

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000069-01



마닐라

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in **Manila**

마닐라 한식당 창업 · 운영 가이드북



마닐라

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in **Manila**

발간사

「한식당 창업 및 운영 가이드 북」을 펴내며...

최근 '한류'라는 이름으로 시작하여 전 세계 인들을 뜨겁게 달군 한국 드라마와 대중가요에 대한 관심이 자연스럽게 우리문화로까지 확산되고 있습니다.

이러한 관심은 우리네 먹거리와 식문화로까지 옮겨져 왔으며 많은 내·외국인들에게 '한식'과 '한식문화'에 대한 가치가 재조명받고 있는 추세입니다. 일례로 뉴욕 데일리 뉴스에서 '12년 가장 주목받을 음식으로 '한식'을 꼽을 정도로 앞으로 한식은 세계인과의 소통에 활용하기 좋은 매개로 성장할 수 있을 것이라 확신합니다.

이에 농림축산식품부와 한식재단에서는 높아진 한식의 위상과 우리 식문화의 무한한 잠재성을 활용하여 세계 여러 시장에서 한식의 새로운 가치 창출을 이룰 수 있도록 2010년부터 해외 주요도시의 외식시장을 조사·분석하고 있습니다. 올해는 특히 한식당 유망시장으로 꼽히는 중국 청도와 동남아의 자카르타, 마닐라, 쿠알라룸푸르, 브라질 상파울로의 외식시장과 한식당 운영에 필요한 정보들을 조사하였습니다.

이번 조사는 세계적인 컨설팅 펌인 PwC Global의 Transformation™을 기반으로 현지 통계청과 국제 소비산업 조사업체인 Euromonitor International의 조사 자료 등을 참고하여 한식당을 운영하기 위한 거시 환경과 에스닉푸드 시장의 경쟁 강도 등을 분석하였으며 현지 외식 소비자를 대상으로 한 온라인 설문조사와 소비자 좌담회

등을 개최하여 외식 소비행태와 해당지역에서의 한식·한식당의 인지도와 마케팅 요소들을 파악해보았습니다.

또한 도시 내 한식당 운영에 유리하다고 판단되는 지역들을 직접 관찰하여 해당상권들의 특징을 분석해보고 현재 현지에서 활발히 운영 중인 한식당 경영주들께 한식당 창업과 운영 시 애로사항 및 장애요인, 해소방안 등을 들어보았습니다.

이 외에 각 도시별로 유력한 외식관련 SNS 및 커뮤니티에 빅데이터분석 기법을 활용하여 한식당에 대한 소비태도 등을 예상해 보았습니다.

이런 다양한 조사와 분석 결과물을 엮고 정리하여 일선에 계시는 많은 분들이 보다 쉽게 정보를 접하시고 한식당을 창업·운영하실 때 조금이나마 수고를 덜어드리고자 이렇게 '한식당 창업 및 운영 가이드북'을 발간하게 되었습니다. 아무쪼록 본 가이드북이 한식으로 창업 또는 운영을 하시는 모든 분들께 자그마한 등불이 될 수 있기를 기원합니다.

마지막으로 이 가이드 북을 펴낼 수 있도록 헌신적으로 수고해주신 삼일회계법인의 정준하 부장님 외 관계자분들과 바쁘신 중에도 기꺼이 조사에 응해주신 해외 현지 한식당 경영주 분들께 진심으로 감사 인사를 드리는 바입니다.

2013년 9월 한식재단 이사장 양일선

CONTENTS

I. 마닐라(Manila) 시장환경

1. 거시환경 분석
2. 외식시장 현황

II. 마닐라(Manila) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해
4. 한식당 설립 실무정보

III. 마닐라(Manila) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영 가이드

■ 외식 소비자 설문조사 개요

조사 방법: 온라인 조사(Online Survey) 방식
조사 대상: 마닐라 조사업체 패널 255명
조사 기간: 2013. 1. 25 ~ 2. 11(15일)

“

마닐라 한식당 창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in **Manila**

”

I. 마닐라(Manila) 시장환경

1. 거시환경 분석

1.1 정책적 환경	009
1.2 경제적 환경	013
1.3 사회문화적 환경	018
1.4 음식문화적 환경	021

2. 외식시장 현황

2.1 시장에 대한 이해	024
2.2 고객에 대한 이해	028
2.3 경쟁자에 대한 이해	033
2.4 외식상권에 대한 이해	042
2.5 한식산업에 대한 이해	072

1. 거시환경 분석

필리핀의 수도(National Capital Region)인 메트로 마닐라(Metro Manila)는 루손(Luzon) 섬 남서부에 위치하고 있습니다.

메트로 마닐라는 마닐라시티(Manila City), 퀘존시티(Quezon City), 마카티시티(Makati City) 등을 비롯하여 16개의 시티(City)로 구성되어 있습니다.

면적은 639km²로 필리핀 전체 국토의 0.2%에 해당하며 이는 서울의 면적과 거의 비슷한 크기입니다.

인구는 약 1,200만 명으로 전체 국민의 약 12.5%가 메트로 마닐라에 거주하고 있습니다.

언어는 필리핀 고유어인 타갈로그(Tagalog)어와 영어(English)가 공용어로 통용되고 있습니다. 필리핀은 미국과 영국에 이어 세계에서 세 번째로 영어를 쓰는 인구가 많은 나라입니다.



그림 1-1: 필리핀 메트로 마닐라 지도

1.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

필리핀 정부는 국가경쟁력 제고를 위해 부정부패 척결과 비즈니스 환경 개선 등 다각적인 경제 활성화 개혁을 추진하고 있습니다.

필리핀은 1970년대 이전까지만 해도 아시아에서 가장 부유한 국가 중 하나였으나 부패 만연과 정책의 일관성 부족, 정치적 불안정성 등의 요인으로 경제성장이 정체되어 왔습니다.

그러나 2001년부터 재정안정화 및 시장자유화 정책을 실시했고 2010년부터는 부정부패 척결을 주요 당면과제로 내세우고 더불어 비즈니스 환경 개선, 인프라 개선, 빈곤퇴치 등 다양한 개혁안을 추진하고 있습니다.

표 1-1: 필리핀 6대 유망산업

구분	해당 내용
① 관광산업	• 중기개발계획(Medium Term Philippine Development Plan)에 관광산업 육성을 주요 과제로 선정하고 관광진흥법(The new Tourism Act of 2009)을 제정하는 등 관광산업 육성에 나섬
② IT-BPO	• 최근 우수한 인력과 언어능력을 바탕으로 BPO 산업 분야에서 필리핀의 성장세가 두드러짐 • 정부 차원에서 경제성장을 주도할 유망산업으로 BPO 산업을 선정하여 외국인 투자유치를 위한 지원정책을 마련함
③ 전자산업	• 전기 전자산업은 필리핀 제조업의 핵심분야로 300여 개에 달하는 외국계 기업이 진출하면서 국가의 주요 산업으로 자리 잡음
④ 광산업	• 필리핀은 세계적인 광물자원 보유국으로서 'Mineral Action Plan'을 통해 광대한 광물자원의 개발을 위한 기본방향을 수립함 • 외국기업의 100% 소유 허용과 대규모 광물자원의 탐색 및 개발,이용이 가능한 관련법 제정을 통해 적극적인 외자 유치를 위해 노력하고 있음
⑤ 건설업	• 중기공공투자계획(Medium Term Public Investment Plan)을 통해 서민주택, 관광레저시설, 전력발전설비 등 사회 인프라 확충에 집중 투자하고 있음
⑥ 농림어업	• 필리핀의 농림어업은 국가 GDP의 약 12%를 차지할 정도로 비중이 높으며 농림어업의 낙후성을 해소하기 위해 정부의 지원 확대 및 외자 유치 노력이 이어지고 있음

필리핀 정부는 재정효율성을 강화를 위해 세계 개편안을 주요 골자로 하는 재정개혁안을 마련하여 강력하게 추진 중입니다.

필리핀은 세수기반이 작고 이자부담이 과도해 재정구조가 취약한 상황이었으나 2001년 조세행정 개선을 통해 12%내외에 머무르던 GDP대비 조세수입 규모가 2012년 13%대로 증가했습니다.

2017년까지 시행되는 세계 개편으로 확대되는 세수는 GDP 대비 조세수입 규모를 증대시켜 향후 재정관리에 긍정적인 요인으로 작용할 것으로 전망됩니다.

최근 들어 부의 불균형 문제를 해결하기 위해 사회보장서비스(Social Service) 분야의 투자를 확대하고 있습니다.

필리핀은 높은 실업률과 불안전고용률 탓에 경제 성장에도 불구하고 빈곤층이 전체 인구의 26%에 달할 정도로 사회 불균형이 심한 상태입니다.

이를 해결하기 위해, 아키노(Aquino) 정부는 빈곤감소 및 삶의 질 개선을 주요 목표로 교육/문화/인적자원 육성과 사회안전망/복지 확대에 대한 투자를 늘리고 있습니다.

2) 투자 정책

필리핀 정부는 인프라 확충을 통한 산업화 추진에 박차를 가하기 위해 2011년 '민·관 협력 인프라 개발센터(Public-Private Partnership Center)'를 설립하여 주요 인프라 구축을 위한 국책 사업을 민자 유치 방식에서 민·관 협력 방식으로 전환하여 추진하고 있습니다.

또한 투자 활성화 방안으로 투자우선계획(Investment Priorities Plan)을 발표하여 본 계획에 포함되는 산업에 대해 투자 인센티브를 제공하고 있습니다.

2012년 발표된 투자우선계획(IPP)에 따르면 농업, 식품가공, BPO, IT, 조선, 주택건축, 에너지, 광물광산개발, 인프라 구축, R&D, 관광 등이 중점 투자유치 산업으로 선정되었으며 해당 산업은 민·관 협력 인프라 개발사업(PPP) 방식으로 지원이 이루어질 계획입니다.

3) 이민 정책

필리핀 정부는 외화 수입 증대를 위해 '특별은퇴비자(Special Resident Retiree's Visa)'라는 특별 비자를 만들어 선진국 이민자들을 적극 유치하고 있습니다.

은퇴이민 전담부서인 은퇴청(Philippine Retirement Authority)은 온라인 웹사이트를 운영하여 한국어를 포함한 영어, 중국어, 일본어 4개 국어로 은퇴이민에 대한 정보를 제공하고 있으며 온라인상으로 특별은퇴비자(SRRV) 발급 신청을 할 수 있도록 시스템을 마련하여 제공하고 있습니다.

나이에 따른 투자 금액이 정해져 있으며 은퇴비자 발급자에게는 필리핀 영구 거주, 무제한 출입국, 각종 세금 면제 등의 특혜를 제공합니다.

4) 프랜차이즈 정책

필리핀은 2011년 기준 세계 4위의 프랜차이즈 산업 대국으로 매년 30~40%의 성장을 거듭하고 있으며 시장 규모가 급증함에 따라 필리핀 정부는 미국 이외의 지역에서는 최초로 MBA 코스에 해당하는 'Certified Franchise Executive(CFE)' 프로그램을 운영하여 프랜차이즈 전문가 육성을 지원하고 있습니다.

2010년 말 기준 필리핀 프랜차이즈 시장규모는 94억 달러(한화 약 10.4조 원)로 국내총생산(GDP)의 약 5%를 차지하는 것으로 나타났고 이는 필리핀 전체 소매 판매의 약 29%를 차지하는 규모입니다.

5) 할랄(Halal)⁽¹⁾ 정책

할랄 식품(Halal Food)에 대한 관심과 중요성이 인식됨에 따라 정부 차원에서 할랄 인증 시스템 도입과 표준 절차 확립을 추진하고 있습니다.

약 16억 인구의 이슬람권 국가를 중심으로 농 축산물 할랄 인증이 보편화 되고 있는 가운데 해당 지역이 필리핀 농 축산물의 최대 수출시장으로 부상하면서 할랄 인증이 수출 확대에 매우 중요한 절차적 요건이라는 인식이 확산되고 있습니다.

필리핀에서 재배(혹은 사육)여건이 우수하다는 점에서 수출 농산물은 옥수수, 축산물로는 가금류(Poultry)가 유망 수출 품목으로 주목받고 있습니다.

그러나 필리핀의 주요 수출 대상국이자 세계 할랄 식품 시장의 허브로 부상하고 있는 말레이시아⁽¹⁾이슬람 개발부(JAKIM)가 2012년 5월 부로 필리핀 할랄 인증기관인 'IDCP(Islamic Da'wah Council of the Philippines)'를 '공신력 있는 해외 할랄 인증기관 리스트'에서 제외한다고 밝히면서 필리핀 정부의 향후 정책 방향이 주목되고 있습니다.

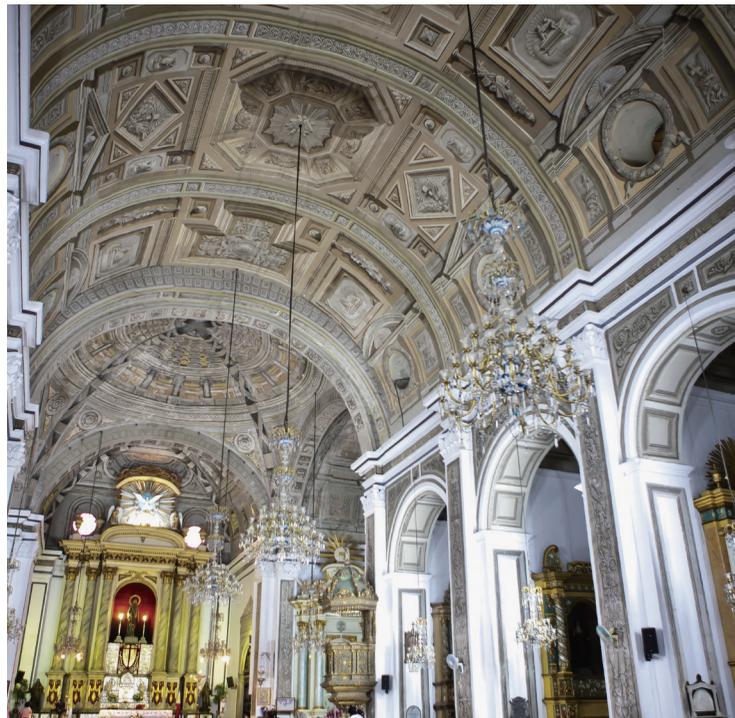
(1) 할랄(Halal)은 이슬람 율법(Shariah)에 따라 '허용되는 것'을 의미하며 모든 종류의 야채, 과일, 곡류 등 비육류성 식품과 해산물은 할랄 식품(Halal Food)에 해당합니다. 육류의 경우 할랄 방식으로 도축된 것만을 할랄 식품으로 인정합니다.

6) 기타 정책

필리핀 정부는 대규모 농업개발사업인 '할라우강 다목적사업'을 통해 농업생산성을 향상시키고 식량 자급률을 크게 높일 계획입니다.

필리핀 제2의 쌀 생산지인 '서부 비사야스' 지역에 댐을 건설하고 관개시설을 확충하는 필리핀 최대 국책사업으로 한국 정부는 지난 2012년 5월 해당 사업에 2억 800만 달러(약 2,278억 원)의 대외경제협력기금(EDCF)을 지원하는 양해각서(MOU)를 체결했습니다.

또한 '할라우강 다목적 사업'과 함께 '식량자급 로드맵(Food Staples Self-Efficiency Roadmap 2011~2016)'을 수립하고 2013년 까지 주식인 쌀 자급률을 100%까지(2004~2010년 평균 84.7%) 높이는 등 농업생산성 증대를 통한 식량 자급률 개선에 주력하고 있습니다.



1.2 경제적 환경

1) 경제 규모

필리핀의 2012년 국내총생산(GDP)은 약 4,119억 달러(약 455조 원)로 같은 해 우리나라 국내총생산(약 1,771조 원)의 4분의 1 수준에 해당합니다.

불안정한 글로벌 경제 여건 속에서도 2012년 국내총생산은 전년 대비 약 4.8% 증가했습니다.

2012년 1인당 국내총생산은 약 4,300달러(한화 약 450만 원)로 같은 해 우리나라 1인당 국내총생산(약 3,540만 원)의 8분의 1 수준에 해당합니다.

그림 1-2: 필리핀 연도별 국내총생산(GDP) 규모



출처: CIA World Factbook

2011년 필리핀 국내총생산(GDP)의 산업 섹터(Sector)별 구성비를 살펴보면 3차 산업(Service Sector)이 전체의 약 55.8%를 차지하는 것으로 나타났습니다.

2차 산업(Industry Sector)은 약 31.5%를 차지하는 것으로 나타났으며 특히 외국인 투자가 집중되고 있는 반도체, 전자산업, 의류산업 등 재수출용 제조업 부문의 성장세가 두드러졌습니다.

또한 해외근로자(Overseas Filipino Worker, OFW)의 송금액에 의존하는 소비중심 경제라는 특성이 반영되어 내수 대상 제조업은 식음료 가공업, 통신업 등을 위주로 발전하고 있습니다.

1차 산업(Agriculture Sector)의 국내총생산 비중은 12.8%로 상당히 높은 비율 차지하고 있으나 점차 감소하는 추세입니다.

표 1-2: 필리핀 산업별 국내총생산 비율

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
3차 산업 (Service Sector)	54.2%	53.9%	52.2%	55.1%	55.8%	57.1%
2차 산업 (Industry Sector)	31.6%	32.9%	31.7%	32.6%	31.4%	31.0%
1차 산업 (Agriculture Sector)	14.2%	13.2%	13.1%	12.3%	12.8%	11.9%

출처: 필리핀통계위원회 (NSCB)

2) 경제성장률

필리핀은 2012년 동남아국가연합(ASEAN) 10개 회원국 중 라오스(8.3%) 다음으로 높은 6.6%의 경제성장률을 기록했습니다.

국내총생산(구매력평가기준, PPP) 1천 억 달러 이상에 해당되는 아시아 국가 중에서는 중국(7.8%)에 이어 두 번째로 높은 성장률을 나타냈습니다.

도시 인프라 개발에 대한 정부 투자 강화, 해외 필리핀 노동자들의 지속적인 자국 송금액 증가에 기반 한 탄탄한 내수소비, 관광 분야 개발에 따른 서비스 산업 부흥이 높은 경제성장의 원동력이 되고 있습니다.

필리핀의 수도 메트로 마닐라는 전체 국내총생산(GDP)의 3분의 1 이상을 창출하고 있습니다.

메트로 마닐라의 2011년 기준 실질국내총생산은 약 8,459만 달러(한화 약 908억 원)으로 필리핀 전체(약 2억 3,737만 달러)의 약 35.7%를 차지하는 것으로 나타났습니다.

또한 메트로 마닐라의 1인당 실질국내총생산은 2011년 기준 약 7,000 달러(한화 약 750만 원)로 필리핀 평균치인 2,500달러(한화 약 260만 원) 보다 3배 정도 높은 것으로 나타났습니다.

필리핀 경제는 비교적 낮은 대외 의존도와 견고한 내수시장에 힘입어 글로벌 경제 여건의 불확실성에도 불구하고 지속적인 성장세를 이어갈 것으로 기대됩니다.

필리핀은 약 1,000만 명에 달하는 해외근로자(Overseas Filipino Worker)의 국내 송금액에 의존하는 '소비경제'라는 특성을 가지고 있으며 이는 견고한 내수시장 형성에 기여하며 안정적인 경제 성장을 이끄는 원동력으로 작용하고 있습니다.

필리핀 해외근로자(OFW)의 국내 송금액은 연 평균 약 9.6% 성장하여 2010년 기준 약 201억 달러(한화 약 22조 원)를 기록했으며 이는 국내총생산의 약 9.4%를 차지하는 규모입니다.

3) 외국인 투자 유치

2011년 기준으로 필리핀의 외국인직접투자(Foreign Direct Investment) 규모는 약 47억 달러(한화 약 5조 1천억 원)에 달했으며 투자여건 개선으로 향후 투자액이 점차 증가할 것으로 기대됩니다.

최근 필리핀 정부의 부패 척결 의지, 재정적자 축소 노력, 꾸준한 경제성장세를 높게 평가하여 세계적인 신용평가사에서 필리핀의 국가 투자등급을 '투자적격'등급으로 상향 조정하면서 향후 외국인직접투자가 증가할 전망이다.

제조, 사업서비스(BPO), 부동산, 관광/숙박/외식 4개 분야가 전체 FDI의 약 95% 이상을 차지하고 있습니다.

필리핀 정부는 외국인투자 유치를 위해 사업등록, 통관, 이민 등 복잡한 사업관련 절차들을 단순화하여 온라인 지원 서비스를 제공하고 있으며 정부 산하 투자유치기관(Investment Promotion Agency)을 설립하여 각종 인센티브를 제공하고 있습니다.

총 11개 기관이 설립되어 외국인 투자 유치 업무를 수행하고 있으며 일정 자격 요건을 갖춘 투자자들을 대상으로 금전적/비금전적 투자 인센티브를 제공하고 있습니다.

4) 물가 상승률 변화

필리핀의 물가 상승률은 2011년 4.6%로 크게 증가한 이래로 2년 만에 최저치인 3.2%를 기록하였습니다.

필리핀 중앙은행은 글로벌 시장의 불확실성과 추가적인 유가상승 가능성으로 기준금리를 현 수준(4.0%)으로 유지할 입장인바 향후 물가 상승률은 3.0%대의 안정적인 수준을 유지할 것으로 전망됩니다.

메트로 마닐라의 식음료, 담배, 연료, 전기 및 수도 등의 연간 요금 상승률이 둔화됨에 따라, 필리핀 전체 물가 상승률에 비해 낮게 나타났습니다.

5) 가처분 소득 및 식비 지출액 변화

지속적인 경제 성장에 따른 가처분 소득의 증가와 안정적인 물가 수준에 힘입어 식비 지출액도 꾸준히 증가하고 있습니다.

2012년 필리핀 전체 가처분소득은 전년 대비 약 10.8% 증가한 1,866억 달러(약 204조 원)로 집계되었으며 2013년에는 전년 대비 증가율이 약 5.4%로 둔화되어 1,966억 달러(약 215조 원)에 달할 것으로 전망됩니다.

2012년 필리핀 전체 식비 지출액은 전년 대비 약 12.5% 증가한 744억 달러(약 81조 원)로 집계되었으며 2013년에는 전년 대비 증가율이 약 5.3%로 둔화되어 784억 달러(약 85조 원)에 달할 것으로 전망됩니다.

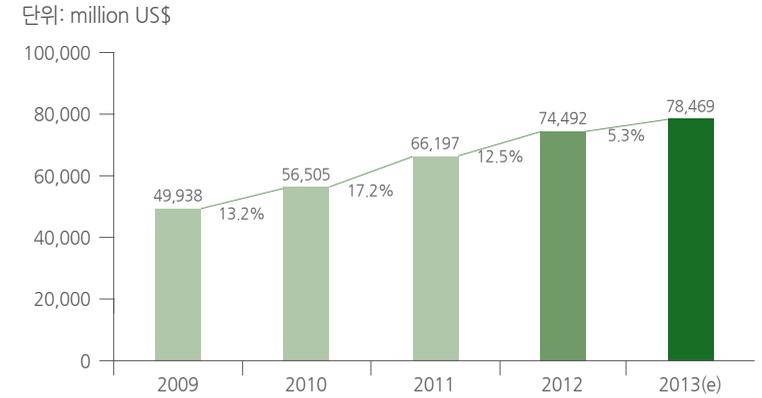
가처분 소득에서 식비 지출액이 차지하는 비율은 약 39.9%로 인접 국가인 인도네시아(28.1%), 말레이시아(18.0%)와 비교하여 높은 수준으로 나타났습니다.

그림 1-3: 필리핀 연도별 가처분 소득 규모



출처: Euromonitor

그림 1-4: 필리핀 연도별 식비 지출액 규모



출처: Euromonitor

6) 경제 동향

주요 경제 기관의 예측에 따르면, 필리핀 경제는 2012년에 이어 2013년에도 5.0% 이상의 높은 성장률을 기록할 것이라는 전망이 우세합니다.

미국 투자은행 골드만삭스는 필리핀이 지속적인 경제성장을 기록하며 2050년에는 세계 14위의 경제대국으로 발돋움 할 것이라고 전망했습니다.

다만 취약한 제조업 기반과 만연한 부정부패, 극심한 빈부격차 등이 경제 구조상 취약점으로 작용할 것으로 보이며 풍부한 광물자원과 BPO 산업이 필리핀 경제의 향후 성장 동력으로 작용할 것으로 기대됩니다.

표 1-3: 주요 경제 기관별 2013 필리핀 경제 성장률 예측

구분	필리핀 정부	ADB	EIU	OECD	World Bank	IMF
경제 성장률(%)	6.0~7.0	5.0	6.1~6.4	5.5	5.0	4.8

1.3 사회문화적 환경

1) 인종 구성

필리핀 인구의 90% 이상이 필리핀 토착민인 말레이(Malay)인으로 구성되어 있으며 오랜 식민 지배의 역사로 많은 외래 인종 집단의 정착이 이루어졌습니다.

학교와 스페인계 혼혈이 나머지 10%정도를 구성하고 있으며 이들은 경제적, 사회적으로 큰 영향력을 행사하며 상류 계급을 형성하고 있습니다.

2) 종교적 배경

필리핀 헌법으로 종교의 자유가 인정되기는 하지만 스페인 통치의 영향으로 카톨릭(Catholic)이 우세한 국가입니다.

전체 인구의 약 82%가 로마 카톨릭(Roman Catholic), 그 외 약 10%가 기타 기독교(Other Christians) 신자로 이루어져 있습니다.

전체 인구의 약 5%가 무슬림(Muslim)으로 이들은 대부분 필리핀 남부 민다나오 섬(Mindanao Island)에 거주하고 있습니다.

표 1-4: 필리핀 종교인구 비율

종교	구성비
▶ 카톨릭 (Catholic)	82.9%
로마 카톨릭 (Roman Catholic)	80.9%
아글리파이파 (Aglipayan)	2.0%
▶ 그 외 기독교 (Other Christian)	4.5%
복음주의교 (Evangelical)	2.8%
▶ 이슬람교 (Muslim)	5.0%
이글레시아 니 크리스토 (Iglesia ni Kristo)	2.3%
기타 (Others)	1.8%
확인 불가능 (Unspecified)	0.6%
무교 (None)	0.1%

▶ 출처: CIA World Factbook

3) 사회·문화적 특성

① 인종적 특성

필리핀은 스페인 통치 350년, 미국 통치 50년의 경험으로 비교적 서구화된 문화를 보유하고 있습니다.

미국과 스페인의 영향을 많이 받아 개방적인 문화를 형성하고 있으며 파티 문화, 결혼 문화 등이 서구 스타일과 비슷합니다.

또한 음식도 전체에서 후식까지 코스메뉴로 즐기는 음식문화가 보편화 되어 있습니다.

필리핀인은 대부분 밝고 친절한 성격 특성을 가지고 있으나 현실 지향적이고 낙천적인 성격으로 인해 필리핀인을 노동자로 고용할 경우 직원관리에 어려움이 있을 수 있습니다.

필리핀인들은 대부분 무엇이든 반기고 거절을 잘 못하며 질문을 했을 때 정확한 답을 알지 못하더라도 일단 친절하게 알려주는 경향이 있습니다.

한국인에 비해 여유롭고 수동적인 성격으로 시간 약속을 잘 지키지 않는 경우도 많으며 동시에 여러 가지 일을 처리하는 것을 어려워 합니다.

특히 한 사람이 동시에 여러 가지 일을 하면 남의 일자리를 빼앗는다는 인식을 가지고 있어 자신에게 주어진 일만 하려는 성향이 있으며 시키지도 않은 일을 했다가 혹시라도 불이익을 당할 수 있다고 생각하기 때문에 직접적으로 지시한 일만 처리하는 것이 일반적입니다.

본인의 생각이 최우선이라는 생각을 가지고 있어 옳고 그름의 기준이 모호하고 문화적 차이로 한국인의 상식을 벗어나는 행동을 하는 경우가 더러 있습니다.

한국인과 일본인은 돈이 많다는 인식이 널리 퍼져 있으며 일부에서는 한국인과 일본인에 대해 부정적인 인식을 가지고 있습니다.

불법 행위를 돈으로 무마하려고 하거나 한인 밀집 지역 내 아파트 임대 경쟁으로 인해 집값이 치솟는 등 일부 한인들의 행태로 한국인에게 다소 부정적인 인식을 가지고 있습니다.

② 종교적 특성

필리핀인은 종교적인 신념이 매우 강하고 이를 생활 전반에 적용하고 있습니다.

대부분의 필리핀인이 카톨릭 신자로 이들에게 종교는 수세기 동안의 식민지 생활, 장기간의 독재 치하, 수많은 자연 재해를 극복할 수 있는 삶의 원동력 역할을 하고 있습니다.

성탄절은 필리핀에서 가장 큰 기념일로 보통 이상의 기간 동안 성탄 연휴를 즐기며, 부활절 도 크게 기념합니다.

③ 소셜 네트워크 & IT트렌드

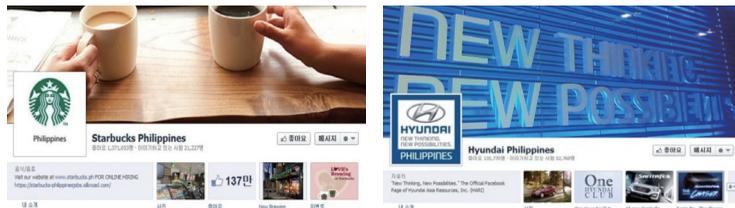
최근 필리핀 인터넷 이용자 수의 증가와 소셜네트워킹 사이트(SNS)의 인기가 급증하면서 기업들은 SNS를 브랜드 마케팅의 주요 수단으로 활용하고 있습니다.

필리핀 전체 인구의 32.4%에 해당하는 약 3,300만 명이 인터넷을 이용하고 있으며 인터넷 이용자의 91.3%에 해당하는 약 2,700만 명이 대표적인 SNS인 페이스북(Facebook)을 이용하고 있습니다.

필리핀의 페이스북(Facebook) 가입자 수는 전 세계 8위, 아시아 3위에 해당하며 인터넷 이용자의 페이스북 가입 비율로 볼 경우 세계 1위에 해당합니다.

네스카페 필리핀(Nescafé Philippines), 스타벅스 필리핀(Starbucks Philippines) 등 주요 기업들은 페이스북(Facebook)을 브랜드 홍보 채널로 활용하고 있으며 아울러 신제품에 대한 소비자 의견을 수렴하는 창구로 활용하고 있습니다.

그림 1-5: 필리핀 진출 기업의 페이스북 마케팅 사례



▲ 스타벅스 필리핀 페이스북 팬 페이지

▲ 현대자동차 필리핀 페이스북 팬 페이지

1.4 음식문화적 환경

1) 식단 및 식습관

필리핀인들은 기본적으로 하루 세끼 식사와 더불어 오전, 오후 두 번의 '메리엔다(Merienda, 간식)'가 더해져 총 다섯 번의 식사를 즐깁니다.

대부분의 사람들이 패스트 푸드점이나 노점상에서 간단하게 아침을 해결하는 편으로 주요 메뉴는 달걀프라이, 소시지류(햄, 돼지고기 바비큐, 필리핀식 소시지 등), 쌀밥 또는 빵 종류입니다. (식사 시에는 보통 커피와 청량음료를 즐겨 마시는 편입니다.)

점심과 저녁은 일반적으로 한두 가지 정도의 반찬과 쌀밥으로 구성됩니다.

오전 '메리엔다(Merienda)'로 간단한 과자나 바나나튀김 등을 즐겨 먹으며 오후 간식 시간에는 저녁 식사를 대신해 바비큐나 볶음국수 등으로 푸짐하게 즐기는 경우도 있습니다.

표 1-5: 필리핀의 음식문화와 식단

구분	내용
아침	Agahan or Almusal • 패스트 푸드점 또는 노점상에서 간단하게 해결하는 편임 • 달걀프라이, 소시지류(햄, 돼지고기 바비큐, 필리핀식 소시지), 밥 또는 빵으로 구성되며 커피나 청량음료를 곁들여 마심
오전간식	Merienda • 과자, 분식 등 간단한 먹을거리를 청량음료와 함께 즐김
점심	Tanghalian • 밥과 반찬 한 가지(달 튀김, 생선, 돼지고기 등)를 챙겨 먹음
오후간식	Merienda • 오전과 마찬가지로 간단한 먹을거리와 청량음료를 함께 즐김 • 바비큐 종류, 면류 등을 저녁 대용으로 푸짐하게 먹기도 함
저녁	Hapunan • 주로 두 가지 정도의 음식을 준비해서 가족들과 함께 식사함 • 후식으로 과일을 즐겨 먹음

2) 주식 및 식품소비

쌀, 옥수수 및 등 곡물류가 주식이며 과일 소비량이 곡물에 이어 두 번째로 많은 것이 특징입니다.

필리핀 농업 통계국의 2011년 1인당 연간 농수산물 소비량 통계에 따르면 주식인 쌀 소비량이 115kg으로 가장 많았고 바나나가 55kg으로 두 번째로 많이 소비된 것으로 집계되었습니다.

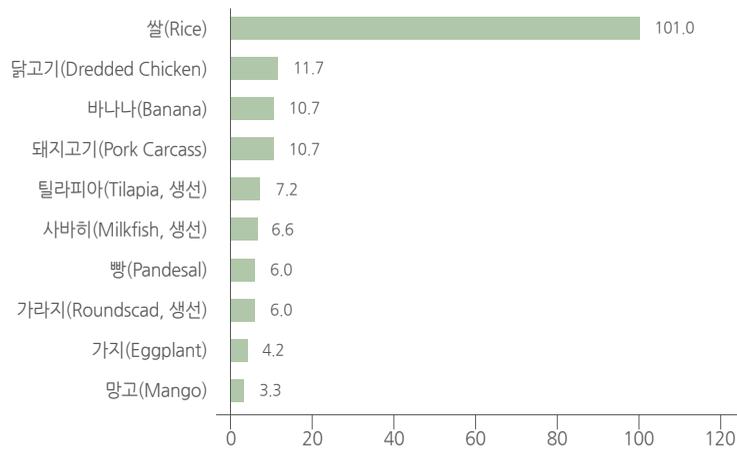
가장 많이 소비 된 품목 10가지 중에서 청과류 품목이 4가지로 가장 많았으며 통계자료에 포함된 청과류 21종을 기준으로 1인당 연간 청과류 소비량이 약 81kg에 달하는 것으로 나타났습니다.

필리핀 농업 통계국이 발표한 메트로 마닐라 1인당 연간 식품 소비량 통계(2008~2009)에 따르면 필리핀 전체 평균과 동일하게 쌀 소비량(약 101kg)이 가장 많은 것으로 나타났습니다.

특징적으로 필리핀 전체 평균 대비 생선류 소비량이 많은 것으로 나타났으며 청과류 소비량이 비교적 적은 것을 알 수 있습니다.

