한식진흥원
KOREAN FOOD PROMOTION INSTITUTE

2020년도

식사문화 개선 실태조사
종합보고서

2021. 01.

한식진흥원
KOREAN FOOD PROMOTION INSTITUTE

한 눈에 보는 2020년도

식사문화 개선 실태조사 주요 결과

1 3대 개선과제 준수율

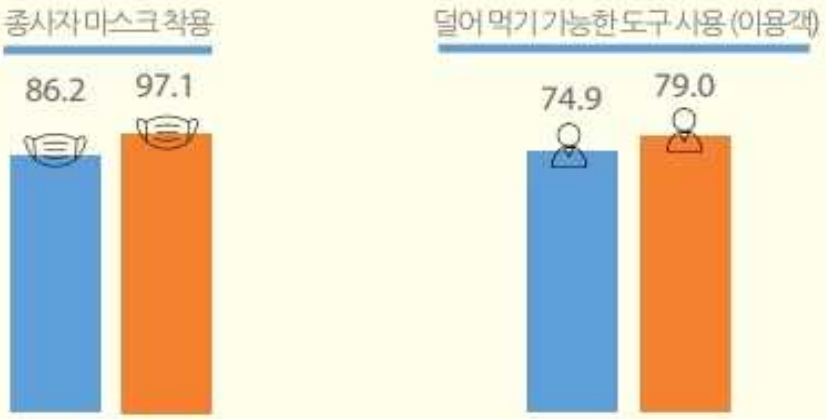
(N =한식당 1,000개소, 단위 :%)

1차 2차

개선과제 1 덜어 먹기 가능한 도구 비치 및 제공

개선과제 2 위생적 수저 관리

개선과제 3 종사자/이용객 준수율

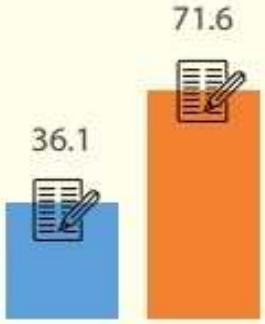


2 일반현황 준수율

(N =한식당 1,000개소, 단위 :%)

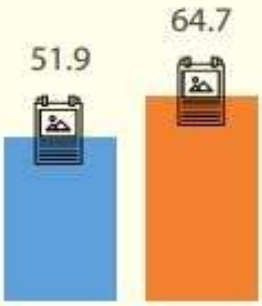
1차 2차

수기/전자 출입 명부 비치

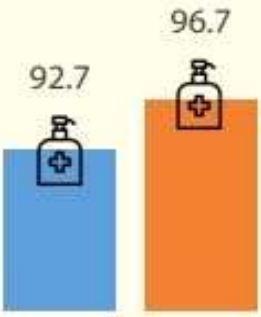


고객 마스크 착용 권유

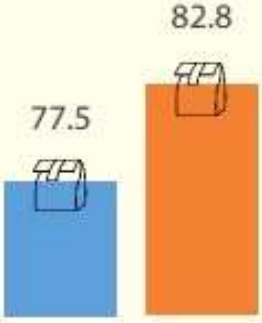
방역 포스터 부착



손 소독제 및 세정 시설 비치



포장 및 배달 여부



테이블 간격 및 칸막이 설치

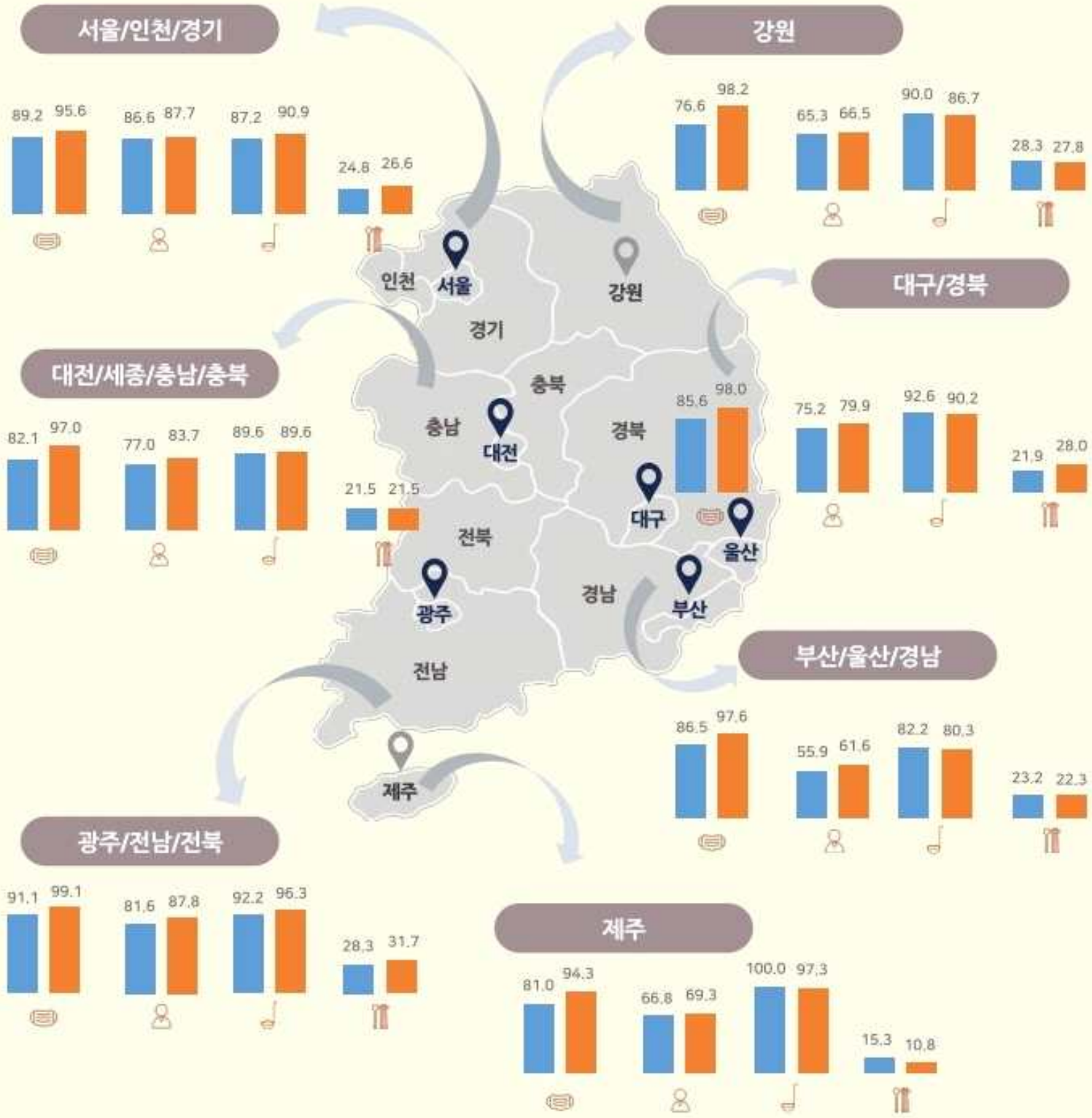
고객 체온 측정

3 지역별 준수율

(N =한식당 1,000개소, 단위 :%)

1차 2차

종사자 마스크 착용 | 덜어 먹기 가능한 도구 사용 (이용객) | 덜어 먹기 가능한 도구 비치 및 제공 | 위생적 수저 관리



목 차

제1장 조사 개요 ····· 1

1. 조사 목적 및 주요 과업 ····· 3
2. 조사 설계 ····· 3
3. 조사 내용 ····· 4
4. 분석 방향 ····· 7
5. 일러두기 ····· 8
6. 표본 설계 및 가중치 적용 방법 ····· 9
7. 관찰 이용객수 현황 ····· 15

제2장 주요 조사 결과 ····· 19

1. 식사문화 3대 개선 과제 ····· 21
2. 한식당 시설 부문 ····· 30
3. 한식당 서비스 및 종사자 부문 ····· 31
4. 한식당 이용객 부문 ····· 32
5. 코로나19 지역별 확진자수와 준수율 상관성 분석 ····· 34
6. 안심식당 식사문화 3개 개선과제 성과 ····· 35

제3장 결론 및 제언 ····· 37

1. 결론 및 제언 ····· 37

부록 ····· 43

1 점주인터뷰 ····· 43
2 조사원간담회 ····· 53

1장
조사 개요

제1장 조사 개요

1 조사 목적 및 주요 과업

조사목적	• 한식당과 이용객의 식사문화 점검, 개선 사업성과 및 효과를 객관적으로 조사/분석 • 주요 성과 검증 및 우수 사례 발굴을 통한 향후 시사점 도출 • 외식업계 활성화 정책 개발의 기초자료로 활용
주요 과업	• 표본 및 조사항목(성과지표) 설계 • 성과조사 및 결과 분석 • 우수사례 발굴 및 시사점 도출

2 조사 설계

구 분	내 용
조사대상	• 목표모집단 : 한국표준산업분류(10차, 2017년) 중 "한식음식점업"으로 분류된 사업체 • 조사모집단 : 조사원 방문 시 전체 테이블 중 30% 이상 사용 중인 한식 음식점 단, 코로나19 2차, 3차 유행기에 조사가 진행되어 테이블 사용율 30% 미만인 한식당도 일부 조사 진행됨 • 업종 : 한식일반, 한식육류, 한식해산물, 한식 면 요리 전문점
조사방법	• 미스터리 쇼핑 조사 : 조사자가 지정된 한식당을 고객으로 가장하여 한식당 시설, 종사자, 이용객을 관찰하여 사전에 협의된 체크리스트(모바일 방식)에 기록하는 방식임
표본크기	• 1,000개 한식당
표본오차	• 전체 95% 신뢰수준 (± 2.71%p)
표본추출틀	• 본 조사기관의 협력사 보유리스트 • 콘텐츠 미디어 2020년 전국 음식점 리스트
조사기간	• 1차 조사 : 2020년 8월 24일 ~ 9월 20일(2차 유행 시기) • 2차 조사 : 2020년 12월 1일 ~ 12월 23일(3차 유행 시기)
조사기관	• ㈜글로벌리서치

3 조사 내용(1/3)

Category	조사 항목
일반현황	1. 기본 정보 : 한식당 명, 주소, 한식당 유형, 식사제공유형, 상권, 주 고객 연령대 2. 규모 : 테이블 수, 테이블 이용률 3. 방문시간 : 방문날짜(주중/주말), 방문시간(중식/석식)
한식당 시설 및 환경	1. 고객 마스크 착용권유 여부 2. 집기 소독 여부 3. 고객체온 측정 여부 4. 수기 또는 전자출입명부 여부 5. 손 소독제 또는 세정시설 여부 6. 테이블 간격 1m이상 또는 칸막이 설치 여부 7. 생활방역형 좌석배치 여부 8. 방역 포스터 여부 9. 창문/출입문 환기 여부 10. 소독 안내문 여부 11. 대면 최소 결제공간 여부 12. 포장/배달 여부 13. 셀프바 또는 뷔페 시설 비닐장갑 제공여부 14. 대기고객 번호표(명단) 관리 15. 대기고객 1m이상 간격 유지 안내 여부

3 조사 내용(2/3)

Category	조사 항목
한식당 서비스	1. 포장 수저 제공 여부 2. 수저 사전 세팅 여부 3. 수저 받침대 제공 여부 4. 개인별 생수(공용물통 제외) 제공 여부 5. 1회용물컵(공용물컵 제외) 제공 여부 6. 개인별 물 컵 사전 세팅 여부 7. 개인별 테이블매트 제공 여부 8. 물티슈 제공 여부 9. 개인별 밑반찬 제공 여부 10. 음식을 덜어먹을 수 있는 도구 제공 여부 11. 개인접시 제공 여부
한식당 종사자	12. 종사자 마스크 착용률 13. 종사자 위생모 착용률 14. 종사자 장갑 착용률

3 조사 내용(3/3)

Category	조사 항목
한식당 이용객	식사 단계별로 고객유형을 다음과 같은 3가지 유형으로 구분 기록함 · 4인 이하 : 개인 또는 4인 이하 단체 · 5인 이상 : 5인 이상 단체 · 가족 : 어린이나 노인을 동반한 고객인 경우 * 단, 이동, 결제, 셀프바, 대기고객은 고객유형 구분하지 않음 [이용 단계별 조사항목] 1. 입장 단계 고객 1) 입장 시 마스크 착용 : 관찰된 입장 고객 중 마스크 착용한 고객 수 2. 식사 전/후 고객(음식 제공 전 또는 식사 완료 후) 1) 식사 전/후 마스크 착용 : 관찰된 식사 전/후 고객 중 마스크 착용한 고객 수 2) 식사 전/후 손 소독(세정) : 관찰된 식사 전/후 고객 중 손 소독(세정) 고객 수 3) 식사 전/후 물티슈 사용 : 관찰된 식사 전/후 고객 중 물티슈 사용 고객 수 3. 식사 중 고객(음식 제공 후) 1) 식사 중 물티슈 사용 : 관찰된 식사 중 고객 중 물티슈 사용 고객 수 2) 식사 중 개인접시 사용 : 관찰된 식사 중 고객 중 개인접시 사용 고객 수 3) 잔 부딪침 : 관찰된 음주 고객 중 잔 부딪친 고객 수 4. 이동 고객 1) 이동 중 마스크 착용 : 관찰된 이동 고객 중 마스크 착용 고객 수 5. 결제 고객 1) 결제 중 마스크 착용 : 결제 단계 고객 중 마스크 착용 고객 수 2) 결제 중 손 소독(세정) : 결제 단계 고객 중 손 소독(세정) 고객 수 6. 셀프바 또는 뷔페 이용 고객 1) 셀프바 이용 시 비날장갑 착용 : 셀프바 이용 고객 중 비닐장갑 착용 고객수 2) 셀프바 이용 시 마스크 착용 : 셀프바 이용 고객 중 마스크 착용 고객수 3) 셀프바 이용 시 1m이상 간격 유지 7. 대기고객(2인 이상 대기 시 체크) 1) 대기고객 마스크 착용 : 대기고객 중 마스크 착용 고객수 2) 대기고객 1m이상 거리유지 : 대기고객 중 1m이상 거리유지한 고객수

4 분석 방향

분석방향	• 조사내용에 대한 관찰조사 후 확인, 검증(Validation)을 거친 자료에 대해 SPSS 사회과학 데이터 분석용 통계프로그램을 이용하여 빈도분석(Frequency Analysis), 평균분석(Mean Analysis), 상관분석(Correlation Analysis)을 수행함.

1. 분석방향 Framework

- 항목별 분석 : 전체 및 한식당 특성별(지역, 권역, 한식당유형, 운영형태, 식사제공유형, 좌석수) 빈도 및 평균 분석 제공.
- 지역별 분석 : 각 지역별로 항목별 현황을 분석함.

[한식당 업종 구분]

업종	정의
한식 일반	죽류, 찌개류(국, 탕, 전골), 찜류 등 한식 일반 음식을 제공하는 산업 활동
한식 육류요리	쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 오리고기 등 육류 구이 및 회 요리를 전문적으로 제공하는 산업 활동
한식 해산물 요리	한국식 횟집, 생선 구이점 등 한식 해산물 요리를 제공하는 산업 활동
한식 면 요리	냉면, 칼국수, 국수 등 한식 면 요리 음식을 전문적으로 제공하는 산업 활동

출처 : 한국표준산업분류(10차, 2017년)

5 일러두기

1. 보고서 해석 관련

1) 통계표 및 도표 내의 숫자는 반올림 되었으므로 세부 항목의 합이 전체 합계와 일치하지 않을 수 있음.

2) 통계표 및 도표에 사용된 기호의 뜻은 다음과 같음.

- : 조사되었으나 정보가 없는 경우

0 : 조사결과 값이 0이거나 0에 근사한 경우

3) 복수응답은 한 개 이상 응답한 결과 치를 집계한 결과임.

4) 사례수가 적은 경우 해석 시 주의 요망.

5) 제공 품목의 한식 뷔페(n=9), 기타(n=20)의 사례수가 30 이하로 분석 제외 함

2. 용어정리

1) 준수율 : 전체 조사대상 중 문항별 기준을 준수하는 매장 또는 응답자수 비율.

