

특집 : 외·급식 산업의 활성화 전략 및 안전관리 방안

외·급식 산업현황 및 향후 발전 방향

곽 동 경

연세대학교 식품영양학과

Current Status of Foodservice Industry and Future Development Strategies

Tong Kyung Kwak

Dept. of Food & Nutrition, Yonsei University, Seoul 120-749, Korea

서 론

급식산업(foodservice industry)이라 함은 가정 외의 장소에서 학교, 사업체, 병원, 대학교, 행정부서, 사회복지시설 등의 조직구성원들에게 급식을 제공하는 단체급식산업과 상업성을 목적으로 운영되고 있는 레스토랑, 패스트푸드점, 호텔 레스토랑, 제과점, 아이스크림점, 커피숍 등 가정 외 장소에서 생산, 판매 및 서비스 활동을 하는 다양한 형태의 외식업소의 집합체를 외식산업으로 정의하며, 그 영역은 점차 광범위하게 확대되고 있다(그림 1)(1).

단체급식 시장은 1988년에 서울 캐터링 서비스 주식회사가 위탁급식 경영을 시작한 이래 중소기업뿐 아니라 대기업들도 위탁급식업에 대거 참여하게 되었다. 90년 초기를 기점으로 아워홈, 삼성에버랜드, CJ푸드시스템, 신세계푸드 등 대기업들이 시장에 진입하면서 외국 급식선진기업과의 제휴, 기술도입 등을 통하여 우리 실정에 맞는 한국급식문화를 선보이고, 이를 서비스 산업으로 발전시켜 오고 있으며, 2006년 국내 단체급식시장 규모는 약 6조원, 직영급식 시장은 2조 6000억원, 위탁급식 시장은 약 3조 4000 억원의 매출을 보였다(2). 급식시장에서의 고객의 건강과 음식의 질에 대한 요구가 증가함에 따라 프리미엄 급식등의 다양한 형태로 발전하고 있다.

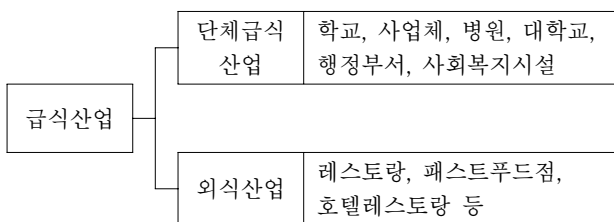


그림 1. 급식산업의 범위

우리나라의 외식산업은 '88올림픽을 기점으로 90년대 들어와 자본력, 과학적 생산시스템과 체계적인 교육, 다양한 마케팅 활동을 갖춘 해외 패밀리 레스토랑이 국내시장에 진출하면서 많은 발전을 이루었고, IMF시대를 맞이하면서 침체현상을 보여 왔으며, '99년도에 들어 경기회복과 더불어 점차 회복세를 보이기도 하였으나 2000년대 들어와 다시 장기간 불황에 허덕이는 등 특히 경제·사회적인 외식 외부환경 변화에 민감하게 영향을 받고 있다. 21세기 외식산업은 소비자의 욕구나 구매 행동이 다양화·개별화되면서 그에 따른 외식산업환경이 크게 변화하고 있다. 맛을 자랑하는 제품 위주와 편리성·서비스 등의 단순한 편의에서 벗어나 총체적인 감각과 구체적인 이미지를 원하게 되었다. 유사업종·업태의 외식기업 또는 레스토랑 간 경쟁이 치열해지면서 틈새시장 또는 기존의 레스토랑 개념을 뛰어 넘는 컨셉들도 등장하고 있다.

급식산업은 단지 단체급식산업과 외식산업에 국한하지 않고 외국의 경우 보다 포괄적인 hospitality industry(환대산업), 즉 손님에게 정성으로 봉사하는 서비스 산업으로 그 영역이 점차 확산되고 있다(3). 미국의 호텔·레스토랑·단체급식 교육협의체인 Council on Hotel, Restaurant, Institutional Education(CHRIE)의 정의에 의하면 급식, 호텔 및 관련 서비스 산업으로 규정하고 있다(그림 2)(4). Hospitality industry는 영국의 경우 hotel과 catering산업을 지칭하며, 미국의 경우 lodging과 food-service를 포괄하고 있으나, hospitality산업의 경계는 명확하지 않으며, 관광산업, 레저산업과 밀접히 연관되어 있다(5).

본 글에서는 국내·외 급식산업현황을 살펴보고, 급변하는 환경과 다양되는 소비자의 욕구를 반영하여 향후 발전방향을 모색해보고자 한다.

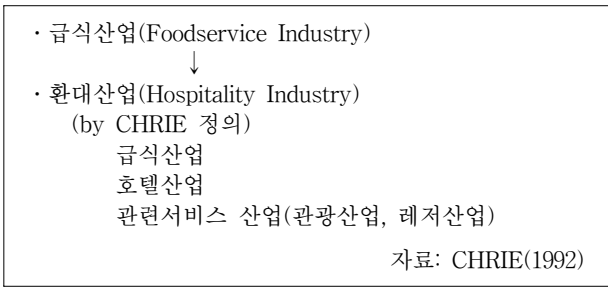


그림 2. 급식산업 영역확대

외 · 급식산업 현황

단체급식산업

국내 : 국내 단체급식시장은 지난 80~90년대를 지나면서 급격한 환경변화를 겪으며 내 · 외적으로 많은 성장을 하여 왔다. 표 1에는 식품의약품안전청에서 집계한 단체급식 시설의 2000년도의 연도별 현황을 제시하였는데 단체급식 시설수는 2007년도에 30,568개소로 집계되고 있다(6).

국내에서는 1988년에 서울 케터링 서비스 주식회사가 위탁급식경영을 시작한 이래 중소기업뿐만 아니라 대기업들이 위탁급식에 대거 참여하면서 '96년 2조원 시장 규모로 추정되던 단체급식 시장규모는 '98년 IMF를 거치면서 특히 경영합리화나 효율극대화 차원에서 기업들의 급식위탁화가 가속화되어, 2005년 국내 단체급식 산업의 시장규모는 약 6조원에 이른다고 집계되고 있다(2). 이 중에서 직영으로 운영되고 있는 단체급식시장은 전체의 43.3%인 2조 6천억 원 규모이며, 위탁급식의 규모는 56.7%인 3조 4천억 원 정도로 분석되고 있으며, 위탁시장의 규모는 매년 꾸준히 신장되고 있는 추세이다(표 2).

단체급식 상위 9개 위탁급식업체의 2007년 매출액과 2008년 계획을 표 3에 나타내었다(7,8).

