분석됨.

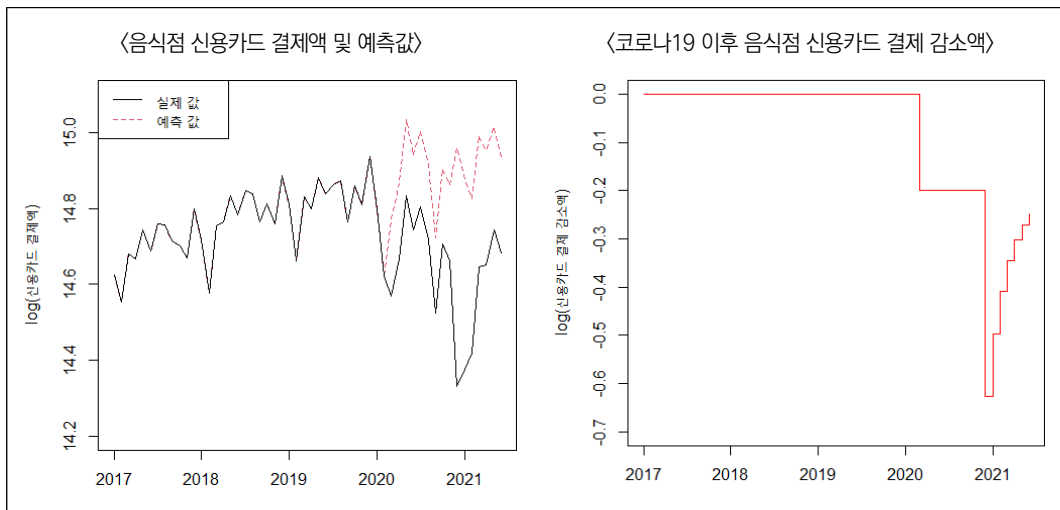
- 음식점 개인 신용카드 사용액은 코로나19가 발생하지 않았을 경우에 비하여 2020년에 18.1%, 2021년 상반기에 28.7% 감소한 것으로 나타남. 시계열 자료는 계절형 ARIMA((0,1,2)(0,1,1)[12]) 모형으로 적합하였음.

〈표 2-21〉 이상점 탐지 결과(수도권)

순서	종류	시기	계수 값	t-통계량
1	LS	2020년 3월	-0.1988	-8.611
2	TC	2020년 12월	-0.4267	-13.75

자료: 저자 작성.

〈그림 2-16〉 음식점 신용카드 결제액·예측값 및 코로나19 이후 음식점 신용카드 결제 감소액(수도권)



자료: 저자 작성.

○ 비수도권의 경우 2020년 3월에 큰 충격으로 음식점 개인 신용카드 사용액 감소(-29.0%)가 가장 크게 발생하였으며, 4월 이후에는 감소분이 회복되었지만, 항구적인 음식점 개인 신용카드 사용액 감소가 있었음. 12월 충격으로 인하여 다시 감소(-41.2%)하였고, 이후 2020년 3월 수준으로 회복하고 있는 것으로 나타남.

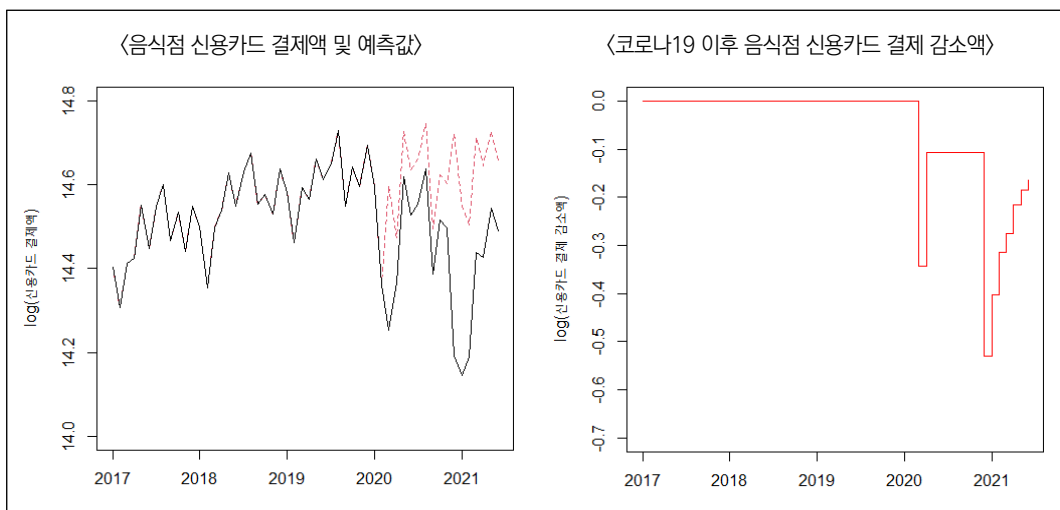
- 음식점 개인 신용카드 사용액은 코로나19가 발생하지 않았을 경우에 비하여 2020년에 13.1%, 2021년 상반기에 22.3% 감소한 것으로 파악됨. 시계열 자료는 계절형 ARIMA((0,1,1)(0,1,1)[12]) 모형으로 적합하였음.

〈표 2-22〉 이상점 탐지 결과(비수도권)

순서	종류	시기	계수 값	t-통계량
1	IO	2020년 3월	-0.3428	-8.721
2	TC	2020년 12월	-0.4229	-13.686

자료: 저자 작성.

〈그림 2-17〉 음식점 신용카드 결제액·예측값 및 코로나19 이후 음식점 신용카드 결제 감소액(비수도권)



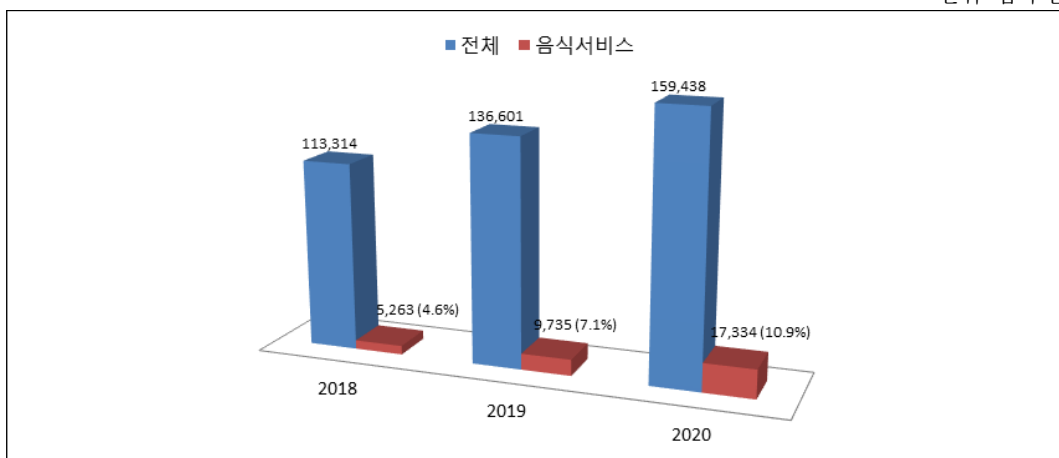
## 2.3. 배달서비스 외식소비 분석

### 2.3.1. 온라인 거래액 변화

- 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액은 2018년 5조 2천억 원에서 2020년 17조 3천억 원으로 3.3배 증가하여 같은 기간 온라인 쇼핑 전체 거래액 증가율 1.4배에 비해 압도적으로 높음.
- 이와 같이 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액 증가율이 크게 증가함에 따라 온라인 쇼핑 전체 거래액에서 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액이 차지하는 비중도 2018년 4.6%에서 2020년 10.9%로 6.3%p 상승한 것으로 나타남.
- 음식점 및 주점업 매출액에서 음식서비스 온라인 거래액이 차지하는 비중은 2018년 3.8%에 불과하였으나, 2019년에는 6.7%로 증가하였으며, 코로나19 영향이 심각하였던 2020년은 14.3%로 더욱 확대되었음.
  - 음식점 및 주점업 매출액 대비 온라인 거래액 비중은 2019년에 2018년보다 2.9%p 상승한 반면, 2020은 2019년에 비해 7.4%p 상승하여 2020년의 코로나19 발생이 외식업의 온라인 거래 비중 증가세를 가속화시킨 것으로 판단됨.

〈그림 2-18〉 온라인 쇼핑 전체 및 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액 추이

단위: 십억 원



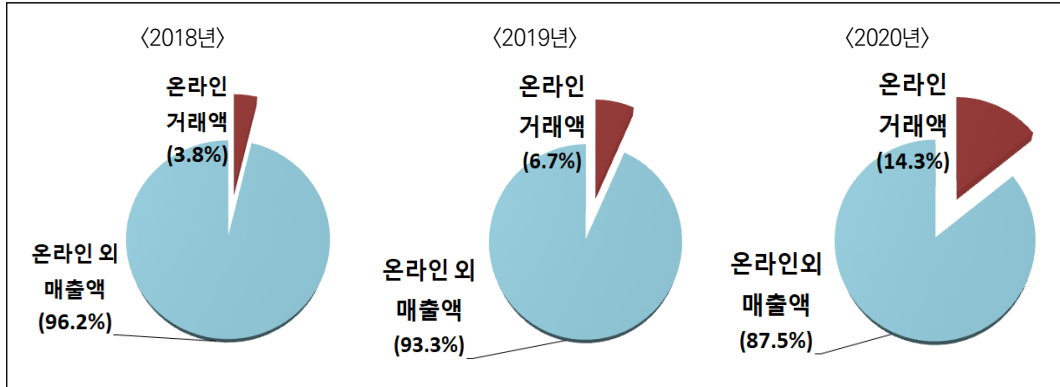
주: ( ) 내는 온라인 쇼핑 전체 거래액에서 음식서비스 거래액이 차지하는 비중임.

자료: 통계청, 「온라인쇼핑동향조사」, 각 연도.



〈그림 2-19〉 음식점 및 주점업 매출액 대비 온라인 거래액 비중 추이

단위: %

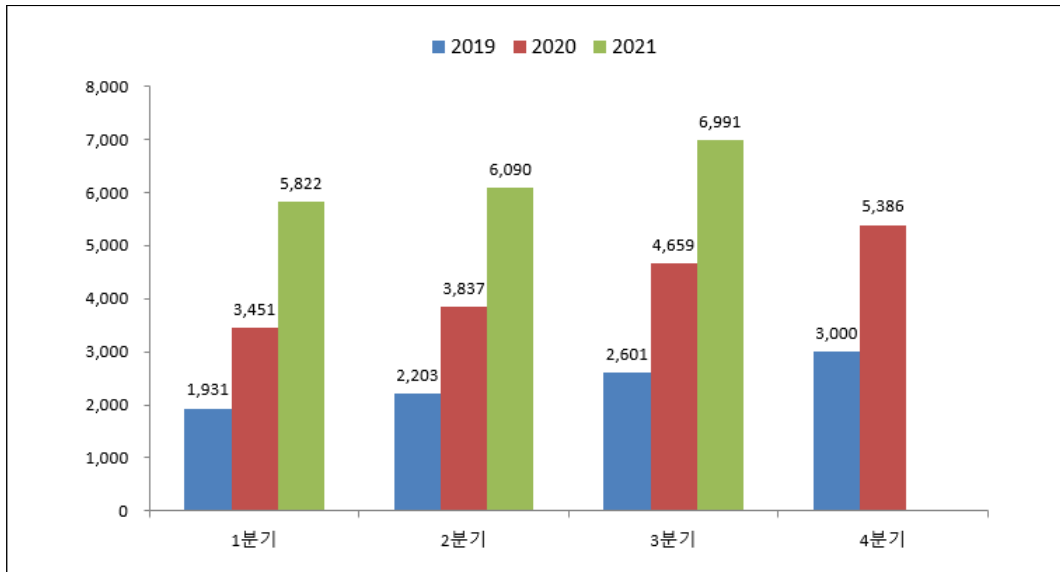


자료: 음식점 및 주점업 매출액은 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도; 음식서비스 온라인 거래액은 통계청, 「온라인쇼핑동향조사」, 각 연도.

○ 2021년 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액은 2020년에 이어 1~3분기 동안 꾸준히 증가하는 모습을 보이고 있는 가운데, 2021년 3분기 거래액은 약 6조 9천억 원에 이르는 것으로 나타남. 음식서비스의 전년 대비 증가율을 분기별로 살펴보면, 2021년 1분기는 전년 동기 대비 68.7%, 2분기는 58.7%, 3분기의 경우 50.1% 증가한 것으로 분석됨.

〈그림 2-20〉 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액의 분기별 추이

단위: 십억 원



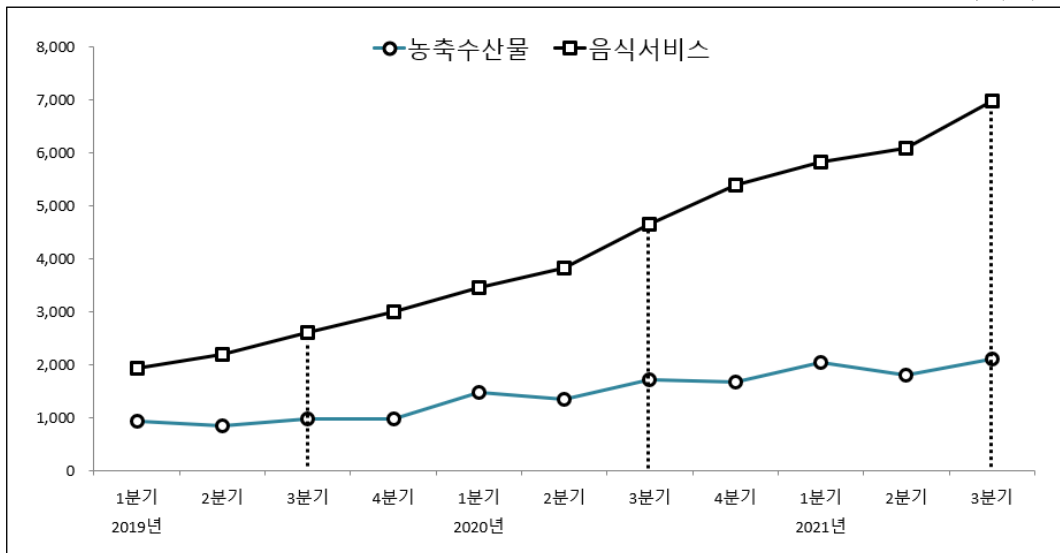
자료: 통계청, 「온라인쇼핑동향조사」, 각 분기.

○ 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액은 2019년 1~3분기 6조 7천억 원이었으나, 코로나19 발생 이후 2020년 1~3분기는 11조 9천억 원으로 무려 77.4%나 증가하였음. 2021년에도 증가세가 이어져 2021년 1~3분기 음식서비스 온라인 쇼핑 거래액은 2020년 동 기간 대비 58.2%, 2019년 동 기간보다 2.8배나 늘어난 것으로 파악됨.

- 농축수산물의 온라인 쇼핑 거래액도 증가 추세를 보이고 있는 가운데, 2021년 1~3분기 거래액은 2020년 및 2019년 동 기간 대비 각각 30.8%, 2.2배 증가하였음.

〈그림 2-21〉 온라인 쇼핑의 음식서비스 및 농축수산물 거래액 분기별 추이

단위: 십억 원



자료: 통계청, 「온라인쇼핑동향조사」, 각 분기.

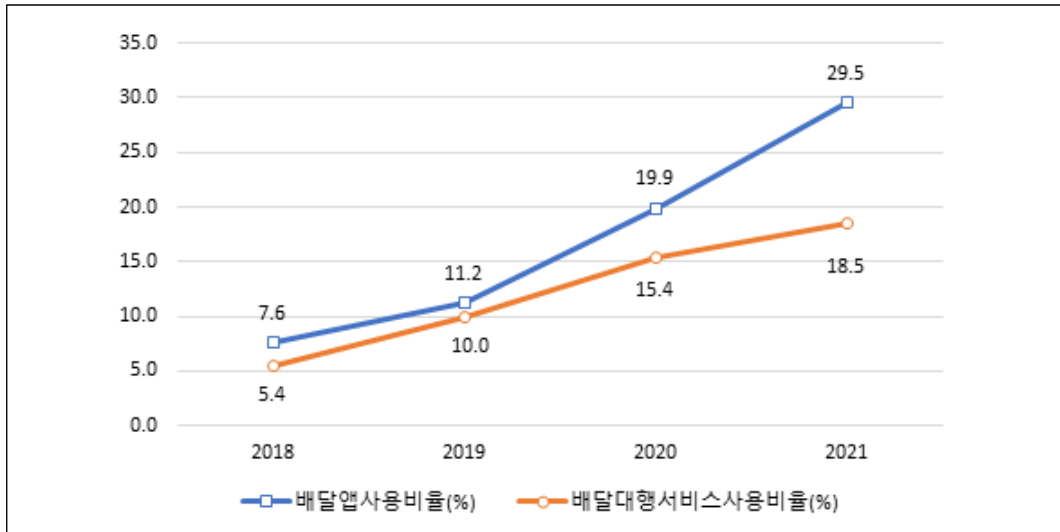
○ 온라인쇼핑몰 음식서비스 거래액은 2017년 이후 급격하게 성장하는 추세에서 크게 벗어나지 않는 것으로 나타남. 시계열 분석결과에서도 온라인 쇼핑몰 음식서비스 거래액의 시계열에서는 이상점이 탐지되지 않는 것으로 분석됨.

### 2.3.2. 배달서비스 변화

○ 외식업체의 배달서비스 동향 분석을 위해 외식업 경영실태 조사 결과를 분석해 보면, 배달앱 및 배달대행서비스를 사용하는 외식업체의 비율이 빠르게 증가함. 배달앱을 사용

하는 외식업체의 비율은 최근 3년간 7.6%(2018), 11.2%(2019), 19.9%(2020), 29.5% (2021) 순으로 빠르게 증가하는 모습을 보임. 배달대행서비스를 사용하는 외식업체의 비율 역시 최근 3년간 5.4%(2018), 10.0%(2019), 15.4%(2020), 18.5%(2021) 순으로 매우 빠르게 증가함.

〈그림 2-22〉 외식업체의 배달앱 및 배달대행서비스 사용 비율

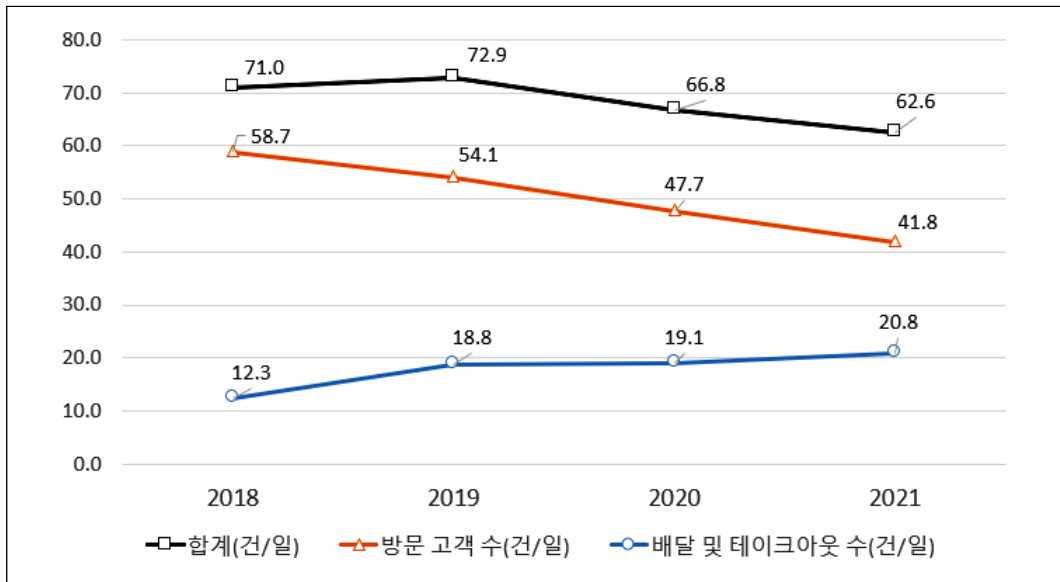


자료: 농림축산식품부, 「외식업 경영실태 조사」, 각 연도.

○ 2020년 외식업체의 일평균 총 고객 수는 66.8명으로 전년 대비 6.1명(8.4%) 감소한 것으로 나타남. 이는 방문고객 수 감소(-6.4명)가 배달 및 테이크아웃 서비스 이용 고객 수 증가(+0.3명)보다 컸기 때문으로 총 고객 수 감소로 인하여 매출액은 줄었을 것으로 판단됨.

○ 2021년 외식업체의 일평균 총 고객 수는 62.6명으로 전년 대비 4.2명(-6.3%) 감소하였으며, 코로나19 발생 이전인 2019년보다 낮은 수준을 나타내고 있음. 이는 배달 및 테이크아웃 수가 전년 대비 소폭 증가한 데 반해 방문 고객 수가 크게 감소한 것으로, 외식업체의 매출이 감소하였을 것으로 추정됨.

〈그림 2-23〉 외식업체의 일평균 방문 고객 수와 배달 및 테이크아웃 수



자료: 농림축산식품부, 「외식업 경영실태 조사」, 각 연도.

○ 2020년 매출에서 1인 고객이 차지하는 비중은 18.6%로 2019년 12.0%에 비해 8.6%p 상승한 것을 고려할 때, 코로나19 이후 배달 1건당 주문 금액이 감소된 것으로 예측됨. 2021년 1인 고객의 매출 비중도 20.3%로 1인 고객의 비중이 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타나 소량 주문의 비율이 증가하는 것으로 판단됨.

〈표 2-23〉 외식업체의 유입고객 단위별 매출 비중

단위: %

구분	2019년	2020년	2021년
1인 고객	12.0	18.6	20.3
2인 이상	88.0	84.4	79.7
계	100.0	100.0	100.0

자료: 농림축산식품부, 「외식업 경영실태 조사」, 각 연도.

○ 판매유형별 매출 비중 응답에서 배달 및 테이크아웃의 2020년 매출 비중은 25.0%로 2019년의 23.4%에서 크게 증가하지 않았지만, 2021년 배달 및 테이크아웃 매출 비중은 28.5%로 2019년 대비 약 20% 이상 늘어난 것으로 나타남.

〈표 2-24〉 외식업체의 판매유형별 매출 비중

단위: %

구분	2019년	2020년	2021년
음식점 내	76.5	75.0	71.6
배달	10.8	11.3	13.6
테이크아웃	12.6	13.7	14.9
계	100.0	100.0	100.0

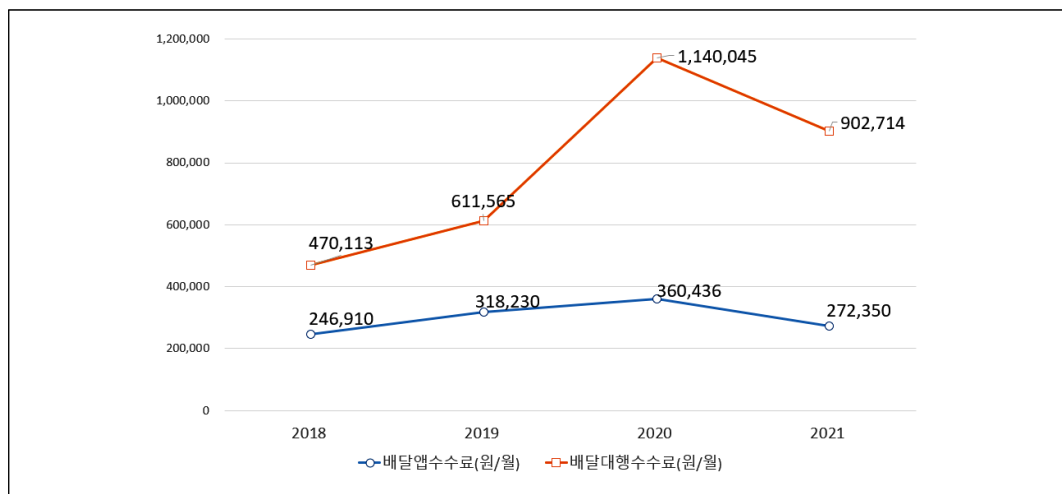
자료: 농림축산식품부, 「외식업 경영실태 조사」, 각 연도.

○ 2020년 배달앱 수수료는 월평균 36만 원으로 전년 대비 13.3% 증가하였으며, 배달대행수수료는 월평균 114만 원으로 86.4% 증가함에 따라 외식업체에 큰 부담으로 작용하였을 것으로 추정됨.

○ 배달대행 평균 단가는 2019년 2,763원, 2020년 3,556원, 2021년 3,002원이며, 월평균 배달대행 건수는 2019년 222건, 2020년 260건, 2021년 285건임. 2020년의 배달대행 수수료의 큰 증가는 배달 수요의 급격한 증가와 이로 인한 배달 기사 부족 등으로 인한 배달대행 단가 상승에 기인한 것으로 추정됨.

- 2021년 배달앱 수수료의 경우 코로나19 이전 수준으로 낮아졌으며, 배달대행수수료는 코로나19 이전보다는 높지만 2020년에 비해 20.8% 낮아져 다소 안정화되고 있는 것으로 보임.

〈그림 2-24〉 외식업체의 월평균 배달앱수수료 및 배달대행수수료



자료: 농림축산식품부, 「외식업 경영실태 조사」, 각 연도.

- 업체당 배달 및 테이크아웃 건수가 2019년 대비 2020년도에 크게 늘지 않은 것을 고려했을 때, 이러한 배달앱수수료의 증가는 배달앱 사용 건수 증가보다는 2020년도에 있었던 주요 배달앱 및 배달대행 수수료 인상에 크게 기인한 것으로 보임.
  - 예를 들어 배달의 민족은 2020년 4월부터 월마다 일정액의 광고비를 수취하던 방식에서 배달 매출액의 일정 비율을 수취하는 방식으로 수익모델을 변경하였으며, 이에 따라 업체당 배달앱수수료 부담이 증가한 것으로 알려짐. 요기요의 경우 2020년 12월부터 중개수수료를 판매액의 7%에서 12.5%로 인상하였음.
  
- 코로나19 확산 직후인 2020년에는 방문 고객 수 감소, 배달 건당 주문량 감소, 배달 수수료 인상으로 인하여 코로나19 이후 배달서비스 수요 증대가 외식업체들에게 호재로 작용하지는 못한 것으로 파악됨. 그러나 2021년의 경우에는 배달 건수의 급격한 증가 및 배달 수수료 감소로 인하여 배달서비스를 제공하는 외식업체의 수익성이 향상됐을 것으로 예상됨.

## 2.4. 외식업 고용 변화 분석

### 2.4.1. 고용 변화

- 외식업에 대한 분류로 고용 자료를 제공하고 있는 통계는 지역별고용조사와 사업체노동력조사 등이 있음. 지역별 고용조사는 종사상 지위별로 임금근로자와 비임금근로자로 구분하여 취업자 수와 취업시간 정보를 제공해주고 있음. 사업체노동력조사에서는 지역별고용조사의 조사대상인 임금근로자를 종사자(≒임금근로자)로 분류하여 통계를 집계하고 있는데, 임금근로자는 상용, 임시·일용, 기타 근로자로 세분화하여 정보를 제공하고 있으며, 월별/분기별/연도별 자료를 제공해주고 있어 심층적인 분석이 가능함.

〈그림 2-25〉 지역별 고용조사와 사업체 노동력조사의 조사대상 비교



자료: 사업체노동력조사 통계정보보고서(2018).

○ 외식업 고용 동향 분석을 위해 지역별고용조사(통계청)을 분석한 결과, 2020년 외식업 취업자 수는 193.8만 명으로 2019년 214만 명보다 20.4만 명(9.5%) 감소하여 코로나 19로 인한 외식업에서의 고용 충격이 큰 것으로 파악됨.

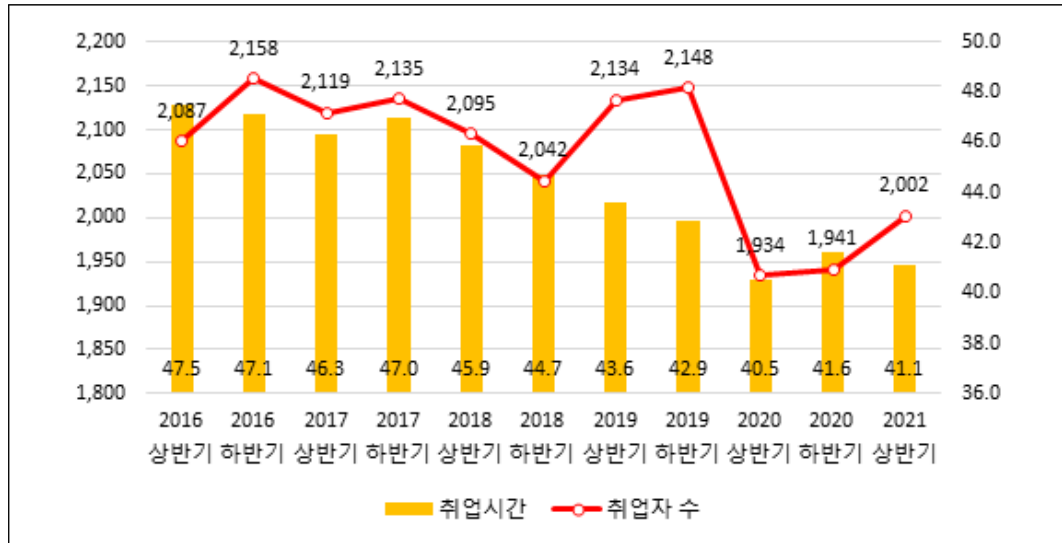
- 2021년 상반기 외식업 취업자 수는 200.2만 명으로 전년 동기 대비 3.5%(6.8만 명) 증가하였으나, 외식업 임금근로자와 관련 다른 통계자료(사업체노동력조사, 임금근로자 일자리 동향 등)에서는 2021년 상반기 외식업 고용시장은 악화된 것으로 조사됨.
- 지역별고용조사는 노동공급 측면에서의 시군별 고용현황을 파악을 목표로 설계되어 전국별 집계결과에 차이가 있을 수 있으며, 조사대상 산업분류 등이 타 통계와 다를 수 있어 해석에 주의하여야 할 것으로 판단됨.

○ 2020년 상반기 외식업 취업자 수는 193.4만 명으로 2019년 동기 대비 9.4%(20.0만 명) 감소하였으며, 2020년 하반기 취업자 수는 194.1만 명으로 2019년 동기 대비 9.6%(20.7만 명) 감소한 것으로 나타남.

- 2020년 상반기 주당 평균 취업시간은 40.5시간으로 전년 동기 대비 3.1시간 감소하였으나, 2020년 하반기 평균 취업시간은 41.6시간으로 1.3시간 줄어든 것으로 분석됨.

〈그림 2-26〉 외식업 취업자 수 및 취업시간

단위: 천 명, 시간



자료: 통계청, 「지역별 고용조사」, 각 분기.

○ 종사상 지위별 취업자 수를 살펴보면, 임금근로자의 경우 2020년 115.3만 명으로 2019년 131.9만 명보다 16.6만 명(12.6%) 감소하였으며, 비임금근로자 취업자 수는 2020년 78.5만 명으로 2019년 82.3만 명보다 3.8만 명(4.6%) 줄어든 것으로 나타남.

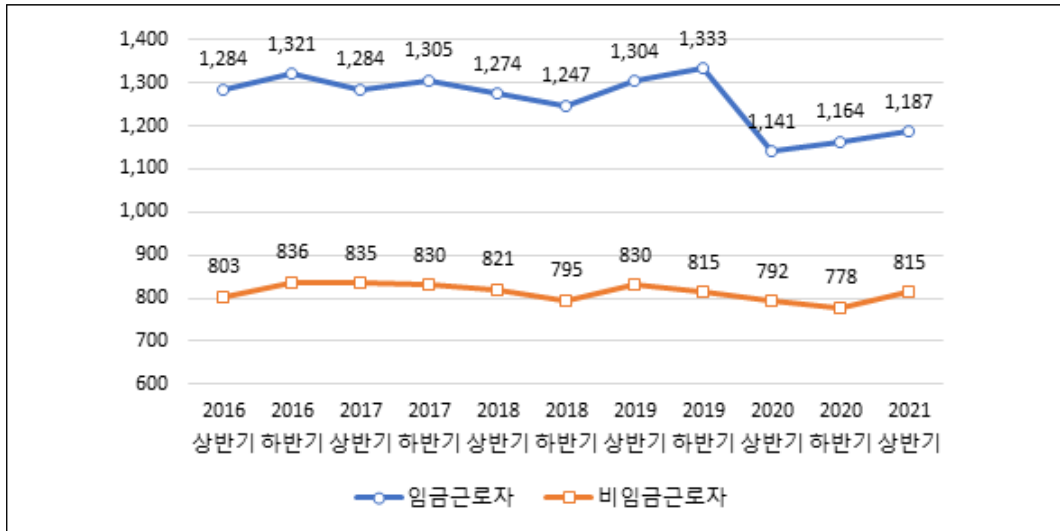
- 임금근로자의 경우 2020년 상반기 114.1만 명으로 전년 동기 대비 12.5%(16.3만 명) 감소하였으나, 비임금근로자 취업자 수는 79.2만 명으로 4.5%(3.8만 명) 줄어 임금근로자에 비해 감소폭이 작음.
- 2020년 하반기 임금근로자 취업자 수는 116.4만 명으로 전년 동기 대비 12.7%(1.7만 명) 감소한 것으로 나타났으며, 비임금근로자 취업자 수의 경우 77.8만 명으로 4.5%(3.7만 명) 적은 파악됨.
- 2021년 상반기 임금근로자와 비임금근로자의 취업자 수는 각각 118.7만 명, 81.5만 명으로 2020년 동기 대비 각각 4.0%, 2.9% 증가한 것으로 나타남.

○ 임금근로자에 비해 비임금 근로자의 경우 취업자 수 감소폭이 작으며, 취업자 수의 추세에도 큰 변동이 없어 상대적으로 임금근로자에 비해 코로나19의 영향을 덜 받은 것으로 추정되고 있음.



〈그림 2-27〉 외식업 종사상 지위별 취업자 수

단위: 천 명



주 1) 임금근로자: 자신의 근로에 대한 대가를 지급받는 근로자(상용, 임시, 일용근로자).

2) 비임금근로자: 자영업자, 무급가족종사자 형태의 근로자.

자료: 통계청, 「지역별 고용조사」, 각 분기.

○ 임금근로자를 상용근로자와 임시·일용근로자 등으로 구분하여 살펴보기 위해 사업체노동력조사(통계청)을 분석한 결과, 2020년 상용근로자와 임시·일용 근로자 수는 각각 71.6만 명, 32.7만 명으로 전년 대비 9.3%(7.3만 명), 14.5%( 5.5만 명) 감소한 것으로 나타나 임시·일용 근로자의 고용 충격이 컸던 것으로 분석됨.

○ 2021년 상반기의 경우 상용근로자와 임시·일용 근로자는 각각 66.2만 명, 31.8만 명으로 전년 대비 7.5%, 2.8% 감소한 것으로 나타나 외식업 고용시장의 상황이 더욱 나빠졌음을 의미하며, 이는 코로나19 발생 이전인 2019년에 비해 각각 15.4%, 16.7% 감소한 수치임.

- 상용근로자의 경우 임시일용근로자 보다 근로자 수 감소 비율은 낮지만 지속적으로 하락하는 추세를 보여 2021년 5월 이후에는 임시·일용근로자 수 감소 비율보다 더 크게 감소하는 것으로 나타남.
- 임시·일용 근로자의 경우 2021년 상반기 근로자 수는 전년 대비 감소한 것으로 나타나지만 2021년 2월 이후 그 감소폭이 서서히 줄어들고 있음.

