

韓國 外食 産業의 現況과 戰略

鄭 五 和*

● Abstract

As the economy has picked up in recent years, so have the changes in the food industry. Due to trends in the family structure, two income households are becoming more common, including the increase of the female working population. Leisure activities and time continue to increase and to cause changes in the food industry which makes many kinds of food available to everyone, compared to previous times when people ate simply to live. This trend can be easily seen by considering the year to year increase of expenses for eating out. As life has become more and more complicated and full of variety, the trend towards a consumer oriented food industry has accelerated and is becoming a major element of Korean life.

In the past, quantity of food was the most important aspect of the food preparation. Today, the dining experience includes social and cultural meanings which emphasizes customer oriented menus and services. In the restaurant business, successful management must consider the interests of both employees and customers and must be run efficiently and provide good service.

1. Prologue

The objectives of this survey are as follows:

1) The restaurant industry's role and importance is studied as it relates to everyday life. Restaurant businesses are classified and the changing processes of the business are investigated.

2) As most restaurants are operated by small and medium sized firms, actual operating situations and problems are investigated. Recommendations for improved restaurant operation and strategy are made.

3) Because of the importance of the restaurant business in the daily lives of people, recommendations are made for hygiene and health improvements.

4) The scope of this study includes the restaurants in Seoul City, Kyungi Province and other restaurants in the capital area. The study includes the following:

Chapter 1: Description of the reasons for this article

Chapter 2,3: Study of the process and the general condition of the restaurant business.

*食品 技術士, 豊年食品工業(株) 生産・品質管理 次長

-
- Chapter 4: Process of the change of the operation of restaurants.
Chapter 5, 6: Discussion of the problems of the Korean restaurant business and a list of suggestions for improvements and strategies.
Chapter 7: Conclusion and view of the Korean restaurant

2. Main

The food industry is the business of selling foods and beverages already manufactured to be directly consumed and includes restaurants, beverage services and tea and cake shops.

As of May 1995, approximately 500,000 shops were estimated to be operating in the food industry. Among them, Korean restaurants are 161,389. Japanese restaurants 9,036, Western style restaurants 19,926, Chinese restaurants 20,951, Seoul city food shops numbered 71,133 and model food and service shops numbered 9,859. The four types of food and service businesses are: "rest food", "general food", "quiet-bar" and "general bar".

Considering the role and importance of the food business in our everyday lives, the following areas must be improved:

- 1) Problems and strategies in business operation.
- 2) Problems and direction in administration and institution.
- 3) Direction of the restaurant business as it relates to the customer.

3. Conclusion and view

As the restaurant business must be operated based on customer desires, it should be managed to provide a high level of service through varied menus for many customer tastes, good hygiene, services and prices. In Seoul City and Kyungi Province, special emphasis should be placed on solving cook employment problems, guidance and control of road-side wagon restaurants, supervision of restaurants around wedding houses and model food and service shops.

Although this article is limited in its investigation, it possesses the following merits from a marketing point of view:

- 1) Provides a contribution to the study of the Korean restaurant business.
- 2) Provides a contribution to the development of laws and regional administration because it contains information on guidance and control for the food hygiene authorities and the restaurant business association.
- 3) Analysis of the question and answer sheet will help establish operation strategy. Restaurant managers, food hygiene administrators and customers can all benefit from improvements in the restaurant industry.

1. 머리말

오늘날 經濟 活動이 活潑해지면서 國民의 所得이 높아가고 食品 產業이 날로 發展해 가고 있다. 이러한 環境 속에서 政治的, 社會的, 文化的 水準이 向上되고 核家族化 되어 時間的 餘裕가 늘어 食生活 文化는 急速度로 變化되어 가고 있다.

특히 우리 社會가 國際化되는 過程에서 農水畜產物의 輸入 自由化가 이루어지는 同時에 加工食品들까지 갑작스럽게 汎濫해 우리의 傳統 食文化를 무너뜨리고 있다.

最近 國民들의 食生活 傾向이 多樣해져 幼兒食에서 學生, 職場人 및 業所用, 病院 患者食 및 老人食에 이르기까지 利用者들에게 關心의 對象이 되고 있다. 또한 오늘날 食事의 形態가 簡便食으로 많이 登場하게 되고, 外食 產業의 發達로 卽席 調理販賣와 半調理된 冷凍 包裝 食品들이 날로 늘어가고 있는 趨勢라 하겠다. 이러한 與件 속에서 우리들의 飲食 文化는 그 主體性을 잃어버리고 제멋대로 發展되어 가고 있고, 高유의 傳統 飲食은 그 自取를 감추어 漸漸 代用食인 빵과 牛乳, 햄버거, 피자파이 등 洋食 食單으로 變貌되어 가고 있다. 1995年 7月 現在 50여개의 外國Brand가 國內에 定着하여 600여 業所나 營業을 始作했으며, 國內 傳統 食堂과 맛 對決로 飲食業 經營 戰略을 펼쳐가고 있다.

現代의 飲食業은 過去처럼 단지 量만을 爲主로 하는 時期는 사라지고, 顧客을 爲한 質的인 食單과 Service 爲主로 健康 保健 增進을 위한 國民 食生活에 앞장서가는 社會的, 文化的 要因으로 그 意味를 갖게 되었다. 따라서 飲食業 部分은 經營者의 效率의이고 合理的인 運營과 Service 提供이 要求된다. 이와 같이 經營者의 成功的인 運營을 위해서는 從業員 管理와 顧客 要求 事項을 充分히 檢討하여야 하겠다.

韓國 飲食業이 環境 變化에 따라 持續的으로 發展되어가기 爲해서는 運營의 專門化와 Service 향상의 合理化 方案이 계속 推進되어야 한다. 이러한 점을 바탕으로 效率的인 食堂 運營 體制를 維持시키

고, 需要가 漸次 增加하고 있는 것에 對應할 수 있도록 經營者 및 從業員들의 水準을 向上시키는 것이 飲食 業界의 큰 課題이며 그 義務와 責任이 있다고 생각이 된다. 따라서 經營上 必要한 情報는 飲食業 運營에 反影하여 效率的으로 管理해야 하겠다.

2. 韓國 飲食業의 歷史

飲食業은 오늘날까지 사람이 먹고 마시는 가운데서 食事 禮節, 料理 方法 그리고 食事하기에 便利하도록 食生活 構造와 함께 形成되어 왔다고 할 수 있다. 一般的으로 最初의 飲食業은 旅行客을 위한 宿所에 있는 食堂이라고 할 수 있는데, 시골과 都市 人口가 增加됨에 따라서 食事만 하는 場所로 分離되어 생겨나게 되었다.