(주)아워홈은 1984년부터 국내에서 처음으로 선진화된 위탁급식사업을 전개하여 업계 최초로 카페테리아 형태

를 포함하여 한식, 분식, 양식 등의 전문코너, 푸드코트 등 다양하게 운영하고 있다. 아워홈은 2010년 매출 1조원을 달성한다는 목표로 장류, 양념류, 소스류, 반조리식품 등 자체 개발한 50여종의 가공식품의 품목을 다양화하고 고급화해 케이터링 및 급식, 외식시장에 대한 공급을 확대하고, 식품 가공 및 제조분야로 사업 영역을 넓혀 나가고 있다.

2006년 학교급식장에서 대형급식사고로 단체급식분야에서는 1,550억원 정도의 매출을 올렸으나, 식자재 사업 등의 확장으로 전년과 비슷한 매출액을 유지하였다. 2006년 CJ푸드시스템은 해리코리아, 홍초불닭, 피자헛을 포함한 45개 프랜차이즈 총 1,500여개 가맹점에 식자재를 공급하고 있으며, 2007년 3월에는 홍콩 국제공항 제 2여객 터미널인 스카이플라자 5층에 300평 규모로 사랑채, 시젠, 모닝헤즈 3개 점포 운영을 시작하였다. 질 높은 급식을 제공하기 위한 노력을 꾸준히 전개한 결과 2007년 초 국내 최초 병원 급식에서 HACCP 인증과, 단체급식, 외식 및 식자재 유통업계 최초로 ISO22000인증을 취득 및 식품안전센터 KOLAS(산업자원부 기술표준원 한국교정시험기관인정기구)로부터 국제공인시험기관으로 인정받아 과학적인 위생관리 시스템으로 식품안전 사고 사전 예방, 사후 신속 조치, 재발 방지 정착을 통해 식품안전에 대한 투명성과 신뢰성을 높여나가고자 한다.

삼성에버랜드는 2006년 총 5,650억원의 매출을 올려 전년 대비 3.5%의 성장률을 보였다. 웹기반 급식관리 시스템, 협력업체 지원시스템, 인터넷 식자재 구매시스템, 온라인 품질관리 시스템 SEFAS(Samsung Eveland Food Analysis System)의 개발을 통해 식자재 구매에 있어 선진운영시스템의 정착에 주력하고 있다. 또한 핵심역량 강화와 사업가치 재고를 위해, 전문급식 및 식자재유통사업을 펼치고 있는 '유통사업부'를 'Food Culture 사업부'로 바꿔 해외마케팅에도 적극 나서고 있다.

단체급식산업의 세부영역을 살펴보면 다음과 같다.

표 1. 단체급식 시설 수의 연도별 현황

연도	2002	2003	2004	2005	2006	2007
총계	18,431	20,455	22,156	31,198	28,305	30,568

자료: 식품의약품안전청(2007)

표 2. 단체급식 시장 규모 (단위: 억원)

구분	2001	2002	2003	2004	2005	2006
직영 급식시장	23,213	30,500	29,000	29,000	29,000	26,000
위탁 급식시장	19,495	23,500	26,000	28,000	31,000	34,000
전체 급식시장	42,708	54,000	55,000	57,000	60,000	60,000

자료: 식품유통연감(2007)

표 3. 국내 주요 위탁급식 업체의 2007 결산 및 2008년 계획

회사명	매출액(억원)		성장률 (%) (06 vs 07)	매출목표 (억원) 08년
	06년	07년		
아워홈	6800	7567	11.2	8843
CJ 푸드시스템	6130	6107	▼0.4	6900
삼성에버랜드	5650	5700	0.8	6200
신세계푸드	2903	3550	22.0	-
현대푸드시스템	2700	2900	7.4	3300
한화리조트	1310	1500	14.5	1800
이씨엠디	1147	1350	17.6	1550
아라코	1111	1300	17.0	1500
동원홈푸드	750	1000	33.3	1300

자료: 월간식당(2007.12)

(1) 영유아보육시설 급식

보육시설의 설치 운영현황을 보면 1990년에는 1,919개에 불과하였던 시설이 16년이 지난 2007년 6월 30일 현재 29,823개에 시설규모로 급성장하였다. 이 중에서 국·공립 보육시설은 1,670개, 법인 보육시설은 1,461개로 전체 시설의 10.5%에 달하며 그 외 시설은 민간 보육시설(46.8%), 부모협동 보육시설(0.2%), 가정 보육시설(41.4%), 직장 보육시설(1.0%)로 운영되고 있다(보육통계, 2006). 여성가족부(2005)의 2004년도 보육·교육 실태 조사에서는 대부분의 보육시설이 조리실은 단독(66.1%) 또는 공용(31.1%)으로 확보한 반면, 식당은 단독 보유 6.7%, 공용 40.8%로 식당의 확보율이 낮았다.

영유아보육법 시행규칙 제 34조에는 보육시설에 영양사를 단독 혹은 공동으로 채용하거나 보육정보센터나 보건소 영양사의 지도를 받도록 되어 있으나 전국의 영유아 보육시설 29,233개소 중 영유아보육법 시행규칙의 영양사 배치기준에 해당하는 영유아 100인 이상을 보육하는 시설은 총 2,036개소이며, 보육시설에 종사하는 영양사는 878명에 불과한 실정이다(9,10).

(2) 유치원 급식

유치원의 운영현황을 보면 2006년 현재 전체 8,290개로 국립유치원 3개, 공립유치원 4,457개, 사립유치원 3,830개이며, 취원아 수로는 국립유치원의 원아 수 253명, 공립유치원의 원아 수 121,071명, 사립은 424,488명으로 집계되고 있다(11).

최근 종일제 유치원의 증가로 2006년 현재 96%의 유치원이 급식을 실시하고 있다. 과거 유아교육법 시행규칙 제3조에는 급식을 실시하는 유치원에서 갖추어야 할 시설·설비 기준으로 조리실과 식품보관실에 대한 최소한의 규정만을 두고 있었으나 2007년 6월 21일 유아교육법 시행규칙 개정안에서는 조리실, 설비·기구, 식품보관실에 대한 상세 규정이 신설되었다. 또한 공립유치원은 초등학교 급식시설을 함께 사용하고 있는 관계로 식단과 시설 설비가 유아들에게 적합하지 않다는 점이 문제로 지적되었다. 이에 비해 사립유치원은 시설설비 확보율이 낮으며 별도의 공간 확보와 인력 채용 시 비용 부담 등의 문제를

지니고 있다.

식품의약품안전청에서는 영유아 단체급식 표준식단 웹사이트(<http://nutrition.kfda.go.kr/kidgroup/index.jsp>)를 통해 영유아 단체급식 활용, 영유아 식단, 이유식 식단, 식단 만들기, 레시피 검색의 정보를 제공하고 있다.

