

國內  
外食  
産業  
의  
現  
況  
과  
展  
望

安 昌 根  
<<株> 롯데리아 開發課長>

한 나라의 음식문화는 그 나라 민족성과 역사적 환경에 의하여 많은 세월을 거치면서 변화되는 것이다.

'86, '88年度の 국제화시대에 부응하여 서구화된 Fast food 산업이 우리나라에 속속 들어와 지금은 포화상태에 이르러 기존 市場을 위협하면서 먹기위한 음식에서 먹이기 위한 힘겨운 싸움이 계속되고 있다.

79年度 國內에 최초로 도입된 롯데리아를 시발점으로 하여 外國의 유명 브랜드상표를 갖고 축적된 Know How와 체계적 管理 System을 母體로 하는 세계5대 Hamburger업체, 세계3대 Pizza chain 및 세계3대 Donuts chain 이 상륙하여 가히 지금은 세계음식市場의 축소판이라 불리울 정도로 경쟁이 치열하다.

### 1. Fast food의 意味

外食産業이란 가정에서 먹는 것 외에 밖에서 먹고 마시는 것을 통털어 말하며 Fast food란 外食産業의 한 部分으로 製造와 販賣가 分離된 조직적인 경영기법이 도입된 Hamburger, Donuts, Chicken, Ice cream, 면류 Chain등을 지칭하며 가격, 時間, 거리의 편의를 제공하는 편의식을 말한다. 또한 빠르고, 값싸고, 위생적인 음식(Convenience food)을 제공하는 레스토랑사업을 지칭하기도 한다.

### 2. Fast food의 發生여건

Fast food의 발생은 간편과 편리, 편의의 要求로 時間과 價格, 위생과 분위기등에 의하여 똑 같은 맛과 청결한 店鋪환경, 고객에게 친절한 Service 등을 생명으로 하고 있다. 또한 분식중심으로의 國民生活의 變化와 社會的 환경변화에 기인한 Young generation의 증가, 食事時間의 단축에 따른 life cycle의 speed化, 핵가족증가, 女性人力의 社會진출에 따른 조리시간의 단축, 도시생활의 확산에 따른 교통인구의 증가, 레저인구의 증가, 경제성장에

따른 가치분소득의 증가등에 영향을 받아 이루어지고 있다.

美國의 경우 근로자의 30%가 하루에 2회의 外食을 즐기는 것으로 나타났으며, 특히 바쁜 생활속에서 가장 빠르게 제공되고 간편하며 적당한 영양의 섭취를 위해서 「한끼는 Hamburger로」, 「Hamburger is not a junk food」, (한끼에 必要한 영양을 Hamburger 1個로 충분하다고 주장한다)라는 구호를 내걸고 합리적인 음식문화를 이루며 발전하고 있다.

### 3. 外國의 Fast food 現況

美國의 경우 50年度 말경에 시작된 Fast food市場은 60年代 30%, 70年代 18%, 80年代 15%의 賣出신장을 기록하였다. 82年度末 美國의 4대 Hamburger業體의 賣出額은 Mc Donald's 79억 \$, Burger King 28억 \$, Chicken chain인 Kentucky Fried Chicken(KFC) 29억 \$ 등 5대 메이커가 약 100억 \$ (한화 약 110조원)의 賣出을 기록하고 있다. 店鋪數는 Mc Donald's가 美國內 약 6000個, 해외에 7400店鋪로 이들에 1個店鋪씩 확장되고 있다. 2위인 Burger King은 3500個, KFC는 6500個를 保有, 세계적인 다국적 기업으로 발전하고 있다.

한편, 日本外食産業의 경우는 78年度에 13조 8백억엔으로 자동차産業을 압도하여 신장률 第一位의 産業으로 발전되어 83年度에는 50조원을 돌파하였다. 84年度에는 日本 Mc Donald's가 800억엔, 日本 KFC가 400억엔, 日本 Lotteria가 500억엔의 賣出額을 기록하였다. 85年度는 日本 Lotteria가 賣出額 550억엔에 28억엔의 이익을 目標로, 日本 Mc Donald's가 1200억엔에 90억엔의 이익을 目標로 숨막히는 경쟁을 하고 있다.