우리나라에서는 高麗初에 酒幕을 飲食業의 起源으로 볼 수 있으며, 그 後로는 使臣이나 여행자들에게 便宜를 提供하기 위한 <驛亭>과 <寺院>이 있었던 것으로 記錄되어 있다. 그 주목은 旅行者나 商人들을 爲하여 朝鮮時代 末까지 내려왔다. 오늘날엔 주목이 시골 장터를 往來하는 장사꾼이나 旅行하는 庶民들을 찾아보기 힘들 程度로 자취를 감추어 버렸고, 遊園地나 길가에서 술과 밥을 파는 飲食業所로 變貌해 버렸다.

우리 나라의 食文化의 形成 過程은 크게 다음의 4 段階로 區分하여 볼 수 있다.

第 1 段階는 古朝鮮에서 三國 時代까지로서 쌀, 보리, 조 등을 主食으로 하였으며, 콩으로 장을 담고, 魚貝類, 무우 또는 가지 등으로 무우짬지, 醬아찌類 등의 절임을 하고, 고기와 生鮮으로 脯를 만들고, 때로는 구이와 국을 만들어 먹는 主·副食 分離型의 食文化가 定立된 段階이며, 떡·술과 食혜도 이때부터 만들어 먹었다고 한다. 그리고 떡은 儀禮用 飲食으로 자리가 바뀌며 쌀의 增產, 生活 文化의 伸張과 함께 多樣하고 纖細하게 發達하였다. 또한 古朝鮮의 部族國家인 脈族은 家畜의 調理에도 능하여 고기와 마늘을 즐겨 먹었으며, 料理中 맥적은 고기예다가 부추나 마늘을 豐盛히 넣고 미리 調味하

여 구워 먹는 것이니 오늘날 불고기의 元祖라 왔으면 한다. 이와 같이 미리調味하여 굽는 불고기가 옛부터 中原에까지 名聲을 떨친 우리의 傳統 食品이었다고 하겠다.

第2段階는 統一 新羅에서 高麗 時代까지로서 崇佛 思想 속에서 一般食에서는 主·副食 分離型으로 固着되었고, 宴會食이 出現하여 食文化의 構造가 多元化되었다. 이때부터 飲食業의 起源인 酒幕이 出現하게 되었다.

第3段階는 朝鮮 時代로서 儒敎 思想에 의한 大家族 制度가 形成되었고, 主·副食 分離型이었으며 世界 特有의 김치文化가 形成되었다.

第4段階는 日帝時代에서 現在까지로 볼 수 있는데, 解放 以前까지는 어려운 보리고개 時節이었으며 이 期間인 1900년에 손탁 호텔내에 프랑스식 飲食店이 처음 開店됨으로써 近代의 飲食業의 起源이 되었다. 그 後부터 1960年代까지는 外援 食糧에 依存하였으며, 이와 더불어 西歐式 食生活이 流入되게 되었다. 1960年代에 拉면이 처음으로 生産되어 第2의 主食이 되었으며, 1970年代는 營養價와 맛을

追求하는 豊饒롭고 多元的인 食生活로 變化되었다.

1980年代부터 오늘에 이르기까지 消費者는 時間과 人力을 節約하는 簡便食을 要求하게 되었으며 그로 인하여 多樣한 外食産業이 盛行하고 있다.

특히 포장도시락은 美國에서는 Take-out food라 하고 日本에서는 持歸辨當(모찌가 에리벤도우)으로 하여 짐으로 사가는 도시락이란 意味를 가지고 있다. 우리 나라는 1900年初 鐵道가 開通되자 汽車內에서 도시락을 팔게 되었는데 이때부터 도시락의 文化가 始作된 셈이다. 또한 우리나라 도시락 製造業은 大統領令 第1200號(1986年 11月 11日 改正)에 따른 食品 衛生法 施行規則에 의해 처음으로 許可 도시락이 登場하였고, 1986년과 1988년의 國際 競技大會를 契機로 도시락 事業은 크게 進展되었다.

오늘날 우리나라 飲食業은 오랜 傳統의 食文化의 土臺로 多元化, 多樣化, 專門化, 近代化, 레저화, 國際化, 加工 食品化하여 顧客이 원하는 飲食業으로 發展되어 가고 있음을 알 수 있다.

韓國 食文化史의 時代 區分과 食文化의 形成 過程을 살펴보면 다음 <表1>과 <表2>와 같다.

<表1> 韓國 食生活史의 時代 區分

時代 區分	食生活 過程
先史時代 (舊石器, 新石器時代)	自然食品 採取式 時代
部族國家時代 (三國定立以前 時代)	벼의 栽培와 主·副食 分離時代
三國時代 (高句麗, 百濟, 新羅定立 時代)	食生活의 階層化時代
統一新羅時代 (7世紀 中盤 - 10世紀 初盤)	食生活 體制의 定着時代
高麗時代 (10世紀 中盤 - 14世紀)	食生活 變遷時代
朝鮮前期時代 (15 - 16世紀)	韓食 發達時代
朝鮮後期時代 (17 - 19世紀 初盤)	韓食 完成時代
開化時代 (19世紀 中盤 - 19世紀 後半)	食生活 多樣化時代
日帝時代 (20世紀 初盤 - 20世紀 中盤)	食生活의 窮乏化時代
現代 (20世紀 - 20世紀 後半)	食生活 西歐化, 國際化時代

資料: 『韓國食生活史』, 姜仁姬, 圖書出版 三英社, 1993, p. 24.

〈表2〉 韓國 食文化의 形成 過程

段 階	年代別 區分	食文化의 特徵
第1段階	古朝鮮—三國時代	1. 主·副食 분리형 食文化 (主食: 쌀, 보리, 조 등) (副食: 장류, 무우짬지, 장아찌, 생선포, 구이)
第2段階	統一新羅—高麗時代	1. 崇佛思想에 의한 다류, 한과류, 채소음식 발달 2. 고기승상과 요리법 제현 3. 일상식과 다른 제례·연회 등의 식문화
第3段階	朝鮮時代	1. 儒敎思想을 근본으로 한 공동체 의식 2. 大家族制度和 食生活의 규범 정착 3. 김치의 發達과 상용 필수 식품화
第4段階	第1期(1945— 解放以前) 第2期(解放以後— 1960年代) 第3期(1970年代) 第4期(1980年代)	1. 食糧不足과 貧困으로 인한 食文化 沈滯 2. 食品消費形態의 沈滯化 1. 기아 및 영양실조 상태 계속 2. 食糧의 장려운동과 서국식 식생활의 유입 1. 經濟發展과 核家族化로 인한 食生活 水準向上 2. 營養價와 맛의 추구화 1. 飲食에 對한 價値觀의 變化 2. 食生活의 外食化, 國際化, 레저화, 加工食品化

資料: 『그림解說 外食비즈니스』, 미아에이지, 韓國産業訓練研究所, 1992, p. 10.

