

2023년 외식업 주요 동향 및 특징

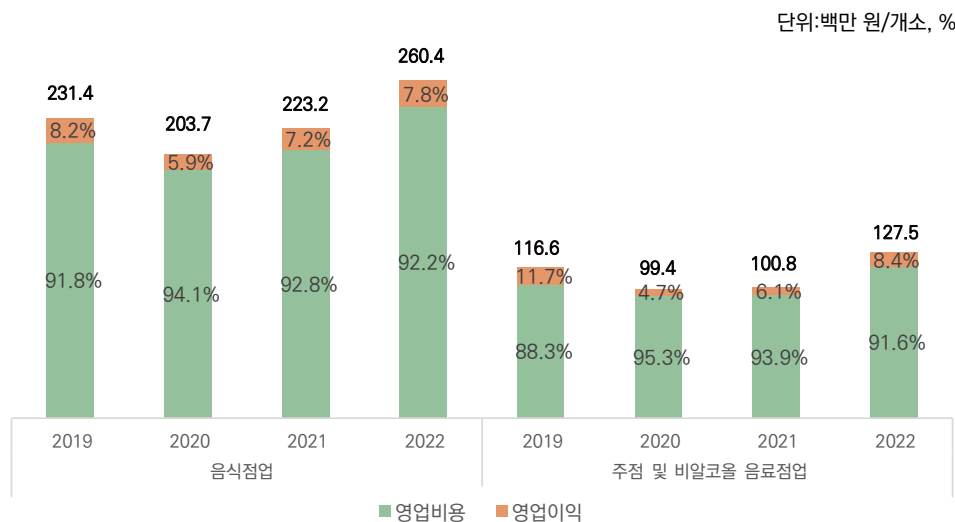
박성진 | 박기환 | 전무경

- 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」, 「서비스업 동향조사」, 「온라인쇼핑동향조사」, 고용노동부의 「사업체노동력조사」 등의 발표 데이터를 기반으로 최근의 외식업 주요 동향과 특징을 분석하여 제시함.
- 분석 결과, 최근의 외식산업은 위드 코로나 전환에 따른 외식 수요의 확대 로 성장세를 보이는 것으로 판단됨. 외식업체의 2023년 실질 매출액은 2022년에 이어 증가한 것으로 추정되고, 생산지수 또한 소폭 상승한 증가세를 보였으며, 2023년 음식점 및 주점업 종사자 수도 2022년보다 증가함에 따라 외식업 시장이 점차 회복하고 있는 것으로 판단되나 외식업 시장이 코로나19 이전 수준으로 회복까지는 시간이 더 필요해 보임. 또한, 전체 음식점업 60%를 차지하는 한식 음식점업체 수의 감소세가 지속되는 등 음식점업체 수가 2021년에 이어 계속 감소하고, 인력시장에서 급여액 상승과 입·이직자 차이가 거의 없는 상황, 소비자 물가지수와 외식 물가지수의 지속적 상승 등은 외식업계에 좋지 않은 영향을 미칠 가능성도 있음. 코로나19 시기에 비대면 거래로 급격하게 증가하였던 온라인 거래액은 위드 코로나로 전환된 이후 성장세가 둔화되었고, 2023년에는 2022년 대비 소폭 감소한 것으로 나타남.

2022년 외식업 업체당 매출액, 2021년에 이어 계속 증가세

- 음식점 및 주점업의 매출액은 2019년 146.3조 원에서 2020년 코로나19 영향으로 전년 대비 4.4% 감소한 139.9조 원이었으나, 이후 점차 회복하는 추세를 보이면서 2021년 146.8조 원, 2022년 160.2조 원으로 증가함.
 - 음식점업은 음식점 및 주점업의 매출액 추이와 유사한 경향을 보이면서 2019년 120.1조 원에서 2020년 117.1조 원으로 감소한 이후 2021년 127.8조 원으로, 2022년에는 148.3조 원으로 증가함.
 - 주점은 2019년 12조 원에서 2020년 10조 원, 2021년 8조 원까지 감소하였으나, 2022년에는 11.8조 원 수준까지 증가함.
- 음식점업의 업체당 실질 매출액과 영업이익은 코로나19 상황이었던 2020년에는 2019년 대비 감소하였지만, 2021년부터 증가세로 전환된 이후 계속해서 늘어나는 추세임. 2022년 기준 음식점업 업체당 실질 매출액은 2억 6천만 원으로 2021년 대비 16.7% 증가하였고, 2021년에는 2020년 대비 9.6% 증가하였음.
 - 2021년 영업이익은 2020년 대비 34.0% 증가하였고, 2022년에는 2021년에 비해 26.6% 증가한 2천만 원이었음. 이는 2019년(1천 9백만 원)을 상회하는 수준임.
 - 영업이익률은 코로나19 시기였던 2020년 5.9%에 그쳤으나, 2021년 7.2%, 2022년에는 7.8%를 기록하는 등 상승세가 이어지고 있음.