2) 준수율 평균 : 음식점별 준수율 값의 평균임.

(예. 서울 지역 '종사자 마스크 평균' = 서울 지역 내 조사 한식당별 종사자 마스크 착용률의 평균)

6 표본 설계 및 가중치 적용 방법

▶ 표본추출방법 : 한식당 업종별 지역, 테이블수, 운영형태(프랜차이즈여부)를 층으로 하는 **층화추출법** 활용

1. 한식당 모집단 현황

● 조사모집단의 조사대상 한식당은 313,464개소임.

1) 업종별, 지역, 규모별 모집단 현황

<표 1> 지역·업종·규모별 모집단 현황

(Base: 지역x업종별 모집단 n=313,464, 단위: 개소)

지역 X 업종		전체 한식당	규모(좌석 수)			
			19석이하	20~29석	30~49석	50석이상
합계		313,464	50,760	56,688	98,019	107,997
서울	한식 일반	28,945	7,897	4,975	7,427	8,646
	한식 면	3,652	88	1,364	1,550	650
	한식 육류	10,836	1,943	2,011	3,185	3,697
	한식 해산물	3,537	799	0	1,969	769
부산	한식 일반	11,472	2,984	1,831	3,563	3,094
	한식 면	1,620	181	483	583	373
	한식 육류	4,626	217	1,084	1,898	1,427
	한식 해산물	2,951	517	517	578	1,339
대구	한식 일반	8,417	2,561	1,553	2,489	1,814
	한식 면	1,267	311	151	265	540
	한식 육류	3,021	0	527	1,119	1,375
	한식 해산물	1,185	282	398	398	107
인천	한식 일반	8,432	2,160	1,337	2,088	2,847
	한식 면	995	65	317	307	306
	한식 육류	2,918	161	482	642	1,633
	한식 해산물	1,597	309	198	462	628
광주	한식 일반	4,572	940	939	1,249	1,444
	한식 면	299	92	69	40	98
	한식 육류	2,089	165	225	225	1,474
	한식 해산물	727	94	141	296	196
대전	한식 일반	5,308	726	659	2,126	1,797
	한식 면	854	63	212	179	400
	한식 육류	2,309	167	371	651	1,120
	한식 해산물	656	110	233	110	203
울산	한식 일반	4,414	1,206	603	1,738	867
	한식 면	558	127	147	147	137
	한식 육류	2,165	132	263	713	1,057
	한식 해산물	935	170	212	381	172

출처) 통계청,「서비스업조사」2018

지역 X 업종		전체 한식당	규모(좌석수)			
			19석이하	20~29석	30~49석	50석이상
세종	한식 일반	1,015	171	0	320	524
	한식 면	103	0	24	32	47
	한식 육류	332	28	28	83	193
	한식 해산물	0	0	-	-	0
경기	한식 일반	39,253	6,073	6,801	11,081	15,298
	한식 면	4,277	0	1,004	1,352	1,921
	한식 육류	15,275	953	2,183	5,640	6,499
	한식 해산물	4,817	588	1,272	1,202	1,755
강원	한식 일반	9,567	1,272	1,864	3,148	3,283
	한식 면	1,464	81	419	500	464
	한식 육류	3,758	0	344	1,427	1,987
	한식 해산물	1,785	104	518	337	826
충북	한식 일반	8,132	1,374	1,962	2,422	2,374
	한식 면	952	309	201	326	116
	한식 육류	3,073	0	1,107	901	1,065
	한식 해산물	780	52	0	362	366
충남	한식 일반	10,570	2,011	2,683	3,019	2,857
	한식 면	1,083	82	263	386	352
	한식 육류	3,396	44	839	1,398	1,115
	한식 해산물	1,542	150	150	375	867
전북	한식 일반	7,508	1,084	1,771	1,428	3,225
	한식 면	713	70	77	279	287
	한식 육류	2,489	193	511	953	832
	한식 해산물	1,109	63	63	145	838
전남	한식 일반	8,901	1,744	1,478	2,458	3,221
	한식 면	455	98	88	136	133
	한식 육류	3,066	50	471	1,151	1,394
	한식 해산물	1,777	365	183	558	671
경북	한식 일반	13,226	3,653	2,524	3,424	3,625
	한식 면	1,556	372	370	449	365
	한식 육류	5,335	189	947	2,181	2,018
	한식 해산물	2,175	386	386	579	824
경남	한식 일반	15,041	2,882	2,676	5,797	3,686
	한식 면	1,696	262	392	403	639
	한식 육류	6,530	190	948	3,253	2,139
	한식 해산물	3,648	155	620	1,551	1,322
제주	한식 일반	3,790	809	9	1,811	1,161
	한식 면	486	113	8	280	85
	한식 육류	1,659	137	197	204	1,121
	한식 해산물	773	186	5	290	292

2) 지역별 프랜차이즈 모집단 현황

<표 2> 지역·프랜차이즈 모집단 현황

(Base: 지역별 프랜차이즈 모집단 n=29,209, 단위: 개소)

지역	프랜차이즈 한식당
전체	29,209
서울	5,658
부산	1,861
대구	1,360
인천	1,722
광주	711
대전	988
울산	644
세종	227
경기	7,602
강원	729
충북	972
충남	1,455
전북	932
전남	728
경북	1,333
경남	2,059
제주	228

출처) 통계청,「프랜차이즈조사」2018

2. 표본배분 방법

- 지역 내 업종과 규모(좌석 수)별로 제곱근 비례 배분함.
- 규모는 통계청 한식당 좌석수 분류에 따라 19석이하, 20~29석, 30~49석, 50석이상으로 배분함. 단, 세종시 '해산물'업종의 좌석수 배분은 19석 이하, 50석 이상은 모수가 0이며, 20-29석, 30-49석의 모수 표시가 없어 균등 배분함.
- 프랜차이즈와 독립점포 비율에 따라 비례할당하고, 주중/주말(70%:30%), 중식/석식(60%:40%)은 유의할당을 적용함.
- 식사제공유형과 상권 유형은 대표성 확보를 위하여 각 유형별로 최소 50샘플 이상 조사함. 단, 조사기간 내 코로나 19가 2차, 3차 유행이 되어 뷔페식당과 대학가 식당의 경우는 50샘플 미만임.

1) 지역・업종・규모별 표본 배분

<표 3> 지역・업종・규모별 표본배분

(Base: 전체 n=1,000, 단위: 개소)

지역 X 업종		전체 한식당	규모(좌석 수)			
			19석 이하	20~29석	30~49석	50석 이상
합계		1,000	194	212	288	306
서울	한식 일반	45	12	8	12	13
	한식 면	14	2	5	4	3
	한식 육류	28	6	6	8	8
	한식 해산물	14	4	0	6	4
부산	한식 일반	27	6	5	8	8
	한식 면	11	2	3	4	2
	한식 육류	18	2	5	6	5
	한식 해산물	13	3	3	3	4
대구	한식 일반	23	6	5	7	5
	한식 면	9	2	2	2	3
	한식 육류	14	0	4	5	5
	한식 해산물	8	2	2	2	2
인천	한식 일반	23	6	5	5	7
	한식 면	7	1	2	2	2
	한식 육류	13	2	3	3	5
	한식 해산물	11	3	2	3	3
광주	한식 일반	18	5	4	4	5
	한식 면	0	2	1	1	2
	한식 육류	0	2	2	2	5
	한식 해산물	0	2	2	2	2
대전	한식 일반	17	4	3	5	5
	한식 면	8	1	3	2	2
	한식 육류	12	2	2	3	5
	한식 해산물	8	2	2	2	2
울산	한식 일반	17	5	3	5	4
	한식 면	8	2	2	2	2
	한식 육류	12	2	2	4	4
	한식 해산물	8	2	2	2	2

지역 X 업종		전체 한식당	규모(좌석수)			
			19석이하	20~29석	30~49석	50석이상
세종	한식 일반	7	2	0	2	3
	한식 면	3	0	1	1	1
	한식 육류	6	1	1	2	2
	한식 해산물	2	0	1	1	0
경기	한식 일반	51	10	11	14	16
	한식 면	14	0	4	5	5
	한식 육류	31	4	6	10	11
	한식 해산물	18	3	5	4	6
강원	한식 일반	26	5	5	8	8
	한식 면	10	2	2	3	3
	한식 육류	13	0	2	5	6
	한식 해산물	11	2	3	2	4
충북	한식 일반	24	5	6	7	6
	한식 면	8	2	2	2	2
	한식 육류	13	0	5	4	4
	한식 해산물	5	1	0	2	2
충남	한식 일반	28	6	7	8	7
	한식 면	8	2	2	2	2
	한식 육류	16	2	4	5	5
	한식 해산물	8	2	1	2	3
전북	한식 일반	22	4	5	5	8
	한식 면	7	1	2	2	2
	한식 육류	13	2	3	4	4
	한식 해산물	9	2	1	2	4
전남	한식 일반	24	5	4	7	8
	한식 면	8	2	2	2	2
	한식 육류	14	1	3	5	5
	한식 해산물	10	2	2	3	3
경북	한식 일반	31	8	7	8	8
	한식 면	8	2	2	2	2
	한식 육류	18	2	4	6	6
	한식 해산물	11	2	2	3	4
경남	한식 일반	32	7	7	10	8
	한식 면	8	2	2	2	2
	한식 육류	20	2	4	8	6
	한식 해산물	15	2	3	5	5
제주	한식 일반	14	3	1	5	5
	한식 면	6	2	0	2	2
	한식 육류	11	2	2	2	5
	한식 해산물	6	2	0	2	2

3. 가중치 산출방법

1) 가중치 설정

- 본 조사는 층화추출법에 의한 표본조사로 표본 구성 비율이 모집단 구성비율과 차이가 있으므로 모집단을 대표할 수 있도록 가중치에 사후 보정을 함.
  - ▷ 지역, 업종, 규모를 층으로 하는 층별 추출확률(즉 사업체가 표본으로 추출될 확률) 산출
    $\text{추출확률} = (\text{해당 층의 표본 사업체수})/(\text{해당 층의모집단 사업체 수}) = n_h/N_h$
  - ▷ 설계 가중치 산출 : 앞서 구한 추출확률의 역수임.
    $w_i = 1/\text{추출확률} = N_h/n_h$

2) 추정 방법

- 본 조사에서 각종 모평균 추정을 위해서 사용된 가중치를 이용한 추정량은 다음과 같이 정의함.

$$\bar{y} = \frac{\sum_{h=1}^{L}\sum_{i=1}^{n_h} w_{hi} y_{hi}}{\sum_{h=1}^{L}\sum_{i=1}^{n_h} w_{hi}} = \frac{\sum_{h=1}^{L}\sum_{i=1}^{n_h} w_{hi} y_{hi}}{w_{...}}$$

- 여기서, y_{hi}는 각 표본 사업체에서 얻은 조사 값이고,
  w_{hi}는 각 응답 사업체에 부여된 가중치이고,
  y_{hi}는 각 응답결과로 모비율 추정의 경우는 특정 속성을 갖고 있는 경우는 1, 아니면 0의 값을 가짐.
  L은 층 수, n_h는 층 h에서의 응답한 사업체 수임.
  $w_{..} = \sum_{h=1}^{L}\sum_{i=1}^{n_h} w_{hi}$은 전체 응답 사업체에 대한 가중치의 합계임.

7 관찰 이용객수 현황

<표 4> 관찰 이용객수 현황 – 입점 단계

(Base: 입점단계 관찰 이용객수, 단위: 명)

		입점 단계 총 이용객수							
		사례수		4인 이하		5인 이상		가족	
		1차	2차	1차	2차	1차	2차	1차	2차
전체		3,131	2,872	2,213	2,186	594	436	324	250
지역	서울	305	297	232	255	58	18	14	23
	부산	176	157	129	140	30	5	18	12
	대구	252	173	183	124	39	41	30	8
	인천	113	121	79	109	18	-	16	12
	광주	175	151	125	116	39	19	11	17
	대전	173	104	116	87	35	13	21	4
	울산	104	75	68	57	27	10	9	8
	세종	68	33	59	27	5	6	4	-
	경기	339	365	267	258	9	46	63	61
	강원	121	101	106	96	-	5	15	-
	충북	194	114	144	107	32	5	18	2
	충남	182	160	111	112	48	25	23	23
	전북	130	179	91	116	37	56	2	7
	전남	233	314	148	185	61	101	24	28
	경북	259	254	162	161	81	64	16	29
	경남	255	175	139	145	77	15	40	15
	제주	54	99	54	91	-	8	-	-
한식당 유형	한식 일반	1,400	1,297	972	1,002	270	211	158	84
	한식 육류	849	751	579	550	184	108	86	93
	한식 해산물	431	438	295	338	86	68	51	33
	한식 면요리	451	386	368	296	55	49	29	41
운영형태	프랜차이즈	321	314	222	216	57	67	42	32
	독립운영	2,810	2,558	1,991	1,971	538	369	282	218
방문일	주중	2,211	2,071	1,648	1,615	404	317	159	139
	주말	920	801	565	572	190	119	165	111
조사시간	중식	1,913	1,828	1,406	1,413	328	279	179	137
	석식	1,218	1,044	807	774	267	157	145	114
식사제공 유형 (중복)	한정식-코스	2,344	2,111	1,643	1,631	448	283	253	197
	한정식-한상차림	2,056	1,949	1,464	1,569	369	234	223	146
	고기구이	146	235	101	168	14	45	32	22
	공용 메인요리	894	801	607	582	197	121	90	99
	1인 메인요리	9	18	9	18	-	-	-	-
	1인 반상	165	211	101	113	30	69	34	29
좌석 수	19석 이하	206	197	117	125	41	49	49	24
	20~29석	65	59	33	37	20	15	13	7
	30~49석	309	403	244	331	33	37	33	36
	50석 이상	554	485	417	400	98	56	39	29

<표 5> 관찰 이용객수 현황 – 식사 전/후 단계

(Base: 식사 전/후 단계 관찰 이용객수, 단위: 명)

		식사 전/후 단계 총 이용객수							
		사례수		4인 이하		5인 이상		가족	
		1차	2차	1차	2차	1차	2차	1차	2차
전체		2,019	2,030	1,511	1,525	354	347	154	158
지역	서울	187	203	139	168	41	32	7	3
	부산	140	77	109	77	24	-	7	-
	대구	202	111	150	102	43	6	9	3
	인천	74	51	59	48	11	-	4	3
	광주	123	169	99	132	11	29	13	8
	대전	97	84	56	41	19	28	22	15
	울산	31	45	19	39	10	-	2	6
	세종	20	2	12	2	-	-	8	-
	경기	135	222	84	176	33	7	19	39
	강원	63	40	60	32	-	5	3	3
	충북	103	80	90	69	10	5	3	6
	충남	90	98	74	67	6	5	10	27
	전북	175	150	135	108	32	37	8	5
	전남	193	252	155	137	31	104	8	12
	경북	198	259	128	161	52	77	18	21
	경남	126	126	94	105	26	14	6	7
	제주	63	62	49	62	6	-	8	-
한식당 유형	한식 일반	845	849	654	677	113	110	79	62
	한식 육류	563	569	356	420	168	91	39	59
	한식 해산물	294	309	236	196	45	106	13	7
	한식 면요리	317	303	265	233	29	40	23	30
운영형태	프랜차이즈	182	203	145	151	20	29	17	24
	독립운영	1,837	1,827	1,365	1,374	334	318	137	134
방문일	주중	1,568	1,581	1,216	1,188	264	293	87	100
	주말	451	450	294	337	90	55	67	58
조사시간	중식	1,271	1,340	997	1,065	190	202	84	73
	석식	748	690	513	459	165	145	70	85
식사제공 유형 (중복)	공용 메인요리	1,520	1,466	1,099	1,067	301	287	120	112
	1인 메인요리	1,360	1,397	1,088	1,076	182	234	89	87
	1인 반상	111	209	76	164	29	34	7	11
	고기구이	598	593	380	439	176	96	42	59
	한정식-코스	2	10	2	10	-	-	-	-
	한정식-한상차림	65	182	57	83	5	84	3	14
좌석 수	19석 이하	92	141	80	90	5	34	7	16
	20~29석	40	41	26	29	6	9	8	3
	30~49석	214	305	171	233	34	56	10	17
	50석 이상	409	294	337	271	44	16	28	7