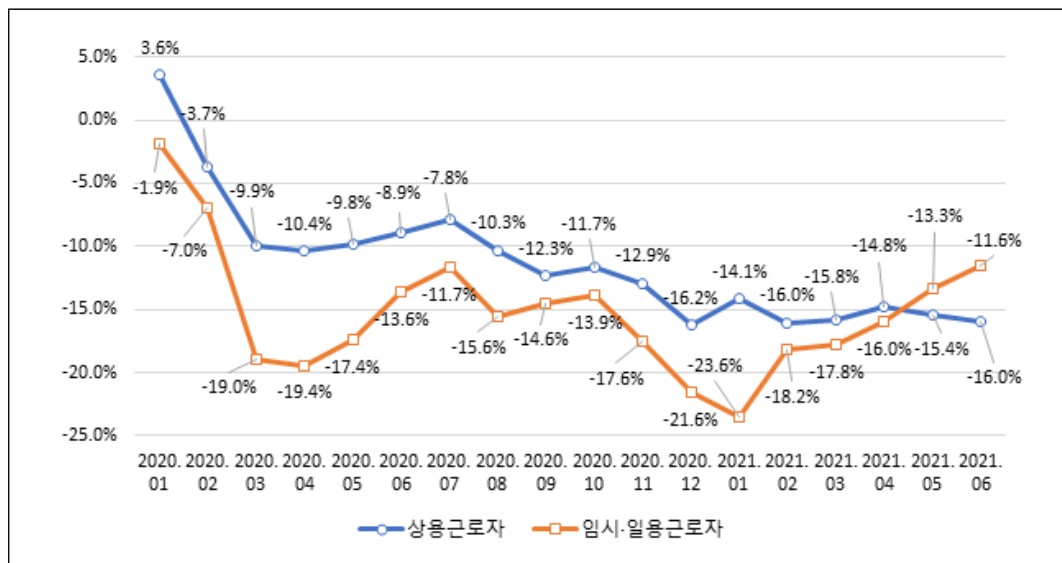
〈표 2-25〉 2020~2021년 외식업 임금근로자 수

단위: 명

구분	상용근로자		임시·일용 근로자	
	근로자 수	2019년 동월 대비 증감률	근로자 수	2019년 동월 대비 증감률
2020. 01	792,947	3.6%	382,772	-1.9%
2020. 02	756,694	-3.7%	342,047	-7.0%
2020. 03	708,817	-9.9%	307,507	-19.0%
2020. 04	699,685	-10.4%	308,921	-19.4%
2020. 05	709,649	-9.8%	317,294	-17.4%
2020. 06	717,169	-8.9%	330,957	-13.6%
2020. 07	724,229	-7.8%	337,965	-11.7%
2020. 08	706,795	-10.3%	324,238	-15.6%
2020. 09	696,306	-12.3%	320,755	-14.6%
2020. 10	706,279	-11.7%	327,571	-13.9%
2020. 11	703,089	-12.9%	319,001	-17.6%
2020. 12	669,452	-16.2%	302,608	-21.6%
<b>2020년 전체 평균</b>	<b>715,926</b>	<b>-9.3%</b>	<b>326,803</b>	<b>-14.5%</b>
2021. 01	657,192	-14.1%	298,335	-23.6%
2021. 02	659,730	-16.0%	300,922	-18.2%
2021. 03	662,742	-15.8%	311,923	-17.8%
2021. 04	665,595	-14.8%	322,191	-16.0%
2021. 05	665,611	-15.4%	332,942	-13.3%
2021. 06	661,058	-16.0%	338,853	-11.6%
<b>2021년 상반기 평균</b>	<b>661,988</b>	<b>-15.4%</b>	<b>317,528</b>	<b>-16.7%</b>

자료: 통계청, 「사업체 노동력조사」.

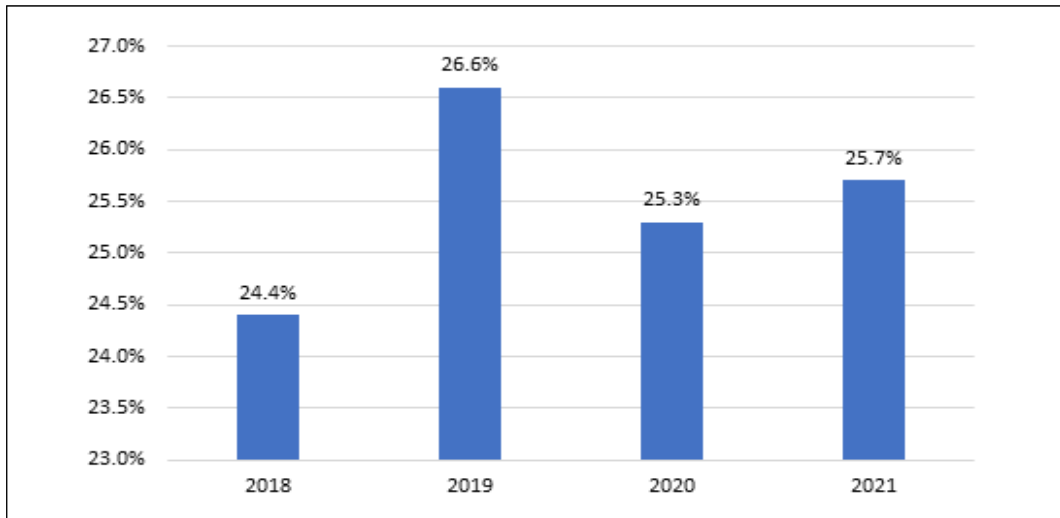
〈그림 2-28〉 2019년 동월 대비 2020~2021년 외식업 임금근로자 수 감소 비율



자료: 통계청, 「사업체 노동력조사」.

○ 일자리의 질을 일정 수준 반영하는 지표인 고용보험 가입 업체 비율 역시 2018년에 24.4% 에서 2019년에 26.6%로 증가하였다가 2020년에는 25.3%, 2021년 25.7%로 코로나19 이전 시기보다 계속 낮아 외식업 일자리의 질은 악화되었을 것으로 추정됨.

〈그림 2-29〉 고용보험 가입 외식업체 비율



자료: 농림축산식품부, 「외식업 경영실태 조사», 각 연도.

#### 2.4.2. 이상점 탐지 분석

○ 외식업 고용부문에서는 사업체노동력조사를 활용한 임금근로자에 대한 이상점 탐지 분석을 수행하였음. 이상점 탐지 결과, 전체 임금근로자의 경우 2020년 3월에 항구적인 수준 감소(-8.2%)가 생긴 이후 유지되는 것으로 분석됨.

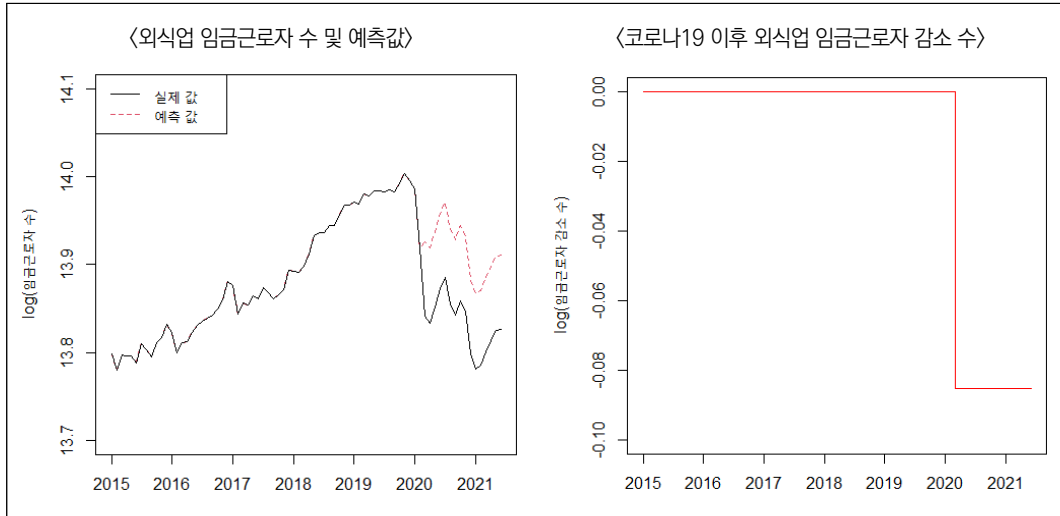
- 시계열 자료는 계절형 ARIMA((0,1,0)(1,0,0)[12]) 모형으로 적합하였음.
- 외식업 전체 임금근로자는 코로나19가 발생하지 않았을 경우에 비하여 평균적으로 2020년 6.8% 감소, 2021년 상반기 8.2% 감소한 것으로 나타남.

〈표 2-26〉 이상점 탐지 결과(임금근로자)

순서	종류	시기	계수 값	t-통계량
1	LS	2020년 3월	-0.08531	-5.832

자료: 저자 작성.

〈그림 2-30〉 외식업 임금근로자 수·예측값 및 코로나19 이후 외식업 임금근로자 감소 수



자료: 저자 작성.

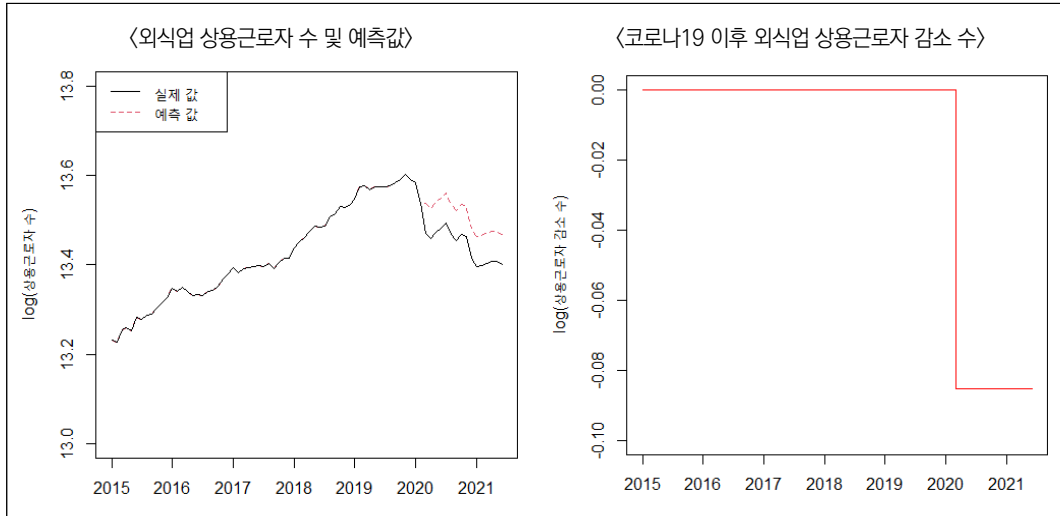
- 임금근로자를 상용근로자와 임시·일용근로자로 구분하여 이상점 탐지를 한 결과, 상용근로자의 경우에는 2020년 3월 항구적인 수준 변화(-6.5%)가 발생한 것으로 분석되어 전체 임금근로자와 비슷한 양상을 보이고 있음.
  - 시계열 자료는 계절형 ARIMA((0,1,0)(1,0,0)[12]) 모형으로 적합하였음.
  - 외식업 상용근로자는 코로나19가 발생하지 않았을 경우에 비하여 평균적으로 2020년 5.4% 감소, 2021년 상반기 6.5% 감소한 것으로 나타남.

〈표 2-27〉 이상점 탐지 결과(상용근로자)

순서	종류	시기	계수 값	t-통계량
1	LS	2020년 3월	-0.06736	-4.869

자료: 저자 작성.

〈그림 2-31〉 외식업 상용근로자 수·예측값 및 코로나19 이후 외식업 상용근로자 감소 수



자료: 저자 작성.

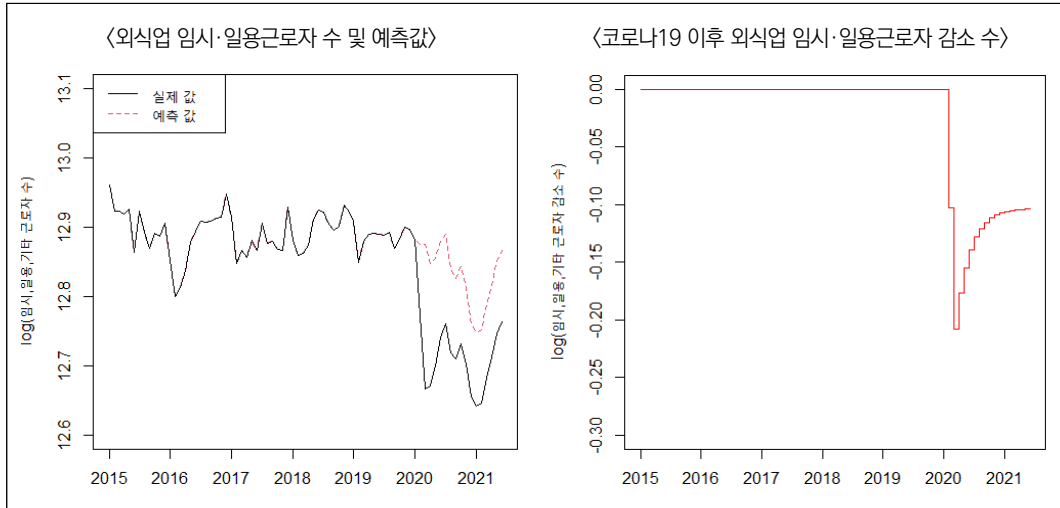
- 임시·일용근로자의 경우 2020년 2월 1차적인 감소(-9.8%) 변화 3월에 2차적으로 크게 감소(-18.8%)하여 서서히 2020년 2월 수준으로 회복하고 있는 것으로 분석됨. 시계열 자료는 계절형 ARIMA((0,1,1)(2,0,0)[12])모형으로 적합하였음.
- 외식업 상용근로자는 코로나19가 발생하지 않았을 경우에 비하여 평균적으로 2020년 11.5% 감소, 2021년 상반기 9.9% 감소한 것으로 나타남.
- 코로나19로 인한 외식업 임금근로자의 고용충격부분은 상용근로자보다 임시·일용근로자의 피해가 더 크지만, 임시·일용근로자의 충격은 서서히 회복하고 있는 것으로 판단됨.

〈표 2-28〉 이상점 탐지 결과(임시·일용근로자)

순서	종류	시기	계수 값	t-통계량
1	LS	2020년 2월	-0.103	-3.494
2	TC	2020년 3월	-0.105	-3.684

자료: 저자 작성.

〈그림 2-32〉 외식업 임시·일용근로자 수·예측값 및 코로나19 이후 외식업 임시·일용근로자 감소 수



자료: 저자 작성.

### 3. 시사점

- 코로나19 확산 방지를 위한 사회적 거리두기로 대면 서비스 산업인 외식업의 피해는 불가피하였고, 코로나19의 재확산 등 다른 외부적인 충격으로 인하여 대면 서비스의 제한이 발생할 경우 이러한 피해는 다시 발생할 수 있음.
- 정부는 코로나19 방역 조치로 인한 외식업계의 경제적 피해에 대한 보전을 위해 다양한 정책을 시행해왔으며, 이러한 외식업계에 대한 지원정책은 2020년 외식업 폐업 사업자 수(18만 개('19)→16만 개('20))와 폐업률(21.5%('19)→18.1%('20))이 코로나19 이전 시기보다 낮은 것으로 나타나는 등 어느 정도 유의미한 효과를 갖는 것으로 판단됨.
  - 코로나19로 인한 외식업계의 위기 극복을 위하여 정부 및 지자체에서는 외식활성화 캠페인, 재난지원금, 세금감면 및 유예, 고용유지비용 지원, 저금리 대출, 공공배달앱 등 다양한 지원정책들을 시행하였음.
  - 외식업체서도 코로나19라는 특수한 상황으로 인해 영업성과는 악화되었지만, 방역 수칙준수, 배달·포장 서비스 확대 등을 통한 자구책을 마련한 것으로 판단됨.

- 이러한 정책과 더불어 코로나19의 재확산 등으로 인한 고강도의 사회적 거리두기가 시행될 경우 외식업체에서 부담하는 배달수수료를 지원하는 정책이나 임대료 지원 강화 정책은 코로나19로 인한 외식업계의 위기 극복에 큰 도움이 될 것으로 생각됨.
  - 2020년 기준 외식업체의 영업비용 중 배달수수료가 차지하는 비중은 10%를 초과하고 있기 때문에 이에 대한 지원 정책은 사회적 거리두기로 인한 급격한 배달서비스 증가에 대한 외식업 경영주들의 비용부담을 경감시킬 수 있을 것임.
  - 또한, 사회적 거리두기로 인한 매출 감소에 따른 고정비 부담을 경감시키기 위해 임대료 지원 정책 강화도 고려되어야 할 것임.
  
- 향후 기후변화로 인한 농산물 생산 불확실성 증대와 코로나19에 의한 글로벌 물류대란 등은 전반적인 식재료비 상승으로 연결될 가능성이 크고, 외식업체에 큰 부담으로 작용될 것으로 판단되므로 식재료비의 부담을 완화시킬 수 있는 정책적 지원도 필요함.
  - 지역별 산지유통센터(APC)와 외식업체와의 매칭과 공급계약을 통해 식재료 구매가격 안정화 및 국내산 농산물 소비촉진도 기대할 수 있음.
  
- 지속적인 기술 발달 및 라이프스타일 변화로 배달서비스 수요의 급격한 증가와 같이 외식소비 패턴이 다양화되고 있는 가운데 코로나19로 인한 사회적 거리두기는 이러한 변화 속도를 더욱 빠르게 하였고, 이러한 변화에 외식업체가 유기적으로 대응할 수 있도록 기반 시설 및 교육을 제공하는 정책 또한 필요할 것으로 판단됨.
  - 음식점 내에서의 대면 활동을 최소화하기 위한 장비(비대면 주문 및 결제를 위한 키오스크, 서빙 로봇 등) 및 배달서비스 도입을 위한 교육 및 컨설팅, 장비 구매 지원과 같은 정책적 지원도 요구됨.

# 3

## 외식업체 경영실태 및 생산성 지표 분석

### 1. 경영현황 분석

#### 1.1. 경영성과지표(영업이익 및 영업이익률) 분석

- 외식업체 경영성과지표 분석의 일환으로 영업이익 및 영업이익률 분석을 통해 외식영업활동의 수익성에 대한 정보를 제공하고자 함. 영업이익은 매출액에서 모든 영업비용을 제외함으로써 산출되며, 높을수록 좋은 경영성과를 나타냄.
  - 영업이익률은 영업이익을 매출액으로 나눈 값으로 영업활동의 수익성을 평가하는 데 주로 이용되는 지표이며, 일정 수준 이상의 영업이익이 발생하는 상황에 한하여 유효한 경영성과지표라고 할 수 있음.
  - 2018년과 2019년 자료에 대한 비교분석을 진행하였음. 그 외에 2020년 자료를 통해서 현재 통계청에서 제공하지 않고 있는 상권별(경영성과, 비용구조, 종사원당 매출액) 분석과 배달 관련(배달앱, 배달대행) 업종별 분석을 추가로 실시하였음.
- 2019년 외식업의 업체당 영업이익은 평균 3,046만 원으로 전년의 1,982만 원 대비 53.7% 증가하였으며, 영업이익률 역시 전년보다 3.6%p 상승한 15.0%로 나타나 외식



업체의 전반적인 경영성과가 개선되었다고 할 수 있음.

- 2019년 외식업체의 업체당 평균 매출액은 2억 302만 원, 영업비용은 1억 7,255만 원임. 이는 2018년 업체당 평균 매출액 1억 7,440만 원에서 16.4% 증가한 것인데, 영업비용은 비교적 적은 11.6% 증가하면서 영업이익이 크게 늘었음.

○ 그러나 코로나19가 발생한 2020년에는 외식업 전체의 매출액, 영업비용, 영업이익, 영업이익률 등 모든 지표의 수치가 감소하여 외식업이 위축되고 전반적인 경영성과가 악화되었음.

- 2020년은 전년 대비 매출액이 2,248만 원, 영업비용은 1,378만 원, 영업이익 869만 원, 영업이익률 2.9%p가 줄었음.

〈표 3-1〉 외식업체의 업체당 평균 영업이익 및 영업이익률

단위: 만 원/년, %

구분	매출액 (A)	영업비용 (B)	영업이익 (C)	매출액 대비 영업이익률 (C/A)
2020년	18,054	15,877	2,177	12.1
2019년	20,302	17,255	3,046	15.0
2018년	17,400	15,458	1,982	11.4

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년, 2021년)

○ 2019년 배달앱 및 배달대행 사용 여부에 따른 외식업체 평균 영업이익 및 영업이익률의 경우 이를 사용하는 업체의 매출액이나 영업이익이 사용하지 않는 업체보다 높은 반면, 영업이익률은 다소 낮은 경향이 있음.

- 배달앱과 배달대행을 모두 사용하지 않는 업체 비중 78.9%로 가장 높는데, 배달앱과 배달대행을 모두 사용하는 업체의 영업이익이 가장 많은 반면(3,922만 원), 영업이익률은 가장 낮은 수준을 보임(14.8%).

〈표 3-2〉 배달앱 및 배달대행 사용 여부에 따른 외식업체 평균 영업이익 및 영업이익률(2019년)

단위: %, 만 원/년, %

구분	사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (B/D)
전체	100.0	20,302	17,255	3,046	15.0
배달앱만 사용하는 업체	5.7	24,777	20,948	3,829	15.5
배달앱과 배달대행 모두 사용하는 업체	14.2	26,466	22,545	3,922	14.8
배달대행만 사용하는 업체	1.2	21,239	17,916	3,323	15.6
배달앱과 배달대행 모두 사용하지 않는 업체	78.9	19,178	16,299	2,879	15.0

자료: 외식업 경영실태 조사(2020년)

○ 2020년의 경우 배달앱과 배달대행을 모두 사용하지 않는 업체의 비중이 2019년보다 10%p 이상 하락하였으며, 이러한 업체들은 가장 적은 매출액과 영업이익을 기록하여 코로나19 이후 외식업에서 배달의 중요성이 더욱 커지고 있음.

- 배달앱과 배달대행을 모두 사용하는 업체의 영업이익은 전년과 마찬가지로 평균보다 높았으나(2,520만 원), 영업이익률 자체는 배달앱만 사용하는 업체에서 가장 높게 나타남(13.8%).
- 배달앱과 배달대행을 사용하지 않는 이유는 전년과 마찬가지로 ‘배달 방식을 취급하지 않아서’인 것으로 조사되었으나(각각 74.8%, 70.3%), ‘비용이 부담되어서’가 모두 증가하여(각각 1.6%p, 4.0%p 상승) 외식업체들이 느끼는 배달에 대한 비용부담이 커지고 있는 것으로 파악됨.

〈표 3-3〉 배달앱 및 배달대행 사용 여부에 따른 외식업체 평균 영업이익 및 영업이익률(2020년)

단위: %, 만 원/년, %

구분	사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (B/D)
전체	100.0	18,054	15,877	2,177	12.1
배달앱만 사용하는 업체	12.5	20,012	17,260	2,752	13.8
배달앱과 배달대행 모두 사용하는 업체	17.0	23,468	20,949	2,520	10.7
배달대행만 사용하는 업체	1.5	20,922	18,386	2,536	12.1
배달앱과 배달대행 모두 사용하지 않는 업체	69.0	16,307	14,326	1,980	12.1

자료: 외식업 경영실태 조사(2021년)

### 1.1.1. 업종별

○ 2019년 매출액은 5개 업종(출장 및 이동 음식점업, 일반 유흥 주점업, 무도 유흥 주점업, 커피 전문점, 기타 비알코올 음료점업)을 제외한 나머지 모든 업종에서 전년 대비 증가를 기록하였음.

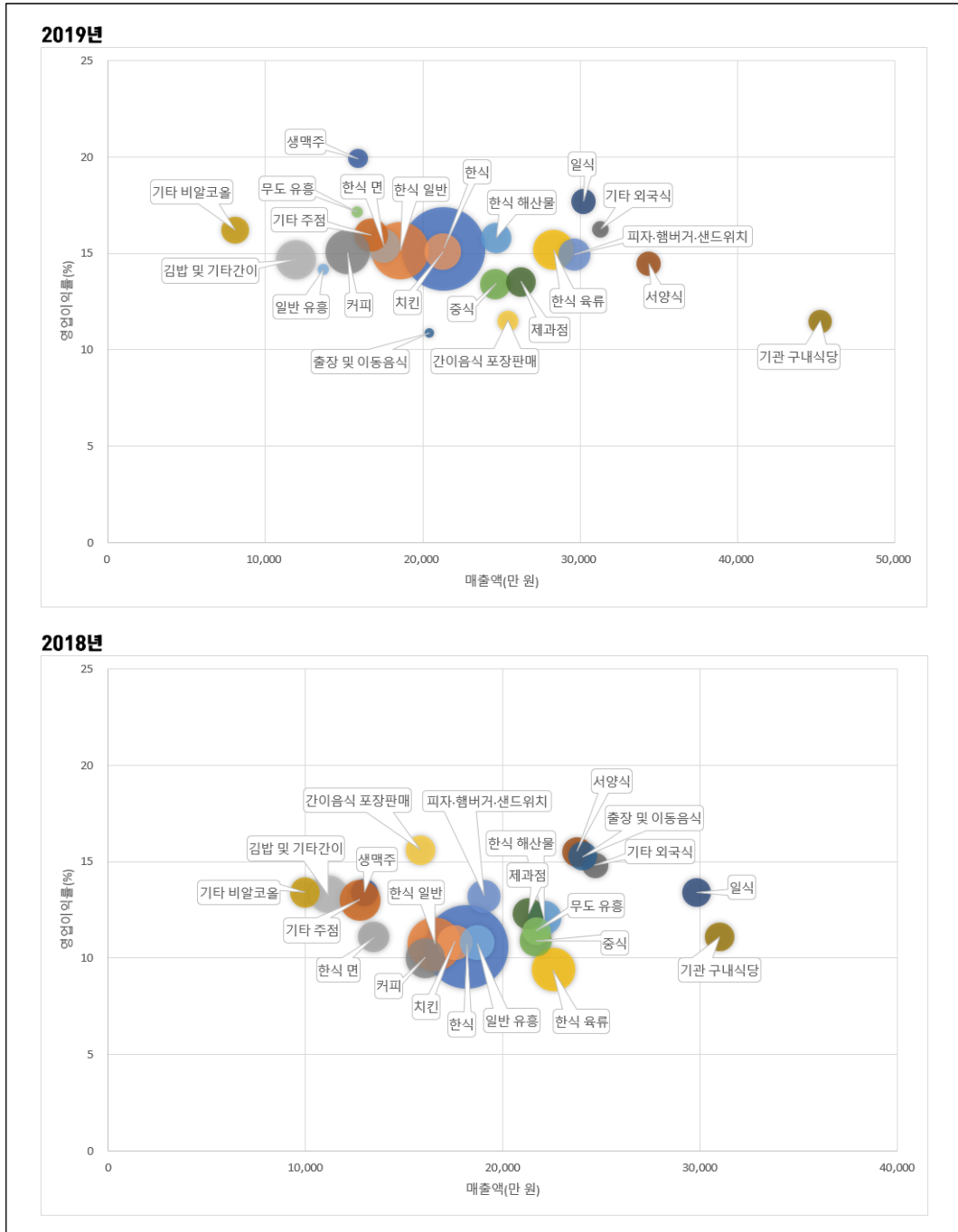
- 무도 유흥 주점업(-5,914만 원), 일반 유흥 주점업(-5,025만 원), 출장 및 이동 음식점업(-3,679만 원), 기타 비알코올 음료점업(-1,930만 원), 커피 전문점(-861만 원) 순으로 전년 대비 매출이 감소하였음.

- 반면, 기관 구내식당업(+14,247만 원), 서양식 음식점업(+10,599만 원), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(10,599만 원), 간이 음식 포장 판매 전문점(+9,572만 원) 등의 업종에서 전년 대비 매출 증가폭이 크게 나타남.

○ 영업이익률은 출장 및 이동음식점업(-4.4%p), 김밥 및 기타 간이 음식점업(-4.1%p), 서양식 음식점업(-1.0%p)을 제외한 나머지 모든 업종에서 전년 대비 증가하였음. 영업이익률이 가장 많이 증가한 업종은 생맥주 전문점(+6.5%p)이었으며, 한식 육류 요리 전문점(+5.8%p), 무도 유흥 주점업(+5.7%p) 등이 뒤를 이음.

- 아래의 <그림 3-1>을 통해 업종별 매출액 및 영업이익률의 편차가 전년 대비 다소 큰 것을 확인할 수 있음.

〈그림 3-1〉 외식업체 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2018, 2019년)



주 1) 분류명은 간략하게 표기하였음(예: 한식 일반 음식점업 → 한식 일반).

2) 원의 크기에는 해당 업종에 포함되는 업체 수가 반영되었음.

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년).

○ 업종 전체적으로 살펴보았을 때 2019년 영업이익률이 2018년 대비 4.0%p 이상 상승한 두 업종(출장 및 이동음식점업, 간이 음식 포장 판매 전문점)과 1.0%p 하락한 서양식 음식점업을 제외한 모든 업종에서 경영성과가 개선되었음.

- 특히, 생맥주 전문점의 경우 매출액 및 영업비용이 금액 자체만 보면 전체에서 하위 70% 수준임에도 불구하고 가장 높은 영업이익률을 기록하였음(19.9%).

〈표 3-4〉 업종별 영업이익 및 영업이익률(2019년)

단위: 만 원, %

구분	업체수 비중	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	100.0	20,302	17,255	3,046	15.0	
업종 분류	한식 음식점업	44.2	21,331	18,081	3,250	15.2
	한식 일반 음식점	26.6	18,554	15,748	2,806	15.1
	한식 면 요리 전문점	3.1	17,511	14,818	2,693	15.4
	한식 육류 요리 전문점	10.3	28,299	23,997	4,302	15.2
	한식 해산물 요리 전문점	4.2	24,658	20,764	3,894	15.8
	중식 음식점업	3.5	24,607	21,308	3,299	13.4
	일식 음식점업	1.9	30,214	24,868	5,346	17.7
	서양식 음식점업	1.8	34,364	29,393	4,971	14.5
	기타 외국식 음식점업	0.6	31,288	26,205	5,083	16.2
	기관 구내식당업	1.6	45,235	40,053	5,182	11.5
	출장 및 이동 음식점업	0.1	20,390	18,170	2,219	10.9
	제과점업	2.7	26,228	22,687	3,541	13.5
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2.7	29,629	25,205	4,424	14.9
	치킨 전문점	5.2	21,284	18,067	3,217	15.1
	김밥 및 기타 간이음식점업	6.1	11,936	10,185	1,751	14.7
	간이 음식 포장 판매 전문점	1.0	25,393	22,482	2,911	11.5
	일반 유희 주점업	4.2	13,677	11,739	1,938	14.2
	무도 유희 주점업	0.3	15,811	13,101	2,710	17.1
	생맥주 전문점	1.1	15,875	12,712	3,163	19.9
	기타 주점업	11.3	16,703	14,040	2,664	15.9
커피 전문점	9.3	15,219	12,925	2,294	15.1	
기타 비알코올 음료점업	2.4	8,050	6,746	1,304	16.2	

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-5〉 업종별 영업이익 및 영업이익률(2018년)

단위: 만 원, %

구분		업체수 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)
전체		100.0	17,440	15,458	1,982	11.4
업종 분류	한식 음식점업	45.0	18,180	16,261	1,918	10.6
	한식 일반 음식점	27.8	16,549	14,772	1,777	10.7
	한식 면 요리 전문점	3.1	13,467	11,970	1,498	11.1
	한식 육류 요리 전문점	9.8	22,560	20,444	2,116	9.4
	한식 해산물 요리 전문점	4.3	22,103	19,429	2,674	12.1
	중식 음식점업	3.6	21,654	19,284	2,369	10.9
	일식 음식점업	1.7	29,812	25,813	3,999	13.4
	서양식 음식점업	1.7	23,765	20,071	3,694	15.5
	기타 외국식 음식점업	0.6	24,674	21,018	3,656	14.8
	기관 구내식당업	1.6	30,988	27,547	3,441	11.1
	출장 및 이동 음식점업	0.1	24,069	20,381	3,688	15.3
	제과점업	2.5	21,311	18,683	2,628	12.3
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2.6	19,058	16,541	2,517	13.2
	치킨 전문점	5.5	17,580	15,678	1,902	10.80
	김밥 및 기타 간이 음식점업	6.1	11,152	9,665	1,487	13.3
	간이 음식 포장 판매 전문점	1.1	15,821	13,360	2,460	15.6
	일반 유희 주점업	4.6	18,702	16,676	2,027	10.8
	무도 유희 주점업	0.3	21,725	19,254	2,471	11.4
	생맥주 전문점	1.1	12,975	11,240	1,734	13.4
	기타 주점업	11.5	12,765	11,108	1,657	13.0
	커피 전문점	8.3	16,080	14,467	1,613	10.0
	기타 비알코올 음료점업	2.4	9,980	8,640	1,340	13.4

자료: 2019 외식업 경영실태 조사

○ 2019년 배달앱을 사용하는 업체는 전체의 19.9%로 배달앱을 사용하지 않는 업체보다 높은 매출액(+5,495만 원) 및 영업이익(+809만 원)을 보임. 한식은 평균보다 낮은 배달 앱 사용 비중(13.7%)을 보이고 있으며, 배달앱을 사용하는 업체는 사용하지 않는 업체 보다 대체적으로 매출액과 영업이익이 높으나 영업이익률은 낮음.

- 배달앱 사용 여부에 따라 가장 많은 차이를 보인 업종은 생맥주 전문점으로 배달앱을 사용하는 업체는 사용하지 않는 업체 대비 매출액은 2배 이상 높았으며, 영업이익률은 무려 20.0%p 높았음.

- 한편, 일식 음식점업은 배달앱을 사용하지 않는 업체에서 더욱 좋은 경영성과가 나타나 7.2%p 높은 영업이익률을 보임(배달앱을 전혀 사용하지 않는 출장 및 이동음식점업, 일반 유흥 주점업, 무도 유흥 주점업 제외).

