

# 최근의 외식업 주요 동향 및 특징

박성진 | 전무경

○ 한국농촌경제연구원은 「식품산업진흥법」에 의거, 2016년부터 ‘식품산업 정보분석 전문기관’으로 선정되어 식품외식산업 정보를 수집·가공·심층 분석한 후 그 결과를 정보 수요자에게 제공하고 있음. 이의 일환으로 2018년 2월부터 식품산업 동향 및 정보 분석 결과를 매월 이메일을 통해 ‘식품외식정보 웹진’으로 배포하고 있음.

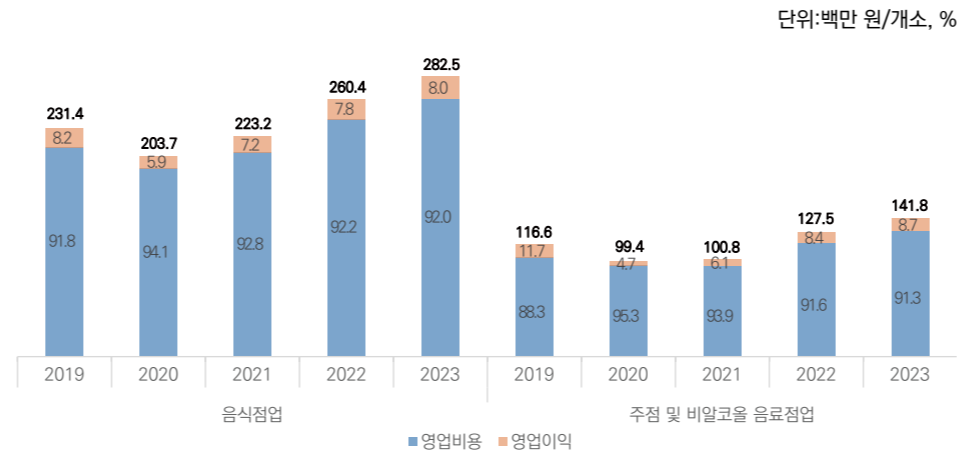
○ 이번 식품외식정보 웹진 9호에서는 통계청의 「서비스업조사», 「서비스업동향조사», 「온라인쇼핑동향조사», 농림축산식품부의 「외식업체 경영실태조사», 고용노동부의 「사업체노동력조사」 등의 발표 데이터를 기반으로 최근의 외식업 주요 동향과 특징을 분석하여 제시함.

○ 외식산업은 2023년까지 대면활동 증가에 따른 외식 수요 확대로 성장세를 보였으나, 2024년 이후 실질 매출액이 약간 감소하고 있음. 코로나19 이후 2022년과 2023년에는 외식업체의 실질 매출액이 증가하고, 생산지수도 소폭 상승하는 등 외식 시장이 회복세를 보였으나, 최근 식재료비·인건비·수수료 상승과 고물가·고금리에 따른 소비심리 경직 등이 외식업 성장 제약 요인으로 작용하고 있음. 2024년 음식점 및 주점업 종사자 수는 전년 대비 소폭 감소하였으며, 음식서비스 온라인 거래액은 지속적으로 증가 추세를 보임.

## 2023년 외식업 업체당 매출액, 영업이익의 지속적인 증가세

- 음식점업 및 주점업(비알코올 음료점업 포함)의 매출액은 2019년 144.4조 원에서 2020년 코로나19의 영향으로 139.9조 원으로 감소하였으나, 2021년 150.8조 원으로 증가한 이후 지속적인 증가 추세를 보이고 있으며, 2023년에는 191.7조 원으로 전년 대비 8.3% 증가함.
  - 음식점업은 음식점 및 주점업의 매출액 추이와 유사한 경향을 보이면서 2019년 120.1조 원에서 2020년 117.1조 원으로 감소하였다가 2021년 127.8조 원으로 증가한 이후 꾸준히 증가하는 모습을 보이면서 2023년에는 159.0조 원까지 증가
  - 주점업 및 비알코올 음료점업 매출액은 2019년 24.3조 원에서 2020년 전년 대비 6.3% 감소하였으나, 2021년 23.0조 원으로 증가한 이후 지속적으로 증가하는 추세를 나타내며 2023년에는 32.7조 원으로 전년 대비 13.6% 증가
- 음식점업의 업체당 매출액과 영업이익은 2019년 대비 2020년에 코로나19로 인해 감소하였으나, 2021년 증가세로 전환된 이후 꾸준히 증가하는 추세임. 2023년 매출액과 영업이익은 각각 2억 8,250만 원과 2,260만 원으로 전년 대비 8.5%와 10.6% 증가함.

음식점업 및 주점업의 업체당 매출액과 영업비용 및 영업이익 비중



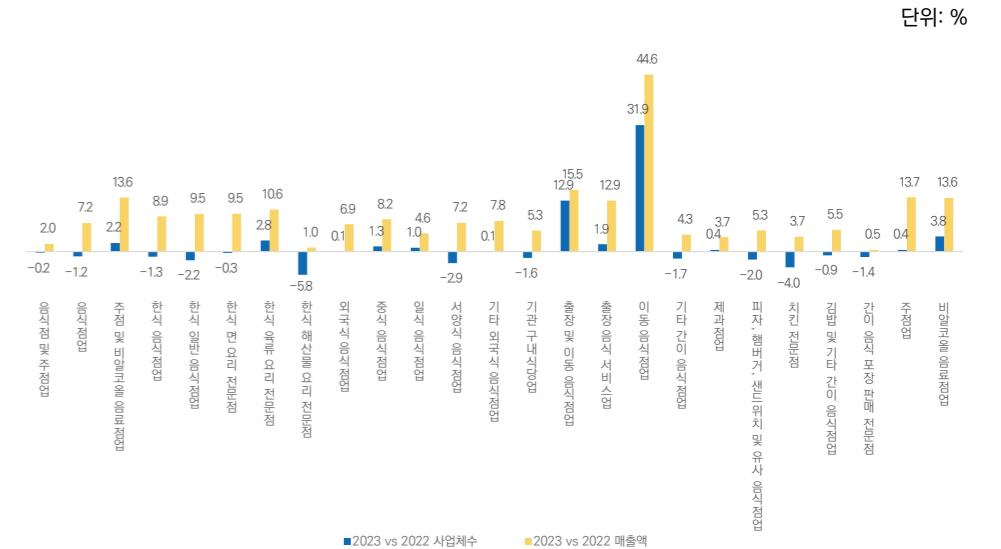
주: 영업비용=인건비+임차료+기타경비임.

