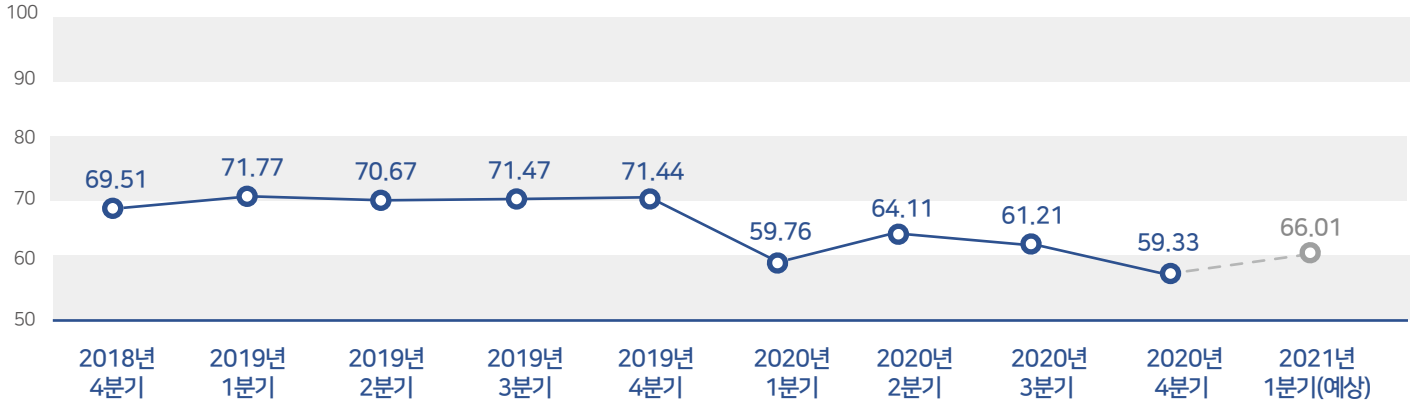




※ 본 보고서는 「The 외식」 사이트에 게시되어 있습니다(<http://www.atfis.or.kr>)

1 외식 산업 경기전망지수 추이

※ 5점 척도('18년도 변경) 적용 결과



2020년 4분기 외식산업경기지수 59.33으로 하락, 경기침체 장기화 우려

2020년 4분기 현재 외식산업경기지수는 59.33으로 3분기(61.21) 대비 지수가 하락한 것으로 나타났으며 지속적인 코로나19의 영향으로 민간 소비가 위축되며 외식업 경기는 장기 침체 현상을 보이고 있음

2020년 9월 이후 코로나19의 확진자 증가추세가 둔화되고 있었으나 12월을 기점으로 급격히 늘어난 확진자 수에 따라 정부는 완화했던 사회적 거리두기의 단계를 다시 2.5단계로 격상하고 이에 따라 음식점의 취식 제한으로 외식 소비가 급격하게 하락함에 따라 경기지수는 3분기 대비 더욱 하락하였음

미래 외식경기에 대한 전망지수는 경기침체가 장기화됨에 따라 내년도의 코로나19 극복에 대한 낙관적 심리가 일부 반영되어 현재경기지수보다는 높게 나왔으나 여전히 2019년 수준의 경기회복은 기대하고 있지 않았음

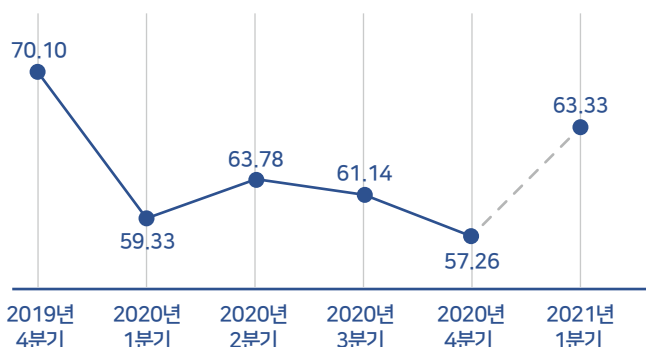
* 미래전망지수(2020년 4분기)는 보통 미래에 대한 낙관적인 기대로 인해 현재 경기지수보다 지수가 높게 나타나는 경향을 보임.

