

특집 : 세계 급식 · 외식 산업 최신 동향

## 국내 급식 산업 동향

이강권<sup>1</sup> · 이정진<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>삼성에버랜드(주)

<sup>2</sup>연세대학교 식품영양과학연구소

### Trends of Korean Contract Foodservice Industry

Gang Gweon Lee<sup>1</sup> and Jung Jin Lee<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Samsung Everland Inc., Gyeonggi 446-912, Korea

<sup>2</sup>Research Institute of Food & Nutritional Sciences, Yonsei University, Seoul 120-749, Korea

#### 서 론

국내 급식시장은 경제발전이 본격화 되던 1960년대에 공장들이 공장 안에 집단급식소를 설치하게 되면서 시작되었으며, 1980년대에 위탁급식 시장이 태동한 이후, 1988년 올림픽을 기점으로 위탁시장이 본격 성장하기 시작하였다. 초기 중소기업체가 주도하던 급식시장은 대기업들이 계열사의 급식을 통합 운영하면서 대기업 위주의 시장으로 변해갔으며, 이후 1980년대 말 노사분규 심화로 인한 복지후생 요구증가, 올림픽 이후 외식산업발달, IMF로 인한 경영효율화 등으로 시장이 확대되면서 급격하게 성장하였다.

국내 급식시장 규모는 2008년 약 7.8조원으로 추산되며 이중 위탁급식 시장은 약 4조원 규모로 추정하고 있는데 '00년부터 '09년까지의 전체 급식시장의 성장률은 2.3%로 경제성장률을 하회하는 수준으로 나타나 시장의 성장세는 둔화된 것으로 보이고 있다. 이에 국내 급식산업의 최근 동향을 점검하고 발전 방향을 모색하고자 한다.

#### 국내 급식산업 동향

##### 시장전망

'00년부터 '04년까지의 위탁급식 성장률은 6.2%로 전체 급식시장 성장률을 상회하였으나 '04년 이후 성장률은 4%로 감소하였다. 위탁급식산업은 성숙기에 진입한 것으로 판단되지만 직영업체의 위탁전환과 급식산업의 트렌드 변화를 감안할 때 자금력과 시스템을 앞세운 대형업체들의 성장여력은 여전히 존재하는 것으로 보인다.

시장성숙으로 인한 매출정체를 극복하기 위한 각 기업

들의 급식산업의 질적 고급화와 사업의 다각화 노력이 계속되고 있으며 푸드코트, 뷔페 등의 형태로 제공되는 프리미엄 급식은 대기업의 복지강화 움직임에 따라 점진적으로 확산되어 약 5%~8% 수준이 되는 것으로 추산되고 있다.

또한 많은 단체급식 업체들이 외식, 웨딩, 연회, 컨세션 등 식음 관련 수평적 사업 확장과 식품제조, 식자재사업 등 수직적 사업다각화 노력을 계속 하고 있는 상황이다.

##### 관련기업 동향

국내 급식 산업은 대기업 계열의 대형급식업체들이 국내 급식시장의 대부분을 차지하고 있는데, 대형 급식업체들은 대부분 급식, 식자재, 외식, 컨세션 등으로 다각화된 사업구조를 가지고 있다. 이러한 사업다각화 노력을 통해 급식사업의 비중은 전체매출의 약 40% 내외를 차지하고 있으며 급식시장의 성장 정체에도 불구하고 업체들은 평균 16% 정도의 성장을 지속해 오고 있다.

대기업들은 계열사 간의 벨류 체인을 이용하여 식품유



그림 1. 국내 위탁급식 시장 성장 추이(외식연감)

\*Corresponding author. E-mail: jj2004@hanmail.net  
Phone: 031-288-0795, Fax: 031-288-0880

통, 식자재, 외식 등으로 사업을 다각화하고 있으며 특히 급식 인접사업인 외식, 컨벤션, HMR 등으로의 사업 확대를 통한 시너지효과를 추구하고 있어, ECMD, 한화는 인천공항, 고속도로 등의 컨세션 사업에 적극적으로 진출하고 있다.

또한 최근 기업용 식자재 시장의 성장성이 주목받기 시작하면서 각 기업들은 전체매출 중 식자재 비중을 늘려가고 있으며 식자재 사업 확대를 위한 인프라 구축을 시도하고 있다. 이러한 시도로 인해 주요 대기업의 전체 매출 중 식자재 매출 비율이 급식매출보다 높아지고, 성장률도 급식사업의 성장률을 상회하고 있다. 특히 신세계푸드는 이마트에 공급하는 치키타 바나나, 키위 등 도매물류 물량을 확대하고 있고, 동원 홈푸드는 계열사인 동원산업의 수산유통 부분을 이관 받아 사업을 진행하고 있다. CJ프레시웨이 역시 해외에서 50여개 품목을 수입하여 유통하고 있으며 쌀, 사과, 버섯 등 국내 농산물을 수출하고 있다.

**급식 운영형태의 변화**

그러나 급식업체들은 이와 같은 사업 다각화 활동과 더불어 사업의 근간인 위탁급식 사업에서의 차별화를 위해 급식운영 형태를 발전시키려는 노력을 지속적으로 해오고 있다. 급식운영 형태는 국내의 경우 단순 일자배식 형태에서 발전하여 '80년대 후반 카페테리아 방식이 일부 도입되었으나 차별 추가 지불에 대한 거부감과 효율성 저하로 확산되지 못하고 있는 상황이다. 최근 식사품질에 대한 고객의 기대수준이 높아지고 국내 급식시장 포화로운 급식기업간의 경쟁이 격화되면서 고객만족도 제고와 객단가(客單價)를 높일 수 있는 새로운 급식 운영형태를 확대하는 추세가 늘어나고 있다.

