



일본 외식산업의 어제·오늘·내일

오사카세이케이대학(大阪成蹊大学) 부교수
이미화

Agenda

- 들어가기
 - 일본의 외식수준이 높은 이유
- 일본외식산업의 어제
 - 일본 음식문화의 이해
- 일본외식산업의 오늘
 - 최신 유행 아이템&트렌드
- 일본외식산업의 내일
 - 일본식의 세계화
- 끝내기

자기소개



- ▶ 李美花 (이미화)
- ▶ 오사카세이케이대학 부교수
- ▶ 릿쿄대학 경영학연구과 박사과정 수료 (박사 : 경영학)
- ▶ 릿쿄대학과 메지로대학에서 겸임 강사, 일본 중소기업청산하의 독립행정법인 중소기업기반정비기구 경영지원정보센터 연구원을 거쳐 현직
- ▶ 외식 컨설팅 활동:일본에서는 월간 「음식점 경영」, 한국에서는 월간 '외식 경영'등에서 외식경영관련 칼럼을 집필 연재. 한일푸드비즈니스의 가교로서 활약
- ▶ 전문 분야 : 외식서비스업의 경영전략, 프랜차이즈시스템, 서비스마케팅
- ▶ 연락처 : mihwalee@hotmail.com



들어가기

» 일본의 외식수준이 높은 이유

일본의 외식수준이 높은 이유

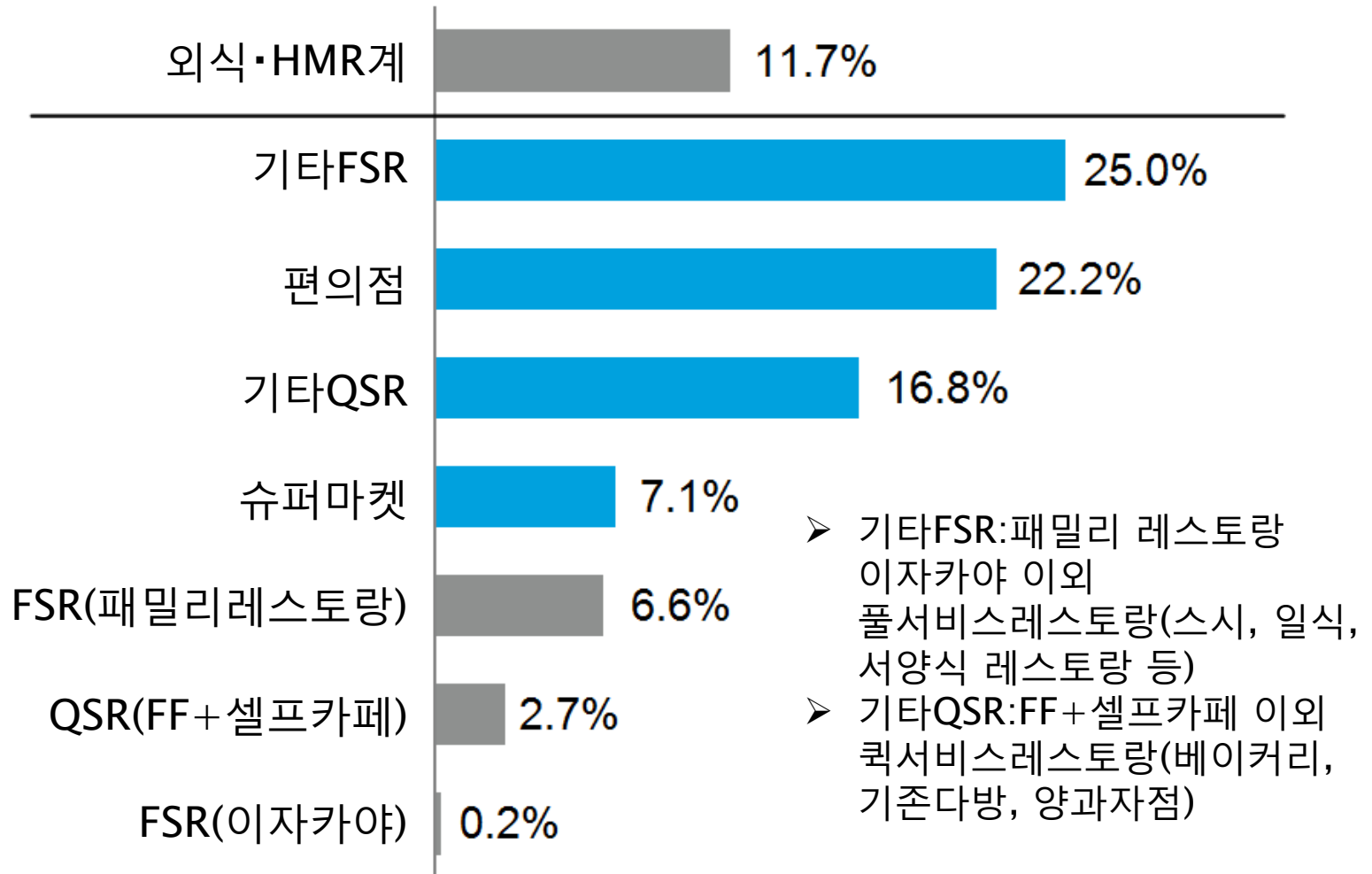
Scene

Price

convenience

Service

외식·HMR 마켓 동향



출처: NPD Japan CREST Japan

일본외식산업의 어제

» 일본 음식문화의 이해



일본식과 와쇼쿠



- 일본식 : 일본에서 먹을 수 있는 음식 전반을 총칭 (광의)
- 카레와 라면 오므라이스처럼 일본에 들어와서 어렌지된(독자적인 발달을 거친 요리) 외래 식도 포함되는 요리로 일반적으로 와쇼쿠이라 부르지 않음
- 와쇼쿠 : 전통 가이세키 요리와 향토 요리 (협의)
- UNESCO세계무형문화유산(2013년)
- 오므라이스, 하야시 라이스 등은 일본에서 독자적인 발달을 이룬 요리이지만, 일반적으로 일식이라고 부르지 않는다



