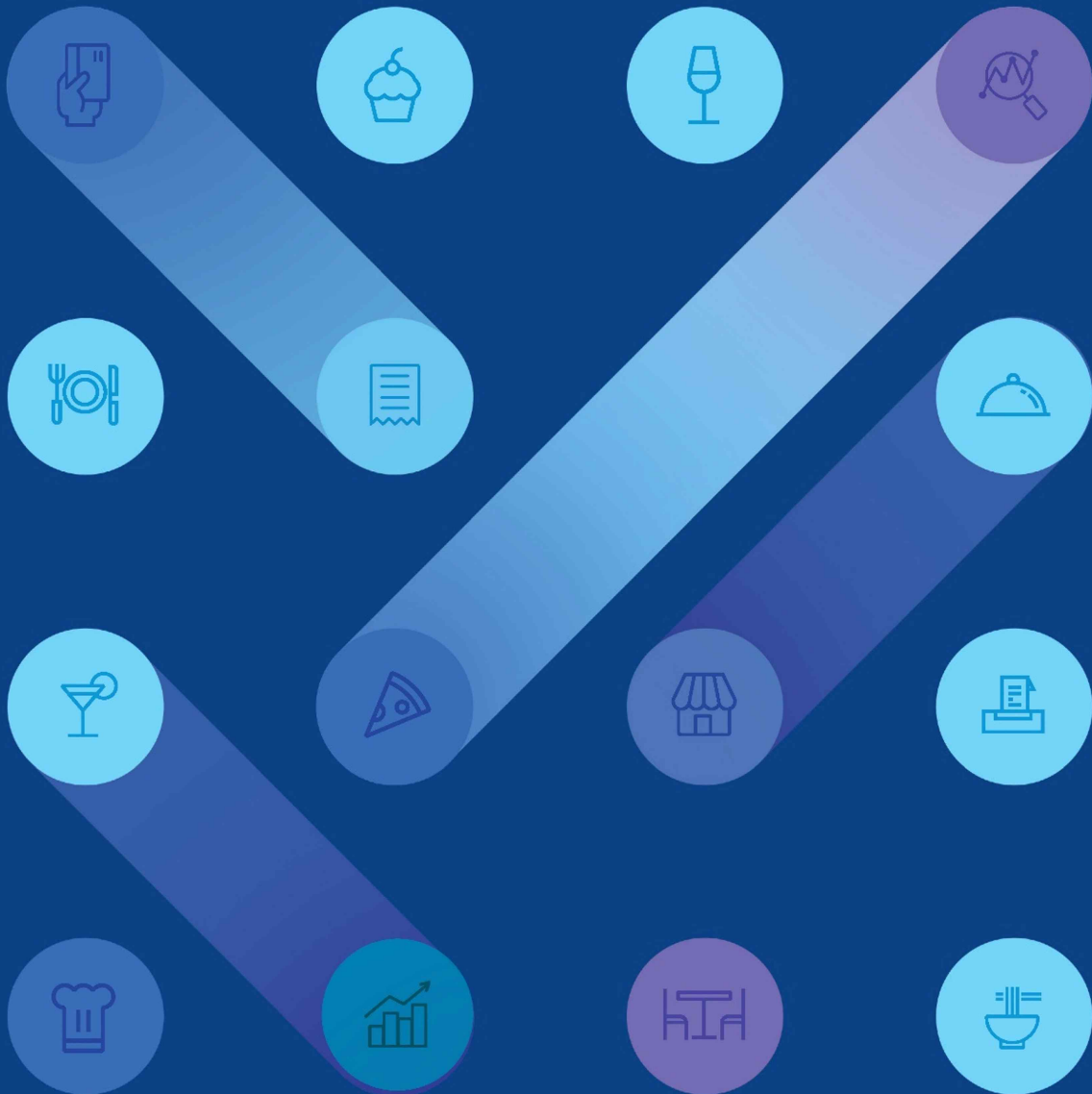




2022

외식산업경기동향지수 종합보고서



Contents

제1장.

외식산업 환경분석

01. 국내 경제와 외식업 경기동향 2

1. 주요 경제지표 3

1) 2022년 외식산업 매출지수 3

2) 주요 경제지표 4

3) 경기동향지표 6

2. 주요 물가지표 11

1) 외식산업 식재료 원가지수 11

2) 주요 물가지수 12

3) 주요 식재료 물가 추이 15

3. 주요 고용지표 16

1) 외식산업 고용지수 16

2) 주요 고용지수 17

02. 외식사업체 현황 20

1. 외식사업체 수 20

2. 외식사업체 생존률 23

3. 외식업 종사자 수 25

03. 외식산업 트렌드 26

1. 2023 식품외식산업 전망대회 26

1) 외식산업 환경분석 26

2) 주목해야 할 외식 트렌드 28

2. 2023년 외식업 트렌드 - (주)우아한형제들·서울대 소비트렌드분석센터 31

3. 외식트렌드 분석 - 경희대학교 외식경영학과 이규민 교수 35

4. 외식업주 행복지수 보고서 - 외식산업연구원 37

제2장.

2022년

외식산업

경기동향지수

01. 매출액 부문 41

1. 외식산업 매출지수 41

1) 연도별 외식산업 매출지수 41

2) 분기별 외식산업 매출지수 42

2. 업종별 분석	44
1) 한식 음식점업	44
2) 외국식 음식점업	45
3) 기관 구내식당업	46
4) 출장 음식 서비스업	47
5) 기타 간이 음식점업	49
6) 주점업	50
7) 비알코올 음료점업	51

02. 식재료 원가 부문 53

1. 식재료 원가지수	53
1) 연도별 식재료 원가지수	53
2) 분기별 식재료 원가지수	54
2. 업종별 분석	56
1) 한식 음식점업	56
2) 외국식 음식점업	57
3) 기관 구내식당업	58
4) 출장 음식 서비스업	60
5) 기타 간이 음식점업	61
6) 주점업	62
7) 비알코올 음료점업	63

03. 고용 부문 65

1. 외식산업 고용지수	65
1) 연도별 외식산업 고용지수	65
2) 분기별 외식산업 고용지수	66
2. 업종별 분석	68
1) 한식 음식점업	68
2) 외국식 음식점업	69
3) 기관 구내식당업	71

Contents

4) 출장 음식 서비스업	72
5) 기타 간이 음식점업	73
6) 주점업	74
7) 비알코올 음료점업	75

부록. 통계편

1. 매출액지수(외식산업경기동향지수)	79
1) 현재지수	79
2) 전망지수	82
2. 식재료 원가지수	84
1) 현재 외식산업 식재료 원가지수	84
2) 미래 외식산업 식재료 원가전망지수	86
3. 고용지수	88
1) 현재 외식산업 고용지수	88
2) 미래 외식산업 고용전망지수	90
4. 외식산업경기동향지수 주요 경제지표	92

제1장

외식산업 환경분석



01

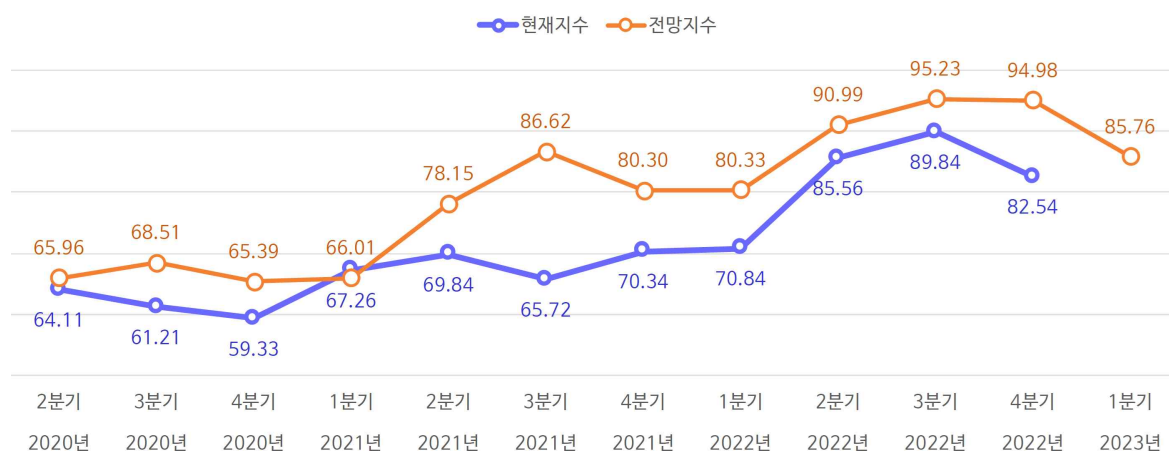
국내 경제와 외식업 경기동향

1. 주요 경제지표

1) 2022년 외식산업 매출지수

- 2022년 외식산업 매출지수는 1분기 70.84에서 2분기 85.56으로 크게 회복하였으며, 3분기에도 89.84로 회복세를 이어갔으나 4분기 다시 하락한 82.54로 나타남
- 2022년 외식산업 매출지수는 코로나19로 인한 사회적 거리두기 정책 적용 기간인 1분기와 정책 해제 시점인 2분기 이후로 나누어 볼 수 있음. 지난 2년간 코로나19로 인해 영업제한 시간 규제, 사적모임 인원제한, QR체크인 등의 영업규제가 코로나19 확진자 감소와 정권 교체 등의 이유로 완화에 따라 2분기 매출 지수가 크게 상승하였으며, 이후에도 80점대 지수를 보이고 있음
- 다만, 비교 시점이 코로나19가 진행 중인 2021년을 고려하면, 실제 외식산업의 경기가 좋다는 것보다는 경기침체 현상이 다소 완화되었다는 해석이 적절한 것으로 보임. 또한 여전히 매출액 지수가 100 이하로 전년도 동분기 대비 매출액이 감소한 업체가 증가한 업체 대비 많은 것으로 나타나 실제 외식업체의 경영난은 지속되고 있는 것을 알 수 있음 (지수가 100보다 낮을 경우 전년도 동분기 대비 매출액이 감소한 업체가 증가한 업체 대비 많은 것을 의미하며, 100보다 높을 경우 매출액 증가 업체가 더 많은 것을 의미)
- 다음 분기 경기 흐름을 예상하는 전망지수의 경우에도 2023년 1분기 매출 지수를 85.76으로 전망하였으며, 이는 2분기 연속 하락한 수치로 향후 외식산업경기 하락세가 전망됨 (미래 전망지수는 보통 미래에 대한 낙관적인 기대로 인해 현재지수 대비 높게 나타나는 경향이 있음)

[그림1] 외식산업 매출지수



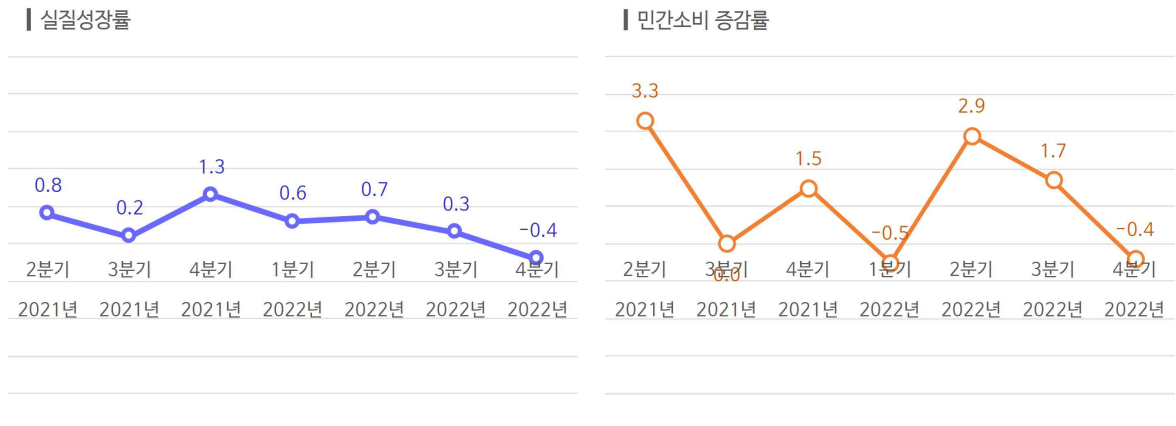
[표1] 외식산업 매출지수

구분	2020년			2021년				2022년				2023년
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
현재지수	64.11	61.21	59.33	67.26	69.84	65.72	70.34	70.84	85.56	89.84	82.54	-
전망지수	65.96	68.51	65.39	66.01	78.15	86.62	80.30	80.33	90.99	95.23	94.98	85.76

2) 주요 경제지표

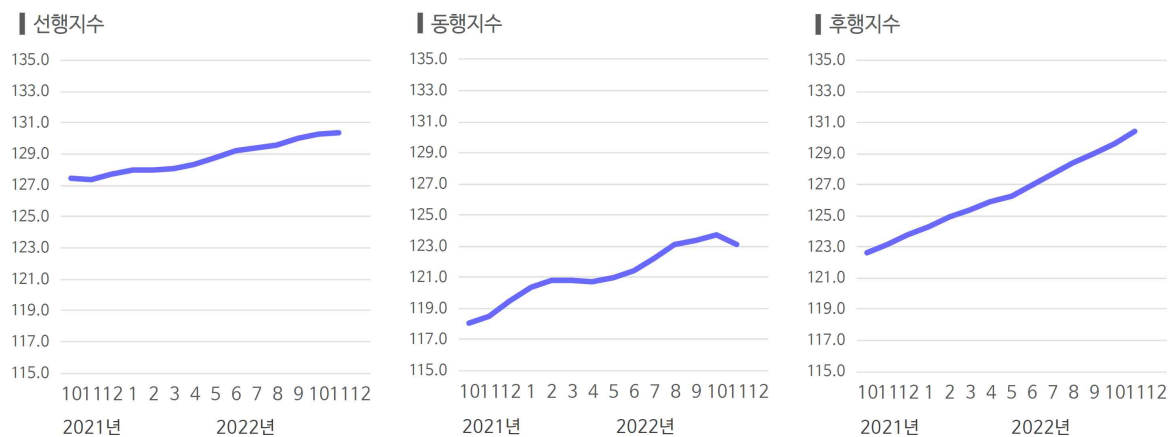
- 2022년 우리나라의 경제성장률 추이를 살펴보면 2021년 4분기 최고점을 기록한 이후 2022년 1분기 0.6%, 2분기 0.7%, 3분기 0.3%로 단계적 하락세를 보였으며, 4분기에는 -0.4%로 역성장률을 나타냄
- 이는 2022년 2월 시작된 러시아·우크라이나 전쟁과 코로나19 상황에서 세계 각 정부가 경기부양책으로 사용한 양적완화 정책이 전 세계적인 인플레이션을 발생시켰으며, 이로 인한 금리 인상이 경기침체 현상을 유발한 것으로 보임. 여러 전문가 의견으로는 이러한 고물가·고금리 정책은 2023년까지 유지될 것으로 전망하여 전반적인 경기 침체 현상이 장기화될 것으로 예상됨
- 민간소비 증감률의 경우에는 지난 2021년 2분기 이후 단계적 하락세를 보여 2022년 1분기 -0.5%로 2020년 4분기(-1.1%) 이후 다시 한번 역성장한 것으로 나타났으며, 2분기 2.9%, 3분기 1.7%로 회복하는 모습을 보였으나 4분기에는 -0.4%로 나타나 고물가·고금리로 인해 소비자의 소비 심리가 감소하고 있는 것으로 나타남

[그림2] 경제성장률 추이



- 경기종합지수는 선행종합지수, 동행종합지수, 후행종합지수로 구성되며, 각각 미래, 현재, 과거 경제 상황을 나타내는 경제지표임
- 2022년에 들어 선행종합지수가 상승하는 모습을 보였으며, 2분기부터 동행지수 또한 상승하는 모습을 보였으나, 4분기부터는 보합 또는 하락하는 모습을 나타냄
- 특히, 현재 경기를 나타내는 동행종합지수의 경우, 지난 11월에는 전월대비 0.6p 하락한 것으로 나타나 코로나19로 인해 각종 경제지표가 하락하였던 2020년 5월 이후 30개월 만에 최대 낙폭을 보였음

[그림3] 경기종합지수 추이



[표2] 경제성장률 및 경기종합지수

통계명	세부 항목	2021년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
경제성장률 ¹⁾	실질성장률(%)	1.7			0.8			0.2			1.3		
	민간소비 증감률(%)	1.2			3.3			0.0			1.5		
경기종합지수 ²⁾	선행지수	123.4	124.1	124.8	125.6	126.4	127.1	127.4	127.5	127.5	127.5	127.4	127.7
	동행지수	114.3	114.6	115.3	116.3	116.6	116.9	117.3	117.6	117.8	118.1	118.5	119.5
	후행지수	118.6	119.0	119.4	120.0	120.4	120.8	121.2	121.5	122.0	122.6	123.2	123.8

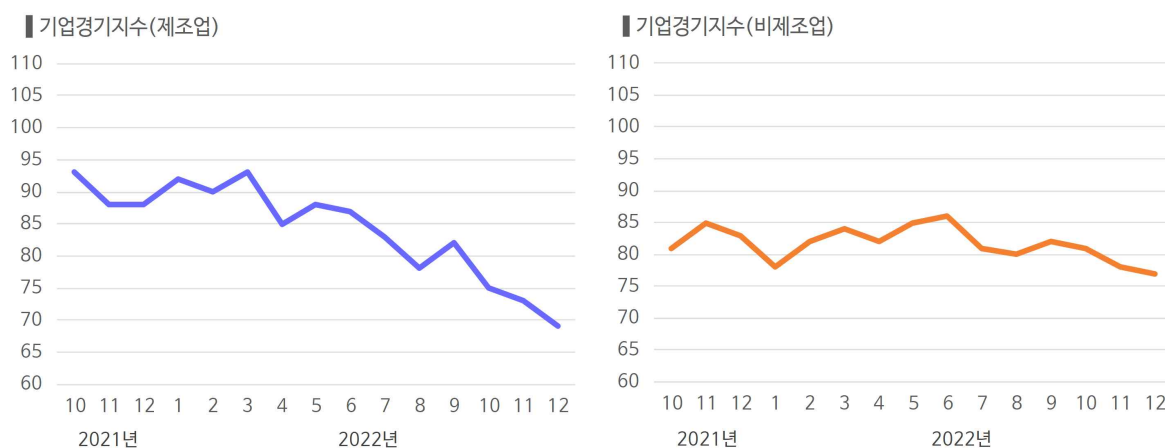
통계명	세부 항목	2022년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
경제성장률	실질성장률(%)	0.6			0.7			0.3			-0.4		
	민간소비 증감률(%)	-0.5			2.9			1.7			-0.4		
경기종합지수	선행지수	128.0	128.0	128.1	128.3	128.8	129.2	129.4	129.6	130.0	130.3	130.4	-
	동행지수	120.4	120.8	120.8	120.7	121.0	121.4	122.2	123.1	123.4	123.7	123.1	-
	후행지수	124.3	124.9	125.4	125.9	126.3	127	127.7	128.4	129.0	129.6	130.4	-

※ 외식산업경기동향지수 종합보고서 작성일 기준 공시되지 않은 지수는 '-'처리

3) 경기동향지표

- 외식산업 매출지수 외에 타 기관에서 주관하는 경기동향지수의 2022년 조사결과를 살펴보면, 기업경기지수 제조업의 경우 2022년 2분기부터 급격하게 하락하는 모습을 보이고 있으며, 특히 2022년 12월 기준으로는 최근 2년 내 가장 낮은 수치를 나타냄
- 비제조업의 경우 제조업 대비 2021년 지수 회복세가 더디지만 2022년 1월 이후 점진적 회복세를 보였으나 7월부터는 제조업과 마찬가지로 하락세를 보여, 2021년 상반기 수준으로 감소하였음

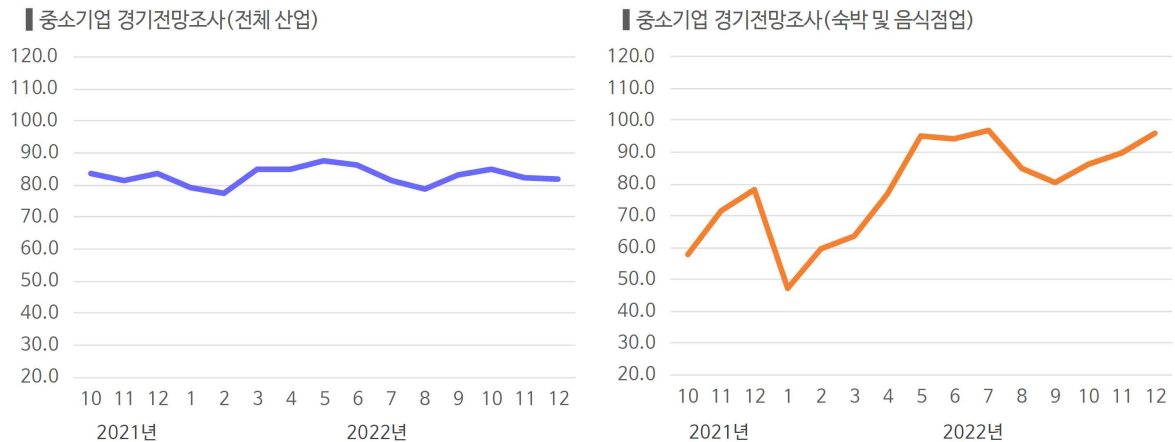
[그림4] 기업경기지수 추이



- 2022년 중소기업 경기전망조사에서 전산업 지수는 강보합세를 나타냈으며, 숙박 및 음식점업의 경우 2022년 1월 이후 급격하게 상승하는 추이를 보였으며, 3분기 소폭 하락하였으나 9월 이후 다시 상승한 것으로 나타남

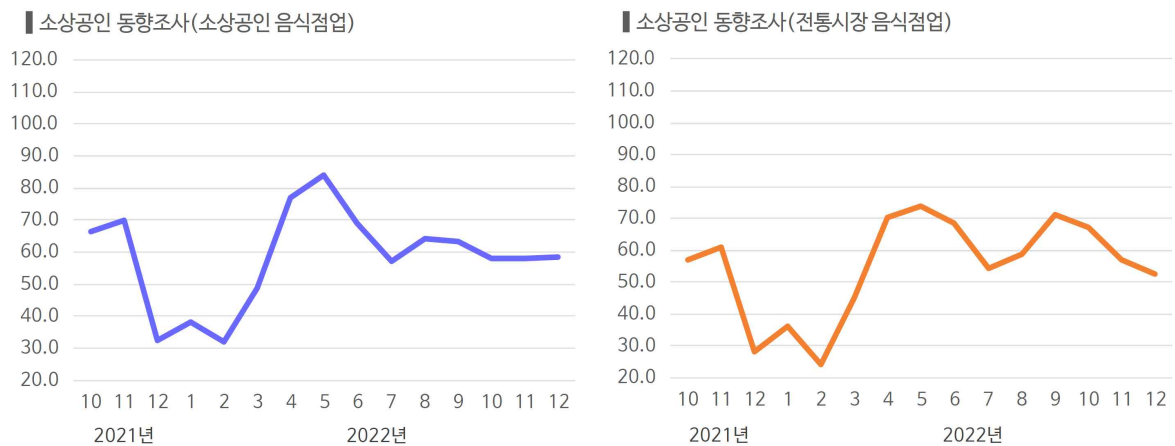
1) 경제성장률 : 경제활동을 한 각 영역이 창출한 부가가치가 전년도와 비교에 얼마만큼 증가했는지 판가름하는 지표
 2) 경기종합지수(통계청) : 국민경제 전체의 경기동향을 쉽게 파악하고 예측하기 위하여 주요 경제지표의 움직임을 가공·종합하여 지수형태로 나타낸 것

[그림5] 중소기업 경기전망조사 추이



- 소상공인동향조사의 음식점업 지수는 사회적 거리두기 정책이 해제된 4월, 5월에 큰 폭으로 상승하여 코로나19 이전의 지수 범위를 나타냈으나, 6월과 7월 크게 하락하였고 이후에는 전반적인 보합세를 나타냄(소상공인동향조사의 지수 범위는 0-200 사이임)
- 전통시장 지수 또한 소상공인 지수와 마찬가지로 3월부터 5월까지 급격하게 상승한 이후 7월까지 다시 하락하였으나, 이후 상승과 하락을 반복하고 있는 것으로 나타남

[그림6] 소상공인 동향조사 추이



[표3] 유관기관 경기동향조사

통계명	세부 항목	2021년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
외식산업경기 동향지수	현재지수	67.26			69.84			65.72			70.34		
	미래전망	66.01			78.15			86.62			80.30		
기업경기지수	제조업	77	81	85	91	98	97	99	92	96	93	88	88
	비제조업	64	70	73	78	82	81	82	78	81	81	85	83
중소기업 경기전망조사	전체 산업	65.0	69.3	76.2	80.5	83.7	80.5	78.9	73.6	78	83.4	81.5	83.5
	숙박 및 음식점업	28.1	36.9	53.5	69.7	70.5	59.4	76.1	44.0	47.9	57.7	71.5	78.2
소상공인 동향조사	소상공인(음식점업)	29.7	38.0	55.5	52.0	54.7	55.5	25.4	29.4	51.6	66.5	70.0	32.3
	전통시장(음식점업)	33.8	45.7	49.4	43.8	47.2	49.1	21.0	25.3	56.5	56.8	61.1	28.1

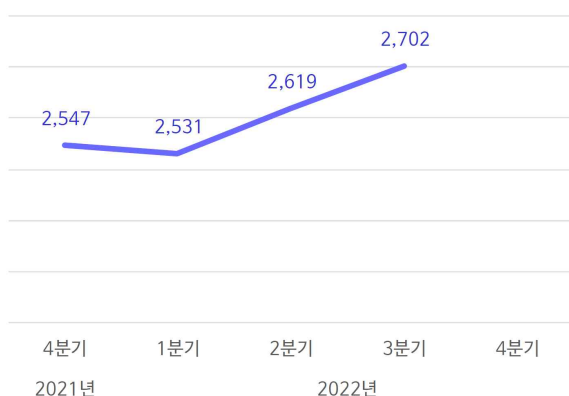
통계명	세부 항목	2022년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
외식산업경기 동향지수	현재지수	70.84			85.56			89.84			82.54		
	미래전망	80.33			90.99			95.23			94.98		
기업경기지수	제조업	92	90	93	85	88	87	83	78	82	75	73	69
	비제조업	78	82	84	82	85	86	81	80	82	81	78	77
중소기업 경기전망조사	전체 산업	79.0	77.2	84.9	84.7	87.6	86.1	81.5	78.5	83.2	85.1	82.3	81.7
	숙박 및 음식점업	47.2	59.6	63.5	76.8	95.0	94.1	96.7	84.7	80.5	86.2	90.0	95.9
소상공인 동향조사	소상공인(음식점업)	38.2	32.0	48.8	76.8	84.2	69.2	57.3	64.1	63.2	57.9	57.8	58.4
	전통시장(음식점업)	36.2	24.1	44.9	70.3	73.8	68.4	54.3	58.6	71.1	67.0	57.0	52.7

○ 통계청 가계동향조사 결과를 살펴보면, 지난 1분기 이후 가계소비 지출액은 크게 증가하고 있는 추세로 나타났으며, 가계식사비 지출 또한 3분기까지 지속적으로 증가하고 있는 추세임

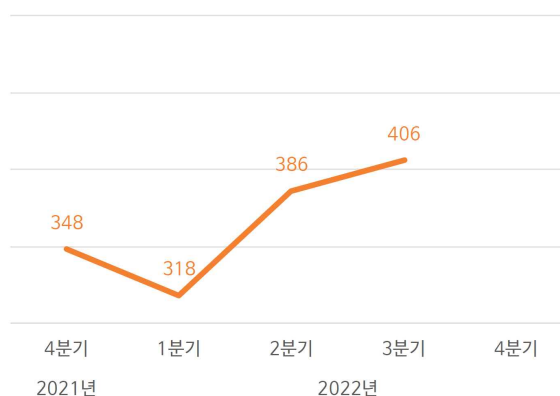
○ 다만, 이는 소비 증가뿐만 아니라 인플레이션으로 인한 제품가격 상승이 복합적으로 작용한 결과로, 늘어난 지출로 인해 소비자의 지출은 증가하였으나 외식업체의 영업이익은 보합 내지는 감소한 것으로 보여, 외식업체의 경영난은 지속되고 있는 것으로 보임

[그림7] 가계동향조사 추이

■ 가계동향조사(가계소비지출)

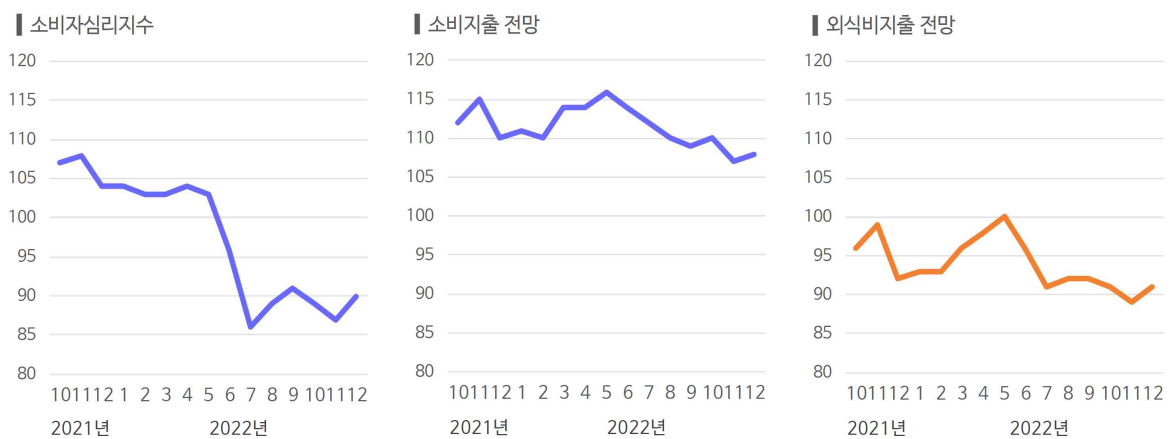


■ 가계동향조사(가계식사비지출)



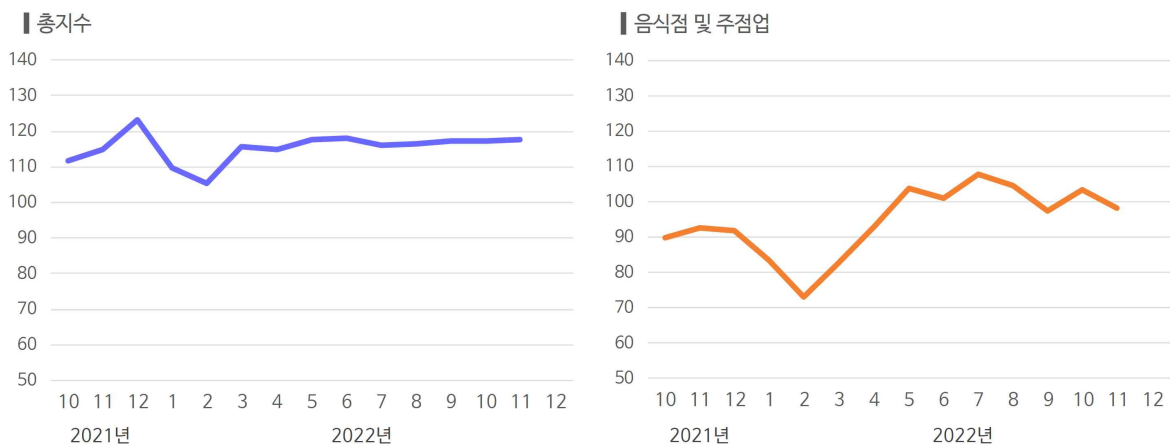
- 소비자동향조사 결과를 살펴보면 지난해 하반기 이후 소비자심리지수는 지난 2분기 큰 폭으로 하락한 것으로 나타났으며, 이에 따라 소비자 지출전망지수와 외식비 지출전망 지수도 3분기에 이어 4분기에 하락세를 이어감
- 특히, 외식비 지출전망 지수는 4분기 90점(10월 91점, 11월 89점, 12월 91점)으로 나타났으며, 이는 코로나19 확산으로 인해 강력한 사회적 거리두기 정책을 시행한 2021년 상반기 수준으로 향후 외식산업의 경기 회복세에 부정적인 신호로 보임

[그림8] 소비자동향조사 추이



- 서비스 업종의 생산활동을 지수로 평가하는 서비스업 생산지수 추이를 살펴보면, 지난해 연말까지 점진적 상승세를 보였고, 1월에는 급격한 코로나19의 확산으로 인해 다시 하락하였으나 3월부터는 지수가 상승한 후 보합세를 보이고 있음
- 음식점 및 주점업의 경우 생산지수는 100 이하로 전체지수 대비 낮은 경향을 보였으나, 2월 이후 크게 상승하여 5월 이후에는 100 내외의 지수 보합세를 보임

[그림9] 서비스업 생산지수 추이



[표4] 소비자동향지수

통계명	세부 항목	2021년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
가계동향조사	가계소비지출(천 원/월)	2,419			2,475			2,544			2,547		
	가계식사비지출(천 원/월)	282			332			336			348		
소비자동향조사	소비자심리지수	95	97	101	102	105	110	103	103	104	107	108	104
	소비지출 전망	102	104	107	106	108	113	108	107	109	112	115	110
	외식비지출 전망	84	88	90	90	93	97	91	91	93	96	99	92
서비스업생산지수	총지수	104.7	101.6	111.6	109.5	109.5	113.5	111	108.6	110.5	111.8	114.7	123.2
	음식점 및 주점업	61.1	66.8	78.6	80	86.1	84.9	83.9	80.2	81.4	89.8	92.5	91.9

통계명	세부 항목	2022년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
가계동향조사	가계소비지출(천 원/월)	2,531			2,619			2,702			-		
	가계식사비지출(천 원/월)	318			386			406			-		
소비자동향조사	소비자심리지수	104	103	103	104	103	96	86	89	91	89	87	90
	소비지출 전망	111	110	114	114	116	114	112	110	109	110	107	108
	외식비지출 전망	93	93	96	98	100	96	91	92	92	91	89	91
서비스업생산지수	총지수	109.6	105.4	115.8	115.0	117.6	118.0	116.1	116.6	117.1	117.2	117.7	-
	음식점 및 주점업	83.4	73.1	82.6	93.0	103.9	101.2	107.9	104.7	97.6	103.6	98.1	-

