

2021년 외식업 주요 동향 및 특징

최윤영, 박기환, 주준형

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

이번 식품외식정보 웹진(2022년 5월호)에서는 금년 발표된 통계청 「2021 서비스업동향조사», 고용노동부 「사업체노동력조사», 통계청 「온라인쇼핑동향조사」 등의 결과 가운데 음식점 및 주점업에 해당되는 조사 결과를 토대로 시장 규모와 업종별 운영현황 및 사업실적, 온라인쇼핑 거래 추세 등을 살펴보고 주요 특징을 정리하여 제시함.

2019년 코로나19 발생 이후 급격히 위축되었던 음식점 및 주점업 시장은 2021년 방역 긴장감이 이완되면서 전년 대비 매출액 규모가 소폭 증가함. 업종별 차이는 존재하나 음식점 및 주점업 생산지수 또한 대체로 2021년 1분기를 기점으로 전년 대비 상승세를 보임. 2021년 연간 외식업 종사자 수는 전년 대비 감소하였으나 4분기부터 뚜렷한 증가세를 나타내고 있음. 음식서비스의 온라인 쇼핑 비중은 모바일거래를 중심으로 전년도에 이어 꾸준히 확대되고 있음.

서비스업조사, 온라인쇼핑동향조사, 서비스업동향조사 개요¹⁾

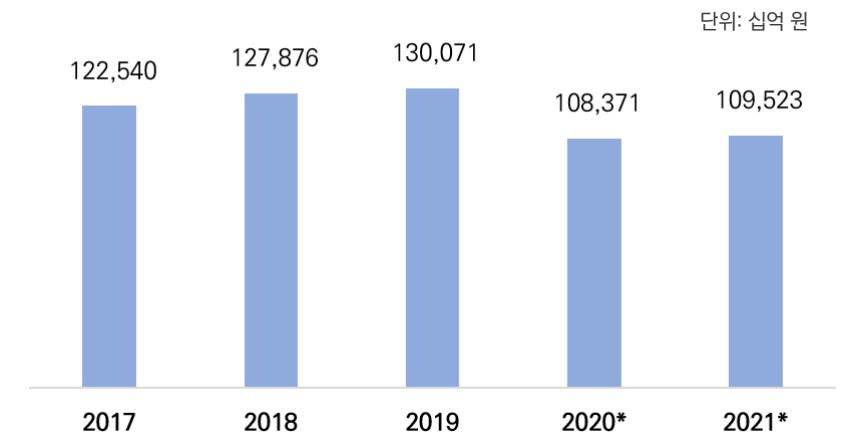
- 「서비스업조사」는 전국의 약 20만 개 이상의 사업체(이중 음식점 및 주점업 사업체는 약 1만 9천개)를 대상으로 실시되고 있으며, 서비스업 부문에 대한 산업구조와 경영 실태 등을 종합적으로 파악하여 각종 정책 수립 및 관련분야의 연구 분석을 위한 기초자료를 제공하고자 매년 수행되어 옴. 본 웹진에서는 I(숙박 및 음식점업) 중 숙박업을 제외한 음식점업의 조사 결과를 토대로 작성함.
- 「서비스업동향조사」는 약 17,300개 사업체를 대상으로 실시되는 통계로서 정부 및 지방자치단체의 산업 육성을 위한 정책 자료 및 주요 경제지표 편제를 위한 기초자료를 제공하고자 매월 수행되고 있으며, 서비스업 부문의 분기별 국내총생산(GDP) 추계의 기초자료로도 활용되고 있음. 본 웹진에서는 음식점업 생산지수 조사 결과를 이용함.
- 「지방행정 인허가 데이터」는 국민경제활동에 도움을 주기 위해 전국 17개 시도, 228개 시군구 자치단체에 등록된 189개 업종의 인·허가 정보를 매일 수집·제공하고 있음. 본 웹진에서는 2022년 4월 19일에 제공된 총 9개의 식품업종 (위탁급식영업, 집단급식소, 단란주점영업, 유흥주점영업, 관광식당, 관광유흥음식점업, 외국인전용유흥음식점업, 일반음식점, 휴게음식점) 정보를 분석하여 활용함.
- 「사업체노동력조사」는 종사자 1인 이상의 약 4만 개 사업체(고용부문)를 대상으로 종사자 수, 빈 일자리 수, 입·이직자 수, 임금 및 근로시간에 관한 사항을 조사하여 고용노동 정책의 기초자료 활용 및 경기 전망 등을 위한 경기지표를 생산하고자 매월 실시되고 있음. 본 웹진에서는 음식점 및 주점업 지위별 종사자 수 조사 결과를 토대로 작성함.
- 「온라인쇼핑동향조사」는 연간거래액이 24백만 원 이상인 B2C 위주의 온라인 쇼핑몰 약 1,100개를 대상으로 실시됨. 온라인쇼핑몰을 통한 전자상거래의 규모·인프라 등을 파악하여 전자상거래의 확산도를 측정하고, 전자상거래 동향 파악 및 기업의 경영계획 수립, 연구소 및 각종 협회 등의 전자상거래 관련 연구를 위한 기초자료를 제공하고자 매월 수행되어 옴. 본 웹진에서는 음식서비스의 온라인쇼핑 거래액 조사 결과를 기초로 분석함.