또한 육류는 돼지고기(10.7kg)보다 닭고기(11.7kg)를 더욱 많이 소비하는 것으로 나타났습니다.

그림 1-6: 메트로 마닐라 1인당 연간 식품 소비량 (2008~2009)



출처: 필리핀 농업통계국 (Philippines Bureau of Agricultural Statistics)

절대빈곤층이 전 국민의 30% 이상을 차지하고 있어 가격이 저렴한 패스트 푸드 소비량이 매우 높은 편입니다.

하루 종일 청량음료와 스낵 제품을 즐겨 먹는 경향이 있으며 야채류 섭취량이 낮은 것이 특징입니다.

주식인 쌀 소비량이 매우 높은 편으로 패스트 푸드점에도 치킨과 밥으로 구성된 세트 메뉴를 판매하고 있습니다.

필리핀 토종 패스트 푸드 프랜차이즈 업체 '줄리비(Jollibee)'가 치킨과 밥으로 구성된 세트 메뉴 '치킨조이(Chicken Joy)'를 출시하여 선종적인 인기를 끌기 시작하면서 맥도날드(Mcdonalds), KFC 등 글로벌 프랜차이즈 업체에서도 이와 비슷한 메뉴를 출시하여 판매하고 있습니다.

3) 전통음식

필리핀의 전통음식은 여러 나라의 음식이 섞여서 발전한 형태를 띠고 있습니다.

외국 문화의 영향을 많이 받아서 식재료와 조리법이 매우 다양하며 주로 '가타(Gata)'라 불리는 코코넛 맛 우유를 음식의 주재료로 사용합니다.

레천(Lechon, 돼지구이), 롬피아(Lumpia, 롤빵), 팬싯(Pansit, 우동) 등의 대중적인 음식은 중국에서 유래되었습니다.

3백 년에 걸친 스페인 통치로 아도보(Adobo, 닭 또는 돼지고기 조림), 메차도(Mechado, 소고기 스투), 칼로스(Callos, 고기 스투) 등도 대중적인 요리로 자리 잡고 있습니다.

그림 1-7: 필리핀 대표 음식



▲ 롬피아 (Lumpia)



▲ 아도보 (Adobo)

필리핀 요리는 단맛, 신맛, 짠맛의 강렬한 조합이 특징입니다.

필리핀인은 단맛을 선호하며 달콤한 열대과일을 소금에 찍어먹거나 참포라도(Champorado, 코코아 쌀죽)와 투요(Tuyo, 염장 건조 생선)를 함께 먹는 등 대조적인 맛의 조합을 좋아합니다.

필리핀인들은 강렬한 맛을 좋아하는 편이지만 필리핀 음식은 대체적으로 태국이나 싱가포르의 음식보다는 매운 맛이 덜합니다.

2. 외식시장 현황

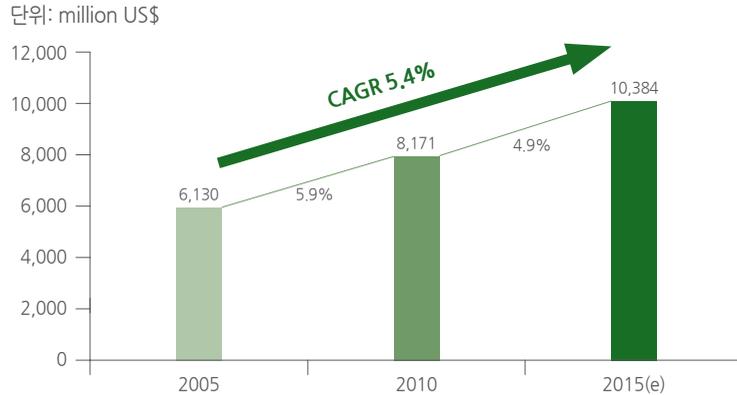
2.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

2010년 기준 필리핀 외식시장 규모는 약 82억 달러(약 8조 8천억 원) 정도이며 향후 연 평균 4.9%의 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

유로모니터(Euromonitor) 분석에 따르면 '05~'10년 필리핀 외식시장 규모는 연 평균 5.9%의 성장률을 기록하였으며 향후 '15년까지 연 평균 4.9% 성장률을 기록하고 약 104억 달러(약 11.7조 원) 규모에 달할 것으로 전망됩니다.

그림 2-1: 필리핀 외식시장 규모 및 연 평균 성장률 (CAGR)



출처: Euromonitor, 2012

2010년 기준 필리핀 외식시장의 세부 섹터별 규모를 살펴보면 'Fast Food' 시장 점유율이 26.3%, 'Full-Service Restaurants' 시장 점유율이 26.2%로 가장 높게 나타났습니다.

'Cafes/Bars(23.5%)', 'Street Stalls/Kiosks(20.7%)' 시장 점유율도 20%대로 나타나 '100% Home Delivery/Take Away(3.2%)' 시장을 제외하고 섹터별로 고른 분포를 보였습니다.

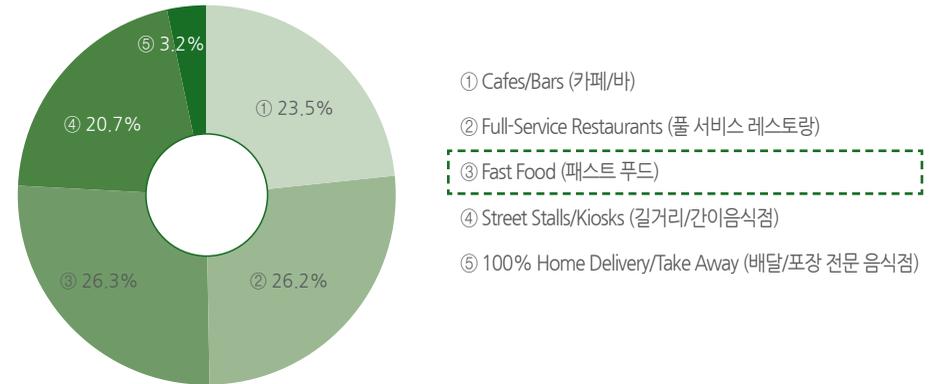
사회 구조의 변화에 따른 외식 트렌드 변화로 저렴한 가격대의 간편식 메뉴를 판매하는 'Fast Food', 'Street Stalls/Kiosks'시장의 성장세가 두드러지고 있으며 배달식에 대한 선호도가 점차 높아지고 있습니다.

'Fast Food' 시장은 '05년에서 '10년까지 외식시장 전체 평균 성장률(33.3%)을 웃도는 48.1%의 성장률을 기록하며 시장 점유율을 높여가고 있으며 향후 2015년까지 35.6%의 성장률을 기록하고 시장 점유율이 28.1%로 증가할 것으로 전망됩니다.

'Street Stalls/Kiosks' 시장은 꾸준한 성장세를 이어가며 '15년까지 28.7% 성장할 것으로 전망됩니다.

점유율은 낮지만 배달 수요가 급증하면서 '100% Home Delivery/Take Away'시장은 '15년까지 외식시장 평균 성장률(27.1%)을 훨씬 웃도는 50.4%의 성장률을 기록하며 급 성장할 것으로 예측됩니다.

그림 2-2: 필리핀 외식시장 섹터별 규모 (2010)



출처: Euromonitor, 2012

Categories	시장규모 (million \$)			성장률 (%)	
	'05	'10	'15	'05~'10	'10~'15
Consumer Food Service	6,130.2	8,170.9	10,383.5	33.3	27.1
Cafes/Bars (카페/바)	1,629.5	1,922.0	2,329.7	18.0	21.2
Full-Service Restaurants (풀 서비스 레스토랑)	1,738.9	2,143.0	2,563.8	23.2	19.6
Fast Food (패스트 푸드)	1,451.0	2,148.4	2,913.8	48.1	35.6
Street Stalls/Kiosks (길거리/간이음식점)	1,152.4	1,694.4	2,180.0	47.0	28.7
100% Home Delivery/Take Away (배달/포장 전문 음식점)	158.4	263.5	296.2	66.4	50.4

업태구분은 리서치 기관 Euromonitor의 구분에 의함

2) 외식시장 트렌드

전체 인구의 약 57%를 차지하는 25세 미만 연령층이 외식소비 트렌드를 주도하고 있습니다.

트렌디한 상품, 화려한 차림새와 포장, 단맛을 강조한 메뉴 등 25세 미만 저 연령층을 대상으로 한 영업활동이 활발하게 이뤄지고 있습니다.

특히 전체 인구의 약 35%를 차지하는 15세 미만의 연령층을 공략하기 위해 자녀의 생일 및 기념일 파티를 열 수 있는 별도의 공간을 마련하는 등 가족 중심 외식문화를 유도하고 있습니다.

그림 2-3: 줄리비(Jolibee) 키즈 파티



▲ 키즈 파티 온라인 예약사이트

▲ 키즈 파티 전경

젊은 층을 중심으로 합리적인 소비(Value-for-Money) 경향이 확대됨에 따라 저렴한 가격으로 즐길 수 있는 패스트 푸드(Fast Food) 시장의 성장세가 지속될 전망이며 특히 필리핀인들의 브랜드 선호 성향⁽¹⁾으로 프랜차이즈(Franchise)를 중심으로 패스트 푸드 시장의 성장이 두드러질 것으로 예상됩니다.

줄리비(Jolibee), 맥도날드(McDonald's) 등 주요 패스트 푸드 프랜차이즈 기업들은 중·하위층 소득계층을 공략 대상으로 소비자들의 입맛을 반영한 현지화된 중·저가의 메뉴를 선보이며 지속적인 성장세를 유지하고 있습니다.

2010년 기준 패스트 푸드 시장에서 프랜차이즈 체인점 매출액이 전체의 약 91%를 차지하고 있으며 프랜차이즈 체인점 수는 전년 대비 약 9% 증가하였습니다.

(1) 필리핀인들은 가격이 조금 높더라도 소규모 독립상점보다는 많은 매장을 갖추고 인지도가 높은 브랜드점에서 구매하는 것을 선호하는 경향이 있음

특히 최근 들어 치킨 메뉴를 판매하는 패스트 푸드 프랜차이즈가 괄목할 만한 성장을 기록하고 있으며(2010년 약 23% 매출 성장) 향후 2015년까지 점포 수가 약 46.9% 증가할 것으로 전망됩니다.

필리핀 전역에 22개의 매장을 운영 중인 '본촌 치킨(Bonchon Chicken)'은 현지인들의 선호도를 반영하여 145페소(약 3,900원)의 저렴한 가격대의 '박스 밀(Boxed Meals)' 메뉴를 개발하여 소비자들로부터 큰 인기를 끌고 있습니다.

BPO(Business Process Outsourcing) 산업에 종사하는 젊은 층 노동인구가 급증하면서 간편하게 즐길 수 있는 테이크어웨이/배달(Takeaway/Delivery) 음식의 수요가 증가하고 있습니다.

테이크어웨이/배달 시장은 지난 2005년부터 2010년까지 약 66.4%의 고공 성장을 기록했으며 향후 2015년에는 50%대의 높은 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

특히 여성의 사회 참여가 급증하면서 집에서 간편하게 즐길 수 있는 테이크어웨이/배달 음식 선호 경향이 점차 뚜렷해지고 있습니다.

주요 외식기업들은 '최소 주문량 요건 폐지', '배달 메뉴 확대', '24시간 매장 오픈', '온라인 주문 서비스 제공' 등 테이크어웨이/배달 시장의 주도권을 차지하기 위해 다양한 방식으로 대응하고 있습니다.

국민 소득 증대로 중산층(Middle-Income Consumer)이 새로운 소비 주체로 부상하면서 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 수요가 증가하고 있습니다.

중산층 반열에 오른 중년층 소비자들 사이에서 적절한 가격으로 격식이 갖춰진 음식을 즐길 수 있는 캐주얼 다이닝 업태의 식당의 인기가 높습니다.

특히 2010년 약 7%의 성장률을 기록한 피자 전문점(Full-Service Pizza Restaurant)의 인기가 지속될 것으로 예측되며 뒤를 이어 이시안 에스닉(Asian Ethnic) 레스토랑의 성장세가 두드러질 것으로 전망됩니다.

한국 문화를 선호하는 젊은 층이 증가하면서 한식 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태가 성장할 것으로 전망됩니다.

100페소(약 2,700원) 미만의 한식 단품 메뉴를 판매하는 '미스터 김밥(Mr.Kimbob)'이 2010년에 개업하여 단기간에 SM Shopping Mall 10개 지점 푸드코트에 입점하게 되었습니다.

2.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

필리핀 해외근로자(OFW)의 국내 외화 송금액이 지속적으로 증가하고 있으며 이에 따라 중산층의 소득과 소비가 증가하여 신중 중산층을 중심으로 소비 트렌드가 형성되고 있습니다.

필리핀 해외근로자(OFW)들의 직업이 기존에는 단순 노동직에 국한되었으나 최근에는 간호사, 의사, 영어교사, 전문 엔지니어 등으로 확대됨에 따라 이들이 필리핀의 신중 중산층으로 부상하고 있습니다.

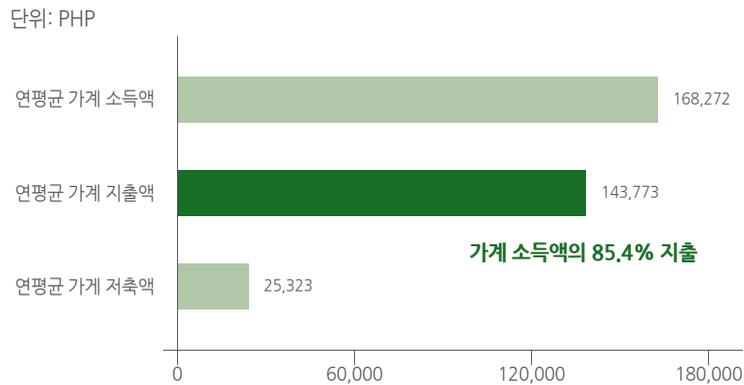
필리핀 해외근로자 가족은 선진국 중산층에 비해 상대적으로 소득 수준이 낮은 편이지만 새로운 문화에 대한 수용도가 높아 글로벌 브랜드 선호도가 높으며 일반 소비자들에게 유행을 전파하는 트렌드세터(Trend-Setter)의 역할을 합니다.

대표적으로 애플 社の 아이폰(i-Phone)이 중산층 사이에서 트렌디한 라이프스타일의 상징으로 여겨지면서 필수 아이템으로 자리 잡은 사례가 있습니다.

필리핀 소비자들은 스페인 식민지 시대부터 형성된 라틴문화의 영향으로 미래소비보다 현재 소비를 중시하는 경향이 강하며 이는 향후 경제성장에 따른 추가적인 소득이 발생할 경우 바로 소비로 이어질 가능성이 매우 높다는 것을 의미합니다.

2009년 기준 필리핀의 연평균 가계 지출액은 소득액의 약 85.4%에 해당하는 143,773페소(약 3,900만 원)에 달하는 것으로 나타났습니다.

그림 2-4: 필리핀 연평균 가계 지출액 (2009)



출처: 필리핀 국가통계청

1억 명에 달하는 필리핀 전체 인구의 약 57%가 25세 미만 연령층으로 이들이 필리핀 소비 시장 트렌드를 주도하고 있으며 중저가 브랜드 상품을 선호하는 경향이 뚜렷합니다.

외식에 있어서도 중저가 상품을 선호하는 경향이 두드러지며 최근 대형 쇼핑몰 푸드코트를 중심으로 100페소(한화 약 2,600원) 내외의 저렴한 가격대의 메뉴를 판매하는 패스트 캐주얼 프랜차이즈 시장이 성장하고 있습니다.

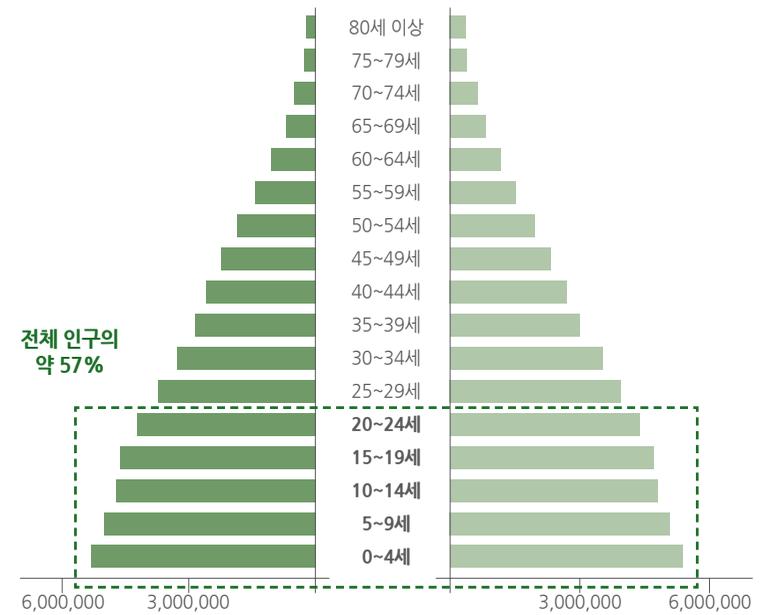
필리핀인들은 자존심이 강하고 과시하기를 좋아하는 성향을 가지고 있어 브랜드 지향 소비를 하는 편입니다.

가격이 조금 비싸더라도 소규모 독립상점보다는 여러 매장을 갖추고 인지도도 높은 브랜드 상점에서 구매하는 것을 선호합니다.

이러한 소비 특성으로 필리핀의 프랜차이즈 산업은 매년 30~40% 대의 폭발적인 성장을 지속하고 있습니다.

대표적인 패스트 푸드 프랜차이즈 브랜드인 졸리비(Jolibee)는 필리핀 전역에 약 760여 개의 매장을 갖추고 있습니다.

그림 2-5: 필리핀 연령별 인구구조



출처: 필리핀 통계청

2) 외식소비 특성

① 외식빈도

마닐라의 외식 소비자들은 주당 평균 3.4회 정도 외식을 하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 1~2회 외식을 한다고 응답한 비율이 53.3%로 가장 높게 나타났으며 3~4회라고 응답한 비율은 25.5%, 5~10회라고 응답한 비율도 14.5%에 달했습니다.

② 외식 지출비용 (기준환율: 100페소 당 약 2700원)

주당 평균 외식지출비용으로는 507페소(약 13,800원)를 지출하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비용으로 700페소(약 19,000원) 이상 지출한다고 응답한 비율이 21.6%로 가장 높게 나타났으며 400~500페소(약 10,900~13,600원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 그 뒤를 이어 20.0%로 나타났습니다.

300페소(약 8,100원) 미만을 지출한다고 응답한 비율도 16.5%에 이르는 것으로 보아 소득 격차에 따라 외식 지출비용에 큰 차이가 있는 것으로 파악됩니다.

③ 식당 선택 속성

마닐라의 외식소비자들은 식당을 선택할 때 '음식의 맛과 영양', '식당의 위생 및 청결'을 최우선적으로 고려하는 것으로 나타났습니다.

'음식의 맛과 영양'이 가장 중요하다고 응답한 소비자들이 34.5%, '식당의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자들이 30.2%로 나타났습니다.

'음식의 맛과 영양'이 가장 중요하다고 응답한 소비자 중에서는 해당 세부 속성으로 '음식의 맛', '음식의 신선도', '음식의 품질'을 선택한 응답자가 각각 51.4%, 47.5%, 42.0%로 다양한 분포를 보이는 것으로 나타났습니다.

'식당의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자 중 84.7%가 세부 속성으로 '식당 내부의 위생 및 청결성'이 가장 중요하다고 응답하였으며 '식기의 청결성'이 중요하다고 응답한 소비자도 55.3%에 달했습니다.

그림 2-6: 주당 평균 외식 빈도

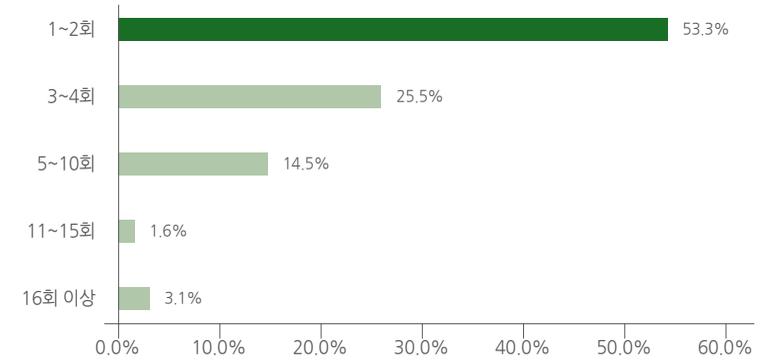


그림 2-7: 주당 평균 외식 지출비용

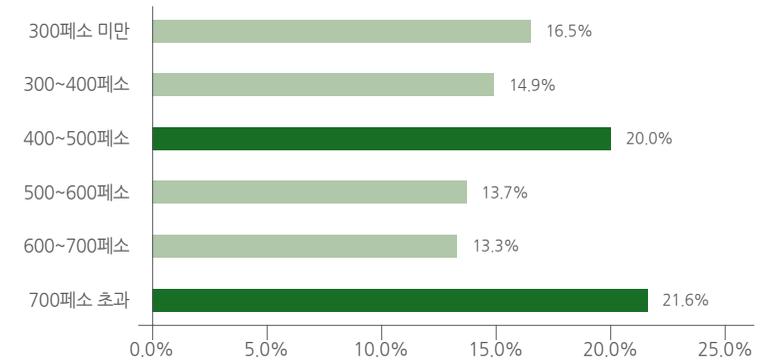
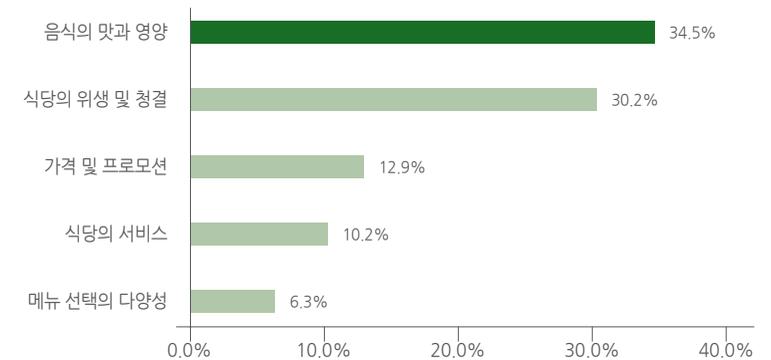


그림 2-8: 식당 선택 시 최우선 고려사항 상위 5개



④ 선호 에스닉 식당 vs 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 비교

마닐라 외식 소비자들이 가장 선호하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형은 이탈리아식(Italian)과 미국식(American)으로 나타났습니다.

이탈리아식과 미국식을 선호하는 외식 소비자의 비율이 각각 20.8%, 19.6%로 높게 나타났으며 일식과 중식을 선택한 외식 소비자도 각각 약 15% 정도의 비율로 나타났습니다.

한편 가장 자주 방문하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형은 중식(Chinese)과 일식(Japanese)으로 나타났습니다.

중식당과 일식당을 가장 자주 방문한다고 응답한 소비자는 각각 23.1%와 21.6%로 친숙한 맛의 아시안 에스닉 식당이 대중화 되어 있는 것으로 파악됩니다.

그림 2-9: 선호 에스닉 식당 상위 5개

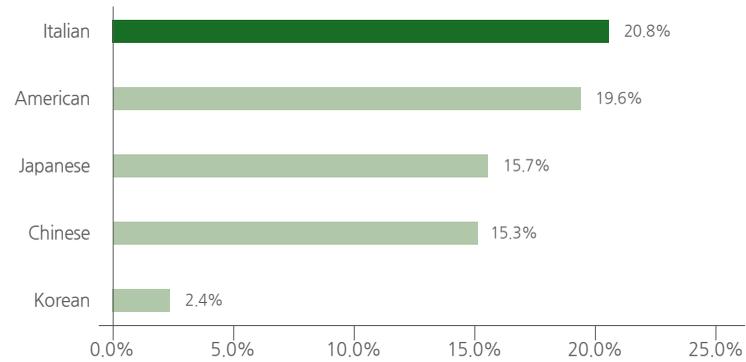
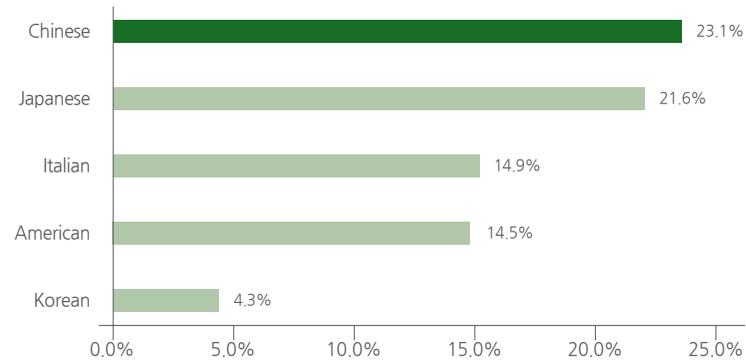


그림 2-10: 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 상위 5개



2.3 경쟁자에 대한 이해

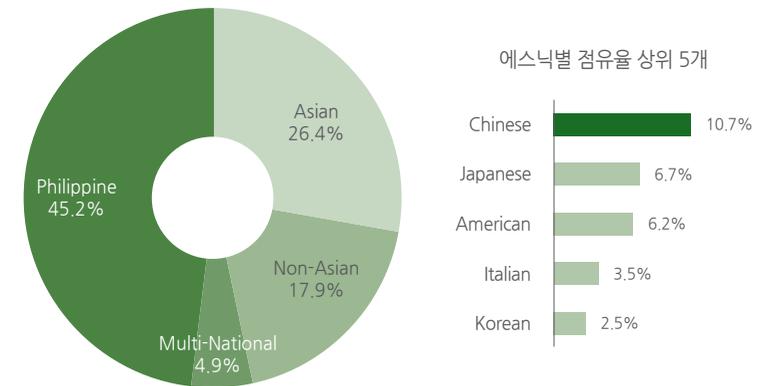
1) 에스닉별 점유율

매장 수 기준 마닐라 내 에스닉별 점유율을 살펴보면 현지식이 45.2%, 아시안 에스닉(Asian Ethnic) 식당이 26.4%의 점유율을 차지하고 있는 것으로 나타났습니다.

현지식을 제외한 에스닉 식당 중에서 중식당(Chinese) 점유율이 10.7%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 일식당(Japanese) 6.7%, 미국식당(American) 6.2% 순으로 높게 나타났습니다.

한식당(Korean) 점유율은 2.5%에 그쳐 중식과 일식에 비해 대중화 수준이 현저히 떨어지는 것으로 파악됩니다.

그림 2-11: 레스토랑별 점유율 (매장 수 기준)



출처: 레스토랑 평가사이트(Openrice Philippines) 등록 식당 기준

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 중식(Chinese) 진출 현황

필리핀 전체 인구의 약 1/5에 해당하는 화교인구는 필리핀 사회·문화에 많은 영향을 미치고 있습니다.

필리핀에서 순수 중국 혈통을 유지하고 있는 화교는 135만 명 정도이며 중국계 혼혈인은 2,280만 명에 이르는 것으로 추산됩니다.

필리핀 최대 유통 기업인 SM 그룹의 'Henry Sy', 필리핀 항공을 소유하고 있는 'Lucio Tan', 필리핀 부동산 거부 'Andrew Tan' 등 많은 화교들이 경제력으로 바탕으로 필리핀 경제계에 막강한 영향력을 행사하고 있습니다.

화교들의 오랜 이주 역사의 영향으로 중국 음식은 필리핀 식문화에 자연스럽게 녹아 들어 대중음식 중의 하나로 자리를 잡았습니다.

‘레촌(Lechon)’, ‘룸피아(Lumpia)’ 등 필리핀 대중음식 중 다수가 중국 음식에서 유래한 것으로 중국 음식은 필리핀 식문화의 일부라고 할 수 있습니다.

많은 화교 인구를 바탕으로 중식당은 필리핀 전역에서 다양한 형태로 발전하고 있습니다.

화교 자본이 대형 쇼핑몰, 백화점, 오피스 등 각종 상업용 부동산의 상당수를 보유하고 있어 중국인들이 외식창업에 하기에 우호적인 환경이 갖춰져 있습니다.

중식당은 마닐라 전체 식당의 10.7%를 차지하여 필리핀 식당 다음으로 높은 점유율을 차지하고 있으며 ‘패스트 푸드’, ‘풀 서비스 레스토랑’, ‘간이음식점’ 등 다양한 업태에 고르게 진출해 있습니다.

중식당은 절반 이상(54.0%)이 ‘풀 서비스 레스토랑’ 형태로 운영되고 있으며 나머지는 ‘간이음식점’(26.1%)과 ‘패스트 푸드’(12.1%) 형태로 운영되고 있는 것으로 조사되었습니다.

② 일식(Japanese) 진출 현황

일식은 쌀밥을 선호하는 필리핀인들의 식성과 잘 부합하여 대중적인 인기를 얻고 있으며 특히 도시락과 덮밥 종류가 필리핀 대중들의 인기 외식메뉴로 각광받고 있습니다.

스시(Sushi)나 사시미(Sashimi) 등의 고가 메뉴는 고급 일식 전문점에서 주로 현지인보다는 일본인과 외국인을 대상으로 취급하고 있습니다.

주요 일식당으로는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 프랜차이즈점인 ‘도쿄도쿄(TokyoTokyo)’와 최고급 정통 일식당 ‘츠키지(Tsukiji)’ 등이 있습니다.

일식은 최고급 레스토랑에서 패스트 캐주얼까지 업태 세분화가 이루어진 상태로 다양한 계층의 고객을 폭넓게 공략하고 있습니다.

마닐라 전체 음식점의 6.7% 정도가 일본 음식점으로 필리핀 음식점, 중국 음식점에 이어 가장 많은 것으로 나타났습니다.

일식당 대부분이 ‘레스토랑’(69.6%) 형태로 운영 중이며 ‘간이음식점’(13.6%)과 ‘카페/바’(7.2%) 형태도 비교적 많은 것으로 나타났습니다. 또한 ‘호텔 레스토랑’ 업태에서 단일 에스닉으로는 가장 식당이 입점해 있는 것으로 조사되었습니다.

③ 미국식(American) 진출 현황

필리핀은 1898년부터 약 50여 년 간 미국의 통치를 받아 미국 문화의 영향을 많이 받았으며 특히 미국식 패스트 푸드가 필리핀 외식문화의 큰 부분을 차지하고 있습니다.

마닐라 내 미국 식당은 전체 식당의 6.2%로 일식당의 점유율(6.7%)과 비슷한 수준이며 아시아 외 지역(International) 에스닉 식당 중에서는 절반 이상(50.0%)이 미국 식당인 것으로 조사되었습니다.

미국 식당의 업태로는 ‘레스토랑’이 53.6%로 가장 많은 것으로 나타났으며 ‘패스트 푸드’(19.0%)와 ‘간이음식점’(15.4%) 형태가 그 뒤를 이어 많은 것으로 집계되었습니다.

로컬 패스트 푸드 브랜드인 ‘졸리비(Jollibee)’가 필리핀 외식 프랜차이즈 산업을 선도하고 있으며 미국의 글로벌 패스트 푸드 브랜드들이 로컬업체와의 경쟁에서 고전을 면치 못하고 있습니다.

미국 글로벌 ‘패스트 푸드’ 식당은 122개로 필리핀 ‘패스트 푸드’ 식당(1,676)의 10분의 1 수준에도 미치지 못하고 있습니다.

3) 주요 식당 사례 소개

① 졸리비 (Jollibee)

홈페이지: <http://www.jollibee.com.ph/>

세계적인 유명 패스트 푸드 브랜드를 제치고 자국민들에게 압도적인 사랑을 받고 있는 필리핀 토종 패스트 푸드 체인으로 필리핀 전역에 750개 이상의 점포를 운영 중이며 미국, 베트남, 홍콩 및 중동지역에도 진출하면서 성공가도를 이어가고 있습니다.

졸리비의 인기 비결은 필리핀인들의 식성을 정확하게 파악하여 저렴한 가격대의 다양한 메뉴를 개발한 데 있습니다.

대표 메뉴로는 쌀밥과 후라이드 치킨 또는 햄버그스테이크가 함께 제공되는 ‘치킨조이(Chickenjoy)’와 ‘버거 스테이크(Burger Steak)’가 있으며 젊은 층이 선호하는 햄버거(Hamburger), 파스타(Past) 등의 메뉴도 있습니다.

단품 메뉴 가격대는 약 60페소(약 1,500원), 세트메뉴는 약 80페소(약 2,000원)로 저렴한 수준입니다.

그림 2-12: 졸리비 매장 전경



2008년 오픈 30주년을 기념하여 어린이 TV 프로그램 시리즈 '졸리타운(Jollitown)'을 제작·방영하면서 브랜드 인지도를 제고하였습니다.

졸리비의 마스코트를 주인공으로 매년 새로운 컨셉으로 기획되고 있으며 2012년 시즌 5까지 제작되어 방영되었습니다.

TV 프로그램이 인기를 끌게 되면서 2011년 라이브 뮤지컬 공연을 기획, 메트로 마닐라를 비롯하여 필리핀 전국 곳곳에서 순회공연을 하기도 했습니다.

전략적인 브랜드 프로모션의 일환으로 주요 고객층인 어린이들에게 더욱 친숙하게 다가가는 브랜드 인지도를 높이는 계기를 마련하였습니다.

그림 2-13: 졸리타운 TV 프로그램 및 뮤지컬 공연



뿐만 아니라 주요 고객층인 아동 청소년과 가족 단위 방문객을 위한 다양한 서비스를 제공하는데 주력하고 있습니다.

어린이들의 생일파티를 위한 파티 패키지 서비스를 제공하고 있으며 온라인 홈페이지(<http://jollibeeparty.com/>)를 통해 간편하게 예약할 수 있도록 편의를 제공하고 있습니다.

최근 배달 수요가 급증하면서 졸리비에서도 메트로 마닐라를 비롯하여 까비테(Cavite), 리잘(Rizal), 세부(Cebu) 등 9개 지역에서 배달 서비스를 제공하고 있습니다.

