

발간등록번호

11-1543000-001810-10

2019 외식업체 식재료 구매현황 보고서

식품산업정보분석 전문기관
한국농촌경제연구원



농림축산식품부

C2019-65-5

2019 외식업체 식재료 구매현황 보고서

등 록 | 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 | 2019. 12.

발 행 인 | 김홍상

발 행 처 | 한국농촌경제연구원
우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601
대표전화 1833-5500

인 쇄 처 | 크리커뮤니케이션

- 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 「2019 외식업 식재료 구매현황 보고서」의 최종 보고서로 제출합니다.

2019년 12월

연구기관: 한국농촌경제연구원

연구책임자: 이 용 선 (책임연구원)

연구참여자: 김 경 필 (연구 원)

홍 연 아 (연구 원)

임 승 주 (연구보조원)

박 시 현 (연구보조원)

본 보고서는 2018년 외식업 식재료 구매현황 조사 보고서를 기초로 하여 작성되었습니다. 조사 보고서의 성격 상 분석 방법과 결과에 관한 기술 방식은 전년도 보고서와 상당 부분 유사할 수 있습니다.

차 례

1편 사업자 및 사업장 정보 요약

1. 조사 배경 및 목적	4
2. 조사 체계	5
3. 조사 방법	21
4. 조사 내용	22
5. 검증 방법	23

2편 사업자 및 사업장 정보 요약

1. 사업자 정보	29
2. 사업장 정보	53

3편 외식업체 식재료 구매현황 조사

1. 식재료 구매 행태	202
2. 식재료 거래 특성	271

표 차례

<표 1-1> 조사 연혁	4
<표 1-2> 2017 한국표준산업분류: 음식점 및 주점업	5
<표 1-3> 업종별 종사자 규모별 사업체 수	6
<표 1-4> 업종별 종사자 규모별 종사자 수	7
<표 1-5> 지역별 종사자 규모별 사업체 수	8
<표 1-6> 지역별 업종별 사업체 수	9
<표 1-7> 업종별 종사자 규모별 평균 영업년수	10
<표 1-8> 전국 외식업 사업체수 및 종사자수 증감	11
<표 1-9> 시도별 외식업 사업체수 증감	12
<표 1-10> 시도별 외식업 종사자수 증감	13
<표 1-11> 층별 목표표본수	15
<표 1-12> 층별 최종응답사업체수	17
<표 1-13> 층별 무응답 조정 후 가중치	18
<표 1-14> 시도별 사후층화 조정계수	19
<표 1-15> 조사 내용	22
<표 2-1-1> 사업장 특성별 사업주 연령 분포(전체)	30
<표 2-1-2> 사업장 특성별 사업주 연령 분포(프랜차이즈)	31
<표 2-1-3> 사업장 특성별 사업주 연령 분포(비프랜차이즈)	32
<표 2-2-1> 사업장 특성별 총 외식업 종사기간 분포(전체)	34
<표 2-2-2> 사업장 특성별 총 외식업 종사기간 분포(프랜차이즈)	35
<표 2-2-3> 사업장 특성별 총 외식업 종사기간 분포(비프랜차이즈)	36
<표 2-3-1> 사업장 특성별 현재 업종 종사기간 분포(전체)	38
<표 2-3-2> 사업장 특성별 현재 업종 종사기간 분포(프랜차이즈)	39
<표 2-3-3> 사업장 특성별 현재 업종 종사기간 분포(비프랜차이즈)	40
<표 2-4-1> 사업장 특성별 현 사업장 운영기간 분포(전체)	42
<표 2-4-2> 사업장 특성별 현 사업장 운영기간 분포(프랜차이즈)	43
<표 2-4-3> 사업장 특성별 현 사업장 운영기간 분포(비프랜차이즈)	44
<표 2-5-1> 사업장 특성별 주차 가능 여부(전체)	46
<표 2-5-2> 사업장 특성별 주차 가능 여부(프랜차이즈)	47
<표 2-5-3> 사업장 특성별 주차 가능 여부(비프랜차이즈)	48
<표 2-6-1> 사업장 특성별 사업장 신고면적 분포(전체)	50
<표 2-6-2> 사업장 특성별 사업장 신고면적 분포(프랜차이즈)	51
<표 2-6-3> 사업장 특성별 사업장 신고면적 분포(비프랜차이즈)	52
<표 2-7-1> 사업장 특성별 상권분류 분포(전체)	54
<표 2-7-2> 사업장 특성별 상권분류 분포(프랜차이즈)	55
<표 2-7-3> 사업장 특성별 상권분류 분포(비프랜차이즈)	56
<표 2-8-1> 사업장 특성별 상권구분(전체)	58
<표 2-8-2> 사업장 특성별 상권구분(프랜차이즈)	59
<표 2-8-3> 사업장 특성별 상권구분(비프랜차이즈)	60

<표 2-9-1> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(전체)	62
<표 2-9-2> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(프랜차이즈)	64
<표 2-9-3> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(비프랜차이즈)	66
<표 2-10-1> 사업장 특성별 한식(세분류) 분포(전체)	68
<표 2-10-2> 사업장 특성별 한식(세분류) 분포(프랜차이즈)	69
<표 2-10-3> 사업장 특성별 한식(세분류) 분포(비프랜차이즈)	69
<표 2-11-1> 사업장 특성별 과세종류 분포(전체)	71
<표 2-11-2> 사업장 특성별 과세종류 분포(프랜차이즈)	72
<표 2-11-3> 사업장 특성별 과세종류 분포(비프랜차이즈)	73
<표 2-12-1> 사업장 특성별 사업장 임차 여부 분포(전체)	75
<표 2-12-2> 사업장 특성별 사업장 임차 여부 분포(프랜차이즈)	76
<표 2-12-3> 사업장 특성별 사업장 임차 여부 분포(비프랜차이즈)	77
<표 2-13-1> 사업장 특성별 사업장 임대계약 기간 분포(전체)	79
<표 2-13-2> 사업장 특성별 사업장 임대계약 기간 분포(프랜차이즈)	80
<표 2-13-3> 사업장 특성별 사업장 임대계약 기간 분포(비프랜차이즈)	81
<표 2-14-1> 사업장 특성별 사업장 임차보증금 분포(전체)	83
<표 2-14-2> 사업장 특성별 사업장 임차보증금 분포(프랜차이즈)	84
<표 2-14-3> 사업장 특성별 사업장 임차보증금 분포(비프랜차이즈)	85
<표 2-15-1> 사업장 특성별 사업장 월세 분포(전체)	87
<표 2-15-2> 사업장 특성별 사업장 월세 분포(프랜차이즈)	88
<표 2-15-3> 사업장 특성별 사업장 월세 분포(비프랜차이즈)	89
<표 2-16-1> 사업장 특성별 사업장 임차권리금 분포(전체)	91
<표 2-16-2> 사업장 특성별 사업장 임차권리금 분포(프랜차이즈)	92
<표 2-16-3> 사업장 특성별 사업장 임차권리금 분포(비프랜차이즈)	93
<표 2-17-1> 사업장 특성별 1일 기준 영업시간 분포(전체)	95
<표 2-17-2> 사업장 특성별 1일 기준 영업시간 분포(프랜차이즈)	96
<표 2-17-3> 사업장 특성별 1일 기준 영업시간 분포(비프랜차이즈)	97
<표 2-18-1> 사업장 특성별 한 달 평균 영업일수 분포(전체)	99
<표 2-18-2> 사업장 특성별 한 달 평균 영업일수 분포(프랜차이즈)	100
<표 2-18-3> 사업장 특성별 한 달 평균 영업일수 분포(비프랜차이즈)	101
<표 2-19-1> 사업장 특성별 테이블 수 분포(전체)	103
<표 2-19-2> 사업장 특성별 테이블 수 분포(프랜차이즈)	104
<표 2-19-3> 사업장 특성별 테이블 수 분포(비프랜차이즈)	105
<표 2-20-1> 사업장 특성별 전체 좌석 수 분포(전체)	107
<표 2-20-2> 사업장 특성별 전체 좌석 수 분포(프랜차이즈)	108
<표 2-20-3> 사업장 특성별 전체 좌석 수 분포(비프랜차이즈)	109
<표 2-21-1> 사업장 특성별 운영형태(전체)	111
<표 2-22-1> 사업장 특성별 최초 인테리어 비용(전체)	113
<표 2-22-2> 사업장 특성별 최초 인테리어 비용(프랜차이즈)	114
<표 2-22-3> 사업장 특성별 최초 인테리어 비용(비프랜차이즈)	115
<표 2-23-1> 사업장 특성별 가장 최근 리모델링 비용(전체)	117
<표 2-23-2> 사업장 특성별 가장 최근 리모델링 비용(프랜차이즈)	118
<표 2-23-3> 사업장 특성별 가장 최근 리모델링 비용(비프랜차이즈)	119

<표 2-24-1> 사업장 특성별 리모델링 경과년수(전체)	121
<표 2-24-2> 사업장 특성별 리모델링 경과년수(프랜차이즈)	122
<표 2-24-3> 사업장 특성별 리모델링 경과년수(비프랜차이즈)	123
<표 2-25-1> 사업장 특성별 리모델링 형태(전체)	125
<표 2-25-2> 사업장 특성별 리모델링 형태(프랜차이즈)	126
<표 2-25-3> 사업장 특성별 리모델링 형태(비프랜차이즈)	127
<표 2-26-1> 사업장 특성별 포스단말기 사용 여부(전체)	129
<표 2-26-2> 사업장 특성별 포스단말기 사용 여부(프랜차이즈)	130
<표 2-26-3> 사업장 특성별 포스단말기 사용 여부(비프랜차이즈)	131
<표 2-27-1> 사업장 특성별 무인 주문기(키오스크) 사용 여부(전체)	133
<표 2-27-2> 사업장 특성별 무인 주문기(키오스크) 사용 여부(프랜차이즈)	134
<표 2-27-3> 사업장 특성별 무인 주문기(키오스크) 사용 여부(비프랜차이즈)	135
<표 2-28-1> 사업장 특성별 서비스 유형 분포(전체)	137
<표 2-28-2> 사업장 특성별 서비스 유형 분포(프랜차이즈)	138
<표 2-28-3> 사업장 특성별 서비스 유형 분포(비프랜차이즈)	139
<표 2-29-1> 사업장 특성별 배달앱 이용 현황(전체)	141
<표 2-29-2> 사업장 특성별 배달앱 이용 현황(프랜차이즈)	142
<표 2-29-3> 사업장 특성별 배달앱 이용 현황(비프랜차이즈)	143
<표 2-30-1> 사업장 특성별 월 평균 배달앱 비용 분포(전체)	145
<표 2-30-2> 사업장 특성별 월 평균 배달앱 비용 분포(프랜차이즈)	146
<표 2-30-3> 사업장 특성별 월 평균 배달앱 비용 분포(비프랜차이즈)	147
<표 2-31-1> 사업장 특성별 배달대행 이용 현황(전체)	149
<표 2-31-2> 사업장 특성별 배달대행 이용 현황(프랜차이즈)	150
<표 2-31-3> 사업장 특성별 배달대행 이용 현황(비프랜차이즈)	151
<표 2-32-1> 사업장 특성별 월 평균 배달대행 비용 분포(전체)	153
<표 2-32-2> 사업장 특성별 월 평균 배달대행 비용 분포(프랜차이즈)	154
<표 2-32-3> 사업장 특성별 월 평균 배달대행 비용 분포(비프랜차이즈)	155
<표 2-33-1> 사업장 특성별 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중 분포(전체)	157
<표 2-33-2> 사업장 특성별 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중 분포(프랜차이즈)	158
<표 2-33-3> 사업장 특성별 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중 분포(비프랜차이즈)	159
<표 2-34-1> 사업장 특성별 주요 고객 연령대 분포(전체)	161
<표 2-34-2> 사업장 특성별 주요 고객 연령대 분포(프랜차이즈)	162
<표 2-34-3> 사업장 특성별 주요 고객 연령대 분포(비프랜차이즈)	163
<표 2-35-1> 사업장 특성별 주요 고객 성별 분포(전체)	165
<표 2-35-2> 사업장 특성별 주요 고객 성별 분포(프랜차이즈)	166
<표 2-35-3> 사업장 특성별 주요 고객 성별 분포(비프랜차이즈)	167
<표 2-36-1> 사업장 특성별 주요 유입 고객 분포(전체)	169
<표 2-36-2> 사업장 특성별 주요 유입 고객 분포(프랜차이즈)	170
<표 2-36-3> 사업장 특성별 주요 유입 고객 분포(비프랜차이즈)	171
<표 2-37-1> 대표메뉴별 평균 금액 - 한식/중식/일식 음식점업	172
<표 2-37-2> 대표메뉴별 평균 금액 - 서양식/기타 외국식 음식점업	173
<표 2-37-3> 대표메뉴별 평균 금액 - 기관 구내식당업/출장 및 이동 음식 서비스업	173
<표 2-37-4> 대표메뉴별 평균 금액 - 제과점업/피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업/ 치킨전문점	174

<표 2-37-5> 대표메뉴별 평균 금액 - 김밥 및 기타 간이 음식점업/간이 음식 포장판매 전문점	174
<표 2-37-6> 대표메뉴별 평균 금액 - 일반 유흥 주점업/무도 유흥 주점업	175
<표 2-37-7> 대표메뉴별 평균 금액 - 생맥주 전문점/기타 주점업	175
<표 2-37-8> 대표메뉴별 평균 금액 - 커피전문점/기타 비알콜 음료점업	176
<표 2-38-1> 사업장 특성별 가업승계 여부(전체)	178
<표 2-38-2> 사업장 특성별 가업승계 여부(프랜차이즈)	179
<표 2-38-3> 사업장 특성별 가업승계 여부(비프랜차이즈)	180
<표 2-39-1> 사업장 특성별 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부(전체)	182
<표 2-39-2> 사업장 특성별 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부(프랜차이즈)	183
<표 2-39-3> 사업장 특성별 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부(비프랜차이즈)	184
<표 2-40-1> 사업장 특성별 고용보험 가입 여부(전체)	186
<표 2-40-2> 사업장 특성별 고용보험 가입 여부(프랜차이즈)	187
<표 2-40-3> 사업장 특성별 고용보험 가입 여부(비프랜차이즈)	188
<표 3-1> 품목별 식재료 구매 행태 - 대분류	204
<표 3-2> 품목별 식재료 구매 행태 - 세분류	205
<표 3-3> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 육류 및 축산물류	213
<표 3-4> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 곡류/곡류가공품	216
<표 3-5> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 수산물류	218
<표 3-6> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 채소류	220
<표 3-7> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 과일류	225
<표 3-8> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 장류 및 가공식품	227
<표 3-9> 구매처를 주로 이용하는 이유_1+2순위(중복응답)	232
<표 3-10> 규모별 식재료 구매 행태	235
<표 3-11> 상권별 식재료 구매 행태	242
<표 3-12> 업종(중분류)별 식재료 구매 행태	251
<표 3-13> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태	256
<표 3-14> 한식 세분류별 식재료 구매 행태	261
<표 3-15> 운영형태별 식재료 구매 행태	265
<표 3-16> 연매출규모별 식재료 구매 행태	268
<표 3-17> 업종/한식 세분류/품목/지역/매출액별 국내산 비중 분포	272
<표 3-18> 업종별/품목별 국내산 식재료 사용 비중	274
<표 3-19> 한식 세분류별 국내산 식재료 사용 비중	275
<표 3-20> 국내산 원재료 사용 이유_1+2순위(중복응답)	277
<표 3-21> 수입 원재료 사용 이유_1+2순위(중복응답)	279
<표 3-22> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 원산지 확인 여부	281
<표 3-23> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 결제 방법별 비중	283
<표 3-24> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 결제 주기 분포	285
<표 3-25> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 결제 수단별 비중	287
<표 3-26> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 구매 시 고려 기준_1+2순위 (중복응답)	290
<표 3-27> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 aT 농산물유통정보(KAMIS) 인지 여부	292
<표 3-28> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 가격정보 획득방법 분포 (중복응답)	294
<표 3-29> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 가격정보 획득 노력	296
<표 3-30> 식재료 취급 품목 가이드	297

그림 차례

<그림 2-1> 사업주 연령별 분포	29
<그림 2-2> 총 외식업 종사기간 분포	33
<그림 2-3> 현재 업종 종사기간 분포	37
<그림 2-4> 현 사업장 운영기간 분포	41
<그림 2-5> 주차 가능 여부	45
<그림 2-6> 사업장 신고면적 분포	49
<그림 2-7> 상권분류 분포	53
<그림 2-8> 사업장 상권구분	57
<그림 2-9> 음식점 업종 분포	61
<그림 2-10> 음식점 업종 - 한식 분포	61
<그림 2-11> 과세종류	70
<그림 2-12> 사업장 임차 여부	74
<그림 2-13> 사업장 임대계약 기간 분포	78
<그림 2-14> 사업장 임차보증금 분포	82
<그림 2-15> 사업장 월세 분포	86
<그림 2-16> 사업장 임차권리금 분포	90
<그림 2-17> 1일 기준 영업시간 분포	94
<그림 2-18> 한 달 평균 영업일수 분포	98
<그림 2-19> 테이블 수 분포	102
<그림 2-20> 전체 좌석 수 분포	106
<그림 2-21> 운영형태 분포	110
<그림 2-22> 최초 인테리어 비용 분포	112
<그림 2-23> 가장 최근 리모델링 비용 분포	116
<그림 2-24> 리모델링 경과년수 분포	120
<그림 2-25> 리모델링 형태 분포	124
<그림 2-26> 포스단말기 사용 여부 분포	128
<그림 2-27> 무인 주문기(키오스크) 사용 여부 분포	132
<그림 2-28> 서비스 유형 분포	136
<그림 2-29> 배달앱 이용 현황	140
<그림 2-30> 월 평균 배달앱 비용 분포	144
<그림 2-31> 배달대행 이용 현황	148
<그림 2-32> 월 평균 배달대행 비용 분포	152
<그림 2-33> 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중 분포	156
<그림 2-34> 주요 고객 연령 분포	160
<그림 2-35> 주요 고객 성별 분포	164
<그림 2-36> 주요 유입 고객 분포	168
<그림 2-37> 가업승계 여부 분포	177

<그림 2-38> 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부	181
<그림 2-39> 고용보험 가입 여부	185
<그림 3-1> 품목별 식재료 구매 행태 - 육류 및 축산물류	206
<그림 3-2> 품목별 식재료 구매 행태 - 곡류/곡류가공품	206
<그림 3-3> 품목별 식재료 구매 행태 - 수산물류	207
<그림 3-4> 품목별 식재료 구매 행태 - 채소류	207
<그림 3-5> 품목별 식재료 구매 행태 - 과일류	208
<그림 3-6> 품목별 식재료 구매 행태 - 장류 및 가공식품	208
<그림 3-7> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 쇠고기	214
<그림 3-8> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 돼지고기	214
<그림 3-9> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 닭고기	215
<그림 3-10> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 달걀	215
<그림 3-11> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 쌀	217
<그림 3-12> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 밀가루	217
<그림 3-13> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 오징어	219
<그림 3-14> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 멸치	219
<그림 3-15> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 마늘	221
<그림 3-16> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 양파	221
<그림 3-17> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 파(대파)	222
<그림 3-18> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 고추	222
<그림 3-19> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 무	223
<그림 3-20> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 배추	223
<그림 3-21> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 당근	224
<그림 3-22> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 감자	224
<그림 3-23> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 사과	226
<그림 3-24> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 배	226
<그림 3-25> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 고추장	228
<그림 3-26> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 된장	228
<그림 3-27> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 간장	229
<그림 3-28> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 김치	229
<그림 3-29> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 고춧가루	230
<그림 3-30> 구매처를 주로 이용하는 이유_1+2순위(중복응답)	231
<그림 3-31> 규모별 식재료 구매 행태 - 30m ² 미만	236
<그림 3-32> 규모별 식재료 구매 행태 - 30m ² ~50m ² 미만	236
<그림 3-33> 규모별 식재료 구매 행태 - 50m ² ~100m ² 미만	237
<그림 3-34> 규모별 식재료 구매 행태 - 100m ² ~300m ² 미만	237
<그림 3-35> 규모별 식재료 구매 행태 - 300m ² 이상	238
<그림 3-36> 상권별 식재료 구매 행태 - 고밀도 주거지	243
<그림 3-37> 상권별 식재료 구매 행태 - 저밀도 주거지	243
<그림 3-38> 상권별 식재료 구매 행태 - 대학 및 학원가	244

<그림 3-39> 상권별 식재료 구매 행태 - 역세권	244
<그림 3-40> 상권별 식재료 구매 행태 - 오피스	245
<그림 3-41> 상권별 식재료 구매 행태 - 유흥상업지	245
<그림 3-42> 상권별 식재료 구매 행태 - 일반상업지	246
<그림 3-43> 상권별 식재료 구매 행태 - 재래시장	246
<그림 3-44> 상권별 식재료 구매 행태 - 기타	247
<그림 3-45> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 일반음식점업	252
<그림 3-46> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 기관구내식당업	252
<그림 3-47> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 출장 및 이동음식업	253
<그림 3-48> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 기타 음식점업	253
<그림 3-49> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 주점업	254
<그림 3-50> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 비알콜 음료점업	254
<그림 3-51> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 한식	257
<그림 3-52> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 중식	257
<그림 3-53> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 일식	258
<그림 3-54> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 서양식	258
<그림 3-55> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 기타 외국식	259
<그림 3-56> 한식 세분류별 식재료 구매 행태 - 한식 일반	262
<그림 3-57> 한식 세분류별 식재료 구매 행태 - 한식 면류	262
<그림 3-58> 한식 세분류별 식재료 구매 행태 - 한식 육류	263
<그림 3-59> 한식 세분류별 식재료 구매 행태 - 한식 해산물류	263
<그림 3-60> 운영형태별 식재료 구매 행태 - 독립운영	266
<그림 3-61> 운영형태별 식재료 구매 행태 - 프랜차이즈	266
<그림 3-62> 연매출규모별 식재료 구매 행태 - 5천만 원 미만	269
<그림 3-63> 연매출규모별 식재료 구매 행태 - 5천~1억 미만	269
<그림 3-64> 연매출규모별 식재료 구매 행태 - 1억~5억 미만	270
<그림 3-65> 연매출규모별 식재료 구매 행태 - 5억 이상	270
<그림 3-66> 세부 품목별 국내산 비중 분포	271
<그림 3-67> 국내산 원재료 사용 이유_1+2순위(중복응답)	276
<그림 3-68> 수입 원재료 사용 이유_1+2순위(중복응답)	278
<그림 3-69> 식재료 원산지 확인 여부	280
<그림 3-70> 식재료 결제 방법	282
<그림 3-71> 외상거래 시 결제 주기 분포	284
<그림 3-72> 식재료 결제 수단별 비중	286
<그림 3-74> 식재료 구매 시 고려 기준(1+2순위)	289
<그림 3-73> aT 농산물유통정보(KAMIS) 인지 여부	291
<그림 3-75> 식재료 가격 정보 획득 방법 분포	293
<그림 3-76> 가격정보를 얻기 위한 노력	295



1편: 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적
2. 조사 체계
3. 조사 방법
4. 조사 내용
5. 검증 방법

1편: 조사개요 요약

조사 대상	전국 외식업체 사업주 및 실제 운영자 (경우에 따라 매니저 및 유사 업무 담당자 진행)
조사 지역	- 전국 17개 시도 (세종시 포함) - 분석 시 6개 권역으로 구분함
조사 규모	전국 3,018개 외식업체
표본 설계	- 모집단: 2017년 기준 전국사업체 조사의 제10차 한국표준산업분류 기준 "음식점업 및 주점업(56)"에 해당하는 691,376개 사업체 - 표본배분: 조사 모집단의 업종별 및 종사자 규모별로 층화, 지역별 내적 층화 실시 - 무응답 등에 대한 가중치 조정 실시
조사 방법	전문면접원 투입을 통한 면대면조사(Face to Face Interview)
조사 내용	- 외식업체 사업자: 업소명, 사업주연령, 사업년수, 사업장 신고면적 등 - 사업장 정보: 상권분류, 업종, 영업시간, 영업일수, 주요 고객 특성 등 - 사업장 식재료 구매현황: 식재료 구매 행태, 식재료 거래 특성
분석 방법	통계 패키지(SPSS ver 20.0)를 활용한 자료분석(빈도 및 교차분석) 절차를 거쳐 통계량을 산출하였으며, 이 과정에서 모집단 기준 지역*업종*근로자 수 규모에 따른 가중치를 적용함
조사 기간	- 조사기간: 2019. 7. 24. ~ 2019. 10. 31 (약 3개월) - 응답값 시점 기준 · 사업자 및 사업장 정보: 2019년 8월 기준 · 사업장 식재료 구매현황: 조사시점(조사기간과 동일)
조사 기관	(주)코리아데이터네트워크

1. 조사 배경 및 목적

- 국내 외식산업은 그 양적 규모에 비해 질적 수준을 대변하는 정보인프라는 매우 부족하여 상대적으로 타 산업에 비해 비효율성이 크게 나타나고 있음.
- 본 조사의 목적은 전국 외식업체의 식재료 구매량, 구매액, 주요 구매처, 국내산 사용 비중, 식재료 구매 등 식재료 원료 조달 및 이용실태를 업종별·운영형태별·지역별·매출액별로 파악함으로써 식품수급과 외식산업 경쟁력 제고를 위해 필요한 정책수립의 기초 자료로 활용하는 것임.
- 또한 외식산업 이해관계자에게 식재료 거래정보를 제공하여 효율적인 의사결정을 지원하고 외식산업과 농업의 연계발전을 도모하는데 그 목적이 있음.

1-2. 조사 연혁

- 「외식업체 식재료 구매현황 조사」는 2015년부터 조사되어 올해로 5번째 조사를 맞이함.
- 한국농수산식품유통공사(aT)에서 「2015년 외식업체 식재료 구매 현황 조사」라는 이름으로 조사가 수행되었으며, 2016년부터는 식품산업정보분석 전문기관(한국농촌경제연구원) 사업의 일환으로 외식업 경영실태 조사를 매년 한국농촌경제연구원에서 수행해 옴.

<표 1-1> 조사 연혁

연도	조사명	수행기관
2015년	2015 외식업체 식재료 구매현황 조사	한국농수산식품유통공사(aT)
2016년	2016 외식업체 식재료 구매현황 조사	한국농촌경제연구원(KREI)
2017년	2017 외식업체 식재료 구매현황 조사	한국농촌경제연구원(KREI)
2018년	2018 외식업체 식재료 구매현황 조사	한국농촌경제연구원(KREI)
2019년	2019 외식업체 식재료 구매현황 조사	한국농촌경제연구원(KREI)

2. 조사 체계

2-1. 표본설계

1) 모집단 자료 (2017년 기준 전국사업체조사)

- 제10차 한국표준산업분류 기준 “음식점업 및 주점업(56)”에 해당하는 모든 사업체를 대상으로 함.
- 2019년 5월 기준, 가장 최근 공표된 통계청 「2017년 기준 전국사업체조사」에 “음식점업 및 주점업(56)”으로 등록되어 있는 모집단 명부 활용. 승인통계에 제공되는 통계청 명부서비스를 이용함.

<표 1-2> 2017 한국표준산업분류: 음식점 및 주점업

대분류	중분류	소분류	세분류 ¹⁾	세세분류
숙박 및 음식점업	음식점 및 주점업 (56)	음식점업 (561)	한식 음식점업 (5611)	한식 일반 음식점업 (56111)
				한식 면요리 전문점 (56112)
				한식 육류요리 전문점 (56113)
				한식 해산물요리 전문점 (56114)
			외국식 음식점업 (5612)	중식 음식점업 (56121)
				일식 음식점업 (56122)
				서양식 음식점업 (56123)
				기타 외국식 음식점업 (56129)
			기관 구내식당업 (5613)	기관 구내식당업 (56130)
			출장 및 이동 음식점업 (5614)	출장 음식 서비스업 (56141)
		이동 음식점업 (56142) ²⁾		
		제과점업 (56191)		
		기타 간이 음식점업 (5619)	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업 (56192)	
			치킨전문점 (56193)	
			김밥 및 기타 간이 음식점업 (56194)	
			간이음식 포장 판매 전문점 (56199)	
			일반 유흥주점업 (56211)	
주점 및 비알코올 음료점업 (562)	주점업 (5621)	무도 유흥주점업 (56212)		
		생맥주 전문점 (56213)		
		기타 주점업 (56219)		
	비알코올 음료점업 (5622)	커피전문점 (56221)		
		기타 비알코올 음료점업 (56229)		

1) 2016 한국표준산업분류와의 비교

- 세분류에서, “일반음식점업”이 “한식 음식점업”과 “외국식 음식점업”으로 세분됨.
 - 세세분류에서, “한식 일반 음식점업”이 “한식 일반 음식점업”, “한식 면요리 전문점”, “한식 육류요리 전문점”, “한식 해산물요리 전문점”으로 세분됨.
 - 세세분류에서, “분식 및 김밥전문점”과 “그 외 기타 음식점업”이 삭제되고, “김밥 및 기타 간이 음식점업”과 “간이음식 포장 판매 전문점”이 추가됨.
 - 세세분류에 “생맥주 전문점”이 추가됨.
 - 세세분류에서, “비알코올 음료점업”이 “커피전문점”과 “기타 비알코올 음료점업”으로 세분됨.
- 2) 2017 한국표준산업분류에는 항목이 존재하지만, 2017 전국사업체 조사에서 본 항목으로 집계된 업체는 없음. 즉, 빈도수가 0임.

2) 모집단 분석

○ 전체 691,376개의 사업체 중, 업종별로는 한식 일반 음식점업이 가장 많고(27.8%), 다음으로 기타 주점업(11.5%), 한식 육류요리 전문점(9.8%), 그리고 커피전문점(8.2%)이 큰 비중을 보여줌(<표 1-3> 참조).

- 종사자 규모별로는 1인 사업체 27.2%, 2인 사업체 31.5% 등으로, 종사자가 1인 이상 4인 이하의 사업체들이 전체 외식사업체의 86.4%를 차지함.

<표 1-3> 업종별 종사자 규모별 사업체 수

(단위 : 개)

업종	1인	2인	3~4인	5~9인	10~49인	50인 이상	계	비중
한식 일반	51,039	60,720	56,804	20,236	3,233	92	192,124	27.8%
한식 면요리	5,362	7,226	6,547	2,082	231	2	21,450	3.1%
한식 육류요리	9,615	21,542	24,941	9,881	1,721	33	67,733	9.8%
한식 해산물요리	4,042	10,527	11,188	3,281	339	3	29,380	4.2%
중식 음식점업	1,320	8,096	9,625	5,016	775	7	24,839	3.6%
일식 음식점업	1,138	2,769	4,445	2,602	720	12	11,686	1.7%
서양식 음식점업	1,810	2,671	3,249	2,568	1,369	145	11,812	1.7%
기타 외국식 음식점업	425	905	1,255	928	282	3	3,798	0.5%
기관 구내식당업	1,264	1,873	3,705	2,994	1,237	83	11,156	1.6%
출장 음식 서비스업	81	99	171	104	39	0	494	0.1%
제과점업	2,942	4,258	5,166	3,886	804	17	17,073	2.5%
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	3,854	5,150	3,959	2,596	2,080	141	17,780	2.6%
치킨전문점	8,847	17,911	9,302	1,864	175	0	38,099	5.5%
김밥 및 기타 간이 음식점업	15,534	12,703	9,694	3,695	306	1	41,933	6.1%
간이음식 포장 판매 전문점	3,046	2,417	1,364	336	123	16	7,302	1.1%
일반 유흥주점업	9,757	10,767	8,758	2,676	357	2	32,317	4.7%
무도 유흥주점업	564	552	406	90	108	18	1,738	0.3%
생맥주 전문점	2,025	2,728	1,942	431	28	0	7,154	1.0%
기타 주점업	36,478	25,735	13,956	3,203	319	0	79,691	11.5%
커피전문점	20,134	14,493	12,589	7,866	1,841	5	56,928	8.2%
기타 비알코올 음료점업	8,856	4,361	2,670	901	101	0	16,889	2.4%
계	188,133	217,503	191,736	77,236	16,188	580	691,376	
비중	27.2%	31.5%	27.7%	11.2%	2.3%	0.1%		

- 전국의 “음식점업 및 주점업” 종사자는 총 2,035,457명이며, 이 중 “한식 일반 음식점업” 종사자가 전체의 26.6%를 차지하여 가장 많고, 그 다음으로 “한식 육류요리 전문점”의 종사자가 11.0%를 차지하고 있음(<표 1-4> 참조).
- 한편, 지역별로 사업체 규모를 비교하면, 경기도에 전체 외식업 사업체의 20.5%인 141,634개 업체가 있으며, 다음으로 서울에 17.8%인 123,127개 업체가 있으며, 세종시에는 전체의 0.4%인 2,964개 업체가 있는 것으로 파악됨(<표 1-5> 참조).

<표 1-4> 업종별 종사자 규모별 종사자 수

(단위 : 명)

	1인	2인	3~4인	5~9인	10~49인	50인 이상	계	비 중
한식 일반	51,039	121,440	191,034	121,159	49,821	7,393	541,886	26.6%
한식 면요리	5,362	14,452	22,001	12,469	3,229	132	57,645	2.8%
한식 육류요리	9,615	43,084	84,675	60,175	24,921	2,328	224,798	11.0%
한식 해산물요리	4,042	21,054	37,744	19,536	4,712	169	87,257	4.3%
중식 음식점업	1,320	16,192	32,807	30,695	10,627	446	92,087	4.5%
일식 음식점업	1,138	5,538	15,304	16,114	11,375	693	50,162	2.5%
서양식 음식점업	1,810	5,342	11,113	16,475	25,894	9,565	70,199	3.4%
기타 외국식 음식점업	425	1,810	4,286	5,923	3,846	168	16,458	0.8%
기관 구내식당업	1,264	3,746	12,830	18,654	21,671	10,505	68,670	3.4%
출장 음식 서비스업	81	198	592	663	709	0	2,243	0.1%
제과점업	2,942	8,516	17,822	24,363	11,817	1,327	66,787	3.3%
피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업	3,854	10,300	13,343	16,926	37,445	8,384	90,252	4.4%
치킨전문점	8,847	35,822	30,571	10,842	2,296	0	88,378	4.3%
김밥 및 기타 간이 음식점업	15,534	25,406	32,658	22,143	3,871	70	99,682	4.9%
간이음식 포장 판매 전문점	3,046	4,834	4,506	1,997	2,951	980	18,314	0.9%
일반 유흥주점업	9,757	21,534	28,965	16,044	5,229	155	81,684	4.0%
무도 유흥주점업	564	1,104	1,345	569	2,391	1,285	7,258	0.4%
생맥주 전문점	2,025	5,456	6,460	2,509	399	0	16,849	0.8%
기타 주점업	36,478	51,470	46,056	18,999	4,057	0	157,060	7.7%
커피전문점	20,134	28,986	42,431	49,874	22,638	449	164,512	8.1%
기타 비알코올 음료점업	8,856	8,722	8,896	5,441	1,361	0	33,276	1.6%
계	188,133	435,006	645,439	471,570	251,260	44,049	2,035,457	
비 중	9.2%	21.4%	31.7%	23.2%	12.3%	2.2%		

<표 1-5> 지역별 종사자 규모별 사업체 수

(단위 : 개)

	1인	2인	3~4인	5~9인	10~49인	50인 이상	계
서울	27,556	32,623	37,793	19,673	5,278	204	123,127
부산	13,125	15,924	13,376	5,320	1,253	67	49,065
대구	9,564	11,213	8,596	3,354	718	25	33,470
인천	9,292	10,245	8,904	3,672	838	26	32,977
광주	4,467	6,000	5,737	2,418	383	9	19,014
대전	4,944	6,584	5,602	2,396	481	21	20,028
울산	5,789	5,531	4,291	1,678	260	12	17,561
세종	681	889	907	413	74	0	2,964
경기	32,000	44,243	42,705	18,659	3,912	115	141,634
강원	10,478	10,410	7,327	2,298	394	5	30,912
충북	7,846	8,526	6,220	1,978	344	12	24,926
충남	9,188	10,840	8,600	2,778	399	23	31,828
전북	6,930	7,856	6,921	2,428	307	7	24,449
전남	9,236	9,370	7,315	1,907	262	6	28,096
경북	16,309	14,722	9,693	2,639	435	13	43,811
경남	17,566	18,510	13,619	3,864	594	26	54,179
제주	3,162	4,017	4,130	1,761	256	9	13,335
계	188,133	217,503	191,736	77,236	16,188	580	691,376

- 지역별 업종별 사업체 규모에 대한 분석 결과, 40,015개(20.8%)의 “한식 일반 음식점”들이 경기도에 있으며, 그 다음으로 서울에 30,467개(15.9%) 한식 일반 음식점들이 있는 것으로 파악됨(<표 1-6> 참조).
 - “중식 음식점업”의 경우 경기도에 21.1%인 5,232개 업체가 있으며, 그 다음으로 서울에 19.2%로 4,770개 업체가 있는 것으로 파악됨.
 - “일식 음식점업”, “서양식 음식점업” 및 “기타 외국식 음식점업”의 경우 서울의 비중이 가장 높아 각각 35.0%, 29.8%, 36.7%로 나타났고, 경기도는 각각 22.1%, 18.0%, 26.4%로 파악됨.

<표 1-6> 지역별 업종별 사업체 수

(단위 : 개)

	한식 일반	한식 면요리	한식 육류	한식 해산물	중식	일식	서양식	기타 외국식	기관 구내 식당업	출장 음식 서비스	이동 음식점
서울	30,467	3,674	10,211	3,537	4,770	4,087	3,523	1,393	1,287	101	3,748
부산	11,650	1,579	4,263	2,944	1,759	823	710	213	776	3	1,117
대구	8,536	1,219	2,840	1,173	1,266	509	652	147	575	57	924
인천	8,805	977	2,648	1,496	1,143	489	416	169	829	37	777
광주	4,813	313	1,926	717	528	257	314	70	314	13	513
대전	5,509	835	2,215	643	593	363	330	89	271	19	478
울산	4,472	541	1,990	919	574	197	308	53	323	14	360
세종	960	97	280	76	128	53	69	20	73	0	90
경기	40,015	4,245	14,072	4,694	5,232	2,587	2,124	1,003	2,725	96	3,869
강원	9,737	1,416	3,550	1,742	1,010	258	445	42	256	20	541
충북	8,082	912	2,883	772	954	227	290	81	513	43	514
충남	10,609	1,058	3,166	1,480	1,264	316	411	111	649	31	669
전북	7,612	691	2,263	1,044	1,008	279	403	67	359	11	570
전남	9,000	404	2,862	1,743	865	219	290	49	344	11	572
경북	13,174	1,451	5,066	2,121	1,652	328	517	86	727	21	893
경남	15,050	1,598	6,042	3,540	1,756	505	719	162	1,040	7	1,110
제주	3,633	440	1,456	739	337	189	291	43	95	10	328
계	192,124	21,450	67,733	29,380	24,839	11,686	11,812	3,798	11,156	494	17,073

<표 1-6> 지역별 업종별 사업체 수 (계속)

(단위 : 개)

	피자/ 햄버거	치킨 전문점	김밥/ 간이 음식	간이 음식 포장	일반 음식 주점업	무도 음식 주점업	생맥주 전문점	기타 주점업	커피 전문점	기타 비알콜 음료점	계
서울	3,749	5,413	8,480	1,428	4,109	206	1,947	14,520	13,662	2,815	123,127
부산	1,166	2,752	3,294	540	3,427	61	637	6,859	3,596	896	49,065
대구	818	1,942	2,276	385	1,467	95	270	4,694	2,975	650	33,470
인천	926	1,956	2,296	432	1,294	65	322	4,321	2,743	836	32,977
광주	578	1,066	1,098	225	907	92	209	2,812	1,967	282	19,014
대전	620	1,378	1,321	150	482	32	181	2,079	2,062	378	20,028
울산	450	1,081	1,004	164	1,321	67	106	2,031	1,141	445	17,561
세종	91	195	166	26	68	0	33	205	266	68	2,964
경기	4,066	8,673	8,754	1,328	5,753	403	2,005	14,668	12,524	2,798	141,634
강원	646	1,507	1,430	511	1,385	99	151	3,344	1,981	841	30,912
충북	576	1,432	1,458	294	830	53	275	2,505	1,490	742	24,926
충남	731	1,876	1,812	281	1,218	81	226	3,009	1,869	961	31,828
전북	554	1,378	1,325	284	965	86	138	2,805	1,886	721	24,449
전남	556	1,343	1,365	208	1,520	137	132	4,001	1,663	812	28,096
경북	851	2,508	2,341	435	2,022	110	177	4,736	2,692	1,903	43,811
경남	1,142	3,073	2,904	462	4,193	144	292	5,827	3,282	1,331	54,179
제주	260	526	609	149	1,356	7	53	1,275	1,129	410	13,335
계	17,780	38,099	41,933	7,302	32,317	1,738	7,154	79,691	56,928	16,889	691,376

○ <표 1-8>은 2017년 말 기준으로 영업 중인 외식업 사업체들의 평균 영업년수를 나타내며, 전국 평균 영업년수는 5.3년으로 계산됨.³⁾

- 업종별로는 한식 일반(평균 6.5년), 한식 면요리(6.0년), 한식 해산물(6.7년), 중식 음식점(6.6년), 출장음식 서비스업(6.4년) 등의 업종이 비교적 긴 영업년수를 보여줌. 이에 반해, 기타 외국식(2.5년), 커피전문점 (2.7년) 등의 영업년수가 짧음.⁴⁾
- 종사자 규모별로는 종사자 50인 이상의 대형사업체들(평균 8.8년)의 영업년수가 길었으며, 종사자수 9인 이하의 사업체 중에서는 1인 사업체(평균 5.7년)가 2~9인 사업체들보다 평균 영업년수가 길었음.

<표 1-7> 업종별 종사자 규모별 평균 영업년수

(단위 : 년)

	1인	2인	3~4인	5~9인	10~49인	50인 이상	업종별 평균
한식 일반	7.4	6.3	6.1	5.6	5.6	8.1	6.5
한식 면요리	6.2	5.7	5.9	6.5	7.2	34.0	6.0
한식 육류요리	6.5	5.7	5.3	4.8	5.3	9.8	5.5
한식 해산물요리	7.3	7.0	6.6	5.8	5.7	14.2	6.7
중식 음식점업	7.2	8.2	6.0	5.1	5.7	4.6	6.6
일식 음식점업	3.1	3.3	3.8	3.7	3.8	4.0	3.6
서양식 음식점업	3.8	3.7	3.5	3.5	4.1	9.0	3.7
기타 외국식 음식점업	2.5	1.8	2.4	3.0	3.2	1.1	2.5
기관 구내식당업	5.5	5.1	5.7	6.4	6.6	10.5	5.9
출장 음식 서비스업	5.4	5.5	7.3	7.0	5.2		6.4
제과점업	4.0	5.7	5.2	5.0	5.4	15.8	5.1
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	4.5	4.3	3.6	3.9	5.6	6.9	4.3
치킨전문점	5.6	5.3	4.1	3.8	5.3		5.0
김밥 및 기타 간이 음식점업	5.9	5.3	5.0	5.0	5.7	0.5	5.4
간이음식 포장 판매 전문점	4.9	4.1	3.6	3.1	10.3	20.6	4.4
일반 유흥주점업	4.9	3.7	3.5	3.1	2.9	2.5	3.9
무도 유흥주점업	5.1	4.0	4.0	5.0	4.5	5.0	4.5
생맥주 전문점	4.1	3.8	3.5	3.4	4.1		3.8
기타 주점업	5.2	4.1	3.8	3.2	3.4		4.5
커피전문점	2.7	2.3	2.8	3.1	4.1	5.3	2.7
기타 비알코올 음료점업	5.7	3.6	3.1	2.9	2.9		4.6
종사자 규모별 평균	5.7	5.3	5.1	4.7	5.1	8.8	5.3

3) 창업 후, 일시 휴업 기간 등은 고려되어 있지 않으므로, 실제 영업개월수와는 약간의 차이가 있을 수 있음.

4) 2017년 조사 당시 영업 중인 업체들을 대상으로 계산한 영업개월수로, 창업부터 폐업까지의 기간으로 계산하는 “사업체 평균 수명”과는 다름.

3) 전국사업체조사 모집단 추세 분석(2014-2017)

○ 분석 대상 및 내용

- 분석자료: 통계청 마이크로데이터 통합서비스(MDIS)에서 제공하는 「전국사업체조사」 추출데이터
- 대상년도: 첫번째 「외식업 경영실태 조사」 모집단이었던 2014년부터 최근 자료인 2017년
- 변수: 추출데이터에서 제공하는 주요 변수들 중 행정구역, 산업분류, 종사자수 등을 사용하여 종 단면 분석 실시

○ 분석 결과

- 전국적으로 외식업체 사업체수와 전체 종사자수는 모두 증가세를 보이고 있음(<표 1-9> 참조).
- 사업체수의 경우, 2014년 조사 기준 650,467개의 외식업 사업체가 2017년 조사 기준 691,376개로 늘어서, 3년간 약 6.3%의 증가율을 보여줌.
- 전체 종사자수의 경우, 2014년 조사 기준 전체 1,893,938명의 종사자수가 2017년 기준 2,035,457명으로 증가하여 3년간 약 7.4%의 증가율을 보여줌.
- 시·도 별 사업체수와 전체 종사자수도 증가세를 보이고 있음(<표 1-10> 및 <표 1-11> 참조).
- 2016년 기준 조사와 2017년 기준 조사를 비교 시, 대부분의 시·도에서 총 사업체수가 증가하였으며, 특히 세종시(12.1% 증가)와 제주도(8.0% 증가)에서 증가율이 큼.
- 전체 외식업체 종사자수도 대부분의 시·도에서 증가하였으며, 세종시(12.1% 증가)와 제주도(6.9% 증가)에서 상대적으로 증가율이 큼.
- 인구가 가장 많은 경기도에서 전체 사업체수는 4,128개 증가하였으며, 전체 종사자는 17,666명 늘어났음.

<표 1-8> 전국 외식업 사업체수 및 종사자수 증감

조사 기준년도	2014	2015	2016	2017
사업체수	650,467	656,687	674,664	691,376
전년도 대비 증감		6,220	17,977	16,712
전년도 대비 증감률		1.0%	2.7%	2.5%
종사자수	1,893,938	1,943,182	1,987,276	2,035,457
전년도 대비 증감		49,244	44,094	48,181
전년도 대비 증감률		2.6%	2.3%	2.4%
사업체당 평균 종사자수	2.91	2.96	2.95	2.94
전년도 대비 증감		0.05	-0.01	0.00
전년도 대비 증감률		1.6%	-0.5%	-0.1%

<표 1-9> 시도별 외식업 사업체수 증감

(단위 : 개)

조사 기준년도	2014	2015	2016	2017
서울특별시	119,635	119,701	121,155	123,127
전년도대비 증감률	0.0%	0.1%	1.2%	1.6%
부산광역시	47,454	47,033	48,268	49,065
전년도대비 증감률	0.0%	-0.9%	2.6%	1.7%
대구광역시	31,391	31,570	32,809	33,470
전년도대비 증감률	0.0%	0.6%	3.9%	2.0%
인천광역시	30,694	30,934	31,972	32,977
전년도 대비 증감률	0.0%	0.8%	3.4%	3.1%
광주광역시	17,428	17,899	18,427	19,014
전년도 대비 증감률	0.0%	2.7%	2.9%	3.2%
대전광역시	18,778	19,216	19,667	20,028
전년도 대비 증감률	0.0%	2.3%	2.3%	1.8%
울산광역시	16,265	16,683	17,149	17,561
전년도 대비 증감률	0.0%	2.6%	2.8%	2.4%
세종특별자치시	1,926	2,286	2,644	2,964
전년도 대비 증감률	0.0%	18.7%	15.7%	12.1%
경기도	130,641	132,258	137,506	141,634
전년도 대비 증감률	0.0%	1.2%	4.0%	3.0%
강원도	29,405	29,310	30,077	30,912
전년도 대비 증감률	0.0%	-0.3%	2.6%	2.8%
충청북도	23,264	23,692	24,527	24,926
전년도 대비 증감률	0.0%	1.8%	3.5%	1.6%
충청남도	29,381	30,085	30,902	31,828
전년도 대비 증감률	0.0%	2.4%	2.7%	3.0%
전라북도	23,238	23,636	23,852	24,449
전년도 대비 증감률	0.0%	1.7%	0.9%	2.5%
전라남도	26,315	26,820	27,254	28,096
전년도 대비 증감률	0.0%	1.9%	1.6%	3.1%
경상북도	42,496	42,754	43,331	43,811
전년도 대비 증감률	0.0%	0.6%	1.3%	1.1%
경상남도	50,898	51,191	52,777	54,179
전년도 대비 증감률	0.0%	0.6%	3.1%	2.7%
제주특별자치도	11,258	11,619	12,347	13,335
전년도 대비 증감률	0.0%	3.2%	6.3%	8.0%

<표 1-10> 시도별 외식업 종사자수 증감

(단위 : 명)

조사 기준년도	2014	2015	2016	2017
서울특별시	425,950	444,359	436,034	439,854
전년도 대비 증감률		4.3%	-1.9%	0.9%
부산광역시	138,490	138,967	145,027	146,852
전년도 대비 증감률		0.3%	4.4%	1.3%
대구광역시	87,213	87,541	93,075	93,610
전년도 대비 증감률		0.4%	6.3%	0.6%
인천광역시	89,443	92,313	94,978	97,682
전년도 대비 증감률		3.2%	2.9%	2.8%
광주광역시	51,346	52,995	55,438	56,988
전년도 대비 증감률		3.2%	4.6%	2.8%
대전광역시	55,586	57,590	59,019	60,494
전년도 대비 증감률		3.6%	2.5%	2.5%
울산광역시	45,587	45,586	47,656	47,969
전년도 대비 증감률		0.0%	4.5%	0.7%
세종특별자치시	5,553	7,287	8,154	9,137
전년도 대비 증감률		31.2%	11.9%	12.1%
경기도	404,755	416,907	430,129	447,795
전년도 대비 증감률		3.0%	3.2%	4.1%
강원도	70,826	71,122	73,341	76,148
전년도 대비 증감률		0.4%	3.1%	3.8%
충청북도	58,664	59,757	62,162	63,702
전년도 대비 증감률		1.9%	4.0%	2.5%
충청남도	75,431	78,480	81,303	84,574
전년도 대비 증감률		4.0%	3.6%	4.0%
전라북도	62,534	63,586	64,275	66,004
전년도 대비 증감률		1.7%	1.1%	2.7%
전라남도	63,272	64,165	65,599	68,271
전년도 대비 증감률		1.4%	2.2%	4.1%
경상북도	97,826	98,534	100,490	101,793
전년도 대비 증감률		0.7%	2.0%	1.3%
경상남도	128,519	128,389	132,918	134,297
전년도 대비 증감률		-0.1%	3.5%	1.0%
제주특별자치도	32,943	35,604	37,678	40,287
전년도 대비 증감률		8.1%	5.8%	6.9%

4) 표본배분

- 총 조사비용 예산 안에서, 표본의 대표성과 효율성을 높이기 위하여, 층화계통추출법(stratified systematic sampling)을 적용하여 표본을 배분하였음.
- 「2017년 기준 전국사업체조사」 모집단 명부를 추출틀(sampling frame)로 사용함.
- 총 조사비용을 고려하여 전체 목표 표본수는 3,000개로 설정함.
- 표본조사 후 추정 효율성을 고려하여, (a) 층(stratum)내 표본수가 일정 숫자 이상이 되도록 관리함과 동시에, (b) 각 층의 표준오차를 적당한 수준으로 유지함을 목표로 설정함.
- 두 가지 표본배정 목표에 부합하는 강제배정과 제공근비례배정 방법을 단계적으로 사용함.
 - 강제배정: 각 층의 목표표본수가 일정 숫자 이상이 되도록 관리함.
 - 총 사업체수가 500인 이하인 층은 강제로 20개의 표본을 배정함.
 - 제공근 비례배정: 각 층의 표준오차를 적당한 수준으로 유지하기 위해서는 층 내 사업체 수가 많을수록, 더 많은 수의 표본을 뽑아야 함.
 - 위의 1단계에서 강제배정이 되지 않은 층들을 대상으로 제공근 비례배정을 사용하여 표본을 배정함.

$$\text{층 } h \text{의 목표표본수: } n_h = \frac{\sqrt{N_h}}{\sum_{k \in \Omega} \sqrt{N_k}} \left(3000 - \sum_{k \notin \Omega} n_k \right)$$

N_h : 층 h 의 총 사업체수 (<표 1-3> 참조)

Ω : 1단계에서 강제배정을 하지 않은 층

- <표 1-12>는 위의 표본배정에 의하여 결정된 각 층의 목표표본수를 표시함.
- 외식업체 표본조사의 결과는 층화변수인 업종별, 종사자별 뿐 아니라, 지역별 특성의 형태로도 요약됨. 따라서 최종목표표본에 각 지역별 사업체들이 충분히 들어가게 하기 위한 장치가 필요함. 이를 위하여, 각 조사층 내에서 사업체들을 "행정구역코드"로 정렬한 후, 일정한 간격에 따라 계통추출함.⁵⁾
- 조사층 h 내 총 N_h 개의 사업체에서 n_h 개의 표본을 추출하므로, 정렬된 사업체들을 매 N_h / n_h 개의 간격을 두고 추출함.

5) 이렇게 사업체들을 지역별로 정렬한 후 계통추출을 할 경우, 다양한 지역들이 골고루 표본에 들어가게 됨. 이러한 계통추출법의 특성은 층화추출법의 장점과 비슷하여, "내재적 층화"라고도 불리움.

<표 1-11> 층별 목표표본수 n_h 6)

(단위 : 개)

	1인	2인	3~4인	5~9인	10~49인	50인 이상	계
한식 일반	84	91	88	53	21	20	357
한식 면요리	28	31	30	17	20	2	128
한식 육류요리	37	54	58	37	15	20	221
한식 해산물요리	24	38	39	21	20	3	145
중식 음식점업	14	33	36	26	10	7	126
일식 음식점업	12	19	25	19	10	12	97
서양식 음식점업	16	19	21	19	14	20	109
기타 외국식 음식점업	20	11	13	11	20	3	78
기관 구내식당업	13	16	22	20	13	20	104
출장 음식 서비스업	20	20	20	20	20	0	100
제과점업	20	24	27	23	10	17	121
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	23	27	23	19	17	20	129
치킨전문점	35	49	36	16	20	0	156
김밥 및 기타 간이 음식점업	46	42	36	22	20	1	167
간이음식 포장 판매 전문점	20	18	14	20	20	16	108
일반 유흥주점업	36	38	35	19	20	2	150
무도 유흥주점업	9	9	20	20	20	19	97
생맥주 전문점	17	19	16	20	20	0	92
기타 주점업	71	59	44	21	20	0	215
커피전문점	52	44	41	33	16	5	191
기타 비알코올 음료점업	35	24	19	11	20	0	109
계	632	685	663	467	366	187	3,000

6) 밑줄은 강제배분이 실시된 조사층(모집단 총 사업체수 500개 이하)을 나타냄.

2-2. 가중치 및 추정산식

1) 가중치 조정

○ 최종 가중치=기본 가중치×무응답 조정계수×사후층화 조정계수

$$w_i = \frac{N_h}{n_h} \times \frac{n_h}{r_h} \times F_i$$

- N_h : 사업체 i 가 속한 층 내 모집단 사업체수
- n_h : 사업체 i 가 속한 층의 목표표본 사업체수
- r_h : 사업체 i 가 속한 층의 최종응답 사업체수
- F_i : 사후층화 조정계수

- 기본 가중치(base weight; design weight)

- 표본추출확률(inclusion probability)의 역수.
- 층화 추출을 사용한 본 조사에서는 해당 사업체가 속한 층 h 의 총 모집단 사업체수/목표표본 수(N_h/n_h)로 산정됨.

- 무응답 조정(nonresponse adjustment)

- “사업체구분코드”와 “종사자수”를 구분된 층을 기준으로, 그룹별 무응답 가중치조정 (weighting class adjustment)을 적용.
- 무응답 조정가중계수는 추정된 응답률의 역수, 즉, 본 조사에서는 목표표본수/최종응답사업체 수(n_h/r_h)로 산정됨.
- 즉, 층 h 에 속하는 응답사업체 i 의 무응답 조정 후 가중치는

$$\tilde{w}_i = \frac{N_h}{n_h} \times \frac{n_h}{r_h} = \frac{N_h}{r_h}$$

로 계산됨 (<표 1-13> 및 <표 1-14> 참조).

<표 1-12> 총별 최종응답사업체수 r_h 7)

(단위 : 개)

	1인	2인	3~4인	5~9인	10~49인	50인 이상	계
한식 일반 음식점업	88	99	77	62	18	13	357
한식 면요리 전문점	36	36	26	14	8	0	120
한식 육류요리 전문점	40	57	58	44	23	9	231
한식 해산물요리 전문점	24	33	39	32	16	0	144
중식 음식점업	16	35	37	25	8	4	125
일식 음식점업	14	18	29	19	15	6	101
서양식 음식점업	15	20	22	26	10	16	109
기타 외국식 음식점업	20	11	15	17	18	0	81
기관 구내식당업	13	17	24	20	13	18	105
출장 음식 서비스업	27	13	20	20	21	0	101
제과점업	24	24	31	20	10	12	121
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	24	28	24	26	12	19	133
치킨전문점	35	48	38	19	14	0	154
김밥 및 기타 간이 음식점업	49	47	37	27	13	1	174
간이음식 포장판매 전문점	25	28	25	20	7	5	110
일반 유흥주점업	37	39	36	19	22	0	153
무도 유흥주점업	11	11	20	20	20	16	98
생맥주 전문점	20	18	18	16	16	0	88
기타 주점업	71	63	40	23	14	0	211
커피전문점	52	43	40	39	12	5	191
기타 비알코올 음료점업	41	31	15	9	15	0	111
계	682	719	671	517	305	124	3,018

7) 밑줄은 최종응답사업체수 r_h 와 모집단 사업체수 r_h 가 같은 조사층을 나타냄

<표 1-13> 층별 무응답 조정 후 가중치 $\tilde{w}_i = \frac{N_h}{r_h}$ 8) 9)

	1인	2인	3~4인	5~9인	10~49인	50인 이상
한식 일반 음식점업	580.0	613.3	737.7	326.4	179.6	7.1
한식 면요리 전문점	148.9	200.7	251.8	148.7	28.9	-
한식 육류요리 전문점	240.4	377.9	430.0	224.6	74.8	3.7
한식 해산물요리 전문점	168.4	319	286.9	102.5	21.2	-
중식 음식점업	82.5	231.3	260.1	200.6	96.9	1.8
일식 음식점업	81.3	153.8	153.3	136.9	48.0	2.0
서양식 음식점업	120.7	133.6	147.7	98.8	136.9	9.1
기타 외국식 음식점업	21.3	82.3	83.7	54.6	15.7	-
기관 구내식당업	97.2	110.2	154.4	149.7	95.2	4.6
출장 음식 서비스업	3.0	7.6	8.6	5.2	1.9	-
제과점업	122.6	177.4	166.6	194.3	80.4	1.4
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	160.6	183.9	165.0	99.8	173.3	7.4
치킨전문점	252.8	373.1	244.8	98.1	12.5	-
김밥 및 기타 간이 음식점업	317.0	270.3	262.0	136.9	23.5	1.0
간이음식 포장판매 전문점	121.8	86.3	54.6	16.8	17.6	3.2
일반 유흥주점업	263.7	276.1	243.3	140.8	16.2	-
무도 유흥주점업	51.3	50.2	20.3	4.5	5.4	1.1
생맥주 전문점	101.3	151.6	107.9	26.9	1.8	-
기타 주점업	513.8	408.5	348.9	139.3	22.8	-
커피전문점	387.2	337.0	314.7	201.7	153.4	1.0
기타 비알코올 음료점업	216.0	140.7	178.0	100.1	6.7	-

○ 사후층화 (post-stratification weight)

- 본 조사는 "사업체구분코드"와 "종사자수"를 이용한 층화추출을 사용하였음. 따라서, (i) 업종별, (ii) 종사자별, (iii) 업종/종사자별, (iv) 전국 모집단 평균을 추정할 경우, 사후층화조정 없이 층화추출산식을 이용하여, 점추정량과 분산추정량을 계산함.

- 그 외 각 시도별 모집단 평균을 추정할 경우, 모집단 명부상의 지역별 총 사업체수(N_k)와 수집된 샘플자료가 대표하는 지역별 사업체수($\sum_{i \in \text{지역 } k} \tilde{w}_i$)의 차이가 발생. 이러한 차이를 조정하기 위하여

사후층화 조정계수 $F_i = N_k / \sum_{i \in \text{지역 } k} \tilde{w}_i$ 를 이용함 (<표 1-15> 참조).

8) 항목무응답이 없는 항목에 적용

9) 밑줄은 최종응답사업체수 r_h 와 모집단 사업체수 r_h 가 같은 조사층을 나타냄

<표 1-14> 시도별 사후증화 조정계수 $F_i = N_k / \sum_{i \in \text{지역 } k} \tilde{w}_i$

	표본 수	명부상 총 사업체수	표본자료가 대표하는 사업체수	사후증화 조정계수
서울	702	123,127	145,913.9	0.84
부산	229	49,065	40,508.8	1.21
대구	127	33,470	24,290.9	1.38
인천	104	32,977	21,179.7	1.56
광주	204	19,014	56,306.5	0.34
대전	113	20,028	23,542.5	0.85
울산	91	17,561	23,379.1	0.75
세종	16	2,964	3,880.9	0.76
경기	644	141,634	144,467.2	0.98
강원	81	30,912	20,416.0	1.51
충북	64	24,926	10,830.2	2.30
충남	66	31,828	11,211.4	2.84
전북	113	24,449	40,322.7	0.61
전남	49	28,096	11,480.5	2.45
경북	135	43,811	38,047.0	1.15
경남	258	54,179	71,328.6	0.76
제주	22	13,335	4,260.2	3.13

2) 추정 산식

- (i) 업종별, (ii) 종사자별, (iii) 업종/종사자별, (iv) 전국 모집단 평균을 추정할 경우, 사후증화조정 없이 아래의 증화추출 산식을 이용함.

(1) 용어 및 기호

- N_h : 층 h 의 총 사업체수, r_h : 해당 문항에 대한 층 h 의 응답표본수
 - y_{hi} : 층 h 내 i 번째 사업체, $i = 1, \dots, r_h$, $h \in \theta$
 - N : 전국 모집단 내 총 사업체수, r : 해당 문항에 대한 전체 응답표본수
- $$N = \sum_{h \in \theta} N_h \qquad r = \sum_{h \in \theta} r_h$$
- θ : 모집단 평균, p : 모집단 비율
 - $\hat{\theta}$: 평균 추정량, \hat{p} : 비율 추정량
 - $\hat{V}(\hat{\theta})$: 평균 추정량의 분산 추정량, $\hat{V}(\hat{p})$: 비율 추정량의 분산 추정량
 - $SE(\hat{\theta})$: 평균 추정량의 표준오차, $SE(\hat{p})$: 비율 추정량의 표준오차
 - $w_h = N_h / r_h$: 층 h 에 속하는 사업체의 해당 문항에 대한 최종 가중치

(2) 층화추출 층별 추정

○ 평균 추정

$$\hat{\theta}_h = \frac{1}{r_h} \sum_{i=1}^{r_h} y_i, \quad \hat{V}(\hat{\theta}_h) = \left(1 - \frac{r_h}{N_h}\right) \frac{s_h^2}{r_h}, \quad s_h^2 = \frac{1}{r_h - 1} \sum_{i=1}^{r_h} (y_{hi} - \hat{\theta}_h)^2, \quad SE(\hat{\theta}_h) = \sqrt{\hat{V}(\hat{\theta}_h)}$$

○ 비율 추정

- 비율 추정치 \hat{p}_h 를 계산하기 위하여, 설문사항에 “예”라고 응답한 사업체의 개수 m_h 를 센 후, 층의 전체 표본 수 n_h 로 나누어 줌.

$$\hat{p}_h = \frac{m_h}{n_h}, \quad \hat{V}(\hat{p}_h) = \left(1 - \frac{n_h}{N_h}\right) \frac{s_h^2}{n_h}, \quad s_h^2 = \hat{p}_h (1 - \hat{p}_h), \quad SE(\hat{p}_h) = \sqrt{\hat{V}(\hat{p}_h)}$$

(3) 전국 추정

○ 위에서 계산한 각 층별 추정량을 아래에 산식을 이용하여, 모든 층 θ 에 대하여 결합하여 추정함.

○ 평균 추정

$$\hat{\theta} = \frac{1}{N} \sum_{h \in \Theta} N_h \hat{\theta}_h, \quad \hat{V}(\hat{\theta}) = \frac{1}{N^2} \sum_{h \in \Theta} \left(1 - \frac{r_h}{N_h}\right) \frac{N_h^2 s_h^2}{r_h}, \quad SE(\hat{\theta}) = \sqrt{\hat{V}(\hat{\theta})}$$

$$\Theta = \{11, 12, 13, 14, 15, 16, 21, 22, \dots, 211, 212, 213, 214, 215, 216\}$$

○ 비율 추정

$$\hat{p} = \frac{1}{N} \sum_{h \in \Theta} N_h \hat{p}_h, \quad \hat{V}(\hat{p}) = \frac{1}{N^2} \sum_{h \in \Theta} \left(1 - \frac{r_h}{N_h}\right) \frac{N_h^2 \hat{p}_h (1 - \hat{p}_h)}{r_h}, \quad SE(\hat{p}) = \sqrt{\hat{V}(\hat{p})}$$

○ 비슷한 방법으로 몇 개의 층을 합산한 그룹별 추정을 할 수 있음. 예를 들어서, “종사자수가 1인 이상 4인 이하인 제과점”들에 관한 추정은 다음과 같이 할 수 있음.

- 조건에 해당하는 모집단내 전체 제과점의 합을 계산함

$$N_{group}^* = \sum_{h \in \{111, 112, 113\}} N_h$$

- 평균 추정

$$\hat{\theta}_{group} = \frac{1}{N_{group}^*} \sum_{h \in \{111, 112, 113\}} N_h \hat{\theta}_h, \quad \hat{V}(\hat{\theta}_{group}) = \frac{1}{N_{group}^{*2}} \sum_{h \in \{111, 112, 113\}} \left(1 - \frac{r_h}{N_h}\right) \frac{N_h^2 s_h^2}{r_h}$$

- 비율 추정

$$\hat{p}_{group} = \frac{1}{N_{group}^*} \sum_{h \in \{111, 112, 113\}} N_h \hat{p}_h$$

$$\hat{V}(\hat{p}_{group}) = \frac{1}{N_{group}^{*2}} \sum_{h \in \{111, 112, 113\}} \left(1 - \frac{r_h}{N_h}\right) \frac{N_h^2 \hat{p}_h (1 - \hat{p}_h)}{r_h}$$

(4) 지역별 평균 추정 (사후층화 조정계수 이용)

- 각 시도별 모집단 평균 추정시, 각 사업체는 다음의 최종 가중치값을 이용함.

최종 가중치 = 기본 가중치 × 무응답 조정계수 × 사후층화 조정계수

$$w_i = \frac{N_h}{n_h} \times \frac{n_h}{r_h} \times F_i'$$

- 지역별 사후층화 조정계수는 <표 1-15>에 표시되어 있음.

(5) 지역(시도) k 의 모평균 \bar{Y}_k 추정 및 분산추정치¹⁰⁾

$$\hat{Y}_{k, HT} = \frac{1}{N_k} \sum_{i \in \text{지역 } k} w_i y_i$$

$$\hat{V}_{WR}(\hat{Y}_{k, HT}) = \frac{1}{N_k^2} \frac{n_k}{n_k - 1} \sum_{i \in \text{지역 } k} \left(w_i y_i - \frac{N_k}{n_k} \hat{Y}_{k, HT} \right)^2$$

$$SE(\hat{Y}_{k, HT}) = \sqrt{\hat{V}_{WR}(\hat{Y}_{k, HT})}$$

3. 조사 방법

- 전문면접원이 외식업체를 방문하여 면대면 조사를 진행함.
 - 무응답, 폐업 등의 사유로 표본을 대체할 경우에는 동일한 조사층의 예비표본을 활용하여 대체함.
- 업종별, 규모별 조사대상 업체를 조사원이 순차적으로 조사하여 응답되는 순서대로 표본 수집.
- 설문지는 조사대상자 및 조사 대상업체 특성에 대한 문항을 포함함.
- 조사 기간은 2019년 7월 24일부터 10월 31일이며, 보완조사가 11월 30일까지 진행됨.

10) Durbin (1953)에서 제안한 with-replacement variance estimator

4. 조사 내용

- 조사항목은 사업자 정보, 사업장 정보, 식재료 구매현황으로 나누어지며, 각 항목에 대한 조사 내용은 다음과 같음.

<표 1-15> 조사 내용

항목	세부항목
사업자 정보	업소명, 사업자등록번호, 응답자 정보, 사업주(대표) 연령, 현재 업종 종사년수(현 사업주 기준), 총 외식사업 경력(현 사업주 기준), 개업일자(현 사업장 기준), 주차가능 여부, 사업장 신고면적, 사업장 주소
사업장 기본 정보	사업장 상권분류, 사업장 상권구분, 음식점 업종, 과세종류, 사업장 임차 여부, 임대계약 기간, 사업장 임대조건, 임차보증금, 월세, 수수료, 사업장 권리금, 권리금 지급년도, 영업시간, 영업일수, 테이블 수, 전체 좌석 수, 운영형태, 최초 인테리어 비용, 최초 인테리어 후 경과 년수, 가장 최근 리모델링 비용, 리모델링 경과년수, 리모델링 형태, 포스단말기 사용 여부, 포스단말기 미사용 이유, 무인 주문기(키오스크) 사용 여부, 무인 주문기(키오스크) 미사용 이유, 서비스 유형, 배달앱 사용 여부, 배달앱 월평균 비용, 배달앱 미사용 이유, 배달대행 사용 여부, 배달대행 평균 단가, 배달대행 월평균 건수, 배달대행 미사용 이유, 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중, 주요 고객 연령, 주요 고객 성별, 주요 유입 고객 단위, 대표메뉴 및 가격, 가업승계 여부, 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부, 고용보험 가입 여부
식재료 구매현황	식재료비 비중, 품목별 구매처별 구매 비중, 주 구매처 선택 이유, 구매빈도, 배달형태, 월평균 구매량, 월평균 구매금액, 국내산 비중, 수입 국가, 국내산 원재료 사용 이유, 수입 원재료 사용 이유, 구매형태, 유통형태, 전처리상태 식재료 구매 이유, 식재료 거래 시 원산지 확인 여부, 식재료 결제 수단별 비중, 식재료 거래방법별 비중, 외상거래 시 결제 주기, KAMIS 인지 여부, 식재료 구매 시 우선적 고려 기준, 식재료 가격 정보 획득 경로, 가격 정보 수집을 위한 노력 정도

5. 검증 방법

- 표본조사 과정에서 발생하는 오차는 크게 표본오차(sampling error)와 비표본오차(non-sampling error)로 구분됨.
 - 비표본오차는 표본오류를 제외한 나머지 모든 오차를 말하며, 주로 자료의 측정과 수집 과정에서 발생하는 오차를 의미함.
- 기초조사 단계에서의 기입오류 검증, 방문조사 결과에 대한 일부 표본 재조사 실시, 특이 결과에 대한 재조사 실시, 조사자에 대한 교육 및 매뉴얼 작성 등을 통해 비표본오차를 최소화함.
- 외식업체 기초조사는 조사대상 업체의 기본사항을 파악하는 것으로 조사내용은 대표자명, 대표자 현 사업장 개업일, 운영형태, 점포면적, 좌석 수, 영업시간, 종업원 수, 주요메뉴, 과세형태, 객단가, 연매출, 식재료비 비율, 인건비 비율, 수익성여부, 서비스형태, 점포임대방식 등이 있음.
 - 이러한 조사는 기입오류가 발생할 소지가 크며, 또한 시간에 따른 변동 가능성이 있어 조사자의 노력이 매우 중요함.
 - 실제 기입오류를 체크하기 위한 방법으로 1차 입력된 데이터에 한해 기입의 정확성을 다음과 같이 확인함.
 - 예) 식재료 구매처 항목에서 응답 값의 합이 100%가 맞는지 확인 후 맞지 않으면 재조사
- 검증은 2019년 11월 1일부터 11월 30일까지 진행됨.



2편: 사업자 및 사업장 정보

1. 사업자 정보
2. 사업장 정보

2편: 사업자 및 사업장 정보 요약

1) 외식업 경력

- 사업주 연령은 평균 51.6세이며, 연령대 분포별로는 50대가 41.3%로 가장 많은 비중을 차지함. 일반 음식점의 경우 한식(54.5세)과 중식(51.1세), 일반음식점 외 업종의 경우 기관 구내식당업(52.9세)과 김밥 및 기타 간이 음식점업(52.2세), 출장·이동음식점업(52.0세)의 사업주 연령이 상대적으로 높음.
- 총 외식업 종사기간은 평균 11.0년으로 나타남. 사업년수 분포별로는 5~10년 미만의 비중이 24.8%로 가장 높음. 일반음식점 중에서는 중식(14.2년)과 한식(12.8년), 일반음식점 외 업종 중에서는 출장·이동음식점업(12.2년), 기관 구내식당업(11.2년), 김밥 및 기타 간이 음식점업(10.5년) 사업주의 총 외식업 종사기간이 상대적으로 길게 나타남.
- 현재 업종 종사기간은 평균 9.3년이며 5년 미만의 비중이 31.7%로 가장 크게 나타남. 일반음식점 중에서는 일식(12.4년), 일반음식점 외 외식업체 중에서는 출장·이동음식점업(12.2년)과 기관 구내식당업(11.1년)의 현재 업종 종사기간이 상대적으로 길게 나타남.
- 현 사업장 운영기간은 평균 7.5년이며, 5년 미만 비중이 44.4%로 가장 크게 나타남. 일반음식점 중에서는 중식(9.4년)과 한식(8.6년), 일반음식점 외 업종에서는 출장·이동음식점업(8.7년)과 기관 구내식당업(8.4년)의 현 사업장 운영기간이 상대적으로 길게 나타남.

2) 외식업체 정보

- 사업장 신고면적은 평균 $85.0m^2$ 이며, 신고면적이 $50m^2 \sim 100m^2$ 미만인 업체의 비중이 43.6%로 가장 큼. 일반음식점 중에서는 서양식($104.2m^2$)과 일식($92.7m^2$)이, 일반음식점 외 업종 중에서는 기관 구내식당업($170.9m^2$)과 출장·이동음식점업($142.4m^2$), 주점업($90.7m^2$)의 사업장 신고면적 넓음.
- 사업장 임대계약 기간은 평균 2.6년이며, 임대계약 기간별 비중은 2년이 65.2%로 가장 큼.
- 사업장 임차보증금은 약 2,960만 원 수준이며, 2천만 원~5천만 원 미만 비중이 47.1%로 가장 큼. 일반음식점 중에서는 기타 외국식(약 4,840만 원)과 서양식(약 4,580만 원), 일반음식점 외 업종 중에서는 기관 구내식당업(약 4,430만 원)과 제과점(약 4,390만 원)의 임차보증금이 높음.
- 전체 사업장 평균 월세는 약 142만 원 수준으로, 100만 원~300만 원 미만의 비중이 50.1%로 가장 크게 나타남. 일반음식점 중에서는 서양식(약 211만 원), 일반음식점 외 업종 중에서는 기관 구내식당업(약 256만 원)과 제과점(약 194만 원)의 평균 월세가 상대적으로 큼.
- 외식업체의 하루 평균 영업시간은 11.1시간으로 나타남. 일반음식점 중에서는 한식(11.4시간)의 영업시간이 가장 길고, 일반음식점 외 업종 중에서는 제과점(13.5시간)과 비알콜 음료점업(12.1시간)의 영업시간이 길게 나타남.

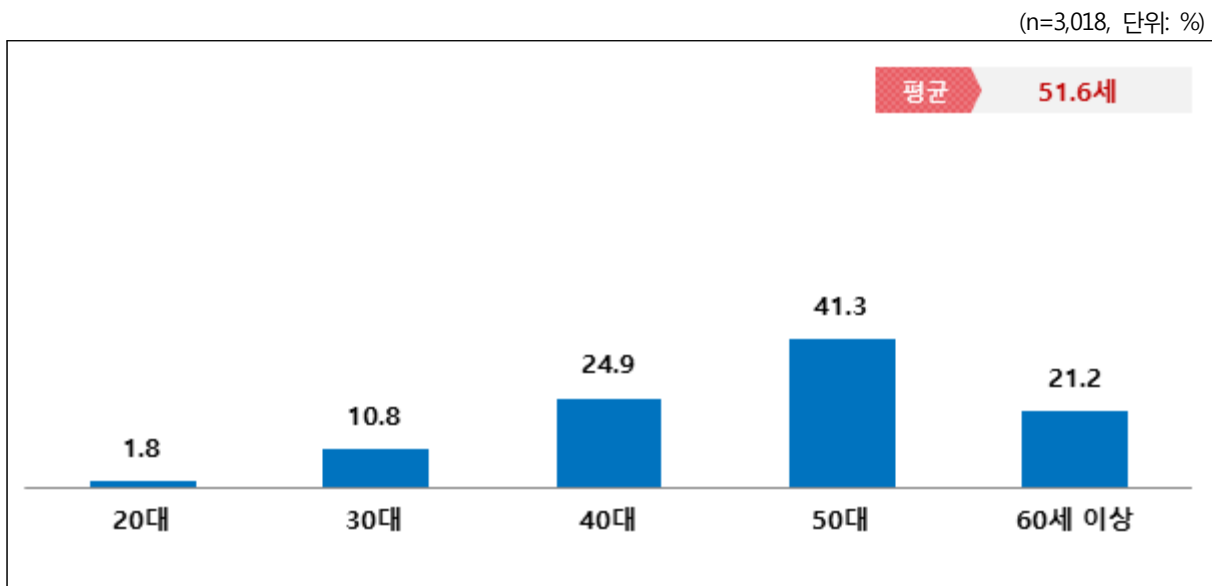
- 외식업체의 한 달 평균 영업일수는 27.7일로 나타남. 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 영업일수가 길게 나타남. 5억 원 이상(28.5일) 업체는 5천만 원 미만(27.2일) 업체에 비해 한 달 평균 1.3일을 더 영업하는 것으로 나타남.
- 외식업체의 테이블 수는 평균 9.8개로 나타남. 일반음식점 외식업체의 테이블 수는 평균 11.1개, 일반음식점 외 외식업체의 테이블 수는 평균 8.4개로 나타남.
- 외식업체의 운영형태는 프랜차이즈 업체가 20.3%, 독립운영(비프랜차이즈) 업체가 79.8%로 나타남. 일반음식점 중에서는 기타 외국식(38.9%)과 서양식(25.5%)의 프랜차이즈 비중이, 일반음식점 외 업종 중에서는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(74.9%)과 치킨전문점(68.8%)의 프랜차이즈 비중이 높음.
- 외식업체 중 88.0%는 포스단말기를 사용하는 것으로 나타남. 포스단말기를 사용하지 않는 업체 비중은 12.0% 수준임. 일반음식점 중에서는 한식(86.0%), 일반음식점 외 업종 중에서는 김밥 및 기타 간이 음식점업(76.5%)의 포스단말기 사용 비중이 비교적 낮음.
- 외식업체 중 1.5%가 무인 주문기(키오스크)를 사용하는 것으로 나타남. 일반음식점 중에서는 기타 외국식(8.6%)과 일식(5.3%)의 무인 주문기 사용 비중이, 일반음식점 외 업종 중에서는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(10.8%)의 무인 주문기 사용 비중이 높음.
- 외식업체의 서비스 유형을 살펴본 결과, 완전서비스가 47.8%, 포장(테이크아웃)(24.1%), 배달(14.7%), 제한적서비스(13.4%)로 나타남.
- 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중을 살펴보면, 음식점 내 비중은 76.5%, 12.6%는 테이크아웃, 10.8%는 배달로 나타남.
- 전체 외식업체 중에서 11.2%가 배달앱을 이용하는 것으로 나타남. 일반음식점 중에서는 중식(37.2%), 일반음식점 외 업종 중에서는 치킨전문점(57.4%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(55.2%)의 배달앱 이용 비중이 비교적 높음. 배달앱을 사용하는 외식업체의 월 평균 배달앱 비용은 약 31.8만 원 수준으로 나타남.
- 배달대행을 이용하는 업체 비중은 10.0%로 나타남. 일반음식점 중에서는 중식(18.9%)과 일식(13.0%), 일반음식점 외 업종 중에서는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(49.4%)과 치킨전문점(49.2%)의 배달대행 사용 업체 비중이 압도적으로 높음. 월 평균 배달대행 비용은 약 61.2만 원 수준으로 나타남.
- 외식업체의 주요 고객 연령은 40대(31.3%), 50대(27.9%), 30대(20.4%), 20대(10.4%), 60대(7.9%) 등의 순서로 나타남. 외식업체의 주요 고객 성별은 남성(53.9%)이 여성(46.1%)보다 많음.
- 외식업체의 주요 유입 고객은 1인(12.0%), 2~5인(76.5%), 6인 이상(11.5%)으로 나타남. 일반음식점 중에서는 중식(12.4%)과 한식(11.2%)의 1인 고객 비중이 높고, 일반음식점 외 업종 중에서는 비알콜 음료점업(25.1%)과 제과점(19.0%)의 1인 고객 비중이 타 업종에 비해 상대적으로 높음.

1. 사업자 정보

1) 사업주 연령

- 사업주 연령은 평균 51.6세이며, 연령대 분포별로는 50대가 41.3%로 가장 많은 비중을 차지하고 40대가 24.9%, 60세 이상(21.2%), 30대(10.8%), 20대(1.8%) 순서로 나타남.
- 일반음식점의 경우 사업주 연령이 전체 평균(51.6세)보다 다소 높은 53.7세로 나타남. 연령대 분포별로는 50대가 42.0%, 60세 이상이 28.3%, 40대(21.0%), 30대(7.8%), 20대(1.0%) 등의 순서임.
 - 세부업종별로는 한식(54.5세)과 중식(51.1세)의 사업주 연령이 비교적 높은 반면, 서양식(45.3세)과 기타 외국식(45.9세), 일식(47.4세)의 사업주 연령은 상대적으로 낮음.
- 일반음식점 외 업종의 사업주 연령은 평균 49.3세로, 전체 평균보다 낮음. 연령대 분포별로는 50대 비중이 40.6%, 40대(29.2%), 30대(14.1%), 60세 이상(13.4%), 20대(2.7%)의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업(52.9세), 김밥 및 기타 간이 음식점업(52.2세)과 출장·이동음식점업(52.0세)의 사업주 연령이 비교적 높은 반면, 비알콜 음료점업(43.3세), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(47.1세), 제과점(48.6세) 등의 업종은 사업주 연령이 상대적으로 낮음.
- 지역별로는 경북권(53.0세)의 사업주 연령이 높은 반면, 호남권(50.4세)은 비교적 낮음.
- 매출액 규모가 작을수록 사업주 연령이 높음. 5천만 원 미만 외식업체의 사업주 연령은 평균 56.6세로 높은 반면, 5억 원 이상 업체는 평균 49.6세로 낮음.

<그림 2-1> 사업주 연령별 분포



<표 2-1-1> 사업장 특성별 사업주 연령 분포(전체)

(단위: 개, %, 세)

구분		사례수	20대	30대	40대	50대	60세 이상	평균		
전체		3,018	1.8	10.8	24.9	41.3	21.2	51.6		
영 업	일반 음식점	소계	1,269	1.0	7.8	21.0	42.0	28.3	53.7	
		한식	853	0.8	6.5	18.8	42.8	31.1	54.5	
		중식	125	2.0	10.0	27.2	44.1	16.7	51.1	
		일식	101	3.3	17.2	35.5	36.3	7.7	47.4	
		서양식	108	1.0	22.8	47.3	22.2	6.7	45.3	
		기타 외국식	82	5.0	19.2	32.5	40.9	2.4	45.9	
	일반 음식점 외	소계	1,749	2.7	14.1	29.2	40.6	13.4	49.3	
		기관 구내식당업	105	0.0	6.2	20.7	55.2	17.9	52.9	
		출장·이동음식점업	101	0.0	2.1	32.7	55.3	10.0	52.0	
		기타 음식점 업	제과점	120	1.0	16.2	37.0	36.6	9.2	48.6
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	2.0	20.1	34.2	35.6	8.1	47.1
			치킨전문점	154	0.7	12.1	33.9	39.2	14.1	50.1
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	0.6	6.5	28.0	48.2	16.7	52.2
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	0.0	9.1	31.1	40.5	19.3	51.8
		주점업	550	0.7	9.3	25.6	47.9	16.5	51.6	
		비알콜 음료점업	302	9.5	27.2	31.3	25.1	7.0	43.3	
		영 업 형 태	프랜차이즈	764	3.9	16.7	34.1	35.1	10.2	47.3
			비프랜차이즈	2,254	1.3	9.2	22.5	42.9	24.0	52.7
		지 역	서울권	702	1.0	8.4	24.3	44.8	21.5	52.2
수도권	748		1.5	6.6	26.8	47.9	17.2	52.0		
충청권	259		1.8	15.7	26.4	35.3	20.8	50.7		
호남권	388		2.8	14.1	26.7	35.2	21.3	50.4		
경남권	578		2.6	13.9	22.9	39.5	21.1	50.9		
경북권	343		1.3	10.5	21.9	37.1	29.1	53.0		
매 출 액	5천만 원 미만	169	1.5	3.9	17.3	33.3	43.9	56.6		
	5천만 원~1억 원 미만	592	2.1	10.6	21.1	40.3	25.9	52.5		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	1.8	11.4	26.9	42.9	17.1	50.8		
	5억 원 이상	293	2.0	14.3	30.8	36.8	16.1	49.6		

- 프랜차이즈 외식업체의 사업주 연령은 평균 47.3세로 전체 평균보다 낮음. 프랜차이즈 일반음식점의 경우 사업주 연령 평균이 49.1세로 조사됨. 세부업종별로는 한식(50.1세)의 사업주 연령이 가장 높고, 일식(44.5세)의 사업주 연령이 가장 낮음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 업종의 사업주 연령은 평균 46.7세로 나타남. 세부업종별로는 출장·이동음식점업(53.2세), 기관 구내식당업(51.8세)의 사업주 연령이 비교적 높은 반면, 비알콜 음료점업(41.0세), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(46.8세)의 사업주 연령은 상대적으로 낮음.
- 프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 경북권(48.9세)의 사업주 연령이 상대적으로 높고, 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 프랜차이즈 외식업체의 사업주 연령이 평균 54.6세로 가장 높음.

<표 2-1-2> 사업장 특성별 사업주 연령 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %, 세)

구분		사례수	20대	30대	40대	50대	60세 이상	평균
전체		764	3.9	16.7	34.1	35.1	10.2	47.3
일반 음식점	소계	189	1.5	12.7	35.5	38.6	11.7	49.1
	한식	96	1.1	9.7	34.6	42.7	11.9	50.1
	중식	7	0.0	36.0	18.0	31.9	14.0	45.4
	일식	15	11.4	3.7	59.6	15.1	10.2	44.5
	서양식	38	.6	29.2	45.3	12.7	12.3	44.7
	기타 외국식	33	3.7	21.9	26.8	42.5	5.1	46.4
	소계	575	4.7	18.1	33.6	33.9	9.7	46.7
	기관 구내식당업	38	0.0	5.5	20.6	61.2	12.6	51.8
	출장·이동음식점업	4	0.0	0.0	31.8	34.1	34.1	53.2
	기타 음식점 외 음식점 업	71	1.7	19.0	36.5	33.3	9.4	47.7
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	2.6	20.8	32.6	35.6	8.3	46.8	
치킨전문점	108	1.0	13.9	35.2	35.7	14.3	49.4	
김밥 및 기타 간이 음식점업	44	2.9	8.1	30.6	45.0	13.5	50.8	
간이 음식 포장 판매 전문점	33	0.0	16.2	46.7	28.7	8.5	46.6	
주점업	39	1.2	13.8	31.5	33.5	20.0	49.6	
비알콜 음료점업	133	12.7	26.6	34.0	25.3	1.3	41.0	
지 역	서울권	167	4.0	12.8	30.4	47.0	5.7	48.5
	수도권	176	1.8	10.2	36.2	44.3	7.5	48.7
	충청권	83	5.0	21.3	31.5	31.6	10.7	46.7
	호남권	121	5.8	23.9	37.5	26.8	6.0	44.2
	경남권	161	3.8	15.1	34.4	30.1	16.6	47.7
	경북권	56	2.4	20.5	31.7	25.6	19.8	48.9
매 출 액	5천만 원 미만	13	0.0	5.7	36.4	9.9	48.0	54.6
	5천만 원~1억 원 미만	98	6.1	23.9	30.9	29.0	10.2	46.2
	1억 원~5억 원 미만	535	3.3	15.4	35.1	37.2	9.0	47.3
	5억 원 이상	118	6.7	15.1	29.0	38.3	10.9	47.5

- 비프랜차이즈 외식업체의 사업주 연령은 평균 52.7세임. 비프랜차이즈 일반음식점의 경우 사업주 연령이 평균 54.2세로 나타남. 세부업종별로는 한식(55.0세)의 사업주 연령이 높은 반면, 기타 외국식(45.5세)의 사업주 연령은 낮음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업종의 사업주 연령은 평균 50.5세임. 세부업종별로는 간이 음식 포장판매 전문점(53.5세), 기관 구내식당업(53.4세)의 사업주 연령이 높은 반면, 비알콜 음료점업(44.8세), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(48.0세)은 상대적으로 낮음.
- 지역별로는 경북권(53.7세)과 서울권(53.0세)의 사업주 연령이 비교적 높고, 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 비프랜차이즈 외식업체(56.8세)의 사업주 연령이 가장 높음.

<표 2-1-3> 사업장 특성별 사업주 연령 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %, 세)

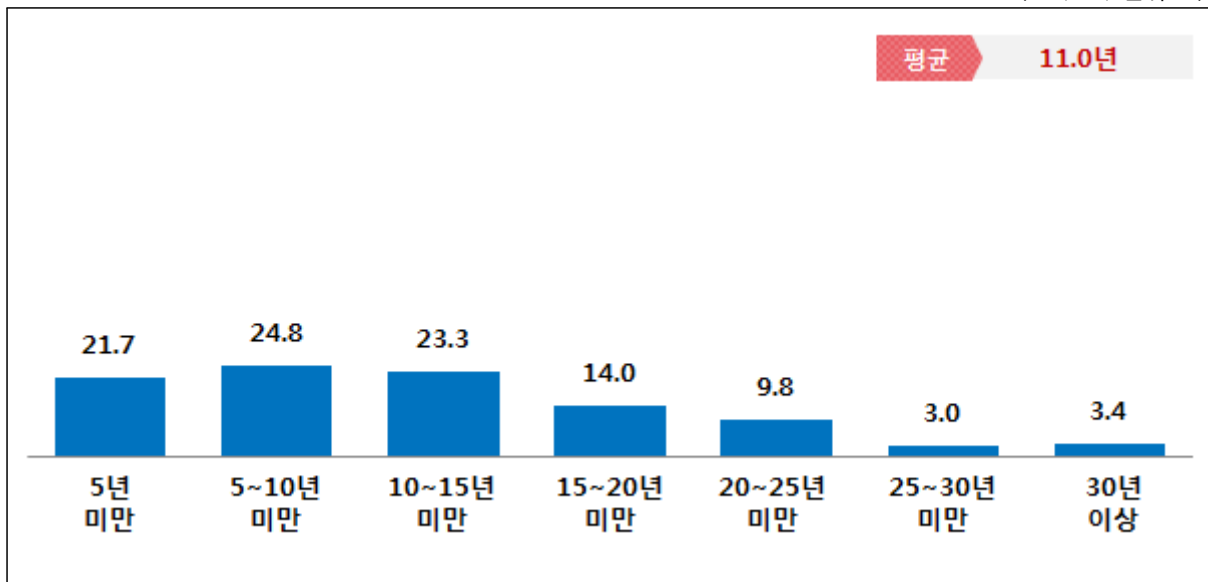
구분		사례수	20대	30대	40대	50대	60세 이상	평균
전체		2,254	1.3	9.2	22.5	42.9	24.0	52.7
업종	일반음식점	1,080	0.9	7.2	19.4	42.3	30.1	54.2
	한식	757	0.8	6.2	17.2	42.8	33.1	55.0
	중식	118	2.1	8.4	27.8	44.8	16.9	51.5
	일식	86	2.3	19.0	32.4	39.1	7.3	47.8
	서양식	70	1.1	20.5	48.0	25.7	4.6	45.6
	기타 외국식	49	5.9	17.5	36.2	39.8	0.7	45.5
	일반음식점 외	1,174	1.8	12.2	27.1	43.8	15.1	50.5
	기관 구내식당업	67	0.1	6.4	20.7	52.5	20.3	53.4
	출장·이동음식점업	97	0.0	2.2	32.7	56.0	9.2	52.0
	제과점	49	0.0	12.1	37.7	41.4	8.9	50.0
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	0.0	17.8	39.0	35.5	7.7	48.0
	치킨전문점	46	0.0	8.3	31.0	47.0	13.7	51.6
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	0.0	6.0	27.2	49.1	17.7	52.7
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	0.0	6.7	25.9	44.4	23.0	53.5
	주점업	511	0.7	8.8	25.0	49.2	16.2	51.8
	비알콜 음료점업	169	7.4	27.5	29.4	24.9	10.7	44.8
	지역	서울권	535	0.3	7.4	22.9	44.3	25.1
수도권		572	1.5	6.0	25.0	48.5	19.0	52.6
충청권		176	0.4	13.2	24.1	37.0	25.3	52.4
호남권		267	1.7	10.5	22.8	38.2	26.8	52.6
경남권		417	2.3	13.6	19.4	42.3	22.4	51.8
경북권		287	1.2	9.0	20.4	38.9	30.6	53.7
매출액	5천만 원 미만	156	1.7	3.8	15.9	35.0	43.7	56.8
	5천만 원~1억 원 미만	494	1.4	8.3	19.4	42.3	28.7	53.6
	1억 원~5억 원 미만	1,429	1.3	10.2	24.4	44.6	19.6	51.8
	5억 원 이상	175	0.0	13.9	31.6	36.1	18.3	50.5

2) 총 외식업 종사기간

- 사업주(대표)의 총 외식업 종사기간은 평균 11.0년으로 나타남. 종사기간 분포별로는 5~10년 미만의 비중이 24.8%로 가장 높고, 10~15년 미만(23.3%), 5년 미만(21.7%), 15~20년 미만(14.0%), 20~25년 미만(9.8%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점의 경우 총 외식업 종사기간이 12.6년으로 전체 평균(11.0년)보다 길게 나타남. 종사기간 분포별로는 5~10년 미만이 22.0%, 10~15년 미만(21.8%), 15~20년 미만(17.5%), 5년 미만(16.4%), 20~25년 미만(13.3%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 중식(14.2년)과 한식(12.8년)의 총 외식업 종사기간이 상대적으로 긴 반면, 서양식(8.3년)과 기타 외국식(8.8년)의 총 외식업 종사기간은 비교적 짧음.
- 일반음식점 외 업종의 사업주 총 외식업 종사기간은 평균 9.3년으로 전체 평균(11.0년)보다 짧음. 종사기간 분포별로는 5~10년 미만이 27.8%, 5년 미만이 27.6%, 10~15년 미만이 24.9%, 15~20년 미만이 10.2% 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 출장·이동음식점업(12.2년), 기관 구내식당업(11.2년), 김밥 및 기타 간이 음식점업(10.5년) 사업주의 총 외식업 종사기간이 상대적으로 긴 반면, 비알콜 음료점업(7.0년), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(7.4년) 사업주의 총 외식업 종사기간은 비교적 짧음.

<그림 2-2> 총 외식업 종사기간 분포

(n=3,018, 단위: %)



- 지역별로는 호남권(12.0년)의 사업주 총 외식업 종사기간이 긴 반면, 충청권(9.2년)은 비교적 짧음.
- 매출액 규모별로는 5천만 원~1억 원 미만인 외식업체(10.5년)의 사업주 총 외식업 종사기간이 가장 짧고, 5억 원 이상인 외식업체(11.7년)가 가장 길게 나타남.

<표 2-2-1> 사업장 특성별 총 외식업 종사기간 분포(전체)

(단위: 개, %, 년)

구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	모름	평균
전체		3,018	21.7	24.8	23.3	14.0	9.8	3.0	3.4	0.0	11.0
일반 음식점	소계	1,269	16.4	22.0	21.8	17.5	13.3	4.0	4.9	0.1	12.6
	한식	853	16.3	20.8	22.4	17.7	13.8	4.3	4.6	0.1	12.8
	중식	125	11.5	21.0	19.2	19.0	14.6	3.1	11.5	0.0	14.2
	일식	101	21.1	30.4	16.7	16.1	8.3	2.6	4.8	0.0	11.1
	서양식	108	25.3	40.5	18.9	9.2	4.3	0.8	1.0	0.0	8.3
	기타 외국식	82	22.8	38.1	19.3	15.8	3.6	0.0	0.4	0.0	8.8
	소계	1,749	27.6	27.8	24.9	10.2	5.9	2.0	1.7	0.0	9.3
	기관 구내식당업	105	14.7	29.2	30.7	10.1	9.1	1.9	4.5	0.0	11.2
	출장·이동음식점업	101	13.7	20.7	29.0	16.4	13.3	2.5	4.4	0.0	12.2
	제과점	120	23.4	33.3	18.9	11.8	4.8	3.8	3.9	0.0	10.0
일반 음식점 외	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	33.1	35.3	23.1	4.0	3.5	0.9	0.0	0.0	7.4
	치킨전문점	154	22.2	29.6	26.1	7.8	10.5	2.7	1.0	0.0	10.0
	김밥 및 기타 간이 음식점업	174	23.8	28.3	24.2	7.9	8.2	4.3	3.3	0.0	10.5
	간이 음식 포장 판매 전문점	110	35.0	15.3	21.6	13.7	11.3	2.4	0.7	0.0	9.8
	주점업	550	22.9	25.9	28.8	14.1	4.7	1.9	1.7	0.0	9.9
	비알콜 음료점업	302	41.2	27.8	19.3	7.0	3.7	0.2	0.8	0.0	7.0
	프랜차이즈	764	28.7	30.2	23.5	8.5	6.3	1.3	1.4	0.0	8.8
비프랜차이즈	2,254	20.0	23.4	23.2	15.4	10.6	3.5	3.9	0.1	11.6	
지 역	서울권	702	18.1	25.4	21.1	16.8	10.7	4.4	3.5	0.0	11.8
	수도권	748	20.6	26.0	26.5	13.2	8.4	2.6	2.7	0.0	10.8
	충청권	259	27.1	27.2	26.9	7.3	7.2	2.2	1.7	0.5	9.2
	호남권	388	14.6	17.5	30.7	19.0	12.9	3.0	2.4	0.0	12.0
	경남권	578	29.2	25.8	17.4	11.4	9.3	3.3	3.7	0.0	10.2
	경북권	343	24.7	27.8	17.9	12.2	9.1	1.6	6.5	0.0	11.2
매 출 액	5천만 원 미만	169	28.5	24.3	17.1	10.0	10.9	4.2	4.8	0.0	11.1
	5천만 원~1억 원 미만	592	24.1	26.9	22.4	10.2	9.8	2.6	4.1	0.0	10.5
	1억 원~5억 원 미만	1,964	20.1	24.0	24.4	16.1	9.6	3.0	2.9	0.1	11.2
	5억 원 이상	293	22.1	24.0	20.9	11.0	11.5	4.4	5.6	0.4	11.7

- 프랜차이즈 외식업체의 사업주 총 외식업 종사기간은 8.8년임. 프랜차이즈 일반음식점의 경우 총 외식업 종사기간이 9.5년으로 나타남. 세부업종별로는 한식(10.0년)의 총 외식업 종사기간이 상대적으로 긴 반면, 중식(5.8년)은 짧음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 업종의 사업주 총 외식업 종사기간은 8.6년임. 세부업종별로는 치킨전문점(10.1년)과 김밥 및 기타 간이 음식점업(9.8년)의 총 외식업 종사기간이 상대적으로 긴 반면, 출장·이동음식점업(6.6년)과 비알콜 음료점업(6.9년)은 짧음.
- 프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 서울권(9.5년)과 수도권(9.5년)의 총 외식업 종사기간이 비교적 길고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상인 외식업체(9.6년)가 가장 길게 나타남.

<표 2-2-2> 사업장 특성별 총 외식업 종사기간 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, % 년)

구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	평균	
전체		764	28.7	30.2	23.5	8.5	6.3	1.3	1.4	8.8	
일반 음식점	소계	189	27.1	30.0	20.0	11.5	8.4	1.3	1.7	9.5	
	한식	96	24.9	29.2	20.9	12.2	9.1	1.6	2.1	10.0	
	중식	7	54.1	14.0	31.9	0.0	0.0	0.0	0.0	5.8	
	일식	15	37.8	23.1	3.7	15.0	20.5	0.0	0.0	9.2	
	서양식	38	30.7	48.8	11.6	5.4	3.4	0.0	0.0	6.8	
	기타 외국식	33	26.9	26.4	24.0	19.1	3.7	0.0	0.0	9.3	
	소계	575	29.3	30.2	24.8	7.5	5.6	1.3	1.3	8.6	
	기관 구내식당업	38	17.8	41.5	14.7	15.8	7.1	3.2	0.0	9.7	
	출장·이동음식점업	4	53.7	0.0	46.3	0.0	0.0	0.0	0.0	6.6	
	제과점	71	28.2	30.3	22.6	11.7	3.6	1.8	1.7	8.9	
일반 음식점 외	기타 음식점 업	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	33.9	35.4	22.2	4.0	3.3	1.2	0.0	7.3
	치킨전문점	108	22.5	27.0	28.5	7.2	10.9	2.4	1.4	10.1	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	44	25.2	37.1	19.3	2.8	6.5	2.8	6.4	9.8	
	간이 음식 포장 판매 전문점	33	42.9	22.9	16.3	11.4	5.6	0.9	0.0	7.9	
	주점업	39	24.5	20.2	40.1	11.4	3.8	0.0	0.0	9.4	
	비알콜 음료점업	133	36.9	31.1	21.6	7.0	2.8	0.0	0.6	6.9	
	지역	서울권	167	24.9	34.1	20.3	13.7	2.7	1.6	2.7	9.5
수도권	176	26.9	30.1	24.2	9.1	4.8	0.1	4.7	9.5		
충청권	83	26.7	32.5	25.4	7.1	8.2	0.0	0.0	8.1		
호남권	121	23.1	27.0	34.1	8.6	5.4	1.8	0.0	8.8		
경남권	161	38.4	28.6	16.6	7.2	7.0	2.2	0.0	8.0		
경북권	56	32.9	30.7	18.2	0.1	16.8	1.3	0.0	8.7		
매출액	5천만 원 미만	13	37.0	30.6	12.8	0.5	19.2	0.0	0.0	8.5	
	5천만 원~1억 원 미만	98	39.7	28.4	18.7	6.0	4.3	1.6	1.2	7.5	
	1억 원~5억 원 미만	535	25.6	30.9	25.5	9.1	6.0	1.4	1.5	9.1	
	5억 원 이상	118	29.1	25.2	16.7	14.4	13.1	0.2	1.3	9.6	

- 비프랜차이즈 외식업체의 사업주 총 외식업 종사기간은 평균 11.6년임. 비프랜차이즈 일반음식점의 경우 총 외식업 종사기간이 평균 13.0년으로 나타남. 세부업종별로는 중식(14.7년)의 총 외식업 종사기간이 상대적으로 긴 반면, 기타 외국식(8.5년)은 짧음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업종의 사업주 총 외식업 종사기간은 9.6년임. 세부업종별로는 출장·이동음식점업(12.4년)과 기관 구내식당업(11.8년)이 길고, 비알콜 음료점업(7.1년)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(7.9년)은 비교적 짧음.
- 비프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 호남권(13.2년)의 총 외식업 종사기간이 길고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체(12.6년)가 비교적 길게 나타남.

<표 2-2-3> 사업장 특성별 총 외식업 종사기간 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %, 년)

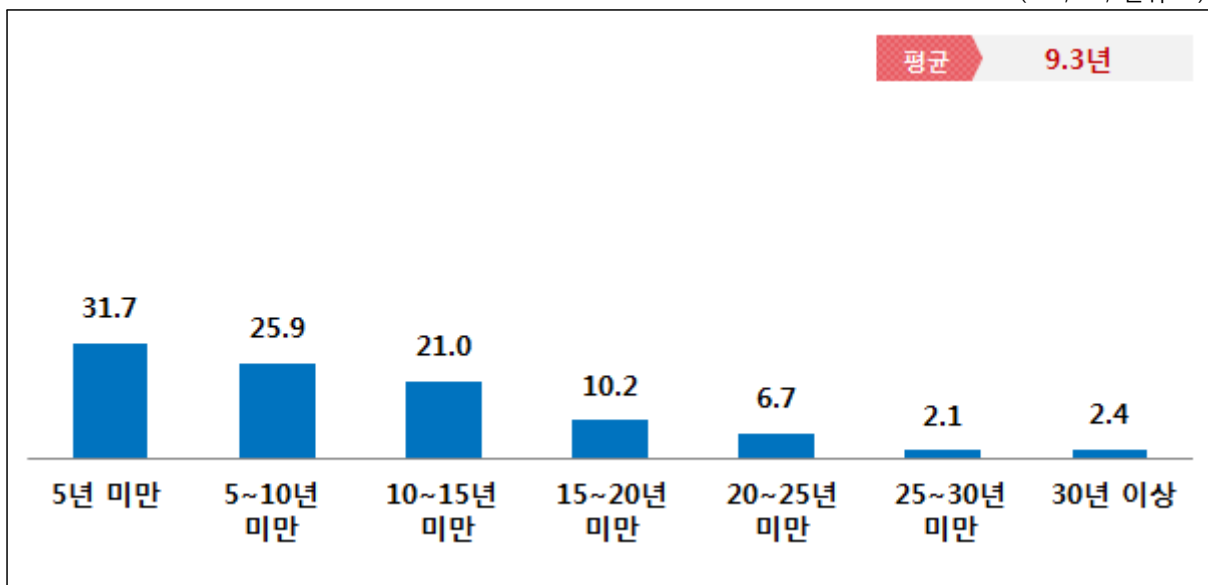
구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	모름	평균	
전체		2,254	20.0	23.4	23.2	15.4	10.6	3.5	3.9	0.1	11.6	
업종	일반음식점	1,080	15.3	21.1	22.0	18.1	13.8	4.3	5.3	0.1	13.0	
	한식	757	15.4	20.0	22.5	18.3	14.3	4.6	4.8	0.1	13.0	
	중식	118	8.9	21.5	18.5	20.2	15.5	3.3	12.2	0.0	14.7	
	일식	86	18.9	31.4	18.4	16.2	6.7	3.0	5.5	0.0	11.3	
	서양식	70	23.3	37.5	21.5	10.5	4.6	1.1	1.4	0.0	8.9	
	기타 외국식	49	20.2	45.5	16.4	13.7	3.5	0.0	0.7	0.0	8.5	
	일반음식점 외	1,174	26.8	26.7	24.9	11.4	6.0	2.2	1.9	0.0	9.6	
	기관 구내식당업	67	13.3	23.6	37.8	7.5	10.0	1.3	6.4	0.0	11.8	
	출장·이동음식점업	97	12.4	21.3	28.5	16.9	13.7	2.6	4.6	0.0	12.4	
	기타 음식점업	511	22.7	26.5	27.8	14.3	4.8	2.0	1.8	0.0	9.9	
	제과점	49	16.5	37.6	13.6	12.0	6.5	6.7	7.1	0.0	11.4	
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	30.8	35.0	26.0	4.1	4.1	0.0	0.0	0.0	7.9	
	치킨전문점	46	21.7	35.4	20.9	9.2	9.6	3.1	0.0	0.0	10.0	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	23.4	25.8	25.7	9.4	8.7	4.7	2.4	0.0	10.8	
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	32.3	12.7	23.3	14.5	13.3	2.9	1.0	0.0	10.4	
	주점업	511	22.7	26.5	27.8	14.3	4.8	2.0	1.8	0.0	9.9	
	비알콜 음료점업	169	44.1	25.6	17.7	7.0	4.4	0.3	1.0	0.0	7.1	
	지역	서울권	535	16.6	23.4	21.3	17.5	12.5	5.1	3.7	0.0	12.3
		수도권	572	19.4	25.3	26.9	13.9	9.0	3.1	2.3	0.1	11.1
충청권		176	27.2	24.9	27.6	7.4	6.7	3.1	2.4	0.7	9.6	
호남권		267	11.5	14.0	29.4	22.8	15.6	3.5	3.2	0.0	13.2	
경남권		417	26.5	25.0	17.6	12.6	9.9	3.6	4.8	0.0	10.9	
경북권		287	23.5	27.4	17.9	14.1	7.9	1.7	7.5	0.0	11.6	
매출액	5천만 원 미만	156	27.9	23.9	17.4	10.7	10.3	4.5	5.1	0.0	11.3	
	5천만 원~1억 원 미만	494	21.3	26.6	23.1	10.9	10.7	2.8	4.6	0.0	11.0	
	1억 원~5억 원 미만	1,429	18.4	21.9	24.0	18.2	10.6	3.5	3.3	0.1	11.8	
	5억 원 이상	175	19.1	23.5	22.7	9.6	10.9	6.2	7.5	0.5	12.6	

3) 현재 업종 종사기간

- 현재 업종 종사기간은 평균 9.3년임. 현재 업종 종사기간 분포별로는 5년 미만(31.7%), 5~10년 미만(25.9%), 10~15년 미만(21.0%), 15~20년 미만(10.2%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점의 경우 현재 업종 종사기간이 10.1년으로 전체 평균(9.3년)보다 길게 조사됨. 현재 업종 종사기간 분포별로는 5년 미만(28.2%), 5~10년 미만(25.4%), 10~15년 미만(20.4%), 15~20년 미만(12.1%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 일식(12.4년)의 현재 업종 종사기간이 비교적 긴 반면, 기타 외국식(7.3년)은 상대적으로 짧음.
- 일반음식점 외 외식업체의 현재 업종 종사기간은 평균 8.6년으로 전체 평균보다 짧음. 현재 업종 종사기간 분포별로는 5~10년 미만(32.6%), 5년 미만(31.3%), 10~15년 미만(21.5%) 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 출장·이동음식점업(12.2년)과 기관 구내식당업(11.1년)의 현재 업종 종사기간이 상대적으로 긴 반면, 비알콜 음료점업(5.6년), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(6.8년)은 비교적 짧음.
- 지역별로는 호남권(10.0년)과 서울권(9.9년)의 현재 업종 종사기간이 상대적으로 길고, 경남권(8.3년)과 충청권(8.3년)은 비교적 짧음.
- 매출액 규모별로는 5천만 원 미만(10.1년) 업체의 현재 업종 종사기간이 상대적으로 길게 나타남.