### 4. 國內의 Fast food 現況

韓國의 경우, 79年度에 國內 최초로 시작된 Lotteria를 기점으로 Lotteria는 85年 10月 現

在 全國에 48個의 店鋪망을 형성, 年間外形이 84年度 72억, 85年 目標 110억 원으로 國內 최대市場을 형성하고 있으나 85年度 추정 약 2,000억 원의 市場을 놓고 外國의 유명브랜드를 가진 우수업체가 도전하여 지금에는 치열한 市場경쟁을 벌리고 있다. 韓國의 Fast food 업체別 現況을 보면 표 1과 같다.

표 1과 같이 韓國의 Fast food 업체는 크게 6個業種別로 區分하여 운영되고 있다고 보며 Hamburger業種은 外國과 기술제휴라는 명목으로 3個業體가 Royalty를 지불하고 大型店鋪(80坪이상). 막대한 투자, 과감한 선전전략을 가지고 진출하여 30여개 업체에서 약 600個 店鋪를 가지고 있는 기존市場의 業體와 약 600억 원의 市場을 놓고서 숨막히는 경쟁을 벌이고 있으나 國內 市場의 여건미숙, 초기과다 투자에 따른 단위점포당 수익을 저하, 소고기原料肉의 확보문제등 고전을 면치 못하고 있다.

이와는 별도로 國內 自生業體인 약 20여개 업체는 작은 店鋪(10坪~20坪 이내), 적은 투자, 자체품목 개발등을 무기로 市場에 뛰어들었으나 本部의 기능부실, 管理의 한계성, 훈련된 인적요원의 결여, 신제품 개발능력 부족, 本部의 直營店鋪 확보무시, 축적된 Managerial, know how 부족 등으로 상당한 어려움을 겪고 있으며 최근에는 本部의 부도로 인하여 영업을 중단하는 사례가 빈번해지고 있는 실정이다. 또한 本部의 초기 加入金(加盟金)을 노리는 악덕부실기업까지 늘어 市場의 質을 떨어뜨리고 있는 경우가 있다.

Donuts업체로는 세계3대 Donuts업체가 상륙하여 경쟁하고 있으나 Menu의 한계성, 단맛의 기피현상(外國의 경우 단맛섭취에 따른 비만의 우려로 기피하는 경향이 있다함) 등으로 고전하는 실정이며 과잉 Royalty 지출(10%), 原材料(밀가루, 향신료 등)의 수입에 따른 관리비 압박 등으로 인하여 本部의 경영부실을 자초하는 현실이다.

Pizza업체는 Fast food라기 보다는 Family Restaurant형식으로 Fast food범주에 삽입시키는 곤란하나 참고적으로 알아 보면 세계 제

〈표 1〉 國內 Fast Food 업체 現況

85年 10月말 현재

업종별	상표명	국내업체	기술도입처	기술도입내용	점포수	備考
Hamburger 업체	Lotteria	(주)롯데리아	日本 Lotteria	기술도입합자	49	소형店舖 (5~10坪) 위주  소형店舖 위주 소형店舖 위주
	Americana	(주)아메리카나			30	
	Burger King	(주)한 압	(美)Burger King	51:49 합작 Royalty 3% 지급	6	
	Wendy's	(주)웬 코	(美)Wendy's International	70:30 합작 Royalty 3% 지급	5	
	Daily Queen Family	(주)한양유통 (주)페밀리	(美)Daily Queen	Royalty 4% 지급	70	
	Big Boy	(주)빅보이			83	
	Connelly	(주)커넬리	(美)Connelly		8	
	Burger Man				4	
	Lovely	제 5 식품(주)			24	
	Dalas	이신총			80	
	후랜드친	천일식품(주)			70	
	Gloria	그로리아			3	
	Indean	(주)인디안			65	
	Mederia				24	
	탐스코리아				1	
	Burger Jack	(주)IMJ			7	
대관령 Hamburger	삼양식품(주)					
Ameri King	성진산업(주)			5		
Young Family				22	556개	
Chicken 업체	Kentucky Fried Chicken	두산식품(주)	(美)K.F.C Heublein Inc	Royalty 4.5% Service Fee 절 포당 10,000 \$	6	111개
	Lim's Chicken	림스상사(주)			105	
Donuts 업체	Winchell's D	(주)부흥사	(美)Winchell's D	Royalty 3%	18	43개
	Mister D	대건교역(주)	(美)Mister D	Royalty 3%	13	
	Dunkin D	(주)金土日	(美)Dunkin D	Royalty 3%	12	
Pizza 업체	Shakey's Pizza	폴든벨상사(주)	(美)Shakey's Pizza	Royalty 3.5% License Fee 15,000 \$	1	8개
	Pizza Hot	동진식품(주)	(美)Pizza Hot	Royalty 3% License Fee 30,000 \$	2	
	Pizza Inn	조양물산(주)	(美)Pizza Inn		1	
	Losurdo's	뉴욕피자	(美)Losurdo's	Royalty 3%	4	
면류체인	다림방	(주)삼기프란차 이즈			40	160개
	장터국수	(주)장터			80	
	샤보로우동				30	
	엄마덮밥				10	
아이스크림 체인	Cony Island	고려인삼(주)	(美)Cony Island		80	향료만수입
	해태 Ice Pop	해태제과(주)			40	" "
	롯데 비야코	롯데제과(주)			13	" 133개
				총 계	1,011개	