음식점업 및 주점업의 업체당 실질 매출액·영업비용 및 영업이익 비중



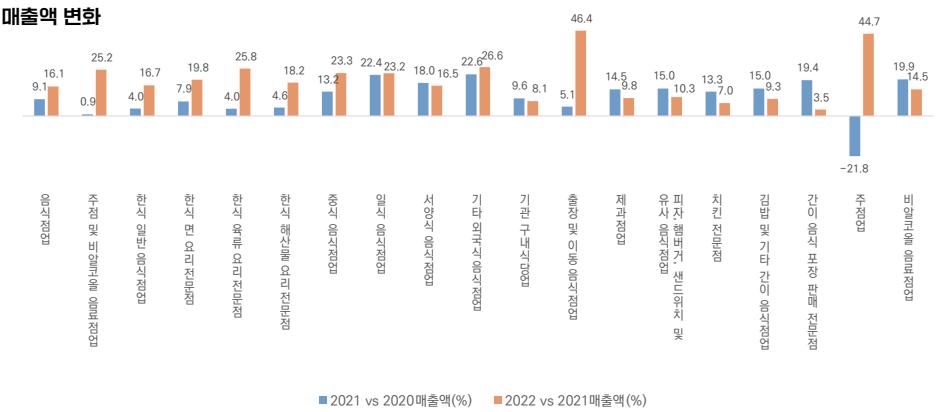
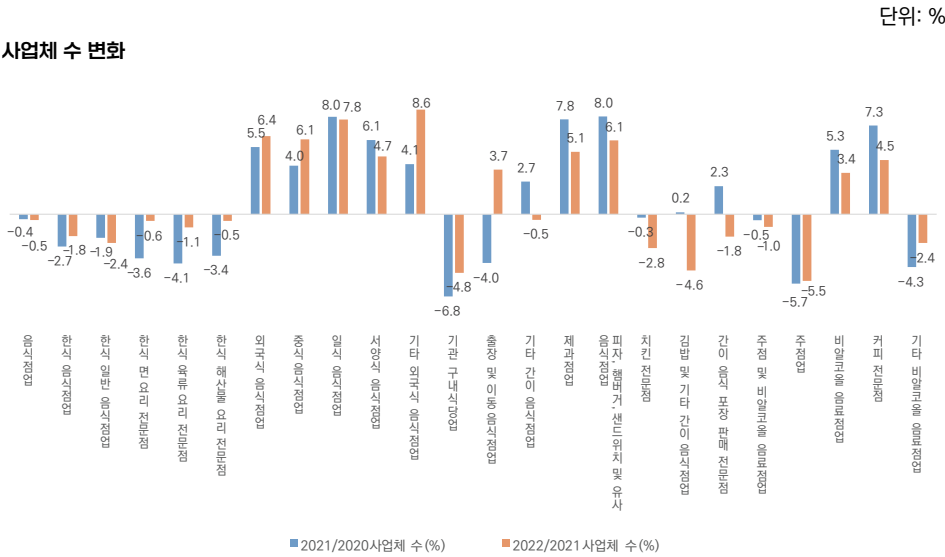
주 1) 2020~2022년 매출액은 경제총조사와 서비스업조사의 매출액에 음식점 및 주점업 생산자물가지수(2020=100)를 적용하여 계산한 실질 매출액임.

2) 영업비용=인건비+임차료+기타경비임.

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

- 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 실질 매출액과 영업이익 또한 2021년에 들어서 증가하고 있음. 주점 및 비알코올 음료점업의 업체당 2022년 실질 매출액은 1억 2,800만 원으로 2021년 대비 26.5%, 영업이익도 1천 1백만 원으로 전년 대비 74.4% 증가함.
 - 세부 업종별로 살펴보면, 주점업의 2021년 매출액(1억 원)과 영업이익(6백만 원)은 2020년 대비 각각 1.4%, 32.9% 증가에 그쳤으나, 2022년에는 28.3%, 131.8% 늘어난 것으로 분석됨. 그러나 2019년 매출액(2억 원)과 영업이익(1천 2백만 원) 대비 여전히 적음. 비알코올 음료점업은 2021년부터 업체당 실질 매출액과 영업이익이 지속적으로 증가하는 것으로 확인됨.
- 2022년 음식점 및 주점업의 업체 수는 전년 대비 0.6% 감소하였음에도 불구하고 실질 총매출액은 오히려 9.1% 증가하였으나, 업종별로는 다소 차이가 있음.
- 음식점업의 경우 한식 음식점, 기관 구내식당, 기타 간이음식점, 김밥 및 기타 간이음식점, 간이 음식 포장 판매전문점의 업체 수는 감소하고 매출액은 증가한 것으로 나타남.
 - 전체 음식점업 수의 60%를 차지하는 한식 음식점의 경우, 2021년에 이어 2022년에도 사업체 수는 감소하였으나, 매출액은 증가하였음. 마찬가지로 기관 구내식당업도 2022년 사업체 수는 전년보다 4.8% 줄었으나, 매출액은 8.1% 증가한 것으로 파악됨.
 - 기타 간이 음식점업의 세부 업종인 치킨 전문점, 김밥 및 기타 간이음식점, 간이 음식 포장 판매전문점의 업체 수는 1.8~4.6% 내외로 감소하였으나, 제과점업과 피자·햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업은 5~6% 증가하였음. 그러나 매출액은 전 업종에서 3.5~10.3% 늘어난 것으로 분석됨.
- 이에 비해 출장 및 이동식 음식점은 2021년 대비 업체 수와 매출액 모두 각각 3.7%와 46.4% 증가하였으며, 외국식 음식점업도 업체 수와 매출액이 증가한 것으로 나타남.
- 주점업은 사업체 수가 전년보다 5.5% 감소하였는데, 매출액은 큰 폭(44.7%)으로 증가함. 업체 수가 가장 많이 감소한 업종은 일반 유흥 주점업(8.1%)이었고, 급격한 매출액 증가를 경험한 업종은 무도 유흥 주점업(156.1%)이었음.
 - 커피 전문점은 사업체 수와 매출액 모두 증가하였으나, 기타 비알코올 음료점업의 사업체 수는 전년 대비 2.4% 감소, 매출액은 12.7% 증가하였음.

음식점 및 주점업의 2021년 대비 2022년 업종별 사업체 수 및 매출액 변화

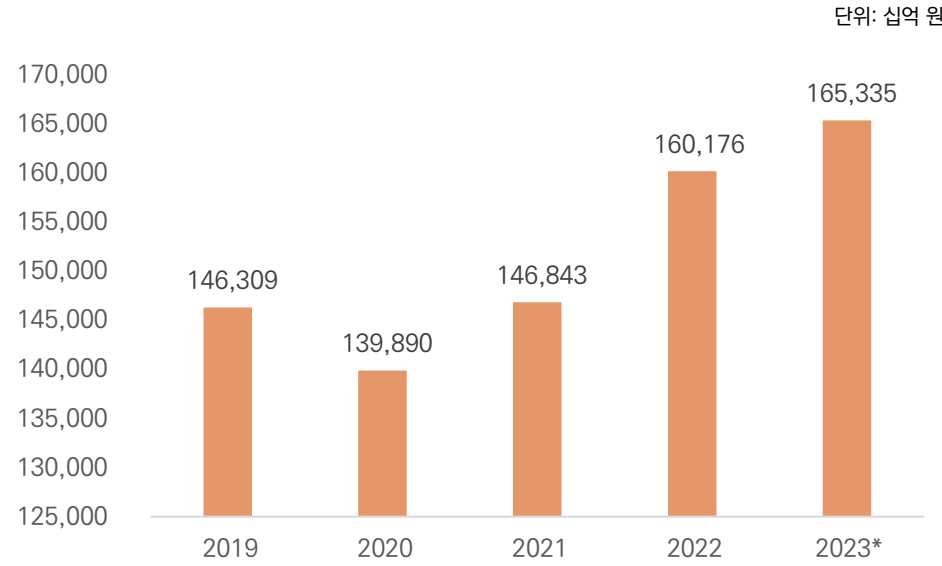


자료: 통계청, 「2020년 경제총조사」, 2022년: 통계청, 「2022년 서비스업조사」, 2023년

2023년 외식업체 실질 총매출액은
전년보다 증가한 것으로 추정

- 전체 음식점 및 주점업의 실질 총매출액은 코로나19 발생으로 인한 강력한 사회적 거리두기, 영업 제한, 소비자들의 외식 자제가 심각하였던 2020년 139.9조 원이었으나, 2021년 146.8조 원, 2022년은 160.2조 원으로 증가하였으며, 2023년에는 165.3조 원으로 추정되어 2021년부터 증가세로 전환된 것으로 분석됨.
- 2023년 기준 음식점 및 주점업의 실질 총매출액은 2022년 대비 3.2% 증가할 것으로 추정됨.