2 주요 업종별 외식산업경기지수



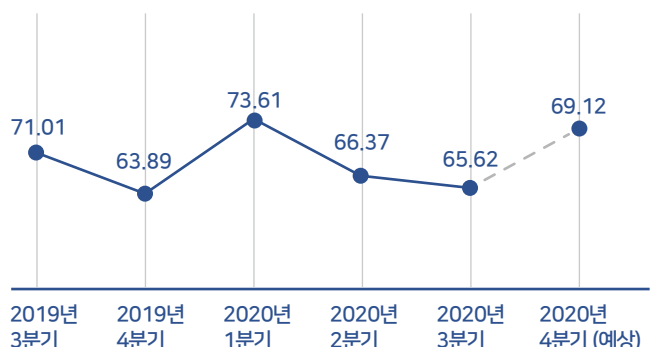
한식 여전히 경기 침체 상태

한식음식점업의 경기지수는 2020년 4분기에 57.26을 기록하였으며 이는 3분기 대비 3.88p 하락한 수치로 경기 하락폭이 심화된 것으로 보임



중식 상대적 경기하락세 완화되었으나 여전히 회복 못해

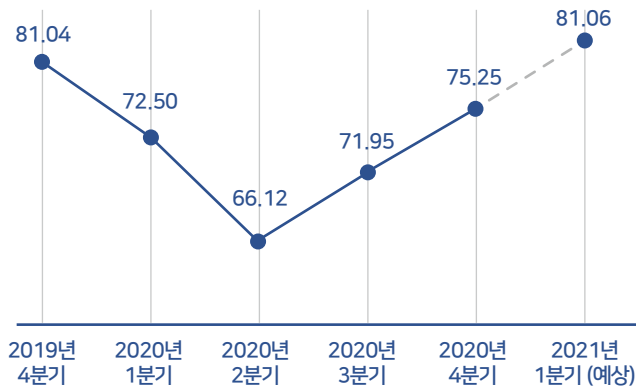
중식 음식점업 경기지수는 2020년 4분기 65.62를 기록하여 타 업종에 비해 상대적 경기하락세 완화, 그러나 3분기 대비 지수하락으로 여전히 경기 침체 상태임





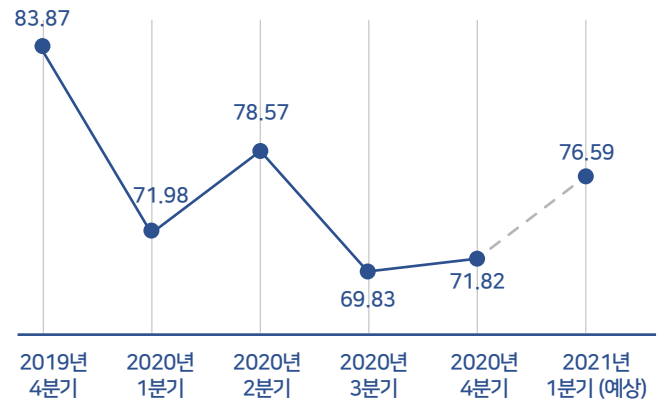
기관구내 식당업 경기지수, 상대적으로 업종 중 높은 지수 기록

기관구내 식당업의 경기지수는 2020년 4분기 75.25를 기록, 업종 중 지수가 가장 높아 상대적으로 경기침체가 완화된 것으로 판단됨



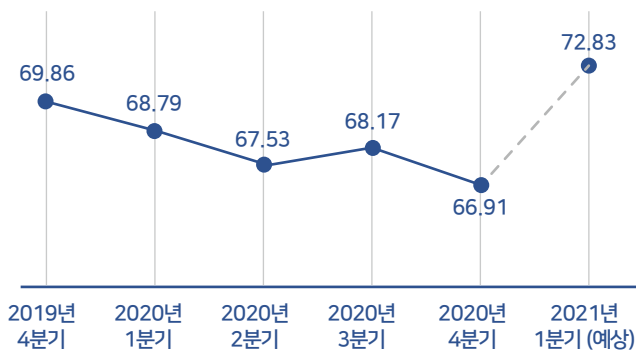
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업 지수 일부 개선