일본인의 기본식단:一汁三菜



일본 식문화의 역사



- **에도시대 (江戸時代)** : 일식을 대표하는 다양한 요리탄생
 - 쇠국체제 하에서 독자적인 외식문화 형성. 고급요리점 다수 등장[요리차야](요리:잘먹었습니다, 차야:음식점을 의미)
 - 서민의 패스트푸드:소바(야타이), 스시(보존식->이후, 즉석스시), 템뿌라(꼬치튀김:야타이->이후, 좌식템뿌라가 등장)
- **메이지(明治)·다이쇼(大正)·쇼와전기(昭和前期)**:서양문화 유입. 전골, 카레 등장. 일본식 요리점 번성
 - 메이지이후:소고기육식보급과 서양요리(일본화된)의 발전->소고기냄비음식점 인기
 - 절충요리(折衷料理):일본적요소가 가미된 서양요리->3대 양식 카레라이스, 고로케, 카프레츠와 오믈렛 등
- **제2차세계대전 이후** :경제부흥과 함께 전쟁이전수준으로 외식시장 회복
 - 체인레스토랑시스템 도입->1970년 패밀리레스토랑, 패스트푸드가 등장. 산업으로서 급속히 발전
 - 고도경제성장기->국민의 생활이 풍부->세계 각 국 요리를 제공하는 다양한 음식점 등장. 외식자체가 여가&오락

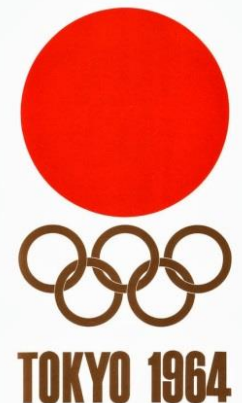


일본 외식산업의 변천

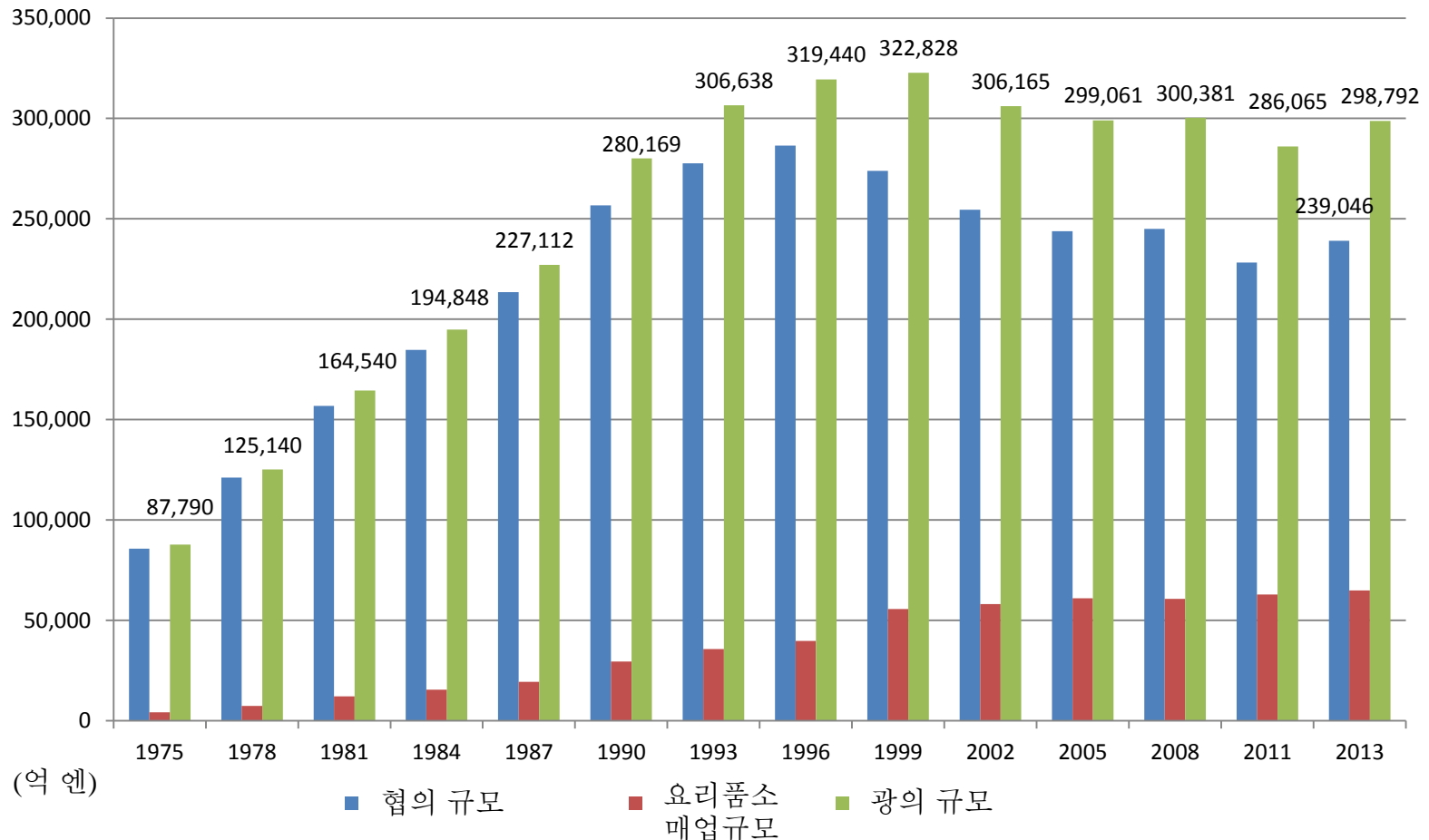
- **여명기 (1960 ~ 1971) :** 일본 고도 경제 성장과 함께 외식산업이 신장. 일본 외식 산업을 주도하는 체인레스토랑 1호점 속속 출점
- **성장기 (1972 ~ 1990) :** 여성의 사회 진출, 국민소득증가에 따른 생활수준의 향상 등에 힘입어 다양한 레스토랑체인이 속속 등장하며 성장
- **성숙기 (1991 ~ 1994) :** 80년대의 거품 경제의 붕괴 이후, 경기 침체로 인해 외식 산업의 성장속도 둔화
- **전환기 (1995 ~ 2000) :** 계속이어지는 경기불황으로 인해, 이전에는 고려되지 않았던 새로운 과제에 직면
- **신생기 (2000 ~) :** 21세기 들어, 사람들의 라이프 스타일이 빠르게 변화하는 한편, 음식에 대한 신뢰를 흔드는 문제가 다발 (2001년 일본에서 처음으로 BSE가 발생하여 미국산 쇠고기 수입 정지등)