3. 飲食業의 現況

가. 概況

飲食業이란 구내에서 直接 消費할 수 있도록 調製한 食品 및 飲料를 販賣하는 産業 活動으로써 食堂業, 酒店業, 茶菓店業 등이 包含된다. 이들은 食品 및 環境 衛生 管理 業所로서 大統領令이 定하는 바에 따라 市長·郡守 또는 區廳長이 許可를 내주고 그 營業 活動 全般을 管掌하고 있다.

食品 接客業으로는 休憩室 飲食店 營業, 一般飲食店 營業, 團樂酒店 營業, 遊興 酒店 營業으로 크게 4種으로 나누어 진다.

1993年 12月 全國의 食品衛生 關係 業所는 51萬 여 곳에 달하며, 이 중 食品 接客業을 하고 있는 業

所는 約 38萬個 業所로 推定하고 있다. 1995年 5月 末 現在 韓國飲食業中央會가 集計한 우리 나라의 食堂數는 32萬 3千 7百여개이며 지난해 12月 末 보다 4% 가량 增加했다. 市場 規模面에서 지난해 말 現在 外食 産業은 約 16兆 5千億원에 달한 것으로 推定된다. 앞으로 10% 內外로 成長이 繼續된다면 1998年째는 23兆원 規模로 擴大될 것으로 展望된다. 韓國의 食品 接客業所는 全體 規模面에서는 많은 成長을 했으나, 아직도 個別的으로는 零細한 곳이 絶對多數이다. 한 事業體當 從業員의 數도 全國 平均이 2.7名을 넘지 못한다.

1980年代 以後, 우리 經濟의 高度 成長으로 國民 所得이 增大됨에 따라 國民의 生活 消費패턴이 高級化, 先進化되면서 全般的인 레저 및 遊興 關聯 事

業들이 急伸張하는 樣相을 보이고 있으며, 飲食業도 量的, 質的으로 크게 發展하고 있으나, 酒店業 등 遊興飲食店의 非正常的의 成長은 과소 비풍조의 조장에 앞장섰다는 批判을 듣기도 하였다.

한편, 1988年 以後에는 食品 接客業所의 高級化 및 材料費, 人件費, 賃貸料 등의 費用 上昇으로 인한 原價負擔 때문에 各種 飲食 값이 急騰하였다. 物價가 年中 持續的으로 安定된 92年度에도 外食産業의 價格은 10.4%의 物價 上昇率을 보여 全體 消費者 物價 上昇率과 서비스 産業의 消費 物價 上昇率을 큰 폭으로 웃도는 上昇勢를 보였다.

1993年에 들어와서는 食品 接客業所를 食事 提供, 酒類 提供, 춤과 노래로 分類하여 團樂 酒店이라는 新種 業種이 생기는 등 새로운 食品 接客業所 管理 施策 方向을 가져오게 되었다. 특히 90年 10月 13日 犯罪와의 戰爭 宣布에 따라 범인성 有害 環境 助成을 豫防하고 豪華 過消費를 助長하는 頽廢 享樂 業所의 增加를 抑制하기 위해 遊興 酒店 新規 營業 許可 制限 措置를 90年 10月 19日부터 實施해 왔

던 것을 1995年 7月 地方 自治制가 열리면서 遊興 酒店 新規營業許可를 地域 實情에 따라 許可를 할 수 있도록 保健福祉部는 各市·道에 示達하였다.

오늘날 經濟 成長과 社會 構造의 高度化로 國民 意識 水準이 높아지고 趣味 및 餘暇 活動이 늘어나면서 外食 産業이 增大되고 飲食業 形態가 規模의 擴大化와 더불어 專門化 및 國際化의 性格으로 變化되어가고 있다. 이미 日本이나 美國 등의 先進 帝國에서는 飲食業 내지 外食産業의 大企業化 및 國際化가 이룩되어 外食 企業 經營 戰略으로 環境 變化에 對應하고 있다. 우리 나라에도 外國 外食業體가 登場한 이래 國內 自體 開發의 專門 飲食業所 및 粉食 類業所 등이 環境의 急激한 變化에 對應하여 經營 合理化 戰略으로 우리의 傳統 飲食業을 이 어가고 있다고 하겠다.

前述한 바와 같이 飲食業과 外食 産業은 一般的으로 같은 概念으로 認識되고 있고, 兩者의 概念과 特性은 <表3>와 같이 區分하여 分類할 수 있다.

즉, <表3>에서 알 수 있는 바와 같이 外食 産業

<表-3> 飲食業과 外食 産業의 差異點 比較

區 分	飲 食 業 (Restaurant)	外食産業 (Food Service)
食 材 調 理	調理에 使用 肉感的인 LOOK의 機能 (品質의 不均一)	材料 1次加工群의 使用 技術과 機械(均一한 品質) 消費者의 嗜好가 강하게 影響을 미침
經營方針	個性化, Idea의 重視 專門化 獨自的인 營業과 管理	3S主義(Speed, Service, Standard) 獨占의 企業이 誕生하지 않음 Chain化 및 Franchies 形態
店 鋪 教 育 商 圈	雰圍氣 重視 經驗重視 大商圈主義	效率重視 Manual 重視 小商圈主義

은 廣義의 飲食業에 대한 狹義의 概念으로써 標準化 調理와 效率化 調理에 바탕을 둔 Service 및 Manual 重視의 企業化 特性으로 나타낸 것으로 兩者의 差異點을 比較하고 있으나, 近來에 와서는 飲

食業 顧客 管理에 의한 經營 戰略으로 Service面이 나 飲食 形態가 거의 비슷하여 飲食業과 外食 産業을 飲食을 提供하는 面에서 同一한 意味로 보아야 할 것이다.

나. 飲食業의 動向

오늘날 우리의 外食文化를 定着시킨 가장 큰 要因은 核家族化와 本格的인 <마이카> 時代의 도래, 소비성향이 강한 新世代의 出現 등이 꼽힌다. 또 事業體에서는 現金 장사라는 魅力이 강하게 作用하고 있다. 특히 1인당 GNP 8千달러를 넘어선 요즘 外食業은 零細한 自營形態에서 벗어나 資金力, 組織力, 專門性과 노하우를 갖춘 大企業의 進出로 大變혁기 를 맞고있다.

