

서울시 외식업 활성화대책 및 육성방안

김태희*

경희대학교 외식산업학과

thkim33@khu.ac.kr



고유가, 고물가로 외식업계 수익성 악화

최근 고유가, 곡물파동 및 미국산 소고기 수입 문제 등으로 인해 물가가 상승하면서 소비자들의 소비심리가 위축되고 있다. 이는 외식비 감소, 고객수 감소 등으로 이어져 계속되는 내수경기 침체에 힘들어했던 외식업계는 식재료비, 인건비 상승의 이중고를 겪고 있으며, 외식업 종류에 따라 다소 차이는 있지만 외식업계의 수익성은 더욱 악화되고 있는 것으로 나타났다. 식재료비와 인건비는 외식업에서 가장 높은 비중을 차지하는 프라임 코스트로서 이들 원가의 상승은 영업 이익에 직접적으로 영향을 미칠 수밖에 없기 때문이다.

(사)한국음식업중앙회에 따르면 지난 5월 현재 전국 음식점 폐업수는 4,970개로 2005년 대비 9.1% 증가한 반면, 신규업소는 5,594개로 2005년 대비 6.6% 감소한 것으로 보고

* 저자 학력, 경력, 및 최근 연구:

- 미국 Purdue University 석사
- Kansas State University 외식경영학 박사
- 『서울의 식품진흥을 위한 발전방안 연구』 (서울시), 『중국인관광객을 위한 음식점 이용 만족도 제고방안 연구』 (서울시)

되었고, 서울보다 지방의 폐업률이 더 심각한 것으로 나타났다. 또한 점포 개점 후 5년 이상 영업을 지속하는 비율은 경기가 좋을 때는 60%이상 차지했지만 최근에는 5년 이상 영업을 하는 업소수가 5% 미만, 3~4년 이상은 9~10% 정도로 영업지속 기간이 짧아지고 있다고 보고했다.

통계개발원이 발표한 ‘한국의 서비스산업’ 보고서에서도 2001년 창업한 업체가운데 2005년까지 남아있는 업체를 조사한 결과 숙박·음식점업의 업체 생존율은 28.7%로 서비스업 가운데 가장 낮은 수준인 것으로 나타났다.

국내 외식업은 시장진입 장벽이 매우 낮아 개인사업자에 의해 운영되는 자영업이 대부분이며, 철저한 준비 없는 무분별한 창업으로 인해 공급과잉 현상이 극심하고, 자생력이 없는 점포들을 양산함으로써 폐업률이 매우 높은 다산다사(多産多死)형 산업구조를 보이고 있는 것이 특징이다. 21세기 국가 경쟁력은 서비스산업 경쟁력에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 우리나라 서비스산업의 선진화를 위해서는 외식업의 자생력 및 경쟁력 강화를 위한 대책 마련이 시급하다고 판단된다.

서울시 외식업계 현황

서울지역은 경기지역과 더불어 다양한 사업체가 집중적으로 분포되어 있는 것이 특징이다. 외식업의 경우 2006년 기준 약 51조원의 전체 외식시장 규모 중 서울시가 25.5%인 13조원을 차지하고 있고, 지역별로 구분했을 때 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 또한 전체 외식업체수 546,504개 중 약 19%가 서울에 위치하고 있으며, 종사자 비중은 전체 종사자수 1,450,469명 중 331,799명(22.9%)이 서울 지역 외식업체에서 일하고 있다(통계청, 2006). 이는 다시 말하면 서울시 외식업의 경쟁력이 곧 대한민국 외식업의 경쟁력을 나타낸다고 해석할 수 있다.

그러나 서울시 외식업소들의 경쟁력도 위에서 언급한 외식업계 전반의 상황과 크게 다르지 않다. 서울시에서 실시한 자체 조사 결과에 따르면 지난 2005년과 2006년 2년 동안 서울시에 총 27,965개 신규 외식업소가 생긴 반면, 폐업한 점포는 총 25,320개로서 90% 이상의 폐업률을 나타냈다.