<그림 2-3> 현재 업종 종사기간 분포

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-3-1> 사업장 특성별 현재 업종 종사기간 분포(전체)

(단위: 개, %, 년)

구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	모름	평균		
전체		3,018	31.7	25.9	21.0	10.2	6.7	2.1	2.4	0.0	9.3		
업종	일반 음식점	소계	1,269	28.2	25.4	20.4	12.1	8.3	2.2	3.3	0.1	10.1	
		한식	1,749	35.4	26.4	21.8	8.2	4.9	1.9	1.4	0.0	8.4	
		중식	853	28.6	24.9	20.6	12.0	8.4	2.3	2.9	0.1	10.1	
		일식	125	17.7	25.9	20.9	15.6	8.9	1.0	10.0	0.0	12.4	
		서양식	101	27.1	30.8	14.7	11.5	9.6	3.8	2.5	0.0	10.1	
		기타 외국식	108	40.0	29.9	18.0	8.9	3.3	0.0	0.0	0.0	7.3	
	일반 음식점 외	소계	82	31.3	32.6	21.5	4.4	8.0	2.2	0.0	0.0	8.6	
		기관 구내식당업	105	18.7	25.1	30.7	10.1	9.1	1.9	4.5	0.0	11.1	
		출장·이동음식점업	101	14.1	20.3	29.0	16.4	13.3	2.5	4.4	0.0	12.2	
		기타 음식점업	제과점	120	33.3	30.3	15.2	10.6	4.1	3.8	2.8	0.0	9.0
			피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업	133	39.4	34.2	19.9	3.1	2.5	0.9	0.0	0.0	6.8
			치킨전문점	154	30.2	31.5	21.9	5.2	8.2	2.0	1.0	0.0	8.8
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	30.9	24.8	23.3	7.3	7.6	4.3	1.8	0.0	9.7
		간이 음식 포장 판매 전문점	110	44.2	9.6	23.0	10.1	10.2	2.2	0.7	0.0	8.8	
		주점업	550	28.1	23.7	28.9	11.7	4.2	1.9	1.5	0.0	9.4	
		비알콜 음료점업	302	54.0	28.4	9.7	4.5	2.3	0.2	0.8	0.0	5.6	
	연예업	프랜차이즈	764	42.2	29.6	17.5	5.5	3.8	0.8	0.6	0.0	7.0	
		비프랜차이즈	2,254	29.0	25.0	21.9	11.4	7.4	2.4	2.8	0.1	9.9	
지역	서울권	702	27.4	27.6	20.9	12.9	5.3	3.4	2.5	0.0	9.9		
	수도권	748	27.1	27.1	26.2	9.6	7.0	1.4	1.5	0.0	9.5		
	충청권	259	31.5	29.6	25.0	5.3	5.1	1.9	1.2	0.5	8.3		
	호남권	388	29.0	20.1	23.3	13.3	10.3	2.1	1.9	0.0	10.0		
	경남권	578	41.0	25.9	15.2	7.6	5.1	2.3	2.9	0.0	8.3		
	경북권	343	36.5	26.3	15.1	9.9	7.1	0.6	4.5	0.0	9.2		
매출액	5천만 원 미만	169	31.6	25.9	16.9	8.1	10.5	2.7	4.2	0.0	10.1		
	5천만 원~1억 원 미만	592	35.7	24.7	21.0	8.2	5.3	1.8	3.3	0.0	8.8		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	29.9	26.5	21.6	11.4	6.8	2.1	1.8	0.1	9.4		
	5억 원 이상	293	35.6	24.4	19.3	7.1	7.3	2.4	3.5	0.4	9.2		

- 프랜차이즈 외식업체의 현재 업종 종사기간은 평균 7.0년임. 프랜차이즈 일반음식점의 현재 업종 종사기간은 6.5년으로 프랜차이즈 일반음식점 외 외식업체(9.4년)에 비해 짧음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 외식업체 중에서 기관 구내식당업(9.6년)과 주점업(8.8년)의 현재 업종 종사기간은 상대적으로 긴 반면, 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(6.5년)과 간이 음식 포장 판매 전문점업(6.5년)은 비교적 짧음.
- 지역별로는 서울권(8.1년)과 수도권(8.1년), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(8.5년) 업체의 현재 업종 종사기간이 비교적 길게 나타남.

<표 2-3-2> 사업장 특성별 현재 업종 종사기간 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, % 년)

구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	평균		
전체		764	42.2	29.6	17.5	5.5	3.8	0.8	0.6	7.0		
업종	일반 음식점	소계	189	47.4	26.8	15.3	6.3	3.9	0.0	6.5		
		한식	575	40.4	30.5	18.3	5.2	3.8	1.1	0.7	7.2	
		중식	96	47.9	26.2	15.8	6.6	3.3	0.0	0.3	6.5	
		일식	7	54.1	27.9	18.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.9	
		서양식	15	37.9	33.1	3.7	15.0	10.3	0.0	0.0	7.7	
		기타 외국식	38	54.6	28.4	8.1	5.4	3.4	0.0	0.0	5.8	
	일반 음식점 외	소계	33	26.4	28.0	29.6	1.1	15.0	0.0	0.0	9.4	
		기관 구내식당업	38	26.4	32.8	14.7	15.8	7.1	3.2	0.0	9.6	
		출장·이동음식점업	4	53.7	0.0	46.3	0.0	0.0	0.0	0.0	6.6	
		기타 음식점 업	제과점	71	33.5	33.8	17.5	10.1	1.7	1.8	1.7	8.1
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	41.0	35.3	17.8	2.7	2.0	1.2	0.0	6.5
			치킨전문점	108	32.1	30.7	20.0	5.3	9.0	1.5	1.4	8.7
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	48.4	25.7	16.5	3.0	3.6	2.8	0.0	6.9
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	57.0	9.7	23.8	3.9	5.6	0.0	0.0	6.5
		주점업	39	28.4	20.2	38.7	11.4	1.4	0.0	0.0	8.8	
		비알콜 음료점업	133	52.0	33.3	11.0	2.0	1.1	0.0	0.6	5.2	
		지역	서울권	167	33.1	33.3	20.0	8.5	3.8	0.7	0.6	8.1
			수도권	176	36.1	29.0	20.4	8.4	3.5	0.0	2.5	8.1
충청권	83		37.1	36.0	23.6	2.7	0.7	0.0	0.0	6.2		
호남권	121		47.7	23.8	19.2	3.0	4.6	1.8	0.0	6.6		
경남권	161		51.4	30.1	9.3	4.1	3.9	1.2	0.0	6.2		
경북권	56		45.5	27.1	15.3	5.6	6.5	0.0	0.0	6.9		
매출액	5천만 원 미만	13	37.6	34.2	12.8	0.5	14.9	0.0	0.0	8.0		
	5천만 원~1억 원 미만	98	53.0	20.2	16.6	5.5	3.6	1.0	0.0	6.3		
	1억 원~5억 원 미만	535	39.8	32.0	18.2	5.6	3.0	0.8	0.7	7.1		
	5억 원 이상	118	39.8	27.0	13.5	5.1	13.1	0.2	1.3	8.5		

- 비프랜차이즈 외식업체의 현재 업종 종사기간은 평균 9.9년임. 비프랜차이즈 일반음식점의 현재 업종 종사기간은 10.5년으로 프랜차이즈 일반음식점 외 외식업체(8.1년)에 비해 길게 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 외식업체 중에서 출장·이동음식점업(12.4년)의 현재 업종 종사기간은 상대적으로 긴 반면, 비알콜 음료점업(5.9년)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(7.6년)은 비교적 짧음. 지역별로는 호남권(11.2년), 매출액 규모별로는 5만 원 미만(10.3년) 업체의 현재 업종 종사기간이 비교적 길게 나타남.

<표 2-3-3> 사업장 특성별 현재 업종 종사기간 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %, 년)

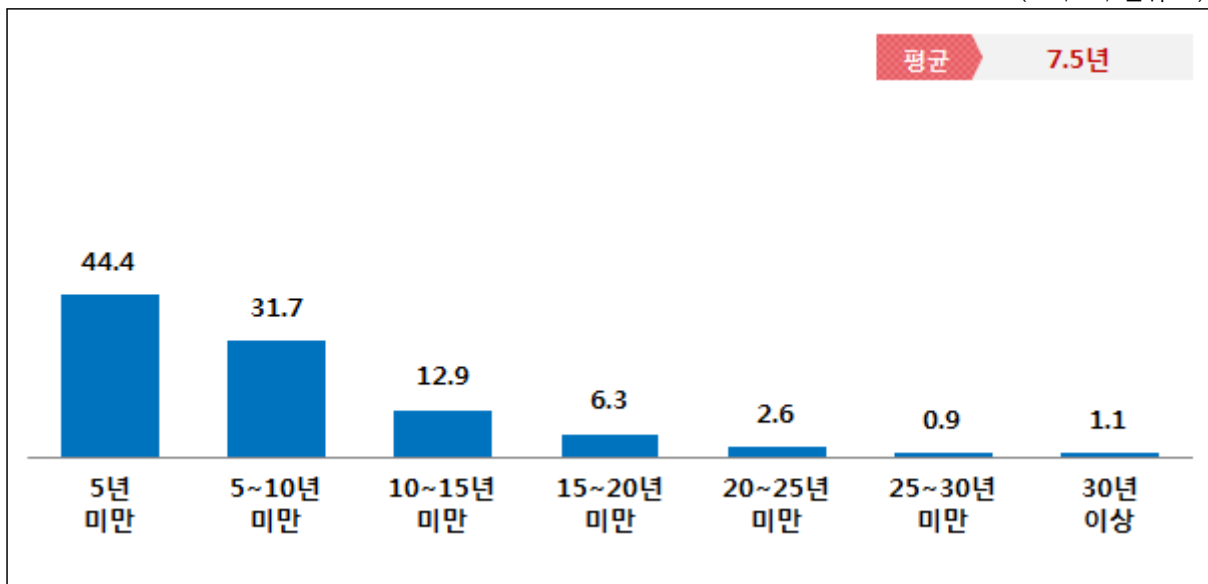
구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	모름	평균
전체		2,254	29.0	25.0	21.9	11.4	7.4	2.4	2.8	0.1	9.9
종업	일반음식점	1,080	26.1	25.3	20.9	12.7	8.8	2.5	3.6	0.1	10.5
	한식	1,174	33.1	24.6	23.4	9.6	5.4	2.2	1.7	0.0	8.9
	중식	757	26.7	24.8	21.1	12.6	8.9	2.6	3.2	0.1	10.5
	일식	118	15.4	25.7	21.0	16.6	9.5	1.1	10.6	0.0	12.8
	서양식	86	25.7	30.6	16.1	11.0	9.5	4.3	2.8	0.0	10.4
	기타 외국식	70	34.7	30.4	21.5	10.1	3.2	0.0	0.0	0.0	7.8
	일반음식점 외	49	34.4	35.6	16.4	6.5	3.5	3.6	0.0	0.0	8.1
	기관 구내식당업	67	15.3	21.7	37.8	7.5	10.0	1.3	6.4	0.0	11.7
	출장·이동음식점업	97	12.8	20.9	28.5	16.9	13.7	2.6	4.6	0.0	12.4
	기타음식점업	49	33.0	25.2	11.9	11.4	7.5	6.7	4.3	0.0	10.2
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	34.9	30.9	26.0	4.1	4.1	0.0	0.0	0.0	7.6
	치킨전문점	46	25.9	33.3	26.2	4.9	6.5	3.1	0.0	0.0	9.0
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	25.8	24.6	25.3	8.5	8.7	4.7	2.4	0.0	10.6
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	39.9	9.6	22.7	12.2	11.7	2.9	1.0	0.0	9.6
	주점업	511	28.1	24.0	28.1	11.8	4.4	2.0	1.6	0.0	9.4
	비알콜 음료점업	169	55.3	25.1	8.9	6.2	3.2	0.3	1.0	0.0	5.9
	지역	서울권	535	26.2	26.3	21.1	13.9	5.6	4.0	2.9	0.0
수도권		572	25.5	26.8	27.3	9.8	7.6	1.6	1.3	0.1	9.8
충청권		176	29.0	26.7	25.7	6.5	7.0	2.7	1.8	0.7	9.2
호남권		267	22.3	18.7	24.7	17.0	12.3	2.3	2.6	0.0	11.2
경남권		417	37.9	24.7	16.9	8.6	5.5	2.7	3.7	0.0	8.9
경북권		287	35.1	26.2	15.1	10.5	7.2	0.7	5.2	0.0	9.5
매출액	5천만 원 미만	156	31.2	25.4	17.2	8.7	10.2	2.9	4.5	0.0	10.3
	5천만 원~1억 원 미만	494	32.7	25.5	21.8	8.7	5.6	1.9	3.9	0.0	9.3
	1억 원~5억 원 미만	1,429	26.9	24.8	22.6	13.1	7.9	2.5	2.1	0.1	10.1
	5억 원 이상	175	33.8	23.3	21.8	7.9	4.9	3.3	4.4	0.5	9.4

4) 현 사업장 운영기간

- 현 사업장 운영기간은 평균 7.5년임. 현 사업장 운영기간 분포별로는 5년 미만(44.4%), 5~10년 미만(31.7%), 10~15년 미만(12.9%), 15~20년 미만(6.3%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점의 경우 현 사업장 운영기간이 8.4년으로 전체 평균(7.5년)보다 길게 조사됨. 현 사업장 운영기간 분포별로는 5년 미만(39.7%), 5~10년 미만(31.0%), 10~15년 미만(13.6%), 15~20년 미만(8.9%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 중식(9.4년)과 한식(8.6년)의 현 사업장 운영기간이 비교적 긴 반면, 기타 외국식(5.6년)과 서양식(6.0년)은 현 사업장 운영기간이 상대적으로 짧음.
- 일반음식점 외 업종의 사업주 현 사업장 운영기간은 평균 6.6년으로 전체 평균보다 짧음. 현 사업장 운영기간 분포별로는 5년 미만(49.7%), 5~10년 미만(32.5%), 10~15년 미만(12.0%), 15~20년 미만(3.5%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 출장·이동음식점업(8.7년)과 기관 구내식당업(8.4년)의 현 사업장 운영기간이 상대적으로 긴 반면, 비알콜 음료점업(4.6년), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(6.0년)은 상대적으로 짧음.

<그림 2-4> 현 사업장 운영기간 분포

(n=3,016, 단위: %)



- 지역별로는 경북권(8.6년)과 서울권(7.9년)의 현 사업장 운영기간이 상대적으로 길고, 경남권(7.0년)과 수도권(7.2년)은 상대적으로 짧음.
- 매출액 규모별로는 5천만 원 미만(8.7년) 업체의 현 사업장 운영기간이 상대적으로 긴 반면, 5천만 원~1억 원 미만(7.2년) 업체는 비교적 짧음.

<표 2-4-1> 사업장 특성별 현 사업장 운영기간 분포(전체)

(단위: 개, %, 년)

구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	평균
전체		3,016	44.4	31.7	12.9	6.3	2.6	0.9	1.1	7.5
업종	일반 음식점	1,267	39.7	31.0	13.6	8.9	3.9	1.3	1.7	8.4
	한식	851	39.2	30.5	13.9	9.1	4.1	1.4	1.7	8.6
	중식	125	34.1	33.8	13.4	10.7	5.0	0.0	3.0	9.4
	일식	101	48.6	31.6	11.5	5.9	1.2	1.2	0.0	6.7
	서양식	108	51.0	35.4	7.9	4.4	1.3	0.0	0.0	6.0
	기타 외국식	82	52.9	33.0	12.6	1.4	0.0	0.0	0.0	5.6
	일반 음식점 외	1,749	49.7	32.5	12.0	3.5	1.2	0.6	0.5	6.6
	기관 구내식당업	105	35.5	36.6	16.0	7.4	2.2	0.0	2.2	8.4
	출장·이동음식점업	101	24.3	47.1	14.4	7.1	5.9	1.2	0.0	8.7
	기타 음식점 외	1,200	47.5	36.2	7.7	5.2	1.9	0.7	0.7	6.8
	제과점	120	47.5	36.2	7.7	5.2	1.9	0.7	0.7	6.8
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	44.3	45.5	9.5	0.1	0.6	0.0	0.0	6.0
	치킨전문점	154	44.7	29.9	17.9	2.8	2.6	2.0	0.0	7.2
	김밥 및 기타 간이 음식점업	174	42.2	32.1	15.4	4.5	2.8	1.3	1.7	8.0
	간이 음식 포장 판매 전문점	110	59.8	22.6	13.2	2.4	1.2	0.0	0.8	6.4
	주점업	550	46.8	33.2	13.9	4.8	0.6	0.4	0.2	6.9
	비알콜 음료점업	302	64.3	29.3	4.8	0.9	0.3	0.0	0.3	4.6
태양음료	764	53.4	32.2	9.5	3.3	1.2	0.3	0.0	5.9	
프랜차이즈	764	53.4	32.2	9.5	3.3	1.2	0.3	0.0	5.9	
비프랜차이즈	2,252	42.2	31.6	13.7	7.1	3.0	1.1	1.4	8.0	
지역	서울권	702	40.2	34.0	13.6	8.2	2.0	1.0	0.8	7.9
	수도권	747	43.9	36.5	13.5	3.2	1.6	0.5	0.9	7.2
	충청권	258	40.3	37.1	12.5	7.1	1.8	1.3	0.0	7.3
	호남권	388	45.4	27.3	13.5	8.6	2.6	1.5	1.0	7.7
	경남권	578	51.6	28.2	10.8	3.7	3.4	1.3	1.0	7.0
	경북권	343	42.4	26.6	13.1	9.5	5.0	0.2	3.2	8.6
매출액	5천만 원 미만	169	41.1	28.2	12.9	7.6	6.3	1.3	2.6	8.7
	5천만 원~1억 원 미만	592	46.8	31.3	12.6	5.9	1.4	0.7	1.3	7.2
	1억 원~5억 원 미만	1,963	43.7	32.4	13.0	6.3	2.7	1.0	0.8	7.5
	5억 원 이상	292	46.7	29.1	11.8	6.6	1.9	0.7	3.3	7.9

- 프랜차이즈 외식업체 사업주의 현 사업장 운영기간은 평균 5.9년이고, 프랜차이즈 일반음식점의 경우 현 사업장 운영기간이 6.2년임. 세부업종별로는 일식(7.9년)의 현 사업장 운영기간이 긴 반면, 중식(3.6년)은 비교적 짧음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 업종의 현 사업장 운영기간은 평균 5.8년임. 세부업종별로는 기관 구내식당업(8.4년)과 주점업(6.7년)의 현 사업장 운영기간이 긴 반면, 비알콜 음료점업(4.2년)은 상대적으로 짧음.
- 프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 서울권(6.6년)과 경북권(6.6년)의 현 사업장 운영기간이 길고, 매출액 규모별로는 5천만 원 미만(7.4년) 업체가 비교적 길게 나타남.

<표 2-4-2> 사업장 특성별 현 사업장 운영기간 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %, 년)

구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	평균	
전체		764	53.4	32.2	9.5	3.3	1.2	0.3	0.0	5.9	
업종	일반음식점	189	54.8	24.9	10.9	6.7	2.7	0.0	0.0	6.2	
	한식	96	54.0	23.2	12.6	7.4	2.9	0.0	0.0	6.5	
	중식	7	72.1	27.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	
	일식	15	37.9	40.4	0.0	11.4	10.3	0.0	0.0	7.9	
	서양식	38	58.7	33.0	3.2	5.1	0.0	0.0	0.0	5.0	
	기타 외국식	33	60.1	24.3	15.6	0.0	0.0	0.0	0.0	5.2	
	일반음식점 외	575	53.0	34.7	9.1	2.1	0.7	0.4	0.0	5.8	
	기관 구내식당업	38	33.7	39.9	6.2	17.5	2.8	0.0	0.0	8.4	
	출장·이동음식점업	4	53.7	46.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	
	제과점	71	46.3	42.3	7.8	3.6	0.0	0.0	0.0	6.1	
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	44.8	44.9	9.4	0.1	0.9	0.0	0.0	5.8	
	치킨전문점	108	48.0	31.2	15.7	2.8	0.9	1.5	0.0	6.5	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	44	60.2	24.0	12.0	0.5	3.4	0.0	0.0	6.2	
	간이 음식 포장 판매 전문점	33	77.1	11.5	6.6	4.7	0.0	0.0	0.0	4.9	
	주점업	39	38.8	45.7	12.0	3.5	0.0	0.0	0.0	6.7	
	비알콜 음료점업	133	66.6	31.4	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	
	지역	서울권	167	46.1	36.9	10.2	5.9	0.9	0.0	0.0	6.6
		수도권	176	50.1	34.3	10.9	4.3	0.4	0.0	0.0	6.1
		충청권	83	40.5	39.7	15.4	4.4	0.0	0.0	0.0	6.4
호남권		121	67.8	23.8	5.4	0.6	2.4	0.0	0.0	4.7	
경남권		161	56.1	32.0	8.8	1.5	0.4	1.2	0.0	5.7	
경북권		56	50.6	28.7	10.0	5.6	5.1	0.1	0.0	6.6	
매출액	5천만 원 미만	13	48.1	29.3	12.8	0.0	9.9	0.0	0.0	7.4	
	5천만 원~1억 원 미만	98	60.7	29.4	7.6	0.0	2.2	0.0	0.0	5.1	
	1억 원~5억 원 미만	535	51.7	33.0	10.1	4.2	0.7	0.4	0.0	6.0	
	5억 원 이상	118	54.6	33.1	6.9	3.5	1.8	0.0	0.1	6.2	

- 비프랜차이즈 외식업체 사업주의 현 사업장 운영기간은 평균 8.0년이고, 비프랜차이즈 일반음식점의 경우 현 사업장 운영기간이 8.7년임. 세부업종별로는 중식(9.7년)의 현 사업장 운영기간이 길고, 기타 외국식(5.9년)은 상대적으로 짧음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업종의 현 사업장 운영기간은 평균 6.9년임. 세부업종별로는 출장·이동음식점업(8.9년)의 현 사업장 운영기간이 긴 반면, 비알콜 음료점업(4.9년)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(6.3년)은 상대적으로 짧음.
- 비프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 호남권(8.8년)의 현 사업장 운영기간이 길고, 매출액 규모별로는 5천만 원 미만(8.8년) 업체가 상대적으로 길게 나타남.

<표 2-4-3> 사업장 특성별 현 사업장 운영기간 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %, 년)

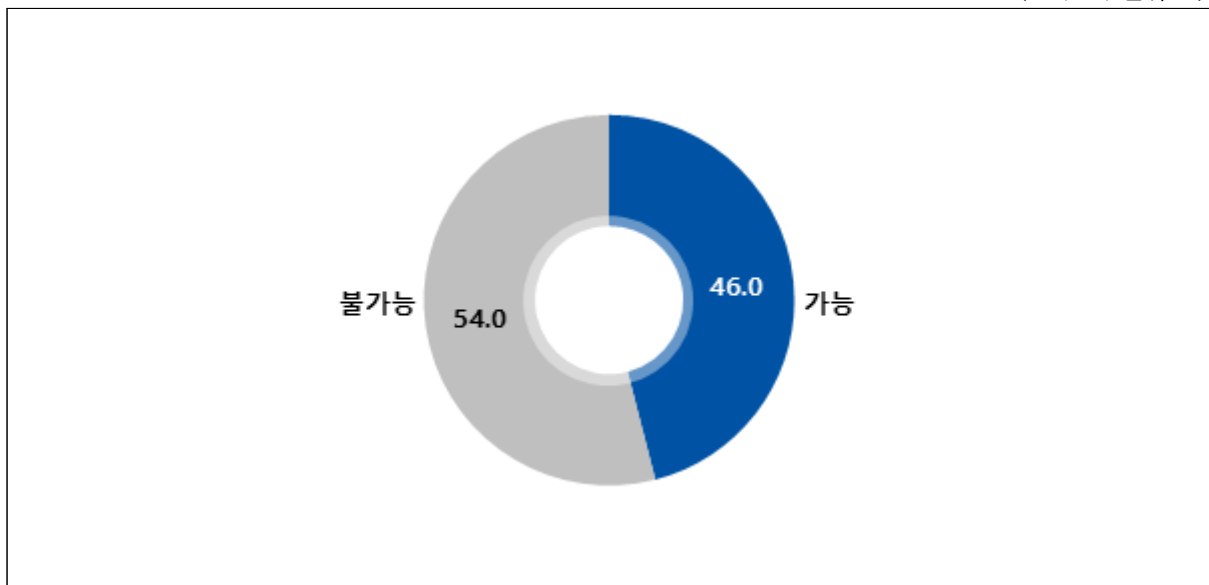
구분		사례수	5년 미만	5~10년 미만	10~15년 미만	15~20년 미만	20~25년 미만	25~30년 미만	30년 이상	평균
전체		2,252	42.2	31.6	13.7	7.1	3.0	1.1	1.4	8.0
일반 음식점	소계	1,078	38.0	31.6	13.9	9.1	4.0	1.4	1.9	8.7
	한식	755	37.7	31.3	14.1	9.3	4.2	1.6	1.9	8.8
	중식	118	31.8	34.2	14.3	11.3	5.3	0.0	3.2	9.7
	일식	86	50.0	30.5	13.0	5.2		1.3	0.0	6.5
	서양식	70	48.2	36.3	9.7	4.1	1.7	0.0	0.0	6.4
	기타 외국식	49	48.4	38.5	10.7	2.3	0.0	0.0	0.0	5.9
	소계	1,174	48.2	31.5	13.4	4.1	1.4	0.7	0.8	6.9
	기관 구내식당업	67	36.3	35.2	20.4	2.8	2.0	0.1	3.2	8.4
	출장·이동음식점업	97	23.4	47.1	14.8	7.3	6.1	1.3	0.0	8.9
	기타 음식점 외 음식점 업	49	49.2	27.6	7.7	7.5	4.6	1.8	1.8	7.8
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	42.7	47.2	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	
치킨전문점	46	37.4	27.2	22.9	2.9	6.4	3.1	0.1	8.6	
김밥 및 기타 간이 음식점업	130	37.0	34.4	16.4	5.7	2.6	1.7	2.2	8.6	
간이 음식 포장 판매 전문점	77	54.0	26.3	15.4	1.7	1.6	0.0	1.1	6.8	
주점업	511	47.6	32.1	14.1	4.9	0.6	0.4	0.3	7.0	
비알콜 음료점업	169	62.8	27.9	6.7	1.6	0.5	0.0	0.5	4.9	
지역	서울권	535	38.8	33.4	14.4	8.8	2.3	1.3	1.0	8.2
	수도권	571	42.8	36.9	13.9	3.1	1.8	0.6	1.0	7.4
	충청권	175	40.3	35.9	11.2	8.3	2.5	1.8	0.0	7.7
	호남권	267	37.3	28.6	16.4	11.6	2.6	2.1	1.4	8.8
	경남권	417	50.3	27.0	11.4	4.4	4.3	1.3	1.3	7.4
	경북권	287	41.2	26.3	13.6	10.1	5.0	0.2	3.7	8.9
매출액	5천만 원 미만	156	40.6	28.2	12.9	8.1	6.0	1.4	2.8	8.8
	5천만 원~1억 원 미만	494	44.4	31.6	13.5	6.9	1.3	0.8	1.5	7.6
	1억 원~5억 원 미만	1,428	41.3	32.2	13.9	6.9	3.3	1.2	1.0	8.0
	5억 원 이상	174	43.3	27.4	13.8	7.9	1.9	1.0	4.7	8.6

5) 주차 가능 여부

- 주차가 가능한 업체 비중은 46.0%이고, 불가능한 업체 비중은 54.0%로 나타남.
- 일반음식점의 경우 주차 가능 업체 비중이 54.0%로 전체 평균(46.0%)보다 높음.
 - 세부업종별로는 일식(66.9%)과 서양식(59.1%)의 경우 주차 가능 업체 비중이 비교적 높고, 중식(44.4%)은 상대적으로 낮음.
- 일반음식점 외 업종의 경우 37.2%만이 주차가 가능한 것으로 나타남.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업(75.3%)과 출장·이동음식점업(67.5%)의 경우 주차 가능 업체 비중이 상대적으로 높고, 김밥 및 기타 간이 음식점업(30.5%)과 주점업(33.5%)의 경우 주차 가능 업체 비중이 낮음.
- 지역별로는 수도권(56.6%)의 주차 가능 업체 비중이 가장 높고, 호남권(31.5%)은 주차 가능 업체 비중이 가장 낮음.
- 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 경우 73.3%가 주차가 가능한 것으로 나타난 반면, 5천만 원 미만 업체는 37.9%만이 주차가 가능한 것으로 조사됨.

<그림 2-5> 주차 가능 여부

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-5-1> 사업장 특성별 주차 가능 여부(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	가능	불가능		
전체		3,018	46.0	54.0		
상업	일반 음식점	소계	1,269	54.0	46.0	
		한식	853	54.0	46.0	
		중식	125	44.4	55.6	
		일식	101	66.9	33.1	
		서양식	108	59.1	40.9	
		기타 외국식	82	56.8	43.2	
	일반 음식점 외	소계	1,749	37.2	62.8	
		기관 구내식당업	105	75.3	24.7	
		출장·이동음식점업	101	67.5	32.5	
		기타 음식점 업	제과점	120	43.3	56.7
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	44.9	55.1
			치킨전문점	154	35.3	64.7
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	30.5	69.5
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	57.9	42.1
		주점업	550	33.5	66.5	
		비알콜 음료점업	302	36.9	63.1	
		영업 형태	프랜차이즈	764	43.5	56.5
			비프랜차이즈	2,254	46.6	53.4
지역	서울권	702	36.3	63.7		
	수도권	748	56.6	43.4		
	충청권	259	54.9	45.1		
	호남권	388	31.5	68.5		
	경남권	578	44.2	55.8		
	경북권	343	59.3	40.7		
매출 액	5천만 원 미만	169	37.9	62.1		
	5천만 원~1억 원 미만	592	38.6	61.4		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	48.5	51.5		
	5억 원 이상	293	73.3	26.7		

- 프랜차이즈 외식업체는 43.5%가 주차가 가능한 것으로 나타남. 프랜차이즈 일반음식점의 경우 46.0%가 주차가 가능한 것으로 조사됨. 세부업종별로는 서양식(60.8%)과 기타 외국식(59.0%)의 주차 가능 업체 비중이 상대적으로 높음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 업종은 42.6%가 주차가 가능함. 세부업종별로는 기관 구내식당업(89.7%)의 주차 가능 업체 비중이 비교적 높고, 비알콜 음료점업(32.2%)의 주차 가능 업체 비중이 낮음.
- 프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 충청권(69.1%), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(72.3%) 업체의 주차 가능 비중이 상대적으로 높음.

<표 2-5-2> 사업장 특성별 주차 가능 여부(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	가능	불가능
전체		764	43.5	56.5
일반 음식점	소계	189	46.0	54.0
	한식	96	43.3	56.7
	중식	7	54.2	45.8
	일식	15	47.2	52.8
	서양식	38	60.8	39.2
	기타 외국식	33	59.0	41.0
	기관 음식점 외	소계	575	42.6
기관 구내식당업	38	89.7	10.3	
출장·이동음식점업	4	65.9	34.1	
기타 음식점 업	제과점	71	40.4	59.6
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	54.7	45.3
	치킨전문점	108	39.0	61.0
	김밥 및 기타 간이 음식점업	44	51.7	48.3
	간이 음식 포장 판매 전문점	33	55.3	44.7
	주점업	39	41.4	58.6
비알콜 음료점업	133	32.2	67.8	
지역	서울권	167	43.2	56.8
	수도권	176	57.2	42.8
	충청권	83	69.1	30.9
	호남권	121	23.3	76.7
	경남권	161	35.9	64.1
	경북권	56	52.8	47.2
매출액	5천만 원 미만	13	33.8	66.2
	5천만 원~1억 원 미만	98	42.3	57.7
	1억 원~5억 원 미만	535	42.3	57.7
	5억 원 이상	118	72.3	27.7

- 비프랜차이즈 외식업체는 46.6%가 주차가 가능한 것으로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 경우 54.8%가 주차가 가능한 것으로 조사됨. 세부업종별로는 일식(69.4%)과 서양식(58.4%)의 주차 가능 업체 비중이 상대적으로 높음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업종은 34.7%가 주차가 가능함. 세부업종별로는 기관 구내식당업(68.8%)의 주차 가능 업체 비중이 비교적 높고, 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(15.9%)은 주차 가능 업체 비중이 비교적 낮음.
- 비프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 수도권(56.5%), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(73.7%) 업체의 주차 가능 비중이 상대적으로 높음.

<표 2-5-3> 사업장 특성별 주차 가능 여부(비프랜차이즈)

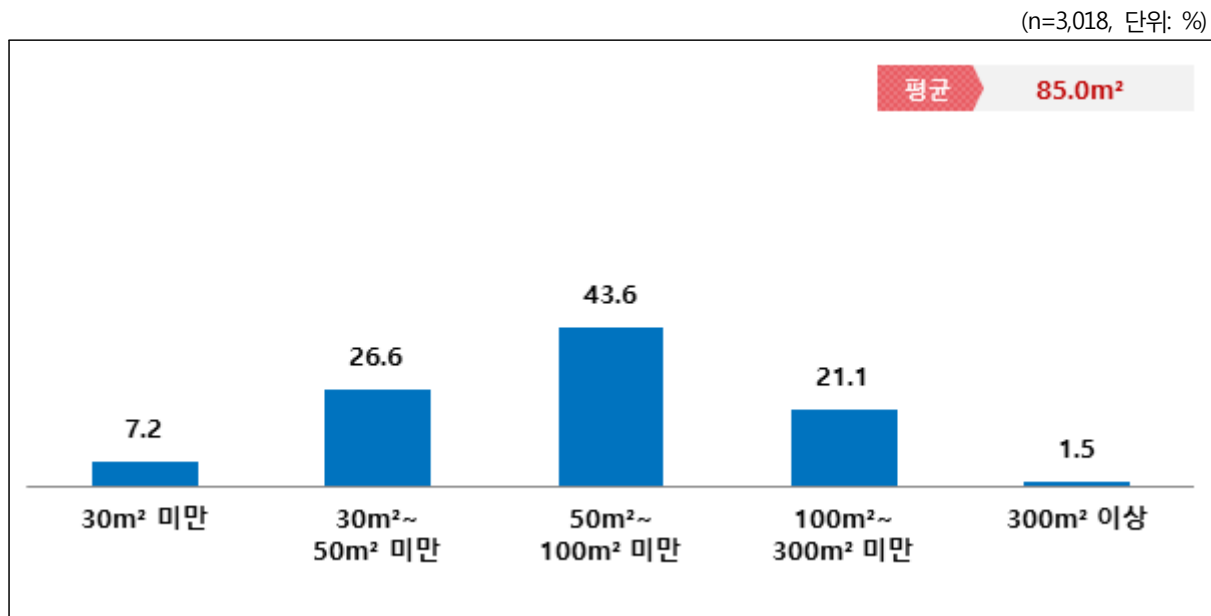
(단위: 개, %)

구분		사례수	가능	불가능	
전체		2,254	46.6	53.4	
일반 음식점	소계	1,080	54.8	45.2	
	한식	757	55.1	44.9	
	중식	118	43.8	56.2	
	일식	86	69.4	30.6	
	서양식	70	58.4	41.6	
	기타 외국식	49	55.4	44.6	
	상업 일반 음식점 외	소계	1,174	34.7	65.3
		기관 구내식당업	67	68.8	31.2
		출장·이동음식점업	97	67.5	32.5
		기타 음식점 업	제과점	49	47.5
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업			28	15.9	84.1
치킨전문점			46	27.2	72.8
김밥 및 기타 간이 음식점업			130	24.3	75.7
간이 음식 포장 판매 전문점		77	58.7	41.3	
주점업		511	32.8	67.2	
비알콜 음료점업		169	40.1	59.9	
지역	서울권	535	34.8	65.2	
	수도권	572	56.5	43.5	
	충청권	176	48.6	51.4	
	호남권	267	34.4	65.6	
	경남권	417	46.6	53.4	
	경북권	287	60.3	39.7	
매출액	5천만 원 미만	156	38.2	61.8	
	5천만 원~1억 원 미만	494	37.9	62.1	
	1억 원~5억 원 미만	1,429	50.4	49.6	
	5억 원 이상	175	73.7	26.3	

6) 사업장 신고면적

- 사업장 신고면적은 평균 $85.0m^2$ 로 나타남. 사업장 신고면적 분포별로는 $50m^2\sim100m^2$ 미만이 43.6%, $30m^2\sim50m^2$ 미만(26.6%), $100m^2\sim300m^2$ 미만(21.1%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점의 경우 사업장 신고면적이 $91.9m^2$ 로 전체 평균($85.0m^2$)보다 넓게 나타남. 사업장 신고면적 분포별로는 $50m^2\sim100m^2$ 미만이 48.3%, $100m^2\sim300m^2$ 미만(25.1%), $30m^2\sim50m^2$ 미만(20.2%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 서양식($104.2m^2$)과 일식($92.7m^2$)의 사업장 면적이 크고, 기타 외국식($83.9m^2$)은 상대적으로 작음.
- 일반음식점 외 업종의 사업장 신고면적은 평균 $77.3m^2$ 로 전체 평균보다 작음. 사업장 신고면적 분포별로는 $50m^2\sim100m^2$ 미만이 38.5%, $30m^2\sim50m^2$ 미만(33.7%), $100m^2\sim300m^2$ 미만(16.7%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업($170.9m^2$)과 출장·이동음식점업($142.4m^2$), 주점업($90.7m^2$)의 사업장 신고면적이 큰 반면, 김밥 및 기타 간이 음식점업($45.6m^2$)과 간이 음식 포장판매 전문점($55.7m^2$)의 사업장 신고면적은 작음.

<그림 2-6> 사업장 신고면적 분포



- 지역별로는 충청권(103.5 m^2)과 경남권(99.7 m^2) 업체의 사업장 신고면적이 비교적 큰 반면, 서울권(70.0 m^2)과 수도권(80.9 m^2)은 작음.
- 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 사업장 신고면적은 181.9 m^2 로, 5천만 원 미만(57.1 m^2) 업체의 약 3.2배 규모로 나타남.

<표 2-6-1> 사업장 특성별 사업장 신고면적 분포(전체)

(단위: 개, %, m^2)

구분		사례수	30 m^2 미만	30 m^2 ~ 50 m^2 미만	50 m^2 ~ 100 m^2 미만	100 m^2 ~ 300 m^2 미만	300 m^2 이상	평균		
전체		3,018	7.2	26.6	43.6	21.1	1.5	85.0		
업종	일반 음식점	소계	1,269	4.9	20.2	48.3	25.1	1.6	91.9	
		한식	853	5.2	19.6	48.0	25.8	1.4	92.1	
		중식	125	1.3	23.1	57.1	17.4	1.2	84.6	
		일식	101	4.6	29.3	42.3	21.7	2.0	92.7	
		서양식	108	5.6	15.9	48.6	24.2	5.7	104.2	
		기타 외국식	82	3.3	33.6	33.2	29.0	0.8	83.9	
	일반 음식점 외	소계	1,749	9.7	33.7	38.5	16.7	1.4	77.3	
		기관 구내식당업	105	1.0	2.8	38.4	41.5	16.2	170.9	
		출장·이동음식점업	101	1.7	19.5	31.3	40.1	7.3	142.4	
		기타 음식점	제과점	120	5.4	25.8	50.6	18.1	0.0	75.0
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	12.3	41.5	29.7	16.1	0.3	65.9
			치킨전문점	154	14.7	36.7	43.4	5.0	0.1	57.8
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	25.3	50.5	21.1	3.1	0.0	45.6
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	28.4	28.6	39.0	3.7	0.3	55.7
		주점업	550	4.4	29.2	40.4	24.0	2.0	90.7	
		비알콜 음료점업	302	7.0	35.1	42.0	15.7	0.2	74.1	
		영양업	프랜차이즈	764	6.7	31.3	39.7	20.6	1.7	83.3
			비프랜차이즈	2,254	7.3	25.4	44.6	21.2	1.4	85.4
지역	서울권	702	7.1	32.1	47.4	13.2	0.2	70.0		
	수도권	748	6.2	27.5	47.0	18.4	1.0	80.9		
	충청권	259	5.9	25.2	38.4	27.4	3.1	103.5		
	호남권	388	5.8	30.6	41.1	21.4	1.0	82.3		
	경남권	578	8.7	20.4	37.7	30.1	3.0	99.7		
	경북권	343	9.4	20.6	46.5	21.6	1.9	87.9		
매출액	5천만 원 미만	169	24.8	33.5	29.2	12.2	0.3	57.1		
	5천만 원~1억 원 미만	592	11.6	39.0	38.4	10.5	0.5	64.5		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	3.8	22.2	48.0	24.4	1.5	91.4		
	5억 원 이상	293	1.1	1.2	27.4	58.4	11.9	181.9		

- 프랜차이즈 외식업체의 사업장 신고면적 평균은 83.3 m^2 임. 프랜차이즈 일반음식점의 면적은 92.8 m^2 로 나타남. 세부업종별로는 서양식(141.6 m^2)이 큰 반면, 일식(73.2 m^2)은 상대적으로 작음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 업종의 면적은 평균 80.0 m^2 임. 세부업종별로는 기관 구내식당업(266.8 m^2)과 출장·이동음식점업(215.4 m^2)이 상대적으로 크게 나타남.
- 프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 충청권(109.9 m^2)의 사업장 면적이 가장 크고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상(173.7 m^2) 업체가 5천만 원~1억 원 미만(61.7 m^2) 업체의 약 2.8배 수준임.

<표 2-6-2> 사업장 특성별 사업장 신고면적 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %, m^2)

구분		사례수	30 m^2 미만	30 m^2 ~ 50 m^2 미만	50 m^2 ~ 100 m^2 미만	100 m^2 ~ 300 m^2 미만	300 m^2 이상	평균		
전체		764	6.7	31.3	39.7	20.6	1.7	83.3		
업종	일반음식점	소계	189	2.9	27.9	42.0	25.0	2.2	92.8	
		한식	96	2.6	31.0	43.0	22.1	1.4	87.1	
		중식	7	0.0	0.0	36.0	64.0	0.0	118.7	
		일식	15	11.4	34.1	50.3	0.1	4.0	73.2	
		서양식	38	4.7	8.6	36.1	40.8	9.8	141.6	
		기타 외국식	33	0.0	31.4	34.6	32.9	1.1	91.7	
	일반음식점 외	소계	575	8.0	32.4	38.9	19.1	1.5	80.0	
		기관 구내식당업	38	0.0	0.0	7.7	54.8	37.5	266.8	
		출장·이동음식점업	4	0.0	0.0	34.1	31.8	34.1	215.4	
		기타음식점업	제과점	71	0.0	16.1	57.5	26.3	0.0	87.3
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	11.7	36.9	31.6	19.4	0.4	70.3
			치킨전문점	108	12.0	35.4	45.3	7.3	0.0	61.8
			김밥 및 기타 간이음식점업	44	5.6	60.1	32.3	1.9	0.0	54.5
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	33.2	30.6	25.7	9.5	1.0	60.1
		주점업	39	0.0	27.5	45.2	27.1	0.2	83.0	
		비알콜 음료점업	133	8.5	30.0	34.9	26.1	0.5	84.6	
		지역	서울권	167	5.9	32.2	43.3	18.4	0.1	73.7
수도권	176		4.5	35.1	34.9	24.3	1.2	79.4		
충청권	83		6.5	12.4	43.0	37.1	1.0	109.9		
호남권	121		4.5	38.2	37.5	19.3	0.5	77.7		
경남권	161		10.4	27.1	41.2	17.2	4.0	88.6		
경북권	56		9.9	39.0	39.4	7.8	4.0	79.4		
매출액	5천만 원 미만	13	13.6	43.7	14.7	23.7	4.3	80.6		
	5천만 원~1억 원 미만	98	9.3	48.1	28.9	13.3	0.4	61.7		
	1억 원~5억 원 미만	535	6.2	28.3	43.6	20.4	1.4	83.3		
	5억 원 이상	118	0.0	3.5	33.7	52.1	10.7	173.7		

- 비프랜차이즈 외식업체의 사업장 신고면적 평균은 85.4m²임. 비프랜차이즈 일반음식점의 면적은 91.8m²로 나타남. 세부업종별로는 한식(92.6m²)이 큰 반면, 기타 외국식(78.9m²)은 상대적으로 작음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업종의 면적은 평균 76.0m²임. 세부업종별로는 출장·이동음식점업(140.1m²)과 기관 구내식당업(128.0m²)이 상대적으로 크게 나타남.
- 비프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 경남권(103.0m²)의 사업장 면적이 가장 크고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상(185.4m²) 업체가 5천만 원 미만(55.4m²) 업체의 약 3.3배 수준임.

<표 2-6-3> 사업장 특성별 사업장 신고면적 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %, m²)

구분		사례수	30m ² 미만	30m ² ~ 50m ² 미만	50m ² ~ 100m ² 미만	100m ² ~ 300m ² 미만	300m ² 이상	평균
전체		2,254	7.3	25.4	44.6	21.2	1.4	85.4
일반 음식점	소계	1,080	5.1	19.3	49.0	25.1	1.5	91.8
	한식	757	5.4	18.5	48.5	26.2	1.4	92.6
	중식	118	1.3	24.5	58.4	14.5	1.2	82.5
	일식	86	3.8	28.6	41.3	24.5	1.8	95.2
	서양식	70	5.9	18.6	53.1	18.2	4.3	90.7
	기타 외국식	49	5.4	35.0	32.3	26.6	0.7	78.9
	소계	1,174	10.5	34.3	38.3	15.6	1.3	76.0
	기관 구내식당업	67	1.4	4.1	52.2	35.6	6.7	128.0
	출장·이동음식점업	97	1.8	20.1	31.2	40.4	6.5	140.1
	제과점	49	13.3	39.8	40.6	6.3	0.0	57.4
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	14.4	55.1	24.2	6.4	0.0	52.8
기타 음식점 업	46	20.9	39.6	39.4	0.0	0.1	49.0	
치킨전문점	46	20.9	39.6	39.4	0.0	0.1	49.0	
김밥 및 기타 간이 음식점업	130	31.0	47.7	17.8	3.5	0.0	43.0	
간이 음식 포장 판매 전문점	77	26.8	27.9	43.4	1.8	0.1	54.3	
주점업	511	4.8	29.4	40.0	23.7	2.1	91.4	
비알콜 음료점업	169	5.9	38.5	46.8	8.8	0.0	67.2	
지역	서울권	535	7.4	32.1	48.3	12.0	0.2	69.1
	수도권	572	6.5	26.1	49.2	17.3	0.9	81.2
	충청권	176	5.7	30.8	36.4	23.1	4.0	100.6
	호남권	267	6.3	27.9	42.5	22.2	1.2	83.9
	경남권	417	8.2	18.4	36.7	34.0	2.7	103.0
	경북권	287	9.4	17.8	47.5	23.7	1.6	89.3
매출액	5천만 원 미만	156	25.6	32.8	30.2	11.4	0.0	55.4
	5천만 원~1억 원 미만	494	11.9	37.4	40.1	10.1	0.6	65.0
	1억 원~5억 원 미만	1,429	3.1	20.4	49.4	25.7	1.5	93.8
	5억 원 이상	175	1.6	0.2	24.7	61.1	12.4	185.4

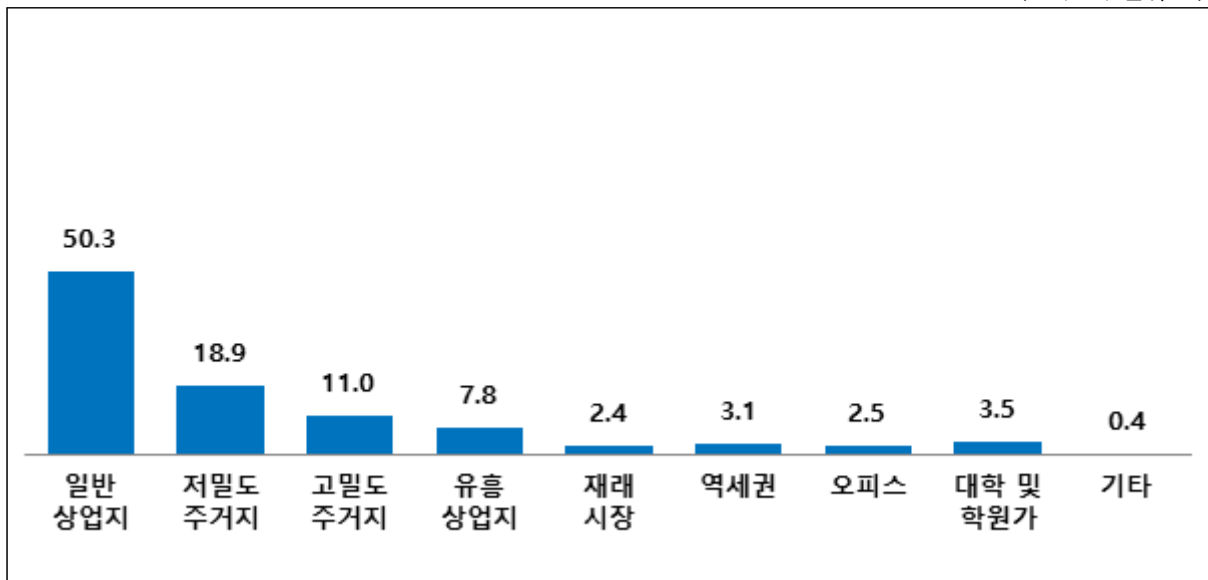
2. 사업장 정보

1) 상권분류

- 외식업체의 상권은 일반상업지가 50.3%로 가장 많고, 저밀도주거지(18.9%), 고밀도주거지(11.0%), 유흥상업지(7.8%), 대학 및 학원가(3.5%) 순서로 나타남.
- 일반음식점의 경우 일반상업지(52.2%), 저밀도주거지(21.6%), 고밀도주거지(9.6%), 유흥상업지(5.7%) 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 중식의 경우 저밀도주거지(26.8%)에 위치한 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높고, 일식은 유흥상업지(18.5%), 기타 외국식은 오피스(10.4%) 상권에 위치한 비중이 타 업종에 비해 높음.
- 일반음식점 외 업종의 상권분포별로는 일반상업지(48.4%), 저밀도주거지(16.1%), 고밀도주거지(12.5%), 유흥상업지(9.9%) 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업의 경우 다른 업종에 비해 오피스(28.1%) 상권에 위치한 비중이 상대적으로 높고, 출장·이동음식점업의 경우 저밀도주거지(37.5%), 주점업의 경우 유흥상업지(19.1%) 위치 비중이 타 업종에 비해 높음.

<그림 2-7> 상권분류 분포

(n=3,018, 단위: %)



주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

- 지역별로는 호남권의 경우 일반상업지 위치 비중이 87.8%로 다른 지역에 비해 높고, 수도권은 고밀도주거지(16.7%), 경남권은 대학 및 학원가(8.7%) 비중이 타 지역에 비해 높음.
- 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 업체는 재래시장(6.7%), 5억 원 이상 업체는 역세권(7.6%)과 유흥상업지(11.1%) 비중이 상대적으로 높음.

<표 2-7-1> 사업장 특성별 상권분류 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	고밀도 주거지	저밀도 주거지	대학 및 학원가	역세권	오피스	유흥 상업지	일반 상업지	재래 시장	기타	
전체		3,018	11.0	18.9	3.5	3.1	2.5	7.8	50.3	2.4	0.4	
종 류	일반 음식점	소계	1,269	9.6	21.6	1.8	3.3	2.0	52.2	3.2	0.5	
		한식	853	9.8	21.7	1.2	3.1	1.8	52.9	3.7	0.6	
		중식	125	11.5	26.8	0.8	3.2	0.0	1.1	55.3	1.3	
		일식	101	4.6	15.3	6.6	8.4	6.3	18.5	39.4	1.0	
		서양식	108	8.9	19.1	10.2	3.2	3.2	7.6	47.7	0.0	
		기타 외국식	82	2.9	15.7	10.1	7.5	10.4	13.2	40.3	0.0	
		소계	1,749	12.5	16.1	5.3	2.8	3.2	9.9	48.4	1.6	0.4
		기관 구내식당업	6,105	5.2	20.1	3.4	3.0	28.1	1.3	34.4	0.0	4.5
		출장·이동음식점업	101	8.6	37.5	0.6	1.9	0.4	2.0	46.4	0.9	1.6
		제과점	120	22.9	15.5	2.5	2.6	2.9	1.7	47.9	4.0	0.0
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	23.4	15.5	3.1	5.2	0.8	5.0	45.4	1.6	0.0
		치킨전문점	154	21.2	14.7	4.8	0.0	1.0	8.5	48.0	1.7	0.0
		김밥 및 기타 간이 음식점업	174	20.5	22.1	3.0	3.4	4.1	2.2	41.3	3.3	0.0
		간이 음식 포장 판매 전문점	110	11.7	18.6	4.1	2.6	0.2	8.0	38.8	8.9	7.2
		주점업	550	6.7	13.2	5.0	2.5	1.9	19.1	50.7	1.0	0.0
		비알콜 음료점업	302	8.5	17.5	8.8	3.9	3.3	4.3	52.7	0.7	0.4
	영 태	프랜차이즈	764	15.3	12.2	7.2	4.2	2.6	4.7	53.1	0.4	0.2
비프랜차이즈		2,254	9.9	20.7	2.5	2.8	2.5	8.6	49.6	3.0	0.5	
지 역	서울권	702	14.6	27.9	4.1	6.0	4.2	5.0	35.5	2.4	0.2	
	수도권	748	16.7	18.8	1.0	4.5	3.6	10.3	43.1	1.5	0.5	
	충청권	259	12.1	11.0	3.0	2.0	0.4	5.7	61.2	2.7	1.9	
	호남권	388	4.1	6.0	1.0	0.3	0.4	0.5	87.8	0.0	0.0	
	경남권	578	7.1	17.6	8.7	1.5	3.0	14.0	44.1	3.9	0.2	
	경북권	343	8.3	26.7	1.8	2.0	0.9	6.9	47.7	4.8	0.9	
매 출 액	5천만 원 미만	169	9.9	21.3	1.5	0.0	2.3	7.4	50.7	6.7	0.2	
	5천만 원~1억 원 미만	592	12.1	20.7	2.5	1.6	1.6	5.7	50.8	4.5	0.5	
	1억 원~5억 원 미만	1,964	10.7	17.9	3.9	3.7	2.9	8.5	50.7	1.3	0.4	
	5억 원 이상	293	10.0	20.3	7.6	7.6	3.7	11.1	37.7	0.1	1.9	

주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

- 프랜차이즈 외식업체의 상권분포는 일반상업지(53.1%), 고밀도주거지(15.3%), 저밀도주거지(12.2%), 대학 및 학원가(7.2%) 순서로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점 중에서는 중식(63.7%)이 일반상업지 비중이 비교적 높고, 일반음식점 외 업종의 경우 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업은 고밀도주거지(25.8%), 치킨전문점은 유흥상업지(10.5%) 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로는 호남권은 일반상업지(86.2%), 경북권은 저밀도주거지(16.6%) 비중이 비교적 높고, 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 업체의 경우 일반상업지(76.5%) 비중이 상대적으로 높음.

<표 2-7-2> 사업장 특성별 상권분류 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	고밀도 주거지	저밀도 주거지	대학 및 학원가	역세권	오피스	유흥 상업지	일반 상업지	재래 시장	기타
전체		764	15.3	12.2	7.2	4.2	2.6	4.7	53.1	0.4	0.2
일반 음식점	소계	189	9.6	16.3	3.5	6.6	2.8	4.0	57.2	0.0	0.0
	한식	96	10.2	14.9	2.7	6.4	2.5	2.5	60.8	0.0	0.0
	중식	7	0.0	36.0	0.0	0.1	0.1	0.1	63.7	0.0	0.0
	일식	15	9.3	21.5	0.1	9.5	2.9	23.7	32.9	0.0	0.0
	서양식	38	11.0	15.2	6.4	7.7	0.3	4.6	54.8	0.0	0.0
	기타 외국식	33	5.4	20.3	14.7	10.1	12.1	10.6	26.7	0.0	0.0
	소계	575	17.2	10.8	8.4	3.5	2.5	4.9	51.9	0.6	0.3
	기관 구내식당업	38	6.6	6.7	5.4	4.0	37.3	0.0	40.0	0.0	0.0
	출장·이동음식점업	4	0.0	34.1	19.7	0.0	0.0	0.0	0.0	12.2	34.1
	기타 음식점 업	71	16.7	9.0	3.5	1.7	3.3	1.2	61.1	3.5	0.0
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	25.8	15.1	2.2	6.9	0.0	4.9	42.9	2.1	0.0	
치킨전문점	108	20.9	15.9	6.7	0.0	0.6	10.5	45.4	0.0	0.0	
김밥 및 기타 간이 음식점업	44	26.8	7.9	3.6	2.9	4.1	3.1	51.6	0.0	0.0	
간이 음식 포장 판매 전문점	33	20.9	14.8	4.3	9.5	0.0	0.0	49.6	0.0	0.8	
주점업	39	4.9	10.9	10.2	5.1	1.3	5.4	62.1	0.0	0.0	
비알콜 음료점업	133	11.2	5.5	16.1	5.1	1.3	1.9	57.9	0.0	1.0	
지역	서울권	167	18.5	14.7	6.4	6.5	6.5	4.4	41.8	0.0	1.1
	수도권	176	26.5	12.9	2.5	6.2	2.2	4.2	45.0	0.6	0.0
	충청권	83	19.6	12.2	7.2	5.0	0.1	0.0	55.8	0.0	0.1
	호남권	121	4.5	5.2	1.5	0.3	1.3	1.0	86.2	0.0	0.0
	경남권	161	11.9	13.7	17.2	3.1	2.6	8.7	41.3	1.3	0.0
	경북권	56	13.9	16.6	2.6	6.5	0.0	9.4	51.0	0.0	0.0
매출 액	5천만 원 미만	13	14.9	8.6	0.0	0.0	0.0	0.0	76.5	0.0	0.0
	5천만 원~1억 원 미만	98	20.9	12.8	7.9	1.3	1.1	1.3	54.1	0.6	0.0
	1억 원~5억 원 미만	535	14.1	12.1	7.2	5.0	2.8	5.6	52.8	0.4	0.0
	5억 원 이상	118	13.5	11.5	7.8	5.6	6.0	6.0	45.6	0.0	4.1

주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

- 비프랜차이즈 외식업체의 상권분포는 일반상업지(49.6%), 저밀도주거지(20.7%), 고밀도주거지(9.9%), 유흥상업지(8.6%), 재래시장(3.0%) 순서로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점 중에서는 중식의 경우 저밀도주거지(26.2%)와 고밀도주거지(12.1%), 기타 외국식은 오피스(8.9%) 상권의 비중이 비교적 높고, 일반음식점 외 업종에서는 제과점은 고밀도주거지(31.4%), 주점업은 유흥상업지(20.3%) 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로는 호남권은 일반상업지(88.4%), 서울권은 저밀도주거지(30.9%) 비중이 비교적 높고, 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 업체의 경우 재래시장(7.1%) 비중이 상대적으로 높음.

<표 2-7-3> 사업장 특성별 상권분류 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	고밀도 주거지	저밀도 주거지	대학 및 학원가	역세권	오피스	유흥 상업지	일반 상업지	재래 시장	기타
전체		2,254	9.9	20.7	2.5	2.8	2.5	8.6	49.6	3.0	0.5
일반 음식점	소계	1,080	9.6	22.2	1.6	3.0	1.9	5.9	51.7	3.6	0.6
	한식	757	9.7	22.3	1.1	2.7	1.7	5.7	52.1	4.0	0.7
	중식	118	12.1	26.2	0.8	3.4	0.0	1.2	54.8	1.4	0.0
	일식	86	3.9	14.4	7.6	8.2	6.8	17.8	40.3	1.1	0.0
	서양식	70	8.1	20.5	11.6	1.6	4.3	8.8	45.1	0.0	0.0
	기타 외국식	49	0.8	11.9	6.2	5.3	8.9	15.4	51.5	0.0	0.0
	소계	1,174	10.2	18.6	3.8	2.5	3.5	12.2	46.7	2.1	0.4
일반 음식점 외	기관 구내식당업	67	4.6	26.3	2.4	2.6	23.8	1.9	31.8	0.0	6.5
	출장·이동음식점업	97	8.8	37.6	0.0	2.0	0.4	2.1	47.9	0.6	0.6
	제과점	49	31.4	24.6	1.1	3.9	2.4	2.2	29.7	4.6	0.0
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	16.0	16.7	5.6	0.0	3.2	5.6	53.0	0.0	0.0
	치킨전문점	46	22.1	11.6	0.1	0.0	1.9	3.7	54.6	6.0	0.0
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	18.7	26.4	2.8	3.6	4.1	1.9	38.3	4.3	0.0
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	8.6	19.9	4.0	0.3	0.3	10.6	35.3	11.8	9.3
	주점업	511	6.8	13.3	4.6	2.3	1.9	20.3	49.7	1.1	0.0
	비알콜 음료점업	169	6.6	25.6	3.9	3.1	4.6	5.9	49.1	1.2	0.0
지역	서울권	535	13.7	30.9	3.6	5.9	3.6	5.2	34.0	3.0	0.0
	수도권	572	14.8	20.0	0.7	4.2	3.8	11.5	42.8	1.7	0.6
	충청권	176	8.6	10.4	1.0	0.7	0.6	8.3	63.7	4.0	2.7
	호남권	267	3.9	6.3	0.8	0.3	0.0	0.4	88.4	0.0	0.0
	경남권	417	5.5	18.9	5.9	0.9	3.1	15.8	45.0	4.7	0.3
	경북권	287	7.4	28.3	1.7	1.3	1.0	6.5	47.2	5.6	1.0
매출 액	5천만 원 미만	156	9.6	22.1	1.6	0.0	2.4	7.9	49.0	7.1	0.3
	5천만 원~1억 원 미만	494	10.6	22.1	1.5	1.7	1.7	6.4	50.2	5.2	0.6
	1억 원~5억 원 미만	1,429	9.7	19.7	2.8	3.3	2.9	9.4	50.1	1.6	0.5
	5억 원 이상	175	8.3	24.6	7.5	8.6	2.6	13.5	33.9	0.2	0.9

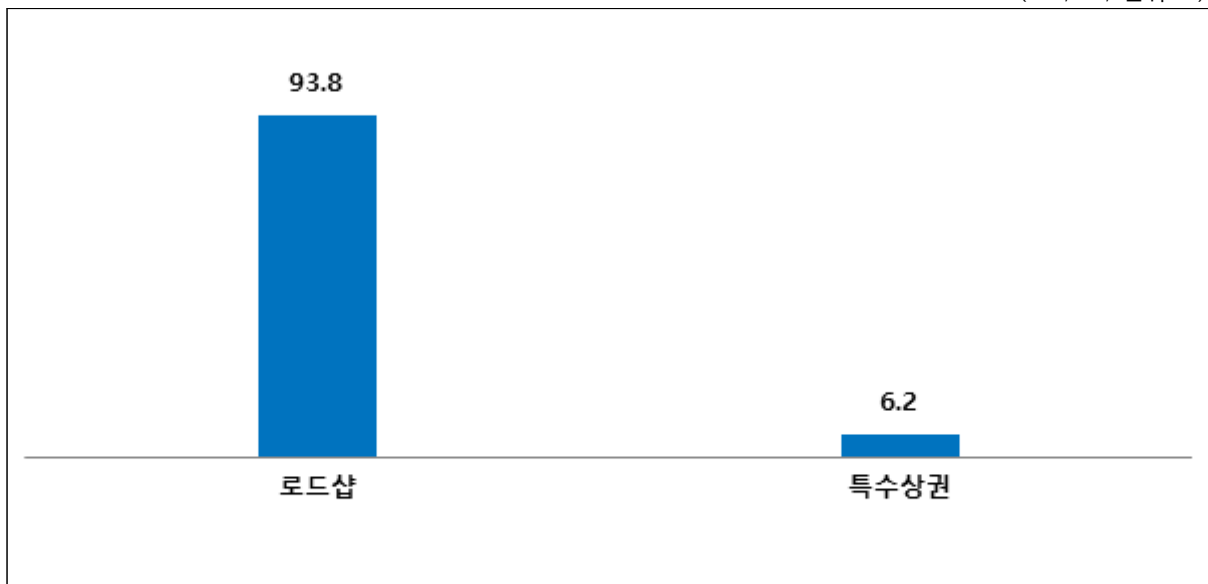
주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

2) 사업장 상권구분

- 외식업체의 93.8%는 로드샵에 위치하고 있으며, 특수상권에 위치한 비중은 6.2%로 나타남.
- 일반음식점의 경우 로드샵이 95.5%, 특수상권이 4.5%로 로드샵 위치 비중이 전체 외식업체(93.8%)에 비해 다소 높음.
 - 세부업종별로는 일식(97.2%)과 중식(95.7%)의 경우 로드샵 위치 비중이 상대적으로 높음.
- 일반음식점 외 업종의 상권구분별로는 로드샵이 88.9%, 특수상권이 11.1%로 나타남.
 - 세부업종별로는 주점업(95.2%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(93.7%), 치킨전문점(93.3%)의 경우 로드샵 비중이 비교적 높고, 기관 구내식당업(71.2%), 간이 음식 포장판매 전문점(74.9%)은 로드샵에 위치한 비중이 상대적으로 낮음.
- 지역별로는 호남권(96.0%)과 충청권(94.8%)의 경우 로드샵 비중이 상대적으로 높고, 경남권(91.2%)은 로드샵에 위치한 비중이 비교적 낮음.
- 매출액 규모별로 5천만 원 미만 업체(98.1%)는 로드샵에 위치한 업체 비중이 비교적 높고, 5억 원 이상 업체(88.2%)는 로드샵 비중이 상대적으로 낮음.

<그림 2-8> 사업장 상권구분

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-8-1> 사업장 특성별 상권구분(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	로드샵	특수상권		
전체		3,018	93.8	6.2		
상 업 종 류	일반 음식점	소계	1,269	95.5	4.5	
		한식	853	91.9	8.1	
		중식	125	95.7	4.3	
		일식	101	97.2	2.8	
		서양식	108	90.3	9.7	
		기타 외국식	82	92.4	7.6	
	일반 음식점 외	소계	1,749	88.9	11.1	
		기관 구내식당업	105	71.2	28.8	
		출장·이동음식점업	101	92.3	7.7	
		기타 음식점 업	제과점	120	89.2	10.8
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	87.5	12.5
			치킨전문점	154	93.3	6.7
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	93.7	6.3
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	74.9	25.1
		주점업	550	95.2	4.8	
		비알콜 음료점업	302	91.1	8.9	
		업 종 형 태	프랜차이즈	764	90.0	10.0
비프랜차이즈	2,254		94.7	5.3		
지 역	서울권	702	93.9	6.1		
	수도권	748	94.2	5.8		
	충청권	259	94.8	5.2		
	호남권	388	96.0	4.0		
	경남권	578	91.2	8.8		
	경북권	343	93.2	6.8		
매 출 액	5천만 원 미만	169	98.1	1.9		
	5천만 원~1억 원 미만	592	94.4	5.6		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	93.3	6.7		
	5억 원 이상	293	88.2	11.8		

- 프랜차이즈 외식업체는 로드샵이 90.0%, 특수상권이 10.0%로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점 중에서는 서양식(96.1%)과 중식(94.2%)의 경우 로드샵 비중이 비교적 높고, 일반음식점 외 중에서는 주점업(97.5%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(93.4%), 치킨전문점(91.5%), 비알콜 음료점업(90.7%)의 로드샵 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로는 호남권(97.8%)과 충청권(90.2%)의 로드샵 비중이 높고, 매출액 규모별로는 매출액이 5천만 원 미만(100.0%)과 5천만 원~1억 원 미만(94.7%)인 규모가 작은 업체들의 로드샵 비중이 높게 나타남.

<표 2-8-2> 사업장 특성별 상권구분(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	로드샵	특수상권	
전체		764	90.0	10.0	
상업	일반 음식점	소계	189	92.6	7.4
		한식	96	89.1	10.9
		중식	7	94.2	5.8
		일식	15	82.0	18.0
		서양식	38	96.1	3.9
		기타 외국식	33	84.0	16.0
	일반 음식점 외	소계	575	87.5	12.5
		기관 구내식당업	38	50.0	50.0
		출장·이동음식점업	4	53.7	46.3
		기타 음식점 업	제과점	71	85.4
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업			105	86.6	13.4
치킨전문점			108	91.5	8.5
김밥 및 기타 간이 음식점업			44	93.4	6.6
간이 음식 포장 판매 전문점		33	72.2	27.8	
주점업	39	97.5	2.5		
비알콜 음료점업	133	90.7	9.3		
지역	서울권	167	88.6	11.4	
	수도권	176	87.5	12.5	
	충청권	83	90.2	9.8	
	호남권	121	97.8	2.2	
	경남권	161	85.8	14.2	
	경북권	56	89.6	10.4	
매출액	5천만 원 미만	13	100.0	0.0	
	5천만 원~1억 원 미만	98	94.7	5.3	
	1억 원~5억 원 미만	535	89.4	10.6	
	5억 원 이상	118	75.2	24.8	

- 비프랜차이즈 외식업체는 로드샵이 94.7%, 특수상권이 5.3%로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점 중에서는 일식(98.2%)과 중식(95.9%), 기타 외국식(95.5%)의 로드샵 비중이 비교적 높고, 일반음식점 외 중에서는 치킨전문점(97.1%)과 주점업(95.0%)의 로드샵 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로는 충청권(96.8%)과 수도권(95.4%), 호남권(95.4%) 외식업체의 로드샵 비중이 높고, 매출액 규모별로는 5천만 원 미만(97.9%) 업체의 로드샵 비중이 상대적으로 높음.

<표 2-8-3> 사업장 특성별 상권구분(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

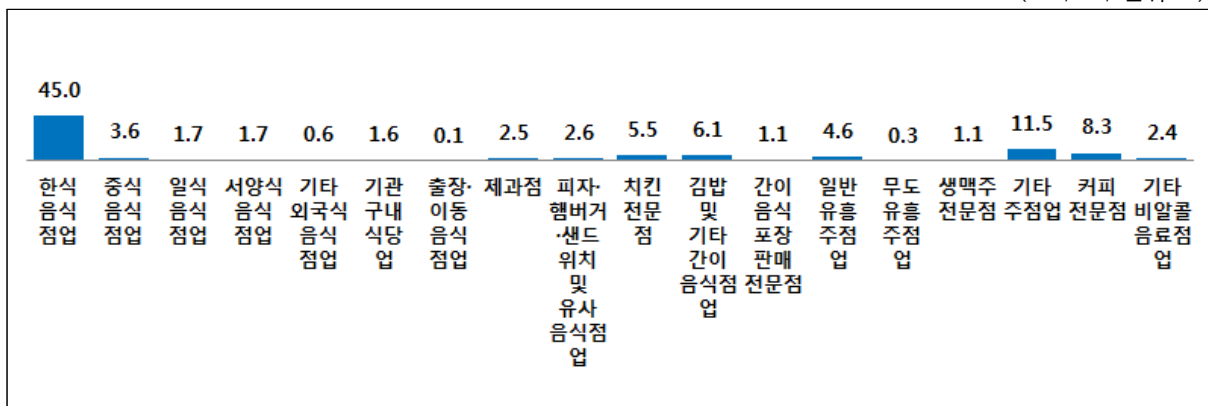
구분		사례수	로드샵	특수상권
전체		2,254	94.7	5.3
영역	일반음식점	1,080	95.8	4.2
	한식	757	93.2	6.8
	중식	118	95.9	4.1
	일식	86	98.2	1.8
	서양식	70	89.6	10.4
	기타 외국식	49	95.5	4.5
	외음식점	1,174	89.8	10.2
	기관 구내식당업	67	80.7	19.3
	출장·이동음식점업	97	93.5	6.5
	제과점	49	94.7	5.3
	기타음식점업	28	90.1	9.9
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	90.1	9.9
	치킨전문점	46	97.1	2.9
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	93.8	6.2
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	75.8	24.2
	주점업	511	95.0	5.0
	비알콜 음료점업	169	91.4	8.6
지역	서울권	535	95.1	4.9
	수도권	572	95.4	4.6
	충청권	176	96.8	3.2
	호남권	267	95.4	4.6
	경남권	417	7.2	92.8
	경북권	287	6.3	93.7
매출액	5천만 원 미만	156	97.9	2.1
	5천만 원~1억 원 미만	494	94.4	5.6
	1억 원~5억 원 미만	1,429	94.5	5.5
	5억 원 이상	175	93.7	6.3

3) 음식점 업종

- 외식업체의 업종 분포는 한식 음식점업이 45.0%로 가장 많고, 기타 주점업(11.5%), 커피전문점(8.3%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(6.1%), 치킨전문점(5.5%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점의 경우 한식 음식점업이 85.6%로 가장 비중이 높고, 일반음식점 외 중에서는 기타 주점업(24.3%), 커피전문점(17.4%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(12.8%) 등의 순서로 비중이 높음.
- 지역별로는 경남권의 경우 한식 음식점업(48.6%), 호남권의 경우 커피전문점(19.6%) 비중이 다른 지역에 비해 높음.
- 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 경우 일식 음식점업(5.2%) 비중이 다른 규모의 업체들에 비해 상대적으로 높고, 5천만 원 미만 업체는 기타 주점업(25.3%)과 김밥 및 기타 간이 음식점업(12.3%) 비중이 상대적으로 높음.

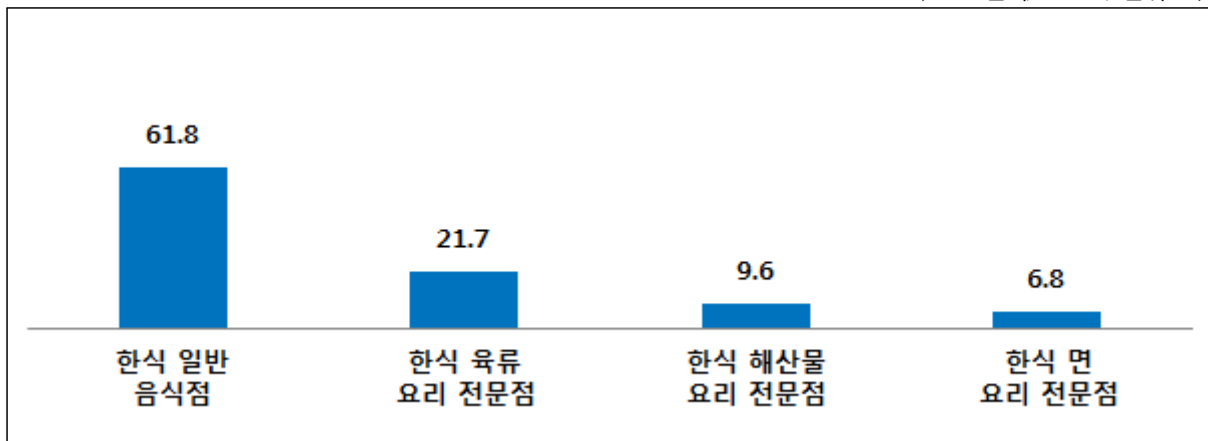
<그림 2-9> 음식점 업종 분포

(n=3,018, 단위: %)



<그림 2-10> 음식점 업종 - 한식 분포

(Base: 한식, n=853, 단위: %)



<표 2-9-1> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	한식 음식점업	중식 음식점업	일식 음식점업	서양식 음식점업	기타 외국식 음식점업	기관 구내 식당업	출장·이동 음식점업	제과점		
전체		3,018	45.0	3.6	1.7	1.7	0.6	1.6	0.1	2.5		
업종	일반 음식점	소계	1,269	85.6	6.8	3.2	3.3	1.0	0.0	0.0		
		한식	853	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
		중식	125	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
		일식	101	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
		서양식	108	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0		
		기타 외국식	82	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0		
	일반 음식점 외	소계	1,749	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	0.2	5.2	
		기관 구내식당업	105	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	
		출장·이동음식점업	101	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
		기타 음식점 업	제과점	120	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			치킨전문점	154	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		주점업	550	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		비알콜 음료점업	302	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		형태	프랜차이즈	764	20.3	1.0	1.0	2.2	1.1	2.5	0.0	7.2
			비프랜차이즈	2,254	51.2	4.2	1.9	1.6	0.4	1.4	0.1	1.3
지역	서울권	702	40.7	4.6	1.6	4.1	1.4	1.8	0.1	3.5		
	수도권	748	45.1	2.5	1.9	0.9	0.5	2.3	0.1	2.9		
	충청권	259	36.6	6.1	1.4	1.5	0.5	1.3	0.2	2.8		
	호남권	388	47.7	3.3	1.0	0.9	0.2	0.3	0.0	1.1		
	경남권	578	48.6	3.4	2.1	1.2	0.1	1.6	0.0	2.2		
	경북권	343	47.4	3.3	1.8	1.0	0.4	1.9	0.1	1.7		
매출액	5천만 원 미만	169	28.0	1.0	0.3	1.3	0.0	0.0	0.0	0.3		
	5천만 원~1억 원 미만	592	40.4	2.1	0.4	0.8	0.1	0.7	0.0	2.4		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	48.5	4.4	2.2	2.0	0.7	1.9	0.1	2.7		
	5억 원 이상	293	47.6	4.9	5.2	4.7	1.1	7.2	0.1	2.1		

<표 2-9-1> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(전체) - 계속

(단위: 개, %)

구분	사례수	피자· 햄버거· 샌드 위치 및 유사 음식점 업	치킨 전문점	김밥 및 기타 간이 음식점 업	간이 음식 포장 판매 전문점	일반 유흥 주점업	무도 유흥 주점업	생맥주 전문점	기타 주점업	커피 전문점	기타 비알콜 음료점 업		
전체	3,018	2.6	5.5	6.1	1.1	4.6	0.3	1.1	11.5	8.3	2.4		
업종	일반 음식점	1,269	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	소계	1,269	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	한식	853	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	중식	125	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	일식	101	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	서양식	108	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	기타 외국식	82	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
	일반 음식점 외	1,749	5.4	11.6	12.8	2.2	9.8	0.5	2.3	24.3	17.4	5.1	
	기관 구내식당업	105	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	출장·이동음식점업	101	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	제과점	120	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	기타 음식점 업	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	치킨전문점	154	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	174	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	간이 음식 포장 판매 전문점	110	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	주점업	550	0.0	0.0	0.0	0.0	26.5	1.4	6.1	65.9	0.0	0.0	
	비알콜 음료점업	302	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	77.4	22.6	
	특 약 영 역	프랜차이즈	764	9.5	18.8	6.8	1.3	0.6	0.0	0.6	6.0	18.8	2.4
		비프랜차이즈	2,254	0.8	2.2	5.9	1.0	5.7	0.3	1.2	12.9	5.6	2.4
지 역	서울권	702	3.2	4.5	7.2	1.8	3.2	0.2	1.1	11.7	6.4	2.9	
	수도권	748	2.7	5.3	7.6	0.8	3.8	0.4	1.5	12.6	6.3	2.8	
	충청권	259	3.8	6.8	4.1	1.2	5.7	0.4	0.7	12.9	11.2	2.7	
	호남권	388	1.1	3.9	3.4	0.5	3.0	0.2	0.6	12.0	19.6	1.2	
	경남권	578	2.7	7.6	6.2	0.9	7.0	0.1	1.2	8.5	4.9	1.7	
	경북권	343	2.4	5.6	5.4	1.2	6.5	0.4	0.8	12.7	3.8	3.6	
매 액 역 역	5천만 원 미만	169	1.4	2.8	12.3	1.8	2.7	0.5	0.5	25.3	10.5	11.2	
	5천만 원~1억 원 미만	592	2.2	4.6	9.1	0.8	5.0	0.3	1.2	16.2	10.9	2.8	
	1억 원~5억 원 미만	1,964	2.8	6.3	4.4	1.1	4.6	0.2	1.1	8.6	7.0	1.4	
	5억 원 이상	293	3.4	3.2	0.4	0.5	6.8	0.8	0.1	3.3	8.4	0.2	

- 프랜차이즈 외식업체의 업종은 한식 음식점업(20.3%), 치킨전문점(18.8%), 커피전문점(18.8%), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(9.5%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(6.8%) 등의 순서로 나타남.
- 지역별로는 수도권은 제과점(11.3%), 충청권은 한식 음식점업(26.8%), 호남권은 커피전문점(39.0%), 경북권은 치킨전문점(28.1%) 비중이 다른 지역에 비해 높음.
- 매출액 규모별로는 1억 원~5억 원 미만 업체의 경우 치킨전문점(20.2%), 5억 원 이상 업체는 커피전문점(28.1%)과 서양식 음식점업(12.5%) 비중이 다른 규모의 업체들에 비해서 상대적으로 높음.

<표 2-9-2> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	한식 음식점업	중식 음식점업	일식 음식점업	서양식 음식점업	기타 외국식 음식점업	기관 구내 식당업	출장·이동 음식점업	제과점		
전체		764	20.3	1.0	1.0	2.2	1.1	2.5	0.0	7.2		
업종	일반 음식점	소계	189	79.3	4.0	3.8	8.7	4.1	0.0	0.0		
		한식	96	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
		중식	7	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
		일식	15	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
		서양식	38	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0		
		기타 외국식	33	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0		
	일반 음식점 외	소계	575	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	9.6	
		기관 구내식당업	38	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	
		출장·이동음식점업	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
		기타 음식점 업	제과점	71	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			치킨전문점	108	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			주점업	39	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		비알콜 음료점업	133	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		지역	서울권	167	17.8	1.9	0.6	1.6	3.6	1.8	0.0	10.3
수도권	176		15.2	1.0	2.4	2.5	1.2	5.0	0.0	11.3		
충청권	83		26.8	1.7	0.0	4.2	0.2	0.6	0.0	8.0		
호남권	121		22.0	0.0	0.6	2.1	0.2	0.9	0.0	2.9		
경남권	161		23.7	1.3	1.3	1.2	0.2	4.3	0.0	6.1		
경북권	56		15.4	0.0	0.0	3.6	0.5	0.0	0.1	3.3		
매출액	5천만 원 미만	13	0.0	0.0	0.0	4.3	0.7	0.0	0.0	0.0		
	5천만 원~1억 원 미만	98	10.8	1.0	0.6	1.0	0.0	0.4	0.0	3.9		
	1억 원~5억 원 미만	535	23.7	1.1	1.1	1.9	1.3	2.3	0.0	8.5		
	5억 원 이상	118	14.9	0.0	0.1	12.5	1.8	15.5	0.0	2.8		

<표 2-9-2> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(프랜차이즈) - 계속

(단위: 개, %)

구분		사례수	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	치킨 전문점	김밥 및 기타 간이 음식점업	간이 음식 포장 판매 전문점	일반 유흥 주점업	무도 유흥 주점업	생맥주 전문점	기타 주점업	커피 전문점	기타 비알콜 음료점업		
전체		764	9.5	18.8	6.8	1.3	0.6	0.0	0.6	6.0	18.8	2.4		
업종	일반 음식점	소계	189	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
		한식	96	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		중식	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		일식	15	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		서양식	38	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		기타 외국식	33	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	일반 음식점 외	소계	575	12.8	25.2	9.1	1.8	0.8	0.0	0.8	8.1	25.3	3.2	
		기관 구내식당업	38	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		출장·이동음식점업	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
		기타 음식점업	제과점	71	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			치킨전문점	108	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			주점업	39	0.0	0.0	0.0	0.0	7.8	0.0	7.9	84.2	0.0	0.0
		비알콜 음료점업	133	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	88.7	11.3	
		지역	서울권	167	9.0	18.5	9.7	1.9	0.9	0.0	0.5	6.1	11.7	4.0
			수도권	176	14.5	23.0	6.4	1.2	0.1	0.0	0.1	1.6	10.4	3.9
			충청권	83	10.2	12.5	4.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	27.5	3.0
호남권	121		3.1	11.0	6.0	1.3	0.0	0.0	0.5	9.9	39.0	0.5		
경남권	161		10.2	22.7	6.9	0.7	0.8	0.0	1.2	4.2	13.1	2.1		
경북권	56		13.9	28.1	5.9	1.6	2.4	0.0	1.0	18.9	5.3	0.0		
매출액	5천만 원 미만	13	10.8	7.9	24.1	0.5	0.0	0.0	0.0	39.7	12.1	0.0		
	5천만 원~1억 원 미만	98	9.6	16.5	16.2	1.0	1.0	0.0	1.0	13.2	20.9	2.9		
	1억 원~5억 원 미만	535	9.4	20.2	4.2	1.5	0.5	0.0	0.5	3.5	17.9	2.5		
	5억 원 이상	118	11.2	10.3	1.5	0.6	0.3	0.0	0.0	0.0	28.1	0.4		

- 비프랜차이즈 외식업체의 업종은 한식 음식점업(51.2%), 기타 주점업(12.9%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(5.9%) 등의 순서로 나타남.
- 지역별로는 수도권은 김밥 및 기타 간이 음식점업(7.8%), 호남권은 한식 음식점업(57.0%)과 커피 전문점(12.6%)의 비중이 다른 지역에 비해 상대적으로 높음.
- 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 업체의 경우 김밥 및 기타 간이 음식점업(11.5%)과 기타 비알콜 음료점업(12.0%), 5억 원 이상 업체는 일반 유흥 주점업(9.6%)과 일식 음식점업(7.4%)의 비중이 다른 규모의 업체들에 비해서 상대적으로 높음.

<표 2-9-3> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	한식 음식점업	중식 음식점업	일식 음식점업	서양식 음식점업	기타 외국식 음식점업	기관 구내 식당업	출장·이동 음식점업	제과점
전체		2,254	51.2	4.2	1.9	1.6	0.4	1.4	0.1	1.3
일반 음식점	소계	1,080	86.3	7.2	3.2	2.7	0.7	0.0	0.0	0.0
	한식	757	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	중식	118	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	일식	86	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	서양식	70	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타 외국식	49	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
해당 일반 음식점 외	소계	1,174	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	0.2	3.1
	기관 구내식당업	67	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	출장·이동음식점업	97	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	제과점	49	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	치킨전문점	46	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	주점업	511	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	비알콜 음료점업	169	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
지역	서울권	535	45.9	5.2	1.8	4.6	0.9	1.8	0.1	1.9
	수도권	572	50.6	2.8	1.8	0.6	0.4	1.8	0.1	1.4
	충청권	176	41.0	8.1	2.0	0.4	0.7	1.6	0.3	0.6
	호남권	267	57.0	4.4	1.2	0.5	0.1	0.1	0.1	0.5
	경남권	417	56.0	4.0	2.4	1.2	0.1	0.8	0.0	1.0
	경북권	287	52.3	3.8	2.1	0.6	0.4	2.2	0.1	1.5
매출액	5천만 원 미만	156	29.9	1.1	0.4	1.1	0.0	0.0	0.0	0.3
	5천만 원~1억 원 미만	494	45.7	2.3	0.4	0.7	0.1	0.7	0.0	2.1
	1억 원~5억 원 미만	1,429	56.0	5.4	2.5	2.0	0.6	1.8	0.1	1.0
	5억 원 이상	175	61.6	7.0	7.4	1.4	0.8	3.7	0.1	1.9

<표 2-9-3> 사업장 특성별 음식점 업종 분포(비프랜차이즈) - 계속

(단위: 개, %)

구분		사례수	피자· 햄버거· 샌드 위치 및 유사 음식점 업	치킨 전문점	김밥 및 기타 간이 음식점 업	간이 음식 포장 판매 전문점	일반 유흥 주점업	무도 유흥 주점업	생맥주 전문점	기타 주점업	커피 전문점	기타 비알콜 음료점 업
전체		2,254	0.8	2.2	5.9	1.0	5.7	0.3	1.2	12.9	5.6	2.4
업종	일반 음식점	1,080	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	소계	1,080	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	한식	757	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	중식	118	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	일식	86	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	서양식	70	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타 외국식	49	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	일반 음식점 외	1,174	2.0	5.3	14.5	2.4	13.9	0.8	2.9	31.7	13.8	5.9
	기관 구내식당업	67	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	출장·이동음식점업	97	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	제과점	49	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기타 음식점 업											
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	치킨전문점	46	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	주점업	511	0.0	0.0	0.0	0.0	28.2	1.6	6.0	64.3	0.0	0.0
	비알콜 음료점업	169	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	69.9	30.1
	지역	서울권	535	1.9	1.3	6.6	1.8	3.7	0.3	1.3	12.9	5.2
수도권		572	0.5	2.1	7.8	0.7	4.5	0.4	1.8	14.6	5.6	2.6
충청권		176	1.0	4.3	4.2	1.1	8.2	0.5	1.1	18.6	3.9	2.6
호남권		267	0.3	1.4	2.5	0.1	4.1	0.2	0.6	12.8	12.6	1.5
경남권		417	0.5	3.1	6.1	0.9	8.8	0.1	1.2	9.8	2.5	1.5
경북권		287	0.6	2.1	5.3	1.2	7.2	0.4	0.7	11.8	3.6	4.2
매출액	5천만 원 미만	156	0.7	2.5	11.5	1.9	2.9	0.6	0.6	24.2	10.4	12.0
	5천만 원~1억 원 미만	494	0.9	2.5	7.9	0.7	5.7	0.3	1.3	16.7	9.1	2.8
	1억 원~5억 원 미만	1,429	0.8	2.0	4.5	1.0	5.9	0.2	1.3	10.1	3.7	1.1
	5억 원 이상	175	0.0	0.2	0.0	0.4	9.6	1.2	0.1	4.7	0.0	0.0

- 한식 세분류별 업종 분포는 한식 일반 음식점(61.8%), 한식 육류 요리 전문점(21.7%), 한식 해산물 요리 전문점(9.6%), 한식 면 요리 전문점(6.8%) 등의 순서로 나타남.
- 지역별로는 호남권의 경우 한식 일반 음식점(69.5%), 경남권은 한식 해산물 요리 전문점(24.9%)과 한식 면 요리 전문점(16.6%), 충청권은 한식 육류 요리 전문점(23.0%)의 비중이 다른 지역에 비해 상대적으로 높음.
- 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 업체의 경우 한식 일반 음식점(78.5%)과 한식 면 요리 전문점(17.2%), 5억 원 이상 업체는 한식 육류 요리 전문점(34.5%)과 한식 해산물 요리 전문점(15.8%)의 비중이 다른 규모의 업체들에 비해서 상대적으로 높음.
- 프랜차이즈 외식업체의 한식 세분류별 업종 분포는 한식 일반 음식점이 59.9%, 한식 육류 요리 전문점(26.8%), 한식 해산물 요리 전문점(7.2%), 한식 면 요리 전문점(6.1%) 등의 순서로 나타남.
- 프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 경남권은 한식 해산물 요리 전문점(33.6%), 수도권은 한식 육류 요리 전문점(43.9%), 호남권은 한식 일반 음식점(79.5%) 비중이 다른 지역에 비해 상대적으로 높음.
- 매출액 규모별로 5천만 원~1억 원 미만 업체는 한식 일반 음식점(63.9%), 5억 원 이상 업체는 한식 육류 요리 전문점(48.6%)의 비중이 다른 규모의 업체들에 비해 상대적으로 높음.

<표 2-10-1> 사업장 특성별 한식(세분류) 분포(전체)

(Base: 한식, 단위: 개, %)

구분		사례수	한식 일반 음식점	한식 육류 요리 전문점	한식 해산물 요리 전문점	한식 면 요리 전문점
전체		853	61.8	21.7	9.6	6.8
운영 형태	프랜차이즈	96	59.9	26.8	7.2	6.1
	비프랜차이즈	757	62.0	21.2	9.9	6.9
지역	서울권	157	61.3	22.9	9.3	6.5
	수도권	210	62.2	22.0	8.4	7.4
	충청권	64	55.7	23.0	6.6	14.6
	호남권	132	69.5	20.4	5.4	4.7
	경남권	201	53.7	4.8	24.9	16.6
	경북권	89	67.6	9.2	15.2	8.0
매출액	5천만 원 미만	36	78.5	1.8	2.5	17.2
	5천만 원~1억 원 미만	169	71.3	13.5	6.1	9.0
	1억 원~5억 원 미만	578	58.2	25.1	11.0	5.7
	5억 원 이상	70	48.8	34.5	15.8	0.9

- 비프랜차이즈 외식업체의 한식 세분류별 업종 분포는 한식 일반 음식점이 62.0%, 한식 육류 요리 전문점(21.2%), 한식 해산물 요리 전문점(9.9%), 한식 면 요리 전문점(6.9%) 등의 순서로 나타남.
- 비프랜차이즈 외식업체의 경우 지역별로는 경북권과 호남권은 한식 일반 음식점(각각 68.2%, 68.1%), 충청권은 한식 육류 요리 전문점(23.8%), 경남권은 한식 해산물 요리 전문점(23.8%) 비중이 다른 지역에 비해 상대적으로 높음.
- 매출액 규모별로 5천만 원 미만 업체는 한식 일반 음식점(78.5%), 5억 원 이상 업체는 한식 육류 요리 전문점(33.0%) 비중이 다른 규모의 업체들에 비해 상대적으로 높음.

<표 2-10-2> 사업장 특성별 한식(세분류) 분포(프랜차이즈)

(Base: 한식, 단위: 개, %)

구분	사례수	한식 일반 음식점	한식 육류 요리 전문점	한식 해산물 요리 전문점	한식 면 요리 전문점	
전체	96	59.9	26.8	7.2	6.1	
지역	서울권	16	54.9	30.5	14.0	0.6
	수도권	19	36.5	43.9	8.2	11.4
	충청권	17	75.6	20.4	2.6	1.4
	호남권	15	79.5	13.6	1.6	5.3
	경남권	22	50.6	6.2	33.6	9.6
	경북권	7	55.1	23.5	14.1	7.3
매출액	5천만 원~1억 원 미만	7	63.9	23.7	0.0	12.4
	1억 원~5억 원 미만	75	60.3	26.3	7.8	5.5
	5억 원 이상	14	37.5	48.6	10.8	3.1

<표 2-10-3> 사업장 특성별 한식(세분류) 분포(비프랜차이즈)

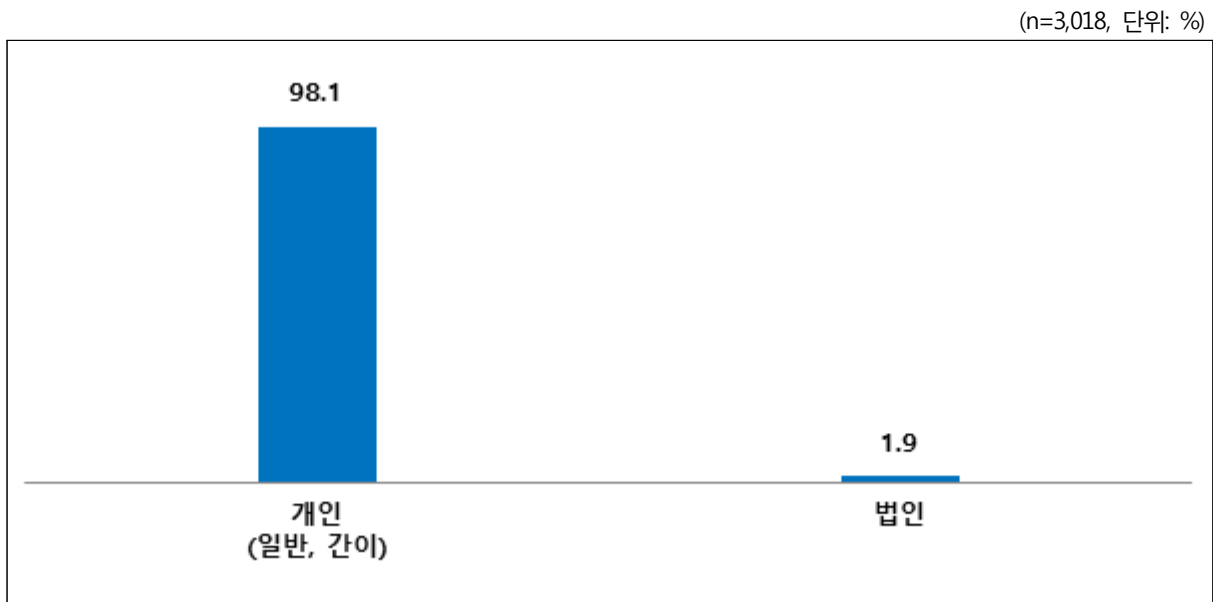
(Base: 한식, 단위: 개, %)

구분	사례수	한식 일반 음식점	한식 육류 요리 전문점	한식 해산물 요리 전문점	한식 면 요리 전문점	
전체	757	62.0	21.2	9.9	6.9	
지역	서울권	141	61.9	22.3	8.9	7.0
	수도권	191	63.6	20.8	8.4	7.2
	충청권	47	50.0	23.8	7.8	18.4
	호남권	117	68.1	21.4	6.0	4.6
	경남권	179	54.1	4.6	23.8	17.5
	경북권	82	68.2	8.5	15.2	8.1
매출액	5천만 원 미만	36	78.5	1.8	2.5	17.2
	5천만 원~1억 원 미만	162	71.7	13.1	6.4	8.9
	1억 원~5억 원 미만	503	58.0	24.9	11.4	5.8
	5억 원 이상	56	50.0	33.0	16.4	0.6

4) 과세종류

- 외식업체 과세종류별로는 개인(일반, 간이)과세가 98.1%, 법인과세가 1.9%로 나타남.
- 일반음식점의 경우 개인과세가 99.0%, 법인과세가 1.0% 수준으로 나타남.
 - 세부업종별로는 중식의 경우 100% 개인과세이고, 서양식(95.2%)의 경우 다른 업종에 비해 상대적으로 개인과세 비중이 낮음.
- 일반음식점 외 업종의 과세종류별로는 개인과세가 97.2%, 법인과세가 2.8%로 나타남.
 - 세부업종별로는 주점업(99.6%), 치킨전문점(99.3%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(99.2%) 등의 업종은 다른 업종에 비해 상대적으로 개인과세 비중이 높은 반면, 기관 구내식당업(65.7%)은 비교적 개인과세 비중이 낮음.
- 지역별로는 경북권(99.5%)과 호남권(99.4%)의 개인과세 비중이 상대적으로 높음.
- 매출액 규모별로 5천만 원~1억 원 미만 업체는 99.4%가 개인과세인 반면, 5억 원 이상 업체는 90.1%로 나타나 개인과세 비중이 상대적으로 낮음.

<그림 2-11> 과세종류



<표 2-11-1> 사업장 특성별 과세종류 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	개인(일반, 간이)	법인		
전체		3,018	98.1	1.9		
영 업 종 류	일반 음식점	소계	1,269	99.0	1.0	
		한식	853	99.1	0.9	
		중식	125	100.0	0.0	
		일식	101	97.9	2.1	
		서양식	108	95.2	4.8	
		기타 외국식	82	97.2	2.8	
	일반 음식점 외	소계	1,749	97.2	2.8	
		기관 구내식당업	105	65.7	34.3	
		출장·이동음식점업	101	93.0	7.0	
		기타 음식점 업	제과점	120	93.8	6.2
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	94.3	5.7
			치킨전문점	154	99.3	0.7
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	99.2	0.8
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	94.5	5.5
		주점업	550	99.6	0.4	
		비알콜 음료점업	302	97.4	2.6	
		영 업 형 태	프랜차이즈	764	94.3	5.7
비프랜차이즈	2,254		99.1	0.9		
지 역	서울권	702	97.5	2.5		
	수도권	748	97.7	2.3		
	충청권	259	96.7	3.3		
	호남권	388	99.4	0.6		
	경남권	578	97.9	2.1		
	경북권	343	99.5	0.5		
매 출 액	5천만 원 미만	169	99.2	0.8		
	5천만 원~1억 원 미만	592	99.4	0.6		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	97.8	2.2		
	5억 원 이상	293	90.1	9.9		

- 프랜차이즈 외식업체의 과세종류는 개인과세가 94.3%, 법인과세가 5.7% 수준으로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점은 개인과세가 95.8%, 법인과세가 4.2% 수준임. 세부업종별로는 서양식의 법인과세 비중이 14.8%로 비교적 높음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 업종은 개인과세가 93.8%, 법인과세가 6.2% 수준으로 나타남. 세부업종별로는 기관 구내식당업(60.1%), 출장·이동 음식점업(34.1%)의 법인과세 비중이 상대적으로 높게 나타남.
- 지역별로는 경북권(99.9%)의 개인과세 비중이 높은 반면, 서울권(88.2%)은 개인과세 비중이 비교적 낮음. 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 업체의 경우 개인과세 비중이 100.0%로 나타난 반면, 5억 원 이상 업체는 74.4%로 상대적으로 낮음.

<표 2-11-2> 사업장 특성별 과세종류 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	개인(일반, 간이)	법인		
전체		764	94.3	5.7		
업종	일반 음식점	소계	189	95.8	4.2	
		한식	96	96.8	3.2	
		중식	7	100.0	0.0	
		일식	15	100.0	0.0	
		서양식	38	85.2	14.8	
		기타 외국식	33	92.7	7.3	
	일반 음식점 외	소계	575	93.8	6.2	
		기관 구내식당업	38	39.9	60.1	
		출장·이동음식점업	4	65.9	34.1	
		기타 음식점 업	제과점	71	89.6	10.4
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	92.4	7.6
			치킨전문점	108	100.0	0.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	100.0	0.0
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	86.5	13.5
		주점업	39	98.9	1.1	
		비알콜 음료점업	133	93.4	6.6	
		지역	서울권	167	88.2	11.8
			수도권	176	92.4	7.6
			충청권	83	93.5	6.5
호남권	121		97.8	2.2		
경남권	161		96.3	3.7		
경북권	56		99.9	0.1		
매출액	5천만 원 미만	13	100.0	0.0		
	5천만 원~1억 원 미만	98	98.4	1.6		
	1억 원~5억 원 미만	535	94.3	5.7		
	5억 원 이상	118	74.4	25.6		

- 비프랜차이즈 외식업체의 과세종류는 개인과세가 99.1%, 법인과세가 0.9%로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점은 개인과세가 99.3%, 법인과세가 0.7% 수준으로 나타남.
- 일반음식점 외 업체는 개인과세가 98.7%, 법인과세가 1.3%로 나타남. 세부업종별로는 기관 구내식당업(77.3%)의 개인과세 비중이 상대적으로 낮음.

<표 2-11-3> 사업장 특성별 과세종류 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

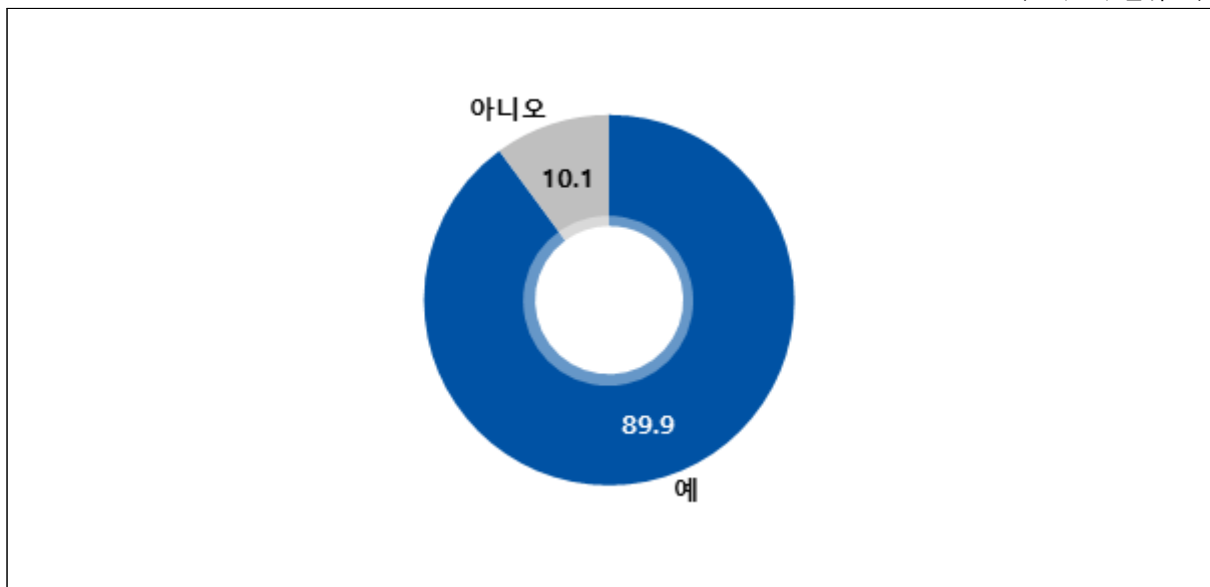
구분		사례수	개인(일반, 간이)	법인		
전체		2,254	99.1	0.9		
영 업	일반 음식점	소계	1,080	99.3	0.7	
		한식	757	99.3	0.7	
		중식	118	100.0	0.0	
		일식	86	97.6	2.4	
		서양식	70	98.9	1.1	
		기타 외국식	49	100.0	0.0	
	일반 음식점 외	소계	1,174	98.7	1.3	
		기관 구내식당업	67	77.3	22.7	
		출장·이동음식점업	97	93.9	6.1	
		제과점	49	100.0	0.0	
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	100.0	0.0	
		치킨전문점	46	97.9	2.1	
		김밥 및 기타 간이 음식점업	130	99.0	1.0	
		간이 음식 포장 판매 전문점	77	97.2	2.8	
		주점업	511	99.6	0.4	
		비알콜 음료점업	169	100.0	0.0	
		지 역	서울권	535	99.6	0.4
			수도권	572	98.7	1.3
충청권	176		98.1	1.9		
호남권	267		100.0	0.0		
경남권	417		98.4	1.6		
경북권	287		99.5	0.5		
매 출 액	5천만 원 미만	156	99.2	0.8		
	5천만 원~1억 원 미만	494	99.6	0.4		
	1억 원~5억 원 미만	1,429	98.9	1.1		
	5억 원 이상	175	96.8	3.2		

5) 사업장 임차 여부

- 외식업체 중 사업장을 임차하고 있는 비중은 89.9%로 나타남.
- 일반음식점의 경우 사업장 임차 비중이 87.9%로 나타나 전체 외식업체(89.9%)보다 낮음.
 - 세부업종별로는 기타 외국식(94.4%)과 서양식(93.9%) 음식점업의 사업장 임차 비중이 비교적 높은 반면, 중식(78.4%)과 한식(88.2%) 음식점업의 임차 비중은 상대적으로 낮음.
- 일반음식점 외 업종의 업체는 92.0%가 사업장을 임차하고 있는 것으로 나타남.
 - 세부업종별로는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(95.9%), 치킨전문점(94.4%)의 사업장 임차 비중이 비교적 높은 반면, 기관 구내식당업(70.0%)과 출장·이동음식점업(75.9%)의 사업장 임차 비중은 상대적으로 낮음.
- 지역별로는 서울권(96.1%)과 수도권(94.9%) 외식업체의 사업장 임차 비중이 높은 반면, 호남권(83.7%)은 상대적으로 낮음.
- 매출액 규모별로는 1억 원~5억 원 미만(92.0%) 규모의 업체들이 사업장을 임차하고 있는 비중이 높고, 5만 원 미만 업체(83.9%)는 상대적으로 낮음.

<그림 2-12> 사업장 임차 여부

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-12-1> 사업장 특성별 사업장 임차 여부 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오		
전체		3,018	89.9	10.1		
상 업 종 류	일반 음식점	소계	1,269	87.9	12.1	
		한식	853	88.2	11.8	
		중식	125	78.4	21.6	
		일식	101	91.0	9.0	
		서양식	108	93.9	6.1	
		기타 외국식	82	94.4	5.6	
	일반 음식점 외	소계	1,749	92.0	8.0	
		기관 구내식당업	105	70.0	30.0	
		출장·이동음식점업	101	75.9	24.1	
		기타 음식점 업	제과점	120	93.7	6.3
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	95.9	4.1
			치킨전문점	154	94.4	5.6
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	89.2	10.8
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	91.4	8.6
		주점업	550	93.9	6.1	
		비알콜 음료점업	302	91.5	8.5	
		영업 형태	프랜차이즈	764	93.8	6.2
비프랜차이즈	2,254		88.8	11.2		
지 역	서울권	702	96.1	3.9		
	수도권	748	94.9	5.1		
	충청권	259	84.1	15.9		
	호남권	388	83.7	16.3		
	경남권	578	90.6	9.4		
	경북권	343	79.6	20.4		
매 출 액	5천만 원 미만	169	83.9	16.1		
	5천만 원~1억 원 미만	592	86.5	13.5		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	92.0	8.0		
	5억 원 이상	293	86.4	13.6		

- 프랜차이즈 외식업체의 93.8%는 사업장을 임차하고 있으며, 프랜차이즈 일반음식점은 96.2%가 사업장을 임차하고 있음. 세부업종별로는 중식(100.0%)과 서양식(99.1%) 업종의 사업장 임차 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 업체의 사업장 임차 비중은 93.0%로 나타남. 세부업종별로는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(97.7%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(95.7%), 치킨전문점(95.7%)의 사업장 임차 비중이 높음.
- 지역별로는 수도권(96.5%)의 사업장 임차 비중이 높고, 경남권(92.4%)과 충청권(92.4%)은 비교적 낮음. 매출액 규모별로는 1억 원~5억 원 미만 업체의 사업장 임차 비중이 94.7%로 높고, 5억 원 이상 업체(86.6%)는 상대적으로 낮음.

<표 2-12-2> 사업장 특성별 사업장 임차 여부 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오	
전체		764	93.8	6.2	
업종	일반음식점	189	96.2	3.8	
	한식	96	95.8	4.2	
	중식	7	100.0	0.0	
	일식	15	96.3	3.7	
	서양식	38	99.1	0.9	
	기타 외국식	33	92.2	7.8	
	일반음식점 외	575	93.0	7.0	
	기관 구내식당업	38	54.7	45.3	
	출장·이동음식점업	4	65.9	34.1	
	기타 음식점업	533	93.0	7.0	
	제과점	71	94.3	5.7	
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	97.7	2.3	
	치킨전문점	108	95.7	4.3	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	44	95.7	4.3	
	간이 음식 포장 판매 전문점	33	92.5	7.5	
	주점업	39	87.1	12.9	
	비알콜 음료점업	133	93.9	6.1	
	지역	서울권	167	94.1	5.9
		수도권	176	96.5	3.5
충청권		83	92.4	7.6	
호남권		121	93.7	6.3	
경남권		161	92.4	7.6	
경북권		56	93.5	6.5	
매출액	5천만 원 미만	13	86.7	13.3	
	5천만 원~1억 원 미만	98	93.2	6.8	
	1억 원~5억 원 미만	535	94.7	5.3	
	5억 원 이상	118	86.6	13.4	

- 비프랜차이즈 외식업체의 88.8%는 사업장을 임차하고 있으며, 비프랜차이즈 일반음식점은 87.0%가 사업장을 임차하고 있음. 세부업종별로는 기타 외국식(95.8%)과 서양식(91.9%) 업종의 사업장 임차 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 업체의 사업장 임차 비중은 91.6%로 나타남. 세부업종별로는 주점업(94.6%), 제과점(92.9%)의 사업장 임차 비중이 높음.
- 지역별로는 서울권(96.5%)의 사업장 임차 비중이 높고, 호남권(80.0%)은 비교적 낮음. 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 업체의 사업장 임차 비중이 83.7%로 비교적 낮고, 1억 원~5억 원 미만 업체(91.2%)는 상대적으로 높음.

<표 2-12-3> 사업장 특성별 사업장 임차 여부 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

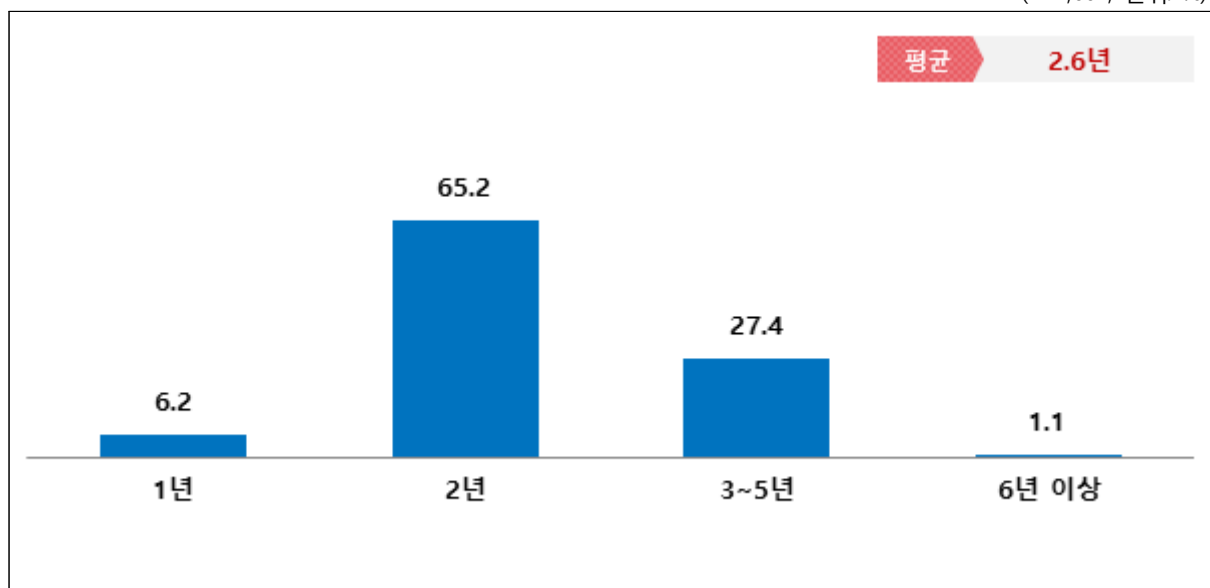
구분		사례수	예	아니오		
전체		2,254	88.8	11.2		
업종	일반 음식점	소계	1,080	87.0	13.0	
		한식	757	87.4	12.6	
		중식	118	77.1	22.9	
		일식	86	90.3	9.7	
		서양식	70	91.9	8.1	
		기타 외국식	49	95.8	4.2	
	일반 음식점 외	소계	1,174	91.6	8.4	
		기관 구내식당업	67	76.8	23.2	
		출장·이동음식점업	97	76.2	23.8	
		기타 음식점 업	제과점	49	92.9	7.1
			피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업	28	90.5	9.5
			치킨전문점	46	91.5	8.5
			김밥 및 기타 간이 음식점업	130	87.3	12.7
		간이 음식 포장 판매 전문점	77	91.0	9.0	
주점업	511	94.6	5.4			
비알콜 음료점업	169	90.0	10.0			
지역	서울권	535	96.5	3.5		
	수도권	572	94.6	5.4		
	충청권	176	80.4	19.6		
	호남권	267	80.0	20.0		
	경남권	417	90.0	10.0		
	경북권	287	77.4	22.6		
매출액	5천만 원 미만	156	83.7	16.3		
	5천만 원~1억 원 미만	494	85.3	14.7		
	1억 원~5억 원 미만	1,429	91.2	8.8		
	5억 원 이상	175	86.3	13.7		

6) 사업장 임대계약 기간

- 사업장 임대계약 기간은 평균 2.6년으로 나타남. 임대계약 기간별 비중은 2년이 65.2%로 가장 크고, 3~5년(27.4%), 1년(6.2%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점의 사업장 임대계약 기간의 평균은 2.6년으로 나타남. 임대계약 기간별 비중은 2년(61.5%), 3~5년(28.8%), 1년(8.6%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 일식(2.8년)의 임대계약 기간의 평균이 가장 길게 나타남.
- 일반음식점 외 업종의 사업장 임대계약 기간의 평균은 2.5년으로 조사됨. 임대계약 기간별 비중은 2년(69.1%), 3~5년(26.1%), 1년(3.8%) 등의 순서로 나타남.
- 지역별로는 경남권(3.0년)의 임대계약 기간이 가장 길고, 경북권(2.3년)이 비교적 짧음.
- 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체(3.0년)의 임대계약 기간이 가장 길게 나타남.