(3) 초·중·고등 학교급식

우리나라의 학교급식은 제 6공화국 출범 시 국가의 주요시책으로 추진하여 전국적으로 확대하겠다는 방안을 마련한 이래, 초등학교의 경우 1990년 학교 수 기준으로 10.2%이던 급식 실시율이 1995년 57.4%, 1997년 97.3%로 급격한 신장세를 보여 1998년에 전면급식을 이루었다. 중·고등학교의 경우에는 1998년부터 급격한 성장을 이루어 학교급식 확대사업이 2002년 말에 종료되어 2003년부터 초·중·고등학교 전면급식이 실시되고 있다. 그러나 2006년 6월 서울을 중심으로 수도권지역 위탁급식학교 46개교에서 3,613명의 대형 식중독 사고가 발생하여 학교급식법 전부개정을 하게 되었다. 이에 따라 위탁급식 직영전환, 부정식재료 공급업자 벌칙도입, 식재료 품질기준 설정 등 제도화를 포함하는 학교급식개선 종합대책(2007~2011년)을 발표하여 학교급식의 안전성확보, 영양관리·식생활지도 강화, 우수식재료 사용확대, 정부·자치단체의 지원확대, 학교급식 운영의 내실화, 지도·감독 시스템 개선 등 종합대책추진전략을 제시하고 있다(11).

2006년 현재 학교급식실시현황은 초·중·고·특수학교 11,030교 중 99.6%인 10,986교에서 급식을 실시하고 있으며, 직영급식 86.4%, 위탁급식 13.6%로 운영되고 있다. 표 4에는 2006년 현재 급식실시현황을 집계하였다(11).

(4) 사업체 급식

사업체 급식은 단체급식 시장 중 가장 큰 규모이며, 사무실, 공장 등의 직장인을 위한 급식과 관공서, 대학교 급식 등을 포함한다. 국내에서는 1970년대 초반부터 각 사업체들이 단체급식을 시행하기 시작하였으며 그 후 수적으로 급팽창하고 있어 사업체 급식시장의 시장점유 우위를 확보하기 위한 업체 간의 경쟁이 심화되고 있다. 경쟁이 심화됨에 따라 단체급식업체들은 차별화된 서비스 제공, 푸드코트식 카페테리아 조성, 다양한 프리미엄 메뉴 개발,

표 4. 2006학년도 학교급식 실시현황

구분	학교수(교)			학생수(천명)			운영형태(교)	
	전체학교	급식학교	%	전체학생	급식학생	%	직영급식	위탁급식
초등학교	5,744	5,744	100	3,937	3,795	96.4	5,732	12
중 학교	3,001	2,979	99.3	2,044	1,999	97.8	2,350	629
고등학교	2,142	2,127	99.3	1,775	1,620	91.3	1,282	845
특수학교	143	136	95.1	23	22	95.7	132	4
계	11,030	10,986	99.6	7,779	7,436	95.6	9,496	1,490

자료: 교육인적자원부(2007)

구내식당의 고급화 추구, 위생관리의 안전성 확보를 위해 품질관리 체계 강화를 통해 프리미엄급 급식브랜드를 정착하기 위해 노력하고 있다(11).

(5) 병원급식

병원급식은 환자들에게 건강유지를 위한 충분한 영양 공급을 목적으로 제공하는 일반급식 목적 외에 질병치료 및 회복에 도움이 되도록 제공되는 치료식의 목적이 추가되고 있으며, 환자식 외에 병원시설의 직원들을 위한 직원식과 방문객, 외래환자들을 위한 급식 등이 포함된다. 대한병원협회에서 2006년 12월에 집계한 전국병원 명부에 의하면 전국의 병원 및 병상수는 51,286개 병원에 175,159병상으로 집계하고 있다(12).

국내 병원급식시장은 업계에서 약 6천억원 규모의 시장으로 추정하고 있으며, 병원급식이 환자의 질병치료 및 회복에 중요한 역할을 하고 있지만 건강보험제도 도입 초기부터 급여 적용에 배제되었다. 그러나 이러한 건강보험의 낮은 보장성이 지속적인 문제점으로 지적되면서 입원진료비의 비급여 중 상당부분을 차지하는 식대에 대해 급여화 요구가 커져감에 따라 정부는 병원급식의 보험 급여화 제도를 2006년 6월부터 시행하게 되었다(13).

(6) 사회복지시설 급식 및 노인복지시설 급식

우리나라의 사회복지시설은 생활보호법(1961년), 아동복지법(1961년), 장애인복지법(1981년), 사회복지사회법(1970년), 노인복지법(1981년), 모자보건법(1989년), 영유아보육법(1991년) 등의 관계법에 의해 운영되고 있다.

표 5에 제시된 바와 같이 전국의 사회복지시설은 2006년에 총 947개 시설이 있으며, 이 중 무료양로시설 145개소, 아동양육시설 243개소, 무료노인요양시설 174개소, 장애인복지시설 288개소이다(14).

국내의 경우 사회복지사업법에서 규정한 사회복지시설의 설치기준에는 영양사를 1인 이상(단, 50인 이상 수용시설) 고용하도록 되어 있으나, 전문 인력의 배치율은 극히 미약한 실정이다. 국내의 사회복지시설은 모두 직영의 형태로 운영되고 있는데 현재 시행되고 있는 노인 급식방식

은 노인복지시설(유료 및 무료)에 입소한 노인을 위한 급식, 재가노인 복지사업의 일환으로 경로식당 급식과 밀반찬 배달급식 서비스의 형태로 운영되고 있다. 특히 각 시·도에서 노인 종합복지관의 설치를 적극 장려하여 가정배달 급식 서비스를 이 기관에서 주관토록 한 것은 매우 고무적이라 할 수 있다. 그러나 그 대상이 결식노인 급식 지원 등 극히 일부 노인만이 혜택을 받고 있는 실정이며, 급식의 품질에 대한 체계적인 관리기준 미비, 재원 부족 등이 여러 연구자들에 의해 지적되고 있다(15,16).

미국 : 단체급식 시장의 고정 고객들이 점차 식품선택 기회가 많아지고 기대도가 높아짐에 따라 위탁급식업체를 위시하여 직영급식업체들은 시설개조, 품질향상, 판촉 등의 활동을 통해 비영리조직의 급식 부서를 이윤창출 부서(profit center)로 격상시키기 위해 노력하고 있다.