〈표 3-6〉 배달앱 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2019년, 사용)

단위: 만 원, %

구분	배달앱 사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	19.9	24,704	21,009	3,694	15.0	
업종 분류	한식 음식점업	13.7	25,809	22,058	3,751	14.5
	한식 일반 음식점	16.1	23,635	20,671	2,964	12.5
	한식 면 요리 전문점	11.0	17,326	15,092	2,234	12.9
	한식 육류 요리 전문점	9.0	29,061	22,880	6,181	21.3
	한식 해산물 요리 전문점	12.2	43,572	36,662	6,910	15.9
	중식 음식점업	36.0	27,626	23,199	4,427	16.0
	일식 음식점업	43.0	24,670	21,449	3,220	13.1
	서양식 음식점업	34.5	36,306	30,742	5,564	15.3
	기타 외국식 음식점업	19.9	28,758	25,642	3,116	10.8
	기관 구내식당업	-	-	-	-	-
	출장 및 이동 음식점업	41.4	3,600	2,951	649	18.0
	제과점업	27.6	32,131	27,620	4,511	14.0
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	65.9	30,701	25,810	4,891	15.9
	치킨 전문점	79.4	22,215	18,774	3,441	15.5
	김밥 및 기타 간이 음식점업	24.9	16,476	14,156	2,320	14.1
	간이 음식 포장 판매 전문점	22.2	14,874	12,690	2,184	14.7
	일반 유흥 주점업	-	-	-	-	-
	무도 유흥 주점업	-	-	-	-	-
	생맥주 전문점	9.2	30,602	19,454	11,148	36.4
	기타 주점업	7.6	22,862	20,061	2,801	12.3
커피 전문점	16.2	20,567	17,469	3,097	15.1	
기타 비알코올 음료점업	5.2	14,708	12,302	2,407	16.4	

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-7〉 배달앱 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2019년, 미사용)

단위: 만 원, %

구분	배달앱 미사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	80.1	19,209	16,324	2,885	15.0	
업종 분류	한식 음식점업	86.3	20,621	17,450	3,170	15.4
	한식 일반 음식점	83.9	17,581	14,806	2,776	15.8
	한식 면 요리 전문점	89.0	17,534	14,784	2,750	15.7
	한식 육류 요리 전문점	91.0	28,223	24,108	4,115	14.6
	한식 해산물 요리 전문점	87.8	22,037	18,561	3,476	15.8
	중식 음식점업	64.0	22,910	20,245	2,665	11.6
	일식 음식점업	57.0	34,402	27,450	6,952	20.2
	서양식 음식점업	65.5	33,339	28,681	4,658	14.0
	기타 외국식 음식점업	80.1	31,918	26,345	5,573	17.5
	기관 구내식당업	100.0	45,235	40,053	5,182	11.5
	출장 및 이동 음식점업	58.6	32,267	28,937	3,330	10.3
	제과점업	72.4	23,976	20,804	3,171	13.2
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	34.1	27,557	24,036	3,521	12.8
	치킨 전문점	20.6	17,706	15,351	2,355	13.3
	김밥 및 기타 간이 음식점업	75.1	10,429	8,868	1,562	15.0
	간이 음식 포장 판매 전문점	77.8	28,401	25,282	3,119	11.0
	일반 유흥 주점업	100.0	13,677	11,739	1,938	14.2
	무도 유흥 주점업	100.0	15,811	13,101	2,710	17.1
	생맥주 전문점	90.8	14,389	12,032	2,357	16.4
	기타 주점업	92.4	16,193	13,541	2,652	16.4
커피 전문점	83.8	14,182	12,044	2,138	15.1	
기타 비알코올 음료점업	94.8	7,682	6,439	1,243	16.2	

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

○ 2020년 배달앱을 사용하는 업체는 전체의 29.5%로 전년 대비 9.6%p 상승하였으며, 이들 업체는 배달앱을 사용하지 않는 업체보다 더욱 높은 매출액(+5,599만 원) 및 영업이익(+626만 원)을 보여 전년 대비 배달앱 사용 여부에 따른 경영성과의 격차가 더욱 커짐.

- 한식은 여전히 평균보다 낮은 배달앱 사용 비중(22.5%)을 나타내고 있으나, 배달앱을 사용하는 업체는 그렇지 않은 한식업체들과 비교하여 훨씬 높은 매출액과 영업이익, 영업이익률을 보이고 있음.



〈표 3-8〉 배달앱 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2020년, 사용)

단위: 만 원, %

구분		배달앱 사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)
전체		29.5	22,002	19,384	2,618	11.9
업종 분류	한식 음식점업	22.5	24,147	21,182	2,965	12.3
	한식 일반 음식점	24.9	23,700	20,744	2,957	12.5
	한식 면 요리 전문점	20.4	19,011	17,341	1,671	8.8
	한식 육류 요리 전문점	17.8	26,641	23,259	3,382	12.7
	한식 해산물 요리 전문점	20.7	26,062	22,965	3,097	11.9
	중식 음식점업	41.0	24,207	21,013	3,194	13.2
	일식 음식점업	55.4	27,982	24,765	3,217	11.5
	서양식 음식점업	52.3	19,803	17,279	2,524	12.7
	기타 외국식 음식점업	56.2	18,964	16,732	2,232	11.8
	기관 구내식당업	-	-	-	-	-
	출장 및 이동 음식점업	4.6	60,000	48,600	11,400	19.0
	제과점업	37.1	28,841	25,174	3,667	12.7
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	79.0	29,036	26,036	3,000	10.3
	치킨 전문점	85.7	21,001	18,596	2,406	11.5
	김밥 및 기타 간이 음식점업	46.0	13,688	12,096	1,592	11.6
	간이 음식 포장 판매 전문점	33.0	14,865	13,050	1,816	12.2
	일반 유희 주점업	-	-	-	-	-
	무도 유희 주점업	-	-	-	-	-
	생맥주 전문점	8.4	31,829	30,627	1,202	3.8
	기타 주점업	11.9	17,642	14,441	3,201	18.1
커피 전문점	29.9	18,709	16,884	1,825	9.8	
기타 비알코올 음료점업	17.6	13,313	11,949	1,365	10.2	

자료: 2021 외식업 경영실태 조사

〈표 3-9〉 배달앱 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2020년, 미사용)

단위: 만 원, %

구분	배달앱 미사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	70.5	16,403	14,411	1,992	12.1	
업종 분류	한식 음식점업	77.5	18,709	16,612	2,097	11.2
	한식 일반 음식점	75.1	16,135	14,085	2,050	12.7
	한식 면 요리 전문점	79.6	15,486	13,800	1,686	10.9
	한식 육류 요리 전문점	82.2	23,861	21,590	2,271	9.5
	한식 해산물 요리 전문점	79.3	23,445	21,200	2,244	9.6
	중식 음식점업	59.0	22,182	18,888	3,293	14.8
	일식 음식점업	44.6	27,574	24,713	2,861	10.4
	서양식 음식점업	47.7	21,393	19,066	2,326	10.9
	기타 외국식 음식점업	43.8	18,315	15,564	2,751	15.0
	기관 구내식당업	100.0	30,812	26,154	4,658	15.1
	출장 및 이동 음식점업	95.4	16,540	14,721	1,819	11.0
	제과점업	62.9	22,523	19,921	2,603	11.6
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	21.0	15,916	13,939	1,977	12.4
	치킨 전문점	14.3	13,098	11,621	1,477	11.3
	김밥 및 기타 간이 음식점업	54.0	9,018	8,019	999	11.1
	간이 음식 포장 판매 전문점	67.0	16,026	13,947	2,079	13.0
	일반 유흥 주점업	100.0	11,567	9,927	1,640	14.2
	무도 유흥 주점업	100.0	9,229	8,064	1,164	12.6
	생맥주 전문점	91.6	13,710	11,949	1,761	12.8
	기타 주점업	88.1	12,707	10,882	1,825	14.4
	커피 전문점	70.1	12,092	10,574	1,518	12.6
	기타 비알코올 음료점업	82.4	5,872	5,009	862	14.7

자료: 2021 외식업 경영실태 조사

○ 2019년 배달대행을 사용하는 업체는 전체의 15.4%로, 배달대행을 사용하지 않는 업체보다 매출액(+4,855만 원)과 영업이익(+674만 원)은 높았으나 영업이익률(-0.2%p)은 다소 낮게 나타남.

- 배달앱의 경우와 마찬가지로 한식업은 평균보다 낮은 배달대행 사용 비중(11.3%)을 보이고 있으며, 배달대행을 사용하는 업체는 사용하지 않는 업체보다 대체적으로 매출액(+4,273만 원)과 영업이익(+175만 원)이 높으나 영업이익률(-1.9%p)은 다소 낮음.

〈표 3-10〉 배달대행 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2019년, 사용)

단위: 만 원, %

구분	배달대행 사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	15.4	24,407	20,791	3,616	14.8	
업종 분류	한식 음식점업	11.3	25,121	21,716	3,405	13.6
	한식 일반 음식점	13.8	22,518	19,703	2,815	12.5
	한식 면 요리 전문점	7.5	17,356	14,520	2,836	16.3
	한식 육류 요리 전문점	7.2	26,745	21,342	5,403	20.2
	한식 해산물 요리 전문점	8.6	52,794	47,185	5,609	10.6
	중식 음식점업	23.2	25,364	20,976	4,388	17.3
	일식 음식점업	33.0	25,647	21,997	3,651	14.2
	서양식 음식점업	26.3	40,096	33,962	6,134	15.3
	기타 외국식 음식점업	16.3	29,216	25,940	3,277	11.2
	기관 구내식당업	-	-	-	-	-
	출장 및 이동 음식점업	41.4	3,600	2,951	649	18.0
	제과점업	19.6	30,408	25,648	4,760	15.7
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	61.8	28,910	24,250	4,659	16.1
	치킨 전문점	61.6	22,448	18,956	3,492	15.6
	김밥 및 기타 간이 음식점업	20.6	16,300	13,870	2,430	14.9
	간이 음식 포장 판매 전문점	22.1	9,110	8,005	1,105	12.1
	일반 유흥 주점업	-	-	-	-	-
	무도 유흥 주점업	-	-	-	-	-
	생맥주 전문점	7.0	29,354	22,465	6,889	23.5
	기타 주점업	4.8	27,941	24,007	3,934	14.1
커피 전문점	8.5	18,943	16,382	2,561	13.5	
기타 비알코올 음료점업	4.5	15,048	12,283	2,765	18.4	

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-11〉 배달대행 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2019년, 미사용)

단위: 만 원, %

구분	배달대행 미사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	84.6	19,552	16,610	2,942	15.0	
업종 분류	한식 음식점업	88.7	20,848	17,618	3,230	15.5
	한식 일반 음식점	86.2	17,921	15,117	2,804	15.6
	한식 면 요리 전문점	92.5	17,524	14,842	2,682	15.3
	한식 육류 요리 전문점	92.8	28,420	24,204	4,216	14.8
	한식 해산물 요리 전문점	91.4	21,998	18,266	3,732	17.0
	중식 음식점업	76.8	24,379	21,408	2,971	12.2
	일식 음식점업	67.0	32,462	26,281	6,181	19.0
	서양식 음식점업	73.7	32,317	27,761	4,556	14.1
	기타 외국식 음식점업	83.7	31,690	26,256	5,434	17.1
	기관 구내식당업	100.0	45,235	40,053	5,182	11.5
	출장 및 이동 음식점업	58.6	32,267	28,937	3,330	10.3
	제과점업	80.4	25,211	21,966	3,244	12.9
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	38.2	30,795	26,751	4,043	13.1
	치킨 전문점	38.4	19,415	16,640	2,775	14.3
	김밥 및 기타 간이 음식점업	79.4	10,802	9,228	1,574	14.6
	간이 음식 포장 판매 전문점	77.9	30,023	26,598	3,425	11.4
	일반 유흥 주점업	100.0	13,677	11,739	1,938	14.2
	무도 유흥 주점업	100.0	15,811	13,101	2,710	17.1
	생맥주 전문점	93.0	14,865	11,981	2,884	19.4
	기타 주점업	95.2	16,131	13,532	2,599	16.1
커피 전문점	91.5	14,874	12,605	2,269	15.3	
기타 비알코올 음료점업	95.5	7,717	6,482	1,235	16.0	

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

○ 2020년 배달대행을 사용하는 업체는 전체의 18.5%로 전년과 마찬가지로 배달대행을 사용하지 않는 업체보다 매출액(+6,390만 원)과 영업이익(+422만 원)이 높았으나 영업이익률(-1.6%p)은 다소 낮게 나타남.

- 또한, 배달업의 경우와 마찬가지로 한식은 평균보다 낮은 배달대행 사용 비중(15.9%)을 보이고 있으며, 배달대행을 사용하는 업체는 사용하지 않는 업체보다 대체적으로 매출액(+5,965만 원)과 영업이익(+561만 원)이 높으나 영업이익률(-0.5%p)은 다소 낮음.

〈표 3-12〉 배달대행 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2020년, 사용)

단위: 만 원, %

구분	배달대행 사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	18.5	23,264	20,744	2,521	10.8	
업종 분류	한식 음식점업	15.9	24,948	22,185	2,764	11.1
	한식 일반 음식점	18.5	24,111	21,203	2,908	12.1
	한식 면 요리 전문점	11.2	20,021	19,002	1,019	5.1
	한식 육류 요리 전문점	11.6	28,932	26,104	2,828	9.8
	한식 해산물 요리 전문점	13.8	26,796	24,325	2,471	9.2
	중식 음식점업	22.6	27,359	23,865	3,495	12.8
	일식 음식점업	23.5	33,832	31,268	2,564	7.6
	서양식 음식점업	28.1	19,103	16,829	2,274	11.9
	기타 외국식 음식점업	47.2	19,724	17,490	2,234	11.3
	기관 구내식당업	-	-	-	-	-
	출장 및 이동 음식점업	4.6	60,000	48,600	11,400	19.0
	제과점업	23.6	31,439	27,548	3,891	12.4
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	47.2	34,547	31,656	2,890	8.4
	치킨 전문점	45.6	22,765	20,517	2,248	9.9
	김밥 및 기타 간이 음식점업	28.5	14,372	12,729	1,643	11.4
	간이 음식 포장 판매 전문점	26.6	15,487	13,223	2,264	14.6
	일반 유흥 주점업	-	-	-	-	-
	무도 유흥 주점업	-	-	-	-	-
	생맥주 전문점	4.8	46,910	45,325	1,585	3.4
	기타 주점업	6.7	17,578	14,687	2,891	16.4
커피 전문점	17.8	16,933	15,132	1,801	10.6	
기타 비알코올 음료점업	16.8	13,976	12,329	1,647	11.8	

자료: 2021 외식업 경영실태 조사

〈표 3-13〉 배달대행 사용 여부에 따른 업종별 매출액 및 영업이익률 비교(2020년, 미사용)

단위: 만 원, %

구분	배달대행 미사용 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	81.5	16,875	14,776	2,099	12.4	
일반 업종	한식 음식점업	84.1	18,984	16,781	2,203	11.6
	한식 일반 음식점	81.5	16,634	14,502	2,132	12.8
	한식 면 요리 전문점	88.8	15,723	13,956	1,767	11.2
	한식 육류 요리 전문점	88.4	23,756	21,334	2,422	10.2
	한식 해산물 요리 전문점	86.2	23,539	21,126	2,413	10.3
	중식 음식점업	77.4	21,746	18,564	3,182	14.6
	일식 음식점업	76.5	25,944	22,734	3,211	12.4
	서양식 음식점업	71.9	21,129	18,639	2,490	11.8
	기타 외국식 음식점업	52.8	17,746	15,085	2,661	15.0
	기관 구내식당업	100.0	30,812	26,154	4,658	15.1
	출장 및 이동 음식점업	95.4	16,540	14,721	1,819	11.0
	제과점업	76.4	22,835	20,114	2,721	11.9
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	52.8	18,882	16,191	2,691	14.3
	치킨 전문점	54.4	17,447	15,153	2,294	13.1
	김밥 및 기타 간이 음식점업	71.5	9,889	8,765	1,124	11.4
	간이 음식 포장 판매 전문점	73.4	15,699	13,805	1,894	12.1
	일반 유희 주점업	100.0	11,567	9,927	1,640	14.2
	무도 유희 주점업	100.0	9,229	8,064	1,164	12.6
	생맥주 전문점	95.2	13,639	11,918	1,721	12.6
	기타 주점업	93.3	12,990	11,065	1,924	14.8
	커피 전문점	82.2	13,266	11,711	1,555	11.7
	기타 비알코올 음료점업	83.2	5,801	4,991	809	14.0

자료: 2021 외식업 경영실태 조사

### 1.1.2. 지역별<sup>3)</sup>

○ 2019년 영업이익률은 전체 17개 시·도 가운데 제주(-5.2%p)와 인천(-4.2%p), 전북(-3.5%p)을 제외한 모든 지역에서 2018년 대비 영업이익률이 증가하였으며, 특히 충북(+18.3%p), 대구(+13.2%p), 울산(+12.2%p) 등에서 크게 증가하였음.

○ 가장 큰 비중을 차지하고 있는 서울권 및 수도권의 경우 서울은 2019 매출액이 크게 늘었으나 그에 못지않게 영업비용도 늘어 영업이익률이 15.4%로 전국 평균보다 근소하

<sup>3)</sup> 서울권은 서울, 수도권은 인천·경기도, 충청권은 충북·충남·대전·세종, 호남권은 전북·전남·광주·제주, 경남권은 부산·경남, 경북권은 강원·경북·대구·울산에 해당함.

게 높은 수준임. 수도권외의 경우 인천·경기 모두에서 전국 평균 이하의 영업이익률을 기록하여 2018년 대비 경영성과가 악화됨.

- 서울은 2018년 대비 영업이익률이 0.6%p 성장하였으나, 이는 2018년 대비 전국 평균 영업이익률이 3.6%p 상승한 것에 비교했을 때 매우 저조한 수준임. 수도권외의 경우 경기도는 서울과 마찬가지로 영업이익률이 전년 대비 0.6%p 성장하였고, 인천은 4.2%p 하락한 것으로 나타나 수도권 및 수도권외의 영업이익률이 저조함.

○ 충청권의 경우 대전(14.9%)을 제외한 모든 지역에서 전국 평균을 상회하는 영업이익률을 기록하였음. 특히, 2018년 대비 가장 높은 영업이익률을 보인 충북(+18.3%p)은 매출이 소폭 증가하고 영업비용이 크게 감소하여 2019년 전국에서 가장 높은 영업이익률(24.3%)을 보임.

- 그 외의 지역에서도 2018년 대비 영업이익률이 충남 +8.4%p, 대전 +10.7%p, 세종 +10.3%p를 기록하여 충청권의 전반적인 경영성과가 개선되었음.

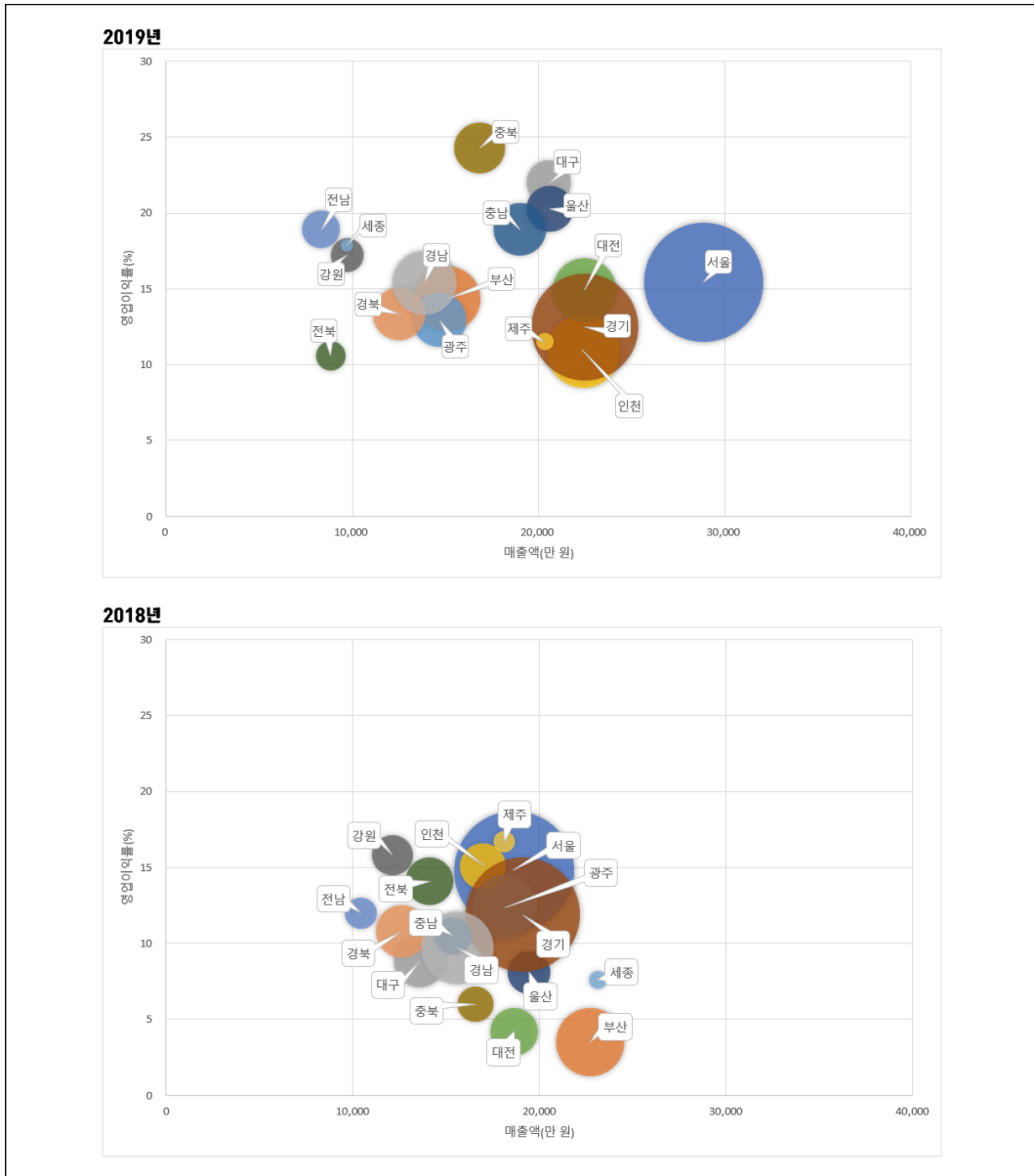
○ 호남권은 전남(18.9%)을 제외한 모든 지역에서 전국 평균보다 낮은 영업이익률을 기록하였음. 2018년 대비 영업이익률을 보면, 전남이 +6.9%p, 광주 +0.6%p, 제주 -5.2%p, 전북 -3.5%p로 전남을 제외한 호남권의 전반적인 경영성과는 정체 또는 악화된 것으로 볼 수 있음.

○ 경남권은 부산의 영업이익률이 14.3%, 경남의 영업이익률이 15.4%로 전국 평균보다 낮거나 조금 높은 수준이지만, 두 지역 모두 전국 평균보다 높은 수준의 2018년 대비 영업이익률 증가를 기록하여 경영성과는 개선된 것으로 파악됨.

○ 경북권의 경우 경북(13.3%)을 제외한 모든 지역에서 전국 평균보다 훨씬 높은 수준의 영업이익률을 기록하였는데, 대구(22.0%), 울산(20.3%), 강원(17.2%) 순임. 하지만 2018년 대비 영업이익률을 보면, 경북도 +2.5%p를 기록하였으며, 대구 +13.2%p, 울산 +12.2%p, 강원 +1.4%p 등 다른 지역에서도 상승하여 경북권 전체의 경영성과가 개선되었음.

○ 전체적으로 2019년 서울권 및 수도권과 호남권의 경영성과는 악화된 반면 충청권, 경북권, 경남권의 경영성과는 상당히 개선된 것으로 보임. 아래의 <그림 3-2>를 통해 지역별 매출액 및 영업이익률의 편차가 2018년 대비 다소 큰 것을 확인할 수 있음.

<그림 3-2> 지역별 매출액 및 영업이익률 비교(2018, 2019년)



주: 원의 크기에는 해당 지역에 포함되는 업체 수가 반영되었음.

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)



〈표 3-14〉 지역별 영업이익 및 영업이익률(2019년)

단위: 만 원, %

구분	업체수 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	100.0	20,302	17,255	3,046	15.0	
지역	서울	18.7	28,849	24,401	4,448	15.4
	부산	6.4	15,112	12,945	2,167	14.3
	대구	4.2	20,553	16,033	4,520	22.0
	인천	8.4	22,403	19,963	2,440	10.9
	광주	4.9	14,676	12,775	1,901	13.0
	대전	6.5	22,458	19,111	3,346	14.9
	울산	3.3	20,610	16,430	4,179	20.3
	경기	20.2	22,489	19,683	2,805	12.5
	강원	1.9	9,709	8,038	1,671	17.2
	충북	3.9	16,835	12,749	4,086	24.3
	충남	4.8	19,001	15,406	3,595	18.9
	전북	1.4	8,831	7,896	935	10.6
	전남	3.1	8,320	6,746	1,574	18.9
	경북	4.4	12,504	10,835	1,669	13.3
	경남	7.2	13,882	11,744	2,138	15.4
	제주	0.5	20,336	17,995	2,341	11.5
	세종	0.3	9,708	7,973	1,735	17.9

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-15〉 지역별 영업이익 및 영업이익률(2018년)

단위: 만 원, %

구분	업체수 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)	
전체	100.0	17,440	15,458	1,982	11.4	
지역	서울	21.1	18,647	15,886	2,760	14.8
	부산	5.9	22,740	21,935	805	3.5
	대구	3.5	13,595	12,395	1,201	8.8
	인천	3.1	16,979	14,414	2,565	15.1
	광주	8.1	18,144	15,903	2,241	12.4
	대전	3.4	18,639	17,852	787	4.2
	울산	3.4	19,458	17,883	1,575	8.1
	경기	20.9	19,107	16,836	2,271	11.9
	강원	3.0	12,123	10,214	1,910	15.8
	충북	1.6	16,595	15,600	995	6.0
	충남	1.6	15,371	13,751	1,620	10.5
	전북	5.8	14,103	12,107	1,995	14.1
	전남	1.7	10,434	9,187	1,247	12.0
	경북	5.5	12,631	11,269	1,362	10.8
	경남	10.3	15,624	14,116	1,509	9.7
	제주	0.6	18,134	15,106	3,028	16.7
	세종	0.6	23,133	21,375	1,757	7.6

자료: 2019 외식업 경영실태 조사

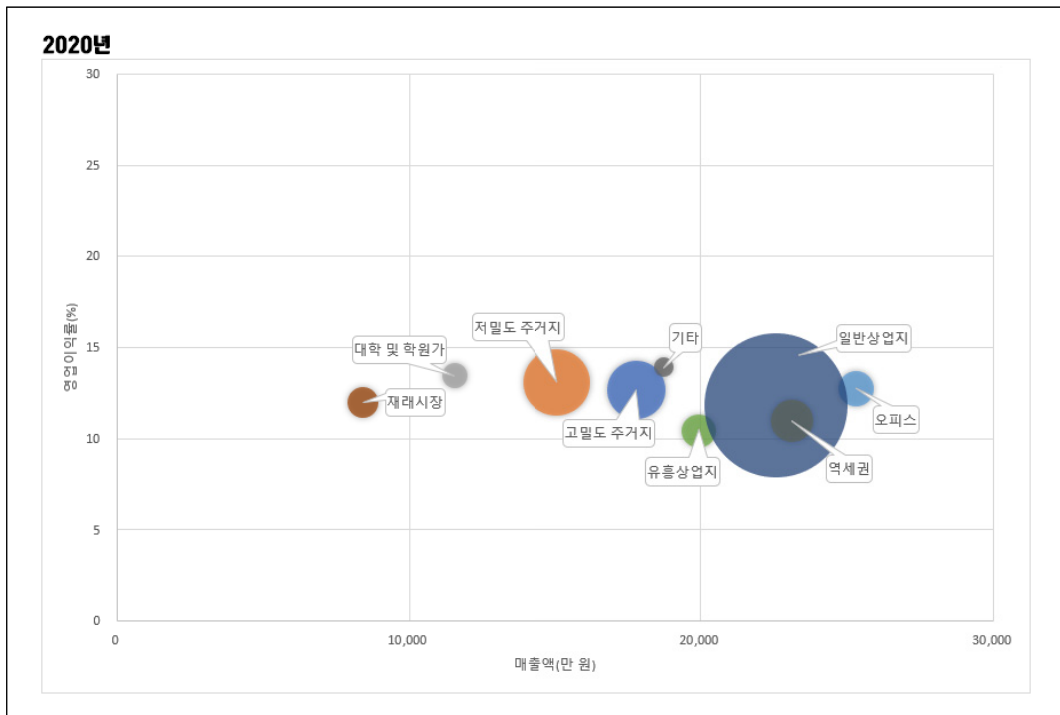
### 1.1.3. 상권별

- 2019년 상권별 매출액 및 영업이익의 경우 영업이익률이 가장 높은 상권은 전체 평균(15.0%)보다 훨씬 높은 기타 상권(25.8%)이었으며, 영업이익이 가장 많은 상권은 오피스(5,472만 원)였음. 기타 상권은 2018년 대비 20.2%p 높은 수준의 영업이익률을 기록했는데, 영업이익률이 다른 상권들보다 압도적으로 높은 이유는 상권의 특성에 의한 것이라기보다는 2019년 조사의 기타 상권으로 선택된 표본의 특성에 의한 것으로 추정됨.
  - 즉, 2019년의 기타 상권 매출액은 2018년 대비 15,833만 원 감소한 9,032만 원으로 이는 전체 평균 매출액인 20,302만 원의 약 44%에 불과한 수준인데도 불구하고 영업이익은 오히려 2018년 대비 942만 원 증가하면서 이러한 결과가 도출되었음.
  
- 한편, 영업이익률이 가장 낮은 상권은 역세권(11.5%)이었고, 영업이익이 가장 적은 상권은 재래시장(1,588만 원)이었음.
  
- 2018년 대비 영업이익률이 가장 크고, 매출액 및 영업비용이 가장 작은 상권은 앞서 언급한 기타 상권이었음. 또한, 영업이익(+3,150만 원)이 가장 크고, 매출액(+13,120만 원)이 가장 큰 상권은 오피스로 2018년 대비 영업이익률은 +4.9%p 상승하였음.
  - 전체적으로 2018년 대비 매출액이 감소한 상권은 존재하지만(저밀도 주거지, 일반 상업지, 재래시장, 기타 상권) 모든 상권의 영업이익 및 영업이익률은 증가를 기록하였음. <그림 3-3>을 통해 2018년보다 상권별 편차가 훨씬 커진 것을 확인할 수 있음.
  
- 2020년 상권별 매출액 및 영업이익을 살펴보면, 영업이익률이 가장 높은 상권은 기타 상권(13.9%)과 대학 및 학원가(13.5%)였으며, 영업이익이 가장 많은 상권은 오피스(3,227만 원)이었음.
  - 영업이익률이 가장 낮은 상권은 유흥상업지(10.4%)였고, 영업이익이 가장 적은 상권은 재래시장(1,009만 원)이었음.

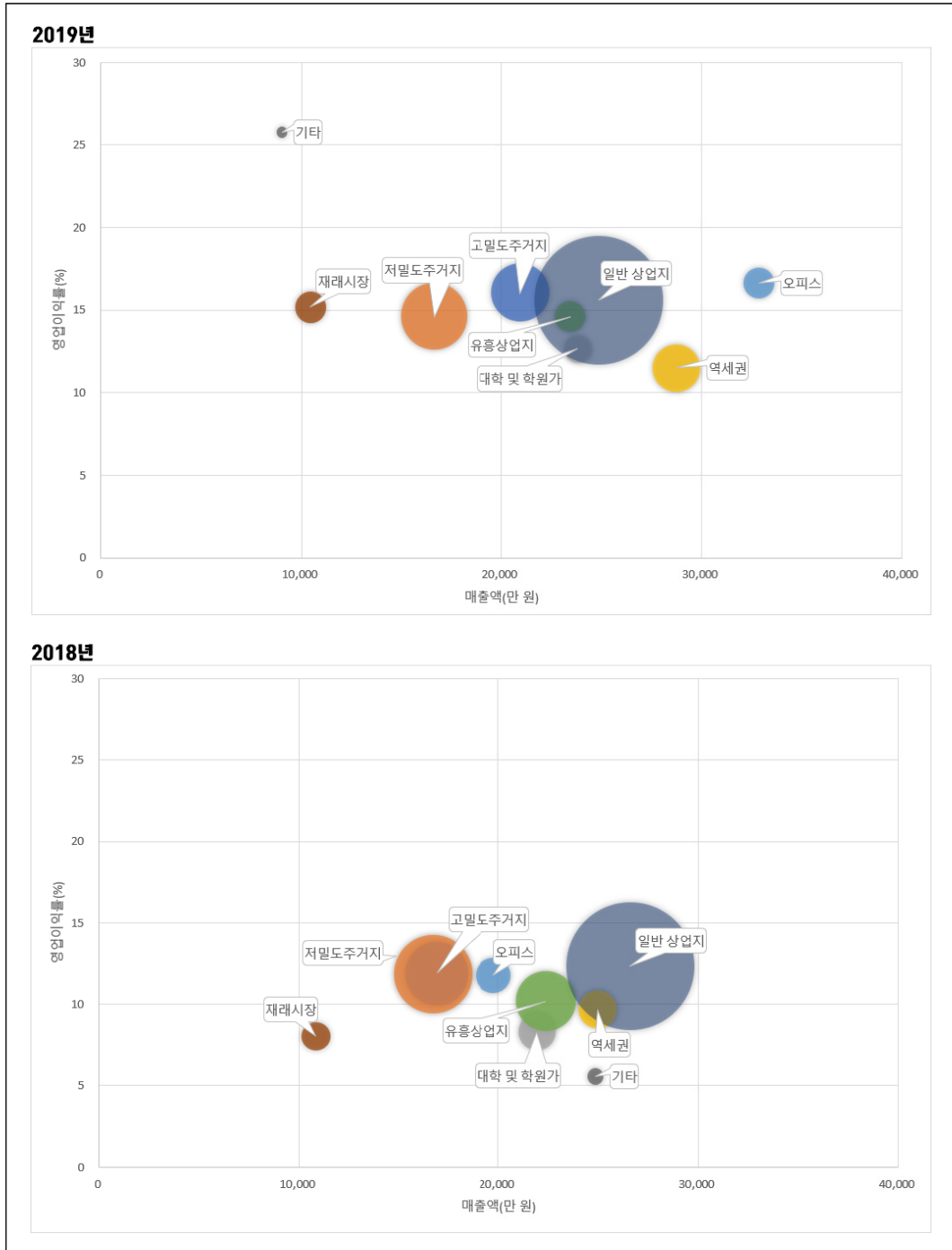
○ 2019년 대비 영업이익률이 개선된 상권은 대학 및 학원가(+0.9%p)가 유일하나, 이 상권마저도 매출액(-12,267만 원)과 영업이익(-1,454만 원)이 모두 크게 감소하였기 때문에 사실상 모든 상권에서 경영실적이 악화됨.

○ 그러나 이러한 상권별 분석의 경우 명확히 정의된 분류가 아니라 조사대상자가 임의로 선택한 것이고, 복수 응답이 허용되었기 때문에 이러한 분석 결과가 유의미하다고 보는데는 한계가 있음.

〈그림 3-3〉 상권별 매출액 및 영업이익률 비교(2018, 2019년, 2020년)



〈그림 3-3〉 상권별 매출액 및 영업이익률 비교(2018년, 2020년) (계속)



주 1) 원의 크기에는 해당 상권에 포함되는 업체 수가 반영되었음.

2) 상권분류는 복수 응답을 허용하였음.

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)

〈표 3-16〉 상권별 영업이익 및 영업이익률(2020년)

단위: 만 원, %

구분	매출액 (A)	영업비용 (B)	영업이익 (C)	영업이익률 (C/A)	
전체	18,054	15,877	2,177	12.1	
상권분류	고밀도 주거지	17,796	15,538	2,258	12.7
	저밀도 주거지	15,059	13,085	1,973	13.1
	대학 및 학원가	11,559	10,003	1,556	13.5
	역세권	23,104	20,563	2,541	11.0
	오피스	25,285	22,058	3,227	12.8
	유흥상업지	19,935	17,856	2,078	10.4
	일반 상업지	22,571	19,901	2,670	11.8
	재래시장	8,405	7,396	1,009	12.0
	기타	18,743	16,130	2,614	13.9

주: 상권분류는 복수응답을 허용하였음.

