KREI 한국농촌경제연구원

「2023년 외식업체 경영실태조사」 주요 결과 및 시사점

박기환, 최윤영, 김성휘

외식업체 경영실태 조사개요

- 「외식업체 경영실태조사」는 전국 외식업체 사업주 및 실제 운영자를 대상으로 사업자 및 사업장 정보와 사업 실적, 영업 사항, 식재료 구매실태 등의 정보를 제공함으로써 외식업체의 경영개선 유도를 목적으로 하는 국가승인통계임.
- 모집단은 「2021년 기준 전국사업체조사」에서 "음식점업 및 주점업(56)"으로 등록된 명부를 활용하였으며, 층화계통추출법을 적용하여 표본을 배분하였음. 목표 표본 수는 3,000개 사업체로 설정하였으며, 직접 방문 면접조사 방법 등을 통해 3,077개 사업체를 회수함.
- 조사 완료된 외식업체의 업종별 비중은 한식이 42.6%를 차지하는 등 일반 음식점이 과반 이상인 51.6%이며, 비알코올 음료점업(15.0%) 등과 같은 일반 음식점 이외는 48.4%를 점유함.

사업자 및 사업장 정보

- 외식업체 사업주의 평균 연령은 53.0세이며, 이중 일반 음식점은 55.4세, 일반 음식점 이외는 50.5세로 일반 음식점의 평균 연령이 5세 정도 더 많음. 세부 업종별로는 기관 구내식당업이 57.2세로 가장 높으며, 서양식 음식점업이 45.9세로 가장 낮은 것으로 나타남.
  - 사업주의 외식사업 종사 기간은 평균 11.7년이며, 중식 음식점의 경우 15.7년으로 가장 긴 것으로 파악됨.
  - 현 업종의 종사 기간은 8.9년으로 10년이 되지 않은 가운데, 업종별로 중식 음식점업이 11.7년으로 가장 길고, 서양식 음식점업은 7.2년으로 가장 짧음.
  - 사업주 중 조리사 자격증을 보유한 경우는 평균 23.4%이며, 조리사 자격증 보유 사업주 비중은 기관 구내식당업이 42.4%, 중식 음식점업 41.1%, 제과점이 33.6% 등의 순임.

- 외식업체는 사업장을 임차하여 운영하는 경우가 대부분으로 2023년 기준 임차 비중이 88.3%에 달하고 있으며, 임대계약 기간은 2.5년으로 조사됨. 사업장 임대형태는 보증금+월세가 92.7%, 보증금+수수료는 2.7%이며, 임차보증금은 평균 3,301만 원으로 파악됨.