<표 6> 관찰 이용객수 현황 – 식사 단계

(Base: 식사단계 관찰 이용객수, 단위: 명)

		식사 단계 총 이용객수							
		사례수		4인 이하		5인 이상		가족	
		1차	2차	1차	2차	1차	2차	1차	2차
전체		8,855	7,590	6,319	5,600	1,929	1,315	607	675
지역	서울	660	466	481	345	133	106	46	15
	부산	628	635	511	603	100	24	18	8
	대구	392	331	265	218	105	91	22	22
	인천	361	346	202	287	148	18	11	41
	광주	383	352	278	236	80	97	24	19
	대전	505	378	345	270	101	50	59	57
	울산	266	377	168	312	77	23	22	42
	세종	209	146	179	112	28	31	2	3
	경기	871	923	670	678	111	94	91	151
	강원	550	443	376	283	121	95	53	65
	충북	437	346	367	262	55	60	15	24
	충남	596	480	420	355	144	61	33	65
	전북	733	311	556	220	158	66	19	25
	전남	608	601	455	339	143	213	10	49
	경북	477	486	306	285	136	170	35	32
	경남	820	718	470	622	246	63	104	33
	제주	359	251	272	174	44	53	43	24
한식당 유형	한식 일반	3,625	3,156	2,606	2,465	806	483	213	208
	한식 육류	2,583	2,218	1,730	1,449	620	524	232	245
	한식 해산물	1,515	1,212	1,151	920	298	201	66	90
	한식 면요리	1,132	1,005	832	766	205	107	96	132
운영형태	프랜차이즈	879	706	639	519	191	114	48	72
	독립운영	7,976	6,884	5,680	5,081	1,737	1,200	559	603
방문일	주중	6,056	5,412	4,514	4,082	1,292	1,016	249	314
	주말	2,799	2,178	1,805	1,518	636	299	358	361
조사시간	중식	5,485	4,832	3,923	3,657	1,211	798	351	378
	석식	3,370	2,758	2,396	1,943	718	517	257	297
식사제공 유형 (중복)	공용 메인요리	6,995	5,919	4,934	4,306	1,550	1,098	511	515
	1인 메인요리	5,853	5,272	4,346	4,049	1,125	783	382	439
	1인 반상	352	512	234	383	96	93	21	36
	고기구이	2,685	2,348	1,804	1,543	649	553	232	252
	한정식-코스	33	43	31	43	-	-	2	-
	한정식-한상차림	494	426	325	275	126	100	43	52
좌석 수	19석 이하	510	529	299	348	157	112	54	68
	20~29석	176	95	101	70	60	14	15	11
	30~49석	912	867	728	691	155	130	29	46
	50석 이상	1,490	1,325	1,161	1,040	261	212	69	73

<표 7> 관찰 이용객수 현황 – 기타 고객수

(Base: 이동단계 관찰이용객수, 결제단계 관찰이용객수, 셀프바/뷔페 이용객수, 대기고객, 단위: 명)

		그 외 이용객수							
		이동단계		결제단계		셀프바/뷔페 이용객수		대기고객수	
		1차	2차	1차	2차	1차	2차	1차	2차
전체		632	675	1,374	1,209	176	247	139	61
지역	서울	78	51	148	115	3	2	6	-
	부산	28	66	103	87	2	4	3	-
	대구	37	40	113	74	13	14	8	10
	인천	8	15	41	46	6	4	-	-
	광주	48	66	58	61	18	27	18	14
	대전	28	18	95	41	3	3	9	3
	울산	13	12	18	40	1	1	-	2
	세종	5	-	44	48	-	-	-	-
	경기	63	102	155	166	32	80	50	13
	강원	6	8	52	46	4	4	-	-
	충북	11	16	138	69	4	1	9	-
	충남	23	26	37	56	24	22	-	-
	전북	42	26	70	34	6	6	5	4
	전남	74	136	87	83	1	11	6	6
	경북	58	30	102	75	8	17	5	2
	경남	81	56	73	114	45	41	8	-
	제주	29	8	44	54	6	8	11	7
한식당 유형	한식 일반	284	352	540	514	59	129	45	25
	한식 육류	174	147	411	322	78	70	20	3
	한식 해산물	99	110	203	175	20	28	26	18
	한식 면요리	76	66	220	199	20	20	47	15
운영형태	프랜차이즈	70	89	112	113	65	77	12	2
	독립운영	562	586	1,262	1,096	111	170	127	59
방문일	주중	470	546	969	889	99	179	76	47
	주말	163	129	405	320	77	67	62	14
조사시간	중식	327	479	869	818	60	147	128	47
	석식	305	195	505	391	117	100	11	14
식사제공 유형 (중복)	공용 메인요리	498	495	1,091	951	105	158	70	23
	1인 메인요리	437	458	894	869	84	102	100	46
	1인 반상	45	44	69	108	-	44	16	4
	고기구이	196	157	426	335	78	72	23	6
	한정식-코스	13	13	9	12	27	29	-	-
	한정식-한상차림	43	88	67	87	17	17	14	4
좌석 수	19석 이하	37	52	84	57	2	2	7	5
	20~29석	2	11	24	23	16	18	6	-
	30~49석	58	80	171	169	8	9	12	13
	50석 이상	102	106	210	197	14	16	11	4

2장

주요 조사 결과

제2장 주요 조사 결과

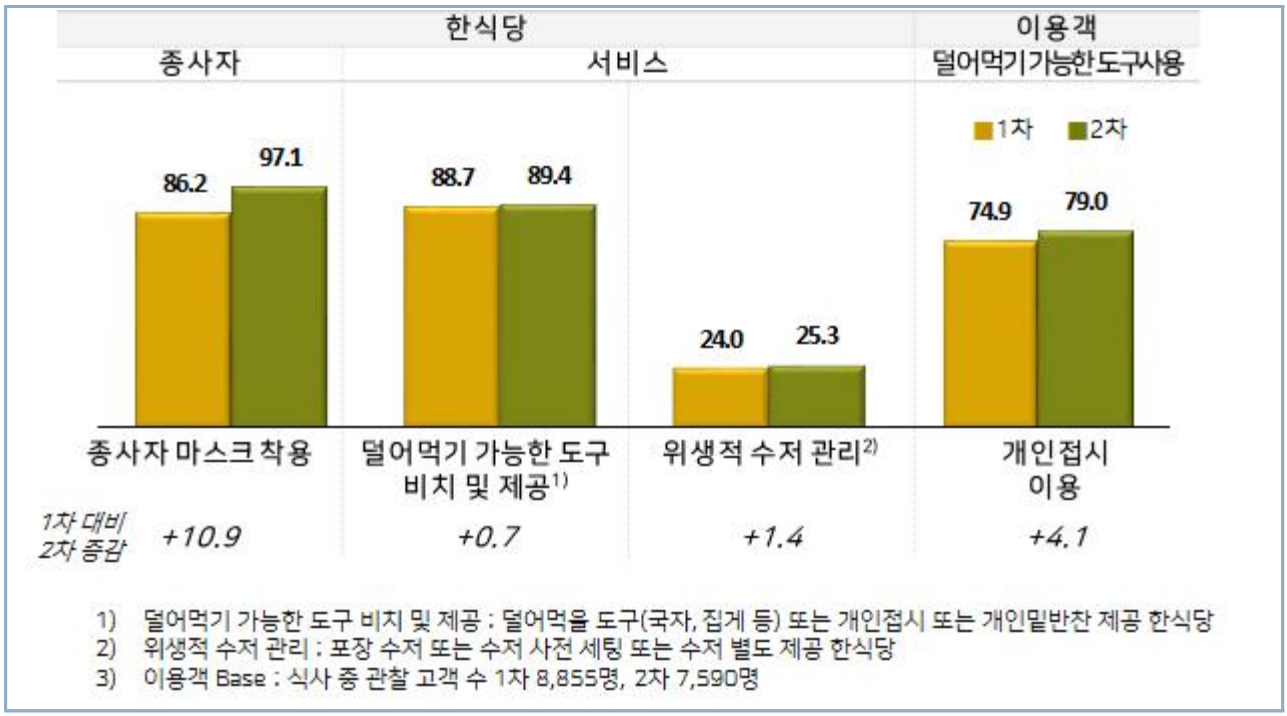
1 식사문화 3대 개선과제

1. 식사문화 3대 개선과제 준수율 _ 요약

- 식사문화 3대 개선 과제인 '종사자 마스크 착용', '덜어먹기 가능한 도구 비치 및 제공', '위생적 수저관리', '(이용객)덜어먹기 가능한 도구 사용' 모두 1차 대비 2차 조사 시 개선된 것으로 나타남
- 종사자 마스크 착용의 준수율은 97.1%로 1차 대비 10.9%p 개선됨
- 덜어먹기 가능한 도구 비치 및 제공의 준수율은 89.4%로 1차 대비 0.7%p 개선됨
- 위생적 수저 관리의 준수율은 25.3%로 1차 대비 1.4%p 개선되었으나 준수율이 낮아 지속적인 개선 노력이 필요함
- 이용객의 덜어먹기 가능한 도구 사용의 준수율은 79.0%로 1차 대비 4.1%p 개선됨

<그림 1> 시설 및 환경 준수율(요약)

(Base: 한식당 n=1,000, 이용객 n=식사 중 고객[3], 단위: 준수율%, 증감%p)



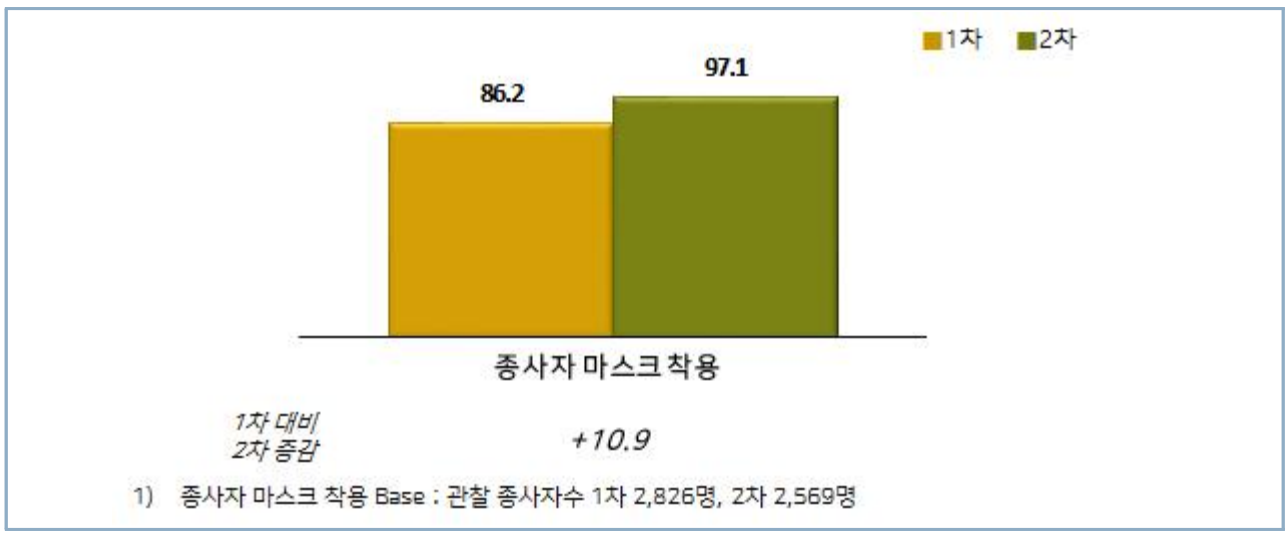
2. 식사문화 3대 개선과제별 준수율

1) 종사자 마스크 착용

- 종사자 마스크 착용 준수율은 97.1%로 1차 대비 10.9%p 증가함
- 지역별로는 광주, 전북, 전남의 준수율이 99.1%로 가장 높고, 제주의 준수율은 94.3%로 상대적으로 낮음 강원의 준수율은 1차 대비 21.6%p 개선되어 다른 지역 대비 개선율이 높음
- 권역별로는 그 외 지역의 준수율이 97.9%로 수도권과 광역시 대비 높았고, 1차 대비 14.7% 증가하여 상대적으로 높은 개선율을 나타냄
- 한식당 유형별로는 한식 육류 유형의 준수율이 98.2%로 가장 높고, 한식 해산물 유형의 준수율이 95.6%로 가장 낮음
- 프랜차이즈 한식당과 독립유형점의 준수율은 비슷한 수준으로 나타남
- 식사제공유형별로는 한정식-코스 제공 식당의 준수율이 가장 높고, 1인 반상 제공 식당은 상대적으로 낮음
- 좌석별로는 30-49석 규모의 한식당의 준수율이 98.5%로 가장 높고, 19석 이하 규모의 한식당의 준수율은 95.6%로 상대적으로 낮으나, 1차 대비 17.3%p 증가하여 상대적으로 높은 개선율을 나타냄

<그림 2> 종사자 마스크 착용

(Base: 한식당 n=1,000 내 관찰 종사자 수[1], 단위: 준수율%, 증감%p)



<표 8> 종사자 마스크 착용

(Base: 한식당 n=1,000 내 관찰 종사자수, 단위: 준수율%, 증감%p)

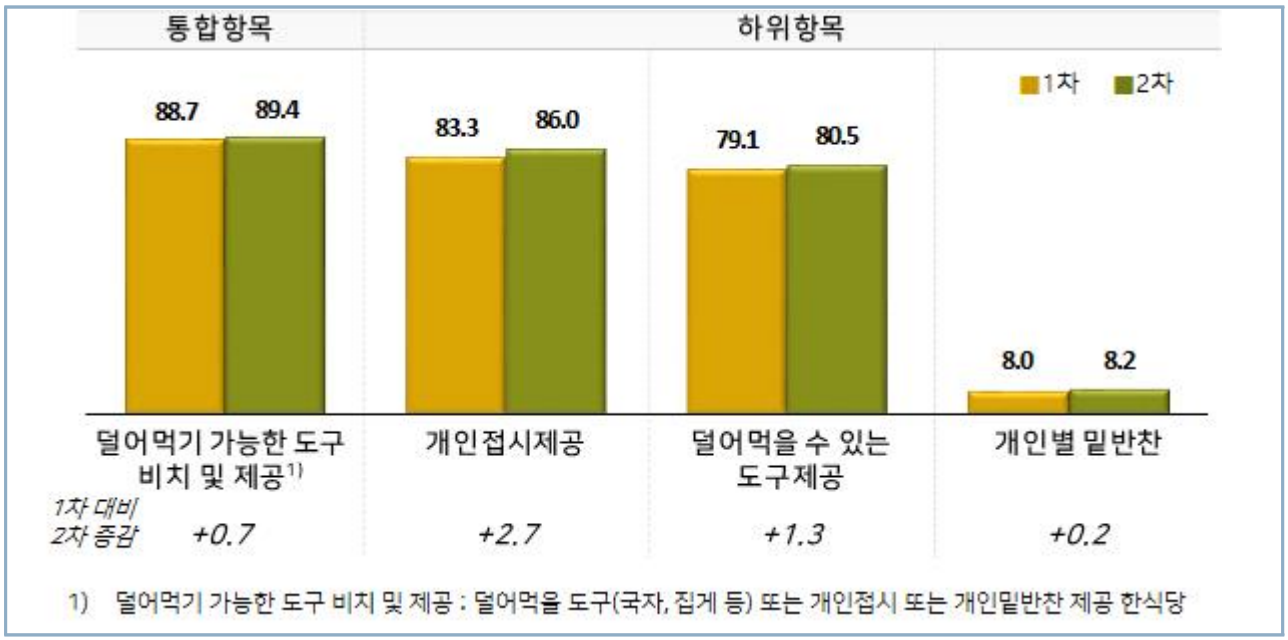
		관찰 종사자수		종사자 마스크 착용		
		1차	2차	1차	2차	1차 대비 증감
전체		(2,826)	(2,569)	86.2	97.1	+10.9
지역	서울, 경기, 인천	(766)	(725)	89.2	95.6	+6.4
	대전, 충북, 충남, 세종	(462)	(421)	82.1	97.0	+14.9
	대구, 경북	(334)	(312)	85.6	98.0	+12.3
	광주, 전북, 전남	(504)	(438)	91.1	99.1	+8.0
	부산, 경남, 울산	(493)	(433)	86.5	97.6	+11.1
	강원	(144)	(120)	76.6	98.2	+21.6
	제주	(122)	(120)	81.0	94.3	+13.3
권역	수도권	(766)	(725)	89.2	95.6	+6.4
	광역시	(699)	(650)	88.7	97.3	+8.7
	그 외 지역	(1,362)	(1,193)	83.3	97.9	+14.7
한식당 유형	한식 일반	(1,184)	(1,060)	86.9	97.3	+10.3
	한식 육류	(803)	(731)	86.1	98.2	+12.1
	한식 해산물	(457)	(424)	82.1	95.6	+13.5
	한식 면요리	(382)	(353)	89.0	96.5	+7.5
운영형태	프랜차이즈	(282)	(254)	92.8	96.8	+4.0
	독립운영	(2,544)	(2,315)	85.6	97.2	+11.6
식사제공유형 (중복)	한정식-코스	(191)	(166)	94.5	100.0	+5.5
	한정식-한상차림	(227)	(177)	95.8	99.7	+3.8
	고기 구이	(855)	(777)	86.5	98.3	+11.8
	공용 메인요리	(2,143)	(1,967)	84.9	96.8	+11.9
	1인 메인요리	(1,939)	(1,785)	84.9	96.4	+11.6
	1인 반상	(145)	(188)	89.3	94.9	+5.7
좌석수	19석 이하	(370)	(375)	78.3	95.6	+17.3
	20~29석	(476)	(454)	85.4	96.1	+10.7
	30~49석	(782)	(753)	90.1	98.5	+8.4
	50석 이상	(1,198)	(987)	88.2	97.5	+9.4