**향후의 국내 급식 트렌드 예측**

미국의 경우는 '80년대(1인GDP \$20,000) Franchise Brand → '90년대(\$30,000) Marketplace 확산 → '00년대(\$40,000) Emporium 도입의 단계를 거쳐 현재 복합형 Premium Foodservice 급식 운영 형태로 발전하였다. 1인 GDP와 국내 시장 현황 등을 고려해 볼 때 국내 급식시장은 '80년대의 미국 급식시장의 상황과 비슷하며 기존의

단순 배식 차원에서 전문성과 다양성을 가미한 형태로 발전하고 있다.

오피스·산업체의 경우 회사의 식비보조 및 짧은 시간 내에 모든 직원들이 식사를 해야 하는 한계로 인하여 즉석 요리 및 선택의 폭이 많은 Marketplace 및 Emporium 형태의 도입이 힘들 것으로 판단되며 기존 Set메뉴 위주의 기본 배식 형태에서 메뉴의 전문성과 다양성이 일부 가미된 형태의 In-house brand food court와 추가찬 및 샐러드 바가 확대된 형태의 Scramble형 Cafeteria 방식이 선호될 것으로 예상된다.

또한 고객의 다양한 욕구를 충족시키고 부가매출 향상을 위하여 직원 커피숍 및 편의점, Take-out 코너 확대, 다양한 식음 관련 Venue 등이 증가할 것으로 판단 된다

**고객 Needs의 변화**

**【단순 식사 → 즐기는 식사】**

메뉴의 다양성 및 전문성을 요구하는 경향이 증가할 것이다. 이를 위해서는 고객의 Needs를 감안한 코너별 상품화 컨셉을 개발하고, 신식음 트렌드를 반영한 상품개발 및 고객 제안체계 구축, 전문 외식업체와의 연계를 통한 식음 다양성 확보 등이 필요하다.

**【단순 식사 제공 위주 → 고객 편의 아이템 제공】**

급식 외 부가서비스의 확대 요구가 강해질 것이며, 커피숍, 미니 편의점, Take Out 아이템의 확대 등 고객의 편의를 도모할 수 있는 급식 형태가 선호될 것이다.

**【단순 식당 공간 → 활용도 및 시간 확대된 다목적 공간】**

식음 및 편의공간의 다목적 기능 개발 요구가 증가할 것이다. 따라서 회의, 휴식, 연회 등 Multi-Function 공간 설계, 다용도 활용이 가능한 식음 및 기타 서비스 상품 개발이 필요하고, 좀 더 쾌적하고 환경 지향적인 식당 인테리어를 지향할 것이다.

**급식업체의 변화**

**【급식업체 → Life Infra Provider】**

급식 이외에도 Coffee, Bakery, 자판기, 편의점, Catering, FM(Facility Management) 등 사업영역을 확대하려는 노력이 지속될 것이다.

**표 2. 국내 급식 운영 형태의 변화 추이**

	주체별 니즈			운영형태	계약형태
	고객사	급식고객	급식업체		
'70년대	복리후생, 생산성향상	끼니제공	최단 시간에 최대 인원의 식사제공	대면배식(단일메뉴)	관리비제
'80년대		식사량과 종류선택			
'90년대	비용절감	자유로운 메뉴/가격 선택	효율을 통한 이익확보	자율배식(복수메뉴)	단가제
'00년대					
현재	식당공간 영리화	외식품질 건강중시	매출 확대	외식형급식(컨세션)	임대방식

#### 【단순한 식사 배식 → 급식상품의 판매】

급식이용가격 및 급식형태가 다양화 될 것이다. 효율 위주의 배식에서 고객의 감성과 Needs를 반영한 개별 Item 판매가 늘어날 것이며, 단순 대면배식에서 즉석요리, Exhibition 조리 등이 확대될 것이다.

#### 【대량기기, 대규모 주방 → 소량기기, 분산주방 및 배식 시설】

주방공간 최소화 및 배식 Layout 효율화를 위하여 전처리 및 가열 조리식품의 확대, Main 주방과 코너주방의 분산조리 방법 개발, 자동 주방기기 사용 확대, 단순 일자 배식 형태 탈피 메뉴상품 진열 및 배식방법 개발, 고객과의 소통이 가능한 배식형태로 전환 등이 증가할 것이다.

#### 【기능 위주의 식당 공간 → 소통·문화·개인화된 공간】

식당 인테리어의 Up-Grade 측면에서 배식공간(주방포함)과 홀 공간의 분리로 편안한 식사 환경조성, 대량의 인원을 한꺼번에 수용할 수 있는 홀타입의 직원식당에서 레스토랑 타입의 형태로 전환, 고객의 감성 및 Needs를 반영

한 고객 중심 공간으로 변환, 환경친화적(Green Environment)이며 지속가능성이 있는 공간 조성 등의 활동이 늘어날 것이다.

## 결 론

성숙기에 접어든 것으로 보이는 국내 위탁급식 시장은 학교급식 직영화 실시로 더욱 위축될 것으로 보이며 이로 인해 시장의 경쟁상황은 더욱 치열해질 것으로 예상된다. 성숙기 시장에서 성공하기 위한 각 기업들의 시장지배력 강화와 신규 수익모델 확보 노력이 지속될 것으로 예상되며, 위탁급식에 있어서는 이로 인해 재계약을 위한 가격경쟁 확보와 함께 프리미엄 형태의 새로운 급식서비스 도입을 통한 차별화 노력도 계속될 것으로 판단된다. 따라서 급식업계에는 운영경쟁력과 선진모델, 두 마리 토끼를 위한 끊임없는 노력을 경주해야 할 것이다.