2023년 외식업체 조사 응답 비중 및 사업주의 연령·종사 기간·조리사 자격증 보유 현황

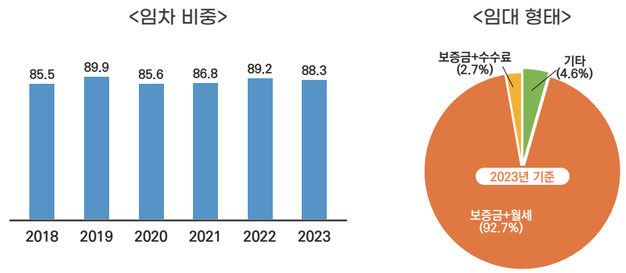
단위: 세, 년, %

구분	조사 응답 비중	사업주 평균 연령	외식사업 평균 종사기간	현 업종 평균 종사기간	사업주 조리사 자격증 보유
전체 평균	100.0	53.0	11.7	8.9	23.4
일반 음식점	51.6	55.4	13.4	10.0	23.6
한식 음식점업	42.6	56.5	13.6	10.2	21.4
중식 음식점업	3.6	54.2	15.7	11.7	41.1
일식 음식점업	2.5	49.2	10.9	8.0	32.1
서양식 음식점업	2.2	45.9	10.2	7.2	33.0
기타 외국식 음식점업	0.7	46.9	10.2	7.5	8.1
일반 음식점 이외	48.4	50.5	9.9	7.6	23.2
기관 구내식당업	1.4	57.2	11.2	9.6	42.4
출장·이동 음식점업	0.1	55.1	12.9	8.7	12.1
제과점	3.4	48.4	10.9	8.6	33.6
피자/햄버거/샌드위치 및 유사 음식점업	3.1	48.4	9.8	7.5	15.1
치킨 전문점	4.9	51.4	11.3	8.4	12.7
김밥 및 기타 간이 음식점업	6.3	53.7	12.0	8.9	11.3
간이 음식 포장 판매 전문점	1.2	52.0	9.6	7.4	23.5
주점업	13.1	53.6	10.7	8.5	25.4
비알코올 음료점업	15.0	46.2	7.6	5.8	27.3

자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

외식업체의 사업장 임차 현황

단위: %



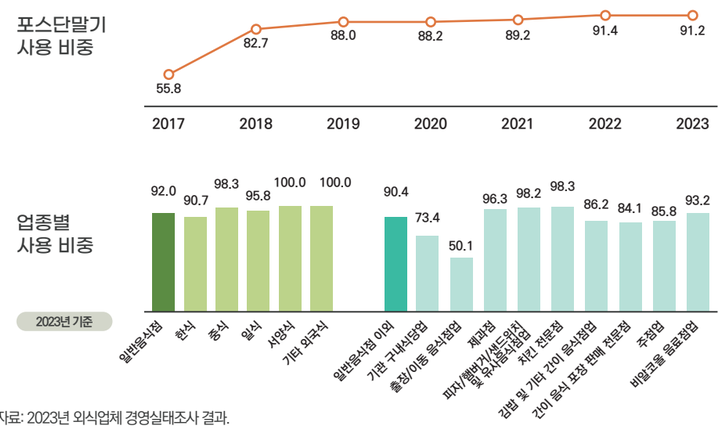
자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

외식업체의 푸드테크 적용 현황

- 외식업체의 포스단말기 사용 비중은 2017년 55.8%로 60%에서 2018년 82.7%로 크게 확대된 이후 2022년부터 90% 이상을 넘어섬. 2023년 기준 91.2%로 대부분의 외식업체에서 포스단말기를 사용 중이며, 일반 음식점이 92.0%로 일반 음식점 이외의 90.4%보다 다소 높음.
  - 일반 음식점 중에서는 서양식과 기타 외국식이 100% 포스단말기를 사용하고 있으나, 한식 음식점업은 90.7%인 것으로 나타남.
  - 일반 음식점 이외의 업종 가운데, 치킨 전문점(98.3%)과 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업(98.2%)의 사용 비중은 거의 100% 수준으로 높은 데 비해 출장·이동 음식점업은 50.1%로 전체 업종 중에서 가장 낮음.

외식업체의 포스단말기 사용 비중

단위: %



자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

- 외식업체 중 무인주문기를 사용하고 있는 비중은 2017년 0.6%에서 2023년 7.8%로 7.2%p 상승하여 계속해서 확대되는 경향이 뚜렷이 나타남. 업종별로는 2023년 기준 일반 음식점(5.4%)보다는 일반 음식점 이외(10.4%)의 무인주문기 사용 비중이 2배 정도 높은 편임.
  - 일반 음식점 가운데, 일식 음식점업의 무인주문기 사용 비중은 13.2%, 기타 외국식 음식점업은 12.9%인데 비해 한식 음식점업은 4.4%임.
  - 일반 음식점 이외 업종 중에서는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업의 사용 비중이 23.6%, 간이 음식 포장 판매 전문점은 20.2%로 20% 이상을 기록하고 있으며, 다음이 비알코올 음료점업으로 15.9%로 분석됨.
- 외식업체가 사용 중인 무인주문기 유형은 2023년 키오스크가 67.0%로 상당수를 차지하며, 고객 휴대폰은 28.3%, 태블릿PC 4.0%임. 2022년과 비교하여 키오스크 비중은 소폭 줄어든 반면, 고객 휴대폰와 태블릿PC는 약간 증가함.