1) 모두 통계청에서 작성하는 조사통계로, 각각의 설명은 국가통계포털(<http://kosis.kr>) 통계설명자료를 참고하여 작성함.

코로나19로 주춤했던 외식업 매출액 2021년에 소폭 증가했으나, 전 수준까지는 회복되지 않은 상태로 추정

- 음식점 및 주점업의 2017~2019년 기간 동안 매출액은 연평균 3% 증가세를 보였음. 그러나 코로나19 발생으로 인한 사회적 거리두기 시행 등의 영향으로 2020년 음식점 및 주점업의 실질 매출액은 2019년 대비 17% 감소한 약 108조 원으로 추정됨.
- 2021년 음식점 및 주점업의 실질 매출액은 110조 원으로 2020년보다는 1% 증가하여 코로나19 영향으로부터 약간의 회복세를 나타낸 것으로 예측되지만, 아직은 2019년에 비해 낮은 수준임.

2017~2021년 음식점 및 주점업 매출액 변화



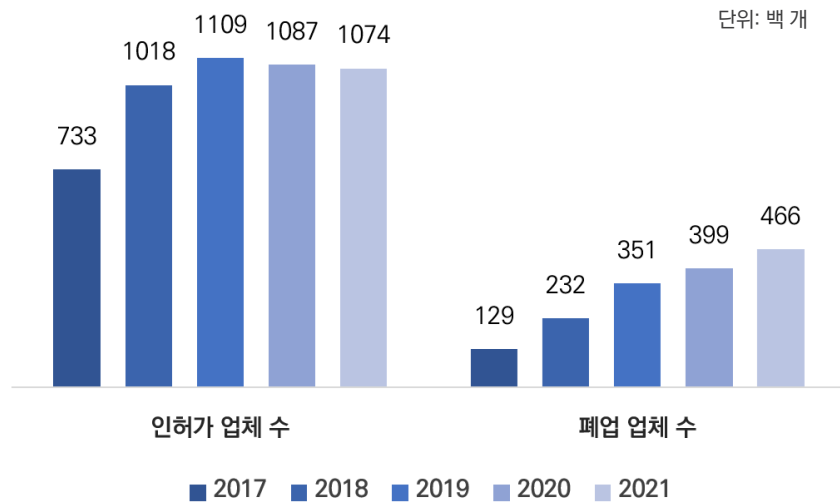
주 1) 2017~2019 매출액은 서비스업조사의 매출액에 업종별 해당 생산자물가지수(2015=100)를 적용하여 계산한 실질 매출액임.

2) *는 2019년 매출액에 "숙박 및 음식점업 GDP"를 적용하여 추정한 수치임.

자료: 통계청, 「서비스업조사」, 각 연도; 한국은행, 「생산자물가지조사」, 각 연도; 한국은행, 「국민계정」, 각 연도.