우리나라의 食品 接客 業所에는 韓食집, 日食집, 粉食집, 대포집 등과 같은 一般 飲食店과 요정, 빠, 나이트클럽, 카바레, 극장식 酒店, 룸싸롱 등의 遊興 酒店, 술과 노래를 즐길 수 있는 團樂 酒店, 그리고 製菓店, 茶房, 休憩室 飲食店 등이 모두 包含된다.

1995年 5月 全國 323,337個의 飲食 業所가 加入해 있는 韓國 飲食業中央會 統計의 <表5>를 보면 一般 飲食店이 15.44%가 늘어났다. 業種別로 보면 粉食과 Fastfood Chain 등이 21%以上 增加하였으며, 그 중 日食이 가장 높은 25.2%로 늘어나 日本 飲食文化가 우리곁에 빠르게 挑戰하고 있는 듯하다. 그리고 遊興 酒店의 新規 營業 許可 制限으로 急激히 增加勢를 보인 團樂 酒店은 무려 73.96%나 增加勢를 보였다. 우리나라의 傳統 食堂인 韓食堂은 17.42%로 增加하였다. 이러한 것들은 國民의 所得增大에 따른 飲食嗜好의 高級化 趨勢와 健康 指向의인 消費傾向으로 需要가 增加하고 있기 때문으로 여겨진다. 그리고 平均的으로 衛生과 매장 雰圍氣· 飲食의 質面에서 相當한 發展을 보인 日食店과 粉食店은 中低

價 食單消費의 增加趨勢를 反影 前年에 비해 무려 각 25.23%, 21.45%의 飛躍的인 增加率을 記錄했다. 韓國 飲食業은 遊興酒店과 酒店業을 除外하고는 外國人 投資社들도 自由롭게 投資 可能한 業種으로써 外國 業體의 國內 支社 設立이나 國內會社의 合作, 또 國內 業體의 技術 導入 등에도 特別한 制限 規制가 없고 認·許可를 自由롭게 받을 수 있다. 1994年 現在 休憩飲食店營業人 茶房業은 外國人도 許可를 얻어 自由롭게 運營하게 되어 外國 Brand인 Coffee 專門店들이 全國的으로 擴散되고 있는 實情이다.

오늘날 國內에 Franchise 形態로 外國 Brand로부터 技術 導入·提携한 業體가 營業을 하는 경우가 많은데 그 숫자는 漸次 소폭으로 上昇하고 있는 趨勢이다. 그러나 食文化의 特性上 急速度로 外國業體가 國內 市場에 韓國人의 嗜好에 맞는 Menu를 開發하기가 어려워 아직까지 進出하는 業體가 적다고 생각되나 經營技法과 Service 提供, 價格, 맛의 差別化로 國內市場을 浸透할 수 있으므로 國內 飲食業所는 經營管理를 철저히 하여 그 戰略과 對應策을 마련하여야 할 것이다.

우리나라의 飲食業은 주로 서울과 京畿地域에 偏重되어 있으며, 그 分布圖는 韓食 49.91%, 粉食 8.60%, 中華食 6.48%, 洋食 6.16%, 日食 2.80% 順으로 <表5>와 같이 나타났다. 韓國飲食業中央會에서 1984년부터 1994年 12月末까지 飲食業 增加率을 發表한 <表4>것에 의하면 日食, 韓食, 패밀리 레스토랑은 急增되고, 輕洋食과 中食은 退潮 現狀을 보였다.

<表 4> 韓國 飲食業 10年間 增加率

區 分	1984年(占有率%)	1994年(占有率%)	增加率(倍)
韓國 飲食堂	58,074 (44.7)	154,174 (49.5)	2.7 倍
中國 飲食堂	15,138 (11.6)	20,314 (6.5)	1.3 倍
日本 飲食堂	1,688 (1.3)	8,558 (2.7)	5.0 倍
경 양 食 堂	5,567 (4.3)	19,521 (6.3)	3.5 倍
其 他	49,429 (38.0)	109,145 (35.0)	2.2 倍
合 計	129,896	311,712	2.4 倍

『월간 HOTEL & RESTAURANT』, 1995年 8月, p.93

〈表 5〉韓國飲食業中央會 會員 現況

地域別/年度 92年/(93年)	韓食	日式	洋食	中華食	粉食	登錄 業所	其他	休憩 飲食店	團樂 酒店	遊興 酒店	合計
서울特別市 /93年12月	22,159 26,737	1,902 2,272	9,355 9,662	3,611 3,921	3,858 4,711	1,003 834	15,102 16,825				56,990 65,294
釜山廣域市 /93年	9,268 10,282	221 229	580 651	1,618 1,748	1,244 1,539	578 576	6,446 6,703				19,955 21,993
大邱廣域市 /93年	6,596 7,215	1,028 1,066	1,402 1,459	1,649 1,740	1,089 1,400	75 55	1,744 2,384				13,583 15,355
仁川廣域市 /93年	3,809 4,461	352 390	720 736	725 813	1,086 1,325	101 96	3,288 3,999				10,081 11,849
光州廣域市 /93年	2,804 3,094	159 173	716 743	546 603	163 245	27 27	1,806 2,034				6,221 6,950
大田廣域市 /93年	4,284 4,973	133 191	274 373	551 566	554 777	24 23	1,381 2,129				7,201 9,047
京畿道 /93年	17,420 20,476	620 749	3,117 3,283	2,428 2,694	3,746 4,533	79 71	8,068 9,772				35,478 45,270
江原道 /93年	7,042 7,883	163 312	622 595	732 770	1,012 1,212	38 —	1,513 2,165				11,122 14,792
忠清北道 /93年	4,897 5,031	183 285	298 345	573 657	865 1,193	13 13	1,857 2,725				8,686 11,012
忠清南道 /93年	5,567 6,086	194 240	584 587	918 848	1,224 1,358	30 25	1,709 2,401				10,226 11,983
全羅北道 /93年	3,860 4,565	202 249	404 511	767 856	554 733	18 18	1,639 2,065				7,444 9,417
全羅南道 /93年	7,128 8,162	179 195	219 243	650 726	328 470	110 109	895 1,272				9,509 11,980
慶尙北道 /93年	10,165 10,835	193 295	773 736	1,377 1,388	1,424 1,631	— —	2,131 2,603				16,063 18,736
慶尙南道 /93年	13,927 15,984	391 368	635 680	1,569 1,715	1,188 1,526	138 107	2,114 2,496				19,962 23,821
濟州道 /93年	1,389 1,659	173 201	259 333	132 134	158 256	— 1	— 12				2,111 2,596
92年度合計	120,31	6,093	19,958	17,846	18,493	2,235	49,693	—	—	—	234,632
93年度合計	137,443	7,215	20,937	19,179	22,909	1,955	59,585	5,061	941	4,870	280,095
(比率%)	49.07%	2.57%	7.47%	6.85%	8.18%	0.70%	21.27%	1.81%	0.34%	1.74%	(100%)
(增加率%)	14.2%	18.4%	4.9%	7.5%	23.9%	12.5%	19.9%	—	—	—	14.74%
95年5月合計	161,389	9,036	19,926	20,951	27,822	1,648	73,308	4,561	1,637	3,059	323,337
(比率%)	49.91	2.80	6.16	6.48	8.6	0.51	22.67	1.41	0.51	0.95	100%
(增加率%)	17.42	25.23	-4.83	9.24	21.45	-15.7	23.03	-9.88	73.96	-37.2	15.44%