자료: 통계청, 「2020년 경제총조사」, 2022년: 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도; 한국은행, 「생산자물가조사」, 각 연도.

- 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 매출액과 영업이익 또한 2021년 이후 증가하고 있음. 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 2023년 매출액은 1억 4,180만 원, 영업이익은 1,240만 원으로 2022년 대비 각각 11.2%, 15.3% 증가함.
  - 세부 업종별로 살펴보면, 주점업의 2023년 매출액(1억 2,380만 원)과 영업이익(1,300만 원)은 2022년 대비 각각 13.2%, 21.1% 증가하였고, 비알코올 음료점업은 2021년부터 업체당 매출액과 영업이익이 지속적으로 증가하여 2023년에는 매출액 1억 5,760만 원, 영업이익 1,180만 원으로 전년 대비 각각 9.4%, 10.2% 증가

- 2023년 음식점 및 주점업의 업체 수는 전년 대비 0.2% 감소한 반면, 매출액 규모는 2.0% 증가한 것으로 나타났으나, 업종별로는 다소 차이가 있음.
- 음식점업의 경우 한식 음식점업, 기관 구내식당업, 기타 간이음식점업 사업체 수가 전년 대비 1.3~1.7% 감소하였지만, 매출액은 4.3%~8.9% 증가함.
  - 전체 음식점업 수의 57.8%가량을 차지하는 한식 음식점의 경우, 육류 요리 전문점(2.8%)을 제외한 세부 모든 업종에서 전년 대비 사업체 수는 0.3%~5.8% 감소하였으나, 매출액은 1.0%~10.6% 증가
  - 기관 구내식당업도 사업체 수는 전년 대비 1.6% 줄었으나, 매출액은 5.3% 증가
  - 기타 간이음식점업의 경우 제과점(0.4%)을 제외한 세부 모든 업종에서 사업체 수는 0.9~4.0% 내외로 감소하였으나, 매출액은 0.5~5.5% 증가
- 외국식 음식점업과 출장 및 이동 음식점업은 사업체 수와 매출액 모두 증가한 것으로 나타남.
  - 중식, 일식, 기타 외국식 음식점업 사업체 수와 매출액은 각각 0.1~1.3% 4.6~8.2% 증가하였으나, 서양식 음식점업은 사업체 수가 2.9% 감소, 매출액은 7.2% 증가
- 출장 및 이동 음식점업은 사업체 수(12.9%)와 매출액(15.5%) 모두 증가한 것으로 나타났고, 외국식 음식점업은 서양식 음식점을 제외한 모든 업종에서 사업체 수(0.1%~1.3%)와 매출액(4.6%~8.2%)이 증가한 것으로 나타났고, 서양식 음식점업은 사업체 수는 2.9% 감소하였지만, 매출액은 7.2% 증가함.
- 주점업과 비알코올 음료점업은 사업체 수와 매출액 모두 증가함. 주점업은 전년 대비 사업 수는 0.4%, 매출액은 13.7% 증가하였고, 비알코올 음료점업 사업체 수는 3.8%, 매출액은 13.6% 증가한 것으로 나타남.

음식점 및 주점업의 2022년 대비 2023년 업종별 사업체 수 및 매출액 변화

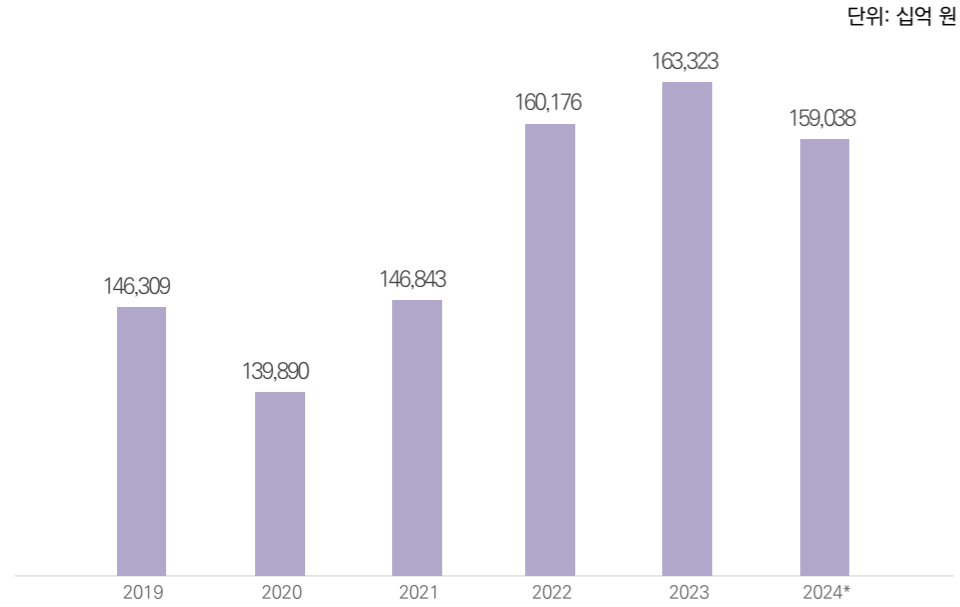


자료: 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도.

## 2024년 외식업체 실질 총매출액은 전년보다 감소한 것으로 추정

- 전체 음식점 및 주점업의 실질 총매출액은 2020년 코로나19 영향으로 전년 대비 감소한 이후 2021년부터 증가세로 전환되어 2023년 163.3조 원으로 증가하였으나, 2024년에는 전년 대비 1.4% 감소한 161.1조 원 규모로 추정됨.

### 음식점 및 주점업의 실질 총매출액 변화



주 1) 2020년~2023년 매출액은 경제총조사와 서비스업조사의 매출액에 음식점 및 주점업 생산자물가지수(2020=100)를 적용하여 계산한 실질 매출액임.