〈표 1〉 서울시 외식업소 신규·폐업 점포수

	2005년	2006년	합계
신규	14,481	13,484	27,965
폐업	13,144	12,176	25,320

자료: 서울의 식품진흥을 위한 발전방안 연구(2008)

최근의 외식업계 불황을 감안하면 그 심각성은 더 한 실정이다. (사)한국음식업중앙회 자료에 의하면 2008년 1월에서 5월간 서울시의 신규 음식점수는 4,101개인 반면, 명의를 변경한 업소는 6,240개, 휴업 상태인 업소는 26,925개, 그리고 폐업한 업소는 3,219개 인 것으로 보고하고 있다.

2007년 말에 실시된 서울시 음식점 경영주 대상의 실태 조사 결과(서울시, 2008)에 따르면, 대부분의 경영주들은 현 외식업계의 경쟁이 너무 치열하다고 인식하고 있었으며, 신규 창업자들에게 외식업 창업을 말리고 싶다는 의견이 전체 응답자의 78%를 차지할 정도로 경영의 어려움을 호소하고 있었다.

〈표 2〉 신규 창업자에게 외식업 권유

매우 권하고 싶다	다소 권하고 싶다	관여하지 않는다	다소 말리고 싶다	적극적으로 말리고 싶다
3%	6%	13%	49%	29%

자료: 서울의 식품진흥을 위한 발전방안 연구(2008)

이들 경영주들의 창업 준비 기간은 대부분 3개월에서 1년 이하로 나타났고(77%), 1~2개월 정도 준비하고 개업했다는 응답자도 12%나 차지할 만큼 창업 준비기간이 매우 짧은 것으로 나타났다. 업종별로 보면 외식업소 중 가장 많은 비중(84%)을 차지하고 있는 한식당 경영주들의 66.7%는 창업 준비기간이 3~4개월 정도였다고 응답해 타 업종에 비해 상대적으로 창업기간이 더 짧아 이러한 문제점들이 폐업률을 증가시키는 주요 원인인 것으로 보인다.

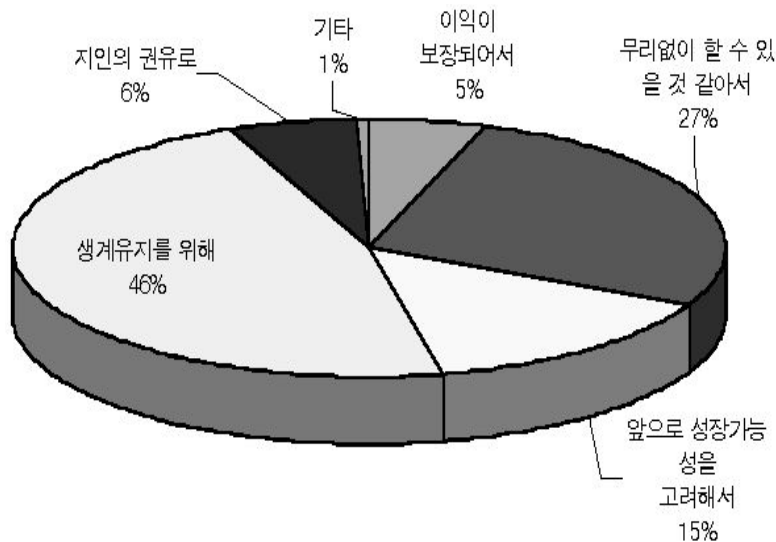
〈표 3〉 창업 준비 기간

1~2개월	3~4개월	5~12개월	1~2년	2년 이상
12%	42%	35%	8%	3%

자료: 서울의 식품진흥을 위한 발전방안 연구(2008)

창업시 누구에게 조언을 듣느냐는 질문에 대부분 외식업 유경험자(37%)나 주변 지인(33.7%)에게 조언을 듣는다고 했으며, 조언 없이 창업을 했다는 응답자도 8%나 되었다. 이는 음식점 개업시 전문적인 정보 수집 없이 주먹구구식의 개업을 많이 하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 음식점을 하기 전 직업은 회사원이 가장 많은 28.2%를 차지했고, 음식점 관련 경험이 있는 사람은 26% 정도로 음식점 운영 관련 전문지식 없이 무작정 외식업에 뛰어든 경우가 많았다.