<그림 2-13> 사업장 임대계약 기간 분포

(n=2,661, 단위: %)



<표 2-13-1> 사업장 특성별 사업장 임대계약 기간 분포(전체)

(단위: 개, %, 년)

구분		사례수	1년	2년	3~5년	6년 이상	평균		
전체		2,661	6.2	65.2	27.4	1.1	2.6		
업종	일반 음식점	소계	1,102	8.6	61.5	28.8	1.2	2.6	
		한식	738	9.3	60.8	28.7	1.1	2.6	
		중식	100	4.5	62.8	30.4	2.2	2.7	
		일식	89	3.9	62.0	32.6	1.4	2.8	
		서양식	99	3.1	75.1	20.6	1.3	2.5	
		기타 외국식	76	1.0	64.0	34.9	0.0	2.5	
	일반 음식점 외	소계	1,559	3.8	69.1	26.1	1.1	2.5	
		기관 구내식당업	62	1.4	68.7	28.6	1.3	2.7	
		출장·이동음식점업	76	1.9	56.4	39.8	1.9	2.7	
		기타 음식점업	제과점	109	6.7	63.6	28.5	1.2	2.6
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	123	5.1	65.4	26.4	3.1	2.7
			치킨전문점	145	2.8	65.4	30.4	1.3	2.6
			김밥 및 기타 간이 음식점업	156	6.8	68.2	24.6	0.4	2.5
		간이 음식 포장 판매 전문점	93	2.3	73.9	22.9	0.8	2.5	
	주점업	523	3.2	69.2	26.5	1.1	2.5		
	비알콜 음료점업	272	3.0	73.1	23.1	0.9	2.5		
운영 형태	프랜차이즈	683	3.8	65.2	29.6	1.5	2.7		
	비프랜차이즈	1,978	6.9	65.2	26.9	1.1	2.5		
지역	서울권	669	8.6	69.4	20.4	1.7	2.5		
	수도권	699	10.0	64.7	24.7	0.6	2.4		
	충청권	208	3.3	58.1	37.3	1.3	2.8		
	호남권	311	2.0	64.7	32.9	0.4	2.5		
	경남권	530	2.9	56.5	38.2	2.4	3.0		
	경북권	244	6.4	78.7	14.9	0.0	2.3		
매출 액	5천만 원 미만	139	4.1	77.8	17.2	0.9	2.3		
	5천만 원~1억 원 미만	511	6.1	71.8	21.2	0.8	2.4		
	1억 원~5억 원 미만	1,785	6.7	61.8	30.3	1.2	2.6		
	5억 원 이상	226	0.8	58.0	38.5	2.7	3.0		

- 프랜차이즈 외식업체의 임대계약 기간은 평균 2.7년으로 나타남. 임대계약 기간별 비중은 2년이 65.2%로 가장 크고, 3~5년(29.6%), 1년(3.8%) 순서로 나타남. 프랜차이즈 일반음식점의 임대계약 기간은 평균 2.8년이고, 세부업종별로는 기타 외국식(3.0년)의 임대계약 기간이 비교적 길게 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 임대계약 기간 평균은 2.6년이고, 세부업종별로는 출장·이동음식점업(3.6년)과 기관 구내식당업(3.0년)이 상대적으로 길게 나타남.
- 지역별로는 충청권(3.1년)의 임대계약 기간이 길고, 수도권(2.3년)은 짧음. 매출액 규모별로는 5천만 원 미만 업체(2.2년)의 임대계약 기간이 짧은 반면, 5억 원 이상 업체(3.4년)는 비교적 길게 나타남.

<표 2-13-2> 사업장 특성별 사업장 임대계약 기간 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %, 년)

구분		사례수	1년	2년	3~5년	6년 이상	평균	
전체		683	3.8	65.2	29.6	1.5	2.7	
업종	일반음식점	175	1.9	60.5	35.6	2.0	2.8	
	한식	90	1.1	59.1	38.5	1.2	2.8	
	중식	7	18.0	49.9	18.1	13.9	2.9	
	일식	13	3.7	62.1	34.2	0.0	2.8	
	서양식	35	0.3	82.0	13.2	4.5	2.7	
	기타 외국식	30	2.7	49.2	48.1	0.0	3.0	
	일반음식점 외	508	4.5	66.9	27.4	1.3	2.6	
	기관 구내식당업	14	0.0	63.0	37.0	0.0	3.0	
	출장·이동음식점업	3	0.0	48.3	51.7	0.0	3.6	
	제과점	64	7.5	59.4	31.1	2.1	2.8	
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	98	4.7	63.4	29.1	2.8	2.7	
	치킨전문점	103	2.1	66.2	29.8	1.9	2.7	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	42	5.9	61.1	33.0	0.0	2.6	
	간이 음식 포장 판매 전문점	29	8.1	62.3	29.6	0.0	2.4	
	주점업	34	8.7	67.2	24.1	0.0	2.4	
	비알콜 음료점업	121	3.8	73.9	21.6	0.7	2.5	
	지역	서울권	154	3.5	71.2	24.4	0.8	2.6
		수도권	163	6.0	74.2	19.8	0.1	2.3
		충청권	74	0.1	42.6	57.2	0.1	3.1
호남권		108	4.3	67.1	28.2	0.4	2.5	
경남권		136	1.0	59.9	33.7	5.5	2.9	
경북권		48	10.5	68.9	20.6	0.0	3.0	
매출액	5천만 원 미만	11	13.3	61.2	25.5	0.0	2.2	
	5천만 원~1억 원 미만	92	7.1	62.8	30.1	0.0	2.5	
	1억 원~5억 원 미만	495	2.8	67.0	28.5	1.7	2.7	
	5억 원 이상	85	2.2	45.8	48.4	3.6	3.4	

- 비프랜차이즈 외식업체의 임대계약 기간은 평균 2.5년으로 나타남. 임대계약 기간별 비중은 2년이 65.2%로 가장 크고, 3~5년(26.9%), 1년(6.9%) 등의 순서로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 임대계약 기간은 평균 2.5년이고, 세부업종별로는 일식(2.8년)의 임대계약 기간이 비교적 길게 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 임대계약 기간 평균은 2.5년이고, 세부업종별로는 출장·이동음식점업(2.7년)이 비교적 길게 나타남.
- 지역별로는 경남권(3.0년)의 임대계약 기간이 비교적 길고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체(2.8년)의 임대계약 기간이 상대적으로 길게 나타남.

<표 2-13-3> 사업장 특성별 사업장 임대계약 기간 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %, 년)

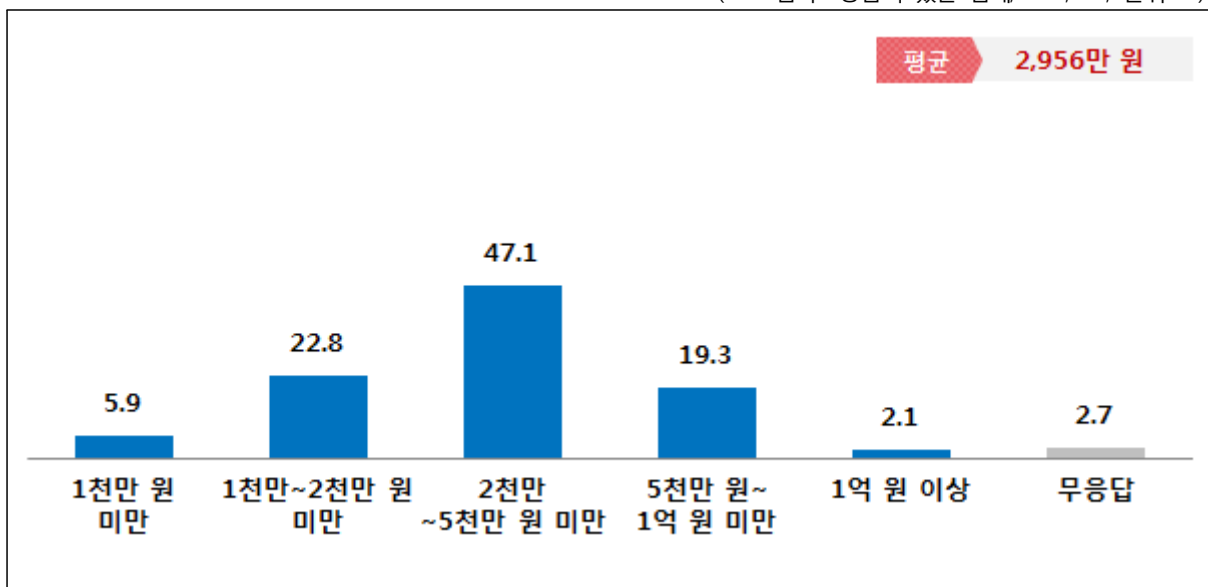
구분		사례수	1년	2년	3~5년	6년 이상	평균
전체		1,978	6.9	65.2	26.9	1.1	2.5
업종	소계	927	9.4	61.6	27.9	1.1	2.5
	한식	648	10.3	61.0	27.7	1.1	2.5
	중식	93	3.5	63.8	31.4	1.3	2.7
	일식	76	4.0	62.0	32.4	1.6	2.8
	서양식	64	4.2	72.3	23.5	0.0	2.4
	기타 외국식	46	0.0	73.1	26.9	0.0	2.3
	소계	1,051	3.5	70.1	25.4	1.0	2.5
	기관 구내식당업	48	1.9	70.5	25.9	1.7	2.6
	출장·이동음식점업	73	1.9	56.6	39.5	1.9	2.7
	제과점	45	5.5	69.8	24.7	0.0	2.4
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	25	6.6	71.8	17.6	4.0	2.6
	기타 음식점업	42	4.6	63.6	31.7	0.0	2.3
	치킨전문점	42	4.6	63.6	31.7	0.0	2.3
	김밥 및 기타 간이 음식점업	114	7.1	70.4	22.0	0.5	2.4
	간이 음식 포장 판매 전문점	64	0.4	77.9	20.7	1.1	2.5
	주점업	489	2.8	69.4	26.7	1.1	2.5
	비알콜 음료점업	151	2.4	72.5	24.1	1.0	2.5
	지역	서울권	515	9.7	69.0	19.5	1.8
수도권		536	10.8	62.9	25.6	0.7	2.4
충청권		134	4.9	65.9	27.2	2.0	2.6
호남권		203	1.1	63.6	34.9	0.4	2.4
경남권		394	3.5	55.5	39.6	1.5	3.0
경북권		196	5.6	80.5	13.9	0.0	2.3
매출액	5천만 원 미만	128	3.5	79.0	16.5	1.0	2.4
	5천만 원~1억 원 미만	419	5.9	73.6	19.5	1.0	2.4
	1억 원~5억 원 미만	1,290	8.0	60.2	30.8	1.0	2.6
	5억 원 이상	141	0.2	63.2	34.2	2.4	2.8

7) 사업장 임차보증금

- 사업장 임차보증금은 약 2,960만 원 수준임. 임차보증금 분포를 살펴보면 2천만 원~5천만 원 미만 비중이 47.1%로 가장 크고, 1천만 원~2천만 원 미만(22.8%), 5천만 원~1억 원 미만(19.3%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점의 사업장 임차보증금은 약 2,930만 원으로 나타남. 임차보증금 분포별로는 2천만 원~5천만 원(48.5%), 1천만 원~2천만 원(21.4%), 5천만 원~1억 원 미만(19.9%) 등의 순서임.
 - 세부업종별로는 기타 외국식(약 4,840만 원)과 서양식(약 4,580만 원)의 사업장 임차보증금이 높은 반면, 한식(약 2,810만 원)과 중식(약 2,970만 원)은 임차보증금이 상대적으로 낮음.
- 일반음식점 외 업종의 사업장 임차보증금 평균은 약 2,980만 원으로 나타남. 임차보증금 분포별로는 2천만 원~5천만 원(45.6%), 1천만 원~2천만 원(24.2%), 5천만 원~1억 원 미만(18.7%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업(약 4,430만 원)과 제과점(약 4,390만 원)의 임차보증금이 높은 반면, 김밥 및 기타 간이 음식점업(약 2,400만 원)과 비알콜 음료점업(약 2,690만 원)은 임차보증금이 상대적으로 낮음.

<그림 2-14> 사업장 임차보증금 분포

(Base:임차보증금이 있는 업체, n=2,661, 단위: %)



- 지역별로는 서울권(약 3,700만 원)과 수도권(약 3,410만 원)의 임차보증금이 높은 반면, 호남권(약 1,920만 원)은 낮음.
- 매출액 규모별로는 5억 원 이상(약 5,740만 원) 업체의 임차보증금이 5천만 원 미만(약 1,360만 원) 업체의 약 4.2배 수준으로 나타남.

<표 2-14-1> 사업장 특성별 사업장 임차보증금 분포(전체)

(Base: 임차보증금이 있는 업체, 단위: 개, %, 만 원)

구분		사례수	1천만 원 미만	1천만~2천만 원 미만	2천만~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	무응답	평균		
전체		2,661	5.9	22.8	47.1	19.3	2.1	2.7	2,956		
종업	일반 음식점	소계	1,102	5.9	21.4	48.5	19.9	2.0	2.2	2,933	
		한식	738	6.2	21.9	49.3	18.9	1.4	2.3	2,813	
		중식	100	6.0	27.4	45.1	17.9	3.6	0.0	2,967	
		일식	89	3.1	11.4	49.6	27.3	5.4	3.2	3,626	
		서양식	99	2.1	12.5	37.9	33.1	11.8	2.5	4,583	
		기타 외국식	76	3.5	9.1	37.5	38.0	6.2	5.6	4,837	
	일반 음식점 외	소계	1,559	5.9	24.2	45.6	18.7	2.2	3.3	2,982	
		기관 구내식당업	62	0.0	10.4	43.2	26.4	5.1	15.0	4,425	
		출장·이동음식점업	76	3.0	27.2	38.0	20.9	6.6	4.3	3,711	
		기타 음식점 업	제과점	109	0.8	4.5	42.4	33.5	7.5	11.3	4,394
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	123	2.0	16.9	50.9	20.3	7.3	2.6	3,547
			치킨전문점	145	4.2	22.1	50.1	18.7	2.7	2.1	3,448
			김밥 및 기타 간이 음식점업	156	7.2	25.7	53.1	11.7	0.1	2.2	2,403
			간이 음식 포장 판매 전문점	93	10.2	25.8	42.2	17.5	0.5	3.7	2,774
		주점업	523	7.1	20.2	50.1	18.0	0.9	3.6	2,860	
		비알콜 음료점업	272	6.7	39.0	31.6	19.2	2.6	0.8	2,687	
		영양 음료 판매	프랜차이즈	683	2.7	21.3	39.3	27.7	4.8	4.3	3,497
			비프랜차이즈	1,978	6.8	23.2	49.2	17.1	1.4	2.3	2,815
		지역	서울권	669	3.1	12.6	51.1	28.9	2.7	1.5	3,695
수도권	699		2.3	14.9	52.8	24.1	2.1	3.8	3,408		
충청권	208		6.6	16.2	46.0	22.7	4.7	3.8	3,311		
호남권	311		5.9	47.5	37.5	7.0	0.9	1.1	1,924		
경남권	530		5.7	23.3	48.8	17.3	2.0	2.9	2,797		
경북권	244		20.7	31.1	36.3	6.6	1.3	4.1	1,857		
매출액	5천만 원 미만	139	26.7	42.4	25.4	2.2	0.3	2.9	1,357		
	5천만 원~1억 원 미만	511	8.8	33.8	48.7	6.1	0.6	1.9	2,206		
	1억 원~5억 원 미만	1,785	3.0	17.8	49.0	25.0	2.3	2.9	3,272		
	5억 원 이상	226	1.5	0.0	40.1	38.1	15.8	4.4	5,738		

- 프랜차이즈 외식업체의 사업장 임차보증금은 평균 약 3,500만 원 수준임. 임차보증금 분포별로는 2천만 원~5천만 원 미만이 39.3%, 5천만 원~1억 원 미만이 27.7%, 1천만 원~2천만 원 미만이 21.3% 등의 순서로 나타남. 프랜차이즈 일반음식점의 임차보증금은 평균 약 3,780만 원이고, 세부업종별로는 기타 외국식(약 5,660만 원)의 임차보증금이 높음.
- 일반음식점 외 업체의 임차보증금 평균은 약 3,400만 원으로 나타남. 세부업종별로는 기관 구내 식당업(약 5,470만 원)의 임차보증금이 높음. 지역별로는 서울권(약 4,970만 원)과 충청권(약 4,540만 원)의 임차보증금이 높고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상(약 6,120만 원) 업체의 임차보증금이 5천만 원 미만 업체(약 1,770만 원)의 약 3.5배 수준으로 나타남.

<표 2-14-2> 사업장 특성별 사업장 임차보증금 분포(프랜차이즈)

(Base: 임차보증금이 있는 업체, 단위: 개, %, 만 원)

구분		사례수	1천만 원 미만	1천만~2천만 원 미만	2천만~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	무응답	평균	
전체		683	2.7	21.3	39.3	27.7	4.8	4.3	3,497	
업종	일반음식점	175	5.1	12.4	41.0	33.5	4.2	3.8	3,777	
	한식	90	5.8	12.8	43.3	32.1	2.4	3.6	3,438	
	중식	7	0.0	18.0	49.9	18.0	14.0	0.0	5,142	
	일식	13	0.0	11.8	48.6	35.5	0.2	3.9	3,528	
	서양식	35	3.2	8.6	24.1	43.3	15.0	5.9	5,434	
	기타 외국식	30	6.1	7.7	17.3	52.3	9.1	7.4	5,663	
	일반음식점 외	508	1.9	24.5	38.6	25.6	5.0	4.5	3,396	
	기관 구내식당업	14	0.0	0.0	31.0	47.8	7.9	13.2	5,474	
	출장·이동음식점업	3	0.0	81.5	18.5	0.0	0.0	0.0	1,720	
	제과점	64	0.0	3.2	28.7	38.3	12.7	17.2	5,314	
	기타음식점업	98	1.4	18.2	44.2	23.1	9.6	3.4	3,739	
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	98	1.4	18.2	44.2	23.1	9.6	3.4	3,739	
	치킨전문점	103	3.5	21.3	47.8	21.5	2.9	3.0	3,061	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	42	7.0	22.2	50.3	20.0	0.3	0.3	2,597	
	간이 음식 포장 판매 전문점	29	5.1	27.7	38.0	18.6	1.0	9.5	2,889	
	주점업	34	0.0	27.6	44.3	22.0	0.2	5.9	2,994	
	비알콜 음료점업	121	0.0	38.7	26.2	28.0	5.3	1.9	3,279	
	지역	서울권	154	0.4	5.0	35.6	47.8	8.0	3.1	4,968
		수도권	163	0.0	12.9	45.6	31.8	3.2	6.6	3,835
충청권		74	0.2	11.4	31.9	38.7	12.1	5.7	4,540	
호남권		108	3.5	45.4	37.8	10.5	2.1	0.7	2,218	
경남권		136	4.8	19.3	44.4	25.9	3.0	2.6	3,166	
경북권		48	10.4	35.3	32.8	4.3	3.2	14.0	2,018	
매출액	5천만 원 미만	11	0.0	78.7	16.3	0.0	4.9	0.0	1,770	
	5천만 원~1억 원 미만	92	4.6	37.9	42.7	13.8	0.8	0.2	2,384	
	1억 원~5억 원 미만	495	2.3	16.7	39.7	31.1	4.8	5.3	3,695	
	5억 원 이상	85	2.7	0.0	28.1	41.7	21.6	5.8	6,121	

- 비프랜차이즈 외식업체의 사업장 임차보증금은 평균 약 2,820만 원 수준임. 임차보증금 분포별로는 2천만 원~5천만 원 미만인 49.2%, 1천만 원~2천만 원이 23.2%, 5천만 원~1억 원 미만이 17.1% 등의 순서로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 임차보증금은 평균 약 2,830만 원이고, 세부업종별로는 기타 외국식(약 4,350만 원)의 임차보증금이 높음.
- 일반음식점 외 업체의 임차보증금 평균은 약 2,790만 원으로 나타남. 세부업종별로는 치킨전문점(약 4,320만 원)의 임차보증금이 높음. 지역별로는 서울권(약 3,420만 원)의 임차보증금이 높고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체(약 5,580만 원)의 임차보증금이 5천만 원 미만 업체(약 1,330만 원)의 약 4.2배 수준으로 나타남.

<표 2-14-3> 사업장 특성별 사업장 임차보증금 분포(비프랜차이즈)

(Base: 임차보증금이 있는 업체, 단위: 개, %, 만 원)

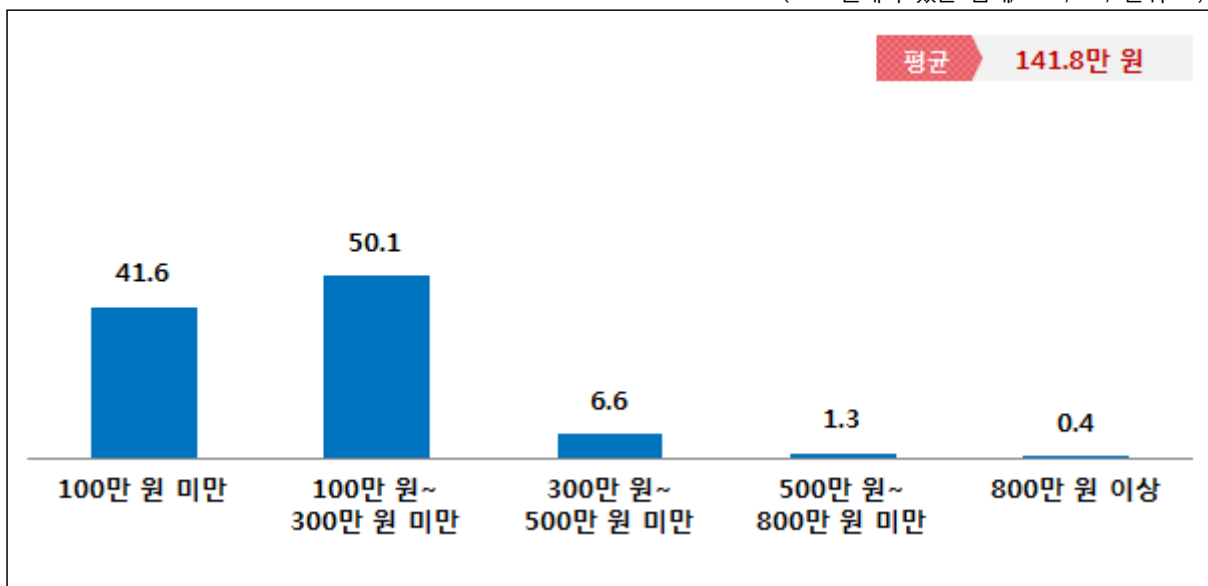
구분		사례수	1천만 원 미만	1천만 ~2천만 원 미만	2천만 ~5천만 원 미만	5천만 원 ~1억 원 미만	1억 원 이상	무응답	평균
전체		1,978	6.8	23.2	49.2	17.1	1.4	2.3	2,815
일반 음식점	소계	927	6.0	22.5	49.4	18.2	1.8	2.0	2,833
	한식	648	6.3	22.9	50.0	17.5	1.2	2.1	2,745
	중식	93	6.5	28.1	44.7	17.9	2.7	0.0	2,793
	일식	76	3.5	11.3	49.8	26.2	6.1	3.1	3,640
	서양식	64	1.7	14.0	43.3	29.2	10.6	1.2	4,268
	기타 외국식	46	1.9	10.0	49.9	29.3	4.4	4.5	4,347
	소계	1,051	7.9	24.1	48.9	15.5	0.9	2.7	2,790
	기관 구내식당업	48	0.0	13.7	47.0	19.6	4.2	15.5	4,082
	출장·이동음식점업	73	3.1	25.7	38.6	21.4	6.8	4.4	3,768
	제과점	45	1.9	6.5	62.4	26.4	0.0	2.7	3,252
일반 음식점 외	기타 음식점 업	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	25	4.1	12.5	72.3	11.1	0.0	2,950
	치킨전문점	42	5.8	24.1	55.5	12.4	2.3	0.0	4,315
	김밥 및 기타 간이 음식점업	114	7.3	26.8	54.1	9.0	0.0	2.9	2,340
	간이 음식 포장 판매 전문점	64	11.9	25.2	43.6	17.1	0.4	1.8	2,737
	주점업	489	7.7	19.6	50.6	17.7	1.0	3.4	2,849
	비알콜 음료점업	151	11.4	39.3	35.4	13.1	0.8	0.0	2,282
	주점업	489	7.7	19.6	50.6	17.7	1.0	3.4	2,849
지역	서울권	515	3.7	14.3	54.6	24.7	1.6	1.1	3,418
	수도권	536	2.7	15.3	54.2	22.6	1.9	3.3	3,331
	충청권	134	9.8	18.6	53.1	14.6	1.0	2.9	2,707
	호남권	203	7.0	48.4	37.3	5.6	0.4	1.3	1,799
	경남권	394	6.0	24.5	50.1	14.7	1.7	3.0	2,684
	경북권	196	22.6	30.3	36.9	7.1	0.9	2.2	1,830
매출 액	5천만 원 미만	128	28.7	39.8	26.1	2.3	0.0	3.2	1,325
	5천만 원~1억 원 미만	419	9.6	33.1	49.9	4.7	0.6	2.3	2,171
	1억 원~5억 원 미만	1,290	3.2	18.1	51.9	23.1	1.4	2.2	3,144
	5억 원 이상	141	1.0	0.0	45.2	36.6	13.3	3.9	5,577

8) 사업장 월세

- 전체 사업장 평균 월세는 약 142만 원 수준으로 나타남. 사업장 평균 월세는 100만 원~300만 원 미만의 비중이 50.1%로 가장 크고, 100만 원 미만(41.6%), 300만 원~500만 원 미만(6.6%) 등의 순서임.
- 일반음식점 외식업체의 평균 월세는 약 151만 원 수준으로 나타남. 일반음식점 평균 월세는 100만 원~300만 원 미만의 비중이 51.3%로 가장 크고, 100만 원 미만(38.6%), 300만 원~500만 원 미만(8.2%) 등의 순서임.
 - 세부업종별로는 서양식(약 211만 원)과 기타 외국식(약 198만 원)의 평균 월세가 상대적으로 큼.
- 일반음식점 외 외식업체의 평균 월세는 약 218만 원 수준으로 일반음식점 외식업체 평균에 비해 약 67만 원 높게 나타남. 일반음식점 평균 월세는 100만 원~300만 원 미만의 비중이 53.9%로 가장 크고, 300만 원~500만 원 미만(20.5%), 100만 원 미만(20.4%) 등의 순서임.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업(약 256만 원), 제과점(약 194만 원), 출장·이동음식점업(약 190만 원)의 사업장 평균 월세가 상대적으로 큼.
- 지역별로는 수도권(약 165만 원)과 서울권(약 160만 원)의 평균 월세가 다른 지역에 비해 높음.
- 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 평균 월세가 약 445만 원으로 압도적으로 높음.

<그림 2-15> 사업장 월세 분포

(Base: 월세가 있는 업체, n=2,655, 단위: %)



<표 2-15-1> 사업장 특성별 사업장 월세 분포(전체)

(단위: 명, %, 만 원)

구분		사례수	100만 원 미만	100만 ~300만 원 미만	300만 ~500만 원 미만	500만 ~800만 원 미만	800만 원 이상	평균		
전체		2,655	41.6	50.1	6.6	1.3	0.4	142		
상업	일반 음식점	소계	1,100	38.6	51.3	8.2	1.4	0.5	151	
		한식	1,555	44.7	48.8	5.0	1.1	0.4	132	
		중식	738	39.7	50.9	7.9	1.2	0.3	146	
		일식	99	43.4	45.5	7.4	2.8	1.0	150	
		서양식	89	26.2	55.0	14.4	2.8	1.7	211	
		기타 외국식	99	21.0	67.2	6.9	3.0	1.9	198	
	일반 음식점 외	소계	75	20.4	53.9	20.5	4.7	0.4	218	
		기관 구내식당업	61	19.9	49.5	22.6	3.7	4.4	256	
		출장-이동음식점업	76	22.4	62.0	13.2	1.9	0.5	190	
		기타 음식점 업	제과점	109	20.1	64.9	11.0	2.9	1.2	194
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	122	38.2	49.3	10.0	2.4	0.0	162
			치킨전문점	145	40.2	56.8	1.8	1.1	0.0	129
			김밥 및 기타 간이 음식점업	156	54.3	43.9	1.7	0.1	0.0	102
		간이 음식 포장 판매 전문점	91	47.2	47.5	4.0	0.8	0.5	125	
		주점업	523	45.4	49.5	4.1	0.6	0.3	126	
		비알콜 음료점업	272	50.9	42.0	5.3	1.5	0.3	124	
		영양 태	프랜차이즈	679	30.6	57.8	8.4	2.4	0.8	167
			비프랜차이즈	1,976	44.5	48.0	6.2	1.0	0.3	135
지역	서울권	668	28.9	62.7	6.6	1.3	0.5	160		
	수도권	697	30.8	55.6	12.1	1.2	0.2	165		
	충청권	208	35.8	51.9	8.9	2.8	0.5	154		
	호남권	311	57.3	37.8	3.3	1.3	0.3	114		
	경남권	528	52.5	43.3	2.5	0.9	0.7	120		
	경북권	243	55.4	38.2	5.2	1.0	0.2	119		
매출 액	5천만 원 미만	139	97.7	2.3	0.0	0.0	0.0	47		
	5천만 원~1억 원 미만	511	68.5	31.5	0.0	0.0	0.0	82		
	1억 원~5억 원 미만	1,783	27.8	62.4	8.5	1.2	0.1	160		
	5억 원 이상	222	3.4	32.9	35.5	16.6	11.6	445		

- 프랜차이즈 외식업체의 월세는 약 167만 원 수준으로 나타남. 월세 분포별로는 100만 원~300만 원 미만이 57.8%, 100만 원 미만(30.6%), 300~500만 원 미만(8.4%) 등의 순서임. 프랜차이즈 일반 음식점의 월세는 약 192만 원으로 프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 월세(약 267만 원)에 비해 상대적으로 낮게 나타남. 이는 프랜차이즈 일반음식점 외 업체 중 기관 구내식당업의 높은 월세(약 325만 원)가 평균을 올렸기 때문임.
- 일반음식점 외 업체 중 기관 구내식당업을 다음으로 월세가 높은 업종은 제과점(약 218만 원)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(약 180만 원)임. 지역별로는 서울권(약 205만 원), 수도권(약 199만 원), 충청권(약 195만 원)의 월세가 상대적으로 높음. 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 평균 월세가 약 449만 원으로 압도적으로 높음.

<표 2-15-2> 사업장 특성별 사업장 월세 분포(프랜차이즈)

(단위: 명, % 만 원)

구분		사례수	100만 원 미만	100만 ~300만 원 미만	300만 ~500만 원 미만	500만 ~800만 원 미만	800만 원 이상	평균	
전체		679	30.6	57.8	8.4	2.4	0.8	167	
종업	일반 음식점	173	20.7	64.5	9.6	3.3	1.8	192	
	한식	506	34.1	55.4	8.0	2.1	0.5	158	
	중식	90	21.9	65.9	7.8	2.9	1.6	181	
	일식	6	0.0	77.9	22.0	0.1	0.0	202	
	서양식	13	35.5	53.6	10.6	0.3	0.0	147	
	기타 외국식	35	18.3	58.2	9.5	7.5	6.5	272	
	일반 음식점 외	29	7.8	50.3	35.6	6.4	0.0	267	
	기관 구내식당업	14	0.0	34.1	55.8	10.1	0.0	325	
	출장·이동음식점업	3	29.8	70.2	0.0	0.0	0.0	131	
	제과점	64	13.0	69.2	12.8	2.9	2.1	218	
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	97	33.6	50.1	13.1	3.2	0.1	180	
	치킨전문점	103	31.8	63.9	2.6	1.6	0.0	143	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	42	45.0	51.0	3.4	0.5	0.0	120	
	간이 음식 포장 판매 전문점	28	44.4	52.5	0.0	1.0	2.1	150	
	주점업	34	54.1	43.8	2.1	0.1	0.0	103	
	비알콜 음료점업	121	35.3	52.3	9.2	2.4	0.8	159	
	지역	서울권	153	12.4	71.8	14.4	1.1	0.4	205
		수도권	162	21.2	63.7	10.1	4.6	0.4	199
충청권		74	14.9	65.6	13.6	4.5	1.4	195	
호남권		108	48.8	43.9	4.8	1.9	0.5	127	
경남권		135	40.8	52.7	3.8	0.8	1.9	139	
경북권		47	41.2	50.5	4.8	3.4	0.1	145	
매출액	5천만 원 미만	11	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40	
	5천만 원~1억 원 미만	92	64.7	35.3	0.0	0.0	0.0	83	
	1억 원~5억 원 미만	493	21.8	66.4	9.3	2.0	0.5	176	
	5억 원 이상	83	0.0	34.4	34.2	21.0	10.4	449	

- 비프랜차이즈 외식업체의 월세는 약 135만 원 수준으로 프랜차이즈 외식업체 월세보다 낮게 나타남. 월세 분포별로는 100만 원~300만 원 미만(48.0%), 100만 원 미만(44.5%), 300~500만 원 미만(6.2%) 등의 순서로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 월세는 약 146만 원으로 프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 월세(약 188만 원)에 비해 상대적으로 낮게 나타남. 일반음식점 외 업체 중 기관 구내식당업(약 235만 원)의 월세가 가장 높고, 그 다음으로 출장·이동음식점업(약 192만 원), 제과점(약 160만 원), 주점업(약 128만 원) 순서로 나타남. 지역별로는 수도권(약 159만 원), 서울권(약 151만 원)의 월세가 상대적으로 높음.

<표 2-15-3> 사업장 특성별 사업장 월세 분포(비프랜차이즈)

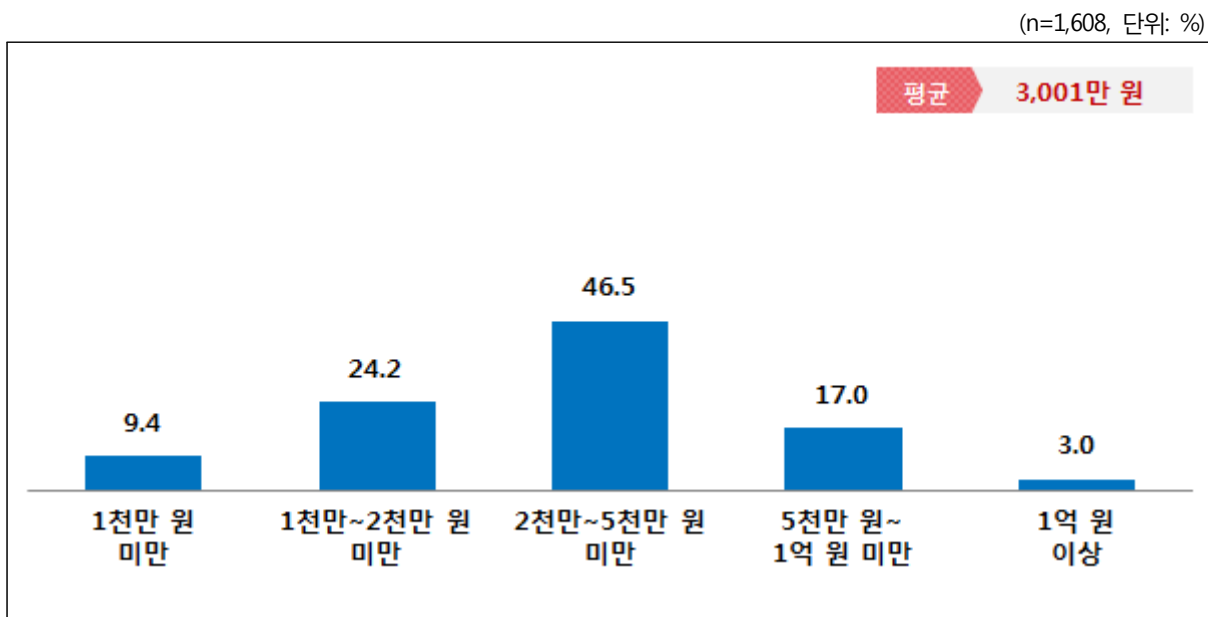
(단위: 명, % 만 원)

구분		사례수	100만 원 미만	100만 ~300만 원 미만	300만 ~500만 원 미만	500만 ~800만 원 미만	800만 원 이상	평균	
전체		1,976	44.5	48.0	6.2	1.0	0.3	135	
종업	일반음식점	927	40.7	49.7	8.1	1.2	0.3	146	
	한식	1,049	49.8	45.6	3.6	0.7	0.3	120	
	중식	648	41.6	49.3	8.0	1.0	0.2	142	
	일식	93	46.2	43.3	6.4	2.9	1.1	146	
	서양식	76	24.9	55.1	14.9	3.1	2.0	220	
	기타 외국식	64	22.1	70.7	5.9	1.2	0.1	169	
	일반음식점 외	46	28.1	56.1	11.4	3.8	0.7	188	
	기관 구내식당업	47	26.3	54.4	12.0	1.6	5.7	235	
	출장·이동음식점업	73	22.2	61.8	13.6	1.9	0.5	192	
	기타음식점업	제과점	45	30.4	58.5	8.4	2.7	0.0	160
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	25	53.3	46.7	0.0	0.0	0.0	104
		치킨전문점	42	59.5	40.4	0.0	0.1	0.0	97
		김밥 및 기타 간이 음식점업	114	57.2	41.7	1.1	0.0	0.0	97
		간이 음식 포장 판매 전문점	63	48.1	45.9	5.3	0.7	0.0	117
	주점업	489	44.7	49.9	4.3	0.7	0.3	128	
	비알콜 음료점업	151	61.8	34.8	2.5	0.8	0.0	98	
	지역	서울권	515	32.5	60.7	4.8	1.4	0.5	151
		수도권	535	32.6	54.2	12.5	0.6	0.2	159
		충청권	134	46.4	45.0	6.5	2.0	0.1	133
호남권		203	60.9	35.2	2.6	1.1	0.1	108	
경남권		393	55.8	40.7	2.2	0.9	0.4	115	
경북권		196	58.5	35.5	5.3	0.4	0.2	113	
매출액	5천만 원 미만	128	97.6	2.4	0.0	0.0	0.0	47	
	5천만 원~1억 원 미만	419	69.2	30.8	0.0	0.0	0.0	82	
	1억 원~5억 원 미만	1,290	29.6	61.2	8.2	0.9	0.0	155	
	5억 원 이상	139	4.9	32.2	36.0	14.8	12.1	443	

9) 사업장 임차권리금

- 사업장 임차권리금은 평균 약 3,000만 원 수준임. 임차권리금 분포별로는 2천만 원~5천만 원 미만(46.5%), 1천만 원~2천만 원(24.2%), 5천만 원~1억 원 미만(17.0%), 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점의 사업장 임차권리금은 평균 약 3,210만 원으로 나타남. 임차권리금 분포별로는 2천만 원~5천만 원 미만(49.7%), 1천만 원~2천만 원 미만(20.9%), 5천만 원~1억 원 미만(19.5%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 기타 외국식(약 4,350만 원)의 사업장 임차권리금이 높은 반면, 한식(약 3,140만 원)은 비교적 낮음.
- 일반음식점 외 업종의 사업장 임차권리금 평균은 약 2,790만 원으로 나타남. 임차권리금 분포별로는 2천만 원~5천만 원 미만(43.3%), 1천만 원~2천만 원 미만(27.4%), 5천만 원~1억 원 미만(14.5%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 출장·이동음식점업(약 3,510만 원)과 제과점(약 3,490만 원)의 임차권리금이 상대적으로 높은 반면, 김밥 및 기타 간이 음식점업(약 2,260만 원)은 낮음.
- 지역별로는 서울권(약 3,340만 원)과 수도권(약 3,160만 원)의 임차권리금이 높은 반면, 경북권(약 2,110만 원)은 비교적 낮음.
- 매출액 규모별로는 5억 원 이상(약 4,870만 원) 업체의 임차권리금이 5천만 원 미만(약 1,650만 원) 업체보다 약 2.9배 이상 높음.

<그림 2-16> 사업장 임차권리금 분포



<표 2-16-1> 사업장 특성별 사업장 임차권리금 분포(전체)

(단위: 개, % 만 원)

구분		사례수	1천만 원 미만	1천만 ~2천만 원 미만	2천만 ~5천만 원 미만	5천만 원 ~1억 원 미만	1억 원 이상	평균		
전체		1,608	9.4	24.2	46.5	17.0	3.0	3,001		
매출액	일반 음식점	소계	648	7.3	20.9	49.7	19.5	2.6	3,211	
		한식	430	7.7	20.9	50.7	18.5	2.3	3,136	
		중식	57	3.9	29.4	36.6	25.1	5.0	3,507	
		일식	56	8.3	19.2	41.5	29.0	1.9	3,510	
		서양식	62	3.3	13.7	55.5	21.1	6.4	3,732	
		기타 외국식	43	2.9	4.4	52.5	33.1	7.1	4,346	
	일반 음식점 외	소계	960	11.5	27.4	43.3	14.5	3.3	2,794	
		기관 구내식당업	32	6.3	21.9	42.0	29.8	0.0	2,950	
		출장-이동음식점업	39	21.7	20.2	45.6	1.9	10.6	3,514	
		기타 음식점업	제과점	70	11.4	26.1	32.0	21.6	8.9	3,492
			피자 햄버거 샌드위치 및 유사 음식점업	78	5.0	30.4	38.1	20.5	6.0	3,338
			치킨전문점	92	12.4	19.0	50.0	12.6	6.0	3,135
			김밥 및 기타 간이 음식점업	107	19.1	25.2	43.2	11.4	1.1	2,262
			간이 음식 포장 판매 전문점	50	15.2	20.4	57.9	5.6	0.9	2,340
		주점업	364	11.4	32.8	41.2	12.2	2.3	2,560	
		비알콜 음료점업	128	7.4	21.8	48.5	19.0	3.3	3,202	
		영양업	프랜차이즈	367	4.6	18.7	47.2	22.9	6.7	3,870
			비프랜차이즈	1,241	10.5	25.4	46.3	15.7	2.1	2,804
		지역	서울권	485	0.0	20.6	55.7	21.5	2.1	3,336
수도권	467		10.9	20.9	47.3	16.9	3.9	3,158		
충청권	64		19.2	36.8	37.1	4.2	2.7	2,171		
호남권	102		10.1	36.9	40.6	10.1	2.4	2,357		
경남권	337		11.1	23.7	43.1	18.4	3.7	3,143		
경북권	153		22.5	30.6	33.8	11.8	1.2	2,109		
매출액	5천만 원 미만	66	40.2	25.8	29.9	3.4	0.7	1,653		
	5천만 원~1억 원 미만	322	12.7	41.7	35.5	9.4	0.7	2,176		
	1억 원~5억 원 미만	1,117	6.2	17.6	52.3	20.2	3.6	3,322		
	5억 원 이상	103	0.5	27.5	31.6	29.5	10.8	4,867		

- 프랜차이즈 외식업체의 임차권리금은 평균 약 3,870만 원으로 전체 외식업체 평균(약 3,000만 원)보다 높음. 프랜차이즈 일반음식점의 임차권리금은 평균 약 4,430만 원임. 세부업종별로는 기타 외국식(약 5,470만 원)의 임차권리금이 높음.
- 일반음식점 외 업체의 임차권리금 평균은 약 3,710만 원임. 세부업종별로는 기관 구내식당업(약 4,800만 원), 제과점(약 4,320만 원)의 임차권리금이 높음. 지역별로는 경남권(약 4,300만 원)의 임차권리금이 높고, 경북권(약 2,150만 원)은 낮음. 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체(약 7,670만 원)의 임차권리금이 5천만 원~1억 원 미만 업체(약 2,650만 원)의 약 2.9배 수준으로 높음.

<표 2-16-2> 사업장 특성별 사업장 임차권리금 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %, 만 원)

구분		사례수	1천만 원 미만	1천만 ~2천만 원 미만	2천만 ~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	평균		
전체		367	4.6	18.7	47.2	22.9	6.7	3,870		
업종	일반 음식점	소계	79	5.3	12.8	48.1	27.3	6.5	4,433	
		한식	39	3.3	12.7	46.9	30.6	6.4	4,638	
		중식	4	0.0	26.5	73.5	0.0	0.0	3,133	
		일식	8	29.4	0.0	44.1	26.4	0.0	2,685	
		서양식	12	10.9	18.7	43.5	17.2	9.6	4,384	
		기타 외국식	16	0.0	2.7	46.8	32.6	17.9	5,470	
		소계	288	4.4	20.3	46.9	21.6	6.8	3,709	
	일반 음식점 외	기관 구내식당업	5	0.0	0.0	39.8	60.2	0.0	4,801	
		출장-이동음식점업	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100	
		기타 음식점 업	제과점	44	8.3	23.5	28.7	25.4	14.1	4,322
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	60	4.7	28.2	31.7	27.4	8.1	3,795
			치킨전문점	65	4.8	14.9	55.6	18.3	6.4	3,656
			김밥 및 기타 간이 음식점업	25	6.2	17.9	56.2	19.7	0.0	3,169
			간이 음식 포장 판매 전문점	11	0.0	35.9	51.5	10.5	2.1	2,473
			주점업	26	0.0	37.8	41.2	13.0	8.1	3,421
	비알콜 음료점업	51	3.5	11.2	57.1	23.0	5.1	3,778		
	지역	서울권	105	0.0	10.0	53.1	29.7	7.2	4,295	
수도권		98	5.0	18.0	47.2	21.7	8.1	4,032		
충청권		12	6.9	48.7	36.7	7.1	0.6	2,340		
호남권		37	1.2	32.5	44.9	13.8	7.6	3,295		
경남권		92	5.8	12.1	45.9	29.5	6.6	4,302		
경북권		23	18.5	36.9	39.2	2.6	2.7	2,148		
매출액	5천만 원 미만	7	21.9	52.5	17.9	0.0	7.7	3,006		
	5천만 원~1억 원 미만	52	6.2	35.7	44.9	11.7	1.5	2,651		
	1억 원~5억 원 미만	284	3.8	13.1	49.7	25.9	7.5	4,051		
	5억 원 이상	24	0.5	28.0	18.4	34.5	18.7	7,674		

- 비프랜차이즈 외식업체의 임차권리금은 평균 약 2,800만 원으로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 임차권리금은 약 3,100만 원임. 세부업종별로는 기타 외국식(약 3,720만 원)의 임차권리금이 높음.
- 일반음식점 외 업체의 임차권리금 평균은 약 2,430만 원임. 세부업종별로는 출장·이동음식점업(약 3,610만 원) 업종의 임차권리금이 높음.
- 지역별로는 서울권(약 3,130만 원)의 임차권리금이 높고, 호남권(약 1,930만 원)은 낮음. 매출액 규모별로는 5억 원 이상(약 4,220만 원) 업체의 임차권리금이 5천만 원 미만(약 1,520만 원) 업체보다 약 2.8배 수준으로 높음.

<표 2-16-3> 사업장 특성별 사업장 임차권리금 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, % 만 원)

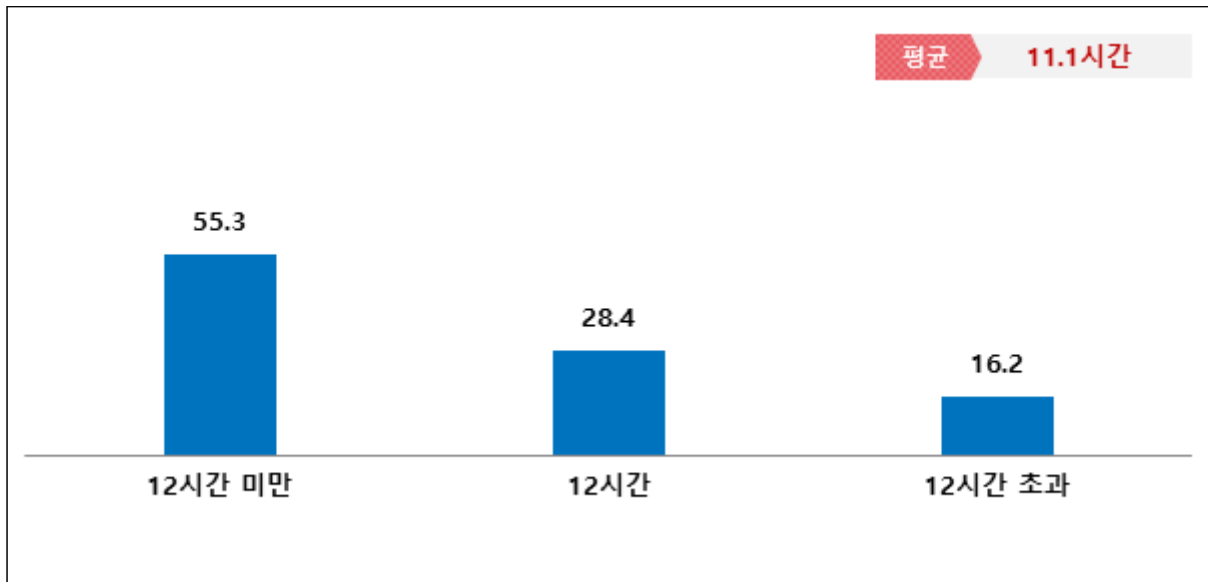
구분		사례수	1천만 원 미만	1천만 ~2천만 원 미만	2천만 ~5천만 원 미만	5천만 원 ~1억 원 미만	1억 원 이상	평균
전체		1,241	10.5	25.4	46.3	15.7	2.1	2,804
업종	일반음식점	569	7.4	21.6	49.8	18.8	2.3	3,101
	한식	391	8.0	21.6	50.9	17.5	1.9	3,021
	중식	53	4.2	29.6	33.3	27.4	5.4	3,541
	일식	48	4.7	22.5	41.1	29.5	2.3	3,653
	서양식	50	1.6	12.6	58.2	21.9	5.7	3,585
	기타 외국식	27	4.5	5.4	55.6	33.3	1.1	3,717
	일반음식점 외	672	14.4	30.2	41.9	11.6	1.9	2,429
	기관 구내식당업	27	7.7	26.7	42.5	23.1	0.0	2,546
	출장·이동음식점업	38	19.6	20.7	46.8	1.9	10.9	3,607
	기타음식점업	26	16.6	30.5	37.6	15.3	0.0	2,095
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	18	6.1	36.8	57.2	0.0	0.0	1,970
	치킨전문점	27	29.1	27.9	37.7	0.0	5.2	1,994
	김밥 및 기타 간이 음식점업	82	22.3	27.1	40.0	9.3	1.3	2,035
	간이 음식 포장 판매 전문점	39	19.1	16.4	59.6	4.3	0.6	2,306
주점업	338	12.4	32.4	41.2	12.1	1.9	2,490	
비알콜 음료점업	77	9.7	27.7	43.7	16.7	2.3	2,878	
지역	서울권	380	0.0	23.0	56.3	19.8	1.0	3,126
	수도권	369	11.9	21.5	47.3	16.1	3.2	3,009
	충청권	52	21.5	34.5	37.2	3.7	3.1	2,140
	호남권	65	14.1	38.8	38.6	8.5	0.0	1,930
	경남권	245	12.6	27.1	42.3	15.1	2.9	2,803
	경북권	130	23.2	29.5	32.9	13.5	1.0	2,102
매출액	5천만 원 미만	59	42.0	23.2	31.0	3.7	0.0	1,521
	5천만 원~1억 원 미만	270	13.7	42.7	34.0	9.0	0.6	2,098
	1억 원~5억 원 미만	833	6.9	18.8	52.9	18.8	2.6	3,131
	5억 원 이상	79	0.6	27.4	34.7	28.4	9.0	4,217

10) 영업시간

- 외식업체의 하루 평균 영업시간은 11.1시간으로 나타남. 1일 기준 영업시간 분포별로는 12시간 미만이 55.3%, 12시간(28.4%), 12시간 초과(16.2%) 순서로 나타남.
- 일반음식점의 하루 평균 영업시간은 11.4시간임. 영업시간 분포별로는 12시간 미만(52.7%), 12시간(33.4%), 12시간 초과(13.8%)로 나타남.
 - 세부업종별로 한식(11.4시간)의 영업시간이 가장 길고, 일식(10.7시간)은 비교적 짧음.
- 일반음식점 외 업종의 하루 평균 영업시간은 10.8시간임. 영업시간 분포별로는 12시간 미만(58.2%), 12시간(23.0%), 12시간 초과(18.8%)로 나타남.
 - 세부업종별로는 제과점(13.5시간)과 비알콜 음료점업(12.1시간)의 영업시간이 길고, 주점업(9.1시간)과 기관 구내식당업(9.8시간)은 비교적 짧음.
- 지역별로는 호남권(11.4시간) 외식업체의 영업시간이 가장 길고, 충청권(10.5시간)의 영업시간은 비교적 짧음.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 영업시간이 길게 나타남. 5억 원 이상(12.4시간) 업체는 5천만 원 미만(10.2시간) 업체보다 하루 평균 2.2시간을 더 영업하는 것으로 나타남.

<그림 2-17> 1일 기준 영업시간 분포

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-17-1> 사업장 특성별 1일 기준 영업시간 분포(전체)

(단위: 개, %, 시간)

구분		사례수	12시간 미만	12시간	12시간 초과	평균		
전체		3,018	55.3	28.4	16.2	11.1		
영 업 종 류	일반 음식점	소계	1,269	52.7	33.4	13.8	11.4	
		한식	853	51.5	33.6	14.9	11.4	
		중식	125	58.9	31.1	10.0	11.1	
		일식	101	64.6	32.5	2.9	10.7	
		서양식	108	57.6	34.9	7.5	11.2	
		기타 외국식	82	61.9	30.1	8.0	10.9	
	일반 음식점 외	소계	1,749	58.2	23.0	18.8	10.8	
		기관 구내식당업	105	77.3	19.0	3.7	9.8	
		출장·이동음식점업	101	51.5	30.7	17.8	10.9	
		기타 음식점 업	제과점	120	15.6	22.7	61.7	13.5
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	38.4	50.2	11.4	11.7
			치킨전문점	154	53.9	34.6	11.5	10.8
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	44.1	28.7	27.2	11.9
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	56.8	22.4	20.8	11.2
		주점업	550	85.9	9.9	4.2	9.1	
		비알콜 음료점업	302	35.0	29.1	35.9	12.1	
		영 업 모 태	프랜차이즈	764	42.7	30.1	27.1	11.8
			비프랜차이즈	2,254	58.5	28.0	13.4	10.9
		지 역	서울권	702	49.3	36.1	14.6	11.3
수도권	748		55.7	29.0	15.3	11.3		
충청권	259		66.1	21.9	12.0	10.5		
호남권	388		46.1	30.9	23.0	11.4		
경남권	578		62.4	23.8	13.9	10.8		
경북권	343		59.9	22.2	17.9	10.8		
매 출 액	5천만 원 미만	169	64.2	15.2	20.6	10.2		
	5천만 원~1억 원 미만	592	66.0	22.2	11.8	10.6		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	50.7	32.4	16.9	11.3		
	5억 원 이상	293	45.4	26.7	27.9	12.4		

- 프랜차이즈 외식업체의 하루 평균 영업시간은 11.8시간 수준임. 영업시간 분포별로는 12시간 미만(42.7%), 12시간(30.1%), 12시간 초과(27.1%)로 나타남. 프랜차이즈 일반음식점의 하루 평균 영업시간은 11.7시간이고, 세부업종별로 한식(12.0시간)의 영업시간이 상대적으로 길게 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 영업시간은 하루 평균 11.9시간이며, 세부업종별로는 제과점(14.0시간)과 비알콜 음료점업(13.1시간)의 영업시간이 길게 나타남. 지역별로는 호남권(12.7시간)의 영업시간이 길고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 영업시간이 12.2시간으로 5천만 원 미만(9.4시간) 업체보다 하루 평균 2.8시간 더 영업하는 것으로 나타남.

<표 2-17-2> 사업장 특성별 1일 기준 영업시간 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, % 시간)

구분		사례수	12시간 미만	12시간	12시간 초과	평균	
전체		764	42.7	30.1	27.1	11.8	
업종	일반 음식점	소계	189	50.0	31.4	18.6	11.7
		한식	96	44.4	35.0	20.6	12.0
		중식	7	64.0	0.0	36.0	11.3
		일식	15	88.4	11.4	0.1	10.4
		서양식	38	76.8	18.6	4.7	10.5
		기타 외국식	33	52.3	38.4	9.2	11.3
		소계	575	40.2	29.7	30.1	11.9
	기관 구내식당업	38	72.0	20.5	7.5	9.8	
	출장·이동음식점업	4	100.0	0.0	0.0	9.7	
	일반 음식점 외	제과점	71	11.9	23.1	65.0	14.0
		피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업	105	35.8	49.0	15.2	11.9
		치킨전문점	108	56.5	35.3	8.2	10.7
		김밥 및 기타 간이 음식점업	44	33.3	30.8	35.8	12.7
		간이 음식 포장 판매 전문점	33	38.1	40.2	21.7	11.5
	주점업	39	90.3	7.6	2.1	9.1	
	비알콜 음료점업	133	19.0	25.7	55.2	13.1	
	지역	서울권	167	33.3	41.1	25.6	12.1
		수도권	176	38.8	36.7	24.5	11.9
충청권		83	50.6	33.1	16.3	11.3	
호남권		121	31.0	21.9	47.1	12.7	
경남권		161	54.0	24.2	21.8	11.1	
경북권		56	64.1	22.7	13.1	11.3	
매출액	5천만 원 미만	13	73.9	6.3	19.8	9.4	
	5천만 원~1억 원 미만	98	56.6	27.1	16.2	11.1	
	1억 원~5억 원 미만	535	38.0	32.6	29.4	12.1	
	5억 원 이상	118	46.0	14.4	39.6	12.2	

- 비프랜차이즈 외식업체의 하루 평균 영업시간은 10.9시간 수준임. 영업시간 분포별로는 12시간 미만(58.5%), 12시간(28.0%), 12시간 초과(13.4%)로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 하루 평균 영업시간은 11.3시간이고, 세부업종별로는 한식(11.4시간)과 서양식(11.4시간)의 영업시간이 길게 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 영업시간은 하루 평균 10.3시간이며, 세부업종별로는 제과점(12.9시간)의 영업시간이 길게 나타남.
- 지역별로는 서울권(11.1시간)과 수도권(11.1시간)의 영업시간이 길고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 영업시간이 12.5시간으로 5천만 원 미만(10.3시간) 업체보다 하루 평균 2.2시간 더 영업하는 것으로 나타남.

<표 2-17-3> 사업장 특성별 1일 기준 영업시간 분포(비프랜차이즈)

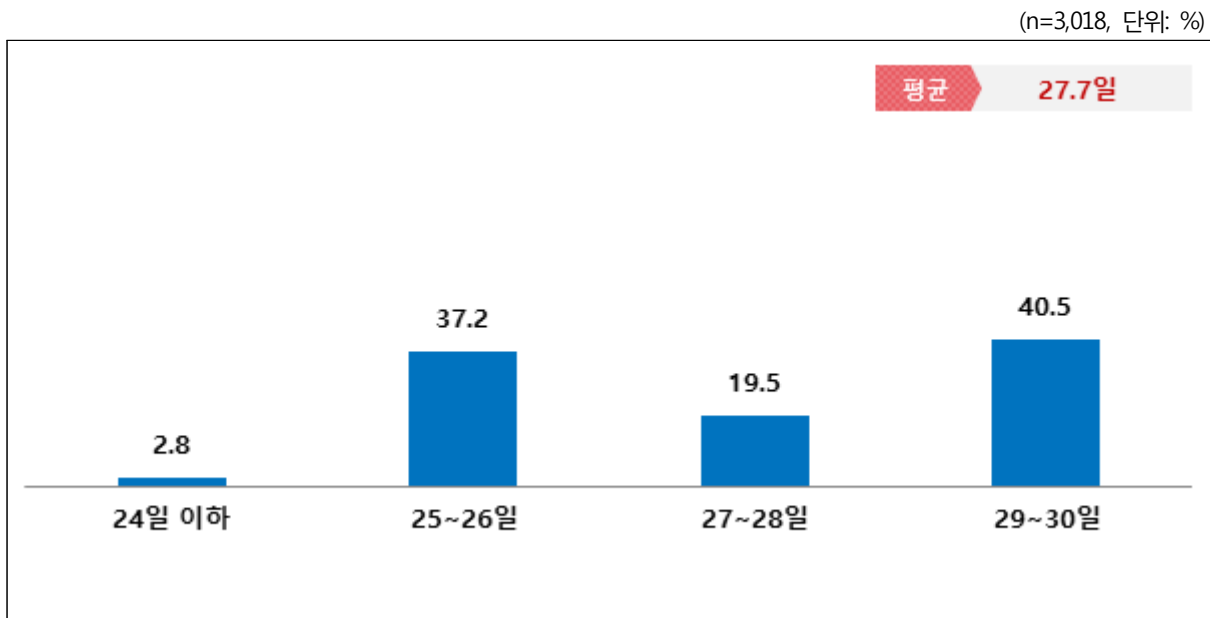
(단위: 개, % 시간)

구분		사례수	12시간 미만	12시간	12시간 초과	평균
전체		2,254	58.5	28.0	13.4	10.9
일반 음식점	소계	1,080	53.0	33.6	13.3	11.3
	한식	757	52.2	33.5	14.3	11.4
	중식	118	58.6	33.0	8.4	11.1
	일식	86	61.5	35.3	3.2	10.7
	서양식	70	50.6	40.8	8.5	11.4
	기타 외국식	49	68.1	24.8	7.1	10.7
	소계	1,174	66.6	19.8	13.6	10.3
	기관 구내식당업	67	79.6	18.4	2.0	9.8
	출장·이동음식점업	97	50.0	31.7	18.3	11.0
	제과점	49	20.8	22.3	56.9	12.9
일반 음식점 외	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	46.3	53.7	0.0	11.2
	치킨전문점	46	48.2	33.0	18.8	11.2
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	47.3	28.1	24.6	11.6
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	63.0	16.4	20.6	11.2
	주점업	511	85.5	10.1	4.4	9.0
	비알콜 음료점업	169	45.8	31.4	22.9	11.5
지역	서울권	535	52.9	35.0	12.1	11.1
	수도권	572	58.8	27.5	13.6	11.1
	충청권	176	72.9	16.9	10.1	10.1
	호남권	267	51.5	34.2	14.3	10.9
	경남권	417	64.8	23.6	11.5	10.7
	경북권	287	59.3	22.1	18.6	10.8
매출액	5천만 원 미만	156	63.5	15.8	20.6	10.3
	5천만 원~1억 원 미만	494	67.7	21.3	11.0	10.5
	1억 원~5억 원 미만	1,429	54.5	32.4	13.1	11.1
	5억 원 이상	175	45.2	31.9	22.9	12.5

11) 한 달 평균 영업일수

- 외식업체의 한 달 평균 영업일수는 27.7일로 나타남. 영업일수 분포별로는 29~30일(40.5%), 25~26일(37.2%), 27~28일(19.5%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 한 달 평균 영업일수는 27.6일로 나타남. 영업일수 분포별로는 25~26일(40.3%), 29~30일(35.0%), 27~28일(22.6%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 기타 외국식(26.8일)의 영업일수가 비교적 짧게 나타남.
- 일반음식점 외 외식업체의 한 달 평균 영업일수는 27.8일이고, 영업일수 분포별로는 29~30일(46.6%), 25~26일(33.7%), 27~28일(16.0%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 치킨전문점(28.6일)의 영업일수가 비교적 길고, 출장·이동음식점업(23.9일)은 짧음.
- 지역별로는 호남권(27.9일)과 경남권(27.9일)의 영업일수가 비교적 길게 나타남.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 영업일수가 길게 나타남. 5억 원 이상(28.5일) 업체는 5천만 원 미만(27.2일) 업체에 비해 한 달 평균 1.3일을 더 영업하는 것으로 나타남.

<그림 2-18> 한 달 평균 영업일수 분포



<표 2-18-1> 사업장 특성별 한 달 평균 영업일수 분포(전체)

(단위: 개, %, 일)

구분		사례수	24일 이하	25~26일	27~28일	29~30일	평균		
전체		3,018	2.8	37.2	19.5	40.5	27.7		
상업	일반 음식점	소계	1,269	2.1	40.3	22.6	35.0	27.6	
		한식	853	2.1	39.0	23.4	35.4	27.6	
		중식	125	2.8	42.8	22.5	31.9	27.4	
		일식	101	0.4	55.3	15.6	28.8	27.2	
		서양식	108	0.8	47.9	13.7	37.6	27.6	
		기타 외국식	82	4.6	55.4	12.5	27.5	26.8	
	일반 음식점 외	소계	1,749	3.6	33.7	16.0	46.6	27.8	
		기관 구내식당업	105	42.9	37.4	4.2	15.6	24.2	
		출장·이동음식점업	101	34.6	47.9	4.6	13.0	23.9	
		기타 음식점 업	제과점	120	3.1	28.3	9.6	59.0	28.2
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	0.9	27.5	17.5	54.1	28.3
			치킨전문점	154	1.0	15.0	25.4	58.6	28.6
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	3.8	47.0	17.9	31.3	27.2
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	0.5	31.5	25.4	42.7	28.0
		주점업	550	2.5	38.9	19.0	39.6	27.6	
		비알콜 음료점업	302	1.8	29.7	7.2	61.3	28.4	
		영업 형태	프랜차이즈	764	2.8	24.8	14.1	58.4	28.4
비프랜차이즈	2,254		2.9	40.3	20.9	36.0	27.5		
지역	서울권	702	2.1	44.8	11.9	41.2	27.5		
	수도권	748	2.4	36.5	24.2	36.8	27.7		
	충청권	259	3.5	37.0	19.1	40.4	27.6		
	호남권	388	3.1	34.7	16.6	45.6	27.9		
	경남권	578	2.3	32.1	24.7	40.9	27.9		
	경북권	343	5.1	36.7	19.1	39.1	27.6		
매 출 액	5천만 원 미만	169	7.7	41.4	16.2	34.7	27.2		
	5천만 원~1억 원 미만	592	3.0	43.3	20.4	33.3	27.4		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	2.1	35.2	19.9	42.7	27.8		
	5억 원 이상	293	5.7	17.8	10.3	66.1	28.5		

- 프랜차이즈 외식업체의 한 달 평균 영업일수는 28.4일임. 영업일수 분포별로는 29~30일(58.4%), 25~26일(24.8%), 27~28일(14.1%) 등의 순서로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 한 달 평균 영업일수는 28.1일이고, 세부업종별로는 중식(28.9일)의 영업일수가 길게 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 한 달 평균 영업일수는 28.5일이고, 세부업종별로는 비알콜 음료점업(29.4일)의 영업일수가 길게 나타남.
- 매출액 규모별로는 1억 원~5억 원 미만(28.5일) 업체의 영업일수가 길게 나타남.

<표 2-18-2> 사업장 특성별 한 달 평균 영업일수 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %, 일)

구분		사례수	24일 이하	25~26일	27~28일	29~30일	평균
전체		764	2.8	24.8	14.1	58.4	28.4
일반 음식점	소계	189	2.8	33.9	17.2	46.1	28.1
	한식	96	3.3	33.1	17.0	46.6	28.1
	중식	7	0.0	18.0	18.0	64.0	28.9
	일식	15	0.0	54.6	22.8	22.5	27.2
	서양식	38	0.0	27.8	21.3	50.9	28.3
	기타 외국식	33	3.7	57.9	6.6	31.7	27.2
일반 음식점 외	소계	575	2.8	21.6	13.0	62.6	28.5
	기관 구내식당업	38	58.0	22.8	0.0	19.2	23.6
	출장·이동음식점업	4	68.2	12.2	19.7	0.0	23.7
	제과점	71	5.3	27.6	1.2	65.9	28.2
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	0.0	27.5	12.9	59.6	28.5
	기타 음식점 외	108	0.0	14.6	22.4	63.1	28.8
	치킨전문점	108	0.0	14.6	22.4	63.1	28.8
	김밥 및 기타 간이 음식점업	44	1.4	32.6	14.1	51.9	28.1
	간이 음식 포장 판매 전문점	33	0.9	46.6	15.4	37.1	27.6
	주점업	39	2.6	41.4	24.7	31.3	27.4
비알콜 음료점업	133	0.0	11.3	5.7	83.0	29.4	
지 역	서울권	167	2.2	27.8	9.8	60.2	28.4
	수도권	176	4.5	25.3	14.4	55.8	28.2
	충청권	83	4.7	19.1	20.6	55.5	28.4
	호남권	121	0.6	22.7	3.8	72.9	28.8
	경남권	161	3.4	27.2	19.9	49.5	28.1
	경북권	56	2.4	22.2	26.0	49.4	28.3
매 출 액 규모	5천만 원 미만	13	0.0	39.6	34.8	25.6	27.5
	5천만 원~1억 원 미만	98	3.3	35.7	12.9	48.1	27.9
	1억 원~5억 원 미만	535	2.4	22.1	14.2	61.3	28.5
	5억 원 이상	118	9.5	15.0	6.3	69.1	28.3

- 비프랜차이즈 외식업체의 한 달 평균 영업일수는 27.5일임. 영업일수 분포별로는 25~26일(40.3%), 29~30일(36.0%), 27~28일(20.9%) 등의 순서로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 한 달 평균 영업일수는 27.5일이고, 세부업종별로는 한식(27.6일)의 영업일수가 길게 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 한 달 평균 영업일수는 27.5일이고, 세부업종별로는 제과점(28.3일)과 치킨전문점(28.3일)의 영업일수가 길게 나타남.
- 지역별로는 경남권(27.8일)의 한 달 평균 영업일수가 비교적 길고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상(28.5일) 업체의 영업일수가 길게 나타남.

<표 2-18-3> 사업장 특성별 한 달 평균 영업일수 분포(비프랜차이즈)

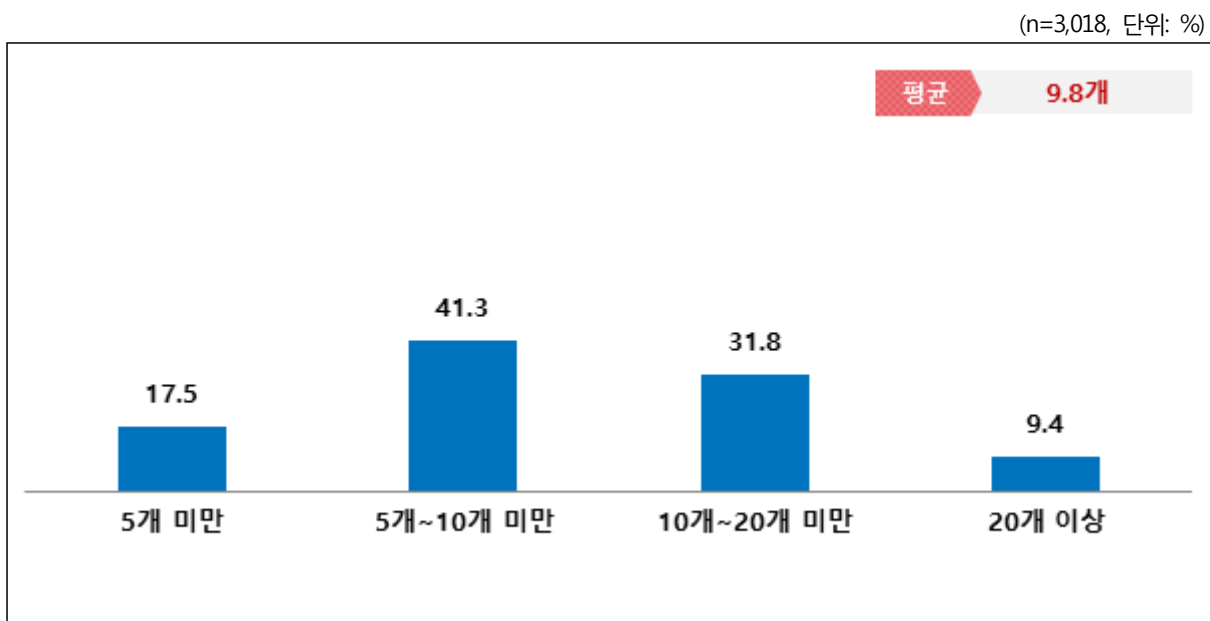
(단위: 개, % 일)

구분		사례수	24일 이하	25~26일	27~28일	29~30일	평균
전체		2,254	2.9	40.3	20.9	36.0	27.5
업종	일반음식점	1,080	2.0	41.0	23.2	33.7	27.5
	한식	757	2.0	39.6	24.0	34.3	27.6
	중식	118	3.0	44.4	22.8	29.9	27.3
	일식	86	0.5	55.3	14.6	29.6	27.2
	서양식	70	1.1	55.2	11.0	32.7	27.3
	기타 외국식	49	5.2	53.7	16.3	24.8	26.6
	일반음식점 외	1,174	4.0	39.3	17.4	39.2	27.5
	기관 구내식당업	67	36.2	43.9	6.0	13.9	24.5
	출장·이동음식점업	97	33.5	49.0	4.1	13.4	23.9
	기타음식점업						
	제과점	49	0.0	29.2	21.6	49.2	28.3
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	3.6	27.6	31.1	37.7	27.6
	치킨전문점	46	3.1	15.9	32.3	48.7	28.3
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	4.5	51.2	19.0	25.3	26.9
간이 음식 포장 판매 전문점	77	0.3	26.4	28.7	44.5	28.1	
주점업	511	2.5	38.7	18.4	40.4	27.7	
비알콜 음료점업	169	2.9	42.1	8.2	46.7	27.8	
지역	서울권	535	2.1	48.7	12.3	36.9	27.3
	수도권	572	2.0	38.6	26.0	33.4	27.6
	충청권	176	3.0	44.9	18.5	33.7	27.3
	호남권	267	4.1	39.0	21.2	35.7	27.5
	경남권	417	2.0	33.6	26.1	38.3	27.8
	경북권	287	5.5	38.9	18.1	37.5	27.5
매출액	5천만 원 미만	156	8.2	41.5	14.9	35.4	27.2
	5천만 원~1억 원 미만	494	2.9	44.6	21.7	30.7	27.3
	1억 원~5억 원 미만	1,429	2.1	39.2	21.6	37.1	27.6
	5억 원 이상	175	4.1	19.0	12.0	64.8	28.5

12) 테이블 수

- 외식업체의 테이블 수는 평균 9.8개로 나타남. 테이블 수 분포별로는 5개~10개 미만의 비중이 41.3%로 가장 크고, 10개~20개 미만(31.8%), 5개 미만(17.5%)의 순서로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 테이블 수는 평균 11.1개로 나타남. 테이블 수 분포별로는 5개~10개 미만이 41.8%, 10개~20개 미만이 40.1%, 20개 이상이 11.6% 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별 테이블 수는 서양식이 12.0개, 한식이 11.2개로 많고, 중식(9.1개)은 비교적 적음.
- 일반음식점 외 외식업체의 테이블 수는 평균 8.4개로 나타남. 테이블 수 분포별로는 5개~10개 미만(40.6%), 5개 미만(29.7%), 10개~20개 미만(22.6%), 20개 이상(7.0%) 순서로 나타남.
 - 세부업종별 테이블 수는 기관 구내식당업(31.2개)과 출장·이동음식점업(9.7개), 비알콜 음료점업(8.7개)이 비교적 많고, 제과점(3.9개)과 간이 음식 포장판매 전문점(5.8개)은 비교적 적음.
- 지역별로는 충청권(10.7개)의 외식업체의 테이블 수가 비교적 많고, 호남권(9.0개)은 적음.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 테이블 수가 많음. 5억 원 이상 업체 테이블 수는 22.8개로 5천만 원 미만 업체의 평균 테이블 수(6.1개)의 약 3.7배 수준임.

<그림 2-19> 테이블 수 분포



<표 2-19-1> 사업장 특성별 테이블 수 분포(전체)

(단위: 개, %, 개)

구분		사례수	5개 미만	5개~10개 미만	10개~20개 미만	20개 이상	평균		
전체		3,018	17.5	41.3	31.8	9.4	9.8		
상업	일반 음식점	소계	1,269	6.4	41.8	40.1	11.6	11.1	
		한식	853	5.7	40.6	41.7	12.0	11.2	
		중식	125	13.3	53.5	26.7	6.5	9.1	
		일식	101	12.0	50.0	28.1	9.8	9.8	
		서양식	108	6.2	43.6	36.8	13.4	12.0	
		기타 외국식	82	7.5	35.1	48.0	9.4	10.5	
	일반 음식점 외	소계	1,749	29.7	40.6	22.6	7.0	8.4	
		기관 구내식당업	105	1.0	6.2	27.1	65.8	31.2	
		출장·이동음식점업	101	68.5	8.1	7.4	15.9	9.7	
		기타 음식점 업	제과점	120	65.8	25.4	6.7	2.2	3.9
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	53.1	20.1	22.6	4.2	6.8
			치킨전문점	154	43.6	31.9	18.5	6.1	6.6
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	37.8	47.3	13.1	1.7	6.0
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	40.6	41.0	16.1	2.3	5.8
		주점업	550	19.7	48.3	26.9	5.1	8.5	
		비알콜 음료점업	302	23.3	42.6	26.9	7.2	8.7	
		형태	프랜차이즈	764	29.3	32.1	26.8	11.8	9.9
			비프랜차이즈	2,254	14.5	43.6	33.1	8.8	9.8
지역	서울권	702	14.1	47.9	30.2	7.8	9.3		
	수도권	748	15.0	39.6	35.8	9.6	10.4		
	충청권	259	24.6	36.5	21.9	16.9	10.7		
	호남권	388	19.0	45.6	27.9	7.5	9.0		
	경남권	578	19.8	37.9	31.4	10.9	9.9		
	경북권	343	18.3	35.3	38.8	7.6	9.6		
매출액	5천만 원 미만	169	37.8	44.9	15.9	1.4	6.1		
	5천만 원~1억 원 미만	592	24.5	53.9	20.5	1.1	6.9		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	13.1	37.4	37.4	12.0	10.7		
	5억 원 이상	293	4.8	9.1	44.8	41.3	22.8		

- 프랜차이즈 외식업체의 테이블 수는 평균 9.9개로 나타남. 테이블 수 분포별로는 5개~10개 미만의 비중이 32.1%로 가장 크고, 5개 미만인 29.3%, 10개~20개 미만이 26.8% 등의 순서로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 테이블 수는 평균 12.1개임. 세부업종별로는 서양식(17.8개)의 테이블 수가 상대적으로 많고, 일식(8.2개)은 상대적으로 적음.
- 일반음식점 외 업체의 테이블 수는 평균 9.1개임. 세부업종별로는 기관 구내식당업(40.6개)의 테이블 수가 많고, 제과점(4.9개)은 상대적으로 적음.
- 지역별로는 충청권(13.1개)의 테이블 수가 많고, 호남권(9.0개)은 적음. 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 경우 테이블 수가 25.7개로, 5천만 원~1억 원 미만 업체(6.3개)에 비해 약 4.1배 많음.

<표 2-19-2> 사업장 특성별 테이블 수 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %, 개)

구분		사례수	5개 미만	5개~10개 미만	10개~20개 미만	20개 이상	평균		
전체		764	29.3	32.1	26.8	11.8	9.9		
업종	일반 음식점	소계	189	11.5	35.5	36.4	16.7	12.1	
		한식	96	12.3	36.9	35.5	15.3	11.5	
		중식	7	0.0	36.0	49.9	14.0	12.1	
		일식	15	45.6	36.5	0.1	17.7	8.2	
		서양식	38	0.0	27.4	41.9	30.7	17.8	
		기타 외국식	33	0.0	23.1	61.5	15.4	13.0	
	일반 음식점 외	소계	575	35.5	31.0	23.5	10.1	9.1	
		기관 구내식당업	38	0.0	7.5	8.8	83.7	40.6	
		출장·이동음식점업	4	34.1	0.0	31.8	34.1	15.5	
		기타 음식점 업	제과점	71	52.8	36.3	8.9	2.0	4.9
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	49.5	18.1	26.8	5.6	7.3
			치킨전문점	108	41.9	31.1	21.2	5.8	6.7
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	39.4	46.6	10.7	3.3	6.6
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	48.1	31.8	12.5	7.5	6.0
주점업	39	11.2	54.4	28.7	5.7	9.4			
비알콜 음료점업	133	27.9	24.7	33.6	13.7	10.6			
지역	서울권	167	27.2	36.3	24.0	12.5	9.8		
	수도권	176	40.0	23.9	27.1	9.0	9.8		
	충청권	83	23.0	31.2	16.4	29.4	13.1		
	호남권	121	27.8	33.8	29.4	9.0	9.0		
	경남권	161	27.1	29.1	33.5	10.3	10.0		
	경북권	56	29.0	46.3	21.3	3.4	7.6		
매출액	5천만 원 미만	13	40.7	31.4	23.7	4.3	7.7		
	5천만 원~1억 원 미만	98	39.8	40.0	19.4	0.8	6.3		
	1억 원~5억 원 미만	535	27.5	31.5	28.5	12.6	9.9		
	5억 원 이상	118	10.8	10.0	31.5	47.7	25.7		

- 비프랜차이즈 외식업체의 테이블 수는 평균 9.8개로 나타남. 테이블 수 분포별로는 5개~10개 미만 테이블 수의 비중이 43.6%로 가장 크고 10개~20개 미만 33.1%, 5개 미만이 14.5% 등의 순서로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 테이블 수는 평균 11.0개임. 세부업종별로는 한식(11.2개)이 비교적 많음.
- 일반음식점 외 업체의 테이블 수는 평균 8.0개임. 세부업종별로는 기관 구내식당업(26.9개)의 테이블 수가 가장 많고, 제과점(2.5개)의 테이블 수가 가장 적음.
- 지역별로는 호남권(9.0개)의 테이블 수가 적고, 수도권(10.6개)이 많음. 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체는 테이블 수가 21.5개로 나타나, 5천만 원 미만 업체(6.0개)의 약 3.6배 수준임.

<표 2-19-3> 사업장 특성별 테이블 수 분포(비프랜차이즈)

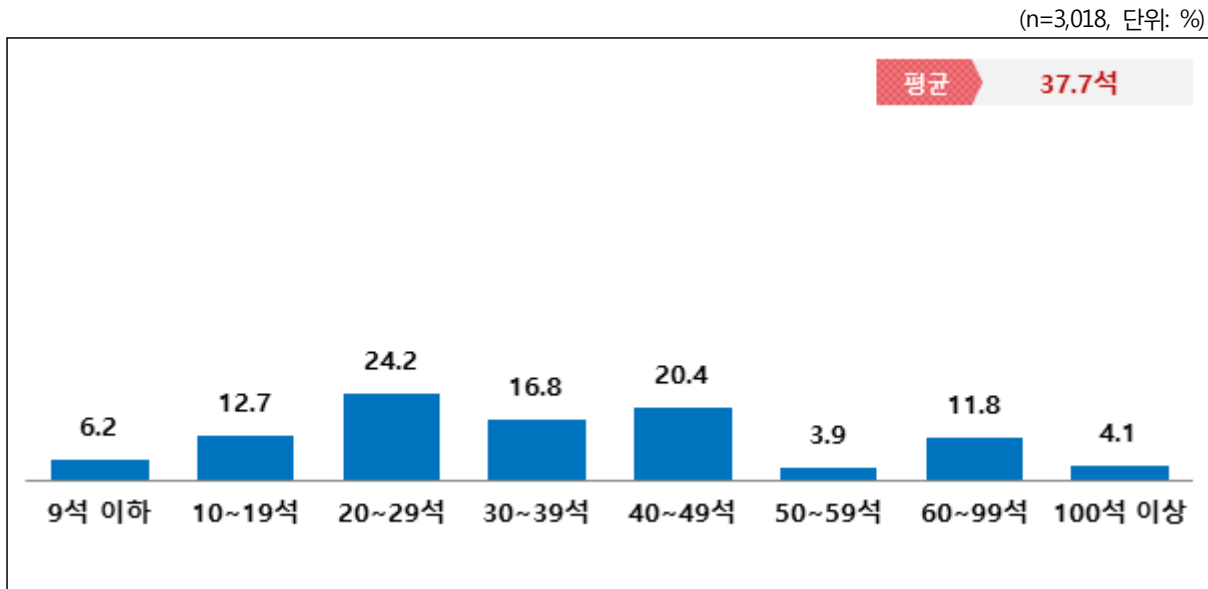
(단위: 개, %, 개)

구분		사례수	5개 미만	5개~10개 미만	10개~20개 미만	20개 이상	평균		
전체		2,254	14.5	43.6	33.1	8.8	9.8		
업종	일반 음식점	소계	1,080	5.9	42.5	40.6	11.0	11.0	
		한식	757	5.0	41.0	42.3	11.7	11.2	
		중식	118	14.1	54.6	25.3	6.0	8.9	
		일식	86	7.6	51.8	31.8	8.8	10.0	
		서양식	70	8.5	49.4	35.0	7.1	9.9	
		기타 외국식	49	12.3	42.7	39.4	5.6	9.0	
	일반 음식점 외	소계	1,174	27.0	45.1	22.2	5.6	8.0	
		기관 구내식당업	67	1.4	5.6	35.2	57.8	26.9	
		출장·이동음식점업	97	69.6	8.4	6.6	15.4	9.6	
		기타 음식점 업	제과점	49	84.4	9.7	3.6	2.4	2.5
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	63.9	26.1	10.0	0.0	5.1
치킨전문점			46	47.3	33.6	12.5	6.6	6.2	
김밥 및 기타 간이 음식점업			130	37.4	47.5	13.8	1.3	5.8	
간이 음식 포장 판매 전문점			77	38.1	44.1	17.3	0.6	5.7	
주점업	511	20.5	47.8	26.7	5.0	8.4			
비알콜 음료점업	169	20.3	54.6	22.4	2.8	7.4			
지역	서울권	535	11.1	50.5	31.6	6.7	9.2		
	수도권	572	10.4	42.5	37.4	9.7	10.6		
	충청권	176	25.4	38.9	24.3	11.5	9.6		
	호남권	267	15.8	49.9	27.3	7.0	9.0		
	경남권	417	17.6	40.6	30.8	11.0	9.9		
	경북권	287	16.7	33.6	41.5	8.2	10.0		
매출액	5천만 원 미만	156	37.6	45.8	15.4	1.2	6.0		
	5천만 원~1억 원 미만	494	21.7	56.4	20.7	1.1	7.0		
	1억 원~5억 원 미만	1,429	8.8	39.3	40.1	11.9	11.0		
	5억 원 이상	175	2.2	8.7	50.5	38.6	21.5		

13) 전체 좌석 수

- 외식업체의 전체 좌석 수는 평균 37.7석으로 나타남. 좌석 수 분포별로는 20~29석이 24.2%, 40~49석(20.4%), 30~39석(16.8%), 60~99석(11.8%) 등으로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 좌석 수는 평균 43.1석으로 조사됨. 좌석 수 분포별로는 40~49석이 25.0%, 20~29석(22.9%), 30~39석(18.2%), 60~99석(16.2%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 서양식(44.3석)과 한식(43.9석)의 좌석 수가 많고, 중식(36.4석)은 비교적 적음.
- 일반음식점 외 외식업체의 좌석 수는 평균 31.6석임. 좌석 수 분포별로는 20~29석이 25.5%, 10~19석(19.4%), 30~39석(15.3%), 40~49석(15.3%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업(107.0석)을 제외하면 주점업(35.0석)의 좌석 수가 많고, 제과점(14.7석)과 김밥 및 기타 간이 음식점업(22.2석)은 비교적 적음.
- 지역별로는 충청권(41.5석)과 수도권(40.2석)의 좌석 수가 많은 반면, 호남권(34.5석)은 비교적 적음.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 좌석 수가 많음. 5억 원 이상 업체의 좌석 수는 82.4석으로 나타남.

<그림 2-20> 전체 좌석 수 분포



<표 2-20-1> 사업장 특성별 전체 좌석 수 분포(전체)

(단위: 개, %, 석)

구분		사례수	9석 이하	10~ 19석	20~ 29석	30~ 39석	40~ 49석	50~ 59석	60~ 99석	100석 이상	평균		
전체		3,018	6.2	12.7	24.2	16.8	20.4	3.9	11.8	4.1	37.7		
사업 종류	일반 음식점	소계	1,269	1.6	6.6	22.9	18.2	25.0	4.7	16.2	4.8	43.1	
		한식	853	1.3	6.4	21.7	17.8	26.1	4.9	17.1	4.7	43.9	
		중식	125	5.0	6.0	36.2	19.7	16.0	0.3	11.8	4.9	36.4	
		일식	101	2.0	16.6	18.4	25.9	16.5	6.4	10.0	4.2	38.8	
		서양식	108	3.1	3.2	32.7	17.3	21.7	4.2	9.3	8.6	44.3	
		기타 외국식	82	0.0	13.5	15.9	21.7	28.4	5.9	9.7	4.9	39.2	
	일반 음식점 외	소계	1,749	11.2	19.4	25.5	15.3	15.3	3.0	7.0	3.3	31.6	
		기관 구내식당업	105	0.0	1.0	3.2	2.8	16.5	5.7	19.8	51.0	107.0	
		출장·이동음식점업	101	64.0	4.5	5.0	2.7	4.5	0.6	4.8	13.8	32.9	
		기타 음식점 업	제과점	120	46.7	25.2	16.2	3.1	4.6	0.0	3.0	1.2	14.7
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	24.9	31.4	12.8	9.8	13.4	2.9	2.9	1.9	23.4
			치킨전문점	154	25.9	16.9	25.6	10.9	9.8	3.3	7.0	0.7	23.9
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	16.7	28.3	26.3	15.8	10.8	0.1	1.5	0.6	22.2
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	24.1	19.6	29.0	9.6	11.3	2.4	3.4	0.6	22.4
		주점업	550	0.9	15.5	29.0	18.1	21.6	3.7	9.2	1.9	35.0	
		비알콜 음료점업	302	6.0	20.4	27.8	19.6	13.5	3.8	6.7	2.2	30.7	
		영양 상태	프랜차이즈	764	14.3	17.9	20.6	12.2	14.3	3.3	12.0	5.5	35.7
			비프랜차이즈	2,254	4.1	11.4	25.1	18.0	21.9	4.0	11.7	3.8	38.2
지역	서울권	702	5.3	10.2	25.7	22.2	21.6	3.5	8.5	3.0	35.1		
	수도권	748	5.1	10.2	22.6	18.9	21.4	2.3	15.1	4.4	40.2		
	충청권	259	8.1	17.8	19.8	15.1	14.0	3.4	13.1	8.7	41.5		
	호남권	388	4.6	16.5	28.8	15.8	16.0	6.2	9.5	2.7	34.5		
	경남권	578	8.7	12.8	22.9	14.1	20.7	4.3	11.9	4.8	38.1		
	경북권	343	6.8	13.5	23.2	10.3	25.6	4.0	13.2	3.5	38.4		
매 체 액	5천만 원 미만	169	11.4	29.0	32.2	10.8	13.7	0.0	2.6	0.3	23.6		
	5천만 원~1억 원 미만	592	7.2	20.6	32.2	20.4	14.3	2.5	2.3	0.5	26.7		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	5.4	8.3	21.1	16.7	23.6	4.7	15.4	4.8	41.3		
	5억 원 이상	293	2.8	2.5	3.0	4.0	18.1	7.8	34.4	27.4	82.4		

- 프랜차이즈 외식업체의 좌석 수는 평균 35.7석으로 나타남. 좌석 수 분포별로는 20~29석 이 20.6%로 가장 많고, 10~19석(17.9%), 9석 이하(14.3%), 40~49석(14.3%) 등의 순서로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 좌석 수는 평균 45.1석임. 세부업종별로는 서양식(65.9석)이 비교적 많음.
- 일반음식점 외 업체의 좌석 수는 평균 32.4석임. 세부업종별로는 기관 구내식당업(135.5석)과 출장·이동음식점업(78.5석)이 압도적으로 많음.
- 지역별로는 충청권(46.8석)의 좌석 수가 많고, 호남권(33.7석)이 적음. 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 좌석 수가 88.9석으로 나타나 5천만 원~1억 원 미만(23.1석) 업체의 약 3.8배 수준임.

<표 2-20-2> 사업장 특성별 전체 좌석 수 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %, 석)

구분		사례수	9석 이하	10~19석	20~29석	30~39석	40~49석	50~59석	60~99석	100석 이상	평균	
전체		764	14.3	17.9	20.6	12.2	14.3	3.3	12.0	5.5	35.7	
일반 음식점	소계	189	5.0	8.8	20.7	15.1	20.4	4.2	19.5	6.2	45.1	
	한식	96	5.8	8.7	21.2	15.1	20.6	4.2	19.4	5.0	43.7	
	중식	7	0.0	0.0	36.0	0.0	36.0	0.0	27.8	0.1	40.4	
	일식	15	11.4	45.6	0.1	25.1	0.0	0.0	14.0	3.7	30.8	
	서양식	38	0.0	0.0	22.1	15.4	13.7	7.4	19.7	21.7	65.9	
	기타 외국식	33	0.0	5.6	10.8	21.6	33.5	4.7	18.0	5.8	45.5	
공 예	소계	575	17.5	21.0	20.6	11.2	12.1	3.0	9.4	5.2	32.4	
	기관 구내식당업	38	0.0	0.0	4.3	3.2	0.0	0.1	14.3	78.0	135.5	
	출장·이동음식점업	4	34.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	19.7	46.3	78.5	
	일반 음식점 외	제과점	71	33.2	26.9	23.9	5.3	5.4	0.0	3.3	2.0	18.4
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	26.3	28.7	11.1	8.3	15.2	3.9	3.9	2.6	24.7
		치킨전문점	108	26.2	15.1	24.6	11.2	10.9	1.0	10.0	1.0	25.0
		김밥 및 기타 간이 음식점업	44	13.4	33.0	22.2	18.9	9.0	0.2	0.5	2.8	24.6
		간이 음식 포장 판매 전문점	33	32.1	15.4	33.6	1.9	0.9	4.7	10.5	0.9	22.9
		주점업	39	5.1	15.3	33.6	10.5	14.1	6.7	14.4	0.2	35.1
	비알콜 음료점업	133	7.2	21.7	16.2	13.8	16.6	5.1	13.9	5.6	37.4	
지 역	서울권	167	11.0	15.3	22.2	20.4	10.2	1.7	15.2	4.0	34.8	
	수도권	176	20.2	23.5	15.5	7.9	13.3	3.8	10.1	5.8	34.3	
	충청권	83	9.1	19.6	19.1	8.1	13.9	2.0	13.2	15.1	46.8	
	호남권	121	8.5	21.0	21.2	15.7	14.5	6.1	9.8	3.1	33.7	
	경남권	161	20.8	10.6	18.9	8.4	18.9	3.1	14.4	5.0	35.8	
	경북권	56	13.3	20.9	33.4	9.0	13.1	0.8	6.3	3.2	30.9	
매 출 액 단 위	5천만 원 미만	13	17.8	38.9	15.4	0.0	12.8	0.0	10.9	4.3	29.0	
	5천만 원~1억 원 미만	98	12.8	34.7	23.9	12.4	11.9	0.7	2.7	0.8	23.1	
	1억 원~5억 원 미만	535	15.0	13.9	20.9	13.1	14.9	3.6	13.7	4.9	35.8	
	5억 원 이상	118	8.0	2.9	4.4	2.3	14.0	9.9	23.8	34.8	88.9	

- 비프랜차이즈 외식업체의 좌석 수는 평균 38.2석으로 나타남. 좌석 수 분포별로는 20~29석이 25.1%, 40~49석이 21.9%, 30~39석이 18.0%, 60~99석이 11.7% 등의 순서로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 좌석 수는 평균 42.9석임. 세부업종별로는 한식(43.9석)이 비교적 많음.
- 일반음식점 외 업체의 좌석 수는 평균 31.2석임. 세부업종별로는 기관 구내식당업(94.2석)을 제외하면 주점업(35.0석)과 출장·이동음식점업(31.5석)이 많음.
- 지역별로는 수도권(41.3석)의 좌석 수가 다른 지역에 비해 많고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체가 79.7석이고, 5천만 원 미만 업체는 23.3석으로 나타남.

<표 2-20-3> 사업장 특성별 전체 좌석 수 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %, 석)

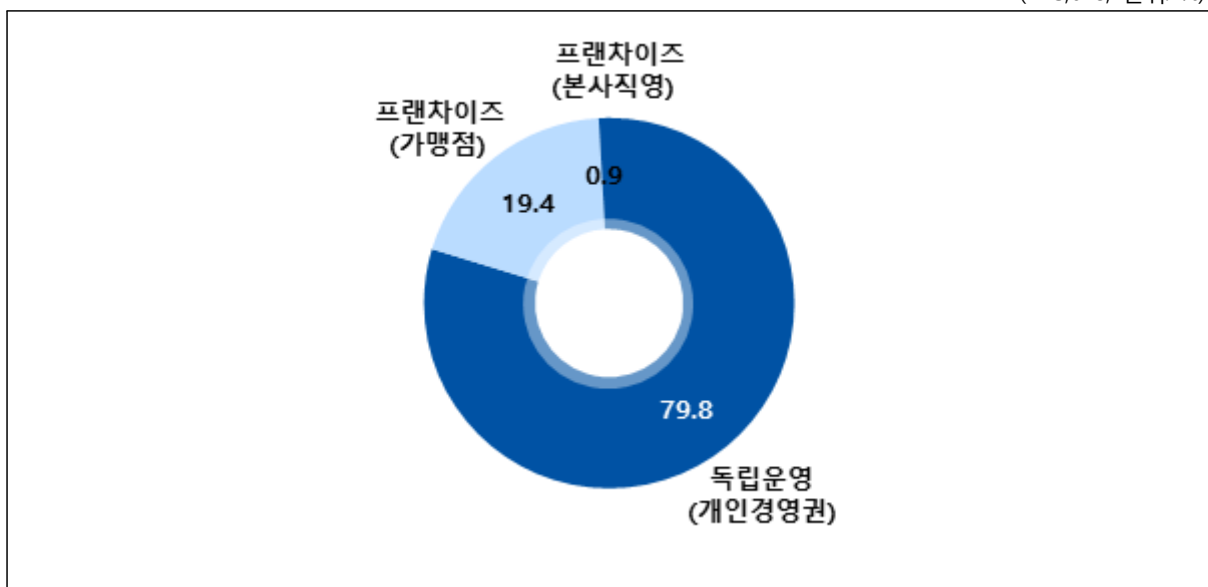
구분		사례수	9석 이하	10~19석	20~29석	30~39석	40~49석	50~59석	60~99석	100석 이상	평균	
전체		2,254	4.1	11.4	25.1	18.0	21.9	4.0	11.7	3.8	38.2	
일반 음식점	소계	1,080	1.3	6.4	23.1	18.5	25.5	4.7	15.8	4.7	42.9	
	한식	757	0.9	6.1	21.8	18.0	26.6	5.0	16.8	4.7	43.9	
	중식	118	5.3	6.3	36.2	20.9	14.8	0.4	10.9	5.2	36.1	
	일식	86	0.8	12.8	20.8	26.0	18.7	7.2	9.5	4.2	39.9	
	서양식	70	4.2	4.3	36.5	18.0	24.6	3.1	5.5	3.9	36.5	
	기타 외국식	49	0.0	18.6	19.1	21.8	25.3	6.6	4.4	4.3	35.2	
기관 일반 음식점 외	소계	1,174	8.3	18.6	27.9	17.3	16.8	3.1	5.8	2.4	31.2	
	기관 구내식당업	67	0.0	1.4	2.7	2.7	23.9	8.2	22.2	38.8	94.2	
	출장·이동음식점업	97	65.0	4.7	5.1	2.8	4.7	0.6	4.3	12.8	31.5	
	기타 음식점 업	제과점	49	66.1	22.8	5.1	0.0	3.6	0.0	2.4	0.0	9.3
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	20.8	39.4	17.8	14.2	7.8	0.0	0.0	0.0	19.5
		치킨전문점	46	25.2	20.9	27.7	10.3	7.3	8.3	0.2	0.1	21.6
		김밥 및 기타 간이 음식점업	130	17.6	27.0	27.4	14.9	11.3	0.0	1.7	0.0	21.6
		간이 음식 포장 판매 전문점	77	21.5	21.1	27.5	12.1	14.8	1.6	1.0	0.5	22.2
	주점업	511	0.5	15.6	28.6	18.7	22.3	3.5	8.8	2.1	35.0	
	비알콜 음료점업	169	5.3	19.5	35.6	23.5	11.5	2.9	1.8	0.0	26.2	
지 역	서울권	535	4.0	9.1	26.4	22.7	24.1	3.9	7.0	2.8	35.1	
	수도권	572	2.4	7.8	23.8	20.9	22.8	2.1	16.0	4.2	41.3	
	충청권	176	7.6	17.1	20.0	18.1	14.1	4.1	13.1	5.8	39.2	
	호남권	267	3.2	14.8	31.5	15.8	16.5	6.3	9.4	2.5	34.9	
	경남권	417	5.0	13.4	24.0	15.8	21.2	4.7	11.1	4.7	38.8	
	경북권	287	5.8	12.3	21.6	10.5	27.5	4.5	14.2	3.6	39.6	
매 출 액	5천만 원 미만	156	10.9	28.3	33.4	11.5	13.8	0.0	2.0	0.0	23.3	
	5천만 원~1억 원 미만	494	6.2	18.1	33.7	21.8	14.7	2.8	2.2	0.4	27.4	
	1억 원~5억 원 미만	1,429	2.5	6.5	21.2	17.8	26.2	5.0	16.0	4.8	43.0	
	5억 원 이상	175	0.6	2.4	2.4	4.7	19.8	7.0	38.9	24.2	79.7	

14) 운영형태

- 외식업체의 운영형태는 프랜차이즈 업체가 20.3%, 독립운영(비프랜차이즈) 업체가 79.8%로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 운영형태는 프랜차이즈(9.8%), 독립운영(90.1%)으로 나타나, 전체 평균에 비해 독립운영 업체 비중이 높음.
 - 세부업종별로는 기타 외국식(38.9%)과 서양식(25.5%)의 프랜차이즈 외식업체 비중이 다른 업종에 비해 높음. 중식은 5.8%만이 프랜차이즈 외식업체로 나타남.
- 일반음식점 외 외식업체의 운영형태는 31.6%가 프랜차이즈 업체이고, 68.4%가 독립운영 업체로 나타남.
 - 세부업종별로는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(74.9%)과 치킨전문점(68.8%)의 프랜차이즈 외식업체 비중이 높고, 출장·이동음식점업(3.1%)과 주점업(8.2%)은 프랜차이즈 외식업체 비중이 낮음.
- 지역별로는 충청권(30.6%)의 프랜차이즈 외식업체 비중이 다른 지역에 비해 높고, 경북권(13.4%)과 수도권(15.5%)은 프랜차이즈 외식업체 비중이 낮음.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 프랜차이즈 외식업체 비중이 대체로 높음. 5억 원 이상 업체의 프랜차이즈 비중은 29.9%로, 5천만 원 미만 업체(6.6%)에 비해 높음.

<그림 2-21> 운영형태 분포

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-21-1> 사업장 특성별 운영형태(전체)

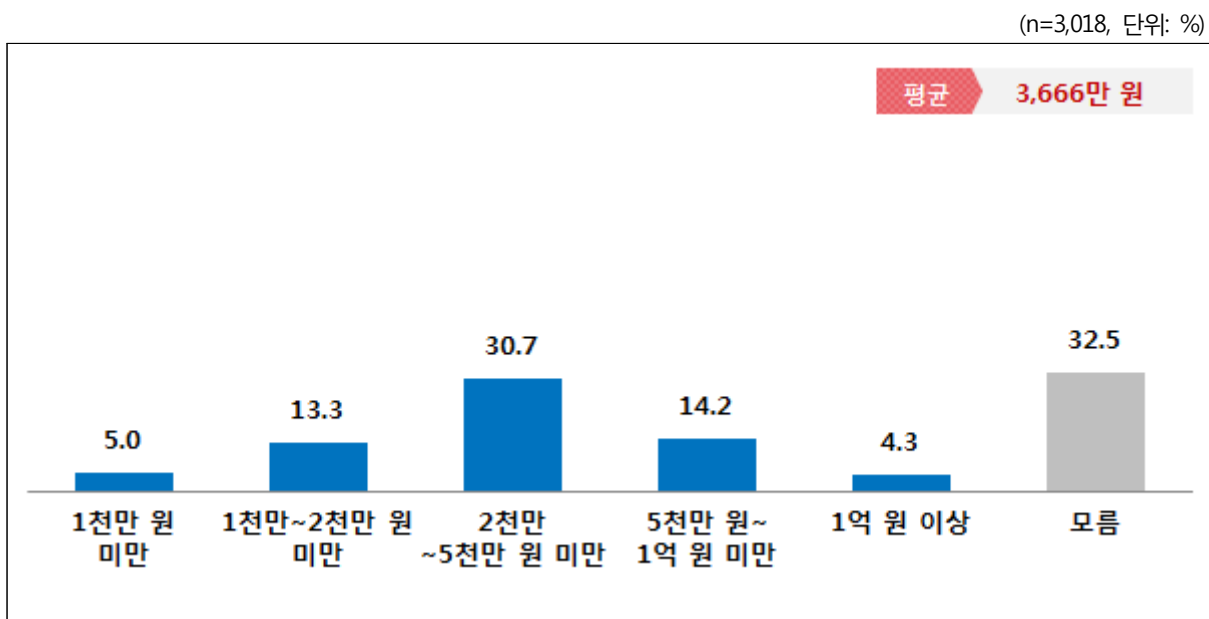
(단위: 개, %)

구분		사례수	독립운영 (개인경영권)	프랜차이즈 (가맹점)	프랜차이즈 (본사직영점)		
전체		3,018	79.8	19.4	0.9		
영 업	일반 음식점	소계	1,269	90.1	9.4	0.4	
		한식	853	90.9	8.7	0.4	
		중식	125	94.2	5.8	0.0	
		일식	101	88.5	11.5	0.0	
		서양식	108	73.5	25.2	1.3	
		기타 외국식	82	61.1	38.5	0.4	
	일반 음식점 외	소계	1,749	68.4	30.3	1.3	
		기관 구내식당업	105	69.1	22.9	8.1	
		출장·이동음식점업	101	96.9	2.0	1.1	
		기타 음식점 업	제과점	120	41.0	56.8	2.1
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	25.1	68.5	6.4
			치킨전문점	154	31.2	67.9	0.9
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	77.5	21.0	1.5
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	74.9	24.2	1.0
		주점업	550	91.7	7.8	0.4	
		비알콜 음료점업	302	59.9	39.6	0.5	
		지 역	서울권	702	81.4	17.6	1.0
			수도권	748	84.5	14.7	0.8
충청권	259		69.4	28.4	2.2		
호남권	388		73.5	26.3	0.3		
경남권	578		77.1	21.6	1.3		
경북권	343		86.6	13.4	0.0		
매 출 액	5천만 원 미만	169	93.4	5.5	1.1		
	5천만 원~1억 원 미만	592	85.0	14.4	0.6		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	76.7	22.5	0.8		
	5억 원 이상	293	70.1	26.0	3.9		

15) 최초 인테리어 비용

- 외식업체의 최초 인테리어 비용은 평균 약 3,670만 원 규모로 나타남. 최초 인테리어 비용 분포별로는 2천만 원~5천만 원 미만이 30.7%, 5천만 원~1억 원 미만(14.2%), 1천만 원~2천만 원 미만(13.3%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 최초 인테리어 비용은 평균 약 3,690만 원으로 나타남. 최초 인테리어 비용 분포별로는 2천만 원~5천만 원 미만이 28.8%, 5천만 원~1억 원 미만(14.6%), 1천만 원~2천만 원 미만(12.3%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 서양식(약 5,370만 원)과 일식(약 5,330만 원)의 최초 인테리어 비용이 큰 반면, 중식(약 3,300만 원)은 상대적으로 작음.
- 일반음식점 외 외식업체의 최초 인테리어 비용은 평균 약 3,640만 원으로 나타남. 최초 인테리어 비용 분포별로는 2천만 원~5천만 원 미만(32.9%), 1천만 원~2천만 원 미만(14.4%), 5천만 원~1억 원 미만(13.7%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 제과점(약 5,830만 원)의 최초 인테리어 비용이 큰 반면, 김밥 및 기타 간이 음식점업(약 2,380만 원)의 최초 인테리어 비용은 비교적 작음.
- 지역별로는 충청권(약 5,470만 원) 외식업체의 최초 인테리어 비용이 가장 큰 반면, 호남권(약 3,260만 원)은 비교적 작음.

<그림 2-22> 최초 인테리어 비용 분포



○ 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 최초 인테리어 비용이 큰 것으로 나타남. 5억 원 이상 업체의 최초 인테리어 비용은 약 7,220만 원으로, 5천만 원 미만 업체(약 2,020만 원)의 약 3.6배 수준으로 나타남.

<표 2-22-1> 사업장 특성별 최초 인테리어 비용(전체)

(단위: 개, %, 만 원)

구분		사례수	1천만 원 미만	1천만~2천만 원 미만	2천만~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	모름	평균		
전체		3,018	5.0	13.3	30.7	14.2	4.3	32.5	3,666		
업종	일반 음식점	소계	1,269	6.2	12.3	28.8	14.6	4.5	33.6	3,694	
		한식	853	6.5	12.7	28.9	13.8	4.3	33.8	3,577	
		중식	125	6.5	13.5	27.6	12.6	2.6	37.2	3,297	
		일식	101	1.3	3.3	28.8	26.1	7.4	33.0	5,330	
		서양식	108	3.1	11.2	26.9	26.2	10.0	22.6	5,366	
		기타 외국식	82	2.2	7.6	27.1	20.5	6.6	35.9	4,628	
	일반 음식점 외	소계	1,749	3.6	14.4	32.9	13.7	4.1	31.3	3,636	
		기관 구내식당업	105	1.0	5.6	18.3	10.3	0.0	64.8	3,336	
		출장·이동음식점업	101	4.4	8.8	17.4	16.9	4.0	48.4	4,143	
		기타 음식점	제과점	120	1.7	8.3	20.8	20.9	13.3	35.0	5,829
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	1.5	9.9	40.4	17.0	6.5	24.8	4,082
			치킨전문점	154	5.3	15.1	34.2	14.5	3.4	27.5	3,492
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	7.1	21.9	33.8	6.6	0.1	30.6	2,383
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	6.2	16.8	27.7	12.4	3.0	34.0	3,219
			주점업	550	2.3	15.8	30.8	11.8	3.5	35.8	3,501
		비알콜 음료점업	302	3.9	11.1	38.8	18.6	5.9	21.7	4,049	
		택배 영업처	프랜차이즈	764	2.4	7.4	27.1	26.5	8.4	28.3	5,057
			비프랜차이즈	2,254	5.6	14.8	31.6	11.1	3.3	33.6	3,285
		지역	서울권	702	3.3	15.0	41.5	14.4	3.7	22.2	3,494
수도권	748		4.6	15.4	33.6	11.7	4.5	30.2	3,513		
충청권	259		2.6	8.9	10.5	15.9	9.3	52.8	5,469		
호남권	388		2.4	12.8	38.3	14.6	1.1	30.8	3,256		
경남권	578		7.3	12.9	22.8	19.0	6.0	31.9	4,163		
경북권	343		9.7	10.1	20.6	9.1	3.7	46.8	3,242		
매출액	5천만 원 미만	169	10.3	16.6	17.6	3.9	0.0	51.7	2,023		
	5천만 원~1억 원 미만	592	8.0	21.4	31.0	5.5	2.1	32.0	2,527		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	3.4	10.1	32.5	18.3	5.3	30.3	4,078		
	5억 원 이상	293	0.0	5.4	20.6	22.9	12.0	39.2	7,219		

- 프랜차이즈 외식업체의 최초 인테리어 비용은 평균 약 5,060만 원으로 나타남. 프랜차이즈 일반 음식점의 최초 인테리어 비용은 약 6,030만 원으로 조사됨. 세부업종별로는 서양식(약 8,440만 원)의 최초 인테리어 비용이 가장 큰 것으로 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 최초 인테리어 비용 평균은 약 4,710만 원으로 나타남. 세부업종별로는 제과점(약 8,160만 원)의 최초 인테리어 비용이 가장 큰 것으로 나타남.
- 지역별로는 충청권(약 7,170만 원)의 최초 인테리어 비용이 가장 크고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 최초 인테리어 비용이 약 7,640만 원으로 나타나, 5천만 원 미만 업체(약 4,050만 원)에 비해 약 1.9배 큰 것으로 조사됨.