- 동경올림픽' 64
- 오사카만국박람회' 70
- OECD가입' 64
- 자본자유화(2차)' 69

일본외식산업은 다국적 외식기업의 진출이 활발해지면서 선진시스템이 도입되며 급성장하여 오늘에 이름



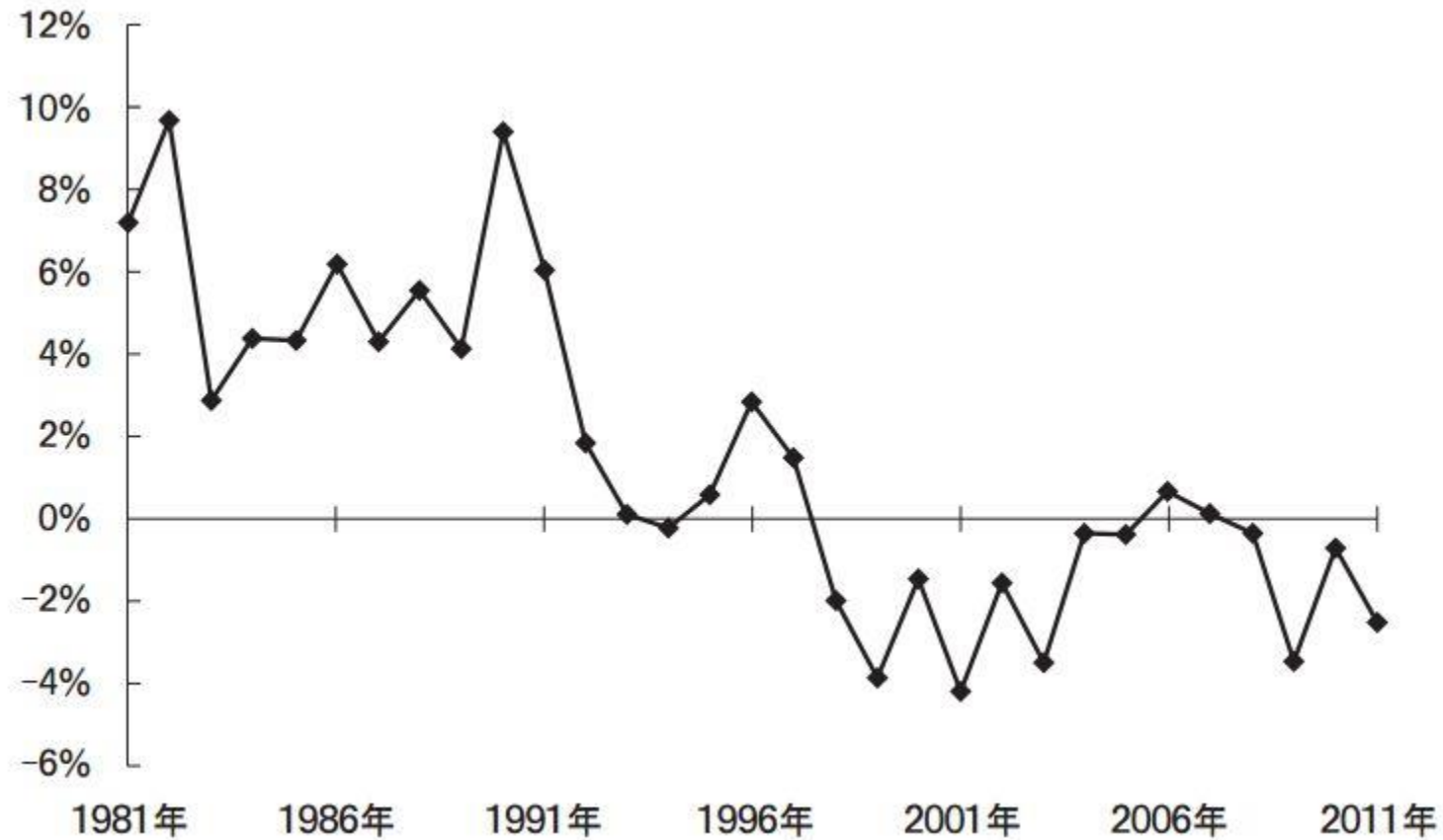
일본 외식산업규모 추이 (1975~2013)



여명기(1960~1971) 성장기(1972~1990) 성숙기(1991~1994) 전환기(1995~2000) 신생기(2000~)

출처 : 공익재단법인 식품 안전·안심 재단[외식 산업 시장 규모 추이] 필자 가공.