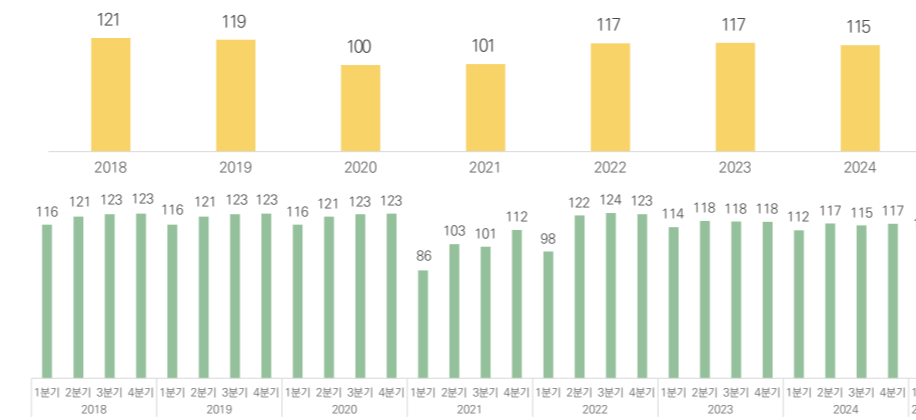
2) \*는 2023년 매출액에 "숙박 및 음식점업 실질 GDP"를 적용하여 추정한 수치임.

자료: 통계청, 「2020년 경제총조사」, 2023년: 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도; 한국은행, 「생산자물가지수」, 각 연도; 한국은행, 「국민계정」, 각 연도.

## 상승하던 외식업체 생산지수, 2023년 2분기 이후 정체, 2025년 1분기 감소

- 음식점 및 주점업의 생산지수(2020=100)는 2019년 119에서 2020~2021년에는 100~101까지 하락하였다가 2022년과 2023년에는 117로 상승하였으나, 2024년에는 115로 소폭 하락함.
- 분기별로 살펴보면, 음식점 및 주점업 생산지수는 2021년 2분기에 103으로 코로나19의 영향을 일부 벗어난 이후, 2022년 4분기까지 등락을 반복하며 상승세를 보였으나 2023년 2분기부터 정체되는 경향을 보이다가 2025년 1분기에는 감소한 것으로 나타남.

### 음식점 및 주점업의 연도별·분기별 생산지수 추이

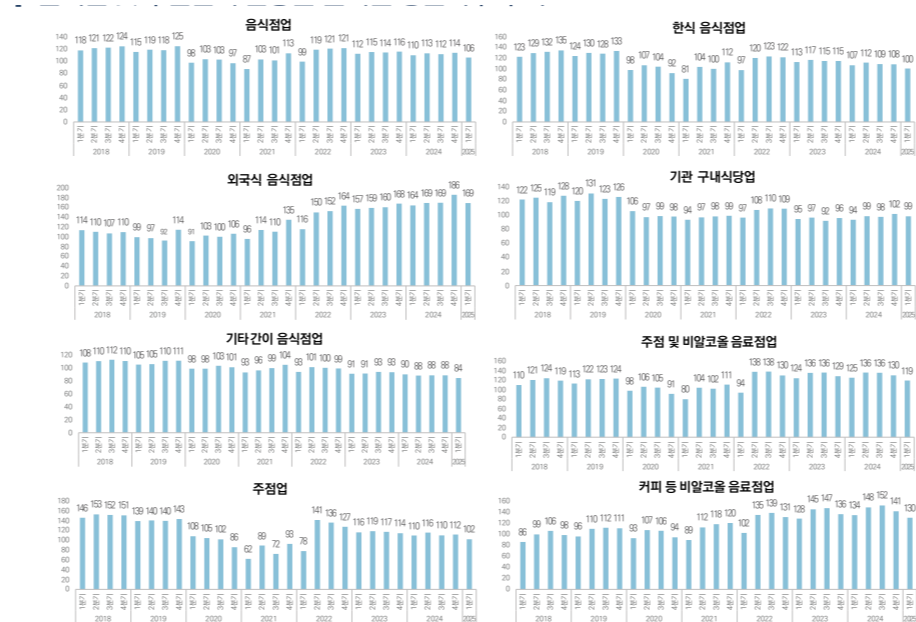


주: 불변지수 값을 사용함(2020=100).

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

- 주요 업종별로 살펴보면, 외국식 음식점업의 생산지수는 상승세가 지속되고 있고, 2024년 4분기에 가장 높았던 것으로 나타남. 그러나 한식 음식점업, 기관 구내식당, 기타 간이음식점의 생산지수는 등락을 반복하면서 점차 감소하는 추세를 보이고 있음.
- 주점 및 비알코올 음료점업의 생산지수는 2022년 2분기와 3분기에 138을 기록한 이후 다소의 등락은 있으나 비슷한 수준을 유지하고 있음.
  - 커피 등 비알코올 음료점업의 생산지수는 점차 증가하는 상승세를 보이고 있으며, 2024년 3분기에는 152로 가장 높음. 주점업은 2022년 2분기 141을 기록한 이후 점차 감소하는 추세를 보이고 있음.