<표 2-22-2> 사업장 특성별 최초 인테리어 비용(프랜차이즈)

(단위: 개, % 만 원)

구분		사례수	1천만 원 미만	1천만~2천만 원 미만	2천만~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	모름	평균
전체		764	2.4	7.4	27.1	26.5	8.4	28.3	5,057
종업	일반 음식점	189	0.8	5.2	19.0	37.1	11.1	26.8	6,032
	한식	96	0.5	6.1	18.2	40.1	11.0	24.1	5,912
	중식	7	0.0	0.0	18.0	31.9	0.0	50.1	5,113
	일식	15	0.0	0.0	33.0	32.9	0.3	33.8	3,981
	서양식	38	3.9	4.7	18.1	24.8	21.3	27.3	8,437
	기타 외국식	33	0.0	0.0	25.2	15.4	12.2	47.3	5,530
	일반 음식점 외	575	2.9	8.2	29.9	22.8	7.5	28.8	4,711
	기관 구내식당업	38	0.0	0.0	15.8	12.6	0.0	71.6	4,312
	출장·이동음식점업	4	0.0	12.2	0.0	19.7	0.0	68.2	3,471
	제과점	71	0.0	1.8	10.6	27.7	22.6	37.4	8,160
	기타 음식점업	405	2.9	6.4	29.3	22.1	7.5	28.8	4,711
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	1.2	9.6	33.9	20.2	8.7	26.4	4,552
	치킨전문점	108	5.7	7.7	36.2	18.7	5.0	26.7	4,025
	김밥 및 기타 간이 음식점업	44	1.4	23.3	25.0	14.6	0.0	35.6	2,982
간이 음식 포장 판매 전문점	33	4.7	22.0	21.7	14.3	8.6	28.6	4,365	
주점업	39	0.0	6.7	25.0	25.4	1.2	41.7	4,620	
비알콜 음료점업	133	3.9	5.9	34.3	29.4	9.3	17.2	4,917	
지역	서울권	167	3.4	8.4	34.8	26.5	5.9	21.0	4,450
	수도권	176	2.0	5.4	29.2	24.4	11.0	28.0	5,378
	충청권	83	0.0	6.5	7.5	33.7	16.1	36.3	7,172
	호남권	121	1.9	7.2	36.7	26.7	2.0	25.5	4,050
	경남권	161	2.4	8.7	18.9	28.9	12.2	29.0	5,755
	경북권	56	5.1	8.0	27.0	14.0	4.6	41.3	4,090
매출액	5천만 원 미만	13	0.0	15.6	20.7	25.3	0.0	38.4	4,050
	5천만 원~1억 원 미만	98	3.4	11.2	29.1	14.8	2.2	39.2	3,736
	1억 원~5억 원 미만	535	2.3	6.3	27.8	29.9	10.0	23.7	5,250
	5억 원 이상	118	0.0	6.3	9.6	19.1	12.2	52.7	7,637

- 비프랜차이즈 외식업체의 최초 인테리어 비용은 평균 약 3,290만 원으로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 최초 인테리어 비용은 약 3,410만 원으로 조사됨. 세부업종별로는 일식(약 5,500만 원)의 최초 인테리어 비용이 가장 큰 것으로 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 최초 인테리어 비용 평균은 약 3,110만 원으로 나타남. 세부업종별로는 출장·이동음식점업(약 4,160만 원)의 최초 인테리어 비용이 가장 큰 것으로 조사됨.
- 지역별로는 충청권(약 4,270만 원)의 최초 인테리어 비용이 가장 큰 것으로 나타남. 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 최초 인테리어 비용이 약 7,090만 원으로 나타나, 5천만 원 미만 업체(약 1,840만 원)의 약 3.9배 수준으로 나타남.

<표 2-22-3> 사업장 특성별 최초 인테리어 비용(비프랜차이즈)

(단위: 개, % 만 원)

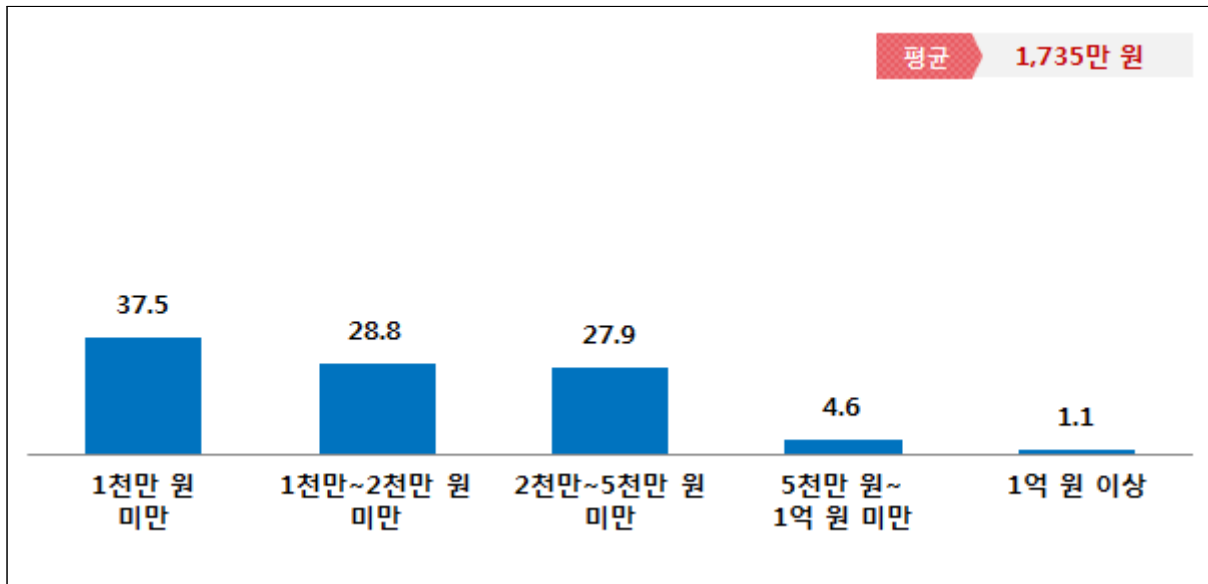
구분		사례수	1천만 원 미만	1천만~2천만 원 미만	2천만~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	모름	평균
전체		2,254	5.6	14.8	31.6	11.1	3.3	33.6	3,285
업종	일반음식점	1,080	6.8	13.1	29.8	12.1	3.8	34.4	3,409
	한식	757	7.1	13.3	30.0	11.2	3.6	34.7	3,304
	중식	118	6.9	14.3	28.2	11.4	2.7	36.4	3,209
	일식	86	1.5	3.8	28.3	25.2	8.3	32.9	5,504
	서양식	70	2.8	13.5	30.1	26.7	5.9	20.9	4,345
	기타 외국식	49	3.6	12.5	28.4	23.8	3.0	28.7	4,204
	일반음식점 외	1,174	3.9	17.2	34.3	9.5	2.6	32.5	3,111
	기관 구내식당업	67	1.4	8.1	19.5	9.2	0.0	61.7	3,011
	출장·이동음식점업	97	4.5	8.7	18.0	16.9	4.2	47.8	4,156
	제과점	49	4.2	17.6	35.5	11.2	0.0	31.5	2,768
	기타음식점업								
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	2.2	10.8	59.7	7.3	0.0	20.0	2,791
	치킨전문점	46	4.3	31.5	29.8	5.3	0.0	29.2	2,274
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	8.7	21.4	36.4	4.2	0.1	29.1	2,224
간이 음식 포장 판매 전문점	77	6.7	15.0	29.6	11.8	1.1	35.8	2,792	
주점업	511	2.5	16.6	31.4	10.6	3.7	35.3	3,410	
비알콜 음료점업	169	3.9	14.5	41.8	11.5	3.6	24.7	3,410	
지역	서울권	535	3.3	16.4	43.1	11.6	3.1	22.4	3,271
	수도권	572	5.1	17.2	34.4	9.4	3.3	30.6	3,159
	충청권	176	3.8	10.0	11.8	8.1	6.3	60.0	4,274
	호남권	267	2.6	14.8	38.9	10.3	0.8	32.7	2,938
	경남권	417	8.7	14.2	24.0	16.1	4.2	32.8	3,664
	경북권	287	10.4	10.4	19.6	8.4	3.6	47.7	3,096
매출액	5천만 원 미만	156	11.0	16.7	17.4	2.4	0.0	52.6	1,837
	5천만 원~1억 원 미만	494	8.8	23.2	31.3	3.9	2.1	30.8	2,340
	1억 원~5억 원 미만	1,429	3.8	11.3	33.9	14.8	3.9	32.4	3,677
	5억 원 이상	175	0.0	4.9	25.2	24.6	11.9	33.4	7,093

16) 가장 최근 리모델링 비용

- 외식업체의 가장 최근 리모델링 비용은 평균 약 1,740만 원으로 나타남. 가장 최근 리모델링 비용 분포별로는 1천만 원 미만(37.5%), 1천만 원~2천만 원 미만(28.8%), 2천만 원~5천만 원 미만(27.9%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 가장 최근 리모델링 비용은 평균 약 1,880만 원으로 나타남. 비용 분포별로는 1천만 원 미만의 비중이 34.9%로 가장 크고, 1천만 원~2천만 원 미만(31.2%), 2천만 원~5천만 원 미만(27.0%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점 외 외식업체의 가장 최근 리모델링 비용은 평균 약 1,430만 원으로 나타남. 가장 최근 리모델링 비용 분포별로는 1천만 원 미만(42.9%), 2천만 원~5천만 원 미만(29.9%), 1천만 원~2천만 원 미만(23.6%) 등의 순서로 나타남.
- 지역별로는 충청권(약 2,880만 원)의 최근 리모델링 비용이 가장 크고, 경북권(약 1,300만 원)이 가장 작은 것으로 나타남.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 최근 리모델링 비용이 큰 것으로 나타남. 5억 원 이상 업체의 가장 최근 리모델링 비용은 약 2,700만 원으로 나타나, 5천만 원 미만 업체(약 890만 원)의 약 3배 수준으로 나타남.

<그림 2-23> 가장 최근 리모델링 비용 분포

(Base: 리모델링을 한 경우, n=332, 단위: %)



<표 2-23-1> 사업장 특성별 가장 최근 리모델링 비용(전체)

(Base: 리모델링을 한 업체, 단위: 개, %, 만 원)

구분		사례수	1천만 원 미만	1천만~2천만 원 미만	2천만~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	평균		
전체		332	37.5	28.8	27.9	4.6	1.1	1,735		
상업	일반 음식점	소계	195	34.9	31.2	27.0	5.2	1.6	1,877	
		한식	152	35.4	30.3	28.0	4.6	1.6	1,856	
		중식	15	27.8	40.7	15.4	13.4	2.7	2,269	
		일식	13	29.2	30.6	27.6	12.5	0.0	2,241	
		서양식	8	33.7	63.8	1.2	0.0	1.2	1,376	
		기타 외국식	7	53.8	32.7	13.5	0.0	0.0	947	
	일반 음식점 외	소계	137	42.9	23.6	29.9	3.5	0.1	1,426	
		기관 구내식당업	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	1,500	
		출장·이동음식점업	4	0.0	65.5	17.2	0.0	17.2	2,897	
		기타 음식점 업	제과점	14	18.9	48.6	16.2	16.3	0.0	2,154
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	10	12.5	58.8	28.6	0.0	0.0	1,600
			치킨전문점	14	34.8	30.4	34.4	0.0	0.4	1,553
			김밥 및 기타 간이 음식점업	13	63.5	23.2	13.4	0.0	0.0	810
			간이 음식 포장 판매 전문점	4	46.1	0.0	53.9	0.0	0.0	1,390
		주점업	55	47.6	21.3	26.7	4.4	0.0	1,335	
		비알콜 음료점업	22	39.4	10.6	46.5	3.4	0.0	1,681	
		형 태	프랜차이즈	70	26.2	23.7	42.0	4.3	3.8	2,369
			비프랜차이즈	262	39.5	29.8	25.4	4.7	0.7	1,621
		지 역	서울권	69	34.2	22.5	29.8	11.6	1.9	2,177
수도권	89		40.8	33.8	22.0	1.0	2.4	1,672		
충청권	18		12.9	16.1	51.0	19.9	0.0	2,877		
호남권	31		40.2	35.9	19.9	4.0	0.0	1,512		
경남권	82		40.4	25.2	29.9	4.1	0.5	1,627		
경북권	43		37.5	30.0	32.3	0.0	0.0	1,300		
매 체 액	5천만 원 미만	16	69.9	8.3	21.8	0.0	0.0	886		
	5천만 원~1억 원 미만	62	41.8	29.1	28.1	1.0	0.0	1,208		
	1억 원~5억 원 미만	214	35.0	30.3	27.4	5.7	1.6	1,918		
	5억 원 이상	40	7.7	31.4	46.4	13.6	0.9	2,700		

- 프랜차이즈 외식업체의 가장 최근 리모델링 비용은 평균 약 2,370만 원으로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 가장 최근 리모델링 비용은 약 3,180만 원, 일반음식점 외 업체의 가장 최근 리모델링 비용 평균은 약 1,930만 원으로 나타남.
- 지역별로는 서울권(약 3,370만 원)의 최근 리모델링 비용이 가장 큰 것으로 나타남.

<표 2-23-2> 사업장 특성별 가장 최근 리모델링 비용(프랜차이즈)

(Base: 리모델링을 한 업체, 단위: 개, %, 만 원)

구분		사례수	1천만 원 미만	1천~2천만 원 미만	2천~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	평균		
전체		70	26.2	23.7	42.0	4.3	3.8	2,369		
업체	일반음식점	소계	22	24.2	22.4	38.2	4.7	10.5	3,182	
		한식	16	26.0	18.9	38.7	5.1	11.3	3,199	
		일식	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	4,000	
		서양식	3	0.0	95.6	0.0	0.0	4.4	2,930	
		기타 외국식	2	22.3	77.7	0.0	0.0	0.0	1,232	
	일반음식점 외	소계	48	27.3	24.4	44.1	4.1	0.1	1,929	
		기관 구내식당업	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	1,500	
		출장·이동음식점업	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	1,000	
		기타음식점업	제과점	9	33.1	19.1	28.4	19.4	0.0	2,448
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	8	17.3	62.2	20.5	0.0	0.0	1,638
			치킨전문점	11	33.7	37.8	28.1	0.0	0.5	1,274
			김밥 및 기타 간이 음식점업	2	30.2	0.0	69.8	0.0	0.0	2,156
			간이 음식 포장 판매 전문점	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	2,300
		주점업	5	53.1	0.0	46.9	0.0	0.0	1,643	
		비알콜 음료점업	10	6.6	13.6	71.1	8.7	0.0	2,768	
		지역	서울권	17	14.1	55.9	11.6	6.7	11.7	3,371
			수도권	20	35.3	7.9	49.7	0.2	7.0	2,313
			충청권	8	20.0	5.1	52.9	21.9	0.0	3,093
			호남권	9	30.3	42.9	26.7	0.0	0.0	1,647
경남권	12		32.7	11.5	55.8	0.0	0.0	1,798		
경북권	4		0.0	26.7	73.3	0.0	0.0	2,006		
매출액	5천만 원 미만	3	43.1	0.0	56.9	0.0	0.0	1,876		
	5천만 원~1억 원 미만	12	46.6	13.7	34.2	5.5	0.0	1,678		
	1억 원~5억 원 미만	44	17.5	29.2	43.4	4.3	5.6	2,647		
	5억 원 이상	11	1.6	42.4	49.0	2.3	4.6	3,394		

- 비프랜차이즈 외식업체의 가장 최근 리모델링 비용은 평균 약 1,620만 원으로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 가장 최근 리모델링 비용은 약 1,770만 원, 일반음식점 외 업체의 가장 최근 리모델링 비용 평균은 약 1,200만 원으로 나타남.
- 지역별로는 충청권(약 2,740만 원)과 서울권(약 1,950만 원)의 최근 리모델링 비용이 비교적 큰 것으로 나타남. 매출액이 5억 원 이상인 업체의 경우 최근 리모델링 비용이 평균 약 2,580만 원으로 나타나, 5천만 원 미만(약 680만 원) 업체의 약 3.8배 수준임.

<표 2-23-3> 사업장 특성별 가장 최근 리모델링 비용(비프랜차이즈)

(Base: 리모델링을 한 업체, 단위: 개, %, 만 원)

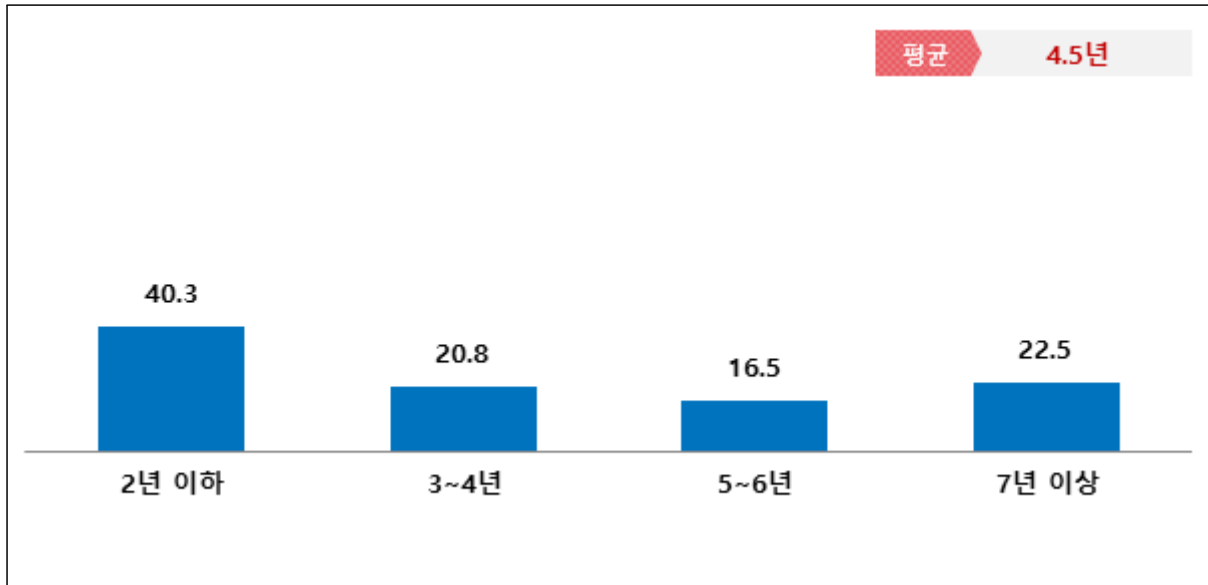
구분		사례수	1천만 원 미만	1천~2천만 원 미만	2천~5천만 원 미만	5천만 원~1억 원 미만	1억 원 이상	평균		
전체		262	39.5	29.8	25.4	4.7	0.7	1,621		
업체	일반음식점	소계	173	35.9	32.0	26.1	5.2	1,766		
		한식	136	36.2	31.3	27.1	4.6	0.8	1,742	
		중식	15	27.8	40.7	15.4	13.4	2.7	2,269	
		일식	12	32.0	33.5	20.9	13.7	0.0	2,077	
		서양식	5	47.0	51.2	1.7	0.0	0.0	763	
		기타 외국식	5	67.5	13.1	19.4	0.0	0.0	823	
		소계	89	50.1	23.3	23.3	3.2	0.0	1,196	
		출장·이동음식점업	3	0.0	58.3	20.8	0.0	20.8	3,292	
		제과점	5	0.0	87.8	0.0	12.2	0.0	1,763	
		기타음식점외	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	1,500
			치킨전문점	3	39.6	0.0	60.4	0.0	0.0	2,711
			김밥 및 기타 간이 음식점업	11	68.6	26.7	4.7	0.0	0.0	602
			간이 음식 포장 판매 전문점	3	63.1	0.0	36.9	0.0	0.0	1,054
			주점업	50	46.8	24.4	23.8	5.0	0.1	1,291
			비알콜 음료점업	12	60.5	8.7	30.8	0.0	0.0	983
	지역	서울권	52	38.0	16.0	33.3	12.6	0.0	1,946	
		수도권	69	41.5	37.3	18.2	1.2	1.8	1,584	
충청권		10	8.5	23.0	49.8	18.7	0.0	2,742		
호남권		22	42.9	33.9	18.0	5.1	0.0	1,474		
경남권		70	42.0	28.1	24.2	5.0	0.6	1,590		
경북권		39	39.3	30.2	30.4	0.0	0.0	1,267		
매출액	5천만 원 미만	13	75.6	10.1	14.4	0.0	0.0	677		
	5천만 원~1억 원 미만	50	40.8	32.6	26.7	0.0	0.0	1,101		
	1억 원~5억 원 미만	170	37.8	30.5	24.8	5.9	0.9	1,799		
	5억 원 이상	29	8.7	29.6	45.9	15.5	0.2	2,582		

17) 인테리어 리모델링 경과년수

- 외식업체의 리모델링 경과년수는 평균 4.5년으로 나타남. 리모델링 경과년수 분포별로는 2년 이하의 비중이 40.3%로 가장 크고, 7년 이상(22.5%), 3~4년(20.8%), 5~6년(16.5%) 순서로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 리모델링 경과년수는 평균 4.8년으로 나타남. 리모델링 경과년수 분포별로는 2년 이하의 비중이 35.4%로 가장 크고, 7년 이상(26.7%), 3~4년(22.3%), 5~6년 이상(15.6%)의 순서로 나타남.
- 일반음식점 외 외식업체의 리모델링 경과년수는 평균 3.8년으로 나타남. 리모델링 경과년수 분포별로는 2년 이하의 비중이 51.0%로 가장 크고, 5~6년(18.3%), 3~4년(17.5%), 7년 이상(13.3%)의 순서로 나타남.
- 지역별로는 호남권(7.4년)의 리모델링 경과년수가 비교적 긴 반면, 충청권(3.2년)과 경남권(4.0년)은 비교적 짧음.

<그림 2-24> 리모델링 경과년수 분포

(Base: 리모델링을 한 경우, n=332, 단위: %)



<표 2-24-1> 사업장 특성별 리모델링 경과년수(전체)

(Base: 리모델링을 한 업체, 단위: 명, %, 년)

구분		사례수	2년 이하	3~4년	5~6년	7년 이상	평균		
전체		332	40.3	20.8	16.5	22.5	4.5		
상업	일반 음식점	소계	195	35.4	22.3	15.6	26.7	4.8	
		한식	152	33.8	21.8	16.1	28.2	5.0	
		중식	15	43.4	23.1	14.4	19.1	4.1	
		일식	13	60.8	30.6	8.5	0.0	2.3	
		서양식	8	63.3	36.7	0.0	0.0	2.1	
		기타 외국식	7	43.8	47.1	9.2	0.0	2.9	
	일반 음식점 외	소계	137	51.0	17.5	18.3	13.3	3.8	
		기관 구내식당업	1	0.0	0.0	100.0	0.0	5.0	
		출장·이동음식점업	4	0.0	34.5	65.5	0.0	5.0	
		기타 음식점 업	제과점	14	29.8	46.0	16.1	8.0	3.5
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	10	39.4	32.0	28.6	0.0	2.9
			치킨전문점	14	34.6	19.4	23.1	22.9	4.4
			김밥 및 기타 간이 음식점업	13	41.9	34.4	11.8	12.0	3.5
			간이 음식 포장 판매 전문점	4	53.9	46.1	0.0	0.0	2.4
		주점업	55	55.9	12.2	18.5	13.3	4.0	
		비알콜 음료점업	22	63.5	5.7	16.2	14.6	3.6	
		영양 태	프랜차이즈	70	53.4	15.3	19.4	11.9	3.4
			비프랜차이즈	262	37.9	21.8	16.0	24.4	4.7
		지역	서울권	69	32.5	28.6	23.6	15.3	4.2
수도권	89		44.3	18.7	16.1	20.9	4.3		
충청권	18		51.0	22.0	20.5	6.5	3.2		
호남권	31		11.2	17.3	18.1	53.5	7.4		
경남권	82		44.5	21.8	19.6	14.2	4.0		
경북권	43		52.5	17.5	3.6	26.4	4.2		
매출 액	5천만 원 미만	16	59.5	11.2	11.8	17.5	3.8		
	5천만 원~1억 원 미만	62	48.1	21.1	13.8	17.0	4.1		
	1억 원~5억 원 미만	214	36.7	21.6	17.3	24.4	4.7		
	5억 원 이상	40	33.3	17.4	23.4	25.9	4.6		

- 프랜차이즈 외식업체의 리모델링 경과년수는 평균 3.4년으로 나타남. 리모델링 경과년수 분포별로는 2년 이하(53.4%), 5~6년(19.4%), 3~4년(15.3%) 등의 순서로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 리모델링 경과년수는 평균 3.5년, 프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 리모델링 경과년수는 평균 3.4년으로 나타나 큰 차이가 없음.

<표 2-24-2> 사업장 특성별 리모델링 경과년수(프랜차이즈)

(Base: 리모델링을 한 업체, 단위: 개, %, 년)

구분		사례수	2년 이하	3~4년	5~6년	7년 이상	평균
전체		70	53.4	15.3	19.4	11.9	3.4
업종	일반음식점	22	61.7	14.3	2.9	21.0	3.5
	한식	16	62.5	14.4	0.2	23.0	3.5
	일식	1	0.0	0.0	100.0	0.0	5.0
	서양식	3	100.0	0.0	0.0	0.0	1.5
	기타 외국식	2	22.3	77.7	0.0	0.0	2.8
	일반음식점 외	48	48.9	15.9	28.3	6.9	3.4
	기관 구내식당업	1	0.0	0.0	100.0	0.0	5.0
	출장·이동음식점업	1	0.0	100.0	0.0	0.0	3.0
	제과점	9	52.3	28.6	19.1	0.0	2.9
	기타음식점업	8	16.5	44.0	39.4	0.0	3.5
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	8	16.5	44.0	39.4	0.0	3.5
	치킨전문점	11	28.4	24.1	28.7	18.8	4.4
	김밥 및 기타 간이 음식점업	2	69.8	0.0	0.0	30.2	3.4
	간이 음식 포장 판매 전문점	1	100.0	0.0	0.0	0.0	1.0
	주점업	5	69.9	8.6	21.5	0.0	2.7
	비알콜 음료점업	10	66.2	0.0	33.8	0.0	3.0
	지역	서울권	17	28.2	22.0	28.7	21.1
수도권		20	77.1	15.2	7.8	0.0	2.2
충청권		8	64.0	19.2	0.0	16.8	2.9
호남권		9	5.3	25.1	51.1	18.6	5.3
경남권		12	80.0	4.3	11.5	4.2	2.6
경북권		4	38.2	0.3	26.4	35.1	5.6
매출액	5천만 원 미만	3	84.9	0.0	0.0	15.1	3.1
	5천만 원~1억 원 미만	12	60.5	34.5	5.0	0.0	2.4
	1억 원~5억 원 미만	44	46.0	8.8	28.2	17.0	4.0
	5억 원 이상	11	79.3	20.7	0.0	0.0	2.0

- 비프랜차이즈 외식업체의 리모델링 경과년수는 평균 4.7년으로 나타남. 리모델링 경과년수 분포별로는 2년 이하(37.9%), 7년 이상(24.4%), 3~4년(21.8%) 등의 순서로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 리모델링 경과년수는 평균 4.9년, 비프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 리모델링 경과년수는 평균 4.0년으로 나타남.
- 지역별로는 호남권(8.1년)의 리모델링 경과년수가 가장 길고, 매출액 규모별로는 5억 원 이상(5.0년) 업체가 상대적으로 길게 나타남.

<표 2-24-3> 사업장 특성별 리모델링 경과년수(비프랜차이즈)

(Base: 리모델링을 한 업체, 단위: 개, % 년)

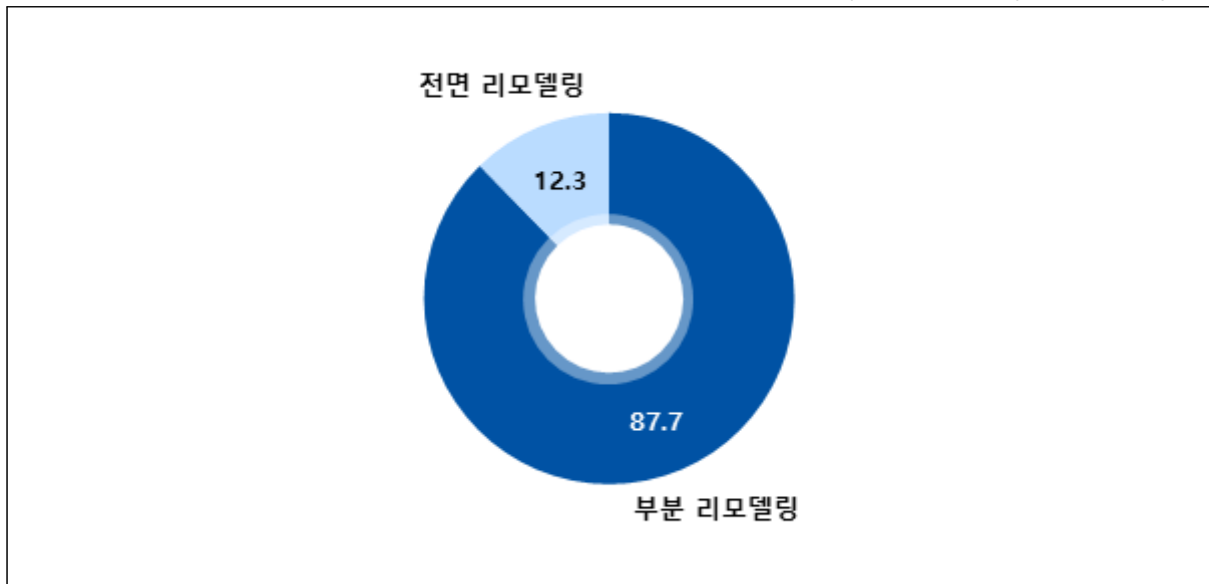
구분		사례수	2년 이하	3~4년	5~6년	7년 이상	평균
전체		262	37.9	21.8	16.0	24.4	4.7
업체	일반음식점	173	33.1	23.0	16.7	27.2	4.9
	한식	136	31.4	22.4	17.5	28.7	5.1
	중식	15	43.4	23.1	14.4	19.1	4.1
	일식	12	66.5	33.5	0.0	0.0	2.1
	서양식	5	48.8	51.2	0.0	0.0	2.3
	기타 외국식	5	53.1	33.7	13.1	0.0	3.0
	일반음식점 외	89	51.9	18.2	13.7	16.2	4.0
	출장·이동음식점업	3	0.0	20.8	79.2	0.0	5.4
	제과점	5	0.0	69.2	12.2	18.6	4.2
	기타음식점업	2	100.0	0.0	0.0	0.0	1.5
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2	100.0	0.0	0.0	0.0	1.5
	치킨전문점	3	60.4	0.0	0.0	39.6	4.6
	김밥 및 기타 간이 음식점업	11	37.5	39.7	13.6	9.2	3.5
	간이 음식 포장 판매 전문점	3	36.9	63.1	0.0	0.0	2.9
	주점업	50	53.9	12.8	18.1	15.2	4.2
	비알콜 음료점업	12	61.8	9.3	4.9	24.0	4.0
	지역	서울권	52	33.4	29.8	22.6	14.2
수도권		69	39.8	19.1	17.3	23.8	4.6
충청권		10	42.9	23.8	33.3	0.0	3.4
호남권		22	12.8	15.1	8.9	63.2	8.1
경남권		70	36.8	25.5	21.3	16.3	4.3
경북권		39	53.1	18.4	2.5	26.0	4.1
매출액	5천만 원 미만	13	54.1	13.6	14.3	18.0	3.9
	5천만 원~1억 원 미만	50	45.2	18.0	15.8	20.9	4.5
	1억 원~5억 원 미만	170	35.1	23.7	15.6	25.6	4.8
	5억 원 이상	29	25.4	16.8	27.4	30.4	5.0

18) 리모델링 형태 분포

- 전체 외식업체의 리모델링 형태를 살펴본 결과, 부분 리모델링이 87.7%이고, 전면 리모델링은 12.3%로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 리모델링 형태 분포는 부분 리모델링이 89.1%, 전면 리모델링이 10.9%로 나타남.
- 일반음식점 외 외식업체의 경우 전면 리모델링의 비중이 일반음식점 외식업체에 비해 높은 15.4%를 차지하고, 전면 리모델링 형태는 84.6%를 차지함.

<그림 2-25> 리모델링 형태 분포

(Base: 리모델링을 한 경우, n=332, 단위: %)



<표 2-25-1> 사업장 특성별 리모델링 형태(전체)

(Base: 리모델링을 한 경우, 단위: 개, %)

구분		사례수	부분 리모델링	전면 리모델링		
전체		332	87.7	12.3		
상업	일반 음식점	소계	195	89.1	10.9	
		한식	152	88.6	11.4	
		중식	15	90.6	9.4	
		일식	13	100.0	0.0	
		서양식	8	98.8	1.2	
		기타 외국식	7	100.0	0.0	
	일반 음식점 외	소계	137	84.6	15.4	
		기관 구내식당업	1	100.0	0.0	
		출장·이동음식점업	4	100.0	0.0	
		기타 음식점 업	제과점	14	83.8	16.2
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	10	100.0	0.0
			치킨전문점	14	84.3	15.7
			김밥 및 기타 간이 음식점업	13	86.6	13.4
			간이 음식 포장 판매 전문점	4	73.0	27.0
		주점업	55	85.1	14.9	
		비알콜 음료점업	22	79.8	20.2	
		무 형 태	프랜차이즈	70	73.4	26.6
			비프랜차이즈	262	90.3	9.7
		지 역	서울권	69	91.9	8.1
수도권	89		88.2	11.8		
충청권	18		54.3	45.7		
호남권	31		98.1	1.9		
경남권	82		89.2	10.8		
경북권	43		84.6	15.4		
매 출 액	5천만 원 미만	16	78.2	21.8		
	5천만 원~1억 원 미만	62	91.5	8.5		
	1억 원~5억 원 미만	214	87.4	12.6		
	5억 원 이상	40	86.0	14.0		

- 프랜차이즈 외식업체의 리모델링 형태는 73.4%가 부분 리모델링이고, 26.6%가 전면 리모델링으로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 리모델링 형태는 77.0%가 부분 리모델링, 23.0%가 전면 리모델링으로 나타났고, 일반음식점 외 업체의 경우 부분 리모델링이 71.4%, 전면 리모델링이 28.6%로 나타남.

<표 2-25-2> 사업장 특성별 리모델링 형태(프랜차이즈)

(Base: 리모델링을 한 경우, 단위: 개, %)

구분		사례수	부분 리모델링	전면 리모델링		
전체		70	73.4	26.6		
사업장 유형	일반 음식점	소계	22	77.0	23.0	
		한식	16	75.1	24.9	
		일식	1	100.0	0.0	
		서양식	3	95.6	4.4	
		기타 외국식	2	100.0	0.0	
	일반 음식점 외	소계	48	71.4	28.6	
		기관 구내식당업	1	100.0	0.0	
		출장·이동음식점업	1	100.0	0.0	
		기타 음식점 업	제과점	9	80.8	19.2
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	8	100.0	0.0
			치킨전문점	11	81.0	19.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	2	30.2	69.8
			간이 음식 포장 판매 전문점	1	0.0	100.0
		주점업	5	68.4	31.6	
		비알콜 음료점업	10	57.1	42.9	
		지역	서울권	17	88.2	11.8
			수도권	20	76.0	24.0
			충청권	8	45.0	55.0
			호남권	9	100.0	0.0
경남권	12		66.4	33.6		
경북권	4		29.7	70.3		
매출 액	5천만 원 미만	3	43.1	56.9		
	5천만 원~1억 원 미만	12	70.8	29.2		
	1억 원~5억 원 미만	44	76.4	23.6		
	5억 원 이상	11	95.1	4.9		

- 비프랜차이즈 외식업체의 리모델링 형태는 90.3%가 부분 리모델링, 9.7%가 전면 리모델링으로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 리모델링 형태는 90.1%가 부분 리모델링, 9.9%가 전면 리모델링으로 나타났고, 일반음식점 외 업체의 리모델링 형태 분포는 90.7%가 부분 리모델링, 9.3%가 전면 리모델링으로 나타났음.

<표 2-25-3> 사업장 특성별 리모델링 형태(비프랜차이즈)

(Base: 리모델링을 한 경우, 단위: 개, %)

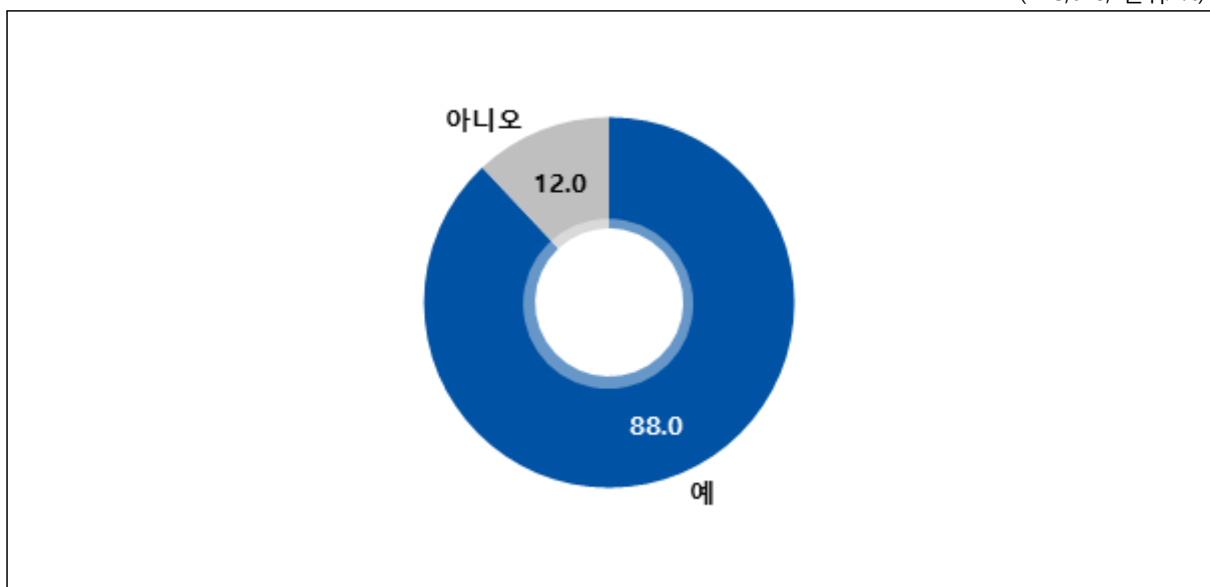
구분		사례수	부분 리모델링	전면 리모델링		
전체		262	90.3	9.7		
사업 영역	일반 음식점	소계	173	90.1	9.9	
		한식	136	89.7	10.3	
		중식	15	90.6	9.4	
		일식	12	100.0	0.0	
		서양식	5	100.0	0.0	
		기타 외국식	5	100.0	0.0	
	일반 음식점 외	소계	89	90.7	9.3	
		출장·이동음식점업	3	100.0	0.0	
		기타 음식점 업	제과점	5	87.8	12.2
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	2	100.0	0.0
			치킨전문점	3	98.0	2.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	11	95.3	4.7
			간이 음식 포장 판매 전문점	3	100.0	0.0
		주점업	50	87.4	12.6	
비알콜 음료점업	12	94.4	5.6			
지 역	서울권	52	92.6	7.4		
	수도권	69	89.9	10.1		
	충청권	10	60.1	39.9		
	호남권	22	97.6	2.4		
	경남권	70	94.1	5.9		
	경북권	39	87.2	12.8		
매 출 액	5천만 원 미만	13	85.6	14.4		
	5천만 원~1억 원 미만	50	96.2	3.8		
	1억 원~5억 원 미만	170	89.2	10.8		
	5억 원 이상	29	84.5	15.5		

19) 포스단말기 사용 여부

- 외식업체 중 88.0%는 포스단말기를 사용하는 것으로 나타남. 포스단말기를 사용하지 않는 업체 비중은 12.0% 수준임.
- 일반음식점 외식업체의 포스단말기 사용 비중은 87.7%이고, 포스단말기를 사용하지 않는 업체 비중은 12.3%로 나타남.
 - 세부업종별로는 일식(99.3%)의 경우 포스단말기를 사용하는 업체 비중이 비교적 높고, 한식(86.0%)의 경우 포스단말기를 사용하는 업체 비중이 비교적 낮음.
- 일반음식점 외 외식업체의 포스단말기 사용 비중은 88.3%이고, 포스단말기를 사용하지 않는 업체 비중은 11.7%로 나타남.
 - 세부업종별로는 제과점(96.8%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(96.3%)의 포스단말기 사용 비중이 높고, 김밥 및 기타 간이 음식점업(76.5%)의 포스단말기 사용 비중이 비교적 낮음.
- 지역별로는 수도권(94.8%)과 서울권(90.4%) 업체들의 포스단말기 사용 비중이 높고, 충청권(81.4%)의 포스단말기 사용 업체 비중이 가장 낮음.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 포스단말기 사용 비중이 높음. 5억 원 이상 업체는 100.0%가 포스단말기를 사용하는 반면, 5천만 원 미만 업체의 포스단말기 사용 비중은 52.7%로 나타남.

<그림 2-26> 포스단말기 사용 여부 분포

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-26-1> 사업장 특성별 포스단말기 사용 여부(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오		
전체		3,018	88.0	12.0		
상 업 종 류	일반 음식점	소계	1,269	87.7	12.3	
		한식	853	86.0	14.0	
		중식	125	95.8	4.2	
		일식	101	99.3	0.7	
		서양식	108	98.0	2.0	
		기타 외국식	82	98.3	1.7	
		소계	1,749	88.3	11.7	
	일반 음식점 외	기관 구내식당업	105	89.4	10.6	
		출장·이동음식점업	101	87.5	12.5	
		기타 음식점 업	제과점	120	96.8	3.2
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	96.3	3.7
			치킨전문점	154	93.5	6.5
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	76.5	23.5
		간이 음식 포장 판매 전문점	110	85.2	14.8	
		주점업	550	86.7	13.3	
	비알콜 음료점업	302	91.2	8.8		
	영업 형태	프랜차이즈	764	97.5	2.5	
		비프랜차이즈	2,254	85.5	14.5	
	지 역	서울권	702	90.4	9.6	
수도권		748	94.8	5.2		
충청권		259	81.4	18.6		
호남권		388	88.6	11.4		
경남권		578	84.3	15.7		
경북권		343	78.9	21.1		
매 출 액	5천만 원 미만	169	52.7	47.3		
	5천만 원~1억 원 미만	592	68.4	31.6		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	98.9	1.1		
	5억 원 이상	293	100.0	0.0		

- 프랜차이즈 외식업체의 포스단말기 사용 업체 비중은 97.5%로 전체 외식업체(88.0%)보다 높음.
- 프랜차이즈 일반음식점의 포스단말기 사용 비중은 97.8%, 프랜차이즈 일반음식점 외 업체들의 포스단말기 사용 비중은 97.4%로 나타나 큰 차이가 없음.
- 지역별로는 충청권(100.0%)과 서울권·수도권(98.8%)의 포스단말기 사용 비중이 높고, 매출액 규모 별로는 1억 원 이상(100.0%)업체의 포스단말기 사용 비중이 높음.

<표 2-26-2> 사업장 특성별 포스단말기 사용 여부(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오		
전체		764	97.5	2.5		
매출액	일반음식점	소계	189	97.8	2.2	
		한식	96	97.3	2.7	
		중식	7	100.0	0.0	
		일식	15	100.0	0.0	
		서양식	38	100.0	0.0	
		기타 외국식	33	100.0	0.0	
		소계	575	97.4	2.6	
	일반음식점 외	기관 구내식당업	38	96.8	3.2	
		출장·이동음식점업	4	100.0	0.0	
		기타음식점업	제과점	71	100.0	0.0
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	98.8	1.2
			치킨전문점	108	97.6	2.4
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	82.4	17.6
간이 음식 포장 판매 전문점		33	93.4	6.6		
주점업	39	100.0	0.0			
비알콜 음료점업	133	100.0	0.0			
지역	서울권	167	98.8	1.2		
	수도권	176	98.8	1.2		
	충청권	83	100.0	0.0		
	호남권	121	97.6	2.4		
	경남권	161	95.0	5.0		
	경북권	56	94.8	5.2		
매출액	5천만 원 미만	13	85.8	14.2		
	5천만 원~1억 원 미만	98	88.5	11.5		
	1억 원~5억 원 미만	535	100.0	0.0		
	5억 원 이상	118	100.0	0.0		

- 비프랜차이즈 외식업체의 포스단말기 사용 업체 비중은 85.5%로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 포스단말기 사용 비중은 86.5%로 나타남. 세부업종별로는 일식(99.2%)의 포스단말기 사용 비중이 상대적으로 높고, 한식(84.9%)의 포스단말기 사용 비중이 상대적으로 낮음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업체들의 포스단말기 사용 비중은 84.1%로 나타남. 세부업종별로는 제과점(92.2%)의 포스단말기 사용 비중이 상대적으로 높고, 김밥 및 기타 간이 음식점업(74.7%)의 포스단말기 사용 비중이 상대적으로 낮음.
- 지역별로는 수도권(94.1%)의 포스단말기 사용 비중이 높음. 매출액 규모별로는 매출액이 커질수록 포스단말기 사용 비중이 높으며, 5억 원 이상 업체의 포스단말기 사용 비중(100.0%)이 가장 높음.

<표 2-26-3> 사업장 특성별 포스단말기 사용 여부(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

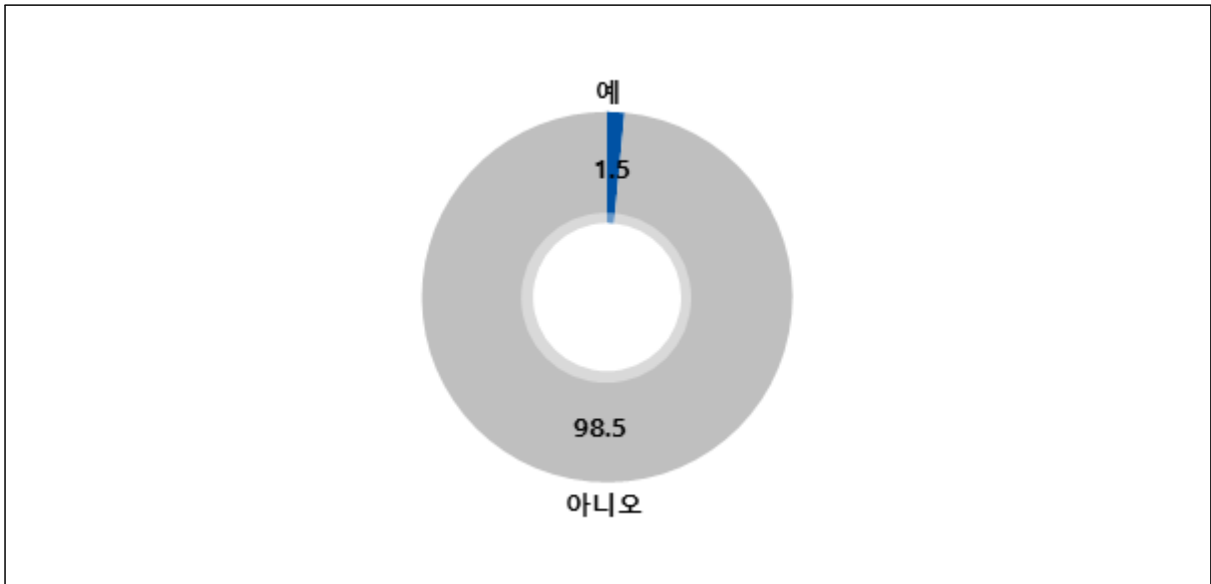
구분		사례수	예	아니오		
전체		2,254	85.5	14.5		
업종	일반 음식점	소계	1,080	86.5	13.5	
		한식	757	84.9	15.1	
		중식	118	95.5	4.5	
		일식	86	99.2	0.8	
		서양식	70	97.2	2.8	
		기타 외국식	49	97.3	2.7	
		소계	1,174	84.1	15.9	
	일반 음식점 외	기관 구내식당업	67	86.0	14.0	
		출장·이동음식점업	97	87.1	12.9	
		기타 음식점 업	제과점	49	92.2	7.8
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	88.7	11.3
			치킨전문점	46	84.4	15.6
			김밥 및 기타 간이 음식점업	130	74.7	25.3
			간이 음식 포장 판매 전문점	77	82.5	17.5
		주점업	511	85.5	14.5	
		비알콜 음료점업	169	85.3	14.7	
		지역	서울권	535	88.5	11.5
	수도권		572	94.1	5.9	
	충청권		176	73.2	26.8	
호남권	267		85.3	14.7		
경남권	417		81.1	18.9		
경북권	287		76.4	23.6		
매출 액	5천만 원 미만	156	50.4	49.6		
	5천만 원~1억 원 미만	494	64.8	35.2		
	1억 원~5억 원 미만	1,429	98.6	1.4		
	5억 원 이상	175	100.0	0.0		

20) 무인 주문기(키오스크) 사용 여부

- 외식업체 중 1.5%가 무인 주문기(키오스크)를 사용하는 것으로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 무인 주문기 사용 비중은 0.9%로 나타남.
 - 세부업종별로는 기타 외국식(8.6%)과 일식(5.3%)의 무인 주문기 사용 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 외식업체의 무인 주문기 사용 비중은 2.1%로 나타남.
 - 세부업종별로는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(10.8%)의 무인 주문기 사용 비중이 가장 높음.
- 지역별로는 충청권(6.8%)의 외식업체가 무인 주문기 사용 비중이 가장 높음.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 무인 주문기 사용 비중이 높음. 5억 원 이상 업체의 4.7%가 무인 주문기를 사용하고 있는 것으로 나타남.

<그림 2-27> 무인 주문기(키오스크) 사용 여부 분포

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-27-1> 사업장 특성별 무인 주문기(키오스크) 사용 여부(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오		
전체		3,018	1.5	98.5		
상업	일반 음식점	소계	1,269	0.9	99.1	
		한식	853	0.5	99.5	
		중식	125	2.9	97.1	
		일식	101	5.3	94.7	
		서양식	108	2.9	97.1	
		기타 외국식	82	8.6	91.4	
	일반 음식점 외	소계	1,749	2.1	97.9	
		기관 구내식당업	105	3.6	96.4	
		출장·이동음식점업	101	0.0	100.0	
		기타 음식점 업	제과점	120	2.1	97.9
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	10.8	89.2
			치킨전문점	154	2.6	97.4
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	0.0	100.0
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	1.5	98.5
		주점업	550	0.5	99.5	
		비알콜 음료점업	302	3.3	96.7	
		무인 형태	프랜차이즈	764	4.2	95.8
			비프랜차이즈	2,254	0.8	99.2
		지역	서울권	702	1.0	99.0
수도권	748		1.0	99.0		
충청권	259		6.8	93.2		
호남권	388		1.7	98.3		
경남권	578		0.9	99.1		
경북권	343		0.6	99.4		
매출액	5천만 원 미만	169	0.4	99.6		
	5천만 원~1억 원 미만	592	0.5	99.5		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	1.8	98.2		
	5억 원 이상	293	4.7	95.3		

- 프랜차이즈 외식업체의 무인 주문기 사용 비중은 4.2%로, 전체 외식업체(1.5%)보다 높음.
- 프랜차이즈 일반음식점의 무인 주문기 사용 비중은 2.3%, 프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 무인 주문기 사용 비중은 4.8%로 나타남. 일반음식점 외 업종 중에서는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(13.0%)의 무인 주문기 사용 비중이 높음.
- 지역별로는 충청권(18.2%)의 무인 주문기 사용 비중이 높음. 매출액 규모별로는 5억 원 이상 (11.3%) 업체의 무인 주문기 사용 비중이 높음.

<표 2-27-2> 사업장 특성별 무인 주문기(키오스크) 사용 여부(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오	
전체		764	4.2	95.8	
업종	일반음식점	189	2.3	97.7	
	한식	96	0.5	99.5	
	중식	7	18.0	82.0	
	일식	15	11.4	88.6	
	서양식	38	0.3	99.7	
	기타 외국식	33	17.0	83.0	
	일반음식점 외	575	4.8	95.2	
	기관 구내식당업	38	6.0	94.0	
	출장·이동음식점업	4	0.0	100.0	
	제과점	71	3.6	96.4	
	기타 음식점업	105	13.0	87.0	
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	108	3.7	96.3	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	44	0.0	100.0	
	간이 음식 포장 판매 전문점	33	3.0	97.0	
	주점업	39	1.4	98.6	
	비알콜 음료점업	133	5.1	94.9	
	지역	서울권	167	3.6	96.4
		수도권	176	4.4	95.6
		충청권	83	18.2	81.8
호남권		121	0.7	99.3	
경남권		161	1.9	98.1	
경북권		56	1.5	98.5	
매출액	5천만 원 미만	13	0.0	100.0	
	5천만 원~1억 원 미만	98	0.0	100.0	
	1억 원~5억 원 미만	535	4.9	95.1	
	5억 원 이상	118	11.3	88.7	

- 비프랜차이즈 외식업체의 무인 주문기 사용 비중은 0.8%로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 무인 주문기 사용 비중은 0.8%로 나타남. 세부업종별로는 일식(4.5%)과 서양식(3.9%)의 무인 주문기 사용 비중이 비교적 높음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 무인 주문기 사용 비중은 0.8%로 나타남. 세부업종별로는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(4.1%)과 기관 구내식당업(2.5%), 비알콜 음료점업(2.1%)의 무인 주문기 사용 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로는 호남권(2.1%)과 충청권(1.8%)의 무인 주문기 사용 비중이 상대적으로 높음. 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체(1.8%)의 무인 주문기 사용 비중이 비교적 높음.

<표 2-27-3> 사업장 특성별 무인 주문기(키오스크) 사용 여부(비프랜차이즈)

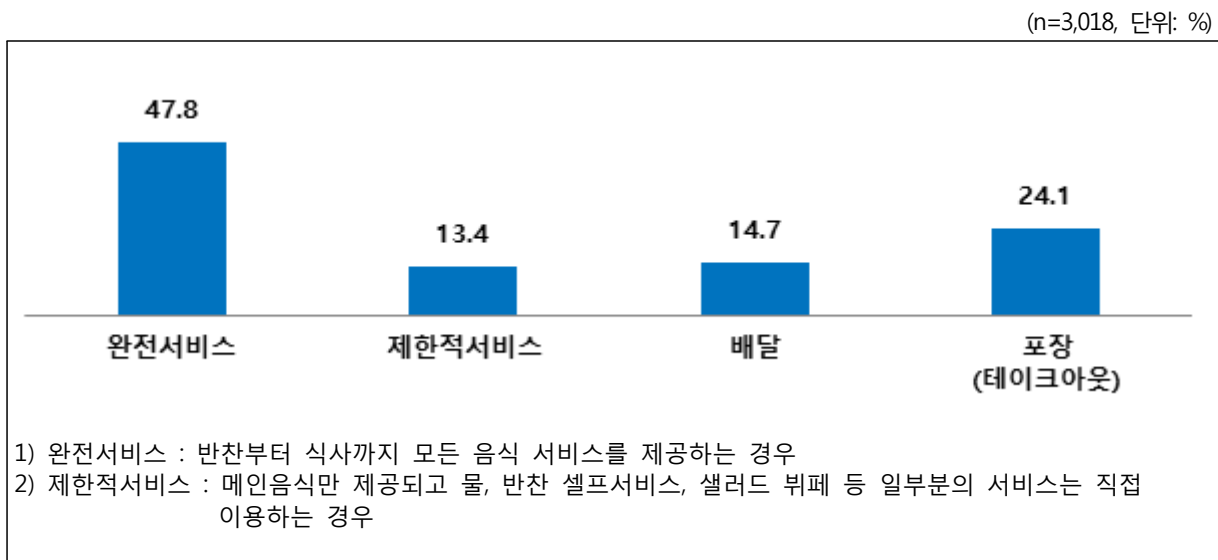
(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오	
전체		2,254	0.8	99.2	
일반 음식점	소계	1,080	0.8	99.2	
	한식	757	0.4	99.6	
	중식	118	2.0	98.0	
	일식	86	4.5	95.5	
	서양식	70	3.9	96.1	
	기타 외국식	49	3.3	96.7	
	소계	1,174	0.8	99.2	
	기관 구내식당업	67	2.5	97.5	
	출장·이동음식점업	97	0.0	100.0	
	기타 음식점 외	제과점	49	0.0	100.0
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	4.1	95.9
		치킨전문점	46	0.0	100.0
		김밥 및 기타 간이 음식점업	130	0.0	100.0
간이 음식 포장 판매 전문점		77	1.1	98.9	
주점업	511	0.4	99.6		
비알콜 음료점업	169	2.1	97.9		
지 역	서울권	535	0.4	99.6	
	수도권	572	0.4	99.6	
	충청권	176	1.8	98.2	
	호남권	267	2.1	97.9	
	경남권	417	0.6	99.4	
	경북권	287	0.5	99.5	
매 출 액	5천만 원 미만	156	0.5	99.5	
	5천만 원~1억 원 미만	494	0.6	99.4	
	1억 원~5억 원 미만	1,429	0.9	99.1	
	5억 원 이상	175	1.8	98.2	

21) 서비스 유형

- 외식업체의 서비스 유형을 살펴본 결과, 완전서비스가 47.8%, 포장(테이크아웃)(24.1%), 배달(14.7%), 제한적서비스(13.4%)로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 서비스 유형은 완전서비스(61.2%), 포장(테이크아웃)(16.7%), 배달(16.1%), 제한적서비스(5.9%)로 나타남. 일반음식점은 전체 외식업체(47.8%)에 비해서 완전서비스 비중이 높음.
 - 세부업종별로는 한식의 경우 완전서비스 비중이 64.8%로 다른 업종에 비해 높고, 배달은 중식(42.7%)이, 포장(테이크아웃)은 일식(19.9%)이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 외식업체의 서비스 유형은 완전서비스가 35.0%, 포장(테이크아웃)(31.2%), 제한적서비스(20.4%), 배달(13.4%)로 나타남.
 - 세부업종별로는 완전서비스의 경우 주점업(89.0%), 포장(테이크아웃)은 제과점(54.4%), 배달은 치킨 전문점(34.9%)의 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로 완전서비스는 서울권(51.4%), 포장(테이크아웃)은 충청권(29.6%), 배달은 경북권(17.6%) 업체의 비중이 비교적 높음.
- 매출액 규모별로 완전서비스는 5천만 원 미만(50.3%) 업체가 높고, 배달은 1억 원 이상의 비교적 큰 규모의 업체 비중이 약 16%로 높음.

<그림 2-28> 서비스 유형 분포



주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

<표 2-28-1> 사업장 특성별 서비스 유형 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	완전서비스	제한적서비스	배달	포장 (테이크아웃)		
전체		3,018	47.8	13.4	14.7	24.1		
영 업 종 류	일반 음식점	소계	1,269	61.2	5.9	16.1	16.7	
		한식	853	64.8	5.2	13.0	17.0	
		중식	125	35.5	9.5	42.7	12.3	
		일식	101	53.0	7.1	20.0	19.9	
		서양식	108	62.2	8.2	10.4	19.3	
		기타 외국식	82	60.5	16.4	6.6	16.6	
	일반 음식점 외	소계	1,749	35.0	20.4	13.4	31.2	
		기관 구내식당업	105	49.7	50.2	0.0	0.0	
		출장·이동음식점업	101	16.5	57.2	19.7	6.6	
		기타 음식점 업	제과점	120	6.3	35.6	3.7	54.4
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	19.6	17.0	32.7	30.7
			치킨전문점	154	22.4	8.1	34.9	34.6
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	37.2	14.1	12.5	36.2
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	36.3	20.0	9.8	33.9
		주점업	550	89.0	5.6	2.4	3.0	
		비알콜 음료점업	302	6.8	40.5	5.4	47.3	
		영 업 형 태	프랜차이즈	764	25.0	19.0	20.3	35.7
			비프랜차이즈	2,254	56.2	11.3	12.6	19.9
지 역	서울권	702	51.4	12.4	11.8	24.4		
	수도권	748	46.0	14.1	14.1	25.7		
	충청권	259	40.7	16.9	12.8	29.6		
	호남권	388	47.3	14.3	15.8	22.6		
	경남권	578	49.6	9.8	16.5	24.1		
	경북권	343	47.5	15.8	17.6	19.0		
매 출 액	5천만 원 미만	169	50.3	17.6	8.4	23.7		
	5천만 원~1억 원 미만	592	49.2	14.3	11.7	24.7		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	47.1	12.5	16.4	24.0		
	5억 원 이상	293	45.7	14.1	16.2	24.0		

주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

- 프랜차이즈 외식업체의 서비스 유형은 포장(테이크아웃) 비중이 35.7%로 가장 크게 나타났고, 완전서비스(25.0%), 배달(20.3%), 제한적 서비스(19.0%) 순서로 나타남. 프랜차이즈 일반음식점의 경우 완전서비스 비중이 47.6%로 가장 크고, 포장(테이크아웃)(29.5%), 배달(17.1%), 제한적서비스(5.8%) 순서로 나타남. 세부업종별 살펴보면 완전서비스는 일식(57.2%)과 기타 외국식(53.0%), 포장(테이크아웃)은 한식(30.6%), 배달은 중식(30.6%)에서 비중이 비교적 높음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 업체는 포장(테이크아웃)(37.5%), 제한적서비스(22.7%), 배달(21.3%), 완전서비스(18.5%) 순서로 나타남. 세부업종별로 살펴보면 완전서비스는 주점업(79.5%), 포장(테이크아웃)은 비알콜 음료점업(46.4%), 배달은 치킨전문점(35.9%)에서 비중이 비교적 높음.

<표 2-28-2> 사업장 특성별 서비스 유형 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	완전서비스	제한적서비스	배달	포장 (테이크아웃)	
전체		764	25.0	19.0	20.3	35.7	
일반 음식점	소계	189	47.6	5.8	17.1	29.5	
	한식	96	48.1	4.4	16.9	30.6	
	중식	7	28.9	13.5	30.6	27.1	
	일식	15	57.2	0.1	21.7	21.0	
	서양식	38	48.0	13.1	13.2	25.8	
	기타 외국식	33	53.0	16.9	4.1	26.0	
일반 음식점 외	소계	575	18.5	22.7	21.3	37.5	
	기관 구내식당업	38	36.7	63.2	0.1	0.0	
	출장·이동음식점업	4	12.2	87.8	0.0	0.0	
	기타 음식점 업	제과점	71	6.7	37.6	3.9	51.8
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	16.4	18.1	34.7	30.8
		치킨전문점	108	20.6	8.7	35.9	34.8
		김밥 및 기타 간이 음식점업	44	27.5	17.4	14.3	40.8
	간이 음식 포장 판매 전문점	33	31.6	19.7	15.6	33.1	
	주점업	39	79.5	2.3	9.1	9.1	
	비알콜 음료점업	133	4.8	40.4	8.4	46.4	
지역	서울권	167	27.5	19.2	17.9	35.4	
	수도권	176	20.3	19.4	24.3	35.9	
	충청권	83	22.4	21.6	14.3	41.7	
	호남권	121	26.8	22.9	15.1	35.3	
	경남권	161	25.4	15.8	24.3	34.5	
	경북권	56	28.6	13.0	26.5	32.0	
매출액	5천만 원 미만	13	46.8	12.6	17.0	23.7	
	5천만 원~1억 원 미만	98	27.9	18.9	18.2	35.0	
	1억 원~5억 원 미만	535	24.2	18.5	21.0	36.2	
	5억 원 이상	118	18.4	29.7	18.0	33.9	

주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

- 비프랜차이즈 외식업체의 서비스 유형은 완전서비스가 56.2%, 포장(테이크아웃)(19.9%), 배달(12.6%), 제한적서비스(11.3%)로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 경우 완전서비스 비중이 63.2%로 가장 크고, 배달(16.0%), 포장(테이크아웃)(14.9%), 제한적서비스(5.9%) 순서로 나타남. 세부업종별로 완전서비스는 서양식(68.6%), 포장(테이크아웃)은 일식(19.7%), 배달은 중식(43.5%)에서 비교적 높음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업체는 완전서비스(46.3%), 포장(테이크아웃)(26.9%), 제한적서비스(18.9%), 배달(7.9%)로 나타남. 세부업종별로 완전서비스는 주점업(90.1%), 포장(테이크아웃)은 제과점(59.0%), 배달은 치킨전문점(32.7%)이 비교적 높음.

<표 2-28-3> 사업장 특성별 서비스 유형 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	완전서비스	제한적서비스	배달	포장 (테이크아웃)		
전체		2,254	56.2	11.3	12.6	19.9		
업종	일반 음식점	소계	1,080	63.2	5.9	16.0	14.9	
		한식	757	67.0	5.3	12.5	15.2	
		중식	118	36.0	9.2	43.5	11.3	
		일식	86	52.5	8.0	19.8	19.7	
		서양식	70	68.6	6.0	9.1	16.4	
		기타 외국식	49	66.0	15.9	8.4	9.6	
		소계	1,174	46.3	18.9	7.9	26.9	
	일반 음식점 외	기관 구내식당업	67	55.6	44.4	0.0	0.1	
		출장·이동음식점업	97	16.6	56.3	20.3	6.8	
		기타 음식점 업	제과점	49	5.7	32.1	3.2	59.0
			피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업	28	30.8	13.1	25.6	30.6
			치킨전문점	46	26.3	6.8	32.7	34.2
			김밥 및 기타 간이 음식점업	130	40.5	12.9	11.9	34.7
			간이 음식 포장 판매 전문점	77	38.0	20.1	7.7	34.2
		주점업	511	90.1	5.9	1.6	2.4	
	비알콜 음료점업	169	8.2	40.6	3.2	47.9		
	지역	서울권	535	59.2	10.2	9.8	20.8	
수도권		572	53.0	12.7	11.3	23.0		
충청권		176	52.6	13.9	11.8	21.8		
호남권		267	57.4	10.0	16.1	16.4		
경남권		417	60.1	7.2	13.1	19.6		
경북권		287	52.2	16.5	15.5	15.8		
매출액	5천만 원 미만	156	50.6	18.0	7.7	23.8		
	5천만 원~1억 원 미만	494	54.5	13.2	10.1	22.2		
	1억 원~5억 원 미만	1,429	57.4	9.9	14.3	18.5		
	5억 원 이상	175	60.9	5.4	15.2	18.4		

주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

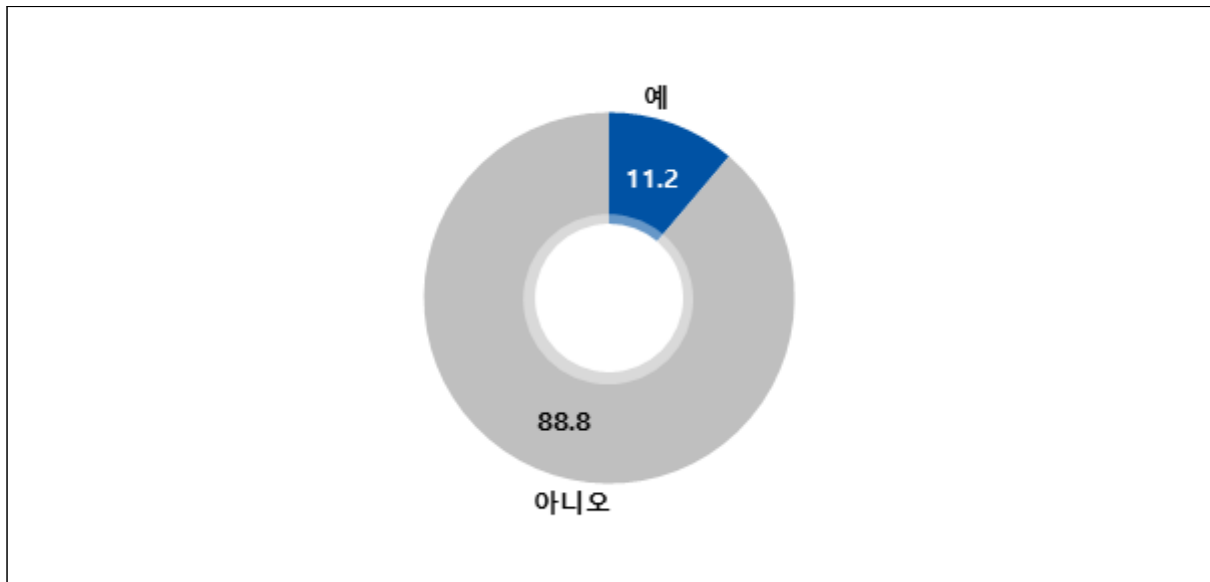
22) 배달앱 및 배달대행 이용 현황

(1) 배달앱 이용 현황

- 외식업체 중에서 11.2%가 배달앱을 이용하는 것으로 나타남.
- 일반음식점 외식업체 중 9.4%가 배달앱을 이용하는 것으로 나타남.
 - 세부업종별로는 중식(37.2%)의 배달앱 이용 비중이 높고, 한식(6.9%)은 비교적 낮음.
- 일반음식점 외 외식업체의 배달앱 이용 비중은 13.1%로 나타남.
 - 세부업종별로는 치킨전문점(57.4%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(55.2%)의 배달앱 이용 비중이 비교적 높음.
- 지역별로는 경남권(16.1%)의 배달앱 이용 비중이 가장 높음.
- 매출액 규모별로는 매출액이 많을수록 배달앱 이용 비중이 높고, 5억 원 이상 업체 중에서 19.1%는 배달앱을 이용하는 것으로 나타남.

<그림 2-29> 배달앱 이용 현황

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-29-1> 사업장 특성별 배달앱 이용 현황(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오		
전체		3,018	11.2	88.8		
영 업	일반 음식점	소계	1,269	9.4	90.6	
		한식	853	6.9	93.1	
		중식	125	37.2	62.8	
		일식	101	15.7	84.3	
		서양식	108	12.2	87.8	
		기타 외국식	82	8.0	92.0	
	일반 음식점 외	소계	1,749	13.1	86.9	
		기관 구내식당업	105	0.0	100.0	
		출장·이동음식점업	101	0.0	100.0	
		기타 음식점 업	제과점	120	1.6	98.4
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	55.2	44.8
			치킨전문점	154	57.4	42.6
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	7.3	92.7
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	10.0	90.0
		주점업	550	2.0	98.0	
		비알콜 음료점업	302	6.6	93.4	
		영 업 형태	프랜차이즈	764	28.9	71.1
			비프랜차이즈	2,254	6.7	93.3
		지 역	서울권	702	9.7	90.3
수도권	748		10.9	89.1		
충청권	259		10.2	89.8		
호남권	388		10.1	89.9		
경남권	578		16.1	83.9		
경북권	343		8.0	92.0		
매 출 액	5천만 원 미만	169	2.0	98.0		
	5천만 원~1억 원 미만	592	5.9	94.1		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	13.8	86.2		
	5억 원 이상	293	19.1	80.9		

- 프랜차이즈 외식업체의 28.9%가 배달앱을 이용하며, 전체 외식업체(11.2%)에 비해 배달앱 이용 비중이 높은 것으로 나타남. 프랜차이즈 일반음식점의 경우 배달앱 이용 비중이 22.8%로 나타남. 세부업종별로는 중식(54.1%)의 배달앱 이용 비중이 가장 높음.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 배달앱 이용 비중은 31.0%로 나타남. 세부업종별로는 치킨전문점(66.8%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(58.4%)의 배달앱 이용 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로는 수도권(41.9%), 매출액 규모별로는 1억 원~5억 원 미만(32.2%) 업체의 배달앱 이용 비중이 가장 높음.

<표 2-29-2> 사업장 특성별 배달앱 이용 현황(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오	
전체		764	28.9	71.1	
종업	일반 음식점	소계	189	22.8	77.2
		한식	96	22.3	77.7
		중식	7	54.1	45.9
		일식	15	22.8	77.2
		서양식	38	21.3	78.7
		기타 외국식	33	5.8	94.2
		기타 음식점 외	575	31.0	69.0
	기관 구내식당업	38	0.0	100.0	
	출장·이동음식점업	4	0.0	100.0	
	기타 음식점 업	제과점	71	2.8	97.2
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	58.4	41.6
		치킨전문점	108	66.8	33.2
		김밥 및 기타 간이 음식점업	44	13.1	86.9
		간이 음식 포장 판매 전문점	33	19.0	81.0
		주점업	39	9.8	90.2
	비알콜 음료점업	133	13.6	86.4	
	지역	서울권	167	22.9	77.1
		수도권	176	41.9	58.1
		충청권	83	17.7	82.3
호남권		121	19.9	80.1	
경남권		161	35.6	64.4	
경북권		56	34.1	65.9	
매출액	5천만 원 미만	13	10.8	89.2	
	5천만 원~1억 원 미만	98	19.7	80.3	
	1억 원~5억 원 미만	535	32.2	67.8	
	5억 원 이상	118	22.0	78.0	

- 비프랜차이즈 외식업체의 6.7%가 배달앱을 이용하는 것으로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점의 경우 배달앱 이용 비중이 7.9%로 나타남. 세부업종별로는 중식(36.2%)의 배달앱 이용 비중이 가장 높음.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 배달앱 이용 비중은 4.8%로 나타남. 세부업종별로는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(45.6%)과 치킨전문점(36.6%)의 배달앱 이용 비중이 높음.
- 지역별로는 경남권(10.3%), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(17.9%) 업체의 배달앱 이용 비중이 가장 높음.

<표 2-29-3> 사업장 특성별 배달앱 이용 현황(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

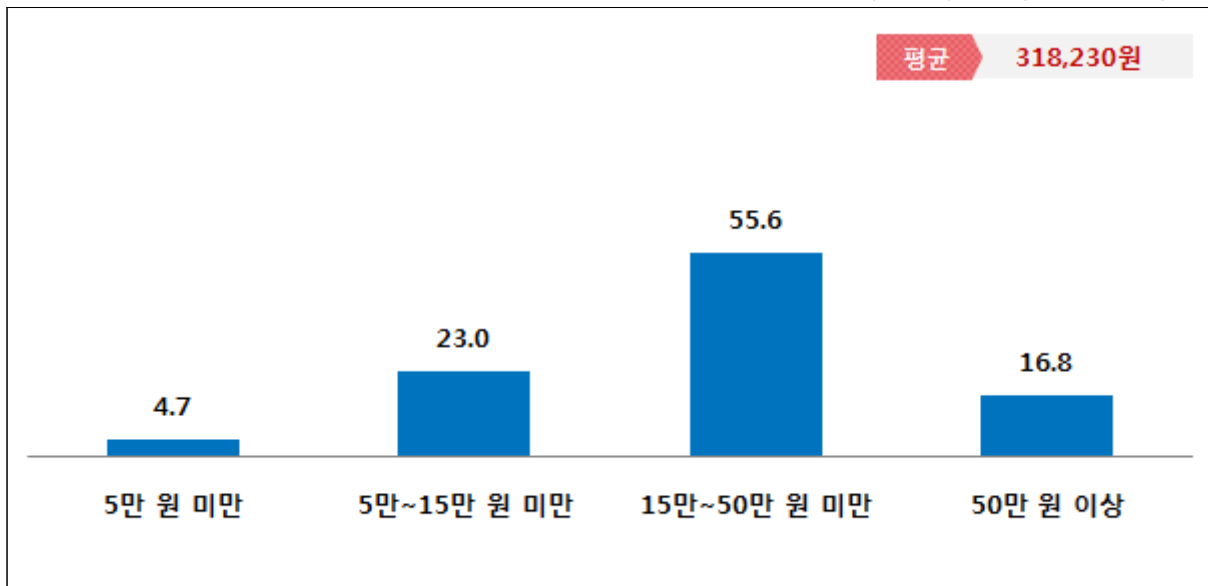
구분		사례수	예	아니오
전체		2,254	6.7	93.3
일반 음식점	소계	1,080	7.9	92.1
	한식	757	5.3	94.7
	중식	118	36.2	63.8
	일식	86	14.7	85.3
	서양식	70	9.0	91.0
	기타 외국식	49	9.4	90.6
	소계	1,174	4.8	95.2
	기관 구내식당업	67	0.0	100.0
	출장·이동음식점업	97	0.0	100.0
	제과점	49	0.0	100.0
일반 음식점 외	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	45.6	54.4
	치킨전문점	46	36.6	63.4
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	5.6	94.4
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	7.0	93.0
	주점업	511	1.3	98.7
	비알콜 음료점업	169	1.9	98.1
	서울권	535	6.7	93.3
	수도권	572	5.3	94.7
충청권	176	6.9	93.1	
호남권	267	6.6	93.4	
경남권	417	10.3	89.7	
경북권	287	4.0	96.0	
매 출 액	5천만 원 미만	156	1.4	98.6
	5천만 원~1억 원 미만	494	3.4	96.6
	1억 원~5억 원 미만	1,429	8.3	91.7
	5억 원 이상	175	17.9	82.1

(2) 월 평균 배달앱 비용

- 배달앱을 사용하는 외식업체의 월 평균 배달앱 비용은 약 31.8만 원 수준으로 나타남. 월 평균 배달앱 비용 분포별로는 15만~50만 원 미만(55.6%), 5만~15만 원 미만(23.0%), 50만 원 이상(16.8%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 월 평균 배달앱 비용은 약 33.9만 원으로 나타남.
 - 세부업종별로는 한식(약 39.3만 원)과 일식(약 38.3만 원)의 월 평균 배달앱 비용이 비교적 많음.
- 일반음식점 외 외식업체의 월 평균 배달앱 비용은 약 30.2만 원으로 나타남.
- 지역별로는 수도권(약 36.6만 원)과 경북권(약 35.4만 원)의 월 평균 배달앱 비용이 비교적 많음.
- 매출액 규모별로는 5억 원 이상 업체의 월 평균 배달앱 비용이 약 55.9만 원이고, 5천만 원 미만 업체는 약 17.8만 원 수준으로 나타남.

<그림 2-30> 월 평균 배달앱 비용 분포

(Base: 배달앱 이용 업체, n=370, 단위: %)



<표 2-30-1> 사업장 특성별 월 평균 배달앱 비용 분포(전체)

(Base: 배달앱 이용 업체, 단위: 개, %, 원)

구분		사례수	5만 원 미만	5만~15만 원 미만	15만~50만 원 미만	50만 원 이상	평균		
전체		370	4.7	23.0	55.6	16.8	318,230		
매출액	일반 음식점	소계	146	4.1	27.1	48.1	20.7	338,720	
		한식	66	2.9	17.6	52.3	27.3	392,673	
		중식	44	6.8	42.3	44.1	6.8	235,944	
		일식	14	8.4	37.0	25.1	29.5	382,619	
		서양식	13	0.0	63.2	36.2	0.6	150,165	
		기타 외국식	9	0.0	5.2	66.5	28.3	312,091	
	일반 음식점 외	소계	224	5.2	19.7	61.5	13.6	301,943	
		기타 음식점	제과점	4	0.0	29.5	0.5	70.0	587,612
			피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업	75	7.2	26.7	52.6	13.5	306,955
			치킨전문점	91	4.6	19.3	61.6	14.5	324,038
			김밥 및 기타 간이 음식점업	14	8.9	31.2	49.5	10.4	181,861
			간이 음식 포장 판매 전문점	8	0.0	19.3	64.0	16.7	565,764
			주점업	11	10.3	4.4	80.8	4.6	243,017
		비알콜 음료점업	21	0.0	6.7	80.6	12.7	240,676	
택배	프랜차이즈	209	4.0	20.2	57.3	18.5	345,950		
	비프랜차이즈	161	5.5	26.0	53.6	14.9	287,838		
지역	서울권	70	6.2	26.7	52.2	14.9	338,524		
	수도권	80	5.7	16.7	57.7	19.9	366,493		
	충청권	34	0.0	25.5	67.0	7.5	280,250		
	호남권	50	3.6	18.0	65.8	12.6	278,020		
	경남권	99	4.0	31.7	45.6	18.7	283,893		
	경북권	37	6.6	10.0	63.4	20.0	353,602		
매출액	5천만 원 미만	6	0.0	40.3	59.7	0.0	178,261		
	5천만 원~1억 원 미만	42	4.1	21.4	59.5	15.0	266,616		
	1억 원~5억 원 미만	286	5.2	23.7	56.3	14.8	313,141		
	5억 원 이상	36	0.0	10.8	33.9	55.2	559,148		

- 프랜차이즈 외식업체의 월 평균 배달앱 비용은 평균 약 34.6만 원 수준으로 나타남. 비용 분포별로는 15만~50만 원 미만이 57.3%, 5만~15만 원 미만(20.2%), 50만 원 이상(18.5%) 등의 순서로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 월 평균 배달앱 비용은 약 37.9만 원 수준으로 프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 월 평균 배달앱 비용(약 33.8만 원)에 비해 상대적으로 많게 나타남.
- 지역별로는 서울권(약 38.1만 원)의 배달앱 비용이 다른 지역에 비해 많고, 매출액 규모가 클수록 월 평균 배달앱 비용이 높게 나타남.

<표 2-30-2> 사업장 특성별 월 평균 배달앱 비용 분포(프랜차이즈)

(Base: 배달앱 이용 업체, 단위: 개, %, 원)

구분		사례수	5만 원 미만	5만~15만 원 미만	15만~50만 원 미만	50만 원 이상	평균	
전체		209	4.0	20.2	57.3	18.5	345,950	
종업	일반음식점	소계	34	0.0	22.0	58.4	19.5	378,973
		한식	19	0.0	24.4	53.5	22.1	388,124
		중식	3	0.0	0.0	100.0	0.0	250,000
		일식	2	0.0	0.0	50.0	50.0	930,000
		서양식	7	0.0	38.3	60.3	1.4	201,847
		기타 외국식	3	0.0	0.0	63.5	36.5	283,989
		소계	175	5.0	19.8	57.1	18.2	337,562
	일반음식점 외	제과점	4	0.0	29.5	0.5	70.0	587,612
		피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업	62	4.6	30.3	48.1	17.0	339,460
		치킨전문점	75	5.7	22.0	54.2	18.1	347,360
		김밥 및 기타 간이 음식점업	7	0.0	0.0	74.4	25.6	296,633
		간이 음식 포장 판매 전문점	4	0.0	15.6	49.5	34.9	1,000,671
		주점업	5	25.0	0.2	63.8	11.1	239,953
		비알콜 음료점업	18	0.0	0.3	84.3	15.4	253,088
지역	서울권	34	3.9	18.1	63.1	14.8	381,118	
	수도권	50	2.4	20.4	60.6	16.6	375,895	
	충청권	21	0.0	11.1	74.7	14.2	368,745	
	호남권	30	6.9	6.7	63.0	23.4	372,252	
	경남권	53	2.3	35.4	45.5	16.9	256,228	
	경북권	21	11.6	6.5	52.1	29.8	407,967	
매출액	5천만 원 미만	2	0.0	53.4	46.6	0.0	168,172	
	5천만 원~1억 원 미만	23	4.9	28.3	60.7	6.1	219,060	
	1억 원~5억 원 미만	159	4.0	19.1	58.2	18.7	350,996	
	5억 원 이상	25	0.0	8.2	28.0	63.8	738,073	

- 비프랜차이즈 외식업체의 월 평균 배달앱 비용은 평균 약 28.8만 원 수준으로 나타남. 비용 분포별로는 15만~50만 원 미만이 53.6%, 5만~15만 원 미만(26.0%), 50만 원 이상(14.9%) 등의 순서임.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 월 평균 배달앱 비용은 약 32.6만 원 수준으로 비프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 월 평균 배달앱 비용(약 19.6만 원)에 비해 상대적으로 높음.
- 지역별로는 수도권(약 35.3만 원)의 월 평균 배달앱 비용이 다른 지역에 비해 많고, 매출액 규모가 클수록 월 평균 배달앱 비용이 높게 나타남.

<표 2-30-3> 사업장 특성별 월 평균 배달앱 비용 분포(비프랜차이즈)

(Base: 배달앱 이용 업체, 단위: 개, %, 원)

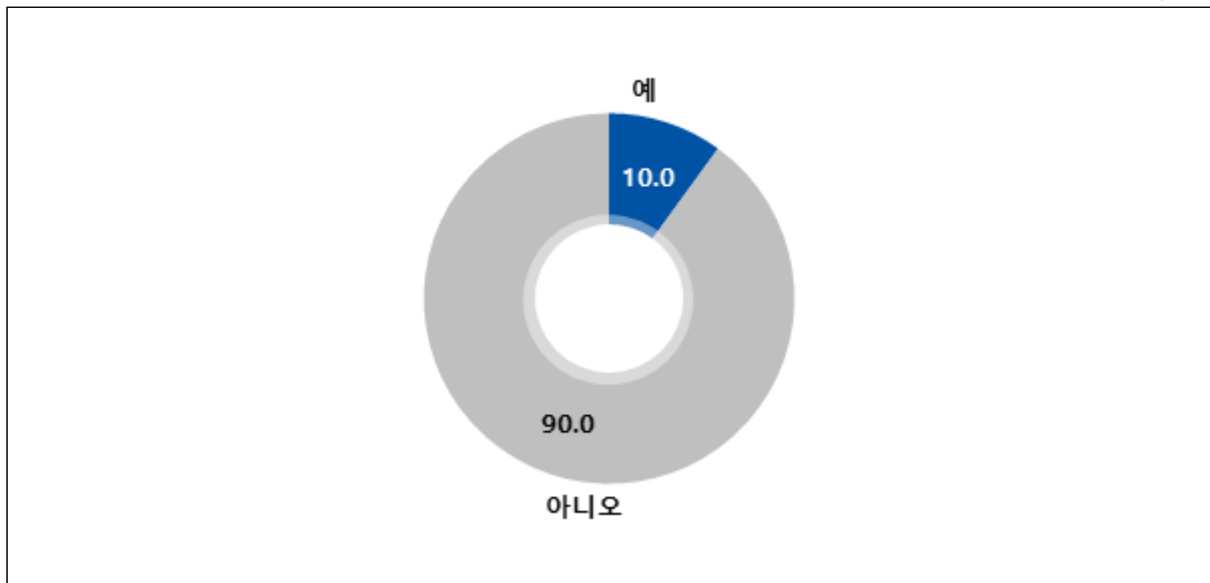
구분		사례수	5만 원 미만	5만~15만 원 미만	15만~50만 원 미만	50만 원 이상	평균		
전체		161	5.5	26.0	53.6	14.9	287,838		
사업장 유형	일반 음식점	소계	112	5.4	28.7	44.8	21.1	326,065	
		한식	47	4.1	14.7	51.8	29.4	394,593	
		중식	41	7.5	46.2	38.9	7.4	234,649	
		일식	12	10.1	44.5	20.1	25.3	272,522	
		서양식	6	0.0	84.5	15.5	0.0	105,894	
		기타 외국식	6	0.0	7.2	67.7	25.1	323,183	
	일반 음식점 외	소계	49	5.7	19.3	74.9	0.0	195,870	
		기타 음식점 업	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	13	17.1	13.0	69.8	0.0	182,677
			치킨전문점	16	0.0	8.6	91.4	0.0	230,114
			김밥 및 기타 간이 음식점업	7	15.0	52.5	32.5	0.0	103,222
			간이 음식 포장 판매 전문점	4	0.0	22.7	77.3	0.0	167,131
		주점업	6	0.0	7.3	92.7	0.0	245,164	
		비알콜 음료점업	3	0.0	37.4	62.6	0.0	181,142	
		지역	서울권	36	8.0	33.4	43.7	14.9	305,220
수도권	30		10.4	11.4	53.5	24.7	352,902		
충청권	13		0.0	41.6	58.4	0.0	180,739		
호남권	20		0.0	30.3	68.8	0.9	174,914		
경남권	46		5.7	27.9	45.8	20.6	312,268		
경북권	16	0.0	14.7	78.1	7.2	282,423			
매출액 분포	5천만 원 미만	4	0.0	33.0	67.0	0.0	183,898		
	5천만 원~1억 원 미만	19	3.2	14.6	58.3	23.9	314,662		
	1억 원~5억 원 미만	127	6.5	29.2	54.1	10.2	268,569		
	5억 원 이상	11	0.0	12.2	37.1	50.7	465,255		

(3) 배달대행 이용 현황

- 배달대행을 이용하는 업체 비중은 10.0%로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 8.9%는 배달대행을 이용하는 것으로 나타남.
 - 세부업종별로는 중식(18.9%)과 일식(13.0%)의 배달대행 사용 업체 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 외식업체의 배달대행 이용 비중은 11.2%로 나타남.
 - 세부업종별로는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(49.4%)과 치킨전문점(49.2%)의 배달대행 사용 업체 비중이 압도적으로 높음.
- 지역별로는 경남권(15.9%)의 배달대행 사용 비중이 다른 지역에 비해 상대적으로 높음.
- 매출액 규모가 클수록 배달대행 사용 비중이 높으며, 5천만 원 미만 업체의 2.3%만이 배달대행을 사용하고 있는 반면, 5억 원 이상 업체는 15.8%가 배달대행을 사용하고 있는 것으로 나타남.

<그림 2-31> 배달대행 이용 현황

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-31-1> 사업장 특성별 배달대행 이용 현황(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오		
전체		3,018	10.0	90.0		
영양	일반 음식점	소계	1,269	8.9	91.1	
		한식	853	8.0	92.0	
		중식	125	18.9	81.1	
		일식	101	13.0	87.0	
		서양식	108	8.6	91.4	
		기타 외국식	82	5.2	94.8	
	일반 음식점 외	소계	1,749	11.2	88.8	
		기관 구내식당업	105	0.0	100.0	
		출장·이동음식점업	101	0.0	100.0	
		기타 음식점 업	제과점	120	2.8	97.2
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	49.4	50.6
			치킨전문점	154	49.2	50.8
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	6.9	93.1
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	6.4	93.6
		주점업	550	1.8	98.2	
		비알콜 음료점업	302	4.3	95.7	
		영양 형태	프랜차이즈	764	24.8	75.2
비프랜차이즈	2,254		6.2	93.8		
지역	서울권	702	7.0	93.0		
	수도권	748	10.2	89.8		
	충청권	259	7.1	92.9		
	호남권	388	10.6	89.4		
	경남권	578	15.9	84.1		
	경북권	343	6.1	93.9		
매 출 액	5천만 원 미만	169	2.3	97.7		
	5천만 원~1억 원 미만	592	5.5	94.5		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	12.3	87.7		
	5억 원 이상	293	15.8	84.2		

- 프랜차이즈 외식업체의 24.8%가 배달대행을 사용하고 있는 것으로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 배달대행 사용 비중은 18.3%인 반면, 프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 배달대행 사용 비중은 27.1% 수준으로 높게 나타남. 일반음식점 외 업체 중 치킨전문점(60.6%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(53.8%)의 배달대행 사용 비중이 상대적으로 높게 나타남.
- 지역별로는 경남권(38.0%)과 수도권(33.3%)의 배달대행 사용 비중이 상대적으로 높음. 매출액 규모별로는 1억 원~5억 원 미만(27.3%) 업체의 배달대행 사용 비중이 상대적으로 높음.

<표 2-31-2> 사업장 특성별 배달대행 이용 현황(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오	
전체		764	24.8	75.2	
종업	일반음식점	189	18.3	81.7	
	한식	96	19.8	80.2	
	중식	7	18.0	82.0	
	일식	15	22.8	77.2	
	서양식	38	8.4	91.6	
	기타 외국식	33	5.8	94.2	
	일반음식점 외	575	27.1	72.9	
	기관 구내식당업	38	0.0	100.0	
	출장·이동음식점업	4	0.0	100.0	
	제과점	71	4.7	95.3	
	기타 음식점업	105	53.8	46.2	
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	108	60.6	39.4	
	김밥 및 기타 간이 음식점업	44	15.9	84.1	
	간이 음식 포장 판매 전문점	33	14.3	85.7	
	주점업	39	7.3	92.7	
	비알콜 음료점업	133	7.0	93.0	
	지역	서울권	167	17.2	82.8
		수도권	176	33.3	66.7
		충청권	83	11.1	88.9
호남권		121	15.7	84.3	
경남권		161	38.0	62.0	
경북권		56	30.0	70.0	
매출액	5천만 원 미만	13	10.8	89.2	
	5천만 원~1억 원 미만	98	18.9	81.1	
	1억 원~5억 원 미만	535	27.3	72.7	
	5억 원 이상	118	16.1	83.9	

- 비프랜차이즈 외식업체의 6.2%가 배달대행을 사용하고 있는 것으로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 배달대행 사용 비중은 7.9%로 나타나, 비프랜차이즈 일반음식점 외업체의 배달대행 사용 비중(3.8%)에 비해 높은 수준임. 일반음식점 중에서 중식(19.0%)과 일식(11.8%)의 배달대행 사용 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로는 호남권(8.8%)의 배달대행 사용 비중이 가장 높음. 매출액 규모가 클수록 배달대행 사용 비중이 높으며, 5천만 원 미만 업체의 1.7%만이 배달대행을 사용하고 있는 반면, 5억 원 이상 업체는 15.7%가 사용하고 있는 것으로 나타남.

<표 2-31-3> 사업장 특성별 배달대행 이용 현황(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

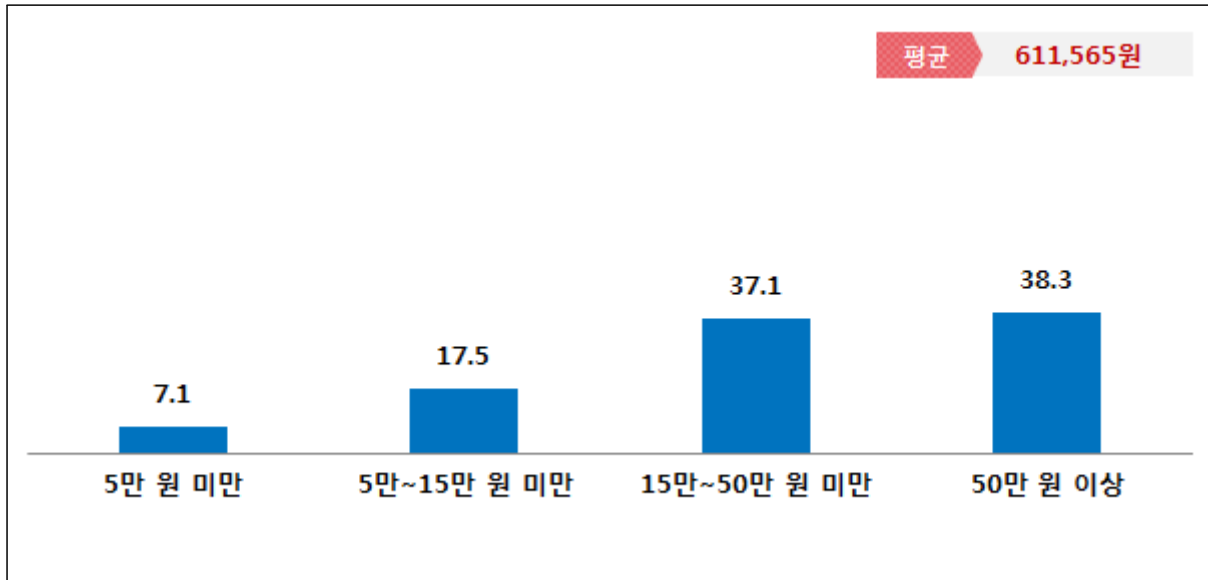
구분		사례수	예	아니오	
전체		2,254	6.2	93.8	
일반 음식점	소계	1,080	7.9	92.1	
	한식	757	6.8	93.2	
	중식	118	19.0	81.0	
	일식	86	11.8	88.2	
	서양식	70	8.7	91.3	
	기타 외국식	49	4.9	95.1	
	일반 음식점 외	소계	1,174	3.8	96.2
		기관 구내식당업	67	0.0	100.0
		출장·이동음식점업	97	0.0	100.0
		제과점	49	0.0	100.0
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업		28	36.0	64.0	
치킨전문점		46	24.0	76.0	
김밥 및 기타 간이 음식점업		130	4.3	95.7	
간이 음식 포장 판매 전문점		77	3.8	96.2	
주점업		511	1.3	98.7	
비알콜 음료점업		169	2.5	97.5	
지역	서울권	535	4.7	95.3	
	수도권	572	6.0	94.0	
	충청권	176	5.4	94.6	
	호남권	267	8.8	91.2	
	경남권	417	9.3	90.7	
	경북권	287	2.4	97.6	
매출액	5천만 원 미만	156	1.7	98.3	
	5천만 원~1억 원 미만	494	3.1	96.9	
	1억 원~5억 원 미만	1,429	7.8	92.2	
	5억 원 이상	175	15.7	84.3	

(4) 월 평균 배달대행 비용

- 월 평균 배달대행 비용은 약 61.2만 원 수준으로 나타남. 월 평균 배달대행 비용은 50만 원 이상의 비중이 38.3%로 가장 크고, 15만~50만 원 미만(37.1%), 5만~15만 원 미만(17.5%) 등의 순서임.
- 일반음식점 외식업체의 월 평균 배달대행 비용은 약 52.5만 원 수준으로 나타남. 월 평균 배달대행 비용은 15만~50만 원 이상의 비중이 45.1%로 가장 크고, 50만 원 이상(29.9%), 5만~15만 원 미만(19.6%) 등의 순서임.
- 일반음식점 외 외식업체의 월 평균 배달대행 비용은 약 68.8만 원 수준으로 나타남. 월 평균 배달대행 비용은 50만 원 이상의 비중이 45.7%로 가장 크고, 15만~50만 원 미만(29.9%), 5만~15만 원 미만(15.7%) 등의 순서임.
 - 세부업종별로는 치킨전문점(약 79.3만 원)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(약 70.6만 원)의 월 평균 배달대행 비용이 상대적으로 큼.
- 지역별로는 서울권(약 72.9만 원)과 호남권(약 71.6만 원)의 월 평균 배달대행 비용이 다른 지역에 비해 크게 나타남.
- 매출액 규모별로는 1억 원~5억 원 미만 외식업체의 월 평균 배달대행 비용이 약 64.4만 원으로 비교적 큼.

<그림 2-32> 월 평균 배달대행 비용 분포

(Base: 배달대행 이용 업체, n=309, 단위: %)



<표 2-32-1> 사업장 특성별 월 평균 배달대행 비용 분포(전체)

(Base: 배달대행 이용 업체, 단위: 개, %, 원)

구분		사례수	5만 원 미만	5만~15만 원 미만	15만~50만 원 미만	50만 원 이상	평균		
전체		309	7.1	17.5	37.1	38.3	611,565		
매출액	일반 음식점	소계	121	5.4	19.6	45.1	29.9	525,302	
		한식	69	5.4	21.5	48.1	25.0	500,659	
		중식	24	3.5	6.7	36.4	53.4	721,373	
		일식	12	5.3	20.1	38.1	36.5	441,226	
		서양식	9	14.6	35.7	23.8	26.0	325,425	
		기타 외국식	7	0.0	0.0	37.2	62.8	645,878	
	일반 음식점 외	소계	188	8.6	15.7	29.9	45.7	687,663	
		기타 음식점	제과점	5	0.0	17.3	41.5	41.2	388,686
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	68	1.9	16.5	35.5	46.2	706,087
			치킨전문점	76	9.9	10.6	29.6	49.9	793,054
			김밥 및 기타 간이 음식점업	12	10.9	16.4	24.9	47.8	633,980
			간이 음식 포장 판매 전문점	5	18.3	37.5	44.2	0.0	140,688
		주점업	9	18.7	18.7	15.6	46.9	384,897	
		비알콜 음료점업	13	9.9	38.1	27.5	24.5	396,138	
		택배	프랜차이즈	174	8.4	16.8	30.5	44.3	712,303
비프랜차이즈	135		5.7	18.2	43.7	32.3	510,268		
지역	서울권	46	11.1	24.7	26.9	37.3	729,198		
	수도권	66	4.3	16.4	41.4	37.9	594,338		
	충청권	26	0.0	20.2	31.8	48.0	620,168		
	호남권	46	0.7	7.6	41.3	50.4	716,456		
	경남권	92	13.8	22.9	32.1	31.3	530,282		
	경북권	33	0.0	6.0	57.7	36.4	523,040		
매출액	5천만 원 미만	6	7.4	47.4	28.8	16.5	284,928		
	5천만 원~1억 원 미만	34	9.8	23.8	33.8	32.7	529,708		
	1억 원~5억 원 미만	239	7.0	16.1	35.6	41.2	644,305		
	5억 원 이상	30	0.0	12.7	72.4	14.9	419,694		

- 프랜차이즈 외식업체의 월 평균 배달대행 비용은 약 71.2만 원 수준으로 나타남. 월 평균 비용 분포별로는 50만 원 이상이 44.3%, 15만~50만 원 미만(30.5%), 5만~15만 원 미만(16.8%) 순서임.
- 프랜차이즈 일반음식점의 월 평균 배달대행 비용은 약 82.5만 원으로 프랜차이즈 일반음식점 외업체의 월 평균 배달대행 비용(약 68.6만 원)에 비해 상대적으로 크게 나타남.
- 일반음식점 외 업체 중 치킨전문점(약 77.9만 원)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(약 72.8만 원)의 월 평균 배달대행 비용이 상대적으로 큼.
- 지역별로는 호남권(약 104.7만 원)과 서울권(약 99.1만 원)의 월 평균 배달대행 비용이 비교적 크고, 매출액 규모별로는 1억 원~5억 원 미만 업체의 월 평균 배달대행 비용이 약 77.9만 원으로 상대적으로 큼.

<표 2-32-2> 사업장 특성별 월 평균 배달대행 비용 분포(프랜차이즈)

(Base: 배달대행 이용 업체, 단위: 개, %, 원)

구분		사례수	5만 원 미만	5만~15만 원 미만	15만~50만 원 미만	50만 원 이상	평균		
전체		174	8.4	16.8	30.5	44.3	712,303		
업종	일반음식점	소계	24	8.9	15.8	25.4	49.9	825,166	
		한식	15	10.3	18.4	24.4	46.8	844,580	
		중식	1	0.0	0.0	0.0	100.0	900,000	
		일식	2	0.0	0.0	50.0	50.0	747,500	
		서양식	3	0.0	0.0	45.8	54.2	494,390	
		기타 외국식	3	0.0	0.0	18.2	81.8	617,948	
	일반음식점 외	소계	150	8.3	17.1	31.6	43.0	686,037	
		기타 음식점 업	제과점	5	0.0	17.3	41.5	41.2	388,686
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	58	2.3	17.6	33.6	46.5	728,409
			치킨전문점	65	11.7	10.9	30.2	47.2	778,859
			김밥 및 기타 간이 음식점업	6	21.0	22.6	21.0	35.3	425,678
			간이 음식 포장 판매 전문점	3	0.0	67.1	32.9	0.0	149,551
			주점업	3	0.0	0.0	29.6	70.4	580,214
		비알콜 음료점업	10	0.0	58.1	41.9	0.0	190,616	
		지역	서울권	24	8.0	21.6	11.4	59.0	990,562
			수도권	37	6.7	8.8	35.6	48.9	733,743
			충청권	15	0.0	26.4	33.8	39.8	721,478
호남권	23		0.0	10.3	23.8	65.9	1,046,723		
경남권	55		16.8	26.8	27.5	28.9	499,868		
경북권	20		0.0	0.0	62.3	37.7	542,442		
매출액	5천만 원 미만	2	0.0	0.0	46.6	53.4	708,676		
	5천만 원~1억 원 미만	20	19.0	25.7	29.0	26.3	364,343		
	1억 원~5억 원 미만	132	7.0	14.6	30.4	48.0	779,406		
	5억 원 이상	20	0.0	41.8	33.4	24.8	544,764		

- 비프랜차이즈 외식업체의 월 평균 배달대행 비용은 약 51.0만 원 수준으로 나타남. 월 평균 비용 분포별로는 15만~50만 원 미만(43.7%), 50만 원 이상(32.3%), 5만~15만 원 미만(18.2%) 등의 순서로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 월 평균 배달대행 비용(약 44.9만 원)에 비해 비프랜차이즈 일반음식점 외 업체의 월 평균 배달대행 비용(약 69.3만 원)이 상대적으로 높게 나타남.

<표 2-32-3> 사업장 특성별 월 평균 배달대행 비용 분포(비프랜차이즈)

(Base: 배달대행 이용 업체, 단위: 개, %, 원)

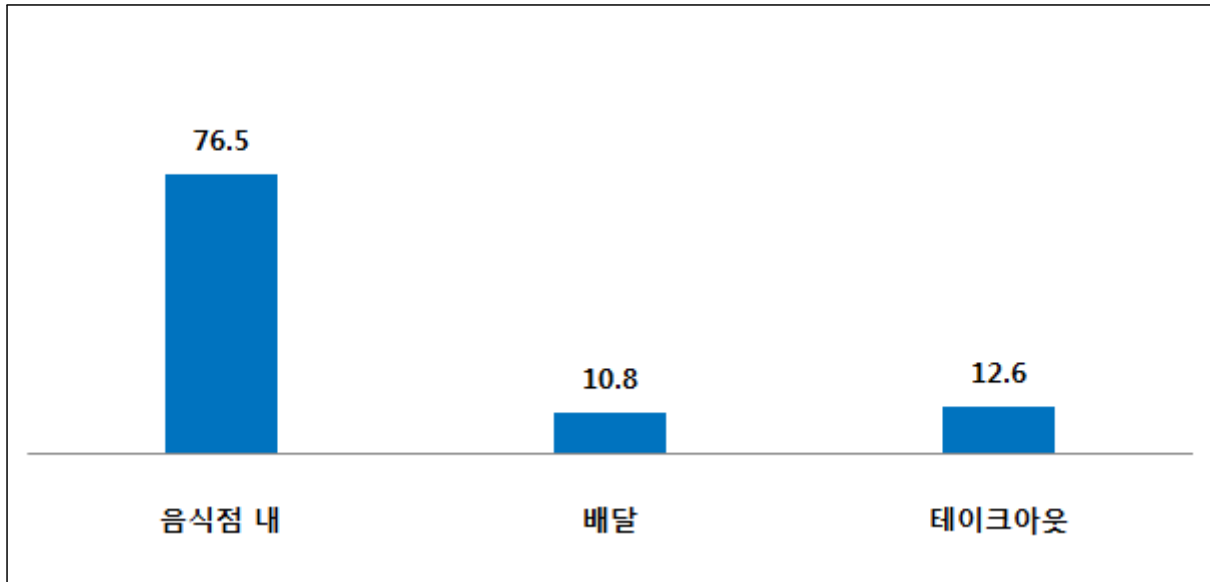
구분		사례수	5만 원 미만	5만~15만 원 미만	15만~50만 원 미만	50만 원 이상	평균		
전체		135	5.7	18.2	43.7	32.3	510,268		
매출액	일반음식점	소계	97	4.5	20.5	50.1	24.9	449,418	
		한식	54	3.9	22.4	55.0	18.7	400,551	
		중식	23	3.7	7.1	38.6	50.7	710,912	
		일식	10	6.7	25.2	35.1	33.1	364,114	
		서양식	6	19.7	48.2	16.1	16.1	266,192	
		기타 외국식	4	0.0	0.0	51.6	48.4	667,162	
	일반음식점 외	소계	38	9.4	11.4	24.5	54.7	692,970	
		기타음식점	피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업	10	0.0	11.4	44.1	44.5	606,693
			치킨전문점	11	0.0	8.9	26.2	65.0	872,204
			김밥 및 기타 간이 음식점업	6	0.0	9.8	29.0	61.2	857,936
			간이 음식 포장 판매 전문점	2	41.5	0.0	58.5	0.0	129,504
		주점업	6	28.2	28.2	8.5	35.1	286,677	
	비알콜 음료점업	3	28.9	0.0	0.0	71.1	787,907		
	지역	서울권	22	13.8	27.3	40.1	18.9	508,472	
		수도권	29	1.8	24.2	47.4	26.6	452,271	
		충청권	11	0.0	14.7	30.0	55.3	529,179	
호남권		23	1.1	5.8	52.6	40.5	503,330		
경남권		37	10.1	18.1	37.6	34.2	567,250		
경북권		13	0.0	17.3	48.7	34.0	486,189		
매출액	5천만 원 미만	4	10.7	68.5	20.8	0.0	95,886		
	5천만 원~1억 원 미만	14	0.0	21.8	38.8	39.4	705,158		
	1억 원~5억 원 미만	107	7.1	17.8	41.2	34.0	500,841		
	5억 원 이상	10	0.0	0.0	89.4	10.6	364,967		

23) 총 매출액 대비 판매유형별 매출액

- 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중을 살펴보면, 음식점 내 비중은 76.5%, 12.6%는 테이크아웃, 10.8%는 배달로 나타남.
- 일반음식점의 경우 음식점 내 매출액 비중은 87.4%, 9.5%는 배달, 3.1%는 테이크아웃으로 나타남.
 - 세부업종별로 음식점 내 매출액 비중이 가장 높은 업종은 중식(91.9%)과 기타 외국식(91.9%)이며, 배달 비중이 가장 높은 업종은 일식(69.3%), 테이크아웃 비중이 가장 높은 업종은 한식(23.1%)으로 나타남.
- 일반음식점 외 외식업체의 경우 음식점 내 매출액 비중은 94.3%, 배달 1.9%, 테이크아웃 3.8%로 일반음식점에 비해 배달 매출액의 비중이 낮게 나타남.
 - 세부업종별로 음식점 내 매출액 비중이 가장 높은 업종은 기관 구내식당업(100.0%)과 주점업(98.8%)이며, 배달 비중이 가장 높은 업종은 치킨전문점(65.0%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사음식점업(52.3%), 테이크아웃 비중이 가장 높은 업종은 제과점(84.8%)으로 나타남.
- 5억 원 이상 업체의 음식점 내 매출액 비중이 81.1%로 여타 규모의 외식업체들에 비해 높고, 테이크아웃 비중은 9.3%로 상대적으로 낮음.