음식점 및 주점업의 실질 총매출액 변화



주 1) 2020년~2022년 매출액은 경제총조사와 서비스업조사의 매출액에 음식점 및 주점업 생산자물가지수(2020=100)를 적용하여 계산한 실질 매출액임.

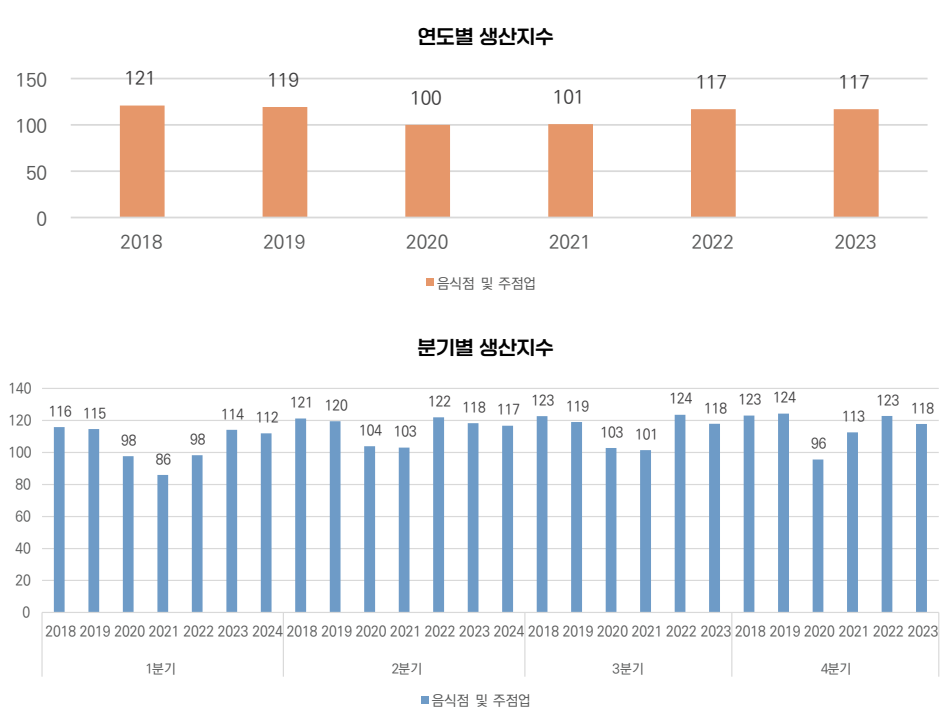
2) *는 2022년 매출액에 "숙박 및 음식점업 실질 GDP"를 적용하여 추정한 수치임.

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

상승하던 외식업체 생산지수는
2023년 2분기 이후 정체 추세

- 음식점 및 주점업의 생산지수는 2019년 119였으나, 2020~2021년에는 코로나19 영향으로 100~101까지 하락하였다가 2022년과 2023년에는 117로 상승함.
- 이를 분기별로 살펴보면, 음식점 및 주점업 생산지수는 2021년 4분기부터 상승세로 전환된 이후 2023년 1분기까지 이러한 추세가 계속 유지되었음. 그러나 2023년 2분기부터 4분기까지는 정체되는 모습을 보임.
- 음식점 및 주점업의 생산지수는 2023년 2분기를 기점으로 전년 동 분기 대비 다소 하락한 상황이 2024년 2분기까지 지속되고 있음.

음식점 및 주점업의 연도별·분기별 생산지수 추이

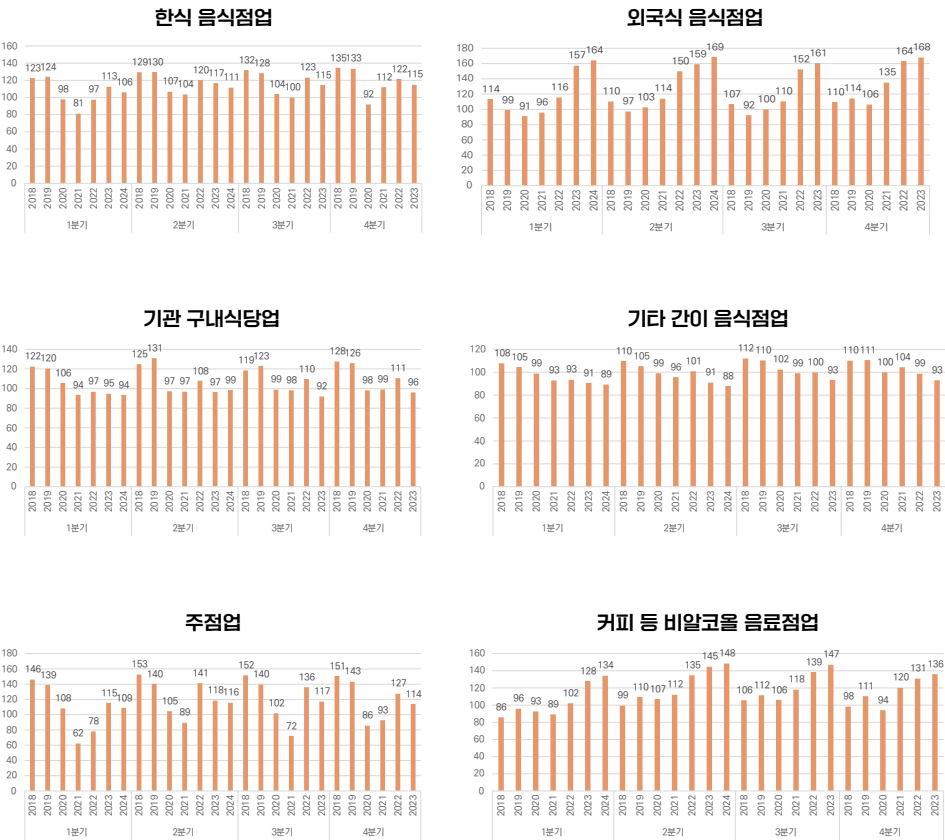


주: 불변지수 값을 사용함(2020=100).