### 음식점 및 주점업의 업종별·분기별 생산지수 추이



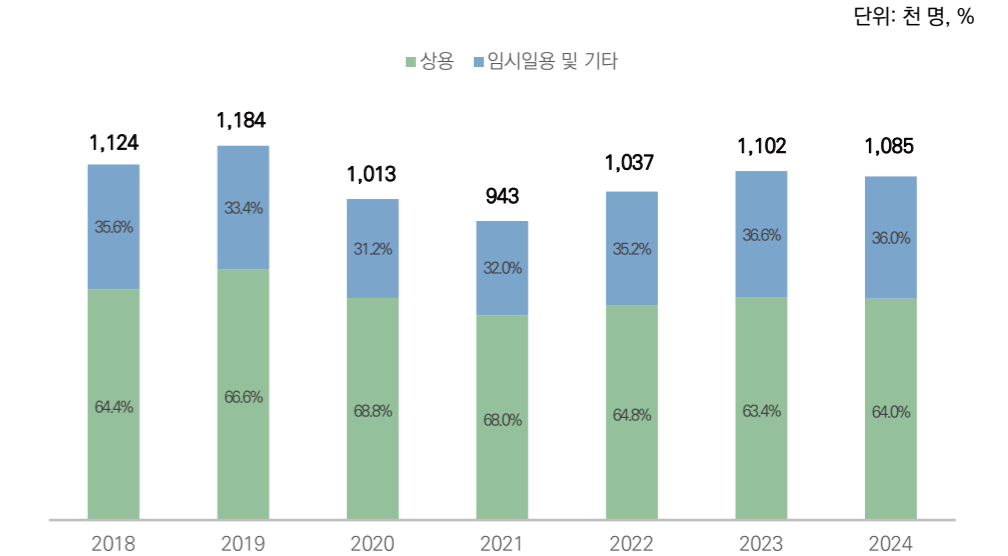
주: 불변지수 값을 사용함(2020=100).

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

## 2024년 음식점 및 주점업 종사자 수 소폭 감소하여 감소세로 전환

- 음식점 및 주점업 종사자 수는 2021년 94만 명 이후 점차 증가세를 보였으나, 2024년 108만 명으로 2023년 110만 명 대비 1.6% 감소함.
  - 음식점 및 주점업에서 2020년부터 2023년까지 상용근로자의 비중은 감소하고, 임시 및 일용직 근로자는 증가하는 경향을 보였으나, 2024년에는 상용 근로자 비중이 증가하고 임시 및 일용직 근로자는 감소

### 음식점 및 주점업의 종사자 수 및 종사상 지위별 비중 변화



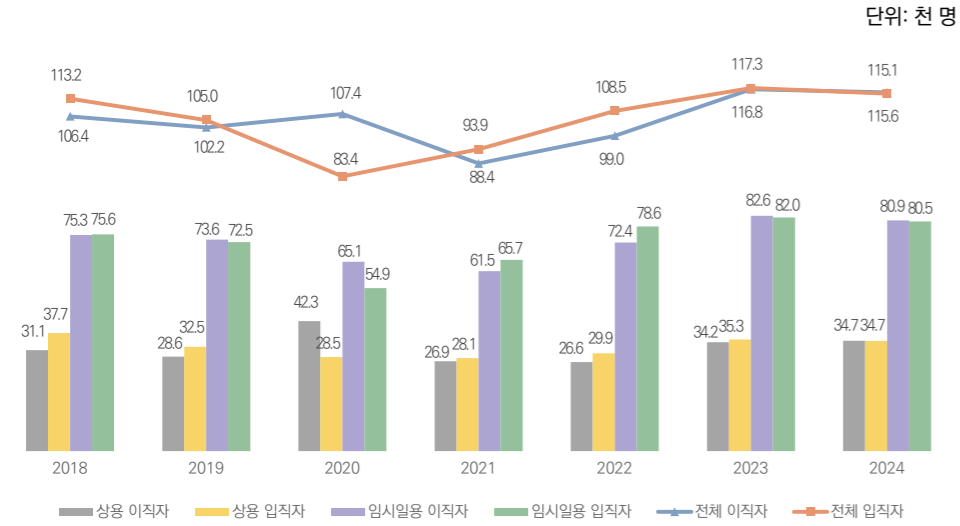
주 1) 1인 이상 사업체 종사자(상용+임시 및 일용+기타) 포함.

2) 자영업자, 무급가족종사자 제외.

자료: 고용노동부, 「사업체노동력조사」, 각 연도.

- 코로나19 영향에서 벗어나기 시작한 2021년부터 음식점 및 주점업의 입직자 수가 이직자 수를 추월하기 시작하였고, 이러한 추세는 2023년까지 지속되었으나, 2024년에는 이직자가 입직자보다 소폭 증가한 것으로 나타남.
  - 2024년 입직자 수는 11만 5,144명, 이직자 수는 11만 5,604명
- 2023년에는 상용근로자의 경우 이직자보다는 입직자가 더 많았고 임시 및 일용직은 입직자보다 이직자 수가 더 많았으나, 2024년에는 상용근로자와 임시 및 일용직 모두 입직자보다는 이직자가 더 많았고, 임시 및 일용직 근로자에서 이직자가 더 많았음.
  - 2024년 상용근로자에 비해 임시 및 일용직 근로자 이직자가 더 많은 특징

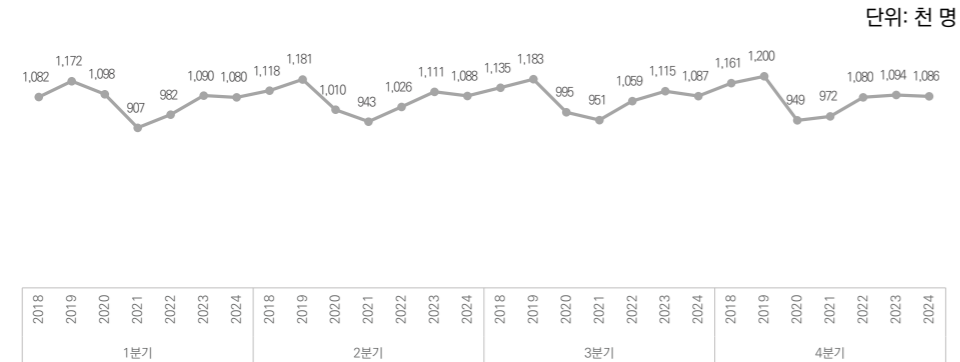
### 음식점 및 주점업의 이직자·입직자 수 추이



자료: 고용노동부, 「사업체노동력조사」, 각 연도.

- 음식점 및 주점업의 종사자 수는 2021년 1분기 기준 91만 명으로 가장 낮게 나타난 이후 2023년 3분기 112만 명까지 증가하였으나 2024년 경기침체에 따른 외식업 생산지수 둔화, 식재료 및 인건비 등 전반적인 물가 상승 등으로 소폭 감소하여 2024년 4분기까지 108만~109만 명 수준을 유지하고 있음.