피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업의 4분기 지수는 71.82로 일부 경기개선이 이루어졌으나 여전히 매출감소 업체비중 높음



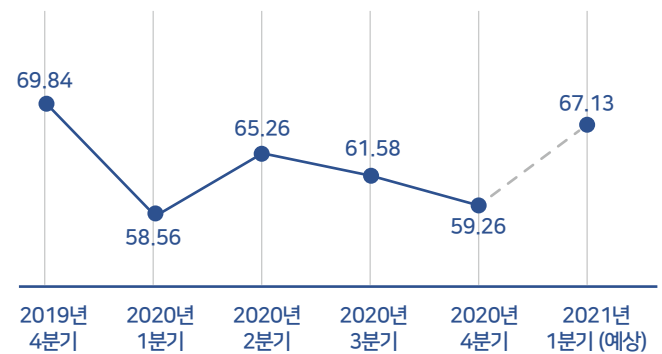
치킨 전문점 3분기 대비 하락

치킨 전문점의 2020년 4분기 경기지수는 66.91이며, 코로나19의 영향이 시작된 2020년 에는 2019년 수준의 경기회복을 보이지 못하며 지속적인 경기 침체 상황임



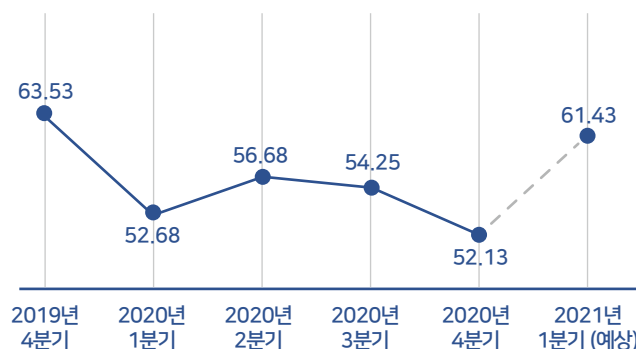
김밥 및 기타 간이 음식점업 경기지수, 여전히 회복세 보이지 못해

김밥 및 기타 간이 음식점업의 2020년 4분기 경기지수는 59.26을 기록하였으며 전년 동 분기 대비 여전히 침체상황인 것으로 보임



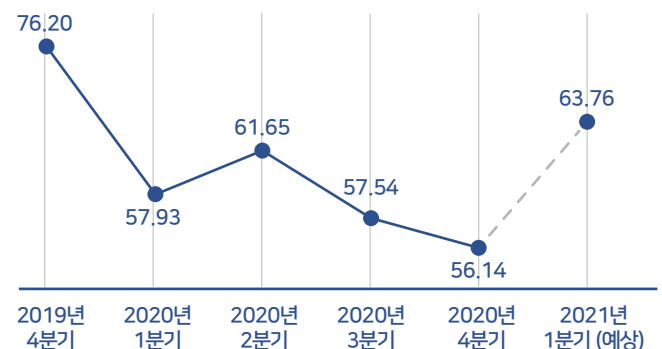
주점업 경기지수, 코로나19로 가장 심각한 타격, 경기 침체 장기화 우려

주점업의 2020년 4분기 경기지수는 52.13을 기록해 업종 중 경기지수가 가장 낮았으며 2020년도에는 지속적으로 업종 중 가장 낮은 지수를 보여 경기침체 장기화 우려



비알코올 음료점업 경기지수, 주점업과 같이 업종 중 가장 심각한 타격, 예년 수준 회복 어려워

비알코올 음료점업의 경기지수는 56.14를 기록하였으며 2020년 이전까지 업종 중 상대적으로 높은 지수를 기록하였으나 예년 수준의 회복이 계속 어려운 것으로 보임



3 지역별 외식산업 경기지수

2020년 4분기의 지역별 외식산업 경기는 코로나19의 영향에 따라 전반적으로 경기 침체를 나타내고 있으며 특히 서울 및 수도권 지역의 경기침체가 두드러지며 12월 확진자 수가 급격히 증가한 울산 및 충북지방 등의 경기 하락세가 두드러짐