음식점 창업의 동기 또한 생계유지가 46.8%로 가장 높았고, 무리 없이 운영할 수 있을 것 같아서(27%) 등 외식업을 전문성이 필요 없는 사업으로 인식하고 있으며, 너무 쉽게 창업을 결정하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 요인들은 경기가 침체되고 경영환경이 악화되는 경우 음식점의 경영난으로 이어지고 우리나라 외식업 전반을 위기 상황으로 몰고 가는 주요 요인임을 알 수 있다.



〈그림 1〉 음식점 창업 동기

음식점 운영시 가장 힘든 점으로 26.8%가 ‘매출부진’ 이라고 응답했으며, ‘인력수급’, ‘임대료 상승’, ‘카드수수료율’ 등의 순으로 나타났고, 음식점을 운영하는데 가장 필요한 교육으로는 매출부진의 타개책으로 메뉴개발(22.9%)과 고객서비스교육(18.9%), 그리고 마케팅교육 등을 원하는 것으로 나타났다.

외식업의 선진화를 위해서는 화장실과 같은 편의시설의 개선 및 영업시설의 투자가 필수적이다. 그러나 많은 음식점 경영주들은 음식점 설비나 인테리어, 시설 등을 개선하지 못하는 이유로 자금이 없어서(39%)라고 응답했으며, 영업이 잘되지 않아서라고 응답한 경우도 32%나 차지했다.

결론적으로 서울시 외식업소들은 경쟁이 치열하고, 준비 없는 창업자들이 많아 자생력 및 경쟁력이 매우 낮은 것으로 나타났으며, 생계유지형 또는 무분별한 창업을 지양하고 신규업소들의 자생력을 강화할 수 있는 제도 개선 및 정책 개발이 필요하다고 볼 수 있다. 또한 음식점 경영에 있어서도 영업활성화 및 수익성 개선을 위한 전문화된 경영 컨설팅 서비스 및 교육 훈련 서비스 제공을 통해 경영 노하우를 쌓고 시장 경쟁력을 확보하는 것이 중요할 것이다.

외식산업 육성기반 마련

그동안의 국내 외식산업 육성 정책은 거의 전무했다고 할 수 있으며, 요식업이라 불리웠던 시절에는 소비성 산업으로 규정하여 지원보다는 대부분 규제중심의 정책이 추진되어 왔다. 산업자원부가 그동안 추진해왔던 프랜차이즈 산업 육성 정책은 ‘외식 프랜차이즈 업체’ 만을 대상으로 하고 있고, 문화관광부 역시 인증 받은 ‘관광식당’ 만을 대상으로 정책을 추진해왔기 때문에 국내 외식산업의 대다수를 차지하고 있는 영세한 중소음식점들은 정부 정책의 사각지대에 놓여 있어 그동안의 정부 정책은 많은 한계를 가지고 있었다.

그러나 2008년 신정부 출범과 함께 농림부가 농림수산물식품부로 바뀌면서 식품산업 및 외식산업 육성 정책이 만들어지기 시작했고 한식세계화와 더불어 외식산업을 점차 고부가가치 산업으로 인식하는 사람들이 늘어나고 있는 추세이다. 더 나아가 지난 6월말 발효된 ‘식품산업진흥법’ 으로 인해 제도적으로 외식산업 육성 기반이 마련되었고, 외식산업의 균형적 발전과 국제적 경쟁력을 갖추기 위해 구체적이고 다양한 정책들이 추진 될 수 있게 되었다.

또한 한류의 영향으로 동남아시아 국가의 한국에 대한 선호도 및 한국음식에 대한 관심이 높아지고 있고, 외식업이 관광산업에 미치는 부가가치 유발 효과의 중요성이 증대되고 있어 외식산업의 국제적 경쟁력 확보를 통한 고부가가치 창출이 관광산업 활성화 및 국가 이미지 제고에 큰 역할을 할 것으로 기대된다.

