

2022년 외식업 주요 동향 및 특징

최윤영, 박기환, 김성희

한국농촌경제연구원은 「식품산업진흥법」에 의거하여 2016년부터 '식품산업 정보분석 전문기관'으로 선정되어 식품외식산업 정보를 수집·가공·심층 분석하고 그 결과를 정보 수요자에게 제공하고 있음. 이의 일환으로 2018년 2월부터 식품산업 동향 및 정보 분석결과를 매월 이메일을 통해 '식품외식정보 웹진'으로 배포하고 있음.

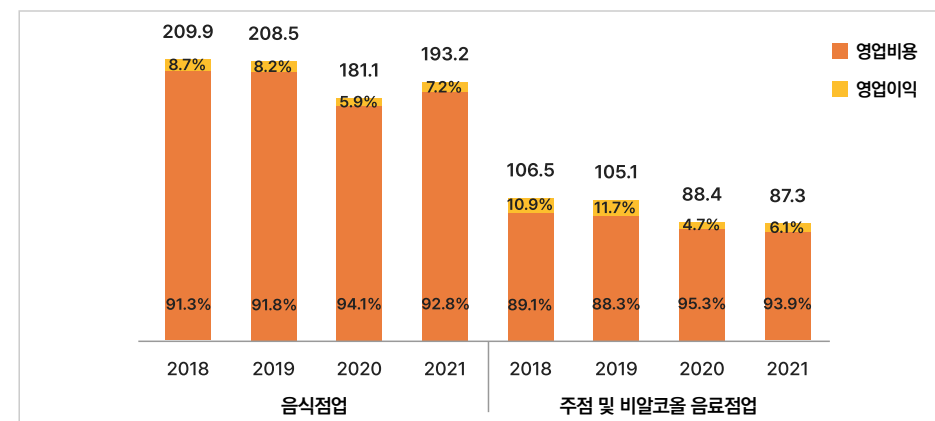
식품외식정보 웹진 8호에서는 금년 발표된 통계청의 「2021 서비스업조사」 및 「서비스업동향조사」 주요 조사 결과, 고용노동부 「사업체노동력조사」, 통계청 「온라인쇼핑동향조사」 결과 등을 토대로 최근의 외식업 주요 동향과 특징을 정리하여 제시하고자 함. 다만, 2020년 기준 「경제총조사」와 2021년 기준 「서비스업조사」부터는 행정자료를 활용한(등록기반) 모집단을 도입하여 가구 내 사업체와 같이 현장에서 파악할 수 없었던 사업체도 조사 대상에 포함되어 있어 이전에 공표한 자료(조사기반)와는 모집단 기준이 다르므로 2020년 이전의 시계열과 비교 시 주의를 요함.

2022년 음식점 및 주점업의 실질 매출액은 2021년에 이어 증가한 것으로 추정되며, 생산지수도 증가세를 나타내고 있어 외식업 시장이 코로나19 이전 수준으로 돌아가고 있음을 보여줌. 이와 함께 2022년 음식점 및 주점업 종사자 수도 2021년보다 증가하였으나, 아직은 코로나19 수준까지 도달하지는 못함. 2022년 온라인 거래액은 지난 5년간의 증가세가 이어지고 있으나, 위드코로나 전환으로 인해 증가 폭은 둔화됨.

외식업체의 2021년 업체당 매출액, 코로나19로 심각했던 2020년 대비 증가

- 음식점업의 업체당 평균 매출액은 2020년의 경우 코로나19 영향으로 인해 2019년 대비 13%나 감소하였으며, 영업이익률도 2019년 8%에서 2020년 6%로 떨어졌음. 그러나 2021년의 음식점업 업체당 매출액은 2020년에 비해 7% 증가한 193백만 원으로 나타났으며, 영업이익률도 7%로 소폭 올라 코로나 19 여파에서 점차 회복세였음. 그럼에도 불구하고 여전히 코로나19 이전 수준에는 미치지 못한 상황이었음.
- 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 2020년 매출액도 2019년 대비 16% 감소하였으며, 영업이익률은 5%로 2019년보다 7%p나 하락함. 음식점업의 업체당 매출액은 2021년 회복세를 보인 반면, 주점 및 비알코올 음료점업은 87백만 원으로 2020년 대비 소폭 줄었음. 그러나 영업이익률은 5%에서 6%로 미미하게 상승하였음.
 - ▶ 주점업과 비알코올 음료점업을 구분하여 2020~2021년 매출액과 영업이익을 살펴본 결과, 주점업은 매출액과 영업이익이 모두 감소(77→62백만 원, 4→2백만 원)한 반면에 비알코올 음료점업은 모두 증가(102→113백만 원, 4→9백만 원)하여 코로나19는 주점업에 상당한 악영향을 미쳤음을 알 수 있음.

음식점업 및 주점업의 2018~2021년 업체당 매출액 및 영업비용·영업이익 비중



주 1) 2018~2021년 매출액은 경제총조사와 서비스업조사의 매출액에 음식점 및 주점업 생산자물가지수(2020=100)를 적용하여 계산한 실질 매출액임.