전화연결 및 온라인 홈페이지를 통해 편리하게 주문이 가능하며 최소 주문금액은 200페소(한화 약 5,400원) 정도입니다. (모든 배달 메뉴에는 10%의 배달비가 추가됨)

필리핀 최대 외식기업 졸리비(Jollibee) 사례

- 토니 탄(Tony Tan)이란 젊은이가 1977년에 의욕적으로 시작한 아이스크림 판매점에서 출발한 졸리비(Jollibee)는 어린이들과 함께 방문하는 어른 손님들을 위해 치킨과 햄버거를 함께 팔기 시작하면서 인기를 끌기 시작함
- 1980년대 글로벌 패스트 푸드의 거인 맥도날드(McDonald's)가 아시아 지역에 본격적으로 진출하면서 위기 상황을 맞기도 했으나 토니 탄은 국민들의 정서에 호소하는 대대적인 광고와 함께 필리핀 사람들의 입맛에 맞춘 메뉴를 추가로 개발하여 저렴한 가격에 판매하면서 1982년 필리핀 패스트 푸드 업계를 장악함
- 졸리비의 성공은 '맥도날드의 당황(McDonald's Embarrassment)', '즐거운 꿀벌, 맥도날드를 쏘다(Jollibee Stings McDonald's)' 등의 제목으로 언론에 소개될 만큼 많은 사람들의 주목을 받음
- 졸리비의 성장은 여기서 멈추지 않고 1993년 기업 공개를 통해 회사의 규모를 키워 자본금을 확보한 후 이를 기반으로 1994년 피자 프랜차이즈 기업 '그리니치 피자(Greenwich Pizza)', 1995년엔 프랑식 베이커리 체인 '델리프랑스(Delifrance)'를 인수하였으며 2000년에는 중식 패스트 푸드 프랜차이즈 '차우킹(Chowking)'까지 인수하면서 아시아 최대의 외식기업에 등극함
- 위기를 성장의 발판으로 전환시킨 졸리비는 필리핀에만 머물지 않고 홍콩, 중동지역과 인접 국가인 인도네시아, 브루나이, 베트남에 적극 진출하여 각 지역 필리핀인들의 커뮤니티를 우선 공략하였음
- 이후 고심 끝에 맥도날드의 본고장 미국 진출을 결정하고 목표고객을 현지 필리핀인들을 대상으로 하는 초기 전략에서 더 나아가 아시아계 사람들과 경제적인 가격으로 동양적인 취향을 가미한 음식을 즐기는 것을 선호하는 현지인들로 확대함
- 세계 1,600여개 매장과 연 매출규모 1조원을 훌쩍 넘긴 졸리비의 성장은 중국으로 이어져 중국음식 프랜차이즈 기업과 대만의 차(茶) 전문점을 인수하는 등 사업다변화와 함께 중국 지역에서의 성장에 집중하고 있음

② 데리야키 보이 (Teriyaki Boy)

필리핀인들에게 고급 음식으로 인식되어 왔던 일식(Japanese)을 합리적인 가격대로 제공하는 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 프랜차이즈 전문점으로 일식을 대중화하는 데 성공하며 현재 필리핀 전역에 30여 개 이상의 매장을 운영하고 있습니다.

수준 높은 일식 요리를 합리적인 가격으로 즐기길 원하는 중산층 이상의 가족단위 고객들과 직장인들로부터 큰 인기를 끌면서 성공을 거두었으며 최근에는 학생들에게도 인기를 얻고 있습니다.

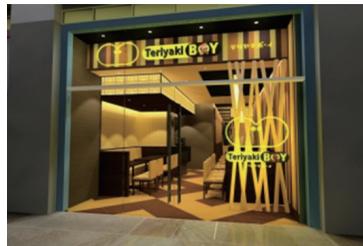
최근에는 캐주얼 다이닝 프랜차이즈 전문기업인 'Pancake House Group'에 인수되어 지점 수를 점차 늘려가며 필리핀 일식 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 시장을 이끌고 있습니다.

스시(Sushi) 메뉴를 비롯하여 사시미(Sashimi), 마키(Maki), 라멘(Ramen), 돈부리(Donburi) 등 거의 모든 일식 메뉴를 제공하고 있으며 또한 현지인들이 선호하는 생과일 셰이크, 요거트 아이스크림 등 달콤한 맛의 디저트 메뉴도 제공하고 있습니다.

특히 달짝지근한 맛의 '데리야키 소스'가 들어간 '야키소바', '돈부리' 등 다양한 메뉴와 일본식 닭튀김 요리인 '카라아게(Karaage)' 메뉴의 인기가 높은 편입니다.

주요 단품 메뉴의 가격은 롤 140~235페소(약 3,800~6,400원), 돈부리 165~295페소(약 4,500~8,000원), 야키소바 250페소(약 6,800원) 정도로 필리핀 소비자들에게 합리적인 수준으로 받아들여지고 있습니다.

그림 2-14: 데리야키 보이 매장 전경



[데리야키 보이 고객 평가]



- “데리야키 보이는 내가 가장 좋아하는 식당 중 한 곳으로 일식을 잘 알지 못하는 사람들에게 꼭 한번 가보길 추천해주고 싶은 식당이다.”
- “매우 다양한 일식 요리를 맛볼 수 있으며 특히 매운 양념의 치킨 카라아게 (Karaage)가 아주 맛있다.”

③ 주니 레스토랑 (Zuni's Restaurant)

2007년 12월에 오픈한 고급 지중해식 레스토랑으로 마카티 시티(Makati City)에 위치한 고급 쇼핑센터 그린벨트(Greenbelt)에 입점해 있습니다.

주니(Zuni)는 분위기, 맛, 서비스 면에서 그린벨트 내 최고 레스토랑 중 하나로 꼽히며 지중해 음식뿐만 아니라 다양한 서양 요리를 맛볼 수 있습니다.

특히 양고기 스테이크와 농어 요리의 명성이 자자하며 화려한 담음새의 다양한 디저트 메뉴의 인기가 높습니다.

녹지 공원 바로 앞에 자리한 야외 테라스 좌석은 도심에서 여유를 만끽하며 분위기 있게 식사를 즐길 수 있어 특히 외국인 관광객들로부터 인기가 높습니다.

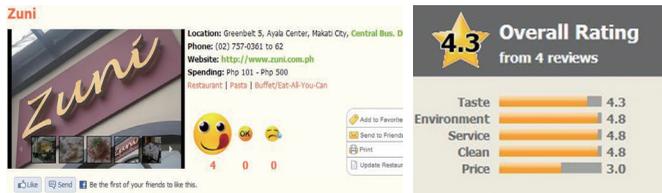
지난 2010년에는 권위 있는 'Superbrand Hotel & Restaurant 2010/2011 Award'를 수상한 바 있으며 세계적인 여행 가이드 사이트 '트립 어드바이저(Trip Advisor)', 레스토랑 평가 사이트 '오픈라이스(Open Rice)'에서 고객들로부터 긍정적인 평가를 받으며 대표적인 추천 레스토랑으로 등극해 있습니다.

전체 메뉴는 200~300페소(약 5,300~8,000원), 메인 요리는 1,000~2,000페소(약 27,000~53,000원) 정도로 높은 가격대를 형성하고 있습니다.

그림 2-15: 주니 레스토랑 전경



[주니 레스토랑 고객 평가]



- “고객 한 명당 직원 수가 많은 편으로 서비스 수준이 높고 정기적으로 업데이트 되는 메뉴 모두가 훌륭하다.”
- “손님을 접대하기에 이상적인 레스토랑으로 음식 맛이 훌륭하고 편안한 분위기가 매력적이다.”

④ 로페라 레스토랑 (L'Opera Restaurant)

1994년 오픈한 최고급 이탈리아 레스토랑으로 포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 지역에 위치하고 있으며 이탈리아 출신의 오너가 직접 운영하고 있습니다.

고급스러운 분위기의 실내 인테리어와 이탈리아 토스카나(Toscana) 지방의 전통 메뉴가 한 데 어우러져 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑의 품격을 느낄 수 있습니다.

메트로 마닐라에 위치한 고급 이탈리아 레스토랑 가운데 만족도가 가장 높은 것으로 평가되며 특히 세계적인 여행 가이드 사이트 ‘트립 어드바이저(Trip Advisor)’에서 메트로 마닐라 최고의 레스토랑 6위로 선정되었습니다.

현지 상류층과 구매력이 높은 외국인 관광객들이 즐겨 찾는 식당으로 이탈리아 정통 코스요리에서부터 피자, 파스타 등 단품 요리까지 다양한 메뉴를 즐길 수 있어 인기가 높습니다.

특히 젊은 층 여성 고객들에게 분위기 있는 데이트 장소로 인기가 높은 편입니다.

대표 메뉴 가격은 전체 메뉴 450페소(약 12,300원), 샐러드 300페소(약 8,200원), 파스타 350~450페소(약 9,500~12,300원), 피자 400~500페소(약 10,900~13,600원), 메인 스테이크 메뉴는 800~2,300페소(약 21,900~62,900원) 정도로 비싼 수준입니다.

그림 2-16: 로페라 레스토랑 전경



[로페라 레스토랑 고객 평가]



- “메트로 마닐라 최고의 이탈리아 파인다이닝 레스토랑이다.”
- “메트로 마닐라의 많은 레스토랑이 정통 이탈리아를 표방하고 있지만 음식의 맛과 분위기 등 모든 면에서 로페라가 가장 뛰어나다고 생각한다.”
- “매번 다른 메뉴를 시도해보았는데 모든 음식의 맛이 훌륭했고 서비스 만족도도 매우 높았다.”

2.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성

분석 대상 상권은 정성적·정량적 평가 기준을 활용하여 6~7개 후보지를 선정하고 후보 지역 중에서 상가권 활성화 정도가 높은 상위 4개 지역을 우선 선정하였습니다.

메트로 마닐라 중심가에 위치한 주요 외식 상권으로는 말라떼(Malate), 마카티(Makati), 오르티가스(Ortigas), 포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 4개 지역을 꼽을 수 있습니다.

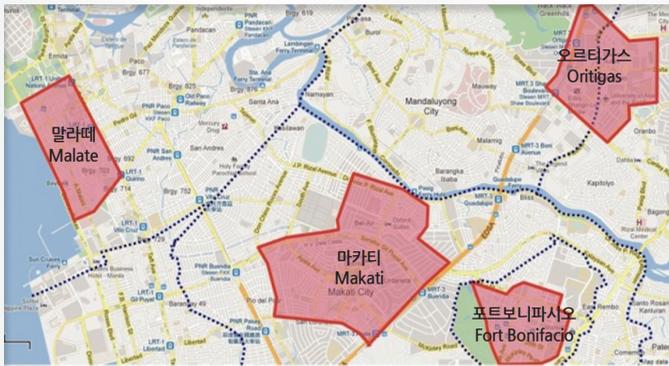


그림 2-17: 메트로 마닐라 주요 외식상권

상권명	현장조사 평가결과	상권 선호도	임차료 수준
말라떼		15.7%	Low
마카티		42.4%	High
오르티가스		31.4%	High
포트 보니파시오		10.6%	High

● 매우우수 ○ 우수 ○ 보통 ○ 나쁨 ○ 매우나쁨

과거와 달리 상권의 수준이 임차료(건물가)에 모두 반영되어 있는 요즘 상권은 분석의 문제이기 보다는 오히려 선택과 극복의 대상으로 받아들여야 합니다.

따라서 본 가이드 북에서는 창업자(창업기업)가 보유하고 있는 가용자원을 고려하여 여러 상권(입지) 중에서 최선의 안을 선택하고 상권의 단점을 극복하기 위한 전략을 구상할 수 있도록 주요 상권의 요소별 매력도를 측정하여 종합적인 정보를 제공합니다.

표 2-1: 상권분석 결과 요약

상권개요	종합평가 결과
<p>말라떼(Malate) 상권</p> <ul style="list-style-type: none"> 페드로 길 거리에 위치한 대형 쇼핑몰 로빈슨 플레이스를 중심으로 복합 쇼핑 상가권이 발달되어 있어 쇼핑을 목적으로 하는 젊은 층 유동인구의 유입이 많음 특히 아드리아티코 거리를 따라 한인(현지교민)이 운영하는 한식당과 유흥 시설이 밀집해 있어 한국인 관광객 유입이 많음 	
<p>마카티(Makati) 상권</p> <ul style="list-style-type: none"> 필리핀의 '월 스트리트'로 불리는 아얄라 애비뉴를 중심으로 대형 오피스 건물, 정부기관 청사, 은행 등이 밀집해 있어 전문직 종사자 유동인구가 많음 (배후지에는 고급 주거지가 형성되어 있음) 아얄라 애비뉴와 마카티 애비뉴 교차로 인근에 대형 쇼핑센터 4곳이 인접하여 대규모 쇼핑/외식 상가권을 형성하고 있음 	
<p>오르티가스(Ortigas) 상권</p> <ul style="list-style-type: none"> 교통의 요충지로 유동인구 통행량이 가장 많은 지역임 대형 복합 쇼핑센터인 SM 메가몰과 최고급 시설을 갖춘 EDSA 상그리-라 호텔을 중심으로 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있음 인근에 주요 기업의 본사 오피스와 은행 본점이 위치하고 있어 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많음 	
<p>포트 보니파시오 (Fort Bonifacio)</p> <ul style="list-style-type: none"> 친환경을 테마로 한 체계적인 계획을 통해 최고급 주거지, 국제 비즈니스 지구, 쇼핑/외식 상가권이 개발되고 있으며 향후 마닐라에서 가장 발전 가능성이 높은 지역임 하이 스트리트를 중심으로 최고급 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있어 마닐라의 트렌드 세터들과 외국인들이 즐겨 찾고 있음 	

2) 상권 별 상세분석

① 말라떼(Malate) 상권

행정구역상으로 마닐라시(Manila City)에 속하는 말라떼 상권은 인트라무로스(Intramuros), 리잘공원(Rizal) 등 유명 역사 유적지 및 관광명소가 위치하고 있으며 하얏트(Hyatt) 호텔, 판 퍼시픽(Pan Pacific) 호텔 등 관광호텔이 밀집해 있어 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

페드로 길(Pedro Gill) 거리를 중심으로 대형 쇼핑몰인 로빈슨 플레이스(Robinson Place)를 비롯하여 대학교, 병원, 관공서 등이 밀집해있는 복합 쇼핑 상가권이 발달되어 있어 쇼핑을 목적으로 하는 젊은 층 유동인구의 유입이 많습니다.

특히 아드리아티코(Adriatico) 거리를 따라 한인(현지교민)이 운영하는 한식당과 유흥시설이 밀집해 있어 한국인 관광객들이 많이 찾고 있습니다.



그림 2-18: 말라떼 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

말라떼 상권이 속해 있는 마닐라시(Manila City)에는 총 1,643,734명이 거주하고 있으며 10~20대 청년층 거주인구가 가장 많은 것으로 나타났습니다. 특히 20대 여성인구와 10대 미만의 영·유아 인구 비율이 높게 나타났습니다.

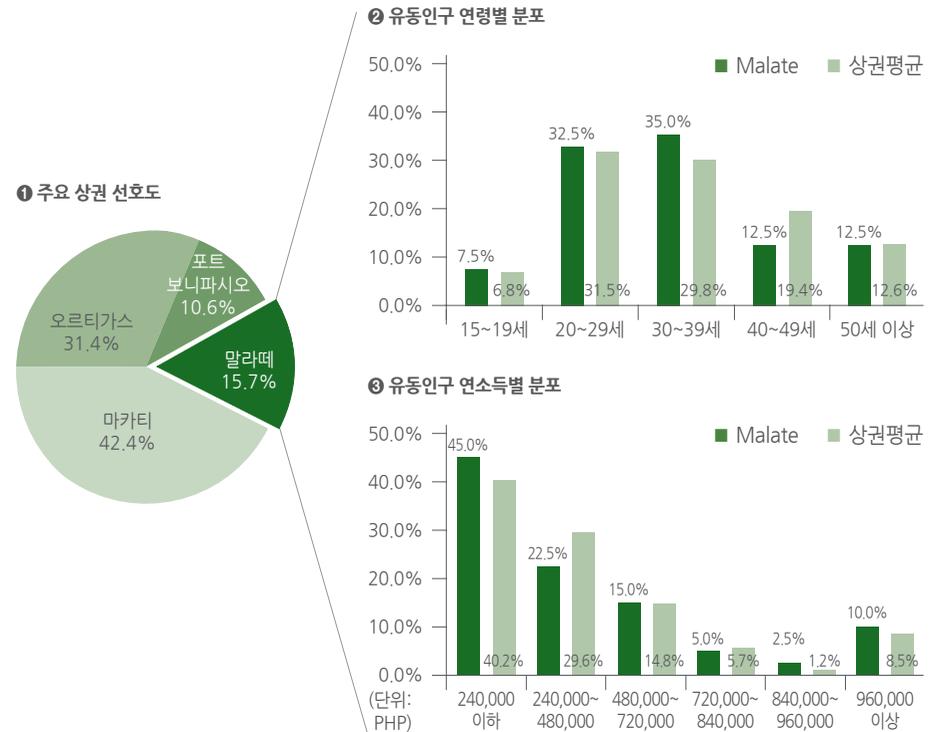
유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 15.7%의 응답자가 말라떼 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 30~39세 인구비율이 전체의 약 35.0%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 20~30대 청·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 240,000페소(약 647만 원) 이하 저소득층 비율이 45.0%로 가장 높게 나타났으며 특히 연소득 960,000페소(약 2,600만원) 이상 고소득층 비율이 타 상권 대비 높은 것으로 나타났습니다.

그림 2-19: 말라떼 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 말라떼 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 3.9회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.4회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

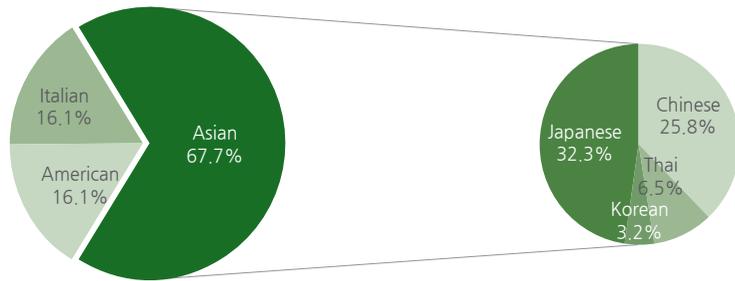
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.8회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.4회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 473페소(약 12,748원)로 주요 상권 평균 지출액(약 507페소) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 67.7%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 이탈리아(Italian)과 아메리칸(American)이 각각 16.1%로 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 32.3%로 가장 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 3.2%로 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도 25.8%)

그림 2-20: 말라떼 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 57.7%, '가격'이 20.0%, '위치'가 10.0% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때, 해당 상권 유동인구는 '위치'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

마닐라시(Manila City) 중심부를 지나는 태프트 애비뉴(Taft Ave.)와 록사스 대로(Roxas Boulevard)가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 출-퇴근 시간에는 심한 교통체증으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

인근에 마닐라 경전철 페드로 길(Pedro Gil)역이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 좋은 편입니다.

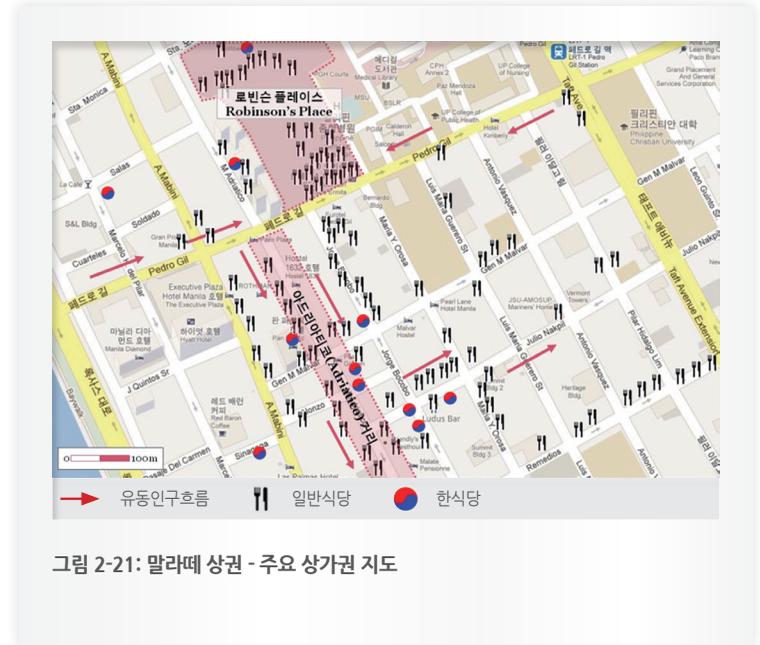


그림 2-21: 말라떼 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-2: 말라떼 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	●	●

● 매우우수 ● 우수 ● 보통 ● 나쁨 ○ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

대형 쇼핑몰인 로빈슨 플레이스(Robinson's Place)를 중심으로 복합 쇼핑 상권이 형성되어 있어 20~30대 젊은 층 유동인구의 유입이 많습니다.

약 24만㎡(약 7만 3천 평) 규모(4층)의 로빈슨 플레이스(Robinson's Place)에는 각종 상점과 전문 식당가, 대형마트, 영화관 등의 복합 쇼핑 시설이 들어서 있습니다.

쇼핑몰 내에는 약 114개의 식당이 입점해 있으며 일식당, 중식당, 베트남 식당, 몽골 식당, 이탈리아 식당 등 다양한 종류의 에스닉 식당이 영업 중이며 특히 한국식 치킨 전문점인 '본촌 치킨(Bon Chon)'이 성업 중입니다.

입점 식당은 패스트 캐주얼(Fast Casual)과 패스트 푸드(Fast Food) 업태가 주를 이룹니다.

패스트 푸드(Fast Food) 식당의 대표 메뉴 가격대는 100페소(한화 약 2,700원) 정도이며 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 200페소(한화 약 5,300원) 정도입니다.

그림 2-22: 말라떼 상권 - 로빈슨 플레이스 전경



로빈슨 플레이스(Robinson's Place) 맞은 편 상가권에는 관광객들을 대상으로 하는 바(Bar), 유흥주점 등 주류소비업종이 주를 이루고 있어 저녁 시간대 30~40대 중장년층 유동인구 유입이 많습니다.

아드리아티코(Adriatico) 거리 인근 지역에 고기구이, 한정식, 보쌈(족발), 참치회 등 다양한 메뉴를 제공하는 한식당들이 분포하고 있습니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining), 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태가 주를 이루며 대표 메뉴 평균 가격대는 찌개류 250페소(한화 약 6,700원), 비빔밥 300페소(한화 약 8,000원), 돼지갈비 250g 기준 350페소(한화 약 9,300원) 정도입니다.

그림 2-23: 말라떼 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
집객력	<ul style="list-style-type: none"> • 대형 쇼핑몰인 로빈슨 플레이스가 위치하고 있음 • 아드리아티코 거리를 따라 주류소비업종의 상가권이 발달해 있음
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> • 배후지에 약 165만 명이 거주하고 있으며 10~20대 청년층 거주인구가 가장 많음. 특히 20대 여성인구의 비율이 높음 • 설문조사 결과 15.7%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> • 자영업, 학생, 사무직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 주당 평균 외식비로 약 473페소(약 12,748원)를 지출하는 것으로 나타남 • 패스트 캐주얼이 주를 이루며 평균 객단가는 약 200페소(약 5,300원) 내 외임
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> • 마닐라시티 중심부를 지나는 주요 도로와 인접해 있어 차량 접근성이 용이한 편이나 출·퇴근 시간 상습 정체구간으로 교통체증이 심함 • 경전철 역이 위치하고 있으나 주요 버스노선의 정류장은 없음
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> • 로빈슨 플레이스에 다양한 종류의 에스닉 식당이 입점해 있음 • 아드리아티코 거리를 중심으로 다양한 업종과 업태의 한식당이 밀집해 있어 경쟁이 치열한 상황임
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> • 100㎡ 기준 월 평균 임차료는 약 57,500페소(약 153만 원)로 다소 저렴한 수준이나 쇼핑몰에 입점하기 위해서는 더 높은 임차료를 부담해야 함 • 한식당을 인수하여 신규창업할 경우 권리금을 부담해야 함

▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가('13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

② 마카티(Makati) 상권

행정구역상으로 마카티시(Manila City)에 속하는 마카티 상권은 필리핀의 '월 스트리트 (Wall Street)'로 불리는 아얌라 애비뉴(Ayala Ave.)를 중심으로 대형 오피스 건물, 정부기관 청사, 은행 등이 밀집해 있어 30~40대 전문직 종사자 유동인구가 많습니다.

뿐만 아니라 배후지에는 벨-에어(Bel-Air)로 대표되는 고급 주거지가 위치하고 있어 소득 수준이 높은 거주인구가 유입됩니다.

아얌라 애비뉴(Ayala Ave.)와 마카티 애비뉴(Makati Ave.)의 교차로 아래쪽으로 대형 쇼핑센터 중심의 상가권이 발달해 있습니다.

상가권 인근에는 최고급 시설을 갖춘 샹그리-라(Shangri-La) 호텔, 인터콘티넨탈(Inter Continental) 호텔, 페닌슐라 마닐라(Peninsula Manila) 호텔 등이 위치하고 있어 구매력이 높은 외국인 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

고급 호텔 내부에는 파인다이닝(Fine Dining) 레스토랑이 입점해 있습니다.



▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

마카티 상권이 속해 있는 마카티시(Makati City)에는 총 526,952명이 거주하고 있으며 20~30대 청년층 인구가 가장 많은 것으로 나타났습니다. 특히 20~30대 여성인구의 비율이 높게 나타났습니다.

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

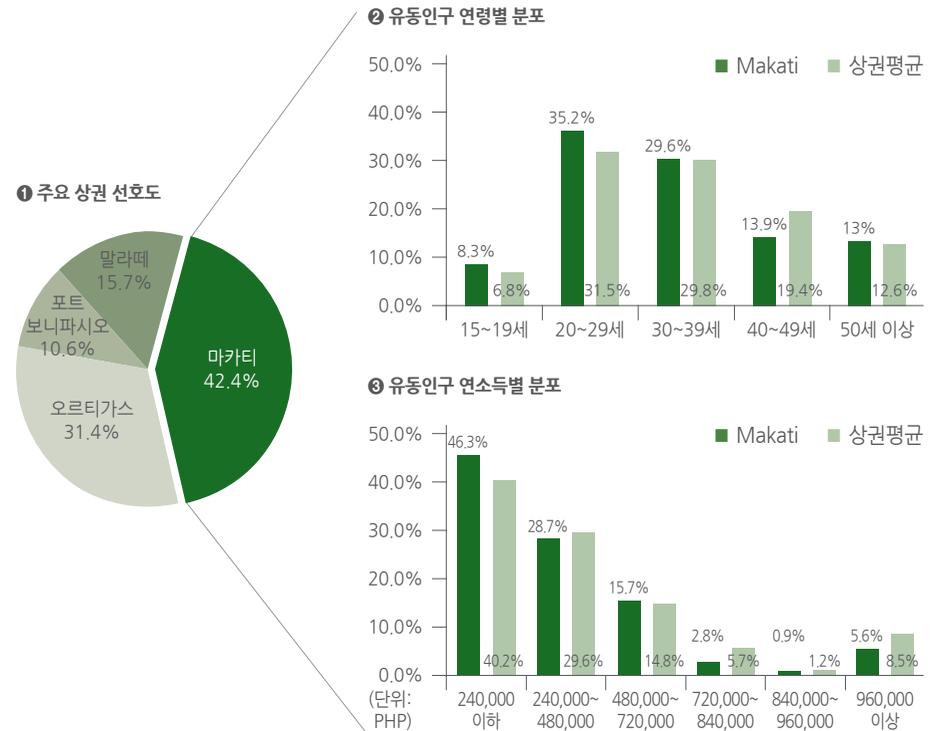
설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 42.4%의 응답자가 마카티 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 35.2%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 10~20대 청년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 240,000페소(약 647만 원) 이하 저소득층 비율이 46.3%로 가장 높게 나타났습니다.

특히 중산층에 해당하는 연소득 240,000~720,000페소(약 647~1,942만 원) 인구비율이 다소 높게 나타났으나 720,000페소(약 1,942만 원) 이상의 고소득층 비율은 낮게 나타났습니다.

그림 2-25: 마카티 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 마카티 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 3.4회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.4회)와 동일하게 나타났습니다.

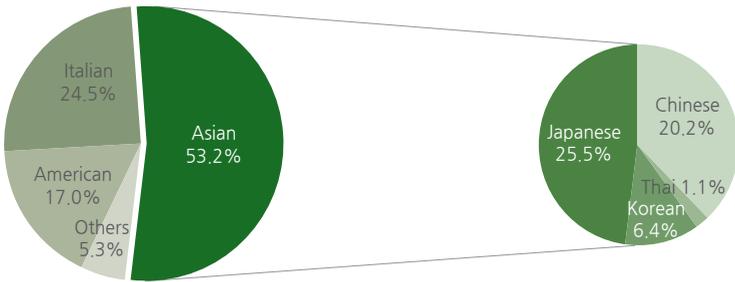
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.4회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.4회)와 동일한 수준으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 509페소(약 13,740원)로 주요 상권 평균 지출액(약 507페소)과 비슷한 수준으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 53.2%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 이탈리아(Italian)이 24.5%, 아메리칸(American)이 17.0%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 25.5%로 가장 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 6.4%로 다소 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도 20.2%)

그림 2-26: 마카티 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 58.3%, '가격'이 25.0%, '서비스'가 7.4% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '가격'과 '서비스'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

마카티시티(Makati City) 중심부를 지나는 아얌라 애비뉴(Ayala Ave.)와 마카티 애비뉴(Makati Ave.)가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 출·퇴근 시간에는 심한 교통체증으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

인근에 마닐라 경전철 아얌라(Ayala)역과 파세이 로드(Passay Road)역이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 좋은 편입니다.



그림 2-27: 마카티 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-3: 마카티 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	◐	◑
● 매우우수	● 우수	● 보통	◐ 나쁨	◑ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

그린벨트(Greenbelt), 랜드마크(Landmark), 글로리에타(Glorietta), SM 마카티(SM Makati) 등 중대형 규모의 복합 쇼핑몰 4곳이 인접하여 대규모 쇼핑/외식 상가권을 형성하고 있습니다.

그린벨트, 랜드마크, 글로리에타, SM 마카티는 보행자 전용 도로로 연결되어 있어 유동인구의 이동이 자유롭습니다.

■ 그린벨트 (Greenbelt)

대형 복합 쇼핑몰인 그린벨트는 그린벨트 파크(Greenbelt Park)를 중심으로 5개의 동으로 구성되어 있으며 약 25만㎡(약 7만 5천 평) 규모입니다.

명품 브랜드 의류점, 전문 식당가, 고급 레스토랑, 영화관 등 300여개 이상의 매장이 들어서 있어 쇼핑과 외식을 즐기려는 20~30대 젊은 층과 구매력이 높은 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

1, 3, 5동 건물에 다양한 업종과 업태의 식당 140여 개가 입점해 있어 점심과 저녁 시간대에 외식을 목적으로 하는 유동인구의 유입이 많습니다. 평일 점심 시간대 인근 오피스에서 근무하는 20~40대 전문직 종사자들이 식사를 해결하기 위해 즐겨 찾고 있습니다.

1동 건물에는 패스트 푸드(Fast Food)점과 프랜차이즈 식당이 주를 이루며 3동과 5동 건물에는 다양한 종류의 에스닉 식당과 중·고급 레스토랑이 위치하고 있습니다.

특히 공원을 내려다보며 식사를 즐길 수 있는 5동 건물에는 정찬 코스요리를 즐길 수 있는 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑이 다수 위치하고 있습니다. 5동 건물에는 마스터 프랜차이즈 방식으로 진출한 '불고기 브라더스'가 입점해 있으며 필리핀 유명 매체에서 베스트 식당으로 선정된 '주니(Zuni)' 레스토랑이 성업 중입니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 300~500페소(약 8,000~13,000원) 정도이며 파인 다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 600~800페소(약 16,000~21,000원) 정도입니다.

그림 2-28: 마카티 상권 - 그린벨트 전경



■ 랜드마크 (Landmark)

랜드마크(Landmark)는 중 저가 브랜드 매장을 갖춘 서민형 백화점으로 지상 4층에는 각종 쇼핑매장, 지하 1층에는 슈퍼마켓(Supermarket)과 푸드코트(Food Court)가 입점해 있어 쇼핑을 목적으로 하는 30~40대 여성 유동인구가 많습니다.

지하 1층에 위치한 푸드코트(Food Court)에는 저렴한 가격으로 간단하게 식사를 해결하려는 20~30대 젊은 층과 영·유아를 동반한 가족단위 고객들이 많이 찾고 있습니다. 패스트 푸드(Fast Food)와 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태가 주를 이루며 주요 단품 메뉴 평균 가격대는 100~150페소(한화 약 2,700~4,000원) 정도입니다.

'졸리비(Jollibee)', '맥도날드(McDonald's)', '차우킹(Chowking)' 등 주요 패스트 푸드(Fast Food)점이 입점해 있습니다.

그림 2-29: 마카티 상권 - 랜드마크 전경



■ 글로리에타 (Glorietta)

글로리에타(Glorietta)는 4층 건물 5개의 동으로 구성되어 있으며 약 25만㎡(약 2만 7천 평)로 인접한 그린벨트(Greenbelt)의 규모와 동일합니다. 쇼핑몰 중앙에 위치한 대형 홀을 중심으로 4개 동이 방사형 구조로 배치되어 있으며 나머지 1개 동은 별관 형태로 떨어져 있습니다. 명품 백화점(Rustan's Makati), 중·저가 브랜드 상점, 전문 식당가, 영화관 등 500여 개의 매장이 입점해 있으며 다양한 연령층의 현지인 고객들이 즐겨 찾고 있습니다.

서로 연결된 1~4동 건물 2층에 다양한 종류의 에스닉 식당이 입점해 있으며 4동 건물에는 푸드코트가 들어서 있습니다. 4동 건물 1층에는 고급 한식당 '가야'에서 운영하는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 컨셉의 '가야 익스프레스(Kaya Express)'가 영업 중입니다.

패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 200페소(약 5,300원) 내외이며 캐주얼 다이닝(Casual Dining)은 300~500페소(약 8,000~13,000원) 정도입니다.

그림 2-30: 마카티 상권 - 글로리에타 전경



■ SM 마카티 (SM Makati)

글로리에타(Glorietta) 바로 맞은 편에 위치한 SM 마카티(SM Makati)는 아얌라(Ayala)역과 연결되어 있어 유동인구 통행량이 많습니다.

이스트 윙(East Wing)과 웨스트 윙(West Wing) 두 개의 4층 건물로 구성되어 있으며 각 건물 지하 1층에 대형 푸드코트(Food Court)와 슈퍼마켓이 들어서 있습니다.

패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 200페소(한화 약 5,400원) 내외로 저렴한 수준입니다.

그림 2-31: 마카티 상권 - SM 마카티 전경



그림 2-32: 마카티 상권 종합평가 결과



▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가('13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

③ 오르티가스(Ortigas) 상권

행정구역상으로 파시그시티(Pasig City)에 속하는 오르티가스 상권은 메트로 마닐라 중심부를 지나는 EDSA 대로와 인접해 있으며 주요 노선의 버스 환승센터와 경전철(MRT-3)역이 위치하고 있어 유동인구 통행량이 가장 많은 지역입니다.

대형 복합 쇼핑센터인 SM 메가몰(SM Megamall)과 최고급 시설을 갖춘 EDSA 샹그리-라 마닐라(EDSA Shagri-La Manila) 호텔을 중심으로 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

인근에 필리핀을 대표하는 산 미구엘(San Miguel) 본사 오피스와 아시아개발은행(Asia Development Bank) 본점이 위치하고 있어 30~40대 전문직 종사자 비율이 높으며 상권 외곽 지역에는 대학교가 위치하고 있어 20대 젊은 층 유동인구의 유입이 많습니다.

