

배달서비스에서 돌파구 찾는 외식업계

오사카지사



외식업체의 배달서비스 강화

• 일본푸드서비스협회에 따르면, 2017년 일본의 외식시장은 2016년과 비교해 0.8% 증가한 25조엔(약 254조원)으로 인구 감소와 시장의 포화로 성장이 둔화되고 있다. 반면 일본소자이협회(日本惣菜協会)의 조사에 따르면, 편의점과 슈퍼마켓의 반찬이나 도시락 등을 이용하는 간편식시장이 급격하게 성장하면서 그 규모가 약 10조엔(약 101조원)을 돌파했다. 이에 일본 외식업체들은 편의점이나 슈퍼마켓에 외식수요를 빼앗기고 있다는 위기감이 고조되고 있다.

• 일본의 외식업체들은 수익구조 개선을 위해 잇따라 음식배달서비스 부문을 강화하고 있다. 일본 내각의 발표에 따르면, 맛벌이 세대(世帯)는 2017년 1,188만 세대로 전업주부 세대 641만 호의 약 2배가 되었으며, 앞으로 점차 늘어날 전망이다. 맛벌이 세대의 증가로 각 가정의 식사환경도 바뀌어, 그에 따른 음식배달서비스 시장규모가 2021년에는 약 2조 4천억 엔(약 24조원)까지 성장할 것으로 예측했다. 또한 배달서비스의 경우 10월에 시행 예정인 소비세 인상(10%)의 경감세율(8%, 기존세율)* 적용대상으로 지정되어 있어 수요가 확대될 전망이다.

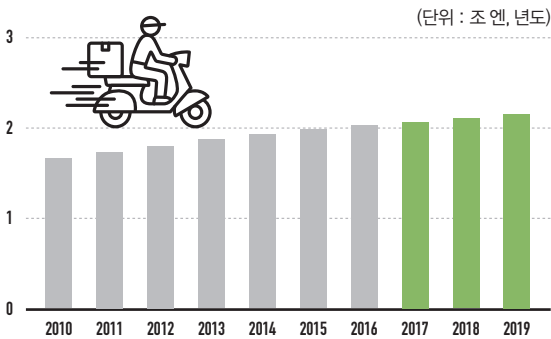
외식산업시장 규모 추이

구분	2015년	2016년	2017년
규모(억 엔)	254,078	254,446	256,561
전년대비 증가율	3.2%	0.1%	0.8%

• 가스토, 바미안 등 여러 외식브랜드를 운영 중인 스카이라크는 전국의 점포 3,200 곳 중 약 1,000 곳에서 자사가 직접 음식배달서비스를 하고 있다. 최근 주말과 저녁식

*경감세율이란? 경감세율(輕減稅率)은 통상 적용되는 세율을 일정한 경우에 한해 낮추어 적용하는 세율이다. 일본의 경우 2019년 10월부터 소비세가 10%로 인상되지만 경감세율 적용대상에 한해 기존의 소비세율 8%를 적용받는다.

식품배달 서비스 시장 추이 (2017년 이후 예측)



사 시간대에 주문이 급증하는 것에 대비하여 외부업체와 연계해 배달서비스를 강화할 예정이며, 2020년까지 배달서비스를 이용할 수 있는 점포를 전체의 50%인 약 1,500개까지 늘려나갈 계획이다.

전문 배달서비스와의 연계 및 스마트폰 활용

- 최근 일본에서는 라쿠텐(樂天)이나 우버(UBER) 등의

배달서비스 이용도 증가하고 있다. 배달서비스를 자체적으로 시행하고 있지 않은 외식업체들도 일손 부족과 외식 소비 감소로 수익을 내기 어려운 가운데, 전문 배달서비스 연계를 통한 수익 창출에 뛰어 들고 있다.