자료: 2021 외식업 경영실태 조사

〈표 3-17〉 상권별 영업이익 및 영업이익률(2019년)

단위: 만 원, %

구분	매출액 (A)	영업비용 (B)	영업이익 (C)	영업이익률 (C/A)	
전체	20,302	17,255	3,046	15.0	
상권분류	고밀도 주거지	20,940	17,574	3,365	16.1
	저밀도 주거지	16,626	14,191	2,435	14.6
	대학 및 학원가	23,826	20,816	3,010	12.6
	역세권	28,743	25,437	3,306	11.5
	오피스	32,867	27,396	5,472	16.6
	유흥상업지	23,425	20,001	3,424	14.6
	일반 상업지	24,870	20,989	3,880	15.6
	재래시장	10,456	8,868	1,588	15.2
	기타	9,032	6,704	2,328	25.8

주: 상권분류는 복수응답을 허용하였음.

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-18〉 상권별 영업이익 및 영업이익률(2018년)

단위: 만 원, %

구분	매출액 (A)	영업비용 (B)	영업이익 (C)	영업이익률 (C/A)	
전체	17,440	15,458	1,982	11.4	
상권분류	고밀도 주거지	16,894	14,888	2,006	11.9
	저밀도 주거지	16,721	14,738	1,983	11.9
	대학 및 학원가	21,933	20,113	1,820	8.3
	역세권	24,978	22,558	2,420	9.7
	오피스	19,747	17,426	2,322	11.8
	유흥상업지	22,394	20,109	2,285	10.2
	일반 상업지	26,603	23,321	3,282	12.3
	재래시장	10,852	9,982	870	8.0
	기타	24,865	23,479	1,386	5.6

주: 상권분류는 복수응답을 허용하였음.

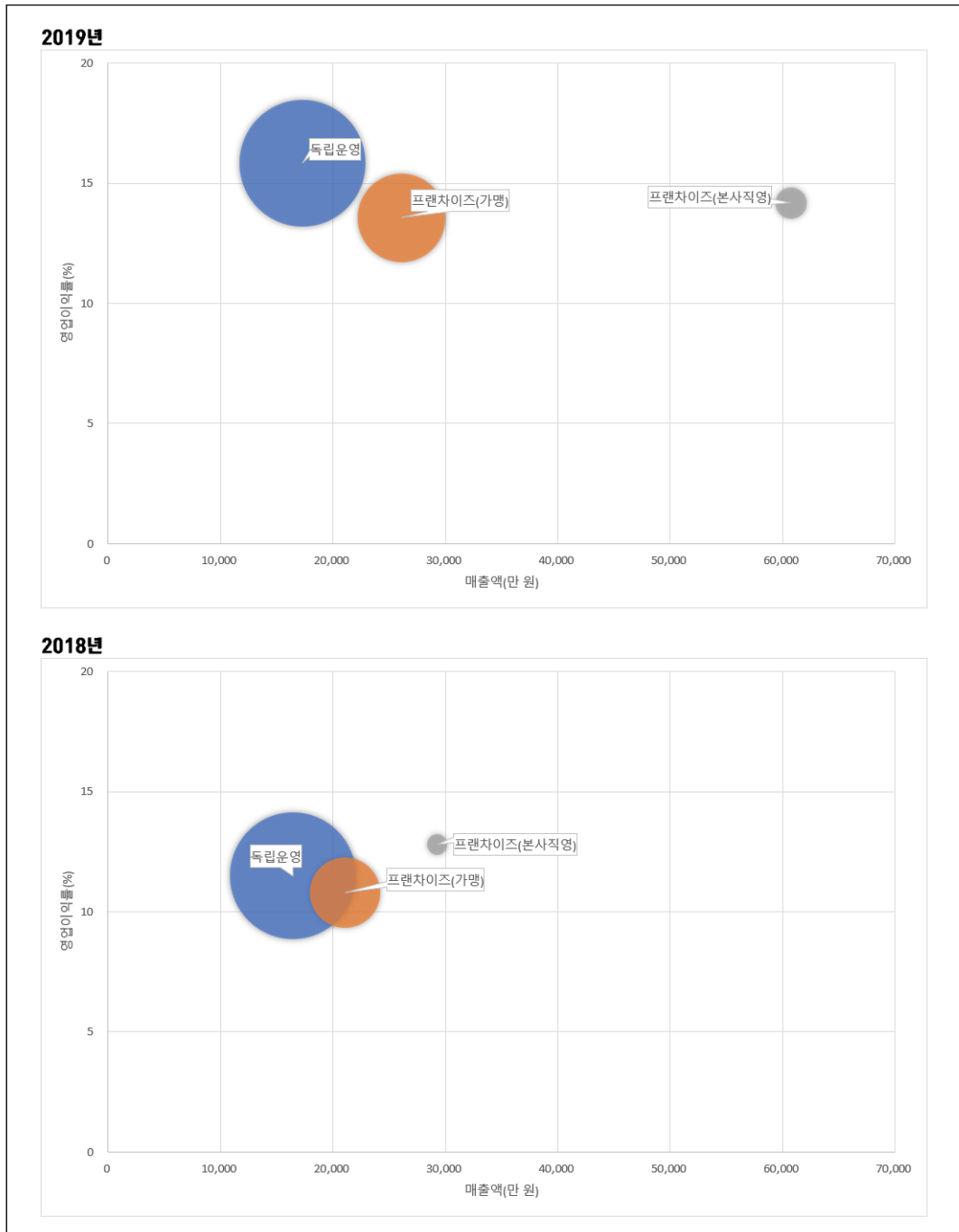
자료: 2019 외식업 경영실태 조사

#### 1.1.4. 운영형태별

○ 2019년 외식업체의 운영형태별 영업이익 및 영업이익률의 경우 2018년과 비교했을 때 전체적인 추세에 큰 변화는 없었으며, 특히 2018년 대비 프랜차이즈 본사직영점의 매출액이 31,504만 원, 영업이익이 4,866만 원 증가하여 상당히 큰 매출액과 영업이익을 기록하였음.

- 업체 비중의 경우 프랜차이즈 가맹점이 5.7%p, 프랜차이즈 본사직영점이 1.0%p 상승한데 비하여 2018년 79.8%를 차지하고 있던 독립운영업체의 비중이 크게 줄어들었음(-6.8%p).

〈그림 3-4〉 운영형태별 매출액 및 영업이익률 비교(2018, 2019년)



주: 원의 크기에는 해당 운영형태에 포함되는 업체 수가 반영되었음.  
 자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)

○ 프랜차이즈 업체는 독립운영업체에 비하여 여전히 높은 영업이익을 내고 있으나, 영업이익률 자체는 독립운영업체가 2018년 대비 4.3%p 상승하면서 프랜차이즈 업체를 추월하였음. 또한, 프랜차이즈 평균, 프랜차이즈 가맹점, 프랜차이즈 본사직영점 모두 전체 평균 영업이익률(15.0%)보다 낮은 영업이익률을 기록하였음.

○ <그림 3-4>에서 확인 할 수 있듯 2018년 대비 독립운영업체와 프랜차이즈업체 간 매출액 및 영업이익률의 편차가 더욱 커짐. 프랜차이즈 업체가 2018년 대비 상당히 늘어남에 따라 업체들간의 경쟁이 심화되었기 때문에 독립운영업체와 비교했을 때 영업이익률의 증가세가 훨씬 더딘 것으로 파악됨. 따라서 프랜차이즈 본사는 특히 많이 늘어난 가맹점의 경영관리에 신중할 필요가 있음.

〈표 3-19〉 운영형태별 영업이익 및 영업이익률(2019년)

단위: 만 원/년, %

구분		업체수 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)
전체		100.0	20,302	17,255	3,046	15.0
영업 형태	독립운영	73.0	17,278	14,543	2,735	15.8
	프랜차이즈	27.0	28,486	24,598	3,888	13.6
	가맹점	25.1	26,087	22,551	3,536	13.6
	본사직영	1.9	60,743	52,127	8,616	14.2

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-20〉 운영형태별 영업이익 및 영업이익률(2018년)

단위: 만 원/년, %

구분		업체수 비중 (A)	매출액 (B)	영업비용 (C)	영업이익 (D)	매출액 대비 영업이익률 (D/B)
전체		100.0	17,440	15,458	1,982	11.4
영업 형태	독립운영	79.8	16,436	14,546	1,890	11.5
	프랜차이즈	20.2	21,406	19,060	2,345	11.0
	가맹점	19.4	21,061	18,777	2,283	10.8
	본사직영	0.9	29,239	25,489	3,750	12.8

자료: 2019 외식업 경영실태 조사



## 1.2. 영업비용 중 인건비, 식재료비, 임차료 비중 분석

- 영업비용에서 인건비, 식재료비, 임차료비가 차지하는 비중을 분석하여 외식업체가 직면하는 경영상 어려움을 파악하고 외식업체 유형별 정책 수요를 예측하여 외식 산업 지원 정책 제안의 근거를 마련하고자 함.
  
- 2019년에는 2018년 대비 영업비용이 1,797만 원 증가하였으며, 그 중 식재료비 비중(+1.8%p)과 임차료 비중(+0.7%p)은 증가한 반면, 인건비 비중(-0.8%p)과 기타비용 비중(-1.6%p)은 감소하였음. 2019년의 영업비용 전체 평균은 17,255만 원으로 2018년 대비 11.6% 증가하였음.
  - 전반적으로 인건비 비중이 감소하였는데, 이는 최저임금이 지속적으로 매우 높게 상승한 영향으로 인하여 외식업체들이 상용직 근로자 비율을 줄이고 비교적 저렴한 임시직 및 일용직 근로자 비율을 늘린 결과로 추정됨.
  - 실제로 2018년 대비 상용직 근로자의 비율은 2.5%p 하락하였으며, 임시직 및 일용직 근로자의 비율은 3.9%p 상승하였음.
  
- 2020년에는 전체적인 경영실적 악화와 함께 2019년 대비 영업비용이 1,378만 원 감소하였는데, 전년과 마찬가지로 그 중 식재료비 비중(+0.7%p)과 임차료 비중(+0.4%p)은 증가하였고, 인건비 비중(-0.4%p)과 기타비용 비중(-0.8%p)은 감소하였음. 2020년의 영업비용 전체 평균은 15,877만 원으로 2019년 대비 8.0% 감소하였음.
  - 2019년에 2018년 대비 인건비 비중이 감소한 것과 마찬가지로, 2020년에는 역시 종사원 수가 비슷한 수준으로 유지되었으며 무급 가족종사자 비율만 늘고 상용직과 임시직 및 일용직 종사자의 비율은 모두 감소하는 동일한 흐름이 나타남.

〈표 3-21〉 연도별 외식업체 비용구조

단위: 만 원, %

연도	영업비용 (A)	인건비 비중 (B)	식재료비 비중 (C)	임차료 비중 (D)	기타비용 비중 (E)
2020	15,877	33.9	41.2	11.0	13.9
2019	17,255	34.3	40.5	10.6	14.7
2018	15,458	35.1	38.7	9.9	16.3

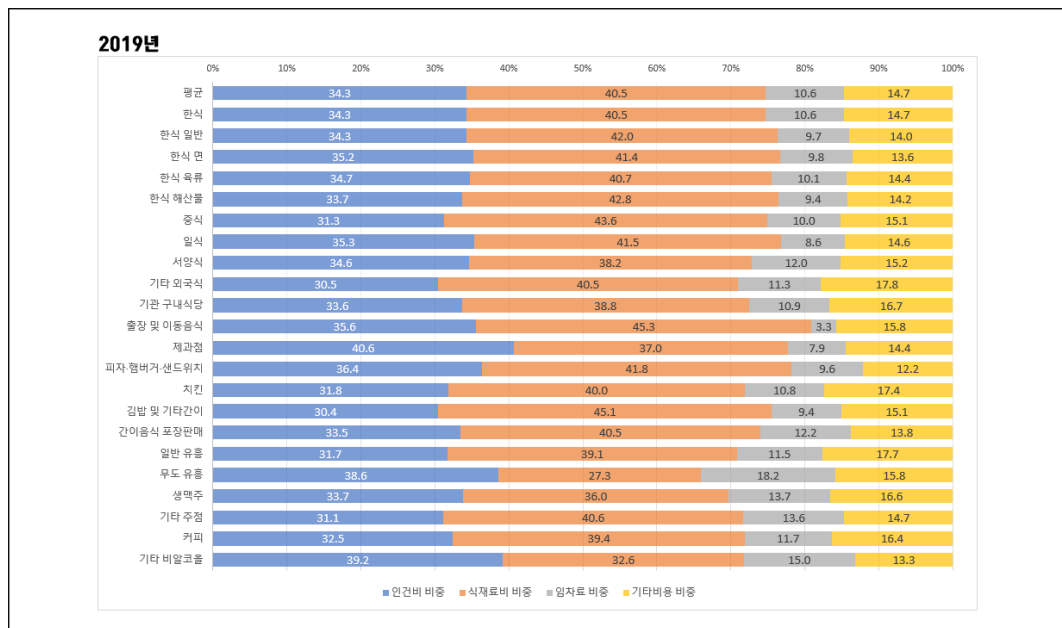
주: 기타비용 비중에는 기타비용 및 세금이 포함되었음.  
 자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년, 2021년)

### 1.2.1. 업종별

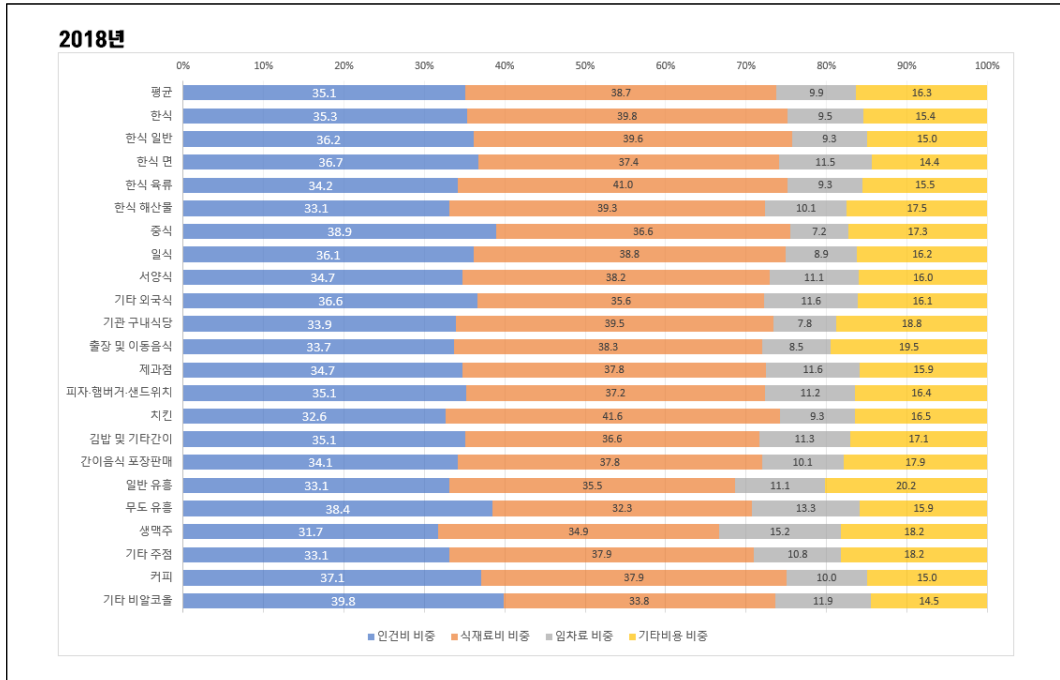
○ 2019년 인건비 비중의 경우 2018년 대비 가장 많이 증가한 출장 및 이동음식점업(+6.9%p)을 비롯하여 일반 유흥주점(+5.5%p), 커피 전문점(+2.1%p), 기관 구내식당업(+1.7%p), 제과점업(+1.7%p) 등의 업종도 증가하였음.

- 그 외의 나머지 모든 업종은 인건비 비중이 감소하였는데, 2018년 대비 인건비 비중이 가장 많이 감소한 업종은 무도 유흥주점(-4.7%p)임.

〈그림 3-5〉 업종별 비용구조 비교(2018, 2019년)



〈그림 3-5〉 업종별 비용구조 비교(2018, 2019년) (계속)



주: 분류명은 간략하게 표기하였음(예: 한식 일반 음식점업 → 한식 일반).

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)

○ 식재료비 비중의 경우 2018년 대비 가장 많이 감소한 일반 유희주점(-8.2%p)을 비롯하여 커피 전문점(-5.3%p), 기타 비알코올 음료점업(-3.6%p), 출장 및 이동음식점업(-1.3%p), 일식 전문점업(-0.6%p) 등의 업종에서 감소하였음.

- 이들 업종을 제외한 나머지 모든 업종은 비교적 큰 폭으로 증가하였으며, 2018년 대비 식재료비 비중이 가장 많이 증가한 업종은 기관 구내식당업(+5.8%p)임.

〈표 3-22〉 업종별 비용구조(2019년)

단위: 만 원/년, %

구분	업체수 비중 (A)	영업비용 (B)	인건비 비중 (C)	식재료비 비중 (D)	임차료 비중 (E)	기타비용 비중 (F)	
전체	100.0	17,255	34.3	40.5	10.6	14.7	
업종 분류	한식	44.2	18,081	34.3	42.0	9.7	14.0
	한식 일반 음식점업	26.6	15,748	35.2	41.4	9.8	13.6
	한식 면 요리 전문점	3.1	14,818	34.7	40.7	10.1	14.4
	한식 육류 요리 전문점	10.3	23,997	33.7	42.8	9.4	14.2
	한식 해산물요리 전문점	4.2	20,764	31.3	43.6	10.0	15.1
	중식 음식점업	3.5	21,308	35.3	41.5	8.6	14.6
	일식 음식점업	1.9	24,868	34.6	38.2	12.0	15.2
	서양식 음식점업	1.8	29,393	30.5	40.5	11.3	17.8
	기타 외국식 음식점업	0.6	26,205	33.6	38.8	10.9	16.7
	기관 구내식당업	1.6	40,053	35.6	45.3	3.3	15.8
	출장 및 이동음식점업	0.1	18,170	40.6	37.0	7.9	14.4
	제과점업	2.7	22,687	36.4	41.8	9.6	12.2
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2.7	25,205	31.8	40.0	10.8	17.4
	치킨 전문점	5.2	18,067	30.4	45.1	9.4	15.1
	김밥 및 기타 간이 음식점업	6.1	10,185	33.5	40.5	12.2	13.8
	간이 음식 포장 판매 전문점	1.0	22,482	31.7	39.1	11.5	17.7
	일반 유흥 주점업	4.2	11,739	38.6	27.3	18.2	15.8
	무도 유흥 주점업	0.3	13,101	33.7	36.0	13.7	16.6
	생맥주 전문점	1.1	12,712	31.1	40.6	13.6	14.7
	기타 주점업	11.3	14,040	32.5	39.4	11.7	16.4
커피 전문점	9.3	12,925	39.2	32.6	15.0	13.3	
기타 비알코올 음료점업	2.4	6,746	36.6	30.2	18.7	14.5	

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

○ 임차료비 비중의 경우 기관 구내식당업(-4.5%p), 제과점업(-2.0%p) 등에서 감소하였으나 일반 유흥주점(+7.1%p), 기타 비알코올 음료점업(+6.8%p) 등을 비롯하여 전반적으로 2018년 대비 다소 증가하는 모습을 보임.

○ 기타비용 비중은 2018년 대비 서양식 음식점업(+1.8%p), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(+1.0%p) 등에서 증가하였으나, 대부분의 업종은 약간 오르거나 감소함에 따라 전반적으로는 2018년 대비 크게 감소하였음.

〈표 3-23〉 업종별 비용구조(2018년)

단위: 만 원/년, %

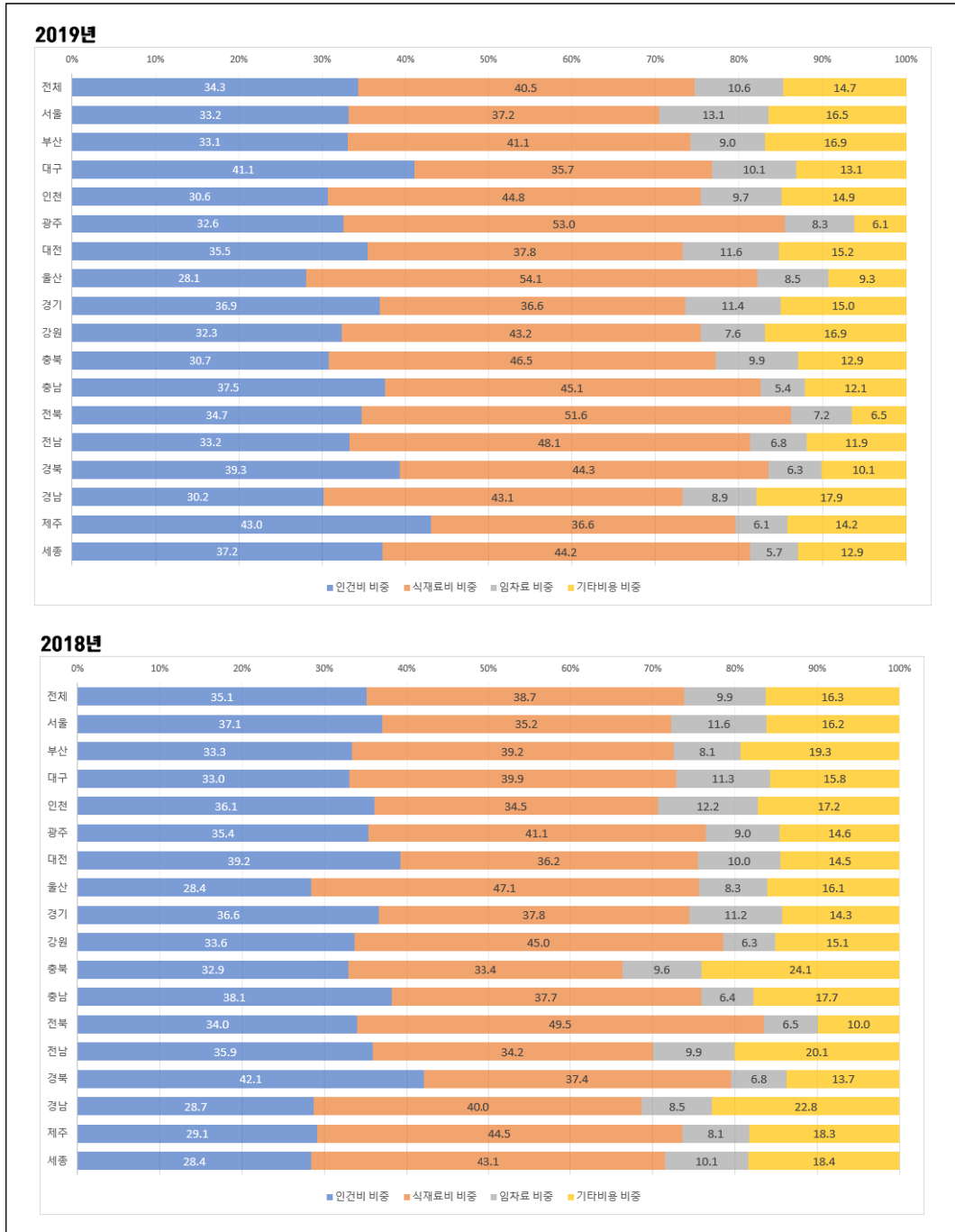
구분	업체수 비중 (A)	영업비용 (B)	인건비 비중 (C)	식재료비 비중 (D)	임차료 비중 (E)	기타비용 비중 (F)	
전체	100.0	15,458	35.1	38.7	9.9	16.3	
업종 분류	한식	45.0	16,261	35.3	39.8	9.5	15.4
	한식 일반 음식점업	27.8	14,772	36.2	39.6	9.3	15.0
	한식 면 요리 전문점	3.1	11,970	36.7	37.4	11.5	14.4
	한식 육류 요리 전문점	9.8	20,444	34.2	41.0	9.3	15.5
	한식 해산물요리 전문점	4.3	19,429	33.1	39.3	10.1	17.5
	중식 음식점업	3.6	19,284	38.9	36.6	7.2	17.3
	일식 음식점업	1.7	25,813	36.1	38.8	8.9	16.2
	서양식 음식점업	1.7	20,071	34.7	38.2	11.1	16.0
	기타 외국식 음식점업	0.6	21,018	36.6	35.6	11.6	16.1
	기관 구내식당업	1.6	27,547	33.9	39.5	7.8	18.8
	출장 및 이동음식점업	0.1	20,381	33.7	38.3	8.5	19.5
	제과점업	2.5	18,683	34.7	37.8	11.6	15.9
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2.6	16,541	35.1	37.2	11.2	16.4
	치킨 전문점	5.5	15,678	32.6	41.6	9.3	16.5
	김밥 및 기타 간이 음식점업	6.1	9,665	35.1	36.6	11.3	17.1
	간이 음식 포장 판매 전문점	1.1	13,360	34.1	37.8	10.1	17.9
	일반 유흥 주점업	4.6	16,676	33.1	35.5	11.1	20.2
	무도 유흥 주점업	0.3	19,254	38.4	32.3	13.3	15.9
	생맥주 전문점	1.1	11,240	31.7	34.9	15.2	18.2
	기타 주점업	11.5	11,108	33.1	37.9	10.8	18.2
커피 전문점	8.3	14,467	37.1	37.9	10.0	15.0	
기타 비알코올 음료점업	2.4	8,640	39.8	33.8	11.9	14.5	

자료: 2019 외식업 경영실태 조사

### 1.2.2. 지역별

○ 2019년 기준 일부 지역을 제외하고 대체적으로 인건비 비중이 감소한 지역에서는 식재료비 비중이 증가하였으며, 식재료비 비중이 증가한 지역에서는 인건비 비중이 증가하였음. 그러나 이는 외식업체에 전체적으로 미친 영향이 반영된 것으로 지역적 특색과 같은 특정한 기준에 의하여 명확하게 구분되었다고 보기는 어려움.

〈그림 3-6〉 지역별 비용구조 비교(2018, 2019년)



자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)

〈표 3-24〉 지역별 비용구조(2019년)

단위: 만 원/년, %

구분	업체수 비중 (A)	영업비용 (B)	인건비비중 (C)	식재료비비중 (D)	임차료비중 (E)	기타비용비중 (F)	
전체	100.0	17,255	34.3	40.5	10.6	14.7	
지역	서울	18.7	24,401	33.2	37.2	13.1	16.5
	부산	6.4	12,945	33.1	41.1	9.0	16.9
	대구	4.2	16,033	41.1	35.7	10.1	13.1
	인천	8.4	19,963	30.6	44.8	9.7	14.9
	광주	4.9	12,775	32.6	53.0	8.3	6.1
	대전	6.5	19,111	35.5	37.8	11.6	15.2
	울산	3.3	16,430	28.1	54.1	8.5	9.3
	경기	20.2	19,683	36.9	36.6	11.4	15.0
	강원	1.9	8,038	32.3	43.2	7.6	16.9
	충북	3.9	12,749	30.7	46.5	9.9	12.9
	충남	4.8	15,406	37.5	45.1	5.4	12.1
	전북	1.4	7,896	34.7	51.6	7.2	6.5
	전남	3.1	6,746	33.2	48.1	6.8	11.9
	경북	4.4	10,835	39.3	44.3	6.3	10.1
	경남	7.2	11,744	30.2	43.1	8.9	17.9
	제주	0.5	17,995	43.0	36.6	6.1	14.2
	세종	0.3	7,973	37.2	44.2	5.7	12.9

자료: 2020년 외식업 경영실태 조사

〈표 3-25〉 지역별 비용구조(2018년)

단위: 만 원/년, %

구분	업체수 비중 (A)	영업비용 (B)	인건비비중 (C)	식재료비비중 (D)	임차료비중 (E)	기타비용비중 (F)	
전체	100.0	15,458	35.1	38.7	9.9	16.3	
지역	서울	22.8	15,886	37.1	35.2	11.6	16.2
	부산	6.8	21,935	33.3	39.2	8.1	19.3
	대구	3.2	12,395	33.0	39.9	11.3	15.8
	인천	8.5	14,414	36.1	34.5	12.2	17.2
	광주	4.7	15,903	35.4	41.1	9.0	14.6
	대전	6.5	17,852	39.2	36.2	10.0	14.5
	울산	3.5	17,883	28.4	47.1	8.3	16.1
	경기	18.5	16,836	36.6	37.8	11.2	14.3
	강원	1.8	10,214	33.6	45.0	6.3	15.1
	충북	4.1	15,600	32.9	33.4	9.6	24.1
	충남	4.4	13,751	38.1	37.7	6.4	17.7
	전북	1.4	12,107	34.0	49.5	6.5	10.0
	전남	2.3	9,187	35.9	34.2	9.9	20.1
	경북	4.4	11,269	42.1	37.4	6.8	13.7
	경남	6.5	14,116	28.7	40.0	8.5	22.8
	제주	0.5	15,106	29.1	44.5	8.1	18.3
	세종	0.2	21,375	28.4	43.1	10.1	18.4

자료: 2019년 외식업 경영실태 조사

### 1.2.3. 상권별

○ <그림 3-7>에서 확인할 수 있듯 2019년과 2018년 모두 인건비와 식재료비 비중은 30~40%, 임차료 비중과 기타비용은 10%대를 보이고 있으며, 상권별 편차는 크지 않았음.

- 인건비 비중이 가장 높은 상권은 고밀도 주거지(35.8%)이며, 인건비 비중이 가장 낮은 상권은 기타 상권(30.5%)임.
- 식재료비 비중이 가장 높은 상권은 오피스(44.2%)이며, 식재료비 비중이 가장 낮은 상권은 기타 상권(35.5%)임.
- 임차료 비중이 가장 높은 상권은 기타 상권(17.9%)이며, 임차료비 비중이 가장 낮은 상권은 저밀도 주거지(8.5%)임.
- 기타비용 비중이 가장 높은 상권은 대학 및 학원가(16.9%)이며, 기타비용 비중이 가장 낮은 상권은 유흥상업지(14.1%)임.

○ 기타 상권의 경우 2018년 대비 영업비용(-16,775만 원), 인건비 비중(-8.0%p), 식재료비 비중(-2.9%p), 기타비용 비중(-3.5%p)이 가장 낮게 나타났으며, 대신 임차료 비중이 다른 상권들과 비교하여 가장 높은 것으로 나타나(+14.1%p), 이들 업체에 대한 상세 정보를 분석하였음.

- 기타 상권으로 응답한 업체는 모두 12곳으로 전체 3,008개 업체 중 0.4% 수준임. 지역별로는 서울(8)에 가장 많이 존재하였고, 전남(2), 경기(1), 인천(1)에 나머지 업체가 위치하였음.
- 업종별로 나누어본 결과, 기관 구내식당업(5)이 가장 많았고, 나머지는 서양식(3), 한식·중식·서양식·기타 비알코올 음료점업(1)임.
- 운영형태의 경우 프랜차이즈 본사 직영점(7)이 가장 많았고, 나머지는 프랜차이즈 가맹점(3), 독립 운영업체(2)로 각각 운영되고 있었음.

○ 2018년에 기타 상권으로 응답한 업체는 모두 26곳으로 전체 3,018개 업체 중 0.9% 수준임. 지역별로는 충남(6)에 가장 많이 위치하였으며, 서울에 많이 몰려있었던 2019년



과는 달리 경기(5), 경북·경남(4), 충북(2), 서울·대구·울산·강원(1) 등에 다양하게 분포 하였음.

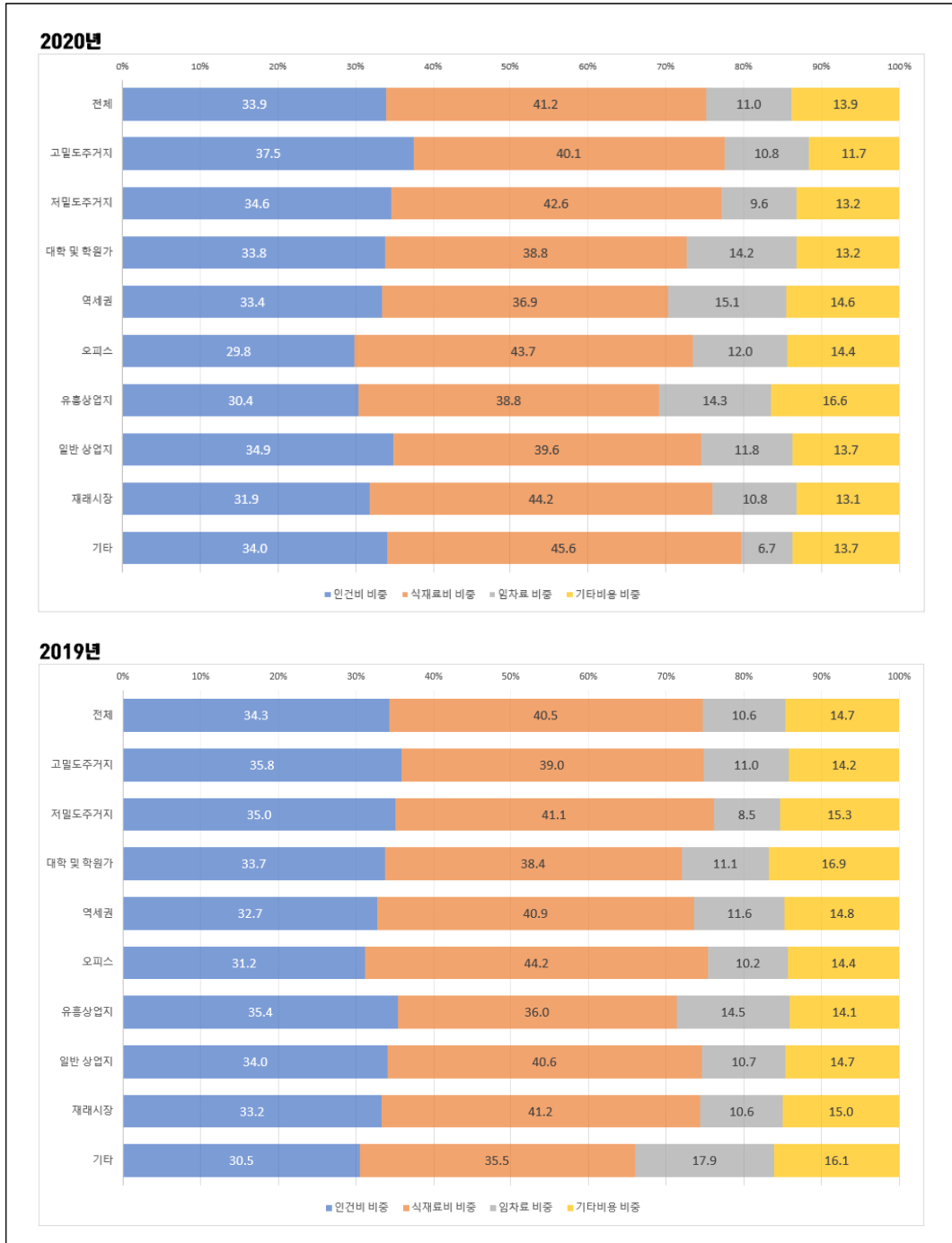
- 업종별로 나누어 본 결과 간이 음식 포장 판매 전문점(11), 한식(6), 기관 구내식당업(5), 출장 및 이동음식점(2), 김밥 및 기타 간이 음식점·커피 전문점(1) 등으로 나누어짐.
- 운영형태의 경우 독립 운영업체(23)가 압도적으로 많았으며, 나머지는 프랜차이즈 가맹점(2), 프랜차이즈 본사 직영점(1)으로 조사되었음.

