

# 2017 외식업체 식재료 구매현황 조사

한국농촌경제연구원

KREI

한국농촌경제연구원은 전국 외식업체의 식재료 원료 조달 및 이용실태를 조사하여 외식산업 이해관계자들에게 식재료 거래정보를 제공하고 있음. 식품수급과 외식산업 경쟁력 제고를 위해 필요한 정책수립의 기초자료로 식재료 구매현황 조사를 적극적으로 활용할 필요가 있음. 본 조사는 전국 17개 시·도 외식업체(5,042개)를 대상으로 실시하였으며, 외식업체 사업자 및 사업장 정보, 식재료 구입 및 구입처, 식재료 거래 특성 등의 조사항목을 포함함.

## 조사배경 및 목적

- 식품소비 패턴이 다양화되고 외식소비가 증가함에 따라 국내 외식산업은 양적으로 크게 성장하였으나 질적 수준을 대변하는 정보인프라는 매우 부족하여 타 산업 대비 상대적으로 정보 효율성이 높지 않은 편임.
- 본 조사의 목적은 전국 외식업체의 식재료 구매량, 구매액, 주요 구입처, 국산 사용 비중, 식재료 거래 등 식재료 원료 조달 및 이용실태를 업종별·상권별·권역별·서비스유형별·영업형태별로 파악함으로써 식품수급과 외식산업 경쟁력 제고를 위해 필요한 정책수립의 기초 자료로 활용하는 것임.
- 또한 외식산업 이해관계자에게 식재료 거래정보를 제공하여 효율적인 의사결정을 지원하고, 외식산업과 농업의 연계발전을 도모하고자 함.

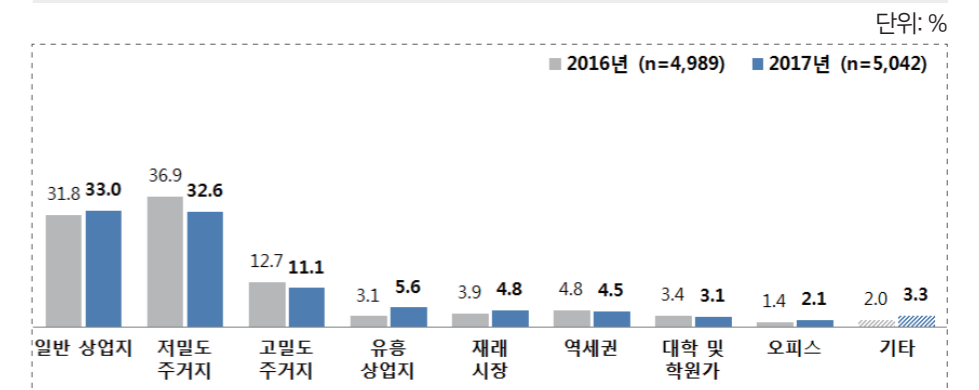
## 조사체계

- 외식업체 식재료 구매현황 조사는 전국 17개 시·도(세종시 포함) 외식업체 사업주 및 실제 운영자를 대상으로 실시되었으며, 실제 조사 표본 수는 5,042개 업체임.
- 외식업체 식재료 구매현황 조사를 보다 효과적으로 파악하기 위해 외식업체를 프랜차이즈와 비프랜차이즈로 구분하고, 조사 모집단은 제10차 한국표준산업분류의 대분류 중 '숙박 및 음식점업'에 속해 있는 음식점 및 주점업을 기준으로 선정함.
- 모집단은 다음과 같이 정의함.
  - 목표 모집단: 2017년 8월 기준 한국표준산업분류의 대분류 중 '숙박 및 음식점업'에 속해 있는 음식점 및 주점업 영위 업체
  - 조사 모집단: 2017년 8월 기준 외식업을 경영하고 있는 프랜차이즈와 비프랜차이즈 리스트
- 조사 기간은 2017년 9월 8일부터 2017년 11월 7일까지 약 2개월이며, 조사 방법은 전문 면접원이 외식업체를 직접 방문하여 면대면 조사를 수행하였음. 주요 조사항목은 외식업체 사업자 및 사업장 정보, 식재료 구매현황(식재료 구입 및 구입처, 식재료 거래 특성) 등임.