2) 덜어먹기 가능한 도구 비치 및 제공

- 덜어먹기 가능한 도구 비치 및 제공의 준수율은 89.4%로 1차 대비 0.7%p 증가함
- 하위 항목별로 살펴보면, 개인접시 제공의 준수율이 86.0%로 가장 높고, 다음으로 덜어먹을 수 있는 도구(국자 등) 제공의 준수율이 80.5%으로 나타남. 상대적으로 개인별 밑반찬 제공의 준수율이 8.2%로 가장 낮아 개선 노력이 필요함
- 지역별로는 제주의 준수율이 97.3%로 가장 높고, 광주, 전북, 전남의 준수율은 1차 대비 4.1%p 증가되어 가장 높은 개선율을 나타냄. 반면, 부산, 경남, 울산의 준수율은 80.3%로 가장 낮음
- 권역별로는 광역시의 준수율이 85.5%로 수도권이나 그 외 지역 대비 다소 낮게 나타남
- 한식당 유형별로는 한식 면 요리의 준수율의 94.4%로 가장 높은 반면, 한식 일반의 준수율은 84.3%로 가장 낮음
- 프랜차이즈의 준수율이 92.2%로 1차 대비 증가하였으며, 독립운영점 대비 높음
- 좌석수는 50석이상의 준수율이 94.2%로 가장 높고. 19석이하의 준수율이 82.1%로 가장 낮으며, 규모가 커질수록 준수율이 높아지는 경향을 나타냄

<그림 3> 덜어먹기 가능한 도구 비치 및 제공

(Base: 한식당 n=1,000, 단위: 준수율%, 증감%p)



<표 9> 덜어먹기 가능한 도구 비치 및 제공

(Base: 한식당 n=1,000, 단위: 준수율%, 증감%p)

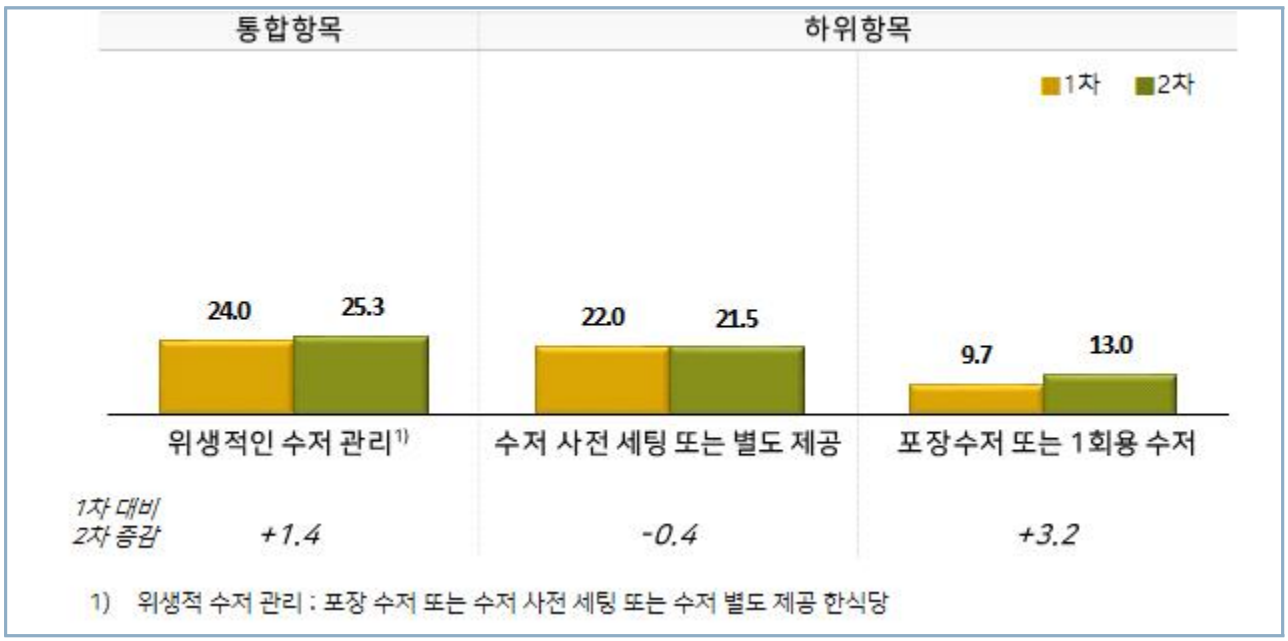
		사례수		덜어먹기 가능한 도구 비치 및 제공		
		1차	2차	1차	2차	1차 대비 증감
전체		(1000)	(1000)	88.7	89.4	+0.7
지역	서울, 경기, 인천	(269)	(269)	87.2	90.9	+3.7
	대전, 충북, 충남, 세종	(173)	(173)	89.6	89.6	+0.0
	대구, 경북	(122)	(122)	92.6	90.2	-2.5
	광주, 전북, 전남	(150)	(150)	92.2	96.3	+4.1
	부산, 경남, 울산	(189)	(189)	82.2	80.3	-1.8
	강원	(60)	(60)	90.0	86.7	-3.3
	제주	(37)	(37)	100.0	97.3	-2.7
권역	수도권	(269)	(269)	87.2	90.9	+3.7
	광역시	(256)	(256)	85.7	85.5	-0.2
	그 외 지역	(475)	(475)	91.2	90.6	-0.6
한식당 유형	한식 일반	(429)	(429)	85.1	84.3	-0.8
	한식 육류	(263)	(263)	92.0	93.3	+1.4
	한식 해산물	(165)	(165)	89.5	92.0	+2.5
	한식 면요리	(143)	(143)	92.6	94.4	+1.8
운영형태	프랜차이즈	(86)	(86)	87.2	92.2	+4.9
	독립운영	(914)	(914)	88.8	89.1	+0.3
식사제공유형 (중복)	한정식-코스	(47)	(45)	94.9	96.0	+1.1
	한정식-한상차림	(53)	(50)	88.0	89.8	+1.8
	고기 구이	(281)	(281)	91.5	92.2	+0.7
	공용 메인요리	(777)	(780)	85.8	87.2	+1.4
	1인 메인요리	(721)	(726)	86.8	87.6	+0.8
	1인 반상	(53)	(72)	96.6	96.1	-0.4
좌석수	19석 이하	(194)	(194)	83.9	82.1	-1.8
	20~29석	(212)	(212)	86.0	85.9	-0.1
	30~49석	(288)	(288)	92.2	91.8	-0.4
	50석 이상	(306)	(306)	90.3	94.2	+3.8

3) 위생적인 수저 관리

- 위생적인 수저 관리의 준수율은 25.3%로 1차 대비 1.4%p 증가하였으나, 준수율이 낮아 지속적인 개선 노력이 필요함
- 하위 항목별로 살펴보면, 수저 사전 세팅 또는 별도 제공의 준수율이 21.5%로 1차 대비 비슷한 수준의 준수율이 나타났으며, 포장수저 또는 1회용 수저의 준수율은 13.0%로 1차 대비 3.2%p 개선됨
- 지역별로는 광주, 전북, 전남의 준수율이 31.7%로 가장 높고, 제주의 준수율이 10.8%로 가장 낮음. 대구, 경북의 준수율은 1차 대비 6.1%p 증가되어 가장 높은 개선율을 나타냄
- 권역별로는 광역시의 준수율이 21.8%로 수도권, 그 외의 지역 대비 낮음
- 한식당 유형별로는 한식 육류 유형의 준수율이 28.5%로 가장 높고, 한식 면 요리의 준수율의 16.0%로 가장 낮음
- 프랜차이즈 한식당의 준수율은 32.1%로 독립운영점의 준수율 24.7% 대비 높음
- 식사 제공 유형별로는 한정식-코스 유형의 준수율이 82.2%로 가장 높고 1차 대비 4.0%p 증가하여 가장 높은 개선율을 나타냄. 반면, 1인 메인요리 제공 한식당의 준수율이 22.0%로 가장 낮음
- 좌석수별로는 50석 이상의 준수율이 36.8%로 가장 높고, 20-29석의 준수율이 17.9%로 가장 낮음. 19석 이하의 준수율이 1차 대비 4.8%p 증가하여 가장 높은 개선율을 나타냄

<그림 4> 위생적인 수저 관리

(Base: 한식당 n=1,000, 단위: 준수율%, 증감%p)



<표 10> 위생적인 수저 관리

(Base: 한식당 n=1,000, 단위: 준수율%, 증감%p)

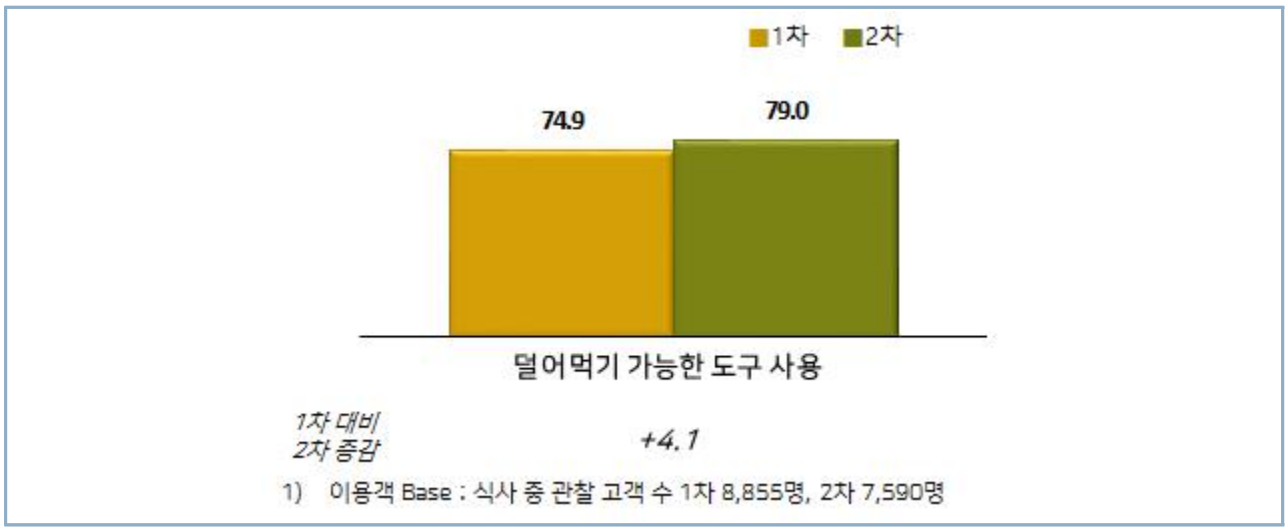
		사례수		위생적인 수저 관리		
		1차	2차	1차	2차	1차 대비 증감
전체		(1000)	(1000)	24.0	25.3	+1.4
지역	서울, 경기, 인천	(269)	(269)	24.8	26.6	+1.7
	대전, 충북, 충남, 세종	(173)	(173)	21.5	21.5	-0.0
	대구, 경북	(122)	(122)	21.9	28.0	+6.1
	광주, 전북, 전남	(150)	(150)	28.3	31.7	+3.4
	부산, 경남, 울산	(189)	(189)	23.2	22.3	-0.8
	강원	(60)	(60)	28.3	27.8	-0.6
	제주	(37)	(37)	15.3	10.8	-4.5
권역	수도권	(269)	(269)	24.8	26.6	+1.7
	광역시	(256)	(256)	22.2	21.8	-0.3
	그 외 지역	(475)	(475)	24.5	26.5	+2.1
한식당 유형	한식 일반	(429)	(429)	24.1	26.2	+2.1
	한식 육류	(263)	(263)	29.0	28.5	-0.5
	한식 해산물	(165)	(165)	24.4	26.1	+1.7
	한식 면요리	(143)	(143)	13.9	16.0	+2.1
운영형태	프랜차이즈	(86)	(86)	34.6	32.1	-2.4
	독립운영	(914)	(914)	23.0	24.7	+1.7
식사제공유형 (중복)	한정식-코스	(47)	(45)	78.2	82.2	+4.0
	한정식-한상차림	(53)	(50)	58.1	61.6	+3.5
	고기 구이	(281)	(281)	29.7	28.6	-1.2
	공용 메인요리	(777)	(780)	24.6	26.4	+1.8
	1인 메인요리	(721)	(726)	21.6	22.0	+0.5
	1인 반상	(53)	(72)	42.3	36.5	-5.8
좌석수	19석 이하	(194)	(194)	20.1	24.9	+4.8
	20~29석	(212)	(212)	19.7	17.9	-1.8
	30~49석	(288)	(288)	17.9	18.9	+1.0
	50석 이상	(306)	(306)	35.0	36.8	+1.8

4) 덜어먹기 가능한 도구 사용(이용객)

- 이용객의 덜어먹기 가능한 도구 사용 준수율은 79.0%로 1차 대비 4.1%p 증가함
- 지역별로는 광주, 전북, 전남의 준수율이 87.8%로 가장 높고, 부산, 경남, 울산의 준수율이 61.6%로 가장 낮음. 대전, 충북, 충남, 세종의 준수율은 1차 대비 6.7%p 증가되어 가장 높은 개선율을 나타냄
- 권역별로는 수도권의 준수율이 87.7%로 광역시와 그 외의 지역 대비 높음
- 한식당 유형별로는 한식 해산물 한식당 이용객의 준수율이 88.1%로 가장 높고, 한식 면 요리 한식당 이용객의 준수율의 68.2%로 가장 낮으나, 1차 대비 9.4%p 증가함
- 프랜차이즈 한식당 이용객의 준수율이 84.4%로 독립운영점의 준수율 78.5% 대비 높고, 1차 대비 6.9% 증가함
- 좌석수별로는 50석 이상의 준수율이 85.0%로 가장 높고, 19석 이하의 준수율이 72.5%로 가장 낮아, 규모(좌석수)가 클수록 이용객의 준수율이 높아지는 경향이 나타남

<그림 5> 덜어먹기 가능한 도구 사용(이용객)

(Base: 한식당 n=1,000 내 식사 중 관찰 고객수[1], 단위: 준수율%, 증감%p)



<표 11> 덜어먹기 가능한 도구 사용(이용객)

(Base: 한식당 n=1,000 내 식사 중 관찰 고객수, 단위: 준수율%, 증감%p)