### 음식점 및 주점업의 분기별 종사자 수 추이



주 1) 1인 이상 사업체 종사자(상용+임시 및 일용+기타) 포함.

2) 자영업자, 무급가족종사자 제외.

자료: 고용노동부, 「사업체노동력조사」, 각 분기.

## 외식업 종사자 급여액의 지속적인 상승, 외식업체 영업시간 소폭 증가

- 음식점업 종사자의 업체당 연간 평균 급여는 3천 7백만 원으로, 2021년 3천만 원, 2022년 3천 3백만 원보다 증가하는 추세이며, 주점 및 비알코올 음료점업도 마찬가지로 2021년 1천 4백만 원에서 2023년 1천 8백만 원으로 증가함.

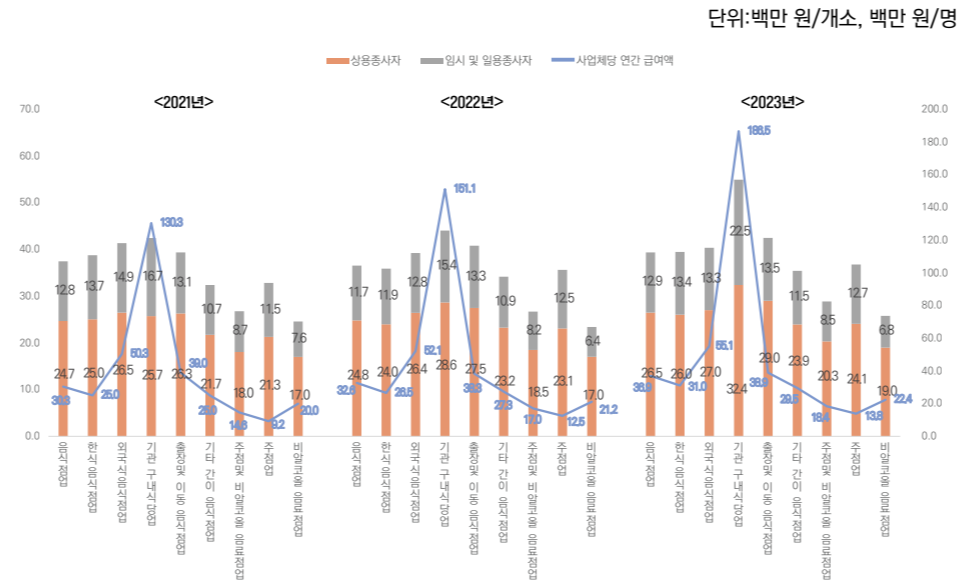
음식점업 종사자의 업체당 연간 평균 급여액은 업종에 따라 기관 구내식당업 1억 8,700만 원, 외국식 음식점업 5천 5백만 원, 출장 및 이동 음식점업 3천 9백만 원, 주점업 1천 4백만 원 등으로 큰 편차

- 음식점업 상용종사자와 임시 및 일용근로자의 연간 평균 급여액은 각각 2천 7백만 원, 1천 3백만 원으로 전년 대비 각각 6.7%, 9.8% 상승하였음. 전반적으로 상용종사자보다 임시 및 일용근로자의 평균 급여액의 증가 정도가 더 높았으나, 상용종사자와 임시 및 일용근로자의 급여액 격차는 소폭 증가한 것으로 분석됨.

업종별로 살펴보면, 상용종사자와 임시 및 일용근로자의 연간 급여액이 가장 높은 업종은 기관 구내식당업, 가장 낮은 업종은 기타 간이음식점업

- 주점 및 비알코올 음료점업 또한 업체당 연간 평균 급여액이 증가하였고, 상용종사자와 임시 및 일용근로자의 급여액 모두 증가한 것으로 나타남. 다만 임시 및 일용근로자보다 상용종사자의 급여액 증가 폭이 큰 것으로 나타나, 상용종사자와 임시 및 일용근로자의 급여액 차이는 증가하였음.

### 음식점 및 주점업의 업종별·종사자별 연간 급여액 현황

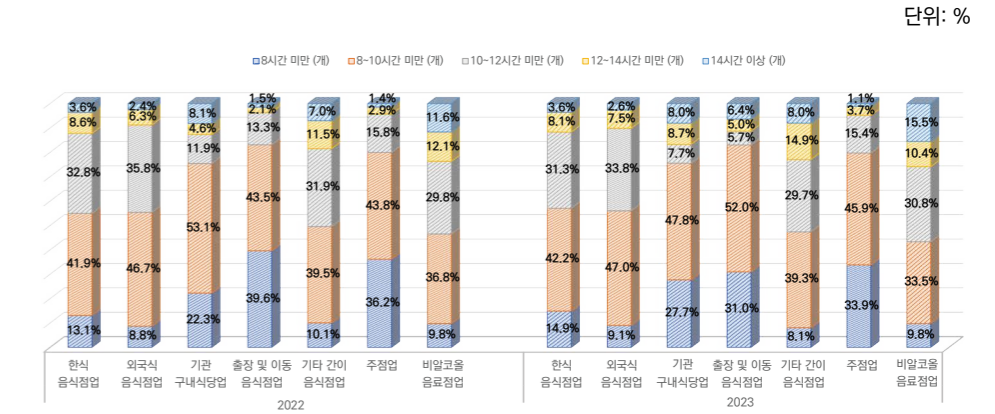


자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023.

- 음식점 및 주점업의 대다수(56~81%) 업체가 일 평균 8~12시간 미만 영업하고 있는 것으로 나타났으나, 한식 음식점업을 제외한 모든 업종에서 전년 대비 12시간 미만 영업하는 업체의 비중은 감소하고 12시간 이상 영업하는 업체의 비중은 증가한 것으로 나타나 영업시간이 전년 대비 증가한 것으로 분석됨.

한식 음식점업은 10시간 미만 영업하는 업체의 비중이 전년 대비 증가하였고, 외국식 음식점업과 기관 구내식당업은 8시간 미만 영업하는 업체의 비중과 12~14시간 미만 영업하는 업체의 비중이 증가하였으며, 출장 및 이동식 음식점업과 기타 간이음식점업은 8시간 미만 업체의 비중은 감소하고 12시간 이상 업체의 비중은 증가

### 음식점 및 주점업의 일 평균 영업시간별 업체 분포(2022년 기준)



자료: 통계청, 2023년 「서비스업조사」.