資料: 『保健社會統計年譜』, 保健社會部, 1992

韓國飲食業中央會 (1992, 12月 - 1993, 12月 - 1995, 5月 31日 現在)

注: 登錄業所는 無許可 零細店의 陽性化 業所

<表 6> 韓國 飲食業의 業種別 業體 分布 現況

(單位: 個所, %)

業種別 \ 年度別	1986	1988	1990	1991	1992	比率%	1993(比率)
一般(大衆)飲食店營業	164,866	191,830	227,767	264,265	300,752	78.58	338,421(77.58)
簡易酒店	862						
專門飲食店	971						
一般遊興飲食店營業	13,548	17,360	18,821	16,864	15,982	4.18	17,929 (4.11)
舞蹈遊興飲食店營業	852			948	1,057	0.28	
外國人專用飲食店營業	267			253	224	0.06	
團樂酒店營業							1,824 (0.42)
休憩室飲食店營業	378	669	1,018	1,141	1,277	0.33	61,372(14.07)
菓子店營業	8,607	10,052	11,388	12,793	14,538	3.80	
茶房營業	36,859	40,391	31,661	42,027	42,223	11.03	
人蔘 찻 집	1,677						
卽席販賣製造·加工業	—			332	552	0.14	9,990(2.29)
集團給食所	—			5,842	6,127	1.60	6,687(1.53)
合計	228,887	260,302	290,655	344,465	382,732	100%	436,223(100%)

資料: 『韓國經濟年鑑』, 全國經濟人聯合會, 1987, p. 542
 『保健社會統計年譜』, 保健社會部, 1993, p. 78
 『流通統計資料集』, 大韓·서울商工會議所, 1993
 『韓國統計年鑑』, 韓國都市行政研究所, 1995

年度別 飲食業의 增加 推移는 1993년에 約 14.7%가 增加하였고, 消費者 物價 動向에서 外食比率이 10.4%으로 계속 增加하고 있어 앞으로 外食 産業은 우리 生活에 깊은 關係를 가질 것으로 展望된다. (資料: 『物價年譜』, 統計廳, 1993.)

우리 나라 飲食業의 業種別 業體 分布 現況 <表 6>을 보면 1993년에 436,223 業體로써 大衆 飲食店이 77.58%로 나타났으며, <表 7>의 地域別 業體 分布 現況에서 서울 特別市가 24.27%로 全國 1位로 나타났고, 다음이 京畿道로 14.66%로 나타났다. 우리 나라 飲食業은 서울 및 京仁 地域에 43.65% 分布를 보이고 있다.

團體 給食은 그 任務를 遂行하기 爲해서는 여러 業務가 서로 關係를 맺어 計劃性 있도록 進行되어

야 한다. 給食 管理는 食單 作成에서 食品購入, 調理, 配食, 食事順으로 모두 衛生的이어야 한다.

오늘날 給食 産業이 새로운 有望 業種으로 浮刻되고 있다. 企業體, 學校, 病院 등에 食事를 團體로 供給하는 集團 給食産業이 成長 産業으로 脚光을 받자 이 事業에 本格的으로 뛰어드는 業體들이 急速히 늘고 있다. 最近에는 流通業에 經驗이 있는 大企業들이 속속 團體 給食 市場에 뛰어드는가 하면 外國의 專門 業體까지 國內에 現地 法人을 設立하고 營業에 나서는 등 市場 占有率이 뜨거워지고 있는 實情이다.

1992年 9月에 勞動部에서 集計한 純粹經濟活動 人口(勤勞者)는 2千萬名, 1991年 大韓 營養士會가 推定 集計한 統計에 의하면 團體給食人口는 約 4千

〈表 7〉 韓國 飲食業의 地域別 業體 分布 現況

(單位: 個所, %)

業種別\年度別	1986	1988	1990	1991	1992	比率%	1993(比率)
서울 特別市	64,784	66,474	9,061	85,124	95,220	24.88	105,887(24.27)
釜山 廣域市	19,152	21,434	25,267	27,610	30,358	7.93	33,314(7.64)
大邱 廣域市	13,033	15,101	17,694	18,687	20,531	5.36	22,986(5.27)
仁川 廣域市	8,254	9,335	12,404	14,849	17,580	4.59	20,609(4.72)
光州 廣域市	4,349	4,858	6,512	8,160	8,969	2.34	9,980(2.29)
大田 廣域市	5,670	6,132	7,667	8,915	10,494	2.74	13,072(2.99)
京畿 道	30,791	35,037	42,652	49,136	56,953	14.88	63,940(14.66)
江原 道	11,226	12,286	14,084	15,690	17,366	4.54	19,246(4.41)
忠清 北道	8,568	9,399	10,969	12,211	13,701	3.58	15,429(3.54)
忠清 南道	15,024	16,695	12,305	18,716	14,852	3.88	16,331(3.74)
全羅 北道	9,004	9,098	11,087	12,426	13,990	3.66	17,646(4.05)
全羅 南道	10,701	11,022	12,836	14,374	16,131	4.22	20,482(4.70)
慶尙 北道	16,752	17,963	21,232	23,039	25,547	6.68	27,753(6.36)
慶尙 南道	19,491	22,703	27,564	31,114	35,742	9.34	43,609(10.0)
濟州 道	3,019	3,424	4,114	4,661	5,298	1.38	5,939(1.36)
合計	239,818	260,961	305,448	344,712	382,732	100%	436,223(100%)

資料: 『韓國經濟年鑑』全國經濟人聯合會, 1987, P. 542
 『保健社會統計年譜』保健社會部, 1993, PP. 82-83
 『流通統計資料集』大韓·서울商工會議所, 1993
 『韓國統計年鑑』韓國都市行政研究所, 1995

百萬名으로 團體市場 規模는 約 1兆8千億圓에 이른다.