- 일본의 대표적인 규동체인인 요시노야(吉野家)는 현재 일본 최초의 전문 배달서비스인 데마에칸(出前館)에 위탁하고 있다. 배달서비스가 시행된 점포는 다른 점포에 비해 매출이 평균 2% 이상 올랐으며, 가족 고객 위주의 주문이 많았다고 한다.
- 배달대행 서비스업체를 추가 선정해 서비스 강화에 힘쓰는 외식기업도 눈에 띈다. 라멘 체인점 히다카야(日高屋)는 라쿠텐(樂天)의 '라쿠텐 딜리버리'를 이용해 배달서비스를 해왔으나, 올해 1월부터 데마에칸과의 신규계약을 통해 수도권의 점포 15곳에서 배달서비스를 시작했다. 스타벅스는 작년 11월부터 우버이츠(UBER eats)를 통해 도쿄의 3개 점포에서 배달서비스를 시험 운영하고 있으며 이후 배달 가능한 점포를 확대할 방침이다.

일본 외식배달서비스 현황

브랜드·회사(종류)	배달서비스 현황
스카이락 (패밀리 레스토랑)	SI를 활용해 배달서비스를 효율화. 배달가능 점포를 2020년까지 500개 늘린 1,500곳으로 확대.
히다카야 (라멘)	기존 라쿠텐 딜리버리에 이어 1월부터 데마에칸과 신규계약. 배달체제 강화.
모스버거 (패스트푸드)	자사 배달서비스에 우버이츠를 이용, 2월부터 오사카 28개 점포에서 배달서비스 개시.
스타벅스 (커피)	2018년 11월부터 도쿄 내 3개 점포에서 외부 배달서비스와 시험 운영 실시. 차후 이용점포 확대.
데니스 (패밀리 레스토랑)	2018년 11월부터 도쿄와 나고야에서 우버이츠를 이용한 배달서비스 개시.
요시노야 (규동, 우동)	2018년 5월부터 규동과 우동 배달서비스 시험 운영 실시.
맥도날드 (패스트푸드)	2017년 여름부터 외부 배달서비스를 이용, 배달가능 점포를 약 500곳으로 확대.

라쿠텐 음식배달서비스에 대한 홈페이지 안내



• 최근에는 스마트폰을 이용해 배달서비스를 받는 소비자가 많이 늘고 있다. 스마트폰 애플리케이션 및 웹사이트를 이용하면 다양한 메뉴를 손쉽게 검색할 수 있으며, 주문과 결제 또한 편리하기 때문이며 스마트폰의 위치정보 서비스를 이용해서 주소나 건물 이름으로 특정하기 어려운 장소에서도 이용할 수 있기 때문이다. 특히 전화 통화를 어려워하는 젊은 층에서 스마트폰을 이용한 배달서비스 사용이 더 빈번한 것으로 나타나고 있다.

• 인구고령화 추세에 따라, 식료품 구매가 어려운 노인인구의 외식배달서비스 이용 또한 점차 늘어날 것으로 예상된다. 영양이 풍부하고 건강한 식사라는 이미지를 가지고 있는 한국 농식품을 배달서비스와 연계해 홍보한다면 매우 효과적인 것이다. 또한, 늘어나는 배달서비스의 수요에 맞추어 외식업체가 선호하는 규격의 업무용 식자재 공급을 통해 해당시장 공략에 나선다면, 대일 수출에 큰 도움이 될 것으로 보인다.

건강식 이미지로 배달서비스 시장에 도전해야

• 일본 외식시장은 인구감소와 간편식 시장의 확대로 인해 성장이 둔화되는 추세이다. 그러나 맛벌이 세대의 퇴근시간에 맞추어 갓 요리된 음식을 배송 받을 수 있다는 편리함에 배달서비스가 가능한 외식업체 수까지 크게 늘어남에 따라 배달음식의 수요는 점차 증가할 것으로 보인다.



출처 : 일본푸드서비스협회 「외식산업시장규모추계」(2018.), 일본경제신문 「外食・宅配に照準」(2019.01.29.), 일본경제신문 「外食も「呉越同舟」吉野家・ガストが共通割引券」(2018.08.23.), 일본 비온드신문 「フードデリバリーはスマホで新時代へ 食の新しい楽しみ方が広がる」(2018.09.16.), 일본 미츠이스미토모은행 「외식업계의 현황과 앞으로의 방향성」(2017.06), 일본 야노경제연구소 「식품택배시장의 전망과 전략」(2017.), delivery.rakuten.co.jp