○ 위에서 볼 수 있듯 2019년과 2018년에 조사된 결과는 서로 매우 이질적인데, 이는 외 식업체 경영실태 조사의 특성에 의한 것으로 조사 대상을 동일 표본으로 하지 않았기 때문인 것으로 추정됨.

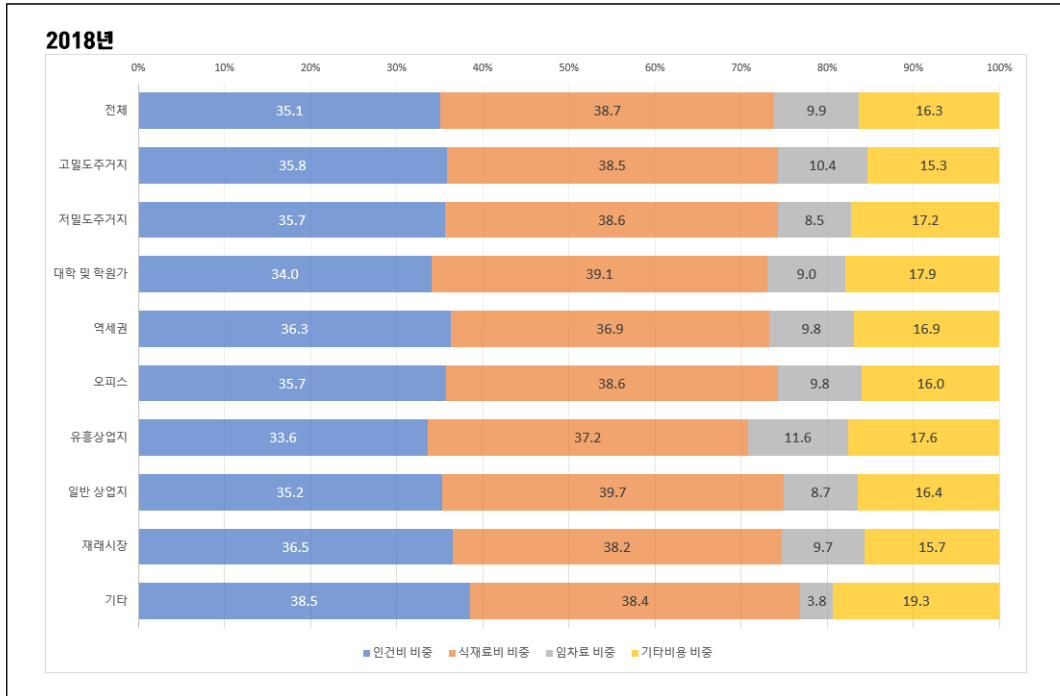
○ 2020년의 경우 비용구조 변화는 크게 일어나지 않았고 2019년과 마찬가지로 전년 대비 인건비 비중과 기타비용 비중이 감소하는 추세가 계속 이어짐. 인건비 비중이 가장 높은 상권은 고밀도 주거지(37.5%)이며, 인건비 비중이 가장 낮은 상권은 오피스(29.8%)임. 식재료비 비중이 가장 높은 상권은 기타 상권(45.6%)이며, 식재료비 비중이 가장 낮은 상권은 역세권(36.9%)임.

- 임차료 비중이 가장 높은 상권은 역세권(15.1%)이며, 임차료 비중이 가장 낮은 상권은 기타 상권(6.7%)임. 기타비용 비중이 가장 높은 상권은 유흥상업지(16.6%)이며, 기타비용 비중이 가장 낮은 상권은 고밀도 주거지(11.7%)임.

〈그림 3-7〉 상권별 비용구조 비교(2018, 2019, 2020년)



〈그림 3-7〉 상권별 비용구조 비교(2018, 2019, 2020년) (계속)



주: 상권분류는 복수 응답을 허용하였음.

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년, 2021년)

〈표 3-26〉 상권별 비용구조(2020년)

단위: 만 원, %

구분	영업비용 (A)	인건비 비중 (B)	식재료비 비중 (C)	임차료 비중 (D)	기타비용 비중 (E)	
전체	15,877	33.9	41.2	11.0	13.9	
상권분류	고밀도 주거지	15,538	37.5	40.1	10.8	11.7
	저밀도 주거지	13,085	34.6	42.6	9.6	13.2
	대학 및 학원가	10,003	33.8	38.8	14.2	13.2
	역세권	20,563	33.4	36.9	15.1	14.6
	오피스	22,058	29.8	43.7	12.0	14.4
	유흥상업지	17,856	30.4	38.8	14.3	16.6
	일반 상업지	19,901	34.9	39.6	11.8	13.7
	재래시장	7,396	31.9	44.2	10.8	13.1
	기타	16,130	34.0	45.6	6.7	13.7

주: 상권분류는 복수 응답을 허용하였음.

자료: 2021 외식업 경영실태 조사

〈표 3-27〉 상권별 비용구조(2019년)

단위: 만 원, %

구분	영업비용 (A)	인건비 비중 (B)	식재료비 비중 (C)	임차료 비중 (D)	기타비용 비중 (E)	
전체	17,255	34.3	40.5	10.6	14.7	
상권분류	고밀도 주거지	17,574	35.8	39.0	11.0	14.2
	저밀도 주거지	14,191	35.0	41.1	8.5	15.3
	대학 및 학원가	20,816	33.7	38.4	11.1	16.9
	역세권	25,437	32.7	40.9	11.6	14.8
	오피스	27,396	31.2	44.2	10.2	14.4
	유흥상업지	20,001	35.4	36.0	14.5	14.1
	일반 상업지	20,989	34.0	40.6	10.7	14.7
	재래시장	8,868	33.2	41.2	10.6	15.0
	기타	6,704	30.5	35.5	17.9	16.1

주: 상권분류는 복수 응답을 허용하였음.  
 자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-28〉 상권별 비용구조(2018년)

단위: 만 원, %

구분	영업비용 (A)	인건비 비중 (B)	식재료비 비중 (C)	임차료 비중 (D)	기타비용 비중 (E)	
전체	15,458	35.1	38.7	9.9	16.3	
상권분류	고밀도 주거지	14,888	35.8	38.5	10.4	15.3
	저밀도 주거지	14,738	35.7	38.6	8.5	17.2
	대학 및 학원가	20,113	34.0	39.1	9.0	17.9
	역세권	22,558	36.3	36.9	9.8	16.9
	오피스	17,426	35.7	38.6	9.8	16.0
	유흥상업지	20,109	33.6	37.2	11.6	17.6
	일반 상업지	23,321	35.2	39.7	8.7	16.4
	재래시장	9,982	36.5	38.2	9.7	15.7
	기타	23,479	38.5	38.4	3.8	19.3

주: 상권분류는 복수응답을 허용하였음.  
 자료: 2019 외식업 경영실태 조사

#### 1.2.4. 운영 형태별

○ 운영 형태별로는 2019년 독립 운영업체의 인건비 비중이 프랜차이즈 업체의 인건비 비중보다 높았으며, 그중에서도 본사 직영점이 가장 낮은 인건비 비중을 보였음. 모든 형태의 업체에서 2018년 대비 인건비 비중이 감소하였으나, 특히 프랜차이즈 본사 직영점에서 가장 눈에 띄는 수준의 인건비 비중 감소(-5.7%p)가 나타났으며, 대신 식재료비 비중이 가장 많이 증가하였음(+3.9p).

○ 이와 관련하여 운영 형태별 근로일수<sup>4)</sup>, 근로시간<sup>5)</sup>, 인건비<sup>6)</sup>와 관련된 추가적인 분석을 수행하였음. 2019년 전체 외식업체의 상용직 근로자에 대한 인건비는 81.6만 원, 임시직 및 일용직에 대한 인건비는 71.5만 원이었는데 전반적으로 독립 운영업체 대비 프랜차이즈 업체의 인건비가 높았음.

- 2018년 대비 상용직 근로자에 대한 인건비는 모든 운영형태에서 감소하였고, 임시직 및 일용직 인건비는 독립 운영업체에서만 근소하게 증가(+2.2만 원)하였음.

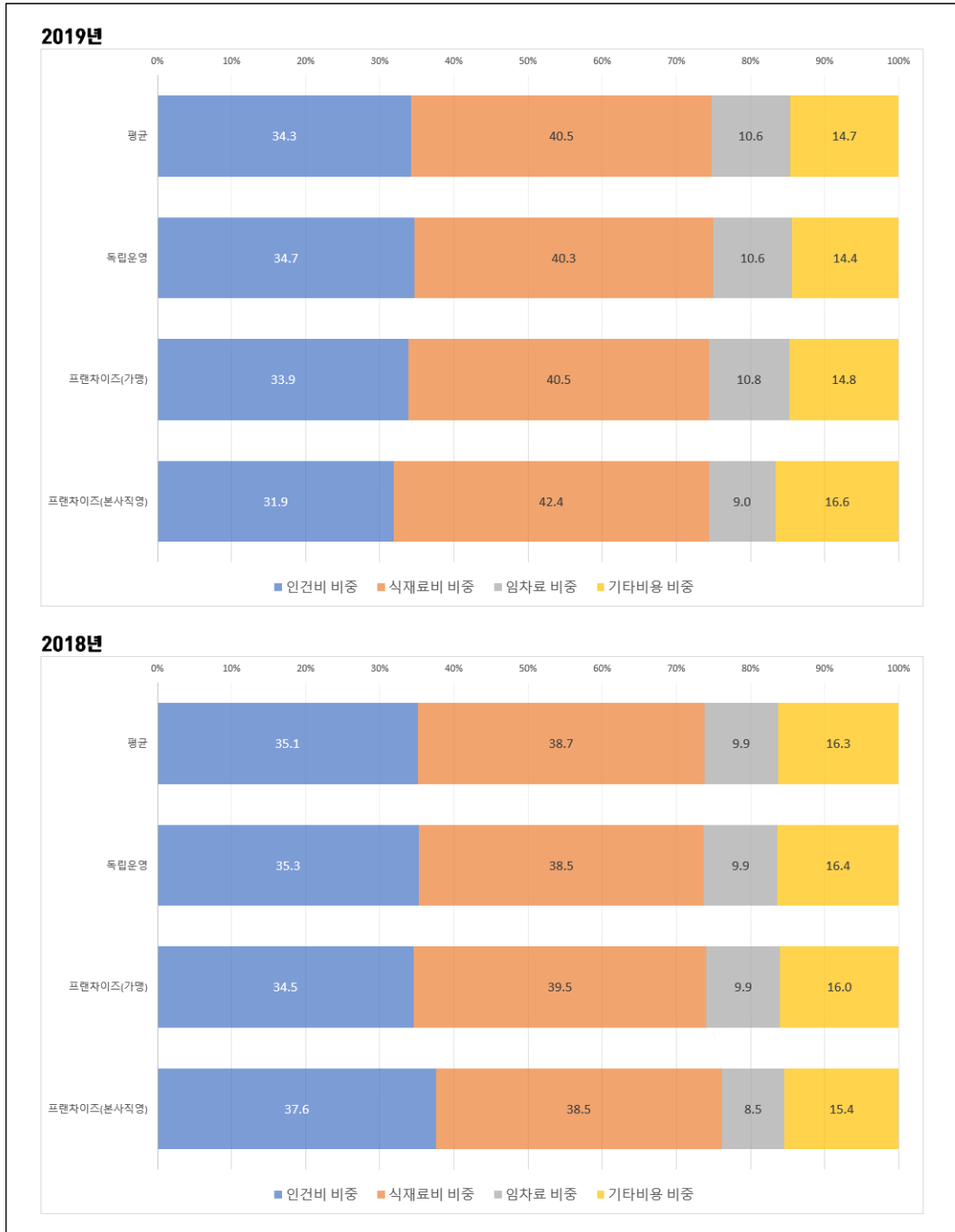
---

4) 1인당 월평균 근무일수 기준

5) 1인당 하루평균 근무시간 기준

6) 1인당 월평균 급여 기준

〈그림 3-8〉 운영 형태별 비용구조 비교(2018, 2019년)



자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)

○ 특히, 2019년 프랜차이즈 본사 직영점 근로일수 중 상용직 근로자의 근로일수의 합은 총 38.3일이었으며, 임시직 및 일용직 근로자의 근로일수 합은 13.3일이었음. 이 중 대표자 및 상용직 근로자 근로일수는 2018년 대비 19.2일 증가하였으나, 임시직 및 일용직 근로자의 근로일수는 0.3일 감소한 것으로 나타남. 근로시간 중 상용직 근로자의 근로시간 합은 13.5시간, 임시직 및 일용직 근로자의 근로시간은 4.4시간으로 2018년 대비 각각 5.8시간 증가, 0.7시간 감소하였음.

- 인건비는 상용근로자가 172.2만 원, 임시직 및 일용직 근로자가 81.5만 원으로 2018년 대비 각각 4.5만 원, 15.8만 원씩 감소한 것으로 나타남. 이는 프랜차이즈 본사 직영점이 독립 운영업체, 프랜차이즈 가맹점에 비하여 상용근로자에 대한 인건비는 가장 적게 줄었고, 임시직 및 일용직 근로자에 대한 인건비는 가장 많이 줄인 결과임.
- 위의 분석을 통해 실제로 외식업이 전반적으로 기존에 고용하던 수준의 상용근로자 외에 추가적인 근로자 고용이 매우 제한적인 것을 알 수 있음.

〈표 3-29〉 운영 형태별 비용구조(2019년)

단위: 만 원/년, %

구분		업체수 비중 (A)	영업비용 (B)	인건비비중 (C)	식재료비비중 (D)	임차료비중 (E)	기타비용비중 (F)
전체		100.0	17,255	34.3	40.5	10.6	14.7
영업 형태	독립운영	73.0	14,543	34.7	40.3	10.6	14.4
	프랜차이즈	27.0	24,598	33.6	40.8	10.6	15.1
	가맹점	25.1	22,551	33.9	40.5	10.8	14.8
	본사직영	1.9	52,127	31.9	42.4	9.0	16.6

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-30〉 운영 형태별 비용구조(2018년)

단위: 만 원/년, %

구분		업체수 비중 (A)	영업비용 (B)	인건비비중 (C)	식재료비비중 (D)	임차료비중 (E)	기타비용비중 (F)
전체		100.0	15,458	35.1	38.7	9.9	16.3
영업 형태	독립운영	79.8	14,546	35.3	38.5	9.9	16.4
	프랜차이즈	20.2	19,060	34.7	39.5	9.8	16.0
	가맹점	19.4	18,777	34.5	39.5	9.9	16.0
	본사직영	0.9	25,489	37.6	38.5	8.5	15.4

자료: 2019 외식업 경영실태 조사

## 2. 외식업체 생산성 지표 분석

### 2.1. 종사원당 매출액

- 외식업체 분류별 생산성을 비교하거나 시간에 따른 생산성 변화 동향을 비교하기 위하여 연도별, 업종별, 지역별, 상권별, 운영형태별로 종사원당 매출액을 집계하여 비교함.
- 종사원당 매출액이 높을수록 생산성이 높은 것으로 해석할 수 있음. 상용직은 고용계약기간이 1년 이상인 경우, 임시직은 고용계약기간이 1개월 이상~1년 미만인 경우, 일용직은 고용계약기간이 1개월 미만인 경우를 의미함.
- 분석 결과, 종사원당 매출액이 686만 원 증가하였음에도 불구하고 2019년 종사원 수는 2018년 대비 거의 증가하지 않았음(+0.1명). 전체적으로 상용직 종사자 비율(-2.5%p)과 무급 가족종사자 비율(-1.5%p)이 감소하고, 임시직과 일용직 종사자 비율(+3.9%p)이 증가하였음.
- 2020년 종사원 수는 2019년과 비슷한 수준으로 유지되었는데, 2019년 대비 상용직 비율(-1.5%p)과 임시직, 일용직 비율(-0.8%p)이 감소한 반면, 무급 가족종사자 비율(2.3%p)은 증가한 것으로 나타남.

〈표 3-31〉 연도별 외식업체 종사원당 매출액

단위: 만 원/년, 명, %

연도	매출액 (A)	종사원 수 (B)	상용직 비율 (C)	임시직, 일용직 비율 (D)	무급 가족종사자 비율 (E)	종사원당 매출액 (A/B)
2020	18,054	2.85	52.0	31.1	16.9	6,331
2019	20,302	2.93	53.5	31.9	14.6	6,926
2018	17,440	2.80	56.0	28.0	16.1	6,240

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년, 2021년)



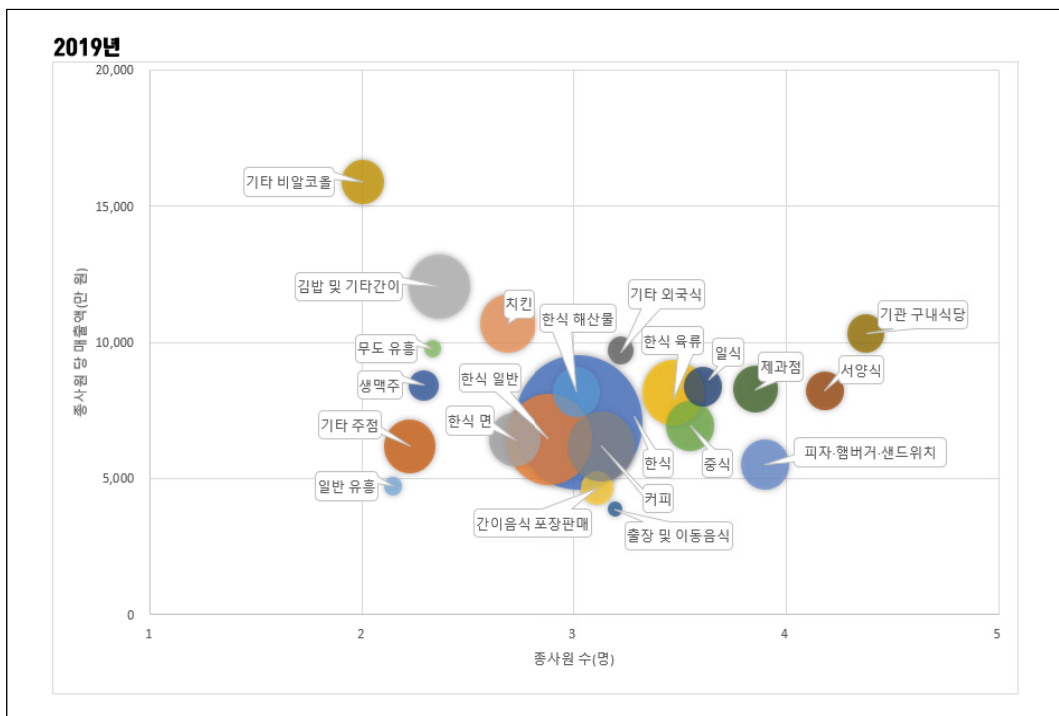
## 2.2. 외식업 특성별 종사원당 매출액

### 2.2.1. 업종별

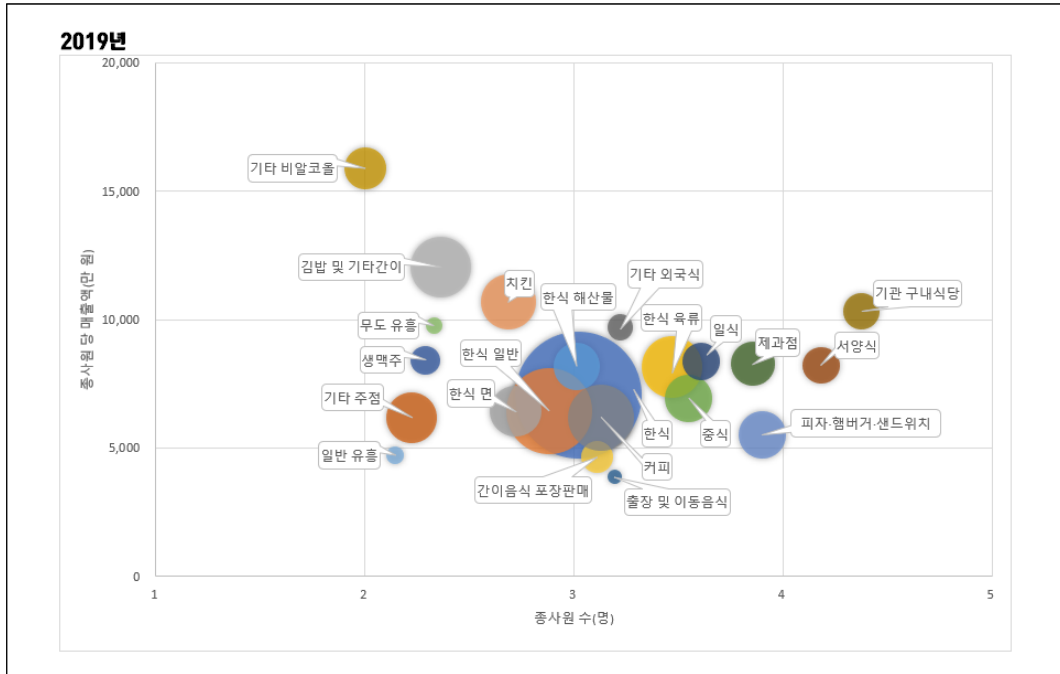
○ 2019년 종사원당 매출액에서 상위권을 기록한 업종은 기타 비알코올 음료점업(15,899만 원), 김밥 및 기타 간이 음식점업(12,064만 원), 치킨 전문점(10,693만 원) 등임. 이들 업종은 다른 업종들보다 비교적 종사원 수가 적으며, 상용직 비율이 높다는 특징이 있음.

- 또한, 업장에서 판매하는 메뉴가 비교적 단순하며, (매장 내의) 고객이 서빙 업무를 일정부분 대신할 수 있는 업종임.

〈그림 3-9〉 업종별 종사원 수, 종사원당 매출액 비교(2018, 2019년)



〈그림 3-9〉 업종별 종사원 수, 종사원당 매출액 비교(2018, 2019년) (계속)



주 1): 분류명은 간략하게 표기하였음(예: 한식 일반 음식점업 → 한식 일반).

2): 원의 크기에는 해당 업종에 포함되는 업체 수가 반영되었음.

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)

○ 2019년 종사원당 매출액에서 하위권을 기록한 업종은 출장 및 이동음식점업(3,884만원), 간이 음식 포장 판매 전문점(4,650만원), 일반 유흥 주점업(4,772만원) 등임. 한편, 2018년 대비 종사원당 매출액이 가장 많이 증가한 업종은 기타 비알코올 음료점업(+10,970만원)이었고, 가장 많이 감소한 업종은 일반 유흥 주점업(-2,876만원)이었음.

○ 가장 많은 비중을 차지하고 있는 한식 음식점업의 경우 종사원 수와 종사원당 매출액 모두 평균 수준에 그쳤음.

○ 2019년 상용직 비율이 가장 높았던 업종은 기관 구내식당업(84.1%)이었으며, 상용직 비율이 가장 낮았던 업종은 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(36.7%)이었음. 2018년 대비 종사원당 매출액이 증가한 17개 업종 전체에서 고용된 종사원 수가 오히려 감소하거나, 1.0명 미만으로 증가에 그쳤음.

- 이를 통해 2019년 전체 평균 매출액이 16.4%, 영업이익은 53.7% 증가했지만, 업종과 무관하게 외식업 분야의 추가적인 고용효과가 거의 발생하지 않았음을 알 수 있음.

〈표 3-32〉 업종별 종사원당 매출액(2019년)

단위: 만 원/년, 명, %

구분	업체수 비중 (A)	매출액 (B)	종사원 수 (C)	상용직 비율 (D)	임시직, 일용직 비율 (E)	무급 가족종사자 비율 (F)	종사원당 매출액 (C/B)
전체	100.0	20,302	2.9	53.5	31.9	14.6	6,926
업종 분류	한식	44.2	21,331	3.0	54.0	27.8	7,067
	한식 일반 음식점업	26.6	18,554	2.9	54.6	26.2	6,441
	한식 면 요리 전문점	3.1	17,511	2.7	57.9	26.6	6,437
	한식 육류 요리 전문점	10.3	28,299	3.5	53.5	31.1	8,160
	한식 해산물요리 전문점	4.2	24,658	3.0	49.5	29.2	8,186
	중식 음식점업	3.5	24,607	3.5	53.0	25.9	6,937
	일식 음식점업	1.9	30,214	3.6	59.7	29.9	8,372
	서양식 음식점업	1.8	34,364	4.2	52.9	39.6	8,219
	기타 외국식 음식점업	0.6	31,288	3.2	60.6	26.5	9,711
	기관 구내식당업	1.6	45,235	4.4	84.1	12.3	10,340
	출장·이동음식점업	0.1	12,402	3.2	50.3	44.0	3,884
	제과점	2.7	31,955	3.9	51.5	38.8	8,288
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2.7	21,544	3.9	36.7	52.5	5,526
	치킨 전문점	5.2	28,706	2.7	49.1	27.0	10,693
	김밥 및 기타 간이 음식점업	6.1	28,511	2.4	58.0	24.1	12,064
	간이 음식 포장 판매 전문점	1.0	14,455	3.1	58.9	27.1	4,650
	일반 유흥 주점업	4.2	10,124	2.1	65.0	30.9	4,722
	무도 유흥 주점업	0.3	22,801	2.3	55.3	34.0	9,782
	생맥주 전문점	1.1	19,287	2.3	61.3	31.1	8,428
	기타 주점업	11.3	13,722	2.2	54.6	33.1	6,175
	커피전문점	9.3	19,371	3.1	42.0	52.2	6,194
	기타 비알코올 음료점업	2.4	31,784	2.0	59.6	36.0	15,899

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-33〉 업종별 종사원당 매출액(2018년)

단위: 만 원/년, 명, %

구분	업체수 비중 (A)	매출액 (B)	종사원 수 (C)	상용직 비율 (D)	임시직, 일용직 비율 (E)	무급 가족종사자 비율 (F)	종사원당 매출액 (C/B)
전체	100.0	17,440	2.8	56.0	28.0	16.1	6,240
업종류	한식	45.0	18,180	2.9	55.1	24.7	6,302
	한식 일반 음식점업	27.8	16,549	2.8	55.5	24.1	5,961
	한식 면 요리 전문점	3.1	13,467	2.6	56.0	21.0	5,109
	한식 육류 요리 전문점	9.8	22,560	3.2	53.7	27.9	7,099
	한식 해산물요리 전문점	4.3	22,103	3.1	55.7	23.0	7,142
	중식 음식점업	3.6	21,654	3.8	51.1	31.8	5,635
	일식 음식점업	1.7	29,812	3.8	57.0	32.2	7,927
	서양식 음식점업	1.7	23,765	4.2	50.7	38.9	5,686
	기타 외국식 음식점업	0.6	24,674	3.4	51.9	39.2	7,244
	기관 구내식당업	1.6	30,988	4.4	65.7	29.1	6,964
	출장·이동음식점업	0.1	24,069	4.3	54.5	33.6	5,591
	제과점	2.5	21,311	3.4	50.7	38.3	6,278
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2.6	19,058	3.3	45.8	44.0	5,716
	치킨 전문점	5.5	17,580	2.4	62.6	22.2	7,372
	김밥 및 기타 간이 음식점업	6.1	11,152	2.3	61.1	20.0	4,823
	간이 음식 포장 판매 전문점	1.1	15,821	2.3	67.8	19.5	6,826
	일반 유흥 주점업	4.6	18,702	2.5	62.7	30.1	7,598
	무도 유흥 주점업	0.3	21,725	3.0	57.0	36.4	7,361
	생맥주 전문점	1.1	12,975	2.3	58.7	30.1	5,536
	기타 주점업	11.5	12,765	2.0	64.4	23.5	6,229
	커피전문점	8.3	16,080	2.8	46.4	22.6	5,660
	기타 비알코올 음료점업	2.4	9,980	2.0	62.9	19.0	4,929

자료: 2019 외식업 경영실태 조사

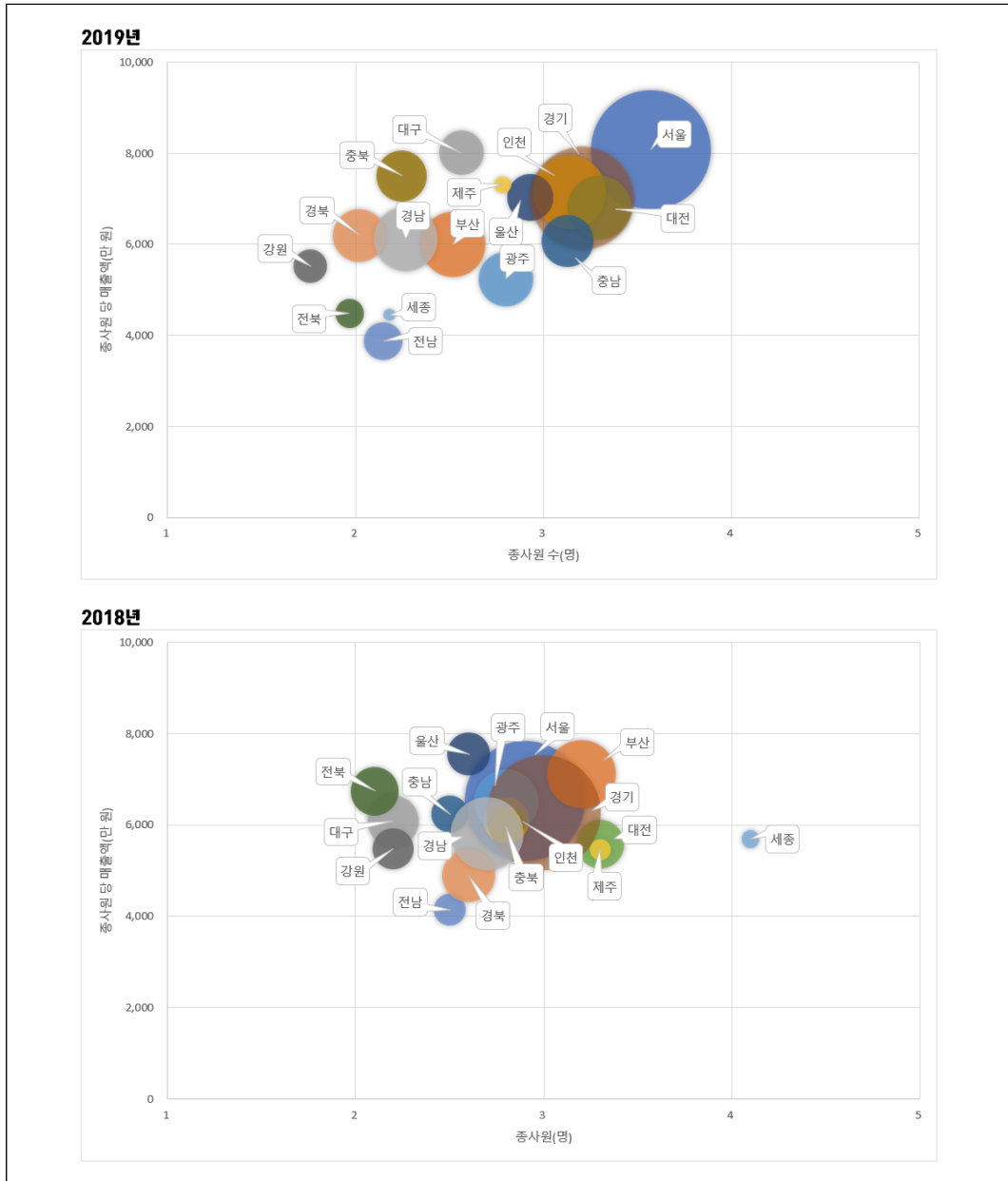
### 2.2.2. 지역별

○ 2019년 종사원당 매출액에서 상위권을 기록한 지역은 서울(8,080만 원), 대구(8,019만 원), 충북(7,500만 원) 등이며, 하위권은 전남(3,874만 원), 세종(4,452만 원), 전북(4,486만 원) 등임.

○ 2018년 대비 종사원당 매출액이 가장 많이 증가한 지역은 서울(+1,561만 원)이며, 가장 많이 감소한 지역은 전북(-2,250만 원)인 것으로 나타남. 서울은 2018년보다 상용직 비율이 감소하고 임시직, 일용직 비율이 크게 늘었으며, 전북은 상용직 비율과 임시직, 일용직 비율이 모두 감소하고 무급 가족종사자 비율이 증가하였음.

○ 종사원 수는 2018년에 비해 거의 증가하지 않았으며(+0.1명), 특히 종사원 수가 가장 많이 증가한 지역은 서울(+0.7명)이고 가장 많이 감소한 지역은 세종(-1.9명)임.

〈그림 3-10〉 지역별 종사원 수, 종사원 당 매출액 비교(2018, 2019년)



주: 원의 크기에는 해당 지역에 포함되는 업체 수가 반영되었음.

