

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000070-01



쿠알라룸푸르

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Kuala Lumpur



북미에서 운영 가이드북
한식당 창업 · 운영 가이드북
한식당 창업 · 운영 가이드북

KFF 한국식재단
KOREAN FOOD FOUNDATION

KFF 한국식재단
KOREAN FOOD FOUNDATION

쿠알라룸푸르

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in **Kuala Lumpur**

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. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 시장환경

1. 거시환경 분석
2. 외식시장 현황

II. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해
4. 한식당 설립 실무정보

III. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영 가이드

■ 외식 소비자 설문조사 개요

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

“

쿠알라룸푸르 한식당 창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Kuala Lumpur

”

I. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 시장환경

1. 거시환경 분석

1.1 정책적 환경	009
1.2 경제적 환경	015
1.3 사회문화적 환경	020
1.4 음식문화적 환경	023

2. 외식시장 현황

2.1 시장에 대한 이해	026
2.2 고객에 대한 이해	030
2.3 경쟁자에 대한 이해	035
2.4 외식상권에 대한 이해	042
2.5 한식산업에 대한 이해	077

1. 거시환경 분석

말레이시아(Malaysia)의 수도 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)는 말레이시아 반도 서해안 중부 지역에 자리한 슬랑고르(Selangor) 주(州)의 산악 구릉지대에 위치하고 있습니다.

면적은 234km²로 전체 국토의 약 0.074%를 차지하며 이는 서울의 약 0.4배에 해당합니다.

인구는 약 162만 명으로 말레이시아 국민의 약 5.9%가 쿠알라룸푸르에 거주하고 있습니다.

공용어는 말레이어(Malay)이며 영어/중국어/타밀어 등이 통용됩니다.

연평균 최저 기온 23.2℃, 최고 기온 32.4℃로 연중 온난 다습한 열대 우림의 기후를 띄고 있습니다.

연평균 강우량은 2,600mm 이상으로 특히 우기로 구분되는 3~4월과 11~12월에는 월 평균 300mm 이상의 강우가 집중되며 6~7월은 건기로 구분되며 상대적으로 비가 많이 내리지 않는 편입니다.



그림 1-1: 말레이시아 쿠알라룸푸르 지도

1.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

말레이시아 정부는 2020년까지 고소득국가 진입을 목표로 하는 'Vision 2020' 중장기 계획을 추진 중입니다.

신경제모델(NEM: New Economic Model)을 통하여 2020년까지 1인당 GDP를 현 8천 달러에서 약 1만 5천 달러로 높이는 것을 목표로 하고 있습니다.

관광산업, 팜오일(Palm Oil) 재배, 금융서비스산업 등 12개 국가경제 주요부문 (NKEAs: National Key Economic Areas)을 선정하여 집중 육성하는 계획을 추진 중입니다.

경제발전 전략의 기초로 풍부한 천연자원 보유국에서 동남아의 산업 강국으로 발전하기 위해 노력하고 있습니다.

1982년부터 '동방정책(Look East Policy)'의 가치 아래 전기 전자를 비롯한 제조업 육성정책 및 외국인 투자유치 정책을 강력하게 추진한 결과 글로벌 기업의 투자를 성공적으로 유치하여 제조업 성장기반을 마련하였으며 특히 총 수출액의 약 45%를 차지하는 전기/전자 제품은 말레이시아 최대 수출품으로 부상했습니다.

최근에는 중국, 인도, 베트남 등 신흥개발도상국의 급속한 성장으로 제조업 경쟁력이 저하됨에 따라 IT, BT 등 지식기술 집약산업과 이슬람금융, 관광 등 서비스 산업 육성에 역점을 두고 있습니다.

말레이시아 정부는 인종 간 부(富)의 편중문제를 시정하기 위해 국민의 다수를 차지하고 있는 말레이계를 우대하는 부미푸트라(Bumiputra) 정책을 추진 중입니다.

전체 인구의 약 25%인 중국계가 동남아 화교 및 중국, 대만과의 강력한 비즈니스 네트워크를 바탕으로 부를 축적하고 대부분의 상권을 장악하고 있습니다.

경제력이 미약한 말레이계를 적극적으로 지원하기 위한 부미푸트라 정책에 따라 말레이시아에서 외국인 기업이 회사를 설립하기 위해서는 자본 30%를 부미푸트라(말레이계) 파트너에게 양도하도록 하고 있습니다.

[참고정보] 말레이시아 이슬람 금융

- 최근 들어 무슬림이 다수를 차지하는 말레이시아에서 이슬람 관련 비즈니스가 유망 분야로 떠오르고 있음
 - 이슬람 관련 비즈니스 중 가장 대표적인 것이 바로 '이슬람 금융'으로 말레이시아는 이슬람 금융에 대한 종합적인 시스템을 갖추고 다양한 서비스를 제공할 수 있는 '글로벌 이슬람 파이낸스 센터'를 지향 함
- '이슬람 금융'이란 전통적 금융상품을 이슬람 율법에 어긋나지 않도록 재구성한 일종의 대체 금융상품이라 할 수 있음
 - 이슬람 율법(Shariah, 샤리아)은 화폐의 시간적 가치를 인정하지 않으며 금전 신탁에 의한 이자의 수취 행위를 인정하고 있지 않아 모든 손실과 수익은 사업자와 투자자가 공동 부담할 것을 원칙으로 하고 있음
 - 이슬람 금융이란 이러한 샤리아의 원칙에 따라 모든 금융거래가 실물거래를 동반하고 이윤과 손실을 분배하는 공동투자의 형식을 취하고 있음
- '이슬람 금융'의 기본방식
 - 무라바하(Murabahah): 금융회사가 상품판매자에게 구입자금을 제공하고 동 자금과 수수료를 구매자로부터 할부로 회수
 - 이스티스나(Istisna): 금융회사가 생산자에게 자금을 미리 제공하고 생산 완료 후 이를 수요자에게 판매하여 자금을 회수
 - 이자라(Ijarah): 금융회사가 건물이나 기계설비 등을 구입하여 수요자에게는 사용권을 이전하고 사용자 수취를 통해 자금을 회수
 - 무다라바(Mudharabah): 금융회사가 거액 투자자를 모집하여 사업에 공동출자 및 경영에 참여하여 출자비율에 따른 수익배분을 통해 자금을 회수
 - 무샤라카(Musyarakah): 금융회사가 거액 투자자를 모집하여 사업에 공동출자 및 경영에 참여하여 출자비율에 따른 수익배분을 통해 자금을 회수

2) 투자 정책

동남아시아 주변국에 비해 우수한 인프라와 정부의 적극적인 투자유치 정책 등에 힘입어 대 말레이시아 외국인 직접투자(FDI: Foreign Direct Investment)는 꾸준히 증가하고 있습니다.

2008년 하반기부터 2009년까지 세계 경기 침체로 인해 투자금액이 급감하다가 2010년에 들어서 세계경기 회복 기조와 함께 증가세를 보이고 있습니다.

주요 투자부문은 전기/전자, 기초금속제품, 비철광물 등으로 2010년에는 전기/전자에 대한 투자가 크게 증가하면서 2010년의 외국인 직접투자(FDI) 급증에 기여했습니다.

우리나라 기업들은 말레이시아에 금속, 화학제품, 전기/전자산업 등을 중심으로 다양한 분야에 진출해 있습니다.

투자유치 정책으로 말레이시아 정부는 경제특구 지정 및 주요산업 육성 계획을 수립하고 세 금면제 등 각종 투자 인센티브를 제공하고 있습니다.

또한 외국인투자 유치 증대를 위해 2009년부터 말레이시아 산업개발청(MIDA)을 공공설비 및 금융서비스를 제외한 모든 투자 사업에 대한 승인 권한을 가진 원스톱 센터로 개편하였습니다.

말레이시아 정부는 제조업 분야에서의 외국인 투자지분 제한 규정 폐지, 조세감면 혜택 강화 등 외국인 투자 유치를 위하여 노력하고 있으며 금융 등 서비스 분야도 점차 개방하고 있는 추세입니다.

특히 제조업 투자에 대한 규제를 완화하여 안전, 건강, 환경, 종교 등과 관련된 활동을 제외한 제조업 투자 허가를 자동화하였고 27개의 서비스 부문(특정 관광, 보건, 기술, 수송산업 등)과 지역유통센터, 국제구매센터 등에 대한 외국인 지분소유 한도를 100%로 상향 조정하였습니다.

헤리티지재단과 월스트리트저널이 평가하는 경제자유화지수에서 말레이시아는 정부의 자유화 개방화 정책에 힘입어 2011년 전년보다 6단계 상승한 53위(174개국 중)를 차지했습니다.

3) 이민 정책

말레이시아의 이민 정책은 폐쇄적인 편이며 특별한 경우를 제외하면 취업을 위한 일반 외국인 노동자들의 장기 거주 및 영주권, 시민권 획득이 현실적으로 어렵습니다.

말레이시아 정부는 불법 외국인 노동자로 인하여 말레이계 국민들이 불이익을 당하지 않도록 하기 위해 외국인 노동자의 불법 체류를 억제하기 위한 정책을 지속적으로 시행하고 있습니다.

반면 외국인 투자와 자본 유치를 적극 장려하고 있어 외국인 투자자들에 대한 장기체류 자격부여 정책은 발달해 있습니다.

특히 재정적으로 안정된 외국인들이 말레이시아에 방문 또는 거주하면서 발생하는 외화 유입과 이에 따른 내수 소비 촉진을 위한 특별 프로그램인 MM2H(Malaysia My Second Home) 정책이 시행되고 있습니다.

투자 및 사업행위만 허용되기 때문에 MM2H 신청자가 비자 취득 후 체류기간 중 말레이시아 내에서 취업활동에 종사하여 취득한 소득으로 생활비를 충당하지 않아도 됨을 입증해야 합니다.

처음 소개 시에는 은퇴자 프로그램(Silver-Hair Program)으로 운영되었으며 50세 이상 연령자만 신청가능 하였으나 현재는 연령제한이 폐지되어 30~40대 사업가가 주류를 이루고 있습니다.

4) 식품 및 외식산업 정책

① 프랜차이즈 정책

말레이시아는 자국 프랜차이즈 육성을 위해 정부 차원의 프랜차이즈 산업 육성책을 적극적으로 시행하고 있습니다.

2010년 국내총생산(GDP)의 2.2%를 차지하던 프랜차이즈 산업을 2020년까지 9.4%로 증가시키는 것을 목표로 하고 있습니다.

관련부처에 따르면 2010년 492개인 프랜차이즈 업체수가 2020년까지 1,140개로 증가하여 연평균 성장률 15%를 달성할 것으로 예상됩니다.

프랜차이즈 가맹점 수는 2010년 4,838개에서 2020년 1만 3,942개로 급증하여 연 평균 성장률 24%를 기록할 것으로 예상됩니다.

상위 404개의 프랜차이즈 회사를 포함한 프랜차이즈 산업은 2006년에서 2010년까지 223억 4,000만 링깃(약 74억 5000만 달러)의 총수익을 기록했습니다.

2010년 프랜차이즈 1인당 매출액은 470링깃(약 167달러)으로 2020년에는 2990링깃(약 997달러)으로 증가할 것으로 전망됩니다.

표 1-1: 말레이시아 업종별 프랜차이즈 등록 수 (2011)

구분	개수	배율 (%)
식품	196	34
의류 및 악세서리	71	12
서비스 및 경비	62	11
학습센터 및 탁아	69	12
보건 및 미용	58	10
편의점 및 슈퍼마켓	16	3
정보통신기술 및 전자	25	4
기타 산업	83	14
총계	580	100

출처: 말레이시아 MDTCC

2011년까지 등록된 프랜차이즈 업체 중 식품 및 음료 부문이 34%를 점유하고 있으며 55개의 회사가 운영하는 약 65개의 주요 브랜드 2,700여 개 이상의 매장이 성업 중입니다.

상위 5개 브랜드로는 KFC(매장 수 500개), 피자헛(매장 수 208개), 시크릿 레시피(매장 수 203개), 맥도날드(매장 수 200개), 올드타운 화이트 커피(매장 수 170개) 등이 있습니다.

말레이시아 정부는 프랜차이즈 산업의 체계적 진흥을 위해 PNS(Perbadanan Nasional Berhad)라는 공기업을 설립하였으며 자금 제공과 자본 조달을 통해 중산층 말레이계가 우량한 프랜차이즈 기업을 운영할 수 있도록 지원하고 있습니다.

② 할랄(Halal)⁽¹⁾ 정책

말레이시아 정부는 3rd Industrial Master Plan(2006~2020) 정책에 따라 2020년까지 국제 할랄(Halal) 산업의 허브로 성장한다는 목표와 함께 국내총생산(GDP)의 5.8%까지 산업을 확장시키고자 노력하고 있습니다.