급식전문업체는 급식개념에서부터 기술에 이르기까지 창의적인 혁신 프로그램들이 단체급식시장의 위탁화를 가속화시켰으며, 표 6에는 2004년, 2005년, 2006년 상위 10위 위탁급식업체의 매출액 및 미국 내 급식업장 수를 집계하였다(17).

Compass Group Americas Division사는 미국 내 8700여개 급식업장에서 2006년도에 \$80억에 달하는 매출액을 올렸으며, 의료기관(health care)과 sports/leisure segment에서의 확장이 두드러졌다. 소비자들의 건강한 식생활의 요구에 맞춰, "Natural & Organic Food" 컨셉을 강조한 레스코랑을 런칭하고 있으며, 음식의 세계화 추세에 맞추어 멕시칸 음식(Zona Mexicana), Asian Box Meal (Jow Jing), 인도음식(Dosa Deli), 스시 등을 제공함으로써 업계를 리드하고 있다.

급식업계의 2위를 차지하고 있는 Aramark사는 2006년도에 \$75억의 매출액을 올렸다. 특히 학교급식에 'One World Cafe' 브랜드를 도입 학교급식 카페테리아를 다양한 형태의 푸드코트(food courts) 개념을 소개하여 업계를 리드하고 있었으며, 최근 몇 년간은 중고등학교 학생들을 위한 'Snack Factor(healthy snack program)'를 도입하여 학교에서 학생들이 건강을 추구하는 음료나 스낵을 선택

표 5. 사회복지시설수용현황

	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년
무료양로시설	93	89	85	78	137	145
아동일시보호시설	11	11	12	13	15	15
아동양육시설	238	239	239	239	242	243
부랑인시설	43	37	37	37	38	38
모자보호시설	39	39	40	40	40	41
무료노인요양시설	89	48	113	131	149	174
장애인복지시설	203	213	225	237	265	288
아동직업훈련시설	5	5	5	4	4	3
여성선도보호시설	25	-	-	-	-	-

자료: 통계청(2007)

표 6. 미국 상위 10개 위탁급식업체 현황(2004~2006)

회사이름	매출액(백만달러)			급식업장		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
1. Compass Group Americas Division	\$6,400	\$7,400	\$8,000	7,448	8,342	8,741
2. Aramark Corp.	\$7,130	\$7,130	\$7,500	3,873	3,244	3,521
3. Sodexho, Inc.	\$6,000	\$6,300	\$6,700	6,000	5,900	6,000
4. Delaware North Companies	\$1,700	\$1,745	\$1,900	n/a	155	139
5. Conterplate	\$607.2	\$643.1	\$681.1	133	135	130
6. AVI Sytems, Inc	n/a	\$400	\$425	n/a	65	70
7. Guckenheimer Enterprise, Inc.	\$251	\$252	\$294.5	192	182	208
8. Guest Services, Inc.	\$240	\$260	\$290	90	95	100
9. Thompson Hospitality Service	\$195	\$215	\$215	72	90	103
10. Boston Hospitality Service	n/a	\$220	\$210	n/a	140	150

자료: Buzalka, M. (2006)

할 수 있도록 하였다. 또한 'Campus Dish'를 도입하여 웹 포털사이트에서 학생들에게 one-stop college dining 서비스를 제공하고, walk-up nutrition Kiosks와 Podcasting을 시도하고 있다.

3위를 차지하고 있는 Sodexho Marriott Services는 2006년에 \$67억의 매출액을 올렸다. 또한 200개의 초등학교, 중등학교 지역군(school districts) 급식센터에서 아침 급식에 'Get Started with a Good Sense Breakfast' 프로그램을 전개하여 학생들에게 카트(carts)에서부터 키오스크(kiosks)에 이르는 다양한 형태의 배식방법으로 종이백의 형태에서, 뷔페스타일, 골라잡아가는(grab and go) 스타일에 이르기까지 다양한 아이디어의 서비스를 제공해 큰 호응을 받고 있다.

(1) 의료기관

미국 내 의료기관의 급식은 40~45%의 위탁화가 이루어졌으며, 환자식 중심의 급식에서 소매단위(retail)의 판매주 급식경영으로 관심이 바뀌게 되면서 위탁급식업체 뿐만 아니라 직영 영양부서에서는 새로운 환자식 프로그램, 창의적인 cafeteria 관측행사, 노동력 문제해결, 영양사의 역할 증대 등으로 경영방침을 혁신적으로 전환함으로써 영양부서를 이윤창출의 센터로 변신시키고 있다.

New York Presbyterian Hospital의 경우 중앙 출입문 가까이에 위치한 격조 있는 카페의 혼합형태(c-store/up-scale grab and go operation)인 Patio Cafe에서 다양한 형태의 소매단위 식품(특별 샌드위치, 닭고기 시저 샐러드, 가정식(home made) 숲, 유럽 생수, 에스프레소 음료 등)들을 오후부터 야간까지 판매함으로써 매출액이 2000년도에 26% 증가할 것으로 예측한 바 있으며, 평균 객단가는 \$2.25로 집계하고 있다(18).

(2) 학교급식

초등학교에서 고등학교에 이르는 학생들은 1970년대 베이비 붐(baby boom) 시대 이후 최대의 학생수(4천 8백

만명)로 기록되고 있으며, 이들을 위한 급식을 효과적으로 수행하기 위해 학교 지역청(school district)에서는 새로운 시설 확립과 노후된 시설교체 등 발 빠르게 대응하고 있다. 최근에 점차 적용되고 있는 개념으로는 푸드코트(food court) 개념으로 학생들의 좋은 반응을 얻고 있다.

Los Angeles Unified School District의 경우 학교 캠퍼스 급식시설에서는 Cafe LA 로고를 전부 사용하여 서비스 하고 있는데 이는 학생을 대상으로 응모하여 선정한 것으로 이 로고는 유니폼, 식단표, 종이용품 등에 인쇄함으로써 학생들로부터 높은 인식과 호응을 얻고 있다. 푸드코트 외의 서비스 방식으로 키오스크(kiosks), 자판기 등을 통해 아침식사(샌드위치, 과일 등) 등을 다양하게 제공함으로써 급식 서비스의 속도를 더 한층 증진시키고 있다(19).

(3) 대학교 급식

대학생들의 기대수준이 높아짐에 따라 대학 캠퍼스 내의 급식 서비스는 다각도의 혁신을 거듭하고 있는데 쿡칠(cook chill)을 이용한 중앙공급주방(central kitchen) 시설을 통해 다양한 식단제공, 인건비 절감효과 등을 거두고 있으며, 급식시설의 고급화를 통해 학생들에게 쾌적한 급식환경을 제공하고 있고, University of Maryland(College Park)에서는 학생회관 내의 푸드코트를 역동성을 살려 설계하여, 학생들의 취향 선호도에 따라 계약업체를 변경하고, 그에 따라 새로운 스타일의 푸드코트가 입점하게 되는 방식을 채택하고 있다.