## 사업자 및 사업장 정보

- 현 사업장 종사기간은 평균 6.7년으로 조사되었고, '5년 미만'이 52.5%로 절반 이상을 차지함. 일반음식점의 현 사업장 종사기간은 평균 7.4년이고, 일반음식점 업종별로 중식(평균 7.6년)이 상대적으로 길게 나타난 반면, 기타 외국식(4.1년)과 서양식(5.2년)은 비교적 짧은 수준임.
- 외식업체의 면적 규모는 '50m<sup>2</sup>~100m<sup>2</sup>미만'이 34.0%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 평균 면적은 88.1m<sup>2</sup> 수준으로 분석됨. 일반음식점의 경우는 평균 면적이 95.0m<sup>2</sup>로 전체 외식업체 평균에 비해 6.9m<sup>2</sup> 가량 더 넓고, 서양식(153.2m<sup>2</sup>)의 면적이 가장 넓은 것으로 조사됨.
- 외식업체의 상권 분포의 경우 '일반상업지'에 위치하고 있다는 응답이 33.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 '저밀도 주거지'가 32.6%로 높게 나타남. 일반음식점은 '저밀도 주거지'(36.4%)가 가장 높았고, '일반상업지'(31.8%), '고밀도 주거지'(9.7%), '재래시장'(5.6%) 등의 순서임.

외식업체 사업장 상권 분류



- 음식점 업종으로는 '한식'으로 분류된 경우가 56.6%로 절반 이상을 차지함. 한식 세분류별로는 한식 일반 음식점업(45.8%)의 비중이 가장 높고, 한식 육류 요리 전문점(37.4%)과 한식 해산물 요리 전문점(12.6%), 한식 면 요리 전문점(4.3%) 순서임.
- 외식업체의 운영 형태는 '비프랜차이즈(독립운영)'가 79.4%, '프랜차이즈'가 20.6%로 조사되어 개인 소유의 독립운영 형태의 비율이 높은 것으로 조사됨.
- 외식업체를 방문하는 고객의 주요 연령층으로는 '40대(33.0%)'를 꼽은 업체가 가장 많았으며, 외식업체 방문 고객의 성별을 보면, '남성'이 59.3%, '여성'이 40.7%로 조사됨.

## 식재료 구입 및 구입처

- 2017년 월평균 식재료 구매량은 650.4kg으로 2016년 559.2kg보다 16.3% 증가하였으며, 월평균 식재료 구매금액은 334만 원으로 2016년 271만 원보다 23.2% 증가함.
- 식재료 구매경로는 '식자재 마트'를 통해 구입하는 비중이 30.1%로 가장 많으며, 그 다음으로 '개인 도매상(20.6%)', '농수산물도매시장(11.5%)' 등의 순서임. 구매 빈도는 '일주일에 1~2회' 구입하는 비중이 37.4%로 가장 많으며, 그 다음으로 '월 2~3회(23.0%)', '일주일에 3~4회(14.1%)' 등의 순으로 나타남.
- 구매형태는 원물상태로 구입하는 비중이 65.4%로 가장 많으며, 그 다음으로 '가공 상태(17.6%)', '전처리상태(13.7%)' 순으로 나타남. 유통형태는 '상온유통' 형태가 72.5%로 가장 많으며, 그 다음으로 '냉장유통(23.6%)', '냉동유통(3.9%)' 순서임.
- 주문 및 배달형태는 '매장주문 후 배달'하는 형태가 45.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 '직접 구매 후 직접 운반(31.8%)', '직접 구매 후 배달(21.0%)', '온라인 구매 후 배달(2.2%)' 순서임.