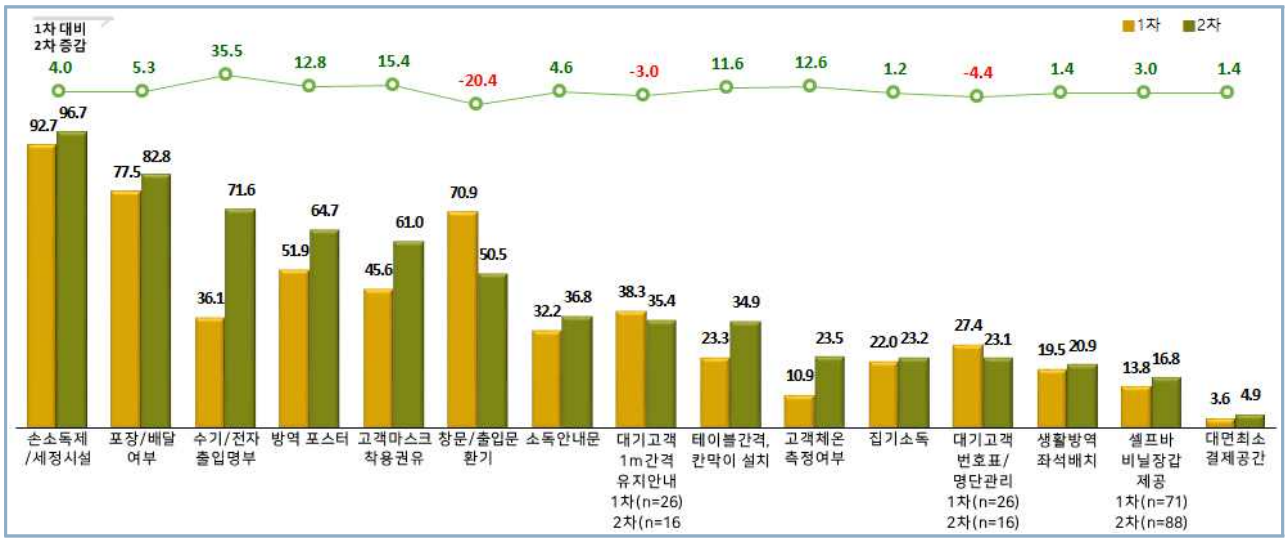
		관찰이용객수		덜어먹기 가능한 도구 사용(이용객)		
		1차	2차	1차	2차	1차 대비 증감
전체		(8,855)	(7,590)	74.9	79.0	+4.1
지역	서울, 경기, 인천	(1,892)	(1,735)	86.6	87.7	+1.1
	대전, 충북, 충남, 세종	(1,747)	(1,350)	77.0	83.7	+6.7
	대구, 경북	(869)	(817)	75.2	79.9	+4.7
	광주, 전북, 전남	(1,723)	(1,264)	81.6	87.8	+6.1
	부산, 경남, 울산	(1,715)	(1,730)	55.9	61.6	+5.7
	강원	(550)	(443)	65.3	66.5	+1.1
	제주	(359)	(251)	66.8	69.3	+2.4
권역	수도권	(1,892)	(1,735)	86.6	87.7	+1.1
	광역시	(2,175)	(2,073)	62.7	74.0	+11.3
	그 외 지역	(4,788)	(3,782)	74.8	76.8	+2.0
한식당 유형	한식 일반	(3,625)	(3,156)	71.5	73.8	+2.3
	한식 육류	(2,583)	(2,218)	84.8	87.8	+3.0
	한식 해산물	(1,515)	(1,212)	81.7	88.1	+6.3
	한식 면요리	(1,132)	(1,005)	58.7	68.2	+9.4
운영형태	프랜차이즈	(879)	(706)	77.5	84.4	+6.9
	독립운영	(7,976)	(6,884)	74.6	78.5	+3.9
식사제공유형 (중복)	한정식-코스	(494)	(426)	94.2	98.8	+4.6
	한정식-한상차림	(510)	(529)	87.4	91.2	+3.8
	고기 구이	(2,685)	(2,348)	85.1	87.6	+2.5
	공용 메인요리	(6,995)	(5,919)	77.9	81.5	+3.6
	1인 메인요리	(5,853)	(5,272)	70.2	74.5	+4.4
	1인 반상	(352)	(512)	72.8	68.4	-4.3
좌석수	19석 이하	(912)	(867)	71.4	72.5	+1.1
	20~29석	(1,490)	(1,325)	68.2	73.4	+5.3
	30~49석	(2,500)	(2,267)	75.7	80.9	+5.2
	50석 이상	(3,952)	(3,131)	80.9	85.0	+4.1

2 한식당 시설 부문

- 한식당 시설 및 환경은 전반적으로 1차 대비 개선이 되었으며, '손소독제/세정시설'의 준수율이 96.7%로 가장 높으며, 다음으로 '포장/배달'(82.8%), '수기/전자 출입명부'(71.6%) 순임
- 반면, '대면 최소 결제 공간'의 준수율은 4.9%로 가장 낮으며, 다음으로 '셀프바 비닐장갑 제공'(16.8%), '생활방역 좌석배치'(20.9%)순으로 준수율이 낮음
- 1차 대비 '수기/전자 출입명부'의 준수율이 +35.5%p 증가하여 가장 높은 개선율을 나타내었으며, 다음으로 '고객 마스크 착용 권유'(+15.4%p), '방역포스터'(+12.8%p)순으로 개선됨
- 반면, '창문/출입문 환기'의 준수율은 계절적인 영향으로 1차 대비 준수율이 하락하였으며, '대기고객 번호표/명단관리', '대기고객 1m이상 간격 유지 안내'의 준수율도 소폭 하락함

<그림 6> 한식당 시설 및 환경

(Base: 한식당 n=1,000, 단위: 준수율%, 증감%p)

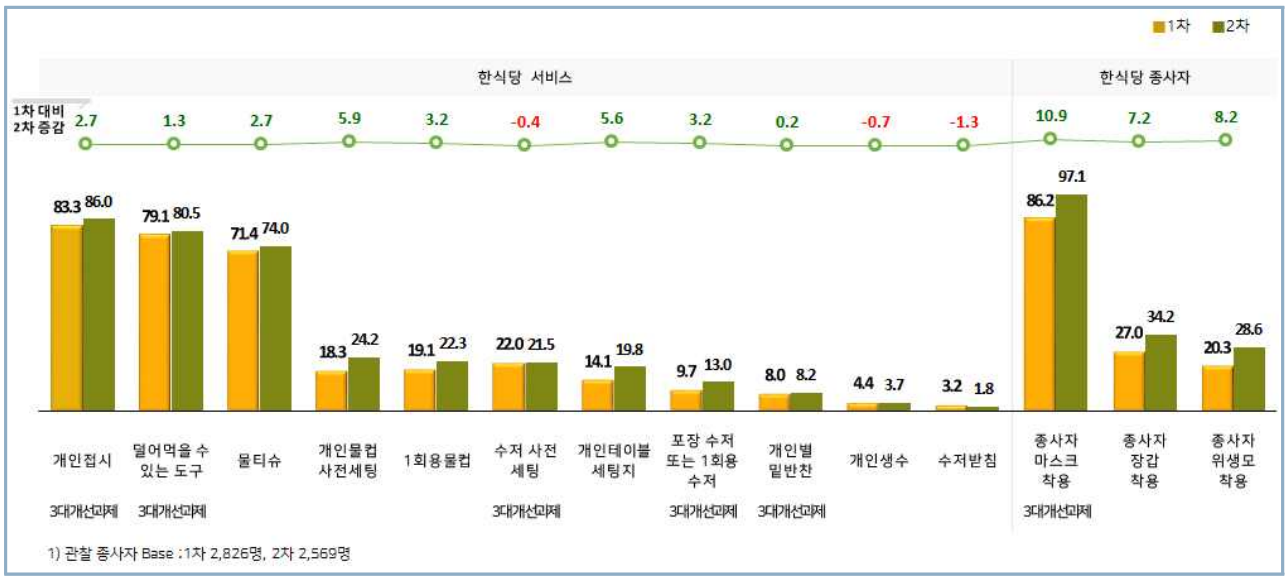


3 한식당 서비스 및 종사자 부문

- 한식당 서비스 항목의 준수율은 1차 대비 소폭 개선되었으나, 전반적으로 준수율이 낮음
- '개인접시'의 준수율이 86.0%로 가장 높고, 다음으로 '덜어먹을 수 있는 도구'(80.5%), '물티슈'(74.0%) 순으로 준수율이 높음
- 반면, '수저받침'의 준수율이 1.8%로 가장 낮으며, 다음으로 '개인생수'(3.7%), '개인별 밑반찬'(8.2%) 항목 순으로 준수율이 낮음
- 1차 대비 '개인 물컵 사전 세팅'의 준수율이 5.9%p 개선되어 가장 높은 개선율을 나타낸 반면, '수저받침'의 준수율은 하락함(-1.3%p)
- 한식당 종사자 부문에서 '종사자 마스크 착용'의 준수율이 97.1%로 가장 높고 개선율도 10.9%p로 가장 높은 반면, '종사자 장갑 착용'(34.2%), '종사자 위생모 착용'(28.6%)의 준수율은 상대적으로 낮음

<그림 7> 한식당 서비스 및 종사자

(Base: 서비스 : 한식당 n=1,000, 종사자 : n=관찰 종사자수[1], 단위: 준수율%, 증감%p)

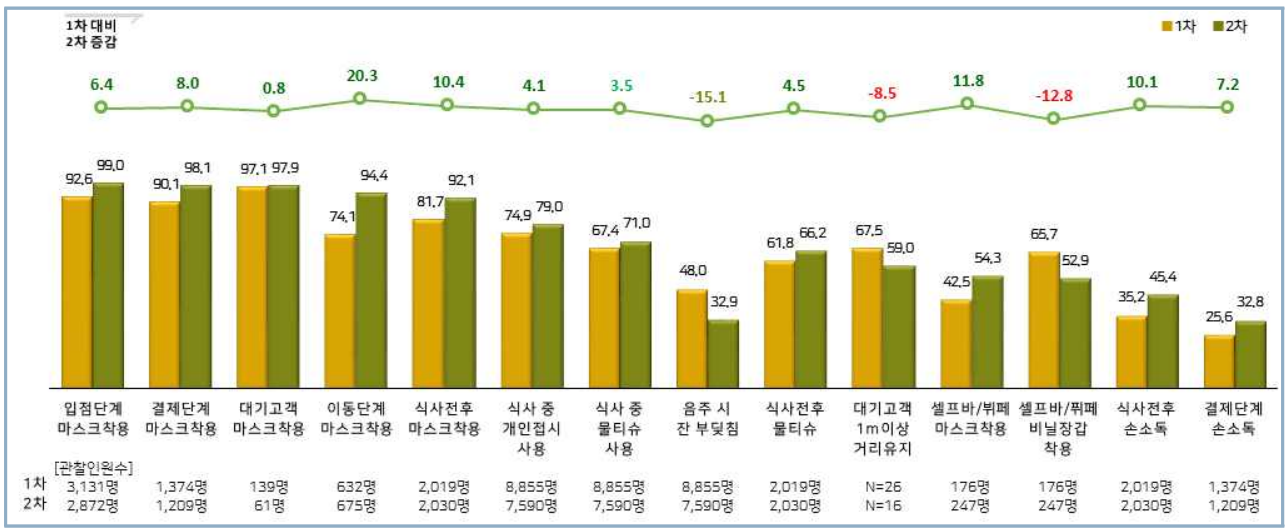


4 한식당 이용객 부문

- 한식당 이용객 부문은 1차 대비 대부분의 항목이 개선되었으며, 각 단계별 마스크 착용 항목의 준수율이 높은 반면, 손소독 항목의 준수율은 상대적으로 낮음
- '입점 단계 마스크 착용'의 준수율이 99.0%로 가장 높고, 다음으로 '결제단계 마스크 착용'(98.1%), '대기고객 마스크착용'(97.9%)순으로 나타남
- 반면 '결제단계 손소독' 항목의 준수율이 32.8%로 가장 낮고, '식사 전/후 손소독'(45.4%), '셀프바/뷔페 비닐장갑 착용'(52.9%)순으로 낮음
- 1차 대비 '이동단계 마스크 착용'의 비율이 20.3%p 증가하여 가장 높은 개선율을 나타내었으며, '음주 시 잔 부딪침'(15.1%p), '셀프바/뷔페 이용 시 마스크 착용'(+11.8%p) 순으로 개선율이 높음
- 반면, '셀프바/뷔페 비닐장갑 착용'(-12.8%p), '대기고객 1m이상 거리유지'(-8.5%p) 항목은 1차 대비 준수율이 감소함

<그림 8> 한식당 이용객 부문

(Base: 해당 단계별 총 고객수, 단위: 준수율%, 증감%p)



□ 우수항목 / 개선필요항목

- 항목별 준수율과 개선율이 따라 우수항목과 개선필요항목으로 분류하여 차별화된 개선 전략이 필요함

① 유지/개선 : 준수율이 50%이상이고, 1차 대비 준수율이 상승한 항목

② 점진 개선 : 준수율이 50%이상이나, 1차 대비 준수율이 하락한 항목

③ 지속 개선 : 준수율이 50%미만이나, 1차 대비 준수율이 상승한 항목

④ 중점 개선 : 준수율이 50%미만이고, 1차 대비 준수율이 하락한 항목

전체 항목별 접근 전략				
	유지 강화	점진 개선	지속 개선	중점 개선
대항목	준수율 50%이상↑ 1차 대비 개선↑	준수율 50% 이상↑ 1차 대비 하락↓	준수율 50% 미만↓ 1차 대비 개선↑	준수율 50% 미만↓ 1차 대비 하락↓
시설 환경	○ 손소독비치 (96.7) ○ 포장배달 (82.8) ○ 수기/전자출입명부 (71.6) ○ 방역포스터 (64.7) ○ 고객마스크착용권유 (61)	○ 창문출입문 환기 (50.5)	○ 소독 안내문 (36.8) ○ 테이블 간격 (34.9) ○ 고객체온측정 (23.5) ○ 집기소독 (23.2) ○ 생활방역좌석배치 (20.9) ○ 셀프바 비닐장갑 (16.8) ○ 대면 최소화 결제공간 (4.9)	○ 대기고객 1m 간격유지 안내 (35.4) ○ 대기고객 번호표 명단관리 (23.1)
서비스	○ 개인접시 (80.2) ○ 물티슈 (74)	○ 덜어먹을 수 있는 도구 (75.8)	○ 개인물컵사전세팅 (24.2) ○ 1회용물컵 (22.3) ○ 개인테이블세팅지 (19.8) ○ 포장/1회용 수저 (13) ○ 개인별 밑반찬 (8.2)	○ 수저 사전세팅 (21.5) ○ 개인생수 (3.7) ○ 수저받침 (1.8)
종사자	○ 종사자 마스크 착용 (97.1)		○ 종사자 위생모 착용 (34.2) ○ 종사자 장갑 착용 (28.6)	
이용객	○ 입점 마스크 (99) ○ 결제 고객 마스크 (98.1) ○ 대기고객 마스크 (97.9) ○ 이동 단계 마스크 (94.4) ○ 식사 전후 마스크 (92.1) ○ 식사 중 개인접시 (79) ○ 식사 중 물티슈 (71) ○ 식사 전후 물티슈 (66.2) ○ 셀프바 마스크 (54.3) ○ 식사 중 잔 부딪침 (32.9)	○ 대기고객 1m 거리유지 (59) ○ 셀프바 비닐장갑 착용 (52.9)	○ 식사 전후 손소독 (45.4) ○ 결제 고객 손소독 (32.8)	