외식산업 성장율 추이



일본 외식시장 결산(2013년도)

1. 상위 100사 수입 3년연속 증가

- 점포매출 상위100사의 매출 총액은 5조7907억 엔

2. 경상이익

- 경상이익(151사)은 전년대비10.5%감소한 1,911억엔
- 규돈체인, 팝,이자카야,회전스시업태는 감소
- 카페, 테이크아웃의 식품소매업은 증가
- 원재료가격·인건비 상승이 원인

3. 설비투자

- 기존점포의 리뉴얼등 투자확대.한편, 신규출점은 감소(225사 중 21.4%가 감소한 3,849점)
- 대기업커피체인, FR,집단급식, 팝,이자카야는 증가
- FF, 규돈체인은 감소

4. 인재부족→가장 큰 경영과제

- 장시간 노동 문제, 업계를 뛰어넘는 인재쟁탈전, 출점전략에 영향

5. 소비세 인상: 5%→8%(2017년10%up)

- 식재료원가 상승(신흥국인구증가와 생활수준향상)
- 코스트삭감과 수익확보에 사활
- 소비심리개선 → 고부가가치메뉴도입, 메뉴의 고급화

출처: 닛케이MJ신문「일본 음식업조사」, 2014년자료, 통계자료, 보고서 등 참조하여 필자 작성。

일본 외식산업의 과제

- 소비행동의 다양화와 소비자의 가치소비
- 소비세 인상 과 저가격 경쟁: 외식산업의 규모는 1997년 피크를 찍은 뒤, 대기업 외식 체인기업을 중심으로 한 저가격 경쟁이 심화
- 인재확보 :취업 활동대학생을 대상으로 한 조사에 따르면, 외식산업분야는 2009년부터 4년 연속[그다지 가고 싶지 않은 업계 최악 1위]
- 인구감소&저출산고령화



음식업사업자수와 종업원 수 :경영조직별

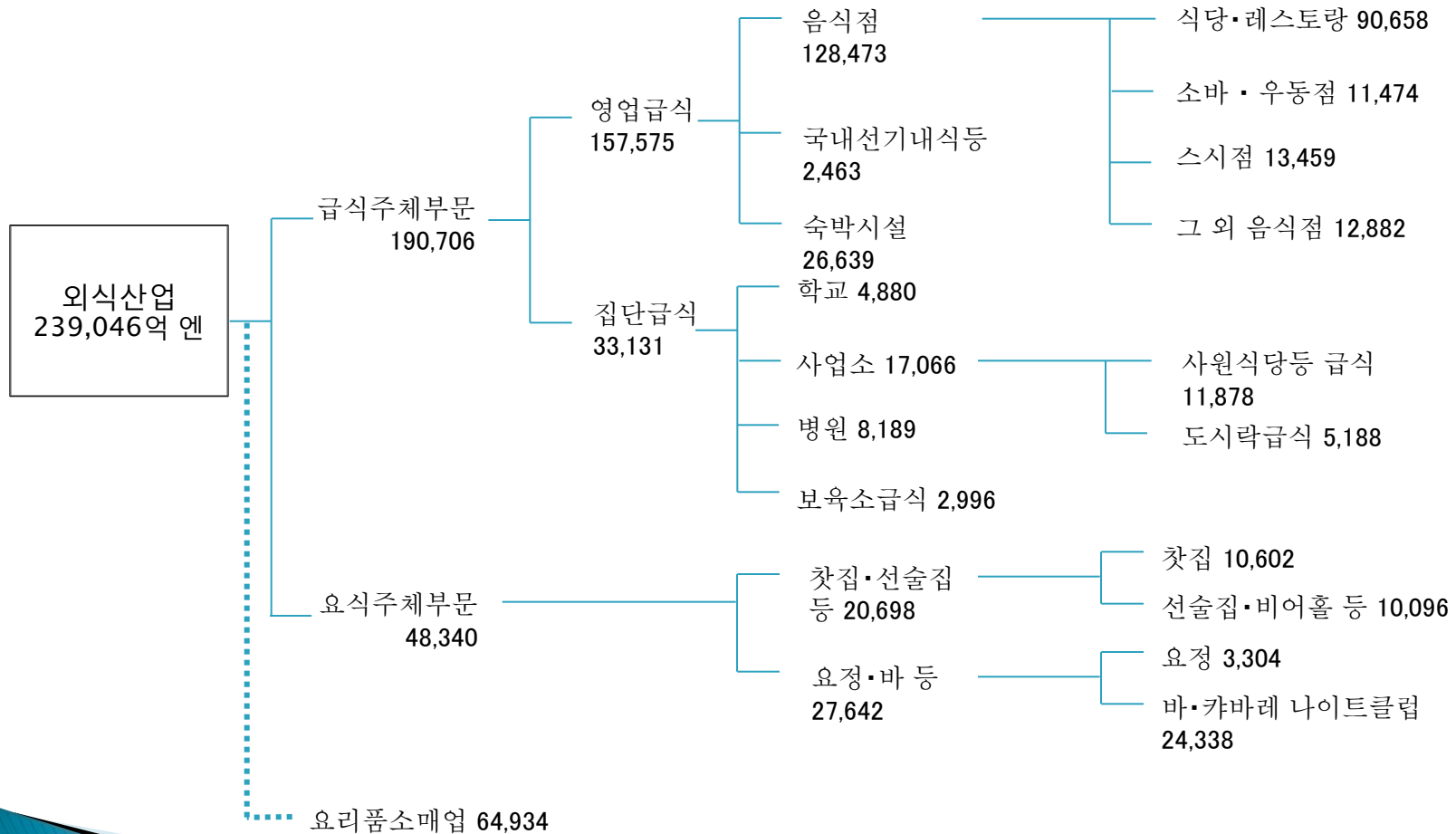
- 상장한 외식기업(86사)의 비율이 높다 (2014년도)
- 2013년도 상장한 외식기업 중 83사 중, 매출100억엔이상 기업은 56사, 100억 엔 미만 기업은 21사