외식업체의 무인주문기 사용 비중 및 사용 무인주문기 유형

단위: %

구분	사용 비중	사용 무인주문기 유형(2023년)			
		키오스크	고객 휴대폰	태블릿 PC	기타
2017년 평균	0.6				
2018년 평균	0.9				
2019년 평균	1.5				
2020년 평균	3.1				
2021년 평균	4.5				
2022년 평균	6.1	70.1	26.3	3.4	0.3
2023년 평균	7.8	67.0	28.3	4.0	0.7
일반 음식점	5.4	62.4	29.0	7.8	0.8
한식 음식점업	4.4	70.9	19.4	8.5	1.2
중식 음식점업	8.3	37.0	54.4	8.6	0.0
일식 음식점업	13.2	51.2	41.6	7.2	0.0
서양식 음식점업	8.9	36.1	63.4	0.5	0.0
기타 외국식 음식점업	12.9	71.3	21.5	7.2	0.0
일반 음식점 이외	10.4	69.4	28.0	2.0	0.6
기관 구내식당업	14.7	84.9	0.0	0.0	15.1
출장·이동 음식점업	9.5	32.7	67.3	0.0	0.0
제과점	9.6	38.8	61.2	0.0	0.0
피자/햄버거/샌드위치 및 유사 음식점업	23.6	61.0	39.0	0.0	0.0
치킨 전문점	4.8	55.0	28.9	16.1	0.0
김밥 및 기타 간이 음식점업	12.4	55.9	44.1	0.0	0.0
간이 음식 포장 판매 전문점	20.2	78.3	21.7	0.0	0.0
주점업	1.0	49.6	47.0	3.4	0.0
비알코올 음료점업	15.9	80.6	16.9	2.5	0.0

주: 사용 무인주문기 유형은 2022년부터 조사되었음.
자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

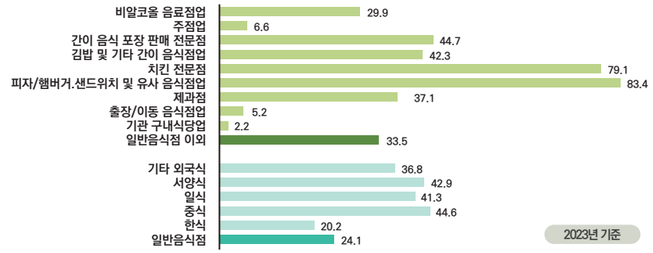
■ 외식업체의 배달앱 사용 비중은 2017년 6.2%에서 2019년 11.2%로 꾸준히 증가 하였으나, 코로나19 상황 시 비대면 방식의 확산으로 2020년 19.9%, 2021년 29.5%까지 큰 폭으로 확대되었음. 위드코로나 전환된 2022년에는 26.3%로 감소하였으나, 2023년 28.7%로 약간 증가함.

- 배달앱 사용 업종은 2023년 기준 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업이 83.4%, 치킨 전문점의 경우 79.1%로 높으나, 한식은 20.2% 정도로 파악됨.
- 한편, 배달앱 사용 월 평균 비용은 지속적으로 상승하다가 코로나19 상황 당시 상생차원에서 배달 수수료를 인하함에 따라 2021년 일시적으로 떨어졌지만, 이후 다시 증가세로 전환되어 2023년 39만 2천 원으로 조사됨.

외식업체의 배달앱 사용 현황

단위: %, 천 원/월

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
사용 비중	6.2	7.6	11.2	19.9	29.5	26.3	28.7
월 사용 비용	231	247	318	360	272	368	392

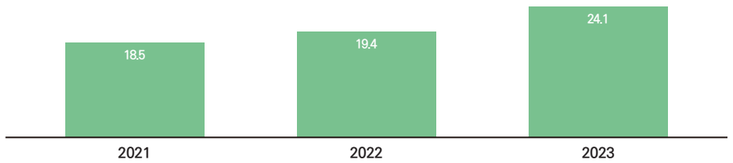


자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

■ 외식업체의 배달대행 사용 비중은 2021년 18.5%에서 2022년 19.4%, 2023년 24.1%로 계속해서 증가하는 추세로 나타나 크게 증가했다가 최근 완만한 증가세로 전환된 배달앱 사용 비중과는 차이가 있음. 이는 피자·햄버거·샌드위치 및 유사 음식점업과 김밥 및 치킨 전문점의 배달대행 사용 비중이 2022년 각각 54.0%, 57.8%에서 2023년 70.7%, 64.4%로 확대된 것에 기인함.