(4) 사업체 급식

기업의 내부고객인 직원의 건강증진을 위해 사업체 급식은 다양한 급식방법, 행사식 개발, 프로그램 제공으로 고객시장 확보에 경쟁적으로 질주하고 있다. 그 예로 고객들을 위한 건강증진 프로그램을 전문영양사에 의해 제공함으로써 식단선택, 영양상담 등의 서비스를 제공하고 있고, 객장 외부로 take out할 수 있는 포장형태의 'On the GO' 음식 등은 바로 먹을 수 있는(ready-to-eat), 혹은

바로 가열할 수 있는(ready-to-heat) 다양한 형태로 제공되고 있으며, 이러한 정보를 사내 정보체계(intranet)를 통해 공유함으로써 식단, 추천식, 판촉, 영양정보 등을 정확하게 전달하고 있다.

그 외에도 고객들은 케이크나 파이를 주문해 집에 가져갈 수도 있으며, 계절에 따라 야외에서 제공되는 바베큐, 직원들의 요청에 따른 생일파티, 은퇴행사 등 테마 파티를 위한 catering 서비스를 제공함으로써 고객들의 식욕을 24시간 충족시켜 주고 있으며, 건강식, 향토식, 다양한 민족식 등의 식단개발 등 다양한 음식과 서비스를 제공함으로써 사업체 급식시장의 경쟁 우위 확보를 위해 매진하고 있다(20).

외식산업

국내 : 우리나라 외식산업의 성장과 발전은 경제발전과 소득증대에 따른 사회적·문화적 환경의 변화가 가장 큰 요인이다. 이런 요인에 따라 외식소비의 질적인 욕구 향상과 다양과 현상이 나타났으며, 그에 따른 업종업태의 변화를 가져왔다. 현재는 과거와는 다른 외식산업시장이 형성되어 발전하고 있으며, 새롭고 다양한 컨셉의 외식기업들이 등장하였다. 현재 국내 외식산업의 규모는 표 7에 제시하였다.

우리나라 외식산업은 1988년 서울 올림픽을 기점으로 패스트푸드가 본격적으로 진출하면서 시작되었고, 1990년대 해외 브랜드 패밀리 레스토랑이 진출하면서 외식산업은 급속한 성장과 발전의 발판을 마련하게 되었다. 21세기에는 외식문화가 세계화되면서 퓨전음식이 등장하였고, 소비자들의 건강추구로 건강식에 관한 관심이 높아졌다.

(1) 패스트푸드와 해외 브랜드 외식기업 (1980년대)

1980년대에 들어서면서 국내 기업이 해외의 외식기업들과 제휴를 맺기 시작하면서 소자본으로 운영 가능한 업

종으로 인식되던 외식산업시장에 시스템을 갖춘 기업형 외식사업이 본격적으로 등장하였다. 기업형 외식산업은 제품과 서비스, 교육훈련, 다양한 마케팅 활동을 실시하였다. 1980년대 말에는 브랜드 도입 또는 기술제휴 등의 합작투자형태로 맥도날드, 피자인, 도미노 피자 등이 진출하였다. 이 시기에 한식 브랜드인 놀부가 1987년에 개점하며 국내 브랜드들이 등장하였다. 1988년 코코스가 일본으로부터 1988년 도입되었고, 이를 계기로 외식산업을 대중에게 알리는 계기가 되었다.

(2) 패밀리 레스토랑의 성장 (1990년대)

소득수준이 높아지면서 문화생활과 더불어 외식을 즐기는 소비자가 증가하였으며, 이런 소비자들의 요구에 부응하여 다양한 업태의 외식사업이 출현하였다.

21세기에 들어서면서 대기업은 외식산업을 비전 있는 사업으로, 소비자들은 생활수준 향상으로 질적인 외식소비와 가족중심적인 레저생활에 대한 고객의 욕구변화와 함께 패밀리레스토랑이 대거 등장하였다.

대기업의 패밀리레스토랑 등장으로 대규모 투자와 체계적인 경영시스템을 갖춘 외식기업간의 경쟁으로 음식문화 수준의 향상을 가져왔으며, 해외 브랜드의 무분별한 도입으로 많은 로얄티 지출에 따른 외화낭비를 동반하였다.

1992년 TGI 프라이데이즈가 국내에 진출하면서 패밀리 레스토랑에 대한 관심이 고조되었고, 다른 해외 유명 브랜드의 도입으로 외식산업시장은 패밀리 레스토랑이 주도하기 시작하였다. 특히 TGI 프라이데이즈는 고품질의 맛, 독특한 분위기와 서비스로 외식산업시장에 많은 변화를 가져왔으며 패밀리 레스토랑의 대명사로 불리웠다.

국내 패밀리 레스토랑은 해외 브랜드 도입했던 경험으로 맛, 서비스, 시스템을 개선하여 국내 브랜드 사업을 시작하였다. 대표적으로 스카이라를 기술제휴로 운영하여 경험과 노하우를 쌓은 CJ 푸드빌은 VIPS와 씨푸드오션을 효과적으로 운영하고 있다.

1990년대 말 외식산업의 대표적인 현상이었던 음식의 다양화, 소비자 욕구와 문화의 다양성이 반영된 외식산업의 글로벌화 현상으로 퓨전음식이 등장하였다.

(3) 외식산업의 다양화 (21세기)

21세기에 들어서면서 급속한 환경변화와 함께 소비자의 욕구나 구매 행동이 다양화·개별화 되면서 외식산업도 빠르게 변화하고 있다. 다양하고 새로운 컨셉의 외식시장의 등장, 건강식에 대한 관심고조, 새로운 음료문화가 현재 대표적인 특징으로 꼽을 수 있다.

가족구조가 핵가족화, 맞벌이가구 증가, 혼자 사는 젊은 이들의 증가로 인하여 테이크 아웃, 배달, 가정대체식(HMR)으로 외식의 범위가 넓어지면서, 소비자들은 좀더 편리하고 신속함을 추구하는 소비현상이 나타났다. 마르

표 7. 국내 외식산업의 규모

연도	매출액(억 원)	종사자수	사업체수
1986	106,032	708,905	259,451
1990	183,291	871,636	298,196
1996	313,945	1,254,367	520,576
1997	302,299	1,278,623	550,526
1998	272,564	1,220,200	543,030
1999	332,592	1,332,598	564,686
2000	354,722	1,430,476	570,576
2001	330,875	1,341,528	505,241
2002	380,198	1,586,409	595,791
2003	404,602	1,594,789	605,614
2004	483,696	1,556,008	600,233
2005	462,525	1,444,827	531,929

자료: 통계청(2007)

(본 자료는 외식산업 중 음식점업에 한한 통계임)

웨이 아모제, CJ 푸드빌의 델쿠치나 등이 테이크 아웃 시장에 진출하였다. 또한 다양화된 소비자의 욕구에 부응하여 만화 캐릭터를 주제로 한 스누피 플레이스, 열대 분위기와 파티 공간으로 특화한 카후나빌 등 오락적 요소가 강조된 테마 레스토랑도 등장하였다.