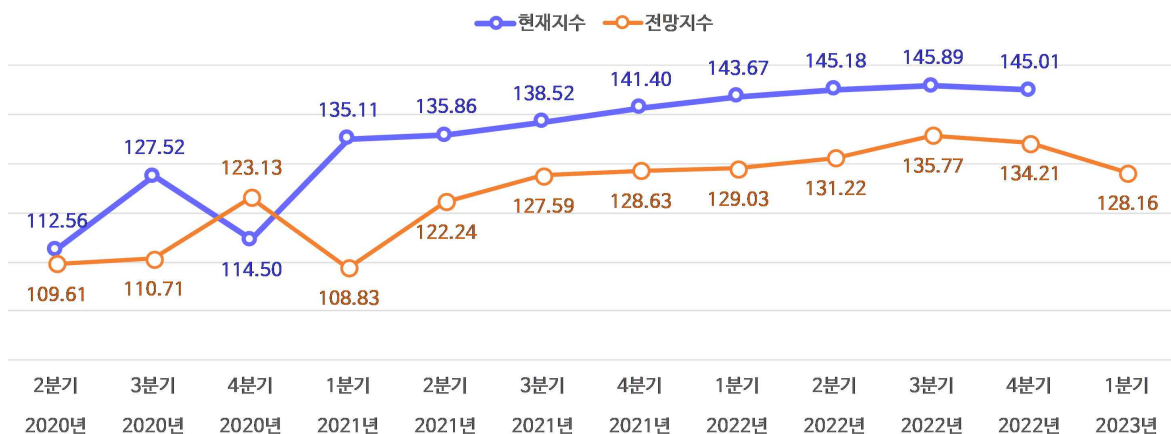
※ 외식산업경기동향지수 종합보고서 작성일 기준 공시되지 않은 지수는 '-'처리

2. 주요 물가지표

1) 외식산업 식재료 원가지수

- 2022년 외식산업 식재료 원가지수는 1분기 143.67, 2분기 145.18, 3분기 145.89, 4분기 145.01로 4분기를 제외하고 지속적인 상승세를 보였으며, 특히 1~3분기는 조사를 진행할 때마다 지수 최고치를 경신하는 등 외식산업의 물가상승이 심각한 한해였음
- 코로나19와 러시아·우크라이나 전쟁으로 인한 전 세계적인 인플레이션이 지속됨에 따라 국내 물가 상승률은 여전히 5%대를 유지하고 있으며, 소비자물가지수와 생활물가지수 등 외식산업과 밀접한 관계 지표들도 높은 수준을 나타내고 있음. 특히, 소비자물가지수를 지출 목적별로 살펴보면, 12월 식료품 및 비주류음료 물가지수는 총 14개 분야 중 3위로 나타나 타 산업 대비 외식산업의 원자재가격 상승이 높은 것을 알 수 있음
- 2023년 1분기 식재료 전망지수의 경우 128.16으로 크게 감소해 2021년 4분기 수준으로 나타났으나, 여전히 전 세계적인 인플레이션이 지속되고 있고 2023년 1분기에는 가스, 상·하수도 등의 공공요금 인상이 예정되어 있어 상방 압력으로 인해 당분간 높은 식재료 원가지수가 지속될 것으로 보임

[그림10] 외식산업 식재료 원가지수



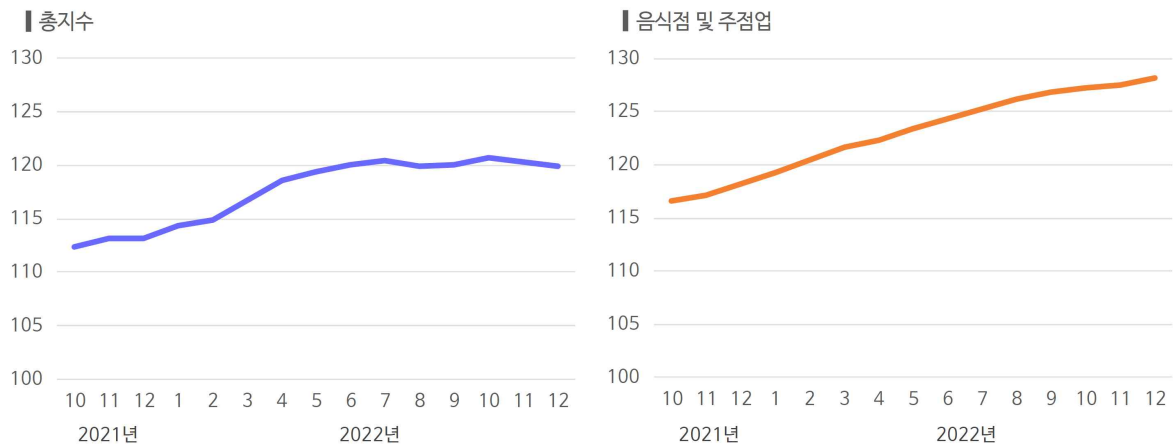
[표5] 외식산업 식재료 원가지수

구분	2020년			2021년				2022년				2023년
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
현재지수	112.56	127.52	114.50	135.11	135.86	138.52	141.40	143.67	145.18	145.89	145.01	-
전망지수	109.61	110.71	123.13	108.83	122.24	127.59	128.63	129.03	131.22	135.77	134.21	128.16

2) 주요 물가지수

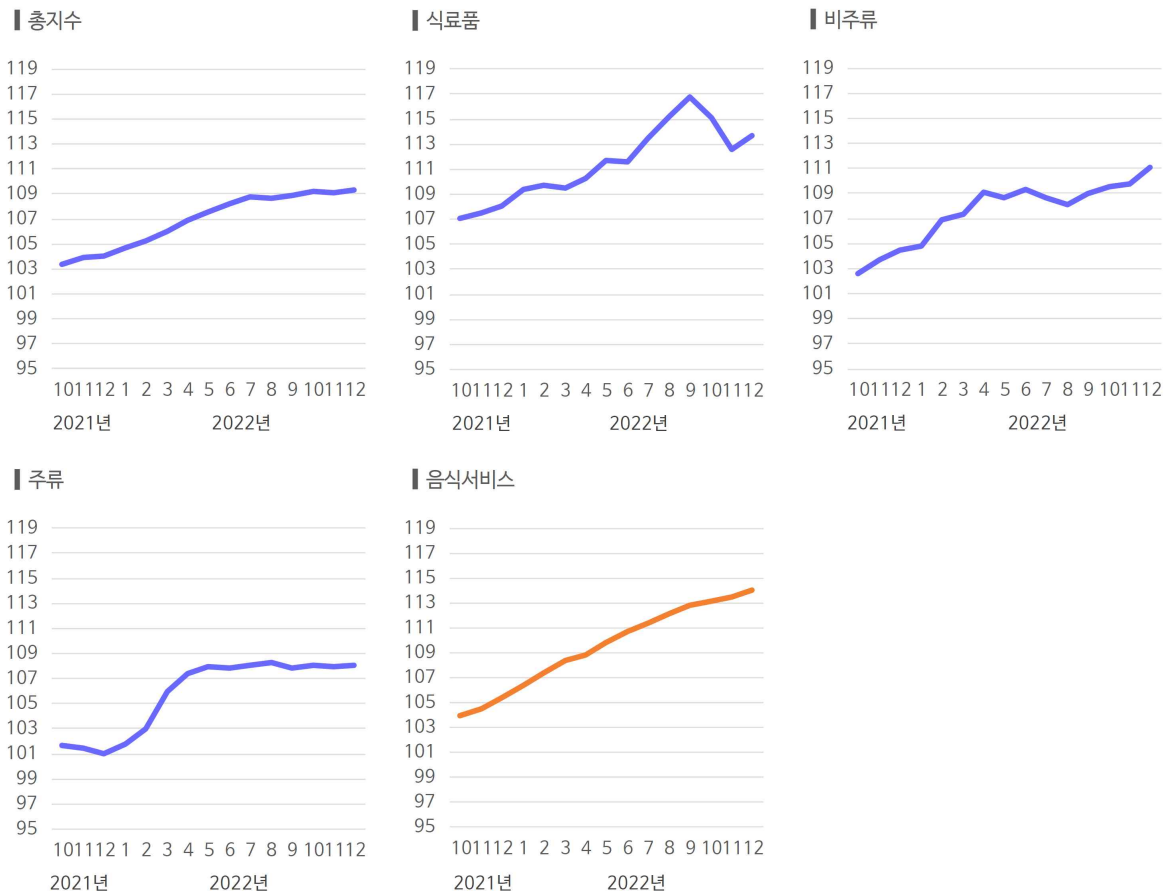
- 한국은행에서 매월 발표하는 생산자 물가지수 추이를 살펴보면, 식재료 원가가 상승함에 따라 생산자 물가지수 또한 상승하고 있는 것으로 나타남. 생산자 물가지수는 국내 생산자가 국내(내수)시장에 공급하는 상품의 가격변동을 종합한 지수로서, 총지수 대비 음식점 및 주점업 지수가 상대적으로 상승폭이 큰 것으로 나타나 외식산업의 물가 상승폭이 가파른 것을 알 수 있음

[그림11] 생산자 물가지수 추이



- 소비자물가지수의 경우에는 총지수는 2분기까지 상승세를 보이다가 3분기 이후 강보합세를 보이는 반면, 유사한 추이를 보이던 식료품 지수의 경우 6월부터 급격하게 상승해 9월에는 최고치를 경신하였음. 이후 다시 하락하는 모습을 보였으나 여전히 전 산업의 총지수 대비 높은 수준을 나타내고 있으며, 연말 다시 상승하는 모습을 보였음
- 또한, 주류 지수의 경우 변동폭이 크지 않은 품목이지만, 2022년 1분기 대부분의 주류 업체에서 판매가격을 인상함에 따라 주류 지수도 약 5.0p 상승해 외식업체의 지출에 압박을 가하였음
- 음식서비스업 소비자물가지수의 경우 이러한 식재료원가 상승에 따라 2022년 가파르게 상승하는 모습을 보이고 있는데, 전산업 분야의 물가상승으로 인해 소비자의 구매력이 감소한 상황에서 음식 가격 또한 상승한 점은 오히려 외식업체의 경영 악순환으로 이어질 수 있다는 분석이 있어 향후 외식물가를 잡기 위한 제도적 지원방안이 필요할 것으로 보임
- 장재봉 건국대 식품유통학과 교수는 “소비 회복이 충분치 않은 상태에서 코로나19 기간 대출로 버텼던 외식업체들이 식재료값 인상으로 외식값을 올리니 소비자들이 이용을 끊는 악순환으로 이어졌다.”(서울신문. 2023. 01. 11)

[그림12] 소비자물가지수 추이



[표6] 주요 물가지수

통계명	세부 항목	2021년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
생산자 물가지수	총 지수	105.05	105.91	107.04	108.06	108.65	109.22	110.28	110.86	111.27	112.43	113.23	113.21
	음식점 및 주점	113.39	113.66	114.38	114.82	114.96	115.20	115.49	115.75	116.20	116.59	117.19	118.15
소비자 물가지수	총 지수	101.04	101.58	101.84	101.98	102.05	102.05	102.26	102.75	103.17	103.35	103.87	104.04
	식료품	103.55	106.05	106.16	105.67	105.46	104.82	104.98	106.54	108.31	107.02	107.50	108.09
	비주류	101.13	100.69	101.41	100.75	100.96	100.98	101.44	101.35	101.73	102.61	103.74	104.50
	주류	100.42	100.54	99.66	101.00	101.12	101.37	101.48	101.72	101.94	101.72	101.47	101.04
	음식서비스	100.90	101.16	101.64	102.12	102.26	102.50	102.78	103.09	103.51	103.91	104.48	105.38

통계명	세부 항목	2022년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
생산자 물가지수	총 지수	114.40	114.95	116.70	118.59	119.43	120.10	120.44	119.98	120.06	120.68	120.29	119.96
	음식점 및 주점	119.27	120.41	121.71	122.30	123.35	124.29	125.27	126.17	126.83	127.21	127.57	128.15
소비자 물가지수	총 지수	104.69	105.30	106.06	106.85	107.56	108.22	108.74	108.62	108.93	109.21	109.10	109.28
	식료품	109.41	109.67	109.52	110.23	111.69	111.56	113.44	115.17	116.82	115.15	112.60	113.67
	비주류	104.76	106.96	107.39	109.14	108.68	109.29	108.66	108.07	108.98	109.55	109.72	111.05
	주류	101.78	102.99	105.95	107.44	107.95	107.87	108.06	108.30	107.86	108.06	107.96	108.08
	음식서비스	106.40	107.39	108.34	108.85	109.81	110.67	111.39	112.20	112.80	113.16	113.48	114.03

- 한국부동산원의 상업용 부동산 임대동향조사 결과를 살펴보면, 국내 주요 상권의 임대가격지수는 전반적으로 안정된 지수를 보이고 있었으나, 공실률의 경우 2021년 4분기 대비 중대형 상가의 공실률은 감소하는 반면, 소규모 상가 공실률은 동일한 수치를 보이고 있어 소규모 외식업체의 경영 악화는 지속되고 있는 것으로 나타남

[표7] 상업용 부동산 임대동향조사 임대가격지수

구분	2020년(2019.4Q=100)				2021년(2020.4Q=100)				2022년(2021.4Q=100)			
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
중대형 상가 임대가격지수	98.5	98.3	97.9	97.4	99.7	99.5	99.3	100.0	99.9	99.9	99.9	100.0
소규모 상가 임대가격지수	98.5	98.2	97.8	97.3	99.8	99.6	99.3	100.0	99.9	99.8	99.7	99.5

[표8] 상업용 부동산 임대동향조사 공실률

구분	2020년				2021년				2022년			
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
중대형 상가 공실률	11.7	12.0	12.4	12.7	13.0	13.1	13.3	13.5	13.2	13.1	13.1	13.2
소규모 상가 공실률	5.6	6.0	6.5	7.1	6.4	6.4	6.5	6.8	6.4	6.6	6.8	6.9

3) 주요 식재료 물가 추이

- 주요 식재료 물가 추이를 살펴보면 국산 식자재의 경우 높은 물가에도 불구하고 보합 또는 품목에 따라 하락세를 보이고 있는 반면, 밀가루·식용유 등 원자재가 대부분 수입산인 품목의 경우 상승세를 유지하거나 지속적인 가격 상승이 이루어지고 있는 것으로 나타남

[그림13] 주요 식재료 물가 추이



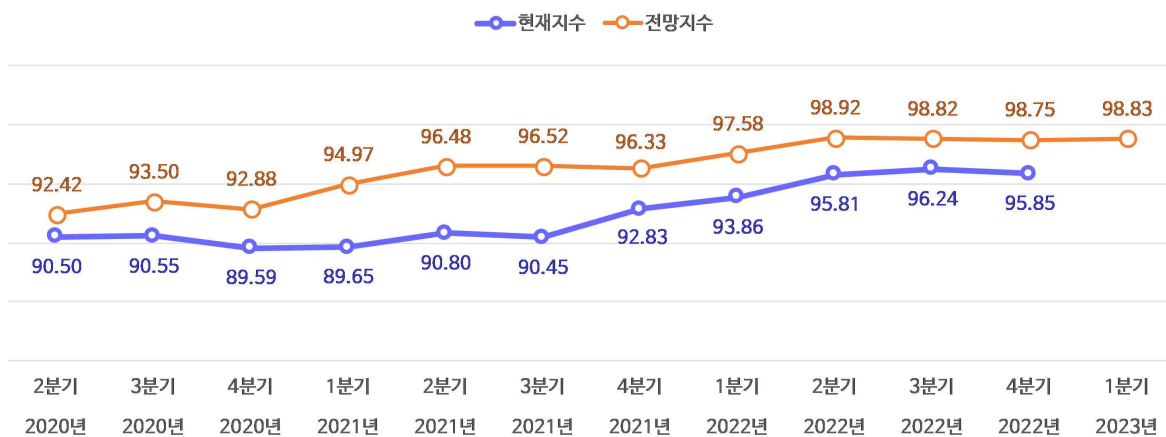
* 출처 : KAMIS(<https://www.kamis.or.kr>), 축산물품질평가원(<https://www.ekapepia.com/>), 소비자물가정보서비스(<http://price.consumer.or.kr>)

3. 주요 고용지표

1) 외식산업 고용지수

- 지난 2021년 3분기 이후 점진적 회복세를 보였던 외식산업 고용지수는 2022년 1분기 93.86, 2분기 95.81, 3분기 96.24로 회복세를 이어갔으나, 4분기 95.85로 소폭 하락한 모습을 보였음
- 코로나19로 인한 영업시간 제한과 경영악화로 인해 외식산업 고용지수는 전반적으로 낮은 수준을 보였으나, 각종 규제가 해제됨에 따라 지수 또한 점진적 회복세를 보였음
- 그러나 여전히 100 이하로 나타나 전년도 동분기 대비 고용이 감소한 업체가 증가한 업체 대비 많은 것으로 나타남(지수가 100보다 낮을 경우 전년도 동분기 대비 종사자 수가 감소한 업체가 증가한 업체 대비 많은 것을 의미하며, 100보다 높을 경우 종사자 수 증가 업체가 더 많은 것을 의미)
- 이는 전반적인 인건비 상승과 매출 부진으로 인해 외식업체가 고용 인원을 감소한 것이 원인이며, 코로나19 상황에서 키오스크 설치 매장이 증가하고, 배달 종사자 채용 대신 배달대행 업체를 이용하는 등의 외식 트렌드 변화에 따라 앞으로 외식 산업의 고용 회복세는 다소 부정적으로 전망됨

[그림14] 외식산업 고용지수



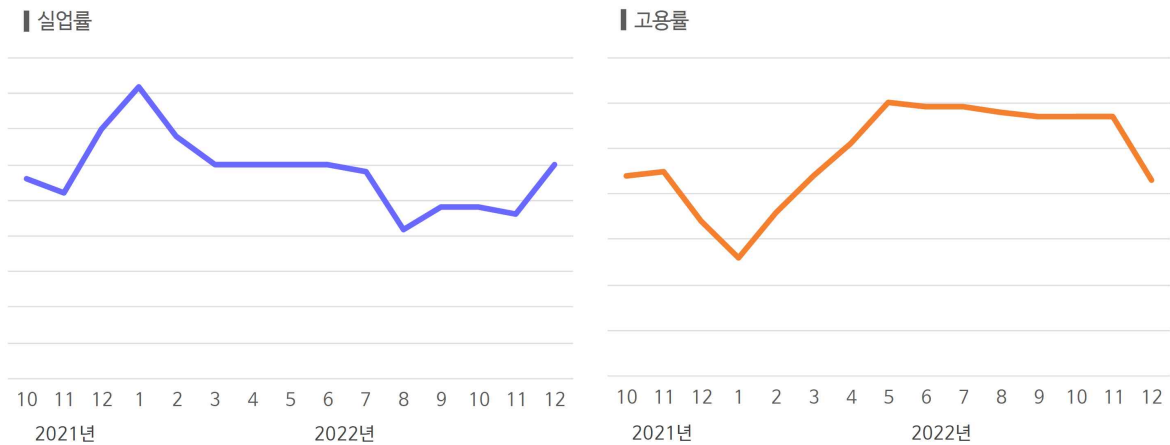
[표9] 외식산업 고용지수

구분	2020년			2021년				2022년				2023년
	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기
현재지수	90.50	90.55	89.59	89.65	90.80	90.45	92.83	93.86	95.81	96.24	95.85	-
전망지수	92.42	93.50	92.88	94.97	96.48	96.52	96.33	97.58	98.92	98.82	98.75	98.83

2) 주요 고용지수

- 통계청 및 고용노동부의 주요 노동지표를 살펴보면, 실업률의 경우 2022년 1월 이후 꾸준한 감소세, 고용률의 경우 1월부터 5월까지 상승한 이후 하반기부터 약보합세를 보였으나, 12월 조사 결과에서는 실업률은 크게 상승하였고 고용률 또한 감소해 전반적인 경기침체로 인해 고용시장 또한 침체되고 있는 것으로 보임

[그림15] 경제활동인구조사



- 외식사업체 노동력조사 결과를 살펴보면, 외식업 종사자의 임금은 2022년 2월 이후 상승 추이를 보였으며, 근로일수와 근로시간의 경우에는 약보합세를 보이고 있음

[그림16] 외식사업체 노동력조사 추이



- 음식 서비스직·주방장 및 조리사·식당 서비스원 부족률의 경우 2021년 이후 지속적으로 증가하는 모습을 보였으나, 2022년 하반기 감소세로 나타난 점은 향후 외식산업의 고용 시장이 침체될 것으로 전망됨

[표10] 주요 노동지표

통계명	세부 항목	2021년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
경제활동 인구조사	실업률(%)	5.7	4.9	4.3	4.0	4.0	3.8	3.2	2.6	2.7	2.8	2.6	3.5
	고용률(%)	57.4	58.6	59.8	60.4	61.2	61.3	61.3	61.2	61.3	61.4	61.5	60.4
외식업 사업체 노동력 조사	임금(만 원/월)	185.4	184.1	180.7	181.1	180.6	179.6	183.9	182.0	188.9	184.4	185.7	193.2
	근로일수(일/월)	18.4	16.7	19.4	19.4	18.3	19.3	19.4	19.0	18.1	18.7	19.7	20.0
	근로시간(시간/월)	143.9	129.7	151.3	151.5	143.0	150.8	152.5	149.3	141.1	145.8	153.4	155.7
외식업 직종별 사업체 노동력조사	음식 서비스직 부족률(%)	2.8						5.2					
	주방장 및 조리사 부족률(%)	2.5						3.8					
	식당 서비스원 부족률(%)	3.0						6.2					

통계명	세부 항목	2022년											
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
경제활동 인구조사	실업률(%)	4.1	3.4	3.0	3.0	3.0	3.0	2.9	2.1	2.4	2.4	2.3	3.0
	고용률(%)	59.6	60.6	61.4	62.1	63.0	62.9	62.9	62.8	62.7	62.7	62.7	61.3
외식업 사업체 노동력 조사	임금(만 원/월)	194.6	183.8	188.5	188.3	192.7	193.4	196.9	195.3	200.3	194.5	-	-
	근로일수(일/월)	18.7	16.9	19.0	19.2	19.5	18.8	19.2	19.6	18.5	18.5	-	-
	근로시간(시간/월)	142.7	129.3	145.7	146.9	148.0	145.2	148.4	151.2	140.4	142.1	-	-
외식업 직종별 사업체 노동력조사	음식 서비스직 부족률(%)	6.4						5.3					
	주방장 및 조리사 부족률(%)	4.3						4.0					
	식당 서비스원 부족률(%)	7.8						6.1					

※ 외식산업경기동향지수 종합보고서 작성일 기준 공시되지 않은 지수는 '-'처리

02

외식사업체 현황

1. 외식사업체 수

- 통계청 전국사업체조사에 따르면 2021년 기준 전국 외식 사업체는 80만 321개로 2020년 대비 0.4% 감소한 것으로 나타났으며, 이는 지난 2008년 이후 처음으로 감소한 수치임
- 업종별로 살펴보면 전반적으로 외국식 음식점업(5.5%)과 기타 간이 음식점업(2.7%), 비알코올 음료점업(5.3%)의 세부 업종 사업체 수가 증가하였으며, 출장 음식 서비스업(-13.6%)과 기관 구내식당업(-6.8%) 등에서는 2020년 대비 사업체 수가 감소한 것으로 나타남
- 코로나19 초기였던 2020년에는 기존 보유하고 있던 자본을 바탕으로 업체를 유지하는 모습을 보였으나, 코로나19가 장기화됨에 따라 외식업체의 수가 감소한 것으로 보이며, 특히 각종 행사나 모임 고객이 주를 이루는 출장 음식 서비스업과 영업시간 제한의 가장 큰 피해를 입었던 주점업의 경우 사업체 수가 가장 크게 감소한 것으로 보임
- 다만, 코로나19의 영향력이 상대적으로 적었던 제과점업이나 배달서비스를 주로 제공 하던 중식 음식점업, 회식이나 단체 손님 비율이 다소 적은 서양식 음식점업 같은 업종의 경우 사업체 수가 증가하는 모습을 보여 세부 업종별 차이가 있었음

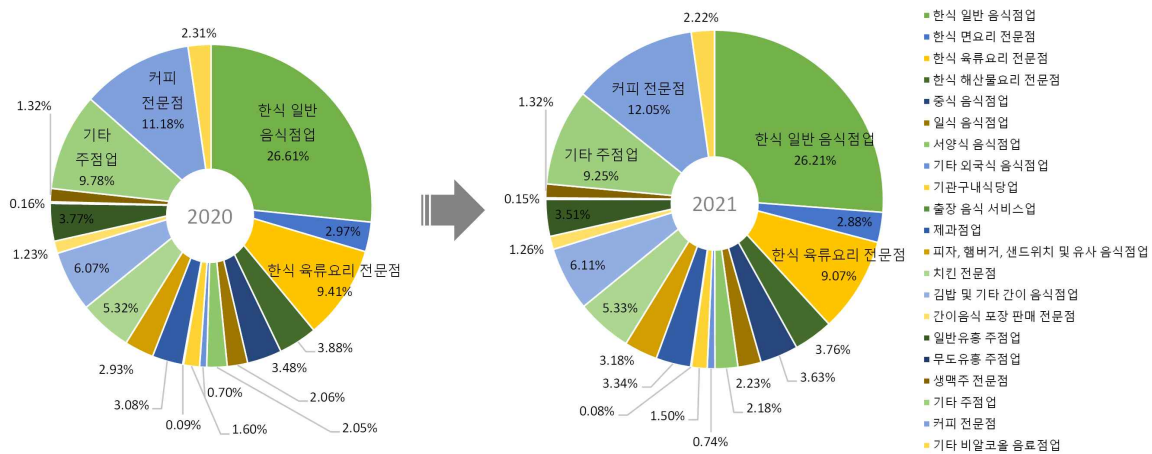
[표11] 업종별 외식사업체 수 증감현황

	사업체 수(개)		증감률(%)
	2020년	2021년	
전체	803,908	800,321	-0.4%
한식 음식점업	344,599	335,451	-2.7%
한식 일반 음식점업	213,916	209,764	-1.9%
한식 면요리 전문점	23,908	23,040	-3.6%
한식 육류요리 전문점	75,622	72,559	-4.1%
한식 해산물요리 전문점	31,153	30,088	-3.4%
외국식 음식점업	66,624	70,293	5.5%
중식 음식점업	27,974	29,087	4.0%
일식 음식점업	16,524	17,846	8.0%
서양식 음식점업	16,472	17,474	6.1%
기타 외국식 음식점업	5,654	5,886	4.1%
기관 구내식당업	12,887	12,016	-6.8%
출장 음식 서비스업	759	656	-13.6%
기타 간이 음식점업	149,804	153,807	2.7%
제과점업	24,777	26,704	7.8%
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	23,581	25,473	8.0%
치킨 전문점	42,743	42,624	-0.3%
김밥 및 기타 간이 음식점업	48,822	48,898	0.2%
간이 음식 포장 판매 전문점	9,881	10,108	2.3%
주점업	120,769	113,893	-5.7%
일반 유흥 주점업	30,310	28,105	-7.3%
무도 유흥 주점업	1,273	1,207	-5.2%
생맥주 전문점	10,585	10,539	-0.4%
기타 주점업	78,601	74,042	-5.8%
비알코올 음료점업	108,466	114,205	5.3%
커피 전문점	89,892	96,437	7.3%
기타 비알코올 음료점업	18,574	17,768	-4.3%

* 출처 : 통계청(전국사업체조사, 등록기반, 이동식음식점업 제외)

- 2021년 전체 외식사업체 중 한식 일반 음식점이 차지하는 비율은 26.21%(209,764개)로 가장 높았음. 다만 한식 일반 음식점업의 업체 수는 2020년 대비 0.40%p 감소한 약 21만개로 나타나 외식산업 내 비중이 감소하였음
- 반면, 커피전문점의 경우 2020년 대비 0.87%p 상승한 12.05%로 나타나 외식업체에서 비중이 점차 높아지고 있는 추세를 이어감

[그림17] 전체 외식사업체 중 업종별 사업체 비율 변화



2. 외식사업체 생존률

- 2021년 통계청 기업생멸행정통계에 따르면 숙박 및 음식점업의 활동기업은 코로나19 상황에서도 0.8% 증가한 87.3만개로 나타났으며, 전체 산업에서 12.4%를 차지하여 높은 비중을 보임
- 2021년 숙박 및 음식점업의 신생기업은 14.8만개로 전체 신생기업(102.2만개)의 14.5%를 차지하고 있었으며, 2020년 대비 4.2% 감소한 것으로 나타났으며, 소멸기업의 경우 2020년 기준 13.3만개로 확인되어 전체 소멸기업의 17.4%를 차지한 것으로 나타남
- 전 산업과 비교하여 살펴보면, 숙박 및 음식점업의 활동기업은 타 산업 대비 다소 낮은 보합세를 보인 반면, 신생기업 감소세는 크고 소멸기업은 전 산업에서 차지하는 비중이 높은 것으로 나타나 그동안 성장하던 외식산업 규모가 코로나19로 인해 정체기에 접어든 것으로 보임

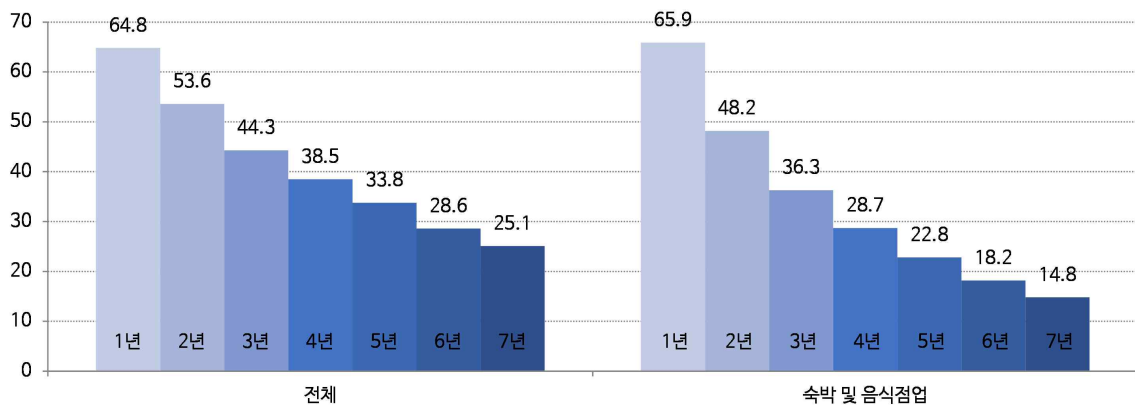
[표12] 업종별 외식사업체 수 증감현황(단위 : 천개, %)

	활동기업				신생기업				소멸기업		
	2020년	2021년	전년비	구성비	2020년	2021년	전년비	구성비	2020년	전년비	구성비
전체	6,821	7,056	3.4%	100.0%	1,059	1,022	-3.4%	100.0%	761	3.4%	100.0%
광업	1	1	-2.2%	0.0%	0	0	-8.5%	0.0%	0	0.9%	0.0%
제조업	551	563	2.2%	8.0%	48	49	2.3%	4.8%	37	-6.8%	4.8%
전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업	70	90	28.6%	1.3%	22	22	-0.6%	2.1%	2	64.1%	0.3%
수도, 하수 및 폐기물처리, 원료재생업	11	11	3.6%	0.2%	1	1	-2.7%	0.1%	1	6.2%	0.1%
건설업	465	491	5.5%	7.0%	54	55	3.4%	5.4%	31	-2.9%	4.1%
도매 및 소매업	1,483	1,530	3.2%	21.7%	226	231	2.2%	22.6%	178	3.5%	23.4%
운수 및 창고업	592	596	0.7%	8.4%	49	54	9.7%	5.3%	47	4.8%	6.1%
숙박 및 음식점업	866	873	0.8%	12.4%	155	148	-4.2%	14.5%	133	-2.4%	17.4%
정보통신업	109	124	13.2%	1.8%	22	25	17.3%	2.5%	11	10.6%	1.5%
금융 및 보험업	22	23	4.2%	0.3%	4	4	10.7%	0.4%	3	2.7%	0.4%
부동산업	1,599	1,653	3.3%	23.4%	306	255	-16.6%	25.0%	194	11.3%	25.5%
전문과학기술서비스업	204	224	10.0%	3.2%	34	39	13.2%	3.8%	19	9.8%	2.5%
사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업	141	145	2.7%	2.1%	30	25	-15.6%	2.4%	20	5.4%	2.7%
교육서비스업	179	194	7.9%	2.7%	35	38	9.7%	3.8%	24	-9.2%	3.1%
보건업 및 사회복지 서비스업	78	79	1.9%	1.1%	4	5	7.3%	0.5%	3	-5.3%	0.4%
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	130	129	-0.7%	1.8%	23	22	-1.1%	2.2%	22	-2.3%	2.9%
협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업	320	331	3.4%	4.7%	47	48	1.6%	4.7%	36	6.2%	4.7%

* 출처 : 통계청(기업생멸행정통계)

- 숙박 및 음식점업의 기업 생존율을 살펴보면, 1년 생존율의 경우 65.9%로 다소 높은 수준을 보였으나, 2년 생존율 48.2%, 3년 생존율 36.3%, 4년 생존율 28.7%로 매우 낮은 수준을 보이고 있음. 특히, 숙박 및 음식점업의 7년 생존율의 경우 14.8%로 매우 낮았음
- 주요 산업과 비교해 살펴봐도 1년 생존률의 경우 평균 이상의 생존율을 보였으나, 2년 이후 크게 감소해 전산업 대비 낮은 수준을 보였으며, 특히 7년 생존율의 경우 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업에 이어서 두 번째로 낮은 수준을 보임

[그림18] 숙박 및 음식점업 기업 생존율(2020년 기준)



[표13] 주요 산업별 기업생멸 현황(단위 : %)

	생존율(%)						
	1년	2년	3년	4년	5년	6년	7년
전체	64.8	53.6	44.3	38.5	33.8	28.6	25.1
광업	49.0	36.8	30.0	17.8	18.4	17.3	17.3
제조업	72.3	62.9	55.6	48.1	42.8	37.6	34.6
전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업	90.6	86.5	82.0	78.1	82.0	79.4	74.4
수도, 하수 및 폐기물처리, 원료재생업	76.3	72.7	59.5	54.2	46.7	39.2	37.5
건설업	71.0	59.5	49.2	43.0	37.4	32.8	29.1
도매 및 소매업	61.8	49.3	40.1	34.7	29.7	25.3	22.1
운수 및 창고업	70.5	65.6	52.5	46.0	45.6	40.4	36.2
숙박 및 음식점업	65.9	48.2	36.3	28.7	22.8	18.2	14.8
정보통신업	66.5	54.7	45.7	40.0	35.8	30.3	26.3
금융 및 보험업	52.5	42.6	31.9	25.2	22.0	15.9	12.9
부동산업	60.0	54.2	48.7	47.0	42.9	35.8	33.9
전문과학기술서비스업	68.2	57.7	48.5	43.1	39.2	33.5	31.3
사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업	58.8	47.8	38.8	32.1	26.8	24.7	21.4
교육서비스업	63.6	52.7	42.3	37.0	30.2	25.8	21.6
보건업 및 사회복지 서비스업	83.9	76.3	67.6	60.3	55.4	47.7	40.1
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	64.6	47.6	35.6	27.5	22.3	17.0	13.8
협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업	66.9	55.8	46.2	39.8	35.1	30.7	27.0

* 출처 : 통계청(기업생멸행정통계, 2020년 기준)

3. 외식업 종사자 수

- 2021년 외식업 종사자 수는 193만 7,768명으로 나타났으며, 이는 2020년 대비 0.9% 증가한 수치임
- 사업체 수와 마찬가지로 비알코올 음료점업(12.5%)에서 종사자 수 증가 비율이 높았으며, 출장 음식 서비스업(-17.2%)의 감소 비율이 가장 높았음