<그림 2-33> 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중 분포

(Base: n=3,018, 단위: %)



<표 2-33-1> 사업장 특성별 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	음식점 내	배달	테이크아웃		
전체		3,018	76.5	10.8	12.6		
매출액	일반 음식점	소계	1,269	87.4	9.5	3.1	
		한식	1,749	64.5	12.3	23.1	
		중식	853	91.9	5.1	3.1	
		일식	125	27.6	69.3	3.1	
		서양식	101	90.0	6.3	3.7	
		기타 외국식	108	91.9	5.5	2.6	
		소계	82	94.3	1.9	3.8	
	일반 음식점 외	기관 구내식당업	105	100.0	0.0	0.0	
		출장·이동음식점업	101	76.3	19.7	4.0	
		제과점	120	14.6	0.6	84.8	
		기타 음식점 업	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	25.7	52.3	22.0
			치킨전문점	154	20.9	65.0	14.1
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	59.4	7.7	32.9
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	65.4	7.1	27.5
		주점업	550	98.8	0.8	0.3	
		비알콜 음료점업	302	49.1	2.0	49.0	
		매출 형태	프랜차이즈	764	50.6	22.7	26.6
비프랜차이즈	2,254		83.1	7.8	9.1		
지역	서울권	702	76.7	9.6	13.8		
	수도권	748	76.5	10.6	13.0		
	충청권	259	72.1	12.0	15.9		
	호남권	388	76.4	9.1	14.5		
	경남권	578	78.0	11.9	10.1		
	경북권	343	77.0	13.6	9.4		
매출 액	5천만 원 미만	169	77.9	4.6	17.5		
	5천만 원~1억 원 미만	592	76.8	8.9	14.3		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	76.1	12.3	11.6		
	5억 원 이상	293	81.1	9.6	9.3		

- 프랜차이즈 외식업체는 음식점 내 매출액 비중은 50.6%, 22.7%는 배달, 26.6%는 테이크아웃으로 나타나 배달과 테이크아웃의 매출액 비중이 높은 편임. 프랜차이즈 일반음식점 중에서 음식점 내 매출액 비중이 가장 높은 업종은 기타 외국식(91.0%)이며, 배달 비중이 가장 높은 업종은 일식(39.3%), 테이크아웃 비중이 가장 높은 업종은 한식(32.3%)으로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점 외 외식업체 중에서 배달 매출액 비중이 가장 높은 업종은 치킨전문점(65.2%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(56.1%)이고, 테이크아웃 비중이 가장 높은 업종은 제과점(83.4%)으로 나타남. 지역별로는 경북권의 배달 매출액 비중이 34.5%로 타 지역에 비해서 높고, 테이크아웃 매출액 비중(16.2%)은 상대적으로 낮음.

<표 2-33-2> 사업장 특성별 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	음식점 내	배달	테이크아웃	
전체		764	50.6	22.7	26.6	
영양	일반 음식점	소계	189	77.5	12.3	10.2
		한식	575	41.4	26.3	32.3
		중식	96	76.1	12.4	11.5
		일식	7	55.8	39.3	4.9
		서양식	15	82.5	14.0	3.5
		기타 외국식	38	91.0	3.2	5.8
	일반 음식점 외	소계	33	91.6	1.5	6.9
		기관 구내식당업	38	99.9	0.1	0.0
		출장·이동음식점업	4	100.0	0.0	0.0
		기타 음식점 업	제과점	71	15.8	0.8
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업			105	21.4	56.1	22.5
치킨전문점			108	20.6	65.2	14.3
김밥 및 기타 간이 음식점업			44	54.7	11.2	34.1
간이 음식 포장 판매 전문점			33	53.5	17.3	29.2
주점업	39	94.7	4.4	0.9		
비알콜 음료점업	133	47.6	3.1	49.3		
지역	서울권	167	51.2	22.2	26.6	
	수도권	176	40.7	32.3	27.0	
	충청권	83	57.3	12.4	30.3	
	호남권	121	56.3	11.9	31.9	
	경남권	161	50.2	26.6	23.3	
	경북권	56	49.3	34.5	16.2	
매출액	5천만 원 미만	13	70.5	13.9	15.6	
	5천만 원~1억 원 미만	98	52.7	21.2	26.1	
	1억 원~5억 원 미만	535	49.0	23.7	27.3	
	5억 원 이상	118	59.1	17.6	23.3	

- 비프랜차이즈 외식업체는 음식점 내 매출액 비중은 83.1%, 7.8%는 배달, 9.1%는 테이크아웃으로 나타남. 비프랜차이즈 일반음식점 중에서 음식점 내 매출액 비중이 가장 높은 업종은 중식(93.4%)과 기타 외국식(92.2%)이며, 배달 비중이 가장 높은 업종은 일식(71.1%), 테이크아웃 비중이 가장 높은 업종은 한식(18.9%)으로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점 외 외식업체 중에서 배달 매출액 비중이 가장 높은 업종은 치킨전문점(64.7%)와 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(41.2%)이고, 테이크아웃 비중이 가장 높은 업종은 제과점(86.8%)으로 나타남. 매출액이 5억 원 이상인 업체의 음식점 내 매출액 비중은 90.5%로 여타 규모의 외식업체들에 비해 높고, 테이크아웃 비중은 3.4%로 상대적으로 낮음.

<표 2-33-3> 사업장 특성별 총 매출액 대비 판매유형별 매출액 비중 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

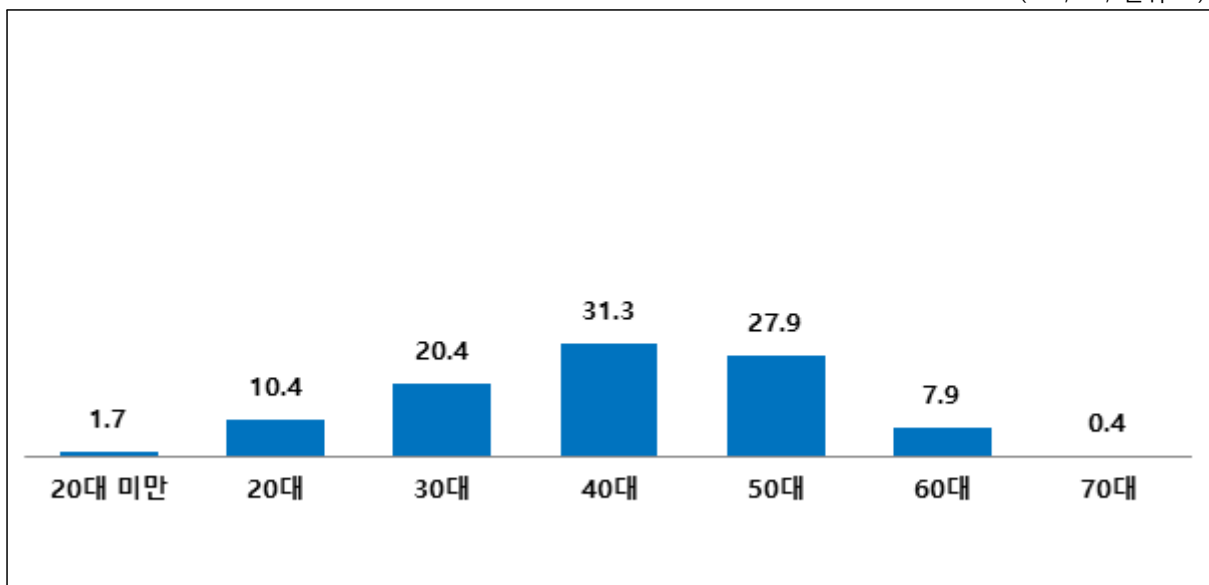
구분		사례수	음식점 내	배달	테이크아웃		
전체		2,254	83.1	7.8	9.1		
해업	일반 음식점	소계	1,080	88.5	9.2	2.3	
		한식	1,174	75.2	5.9	18.9	
		중식	757	93.4	4.3	2.2	
		일식	118	25.9	71.1	3.0	
		서양식	86	91.0	5.3	3.8	
		기타 외국식	70	92.2	6.3	1.5	
	일반 음식점 외	소계	49	96.0	2.2	1.7	
		기관 구내식당업	67	100.0	0.0	0.0	
		출장·이동음식점업	97	75.6	20.3	4.1	
		기타 음식점 업	제과점	49	13.0	0.2	86.8
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	38.4	41.2	20.4
			치킨전문점	46	21.5	64.7	13.8
			김밥 및 기타 간이 음식점업	130	60.8	6.7	32.6
			간이 음식 포장 판매 전문점	77	69.4	3.7	26.9
		주점업	511	99.2	0.5	0.3	
		비알콜 음료점업	169	50.0	1.2	48.7	
		지역	서울권	535	82.5	6.7	10.8
			수도권	572	83.0	6.6	10.4
			충청권	176	78.7	11.8	9.5
호남권	267		83.7	8.1	8.2		
경남권	417		86.3	7.5	6.2		
경북권	287		81.2	10.4	8.4		
매출액	5천만 원 미만	156	78.5	4.0	17.6		
	5천만 원~1억 원 미만	494	81.0	6.7	12.2		
	1억 원~5억 원 미만	1,429	84.3	8.9	6.8		
	5억 원 이상	175	90.5	6.2	3.4		

24) 주요 고객 연령

- 외식업체의 주요 고객 연령은 40대(31.3%)이며, 그 다음으로는 50대(27.9%), 30대(20.4%), 20대(10.4%), 60대(7.9%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 고객 연령 분포는 50대(35.7%), 40대(35.2%), 30대(13.9%), 60대(9.7%), 20대(4.8%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 한식은 50대(38.7%)와 40대(36.0%), 중식(36.0%)과 일식(34.9%)은 40대, 서양식(43.3%)과 기타 외국식(44.0%)은 30대 고객 비중이 높음.
- 일반음식점 외 외식업체의 고객 연령 분포는 30대(27.8%), 40대(26.9%), 50대(19.2%), 20대(16.7%) 등의 순서로 나타남.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업은 40대(38.9%), 제과점은 30대(36.6%)와 40대(35.6%), 치킨전문점은 30대(33.9%)와 40대(30.1%)의 비중이 상대적으로 높게 나타남.
- 지역별로는 호남권을 제외한 모든 지역에서 40대 고객의 비중이 가장 높게 나타남. 호남권은 50대 고객 비중(30.0%)이 가장 높음.
- 매출액 규모가 상대적으로 작은 1억 원 미만 업체의 경우 50대 비중이 높은 반면, 매출액이 1억 원 이상인 업체는 40대 비중이 높은 경향이 나타남.

<그림 2-34> 주요 고객 연령 분포

(n=3,018, 단위: %)



주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

<표 2-34-1> 사업장 특성별 주요 고객 연령대 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	20대 미만	20대	30대	40대	50대	60대	70대		
전체		3,018	1.7	10.4	20.4	31.3	27.9	7.9	0.4		
상업	일반 음식점	소계	1,269	0.5	4.8	13.9	35.2	35.7	9.7	0.3	
		한식	853	0.2	2.8	11.0	36.0	38.7	11.1	0.3	
		중식	125	2.2	8.5	25.2	36.0	25.3	2.8	0.0	
		일식	101	0.6	12.8	28.3	34.9	21.3	2.1	0.0	
		서양식	108	4.3	33.2	43.3	17.5	1.6	0.0	0.0	
		기타 외국식	82	2.3	33.1	44.0	16.7	3.9	0.0	0.0	
	일반 음식점 외	소계	1,749	3.1	16.7	27.8	26.9	19.2	5.8	0.5	
		기관 구내식당업	105	6.4	3.4	21.4	38.9	24.8	5.2	0.0	
		출장·이동음식점업	101	0.0	1.9	13.0	36.6	36.4	11.1	0.9	
		기타 음식점 업	제과점	120	0.8	15.3	36.6	35.6	10.4	0.8	0.5
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	15.7	39.1	34.4	9.0	1.8	0.0	0.0
			치킨전문점	154	2.9	19.3	33.9	30.1	12.9	0.9	0.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	7.4	21.6	30.4	24.7	12.7	3.2	0.0
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	5.1	18.1	26.3	27.7	18.0	3.4	1.3
		주점업	550	0.0	6.5	17.8	31.5	33.1	10.4	0.6	
		비알콜 음료점업	302	2.7	25.8	36.6	19.5	9.2	5.1	1.1	
	형태	프랜차이즈	764	4.4	22.8	35.5	26.1	10.2	0.9	0.1	
		비프랜차이즈	2,254	1.0	7.3	16.7	32.6	32.4	9.6	0.5	
	지역	서울권	702	2.2	13.9	22.0	29.5	25.2	6.8	0.3	
수도권		748	1.6	9.0	20.0	35.5	28.2	5.4	0.3		
충청권		259	2.2	13.2	24.6	29.7	22.5	7.3	0.5		
호남권		388	0.8	10.2	20.3	26.4	30.0	12.0	0.3		
경남권		578	1.7	9.6	21.8	32.7	27.9	6.3	0.0		
경북권		343	1.7	7.1	14.0	31.3	32.4	11.9	1.7		
매출액	5천만 원 미만	169	4.3	7.7	10.7	21.4	33.6	19.1	3.1		
	5천만 원~1억 원 미만	592	2.0	9.0	16.4	29.2	31.8	11.1	0.4		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	1.3	11.1	22.8	33.0	26.0	5.7	0.1		
	5억 원 이상	293	1.9	13.6	25.1	33.0	23.6	2.8	0.0		

주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

- 프랜차이즈 외식업체의 고객 연령 분포는 30대(35.5%), 40대(26.1%), 20대(22.8%), 50대(10.2%) 등의 순서로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 고객 연령 분포는 40대(37.5%), 30대(27.5%), 50대(21.9%) 등의 순서로 나타남. 세부업종별로는 한식(42.0%)은 40대, 서양식(39.9%)과 기타 외국식(41.4%)은 30대 고객 비중이 높음.
- 일반음식점 외 업체의 고객 연령은 30대(38.3%), 20대(27.3%), 40대(22.2%) 등의 순서이며, 세부업종별로는 치킨전문점(35.8%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(33.1%), 주점업(44.2%), 비알콜 음료점업(42.6%) 등은 30대 비중이 가장 높게 나타남.

<표 2-34-2> 사업장 특성별 주요 고객 연령대 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	20대 미만	20대	30대	40대	50대	60대	70대		
전체		764	4.4	22.8	35.5	26.1	10.2	0.9	0.1		
업종	일반음식점	소계	189	1.1	9.8	27.5	37.5	21.9	2.1	0.0	
		한식	96	0.1	4.9	24.6	42.0	25.8	2.6	0.1	
		중식	7	0.0	21.4	48.8	21.5	8.3	0.0	0.0	
		일식	15	1.9	10.0	25.6	37.0	25.5	0.0	0.0	
		서양식	38	7.8	37.5	39.9	14.5	0.1	0.1	0.0	
		기타 외국식	33	6.3	35.2	41.4	14.5	2.6	0.0	0.0	
	일반음식점 외	소계	575	5.6	27.3	38.3	22.2	6.1	0.5	0.0	
		기관 구내식당업	38	5.3	3.3	31.3	42.4	15.1	2.5	0.0	
		출장·이동음식점업	4	0.0	9.8	6.1	50.0	34.1	0.0	0.0	
		기타 음식점업	제과점	71	1.3	16.5	37.7	35.8	7.3	0.4	0.9
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	15.9	36.9	35.4	10.7	1.1	0.0	0.0
			치킨전문점	108	3.7	22.8	35.8	27.7	9.9	0.0	0.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	10.4	27.4	33.1	21.2	7.2	0.8	0.0
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	6.2	34.4	37.1	17.3	5.0	0.0	0.0
		주점업	39	0.0	17.3	44.2	26.8	8.6	3.1	0.0	
		비알콜 음료점업	133	4.2	35.9	42.6	14.8	2.5	0.0	0.0	
		지역	서울권	167	5.4	26.7	30.7	23.5	11.8	2.0	0.0
			수도권	176	3.9	18.4	35.8	32.2	9.3	0.0	0.4
충청권	83		6.5	28.2	35.7	21.9	7.7	0.0	0.0		
호남권	121		2.9	24.9	39.1	24.0	8.9	0.2	0.0		
경남권	161		3.8	20.8	37.3	25.9	11.0	1.2	0.0		
경북권	56		6.6	15.7	30.8	30.9	13.4	2.6	0.0		
매출액	5천만 원 미만	13	0.0	8.5	14.5	37.8	36.9	2.3	0.0		
	5천만 원~1억 원 미만	98	8.7	22.9	32.5	24.4	10.4	1.1	0.0		
	1억 원~5억 원 미만	535	3.6	23.0	36.3	26.4	9.9	0.8	0.1		
	5억 원 이상	118	3.9	25.3	43.4	24.1	2.3	1.0	0.0		

주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

- 비프랜차이즈 외식업체의 고객 연령 분포는 40대(32.6%), 50대(32.4%), 30대(16.7%), 60대(9.6%) 등의 순서로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 고객 연령 분포는 50대(37.2%), 40대(34.9%), 30대(12.4%) 등의 순서로 나타남. 세부업종별로는 한식은 50대(40.0%), 중식(36.8%)과 일식(34.7%)은 40대 비중이 높음.
- 일반음식점 외 업체의 고객 연령은 40대(29.1%), 50대(25.3%), 30대(22.9%) 등의 순서로 나타남. 세부업종별로는 김밥 및 기타 간이 음식점업(29.6%)과 비알콜 음료점업(32.5%)은 30대 고객 비중이 가장 높고, 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업은 20대 고객 비중(45.8%)이 높음.

<표 2-34-3> 사업장 특성별 주요 고객 연령대 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	20대 미만	20대	30대	40대	50대	60대	70대	
전체		2,254	1.0	7.3	16.7	32.6	32.4	9.6	0.5	
업종	일반 음식점	소계	1,080	0.4	4.2	12.4	34.9	37.2	10.6	0.3
		한식	757	0.2	2.6	9.6	35.4	40.0	11.9	0.4
		중식	118	2.3	7.8	23.9	36.8	26.3	3.0	0.0
		일식	86	0.4	13.2	28.6	34.7	20.8	2.3	0.0
		서양식	70	2.9	31.6	44.6	18.7	2.2	0.0	0.0
		기타 외국식	49	0.0	31.8	45.6	17.9	4.6	0.0	0.0
	일반 음식점 외	소계	1,174	1.9	11.8	22.9	29.1	25.3	8.2	0.7
		기관 구내식당업	67	6.9	3.4	16.8	37.3	29.3	6.4	0.0
		출장·이동음식점업	97	0.0	1.6	13.3	36.2	36.5	11.4	1.0
		기타 음식점 업	제과점	49	0.0	13.8	35.1	35.2	14.7	1.2
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업			28	14.9	45.8	31.4	4.0	4.0	0.0	0.0
치킨전문점			46	1.1	11.9	29.9	35.2	19.3	2.7	0.0
김밥 및 기타 간이 음식점업			130	6.5	19.9	29.6	25.8	14.3	3.9	0.0
간이 음식 포장 판매 전문점		77	4.7	13.0	23.0	30.9	22.1	4.5	1.8	
주점업	511	0.0	5.7	15.7	31.9	35.1	11.0	0.6		
비알콜 음료점업	169	1.6	18.9	32.5	22.8	13.8	8.6	1.9		
지역	서울권	535	1.5	11.1	20.0	30.8	28.3	7.9	0.3	
	수도권	572	1.2	7.3	17.1	36.1	31.7	6.4	0.2	
	충청권	176	0.4	6.6	19.8	33.0	29.0	10.5	0.8	
	호남권	267	0.0	4.9	13.5	27.3	37.6	16.3	0.4	
	경남권	417	1.1	6.3	17.3	34.6	32.8	7.8	0.0	
	경북권	287	1.0	5.8	11.5	31.3	35.2	13.3	2.0	
매출 액	5천만 원 미만	156	4.6	7.6	10.5	20.3	33.4	20.3	3.4	
	5천만 원~1억 원 미만	494	0.9	6.6	13.7	30.0	35.4	12.8	0.4	
	1억 원~5억 원 미만	1,429	0.6	7.5	18.7	35.1	30.9	7.1	0.2	
	5억 원 이상	175	1.0	8.6	17.3	36.8	32.6	3.6	0.0	

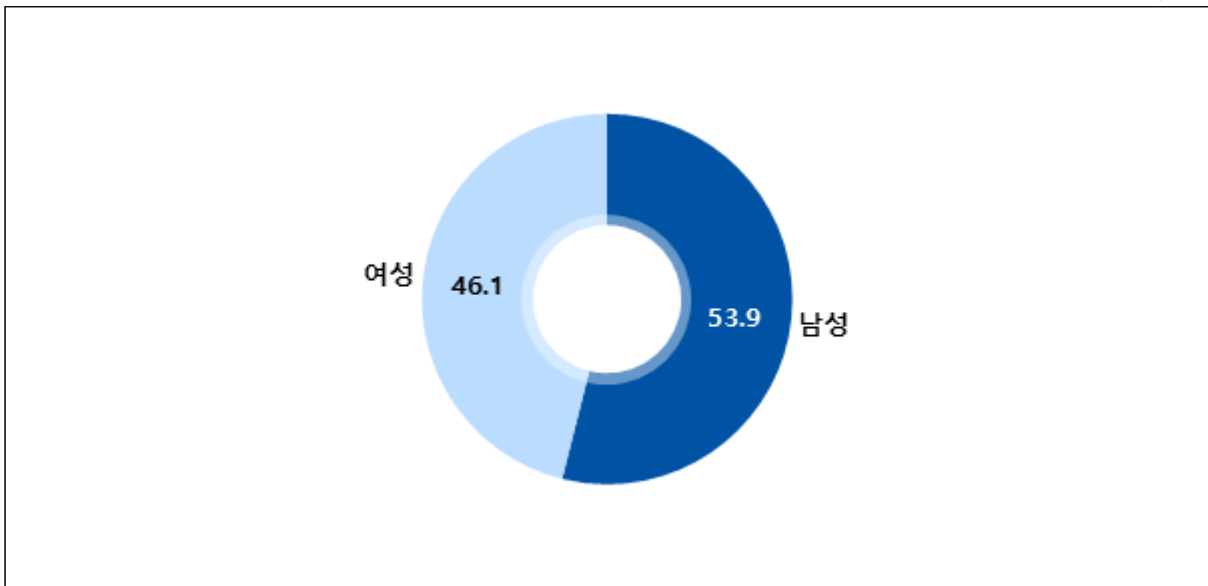
주: 중복응답한 비율을 100%로 환산하여 적용한 비율임.

25) 주요 고객 성별

- 외식업체의 주요 고객 성별은 남성(53.9%)이 여성(46.1%)보다 많음.
- 일반음식점 외식업체의 주요 고객 성별은 남성(53.8%), 여성(46.2%)으로 나타남.
 - 세부업종별로는 한식(남성 54.4%)과 중식(남성 54.3%), 일식(남성 57.4%)은 남성 비중이 더 높고, 서양식(여성 62.4%)과 기타 외국식(여성 60.8%)은 여성 비중이 더 높게 나타남.
- 일반음식점 외 외식업체의 주요 고객 성별은 남성(54.2%), 여성(45.8%)으로 나타남.
 - 세부업종별로는 주점업(남성 71.4%), 기관 구내식당업(남성 67.7%), 치킨전문점(남성 54.1%)은 남성 고객이 더 많고, 제과점(여성 69.3%)과 출장·이동음식점업(여성 60.4%), 비알콜 음료점업(여성 59.7%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(여성 58.7%), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(여성 58.0%)은 여성 고객 비중이 더 높음.

<그림 2-35> 주요 고객 성별 분포

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-35-1> 사업장 특성별 주요 고객 성별 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	남성	여성		
전체		3,018	53.9	46.1		
사업 형태	일반 음식점	소계	1,269	53.8	46.2	
		한식	853	54.4	45.6	
		중식	125	54.3	45.7	
		일식	101	57.4	42.6	
		서양식	108	37.6	62.4	
		기타 외국식	82	39.2	60.8	
		소계	1,749	54.2	45.8	
	일반 음식점 외	기관 구내식당업	105	67.7	32.3	
		출장·이동음식점업	101	39.6	60.4	
		기타 음식점 업	제과점	120	30.7	69.3
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	42.0	58.0
			치킨전문점	154	54.1	45.9
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	41.3	58.7
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	48.0	52.0
		주점업	550	71.4	28.6	
		비알콜 음료점업	302	40.3	59.7	
		영업 형태	프랜차이즈	764	47.3	52.7
			비프랜차이즈	2,254	55.6	44.4
		지역	서울권	702	51.3	48.7
수도권	748		53.5	46.5		
충청권	259		53.4	46.6		
호남권	388		51.3	48.7		
경남권	578		56.6	43.4		
경북권	343		58.9	41.1		
매 출 액	5천만 원 미만	169	59.5	40.5		
	5천만 원~1억 원 미만	592	54.3	45.7		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	53.1	46.9		
	5억 원 이상	293	56.5	43.5		

- 프랜차이즈 외식업체는 여성고객 비중(52.7%)이 남성고객 비중(47.3%)에 비해 큼.
- 프랜차이즈 일반음식점은 남성고객 비중(50.1%)과 여성 고객 비중(49.9%)의 차이가 거의 없음. 세부업종별로는 한식(남성 52.4%)을 제외한 모든 업종에서 여성고객 비중이 크게 나타남.
- 일반음식점 외 업체에서는 고객 비중이 남성 46.3%, 여성 53.7%로 나타남. 세부업종별로는 기관 구내식당업(67.8%), 주점업(66.2%), 출장·이동음식점업(56.1%), 치킨전문점(54.1%)에서 남성 고객 비중이 높고, 제과점(69.3%), 비알콜 음료점업(61.0%) 등에서는 여성 고객 비중이 더 높음.
- 지역별로는 경북권을 제외한 모든 지역에서 여성 고객 비중이 더 높은 것으로 나타남.

<표 2-35-2> 사업장 특성별 주요 고객 성별 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	남성	여성	
전체		764	47.3	52.7	
일반 음식점	소계	189	50.1	49.9	
	한식	96	52.4	47.6	
	중식	7	46.0	54.0	
	일식	15	46.7	53.3	
	서양식	38	38.5	61.5	
	기타 외국식	33	37.9	62.1	
	상업 일반 음식점 외	소계	575	46.3	53.7
		기관 구내식당업	38	67.8	32.2
		출장·이동음식점업	4	56.1	43.9
		기타 음식점 업	제과점	71	30.7
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업			105	43.1	56.9
치킨전문점			108	54.1	45.9
김밥 및 기타 간이 음식점업			44	40.1	59.9
간이 음식 포장 판매 전문점			33	43.3	56.7
주점업		39	66.2	33.8	
비알콜 음료점업		133	39.0	61.0	
지역	서울권	167	47.2	52.8	
	수도권	176	44.3	55.7	
	충청권	83	45.3	54.7	
	호남권	121	48.0	52.0	
	경남권	161	47.1	52.9	
	경북권	56	55.2	44.8	
매출액	5천만 원 미만	13	56.6	43.4	
	5천만 원~1억 원 미만	98	45.8	54.2	
	1억 원~5억 원 미만	535	47.3	52.7	
	5억 원 이상	118	47.5	52.5	

- 비프랜차이즈 외식업체의 고객 성별 분포는 남성(55.6%), 여성(44.4%)으로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점은 남성(54.2%), 여성(45.8%)으로 나타남. 세부업종별로는 한식과 중식, 일식은 남성 고객이 더 많고, 서양식과 기타 외국식은 여성 고객이 더 많음.
- 일반음식점 외 업체는 남성(57.8%), 여성(42.2%)으로 나타남. 세부업종별로는 주점업(71.9%), 기관 구내식당업(67.7%), 치킨전문점(54.0%)은 남성의 비중이 높고, 제과점(69.4%)과 비알콜 음료점업(68.9%), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(61.2%) 등은 여성 고객 비중이 높음.

<표 2-35-3> 사업장 특성별 주요 고객 성별 분포(비프랜차이즈)

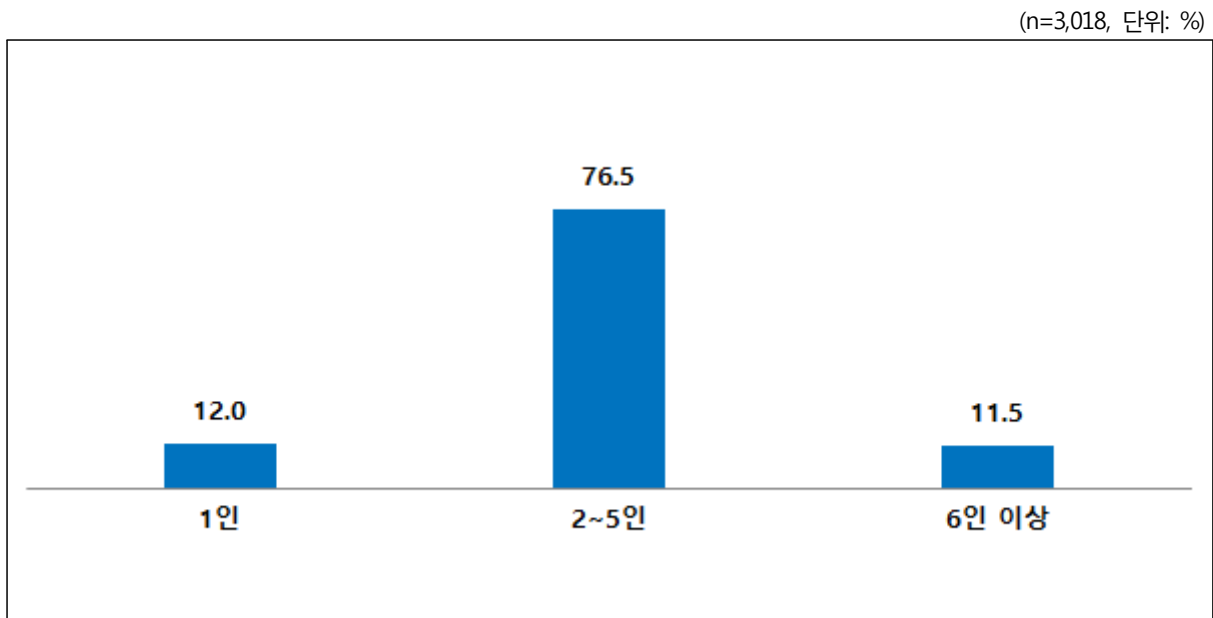
(단위: 개, %)

구분		사례수	남성	여성		
전체		2,254	55.6	44.4		
업종	일반 음식점	소계	1,080	54.2	45.8	
		한식	757	54.6	45.4	
		중식	118	54.9	45.1	
		일식	86	58.8	41.2	
		서양식	70	37.3	62.7	
		기타 외국식	49	40.0	60.0	
	일반 음식점 외	소계	1,174	57.8	42.2	
		기관 구내식당업	67	67.7	32.3	
		출장·이동음식점업	제과점	49	30.6	69.4
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	38.8	61.2
기타 음식점 업		치킨전문점	46	54.0	46.0	
		김밥 및 기타 간이 음식점업	130	41.6	58.4	
		간이 음식 포장 판매 전문점	77	49.6	50.4	
주점업		511	71.9	28.1		
비알콜 음료점업	169	41.1	58.9			
지역	서울권	535	52.3	47.7		
	수도권	572	55.2	44.8		
	충청권	176	56.9	43.1		
	호남권	267	52.6	47.4		
	경남권	417	59.5	40.5		
	경북권	287	59.4	40.6		
매출액	5천만 원 미만	156	59.8	40.2		
	5천만 원~1억 원 미만	494	55.8	44.2		
	1억 원~5억 원 미만	1,429	54.8	45.2		
	5억 원 이상	175	60.3	39.7		

26) 주요 유입 고객

- 외식업체의 주요 유입 고객은 1인(12.0%), 2~5인(76.5%), 6인 이상(11.5%)으로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 주요 유입 고객은 1인(11.1%), 2~5인(75.2%), 6인 이상(13.7%)으로 나타남.
 - 세부업종별로는 중식(12.4%)과 한식(11.2%)의 1인 고객 비중이 높고, 기타 외국식(84.3%)과 서양식(83.8%)은 2~5인 고객 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 외식업체의 주요 유입 고객은 1인(13.1%), 2~5인(77.9%), 6인 이상(9.0%)으로 나타남.
 - 세부업종별로는 비알콜 음료점업(25.1%), 제과점(19.0%)의 1인 고객 비중이 타 업종에 비해 상대적으로 높으며, 주점업(84.8%), 김밥 및 기타 간이 음식점업(80.6%), 치킨전문점(80.4%)에서 2~5인 고객 비중이 상대적으로 높음.
- 지역별로는 호남권(16.0%)과 경남권(13.6%)의 1인 고객 비중이 타 지역에 비해 비교적 높음.
- 매출액 규모가 클수록 1인 고객 비중이 작아지는 경향이 나타남. 5천만 원 미만 업체의 1인 고객 비중은 14.3%인데 반해 1억 원 이상 업체의 1인 고객 비중은 11.5%임.

<그림 2-36> 주요 유입 고객 분포



<표 2-36-1> 사업장 특성별 주요 유입 고객 분포(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	1인	2~5인	6인 이상		
전체		3,018	12.0	76.5	11.5		
매출액	일반 음식점	소계	1,269	11.1	75.2	13.7	
		한식	853	11.2	74.4	14.4	
		중식	125	12.4	77.2	10.4	
		일식	101	9.6	78.8	11.7	
		서양식	108	8.3	83.8	7.9	
		기타 외국식	82	8.4	84.3	7.3	
		소계	1,749	13.1	77.9	9.0	
	일반 음식점 외	기관 구내식당업	105	7.9	77.2	15.0	
		출장·이동음식점업	101	8.6	72.8	18.6	
		기타 음식점 업	제과점	120	19.0	75.1	5.8
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	12.9	79.1	8.0
			치킨전문점	154	9.6	80.4	10.1
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	12.7	80.6	6.6
		간이 음식 포장 판매 전문점	110	11.8	79.7	8.5	
		주점업	550	6.8	84.8	8.4	
	비알콜 음료점업	302	25.1	64.2	10.7		
	매출 형태	프랜차이즈	764	16.5	72.5	11.0	
비프랜차이즈		2,254	10.9	77.5	11.6		
지역	서울권	702	10.1	79.0	10.9		
	수도권	748	10.8	79.7	9.5		
	충청권	259	11.7	77.4	10.9		
	호남권	388	16.0	70.4	13.6		
	경남권	578	13.6	73.7	12.7		
	경북권	343	10.4	77.7	12.0		
매출 액	5천만 원 미만	169	14.3	77.8	7.9		
	5천만 원~1억 원 미만	592	13.0	77.0	10.0		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	11.5	76.2	12.3		
	5억 원 이상	293	11.5	74.4	14.0		

- 프랜차이즈 외식업체의 주요 유입 고객은 1인(16.5%), 2~5인(72.5%), 6인 이상(11.0%)으로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점 주요 유입 고객은 1인(13.9%), 2~5인(71.9%), 6인 이상(14.2%)으로 나타남.
- 일반음식점 외 업체의 주요 유입 고객은 1인(17.5%), 2~5인(72.6%), 6인 이상(9.9%)으로 나타남. 세부업종별로는 비알콜 음료점업(29.8%)과 김밥 및 기타 간이 음식점업(20.9%)의 1인 고객 비중이 타 업종에 비해 높게 나타남.
- 지역별로 호남권(22.3%)과 충청권(19.3%)은 1인 고객 비중이 비교적 높음.

<표 2-36-2> 사업장 특성별 주요 유입 고객 분포(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	1인	2~5인	6인 이상		
전체		764	16.5	72.5	11.0		
업종	일반 음식점	소계	189	13.9	71.9	14.2	
		한식	96	14.6	70.3	15.1	
		중식	7	16.0	75.7	8.4	
		일식	15	15.0	72.1	12.9	
		서양식	38	8.2	80.4	11.5	
		기타 외국식	33	9.9	81.7	8.5	
	일반 음식점 외	소계	575	17.5	72.6	9.9	
		기관 구내식당업	38	8.5	74.6	16.9	
		출장·이동음식점업	4	11.8	69.3	18.9	
		기타 음식점 업	제과점	71	14.1	79.4	6.5
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	14.6	77.3	8.1
			치킨전문점	108	10.4	78.8	10.7
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	20.9	71.5	7.6
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	11.2	80.6	8.2
		주점업	39	7.5	81.2	11.3	
		비알콜 음료점업	133	29.8	59.5	10.7	
		지역	서울권	167	12.5	77.7	9.8
			수도권	176	13.9	78.6	7.6
			충청권	83	19.3	65.5	15.2
호남권	121		22.3	64.9	12.8		
경남권	161		17.2	71.1	11.8		
경북권	56		11.6	79.3	9.1		
매출액	5천만 원 미만	13	18.0	70.2	11.8		
	5천만 원~1억 원 미만	98	15.3	75.4	9.3		
	1억 원~5억 원 미만	535	17.0	71.7	11.2		
	5억 원 이상	118	13.0	72.8	14.2		

- 비프랜차이즈 외식업체의 주요 유입 고객은 1인(10.9%), 2~5인(77.5%), 6인 이상(11.6%)으로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 주요 유입 고객은 1인(10.8%), 2~5인(75.5%), 6인 이상(13.7%)으로 나타남. 세부업종을 살펴보면 중식(12.2%)과 한식(10.8%)의 1인 고객 비중이 타 업종에 비해 높음.
- 일반음식점 외 업체의 주요 유입 고객은 1인(11.1%), 2~5인(80.4%), 6인 이상(8.5%)으로 나타남. 세부업종별로는 제과점(26.1%)과 비알콜 음료점업(22.0%)의 1인 고객 비중이 타 업종에 비해 높음.
- 지역별로 호남권(13.7%)과 경남권(12.6%), 매출액 규모별로 5천만 원 미만 업체(14.1%)의 1인 고객 비중이 비교적 높음.

<표 2-36-3> 사업장 특성별 주요 유입 고객 분포(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	1인	2~5인	6인 이상	
전체		2,254	10.9	77.5	11.6	
일반 음식점	소계	1,080	10.8	75.5	13.7	
	한식	757	10.8	74.8	14.3	
	중식	118	12.2	77.3	10.5	
	일식	86	8.9	79.6	11.5	
	서양식	70	8.4	85.0	6.6	
	기타 외국식	49	7.4	86.0	6.6	
	상업 일반 음식점 외	소계	1,174	11.1	80.4	8.5
		기관 구내식당업	67	7.5	78.3	14.1
		출장·이동음식점업	97	8.5	72.9	18.6
		기타 음식점 업	제과점	49	26.1	69.1
피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업			28	7.8	84.2	7.9
치킨전문점			46	7.7	83.7	8.6
김밥 및 기타 간이 음식점업			130	10.4	83.3	6.4
간이 음식 포장 판매 전문점			77	12.0	79.4	8.6
주점업		511	6.7	85.1	8.2	
비알콜 음료점업		169	22.0	67.3	10.6	
지 역	서울권	535	9.5	79.4	11.1	
	수도권	572	10.2	80.0	9.9	
	충청권	176	8.4	82.7	9.0	
	호남권	267	13.7	72.4	13.9	
	경남권	417	12.6	74.5	13.0	
	경북권	287	10.2	77.4	12.4	
매 출 액	5천만 원 미만	156	14.1	78.3	7.7	
	5천만 원~1억 원 미만	494	12.6	77.2	10.2	
	1억 원~5억 원 미만	1,429	9.8	77.6	12.6	
	5억 원 이상	175	10.9	75.1	14.0	

27) 대표메뉴 및 가격

- 18개 업종의 대표메뉴와 가격은 다음의 표와 같음.
- 18개 업종의 대표메뉴와 가격을 살펴본 결과, 한식의 경우 대표메뉴로 찌개가 가장 많고, 평균 금액은 7,444원으로 조사됨. 중식의 대표메뉴는 짜장면과 짬뽕, 일식은 회와 초밥으로 나타남.

<표 2-37-1> 대표메뉴별 평균 금액 - 한식/중식/일식 음식점업

(단위: 원)

1. 한식 음식점업			2. 중식 음식점업			3. 일식 음식점업		
메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액
전 체	1,777	11,039	전 체	332	7,696	전 체	205	18,964
찌개	182	7,444	짜장면	112	5,131	회	42	33,050
구이(돼지고기)	174	10,850	짬뽕	111	6,228	초밥	39	14,545
국밥	85	6,853	탕수육	68	13,754	돈까스	15	7,686
회	85	25,959	밥/밥류	15	6,261	우동	14	7,004
탕(생선)	80	10,534				회덮밥	12	8,667
칼국수	77	6,322				정식	10	25,712
밥/밥류	74	7,535						
국류	72	7,205						
갈비/갈비살	70	13,796						
국수	68	6,216						
탕류(고기류)	49	9,590						
볶음요리	42	8,746						
면류	41	6,803						
생선/해물 요리	41	15,180						
족발	37	24,034						
찜(생선류)	31	21,721						
특수부위/부속고기	31	11,611						
구이(소고기)	28	21,347						
정식	28	9,092						
백반	27	6,650						
전골	23	13,621						
만두	22	5,115						
구이(생선)	22	12,648						
불고기	20	10,367						
갈비찜/돼지갈비	19	13,528						
보쌈	19	24,050						
부침개/전	19	13,794						
탕(해물)	18	17,069						
닭고기요리	18	14,346						
수제비	17	6,549						
삼계탕/닭백숙	16	13,437						

주: 업체수가 적은 메뉴를 제외하고, 업종별로 대표적인 메뉴만을 제시함.

- 서양식의 평균 금액은 약 12,000원으로 나타남. 대표메뉴는 스파게티이며, 평균 금액이 약 12,200원으로 전체 평균 금액과 유사하게 조사됨. 기타 외국식의 경우 평균 금액은 약 10,700원이며, 가장 많은 메뉴는 쌀국수임.
- 기관 구내식당업의 평균 금액은 약 5,400원이며, 가장 많은 메뉴는 찌개로 나타남.
- 출장·이동음식점업의 평균 금액은 약 21,200원으로 나타남. 가장 많은 메뉴는 뷔페이며, 평균 금액은 약 24,100원임.

<표 2-37-2> 대표메뉴별 평균 금액 - 서양식/기타 외국식 음식점업

(단위: 원)

4. 서양식 음식점업			5. 기타 외국식 음식점업		
메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액
전 체	226	12,006	전 체	172	10,725
스파게티	57	12,193	쌀국수	48	8,051
스테이크	33	19,591	밥/밥류	23	8,832
돈까스	31	7,584	동남아 음식/외국 음식	16	9,568
피자	22	12,982	면류	15	8,890
샐러드	13	10,384	월남쌈	15	19,457
밥/밥류	12	7,718			

주: 업체수가 적은 메뉴를 제외하고, 업종별로 대표적인 메뉴만을 제시함.

<표 2-37-3> 대표메뉴별 평균 금액 - 기관 구내식당업/출장 및 이동 음식 서비스업

(단위: 원)

6. 기관 구내식당업			7. 출장 및 이동 음식 서비스업		
메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액
전 체	186	5,443	전 체	173	21,237
찌개	43	5,523	뷔페	43	24,092
백반	43	4,701	한식/한정식	33	12,187
급식	17	4,956	양식	11	31,203
정식	13	3,412	불고기	10	17,426

주: 업체수가 적은 메뉴를 제외하고, 업종별로 대표적인 메뉴만을 제시함.

- 제과점의 평균 금액은 약 5,700원으로 나타남. 대표메뉴는 빵이며, 평균 가격이 약 2,800원임.
- 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점의 평균 금액은 약 9,600원으로 나타남. 가장 많은 메뉴는 피자이며, 평균 가격은 약 13,100원으로 조사됨. 치킨전문점 평균 금액은 약 14,200원으로 조사됨.
- 김밥 및 기타 간이 음식점업의 평균 금액은 약 4,000원으로 나타남. 가장 많은 메뉴는 김밥이며, 평균 가격이 약 2,600원으로 나타남.
- 간이 음식 포장판매 전문점의 평균 금액은 약 5,900원이며, 가장 많은 메뉴는 부침개/전으로 나타남.

<표 2-37-4> 대표메뉴별 평균 금액 - 제과점업/피자햄버거샌드위치 및 유사 음식점업/치킨전문점

(단위: 원)

8. 제과점			9. 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업			10. 치킨전문점		
메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액
전 체	198	5,686	전 체	190	9,564	전 체	212	14,179
빵	114	2,778	피자	75	13,138	치킨	149	14,974
케익	35	16,638	햄버거	40	5,569			
샌드위치	17	5,366	치킨	12	11,582			
디저트	11	2,101	스파게티	10	8,535			

주: 업체수가 적은 메뉴를 제외하고, 업종별로 대표적인 메뉴만을 제시함.

<표 2-37-5> 대표메뉴별 평균 금액 - 김밥 및 기타 간이 음식점업/간이 음식 포장판매 전문점

(단위: 원)

11. 김밥 및 기타 간이 음식점업			12. 간이 음식 포장판매 전문점		
메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액
전 체	426	4,014	전 체	179	5,949
김밥	108	2,641	부침개/전	17	8,538
떡볶이	51	3,443	핫도그	14	2,906
면류	51	3,882	빵	12	2,604
칼국수	25	5,163	어묵/핫바	10	1,690
밥/밥류	25	5,603			
순대	18	4,741			
돈까스	17	6,436			
국수	15	4,369			
만두	15	4,362			
찌개	12	6,083			
우동	11	4,815			
튀김	11	2,103			
라볶이	10	9,897			

주: 업체수가 적은 메뉴를 제외하고, 업종별로 대표적인 메뉴만을 제시함.

- 일반 유흥 주점업의 평균 금액은 약 20,000원으로 나타남. 가장 많은 메뉴는 마른안주/안주이며, 평균 가격이 약 14,600원으로 조사됨.
- 무도 유흥 주점업의 평균 금액은 약 18,200원으로 나타남. 가장 많은 메뉴는 과일이며, 평균 가격이 약 21,900원으로 조사됨.
- 생맥주 전문점의 평균 금액은 약 13,300원이며, 평균 술 가격은 약 5,400원으로 나타남. 기타 주점업의 평균 금액은 약 13,100원이며, 평균 술 가격은 약 9,000원으로 조사됨.

<표 2-37-6> 대표메뉴별 평균 금액 - 일반 유흥 주점업/무도 유흥 주점업

(단위: 원)

13. 일반 유흥 주점업			14. 무도 유흥 주점업		
메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액
전 체	332	20,026	전 체	230	18,166
마른안주/안주	91	14,613	과일	63	21,945
과일	69	19,886	마른안주/안주	60	16,218
술	64	37,251	술	43	20,721
오징어/오징어요리	13	17,266	오징어/오징어요리	13	19,545

주: 업체수가 적은 메뉴를 제외하고, 업종별로 대표적인 메뉴만을 제시함.

<표 2-37-7> 대표메뉴별 평균 금액 - 생맥주 전문점/기타 주점업

(단위: 원)

15. 생맥주 전문점			16. 기타 주점업		
메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액
전 체	198	13,345	전 체	515	13,140
술	48	5,425	술	51	8,960
마른안주/안주	37	14,128	부침개/전	43	11,853
과일	27	20,329	마른안주/안주	32	12,795
치킨	21	15,504	과일	27	21,309
튀김	10	9,444	닭발구이/볶음	23	11,562
			특수부위/부속고기	23	8,722
			어묵탕	22	10,368
			골뱅이	20	13,585
			두부김치	17	10,520
			찌개	17	11,338
			볶음요리	15	13,295
			치킨	15	12,955
			구이(돼지고기)	14	12,132
			오징어/오징어요리	13	11,763
			꼬치구이	12	10,510
			생선/해물 요리	12	14,441
			회	11	29,320
			튀김	10	10,367

주: 업체수가 적은 메뉴를 제외하고, 업종별로 대표적인 메뉴만을 제시함.

○ 커피전문점의 평균 금액은 약 3,500원이며, 대표메뉴인 커피의 평균 금액은 약 3,100원임. 기타 비알콜 음료점업의 대표메뉴는 커피이며, 평균 금액은 약 3,200원으로 조사됨.

<표 2-37-8> 대표메뉴별 평균 금액 - 커피전문점/기타 비알콜 음료점업

(단위: 원)

17. 커피전문점			18. 기타 비알콜 음료점업		
메뉴	업체수	평균 금액	메뉴	업체수	평균 금액
전 체	326	3,480	전 체	228	4,205
커피	193	3,083	커피	85	3,221
음료	63	3,962	차류(녹차/대추차/허브티 등)	53	4,229
차류(녹차/대추차/허브티 등)	34	4,041	음료	50	4,177
빵	11	2,315	타스무디/스무디/슬러시	13	4,004
			아이스크림	10	7,259

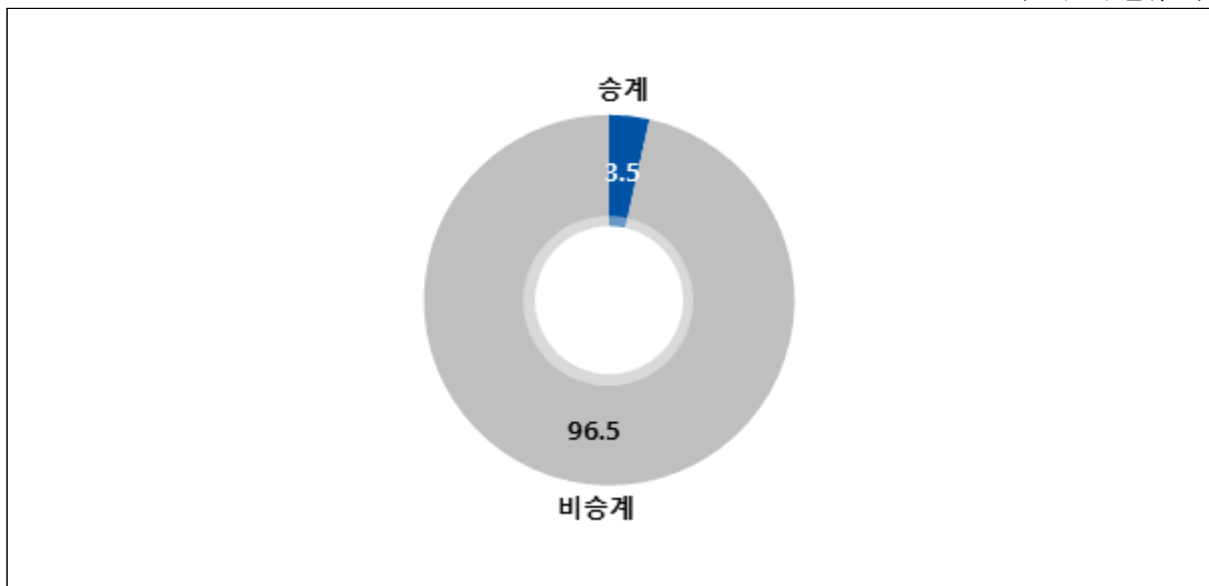
주: 업체수가 적은 메뉴를 제외하고, 업종별로 대표적인 메뉴만을 제시함.

28) 가업승계 여부

- 사업주가 가업을 승계한 업체는 3.5%이고, 승계하지 않은 업체는 96.5%로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 가업승계 비중은 5.2%로 나타남.
 - 세부업종별로는 중식(7.2%)의 가업승계 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 외식업체의 가업승계 비중은 1.6%로 나타남.
 - 세부업종별로는 출장·이동음식점업(6.8%)의 가업승계 비중이 높음.
- 지역별로는 서울권(5.3%)과 경북권(4.5%)의 가업승계 비중이 비교적 높음.
- 매출액 규모별로는 1억 원 이상 업체의 가업 승계비중이 약 4.0%로 비교적 높게 나타남.

<그림 2-37> 가업승계 여부 분포

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-38-1> 사업장 특성별 기업승계 여부(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	승계	비승계		
전체		3,018	3.5	96.5		
업종	일반 음식점	소계	1,269	5.2	94.8	
		한식	853	5.2	94.8	
		중식	125	7.2	92.8	
		일식	101	4.4	95.6	
		서양식	108	3.5	96.5	
		기타 외국식	82	1.8	98.2	
	일반 음식점 외	소계	1,749	1.6	98.4	
		기관 구내식당업	105	0.0	100.0	
		출장·이동음식점업	101	6.8	93.2	
		기타 음식점 업	제과점	120	2.7	97.3
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	1.8	98.2
			치킨전문점	154	2.1	97.9
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	4.4	95.6
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	0.5	99.5
		주점업	550	1.2	98.8	
		비알콜 음료점업	302	0.3	99.7	
		업 형태	프랜차이즈	764	2.5	97.5
			비프랜차이즈	2,254	3.8	96.2
		지역	서울권	702	5.3	94.7
수도권	748		3.0	97.0		
충청권	259		3.5	96.5		
호남권	388		0.6	99.4		
경남권	578		4.0	96.0		
경북권	343		4.5	95.5		
매출액	5천만 원 미만	169	0.2	99.8		
	5천만 원~1억 원 미만	592	2.8	97.2		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	4.1	95.9		
	5억 원 이상	293	4.3	95.7		

- 프랜차이즈 외식업체의 가업승계 비중은 2.5%로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 가업승계 비중은 4.5%이며, 일반음식점 외 업체의 가업승계 비중은 1.9%로 나타남.
- 지역별로는 경남권(6.2%)의 가업승계 비중이 타 지역에 비해 높음.

<표 2-38-2> 사업장 특성별 가업승계 여부(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	승계	비승계		
전체		764	2.5	97.5		
상업	일반 음식점	소계	189	4.5	95.5	
		한식	96	5.1	94.9	
		중식	7	0.0	100.0	
		일식	15	0.0	100.0	
		서양식	38	4.7	95.3	
		기타 외국식	33	0.0	100.0	
	일반 음식점 외	소계	575	1.9	98.1	
		기관 구내식당업	38	0.0	100.0	
		출장·이동음식점업	4	0.0	100.0	
		기타 음식점 업	제과점	71	3.3	96.7
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	2.4	97.6
			치킨전문점	108	2.9	97.1
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	3.1	96.9
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	1.0	99.0
			주점업	39	0.0	100.0
		비알콜 음료점업	133	0.7	99.3	
		지역	서울권	167	4.4	95.6
			수도권	176	0.1	99.9
			충청권	83	1.2	98.8
호남권	121		0.0	100.0		
경남권	161		6.2	93.8		
경북권	56		2.2	97.8		
매출 액	5천만 원 미만	13	0.0	100.0		
	5천만 원~1억 원 미만	98	2.6	97.4		
	1억 원~5억 원 미만	535	2.7	97.3		
	5억 원 이상	118	0.2	99.8		

- 비프랜차이즈 외식업체의 가업승계 비중은 3.8%로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 가업승계 비중은 5.3%로 나타남. 세부업종별로는 중식(7.7%)의 가업승계 비중이 비교적 높음. 일반음식점 외 업체의 가업승계 비중은 1.4%로 나타남. 세부업종별로는 출장·이동음식점업(7.0%)의 가업승계 비중이 비교적 높음.
- 지역별로는 서울권(5.6%)과 경북권(4.9%), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(6.0%) 업체의 가업승계 비중이 비교적 높음.

<표 2-38-3> 사업장 특성별 가업승계 여부(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

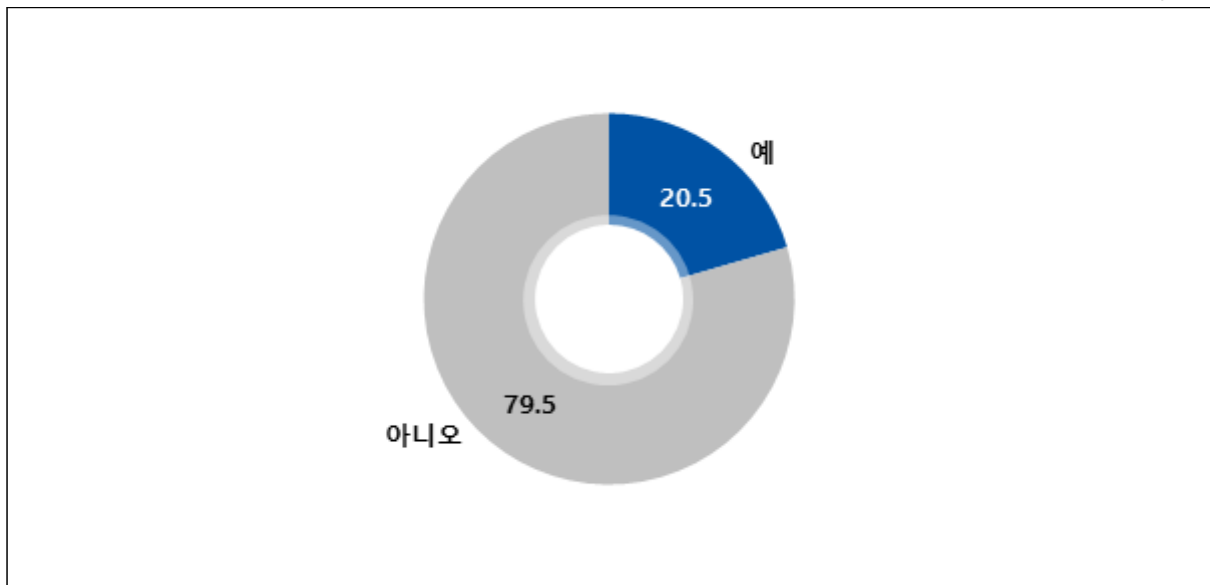
구분		사례수	승계	비승계		
전체		2,254	3.8	96.2		
업종	일반 음식점	소계	1,080	5.3	94.7	
		한식	757	5.2	94.8	
		중식	118	7.7	92.3	
		일식	86	4.9	95.1	
		서양식	70	3.1	96.9	
		기타 외국식	49	3.0	97.0	
	일반 음식점 외	소계	1,174	1.4	98.6	
		기관 구내식당업	67	0.0	100.0	
		출장·이동음식점업	97	7.0	93.0	
		기타 음식점 업	제과점	49	1.8	98.2
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	0.0	100.0
			치킨전문점	46	0.1	99.9
			김밥 및 기타 간이 음식점업	130	4.8	95.2
			간이 음식 포장 판매 전문점	77	0.4	99.6
		주점업	511	1.3	98.7	
		비알콜 음료점업	169	0.0	100.0	
		지역	서울권	535	5.6	94.4
			수도권	572	3.5	96.5
충청권	176		4.5	95.5		
호남권	267		0.8	99.2		
경남권	417		3.3	96.7		
경북권	287		4.9	95.1		
매출 액	5천만 원 미만	156	0.3	99.7		
	5천만 원~1억 원 미만	494	2.8	97.2		
	1억 원~5억 원 미만	1,429	4.5	95.5		
	5억 원 이상	175	6.0	94.0		

29) 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부

- 사업주가 전문주방장 자격증을 보유하고 있는 외식업체는 20.5%로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중은 22.5%로 나타남.
 - 세부업종별로는 일식(53.5%)의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 외식업체의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중은 18.3%로 나타남.
 - 세부업종별로는 제과점(50.3%)과 출장·이동음식점업(45.4%)의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중이 비교적 높음.
- 지역별로는 서울권(31.1%), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(29.9%) 업체의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중이 비교적 높음.

<그림 2-38> 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-39-1> 사업장 특성별 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오		
전체		3,018	20.5	79.5		
영 업	일반 음식점	소계	1,269	22.5	77.5	
		한식	853	18.4	81.6	
		중식	125	47.6	52.4	
		일식	101	53.5	46.5	
		서양식	108	40.2	59.8	
		기타 외국식	82	43.1	56.9	
	일반 음식점 외	소계	1,749	18.3	81.7	
		기관 구내식당업	105	41.3	58.7	
		출장·이동음식점업	101	45.4	54.6	
		기타 음식점 업	제과점	120	50.3	49.7
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	22.5	77.5
			치킨전문점	154	10.0	90.0
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	19.8	80.2
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	20.4	79.6
		주점업	550	15.7	84.3	
		비알콜 음료점업	302	13.8	86.2	
		영 업 형 태	프랜차이즈	764	18.0	82.0
			비프랜차이즈	2,254	21.1	78.9
지 역	서울권	702	31.1	68.9		
	수도권	748	21.8	78.2		
	충청권	259	21.3	78.7		
	호남권	388	12.5	87.5		
	경남권	578	15.2	84.8		
	경북권	343	18.5	81.5		
매 출 액	5천만 원 미만	169	14.7	85.3		
	5천만 원~1억 원 미만	592	19.5	80.5		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	21.1	78.9		
	5억 원 이상	293	29.9	70.1		

- 프랜차이즈 외식업체의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중은 18.0%로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중은 26.2%, 일반음식점 외 업체의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중은 15.1%로 나타남.
- 지역별로는 서울권(27.5%), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(32.1%) 업체의 자격증 보유 비중이 높음.

<표 2-39-2> 사업장 특성별 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	예	아니오	
전체		764	18.0	82.0	
영 업	일반 음식점	소계	189	26.2	73.8
		한식	96	22.8	77.2
		중식	7	45.8	54.2
		일식	15	71.0	29.0
		서양식	38	21.6	78.4
		기타 외국식	33	41.1	58.9
		소계	575	15.1	84.9
	일반 음식점 외	기관 구내식당업	38	51.6	48.4
		출장·이동음식점업	4	46.3	53.7
		제과점	71	36.0	64.0
		피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	20.2	79.8
		치킨전문점	108	8.1	91.9
		김밥 및 기타 간이 음식점업	44	17.9	82.1
		간이 음식 포장 판매 전문점	33	13.5	86.5
		주점업	39	7.8	92.2
		비알콜 음료점업	133	9.5	90.5
		지역	서울권	167	27.5
	수도권	176	22.9	77.1	
	충청권	83	19.1	80.9	
호남권	121	4.6	95.4		
경남권	161	18.3	81.7		
경북권	56	16.6	83.4		
매 출 액	5천만 원 미만	13	15.4	84.6	
	5천만 원~1억 원 미만	98	19.2	80.8	
	1억 원~5억 원 미만	535	16.9	83.1	
	5억 원 이상	118	32.1	67.9	

- 비프랜차이즈 외식업체의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중은 21.1%로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중은 22.1%로 나타남. 세부업종별로는 일식(51.2%), 중식(47.7%)의 자격증 보유 비중이 높음.
- 일반음식점 외 업체의 사업주 전문주방장 자격증 보유 비중은 19.8%로 나타남. 세부업종별로는 제과점(70.9%)과 출장·이동음식점업(45.4%)의 전문주방장 자격증 보유 비중이 비교적 높음.
- 지역별로는 서울권(31.9%), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(28.9%) 업체의 자격증 보유 비중이 높음.

<표 2-39-3> 사업장 특성별 사업주의 전문주방장 자격증 보유 여부(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

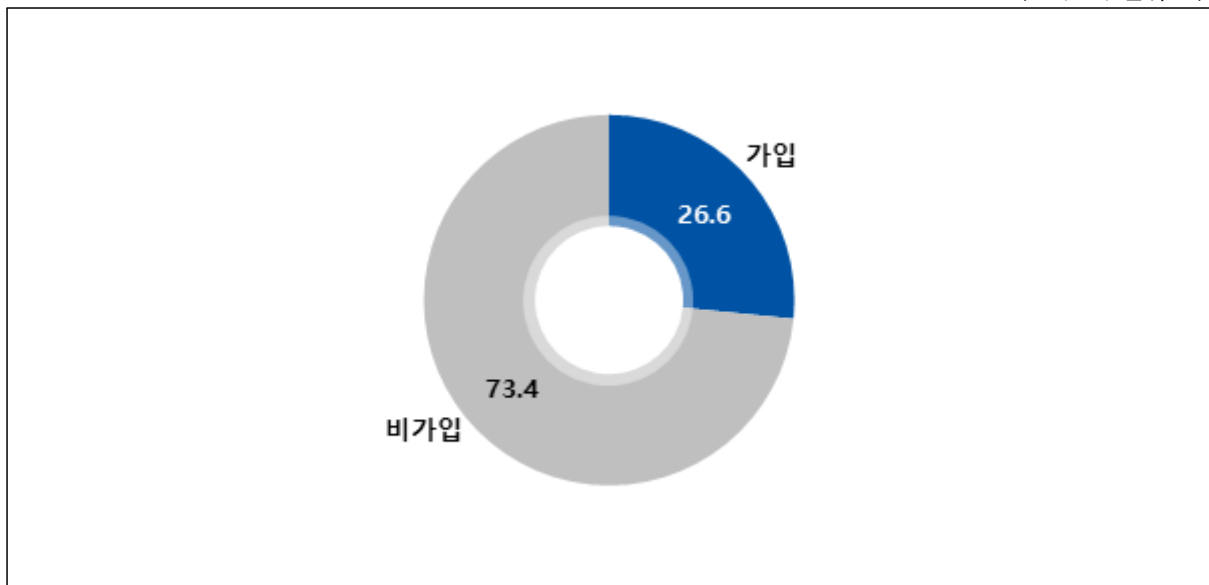
구분		사례수	예	아니오
전체		2,254	21.1	78.9
일반 음식점	소계	1,080	22.1	77.9
	한식	757	18.0	82.0
	중식	118	47.7	52.3
	일식	86	51.2	48.8
	서양식	70	47.0	53.0
	기타 외국식	49	44.4	55.6
	소계	1,174	19.8	80.2
	기관 구내식당업	67	36.6	63.4
	출장·이동음식점업	97	45.4	54.6
	제과점	49	70.9	29.1
일반 음식점 외	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	29.6	70.4
	치킨전문점	46	14.4	85.6
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	20.3	79.7
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	22.8	77.2
	주점업	511	16.4	83.6
	비알콜 음료점업	169	16.6	83.4
	서울권	535	31.9	68.1
수도권	572	21.6	78.4	
충청권	176	22.3	77.7	
호남권	267	15.3	84.7	
경남권	417	14.2	85.8	
경북권	287	18.7	81.3	
매 출 액	5천만 원 미만	156	14.7	85.3
	5천만 원~1억 원 미만	494	19.6	80.4
	1억 원~5억 원 미만	1,429	22.4	77.6
	5억 원 이상	175	28.9	71.1

30) 고용보험 가입 여부

- 외식업체의 고용보험 가입 비중은 26.6%로 나타남.
- 일반음식점 외식업체의 고용보험 가입 비중은 31.3%로 나타남.
 - 세부업종별로는 일식(57.5%)과 기타 외국식(51.5%)의 고용보험 가입 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 외식업체의 고용보험 가입 비중은 21.5%로 나타남.
 - 세부업종별로는 기관 구내식당업(58.6%)과 제과점(51.5%)의 고용보험 가입 비중이 비교적 높음.
- 지역별로는 충청권(41.4%), 매출액 규모별로는 5억 원 이상(77.7%) 업체의 고용보험 가입 비중이 가장 높음. 매출액이 5천만 원 미만인 업체의 고용보험 가입 비중은 4.1%에 불과함.

<그림 2-39> 고용보험 가입 여부

(n=3,018, 단위: %)



<표 2-40-1> 사업장 특성별 고용보험 가입 여부(전체)

(단위: 개, %)

구분		사례수	가입	비가입		
전체		3,018	26.6	73.4		
영 업	일반 음식점	소계	1,269	31.3	68.7	
		한식	853	28.6	71.4	
		중식	125	42.0	58.0	
		일식	101	57.5	42.5	
		서양식	108	46.5	53.5	
		기타 외국식	82	51.5	48.5	
	일반 음식점 외	소계	1,749	21.5	78.5	
		기관 구내식당업	105	58.6	41.4	
		출장·이동음식점업	101	47.7	52.3	
		기타 음식점 업	제과점	120	51.5	48.5
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	34.7	65.3
			치킨전문점	154	15.1	84.9
			김밥 및 기타 간이 음식점업	174	16.7	83.3
			간이 음식 포장 판매 전문점	110	21.8	78.2
		주점업	550	9.2	90.8	
		비알콜 음료점업	302	31.7	68.3	
		영 업 형태	프랜차이즈	764	41.9	58.1
비프랜차이즈	2,254		22.8	77.2		
지 역	서울권	702	28.9	71.1		
	수도권	748	31.1	68.9		
	충청권	259	41.4	58.6		
	호남권	388	24.0	76.0		
	경남권	578	21.3	78.7		
	경북권	343	17.2	82.8		
매 출 액	5천만 원 미만	169	4.1	95.9		
	5천만 원~1억 원 미만	592	10.0	90.0		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	33.2	66.8		
	5억 원 이상	293	77.7	22.3		

- 프랜차이즈 외식업체의 고용보험 가입 비중은 41.9%로 나타남.
- 프랜차이즈 일반음식점의 고용보험 가입 비중은 60.0%이나, 일반음식점 외 외식업체의 고용보험 가입 비중은 35.6%로 나타나 큰 차이를 보임.
- 지역별로는 충청권(66.3%)의 고용보험 가입 비중이 가장 높음. 매출액 규모별로 5억 원 이상 업체의 고용보험 가입 비중은 80.7%인 반면, 5천만 원 미만 업체는 4.3%에 불과한 것으로 나타남.

<표 2-40-2> 사업장 특성별 고용보험 가입 여부(프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	가입	비가입		
전체		764	41.9	58.1		
매출액	일반 음식점	소계	189	60.0	40.0	
		한식	96	59.8	40.2	
		중식	7	64.0	36.0	
		일식	15	29.3	70.7	
		서양식	38	63.7	36.3	
		기타 외국식	33	81.1	18.9	
	일반 음식점 외	소계	575	35.6	64.4	
		기관 구내식당업	38	79.4	20.6	
		출장·이동음식점업	4	80.3	19.7	
		기타 음식점 업	제과점	71	63.1	36.9
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	105	36.2	63.8
			치킨전문점	108	15.8	84.2
			김밥 및 기타 간이 음식점업	44	26.6	73.4
			간이 음식 포장 판매 전문점	33	31.7	68.3
		주점업	39	11.1	88.9	
비알콜 음료점업	133	49.8	50.2			
지역	서울권	167	44.2	55.8		
	수도권	176	50.2	49.8		
	충청권	83	66.3	33.7		
	호남권	121	38.4	61.6		
	경남권	161	32.2	67.8		
	경북권	56	20.0	80.0		
매출액	5천만 원 미만	13	4.3	95.7		
	5천만 원~1억 원 미만	98	22.2	77.8		
	1억 원~5억 원 미만	535	45.6	54.4		
	5억 원 이상	118	80.7	19.3		

- 비프랜차이즈 외식업체의 고용보험 가입 비중은 22.8%로 나타남.
- 비프랜차이즈 일반음식점의 고용보험 가입 비중은 28.1%로 나타남. 세부업종별로는 일식(61.1%)의 고용보험 가입 비중이 비교적 높음.
- 일반음식점 외 업체의 고용보험 가입 비중은 평균 14.9%로 나타남. 세부업종별로는 기관 구내식당업(49.3%)과 출장·이동음식점업(46.6%)의 고용보험 가입 비중이 비교적 높음.
- 지역별로는 충청권(30.4%)의 고용보험 가입 비중이 비교적 높음. 매출액 규모별로 5억 원 이상 업체의 고용보험 가입 비중이 76.4%인 반면, 5천만 원 미만 업체는 4.1%에 불과한 것으로 나타남.

<표 2-40-3> 사업장 특성별 고용보험 가입 여부(비프랜차이즈)

(단위: 개, %)

구분		사례수	가입	비가입
전체		2,254	22.8	77.2
일반 음식점	소계	1,080	28.1	71.9
	한식	757	25.5	74.5
	중식	118	40.6	59.4
	일식	86	61.1	38.9
	서양식	70	40.3	59.7
	기타 외국식	49	32.6	67.4
일반 음식점 외	소계	1,174	14.9	85.1
	기관 구내식당업	67	49.3	50.7
	출장·이동음식점업	97	46.6	53.4
	제과점	49	34.8	65.2
	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	28	30.1	69.9
	치킨전문점	46	13.4	86.6
	김밥 및 기타 간이 음식점업	130	13.9	86.1
	간이 음식 포장 판매 전문점	77	18.5	81.5
	주점업	511	9.0	91.0
	비알콜 음료점업	169	19.6	80.4
지 역	서울권	535	25.4	74.6
	수도권	572	27.6	72.4
	충청권	176	30.4	69.6
	호남권	267	18.8	81.2
	경남권	417	18.0	82.0
	경북권	287	16.8	83.2
매 출 액	5천만 원 미만	156	4.1	95.9
	5천만 원~1억 원 미만	494	7.9	92.1
	1억 원~5억 원 미만	1,429	29.4	70.6
	5억 원 이상	175	76.4	23.6



3편: 외식업체

식재료구매현황 조사

1. 식재료 구매 행태
2. 식재료 거래 특성

요약. 3편: 외식업체 식재료 구매현황

1. 식재료 구매 행태

1) 품목별 식재료 구매 행태

- 2019년 월평균 식재료 구매량은 675.1kg으로 나타남.
 - 품목별 구매량은 육류 및 축산물류(238.9kg), 채소류(165.9kg), 곡류/곡류가공품(149.2kg) 순서로 많음.
- 2019년 월평균 식재료 구매금액은 376.6만 원으로 나타남.
 - 품목별 구매금액은 육류 및 축산물류(196.8만 원), 장류 및 가공식품(58.0만 원), 곡류/곡류가공품(55.6만 원) 순서로 많음.
- 식재료 구매경로는 전체적으로 식자재 마트를 통해 구매하는 비중(28.1%)이 가장 높으며, 그 다음으로 개인 도매상(21.8%), 식재료 유통법인(8.8%), 일반대형마트와 농수산물도매시장(각 8.7%) 등의 순서로 나타남.
 - 농수산물도매시장에서 구매하는 비중이 상대적으로 높은 품목은 곡류(11.0%)와 수산물류(11.1%)임.
- 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 40.1%로 가장 높으며, 그 다음으로 월 2~3회(19.2%), 일주일에 3~4회(17.0%) 등의 순서로 나타남.
 - 모든 품목류에서 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높게 나타났으며, 특히 채소류(44.7%)와 수산물류(42.8%)가 높은 비중을 보임.
- 식재료 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태로 구매하는 비중이 74.4%로 가장 높으며, 그 다음으로 전처리상태(13.4%), 가공상태(12.2%) 순서로 조사됨. 채소류와 과일류 역시 원물상태로 구매하는 비중이 67.6%로 가장 높으며, 그 다음으로 전처리상태(이물제거)(18.0%), 전처리상태(탈각탈피)(11.4%) 순서로 조사됨.
 - 모든 품목에서 원물상태로 구매하는 비중이 가장 높은 것으로 나타났으며, 전처리상태로 구매하는 비중이 상대적으로 높은 품목은 채소류(31.1%)이고, 가공상태로 구매하는 비중이 상대적으로 높은 품목은 수산물류(43.3%)임.
- 유통형태는 상온유통 형태가 64.7%로 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통(31.1%), 냉동유통(4.1%) 순서로 나타남.
 - 대부분의 품목에서 상온유통 형태의 비중이 가장 높으나, 육류 및 축산물류는 냉장유통의 비중이 85.5%로 가장 높음.

2) 세부 품목별 식재료 구매형태

■ 육류 및 축산물류

- 육류 및 축산물류의 월평균 구매량은 238.9kg이며, 월평균 구매금액은 196.8만 원으로 나타남.
 - 품목별 월평균 구매량은 닭고기(216.1kg), 돼지고기(158.1kg), 쇠고기(71.7kg) 순서로 많음.
 - 품목별 월평균 구매금액은 쇠고기(149.0만 원), 돼지고기(143.2만 원), 닭고기(105.3만 원) 순서임.
- 육류 및 축산물류의 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 81.5%로 가장 높고, 전처리상태(16.9%), 가공상태(1.6%) 순으로 나타남.
- 유통형태는 냉장유통 비중이 85.5%이며, 냉동유통은 14.3%를 차지함.

■ 곡류/곡류가공품

- 곡류/곡류가공품의 월평균 구매량은 149.2kg이며, 월평균 구매금액은 55.6만 원으로 나타남.
 - 품목별 월평균 구매량은 쌀(146.6kg), 밀가루(112.1kg) 순서임.
 - 품목별 월평균 구매금액은 쌀(57.1만 원), 밀가루(38.3만 원) 순서임.
- 곡류/곡류가공품의 유통형태는 상온유통 비중이 97.3%이며, 냉장유통은 2.7%를 차지함.

■ 수산물류

- 수산물류의 월평균 구매량은 19.9kg이며, 월평균 구매금액은 22.5만 원으로 나타남.
 - 품목별 월평균 구매량은 오징어(33.6g), 멸치(19.2kg) 순서임.
 - 품목별 월평균 구매금액은 오징어(40.1만 원), 멸치(19.6만 원) 순서임.
- 수산물류의 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 48.0%로 가장 높고, 가공상태(43.3%), 전처리상태(8.6%) 순으로 나타남.
- 수산물류의 유통형태는 상온유통 비중이 42.6%로 가장 높고, 냉장유통(39.9%), 냉동유통(17.5%) 순으로 나타남.

■ 채소류

- 채소류의 월평균 구매량은 165.9kg이며, 월평균 구매금액은 42.7만 원으로 나타남.
 - 조미채소류의 품목별 월평균 구매량은 양파(53.6kg), 파(대파)(34.6kg), 마늘(28.7kg), 고추(19.1kg) 순서임.
 - 조미채소류의 품목별 월평균 구매금액은 고추(19.0만 원), 파(대파)(10.5만 원), 마늘(8.4만 원), 양파(7.8만 원) 순서임.
- 채소류의 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 67.2%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(18.0%), 전처리상태(탈각탈피)(11.7%) 등의 순서로 나타남.
- 채소류의 유통형태는 상온유통 비중이 84.8%로 가장 높고, 냉장유통(14.7%), 냉동유통(0.5%) 순서임.

■ 과일류

- 과일류의 월평균 구매량은 10.5kg이며, 월평균 구매금액은 2.6만 원으로 나타남.
 - 품목별 월평균 구매량은 사과(86.4kg), 배(72.1kg) 순서임.
 - 품목별 월평균 구매금액은 배(25.9만 원), 사과(13.3만 원) 순서임.
- 과일류의 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 80.8%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)로 구매하는 비중이 18.7%로 두 번째로 높음.
- 과일류의 유통형태는 상온유통 비중이 89.6%이며, 냉장유통은 10.4%를 차지함.

■ 장류 및 가공식품

- 장류 및 가공식품의 월평균 구매량은 92.1kg이며, 월평균 구매금액은 58.0만 원으로 나타남.
 - 장류의 월평균 구매량은 된장(19.9kg), 고추장(19.1kg), 간장(18.2kg) 순서로 많음.
 - 장류의 월평균 구매금액은 간장(8.7만 원), 고추장(5.2만 원), 된장(3.9만 원) 순서로 많음.
- 장류 및 가공식품의 유통형태는 상온유통 비중이 72.8%로 가장 높고, 냉장유통(26.8%) 냉동유통(0.4%) 순서임.

3) 구매처를 주로 이용하는 이유(1+2순위 중복응답 기준)

- 외식업체가 식재료 구매처를 주로 이용하는 이유는 살펴보면 물량 확보가 용이해서(21.8%)가 가장 높으며, 그 다음으로는 가격변화가 비교적 적어서(18.2%), 여러 재료를 한꺼번에 구매하기 편해(14.1%), 오랜 거래처로 신뢰가 쌓여서(13.7%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점 업종별로 일식에서는 구매처 선택 시 물량 확보가 용이해서(26.6%), 가격변화가 비교적 적어서(18.6%)가 다른 업종에 비해 중요한 이유인 것으로 나타남. 중식에서는 여러 재료를 한꺼번에 구매하기 편해서(16.0%), 오랜 거래처로 신뢰가 쌓여서(15.9%), 직접 배달해 주어서(12.2%) 해당 식재료 구매처를 주로 이용하는 비중이 상대적으로 높음.
- 일반음식점 외 모든 업종에서 물량 확보가 용이해서가 구매처를 주로 이용하는 가장 중요한 이유로 나타났으며, 특히 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(24.5%), 출장·이동음식점업과 제과점(각 23.5%)에서 높게 나타남.
- 프랜차이즈의 경우에도 물량 확보가 용이해서(22.0%)가 구매처를 주로 이용하는 가장 중요한 이유이지만, 프랜차이즈 본사이므로(15.5%)의 비중이 3위로 상대적으로 높게 나타났음.
- 지역별로는 대부분의 지역에서 물량 확보가 용이해서가 구매처를 주로 이용하는 가장 중요한 요인으로 나타났지만, 충청권에서는 가격변화가 비교적 적어서(25.1%)가 가장 중요한 요인으로 나타남.

4) 외식업체 규모별 식재료 구매 행태

- 월평균 구매량 및 구매금액은 업체의 규모가 클수록 높은 경향을 보임.
 - 구매경로는 30m² 미만 업체가 개인 도매상(29.9%)을 통해 구매하는 비중이 가장 높은 반면, 30m² 이상의 경우 식자재 마트를 통한 구매 비중이 가장 높음.
 - 구매빈도는 규모에 관계없이 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 주문 및 배달형태는 규모에 관계없이 전화주문 후 배달하는 비중이 가장 높게 나타남.
 - 구매형태는 규모에 관계없이 원물상태로 구매하는 비중이 대부분을 차지함.
 - 유통형태는 규모에 관계없이 상온유통을 통한 구매 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통, 냉동유통 순서임.
- 외식업체 규모별 월평균 구매량은 30m² 미만 업체의 경우 428.7kg, 300m² 이상 업체의 경우 1,495.0kg으로 업체 규모에 따라 큰 차이가 있음.
 - 월평균 구매금액도 30m² 미만 업체의 경우 220.6만 원, 300m² 이상 업체의 경우 1,107.2만 원으로 업체 규모가 커질수록 높게 나타남.

5) 상권별 식재료 구매 행태

- 외식업체 상권별 식재료 월평균 구매량은 대학 및 학원가(878.4kg), 역세권(829.0kg), 오피스(827.9kg) 등의 순서로 많음.
 - 식재료 월평균 구매금액은 상권별로 오피스(516.4만 원), 역세권(495.3만 원), 대학 및 학원가(491.6만 원) 등의 순서임.
- 외식업체 상권별 식재료 구매경로는 기타를 제외한 모든 상권에서 식자재 마트에서 구매하는 비중이 가장 높게 나타남.
 - 구매빈도는 상권에 관계없이 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 주문 및 배달형태는 상권에 관계없이 전화주문 후 배달하는 비중이 가장 높음.
 - 구매형태는 상권에 관계없이 원물상태로 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 유통형태는 상권에 관계없이 상온유통을 통한 구매 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통, 냉동유통 순서임.

6) 업종 중분류별 식재료 구매 행태

- 외식업체 업종별 식재료 월평균 구매량은 출장 및 이동음식점업(1,673.0kg), 기관 구내식당업(1,463.0kg), 일반음식점업(819.3kg) 등의 순서로 높음.
 - 식재료 월평균 구매금액은 업종별로 출장 및 이동음식점업(1,017.0만 원), 기관 구내식당업(835.4만 원), 일반음식점업(473.5만 원) 등의 순서임.
- 외식업체 업종별 식재료 구매경로는 업종에 관계없이 식자재 마트를 통한 구매 비중이 가장 높은 것으로 나타남.
 - 구매빈도는 업종에 관계없이 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 주문 및 배달형태는 업종에 관계없이 전화주문 후 배달 형태가 절반 이상으로 높은 비중을 차지하였음.
 - 구매형태는 업종에 관계없이 원물상태로 구매하는 비중이 대부분을 차지함.
 - 유통형태는 업종에 관계없이 상온유통의 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통, 냉동유통 순서임.
- 일반음식점업의 식재료 월평균 구매량은 819.3kg이고, 월평균 구매금액은 473.5만 원임.
 - 구매경로는 식자재 마트(26.3%), 개인 도매상(25.2%), 식재료 유통법인(9.0%) 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 40.6%로 가장 높게 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(54.8%) 비중이 절반 이상으로 가장 높음.

- 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태 구매 비중이 69.0%로 절반 이상을 차지하며, 그 다음으로 전처리 상태(18.4%), 가공상태(12.6%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(61.9%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(22.9%), 전처리상태(탈각탈피)(12.9%) 순서임.
- 유통형태는 상온유통 비중이 67.4%로 가장 높고, 냉장유통(28.9%), 냉동유통(3.6%) 순서임.

7) 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태

- 일반음식점의 전체 식재료 월평균 구매량은 819.3kg이고, 월평균 구매금액은 473.5만 원임.
 - 식재료 월평균 구매량은 업종별로 일식(1,221.1kg), 중식(1,008.5kg), 서양식(888.2kg) 순서임.
 - 식재료 월평균 구매금액은 업종별로 서양식(626.0만 원), 일식(621.7만 원), 기타 외국식(525.9만 원) 순서로 많음.
- 일반음식점의 식재료 구매경로는 식자재 마트(26.3%), 개인 도매상(25.2%), 식재료 유통법인(9.0%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
- 일반음식점의 식재료 구매빈도는 일주일에 1~2회(40.6%), 월 2~3회(18.0%), 일주일에 3~4회(17.9%), 월 1회(11.6%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
- 일반음식점의 식재료 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(54.8%) 비중이 절반 이상으로 가장 높으며, 그 다음으로 직접구매 후 직접운반(20.5%), 직접구매 후 배달(19.1%), 온라인구매 후 배달(5.5%) 순서임.
- 일반음식점의 식재료 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태(69.0%), 전처리상태(18.4%), 가공상태(12.6%) 순서이며, 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(61.9%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(22.9%), 전처리상태(탈각탈피)(12.9%) 순서임.
- 일반음식점의 식재료 유통형태는 상온유통(67.4%), 냉장유통(28.9%), 냉동유통(3.6%) 순서임.

8) 한식 세분류별 식재료 구매 행태

- 한식 외식업체의 식재료 월평균 구매량은 786.5kg이고, 월평균 구매금액은 458.6만 원임.
 - 식재료 월평균 구매량은 한식 세분류별로 한식 육류(884.3kg), 한식 해산물류(865.6kg), 한식 일반(759.6kg), 한식 면류(605.5kg) 순서임.
 - 식재료 월평균 구매금액은 한식 세분류별로 한식 육류(635.8만 원), 한식 해산물류(431.4만 원), 한식 일반(415.4만 원), 한식 면류(324.8만 원) 순서임.
- 한식 외식업체의 식재료 구매경로는 식자재 마트(26.2%), 개인 도매상(25.6%), 식재료 유통법인(9.1%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.

- 한식 외식업체의 식재료 구매빈도는 일주일에 1~2회(40.9%), 일주일에 3~4회(18.0%), 월 2~3회(17.8%), 월 1회(11.8%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
- 한식 외식업체의 식재료 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(55.7%) 비중이 절반 이상으로 가장 높으며, 그 다음으로 직접구매 후 직접운반(19.7%), 직접구매 후 배달(19.0%), 온라인구매 후 배달(5.6%) 순서임.
- 한식 외식업체의 식재료 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태(66.4%) 전처리상태(20.0%), 가공상태(13.7%) 순서이며, 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(60.3%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(25.0%), 전처리상태(탈각탈피)(12.8%) 순서임.
- 한식 외식업체의 식재료 유통형태는 상온유통(68.4%), 냉장유통(28.6%), 냉동유통(3.1%) 순서임.

9) 운영형태별 식재료 구매 행태

- 외식업체 운영형태별 식재료 구매 행태를 살펴보면, 독립운영 업체의 식재료 월평균 구매량은 679.7kg이고, 프랜차이즈 업체의 식재료 월평균 구매량은 656.9kg임.
- 독립운영 업체의 식재료 월평균 구매금액은 376.0만 원이고, 프랜차이즈 업체의 식재료 월평균 구매금액은 378.9만 원임.
- 식재료 구매경로는 독립운영 업체의 경우 식자재 마트(27.6%), 개인 도매상(25.9%), 농수산물 도매시장(8.8%), 일반대형마트(8.8%) 등의 순서로 비중이 높음. 프랜차이즈 업체의 경우 프랜차이즈 본사(30.5%), 식자재 마트(30.5%), 식재료 유통법인(9.5%) 등의 순서로 나타남.

10) 연매출 규모별 식재료 구매 행태

- 외식업체 연매출 규모별 식재료 월평균 구매량은 5천만 원 미만 업체의 경우 205.2kg이고, 5억 원 이상 업체의 경우 1,806.6kg으로 매출규모가 클수록 구매량이 증가함.
- 연매출 규모별 식재료 구매경로는 5천만 원 미만 업체의 경우 식자재 마트(26.8%), 개인 도매상(20.9%), 일반대형마트(13.7%), 식재료 유통법인(10.4%) 등의 순서로 비중이 높음. 5억 원 이상 업체의 경우 식자재 마트(25.2%), 개인 도매상(19.6%), 농수산물도매시장(12.2%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.

2. 식재료 거래 특성

1) 국내산 비중

- 외식업체가 이용하는 식재료 중 국내산 비중은 전체 평균 82.4%이며, 국내산 이용 비중이 80% 이하인 품목은 쇠고기(39.6%), 김치(43.0%), 고춧가루(59.2%), 마늘(77.3%), 돼지고기(77.3%)로 나타남.
- 일반음식점에서 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 가장 낮은 업종은 중식(71.2%)으로 나타남. 일반음식점 외 업종에서 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 가장 낮은 업종은 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(68.6%)임.
- 한식 세분류별로 국내산 비중이 100%라고 응답한 비중은 한식 육류(77.4%)에서 가장 낮음.
- 프랜차이즈 업체(72.9%)는 비프랜차이즈 업체(79.6%)보다 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 6.7%p 낮음.
- 지역별로 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 높은 지역은 경북권(80.9%)과 서울권(80.1%)이며, 낮은 지역은 충청권(68.3%)으로 나타남.
- 매출액 규모별로 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 높은 매출 규모는 5천만 원 미만(82.4%)이고, 낮은 규모는 1억 원~5억 원 미만(77.9%)으로 나타남.
- 업종별·품목별 국내산 식재료 사용 비중을 살펴보면, 한식의 경우 김치(45.4%)의 국내산 사용 비중이 상대적으로 낮게 나타남.
- 한식 세분류별·품목별 국내산 식재료 사용 비중을 살펴보면, 한식 해산물류의 국내산 사용 비중(90.0%)이 가장 높고, 한식 면류(80.0%)와 한식 육류(80.5%)의 사용 비중이 상대적으로 낮음.

2) 국내산 원재료 사용 이유(1+2순위 중복응답 기준)

- 외식업체가 국내산 원재료를 사용하는 이유는 '안전해서(35.6%)', '맛, 품질이 우수해서(21.6%)', '물량확보가 용이해서(19.7%)', '가격이 저렴해서(10.5%)' 등의 순서로 나타남.
- 품목별로 모든 품목에서 국내산 원재료를 사용하는 이유가 '안전해서'라고 응답하였음.

3) 수입 원재료 사용 이유(1+2순위 중복응답 기준)

- 외식업체가 수입 원재료를 사용하는 이유는 '가격이 저렴해서(55.1%)', '가격변화가 비교적 적어서(24.7%)', '물량확보가 용이해서(9.2%)', '안전해서(6.5%)' 등의 순서로 나타남.

- 품목별로 대부분의 품목에서 수입 원재료를 사용하는 이유가 '가격이 저렴해서'라고 응답하였으나, 양파(46.4%), 대파(37.8%), 배추(41.8%), 감자(38.2%)의 경우 '가격변화가 비교적 적어서'라고 응답한 비중이 가장 높았음.

4) 식재료 원산지 확인 여부

- 외식업체가 식재료를 구매할 때 원산지를 확인하는 비중은 85.2%이며, 확인하지 않는 비중은 1.7%로 조사됨.
 - 식재료 원산지 확인을 '매번 한다'고 응답한 비중은 17.6%이고, '자주 한다'는 39.0%, '가끔 한다'는 28.6%임.
- 식재료 원산지를 확인한다(가끔 한다+자주 한다+매번 한다)고 응답한 비중은 일반음식점 중에서는 일식(92.8%)이, 일반음식점 외 업종의 경우 출장 및 이동 음식점업(93.9%)이 상대적으로 높게 나타남.
- 한식 세분류별로는 한식 육류(90.2%)와 한식 해산물류(90.0%)가 식재료 원산지를 확인하는 비중이 다른 한식 업종보다 상대적으로 높은 것으로 나타남.

5) 식재료 결제 방법

- 식재료 결제 방법은 식재료를 구매하면서 즉시 결제하는 비중이 87.5% 수준임.
- 업종별로 일반음식점은 한식(91.1%)과 일식(85.9%)에서 식재료를 구매할 때 즉시 결제하는 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높음. 일반음식점 외 업종에서는 비알콜 음료점업(92.3%)과 제과점(85.3%)이 식재료 구매 시 즉시 결제하는 비중이 상대적으로 높음.

6) 외상거래 시 결제 주기

- 외상거래 시 결제 주기 분포 비중은 7일 이내가 36.0%로 가장 높으며, 15일 이내(32.7%), 1개월 이내(25.7%) 등의 순서임.
- 일반음식점 업종별로 식재료 구매 다음날 결제하는 비중은 한식(8.0%)이 비교적 높고, 7일 이내 결제 비중은 서양식(63.1%), 15일 이내, 1개월 이내는 기타 외국식(38.6%, 32.2%)이 다른 업종에 비해 상대적으로 높게 나타남.
- 일반음식점 외 업종에서 식재료 구매 다음날 결제하는 비중은 그 외 기타음식점업(9.4%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(6.5%)이 비교적 높고, 7일 이내 결제 비중은 제과점(65.1%), 15일 이내는 출장·이동음식점업(52.5%), 1개월 이내는 주점업(35.6%)이 다른 업종보다 높게 나타남.

7) 식재료 결제 수단별 비중

- 식재료 결제 수단별로 현금결제는 51.7%로 절반 이상을 차지하며, 카드결제 비중은 41.4%임.
- 일반음식점 업종별로 현금결제 비중이 상대적으로 높은 업종은 서양식(56.3%)과 중식(52.9%)이며, 카드결제 비중이 비교적 높은 업종은 일식(49.8%)과 한식(42.2%)임.
- 일반음식점 외 업종별로 현금결제 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높은 업종은 기관 구내식당업(61.1%)과 출장·이동음식점업(60.5%)이며, 카드결제 비중이 비교적 높은 업종은 제과점(45.8%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(43.4%)으로 나타남.
- 매출액 규모별로는 매출액이 5천만 원 미만인 경우 현금결제 비중이 56.6%로 다른 규모의 업체보다 상대적으로 높은 수준임.

8) 식재료 구매 시 고려 기준(1+2순위 중복응답 기준)

- 식재료를 구매할 때 중요하게 고려하는 기준은 '품질(27.3%)', '가격(24.1%)', '맛(19.2%)', '안전성(18.5%)', '구매의 편리성(5.3%)' 등의 순서로 나타남.
- 업종별로 일반음식점에서 식재료를 구매할 때 중요하게 고려하는 기준으로 '품질'이라고 응답한 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높은 업종은 서양식(31.2%)이고, '가격'이라는 응답 비중은 한식(25.7%), '맛'이라는 응답 비중은 기타 외국식(25.5%)에서 비교적 높게 나타남.
- '안전성' 응답 비중이 상대적으로 높은 업종은 중식(18.7%)과 한식(18.6%)임.
- 일반음식점 외 업종에서 '품질'이라고 응답한 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높은 업종은 치킨전문점(31.5%), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(27.0%)인 반면, 낮은 업종은 기관 구내식당업(22.4%)으로 나타남.

9) aT 농산물유통정보(KAMIS) 인지 여부

- aT 농산물유통정보(KAMIS) 인지 여부에 대해서는 인지하지 못하고 있는 비중이 75.3%, 인지하고 있는 비중이 24.7%로 나타남.
- 일반음식점 업종별로 aT 농산물유통정보(KAMIS)에 대한 인지도가 상대적으로 높은 업종은 일식(38.9%)과 기타 외국식(32.6%)이고, 인지하지 못한 비중이 상대적으로 높은 업종은 중식(74.9%)으로 나타남.
- 일반음식점 외 업종에서 aT 농산물유통정보(KAMIS)에 대한 인지도가 상대적으로 높은 업종은 출장·이동음식점업(32.9%)과 기관 구내식당업(31.4%)이고, 인지하지 못한 비중이 상대적으로 높은 업종은 주점업(80.2%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(79.4%)으로 나타남.

10) 식재료 가격 정보 획득 경로

- 식재료 가격 정보를 획득하는 방법은 중복응답 기준으로 '지인(동종업체)으로부터 참고(32.6%)', '식재료 공급업체를 통해서(29.0%)', '직접 현장조사(22.9%)', '인터넷 사이트 탐색(9.0%)' 등의 순서로 나타남.
- 업종별로 일반음식점에서 식재료 가격 정보를 획득하는 방법으로 '식재료 공급업체를 통해서', '인터넷 사이트 탐색'으로 일식(39.5%, 11.4%)이, '지인(동종업체)으로부터 참고'와 '직접 현장조사'는 한식(35.2%, 25.5%)이 상대적으로 높은 비중을 차지함.
- 일반음식점 외 업종별로 '식재료 공급업체를 통해' 가격 정보를 획득하는 비중이 상대적으로 높은 업종은 치킨전문점(37.4%)이며, '지인(동종업체)으로부터 참고'는 주점업(35.8%), '직접 현장조사'는 분식 및 김밥전문점업(26.9%), '인터넷 사이트 탐색'은 비알콜 음료점업(25.2%)비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높음.

11) 가격 정보를 얻기 위한 노력

- 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력하는 업체 비중은 81.9%이고, 노력을 기울이지 않는 업체의 비중은 2.4%로 나타남.
 - 식재료 가격 정보를 얻기 위해 '매우 노력한다'는 6.9%, '노력한다'는 37.3%, '조금 노력한다'는 37.8%임.
- 일반음식점 중에서 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력한다(조금 노력한다+노력한다+매우 노력한다)는 비중은 일식(88.4%)과 서양식(87.0%)이 상대적으로 높음. 일반음식점 외 업종의 경우 출장·이동음식점업에서 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력한다는 비중이 91.5%로 다른 업종보다 높게 나타남.

1. 식재료 구매 행태¹¹⁾

1) 품목별 식재료 구매 행태

- 2019년 월평균 식재료 구매량은 675.1kg으로 나타남.
 - 품목별 구매량은 육류 및 축산물류(238.9kg), 채소류(165.9kg), 곡류/곡류가공품(149.2kg) 순서로 많음.
- 2019년 월평균 식재료 구매금액은 376.6만 원으로 나타남.
 - 품목별 구매금액은 육류 및 축산물류(196.8만 원), 장류 및 가공식품(58.0만 원), 곡류/곡류가공품(55.6만 원) 순서로 많음.
- 식재료 구매경로는 전체적으로 식자재 마트를 통해 구매하는 비중(28.1%)이 가장 높으며, 그 다음으로 개인 도매상(21.8%), 식재료 유통법인(8.8%), 일반대형마트와 농수산물도매시장(각 8.7%) 등의 순서로 나타남.
 - 세분류별로 살펴보면, 달걀은 개인 도매상(28.8%)과 식자재 마트(26.0%) 순서로 높음.
 - 식재료 유통법인에서 구매하는 비중이 상대적으로 높은 품목은 과일류(10.2%)임.
 - 농수산물도매시장에서 구매하는 비중이 상대적으로 높은 품목은 곡류(11.0%)와 수산물류(11.1%)임.
- 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 40.1%로 가장 높으며, 그 다음으로 월 2~3회(19.2%), 일주일에 3~4회(17.0%) 등의 순서로 나타남.
 - 모든 품목류에서 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높게 나타났으며, 특히 채소류(44.7%)와 수산물류(42.8%)가 높은 비중을 보임.
- 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달하는 형태가 54.8%로 가장 높으며, 그 다음으로 직접구매 후 직접운반(20.5%), 직접구매 후 배달(19.0%), 온라인구매 후 배달(5.7%) 순서로 나타남.
 - 모든 품목류에서 전화주문 후 배달하는 형태의 비중이 가장 높게 나타났으며, 세분류별로는 특히 달걀(60.3%)과 과일류(57.0%), 장류(56.7%)가 높은 비중을 보임.
- 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류 식재료의 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 74.4%로 가장 높으며, 그 다음으로 전처리상태(13.4%), 가공상태(12.2%) 순서로 조사됨. 채소류와 과일류 식재료의 구매형태도 원물상태로 구매하는 비중이 67.6%로 가장 높았고, 전처리상태(이물제거)(18.0%), 전처리상태(탈각탈피)(11.4%) 순서로 조사됨.
 - 모든 품목에서 원물상태로 구매하는 비중이 가장 높은 것으로 나타남.
 - 전처리상태로 구매하는 비중이 상대적으로 높은 품목은 채소류(31.1%)이며, 가공상태로 구

11) 식재료 구매 행태 비율은 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

매하는 비중이 상대적으로 높은 품목은 수산물류(43.3%)임.

- 유통형태는 상온유통 형태가 64.7%로 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통(31.1%), 냉동유통(4.1%) 순서로 나타남.
- 대부분의 품목에서 상온유통 형태의 비중이 가장 높으나, 육류 및 축산물류는 냉장유통의 비중이 85.5%로 가장 높음.

<표 3-1> 품목별 식재료 구매 행태 - 대분류

구분	전체	육류 및 축산물류	곡류/곡류 가공품	수산물류	채소류	과일류	장류 및 가공식품
월평균 구매량(kg)	675.1	238.9	149.2	19.9	165.9	10.5	92.1
월평균 구매금액(만 원)	376.6	196.8	55.6	22.5	42.7	2.6	58.0
구매경로(비율응답, %)							
1. 식재료 유통대기업	5.0	4.9	4.5	5.4	5.7	4.2	4.8
2. 식재료 유통법인	8.8	9.0	7.8	8.4	8.9	10.2	9.2
3. 개인 도매상	21.8	21.9	24.7	21.3	21.7	21.3	20.5
4. 식자재 마트	28.1	28.6	28.0	28.9	27.1	28.8	27.9
5. 일반대형마트	8.7	9.1	7.3	7.7	10.1	4.2	9.6
6. 농수산물도매시장	8.7	7.3	11.0	11.1	8.6	9.6	7.4
7. 소매상	5.2	4.9	5.2	5.8	5.1	4.5	5.2
8. 산지직거래 및 직접생산	1.9	1.9	3.8	1.5	1.2	1.1	1.5
9. 프랜차이즈 본사	5.0	5.1	3.7	3.2	5.1	7.6	6.1
10. 온라인마트	6.4	6.8	3.5	6.1	6.4	8.0	7.5
11. 기타	0.5	0.4	0.6	0.6	0.3	0.6	0.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매빈도(%)							
1. 매일	8.9	9.7	8.6	8.4	8.4	11.9	8.7
2. 일주일에 3~4회	17.0	17.4	17.0	15.5	16.5	20.5	17.0
3. 일주일에 1~2회	40.1	39.1	39.7	42.8	44.7	38.5	37.3
4. 월 2~3회	19.2	18.9	18.2	22.1	18.0	19.6	19.3
5. 월 1회	12.2	12.7	13.9	7.9	9.4	8.4	15.1
6. 기타	2.6	2.2	2.5	3.3	3.0	1.0	2.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)							
1. 전화주문→배달	54.8	57.0	55.4	51.9	53.1	57.0	55.0
2. 직접구매→배달	19.0	17.4	20.4	21.0	20.2	12.8	18.7
3. 직접구매→직접운반	20.5	20.7	19.4	22.2	20.9	21.7	19.9
4. 온라인구매→배달	5.7	4.9	4.8	4.9	5.8	8.5	6.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태(복수응답, %)							
1. 원물상태	74.4	81.5	82.9	48.0			
2. 전처리상태	13.4	16.9	8.0	8.6			
3. 가공상태	12.2	1.6	9.1	43.3			
합계	100.0	100.0	0.0	0.0			
구매형태(복수응답, %)							
1. 원물상태	67.6				67.2	80.8	
2. 전처리상태(이물제거)	18.0				18.0	18.7	
3. 전처리상태(탈각탈피)	11.4				11.7	0.5	
4. 전처리상태(단순세척)	1.2				1.2	0.0	
5. 전처리상태(살균소독)	0.2				0.2	0.0	
6. 가공상태	1.6				1.7	0.0	
합계	100.0				100.0	100.0	
유통형태(복수응답, %)							
1. 상온유통: 실온유통	64.7	0.2	97.3	42.6	84.8	89.6	72.8
2. 냉장유통	31.1	85.5	2.7	39.9	14.7	10.4	26.8
3. 냉동유통	4.1	14.3	0.0	17.5	0.6	0.0	0.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.
 2. 0값을 결측치로 처리하였기 때문에 세부 품목의 평균 합이 전체 평균과 다를 수 있음.
 3. 곡류/곡류가공품의 구매경로, 구매빈도, 주문 및 배달형태, 구매형태는 곡류가공품을 제외한 곡류만을 대상으로 조사하였음.