- 이러한 외식업계의 침체는 음식점 인허가 수 변화에도 영향을 미쳤음. 음식점 인허가 수는 2017~2019년 기간 동안 연평균 25%의 높은 증가율을 보였으나, 코로나19가 발생한 2020년부터 감소 추세를 보임. 반면, 음식점 폐업 업체 수는 코로나19 이전의 증가 추세가 지속됨.
- 2021년 음식점 및 주점업 인허가 업체 수는 1,074개로 2019년 대비 3%, 전년 대비 1% 감소함. 그렇지만 같은 해 폐업 업체 수는 2019년 대비 33%나 증가한 466개로 집계됨.

2017~2021년 외식업 인허가 및 폐업 업체 수 변화

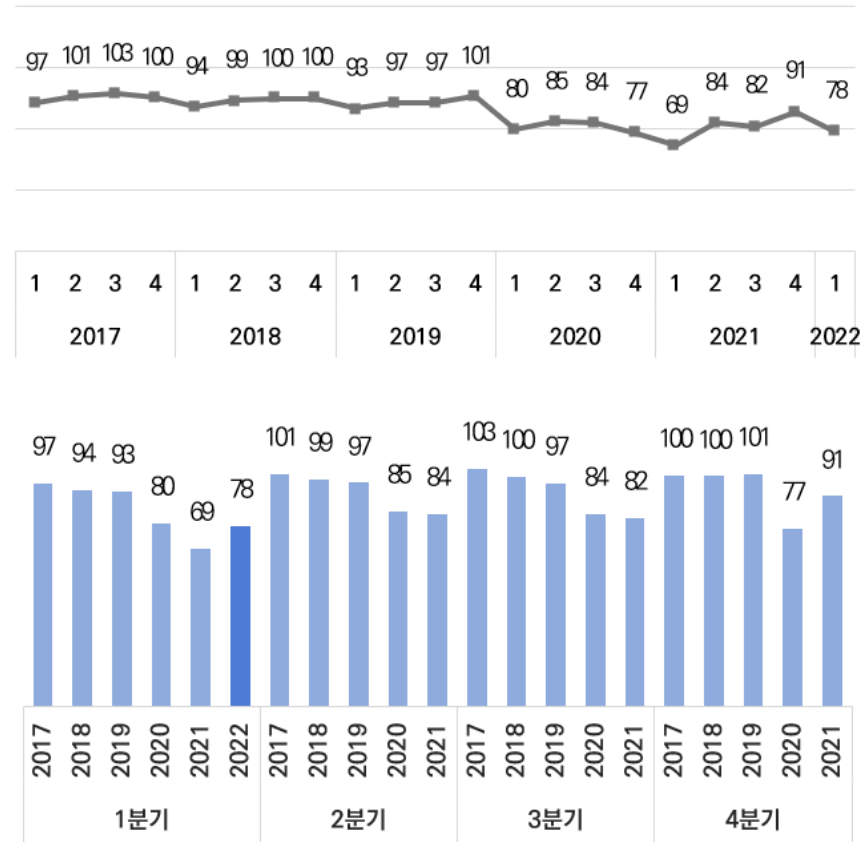


주: 급식(위탁급식영양, 집단급식소), 주점(단란주점영, 유흥주점영), 일반음식점, 휴게음식점 인허가, 폐업 업체 수를 합하여 산출.
자료: 행정안전부「지방행정 인허가 데이터」, 각 연도.