자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

- 주요 업종별로 외국식 음식점업의 생산지수는 상승세가 지속되고 있고, 2024년 2분기에 2018년 이후 동기 대비 가장 높은 것으로 나타나고 있음.
- 반면, 한식 음식점업, 기관 구내식당, 기타 간이음식점의 생산지수는 등락을 반복하며 뚜렷한 상승세를 보이지 않음.
- 주점 및 비알코올 음료점업의 생산지수는 2022년 138을 기록한 이후 다소의 등락은 있으나 비슷한 수준을 유지하고 있음.
- 커피 등 비알코올 음료점업의 2024년 2분기 생산지수는 2018년 이후 동기 대비 가장 높은 상황으로 상승세가 지속되고 있지만, 주점업은 2022년 2분기 이후 점차 낮은 지수를 보이고 있음.

음식점 및 주점업의 업종별·분기별 생산지수 추이

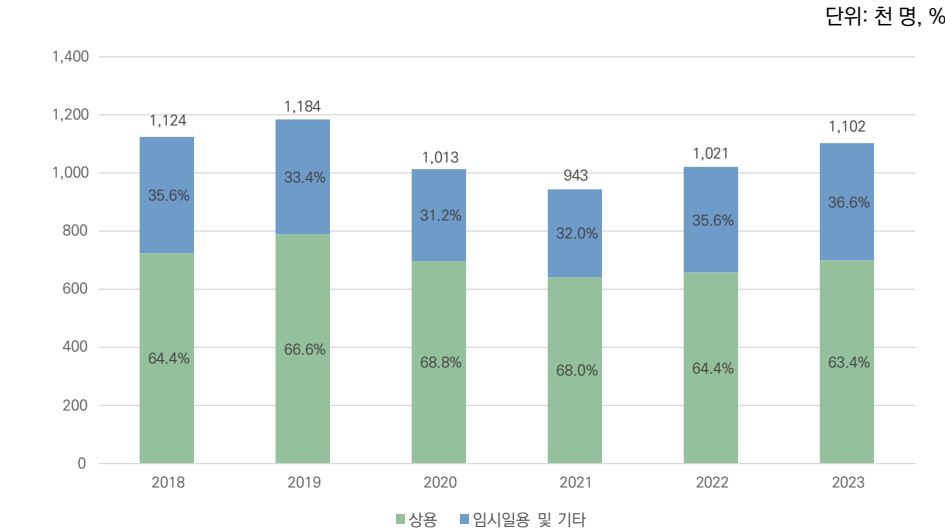


주: 불변지수 값을 사용함(2020=100).
자료: 통계청, 「서비스업동향조사」, 각 연도.

2023년 음식점 및 주점업 종사자 수 110만 명으로
전년 대비 8% 증가

- 음식점 및 주점업 종사자 수는 2022년에 이어 2023년에도 전년 대비 8% 증가한 110만 명으로 나타나 종사자 수가 110만 명을 웃돌던 예전 수준을 회복한 것으로 파악됨.
 - 외식업 종사자 중 상용근로자 비중은 2020년 68.8%를 기록한 이후 지속적으로 감소하는 경향을 보이고 있지만, 임시 및 일용근로자는 같은 기간 31%에서 2023년 37% 수준으로 증가함.

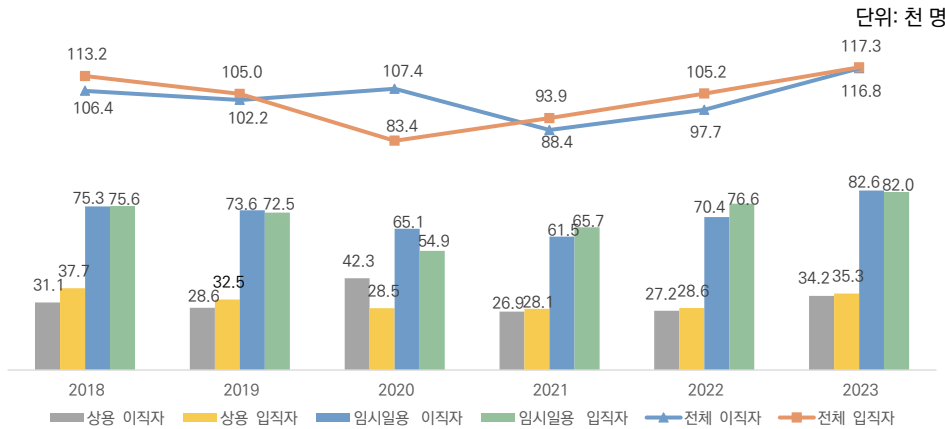
음식점 및 주점업의 종사자 수 및 종사상 지위별 비중 변화



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

- 2020년 음식점 및 주점업의 이직자 수는 코로나19로 인해 외식업체가 영업시간 단축이나 휴·폐업이 늘어나면서 유일하게 입직자 수보다 많았음. 그러나 2021년 이후 입직자 수가 이직자 수를 추월하기 시작하였고, 이러한 추세는 2023년까지 지속되고 있음.
 - 2023년 입직자 수는 11만 7천 명, 이직자 수는 11만 6천 명으로 2018년 11만 3천 명, 10만 6천 명보다 더 많은 것으로 나타남.
- 2020년 이전에는 상용근로자의 입·이직 차이(입직자 수-이직자 수)가 컸던 반면, 이후에는 임시 및 일용근로자의 입·이직 차이가 큼. 이는 상용직에 대한 고용 부담과 수익성 등의 요인으로 임시 및 일용근로자의 고용이 늘어났기 때문으로 판단됨.
 - 2021년부터 2022년까지 임시 및 일용직의 입·이직 차이가 상용직의 차보다 크게 나타났으나, 2023년에는 상용직의 입·이직 차이가 임시 및 일용직의 차보다 큰 것으로 나타남.