자생력 및 경쟁력 강화 정책 추진

서울시의 외식업 관련 업무는 ‘위생과’에서 주로 담당하고 있으며, 지금까지의 업무는 대부분 관리, 점검, 일회성 및 단편적인 자금지원 사업들로 영세한 외식업소들의 자생력 및 경쟁력 강화를 위한 정책 발굴은 매우 미흡했던 것이 사실이다. 그러나 외식산업 육성을 위한 법이 제정되고 별도 조직이 마련된 이 시점에서 서울시의 외식업 관련 정책 방향도 ‘식품위생안전 관리 정책 중심’에서 외식업소들의 자생력과 경쟁력을 강화하는 방향으로 전환될 필요가 있다고 본다.

또한 서울은 국내에서 가장 많은 관광객들이 방문하는 도시이며, 세계적 수준의 관광도시 서울을 만들기 위해서도 서울시에 위치한 음식점들의 전반적인 위생, 서비스, 시설 등 운영 수준의 향상과 경영 안정화 대책 마련이 필요하며, 특히 ‘관광사업과’와의 유기적인 협조 아래 음식 및 외식업소들을 관광 상품화함으로써 고부가가치를 창출해야 한다.

서울시 외식업소들의 국제적 경쟁력 확보를 달성하기 위해서 1) 신규업소의 자생력 강화, 2) 기존업소의 경쟁력 강화, 그리고 3) 외식업의 고부가가치화 전략을 제안하고자 한다. 이들 정책을 추진하기 위해서는 기존의 위생과 조직으로는 많은 한계가 있다고 판단되어 전담기구 설립을 통한 체계적 지원을 하는 방안을 함께 제안하고자 한다.

먼저, 신규업소의 자생력 강화를 위해서는 시장진입을 억제하는 방향으로의 제도 개선이 필요하다. 소상공인지원센터 등의 무분별한 창업 자금 지원 등은 오히려 공급과잉을 초래하거나 준비되지 않은 창업을 유도함으로써 폐업하는 점포를 양산하는 결과를 가져왔다고 본다. 이를 해결하기 위해서는 자금지원 대상자 선별시 단순한 ‘상담절차’가 아닌 관련 교육 및 자격검증(취득)을 통해 일정한 조건을 갖춘 자에 한해 창업자금을 지원받을 수 있도록 제도를 개선해야 할 것이다. 또한 조리(주방)시설은 위생안전과 밀접하게 연관되어 있으므로 조리시설 설비규정을 법적으로 제도화하여 외식업소 설계단계에서

시설설비 기준을 충족한 경우에 한해서 영업을 허가할 수 있도록 규제를 강화하는 것도 필요하다. 지금은 신고제로 음식점 영업을 할 수 있는데, 위의 조건을 충족하는 경우에 영업허가를 해주는 ‘부분적 허가제’ 도입을 통해 시장진입을 억제할 수 있을 것이다. 창업 컨설팅 지원을 통해 예비창업자들이 철저하게 준비된 창업을 할 수 있도록 유도하는 것도 필요하다. 창업은 있으나 경영은 없다는 말이 있듯이 전문적인 경영교육 및 훈련 프로그램을 미리 실시하여 개점 후 사업 성공 확률을 높일 수 있도록 해야 한다. 마지막으로 글로벌 스탠다드에 맞는 표준점포 운영시스템을 구축하여 창업을 준비하는 단계에서부터 외식점포 시설의 근대화 및 선진화를 달성하도록 하며, 특히 메뉴 컨셉별, 서비스 형태별, 규모별 표준점포 모델을 개발하여 매뉴얼화 하고 표준점포를 확산하고 점포에 따라 정책자금의 우선 지원을 고려해 볼 수 있다.