2) 영업비용=매출원가+인건비+임차료+기타경비임.

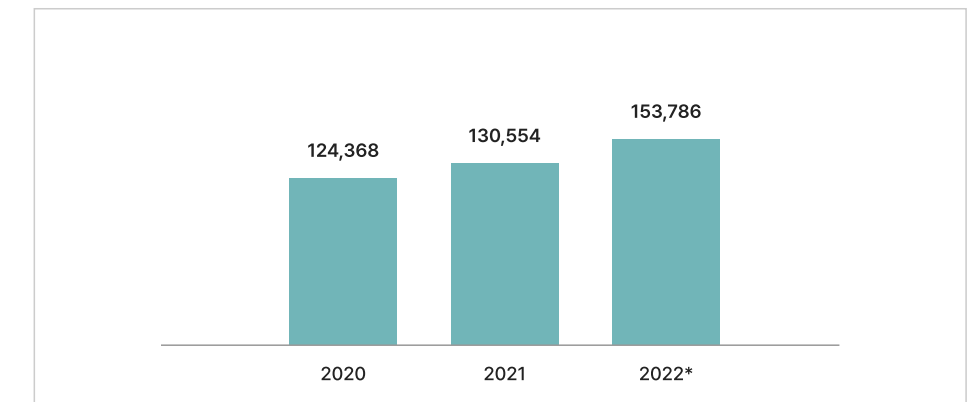
자료: 통계청, 「2020년 경제총조사」, 2022년: 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도; 한국은행, 「생산자물가지조사」, 각 연도.

외식업체의 2022년 매출액 증가, 코로나19 여파에서 완전히 벗어난 상황

- 음식점 및 주점업의 실질 총매출액은 코로나19 발생으로 인한 강력한 사회적 거리두기, 영업 제한, 소비자들의 외식 자체가 심각하였던 2020년 124조 원이었으나, 2021년에는 131조 원, 2022년은 154조 원으로 추정되어 코로나 19 영향에서 벗어나 회복세가 뚜렷이 나타나고 있음.
 - ▶ 특히, 2022년 기준 음식점 및 주점업의 실질 총매출액은 위드코로나 전환에 힘입어 2021년에 비해 18%나 증가한 것으로 예측됨.

2020~2022년 음식점 및 주점업 실질 총매출액 변화

단위: 십억 원



주 1) 2020년, 2021년 매출액은 경제총조사와 서비스업조사의 매출액에 음식점 및 주점업 생산자물가지수(2015=100)를 적용하여 계산한 실질 매출액임.

2) *는 2021년 매출액에 "숙박 및 음식점업 실질 GDP"를 적용하여 추정한 수치임.

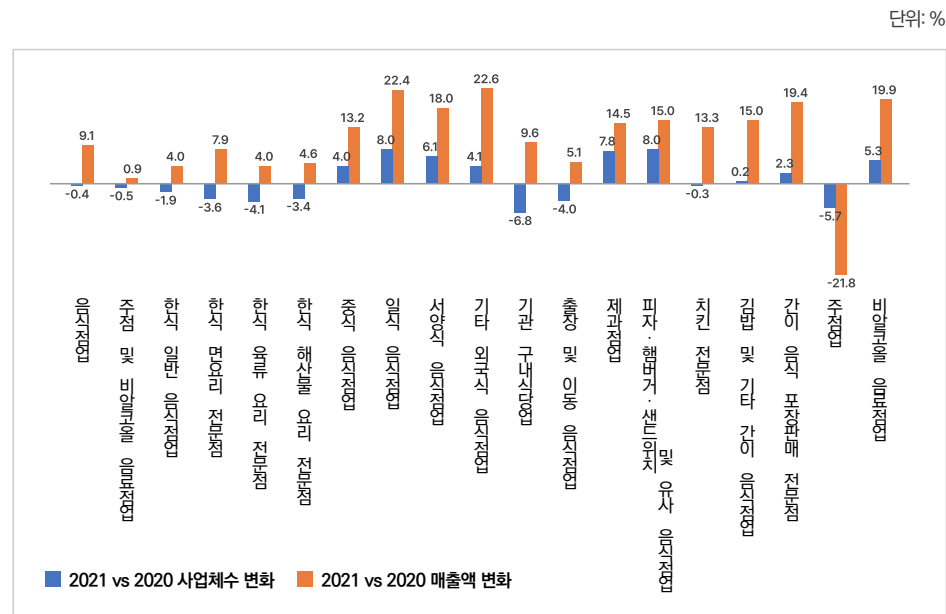
자료: 통계청, 「2020년 경제총조사」, 2022년: 통계청, 「2021년 서비스업조사」, 2023년: 한국은행, 「생산자물가지조사」, 각 연도;