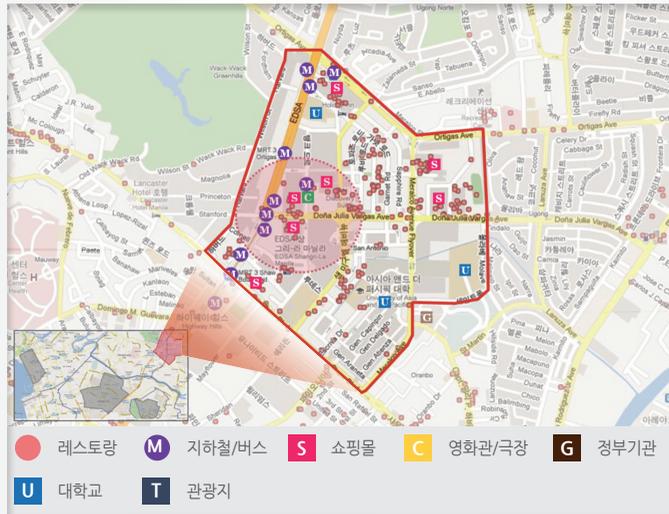


그림 2-33: 오르티가스 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

오르티가스 상권이 속해 있는 파시그시티(Pasig City)에는 총 668,479명이 거주하고 있으며 10~20대 청년층 거주인구가 가장 많은 것으로 나타났습니다. 특히 20대 여성인구의 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며 10대 미만의 영·유아 인구 비율이 높게 나타났습니다.

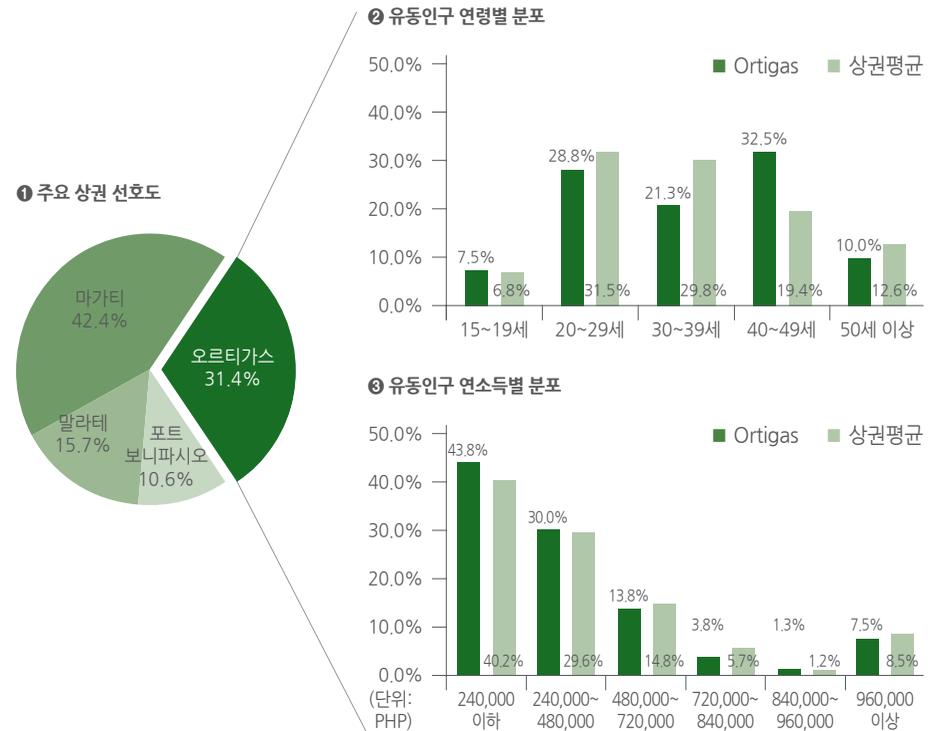
유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 31.4%의 응답자가 오르티가스 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 40~49세 인구비율이 전체의 약 32.5%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 40대 이상 중·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 240,000페소(약 647만 원) 이하 저소득층 비율이 43.8%로 가장 높게 나타났습니다. 한편 중산층에 해당하는 연소득 240,000~720,000페소(약 647~1,942만 원) 인구비율도 다소 높게 나타났습니다.

그림 2-34: 오르티가스 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 오르티가스 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 3.8회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.4회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

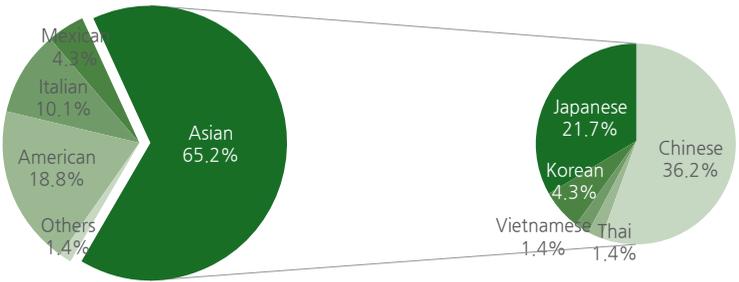
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.7회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.4회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 501페소(약 13,507원)로 주요 상권 평균 지출액(약 507페소)과 비슷한 수준으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 65.2%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)이 18.8%, 이탈리아(Italian)이 10.1%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 중식(Chinese)의 선호도가 36.2%로 가장 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 4.3%로 낮게 나타났습니다. (일식의 선호도 21.7%)

그림 2-35: 오르티가스 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 61.3%, '가격'이 21.3%, '위치'가 7.5% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때, 해당 상권 유동인구는 '메뉴'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

메트로 마닐라 중심부를 지나는 EDSA 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋습니다. 인근에 주요 버스노선의 환승센터와 경전철(MRT-3) 역이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 좋은 편입니다.

교통 요충지에 위치하고 있어 기본적인 유동인구 통행량이 많으며 인근에 대형 오피스 빌딩이 밀집해 있어 평일 점심 시간대 외식을 목적으로 하는 직장인 유동인구의 유입이 많습니다.



그림 2-36: 오르티가스 상권 - 주요 상권 지도

표 2-4: 오르티가스 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	●	●

● 매우우수 ● 우수 ● 보통 ● 나쁨 ○ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

초대형 복합 쇼핑센터인 SM 메가몰(SM Megamall)을 중심으로 대규모 상가권이 발달해 있어 쇼핑과 외식을 목적으로 하는 20~30대 젊은 층 유동인구의 유입이 많습니다.

SM 메가몰(SM Megamall)은 지상 5층, 지하 1층 약 39만㎡(약 11만 8천 평) 규모의 초대형 쇼핑몰로 750여 개의 상점과 250여 개의 식당이 입점해 있습니다.

A동에는 영화관, 볼링장, 장난감 가게, 푸드코트가 입점해 있으며 B동에는 백화점과 슈퍼마켓이 입점해 있습니다.

푸드코트에는 한식 패스트 캐주얼(Fast Casual) 프랜차이즈인 ‘미스터 김밥(Mr. Kimbob)’이 입점해 있으며 99페소(한화 약 2,600원) 비빔밥 메뉴가 큰 인기를 끌고 있습니다.

푸드코트에 입점해 있는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 식당이 주를 이루며, 평균 객단가는 100~300페소(약 2,700~8,000원) 정도입니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 300~500페소(약 8,000~13,000원) 수준입니다.

그림 2-37: 오르티가스 상권 - SM 메가몰 전경



그림 2-38: 오르티가스 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
집객력	<ul style="list-style-type: none"> 주요 기업의 본사 오피스와 은행 본점 등이 위치하고 있음 SM 메가몰, EDSA 상그라-라 마닐라 호텔을 중심으로 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있음
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> 배후지에 약 67만 명이 거주하고 있으며 10~20대 청년층 거주인구가 가장 많음. 특히 20대 여성인구의 비율이 높음 설문조사 결과 31.4%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> 사무직과 영업직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 주당 평균 외식비로 약 501페소(약 13,507원)를 지출하는 것으로 나타남 패스트 캐주얼이 주를 이루며 평균 객단가는 약 300페소(약 8,000원) 내외임
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> 메트로 마닐라 중심부를 지나는 EDSA 대로와 인접해 있어 차량 접근성이 좋음 인근에 주요 버스노선의 환승센터와 경전철(MRT-3) 역이 위치하고 있어 대중 교통을 이용한 접근성이 우수함 (교통 요충지로 유동인구 통행량 많음)
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> 주요 쇼핑센터의 전문 식당가와 푸드코트에 다양한 에스닉 식당이 입점해 있음 패스트 캐주얼 업태의 한식당 2곳이 푸드코트에 입점해 있으며 인근 상점에 캐주얼 다이닝 회 전문 한식당이 영업 중임
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> 100㎡ 기준 월 평균 임차료는 약 93,800페소(약 250만 원)로 다소 비싼 수준임 유명 쇼핑몰은 임차 수요가 많아서 원하는 매장을 얻기 위해서는 장기간 대기해야 하며 임차조건이 매우 까다로워 입점에 어려움이 따름

▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

④ 포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 상권

포트 보니파시오 상권은 미군 주둔지였던 약 240km²(약 7,200만 평) 부지에 들어선 보니파시오 글로벌 시티(Bonifacio Global City) 내에 위치하고 있습니다.

행정구역상으로 타구익시티(Taguig City)에 속하는 보니파시오 글로벌 시티(BGC)는 친환경을 테마로 한 체계적인 계획을 통해 최고급 주거지, 국제 비즈니스 지구, 쇼핑/외식 상권이 개발되고 있으며 향후 메트로 마닐라 내에서 가장 발전 가능성이 높은 지역입니다.

대형 쇼핑센터인 마켓 마켓(Market Market), 최고급 주상복합 콘도미니엄인 센렌드라(Serendra), 녹지 공원을 중심으로 각종 상점과 레스토랑이 밀집해 있는 하이 스트리트(High Street)가 위치하고 있어 고급 쇼핑과 외식을 목적으로 하는 메트로 마닐라의 트렌드 세터(Trend-Setter)들과 구매력이 높은 외국인들이 즐겨 찾고 있습니다.

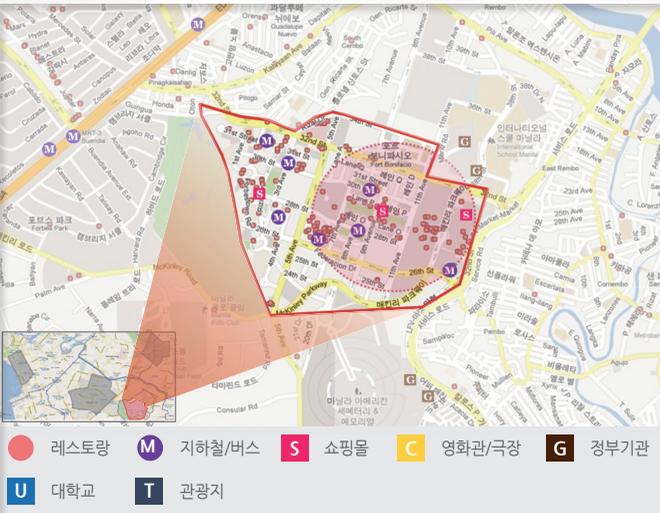


그림 2-39: 포트 보니파시오 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

포트 보니파시오 상권이 속해 있는 타구익시티(Taguig City)에는 총 642,277명이 거주하고 있으며 10~20대 청년층 거주인구가 가장 많은 것으로 나타났습니다. 특히 10대 미만의 영·유아 인구의 비율이 가장 높게 나타났습니다.

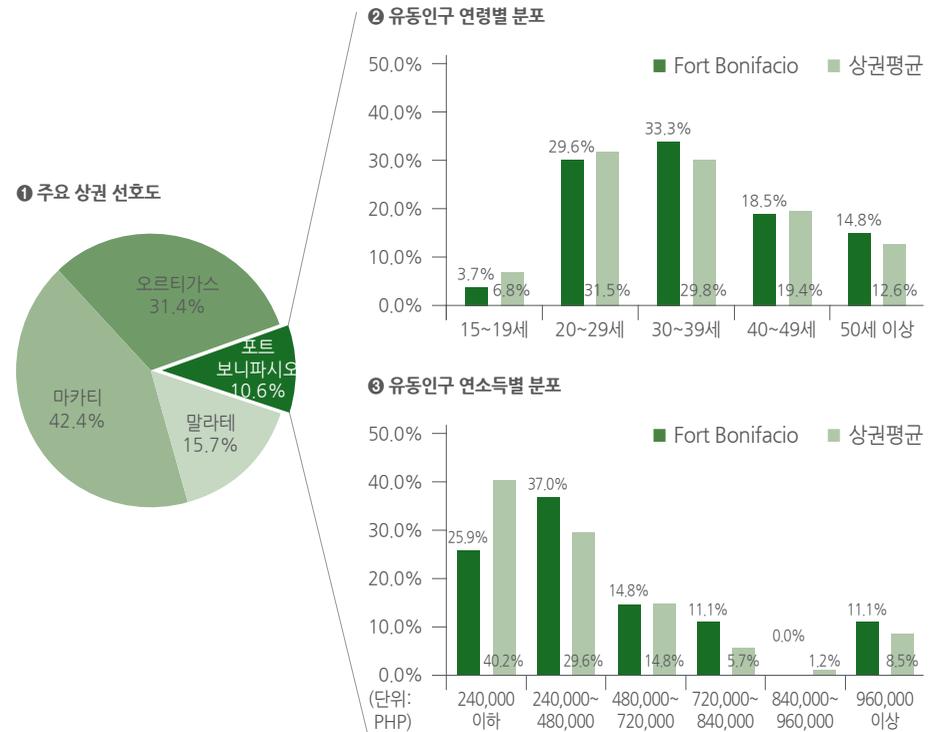
유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 10.6%의 응답자가 포트 보니파시오 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 30~39세 인구비율이 전체의 약 33.3%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 20~30대 이상 청·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 중산층에 해당하는 240,000~480,000페소(약 647~1,295만 원) 인구비율이 37.0%로 가장 높게 나타났습니다. 특히 고소득층에 해당하는 연소득 720,000페소(약 1,942만 원) 이상 인구비율이 타 상권 대비 높게 나타났습니다.

그림 2-40: 포트 보니파시오 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 포트 보니파시오 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 2.3회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.4회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

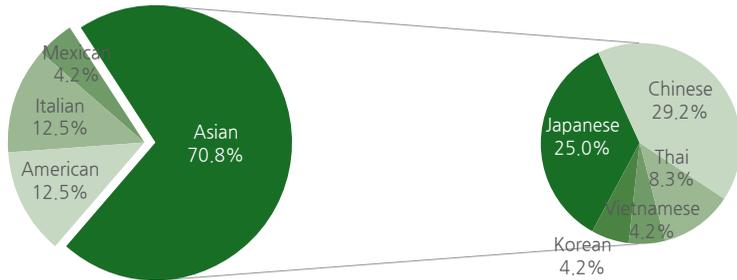
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 1.8회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.4회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 546페소(약 14,749원)로 주요 상권 중에서 가장 높은 것으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 70.8%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)과 이탈리아인(Italian)이 각각 12.5%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 중식(Chinese)의 선호도가 29.2%로 가장 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 4.2%로 낮게 나타났습니다. (일식의 선호도 25.0%)

그림 2-41: 포트 보니파시오 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 63.0%, '가격'이 14.8%, '서비스'가 11.1% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '메뉴'와 '서비스'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

메트로 마닐라 중심부를 지나는 EDSA 대로와 마카티시티(Makati City)와 이어지는 매킨리 로드(Mckinley Road)가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 도심 외곽에 위치하고 있어 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

인근에 주요 노선의 버스 정류장 7곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 좋은 편이나 경전철(MRT-3) 역이 멀리 떨어진 곳에 위치하고 있습니다.

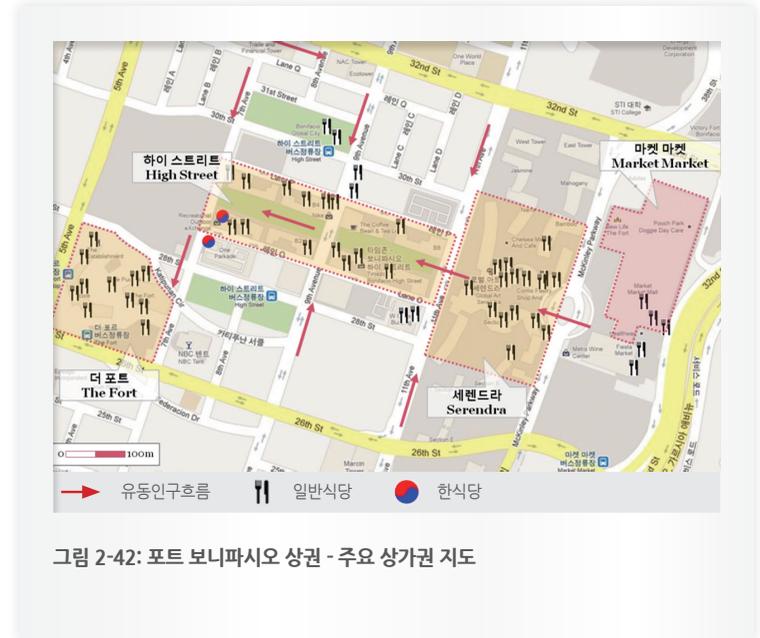


그림 2-42: 포트 보니파시오 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-5: 포트 보니파시오 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
● 매우우수	● 우수	● 보통	● 나쁨	○ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

최고급 시설을 갖춘 '마닐라 골프 앤 컨트리 클럽(Manila Golf and Country Club)'이 인접해 있어 레저와 골프를 즐기려는 고소득층과 관광객들이 많이 찾아 오고 있습니다.

인근 지역에 최고급 시설을 갖춘 국제학교가 위치하고 있어 영·유아와 청소년층을 동반한 가족단위 유동인구 유입이 많습니다.

대형 쇼핑센터인 마켓 마켓(Market Market), 최고급 주상복합 콘도미니엄인 세렌드라(Serendra), 녹지 공원을 중심으로 각종 상점과 레스토랑이 밀집해 있는 하이 스트리트(High Street)로 이어지는 고급 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

현재 하이 스트리트(High Street)를 중심으로 한 외식/쇼핑 상가권과 브루고스 서클(Burgos Circle)을 중심으로 한 국제 비즈니스 지구가 개발된 상태이며 2016년까지 최고급 시설을 갖춘 호텔과 콘도미니엄, 대규모 쇼핑센터(SM Aura) 등이 들어설 예정입니다.

■ 마켓 마켓 (Market Market)

포트 보니파시오 상권의 입구에 위치한 지상 5층 약 17만㎡(약 5만 평) 규모의 복합 쇼핑센터로 내부에는 각종 브랜드 매장을 갖춘 백화점, 대형 슈퍼마켓, 영화관을 비롯하여 약 520개의 상점과 식당이 입점해 있습니다.

보니파시오 글로벌 시티(BGC)에 위치한 대부분의 상점과 식당이 고가(高價)인데 반해 마켓 마켓(Market Market)은 대중적인 브랜드의 중·저가 매장이 입점해 있으며 외부 광장에는 상설 재래시장인 '피에스타 마켓(Fiesta Market)'이 들어서 있어 영·유아를 동반한 젊은 층 현자인 유동인구의 유입이 많습니다.

마켓 마켓(Market Market)에는 중·저가의 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 200~400페소(약 5,400~11,000원) 정도입니다. 상설 재래시장(Fiesta Market)에는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 100페소(약 2,600원) 내외입니다.

그림 2-43: 포트 보니파시오 상권 - 마켓 마켓 전경



■ 세렌드라 (Serendra)

세렌드라는 마켓 마켓과 하이 스트리트 중간 지점에 위치한 최고급 주상복합 콘도미니엄입니다.

세렌드라 광장을 중심으로 고급 카페와 식당 약 36개가 밀집해 있어 구매력이 높은 30~40대 부유층 여성과 외국인 관광객의 유입이 많습니다.

고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 300~600페소(약 8,000~16,000원) 정도입니다.

파인다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 700~900페소(약 18,000~24,000원) 정도로 다소 비싼 편입니다.

그림 2-44: 포트 보니파시오 상권 - 세렌드라 전경



■ 하이 스트리트 (High Street)

쾌적한 주위 환경, 아름다운 조경, 화려한 조명 등이 한데 어우러져 고급스러운 분위기를 연출하는 하이 스트리트는 마카티시티(Makati City)에 위치한 고급 쇼핑센터인 그린벨트(Greenbelt)와 함께 마닐라를 대표하는 최고급 쇼핑지구로 부상하고 있습니다.

중앙 녹지를 중심으로 2층 규모의 상가 건물이 길 양쪽으로 길게 일렬로 들어서 있어 쾌적한 환경에서 쇼핑을 즐기려는 구매력 높은 중상위층 이상의 유동인구 유입이 많습니다.

상가 건물에는 유명 브랜드 매장과 고급 레스토랑이 입점해 있으며 거리 끝 왼쪽 편에 위치한 더 포트(The Fort) 지역에는 스타일리시한 레스토랑과 바(Bar), 클럽(Club)이 밀집해 있어 새로운 미식지구로 부상하고 있습니다.

현지 우수 매체로부터 인증 받은 우수한 맛, 국제적인 기준에 부합하는 고급스러운 분위기의 인테리어와 훌륭한 서비스 덕분에 마닐라의 트렌드 세터(Trend-Setter)와 외국인들이 즐겨 찾고 있습니다.

중식(Chinese), 일식(Japanese), 이탈리아식(Italian) 등 다양한 에스닉 식당이 분포하고 있으며 고급 파인다이닝(Fine Dining)과 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루고 있습니다.

고급 파인 다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 700~900페소(약 18,000~24,000원) 정도이며 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 500페소(13,000원) 내외입니다.

일식당 '게이샤(Geisha)'와 이탈리아 식당 '이탈리아니 레스토랑(Italianni's Restaurant)'이 성업 중입니다. '게이샤'와 '이탈리아니 레스토랑'의 평균 객단가는 500~900페소(약 13,000~24,000원) 정도로 비싼 수준입니다.

고급 한식당인 '사리원(Sariwon)'이 지난 '12년 5월에 오픈하여 성업 중입니다. 주요 대표 메뉴의 가격은 소불고기(150g) 545페소(약 14,000원), 소갈비(280g) 545페소(약 14,000원), 돼지갈비(250g) 350페소(약 9,300원), 돌솥비빔밥 80페소(한화 약 10,000원)로 다소 비싼 수준입니다.

그림 2-45: 포트 보니파시오 상권 - 하이 스트리트 전경



그림 2-46: 포트 보니파시오 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
집객력	<ul style="list-style-type: none"> • 마켓 마켓, 세렌드라, 하이 스트리트를 중심으로 마닐라를 대표하는 고급 미식 지구가 형성되어 있음 • '16년까지 럭셔리 호텔, 주상 복합, 대형 쇼핑몰 등이 들어설 예정임
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> • 배후지에 약 65만 명이 거주하고 있으며 10~20대 청년층 거주인구가 가장 많음. 특히 10대 미만의 영·유아 인구의 비율이 높음 • 설문조사 결과 10.6%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> • 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 주당 평균 외식비로 약 546페소(약 14,739원)를 지출하는 것으로 나타남 • 파인다이닝이 주를 이루며 평균 객단가는 약 900페소(약 24,000원) 내외임
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> • 메트로 마닐라 중심부를 지나는 주요 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 도심 외곽에 위치하고 있어 차량 이용 시 많은 시간이 소요됨 • 인근에 주요 노선의 버스 경류장 7곳이 위치하고 있음 (경전철 역은 없음)
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 에스닉 식당이 캐주얼 다이닝과 파인다이닝업태로 영업 중이며 특히 일식당(Japanese)과 이탈리안(Italian) 식당의 인기가 높음 • 고급 한식당인 '사리원(Sariwon)'이 '12년 5월에 오픈하여 성업 중임
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> • 100㎡ 기준 월 평균 임차료는 약 129,400페소(약 345만 원)로 다소 주요 상권 중에서 가장 비싼 수준임. 세렌드라 피아자, 하이 스트리트에 입점하기 위해서는 더 높은 임차료를 부담해야 함

▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가('13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

2.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

① 한인 거주 현황

'90년대 들어 대기업의 직접투자와 중소기업의 진출이 확대되고 소자본 개인사업자들의 유입이 늘어나면서 교민사회가 양적으로 크게 성장하였습니다.

외교통상부 필리핀 재외동포현황(2010년) 자료에 따르면 필리핀 체류 한국인은 9만 6천 명으로 집계되었으며 2008년 대비 약 16% 감소한 것으로 나타났습니다.

영주권자는 2008년 대비 약 11% 증가한 787명으로 같은 기간 전체 재외동포 수가 감소한 것과 대조를 이룹니다.

영주권자가 증가한 것은 필리핀 정부의 적극적인 투자 이민 정책으로 사업 진출과 은퇴 이민이 증가한 결과로 풀이됩니다.

유학생과 어학연수생이 약 2만 9천명으로 재외동포 중에서 학생 신분의 체류자가 약 30%의 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 한편 2008년 대비 유학생은 5%, 어학연수생은 4% 정도 감소한 것으로 나타났습니다.

표 2-6: 필리핀 한인 재외동포 현황

구분	남	여	합계	'08년 대비 증감률
재외동포수	56,464명	40,168명	96,632명 (100.0%)	-16%
영주(시민)권자	493명	290명	783명 (0.8%)	11%
일반 체류자	38,313명	27,991명	66,304명 (68.6%)	-22%
유학생	3,851명	2,807명	6,658명 (6.9%)	-5%
어학 연수생	13,807명	9,080명	22,887명 (23.7%)	-4%

출처: 외교통상부 필리핀 동포현황 (2010)

필리핀 재외동포 중 절반에 가까운 4만 여 명이 메트로 마닐라에 거주하고 있으며 메트로 마닐라 내 16개 시(City) 중에서 마닐라 시(Manila City), 퀘존 시(Quezon City), 마카티 시(Makati City)에 약 6천 명 이상의 재외동포가 거주·체류하고 있는 것으로 집계되었습니다.

이주 초기 마닐라 시(Manila City)와 퀘존 시(Quezon City)를 중심으로 한인 밀집 거주지가 형성 되었으나 최근에는 거주환경이 우수한 마카티 시(Makati City), 타구익 시(Taguig City), 파라냐케 시(Paranaque City), 문틴루파 시(Muntinlupa City)로 이주하는 한인들이 증가하고 있습니다.

마카티 시에는 고급 거주지인 '벨-에어(Bel-Air)'에 많은 한인들이 거주하고 있으며 인근에 한인들을 대상으로 하는 다양한 업종의 상점이 밀집해 있습니다.

다수의 한국 제조기업이 진출해 있는 '카비테 경제 구역(Cavite Economic Zone)'이 메트로 마닐라 남서쪽 근교에 위치하고 있어 문틴루파 시에 거주(체류)하는 한인 주재원들이 증가하고 있습니다.

문틴루파 지역에는 최고급 부촌인 '알라방 빌리지(Alabang Village)'가 들어서 있어 유학생과 은퇴 이민자들이 많이 유입되고 있습니다.

② 한국 기업 진출 현황

한국 기업의 필리핀 투자 진출은 1960년대 초부터 이루어졌으며 1990년대 삼성전자, 삼성전기, 한국전력이 진출하면서 본격화되기 시작하였습니다.

이전까지 수 천만 달러 대에 머물던 투자액이 2006년 한진중공업 수빅(Subic)조선소 투자를 기점으로 투자액이 급증하여 현재는 매년 약 3억 달러 이상의 투자를 기록하며 대필 투자국 2위 지위를 유지하고 있습니다.

주요 투자·진출 분야로는 제조, 에너지, 부동산, 관광, 광물, 농업, 건설 부분이 주를 이루고 있습니다.

1962년부터 2012년 9월까지 수출입은행에 신고된 대 필리핀 투자 건수는 1,374개사 총 3,283건, 금액은 37.5억 달러에 달합니다. 누계액 기준으로 제조업 부문 투자액 비율이 56.9%로 가장 높게 집계되었으며 그 다음으로 숙박·요식업(9.3%), 부동산(8.9%), 건설(4.9%) 순으로 높게 나타났습니다.

필리핀 경제자유구역청(PEZA)에서는 필리핀 전역에 277개('13년 2월 기준)의 경제자유구역을 운영 중이며 특히 메트로 마닐라 남서쪽에 위치한 '카비테 경제자유구역(Cavite Economic Zone)' 풍부한 노동력과 우수한 인적자원으로 필리핀 최대 공단 지역으로 꼽힙니다.

카비테 경제자유구역은 마닐라 중심부로부터 약 40km 떨어진 거리에 위치하고 있으며 메트로 마닐라 남쪽의 파라냐케 시(Para aque City)와 인접해 있습니다.

카비테 공단은 총 면적 280ha(약 2.8km²)로 전기·전자, 정밀기계, 섬유·의류, 화학 등 다양한 산업분야의 327개 기업이 입주해 있습니다.

한국기업은 전기·전자, 섬유 의류 분야의 100여 개 업체가 입주해 있으며 특히 필리핀 섬유·의류산업을 주도하는 20여 개 업체가 활발한 제조·수출 활동을 하고 있습니다.

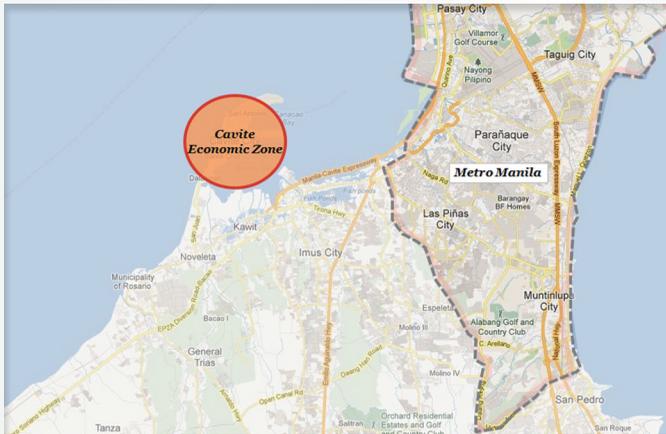


그림 2-47: 카비테 경제자유구역 위치

2) 한식당 진출 현황

메트로 마닐라에는 약 100여 개의 한식당이 위치하고 있으며 특히 한인 거주비율이 높은 마닐라 시티(Manila City), 퀘존 시티(Quezon City), 마카티 시티(Makati City)에 가장 많이 분포하고 있습니다.

경제 불황과 한식당 과포화 상태 등으로 한식당이 수시로 개·폐업을 하고 있어 정확한 수를 파악하기는 어렵습니다.

마닐라 시티와 퀘존 시티에 위치하고 있는 한식당 대부분은 한인들을 대상으로 운영하는 곳이 대다수이며 체계적인 운영 매뉴얼과 표준화된 조리법을 갖추고 있지 않아 종업원과 조리인력 관리에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났습니다.

최근 대형 쇼핑몰 푸드코트에 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태로 진출하는 한식당이 늘어나고 있으며 마카티 시티(Makati City)와 포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 상가권에는 마스터 프랜차이즈 방식으로 진출하는 고급 한식당이 증가하고 있습니다.

패스트 캐주얼 업태의 한식당 ‘미스터 김밥(Mr. Kimbob)’이 SM Shopping Mall 14개 지점 푸드코트에 입점해 있으며 가야 한식당은 ‘가야 익스프레스(Kaya Express)’ 업태를 개발하여 주요 쇼핑몰 전문 식당가에 진출하고 있습니다.

파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 한식 구이 전문점인 ‘불고기 브라더스’와 ‘사리원’이 마스터 프랜차이즈 방식으로 고급 상가권에 해당하는 마카티 시티(Makati City) 그린벨트(Greenbelt)와 포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 하이 스트리트(High Street)에 각각 진출하여 성업 중입니다.

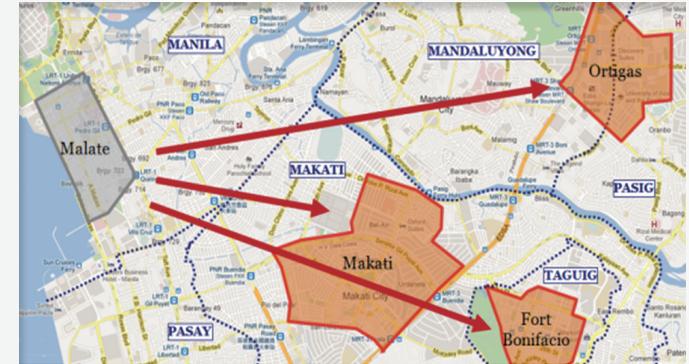


그림 2-48: 메트로 마닐라 내 한식당 신규 창업지역 변화 추이

3) 한식당 성공 사례

① 미스터 김밥 (Mr. Kimbob)

한국에서 투자·진출한 외식기업이 아닌 필리핀에서 시작한 프랜차이즈 한식당으로 2010년 오픈하여 단기간 내 지점수가 10개를 넘어서면서 현지 언론으로부터 성공한 외식 프랜차이즈 모델로 주목 받고 있습니다.

패스트 캐주얼(Fast Casual) 한식당으로 현지인이 즐겨 찾는 대형 쇼핑몰 푸드코트를 중심으로 점포를 늘려 나가고 있으며 현재 메트로 마닐라에 위치한 주요 SM Shopping Mall 푸드코트에 입점해 있습니다.

그림 2-49: 한식 프랜차이즈 '미스터 김밥'



② 가야 (Kaya)

1992년 마카티 시티(Makati City)에 오픈한 파인 다이닝(Fine Dining) 한식당으로 현재 캐주얼 다이닝 형태의 '가야 익스프레스(Kaya Express)' 모델을 개발하여 지점 3곳을 함께 운영 중입니다.

본점의 경우 하루 700~800명의 손님 중 현지인 고객 비율이 70% 정도이며 대형 쇼핑몰에 입점해 있는 지점은 현지인 고객 비율이 90% 이상입니다.

가장 인기 있는 메뉴는 비빔밥, 불고기, 갈비찜, 잡채 등이며 가격대는 단품 요리의 경우 200~300페소(약 5,300~8,000원), 전골·탕류 메뉴는 700~800페소(약 19,000~21,000원), 구이류 메뉴는 1인분에 300~600페소(약 8,000~16,000원) 정도입니다.

그림 2-50: 한식당 '가야'



③ 사리원 (Sariwon)

고급 한식당 사리원은 우리나라 '서초사리원불고기' 본사와 필리핀 최대 외식기업 '졸리비 (Jollibee)'의 계열사인 '해피 푸드 코퍼레이션(Happy Food Corporation)'의 파트너십 계약⁽¹⁾을 통해 2012년 5월에 필리핀 1호점을 오픈하였습니다.