2021년 4분기 들어 외식업 생산지수 상승세로 전환되어 침체에서 조금씩 벗어나는 현상 뚜렷

- 국내 코로나19 첫 확진자가 발생한 2020년 1분기에 큰 폭으로 하락한(-21%) 음식점 및 주점업 생산지수는 이후로도 정부의 강력한 사회적 거리두기 시행 등의 영향으로 내림세가 이어졌음.
- 5인 이상 집합 금지가 전국으로 확대된 2021년 1분기 생산지수는 2017년 이후 최저치인 69를 기록하였으며, 같은 해 3분기에도 방역 대책에 따라 또다시 생산지수가 소폭 하락하였음.
- 그러나 2021년 4분기에는 1분기 대비 22% 증가한 91을 기록하였으며, 특히 2020년 4분기 77에 비해 큰 폭으로 생산지수가 오르는 등 전반적으로 상승세를 보임.
- 2021년 4분기부터 상승세로 전환된 음식점 및 주점업 생산지수는 2022년 1분기에는 78을 나타내면서 2021년 1분기 지수 69에 비해 13% 상승하는 등 생산지수의 오름세가 이어져 시장 회복 경향이 뚜렷함.
- 그럼에도 불구하고 코로나19 이전의 생산지수와 비교해 보면, 여전히 낮아 이전 수준까지 회복은 이루어지지 않은 상태로 판단됨.

2017~2021년 음식점 및 주점업 생산지수 연도별, 분기별 추이

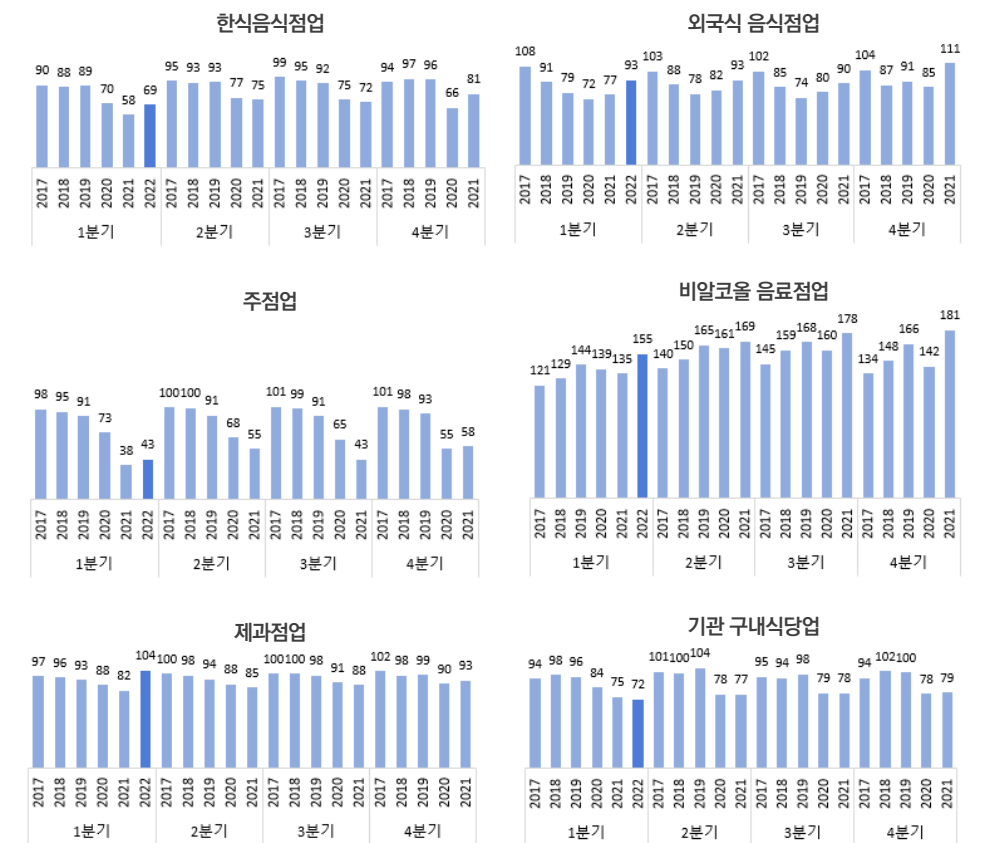


주 1) 불변지수 값을 사용함(2015=100).
2) 2022년도 1분기는 1, 2월 지수 잠정치의 평균 산출.
자료: 통계청「서비스업동향조사」, 각 연도.