- 2021년 음식점 및 주점업의 업체 수는 전년 대비 0.4% 감소한 반면, 매출액 규모는 5.0% 증가한 것으로 나타났으나, 업종별로는 다소 차이가 있음.
 - ▶ 전체 음식점업 수의 60%를 차지하고 있는 한식 음식점(일반 음식점업, 면 요리 전문점, 육류 요리 전문점, 해산물 요리 전문점)의 경우, 전년 대비 사업체 수는 2~4% 내외 감소하였으나, 매출액은 4~8% 정도 증가하였음.
 - ▶ 기관 구내식당업과 출장 및 이동음식점업도 사업체 수는 줄었지만(4~7% 감소), 매출액은 (5~10% 증가) 늘어났음. 치킨 전문점의 경우 사업체 수는 전년 대비 0.3% 소폭 감소에 그쳤으나, 매출액은 13%나 신장되었음.
 - ▶ 외국식 음식점업(중식 음식점업, 일식음식점업, 서양식 음식점업, 기타 외국식 음식점업)과 기타 간이 음식점업의 일부 업종(제과점업, 피자·햄버거·샌드위치

및 유사 음식점업, 간이 음식 포장판매 전문점), 커피전문점을 포함한 비알코올 음료점업은 사업체 수와 매출액 모두 증가한 것으로 나타났음.

- ▶ 주점업은 사업체 수가 전년보다 6% 감소하였는데, 매출액은 22%나 큰 폭으로 줄어 2021년에 매출액이 전년 대비 감소한 유일한 업종임.

전년 대비 2021년 업종별 사업체 수 및 매출액 변화

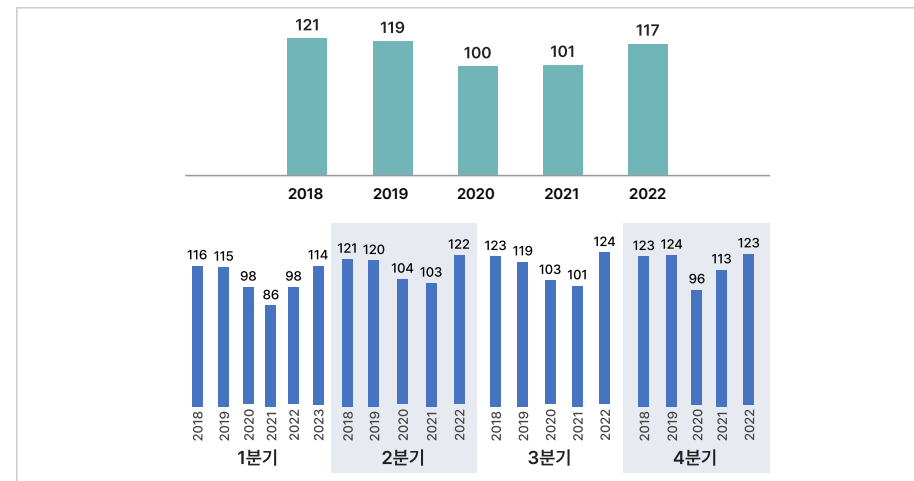


자료: 통계청, 「2020년 경제총조사」, 2022년: 통계청, 「2021년 서비스업조사」, 2023년

외식업체의 생산지수 상승세는 2023년 1분기에도 이어져 코로나19 이전 수준으로 회복

- 음식점 및 주점업의 생산지수는 2019년 119였으나, 2020~2021년에는 코로나19 영향으로 100~101까지 하락하였다가 2022년에는 117로 거의 2019년 수준에 도달하고 있음.
- 이를 분기별로 살펴보면, 음식점 및 주점업 생산지수는 2021년 4분기부터 상승세로 전환된 이후 2022년 2분기에 122를 기록하여 코로나19 이전 수준(120~121)으로 회복됨. 이러한 추세는 2022년 3분기부터 2023년 1분기까지도 계속 유지되고 있음.

2018~2022년 음식점 및 주점업 생산지수 연도별, 분기별 추이

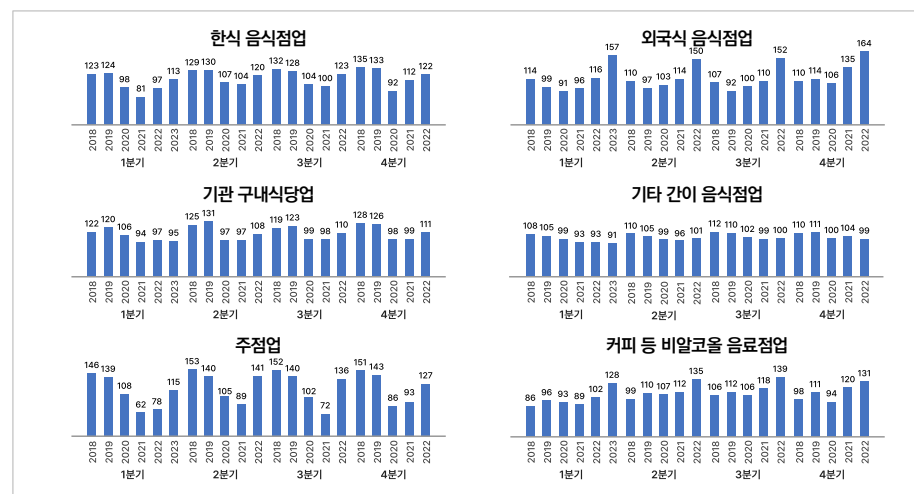


주 1) 불변지수 값을 사용함(2020=100).