5 지역별 코로나19 확진수와 준수율 상관성 분석

- 1차(9월) 조사기간 대비 2차(12월) 조사기간에서 코로나19 확진자가 22,540명 증가했고, 인구 10만 명당 43.5명이 증가함
- 1차(9월), 2차(12월) 간의 코로나 19 확진자 증가수와 3대 개선과제 준수율 평균 증가량 간의 상관성을 분석한 결과, 통계적으로 유의미하게 음의 상관성이 있는 것으로 나타남
- 즉, 식사문화 3대 개선 과제의 개선율이 높은 지역일수록 코로나19 확진자 증가수가 적다는 것을 의미함
- 상관분석은 인과관계를 나타내는 것은 아니며, 코로나19 감염에 영향을 주는 변수는 매우 다양함으로 해석에 주의가 필요함
- 다만, 식사문화 3대 개선과제의 준수율은 해당 지역의 코로나19에 대한 경각심과 방역지침에 대한 준수 노력 정도를 나타낼 수 있는 수치 중의 하나로 이해할 수 있으며, 식사문화 개선과제와 방역지침을 준수하려는 사회적 분위기가 높을수록 코로나19 확진자수가 줄어들게 된다는 의미로 해석할 수도 있음

<표 12> 지역별 코로나19 확진자수와 식당 이용객수

		코로나19 확진자수				식사문화 3대 개선과제 준수율 증감				
		9월 (1차조사)	12월 (2차조사)	9월-12월 증가수	인구 10만명 당 증가수	종사자 마스크 착용	덜어먹기 도구제공	위생적인 수저관리	개인접시 이용률	평균 증가율
전체		3,708	26,248	22,540	43.5	+10.9	+0.7	+1.4	+4.1	+4.3
지역	서울.경기.인천	2,747	18,812	16,065	62.0	+6.4	+3.7	+1.7	+1.1	+3.2
	대전.충북.충남.세종	309	1,991	1,682	29.7	+14.9	+0.0	-0.0	+6.7	+5.4
	대구.경북	181	1,290	1,109	21.8	+12.3	-2.5	+6.1	+4.7	+5.2
	광주.전북.전남	189	1,024	835	16.4	+8.0	+4.1	+3.4	+6.1	+5.4
	부산.경남.울산	233	2,238	2,005	25.5	+11.1	-1.8	-0.8	+5.7	+3.5
	강원	35	555	520	34.2	+21.6	-3.3	-0.6	+1.1	+4.7
	제주	14	338	324	48.7	+13.3	-2.7	-4.5	+2.4	+2.1

* 출처 : 1) 코로나 19 확진자수 : 코로나19 발생현황(2020년 09월~12월), 통계청
2) 인구수 : 인구 총 조사(2019년), 통계청

<표 13> 지역별 인구10만 명당 확진자 증가수와 3대 개선과제 준수율 평균 증가율 간의 상관분석

	Pearson 상관계수	유의확률
상관분석 결과	-.732	.061*

* 유의수준 0.1 내에서 통계적으로 유의함

6 안심식당 식사문화 3대 개선과제 성과

- 안심식당의 식사문화 3대 개선과제 준수율은 기타식당 대비 모든 항목에서 높게 나타남
- 안심식당인 경우 특히, 위생적인 수저 관리 항목에서 기타 식당 대비 높은 준수율을 나타내었으며, 1차 대비 2차 준수율 증가폭도 상대적으로 높게 나타남

<표 14> 안심식당 여부별 3대 개선과제 성과

(Base: 한식당 n=1,000, 관찰 종사자수, 식사 중 관찰 고객수, 단위: 준수율%, 증감%p)

		표본수		준수율		
		1차	2차	1차	2차	1차 대비 증감
종사지 마스크 착용	전체 종사자	(2,826)	(2,569)	86.2	97.1	+10.9
	안심식당 종사자	**(494)**	**(410)**	**93.0**	**99.5**	**+6.6**
	기타식당 종사자	(2,332)	(2,159)	85.3	96.8	+11.5
덜어먹을 도구 제공 및 비치	전체	(1,000)	(1,000)	88.7	89.4	+0.7
	안심식당	**(124)**	**(121)**	**92.9**	**95.9**	**+3.0**
	기타식당	(876)	(879)	88.1	88.5	+0.4
위생적인 수저관리	전체	(1,000)	(1,000)	24.0	25.3	+1.4
	안심식당	**(124)**	**(121)**	**49.9**	**57.1**	**+7.2**
	기타식당	(876)	(879)	20.3	20.9	+0.6
개인접시 이용률	전체 이용객	(8,855)	(7,590)	74.9	79.0	+4.1
	안심식당 이용객	**(1,518)**	**(1,363)**	**82.5**	**86.6**	**+4.1**
	기타식당 이용객	(7.337)	(6,227)	73.8	77.9	+4.1

3장
결론 및 제언

제3장 결론 및 제언

제 1절 식사문화개선 준수율 향상을 위한 제언

1. 식사문화 개선에 대한 한식당 종사자 및 이용객 인식 개선 필요

- 우리나라의 전통적인 식사문화는 코로나19 발생 이전에도 꾸준히 위생 문제가 언급되어 왔음. 그러던 중 코로나19 발생으로 인해 전통적인 식사문화의 감염 취약성이 대두되면서 개선이 시급해짐

- 식사문화 개선은 코로나19 이후에도 지속적으로 이뤄져야하는 사안이기 때문에 한식당 종사자는 식사문화 개선에 대한 정부의 노력과 지침에 대해서 이해하는 노력과 이를 준수하고자 노력을 할 필요가 있음

- 또한 한식당 종사자는 고객에게 식사문화 개선에 대해서 적극적으로 안내하는 노력이 필요함

  - 여전히 종사자와 이용객은 마스크를 착용하면 충분히 안전하다는 인식이 있어서 식사문화 개선 3대 과제 중 '덜어먹기'와 '위생적인 수저관리'에 대한 중요성이나 비대면 결제 공간 마련의 중요성 등에 대해 인식하지 못하고 있음

  - 종사자가 정부의 방역 안내와 지침을 따르기보다는 본인의 경험에 따라 방역 지침을 준수하고 있는 사례가 많았음

  - 특히 위생적인 수저관리와 같이 중요한 개선 과제에 대해서도 종사자 경험을 근거해 수행하는 경우가 있었음. 수저 사전 세팅이나 수저 포장지 사용 등을 준수하지 않고 수저를 뜨거운 물에 소독한 후 수저통에 보관하고 있었음

  - 위생적인 수저관리의 경우에 이용객은 한식당에서 제공하는 방식을 따를 수밖에 없기 때문에 종사자의 준수가 이용객의 준수로 이어짐. 그렇기 때문에 종사자의 인식 개선과 지침 준수가 무엇보다 중요함

- 이용객의 마스크 착용 준수율은 높은 편이였고, 특히 1차 조사에서 준수율이 낮았던 이동 시 마스크 착용 준수율이 2차 조사에서 많이 개선된 것으로 나타남

- 반면, 셀프바 이용 시 마스크 착용의 준수율과 식사 전/후, 결제 단계 손소독제 사용 등의 준수율이 상대적으로 낮아서 향후 개선이 필요해보임

  - 한식당 점주 인터뷰에 의하면 종사자의 마스크 착용 안내에 대한 불쾌감과 불편함을 표현하는 이용객이 있다고 함. 이로 인해 대부분 종사자가 이용객에게 마스크 착용을 안내하는 것에 대해 부담감과 어려움을 느끼고 있다고 함

  - 방역 포스터와 스티커 등을 통해 이용객에게 안내를 하고 있지만, 기대했던 것보다 효과가 있지 않다는 의견이 많았음. 한식당에서 일일이 이용객에게 안내하지 않아도 이용객이 자발적으로 식사문화 개선에 동참하도록 인식을 개선할 필요가 있다고 함

  - 특히, 한식당 점주 입장에서는 확진자가 발생해서 영업 중지가 될 경우에 피해가 막대하기 때문에 이용객의 자발적인 참여가 중요하다고 함

2. 식사문화 개선 과제별 애로 사항 파악 및 향후 지원 대책

- 한식당 점주 입장에서는 추가적인 비용과 노동력이 발생하는 지침은 준수하기가 어려움

  - 3대 개선 과제 중 '덜어먹기 가능 도구 비치 및 제공'을 준수하기 위해서는 덜어먹을 수 있는 도구와 개인접시 그리고 개인별 밑반찬을 제공해야 함

  - 이를 위해서는 추가적인 집기 구매, 개인별 밑반찬을 접시에 덜기, 늘어난 설거지, 많은 양의 집기 보관할 공간 마련 등 점주 입장에서는 애로사항이 많음

- 한식당 점주와 종사자 입장에서는 이용객이 불편함을 느낄 수 있는 지침을 시행하기 어려움. 이에 대한 이용객 응대 매뉴얼이나 가이드 등을 제공이 필요함

  - 점주 인터뷰에 의하면 식당의 환기는 감염 방지를 위해서 중요한 부분이지만, 이용객이 있는 상황에서 겨울철에 환기를 시키기가 현실적으로 어려움

  - 겨울철에도 환기 지침을 잘 준수한 한식당의 사례를 보면 이용객에게 사전에 환기 소요시간을 안내하고 환기를 시행한 결과 오히려 식당에 대한 이미지와 인식이 좋아졌다는 경우가 있었음. 미흡했던 한식당이 우수사례를 참고할 수 있도록 우수사례에 대한 전파 필요함

- 식사문화 개선을 위하여 한식당 점주에게 추가적인 비용이 발생할 수 있는 지침에 대해서는 정부 차원의 지원이 필요해보임

  - 점주 인터뷰 결과 대부분의 한식당이 코로나19 이전과 비교해 매출이 50%이상 감소한 것으로 나타났으며, 종업원도 30~50% 감축하거나 교대근무로 근로시간을 조절하고 있는 상황이었음

  - 이렇게 어려운 상황 속에서 추가 비용이 발생하는 지침의 준수는 점주에게 부담이 되고 있으며, 특히 1회용 수저와 종이컵, 수저 포장지, 개인별 생수, 비대면 결제 공간 등에서 추가 비용에 대한 부담을 느끼고 있음

- 푸드테크를 활용한 출입자 관리 시스템이 필요함

  - 얼굴인식 체온계를 통한 체온 측정이나 어플리케이션을 통한 전자출입자명부 관리 등 푸드테크가 대부분의 한식당에 활용될 수 있도록 도입 및 검토가 필요함

  - 특히 강원도에서 활용되고 있는 어플리케이션 출입 인증과 일부 지역에서 활용되고 있는 '안심콜' 출입관리 등과 같은 기술을 많은 한식당에서 사용하면 좋겠다는 의견이 미스터리 쇼퍼 간담회와 점주 인터뷰에서 공통적으로 나왔음

3. 한식당 특성에 맞는 식사문화 개선 활성화 방안 마련 필요

- 한식당 유형과 규모 등 제반 여건에 따라 차별화된 지원 및 식사문화 개선 활성화 방안 필요
  - 한식당 규모(좌석 수)에 따른 조사결과를 살펴보면, 규모가 클수록 준수율이 높아지는 경향을 나타냄
  - 규모가 큰 한식당일수록 메뉴 단가가 높아서 재정적인 여유가 있고 고급화 전략을 사용하는 식당이 많았음. 이로 인해 개인별 생수 구입과 개인별 밑반찬 제공 등 지침을 준수하기 수월했음
  - 반면 규모가 작은 한식당일수록 재정적인 여유와 공간적인 여유 등이 부족해서 식사문화 개선을 위한 지침을 준수하기가 어려웠음. 열악한 한식당을 대상으로 한 지원 방안 마련 필요가 있음
- 프랜차이즈와 독립운영점에 따른 차별화된 방안이 필요함
  - 한식당 프랜차이즈와 독립운영점의 가장 큰 차이는 정부 지침과 안내 등 다양한 정보를 얻을 수 있는지와 없는지의 차이임
  - 프랜차이즈는 본사를 통해 다양한 정보를 전달받고 안내받지만, 독립운영점은 자발적으로 정보를 찾아야하는 경우가 많음. 특히 프랜차이즈 본사는 유니폼이나 위생용품 등을 일괄 구입해서 제공받는 덕분에 위생적인 측면에서 독립운영점보다 우수함
  - 또한, 프랜차이즈는 운영 방식 매뉴얼이 있고 매장 운영에 대한 가맹본부의 관리가 있는 덕분에 코로나19 예방을 위한 방역과 위생 관리 등에 있어서 가맹점주의 인식과 상관없이 매장이 지침을 잘 준수하게 됨
  - 한식당 프랜차이즈 점주 인터뷰에 의하면 본사가 가맹점의 위생 관리 실태를 내부 시스템을 통하여 주기적으로 확인하고 관리하고 있다는 것이 확인됨
  - 따라서 프랜차이즈의 경우는 가맹본부가 식사문화 개선과 위생 관리의 중요성을 인식하도록 안내한다면 대부분의 한식당 가맹점이 가맹본부에 지침에 따라서 방역 및 위생 관리가 개선될 것으로 생각함
  - 반면, 독립운영점의 경우는 지자체와 유관기관 등에서 적극적인 홍보와 지원 등을 통해 식사문화 개선과 위생 관리의 중요성을 점주가 인식하도록 노력해야 함. 실제 점주 인터뷰에 의하면 정부 지침을 준수하지 않는 한식당은 정부 지침에 대해서 잘 모르는 상태에서 개인적인 판단으로 방역을 하고 있었음

제 2절 식사문화 개선을 위한 추가 과제 및 후속 실태조사 제언

1. 식사문화 개선을 위한 향후 과제

- 한식당별 특징에 맞게 세분화된 방역지침 가이드와 우수사례 공유가 이루어져서 점주들이 본인 매장에 최적화된 방역지침을 따를 수 있도록 해야 함
  - 한식당 점주는 지침 준수를 위하여 현재 본인 매장에서 할 수 있는 지침들을 확인하고 준수하고자 노력하고 있으나, 현실적인 벽에 부딪혀서 실행하지 못하는 지침들이 많다고 함
  - 예를 들어, 테이블이나 결제공간에 칸막이를 설치하고 싶으나 불판이 있는 테이블이거나 결제공간 협소 등의 이유로 지침 준수를 못하고 있다는 한식당이 점주 인터뷰를 통해 확인됨
- 한식당 점주가 식사문화 개선과 방역 지침 준수를 위해서 비용 투자를 감수하도록 만들기 위해서는 방역 지침을 준수한 것이 이용객을 매장으로 오도록 만드는 효과가 있어야 함
- 따라서 안심식당과 같이 식사문화 개선과 방역 지침 준수를 위해서 노력하는 한식당에 대한 효과적인 홍보가 필요하고, 홍보를 통해 실질적인 효과가 발생하도록 하여 점주들의 자발적인 참여와 인식 전환을 이끌어내야 함
  - 안심식당을 지정하고 지원하고 알리는 것도 중요하지만, 안심식당으로 지정된 후 사후 관리가 철저히 이루어져서 국민들이 안심식당 지정에 대한 신뢰를 갖도록 해야 함
  - 식사문화 개선과 방역 지침 준수를 위해서 노력하는 한식당도 자체적으로 이용객에게 본인의 노력을 알리는 노력을 할 필요가 있음.