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)

〈표 3-34〉 지역별 종사원 당 매출액(2019년)

단위: 만 원/년, 명, %

구분	업체수 비중 (A)	매출액 (B)	종사원 수 (C)	상용직비율 (D)	임시직, 일용직비율 (E)	무급 가족종사자비율 (F)	종사원당 매출액 (C/B)
전체	100.0	20,302	2.9	53.5	31.9	14.6	6,926
지역	서울	18.7	28,849	3.6	50.3	39.6	8,080
	부산	6.4	15,112	2.5	58.0	25.7	5,998
	대구	4.2	20,553	2.6	59.8	22.7	8,019
	인천	8.4	22,403	3.1	56.1	28.8	7,136
	광주	4.9	14,676	2.8	44.8	26.8	5,239
	대전	6.5	22,458	3.3	41.0	43.2	6,812
	울산	3.3	20,610	2.9	56.1	26.8	7,034
	경기	20.2	22,489	3.2	53.5	35.8	7,013
	강원	1.9	9,709	1.8	77.0	12.3	5,517
	충북	3.9	16,835	2.2	64.4	14.9	7,500
	충남	4.8	19,001	3.1	48.1	33.4	6,074
	전북	1.4	8,831	2.0	65.6	12.0	4,486
	전남	3.1	8,320	2.1	54.7	18.2	3,874
	경북	4.4	12,504	2.0	68.5	16.3	6,192
	경남	7.2	13,882	2.3	59.3	24.4	6,121
	제주	0.5	20,336	2.8	46.8	37.4	7,307
세종	0.3	9,708	2.2	62.6	18.1	4,452	

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-35〉 지역별 종사원 당 매출액(2018년)

단위: 만 원/년, 명, %

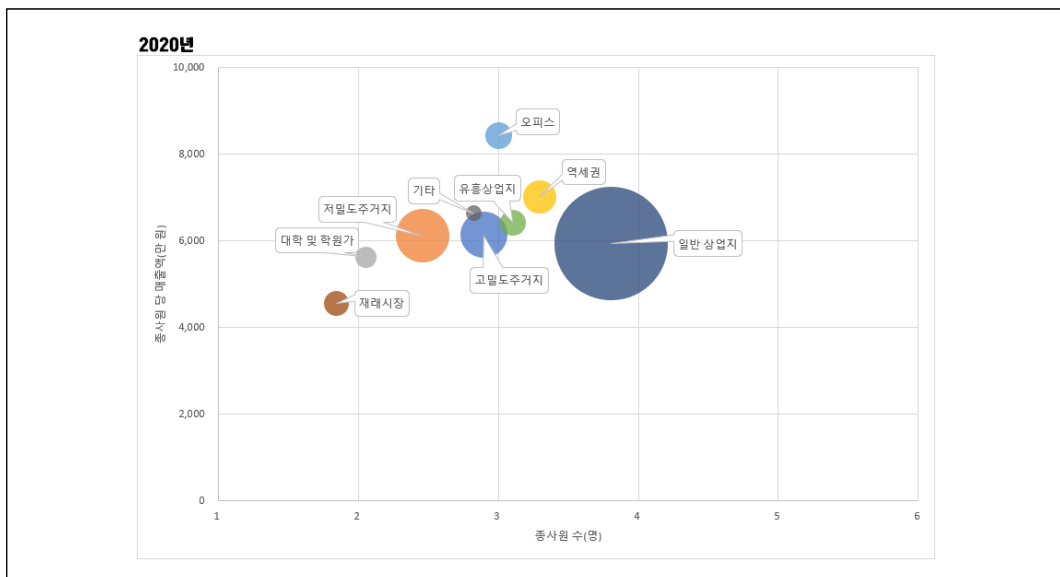
구분	업체수 비중 (A)	매출액 (B)	종사원 수 (C)	상용직비율 (D)	임시직, 일용직비율 (E)	무급 가족종사자비율 (F)	종사원당 매출액 (C/B)
전체	100.0	17,440	2.8	56.0	28.0	16.1	6,240
지역	서울	21.1	18,647	2.9	54.8	30.7	6,519
	부산	5.9	22,740	3.2	54.0	30.0	7,115
	대구	3.5	13,595	2.2	69.0	21.8	6,086
	인천	3.1	16,979	2.8	62.3	28.6	6,109
	광주	8.1	18,144	2.8	57.6	19.9	6,501
	대전	3.4	18,639	3.3	42.0	46.1	5,580
	울산	3.4	19,458	2.6	69.1	24.1	7,556
	경기	20.9	19,107	3.0	55.4	30.7	6,271
	강원	3.0	12,123	2.2	59.7	26.0	5,474
	충북	1.6	16,595	2.8	68.3	24.5	5,989
	충남	1.6	15,371	2.5	67.3	25.6	6,240
	전북	5.8	14,103	2.1	67.5	12.8	6,736
	전남	1.7	10,434	2.5	77.2	15.3	4,141
	경북	5.5	12,631	2.6	47.0	24.2	4,885
	경남	10.3	15,624	2.7	47.9	26.7	5,810
	제주	0.6	18,134	3.3	49.5	48.2	5,456
세종	0.6	23,133	4.1	61.3	25.4	5,694	

자료: 2019 외식업 경영실태 조사

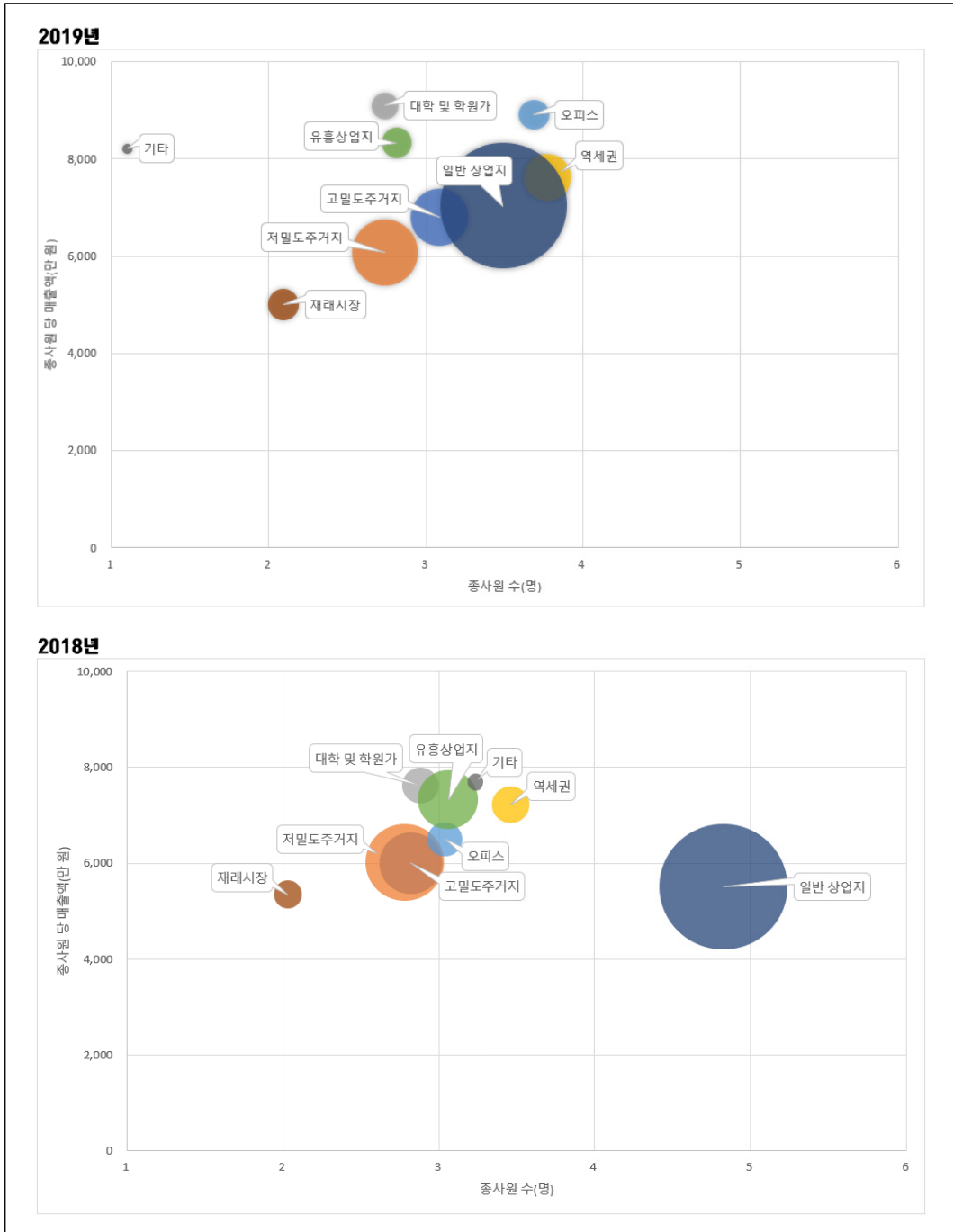
### 2.2.3. 상권별

- 2019년 종사원당 매출액에서 상위권을 기록한 상권은 대학 및 학원가(9,096만 원), 오피스(8,911만 원), 유흥상업지(8,330만 원)이며 하위권을 기록한 상권은 재래시장(5,003만 원), 저밀도주거지(6,078만 원), 고밀도주거지(6,793만 원) 등임.
- 2019년 종사원당 매출액은 2018년 대비 재래시장(-345만 원)을 제외한 모든 상권에서 증가하였는데, 특히 오피스(+2,407만 원), 대학 및 학원가(+1,476만 원)에서 가장 많이 증가하였음.
- 2020년 종사원당 매출액에서 상위권을 기록한 상권은 오피스(8,428만 원), 역세권(7,010만 원) 등이며, 하위권을 기록한 상권은 재래시장(4,561만 원), 대학 및 학원가(5,622만 원) 등임.
- 2019년 대비 2020년 종사원당 매출액은 저밀도 주거지(+45만 원)를 제외한 모든 상권에서 감소하였으며, 특히 2019년에 상위권을 기록한 대학 및 학원가(-3,474만 원)에서 가장 큰 감소폭을 기록함.

〈그림 3-11〉 상권별 종사원 수, 종사원 당 매출액 비교(2018, 2019, 2020년)



〈그림 3-11〉 상권별 종사원 수, 종사원 당 매출액 비교(2018, 2019, 2020년) (계속)



주 1) 원의 크기에는 해당 상권에 포함되는 업체 수가 반영되었음.

2) 상권분류는 복수 응답을 허용하였음.

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년, 2021년)



〈표 3-36〉 상권별 종사원당 매출액(2020년)

단위: 만 원/년, 명, %

구분		매출액 (A)	종사원 수 (B)	상용직 비율 (C)	임시직, 일용 직 비율 (D)	무급 가족 종사자 비율 (E)	종사원당 매출액 (A/E)
전체		18,054	2.9	52.0	31.1	16.9	6,331
상권 분류	고밀도 주거지	17,796	2.9	53.3	29.4	17.3	6,141
	저밀도 주거지	15,059	2.5	55.0	28.3	16.6	6,124
	대학 및 학원가	11,559	2.1	53.6	39.2	7.2	5,622
	역세권	23,104	3.3	58.8	34.3	6.9	7,010
	오피스	25,285	3.0	47.9	41.6	10.5	8,428
	유흥상업지	19,935	3.1	58.8	34.2	7.0	6,421
	일반 상업지	22,571	3.8	50.5	34.5	15.0	5,932
	재래시장	8,405	1.8	59.1	15.2	25.7	4,561
	기타	18,743	2.8	63.6	15.0	21.4	6,640

자료: 2021 외식업 경영실태 조사

〈표 3-37〉 상권별 종사원당 매출액(2019년)

단위: 만 원/년, 명, %

구분		매출액 (A)	종사원 수 (B)	상용직 비율 (C)	임시직, 일용 직 비율 (D)	무급 가족 종사자 비율 (E)	종사원당 매출액 (A/E)
전체		20,302	2.9	53.5	31.9	14.6	6,926
상권 분류	고밀도 주거지	20,940	3.1	52.5	31.7	15.8	6,793
	저밀도 주거지	16,626	2.7	56.3	28.8	14.9	6,078
	대학 및 학원가	24,876	2.7	64.3	28.9	6.7	9,096
	역세권	28,743	3.8	37.1	59.2	3.7	7,616
	오피스	32,867	3.7	55.3	35.8	8.9	8,911
	유흥상업지	23,425	2.8	59.2	34.6	6.1	8,330
	일반 상업지	24,598	3.5	51.4	34.4	14.2	7,041
	재래시장	10,456	2.1	59.3	19.4	21.3	5,003
	기타	9,032	1.1	27.8	71.4	0.8	8,212

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

〈표 3-38〉 상권별 종사원당 매출액(2018년)

단위: 만 원/년, 명, %

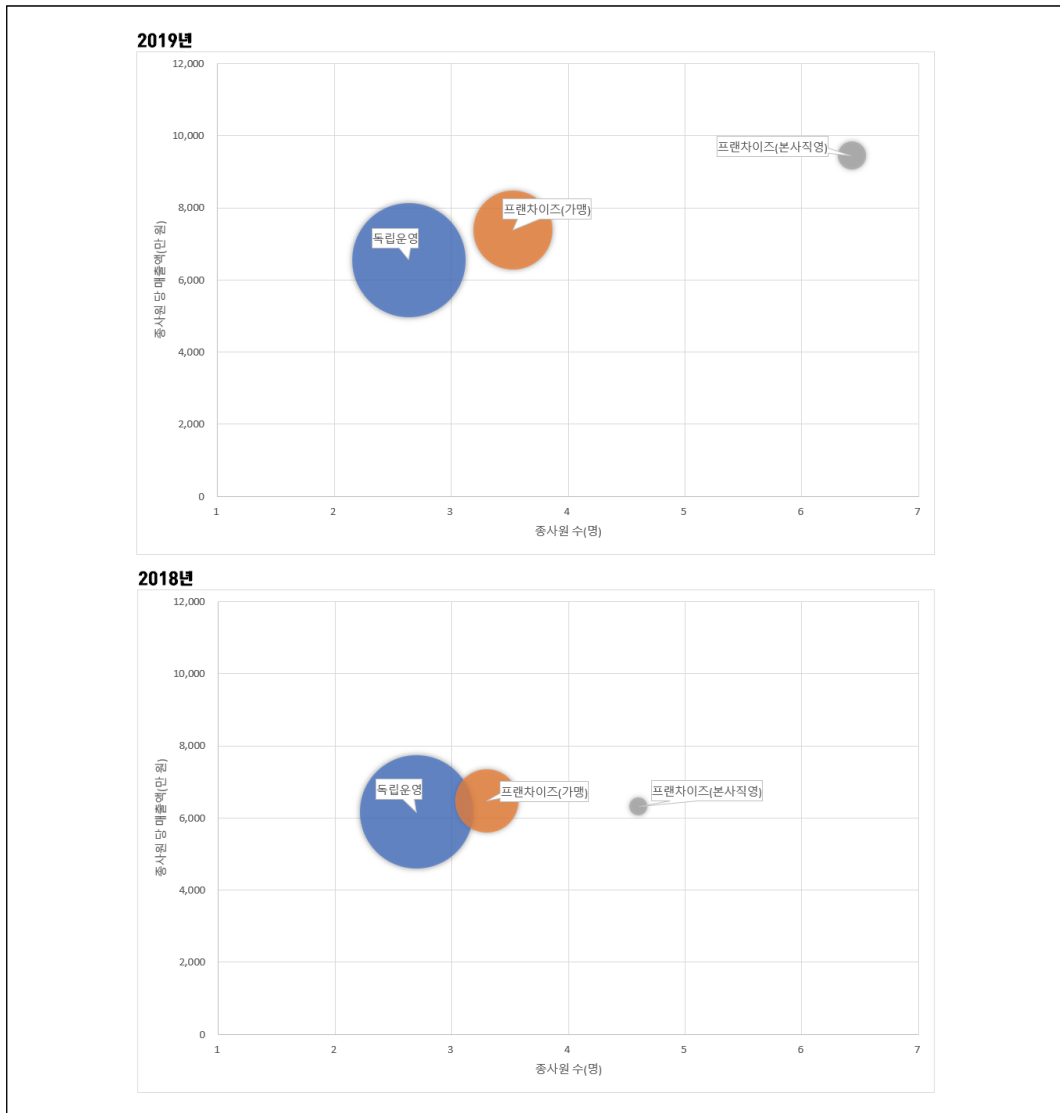
구분		매출액 (A)	종사원 수 (B)	상용직 비율 (C)	임시직, 일 용직 비율 (D)	무급 가족 종사자 비율 (E)	종사원당 매출액 (A/E)
전체		17,440	2.8	56.0	28.0	16.1	6,240
상권 분류	고밀도 주거지	16,894	2.8	56.7	29.5	13.8	6,000
	저밀도 주거지	16,721	2.8	54.5	26.0	19.5	6,024
	대학 및 학원가	21,933	2.9	49.0	42.0	9.0	7,620
	역세권	24,978	3.5	51.7	34.9	13.4	7,219
	오피스	19,747	3.0	59.1	30.0	10.9	6,503
	유흥상업지	22,394	3.1	56.3	34.1	9.5	7,327
	일반 상업지	26,603	4.8	54.8	32.3	12.9	5,512
	재래시장	10,852	2.0	63.2	25.7	11.1	5,349
	기타	24,865	3.2	76.0	13.3	10.7	7,694

자료: 2019 외식업 경영실태 조사

## 2.2.4. 운영 형태별

- 운영 형태별로 종사원당 매출액을 비교하면, 2019년 프랜차이즈가 독립 운영업체보다 약 1.2배 많은 수준이며, 그중에서도 프랜차이즈 본사 직영업체가 9,451만 원으로 가장 높은 종사원당 매출액을 보임.

〈그림 3-12〉 운영 형태별 종사원 수, 종사원 당 매출액 비교(2018, 2019년)



주: 원의 크기에는 해당 운영형태에 포함되는 업체 수가 반영되었음.

자료: 외식업 경영실태 조사(2019년, 2020년)

- <그림 3-12>에서 확인할 수 있듯 독립 운영업체와 프랜차이즈 간 종사원 수, 종사원 당 매출액의 차이는 점차 커지고 있음. 특히, 프랜차이즈 본사 직영업체의 종사원당 매출액은 2018년 대비 가장 많이 증가하였음.

○ 운영형태 중 독립 운영업체는 2018년보다 유일하게 종사원 수가 감소하였으며(-0.1 명), 프랜차이즈 본사 직영업체는 상용직 종사자 비율이 증가하였음(+3.2%p). 무급 가족 종사자 비율은 모든 운영형태에서 2018년에 비해 감소하였음.

<표 3-39> 운영 형태별 종사원당 매출액(2019년)

단위: 만 원/년, %

구분	업체수 비중 (A)	매출액 (B)	종사원 수 (C)	상용직 비율 (D)	임시직, 일용 직 비율(E)	무급 가족 종사자 비율 (F)	종사원당 매출액(B/C)
전체	100.0	20,302	2.9	53.5	31.9	14.6	6,926
영업 형태	독립운영	73.0	17,278	2.6	56.1	26.9	6,554
	프랜차이즈	27.0	28,486	3.7	48.5	10.0	7,639
	가맹점	25.1	26,087	3.5	47.5	11.2	7,393
	본사직영	1.9	60,743	6.4	55.9	43.0	9,451

자료: 2020 외식업 경영실태 조사

<표 3-40> 운영 형태별 종사원당 매출액(2018년)

단위: 만 원/년, %

구분	업체수 비중 (A)	매출액 (B)	종사원 수 (C)	상용직 비율 (D)	임시직, 일용 직 비율(E)	무급 가족 종사자 비율 (F)	종사원당 매출액(B/C)
전체	100.0	17,440	2.8	56.0	28.0	16.1	6,240
영업 형태	독립운영	79.8	16,436	2.7	57.4	25.4	6,169
	프랜차이즈	20.2	21,406	3.3	51.6	12.6	6,464
	가맹점	19.4	21,061	3.3	51.5	13.0	6,473
	본사직영	0.9	29,239	4.6	52.7	43.8	6,322

자료: 2019 외식업 경영실태 조사

### 3. 소결

- 2019년 외식업 전체 평균 매출액과 영업이익, 영업이익률이 2018년 대비 모두 증가하여 전반적인 경영성과가 크게 개선됨. 매출액은 2018년보다 16.4% 증가한데 비하여 영업비용은 11.6%로 비교적 적게 증가하면서 수익성이 개선되었음.
  - 특히, 영업이익은 3,046만 원으로 2018년 대비 53.7% 증가하였으며, 영업이익률은 15.0%로 3.6%p 상승하였음.
  - 배달앱 및 배달대행 사용 여부에 따른 분석 결과, 사용하는 업체의 매출액이나 영업이익은 사용하지 않는 업체보다 높은 반면, 영업이익률은 다소 낮은 경향이 있음.
  
- 2020년 외식업 전체 평균 매출액과 영업이익, 영업이익률은 모두 2019년 대비 감소하여 전반적인 경영성과가 악화됨. 매출액은 2019년보다 2,248만 원, 영업비용은 1,378만 원, 영업이익은 869만 원 감소하였으며, 영업이익률은 2.9%p 하락하였음.
  - 배달앱 및 배달대행 사용 여부에 따른 분석 결과, 배달앱과 배달대행을 모두 사용하지 않는 업체가 2019년 대비 10%p 이상 줄어들었고, 사용하지 않는 업체들은 상대적으로 가장 적은 수준의 매출액과 영업이익을 기록함에 따라 코로나 이후 배달의 중요성이 더욱 커지고 있음.
  
- 업종별 분석 결과, 2019년보다 영업이익률이 가장 많이 감소한 출장 및 이동음식점과 이를 포함한 3개 업종을 제외한 모든 업종에서 경영성과가 개선되었음. 특히, 생맥주 전문점은 매출액 및 영업비용이 하위 70% 수준임에도 2019년 대비 가장 높은 영업이익률을 기록하였음.
  
- 지역별로는 서울권 및 수도권과 호남권의 경영성과가 악화된 반면, 충청권, 경북권, 경남권의 경영성과는 개선된 것으로 분석되었음.
  
- 운영 형태별로 분석해 본 결과, 2019년 대비 추세상 큰 변화가 없었으나, 프랜차이즈 본

사 직영점의 매출액과 영업이익이 상당히 큰 폭으로 늘어남. 프랜차이즈(본사 직영점+가맹점)는 독립 운영업체에 비하여 여전히 높은 영업이익을 내고 있으나, 영업이익률 자체는 독립 운영업체에게 추월당하였음.

- 생산성 분석에서는 2019년 종사원당 매출액이 상당한 수준으로 증가하였음에도 불구하고 외식업체 종사원 수가 거의 증가하지 않았으며, 전체적으로 상용직과 무급 가족종사자 비율이 감소한 대신 임시직, 일용직 종사자 비율은 증가하였음.
  - 2018년 대비 전반적인 경영성과가 개선되었음에도 불구하고 최저임금이 계속해서 높은 폭으로 오르면서 외식업체들이 추가적인 고용에 대한 부담을 느껴 비교적 저렴한 임시직, 일용직 종사자 고용을 늘린 것으로 보임.
  - 이러한 흐름은 더욱 심화되어 2020년에는 전체적인 외식업 경영성과가 악화됨에 따라 상용직뿐만 아니라 임시직, 일용직 종사자의 비율도 감소하였고, 무급 가족종사자의 비율은 늘어남.

# 4

## 외식업체 식재료 구매현황 심층 분석

### 1. 개요

- ‘외식업체 식재료구매현황조사’자료와 관련된 별도 통계보고서가 정기적으로 발간되어 식재료구매현황조사 결과에 대한 다양한 정보를 제공하고 있으므로 본 조사에서는 기존 통계보고서에서 다루지 않은 내용을 위주로 분석을 수행하고자 함.
  - 해당 통계보고서는 상권, 업종, 운영형태, 매출 규모에 따라 식재료 구매패턴(구매량, 구매금액, 구매빈도, 유통채널, 신선편이 형태 구매 여부) 관련 통계량을 제시함.
  - 본 연구에서는 해당 보고서와의 연구내용 중복을 피하고자 함.
- 본 장에서는 주요 식재료별 국산 사용 여부를 기준으로 업체를 나누어 구매경로, 구매빈도, 주문 및 배달 형태, 구매 형태, 유통 형태의 차이를 분석하도록 함.
  - 국내 농업과 외식업의 연계 강화를 통한 국산 농산물 이용률의 증진이 본 조사의 최종적인 목적이므로 국산 사용 여부와 관련된 분석을 수행하는 것이 가장 적절할 것으로 판단함.
  - 외식업에서 국산 농산물과 외국산 농산물의 경쟁 현황을 보다 상세하게 파악함으로써 향후 외식업 관련 국산화율 증진에 유용한 자료를 생산하고자 함.

○ 본 장에서는 향후 국산화율 증진이 필요할 것으로 예상되는 품목을 기준으로 수입농산물 구매가 주로 어떤 변수와 연관되어 작용하고 있는지 분석하고자 함.

- 2020년 기준 조사 결과에 따르면, 닭고기(87.6%), 쌀(99.5%), 양파(97.4%), 대파(98.3%), 고추(98.8%), 무(99.5%), 배추(99.2%), 감자(98.7%)의 경우 국산화율이 95% 이상으로 나타남.
- 반면, 쇠고기(33.8%), 돼지고기(77.5%), 마늘(79.8%), 당근(79.4%), 김치(33.0%), 고춧가루(40.9%)는 상대적으로 낮은 국산화율을 보임.
- 본 연구에서는 상대적으로 낮은 국산화율을 보이는 품목들을 기준으로 수입농산물 구매패턴을 분석하여 식재료별로 수입대체를 위해 효과적으로 기능할 수 있는 정책을 제안할 것임.

〈표 4-1〉 연도별/품목별 국산 사용률

단위: %

구분	연도		
	2018	2019	2020
쇠고기	33.6	39.6	33.8
돼지고기	78.0	77.3	77.5
닭고기	90.3	86.2	87.6
쌀	98.9	98.6	99.5
마늘	80.8	77.3	79.8
양파	95.6	95.6	97.4
파(대파)	98.9	98.7	98.3
고추	96.7	94.7	98.8
무	98.8	97.1	99.5
배추	98.3	97.1	99.2
당근	90.3	92.5	79.4
감자	98.5	97.1	98.7
김치	44.8	43.0	33.0
고춧가루	58.6	59.2	40.9

자료: 2018, 2019, 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

## 2. 품목별 분석

### 2.1. 쇠고기

○ 우선 쇠고기의 경우는 약 90%의 업체가 국산 또는 외국산만을 사용하고, 국산과 외국산을 동시에 사용하는 업체는 전체 사용업체의 9.1% 수준인 것으로 확인됨.

○ 이 중 국산만 사용하는 것으로 응답한 업체는 29.6%로 외국산만 사용하는 59.9%의 절반 수준임.

〈표 4-2〉 국산/외국산 사용패턴(쇠고기)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	계
쇠고기	29.6	59.9	9.1	1.4	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 쇠고기는 국산만 사용하는 업체가 외국산만 사용하는 업체보다 더 높은 매출액을 보이며, 국산과 외국산 둘 다 사용하는 업체의 매출액이 다른 경우보다 높은 것으로 나타남.

- 국산만 사용하는 경우는 연 매출액이 3억 2천만 원 수준인 데 반해, 외국산만 사용하는 경우는 2억 8천만 원 수준임.
- 국산과 외국산 둘 다 사용하는 경우는 연 매출액이 3억 7천만 원 수준으로 다른 경우보다 매출액이 높음.

〈표 4-3〉 쇠고기 국산/수입산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률

단위: 만 원/년, %

구분	국산만 사용	수입산만 사용	둘 다 사용	무응답
매출액	32,004	28,637	37,044	27,652
영업이익	4,661	3,793	4,747	5,135
영업이익률	14.6	13.2	12.8	18.6

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사



○ 국산만 사용하는 경우 외국산 사용하는 경우와 국산과 외국산 둘 다 사용하는 경우보다 구매량과 구매금액이 모두 높은 것으로 나타남.

- 구매량은 국산만 사용하는 경우가 평균 월 194kg 수준으로 외국산만 사용하는 경우(101kg/월), 둘 다 사용하는 경우(121kg/월)보다 비교적 높았음.
- 구매금액의 경우는 국산만 사용하는 경우가 656만 원/월, 외국산만 사용하는 경우가 157만 원/월, 둘 다 사용하는 경우가 128만 원/월로 국산만 사용하는 경우의 구매액이 매우 높은 것으로 나타남.

○ 구매 단가는 국산만 사용하는 경우는 약 33,000원/kg 수준이며 외국산만 사용하는 경우는 약 15,000원/kg 수준으로 두 배 이상의 차이를 보임.

〈표 4-4〉 쇠고기 국산/외국산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매 단가

단위: kg/월, 만 원/월

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
구매량	194	101	121	51
구매금액	653	157	218	103
구매 단가(원/kg)	33,659	15,544	18,016	20,196

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 쇠고기 구매 형태(가공단계를 묻는 문항)와 관련된 설문에서는 국산만 사용하는 경우와 외국산만 사용하는 경우가 큰 차이를 보이지 않음.

- 원물의 경우 국산만 사용하는 경우가 27.0%, 외국산만 사용하는 경우가 28.8%, 전처리의 경우 각각이 66.8%, 63.4%, 가공의 경우 각각이 7.7%, 13.6%임.

〈표 4-5〉 쇠고기 국산/외국산 사용유형별 구매 형태(가공단계)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
원물	27.0	28.8	52.4	11.3
전처리	66.8	63.4	40.2	33.4
가공	7.7	13.6	8.2	55.3

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 쇠고기 유통 형태(유통 시 냉장 및 냉동차 이용 여부를 묻는 문항)와 관련된 설문에서는 국산만 사용하는 경우의 냉장 유통 비중이 확연히 높아 국산이 유통상의 이점을 충분히 활용하고 있는 것으로 파악됨.

- 쇠고기는 냉동유통 시 세포막 파괴로 고기의 질이 크게 떨어져 품질을 위해서 냉장 유통이 권장됨.
- 외국산의 경우 유통에 소요되는 시간이 크기 때문에 냉장육을 유통하기가 어려워 냉장육 사용은 국산 쇠고기의 주요 경쟁력임.
- 국산만 사용하는 경우 대체로 냉장육을 사용하는 것으로 나타나 국내 외식업체들은 이러한 이점을 충분히 활용하고 있는 것으로 조사됨.

○ 하지만 외국산의 경우도 냉장 유통의 비중이 54.8%로 집계되므로 외국산 냉장 쇠고기의 비중이 매우 크다는 점을 알 수 있음.

- 수입 냉장육은 소분할 진공포장 방식으로 가정에서 소비되는 경우가 일반적으로 알려져 있음.
- 하지만 외국산만을 사용하는 업체의 절반 이상이 냉장 수입육을 사용하는 것으로 응답한 만큼, 이제는 외식업체에서도 외국산 냉장육의 사용이 일반화되어가는 것으로 파악됨.

○ 다만, 조사대상자들이 응답한 외국산 냉장 유통 쇠고기가 수입 단계에서부터 냉장육이었는지, 냉동으로 수입되었으나 유통과정에서 냉장차를 사용하였을 뿐인지 명확하지 않으므로 통계의 보완이 필요함.

- 냉장 유통 여부보다는 직접적으로 냉장육 여부를 질문할 수 있음.
- 또는, 수입 냉장육은 기본적으로 진공포장을 전제로 하므로 채소류의 경우처럼 진공포장 여부를 추가로 질문하는 것으로도 통계 보완이 가능할 것으로 보임.

〈표 4-6〉 쇠고기 국산/외국산 사용유형별 유통 형태(냉장·냉동 여부)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
상온	5.6	0.0	0.0	0.0
냉장	81.5	54.8	73.7	28.2
냉동	16.6	52.4	31.9	72.0

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 한식업체에서 국산만 사용하는 경우의 비중이 비교적 높았으며, 외국산만 사용하는 경우는 중식 및 일식과 양식의 비중이 상대적으로 높았음.

- 국산만 사용하는 경우 중 81.0%가 한식인 반면, 외국산만을 사용하는 경우는 46.3%만이 한식이었음.
- 반면, 중식 및 일식, 양식 등 기타의 경우 외국산만 사용하는 경우에서 비중이 높게 나타남.

○ 이러한 차이에서 미루어보았을 때 외식에서도 한식 여부가 국산 농산물 소비에 상당 수준 영향을 미친다고 볼 수 있음.

〈표 4-7〉 쇠고기 국산/외국산 사용유형별 업종분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	
한식	81.0	46.3	69.0	13.5	
한식 세부	일반	42.7	28.0	36.0	0.0
	면요리 전문	2.1	3.6	0.9	0.0
	육류 전문	32.0	14.0	30.3	0.0
	해산물 전문	4.2	0.7	1.7	13.5
중식 및 일식	6.6	13.1	5.4	8.3	
양식 등 기타	12.4	40.6	25.6	78.2	
계	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 외국산만 사용하는 경우 프랜차이즈의 비중이 국산만 사용하는 경우보다 유의미하게 높게 나타났으나, 이는 프랜차이즈업체에서 한식 외 업종의 비중이 높은 것과 관계가 있는 것으로 풀이됨.

〈표 4-8〉 쇠고기 국산/외국산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
독립운영	85.9	71.1	80.5	31.1
프랜차이즈 가맹	12.7	24.6	16.1	31.7
프랜차이즈 직영	1.4	4.3	3.4	37.2
계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산만 사용하는 경우보다 외국산만 사용하는 경우의 비중이 높으나, 이는 프랜차이즈의 경우와 비슷하게 수도권에서 한식 외 업종의 비중이 높은 것과 관련성이 있는 것으로 풀이됨.

〈표 4-9〉 쇠고기 국산/외국산 사용유형별 지역 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
수도권	43.3	58.2	56.3	90.6
비수도권	56.7	41.8	43.7	9.4
계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 서울, 경기, 인천에 있는 것으로 조사된 업소를 수도권으로 취급하였음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

## 2.2. 돼지고기

○ 돼지고기의 경우도 쇠고기와 같이 대다수의 업체가 국산 또는 외국산 한 가지만을 사용하는 것으로 응답하였음.

- 국산만 사용하는 것으로 응답한 업체는 73.3%에 해당하며, 외국산만 사용하는 업체는 18.4%에 해당하였음.
- 둘 다 사용하는 경우는 7.4%, 무응답은 0.9%로 상대적으로 소수임.

〈표 4-10〉 국산/외국산 사용패턴(돼지고기)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	계
돼지고기	73.3	18.4	7.4	0.9	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

〈표 4-11〉 돼지고기 국산/외국산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률

단위: 만 원/년, %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
매출액	23,113	20,891	27,099	39,080
영업이익	3,479	2,824	3,225	5,413
영업이익률	15.1	13.5	11.9	13.9

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 돼지고기의 경우 쇠고기와는 다르게 외국산만 사용하는 경우의 구매량과 구매금액이 더 컸으며, 국산만 사용하는 경우의 구매 단가가 높긴 하지만 쇠고기와 같이 그 차이가 매우 큰 수준은 아닌 것으로 나타남.

- 국산만 사용하는 경우 구매량은 월 186kg, 구매금액은 월 189만 원인 반면, 외국산만 사용하는 경우 구매량은 244kg, 구매금액은 203kg에 해당했음.
- 구매 단가로 환산했을 때 국산만 사용하는 경우는 약 10,000원/kg 수준, 외국산만 사용하는 경우는 약 8,300원/kg 수준으로 쇠고기에 비하면 그 격차가 매우 작은 것을 확인할 수 있음.

〈표 4-12〉 돼지고기 국산/외국산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매 단가

단위: kg/월, 만 원/월

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
구매량	186	244	205	66
구매금액	189	203	173	62
구매 단가(원/kg)	10,161	8,319	8,439	9,393

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 돼지고기의 경우 외국산만 사용하는 경우에 원물, 전처리 비중이 낮고 가공 비중이 높은 것으로 집계되었으나, 그 차이는 크지 않음.

- 국산만 사용하는 경우는 원물 24.6%, 전처리 71.3% 가공 6.6%로 응답함.
- 외국산만 사용하는 경우는 원물 22.8%, 전처리 67.3%, 가공 12.7%로 응답함.

〈표 4-13〉 돼지고기 국산/외국산 사용유형별 구매 형태(가공단계)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
원물	24.6	22.8	45.9	34.8
전처리	71.3	67.3	52.5	20.7
가공	6.6	12.7	7.2	44.4

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.  
 자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

- 돼지고기의 경우도 쇠고기와 마찬가지로 국산만 사용하는 경우(77.9%)가 외국산만 사용하는 경우(57.5%)보다 냉장 유통 비중이 높음.
- 외국산만 사용하는 업체 중 냉장 유통을 한다고 응답한 경우가 57.5%로 과반인데, 이는 수입 돼지고기의 경우도 냉장육을 사용하고자 하는 경우가 많아졌기 때문으로 해석할 수 있음.
- 다만, 이러한 냉장 유통 응답이 실제 냉장육을 납품받은 것인지, 아니면 냉동육으로 수입된 돼지고기지만 업체 납품 시 냉장차를 사용한 것인지는 불명확함.
- 따라서 돼지고기의 경우도 냉장육 여부를 직접적으로 질문하거나, 유통 시 진공포장 여부와 관련된 질문을 추가할 필요가 있음.

〈표 4-14〉 돼지고기 국산/외국산 사용유형별 유통 형태(냉장·냉동 여부)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
상온	6.8	0.2	0.5	0.0
냉장	77.9	57.5	74.0	22.6
냉동	19.0	47.9	47.6	77.4

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.  
 자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 돼지고기의 경우도 쇠고기와 같이 국산만 사용하는 경우는 외국산만 사용하는 경우보다 한식업체 비중이 높고 중식 및 일식과 양식 등 기타 비중이 낮았음.

○ 다만, 쇠고기에 비해 비중 차이가 크지 않은 것으로 나타나는데, 이는 돼지고기의 경우 한식으로 많이 소비되는 부위(삼겹살 등)일수록 수입이 활발한 것과 관련된 것으로 추정됨.

○ 이는 결과적으로 국산 비인기 부위의 소비 진작이 돼지고기의 국산 사용률 소비 증진에 중요함을 시사함.