	한국				일본			
	사업체수	%	종사자수	%	사업체수	%	종사자수	%
개인사업체	667,780	97.3	1,735,213	87.1	513,463	65.7	1,640,254	28.6
회사법인	16,698	2.4	241,149	12.1	263,763	33.8	4,053,038	70.6
기타*	1,747	0.3	15,114	0.8	4963	0.6	68427	1.2
계	686,225	100.0	1,991,476	100.0	781,265	100.0	5,736,967	100.0

출처: (한국) 숙박 및 음식점업(2013)「 시도·산업·조직형태별 사업체수, 종사자수」, (일본):경제센사스-기초조사 (2009년)사업소에 관한 집계, 전국결과.

注1)* 기타:한국은 법인이외의 법인 및 비법인 단체. 일본은 법인이외의 법인.

일본 부문별 외식산업규모(2013)



출처 : 공익재단법인 식품 안전·안심 재단[외식 산업 시장 규모 추이2014 추계](협익) 발채.

일본 외식기업 상위 30사

순위	사명(주요브랜드 명)	업태	점포 수(계)	직원	FC
1	일본 맥도날드	FF (서양식)	3,164	1,013	2,151
2	젠쇼 홀딩스	FF (일본식)	4,792		
3	스카이라크 (가스트, 바만, 유민, 조나산)	다 업태	2,606	2,567	39
4	닛신 의료 식품	집단 급식	5,133	5,133	0
5	부레나스 (모또모또, 야요이켄)	Take Out · 요리품소매	2,939	1,792	1,147
6	몬테로사 (시로키야, 우오민, 와라와라, 쓰키노엔, 센넨노엔, 등)	술집 · 선술집 · 바 · 요정	2,056	2,056	0
7	일본 KFC 홀딩스 (KFC, 피자 헛 피자 헛 · 내츄럴)	FF (서양식)	1,535	481	1,054
8	아킨도스시로 (스시로)	회전 초밥	356	356	0
9	엠서비스	집단 급식	1,393	1,393	0
10	다스킨 (미스터 도넛)	FF (서양식)	1,350	42	1,308
11	사이제리야	FR (서양식 종합)	982	982	0
12	모스푸드서비스 (모스버거)	FF (서양식)	1,454	87	1,367
13	오우쇼푸드서비스 (교자노오우쇼)	레스토랑 (중식)	682	458	224
14	요시노야	FF (일본식)	1,191	1,092	99
15	레인즈 인터내셔널 (규가쿠, 도마도마, 샤브샤브온야사이, 가마도가)	다 업태	1,220	200	1,020

일본 프랜차이즈시장규모(업종별)

2013년도	체인본부		점포 수		매출	
	店	%	店	%	(백만 엔)	%
외식업★	550	42.2	57,683	22.8	4,032,968	17.2
소매업	345	26.5	101,660	40.3	16,454,616	70.1
서비스업	409	31.4	93,171	36.9	2,989,730	12.7
계	1,304	100.0	252,514	100.0	23,477,314	100.0

출처:일본프랜차이즈체인협회 [JFA프랜차이즈체인통계조사2013년도보고서], 2014年10월28일자 필자가공.