[표14] 업종별 외식업 종사자 수 증감

	종사자 수(명)		증감률(%)
	2020년	2021년	
전체	1,919,667	1,937,768	0.9%
한식 음식점업	830,831	799,194	-3.8%
한식 일반 음식점업	485,819	468,666	-3.5%
한식 면요리 전문점	57,860	54,550	-5.7%
한식 육류요리 전문점	208,403	201,392	-3.4%
한식 해산물요리 전문점	78,749	74,586	-5.3%
외국식 음식점업	215,883	229,466	6.3%
중식 음식점업	87,968	91,412	3.9%
일식 음식점업	51,631	57,160	10.7%
서양식 음식점업	60,557	63,920	5.6%
기타 외국식 음식점업	15,727	16,974	7.9%
기관 구내식당업	67,566	67,159	-0.6%
출장 음식 서비스업	2,566	2,124	-17.2%
기타 간이 음식점업	374,398	395,980	5.8%
제과점업	76,246	84,878	11.3%
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	94,240	102,204	8.5%
치킨 전문점	84,822	86,526	2.0%
김밥 및 기타 간이 음식점업	99,491	101,447	2.0%
간이 음식 포장 판매 전문점	19,599	20,925	6.8%
주점업	186,328	171,472	-8.0%
일반 유흥 주점업	43,616	39,030	-10.5%
무도 유흥 주점업	2,779	2,356	-15.2%
생맥주 전문점	18,388	18,378	-0.1%
기타 주점업	121,545	111,708	-8.1%
비알코올 음료점업	241,780	271,923	12.5%
커피 전문점	208,936	238,849	14.3%
기타 비알코올 음료점업	32,844	33,074	0.7%

* 출처 : 통계청(전국사업체조사, 서비스산업 사업체 수, 10차 표준산업분류 개정 기준)

03

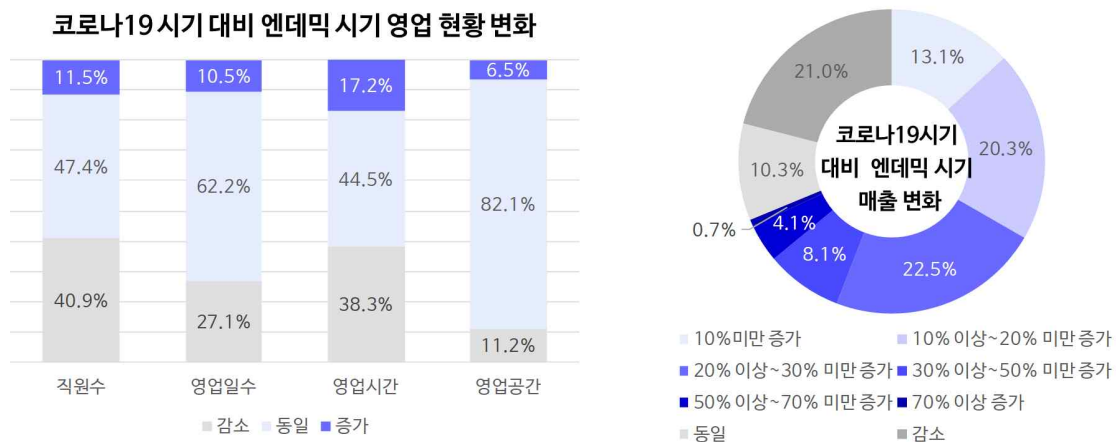
외식산업 트렌드

1. 2023 식품외식산업 전망대회

1) 외식산업 환경분석

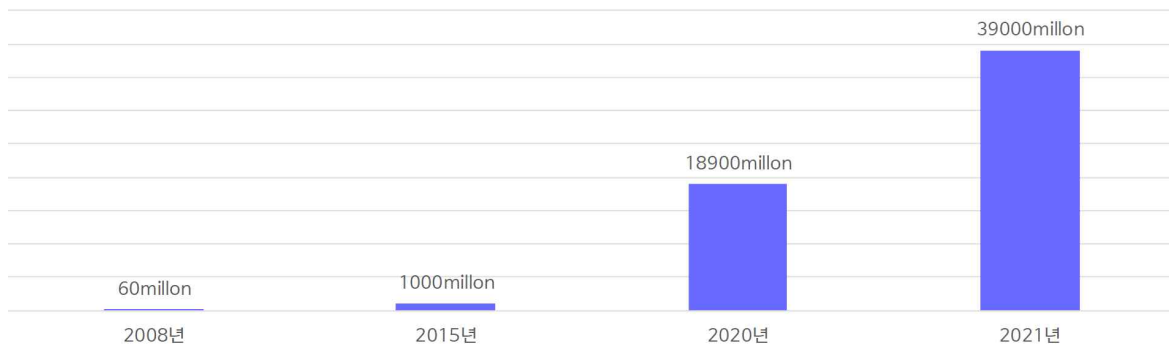
- 국내 및 해외의 외식 트렌드는 정치, 경제, 사회, 환경 등의 영향요인에 따라 국가별로 나타나는 트렌드의 시기와 현상의 차이가 있었으나 2020년 코로나19 바이러스 감염병 발생, 러시아·우크라이나 전쟁 발발로, 글로벌 경기침체 등 글로벌 현상이 동시에 나타남으로 인해 외식산업 트렌드 또한 유사성이 확대되고 있음
- 또한, 포스트코로나, 엔데믹으로 접어들면서 경기 불황, 구인난, 각종 비용 증가로 인해 외식산업 직원수 및 영업일수, 영업시간의 감소율이 증가율보다 높은 것으로 나타났으며, 식재료비, 인건비, 임대료 등 각종 고정비용의 상승과 3高 현상, 구인난 까지 겹치게 되면서 외식업체 경영난이 심화되고 있으나 다수의 외식업체가 이에 따른 경영전략을 갖추고 있지 않은 상황임

[그림19] 코로나19 시기 대비 엔데믹 시기 변화



- 그럼에도 불구하고, 한국농촌경제연구원의 빅데이터를 통한 식품산업 전망에 따르면 2023년 식품제조업의 매출액은 2019년 대비 약 13조원, 2022년 예상치인 135조 7000억원 대비 약 4조원이 증가한 139조 4000억원으로 예상되며, 외식업 매출액 또한 2022년보다 4조원 높은 143조 3000억으로 성장세가 예상되면서 코로나19 발생 이전 수준을 회복할 것으로 전망됨
- 한편, 글로벌 식품 기술 회사인 두마톡(DouxMatok)의 아리 멜라무드(Ari Melamud) 대표에 의하면 푸드테크 산업에 대한 기업의 투자는 2008년까지는 6000만 달러에 불과했으나 2021년 390억 달러으로 전년 대비 2배 이상 증가한 것으로 나타남

[그림20] 푸드테크 산업 투자액 추이(단위 : 달러)



- 푸드테크 산업의 주요 카테고리에는 육류, 유제품, 계란, 설탕 등이 있으며, 육류 대체 단백질 기업과 식품기업이 주목받는 등 푸드테크 분야의 기업들이 앞으로 지속해서 성장할 것으로 보임.
- 푸드테크 산업은 건강 트렌드, 지속가능성, 공급망 변화의 관점에서 그 필요성이 점차 높아지고 있으며, 이러한 푸드테크의 발전은 궁극적으로 우리 모두의 식품 소비에 영향을 끼치게 될 것으로 예상됨

2) 주목해야 할 외식 트렌드

- 2023년 주목해야 할 외식 트렌드 키워드는 ‘양극화’, ‘경험이 곧 소유’, ‘건강도 힙하게’, ‘휴먼테크’ 총 4가지로 코로나19, 경기 불황 등 글로벌 이슈 확대로 인해 국내외 트렌드의 유사성을 가지고 있으며, 소비자-종사자-전문가 모든 그룹에서 ‘불황’ 관련 키워드가 공통적으로 도출되었음. 팬데믹 이후 경험을 중시하는 오프라인 공간에 대한 의미가 증가하였음에도 코로나19로 인해 증가했던 배달, 간편식 등의 유행은 지속될 것으로 보이며, 이후로는 트렌드 간 연계와 융합이 강화될 것으로 예상됨

○ ‘양극화’

엔데믹과 함께 찾아온 고물가는 불황기의 대표적인 소비 행태인 ‘짤테크’와 ‘플렉스’의 양극화를 부추기고 있으며, 이러한 양극화는 단순히 소득 수준에 따른 집단의 양극화가 아닌 한 사람에게서 ‘짤테크’와 ‘플렉스’ 소비가 동시에 일어나는 상황을 의미함

위드코로나, 엔데믹, 3高(고물가·고금리·고환율) 현상과 인플레이션 등이 발생하면서 도시락으로 간단히 한끼를 해결하거나 가성비 높은 구내식당을 SNS로 공유하면서 다른 회사의 구내식당을 이용하는 소비자가 증가하고 있으며, 배달앱을 통해 함께 주문을 하는 등 런치플레이션, 무지출챌린지, 짤테크와 같은 소비 행태가 등장하고 있음. 이러한 소비행태는 해외에서도 마찬가지로 나타나고 있으며, 해외의 경우 고물가로 인해 도시락, 델리, 푸드코트를 이용하는 소비자를 쉽게 찾을 수 있음. 반면, 동시에 디올, 루이비통 등 명품 브랜드가 F&B에 등장하면서 예약 전쟁이 일어나기도 하고, 10만원대의 프리미엄 버거를 먹기 위해 오픈런이 벌어지기도 하는 등 미식 플렉스라는 정반대 소비 행태도 나타나고 있음

이렇듯 평일 점심으로는 구내식당, 편의점 등 가성비가 좋은 식당을 이용하면서 저녁, 주말이나 특별한 날에는 프리미엄 식당, 파인다이닝 등을 찾는 양극화형 소비 형태는 당분간 지속될 것으로 보임

○ ‘경험이 곧 소유’

2022년 소비감성&마케팅 분야의 키워드는 취향, 공유, 재미, 참여였으며, 2023년 역시 이전 키워드의 연장선상에서 범위와 정도가 확대되고 확장될 것으로 전망됨

재미·경험을 중시하고, 인증·소장하며 과시하고 싶은 심리적인 욕구들이 나타나면서 동종·이종 산업간, 경영주·셰프간의 콜라보들이 나타나고 있으며, 인증샷을 찍을 만한 공간 디자인과 컨셉을 갖춘 식당들이 유행하고 있음. 이러한 유행에는 경제 불황으로 인해 물질적인 소유를 늘리는 것에 한계를 느낀 소비자가 다양한 경험을 가치있다고 생각하여 소유하려고 하는 심리적인 영향이 크게 작용하고 있는 것으로 보임. 엠브레인 퍼블릭 조사에 의하면 오픈런을 하는 이유 또한 단순히 물건을 사고 음식을 먹는 행위 자체가 아닌 성취감, 가치, 희소성이 더 크기 때문에 과감히 시간을 투자하고 있는 것으로 나타남

앞으로는 식당이 단순히 음식을 판매하는 곳으로서 만의 공간이 아닌 경험과 재미를

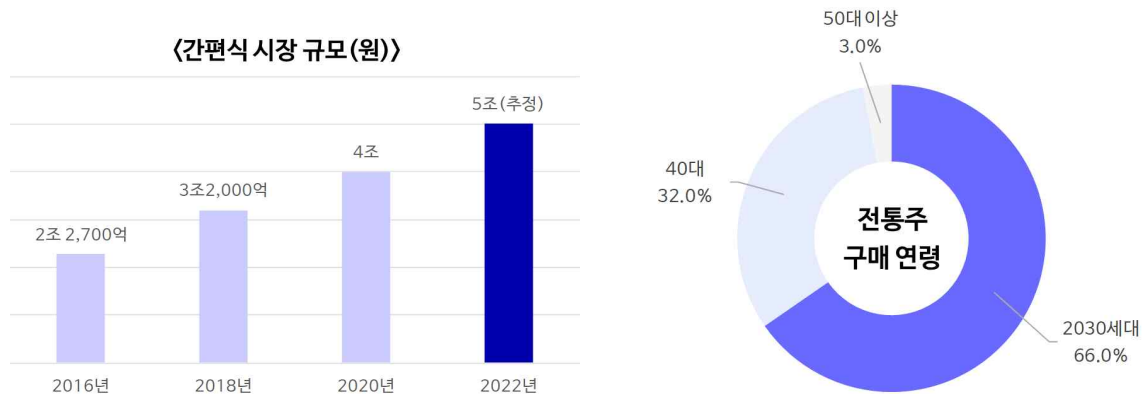
공유하고 소유하는 곳으로서의 공간적 의미가 중요해지는 만큼, 향후 외식업체 경영 시 소비자에게 특별한 경험을 제공할 수 있는 음식과 공간을 마련하기 위한 운영 전략을 세우는 것이 더 중요해질 것으로 보임

○ ‘건강도 힙하게’

코로나19를 계기로 기존의 중장년층뿐만 아니라 젊은 세대가 건강에 대한 관심을 가지게 되면서 ‘건강도 힙하게’라는 트렌드를 형성하고 있으며, ‘젊은 층의 관심은 곧 ‘힙(hip)’이 된다’는 말처럼 건강, 윤리주의, 전통주 등도 MZ세대가 관심을 갖기 시작하면서 힙한 트렌드로 모양이 바뀌고 있음

간편식 시장이 나날이 커지면서 간편함과 동시에 맛있고, 건강에도 좋아야 한다는 게 최근 복합적인 니즈로 자리 잡고 있어 유통업체들이 생산하는 간편식보단 맛과 건강을 모두 고려할 수 있는 외식형 간편식 시장이 빠르게 성장하고 있음. 또한, 백술닷컴 조사에 따르면 전통주 구매 연령 중 20대 및 30대 비중이 66.0%를 차지하는 등 젊은 세대가 전통주에 대해 관심을 가지면서 힙한 외식의 아이টে으로 떠올라 팝업스토어, 브랜드 콜라보, 이색 전통주 등을 통해 전통주 수요도 증가하면서 전통주와 젊은 세대간의 거리감도 좁혀지고 있음. 또한, 국내 채식 인구가 ‘18년 15만명에서 ‘21년 250만명으로 증가함에 따라 풀무원, 농심, 신세계 푸드 등 식품 대기업에서 비건식품, 레스토랑 등을 론칭하고 있음

[그림21] 간편식 시장 규모 및 전통주 구매연령



* 출처 : 백술닷컴, 한국채식연합

- 이처럼 ‘건강한 식사’에 대한 니즈가 높아짐에 따라 식재료의 품질과 신선도를 고려하여 음식을 제조하는 것과 비건 메뉴를 판매하는 등 맛과 건강을 고루 갖춘 음식에 대해 고민하고 개발하는 노력도 필요할 것으로 보임

○ ‘휴먼테크’

팬데믹의 여파로 외식업계의 로봇 활용도가 높아지고 있는 추세이며, 구인난, 인건비 상승 대응, 생산성 향상 등을 방안으로 예약부터 경영분석까지 외식업 운영의 스마트화가 빠르게 진행되고 있음. 외식산업의 푸드테크는 부족한 종사자의 대체와 업무강도 완화, 고객에게는 편의 제공을 위한 것으로 결국 사람을 위한 테크라고 볼 수 있음. 최근에는 예약-서빙-조리-관리까지 푸드테크의 범위가 확대되어 키오스크, 테이블오더, 서빙로봇 등 다양한 기술들이 외식산업 곳곳에서 활성화되고 있는 한편, 세계 푸드테크 시장 규모는 2021년 기준 2,720억 달러로, 2023년에는 3,110억달러를 기록할 것으로 전망됨

향후 외식업계의 푸드테크 활용이 단순 서빙, 주문의 영역을 넘어 조리, 데이터 분석을 통한 컨설팅의 역할까지도 감당하게 된다면, 이전과는 달리 푸드테크 관리에 필요한 인력을 고용하는 등 외식업계 고용형태에 변화를 가져올 것으로 보이며, 이후로도 푸드테크 기술의 발전과 렌탈 서비스를 통한 이용료 감소 등을 통해 더욱 빠르게 보급될 수 있을 것으로 예상됨

- * 출처 : 2023 식품외식산업 전망대회
- * 출처 : 2022년 4분기 외식산업 인사이트 리포트
- * 출처 : 한국농어민신문(<http://www.agrinet.co.kr>)
- * 출처 : 더바이어(The Buyer)(<http://www.withbuyer.com>)
- * 출처 : 호텔앤레스토랑(<http://whhttp://www.hotelrestaurant.co.kr>)

2. 2023년 외식업 트렌드 - (주)우아한형제들·서울대 소비트렌드분석센터

- 배달의 민족을 운영하는 우아한형제들은 서울대학교 소비트렌드분석센터 연구팀과 함께 전문가 인터뷰, 소비자 조사 등을 통해 2023년 외식산업 트렌드를 다음 7가지로 정리하였음

[그림22] 2023년 외식업 트렌드

CONCEPT 키워드 한 눈에 보기

금쪽같은 내 한 끼 Casual but special: my precious meal	선택적 집중! 한 끼만큼은 더욱 특별하게 즐겨요 #한끼만큼은천천히 #한끼만큼은제대로
미션 EAT-파서블 On a mission: Eat-possible	식사도 게임처럼! 도전하고, 성취하고, 인정받아요 #푸케팅 #푸드퍼즐
정답식사 Need for a well-curated meal	선택은 피곤해요! 식사에도 정답을 알고 싶어요 #식큐레이션 #식츄레이션
식부심 Confidence in eating	나의 자부심! 나만의 입맛과 식문화 지식으로 나를 알려요 #식체성 #잇터러시
스토리다이닝 Every dish has its story	먹는 것 이상! 오감으로 즐기는 색다른 경험을 원해요 #아트푸드 #맥락푸드
식사이클링 Power of food recycling	시작부터 끝까지! 할 수 있는 방법으로 친환경 할래요 #식활용 #용기활용
친절 프리미엄 Time to show your kindness	친절이 귀한 시대, 오히려 친절 경쟁력을 만들어요 #대면친절 #원격친절

* 출처 : 2023년 외식업 트렌드 'C.O.N.C.E.P.T' 우아한형제들

○ Casual but special : 금쪽같은 내 한 끼

코로나19로 인해 실시된 사회적 거리두기는 소비자들이 스스로를 돌아보고 몰입하는 자기집중적 가치관과 소비를 강화시켰고, 프리미엄 식사에 대한 관심이 증가하였음. 이로 인해 호텔 일식당을 중심으로 시작된 ‘오마카세’(셰프에게 모든 메뉴를 온전히 맡김) 수요가 증가하고 있으며, 점심으로는 간단한 도시락과 가성비 좋은 식사를 하면서 저녁이나 주말에 호텔 레스토랑을 찾는 스스로에게 온전한 한끼를 제공하려는 소비형태가 나타나고 있음. 또한 이러한 소비형태는 식사에서뿐만 아니라 8만원대 애플망고빙수, 애프터눈티(푸짐한 디저트를 시간 들여 즐김) 등의 디저트에서도 찾아볼 수 있음

이처럼 특별한 한끼를 찾는 소비 형태는 홀로 지출을 감당하는 1인 가구의 증가와 함께 충분한 시간을 들여 만찬을 즐기거나 다소 먼 거리를 방문하여 먹는 등의 다양한 소비 형태로 나타날 것으로 보이며, 이색적인 식재료를 사용한 메뉴를 판매하거나, 고급스러운 장식을 더하는 등의 노력이 있다면 소비자에게 가치 있는 경험을 제공할 수 있을 것으로 보임

○ On a mission : 미션 잇(EAT)파서블

1인 가구의 증가와 팬데믹 여파로 인해 스스로에게 몰두할 수 있는 시간이 증가하면서 자기지향적 가치관을 가진 소비자들이 늘어나게 되고 식문화에 대한 태도도 이전보다 주도적으로 바뀌게 되었음. 또한, 인플레이션의 영향으로 고가의 물품보다 상대적으로 소유하기 쉬운 식사를 통해 성취감을 얻는 것에 시간과 돈을 투자하게 되면서 마치 게임을 하는 것같이 본인만의 특별한 맛 조합을 찾아내거나 희소성이 높은 메뉴를 차지하기 위해 오픈런도 마다하지 않는 소비자가 늘어나고 있음. 이러한 경험은 SNS를 통해 불특정 다수에게 공유되면서 남들에게 뒤처지고 싶지 않은 사람들의 욕구를 자극하고 있음. 이렇게 도전하고, 성취하는 소비를 추구하는 고객을 확보하기 위해서는 하루 판매량이 정해져 있는 메뉴나 일정 시간대에만 판매하는 메뉴 등을 판매하는 방법 등의 전략을 세우는 것이 중요할 것으로 보임

○ Need for a well-curated meal : 정답식사

통계청 조사에 의하면 국내 음식점 개수는 약 80만 개이며, 배달앱에 등록된 메뉴만 해도 1천 4백만 개가 넘는 정도로 음식점과 메뉴의 선택지가 다양화되면서 소비자들은 오히려 식사를 하기 전 선택을 하는 과정에서부터 부담과 피로감을 느끼고 있음. 이에 ‘비오는 날의 파전’, ‘이삿날의 짜장면’ 등과 같이 특정 상황에 따라 메뉴를 선택하는 나름의 규칙을 만들거나, 알바생의 꿀조합을 찾고, 술과 어울리는 음식 조합을 검색하는 등 실패 없는 음식을 선택하기 위한, 정답을 찾고자 하는 소비자들이 증가하고 있으며, 배달앱에서도 경영주가 추천하는 ‘대표 메뉴’를 선택하는 경향이 높아지고 있음. 선택지가 다양해짐으로 인해 실패할 확률을 최소화 하고자 하는 고객들이 증가함에 따라 적절한 답을 제공하는 ‘전문가’의 역할이 더욱 커지고 있어 향후 업체 운영 시 가게의 대표 메뉴나 메뉴를 맛있게 먹을 수 있는 레시피 등을 안내 하는 것도 하나의 판매 전략이 될 수 있을 것으로 보임

○ Confidence in eating : 식부심

‘식부심’이란 음식에 대한 지식과 개성있는 식습관으로 자신을 표현하고, 좋아하는 음식 관련 지식을 깊게 파거나 특정 음식만을 먹음으로써 자신의 신념을 드러내는 것을 의미함. ‘식부심’을 가진 소비자는 먹는 것에 있어 ‘개성’과 ‘취향’을 중요하게 생각해 단순히 먹는 방법뿐만 아니라 먹는 양, 식습관 등 식사의 모든 요소로 정체성을 표현하고 나아가 같은 취향을 가진 사람들과 모여 신념을 드러내기도 함. TV를 통해 다양한 나라의 식재료를 경험하게 된 소비자들은 특정한 식재료를 주로 찾거나 동물 복지나 지구환경을 위해 채식을 선택해 배달앱 내에서도 ‘고수’, ‘트러플’, ‘민트’와 같은 특정 키워드 검색량과 ‘채식’ 메뉴 주문량이 증가하고 있는 것을 확인할 수 있음

이러한 소비행태는 남에게 어떻게 보일지가 중요했던 과거와는 달리 본인이 얼마나 만족하는가에 따른 ‘자기만족감’을 중요시하는 소비심리가 반영된 것으로 보이며, 소비자는 본인의 확고한 취향을 타인과 공유함으로써 비슷한 취향을 가진 사람들과 공감대를 형성하기도 하고 ‘채식’과 같은 신념을 가지게 되기도 함. 이렇듯 한 가지에 몰입하고 연구하는 소비자를 위해서 외식업 경영주는 가게의 메뉴와 어울리는 특정 식재료를 활용하거나, 메뉴를 먹는 방법이나 스토리 등을 안내하는 방법 등을 활용할 수 있음

○ Every dish has its story : 스토리다이닝

‘식부심’과 비슷한 맥락으로 자신의 취향에 몰입하며 본인이 좋아하는 것에 더욱 집중하게 된 소비자들은 ‘독서’나 ‘와인 클럽’ 등 각종 온오프라인 커뮤니티를 통해 능동적인 공동체를 형성하는 등 끊임없이 취향을 탐색하고 공유하고 있음. 또한, 고물가로 인해 어려워진 여행이나 물질적 소비 대비 일상적이고 쉽게 소비할 수 있는 외식을 통해 소비자들은 단순히 식사만을 즐기는 것이 아니라 식사 공간, 식사 과정에서 오는 경험을 소유하기 시작함.

이로 인해 이색적인 컨셉을 가지고 있거나 감성적인 인테리어와 음악을 지닌 카페, 마차 작품과 같은 메뉴를 판매하는 식당 등이 인기를 얻고 있으며, 다양한 음식을 경험하는 것을 좋아하고, SNS 탐색에 익숙한 세대가 이러한 트렌드를 주도하고 있어 향후 ‘스토리다이닝’ 트렌드는 더욱 넓고 깊어질 것으로 전망됨. 따라서 앞으로는 다수의 고객을 확보하기 위한 식당이 아닌 특정 고객의 취향을 충족시킬 수 있는 컨셉을 가진 식당을 운영하는 것에 대한 중요성도 높아질 것으로 보이며, 소비자가 찾아갈 만한 특별한 메뉴, 공간을 가지고 있거나, 가게만의 스토리를 가지고 업체를 운영하는 것이 업체의 경쟁력이 될 것으로 보임

○ Power of food recycling : 식사이클링

환경에 대한 관심과 인식은 이전부터 지속되어 왔으며, 코로나19 바이러스 감염증 발생 이후 늘어난 택배와 배달서비스로 인한 쓰레기 문제가 더욱 심각해지면서 식사 과정에서 발생하는 각종 쓰레기에 대한 고민과 선택으로 이어지고 있음. 이로 인해 식사를 주문하기 전 남은 음식을 이후에 먹을 수 있도록 소분하여 포장하는 방법이나, 남은 재료를 활용하여 요리를 하는 방법, 음식 포장과 이용을 위해 사용되는 일회용품을 줄이기 위해 다회용기를 사용하는 등의 환경보호를 위한 다양한 노력과 실천이 나타나고 있으며, 챌린지로 이어지기도 함

배달의 민족에서 실시한 조사에 의하면, 가게에서 친환경 포장용기를 사용하는 것만으로도 고객 중 36.7%가 호감을 갖고, 28.5%는 주문 의사를 밝히는 등 긍정적인 반응을 보인 것으로 보아 환경보호를 실천하는 것 또한 업체의 경쟁력을 높일 수 있는 방안이 될 수 있을 것으로 보임. 다만, 다회용기 사용과 같은 방법의 경우 영세한 규모의 업체에서 사용하거나 모든 고객을 대상으로 실천을 권유하기에는 다소 어려움이 있을 수 있어 음식물이나 쓰레기를 버리는 방법에 대해 안내하는 등 손쉽게 실천이 가능한 방법을 마련하는 것이 좋을 것으로 보임

○ Time to show your kindness : 친절 프리미엄

대면 서비스 비중이 높았던 코로나19 이전의 시기엔 외식업에서 ‘친절한 서비스’는 당연한 것으로 여겨졌으나, 사회적 거리두기로 인한 배달서비스의 증가와 푸드테크 도입으로 인한 무인화의 가속화로 비대면 서비스가 증가하면서 친절의 가치가 더욱 높아지게 되었음.

이러한 친절의 형태는 오늘날 대면과 비대면 서비스로 양분화 되어 나타나고 있으며, 대면 서비스에서는 서빙과 주문, 결제 등의 업무에 로봇을 사용하여 직원의 업무강도를 감소시키고 동시에 고객을 응대하는 서비스에 집중하도록 하고 있으며, 비대면으로는 리뷰나 SNS를 통해 온라인으로 고객과 소통하거나, 짧은 메모를 작성하여 함께 보내는 등의 서비스가 인기를 얻고 있음

코로나 블루와 경기침체가 계속되고 있는 상황에서 소비자의 마음을 움직이는 ‘휴먼 터치’ 전략은 더욱 중요해질 것으로 보여, 대면 서비스에서는 로봇과의 적절한 업무 분담을 통해 고객에게 집중된 서비스를 제공하는 것, 비대면 서비스에서는 고객의 리뷰에 답글을 달거나, 음식과 함께 메시지를 보내는 등의 노력을 통해 고객과의 친분을 형성하고 친절함을 표현하는 노력이 필요할 것으로 보임

3. 외식트렌드 분석 - 경희대학교 외식경영학과 이규민 교수

- 경희대학교 이규민 교수는 신한카드의 ‘2023년 대표 소비트렌드’, 서울대 소비트렌드분석센터의 ‘트렌드 코리아 2023 10대 키워드’, ‘2023년 식품외식산업 전망대회’의 2023년 주요 키워드 등 대표기관들이 제시한 트렌드와 최근 외식시장을 둘러싼 전반적인 환경 변화 분석을 통해 외식시장에 변화를 가져올 6가지 트렌드를 다음과 같이 정리하여 제시하였음
- 첫째는 고물가에 따른 저가 외식상품에 대한 수요 증가로 2022년 11월 한국소비자원 외식비 가격 정보에 의하면, 1년 사이 서울 주요 외식 품목이 많게는 16% 이상 올랐으며, 한국소비자단체협의회의 소비자 인식조사 결과, 응답자의 83.3%가 점심값 등 외식 비용이 올랐음을 체감하고 있는 것으로 나타남. 특히 점심식사 비용에 대한 부담을 더욱 크게 느끼고 있으며, 이로 인해 구내식당이나 편의점 등을 이용하는 직장인들이 증가하고 있음
- 둘째는 저가 외식소비와 프리미엄 외식소비로의 양분화 양상으로 고물가 현상 속에서도 저렴한 식당을 찾는 소비자가 있는 반면, 호텔 레스토랑과 오마카세, 고든 램지의 프리미엄 버거 레스토랑 같은 고가의 메뉴를 판매하는 식당을 찾는 소비자의 발길이 끊이지 않고 있음. 코로나19 시기 명품소비가 늘어난 것처럼 경기 불황에도 이러한 고가 외식 소비는 늘어날 것으로 보임
- 셋째는 핵심 소비층으로 등장한 MZ세대의 성향이 적극 반영된 신(新)외식 트렌드로 MZ세대는 20대 초반부터 30대 후반까지 포함되는 넓은 연령층에 걸쳐 있으며 소비 성향도 독특하고 다양한 양상을 보이고 있음. 이들은 플렉스(FLEX), 가심비, 자신만의 취향 탐구에 절대적 가치를 부여하는 소비 경향 등을 보이고 있으며, SNS 등 디지털 환경에 더욱 익숙하기 때문에 새롭게 만들어낸 신(新) 외식 트렌드를 더욱 주의 깊게 들여다볼 필요가 있음
- 넷째는 건강 및 환경 지속가능성에 대해 더욱 높아진 소비자들의 관심으로 최근 소비자들은 주요 관심사였던 다이어트와 건강관리에 더해 가치만족도를 필요로 하며, 스스로와 지구를 위한 외식소비를 중요시 여기고 있는 것으로 나타남. 코로나19 상황에서 급성장한 배달 외식 서비스로 인한 배달 용기의 치명적인 환경오염과 기후변화에 따른 세계적 자연 재해를 경험하면서 환경은 더욱 중요시되고 있으며, 지구 건강을 위한 환경보호와 소비자 자신의 건강에 대한 높아진 관심은 외식소비에서 비건 시장의 급성장과 친환경 외식 등의 증가로 연결되고 있음

- 다섯째는 소비자 접점에서의 광범위한 푸드테크 서비스 도입으로 패스트푸드점의 키오스크, 스타벅스의 사이렌 오더와 같은 서비스들은 정부의 하드웨어 지원 등에 힘입어 최근 외식 프랜차이즈로 도입이 확산되었음. 또한 서빙·퇴식 로봇을 레스토랑에서 자주 접하게 되면서 소비자들이 이러한 변화를 자연스럽게 받아들이고 있음. 이러한 정보통신기술(ICT) 기반 푸드테크의 발달은 외식문화의 패러다임과 식생활의 변화를 더욱 빠르게 촉진할 것으로 보임
- 여섯째는 다양한 형태의 유연근무제도 도입으로 인한 외식소비 형태 변화로 코로나19 사태 이후 재택근무의 확산은 직장 회식 수요 감소, 내식 수요 증가 및 홈술·혼술 수요를 증가시켰음. 또한, 국내 가정간편식 및 밀키트 시장도 크게 성장시켰으며, 밀키트 시장점유율 1위 기업 프레시지는 2017년 15억 원의 매출에서 2020년 1,271억 원의 엄청난 성장세를 보이는 등 그 성장세는 현재까지도 이어지고 있음

또한, 일터이자 휴가지가 되는 지역에서 장기간 원격근무를 하는 위케이션(Work+Vacation) 근무제도를 도입하는 기업들이 많아짐에 따라 프리미엄 오피스 시설과 쇼핑 및 외식을 즐길 수 있는 문화시설을 갖춘 위케이션 기업들이 자사 홍보에 많은 노력을 기울이고 있으며, 많은 지방자치단체들도 위케이션을 높은 가치로 인식하면서 관광 활성화를 위해 적극적인 지원을 모색하고 있어 이로인해 외식시장에 나타날 위케이션과 결합된 신선한 트렌드 또한 기대됨

* 출처 : 한국외식신문(<http://www.kfoodtimes.com/news/articleView.html?idxno=23627>)

4. 외식업주 행복지수 보고서 - 외식산업연구원

- 한국외식산업연구원에서 3,312명의 외식업주를 대상으로 실시한 외식업주의 행복지수 조사 결과 외식업주들의 평균적인 행복지수는 100점 만점에 55.4점 수준으로 나타남
- 각 영역별로 살펴보면 가정 내 안정감이 67.3점으로 가장 높게 나타났으며, 이어 관계적 만족감(60.8점), 신체적 안정감(60.6점), 심리적 행복감(58.2점), 직업적 행복(54.3점), 환경적 행복(49.3점), 경제적 안정감(48.1점), 제도적 행복(40.7점) 순으로 나타났고, 세부영역 중 행복지수가 가장 낮은 제도적 행복의 세부 항목 중에서는 사회안전망이 41.4점, 정책적 지원이 40.0점으로 나타남
- 연령별로는 20대의 행복지수가 56.4점으로 가장 높게 나타났으며 이어서 30대(56.1점), 40대(55.8점), 50대(55.4점), 60대 이상(54.4점) 순으로 연령대가 높아질수록 행복지수가 낮아지는 경향을 보였으며, 성별로는 남성 외식업주의 행복지수가 55.8점으로 여성 외식업주의 행복지수가 55.0점으로 성별에 따른 큰 차이는 나타나지 않았음
- 조사 결과 외식업주의 제도적 행복 부분의 사회안전망과 정책적 지원 모두 점수가 낮은 것으로 나타나 정부 및 유관 부처가 외식업주에 관심과 노력을 꾸준히 기울일 필요가 있고 고령층 외식업주가 제도적 행복을 누릴 수 있도록 정책적인 배려가 필요하다는 의견임