해피푸드 코퍼레이션의 도나 탄(Donna Tan) 대표가 한국 방문 기간 중 맛본 사리원 불고기와 냉면에 강한 인상을 받아 적극적으로 파트너십을 체결하였습니다. 특히 탄 대표는 마닐라 지점 오픈을 위해 한국 본사에 직접 방문하여 약 3개월 간 견습과정을 거치는 등 철저하게 현지화 전략을 준비하였습니다.

주요 메뉴로는 사리원불고기 일품구이 1인분 150g 545페소(한화 약 15,000원), 생갈비 1인분 150g 780페소(한화 약 20,000원), 물냉면/비빔냉면 350페소(한화 약 9,000원), 전주비빔밥 300페소(한화 약 8,000원) 등이 있습니다.

최고급 상권으로 부상하는 포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 하이 스트리트(High Street)에 위치하고 있으며 그린힐(Greenhills), 마카티(Makati) 등 메트로 마닐라 주요 상권을 중심으로 점포 수를 늘려갈 계획입니다.

그림 2-51: 한식당 '사리원'



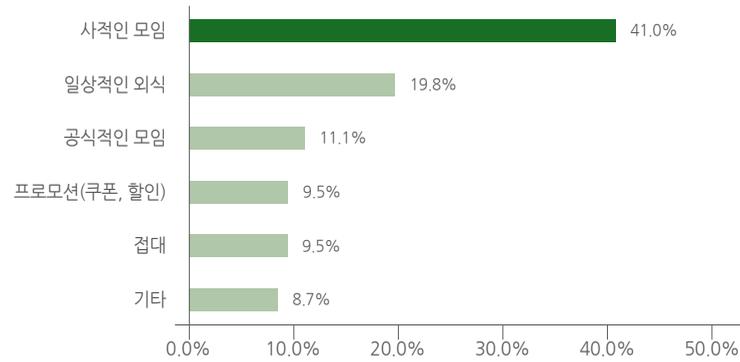
(1) 서초사리원 불고기는 로열티를 받고 기술을 전수하고 해피 푸드 코퍼레이션은 마닐라 현지 운영 및 관리를 전담하는 형태의 파트너십 계약을 체결함

4) 한식 소비 현황

한식당 방문 경험이 있는 마닐라의 외식소비자들은 주로 사적인 모임을 위해 한식당을 찾는다고 응답하였습니다.

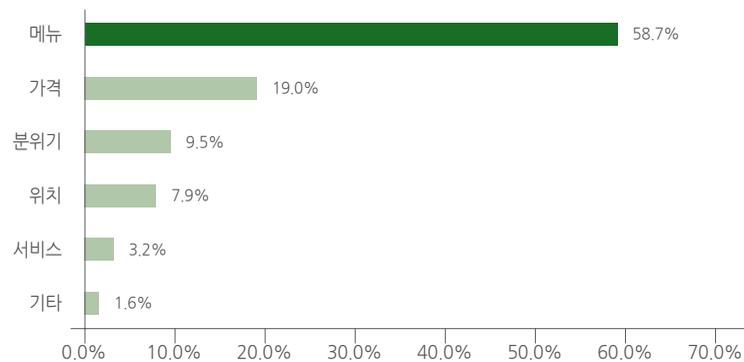
‘사적인 모임’, ‘일상적인 외식’, ‘공식적인 모임’을 위해 방문한다고 응답한 외식소비자들은 각각 41.3%, 19.8%, 11.1%로 나타났으며 ‘프로모션’ 및 ‘접대’를 이유로 방문한다고 응답한 소비자도 각각 9.5%에 달해 다양한 업태의 한식당 운영 현황을 반영하고 있습니다.

그림 2-52: 한식당 방문 목적



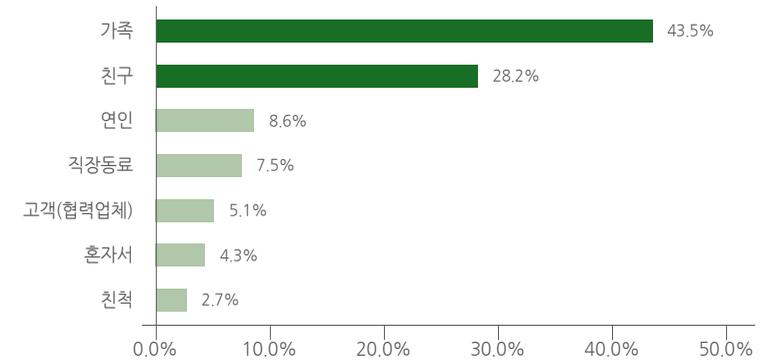
한식당 방문 경험이 있는 마닐라의 외식소비자들의 58.7%가 한식당의 ‘메뉴’, 19.0%가 한식당의 ‘가격’을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났습니다. 한편 서비스를 중요하게 생각한다고 응답한 소비자는 3.2%에 그쳤습니다.

그림 2-53: 한식당 방문 시 고려사항



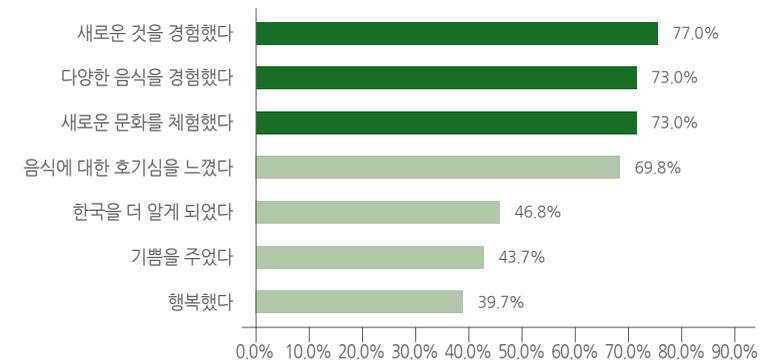
한식당 방문 경험이 있는 마닐라의 외식소비자들은 한식당 방문 시 ‘가족’과 ‘동행하는 경우가 43.5%, ‘친구’와 동행하는 경우가 28.2%로 나타나 대부분 사적인 모임 또는 일상적인 외식을 위해 한식당에 방문한다고 응답한 결과와 일맥상통합니다.

그림 2-54: 한식당 방문 시 동행인



한식당 방문 경험이 있는 마닐라의 외식소비자들에게 한식당 방문 시 떠오르는 생각을 질문한 결과, ‘새로운 것을 경험했다’, ‘다양한 음식을 경험했다’, ‘새로운 문화를 체험했다’, ‘음식에 대한 호기심을 느꼈다’ 등 새로운 경험과 호기심과 관련한 응답이 높게 나타났습니다.

그림 2-55: 한식당 방문 시 떠오르는 생각 (중복응답)



한식당 방문 경험이 있는 마닐라의 외식소비자들은 불고기, 비빔밥, 김치찌개를 가장 선호 하는 것으로 나타났습니다.

한식당 방문 경험이 있는 마닐라의 외식소비자들의 약 67%가 김치찌개, 삼계탕, 냉면 등 국물이 있는 메뉴의 취식방법을 몰라 불편을 겪었다고 응답하였습니다.

그 중 김치찌개는 가장 많은 응답자가 취식에 불편함을 겪은 메뉴이지만 가장 많이 취식하고 조리 방법을 알거나 조리 의향이 있는 메뉴 중 하나로 꼽혔습니다.

그림 2-56: 가장 많이 취식하는 한식 메뉴 상위 5개 (중복응답)

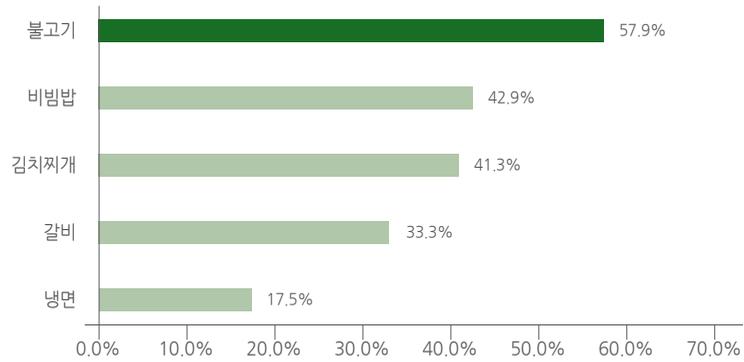
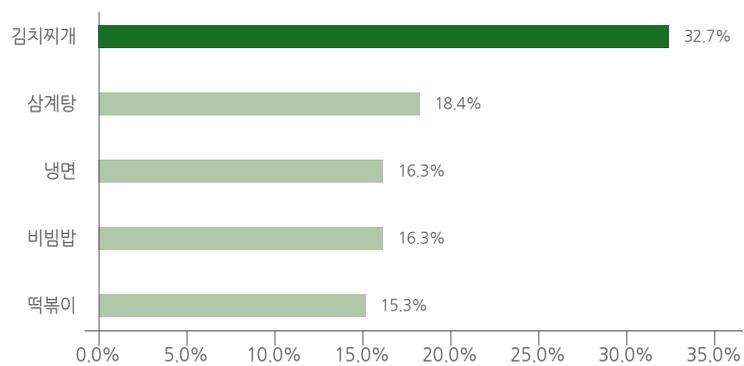


그림 2-57: 취식 방법을 몰라 불편했던 한식 메뉴 (중복응답)



5) 한식당 소비자 의견

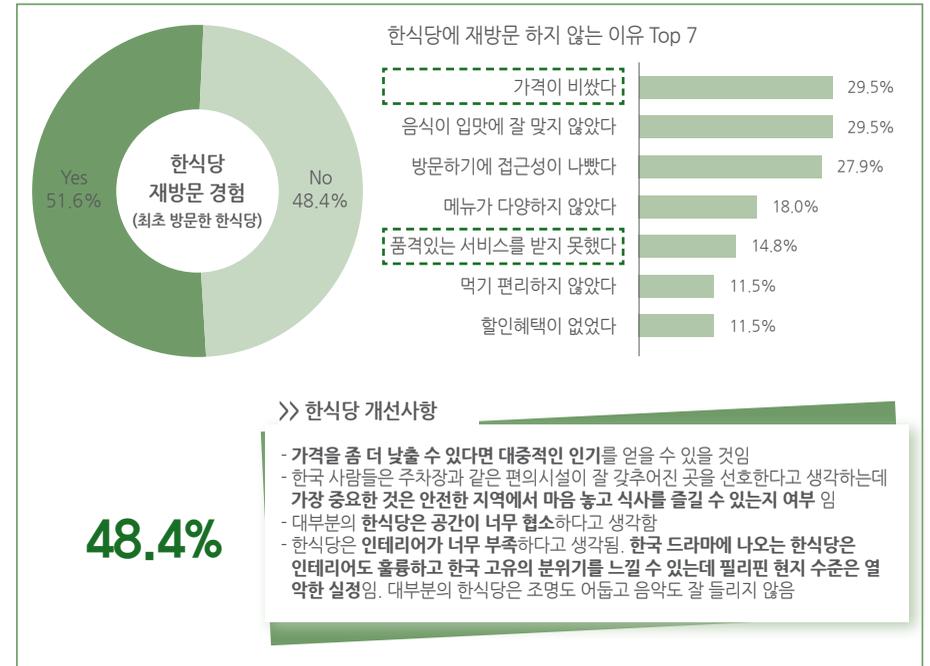
처음 방문한 한식당에 재방문 하지 않은 비율이 48.4%로 다소 높게 나타났으며 재방문 하지 않은 이유로는 '가격'과 '음식의 맛'이 가장 큰 요인으로 지적되었습니다.

소비자 좌담회 결과 한식당에 대한 개선사항으로 '가격 인하', '고급스러운 인테리어'에 대한 요구사항이 많았습니다.

"가격을 좀 더 낮출 수 있다면 대중적인 인기를 얻을 수 있을 것임"

"한식당은 인테리어가 너무 부족하다고 생각됨. 한국 드라마에 나오는 한식당은 인테리어도 훌륭하고 한국 고유의 분위기를 느낄 수 있는데 필리핀 현지 수준은 열악한 실정임. 대부분의 한식당은 조명도 어둡고 음악도 잘 들리지 않음"

그림 2-58: 한식당 개선 소비자 의견



“

마닐라 한식당
창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Manila

”

II. 마닐라(Manila) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해

3.1 성공적인 외식창업을 위한 원칙 ----- 084

4. 한식당 설립 실무정보

4.1 사업자 등록 절차 ----- 086

4.2 설립 주요 실무정보 ----- 093

4.3 기타정보 ----- 128

3. 외식창업에 대한 이해

3.1 성공적 외식창업을 위한 원칙

1) 사업의 타당성 여부를 확인해야 합니다

음식점의 고정비는 수익창출을 위해 최대 매출액의 9~15%를 넘지 않아야 합니다. 고정비는 임차료, 이자비용, 보험료, 감가상각비를 포함합니다. 음식점의 매출액과 영업이익은 다음과 같은 요소를 통해서 예측 가능합니다. 즉 좌석 수, 좌석 회전시간, 영업시간, 예상되는 객단가, 재료비, 노무비 그리고 기타 원가 및 비용 등입니다.

2) 운영자금을 충분히 확보해야 합니다.

음식점을 신규로 오픈하는 경영자는 오픈 마케팅, 직원 인건비, 원재료 구매 비용 그리고 오픈 후 6개월(인큐베이션 기간) 동안에 발생할 수 있는 손실을 커버할 수 있는 충분한 운영자금을 가지고 있어야만 합니다.

3) 오픈 방법을 결정해야 합니다.

음식점을 오픈하는 방법 중에는 성대한 오픈식 없이 조용한 오픈을 하는 ‘소프트 오픈’이 있습니다. ‘소프트 오픈’ 기간에는 방문하는 손님들의 이름을 기억하고 내부의 정보를 충분히 알려 준 후 그들의 의견을 청취하고 손님들이 받은 무형의 서비스를 유형의 것으로 만들 수 있도록 할 수 있는 일종의 기념품을 주도록 합니다. 이러한 방식의 오픈은 잠재 고객들이 신규 오픈하는 식당을 어떻게 생각하는지 알 수 있는 기회를 제공합니다. 반면 그랜드 오픈을 광고하는 것은 검증된 개념을 활성화시키는 방법 중 하나입니다. 새로운 콘셉트로 그랜드 오픈을 하는 것은 효과적인 촉진수단이지만 그것은 인위적으로 고객의 수를 부풀리는 것에 불과할 수 있습니다.

4) 음식점의 존재이유(경쟁적 이점)를 확인해야 합니다.

새로운 음식점의 콘셉트는 경쟁업소와 비교할 때 차별성과 우위성이 있어야 합니다. 너무 많은 시장 안에 너무 많은 음식점이 있어서 이미 수익을 내는 것이 힘든 상황에서는 할인 경쟁은 불가피할 것이고 그로 인하여 수익성이 악화되어 거의 이익을 내지 못하는 지경에 이르는 상황이 될 수도 있습니다. 따라서 음식점 예비창업자들은 성공적인 음식점들이 어떤 상황에서 운영되고 있는지를 알기 위하여 사전 조사를 수행해야 합니다.

5) 품질과 양을 관리해야 합니다.

대부분의 좋은 음식점은 좋은 맛을 내는 음식을 만들 줄 아는 주방 안의 누군가를 필요로 합니다. 이 사람은 음식을 따뜻하고 빠르게 제공하면서도 수익성도 맞추는 방법을 알고 있는 사람입니다.

이 사람은 반드시 주방장일 필요는 없으며 단지 천부적인 직감이나 재능을 가지고 있어서 양이나 질에 있어 모두 높은 수준을 유지하는 방법을 아는 사람이어야 합니다. 새로운 음식점 창업자는 음식점에서 요리를 하는 것이 집에서 요리를 하는 것과 상이하다는 사실을 기억해야만 합니다.

6) 청결해야 합니다.

외식산업에서 청결보다 더 중요한 것은 없습니다. 음식점 비즈니스에서는 무엇보다도 청결이 우선되어야 합니다. 청결을 독려하는 방법은 고객들이 주방을 직접 볼 수 있도록 하는 것입니다. 이러한 방법은 청결의 원칙을 강화하는 데 큰 도움이 됩니다.

7) 변화하는 고객의 욕구를 파악해야 합니다.

외식 비즈니스는 주먹구구식 경영으로 성공할 수 없습니다. 음식점도 기업처럼 경영해야 합니다. 경영자는 위험을 감수해야만 하고, 고객의 의견에 따라서 변화를 추구해야만 합니다. 이를 위해서는 고객의 요구를 관찰하고, 귀를 기울이며 욕구를 파악하기 위해 매장 프론트에서 많은 시간을 보내야 합니다.

음식점 경영자는 다음과 같은 질문을 자기 자신에게 끊임없이 되물어야 합니다. “나의 고객에게 얼마나 제공할 수 있으며 그러면서도 여전히 투자대비 적절한 수익을 창출할 수 있는가?”

8) 원가(손실)을 통제할 수 있어야 합니다.

원가(손실)을 통제하기 위해서는 재료비와 인건비(노무비)를 계획해야 합니다. 음식점 경영자는 메뉴와 주방을 능숙하게 관리해야만 합니다. 그래야 음식(상품)이 최소의 주방인력으로 완성될 수 있습니다. 주방은 표준 레시피(조리법)로 운영 되어야 표준원가가 적용될 수 있습니다.

다음과 같은 예방책은 손실을 줄여줄 수 있습니다.

- 원재료 손실이 발생하지 않도록 모든 박스는 배달 직후 오픈하여 수량과 중량 확인
- 값비싼 재료는 매일 재고 체크, 저렴한 품목은 매월 재고조사 실시

출처: 『외식창업론』, 2011, 김영갑 외, 교문사

4. 한식당 설립 실무정보

4.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자

외국인투자법 'Negative List'에 의거하여 외국인인 투자 규모가 미화 250만 달러(약 28억 원) 미만일 경우 소매업(외식업 포함) 진출이 제한됩니다.⁽¹⁾

필리핀 소매업 진출 시 자본금에 따른 외국인 취득 가능 지분은 아래 표와 같습니다.

표 4-1: 외국인의 필리핀 소매업 진출 기준

범주	자본금 기준	외국인 취득 가능 지분
Category A	자본금 250만 달러 미만의 소매업 ⁽²⁾	취득 불가
Category B	자본금 250만~750만 달러의 소매업	60% 이하
Category C	자본금 750만 달러 이상 (매장 설립 비용 83만 달러 이상)	100% 가능
Category D	고액, 사치품 관련 소매업 (매장 설립 비용 25만 달러 이상)	100% 가능

출처: 필리핀 소매업자유화법(Philippines Retail Trade Liberalization Act 2000)

소매업 분야에 대한 외국인(외국기업) 진출 제한 규정 때문에 자금 여력이 충분하지 않은 개인사업자의 경우 현지인 명의를 빌리거나 명목 이사진을 구성하는 우회적인 방법으로 창업을 하고 있으나 이는 필리핀 실정법(anti-dummy)에 위배되어 명의를 빌린 사람과 빌려준 사람 모두 처벌을 받을 수 있으며 명의를 빌려준 현지인으로부터 회사를 빼앗기는 사례가 빈번하게 발생하여 각별히 주의해야 합니다.⁽³⁾

(1) 필리핀 무역산업부(DTI) 상세정보 참조: <http://www.dti.gov.ph/>

(2) 현지인(기업)만 진출 가능

(3) 명의를 빌려준 현지인이 자수할 경우 처벌을 면할 뿐만 아니라 자수 신고에 따르는 포상금을 받게 되어 명의를 빌린 외국인 사업자만 처벌을 받게끔 규정되어 있습니다.

2) 법인 사업자

① 법인 설립 요건

(1) 법인 (Corporation)

필리핀 상법에 의하면 법인의 외국인 지분 비율이 40% 이하면 필리핀 기업으로 40%를 초과하면 외국 기업으로 간주하며 형태는 주식회사(Stock Corporation) 또는 비 주식회사(Non-Stock Corporation)로 구분됩니다.

주식회사는 주식을 발행하고 이에 따른 배당을 행하는 기업을 지칭합니다. 최소 1주 이상 주식을 보유한 발기인(Incorporater) 및 이사(Director)가 각 5명 이상이며 외국인 지분 비율에 관계없이 발기인 및 이사의 과반은 필리핀 거주자(Resident)⁽¹⁾여야 합니다.

외국인 지분 비율에 관계없이 회사의 비서(Corporate Secretary) 및 재무담당자(Treasurer)는 반드시 필리핀 국적자여야 합니다.

비 주식회사는 주식회사 이외의 모든 회사를 지칭하며 주로 비영리법인(교육, 자선, 종교, 문화단체 등)에서 주로 나타나는 형태입니다.

(2) 지사 (Branch Office)

지사는 외국법인의 현지사무소를 뜻하며 외국기업으로 간주됩니다. 모든 법률행위와 이익이 본사에 귀속되므로 필리핀 내의 모든 법적 사항에 대해 외국에 있는 본사까지 그 책임 소재가 미치게 됩니다.

필리핀 상법에 의해 외국 기업으로 간주되며 설립 시 미화 20만 달러 이상의 초기 투자 요건이 부여됩니다.

지사와는 다른 형태로 '지역본부(Regional Headquarters, RHQ)'와 '지역운영본부(Regional Operating Headquarters, ROHQ)'를 설립할 수 있습니다. '지역본부'는 자회사의 활동을 보조하는 일종의 커뮤니케이션 센터의 형태로 영업 및 경영활동은 일체 금지됩니다.

'지역운영본부'는 자회사의 일반행정, 기획, 원부자재 조달, 금융자문, 마케팅 및 프로모션, 교육훈련, 물류관리, R&D, 제품개발, 기술지원, 데이터관리, 사업개발 등의 대행 역할 수행이 가능하고 이 외의 영업행위는 일체 금지됩니다.

(1) 필리핀 거주자(Resident)는 체류일 수에 상관없이 적법한 비자를 발급 받은 지 1년이 경과한 자를 뜻함

(3) 기타

이 외에 영업활동 불가능한 '대표사무소(Representative Office/Liaison Office)'와 건설 및 에너지 프로젝트 수행 시 주로 택하는 형태인 '합작투자회사(Joint Venture)'가 있습니다.

(4) 법인 형태에 따른 최소 자본금 요건

표 4-2: 법인 형태에 따른 최소 자본금 요건

구분	최소 자본금
외국인 지분 40% 이상의 법인회사 (Corporation with more than 40% Foreign Equity)	
내수기업 (Domestic Market Enterprise)	USD 200,000
수출기업 (Export Market Enterprise)	PHP 5,000
외국인 지사 (Foreign Branch Office)	
내수기업 (Domestic Market Enterprise)	USD 200,000
과학기술부(DST)가 인정하는 선진 기술분야 또는 임직원 50명 이하 기업	USD 100,000
수출기업 (Export Market Enterprise)	PHP 5,000
외국 합작 법인 (Partnership with Foreign Partner/ Joint Venture)	
내수기업 (Domestic Market Enterprise)	USD 200,000
수출기업 (Export Market Enterprise)	PHP 5,000
외국법인대표사무소 (Foreign Representative Office)	
지역 본부 (Regional Headquarters, RHQ)	USD 50,000
지역운영본부 (Regional Operating Headquarters, ROHQ)	USD 200,000

출처: KOTRA, '필리핀 진출 형태별 투자 요건'

② 법인 사업자 등록 절차 및 구비서류

(1) 법인 사업자 등록 절차

법인 사업자 등록과 관련된 업무는 'SEC(Securities an Exchange Commission)'를 통해서 수행해야 하며 영업 인허가 관련 업무는 관할 시청(City Hall) 담당 부서에서 수행해야 합니다.

법인 사업자 등록 절차와 절차별 관할기관 및 소요 기간/비용은 다음 표와 같습니다.

표 4-3: 법인 사업자 등록 절차

순	절차	관할기관	소요기간	소요비용
1	SEC에서 법인명 사전 등록 여부 확인 및 등록 예약 (SEC, Securities and Exchange Commission) ⁽¹⁾	증권거래위원회 (SEC)	1일	40페소
2	필리핀 국세청 인가 대리은행(AAB)에 투자금 예치 및 예치금 증명서 발급(AAB, Authorized Agent Bank)	국세청 인가 대리은행 (AAB)	1일	은행에 따라 상이
3	법인등기 제출 서류 공증	공증업체	1일	업체에 따라 상이
4	법인등기 및 납세자 번호(TIN) 사전 발급 (TIN, Taxpayer Identification Number)	증권거래위원회 (SEC)	3일	자본금에 따라 상이
5	동사무소 등록(Barangay Clearance)	관할 동사무소 (Barangay Hall)	1일	500페소
6	지역세 납부 및 지역세 납부 증명서(CTC) 발급 (CTC, Community Tax Certificate)	관할 시청 회계부서 City HallTreasurer's Office	1일	500페소
7	영업 인·허가 신청 • 영업세(Business Tax) 납부 • 시장허가서(Mayor's Permit) 발급 • 위생검사확인서 (Sanitary Inspection) 발급 • 소방안전검사(Fire Safety Inspection) 확인서 발급 • 옥외광고물(Signboard) 허가서 발급 • 사업자등록 번호판(Business Plate) 발급 • 지역 등록(Zoning Clearance) 증명서 발급	관할 시청 사업 인·허가 부서 City HallBusiness Permit and Licensing Office	6일	약 5,000페소 내용에 따라 상이
8	BIR에 사업자 및 납세자 등록 (BIR, Breau of Internal Revenue)	BIR (국세청)	2일	약 100페소

출처: 'Doing Business In Philippines,' (www.doingbusiness.org)

(1) SEC 홈페이지에서 온라인 확인 가능

법인 사업자 등록과 영업 인·허가 관련 기관의 주소와 연락처는 아래 표와 같습니다.

표 4-4: 법인 사업자 등록 관련 기관

기관명	주소	연락처
Securities an Exchange Commission (증권거래위원회)	SEC Building, EDSA, Greenhills, Mandaluyong City	(632) 584 0923
Municipality Hall (시청)	Manila	Padre Burgos, Ermita (632) 527 0871
	Makati	New Building, J.P. Rizal St., Brgy. Poblacion (632) 899 9029
	Mandalu-yong	G/F Executive Bldg., City Government Complex, Maysilo Circle, Brgy. Plainview (632) 535 7357
	Taguig	57 Gen. Luna St., Tuktukan (632) 555 7800
	Pasay	Pasay City Hall Bldg., F.B. Harrison St (632) 833-3726
	Quezon	Elliptical Road, Brgy. Central Diliman (632) 444 7272
Bureau of Internal Revenue (국세청)	Manila	Tuazon Bldg., Solana cor. Beatrico, Intramuros (632) 567 4275
	Quezon	Quezon Avenue cor. Sct. Santiago Sts. (632) 373 3762
	Makati	313 Sen. Gil Puyat Avenue (632) 856 6798

▶ 영업 인·허가 관련 지역 관할 기관은 한식당 창업이 활발하게 이뤄지고 있는 메트로 마닐라 내 주요 시티(City) 위주로 정리함

(2) 법인 사업자 등록 구비서류

법인 사업자는 법인 등록 시 설립 형태에 따라 구비해야 할 서류가 다르므로 유의해야 합니다. 설립 형태별 기본 구비서류는 [표4-5]와 같습니다.

외국인 법인 사업자의 경우 설립 유형에 따라 추가적으로 구비해야 할 서류가 다르므로 유의해야 합니다. 설립 형태별 추가 구비서류는 [표 4-6]와 같습니다.

표 4-5: 법인 사업자 설립 형태별 구비서류

서류 구분	주식회사	비 주식회사	합작회사
회사명 조회/등록 신청서	●	●	●
회사 정관 및 조례서	●	●	●
은행 계좌 재정 보증/증명서	●		
법인 등기 신청서	●	●	●
기타 정부 기관 승인서(해당되는 경우)	●		●
이사회의 SEC 요구 사항 준수 결의서		●	
총무부 승인 구성원 목록		●	
투자 참여자 및 참여 내역의 회계 증명서		●	
합작 회사 정관			●
외국인 투자 신청서	●		

표 4-6: 외국인 법인사업자 설립 형태별 추가 구비서류

서류 구분	자회사 (Subsidiary)	지사 (Branch)	해외사무소 (Rep. Office)	지역본부 (RHQ/ROHQ)
비 거주 외국인/파트너의 송금 증명서	●	●	●	●
F-100 양식	●			
F-103 양식		●		
F-104 양식			●	
지역본부(RHQ/ROHQ) 설립 신청서				●
모회사 이사회의 필리핀 내 지역본부 설립 허가서			●	●
모회사 소재국가에서 회계 인증 및 공증 된 재무제표			●	●
공증 된 회사 정관 및 조례서		●		
체류 기관의 설립허가서		●	●	
모회사의 재무 지불 보증서			●	
국제 무역 허가서				●

외국기업(개인)의 필리핀 진출 형태

KOTRA 필리핀 투자정보에 따르면 필리핀에 진출해 있는 한국기업 250여 개 사의 진출 형태를 조사한 결과 약 90% 이상이 현지법인으로 등록된 것으로 나타났습니다.

현지법인 형태의 비율이 높은 것은 현지법인이 지사에 비해 설립이 수월할 뿐만 아니라 독립법인으로 간주되어 각종 법률관계에 있어 독립적인 활동이 가능하기 때문으로 풀이됩니다.

한편 외식업의 경우 '외국인투자법'에 의거하여 외국인 진출이 제한되기 때문에 현지법인을 설립하는 형태의 직접투자 보다는 '마스터프랜차이즈' 계약을 통한 간접적인 사업 참여 사례가 증가하고 있습니다.

'마스터프랜차이즈' 방식을 통한 외식업 진출 사례 증가

외국인이 소매업(외식업 포함) 분야에 진출하기 위해서는 250만 달러 이상을 투자해야 하며 100% 이상의 지분을 취득하기 위해서는 최소 자본금 규정과 각 매장별 최소 투자 금액 규정을 충족시켜야 합니다.

- 100% 지분 취득을 위해서는 최소 자본금 750만 달러 이상을 소유해야 하며 매장 설립 비용으로 83만 달러 이상을 투자해야 함

또한 필리핀 시장의 불투명성과 불공정성 등의 요인으로 외국기업이 소매업 분야에 직접 진출하여 사업을 수행하는 것에는 많은 어려움이 있습니다.

이러한 이유로 검증된 파트너와 '마스터프랜차이즈' 계약을 체결하여 라이선스 비용과 로열티를 받고 사업에 간접 참여하는 형태로 진출하는 사례가 증가하고 있습니다.

- '서초사리원볼고기'는 필리핀 최대 외식기업인 '줄리비(Jollibee)'의 계열사 '해피푸드 코퍼레이션(Happy Food Corporation)'과 마스터프랜차이즈 계약을 체결하고 2012년 5월 1호점을 개업함

4.2 설립 주요 실무정보

1) 임대차 계약 절차 및 관행

① 외국인 토지 소유

필리핀 헌법에 따르면 외국인은 토지를 소유할 수 없으며 필리핀 거주자 참여지분이 60% 이상인 사업체만 토지를 취득할 수 있습니다.

② 임대차 계약 관행

필리핀에는 우리나라와 같은 '전세' 개념이 없으며 임대차 계약 시 선불 임대료(Advance)와 보증금(Deposit)을 지불합니다. 통상적으로 3개월 치 임차료를 보증금으로 하며 3개월 치 임차료를 선불하는 조건으로 1년 단위의 계약을 하는 것이 일반적입니다.⁽¹⁾

본래 '권리금'이라는 개념이 없으나 한인들 사이에서는 권리금을 지불하는 관행이 보편화되어 있습니다.

③ 임대차 계약 체결 시 유의사항

(1) 임차 기간

임차기간은 보통 1년을 기본으로 하며 만약 장기 임차를 목적으로 한다면 반드시 본인이 생각하는 임차 기간을 계약 시 언급해야 합니다. 임대차 계약은 전적으로 건물주가 결정권을 가지고 있기 때문에 향후 임차인이 계약 연장을 원할 경우에도 건물주가 이를 거부할 수 있습니다. 따라서 최초 계약 시 계약서에 본인이 원하는 임차 기간을 전부 기재하여 일방적인 계약 파기 또는 연장 거부 등으로 인한 피해가 발생하지 않도록 주의해야 합니다.

(2) 계약기간에 따른 임차료

임대차 계약 갱신 시 건물주는 임대료를 일정 수준(일반적으로 10%) 올릴 수 있는 권한을 가지고 있으므로 1년 단위로 계약할 경우 매년 임차료가 오를 수 있음을 숙지해야 합니다. 5년 단위의 장기 계약을 체결할 경우 처음 2년 동안은 건물주 임의대로 임차료를 올릴 수 없으며 3년 차부터 조정하여 올릴 수 있습니다. 따라서 대부분의 건물주는 1년 계약을 선호하지만 임차인 입장에서는 가능하다면 임차 기간을 장기로 하여 계약하는 것이 유리합니다.

(1) 지역(상황)에 따라 보증금과 계약기간에 차이가 있음

(3) 임차료 연체 과징금

필리핀 임대차 보호법에 의해 임차료 연체 과징금은 임차료의 10% 미만으로 제한되어 있으며 지불 유예는 5일로 한정됩니다.

(4) 건물 시설 사용

임대차 계약 시 건물 내 배치되어 있는 모든 시설물의 상태를 점검하고 기록해야 하며 파손된 흔적이나 시설물에 대해서는 건물주의 확인서를 받아 향후 계약 만료 시 보상을 지불하는 불이익을 당하지 않도록 주의해야 합니다.

[점포 인테리어 투자 시 주의사항]

임차인이 점포에 투자한 부분에 대해 보상받지 못하고 계약을 해지 당하는 사례가 빈번하여 주의가 필요합니다.

사전 협의 없이 임차인이 점포 인테리어 설비와 시설물에 투자한 경우 건물주가 임대 재계약을 거부하고 임대료를 올려서 다른 사업자에게 임대해주는 경우가 빈번하게 발생하므로 인테리어 투자 시 해당사항에 대해 반드시 건물주와 사전 합의해야 합니다.

(5) 변호사 공증 확인서 (Acknowledgement)

임대차 계약서는 일반적으로 총 4부를 작성하며 각 계약서에는 변호사 공증 확인서가 포함되어 있는지 반드시 확인해야 합니다. 만약 공증확인서가 누락된 경우 허위계약서일 가능성이 있으므로 반드시 건물주에게 이를 요청 확인하여 사기피해를 당하지 않도록 주의해야 합니다.

④ 메트로 마닐라 주요 상권 임차료 현황

메트로 마닐라 주요 상권의 임차료 현황은 아래 표와 같으며 포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 상권의 월 평균 임차료가 약 129,400페소(약 350만 원)로 가장 높은 것으로 나타났습니다.

포트 보니파시오 글로벌 시티(BGC)에는 친환경을 테마로 한 체계적인 계획을 통해 최고급 주거지, 국제 비즈니스 지구, 쇼핑/외식 상가권이 개발되고 있으며 향후 메트로 마닐라 내에서 가장 발전 가능성이 높은 지역입니다.