품목류별 월평균 구매량과 월평균 구매금액

단위: kg, 만 원

구분	월평균 구입량			월평균 구매금액		
	2016년	2017년	증감률(%)	2016년	2017년	증감률(%)
육류 및 축산물	208.2	256.0	23.0	181.7	234.1	28.8
장류/양념류 및 가공식품	108.5	102.4	-5.6	49.7	51.8	4.2
곡류 및 곡류 가공품	217.4	221.2	1.7	48.6	47.5	-2.3
수산물류	20.9	23.6	12.9	16.6	20.6	24.1
채소류	146.0	167.6	14.8	38.5	43.8	13.8

- 외식업체가 식재료 구입처를 주로 이용하는 이유는 '필요한 물량의 원료를 확보하기 용이해서(37.5%)', '품질이 우수하고 국내산 원재료를 믿을 수 있어서(36.0%)', '저렴한 가격에 원료를 조달할 수 있어서(33.4%)', '여러 원료를 한꺼번에 구입하기 편리해서(29.5%)' 등의 순서로 나타남.

- 일반음식점 업종별로 일식(43.4%)과 한식(37.7%)은 '품질이 우수하고 국내산 원재료를 믿을 수 있어서', 중식(42.1%)은 '필요한 물량의 원료 확보에 용이해서'가 중요한 이유임.
- 외식업체 규모별 월평균 구매량은 2017년 기준 30m<sup>2</sup> 미만 업체가 448.6kg, 300m<sup>2</sup> 이상은 1,959.7kg이며, 월평균 구매금액은 2017년 기준 30m<sup>2</sup> 미만 업체가 219만 원, 300m<sup>2</sup> 이상은 1천 148만 원으로 조사됨.
- 상권별 외식업체의 식재료 월평균 구매량은 2017년 기준 오피스(871.0kg), 역세권(785.9kg), 일반상업지(726.1kg) 등의 순서임. 월평균 구매금액은 역세권(474만 원), 오피스(464만 원), 일반상업지(393만 원) 순서로 나타남.
- 외식업체 업종별 식재료 월평균 구매량은 기관 구내식당업(1,059.5kg), 출장 및 이동음식점업(977.8kg) 등의 순서이며, 월평균 구매금액은 기관 구내식당업(406만 원), 일반음식점(398만 원), 출장 및 이동음식점업(377만 원) 순으로 나타남.
  - 일반음식점의 식재료 월평균 구매량은 2016년 643.8kg에서 2017년 761.0kg으로 18.2% 증가하였으며, 월평균 구매금액도 314만 원에서 398만 원으로 26.8% 증가함.

운영형태별, 연매출규모별 식재료 구매량과 월평균 구매금액

단위: kg, 만 원

구분		월평균 구매량		월평균 구매금액	
		2016년	2017년	2016년	2017년
전체		559.2	650.4	271.6	334.6
운영 형태	프랜차이즈	769.3	596.2	419.5	296.4
	비프랜차이즈	531.2	663.0	251.8	343.5
연매출 규모	5천만 원 미만	218.5	367.0	92.1	182.6
	5천만~1억 원 미만	445.1	490.7	203.3	243.1
	1억~5억 원 미만	729.1	813.5	351.3	416.7
	5억 원 이상	2,425.1	1,760.9	1,436.1	1,007.6