〈표 4-15〉 돼지고기 국산/외국산 사용유형별 업종분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	
한식	65.5	56.4	61.9	25.5	
한식 세부	일반	42.6	29.6	32.6	17.9
	면요리 전문	3.5	4.6	1.1	0.0
	육류 전문	18.3	21.1	28.2	7.6
	해산물 전문	1.7	1.1	0.0	0.0
중식 및 일식	9.7	12.9	3.8	11.7	
양식 등 기타	24.8	30.8	34.2	62.8	
계	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 돼지고기의 경우 외국산만 사용하는 경우 프랜차이즈업체의 비중이 국산 사용보다 확연히 높은 것이 확인되는데, 이는 돼지고기를 사용하는 주요 프랜차이즈 음식점이 무한리필과 같이 외국산 냉동육을 많이 사용하는 영업 방식을 보이기 때문으로 풀이됨.

〈표 4-16〉 돼지고기 국산/외국산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
독립운영	86.2	67.1	77.4	39.4
프랜차이즈 가맹	12.6	29.6	15.6	35.1
프랜차이즈 직영	1.2	3.3	7.0	25.5
계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산 돼지고기만을 사용하는 업체는 수도권에, 외국산 돼지고기만 사용하는 업체들은 비수도권에 다소 분포하나, 이는 수도권에 프랜차이즈업체가 많은 것으로 상당 수준 설명되므로, 지역별 유통 인프라와는 크게 관련이 없을 것으로 추정됨.

〈표 4-17〉 돼지고기 국산/외국산 사용유형별 지역 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
수도권	53.1	45.3	48.7	88.5
비수도권	46.9	54.7	51.3	11.5
계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 서울, 경기, 인천에 있는 것으로 조사된 업소를 수도권으로 취급하였음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

### 2.3. 마늘

○ 마늘의 경우도 대다수의 업체가 국산 또는 외국산 한 가지만을 사용하며, 둘 다 사용하는 경우는 4.0%에 불과하였음.

〈표 4-18〉 국산/외국산 사용패턴(마늘)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	계
마늘	77.5	17.8	4.0	0.7	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산만 사용하는 업체보다 외국산만 사용하는 업체의 영업이익 및 영업이익률이 평균적으로 높게 집계되고 있음.

- 국산만 사용하는 업체는 영업이익이 약 3천 1백만 원, 외국산만 사용하는 경우는 약 4천 2백만 원에 해당함.
- 영업이익률은 국산만 사용하는 경우 평균 14.3%인 반면, 외국산만 사용하는 경우는 18.2%로 나타났음.



〈표 4-19〉 마늘 국산/외국산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률

단위: 만 원/년, %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
매출액	21,932	23,384	24,406	15,443
영업이익	3,133	4,262	3,152	3,148
영업이익률	14.3	18.2	12.9	20.4

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 외국산만 사용하는 업체의 구매량이 국산만 사용하는 업체의 구매량보다 유의미하게 높은 것으로 나타났으며, 국산과 외국산의 단가 차이 역시 큰 것으로 조사됨.

- 국산만 사용하는 업체의 구매량은 16.7kg/월 수준인데 반해 외국산만 사용하는 업체의 구매량은 24.4kg/월로 유의미하게 높게 나타남.
- 반면, 구매금액은 국산이 약 10만 원/월인 반면, 외국산은 11만 원/월로 큰 차이가 없어 국산 마늘과 외국산 마늘의 단가 차이가 크다는 것을 알 수 있음.

〈표 4-20〉 마늘 국산/외국산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매 단가

단위: kg/월, 만 원/월

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
구매량	16.7	24.4	23.4	10.7
구매금액	10.2	11.2	13.9	9.2
단가(원/kg)	6,107	4,590	5,940	8,598

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산보다는 외국산이 일정 수준 전처리 및 가공된 형태로 사용되는 경우가 많으나, 국산의 경우도 깬마늘이나 다진마늘 형태로 구매하는 경우가 상당수 있는 것으로 나타났음.

- 국산만 사용하는 경우는 64.3%, 외국산만 사용하는 경우는 78.6%가 탈각·탈피처리된 것을 구매하는 것으로 파악됨.
- 외국산의 경우뿐만 아니라 국산의 경우도 깬마늘과 같은 전처리 및 가공 형태의 이용이 일반적인 것을 확인할 수 있음.

〈표 4-21〉 마늘 국산/외국산 사용유형별 구매 형태(가공단계)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	
원물상태	15.5	4.1	10.0	11.6	
전처리	이물제거	12.7	2.4	9.4	4.5
	탈각·탈피	64.3	78.6	64.1	74.9
	절단	2.5	4.1	4.3	5.2
	단순세척	1.0	2.1	9.7	0.0
	살균소독	0.2	0.0	0.0	0.0
가공(건조, 절임, 다지기, 삶기, 굽기 등)	11.6	17.4	31.1	0.0	
진공포장	0.6	0.7	4.4	3.7	

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산만 사용하는 경우는 상온유통이, 외국산만 사용하는 경우는 냉장 유통의 비중이 컸으나 외국산의 경우도 상당수는 상온에서 유통되는 것으로 파악됨.

- 국산만 사용하는 경우는 76.6%의 업체가 상온으로 유통하며, 국산의 경우도 깎마늘을 이용하는 경우가 많음을 고려했을 때 깎마늘이라고 하더라도 상당수는 상온에서 유통하는 것으로 보임.
- 외국산만 사용하는 경우는 냉장 유통 비중이 49.7%로 가장 높았으나, 상온 유통하는 경우도 42.9%에 달함.

〈표 4-22〉 마늘 국산/외국산 사용유형별 유통 형태(냉장·냉동 여부)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
상온	76.6	42.9	44.9	36.8
냉장	23.3	49.7	52.1	63.2
냉동	1.5	8.6	8.1	0.0

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 마늘의 경우 국산만 사용하는 경우는 한식업체의 비중이 높았고, 외국산만 사용하는 경우는 한식 외 업종의 비중이 높았음.

- 한식업체의 비율은 국산만 사용하는 경우가 64.9%, 외국산만 사용하는 경우가 59.7%로 국산만 사용하는 경우가 더 높았음.

〈표 4-23〉 마늘 국산/외국산 사용유형별 업종분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	
한식	64.9	59.7	61.4	21.3	
한식 세부	일반	39.3	33.9	34.1	14.9
	면요리 전문	4.3	5.8	3.9	0.0
	육류 전문	16.0	12.6	17.5	0.0
	해산물 전문	5.2	7.4	5.9	6.3
중식 및 일식	6.7	7.9	8.6	24.5	
양식 등 기타	28.4	32.4	30.0	54.2	
계	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 운영형태는 마늘을 국산만 사용하는 경우와 외국산만 사용하는 경우가 거의 차이를 보이지 않는 것으로 나타남.

- 국산만 사용하는 경우는 독립 운영업체 비중이 81.4%, 프랜차이즈 가맹이 17.1%, 프랜차이즈 직영이 1.5%임.
- 외국산만 사용하는 경우는 독립 운영업체 비중이 80.2%, 프랜차이즈 가맹이 17.8%, 프랜차이즈 직영이 2.0%에 해당함.

〈표 4-24〉 마늘 국산/외국산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
독립운영	81.4	80.2	78.2	53.7
프랜차이즈 가맹	17.1	17.8	20.4	30.1
프랜차이즈 직영	1.5	2.0	1.4	16.2
계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산만 사용하는 경우는 수도권 업체의 비중이, 외국산만 사용하는 경우는 비수도권의 비중이 상대적으로 높은 것으로 파악됨.

- 수도권 비중은 국산만 사용하는 경우가 48.2%, 외국산만 사용하는 경우가 38.6%로 나타남.

- 반면, 비수도권의 경우 국산만 사용하는 경우가 51.8%, 외국산만 사용하는 경우가 61.4%로 조사됨.

〈표 4-25〉 마늘 국산/외국산 사용유형별 지역 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
수도권	48.2	38.6	51.7	86.3
비수도권	51.8	61.4	48.3	13.7
계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 서울, 경기, 인천에 있는 것으로 조사된 업소를 수도권으로 취급하였음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 마늘의 경우 상대적으로 사용량이 많은 업체들이 냉장 유통 형태로 수입 마늘을 구매하는 경향이 있으며, 상대적으로 사용량이 적은 업체들은 상온유통 형태로 국산 마늘을 구매하는 경향이 있는 것으로 파악됨.

- 국산만 사용하는 업체와 외국산만을 사용하는 업체는 구매량 및 유통 형태(상온, 냉장, 냉동유통 여부)에서 가장 큰 차이를 보임.
- 반면 업종, 운영형태의 경우 국산만 사용하는 업체와 외국산만 사용하는 업체 간 차이가 크지 않았음.

## 2.4. 당근

○ 당근의 경우 역시 대부분의 업체가 국산 또는 외국산만을 사용하며, 둘 다 사용하는 경우는 적은 것으로 나타남.

- 사용 업체의 77.6%가 국산만 사용한다고 응답했으며, 외국산만 사용한다고 응답한 업체는 19.1%로 총 96.7%의 업체가 국산 또는 외국산만을 사용함.
- 둘 다 사용하는 경우는 2.3%에 불과했음.

〈표 4-26〉 국산/외국산 사용패턴(당근)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	계
당근	77.6	19.1	2.3	1.0	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 당근의 경우 외국산만 사용하는 업체의 매출액과 영업이익이 국산만 사용하는 경우보다 높았으나, 영업이익률 측면에서는 국산만 사용하는 업체 쪽이 높았음.

- 매출액은 국산만 사용하는 쪽이 연간 약 2억 2천만 원, 외국산만 사용하는 쪽이 약 2억 9천만 원에 해당했으며 영업이익의 경우 국산만 사용하는 쪽이 연간 약 3천 1백만 원 수준, 외국산만 사용하는 쪽이 연간 약 3천 7백만 원 수준이었음.
- 반면, 국산만 사용하는 경우의 영업이익률은 14.3%, 외국산만 사용하는 경우는 12.8%로 국산만 사용하는 경우가 영업이익률이 더 높았음.

〈표 4-27〉 당근 국산/외국산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률

단위: 만 원/년, %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
매출액	21,821	29,355	34,075	45,314
영업이익	3,113	3,770	7,795	7,446
영업이익률	14.3	12.8	22.9	16.4

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 당근의 경우도 마늘과 유사하게 외국산만 사용하는 경우의 구매량이 더 높고, 국산만 사용하는 경우에 상대적으로 더 높은 단가를 지불하고 있음.

- 국산만 사용하는 업체의 월평균 구매량은 13.3kg 수준인 반면에 외국산만 사용하는 경우는 월평균 구매량이 23.6kg에 달함.
- 구매 단가는 국산만 사용하는 경우 kg당 약 3천 2백원 수준인데 비해 외국산만 사용하는 경우 kg당 약 2천 5백 원 수준임.

〈표 4-28〉 당근 국산/외국산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매 단가

단위: kg/월, 만 원/월

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
구매량	13.3	23.6	26.0	13.1
구매금액	4.4	6.0	6.1	3.0
단가	3,236	2,527	2,355	2,262

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 원물과 이물 제거, 이물 제거와 단순 세척의 경계가 명확하지 않다는 문제가 있어 세척 당근으로 납품받는 업체의 비중을 정확히 파악할 수 없으나, 수입 당근의 경우 세척 당근으로 납품받는 경우가 더 많은 것으로 보임.

- 국산만 사용하는 업체의 경우 이물 제거 37.9%, 단순 세척 4.3%로 응답하였음.
- 반면, 외국산만 사용하는 업체의 경우 이물 제거 29.4%, 단순 세척 36.1%로 응답하였음.
- 이물 제거보다는 단순 세척이 세척 당근을 표현하는 데 보다 가까운 용어이므로 수입 당근의 경우 세척 당근으로 납품받는 경우가 많은 것으로 추정됨.

〈표 4-29〉 당근 국산/외국산 사용유형별 구매 형태(가공단계)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	
원물상태	54.7	27.1	39.1	78.6	
전처리	이물제거	37.9	29.4	44.5	5.9
	탈각·탈피	3.4	6.1	5.7	3.8
	절단	0.3	0.7	0.0	6.8
	단순세척	4.3	36.1	15.8	0.0
	살균소독	0.0	1.1	0.0	0.0
가공(건조, 절임, 다지기, 삶기, 굽기 등)	0.5	0.0	0.0	0.0	
진공포장	0.1	0.0	0.0	4.8	

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 당근의 경우 국산만 사용하는 경우, 외국산만 사용하는 경우 모두 주로 상온유통으로 납품받는 것이 확인되었으며 냉장 유통 비율은 외국산에서 근소하게 높았음.

- 국산만 사용하는 경우는 상온유통 비율이 89.1%, 외국산만 사용하는 경우는 상온유통 비중이 86.6%에 해당하여 큰 차이를 보이지 않음.
- 국산만 사용하는 경우는 냉장 유통 비율이 11.3%, 외국산만 사용하는 경우는 냉장 유통이 14.1%로 수입산이 근소하게 높음.

〈표 4-30〉 당근 국산/외국산 사용유형별 유통 형태(냉장·냉동 여부)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
상온	89.1	86.6	91.7	67.6
냉장	11.3	14.1	8.3	33.4
냉동	0.0	0.0	0.0	0.0

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 당근의 경우도 돼지고기, 마늘의 경우와 유사하게 국산만 사용하는 경우 한식의 비중이 높았으며, 외국산만 사용하는 경우는 상대적으로 한식의 비중이 낮았음.

○ 외국산만 사용하는 경우에서 육류전문점의 비중이 14.8%로 10.3%인 국산만 사용하는 경우에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났음.

〈표 4-31〉 당근 국산/외국산 사용유형별 업종분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	
한식	55.6	46.3	29.2	38.7	
한식 세부	일반	35.9	25.0	19.8	30.4
	면요리 전문	4.5	2.7	0.0	0.0
	육류 전문	10.3	14.8	8.3	8.3
	해산물 전문	5.2	3.8	1.1	0.0
중식 및 일식	9.6	13.3	22.3	13.9	
양식 등 기타	34.8	40.4	48.4	47.3	
계	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 당근 역시 마늘과 유사하게 국산만 사용하는 경우와 외국산만 사용하는 경우에서 독립 운영업체와 프랜차이즈업체의 비중이 거의 차이나지 않는 것이 확인됨.

- 국산만 사용하는 경우는 독립 운영업체의 비중이 82.4%로 외국산만 사용하는 경우의 84.0%와 큰 차이를 보이지 않고 있음.
- 프랜차이즈의 경우도 국산만 사용하는 경우에는 17.6%, 외국산만 사용하는 경우에는 16.0%로 차이가 크지 않음.

〈표 4-32〉 당근 국산/외국산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
독립운영	82.4	84.0	77.0	52.3
프랜차이즈 가맹	15.9	13.2	20.4	41.8
프랜차이즈 직영	1.7	2.8	2.6	5.9
계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 당근의 경우 마늘과는 다르게 국산만 사용하는 경우는 상대적으로 비수도권에 많았고, 외국산만 사용하는 경우는 수도권에 상대적으로 많았음.

- 국산만 사용하는 경우는 수도권에 56.5%, 비수도권에 43.5%가 분포하는 반면, 외국산만 사용하는 경우는 수도권에 64.9%, 비수도권에 35.1%가 분포함.
- 이는 외국산만 사용하는 업체가 상대적으로 비수도권에 더 많이 분포하는 마늘의 경우와는 반대의 경향으로 품목별 국산 유통 인프라 향상이 어떤 품목에서는 수도권에서, 어떤 품목에서는 비수도권에서 상대적으로 더 주목할 필요가 있음을 시사함.

〈표 4-33〉 당근 국산/외국산 사용유형별 지역 분포

단위: 만 원/년, %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
수도권	56.5	64.9	63.6	87.5
비수도권	43.5	35.1	36.4	12.5
계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 서울, 경기, 인천에 있는 것으로 조사된 업소를 수도권으로 취급하였음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사



## 2.5. 김치

- 김치의 경우 국산과 외국산 둘 다 사용하는 것으로 응답한 경우가 전체의 10.6%에 해당하여 쇠고기(9.1%)와 돼지고기(7.4%)와 같이 국산과 외국산을 한 업체에서 같이 사용하는 경우가 많은 것으로 알려진 품목들보다 오히려 그 비중이 높은 것으로 나타남.
- 이는 여러 부위에 따라 용도가 다른 쇠고기나 돼지고기와 같이 김치의 경우도 여러 종류가 있으며, 한 종의 김치에서 국산을 사용하더라도 다른 종의 김치에서 외국산을 사용하는 패턴이 흔히 관찰된다는 것을 의미함.

〈표 4-34〉 국산/외국산 사용패턴(김치)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	계
김치	27.7	60.6	10.6	1.1	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

- 김치의 경우 국산과 외국산 둘 다 사용하는 업체의 매출이 가장 높은 가운데, 외국산만 사용하는 업체는 매출액이 가장 낮았으나 영업이익률이 가장 높은 것으로 나타남.
  - 국산만 사용하는 경우는 연간 매출액이 2억 4천만 원 수준, 외국산만 사용하는 경우는 2억 3천만 원 수준으로 그 차이가 크지 않았음.
  - 반면, 둘 다 사용하는 경우는 연 매출이 2억 9천만 원 수준으로 국산만 사용하거나 외국산만 사용하는 경우에 비해 높았음.
  - 영업이익률의 경우 국산만 사용하는 경우가 12.8%, 외국산만 사용하는 경우가 15.2%, 둘 다 사용하는 경우가 14.6%로 나타남.

〈표 4-35〉 김치 국산/외국산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률

단위: 만 원/년, %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
매출액	24,019	23,108	29,244	34,933
영업이익	3,068	3,524	4,256	5,202
영업이익률	12.8	15.2	14.6	14.9

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

- 김치는 국산과 외국산 둘 다 사용하는 경우의 구매량이 가장 큰 것으로 나타나, 여러 종류의 김치를 제공하는 업체일수록 국산과 외국산을 함께 활용하는 경향이 있음을 시사함.
  - 국산만 사용하는 경우의 월평균 구매량은 97.5kg, 외국산만 사용하는 경우는 70.4kg, 둘 다 사용하는 경우는 125.0kg으로 나타남.
- 구매 단가에서는 국산만 사용하는 경우가 kg당 약 3천 6백 원, 외국산만 사용하는 경우가 kg당 2천 원 수준으로 1.8배 정도의 차이를 보임.

〈표 4-36〉 김치 국산/외국산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매 단가

단위: kg/월, 만 원/월

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
구매량	97.5	70.4	125.0	30.2
구매금액	35.8	14.6	29.7	10.1
구매 단가(원/kg)	3,670	2,079	2,376	3,337

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

- 국산만 사용하는 경우 상온 유통하는 것으로 응답한 경우가 35.3%로 나타나 상대적으로 국산 김치의 유통 인프라가 열악한 것으로 판단되며, 향후 외식 관련 유통채널에서의 국산 김치 활용 가능성 증대 방안이 요구됨.
  - 김치의 경우 상온 유통 시, 특히 여름에 품질 저하 및 저장성 문제가 발생할 수 있음.
  - 따라서 이러한 통계치는 상대적으로 외식업체에서 사용되는 국산 김치의 유통 여건이 좋지 않음을 시사함.
  - 음식점에서 사용되는 국산 김치에 대한 소비자 선호도를 향상시키기 위해서는 주요 대규모 유통업체들에 국산 김치가 납품될 수 있도록 노력할 필요가 있음.

〈표 4-37〉 김치 국산/외국산 사용유형별 유통 형태(냉장·냉동 여부)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
상온	35.3	23.5	27.2	9.6
냉장	65.5	76.5	72.8	90.4
냉동	0.0	0.0	0.0	0.0

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 김치의 경우도 여타 농산물들과 비슷하게 국산만 사용하는 경우에서 한식업체의 비율이 높았음.

- 한식업체는 국산만 사용하는 경우 74.4%, 외국산만 사용하는 경우 59.3%에 해당했음.

〈표 4-38〉 김치 국산/외국산 사용유형별 업종분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	
한식	74.4	59.3	73.3	44.7	
한식 세부	일반	42.0	33.7	41.4	38.3
	면요리 전문	3.2	4.2	4.5	0.0
	육류 전문	21.1	15.9	23.0	0.0
해산물 전문	8.1	5.5	4.4	6.4	
중식 및 일식	6.2	9.4	7.9	24.6	
양식 등 기타	19.4	31.3	18.8	30.7	
계	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산만 사용하는 업체의 경우 독립 운영업체의 비율이 더 높은 것으로 나타나는데, 이는 프랜차이즈 유통채널이 국산 김치를 납품하는 경우가 적은 것과 관련된 것으로 추정됨.

- 국산만 사용하는 경우는 독립 운영업체의 비율이 81.5%인 반면, 외국산만 사용하는 경우는 독립 운영업체의 비율이 77.1%로 더 낮음.

- 김치의 경우 당근, 마늘과는 다르게 상대적으로 프랜차이즈업체의 국산 사용률이 떨어지는 것으로 나타남.

○ 해당 통계 역시 국산 김치가 프랜차이즈 본사와 같은 대규모 유통채널에 납품될 필요가 있음을 시사함.

〈표 4-39〉 김치 국산/외국산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
독립운영	81.5	77.1	84.8	69.2
프랜차이즈 가맹	16.6	21.3	12.2	26.3
프랜차이즈 직영	1.9	1.6	3.0	4.5
계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

- 국산만 사용하는 업체나 국산과 외국산을 둘 다 사용하는 업체가 수도권에 더 많은 것으로 나타났는데, 이는 국산 김치의 유통채널 문제와 일정 수준 관련이 있을 것으로 추정됨.
  - 국산만 사용하는 경우는 수도권 비중이 55.2%, 둘 다 사용하는 경우는 71.8%로 외국산만 사용하는 경우의 46.7%보다 높게 나타났음.
  - 국산 김치의 경우 대량 할인구매에 애로사항이 있고, 냉장 유통이 상대적으로 어려워 소량을 구매해 빠른 회전이 가능한 수도권에서 사용되는 비중이 높은 것으로 추정됨.

〈표 4-40〉 김치 국산/외국산 사용유형별 지역 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
수도권	55.2	46.7	71.8	84.1
비수도권	44.8	53.3	28.2	15.9
계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 서울, 경기, 인천에 있는 것으로 조사된 업소를 수도권으로 취급하였음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

- 김치의 경우 구매량 및 구매금액, 다른 식재료보다도 국산과 외국산의 유통환경 격차가 큰 것으로 파악되며, 여기에는 가격요인뿐만이 아니라 국산 김치가 현재 주로 가정용으로 생산되는 것이 주요인 중 하나일 것으로 추정됨.
- 농협 등에서 외식업체의 수요를 충족시키기 위한 별도 제품라인을 출시하고, 비교적 선도 유지에 유리한 유통 인프라를 가진 주요 유통업체들과의 거래실적을 확보하는 데 주목할 필요가 있음.

## 2.6. 고춧가루

- 고춧가루의 경우 다른 품목에 비해 국산과 외국산을 둘 다 사용한다고 응답한 업체들이 많았는데, 이는 두 가지 다른 품목을 함께 사용하기 때문이라기보다는 국산과 외국산을 일정 비율로 혼합한 제품을 사용하는 것과 관련된 것으로 추정됨.

- 국산만 사용하는 경우는 30.1%, 외국산만 사용하는 경우는 47.2%, 둘 다 사용하는 경우는 21.9%에 해당함.
- 이는 대체로 둘 다 사용하는 경우가 10% 미만으로 집계되는 다른 품목들과는 차별되는 모습임.
- 이는 고춧가루의 경우 요리마다 다른 입자 크기를 갖는 제품을 사용하기도 하지만, 단일제품 안에 국산과 외국산이 동시에 포함되는 경우가 많기 때문에 풀이됨.

〈표 4-41〉 국산/외국산 사용패턴(고춧가루)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	계
고춧가루	30.1	47.2	21.9	0.8	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산만 사용하는 경우의 매출액이 외국산만 사용하는 경우보다 높았으며, 둘 다 사용하는 경우가 한 가지만 사용하는 경우보다 매출이 높은 것으로 나타남.

- 국산만 사용하는 경우는 약 2억 2천만 원, 외국산만 사용하는 경우는 약 2억 천만 원 수준, 둘 다 사용하는 경우는 약 2억 7천만 원 수준의 매출액을 보임.

○ 반면, 영업이익률의 경우 외국산만 사용하는 경우가 가장 높았음. 국산만 사용하는 경우 13.9%, 외국산만 사용하는 경우는 15.9%, 둘 다 사용하는 경우는 14.1%의 영업이익률을 보임.

〈표 4-42〉 고춧가루 국산/외국산 사용유형별 매출액, 영업이익, 영업이익률

단위: 만 원/년, %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
매출액	21,852	20,592	26,873	37,243
영업이익	3,040	3,280	3,783	5,455
영업이익률	13.9	15.9	14.1	14.6

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 고춧가루의 경우에도 대다수의 다른 식재료들과 유사하게 외국산만 사용하는 경우의 구매량이 많으나 그 정도의 차이는 크지 않으며, 구매 단가는 국산만 사용하는 경우가 50% 정도 높은 것으로 나타남.

- 구매량은 국산만 사용하는 경우가 월 19.7kg, 외국산만 사용하는 경우가 22.2kg, 둘 다 사용하는 경우가 19.2kg으로 나타남.
- 구매 단가는 국산만 사용하는 경우 kg당 약 1만 7천 원, 외국산만 사용하는 경우 1만 1천 원, 둘 다 사용하는 경우 1만 3천 원 선으로 나타남.

〈표 4-43〉 고춧가루 국산/외국산 사용유형별 구매량, 구매금액, 구매 단가

단위: kg/월, 만 원/월

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
구매량	19.7	22.2	19.2	13.7
구매금액	33.9	25.3	24.7	18.2
구매 단가(원/kg)	17,209	11,410	12,908	13,253

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 외국산만 사용하는 경우 냉장 유통의 비중이 큰 것으로 나타났는데, 이는 냉장 유통이 가능한 유통채널로부터 다른 식재료와 같이 구매하는 것과 관련이 큰 것으로 추정됨.

- 상온유통 비중은 국산만 사용하는 경우 73.8%, 외국산만 사용하는 경우 67.0%, 둘 다 사용하는 경우 82.7%로 집계됨.
- 이러한 경향은 고춧가루는 냉장 유통 필요성이 적어 냉장차에 다른 제품들과 같이 운송되기 때문으로 추정됨.
- 즉, 고춧가루의 경우도 냉장 시설을 활용할 수 있는 대형 유통업체에서 사용하는 경우가 상대적으로 많은 품목임을 알 수 있음.

〈표 4-44〉 고춧가루 국산/외국산 사용유형별 유통 형태(냉장·냉동 여부)

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
상온	73.8	67.0	82.7	64.9
냉장	20.1	31.8	15.9	35.1
냉동	2.5	1.3	1.9	0.0

주: 복수 응답이 가능하므로 각 열의 합은 100%를 넘을 수 있음.

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 고춧가루의 경우 국산과 외국산을 둘 다 사용하는 경우에 한식 비중이 가장 높았으며, 국산만 사용하는 경우의 한식 비중이 외국산만 사용하는 경우에서보다 높았으나 그 정도가 크지는 않았음.

- 국산만 사용하는 경우는 한식업종이 68.9%, 외국산은 63.5%, 둘 다 사용하는 경우는 74.2%가 한식업종으로 나타남.

〈표 4-45〉 고춧가루 국산/외국산 사용유형별 업종분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	
한식	68.9	63.5	74.2	43.9	
한식 세부	일반	44.0	37.4	49.6	37.6
	면요리 전문	5.2	5.7	3.0	0.0
	육류 전문	13.4	14.4	16.4	6.3
	해산물 전문	6.3	6.0	5.1	0.0
중식 및 일식	4.6	9.9	6.3	24.2	
양식 등 기타	26.5	26.6	19.5	31.9	
계	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

○ 국산만 사용하는 경우와 국산과 외국산을 둘 다 사용하는 경우에 독립 운영업체의 비중이 높고, 프랜차이즈의 경우는 독립 운영업체의 비중이 상대적으로 낮았음.

- 국산만 사용하는 경우는 독립 운영업체의 비중이 87.3%, 둘 다 사용하는 경우는 86.6%인 반면에 외국산만 사용하는 경우는 78.7%에 해당함.

〈표 4-46〉 고춧가루 국산/외국산 사용유형별 운영형태(프랜차이즈 여부) 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
독립운영	87.3	78.7	86.6	73.3
프랜차이즈 가맹	11.8	19.6	11.6	22.2
프랜차이즈 직영	0.9	1.7	1.8	4.5
계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

- 고춧가루를 국산과 외국산 둘 모두를 사용하는 경우에 수도권 업체의 비중이 높은 것으로 나타났음.
- 혼합 고춧가루가 수도권에 유통되는 경우가 비수도권에 유통되는 경우보다 유의미하게 많은 것으로 볼 수 있음.

〈표 4-47〉 고춧가루 국산/외국산 사용유형별 지역 분포

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답
수도권	44.4	40.0	65.8	94.2
비수도권	55.6	60.0	34.2	5.8
계	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 서울, 경기, 인천에 있는 것으로 조사된 업소를 수도권으로 취급하였음.  
 자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

### 3. 시사점

- 본 장에서는 외식업체 식재료 구매현황 조사에서 2020년도 기준 국산 사용률이 80% 미만으로 나타난 6개 품목(쇠고기, 돼지고기, 마늘, 당근, 김치, 고춧가루)을 대상으로 국산 사용업체와 외국산 사용업체의 특성을 분석하였으며, 이에 따라 국산 사용률 증진에 유용하게 사용할 수 있는 몇몇 정보를 획득하였음.
- 첫째, 대부분의 업체가 일반적으로 국산 또는 외국산 한 종류만을 사용하는 것으로 나타났으며, 결과적으로 각 업체 수준에서는 국산과 외국산 중 근소하게나마 적합성이 높은 쪽이 사용을 독점하는 승자독식 형태의 이용 패턴이 흔하다는 점이 확인됨.
  - 단, 고춧가루의 경우 국산과 외국산을 둘 다 사용한다는 대답이 21.9%에 달해, 양쪽을 동시에 사용하는 경우가 많은 것으로 나타남.



〈표 4-48〉 수입 비중이 높은 주요 품목의 국산/외국산 사용패턴

단위: %

구분	국산만 사용	외국산만 사용	둘 다 사용	무응답	계
쇠고기	29.6	59.9	9.1	1.4	100.0
돼지고기	73.3	18.4	7.4	0.9	100.0
마늘	77.5	17.8	4.0	0.7	100.0
당근	77.6	19.1	2.3	1.0	100.0
김치	27.7	60.6	10.6	1.1	100.0
고춧가루	30.1	47.2	21.9	0.8	100.0

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사

- 따라서 외식업체의 경우 국산 또는 외국산 중 하나만을 선택하는 경향으로 인해 급격한 국산 사용률의 변화가 나타날 수 있어 앞으로도 외식업 식재료 구매현황 조사와 같은 별도의 국산 사용률 통계가 지속적으로 집계될 필요가 있음.
- 둘째, 한식 여부는 같은 농산물이라고 하더라도 국산 사용 여부에 크게 영향을 미치며 이로 미루어보았을 때 한식에 대한 진흥정책은 국산 농산물 사용 증진정책으로 유효하게 작용할 수 있음이 확인됨.
- 따라서 국산 농산물을 사용하는 집밥 문화와 수입농산물을 사용하는 외식 문화를 대비하기보다는, 한식업으로 분류되는 외식을 포함하여 전반적인 한식문화를 강조하는 것이 더 유효한 전략으로 풀이됨.
- 셋째, 일반적으로 국산 농산물의 특성으로 여겨지던 요소가 수입농산물에서, 수입농산물의 특성으로 여겨지던 요소가 국산 농산물에서도 나타나는 경우가 많아짐.
  - 쇠고기와 돼지고기의 경우 일반적으로 국내산은 냉장육, 외국산은 냉동육으로 취급되나 외국산의 경우도 냉장 유통 비중이 높아 상당수가 진공포장 냉장육으로 유통되고 있음을 시사함.
  - 다른 예로 마늘의 경우 국산은 상온 통마늘, 외국산은 냉동 깎마늘 또는 다진마늘이라는 인식이 있으나 국산 마늘만을 이용하는 업체의 경우에도 전처리 또는 가공 형태의 제품을 납품받는 업체의 비중이 과반으로 나타남.

- 이처럼 국산 농산물은 수입농산물의 이점을, 수입농산물은 국산 농산물의 이점을 계속해서 획득하고 있으며 이로 인해 시장에서 제품 특성에 따라 원산지를 구별하는 것이 갈수록 어려워질 가능성이 높음.
- 따라서 국산 농산물과 수입농산물의 성질이 수렴하는 트렌드에 맞춰 외식업체 대상 원산지표시 관리 수준을 강화할 필요가 있음.
- 넷째, 보다 정확한 유통현황 분석을 위해 신선 농산물의 납품 시 가공단계와 관련하여 문항 개편이 필요함. 육류의 경우에는 진공포장 여부가 수입 냉장육의 유통과 관련하여 중요한 변수임에도 불구하고 별도로 질문하지 않고 있음.
  - 육류의 경우 정확히 어디까지가 원물, 전처리, 가공단계에 해당하는지 설명이 부족함.
  - 채소류의 경우 원물과 이물 제거, 이물 제거와 단순 세척의 경계가 불명확해 응답 패턴을 통해 정확한 유통현황을 파악하기 어려움.
- 따라서 육류의 경우 진공포장과 같이 유의미한 문항을 추가하고 각 가공단계에 대한 설명을 명확화할 필요가 있으며, 채소류의 경우 이물질 제거와 관련한 문항 개편이 필요한 것으로 파악됨.

# 5

## 설문 문항 개편안 제시

### 1. 외식업체 경영실태조사 개선안 제시

- 대부분의 문항에서 현행 조사방식이 적절한 것으로 판단되나, 영업실적 관련 문항에서 관련 국가승인통계와의 불일치 문제가 발견되어 조사 방법 또는 조사 결과 공표 방법에서의 개선을 제안함.
  
- 외식업 경영실태조사는 서비스업조사와 동일한 모집단을 공유하는 국가승인통계이나, 영업현황 관련 통계량(매출액, 영업비용, 영업이익, 영업이익률)에서 상당히 다른 결과를 나타내고 있음. 업체당 연간 매출액은 2017년, 2018년도에는 각각 서비스업조사에서 1,591만 원, 2,049만 원 높았으나 2019년도에는 외식업 경영실태조사가 450만 원 더 높았음.
  - 영업비용의 경우는 서비스업조사 결과가 외식업 경영실태조사의 결과보다 2017년도에는 3,004만 원, 2018년도에는 2,268만 원, 2019년도에는 842만 원 더 높았음.
  - 영업이익의 경우 외식업 경영실태조사 쪽이 서비스업조사보다 2017, 2018, 2019년 각각 1,412, 219, 1,293만 원 높았음.

- 영업이익률의 경우에도 외식업 경영실태조사 쪽이 서비스업조사보다 2017, 2018, 2019년 각각 8.32%, 1.42%, 5.32% 높았음.

○ 특히 영업비용에서의 차이가 큰데, 주로 집계방식의 차이에서 이러한 통계치의 불일치가 발생하는 것으로 추정됨.