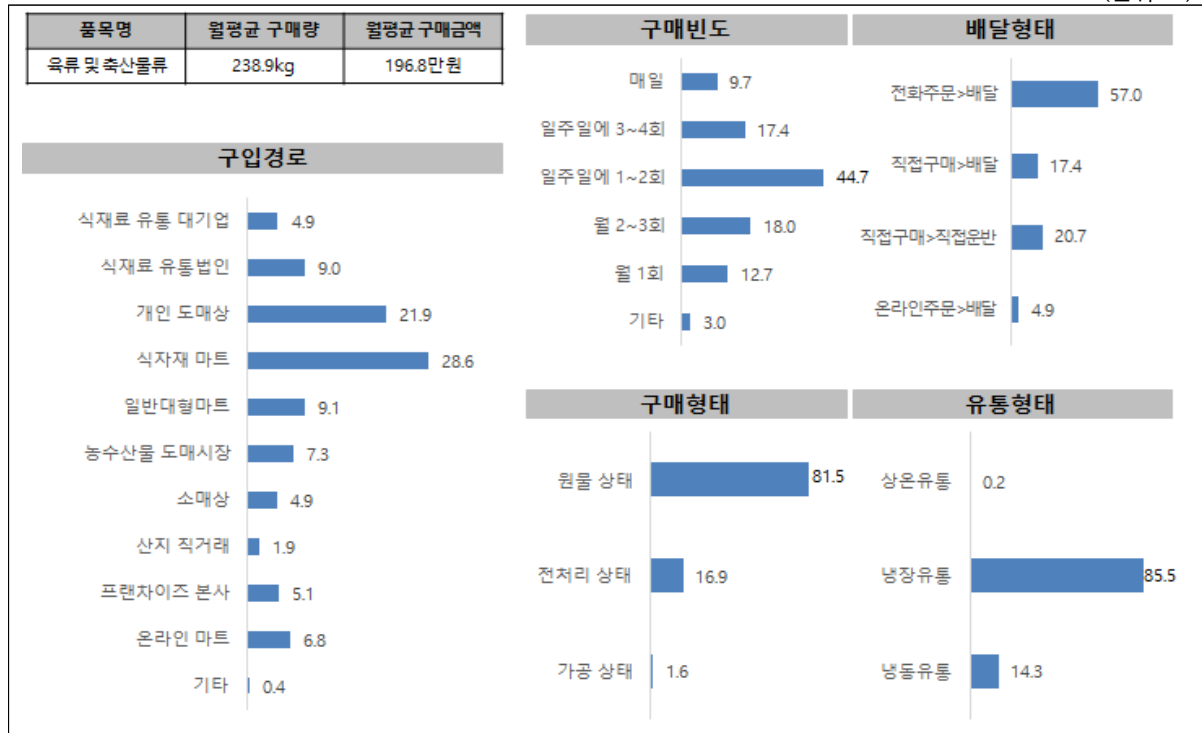
<표 3-2> 품목별 식재료 구매 행태 - 세분류

구분	전체	육류	달걀	곡류	수산물	채소류	과일류	장류	가공식품
구매경로(비율응답, %)									
1. 식재료 유통대기업	5.0	4.5	7.1	4.5	5.4	5.7	4.2	4.7	4.8
2. 식재료 유통법인	8.8	8.9	9.6	7.8	8.4	8.9	10.2	10.0	8.8
3. 개인 도매상	21.8	20.4	28.8	24.7	21.3	21.7	21.3	25.2	18.0
4. 식자재 마트	28.1	29.2	26.0	28.0	28.9	27.1	28.8	26.2	28.8
5. 일반대형마트	8.7	9.2	8.7	7.3	7.7	10.1	4.2	9.0	9.9
6. 농수산물도매시장	8.7	7.8	4.9	11.0	11.1	8.6	9.6	6.9	7.6
7. 소매상	5.2	5.1	4.2	5.2	5.8	5.1	4.5	4.7	5.4
8. 산지직거래 및 직접생산	1.9	1.8	2.3	3.8	1.5	1.2	1.1	0.9	1.8
9. 프랜차이즈 본사	5.0	5.6	2.8	3.7	3.2	5.1	7.6	4.5	6.9
10. 온라인마트	6.4	7.1	5.3	3.5	6.1	6.4	8.0	7.8	7.3
11. 기타	0.5	0.4	0.2	0.6	0.6	0.3	0.6	0.1	0.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매빈도(%)									
1. 매일	8.9	9.3	11.2	8.6	8.4	8.4	11.9	9.1	8.5
2. 일주일에 3~4회	17.0	17.5	16.8	17.0	15.5	16.5	20.5	20.7	14.9
3. 일주일에 1~2회	40.1	40.1	34.3	39.7	42.8	44.7	38.5	38.4	36.7
4. 월 2~3회	19.2	18.3	22.0	18.2	22.1	18.0	19.6	17.4	20.4
5. 월 1회	12.2	12.3	14.7	13.9	7.9	9.4	8.4	12.3	16.6
6. 기타	2.6	2.5	1.0	2.5	3.3	3.0	1.0	2.1	2.9
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)									
1. 전화주문→배달	54.8	56.3	60.3	55.4	51.9	53.1	57.0	56.7	54.0
2. 직접구매→배달	19.0	18.5	12.0	20.4	21.0	20.2	12.8	17.0	19.6
3. 직접구매→직접운반	20.5	20.1	23.7	19.4	22.2	20.9	21.7	20.0	19.8
4. 온라인구매→배달	5.7	5.1	4.0	4.8	4.9	5.8	8.5	6.2	6.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주: 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

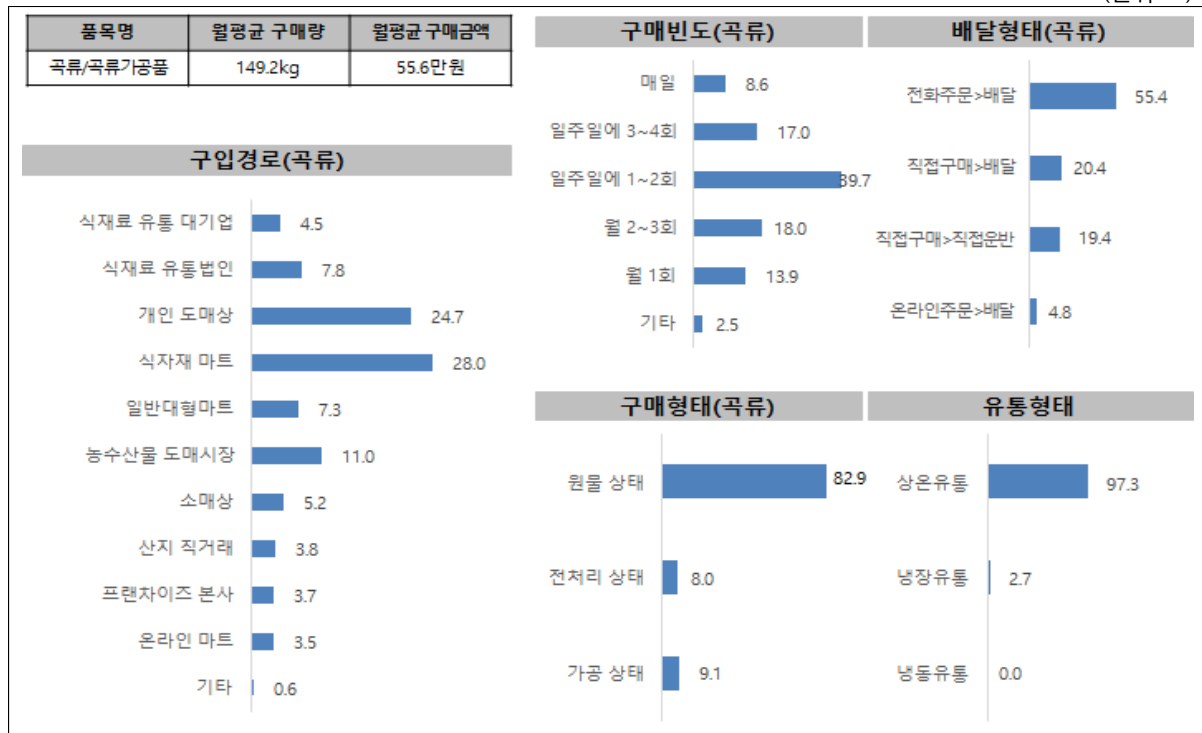
<그림 3-1> 품목별 식재료 구매 행태 - 육류 및 축산물류

(단위: %)



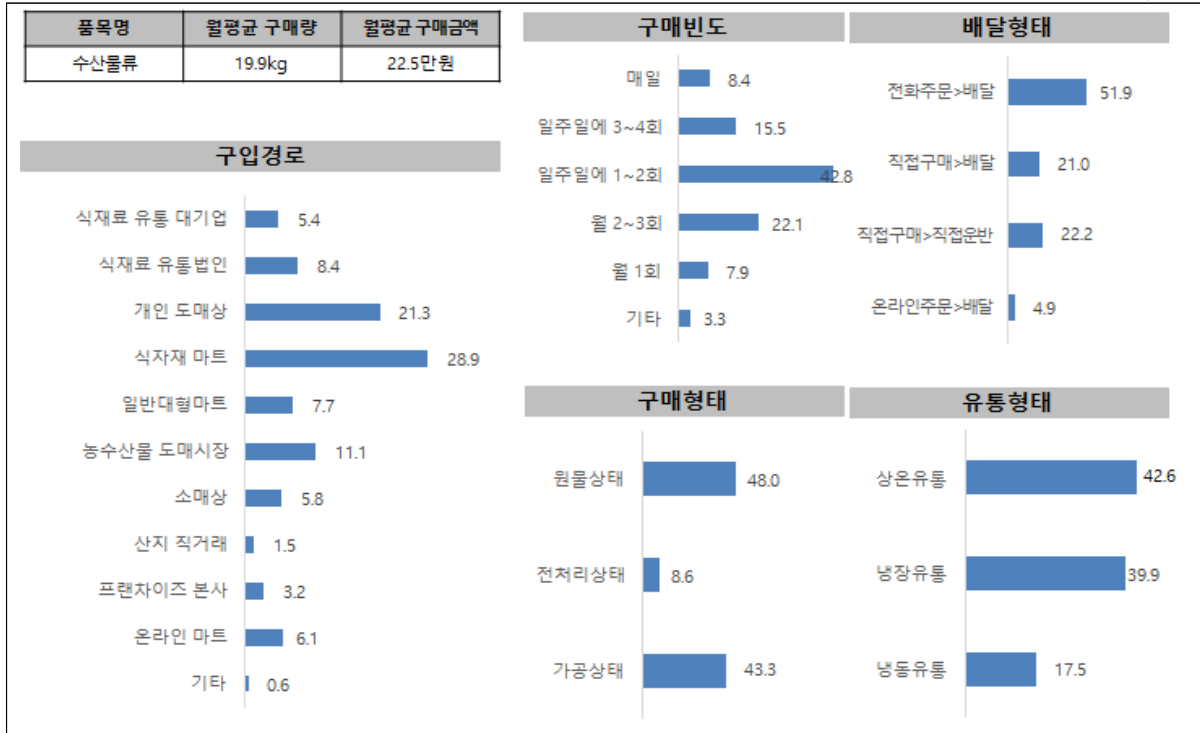
<그림 3-2> 품목별 식재료 구매 행태 - 곡류/곡류가공품

(단위: %)



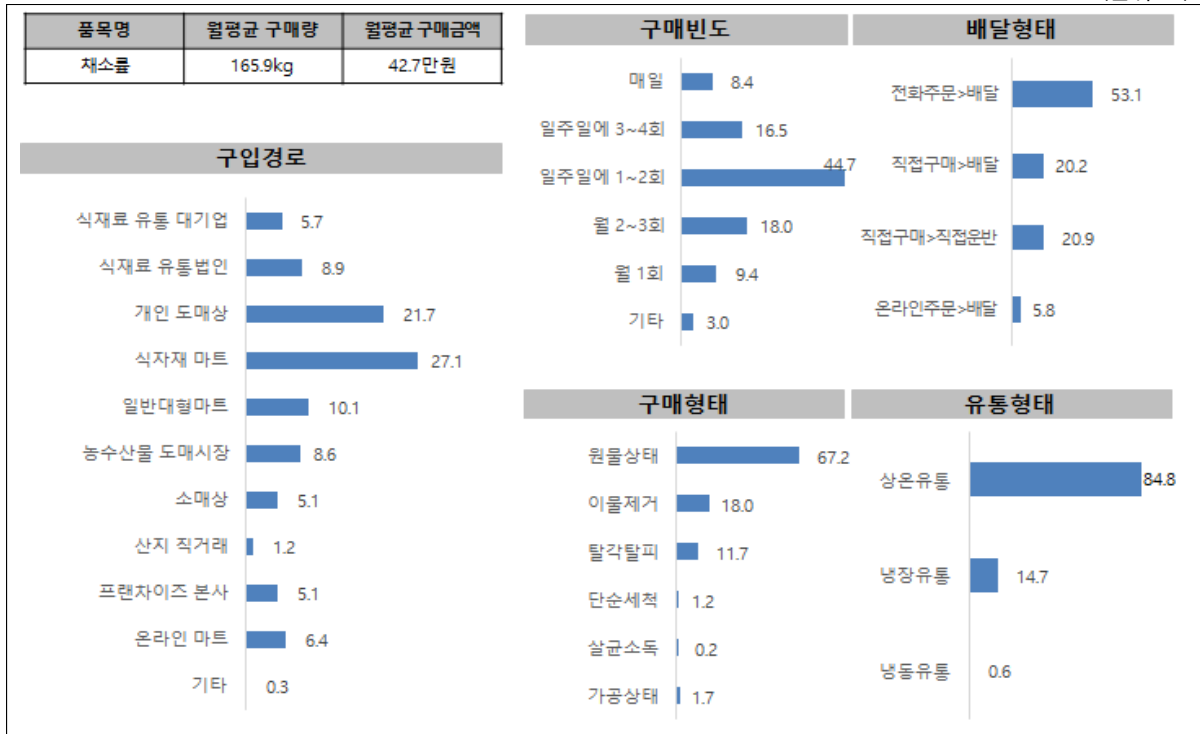
<그림 3-3> 품목별 식재료 구매 형태 - 수산물류

(단위: %)



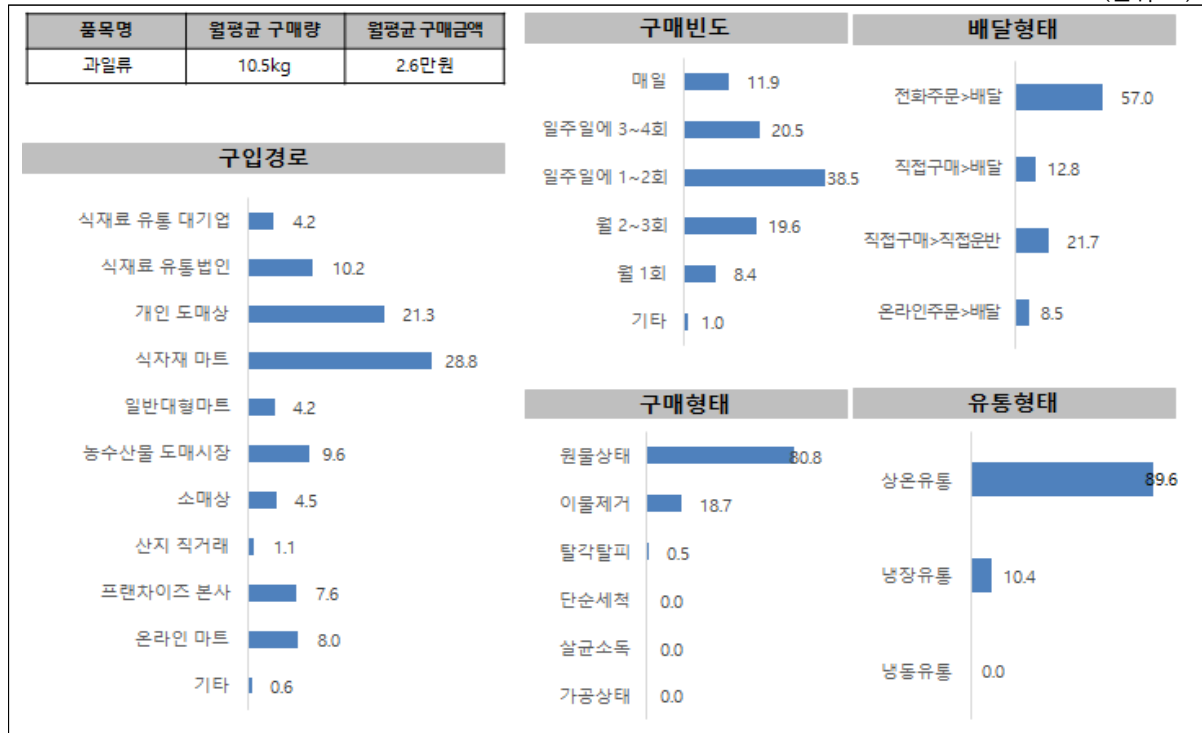
<그림 3-4> 품목별 식재료 구매 형태 - 채소류

(단위: %)



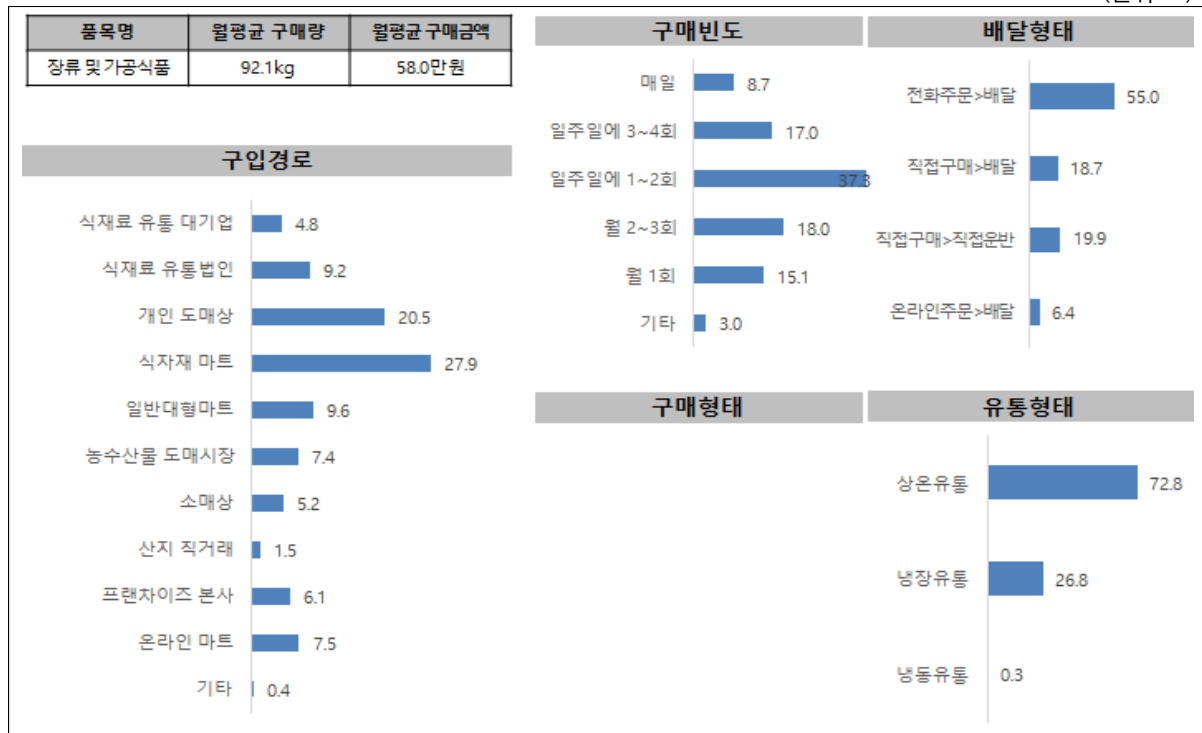
<그림 3-5> 품목별 식재료 구매 형태 - 과일류

(단위: %)



<그림 3-6> 품목별 식재료 구매 형태 - 장류 및 가공식품

(단위: %)



2) 세부 품목별 식재료 구매 행태

■ 육류 및 축산물류

- 육류 및 축산물류의 월평균 구매량은 238.9kg이며, 월평균 구매금액은 196.8만 원으로 나타남.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 81.5%로 가장 높고, 전처리상태(16.9%), 가공상태(1.6%) 순으로 나타남.
 - 유통형태는 냉장유통 비중이 85.5%이며, 냉동유통은 14.3%를 차지함.
- 육류 및 축산물류 세부 품목별로 살펴보면, 쇠고기의 월평균 구매량은 71.7kg, 월평균 구매금액은 149.0만 원임.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 77.0%로 가장 높고, 전처리상태(20.5%), 가공상태(2.6%) 순으로 나타남.
 - 유통형태는 냉장유통 비중이 75.3%이며, 냉동유통은 24.7%를 차지함.
- 돼지고기의 월평균 구매량은 158.1kg, 월평균 구매금액은 143.2만 원임.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 68.2%로 가장 높고, 전처리상태(29.2%), 가공상태(2.6%) 순으로 나타남.
 - 유통형태는 냉장유통 비중이 76.9%로 가장 높으며, 냉동유통(22.9%)이 다음으로 높음.
- 닭고기의 월평균 구매량은 216.1kg, 월평균 구매금액은 105.3만 원임.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 82.5%로 가장 높고, 전처리상태(16.0%)가 다음으로 높음.
 - 유통형태는 냉장유통 비중이 86.8%로 가장 높으며, 냉동유통(13.1%)이 다음으로 높음.
- 달걀의 월평균 구매량은 26.8kg, 월평균 구매금액은 10.2만 원임.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 96.3%로 가장 높고, 전처리상태(3.5%)가 다음으로 높음.
 - 유통형태는 냉장유통 비중이 99.6%를 차지함.

■ 곡류/곡류가공품

- 곡류/곡류가공품의 월평균 구매량은 149.2kg이며, 월평균 구매금액은 55.6만 원으로 나타남.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 97.3%이며, 냉장유통은 2.7%를 차지함.
- 곡류(쌀)의 월평균 구매량은 146.6kg, 월평균 구매금액은 57.1만 원임.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 82.9%로 가장 높고, 가공상태(9.1%), 전처리상태

(8.0%) 순으로 나타남.

- 유통형태는 상온유통이 97.1%로 대부분을 차지하며, 냉장유통 비중은 2.9%임.

○ 곡류가공품(밀가루)의 월평균 구매량은 112.1kg, 월평균 구매금액은 38.3만 원임.

- 유통형태는 상온유통이 97.4%로 대부분을 차지하며, 냉장유통 비중은 2.6%임.

■ 수산물류

○ 수산물류의 월평균 구매량은 19.9kg이며, 월평균 구매금액은 22.5만 원으로 나타남.

- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 48.0%로 가장 높고, 가공상태(43.3%), 전처리상태(8.6%) 순으로 나타남.

- 유통형태는 상온유통 비중이 42.6%으로 가장 높고, 냉장유통(39.9%), 냉동유통(17.5%) 순으로 나타남.

○ 오징어의 월평균 구매량은 33.6kg, 월평균 구매금액은 40.1만 원임.

- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 80.6%로 가장 높고, 전처리상태(10.4%), 가공상태(9.0%) 순으로 나타남.

- 유통형태는 냉장유통의 비중이 63.7%로 가장 높고, 냉동유통(28.0%), 상온유통(8.3%) 순서임.

○ 멸치의 월평균 구매량은 19.2kg, 월평균 구매금액은 19.6만 원임.

- 구매형태는 가공상태로 구매하는 비중이 78.5%로 가장 높고, 원물상태(14.7%), 전처리상태(6.9%) 순으로 나타남.

- 유통형태는 상온유통이 82.7%로 대부분을 차지하며, 냉장유통(12.0%), 냉동유통(5.3%) 순으로 나타남.

■ 채소류

○ 채소류의 월평균 구매량은 165.9kg이며, 월평균 구매금액은 42.7만 원으로 나타남.

- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 67.2%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(18.0%), 전처리상태(탈각탈피)(11.7%) 등의 순서로 나타남.

- 유통형태는 상온유통 비중이 84.8%로 가장 높고, 냉장유통(14.7%)이 다음으로 높음.

○ 세부 품목별로 마늘의 월평균 구매량은 28.7kg, 월평균 구매금액은 8.4만 원임.

- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 47.3%로 가장 높고, 전처리상태(탈각탈피)(35.5%), 가공상태(9.7%) 등의 순서임.

- 유통형태는 상온유통 비중이 68.7%로 가장 높고, 냉장유통(27.7%), 냉동유통(3.6%) 순서임.

○ 양파의 월평균 구매량은 53.6kg, 월평균 구매금액은 7.8만 원임.

- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 63.1%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(21.0%), 전처리상태(탈각탈피)(13.3%) 등의 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 86.9%로 가장 높고, 냉장유통(13.0%)이 다음으로 높음.
- 파(대파)의 월평균 구매량은 34.6kg, 월평균 구매금액은 10.5만 원임.
- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 64.7%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(22.5%), 전처리상태(탈각탈피)(8.5%) 등의 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 84.1%이며, 냉장유통이 15.9%를 차지함.
- 고추의 월평균 구매량은 19.1kg, 월평균 구매금액은 19.0만 원임.
- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 72.2%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(18.3%), 전처리상태(탈각탈피)(7.9%) 등의 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 82.5%이며, 냉장유통이 17.5%를 차지함.
- 무의 월평균 구매량은 65.0kg, 월평균 구매금액은 8.1만 원임.
- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 73.1%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(21.5%), 전처리상태(탈각탈피)(5.4%) 등의 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 88.2%이며, 냉장유통이 11.8%를 차지함.
- 배추의 월평균 구매량은 48.6kg, 월평균 구매금액은 7.9만 원임.
- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 69.0%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(26.0%), 전처리상태(탈각탈피)(5.0%) 등의 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 92.0%이며, 냉장유통이 8.0%를 차지함.
- 당근의 월평균 구매량은 21.0kg, 월평균 구매금액은 8.3만 원임.
- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 81.0%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(15.1%), 전처리상태(탈각탈피)(3.8%) 등의 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 90.9%이며, 냉장유통이 9.1%를 차지함.
- 감자의 월평균 구매량은 34.4kg, 월평균 구매금액은 5.3만 원임.
- 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 81.2%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(17.5%)가 다음으로 높음.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 93.4%로 가장 높고, 냉장유통(6.4%)이 다음으로 높음.

■ 과일류

- 과일류의 월평균 구매량은 10.5kg이며, 월평균 구매금액은 2.6만 원으로 나타남.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 80.8%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)로 구매하는 비중이 18.7%로 두 번째로 높음.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 89.6%이며, 냉장유통은 10.4%를 차지함.
- 사과의 월평균 구매량은 86.4kg, 월평균 구매금액은 13.3만 원임.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 81.4%이며, 전처리상태(이물제거)가 18.6%를 차지함.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 87.7%이며, 냉장유통은 12.3%를 차지함.
- 배의 월평균 구매량은 72.1kg, 월평균 구매금액은 25.9만 원임.
 - 구매형태는 원물상태로 구매하는 비중이 80.1%로 가장 높고, 전처리상태(이물제거)로 구매하는 비중이 18.8%로 두 번째로 높음.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 91.6%이며, 냉장유통은 8.4%를 차지함.

■ 장류 및 가공식품

- 장류 및 가공식품의 월평균 구매량은 92.1kg이며, 월평균 구매금액은 58.0만 원으로 나타남.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 72.8%로 가장 높고, 냉장유통(26.8%)이 다음으로 높음.
- 고추장의 월평균 구매량은 19.1kg, 월평균 구매금액은 5.2만 원임.
 - 유통형태는 상온유통이 96.4%로 대부분을 차지하며, 냉장유통 비중은 3.6%임.
- 된장의 월평균 구매량은 19.9kg, 월평균 구매금액은 3.9만 원임.
 - 유통형태는 상온유통이 97.3%로 대부분을 차지하며, 냉장유통 비중은 2.7%임.
- 간장의 월평균 구매량은 18.2kg, 월평균 구매금액은 8.7만 원임.
 - 유통형태는 상온유통이 96.9%로 대부분을 차지하며, 냉장유통 비중은 3.1%임.
- 김치의 월평균 구매량은 73.8kg, 월평균 구매금액은 24.5만 원임.
 - 유통형태는 냉장유통이 98.7%로 대부분을 차지함.
- 고춧가루의 월평균 구매량은 18.0kg, 월평균 구매금액은 46.1만 원임.
 - 유통형태는 상온유통이 83.3%로 가장 높고, 냉장유통이 15.2%로 두 번째로 높음.

<표 3-3> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 육류 및 축산물류

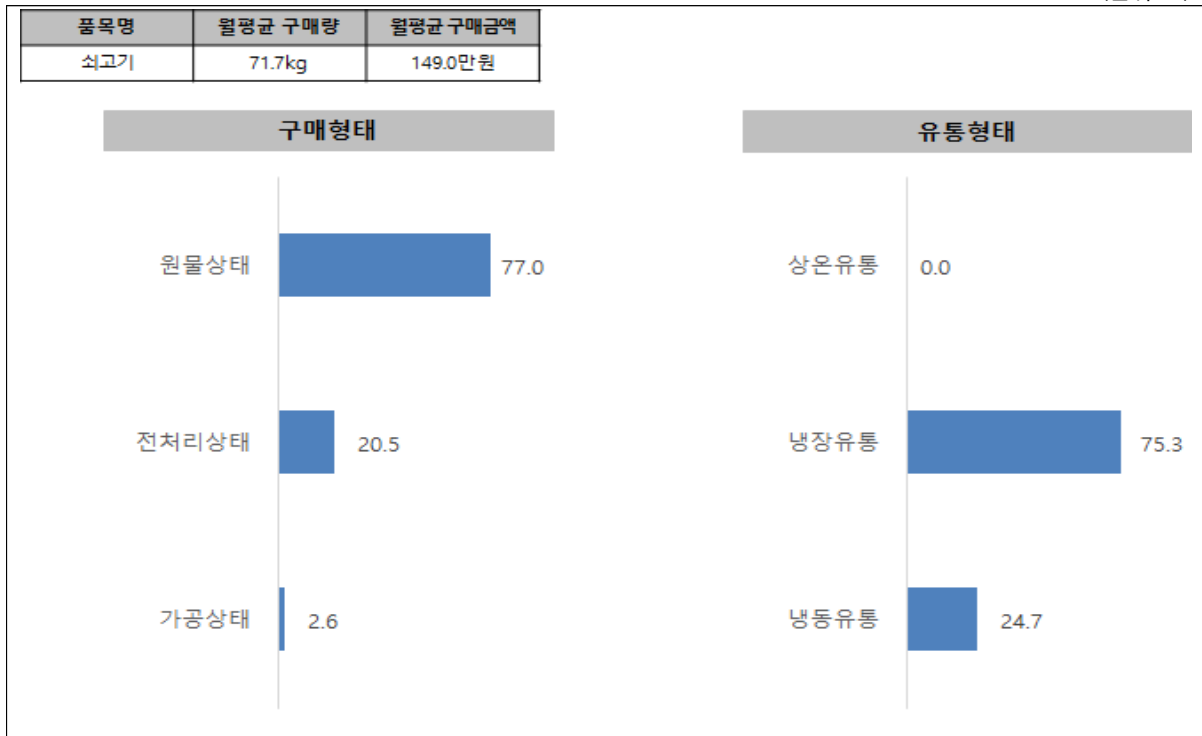
구분	전체	육류 및 축산물류	육류			축산물
			쇠고기	돼지고기	닭고기	달걀
월평균 구매량(kg)	675.1	238.9	71.7	158.1	216.1	26.8
월평균 구매금액(만 원)	376.6	196.8	149.0	143.2	105.3	10.2
구매형태(복수응답, %)						
1. 원물상태	74.4	81.5	77.0	68.2	82.5	96.3
2. 전처리상태	13.4	16.9	20.5	29.2	16.0	3.5
3. 가공상태	12.2	1.6	2.6	2.6	1.5	0.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)						
1. 상온유통: 실온유통	64.7	0.2	0.0	0.3	0.1	0.4
2. 냉장유통	31.1	85.5	75.3	76.9	86.8	99.6
3. 냉동유통	4.1	14.3	24.7	22.9	13.1	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 0값을 결측치로 처리하였기 때문에 세부 품목의 평균 합이 전체 평균과 다를 수 있음.

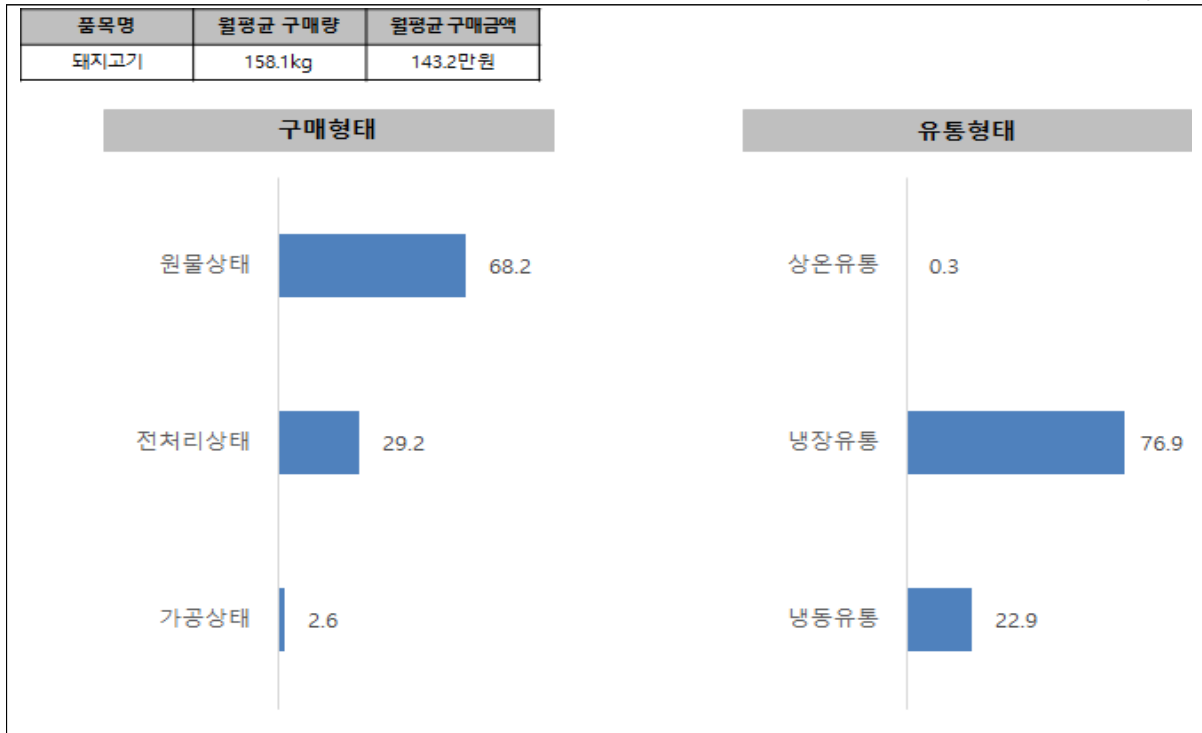
<그림 3-7> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 쇠고기

(단위: %)



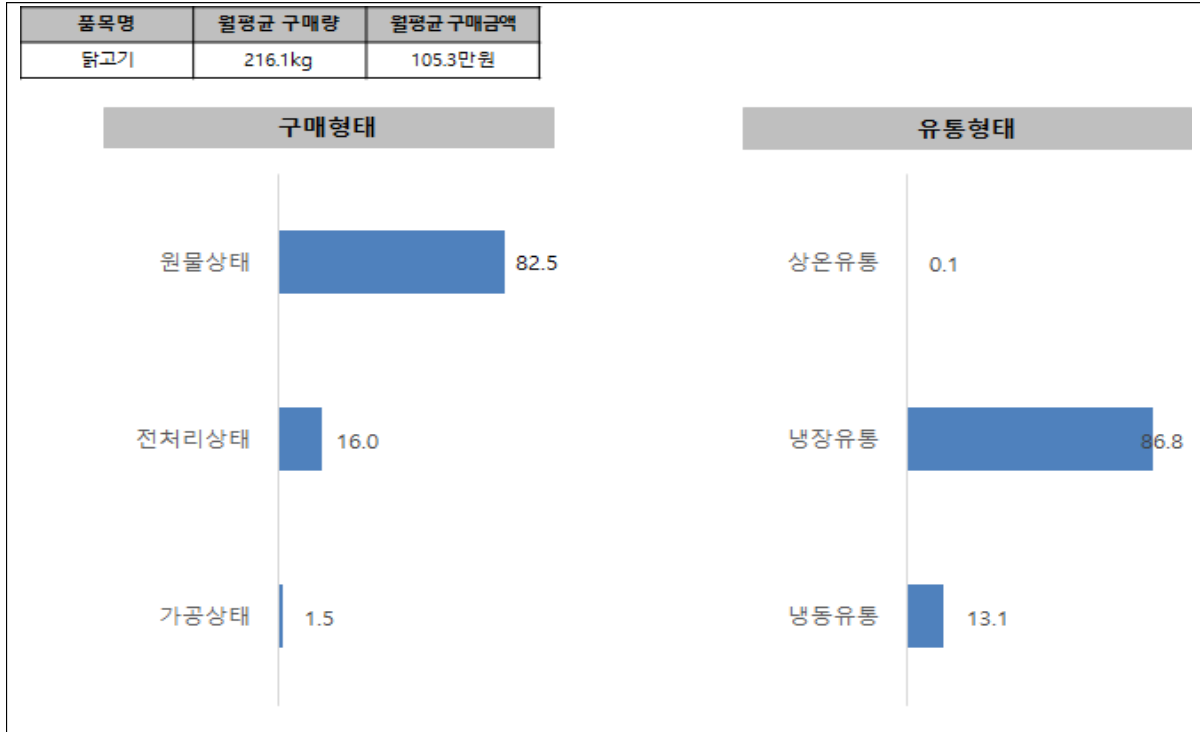
<그림 3-8> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 돼지고기

(단위: %)



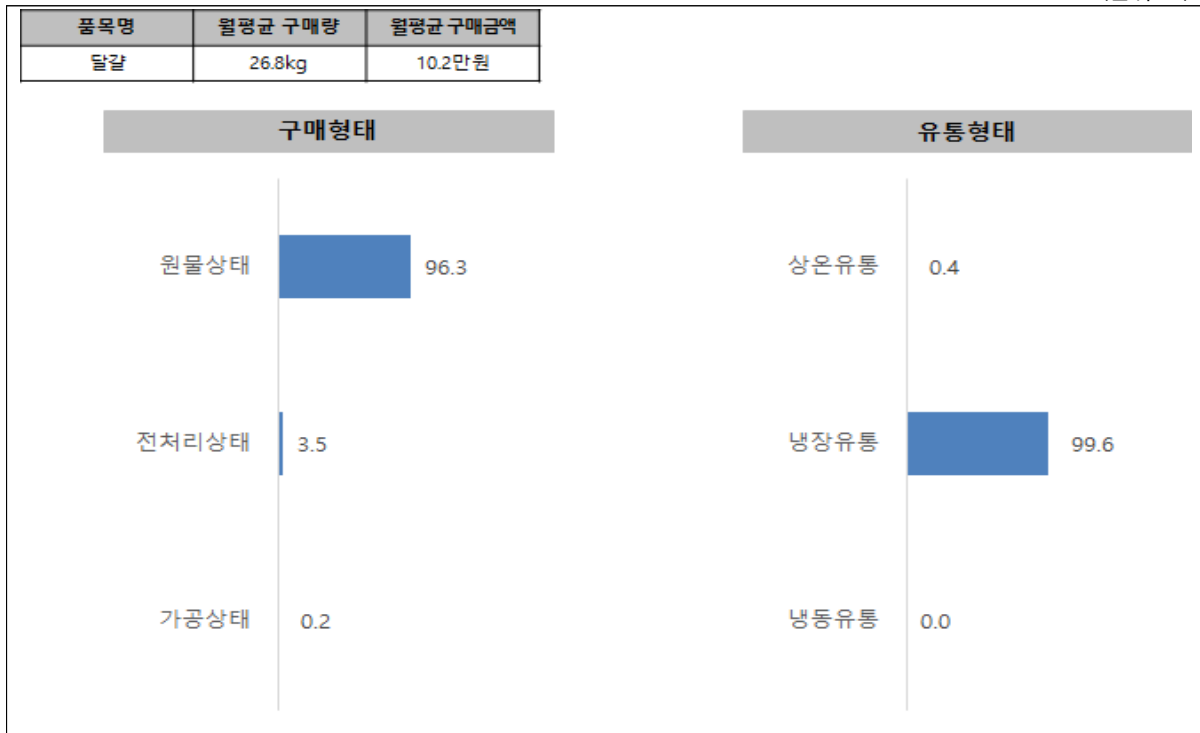
<그림 3-9> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 닭고기

(단위: %)



<그림 3-10> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 달걀

(단위: %)



<표 3-4> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 곡류/곡류가공품

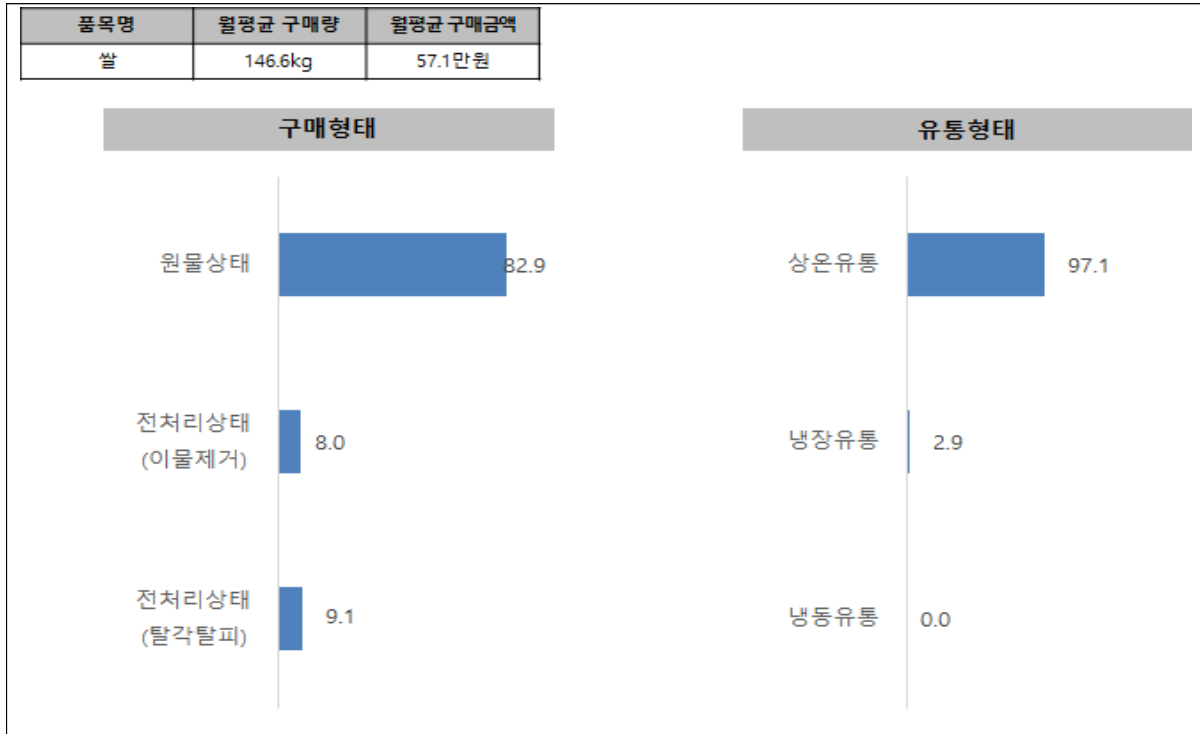
구분	전체	곡류/곡류가공품	곡류	곡류가공품
			쌀	밀가루
월평균 구매량(kg)	675.1	149.2	146.6	112.1
월평균 구매금액(만 원)	376.6	55.6	57.1	38.3
구매형태(복수응답, %)				
1. 원물상태	74.4	82.9	82.9	
2. 전처리상태	13.4	8.0	8.0	
3. 가공상태	12.2	9.1	9.1	
합계	100.0	100.0	100.0	
유통형태(복수응답, %)				
1. 상온유통: 실온유통	64.7	97.3	97.1	97.4
2. 냉장유통	31.1	2.7	2.9	2.6
3. 냉동유통	4.1	0.0	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0

주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 0값을 결측치로 처리하였기 때문에 세부 품목의 평균 합이 전체 평균과 다를 수 있음.

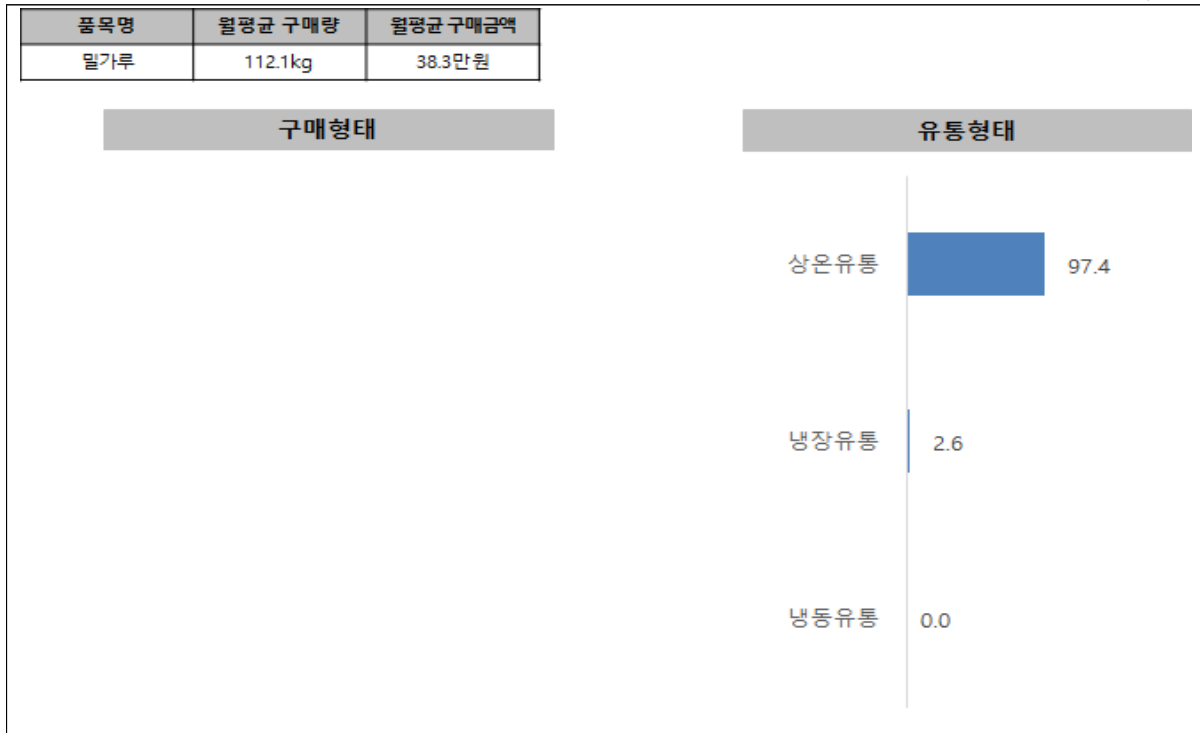
<그림 3-11> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 쌀

(단위: %)



<그림 3-12> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 밀가루

(단위: %)



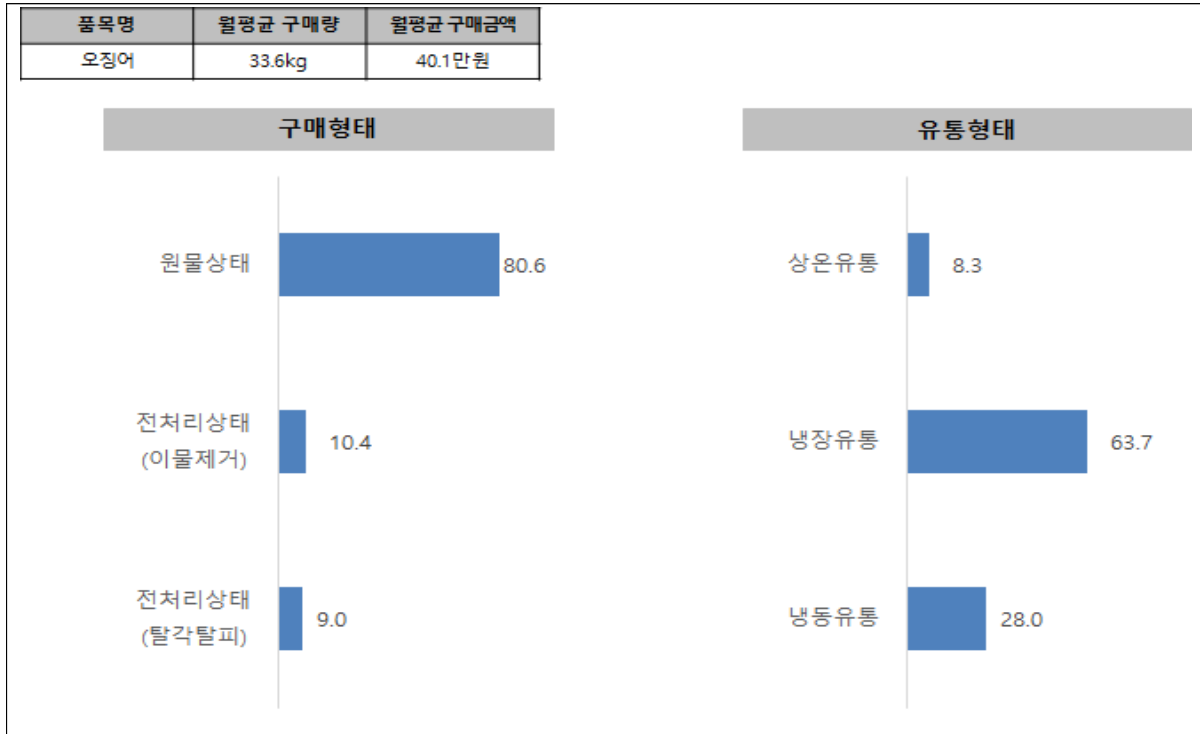
<표 3-5> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 수산물류

구분	전체	수산물류	수산물류	
			오징어	멸치
월평균 구매량(kg)	675.1	19.9	33.6	19.2
월평균 구매금액(만 원)	376.6	22.5	40.1	19.6
구매형태(복수응답, %)				
1. 원물상태	74.4	48.0	80.6	14.7
2. 전처리상태	13.4	8.6	10.4	6.9
3. 가공상태	12.2	43.3	9.0	78.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)				
1. 상온유통: 실온유통	64.7	42.6	8.3	82.7
2. 냉장유통	31.1	39.9	63.7	12.0
3. 냉동유통	4.1	17.5	28.0	5.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0

- 주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.
 2. 0값을 결측치로 처리하였기 때문에 세부 품목의 평균 합이 전체 평균과 다를 수 있음.

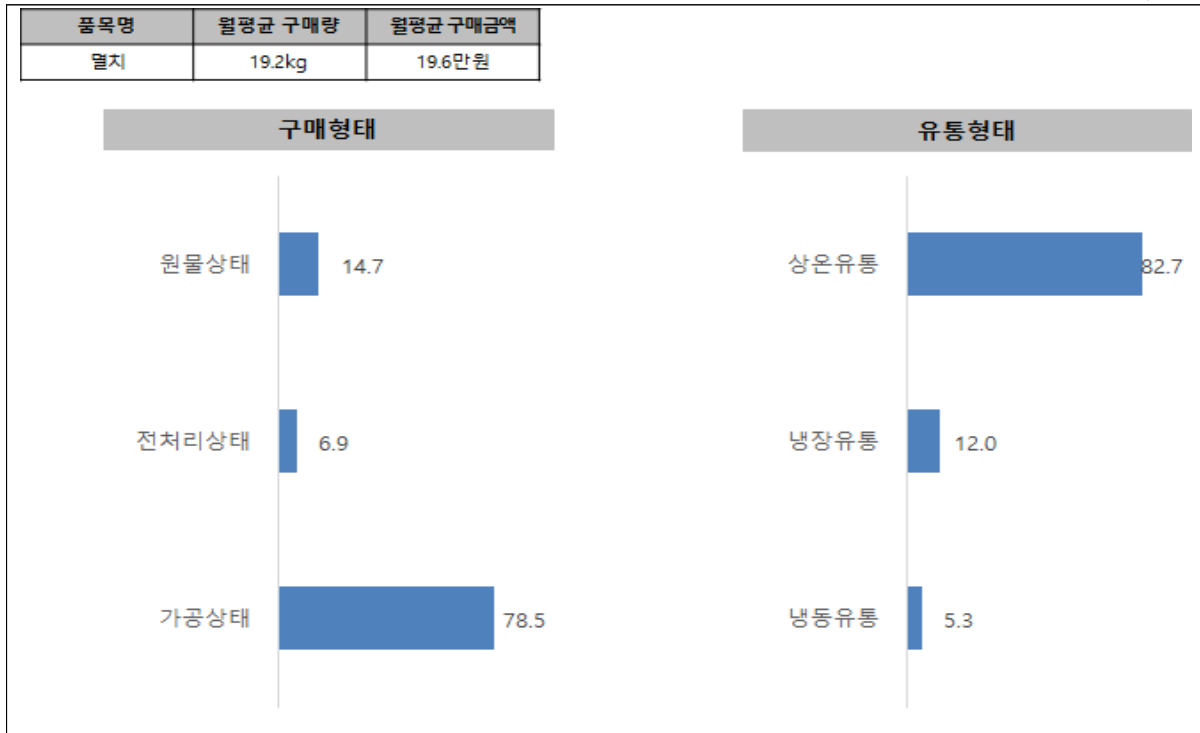
<그림 3-13> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 오징어

(단위: %)



<그림 3-14> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 멸치

(단위: %)



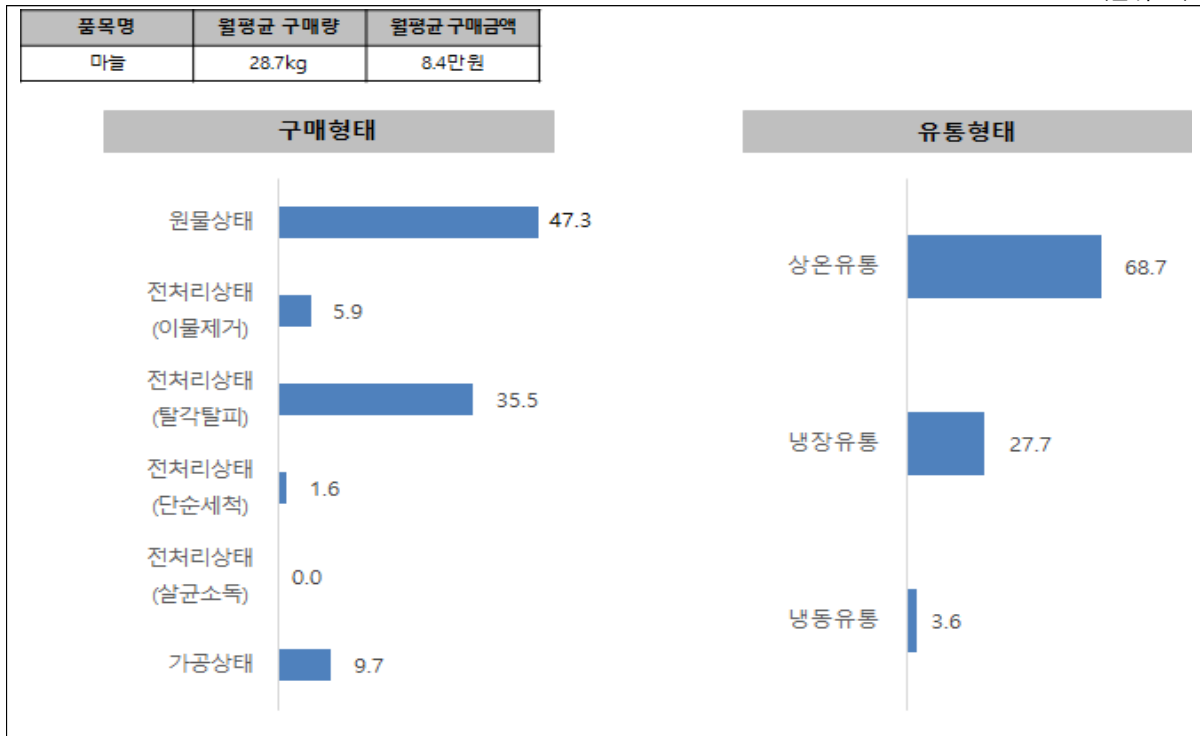
<표 3-6> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 채소류

구분	전체	채소류	조미채소류				근채류		서류	
			마늘	양파	파 (대파)	고추	무	배추	당근	감자
월평균 구매량(kg)	675.1	165.9	28.7	53.6	34.6	19.1	65.0	48.6	21.0	34.4
월평균 구매금액(만 원)	376.6	42.7	8.4	7.8	10.5	19.0	8.1	7.9	8.3	5.3
구매형태(복수응답, %)										
1. 원물상태	67.6	67.2	47.3	63.1	64.7	72.2	73.1	69.0	81.0	81.2
2. 전처리상태(이물제거)	18.0	18.0	5.9	21.0	22.5	18.3	21.5	26.0	15.1	17.5
3. 전처리상태(탈각탈피)	11.4	11.7	35.5	13.3	8.5	7.9	5.4	5.0	3.8	1.3
4. 전처리상태(단순세척)	1.2	1.2	1.6	2.1	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
5. 전처리상태(살균소독)	0.2	0.2	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0
6. 가공상태	1.6	1.7	9.7	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	99.7	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)										
1. 상온유통: 실온유통	64.7	84.8	68.7	86.9	84.1	82.5	88.2	92.0	90.9	93.4
2. 냉장유통	31.1	14.7	27.7	13.0	15.9	17.5	11.8	8.0	9.1	6.4
3. 냉동유통	4.1	0.6	3.6	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.
 주2. 0값을 결측치로 처리하였기 때문에 세부 품목의 평균 합이 전체 평균과 다를 수 있음.

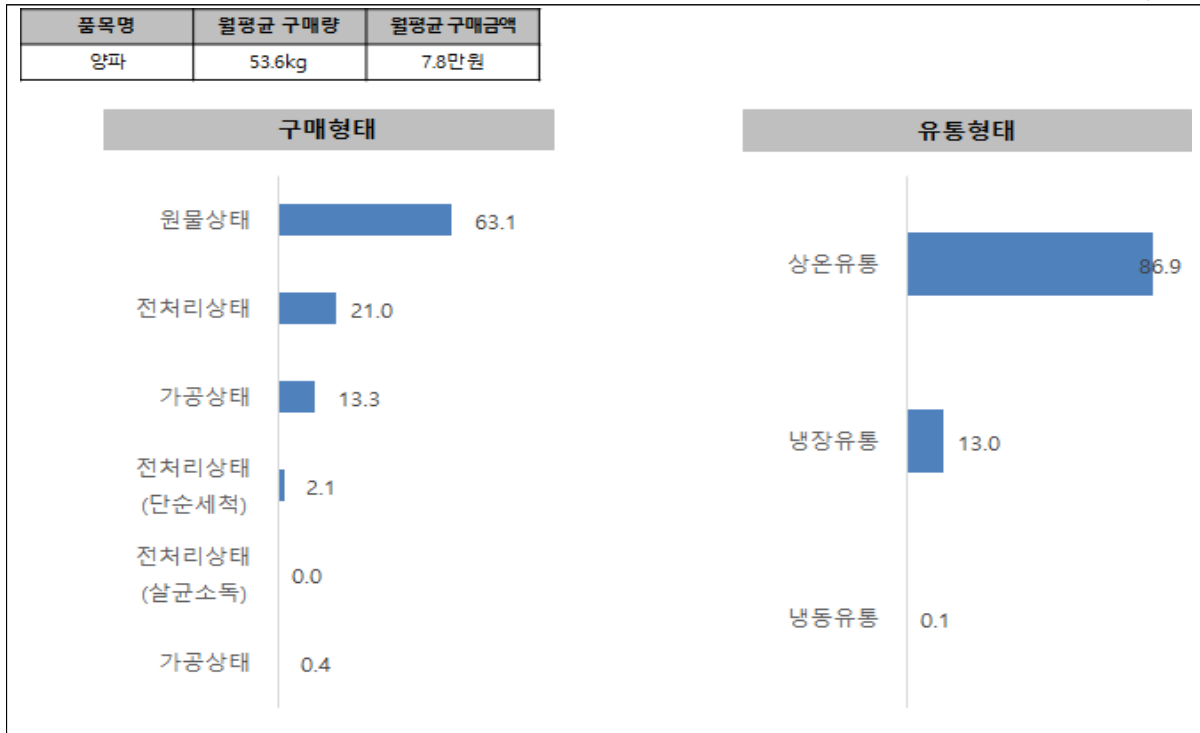
<그림 3-15> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 마늘

(단위: %)



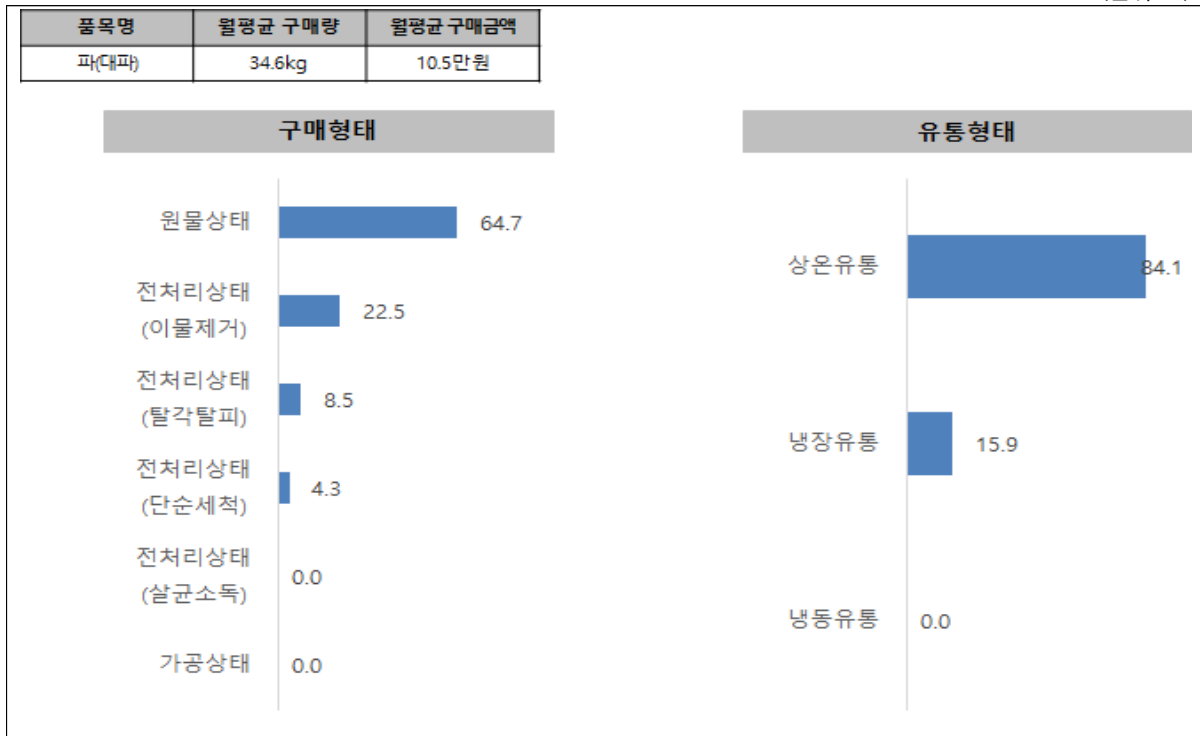
<그림 3-16> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 양파

(단위: %)



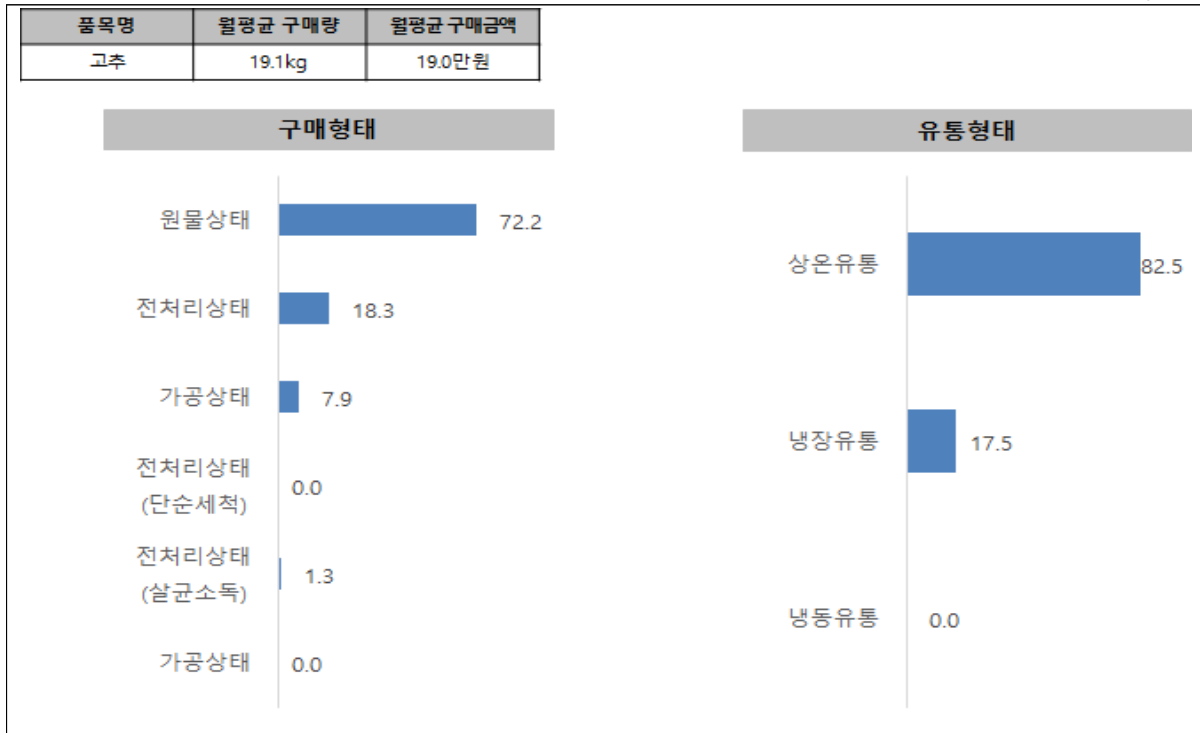
<그림 3-17> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 파(대파)

(단위: %)



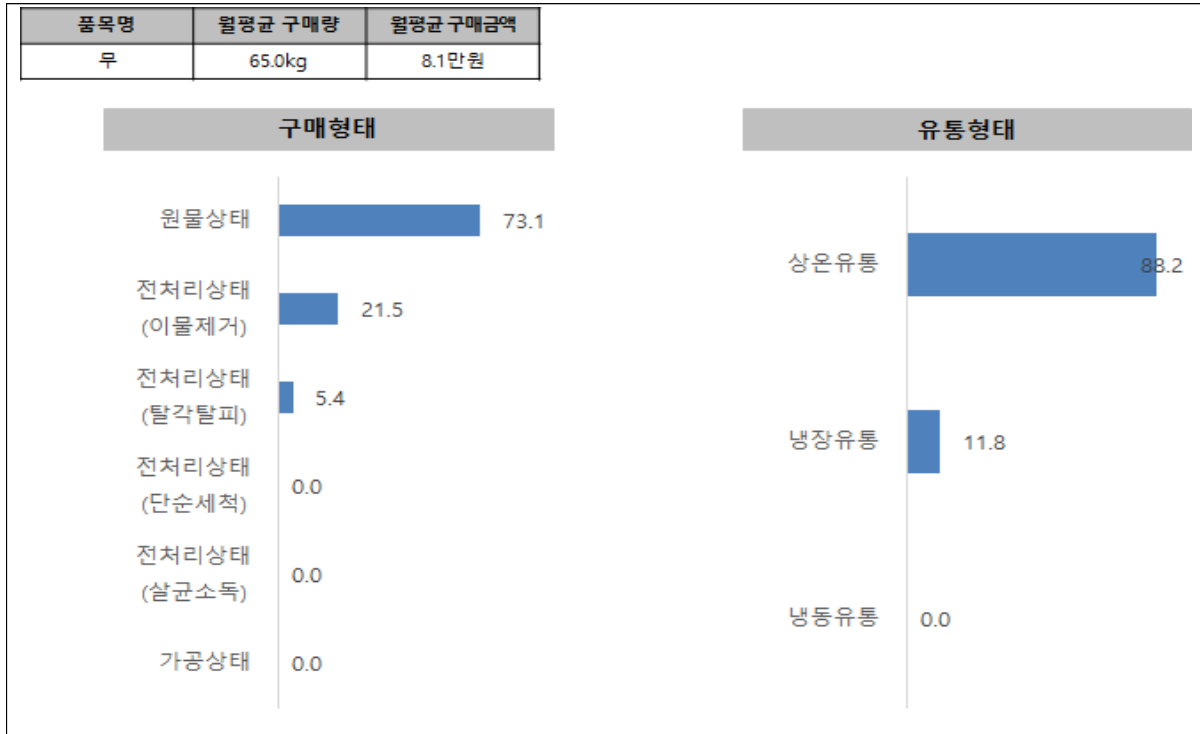
<그림 3-18> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 고추

(단위: %)



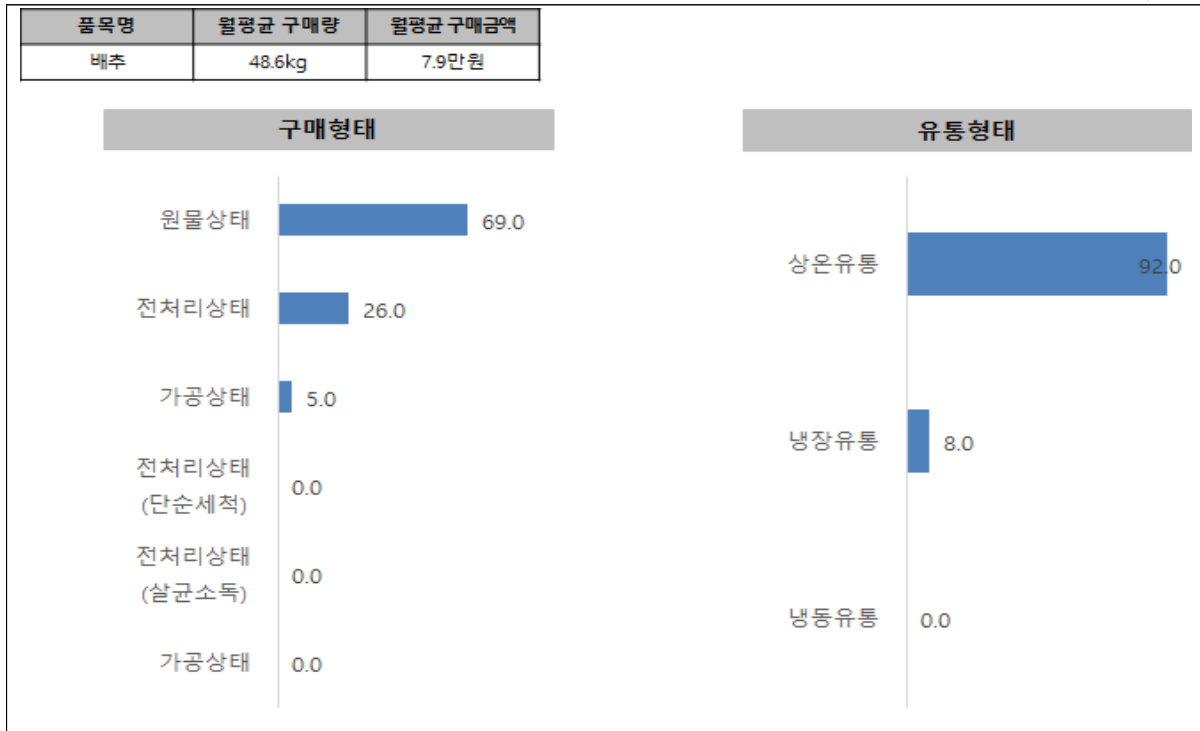
<그림 3-19> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 무

(단위: %)



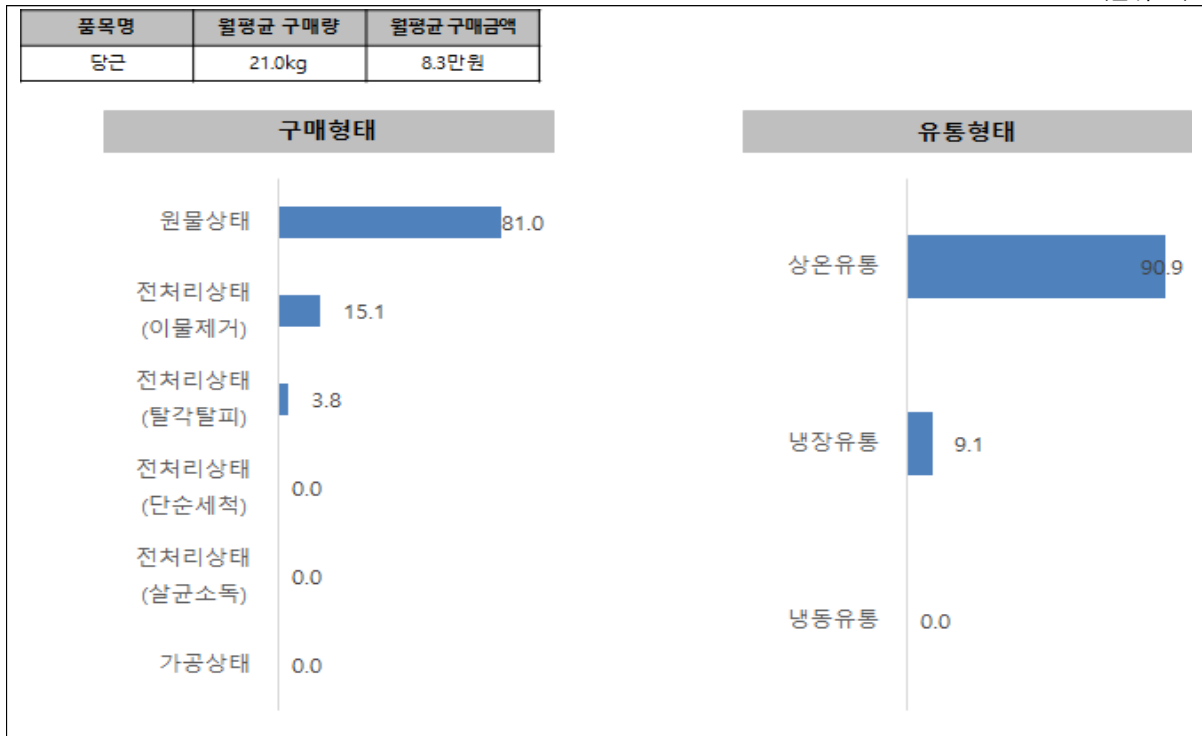
<그림 3-20> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 배추

(단위: %)



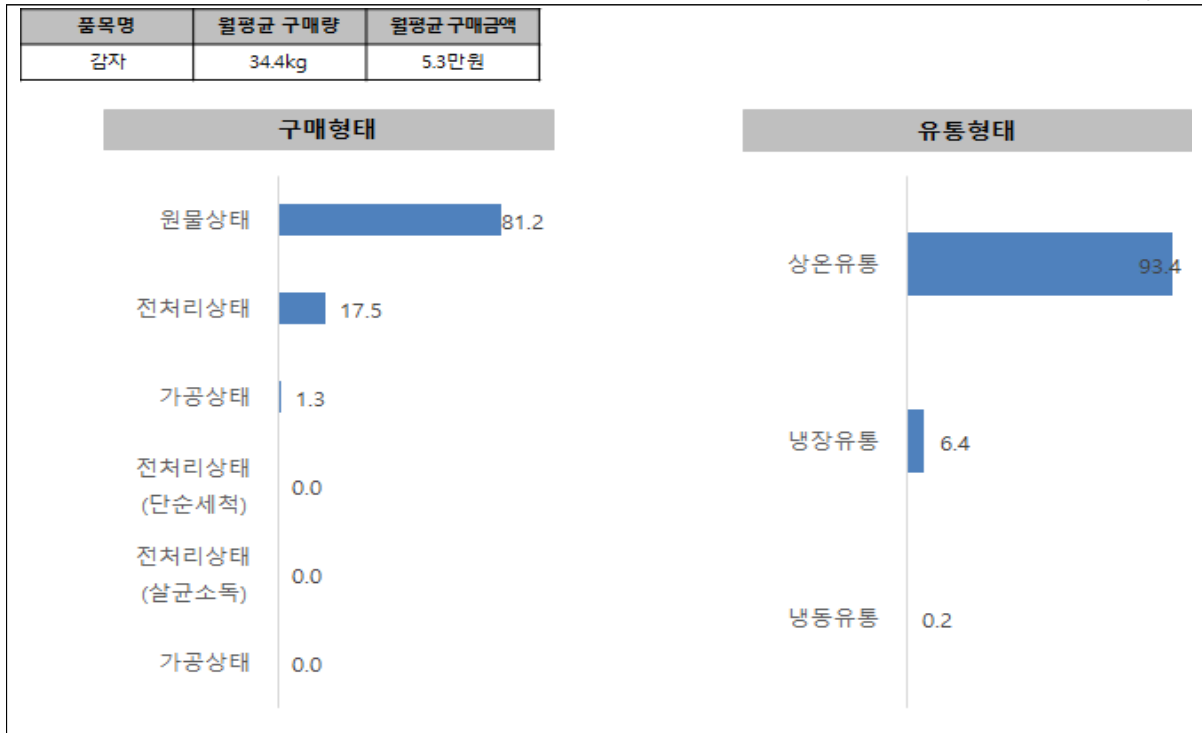
<그림 3-21> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 당근

(단위: %)



<그림 3-22> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 감자

(단위: %)



<표 3-7> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 과일류

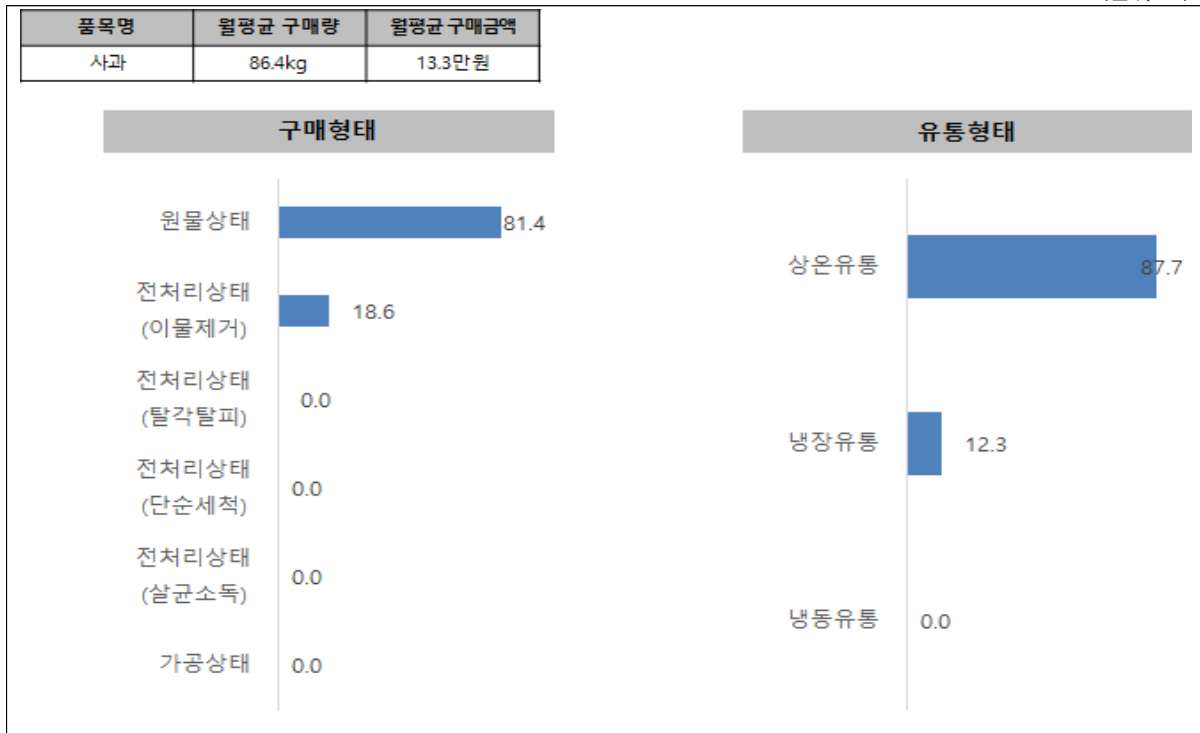
구분	전체	과일류	과일류	
			사과	배
월평균 구매량(kg)	675.1	10.5	86.4	72.1
월평균 구매금액(만 원)	376.6	2.6	13.3	25.9
구매형태(복수응답, %)				
1. 원물상태	67.6	80.8	81.4	80.1
2. 전처리상태(이물제거)	18.0	18.7	18.6	18.8
3. 전처리상태(탈각탈피)	11.4	0.5	0.0	1.1
4. 전처리상태(단순세척)	1.2	0.0	0.0	0.0
5. 전처리상태(살균소독)	0.2	0.0	0.0	0.0
6. 가공상태	1.6	0.0	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)				
1. 상온유통: 실온유통	64.7	89.6	87.7	91.6
2. 냉장유통	31.1	10.4	12.3	8.4
3. 냉동유통	4.1	0.0	0.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0

주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 0값을 결측치로 처리하였기 때문에 세부 품목의 평균 합이 전체 평균과 다를 수 있음.

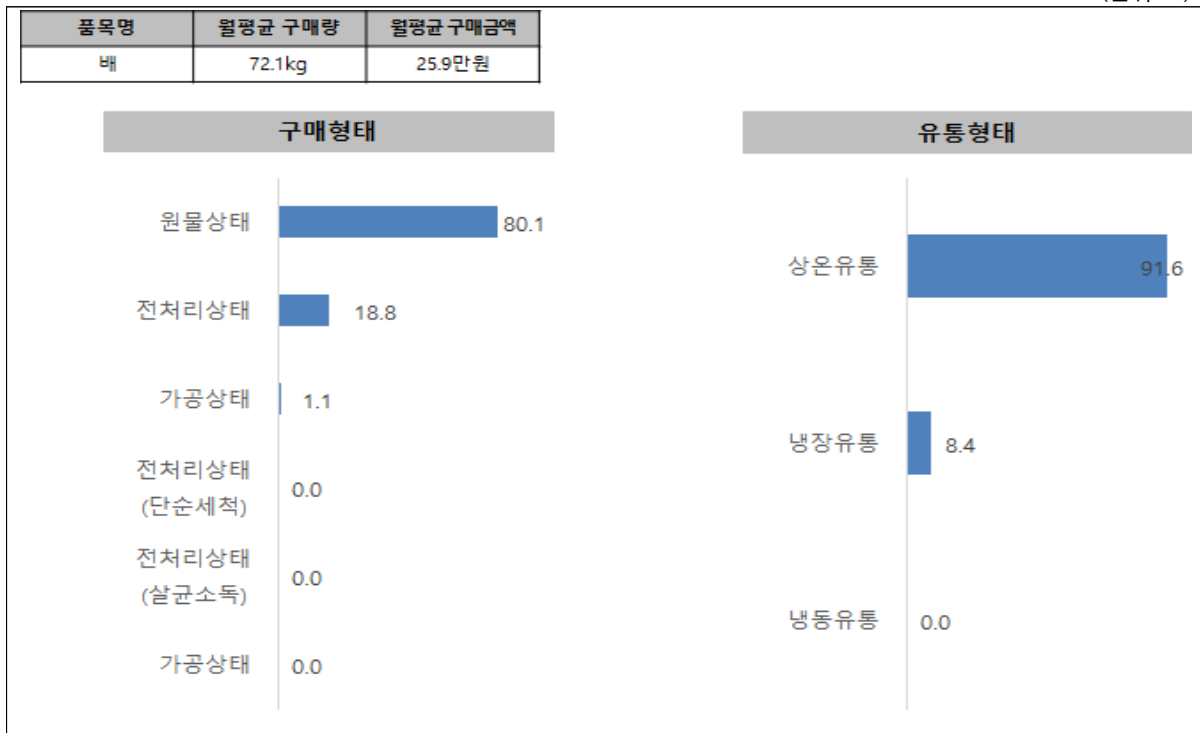
<그림 3-23> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 사과

(단위: %)



<그림 3-24> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 배

(단위: %)



<표 3-8> 세부 품목별 식재료 구매 행태 - 장류 및 가공식품

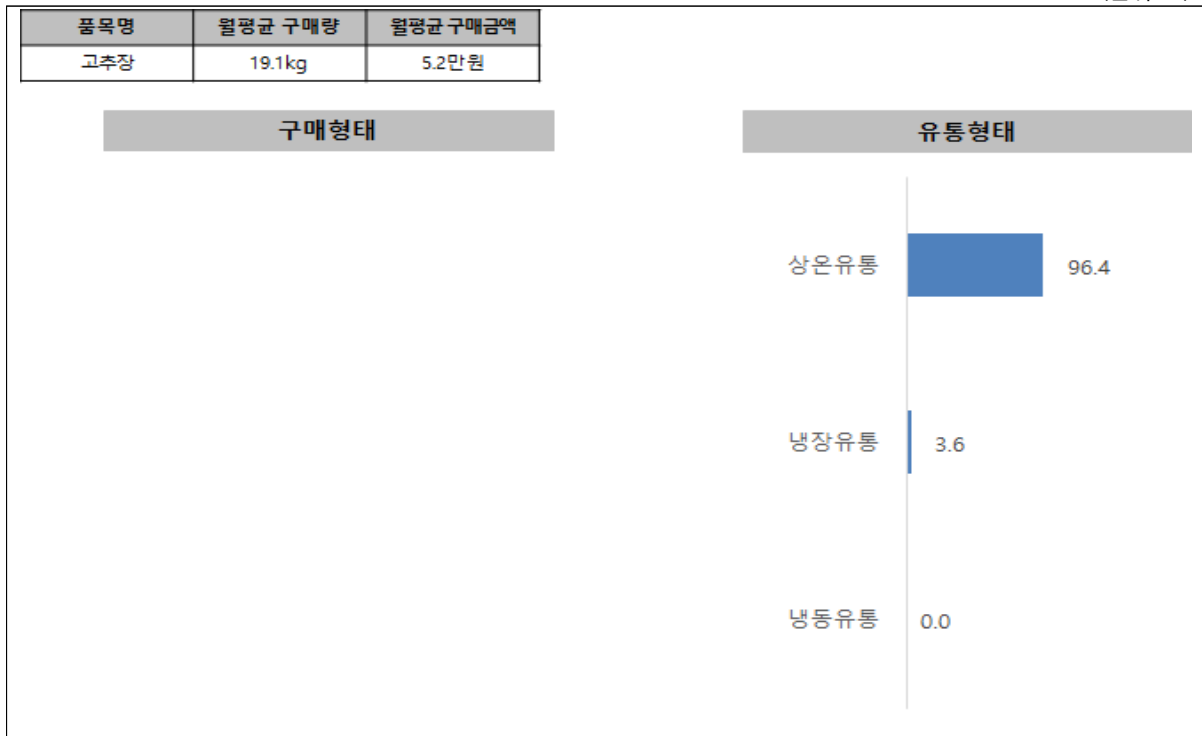
구분	전체	장류 및 가공식품	장류			가공식품	
			고추장	된장	간장	김치	고춧가루
월평균 구매량(kg)	675.1	92.1	19.1	19.9	18.2	73.8	18.0
월평균 구매금액(만 원)	376.6	58.0	5.2	3.9	8.7	24.5	46.1
구매형태(복수응답, %)							
1. 원물상태							
2. 전처리상태							
3. 가공상태							
9. 무응답							
합계							
유통형태(복수응답, %)							
1. 상온유통: 실온유통	64.7	72.8	96.4	97.3	96.9	1.3	83.3
2. 냉장유통	31.1	26.8	3.6	2.7	3.1	98.7	15.2
3. 냉동유통	4.1	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 0값을 결측치로 처리하였기 때문에 세부 품목의 평균 합이 전체 평균과 다를 수 있음.

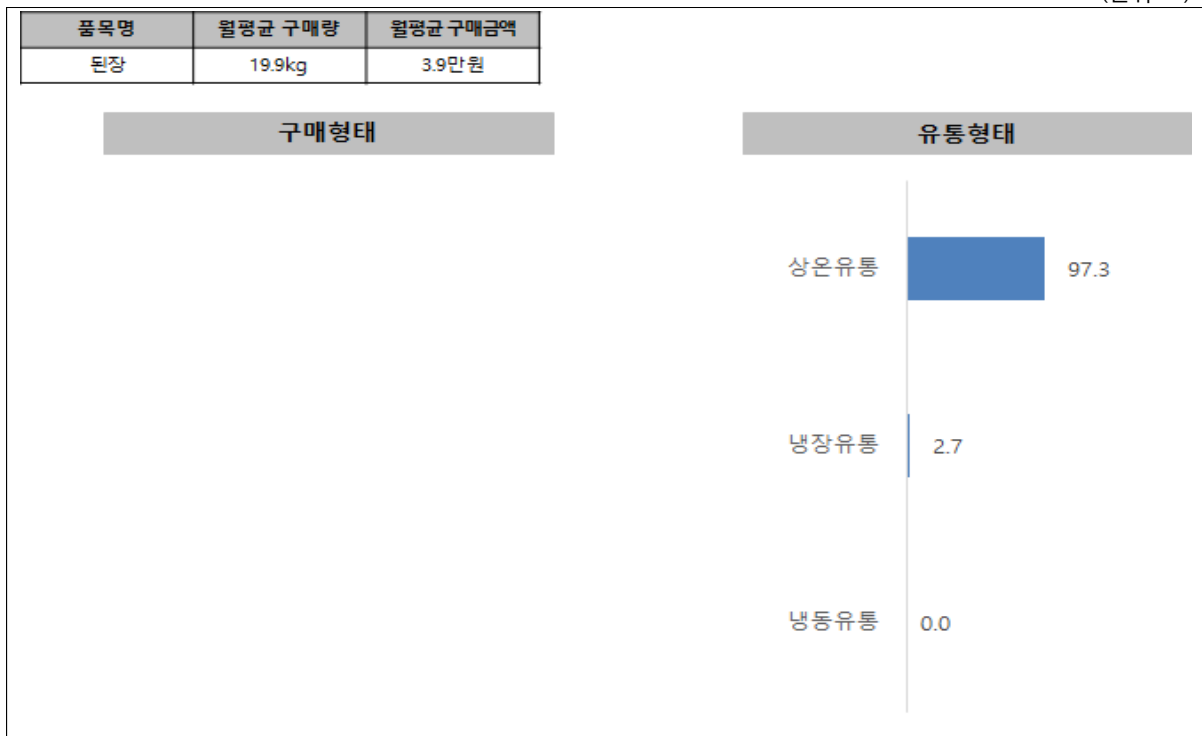
<그림 3-25> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 고추장

(단위: %)



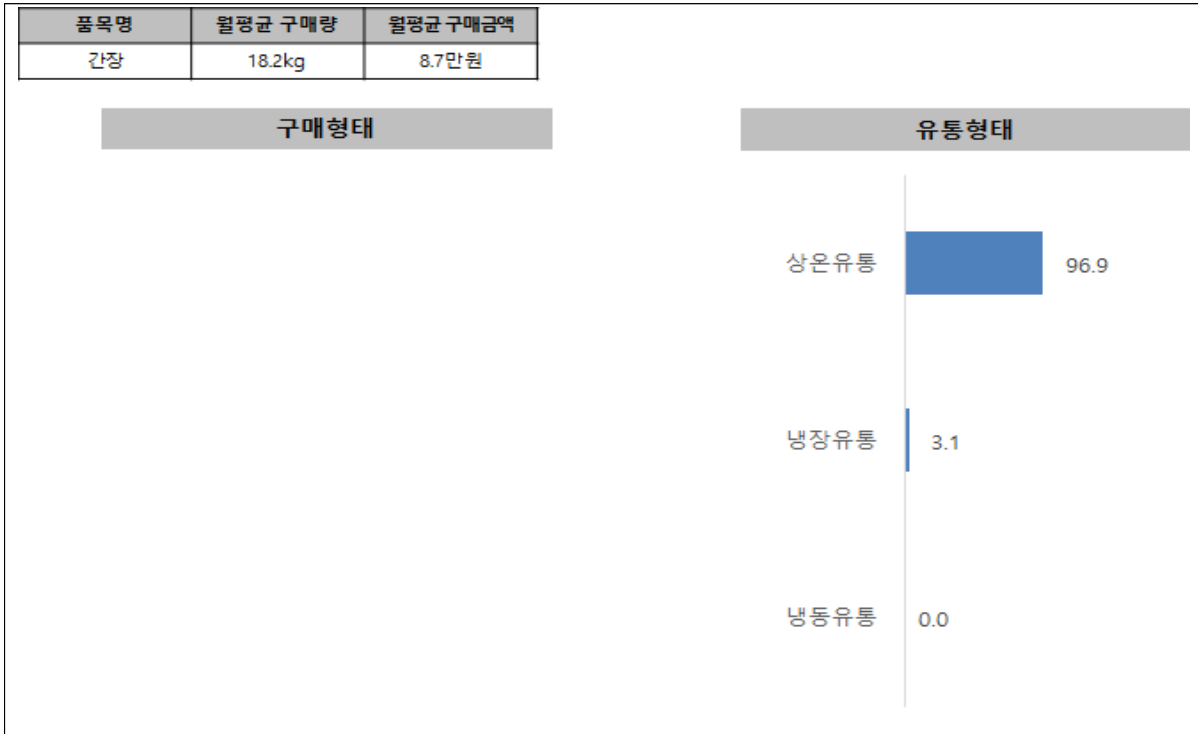
<그림 3-26> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 된장

(단위: %)



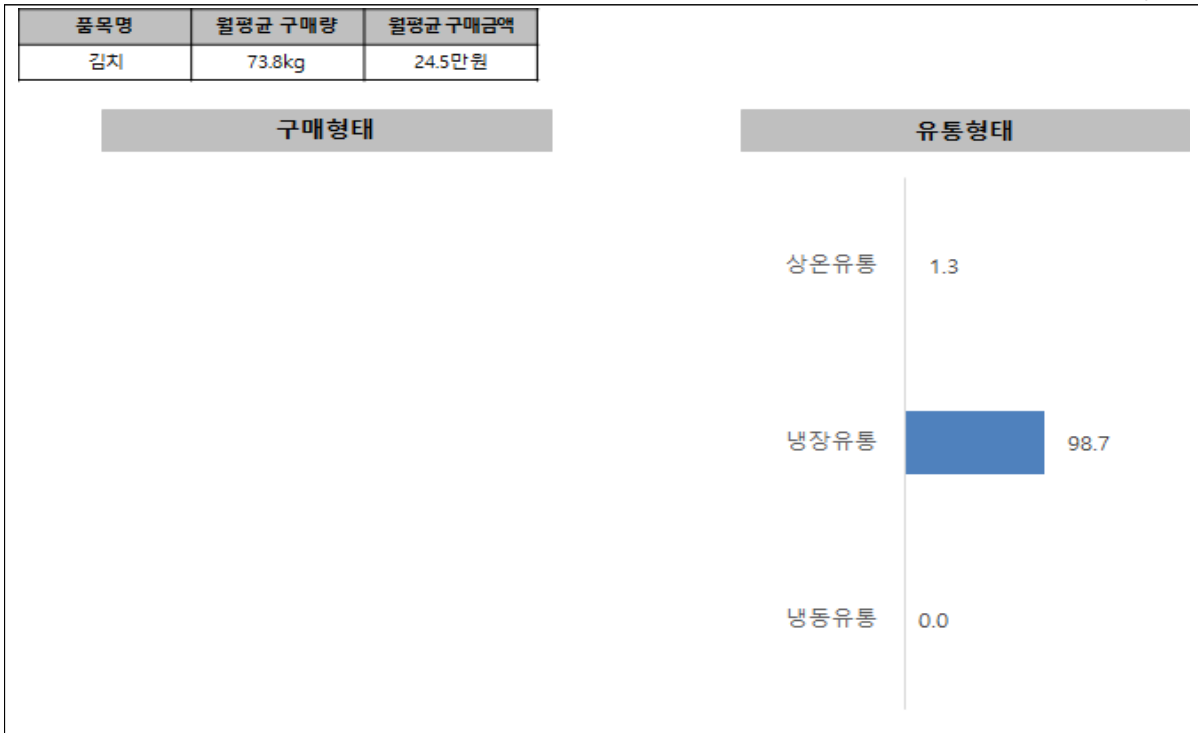
<그림 3-27> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 간장

(단위: %)



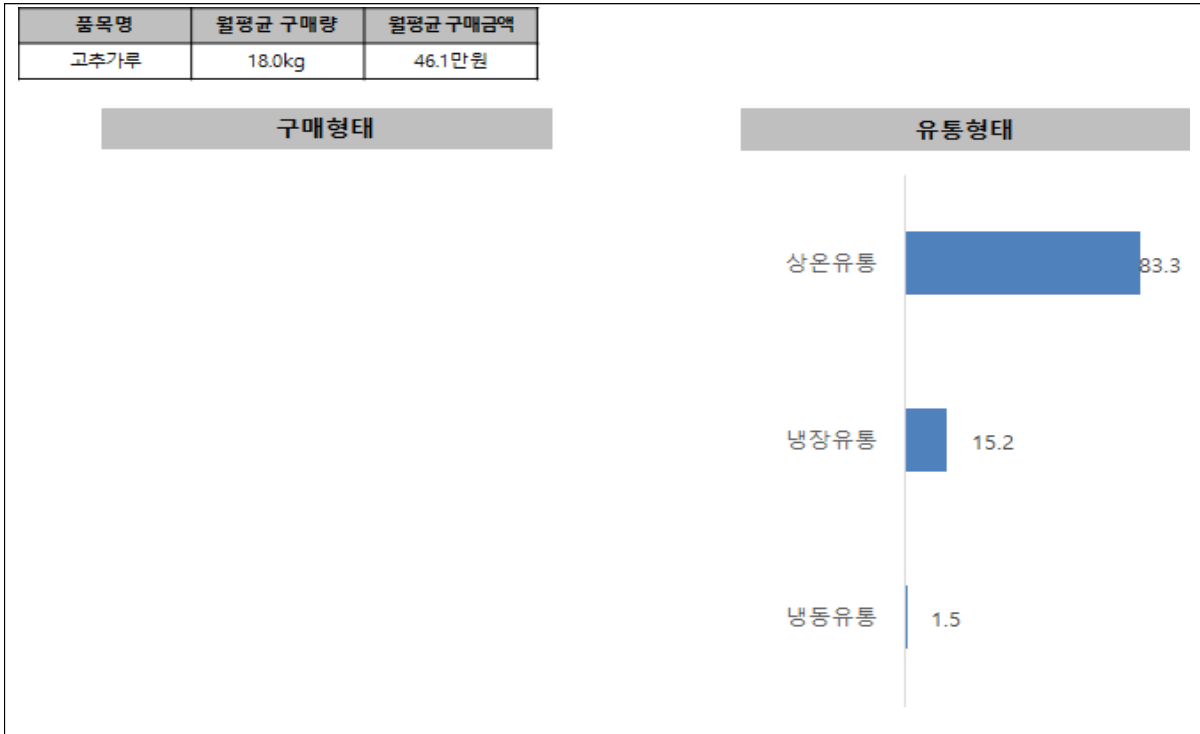
<그림 3-28> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 김치

(단위: %)



<그림 3-29> 세부 품목별 식재료 구매 형태 - 고춧가루

(단위: %)

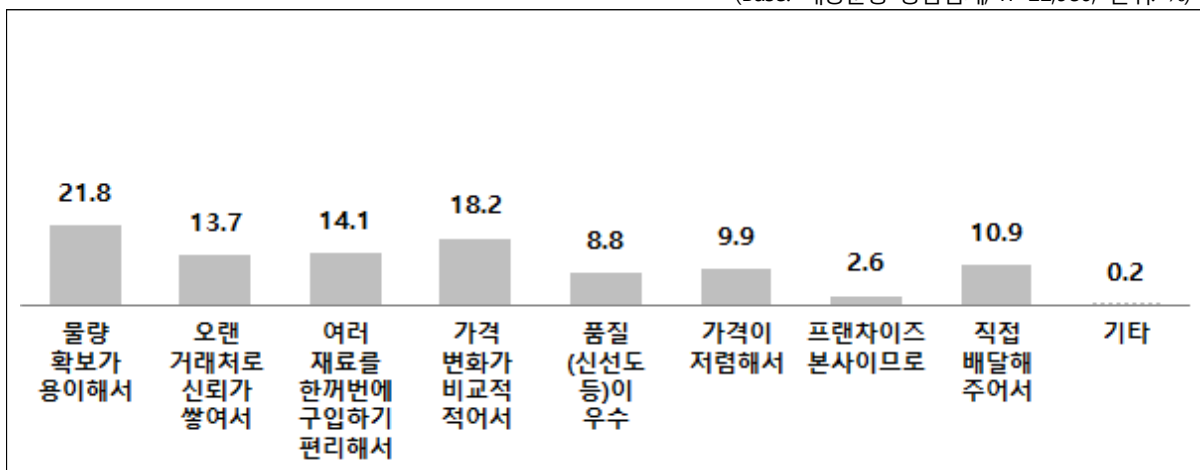


3) 구매처를 주로 이용하는 이유(1+2순위 중복응답 기준)

- 외식업체가 식재료 구매처를 주로 이용하는 이유는 물량 확보가 용이해서(21.8%)라고 응답한 비율이 가장 높으며, 그 다음으로는 가격변화가 비교적 적어서(18.2%), 여러 재료를 한꺼번에 구매하기 편해(14.1%), 오랜 거래처로 신뢰가 쌓여서(13.7%) 등의 순서로 나타남.
- 일반음식점 업종별로 일식에서는 구매처 선택 시 물량 확보가 용이해서(26.6%), 가격변화가 비교적 적어서(18.6%)가 다른 업종에 비해 중요한 이유인 것으로 나타남. 중식에서는 여러 재료를 한꺼번에 구매하기 편해서(16.0%), 오랜 거래처로 신뢰가 쌓여서(15.9%), 직접 배달해 주어서(12.2%) 해당 식재료 구매처를 주로 이용하는 비중이 상대적으로 높음.
- 일반음식점 외 모든 업종에서 물량 확보가 용이해서가 구매처를 주로 이용하는 가장 중요한 이유로 나타났으며, 특히 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(24.5%), 출장·이동음식점업과 제과점(각 23.5%)에서 높게 나타남.
- 프랜차이즈의 경우에도 물량 확보가 용이해서(22.0%)가 구매처를 주로 이용하는 가장 중요한 이유이지만, 프랜차이즈 본사이므로(15.5%)의 비중이 3위로 상대적으로 높게 나타났음.
- 지역별로는 대부분의 지역에서 물량 확보가 용이해서가 구매처를 주로 이용하는 가장 중요한 요인으로 나타났지만, 충청권에서는 가격변화가 비교적 적어서(25.1%)가 가장 중요한 요인으로 나타남.
- 매출액이 5천만 원 미만인 업체에서 다른 규모의 업체보다 식재료 구매처를 주로 이용하는 이유가 필요한 물량 확보에 용이(24.9%)인 비중이 상대적으로 높았음.

<그림 3-30> 구매처를 주로 이용하는 이유_1+2순위(중복응답)

(Base: 해당문항 응답업체, n=11,980, 단위: %)



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

<표 3-9 구매처를 주로 이용하는 이유_1+2순위(중복응답)>

(Base: 해당문항 응답업체, 단위: 개, %)

		사례수	물량 확보가 용이해서	가격변화가 비교적 적어서	여러 재료를 한꺼번에 구매하기 편해서	오랜 거래처로 신뢰가 쌓여서	직접 배달해 주어서	가격이 저렴해서	품질(신선도 등)이 우수	프랜차이즈 본사이므로	기타		
전체		3,016	21.8	18.2	14.1	13.7	10.9	9.9	8.8	2.6	0.2		
업체	일반 음식점	소계	1,267	21.5	17.5	14.2	14.8	11.4	9.5	9.4	1.5	0.2	
		한식	851	21.4	17.7	14.1	14.9	11.6	9.6	9.2	1.3	0.1	
		중식	125	21.1	16.9	16.0	15.8	12.1	8.2	7.9	1.0	0.8	
		일식	101	26.6	18.6	14.6	12.0	10.0	7.4	7.9	2.4	0.5	
		서양식	108	19.4	12.7	14.5	11.8	7.6	11.3	17.8	4.8	0.1	
		기타 외국식	82	21.1	14.4	11.1	14.5	7.9	11.3	14.1	5.5	0.2	
	전문 음식점 외	소계	1,749	22.2	19.2	13.8	11.8	10.0	10.5	7.8	4.4	0.2	
		기관 구내식당업	105	22.9	15.7	16.9	9.5	7.8	9.4	15.3	2.5	0.1	
		출장·이동음식점업	101	23.5	21.1	16.0	7.2	6.0	11.7	12.2	0.5	1.7	
		제과점	120	23.4	21.3	11.0	11.6	8.4	9.6	7.4	6.8	0.5	
		기타 음식점업	피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	24.4	21.6	12.9	9.1	9.2	10.6	3.9	8.2	0.1
			치킨전문점	154	23.1	22.0	7.8	8.0	10.6	8.3	7.4	12.3	0.6
		분식 및 김밥전문점업	174	22.7	18.4	14.4	11.5	9.8	11.6	8.1	3.4	0.0	
		그외 기타음식점업	110	20.7	16.9	15.5	10.1	11.4	12.7	8.3	4.4	0.0	
		주점업	550	22.1	20.1	14.7	13.3	10.7	11.2	6.3	1.5	0.2	
		비알콜 음료점업	302	20.0	15.8	13.9	13.4	9.8	9.2	10.5	7.4	0.1	
		태양업태	프랜차이즈	764	22.0	18.7	9.3	7.5	8.9	9.7	8.2	15.5	0.1
비프랜차이즈	2,252		21.7	18.0	15.0	14.9	11.3	9.9	8.9	0.0	0.2		
지역	서울권	702	21.0	15.5	15.7	13.3	9.2	11.2	11.5	2.3	0.2		
	수도권	747	22.3	21.5	13.0	13.1	9.9	10.6	7.9	1.7	0.0		
	충청권	258	22.1	25.1	11.3	10.4	11.1	8.4	5.8	5.0	0.8		
	호남권	388	23.2	20.2	14.6	13.0	11.1	7.8	6.5	3.5	0.1		
	경남권	578	20.1	14.0	14.0	14.2	9.0	16.9	8.7	2.9	0.1		
	경북권	343	24.8	18.8	9.9	13.4	10.8	10.8	9.4	1.8	0.3		
매출액	5천만 원 미만	169	24.9	18.1	11.0	12.5	8.8	14.0	8.7	1.9	0.1		
	5천만 원~1억 원 미만	592	22.1	18.8	13.8	14.0	11.9	8.4	8.8	1.9	0.3		
	1억 원~5억 원 미만	1,963	21.4	17.9	14.5	13.8	10.8	9.9	8.8	2.8	0.1		
	5억 원 이상	292	21.4	18.4	12.7	10.3	9.9	13.4	9.7	3.1	1.1		

주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

4) 외식업체 규모별 식재료¹²⁾ 구매 및 구매처¹³⁾

- 외식업체 규모별 식재료 구매 실태를 살펴보면, 월평균 구매량 및 구매금액은 업체의 규모가 클수록 높음.
 - 구매경로는 30m² 미만 업체가 개인 도매상(29.9%)을 통해 구매하는 비중이 가장 높은 반면, 30m² 이상의 경우 식자재 마트를 통한 구매 비중이 가장 높음.
 - 구매빈도는 규모에 관계없이 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 주문 및 배달형태는 규모에 관계없이 전화주문 후 배달하는 비중이 가장 높게 나타남.
 - 구매형태는 규모에 관계없이 원물상태로 구매하는 비중이 대부분을 차지함.
 - 유통형태는 규모에 관계없이 상온유통을 통한 구매 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통, 냉동유통 순서임.
- 외식업체 규모별 월평균 구매량은 30m² 미만 업체의 경우 428.7kg, 300m² 이상 업체의 경우 1,495.0kg으로 업체 규모에 따라 큰 차이가 있음.
 - 월평균 구매금액도 30m² 미만 업체의 경우 220.6만 원, 300m² 이상 업체의 경우 1,107.2만 원으로 업체 규모가 커질수록 높게 나타남.
- 30m² 미만 업체의 월평균 구매량은 428.7kg이고, 월평균 구매금액은 220.6만 원임.
 - 구매경로는 개인 도매상(29.9%), 식자재 마트(23.7%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(42.4%), 일주일에 3~4회(19.1%), 월 2~3회(18.8%) 순서로 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(60.6%) 비중이 가장 높으며, 직접구매 후 직접운반(18.7%), 직접구매 후 배달(16.3%), 온라인구매 후 배달(4.4%) 순서임.
 - 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태로 구매하는 비중이 74.0%로 가장 높으며, 그 다음으로 전처리상태(14.7%), 가공상태(11.3%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(71.9%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(15.1%), 전처리상태(탈각탈피)(10.9%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(63.1%), 냉장유통(32.5%), 냉동유통(4.4%) 순서로 나타남.
- 30m²~50m² 미만 업체의 월평균 구매량은 511.4kg이고, 월평균 구매금액은 271.9만 원임.
 - 구매경로는 식자재 마트(29.3%), 개인 도매상(20.6%), 식재료 유통법인(9.4%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(40.1%), 월 2~3회(18.3%), 일주일에 3~4회(17.4%) 순서로 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(56.4%) 비중이 가장 높으며, 직접구매 후 직접운반(19.4%), 직접구매 후 배달(19.0%), 온라인구매 후 배달(5.2%) 순서임.

12) 구매량, 구매금액은 21개 식재료를 모두 합산하여 계산하였으며, 그 외 항목은 21개 품목을 중복응답으로 처리하여 분석함.

13) 규모별 식재료 구매 행태 그래프에서 구매형태는 전체 품목에 대한 구매 형태로, 품목별로 세분화된 표에서의 값과 차이가 있을 수 있음.

- 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태로 구매하는 비중이 75.6%로 가장 높으며, 그 다음으로 전처리상태(12.6%), 가공상태(11.8%) 순서임.
 - 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(69.1%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(17.1%), 전처리상태(탈각탈피)(10.5%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(64.4%), 냉장유통(31.2%), 냉동유통(4.5%) 순서로 나타남.
- 50m²~100m² 미만 업체의 월평균 구매량은 696.7kg이고, 월평균 구매금액은 375.8만 원임.
- 구매경로는 식자재 마트(28.1%), 개인 도매상(21.1%), 식재료 유통법인(9.3%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(40.7%), 월 2~3회(20.0%), 일주일에 3~4회(16.1%) 순서로 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(53.2%) 비중이 절반 이상으로 가장 높으며, 그 다음으로 직접구매 후 직접운반(20.9%), 직접구매 후 배달(19.4%), 온라인구매 후 배달(6.5%) 순서임.
 - 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태로 구매하는 비중이 75.1%로 가장 높으며, 그 다음으로 전처리상태(12.6%), 가공상태(12.4%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(68.3%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(17.2%), 전처리상태(탈각탈피)(11.2%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(65.3%), 냉장유통(30.9%), 냉동유통(3.8%) 순서로 나타남.
- 100m²~300m² 미만 업체의 월평균 구매량은 861.2kg이고, 월평균 구매금액은 510.2만 원임.
- 구매경로는 식자재 마트(28.0%), 개인 도매상(21.9%), 농수산물도매시장(9.7%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(38.6%), 월 2~3회(18.6%), 일주일에 3~4회(17.8%) 등의 순서로 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(54.9%), 직접구매 후 직접운반(21.5%), 직접구매 후 배달(18.5%), 온라인구매 후 배달(5.1%) 순서임.
 - 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태(71.7%), 전처리상태(16.0%), 가공상태(12.4%) 순서로 나타남. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(63.4%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(21.2%), 전처리상태(탈각탈피)(12.9%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(65.1%), 냉장유통(30.7%), 냉동유통(4.2%) 순서로 나타남.
- 300m² 이상 업체의 월평균 구매량은 1,495.0kg이고, 월평균 구매금액은 1,107.2만 원임.
- 구매경로는 식자재 마트(27.2%), 개인 도매상(24.1%), 일반대형마트(10.8%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(35.9%), 월 2~3회(19.2%) 구매하는 비중이 높으며, 매일 구매하는 비중은 6.7%로 다른 규모의 외식업체보다 상대적으로 낮은 수준임.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(49.8%)의 비중이 가장 높지만, 다른 규모의 외식업체 보다는 상대적으로 낮은 수준이며, 직접구매 후 배달(25.2%)의 비중이 상대적으로 높음.
 - 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태(77.2%), 가공상태(14.2%), 전처리상태(8.7%) 순서이며, 가공상태의 비중이 다른 규모의 외식업체보다 상대적으로 높음. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(68.9%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(20.0%), 전처리상태(탈각탈피)(10.3%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(58.6%), 냉장유통(37.1%), 냉동유통(4.3%) 순서로 나타남.

<표 3-10> 규모별 식재료 구매 행태

구분	전체	30㎡ 미만	30㎡ ~ 50㎡ 미만	50㎡ ~ 100㎡ 미만	100㎡ ~ 300㎡ 미만	300㎡ 이상
월평균 구매량(kg)	675.1	428.7	511.4	696.7	861.2	1,495.0
월평균 구매금액(만 원)	376.6	220.6	271.9	375.8	510.2	1,107.2
구매경로(비율응답, %)						
1. 식재료 유통대기업	5.0	3.9	5.1	5.0	5.2	2.4
2. 식재료 유통법인	8.8	8.8	9.4	9.3	7.3	9.5
3. 개인 도매상	21.8	29.9	20.6	21.1	21.9	24.1
4. 식자재 마트	28.1	23.7	29.3	28.1	28.0	27.2
5. 일반대형마트	8.7	9.7	8.3	8.8	8.7	10.8
6. 농수산물도매시장	8.7	9.0	8.7	8.3	9.7	7.9
7. 소매상	5.2	3.5	4.4	6.0	4.9	3.7
8. 산지직거래	1.9	1.7	2.0	1.8	1.9	1.9
9. 프랜차이즈 본사	5.0	4.2	6.4	4.4	4.9	7.7
10. 온라인마트	6.4	5.3	5.3	6.9	7.1	3.8
11. 기타	0.5	0.3	0.6	0.4	0.4	1.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매빈도(단수응답, %)						
1. 매일	8.9	7.8	9.4	8.8	9.3	6.7
2. 일주일에 3~4회	17.0	19.1	17.4	16.1	17.8	15.0
3. 일주일에 1~2회	40.1	42.4	40.1	40.7	38.6	35.9
4. 월 2~3회	19.2	18.8	18.3	20.0	18.6	19.2
5. 월 1회	12.2	9.8	12.6	11.8	13.2	13.8
6. 기타	2.6	2.2	2.2	2.7	2.6	9.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)						
1. 전화주문→배달	54.8	60.6	56.4	53.2	54.9	49.8
2. 직접구매→배달	19.0	16.3	19.0	19.4	18.5	25.2
3. 직접구매→직접운반	20.5	18.7	19.4	20.9	21.5	20.7
4. 온라인구매→배달	5.7	4.4	5.2	6.5	5.1	4.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 육류 및 축산물, 곡류, 수산물류(복수응답, %) ^{※2}						
1. 원물상태	74.4	74.0	75.6	75.1	71.7	77.2
2. 전처리상태	13.4	14.7	12.6	12.6	16.0	8.7
3. 가공상태	12.2	11.3	11.8	12.4	12.4	14.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 채소류, 과일류(복수응답, %) ^{※3}						
1. 원물상태	67.6	71.9	69.1	68.3	63.4	68.9
2. 전처리상태(이물제거)	18.0	15.1	17.1	17.2	21.2	20.0
3. 전처리상태(탈각탈피)	11.4	10.9	10.5	11.2	12.9	10.3
4. 전처리상태(단순세척)	1.2	0.9	1.0	1.3	1.3	0.5
5. 전처리상태(살균소독)	0.2	0.2	0.1	0.2	0.1	0.1
6. 가공상태	1.6	1.0	2.2	1.7	1.1	0.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)						
1. 상온유통: 실온유통	64.7	63.1	64.4	65.3	65.1	58.6
2. 냉장유통	31.1	32.5	31.2	30.9	30.7	37.1
3. 냉동유통	4.1	4.4	4.5	3.8	4.2	4.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

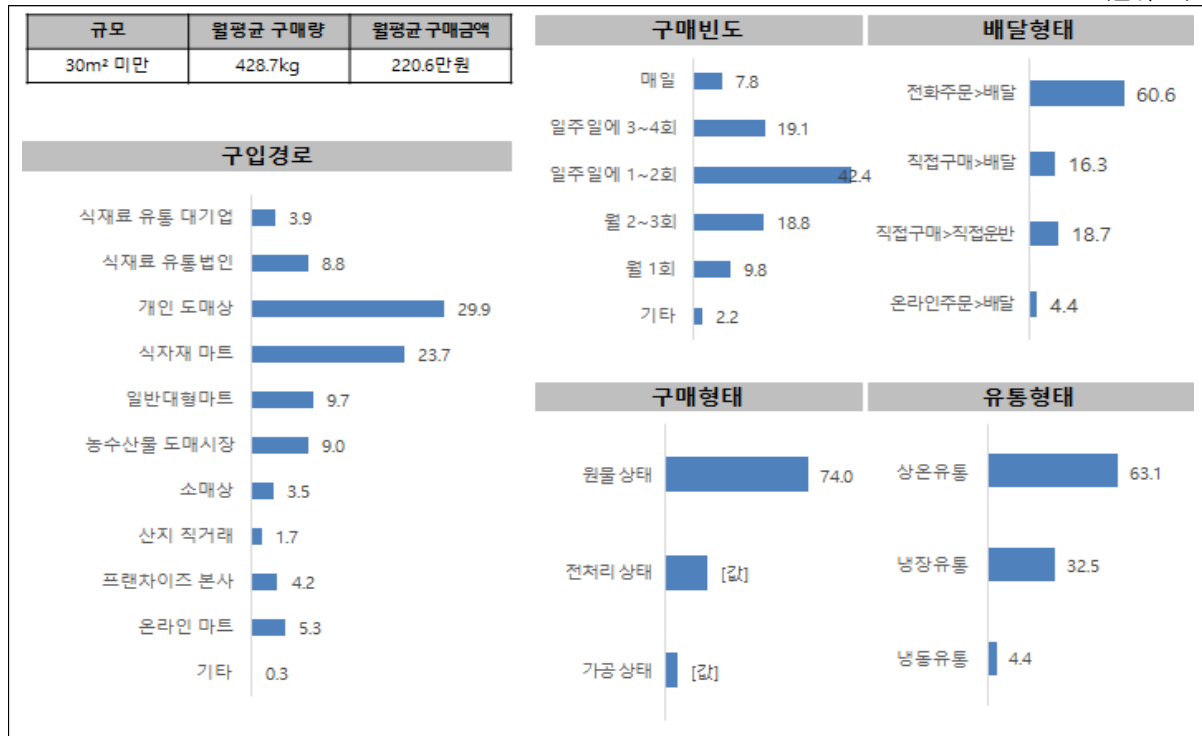
주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 육류 및 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀), 곡류(쌀), 수산물류(오징어, 멸치)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태, 가공상태로 구분하여 조사하였음.

3. 채소류(마늘, 양파, 파(대파), 고추, 무, 배추, 당근, 감자)와 과일류(사과, 배)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피), 전처리상태(절단), 전처리상태(단순세척), 전처리상태(살균소독), 가공상태, 진공포장상태로 구분하여 조사하였으나, 전처리상태(절단)와 진공포장상태는 응답 값이 없어 결과표에서 제외하였음.