따라서 現在 우리 나라 團體 給食 市場의 規模는 約 3兆圓 線이다. 그 現況을 보면 產業體가 全體 市場의 75%를 차지하고 있고, 病院이 19%, 學校와 其他 公共 團體 등이 6%를 차지하고 있다. 이는 全體 市場 規模 約 3兆9千億圓으로 產業體가 全體의 49%, 病院이 36%, 學校가 15%를 차지하는 日本의 給食 市場과 比較해 보면 全體의 市場의 規模나 內容面에서 커다란 差異가 있다. 또한 專門 飲食 業體를 통한 委託 運營率이 日本의 93%에 비해 우리나라는 9% 水準에 不過해 그만큼 向後 成長 潛在力이 큰 事業으로 새롭게 脚光을 받게 되었다.

大企業이 軍침을 흘릴만큼 黃金漁場으로 새롭게 大頭된 團體 給食은 가까운 日本이나 美國, 歐美, 各國과 比較해 美國보다는 30年 日本보다는 20年이

뒤지는 水準으로 國內 給食 產業은 이제부터 始作이라고 할 程度로 荒蕪地 段階에 있다고 해도 過言이 아니다. 이러한 團體 給食을 Catering(團體 給食 專門業) Service로 利用하게 되면 資材 購入에서부터 Menu 供給, 調理, 配食에 이르기까지 一括 工程을 全擔 代行하여 주므로 利用 業體들은 各種 費用을 切感할 수 있는 데다가 低廉한 價格으로 高品質의 食事を 提供 받을 수 있는 長點과 廢棄 飲食物의 量도 크게 줄일 수 있는 節約效果도 있다는 것이다.

특히 集團 給食은 많은 사람이 食事を 利用하게 되므로 衛生 管理를 철저히 하여 集團 食中毒 등이 일어나지 않도록 集團 給食所 運營者의 遵守 事項을 잘 지켜야 할 것이다.

食品 衛生法에서 食品 接客 業所의 施設 基準과 衛生 水準에 準하여 模範 業所를 運營 管理하도록 되어있다. <表8>은 韓國 飲食業 模範 業所 現

況을 나타내고 있으며, 1995年 5月 現在 9,859業所
로 韓食이 77.8%로 가장 높고, 다음이 日食 9.31%,

洋食 6.16%, 中食 2.35%로 나타났다.

<表 8> 韓國 飲食業의 地域別業體 分布 現況

(1993年 12月~95年 5月 現在)

地域別\年度	計	韓食	日食	洋食	中食	其他
서울 特別市	1,520	907	248	261	74	30
釜山 廣域市	546	413	74	39	13	7
大邱 廣域市	121	104	12	2	1	2
仁川 廣域市	268	206	15	24	5	18
光州 廣域市	146	144	—	21	—	—
大田 廣域市	146	140	1	3	2	—
京畿 道	1,238	988	97	84	40	29
江原 道	580	464	54	34	16	12
忠清 北道	199	169	11	8	10	1
忠清 南道	280	243	20	11	6	—
全羅 北道	261	197	18	14	12	20
全羅 南道	361	291	19	9	8	34
慶尙 北道	702	591	59	25	17	10
慶尙 南道	1,213	1,123	49	22	19	—
濟州 道	66	45	19	—	2	—
93年 合計 (比率 %)	7,647 (100%)	6,025 (78.80%)	696 (9.10%)	538 (7.03%)	225 (2.94%)	163 (2.13%)
95年 5月 合計 (比率 %) (增加率 %)	9,859 (100%) (28.93%)	7,670 (78.80%) (27.30%)	925 (9.38%) (32.90%)	607 (6.16%) (12.83%)	301 (3.05%) (33.78%)	356 (3.61%) (118.40%)

增加率%: (95年 5月 合計-93年 合計)/93年 合計*100

資料: 『保健社會統計年譜』, 保健社會部, 1992年

韓國 飲食業中央會, 1993年 12月-1995年 5月 31日

4. 經濟發展에 따른 食品 接客 業所 變遷 過程

오늘날 經濟發展에 따라 서비스業은 상당히 많은 環境變化를 가져왔다. 그 중에서도 韓國 飲食業은 몇 해를 거듭하여 社會的으로 規制 및 團束의 對象이 되어왔고, 食品 接客 業所의 營業許可에 對한 分類도 몇 차례나 變更되었다. 그러나 飲食業을 運營하는 經營者 立場에선 效率的인 管理를 하지 못하여 어려움을 가져오기도 했다.

食品 接客 業所의 營業許可는 <表9>와 같이 1986년까지는 專門 飲食店 營業許可가 施行되어 오다

가 大衆飲食店으로 吸收되어 버렸고, 1992년에 과자점영업과 茶房營業이 廢止되어 93년부터 休憩 飲食店 營業許可로 統合 便乘시켰으며, 그리고 移動 調理 販賣業과 出張 調理 販賣業은 一般 飲食店 營業許可로 吸收되어 버렸다.

1990년대부터 國際的인 外食 産業이 國內에 들어와 뿌리를 내리면서 國內 飲食業 運營에 많은 衝擊을 주었다. 오늘날 外國 브랜드로 들어온 外食 産業이 施設 投資나 規模面에서 優位 戰略으로 寡圍氣, 價格, 서비스, 맛의 差別化로 國內 外食 市場을 見樣하고 있다.

1993년에 새롭게 등장하게 된 團樂酒店營業은 健全한 休息이나 유락공간에 대한 사회적 需要를 充足시킬 수 있는 젊은 世代와 職場人을 顧客으로

한 經營 戰略을 펼치고 있어 앞으로 遊興酒店의 顧客을 많이 吸收시킬 것으로 豫測된다.