[그림23] 외식업주 행복지수



* 출처 : '외식업주 행복지수 보고서', 한국외식산업연구원



2022년 외식산업경기동향지수



01

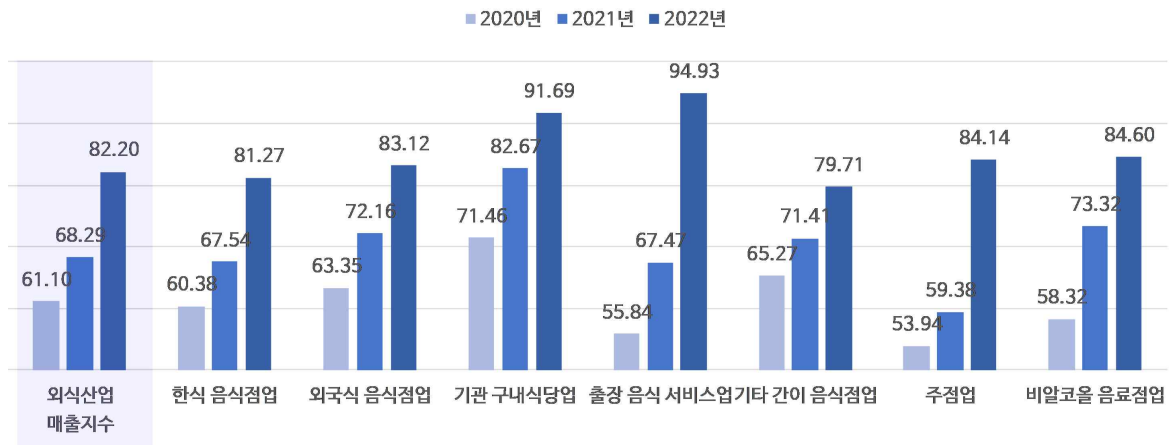
매출액 부문

1. 외식산업 매출지수

1) 연도별 외식산업 매출지수

- 2022년 외식산업 매출지수는 82.20으로 전년도 대비 13.91p 상승한 것으로 나타남
- 2022년은 코로나19로 인한 사회적 거리두기 정책이 해제됨에 따라 전년도 동분기 대비 지수가 상승한 것으로 나타났으나, 여전히 100보다 낮은 지수를 나타내 외식업체의 매출이 전년도 동분기 대비 감소 업체가 증가 업체보다 많은 것으로 나타남
- 업종별로 살펴보면, 출장 음식 서비스업의 2022년 외식산업 매출지수가 94.93으로 가장 높았으며, 이어서 기관 구내식당업(91.69), 비알코올 음료점업(84.60) 등의 순으로 나타남
- 전년도 조사결과와 비교해보면, 출장 음식 서비스업(27.46p 상승)의 지수 회복세가 가장 큰 것으로 나타났으며, 주점업(24.76p 상승)에서도 높은 지수 회복세를 보였음
- 출장 음식 서비스업과 주점업은 코로나19로 인한 사회적 거리두기와 영업시간 제한의 영향이 가장 많은 업종 중 하나로 지난해까지 매출이 급감하였으나, 2022년 2분기 영업을 정상화됨에 따라 지수가 지난해 대비 크게 상승한 것으로 보임
- 이외에도 모든 업종에서 2021년 대비 외식산업 매출지수가 크게 상승한 것으로 나타나 코로나19로 인한 외식산업의 경기침체 현상이 다소 완화되고 있는 것으로 사료됨

[그림24] 연도별 외식산업 매출지수



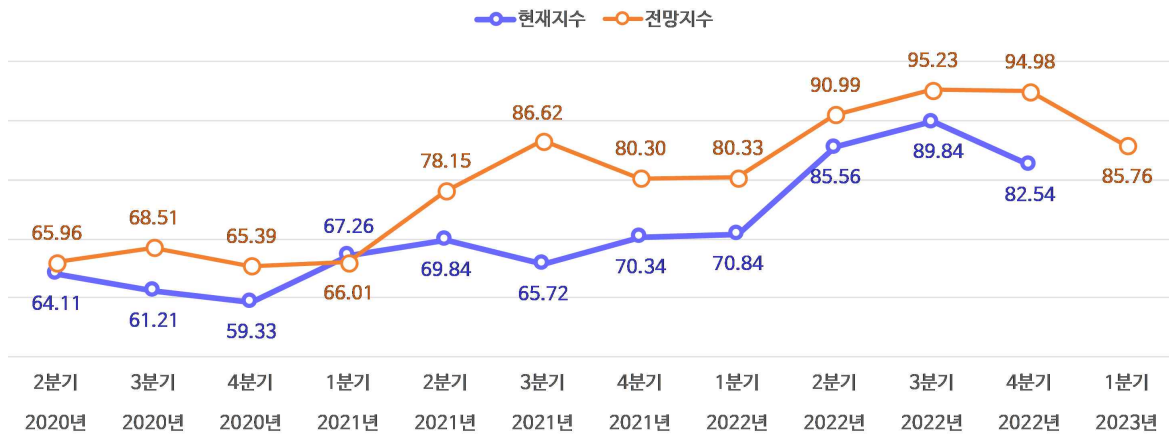
[표15] 연도별 외식산업 매출지수

세분류	2020년	2021년	2022년
매출지수(현재지수)	61.10	68.29	82.20
한식 음식점업	60.38	67.54	81.27
외국식 음식점업	63.35	72.16	83.12
기관 구내식당업	71.46	82.67	91.69
출장 음식 서비스업	55.84	67.47	94.93
기타 간이 음식점업	65.27	71.41	79.71
주점업	53.94	59.38	84.14
비알코올 음료점업	58.32	73.32	84.60

2) 분기별 외식산업 매출지수

- 2022년 외식산업 매출지수 조사결과를 분기별로 살펴보면, 1분기에는 2021년 4분기에 이어 강보합세를 보이던 외식산업 매출지수가 2분기 사회적 거리두기 정책이 해제됨에 따라 크게 상승하였으며, 3분기에도 이러한 회복세를 이어가 89.84로 가장 높은 지수를 나타냄
- 다만, 4분기 조사에서는 높은 물가와 금리로 인해 산업 전반의 경기침체 현상이 발생함에 따라 외식산업 매출지수도 3분기 대비 7.30p 하락한 82.54로 마감하였음
- 다음분기를 예측하는 전망지수의 경우에도 현재지수와 동일한 흐름으로 나타나 사회 전반의 경기침체로 인해 외식산업의 경기회복세가 당분간은 더딜 것으로 전망됨

[그림25] 분기별 외식산업 매출지수



[표16] 분기별 외식산업 매출지수

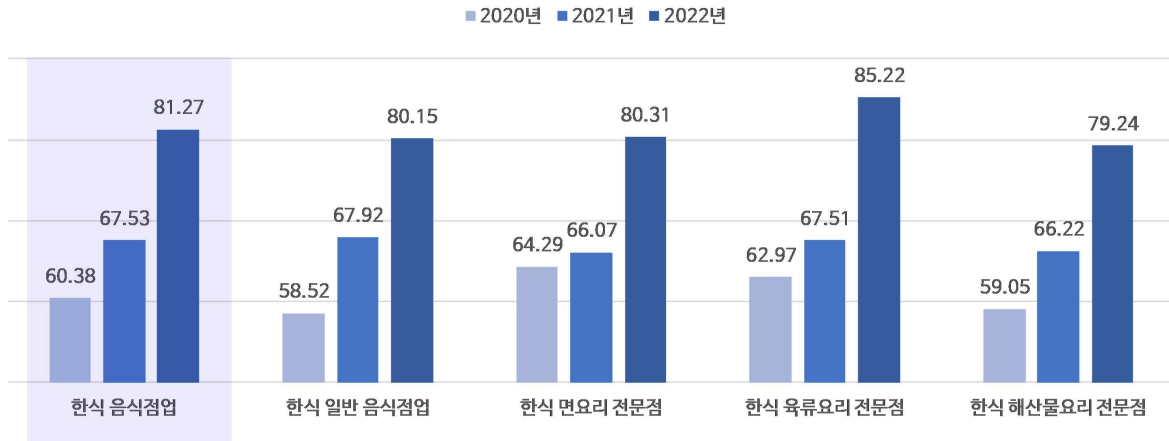
세분류	2021년				2021년				2022년			
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
매출지수(현재지수)	59.76	64.11	61.21	59.33	67.26	69.84	65.72	70.34	70.84	85.56	89.84	82.54
한식 음식점업	59.33	63.78	61.14	57.26	67.35	69.12	63.84	69.83	68.80	84.37	89.80	82.10
외국식 음식점업	60.68	67.54	63.18	62.00	70.71	73.71	69.60	74.61	74.98	86.59	87.86	83.06
기관 구내식당업	72.50	66.12	71.95	75.25	81.10	82.27	80.69	86.61	87.80	88.16	97.96	92.85
출장 음식 서비스업	55.11	58.33	57.64	52.27	60.76	67.26	74.24	67.60	78.47	100.00	104.21	97.05
기타 간이 음식점업	64.43	68.25	64.67	63.71	69.48	73.80	70.34	72.01	76.03	79.46	85.23	78.12
주점업	52.68	56.68	54.25	52.13	57.89	59.64	56.79	63.18	63.18	92.04	95.08	86.26
비알코올 음료점업	57.93	61.65	57.54	56.14	71.61	75.39	72.33	73.95	75.19	89.11	90.13	83.98

2. 업종별 분석

1) 한식 음식점업

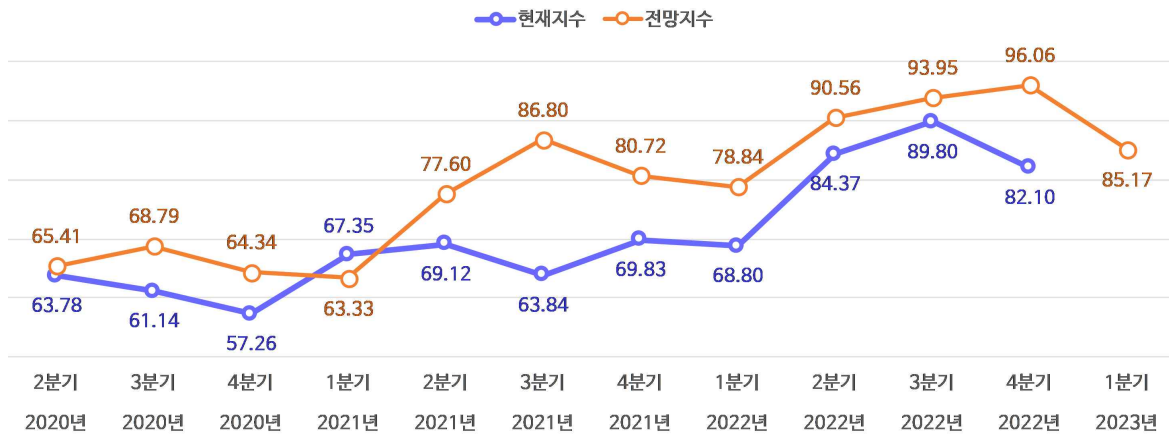
- 한식 음식점업은 전체 외식산업의 43.6%를 차지하고 있는 업종으로 전체 외식산업 매출 지수에 가장 큰 영향을 미치는 업종임
- 한식 음식점업의 2022년 외식산업 매출지수는 81.27로 지난 2021년 대비 13.73p 상승한 것으로 나타남
- 업종별로 살펴보면 한식 육류요리 전문점의 지수가 85.22로 가장 높았으며, 이어서 한식 면요리 전문점(80.31), 한식 일반 음식점업(80.15), 한식 해산물요리 전문점(79.24) 순으로 외식산업 매출지수가 높았음
- 지난해 대비 지수 회복세 또한 한식 육류요리 전문점(17.71p 상승)에서 가장 크게 나타났으며, 이는 코로나19 영향력 감소로 인한 사적모임 증가로 인해 한식 육류요리 전문점의 지수가 가장 크게 상승한 것으로 보임

[그림26] 연도별 한식 음식점업 외식산업 매출지수



- 분기별 한식 음식점업의 외식산업 매출지수 조사결과를 살펴보면, 전체 지수와 마찬가지로 2022년 1분기에는 전년도 4분기 지수와 보합세를 보였으나 2분기와 3분기 큰폭으로 상승하였으며, 4분기에는 82.10으로 3분기 대비 7.70p 하락한 것으로 나타남
- 또한 다음 분기 경기지수를 예측하는 전망지수도 2022년 4분기 96.06에서 2023년 1분기 85.17로 크게 하락해 한식 음식점업의 2023년 1분기 경기 전망을 하락세로 나타냄

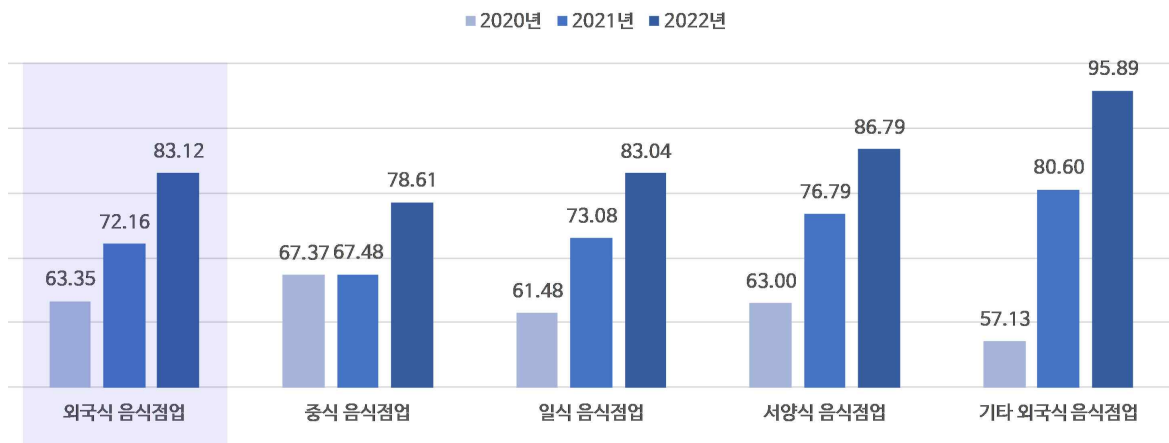
[그림27] 분기별 한식 음식점업 외식산업 매출지수



2) 외국식 음식점업

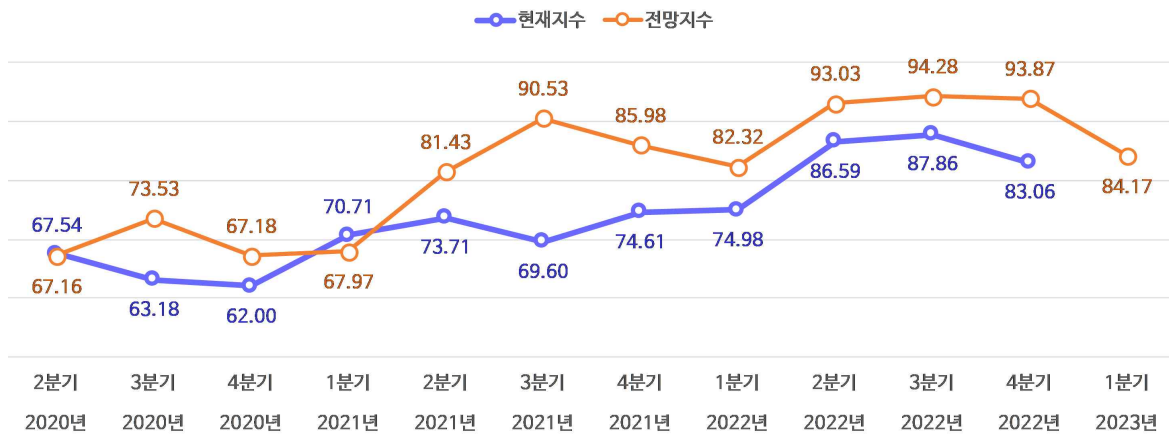
- 외국식 음식점업의 2022년 외식산업 매출지수는 83.12로 2020년 63.35, 2021년 72.16에 이어 점진적 회복세를 보이고 있는 것으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴보면, 기타 외국식 음식점업의 외식산업 매출지수가 95.89로 가장 높은 지수를 나타냈으며, 이어서 서양식 음식점업(86.79), 일식 음식점업(83.04), 중식 음식점업(78.61) 순으로 나타났으며, 지난 2021년 대비 모든 업종에서 지수가 상승한 것으로 나타남
- 2021년 대비 지수 회복세 또한 기타 외국식 음식점업(15.29p 상승)에서 상승폭이 가장 크게 나타났으며, 2021년 보합세를 보였던 중식 음식점업(11.13p 상승)에서도 2022년에는 외식산업 매출지수의 회복세가 타 업종 대비 높았음

[그림28] 연도별 외국식 음식점업 외식산업 매출지수



- 분기별 외국식 음식점업의 외식산업 매출지수 조사결과를 살펴보면, 2021년 3분기부터 2022년 3분기까지 4분기 연속 회복세를 보였던 외국식 음식점업의 외식산업 매출지수는 4분기 큰 폭으로 하락한 83.06으로 마감한 것으로 나타남
- 또한, 2023년 1분기 경기를 전망하는 전망지수의 경우에도 84.17로 다른 외식 업종대비 가장 낮은 수준을 나타내고 있어 경기 회복 또한 다소 오랜 시간이 소요될 것으로 전망됨

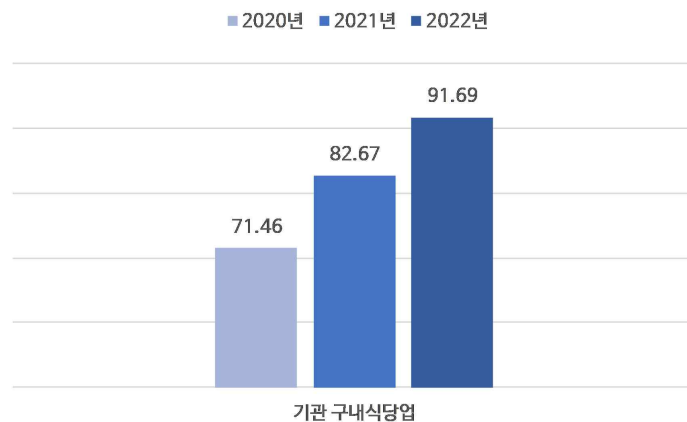
[그림29] 분기별 외국식 음식점업 외식산업 매출지수



3) 기관 구내식당업

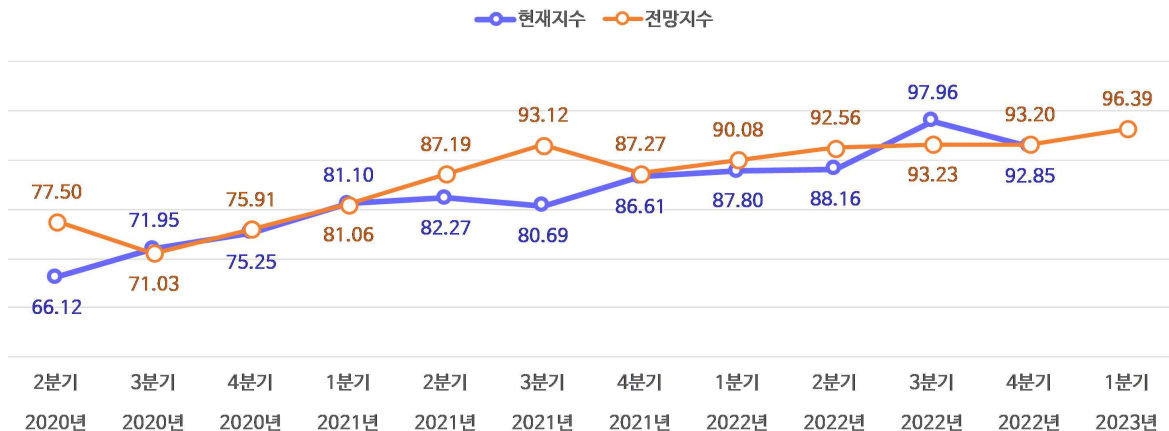
- 기관 구내식당업의 2022년 외식산업 매출지수는 91.69로 지난해(82.67)조사결과 대비 9.02p 상승한 것으로 나타나 외식산업 매출지수 회복세를 이어감

[그림30] 연도별 기관 구내식당업 외식산업 매출지수



- 기관 구내식당업의 2022년 외식산업 매출지수를 분기별로 살펴보면, 2분기 조사에서는 큰 폭의 회복세를 보인 타 업종과는 다르게 보합세를 보였으나 3분기에는 크게 상승하였으며, 4분기에는 다른 외식업종과 마찬가지로 3분기 대비 5.11p 하락한 92.85로 나타남
- 기관 구내 식당업의 경우 타 업종 대비 저렴한 객단가로 인해 경기가 어려울수록 상대적 매출지수가 높아지는 경향을 보이는 업종으로 2022년 4분기 조사에서는 출장 음식 서비스업(97.05)에 이어 두 번째로 높은 경지지수를 보였으며, 고물가·고금리 상황에서 소비심리가 감소한 근로자가 외식을 줄이고 구내식당 이용이 늘어날 것으로 보임
- 이를 반영한 듯 외식업종 중 유일하게 2023년도 1분기 전망지수(96.39)가 2022년 4분기 대비 상승한 것으로 나타나 매출 회복세가 전망됨

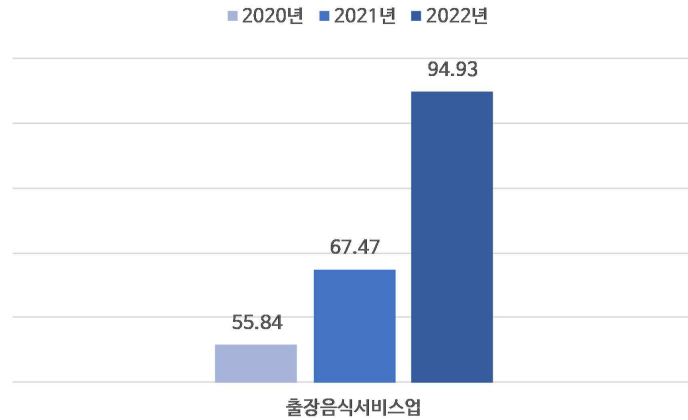
[그림31] 분기별 기관 구내식당업 외식산업 매출지수



4) 출장 음식 서비스업

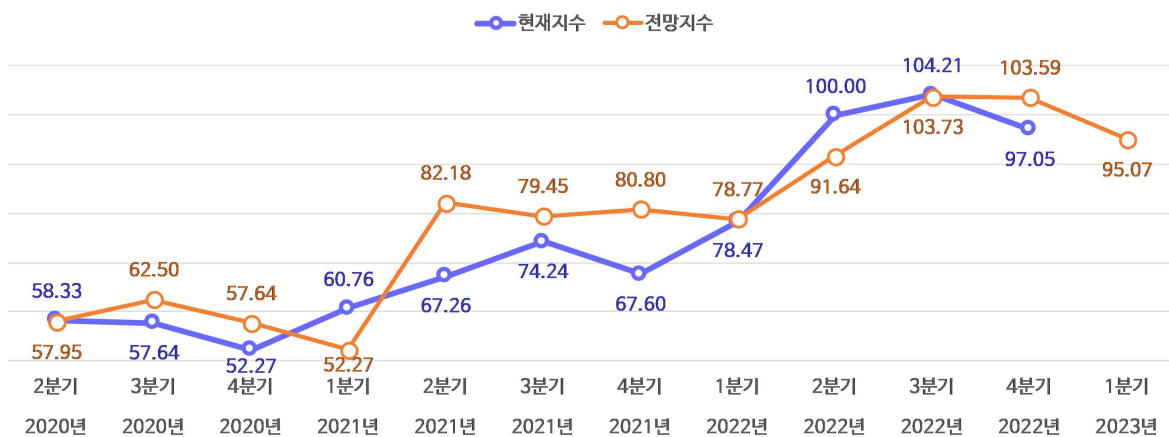
- 출장 음식 서비스업의 2022년 외식산업 매출지수는 94.93으로 외식업 세부 업종 중 가장 높은 지수를 보였으며, 지난해(67.47)조사결과 대비 상승 폭(27.47p 상승) 또한 가장 높았음
- 출장 음식 서비스업은 코로나19로 인해 가장 피해가 큰 업종 중 하나로, 사적 모임 인원 규제에 의해 예약 및 행사가 감소한 상황에서 규제가 해제됨에 따라 외식산업 매출지수가 큰 폭으로 회복한 것으로 보임

[그림32] 연도별 출장 음식 서비스업 외식산업 매출지수



- 출장 음식 서비스업의 2022년 분기별 외식산업 매출지수 조사결과를 살펴보면, 사회적 거리두기가 해제된 2분기 큰 폭으로 상승해 외식업종 중 유일하게 지수 100.00을 기록하였으며, 3분기에는 104.21로 전년도 동분기 대비 매출 증가 업체가 감소 업체보다 많은 것으로 나타남
- 4분기에는 3분기 대비 7.16p 하락한 97.05로 나타났으나 여전히 타 업종 대비 높은 수준으로 나타났으며, 코로나19의 영향력 또한 점차 감소함에 따라 2023년도에는 지수 회복세를 이어갈 것으로 전망됨

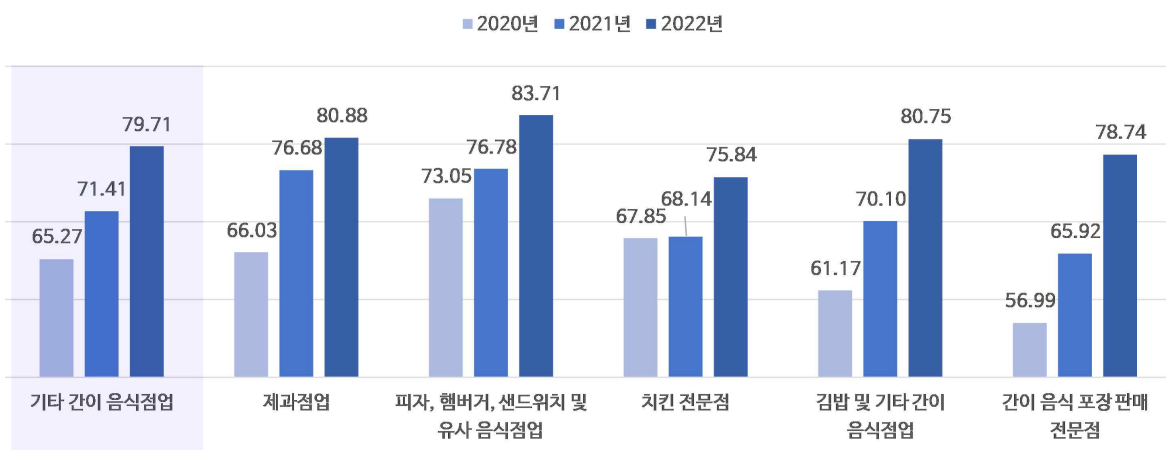
[그림33] 분기별 출장 음식 서비스업 외식산업 매출지수



5) 기타 간이 음식점업

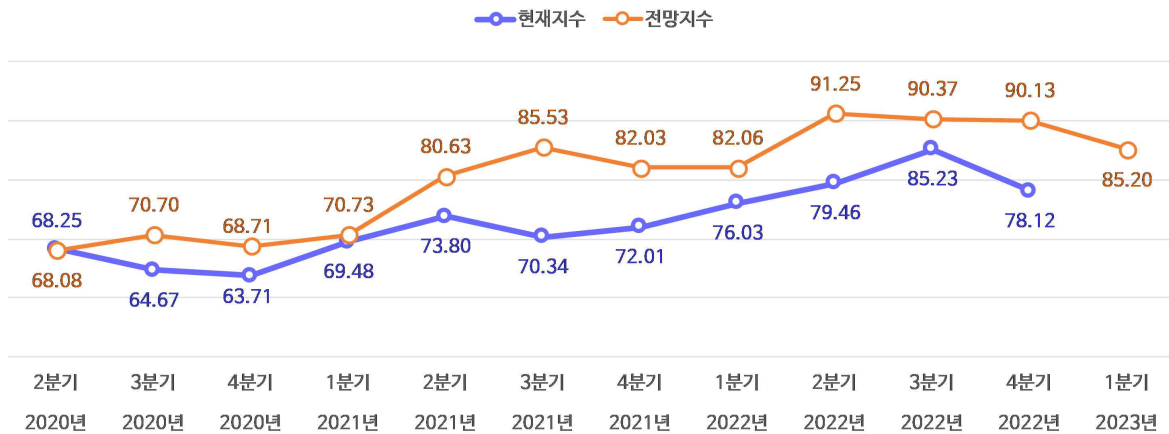
- 기타 간이 음식점업의 2022년 외식산업 매출지수는 79.71로 지난 2021년 대비 8.30p 상승한 것으로 나타남
- 업종별로 살펴보면 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업의 지수가 83.71로 가장 높았으며, 이어서 제과점업(80.88), 김밥 및 기타 간이 음식점업(80.75), 간이 음식 포장 판매 전문점(78.74), 치킨 전문점(75.84) 순으로 외식산업 매출지수가 높았음

[그림34] 연도별 기타 간이 음식점업 외식산업 매출지수



- 기타 간이 음식점업의 2022년 외식산업 매출지수 조사결과를 살펴보면, 2021년 3분기 이후 4분기 연속 회복세를 보여 2022년 3분기 85.23을 기록한 이후 4분기 7.11p 하락한 78.12로 마감하였음
- 기타 간이 음식점업의 2022년 외식산업 매출지수는 외식산업의 세부 업종 중 가장 낮은 수준으로 코로나19 상황에서 배달 서비스 비중이 높았던 기타 간이 음식점업의 경기지수가 사회적 거리두기가 해제됨에 따라 매출이 감소한 것으로 보임(기타 간이 음식점업은 제과점업, 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업, 치킨 전문점, 김밥 및 기타 간이 음식점업, 간이 음식 포장 판매 전문점으로 구성됨)
- 또한, 다음 분기 경기를 예측하는 전망지수가 2022년 2분기 이후 3분기 연속 하락세를 보이고 있으며, 2023년 1분기 전망지수 또한 85.20으로 타 업종 대비 하위권을 기록하여 경기침체 현상이 장기화됨에 따라 기타 간이 음식점업의 매출 감소세가 당분간 이어질 것으로 전망됨

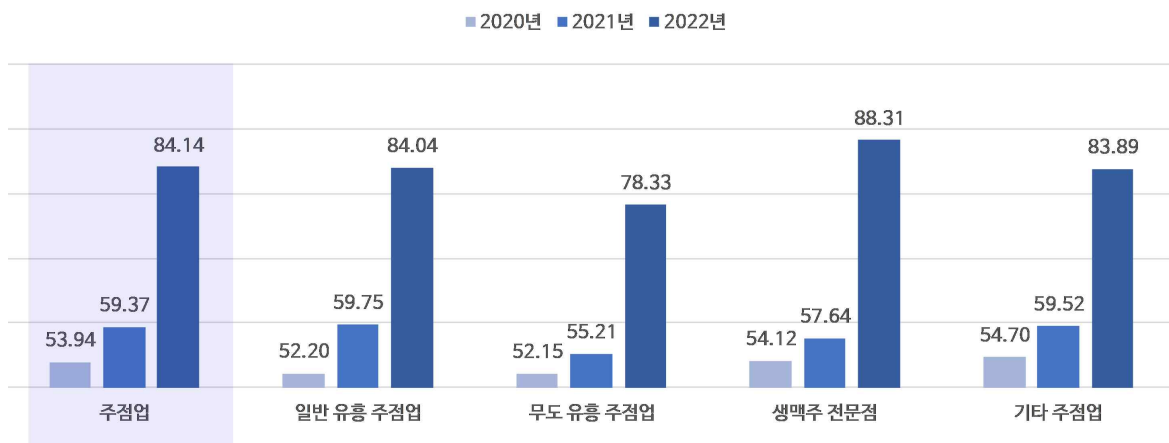
[그림35] 분기별 기타 간이 음식점업 외식산업 매출지수



6) 주점업

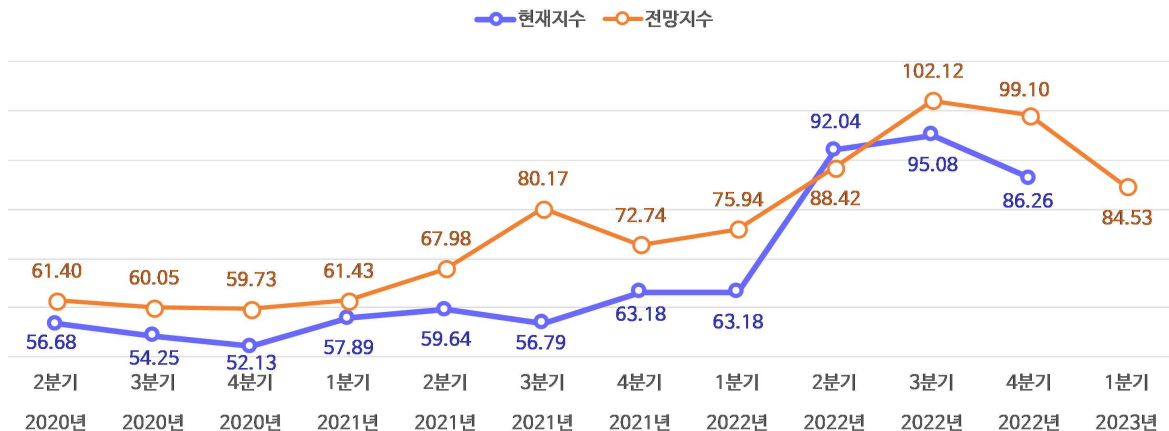
- 주점업의 외식산업 매출지수는 코로나19 영향으로 인해 2020년 53.94, 2021년 59.37로 타 외식업종 중 가장 낮은 수준이었으나 2022년에는 24.77p 상승한 84.14로 나타나 사회적 거리두기 해제로 인한 경기 회복세를 보였음
- 세부 업종별로 살펴보면, 생맥주 전문점의 외식산업 매출지수가 88.31로 가장 높은 지수를 나타냈으며, 이어서 일반 유흥 주점업(84.04), 기타 주점업(83.89), 무도 유흥 주점업(78.33) 순으로 나타났으며, 지난 2021년 대비 모든 업종에서 지수가 크게 상승한 것으로 나타남

[그림36] 연도별 주점업 외식산업 매출지수



- 주점업은 코로나19로 인한 거리두기 지침이 가장 강력했던 2020년 4분기에는 현재지수가 52.13으로 역대 최저점(외식산업 매출지수는 50-150사이의 지수를 가짐)을 나타내는 등 코로나 19의 확산으로 인한 피해가 가장 큰 업종 중 하나임
- 사회적 거리두기 정책이 해제됨에 따라 2022년 2분기와 3분기 경기지수가 큰 폭으로 상승한 것으로 나타났으나, 4분기에는 경기침체 현상과 물가 인상으로 인해 소비자의 소비심리가 위축됨에 따라 기대했던 주점업계의 연말 특수는 없었던 것으로 보임
- 2023년 1분기 전망지수는 84.53으로 지난분기 대비 14.57p 하락하였으며, 이는 전체 외식업종 중 가장 큰 하락률로 그동안 코로나19로 인해 어려움을 겪었던 주점업계가 2023년 1분기에 다시 한번 어려움을 겪게 될 것으로 전망됨