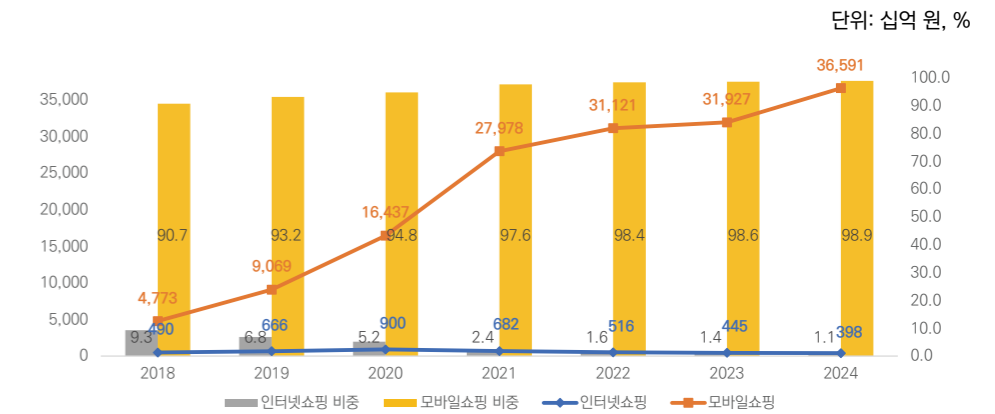
## 전체 온라인서비스 거래액은 증가, 온라인 거래 업체 비중은 감소

- 음식 서비스 온라인 거래액(모바일쇼핑+인터넷쇼핑)은 2018년 5.3조 원에서 2019년 9.7조 원으로 증가하였으며, 이후 코로나19로 인해 비대면 거래가 증가하면서 2022년 31.1조 원 규모까지 확대되었음. 2023년 거래액은 32.4조 원으로 전년 대비 2.3% 증가에 그쳤으나, 2024년에는 37.0조 원으로 전년 대비 14.3% 증가하는 등 음식 서비스 온라인 거래액은 꾸준히 증가하는 추세임,

모바일 음식 서비스 거래액은 2018년부터 2021년까지 급격하게 증가하였고, 이후 2023년까지 둔화하는 모습을 보였으나, 2024년에는 36.6조 원으로 전년 대비 14.6% 증가하였으며, 전체 온라인 거래액에서 차지하는 비중은 98.9% 수준까지 증가

인터넷 음식 서비스 거래액은 2018년부터 2020년까지 증가하였으나, 이후 2024년까지 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있으며, 온라인 음식 서비스 거래액에서 차지하는 비중은 2018년 이후 지속적으로 감소하여 2024년 현재 1.1% 수준

### 2018~2022년 음식 서비스 온라인 비중 및 거래액 추이



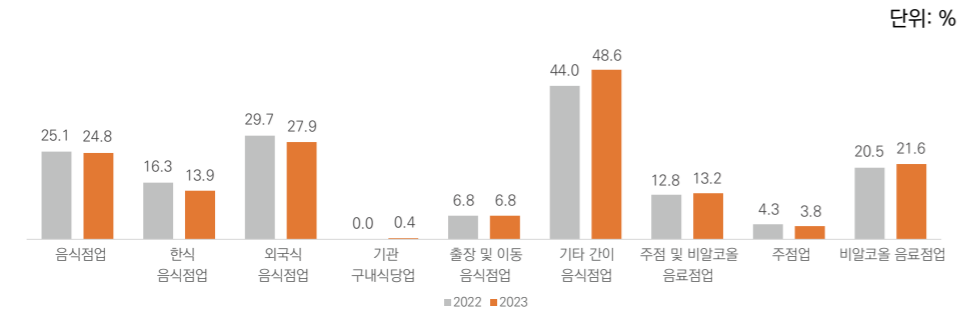
주: 음식서비스는 온라인 주문 후 조리되어 배달되는 음식(피자, 차킨 등 배달서비스)를 말함.

자료: 통계청, 「온라인쇼핑동향조사」, 각 연도.

- 음식점업의 2023년 온라인 거래는 전년 대비 0.3%p 감소하였으나, 업종별로 차이가 있음. 음식점업 중 온라인 거래를 하는 업체 비중이 가장 높은 업종은 기타 간이음식점업으로 48.6%인 것으로 나타남.

- 한식 음식점과 외국식 음식점의 2023년 온라인 거래 비중은 전년 대비 소폭 감소하였으나, 기타 간이음식점업은 전년 대비 증가
- 주점 및 비알코올 음료점업의 경우 비알코올 음료점업의 온라인 거래 비중이 전년 대비 1.1%p 증가하였고, 2023년 기준 약 22%의 업체가 온라인 거래

### 음식점 및 주점업의 업종별 온라인 거래 비중



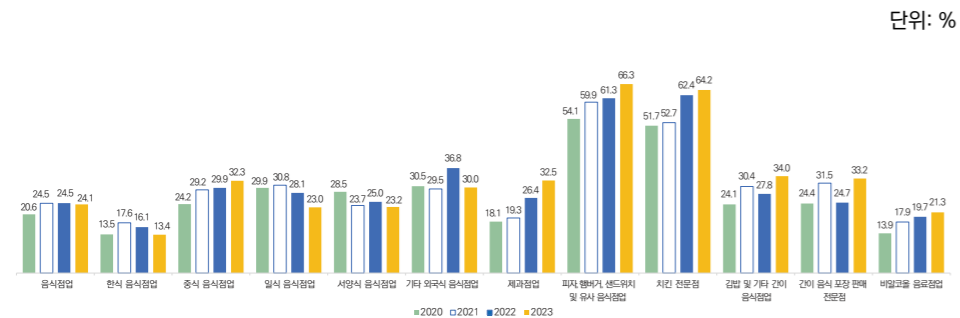
자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023.