경기 하락 폭이 가장 큰 지역은 '서울특별시(57.01)'로 나타났고 이어 '울산광역시(57.28)', '광주광역시(57.72)', '강원도(57.78)'순으로 하락폭이 컸음. 특히 서울 지역은 11월 대비 12월 확진자 수 증가가 전국에서 가장 많았으며 이로 인한 사회적 거리두기 단계 강화의 영향을 받았을 뿐만 아니라 전반적인 소비 침체의 영향을 가장 많이 받은 것으로 보임

외식산업 경기지수 상위 지역 (상위 3개)

1위. 충청남도	
62.80	1
2위. 제주특별자치도	62.31 2
3위. 세종특별자치시	61.84 3

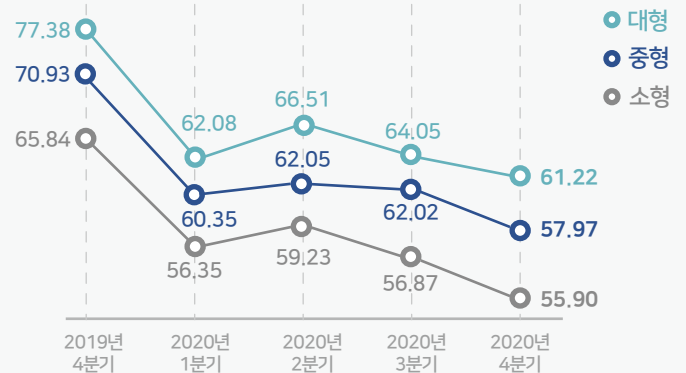
외식산업 경기지수 하위 지역 (하위 3개)



4 매출액 규모별 외식산업경기지수

매출액 규모별 외식산업경기지수를 살펴보면, 매출액 규모가 '소형(55.90)'인 업체의 지수가 가장 낮은 것으로 나타났고, 이어 '중형(57.97)', '대형(61.22)'의 순으로 나타나 매출액 규모에 반비례하여 경기 하락의 폭이 증가하고 있었음
모든 매출액 규모에서 경기 하락이 심화된 가운데 2020년 3분기 대비 4분기 '중형(62.02→57.97)'업장이 상대적으로 지수 하락이 컸으며 여전히 회복세를 보이지 못하고 있음

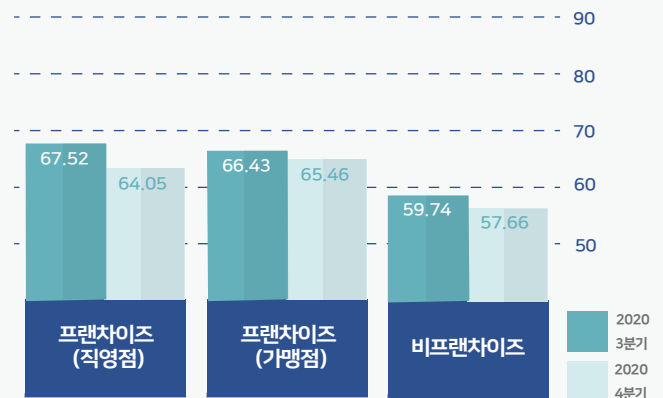
*업체 규모별 외식산업경기전망지수는 전체 업종의 경기지수임으로 결과 해석시 유의



5 운영형태별 외식산업경기지수

운영형태별 외식산업경기전망지수를 살펴보면, 코로나19 영향이 장기화되면서 운영형태와 무관하게 경기가 좀처럼 회복되지 못한 채 전년 동분기 대비 경기 하락폭이 악화되고 있는 것으로 보여짐.

'비프랜차이즈(57.66)'에서 가장 큰 폭의 경기 하락이 나타났으며, 전 분기와 달리 '프랜차이즈(직영점)(64.05)'의 하락폭이 '프랜차이즈(가맹점)(65.46)'보다 더 커진 것으로 나타남. 이는 상대적으로 고정 운영비 소모가 더 크고, 동일한 브랜드라 하더라도 상대적으로 운영규모가 가맹점보다 더 큰 직영점이 영향을 더 크게 받았으며 코로나19 장기화에 따라 충격이 축적되면서 나타난 결과로 보여짐.