2. 식사문화 개선 지표 및 향후 조사 보완 사항

- 식사문화 개선 지침은 코로나19의 상황과 한식당 특징에 따라 다양한 형태로 변화될 것으로 보이며, 이를 지표에 반영하기 위하여 '기존 조사 항목 보완', '신규 지표 추가' 두 가지 측면에서 개선이 필요함
- 기존 조사 항목의 보완이 필요한 부분은 '출입 관리 시스템 부분' 항목임
  - 출입자 관리 항목은 수기명부 또는 전자출입명부(QR코드)비치 여부를 기준으로 조사를 진행하였으나, 향후 조사에서는 푸드테크를 이용한 출입자 관리 시스템 사용여부로 확대가 필요함
- 신규 지표로 추가할 부분은 '주방 종사자', '메뉴판', '공용반찬 관리' 항목임
  - 조사원 간담회를 통해 주방 종사자의 경우 마스크, 장갑, 위생모 착용 등의 방역 지침 준수도가 홀 서빙 종사자 보다 낮다는 의견이 있어, 주방 종사자를 별도 구분하여 관리할 필요가 있음(현재는 종사자 전체에 포함되어 조사됨)
  - 테이블 위의 메뉴판이 올려져 있는 경우, 손을 통한 감염 우려가 있음으로 구체적인 관리지침을 마련 후 개선 홍보 및 실행도 관리가 필요함
  - 테이블 위에 이미 공용 반찬이 세팅되어 있는 경우(예. 설렁탕, 칼국수 등 제공 한식당의 공용 김치 항아리, 김가루 통) 용기 뚜껑이 없이 사용되거나 여러 테이블에서 공용으로 사용되는 경우 감염 우려가 있음으로 구체적인 관리지침이 마련 후 개선 홍보 및 실행도 관리가 필요함

부록

1 점주 인터뷰

1. 점주 인터뷰 개요

▷인터뷰 기간 : 2021년 01월 19일 ~ 22일
▷인터뷰 방법 : 전화 인터뷰
▷인터뷰 대상 : 한식당 점주 또는 키맨 16명

2. 점주 인터뷰 결과

□ 방역 지침별 준수 현황 및 애로사항

1) 포장수저, 1회용 수저, 수저 사전세팅

- 수저는 주로 뜨거운 물에 삶아서 소독 후 수저통에 보관하는 방식으로 관리하고 있음
- 수저는 삶아서 소독하는 것이 가장 좋은 방식이라고 생각하는 경우가 많고, 수저에 접촉하는 손님의 손을 통한 코로나19 전파 측면은 크게 고려하지 않음
- 수저를 포장하기 위한 포장지 구입비용, 추가 포장 업무로 인한 추가 인건비 발생, 쓰레기 발생의 우려 등이 위생적인 수저 관리를 준수하기 어려운 주요 원인으로 나타남
- 따라서 포장수저, 1회용수저, 사전세팅의 준수율 향상을 위해서는 위생적인 수저관리의 중요성에 대해서 충분히 이해할 수 있는 정보를 제공하고, 추가 비용에 대한 지원과 쓰레기 문제의 해결이 되어야할 것임

포장수저, 1회용 수저, 수저 사전세팅	
준수	• 고객이 좋은 이미지를 갖도록 하기 위해서 포장 수저를 제공함 • 지자체와 구자체에서 1회용 수저 포장지를 지원받은 덕분에 준수함 • 매장 고급화 전략으로 코로나19 이전부터 포장수저를 제공하고 있었음 • 대부분 예약제로 오기 때문에, 세팅지 위에 수저를 미리 세팅해 놓는다고 함
미준수	• 수저 관리의 제일 좋은 방법은 깨끗이 닦은 후 뜨거운 물에 소독하는 것이라고 생각함 • 포장 또는 배달할 때만 1회용 수저를 제공함 • 끓는 물과 식초로 소독한 후 깨끗한 행주로 닦아서 수저통에 보관함 • 수저는 손님이 많으면 하루에 1번 삶고, 손님이 없으면 모아놨다가 3~4일에 한 번씩 삶음
실행 시 어려운 점	• 수저를 뜨거운 물에 삶는 방법이 최고의 위생적인 방안이라는 인식이 강함 • 1회용 수저와 포장지를 고객들이 식당 아무데나 버려서 사용 후 처리 및 관리가 어려움 • 수저를 포장하기 위해서 손으로 만지는 것이 오히려 감염의 확률을 높일 것 같아서 하지 않음 • 수저를 사전 세팅하거나 포장지에 넣는 것은 추가 업무이기 때문에 직원에게 추가 인건비를 지급해야하는 일이 발생함 • 수저 포장지를 구매하는 비용이 발생해서 실행이 어려움 • 수저 포장지와 1회용 수저를 보관할 공간적인 여유도 없고 관리하는 일이 번거로움

2) 1회용 개인컵 제공

- 대부분의 식당에서는 공용컵을 소독하여 사용하고 있었고, 일부 식당에서만 코로나19로 인하여 종이컵을 사용하고 있었음
- 종이컵을 사용하고 있는 식당은 종이컵 사용에 대해서 고객에게 긍정적인 반응을 받았다고 함
- 종이컵 사용은 종이컵 구매와 쓰레기 배출에 따른 비용 발생, 관리의 번거로움, 환경문제 등으로 인해 준수하기 어려운 것으로 나타남

1회용 개인컵 제공	
준수	• 코로나19 예방을 위해 1회용 컵을 사용하고 있는데 고객의 반응이 좋아서 준수하고 있음
미준수	• 대다수의 식당에서 공용컵을 뜨거운 물에 소독해서 사용하고 있음 • 쓰레기 발생 문제 때문에 하지 않고 있지만, 저녁에 수저, 젓가락, 컵을 모두 소독하고 있음 • 종이컵을 줘도 손님이 어차피 손으로 만지니깐 공용컵이 의미 없다고 생각함
실행 시 어려운 점	• 1회용 컵은 쓰레기 발생 때문에 실행하기가 어려움 • 현재도 이미 커피 자판기에서 배출되는 1회용 컵 쓰레기가 많음 • 환경적인 부분이 우려되어서 1회용 제품을 사용하지 않음 • 1회용 종이컵 구매 비용 때문에 실행하기 어려움

3) 개인별 생수 제공

- 개인별 생수는 대부분의 식당에서 제공하지 않고 공용물통을 사용하는 것으로 나타남
- 개인별 생수 제공 시 생수 구입비용, 쓰레기 문제, 생수 보관장소 및 냉장시설 공간부족 등이 주요 애로사항으로 나타남

개인별 생수 제공	
준수	• 정수기 물을 받아 제공을 했었는데, 지금은 개인별 생수를 제공하고 있음
미준수	• 대다수의 식당에서 고객이 음식을 드시고 나가면 공용물통을 물에 한 번 더 헹군 후에 물을 채우는 방식으로 사용하고 있음 • 공용물통을 뜨거운 물에 헹궈서 사용하는 것이 더 위생적인 방법이라고 생각함 • 본사에서 개인별 생수를 발주해서 배송해주면 제공하겠지만, 아직까지 그런 지침이 없었음. 개인별 생수를 주는 것이 더 좋다고 생각은 함(프랜차이즈 매장) • 약초를 끓인 물을 주전자에 제공하는 것이 식당 방침이기 때문에 개인별 생수를 제공하지 않음
실행 시 어려운 점	• 먹다가 남은 생수병을 아무데나 버리는 경우가 많아서 제공하지 않음 • 식당에서 공용물통을 신경 써서 깨끗이 세척하면 개인 생수병을 제공할 필요는 없다고 생각함 • 일회용 페트병을 사용하면 쓰레기가 발생하기 때문에 제공하지 않음 • 개인별 생수를 구입하기 위해서는 추가적인 비용이 발생함. 코로나19로 인해서 매출이 줄어든 상황에서 이러한 비용까지 발생하면 수익이 더 줄어듦 • 개인별 생수를 대량 구매하면 보관할 장소가 필요하고, 특히 여름에는 냉장고에 보관해야 하는데 공간적으로 생수를 수용할 공간이 부족함

4) 덜어먹을 도구 제공(개인접시, 국자 등)

- 덜어먹을 도구 제공은 대부분의 식당에서 큰 어려움 없이 실행하고 있는 부분임
- 다만, 일부 식당에 설거지 양이 늘어난 부분을 애로사항으로 언급함

덜어먹을 도구 제공	
준수	• 대다수의 한식당에서 코로나19 예방을 위해서 개인접시와 국자를 모두 제공하고 있음 • 예전에는 직원들이 덜어먹을 수 있는 도구로 고객에게 음식을 덜어줬다면, 현재는 고객이 직접 덜어먹을 수 있도록 도구를 제공하고 있음 • 요즘은 고객이 먼저 덜어먹는 도구와 개인접시를 달라고 요청한다고 함 • 여럿이 같이 먹는 메뉴를 주문할 경우에는 개인접시 외에도 덜어먹기 좋은 그릇을 제공함 • 냉면 같은 1인 메뉴를 주문할 경우에는 개인접시를 제공하지 않고, 여럿이 같이 먹는 메뉴일 경우에만 개인접시와 국자를 제공함
미준수	• 고객이 개인접시와 도구 등을 달라고 요청할 경우에만 제공함
실행 시 어려운 점	• 설거지가 많아진다는 단점이 있음

5) 개인별 밑반찬 제공

- 인터뷰를 진행한 16개 식당 중 개인별 밑반찬 제공하는 식당은 없었음
- 주된 이유는 개인별 밑반찬을 제공하기 위해서는 그릇을 추가로 마련해야 한다는 것과 반찬을 일일이 담아야 하는 번거로움이라고 함
- 또한, 설거지 양이 이전보다 많이 늘어나기 때문에 이로 인한 추가적인 인건비 발생과 그릇 개수가 늘어나기 때문에 보관 문제도 개인별 밑반찬을 제공하기 어려운 이유라고 함

개인별 밑반찬 제공	
준수	• 없음
미준수	• 이전과 동일하게 공용 반찬을 제공함 • 1인 메뉴인 갈비탕은 1인 반상으로 제공되고 있고, 2인 메뉴부터는 공용반찬과 개인접시를 제공함 • 고기 집 특성상 집게와 개인접시 등은 제공하지만, 개인별 밑반찬은 제공하지 않음 • 된장이나 쌈장 그릇만 개인별로 제공되고, 반찬은 공용반찬으로 제공함
실행 시 어려운 점	• 그릇을 새로 구입해야 하고 추가적인 설거지도 발생하기 때문에 이러한 비용이 부담스러움 • 개인별 밑반찬 제공을 위해서는 일일이 반찬을 담아야하는데, 이는 곧 인건비이기 때문에 소상공인에게는 부담스러운 일이라고 함 • 그릇을 보관할 공간이 필요하고, 개인별 밑반찬 제공하기 위해서 신경을 써야할 일이 많기 때문에 실행하기 어려움

6) 집기 소독(1회용 테이블보 또는 세팅지)

- 테이블, 손잡이 등 집기 소독은 특별한 어려움 없이 실시하고 있는 것으로 나타남
- 집기 소독은 고객을 위해서도 하지만, 다수의 고객이 방문하는 식당이기 때문에 직원들이 본인의 안전을 생각해서라도 소독을 중요하게 생각한다고 함

집기 소독	
준수	• 대부분의 한식당에서 매일 소독을 하고 있고, 특별한 어려움은 없음 • 하루에 두 번씩 소독 약품을 사용해서 점심 이후와 영업 종료 이후에 소독하고 있음 • 룸은 소독 후 소독 완료 스티커를 붙여서 고객에게 알리고 있음 • 소주를 물에 희색해서 테이블과 의자 등에 분무기로 뿌리고 닦음 • 감염에 대한 우려로 소독은 항상 하고 있음 • 테이블 세팅지는 매장의 고급화 전략을 위해서 코로나19 이전부터 사용하고 있었음
미준수	• 초반에는 1회 이상 소독하였으나 조금 적응되니까 요즘에는 좀 소홀해지고 있음
실행 시 어려운 점	• 코로나19 전파의 원인이 주로 대화로 인한 비말이라고 생각해서 1회용 테이블보의 중요성이나 필요성을 못 느끼고 있음 • 원형테이블은 사각형 모양이 많은 1회용 테이블보를 사용하기 어려움

7) 환기

- 고객이 있을 때 환기가 필요하지만, 대부분의 식당에서는 고객이 없을 때 환기를 하고 있음
- 고객이 문을 열고 들어오고 나가면서 충분히 환기가 된다고 생각해서 특별히 환기를 하고 있지 않음
- 겨울에는 날씨가 추워서 환기하기가 어렵고, 이미 고객 수를 조절하고 있기 때문에 굳이 환기가 필요하지 않다고 생각함

환기	
준수	• 30분에 한 번씩 창문을 열어 환기를 시키고 있지만, 고객이 춥다고 하면 바로 닫음 • 고기 집이라 손님이 들어오면 환풍기를 계속 틀어놓기 때문에 환기가 자주 됨
미준수	• 2차 조사 시기가 겨울이라 대부분의 한식당은 고객이 계실 때에는 추워서 환기를 시키기가 어렵고, 손님이 오고가면서 문이 열리고 닫히기 때문에 환기가 된다고 생각함 • 오전과 오후에 고객이 없을 때 한 번씩 환기를 시킴 • 손님이 없는 사이에 잠깐 뒷문을 열어둔다고 함
실행 시 어려운 점	• 고객이 추워할까봐 겨울에는 환기를 거의 하지 않음 • 테이블 2개만 운영하다보니 자주 환기를 시키지 않고 가끔 뒷문을 열어놓는 정도임 • 환기를 시키면 찬바람이 들어와서 실내온도가 떨어져서 난방비가 더 들어가서 환기 안함

8) 이용객 거리두기(테이블 1m이상 간격, 칸막이, 생활방역형 좌석 배치)

- 대부분의 한식당에서 테이블 간격과 좌석배치를 통한 이용객 거리두기를 준수하고 있음
- 불판을 여러 명이 같이 사용하는 고기집이나 뷔페처럼 테이블 수가 많은 곳은 남은 테이블을 치우거나 보관할 공간이 없다는 점이 애로사항으로 나타남

이용객 거리두기	
준수	• 방 하나에 한 팀씩만 모시고 생활방역형 좌석 배치를 하고 있음 • 테이블 간격을 2미터 정도 유지하고 있고, 고객들도 자발적으로 테이블 간격 준수와 생활방역형 좌석 배치에 동참해주고 있음 • 식당 평수가 조금 넓다보니 코로나19 이전부터 테이블 간격이 1m 이상이었음
미준수	• 테이블 가운데 불판이 있는 고기 집이라서 칸막이를 설치하거나 생활방역형 좌석 배치를 준수하기가 어려움 • 테이블이 많은 뷔페 한식당이라서 테이블 간격을 준수하기가 어려움. 테이블을 치우거나 보관할 장소가 없어서 더욱더 어려움
실행 시 어려운 점	• 테이블 가운데 불판이 있는 고기 집은 거리두기 지침을 준수하기가 어려움 • 사용하지 않는 테이블을 보관하거나 치울 공간이 없음

9) 손 소독제 비치

- 손 소독제는 모두 비치하고 있고, 주로 고객이 들어오고 나가는 동선에 비치한 경우가 많았음

손 소독제 비치	
준수	• 대부분 한식당에서 들어올 때와 나갈 때 손 소독을 할 수 있게 두 곳 이상에 손 소독제를 설치를 해놨음
미준수	• 없음
실행 시 어려운 점	• 테이블별로 비치하려고 하였으나, 테이블이 작아 손소독제 놓을 공간이 부족했음

10) 셀프바 또는 뷔페 시설 비닐장갑 비치

- 비닐장갑을 제공해야하는 것을 알지만 고객의 불편을 야기할 것 같아서 제공하지 않음

셀프바 또는 뷔페 시설 비닐장갑 비치	
준수	• 비닐장갑을 비치하고 제공하지만, 고객들이 잘 사용하지 않음
미준수	• 김치나 쌈장 정도만 필요하면 덜어가고 있어서 굳이 장갑을 제공하고 비치해야하는지 의문이라고 함 • 고객들이 불편해하고 불만을 가질까봐 제공하지 않음
실행 시 어려운 점	• 비닐장갑 착용이 필요하다는 것은 알지만, 고객을 불편하게 하고 싶지 않아서 실행 어려움

* 대부분 한식당 셀프바 없음

11) 포장/배달

- 9시 이후에 포장과 배달을 하기 보다는 영업을 종료하는 경우가 많음
- 포장용기 구입비, 배달 대행업체 이용료 등의 비용에 대한 부담이 있는 것으로 나타남

포장/배달	
준수	• 배달은 안하고 포장만 함
미준수	• 현재 포장과 배달을 하려고 준비 중임
실행 시 어려운 점	• 포장하려면 장비를 구입해야 하고, 공간이 협소해서 포장할 장소가 없다는 어려움 • 비용문제가 가장 큼. 배달 대행업체를 이용해야 하고, 이를 위해 배달 업체 등록을 해야 하고 포장 용기도 구비해야 해서 시스템을 갖추는데 드는 비용만 50~60만 원정도 들어감

* 대부분 한식당이 9시 이후 영업종료

12) 수기 또는 전자출입명부 여부

- 수기 또는 전자출입명부 관리의 경우는 대부분 한식당에서 시행하고 있음
- 강원도는 '클린강원 패스포트'라는 강원도형 전자출입명부 시스템을 갖추고 있는데, 마일리지를 적립해주는 기능이 있다 보니 고객 참여율이 높고 사용도 어렵지 않아서 좋은 반응을 얻고 있음
- 일부 식당에서는 단골 고객은 굳이 출입명부 작성을 하지 않아도 된다는 생각을 가지고 있어서 여전히 인식의 전환이 필요한 상황