말레이시아 무역진흥기관(Matrade)에 따르면 말레이시아 할랄 산업 수출이 2012년에 전년대비10% 증가한 약 330억 링깃, 한화 약 11조 5830억 원의 규모인 것으로 추정됩니다.

말레이시아의 할랄 산업은 가공식품, 할랄 화장품 재료, 퍼스널 케어(로션, 크림 등) 그리고 축산업 등 4개 분야에 집중되어 있습니다.

말레이시아는 자국을 할랄 시장의 허브로 만들기 위해 2012년부터 할랄법(Halal Act)을 시행하고 있습니다.

할랄법에 따르면 말레이시아 내에서 유통되는 식품 및 화장품 등에 부착되는 할랄인증은 연방정부 산하의 이슬람 개발부(JAKIM)와 이슬람개발부가 공인한 56개의 해외 할랄인증 기관에서 발급한 인증이어야만 하며 이외의 할랄인증은 불법으로 간주되어 처벌을 받습니다.

현재 말레이시아 법령에서 정한 할랄 인증기관으로는 연방 정부 산하의 이슬람 개발부(JAKIM)와 각 주(州) 할랄 위원회(MAIN), JAKIM이 공인한 해외 할랄 인증기관으로 한정되며 한국에는 아직까지 공인된 할랄 인증기관이 없는 실정입니다.

또한 말레이시아는 식품 수입 시 '거래 표시에 관한 법률'에 근거하여 2013년부터 할랄 인증을 받은 식품만 수입할 것이라고 세계보건기구(WTO)에 통보한 바 있습니다.

이로 인해 말레이시아에 식품을 수출하는 한국 기업들에게 있어 이슬람 시장으로의 성공적인 진출을 위해서는 할랄 인증을 획득하는 것이 필수적인 핵심요건이 될 것으로 전망됩니다.

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

1.2 경제적 환경

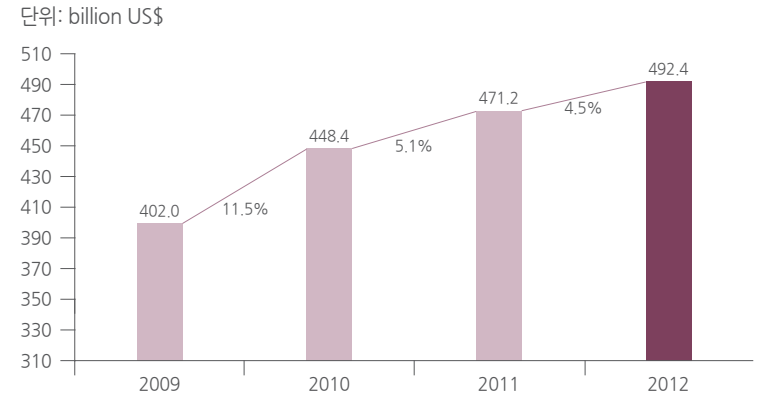
1) 경제 규모 및 성장률

말레이시아의 국내총생산(2012 PPP기준)은 약 4,924억 달러(한화 약 543조 원)로 세계 30위의 경제규모를 나타냅니다.

섹터(Sector)별 GDP 구성비를 살펴보면 서비스(Service) 섹터가 약 48%로 GDP의 절반 정도를 차지했으며 산업(Industry) 섹터는 약 40%로 나타났습니다.

한편 농업(Agriculture) 섹터는 세계 최대 팜 오일 생산국의 지위에 걸맞게 약 12%의 높은 비율을 나타냈습니다.

그림 1-2: 쿠알라룸푸르 연도별 국내총생산(GDP) 규모



출처: CIA World Factbook

말레이시아 경제는 최근 20년간 비교적 꾸준한 성장세를 보여 왔으며 2008년 미국의 리만 쇼크 후의 일시적인 경기 후퇴가 있었지만 현재는 회복하여 약진하고 있습니다.

말레이시아 경제는 산업구조상 수출의존도가 높은 편이지만 금융부문이 상대적으로 견고했기 때문에 경기침체는 1년 정도로 비교적 단기간에 끝났으며 현재 약 5%대의 안정적인 성장세를 이어가고 있습니다.

쿠알라룸푸르의 경제 규모는 말레이시아 전체 GDP의 약 13% 이상을 차지하고 있습니다.

최근 정부청사가 신 행정도시인 푸트라 자야(Putra Jaya)로 이전하기는 했지만 말레이시아 중앙은행(Bank Negara Malaysia)을 비롯하여 주요 관공서는 여전히 쿠알라룸푸르에 위치하고 있으며 국제 금융 비즈니스의 중심지 역할을 하고 있습니다.

금융/비즈니스/관광/호텔/레스토랑 등 서비스에 종사하는 노동자 비율이 쿠알라룸푸르 전체 노동자의 약 83%에 이를 만큼 서비스업이 특화되어 있습니다.

2) 외국인 투자 유치

동남아시아 주변국에 비해 우수한 인프라와 정부의 적극적인 투자유치 정책 등에 힘입어 말레이시아 외국인직접투자(FDI)는 꾸준히 증가하고 있습니다.

유엔 국제무역개발기구(UNCAD)에 따르면 말레이시아는 2010년 212억 8,000링깃(한화 약 7조 4,267억 원)의 외국인 직접투자(FDI)를 유치해 2009년 대비 409.7% 상승했습니다.

말레이시아 국제통상산업부(MITI)에 따르면 기록적인 외국인 직접 투자 (FDI) 성장률은 말레이시아의 훌륭한 인프라, 긍정적인 경제전망, 예측 가능한 투자 제도와 더불어 현재 정부 주도로 이뤄지는 경제 개혁 프로그램에 기반한 것으로 파악됩니다.

말레이시아는 태국과 함께 천연자원 및 농업기반이 강한 국가임에도 불구하고 외국인 투자 유치와 수출주도형의 성장 전략을 추진하고 있습니다.

특히 외국인투자 인프라는 동아시아 주변국 대비 수준급이며 정부는 계속 사회간접 자본 공급에 주력하고 있습니다.

말레이시아 정부는 또한 관련 법과 제도를 꾸준히 개선하고 있으며 인건비의 급격한 상승을 막기 위해 외국인 투자기업의 외국인 노동력 수입도 비교적 자유로운 편입니다.

말레이시아 경제에서 외국인 투자기업의 기여도는 절대적인 규모를 차지하고 있습니다.

제조업에 대한 국내 총투자에서 외국인 투자의 비중이 내국인 투자의 비율과 가까울 정도로 매우 높은 편입니다.

대말레이시아 주요 투자국은 일본, 대만, 미국, 싱가포르로 1993년 이후 이들 4개국의 투자 규모가 전체 외국인투자의 50% 이상을 차지하고 있으며 주로 전기/전자, 섬유, 화학 등의 업종에 투자되고 있습니다.

특히 1980년대 중반 이후 일본기업들은 말레이시아로의 생산라인 이전 및 첨단 생산시스템 도입을 적극 추진하고 있습니다.

우리나라 기업들은 말레이시아에 금속, 화학제품, 전기/전자산업 등을 중심으로 다양한 분야에 진출하고 있으며 우리나라의 해외직접투자 ODI 실적은 2009년에 세계경기 침체의 영향으로 투자금액이 크게 감소하였으나 2009년 말부터 다시 상승하기 시작해서 2010년에는 1,000%가 넘는 높은 증가세를 보였습니다.

3) 물가 상승률 변화

글로벌 경기 침체에 따른 국제 원자재 가격 하락으로 2009년 물가 상승률은 0.6%를 기록하였으며 이후에도 말레이시아 정부의 가격 조절 정책 및 환율 하락 등의 요인으로 2010년 물가상승률은 1% 대 수준에 그쳤습니다.

최근에는 경기가 회복되면서 물가상승률이 약 3%를 상회하고 있으며 2012년 물가상승률 전망치는 약 3.4% 수준입니다.

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

글로벌 경기 침체에 따른 악재에도 불구하고 경기부양정책 등의 영향으로 말레이시아의 가처분 소득은 꾸준히 증가세를 보이고 있습니다.

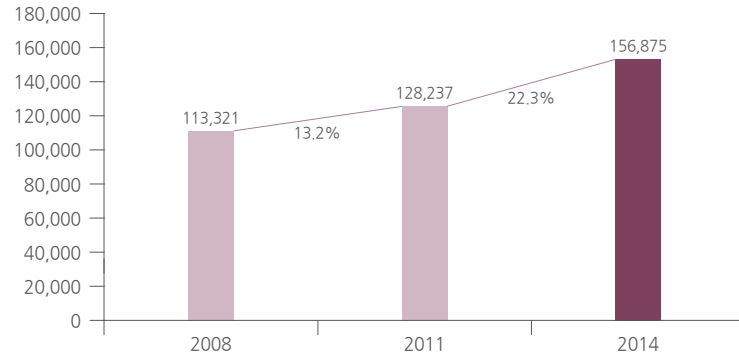
2006년 말레이시아 1인당 국민소득이 6,000 달러에 미치지 못했던 것에 반해 2011년 9,000달러를 넘어섰으며 2012년에는 1만 달러를 넘어설 것으로 추정됩니다.

말레이시아 식음료 지출 금액 또한 2009년 경제위기 영향으로 하락세를 보였으나 최근 꾸준히 상승하고 있습니다.

2012년 총 식음료 지출금액은 \$28,282 million이며 이는 한화 약 30조 원에 이르는 규모입니다.

그림 1-3: 쿠알라룸푸르 연도별 가처분 소득 규모

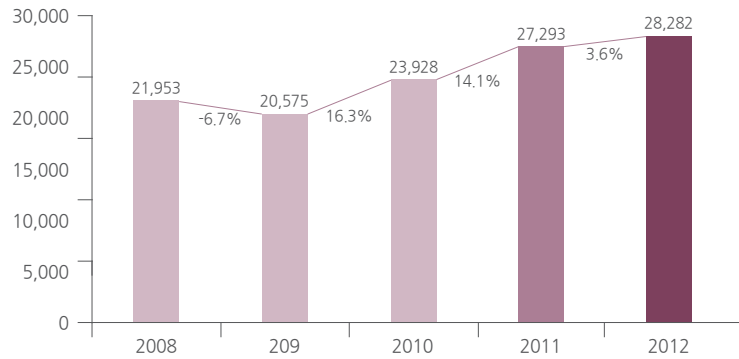
단위: million US\$



출처: Euromonitor

그림 1-4: 쿠알라룸푸르 연도별 식비 지출액 규모

단위: million US\$



출처: Euromonitor

5) 경제 동향

2013년 말레이시아의 경제 성장률은 수출 및 민간소비 확대에도 불구하고 주요 수출 대상국들의 점진적인 경기 회복 추세에 따라 세계경제 위기 발생 전의 경제성장률 수준에 못 미치는 약 4~5% 수준을 보일 것으로 전망됩니다.

2013년도 말레이시아 정부 예산안에 따르면 2013년도 말레이시아 예산규모는 한화 약 91조 원이며 이 금액은 말레이시아 역대 예산안 중 가장 큰 규모입니다.

특히 투자 예산안은 말레이시아 경제성장률이 4.5%~5.5%에 이르고 GDP 규모가 사상 처음으로 1조 링깃(약 3,300억 달러)을 상회할 것이라는 전망에 근거하여 배정되었습니다.

2013년 투자 관련 정책에는 중소기업, 석유 및 가스부문, 관광, 농업, 사회 인프라 건설 부문 등에 투자촉진을 위한 다양한 방안들이 포함되었으며 자본 및 금융시장 부문에 대한 투자 장려정책도 제시되었습니다.

말레이시아는 내수 경제가 경제 성장률을 주도하기 때문에 정부 예산안에 포함된 '공공부문 임금상향조정', '중-저소득층에 대한 금융 지원' 등 민간소비를 촉진시키는 각종 정책들이 경제 성장을 견인할 것으로 기대됩니다.

1.3 사회문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

말레이시아는 다민족으로 구성된 국가로서 여러 민족 집단이 각각의 고유하면서도 독특한 문화적 전통을 유지한 채 공존하고 있습니다.

인구의 다수를 차지하는 말레이인들의 이슬람문화와 원주민들의 토착문화, 중국계의 도교-불교 혼합문화, 인도계의 힌두교-이슬람교 혼합문화 등 다민족이 만들어내는 다채로운 문화가 한데 어우러져 다민족 사회의 특성을 이루고 있습니다.

말레이시아 전체 인구 중 부미푸트라(Bumiputra)로 불리는 본토인 (말레이인, 기타 원주민)이 67.4%로 다수를 차지하며 그 다음으로 중국계(Chinese)가 24.6% , 인도계(Indian)가 7.3%를 차지합니다.