일의 Pizza chain인 Pizza Hut(美國의 五大食品業體중 四位인 Pepsico group이 인수 운영하고 있으며 세계에 5000개 지점을 갖고 있다)가 國內 진출을 시발점으로 세계3대 Pizza chain이 市場쟁탈을 위해 경쟁을 벌이고 있으며 기존 Hamburger市場을 위협하는 존재로 추정된다. 실지로 美國의 경우는 Hamburger 신장률 보다 Pizza 신장률이 더 급속도로 발전되고 있다. 그러나 韓國의 여건하에서 비싼 Menu, 대중성 결여, 高價의 原材料(특히 cheese) 등의 많은 문제점을 안고 있다.

Ice cream 업체는 3대 메이커에서 경쟁하고 있으나 기존 생산라인에 따른 販賣店 형태로 外國에서(주로 美國 및 이태리) 주방기기 및 향료를 수입하여 배합 販賣하는 것이 대부분으로 우리나라와 같이 저율이 뚜렷하여진 형태의 地域에서는 別途의 보충 Menu의 개발없이 운영하는데 어려움을 겪고 있다.

면류 Chain과 Chicken 업체는 Fast food 중 타업종과 다르게 우리나라 주식에 가까운 Menu를 가진 것으로, 83년 처음 선보인 장터 국수를 선두로 하여 5~6個 회사가 경쟁하고 있으며 타업종처럼 Menu 자체가 거부반응 없이 받아들여지며 소형투자자들이 직접 운영에 관여하여 적은 이익을 추구하는 측면에서 확장되고 있다. 그러나 KFC 이외에는 특별한 기술도입이 없이 외색(특히 日本)일변도로 흥내를 내고 버젓이 日本語 간판과 메뉴를 내걸고 영업을 하는 것은 문제가 있다고 본다.

## 5. 문제점

### (1) 행정적 문제점

國內에는 대소음식점이 약 17만개가 있으나 Fast food 업종에 대한 명확한 업종 및 업태 지정이 되어 있지 않다. 따라서 영업허가 문제, 販賣品目상의 시비문제가 많이 대두되며 대부분 Fast food 업종이 대중음식점이나 과자점 영업허가로 販賣행위를 함에 따라 커피 판매등 販賣品目에 대한 시비도 일고 있다.



〈젊은 층에 인기 있는 外食産業의 전망은 밝다〉

### (2) 경영자의 영세성

초기투자의 과다축소로 인한 영세성을 면치 못하는 加盟店(Franchise system 製도가 도입됐다고 주장하는)이 부분으로, 최근에는 本部의 도산에 따른 加盟店의 폐점이 늘고 폐점에 따른 보장책이 없는 실정이다. (10坪 미만의 店舖를 무조건 허가해주는 부작용)

### (3) 운영자의 투기심리

투자자의 투자자본에 대한 빠른 회수요구, 좋은 조건제시로 영업보다는 프리미엄을 많이 받고 제3자에게 인도하려는 투자심리등이 작용하여 부작용을 일으키고 있다.

### (4) 관리자의 인식부족

음식점 경영주 및 종사자에 대한 사회적 인식결여 등으로 인하여 투자가의 투자의욕 감소 및 일선관리자의 사기가 저하되고 있으며 인력확보 및 전문직업인으로서의 정착이 늦어지고 있다.

### (5) 本部의 운영능력 및 기능부실

Know how 및 人的확보, Manual의 축적, 체계적 관리능력 없이 무작정 확장만을 함으로써 市場기능을 저하시키고 있다.