★외식업 체인본부에는 패스트푸드, 테이크아웃스시·도시락, 라면·교자, 카레·덮밥, 햄버거, 아이스크림, 기타 패스트푸드

일본외식산업의 오늘

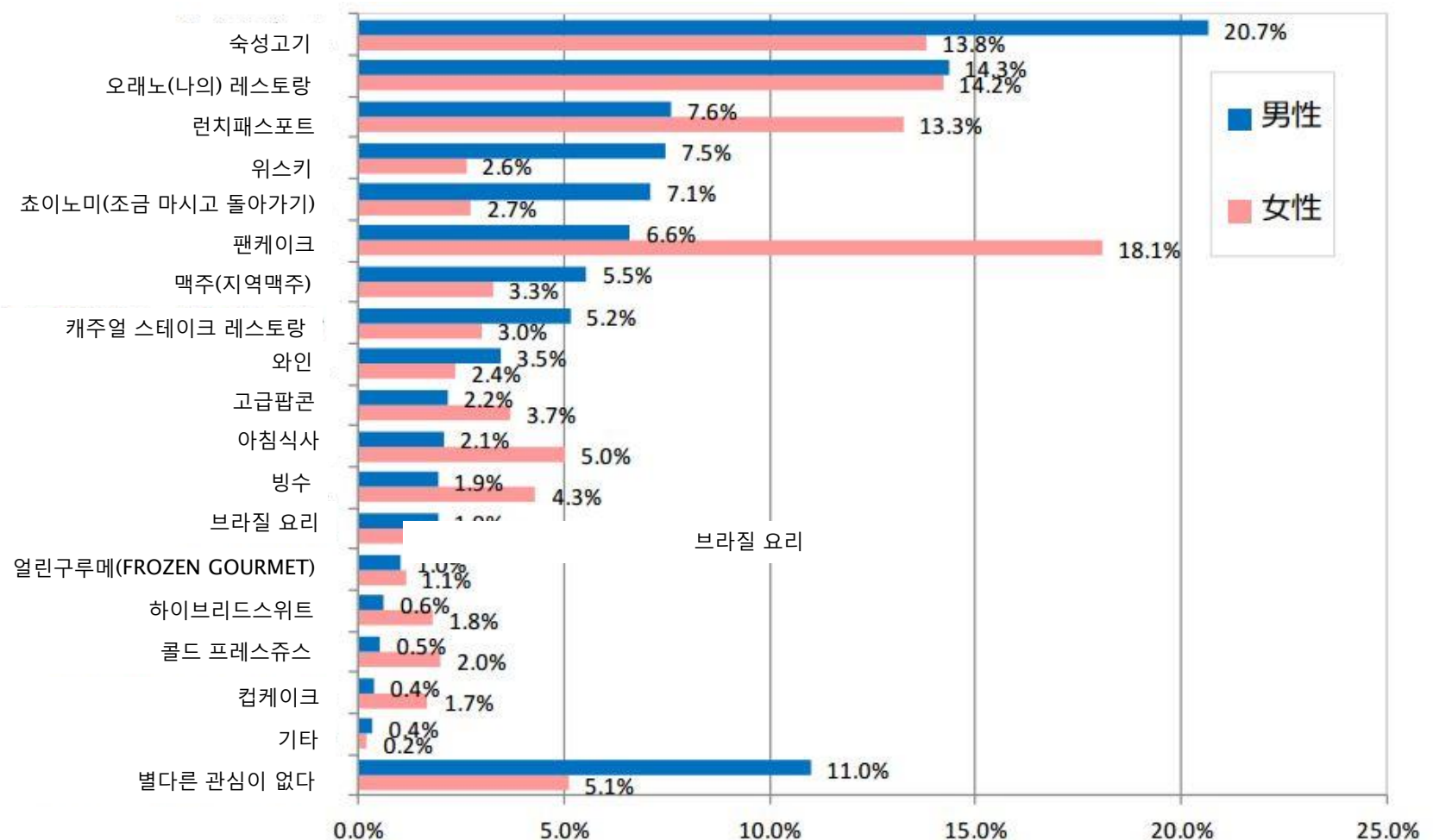
» 최신 유행 아이템&트렌드

최신 유행 아이템&트렌드

초이노미(조금 마시고 돌아가기),
아침식사, 런치패스포트,
하이브리드스위트, 고급팝콘, 캐주얼
스테이크 레스토랑, 오래노(나의)
레스토랑, 위스키, 크래프트
맥주(지역맥주), 숙성고기, 브라질 요리,
팬케이크, 컵케이크, 콜드 프레스쥬스,
와인, 빙수, 얼린구루메(FROZEN
GOURMET:냉동맥주·와인·요구르트 등)

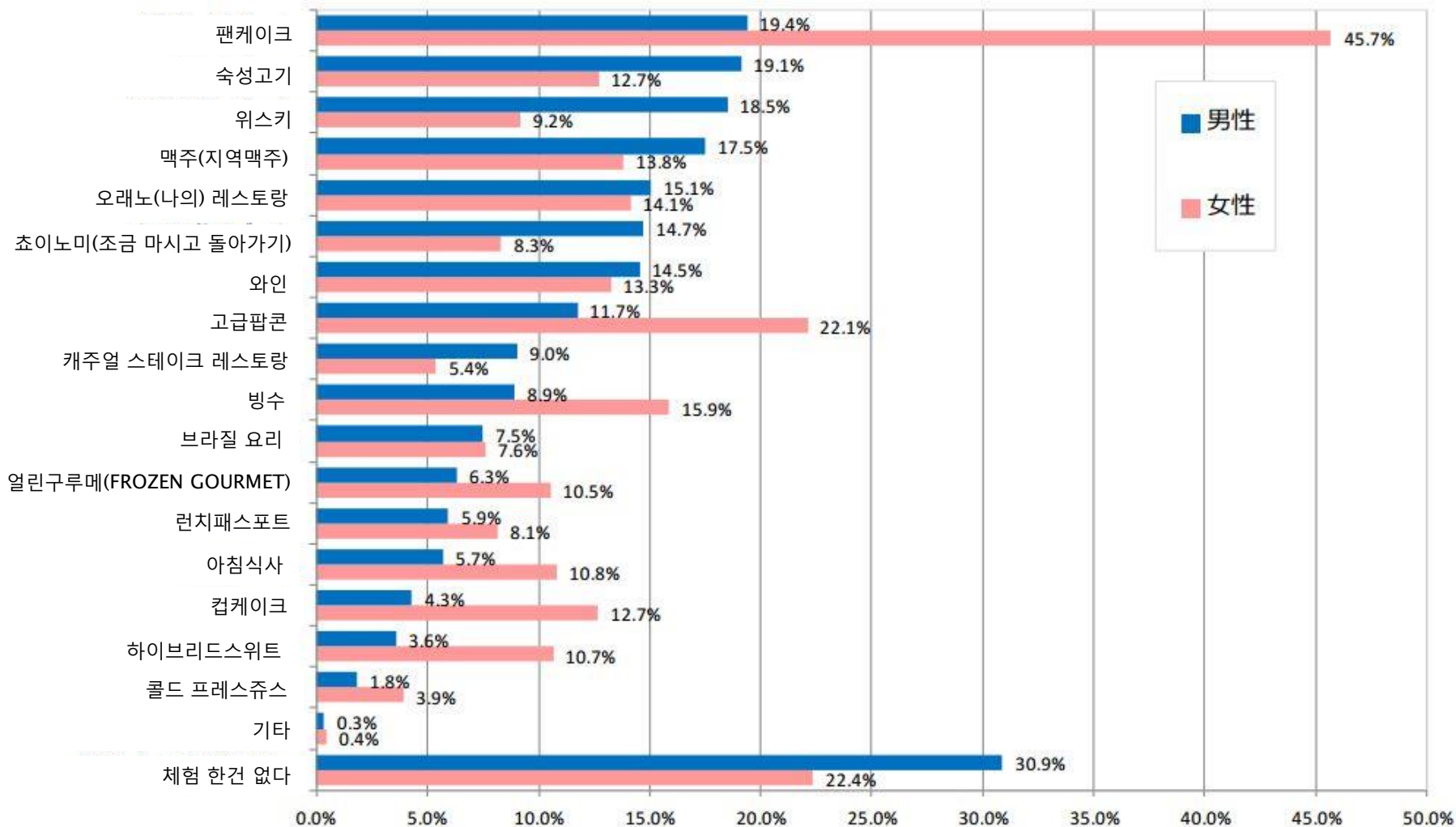
2014년 인기&화제메뉴(n:16,398)