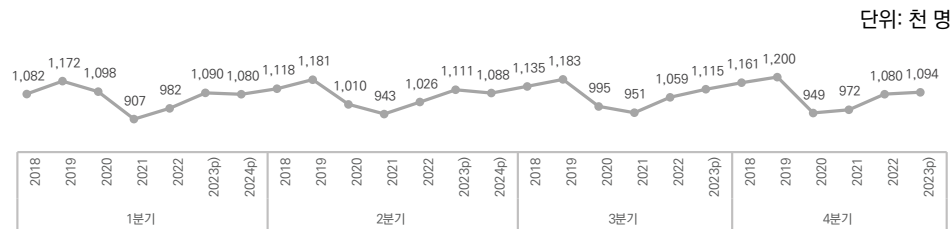
음식점 및 주점업의 이직자·입직자 수 추이



자료: 고용노동부, 「사업체노동력조사」, 각 연도.

- 음식점 및 주점업의 종사자 수는 2021년 1분기 91만 명으로 가장 낮은 수준을 나타내다가 이후 증가세로 전환되어 2023년 3분기 112만 명까지 증가하였음. 그러나 다시 소폭 감소하여 2024년 2분기까지 108만~109만 명 수준을 유지하고 있음.
 - 2022년 1분기 이후부터 2023년 3분기까지 전년 동기 대비 종사자 수가 증가세를 보여 외식업 인력시장이 회복하는 것으로 보였으나, 이후 외식업 생산지수 하락 등으로 인해 소폭 감소한 것으로 나타남.

음식점 및 주점업의 분기별 종사자 수 추이



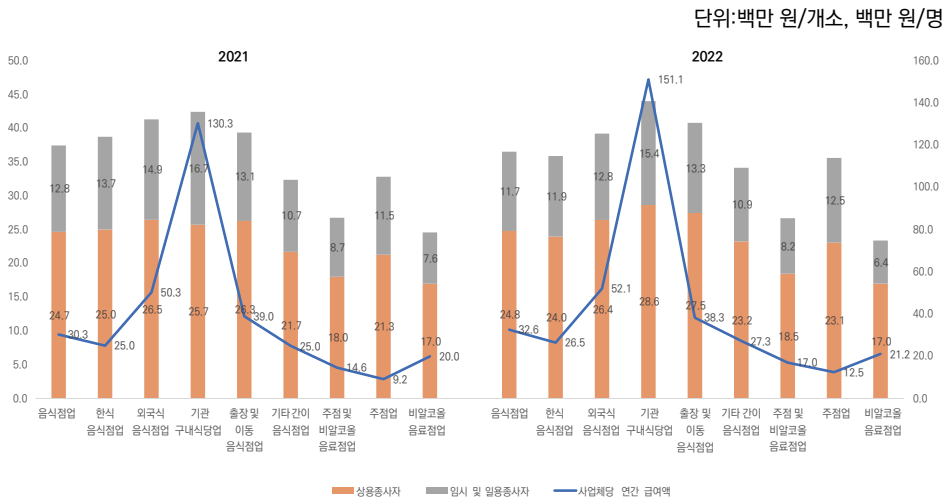
주 1) 1인 이상 사업체 종사자(상용+임시일용+기타) 포함.
2) 자영업자, 무급가족종사자 제외.
자료: 고용노동부, 「사업체노동력조사」, 각 분기.

외식업 종사자 급여액 상승,
외식업체 영업시간 증가

- 음식점업 종사자의 업체당 연간 평균 급여는 2021년 3천만 원에서 2022년 3천 3백만 원으로, 주점 및 비알코올 음료점업은 1천 5백만 원에서 1천 7백만 원으로 증가함.
 - 음식점업 종사자의 업체당 연간 평균 급여는 업종에 따라 편차가 크게 나타남. 한식 음식점과 기타 간이음식점은 연간 평균 급여액이 2천 7백만 원이었으나, 출장 및 이동 음식점은 3천 8백만 원, 외국식 음식점은 5천 2백만 원, 기관 구내식당은 1억 5천만 원으로 나타남.
- 음식점업 상용종사자의 연간 평균 급여액은 전년 대비 전반적으로 상승하였지만, 임시 및 일용근로자 급여액은 감소하였음. 이로 인하여 상용종사자와 임시 및 일용근로자의 급여액 차이가 더 확대된 것으로 나타남.
 - 음식점업 상용종사자의 연간 평균 급여액은 2천 6백만 원으로 임시 및 일용근로자 1천 3백만 원보다 2배가량 높았음.
 - 업종별로 살펴보면, 기관 구내식당업의 상용종사자 연간 급여액이 2천 9백만 원으로 가장 높았으며, 기타 간이음식점 상용종사자가 2천 3백만 원으로 가장 낮았음.
 - 임시 및 일용근로자 경우도 상용종사자와 마찬가지로 기관 구내식당업 종사자의 업체당 연간 급여액(1천 5백만 원)이 가장 높고, 기타 간이음식점(1천 1백만 원)이 가장 낮은 것으로 나타남.

- 비알코올 음료점업 또한 업체당 연간 평균 급여액이 증가하였으나, 상용종사자의 급여액은 변화가 없었고, 임시 및 일용근로자의 급여액은 감소한 것으로 나타남.
 - 업체당 연간 평균 급여액과 종사자 급여액의 변화는 상용종사자와 임시 및 일용근로자 고용이 전년 대비 각각 12.9%와 20.4% 증가하였기 때문으로 판단됨.

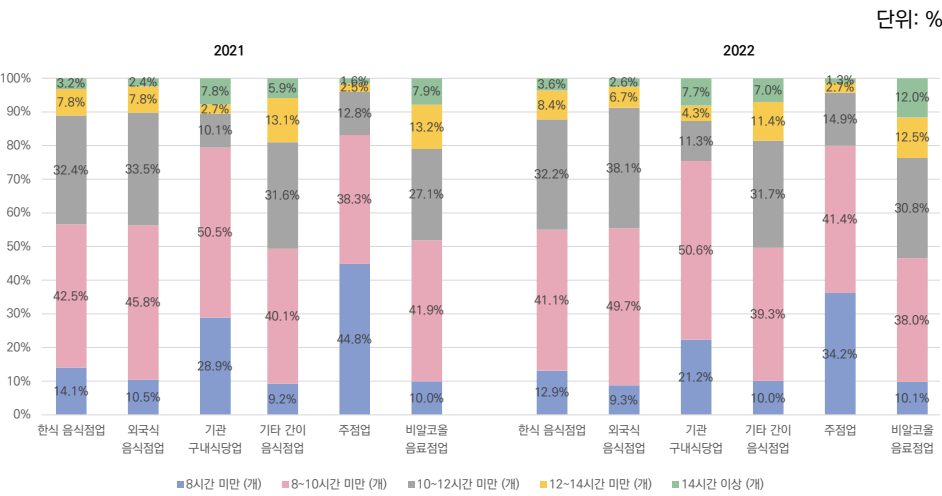
Ⅱ 음식점 및 주점업의 업종별·종사자별 연간 급여액 현황



자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023년.