- 음식점 및 주점업의 업종별 생산지수를 살펴보면, 2021년 4분기는 모든 업종에서 2020년 동기 대비 상승하였으나, 외국식 음식점업과 비알코올 음료점업을 제외한 업종들은 코로나19 이전인 2019년 4분기 생산지수에 비해 낮은 것으로 나타남.
- 외식업 매출액 중 가장 큰 부분을 차지하는 한식 음식점업의 2021년 4분기 생산지수는 81로 2019년 동기 대비 여전히 낮은 수준이나(-15%), 전년 동기보다는 15% 상승함.
- 포장과 배달 판매 비중이 높아 코로나19 여파가 상대적으로 작았던 외국식 음식점업과 커피 전문점 등 비알코올 음료점업의 2021년 4분기 생산지수는 전년 동기 대비 각각 26%, 39% 증가한 111, 181을 기록함. 이는 코로나19 이전인 2019년 동기에 비해서도 20%, 15% 높은 수준임.

- 2022년 1분기의 경우 기관 구내식당업(-2%)을 제외한 모든 업종에서 생산지수가 전년 동기보다 6~21% 상승함. 상승 폭은 비알코올 음료점업, 제과점업(+21%), 외국식 음식점업(+16%), 한식 음식점업(+11%), 주점업(+6%) 등의 순임.

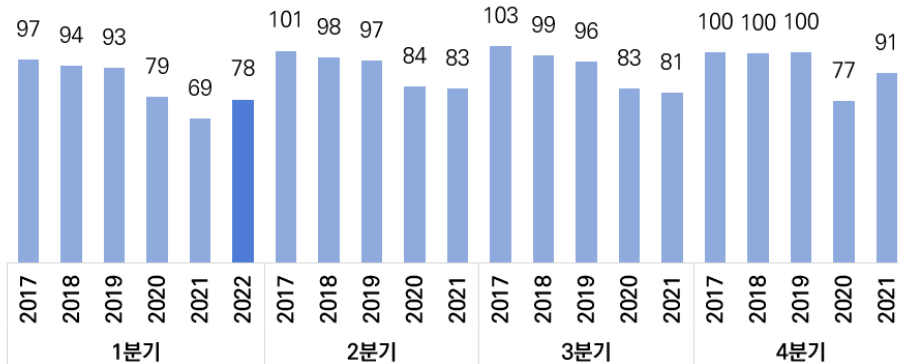
2017~2021년 음식점 및 주점업 업종별 생산지수 추이



주 1) 불변지수 값을 사용함(2015=100).
2) 2022년도 1분기는 1, 2월 지수 잠정치의 평균 산출.
자료: 통계청「서비스업동향조사」, 각 연도.

- 한편, 음식점 및 주점업 판매액지수 또한 2021년 4분기부터 회복세를 나타냄. 2021년 1분기 음식점 및 주점업 판매액지수는 69로 최하 수준으로 떨어졌으나, 이후 2021년 2~3분기에는 2020년 동기와 비슷한 수준으로 유지하였음. 그러다가 4분기 91로 전년 동기 대비 14% 상승하였으며, 2022년 1분기에도 전년 동기 대비 9% 상승하는 등 오름세가 이어지고 있음.

2017~2021년 음식 판매액지수 연도별, 분기별 추이

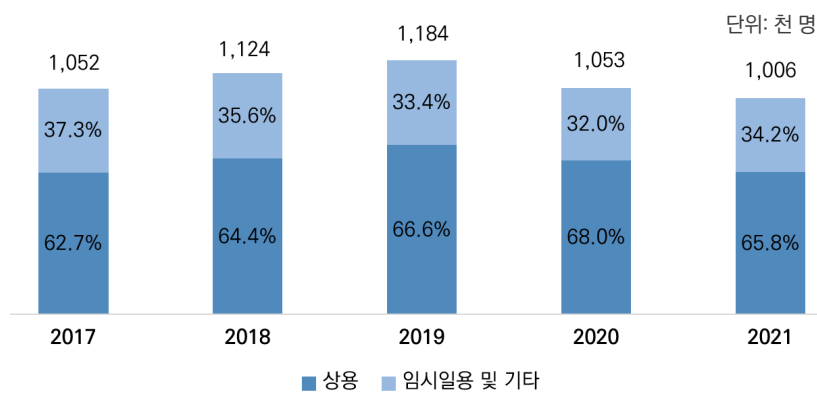


주1) 불변지수 값을 사용함(2015=100).
2) 2022년도 1분기는 1,2월 지수 잠정치의 평균 산출.
자료: 통계청 「서비스업동향조사」, 각 연도.