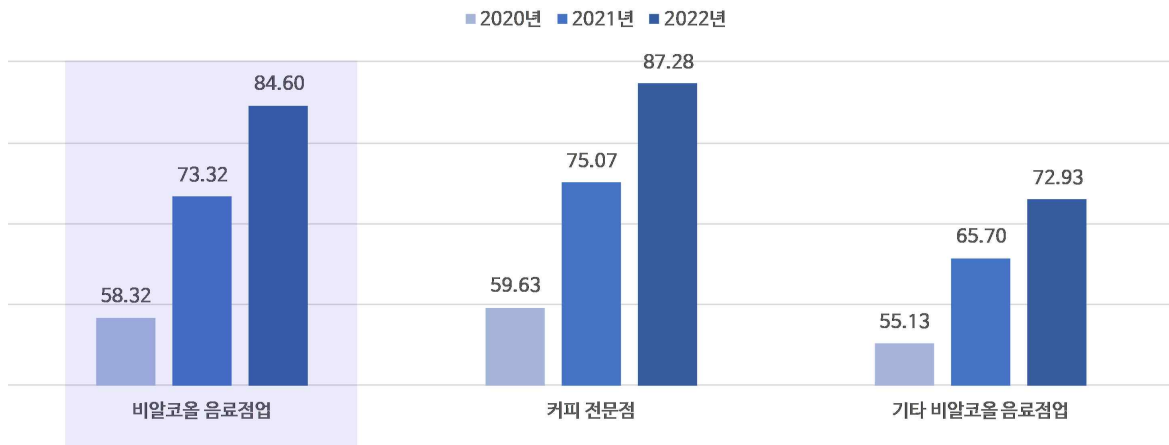
[그림37] 분기별 주점업 외식산업 매출지수



7) 비알코올 음료점업

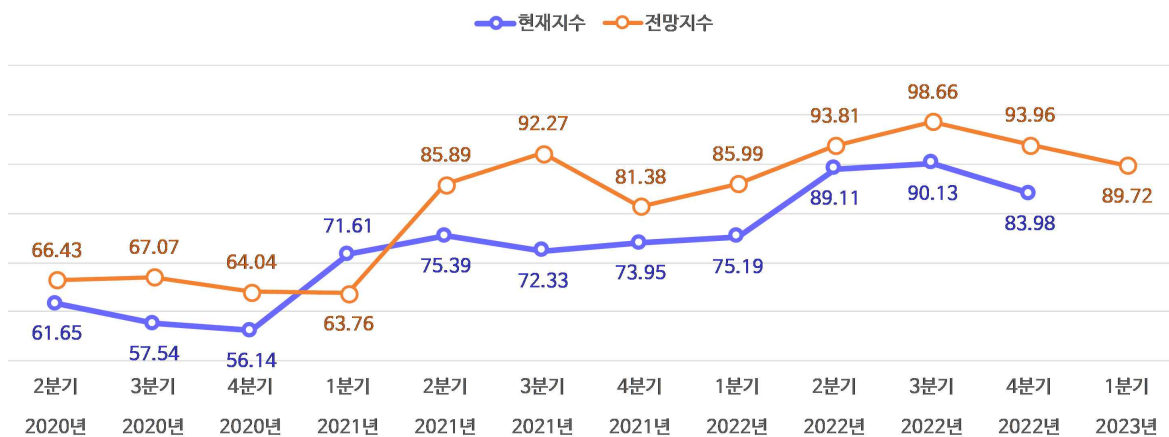
- 비알코올 음료점업의 2022년 외식산업 매출지수는 84.60으로 지난 2020년 58.32, 2021년 73.32에 이어 점진적 회복세를 보이고 있는 것으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴보면, 커피 전문점의 외식산업 매출지수가 87.28, 기타 비알코올 음료점업의 외식산업 매출지수가 72.93으로 커피 전문점의 지수가 상대적으로 높았으며, 2021년 결과 대비 지수 회복세 또한 커피 전문점의 회복세가 더 빠른 것으로 나타남

[그림38] 연도별 비알코올 음료점업 외식산업 매출지수



- 비알코올 음료점업의 2022년 분기별 외식산업 매출지수 조사결과를 살펴보면, 1분기 75.19, 2분기 89.11, 3분기 90.13, 4분기 83.98로 타 업종과 유사하게 2분기 큰 폭으로 상승한 이후 4분기 하락하는 모습을 나타냄
- 비알코올 음료점업의 전망지수는 3분기 98.66으로 가장 높은 지수를 기록한 이후 2분기 연속 하락세를 나타냈으며, 기호 식품이 주메뉴인 비알코올 음료점업의 특성상 경기침체와 고물가가 장기화됨에 따라 2023년 비알코올 음료점업의 경기동향지수 하락세는 이어질 것으로 보임

[그림39] 분기별 비알코올 음료점업 외식산업 매출지수



02

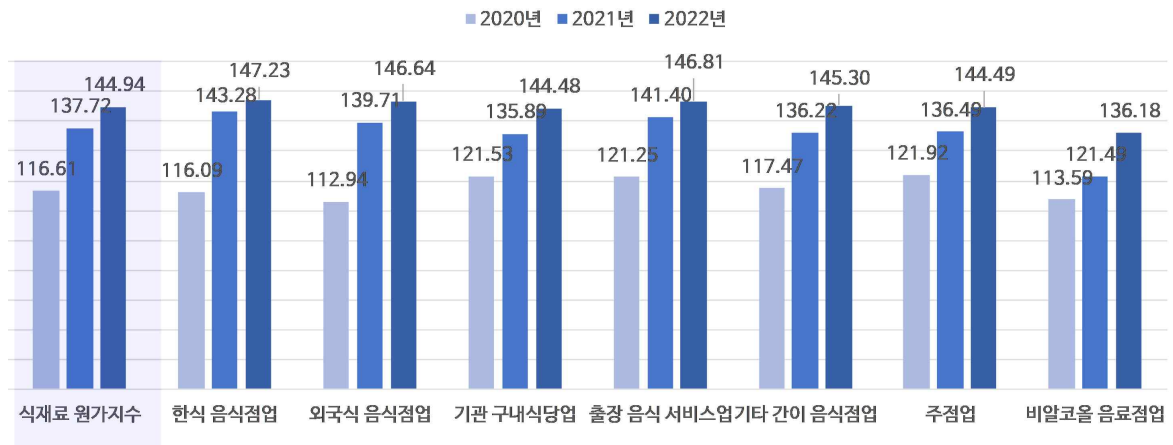
식재료 원가 부문

1. 식재료 원가지수

1) 연도별 식재료 원가지수

- 2022년 식재료 원가지수는 144.94로 전년도 대비 7.22p 상승한 것으로 나타남
- 코로나19로 인한 양적 완화정책으로 인해 2021년부터 사회 전반의 물가 상승세가 나타났으며, 특히 2022년 2월에 발생한 러시아·우크라이나 전쟁은 전 세계적인 식량과 에너지 공급에 영향을 미쳐 식자재 가격이 급등하였음. 이에 2022년 식재료 원가지수가 분기별 조사 시점마다 최고점을 경신하는 기록적인 한해였음
- 업종별로 살펴보면, 한식 음식점업의 2022년 식재료 원가지수가 147.23으로 가장 높았으며, 이어서 출장 음식 서비스업(146.81), 외국식 음식점업(146.64) 등의 순으로 나타남
- 전년도 조사결과와 비교해보면, 비알코올 음료점업(14.69p 상승)의 지수 상승세가 가장 큰 것으로 나타났으며, 기타 간이 음식점업(9.08p)에서도 높은 지수 상승세를 보였음
- 전반적인 물가상승으로 인해 특정 재료 및 품목을 사용하는 업종보다는 다양한 종류의 식재료를 사용하는 한식 음식점업, 출장 음식 서비스업, 외국식 음식점업에서 식재료 원가지수가 높았으며, 비알코올 음료점업의 경우에는 원두가격의 상승으로 지난해 대비 식재료 원가가 상승한 것으로 보임
- 이외에도 모든 업종에서 2021년 대비 식재료 원가지수가 크게 상승한 것으로 나타나 식재료 원가 상승이 특정 업종에 국한되지 않은 것임을 알 수 있음

[그림40] 연도별 외식산업 식재료 원가지수



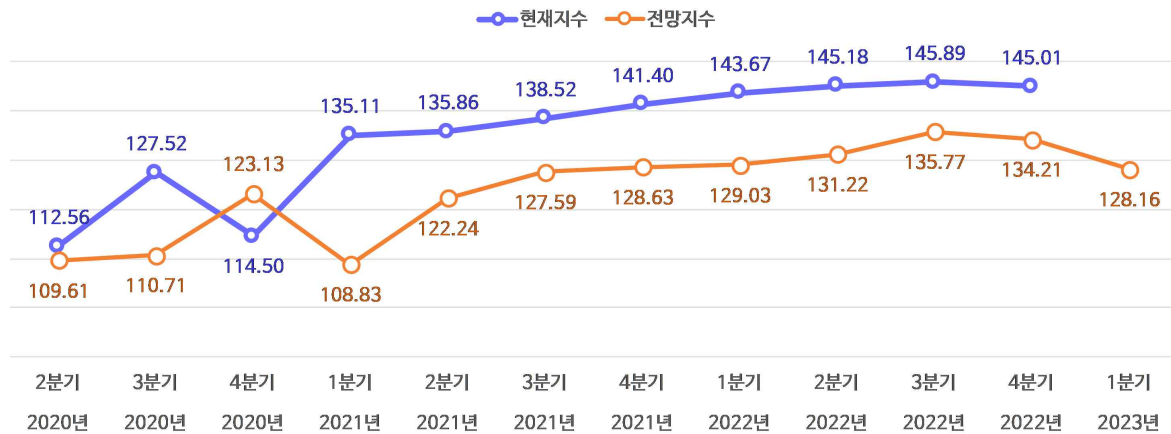
[표17] 연도별 외식산업 식재료 원가지수

세분류	2020년	2021년	2022년
식재료 원가지수(현재지수)	116.61	137.72	144.94
한식 음식점업	116.09	143.28	147.23
외국식 음식점업	112.94	139.71	146.64
기관 구내식당업	121.53	135.89	144.48
출장 음식 서비스업	121.25	141.40	146.81
기타 간이 음식점업	117.47	136.22	145.30
주점업	121.92	136.49	144.49
비알코올 음료점업	113.59	121.49	136.18

2) 분기별 식재료 원가지수

- 2022년 식재료 원가지수 조사결과를 분기별로 살펴보면, 지난 2021년 1분기 크게 상승한 지수가 이후 2022년 3분기까지 6분기 연속 상승세를 나타내 최고점인 145.89를 기록하였으며, 4분기 145.01로 소폭 하락하였으나 여전히 높은 지수를 나타냄
- 2022년 4분기에는 높은 물가와 금리가 장기화됨에 따라 산업 전반의 경기침체 현상이 발생하고 식재료 원가지수도 3분기 대비 소폭 하락한 145.01로 나타났으나, 여전히 전 세계적인 인플레이션이 지속되고 있으며, 2023년 1분기에는 가스, 상·하수도 등의 공공요금 인상이 예정되어 있어 쌍방 압력으로 인해 당분간 높은 식재료 원가지수가 지속될 것으로 전망됨

[그림41] 분기별 외식산업 식재료 원가지수



[표18] 분기별 외식산업 식재료 원가지수

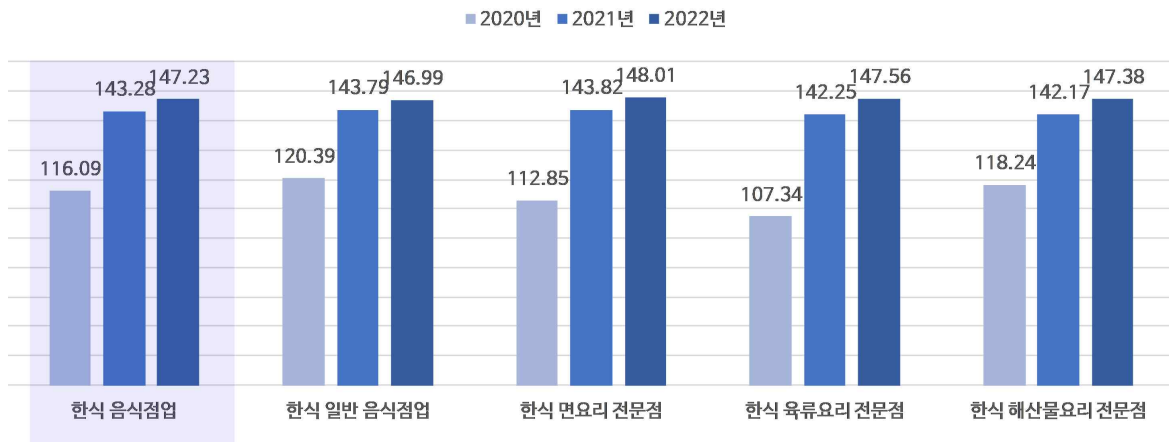
세분류	2021년				2021년				2022년			
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
식재료 원가지수(현재지수)	111.84	112.56	127.52	114.5	135.11	135.86	138.52	141.4	143.67	145.18	145.89	145.01
한식 음식점업	110.56	112.85	128.45	112.51	142.04	141.50	143.95	145.62	146.46	146.91	148.41	147.15
외국식 음식점업	109.14	110.27	124.59	107.76	137.84	137.14	138.59	145.25	144.32	147.81	147.59	146.85
기관 구내식당업	113.89	115.19	133.54	123.48	137.37	132.07	137.43	136.69	144.24	146.29	146.61	140.79
출장 음식 서비스업	113.07	117.36	137.50	117.05	141.21	136.85	140.86	146.67	148.23	147.26	142.04	149.72
기타 간이 음식점업	112.48	113.84	126.60	116.97	131.68	135.54	137.45	140.21	143.96	145.52	146.47	145.25
주점업	116.54	114.12	134.54	122.48	132.78	132.64	139.35	141.17	144.02	144.62	144.42	144.89
비알코올 음료점업	109.79	109.08	120.25	115.24	117.29	120.85	120.66	127.16	132.90	137.72	137.21	136.89

2. 업종별 분석

1) 한식 음식점업

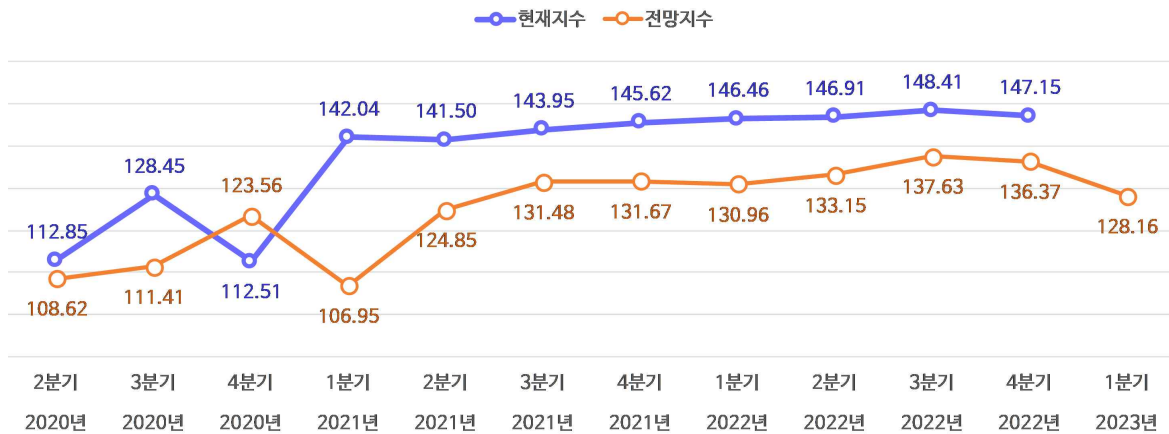
- 한식 음식점업의 2022년 식재료 원가지수는 147.23으로 전체 외식산업 세부 업종 중 가장 높은 지수를 보였으며, 지난 2021년 대비 3.95p 상승한 것으로 나타남
- 업종별로 살펴보면 한식 면요리 전문점의 지수가 148.01로 가장 높았으며, 이어서 한식 육류요리 전문점(147.56), 한식 해산물요리 전문점(147.38), 한식 일반 음식점업 (146.99) 순으로 식재료 원가지수가 높았음
- 한식 면요리 전문점의 경우 2022년 2월 발생한 러시아·우크라이나 전쟁으로 인해 밀가루 가격이 크게 상승함에 따라 식재료 원가지수 또한 가장 높은 수치를 보였음

[그림42] 연도별 한식 음식점업 외식산업 식재료 원가지수



- 한식 음식점업의 2022년 분기별 식재료 원가지수를 살펴보면, 2021년 2분기 141.50 이후 지속적으로 상승하는 모습을 보였으며, 2022년 3분기 148.41로 최고점을 경신한 이후 4분기에는 소폭 하락한 147.15로 나타남
- 다양한 식재료를 많이 사용하는 한식 음식점업의 특성으로 인해 타 업종 대비 식재료 원가지수 증가 시점이 빠르고 지수의 변동 폭 또한 크지 않아 식재료 원가지수가 안정화되기에는 오랜 시간이 걸릴 것으로 전망됨

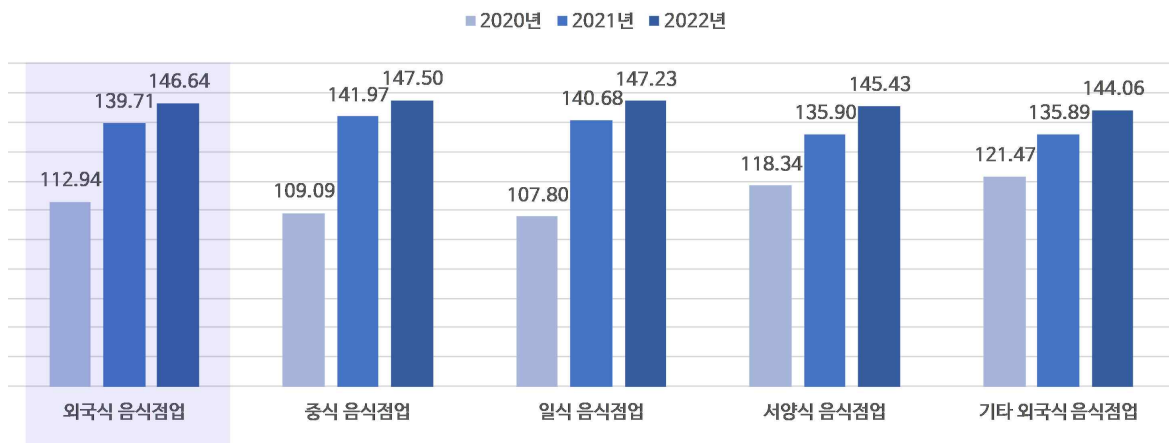
[그림43] 분기별 한식 음식점업 외식산업 식재료 원가지수



2) 외국식 음식점업

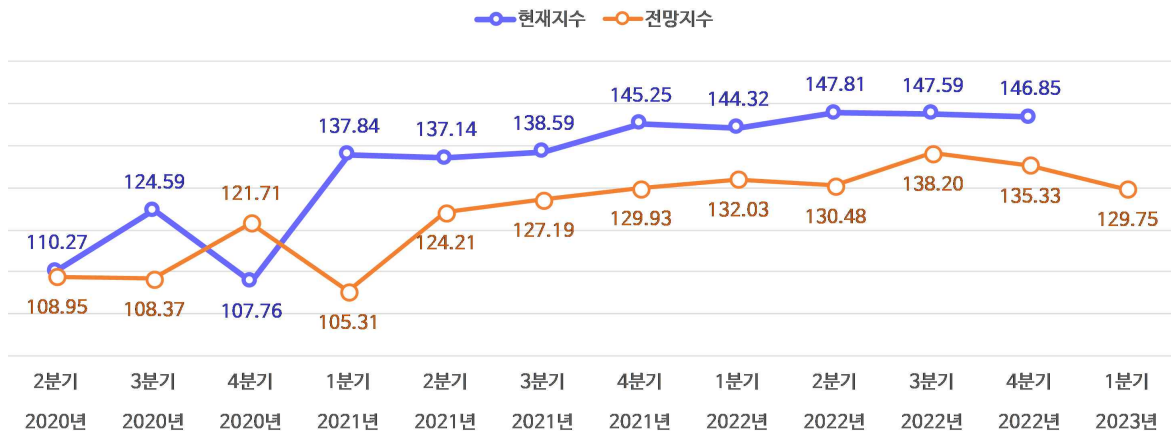
- 외국식 음식점업의 2022년 식재료 원가지수는 146.64로 2020년 112.94, 2021년 139.71에 이어 또다시 상승한 것으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴보면, 중식 음식점업의 식재료 원가지수가 147.50으로 가장 높은 지수를 나타냈으며, 이어서 일식 음식점업(147.23), 서양식 음식점업(145.43), 기타 외국식 음식점업(144.06) 순으로 나타났으며, 지난 2021년 대비 모든 업종에서 지수가 상승한 것으로 나타남
- 2021년 대비 지수 상승세의 경우 서양식 음식점업(9.53p 상승)에서 상승폭이 가장 크게 나타났으며, 기타 외국식 음식점업(8.17p 상승)에서도 2022년에 식재료 원가지수의 상승세가 타 업종 대비 높았음

[그림44] 연도별 외국식 음식점업 외식산업 식재료 원가지수



- 외국식 음식점업의 2022년 분기별 식재료 원가지수를 살펴보면, 2022년 1분기 소폭 하락한 144.32로 나타났으나 2분기에 큰 폭으로 상승해 147.81로 가장 높은 지수를 보였으며, 이후 3분기 147.59, 4분기 146.85로 약보합세를 나타내고 있음
- 외국식 음식점업은 중식 음식점업, 일식 음식점업과 같이 밀가루와 튀김류의 메뉴가 많은 업종으로 해외에서 수입해오는 밀가루와 식용유 등의 가격이 상승함에 따라 식자재 원가지수 또한 높은 수준을 유지하고 있는 것으로 보임
- 2022년 4분기 원달러 환율이 안정화됨에 따라 수입 식자재 가격이 다소 안정화 되는 모습을 보이고 있으나 러시아·우크라이나 전쟁이 지속됨에 따라 밀가루·식용유 사용율이 높은 외국식 음식점업의 높은 식재료 원가지수는 당분간 지속될 것으로 전망됨

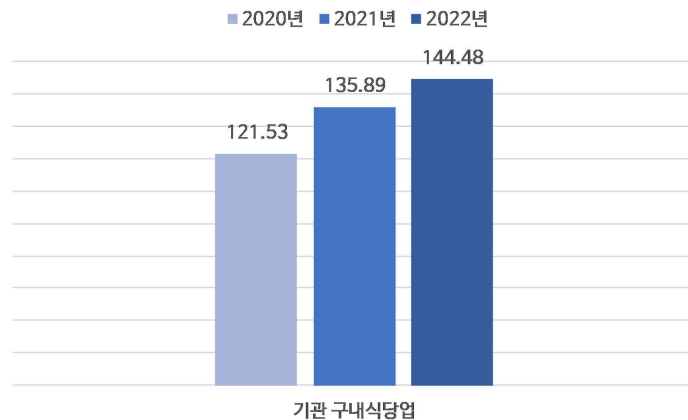
[그림45] 분기별 외국식 음식점업 외식산업 식재료 원가지수



3) 기관 구내식당업

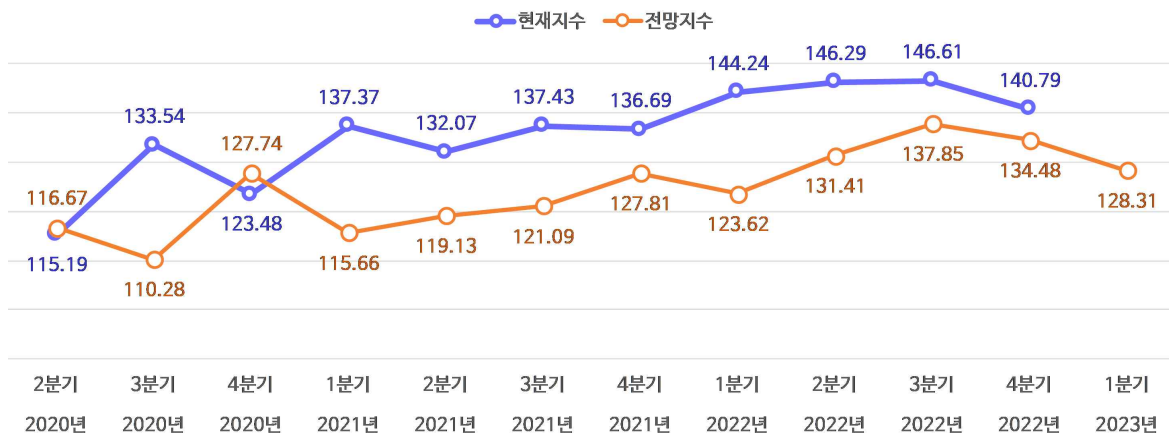
- 기관 구내식당업의 2022년 식재료 원가지수는 144.48로 지난해(135.89)조사결과 대비 8.59p 상승한 것으로 나타나 지속적으로 식재료 원가지수가 상승하고 있는 것으로 나타남

[그림46] 연도별 기관 구내식당업 외식산업 식재료 원가지수



- 기관 구내식당업의 2022년 분기별 식재료 원가지수를 살펴보면, 2022년 1분기 144.24로 2021년 4분기 대비 큰 폭으로 지수가 상승하였으며, 2분기와 3분기에도 이러한 상승세를 이어가 146.61로 최고점을 기록한 이후 4분기 140.79로 하락하였음
- 기관 구내식당업은 식재료를 대량 구입하는 특성상 타 업종 대비 그간 상대적으로 낮은 원가지수를 보이고 있으며, 2022년 조사에서도 외식산업의 세부 업종 중 비알코올 음료점업에 이어 두 번째로 낮은 지수를 보임
- 다만, 여전히 140 이상의 식재료 원가지수를 보이고 있는 점은 여전히 기관 구내식당업에 부담을 주고 있음
- 2023년 1분기 식재료원가 전망지수는 128.31로 2분기 연속 하락하고 있는 점은 향후 기관 구내식당업의 식재료 원가 안정에 긍정적 요인으로 사료됨

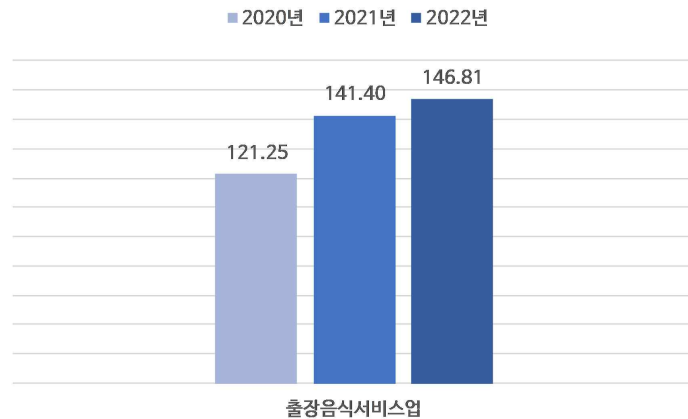
[그림47] 분기별 기관 구내식당업 외식산업 식재료 원가지수



4) 출장 음식 서비스업

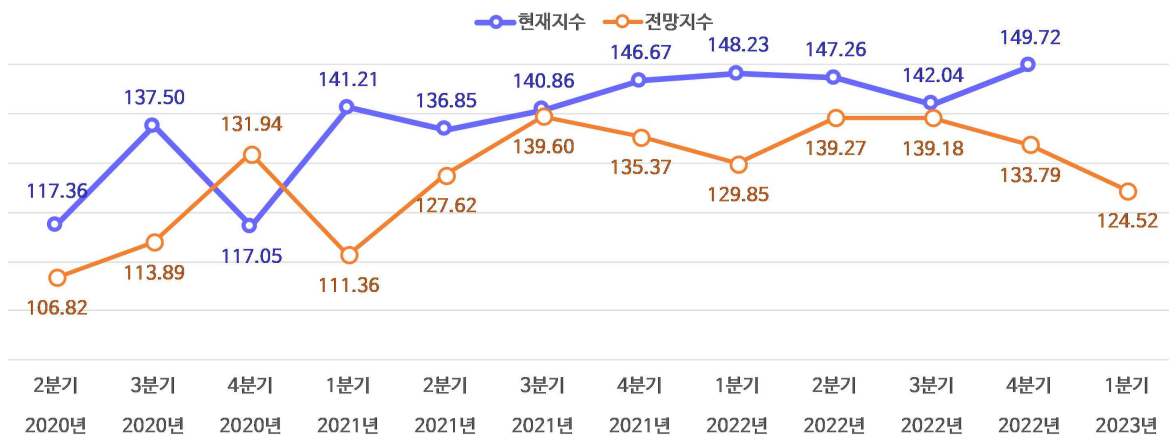
- 출장 음식 서비스업의 2022년 식재료 원가지수는 146.81로 지난해 대비 5.41p 상승하였으며, 이는 한식 음식점업에 이어 두 번째로 높은 수치임

[그림48] 연도별 출장 음식 서비스업 외식산업 식재료 원가지수



- 2022년 출장 음식 서비스업의 분기별 식재료 원가지수를 살펴보면, 1분기 148.23으로 최고치를 경신한 이후 2분기 147.26, 3분기 142.04로 하락하는 모습을 보였으나, 4분기에는 전분기 대비 7.68p 상승한 149.72로 외식산업의 세부 업종 중 가장 높은 지수를 보였으며, 이는 외식산업 세부 업종 중에서 역대로 가장 높은 수치임
- 식재료 원가지수 범위는 50~150 사이로 이번 4분기 출장 음식 서비스업에서 기록한 지수는 응답자 대부분이 지난해 동분기 대비 식재료 가격이 상승했다는 것을 의미함

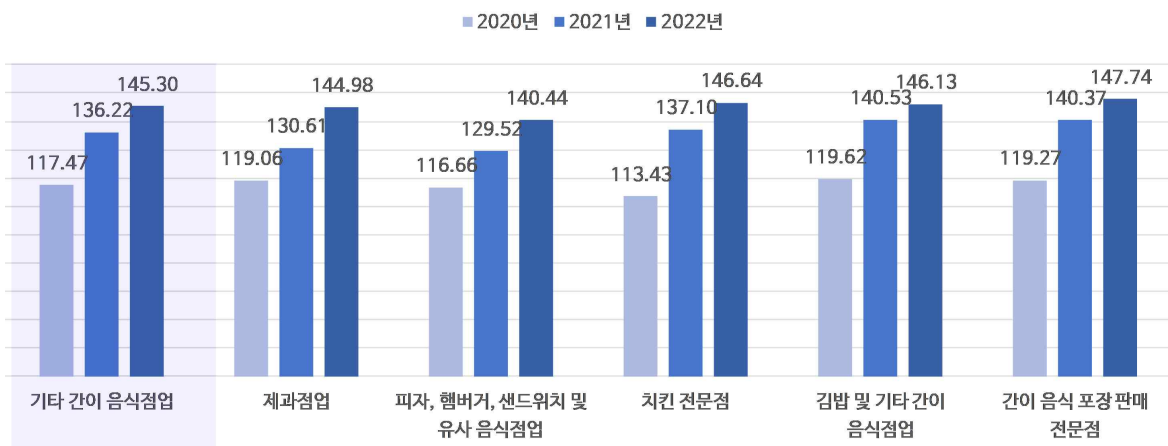
[그림49] 분기별 출장 음식 서비스업 외식산업 식재료 원가지수



5) 기타 간이 음식점업

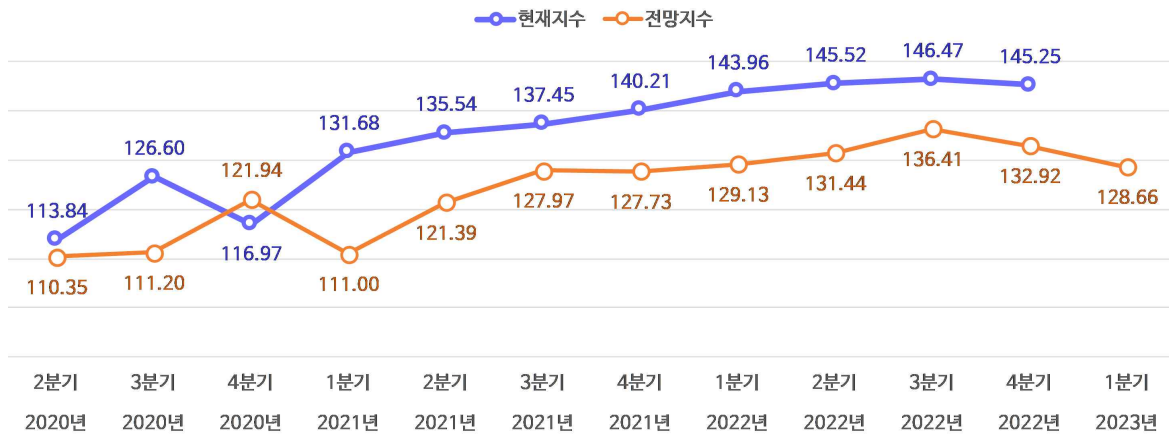
- 기타 간이 음식점업의 2022년 식재료 원가지수는 145.30으로 지난 2021년 대비 9.08p 상승한 것으로 나타남
- 업종별로 살펴보면 간이 음식 포장 판매 전문점의 지수가 147.74로 가장 높았으며, 이어서 치킨 전문점(146.64), 김밥 및 기타 간이 음식점업(146.13), 제과점업(144.98), 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업(140.44) 순으로 식재료 원가지수가 높았음

[그림50] 연도별 기타 간이 음식점업 외식산업 식재료 원가지수



- 기타 간이 음식점업의 2022년 외식산업 식재료 원가지수를 분기별로 살펴보면, 1분기 143.96, 2분기 145.52, 3분기 146.47, 4분기 145.25로 높은 수준을 유지하고 있으며, 기타 간이 음식점에서 주로 사용하는 밀가루·식용유 가격이 여러 외부적 요인으로 인해 여전히 높은 수준을 유지하고 있어 외식업체의 부담이 가중되고 있음
- 다만, 식재료 원가전망지수는 2022년 4분기 132.92, 2023년 1분기를 128.66으로 전망해 2분기 연속 하락세를 보이고 있어 2023년 1분기에는 기타 간이 음식점업의 식자재 원가지수의 안정세가 예상됨