명단 관리	
준수	• 대부분 한식당에서 수기 또는 전자출입명부를 관리하고 있음 • 대부분 고객이 출입명부 작성을 요청하지 않아도 자발적으로 작성함 • 수기 또는 전자출입명부 관리뿐만 아니라 확진자 파악을 위해서 CCTV까지 설치함 • '클린강원 패스포트'라는 강원도형 전자출입명부 시스템을 사용하고 있음. 사용이 편리해서 몰려드는 관광객이 빠르고 편하게 출입 인증을 할 수가 있음 • 수기와 전자출입명부 두 가지를 사용하다가 전자출입명부 사용을 어려워하는 고객이 많아서 현재는 수기출입명부만 사용하고 있음
미준수	• 없음
실행 시 어려운 점	• 대부분 고객이 잘 준수하고 있지만, 아직도 일부 고객은 출입명부 작성 및 인증을 잘 하지 않고 있음 • 고객에게 작성 및 인증을 권하고 있지만, 고객의 인식 전환이 필요하다고 생각함

13) 체온측정

- 체온을 측정하지 않는 한식당이 체온을 측정하는 한식당보다 더 많았음
- 대부분 한식당이 비접촉식 체온계나 얼굴인식 체온계를 사용하고 싶지만, 비용 문제와 공간문제로 구입하지 못하고 있음
- 매장에서는 비접촉식을 원하지만 비용과 공간문제로 구입하지 못하는 경우가 있음

체온 측정	
준수	• 방문하는 고객의 체온을 측정하고 있음 • 종사자와 고객 모두 체온을 측정함
미준수	• 미준수하고 있는 대부분의 한식당이 체온계가 없음
실행 시 어려운 점	• 10평이 안 되는 소규모 한식당의 경우, 얼굴인식 체온계는 공간이 협소해서 설치하기가 어려움 • 비접촉식 체온계나 얼굴인식 체온계가 없다보니 접촉식 체온계를 사용하고 있는데, 고객들이 접촉식 체온계에 대한 거부감이 있어서 준수하기가 어려움

14) 고객 마스크 착용 안내

- 대부분 고객이 마스크 착용을 하고 있기 때문에 오히려 신경을 덜 쓰게되는 부분이 있음
- 종사자가 더욱더 고객 마스크 착용의 중요성을 인식할 필요가 있어보임

고객 마스크 착용안내	
준수	• 한식당에서 마스크를 착용하지 않는 고객에게 착용을 안내해주고 있는데 대부분 고객이 고맙다고 말해주는 편임 • 현재 마스크를 착용하지 않으면 식당 출입을 금지하고 착용을 권하고 있음. 철저하게 예방 수칙을 준수한다고 방문 고객들이 좋아함 • 강원도는 청정지역이라는 생각이 있어서 관광객 중에서 마스크를 안 하고 돌아다니는 사람들이 많음. 그래서 식당에 '마스크 착용' 안내문을 부착하고 주문을 받을 때마다 마스크 착용을 안내하고 있음
미준수	• 고객들이 알아서 마스크를 착용하고 있는 것 같아서 따로 안내의 필요성을 느끼지 못함
실행 시 어려운 점	• 일부 고객이 마스크 착용 안내에 대한 부정적인 반응 또는 거부감이 있어서 착용을 안내하기 조심스러움

15) 방역 관련 포스터

- 대부분 한식당이 방역 포스트를 부착은 해놓았음
- 다만, 이미 언론에서 방역에 대해서 많이 알리고 있기 때문에 포스터의 중요성이나 효과를 잘 모르겠다는 의견이 있었음

방역 관련 포스터	
준수	• 고객이 식당에 들어오면서 포스터를 볼 수 있도록 포스터를 입구에 붙여놓음 • 매장 밖과 안에 포스터를 부착해놓음. 테이블 칸막이에도 식사 전과 후에 마스크 착용 안내 스티커를 부착함
미준수	• 없음
실행 시 어려운 점	• 포스터 부착을 해놓긴 했으나 언론에서 많은 홍보를 하고 있어서 굳이 식당에 포스터를 붙여야하나 라는 생각을 함 • 포스터를 부착하니 식당이 지저분해보이는 것 같음 • 고객들이 알아서 마스크를 잘 착용한다고 생각해서 굳이 포스터는 필요가 없는 것 같음 • 포스터를 식당에 부착해놓았지만, 고객들이 포스터를 발견해도 크게 신경을 쓰지 않는 것 같음 • 방역 관련 포스터와 안내 등의 효과가 무뎌진 것 같음

16) 비대면 결제 공간

- 대부분 한식당에서 비대면 결제공간을 운영하고 있지 않음
- 설치의 필요성을 느끼고는 있지만, 공간이 협소하고 설치가 어려워서 운영하지 못한다고 함
- 또한, 일부 고객이 사용의 불편함을 느끼지 않을까하는 우려와 설치비용 때문이라고 함
- 대부분 고객이 마스크를 잘 착용하고 있기 때문에 비대면 결제 공간이 불필요하다는 의견도 있음

비대면 결제 공간	
준수	• 결제 공간에 칸막이를 설치해놓음 • 코로나19 이전부터 비대면 결제 시스템을 사용하고 있었음
미준수	• 설치를 하고 싶으나 고객이 불편할까봐 아직 설치하지 않음 • 식당의 공간이 협소해서 설치할 공간이 없음 • 계산을 하는 대부분 고객이 마스크를 쓰고 있기 때문에 필요성을 못 느끼고 있음 • 식당에서 식사할 때는 마스크를 벗고 있는데 굳이 비대면 결제 공간을 만들 이유를 모르겠음 • 설치비용이 부담돼서 설치하지 못함
실행 시 어려운 점	• 결제 공간이 협소해서 추가적인 설치가 어려움 • 고객이 불편해 할까봐 우려돼서 실행하기 어려움

2 조사원 간담회

1. 조사원 간담회 진행 개요

▷일시 : 2021년 01월 07일
▷방법 : 화상 인터뷰
▷참석자 : 미스터리 쇼핑 조사 평가원 6인
(서울경기, 강원, 대전충청, 울산, 광주전남, 대구 담당 평가원 각 1인)

2. 조사원 간담회 내용

(1) 우수 사례, 미흡 사례

(1)-1. 우수 사례

- 충북 한식 면류 전문점

  - 직원이 위생모와 마스크를 착용하고 고객 체온 측정과 출입 기록 작성 관리를 철저히 함

  - 특히, "음식이 나올 때까지 마스크를 벗지 마세요." 라고 안내를 해서 음식이 나올 때까지 사람들이 마스크를 벗지 않았고, 식사가 끝나서도 바로 마스크를 착용했음

  - 마스크 착용을 권유하는 말 한마디가 굉장히 큰 효과를 발휘하는 것 같음

- 충북 한식 일반 전문점

  - "환기를 좀 시키겠습니다."라고 말한 뒤 10분 동안 문을 활짝 열어놔서 추었지만, 식당에서 안내를 한 후 환기를 하니 추운 것을 참을 수 있었고, 오히려 위생에 신경 쓰는 곳이라는 인상을 받음

- 울산 한식 면류 전문점

  - 테이블수를 줄여 2개만 비치하고, 테이블 간격도 1m이상 떨어지게 배치함

  - 작은 규모임에도 종사자는 위생모, 마스크, 장갑 모두 착용함

  - 1차에는 종이컵을 제공 안 했지만, 2차 조사 때는 종이컵을 제공하여 개선됨

  - 계산 시에도 대면하지 않고 독립된 공간에서 계산을 따로 하였으며 전반적으로 식당 이용 시 안심이 되었음

- 서울 한식 일반점

  - 공용수저통을 사용하지만, 수저통 자체가 LED 수저소독이 되는 수저통이었음

  - 입구에 대형 안면인식 열화상 카메라가 설치되어 있었으며, 방역포스터도 모두 잘 부착되어 있었음

  - 입구에서 명부작성과 QR코드를 찍게 되어 있었으며, 자동 분사되는 손 소독기가 설치되어 있음

  - 계산대도 투명 아크릴로 칸막이를 해놓고, 직원들도 모두 마스크, 장갑, 위생모까지 모두 착용하고 있어서 방역에 매우 철저한 매장이라고 느꼈음

- 경기 일산 지역 한식당 전체

  - 안심콜 출입자 관리 서비스로 출입 인증이 가능한 식당이어서 편리했음

  - 식당 직원들이 고객에게 직접 와서 전화로 인증이 가능하다고 설명을 해주니 편리하고 식당에 대한 신뢰가 생김

  - QR코드 사용이 익숙하지 않은 분들이나 수기 명부 작성에 대한 거부감이 있는 분들에게 전화 출입 인증 서비스가 좋은 대안이라고 느꼈음

  - 다른 식당에서도 전화를 통한 인증 방식이 도입됐으면 좋겠다는 생각을 했음

- 대구 한식 일반점

  - 1차 방문 시에도 테이블 간격을 띄워놔서 방역에 신경을 쓴다는 느낌을 받았었는데, 2차 방문에서는 이전보다 더 테이블 간격을 넓게 띄워놔서 8월보다 12월에 더 거리두기에 신경 쓴다는 느낌을 받음

- 대구 지역 한식당

  - '음식 가지러 갈 때는 마스크 착용하기', '대화할 때는 마스크 착용' 등의 안내방송이 식당에서 10분 간격으로 계속 나와서 고객들에게 경각심을 심어주었고, 또한 직원들이 일일이 안내하기 어려운 점을 해결해줄 수 있는 좋은 방법 같아 보였음

- 대구 지역 이용객

  - 대구 지역은 다른 지역보다 코로나19로 인한 손해를 입었던 지역이어서 그런지 식당 이용객들이 자발적으로 테이블 간격 준수하기와 식사 시간 외에 마스크 착용 등 준수 사항을 잘 지켰음

(1)-2. 미흡 사례

- 강원 지역 한식당

  - 셀프바를 이용하는 고객들이 마스크를 쓰지 않고 이용하는데도 종사자가 마스크 착용에 대한 안내를 하지 않아서 식당에 대한 좋지 않은 인상을 받음

- 충청 지역 한식당

  - 어떤 고객이 인접한 테이블에서 마스크를 착용하지 않은 채로 통화를 하였음에도 불구하고 종사자가 이에 대한 어떠한 안내나 제재를 하지 않아서 불안감을 느꼈고, 이로 인해 마음 편히 식사하기가 어려웠음

- 울산 지역 이용객

  - 식당 고객들이 테이블에 자리를 잡은 이후에 마스크를 벗고 이야기를 하는 모습을 보면서 식당에서의 거리두기 지침과 코로나19 예방에 대한 경각심 부족이 심각하다고 느낌

  - 다른 테이블에 찜 같이 공동 메인 요리가 나왔는데, 종사자가 덜어먹을 수 있는 개인접시를 제공했음에 덜어먹지 않고 개인 젓가락으로 공동 메인 요리를 먹는 모습을 보면서 이용객 인식 문제가 심각함을 느꼈음

- 울산 한식 일반점

  - 대형 식당이라 고객이 많았음에도 불구하고 테이블 간격이 떨어져있지 않아서 고객 간 거리두기가 되지 않는 한식당이었음

  - 체온을 측정할 수 있는 기기도 배치되어 있지 않았고, 주방을 포함한 모든 종사자가 마스크는 했으나, 장갑과 위생모 착용을 하지 않고 있었음

  - 가장 심각했던 부분은 국밥집이라 테이블 위에 공용 김치통이 있었는데, 여러 고객이 김치를 덜어서 먹을 때 장갑을 안 낀 손으로 공용 김치통 뚜껑을 만지는 모습을 보며 감염에 대한 우려가 생겼음

- 서울 한식 해산물 전문점

  - 고객이 많은 식당이었음에도 불구하고, 테이블 간 거리두기를 하지 않았음

  - 마스크 착용 안내문과 명부 작성 그리고 체온측정 등 코로나19 예방을 위한 준수 사항을 전혀 지키지 않는 곳이어서 식사를 하면서 감염에 대한 우려 때문에 불안했음

(2) 1차 대비 2차 조사 시 체감한 변화

- 출입명부를 작성하는 곳은 늘었지만, 고객 체온을 측정하는 식당은 1차와 2차가 동일하게 거의 없었음 (다수의 평가원이 이에 대해서 언급)

- 종사자 마스크 착용률이 1차 대비 2차에서 개선됨

- 포장 수저 제공과 종이컵 제공 부분이 개선됨

- 1차 때는 테이블 간격을 띄워놓는 곳이 별로 없었는데, 2차 때는 몇 군데 식당이 칸막이로 가운데를 막아놓는 곳이 늘었음

- 1차 때는 열화상 카메라와 출입명부를 잘 운용했으나, 2차 때에는 카메라를 잘 운용을 하지 않고 출입 명부를 비치하더라도 고객의 눈에 띄지 않는 곳에 두는 등 형식적으로만 준수하는 곳이 있었음

(3) 개선 중요 고려 요소

- **종사자의 적극적인 안내(다수의 평가원이 동일 내용 언급)**

  - 이용객 입장에서 이동 시 마스크 착용을 잊어버리는 경우가 있는데 종사자가 별도로 안내를 해주면 좋을 것 같음

  - 코로나19가 심각하다는 것을 대부분의 이용객이 인지하고 있고 그에 대한 경각심을 갖고 있기 때문에 종사자가 정중히 식사문화 개선에 대해 안내를 한다면 기분 나쁘지 않을 것 같음

  - 종사자의 정중한 태도 및 안내에 따라 이용객의 태도도 조금씩 변할 것이라고 생각됨

- **위생적인 수저관리**

  - 테이블에 수저통이 달려 있어 매번 무심코 손으로 집어서 수저를 놓는데, 식당 이용 시 제일 우려가 되는 부분으로 우선적으로 개선이 되어야 한다고 생각함

- **셀프바 관리**

  - 셀프바는 손님이 밀접하게 접촉하는 곳이므로 셀프바가 있는 식당이라면 셀프바 이용 시 1회용 장갑과 마스크 착용 등 준수 사항 관리를 철저히 해야 하고, 코로나19 유행이 심각할 때는 셀프바 운영을 잠시 중단하고 조금 힘들더라도 반찬을 테이블에 제공하도록 지침이 있으면 좋겠음

- **주방 종사자**

  - 음식 서빙 시 마스크를 착용하나, 주방으로 들어가서는 마스크를 내리는 경우가 있어 이에 대한 한식당의 개선이 필요하다고 생각함

- **안심콜 출입관리서비스**

  - 안심콜 출입관리서비스는 출입 인증이 편리하고 수기 명부에 작성할 경우에 느끼는 개인정보 유출에 대한 우려도 적어 전국 한식당에 적용되면 좋겠다고 생각함

- **공용물통 관리**

  - 공용물통을 뚜껑 없이 관리하고 제공되고 있어서 비위생적으로 느꼈음

  - 1회용 생수를 제공하지 않더라도 공용물통이 위생적으로 관리되고 제공되면 좋겠다고 생각함

- **공용 김치통 관리**

  - 설렁탕, 칼국수 등의 한식당에서 김치 항아리를 공용으로 쓰는 경우 항아리 뚜껑이 없거나, 가위, 집게를 돌려서 쓰는 경우가 많아서 이에 대한 개선이 필요하다고 생각함

- **이용객 인식 개선**

  - 화장실을 가거나 흡연을 위해 이동할 때 마스크를 착용하지 않는 경우가 많아 이에 대한 개선이 필요함

  - 식당에 도착한 이후부터 마스크를 벗은 채로 대화나 전화 통화를 하는 것을 삼가도록 이용객의 인식 개선이 필요하다고 생각함

- **외곽, 소규모 한식당 관리 필요**

  - 외곽에 위치하거나 규모가 작은 한식당의 경우, 코로나19 상황인지를 알 수 없을 정도로 준수율이 낮아 적극적인 개선이 필요함

한식진흥원
KOREAN FOOD PROMOTION INSTITUTE