쿠알라룸푸르에서는 본토인(45.9%)과 중국계(43.2%)가 지역 사회의 주류를 형성하고 있습니다.

말레이시아의 공용어는 말레이어(Bahasa Melayu, Bahasa Malaysia)이며 영국의 연방에 속해 있었기 때문에 영어가 널리 통용됩니다.

다인종 국가이므로 말레이어와 영어 이외에도 만다린(중국어), 타밀어(인도어) 또한 사업, 여행, 산업, 라디오, TV 및 교육기관 등에서 사용되고 있습니다.

2) 종교적 배경

말레이시아는 이슬람교(Islam)가 국교로 공표되어 있으며 말레이시아의 문화와 국민생활 전반에 미치는 영향력이 지대합니다.

모든 정부행사는 이슬람식 기도로 시작하며 주왕은 말레이계 무슬림으로서 상징적인 의미의 주(州)통치자일 뿐만 아니라 종교적 지도자로서의 지위도 보유하고 있습니다.

뿐만 아니라 2003년부터 2007년까지 이슬람 회의 기구인 OIC(Organization of the Islamic Conference)의 의장국을 지냈을 정도로 전 세계 57개 이슬람 국가(13억 무슬림 인구) 중에서 주도적인 역할을 수행하고 있습니다.

말레이시아는 이슬람국가이지만 헌법으로 종교의 자유를 보장하고 있어 인종별로 다양한 종교가 발달했습니다.

2010년 기준으로 말레이시아 전체 인구 중에서 이슬람교도 61.3%, 불교도 19.8%, 기독교도 9.2%, 힌두교도 6.3%, 중국 전통신앙을 신봉하는 사람들 1.3% 등의 분포를 보이고 있습니다.

중국계 거주인구가 다수를 차지(43.2%)하는 쿠알라룸푸르에서는 불교(Buddhism) 인구 비율이 35.7%로 말레이시아 전체 비율보다 높은 편입니다.

표 1-2: 쿠알라룸푸르 종교인구 비율

구분	쿠알라룸푸르	말레이시아
이슬람교 (Islam)	46.4%	61.3%
불교 (Buddhism)	35.7%	19.8%
기독교 (Christianity)	5.8%	9.2%
힌두교 (Hinduism)	8.5%	6.3%
중국전통교 (Chinese Traditional Religion)	1.1%	1.3%
기타 (Others)	2.5%	2.1%

- ▶ 출처: 말레이시아 통계청, 『Population and Housing Census of Malaysia, 2010』
- ▶ 중국전통교는 유교(Confucianism), 도교(Taoism), 민속신앙 등을 포함
- ▶ 기타(Others)에 무교 0.5% 포함

3) 사회·문화적 특성

① 인구통계학적 특성

말레이시아의 인구는 채 3천만 명이 되지 않아 주변국인 인도네시아(2억 명), 필리핀(1억 명 육박), 태국(6천만 명)에 비해 인구가 적어 상대적으로 내수시장이 작은 것이 특징입니다.

3천 만 명이 되지 않는 인구가 말레이계, 중국계, 인도계 등 다민족으로 이루어져 있어 소비 시장이 민족계층별로 분화되는 특성이 있기 때문에 체감 시장규모는 더욱 작은 편입니다.

다민족 국가인 말레이시아의 국민성은 종교에 따라 다른 기질을 나타냅니다.

말레이시아 인구의 절반이 넘는 말레이인들은 기본적으로 이슬람교에 기반을 둔 엄격한 계율을 따르며 불교 인구가 주를 이루는 중국계와 힌두교를 믿는 인도계 인구는 각각의 지역사회를 형성하여 모국의 특성들이 잘 유지되고 있습니다.

특히 매우 온순한 성격을 가진 말레이계 인구가 절반이 넘기 때문에 대체적으로 일처리에 있어서 빠르지 않고 느긋한 분위기이며 싸움을 좋아하지 않고 공격적이지 않아 치안문제에서도 다른 동남아 국가들보다 상대적으로 안전한 편입니다.

② 소셜 네트워크 & IT트렌드

말레이시아 정보통신기술협회(ICT) 발표에 따르면 2011년 2월 기준 말레이시아 인터넷 사용자는 1,700만여 명, 통신망 보급률은 57.1%에 달하는 것으로 파악됩니다.

주요 SNS(Social Network Service) 업체의 통계 자료를 제공하는 '소셜베이커스'(Socialbakers)에 따르면 말레이시아의 전 국민 47%가 페이스북을 사용하는 것으로 조사되었습니다.

이는 아시아 국가에서 싱가포르 55%, 홍콩 53%, 대만 52%, 말레이시아 47% 순으로 4위를 기록하는 수치입니다.

2010년 스마트폰이 휴대폰 전체 판매 대수 중 31%, 매출액 중 62%를 차지하며 휴대폰 보급률은 이미 111%에 달하나 새로운 모델에 대한 수요는 꾸준하게 증가하고 있습니다.

서베이회사 '시노베이트'(Synovate)에 따르면 쿠알라룸푸르에서만 스마트폰 사용률이 12.5%에서 17.8%로 증가했으며 특히 엘리트계층(전문직, 화이트칼라)에서 스마트폰 구입에 가장 강한 의사를 보인 것으로 조사되었습니다.

말레이시아의 온라인 쇼핑 시장의 규모는 2010년 18억 링깃(한화 약 6282억 원)에 달했으며 2015년까지는 적어도 50억 링깃(한화 약 1조 7,450억 원)을 달성할 것으로 전망됩니다.

18세 이상 성인 중 110만여 명의 말레이시아 온라인 쇼핑객은 2010년 1명당 평균 2,461 링깃을 소비한 것으로 나타났습니다.

1.4 음식문화적 환경

1) 식단 및 식습관

말레이시아는 말레이계, 중국계, 인도계, 그 외 토착민 등 여러 민족이 어울려 생활하는 다민족 국가로 식습관 역시 다양하게 혼재되어 있습니다.

이슬람교를 믿는 말레이계는 돼지고기와 알코올 음료의 섭취를 금기시하며 할랄(Halal) 방식으로 조리된 음식 및 할랄(Halal) 인증을 취득한 식품만 이용합니다.

종교적 영향으로 돼지고기 대신 닭고기나 생선, 야채를 중심으로 한 요리가 많습니다.

반면 힌두교를 믿는 인도계는 소를 신성시하여 소고기의 섭취를 금기시합니다.

이슬람 문화의 영향으로 아직까지 말레이시아 가정에서 일반적으로 식사를 할 때 손을 사용하며 따라서 식사하기 전에 손을 씻을 수 있도록 테이블에 물이 들어있는 작은 냄비들을 갖추고 있습니다.

표 1-3: 말레이시아의 음식문화와 식단

구분		내용
아침	Sarapan Pagi	<ul style="list-style-type: none"> 쌀과 몇가지 반찬을 곁들여 먹는 것이 일반적인 아침 식사이며 대표적인 말레이시아 아침 메뉴로 나시르막(Nasi Lemak)이 있음 커피숍이나 길거리 노점에서 가볍게 해결하는 경우가 많음
점심	Makan tengahari	<ul style="list-style-type: none"> 직장인들은 일반적으로 점심식사를 도시락으로 해결하는 경우가 많음 아침식사와 유사한 식단에 고기 요리를 추가하는 경우가 많음
저녁	Makan malam	<ul style="list-style-type: none"> 점심식사와 유사한 식단이나 상대적으로 적은 양을 섭취함

2) 주식 및 식품소비

말레이시아에서는 점심과 저녁의 주식으로 쌀이나 야채, 고기나 생선을 즐겨 먹습니다.

연평균 5%가량의 1인당 소득 증가와 함께 연간 2.5%에 달하는 인구 성장, 서구식으로 변하는 소비 선호 등으로 인해 말레이시아 식품 소비에 변화가 감지되고 있습니다.

전체적으로 보면 1990년대와 비교해 식물성 식품의 섭취량이 크게 증가해 1일 총 칼로리 섭취량이 늘어났습니다.

곡물 중에서도 밀의 소비가 1990년대 30.4kg에서 2009년 기준 65.4kg으로 급격히 증가했으며 채소류의 증가도 두드러졌습니다.

표 1-4: 2009년 말레이시아 1일 / 1년 식품 소비량

구분	1일 소비량 (g)	1년 소비량 (kg)
닭고기	1005	38.0
소고기	21	7.6
돼지고기	15	5.6
원양생선	52	19.0
바다생선	45	16.4
계란	33	12.1
우유	100	36.4
쌀	304	119.0
밀	179	65.4
카사바	39	14.3
채소	92	33.7
옥수수	21	7.8
과일	110	47.3
설탕	98	35.7

출처: 세계식품기구, <http://faostat3.fao.org/>

3) 말레이시아 전통음식

① 말레이계 전통음식

말레이시아인들은 우리나라와 마찬가지로 쌀을 주식으로 합니다.

찰기가 없이 부슬 부슬한 ‘인디카(Indica)’종 쌀을 사용하여 요리한 말레이시아식 쌀밥을 ‘나시(Nassi)’라고 부릅니다.

찰기가 없이 부슬 부슬한 ‘인디카(Indica)’종 쌀을 사용하여 요리한 말레이시아식 쌀밥을 ‘나시(Nassi)’라고 부릅니다.

보통 코코넛 밀크와 계피, 후추 등 향신료를 넣어 밥을 짓는 경우가 많으며 생선, 고기, 야채를 주재료로 갖가지 양념과 향료를 첨가한 반찬을 곁들입니다.

요리에는 ‘삼발(Sambal)’이라는 양념 소스가 흔히 사용되는데 이는 고추와 후추 등을 맷돌로 빻고 다진 양파, 민트, 마늘, 새우로 만든 젓갈, 식초, 소금 등을 넣어 만들어 매운맛이 강한 편입니다.

대표적인 말레이시아 전통음식으로는 나시 고랭(Nasi Goreng), 나시 르막(Nasi Lemak), 사테(Satay) 등이 있습니다.

② 중국계 전통음식

중국 본토의 것을 기본으로 하고 있지만 현지 재료와 다른 문화에 감화되어 파생된 요리도 많이 볼 수 있는 것이 특징입니다.

말레이시아에서 중국요리는 화교의 영향력으로 어느 지역을 가든 정통중국요리를 접할 수 있으며 호텔레스토랑부터 저렴한 포장마차까지 다양한 업체에 많은 수의 가게들이 분포되어 있습니다.

③ 인도계 전통음식

인도계 말레이시아인은 힌두교를 믿는 사람이 많은데 힌두교는 불교도와 마찬가지로 쇠고기를 먹는 것을 금지하며 채식주의자가 대부분입니다.

인도계 외에도 말레이시아에는 채식주의자가 100만 명인 것으로 알려져 있으며 최근에는 채식 전문 레스토랑이 아니더라도 채식 메뉴를 선보이는 레스토랑이 늘어나고 있습니다.

말레이시아의 인도 음식은 말레이시아에서 인기 있는 음식 중 하나이며 크게 남부, 무슬림, 북부 음식으로 구분됩니다.

그림 1-5: 말레이 전통 음식



2. 외식시장 현황

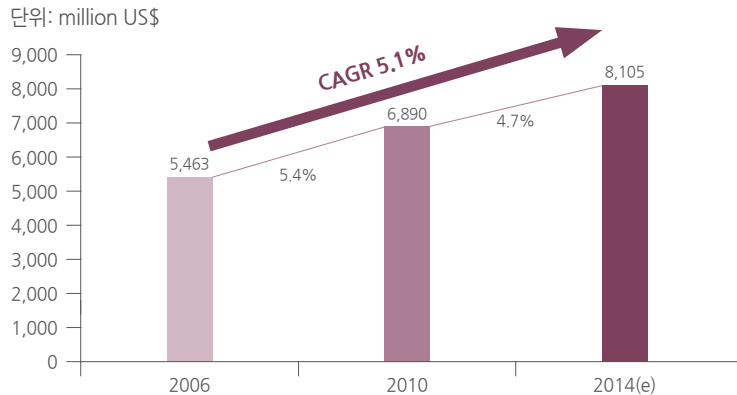
2.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

2010년 기준 말레이시아 외식시장 규모는 약 68억 달러(약 7.7조 원) 정도이며 향후 연 평균 4.7%의 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

유로모니터(Euromonitor) 분석에 따르면 '06~'10년 말레이시아 외식시장 규모는 연 평균 5.4%의 성장률을 기록하였으며 향후 '14년 까지 연 평균 4.7% 성장률을 기록하며 약 81억 달러(약 9.1조 원) 규모에 달할 것으로 전망됩니다.