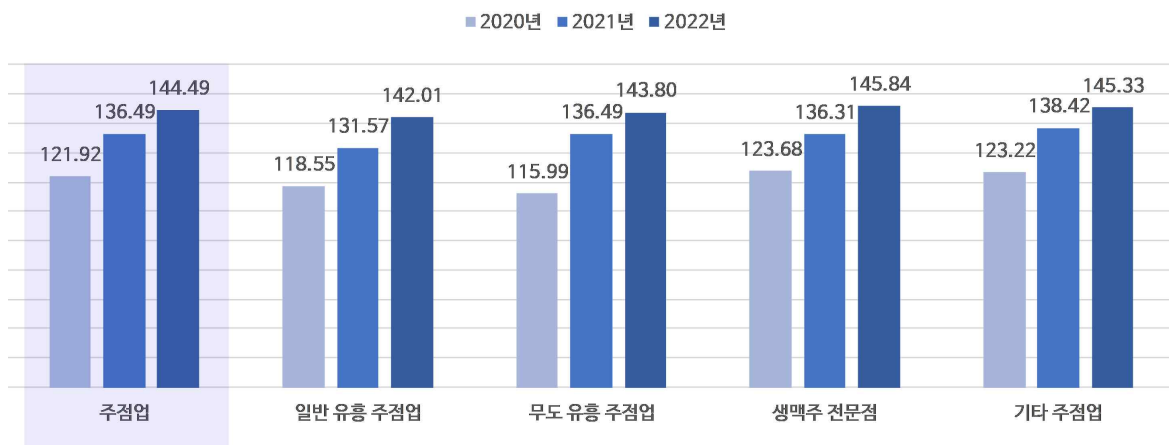
[그림51] 분기별 기타 간이 음식점업 외식산업 식재료 원가지수



6) 주점업

- 주점업의 식재료 원가지수는 2020년 121.92, 2021년 136.49, 2022년 144.49로 매년 증가하는 추이를 보이고 있음
- 세부 업종별로 살펴보면, 생맥주 전문점의 식재료 원가지수가 145.84로 가장 높은 지수를 나타냈으며, 이어서 기타 주점업(145.33), 무도 유흥 주점업(143.80), 일반 유흥 주점업(142.01) 순으로 나타났으며, 지난 2021년 대비 모든 업종에서 식재료 원가지수가 상승한 것으로 나타남

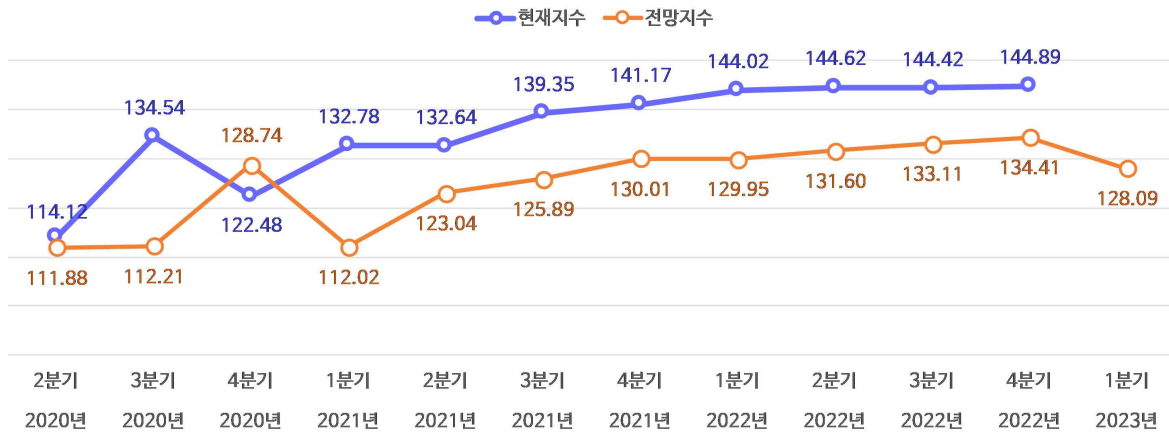
[그림52] 연도별 주점업 외식산업 식재료 원가지수



- 주점업의 식재료 원가지수를 분기별로 살펴보면, 2021년 1분기 이후 꾸준히 상승하는 모습을 보이고 있으며, 특히 2022년 4분기에도 전분기 대비 0.47p 상승한 144.89로 나타나 식재료 원가 상승이 이어지는 것으로 나타남

- 주점업의 경우 지난 1분기 주류 업계가 일제히 제품 출고 가격을 인상함에 따라 1분기에 지수가 큰 폭으로 상승하였으며, 한번 오른 주류 가격은 내리기 쉽지 않다는 점을 고려하면 중장기적으로 타 업종 대비 식재료 가격 인상의 영향이 클 것으로 보임

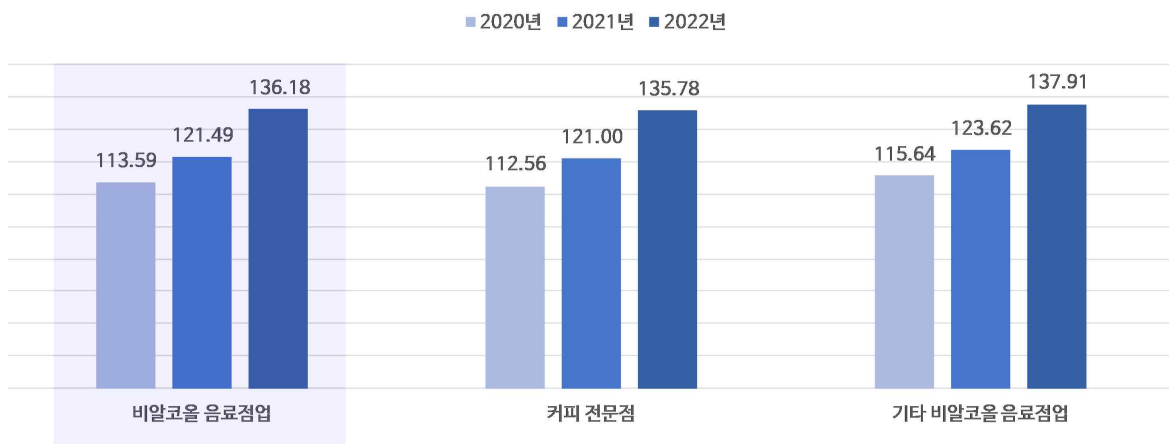
[그림53] 분기별 주점업 외식산업 식재료 원가지수



7) 비알코올 음료점업

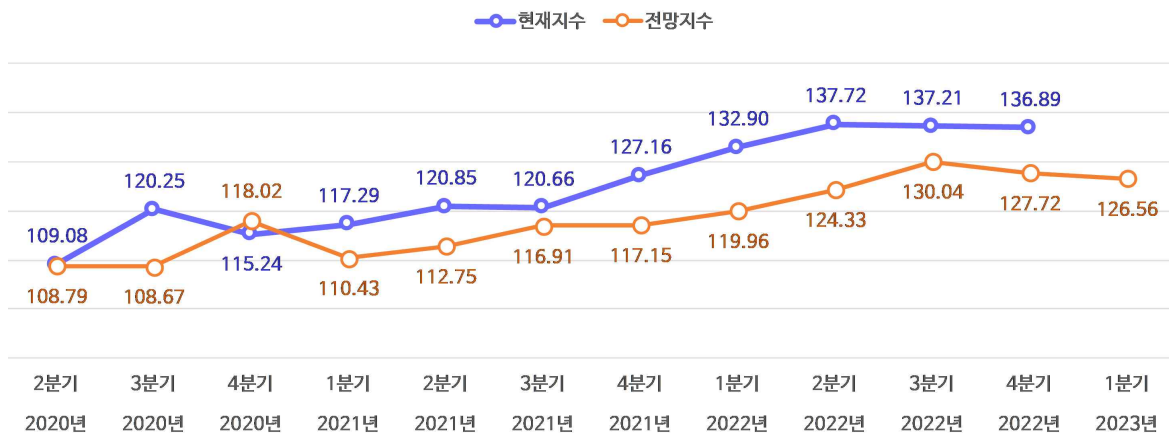
- 비알코올 음료점업의 2022년 식재료 원가지수는 136.18로 지난 2021년(121.49) 대비 14.69p 상승해 외식업종 중 가장 높은 지수 상승폭을 보였으나, 절대적인 지수는 타 외식업종과 비교해서는 가장 낮은 지수를 보임
- 세부 업종별로 살펴보면, 커피 전문점의 식재료 원가지수가 135.78, 기타 비알코올 음료점업의 지수가 137.91로 기타 비알코올 음료점업의 지수가 상대적으로 높았으며, 2021년 결과 대비 지수 상승세는 커피 전문점이 약간 더 높은 것으로 나타남

[그림54] 연도별 비알코올 음료점업 외식산업 식재료 원가지수



- 비알코올 음료점업의 식재료 원가지수를 분기별로 살펴보면, 2021년 3분기 이후 지속적으로 상승하던 식재료 원가지수가 원달러 환율로 인해 2022년 2분기 최고점(137.72)을 기록한 이후 3분기와 4분기에는 점진적 하락세를 보이고 있음
- 비알코올 음료점업의 주요 식재료인 원두 가격은 이상기후로 작황이 부진한 데다 코로나19로 인한 인력난과 물류대란까지 겹쳐 최근 1년 이내에 두배 가량 상승한 것으로 나타났으며, 2022년 2분기까지 급등한 환율로 인해 수입 원두가격이 급상승한 것이 비알코올 음료점업의 식재료 원가 상승의 원인으로 보임
- 다만 2022년 4분기 들어 환율이 안정화되고 이로 인해 수입 가격이 낮아짐에 따라 비알코올 음료점업의 식재료 원가는 점진적 안정세를 찾아가는 것으로 보이며, 식재료 원가 전망지수 또한 감소세로 나타남

[그림55] 분기별 비알코올 음료점업 외식산업 식재료 원가지수



03

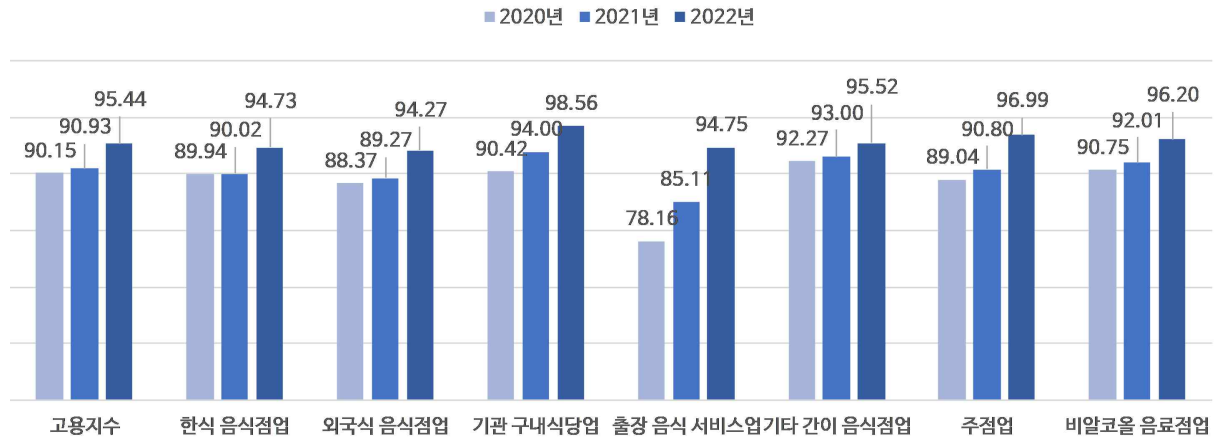
고용 부문

1. 외식산업 고용지수

1) 연도별 외식산업 고용지수

- 2022년 외식산업 고용지수는 95.44로 전년도 대비 4.51p 상승한 것으로 나타남
- 2022년에는 코로나19로 인한 사회적 거리두기 정책이 해제됨에 따라 외식업체의 영업시간도 정상화되었으며, 이로 인해 외식업체의 고용도 회복세를 보이고 있는 것으로 나타남
- 다만, 고용지수가 여전히 100보다 낮은 지수를 나타내 외식업체의 고용이 전년도 동분기 대비 감소 업체가 증가 업체보다 많은 것으로 나타남
- 업종별로 살펴보면, 기관 구내식당업의 2022년 고용지수가 98.56으로 가장 높았으며, 이어서 주점업(96.99), 비알코올 음료점업(96.20) 등의 순으로 나타남
- 전년도 조사결과와 비교해보면, 출장 음식 서비스업(9.64p 상승)의 지수 회복세가 가장 큰 것으로 나타났으며, 주점업(6.19p 상승)에서도 높은 지수 회복세를 보였음
- 출장 음식 서비스업과 주점업은 코로나19로 인한 사회적 거리두기와 영업시간 제한의 영향이 가장 많은 업종 중 하나로 지난해까지 고용이 급감하였으나, 2022년 2분기 영업을 정상화됨에 따라 지수가 지난해 대비 크게 상승한 것으로 보임
- 이외에도 모든 업종에서 2021년 대비 외식산업 고용지수가 크게 상승한 것으로 나타나 코로나19로 인한 외식산업의 고용침체 현상이 다소 완화되고 있는 것으로 사료됨

[그림56] 연도별 외식산업 고용지수



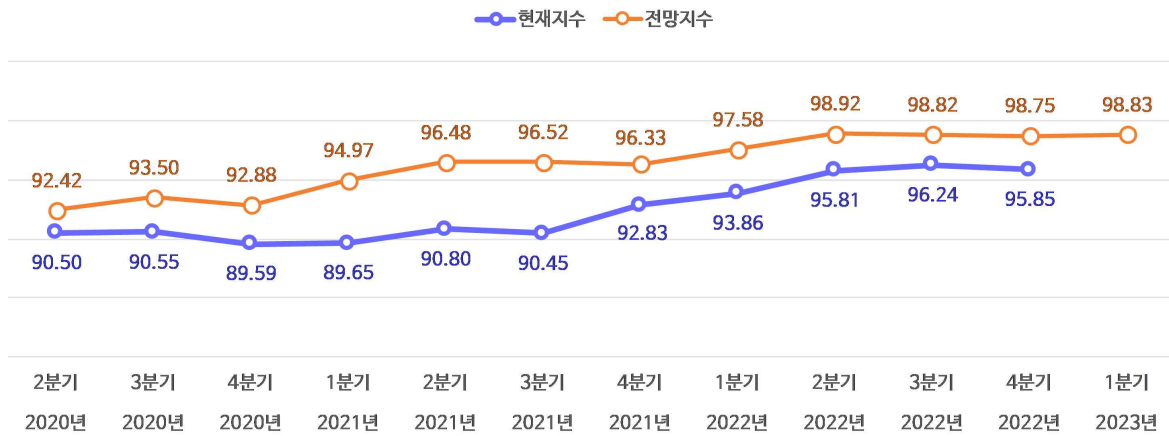
[표19] 연도별 외식산업 고용지수

세분류	2020년	2021년	2022년
고용지수(현재지수)	90.15	90.93	95.44
한식 음식점업	89.94	90.02	94.73
외국식 음식점업	88.37	89.27	94.27
기관 구내식당업	90.42	94.00	98.56
출장 음식 서비스업	78.16	85.11	94.75
기타 간이 음식점업	92.27	93.00	95.52
주점업	89.04	90.80	96.99
비알코올 음료점업	90.75	92.01	96.20

2) 분기별 외식산업 고용지수

- 2022년 외식산업 고용지수는 전년도 동분기 대비 고용이 감소한 업체가 증가한 업체 대비 많은 것으로 나타남(지수가 100보다 낮을 경우 전년도 동분기 대비 종사자 수가 감소한 업체가 증가한 업체 대비 많은 것을 의미하며, 100보다 높을 경우 종사자 수 증가 업체가 더 많은 것을 의미)
- 분기별로 살펴보면 2021년 3분기 이후 점진적 회복세를 보이던 외식산업 고용지수는 2022년 3분기 96.24까지 회복하였으나, 4분기에는 0.39p 하락한 것으로 나타나 4분기 연속 회복세를 마감하였음

[그림57] 분기별 외식산업 고용지수



[표20] 분기별 외식산업 고용지수

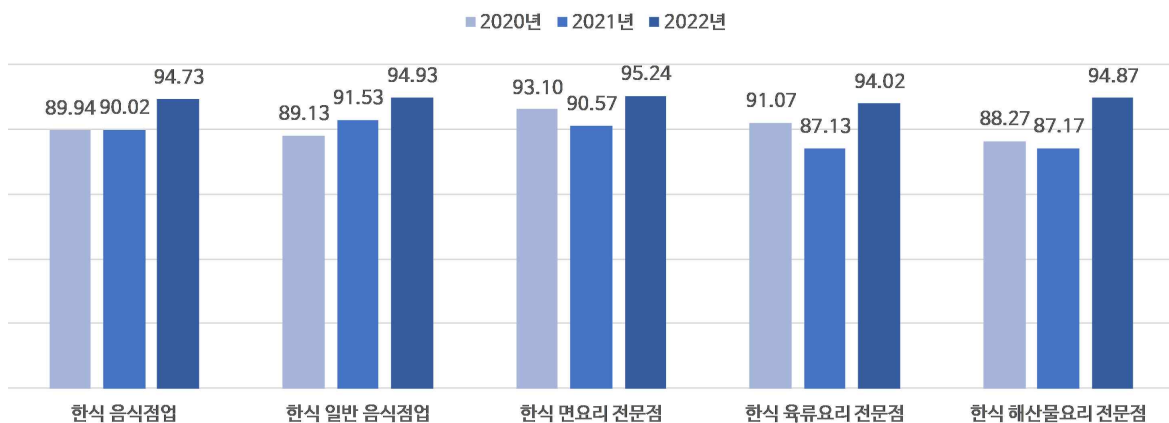
세분류	2021년				2021년				2022년			
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
고용지수(현재지수)	89.96	90.50	90.55	89.59	89.65	90.80	90.45	92.83	93.86	95.81	96.24	95.85
한식 음식점업	89.36	90.64	90.75	88.99	88.10	90.33	89.31	92.34	92.67	95.14	95.57	95.55
외국식 음식점업	86.91	89.61	88.71	88.26	88.83	87.49	88.75	91.99	93.01	94.76	95.31	94.01
기관 구내식당업	92.50	89.25	89.02	90.91	91.90	93.75	94.70	95.65	98.10	99.85	99.85	96.45
출장 음식 서비스업	81.82	78.47	78.47	73.86	80.56	82.14	90.40	87.32	90.52	95.89	100.35	92.22
기타 간이 음식점업	91.79	92.46	91.93	92.91	93.05	92.41	92.98	93.54	95.23	95.92	95.76	95.17
주점업	90.10	88.74	90.79	86.53	89.42	90.44	90.52	92.80	94.64	97.70	97.64	97.97
비알코올 음료점업	91.86	90.99	90.71	89.42	90.71	92.33	91.26	93.75	95.09	95.78	97.61	96.33

2. 업종별 분석

1) 한식 음식점업

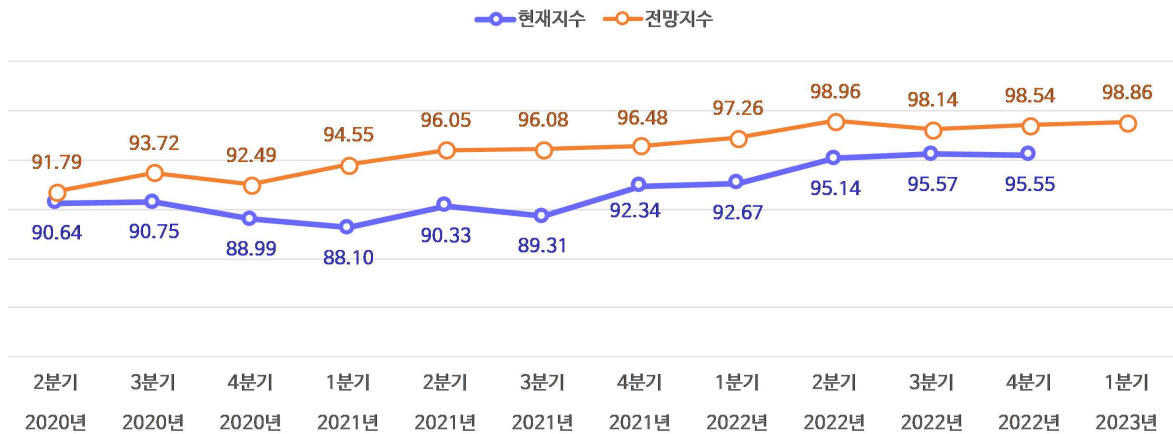
- 한식 음식점업의 2022년 외식산업 고용지수는 94.73으로 지난 2021년 대비 4.71p 상승한 것으로 나타남
- 업종별로 살펴보면 한식 면요리 전문점의 지수가 95.24로 가장 높았으며, 이어서 한식 일반 음식점업(94.93), 한식 해산물요리 전문점(94.87), 한식 육류요리 전문점(94.02) 순으로 고용지수가 높았음
- 지난해 대비 지수 회복세의 경우 한식 해산물요리 전문점(7.70p 상승)에서 가장 크게 나타났으며, 이어서 한식 육류요리 전문점(6.90p 상승), 한식 면요리 전문점(4.67p 상승), 한식 일반 음식점업(3.40p 상승)순으로 상승폭이 크게 나타남

[그림58] 연도별 한식 음식점업 외식산업 고용지수



- 한식 음식점업의 고용지수는 2021년 3분기 이후 점진적 회복세를 보였으나 이번 2022년 4분기 조사에서 소폭 하락해 4분기 연속 상승세를 마감하였음
- 외식업종에서 차지하는 한식 음식점업의 비중을 고려할 때, 한식 음식점업의 고용지수는 매우 중요한 지표로 향후 고용 정상화를 위한 정책 마련이 필요할 것으로 보임
- 미래 고용전망지수의 경우 2023년 1분기 98.86으로 나타나, 2022년 4분기 대비 0.32p 상승하였으며, 2분기 연속 회복세를 보인 점은 2023년 한식 음식점업의 고용지수 회복에 있어 긍정적 신호로 사료됨

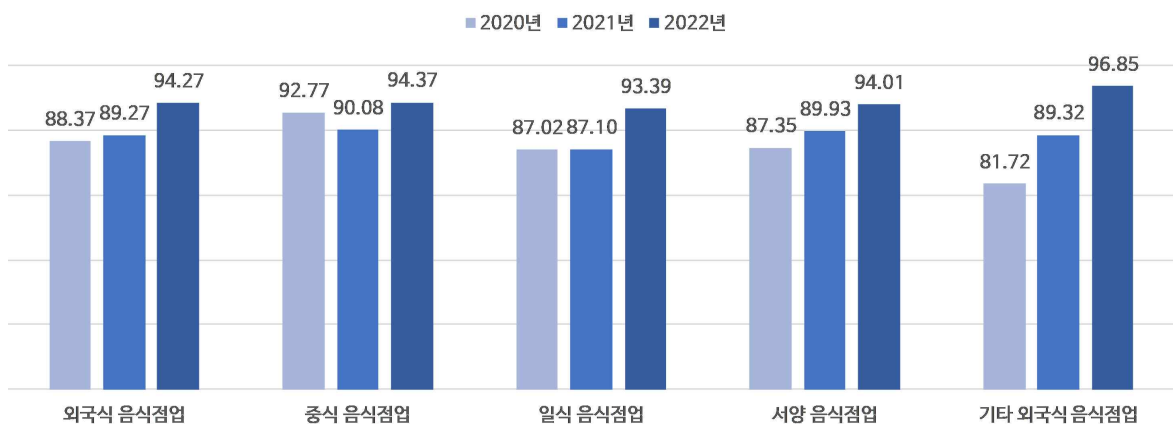
[그림59] 분기별 한식 음식점업 외식산업 고용지수



2) 외국식 음식점업

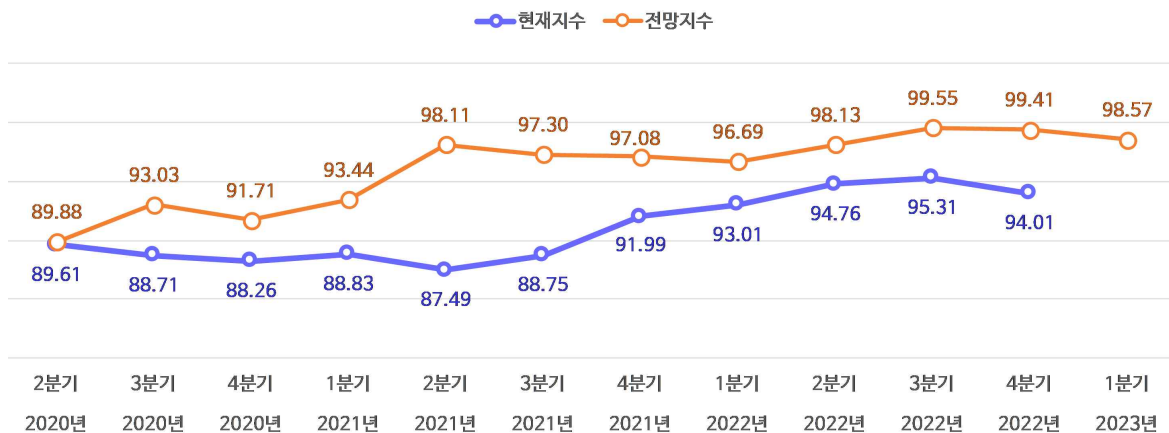
- 외국식 음식점업의 2022년 고용지수는 94.27로 지난해와 비교해 5.01p 상승한 것으로 나타났으나, 타 외식업종 대비 가장 낮은 지수를 나타냄
- 세부 업종별로 살펴보면, 기타 외국식 음식점업의 고용지수가 96.85로 가장 높은 지수를 나타냈으며, 이어서 중식 음식점업(94.37), 서양식 음식점업(94.01), 일식 음식점업(93.39) 순으로 나타났으며, 지난 2021년 대비 모든 업종에서 지수가 상승한 것으로 나타남
- 2021년 대비 지수 회복세 또한 기타 외국식 음식점업(7.53p 상승)에서 상승폭이 가장 크게 나타났으며, 일식 음식점업(6.29p 상승)에서도 2022년에 고용지수의 회복세가 타 업종 대비 높았음

[그림60] 연도별 외국식 음식점업 외식산업 고용지수



- 외국식 음식점업의 2022년 분기별 고용지수는 1분기 93.01, 2분기 94.76, 3분기 95.31로 회복하는 모습을 보였으나 4분기에는 3분기 대비 1.30p 하락한 94.01로 나타남
- 외국식 음식점업의 고용지수는 타 업종 대비 늦은 시점인 2021년 2분기까지 하락세 이후 점진적 회복세를 보이고 있었으나, 2022년 4분기 조사에서 다시 하락해 출장 음식 서비스업에 이어 외식업종 중 가장 낮은 지수를 보임
- 이는 외국식 음식점업의 대부분을 차지하고 있는 중식 음식점업은 배달대행 업체를 이용하는 경우가 증가해 고용지수 회복세가 타 업종 대비 더딘 것으로 보임
- 고용전망지수의 경우에도 2022년 3분기 전망 이후 2분기 연속 하락하였으며, 특히 2023년 1분기 하락 폭은 외식업종 중 가장 큰 수치로 향후 외국식 음식점업의 고용침체 현상이 전망될 것으로 보임

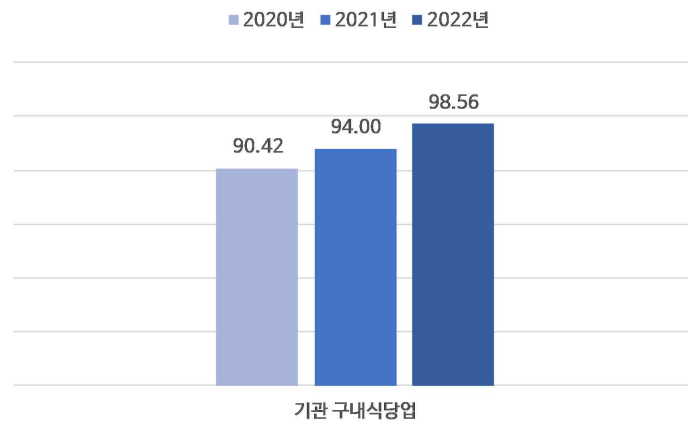
[그림61] 분기별 외국식 음식점업 외식산업 고용지수



3) 기관 구내식당업

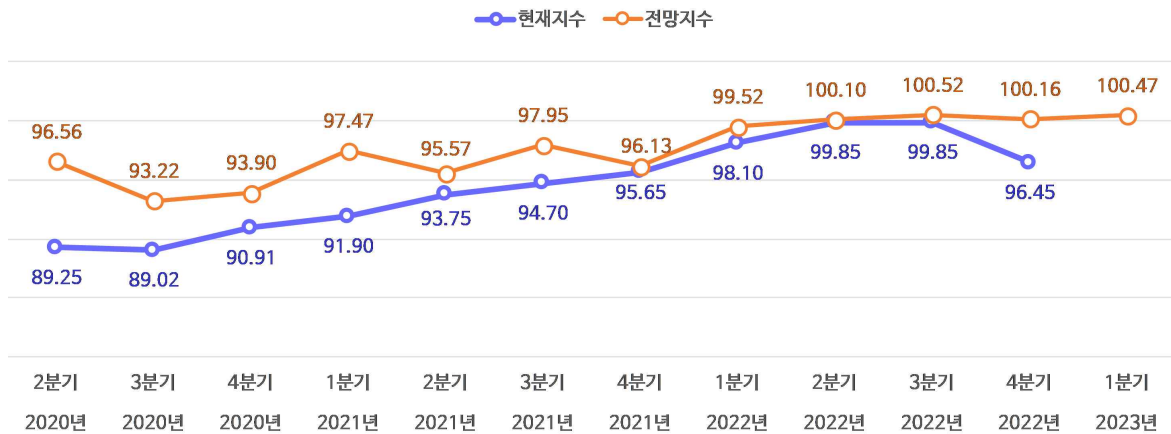
- 기관 구내식당업의 2022년 외식산업 고용지수는 98.56으로 지난해(94.00)조사결과 대비 4.56p 상승한 것으로 나타나 고용지수 회복세를 이어감

[그림62] 연도별 기관 구내식당업 외식산업 고용지수



- 기관 구내식당업의 2022년 분기별 외식산업 고용지수를 살펴보면, 2020년 3분기 이후로 점진적 회복세를 보이던 고용지수가 2022년 3분기 보합세를 보였으며, 4분기에는 크게 하락한 96.45로 마감함
- 기관 구내식당업은 외식산업의 세부 업종 중 코로나19의 영향력이 가장 적은 업종 중 하나로 고용지수의 경우에도 빠른 회복세를 보였으나 2022년 4분기 조사에는 출장 음식 서비스업에 이어 두 번째로 지수 하락폭이 크게 나타남
- 다만, 고용전망지수의 경우 2023년 1분기 고용 전망이 100.47로 나타나 4분기 연속 100 이상 지수를 기록한 점은 긍정적 신호로 보이며, 이에 2023년 1분기에는 전년도 대비 고용이 소폭 증가할 것으로 예상됨

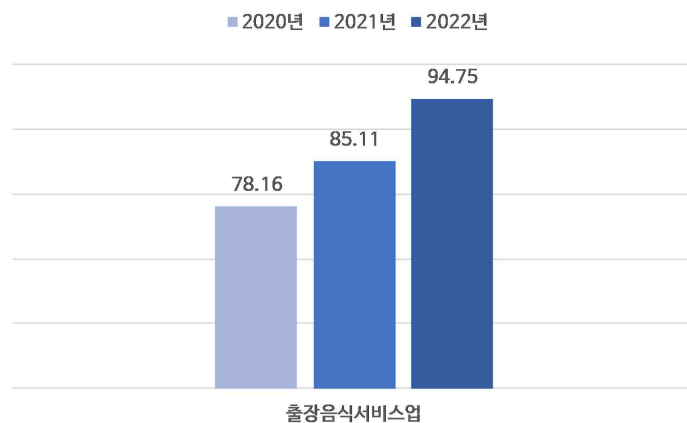
[그림63] 분기별 기관 구내식당업 외식산업 고용지수



4) 출장 음식 서비스업

- 출장 음식 서비스업의 2022년 외식산업 고용지수는 94.75로 외식업 세부 업종 중 세 번째로 낮은 지수를 보였으나, 지난해(85.11) 조사결과 대비 상승 폭(9.64p 상승)은 외식업 종 중 가장 높았음
- 출장 음식 서비스업은 코로나19로 인해 매출 및 고용이 가장 많이 감소한 업종으로 사회적 거리두기 정책이 해제됨에 따라 매출이 증가하고 이에 따라 고용지수가 증가한 것으로 보임

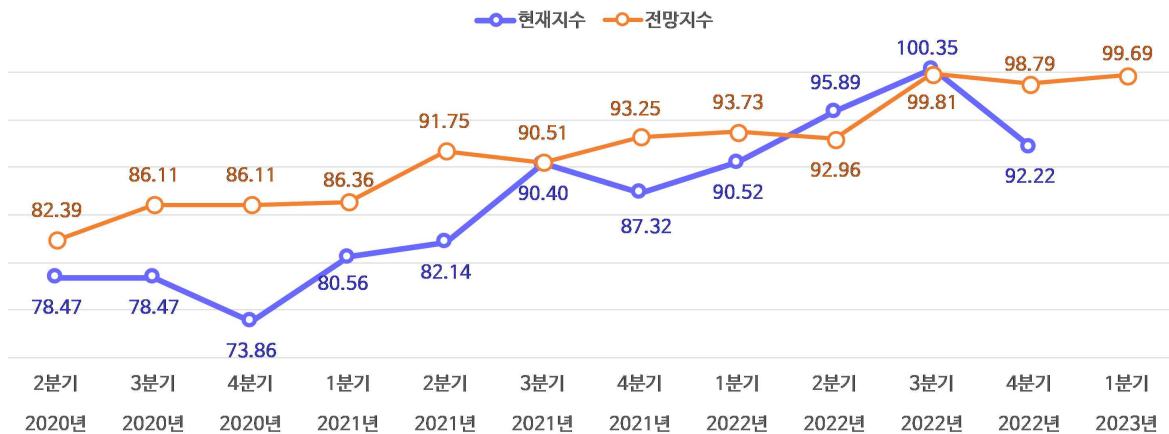
[그림64] 연도별 출장 음식 서비스업 외식산업 고용지수



- 출장 음식 서비스업의 외식산업 고용지수를 살펴보면, 2021년 2분기 이후 급격한 회복세를 보였으며, 2022년 3분기에는 100.35로 외식업종 중 유일하게 100 이상의 지수를 나타내 전년도 동분기 대비 고용이 증가한 것으로 나타났으나, 4분기에는 크게 감소한 92.22로 외식업종 중 가장 낮은 지수를 나타냄

- 출장 음식 서비스업은 응답 표본이 적어 분기별 지수 편차가 큰 특징을 가지고 있으며, 고용 전망지수 또한 2023년 1분기 99.69로 2022년 4분기 대비 소폭 상승해 지수 회복세가 점쳐짐