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

- 2023년 1분기 기준, 음식점 및 주점업의 업종별 생산지수는 한식 음식점업의 경우 상승세가 계속되나, 아직 코로나19 이전 수준으로 회복하지는 못한 상황임. 2022년 매출액이 전년에 비해 유일하게 감소하였던 주점업은 생산지수 상승세가 이어지고 있지만, 여전히 코로나19 이전 수준에 미치지 못하고 있음.
- ▶ 기타 간이 음식점업과 기관 구내식당업은 등락을 반복하며 뚜렷한 상승세를 보이고 있지 않음. 그 외 외국식 음식점업과 비알코올 음료점업은 2023년 1분기에 2018년 이후 동기 대비 가장 높은 생산지수를 기록하였음.

2018~2022년 업종별 생산지수 분기별 추이



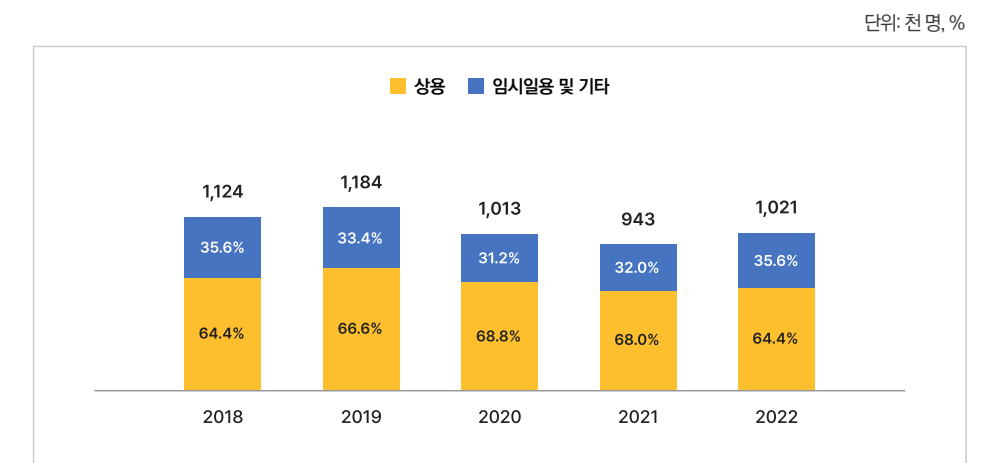
주 1) 불변지수 값을 사용함(2020=100).

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

2022년 음식점 및 주점업 종사자 수 102만 명으로 전년 대비 8% 증가

- 2021년 음식점 및 주점업 종사자 수는 코로나19 영향과 인력 확보의 어려움 등으로 인해 2018년 이후 최저점인 94만 명을 기록하였음. 그러나 2022년에는 외식업체들이 코로나19 영향에서 전반적으로 벗어남에 따라 종사자 수가 전년에 비해 8% 증가한 102만 명으로 나타났음. 그렇지만, 종사자 수가 110만 명을 웃돌던 예전 수준에는 아직 도달하지 못한 상황임.
- ▶ 외식업 종사자 중 상용근로자 비중은 2019년 이후 꾸준히 감소하여 2020년 69%에서 2022년 64%임. 이와 대조적으로 임시 및 일용근로자는 같은 기간 31%에서 2022년 36%로 증가함.

2018~2022년 음식점 및 주점업 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.

- 음식점 및 주점업 이직자 및 입직자 수 추이를 살펴보면, 2020년에는 코로나19로 인해 외식업체가 영업시간 단축이나 휴·폐업이 늘어나면서 유일하게 이직자 수가 입직자 수보다 많은 해였음. 2020년 외식업을 떠난 근로자는 107천 명으로 외식업으로 유입된 83천 명보다 24천 명 많았음.
- ▶ 이후 2021~2022년에는 다시 입직자 수가 이직자 수를 초월하기 시작하였으나, 예전 수준으로 회복되기에는 역부족으로 보임.

- ▶ 2020년 이전에는 상용근로자의 입·이직 차이(입직자 수 - 이직자 수)가 컸던 반면 2020년 이후에는 임시 및 일용근로자의 입·이직 차이가 큼. 이는 최저 임금 상승 등으로 인해 상대적으로 임금이 낮은 임시 및 일용근로자의 고용이 늘어났기 때문으로 판단됨.