그림 2-1: 쿠알라룸푸르 외식시장 규모 및 연 평균 성장률 (CAGR)



출처: Euromonitor, 2010

말레이시아 외식시장의 세부 섹터별 규모를 살펴보면 'Full-Service Restaurant'이 39.7%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 그 다음으로 'Street Stalls/Kiosks(22.8%)', 'Cafes/Bars(21.3%)' 순으로 높은 비율을 보였습니다.

'Fast Food' 시장도 13.4%의 높은 점유율을 보이고 있어 말레이시아 외식시장은 업태 세분화가 진행되었음을 파악할 수 있습니다.

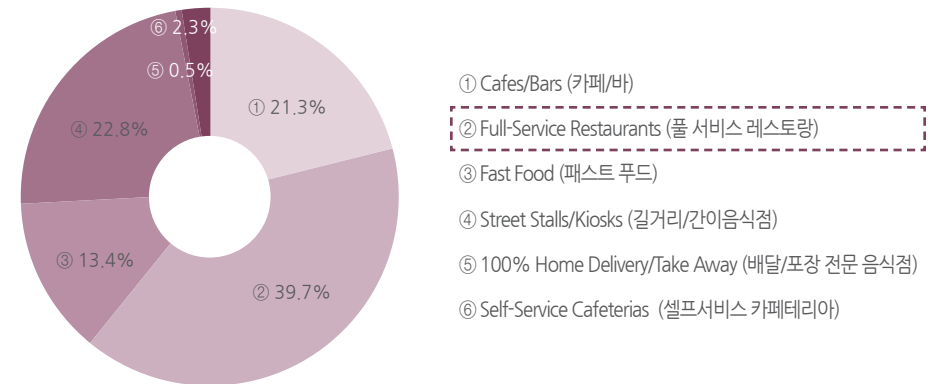
대도시권을 중심으로 간편식으로 식사를 해결하는 외식문화가 확산되면서 'Fast Food', '100% Home Delivery/Take-away' 시장의 성장세가 두드러지고 있습니다.

'Fast Food' 시장은 '06년에서 '10년까지 외식시장 전체 연 평균 성장률(6.0%)을 웃도는 11.8%의 성장률을 기록하며 시장 점유율을 높여가고 있고 향후 '14년까지 6.2%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

점유율은 낮지만 배달음식에 대한 수요가 급증하고 있어 '100% Home Delivery/Take-away' 시장은 향후 '14년까지 가장 높은 11.1%의 연 평균 성장률을 기록하며 약진할 것으로 예측됩니다.

한편 'Self-service Cafeterias' 시장도 향후 '14년까지 4.7%의 성장률을 기록하며 꾸준히 성장할 것으로 전망됩니다.

그림 2-2: 쿠알라룸푸르 외식시장 섹터별 규모 (2012)



출처: Euromonitor, 2010

Categories	시장규모 (million \$)	비율 (%)	CAGR (%)	
			'06~'10	'10~'14
Consumer Food Service	6,889.9	100.0	6.0	4.1
Cafes/Bars (카페/바)	1,465.1	21.3	6.8	3.8
Full-Service Restaurants (풀 서비스 레스토랑)	2,735.1	39.7	4.3	4.1
Fast Food (패스트 푸드)	925.0	13.4	11.8	6.2
Street Stalls/Kiosks (길거리/간이음식점)	1,572.6	22.8	5.2	3.1
100% Home Delivery/Take Away (배달/포장 전문 음식점)	33.0	0.5	10.9	11.1
Self-Service Cafeterias (셀프서비스 카페테리아)	159.1	2.3	5.4	4.7

업태구분은 리서치 기관 Euromonitor의 구분에 의함

2) 외식시장 트렌드

외식은 말레이시아 사회에서 하나의 확립된 문화이며 사회생활의 일부로 자리잡고 있습니다.

Nielsen Company가 말레이시아 소비자들의 외식습관에 관해 실행한 여론조사에 의하면 말레이시아인의 67%가 적어도 매주 한번 외식을 하고 있으며 아침, 점심, 간식, 저녁 식사를 불문하고 외부에서 쉽게 해결하는 경우가 많다고 합니다.

특히 도시에 살며 일하고 있는 젊은 층은 외식을 자주 즐기는 경향이 있고 매년 2천만 명 이상의 관광객들이 쿠알라룸푸르를 방문하고 있어서 외식 점포수는 계속해서 증가하고 있는 추세입니다.

말레이시아 외식시장의 'Full-Service Restaurant' 분야에서는 아시아 에스닉(Ethnic) 레스토랑이 가장 인기가 높고 약 74%의 점유율을 지니고 있습니다.

다문화 다인종 국가이자 화교의 힘이 강한 말레이시아 사람들에게 있어 중국, 일본, 태국 등의 아시아 요리는 다가가기 쉽고 거부감이 적은 음식입니다.

프랜차이즈 사업이 국가적으로 정책적 지원을 받고 있으며 특히 패스트 푸드(Fast Food) 관련 프랜차이즈 사업이 큰 인기를 끌고 있습니다.

말레이시아는 쇼핑물 중심의 상권이 발달해 있기 때문에 쇼핑물 입점 및 점포 확장이 유리한 프랜차이즈 사업이 특히 더 각광받고 있습니다.

말레이시아 패스트 푸드 업계의 총 매출 중 치킨 체인 사업자가 차지하는 비율은 54%, 버거(Burger) 체인 사업자가 차지하는 비율은 35%에 달합니다.

치킨 체인점 및 버거 체인점은 패스트 푸드 사업의 중심에 있으며 2009년부터 2014년까지 연 평균 성장률 4%를 나타낼 것으로 전망됩니다.

특히 치킨 패스트 푸드의 경우 메뉴가 정착되어 있고 말레이시아의 모든 인종, 문화적 기호에 부합하는 메뉴이기 때문에 인기가 높습니다.

말레이시아는 특히 길거리 음식이 세계적으로 유명하며 많은 말레이시아인이 간이상점 및 포장마차에서 간단하게 끼니를 해결합니다.

여행 사이트 '버추얼 투어리스트' 기획의 '포장마차 요리가 맛있는 도시 베스트 10'에서 방콕, 싱가포르에 이어 말레이시아의 페낭 주가 3위를 차지했습니다.

세계적인 경기침체에도 불구하고 말레이시아 식료품 시장 또한 외식시장과 마찬가지로 꾸준히 활성화되고 있습니다.

말레이시아 식료품유통업체의 매출은 2008년 기준 102억 달러(한화 약 10조 9466억 원)를 달성했으며 계속 증가하는 추세입니다.

최근에는 쿠알라룸푸르에 새로운 쇼핑몰과 하이퍼마켓 건설이 계속 이어지고 있어 말레이시아의 외식 산업의 성장을 이끌고 있습니다.

특히 식료품유통업 전체 매출가운데 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 매출 비중이 약 40%에 이르렀으며 도시 인구의 약 45~60%가 슈퍼마켓 또는 하이퍼마켓을 이용하는 것으로 파악됩니다.

그림 2-3: 쿠알라룸푸르 길거리음식



2.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

아세안 지역 국가 중 싱가포르와 브루나이 다음으로 가장 소득수준이 높아 기본적으로 소비를 할 수 있는 여력이 많습니다.

도시화가 빠르게 진행되면서 인터넷 및 디지털 기기의 활용이 증가함에 따라 최신 소비 트렌드에 민감하고 외식, 여가, 고급 소비재 관련 지출이 늘어나고 있습니다.

말레이시아 소비 계층의 전반적인 구매력 상승으로 고소득층 소비자들은 자신들의 지위와 이미지를 차별화 하기 위해 고가 브랜드의 고품질 제품을 구매하는 것을 선호합니다.

현대적인 제품, 최신 유행 디자인, 수입 유아 제품 등의 경우 20~30대 고소득층 소비자들 사이에서 인기가 높습니다.

또한 중산층 소비자들은 가격에 대한 민감도가 낮으며 이미지를 중요시하기 때문에 고가의 유명 브랜드 제품을 선호하는 성향을 보이고 있습니다.

대부분의 말레이시아 소비자들은 패션에 민감하여 패션의류 부문은 소비자들이 돈을 아끼지 않는 분야입니다. 말레이시아 소비자들은 특히 디자이너 브랜드 상품을 선호합니다.

저소득층 소비자들 사이에서도 소득 수준에 비해 고가의 브랜드 제품을 구매하려는 소비 성향이 나타나고 있습니다.

TV 광고별에서 여성용 제품 광고가 크게 증가하고 있습니다. 이는 여성의 사회 참여가 증가하고 소비력이 향상되면서 여성 관련 산업이 급성장하고 있는 것으로 해석됩니다.

말레이시아 고소득층의 소비 성향이 한류 열풍과 연결되면서 한국식품과 화장품에 대한 수요가 급증하고 있습니다.

이에 따라 중·대형 이상의 현지 슈퍼마켓에서 한국식품을 쉽게 찾아 볼 수 있으며 유명 쇼핑몰에서는 한국 화장품 제품을 판매하는 전문매장이 늘어나고 있습니다.

그림 2-4: 한국 화장품 공식 홍보관



출처: 보건산업진흥원

2) 외식소비 특성

① 외식빈도

쿠알라룸푸르의 외식소비자들은 주당 평균 5.1회 정도 외식을 하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 3~4회 외식을 한다고 응답한 비율이 39.7%로 가장 높게 나타났으며 1~2회라고 응답한 비율은 27.5%, 5~10회라고 응답한 비율도 20.2%에 달합니다.

② 외식 지출비용 (기준환율: 100링깃 당 35,600원)

쿠알라룸푸르의 외식소비자들은 주당 평균 외식비용으로 104,9링깃(약 37,365원) 정도를 지출하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비용으로 40~80링깃(약 14,300원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 30.5%로 가장 높게 나타났으며 80~120링깃(약 28,500~47,800원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 그 뒤를 이어 27.5%로 나타났습니다.

120~160링깃(약 47,800~57,000원)과 160~200링깃(약 57,000~71,300원)을 지출한다고 응답한 비율도 각각 16.8%, 14.1%에 이르러 외식비로 적지 않은 금액을 지출하는 것으로 파악됩니다.

③ 식당 선택 속성

쿠알라룸푸르의 외식소비자들은 식당을 선택할 때 '식당의 위생 및 청결'을 가장 중요한 요인으로 고려하는 것으로 나타났습니다.

'식당의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자들이 34.0%, '음식의 맛과 영양'이 가장 중요하다고 응답한 소비자들이 28.6%로 나타났습니다.

'식당의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자 중 87.0%가 세부 속성으로 '식당 내부의 위생 및 청결성'이 가장 중요하다고 응답하였으며 '화장실의 청결성', '종업원의 개인위생 및 식기의 청결성'이 가장 중요하다고 응답한 소비자도 각각 20% 정도로 나타났습니다.

'음식의 맛과 영양'이 가장 중요하다고 응답한 소비자 중에서는 그 세부 속성으로 '음식의 맛', '음식의 신선도', '음식의 품질'을 선택한 응답자가 각각 59.2%, 50.0%, 42.7%로 다양한 분포를 보였습니다.

그림 2-5: 주당 평균 외식 빈도

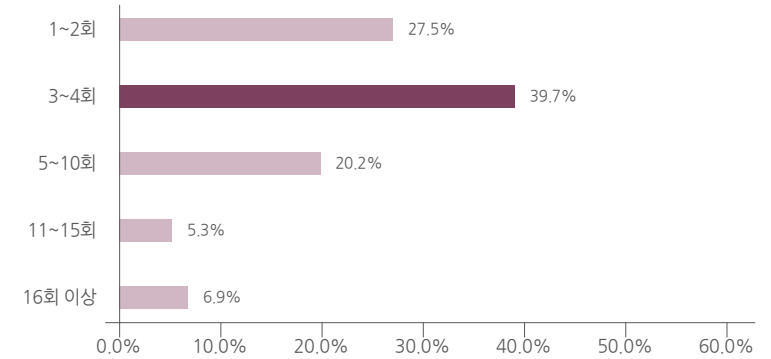


그림 2-6: 주당 평균 외식 지출비용

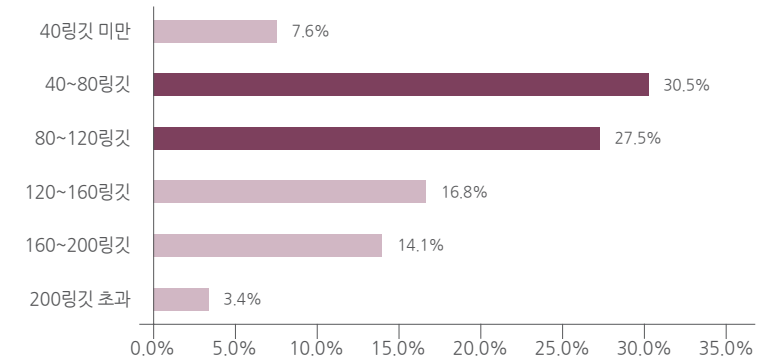
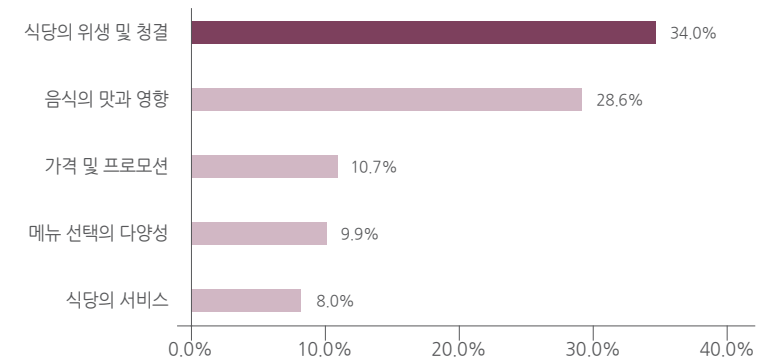


그림 2-7: 식당 선택 시 최우선 고려사항 상위 5개



④ 선호 에스닉 식당 vs 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 비교

쿠알라룸푸르 외식소비자들이 가장 선호하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형은 중식(Chinese)으로 나타났습니다.