음식점 및 주점업 종사자 수 감소하다가 2021년 4분기부터 증가세로 전환

- 2020년 음식점 및 주점업 종사자 수는 2019년보다 15%, 전년 대비 4% 감소한 100만 명임. 이 중 상용근로자 수 비중이 34%로 2017년 이후 처음 증가하였고, 임시일용 및 기타 근로자 수 비중은 66%로 감소함.
- 종사자 수가 2019년 대비 감소한 것은 코로나19 여파로 음식점 및 주점업의 전체 근로자 채용이 줄었고, 상용근로자의 이직이 늘어났기 때문임.

2017~2021년 음식점 및 주점업 종사자 수 및 지위별 비중 변화

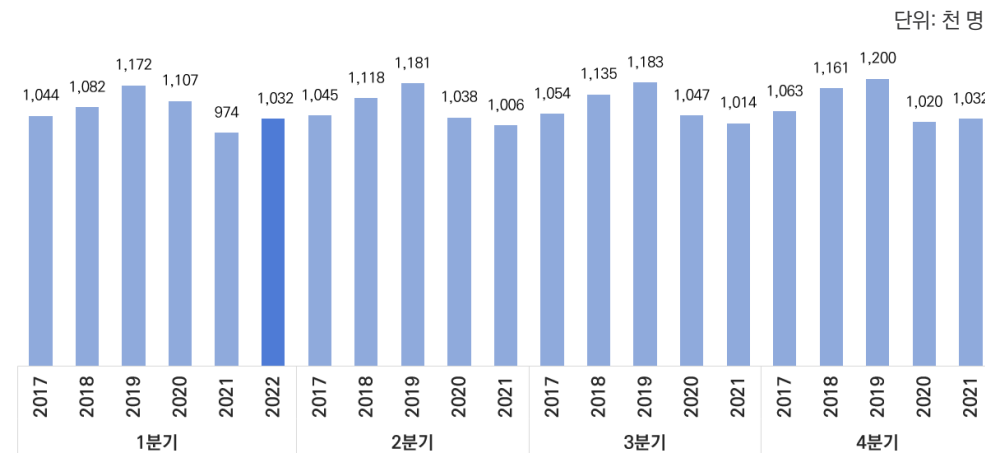


주 1) 1인 이상 사업체 종사자(상용+임시일용+기타) 포함.
2) 자영업자, 무급가족종사자 제외.
자료: 고용노동부 「사업체노동력조사」, 각 연도.

특히, 이례적으로 자발적 이직이 늘고 비자발적 이직이 감소한 것으로 파악되었는데, 이는 코로나19가 경제활동에 상당한 제약 요인으로 작용했음을 의미함.

- 2021년 1분기까지 외식업 종사자 수는 97만 명으로 코로나19 발생 이후 가장 낮은 수준을 나타냈으나, 이후 증가세로 전환됨에 따라 감소 폭이 줄어들었으며, 2022년 1분기에는 103만 명을 기록함.
- 2021년 1분기 종사자 수는 전년 동기 대비 12% 감소하였으며, 2~3분기에도 3% 줄었음.
- 그러나 4분기에는 전년 동기보다 1% 증가하였으며, 2022년 1분기에도 증가세는 이어져 전년 동기 대비 6% 늘어난 것으로 파악됨.