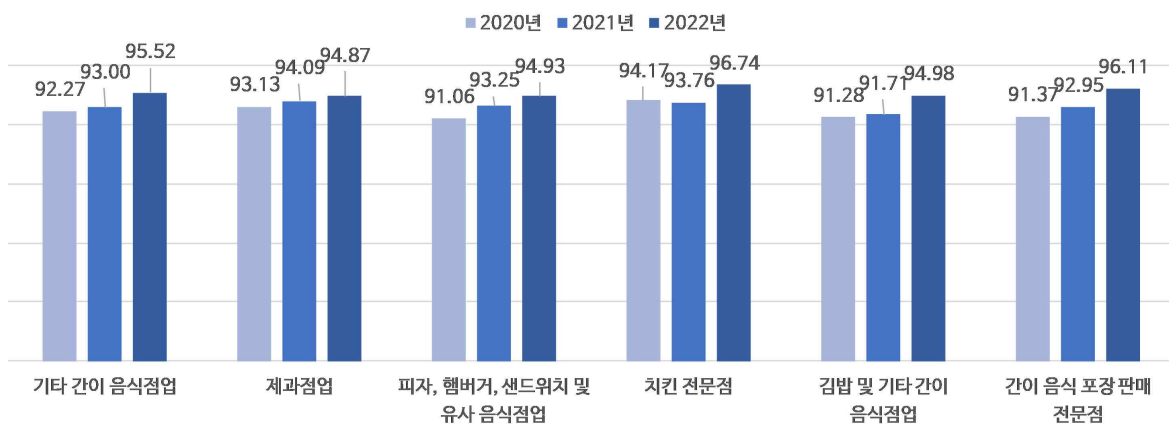
[그림65] 분기별 출장 음식 서비스업 외식산업 고용지수



5) 기타 간이 음식점업

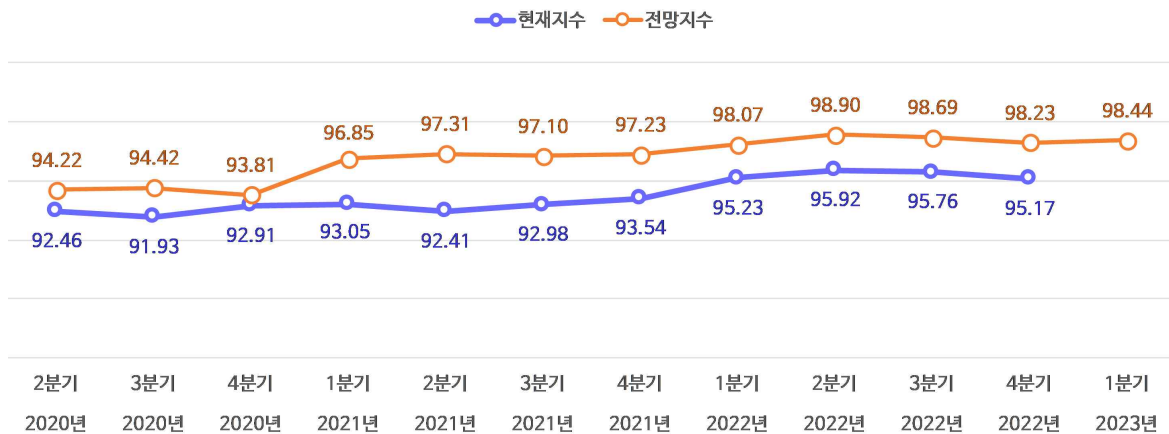
- 기타 간이 음식점업의 2022년 고용지수는 95.52로 지난 2021년 대비 2.53p 상승한 것으로 나타남
- 업종별로 살펴보면 치킨 전문점의 지수가 96.74로 가장 높았으며, 이어서 간이 음식 포장판매 전문점(96.11), 김밥 및 기타 간이 음식점업(94.98), 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업(94.93), 제과점업(94.87) 순으로 고용지수가 높았음

[그림66] 연도별 기타 간이 음식점업 외식산업 고용지수



- 기타 간이 음식점업의 분기별 고용지수는 2022년 1분기 95.23에서 2분기 95.92로 소폭 상승하였으나, 이후 3분기 95.76, 4분기 95.17로 2분기 연속 하락하는 추이를 나타냄
- 기타 간이 음식점업의 경우 타 업종 대비 프랜차이즈 업체 비율이 높아 키오스크 도입률이 상대적으로 높은 특성을 가지고 있어 향후 고용지수의 전반적 약보합세가 전망됨

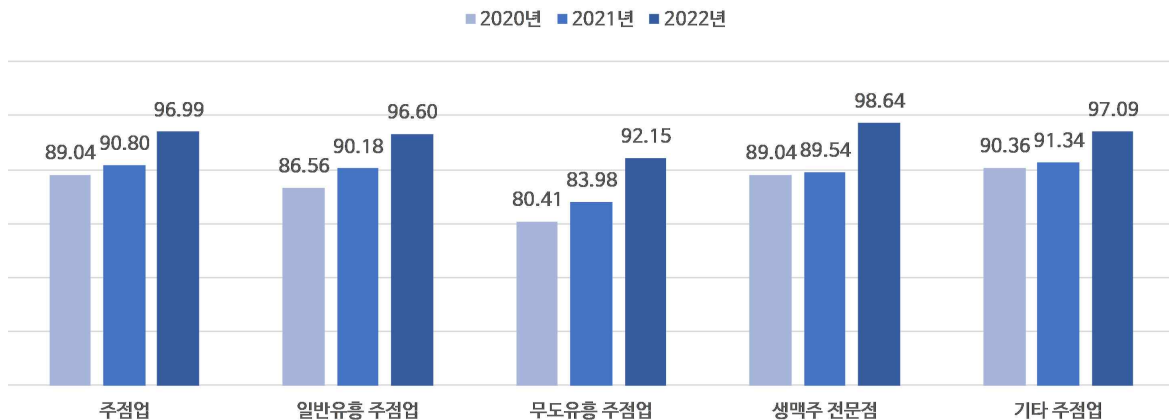
[그림67] 분기별 기타 간이 음식점업 외식산업 고용지수



6) 주점업

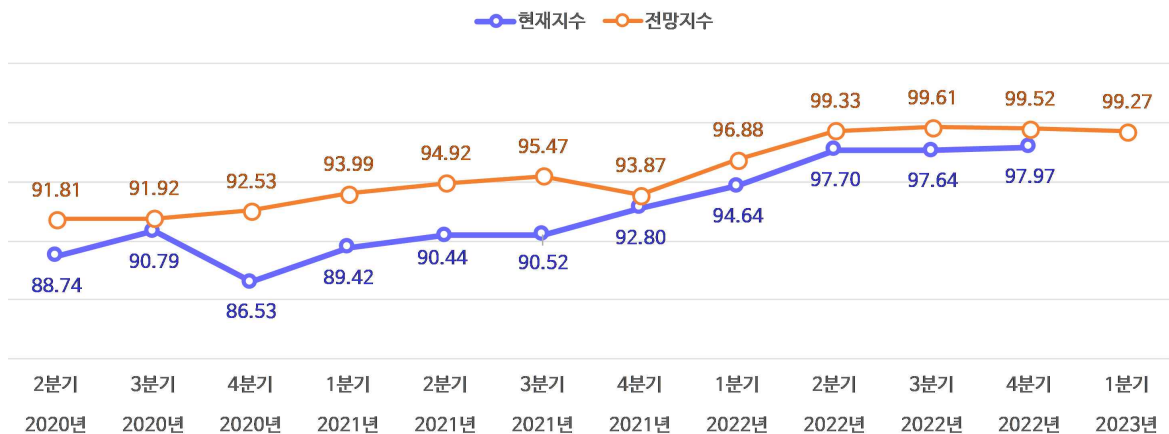
- 주점업의 고용지수는 2020년 89.04에서 2021년 90.80으로 소폭 상승하였으나, 2022년에는 96.99로 크게 상승한 것으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴보면, 생맥주 전문점의 고용지수가 98.64로 가장 높은 지수를 나타냈으며, 이어서 기타 주점업(97.09), 일반 유흥 주점업(96.60), 무도 유흥 주점업(92.15) 순으로 나타났으며, 지난 2021년 대비 모든 업종에서 고용지수가 상승한 것으로 나타남

[그림68] 연도별 주점업 외식산업 고용지수



- 분기별로 살펴보면 주점업의 고용지수는 2021년 3분기 이후 급격하게 회복세를 보였으나, 2022년 2분기 이후 강보합세를 보이고 있음

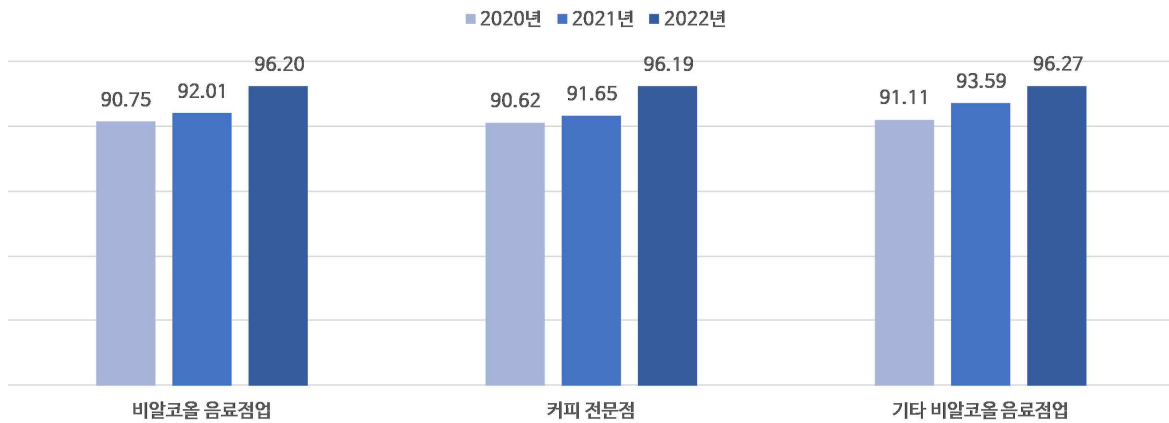
[그림69] 분기별 주점업 외식산업 고용지수



7) 비알코올 음료점업

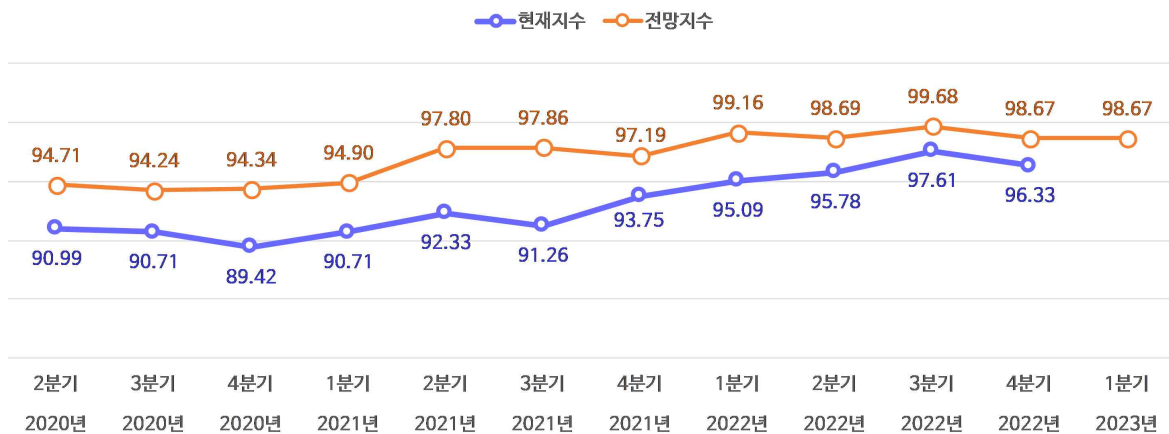
- 비알코올 음료점업의 2022년 외식산업 고용지수는 96.20으로 지난 2020년 90.75, 2021년 92.01에 이어 점진적 회복세를 보이고 있는 것으로 나타남
- 세부 업종별로 살펴보면, 커피 전문점의 고용지수가 96.19, 기타 비알코올 음료점업의 고용지수가 96.27로 기타 비알코올 음료점업의 지수가 소폭 높았으나 비슷한 수준으로 나타났으며, 2021년 결과 대비 지수 회복세의 경우 커피 전문점의 회복세가 더 빠른 것으로 나타남

[그림70] 연도별 비알코올 음료점업 외식산업 고용지수



- 비알코올 음료점업의 고용지수를 분기별로 살펴보면 전체 지수와 마찬가지로 2021년 3분기 이후 점진적 회복세를 보였으나 2022년 4분기에는 소폭 하락하는 모습을 보였음
- 고용전망지수의 경우에도 2023년 1분기 98.67로 2022년 4분기와 동일하게 나타나 반등하지 못하였으며, 이러한 추이로 볼 때 고용회복 속도는 다소 정체될 것으로 전망됨

[그림71] 분기별 비알코올 음료점업 외식산업 고용지수





통계편



1. 매출액지수(외식산업경기동향지수)

1) 현재지수

[표21] 현재지수

세분류	세세분류	2018년				2019년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	현재지수	74.81	73.94	72.60	69.51	71.77	70.67	71.47	71.44
	한식 음식점업	73.02	72.13	70.20	67.63	69.11	69.23	69.52	70.10
	한식 일반 음식점업	74.10	72.45	70.52	69.60	69.08	68.11	69.97	70.95
	한식 면요리 전문점	79.55	78.33	81.34	72.22	74.11	76.20	74.14	70.36
	한식 육류요리 전문점	69.42	70.96	69.79	64.79	69.06	70.08	69.15	70.49
	한식 해산물요리 전문점	71.26	69.29	63.04	60.84	64.77	64.64	64.75	67.05
	외국식 음식점업	80.08	75.49	74.35	72.63	74.46	75.00	75.71	75.06
	중식 음식점업	73.45	73.96	73.10	66.84	73.20	70.72	71.45	71.01
	일식 음식점업	79.91	75.45	71.13	75.87	74.51	75.25	70.56	71.29
	서양 음식점업	82.93	78.80	79.61	80.38	76.47	79.37	83.49	82.14
	기타 외국식 음식점업	96.93	75.50	75.64	73.37	74.17	77.08	82.59	80.00
	기관 구내식당업	82.80	84.68	80.07	77.00	81.89	78.45	81.70	81.04
	출장 음식 서비스업	69.89	72.73	71.74	65.00	71.95	72.92	72.37	68.37
	기타 간이 음식점업	76.17	77.19	76.09	72.07	74.07	72.74	74.06	73.64
	제과점업	81.25	77.95	80.32	76.99	82.66	77.73	75.58	75.42
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	80.22	78.94	83.84	79.34	77.13	76.85	81.64	83.87
	치킨 전문점	73.58	79.90	70.79	63.42	70.19	69.73	71.03	69.86
	김밥 및 기타 간이 음식점업	72.54	73.24	74.90	73.35	70.43	69.92	71.45	69.84
	간이 음식 포장 판매 전문점	78.50	77.04	79.84	74.22	74.06	70.98	72.22	72.22
	주점업	60.27	61.82	60.35	59.64	64.11	59.62	64.34	63.53
	일반 유흥 주점업	60.21	61.46	59.02	59.56	61.31	56.69	63.07	63.58
	무도 유흥 주점업	60.61	63.64	67.71	60.00	71.43	52.00	62.93	60.78
	생맥주 전문점	-	-	-	-	66.27	67.58	67.76	65.19
	기타 주점업	69.90	68.43	67.30	64.69	65.36	64.94	63.40	65.16
	비알코올 음료점업	84.19	80.16	80.71	76.37	78.27	76.99	75.64	76.20
	커피 전문점	-	-	-	-	82.64	82.05	81.47	81.51
	기타 비알코올 음료점업	-	-	-	-	68.64	67.71	64.84	66.45

※ 2019년 한국표준산업분류 10차 개정으로 인하여 분류체계가 변경됨에 따라 이전 자료는 일부 업종의 분석자료 미제공

[표22] 현재지수

세분류	세세분류	2020년				2021년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	현재지수	59.76	64.11	61.21	59.33	67.26	69.84	65.72	70.34
	한식 음식점업	59.33	63.78	61.14	57.26	67.35	69.12	63.84	69.83
	한식 일반 음식점업	58.96	60.21	59.41	55.49	67.20	68.03	65.14	71.32
	한식 면요리 전문점	61.28	70.71	65.41	59.77	64.67	66.30	65.62	67.68
	한식 육류요리 전문점	60.12	66.67	64.38	60.71	69.11	73.22	60.55	67.18
	한식 해산물요리 전문점	57.43	64.44	57.87	56.47	65.94	68.03	62.36	68.54
	외국식 음식점업	60.68	67.54	63.18	62.00	70.71	73.71	69.60	74.61
	중식 음식점업	63.89	73.61	66.37	65.62	65.47	69.97	65.11	69.35
	일식 음식점업	57.88	65.37	62.62	60.06	74.41	75.47	70.42	72.01
	서양 음식점업	62.37	66.43	62.08	61.13	76.89	74.63	74.18	81.45
	기타 외국식 음식점업	55.26	57.35	59.23	56.67	70.51	84.83	77.54	89.54
	기관 구내식당업	72.50	66.12	71.95	75.25	81.10	82.27	80.69	86.61
	출장 음식 서비스업	55.11	58.33	57.64	52.27	60.76	67.26	74.24	67.60
	기타 간이 음식점업	64.43	68.25	64.67	63.71	69.48	73.80	70.34	72.01
	제과점업	66.32	68.80	64.90	64.08	76.52	79.84	73.13	77.24
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	71.98	78.57	69.83	71.82	74.97	78.71	76.67	76.77
	치킨 전문점	68.79	67.53	68.17	66.91	62.99	69.84	68.64	71.07
	김밥 및 기타 간이 음식점업	58.56	65.26	61.58	59.26	70.04	72.33	68.43	69.61
	간이 음식 포장 판매 전문점	54.46	60.29	56.71	56.51	63.61	71.76	65.18	63.15
	주점업	52.68	56.68	54.25	52.13	57.89	59.64	56.79	63.18
	일반 유흥 주점업	52.17	51.94	53.64	51.04	56.92	60.73	58.51	62.83
	무도 유흥 주점업	51.85	54.46	52.27	50.00	52.87	56.73	52.01	59.22
	생맥주 전문점	53.12	57.59	53.73	52.03	54.71	57.30	53.45	65.09
	기타 주점업	52.93	58.68	54.61	52.58	58.74	59.53	56.60	63.21
	비알코올 음료점업	57.93	61.65	57.54	56.14	71.61	75.39	72.33	73.95
	커피 전문점	58.72	63.90	58.52	57.37	73.96	77.45	74.04	74.83
	기타 비알코올 음료점업	55.62	56.36	54.79	53.73	61.38	66.40	64.87	70.13

[표23] 현재지수

세분류	세세분류	2022년				2023년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	현재지수	70.84	85.56	89.84	82.54	-	-	-	-
	한식 음식점업	68.80	84.37	89.80	82.10	-	-	-	-
	한식 일반 음식점업	69.10	81.11	88.82	81.57	-	-	-	-
	한식 면요리 전문점	69.56	84.10	86.81	80.76	-	-	-	-
	한식 육류요리 전문점	68.58	91.56	94.94	85.80	-	-	-	-
	한식 해산물요리 전문점	66.79	87.49	85.46	77.22	-	-	-	-
	외국식 음식점업	74.98	86.59	87.86	83.06	-	-	-	-
	중식 음식점업	74.13	80.40	83.84	76.08	-	-	-	-
	일식 음식점업	73.37	87.19	86.97	84.64	-	-	-	-
	서양 음식점업	75.62	93.76	87.55	90.22	-	-	-	-
	기타 외국식 음식점업	81.73	96.71	110.61	94.52	-	-	-	-
	기관 구내식당업	87.80	88.16	97.96	92.85	-	-	-	-
	출장 음식 서비스업	78.47	100.00	104.21	97.05	-	-	-	-
	기타 간이 음식점업	76.03	79.46	85.23	78.12	-	-	-	-
	제과점업	86.45	76.79	82.00	78.29	-	-	-	-
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	82.24	81.09	89.71	81.80	-	-	-	-
	치킨 전문점	71.08	75.62	81.04	75.63	-	-	-	-
	김밥 및 기타 간이 음식점업	72.85	82.97	87.99	79.19	-	-	-	-
	간이 음식 포장 판매 전문점	73.10	81.11	86.85	73.91	-	-	-	-
	주점업	63.18	92.04	95.08	86.26	-	-	-	-
	일반 유흥 주점업	64.01	92.61	94.95	84.60	-	-	-	-
	무도 유흥 주점업	62.42	90.01	87.23	73.67	-	-	-	-
	생맥주 전문점	63.19	103.34	98.16	88.55	-	-	-	-
	기타 주점업	62.87	90.66	95.01	87.00	-	-	-	-
	비알코올 음료점업	75.19	89.11	90.13	83.98	-	-	-	-
	커피 전문점	77.41	92.23	92.56	86.93	-	-	-	-
	기타 비알코올 음료점업	65.54	75.50	79.56	71.11	-	-	-	-

2) 전망지수

[표24] 전망지수

세분류	세세분류	2020년				2021년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	전망지수	-	65.96	68.51	65.39	66.01	78.15	86.62	80.30
	한식 음식점업	-	65.41	68.79	64.34	63.33	77.60	86.80	80.72
	한식 일반 음식점업	-	63.94	65.26	64.00	63.21	77.33	84.60	81.97
	한식 면요리 전문점	-	70.49	76.12	66.35	62.97	78.96	85.86	76.24
	한식 육류요리 전문점	-	65.70	71.81	66.15	65.32	78.22	92.55	79.88
	한식 해산물요리 전문점	-	64.86	68.79	61.24	61.29	76.74	87.15	78.19
	외국식 음식점업	-	67.16	73.53	67.18	67.97	81.43	90.53	85.98
	중식 음식점업	-	69.97	76.74	70.68	69.12	75.25	88.16	85.29
	일식 음식점업	-	62.16	72.25	65.78	63.96	85.50	88.90	86.08
	서양 음식점업	-	70.70	74.29	66.10	67.65	87.30	94.95	85.91
	기타 외국식 음식점업	-	64.04	65.69	63.85	72.22	85.65	94.99	89.19
	기관 구내식당업	-	77.50	71.03	75.91	81.06	87.19	93.12	87.27
	출장 음식 서비스업	-	57.95	62.50	57.64	52.27	82.18	79.45	80.80
	기타 간이 음식점업	-	68.08	70.70	68.71	70.73	80.63	85.53	82.03
	제과점업	-	66.53	69.96	70.43	72.69	84.37	85.53	88.80
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	-	72.98	78.12	72.52	76.59	84.75	86.22	83.33
	치킨 전문점	-	71.45	68.75	71.01	72.83	76.79	86.50	78.72
	김밥 및 기타 간이 음식점업	-	65.06	70.00	65.83	67.13	81.78	84.25	80.81
	간이 음식 포장 판매 전문점	-	62.80	66.54	63.11	64.38	71.35	86.32	82.93
	주점업	-	61.40	60.05	59.73	61.43	67.98	80.17	72.74
	일반 유흥 주점업	-	57.97	54.17	58.64	59.38	61.86	76.81	71.33
	무도 유흥 주점업	-	62.04	55.36	52.27	62.50	69.09	78.94	73.10
	생맥주 전문점	-	62.85	62.50	58.21	60.14	67.77	79.08	71.40
	기타 주점업	-	62.93	62.44	60.69	62.27	70.36	81.63	73.43
	비알코올 음료점업	-	66.43	67.07	64.04	63.76	85.89	92.27	81.38
	커피 전문점	-	67.43	70.17	64.68	65.18	87.45	94.87	82.25
	기타 비알코올 음료점업	-	63.48	59.77	62.23	60.96	79.08	80.97	77.58

※ 미래 전망지수 관리 강화를 위하여 2020년 2분기 이후 미래지수 별도 관리

2. 식재료 원가지수

1) 현재 외식산업 식재료 원가지수

[표26] 현재 외식산업 식재료 원가지수

세분류	세세분류	2020년				2021년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	현재 외식산업 식재료 원가지수	111.84	112.56	127.52	114.50	135.11	135.86	138.52	141.40
	한식 음식점업	110.56	112.85	128.45	112.51	142.04	141.50	143.95	145.62
	한식 일반 음식점업	113.16	114.12	134.01	120.27	142.89	141.90	144.28	146.07
	한식 면요리 전문점	112.03	111.38	124.62	103.38	143.06	143.53	141.83	146.87
	한식 육류요리 전문점	104.65	108.85	116.15	99.72	139.58	140.82	144.09	144.49
	한식 해산물요리 전문점	110.98	116.30	134.13	111.55	141.95	139.03	143.11	144.57
	외국식 음식점업	109.14	110.27	124.59	107.76	137.84	137.14	138.59	145.25
	중식 음식점업	107.12	108.16	119.42	101.65	141.97	138.70	141.43	145.78
	일식 음식점업	104.28	107.80	117.48	101.62	137.53	139.23	139.21	146.73
	서양 음식점업	115.86	113.33	131.36	112.82	131.96	133.99	133.85	143.80
	기타 외국식 음식점업	112.72	115.20	134.62	123.33	133.67	132.11	135.30	142.47
	기관 구내식당업	113.89	115.19	133.54	123.48	137.37	132.07	137.43	136.69
	출장 음식 서비스업	113.07	117.36	137.50	117.05	141.21	136.85	140.86	146.67
	기타 간이 음식점업	112.48	113.84	126.60	116.97	131.68	135.54	137.45	140.21
	제과점업	115.70	115.50	122.36	122.69	124.64	131.33	133.10	133.36
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	113.91	112.95	124.79	115.00	125.06	127.98	129.51	135.52
	치킨 전문점	108.43	110.82	123.20	111.27	132.33	136.17	138.89	140.99
	김밥 및 기타 간이 음식점업	113.12	115.66	131.88	117.82	137.14	139.94	141.06	143.98
	간이 음식 포장 판매 전문점	112.50	114.34	128.66	121.58	133.99	138.75	142.63	146.09
	주점업	116.54	114.12	134.54	122.48	132.78	132.64	139.35	141.17
	일반 유흥 주점업	114.13	108.61	136.36	115.10	128.31	126.69	134.48	136.78
	무도 유흥 주점업	112.96	108.93	129.55	112.50	134.67	129.47	140.70	141.11
	생맥주 전문점	119.79	119.64	134.33	120.95	132.26	133.77	137.59	141.62
	기타 주점업	117.39	115.64	134.41	125.45	134.53	134.92	141.40	142.83
	비알코올 음료점업	109.79	109.08	120.25	115.24	117.29	120.85	120.66	127.16
	커피 전문점	109.87	108.49	120.36	111.50	116.95	121.22	119.25	126.57
	기타 비알코올 음료점업	109.55	110.45	119.95	122.59	118.75	119.20	126.80	129.74

※ 2019년 한국표준산업분류 10차 개정으로 인하여 분류체계가 변경됨에 따라 이전 자료는 일부 업종의 분석자료 미제공

[표27] 현재 외식산업 식재료 원가지수

세분류	세세분류	2022년				2023년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	현재 외식산업 식재료 원가지수	143.67	145.18	145.89	145.01	-	-	-	-
	한식 음식점업	146.46	146.91	148.41	147.15	-	-	-	-
	한식 일반 음식점업	146.41	146.58	148.15	146.82	-	-	-	-
	한식 면요리 전문점	147.29	147.75	149.37	147.61	-	-	-	-
	한식 육류요리 전문점	146.83	147.41	148.64	147.34	-	-	-	-
	한식 해산물요리 전문점	145.19	147.06	148.81	148.44	-	-	-	-
	외국식 음식점업	144.32	147.81	147.59	146.85	-	-	-	-
	중식 음식점업	146.03	148.14	148.25	147.58	-	-	-	-
	일식 음식점업	145.23	148.74	147.17	147.76	-	-	-	-
	서양 음식점업	142.10	146.99	146.66	145.96	-	-	-	-
	기타 외국식 음식점업	139.28	145.87	147.89	143.19	-	-	-	-
	기관 구내식당업	144.24	146.29	146.61	140.79	-	-	-	-
	출장 음식 서비스업	148.23	147.26	142.04	149.72	-	-	-	-
	기타 간이 음식점업	143.96	145.52	146.47	145.25	-	-	-	-
	제과점업	141.47	146.44	147.08	144.94	-	-	-	-
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	138.57	139.18	142.49	141.53	-	-	-	-
	치킨 전문점	146.20	146.40	147.65	146.30	-	-	-	-
	김밥 및 기타 간이 음식점업	145.26	146.76	146.73	145.76	-	-	-	-
	간이 음식 포장 판매 전문점	146.71	148.30	148.11	147.82	-	-	-	-
	주점업	144.02	144.62	144.42	144.89	-	-	-	-
	일반 유흥 주점업	140.11	142.84	141.47	143.62	-	-	-	-
	무도 유흥 주점업	143.85	143.20	143.06	145.07	-	-	-	-
	생맥주 전문점	145.35	145.52	147.72	144.76	-	-	-	-
	기타 주점업	145.41	145.25	145.26	145.39	-	-	-	-
	비알코올 음료점업	132.90	137.72	137.21	136.89	-	-	-	-
	커피 전문점	132.12	137.21	137.35	136.44	-	-	-	-
	기타 비알코올 음료점업	136.29	139.94	136.59	138.82	-	-	-	-

2) 미래 외식산업 식재료 원가전망지수

[표28] 미래 외식산업 식재료 원가전망지수

세분류	세세분류	2020년				2021년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	미래 외식산업 식재료 원가전망지수	-	109.61	110.71	123.13	108.83	122.24	127.59	128.63
	한식 음식점업	-	108.62	111.41	123.56	106.95	124.85	131.48	131.67
	한식 일반 음식점업	-	110.56	113.40	126.93	111.83	124.32	131.90	132.19
	한식 면요리 전문점	-	108.65	108.02	124.81	102.26	121.31	130.87	130.99
	한식 육류요리 전문점	-	104.03	107.51	115.00	98.97	126.27	130.96	131.00
	한식 해산물요리 전문점	-	110.14	114.13	125.84	105.58	127.34	130.54	130.52
	외국식 음식점업	-	108.95	108.37	121.71	105.31	124.21	127.19	129.93
	중식 음식점업	-	108.51	106.08	118.53	101.47	125.15	127.74	132.78
	일식 음식점업	-	104.05	106.19	116.50	102.92	123.71	128.20	130.81
	서양 음식점업	-	113.71	112.86	126.06	108.61	122.99	126.78	124.92
	기타 외국식 음식점업	-	111.84	110.29	128.85	112.22	124.10	122.84	126.55
	기관 구내식당업	-	116.67	110.28	127.74	115.66	119.13	121.09	127.81
	출장 음식 서비스업	-	106.82	113.89	131.94	111.36	127.62	139.60	135.37
	기타 간이 음식점업	-	110.35	111.20	121.94	111.00	121.39	127.97	127.73
	제과점업	-	114.67	111.63	119.95	116.18	117.98	126.40	121.22
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	-	108.47	111.83	121.49	109.09	115.42	119.80	124.43
	치킨 전문점	-	108.14	109.91	120.88	108.53	121.65	129.77	128.64
	김밥 및 기타 간이 음식점업	-	110.50	110.92	124.31	109.72	125.43	130.97	131.92
	간이 음식 포장 판매 전문점	-	111.01	113.24	121.34	115.07	122.03	127.74	125.96
	주점업	-	111.88	112.21	128.74	112.02	123.04	125.89	130.01
	일반 유흥 주점업	-	110.69	110.28	125.00	113.02	124.10	121.04	127.88
	무도 유흥 주점업	-	110.19	107.14	131.82	106.25	118.42	126.36	138.49
	생맥주 전문점	-	112.85	114.29	128.36	110.14	123.92	124.59	130.80
	기타 주점업	-	112.50	113.13	129.51	112.42	122.66	127.91	130.53
	비알코올 음료점업	-	108.79	108.67	118.02	110.43	112.75	116.91	117.15
	커피 전문점	-	108.72	108.69	117.61	109.38	112.38	116.93	116.20
	기타 비알코올 음료점업	-	108.99	108.64	119.15	112.50	114.34	116.83	121.28

※ 미래 전망지수 관리 강화를 위하여 2020년 2분기 이후 미래지수 별도 관리

[표29] 미래 외식산업 식재료 원가전망지수

세분류	세세분류	2022년				2023년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
미래 외식산업 식재료 원가전망지수		129.03	131.22	135.77	134.21	128.16	-	-	-
	한식 음식점업	130.96	133.15	137.63	136.37	128.16	-	-	-
	한식 일반 음식점업	130.17	132.66	137.35	136.94	127.25	-	-	-
	한식 면요리 전문점	131.23	132.82	138.89	133.29	127.96	-	-	-
	한식 육류요리 전문점	132.18	133.57	138.79	136.16	130.23	-	-	-
	한식 해산물요리 전문점	132.73	135.50	135.61	135.62	128.95	-	-	-
	외국식 음식점업	132.03	130.48	138.20	135.33	129.75	-	-	-
	중식 음식점업	132.83	132.55	138.72	136.25	131.82	-	-	-
	일식 음식점업	131.27	128.92	139.76	135.70	130.79	-	-	-
	서양 음식점업	132.25	129.10	136.39	132.45	126.94	-	-	-
	기타 외국식 음식점업	129.57	128.09	136.12	137.24	124.17	-	-	-
기관 구내식당업		123.62	131.41	137.85	134.48	128.31	-	-	-
출장 음식 서비스업		129.85	139.27	139.18	133.79	124.52	-	-	-
	기타 간이 음식점업	129.13	131.44	136.41	132.92	128.66	-	-	-
	제과점업	122.53	130.60	138.46	129.89	126.31	-	-	-
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	123.25	126.10	133.14	130.31	129.00	-	-	-
	치킨 전문점	131.72	130.82	134.34	131.74	126.40	-	-	-
	김밥 및 기타 간이 음식점업	132.62	133.76	137.77	136.12	131.54	-	-	-
	간이 음식 포장 판매 전문점	130.29	137.55	141.56	135.55	128.64	-	-	-
	주점업	129.95	131.60	133.11	134.41	128.09	-	-	-
	일반 유흥 주점업	128.44	127.95	129.20	133.36	127.50	-	-	-
	무도 유흥 주점업	133.16	132.78	137.10	132.31	135.46	-	-	-
	생맥주 전문점	129.36	131.82	134.36	134.36	130.08	-	-	-
	기타 주점업	130.52	132.96	134.40	134.89	127.92	-	-	-
	비알코올 음료점업	119.96	124.33	130.04	127.72	126.56	-	-	-
	커피 전문점	119.45	124.95	130.28	128.11	127.18	-	-	-
	기타 비알코올 음료점업	122.17	121.63	128.96	126.03	123.86	-	-	-

