처음 40% 넘겨  
  
  
  
일본 규동 전문점 스키야 누리집 갈무리엔화 가치 하락이 계속되면서 대표적인 내수용 산업인 일본 외식업체들이 해외 출점을 늘리고 있는 것으로 전해졌다.니혼게이자이신문은 13일 지난해 말 기준 규동 전문점인 스키야·요시노야 등 일본 내 외식 매출액 상위 10개 기업의 해외점포 수가 약 1만3천개에 달해 전체의 42%를 차지했다고 보도했다. 해외점포 비율이 40%를 넘은 것은 이번이 처음이다. 코로나19 확산 이전인 2019년(29%)과 견주면 13%포인트나 증가한 수치다. 신문은 “장기간 계속되는 엔저로 내수형 산업의 대표인 외식업이 제조업과 마찬가지로 환율 위험을 상쇄하기 위해 해외 출점을 늘리는 움직임이 확산되고 있다”고 전했다.외식업체들이 해외로 눈을 돌리는 것은 엔화 가치 하락으로 수입 식재료 비용이 오르고 있지만, 오랫동안 저물가에 익숙한 일본에서 가격을 올리기 쉽지 않기 때문이다. 미국 해외점포의 경우 달러로 돈을 벌고, 식재료도 현지에서 조달하는 방식을 취하고 있다. 가격 인상도 일본보다는 쉽다.일본 농림수산성 자료를 보면, 해외에 있는 일식당은 지난해 약 18만7천곳으로 2021년에 견줘 20% 이상 증가했다.