2017~2021년 음식점 및 주점업 종사자 수 연도별, 분기별 추이



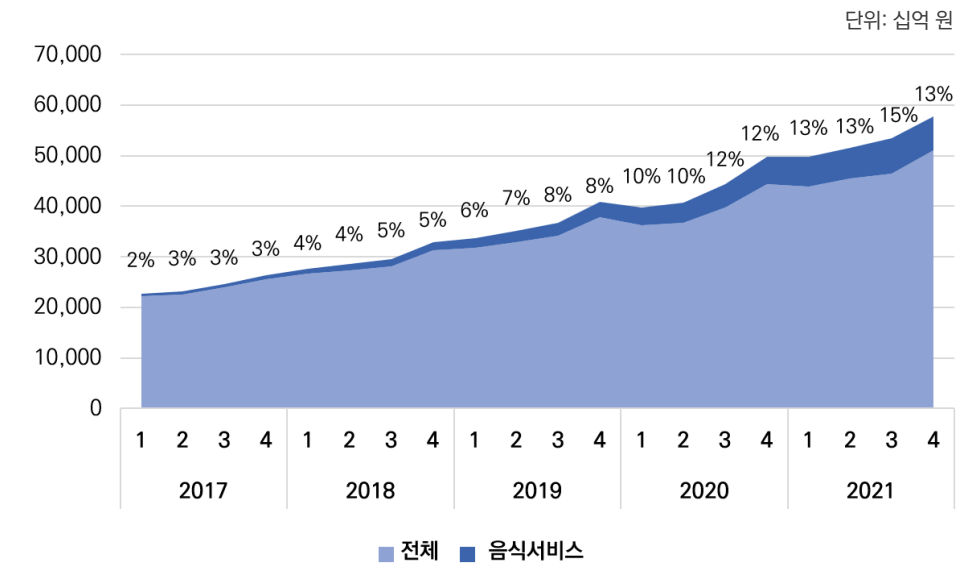
주 1) 1인 이상 사업체 종사자(상용+임시일용+기타) 포함.
2) 자영업자, 무급가족종사자 제외.
3) 2022년 1분기는 1,2월 종사자 수의 평균 산출.
자료: 고용노동부 「사업체노동력조사」, 각 분기.

코로나19 이후 비대면 형태의 온라인 음식서비스 거래액 비중 큰 폭 증가

- 온라인 쇼핑물 음식서비스 거래액은 2019년까지 분기별로 2~8%의 증가율을 나타냈음. 꾸준히 증가하던 온라인 거래액은 코로나19 발생을 계기로 비대면 방식이 급격히 늘어나 2019년 9조 7천억 원에서 2021년 25조 7천억 원까지 164%나 신장되었음.

전체 온라인 쇼핑물 거래액에서 음식서비스 거래액이 차지하는 비중 또한 2021년 14%로 전년 대비 3%p 상승한 것으로 나타남.

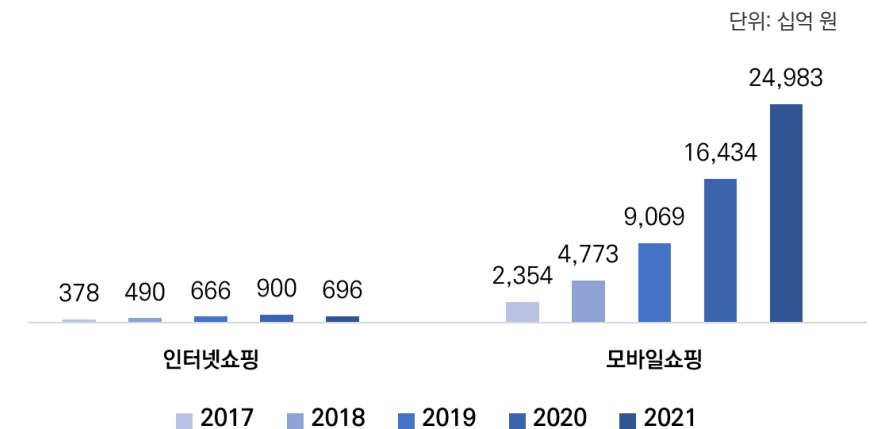
2017~2021년 온라인 쇼핑물 음식서비스 거래 비중 변화



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

- 특히, 모바일쇼핑 음식서비스 거래액은 2021년 25조 원으로 전체 온라인 쇼핑물 음식서비스 거래액의 97%로 대부분을 차지함. 반면, 인터넷쇼핑 비중은 2017년 14%에서 2021년 3%로 크게 줄어들어 모바일쇼핑 음식서비스가 온라인의 대세로 자리잡음.