- 2023년 기준 음식점 및 주점업의 디지털플랫폼 활용 비중은 전년 대비 0.2%p 감소한 20.9%로 전산업의 디지털플랫폼 활용 비중과 동일한 것으로 확인됨. 음식점업의 디지털플랫폼 활용 비중은 전년 대비 0.4%p 감소한 24.1% 수준이나, 비알코올 음료점업은 1.6%p 증가한 21.3% 수준으로 매년 꾸준히 증가하는 추세임.

- 음식점업 중 대부분 업종에서 디지털플랫폼 활용 비중이 전년 대비 2.5~8.4%p 증가하여 30.0~66.3%로 매우 높았으나, 일식 음식점업(23.0%)과 서양식 음식점업(23.2%)은 전년 대비 각각 4.9%p, 1.8%p 감소하여 평균 이하로 나타남.

- 음식점업 중 디지털플랫폼 활용 비중이 가장 낮은 업종은 한식 음식점업(13.4%)이었으며, 디지털플랫폼 활용 비중이 높은 업종은 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업(66.3%)과 치킨 전문점(64.2%)
- 2022년과 비교하여 디지털플랫폼 도입이 가장 많이 증가한 업종은 간이 음식 포장 판매 전문점으로 2022년 24.7%에서 2023년 33.2%로 8.4%p 증가

### 음식점 및 주점업의 업종별 디지털플랫폼 거래 비중

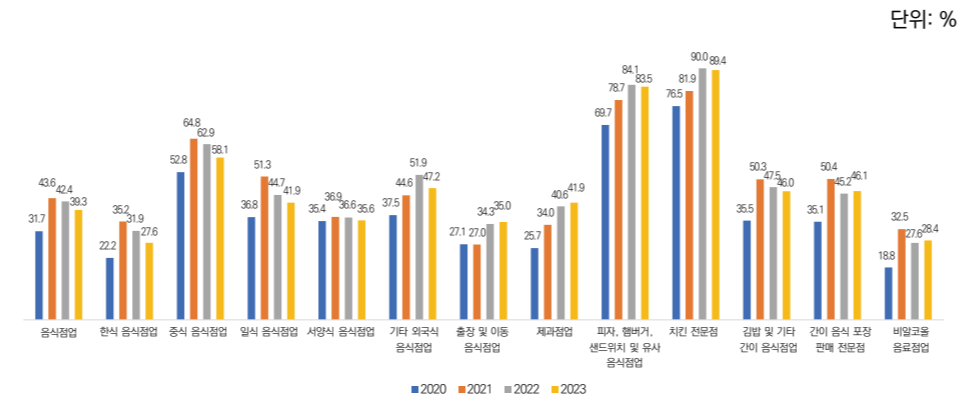


자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023.

- 배달서비스를 제공하는 음식점업 비중은 2020년 31.7%에서 코로나19로 인한 비대면 서비스의 증가로 2021년 43.6%로 급격하게 증가한 이후 점차 감소세를 보이고 있으며, 2023년에는 2021년 대비 4.3%p 감소한 39.3%로 나타남.

- 출장 및 이동 음식점업(0.7%), 간이 음식 포장 판매 전문점(0.9%), 제과점업(1.3%)을 제외한 음식점업 대부분 업종에서 배달서비스 제공 업체 비중이 감소
- 특히, 한식 음식점, 중식 음식점, 기타 외국식 음식점업의 배달서비스 비중이 4.3~4.8% 까지 큰 폭으로 감소

### 음식점 및 주점업의 업종별 배달서비스 제공 비중



자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023.

## 무인 주문·결제기 도입 외식업체 지속적 증가, 업종별로는 상이

- 외식업체 경영실태조사 결과에 따르면, 2020년 이후 코로나19의 영향과 외식업 인력난, 인건비 증가 등의 해결방안으로 무인 주문·결제기(KIOSK)를 도입하는 외식업체 수는 지속적으로 증가하는 추세임. 2020년 전체의 3.1%에 불과하였던 무인결제기 도입 음식점 비중은 2023년 7.8% 수준까지 증가하였고, 2024년에는 전년 대비 65.4% 증가한 12.9%로 나타남.

- 무인 주문·결제기 도입 업체 비중이 전년 대비 감소한 기관 구내식당업, 제과점, 간이 음식 포장 판매전문점을 제외하고 모든 업종에서 도입 비중이 증가

- 특히 기타 외국식 음식점업의 무인 주문·결제기 도입 비중이 전년 대비 급격하게 증가, 음식점업 중 가장 높은 도입 비중 기록

- 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업 27.9%, 김밥 및 기타 간이음식점업 22.7%, 일식 음식점업 18.3%도 비교적 높은 도입 비중

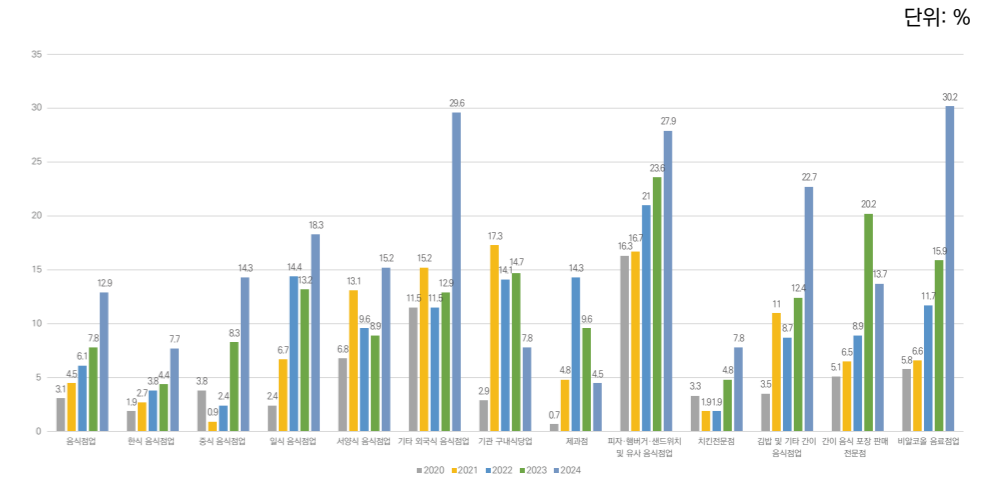
- 업종별로는 일반 음식점(9.4%)보다는 일반 음식점 이외(16.6%)의 무인 주문·결제기 도입 비중이 높은 것으로 나타남. 비알코올 음료점의 무인 주문·결제기 도입 비중이 30.2%로 매우 높기 때문임.