중국식과 태국식을 선호하는 외식 소비자의 비율이 각각 35.1%, 20.6%로 높게 나타났으며 일식과 미국식을 선택한 외식 소비자도 약 10% 정도의 비율로 나타났습니다.

한편 가장 자주 방문하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형도 중식(Chinese)이 가장 높게 나타났습니다. 중식당을 가장 자주 방문한다고 응답한 소비자는 약 27.1%로 말레이시아 사회에서 화교의 비중과 영향력을 반영하고 있습니다.

일식당과 태국식당을 가장 자주 방문한다고 응답한 소비자도 각각 21.8%와 20.6%로 나타나 쉽게 접할 수 있고 음식의 맛이 익숙한 아시안 에스닉 식당을 즐겨 찾는 것으로 파악됩니다.

그림 2-8: 선호 에스닉 식당 상위 5개

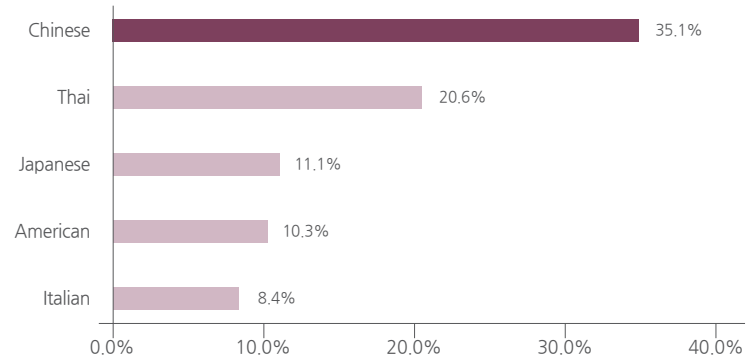
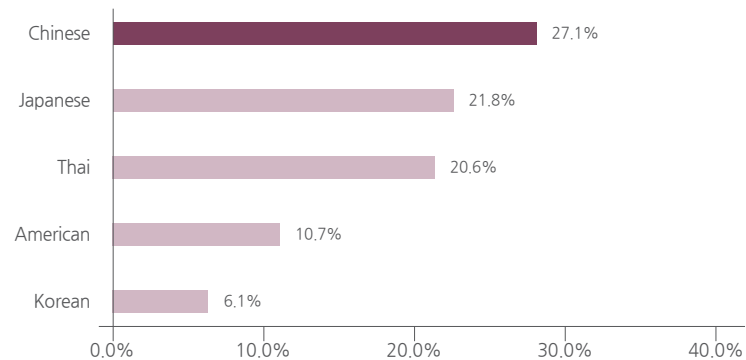


그림 2-9: 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 상위 5개



2.3 경쟁자에 대한 이해

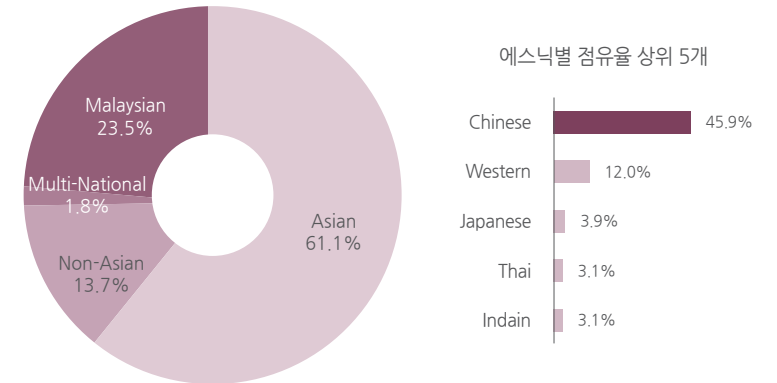
1) 에스닉별 점유율

매장 수 기준 쿠알라룸푸르 내 에스닉별 점유율을 살펴보면 말레이시아 식당이 23.5%, 아시안 에스닉(Asian Ethnic) 식당이 61.1%의 점유율을 차지하고 있는 것으로 나타났습니다.

에스닉 식당 중에서 중식당(Chinese) 점유율이 45.9%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 서양식당(Western) 12.0%, 일식당 (Japanese) 3.9% 순으로 나타났습니다.

한식당(Korean) 점유율은 1.2%에 그쳐 중식과 일식에 비해 대중화 수준이 현격히 떨어지는 것으로 파악됩니다.

그림 2-10: 레스토랑별 점유율 (매장 수 기준)



출처: 레스토랑 평가사이트(Openrice Malaysia) 등록 식당 기준

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 중식(Chinese) 진출 현황

쿠알라룸푸르 전체 인구 중 약 43%가 화교 인구가 막대한 자본력을 바탕으로 쿠알라룸푸르 정·재계에 큰 영향력을 행사하고 있습니다.

오랜 이주 역사로 말레이시아 식문화에 많은 영향을 끼쳤습니다. 어느 지방을 가든 정통 중국 요리를 즐길 수 있으며 대중식당이나 포장마차에서도 쉽게 중식을 접할 수 있습니다.

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

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

세계적인 딤섬 프랜차이즈 딤 타이 핑(Din Tai Fung)을 비롯하여 길거리 음식에 이르기까지 다양한 업태의 중식당이 분포해 있습니다.

쌀밥, 면 요리를 즐기며 기름진 볶음류 메뉴가 많은 말레이시아 음식과 유사한 중식 볶음밥류, 면류 요리의 인기가 높은 편이며 특히 딤섬이나 치킨 라이스의 인기가 높습니다.

② 일식 진출 현황 (Japanese)

시내 중심가에 위치한 최고급 쇼핑센터에 '도쿄 스트리트(Tokyo Street)'가 조성되어 있을 정도로 일본문화와 일식에 대한 대중적인 인자·선호도가 높습니다.

파빌리온(Pavillion) 몰 6층에 조성되어 있는 '도쿄 스트리트'에는 다양한 업태의 일식당이 입점해 있는 전문 식당가와 각종 캐릭터 상품과 공산품을 판매하는 상점가로 구성되어 있습니다.

일식은 고급 파인 다이닝(Fine Dining)에서 패스트 캐주얼(Fast Casual)까지 업태 세분화가 진행되어 다양한 고객층을 공략하고 있습니다.

최근 오픈하는 일식당은 스시(Sushi)나 사시미(Sashimi)와 같은 메뉴가 아닌 닭꼬치, 라멘, 돈가츠 등의 단품 메뉴 전문점의 비율이 크게 증가하고 있습니다.

가장 인기가 높은 메뉴는 일본식 라멘으로 '11년에서 '12년까지 연달아 시내 중심가에 일식 라멘 전문점이 오픈 하였습니다.

이러한 일식 라멘 전문점의 인기를 반영하여 쿠알라룸푸르 주요 율간 잡지는 '말레이시아의 일식 라멘 붐'에 대한 특집 기사를 편성하기도 하였습니다.

일식 라멘은 평균 15링깃(약 5,300원)에서 35링깃(약 12,400원) 정도로 판매되고 있으며 돼지사골을 우린 국물을 사용하기 때문에 주요 고객층은 중국계가 대부분입니다. (무슬림은 이슬람 율법에 따라 돼지고기를 먹는 것을 금기시함)

[참고정보] 도쿄 스트리트 (Tokyo Street)

- 말레이시아 쿠알라룸푸르의 최고급 쇼핑몰 중 하나인 파빌리온(Pavillion) 6층에 '도쿄 스트리트(Tokyo Street)'라는 일본 브랜드 쇼핑가가 위치하고 있음
 - 2011년 7월에 개장하여 화장품, 식당, 소비재용품 등 49개 점포가 일본 전통 가옥을 본 딴 상점에 입점해 있음
 - 파빌리온 측에 따르면 도쿄 스트리트를 개점하는데 약 340만 달러가 투자되었으며 1년 안에 투자비용을 거의 회수할 만큼 큰 성공을 거둠
- 최성공 요인 1: 객관적인 시장성 분석
 - 세계적인 여러 도시들 가운데 도쿄를 선택한 이유는 말레이시아에 체류(방문)하는 외국인 중 일본인이 가장 많기 때문임
 - 특히 말레이시아 정부에서 지원하는 '세컨드 홈 프로그램'을 통해 말레이시아에 장기 체류하는 일본인이 크게 증가하면서 일본인의 구매력이 증가함
 - 동남아에서 일본은 '발전된 나라', '문화적으로 앞선 나라'라는 이미지가 강하여 일본 제품에 대해 긍정적인 생각을 가진 현지인이 많음
- 최성공 요인 2: 철저한 현지화
 - 도쿄 스트리트에서는 일본 상품 구매 뿐 아니라 일본 분위기와 문화를 체험할 수 있도록 다양한 이벤트 등을 진행하고 있음
 - 일본풍 점포 인테리어를 위해 일본에서 건축가와 인테리어 디자인을 영입했으며 효과적인 홍보 및 운영을 위해 마케팅 담당자로 일본인을 채용하고 있음
- 최성공 요인 3: 치밀한 사전준비
 - 도쿄 스트리트는 입점 업체를 선정할 때 품목이 서로 중복되지 않도록 조정했고 최대한 일본 분위기를 낼 수 있는 업체를 우선 선발함
 - 예를 들어 음식점은 동일 메뉴를 파는 복수의 업체가 존재하도 않도록 하고 주요 테스타마켓인 싱가포르에 진출해 있는 일본 음식점을 대상으로 음식 시식을 하는 등 꼼꼼한 사전 점검을 거침



▲ 도쿄 스트리트 입점 브랜드



▲ 도쿄 스트리트 일식당

3) 주요 식당 사례 소개

① 시크릿 레시피 케이크 카페 (Secret Recipe Cakes Café)

홈페이지: www.secretrecipe.com.my

말레이시아 카페(Café)는 우리가 일반적으로 생각하는 카페와 다소 차이가 있습니다. 우리가 생각하는 카페는 일반적으로 커피, 차 등 음료 메뉴를 판매하며 간단한 제과류 메뉴(케익, 쿠키, 샌드위치 등)를 취급하는 곳이지만 말레이시아에서 카페는 커피나 차뿐만 아니라 식사류 메뉴를 판매하는 패스트 캐주얼(Fast Casual)레스토랑에 가깝습니다.

말레이시아에서 카페 점포들 간의 아침식사 판매 경쟁이 매우 치열한 편인데 '시크릿 레시피 케이크 카페(Secret Recipe Cakes Café)'는 말레이시아 카페 시장에서 약 24%의 점유율을 차지하고 있을 정도로 대중적인 인기를 끌고 있습니다.

특히 할랄 인증을 취득하여 무슬림 외식 소비자들이 안심하고 다양한 요리를 즐길 수 있도록 배려하고 있습니다.

주요 메뉴로는 말레이시아 전통 아침식사인 'Nasi Lemak', 새우가 들어간 전통 국수인 'Ipoh Chikin Hor Fun', 다양한 종류의 샌드위치(Sandwich)와 치킨라이스(Chicken Rice) 등이 있습니다.

단품 메뉴 평균 가격대는 7링깃(약 2,100원) 내외로 저렴한 수준입니다.