외식업체의 배달대행 사용 비중

단위: %

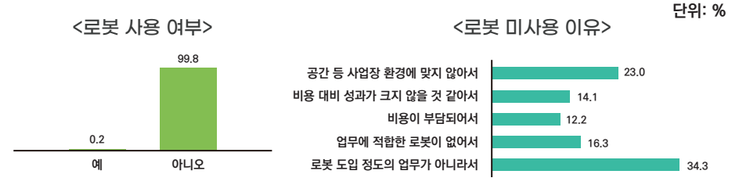


자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

■ 외식업체 가운데 로봇을 도입한 업체 비중은 0.2%로 거의 사용하고 있지 않아 아직은 외식업체에서 로봇을 활용하고 있는 단계는 아닌 것으로 파악됨. 이처럼 대다수의 외식업체가 로봇을 도입하지 않은 이유는 '로봇 도입 정도의 업무가 아니라서'가 34.3%, '공간 등 사업장 환경에 맞지 않아서' 23.0%, '업무에 적합한 로봇이 없어서' 16.3%, '비용 대비 성과가 크지 않을 것 같아서' 14.1%, '비용이 부담되어서' 12.2% 등의 순임.

2023년 외식업체의 로봇 사용 여부 및 미사용 이유

단위: %



자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

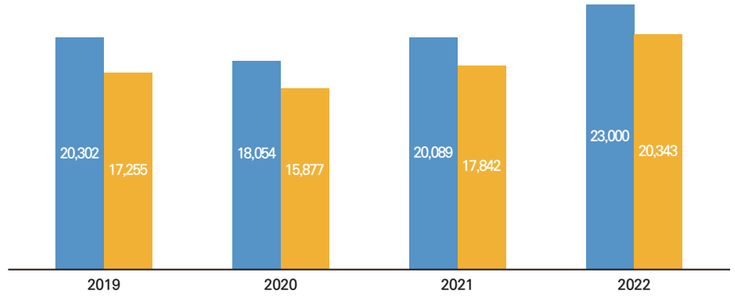
외식업체의 경영실적

■ 외식업체의 평균 매출액은 2022년 2억 3천만 원으로 전년 대비 14.5% 증가한 것으로 파악됨. 코로나19 상황이었던 2020년 매출액은 2019년보다 11.0% 감소하였으나, 이후 회복세를 보이다가 2022년에는 매출액 증가세가 뚜렷이 나타남.

■ 외식업체의 영업비용은 코로나19 발생 시기인 2020년 1억 5,877만 원으로 낮아졌다가 2021년에는 1억 7,842만 원, 2022년은 2억 343만 원으로 다시 증가하는 추세임.

외식업체의 평균 매출액 및 영업비용

단위: 만 원



자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

■ 외식업체의 평균 영업이익은 2022년 2,657만 원으로 코로나19 상황이었던 2020~2021년보다 증가하였으나, 2019년 3,046만 원에 비해서는 12.8% 감소하였음. 특히, 영업이익률은 2022년 11.6%로 코로나19 시기와 큰 차이가 없는 반면, 2019년(15.0%) 대비 3.5%p 하락하여 최근 외식업체의 경영상황이 이전보다 좋지 않은 것으로 판단됨.