2018~2022년 음식점 및 주점업 이직자·입직자 수 추이

단위: 명

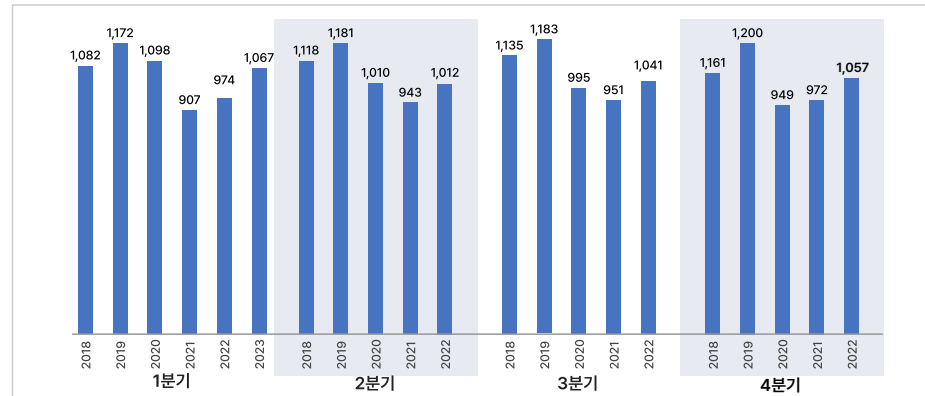
	전체		상용		임시일용	
	이직자	입직자	이직자	입직자	이직자	입직자
2018	116,425	113,236	31,115	37,679	75,309	75,557
2019	102,196	104,989	28,641	32,458	73,555	72,531
2020	107,366	83,410	42,302	28,496	65,065	54,914
2021	88,376	93,861	36,922	28,116	61,454	65,754
2022	97,653	105,154	27,243	28,583	70,409	76,572

자료: 고용노동부, 「사업체노동력조사」, 각 연도.

- 2021년 1분기 외식업 종사자 수는 91만 명으로 코로나19 발생 이후 가장 낮은 수준을 나타냈으나, 이후 증가세로 전환되어 2023년 1분기 107만 명까지 늘어남. 이는 2018년 동기 수준인 108만 명과 유사한 수준이나 2019년 117만 명보다는 9% 적음.
- ▶ 2022년 1분기 이후부터 모든 분기에서 전년 동기 대비 종사자 수가 증가세를 보여 외식업 인력시장에서 회복세는 확연하게 나타나고 있음.

2018~2022년 음식점 및 주점업 종사자 수 분기별 추이

단위: 천 명



주 1) 1인 이상 사업체 종사자(상용+임시일용+기타) 포함.
2) 자영업자, 무급가족종사자 제외.
자료: 고용노동부, 「사업체노동력조사」, 각 분기.

- 2021년 음식점들은 급여로 30백만 원을, 주점 및 비알코올 음료점업은 15백만 원을 지출한 것으로 나타남. 음식점업 상용종사자의 연간 급여액은 25백만원으로 임시 및 일용근로자 13백만 원보다 약 2배가량 높았음.
- ▶ 업종별로 살펴보면, 외국식 음식점업의 상용종사자 연간 급여액이 27백만 원으로 가장 높았으며, 비알코올 음료점업 상용종사자가 17백만 원으로 가장 낮았음.
- ▶ 임시 및 일용근로자 중에서는 기관 구내식당업 종사자의 연간 급여액이 17백만 원으로 가장 높았으며, 상용종사자와 마찬가지로 비알코올 음료점업의 급여액이 8백만 원으로 가장 낮은 것으로 나타남.

2021년 업종별 종사자 연간 급여액 현황

단위: 백만 원/개소, 백만 원/명

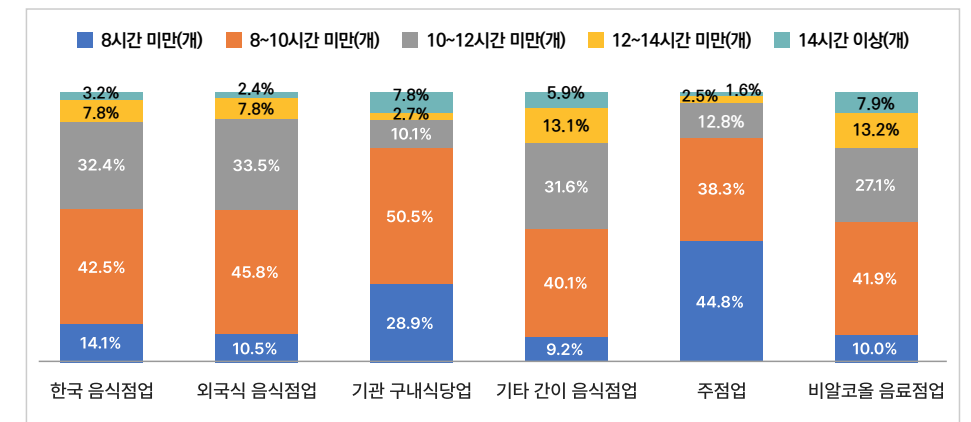
	사업체당	상용종사자	임시 및 일용종사자
음식점업	30.3	24.7	12.8
한식 음식점업	25.0	25.0	13.7
외국식 음식점업	50.3	26.5	14.9
기관 구내식당업	130.3	25.7	16.7
출장 및 이동 음식점업	39.0	26.3	13.1
기타 간이 음식점업	25.0	21.7	10.7
주점 및 비알코올 음료점업	14.6	18.0	8.7
주점업	9.2	21.3	11.5
비알코올 음료점업	20.0	17.0	7.6

자료: 통계청, 「2021년 서비스업조사」, 2023년.