표 4-7: 메트로 마닐라 주요 상권 임차료 현황

100㎡ 기준 월 평균 임차료

구분	말라떼 (Malate)	마카티 (Makati)	오르티가스 (Ortigas)	포트 보니파시오 (Fort Bonifacio)
월 평균 임차료 (PHP)	57,500	93,400	93,800	129,400
월 평균 임차 (KRW)	1,551,350	2,519,932	2,530,724	3,491,212

▶ 참고: 부동산 거래 정보 사이트 (www.housinginteractive.com)

⑤ 주요 쇼핑물 입점 조건

(1) 입점 환경

매장의 경우 쇼핑물 상위 층을 제외하고 개인 사업자(브랜드 인지도가 낮은 업체)는 입점이 어려운 편입니다. 쇼핑물 1층 메인(정문 좌우방향 쇼 윈도우)구역은 인지도 높은 유명 브랜드만 입점 가능하며 임차 수요가 매우 높기 때문에 점포 자리가 나더라도 장기간 대기해야 합니다.

일반적으로 쇼핑물에서 업종별 점포 비율을 조정하기 때문에 유사한 업종이 이미 많이 입점해 있는 경우 점포 임차에 어려움이 따를 수 있습니다. 외식 점포의 경우 업태-업종(에스닉)별 비율을 고려하여 입점 점포 비율을 조정하는 것이 일반적입니다.

쇼핑물의 일정 공간을 임대하여 재 임대 사업을 하는 업체를 'Organizer'라고 부르며 메트로 마닐라에는 이러한 업체가 많이 있으므로 이러한 업체를 통해 입점하는 방식도 고려해 볼 수 있습니다.

(2) 입점 절차 및 유의사항

원칙적으로 쇼핑물 임대 담당자(Leasing Manager)에게 기업 소개서, 사업 계획서 등의 구체적인 자료를 제공하고 사전 검토를 받아야 합니다. 쇼핑물에 입점하기 위해서는 해당 쇼핑물에서 지정한 입주 구비서류를 제출하고 제품 프레젠테이션 심사를 거쳐야 합니다.

입점 조건은 쇼핑물마다 상이하기 때문에 입점 담당자(Leasing Manager)에게 직접 연락하여 상세한 정보를 문의하는 것이 좋습니다.

개점 시까지 작성-제출해야 되는 서류가 20가지 이상으로 사전에 입점 절차와 구비서류를 파악하고 철저히 준비해야 합니다.

쇼핑몰 관계자와의 의사소통과 제출 서류 준비 모두가 영어로 이루어지기 때문에 통역이나 대리인을 고용할 경우 실력 있고 믿을 수 있는 사람을 선정해야 합니다.

필리핀 현지 업체들도 오랜 기간 버티지 못하고 폐점하는 일이 부지기수인 만큼 소요 비용과 수익 분석 등 충분한 사전조사를 통해 입점 여부를 결정해야 합니다. 관리비(보안, 냉난방 등), 각종 선납금 등의 초기비용을 포함하여 최소 150만 페소(약 4천만 원) 이상의 자본금을 보유하고 창업하는 것이 안전합니다.



쇼핑몰 입점을 위해 일반적으로 준비해야 할 사항

- 제안서 (Proposal Letter)
- 회사소개서 (Company Profile)
- 제품 샘플 (Product Sample)
 - 제품은 반드시 바코드와 필리핀 식약청 등록 번호가 있어야 함
- 제품 가격 견적표 (Price Quotation)
 - 가격조건 및 할인을 포함 (Including the Terms and Discount Offered)
- 필리핀 식약청 제품 등록증 (Product Registration from BFAD)
 - 관련 제품일 경우에만 해당
- 가격 조사표 (Price Survey)
 - 해당 쇼핑몰에서 판매하고자 하는 상품의 타 매장 판매가격
- 마케팅 계획서 (Marketing Support)
 - 마케팅 및 프로모션 수행 계획

SM Shopping mall 입점 정보

해당 아이템으로 입점 가능한 점포가 있는지 담당자로부터 확인을 받아야 합니다. 입점이 가능하여 계약을 체결하게 되면 6개월 치 임차료에 해당하는 금액을 보증금으로 선납하게 되며 기타 선물 임대료와 건축비용(공사 이후 검사를 통해 돌려받음)을 납부해야 합니다.

입점하기 위해서는 각종 비용을 포함하여 약 8개월 치 임차료에 해당하는 금액을 납부해야 합니다. 임대료는 매장 임대 담당자(Leasing Manager)와 협상을 통해 조절할 수 있으나 매장이 잘 안 나오는 인기 쇼핑몰일 경우 금액 협상이 어려울 수 있습니다.

일반적으로 2년 계약을 하게 되며 2년째 임대료는 첫 해 임대료에 약 5%를 더한 금액으로 산정됩니다.

2년 후에는 계약을 연장해야 하며 매장이 장사가 잘 된다고 판단하는 경우에는 쇼핑몰 측에서 임대료를 올려 받는 경우가 일반적입니다.

- 상기 내용은 SM Shopping Mall에서 요구하는 일반적인 조건들로 입점 위치와 개별 임차인(업체)의 협상능력에 따라 적용 조건이 상이할 수 있습니다.

2) 영업시설의 공통기준

① 요식업 위생 관련 규정

식당 영업 인-허가 검사를 통과하기 위해서는 20가지의 검사 항목에 대해 총점 100점 만점에 50점 이상을 받아야 하며 세부 항목은 다음과 같습니다.

음식점 위생 검사 항목 (Sanitary Standard Inspection for Food Establishment)

(1) 식기류 관리 (Cleaning Food Utensils-Prescribed Method)

(2) 식품 보호 (Food Protection-Specific Requirements)

(3) 주방 (Kitchen)

(4) 사업장 시공 상태 (Construction of Premises)

A. 바닥 (Floors)

- ① 청결한 상태를 유지해야 하며, 톱밥이 사용되지 않아야 함
- ② 콘크리트 및 기타 불투수성 물질 (Impervious Materials) ; 마모와 부식에 강하며 쉽게 닦이는 물질이 사용되어야 함
- ③ 목재: T&G 가공이 되어 서로 단단하게 맞물려야 함
- ④ 바닥과 벽면의 각도는 모두 바닥으로부터 3 인치 이상이어야 함
- ⑤ 적절한 기울기로 배수가 가능해야 함
- ⑥ 카펫 등 기타 바닥재는 필리핀 보건부(DOH) 승인이 필요함
- ⑦ 외부 도보 및 차도 표면이 매끄럽게 경돈되어야 함
- ⑧ 바닥 깔개는 세척 및 제거가 가능해야 함

B. 벽면 (Walls)

- ① 내면은 매끄럽고 균일하고 세척이 가능한 비흡수(Non-Absorbent) 재질이어야 함
- ② 방진(Dust-Proof) 소재로 시공되어야 함
- ③ 물 또는 습한 환경에 노출된 벽면: 불투수성(Impervious) 이며 비흡수(Non-Absorbent) 재질이어야하며 바닥으로부터의 높이가 4.79 인치 이상이어야 함
- ④ 밝은 색상으로 페인트칠 되어야 하며 다른 마감재를 사용할 경우 보건부(DO)에 승인 받아야 함
- ⑤ 벽면에 부착된 모든 부속품 및 장식품은 깨끗해야 함

C. 천장 (Ceilings)

- ① 방진(Dust-Proof) 소재여야 하며 세척이 가능해야 함
- ② 매끄럽고 비흡수 소재여야 하고 밝은 색상이어야 함
- ③ 천장에 부착된 모든 부속품 및 장식품은 깨끗해야 함

D. 조명 (Lighting)

- ① 20 피트 축광(Twenty Food Candles) 조명은 음식 준비 및 포장, 식기류 보관 및 관리, 손 세정이 이루어지는 공간에 설치해야 함
- ② 5 피트 축광(Five Food Candles) 조명은 음식 섭취가 이루어지는 공간에 설치해야 함
- ③ 조도는 바닥으로부터 30 인치 위에서 측정함
- ④ 눈부시지 않을 정도의 밝기를 유지해야 하며 그늘이 있어서는 안 됨
- ⑤ 기타 인공 조명 기기는 보건청의 허가를 받아야 함

E. 환기 (Ventilation)

- ① 모든 공간에는 증기, 응결, 악취, 연기 및 기타 불순물이 없어야 하며 이상적인 습도 및 온도는 각각 60%, 80°F임
- ② 필요할 경우 내부 공간 및 장비에 외부와 통하는 환풍구가 있어야 함
- ③ 환기 덮개는 올바르게 설계되어야 하며 필터 제거 및 교환이 가능해야 함
- ④ 입기관(Intake Air Ducts)은 올바르게 설계 및 유지되어야 함
- ⑤ 화재 예방 및 오염 규정에 따른 환기 시스템이 설치되어야 함

F. 과잉수용 (Overcrowding)

- ① 충분한 바닥 공간 (Sufficient Floor Spaces)
 - a. 모든 고용인이 많은 일을 효율적으로 수행할 수 있어야 함
 - b. 작업 공간, 통로 및 고객의 출입이 허용된 공간을 청소하는데 있어서:
 - b-1. 방해받지 않아야 함
 - b-2. 움직이기에 충분한 공간이어야 하며; 고용인 및 고객 간의 접촉 또는 의류를 통한 전이로 인해 음식이 오염 되어서는 안 됨

G. 탈의실 (Changingrooms)

- ① 올바르게 설치 된 탈의실 제공
- ② 개인물품보관함 제공
- ③ 탈의실 공간 및 개인물품 보관함은 깨끗하게 유지되어야 함
- ④ 전체 고용인의 성별이 남녀 각 4명 이상일 때에는 탈의실을 구분해서 제공해야 함

(5) 사업장 유지 (Maintenance of Premises)

A. 양호한 상태 유지

사업장 내 모든 공간, 자재, 식기, 기기, 가구 및 판매를 목적으로 하는 음식의 준비, 생산, 보관, 배송과 관련된 모든 장비는 양호한 상태로 유지되어야 함

- B. 빠른 수리 및 개조
배수시설의 수리 및 개조는 불필요한 지연이 없이 최대한 빠르게 진행되어야 함
- C. 파손되거나 결함이 있는 용기, 기기, 가구 또는 장비는 필요에 따라 처분, 교체하거나 수리해야 함

(6) 화장실 제공 여부 (Toilet Provision)

- A. 종업원 전용 화장실
- ① 작업 공간 근처에 위치해야 함
 - ② 기존 종업원 수에 따른 설비 기준을 따라야 함

종업원 수	대변기		소변기	세면대	
	여성	남성		여성	남성
1~29명	1	1	-	1	1
30~49명	1	1	1	2	2
50~99명	2	2	2	3	3
100명 이상	50명 단위로 각 1개씩 추가 설치				

- ③ 종업원 15명 당 샤워 시설 1개가 제공되어야 함
- ④ 종업원 75명 당 식수대 1개가 제공되어야 함

- B. 음식점 화장실
- ① 소비자를 위한 위생 편의 시설 제공

식당 수용 규모	대변기		소변기	세면대	
	여성	남성		여성	남성
1~49명	1	1	1	1	1
50~60명	2	1	1	1	1
60~120명	2	2	2	2	2
120명 이상	60명 단위로 각 1개씩 추가 설치				

- C. 구조적 요구조건
- ① 보건청 허가
 - a. 화장실 설계
 - b. 배설물 처리 시스템
 - ② 화장실 칸
 - a. 면적 1.5 제곱미터 이상
 - b. 높이 2.5미터 이상
 - ③ 조명 및 환기 10 촉광 이상

(7) 손 세정 시설 (Handwashing Facilities)

- A. 설치 (Installation)
- ① 작업 공간 근처 예. 음식 조리 공간
 - ② 화장실 내부 또는 근처
 - ③ 필리핀 위생 공사 기준 (National Plumbing Code of the Philippines)에 맞게 설치
- B. 수도물 온수 공급; 온수 최저 온도 100F (37.8C).
- C. 손톱술, 손세정제 및 건조타올 또는 허가된 손 건조기 제공
- D. 청결하고 양호한 정비 상태 유지

(8) 수도 공급 (Water supply)

- A. 보건청 식수 검사(DOH Certificate of Portability of Drinking Water)를 통과한 안전한 품질의 물 제공
- B. 총분량 제공; 일일 1인 제공량 40리터 (Liters)
- C. 허가된 곳으로부터 배급 (From Approved 출처)
- D. 온수 수도물 제공 수압: 최소 20PSI
- E. 대량 운송 시스템을 통해 운반, 취급, 보관된 물은 위생적인 방법으로 제공해야 함
- F. 포장된 형태로 오염물질로부터 보호되어 취급, 보관된 물은 처음 공급 받을 때의 포장 상태 그대로 제공되어야 함
- G. 음식 또는 음식이 접촉된 표면에 사용된 증기에는 보건청이 지정한 물질 외 다른 것이 포함되어서는 안 됨
- H. 열음은 허가받은 곳으로부터 공급받아야 하며 식수로 만들어진 것을 사용해야 함
- I. 제빙기기 및 시설은 올바르게 취급, 보관되어야 함
- J. 열음과 접촉되는 모든 표면은 허가받은 소재로 구성되어야 함

(9) 액체 폐기물 관리 (Liquid Waste Management)

- A. 폐수는 공설 하수구(Public Sewer) 또는 보건청 허가 시설로 방류
- B. 배관
- ① 필리핀 국립 배관 코드(National Plumbing Code of Philippines, NPCP) 규정에 맞는 크기로 시공 및 유지
 - ② 잡용수(Non-potable water) 전용 배관 식별 및 표시
 - ③ 교차연결 금지 (No Cross-Connection)
 - ④ 역류 작용 방지 (No Back-Siphonage Possible)
 - ⑤ 원활한 배수

(10) 고형 폐기물 관리 (Solid Waste Management)

- A. 보관
- ① 폐기물은 규정에 맞게 설계된 용기에 보관해야 함

- ② 충분한 양의 보관 용기를 보유해야 함
- ③ 비어있는 보관 용기는 깨끗한 상태를 유지해야 함
- ④ 용기에 폐기물이 가득 찬 경우 밀봉하거나 안전한 저장고에 보관해야 함

B. 폐기

- ① 규정에 맞는 방식으로 폐기
- ② 규정된 횟수에 맞게 폐기

C. 기타사항

- ① 쓰레기 배출 공간은 규정에 맞게 설치되어야 하며 외부에 위치한 경우 지면으로부터의 높이가 규정에 부합해야 함
- ② 음식물쓰레기 처리기는 규정에 맞게 설치, 시공, 운영되어야 하며 주변은 항상 깨끗한 상태를 유지해야 함

(11) 식품 건전성 (Wholesomeness of Food)

A. 식품 유통:

- ① 육류, 가금류, 우유, 유제품, 과일, 야채, 어류, 어패류, 해초류, 빵, 냉동디저트 등 모든 식품은 공인된 곳으로부터 공급받아야 함

B. 불량 부정식품 금지 (Not Adulterated)

C. 부정 표시 금지 (Not Misbranded)

D. 부패 또는 오염된 흔적이 없어야 함

E. 원본 용기에 담겨있어야 함

F. 공인된 지급처를 통해 공급 (Approved Dispenser)

G. 우유(Fluid milk) 및 유제품(Fluid Milk Product)은 살균되어야 함

H. 전반적으로 신선해야 함

(12) 식품 보호 방안 (Protection of Foods)

A. 일반 사항

- ① 음식 조리, 보관, 진열, 제공 및 운반 과정 중에 생길 수 있는 오염 현상으로부터 보호되어야 함
- ② 음식이 제공되는 공간은 수면 공간으로 사용되어서는 안되며 또한 화장실과 직접적으로 이어져 있지 않아야 함
- ③ 음식을 다루는 사람은 음식을 보관, 준비, 제공하는 사람으로 한정됨
- ④ 음식이 제공되는 공간에는 동물 출입이 금지됨
- ⑤ 음식 및 식자재는 바닥에서부터 18인치 이상의 높이에 보관 및 진열되어야 함
- ⑥ 허가된 포장 용기 및 제품만이 사용되어야 함
- ⑦ 백화점 내 사업장의 경우 보건부가 허가한 특정 구역 내에서만 음식 제조, 준비, 조리, 보관 및 판매가 이루어질 수 있음

B. 음식 취급에 있어 기기 또는 기구 사용 및 운송은 최소화 되어야 함

C. 포장된 음식은 습한 곳을 피해서 보관되어야 함

D. 모든 독성 물질은 명확하게 구분, 표시, 보관 및 사용되어야 함

E. 살균제 및 기타 세정 용품은 올바르게 보관되어야 하며 희석해서 사용할 경우 독성을 띄지 않아야 함

(13) 해충 관리 (Vermin Control)

- A. 쥐, 파리, 바퀴벌레, 및 해충이 없어야 함
- B. 쥐 또는 날아다니는 곤충으로부터 보호되어야 함
육류, 가금류, 우유, 유제품, 과일, 야채, 어류, 어패류, 해초류, 빵, 냉동디저트 등 모든 식품은 해충 관리가 되는 공인된 곳으로부터 공급받아야 함
- C. 해충이 먹고 살 수 있는 환경이 조성되지 않아야 함
- D. 사용되는 모든 식품과 식기구는 덮개가 덮여있거나 소독되어야 함
- E. 허가 및 훈련받은 방제업자만이 소독 작업을 할 수 있음
- F. 해충 제거 프로그램 운영
- G. 해충 제거 프로그램의 과정 및 횟수에 대해 보건청으로부터 허가를 받아야 함

(14) 청결도 (Cleanness and Tidiness)

A. 다음 항목에 대해 청결한 상태 유지:

- ① 모든 방/공간, 마당(Yard), 통행로를 비롯한 사업장 전체
- ② 선반 및 사물함
- ③ 냉장고 및 모든 기타 기기

B. 정돈된 상태를 유지하기 위해 다음 항목의 축적 행위 금지

- ① 상자, 깡통, 쓰레기 등
- ② 쥐가 서식할 수 있는 모든 물건 또는 향후 문제를 일으킬만한 물건

(15) 종업원 개인위생 (Personal Cleanness)

- A. 손은 깨끗하게 씻어야 하며 손톱 길이는 짧게 유지해야 함
- B. 깨끗한 걸옷을 입고 있어야 함
- C. 머리카락은 단정하게 정돈되어야 함
- D. 화장, 신체 장식 및 액세서리 착용은 최소한으로 유지해야 함
- E. 위생적인 상태 유지

(16) 시설 관리 (Housekeeping and Management)

- A. 건물, 배수, 위생 규정 준수
- B. 청소 및 쓰레기 처리가 정기적으로 이루어지고 사업장이 깨끗한 상태를 유지해야 함
- C. 고용인 및 소비자가 위생 관련 규정을 위반 하지 않도록 충분한 관리 및 감독이 진행되어야 함
- D. 개, 고양이, 새 등의 반려동물은 사업장 내 출입을 금함
- E. 습하거나 부패하기 쉬운 음식과 직접적으로 접촉하는 모든 기기, 의자, 탁자, 운반대 (Trolley) 및 기타 가구는 세정제와 뜨거운 물로 매일 세척해야 함
- F. 음식 또는 조리 기구가 보관되는 모든 선반 및 찬장은 항상 깨끗한 상태를 유지해야 함
- G. 세탁된 작업복 및 냅킨은 깨끗한 장소에 보관해야 함
- H. 식당에 있는 모든 손님 테이블은 깨끗한 새 테이블보와 함께 준비되어야 함
- I. 더러워진 의류(작업복)는 별도의 컨테이너에 보관해야 함

(17) 기기 및 기구 상태 (Conditions of Appliance & Utensils)

- A. 설계, 시공 및 설치
 - ① 조리 기기 및 식기
 - a. 갈라짐이 없이 양호한 상태 유지
 - b. 이가 빠지거나 패이거나 경계선이 벌어지지 않아야 함
 - c. 깨끗하고 매끄러운 상태 유지
 - d. 사용이 허가된 자재로 제작됨
 - e. 부식된 부분이 없어야 함
 - f. 올바르게 시공되어야 함
 - g. 세척 및 검사가 가능해야 함
 - ② 일회용품, 포장 및 보관용품은 모두 무독성 용품을 사용해야 함
 - ③ 주방 기기는 올바르게 설치되어야 함
 - ④ 사업장 내 주방기기는 모두 좋은 상태를 유지해야 함

(18) 기기 및 기구의 위생 상태 (Sanitary Conditions of Appliances & Utensils)

- A. 식탁용 식기류, 주방용 식기류, 구이용 석쇠, 조리 기기 및 기타 음식과 접촉하는 물건은 모두 깨끗한 상태를 유지해야 함
- B. 음식과 접촉하지 않는 기기 또한 깨끗한 상태를 유지해야 함
- C. 음식이 닿는 표면은 세제 또는 연마제를 사용하여 깨끗하게 세척해야 함
- D. 조리 기기, 도구 및 식기의 세척 및 세정 시설은 적당한 규모로 올바르게 시공, 유지 및 운영되어야 함
- E. 식기류 및 조리 도구 보관에 적합한 시설 및 공간이 있어야 함
- F. 일회용품의 재활용 및 사용 금지

(19) 질병관리 (Disease Control)

- A. 모든 음식 조리사는 본인의 최신 건강증명서를 작업복 앞 왼쪽 상단 부분에 부착해야 함
- B. 종기, 감염된 상처, 호흡질환 또는 기타 전염성 질환을 앓고 있는 사람은 출입을 철저히 제한해야 함
- C. 전염성 질환이 확인되거나 의심스러운 경우는 보건 당국에 보고해야 함

(20) 기타 사항 (Miscellaneous)

- A. 위생 허가증은 사업장 내 눈에 잘 띄는 곳에 게시해야 함
- B. 위생 수준 평가 스티커는 사업장 출입문 또는 사업장 내 눈에 잘 띄는 곳에 게시/부착해야 함
- C. 검사 시 이전 검사기록 열람이 가능해야 함

※위의 위생검사 항목에 기재된 사항과는 별도로 식당에서 일하는 모든 직원은 조리사(Food Handler)와 비 조리사(Non-Food Handler)로 구분하여 '개인위생허가서'를 발급받아야 함

② 소방안전 관련 규정

소방 안전 검사는 영업 인 허가를 취득하기 위해 반드시 통과해야 되는 필수 사항으로 '소방안전검사증명서(Fire Safety Inspection Certificate)'를 지참해야 관할 구청에서 '사업 허가(Business or Mayor's Permit)'를 받을 수 있습니다. 소방 안전 검사의 기본 준수 사항(General Requirements)은 다음과 같습니다.

소방 안전 검사 기본 준수 사항 (General Requirements)

- 사람이 사용하기 위해 지어진 모든 신축 및 기존 건축물에는 화재 또는 기타 비상 상황 시 신속하고 안전하게 대피할 수 있는 출입(탈출)구가 있어야 함
 - 화재 또는 기타 비상상황 시 하나의 소방 안전 설비가 전체의 안전을 책임질 수 없는 경우를 대비하여 모든 출입(탈출)구 및 기타 소방 안전 설비는 생명 안전을 지키는 것을 최우선으로 하여 설계되어야 함
 - 사람 또는 기술적인 문제로 인해 보호 장치에 결함이 생길 경우를 대비하여 추가적인 보호 장비를 구비해야 함
- 모든 건축물은 생명에 대한 위협을 방지하도록 설계, 건설, 시공, 유지 및 운영되어야 하며 비상 대피 시 화재, 연기, 증기, 입주자의 안전을 보장해야 함
- 모든 건축물은 사용 목적, 입주자 수, 소방 안전 설비, 해당 건축물의 높이를 고려하여 입주자가 쉽게 탈출할 수 있도록 가장 적합한 종류, 개수, 위치, 용량의 출입(탈출)구를 구비해야 함
- 건축물의 모든 출입(탈출)구는 방해물이 없이 상시 자유로운 출입이 가능할 수 있도록 관리, 유지되어야 함
 - 정신병원, 교도소 등 관리인이 상시 대기하고 있어 비상 상황 발생 시 효과적인 지원이 이루어질 수 있는 곳을 제외한 모든 건축물에는 출입(탈출)구에 비상 탈출 시 방해가 될 수 있는 잠금장치가 없어야 함
- 모든 출입(탈출)구는 쉽게 찾을 수 있어야 함. 탈출로는 해당 건축물의 입주자 모두가 명확히 알 수 있도록 눈에 잘 띄게 표시해 놓아야 함
 - 각 탈출로는 외부의 안전한 장소까지 대피하는데 헛갈리거나 오해의 소지가 없도록 명확하게 표시되어야 함
 - 내부 출입문은 외부 출입(탈출)구와 혼동하지 않도록 구분하여 표시해야 함
 - 또한 혼동을 막기 위해 탈출구로 향하는 통로는 별도로 표시해놓아야 함
- 비상 탈출과 관련된 모든 시설은 적절한 밝기의 조명으로 표시되어야 함
- 비상상황 발생 시 건축물 입주자들이 충분히 알 수 있도록 해당 건축물의 크기, 구조 및 수용인원에 맞는 화재 경보 장치를 구비해야 함
- 비상상황으로 인해 탈출구 한 곳이 봉쇄되어 건물 입주자들이 위험한 상황에 처할 것을 대비하여 모든 건축물은 크기, 구조 및 수용인원에 맞게 최소 두 곳의 탈출구를 구비해야 하며 각 출입구는 서로 떨어진 다른 곳에 위치해야 함
- 건축물의 층간 연결 통로 및 탈출구는 화재 및 연기가 퍼지는 것을 방지하기 위해서 차단될 수 있어야 하며 비상상황 시 입주자가 해당 통로 및 탈출구를 통해 안전하게 대피할 수 있도록 설계되어야 함

기본 준수사항과 별도로 건축물 임차인(입주자)은 화재 관련 안전사항을 숙지하고 이행할 의무가 있습니다.

화재 대처 방안 규정

- 건물주는 화재 대처방안을 마련하고 임차인(입주자)에게 대처 방안을 이행할 수 있도록 지원해야 함
- 임차인(입주자)은 사업장 내 화재예방, 화재 발견 시 소방서 신고, 초기 화재 진압 요령 등 화재 대처방법에 대해 충분히 숙지하고 있어야 함
- 임차 대상(입주자)이 다수의 기관 또는 개인일 경우 각 기관 및 개인의 관리자는 임차(입주)한 공간에 한해 화재 대처의 책임이 있음
- 건물 내부 공공 사용구역의 출입(탈출)구, 각종 시설물, 관리 시스템 등에 대해서는 건물주에게 책임이 있음

음식점(Restaurant)은 수용 인원에 따라 건축물 시설 구분 (Classification of Occupancy)이 다르게 적용됩니다.

수용 인원 50명 이하의 소규모 음식점은 '상업시설(Mercantile Occupancies)'로 수용 인원 50명 이상의 대규모 음식점은 '집객시설(Assembly Occupancies)'로 분류됩니다. 따라서 운영하고자 하는 사업장 규모에 적합한 건축물 시설 기준을 파악하고 해당 기준에 맞는 세부 소방 안전 기준을 준수해야 합니다.



㉓ 옥외광고물 관련 규정

옥외광고물 설치를 위해서는 Office of Building Official (OBO)의 허가를 받아야 하며 일반적인 옥외광고물 규정은 다음과 같습니다.

옥외광고물 규정 (Rules and Requirements for Signs or Signboard Structures)

- 옥외광고물(Signs or Signboard)에는 미풍양속을 해치거나 대중에게 불쾌감을 줄 수 있는 문구가 포함되지 않아야 함
- 옥외광고구조물은 대중의 안전 및 편의를 고려하고 도시 디자인(Urban Design) 또는 지역 건축 규정에 맞도록 설계, 설치, 관리되어야 함
- 옥외광고구조물은 지역제 법규가 허용하는 지역에만 설치할 수 있으며 아래 지역에는 설치가 제한됨
 - 공원/ 운동장/놀이터
 - 변전소 근처
 - 거주지
 - 기관/상업
 - 레크리에이션/휴양시설 인근 지역 등
- 옥외광고구조물은 옥외광고물 규정 Section 2003, Chapter 20에 따라 제작되어야 하며 지면으로부터의 높이가 3미터 이상인 옥외광고구조물은 보편적인 건축 및 설계 기술 지침에 맞게 제작되어야 함
 - 해당 구조물의 설계도는 공인된 건축사 또는 토목기사에게 검증되어야 함
- 제한/규제 지역에 설치된 옥외광고구조물은 불연성 소재로 제작되어야 함
 - 전기를 사용하는 옥외광고물에는 승인된 종류의 플라스틱을 제외한 모든 가연성 물질의 사용이 금지됨
- 전기장치를 사용하는 옥외광고구조물은 전선 배치도는 관련 규정에 맞게 설계되었는지 전문 전기 기사의 확인이 필요함
- 옥외광고물은 출입구, 비상 탈출구, 소화전 등 비상 탈출 또는 소방 안전 설비의 사용을 방해하지 않도록 설치해야 함
- 옥외광고물은 공공사인(Public sign) 및 교통신호기와 혼동하지 않도록 설치해야 함. 또한 운전자의 시야를 가리거나 방해하지 않고 빛의 반사 작용 및 눈부심 현상으로 인해 교통운행에 문제를 일으키지 않아야 함
- 옥외광고물의 문구는 영어(English) 또는 지역 방언(Local dialect)으로만 표시될 수 있음
- 미적 수준을 유지하기 위해 한 건물에 다수의 옥외광고물이 설치되어 있는 경우 서로 인접한 옥외광고물의 하단선이 서로 일치해야 함

3) 노동법, 고용법 관련 유의사항

① 인력 채용 및 관리 시 유의사항

(1) 비 필리핀 국적인을 고용하는 경우

비 거주 외국인(Non-Resident Aliens)을 고용하고자 하는 기업은 반드시 노동부로부터 해당 외국인에 대한 '고용허가증(Alien Employment Permit)'을 취득해야 합니다.

외국인 '고용허가증'은 해당 직종에 맞는 필리핀인 구직자가 없을 경우에 한해서만 발급되므로 확인이 필요합니다.

경제특구에 등록된 기업에서 비 거주 외국인을 채용하고자 하는 경우 해당 경제특구 관리 기관의 추천 '노동허가서'를 발급받을 수 있습니다.

(2) 필리핀 국적인을 고용하는 경우

필리핀인은 대부분 밝고 친절한 성격 특성을 가지고 있으나 현실 지향적이고 낙천적인 성격으로 인해 필리핀인을 노동자로 고용할 경우 직원관리에 어려움을 겪기도 합니다.

필리핀인들은 대부분 무엇이든 반기고 거절을 잘 못하며 질문을 했을 때 정확한 답을 알지 못하더라도 일단 친절하게 알려주는 경향이 있습니다.

여유로운 성격으로 시간 약속을 잘 지키지 않는 경향이 있으며 동시에 여러 가지 일을 처리하는 것을 어려워 합니다.

특히 한 사람이 동시에 여러 가지 일을 하면 남의 일자리를 빼앗는다는 인식을 가지고 있어 자신에게 주어진 일만 하려는 성향이 있으며 시키지도 않은 일을 했다가 혹시라도 불이익을 당할 수 있다고 생각하기 때문에 직접적으로 지시한 일만 처리하는 것이 일반적입니다. (한 국인에 비해 수동적임)

본인의 생각이 최우선이라는 생각을 가지고 있어 옳고 그름의 기준이 모호하고 문화적 차이로 한국인의 상식을 벗어나는 행동을 하는 경우가 더러 있습니다.

② 인건비 및 복리후생

(1) 기본급여

필리핀 노동자의 일일 기본 급여(Basic Wage)는 산업 부문별 '최저임금(Minimum Wage)'과 20페소(약 546원)의 '생계수당금(COLA)'의 합으로 구성됩니다.

메트로 마닐라의 비 농업 부문 일일 기본 급여는 446페소 약(12,180원) 정도입니다. (2013년 2월 기준)

표 4-8: 메트로 마닐라 부문별 일일 기본급여 현황

구분	기본 급여 (Basic Wage)	최저임금(Minimum Wage)	생계수당금 (COLA)
농업 부문	409페소 (약 11,170원)	389페소 (약 10,620원)	20페소 (약 546원)
비 농업 부문	446페소 (약 12,180원)	426페소 (약 11,630원)	20페소 (약 546원)

출처: National Wages and Productivity Commission, Department of Labor and Employment

급여는 월 2회 분할 지급하는 것이 일반적이며 1~2회 차 지급일 간격이 16일을 초과할 수 없습니다. 단 통제 불능의 상황으로 임금 지급 기한이 초과된 경우 해당 상황 종료 즉시 임금 지급이 완료 되어야 합니다.

모든 고용주는 고용 상태에 관계없이 매년 12월 24일 이전에 해당년도(Calendar Year)에 지급한 본봉의 1/12에 해당하는 연말보너스(13th Month Pay)를 지급해야 합니다.

연말보너스의 절반은 학기 시작 전(Before the Opening of The School Year; 통상적으로 6월 중순)에, 나머지 절반은 12월 24일 이전에 분할하여 지급 가능합니다.⁽¹⁾

연말보너스 지급 의무가 있는 모든 고용자는 매년 1월 15일까지 지역 노동사무소(Regional Labor Office)에 지급 사실을 신고해야 합니다.

공휴일(Regular Holiday)에도 모든 근로자에게 정규 일일 급여를 지급해야 합니다. 단 소매 서비스 업종의 직원 수 10인 이하 업체는 예외가 인정됩니다.⁽²⁾

(1) 분할 지급 방식 및 지급 시기를 노사 협의를 통해 결정할 수 있음
(2) 국경 공휴일이 추가되거나 없어지는 경우가 빈번하므로 매년 대통령이 발표하는 공고문(Proclamation)을 확인해야 함

호텔, 식당 등과 같은 서비스 업체에서 손님이 지급한 봉사료(Service Charge)는 전체 직원에게 85% (전체 직원에게 균등 분배), 경영진에게 15% 비율로 분배되어야 합니다.

(2) 근무시간

근무시간은 필리핀 노동법에 따라 하루 8시간, 일주일 48시간 이하로 제한됩니다. 모든 기관 및 기업은 일요일 및 휴일에도 운영이 가능하나 직원이 6일 연속 근무할 시 하루(24시간) 이상의 별도 휴가를 제공해야 합니다.

종교적 이유로 직원이 주중 특정일을 휴일로 정하고 싶어 하는 경우 고용주는 이를 존중해 줘야 합니다. 단 직원은 희망 휴일 최소 7일 전에 고용주에게 해당 사실을 서면 통보해야 합니다.

1년 이상 근무한 정규직 직원에게는 연간 5일간의 유급휴가를 제공해야 합니다. 단 직원 수가 10인 이하인 영세 사업장이나 경영부실 상태로 판명된 기업의 경우 해당 사항에서 제외됩니다.

(3) 고용보험

사회보장시스템 (Social Security System)

필리핀은 퇴직, 질병, 사망, 출산 등을 지원하기 위한 복지제도의 일환으로 '사회보장시스템'을 운영하고 있습니다. 자영업자를 포함한 모든 근로자는 사회보장시스템에 가입해야 하며 고용주는 직원 채용 후 30일 내에 사회보장시스템에 등록해야 합니다.