2017~2021년 판매매체별 온라인 쇼핑물 음식서비스 거래액 변화



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

요약 및 시사점

- 2021년 음식점 및 주점업의 연 매출액과 분기별 생산지수, 판매액지수, 종사자 수 등을 살펴본 결과, 모두 외식업 시장이 코로나19로부터 회복세에 접어들었음을 보여줌.
 - 2021년 음식점 및 주점업 매출액은 약 110조 원으로 코로나19가 최초 발생했던 2020년보다 1% 증가함.
 - 음식점 및 주점업의 2021년 4분기 생산지수는 전년 동기 대비 14% 상승하였으며, 2022년 1분기 생산지수도 전년 동기보다 10% 상승함. 특히 외국식 음식점업, 비알코올 음료점업 생산지수는 빠른 회복세를 보여 2021년 2분기 이후 코로나19 이전인 2019년보다 높은 것으로 파악됨.
 - 2021년 음식점 및 주점업 종사자 수는 전년 대비 4% 감소하였으나 2021년 4분기와 2022년 1분기 모두 전년 동기에 비해 각각 1%, 6% 증가하여 증가세를 보임.
- 코로나19로 비대면 방식 선호도가 높아짐에 따라 전체 온라인 쇼핑물 거래액에서 음식서비스가 차지하는 비중 또한 꾸준히 높아지고 있음(2017년 3%, 2019년 7%, 2021년 14%).
- 2022년 4월 18일 코로나19 발생 후 약 2년 만에 사회적 거리두기 조치가 해제되면서 외식 소비심리도 풀릴 것으로 기대됨. 그러나 원재료 가격 상승, 배달료 부담, 높은 외식물가, 식품업체의 외식수요 흡수 등은 시장 회복의 중요한 변수로 작용할 가능성이 있음.
- 2년째 지속되고 있는 남미지역의 겨울철 라니냐 현상, 미국의 봄 가뭄, 중국의 곡물 수입량 증가, 우크라이나-러시아 전쟁 등 다양한 국제적 환경 요소로 인해 2019년 이후 수입 식자재 가격은 급등하고 있음. 2021년 원재료 농림수산물 수입물가지수는 2019년 대비 39%나 상승하였으며, 최근에도 상승세가 이어지고 있어 외식업계의 경영비 상승 압박 요인으로 작용할 수 있음.
- 2021년 기준 전체 외식업체의 각각 30%와 19%가 배달앱과 배달 대행을 이용하는 것으로 조사됨. 특히 배달앱의 경우 코로나19 이전 3%P 증가한 데 그친데 반해 코로나19 이후로는 매년 9~10%P 상승세를 보임.

- 2020년까지 오르던(2018년 25만 원에서 2020년 36만 원) 월평균 배달앱 이용 비용은 업체 간 경쟁으로 인해 2021년 27만 원으로 떨어짐. 그러나 최근 배달앱 업체의 영업이익손실로 인한 프로모션 중단선언으로 배달앱 이용 수수료는 증가할 것으로 예상됨.
- 소비자 외식 물가지수는 최근 2년간 꾸준히 상승하고 있는 것으로 파악됨. 특히 2022년 1분기 소비자 외식물가지수는 107로 한 분기 동안 3% 올랐는데, 2020년 한 해 동안 소비자 외식물가지수가 4.6% 증가하였음을 고려했을 때 이는 매우 높은 수치임.
- 이처럼 외식업계가 코로나19로 인한 어려움을 극복하고, 점차 회복세로 접어들고 있음에도 불구하고 대내외적인 상황 변화로 좋지 않은 영향을 받을 수 있음. 따라서 원재료 가격의 안정화는 물론, 크게 신장 중인 배달 등 비대면 거래의 합리적 관행 정착 등을 위한 다양한 정책적 방안을 마련할 필요가 있음.

저자정보

- 최윤영 부연구위원(061-820-2359), c2y1205@krei.re.kr
- 박기환 선임연구위원(061-820-2331), kihwan@krei.re.kr
- 주준형 연구원(061-820-2016), jhjoo@krei.re.kr