외식업체의 영업이익 및 영업이익률

단위: 만 원, %

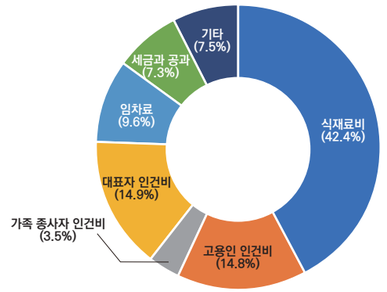
구분	2019	2020	2021	2022
영업이익	3,046	2,177	2,247	2,657
영업이익률	15.0	12.1	11.2	11.6

주: 영업이익률=영업이익÷매출액×100.
자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

코로나19 이전인 2019년에 비해 영업이익률이 낮아진 것은 매출액의 연평균 증가율이 2019~2022년간 4.2%인데 비해 영업비용은 5.6%로 증가 폭이 매출액을 상회하기 때문임. 특히, 영업비용 중에서는 식재료비가 2022년 기준 42.4%로 가장 큰 비중을 차지하며, 다음이 인건비 33.2%(대표자 인건비 14.9%, 고용인 인건비 14.8%, 가족 종사자 인건비 3.5%), 임차료 9.6%, 세금과 공과금 7.3% 등의 순임.

2022년 기준 외식업체의 영업비용 항목별 비중

단위: %



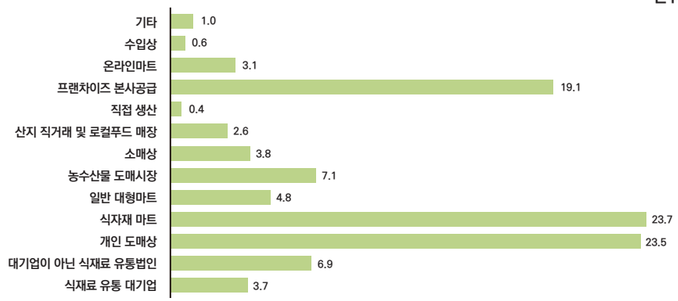
자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

외식업체의 식재료 구입 실태

외식업체가 취급하고 있는 식재료의 구입처는 식자재 마트(23.7%), 개인 도매상(23.5%), 프랜차이즈 본사 공급(19.1%), 농수산물 도매시장(7.1%), 식재료 유통법인(6.9%) 등의 순으로 나타남.

2023년 외식업체의 취급 식재료 구입처

단위: %



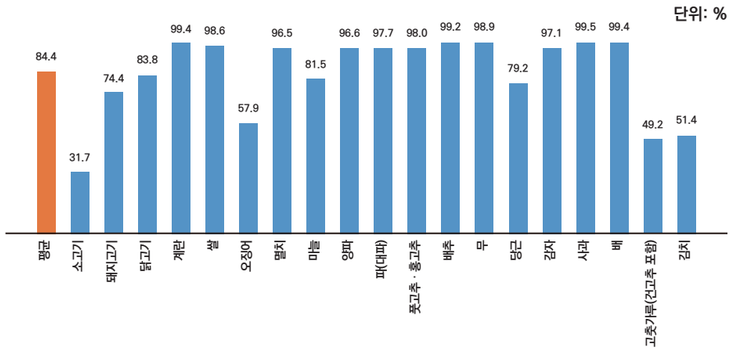
자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

외식업체의 식재료 구매물량 중에서 국산 비중은 평균 84.4%임. 품목별로 국산 구입 비중을 살펴보면, 사과와 배, 계란, 배추, 무, 쌀, 풋고추·홍고추, 파(대파), 감자, 양파, 멸치는 96% 이상이며, 닭고기와 마늘은 82~84%, 당근과 돼지고기의 경우 74~79%, 오징어와 김치는 51~58%임.

- 반면, 건고추를 포함한 고춧가루는 49.2%, 소고기는 31.7%로 과반을 하회하여 국산 구입 비중이 가장 낮은 품목임.

2023년 외식업체의 취급 식재료 중 국산 비중

단위: %



자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

외식업체는 식재료와 관련 가격정보를 식재료 공급업체로부터 얻는 비중이 31.7%로 가장 높으며, 이어서 지인(동종업체)가 21.3%, 직접 현장 조사 20.8%, 인터넷 사이트 검색 17.1% 등의 순임.