와인소비 증가와 고급화된 커피문화가 자리잡으면서 음료문화에도 변화를 가져왔으며, 이들을 전문적으로 취급하는 외식산업이 등장하였다. 1999년 국내에 스타벅스가 고급커피로 여겨지던 에스프레소 커피를 도입하면서 새로운 커피시장과 문화가 형성되었다. 할리스, 엔젤인어스, 네스카페, 탐앤탐스와 같은 국내 기업들과 커피빈, 라바자, 스타벅스 등의 해외브랜드 커피 전문점들이 시장을 형성하고 있다.

기존에 햄버거는 빠르고 값싼 음식으로 인식되어 왔으나, 최근에는 웰빙을 추구하는 사회적 분위기와 소비자의 입맛이 고급화되고 건강 중시경향이 강해지면서 외식산업에서도 건강식을 도입하게 되었다. 대표적으로 햄버거도 고급화·수제화되어 프레쉬네스 버거, 크라제 버거가 등장하였고, 육류가 주류를 이루던 외식시장에서 건강과 다이어트로 인한 식생활의 변화로 시푸드 소비가 증가하였다. 많은 외식기업들이 씨푸드 레스토랑에 관심을 나타내면서 뷔페 레스토랑과 씨푸드를 접목하여 씨푸드 뷔페 레스토랑이 등장하였다. 2004년 무스쿠를 시작으로 CJ 푸드빌의 씨푸드 오션, (주)이야기가 있는 외식공간의 마리스크, 신세계푸드의 보노보노, 제너시스 그룹의 오션스타 등이 있다.

국내 외식산업의 성장은 해외로의 시장진출을 가져왔으며, 미국·일본·중국·대만 등에 진출하여 성공을 거두고 있다. 국내 외식기업들은 중국시장을 발판으로 미국과 일본·동남아등으로 사업을 확대하려는 계획을 가지고 있으며, 치킨, 제과, 한식 패밀리 레스토랑의 프랜차이즈업계는 세계 진출에 앞서고 있다.

외식산업도 다른 산업과 마찬가지로 치열한 경쟁, 매장의 다점포화, 인건비 상승으로 경영의 효율화를 상승시키기 위해 새로운 기술을 도입하고 있는 실정이다. 특히 2009년에는 전자태그/유비쿼터스센서네트워크(RFID/USN) 활성화 촉진법이 제정됨으로써 범 정부차원에서 전자태그와 유비쿼터스센서네트워크 육성이 본격화 되어 대기업이 운영하는 외식기업에서 디지털의 활용이 급증될 것으로 전망하고 있다. 예를 들어, KTF에서 최근 모바일 전자태그를 통해 와인정보 시스템을 제공하고 있다. 이는 전자태그가 부착된 와인병에 휴대폰을 갖다대면 와인의 종류와 시음방법 등의 다양한 정보와 이미지를 확인할 수 있는 것이다.

미국 : 미국 레스토랑 협회(NRA)에 따르면, 미국 외식

표 8. 미국 식품소비 지출 현황

	Food expenditures (\$)			Percent change (%)	
	2004	2005	2006	2004 ~ 2005	2005 ~ 2006
at home	3,347	3,297	3,417	-1.5	3.6
away from home	2,434	2,634	2,694	8.2	2.3
total	5,781	5,931	6,111	2.6	3.0

Bureau of Labor Statistics (2007)

산업 시장은 2007년도에 \$5천3백7십억의 매출액을 예상하고 있으며 전년대비 5%의 성장률을 예측하였다(NRA, 2007). 소비자들은 수입이 증가함에 따라 가정 이외의 장소에서 외식이 잦아지며 지출액도 증가하고 있다. 미국 노동청의 2006년 식품소비 지출 현황(표 8)에 의하면 가정에서 3,417\$(56.7%), 가정에 이외의 장소에서 2,692\$(44.1%)를 소비하고 있다(21).

미국레스토랑 협회에서 2008년 소비자들이 Eating healthy, Going green, Food to go, Ordering option을 추구한다고 하였다. 소비자들의 건강에 대한 관심이 증가함에 따라 외식업체에서도 건강식 메뉴, 다양한 1인분량을 제공함으로써 선택의 폭을 넓혔다. 환경친화적 제품 사용 증가와 유기농 메뉴사용의 증가, 테이크아웃을 비롯하여 드라이브쓰루, 배달 등으로 다양화되었다. 고객의 편리성을 높이기 위해 온라인, 팩스 등으로 주문의 방법을 다양화하고 있다(22).

표 9에서는 미국 상위 Full service restaurant과 Quick service restaurant의 2005년 매출액과 점포수를 보여주고 있다.

향후 발전방향

소비자들의 식품구매 경향

다양한 소비자들의 행동변화와 식생활에서의 외식의존도 증가경향은 식품개발에 대한 소비자들의 기대도를 더 한층 높이는 결과가 되었다. 최근 미국내에서 폭발적으로 수요가 증가하고 있는 “take out, take-home” 식습관은 항상 시간에 쫓기는 소비자들에게 새로운 맛, 식품개념, 그들 가정에서 사적으로 즐길 수 있는 음식을 경험하게 하며, 이에 따라 새로운 제품에 대한 요구와 구매시도가 가속화되고 있다. 또한 소비자들의 생활은 시간과의 전쟁이라고도 할 수 있으므로 가정에서 조리시간을 단축할 뿐만 아니라 치우는 시간을 줄일 수 있는 식품개발에 주력하고 있다. 그뿐 아니라 on-the-go eating style에 주력하여 어느 시간이나 어떤 장소에서도 식사를 할 수 있도록 하는 소비자들의 욕구를 충족할 수 있도록 제조업체에서는 식품 분배 유통체계를 재편성하고 있다.