단 60세 이상 직원 월 급여 1,000페소 이하 가사도우미(Domestic Helper)는 가입 의무가 면제되며 전업주부 및 해외에 채용된 해외근무 필리핀 근로자에 대해서는 선택적 가입이 가능합니다.

고용주는 직원을 고용한 해당 월의 마지막 날에 첫 사회보장 분담금을 납부해야 하며 이후 매월 피고용인의 두 번째 임금 지급 후(통상 필리핀에서는 15일, 30일 두 차례에 걸쳐 월급 지급) 10일 이내에 분담금을 납부해야 합니다. 직원 분담금은 매월 급여에서 공제됩니다.

급여 수준에 따라 적용되는 분담금이 상이하므로 상세 정보를 확인해야 합니다. 필리핀 사회보장시스템과 관련된 상세 정보는 사회보장시스템 홈페이지(http://www.sss.gov.ph/sss/Section_View)에서 확인할 수 있습니다.

국민의료보험 (National Health Insurance Program)

모든 고용주와 근로자는 국민의료보험에 가입해야 합니다. 고용주와 피고용인은 매월 10일 까지 필리핀 의료보험공단 또는 지정은행에 의료보험 분담금을 납부해야 하며 직원 분담금은 매월 급여에서 공제됩니다.

총 의료보험료는 직원 월급의 3%를 넘지 않으며 이를 고용주와 직원이 각각 50%씩 부담합니다. 자영업자의 경우 연간 순익의 3%를 초과하지 않는 금액을 의료보험료로 납부해야 합니다. 임금 수준에 따라 적용되는 분담금이 상이하므로 상세 정보를 확인해야 합니다.

고용주는 직원 신규 채용 시 해당 내역을 30일 내로 보건당국에 제출해야 합니다. (해고/사직 시에도 동일함)

고용주는 매월 15일까지 의료보험료 납부 내역(Remittance Report(RF-1))을 보건당국에 제출해야 하며 분담금 납부와 통보 의무가 이행되지 않은 경우 의료보험 혜택이 박탈될 수 있고 고용주가 이에 책임을 져야 합니다.

필리핀 국민의료보험 관련 상세 정보는 의료보험공단(PhilHealth) 홈페이지 (<http://www.philhealth.gov.ph>)에서 확인할 수 있습니다.

주택개발부추펀드 분담금 Pag-IBIG (Home Development and Mutual Fund)

필리핀 정부는 근로자 주택자금 대출 등을 목적으로 'Pag-IBIG 펀드'를 운영하고 있으며 해당 펀드 가입 시 저축, 단기 대출, 주택자금 대출 등의 혜택을 누릴 수 있습니다.

해당 펀드 필수 가입 대상자는 다음과 같습니다.

- 'Social Security Service' 의무가입 대상자
- 'Government Service Insurance System' 의무가입 대상자
- 국방, 소방, 치안(교도관, 경찰관) 관련 종사자
- 외국에서 일하는 근로자 (OFW)

고용주는 영업 개시 후 30일 내에 'Pag-IBIG'에 사업정보와 근로자 정보를 제공해야 하며 신규 직원 채용 시에도 동일하게 30일 내에 해당 직원을 'Pag-IBIG'에 등록해야 합니다.

고용주(기업) 명목이 변경된 경우 신규 사업자등록증 또는 변경된 정관(Articles of Incorporation)을 첨부 제출해야 합니다.

월 분담금으로 고용주는 2%를 부담해야 하며 근로자는 월 급여 1,500페소 이하일 경우 1%, 초과일 경우 2%를 부담해야 합니다.

'Pag-IBIG'와 관련된 상세 정보는 홈페이지(<http://www.pagibigfund.gov.ph>)에서 확인할 수 있습니다.

(4) 해고규정

정규직원에 대해 고용주는 노동법에서 규정한 정당한 사유에 해당하지 않는 한 임의대로 해고할 수 없으며 부당해고 발생 시 해당직원은 모든 지위와 혜택이 해고 전 상태로 복귀되어야 합니다.

부당해고 발생 기간 동안의 급여, 복지, 수당 역시 동등하게 지급되어야 하며 만약 해당 직위가 없어진 경우 해당 직위에 준하는 동등한 직위로 복직되어야 합니다.

견습직(Probationary Worker) 해고 시에도 적법한 사유가 제시 되어야 합니다. 단 당초 제시된 기준을 충족하지 못한 경우도 해고 사유가 되며 이러한 경우라도 해고 전 적당한 기간(Reasonable Time)을 두고 서면으로 해고사실을 통보해야 합니다.

계약직(Covered by Contracting or Subcontracting Agreement)의 경우도 적법한 사유가 없는 한 계약기간 만료 이전에 해고할 수 없습니다.

적법한 사유에 따라 해고할 시에도 사전 해고 통보 등 해고에 필요한 절차(Due Process)를 준수해야 합니다. 다음과 같은 '적법한 해고사유(Just Causes for Termination)' 중 한 가지 이상 해당되는 경우 고용주는 직원을 해고할 수 있습니다.

적법한 해고 사유에 따라 직원을 해고할 경우 다음 절차를 반드시 준수해야 합니다.

해당 직원에게 해고 관련 서면통보(Written Notice)가 이뤄져야 하며 서면통보 시 해고 사유를 명시하고 해당 직원에게 자신의 처지와 상황을 해명할 수 있는 적합한 기회를 부여했다는 사실도 명기해야 합니다.

서면 해고통보서에는 모든 사유와 정황이 충분히 고려된 이후에 직원 해고가 결정된 것임을 명시해야 합니다.⁽¹⁾

해당 직원이 해고 처분에 대해 반박 의사를 표시할 경우 법률고문 입회하에 반박의 기회를 부여하고 경청해야 합니다.

(1) 관련법규: Omnibus Rules Implementing the Labour Code, BookVI, Rule I, Section 2(d)

(5) 구인방법

길거리나 건물 등에 붙여진 채용공고를 통해 직원을 뽑을 경우 문제가 생길 가능성이 많으므로 신뢰할 수 있는 기관이나 업체를 통해서 구인활동을 해야 합니다.

표 4-9: 공신력 있는 구인 관련 업체 웹사이트 주소

업체명	웹 사이트 주소	비고
Business Mirror	www.businessmirror.com.ph	신문사
Business World	www.bworldonline.com	신문사
Malaya	www.malaya.com.ph	신문사
Manila Bulletin	www.mb.com.ph	신문사
Manila Standard	www.manilastandardtoday.com	신문사
Philippine Daily Inquirer	www.inquirer.com.ph	신문사
Philippine Star	www.philstar.com	신문사
Best Jobs	www.bestjobs.ph	전문업체
Job	www.job.ph	전문업체
JobsDB	www.jobsdb.com.ph/Philippines	전문업체
Jobs Online	www.jobsonline.com.ph	전문업체
Job Street	www.jobstreet.com.ph	전문업체

▶ 참고: KOTRA 「필리핀 국가정보-노무관리」

적법한 해고 사유 (Just Causes for Termination)

관련법규: 「Presidential Decree No.441, BookⅥ, Title Ⅰ, Article 282」

심각한 과실 (Serious Misconduct)

- 직원의 사소한 판단 착오로 인해 발생한 것이 아니고 의도적으로 의무를 이행하지 않거나 금지행위나 규정을 어기는 행위를 저지른 경우에 적용 가능하며 심각한 과실로 직원을 해고하기 위해서는 아래 사항이 충족되어야 함
 - 과실은 반드시 직원 의무이행과 연관되어 있어야 함
 - 과실은 반드시 중대 과실이어야 하며 이로 인해 직원과 고용주가 더 이상 함께 근무하기 힘든 상황이 전제되어야 함
- 상관(관리자)에게 모욕, 비난, 성적 모독, 욕설 등의 행위를 가했거나 근무 중 음주를 하는 행위도 해고를 정당화하는 심각한 과실로 인정됨

의도적 불복종 또는 지시불이행 (Willful Disobedience or Insubordination)

- 적법한 상관의 명령과 지시를 의도적으로 따르지 않거나 불이행한 직원을 해고하기 위해서는 아래 요건이 충족되어야 함
 - 불복종 행위가 반드시 의도적이어야 하며 그 의도가 올바르지 않고 부당해야 함
 - 직원이 따르지 않은 상관의 지시는 반드시 합리적(합법적)이어야 하며 해당 지시는 직원의 업무와 연관되어 있어야 함

업무 전반에 걸친 상습적인 근무태만 (Gross and Habitual Neglect of Duties)

- 총체적 근무태만(Gross Negligence)은 해당 직원이 자신의 근무태만 행위로 벌어질 결과에 대해 신경을 쓰지 않으며 그로 인한 손실을 막고자 하는 노력이 부족함을 의미함
 - 지각 및 장기 결근도 해당함
- 습관적 의무 불이행(Habitual Neglect)은 특정기간 동안 직원이 자신의 의무를 반복적으로 수행하지 않는 상태를 의미함
 - 단 습관적 의무 불이행으로 직원을 해고하기 위해서는 해당 과실이 사소한 것이 아니어야 함

사기 또는 의도적 배임 행위 (Fraud or Willful Breach of The Trust)

- 사기 또는 의도적 배임 행위는 직원이 자신의 직책과 지위에 요구되는 신뢰를 어긴 채 행한 과오 및 부정행위를 의미함
- 직원이 합당한 사유 없이 배임 행위를 저질렀을 때 해당 행위에 대한 주의 여부를 기준으로 고의성 여부를 판단하게 됨
 - 고의성 여부 판단 시 고용주의 의심, 변덕, 횡포 등은 배제하고 충분히 객관적인 사실을 근거로 해야 함
- 의도적 배임을 사유로 직원을 해고하기 위해서는 직원의 행위가 고용주와의 신뢰 관계를 무너뜨리는 결과가 초래되어야 함
 - 배임 행위는 신임하던 직원이 고용주의 사적재산을 관리할 때 빈번하게 발생하는데 배임 행위를 사유로 직원을 해고하기 위해서는 과실 행위가 담당 업무와 관련되어 있어야 하며 해당 사건으로 더 이상 고용주와 직원이 함께 일하기 어려운 상황이 전제되어야 함

범죄(Crime) 및 공격행위(Offense)

- 직원이 고용주와 고용주의 가족, 대리인에게 범죄행위 또는 공격행위를 가하는 것을 의미하며 형법상에서 정의하는 수준보다 심각하지는 않으나 처벌은 그와 동일하게 적용할 수 있음
- 직원이 타 직원을 상대로 범행(위법행위)을 저지른 경우 무급처리, 정직 등 해고보다 약한 처벌이 가능하며 이러한 경우 범행의 가중처벌 방법 등 제반 사항을 고려해야 함

참고: KOTRA 「필리핀 노동법(핵심 번역본)」

※상기 사항을 근거로 사규(社規)를 제정하고 직원들에게 숙지시키는 것이 바람직함

노동관련 분쟁사례

- 마닐라 시티(Manila City)에 위치한 L한식당을 운영하는 K씨는 몇 해 전필리핀 직원으로부터 1,520페소(약 41,500원) 때문에 소송을 당하면서 직원 관리에 더욱 신경을 쓰기 시작함
 - 당시 회계사에게 모든 것을 맡기고 급여를 지급했으나 계산 착오로 인해 한 직원에게 1,520페소를 제때 지급하지 못하면서 소송을 당함
 - 해당 직원은 노동부에 신고하고 1,520페소를 받지 못한 대가로 2만 페소를 요구해 왔으며 K씨는 변호사를 고용하여 소송에 대응함
 - 법적 공방이 계속되자 소송을 제기한 직원은 5천 페소의 합의금을 요구해왔으나 K씨는 합의에 응하지 않고 직원들에게 본보기를 보여주기 위해 끝까지 법적 대응을 하여 소송에서 이겼음
 - 그러나 소송비용으로 2만 페소가 소요되었으며 정신적으로 많은 고통도 뒤따라 식당 운영에 많은 어려움을 겪었음
- 필리핀 직원들에게 무언가를 지시할 때는 구두로 전달하지 않고 모든 사항을 서류에 명시해야 차후에 문제가 발생했을 때 원만하게 해결할 수 있음
 - 예를 들면 고용 계약을 체결할 때 모든 사항을 계약서에 명시하여 서명하게 해야 하며 해고 시에는 반드시 2번 이상 해고통지서를 우편으로 보내 당사자의 서명을 받아야 함
- 필리핀 직원들을 관리하는 최선의 방법은 노동법을 철저히 준수하는 하는 것임
 - 돈을 좀 더 아끼려고 하다가 소송을 당해 더 큰 손실을 볼 수 있다는 사실을 주지해야 함

Q. 소송까지 가기 전에 할 수 있었던 다른 방법이 있었나요?

A: 급여는 반드시 제 날짜에 지급해야 합니다. 하루 벌어서 하루를 살아가는 사람들이기 때문에 월급을 제 날짜에 받지 못하면 상당히 힘들어 합니다.

Q. 직원들이 식당의 기물을 훔쳐가는 경우 경영주가 대처할 수 있는 방법이 있을까요?

A: '물건을 훔치는 것은 범죄행위이다'라는 사실과 '스스로 번 돈으로 생활을 꾸려나가는 것이 가치가 있다'라는 사실을 반복적으로 교육하여 인식을 전환시켜야 합니다. 인내를 가지고 꾸준히 교육하면 어느 정도 도움이 됩니다. 물론 물건을 훔치는 행위를 저지른 직원에게는 사규에 따라 적절한 조치를 취해야 합니다.

Q. 식당 운영 시 꼭 숙지해야 하는 노동법이 있다면 조언 부탁드립니다.

A. 가장 중요한 것은 '급여'와 '근무시간' 관련 규정을 준수하는 것입니다. 특히 돈에 대해서는 매우 민감하기 때문에 특별히 주의를 기울여야 합니다. 공휴일 근무와 연장 근무 시 추가 급여를 지급해야 한다는 사실을 명심해야 합니다.

참고: 마닐라 서울, 「한국 고용자 vs. 필리핀 직원」(2007. 05. 04) 기사내용 재정리

4) 세무관련 정보

① 기업 대상 세금

(1) 과세 대상 기업 분류

과세 대상 기업은 '내국법인', '거주 외국법인', '비거주 외국법인'으로 구분되며 법인 유형에 따라 과세하는 방식이 다르게 적용됩니다.

내국법인(Domestic Corporation): 필리핀 법률에 의거 설립된 법인으로 전 세계에서 발생 하는 이익에 대해 과세합니다.

거주 외국법인(Resident Foreign Corportaion): 외국법인의 지사(Branch) 등으로 필리핀 내에서 발생한 순이익에 대해 과세합니다.

비거주 외국법인(Non-resident Corporation): 외국기업으로 필리핀 내에서 발생한 총이익에 대해 과세합니다.

(2) 주요 과세 항목

기업의 경우 대표적으로 '소득세(법인세, Income Tax)', '원천징수세(Withholding Tax)', '부가가치세(VAT)'를 납부해야 합니다.

특정 업종⁽¹⁾의 경우 부가세와 별도로 일종의 판매세(Excise Tax)를 납부하기도 합니다.

소득세는 매년 4월 15일까지 납부해야 하며 재무제표(Financial Statement)를 함께 제출해야 합니다.

소득세율은 법인 유형과 관계없이 일괄 30%가 적용되며 단 기타 영업의 소득에 대해서는 별도의 세율이 적용됩니다. (비영리법인에 대해서는 10% 소득세율 적용)

내국법인은 필리핀과 해외에서 발생한 모든 소득에, 거주 외국법인은 필리핀 내에서 발생한 순소득에, 비거주 외국법인은 필리핀에서 발생한 총소득에 대해 과세합니다.

원천징수세는 'Withholding Compensation', 'Withholding Expandable'을 구분하여 과세하며 매월 10일에 납부해야 합니다.

(1) 광물, 석유, 자동차, 주류, 담배, 화장품(향수), 요트, 자동차 등 해당

Withholding Compensation: 기업이 고용한 직원 급여와 관련하여 납부하는 세금으로 국세청(Bureau of Internal Revenue)이 정한 'Tax Table'에 의거합니다.

Withholding Expandable: 임대수익 발생 시 납부하는 세금으로 사무실, 공장 임대 시 계약금의 5% 할인 또는 선지불 후 환급 분으로 세금을 납부하는 것이 일반적입니다.

부가가치세는 매월 20일, 분기별(1월, 4월, 7월, 10월) 25일에 납부해야 합니다.

주요 과세 항목별 세율은 아래 표와 같습니다.

표 4-10: 기업 대상 주요 과세 항목별 세율

과세대상 소득	내국법인/거주 외국법인	비거주 외국법인
법인소득세 (Income Tax)	30%	30%
이자소득세/펀드투자수익/로얄티수익 (Interest from Deposit/ Yield from Deposit Substitutes, Trust Funds/Royalties)	20%	35%
외국차관(외화대출)에 의한 이자소득 (Interest on Foreign Loans)	N/A	20%
외화예금 이자소득 (Interest income Derived by Domestic Corporation from a Depository Bank under the Expanded Foreign Currency Deposit System)	7.5%	N/A
배당소득 (Dividends from Domestic Corp.)	0%	15%/35%
비상장주식 거래소득 ⁽¹⁾ (Gains on Sales of Shares of Stock not Traded in th Stock Exchange)	5%/10%	5%/10%
비업무용 토지, 빌딩 거래에 따른 자본소득 (Capital Gains Tax)	6%	-

▶ 출처: 필리핀 국세청(BIR) http://www.bir.gov.ph/taxinfo/tax_income.htm#25147

▶ 참고: KOTRA, 「필리핀 조세제도

(1) 거래소득이 10만 페소 이하일 경우 5%, 초과 시 10% 적용

② 개인 대상 세금

개인의 경우 '개인소득세'와 '원천징수세'를 납부해야 합니다.

근로자의 경우 대부분 회사에서 해당 세금을 공제한 후 지급하기 때문에 별도 납부를 하지 않아도 됩니다.

부부 모두 소득이 있는 기혼자의 경우는 '합산신고' 혹은 '개별신고'를 선택할 수 있습니다.

'개인소득세'는 거주 유형에 따라 상이하게 과세 적용됩니다.

거주 시민, 거주 외국인(Resident Citizens, Resident Aliens)의 경우 전 세계에서 발생한 소득에 대해 과세합니다.⁽¹⁾

비거주 시민(Non-Resident Citizens)⁽²⁾의 경우 필리핀 국내·외 원천소득에 대해 과세합니다.

비거주 외국인(Non-Resident Aliens)은 사업에 종사할 경우 필리핀 내에서 발생한 모든 소득에 과세하며 사업에 종사하지 않을 경우 필리핀 내의 모든 원천소득원으로부터 획득한 소득에 대해 과세합니다.⁽³⁾

과세연도는 역년(Calendar Year)을 기준으로 하며 소득 범위에 따른 일반 소득세율은 아래 표와 같습니다.

표 4-11: 개인 소득 범위에 따른 일반 소득 세율

소득범위	과세율
10,000페소 이하	5%
10,001~30,000페소 이하	500페소 + 10,000페소 초과액의 10%
30,001~70,000페소 이하	2,500페소 + 30,000페소 초과액의 15%
70,001~140,000페소 이하	8,500페소 + 70,000페소 초과액의 20%
140,001~250,000페소 이하	22,500페소 + 140,000페소 초과액의 25%
250,001~500,000페소 이하	50,000페소 + 250,000페소 초과액의 30%
500,001페소 이상	125,000페소 + 500,000페소 초과액의 34%

▶ 출처: 필리핀 국세청(BIR) http://www.bir.gov.ph/taxinfo/tax_income.htm#25147

▶ 참고: KOTRA, 「필리핀 조세제도

(1) 지역경제통합구, 다국적기업, 역외금융기관, 석유사업계약자 또는 그 하도급 업자에게 고용된 외국인의 경우 수취 총소득에 대해 15%의 과세율을 적용함

(2) 비거주 시민이란 외국에 거주할 분명한 의사를 가지고 해당 장소에 물리적으로 거주하고 있다는 사실을 필리핀 국세청(BIR)에 입증할 수 있는 사람을 가리킴. 연 183일 이상 해외에 체류하는 계약근로자는 비거주 시민으로 분류되며 외국에서 발생한 원천소득에 대해 13%의 누진세율을 적용하고 외국에 납부한 세금에 대해서는 공제 가능함

(3) 사업소득이 있을 경우 소득에 대하여 매 분기 종료일로부터 2개월째의 15일까지 예정신고를 하고 소득세를 납부해야 함

거주 유형에 따른 주요 과세 항목별 세율은 아래 표와 같습니다.

표 4-12: 개인 대상 주요 과세 항목별 세율

항목	거주시민	비거주시민	거주 외국인	비거주 외국인	
				사업종사자	일반
예금, 신탁 등의 금융활동에서 발생하는 이자소득	20%	20%	20%	20%	20%
외화예금 이자소득	7.5%	면제	7.5%	면제	
5년 이상 장기 폐소화 예금, 신탁 등에서 발생하는 이자소득	면제 (만기 전 해약 시, 기간에 따라 5~25% 부과)				
로얄티, 1 만 페소 이상 각종 상금	20%	20%	20%	20%	25%
저작권(책, 저술, 음악활동 등) 발생소득	20%	20%	20%	20%	20%
내국법인투자 배당소득	10%		20%	25%	
주식양도차익	100,000페소 미만: 5% 100,000페소 이상: 10%				
부동산양도차익	6%				

▶ 출처: 필리핀 국세청(BIR) http://www.bir.gov.ph/taxinfo/tax_income.htm#25147
▶ 참고: KOTRA, 「필리핀 조세제도」

5) 수입/통관 관련 정보

국립식품청(National Food Authority)이 일반 쌀의 독점 수입자로서 옥수수의 수입에도 관여하고 있습니다.

민간 곡물상은 국립식품청이 발급한 수입허가를 가지고 있어야만 고급 또는 특상 쌀을 수입할 수 있으며 민간농산물은 최소시장접근물량(MAV) 및 관세할당물량(TRQ)의 적용을 받습니다.

모든 수입가공식품은 보건부(Department of Health)의 식품의약품국(Bureau of Food and Drugs, BFAD)에 등록해야 하며 수입제품을 취급하는 업체는 영업허가증을 보유하고 있어야만 식품의약품국에 제품을 등록할 수 있습니다.

농업부(Department of Agriculture)의 식물산업국(Bureau of Plant Industry)이 신선과일 및 야채의 수입을 규제하고 있습니다.

모든 수입 과일 및 야채는 식물산업국의 수입허가를 받기 위해 검역 승인이 필요하고 필리핀 수입자는 매 선적에 대해 검역 승인을 신청해야 합니다. 수입상품의 라벨링과 표시에 대한 요건에 따라 수입식품은 식품명, 식품에 사용된 재료 리스트 및 함유량, 첨가물, 조미료, 방부제 사용 여부, 실함량, 수분 제외 중량, 제조, 포장, 유통업체의 이름 및 주소, 수입 제품의 원산지, 필리핀 수입, 유통 업체의 이름 및 주소를 기재해야 합니다. 생수와 포장 가공육은 필리핀 식약청(BFAD)에서 개정된 특별 라벨링 규정을 적용합니다.

관세청(Bureau of Customs, BOC)이 모든 관세평가, 분류 및 승인 역할을 전담하고 있으며 필리핀으로 들어오는 모든 수입품에 대해 수입자 또는 대리인들은 공인된 'Value Added System Provider'가 설치된 컴퓨터를 통해 수입신고서를 제출해야 합니다.

일반적인 수입/통관 절차는 아래 표와 같습니다.

표 4-13: 일반적인 수입/통관 절차

순	절차구분	해당기관
1	수입업자등록	관세청(Bureau of Customs)의 CBS
2	대상 품목의 수입규제여부 및 관세를 확인	관세청(Bureau of Customs) 인가대리은행(Authorizes Agent Bank)
3	신용장	인가대리은행(Authorizes Agent Bank)
4	은행에서 세관 출고 허가서 발행	인가대리은행(Authorizes Agent Bank)
5-1	단순소비재 ○ 1. 소비재 반입 신청서(증명서 첨부) 제출 2. 소비재 수입 증명서 및 확인서 제출	관세청(Bureau of Customs) 1. Entry Processing Division 2. Formal Entry Division
5-2	단순소비재 × • 세관보세창고(Customs Bonded Manufacturing Warehouse) 반입용일 경우 보세반입 신청 • 세관보세창고(Customs Bonded Manufacturing Warehouse) 반입용이 아닌 경우 특별수송허가 신청	관세청(Bureau of Customs)
6	수입품 반출	
7	완료	

▶ 참고: 한국농수산식품유통공사, 「필리핀-통관검역제도」

6) 한식당 업태별 수익성 분석

한식당 업태별 수익분석을 통해 해외에 진출하고자 하는 사업 주체의 의사결정을 지원하는 도구로 활용합니다.

투자 예산과 회수 기간을 고려하여 진출 가능한 도시와 해당 도시 내에서의 상권 후보군을 식별하기 위한 의사결정 도구로 활용합니다.

레스토랑 창업을 고려하는 사업 주체가 개업 시에 필요한 초기 투자 자금의 규모와 추구하는 수익률 및 자금회수 기간 등을 사전에 추정해 볼 수 있으며 제한된 투자 예산 안에서 진출 가능한 도시 및 상권을 가능하는 척도로 본 모델을 활용할 수 있습니다.

한편 본 모델에 사용된 수익률 및 변수값(추정 손익계산서 계정별 금액)의 사례는 마닐라에 정착하여 운영되고 있는 일부 한식당을 인터뷰한 결과를 토대로 작성하였으므로 해당 도시의 전체 한식당을 대표한다고는 볼 수 없습니다.

또한 국내 외식 프랜차이즈 업계의 당기순이익률이 한 자리 수 미만인 점과 해외 진출 시에는 초기 정착에 필요한 인건비 및 제 비용 소요로 이익률이 이보다 더 낮은 점은 투자 타당성 분석 시에 고려되어야 합니다.

다만 본 가이드북에서는 투자 타당성 분석을 위한 모델을 제안하고 사례를 통해 그 활용방안을 제공하는 것에 목적이 있으며 실제 해외의 특정 도시에 진출하고자 하는 사업 주체는 추가적인 시장 조사를 통해 변수값에 대한 보다 정확한 추정치를 확보하여 본 분석 모델을 정교화 할 수 있습니다.

① 1단계: 변수(Variable) 식별

수익분석 모델에 필요한 변수 Data Set(식당 창업 및 운영 관련)을 식별합니다.

수익분석 모델에서 제공하는 변수와 투자주체의 결정이 필요한 변수를 구분합니다.

수익분석 모델에서 제공하는 변수 값의 제공형태는 [표 4-14]와 같습니다.

표 4-14: 한식당 수익성 분석 변수 Data Set

변수명	제공여부 (Y/N)	제공형태	비고
점포확보비 (권리금)	Y	사례	• 마닐라에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
점포공사비	Y	투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 마닐라에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
임차료	Y	사례/상권별 임대료	• 상권별 임차료 현황정보 및 업태별 한식당 사례 제공
홍보판촉비	Y	사례/투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 마닐라에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
차입금	N	투자주체 의사결정	• 개업 또는 운영 시 투자주체의 의사결정 사항
이자비용	Y	자동계산	• 차입금 연동 (도시별 차입 이자율 참고)
매출액	Y	사례	• 마닐라에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
식재료비	Y	사례	• 마닐라에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
인건비	Y	사례	• 마닐라에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
감가상각비	Y	자동계산	• 점포공사비 연동
설비유지 관리비	Y	사례	• 마닐라에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
법인세비용	Y	자동계산	• 법인세비용 차감전 순이익 연동
광고선전비	Y	투자주체 의사결정	• 운영 시 투자주체의 의사결정 사항

② 2단계: 추정 손익계산서(Pro-Forma P/L) 작성

1단계에서 식별된 변수를 활용하여 사업의 추정 손익계산서(Pro-Forma P/L) 작성합니다. [표4-15], [표 4-16] 추정 손익계산서는 필리핀 마닐라에 위치한 한식당 경영주와의 인터뷰를 토대로 식별한 변수 데이터와, 그 외 차입이자율/법인세율 등의 추가 조사된 변수 데이터를 기반으로 작성한 업태별 예시입니다.

본 예시를 참고하여 한식당 운영 시 월별 추정 손익계산서를 작성할 수 있습니다.

(1) 업태별 추정손익계산서 작성 - Full Service Restaurant(풀 서비스 레스토랑)

메트로 마닐라 마카티 시티(Makati City)에 위치한 200석 규모, 월 매출 1억 3천만 원 정도의 고급 한식당을 기준으로 추정 손익계산서를 작성한 결과 월 매출액 대비 16.4% 정도의 순이익을 얻는 것으로 나타났습니다.

- 초기 창업 시 점포확보비로 약 1억 6천만 원, 점포공사비로 약 2억 원 정도를 투자했습니다.
- 비용의 상당 부분을 차지하는 식재료비와 인건비로 월 매출액 대비 각각 40.0%와 15.0%를 지출하고 있습니다.
- 월 임차료는 월 매출액 대비 약 15.0%를 지출하고 있습니다.
- 홍보 판촉비로 월 매출액 대비 약 1.0%를 지출하고 있습니다.
- 감가상각비는 내용연수 20년을 기준으로 매월 80만 원(월 매출액 대비 약 0.6%) 정도 발생합니다.
- 세금은 일반적인 법인세 과세율 30%가 적용되어 매월 900만 원(월 매출액 대비 약 7.0%) 정도를 납부합니다.

표 4-15: 업태별 추정 손익계산서 - Full Service Restaurant(풀 서비스 레스토랑) 사례

계정 구분	금액 (천 원)	비율	비고
매출액	133,000	100.0%	
매출원가	(73,150)	-55.0%	
식재료비	(53,200)	-40.0%	
인건비	(19,950)	-15.0%	
매출총이익	59,850	45.0%	
판매비와 관리비			
임차료	(19,950)	-15.0%	
감가상각비	(833)	-0.6%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(6,650)	-5.0%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등
홍보·판촉비	(1,330)	-1.0%	
비용합계	(28,763)	-21.6%	
영업이익	31,087	23.4%	
영업외 비용(이자비용)	-	-	
법인세비용차감전 순이익	31,087	23.4%	
법인세 비용	(9,326)	-7.0%	일반 법인세 30%
당기순이익	21,761	16.4%	

(2) 업태별 추정손익계산서 작성 - Fast Casual

메트로 마닐라 오르티가스(Ortigas)에 위치한 대형쇼핑센터 푸드코트에 입점해 있는 월 매출 2천 5백만 원 정도의 패스트 캐주얼 업태의 한식당을 기준으로 추정 손익계산서를 작성한 결과 월 매출액 대비 16.3% 정도의 순이익을 얻는 것으로 나타났습니다.

- 초기 창업 시 점포확보비로 약 3천 9백만 원, 점포공사비로 약 1억 원 정도를 투자했습니다.
- 비용의 상당 부분을 차지하는 식재료비와 인건비로 월 매출액 대비 각각 30.0%와 12.0%를 지출하고 있습니다.
- 월 임차료는 월 매출액 대비 약 15.1%를 지출하고 있습니다.
- 홍보 판촉비로 월 매출액 대비 약 1.0%를 지출하고 있습니다.
- 감가상각비는 내용연수 20년을 기준으로 매월 80만 원(월 매출액 대비 약 3.3%) 정도 발생합니다.
- 세금은 비거주 외국기업에 해당하여 총이익에 법인세 30%가 적용되어 매월 435만 원(월 매출액 대비 약 17.4%) 정도를 납부하고 있습니다.

표 4-16: 업태별 추정 손익계산서 - Fast Casual 사례

계정 구분	금액 (천 원)	비율	비고
매출액	25,000	100.0%	
매출원가	(10,500)	-42.0%	
식재료비	(7,500)	-30.0%	
인건비	(3,000)	-12.0%	
매출총이익	14,500	58.0%	
판매비와 관리비			
임차료	(3,750)	-15.0%	
감가상각비	(833)	-3.3%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(1,250)	-5.0%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등
홍보·판촉비	(250)	-1.0%	
비용합계	(6,083)	-24.3%	
영업이익	8,417	33.7%	
영업외 비용(이자비용)	-	-	
법인세비용차감전 순이익	8,417	33.7%	
법인세 비용	(4,350)	-17.4%	일반 법인세 30%
당기순이익	4,067	16.3%	

③ 3단계: 타당성 평가-투자안 선택

일반적으로 기업들이 주로 사용하는 타당성 분석기법은 복잡하고 개인이 계산하기에 어려운 부분도 많습니다. 하지만 다음과 같은 계산법이 있음을 이해하는 것은 필수적이라 할 수 있습니다.

- 투자안을 선택하기 위한 타당성 분석 기법은 회수기간법(Payback Period Method), 평균 회계이익률법(Average Return on Book Value Method), 순현재가법(NPV Method), 수익성지수법(Profitability Index Method) 등 다양함
- 소규모 음식점의 경우 감가상각비를 고려하지 않고 간소화한 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적임
- 전문성이 요구되는 화폐의 시간적 가치 계산도 간편화를 위해 고려치 않음
- 월 투자수익률(%) = (월 매출액 - 월 지출액) / 총 투자금액 X 100

다양한 타당성 분석기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 예비창업자는 월 투자수익률이나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다. [표 4-17]의 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는 데 참고가 될 수 있을 것입니다.

표 4-17: 사업타당성 판단 기준 사례

사업성 판단기준	월 투자수익률	투자비 회수기간
매우 우수	4% 이상	2년 이내
우수	3% 이상	3년 이내
보통	2% 이상	4년 이내
불량	2% 미만	4년 이상

출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011

[참고정보] 음식점의 손익분기점 분석

손익분기점이란 매출액이 그 이하가 되면 손실이 나고 그 이상이 되면 이익이 나는 기점을 의미합니다. 따라서 손익분기점이란 이익이 제로(0)가 되는 매출액이나 매출수량을 의미합니다. 이를 다시 표현하면 매출액과 음식점의 총비용이 같아지는 지점을 말합니다.