〈표 5-1〉 영업실적 관련 문항에서의 통계 간 차이

단위: 만 원/년, %

통계	통계량	연도		
		2017	2018	2019
서비스업조사 (음식점 및 주점업) (A)	매출액	18,547	19,489	19,851
	영업비용	16,942	17,721	18,099
	영업이익	1,605	1,768	1,752
	영업이익률	9.5	10.0	9.7
외식업 경영실태조사 (B)	매출액	16,955.3	17,440.3	20,301.6
	영업비용	13,937.3	15,452.1	17,256.4
	영업이익	3,018.0	1,988.2	3,045.2
	영업이익률	17.8	11.4	15.0
통계량 차이 (A-B)	매출액	1,591.81	2,049.18	-450.55
	영업비용	3,004.42	2,268.99	842.88
	영업이익	-1,412.62	-219.81	-1,293.42
	영업이익률	-8.32	-1.42	-5.32

자료: 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사, 서비스업조사 각 연도

○ 실제로 두 통계에서의 영업비용의 하위 요소들의 통계량을 살펴보면, 서비스업조사에서는 기타경비의 비중이 높은 반면, 외식업경영실태조사에서는 인건비의 비중이 높아 영업이익 항목별 구성비에서 차이를 보이고 있음.

- 2019년을 기준으로 예를 들었을 때, 서비스업조사에서는 연간 인건비가 2,968만 원, 기타경비가 12,970만 원인 반면 외식업체 경영실태조사에서는 연간 인건비가 5,912만 원인 반면 기타경비가 4,461만 원에 해당함.

〈표 5-2〉 영업비용 관련 통계량 세부 항목의 차이

단위: 만 원/년, %

구분	통계량	연도			
		2017	2018	2019	
서비스업조사 (A)	영업비용	16,942	17,721	18,099	
	인건비	2,743	2,844	2,968	
	임차료	1,215	1,265	1,155	
	기타경비	12,970	13,612	13,976	
외식업경영실태조사 (B)	영업비용	13,937	15,452	17,256	
	인건비	4,834.0	5,090.5	5,912.9	
	고용인건비	고용인건비	2,714	2,725	3,241
		가족종사자인건비	2,120	382	239
		대표자인건비		1,982	2,432
	임차료	1,586	1,522	1,828	
	기타경비	7,660.0	8,501.9	9,514.5	
	식재료비	식재료비	5,317	5,987	6,983
세금과공과		1,312	1,301	1,379	
기타비용		1,031	1,213	1,151	
항목별 오차 (A-B)	영업비용	3,004	2,268	842	
	인건비	-2,091	-2,246	-2,944	
	임차료	-371	-257	-672	
	기타경비	5,309	5,109	4,461	

자료: 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사, 서비스업조사 각 연도

○ 두 통계의 조사표를 대조해 보았을 때, 이러한 경향은 주로 영업비용 중에서 인건비와 기타경비를 구성하는 문항의 차이에서 비롯되는 것으로 추정됨.

- 서비스업조사의 경우는 상용근로자와 일시 및 일용직근로자의 인건비만을 질문하고 자영업자(외식업 경영실태조사에서는 대표자)의 경우는 인건비가 없는 것으로 간주하나, 외식업 경영실태조사에서는 대표자 인건비를 별도로 질문함.
- 서비스업조사의 경우는 기타경비에서 감가상각, 대손상각비 등의 항목을 별도로 분리하고 기타영업비용 항목에서는 운반비, 통신비, 소모품비 등 해당하는 항목의 구체적인 예시를 들었으나, 외식업 경영실태조사는 식재료비와 세금과 공과금 외의 기타비용에서 구체적인 예시를 들지는 않았음.
- 서비스업조사의 경우 세금과공과에서 부가가치세, 법인세, 소득세를 제외하고 있으나 외식업 경영실태조사의 경우 세금과공과에서 부가가치세, 법인세, 소득세를 포함하고 있음.

〈표 5-3〉 서비스업조사표의 사업실적 관련 문항

16 사업실적   ※ 기업 전체가 아닌 해당 사업체의 실적만 작성										
구분	내용	십조	조	천억	백억	십억	억	천만	백만원	
(1) 매출액	2019년 1년간 영업활동(음식 및 주류 판매나 용역 제공 등)으로 얻은 수입액									
(2) 영업비용	손익계산서의 판매비와 관리비 및 원가명세서의 동일비용 항목을 합산하여 기입[(①+②+③+④+⑤+⑥+⑦+⑧)]									
① 재료매입비	영업활동과 관련하여 구입한 원가성격의 재료구입비(음식조리용 재료, 주류 구입비 등 또는 상품매출원가 포함)									
	② 인건비	인건비성 제비용으로 종사자에게 지급하는 수당 등 포함(㉠+㉡+㉢)								
	㉠ 급여총액	근로자에게 지급된 급여, 임금, 제수당 등의 비용								
	㉡ 퇴직급여	퇴직급여 또는 퇴직급여충당금 전입액								
	㉢ 복리후생비	종사자의 복리 및 후생을 위해 사용된 비용(피복비, 보험료, 경조비, 학비보조금 등)								
	③ 임차료	사업을 목적으로 빌린 건물, 토지, 장비 등의 대가로 지급한 비용								
	④ 세금공과금	각종 세금, 공과금 및 법칙금의 합계(부가가치세, 법인세, 소득세 제외)								
	⑤ 감가상각비	유형자산 및 무형자산의 당기 감가상각액 총액								
⑥ 대손상각비	외상매출금, 받을어음, 대여금 등 채권의 회수불능으로 처리된 비용									
⑦ 경상연구개발비	기술 개발 또는 제품 연구 등을 위하여 지출한 비용									
⑧ 기타영업비용	「① 재료매입비 ~ ⑦ 경상연구개발비」를 제외한 운반비, 통신비, 소모품비, 잡비 등 모든 영업비용									
(3) 영업이익	영업이익 = (1) 매출액 - (2) 영업비용									

자료: 2019년 서비스업조사표(음식점 및 주점업)

〈표 5-4〉 서비스업조사표의 인건비 문항

8 종사자 수 및 연간 급여액   ※ 기업 전체가 아닌 해당 사업체의 종사자 수 및 연간 급여액만 작성										
	(1) 종사자 수(명)			(2) 연간 급여액						
	(가) 남자	(나) 여자	(다) 계	천억	백억	십억	억	천만	백만원	
① 상용근로자										
② 임시 및 일용근로자										
③ 자영업자				*	*	*	*	*	*	
④ 무급가족종사자				*	*	*	*	*	*	
⑤ 기타 종사자				*	*	*	*	*	*	
합계[(①+②+③+④+⑤)]										

자료: 2019년 서비스업조사표(음식점 및 주점업)

〈표 5-5〉 외식업 경영실태조사의 사업실적 및 인건비 관련 문항

	내용	백억	십억	억	천만	백만	십만	만원	비율
1. 매출액	2019년 전체 매출액								⊗
2. 영업비용	2019년 전체의 영업비용 (①~⑦까지 비용의 총합)								%
① 식재료비	2019년에 농/축/수산물 및 가공품 등 식재료 구입 비용								%
② 고용인 인건비	종업원의 급여, 복리후생비, 퇴직급여충당금전입액 등 인건비 비용으로 종업원에게 지급하는 수당, 수수료 포함								%
③ 임차료	사업 목적으로 임차한 건물, 토지, 장비 등의 임차료								%
④ 세금과 공과	각종 월평균 세금과 공과금의 합계 (부가가치세 및 법인세 포함)								%
⑤ 가족 종사자 인건비	가족종사자에게 책정된 2019년의 임금 (가족종사자 중 임금을 지급받지 않는 부분은 제외)								%
⑥ 대표자 인건비	대표자에게 책정된 2019년의 임금								%
⑦ 기타비용	①~⑥를 제외한 판매비, 일반관리비, 소모품비, 운반비 등 기타 비용, 감가상각비, 대손상각비 등								%
<b>영업비용 비율 합</b>									100%
3. 영업이익	매출액에서 모든 영업비용을 제외한 금액 (매출액-영업비용)								%

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 식재료 구매현황 조사표

- 이러한 통계 간 괴리를 해결하기 위해 외식업 경영실태조사에서의 영업비용에서 대표자 인건비를 제외하고, 기타영업비용에 포함되는 다양한 지출의 예시를 들어 현재 누락되고 있는 기타비용을 포착하는 것으로 조사방식을 개편하는 방안을 검토할 필요가 있음.
- 현재 외식업 경영실태조사 응답자의 경우 개인적으로 지출하는 제반 비용을 대표자 인건비로 생각하여 응답하는 것으로 추정됨.
  - 이 경우 원래 기타비용에 기입하여야 할 운반비, 통신비, 소모품비 등이 기타비용에서 누락될 가능성이 큼.
  - 더군다나 일반적으로 주주와 경영진이 분리되지 않은 소규모 가족기업이 대부분인 외식업의 경영실태 조사에서 대표자 인건비를 별도로 응답받는 것은 부적절함.
  - 대표자 인건비를 영업비용 문항에서 제외하는 대신, 조리기구 구입비, 리모델링 비용과 같은 기타비용에 포함되는 여러 예시를 들어 기존에 누락되고 있던 기타비용 지출을 포착할 필요가 있음.

- 이외에 세금과공과 항목에서 부가가치세를 별도로 분리하거나, 매출액을 사용해 자체적으로 부가가치세를 계산하는 방식의 개편이 필요함.
  - 외식업 경영실태조사는 매출액 항목과 세금과공과 항목에 부가가치세를 동시에 포함하는 방식으로 통계를 집계하고 있음.
  - 이러한 방식은 매출액과 세금과공과 항목에서 부가가치세를 제외하는 서비스업조사 방식과 비교했을 때 매출액을 계산하기 더 쉬워진다는 장점이 있으나, 반대로 세금과공과 항목에 답변하기 위해 응답자가 부가가치세를 스스로 계산해야 한다는 문제점이 있음.
  - 실제로 매출액을 통해 자체적으로 계산한 부가가치세가 전체 세금과공과보다 크게 나타나는 것으로 고려할 때, 응답자들이 부가세 계산에 어려움을 겪는 것으로 보임.
  - 이에 따라 부가세의 경우 답변을 받지 않고 별도로 계산해 공표하는 등의 개편안이 필요할 것으로 보임.

〈표 5-6〉 외식업 경영실태조사의 매출액과 세금과공과 조사결과

단위: 만 원/년

구분	연도		
	2017	2018	2019
매출액	18,547	19,489	19,851
매출액에 따른 예상 부가가치세	1,686	1,772	1,805
세금과공과	1,312	1,301	1,379

자료: 외식업 경영실태 및 식재료 구매현황 조사 각 연도



## 2. 식재료 구매현황 조사 개편안 제시

### 2.1. 식재료 구매현황 조사 문항 개요

- 식재료 구매현황 조사에서는 우선 8개 식재료 중분류를 대상으로 구매 채널, 구매빈도, 배달 형태를 조사하며, 23개 세부 식재료별로는 구매량 및 구매금액, 국산 비중(물량 기준) 및 외국산/국산 선택 이유, 구매 형태(가공단계) 및 유통 형태(냉장·냉동유통 여부)를 조사함.
  - 조사 대상 8개 중분류에는 육류, 계란, 곡류, 수산물류, 채소류, 과일류, 장류, 가공식품류가 해당함.
  - 조사 대상인 23개 개별 식재료에는 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 계란, 쌀, 밀가루, 오징어, 멸치, 마늘, 양파, 파(대파), 고추, 무, 배추, 당근, 감자, 사과, 배, 고추장, 된장, 간장, 김치, 고춧가루가 해당함.
- 이외에는 결제 방법 및 거래 방법, 외상거래 주기, 식재료 구매 시 고려사항과 구매정보 획득 방법에 대한 문항이 있음.
  - 이 중 결제 방법 문항에서는 카드, 현금 등 거래 수 단별 비중(금액 기준)을 조사하며 거래 방법 문항에서는 외상 결제와 즉시결제의 비중(금액 기준)을 조사함.

### 2.2. 유통채널별 구매 비중 조사 문항 검토

- 유통채널별 구입 비중 문항에서는 식재료 유통 대기업, 대기업이 아닌 식재료 유통 법인, 개인 도매상, 식자재 마트, 일반 대형마트, 농수산물도매시장, 소매상, 산지직거래 및 직접 생산, 프랜차이즈 본사 공급, 온라인마트, 기타(11개) 항목 각각에 대한 구입 비중을 응답함.

〈표 5-7〉 유통채널조사 문항(예: 육류)

품목류	취급 여부 (V)	a. 구입처 : 각 품목의 구입처별 구입 비중을 기재											합계
		① 식재료 유통 대기업	② 대기업이 아닌 식재료 유통 법인	③ 개인 도매상	④ 식자재 마트	⑤ 일반 대형 마트	⑥ 농수산물 도매시장	⑦ 소매상	⑧ 산지 직거래 및 직접 생산	⑨ 프랜차이즈 본사 공급	⑩ 온라인 마트	⑪ 기타	
1 육류		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	100%

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 식재료 구매현황 조사표

- 우선 유통채널 구매 비중 조사 문항의 경우 해당 품목을 취급하는 것으로 응답한 업체들은 전원 유통채널 구매 비중 조사항목에 응답하고 있는 것으로 나타나므로, 결과적으로 해당 문항에 응답하는 것 자체는 크게 문제가 없는 것으로 파악됨.
- 다만, 현재 해당 문항은 그 의미를 직관적으로 이해하기 어려우므로 보다 쉬운 작성방식으로 조사하는 것에 대한 검토가 필요함. 또한 정확한 수치 기입이 어려울 수 있으므로 채널별 구입량 또는 구입 비중 중에서 응답자가 응답하기 쉬운 방식으로 선택할 수 있도록 하거나, 주요 구입처에 대해서만 응답하게 하는 등 현재의 응답 방식을 변경할 필요가 있음.
  - 합계가 정확히 100%를 되도록 수치를 복수 문항에 분배하는 방식은 일반적인 설문 조사에서 접하기 어려운 형태이기 때문에 직관적인 이해가 어려워 조사대상자에게 혼란을 유발할 수 있음.
  - 또한, 문항의 의미를 이해한다고 하더라도 복수의 유통채널에 대한 비중을 분배하는 것이 매우 어려움. 예를 들어 육류 중 쇠고기는 개인 도매상, 돼지고기는 식자재 마트에서 구매할 경우 비중을 나누어 기입하기 어려워짐.
- 대다수의 응답자들은 한 채널에서 해당 품목을 100% 구매하는 것으로 응답하였으므로, 복수 채널별로 구입 비중을 응답하는 방식보다는 품목마다 주 구입처 1개만 응답하는 방식이 적절할 수 있음.
  - 품목에 따라 차이는 있으나 응답자 중 복수의 유통채널을 사용하는 것으로 응답한 경우는 2.2%(계란)~9.4%(채소류)에 불과함. 따라서 품목별로 1개 구입 채널만 사용하는 것으로 가정하여도 이로 인해 발생하는 통계오차는 크지 않을 것으로 추정됨.

〈표 5-8〉 구매 채널 문항 응답 패턴

단위: 건, %

품목	품목 사용 업체 수	유통채널 문항 응답 수 (A)	복수 유통채널 사용 응답 수 (B)	복수 유통채널 사용 응답률 (B/A)
육류	1,704	1,704	90	5.3
계란	1,498	1,498	33	2.2
곡류	1,882	1,882	65	3.5
수산물류	1,321	1,321	59	4.5
채소류	2,268	2,268	213	9.4
과일류	716	716	44	6.1
장류	1,777	1,777	57	3.2
가공식품류	2,854	2,854	133	4.7

주: 총 응답 업체수는 3,008개임.

자료: 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사(2020년)

○ 또한, 본 문항의 일부 선택지들은 아래와 같은 이유로 응답자가 명확하게 구분하기가 어렵기 때문에 문항을 통폐합하거나 구체적인 설명을 제공할 필요성이 있음.

- 본 설문조사의 맥락에서 ‘대기업’의 정의가 모호하기 때문에 응답자가 ‘① 식재료 유통 대기업’과 ‘② 대기업이 아닌 식재료 유통 법인’을 구별하기 곤란할 수 있음.
- ② 대기업이 아닌 식재료 유통 법인 역시 일정 수준 이상 대형화되어 있을 경우 ‘② 대기업이 아닌 식재료 유통 법인’과의 구별이 곤란할 수 있음.
- ‘③ 개인 도매상’, ‘④ 식자재 마트’, ‘⑦ 소매상’ 역시 현실에서 명확하게 나눌 수 없다는 문제가 있음.
- 일반적인 도매시장에서는 개인 중도매인들과 외식업체가 거래하기 때문에 ‘③ 개인 도매상’과 ‘⑥ 농수산물 도매시장’ 역시 명확한 구별이 어려움.
- ‘⑩ 온라인마트’ 선택지의 경우 다른 선택지에 해당하는 업체들이 온라인 판매채널을 보유하고 있을 가능성이 크기 때문에, 응답자입장에서 구별이 곤란할 수 있음.

○ 따라서 아래와 같이 문항을 통폐합 및 수정 것을 검토할 필요가 있을 것으로 사료됨.

- ‘① 식재료 유통 대기업’의 경우 구체적인 업체(CJ프레시웨이, 삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드, 신세계푸드 등)를 예시로 들어줄 필요가 있음.

- ‘② 대기업이 아닌 식재료 유통 법인, ④ 식자재 마트’를 ‘식재료 유통 대기업을 제외한 전문 종합 식자재 취급업체’로 통폐합함.
- ‘③ 개인 도매상, ⑥ 농수산물 도매시장’을 ‘특정 식자재 품목 전문 취급 업체’로 통폐합함.
- ‘⑤, ⑦’은 ‘소매점’으로 통폐합함.
- ‘⑩ 온라인마트’는 뒤의 배달 형태 조사 문항에서 온라인 주문여부를 알 수 있어 불필요하므로 삭제함.

〈표 5-9〉 유통채널조사 문항 개편(안)

품목류	취급 여부 (V)	a. 구입처 : 주 구입처 1개를 선택					
		① 식재료 유통 대기업 (CJ프레시웨이, 삼성웰스토리, 아워홈, 현대그린푸드, 신세계푸드 中)	② 식재료 유통 대기업을 제외한 전문 종합 식자재 취급업체	③ 특정 식자재품목 전문 취급업체 (ex: 육류 전문 취급업체, 채소/김치 전문 취급업체)	④ 소매점 (대형마트, 슈퍼마켓)	⑤ 프랜차이즈 본사 공급	⑥ 산지 직거래 및 직접 생산
1	육류						

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 식재료 구매현황 조사표

### 2.3. 구매빈도 조사 문항 검토

- 구매빈도 조사항목은 8가지 중분류 품목에 대해 각각 구매빈도를 단일응답하는 형태로 설계되어 있음. 선택지는 6개로 매일, 일주일에 3~4회, 일주일에 1~2회, 월 2~3회, 월 1회임.

〈표 5-10〉 구매빈도 조사

품목류	취급 여부 (V)	c. 구매빈도(단일응답)					
		① 매일	② 일주일에 3~4회	③ 일주일에 1~2회	④ 월 2~3회	⑤ 월 1회	⑥ 기타
1	육류	①	②	③	④	⑤	⑥
2	계란	①	②	③	④	⑤	⑥
3	곡류	①	②	③	④	⑤	⑥
4	수산물류	①	②	③	④	⑤	⑥
5	채소류	①	②	③	④	⑤	⑥
6	과일류	①	②	③	④	⑤	⑥
7	장류	①	②	③	④	⑤	⑥
8	가공식품류	①	②	③	④	⑤	⑥

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 식재료 구매현황 조사표

○ ‘⑥ 기타’를 ‘월 1회 미만’으로 개편하거나 ‘⑤ 월 1회’와 통합하는 것을 고려할 필요가 있음. 맥락상 ‘⑥ 기타’ 문항은 ‘월 1회 미만’을 의미하는 것으로 받아들여지므로 ‘⑥ 월 1회 미만’으로 문항명을 변경하는 것도 고려할 수 있음.

- ‘⑥ 기타’ 선택지는 모든 품목에서 5% 미만의 낮은 응답률을 보이므로, ‘⑤ 월 1회’와 통합하는 안 역시 고려할 수 있음.

〈표 5-11〉 구매빈도 조사 분포

단위: 건, %

품목	총 응답 수	구매빈도 분포					
		① 매일	② 일주일에 3~4회	③ 일주일에 1~2회	④ 월 2~3회	⑤ 월 1회	⑥ 기타
육류	1,704	19.7	34.1	36.7	7.5	1.5	0.5
계란	1,498	9.9	20.0	47.9	18.4	3.1	0.7
곡류	1,882	4.8	10.7	31.1	34.5	16.8	2.1
수산물류	1,321	17.8	25.2	39.2	11.6	4.9	1.3
채소류	2,268	26.7	36.8	30.5	4.5	0.8	0.7
과일류	716	12.7	27.0	45.5	10.6	3.1	1.1
장류	1,777	3.3	7.5	18.4	33.4	33.0	4.3
가공식품류	2,854	6.9	14.2	27.8	29.3	18.7	3.1

주: 총 응답 업체 수는 3,008개임.

자료: 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사(2020년)

## 2.4. 구매량 및 구매금액 문항 검토

○ 해당 문항에서는 23개 세부 품목별로 취급 여부를 밝히고 각각 구매량, 구매금액을 밝히도록 되어 있음.

〈표 5-12〉 취급여부, 구매량 및 구매금액 조사문항

	대분류	세분류	품목	취급 여부 (V)	e. 월평균 구매량	f. 월평균 구매금액 (단위: 만 원)
1	축산물	육류	쇠고기		kg	
			돼지고기		kg	
			닭고기		kg	
		계란류	계란		개	

자료: 2020년 외식업 경영실태 및 식재료 구매현황 조사표

○ 우선 특정 품목을 사용하는 것으로 응답한 업체의 수가 가장 적은 배의 경우도 223개의 응답자를 확보하고 있으므로 각 세부 품목의 사용패턴을 전체적으로 파악하는 데 문제가 없을 것으로 추정됨.

〈표 5-13〉 품목별 구매 여부 응답 패턴

단위: 건, %

대분류	품목명	사용 응답	사용 응답률
축산물	쇠고기	706	23.5
	돼지고기	1,164	38.7
	닭고기	713	23.7
	계란	1,493	49.6
곡류	쌀	1,642	54.6
	밀가루	880	29.3
수산물류	오징어	639	21.2
	멸치	599	19.9
채소류	마늘	1,849	61.5
	양파	1,968	65.4
	파(대파)	1,806	60.0
	고추	1,546	51.4
	무	1,065	35.4
	배추	760	25.3
	당근	1,075	35.7
	감자	736	24.5

대분류	품목명	사용 응답	사용 응답률
과일류	사과	332	11.0
	배	223	7.4
장류 및 가공식품류	고추장	1,306	43.4
	된장	1,167	38.8
	간장	1,524	50.7
	김치	1,238	41.2
	고춧가루	1,527	50.8

주: 총 응답 업체수는 3,008개임.

자료: 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사(2020년)

- 각 품목을 사용하는 것으로 응답한 경우는 대부분 월평균 구매량, 월평균 구매금액에 응답하고 있는 것으로 나타나므로, 응답 자체에는 특별히 어려운 점이 없는 것으로 파악됨.

○ 다만, 매년 이러한 23개 품목의 유통현황을 조사하는 것은 조사자와 조사대상자 모두에게 부담이 큼.

- 본 조사는 문항마다 구매 및 이용패턴에 대해 자세한 조사를 수행하고 있음.
- 이에 따라 문항이 추가될 때마다 조사자와 조사대상자에 대한 부담이 큼.
- 유통채널 관련 문항이 세분류가 아닌 대분류를 기준으로 하는 것 역시 23개 세분류에 대한 조사에 어려움이 있기 때문임.

〈표 5-14〉 품목별 구매량 및 구매금액 응답 패턴

단위: 건

대분류	품목명	사용 응답 수(A)	구매량 응답 수(B)	구매량 응답률(B/A)	구매금액 응답 수(C)	구매금액 응답률(C/A)
축산물	쇠고기	706	669	94.8	669	94.8
	돼지고기	1,164	1,139	97.9	1,139	97.9
	닭고기	713	691	96.9	691	96.9
	계란	1,493	1,456	97.5	1,456	97.5
곡류	쌀	1,642	1,602	97.6	1,602	97.6
	밀가루	880	862	98.0	862	98.0
수산물류	오징어	639	613	95.9	613	95.9
	멸치	599	569	95.0	569	95.0

대분류	품목명	사용 응답 수(A)	구매량 응답 수 (B)	구매량 응답률 (B/A)	구매금액 응답 수(C)	구매금액 응답률(C/A)
채소류	마늘	1,849	1,810	97.9	1,810	97.9
	양파	1,968	1,925	97.8	1,925	97.8
	파(대파)	1,806	1,766	97.8	1,766	97.8
	고추	1,546	1,511	97.7	1,511	97.7
	무	1,065	1,039	97.6	1,039	97.6
	배추	760	736	96.8	736	96.8
	당근	1,075	1,044	97.1	1,044	97.1
	감자	736	707	96.1	707	96.1
과일류	사과	332	323	97.3	323	97.3
	배	223	214	96.0	214	96.0
장류 및 가공식품류	고추장	1,306	1,283	98.2	1,283	98.2
	된장	1,167	1,132	97.0	1,132	97.0
	간장	1,524	1,489	97.7	1,489	97.7
	김치	1,238	1,210	97.7	1,210	97.7
	고춧가루	1,527	1,491	97.6	1,491	97.6

주: 총 응답 업체수는 3,008개임.

자료: 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사(2020년)

○ 따라서 상대적으로 중요도가 낮은 일부 품목은 여러 국가승인통계들과 같이 5년 주기의 대규모 조사에서만 포함하는 것을 검토할 수 있음.

- 과일류와 같이 사용률이 낮은 품목이나 고추장, 된장, 간장과 같이 매년 수급관련 정책에 특별히 이슈화되지 않는 품목, 수산물류와 같이 농식품부의 관리대상으로서 상대적으로 후순위인 품목들은 매년 조사하기보다는 5년 단위로 조사하는 것이 바람직할 수 있음.
- 실제 농림어업총조사, 경제총조사, 인구주택총조사와 같이 매년 수행하기 어려운 조사들은 5년 주기로 실시하되 사이사이의 공백을 채우기 위한 소규모 조사들을 별도로 실시하는데, 본 조사에서도 이러한 방식을 고려할 수 있음.

○ 이때 매년 조사하는 품목을 ‘음식점 원산지표시제’ 대상 품목<sup>7)</sup> 위주로 개편할 경우, 조사 편의 또는 통계 이용성 측면에서 이점이 있을 것임.

7) 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기, 양(염소)고기, 배추김치 중 배추와 고춧가루, 쌀(밥, 죽, 누룽지), 콩(두부류, 콩국수, 콩비지)



- 메뉴판 등에서 원산지를 쉽게 확인할 수 있으므로, 식재료를 직접 구매하지 않는 직원이 설문에 응답하더라도 정확한 자료 수집이 가능함.
- 해당 통계를 원산지표시제 운영현황을 점검하는 데에도 사용할 수 있어 활용성 측면에서 이점이 있을 것으로 기대됨.

# 6

## 요약 및 결론

### 1. 연구 결과 요약

- 서론(1장)을 제외한 본 보고서의 2~5장에 걸쳐 조사 및 분석된 주요 분석내용과 핵심적인 연구 결과들은 다음과 같이 간략하게 요약할 수 있음.
  
- 제2장에서는 외식업 관련 주요 통계들을 종합적으로 현황 등을 정리하고, 코로나19 이후 외식업 변화를 분석하는 등 코로나19가 외식업에 미친 영향을 파악하였음.
  - 코로나19 이후 음식점 내 외식소비는 감소, 배달서비스를 통한 외식소비는 증가하는 양상을 보였으며, 2021년 상반기에는 배달서비스 이용 고객의 급격한 증가로 코로나 19 이전보다 외식업체의 일평균 고객 수가 더 많은 것으로 나타남.
  - 하지만 소규모 배달 증가, 배달수수료의 부담, 방문고객 감소 등으로 인하여 외식업체의 영업성과는 악화되는 것으로 나타남.
  
- 제3장에서는 외식업체의 업종별, 권역별, 영업 형태별(프랜차이즈·독립 운영업체), 경영현황지표 및 생산성 지표를 비교 분석하여 시사점이 큰 특이사항들을 식별하였음.

- 2019년 외식업 전체 영업이익은 2018년 대비 53.7% 증가하였으며, 영업이익률 역시 3.6%p 증가하는 등 외식업 전체의 경영성과가 상당히 개선되었음.
- 한편, 코로나19가 발생한 2020년에는 외식업 전체의 매출액, 영업비용, 영업이익, 영업이익률 등 모든 지표의 수치가 감소하면서 외식업이 전체적으로 위축되고 전반적인 경영성과가 악화되었음.
- 또한, 배달앱 및 배달대행 사용 여부에 따른 경영성과 분석 결과, 이를 사용하는 업체의 2019년 매출액이나 영업이익은 사용하지 않는 업체보다 높은 반면, 영업이익률은 다소 낮은 경향이 있음.
- 2020년의 경우 배달앱과 배달대행을 모두 사용하지 않는 업체의 비중은 11%p 이상 감소하였으며, 이러한 업체들은 상대적으로 가장 적은 매출액과 영업이익을 기록하였기 때문에 코로나 이후 외식업에서 배달의 중요성이 더욱 커지고 있음.

○ 제4장에서는 ‘2020 외식업 경영실태 및 외식업체 식재료 구매현황 조사’상에서 수입 식재료 사용률이 높은 쇠고기, 돼지고기, 마늘, 당근, 김치, 고춧가루를 대상으로 국산 식재료를 사용하는 경우와 수입 식재료를 사용하는 업체의 특성을 대조하였음.

- 분석 결과 우선 첫째로 해당 품목을 사용하는 대다수의 업체는 일반적으로 국산 또는 외국산 한 종류만을 사용하는 것으로 파악됨.
- 한식업체의 국산 사용률이 이외의 업종에 비해 유의미하게 높은 것으로 나타났음.
- 일반적으로 통마늘 형태로 상온 유통되는 국산 마늘이 깬마늘 및 다진마늘 형태로 냉장 유통되거나, 일반적으로 냉동으로 유통되는 외국산 돼지고기가 냉장 유통되는 등 유통 형태 면에서 국산과 외국산의 경계가 희미해짐.

○ 제5장에서는 외식업 경영실태 및 식재료 구매현황조사의 조사결과를 분석한 후 조사 원활화 및 조사 결과의 정확성 증진을 위해 유효할 것으로 예상되는 조사표 개편안을 제안함.

- 외식업 경영실태조사의 경우 같은 모집단을 공유하는 서비스업조사와 경영실적과 관련된 응답에서 큰 차이를 보이는 것으로 나타났음.

- 식재료구매현황조사의 경우 %형 주관식 문항, 복수 응답형 문항에 대부분 한 가지 선택지에만 답변하고 있는 것으로 나타났으며, 다지선다형 문항의 경우 일부 응답률이 저조하거나 명확하지 않은 선택지가 있었음.

## 2. 연구의 시사점

- 제2장의 연구결과는 코로나19 확산 방지를 위한 사회적 거리두기로 대면 서비스 산업인 외식업의 피해는 불가피하였고, 코로나19의 재확산 등 다른 외부적인 충격으로 인하여 대면 서비스의 제한이 발생할 경우 이러한 피해는 다시 발생할 수 있음.
  - 배달서비스 수요 증가 및 사회적 거리두기로 인한 외식소비 패턴이 빠르게 변화하고 있어 외식업체가 이런 변화에 유기적으로 대응할 수 있도록 음식점 내에서의 대면 활동을 최소화하기 위한 장비(비대면 주문 및 결제를 위한 키오스크, 서빙 로봇 등) 및 배달 서비스 도입을 위한 교육 및 컨설팅, 장비 구매 지원과 같은 정책적 지원이 필요할 것으로 판단됨.
- 제3장의 연구 결과는 경영성과가 상당히 개선되었음에도 불구하고 외식업체들이 추가적인 고용을 꺼려하고 계속해서 상용직 종사자의 비율을 줄여나고 있다는 점과 코로나 19 이후 외식업에서 배달이 차지하는 비중이 높아지는 가운데 외식업체들의 비용부담이 커지고 있다는 점을 시사함.
  - 따라서 향후 외식업체 및 정책당국은 상용직 종사자의 생산성 향상 및 외식업체들이 느끼는 배달비용에 대한 부담을 완화할 수 있는 다양한 정책적 시도에 주목할 필요가 있음.
- 제4장의 연구 결과는 한식 진흥이 외식업에서도 국산 농산물 사용 진흥에 유효하다는 점과 시장에서 제품 특성에 따라 축산물 원산지를 구별하는 것이 갈수록 어려워질 가능성이 높아 향후 원산지 단속이 어려워질 것을 시사함.

- 외식업에서도 한식업체의 국산 식재료 사용 비율이 한식 외 업종들에 비해 유의미하게 높은 것을 고려했을 때, 집밥을 강조하는 것보다 외식을 포함한 한식에 방점을 두는 것이 향후 국내산 농산물 사용 증진에 유효한 방안일 수 있음.
- 외국산 축산물이 냉장 유통되는 경우가 많아지면서 원산지 둔갑 문제나 외국산과 국산의 경합이 심화될 것으로 예상되며, 이에 따른 대응 방안이 요구됨.

○ 제5장의 연구 결과는 외식업 경영실태조사에서는 통계 간 정합성 문제를 해결할 필요가 있음을 보여주며, 식재료 구매현황조사에서는 수집되는 정보의 큰 손실 없이 조사 및 데이터 관리 편의성을 향상시킬 수 있는 방안이 있음을 시사함.

- 외식업경영실태조사와 서비스업조사의 대상 외식업 및 주점업체는 동일 모집단을 공유하며, 양쪽 모두 국가승인통계에 해당하므로 이러한 괴리를 조율할 필요가 있음.
- 식재료 구매 현황조사의 경우 %형 주관식 문항, 복수 응답형 문항을 단수 응답형으로 개편할 경우 수집되는 정보의 손실이 적은 상태로 조사 편의성을 향상시킬 수 있을 것으로 기대됨.
- 또한, 다지선다형 문항의 경우 일부 선택지를 통폐합함으로써 조사 결과의 명확성을 증진할 수 있을 것으로 추정됨.

- 고용노동부. 각 연도. 『사업체노동력조사』.
- 농림축산식품부. 각 연도. 『외식업 경영실태조사』.
- 조신섭·손영숙·성병찬. 2019. 『SAS/ETS 와 R을 이용한 시계열분석』. 울곡출판사.
- 국세청. 각 연도. 『국세통계』.
- 농림축산식품부. 각 연도. 『외식업 경영실태 조사』.
- 통계청. 각 연도. 『경제총조사』.
- 통계청. 각 연도. 『가계동향조사』.
- 통계청. 각 연도. 『사업체노동실태현황』.
- 통계청. 각 연도. 『서비스업조사』.
- 통계청. 각 연도. 『서비스업동향조사』.
- 통계청. 각 연도. 『온라인쇼핑동향조사』.
- 통계청. 각 연도. 『전국사업체조사』.
- 통계청. 각 연도. 『지역별고용조사』.
- 통계청. 2018. 『사업체노동력조사 통계정보보고서』.
- 한국은행. 각 연도. 『지급결제통계』.
- 한국은행. 각 연도. 『국민계정』.
- 한국농촌경제연구원. 2020. 『2020 외식업 식재료 구매현황조사 통계보고서』.
- Fox, A. J. 1972. Outliers in time series. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B*, 34(3): 350-363.
- Tsay, R. S. 1988. Outliers, level shifts, and variance changes in time series. *Journal of forecasting*, 7(1): 1-20.
- Lopez, D.L. 2016. tsoutliers R Package for Detection of Outliers in Time Series.