표 9. 미국 상위 10개 외식업체 현황

	Full-Service Restaurant			Quick Service Restaurant		
	음식점명	2005 매출(\$Millions)	점포수	음식점명	2005 매출(\$Millions)	점포수
1	Applebee's	4,306.1	1,804	McDonald's	52,944	30,766
2	Chili's	3,257.9	1,130	KFC	13,200	13,731
3	Outback	2,960	915	Burger King	12,000	11,141
4	TGI Friday's	2,755**	805	Pizza Hut	9,100	12,572
5	Red Lobster	2,440	678	Subway	9,050	24,810
6	Olive Garden	2,400	568	Wendy's	9,000**	6,746
7	Denny's	2,389	1,578	Starbucks	8,900**	10,241
8	IHOP	2,100	1,242	Taco Bell	6,400	6,090
9	Cracker Barrel	1,697.1	534	Domino's	4,900	8,079
10	Ruby Tuesday	1,517	805	Dunkin' Donuts	3,800**	6,500**

**R&I estimate

자료: Restaurant&Intsituation (2006)

식품제조업체들은 소비자들의 요구를 충족하기 위해 극단적으로 상반되는 도전을 받게 될 것인데, 한편으로는 건강식, 질병예방식, 체중조절식, 활력을 줄 수 있는 식품 개발에 대한 요구와 다른 한편으로는 감각적으로 만족을 줄 수 있으면서 편의성, 고품질, 개별화에 대한 요구를 충족할 수 있는 제품개발에 주력하게 될 것이며 그러한 경향은 다양성, 고부가가치 상품, 신선한 상품들로 표현될 것이다(23).

위와 같은 관점에서 Sloan(24)은 소비자들의 식품구매 경향을 다음의 10가지의 성향으로 제시하였다.

- ① 내식의 증가(Dining In)
- ② 요리에 대한 관심증대(Cuisine Talk)
- ③ 형태와 기능의 편리성(Form & Function)
- ④ 감각제품(Sense Appeal) 각광
- ⑤ 어린이들의 흥미·상호작용추구(Kidding Around)
- ⑥ 무첨가 식품 선호(Doing Without)
- ⑦ 신선식품 선호 급증(Local Motion)
- ⑧ 건강식 추구(Seriously Healthy)
- ⑨ 차세대 음료(Next-Generation Beverages)
- ⑩ 스낵시장 활성화(Snacking & Sharing)

급식산업의 최신 경향

Spears는 국제 급식공급협회의 세미나(Foodservice Distribution International, 1998)에서 제시한 고객의 기호 변화에 따른 급식산업의 최신경향으로 양질의 음식과 편리한 식품, 합리적인 비용, 고부가 가치서비스를 추구하기 위해 5가지의 최신경향을 제시하였는데, 이는 ① 공동사업(partnering), ② 위탁경영(contracting), ③ 프랜차이즈(franchising), ④ 다전문분야에 의한 경영(multi-department management), ⑤ 가정식과 대체품(Home meal replacement)이다(25).

Lawn과 Buzalka는 위탁급식시장의 급변하는 환경변

화에 따른 8가지 최신 경향을 지적하였는데 이는 ① 합병과 계층화(consolidation and stratification), ② 서비스 번들링(service bundling), ③ 고유서명 마케팅 프로그램(signature marketing program), ④ 식당시설투자(front of the house investment), ⑤ 식품안전/HACCP, ⑥ 조리사의 영향력 증대, ⑦ 매출신장의 위한 새로운 방법(new avenues of growth), ⑧ 신기술(technology)이다(26).

환경변화에 따른 발전방향

Blum은 1989년부터 1995년 사이에 Hospitality Research Journal에 발표된 논문을 중심으로 환경변화에 따른 대응전략으로 심화된 경쟁체제, 지구화(globalization), 다양한 노동시장의 구조 변화에 따른 조직구조 재평가, 고객 기호성향의 분석, quality service의 특성화, 미래 급식산업 인재양성을 위한 교육·훈련 방식의 변화, 패스트푸드 업계의 적절한 폐기물처리 문제, 법적, 제도적 변화에 따른 고객의 사적인 비밀 보장사항 등의 변화전망을 예상하였다(27).

김 등(28)은 국내 외식산업 육성을 위한 발전전략으로 외식산업 진흥을 위한 입법추진, 외식산업 관련법과 제도 개선, 한국표준산업분류 체계 개선, 지식경제기반에 부합하는 외식 전문인력 양성, 정보화 사회에 부합하는 외식정보인프라 구축, 저비용·고효율의 외식산업 구조 혁신, 지역단위 외식경영지도사업 체제 구축, 시설·설비 개선을 위한 자금 지원확대, 위생·안전관리 수준의 선진화, 외식 서비스 수준 선진화, 국제규격 및 표준제도 도입으로 산업 경쟁력 확보, 한식 고부가가치화 정책, 해외시장에서의 한국음식 이미지 개선, 외식산업의 국제프랜차이즈 활성화 등을 제시하였다.

홍은(29) 환경변화에 따른 급식산업의 대응전략으로 고객만족과 고객가치 창출, 내부고객을 위한 마케팅전략, 외부고객을 위한 마케팅전략, 급식업체의 브랜드 관리, 정보

인프라의 구축, Home Meal Replacement 개발, 건강식의 개발 및 홍보, 음식물 쓰레기관리, PL법 대책, 체계적인 위생관리기법 구축 등의 중요성을 강조하였다.

급식경영은 실천적 응용학문으로서 현장에서의 지속적인 품질개선을 위한 문제점이 중요한 연구과제로 지적되고 있다. Bowen은 급식·호텔(hospitality) 경영분야에서 1990~1997 사이에 발표된 연구학술지를 중심으로 고찰한 결과, 대부분의 연구들이 시장중심(market-driven)의 연구들로 구성되며, 다음의 5개의 세부주제로 분류하였다(30): ① 시장 민감성과 경제성, ② 시장 세분화, 브랜딩, 서비스 고객화, ③ 서비스 품질, 단골고객유치, ④ 제품디자인, ⑤ 내부고객 마케팅.

Rodgers는 신속히 성장하고 있는 foodservice sectors를 세가지의 식품생산 체계로 분류하였는데 이는 대량생산체계의 Central Production Unit(CPU)의 개념을 지니는 Industrial cuisine와 batch production의 개념으로 운영하는 Fast food, 주문에 따라 생산하는 Fresh food로 분류하고 이에 따라 요구되는 기술적인 도전과 혁신과제로 자동화, 발전된 제품설계, 저장성 연장, 자가 세척장치, 조리시간단축을 위한 다양한 에너지원의 혼합사용, 식재 안전성 검사를 위한 사용자 편의(user friendly)의 신속한 검사기술 등을 소개하였다(31). 또한 향후 개발 방향으로 신속한 조리, 서비스를 위한 Robots의 활용, 제빵, 파스타 등의 제조를 위한 소형 크기의 식품제조기기의 개발, 실시간 식재료의 안전을 검사할 수 있는 휴대용 장비의 개발, 정확하게 제품과 식단의 위해도를 파악하여 설계할 수 있기 위한 통계적 예측모델(Predictive modeling) 개발, 기능성 식재료를 활용한 기능성 식단의 개발, 식품의 물성과 화학에 분자 요리학의 개념을 적용한 식단개발 등을 제시하였다.