3. 고용지수

1) 현재 외식산업 고용지수

[표30] 현재 외식산업 고용지수

세분류	세세분류	2020년				2021년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	현재 외식산업 고용지수	89.96	90.50	90.55	89.59	89.65	90.80	90.45	92.83
	한식 음식점업	89.36	90.64	90.75	88.99	88.10	90.33	89.31	92.34
	한식 일반 음식점업	88.99	90.05	89.51	87.96	89.65	91.49	91.52	93.44
	한식 면요리 전문점	91.54	92.72	94.17	93.98	91.15	89.25	89.45	92.43
	한식 육류요리 전문점	89.57	90.84	92.71	91.17	84.90	88.67	84.78	90.16
	한식 해산물요리 전문점	88.18	90.37	88.62	85.91	83.89	87.83	86.31	90.65
	외국식 음식점업	86.91	89.61	88.71	88.26	88.83	87.49	88.75	91.99
	중식 음식점업	92.19	93.23	92.27	93.38	89.65	86.63	91.12	92.93
	일식 음식점업	83.78	88.76	89.81	85.71	86.98	87.10	84.64	89.69
	서양 음식점업	87.37	88.81	87.08	86.13	89.30	88.03	89.57	92.80
	기타 외국식 음식점업	78.95	82.84	82.31	82.78	88.57	91.29	86.05	91.38
	기관 구내식당업	92.50	89.25	89.02	90.91	91.90	93.75	94.70	95.65
	출장 음식 서비스업	81.82	78.47	78.47	73.86	80.56	82.14	90.40	87.32
	기타 간이 음식점업	91.79	92.46	91.93	92.91	93.05	92.41	92.98	93.54
	제과점업	94.21	92.64	92.79	92.86	92.86	92.88	94.53	96.08
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	89.52	91.74	90.91	92.05	94.38	92.66	93.13	92.83
	치킨 전문점	93.34	94.36	93.17	95.81	93.25	93.50	94.54	93.75
	김밥 및 기타 간이 음식점업	91.85	91.45	90.94	90.86	91.95	91.17	91.29	92.43
	간이 음식 포장 판매 전문점	88.39	91.54	92.07	93.49	95.44	92.24	90.37	93.74
	주점업	90.10	88.74	90.79	86.53	89.42	90.44	90.52	92.80
	일반 유흥 주점업	89.31	85.28	87.27	84.38	89.11	93.40	88.14	90.07
	무도 유흥 주점업	81.48	89.29	72.73	78.12	87.06	82.48	79.51	86.86
	생맥주 전문점	90.62	89.29	91.79	84.46	86.90	88.61	89.01	93.64
	기타 주점업	91.41	89.95	92.06	88.03	89.87	89.69	91.88	93.93
	비알코올 음료점업	91.86	90.99	90.71	89.42	90.71	92.33	91.26	93.75
	커피 전문점	91.00	91.51	90.91	89.06	90.69	92.41	90.56	92.95
	기타 비알코올 음료점업	94.38	89.77	90.16	90.13	90.79	91.99	94.33	97.24

※ 2019년 한국표준산업분류 10차 개정으로 인하여 분류체계가 변경됨에 따라 이전 자료는 일부 업종의 분석자료 미제공

[표31] 현재 외식산업 고용지수

세분류	세세분류	2022년				2023년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	현재 외식산업 고용지수	93.86	95.81	96.24	95.85	-	-	-	-
	한식 음식점업	92.67	95.14	95.57	95.55	-	-	-	-
	한식 일반 음식점업	94.16	94.47	95.30	95.78	-	-	-	-
	한식 면요리 전문점	92.60	96.66	96.34	95.36	-	-	-	-
	한식 육류요리 전문점	89.88	95.56	96.07	94.58	-	-	-	-
	한식 해산물요리 전문점	90.15	97.22	95.48	96.63	-	-	-	-
	외국식 음식점업	93.01	94.76	95.31	94.01	-	-	-	-
	중식 음식점업	94.09	94.77	94.86	93.75	-	-	-	-
	일식 음식점업	92.70	92.78	95.74	92.34	-	-	-	-
	서양 음식점업	90.60	95.04	95.80	94.59	-	-	-	-
	기타 외국식 음식점업	94.84	99.22	95.10	98.24	-	-	-	-
	기관 구내식당업	98.10	99.85	99.85	96.45	-	-	-	-
	출장 음식 서비스업	90.52	95.89	100.35	92.22	-	-	-	-
	기타 간이 음식점업	95.23	95.92	95.76	95.17	-	-	-	-
	제과점업	94.79	96.59	93.77	94.31	-	-	-	-
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	94.72	94.28	95.46	95.27	-	-	-	-
	치킨 전문점	96.92	96.57	96.05	97.41	-	-	-	-
	김밥 및 기타 간이 음식점업	93.97	95.47	96.65	93.82	-	-	-	-
	간이 음식 포장 판매 전문점	96.90	97.92	95.54	94.07	-	-	-	-
	주점업	94.64	97.70	97.64	97.97	-	-	-	-
	일반 유흥 주점업	95.43	97.85	95.99	97.11	-	-	-	-
	무도 유흥 주점업	88.08	95.05	91.96	93.49	-	-	-	-
	생맥주 전문점	97.52	99.98	97.75	99.29	-	-	-	-
	기타 주점업	94.19	97.47	98.41	98.28	-	-	-	-
	비알코올 음료점업	95.09	95.78	97.61	96.33	-	-	-	-
	커피 전문점	94.69	96.15	97.79	96.14	-	-	-	-
	기타 비알코올 음료점업	96.81	94.19	96.86	97.20	-	-	-	-

2) 미래 외식산업 고용전망지수

[표32] 미래 외식산업 고용전망지수

세분류	세세분류	2020년				2021년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	미래 외식산업 고용전망지수	-	92.42	93.50	92.88	94.97	96.48	96.52	96.33
	한식 음식점업	-	91.79	93.72	92.49	94.55	96.05	96.08	96.48
	한식 일반 음식점업	-	91.21	93.92	92.23	95.72	96.37	96.28	97.31
	한식 면요리 전문점	-	93.61	95.34	93.80	95.68	95.59	95.51	96.31
	한식 육류요리 전문점	-	91.74	91.98	93.65	92.86	95.57	96.61	95.20
	한식 해산물요리 전문점	-	92.06	94.41	90.59	92.39	95.59	93.88	94.49
	외국식 음식점업	-	89.88	93.03	91.71	93.44	98.11	97.30	97.08
	중식 음식점업	-	95.31	94.27	93.71	95.96	97.86	96.59	98.38
	일식 음식점업	-	85.14	91.97	91.26	85.71	98.44	99.04	94.25
	서양 음식점업	-	90.32	94.05	91.53	94.12	98.55	96.77	98.52
	기타 외국식 음식점업	-	84.65	89.71	88.46	97.22	97.33	97.56	94.57
	기관 구내식당업	-	96.56	93.22	93.90	97.47	95.57	97.95	96.13
	출장 음식 서비스업	-	82.39	86.11	86.11	86.36	91.75	90.51	93.25
	기타 간이 음식점업	-	94.22	94.42	93.81	96.85	97.31	97.10	97.23
	제과점업	-	94.21	94.19	93.75	97.90	97.14	97.94	97.32
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	-	92.94	95.54	93.60	96.14	98.42	96.97	97.73
	치킨 전문점	-	94.97	95.43	94.46	97.40	97.36	97.49	97.82
	김밥 및 기타 간이 음식점업	-	94.48	92.89	93.58	96.18	96.84	96.65	96.62
	간이음식 포장 판매 전문점	-	94.05	94.85	93.29	96.92	97.40	95.76	96.28
	주점업	-	91.81	91.92	92.53	93.99	94.92	95.47	93.87
	일반 유흥 주점업	-	90.94	89.72	93.18	94.27	94.80	94.21	90.99
	무도 유흥 주점업	-	84.26	89.29	79.55	84.38	92.89	91.73	89.09
	생맥주 전문점	-	92.01	92.86	93.66	84.46	94.62	96.13	94.57
	기타 주점업	-	93.15	92.92	92.65	96.52	95.05	95.99	95.04
	비알코올 음료점업	-	94.71	94.24	94.34	94.90	97.80	97.86	97.19
	커피 전문점	-	94.35	94.88	94.70	94.75	97.98	97.99	97.28
	기타 비알코올 음료점업	-	95.79	92.73	93.35	95.18	97.00	97.29	96.79

※ 미래 전망지수 관리 강화를 위하여 2020년 2분기 이후 미래지수 별도 관리

[표33] 미래 외식산업 고용전망지수

세분류	세세분류	2022년				2023년			
		1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
	미래 외식산업 고용전망지수	97.58	98.92	98.82	98.75	98.83	-	-	-
	한식 음식점업	97.26	98.96	98.14	98.54	98.86	-	-	-
	한식 일반 음식점업	97.40	99.76	97.10	98.48	98.67	-	-	-
	한식 면요리 전문점	97.40	97.85	99.10	96.81	99.33	-	-	-
	한식 육류요리 전문점	97.02	98.09	99.68	99.48	99.42	-	-	-
	한식 해산물요리 전문점	96.81	96.83	100.25	97.93	98.35	-	-	-
	외국식 음식점업	96.69	98.13	99.55	99.41	98.57	-	-	-
	중식 음식점업	96.62	97.94	99.24	98.09	98.71	-	-	-
	일식 음식점업	94.67	98.27	98.96	99.99	97.91	-	-	-
	서양 음식점업	98.72	97.95	100.56	99.75	99.10	-	-	-
	기타 외국식 음식점업	97.18	99.18	100.05	103.37	98.32	-	-	-
	기관 구내식당업	99.52	100.10	100.52	100.16	100.47	-	-	-
	출장 음식 서비스업	93.73	92.96	99.81	98.79	99.69	-	-	-
	기타 간이 음식점업	98.07	98.90	98.69	98.23	98.44	-	-	-
	제과점업	99.81	97.87	98.97	97.70	98.50	-	-	-
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사음식점업	98.51	99.18	98.61	96.80	98.56	-	-	-
	치킨 전문점	97.69	99.97	98.24	99.04	98.51	-	-	-
	김밥 및 기타 간이 음식점업	97.29	98.24	98.77	98.53	98.13	-	-	-
	간이음식 포장 판매 전문점	98.45	99.66	99.85	97.71	99.36	-	-	-
	주점업	96.88	99.33	99.61	99.52	99.27	-	-	-
	일반 유흥 주점업	96.70	98.53	99.46	98.32	98.37	-	-	-
	무도 유흥 주점업	95.64	96.57	99.60	99.40	99.85	-	-	-
	생맥주 전문점	97.62	99.81	102.37	97.87	98.65	-	-	-
	기타 주점업	96.90	99.67	99.37	100.17	99.67	-	-	-
	비알코올 음료점업	99.16	98.69	99.68	98.67	98.67	-	-	-
	커피 전문점	99.16	98.80	99.89	98.78	98.80	-	-	-
	기타 비알코올 음료점업	99.17	98.22	98.75	98.19	98.08	-	-	-

4. 외식산업경기동향지수 주요 경제지표

[표34] 주요 경제지표(2020년 상반기)

주요 지표	통계명	세부 항목	2020년					
			1월	2월	3월	4월	5월	6월
경제 일반	경제성장률(분기)	실질성장률(%)		-1.3			-3.0	
		민간소비 증감률(%)		-6.6			1.1	
	경기종합지수(월)	선행지수	116.9	117.2	117.0	117.1	117.1	117.8
		동행지수	114.0	113.3	112.3	111.0	110.4	110.8
		후행지수	115.6	115.9	116.0	116.1	116.4	116.7
경기 동향	기업경기지수(월)	제조업	76	65	56	52	49	51
		비제조업	73	64	53	50	56	60
	중소기업경기전망조사(월)	전 산업	81.3	81.2	78.5	60.6	60.0	63.1
		숙박 및 음식점업	84.5	73.4	52.5	30.1	53.5	66.3
	소상공인동향조사(월)	소상공인(음식점업)	60.9	29.8	24.2	77.0	98.5	78.9
		전통시장(음식점업)	62.4	23.9	30.7	79.9	105.5	77.0
	외식산업경기동향지수(분기)	현재지수		59.76			64.11	
	소비자동향조사(월)	소비자심리지수	105	98	80	73	80	84
		소비지출 전망	110	106	93	87	91	93
		외식비지출 전망	92	89	77	75	80	82
	가계동향조사(연)	가계소비지출(천 원/월)		2,379			2,385	
		가계식사비지출(천 원/월)		288			324	
	서비스업 동향(월)	숙박 및 음식점업(전년동월비%)	-2.2	-14.9	-32.5	-24.6	-14.0	-12.2
	서비스업생산지수(월)	음식점 및 주점업	95.4	75.8	67.9	76.6	90.3	87.2
물가	소비자물가지수(월)	총 지수	100.09	100.16	99.94	99.50	99.44	99.71
		식료품	96.98	96.50	97.97	97.49	98.34	98.59
		비주류	99.67	98.98	99.40	99.89	99.87	99.90
		주류	100.44	100.50	99.60	99.56	99.88	99.88
		음식서비스	99.63	99.67	99.62	99.69	99.84	99.95
	생산자물가지수(월)	총 지수	104.08	103.74	102.82	101.93	101.96	102.48
		음식점 및 주점	112.00	112.10	112.09	112.18	112.31	112.40
노동 과 임금	경제활동인구조사(월)	실업률(%)	4.1	4.1	4.2	4.2	4.5	4.3
		고용률(%)	60.0	60.0	59.5	59.4	60.2	60.4
	외식업 사업체 노동력조사(월)	임금(만 원/월)	193.2	187.2	184.2	183.4	182.4	181.8
		근로일수(일/월)	19.1	18.9	19.0	18.9	18.8	18.9
		근로시간(시간/월)	150.9	149.6	150.0	148.8	148.0	149.0
	외식업 직종별 사업체 노동력조사(반기)	음식 서비스직 부족률(%)			2.6			
		주방장 및 조리사 부족률(%)			2.0			
		식당 서비스원 부족률(%)			3.1			
식재료 가격(월평균)	곡류(일)	쌀(원/kg)	2,586	2,586	2,578	2,575	2,581	2,588
		양파(원/kg)	1,629	1,807	2,441	2,378	2,244	2,123
	채소류(일)	배추(원/포기)	4,608	4,366	4,343	4,508	4,793	4,372
		무(원/개)	3,104	2,091	1,715	1,599	1,541	1,649
	수산물(일)	물오징어(냉동)(원/마리)	4,085	4,057	3,965	3,949	4,098	3,928
		건멸치(원/kg)	27,070	27,230	27,350	27,340	27,430	27,500
	축산물(일)	계란(원/30개)	5,294	5,184	5,275	5,419	5,298	5,144
		닭(원/kg)	5,097	5,061	5,126	5,047	5,081	5,052
		돼지(삼겹살)(원/kg)	13,750	13,380	14,670	15,000	16,635	17,190
		소_국산(한우등심)(원/kg)	92,600	92,170	92,420	93,650	93,810	100,060
		소_미국산(갈비)(원/kg)	25,140	25,170	25,170	24,110	24,910	23,960
		소_호주산(갈비)(원/kg)	25,960	23,160	23,160	23,990	22,950	23,740

[표35] 주요 경제지표(2020년 하반기)

주요 지표	통계명	세부 항목	2020년					
			7월	8월	9월	10월	11월	12월
경제 일반	경제성장률(분기)	실질성장률(%)	2.3			1.2		
		민간소비 증감률(%)	0.3			-1.1		
	경기종합지수(월)	선행지수	118.5	119.5	120.3	121.0	122.0	122.7
		동행지수	111.1	112.0	112.6	113.4	114.2	114.4
		후행지수	116.9	117.2	117.5	117.7	117.9	118.2
경기 동향	기업경기지수(월)	제조업	59	66	68	79	85	82
		비제조업	65	66	62	69	73	68
	중소기업경기전망조사(월)	전 산업	68.0	70.9	67.9	71.2	74.0	72.0
		숙박 및 음식점업	69.2	70.4	53.3	54.0	67.4	53.8
	소상공인동향조사(월)	소상공인(음식점업)	68.4	68.9	44.7	78.0	75.8	44.3
		전통시장(음식점업)	60.6	58.0	55.2	79.3	73.9	38.2
	외식산업경기동향지수(분기)	현재지수	61.21			59.33		
	소비자동향조사(월)	소비자심리지수	86	90	81	93	99	91
		소비지출 전망	95	99	92	100	104	99
		외식비지출 전망	82	85	77	84	87	81
	가계동향조사(연)	가계소비지출(천 원/월)	2,426			2,407		
		가계식사비지출(천 원/월)	321			301		
	서비스업 동향(월)	숙박 및 음식점업(전년동월비%)	-9.1	-16.9	-21.0	-15.2	-17.1	-39.6
	서비스업생산지수(월)	음식점 및 주점업	91.7	84.9	74.1	84.0	81.0	67.1
물가	소비자물가지수(월)	총 지수	99.63	100.19	100.74	100.18	100.09	100.33
		식료품	99.09	101.91	105.12	105.16	101.25	101.60
		비주류	100.04	100.28	100.14	100.54	101.00	100.27
		주류	99.96	99.95	100.22	100.36	99.95	99.69
		음식서비스	99.98	100.02	100.26	100.47	100.34	100.54
	생산자물가지수(월)	총 지수	102.71	103.22	103.42	103.01	103.09	103.90
		음식점 및 주점	112.49	112.53	112.77	112.97	112.88	113.07
노동 과 임금	경제활동인구조사(월)	실업률(%)	4.0	3.1	3.6	3.7	3.4	4.1
		고용률(%)	60.5	60.4	60.3	60.4	60.7	59.1
		임금(만 원/월)	181.9	182.1	182.6	182.7	182.6	182.4
	외식업 사업체 노동력조사(월)	근로일수(일/월)	19.1	19.1	19.1	19.0	19.0	19.0
		근로시간(시간/월)	150.6	150.6	150.2	149.7	149.8	149.5
	외식업 직종별 사업체 노동력조사 (반기)	음식 서비스직 부족률(%)	2.5					
		주방장 및 조리사 부족률(%)	2.0					
		식당 서비스원 부족률(%)	2.9					
식재 료 가격 (월평균)	곡류(일)	쌀(원/kg)	2,618	2,637	2,892	2,945	3,023	2,682
		양파(원/kg)	1,984	2,045	2,196	2,361	2,392	2,420
	채소류(일)	배추(원/포기)	4,885	7,422	10,740	7,242	3,330	2,879
		무(원/개)	1,922	2,495	3,751	3,198	2,077	1,842
	수산물(일)	물오징어(냉동)(원/마리)	3,892	3,812	3,948	3,880	4,003	4,072
		건멸치(원/kg)	27,710	27,780	27,900	28,080	28,040	28,110
	축산물(일)	계란(원/30개)	5,160	5,229	5,666	5,721	5,560	5,628
		닭(원/kg)	4,977	5,080	5,358	5,258	5,217	5,143
		돼지(삼겹살)(원/kg)	16,910	17,145	17,125	16,985	16,390	16,665
		소_국산(한우등심)(원/kg)	100,410	100,350	101,720	101,320	103,800	100,920
		소_미국산(갈비)(원/kg)	23,630	24,900	24,780	24,680	24,700	24,720
		소_호주산(갈비)(원/kg)	24,480	23,590	24,910	21,780	21,710	24,320

[표36] 주요 경제지표(2021년 상반기)

주요 지표	통계명	세부 항목	2021년					
			1월	2월	3월	4월	5월	6월
경제 일반	경제성장률(분기)	실질성장률(%)	1.7			0.8		
		민간소비 증감률(%)	1.2			3.3		
	경기종합지수(월)	선행지수	123.4	124.1	124.8	125.6	126.4	127.1
		동행지수	114.3	114.6	115.3	116.3	116.6	116.9
		후행지수	118.6	119.0	119.4	120.0	120.4	120.8
경기 동향	기업경기지수(월)	제조업	77	81	85	91	98	97
		비제조업	64	70	73	78	82	81
	중소기업경기전망조사(월)	전 산업	65.0	69.3	76.2	80.5	83.7	80.5
		숙박 및 음식점업	28.1	36.9	53.5	69.7	70.5	59.4
	소상공인동향조사(월)	소상공인(음식점업)	29.7	38.0	55.5	52.0	54.7	55.5
		전통시장(음식점업)	33.8	45.7	49.4	43.8	47.2	49.1
	외식산업경기동향지수(분기)	현재지수	67.26			69.84		
	소비자동향조사(월)	소비자심리지수	95	97	101	102	105	110
		소비지출 전망	102	104	107	106	108	113
		외식비지출 전망	84	88	90	90	93	97
	가계동향조사(연)	가계소비지출(천 원/월)	2,419			2,475		
		가계식사비지출(천 원/월)	282			332		
	서비스업 동향(월)	숙박 및 음식점업(전년동월비%)	-36.7	-11.2	19.3	8.3	-2.1	-0.6
서비스업생산지수(월)	음식점 및 주점업	61.1	66.8	78.6	80.0	86.1	84.9	
물가	소비자물가지수(월)	총 지수	101.04	101.58	101.84	101.98	102.05	102.05
		식료품	103.55	106.05	106.16	105.67	105.46	104.82
		비주류	101.13	100.69	101.41	100.75	100.96	100.98
		주류	100.42	100.54	99.66	101.00	101.12	101.37
		음식서비스	100.90	101.16	101.64	102.12	102.26	102.50
	생산자물가지수(월)	총 지수	105.05	105.91	107.04	108.06	108.65	109.22
		음식점 및 주점	113.39	113.66	114.38	114.82	114.96	115.20
노동 과 임금	경제활동인구조사(월)	실업률(%)	5.7	4.9	4.3	4.0	4.0	3.8
		고용률(%)	57.4	58.6	59.8	60.4	61.2	61.3
	외식업 사업체 노동력조사(월)	임금(만 원/월)	185.4	184.1	180.7	181.1	180.6	179.6
		근로일수(일/월)	18.4	16.7	19.4	19.4	18.3	19.3
		근로시간(시간/월)	143.9	129.7	151.3	151.5	143.0	150.8
	외식업 직종별 사업체 노동력조사 (반기)	음식 서비스직 부족률(%)	2.8					
		주방장 및 조리사 부족률(%)	2.5					
식당 서비스원 부족률(%)		3.0						
식재 료 가격 (월평균)	곡류(일)	쌀(원/kg)	2,999	3,019	3,000	3,000	3,055	3,062
	채소류(일)	양파(원/kg)	2,833	3,358	3,533	2,920	2,084	1,939
		배추(원/포기)	3,027	3,804	4,736	5,211	3,736	3,213
		무(원/개)	1,995	1,863	1,535	1,445	1,587	1,643
	수산물(일)	물오징어(냉동)(원/마리)	4,097	4,502	4,713	4,710	4,625	4,743
		건멸치(원/kg)	28,600	28,440	27,400	28,690	28,780	29,420
	축산물(일)	계란(원/30개)	6,481	7,591	7,612	7,505	7,389	7,535
		닭(원/kg)	5,681	5,760	5,548	5,471	5,433	5,309
		돼지(삼겹살)(원/kg)	21,120	20,750	20,440	22,340	24,510	25,430
		소_국산(한우등심)(원/kg)	121,040	123,990	126,780	126,680	128,480	127,890
		소_미국산(갈비)(원/kg)	24,750	24,620	24,520	24,460	24,520	24,930
소_호주산(갈비)(원/kg)		24,690	24,570	24,010	23,940	24,140	24,470	

[표37] 주요 경제지표(2021년 하반기)

주요 지표	통계명	세부 항목	2021년					
			7월	8월	9월	10월	11월	12월
경제 일반	경제성장률(분기)	실질성장률(%)	0.2			1.3		
		민간소비 증감률(%)	0.0			1.5		
	경기종합지수(월)	선행지수	127.4	127.5	127.5	127.5	127.4	127.7
		동행지수	117.3	117.6	117.8	118.1	118.5	119.5
		후행지수	121.2	121.5	122.0	122.6	123.2	123.8
경기 동향	기업경기지수(월)	제조업	99	92	96	93	88	88
		비제조업	82	78	81	81	85	83
	중소기업경기전망조사(월)	전 산업	78.9	73.6	78.0	83.4	81.5	83.5
		숙박 및 음식점업	76.1	44.0	47.9	57.7	71.5	78.2
	소상공인동향조사(월)	소상공인(음식점업)	25.4	29.4	51.6	66.5	70.0	32.3
		전통시장(음식점업)	21.0	25.3	56.5	56.8	61.1	28.1
	외식산업경기동향지수(분기)	현재지수	65.72			70.34		
	소비자동향조사(월)	소비자심리지수	103	103	104	107	108	104
		소비지출 전망	108	107	109	112	115	110
		외식비지출 전망	91	91	93	96	99	92
	가계동향조사(연)	가계소비지출(천 원/월)	2,544			2,547		
		가계식사비지출(천 원/월)	336			348		
	서비스업 동향(월)	숙박 및 음식점업(전년동월비%)	-8.0	-5.3	11.3	7.4	14.3	38.6
	서비스업생산지수(월)	음식점 및 주점업	83.9	80.2	81.4	89.8	92.5	91.9
물가	소비자물가지수(월)	총 지수	102.26	102.75	103.17	103.35	103.87	104.04
		식료품	104.98	106.54	108.31	107.02	107.50	108.09
		비주류	101.44	101.35	101.73	102.61	103.74	104.50
		주류	101.48	101.72	101.94	101.72	101.47	101.04
		음식서비스	102.78	103.09	103.51	103.91	104.48	105.38
	생산자물가지수(월)	총 지수	110.28	110.86	111.27	112.43	113.23	113.21
		음식점 및 주점	115.49	115.75	116.20	116.59	117.19	118.15
노동 과 임금	경제활동인구조사(월)	실업률(%)	3.2	2.6	2.7	2.8	2.6	3.5
		고용률(%)	61.3	61.2	61.3	61.4	61.5	60.4
	외식업 사업체 노동력조사(월)	임금(만 원/월)	183.9	182.0	188.9	184.4	185.7	193.2
		근로일수(일/월)	19.4	19.0	18.1	18.7	19.7	20.0
		근로시간(시간/월)	152.5	149.3	141.1	145.8	153.4	155.7
	외식업 직종별 사업체 노동력조사 (반기)	음식 서비스직 부족률(%)	5.2					
		주방장 및 조리사 부족률(%)	3.8					
		식당 서비스원 부족률(%)	6.2					
식재 료 가 격 (월 평 균)	곡류(일)	쌀(원/kg)	3,086	3,066	2,866	2,766	2,769	2,757
		양파(원/kg)	1,937	1,951	2,055	2,106	2,116	2,138
	채소류(일)	배추(원/포기)	3,390	4,393	5,396	4,280	4,409	4,217
		무(원/개)	1,762	2,183	2,046	1,788	1,773	1,794
	수산물(일)	물오징어(냉동)(원/마리)	4,687	4,631	-	-	4,587	4,486
		건멸치(원/kg)	29,620	29,200	28,730	28,780	27,600	27,620
	축산물(일)	계란(원/30개)	7,477	6,949	6,541	6,071	5,983	6,256
		닭(원/kg)	5,558	5,693	5,185	5,464	5,397	5,090
		돼지(삼겹살)(원/kg)	25,990	26,070	26,350	25,860	25,220	27,040
		소_국산(한우등심)(원/kg)	129,310	130,700	130,980	135,280	139,940	140,630
		소_미국산(갈비)(원/kg)	25,620	25,770	26,090	26,820	27,950	29,340
		소_호주산(갈비)(원/kg)	24,930	24,770	24,570	25,840	26,220	27,170

[표38] 주요 경제지표(2022년 상반기)

주요 지표	통계명	세부 항목	2022년					
			1월	2월	3월	4월	5월	6월
경제 일반	경제성장률(분기)	실질성장률(%)	0.6			0.7		
		민간소비 증감률(%)	-0.5			2.9		
	경기종합지수(월)	선행지수	128.0	128.0	128.1	128.3	128.8	129.2
		동행지수	120.4	120.8	120.8	120.7	121.0	121.4
		후행지수	124.3	124.9	125.4	125.9	126.3	127.0
경기 동향	기업경기지수(월)	제조업	92	90	93	85	88	87
		비제조업	78	82	84	82	85	86
	중소기업경기전망조사(월)	전 산업	79.0	77.2	84.9	84.7	87.6	86.1
		숙박 및 음식점업	47.2	59.6	63.5	76.8	95.0	94.1
	소상공인동향조사(월)	소상공인(음식점업)	38.2	32.0	48.8	76.8	84.2	69.2
		전통시장(음식점업)	36.2	24.1	44.9	70.3	73.8	68.4
	외식산업경기동향지수(분기)	현재지수	70.84			85.56		
	소비자동향조사(월)	소비자심리지수	104	103	103	104	103	96
		소비지출 전망	111	110	114	114	116	114
		외식비지출 전망	93	93	96	98	100	96
	가계동향조사(연)	가계소비지출(천 원/월)	2,531			2,619		
		가계식사비지출(천 원/월)	318			386		
	서비스업 동향(월)	숙박 및 음식점업(전년동월비%)	37.6	11.1	6.1	16.9	20.7	19.6
	서비스업생산지수(월)	음식점 및 주점업	83.4	73.1	82.6	93.0	103.9	101.2
물가	소비자물가지수(월)	총 지수	104.69	105.30	106.06	106.85	107.56	108.22
		식료품	109.41	109.67	109.52	110.23	111.69	111.56
		비주류	104.76	106.96	107.39	109.14	108.68	109.29
		주류	101.78	102.99	105.95	107.44	107.95	107.87
		음식서비스	106.40	107.39	108.34	108.85	109.81	110.67
	생산자물가지수(월)	총 지수	114.40	114.95	116.70	118.59	119.43	120.10
		음식점 및 주점	119.27	120.41	121.71	122.30	123.35	124.29
		음식점 및 주점	119.27	120.41	121.71	122.30	123.35	124.29
노동 과 임금	경제활동인구조사(월)	실업률(%)	4.1	3.4	3.0	3.0	3.0	3.0
		고용률(%)	59.6	60.6	61.4	62.1	63.0	62.9
	외식업 사업체 노동력조사(월)	임금(만 원/월)	194.6	183.8	188.5	188.3	192.7	193.4
		근로일수(일/월)	18.7	16.9	19.0	19.2	19.5	18.8
		근로시간(시간/월)	142.7	129.3	145.7	146.9	148.0	145.2
	외식업 직종별 사업체 노동력조사 (반기)	음식 서비스직 부족률(%)	6.4					
		주방장 및 조리사 부족률(%)	4.3					
		식당 서비스원 부족률(%)	7.8					
식재료 가격 (월평균)	곡류(일)	쌀(원/kg)	2,673	2,630	2,623	2,602	2,561	2,550
		양파(원/kg)	2,083	2,003	1,903	1,887	1,891	2,216
	채소류(일)	배추(원/포기)	4,228	4,089	4,451	4,978	4,634	4,134
		무(원/개)	1,711	1,704	1,663	1,631	1,939	2,076
	수산물(일)	물오징어(냉동)(원/마리)	4,469	4,601	4,614	4,741	4,780	4,807
		건멸치(원/kg)	27,530	27,670	27,480	27,980	28,100	27,750
	축산물(일)	계란(원/30개)	6,429	6,356	6,464	6,673	6,845	6,920
		닭(원/kg)	5,409	5,414	5,820	6,229	6,105	5,719
		돼지(삼겹살)(원/kg)	25,010	23,960	23,140	24,000	28,020	29,120
		소_국산(한우등심)(원/kg)	131,400	128,380	129,250	133,540	131,470	131,080
		소_미국산(갈비)(원/kg)	40,940	40,980	41,650	42,820	44,040	43,790
		소_호주산(갈비)(원/kg)	34,560	37,270	39,340	42,480	44,130	45,680

[표39] 주요 경제지표(2022년 하반기)

주요 지표	통계명	세부 항목	2022년					
			7월	8월	9월	10월	11월	12월
경제 일반	경제성장률(분기)	실질성장률(%)	0.3			-0.4		
		민간소비 증감률(%)	1.7			-0.4		
	경기종합지수(월)	선행지수	129.4	129.6	130.0	130.3	130.4	-
		동행지수	122.2	123.1	123.4	123.7	123.1	-
		후행지수	127.7	128.4	129.0	129.6	130.4	-
경기 동향	기업경기지수(월)	제조업	83	78	82	75	73	69
		비제조업	81	80	82	81	78	77
	중소기업경기전망조사(월)	전 산업	81.5	78.5	83.2	85.1	82.3	81.7
		숙박 및 음식점업	96.7	84.7	80.5	86.2	90.0	95.9
	소상공인동향조사(월)	소상공인(음식점업)	57.3	64.1	63.2	57.9	57.8	58.4
		전통시장(음식점업)	54.3	58.6	71.1	67.0	57.0	52.7
	외식산업경기동향지수(분기)	현재지수	89.84			82.54		
	소비자동향조사(월)	소비자심리지수	86	89	91	89	87	90
		소비지출 전망	112	110	109	110	107	108
		외식비지출 전망	91	92	92	91	89	91
	가계동향조사(연)	가계소비지출(천 원/월)	2,702			-		
		가계식사비지출(천 원/월)	406			-		
	서비스업 동향(월)	숙박 및 음식점업(전년동월비%)	29.8	31.7	21.3	15.9	-	-
	서비스업생산지수(월)	음식점 및 주점업	107.9	104.7	97.6	103.6	98.1	-
물가	소비자물가지수(월)	총 지수	108.74	108.62	108.93	109.21	109.10	109.28
		식료품	113.44	115.17	116.82	115.15	112.60	113.67
		비주류	108.66	108.07	108.98	109.55	109.72	111.05
		주류	108.06	108.30	107.86	108.06	107.96	108.08
		음식서비스	111.39	112.20	112.80	113.16	113.48	114.03
	생산자물가지수(월)	총 지수	120.44	119.98	120.06	120.68	120.29	119.96
		음식점 및 주점	125.27	126.17	126.83	127.21	127.57	128.15
노동 과 임금	경제활동인구조사(월)	실업률(%)	2.9	2.1	2.4	2.4	2.3	3.0
		고용률(%)	62.9	62.8	62.7	62.7	62.7	61.3
	외식업 사업체 노동력조사(월)	임금(만 원/월)	196.9	195.3	200.3	194.5	-	-
		근로일수(일/월)	19.2	19.6	18.5	18.5	-	-
		근로시간(시간/월)	148.4	151.2	140.4	142.1	-	-
	외식업 직종별 사업체 노동력조사 (반기)	음식 서비스직 부족률(%)	5.3					
		주방장 및 조리사 부족률(%)	4.0					
		식당 서비스원 부족률(%)	6.1					
식재 료 가 격 (월 평 균)	곡류(일)	쌀(원/kg)	2,532	2,461	2,420	2,490	2,664	2,595
		양파(원/kg)	2,522	2,535	2,618	2,678	2,793	2,861
	채소류(일)	배추(원/포기)	5,637	6,687	9,061	5,966	3,416	2,886
		무(원/개)	2,535	3,132	3,843	3,664	2,615	1,976
	수산물(일)	물오징어(냉동)(원/마리)	-	4,631	4,341	4,541	4,588	4,640
		건멸치(원/kg)	29,100	27,990	27,240	27,290	25,260	26,120
	축산물(일)	계란(원/30개)	6,780	6,673	6,590	6,508	6,614	6,698
		닭(원/kg)	5,670	5,652	5,526	5,364	5,385	5,473
		돼지(삼겹살)(원/kg)	27,810	26,590	27,230	27,320	25,810	25,300
		소_국산(한우등심)(원/kg)	129,050	127,060	125,570	130,840	128,860	118,160
		소_미국산(갈비)(원/kg)	42,770	42,840	42,710	43,400	42,320	41,390
		소_호주산(갈비)(원/kg)	44,470	44,870	43,930	44,270	44,860	44,740

※ 외식산업경기동향지수 종합보고서 작성일 기준 공시되지 않은 지수는 ‘-’처리

구분	내용
제 목	2022년 외식산업경기동향지수 종합보고서
발 행 처	한국농수산물유통공사
발 행 일	2023년 1월
주 소	전라남도 나주시 문화로 227
조사기관	(주)리서치랩
문의처	한국농수산물유통공사 식품기획정보부 (061-931-0713)
* 동 자료는 한국외식산업정보포털(The외식) www.atfis.or.kr/fip 을 통해 다운로드 받아 보실 수 있습니다.	