- 이밖에 협회 등 커뮤니티를 통해 정보를 획득하는 비중은 3.9%, 정부기관 공시정보 3.3%, aT 농산물유통정보(KAMIS)는 1.5%로 조사됨.

2023년 외식업체의 식재료 가격정보 획득 경로

단위: %

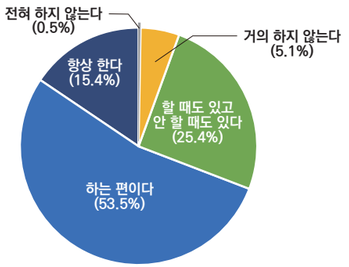
구분	지인 (동종업체)	인터넷 검색	정부기관 공시정보	aT 농산물 유통정보(KAMIS)	협회 등	직접 현장 조사	식재료 공급업체	기타	계
비중	21.3	17.1	3.3	1.5	3.9	20.8	31.7	0.4	100.0

주: 복수 응답 기준을 합계가 100%가 되도록 산정한 값임.
자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

식재료의 원산지를 확인하는 외식업체 비중은 68.9%(하는 편이다 53.5%, 항상 한다 15.4%)로 하지 않는 업체의 5.6%(거의 하지 않는다 5.1%, 전혀 하지 않는다 0.5%)에 비해 크게 높음.

2023년 외식업체의 식재료 원산지 확인 여부

단위: %



자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

외식업체의 애로사항 및 의향

외식업체의 경영상 가장 큰 애로사항은 식재료비 상승과 경쟁 심화인 것으로 파악됨. 영업이익과 직결되는 식재료비 상승으로 인한 어려움의 응답 비중은 91.4%에 달하며, 경쟁 심화 83.9%, 임차료 상승 77.3%, 인건비 상승 75.2%, 제도적 규제 74.9%임. 이들 항목은 대부분 전년보다 어려움을 느끼는 정도가 더 늘어난 것으로 조사됨.

외식업체의 경영상 어려움

단위: %, %p

구분	구인난		영업이익 부문				
	조리(주방)	홀서빙/카운터	식재료비 상승	임차료 상승	인건비 상승	경쟁 심화	제도적 규제
2022	52.0	55.9	87.9	73.7	75.3	79.3	70.8
2023	48.1	53.2	91.4	77.3	75.2	83.9	74.9
등락률	-3.9	-2.7	3.5	3.6	-0.1	4.6	4.1

주: 경영상 어려운 정도는 7단계(① 전혀 어렵지 않음 → ⑦ 매우 어려움) 중에서 ⑤ 단계 이상을 집계한 수치임.
자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

■ 구인난에 대한 외식업체의 어려움 정도는 조리(주방) 48.1%, 홀서빙·카운터 53.2%로 나타나 전년에 비해 애로사항 응답 비중이 감소하였음. 그럼에도 불구하고 외식업체 과반 정도는 인력 확보에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남.

■ 외식업체 가운데 향후 2년 이내 업종을 전환하거나 폐업할 의향은 1.9% 정도이며, 의향이 없는 업체는 91.0%로 대부분임. 이는 2022년의 업종 전환이나 폐업 의향이 있는 업체 비중 4.1%보다는 줄어든 수준이며, 의향이 없는 업체가 대다수를 점유하는 상황이 이어지고 있음.

외식업체의 향후 2년 이내 업종 전환 의향

단위: %

구분	외식업 내 동종업종 전환 의향	외식업 내 타 업종 전환 의향	외식업 이외 타 산업 전환 의향	일을 아예 그만둘 예정	잘 모르겠음	기타	의향 없음
2022	0.7	0.5	0.4	2.5	11.2	0.3	84.3
2023	0.3	0.2	0.1	1.3	6.7	0.4	91.0

자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

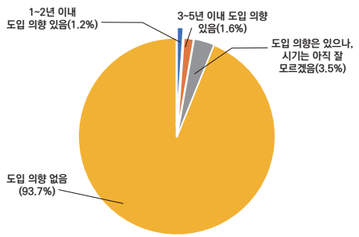
■ 향후 사업장 내 로봇을 도입할 의향이 있는 외식업체는 6.3%로 현재 도입된 비중 0.2%에 비하면 상당히 높아 앞으로 로봇 도입 업체가 확대될 것으로 예상됨. 그러나 이 중에서 1~2년 이내 도입 의향이 있는 업체 비중은 1.2%, 3~5년 이내 도입 의향이 있는 업체는 1.6%, 도입 시기를 결정하지 않은 업체가 3.5%로 나타나 외식업체의 로봇 도입은 시차를 두고 천천히 늘어날 가능성이 높음.