결 론

본 고에서는 단체급식산업과 외식산업으로 구성되는 국내와 미국의 외·급식산업의 현황을 파악해보고 소비자들의 식품구매경향과 급식산업의 최신경향, 급식산업 환경변화에 따른 급식업계의 발전 방향을 고찰해 봄으로써 향후 외·급식산업의 발전방향을 모색해 보았다.

우리나라의 급식산업은 과거 20년간 괄목할 만한 급성장을 거두어 6조원의 거대시장으로 성장하였다. 그러나 대부분의 업계는 전문화된 시스템구축이 미비한 것이 현실이다. 이와 같이 장기간 불황에 따른 경제·사회적인 압박과 소비자들의 구매 행동이 다양화·개별화 되고 포화상태의 외식시장 상황에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 이에 민첩하게 대응할 수 있는 체계적인 전략이 필요하다.

혁신적인 조직구조와 업체 생산특성에 맞는 체계적인

시스템 인프라 구축, 고객 욕구를 증가하는 고객만족경영, 식품안전을 보장할 수 있는 체계적인 위생관리 시스템 적용, 제품의 품질과 경영효율을 증진시킬 수 있는 기술의 개발, 역량을 갖춘 외식전문인재양성을 위한 교육 훈련 프로그램 개발, 효율성 증대를 위한 식자재 유통구조 혁신, 대량생산 시스템(Central Commissary, CK) 건립, 에너지절약, 다기능, 위생성을 갖춘 시설 설비의 개발, 국제경쟁력을 갖춘 브랜드 육성 등은 미래 외식산업에서 경쟁우위를 차지하기 위해 급식·외식업계에서 업체의 경영 상황에 따라 접목하여야 할 도전 과제인 것이다.

급식산업의 지속적인 성장을 위해서는 관련 산학연관의 꾸준한 연구, 개발이 유기적으로 수행되어야 하며, 이를 통해 산업발전을 위한 제도, 기준의 효과적 적용, 개발된 혁신 기술의 업계 적용, 업계를 위한 육성책의 효과적 적용 등을 통해 향후 외·급식산업의 선진화를 기대해 본다.

참고문헌

1. 광동경, 류은순, 이해상, 홍환수, 장혜자. 2007. 개정 급식경영학. 신광출판사, 서울.
2. 식품저널. 2007. 식품유통연감 2007. 식품저널.
3. Chon K. 1997. Strategies for service quality management in restaurant and hospitality industry. *Food Industry and Nutrition* 2(2): 24-29.
4. Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education. 1992. Handout of Accreditation. Commission for Programs in Hospitality Administration, Washington DC.
5. Brotherton B. 1999. Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management. *Int J Contemp Hospit Manag* 11(4): 165-173.
6. 식품의약품 안전청. 2007. 2007년도 식품의약품통계연보. <http://www.kfda.go.kr>
7. 박지연. 2008. 수익모델 다각화 추구 프리미엄급식브랜드 정착. 월간식당. 2월. 통권 273.
8. 윤은옥. 2008. 원재료가 급등으로 수익구조 악화 음식값 인상에 따른 고객 불만 우려. 월간식당. 3월. 통권 274.
9. 여성가족부. 2005. 2004년도 전국 보육교육실태조사 2, 보육 시설조사 보고.
10. 여성가족부. 2006. 2006년 12월말 현재 보육통계.
11. 교육인적자원부. 2007. 2006학년도 학교급식실시현황. <http://www.moe.go.kr>
12. 대한병원협회. 2007. 병원집계현황. <http://www.kha.or.kr>
13. 정영호. 2006. 식대급여화에 대한 소고. 대한병원협회지. Jul. Aug.: 12-15.
14. 통계청. 2005, 2006, 2007, 시도별 사회복지시설수용현황. 국가통계포털. www.kosis.kr
15. 양일선, 채인숙, 이진미. 1998. 재가노인을 위한 가정배달 급식관리체계 및 급식서비스 현황 조사. 한국영양학회지 31: 1498-1507.
16. 이영미, 이기완, 명춘옥, 박연심, 남혜원. 1999. 도시지역 노

- 인을 위한 무료급식시설의 급식 서비스 현황조사. 한국식생활문화학회지 14: 431-446.
17. Buzalka M. 2006. The 2006 FM Top 50 Management Companies. *Food Management* WWW.FOOD-MANAGEMENT.COM September: 54-72.
 18. Matsumoto J. 2000. Exclusive: Institutional giants, contractors, health care, and universities, Restaurant and Institutions.
 19. Stockham A. 2000. Exclusive: Institutional giants: schools, business & industry. Restaurant and Institutions.
 20. Sheridan M. 2000. Exclusive: Institutional giants, business & industry. Restaurant and Institutions.
 21. Bureau of Labor Statistics. 2007. Consumer Expenditures in 2006. www.bls.gov
 22. Stensson A, Hensley S. 2007. Consumer Demand for Ways to Fit Quality Meals Into Hectic Schedules Shape Restaurant Trends in 2008. www.restaurant.org
 23. Hollingsworth P. 1993. Foodservice Trends: Convenient, Casual, and Comfy. *Food Technol* 47(4): 32-33.
 24. Sloan AE. 2007. Top 10 Food Trends. *Food Technol* 61(4): 22-39.
 25. Spears MC. 2000. *Foodservice Organization* 4th ed. Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River, NJ.
 26. Lawn J, Buzalka M. 1998. Eight trends that drive the contract market. *Food Management* 54-58.
 27. Blum SC. 1996. Organizational trend analysis of the hospitality industry: preparing for change. *Int J Contemp Hospit Manag* 8(7): 20-32.
 28. 김태희, 이영남, 박홍현. 2004. 국내 외식산업 육성을 위한 비전과 발전전략. *외식경영연구* 7: 215-237.
 29. 홍완수. 2005. 환경변화에 따른 급식산업의 대응전략. *관광·레저연구* 17: 287-305.
 30. Bowen JT. 1997. A market-driven approach to business development and service improvement in the hospitality industry. *Int J Contemp Hospit Manag* 9: 334-344.
 31. Rodgers S. 2008. Technological innovation supporting different food production philosophies in the food service sectors. *Int J Contemp Hospit Manag* 20: 19-34.