일반적으로 손익분기점 매출액이나 매출수량을 구하기 위한 공식이 제공되지만 여기서는 기본적인 손익계산 공식을 이용하여 손익분기점 매출수량을 먼저 구해보기로 하겠습니다.

$$\text{순이익} = \text{매출액} - \text{총비용}$$

손익분기점이란 '순이익 = 0'이 되는 기점이므로

$$\text{매출액} = \text{총비용}$$

매출액은 매출수량과 단위당 가격을 곱하여 계산하면 되고 총비용은 변동비와 고정비를 합하여 구할 수 있습니다. 따라서 위 공식을 다음과 같이 구할 수 있습니다.

$$\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = \text{변동비} + \text{고정비}$$

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출수량을 곱하여 구할 수 있으므로

$$\text{매출수량} \times \text{단위당 가격} = (\text{단위당 변동비} \times \text{매출수량}) + \text{고정비}$$

위 식을 매출수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

$$\begin{aligned} \text{매출수량} \times (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) &= \text{고정비} \\ \text{매출수량} &= \text{고정비} / (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) \end{aligned}$$

여기서 (단위당 가격 - 단위당 변동비)를 단위당 공헌이익이라고 합니다.

$$\text{따라서 '손익분기 매출수량} = \text{고정비} / \text{단위당 공헌이익}'$$

4.3 기타정보

1) 거주허가

① 임시 방문자 및 여행자 비자 (Temporary Visitor or Tourist Visa)

의료 또는 관광 목적의 단기 체류를 위한 비자로 해당 비자로 입국하여 사업, 취업 활동을 하다 적발될 경우 필리핀 이민법에 의해 처벌받을 수 있습니다. 사업 준비를 위한 사전 조사 등을 목적으로 단기간 방문 시 적합한 비자 형태이며 사전 발급 및 현지 발급 모두 가능 합니다.

해당 비자는 다음과 같은 방법으로 발급받을 수 있습니다.

필리핀 입국 시 출입국관리소에서 여권에 도장을 찍어주는 방식으로 발급받을 수 있으며 유효기간은 21일이고 최대 12개월까지 연장 가능합니다. 또는 필리핀으로 출국하기 전 주한 필리핀 대사관에서 발급받을 수 있으며 유효기간은 59일이고 최대 12개월까지 연장 가능합니다.

② 취업비자 (Working / Pre-Arranged Employee(9G) Visa)

필리핀에서 1년 이상 취업을 목적으로 하는 경우 신청 및 발급 가능합니다.

해당 비자 발급 신청 서류는 다음과 같습니다.

- 고용주(회사)의 입국 및 취업 허가 요청서 (Letter of Request from The Petitioning Company)
- 고용계약서 사본
- 법인 또는 합자회사의 경우 증권거래위원회(SEC) 등록 증명서 사본 및 회사 정관; 개인 사업자일 경우 무역산업국(DTI) 사업자명 등록 증명서
- 개인사업자일 경우 사업자 명의로 된 최신 소득세신고서
- 작성 및 공증 된 비자 발급 신청서 (BI Form MCL-07-01)
- 필리핀 고용노동청(Department of Labor and Employment)의 외국인 고용 허가증 (Alien Employment Permit)
- 비자 신청인의 유효 여권 및 비자 공증 사본
- 필리핀 이민청(Bureau of Immigration)의 입국 허가서(Clearance Certificate)

비자 신청인의 배우자 및 만 21세 이하의 부양자녀가 동반 입국할 경우 필리핀 대사관에서 공증 받은 결혼 증명서 및 출생증명서 그리고 동반 가족의 유효 여권 및 비자 공증 사본이 필요합니다.

③ 무역/경영 비자 (Treaty Trader(9D) Visa)

필리핀에서 무역 또는 투자 사업을 진행하는 경우 그 투자 재산을 관리하거나 운영하는 자에게 발급되는 비자입니다.

비자 요구사항과는 별개로 해당 비자를 발급받으려는 외국인 투자자는 본인이 필리핀과 그들 국가 사이에 상당한 규모의 무역 활동(Substantial trade)⁽¹⁾을 진행할 의사가 있거나 본인이 투자한 기업체를 운영 또는 기업체를 대상으로 대규모 투자가 진행 중인 단계에 있음을 반드시 증명해야 합니다.

해당 비자 발급 신청 서류는 다음과 같습니다.

- 고용주(회사)의 입국 및 취업 허가 요청서
- 법인 또는 합자회사의 경우 증권거래위원회(SEC) 등록 증명서 사본 및 회사 정관; 개인 사업자일 경우 무역산업국(DTI) 사업자명 등록 증명서
- 개인사업자일 경우 사업자 명의로 된 최신 소득세신고서
- 비자 신청자의 유효 여권 사본
- 고용계약서 사본 및 필리핀 이민청(Bureau of Immigration)의 입국 허가서(Clearance Certificate) 원본

④ 특별투자비자 (Special Investors Resident Visa, SIRV)

필리핀에 일정 금액 이상을 투자한 외국인에게 발급되는 특별 비자입니다.

해당 비자 발급 조건은 다음과 같습니다.

- 범죄기록이 없는 자
- 고위험 또는 전염성 질병이 없는 자
- 정신질환병력이 없는 자
- 미화 최소 7만5천 달러 이상을 투자할 수 있는 자
- 투자 대상은 상장회사, 필리핀 투자우선계획(IPP)관련기업, 제조 및 서비스 전문 기업으로 한정됨

신청 서류는 다음과 같습니다.

- 비자 신청서
- 건강진단서
- 범죄 기록 확인서
- 필리핀 대사관에서 공증한 신원확인서
- 입금확인서

(1) 상당한 규모의 무역 활동이란 최소 미화 12만 달러 이상이 투자된 민영 사업을 뜻함

⑤ 특별은퇴비자 (Special Retirees Resident Visa, SRRV)

35세 이상 외국인을 대상으로 발급 가능하며 비이민자 신분으로 필리핀에 영주할 수 있으며 각종 혜택이 있다는 것이 특징입니다. 모든 비자 신청자는 필리핀 정부가 지정한 은행에 일정액의 미국 달러를 예치해야 하며 의무 예치기간은 6개월이고 6개월 후 투자 등에 사용할 수 있습니다.

예치금 요구사항은 다음과 같습니다.

- 만 50세 이상의 외국인: 미화 5만 달러
- 만 35세~49세의 외국인: 미화 7만 5천 달러
- 필리핀 정부가 인정한 국가의 퇴역군인/3년 이상 근무한 외교관/국제기구 근무자로 퇴임한 자: 미화 5만 달러

비자 신청 구비 서류는 다음과 같습니다.

- 비자 신청서
- 여권 원본
- 필리핀 대사관에서 지정하는 병원의 건강진단서
- 은퇴청에서 지정하는 은행의 잔고증명서
- 필리핀 대사관에서 공증한 신원확인서
- 신청인의 배우자가 가입 할 경우 필리핀 대사관에서 공증한 혼인확인서 혹은 계약서(혼인 계약을 외국에서 할 경우) 지참
- 신청자의 자녀가 가입 할 경우 필리핀 대사관에서 공증한 출생확인서 지참

⑥ 외국인 고용 허가증 (Alien Employment Permit)

노동고용청(Department of Labor and Employment)에서 외국인 장기 근로 거주자를 대상으로 발행하는 허가증으로 다수의 필리핀 취업 비자가 이 허가증을 필수 제출서류로 지정하고 있습니다.

발급대상자는 다음과 같습니다.

- 비거주 외국인으로써 필리핀에서 취업을 원하는 자
- 외국인 전문가로 상호 협정 또는 면허관리위원회현대화법(Section 7(j) of the PRC Modernization Act of 2000)에 의해 필리핀에서의 활동이 허가된 자
- 특별투자비자(Special Investors Resident Visa, SIRV), 특별은퇴비자 (Special Resident Retiree's Visa, SRRV), 무역경영비자(Treaty Traders Visa 9d) 또는 특별비이민비자 (Special Non-Immigrant Visa 47(a)2)의 소지자로서 필리핀 기업에서 고위직을 역임하고 있는 자

허가증 발급 신청 서류는 다음과 같습니다.

- 고용 허가증 발급 신청서
- 고용노동부(Department of Labor and Employment) 허가증 발급

- 고용계약서 (Employment Contact)
- 유효 여권 및 비자
- 사업 허가서(Mayor's Permit) 사본

2) 금융 서비스

① 현지 은행 계좌 개설 절차 및 구비서류

개인 계좌 개설 시 본인이 직접 은행에 방문해야 하며 원본 사진 한 장과 두 개의 신분증(ID)을 지참해야 합니다.

은행에서 인정하는 신분증은 다음과 같습니다.

- 여권(Passport): 외국 여권의 경우 반드시 영어로 이름이 표기되어 있어야 하며 여권 소지자는 반드시 필리핀 거주 주소를 증명할 수 있어야 함. 보통 자신의 주소가 적혀있는 전화, 수도, 전기 요금 영수증을 제시할 수 있음
- 운전면허증(Driving License): Land Transport Office에서 발행한 필리핀 공식 면허증
- 외국인 전문인력 면허 (Professional Regulations Commission ID)
- 범죄기록 증명서 (National Bureau of Investigation Clearance)
- 신원증명서 (Police Clearance with dry seal of PNP)
- 주거확인증 (Philippine Postal ID)
- 외국인등록증 (Alien Certificate of Registration/Immigrant Certificate of Registration)

개인 계좌의 경우 위의 조건을 만족시키면 바로 계좌 개설이 가능하지만 법인 계좌의 경우 개인 계좌에 6개월 이상의 좋은 기록을 유지할 경우에 개설 가능합니다.

통장 및 본인 이름이 새겨지지 않은 ATM카드는 현장 발급이 가능하며 본인 이름이 새겨진 ATM카드는 약 7일 정도 소요됩니다.

계좌 개설 시 일반적인 최저 예금액은 1,000페소 정도이며 예금액이 1,000페소 이하로 떨어지면 매달 소정의 금액이 계좌 유지비용으로 빠져나가게 됩니다.

② 기업 당좌 계좌 개설 절차 및 구비서류

기업 계좌 개설을 위한 구비 서류는 다음과 같습니다.

- 현지법인 설립 서명권자의 여권 원본 및 신분증 (Signatory's two (2) valid ID's)

- 증권거래위원회(SEC) 등록증 (S.E.C. Registration Certificate with Gold Seal)
- 공증된 이사회 결의안 및 이사회 서기 확인서 (Notarized Board Resolution/Secretary's Certificate)
- 필리핀 정부기관에서 발급한 이사회 서기(비서)의 신분증 2종 사본 (Corporate Secretary's two (2) gov't issued ID's)
- 회사정관 (Proposed Articles of Incorporation and By-Laws)

최소 예치금은 페소 계좌의 경우 2만 페소(한화 약 53만 원) 정도이며 달러 계좌일 경우 미화 5백 달러(한화 약 54만 원) 정도입니다.

법인수표(Check)를 발행하기 위해서는 400페소를 추가로 지불해야 합니다.

필리핀에서는 법인카드 사용이 불가합니다.

한국에서 원화 송금 시 우선 달러로 환전한 뒤 페소로 다시 환전하여 송금되며 최대 2~3일 정도 소요됩니다.

③ 은행 대출 정보

외국인의 경우 신용대출은 불가하고 주택 담보, 자동차 담보 대출만 가능합니다.

이자율은 페소일 경우 연 9.9%(5년 연장 가능), 달러일 경우 연 6%(1년 단위) 정도이며 '원리금 균등 상환제'가 적용됩니다.

대출 조건이 매우 까다로운 편이라 개인(자영업자) 대출은 어려운 편입니다. 한국에서의 연 소득 증빙서류를 검토하여 월 생활비가 약 6만 페소(약 158만 원) 이상임이 증빙되어야 합니다.

④ 필리핀 주요 은행

(1) BPI(Bank of the Philippine islands) 은행

홈페이지: <http://www.bpiexpressonline.com>

- 대표적인 필리핀 로컬 은행 중 하나로 가장 많은 ATM기기를 보유하고 있어 이용이 편리합니다.

(2) BDO(Bank de Oro) 은행

홈페이지: <http://www.bdo.com.ph>

- 휴일에도 SM몰에서 은행 이용이 가능하다는 장점이 있습니다.

(3) 동양은행

홈페이지: <http://www.tongyang.com.ph/index.php>

동양은행은 1997년에 한국계 은행 최초로 필리핀에 진출하여 현재 본점 포함 4개의 영업소를 운영 중입니다. 필리핀 은퇴청 은퇴비자 예치금 지정 은행으로 필리핀 정부의 승인 하에 외국인 거주허가 없이도 한국인 신분증 만으로도 계좌개설이 가능합니다.

또한 국민은행과 제휴하여 송금 서비스를 제공하고 있으며 한국에서 송금 시 국민은행을 이용할 경우 환율우대 혜택을 받을 수 있습니다.

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

표 4-18: 주요 지원기관 및 분야별 전문업체

구분	기관(업체)명	지원업무 및 제공 서비스	연락처
회사설립 등록	Securities and Exchange Commission	• 법인명 사전 등록 여부 확인 및 등록 • 법인등기 및 납세자 번호 사전 발급	http://www.sec.gov.ph/
국세청 등록	Bureau of Internal Revenue	• 사업자 및 납세자 등록 • 관련 세금 납부 관련 행정 처리	http://www.bir.gov.ph/
법률·투자 컨설팅	필코로드 (Philkoroad)	• 법률, 회계, 투자, 이주/정착 컨설팅 • 시장조사 및 법인설립 대행	(63) (0)2 898 3771 phikoroad7@naver.com
	필브릿지 (PhilBridge)	• 법률, 회계, 투자, 이주/정착 컨설팅 • 시장조사 및 법인설립 대행	(63) (0)2 899 3096 philbridge@naver.com
부동산 정보	골든벨 부동산	• 메트로 마닐라 지역 부동산 관련 정보 제공	(63) (0) 812 7258
인테리어	IF 인테리어	• 건축 및 인테리어 디자인	(63) (0) 896 8333
	필 119건축	• 건축 및 인테리어 디자인	(63) (0) 890 0119
금융 서비스	동양은행	• 필리핀 은퇴청 지정 은행 • 계좌개설 및 대출업무 수행	(63) (0)2 845 3836
구인	Best Jobs	• 구인/구직 정보 사이트	www.bestjobs.ph
	Jobs Online	• 구인/구직 정보 사이트	www.jobsonline.com.ph

“

마닐라 한식당 창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in **Manila**

”

III. 마닐라(Manila) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영관리에 대한 이해

5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙 ----- 136

5.2 한식당 운영 실무사례 ----- 139

5.3 한식당 운영 애로사항 ----- 145

5. 식당 운영관리에 대한 이해

5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙

1) 고객의 취향과 이름을 기억합니다.

목표 고객을 정확히 알고 고객과의 상호관계를 형성하는 것이 중요합니다. 테이블을 돌아보며 고객의 만족도를 확인하고 적절한 서비스를 제공해야 하며 특히 단골고객의 경우 고객의 이름과 기호 등을 기억해 둬으로써 더욱 세심한 서비스를 제공하도록 노력해야 합니다.

2) 고객이 자부심을 느끼도록 특별 서비스를 제공합니다.

특별한 방식으로 단골고객을 인식하는 방법을 도입합니다. 예를 들어 고객의 사진이나 메시지를 점포 내에 게시하거나 기념일 등의 축하 메시지나 특별 프로모션 등을 제공함으로써 친근감을 높이고 특별한 대우와 서비스를 제공하고 있음을 강조할 수 있습니다.

3) 상권 내에서 최고의 가치를 제공합니다.

고객이 음식점을 나갈 때 그들이 지불한 금액 이상의 가치를 얻었다고 느낄 수 있어야 합니다. 값싼 요리일지라도 양도 많고 맛있게 접시를 채움으로써 고객의 만족도를 높일 수 있습니다.

4) 고객에게 기대 이상의 놀라움을 제공합니다.

일반적으로 고객이 주문하지 않은 음료 또는 메뉴와 서비스를 제공하는 방법이 있습니다. 또한 제공되는 음식과 서비스에 고객의 의견을 구하고 적극적으로 반영함으로써 고객 만족도를 효과적으로 높일 수 있습니다.

5) 입구에서 반갑게 인사하며 고객을 맞이합니다.

음식점에 대한 첫인상은 고객이 점포에 입장하는 순간에 결정됩니다. 입구에서 고객을 반갑게 맞이함으로써 음식점에 대해 긍정적인 인식을 줄 수 있습니다. 고객 서비스를 위한 표준 매뉴얼을 만들어서 점포 내 모든 직원이 일정 수준 이상의 서비스를 제공해야 합니다.

6) 정겹고 활기찬 분위기를 제공합니다.

활기차고 즐거운 분위기를 위해서는 경영주 자신을 비롯한 모든 직원들이 긍정적인 마음가짐을 가지고 일하는 것이 중요합니다. 되도록이면 고객을 반갑게 맞이하고 열정적으로 응대할 수 있는 직원을 고용하고 고객 대응 매뉴얼을 바탕으로 적절한 직원 교육이 이루어져야 합니다.

7) 단순하면서도 특징적인 메뉴를 제공합니다.

같은 메뉴더라도 경쟁 업체와 차별화 될 수 있는 특징적인 요소를 추가하여 경쟁력을 갖도록 합니다. 준비과정이 힘들거나 정교한 작업을 필요로 하지 않는 선에서 변화를 주어 해당 음식점만의 고유 메뉴를 만들어내는 것이 필요합니다.

8) 즉시 조금씩 또는 가볍게 먹을 수 있는 음식을 제공합니다.

고객이 착석 후 2분 내에 가볍게 먹을 수 있는 음식을 제공하는 것이 좋습니다. 고객이 주문한 음식을 기다리는 동안 지루하거나 서비스가 조금 늦어지는 경우에도 불만을 줄일 수 있으며 일반적으로 식전 음료와 잘 어울리는 스낵류를 제공합니다.

9) 음식점을 항상 바쁘고 새롭게 보이도록 유지합니다.

다른 많은 사람들이 자신이 선택한 음식점을 이용하고 있다는 '사회적 증거'는 음식점 이용 후 돈을 지불할 때 발생할 수 있는 '부조화(가치평가에 대한 오해)'를 감소시킬 수 있습니다. 따라서 한가한 시간대에는 내부 칸막이 등을 이용하여 빈 공간을 감추고 바쁜 시간대에는 모든 좌석이 보이도록 하는 것이 좋습니다.

10) 매출액의 최소 3%를 내부판촉에 투자합니다.

가장 효과적인 광고 메시지는 음식점 직원들이 고객에게 직접 정보를 제공하는 것이며 가장 효과적인 광고 매체는 고객이 직접 다른 사람들에게 음식점을 추천하는 것입니다.

11) 직원들이 즐겁게 일할 수 있는 환경을 제공합니다.

경영주의 행동은 음식점 직원들의 표본이 됩니다. 직원들의 팀워크를 강화하기 위해 팀의 성과와 직원 봉급을 연결시키고 경쟁 업체보다 약간 많은 보상을 주는 방법을 고려할 수 있습니다. 또한 업무에 있어서 그 목적을 명확하게 제시하고 목표의식을 갖고 일할 수 있는 환경을 제공해야 합니다.

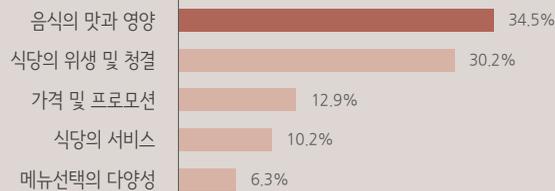
12) 고객이 무엇을 원하든 “네(Yes)”라고 대답합니다.

성공적인 음식점이 되기 위해서는 고객 중심의 서비스를 제공해야 하며 이러한 서비스 철학을 모든 직원들이 공유하고 실천에 옮길 수 있도록 노력해야 합니다.

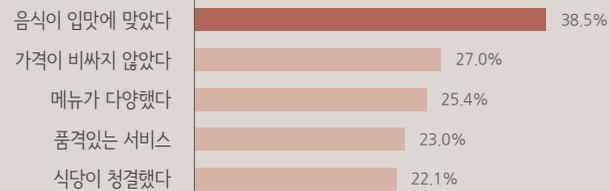
마닐라 고객에 대한 이해

■ 인구(경제활동인구)	1,180만 명 (758만 명)
■ 한인 거주인구	4만 명
■ 외식빈도	주당 평균 약 3.4회
■ 에스닉 외식빈도	주당 평균 약 2.4회
■ 평균 객단가	약 4,011원
■ 아시안 에스닉 선호도	64.2%

식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인



한식당 재방문 이유



● 소비자 좌담회 중

- 바쁜 일상을 보내고 있기 때문에 시간을 절약하기 위해 근처 편의점에서 인스턴트 식품 등 간편한 요리를 자주 이용함
- 무료 서비스되는 반찬이 한식당을 방문하게 되는 가장 큰 요인임
- 한국 드라마에 나오는 한식당은 인테리어도 훌륭하고 한국 고유의 분위기를 느낄 수 있는데 필리핀 현지 한식당은 시설이 열악함

5.2 한식당 운영 실무사례

1) 한식당 '가야 (Kaya)'

- 업태: Fine Dining
- 좌석 및 규모: 2층 200석
- 대표메뉴: 비빔밥, 불고기, 갈비찜, 잡채 등
- 주소: 62 Jupiter Street, Bel-Air, Makati City, Philippines
- 연락처: (63)2-895-0862

① 한식당 개요

한식당 '가야'는 Alex Park 경영주가 1992년 마카티 시티(Makati City)에 오픈했으며 현재 마카티 본점을 비롯하여 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 형태의 지점 3곳을 함께 운영 중입니다.

10년이 넘는 기간 동안 마닐라의 대표적인 고급 한식당으로 자리매김 했으며 높은 인지도를 바탕으로 대형 쇼핑몰과 최고급 호텔에서 사업 제의 요청이 이어지고 있습니다.

그림 6-1: 한식당 '가야' 전경



② 한식당 메뉴 관리

본점의 경우 하루 700~800명의 손님 중 현지인 고객 비율이 70% 정도이며 지점은 90%로 점차 비율이 높아지고 있습니다.

한식 메뉴 중에 비빔밥, 불고기, 갈비찜, 잡채 등의 메뉴가 가장 인기가 있으며 최근에는 삼겹살과 순두부의 선호도도 증가하는 것으로 나타났습니다. 또한 디저트로 제공되는 수정과 의 인기가 높습니다.

필리핀 현지인들은 자극적인 매운 맛 보다는 달콤한 맛을 선호하는 점을 고려하여 전반적으로 덜 맵고 단맛을 강조하는 메뉴들이 많습니다.

샐러드를 좋아하는 현지인의 취향을 반영하여 '불고기 & 샐러드' 메뉴를 자체적으로 개발하여 좋은 반응을 얻고 있습니다.

한식을 제공하는 데 있어서 서양식 코스 요리에 친숙한 현지인들에 맞춰 한식을 코스식으로 구성하여 제공하고 있습니다.

그림 6-2: 한식당 '가야' 메뉴 및 음식



③ 한식 식재료 관리 및 유통

신선재료

일반적인 신선재료는 자체 운영 중인 공장에서 대량 구매하여 지점에 분배하고 있으며 야채류는 현지산 50%, 한국산 50%의 비율로 조달하고 있습니다. 현지산 야채류의 경우 우기에 비가 많이 내리면 가격이 2~3배로 폭등하여 식재료 부담이 가중되며 안정적인 식재료 공급에 차질이 발생합니다. 배추는 해발 고도 1,800m의 바기오(Baguio) 지역에서 한국 종자로 배추를 재배하여 공급하는 한국인 채소 유통업자를 통해 공급하고 있습니다. 김치는 주기적으로 자체 생산하여 비용을 절감하고 있습니다.

그림 6-3: 필리핀 바기오에서 재배한 배추



식가공품

한식 조리 시 필수적인 장류(고추장, 된장), 소스류(간장), 조미료(소금, 설탕) 등은 한국 식품점에서 한국산을 구입하여 사용하고 있습니다.

④ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

가야 본점의 50여 명의 종업원 중 한국인 주방장 2명을 제외하고 모두 필리핀 현지인을 고용하고 있습니다. 식당을 찾는 고객 대부분이 현지인들이기 때문에 현지인 종업원을 채용하여 서비스를 제공하는 것이 보다 효과적입니다. 현지인 종업원은 이직률이 높지 않아 인력 관리에 큰 어려움은 없습니다.

제대로 된 한식의 맛을 알리기 위해 개업 초기부터 호텔 출신의 한국인 주방장을 채용하고 있는데 한국인 주방장의 경우 인건비와 체류지원비까지 지급해줘야 하기 때문에 부담이 매우 큰 편입니다. 한국인 주방장 한 명의 인건비가 필리핀 종업원 모두의 인건비와 비슷한 수준입니다.

현지인 종업원 채용은 신문매체에 구인/구직 광고를 내거나 종업원들의 지인을 추천 받는 경우가 많습니다. 직원 교육은 자체 제작한 매뉴얼을 통해 실시하고 있으며 경력이 가장 오래된 매니저가 교육을 전담하고 있습니다.

조리 교육은 한국인 주방장이 전담하고 있으나 표준화 된 한식 조리법이 없는 상황이라 체계화된 교육을 수행하는데 어려움이 있습니다.

⑤ 한식당 홍보/프로모션

경영주 부인이 한인회 부인회장직을 수행할 때 한국문화 및 한식 홍보 행사를 개최하였고 450여 명의 현지인들이 참석하여 한국 전통 공연을 즐기고 한식 조리법을 배웠습니다.

위 행사에서 특히 김치의 인기가 가장 뜨거웠으며 한식 홍보 행사에 대한 호응도가 매우 높았습니다.

방송사와 제휴하여 한국 요리를 테마로 TV드라마 'Only You'에 한식 메뉴를 개발하여 협찬하였고 드라마가 선풍적인 인기를 끌면서 드라마 속에 등장한 한식 메뉴를 맛보기 위해 많은 손님들이 찾아오게 되었습니다.

오랜 기간 정계, 재계 고위층 오피니언 리더들과 친분을 유지하며 한국 문화를 소개하고 한식을 접대하면서 인지도를 높이고 있습니다.

2) 한식 프랜차이즈 '미스터김밥 (Mr. Kimbob)'

- 업태: Fast Casual
- 지점 현황: SM City Manila, SM Makati, SM Megamall 등 14개 지점
- 대표메뉴: 비빔밥, 불고기 도시락 등
- 본사 주소: Mr. Kimbob Co., Ltd., Filomena Bldg., 477 E. Rodriguez Ave., Cubao, Quezon City, Philippines
- 본사 연락처: (63)2-470-7078
- 홈페이지: www.mrkimbob.com

① 한식당 개요

2010년 오픈하여 단기간 내 지점수가 10개를 넘어서면서 현지 언론으로부터 성공한 외식 모델로 주목 받고 있습니다.

철저한 사전 조사를 통해 필리핀 현지인들이 주식으로 쌀밥을 선호하며 더운 기후에도 불구하고 뜨거운 음식을 건강식으로 인식하고 선호한다는 점을 파악하여 저렴한 돌솥비빔밥 메뉴를 개발하여 크게 성공했습니다. 현재 메트로 마닐라 지역에 위치한 SM 몰(Mall) 10개 지점, 기타 지역에 4개 지점을 운영 중입니다.

그림 6-4: 한식 프랜차이즈 '미스터 김밥'



② 한식당 메뉴 관리

현지인이 즐겨 찾는 SM Mall에 입점해 있어 현지인 고객 비중이 90% 이상입니다. 주요 메뉴는 99페소(약 2,700원) 돌솥(철판)비빔밥이며 불고기(돼지고기), 닭고기 비빔밥 중 불고기 비빔밥의 인기가 가장 높습니다. 현지인들의 입맛에 맞춰 자극적인 맛을 순화하고 달콤한 맛을 강조하는 메뉴를 선보이고 있습니다.

돌솥의 고급스러움을 전달하면서 현지인들에게 친숙한 식기를 제공하기 위해 자체적으로 철판 그릇과 나무 받침을 개발하여 큰 호응을 얻고 있습니다.

그림 6-5: 한식 프랜차이즈 '미스터 김밥' 메뉴 및 음식



③ 한식 식재료 관리 및 유통

신선재료

비빔밥의 주재료인 채소류는 고랭지 재배가 가능한 바기오(Baguio) 지역에서 계약 재배를 통해 조달하고 있습니다.

식가공품

고추장, 고춧가루, 참기름 등 주요 장류와 소스류는 한국산을 현지 유통업체를 통해 소매로 조달하고 있으나 유통마진 때문에 가격이 매우 비싼 편입니다. 향후 점포 확장 상황에 따라 직수입하는 방안을 고려 중입니다.

④ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

푸드코트에 입점하는 1개 매장에 평균적으로 주방 인력 4명, 주문접수 및 판매 인력 4명, 총 8명의 종업원이 근무하고 있습니다. 종업원은 모두 현지인을 고용하고 있으며 월 급여는 1인당 14,440페소(약 37만 원) 정도로 필리핀 동남아 지역 중에서는 인건비가 높은 수준입니다.

종업원 모집은 신문매체에 구인구직 광고를 내거나 종업원들의 지인을 추천 받아 채용하고 있습니다. 직원 교육은 자체적으로 제작한 교육 매뉴얼을 바탕으로 실시하고 있으나 현지인 대부분이 교육 수준이 높지 않은 편이라 관리에 어려움이 있습니다.

⑤ 한식당 홍보/프로모션

식당 홍보 전단지를 만들어 배포하고 있으며 지역 신문에도 소개된 바 있습니다. SNS(페이스북)를 활용하여 젊은 층에게 어필하고 있으며 현지인들이 운영하는 블로그를 통해 많이 소개되어 인지도가 향상되었습니다. 뿐만 아니라 푸드코트 매장에 TV를 설치하고 비빔밥 먹는 방법을 소개하는 홍보 영상을 방영하여 한식을 처음 접하는 잠재 고객들에게 어필하고 있습니다.

‘가야’의 성공요인

철저한 사전조사를 통한 현지화

서양식 코스 요리에 친숙한 현지인들의 식습관에 맞춰 한식 코스 메뉴를 제공하며 샐러드를 좋아하는 현지인의 취향을 반영하여 ‘불고기&샐러드’ 메뉴를 자체적으로 개발함
필리핀 현지인들은 자극적인 매운 맛 보다는 달콤한 맛을 선호하는 점을 고려하여 매운 맛을 순화하고 단맛을 강조함

친밀감 있는 서비스 제공

주방장을 제외하고는 모두 현지인 종업원을 채용하여 주

요 고객인 현지인들에게 보다 친밀감 있는 서비스를 제공하고 있음

다양한 홍보 활동 전개(한식문화 행사 개최, TV 드라마 협찬 등)

경영주 부인이 한인회 부인회장직을 수행할 때 한국 전통문화와 음식을 체험하는 한식문화 홍보 행사를 자체 기획하여 개최함
필리핀 방송사와 제휴하여 한국 요리를 테마로 한 TV 드라마 ‘Only You’에 한식 메뉴를 개발하여 협찬함

‘미스터 김밥’의 성공요인

철저한 사전 조사를 통한 현지화

필리핀인들을 주식으로 쌀밥을 선호하며, 뜨거운 음식을 건강식으로 인식한다는 사실을 파악하여 돌솥비빔밥 메뉴를 개발함

고객 타겟팅

저렴한 가격대의 다양한 한식 메뉴를 출시하여 인구의 대다수를 차지하는 중산층과 젊은 층에게 어필함
대표 메뉴는 99페소(약 2,700원) 돌솥(철판)비빔밥이며

한식 도시락, 김밥, 떡볶이 등 다양한 한식 분식메뉴를 판매하고 있음

다양한 매체를 활용

페이스북, 트위터 등과 같은 SNS를 활용해 젊은 층에게 어필하고, 현지 언론 및 온라인 블로그 등에 소개되면서 단기간에 ‘미스터 김밥’의 브랜드 인지도가 높아지는 계기를 마련함

‘사리원’의 성공요인

포지셔닝 전략

파인다이닝(Fine Dining) 한식당이라는 타이틀에 맞는 고급스러운 분위기의 실내 인테리어를 자랑하며, 수준 높은 직원 서비스를 제공하고 있음 - 방문 고객의 프라이버시가 존중 될 수 있도록 세심한 좌석 배치와 안내 서비스를 제공하고 있음

전문 시설을 통한 최상의 서비스

필리핀 최초로 하향식 무연로스터(육즙을 유지하면서 연기를 하향식 순환 시스템으로 통풍)를 도입했으며, 한국

에서 공수한 수타 냉면 기계를 도입함

현지 취향을 반영한 메뉴 다양화

탄 대표는 마닐라 지점 오픈을 위해 한국 본사에 직접 방문하여 약 3개월 간 견습과정을 거치는 등 철저하게 현지화 전략을 준비함 - 한식 불고기와 어울리는 와인을 엄선하여 와인 리스트를 제공하고 있으며, 한국 소주와 와인을 결합한 퓨전 음료 ‘상그리아 소주(Sangria Soju)’를 개발하여 제공함

5-3 한식당 운영 애로사항

필리핀인은 대부분 밝고 친절할 성격 특성을 가지고 있으나 현실 지향적이고 낙천적인 성격으로 인해 필리핀인을 노동자로 고용할 경우 직원관리에 어려움을 겪기도 합니다.

여유로운 성격으로 시간 약속을 잘 지키지 않는 경향이 있으며 동시에 여러 가지 일을 처리하는 것을 어려워 합니다. 특히 한 사람이 동시에 여러 가지 일을 하면 남의 일자리를 빼앗는다는 인식을 가지고 있어 자신에게 주어진 일만 하려는 성향이 있으며 시키지도 않은 일을 했다가 혹시라도 불이익을 당할 수 있다고 생각하기 때문에 직접적으로 지시한 일만 처리하는 것이 일반적입니다. (한국인에 비해 수동적임)

본인의 생각이 최우선이라는 생각을 가지고 있어 옳고 그름의 기준이 모호하고 문화적 차이로 한국인의 상식을 벗어나는 행동을 하는 경우가 더러 있습니다.

많은 현지 한식당이 한식 조리법 교육 및 전문 인력 부족으로 어려움을 겪는 것으로 나타났습니다.

체계적이고 표준화된 한식 조리법 교육이 이뤄지지 않아 자체교육을 수행하는데 어려움이 있습니다. 또한 한식 전문 조리 인력이 부족하여 사업 확장에도 걸림돌이 되고 있습니다.

‘한류’ 인기로 한국문화에 대한 관심이 크기 높아졌지만 체계적인 한식 홍보가 부족한 실정입니다. 드라마, 대중가요 등 ‘한류’의 인기와 함께 한식에 대한 관심이 높아졌지만 전문적인 홍보가 이루어지지 않고 있습니다.

특히 올바른 한식 문화 전파를 위해 한식 메뉴 표기법 등의 표준화된 자료 보급이 절실합니다.

마닐라

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Manila

초판 1쇄 발행_ 2013년 9월 30일

지은이_ 한식재단

펴낸곳_ 한식재단

연구수행기관_ 삼일회계법인

디자인_ 지음디자인스튜디오

주소_ 서울시 서초구 강남대로 27 (양재동 232) aT센터 1306호

전화_ 02-6300-2050

팩스_ 02-6300-2055

홈페이지_ www.hansik.org / www.koreanfood.net

이메일_ hansik@hansik.org

- ◆ 이 책의 판권은 한식재단에 있으며, 저작권법에 의하여 보호를 받는 저작물이므로 무단 전재 및 복제를 금합니다.
- ◆ 이 책은 농림축산식품부의 한식세계화 정책 지원으로 발간되었습니다.



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한식재단
KOREAN FOOD FOUNDATION