그림 2-11: '시크릿 레시피 케이크 카페' 전경 (1)



▲ 세련된 실내 인테리어

▲ 식사류 메뉴

그림 2-12: '시크릿 레시피 케이크 카페' 전경 (2)



▲ 할랄 인증을 취득하여 무슬림 외식 소비자들을 공략함

② 마담 관스 (Madam Kwan's)

홈페이지: <https://www.facebook.com/madamkwans>

마담 관스(Madam Kwan's)는 전설적인 여성 사업가 마담 관(Madam Kwan)이 창업한 말레이시아 전통 가정식 레스토랑으로 말레이시아를 대표하는 외식 프랜차이즈로 부상하고 있습니다.

말레이시아 전역에 지점들을 운영 있으며 쿠알라룸푸르 지역에만 7개의 지점이 위치하고 있습니다. 대부분 유명 쇼핑몰 전문 식당가나 고급 레스토랑이 밀집되어 있는 외식 중심 상권에 입점해 있습니다.

실제 마담 관(Madam Kwan)을 만화화한 캐릭터를 사용하고 녹색글자의 올림체 로고를 통일적으로 디자인 요소에 반영하여 마담 관스(Madam Kwan's) 특유의 이미지를 잘 부각시키고 있습니다.

그림 2-13: '마담 관스' 브랜드 로고



▲ 실제 마담 관



▲ 마담 관을 캐릭터화 한 브랜드 로고

저렴한 가격으로 세련된 분위기에서 말레이시아 퓨전식으로 즐길 수 있어 젊은 층과 외국인 관광객들에게 인기가 높습니다.

대부분의 말레이 전통 음식을 판매하고 있으며 가장 인기 있는 메뉴는 ‘나시 르막(Nasi Lemak)’, ‘치킨라이스(Chicken Rice)’ 등입니다.

주요 단품 메뉴 평균 가격대는 15~20링깃(약 5,300~7,100원) 내외로 다소 저렴한 수준입니다.

그림 2-14: '마담 콰스' 전경



③ 리틀 타이완 (Little Taiwan)

홈페이지: <http://www.little-taiwan.com>

리틀 타이완 (Little Taiwan)은 2000년에 말레이시아에서 개업한 대만 음식 전문점으로 쿠알라룸푸르에서만 10개가 넘는 지점을 운영하고 있으며 다수의 언론에 소개될 정도로 말레이시아 외식 소비자들로부터 호평을 받고 있습니다.

화교 인구가 많은 말레이시아에서 친숙한 메뉴의 대만 음식으로 대중화에 성공하였습니다. 현재 쿠알라룸푸르 시내 중심가에 위치한 주요 쇼핑몰마다 입점해 있으며 저렴한 가격으로 다양한 메뉴를 즐길 수 있어 특히 젊은 층에게 어필하고 있습니다.

국수류 메뉴의 인기가 높은 편이며, 주요 단품 메뉴 평균 가격대는 10링깃(약 3,500원)으로 저렴한 수준입니다.

할랄 인증을 취득하여 타 에스닉 외식 브랜드와의 차별성을 강조하면서 무슬림 외식 소비자들을 성공적으로 공략하고 있습니다.

그림 2-15: '리틀 타이완' 전경



[참고정보] 16억 이슬람 시장의 교두보, 말레이시아

다인종·다문화 국가인 말레이시아 무슬림은 외래 문화에 대한 개방성이 높고 글로벌 브랜드에 대한 선호도가 높아 글로벌 기업들이 말레이시아를 할랄 시장의 교두보로 활용하고 있음

● 맥도날드

- 말레이시아의 모든 맥도날드 점포는 할랄 기준을 충족시키고 있으며 말레이시아에서 가장 성공적인 패스트 푸드점으로 자리잡고 있음
- 맥도날드는 말레이시아에서의 성공적인 할랄 시장 진출 전략을 기반으로 호주와 영국에서도 할랄 인증 취득 점포를 운영하기 시작함

● 네슬레 말레이시아

- 네슬레 말레이시아 매출액의 1/4은 샤리아를 준수한 할랄 제품의 40여 개국 수출에서 창출되고 있음
- 말레이시아에서 개발된 네슬레의 할랄 기준은 세계적으로 통용되고 있음



▲ 맥도날드 할랄 인증 매장

▲ 할랄 인증 마크

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.

쿠알라룸푸르 중심가에 위치한 주요 외식 상권으로는 부킷빈탕(Bukit Bintang), KLCC (Kuala Lumpur City Center), 방사르(Bangsar), 몬키아라/스리하타마스(Mont Kiara/Sri Hartamas) 4개 지역을 꼽을 수 있습니다.

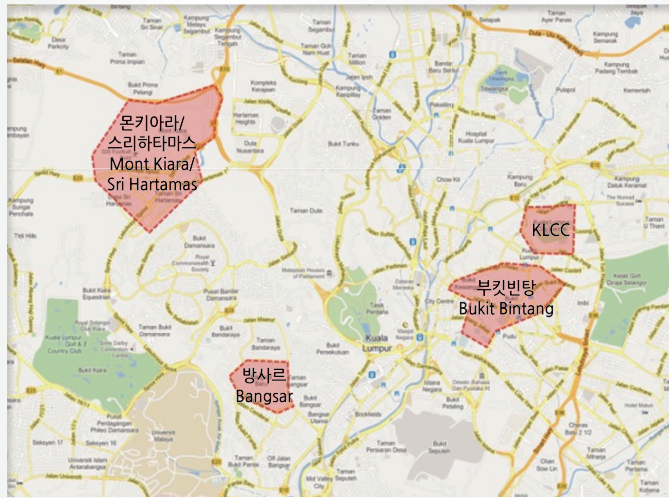


그림 2-16: 쿠알라룸푸르 주요 외식상권

상권명	현장조사 평가결과	상권 선호도	임차료 수준
부킷빈탕	●	15.7%	Low
KLCC	●	42.4%	High
방사르	●	31.4%	High
몬키아라/스리하타마스	●	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 가이드북에서는 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
부킷빈탕(Bukit Bintang) 상권 <ul style="list-style-type: none"> 가장 변화한 지역 중 한곳으로 중·대형 쇼핑센터와 고급 호텔, 분위기 있는 카페와 바 등이 밀집해 있어 젊은 층 유동인구와 구매력 높은 관광객 유동인구의 유입이 많음 특히 인근 알로르 거리에는 쿠알라룸푸르 최대 먹자골목이 형성되어 있어 저녁부터 심야까지 해당 지역을 찾는 현지인들과 관광객들로 인산인해를 이룸 	
KLCC 상권 <ul style="list-style-type: none"> '도시 안에 도시'라는 컨셉으로 개발된 지역으로 고층 오피스 빌딩, 최고급 호텔 등이 밀집해 있으며 대형 복합 쇼핑센터인 수리아 KLCC를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있음 인근에 쿠알라룸푸르 시청 청사 건물을 비롯해 주요 기업의 본사 오피스가 위치하고 있어 30~40대 전문직 종사자 유동인구가 많음 	
방사르(Bangsar) 상권 <ul style="list-style-type: none"> 쿠알라룸푸르 외곽 지역에 위치한 거주지 중심 상권으로 외국인들이 많이 거주하는 고급 주택가 인근에 외식 상가권이 발달해 있음 인근 고급 주택가에서 거주하는 외국인들과 외식을 목적으로 외지에서 방문하는 유동인구의 유입이 많으며 매주 일요일 지역 명물인 야시장을 구경하기 위해 찾아오는 관광객들이 많음 	
몬키아라/스리하타마스(Mont Kiara/ Sri Hartamas) 상권 <ul style="list-style-type: none"> 쿠알라룸푸르 외곽 지역에 위치한 거주지 중심 상권으로 고급 주택가와 아파트 단지 주변에 거주자들을 대상으로 하는 상가권이 발달해 있음 쾌적한 환경과 최상의 교육시설 등 거주여건이 훌륭하여 많은 외국인들이 거주하고 있으며 최근 들어 많은 한국인들이 거주하기 시작하면서 '제 2의 한인 타운'으로 불리기 시작함 	

2) 상권 별 상세분석

① 부킷빈탕(Bukit Bintang) 상권

부킷빈탕(Bukit Bintang)상권은 쿠알라룸푸르에서 가장 변화한 지역 중 한곳으로 중-대형 규모의 쇼핑센터와 고급 호텔, 분위기 있는 카페(Cafe)와 바(Bar) 등이 밀집해 있어 젊은 층 유동인구와 구매력 높은 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

상가권 인근에 메리어트(JW Marriot) 호텔, 프린스(Prince) 호텔, 리츠-칼튼(Ritz-Carton) 호텔 등 최고급 시설을 갖춘 호텔 10여 개가 밀집해 있습니다.

인근 알로르(Alor) 거리에는 쿠알라룸푸르 최대 먹자골목이 형성되어 있어 저녁부터 심까까 지 해당 지역을 찾는 방문객들로 인산인해를 이룹니다.



그림 2-17: 부킷빈탕 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 28.2%의 응답자가 부킷빈탕 상권을 선정하였습니다.

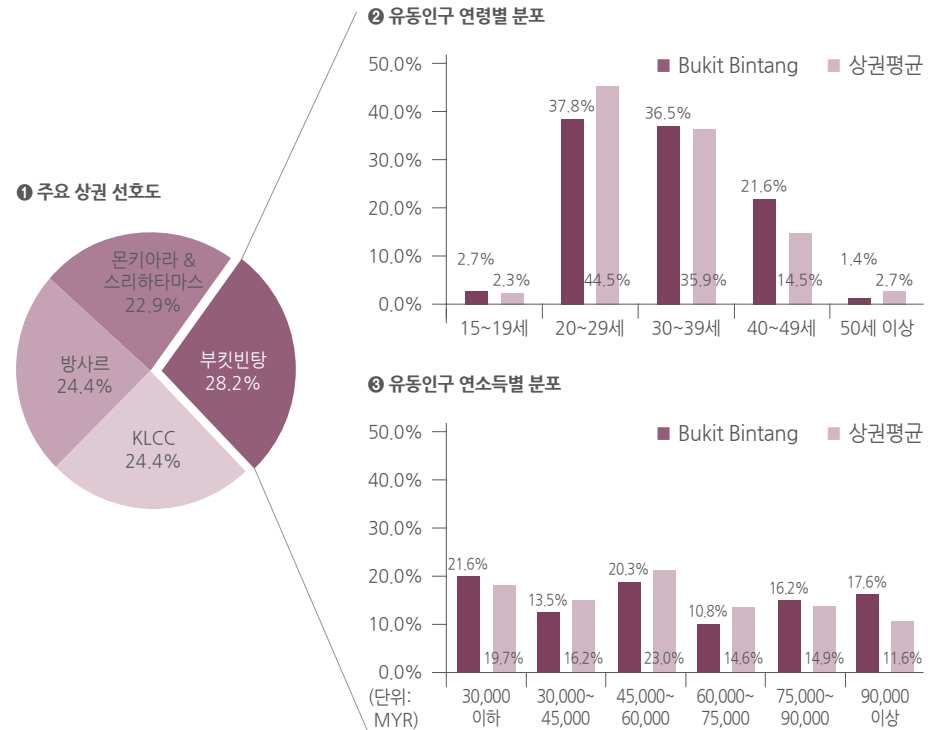
연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 37.8%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 30~40대 중-장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

특히 40~49세 인구비율이 전체의 21.6%로 해당 연령 상권평균인 14.5%에 비해 월등히 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 30,000링깃(약 1,068만 원) 이하 저소득층 인구비율이 21.6%로 높게 나타났으나 75,000~90,000링깃(약 2,670~3,200만 원) 인구비율이 16.2%, 90,000링깃(약 3,200만 원) 이상 인구비율이 17.6%로 고소득층 비율도 높게 나타났습니다.

특히 타 상권에 비해 75,000링깃(약 2,670만 원) 이상의 고소득층 인구비율이 높은 것으로 나타났습니다.

그림 2-18: 부킷빈탕 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 3.7회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.8회)와 비슷한 수준으로 나타났습니다.

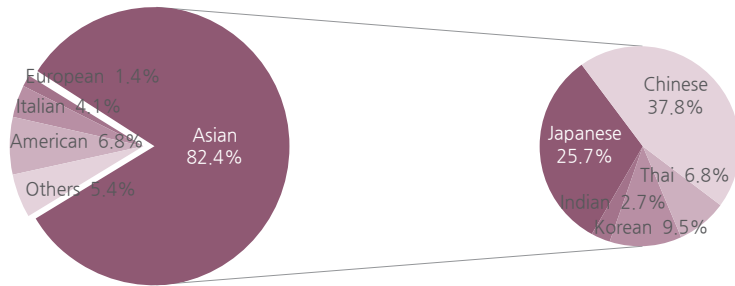
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.4회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.5회)와 비슷한 수준으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 100.5링깃(약 35,700원)으로 주요 상권 평균 지출액(약 104.9링깃)에 비해 다소 낮은 것으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 82.4%로 압도적으로 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)이 6.8%, 이탈리아(Italian)이 4.1%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 중식(Chinese)의 선호도가 37.8%로 가장 높게 나타난 반면, 한식(Korean)은 일식(Japanese, 25.7%)에 이어 9.5%로 낮게 나타났습니다.