- 음식점 및 주점업의 55~87% 업체들이 일 평균 8~12시간 미만 영업을 하고 있으며, 모든 음식점 및 주점업 업체 중 8~10시간 미만 영업하는 업체가 38~51% 수준으로 전년 대비 영업시간이 증가한 것으로 나타남.
 - 이중 한식 음식점, 외국식 음식점, 기타 간이음식점, 비알코올 음료점은 일 평균 영업시간 10~12시간 미만이 상대적으로 높은 비중을 차지하였고, 기관 구내식당업, 출장 및 이동식 음식점업, 주점업은 이보다 적은 8시간 미만 영업하는 업체의 비중이 상대적으로 높게 나타남.

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

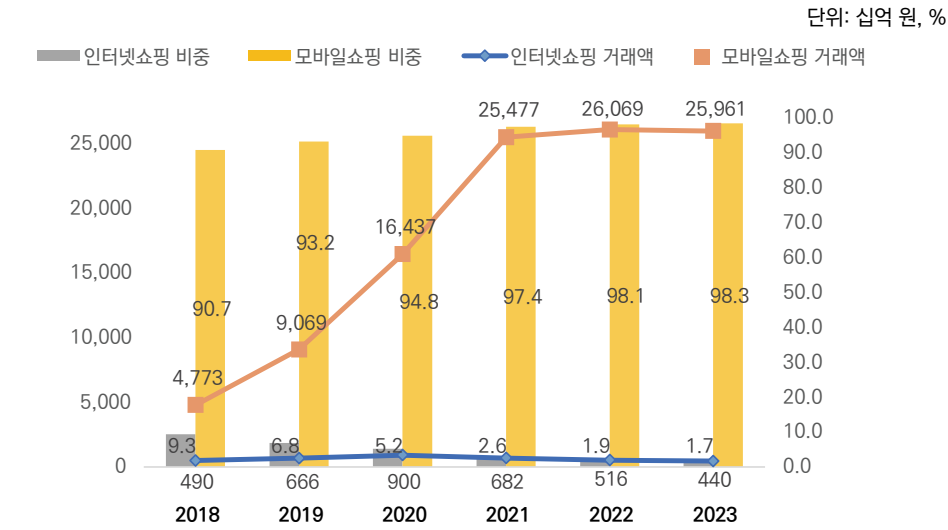


자료: 통계청, 「서비스업조사」 2023년.

외식업체의 온라인서비스는 전반적으로 증가세이나, 최근 다소 주춤

- 음식 서비스 온라인 거래액(모바일쇼핑+인터넷쇼핑)은 코로나19 시기에 비대면 거래가 증가하면서 2018년 5.3조 원에서 2021년 26조 원으로 급격하게 증가하였음. 그러나 위드 코로나로 전환된 2022년 거래액은 전년 대비 1.6%의 증가에 그쳐 증가세가 둔화되었으며, 2023년에는 전년 대비 0.7% 감소하였음.
 - 2023년 인터넷 음식 서비스와 모바일 음식 서비스 거래액 모두 전년 대비 감소하였으나, 모바일보다는 인터넷 음식 서비스 거래액의 감소 폭이 더 큰 것으로 나타났고, 모바일 서비스 비중은 2018년 이후 꾸준히 증가하고 있으나, 인터넷 쇼핑 비중은 지속적으로 감소하는 모습을 보이고 있음.

Ⅳ 2018~2022년 음식 서비스 온라인 비중 및 거래액 추이

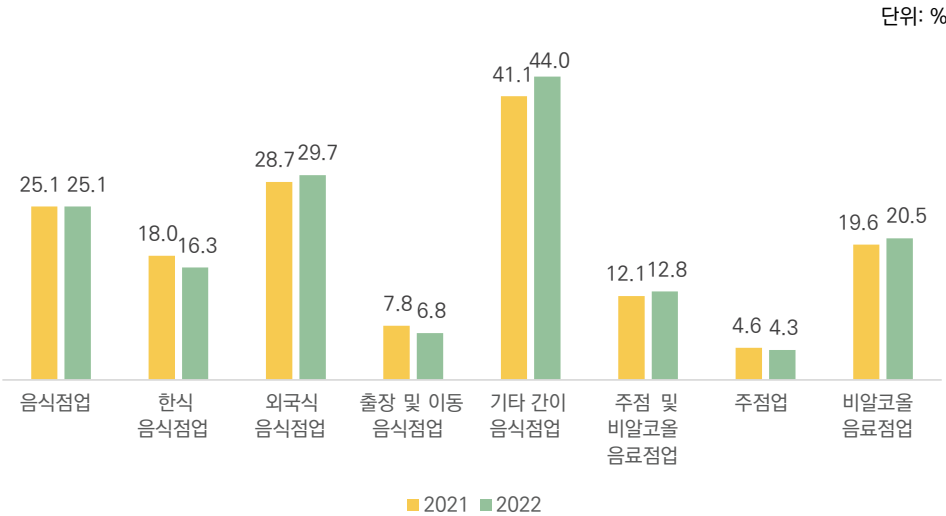


주: 음식서비스는 온라인 주문 후 조리되어 배달되는 음식(피자, 치킨 등 배달서비스)을 말함.

자료: 통계청, 「온라인쇼핑동향조사」, 각 연도.

- 음식점업의 2021년 대비 2022년 온라인 거래는 큰 변화가 없으나, 업종별로는 다소 차이가 있음. 음식점업 중 온라인 거래를 하는 업체 비중이 가장 높은 업종은 기타 간이 음식점업으로 44.0%인 것으로 나타남.
 - 한식 음식점과 출장 및 이동식 음식점의 2022년 온라인 거래 비중은 전년 대비 소폭 감소하였으나, 외국식 음식점과 기타 간이 음식점은 증가한 것으로 파악됨.
 - 주점 및 비알코올 음료점업의 경우 비알코올 음료점업의 온라인 거래 비중이 증가하였고, 2022년 기준 약 21%의 업체가 온라인 거래를 하는 것으로 집계됨.