두 번째 전략으로는 기존업소의 경쟁력을 강화하는 것인데, 이를 위해서는 경영컨설팅 지원체제를 구축하여 기존 음식점 영업자들에게 필요한 다양한 경영 컨설팅을 실시하여 영업활성화를 제고할 수 있도록 해야 한다. 한정된 자원내에서 서울시내에 있는 모든 음식점을 대상으로 경영 컨설팅을 해주는 것은 현실적으로 불가능하기 때문에 자가학습(self-study)이 가능하도록 점포 운영과 관련된 폭넓고 다양한 교육자료 및 교육 매체(비디오, DVD 등)를 개발하여 무료 또는 유료로 보급하거나 온라인/오프라인 교육 등을 병행하는 시스템을 구축하는 것도 필요하다. 또한 현재 서울시 음식점들 대상으로 각종 인증제도가 시행되고 있으나 이러한 인증을 받은 업소를 방문한 고객들은 기대에 못미치는 서비스를 받고 실망하는 경우가 많은 것이 사실이다. 혜택이나 사후관리가 없는 인증서 남발을 지양하고 서울시에서 관광 상품으로 내어놓을 수 있을 만큼 음식점의 품질을 인증해주는 체계적인 품질평가시스템 등을 도입하여 금융 및 세제 지원 등의 혜택을 부여함으로써 품질개선의 동기부여를 제공하고 외식업 전반의 품질을 업그레이드 시키는 노력이 필요하다. 더 나아가 점포의 경영효율화 및 생산성을 극대화하기 위해서 점포운영 정보화 기반 구축이 필요하다고 본다. 기존의 단순 업무처리 위주의 정보화 수준에서 탈피하여 비용절감, 생산성 향상, 고객만족 향상 등의 경영목표를 달성하기 위한 IT 정보시스템 구축이 필요하며, 경험과 감으로 운영되어 왔던 전근대적인 운영방식을 벗어나 경영관리의 선진화 노력이 필요하다고 본다.

세 번째 전략인 외식업의 고부가가치화는 특별한 관광자원이 없는 우리나라의 경우 자랑스러운 우리 음식문화를 관광상품화 함으로써 관광한국, 관광서울의 이미지 제고를 통

해 달성될 수 있다. 현재 서울에서 열리고 있는 다양한 식품 및 음식관련 축제들이 많이 있지만 규모나 내용면에서 국제적 경쟁력을 갖춘 행사는 거의 보기 드물다. 한국음식, 음식문화, 외식업을 주제로 한 세계적인 ‘명품 박람회’ 등을 통합하여 개최함으로써 관광상품화 하는 방안을 모색해볼 필요가 있다. 국제 전시회 또는 박람회는 전시회 참석의 목적이외에도 개최국가나 도시의 관광을 목적으로 참가하는 경우가 많아 한국 음식 및 식문화 관련 서울의 대표적인 박람회를 개최함으로써 관광도시 서울의 이미지를 제고하고 외식산업 및 식품제조 유통업체들의 해외 판로 개척, 해외 투자자들이나 식품 바이어들에게 국산 식자재 및 외식 브랜드 소개로 해외 수출 활성화, 부가가치화 등의 긍정적 효과를 기대할 수 있을 것이다. 마지막으로 국내 외식업체들 중 혁신적이고 유망한 외식업체 브랜드를 선정하여 프랜차이즈 시스템 개발을 지원하고 해외 수출 상품화함으로써 부가가치를 제고할 수 있다. 이러한 사업들은 국내 외식시장에 시스템화되고 표준화된 외식 업체들의 확산을 촉진시킴으로써 선진화된 외식산업 구조를 달성할 수 있다고 본다. 더 나아가 기존의 영세하게 운영되고 있는 음식점업들의 프랜차이즈 전화를 유도함으로써 체계적이고 근대화된 영업방식으로 음식점들이 운영될 수 있도록 지원한다면 국내 외식업계 전반의 경쟁력이 강화 될 것이라 확신한다.

지금까지 언급한 사업들을 효과적으로 추진하기 위해 서울시 산하에 전담기구를 설립하여 체계적으로 사업을 추진한다면 서울시 외식업의 국제적 경쟁력 확보 및 외식산업의 진흥을 빨리 앞당길 수 있을 것으로 기대된다. **SDI**

참고문헌

- 서울시 (2008) 서울의 식품진흥을 위한 발전방안 연구
- 월간식당 (2008) 2008년 상반기 결산 및 하반기 계획 특집기사, 8월호, 68~79