### (6) 품질저하

原材料의 불안정한 공급으로 인한 品質유지 및 소량구입에 따른 고가매입으로 인하여 원가율의 상승 등의 要因이 있으며, 원가율조정을 위한 대체품의 개발로 전반적인 質이 저하되고 있다. 특히 소고기 價格이 美國의 3배이

상으로 선원가, 후품질의 풍조가 만연하고 있다. 이에 따라 햄버거 내용물중 가장 중요한 소고기의 규격 및 정육함량 등을 행정적인 면에서 규제하는 품질규격기준을 만들어 品質향상을 기할 수 있도록 하여 Hamburger patty에 인조단백, 대체육등을 다량 첨가하여 멋대로 製造, 販賣하는 것을 막는 방향으로 전환될 것이 예견된다.

#### (7) 店鋪賃借투자의 과다 및 장기안정입자의 어려움

개설희망자의 초기투자의 50% 이상이 店鋪賃借보증금에 투자되어 과다투자에 따른 위험 부담이 가중되어 운영상 어려움이 있고 月貫비중의 증가등(月관리비의 20% 이상) 장기적賃貸借의 불가에 따라 시설개선 개조등에 문제점이 있게 된다.

#### (8) 原價의 문제점

음식점업의 原價기준이 40% 이하 정도인데 비하여 Fast food의 경우 50% 이상 상회하므로 상대적인 이익저조(주로 原材料 및 店鋪賃借料의 과중부담이 原因)가 발생하고 있다.

#### (9) 外國에 Royalty 과다지출

外國 브랜드의 경쟁적 유체에 따라 과다한 Royalty를 지출하고 있다. 84年度에는 30억 원이 外國에 Royalty로 지출된 것으로 집계되었다. 이것 또한 국가적 차원에서 값비싼 의화를 낭비하면서까지 꼭 利用해야만 되는가 하는 문제를 안고 있다.

#### (10) 市場성숙의 미비

결과적으로 현재 國內市場에서는 주식의 개념보다는 부식의 개념으로 주로 利用고객이 학생층 및 20대 초반이 주류를 이루고 또한 이들의 소비성향이 낮고(구매력 미비), 利用可能 時間이 地域別로 제한을 받고 있는 실정으로 市場이 아직은 활성화되지 못하고 있다.

## 6. 전 망

향후 國內의 Fast food업종의 발전을 전망한다면 '86' 아시안게임 및 '88올림픽등 국제

적 행사에 따른 개선사항으로 낙후된 음식점의 주문식단체 정착, 개방된 주방설비의 의무화, 조리사 자격증제도의 현실화등 보다 위생적인 음식을 제공하여야 할 필요성과 행정적지도와 감독 등으로서 급진적인 발전이 이루어질 것으로 예견된다. (日本의 경우 동경 올림픽을 치룬 후부터 食生活 Pattern이 크게 변화되었으며 Fast food산업이 급진장됨).

특히 食生活文化의 선진화 및 국제화에 따라 먹기 위한 음식에서 즐기기 위한 음식으로 보다 넓은 수요층을 갖게 되어 매년 30% 이상의 신장률이 기대된다. 또한 축적된 Know how와 대규모 자본력을 갖는 外國의 유명 Fast food의 상륙이 市場 개방화의 물결을 타고 진출하여 본격적인 시장쟁탈을 위한 싸움이 치열한 것이며 보다 한국적인 업종과 Menu로 또 다른 형태의 Fast food도 出現되어 場所 경쟁시대로 돌입한 것이라 예상된다.

그러므로 이런 경쟁하에서는 업체의 체질개선과 적극적 시장개척, 과감한 투자, 고객 위주의 Menu개발, 보다 합리적이고 표준화된 설비투자, 개성있는 맛의 창조, 친절한 Service 등으로 발전되어야 한다. 그리고 분산되어 있는 각 업체의 협회조직 등을 서둘러 공동집단으로 체계화 함으로써 바람직한 방향으로 外食産業을 이끌어 가겠다는 노력이 무엇보다 중요하다.

결론적으로 기업과 소비자, 당국등이 합심하여 기업은 사명감을 갖고, 소비자는 자기취향에 맞는 업소를 찾도록 하는 안목을 길러야 하겠으며 당국은 食生活文化의 발전을 위해 Fast food산업이 건전한 방향으로 발전해 나가도록 유도해야 할 것이다.

Hamburger, Ice cream과 Cola로 세계시장을 석권한 미국이 왼손에 Hamburger, 오른손에 Cola를 들고 중공의 10억 시장에 뛰어던 것처럼 우리나라도 우리 고유의 민속전통음식을 발전시킨 Menu를 들고 10억인구의 市場에 뛰어 든다면 우리의 店鋪를 북경에 개정할 날도 멀지 않다고 생각된다.