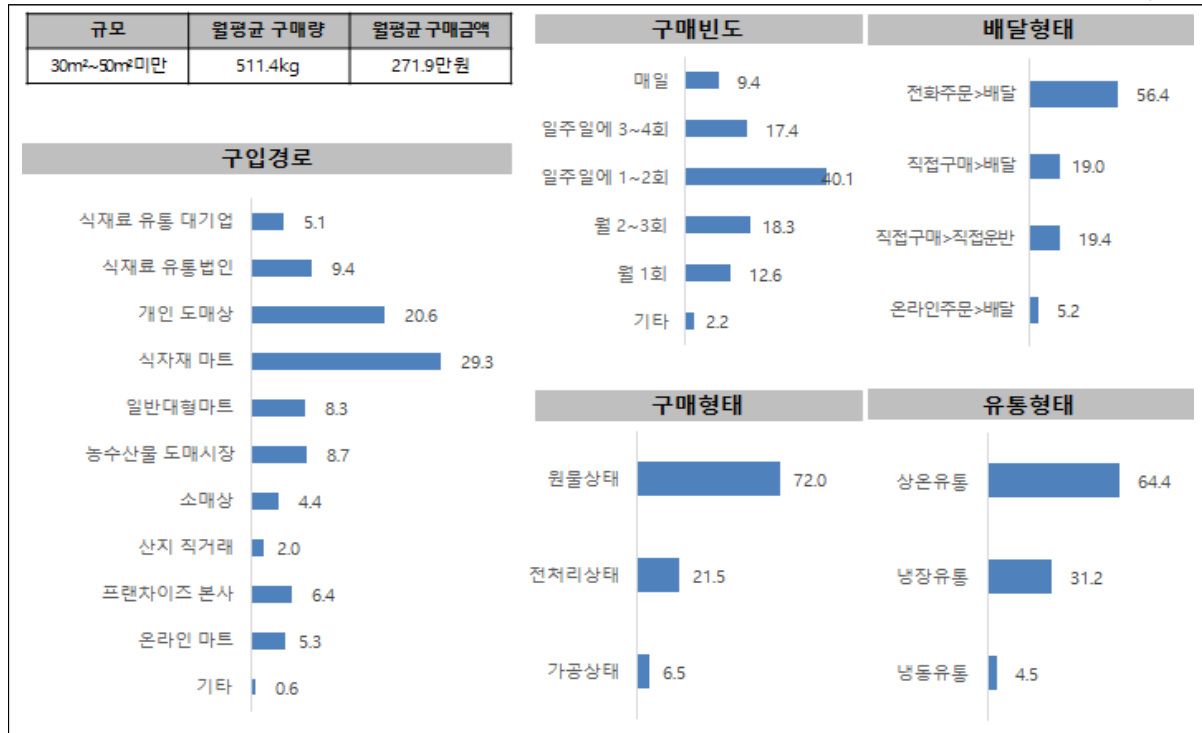
<그림 3-31> 규모별 식재료 구매 형태 - 30m² 미만

(단위: %)



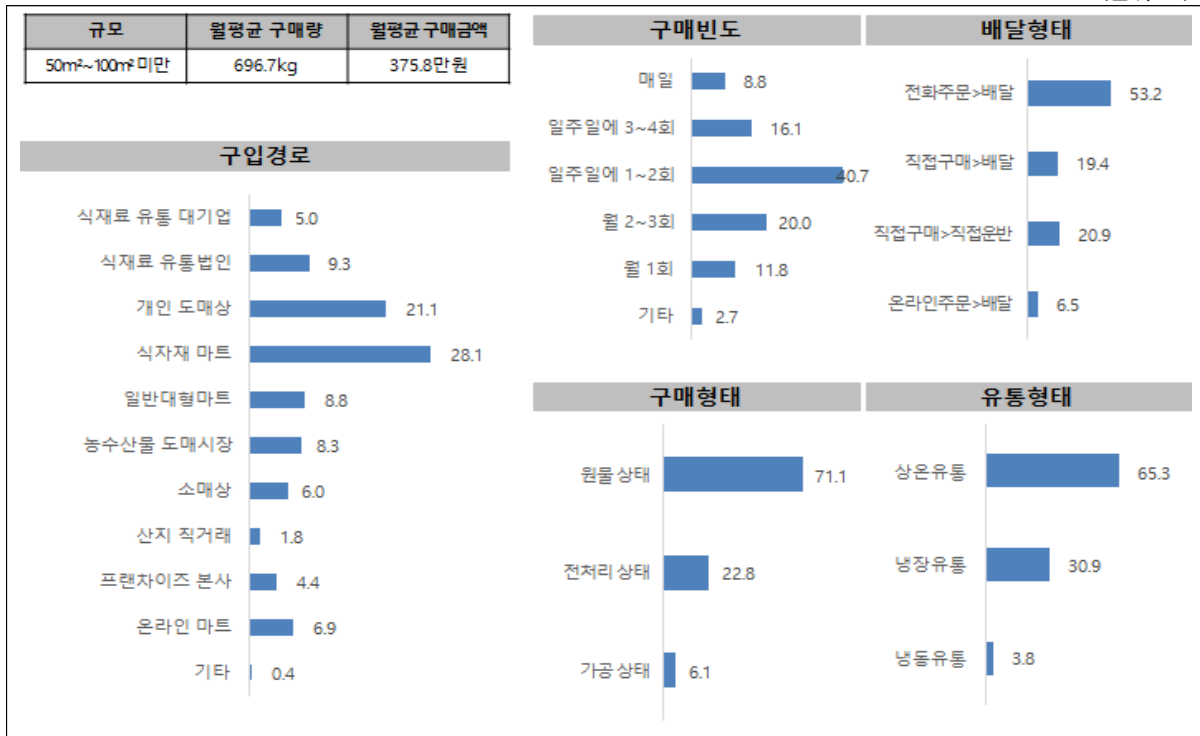
<그림 3-32> 규모별 식재료 구매 형태 - 30m²~50m² 미만

(단위: %)



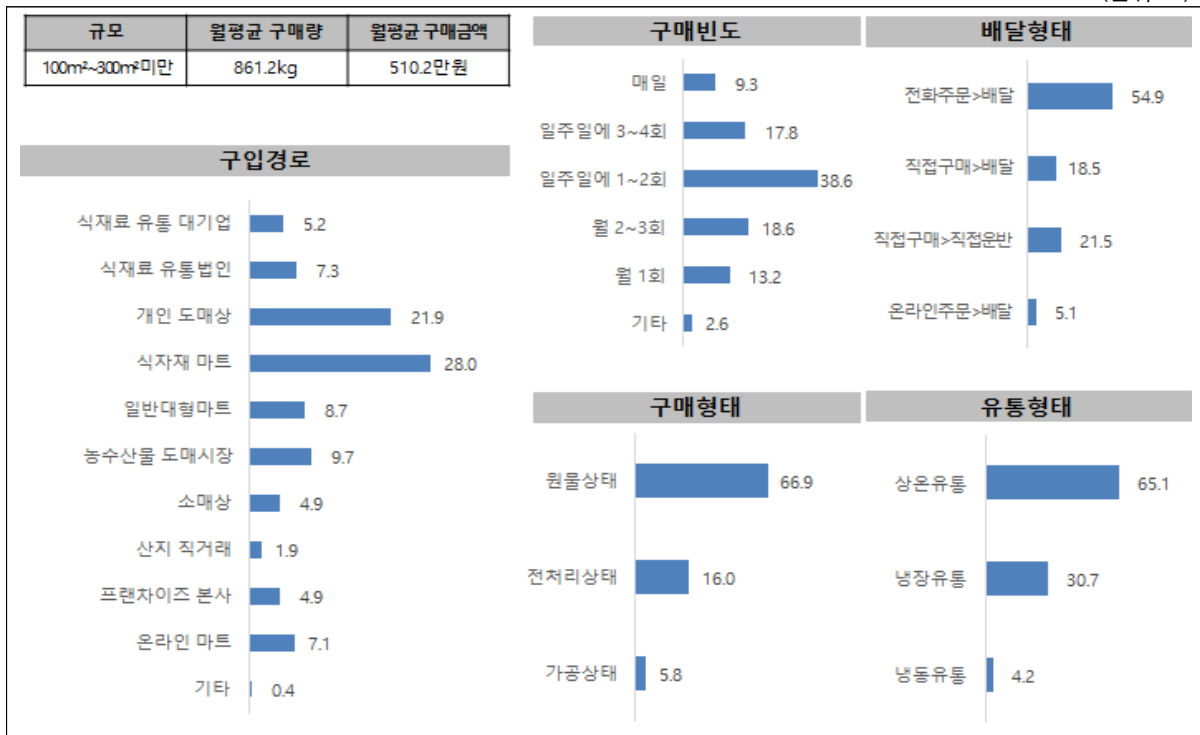
<그림 3-33> 규모별 식재료 구매 행태 - 50m²~100m² 미만

(단위: %)



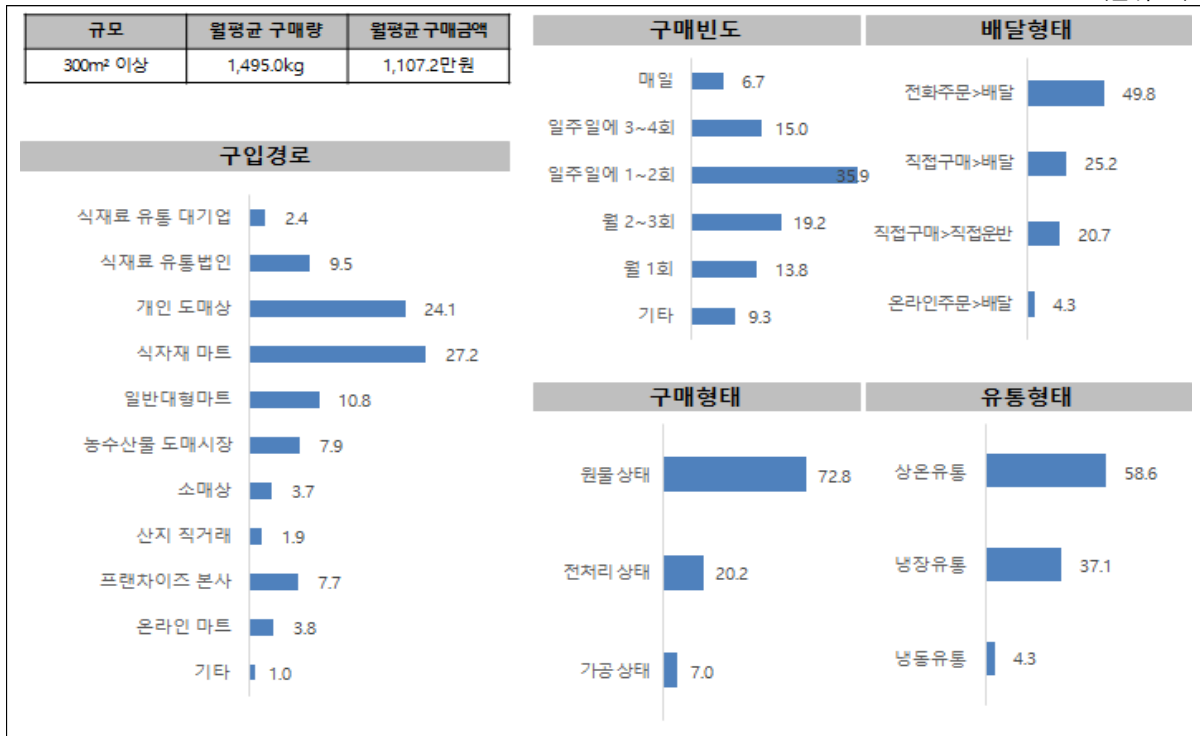
<그림 3-34> 규모별 식재료 구매 행태 - 100m²~300m² 미만

(단위: %)



<그림 3-35> 규모별 식재료 구매 행태 - 300m² 이상

(단위: %)



5) 상권별 식재료 구매 행태¹⁴⁾

- 외식업체의 상권별 식재료 월평균 구매량은 대학 및 학원가(878.4kg), 역세권(829.0kg), 오피스(827.9kg) 등의 순서로 많음.
 - 상권별로 식재료 월평균 구매금액은 오피스(516.4만 원), 역세권(495.3만 원), 대학 및 학원가(491.6만 원) 등의 순서임.
 - 구매경로는 기타를 제외한 모든 상권에서 식자재 마트에서 구매하는 비중이 가장 높게 나타남.
 - 구매빈도는 상권에 관계없이 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 주문 및 배달형태는 상권에 관계없이 전화주문 후 배달하는 비중이 가장 높음.
 - 구매형태는 상권에 관계없이 원물상태로 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 유통형태는 상권에 관계없이 상온유통을 통한 구매 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통, 냉동유통 순서임. 특히 재래시장의 상온유통 비중(72.4%)이 다른 상권보다 상대적으로 높고, 오피스에서는 냉장유통(34.5%), 대학 및 학원가에서는 냉동유통(7.0%)의 비중이 다른 상권보다 상대적으로 높은 수준임.
- 고밀도 주거지에 위치한 외식업체의 식재료 월평균 구매량은 689.9kg이고, 식재료 월평균 구매금액은 388.3만 원임.
 - 구매경로는 식자재 마트(29.5%), 개인 도매상(19.7%), 일반대형마트(10.0%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(40.0%), 일주일에 3~4회(17.4%), 월 2~3회(16.4%) 등의 순서임.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(52.2%) 비중이 절반 이상으로 가장 높으며, 그 다음으로 직접구매 후 배달(22.0%), 직접구매 후 직접운반(19.5%), 온라인구매 후 배달(6.3%) 순서임.
 - 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태로 구매하는 비중이 81.2%로 대부분이며, 그 다음으로 가공상태(10.0%), 전처리상태(8.8%) 순서임. 채소류와 과일류의 경우 원물상태(77.2%), 전처리상태(이물제거)(10.1%), 전처리상태(탈각탈피)(7.8%) 등의 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(65.2%), 냉장유통(30.5%), 냉동유통(4.3%) 순서로 나타남.
- 저밀도 주거지 외식업체의 식재료 월평균 구매량은 654.5kg이고, 식재료 월평균 구매금액은 357.9만 원임.
 - 구매경로는 식자재 마트(28.7%), 개인 도매상(22.2%), 일반대형마트(9.2%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(38.6%), 월 2~3회(20.1%), 일주일에 3~4회(17.7%) 등의 순서임.
 - 주문 및 배달형태는 매장주문 후 배달(55.7%) 비중이 절반 이상으로 가장 높으며, 그 다음으로 직접구매 후 직접운반(20.6%), 직접구매 후 배달(18.0%) 등의 순서임.

14) 상권별 식재료 구매 행태 그래프에서 구매형태는 전체 품목에 대한 구매 형태로, 품목별로 세분화된 표에서의 값과 차이가 있을 수 있음.

- 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태로 구매하는 비중이 68.5%로 절반 이상이며, 그 다음으로 전처리상태(16.7%), 가공상태(14.8%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(67.0%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(19.2%), 전처리상태(탈각탈피)(10.6%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(64.7%), 냉장유통(30.7%), 냉동유통(4.6%) 순서로 나타남.
- 대학 및 학원가 외식업체의 식재료 월평균 구매량은 878.4kg이고, 식재료 월평균 구매금액은 491.6만 원임.
- 구매경로 식자재 마트(23.6%), 개인 도매상(15.4%), 농수산물도매시장(11.4%), 일반대형마트(10.2%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(45.7%), 월 2~3회(20.4%), 일주일에 3~4회(17.3%) 등의 순서임.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(53.6%), 직접구매 후 직접운반(21.0%), 직접구매 후 배달(19.2%) 등의 순서임.
 - 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태로 구매하는 비중이 74.3%로 가장 높고, 그 다음으로 전처리상태(13.4%), 가공상태(12.3%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(81.8%)이 가장 높고, 전처리상태(탈각탈피)(10.1%), 전처리상태(이물제거)(6.8%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(66.5%), 냉장유통(26.5%), 냉동유통(7.0%) 순서로 나타남.
- 역세권 외식업체의 식재료 월평균 구매량은 829.0kg이고, 식재료 월평균 구매금액은 495.3만 원임.
- 구매경로는 식자재 마트(32.4%), 개인 도매상(16.1%), 일반대형마트(9.7%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회(46.0%), 월 2~3회(19.2%), 일주일에 3~4회(16.0%) 등의 순서임.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(47.9%), 직접구매 후 배달(25.9%), 직접구매 후 직접운반(18.1%), 온라인구매 후 배달(8.2%)의 순서이며, 다른 상권에 비해 직접구매 후 배달, 온라인구매 후 배달의 비중이 상대적으로 높은 편임.
 - 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태(70.9%), 전처리상태(15.9%), 가공상태(13.2%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(72.6%)이 가장 높고, 전처리상태(탈각탈피)(13.6%), 전처리상태(이물제거)(10.7%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(67.7%), 냉장유통(28.0%), 냉동유통(4.4%) 순서임.
- 오피스 상권의 외식업체의 식재료 구매형태는 식자재 마트(22.7%), 구매빈도는 일주일에 1~2회(37.9%), 배달형태는 전화주문 후 배달(61.9%), 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류의 구매형태는 원물상태(81.4%), 채소류 및 과일류의 구매형태는 원물형태(80.1%), 유통형태는 상온유통(60.8%) 비중이 가장 높음.
- 유흥상업지의 외식업체는 식자재 마트(26.9%), 일주일에 1~2회(47.6%), 전화주문 후 배달(52.2%), 원물상태(육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류: 74.9%, 채소류, 과일류: 70.0%), 상온유통(65.5%) 비중이 가장 높음.

- 일반상업지의 외식업체는 식자재 마트(27.9%), 일주일에 1~2회(40.4%), 전화주문 후 배달(55.6%), 원물상태(육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류: 74.9%, 채소류, 과일류: 65.0%), 상온유통(63.0%), 비중이 가장 높음.
- 재래시장의 외식업체는 개인 도매상(29.6%), 일주일에 1~2회(41.2%), 전화주문 후 배달(48.9%), 원물상태(육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류: 72.3%, 채소류, 과일류: 78.7%), 상온유통(72.4%) 비중이 가장 높음.

<표 3-11> 상권별 식재료 구매 형태

구분	전체	고밀도 주거지	저밀도 주거지	대학 및 학원가	역세권	오피스	유흥 상업지	일반 상업지	재래 시장	기타
월평균 구매량(kg)	675.1	689.9	654.5	878.4	829.0	827.9	687.3	656.6	517.7	754.0
월평균 구매금액(만 원)	376.6	388.3	357.9	491.6	495.3	516.4	436.7	361.1	253.6	491.3
구매경로(비율응답, %)										
1. 식재료 유통대기업	5.0	5.9	4.7	5.6	5.7	9.3	5.7	4.6	2.0	4.4
2. 식재료 유통법인	8.6	9.1	8.0	9.1	5.4	8.5	9.2	9.0	7.0	6.7
3. 개인 도매상	21.4	19.7	22.2	15.4	16.1	21.8	21.1	21.8	28.6	25.2
4. 식자재 마트	28.1	29.5	28.7	23.6	32.4	22.7	26.9	27.9	29.6	21.7
5. 일반대형마트	8.9	10.0	9.2	10.2	9.7	5.8	9.8	8.2	12.5	7.0
6. 농수산물도매시장	8.9	8.5	7.6	11.4	8.2	8.7	7.8	9.6	8.1	9.2
7. 소매상	5.2	4.0	6.0	5.4	4.2	7.5	5.9	5.0	2.8	14.8
8. 산지직거래	2.0	1.6	2.5	4.1	2.1	3.2	3.3	1.5	0.8	0.8
9. 프랜차이즈 본사	5.2	7.5	3.3	10.7	7.7	6.4	4.7	5.2	1.0	0.0
10. 온라인마트	6.3	4.1	7.1	4.1	8.4	5.6	5.2	6.7	5.6	10.2
11. 기타	0.4	0.2	0.5	0.5	0.0	0.4	0.4	0.4	2.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매빈도(단수응답, %)										
1. 매일	8.9	7.6	8.9	9.2	6.5	10.1	9.0	9.0	9.9	7.1
2. 일주일에 3~4회	17.0	17.4	17.7	17.3	16.0	24.2	16.0	16.5	14.0	9.6
3. 일주일에 1~2회	40.1	40.0	38.6	45.7	46.0	37.9	47.6	40.4	41.2	45.2
4. 월 2~3회	19.2	16.4	20.1	20.4	19.2	17.8	14.7	19.8	15.8	24.2
5. 월 1회	12.2	14.1	12.1	5.3	9.2	7.9	9.7	12.2	14.9	13.0
6. 기타	2.6	4.6	2.7	2.1	3.0	2.3	3.0	2.1	4.1	0.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)										
1. 전화주문→배달	54.8	52.2	55.7	53.6	47.9	61.9	52.2	55.6	48.9	54.7
2. 직접구매→배달	19.0	22.0	18.0	19.2	25.9	13.7	21.6	17.4	23.3	19.1
3. 직접구매→직접운반	20.5	19.5	20.6	21.0	18.1	19.5	21.5	21.5	22.9	18.6
4. 온라인구매→배달	5.7	6.3	5.6	6.2	8.1	5.0	4.7	5.5	4.8	7.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 육류 및 축산물, 곡류, 수산물류(복수응답, %)^{주2}										
1. 원물상태	74.4	81.2	68.5	74.3	70.9	81.4	74.9	74.9	72.3	65.7
2. 전처리상태	13.4	8.8	16.7	13.4	15.9	4.6	10.4	14.0	10.2	12.0
3. 가공상태	12.2	10.0	14.8	12.3	13.2	14.1	14.7	11.1	17.5	22.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 채소류, 과일류(복수응답, %)^{주3}										
1. 원물상태	67.6	77.2	67.0	81.8	72.6	80.1	70.0	65.0	78.7	56.1
2. 전처리상태(이물제거)	18.0	10.1	19.2	6.8	10.7	7.1	15.3	19.9	11.6	38.3
3. 전처리상태(탈각탈피)	11.4	7.8	10.6	10.1	13.6	7.9	11.3	12.6	7.0	3.8
4. 전처리상태(단순세척)	1.2	2.1	1.5	0.5	1.2	2.8	0.7	0.9	1.1	0.0
5. 전처리상태(살균소독)	0.2	0.3	0.3	0.0	0.1	0.3	0.1	0.1	0.0	0.0
6. 가공상태	1.6	2.5	1.4	0.8	1.8	1.9	2.6	1.6	1.6	1.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)										
1. 상온유통: 실온유통	64.7	65.2	64.7	66.5	67.7	60.8	65.5	63.0	72.4	68.1
2. 냉장유통	31.1	30.5	30.7	26.5	28.0	34.5	29.4	33.0	24.5	30.2
3. 냉동유통	4.1	4.3	4.6	7.0	4.4	4.7	5.1	4.0	3.1	1.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

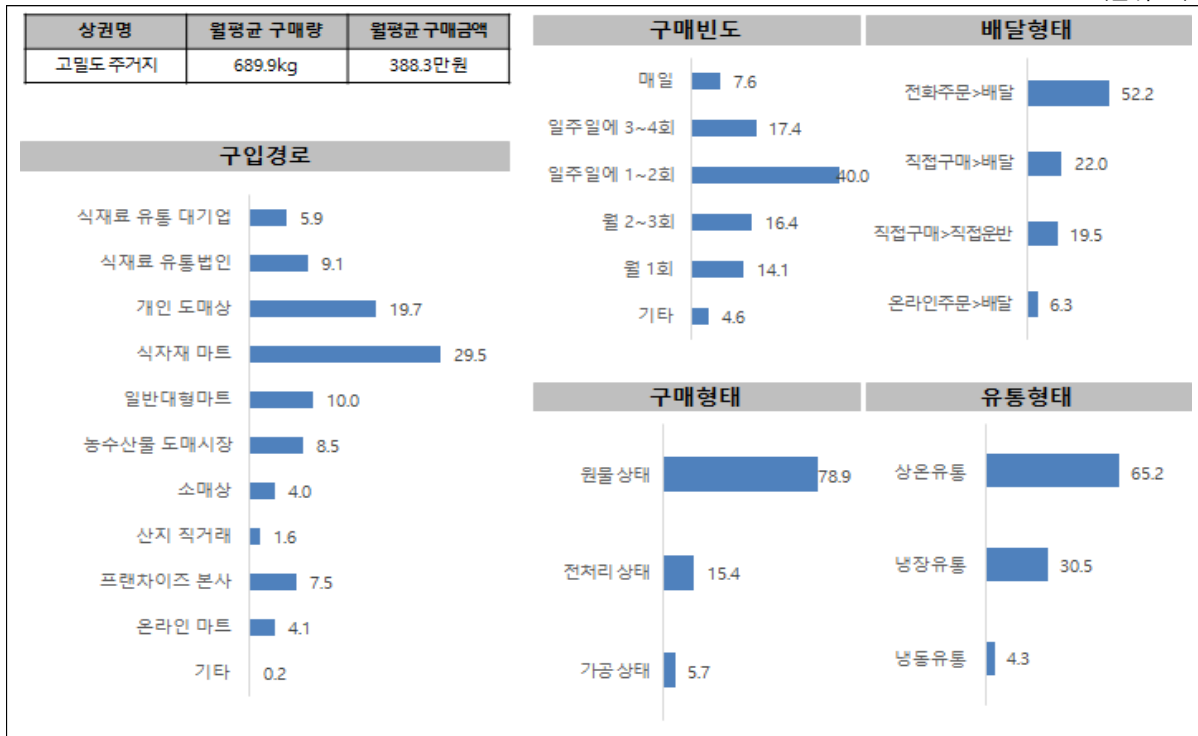
주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 육류 및 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀), 곡류(쌀), 수산물류(오징어, 멸치)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태, 가공상태로 구분하여 조사하였음.

3. 채소류(마늘, 양파, 파(대파), 고추, 무, 배추, 당근, 감자)와 과일류(사과, 배)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피), 전처리상태(절단), 전처리상태(단순세척), 전처리상태(살균소독), 가공상태, 진공포장상태로 구분하여 조사하였으나, 전처리상태(절단)와 진공포장상태는 응답 값이 없어 결과표에서 제외하였음.

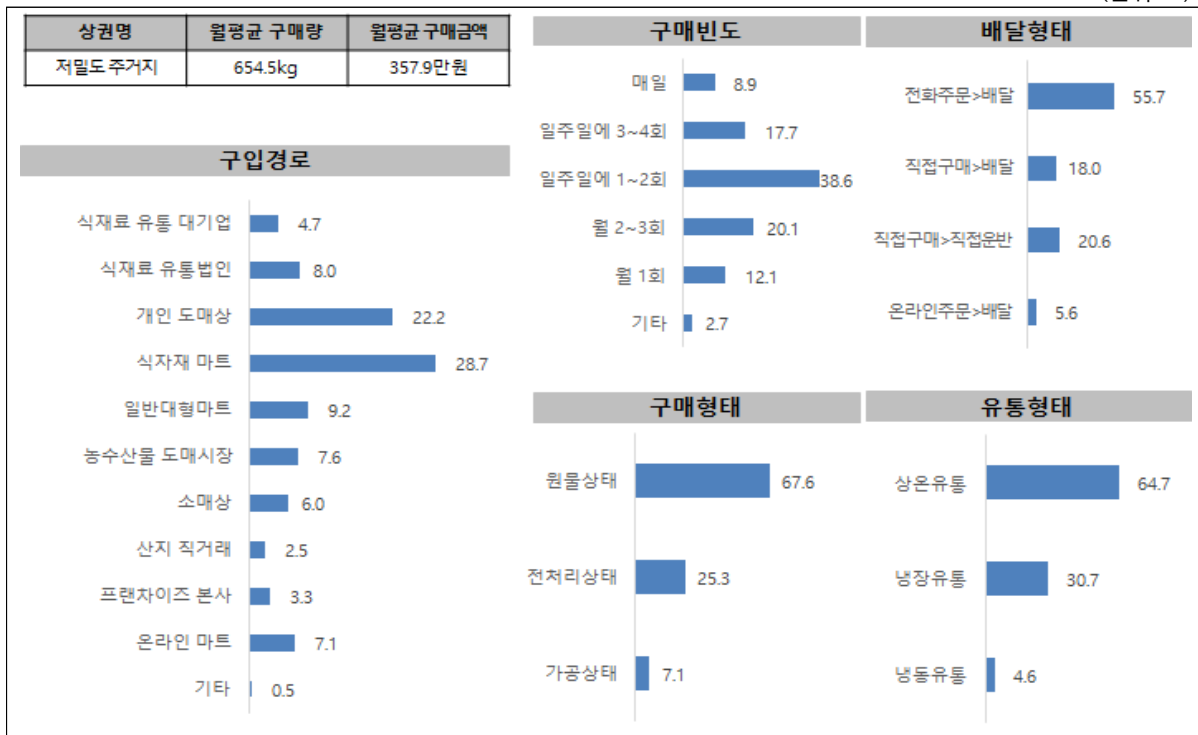
<그림 3-36> 상권별 식재료 구매 행태 - 고밀도 주거지

(단위: %)



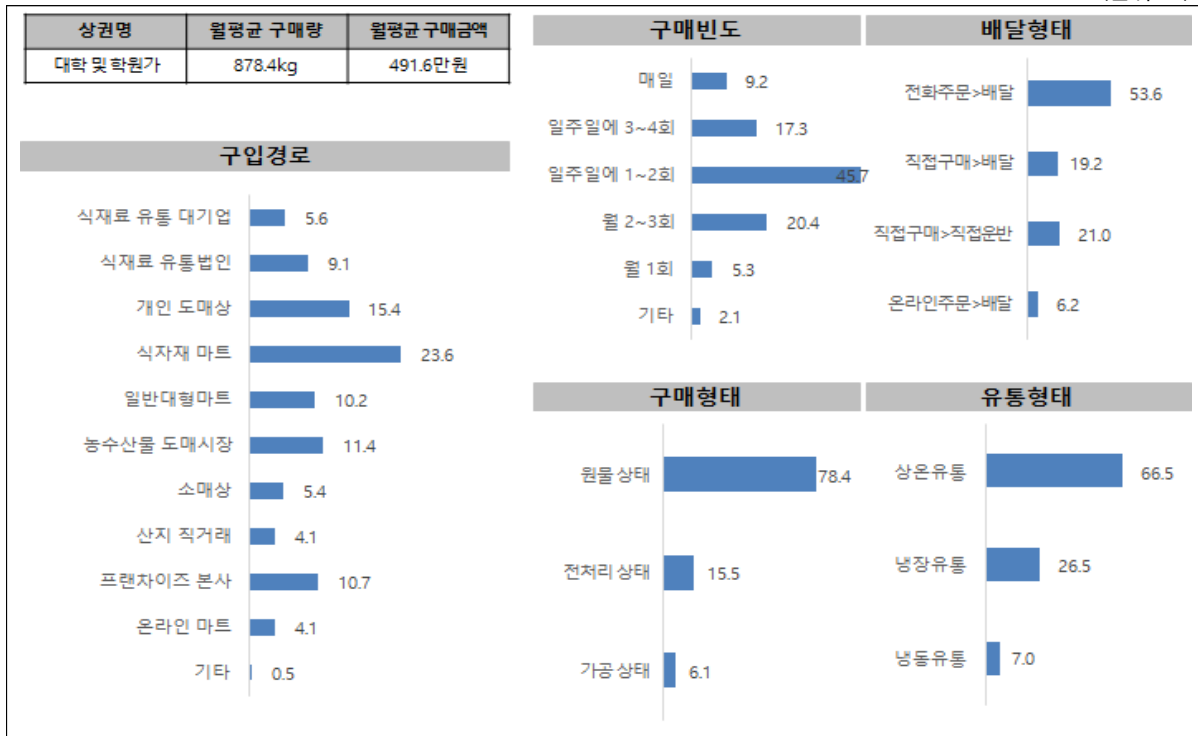
<그림 3-37> 상권별 식재료 구매 행태 - 저밀도 주거지

(단위: %)



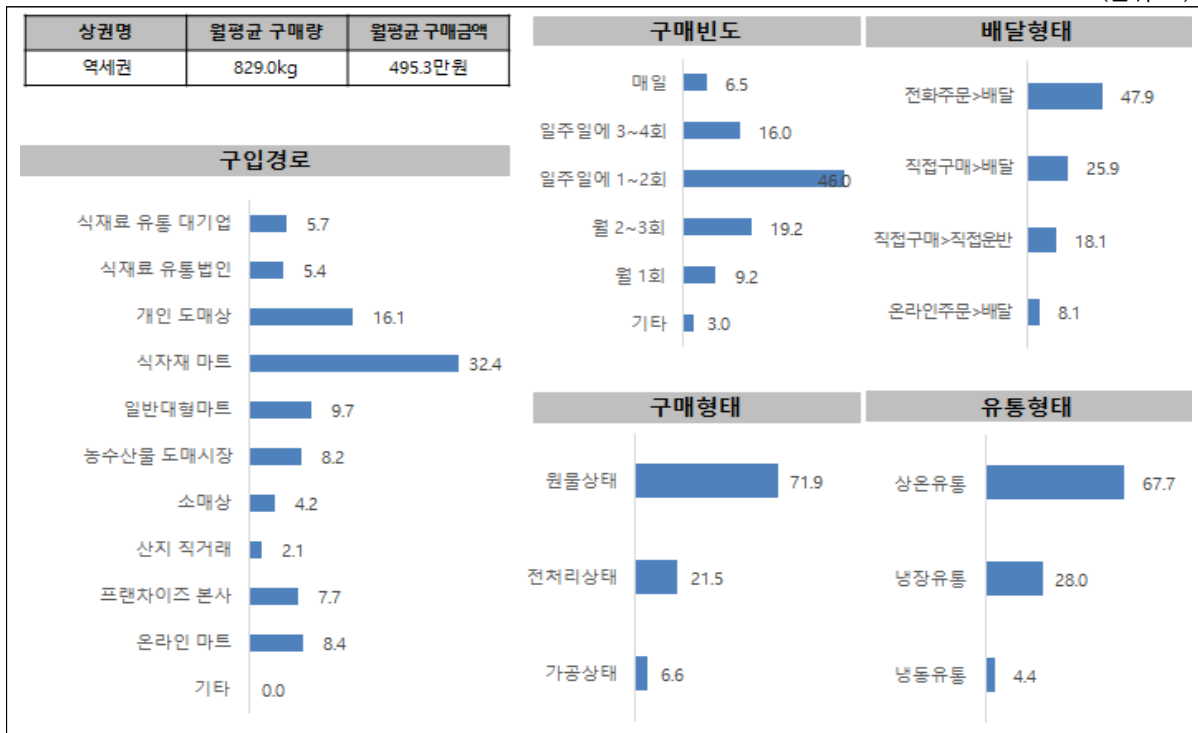
<그림 3-38> 상권별 식재료 구매 행태 - 대학 및 학원가

(단위: %)



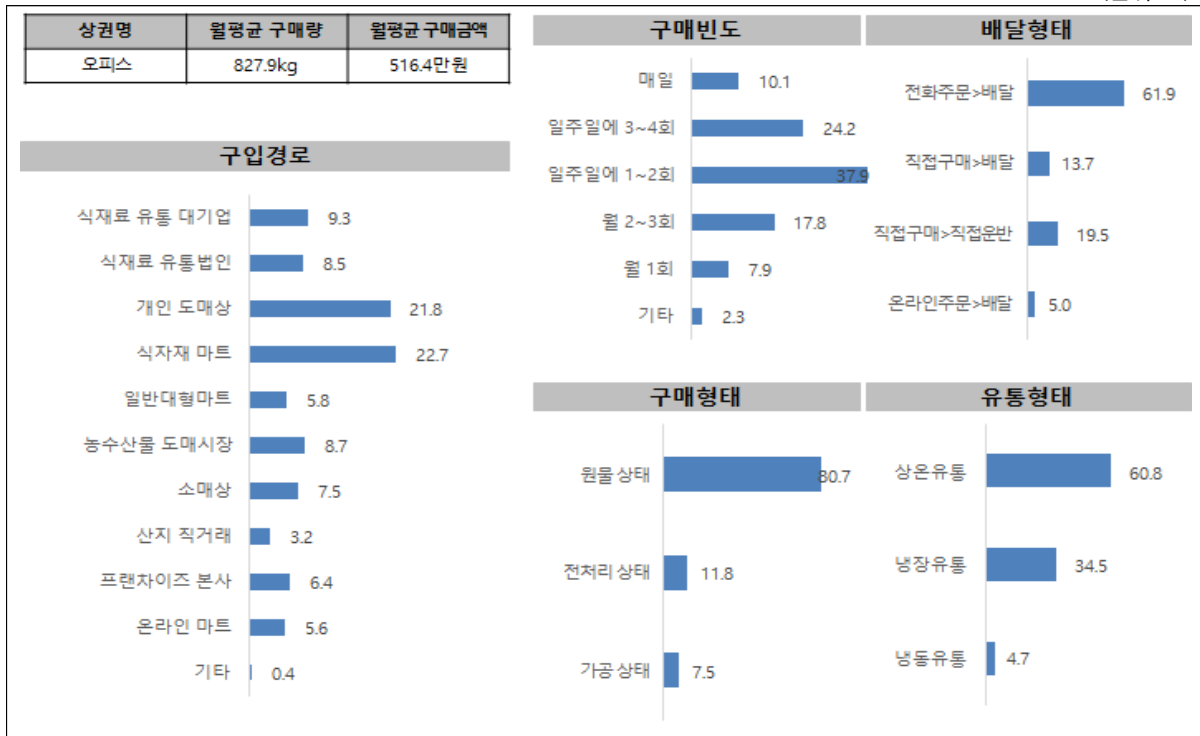
<그림 3-39> 상권별 식재료 구매 행태 - 역세권

(단위: %)



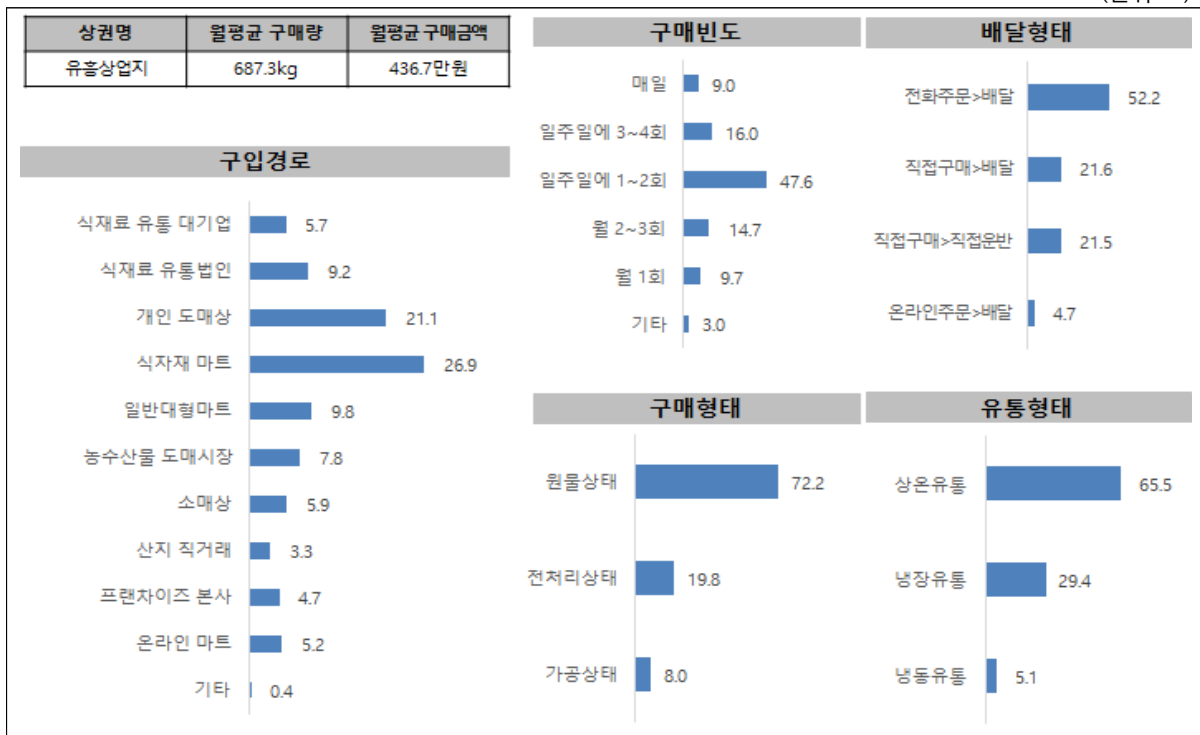
<그림 3-40> 상권별 식재료 구매 행태 - 오피스

(단위: %)



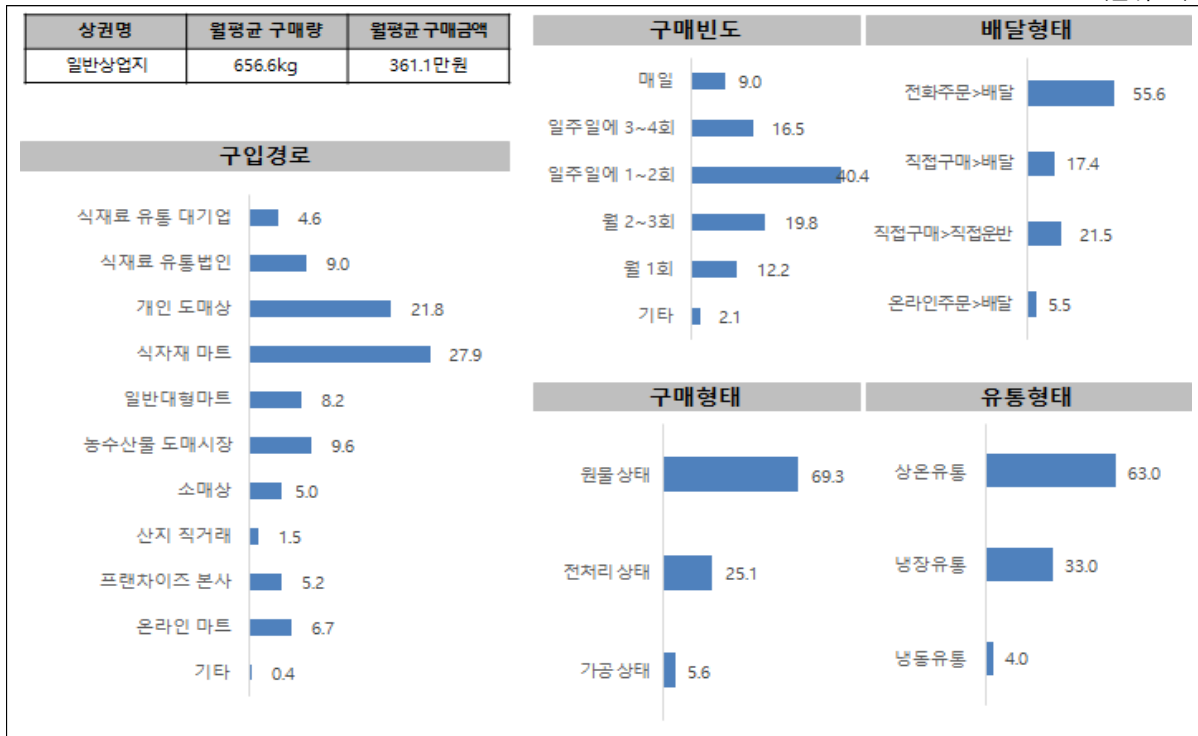
<그림 3-41> 상권별 식재료 구매 행태 - 유흥상업지

(단위: %)



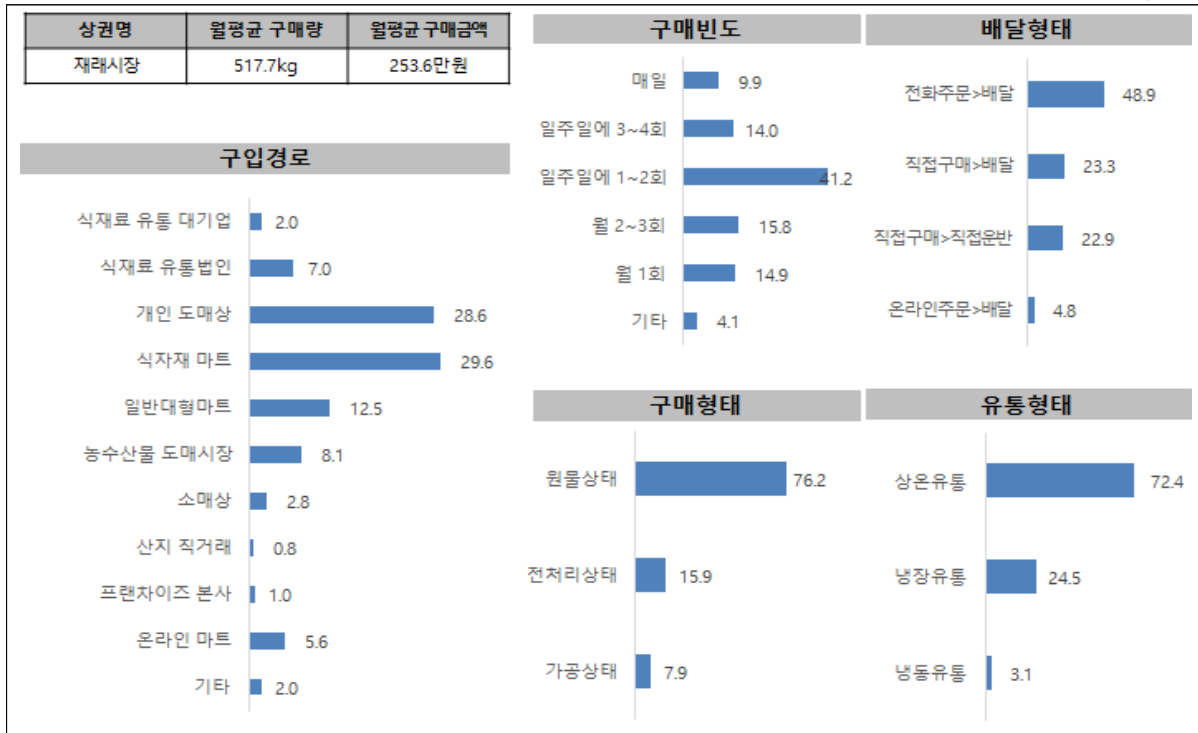
<그림 3-42> 상권별 식재료 구매 행태 - 일반상업지

(단위: %)



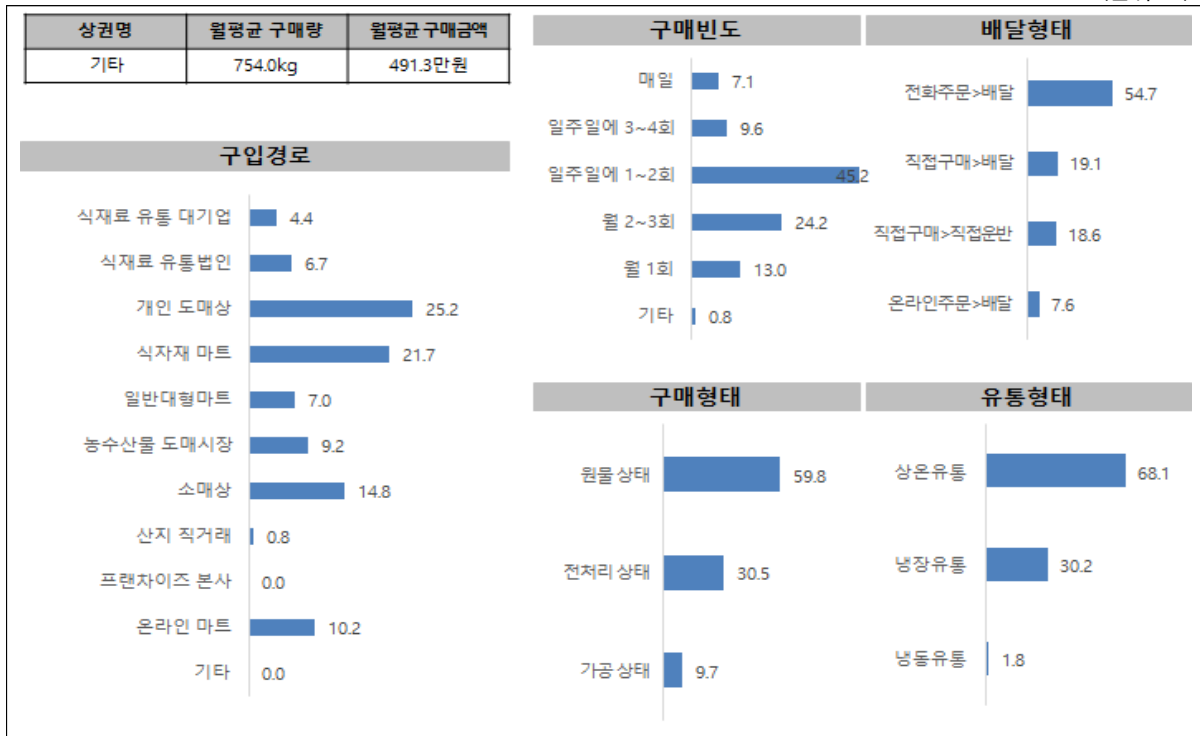
<그림 3-43> 상권별 식재료 구매 행태 - 재래시장

(단위: %)



<그림 3-44> 상권별 식재료 구매 행태 - 기타

(단위: %)



주: 기타는 고밀도 주거지, 저밀도 주거지, 대학 및 학원가, 역세권, 오피스, 유흥상업지, 일반상업지, 재래시장의 분류에 해당되지 않는 상권을 말함.

6) 업종 중분류별 식재료 구매 행태¹⁵⁾

- 외식업체 업종별 식재료 월평균 구매량은 출장 및 이동음식점업(1,673.0kg), 기관 구내식당업(1,463.0kg), 일반음식점업(819.3kg) 등의 순서로 높음.
 - 식재료 월평균 구매금액은 업종별로 출장 및 이동음식점업(1,017.0만 원), 기관 구내식당업(835.4만 원), 일반음식점업(473.5만 원) 등의 순서임.
- 외식업체 업종별 식재료 구매경로는 업종에 관계없이 식자재 마트를 통한 구매 비중이 가장 높은 것으로 나타남.
 - 구매빈도는 업종에 관계없이 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 주문 및 배달형태는 업종에 관계없이 전화주문 후 배달 형태가 절반 이상으로 높은 비중을 차지하였음.
 - 구매형태는 업종에 관계없이 원물상태로 구매하는 비중이 대부분을 차지함.
 - 유통형태는 업종에 관계없이 상온유통의 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통, 냉동유통 순서임.
- 일반음식점업의 식재료 월평균 구매량은 819.3kg이고, 월평균 구매금액은 473.5만 원임.
 - 구매경로는 식자재 마트(26.3%), 개인 도매상(25.2%), 식재료 유통법인(9.0%) 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 40.6%로 가장 높게 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(54.8%) 비중이 절반 이상으로 가장 높음.
 - 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태 구매 비중이 69.0%로 절반 이상을 차지하며, 그 다음으로 전처리 상태(18.4%), 가공상태(12.6%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(61.9%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(22.9%), 전처리상태(탈각탈피)(12.9%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 67.4%로 가장 높고, 냉장유통(28.9%), 냉동유통(3.6%) 순서임.
- 기관 구내식당업의 식재료 월평균 구매량은 1,463.0kg이고, 월평균 구매금액은 835.4만 원임.
 - 구매경로는 식자재 마트(30.5%), 개인 도매상(14.6%), 농수산물도매시장(11.4%) 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 30.6%로 가장 높게 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(46.9%) 비중이 가장 높으며, 직접구매 후 배달(26.0%), 직접구매 후 직접운반(21.4%), 온라인구매 후 배달(5.7%) 순서임.
 - 구매형태는 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태 구매 비중이 83.0%로 대부분을 차지하며, 그 다음으로 가공상태(16.5%), 전처리 상태(0.5%) 순서임. 채소류와 과일류는 원물상태(82.0%), 전처리상태(탈각탈피)(9.7%), 가공상태(3.4%) 순서임.

15) 업종 중분류별 식재료 구매 행태 그래프에서 구매형태는 전체 품목에 대한 구매 형태로, 품목별로 세분화된 표에서의 값과 차이가 있을 수 있음.

- 유통형태는 상온유통 비중이 59.2%로 가장 높고, 냉장유통(35.2%), 냉동유통(5.6%) 순서임.
- 출장 및 이동음식점업의 식재료 월평균 구매량은 1,673.0kg이고, 월평균 구매금액은 1,017.0만 원임.
- 구매경로는 식자재 마트(33.4%), 일반대형마트(17.9%), 개인 도매상(11.6%) 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 39.0%로 가장 높게 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달 비중이 34.2%로 가장 높은 비중을 차지하지만, 다른 업종에 비해서는 상대적으로 낮은 수치임.
 - 구매형태는 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태 구매 비중이 85.3%로 다른 업종에 비해 상대적으로 높은 비중을 차지함. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(76.8%)이 가장 높고, 전처리상태(탈각탈피)(11.8%), 가공상태(5.1%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 59.6%로 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통(33.3%), 냉동유통(7.1%) 순서임.
- 기타 음식점업의 식재료 월평균 구매량은 677.2kg이고, 월평균 구매금액은 347.8만 원임.
- 구매경로는 식자재 마트(31.7%), 프랜차이즈 본사(13.2%), 개인 도매상(11.9%) 등의 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 42.7%로 가장 높고, 다른 업종과 비교해도 상대적으로 높게 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(53.7%) 비중이 절반 이상으로 가장 높음.
 - 구매형태는 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태 구매 비중이 81.0%로 대부분을 차지하며, 그 다음으로 가공상태(10.8%), 전처리 상태(8.2%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(79.9%)이 가장 높고, 전처리상태(탈각탈피)(7.9%), 전처리상태(이물제거)(7.2%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통 비중이 58.2%로 가장 높으며, 그 다음으로 냉장유통(35.8%), 냉동유통(6.0%) 순서임.
- 주점업의 식재료 월평균 구매량은 587.3kg이고, 월평균 구매금액은 311.3만 원임.
- 구매경로는 식자재 마트(30.9%), 개인 도매상(20.3%), 일반대형마트(9.5%) 순서임.
 - 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 38.0%로 가장 높게 나타남.
 - 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(56.5%) 비중이 절반 이상으로 가장 높음.
 - 구매형태는 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태 구매 비중이 85.2%로 대부분이며, 그 다음으로 가공상태(11.2%), 전처리상태(3.7%) 순서임. 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(82.2%)이 가장 높고, 전처리상태(탈각탈피)(7.8%), 전처리상태(이물제거)(5.9%) 순서임.
 - 유통형태는 상온유통(59.8%), 냉장유통(35.9%), 냉동유통(4.4%) 순서로 다른 업종에 비해 냉장유통 비중이 상대적으로 높은 편임.
- 비알콜 음료점업의 식재료 월평균 구매량은 19.9kg이고, 월평균 구매금액은 5.0만 원임.

- 구매경로는 식자재 마트(29.2%), 개인 도매상(15.9%), 프랜차이즈 본사(14.7%) 순서임.
- 구매빈도는 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 37.1%로 가장 높음.
- 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달 비중이 56.9%로 가장 높고, 다른 업종에 비해서도 상대적으로 높은 수준임.
- 유통형태는 상온유통(82.7%), 냉장유통(17.3%) 순서로 다른 업종에 비해 상대적으로 상온유통 비중이 높음.

<표 3-12> 업종(중분류)별 식재료 구매 행태

구분	전체	일반 음식점업	기관구내 식당업	출장 및 이동 음식점업	기타 음식점업	주점업	비알콜 음료점업
월평균 구매량(kg)	675.1	819.3	1,463.0	1,673.0	677.2	587.3	19.9
월평균 구매금액(만 원)	376.6	473.5	835.4	1,017.0	347.8	311.3	5.0
구매경로(비율응답, %)							
1. 식재료 유통대기업	5.0	4.6	4.2	3.9	5.7	6.2	4.2
2. 식재료 유통법인	8.8	9.0	9.0	6.7	8.8	7.6	11.1
3. 개인 도매상	21.8	25.2	14.6	11.6	11.9	20.3	15.9
4. 식자재 마트	28.1	26.3	30.5	33.4	31.7	30.9	29.2
5. 일반대형마트	8.7	8.3	10.3	17.9	10.2	9.5	5.9
6. 농수산물도매시장	8.7	8.8	11.4	10.0	8.8	8.3	7.5
7. 소매상	5.2	5.5	6.6	9.7	4.2	5.1	3.1
8. 산지직거래	1.9	2.3	1.8	1.2	0.9	1.4	1.2
9. 프랜차이즈 본사	5.0	2.9	5.0	1.1	13.2	2.9	14.7
10. 온라인마트	6.4	6.9	5.9	4.6	3.4	7.3	6.3
11. 기타	0.5	0.3	0.7	0.0	1.1	0.4	0.9
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매빈도(단수응답, %)							
1. 매일	8.9	9.2	15.4	12.3	8.2	6.6	11.7
2. 일주일에 3~4회	17.0	17.9	24.2	19.9	13.7	13.8	21.6
3. 일주일에 1~2회	40.1	40.6	30.6	39.0	42.7	38.0	37.1
4. 월 2~3회	19.2	18.0	15.1	10.9	21.9	22.5	18.0
5. 월 1회	12.2	11.6	11.5	11.5	11.2	16.6	10.0
6. 기타	2.6	2.7	3.1	6.4	2.3	2.6	1.7
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 육류 및 축산물, 곡류, 수산물류(복수응답, %) ^{주2}							
1. 원물상태	74.4	69.0	83.0	85.3	81.0	85.2	
2. 전처리상태	13.4	18.4	0.5	0.0	8.2	3.7	
3. 가공상태	12.2	12.6	16.5	14.7	10.8	11.2	
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
구매형태 - 채소류, 과일류(복수응답, %) ^{주3}							
1. 원물상태	67.6	61.9	82.0	76.8	79.9	82.2	80.8
2. 전처리상태(이물제거)	18.0	22.9	1.6	0.6	7.2	5.9	19.2
3. 전처리상태(탈각탈피)	11.4	12.9	9.7	11.8	7.9	7.8	0.0
4. 전처리상태(단순세척)	1.2	1.1	2.3	4.8	2.0	1.1	0.0
5. 전처리상태(살균소독)	0.2	0.2	0.9	0.9	0.3	0.0	0.0
6. 가공상태	1.6	1.1	3.4	5.1	2.8	3.0	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)							
1. 상온유통: 실온유통	64.7	67.4	59.2	59.6	58.2	59.8	82.7
2. 냉장유통	31.1	28.9	35.2	33.3	35.8	35.9	17.3
3. 냉동유통	4.1	3.6	5.6	7.1	6.0	4.4	0.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)							
1. 전화주문→배달	54.8	54.8	46.9	34.2	53.7	56.5	56.9
2. 직접구매→배달	19.0	19.1	26.0	31.5	20.3	18.4	10.7
3. 직접구매→직접운반	20.5	20.5	21.4	28.8	20.2	20.2	21.4
4. 온라인구매→배달	5.7	5.5	5.7	5.5	5.7	4.9	11.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

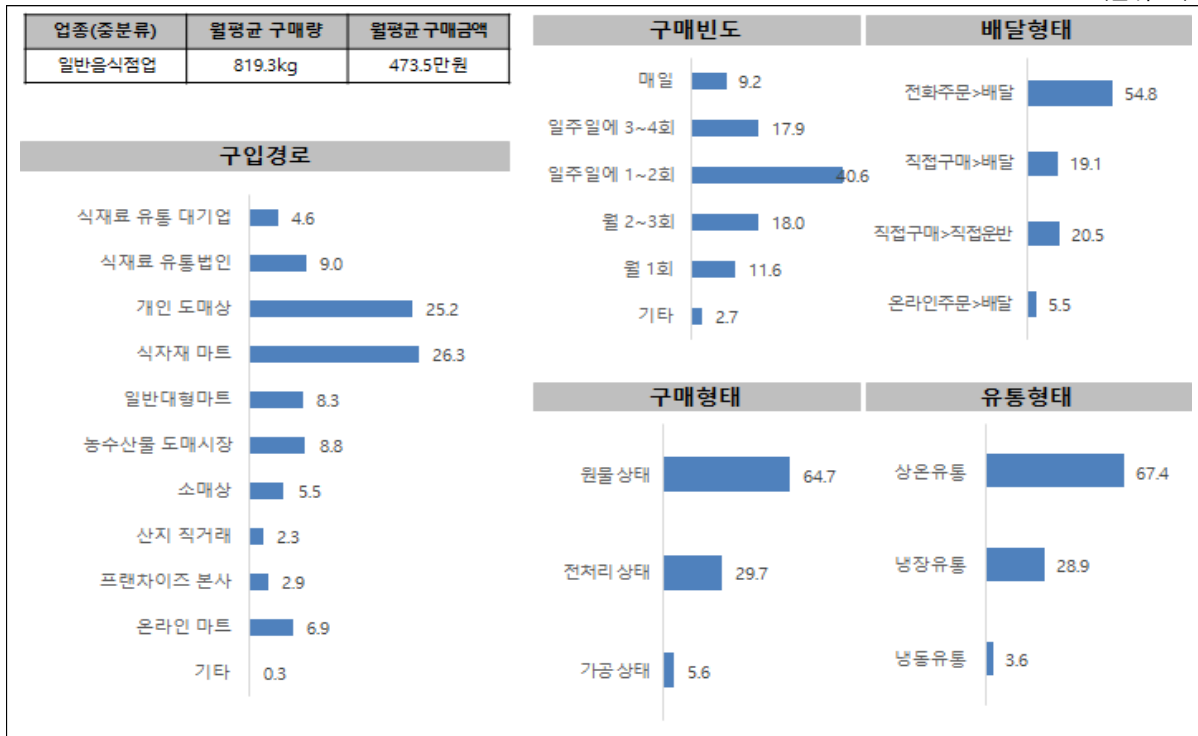
주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 육류 및 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀), 곡류(쌀), 수산물류(오징어, 멸치)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태, 가공상태로 구분하여 조사하였음.

3. 채소류(마늘, 양파, 파(대파), 고추, 무, 배추, 당근, 감자)와 과일류(사과, 배)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피), 전처리상태(절단), 전처리상태(단순세척), 전처리상태(살균소독), 가공상태, 진공포장상태로 구분하여 조사하였으나, 전처리상태(절단)와 진공포장상태는 응답 값이 없어 결과표에서 제외하였음.

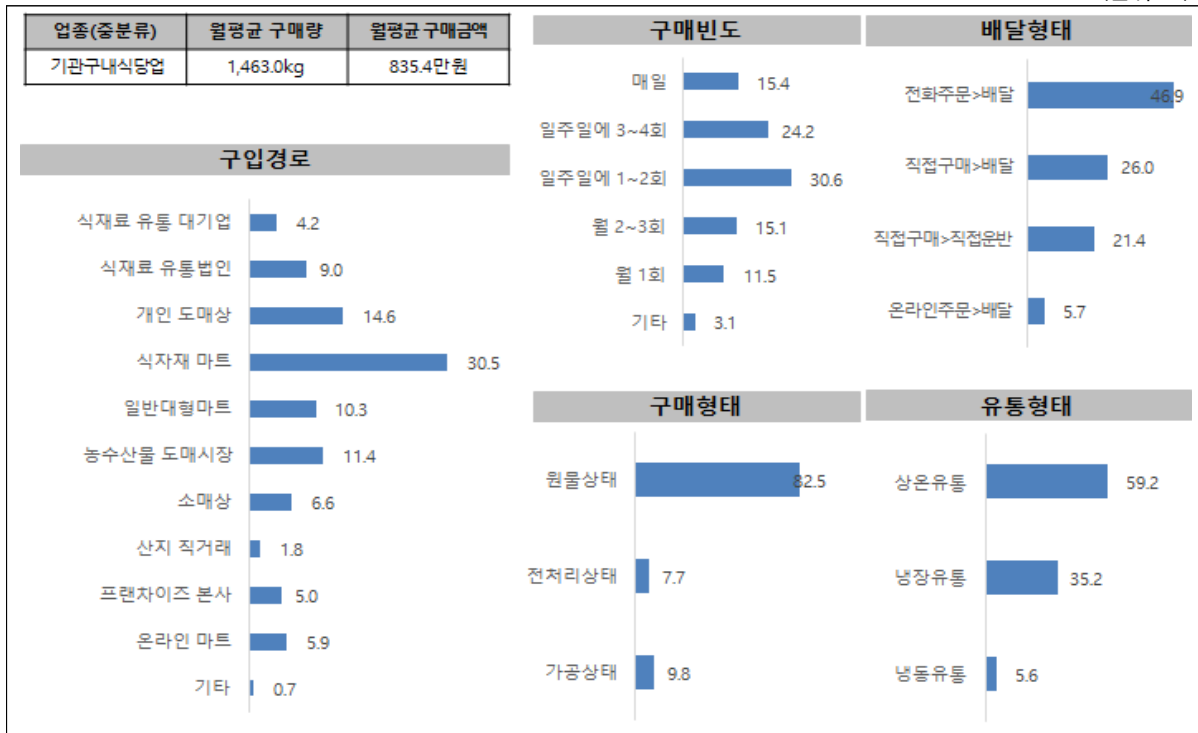
<그림 3-45> 업종 중분류별 식재료 구매 형태 - 일반음식점업

(단위: %)



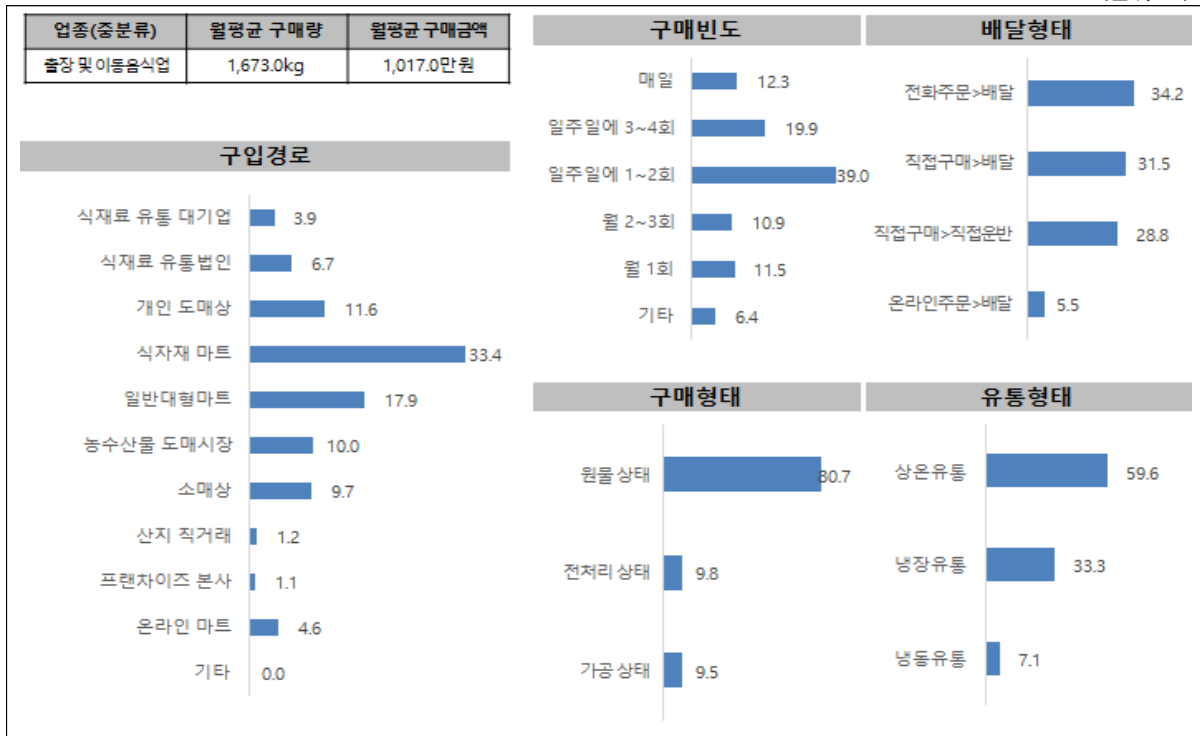
<그림 3-46> 업종 중분류별 식재료 구매 형태 - 기관구내식당업

(단위: %)



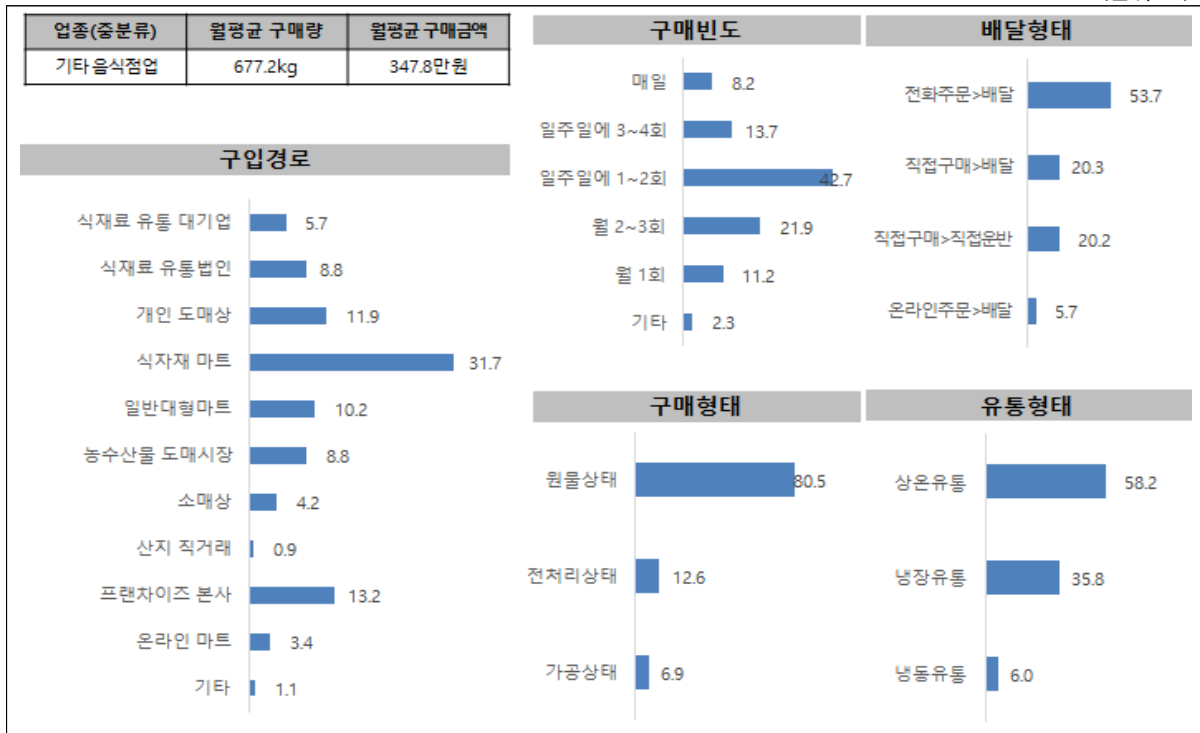
<그림 3-47> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 출장 및 이동음식업

(단위: %)



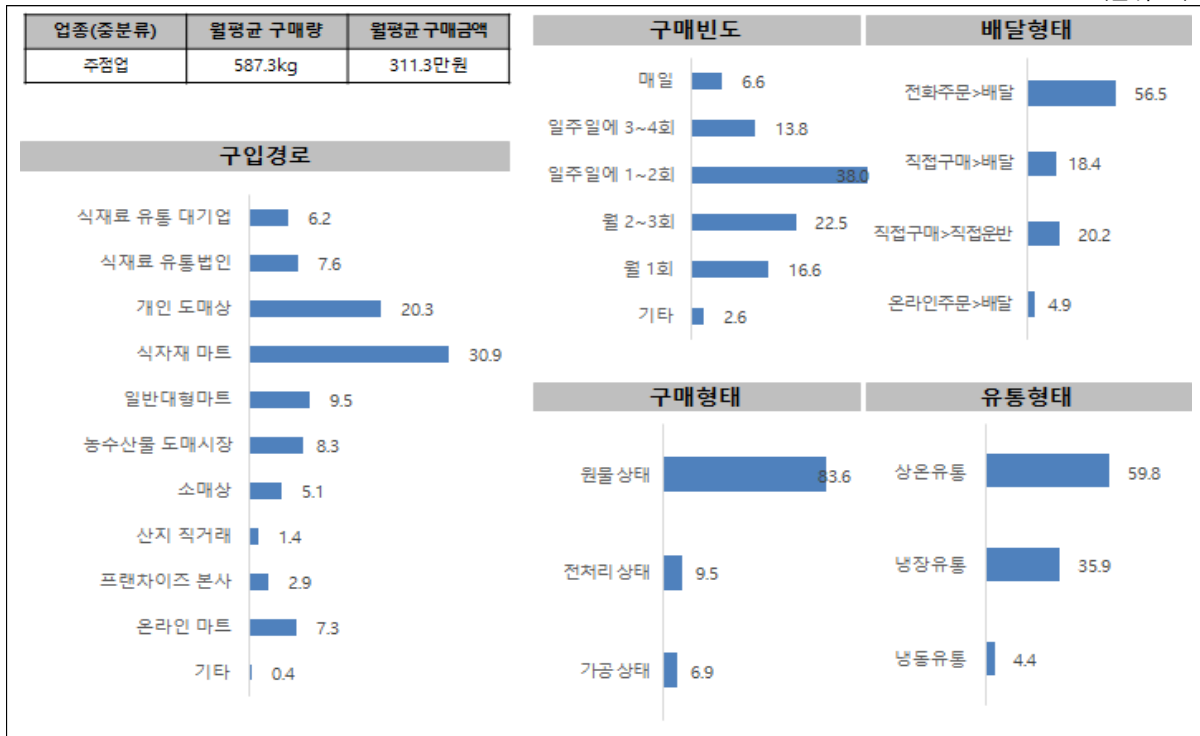
<그림 3-48> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 기타 음식점업

(단위: %)



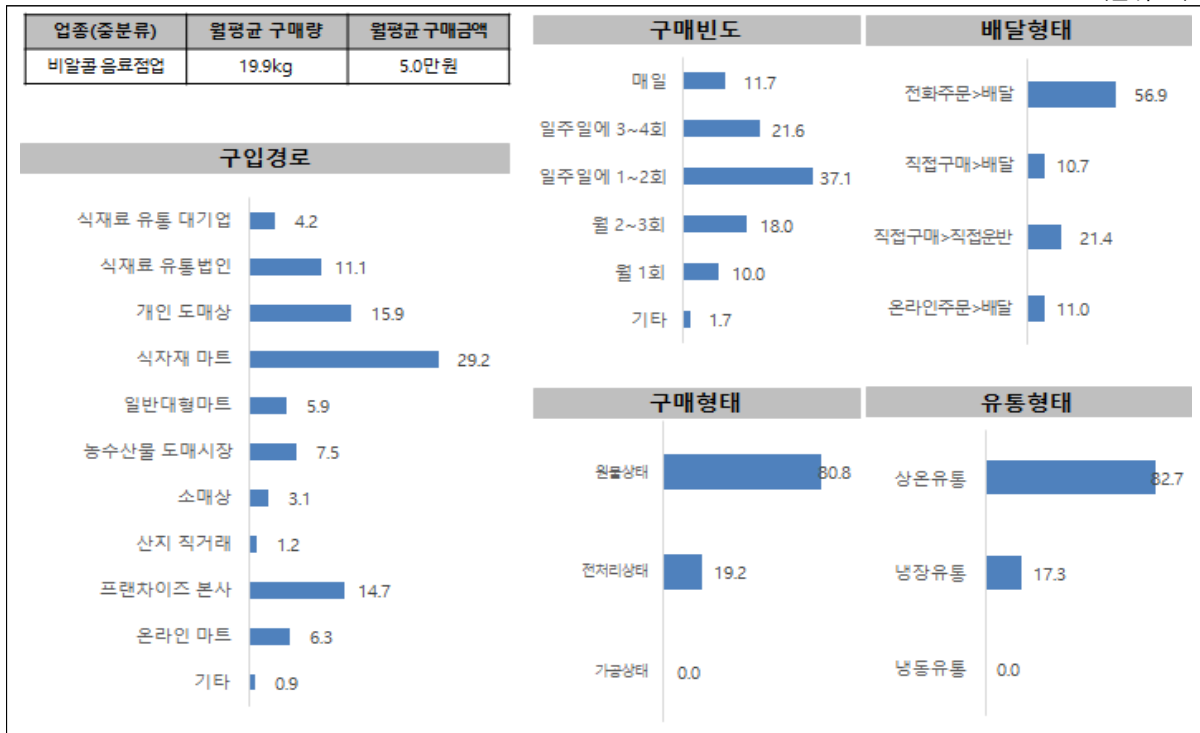
<그림 3-49> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 주점업

(단위: %)



<그림 3-50> 업종 중분류별 식재료 구매 행태 - 비알콜 음료점업

(단위: %)



7) 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태¹⁶⁾

- 일반음식점의 전체 식재료 월평균 구매량은 819.3kg이고, 월평균 구매금액은 473.5만 원임.
 - 식재료 월평균 구매량은 업종별로 일식(1,221.1kg), 중식(1,008.5kg), 서양식(888.2kg) 순서임.
 - 식재료 월평균 구매금액은 업종별로 서양식(626.0만 원), 일식(621.7만 원), 기타 외국식(525.9만 원) 순서로 많음.
- 일반음식점의 식재료 구매경로는 식자재 마트(26.3%), 개인 도매상(25.2%), 식재료 유통법인(9.0%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
 - 업종에 관계없이 식자재 마트를 통한 구매 비중이 가장 높음.
- 일반음식점의 식재료 구매빈도는 일주일에 1~2회(40.6%), 월 2~3회(18.0%), 일주일에 3~4회(17.9%), 월 1회(11.6%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
 - 일반음식점 업종에 관계없이 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높음.
 - 일반음식점 업종별로 서양식의 경우 매일 구매하는 비중(20.8%)이 타 업종보다 높은 수준임.
- 일반음식점의 식재료 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(54.8%) 비중이 절반 이상으로 가장 높으며, 그 다음으로 직접구매 후 직접운반(20.5%), 직접구매 후 배달(19.1%), 온라인구매 후 배달(5.5%) 순서임.
 - 일반음식점 업종에 관계없이 전화주문 후 배달하는 비중이 가장 높게 나타남.
 - 일반음식점 업종별로 한식의 경우 전화주문 후 배달(55.7%) 비중이 다른 업종보다 높으며, 일식의 경우 직접구매 후 배달(29.5%), 기타 서양식의 경우 직접구매 후 직접운반(33.6%), 중식의 경우 온라인 구매 후 배달(6.9%) 비중이 상대적으로 높게 나타남.
- 일반음식점의 식재료 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태(69.0%), 전처리상태(18.4%), 가공상태(12.6%) 순서이며, 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(61.9%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(22.9%), 전처리상태(탈각탈피)(12.9%) 순서임.
 - 일반음식점 업종에 관계없이 원물상태로 구매하는 비중이 대부분이며, 가장 높게 나타남.
- 일반음식점의 식재료 유통형태는 상온유통(67.4%), 냉장유통(28.9%), 냉동유통(3.6%) 순서임.
 - 일반음식점 업종에 관계없이 상온유통(실온유통) 비중이 가장 높게 나타남.
 - 일반음식점 업종별로 일식의 경우 상온유통 비중(68.6%)이 다른 업종에 비해 상대적으로 높으며, 서양식의 경우 냉장유통 비중(36.7%), 기타 외국식의 경우 냉동유통 비중(8.8%)이 다른 업종보다 높게 나타남.

16) 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 그래프에서 구매형태는 전체 품목에 대한 구매 형태로, 품목별로 세분화된 표에서의 값과 차이가 있을 수 있음.

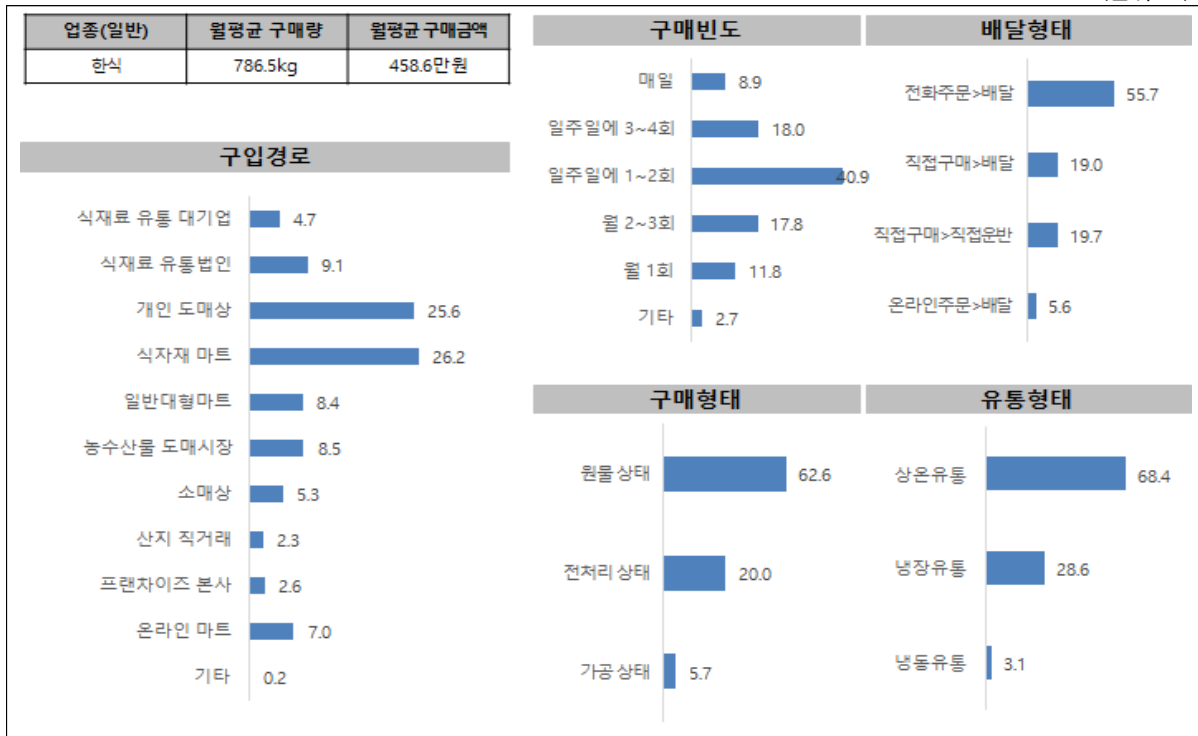
<표 3-13> 일반음식점 업종별 식재료 구매 형태

구분	일반음식점 전체	한식	중식	일식	서양식	기타 외국식
월평균 구매량(kg)	819.3	786.5	1,008.5	1,221.1	888.2	780.6
월평균 구매금액(만 원)	473.5	458.6	507.6	621.7	626.0	525.9
구매경로(비율응답, %)						
1. 식재료 유통대기업	4.6	4.7	5.2	3.3	2.3	4.1
2. 식재료 유통법인	9.0	9.1	8.3	4.5	10.7	7.9
3. 개인 도매상	25.2	25.6	26.0	27.1	13.4	13.8
4. 식자재 마트	26.3	26.2	28.6	27.6	22.2	29.7
5. 일반대형마트	8.3	8.4	6.5	10.8	7.9	6.3
6. 농수산물도매시장	8.8	8.5	7.4	9.9	16.3	13.1
7. 소매상	5.5	5.3	5.7	5.6	9.7	6.8
8. 산지직거래	2.3	2.3	1.4	2.6	1.5	3.3
9. 프랜차이즈 본사	2.9	2.6	2.1	4.8	9.1	11.0
10. 온라인마트	6.9	7.0	8.5	3.6	5.5	2.3
11. 기타	0.3	0.2	0.3	0.3	1.3	1.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매빈도(단수응답, %)						
1. 매일	9.2	8.9	7.4	8.1	20.8	18.6
2. 일주일에 3~4회	17.9	18.0	12.6	13.6	28.9	26.5
3. 일주일에 1~2회	40.6	40.9	40.9	47.7	27.8	30.9
4. 월 2~3회	18.0	17.8	21.7	23.3	11.8	12.7
5. 월 1회	11.6	11.8	13.0	7.1	8.6	8.7
6. 기타	2.7	2.7	4.3	0.2	2.1	2.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)						
1. 전화주문→배달	54.8	55.7	52.4	44.0	49.7	46.0
2. 직접구매→배달	19.1	19.0	18.5	29.5	15.5	17.0
3. 직접구매→직접운반	20.5	19.7	22.2	23.5	31.9	33.6
4. 온라인구매→배달	5.5	5.6	6.9	2.9	2.9	3.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 육류 및 축산물, 곡류, 수산물류(복수응답, %)^{주2}						
1. 원물상태	69.0	66.4	78.7	76.0	90.1	84.9
2. 전처리상태	18.4	20.0	13.7	15.4	3.0	6.8
3. 가공상태	12.6	13.7	7.6	8.6	6.8	8.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 채소류, 과일류(복수응답, %)^{주3}						
1. 원물상태	61.9	60.3	71.3	71.8	77.7	67.3
2. 전처리상태(이물제거)	22.9	25.0	11.4	9.8	5.2	6.3
3. 전처리상태(탈각탈피)	12.9	12.8	13.8	14.1	8.9	14.6
4. 전처리상태(단순세척)	1.1	0.9	1.4	0.8	4.2	6.9
5. 전처리상태(살균소독)	0.2	0.1	0.2	0.0	1.0	1.4
6. 가공상태	1.1	0.8	1.9	3.5	3.1	3.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)						
1. 상온유통: 실온유통	67.4	68.4	60.3	68.6	57.9	59.6
2. 냉장유통	28.9	28.6	31.2	26.2	36.7	31.6
3. 냉동유통	3.6	3.1	8.5	5.3	5.4	8.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

- 주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.
 주2. 육류 및 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀), 곡류(쌀), 수산물류(오징어, 멸치)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태, 가공상태로 구분하여 조사하였음.
 주3. 채소류(마늘, 양파, 파(대파), 고추, 무, 배추, 당근, 감자)와 과일류(사과, 배)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피), 전처리상태(절단), 전처리상태(단순세척), 전처리상태(살균소독), 가공상태, 진공포장상태로 구분하여 조사하였으나, 전처리상태(절단)와 진공포장상태는 응답 값이 없어 결과표에서 제외하였음.

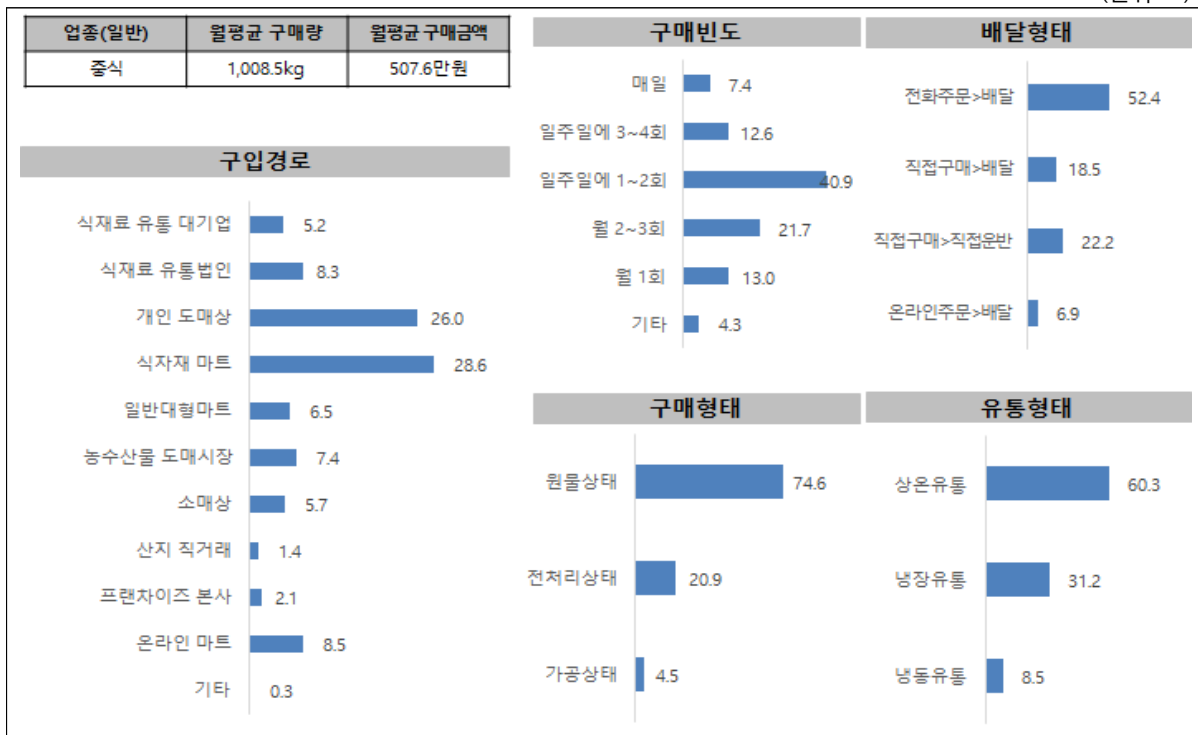
<그림 3-51> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 한식

(단위: %)



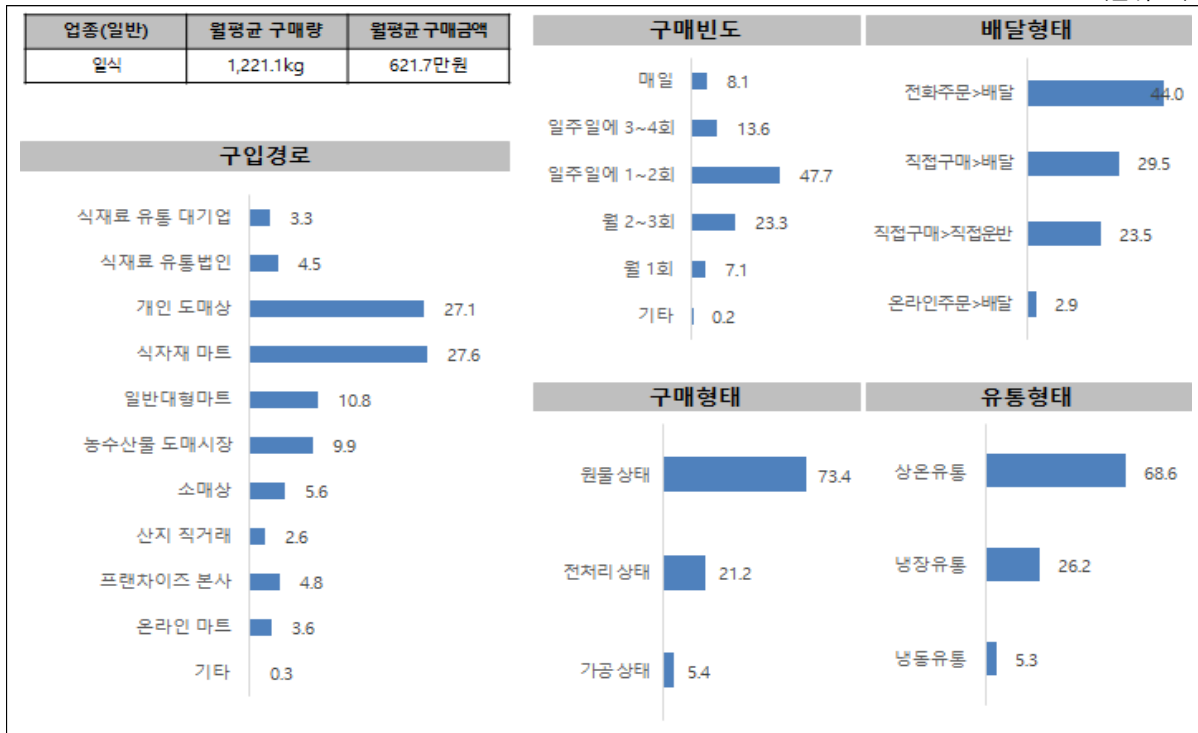
<그림 3-52> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 중식

(단위: %)



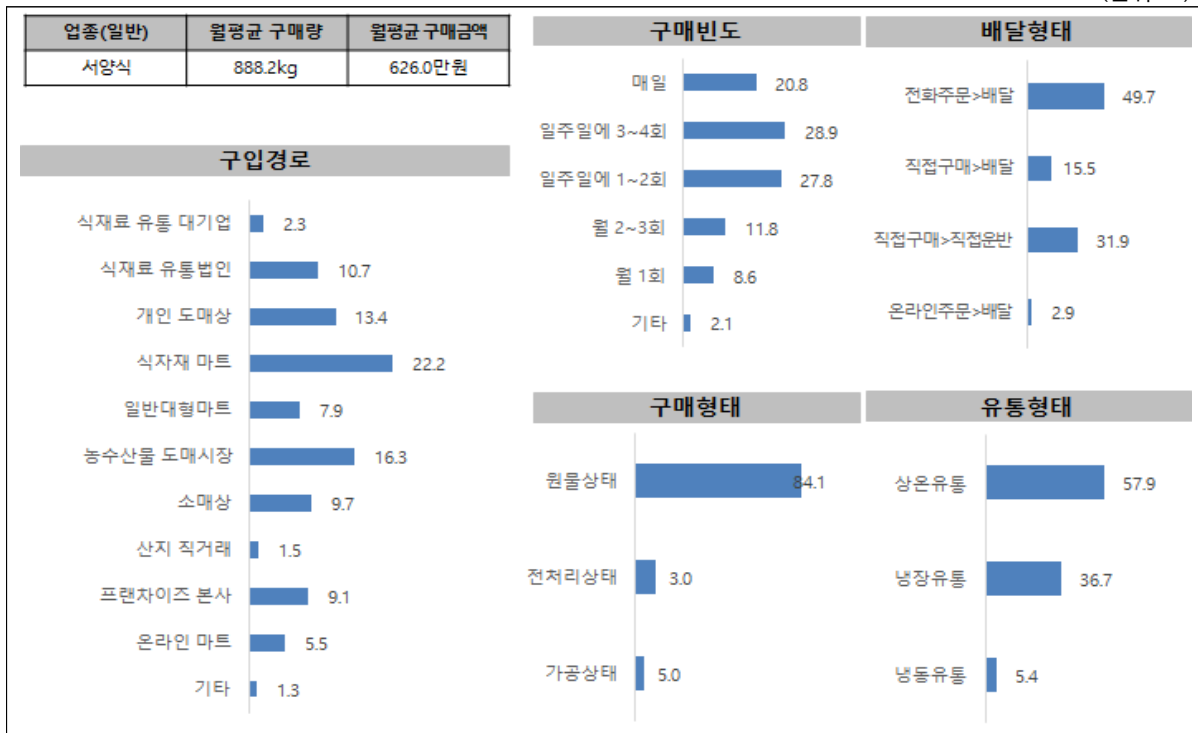
<그림 3-53> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 일식

(단위: %)



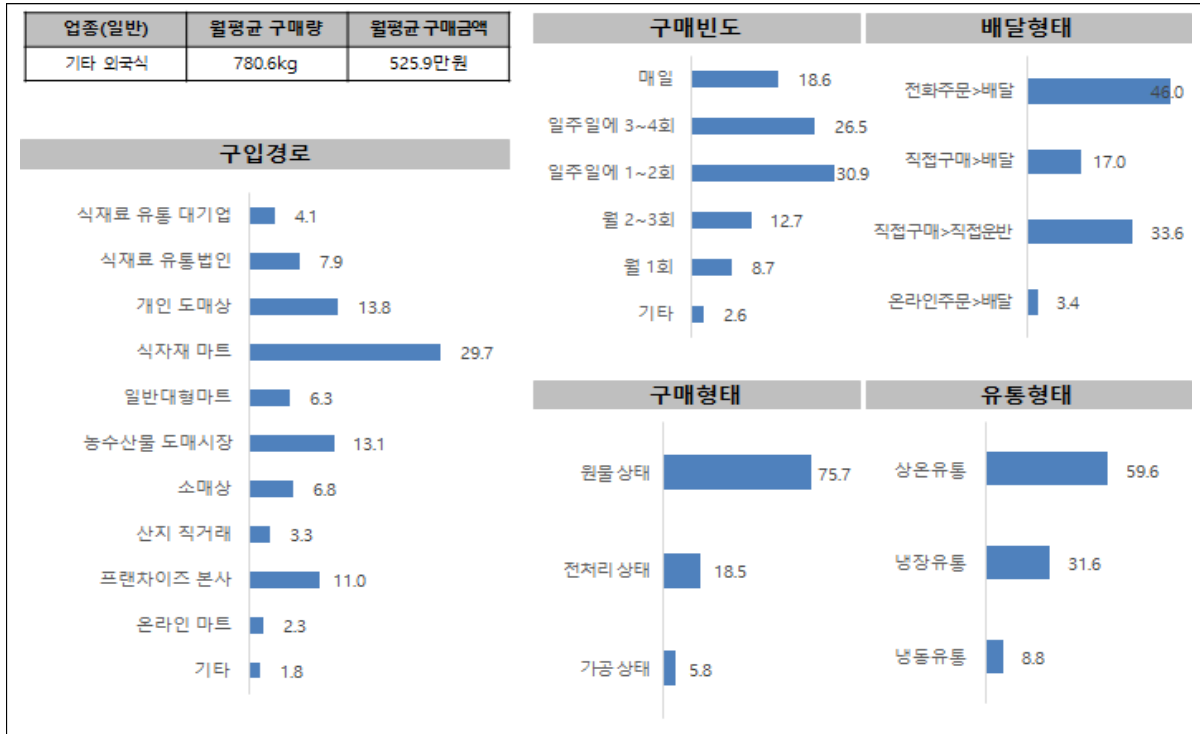
<그림 3-54> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 서양식

(단위: %)



<그림 3-55> 일반음식점 업종별 식재료 구매 행태 - 기타 외국식

(단위: %)



8) 한식 세분류별 식재료 구매 행태¹⁷⁾

- 한식 외식업체의 식재료 월평균 구매량은 786.5kg이고, 월평균 구매금액은 458.6만 원임.
 - 식재료 월평균 구매량은 한식 세분류별로 한식 육류(884.3kg), 한식 해산물류(865.6kg), 한식 일반(759.6kg), 한식 면류(605.5kg) 순서임.
 - 식재료 월평균 구매금액은 한식 세분류별로 한식 육류(635.8만 원), 한식 해산물류(431.4만 원), 한식 일반(415.4만 원), 한식 면류(324.8만 원) 순서임.
- 한식 외식업체의 식재료 구매경로는 식자재 마트(26.2%), 개인 도매상(25.6%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
 - 한식 세분류별로 한식 일반의 경우 개인 도매상을 통한 구매 비중이 27.1%로 가장 높으며, 다음으로 식자재 마트(25.5%), 식재료 유통법인(9.4%) 등의 순서임.
 - 한식 해산물류는 식자재 마트(24.8%), 개인 도매상(23.3%), 농수산물도매시장(11.8%) 순서로 비중이 높음.
- 한식 외식업체의 식재료 구매빈도는 일주일에 1~2회(40.9%), 일주일에 3~4회(18.0%), 월 2~3회(17.8%), 월 1회(11.8%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
 - 한식 세분류 업종에 관계없이 일주일에 1~2회 구매하는 비중이 가장 높으며, 한식 해산물류의 경우 월 2~3회 구매 비중이 21.8%로 다른 한식 업종보다 높은 수준임.
- 한식 외식업체의 식재료 주문 및 배달형태는 전화주문 후 배달(55.7%) 비중이 절반 이상으로 가장 높으며, 그 다음으로 직접구매 후 직접운반(19.7%), 직접구매 후 배달(19.0%), 온라인구매 후 배달(5.6%) 순서임.
 - 한식 세분류 업종에 관계없이 전화주문 후 배달하는 비중이 가장 높게 나타남.
 - 한식 세분류별로 한식 해산물류의 경우 직접구매 후 직접운반(23.1%), 직접구매 후 배달(21.2%) 비중이 다른 업종보다 높으며, 한식 일반의 경우 온라인구매 후 배달(6.2%) 비중이 다른 세부 업종에 비해 상대적으로 높게 나타남.
- 한식 외식업체의 식재료 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 원물상태(66.4%) 전처리상태(20.0%), 가공상태(13.7%) 순서이며, 채소류와 과일류도 원물상태로 구매하는 비중(60.3%)이 가장 높고, 전처리상태(이물제거)(25.0%), 전처리상태(탈각탈피)(12.8%) 순서임.
 - 한식 세분류 업종에 관계없이 원물상태로 구매하는 비중이 대부분이며, 가장 높게 나타남.
- 한식 외식업체의 식재료 유통형태는 상온유통(68.4%), 냉장유통(28.6%), 냉동유통(3.1%) 순서임.
 - 한식 세분류 업종에 관계없이 상온유통 비중이 가장 높게 나타남.
 - 한식 세분류별로 한식 해산물류의 경우 냉장유통 비중(21.4%)이 다른 한식 업종에 비해 상대적으로 낮은 반면, 상온유통 비중(75.9%)은 비교적 높게 나타남.
 - 한식 육류의 경우 냉동유통 비중(2.5%)이 다른 한식 업종보다 상대적으로 낮고, 냉장유통 비중(29.6%)이 상대적으로 높은 수준임.

17) 한식 세분류별 식재료 구매 행태 그래프에서 구매형태는 전체 품목에 대한 구매 형태로, 품목별로 세분화 된 표에서의 값과 차이가 있을 수 있음.

<표 3-14> 한식 세분류별 식재료 구매 행태

구분	한식 전체	한식 일반	한식 면류	한식 육류	한식 해산물류
월평균 구매량(kg)	786.5	759.6	605.5	884.3	865.6
월평균 구매금액(만 원)	458.6	415.4	324.8	635.8	431.4
구매경로(비율응답, %)					
1. 식재료 유통대기업	4.7	4.0	7.1	6.7	3.3
2. 식재료 유통법인	9.1	9.4	10.5	8.7	7.5
3. 개인 도매상	25.6	27.1	16.1	25.0	23.3
4. 식자재 마트	26.2	25.5	32.9	26.7	24.8
5. 일반대형마트	8.4	8.5	7.5	7.7	10.8
6. 농수산물도매시장	8.5	8.6	7.9	7.2	11.8
7. 소매상	5.3	5.0	5.8	5.0	7.0
8. 산지직거래	2.3	2.2	1.5	3.0	2.4
9. 프랜차이즈 본사	2.6	2.0	2.7	4.5	2.2
10. 온라인마트	7.0	7.5	7.5	5.4	6.7
11. 기타	0.2	0.2	0.5	0.2	0.1
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매빈도(단수응답, %)					
1. 매일	8.9	8.8	7.3	10.8	5.5
2. 일주일에 3~4회	18.0	18.3	14.9	20.6	12.0
3. 일주일에 1~2회	40.9	40.6	43.3	41.1	40.8
4. 월 2~3회	17.8	17.6	14.2	17.8	21.8
5. 월 1회	11.8	11.8	18.4	8.6	14.3
6. 기타	2.7	2.9	1.9	1.1	5.6
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)					
1. 전화주문→배달	55.7	54.7	56.4	60.4	51.4
2. 직접구매→배달	19.0	19.1	19.9	17.6	21.2
3. 직접구매→직접운반	19.7	20.1	19.0	17.4	23.1
4. 온라인구매→배달	5.6	6.2	4.7	4.7	4.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 육류 및 축산물, 곡류, 수산물류(복수응답, %)^{주2}					
1. 원물상태	66.4	63.5	76.7	68.2	79.0
2. 전처리상태	20.0	22.4	9.8	20.2	5.7
3. 가공상태	13.7	14.1	13.5	11.5	15.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 채소류, 과일류(복수응답, %)^{주3}					
1. 원물상태	60.3	57.1	78.7	60.1	69.7
2. 전처리상태(이물제거)	25.0	29.1	10.6	23.6	11.1
3. 전처리상태(탈각탈피)	12.8	12.3	8.4	14.8	14.6
5. 전처리상태(단순세척)	0.9	0.5	1.2	0.8	2.9
6. 전처리상태(살균소독)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.3
7. 가공상태	0.8	0.8	1.0	0.5	1.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)					
1. 상온유통: 실온유통	68.4	67.5	68.5	67.8	75.9
2. 냉장유통	28.6	29.2	28.2	29.6	21.4
3. 냉동유통	3.1	3.2	3.3	2.5	2.7
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

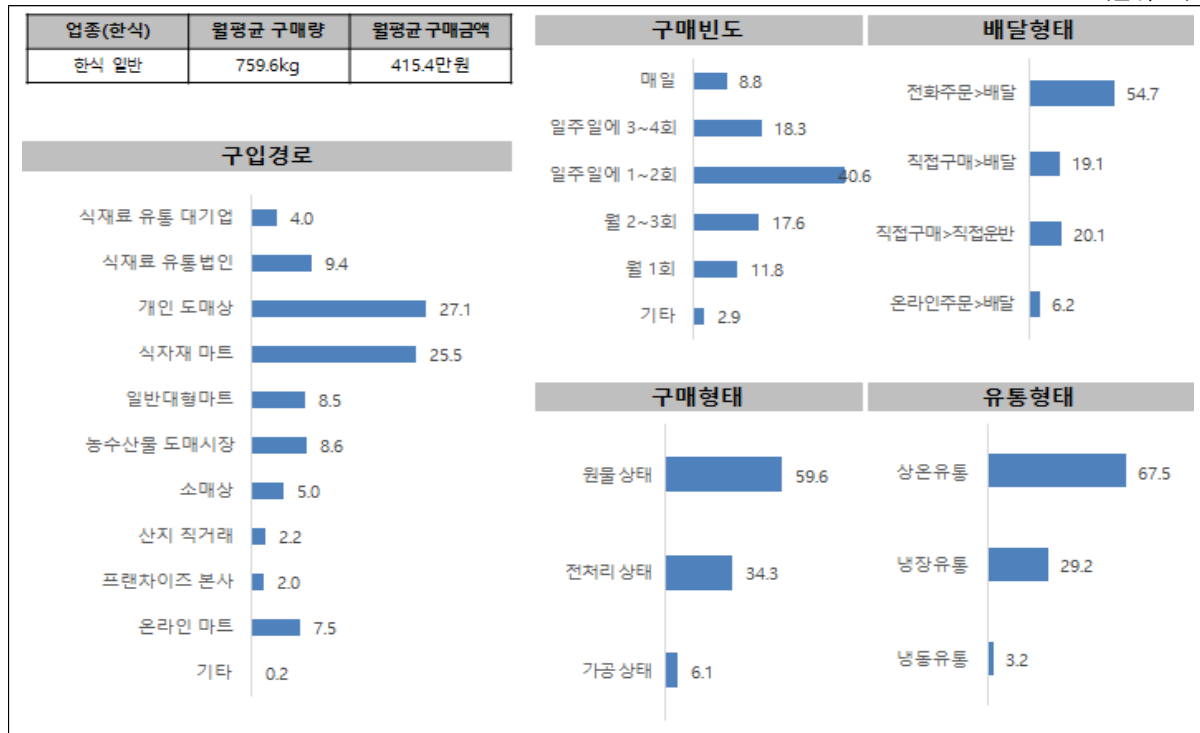
주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 육류 및 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀), 곡류(쌀), 수산물류(오징어, 멸치)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태, 가공상태로 구분하여 조사하였음.

3. 채소류(마늘, 양파, 파(대파), 고추, 무, 배추, 당근, 감자)와 과일류(사과, 배)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피), 전처리상태(절단), 전처리상태(단순세척), 전처리상태(살균소독), 가공상태, 진공포장상태로 구분하여 조사하였으나, 전처리상태(절단)와 진공포장상태는 응답 값이 없어 결과표에서 제외하였음.

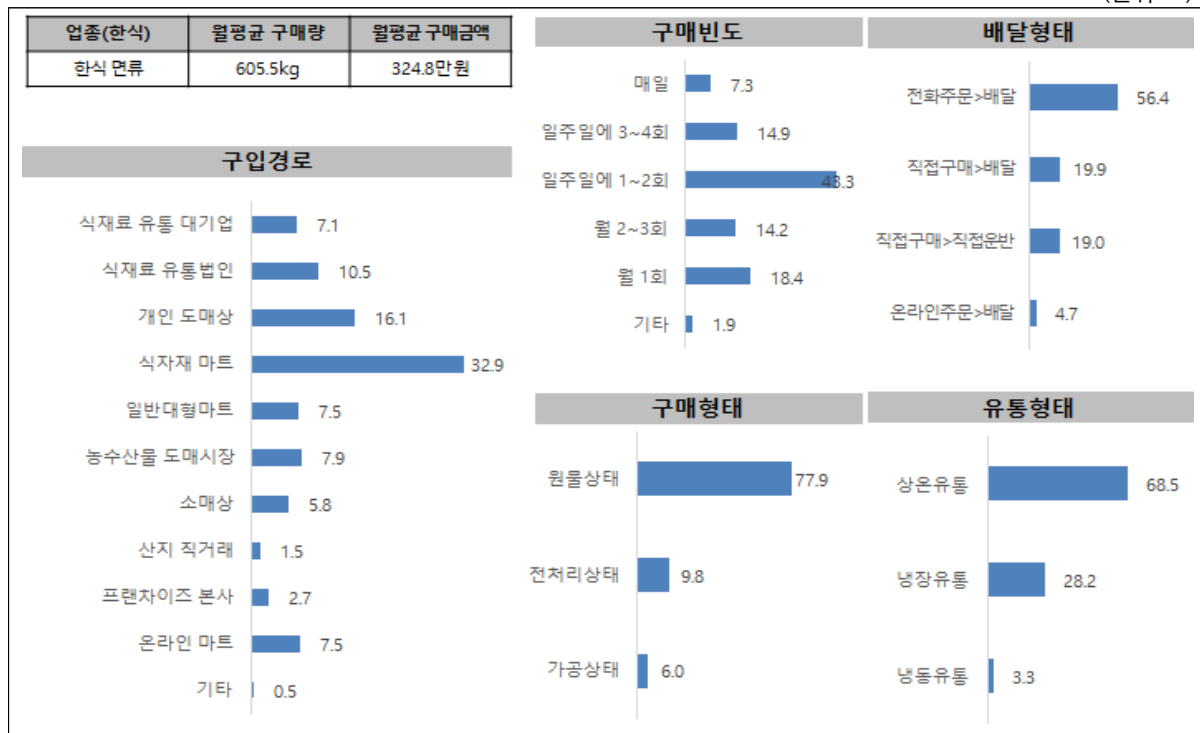
<그림 3-56> 한식 세분류별 식재료 구매 형태 - 한식 일반

(단위: %)



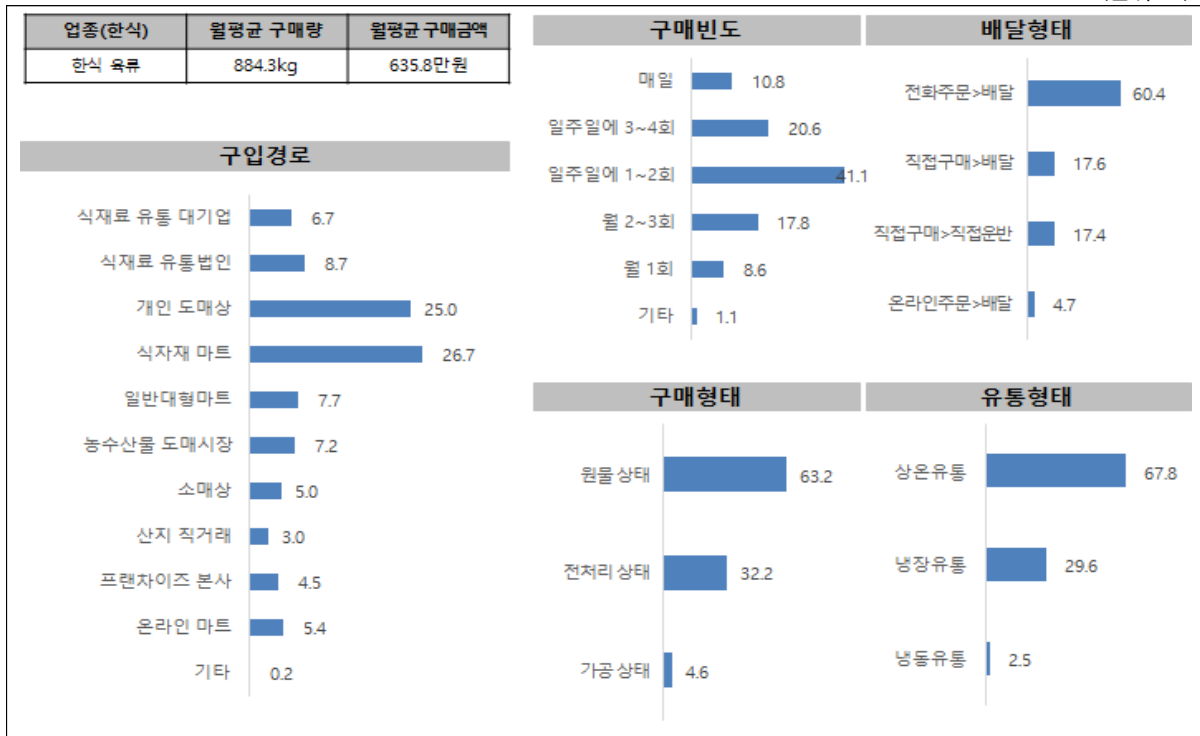
<그림 3-57> 한식 세분류별 식재료 구매 형태 - 한식 면류

(단위: %)



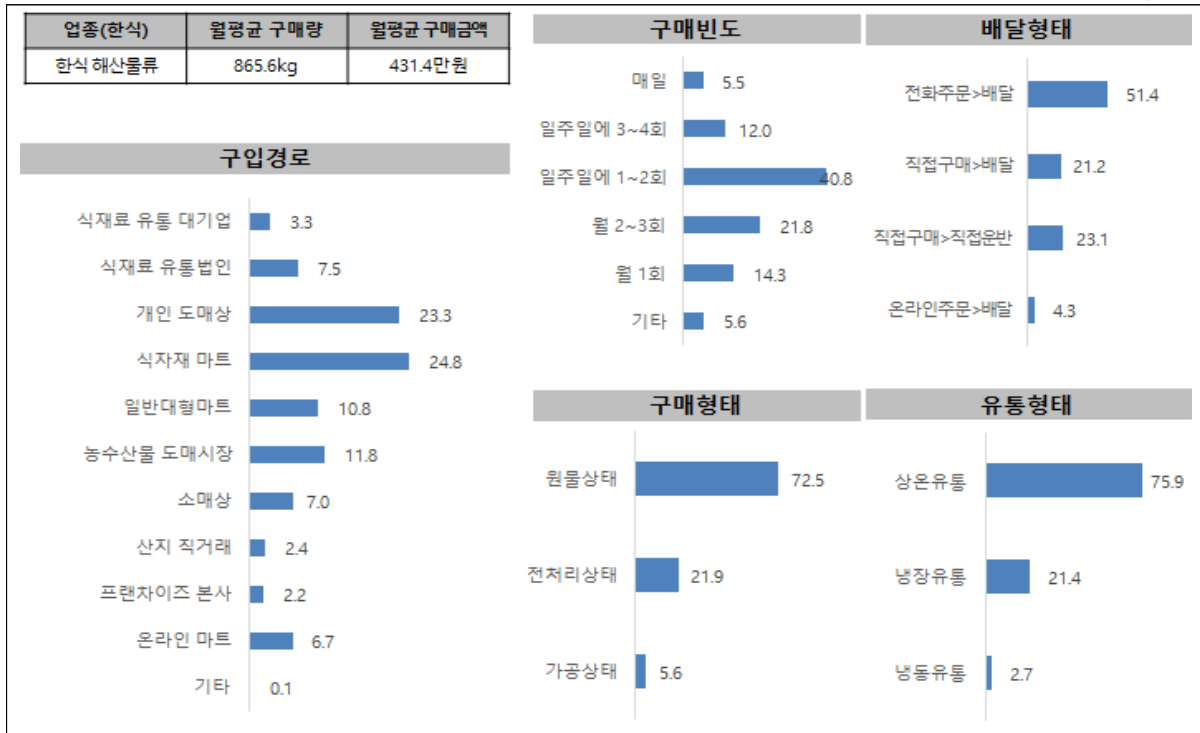
<그림 3-58> 한식 세분류별 식재료 구매 행태 - 한식 육류

(단위: %)



<그림 3-59> 한식 세분류별 식재료 구매 행태 - 한식 해산물류

(단위: %)



9) 운영형태별 식재료 구매 행태¹⁸⁾

- 외식업체 운영형태별 식재료 구매 행태를 살펴보면, 독립운영 업체의 식재료 월평균 구매량은 679.7kg이고, 프랜차이즈 업체의 식재료 월평균 구매량은 656.9kg임.
- 독립운영 업체의 식재료 월평균 구매금액은 376.0만 원이고, 프랜차이즈 업체의 식재료 월평균 구매금액은 378.9만 원임.
- 식재료 구매경로는 독립운영 업체의 경우 식자재 마트(27.6%), 개인 도매상(25.9%), 농수산물 도매시장(8.8%), 일반대형마트(8.8%) 등의 순서로 비중이 높음. 프랜차이즈 업체의 경우 프랜차이즈 본사(30.5%), 식자재 마트(30.5%), 식재료 유통법인(9.5%) 등의 순서로 나타남.
- 식재료 구매빈도는 독립운영 업체의 경우 일주일에 1~2회(39.8%), 월 2~3회(19.3%), 일주일에 3~4회(16.9%) 등의 순서로 비중이 높음. 프랜차이즈 업체의 경우 일주일에 1~2회(41.5%), 월 2~3회(18.9%), 일주일에 3~4회(17.2%) 등의 순서임.
 - 프랜차이즈 업체에서 식재료를 매일 구매하는 비중이 11.1%로 독립운영 업체(8.5%)보다 높은 수준임.
- 식재료 주문 및 배달형태의 비중은 운영형태와 관계없이 전화주문 후 배달, 직접구매 후 직접운반, 직접구매 후 배달, 온라인구매 후 배달 순서로 나타남.
 - 독립운영 업체에서 직접구매 후 배달(19.1%), 직접구매 후 직접운반(20.7%)하는 비중이 프랜차이즈 업체보다 상대적으로 높은 수준임.
 - 프랜차이즈 업체에서 전화주문 후 배달하는 비중이 독립운영 업체보다 1.9%p 높음.
- 식재료 구매형태는 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 운영형태와 관계없이 원물상태, 전처리상태, 가공상태 순서로 비중이 높고, 채소류와 과일류도 운영형태와 관계없이 원물상태, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피) 순서로 높음.
 - 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류는 프랜차이즈 업체에서 원물상태로 구매하는 비중(75.9%)이 독립운영 업체(74.2%)보다 높은 수준이며, 채소류와 과일류도 프랜차이즈 업체에서 원물상태로 구매하는 비중(70.5%)이 독립운영 업체(67.3%)보다 높음.
- 식재료 유통형태는 운영형태와 관계없이 상온유통, 냉장유통, 냉동유통 순서로 비중이 높음.
 - 프랜차이즈 업체에서는 상온유통(56.4%) 비중이 독립운영 업체(65.9%)에 비해 상대적으로 낮은 반면, 냉장유통(38.0%) 및 냉동유통(5.5%)의 비중은 상대적으로 높은 것으로 나타남.