- 로봇 도입 의향이 있는 외식업체 가운데, 과반 이상은 서빙 로봇(53.2%)을 도입할 의향이 있으며, 다음으로 조리 로봇(44.9%) 등의 순임.

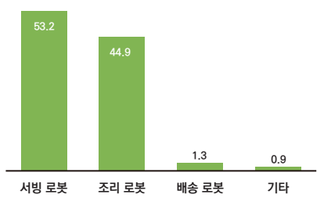
2023년 외식업체의 향후 로봇 도입 의향

단위: %

<로봇 도입 의향>



<도입 의향 로봇 종류>



주: 도입 의향 로봇 종류는 로봇 도입 의향이 있는 외식업체만을 대상으로 산정한 값임.
자료: 2023년 외식업체 경영실태조사 결과.

시사점

■ 외식업체의 2022년 기준 평균 매출액은 전년 대비 14.5% 증가한 2억 3천만 원으로 파악됨. 이처럼 외식업체의 매출액은 위드코로나 전환 이후 뚜렷한 증가세를 보이고 있으나, 영업이익률은 2019년 15.0%에서 2022년 11.6%로 떨어져 경영상황이 이전보다 좋지 않은 것으로 분석됨.

- 이는 식재료비 상승, 경쟁 심화, 가격 관련 정보 획득 제한 등으로 인해 영업비용이 상승한 것이 주요 요인으로 작용하고 있음.

■ 따라서 영세한 구조의 외식업체가 식재료를 보다 안정적 가격으로 구매할 수 있는 방안 마련이 필요함. 또한, aT 농산물유통정보(KAMIS)에서 상당히 다양하고 방대한 식재료 관련 가격정보를 제공하고 있음에도 불구하고 이용도는 1.5%에 그치고 있으므로 외식업체의 접근성 제고를 위한 다양한 홍보 전략이 요구됨.

■ 외식업체의 배달앱 사용 비중이 코로나19 상황을 거치면서 크게 늘었다가 최근 상승 폭이 둔화되는 반면, 배달앱 비용은 증가하고 있음. 외식업체의 경영성과 향상을 위해서는 홀영업의 활성화뿐만 아니라 방문보다는 배달을 선호하는 계층을 확보하는 전략도 중요함.

■ 이 때문에 외식업체의 배달앱 이용 수수료 부담을 최소화할 수 있도록 관계자들과의 원만한 협의는 물론, 수수료가 저렴한 공공형 배달앱 보급·확산을 적극적으로 추진할 필요가 있을 것으로 판단됨.

■ 외식업체들의 영세성으로 인해 무인주문기 도입 비중은 평균 7.8%, 로봇 도입은 0.2%로 나타나 푸드테크 도입이 여의치 않은 상황임. 그러나 무인주문기 도입은 계속 확산되고 있는 추세이며, 로봇 도입 의향도 6.3%로 나타나 앞으로 외식업체의 푸드테크 적용은 확대될 가능성이 있음.

■ 향후 외식업체의 푸드테크 적용 확산으로 인건비 부담을 완화하고, 위험한 작업에 노출되는 빈도를 줄이기 위해서는 외식업체 적합형 무인주문기와 로봇을 개발하여 보급할 수 있도록 정부의 R&D 투입 지원이 요구됨.

저자정보

- 박기환 선임연구위원(061-820-2331), kihwan@krei.re.kr
- 최윤영 부연구위원(061-820-2358), c2y1205@krei.re.kr
- 김성휘 연구원 (061-820-2054), seongkim@krei.re.kr