:가장 관심 가진 것



2014년 인기&화제메뉴(n:16,398)

:체험한 것



ちょいノミ(조금 마시고 돌아가기)



ちょい飲みセット

(プレモル or 角ハイ + おつまみ 1 品)

¥800 ＋税

プレモル or 角ハイ + お好きなおつまみ 1 品
をお選びください



아침식사

- 인기 아침식사 메뉴:팬케이크와 프렌치 토스트
 - 팬케이크:압도적인 인기 1위
- 인기 디저트메뉴:팬케이크, 팝콘, 에그베네딕트, 팝콘, 그라놀라, 프렌치토스트
 - 에그베네딕트 (Eggs Benedict):잉글리쉬 머핀을 반으로 갈라 햄, 베이컨, 연어 등 얹은 것
 - 그라놀라 (granola):시리얼. 보리, 견과류, 말린 과일 등을 섞어 꿀이나 설탕으로 단맛을 추가해서 우유 등에 넣어서 먹는 것



런치패스포트

500円
ランチパスポート

使い方

- 1 掲載店に「LUNCHPASSPORT」を持参する(来店前に利用可能時間帯や注意事項をチェック)
- 2 注文時にこの本を提示し「500円ランチ」を注文する
- 3 ランチを美味しくいただく
- 4 精算時「LUNCHPASSPORT」にスタンプを押してもらう



注意事項

● 1冊につき1名の利用です

同行者でもランチパスポートを持っていないければサービスを受けられません。

● 利用時間と定休日をよく確認してください

店舗によって利用可能な曜日や時間が異なります。来店前に必ずチェックを。

● パスポートは注文時と会計時に提示を

注文時と会計時に必ずランチパスポートを提示ください。

● 料理が売り切れる場合があります。

全店舗ピークタイム(12時～14時)までは掲載メニューが売り切れないようにお願いしておりますが、やむを得ず売り切れになる場合もありますのでご了承ください。

하이브리드스위트



붕어빵 × 크로와상



베이글 × 크로와상 = "쿠레구루"



쿠키 × 케이크 × 비스킷 = "비스키"



샌드위치 × 도넛

고급팝콘



캐주얼 스테이크 레스토랑



リブローズステーキ

穀物で飼育された味わい深いステーキです!

1グラム 5.5円 (税抜き)

グラム単位の
切り売り
価格です

- 食べたいグラム数をお申し付けください。
- カットの際、グラムは多少前後いたします。
- ご注文は 300g 以上から承ります。

WILD STEAK
ワイルドステーキ
300g

¥1,200

300gのBIGステーキ!
ランチでたっぷり!

どちらも
★ライス
★サラダ
★スープ 付き

WILD HAMBURG
ワイルドハンバーグ
300g

¥1,000

特製の「オニオンソース」が
更に旨さをプラスする!

いきなり!

ランチメニュー

ランチタイム 11:00~15:00

오레노 프렌치

俺の株式会社 俺

- 고급불란서요리를 서서 먹는 입식(立ち食い)과 접목시킨 파격적인 컨셉트의 신업태
- 가격대비 높은 퀄리티와 리즈너블 한 가격으로 소비자에게 높은 지지를 얻으며 업계 주목을 받고 있음

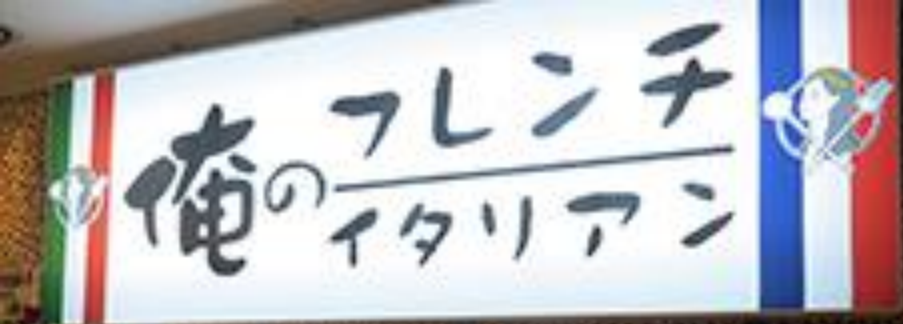
객수	회전율	객단가	매상	경상이익
50	2.0	3000	7,200,000	-169,054
50	2.5	3000	9,000,000	610,772
50	3.0	3000	10,800,000	1,178,878

	俺のイタリアン	9
	俺のフレンチ	5
	俺のフレンチ イタリアン	4
	俺の割烹	2
	俺のやきとり	3
	俺の焼肉	2
	そば 俺のだし	1
	おでん 俺のだし	1
	俺のスパニッシュ	1
	中華料理 俺の揚子江	1

その他の店舗

銀座おかもと 銀座しまだ 銀座ときとう

LeeMinwa 2015/7/7



[오레노 프렌치]의 성공 포인트

- ▶ ① 기존 점포설비 활용 → 초기 비용 절약
- ▶ ② 입식 → 높은 회전율로 이익확보
- ▶ ③ 호텔 주방장 출신의 고급인력을 활용
→ 업계 최고 대우
→ 요리사끼리 라이벌 의식
- ▶ ④ 브랜드 시리즈화 → 입소문
- ▶ ⑤ 도미넌트출점 전략
→ 광고효과, 효율 (출점·식재료수송 등)