- 한편, 주점업을 제외한 모든 업종의 40~50% 업체들이 일 평균 8~10시간 미만 영업을 함. 이 중 한식 음식점업, 외국식 음식점업, 기타 간이 음식점업, 비알코올 음료점업은 10~12시간 미만 영업하는 업체가 27~34% 정도이며, 기관 구내식당업은 이보다 적은 8시간 미만 영업하는 업체가 29%를 차지함.
- ▶ 주점업의 경우 8시간 미만 영업하는 업체가 전체의 45%로 가장 많았으며, 다음으로 8~10시간 미만 영업하는 업체가 38%임.

2021년 일 평균 영업시간별 업체 분포

단위: %



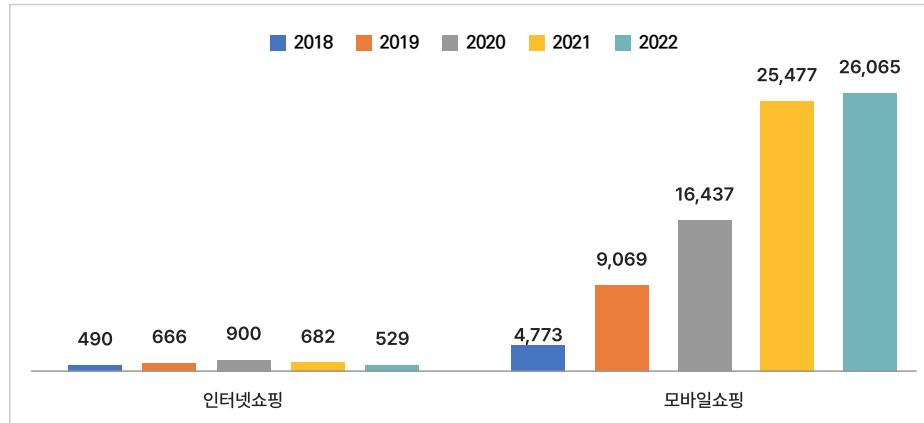
자료: 통계청, 「2021년 서비스업조사」, 2023년.

위드코로나로 2022년 온라인 거래 증가세 주춤

- 2022년 온라인 쇼핑물 음식서비스 거래액은 26.6조 원으로 증가세는 계속 이어졌지만, 전년 거래액 26.2조 원 대비 2% 증가에 그쳐 위드코로나와 함께 비대면 거래 증가추세가 둔화하였음을 알 수 있음.
- ▶ 온라인 거래액의 전년 대비 증가율은 2019년 85%, 2020년 78%, 2021년 51%였던 것에 비하면 2022년 증가율 수준은 매우 낮은 것임.
- ▶ 2022년 인터넷쇼핑 거래액은 5천억 원으로 2년째 연이어 감소하였음. 이에 따라 전체 음식서비스 온라인 거래액에서 차지하는 비중도 2020년 5%에서 2021년 3%, 2022년 2%로 축소되었음.

2018~2022년 음식서비스 온라인 거래액 추이

단위: 십억원

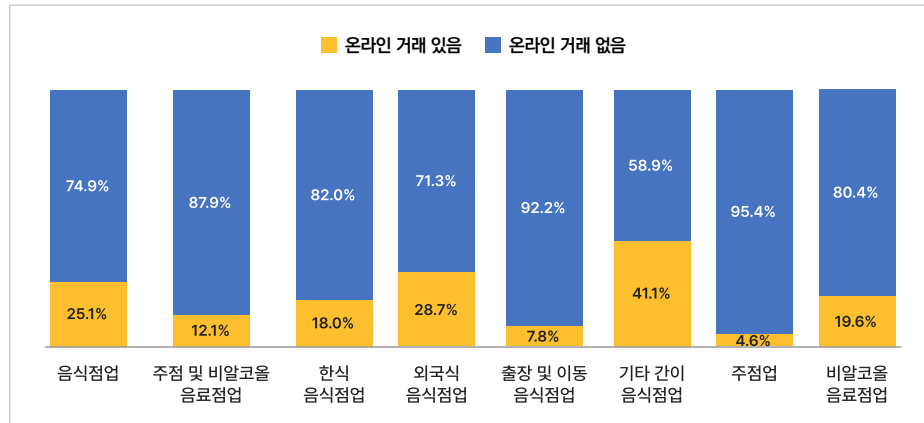


주: 음식서비스는 온라인 주문 후 조리되어 배달되는 음식 (피자, 치킨 등 배달서비스)를 말함.
자료: 통계청 「온라인쇼핑동향조사」, 각 연도.