〈表 9〉 食品 接客業 年度別 變遷 過程

1993~95年	1992 年	91~89年	88~87年	85~86年	83 年
休憩飲食店營業	1. 大衆飲食店 營業(食事類 등 飲食만 販賣하는 경우) 2. 菓子店 營業 3. 茶房營業 4. 一般料理販賣業	1. 大衆飲食店 營業 2. 菓子店營業 3. 茶房營業	1. 大衆飲食店 營業 調理販賣業 移動式販賣業 인삼차집 2. 菓子店營業 3. 茶房營業	1. 大衆飲食店 營業 簡易酒店 2. 菓子店營業 3. 茶房營業	1. 大衆飲食店 營業 簡易酒店 2. 菓子店營業 3. 茶房營業 4. 專門飲食店營業
一般飲食店營業	1. 大衆飲食店營業(食事類와 飯酒로 酒類를 販賣하는 경우) 2. 休息室營業 3. 移動調理販賣業 4. 出張調理販賣業(主流 取扱時 조주사 必要)	4. 休息室營業 5. 食品調理販賣業 1) 一般調理販賣業 2) 移動調理販賣業 3) 出張調理販賣業	4. 休息室營業	4. 專門飲食店營業 1986年11月11日 衛生法 改正 5. 休息室營業	5. 休息室營業
團樂酒店營業	1. 大衆飲食店 營業(酒類와 按酒만 販賣하는 경우) 2. 遊興接客 營業(酒類와 按酒만 販賣하는 경우)				
遊興酒店營業	1. 遊興接客營業(酒類와 按酒만 販賣하는 경우의 遊興接客營業의 경우)	6. 遊興接客業	5. 遊興飲食店營業 一般遊興飲食 舞蹈遊興飲食 外國人全用 遊興飲食店	6. 遊興飯店營業	6. 遊興飲食營業

資料: 『食品衛生法 및 衛生管理指針』, 韓國食品工業協會, 1993, p. 52

1995年 現在 食品 接客業 營業 許可에 따른 飲食業의 分類를 알아 보면 <表10>과 같다.

<表10> 食品 接客業 年度別 變遷 過程

分 類	飲 食 業 的 例 示	販 賣 商 品
休憩飲食店營業	飲食類를 調理販賣하는 營業(음주행위가 허용되지 아니하는 영업) 다방, 커피전문점, 찻집, 제과점, 떡집 등 휴게시설음식영업(공항, 고속도로, 유원지) 편의점 코너 외 식 영업)	단일상품(도시락, 목류 등) 분식, 탕류, 아이스크림, 과자류, 다류, 커피, 빵, 떡류, 죽류 등 모든 음식물과 음료 일체
一般飲食店營業	飲食類를 調理·販賣하는 營業(식사와 함께 부수적으로 음주행위가 허용되는 영업) 일반 대중음식점영업, 기차, 자동차, 선박을 이용하여 판매하는 영업, 포장마차음식업, 전문음식업, 관광편의시설업(전문, 일반관광식당업)	전문음식점(한식, 일식, 중식, 양식 등) 식사류 및 안주류 고급탕류, 부페, 복조리전문점, 예식연회식당, 한국전통음식 *관광객의 이용에 적합시설, 음식제공시설을 갖추고 이들에게 제공하는 특정국가음식
團樂酒店營業	주로 酒類를 調理·販賣하는 營業(손님이 노래 부르는 행위가 허용되는 영업) 단란주점, 생맥주점, 간이주점, 노래주점, 가요주점, 노래방주점업	주류 및 안주류 판매 (노래, 연주감상)
遊興酒店營業	주로 酒類를 調理·販賣하는 營業(유흥중사자를 두거나 유흥시설을 설치할 수 있고 손님이 노래를 부르거나 춤을 추는 행위가 허용되는 영업) 나이트클럽, 고고클럽, 극장식나이트클럽, 카바레, 룸싸롱, 외국인 전용 유흥음식업, 펍, 요정, 비어홀, 관광음식식당업, 관광이용시설업(관광음식점업:한국음식점업, 관광극장 식당업)	주류 및 안주류 판매 (무도장에서 노래, 춤, 연주) *관광객의 이용에 적합시설을 갖추어 이를 이용하는 자에게 제공하는 음식

資料:『食品衛生法 및 衛生管理指針』, 韓國食品工業協會, 1993, p. 52
『月刊 특별기』, 韓國食品工業協會, 1994, 1月號 pp. 38~39

5. 韓國 外食 産業의 問題點

國民 生活 水準과 레저 需要 增加에 따라 遊興, 觀光 部門은 앞으로도 繼續的인 성장세를 보일 것으로 豫見된다. 이에 飲食 業界는 모든 顧客이 보다 感動的이고 水準높은 文化를 향유하고자 하는 多樣的 期待와 慾求에 副應해서 발 빠른 經濟 革新의 能動的인 對應 姿勢가 要求된다. 한편 우리의 食品 接客 業所는 健康 診斷(衛生 狀態), 施設 違反, 업태 위반, 未成年者 出入, 酒類 販賣, 頽廢營業 등이 違反 事例로 摘發 당하는 경우가 많아 國民 保健次元에서 時急한 改善을 통해 健全한 食生活 文化 環境을 助成해야 할 것이다.

오늘날 政府의 監督과 行政 指導도 이미 彪大하고 多樣해진 業體 數에 걸맞지 않게 劃一的이고 無差別의이라는 批判을 받고 있다. 다른 部分에서와 같이 飲食業에 대한 監督도 業界 共有의 特性을 考慮할 수 있는 것 보다 專門的인 監督 體系가 要求된다고 하겠다. 또한 各 行政 部處의 監督 技能이 有機的인 채널로 連繫하여, 浪費的인 중복 行政 規制 등을 防止하고, 業界의 創意的이고 安定的인 經營 條件 조성을 통해, 先進 食品 接客 文化를 定着시켜 나가야 할 것이다. 그러면 韓國 飲食業이 直面하고 있는 問題點과 改善 方向으로 經營 戰略을 기술코자 한다.

가. 飲食業 經營者의 運營上 問題點

- 1) 飲食業所 規模의 零細性 및 施設의 老朽化
- 2) 經營者 意識 構造의 前近代性
- 3) 經營의 非合理性 및 販促 活動의 未洽
- 4) 從業員의 職業 意識 不足
- 5) 飲食業에 대한 政府의 支援 制度의 未洽
- 6) 飲食業에 관한 컨설팅 專門會社 不在
- 7) 原價 管理의 不在
- 8) 메뉴 管理의 非合理性
- 9) 傳統飲食의 開發 問題
- 10) 衛生 및 調理 過程의 安全性 問題
- 11) 從業員 管理의 非專門化
- 12) 飲食業에 對한 金融上의 問題

나. 行政 制度上의 問題點

飲食業이 健全한 方向으로 發展하기 위한 當面 課題는 現行 法規에 따른 管理 및 指導·監督이 定期的으로 行해져야 할 것이며, 形式的인 指導·監督이라면 只수이라도 그 行動을 바꾸어야 할 것이다. 그럼 法的 環境과 經營 與件上에 對한 問題點을 알아보면서 바람직한 向後 發展 構圖를 다음과 같이 研究해 보기로 하겠다.