일본외식산업의 내일

» 일본식의 세계화

세계적인 일본식 인기

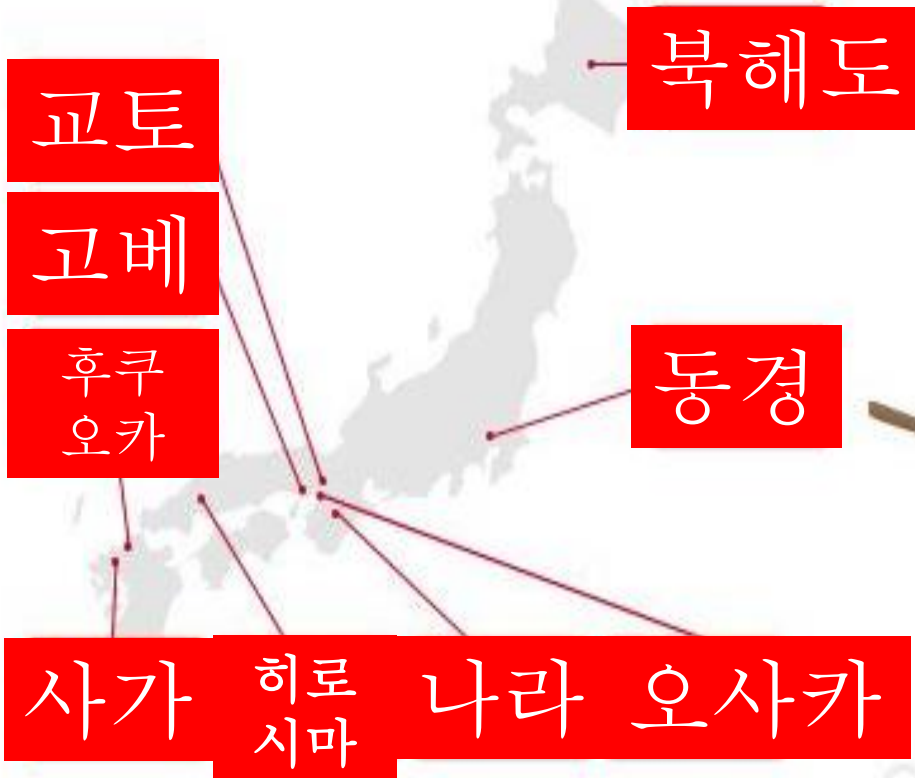
- 2013년 일본무역진흥기구의 조사
 - 외국인이 좋아하는 외국음식 1위→“일본음식”(83.8%)
 - 일본을 방문하는 이유→ “일본음식” 이 상위
- 일본 국토 교통성 관광청“방일 외국인 소비동향”의 연차 보고서(2013년도)
 - 이번에 실시한 활동 중에 가장 많았던 것으로는 “일본식을 먹은 것”96.6 %, 그 다음으로 “쇼핑”77.2 %, “번화가 구경”66.6%순
 - 다음 방문 시에 하고 싶은 활동으로는 “일본식을 먹은 것”47.0%과 “온천”47.0%, “쇼핑”40.6%으로 많음
- [WASHOKU] as tourist resources
 - 1990년대 이후 지역경제쇠퇴. 지역활성화 사례가 증가

The world of gourmet city is "Tokyo"



Very good cuisine in its category
Excellent cuisine, worth a detour
Exceptional cuisine, worth a special journey

- 미슐랭 가이드 : 레드 시리즈 (식당)
· 그린 시리즈 (여행).
- 23 개국에서 발행 된 24 (2013)
- 2007 년 11 월 도쿄



Guide Michelin



게재종료 지역:요코하마, 쇼난



GANKO FOOD SERVICE Co,Ltd

[간코푸드서비스]

- ▶ 창업 1963년4월
- ▶ 자본금 9,500 만엔
- ▶ 연간 매출액
- ▶ 대표&회장 고지마아쓰시(小嶋淳司)
- ▶ <http://www.gankofood.co.jp/>
- ▶ 회사 연혁
- ▶ 1963 코지마 준지 오사카주소(十三)에 4평 반 초밥집 창업
- ▶ 1965년 주소(十三)에 초밥 집 개점 당시 106 석 규모의 대형 초밥 집으로 화제



[간코푸드서비스] 인바운드 현황

(万人)	2012	2013	2014	2015(예상)
Total of Japan	835	1036	1341	1600
연회부문	7.6	9.6	16.4	26.0
일반	11.4	14.4	24.6	39.0
합계	19.0	24.0	41.0	65.0
매출(千円)	380,000	480,000	820,000	1,300,000

출처 : 간코푸드서비스 내부자료.

음식과 식문화를 활용한 인바운드 사례

[간코푸드서비스]

- ① 연회전문노하우->Inbound집중타겟
- ② 전 점포에서 노하우·정보공유->고객만족도 향상
- ③ 무슬림프렌들리[하랄인증 메뉴]를 업계에서도 가장 먼저 도입->신뢰도 향상과 기업&브랜드이미지 향상
- ④ SNS를 활용한 프로모션 ->중국의 유명 소셜네트워크 활용하여 현지팬 양성

끝내기



- 저출산 고령화 사회
→ 시장파이 축소: 「弱肉強食」
- 기존 상식을 벗어난 발상
→ 저가격·고부가가치
- 고객관점에서 서비스제공
→ 트렌드변화에 신속한 대응
- 로컬마켓에서 글로벌마켓
→ 인바운드·아웃바운드

▶ 경청해 주셔서 감사합니다.