- 2021년 기준 전체 음식점업의 1/4이 온라인 거래를 하고 있는 것으로 나타남. 음식점업의 업종별 온라인 거래 비중을 보면, 김밥 및 기타 간이 음식점업이 41%로 가장 높고, 외국식 음식점업이 29%, 한식 음식점업이 18% 순서임.
 - 주점 및 비알코올 음료점업의 경우 커피·주스 등을 판매하는 비알코올 음료점업의 20%가 온라인 거래를 하는 것으로 집계됨.

2021년 업종별 온라인 거래 유무

단위: %

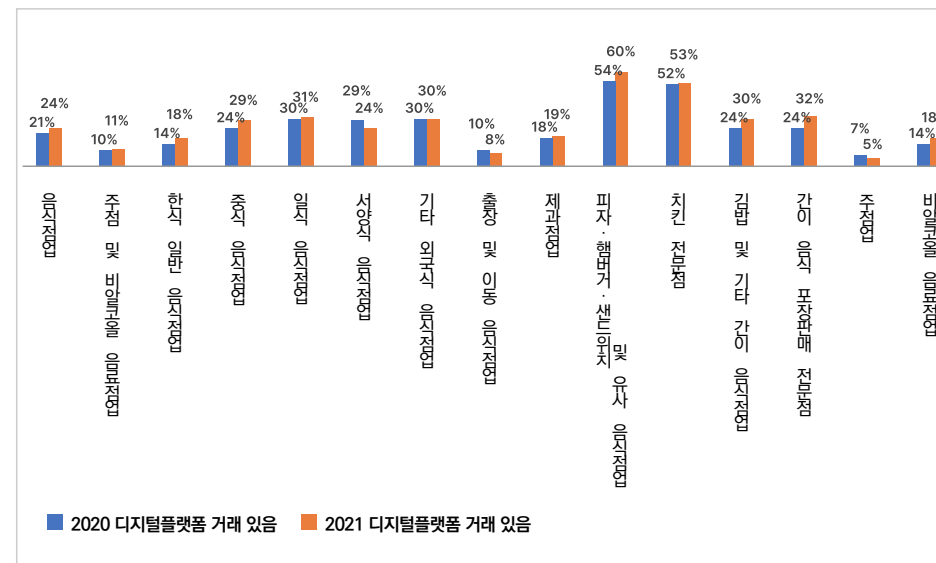


자료: 통계청, 「2021년 서비스업조사」, 2023년.

- 디지털플랫폼은 음식서비스 소비자의 약 30%가 사용할 만큼 활성화되어 있음. 「서비스업조사」 결과에 따르면 2021년 전체 음식점업의 24%, 주점 및 비알코올 음료점업의 11%가 디지털플랫폼 거래를 한 것으로 나타남. 이는 전년 대비 3%p, 1%p 상승한 수치임.
- 서양식 음식점업, 기타 외국식 음식점업, 출장 및 이동음식점업, 주점업을 제외한 모든 업종에서 2020년보다 2021년 디지털플랫폼 거래를 하는 업체 수가 증가하였음.
 - 디지털플랫폼 거래를 가장 많이 하는 업종은 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업과 치킨 전문점으로 전체 업종의 절반 이상이 해당됨.
 - 2020년과 비교하여 디지털플랫폼 도입이 가장 많이 증가한 업종은 간이 음식 포장판매 전문점으로 2020년 24%에서 2021년 32%로 늘어났음.

2020년 vs. 2021년 업종별 디지털플랫폼 거래 유무

단위: %



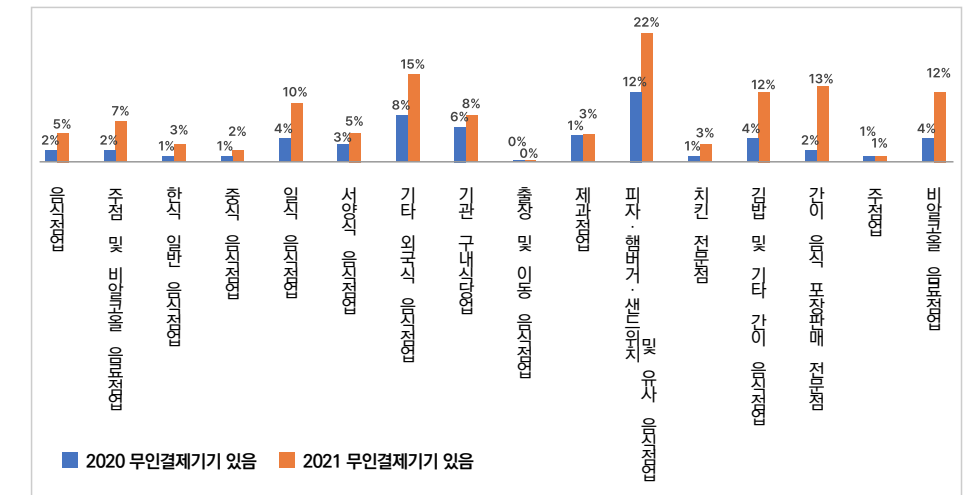
자료: 통계청, 「2021년 서비스업조사」, 2023년.