그림 2-19: 부킷빈탕 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 39.2%, '가격'이 29.7%, '위치'가 14.9% 순으로 높게 나타났습니다.

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

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

쿠알라룸푸르 중심부를 지나는 툰 라작(Tun Razak) 대로와 술탄 이스마일(Sultan Ismail) 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 상습 정체구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다. 특히 주말에는 심한 교통체증으로 평소보다 2~3배의 시간 소요됩니다.

KL 모노레일 역 2곳과 주요 노선의 버스 정류장 4곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이며 대형 쇼핑센터와 호텔에 택시 전용 정거장이 마련되어 있어 택시를 이용하기에 편리합니다.



그림 2-20: 부킷빈탕 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-2: 부킷빈탕 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 복합 쇼핑센터인 파빌리온(KL Pavilion)과 중 소형 규모의 스타힐 갤러리(Starhill Gallery), 패런하이트 88(Pahrenheit 88), 로트 10(Lot 10) 등이 인접하여 대규모 쇼핑/외식 상가권을 형성하고 있습니다.

인근 알로르(Alor) 거리에는 쿠알라룸푸르 최대 먹자골목이 형성되어 있어 저녁부터 심야까지 해당 지역을 찾는 현지인들과 관광객들로 인산인해를 이룹니다.

■ 파빌리온 (KL Pavilion)

파빌리온(KL Pavilion)은 쿠알라룸푸르 중심가에 위치한 최고급⁽¹⁾ 쇼핑센터로 명품 브랜드관, 분위기 있는 식당가, 엔터테인먼트 시설 등 500여 개의 매장을 갖추고 있습니다.

평일 점심 시간대 인근 오피스에서 근무하는 30~40대 전문직 종사자들이 간단하게 식사를 해결하기 위해 자주 방문하는 편이며, 주위 호텔에서 투숙하고 있는 구매력 높은 외국인 관광객들도 많이 찾아 옵니다.

쇼핑센터는 크게 ‘Centre Court’, ‘Couture Pavilion’, ‘Fashion Avenue’, ‘Connection’, ‘Gourmet Emporium’, ‘Tokyo Street’, ‘Seventh Heaven’ 7개의 구역으로 구성되어 있습니다.

- Centre Court: 메인 입구와 연결된 대형 실내 광장으로 연중 다양한 문화 공연, 전시, 패션쇼 등이 개최되어 많은 방문객들이 찾아 옴
- Couture Pavilion: 해외 유명 디자이너의 명품 브랜드관으로 20여 개의 럭셔리 매장이 입점해 있어 구매력이 높은 외국인 관광객들과 고소득층 유동인구 유입이 많음
- Fashion Avenue: 최신 유행 브랜드 의류잡화 매장과 여성 화장품 매장이 입점해 있으며 5~6층에는 분위기 있는 카페(Cafe)와 비스트로(Bistro)가 입점해 있어 쇼핑을 목적으로 방문하는 젊은 층 유동인구가 많음
- Connection: 분위기 있는 비스트로(Bistro)와 펍(Pub), 다양한 에스닉 식당이 입점해 있어 연일 늦은 시간까지 외식을 목적으로 방문하는 유동인구로 북적이는 곳임
- Gourmet Emporium: 고급스러운 인테리어 시설을 갖춘 식품 판매관으로 아시안 에스닉 메뉴를 판매하는 ‘푸드 리퍼블릭(Food Republic)’ 푸드코트를 비롯하여 식품점, 제과점에 이르기까지 음식과 관련된 30여 개의 매장이 입점해 있어 외식 목적의 가족단위 방문객이 많음

- Tokyo Street: 6층에 마련된 일본 상품관으로 다양한 업태의 일식당이 입점해 있는 전문 식당가와 각종 공산품을 판매하는 상점가로 구성되어 있음. 일본 전통 마을의 길거리 풍경을 그대로 재현하여 방문자들로 하여금 마치 일본 여행을 떠나 온 것과 같은 느낌이 들게 함

그림 2-21: 부킷빈탕 상권 - 파빌리온 도쿄 스트리트 전경



- Seventh Heaven: 마사지 클리닉, 피부 미용 관련 매장이 입점해 있는 7층 구역으로 30~40대 여성 방문객들이 많음

서양식(Western), 독일식(German), 베트남식(Vietnamese) 등 다양한 에스닉 식당이 입점해 있으며 특히 일식(Japanese)의 비율이 높습니다.

도쿄 스트리트(Tokyo Street)에 입점해 있는 일식 샤부샤부 전문점 ‘수키야(Sukiya)’는 줄을 서서 기다려야 할 정도로 성업 중입니다. 뷔페식으로 저렴한 가격대에 다양한 메뉴를 푸짐하게 즐길 수 있다는 점이 성공 요인입니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 20~40링깃(약 6,900~14,000원) 정도입니다.

‘푸드 리퍼블릭(Food Republic)’ 푸드코트에 입점해 있는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 10~20링깃(약 3,500~6,900원) 정입니다.

푸드 리퍼블릭에는 떡볶이, 김밥 등 분식 메뉴와 찌개백반, 돌솥 비빔밥 등의 단품 메뉴를 판매하는 한식당 ‘삼삼(Sam-Sam)’이 입점해 있으며 대표 단품 메뉴의 가격은 15링깃(약 5,200원) 내외입니다.

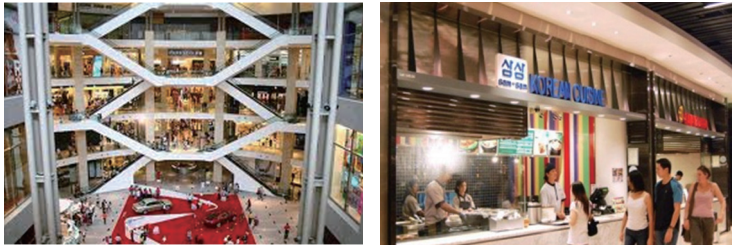
파인 다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 40~80링깃(약 14,000~28,000원) 정도입니다.

(1) 말레이시아 최고 쇼핑센터에 수여되는 ‘2012 Best Shopping Destination’ 상을 수상한 바 있으며 이 외에도 총 20여 차례의 수상 경력이 있음

고급 한식당 '다운(Daon)'이 입점해 있으며 주요 메뉴의 가격은 40링깃(약 14,000원) 내외 임 런치 스페셜로 갈비구이와 돌솥비빔밥 세트메뉴를 40링깃(약 14,000원)에 판매하고 있습니다.

한식 불고기 전문점 '불고기 브라더스(Bulgogi Brothers)'가 입점해 있으며 주요 단품 메뉴 가격은 30링깃(약 10,400원), 구이류 메뉴 가격은 80링깃(28,000원) 정도입니다.

그림 2-22: 부킷빈탕 상권 - 파빌리온 전경



■ 그 외 중-소형 규모의 쇼핑센터

파빌리온(Pavilion) 맞은편에 위치한 럭셔리 쇼핑몰 스타힐 갤러리(Starhill Gallery)에는 고가의 명품 브랜드 매장이 입점해 있으며 지하 전문 식당가에는 분위기 있는 고급 레스토랑이 다수 입점해 있습니다. 메리어트 호텔(JW Marriot)과 연결되어 있어 구매력 높은 외국인 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

웨스턴(Western), 인도식(Indian), 중동식(Middel Eastern) 등 다양한 에스닉 식당이 입점해 있으며 특히 중식(Chinese)과 일식(Japanese)의 비율이 높습니다.

파인 다이닝(Fine Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 40~80링깃(약 14,000~28,000원) 정도입니다. 최고급 식당의 경우 평균 객단가가 80~150링깃(약 28,000~52,300원)으로 다소 비싼 편입니다.

쿠알라룸푸르에서 역사가 가장 오래된 한식당인 '고려원(Koryowon)'이 입점해 있으며 대표 단품 메뉴의 가격은 30링깃(약 10,400원) 정도입니다.

중-저가 브랜드 상품을 판매하는 '패런하이트 88(Fahrenheit 88)'와 '로트 10(Lot 10)'에는 간편식 메뉴를 판매하는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 15링깃(약 5,200원) 내외로 주변 지역에 비해 다소 저렴한 편입니다.

그림 2-23: 부킷빈탕 상권 - 파빌리온 전경



▲ 스타힐 갤러리

▲ 패런하이트 88

▲ 로트 10

■ 알로르(Alor) 거리

쿠알라룸푸르 최대 규모를 자랑하는 먹자골목으로 저녁 시간대가 되면 행상인들과 방문객들이 뒤섞여 인산인해를 이룹니다.

쿠알라룸푸르의 대표 관광지로 부상하면서 방문하는 외국인 관광객들이 점차 늘고 있습니다.

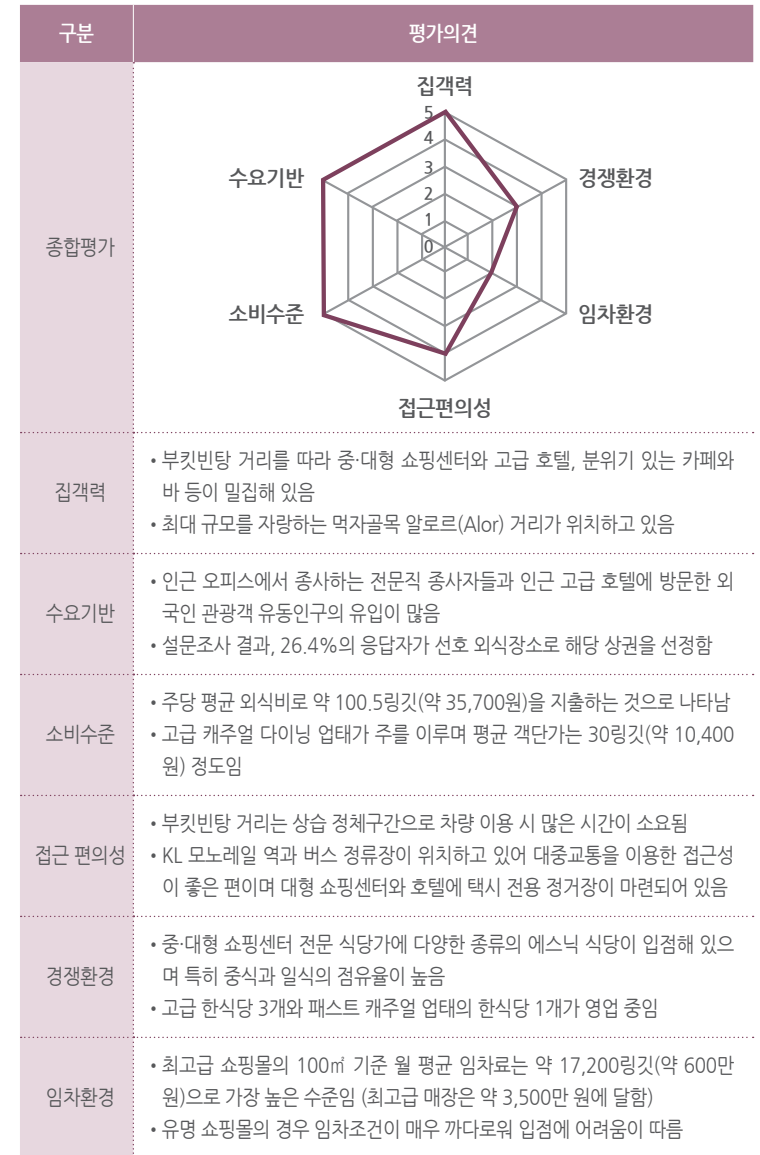
현지화된 대중적인 중국식 메뉴가 주를 이루며 꼬치구이인 사테(Satay), 볶음밥인 치킨라이스(Chicken Rice), 국물요리인 바쿠테(Bak Kut The) 등 다양한 메뉴를 판매하는 간이식당이 길 양쪽에 줄지어 들어서 있습니다.

대부분의 메뉴는 10링깃(약 3,500원) 내외로 저렴한 편이며 방문객들은 가벼운 안주류 메뉴를 다양하게 종류별로 시켜서 맥주와 함께 즐기는 것을 선호합니다.