최규완 교수

- 경희대학교 호텔관광대학

Hospitality경영학부

- 경희대학교 H&T애널리틱스 센터장

4분기 외식업에 연말 특수는 없었다, 더 나쁜 상황 대비해야

2020년 4분기 외식업 경기는 최악의 상황에 빠졌다. 코로나 겨울철 유행이 현실화된 것이다.

코로나 사태 악화에 따른 사회적 거리두기단계의 상향조정은 자영업 시장에서 가장 취약한 업종인 외식업에 매출 하락이라는 직격탄을 날린 거나 다름없다. 이는 수치에 그대로 반영되어 외식산업경기 지수는 59.33으로, 3분기(61.21) 보다는 지수가 하락한 것으로 나타났다. 2012년 지수 작성 이래 가장 낮은 수치이다. 더군다나 대부분의 식당은 12월을 정점으로 한 연말 특수시기에 한 해의 수익을 최대 달성하는 데, 2020년 연말은 겨울철에 더 기승을 부리는 코로나 바이러스로 인해 더욱 고통받는 시기가 되었다. 수도권 2.5단계, 비수도권 2단계 상향에 따른 오후 9시 영업 제한과 5인 이상 집합금지 조치는 다른 소상공인, 자영업종에 비해 연말 특수를 노리는 식당들에게는 상대적으로 더 큰 매출 타격을 가져다 준 정책적 원인이었다. 특히 외식업종 중에서도 모임과 관련이 깊은 주점업이나 매장 내에서 착석 서비스를 금지하는 카페의 경우 타격이 더욱 큰 것으로 나타났다.

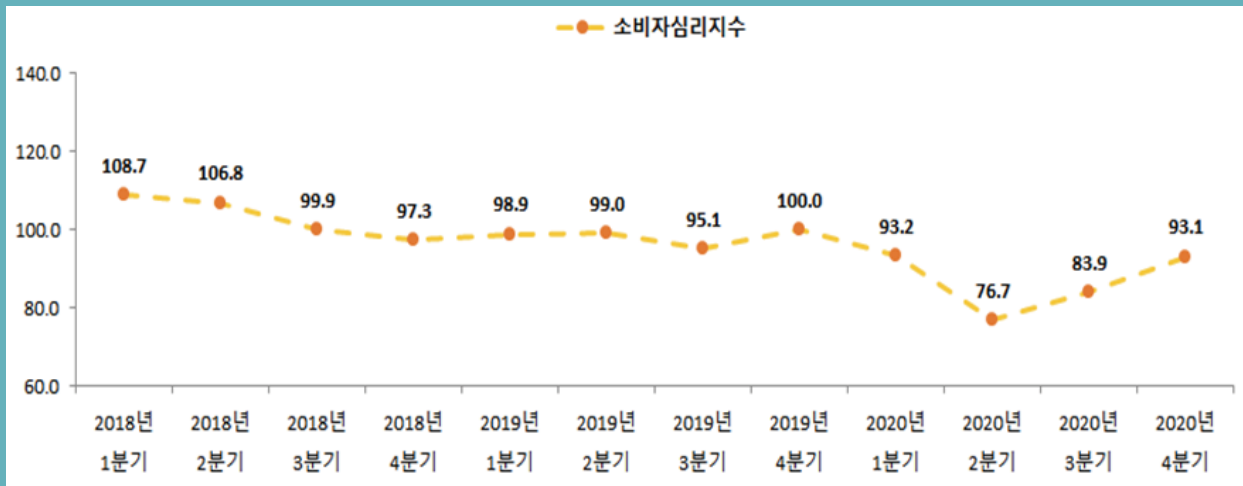
한편, 미래 외식경기에 대한 전망은 12월말을 정점으로 코로나 사태가 진정세를 보일 것으로 예상되어 2021년 1사분기는 다소 매출이 회복될 것으로 전망되었다. 그렇다고 큰 매출 상승의 변화를 보인다고 보다는 사회적 거리두기 완화에 따른 소폭의 매출 상승이 전분기 대비는 나타날 것으로 보인다. 그러나 기초 체력이 바닥이 날대로 난 상황에서 소폭의 매출 상승이 있을지라도 여전히 외식업은 험난한 여정이 이어질 것으로 판단된다.