외식업체의 무인결제기(KIOSK) 도입 증가

- 코로나19로 인한 비대면 서비스 선호, 외식업 인력난 해결 방안으로 무인결제기(KIOSK)를 도입하는 외식업체의 수가 증가하는 추세임. 2020년 전체의 2%에 그쳤던 무인결제기를 도입한 음식점 비중은 2021년 5%로 증가하였음.
 - 무인결제기를 가장 많이 도입한 업종은 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업으로 전체의 22%가 도입함. 기타 외국식 음식점업, 간이 음식 포장 판매 전문점, 김밥 및 기타 간이 음식점업, 비알코올 음료점업, 일식 음식점업도 전체의 10% 이상이 무인결제기를 도입한 것으로 나타남.

2020년 vs. 2021년 무인결제기 유무

단위: %



자료: 통계청, 「2021년 서비스업조사」, 2023년.

요약 및 시사점

- 2021년에 이어 2022년 음식점 및 주점업의 매출액과 생산지수 모두 증가세를 나타내고 있어 외식업 시장이 코로나19 이전 수준으로 돌아가고 있음을 보여줌. 2021년 음식점 및 주점업 실질 총매출액은 약 131조 원으로 전년 대비 5% 증가하였으며, 2022년에는 이보다 18% 증가한 154조 원으로 예측됨. 2020년에 심각했던 코로나19 영향이 점차 줄어들다가 2022년 들어 위드코로나로 전환되면서 외식업계가 완전히 일상으로 회복된 것으로 판단됨.

저자정보

- ▶ 최윤영 부연구위원(061-820-2359), c2y1205@krei.re.kr
- ▶ 박기환 선임연구위원(061-820-2331), kihwan@krei.re.kr
- ▶ 김성휘 연구원(061-820-2054), seongkim@krei.re.kr

- ▶ 특히, 2022년 음식점 및 주점업 생산지수는 117로 코로나19 이전인 2019년 생산지수 119에 거의 근접해 있음. 생산지수의 빠른 회복에는 팬데믹에도 계속되었던 외국식 음식점업과 비알코올 음료점업 급성장세와 2021년 1분기를 정점으로 꾸준히 회복하고 있는 한식 음식점업과 주점업의 생산지수에 기여함.
- 외식업계의 매출액과 생산지수 증가세와 함께 2022년 음식점 및 주점업 종사자 수도 전년 대비 8% 증가한 102만 명으로 늘어났음. 이처럼 종사자 수가 증가세로 전환되었지만, 아직은 코로나19 수준까지 도달하지는 못한 상황임.
- 한편 2022년 온라인 거래액은 26.6조 원으로 지난 5년 간의 증가세를 이어갔음. 그러나 전년 대비 2% 증가에 그쳐 2022년 위드코로나 전환과 함께 증가세가 둔화됨.
 - ▶ 외식업체의 디지털플랫폼을 이용한 거래는 2020년보다 3%p 증가하여 2021년 전체 음식점업의 24%가 디지털플랫폼을 이용한 거래가 있는 것으로 파악됨. 특히 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업과 치킨 전문점의 절반 이상이 디지털플랫폼 거래를 하고 있는 것으로 나타남.
 - ▶ 외식업체의 무인결제기(KIOSK) 도입 비중은 2020년 2%에 불과하였으나, 2021년에는 5%로 증가하였음.
- 외식업체의 매출액과 영업이익은 코로나19 상황이 종료됨에 따라 빠르게 회복되고 있으며, 1인 가구 수와 맞벌이 가구 증가 등으로 인해 외식 수요는 더욱 확대될 가능성이 높아 외식업체 매출액은 증가세가 이어질 것으로 예상됨.
 - ▶ 그러나 코로나19를 거치면서 급증하였던 비대면 방식의 온라인 서비스 이용은 평상시 수준으로 돌아가면서 주춤하겠으나, 매장에서의 주문 형태는 편리성 등으로 인해 무인주문기를 사용하는 비중이 더욱 확대될 것으로 보임.
 - ▶ 이에 따라 이용자는 보다 간편하게 사용할 수 있고, 관리자는 관리하기 편리한 무인주문기 개발하여 보급하는 방안이 필요함.
- 외식업체의 매출액과 생산지수 등은 계속해서 회복세를 나타내면서 코로나19 이전 상황으로 돌아가고 있는 중이나, 종사자 수는 여전히 이에 미치지 못하고 있어 외식업계가 고용인력을 보다 원활히 공급받을 수 있는 방안도 마련해야 할 것임.
 - ▶ 서빙 로봇이나 조리 로봇 등을 개발·보급함으로써 인력난에 대응하고, 위험하거나 힘든 일을 로봇이 대체하여 이직률을 최소화하는 전략이 요구됨. 또한, 임시 및 일용근로자의 고용 비중이 계속 증가하는 추세이므로 외국인 근로자의 외식업계 고용이 신속히 이루어질 수 있는 조치도 지속되어야 할 것임.