18) 운영형태별 식재료 구매 행태 그래프에서 구매형태는 전체 품목에 대한 구매 형태로, 품목별로 세분화된 표에서의 값과 차이가 있을 수 있음.

<표 3-15> 운영형태별 식재료 구매 행태

구분	전체	독립운영	프랜차이즈
월평균 구매량(kg)	675.1	679.7	656.9
월평균 구매금액(만 원)	376.6	376.0	378.9
구매경로(비율응답, %)			
1. 식재료 유통대기업	5.0	5.0	4.8
2. 식재료 유통법인	8.8	8.7	9.5
3. 개인 도매상	21.8	25.9	0.9
4. 식자재 마트	28.1	27.6	30.5
5. 일반대형마트	8.7	8.8	8.5
6. 농수산물도매시장	8.7	8.8	8.5
7. 소매상	5.2	5.4	3.8
8. 산지직거래	1.9	1.9	1.6
9. 프랜차이즈 본사	5.0	0.0	30.5
10. 온라인마트	6.4	7.5	0.7
11. 기타	0.5	0.4	0.7
합계	100.0	100.0	100.0
구매빈도(단수응답, %)			
1. 매일	8.9	8.5	11.1
2. 일주일에 3~4회	17.0	16.9	17.2
3. 일주일에 1~2회	40.1	39.8	41.5
4. 월 2~3회	19.2	19.3	18.9
5. 월 1회	12.2	12.7	9.5
6. 기타	2.6	2.7	2.0
합계	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)			
1. 전화주문→배달	54.8	54.5	56.4
2. 직접구매→배달	19.0	19.1	18.4
3. 직접구매→직접운반	20.5	20.7	19.5
4. 온라인구매→배달	5.7	5.7	5.7
합계	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 육류 및 축산물, 곡류, 수산물류(복수응답, %) ^{주2}			
1. 원물상태	74.4	74.2	75.9
2. 전처리상태	13.4	13.5	12.7
3. 가공상태	12.2	12.3	11.5
합계	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 채소류, 과일류(복수응답, %) ^{주3}			
1. 원물상태	67.6	67.3	70.5
2. 전처리상태(이물제거)	18.0	18.3	15.5
3. 전처리상태(탈각탈피)	11.4	11.4	11.2
4. 전처리상태(단순세척)	1.2	1.2	1.5
5. 전처리상태(살균소독)	0.2	0.2	0.1
6. 가공상태	1.6	1.7	1.2
합계	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)			
1. 상온유통: 실온유통	64.7	65.9	56.4
2. 냉장유통	31.1	30.2	38.0
3. 냉동유통	4.1	3.9	5.5
합계	100.0	100.0	100.0

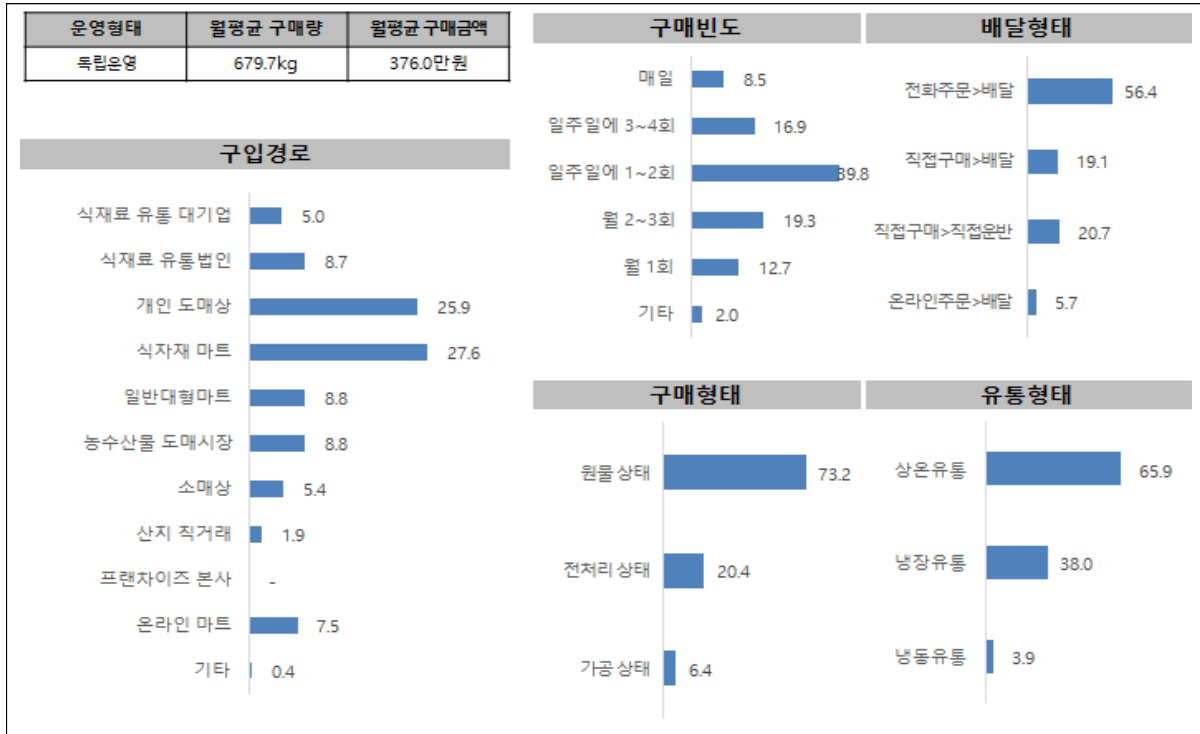
주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 육류 및 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀), 곡류(쌀), 수산물류(오징어, 멸치)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태, 가공상태로 구분하여 조사하였음.

3. 채소류(마늘, 양파, 파(대파), 고추, 무, 배추, 당근, 감자)와 과일류(사과, 배)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피), 전처리상태(절단), 전처리상태(단순세척), 전처리상태(살균소독), 가공상태, 진공포장상태로 구분하여 조사하였으나, 전처리상태(절단)와 진공포장상태는 응답 값이 없어 결과표에서 제외하였음.

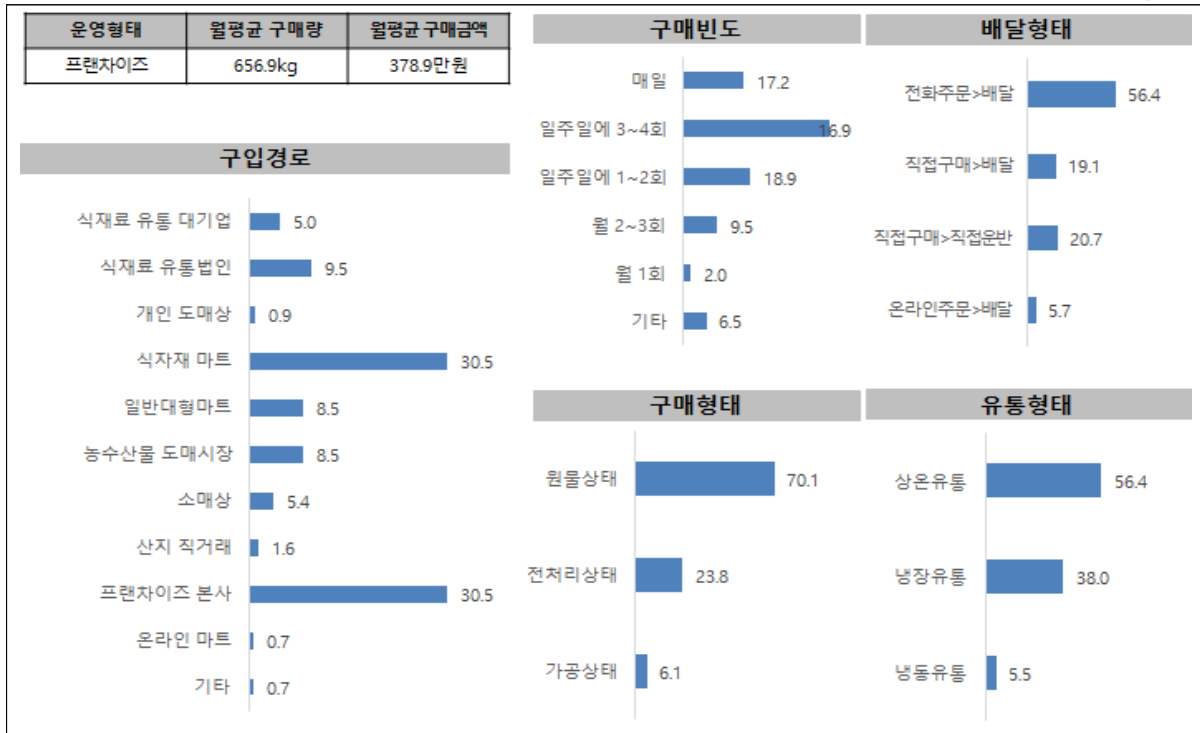
<그림 3-60> 운영형태별 식재료 구매 행태 - 독립운영

(단위: %)



<그림 3-61> 운영형태별 식재료 구매 행태 - 프랜차이즈

(단위: %)



10) 연매출규모별 식재료 구매 행태¹⁹⁾

- 외식업체 연매출 규모별 식재료 월평균 구매량은 5천만 원 미만 업체의 경우 205.2kg이고, 5억 원 이상 업체의 경우 1,806.6kg으로 매출규모가 클수록 구매량이 증가함.
 - 식재료 월평균 구매금액은 5천만 원 미만 업체의 경우 101.9만 원이고, 5억 원 이상 업체의 경우 1,222.3만 원으로 매출규모가 클수록 구매금액이 증가하는 것으로 나타남.
- 연매출 규모별 식재료 구매경로는 5천만 원 미만 업체의 경우 식자재 마트(26.8%), 개인 도매상(20.9%), 일반대형마트(13.7%), 식재료 유통법인(10.4%) 등의 순서로 비중이 높음. 5억 원 이상 업체의 경우 식자재 마트(25.2%), 개인 도매상(19.6%), 농수산물도매시장(12.2%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
 - 5천만 원 미만 업체는 일반대형마트(13.7%), 식재료 유통법인(10.4%)을 통해 식재료를 구매하는 비중이 다른 규모의 업체보다 높은 수준임.
 - 5억 원 이상 업체는 농수산물도매시장(12.2%), 식재료 유통대기업(7.7%), 소매상(6.3%), 프랜차이즈 본사(5.9%), 산지직거래(5.6%)를 통한 식재료 구매 비중이 다른 규모의 업체에 비해 상대적으로 높음.
- 연매출 규모별 식재료 구매빈도는 5천만 원 미만 업체의 경우 일주일에 1~2회(40.8%), 일주일에 3~4회(17.0%), 월 1회(16.0%) 등의 순서임. 5억 원 이상 업체의 경우 일주일에 1~2회(33.2%), 월 2~3회(19.8%), 일주일에 3~4회(15.4%) 등의 순서로 비중이 높게 나타남.
- 연매출 규모별 식재료 주문 및 배달형태 비중은 모든 규모에서 전화주문 후 배달, 직접구매 후 직접운반, 직접구매 후 배달, 온라인구매 후 배달 순서로 나타남.
 - 5천만 원 미만 업체의 경우 직접구매 후 직접운반(22.6%), 직접구매 후 배달(21.2%) 비중이 다른 규모의 업체보다 높으며, 5억 원 이상 업체의 경우 전화주문 후 배달(58.6%) 비중이 상대적으로 높음.
- 육류 및 축산물류, 곡류, 수산물류 식재료의 구매형태는 대부분의 규모에서 원물상태, 전처리상태, 가공상태 순서로 나타났으나, 5천만 원 미만 업체의 경우에는 원물상태(81.8%), 가공상태(10.6%), 전처리상태(7.6%) 순서로 나타남. 채소류와 과일류는 규모에 상관없이 원물상태로 구매하는 비중이 가장 높고, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피) 순서로 비중이 높게 나타남.
- 식재료 유통형태는 연매출 규모에 관계없이 상온유통, 냉장유통, 냉동유통 순서로 나타남.
 - 5천만 원 미만 업체의 경우 상온유통(65.8%) 비중이 다른 규모의 업체보다 높은 반면, 냉동유통(3.0%) 비중은 가장 낮음.

19) 연매출규모별 식재료 구매 행태 그래프에서 구매형태는 전체 품목에 대한 구매 형태로, 품목별로 세분화된 표에서의 값과 차이가 있을 수 있음.

<표 3-16> 연매출규모별 식재료 구매 행태

구분	전체	5천만 원 미만	5천~1억 미만	1억~5억 미만	5억 이상
월평균 구매량(kg)	675.1	205.2	356.8	800.9	1,806.6
월평균 구매금액(만 원)	376.6	101.9	179.9	445.7	1,222.3
구매경로(비율응답, %)					
1. 식재료 유통대기업	5.0	6.8	4.1	5.0	7.7
2. 식재료 유통법인	8.8	10.4	7.6	9.4	4.1
3. 개인 도매상	21.8	20.9	25.5	20.6	19.6
4. 식자재 마트	28.1	26.8	28.7	28.1	25.2
5. 일반대형마트	8.7	13.7	8.2	8.5	8.3
6. 농수산물도매시장	8.7	9.0	7.4	9.0	12.2
7. 소매상	5.2	3.2	6.1	4.9	6.3
8. 산지직거래	1.9	0.5	1.5	1.9	5.6
9. 프랜차이즈 본사	5.0	3.9	3.8	5.6	5.9
10. 온라인마트	6.4	3.4	6.8	6.6	4.8
11. 기타	0.5	1.4	0.4	0.4	0.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매빈도(단수응답, %)					
1. 매일	8.9	8.4	8.7	8.9	12.1
2. 일주일에 3~4회	17.0	17.0	16.6	17.2	15.4
3. 일주일에 1~2회	40.1	40.8	38.5	41.0	33.2
4. 월 2~3회	19.2	15.9	20.9	18.8	19.8
5. 월 1회	12.2	16.0	13.9	11.2	12.9
6. 기타	2.6	1.8	1.4	2.9	6.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
주문 및 배달형태(복수응답, %)					
1. 전화주문→배달	54.8	51.7	57.3	54.0	58.6
2. 직접구매→배달	19.0	21.2	18.3	19.1	17.8
3. 직접구매→직접운반	20.5	22.6	18.6	21.1	18.6
4. 온라인구매→배달	5.7	4.5	5.9	5.8	5.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 육류 및 축산물, 곡류, 수산물류(복수응답, %) ^{주2}					
1. 원물상태	74.4	81.8	75.6	73.5	71.8
2. 전처리상태	13.4	7.6	12.3	14.0	18.3
3. 가공상태	12.2	10.6	12.1	12.4	9.9
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
구매형태 - 채소류, 과일류(복수응답, %) ^{주3}					
1. 원물상태	67.6	82.0	72.5	65.1	61.3
2. 전처리상태(이물제거)	18.0	10.6	16.3	18.9	24.3
3. 전처리상태(탈각탈피)	11.4	5.5	8.8	12.7	12.8
4. 전처리상태(단순세척)	1.2	0.6	0.7	1.4	1.0
5. 전처리상태(살균소독)	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1
6. 가공상태	1.6	1.1	1.5	1.7	0.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
유통형태(복수응답, %)					
1. 상온유통: 실온유통	64.7	65.8	65.7	64.4	63.7
2. 냉장유통	31.1	31.1	30.9	31.2	31.0
3. 냉동유통	4.1	3.0	3.4	4.4	5.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

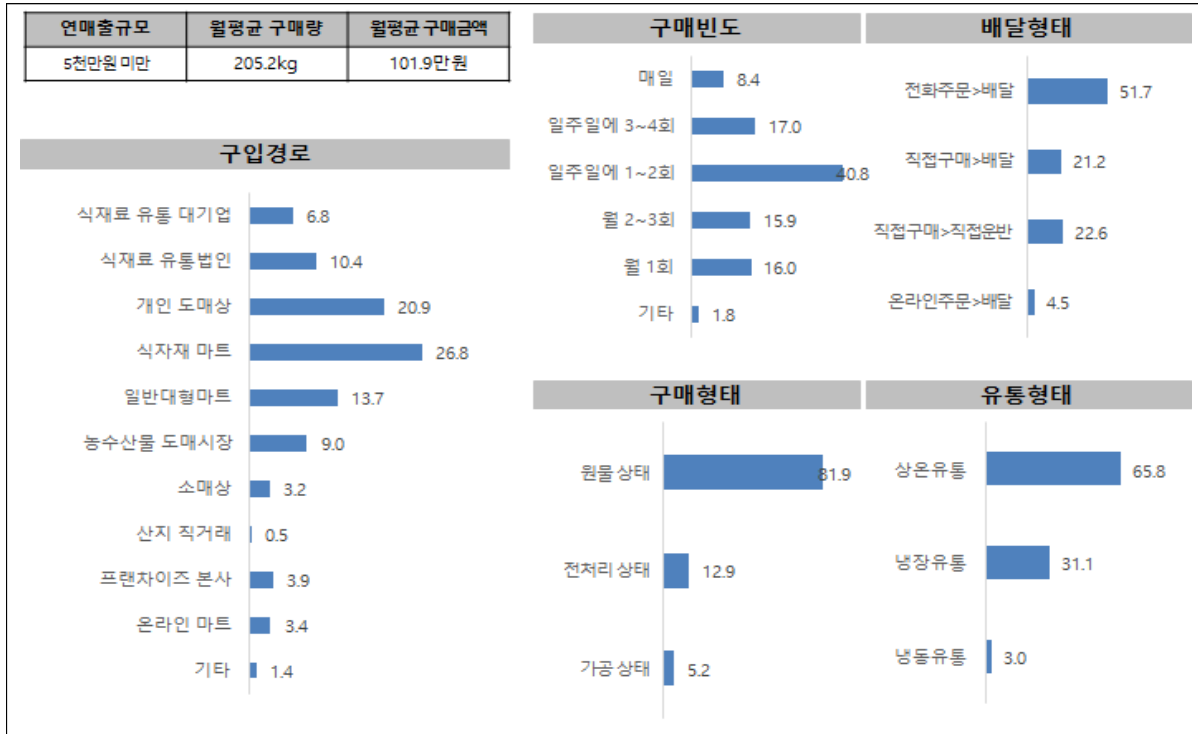
주1. 품목별 구매량을 고려하지 않고 응답 업체 수 기준으로 단순 평균한 값임.

2. 육류 및 축산물(쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀), 곡류(쌀), 수산물류(오징어, 멸치)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태, 가공상태로 구분하여 조사하였음.

3. 채소류(마늘, 양파, 파(대파), 고추, 무, 배추, 당근, 감자)와 과일류(사과, 배)는 구매형태를 원물상태, 전처리상태(이물제거), 전처리상태(탈각탈피), 전처리상태(절단), 전처리상태(단순세척), 전처리상태(살균소독), 가공상태, 진공포장상태로 구분하여 조사하였으나, 전처리상태(절단)와 진공포장상태는 응답 값이 없어 결과표에서 제외하였음.

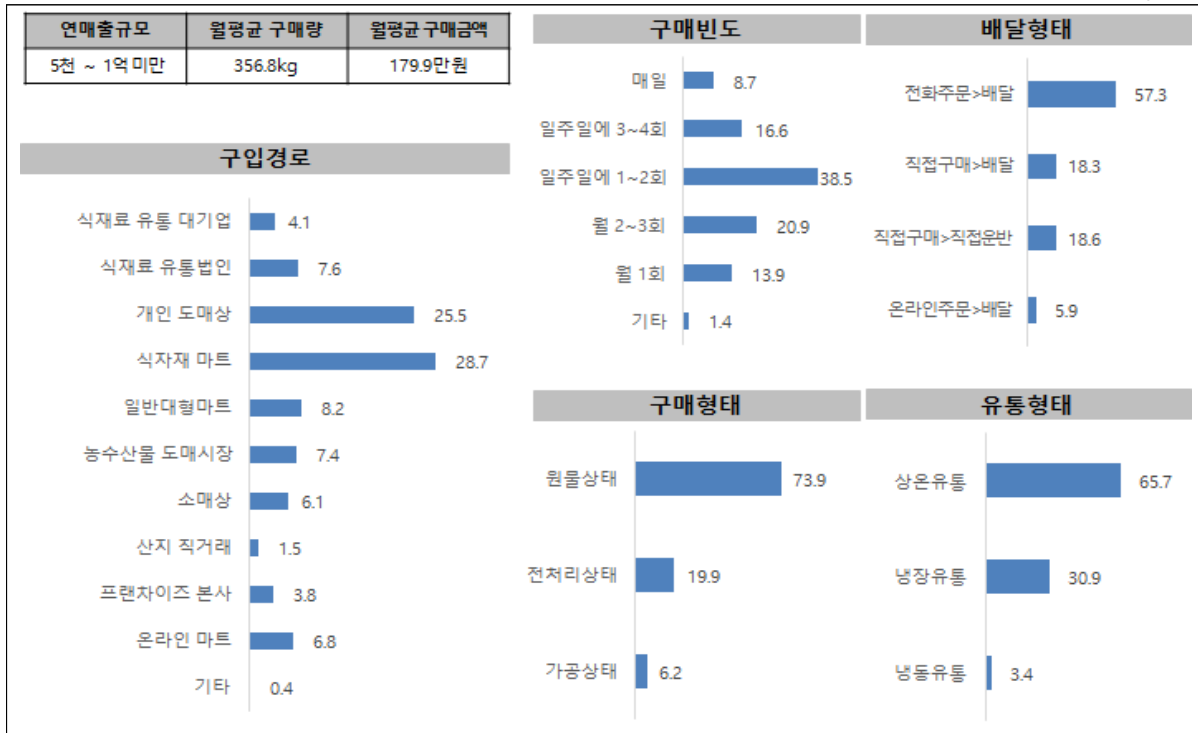
<그림 3-62> 연매출규모별 식재료 구매 행태 - 5천만 원 미만

(단위: %)



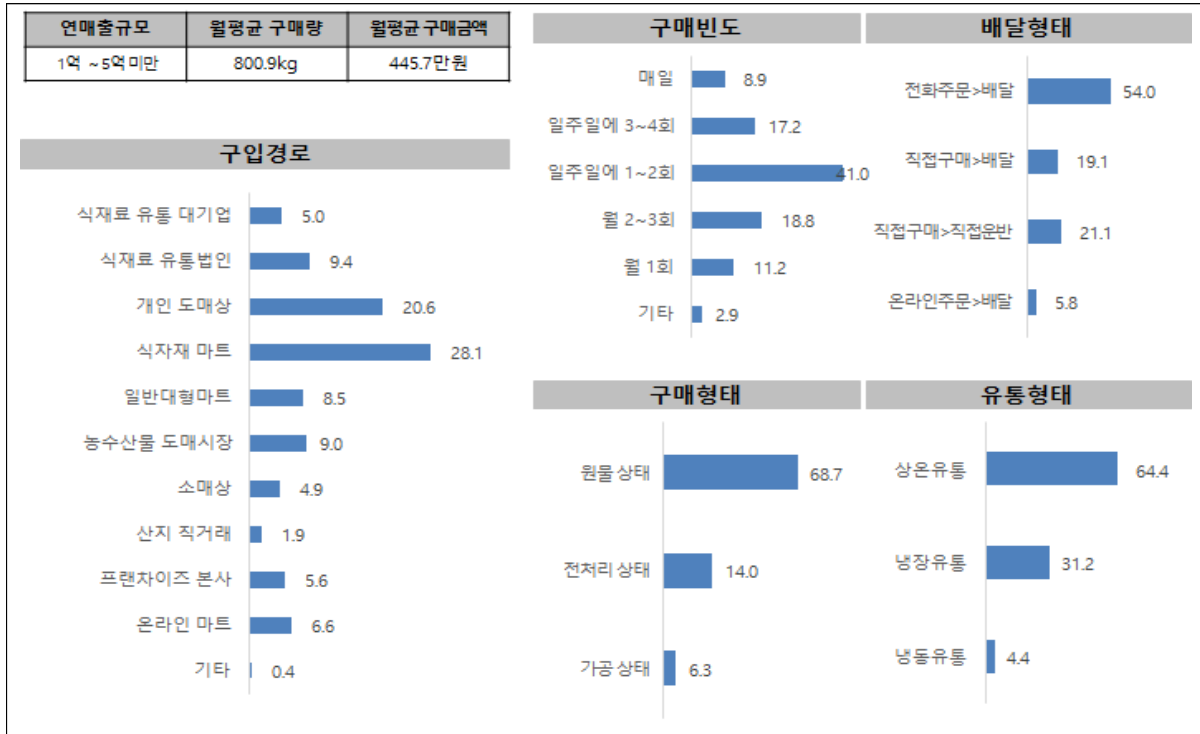
<그림 3-63> 연매출규모별 식재료 구매 행태 - 5천~1억 미만

(단위: %)



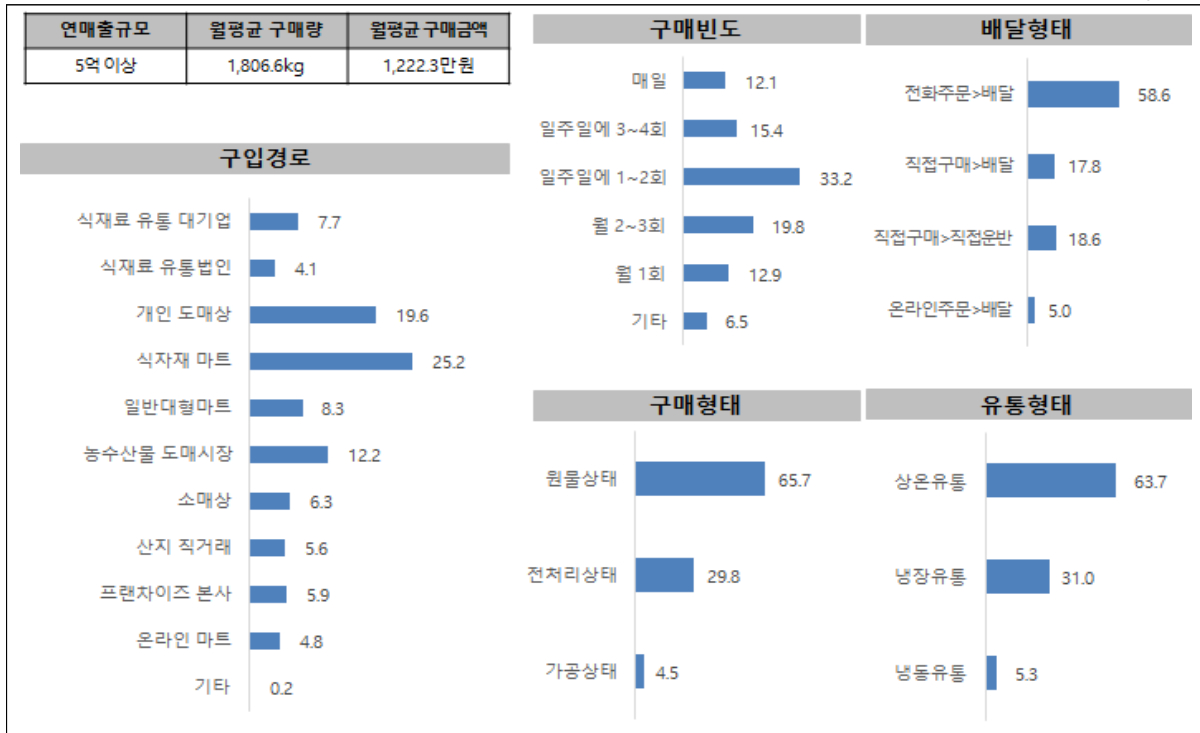
<그림 3-64> 연매출규모별 식재료 구매 행태 - 1억~5억 미만

(단위: %)



<그림 3-65> 연매출규모별 식재료 구매 행태 - 5억 이상

(단위: %)



2. 식재료 거래 특성

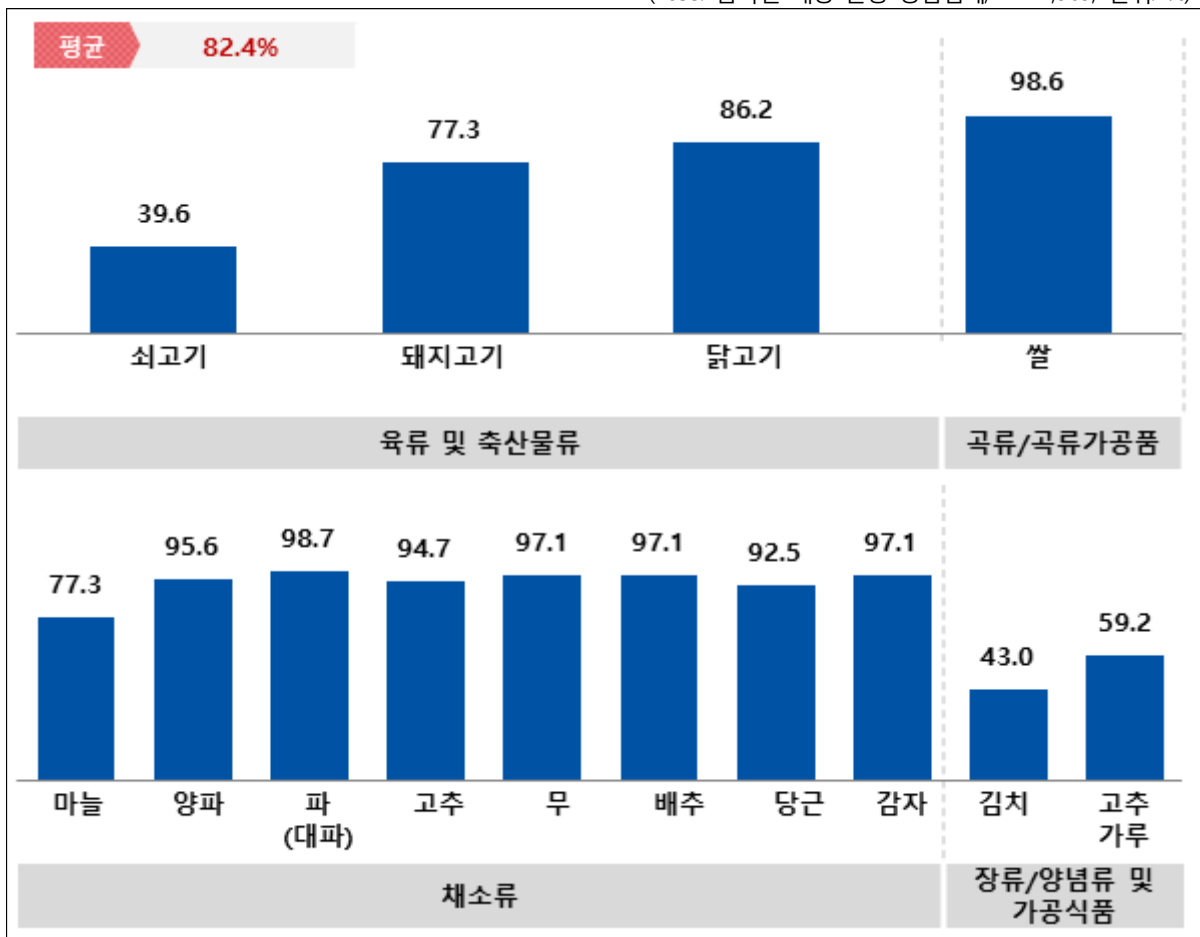
1) 국내산 비중²⁰⁾

○ 외식업체가 이용하는 식재료 중 국내산 비중은 전체 평균 82.4%임.

- 국내산 이용 비중이 80% 이하인 품목은 쇠고기(39.6%), 김치(43.0%), 고춧가루(59.2%), 마늘(77.3%), 돼지고기(77.3%)로 나타남.
- 국내산 이용 비중이 높은 품목은 대파(98.7%), 쌀(98.6%) 무(97.1%), 배추(97.1%), 감자(97.1%) 등임.

<그림 3-66> 세부 품목별 국내산 비중 분포

(Base: 품목별 해당 문항 응답업체, n=21,969, 단위: %)



20) 본 조사에서는 외식업체에서 사용하는 식재료의 국내산 비중을 추정하기 위해 업체별로 품목별 구매량과 국내산 비중을 조사하였음. 2018년 보고서에서는 조사된 업체별 국내산 비중 값을 단순 평균하여 전체 외식업체의 국내산 식재료 이용 비중으로 제시하였으나, 2019년 보고서에서는 업체별 국내산 식재료의 구매량을 반영하여 국내산 식재료 사용 비중을 산출하였음. 산출식은 다음과 같음:

$$\text{국내산 비중}_i = \left(\sum_k \text{구매량}_{ik} \times \text{국내산 비중}_{ik} \right) \div \left(\sum_k \text{구매량}_{ik} \right) \times 100, \quad i = \text{품목}, \quad k = i \text{ 품목 사용 업체}$$

- 일반음식점에서 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 가장 낮은 업종은 중식(71.2%)으로 나타남. 일반음식점 외 업종에서 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 가장 낮은 업종은 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(68.6%)임.
- 한식 세분류별로 국내산 비중이 100%라고 응답한 비중은 한식 육류(77.4%)에서 가장 낮음.

<표 3-17> 업종/한식 세분류/품목/지역/매출액별 국내산 비중 분포

(Base: 품목별 해당 문항 응답업체, 단위: 개, %)

		사례수	50% 미만	50%~100% 미만	100%	무응답	[평균 : %]		
전체		21,969	15.6	5.0	78.8	0.6	82.4		
업종	일반음식점	소계	12,674	14.8	5.0	79.4	0.8	83.3	
		한식	8,723	13.9	5.1	80.2	0.8	83.8	
		중식	1,318	23.5	5.1	71.2	0.2	79.9	
		일식	911	13.1	5.4	81.5	0.0	87.7	
		서양식	976	19.8	4.0	75.2	1.0	76.1	
		기타 외국식	746	23.9	3.4	72.3	0.3	69.7	
	일반음식점 외	소계	9,295	17.4	4.9	77.5	0.2	80.7	
		기관 구내식당업	1,292	19.5	8.1	72.2	0.2	72.2	
		출장·이동음식점업	1,272	17.1	9.3	73.6	0.0	73.1	
		기타 음식점업	제과점	283	7.8	0.5	90.3	1.4	91.7
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	543	27.0	4.3	68.6	0.1	70.2
			치킨전문점	431	7.5	5.3	86.2	0.9	87.8
			분식 및 김밥전문점업	1,785	24.8	4.0	70.8	0.4	79.0
			그외 기타음식점업	633	15.1	4.5	79.8	0.6	81.1
		주점업	3,056	14.3	5.0	80.7	0.0	79.9	
한식 세분류	한식 일반	3,875	13.4	5.3	80.4	0.9	84.6		
	한식 면류	1,120	13.8	4.6	80.7	0.9	80.0		
	한식 육류	2,362	16.1	5.5	77.4	1.0	80.5		
	한식 해산물류	1,366	12.4	2.8	84.7	0.1	90.0		

- 프랜차이즈 업체(72.9%)는 비프랜차이즈 업체(79.6%)보다 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 6.7%p 낮음.
- 지역별로 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 높은 지역은 경북권(80.9%)과 서울권(80.1%)이며, 낮은 지역은 충청권(68.3%)으로 나타남.
- 매출액 규모별로 국내산 원료를 100% 사용한다는 응답 비중이 높은 매출 규모는 5천만 원 미만(82.4%)이고, 낮은 규모는 1억 원~5억 원 미만(77.9%)으로 나타남.

<표 3-17> 업종/한식 세분류/품목/지역/매출액별 국내산 비중 분포 - 계속

(Base: 품목별 해당 문항 응답업체, 단위: 개, %)

		사례수	50% 미만	50%~100% 미만	100%	무응답	[평균 : %]
전체		21,969	15.6	5.0	78.8	0.6	82.4
부 품	쇠고기	1,323	72.9	7.8	19.3	0.0	39.6
	돼지고기	1,663	13.3	8.9	75.3	2.5	77.3
	닭고기	1,594	6.1	2.3	90.4	1.2	86.2
	쌀	1,798	0.8	0.9	98.4	0.0	98.6
	마늘	1,679	17.7	11.3	70.7	0.3	77.3
	양파	1,981	2.8	1.6	95.4	0.2	95.6
	파(대파)	1,787	1.5	0.3	98.0	0.2	98.7
	고추	1,594	3.0	1.2	95.3	0.4	94.7
	무	1,288	1.5	0.1	97.9	0.5	97.1
	배추	1,005	1.5	0.2	97.6	0.6	97.1
	당근	1,584	7.7	2.7	89.4	0.2	92.5
	감자	1,097	2.5	0.6	96.4	0.4	97.1
	김치	1,720	49.1	8.2	41.0	1.7	43.0
	고춧가루	1,856	39.8	18.6	41.6	0.0	59.2
태 양 업 체	프랜차이즈	3,796	21.6	4.4	72.9	1.1	78.3
	비프랜차이즈	18,173	14.8	5.1	79.6	0.5	83.4
지 역	서울권	5,634	14.7	4.7	80.1	0.5	84.6
	수도권	5,639	14.1	6.9	78.1	1.0	81.9
	충청권	1,726	25.5	5.2	68.3	1.0	72.7
	호남권	2,181	15.9	4.2	79.1	0.8	88.3
	경남권	4,163	15.5	4.6	79.7	0.2	79.2
	경북권	2,626	15.6	3.2	80.9	0.3	83.0
매 출 액	5천만 원 미만	981	14.5	3.0	82.4	0.0	83.1
	5천만 원~1억 원 미만	3,873	15.1	3.9	80.2	0.8	84.4
	1억 원~5억 원 미만	14,959	16.0	5.6	77.9	0.5	81.9
	5억 원 이상	2,156	13.0	5.0	80.4	1.6	83.8

- 업종별 품목별 국내산 식재료 사용 비중을 살펴보면, 한식의 경우 김치(45.4%)의 국내산 사용 비중이 상대적으로 낮게 나타남.
- 중식은 쇠고기(10.5%), 김치(14.5%), 고춧가루(28.1%), 일식은 쇠고기(34.6%), 김치(46.0%)의 국내산 비중이 상대적으로 낮음.
- 서양식은 쇠고기(25.4%), 고춧가루(39.3%), 기타 외국식은 쇠고기(12.8%), 고춧가루(22.1%), 김치(46.2%) 등의 국내산 사용 비중이 상대적으로 낮음.

<표 3-18> 업종별/품목별 국내산 식재료 사용 비중

(Base: 품목별 해당 문항 응답업체, 단위: 개, %)

	전체	업종						
		일반음식점						일반 음식점 외
		소계	한식	중식	일식	서양식	기타 외국식	소계
사례수	2,610	1,268	852	125	1,011	108	82	1,342
전체	82.4	83.3	83.8	79.9	87.7	76.1	69.7	80.7
쇠고기	39.6	47.2	53.3	10.5	34.6	25.4	12.8	21.5
돼지고기	77.3	78.6	78.5	83.7	88.3	70.8	56.0	71.8
닭고기	86.2	92.5	95.4	71.8	57.0	80.7	91.1	84.6
쌀	98.6	98.5	98.7	99.5	98.0	95.1	84.5	99.0
마늘	77.3	76.8	76.2	75.5	88.5	80.3	71.1	78.9
양파	95.6	96.4	96.3	95.6	99.3	97.6	96.4	93.8
파(대파)	98.7	98.8	98.7	99.6	100.0	97.9	99.5	98.4
고추	94.7	94.5	94.0	99.5	100.0	88.3	97.5	95.7
무	97.1	96.7	96.4	95.3	100.0	99.6	100.0	98.5
배추	97.1	96.9	96.6	97.4	100.0	100.0	100.0	98.2
당근	92.5	91.2	91.0	90.0	88.8	97.9	97.1	94.2
감자	97.1	96.2	96.4	94.0	91.6	98.9	100.0	98.8
김치	43.0	44.1	45.4	14.5	46.0	69.3	46.2	40.0
고춧가루	59.2	60.4	63.4	28.1	66.8	39.3	22.1	56.6

- 한식 세분류별 품목별 국내산 식재료 사용 비중을 살펴보면, 한식 해산물류의 국내산 사용 비중(90.0%)이 가장 높고, 한식 면류(80.0%)와 한식 육류(80.5%)는 국내산 사용 비중이 상대적으로 낮음.
- 한식 일반은 다른 한식 업종보다 김치(43.2%) 당근(87.7%)의 국내산 사용 비중이 비교적 낮음. 한식 면류는 쇠고기(34.3%), 돼지고기(66.3%), 한식 육류는 고춧가루(50.6%), 마늘(70.1%) 품목의 국내산 사용 비중이 상대적으로 낮음.

<표 3-19> 한식 세분류별 국내산 식재료 사용 비중

(Base: 품목별 해당 문항 응답업체, 단위: 개, %)

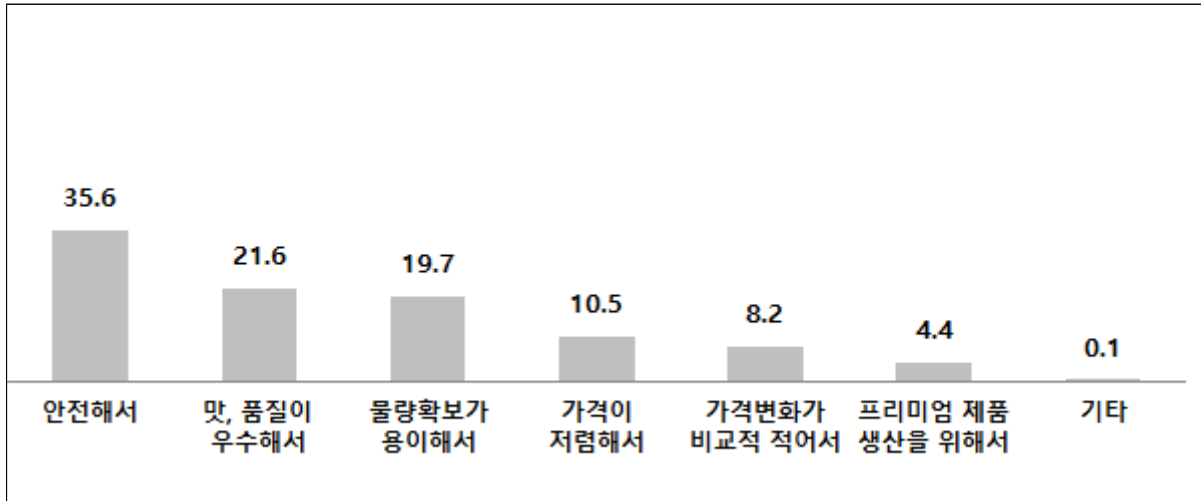
	전체	한식 세분류			
		한식 일반	한식 면류	한식 육류	한식 해산물류
사례수	852	358	119	230	145
전체	83.8	84.6	80.0	80.5	90.0
쇠고기	53.3	37.0	34.3	63.6	74.0
돼지고기	78.5	80.8	66.3	76.4	77.4
닭고기	95.4	93.4	100.0	98.1	100.0
쌀	98.7	98.3	100.0	99.0	100.0
마늘	76.2	76.9	87.6	70.1	82.4
양파	96.3	96.4	93.0	96.8	96.1
파(대파)	98.7	98.9	99.1	97.5	99.1
고추	94.0	94.6	93.0	90.5	97.1
무	96.4	94.8	98.9	96.9	100.0
배추	96.6	96.0	98.0	96.5	100.0
당근	91.0	87.7	90.6	94.9	97.5
감자	96.4	97.3	90.3	94.0	97.6
김치	45.4	43.2	49.6	45.9	53.1
고춧가루	63.4	66.7	57.5	50.6	63.3

2) 국내산 원재료 사용 이유(1+2순위 중복응답 기준)

○ 외식업체가 국내산 원재료를 사용하는 이유는 '안전해서(35.6%)', '맛, 품질이 우수해서(21.6%)', '물량확보가 용이해서(19.7%)', '가격이 저렴해서(10.5%)' 등의 순서로 나타남.

<그림 3-67> 국내산 원재료 사용 이유_1+2순위(중복응답)

(Base: 해당 문항 응답업체, n=18,618, 단위: %)



- 품목별로 대부분의 품목에서 국내산 원재료를 사용하는 이유는 '안전해서', '맛, 품질이 우수해서', '물량확보가 용이해서' 순으로 나타남.
- 당근과 감자는 '안전해서(32.2%, 34.6%)', '물량확보가 용이해서(23.8%, 21.2%)', '맛, 품질이 우수해서(16.8%, 19.2%)' 순으로 나타남.
 - 국내산 원재료를 사용하는 이유가 '가격변화가 비교적 적어서'인 비중이 상대적으로 높은 품목은 당근(13.0%)임.

<표 3-20> 국내산 원재료 사용 이유_1+2순위(중복응답)

(Base: 해당 문항 응답업체, 단위: 개, %)

	사례수	안전해서	맛, 품질이 우수해서	물량확보가 용이해서	가격이 저렴해서	가격변화가 비교적 적어서	프리미엄 제품 생산을 위해서	기타
전체	16,608	35.6	21.6	19.7	10.5	8.2	4.4	0.1
쇠고기	364	38.8	24.6	17.6	7.1	6.5	5.3	0.1
돼지고기	1,059	38.6	23.3	19.0	8.3	6.2	4.4	0.0
닭고기	810	37.5	20.0	19.7	10.4	6.6	5.6	0.1
쌀	1,509	35.4	22.4	19.2	10.0	7.1	5.7	0.0
마늘	1,397	36.1	21.2	19.1	11.2	8.0	4.4	0.1
양파	1,831	35.4	21.3	19.7	11.4	8.1	4.0	0.0
파(대파)	1,676	35.5	21.4	19.4	11.5	8.2	4.1	0.1
고추	1,483	35.4	22.4	19.4	10.9	7.7	4.1	0.1
무	1,213	36.0	23.4	19.3	10.1	7.7	3.4	0.1
배추	946	36.7	22.0	19.1	10.0	8.4	3.5	0.1
당근	1,432	32.2	16.8	23.8	10.9	13.0	3.4	0.0
감자	1,044	34.6	19.2	21.2	11.0	9.7	4.3	0.0
김치	730	33.8	25.2	20.0	8.4	7.1	5.5	0.1
고춧가루	1,114	35.6	22.2	17.7	11.2	8.1	5.0	0.1

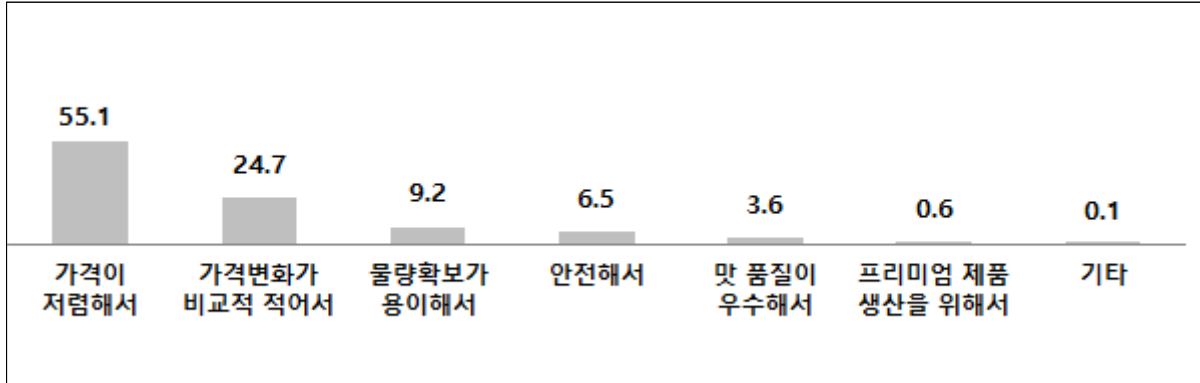
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

3) 수입 원재료 사용 이유(1+2순위 중복응답 기준)

○ 외식업체가 수입 원재료를 사용하는 이유는 '가격이 저렴해서(55.1%)', '가격변화가 비교적 적어서(24.7%)', '물량확보가 용이해서(9.2%)', '안전해서(6.5%)' 등의 순서로 나타남.

<그림 3-68> 수입 원재료 사용 이유_1+2순위(중복응답)

(Base: 해당 문항 응답업체, n=4,953, 단위: %)



- 품목별로 대부분의 품목에서 수입 원재료를 사용하는 가장 큰 이유는 '가격이 저렴해서'인 것으로 나타남.
- 양파(46.4%), 대파(37.8%), 배추(41.8%), 감자(38.2%)의 경우 '가격변화가 비교적 적어서'라고 응답한 비중이 가장 높았음.

<표 3-21> 수입 원재료 사용 이유_1+2순위(중복응답)

(Base: 해당 문항 응답업체, 단위: 개, %)

	사례수	가격이 저렴해서	가격변화가 비교적 적어서	물량확보가 용이해서	안전해서	맛 품질이 우수해서	프리미엄 제품 생산을 위해	기타
전체	4,953	55.1	24.7	9.2	6.5	3.6	0.6	0.1
쇠고기	1,130	66.8	19.3	4.9	5.3	3.2	0.5	0.0
돼지고기	458	42.3	27.8	16.3	7.7	4.6	1.2	0.0
닭고기	172	39.3	31.0	18.0	7.5	1.4	2.6	0.3
쌀	39	65.8	23.0	5.3	2.0	1.2	2.8	0.0
마늘	484	48.4	29.7	9.8	6.9	4.3	0.1	0.8
양파	118	26.2	46.4	7.7	16.2	3.1	0.3	0.0
파(대파)	35	24.7	37.8	18.5	15.5	3.6	0.0	0.0
고추	71	34.5	31.9	10.6	17.5	3.2	2.0	0.3
무	19	34.0	30.2	6.8	23.9	5.0	0.0	0.0
배추	24	16.6	41.8	30.5	2.5	0.0	8.6	0.0
당근	186	43.6	35.1	10.3	6.3	2.9	1.2	0.6
감자	35	32.2	38.2	10.8	17.8	1.0	0.0	0.0
김치	1,029	57.2	22.7	9.4	5.9	4.3	0.5	0.0
고춧가루	1,153	59.7	22.5	8.7	5.2	3.4	0.5	0.0

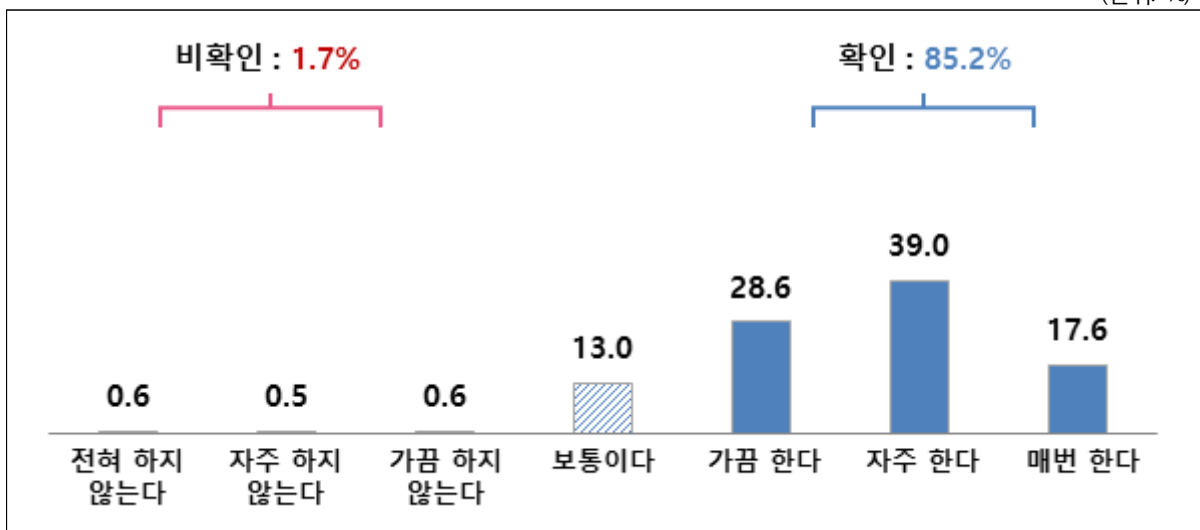
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

4) 식재료 원산지 확인 여부

- 외식업체가 식재료를 구매할 때 원산지를 확인하는 비중은 85.2%이며, 확인하지 않는 비중은 1.7%로 조사됨.
 - 식재료 원산지 확인을 '매번 한다'고 응답한 비중은 17.6%이고, '자주 한다'는 39.0%, '가끔 한다'는 28.6%임.
- 식재료 원산지를 확인한다(가끔 한다+자주 한다+매번 한다)고 응답한 비중은 일반음식점 중에서는 일식(92.8%)이, 일반음식점 외 업종의 경우 출장 및 이동 음식점업(93.9%)이 상대적으로 높게 나타남.
 - 원산지를 매번 확인하는 비중은 일반음식점 중에서는 마찬가지로 일식이 33.5%, 일반음식점 외 업종의 경우에는 치킨전문점이 23.5%로 다른 업종보다 높게 나타남.
- 프랜차이즈 업체 중에서 식재료 원산지를 확인한다고 응답한 비중은 81.6%로 비프랜차이즈 업체(86.2%)보다 4.6%p 낮게 나타남.
- 지역별로는 충청권(92.7%)과 수도권(89.5%)에서 식재료 원산지를 확인하는 비중이 상대적으로 높은 반면, 호남권(79.9%)과 경남권(80.5%)에서는 비교적 낮게 나타남.
- 매출액 규모가 1억 원 이상, 5억 원 미만인 업체(87.4%)에서 식재료 원산지를 확인하는 비중이 다른 규모의 업체보다 상대적으로 높은 반면, 5천만 원 미만 업체(77.1%)에서는 비교적 낮은 수준임.
- 한식 세분류별로는 한식 육류(90.2%)와 한식 해산물류(90.0%)가 식재료 원산지를 확인하는 비중이 다른 한식 업종보다 상대적으로 높은 것으로 나타남.

<그림 3-69> 식재료 원산지 확인 여부

(단위: %)



<표 3-22> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 원산지 확인 여부

(단위: 개, %)

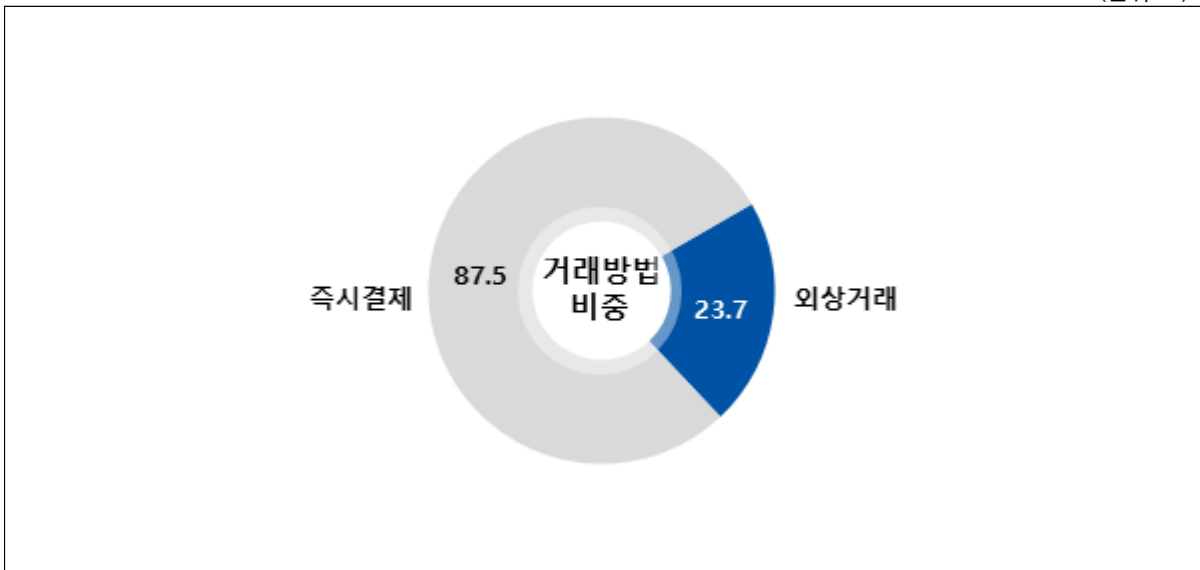
		사례수	전혀 하지 않는다	자주 하지 않는다	가끔 하지 않는다	보통이다	가끔 한다	자주 한다	매번 한다		
전체		3,018	0.6	0.5	0.6	13.0	28.6	39.0	17.6		
업종	일반 음식점	소계	1,269	0.1	0.1	0.2	10.5	28.1	40.8	20.2	
		한식	853	0.0	0.1	0.2	10.6	28.7	40.7	19.7	
		중식	125	1.0	0.0	0.8	13.3	28.4	35.1	21.2	
		일식	101	1.3	0.0	0.0	5.9	9.4	49.9	33.5	
		서양식	108	1.0	0.0	0.0	8.1	22.3	47.3	21.3	
		기타 외국식	82	0.0	0.0	2.2	7.4	45.6	30.4	14.3	
	일반 음식점 외	소계	1,749	1.2	0.9	1.0	15.8	29.2	37.1	14.8	
		기관 구내식당업	105	0.0	2.8	1.4	4.0	28.1	43.8	20.0	
		출장·이동음식점업	101	0.0	0.0	0.0	6.1	15.3	62.8	15.8	
		기타 음식점업	제과점	120	2.1	0.5	0.7	10.8	25.5	45.0	15.4
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	3.1	0.0	1.1	14.5	25.3	35.4	20.7
			치킨전문점업	154	3.2	0.8	2.1	14.3	24.5	31.6	23.5
			분식 및 김밥전문점업	174	0.0	1.4	0.1	11.0	20.2	48.2	19.1
			그외 기타음식점업	110	0.0	0.0	1.2	5.8	40.6	35.7	16.7
		주점업	550	0.9	0.7	0.9	16.6	26.5	43.1	11.4	
		비알콜 음료점업	302	1.0	1.4	1.0	22.4	42.1	21.3	10.8	
		형태	프랜차이즈	764	1.5	0.4	1.0	15.6	29.6	32.2	19.8
			비프랜차이즈	2,254	0.4	0.5	0.5	12.4	28.4	40.7	17.1
		지역	서울권	702	0.5	0.5	0.8	10.0	29.2	46.5	12.6
수도권	748		1.4	0.5	0.1	8.5	26.8	41.1	21.6		
충청권	259		0.3	0.0	0.0	7.0	35.5	39.5	17.7		
호남권	388		0.0	0.0	0.7	19.3	48.0	23.9	8.0		
경남권	578		0.5	1.0	0.6	17.4	17.5	49.2	13.8		
경북권	343		0.8	0.5	1.4	15.3	19.0	25.4	37.8		
매출액	5천만 원 미만	169	0.2	2.3	1.9	18.3	30.4	25.2	21.5		
	5천만 원~1억 원 미만	592	0.4	0.4	0.6	16.3	27.9	38.9	15.5		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	0.8	0.3	0.5	11.0	28.9	40.5	18.0		
	5억 원 이상	293	0.1	0.0	0.0	18.1	23.4	40.1	18.3		
한식 세분류	한식 일반	359	0.0	0.2	0.3	10.6	32.2	38.7	18.1		
	한식 면류	119	0.0	0.0	0.0	13.8	21.3	44.2	20.8		
	한식 육류	230	0.0	0.0	0.0	9.9	24.6	43.3	22.3		
	한식 해산물류	145	0.0	0.0	0.0	10.0	21.3	45.8	22.9		

5) 식재료 결제 방법

- 식재료 결제 방법은 식재료를 구매하면서 즉시 결제하는 비중이 87.5% 수준임.
- 업종별로 일반음식점은 한식(91.1%)과 일식(85.9%)에서 식재료를 구매할 때 즉시 결제하는 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높음. 일반음식점 외 업종에서는 비알콜 음료점업(92.3%)과 제과점(85.3%)이 식재료 구매 시 즉시 결제하는 비중이 상대적으로 높음.
- 식재료를 구매하면서 외상거래하는 비중은 프랜차이즈 업체(34.0%)가 비프랜차이즈 업체(21.4%)보다 12.6%p 높음.
- 지역별로는 경북권(91.4%)과 서울권(90.1%)이 즉시 결제하는 비중이 다른 지역에 비해 상대적으로 높고, 충청권(81.6%)은 낮은 수준임.
- 매출액 규모별로는 매출액 규모가 커질수록 즉시 결제하는 비중이 낮으며, 매출액이 5천만 원 미만인 경우는 92.0%, 5억 원 이상인 경우 78.1%임.

<그림 3-70> 식재료 결제 방법

(단위: %)



<표 3-23> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 결제 방법별 비중

(단위: 개, %)

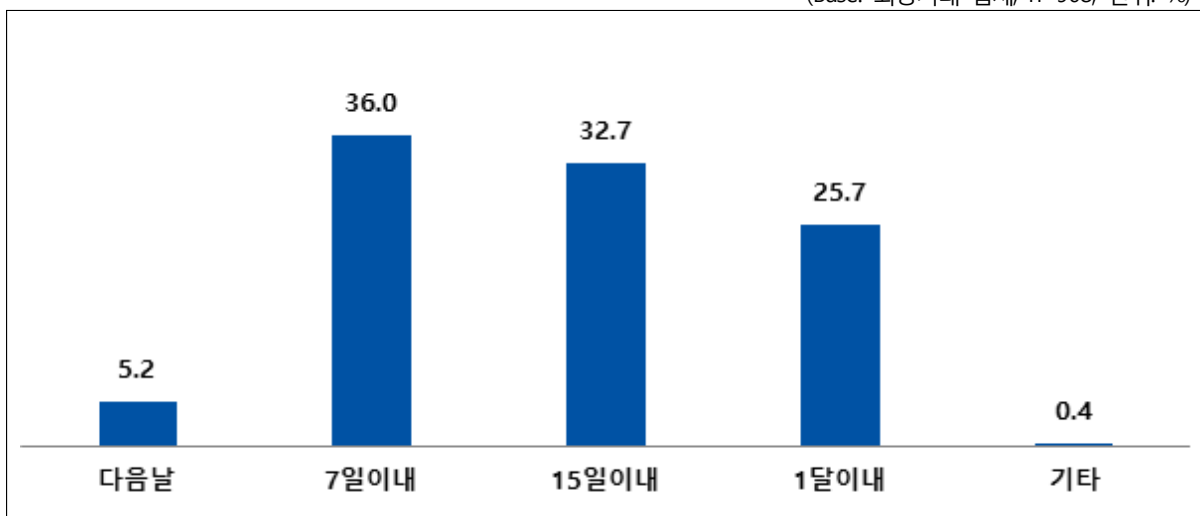
		사례수	외상거래	즉시결제		
전체		3,018	23.7	87.5		
업종	일반 음식점	소계	1,269	25.4	89.9	
		한식	853	25.9	91.1	
		중식	125	26.9	82.4	
		일식	101	18.5	85.9	
		서양식	108	19.7	84.4	
		기타 외국식	82	31.2	76.4	
	일반 음식점 외	소계	1,749	22.4	84.9	
		기관 구내식당업	105	15.9	84.3	
		출장·이동음식점업	101	29.6	70.6	
		기타 음식점 업	제과점	120	17.7	85.3
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	28.8	78.4
			치킨전문점	154	30.7	80.5
			분식 및 김밥전문점업	174	24.6	81.3
			그외 기타음식점업	110	24.8	81.6
			주점업	550	17.7	84.4
		비알콜 음료점업	302	31.5	92.3	
		태 양 음 료	프랜차이즈	764	34.0	84.2
			비프랜차이즈	2,254	21.4	88.3
		지 역	서울권	702	17.1	90.1
수도권	748		27.0	86.0		
충청권	259		23.4	81.6		
호남권	388		26.6	88.8		
경남권	578		30.4	84.9		
경북권	343		15.4	91.4		
매 출 액	5천만 원 미만	169	12.3	92.0		
	5천만 원~1억 원 미만	592	16.6	91.1		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	26.5	86.0		
	5억 원 이상	293	47.3	78.1		
한 식 세 분 류	한식 일반	359	26.4	93.0		
	한식 면류	119	19.6	92.4		
	한식 육류	230	26.8	89.4		
	한식 해산물류	145	26.4	82.3		

6) 외상거래 시 결제 주기

- 외상거래 시 결제 주기 분포 비중은 7일 이내가 36.0%로 가장 높으며, 15일 이내(32.7%), 1개월 이내(25.7%) 등의 순서임.
- 일반음식점 업종별로 식재료 구매 다음날 결제하는 비중은 한식(8.0%)이 비교적 높고, 7일 이내 결제 비중은 서양식(63.1%), 15일 이내, 1개월 이내는 기타 외국식(38.6%, 32.2%)이 다른 업종에 비해 상대적으로 높게 나타남.
- 일반음식점 외 업종에서 식재료 구매 다음날 결제하는 비중은 그 외 기타음식점업(9.4%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(6.5%)이 비교적 높고, 7일 이내 결제 비중은 제과점(65.1%), 15일 이내는 출장·이동음식점업(52.5%), 1개월 이내는 주점업(35.6%)이 다른 업종보다 높게 나타남.
- 운영형태별로는 프랜차이즈 업체의 경우 15일 이내(39.0%) 결제하는 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 7일 이내(36.3%), 1개월 이내(19.3%) 순서로 나타나고, 비프랜차이즈 업체의 경우 7일 이내(36.0%) 결제하는 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 15일 이내(30.8%), 1개월 이내(27.6%) 순서로 나타남.
- 지역별로는 서울권에서 다음날 결제하는 비중(11.5%)이 다른 지역에 비해 비교적 높고, 7일 이내 결제 비중은 충청권이 50.6%로 절반 이상을 차지함. 15일 이내 결제 비중은 호남권(51.0%), 1개월 이내 결제 비중은 경북권(67.8%)이 상대적으로 높게 나타남.
- 매출액 규모별로 5천만 원 미만 업체의 경우 7일 이내 결제 비중(17.0%)이 비교적 낮고, 5억 원 이상 업체는 15일 이내 결제 비중이 35.9%로 다른 규모의 업체보다 상대적으로 높음.

<그림 3-71> 외상거래 시 결제 주기 분포

(Base: 외상거래 업체, n=908, 단위: %)



○ 한식 세분류별로 7일 이내 결제 비중은 한식 육류(40.0%)가 다른 한식 업종에 비해 비교적 높고, 1개월 이내 결제 비중은 한식 해산물류(27.7%)가 상대적으로 높게 나타남.

<표 3-24> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 결제 주기 분포

(Base: 외상거래 업체, 단위: 개, %)

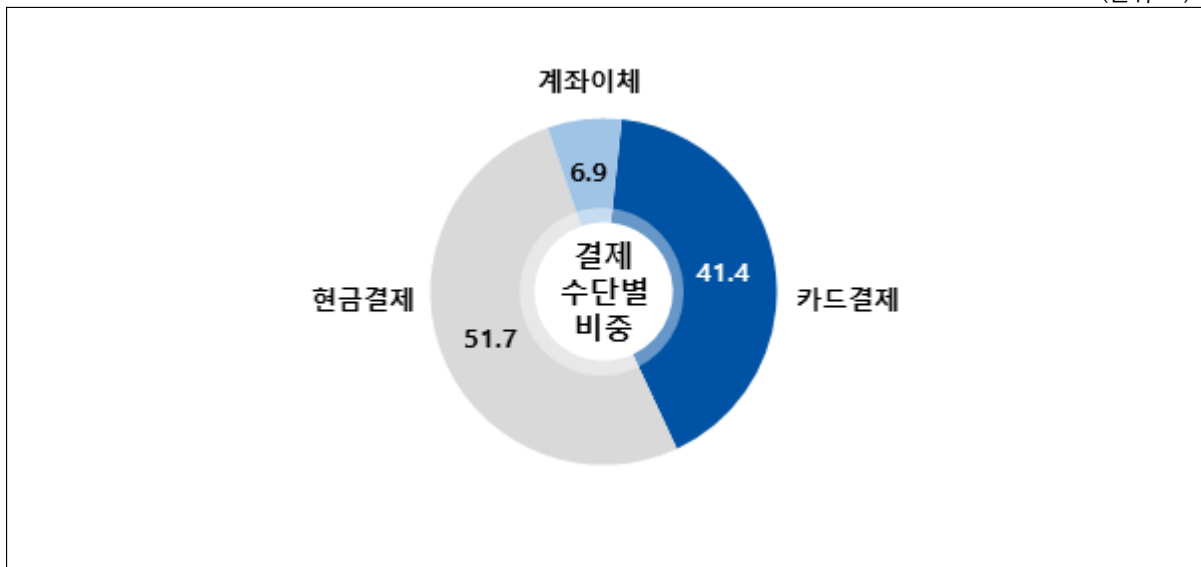
		사례수	다음날	7일 이내	15일 이내	1개월 이내	기타		
전체		908	5.2	36.0	32.7	25.7	0.4		
업종	일반 음식점	소계	369	7.3	34.6	33.4	24.4	0.3	
		한식	230	8.0	33.1	35.1	23.9	0.0	
		중식	46	5.7	38.2	28.4	24.7	2.9	
		일식	27	2.7	34.8	30.7	31.9	0.0	
		서양식	32	2.9	63.1	10.3	23.7	0.0	
		기타 외국식	34	5.7	23.4	38.6	32.2	0.0	
	일반 음식점 외	소계	539	3.1	37.5	31.9	27.0	0.4	
		기관 구내식당업	31	0.0	23.1	47.6	29.3	0.0	
		출장·이동음식점업	47	0.0	17.1	52.5	30.4	0.0	
		기타 음식점 업	제과점	23	0.0	65.1	16.6	18.3	0.0
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	35	6.5	26.5	48.5	18.6	0.0
			치킨전문점	56	1.9	44.2	27.3	24.0	2.7
			분식 및 김밥전문점업	60	2.6	29.9	36.5	30.9	0.0
			그외 기타음식점업	42	9.4	27.5	49.0	14.0	0.0
		주점업	180	2.5	35.3	26.6	35.6	0.0	
		비알콜 음료점업	65	5.4	46.1	35.9	12.6	0.0	
		유 형 태	프랜차이즈	239	4.7	36.3	39.0	19.3	0.6
			비프랜차이즈	669	5.4	36.0	30.8	27.6	0.3
지 역	서울권	173	11.5	47.3	22.6	18.5	0.0		
	수도권	285	4.8	40.2	33.8	20.7	0.5		
	충청권	101	2.3	50.6	29.6	17.4	0.0		
	호남권	102	0.1	29.3	51.0	19.6	0.0		
	경남권	171	6.6	28.5	36.2	27.9	0.9		
	경북권	76	2.2	16.0	14.0	67.8	0.0		
매 출 액	5천만 원 미만	29	6.0	17.0	29.1	47.8	0.0		
	5천만 원~1억 원 미만	138	8.4	40.8	29.4	21.4	0.0		
	1억 원~5억 원 미만	628	4.3	37.1	33.7	24.5	0.5		
	5억 원 이상	113	4.5	23.5	35.9	36.1	0.0		
한 식 세 분 류	한식 일반	89	5.5	31.6	37.2	25.8	0.0		
	한식 면류	27	28.6	19.7	34.2	17.5	0.0		
	한식 육류	69	9.4	40.0	31.5	19.2	0.0		
	한식 해산물류	45	6.1	32.7	33.5	27.7	0.0		

7) 식재료 결제 수단별 비중

- 식재료 결제 수단별로 현금결제는 51.7%로 절반 이상을 차지하며, 카드결제 비중은 41.4%임.
- 일반음식점 업종별로 현금결제 비중이 상대적으로 높은 업종은 서양식(56.3%)과 중식(52.9%)이며, 카드결제 비중이 비교적 높은 업종은 일식(49.8%)과 한식(42.2%)임.
- 일반음식점 외 업종별로 현금결제 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높은 업종은 기관 구내식당업(61.1%)과 출장·이동음식점업(60.5%)이며, 카드결제 비중이 비교적 높은 업종은 제과점(45.8%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(43.4%)으로 나타남.
- 운영형태별로 비프랜차이즈 업체의 현금결제 비중(52.7%) 및 카드결제 비중(42.7%)이 프랜차이즈 업체(48.0%, 36.3%)보다 다소 높게 나타남.
- 지역별로는 수도권에서 카드결제(49.9%) 비중이 절반 정도로 다른 지역에 비해 상대적으로 높으며, 현금결제 비중은 호남권(62.9%)에서 비교적 높게 나타남.
- 매출액 규모별로는 매출액이 5천만 원 미만인 경우 현금결제 비중이 56.6%로 다른 규모의 업체보다 상대적으로 높은 수준임.
- 한식 세분류별로 현금결제 비중은 한식 면류(56.0%)가 다른 한식 업종에 비해 상대적으로 높게 나타남.

<그림 3-72> 식재료 결제 수단별 비중

(단위: %)



<표 3-25> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 결제 수단별 비중

(단위: 개, %)

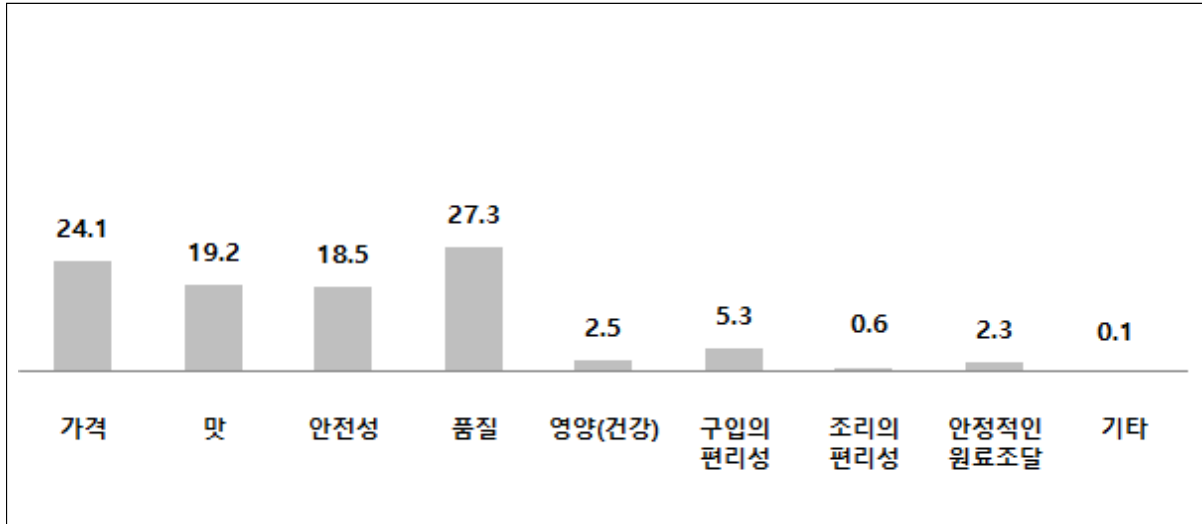
		사례수	카드결제	현금결제	계좌이체		
전체		3,018	41.4	51.7	6.9		
업종	일반 음식점	소계	1,269	42.1	51.4	6.5	
		한식	853	42.2	51.5	6.2	
		중식	125	40.3	52.9	6.7	
		일식	101	49.8	40.2	10.0	
		서양식	108	35.8	56.3	7.9	
		기타 외국식	82	39.1	49.3	11.6	
	일반 음식점 외	소계	1,749	40.6	52.1	7.4	
		기관 구내식당업	105	38.1	61.1	0.9	
		출장·이동음식점업	101	39.5	60.5	0.0	
		기타 음식점 업	제과점	120	45.8	44.5	9.7
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	43.4	47.9	8.7
			치킨전문점	154	33.4	55.0	11.6
			분식 및 김밥전문점업	174	40.9	56.8	2.3
			그외 기타음식점업	110	40.6	59.3	0.0
		주점업	550	41.4	55.6	3.0	
		비알콜 음료점업	302	41.2	42.6	16.2	
		태 양 음 료	프랜차이즈	764	36.3	48.0	15.8
			비프랜차이즈	2,254	42.7	52.7	4.7
지 역	서울권	702	38.8	55.6	5.6		
	수도권	748	49.9	44.1	6.0		
	충청권	259	46.3	40.3	13.4		
	호남권	388	29.6	62.9	7.5		
	경남권	578	32.2	58.5	9.3		
	경북권	343	57.0	40.8	2.2		
매 출 액	5천만 원 미만	169	41.3	56.6	2.0		
	5천만 원~1억 원 미만	592	44.7	50.9	4.4		
	1억 원~5억 원 미만	1,964	40.2	51.8	7.9		
	5억 원 이상	293	37.9	45.1	17.0		
한 식 세 분 류	한식 일반	359	44.6	49.4	6.0		
	한식 면류	119	41.2	56.0	2.8		
	한식 육류	230	35.7	55.9	8.4		
	한식 해산물류	145	42.5	52.1	5.4		

8) 식재료 구매 시 고려 기준(1+2순위 중복응답 기준)

- 식재료를 구매할 때 중요하게 고려하는 기준은 '품질(27.3%)', '가격(24.1%)', '맛(19.2%)', '안전성(18.5%)', '구매의 편리성(5.3%)' 등의 순서로 나타남.
- 업종별로 일반음식점에서 식재료를 구매할 때 중요하게 고려하는 기준으로 '품질'이라고 응답한 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높은 업종은 서양식(31.2%)이고, '가격'이라는 응답 비중은 한식(25.7%), '맛'이라는 응답 비중은 기타 외국식(25.5%)에서 비교적 높게 나타남.
 - '안전성' 응답 비중이 상대적으로 높은 업종은 중식(18.7%)과 한식(18.6%)임.
- 일반음식점 외 업종에서 '품질'이라고 응답한 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높은 업종은 치킨전문점(31.5%), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(27.0%)인 반면, 낮은 업종은 기관 구내식당업(22.4%)으로 나타남.
- '가격' 응답 비중이 상대적으로 높은 업종은 분식 및 김밥전문점업(26.7%)과 출장·이동음식점업(26.2%)이고, '안전성' 응답 비중이 비교적 높은 업종은 기관 구내식당업(24.1%)임.
- 비프랜차이즈 업체는 식재료 구매 시 '품질(27.5%)'과 '가격(24.6%)', '맛(19.2%)'을 프랜차이즈 업체(26.3%, 22.4%, 18.8%)보다 더 중요하게 고려하는 반면, 프랜차이즈 업체는 '안전성(19.1%)'을 비프랜차이즈 업체(18.4%)보다 더 중요한 기준으로 고려함.
- 지역별로 '가격'이라고 응답한 비중이 상대적으로 높은 지역은 충청권(26.1%)이며, '맛' 응답 비중이 비교적 높은 지역은 서울권(23.1%)으로 나타남. '품질' 응답 비중이 비교적 높은 지역은 경북권(37.5%)이며, 호남권은 '안전성(33.8%)'과 '영양(5.2%)', '구매의 편리성(6.9%)'이라고 응답한 비중이 다른 지역보다 상대적으로 높은 수준임.
- 매출액 규모별로 5억 원 이상 업체의 경우 '맛' 응답 비중이 23.8%로 다른 규모의 업체보다 높으며, 5천만 원 미만 업체의 경우 '품질(32.7%)'과 '가격(26.4%)'의 응답 비중이 상대적으로 높음.
- 한식 세분류별로 한식 해산물류 업종이 '품질(31.8%)'을 상대적으로 중요하게 고려함.

<그림 3-74> 식재료 구매 시 고려 기준(1+2순위)

(n=3,011, 단위: %)



<표 3-26> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 구매 시 고려 기준_1+2순위 (중복응답)

(단위: 개, %)

		사례수	가격	맛	안전성	품질	영양(건강)	구매의 편리성	조리의 편리성	안정적인 원료조달	기타		
전체		3,011	24.1	19.2	18.5	27.3	2.5	5.3	0.6	2.3	0.1		
업종	일반 음식점	소계	1,263	25.0	18.9	18.4	28.3	2.6	4.3	0.6	1.8	0.1	
		한식	849	25.7	18.3	18.5	28.5	2.6	4.2	0.5	1.7	0.1	
		중식	125	20.2	23.1	18.7	24.7	1.8	6.2	1.9	3.3	0.0	
		일식	101	22.7	20.9	17.1	29.6	2.1	5.3	0.6	1.7	0.0	
		서양식	107	20.6	19.7	18.1	31.2	4.4	3.3	0.6	2.1	0.0	
		기타 외국식	81	21.8	25.5	14.5	26.2	2.6	6.2	0.7	2.4	0.0	
	일반 음식점 외	소계	1,748	23.2	19.5	18.6	26.1	2.5	6.4	0.7	2.9	0.1	
		기관 구내식당업	105	14.3	21.6	24.0	22.4	5.3	2.9	0.7	8.8	0.0	
		출장·이동음식점업	101	26.2	14.0	21.1	25.7	2.8	5.2	1.8	3.2	0.0	
		기타 음식점 업	제과점	119	21.6	21.7	21.7	24.8	4.2	3.6	0.2	2.2	0.0
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	20.1	23.8	18.4	27.0	1.8	3.2	2.2	3.0	0.5
			치킨전문점	154	17.9	15.5	17.7	31.5	3.1	7.2	1.1	5.7	0.3
			분식 및 김밥전문점업	174	26.7	17.7	18.7	24.4	2.9	6.9	0.3	2.2	0.0
			그외 기타음식점업	110	24.3	21.3	20.2	24.5	0.2	6.0	1.1	1.5	0.8
		주점업	550	24.6	20.6	16.3	25.8	1.7	7.8	0.7	2.5	0.0	
		비알콜 음료점업	302	23.7	18.7	21.2	25.9	2.7	5.5	0.3	1.8	0.3	
		영양 태	프랜차이즈	763	22.4	18.8	19.1	26.3	3.2	5.5	0.8	3.4	0.4
			비프랜차이즈	2,248	24.6	19.2	18.4	27.5	2.3	5.3	0.6	2.0	0.0
		지역	서울권	701	25.4	23.1	18.8	21.9	3.0	4.6	0.7	2.5	0.0
수도권	745		26.0	20.1	18.6	25.1	1.4	5.2	0.8	2.7	0.2		
충청권	258		26.1	19.4	12.1	29.7	3.5	5.7	0.3	3.3	0.0		
호남권	388		17.0	13.3	33.8	22.3	5.2	6.9	0.5	1.2	0.0		
경남권	578		26.0	20.0	11.1	32.7	1.4	5.6	0.4	2.5	0.2		
경북권	341		23.8	16.7	12.9	37.5	1.6	4.0	1.2	2.2	0.2		
매출액	5천만 원 미만	169	26.4	17.8	11.5	32.7	1.4	7.8	0.2	2.1	0.1		
	5천만 원~1억 원 미만	589	24.7	18.1	18.5	27.0	3.4	4.8	0.6	2.8	0.2		
	1억 원~5억 원 미만	1,962	23.9	19.5	19.3	26.8	2.3	5.3	0.7	2.1	0.1		
	5억 원 이상	291	20.6	23.8	17.7	27.1	2.1	4.6	1.0	3.0	0.0		
한식 세분류	한식 일반	358	24.6	17.7	19.1	29.3	2.7	4.2	0.7	1.8	0.0		
	한식 면류	119	25.2	18.9	20.2	28.1	3.4	1.8	0.4	2.0	0.0		
	한식 육류	227	29.4	18.8	18.5	24.8	1.8	5.3	0.0	1.2	0.3		
	한식 해산물류	145	25.1	21.1	14.1	31.8	2.7	3.2	0.7	1.4	0.0		

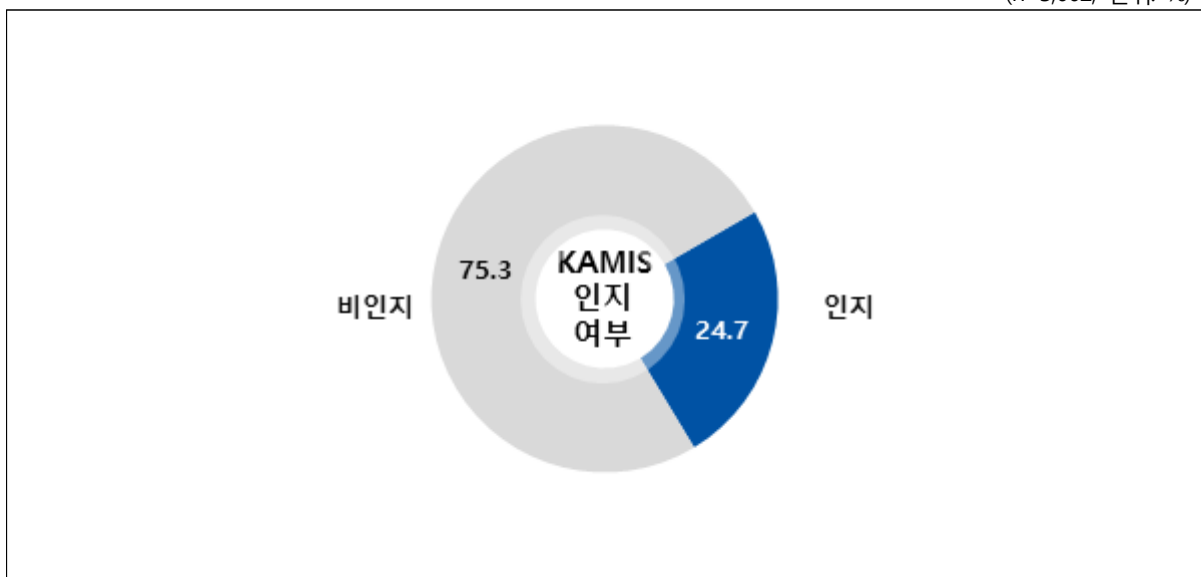
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

9) aT 농산물유통정보(KAMIS) 인지 여부

- aT 농산물유통정보(KAMIS) 인지 여부에 대해서는 인지하지 못하고 있는 비중이 75.3%, 인지하고 있는 비중이 24.7%로 나타남.
- 일반음식점 업종별로 aT 농산물유통정보(KAMIS)에 대한 인지도가 상대적으로 높은 업종은 일식(38.9%)과 기타 외국식(32.6%)이고, 인지하지 못한 비중이 상대적으로 높은 업종은 중식(74.9%)으로 나타남.
- 일반음식점 외 업종에서 aT 농산물유통정보(KAMIS)에 대한 인지도가 상대적으로 높은 업종은 출장·이동음식점업(32.9%)과 기관 구내식당업(31.4%)이고, 인지하지 못한 비중이 상대적으로 높은 업종은 주점업(80.2%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(79.4%)으로 나타남.
- 프랜차이즈 업체가 aT 농산물유통정보(KAMIS)를 인지하고 있는 비중은 29.0%로 비프랜차이즈 업체(23.6%)보다 5.4%p 높음.
- 지역별로는 서울권에서 aT 농산물유통정보(KAMIS)를 인지하고 있는 비중이 30.8%로 다른 지역에 비해 상대적으로 높으며, 인지하지 못한 비중은 충청권(84.7%)과 수도권(80.7%)에서 비교적 높게 나타남.
- 매출액 규모별로 매출액이 5천만 원 미만 업체의 경우 aT 농산물유통정보(KAMIS)를 인지하지 못한 비중이 91.2%로 다른 규모의 업체보다 상대적으로 높은 반면, 5억 원 이상 업체는 인지하고 있는 비중이 40.6%로 비교적 높은 수준임.

<그림 3-73> aT 농산물유통정보(KAMIS) 인지 여부

(n=3,002, 단위: %)



○ 한식 세분류별로 aT 농산물유통정보(KAMIS)를 인지하고 있는 비중은 한식 육류(22.6%)가 다른 한식 업종에 비해 상대적으로 낮게 나타나며 일반(26.9%), 면류(26.9%), 해산물류(26.9%)는 비슷한 수준임.

<표 3-27> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 aT 농산물유통정보(KAMIS) 인지 여부

(단위: 개, %)

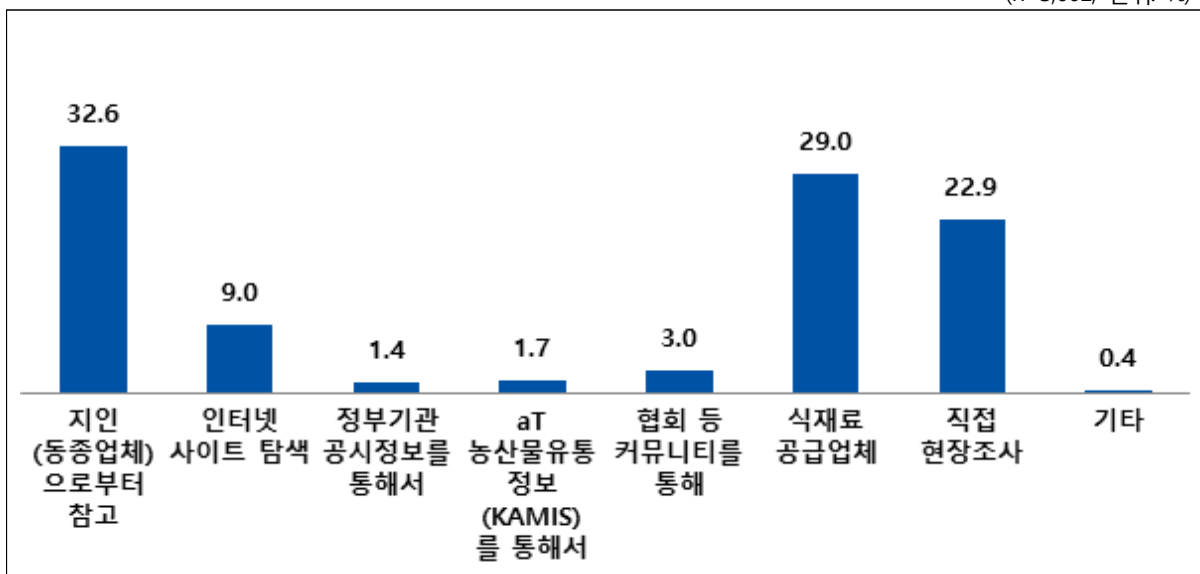
		사례수	예	아니오		
전체		3,002	24.7	75.3		
업종	일반 음식점	소계	1,260	26.5	73.5	
		한식	846	26.0	74.0	
		중식	125	25.1	74.9	
		일식	101	38.9	61.1	
		서양식	107	30.3	69.7	
		기타 외국식	81	32.6	67.4	
	일반 음식점 외	소계	1,742	22.6	77.4	
		기관 구내식당업	105	31.4	68.6	
		출장·이동음식점업	101	32.9	67.1	
		기타 음식점 업	제과점	118	24.7	75.3
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	20.6	79.4
			치킨전문점	153	21.8	78.2
			분식 및 김밥전문점업	174	21.9	78.1
		그외 기타음식점업	110	24.6	75.4	
주점업	549	19.8	80.2			
비알콜 음료점업	299	26.4	73.6			
형태	프랜차이즈	759	29.0	71.0		
	비프랜차이즈	2,243	23.6	76.4		
지역	서울권	700	30.8	69.2		
	수도권	745	19.3	80.7		
	충청권	257	15.3	84.7		
	호남권	386	26.3	73.7		
	경남권	575	26.6	73.4		
	경북권	339	24.9	75.1		
매출액	5천만 원 미만	168	8.8	91.2		
	5천만 원~1억 원 미만	585	21.3	78.7		
	1억 원~5억 원 미만	1,959	26.9	73.1		
	5억 원 이상	290	40.6	59.4		
한식 세분류	한식 일반	356	26.9	73.1		
	한식 면류	118	26.9	73.1		
	한식 육류	228	22.6	77.4		
	한식 해산물류	144	26.9	73.1		

10) 식재료 가격 정보 획득 경로

- 식재료 가격 정보를 획득하는 방법은 중복응답 기준으로 '지인(동종업체)으로부터 참고(32.6%)', '식재료 공급업체를 통해서(29.0%)', '직접 현장조사(22.9%)', '인터넷 사이트 탐색(9.0%)' 등의 순서로 나타남.
- 업종별로 일반음식점에서 식재료 가격 정보를 획득하는 방법으로 '식재료 공급업체를 통해서', '인터넷 사이트 탐색'으로 일식(39.5%, 11.4%)이, '지인(동종업체)으로부터 참고'와 '직접 현장조사'는 한식(35.2%, 25.5%)이 상대적으로 높은 비중을 차지함.
- 일반음식점 외 업종별로 '식재료 공급업체를 통해' 가격 정보를 획득하는 비중이 상대적으로 높은 업종은 치킨전문점(37.4%)이며, '지인(동종업체)으로부터 참고'는 주점업(35.8%), '직접 현장조사'는 분식 및 김밥전문점업(26.9%), '인터넷 사이트 탐색'은 비알콜 음료점업(25.2%) 비중이 다른 업종에 비해 상대적으로 높음.
- 프랜차이즈 업체는 '인터넷 사이트 검색(14.6%)'으로 식재료 가격 정보를 획득하는 비중이 비프랜차이즈(7.6%)보다 높은 반면, 비프랜차이즈 업체는 '식재료 공급업체를 통해(29.0%)', '직접 현장조사(24.5%)'를 통해 가격 정보를 획득하는 비중이 프랜차이즈 업체(28.9%, 16.8%)보다 상대적으로 높음.
- 지역별로 '식재료 공급업체'를 통한 가격 정보수집 비중이 높은 지역은 경남권(39.3%), '지인(동종업체)으로부터 참고'하여 가격 정보를 획득하는 비중이 높은 지역은 호남권(59.6%), '인터넷 사이트 탐색'을 통한 가격 정보수집 비중이 높은 지역은 충청권(15.1%)으로 나타남.

<그림 3-75> 식재료 가격 정보 획득 방법 분포

(n=3,001, 단위: %)



○ 매출액 규모별로 5천만 원 미만 업체의 경우 '직접 현장조사(32.9%)'하여 가격 정보를 획득하는 비중이 다른 규모의 업체보다 상대적으로 높으며, 5억 원 이상 업체의 경우 '식재료 공급업체를 통해(35.8%)', '인터넷 사이트 탐색(12.0%)'으로 가격 정보 획득 비중이 상대적으로 높음.

<표 3-28> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 가격정보 획득방법 분포 (중복응답)

(단위: 개, %)

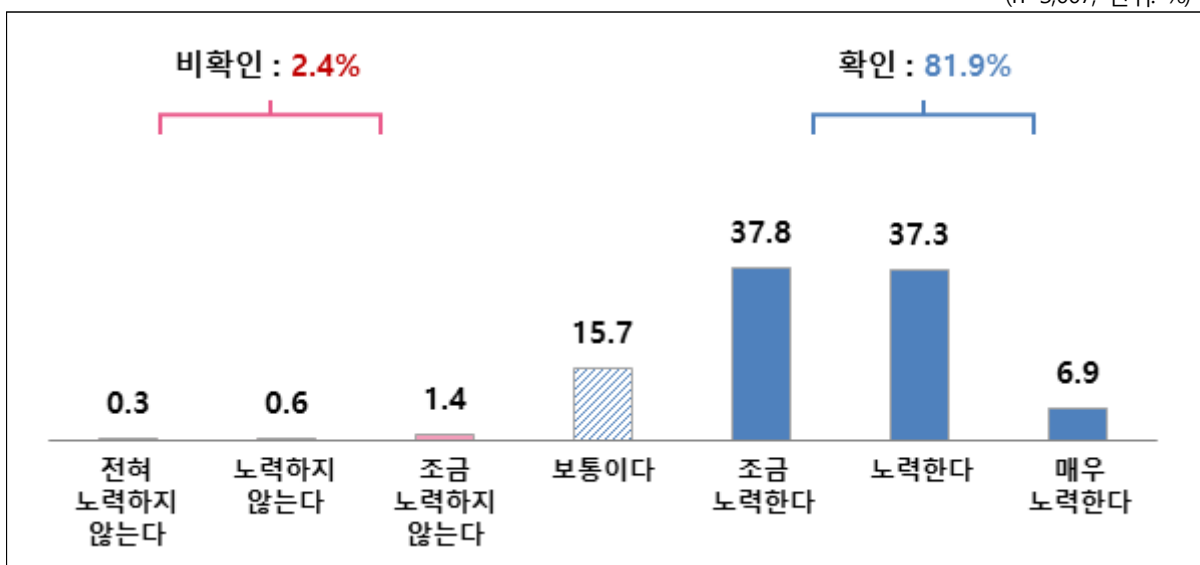
		사례수	지인(동종업체)으로 부터 참고	인터넷 사이트 탐색	정부기관 공시정보를 통해서	aT 농산물유통정보(KAMIS)를 통해서	협회 등 커뮤니티를 통해	식재료 공급업체	직접 현장조사	기타			
전체		3,001	32.6	9.0	1.4	1.7	3.0	29.0	22.9	0.4			
매출액	일반 음식점	소계	1,256	34.0	6.3	1.1	1.8	2.2	29.8	24.7	0.1		
		한식	844	35.2	5.8	1.1	1.4	1.9	29.0	25.5	0.1		
		중식	125	28.3	7.2	1.7	4.2	3.6	34.5	20.5	0.0		
		일식	100	19.5	11.4	0.5	4.1	1.8	39.5	23.2	0.0		
		서양식	107	30.2	11.0	0.8	4.8	3.5	30.6	19.2	0.1		
		기타 외국식	80	31.2	8.8	3.5	4.6	9.1	26.0	16.4	0.3		
	업종	일반 음식점 외	소계	1,745	31.2	11.9	1.7	1.5	3.9	28.1	20.9	0.7	
			기관 구내식당업	105	17.4	9.2	1.1	6.7	8.1	36.7	20.7	0.0	
			기타 음식점	출장·이동음식점업	101	22.4	9.6	0.2	3.8	1.5	36.7	25.7	0.0
				제과점	119	27.4	21.5	0.8	1.5	5.8	23.3	17.3	2.5
				피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	132	26.1	15.3	0.0	2.3	3.5	31.8	18.6	2.4
				치킨전문점	154	31.7	5.9	0.0	1.0	5.9	37.4	16.0	2.1
				분식 및 김밥전문점업	174	28.1	5.9	2.8	1.7	1.1	33.5	26.9	0.0
				그외 기타음식점업	110	28.3	11.6	2.1	1.4	2.9	27.3	26.6	0.0
				주점업	549	35.8	6.9	2.9	1.3	2.4	28.7	21.8	0.1
			비알콜 음료점업	301	30.2	25.2	0.5	0.9	6.2	17.5	18.8	0.8	
			업태	프랜차이즈	758	30.8	14.6	0.5	2.5	4.6	28.9	16.8	1.3
				비프랜차이즈	2,243	33.1	7.6	1.6	1.5	2.6	29.0	24.5	0.2
			지역	서울권	699	32.0	12.4	2.1	2.3	3.1	27.1	20.5	0.5
수도권	742	28.2		10.2	1.2	2.0	2.7	30.1	25.4	0.2			
충청권	257	28.6		15.1	1.4	1.1	4.4	30.7	18.7	0.0			
호남권	388	59.6		6.1	2.5	0.8	2.5	13.8	14.8	0.0			
경남권	576	27.3		5.6	0.7	2.1	3.1	39.3	21.0	0.9			
경북권	339	25.0		6.0	0.3	0.4	2.9	28.9	36.0	0.5			
매출액	5천만 원 미만	169	27.7	5.8	0.1	0.0	2.5	30.4	32.9	0.6			
	5천만 원~1억 원 미만	589	35.6	7.0	2.0	0.9	2.8	25.5	25.9	0.3			
	1억 원~5억 원 미만	1,952	32.4	10.0	1.2	2.0	2.9	29.9	21.2	0.4			
	5억 원 이상	291	24.5	12.0	3.1	4.0	5.9	35.8	13.5	1.1			

11) 가격정보를 얻기 위한 노력

- 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력하는 업체 비중은 81.9%이고, 노력을 기울이지 않는 업체의 비중은 2.4%로 나타남.
 - 식재료 가격 정보를 얻기 위해 '매우 노력한다'는 6.9%, '노력한다'는 37.3%, '조금 노력한다'는 37.8%임.
- 일반음식점 중에서 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력한다(조금 노력한다+노력한다+매우 노력한다)는 비중은 일식(88.4%)과 서양식(87.0%)이 상대적으로 높음. 일반음식점 외 업종의 경우 출장·이동음식점업에서 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력한다는 비중이 91.5%로 다른 업종보다 높게 나타남.
- 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력한다고 응답한 비중은 비프랜차이즈 업체(82.7%)가 프랜차이즈 업체(78.9%)보다 3.8%p 높음.
- 지역별로 호남권(87.1%)과 충청권(85.3%)에서 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력하는 비중이 상대적으로 높은 반면, 경남권(73.4%)과 경북권(77.4%)에서는 비교적 낮게 나타남.
- 매출액 규모별로 5억 원 이상 업체에서 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력하는 비중(84.3%)이 다른 규모의 업체보다 상대적으로 높은 반면, 5천만 원 미만 업체에서는 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력하는 비중(72.5%)이 상대적으로 낮은 수준임.
- 한식 세분류별로 한식 육류 업종(86.1%)과 한식 면류 업종(83.3%)에서 식재료 가격 정보를 얻기 위해 노력하는 비중이 다른 한식 업종보다 상대적으로 높게 나타남.

<그림 3-76> 가격정보를 얻기 위한 노력

(n=3,007, 단위: %)



<표 3-29> 업종/지역/매출액/한식 세분류별 식재료 가격정보 획득 노력

(단위: 개, %)

		사례수	전혀 노력하지 않는다	노력하지 않는다	조금 노력하지 않는다	보통이다	조금 노력한다	노력한다	매우 노력한다		
전체		3,007	0.3	0.6	1.4	15.7	37.8	37.3	6.9		
업종	일반 음식점	소계	1,261	0.1	0.4	1.6	14.9	36.0	39.3	7.7	
		한식	847	0.1	0.4	1.8	14.4	36.1	39.8	7.4	
		중식	125	0.3	0.0	0.0	25.5	32.9	32.4	8.9	
		일식	101	0.0	0.0	0.0	11.7	40.5	37.8	10.1	
		서양식	107	1.0	1.2	0.0	10.7	35.6	40.6	10.8	
		기타 외국식	81	0.0	0.0	4.4	11.4	38.4	39.8	6.0	
	일반 외식점	소계	1,746	0.5	0.8	1.2	16.7	39.7	35.1	6.0	
		기관 구내식당업	105	0.0	0.9	1.4	10.5	29.3	46.4	11.5	
		출장·이동음식점업	101	0.0	0.0	0.6	7.9	21.8	59.8	9.9	
		기타 음식점업	제과점	119	0.0	1.9	2.9	18.0	36.1	36.3	4.8
			피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업	133	0.0	0.0	2.6	16.9	40.2	36.6	3.6
			치킨전문점	154	1.9	2.0	1.3	24.1	31.5	32.1	7.0
			분식 및 김밥전문점업	174	0.0	1.4	0.6	9.8	33.7	47.5	6.9
			그외 기타음식점업	110	0.0	0.0	0.0	18.2	37.6	35.3	8.9
		주점업	550	0.9	0.5	1.3	14.8	43.7	34.0	4.8	
		비알콜 음료점업	300	0.0	0.5	0.8	20.1	43.4	28.7	6.5	
		프랜차이즈	프랜차이즈	763	0.5	1.2	1.2	18.1	36.2	35.3	7.4
			비프랜차이즈	2,244	0.3	0.4	1.5	15.1	38.2	37.8	6.7
		지역	서울권	700	0.0	0.2	0.8	14.4	46.4	33.9	4.2
수도권	746		1.0	0.7	0.2	13.9	31.8	43.8	8.6		
충청권	258		0.0	1.3	3.0	10.4	41.7	38.6	5.0		
호남권	388		0.0	0.0	0.3	12.6	50.3	31.5	5.3		
경남권	575		0.4	1.2	3.9	21.1	25.7	41.1	6.6		
경북권	340		0.1	0.5	1.5	20.5	34.4	31.1	11.9		
매출액	5천만 원 미만	169	0.2	2.0	4.6	20.6	38.4	20.6	13.5		
	5천만 원~1억 원 미만	587	0.0	0.3	1.4	16.4	40.4	35.0	6.5		
	1억 원~5억 원 미만	1,959	0.5	0.5	1.1	15.0	37.0	39.7	6.2		
	5억 원 이상	292	0.0	1.1	1.2	13.4	31.6	42.9	9.8		
한식 세분류	한식 일반	357	0.2	0.3	2.1	14.7	37.3	38.7	6.6		
	한식 면류	118	0.0	0.0	1.2	15.6	34.4	43.4	5.5		
	한식 육류	228	0.0	0.7	1.2	12.1	33.8	43.2	9.1		
	한식 해산물류	144	0.0	0.6	1.5	16.2	34.5	36.8	10.3		

<표 3-30> 식재료 취급 품목 가이드

대분류	세분류	품목	원물	전처리	가공
1. 육류 및 축산물	육류	쇠고기	쇠고기 원물	절단된 쇠고기	삶은 쇠고기, 소금에 절인 쇠고기, 양념에 절인 쇠고기 등
		돼지고기	돼지고기 원물	절단된 돼지고기	삶은 돼지고기, 소금에 절인 돼지고기, 양념에 절인 돼지고기 등
		닭고기	닭고기 원물, 삶은 닭고기	절단된 닭고기	소금에 절인 닭고기, 양념에 절인 닭고기 등
	축산물	달걀	날계란	액란	삶은계란, 훈제란 등
2. 곡류/곡류가공품	곡류	쌀	흰쌀, 적미, 흑미, 현미, 찰쌀 등		찐쌀, 쌀가루 등 (완성된 밥 제외)
	곡류가공품	밀가루		밀가루	
3. 수산물류	수산물류	오징어	오징어 원물	손질된 오징어(내장제거)	삶은 오징어, 오징어 분말, 소금에 절인 오징어, 양념된 오징어 (마른 오징어, 오징어 젓갈 등 제외)
		멸치	멸치 원물		말린 멸치, 소금에 절인 멸치 (멸치젓갈, 멸치액젓은 제외)
4. 채소류	조미채소류	마늘	마늘 원물(흑마늘 포함)	깐 마늘	건조마늘, 마늘분말, 마늘즙 등 (마늘장아찌, 락교, 마늘조림 제외)
		양파	양파 원물	깐 양파	건조양파, 절단된 양파, 양파분말, 양파즙 등 (양파튀김, 양파장아찌 제외)
		파(대파)	파 원물	깐 파	건조파, 절단된 파, 파분말 등 (대파장아찌 제외)
		고추	고추 원물(파리고추, 오이고추 포함)	절단된 고추 등	건고추 (고춧가루의 경우 아래 가공식품류에 응답) (고추장아찌, 고추무침 제외)
	근채류	무	무 원물(총각무, 열무, 알타리 등 제외)	절단된 무	절인 무, 무말랭이 등 (단무지, 치킨무 제외)
		배추	배추 원물 (김장용 배추만 포함)	절단된 배추	절임배추, 말린배추 등
	서류	당근	당근 원물, 당근즙 등	깐 당근	건조당근, 절단된 당근, 당근분말 (당근조림 제외)
감자		감자 원물,	깐 감자, 절단된 감자	건조감자, 감자분말, 감자전분 등 (감자튀김 제외)	
5. 과일류	과일류	사과	사과 원물	깐 사과	말린사과, 절단된 사과, 사과분말, 사과즙 등 (사과청, 사과식초 제외)
		배	배 원물	깐 배, 절단된 배	말린배, 배즙 등(배청 제외)
6. 장류 및 가공식품류	장류 ※ 제조원 기준	고추장		고추장	
		된장		된장	
		간장		간장	
	가공식품류	김치	김치 (배추김치, 무김치, 깍두기, 열무김치, 동치미, 파김치, 양파김치, 백김치 등 포함)		
	고춧가루		고춧가루		

※ (배추 1포기)=3.3kg / (무 1개)=1.3kg / (사과 1개)=325g / (배 1개)=650g 기준