[그림 1] 외식산업경기전망지수(2018~2020, 한국농수산식품유통공사)





[그림 2] 소비자심리지수(2017~2020, 한국은행)



업종별로는 사회적 거리두기 강화조치의 직접적 영향이 가장 큰 '주점업'의 매출 타격이 두드러졌다. 특히 영업시간이 9시로 제한되고 배달과 포장서비스부문에서 취약성을 갖는 '주점업'은 매출 증대의 방향성을 전혀 찾지 못하고, 사회적 거리두기 강화조치로 인한 손실을 그대로 떠안은 형국이 되었다. 또한 카페가 포함된 '비알콜음료점업' 역시 착석 서비스가 제한된 카페를 중심으로 매출 하락이 크게 나타났다. '기관 구내식당업'은 상대적으로 경기 하락 폭이 적었으며 이는 코로나19 여파로 소비자의 외식 소비가 일반 내점 이용에서 구내식당 이용으로 대체됨에 따른 효과로 여전히 반영한 결과라고 판단된다.

지역별로는 집단 및 지역 소단위 감염 사례가 크게 발생한 '서울' 지역의 매출 하락이 두드러지게 나타났다. '서울'의 경기지수는 57.4로 '기타지방'의 60.27에 비해 큰 폭의 차이를 보이기도 있다. 이는 수도권의 사회적 거리두기 2.5단계가 지방의 2단계에 비해 높게 적용된 결과이기도 하다.

상권별로는 사회적 거리두기와 더 관련성이 높은 '유흥상업지', '일반상업지', '역세권', '대학 및 학원가' 등이 '주거지'나 '유통센터' 등에 비해 타격이 큰 것으로 나타났다. 업체 규모 별 외식경기는 '매출액', '가격대' '객단가' 기준 모두 내수소비 침체의 영향을 받아 전 분기 대비 경기하락이 심화되었으며 대형 식당 일수록 매출 하락이 크게 나타났고, 또한 영업기간이 길었던 식당일수록 매출 하락폭이 컸다.



서비스 형태와 배달앱 이용여부 별 경기지수를 살펴보면, 예상과 마찬가지로 배달과 테이크 아웃을 전문으로 하거나 이들 서비스 비중이 높은 식당의 매출이 테이블 서비스를 하는 식당에 비해 매출 타격이 적었다. 특히 배달앱 주문을 이용한 식당의 매출이 전화 주문을 이용한 식당의 매출 보다 타격을 덜 입은 상황을 고려하여 보면 식당들이 배달 플랫폼을 적극 이용할 필요가 있음을 시사한다. 물론 개별 식당의 경우 상황에 따라 배달에 따른 수익과 비용의 관계를 따져 봐야 하겠지만, 당분간 코로나 상황이 지속됨을 가정한다면 배달과 테이크아웃의 비중을 늘려나가는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

2020년 4분기 외식업에 연말특수는 없었다. 2020년 4분기는 코로나 사태가 가장 악화된 시기이다. 3분기말 23,812명이었던 확진자는 4분기말 60,740명으로 크게 증가하였다. 이에 따른 소비자의 외식 소비위축과 사회적 거리두기 강화는 고스란히 식당의 매출 하락으로 이어졌던 것이다. 이러한 소비 감소 현상은 2021년 상반기까지도 지속될 것으로 보인다. 결국 정부의 정책적 지원이 있다고 하더라도 식당 스스로 자구책을 마련하지 않으면 안된다. 결국 대면 서비스의 감소분을 비대면 서비스 수요 증대로 커버해야 하는 것이다. 식당 입장에서는 배달 및 포장서비스를 늘리고 다양한 배달 플랫폼을 적극 활용하는 것이 일차적인 답이다. 배달 및 포장 메뉴가 없는 식당의 경우 새로 해당 서비스에 적합한 메뉴를 개발할 필요성도 있다. 현재 상황은 외식업에 있어서전쟁과도 같은 상황이다. 생존을 위해서는 할 수 있는 모든 수단을 동원해야 할지 모른다.