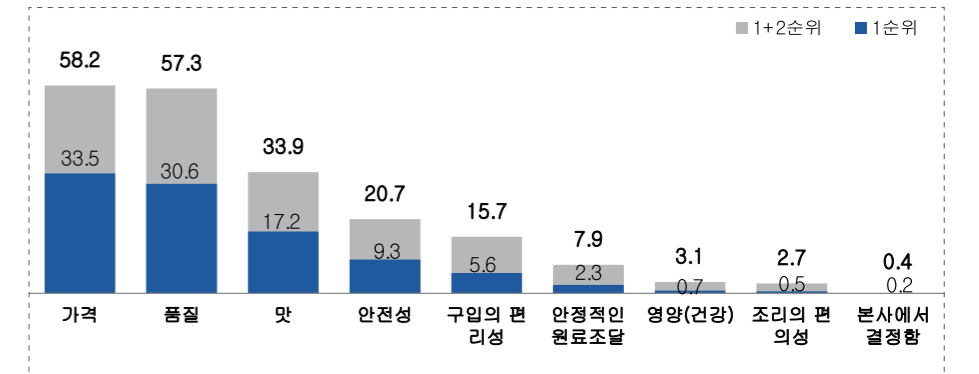
- 프랜차이즈 업체가 '매장주문 후 배달(59.9%)'하는 비중이 상대적으로 높고, 비프랜차이즈 업체는 '직접 구매 후 배달(22.2%)'하는 비중이 비교적 높음.
- 구매빈도는 '일주일에 1~2회(37.4%)' 구입한다는 비중이 가장 높으며, 연매출 규모가 5억 원 이상인 업체는 '매일(14.1%)' 구입하는 비중이 상대적으로 높음.

## 식재료 거래 특성

- 국내산 식재료 사용 비중은 평균적으로 2016년 93.1%에서 2017년 91.6%로 1.5%p 감소하였음. 국내산 이용 비중이 높은 품목은 달걀(99.9%), 간장(97.5%) 및 된장(97.1%), 쌀(99.3%) 등이며, 전년 대비 국내산 이용 비중이 낮아진 대표 품목은 김치, 고춧가루, 밀가루 등임.
- 국내산 원재료를 사용하는 이유는 '맛/품질이 우수해서(71.3%)', '안전해서(48.0%)', '조달이 용이해서(30.7%)' 등의 순이며, 수입 원재료를 사용하는 이유는 '가격이 저렴해서(87.7%)', '조달이 용이해서(71.6%)', '맛/품질이 우수해서(16.9%)' 등의 순서로 조사됨.
- 세부 품목별 직거래 비중은 평균적으로 2016년 25.7%에서 2017년 31.5%로 5.8%p 증가하였음. 직거래 비중이 높은 품목은 쌀(36.5%), 양파(35.3%), 고추(35.7%) 등이며, 직거래 비중이 100%라는 응답 비중이 상대적으로 높은 업종은 한식(31.3%)과 제과점업(31.9%)으로 나타남.
- 식재료 원산지를 확인하는 비중은 74.9%이며, 원산지를 반드시 확인한다는 응답 비중이 2016년 32.7%에서 2017년 56.0%로 23.3%p 증가함. 일반음식점 중에서 원산지를 반드시 확인한다는 비중은 한식(62.3%)이 가장 높게 나타남.
- 식재료를 구매할 때 중요하게 고려하는 요인은 가격(58.2%), 품질(57.3%), 맛(33.9%) 등임. '가격'이라는 응답 비중이 높은 업종은 중식(72.4%)이며, '품질'은 서양식(62.4%)과 한식(61.3%)이 상대적으로 높음.
  - '가격'을 선택한 비중이 높은 지역은 수도권(62.4%)이며, '품질'은 호남권(63.7%)과 충청권(62.4%)이 상대적으로 높게 나타남.

식재료 구매 시 고려 기준

단위: %



—  
저자정보

이계임 선임연구위원 (061-820-2326), lkilki@krei.re.kr

김경필 선임연구위원 (061-820-2312), kkphil@krei.re.kr

박성진 부연구위원 (061-820-2025), seongjin20@krei.re.kr

한정훈 연구원 (061-820-2109), madam4007@krei.re.kr

임승주 연구원 (061-820-2254), chsj7572@krei.re.kr

김다혜 연구원 (061-820-2322), dahk@krei.re.kr