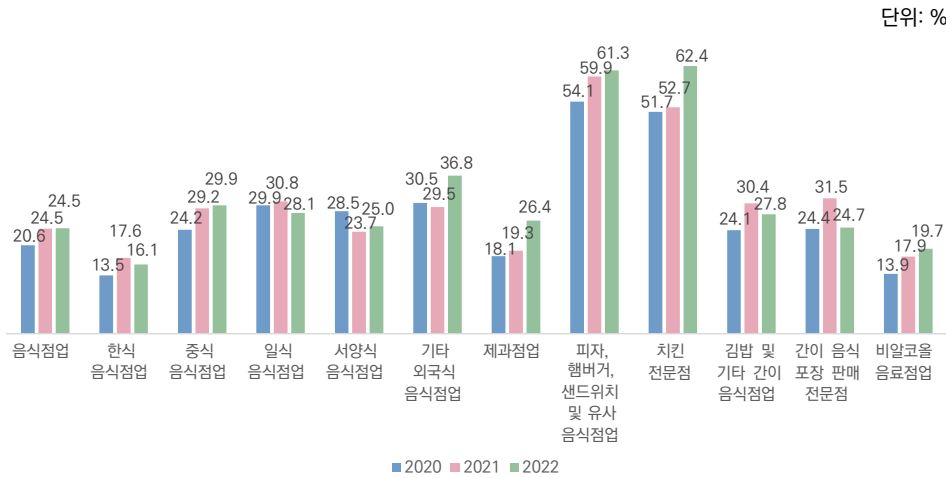
Ⅰ 음식점 및 주점업의 업종별 온라인 거래 비중



자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023년.

- 2022년 기준 음식점 및 주점업의 디지털플랫폼 활용 비중은 21.1%로 전 산업 비중인 19.2%를 상회하는 것으로 확인됨. 음식점업의 디지털플랫폼 활용 비중은 24.5%로 비교적 높은 가운데 비알코올 음료점업은 전 산업 평균과 유사한 19.7% 수준임.
 - 2022년 기준 음식점업의 디지털플랫폼 활용 비중이 전년 대비 증가하였으나, 한식 음식점, 일식 음식점, 김밥 및 기타 간이음식점, 간이 음식 포장 판매 전문점에서는 감소하였음.
 - 2021년과 비교하여 디지털플랫폼 도입이 가장 많이 증가한 업종은 치킨 전문점으로 2021년 53%에서 2022년 62%로 증가하였음.

Ⅱ 음식점 및 주점업의 업종별 디지털플랫폼 거래 비중



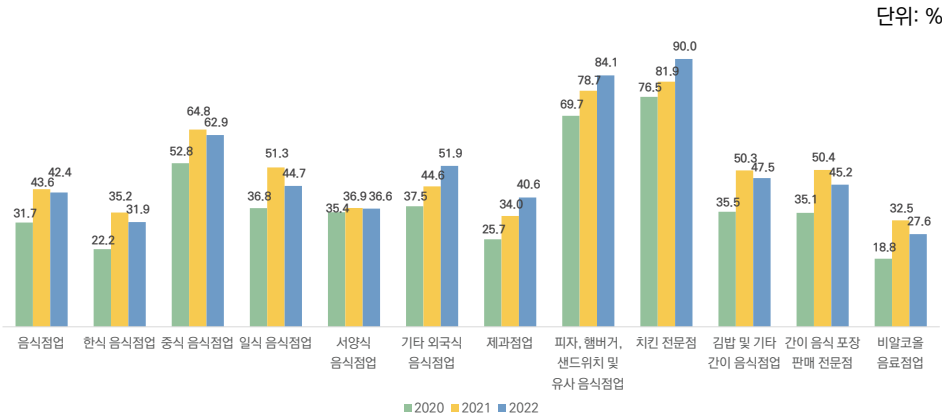
자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023년.

● 배달서비스를 제공하는 음식점업 비중은 코로나19로 인한 대면 서비스 제한으로 2020년 31.7%에서 2021년 43.6%로 급격하게 증가하였으나, 2022년에는 전년 대비 소폭 감소한 42.4%로 확인됨.

– 대표적인 배달 음식 업종인 치킨 전문점을 포함한 기타 외국식, 제과점, 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점 등에서는 배달서비스 비중이 전년 대비 3.1~8.1% 증가하였으나, 다른 음식점에서는 0.2~6.6% 감소한 것으로 나타남.

– 특히, 일식 음식점, 간이 음식 포장 판매 전문점, 비알코올 음료점업에서 배달서비스 비중이 4.9~6.6%까지 급격하게 감소하였고, 한식 음식점과 김밥 및 기타 간이 음식점업이 2.8~3.4% 감소한 것으로 나타남.

■ 음식점 및 주점업의 업종별 배달 서비스 제공 비중



자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023년.

무인 주문·결제기 도입 외식업체 증가 추세

● 코로나19로 인한 비대면 서비스 선호와 외식업 인력난 해결 방안의 일환으로 무인 주문·결제기(KIOSK)를 도입하는 외식업체의 수가 증가하는 추세임. 2020년 전체의 2.1%에 그쳤던 무인 결제기 도입 음식점 비중은 2021년 5.1%, 2022년 6.4%로 증가하고 있음.

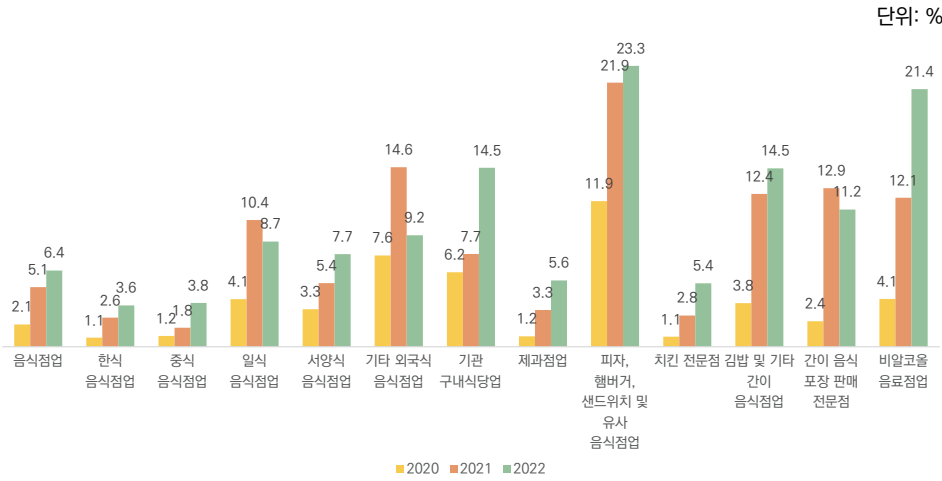
– 무인 주문·결제기 도입 업체 비중이 전년 대비 감소한 일식, 기타 외국식, 간이 음식 포장 판매 전문점을 제외하고 모든 업체에서 도입 비중이 증가하였음.