- 외식업체가 사용 중인 무인 주문·결제기 유형은 키오스크가 54.8%로 가장 많고, 고객 휴

대폰 35.6%, 태블릿PC 9.2% 순임. 2023년과 비교하여 키오스크 비중은 감소하였고, 고객 휴대폰과 태블릿PC는 증가

- 일반 음식점은 고객 휴대폰 비중이 45.8%로 가장 높고, 일반 음식점 외 업종은 키오스크가 67.5%로 가장 높은 비중

### 음식점 및 주점업의 무인 주문·결제기 도입 업체 수 비중



자료: 통계청, 「외식업체 경영실태조사」, 각 년도.

## 요약 및 시사점

- 음식점 및 주점업의 2024년 매출액과 생산지수는 전년 대비 소폭 감소한 것으로 추정됨. 코로나19 이후 외식 수요가 지속적으로 확대됨에 따라 2023년까지 꾸준히 증가하였으나 2024년에는 경기 침체 영향과 외식 물가지수의 지속적 상승으로 인하여 음식점 및 주점업 2024년 실질 총매출액은 전년 대비 1.4% 감소한 161.1조 원으로 추정됨.

- 2024년 외국식 음식점업과 비알코올 음료점업 생산지수의 지속적 상승에도 불구하고 한식 음식점을 포함한 거의 모든 음식점에서 전년 동 분기 대비 생산지수가 하락했기 때문

- 2024년 음식점 및 주점업 종사자 수는 전년 대비 1.6% 감소한 108만 명으로 집계되었는데, 이는 경기 침체와 인건비 상승, 무인 주문·결제기 도입 증가 등이 외식업계 종사자 수 감소에 영향을 준 것으로 판단됨.

- 음식점업체 수는 2022년에 이어 2023년에도 감소세를 보이고 있으며, 특히, 전체 음식점업 수의 57.8%를 차지하는 한식 음식점의 감소세가 지속되고 있는 것으로 확인됨.

- 이 외에 서양식 음식점(2.9%), 피자·햄버거·샌드위치 및 유사음식점업(2.0%), 치킨 전문점(4.0%), 간이 음식 포장 판매전문점(1.4%) 등의 업체 수 감소

- 음식점 및 주점업의 2024년 기준 종사자 수는 108만 명으로 전년 대비 소폭 감소하였으며, 상용근로자와 임시 및 일용근로자 수가 모두 감소함.
- 12시간 이상 영업하는 업체의 비중이 증가하여 외식업체의 일 평균 영업시간이 전년 대비 증가함.
- 음식점 및 주점업의 2024년 온라인 거래액은 37.0조 원으로 전년 대비 14.3% 증가함. 인터넷쇼핑 비중은 2018년 9.3%를 기록한 이후 지속적으로 감소하는 추세로 2024년 기준 1.1% 수준까지 하락하였으나, 모바일 음식 서비스는 2018년 이후 지속적으로 증가하여 2024년 기준 98.9%를 점유함.
  - 음식점업의 디지털플랫폼 거래는 한식, 일식, 서양식, 기타 외국식 음식점업에서 거래 비중이 감소, 디지털플랫폼 거래 비중이 높은 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업과 치킨 전문점은 꾸준히 증가
  - 2020년 3.1% 수준에 불과하였던 음식점업의 무인 주문·결제기(KIOSK) 도입은 2023년 7.8%, 2024년 12.9%로 증가, 특히, 중식, 일식, 서양식, 기타 외국식, 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업, 김밥 및 기타 간이음식점업에서 크게 증가
- 2024년에 식재료비·수수료·인건비 상승과 고물가·고금리에 따른 소비심리 경직 등의 영향으로 매출액 및 생산지수가 전년 대비 소폭 하락하는 등 경영난이 가중되고 있음.
  - 영업이익률이 여전히 8.0%대 수준으로 매출 성장이 수익성 확대에 이어지지 않는 상황
  - 더욱이 코로나19 이후 집단적 이벤트 소비에서 개인적 소비로 소비문화가 변화하고, 1인 가구 증가, 고물가 지속 등의 영향으로 밀키트나 편의점 도시락 등 간편식 시장이 확대되면서 외식업계의 경영난은 지속될 것으로 판단
- 외식산업은 대표적인 생활밀착형 내수산업으로 자영업자 소득, 고용, 관광 등의 측면에서 지역경제에 미치는 영향력이 큰 산업이라 할 있으나, 최근 경영난이 심화되고 있어 식재료비 경감, 인력난 및 인건비 부담 완화, 수수료 합리화 등 정부의 적극적인 정책적 지원이 필요함.
  - 식재료비 경감을 위해서 다양한 공급처 확보, 철저한 품질 관리 및 이용자의 인식 개선 등을 통하여 식자재 유통구조를 효율화하고, 체계적인 수급 조절 방안 마련으로 가격 변동성을 낮출 필요
  - 외식업체의 영세성을 감안하여 정부에서 디지털 전환 비용 지원 등을 통해 비용 부담을 완화하고 노동 강도가 높은 업무를 중심으로 푸드테크 도입을 지원 필요
  - 외국인 고용 확대를 위한 비자 신청 요건, 업무 범위 등이 외국인 고용 제약 요인으로 작용하고 있어 이에 대한 제약요건 완화 고려 필요
  - 배달, 무인 서비스 및 간편결제 수수료 등은 외식업계의 새로운 비용 부담 요인으로 작용하고 있으므로 적정 수수료 수준에 대한 사회적 합의가 필요하며, 수수료 책정의 투명성을 제고할 수 있는 방안 마련 필요

### 저자 정보

- 박성진 연구위원(061-820-2025), seongjin20@krei.re.kr
- 전무경 연구원(061-820-2175), mu3618@krei.re.kr