- 1) 올바른 姿勢와 判斷
- 2) 프랜차이즈(Franchise) 關聯 法規 및 營業 時間 制限
- 3) 外食 産業 關聯 法令 및 規制와 改善
- 4) 食品 接客業의 자유로운 法 改正
- 5) 飲食業所 附加稅에 對한 問題
- 6) 外食 産業에 關聯된 環境 管理 側面의 法令

다. 飲食業所에 對한 顧客의 要求 事項과 問題點

- 1) 品質上의 問題點
- 2) 原價面의 問題
- 3) 衛生·營養·環境 改善을 爲한 指導 監督 問題
- 4) 營養 教育 및 衛生 保健 教育 問題
- 5) 外食 産業 同伴者의 價値觀 問題

6. 韓國 外食 産業의 改善 方向과 戰略

가. 飲食業 經營上 改善 方向과 戰略

1) 飲食業所의 施設이 現代化가 되어야 한다. 다음으로 廚房 器機의 自動化 및 食재의 加工度를 높여야 한다.

- 2) 店舖의 規模와 資本의 適定化
- 3) 經營者 意識 構造의 現代化
- 4) 經營의 合理化
- 5) 政府 支援 制度의 活性化

첫째, 中小 企業 基本法 및 關係 法令 再檢討와 改善

둘째, 店舖 賃貸借 保護法의 制度 및 實施 強化 셋째, 金融 支援의 積極化

넷째, 稅制 支援의 實施 強化

6) 飲食業所에 관한 컨설팅 專門 會社의 設立 運營

7) 差別化 戰略과 메뉴 改善

8) 原價 管理의 適用

9) 販賣 促進의 活性化 및 運營 管理의 電算化

10) 駐車를 爲한 充分한 空間確保

11) 食品 衛生 管理 및 從業員 教育 強化

12) 飲食業所의 飲食쓰레기 처리안

13) 各界 各層의 外食 産業에 對한 基本 認識 轉換

나. 行政 制度上의 改善 方向과 戰略

1) 社會 環境 次元에서 改善 및 發展 方向

첫째, 家庭 下水道 1次 終末 處理되는 것은 거의 없이 강물로 流入된다고 한다. 이와 마찬가지로 飲食業所의 廚房 下水道 特別히 水處理 없이 그냥 下水溝로 流出시키고 있는 實定이다. 그래서 앞으로 道路와 建物 建設時 下水問題는 充分히 檢討되어 環境問題를 일으키지 않게 하여야 할 것이며, 飲食業所에서 廢水, 汚物이 많이 流出되므로 指導·監督時 반드시 環境問題를 고려 하여야 하겠다.

둘째, 小規模의 非衛生的인 食堂 業體는 指導와 教育을 通하여 育成 發展시켜야 한다.

셋째, 外食 企業體는 共同 目標을 爲한 協議體나 研究 機關을 만들어야 한다.

넷째, 外食 專門 教育 機關의 設立을 提唱한다.

- 2) 稅制上 改善 方向
- 3) 從業員 採用
- 4) 飲食 業所 食品·環境 衛生 指導 監督
- 5) 食品 接客 業所 許可 管理에 對한 事項
- 6) 포장 마차 등 飲食 提供 業所에 對한 管理

다. 顧客이 원하고 바라보는 改善 方向

- 1) 廚房의 청결도와 從業員의 個人 및 食品 衛生
- 2) 食事 提供 서비스
- 3) 公衆 衛生 管理 側面
- 4) 메뉴 管理의 多樣化 및 差別化
- 5) 調理의 安全性과 顧客의 心理的 負擔

7. 韓國 外食 産業의 展望

環境이 劇變하고 있는 우리 나라의 飲食業은 經營 管理에서 自身만이 간직한 顧客 管理와 메뉴의 差別化, 業所의 雰圍氣 革新, 그리고 從業員 서비스와 親切이 賣出의 큰 影響을 미칠것으로 豫見된다. 특히나 外國 브랜드와 맛 對決을 爲하여 恒시 地域別 마케팅 調査와 管理를 철저히 하여 競爭 業所와 同乘할 수 있도록 새로운 아이디어 創出이 要求되고 있다. 韓國의 外食 産業은 앞으로 그 競爭 業所는 늘어날 것이고, 顧客의 욕구는 只今 보다 더 새로운 것을 要求하게 될 것이며, 國民 所得은 높아지더라도 外食費는 物價 上昇과 支出 過多로 줄어들 것으로 생각된다. 經濟 發展으로 인하여 레저·觀光 産業이 등장하여 많은 時間 所要와 經費 支出이 있을 것

으로 展望된다.

韓國의 飲食業은 年齡에 따라 嗜好 性向이 다르므로 外食 産業 進出時 業種을 잘 選擇하고 立地 選定, 交通 問題, 流動 人口 등에도 研究 調査한 다음 選擇하여야 하겠다.

오늘날 프랜차이즈라하여 地域 單位로 飲食業 經營을 擴張하여 가고 있으나 國內 브랜드로 特別히 成功한 業體는 극히 多물다는 이야기다. 그래서 앞으로의 가맹점식으로 運營해 갈려고하는 外食 業體는 獨創의이고 特別한 管理 技法을 가맹점에 研修시켜 어떠한 어려움도 克服할 수 있는 姿勢가 要求된다.

韓國의 飲食業은 과거처럼 運營해서는 아니되며 깔끔하고, 客席 照明은 밝고, 廚房 및 業場이 통유리를 使用하여 시원스럽고 넓은 곳이어야 하며, 從業員은 食慾있는 옷차림으로 親切과 서비스가 提供되어야 永遠한 顧客을 맞이 할 수 있다고 하겠다. 오늘의 顧客은 過去와는 다른 特化된 雰圍氣와 포만감을 주는 메뉴로 좋은 서비스와 水準이 있는 飲食 業所를 찾고 있다. 우리의 飲食業은 항상 우리 곁에 있으므로 韓國人의 입맛에 맞게 메뉴화되어야 하겠다.

특히 韓國의 外食 産業은 大企業의 關心이 높아 單獨 출처 및 外國 브랜드와 合作하여 外食 産業에 많이 參與하고 있으며, 學會에서도 學文的 研究로 飲食業經營 세미나 등을 開催하여 外食 産業의 急激한 成長 氣勢를 더 높이고 있다. 또한 2002年 월드컵 開催 準備로 인한 韓國 外食 産業의 發展은 先進 文化 水準으로 끌어 올릴것으로 展望되며, 韓國을 찾은 外國 觀光客에게 土俗的인 韓國 飲食 文化를 紹介하는 좋은 機會가 될 것으로 생각된다.