– 무인 주문·결제기를 가장 많이 도입한 업종은 여전히 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업으로 업체의 23.3%가 도입하였고, 2022년에 비중이 급격하게 증가한 업종은 비알코올 음료점업으로 2021년 12.1%에서 2022년 21.4%로 증가함.

● 2023년 외식업체 경영실태조사 결과에 따르면, 외식업체 중 무인 주문·결제기를 사용하는 비중이 점차 증가하는 추세이며, 2023년 기준 7.8%로 나타남. 업종별로는 일반 음식점(5.4%)보다는 일반 음식점 이외 업체(10.4%)의 무인 주문·결제기 사용 비중이 2배 정도 높은 편으로 나타남.

– 외식업체가 사용 중인 무인 주문·결제기 유형은 키오스크가 67.0%로 매우 높은 편이고, 고객 휴대폰 28.3%, 태블릿PC 4.0%이며, 2022년과 비교하여 키오스크 비중은 소폭 줄어든 반면, 고객 휴대폰과 태블릿PC는 약간 증가한 것으로 나타남.

■ 2021년 vs. 2022년 음식점 및 주점업의 무인 주문·결제기 도입 업체 수 비중



자료: 통계청, 「서비스업조사」, 2023년.

요약 및 시사점

● 음식점 및 주점업의 2023년 매출액과 생산지수는 위드코로나 정책 추진 이후 외식 수요가 지속적으로 확대됨에 따라 2022년에 이어 모두 증가세를 나타내는 등 외식업 시장이 점차 회복되는 것으로 판단됨. 음식점 및 주점업 실질 총매출액은 2020년 139.8조 원에서 2022년 160.2조 원까지 빠르게 증가하였으나, 2023년에는 증가세가 다소 둔화된 모습을 보이며 전년 대비 3.2% 증가한 165조 원으로 추정됨.

– 2023년 음식점 및 주점업 생산지수는 117로 2022년(116.7) 대비 소폭 상승에 그친 것으로 나타남. 이는 외국식 음식점업과 비알코올 음료점업 생산지수의 빠른 성장에도 불구하고 한식 음식점을 포함한 거의 모든 음식점에서 전년 동 분기 대비 생산지수 하락이 있었기 때문으로 판단됨.

● 외식업계의 매출액과 생산지수 증가세와 함께 2023년 음식점 및 주점업 종사자 수도 전년 대비 8.0% 증가한 110만 명으로 집계되었는데, 이는 음식점 및 주점업의 고용이 코로나19 이전인 2019년 118만 명에 근접한 수준까지 진전되고 있음을 의미함.

● 한편, 2022년 음식점 업체 수는 2021년에 이어 계속 감소하고 있으며, 특히, 전체 음식점업 수의 60%를 차지하는 한식 음식점의 감소세가 지속되고 있는 것으로 확인됨.

– 이 외에 기타 간이음식점, 치킨 전문점, 김밥 및 기타 간이음식점, 간이 음식 포장 판매 전문점 등의 업체 수가 감소한 것으로 파악됨.

● 음식점 및 주점업의 고용 시장이 점차 회복되는 것으로 판단되고, 2023년 급여액과 일 평균 영업시간은 2022년 대비 증가한 것으로 나타남.

– 2023년 기준 전체 종사자 수는 110만 명으로 코로나19 이전 수준에 근접하고 있음. 2021년 이후 입직자 수가 이직자 수를 초월하기 시작하였으며, 점차 상용 입직자 수가 증가하고 있음.

– 상용직 급여액은 2021년 대비 2022년에 전반적으로 상승하였으나, 임시 및 일용직 급여액은 하락한 것으로 나타났고, 상용직과 임시 및 일용직의 급여액 차이가 2배 이상임.

– 일 평균 8시간 미만 영업하는 업체의 비중은 2021년 대비 감소하였으나, 8시간 이상 영업하는 업체의 비중은 증가한 것으로 분석됨.

● 음식점 및 주점업의 2023년 온라인 거래액은 26.4조 원으로 전년 대비 0.7% 감소하였으나, 모바일 음식 서비스 비중은 2018년 이후 점차 증가하여 2023년 기준 98.3%를 점유함.

– 음식점업의 디지털플랫폼 거래도 지난해와 같은 24.5%였으나, 한식 음식점, 일식 음식점, 김밥 및 기타 간이 음식점, 간이 음식 포장 판매 전문점은 지난해 대비 감소하였음. 다른 업종과 달리 디지털플랫폼 거래 비중이 높았던 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업과 치킨 전문점은 2022년 기준 각각 61.3%와 62.4%의 거래 비중을 보임.

– 2020년 2% 수준에 불과하였던 음식점업의 무인 주문 결제기 도입은 2022년 6.4%로 증가하였음. 특히, 비알코올 음료점의 무인 주문 결제기 도입 비중은 전년 대비 크게 증가한 것으로 확인됨.

● 최근의 외식산업은 코로나19로 힘들었던 상황에서 거의 회복되고 있는 것으로 판단됨. 또한, 1인 가구 수와 맞벌이 가구 증가 등은 외식 수요의 확대에 이어져 외식산업의 회복은 물론 추가적 성장을 견인할 수 있을 것으로 예상됨.

– 그러나 한편으로는 소비자 물가지수와 외식 물가지수의 지속적 상승이 외식업계에 좋지 않은 영향을 미칠 가능성도 존재함. 즉, 밀키트와 도시락으로 대표되는 외식 서비스 대체 시장과 경쟁이 심화될 것으로 전망됨.

● 외식업체의 고용 수준이 코로나19 이전 수준으로 회복되고 있으나, 급여액 상승과 입직자와 이직자 차이가 거의 없는 현재 상황에서는 인력 고용을 위한 경쟁이 가중될 수 있음.

– 외식업계의 무인 주문 결제기 도입율이 아직은 낮은(6.4%) 상황에서 고용상의 애로를 극복하고, 생산성 향상을 위해서는 푸드테크 기술 도입 및 활용에 빠르게 적응할 필요가 있고, 관련된 정책적 지원이 지속적으로 이루어져야 할 것으로 판단됨.

저자 정보

- 박성진 연구위원(061-820-2025), seongjin20@krei.re.kr
- 박기환 선임연구위원(061-820-2331), kihwan@krei.re.kr
- 전무경 위촉연구원(061-820-2175), mu3618@krei.re.kr