그림 2-24: 부킷빈탕 상권 - 파빌리온 전경



그림 2-25: 부킷빈탕 상권 종합평가 결과



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

② KLCC(Kuala Lumpur City Center) 상권

KLCC상권은 '도시 안에 도시'라는 컨셉으로 개발된 지역으로 고층 오피스 빌딩, 최고급 호텔 등이 밀집해 있으며 대형 복합 쇼핑센터인 수리아 KLCC(Suria KLCC)를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

쿠알라룸푸르를 상징하는 대표적인 랜드마크인 '페트로나스 트윈 타워(Petronas Twin Tower)'가 위치하고 있어 연일 많은 관광 인파로 인산인해를 이룹니다.

페트로나스 트윈 타워 남쪽에 위치한 KLCC 공원(KLCC Park)은 쿠알라룸푸르 시민들의 대표적인 휴식처로 화려한 분수와 어린이 물놀이장, 조깅트랙 등의 편의시설이 갖춰져 있어 밤낮없이 많은 사람들이 찾고 있습니다.



그림 2-26: KLCC 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

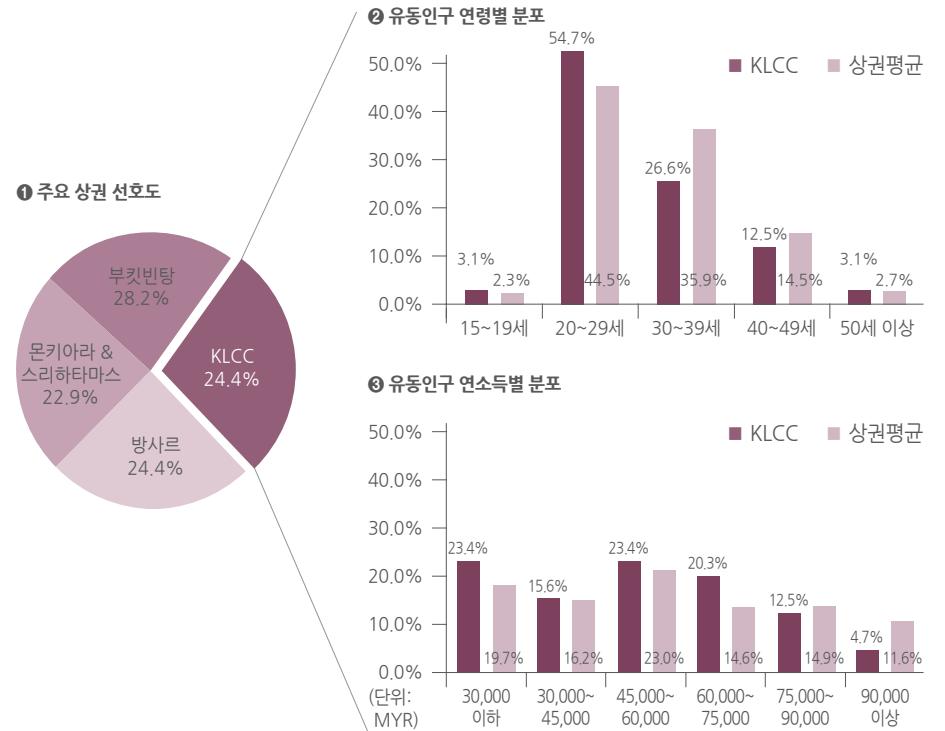
설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 24.4%의 응답자가 KLCC 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 54.7%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 10~20대 청년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 30,000링깃(약 1,068만 원) 이하 인구비율이 23.4%, 45,000~60,000링깃(약 1,680~2,137만 원) 인구비율이 23.4%로 높게 나타나 타 상권 대비 중산층 이하 인구비율이 높은 것으로 나타났습니다.

한편 타 상권에 비해 75,000링깃(약 2,670만 원) 이상의 고소득층 인구비율이 낮은 것으로 나타났습니다.

그림 2-27: KLCC 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

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

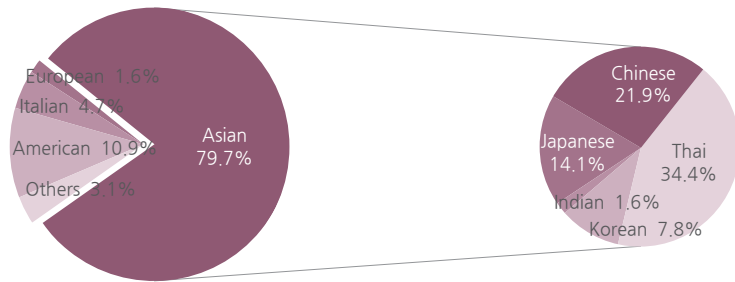
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.3회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.5회) 보다 다소 낮은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 104.7링깃(약 37,200원)으로 주요 상권 평균 지출액(약 104.9링깃)과 비슷한 수준으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시아(Asian)의 선호도가 79.7%로 압도적으로 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)이 10.9%, 이탈리아(Italian)이 4.7%로 높게 나타났습니다.

아시아(Asian) 중에서 태국식(Thai)의 선호도가 34.4%로 가장 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 중국식(Chinese, 21.9%)과 일식(Japanese, 14.1%)에 이어 7.8%로 낮게 나타났습니다.

그림 2-28: KLCC 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 67.2%로 압도적으로 높게 나타났으며 그 다음으로 '가격'이 23.4%, '위치'가 7.8% 순으로 높게 나타났습니다.

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

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

쿠알라룸푸르 중심부를 지나가는 툰 라작(Tun Razak) 대로와 도심 외곽지역으로 연결된 암팡(Ampang) 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 출 퇴근 시간 상급 정체구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

KL 모노레일 역 1곳과 주요 노선의 버스 정류장 4곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이며 대형 쇼핑센터와 호텔에 택시 전용 정거장이 마련되어 있어 택시를 이용하기에 편리합니다.



그림 2-29: KLCC 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-3: KLCC 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●

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

대형 복합 쇼핑몰인 수리아 KLCC(Suria KLCC)를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

인근에 쿠알라룸푸르 시청 청사(Kuala Lumpur City Center) 건물을 비롯해 주요 기업의 본사 오피스가 위치하고 있어 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많습니다.

뿐만 아니라, KL 컨벤션 센터(KL Convention Center) 인근에 고급 호텔이 다수 위치하고 있어 구매력 높은 외국인 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

■ 수리아 KLCC (Suria KLCC)

수리아 KLCC(Suria KLCC)는 말레이시아의 대표적인 프리미엄 쇼핑몰로 '페트로나스 트윈 타워(Petronas Twin Tower)'와 연결되어 있으며 6층 14만㎡(약 4만 3천 평)규모에 400여 개의 매장을 갖추고 있습니다.

'이세탄(Isetan)'백화점, '파크선 그랜드(Parkson Grand)' 백화점을 비롯해 수입식품 코너가 마련된 대형 슈퍼마켓이 들어서 있습니다.

이 외에도 12개의 상영관을 갖춘 멀티플렉스 영화관과 대형 서점인 '키노쿠니아(Kinokuniya)'가 입점해 있습니다.

그림 2-30: KLCC 상권 - 수리아 KLCC 전경



쇼핑센터 2층에는 저렴한 가격대의 간편식 메뉴를 판매하는 'Signatures Food Court'가 입점해 있으며 4층에는 세련된 분위기의 푸드코트인'Rasa Food Arena'가 입점해 있습니다.

'Signatures Food Court'에는 패스트 캐주얼(Fast Casual)과 패스트 푸드(Fast Food) 업태의 식당이 주를 이룹니다. 패스트 캐주얼 업태의 평균 객단가는 20링깃(약 6,900원) 내외이며 패스트 푸드 업태의 평균 객단가는 10링깃(약 3,500원) 내외입니다.

'Rasa Food Arena'에는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 25링깃(약 8,700원) 내외로 'Signatures Food Court'에 비해 다소 비싼 편입니다.

그림 2-31: KLCC 상권 - 수리아 KLCC 푸드코트 전경



▲ Signatures Food Court

▲ Rasa Food Arena

전 층에 걸쳐 서양식(Western), 멕시코식(Mexican), 태국식(Thai), 일식(Japanses), 중식(Chinese) 등 다양한 에스닉 식당이 입점해 있으며 에스닉 식당 대부분은 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이룹니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 평균 객단가는 20~40링깃(약 6,900~4,000원) 정도이며 파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 평균 객단가는 40~80링깃(약 14,000~28,000원) 정도입니다.

고급 한식당인 '고려원(Koryowon)'이 4층 전문 식당가에 입점해 있으며 대표 단품 메뉴의 가격은 30링깃(약 10,400원), 구이류 메뉴의 가격은 80링깃(약 28,000원) 내외입니다.

그림 2-32: KLCC 상권 - 수리아 KLCC에 입점해 있는 한식당 '고려원'



그림 2-33: KLCC 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
집객력	<ul style="list-style-type: none"> • 고층 오피스 빌딩, 최고급 호텔 등이 밀집해 있으며 대형 복합 쇼핑센터인 수리아 KLCC를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있음 • 대표적인 랜드마크인 '페트로나스 트윈 타워'가 위치하고 있음
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 기업의 본사 오피스가 위치하고 있어 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 고급 호텔이 다수 위치하고 있어 외국인 관광객 유동인구가 많음 • 설문조사 결과 24.4%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> • 주당 평균 외식비로 약 104.7링깃(약 37,200원)을 지출하는 것으로 나타남 • 고급 캐주얼 다이닝 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 30링깃(약 10,400원) 정도임
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> • 출·퇴근 시간 상급 정체구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됨 • KL 모노레일 역 과 버스 정류장이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 좋은 편이며 대형 쇼핑센터와 호텔 입구에 택시 전용 정거장이 마련되어 있음
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> • 수리아 KLCC 전문 식당가와 푸드코트에 다양한 종류의 에스닉 식당이 입점해 있으며 특히 일식의 점유율이 높음 (다양한 업태의 일식당 입점) • 수리아 KLCC에 입점해 있는 고급 한식당 '고려원'이 성업 중임
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> • 최고급 쇼핑물의 100㎡ 기준 월 평균 임차료는 약 24,800링깃(약 865만원)으로 가장 높은 수준임 (최고급 매장은 약 3,500만 원에 달함) • 유명 쇼핑물의 경우 임차조건이 매우 까다로워 입점에 어려움이 따름

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

③ 방사르(Bangsar) 상권

쿠알라룸푸르 외곽 지역에 위치한 거주지 중심 상권으로 외국인들이 많이 거주하는 고급 주택가 인근에 외식 상가권이 발달해 있습니다.

방사르 빌리지(Bangsar Village) 쇼핑센터를 중심으로 주변 지역에 분위기 있는 에스닉 레스토랑, 카페(Cafe), 바(Bar) 등이 밀집해 있어 평일 저녁과 주말에 외식을 목적으로 해당 지역을 찾는 사람들이 많습니다.

매일 오전에는 신선한 야채와 청과물을 판매하는 '모닝 마켓(Morning Market)'이 들어서며 매주 일요일 저녁에는 지역의 명물인 '선데이 마켓(Sunday Market)'이 들어서 많은 방문객을 찾아 옵니다.

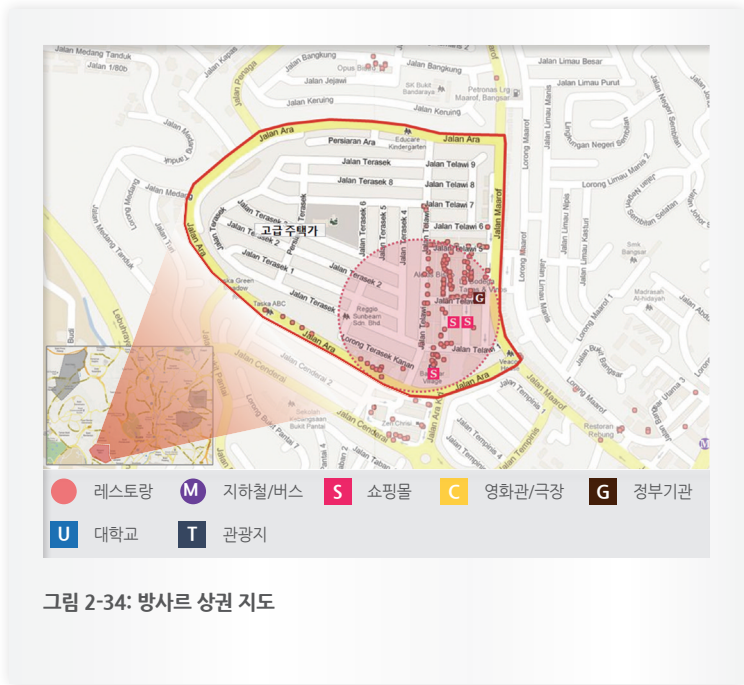


그림 2-34: 방사르 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

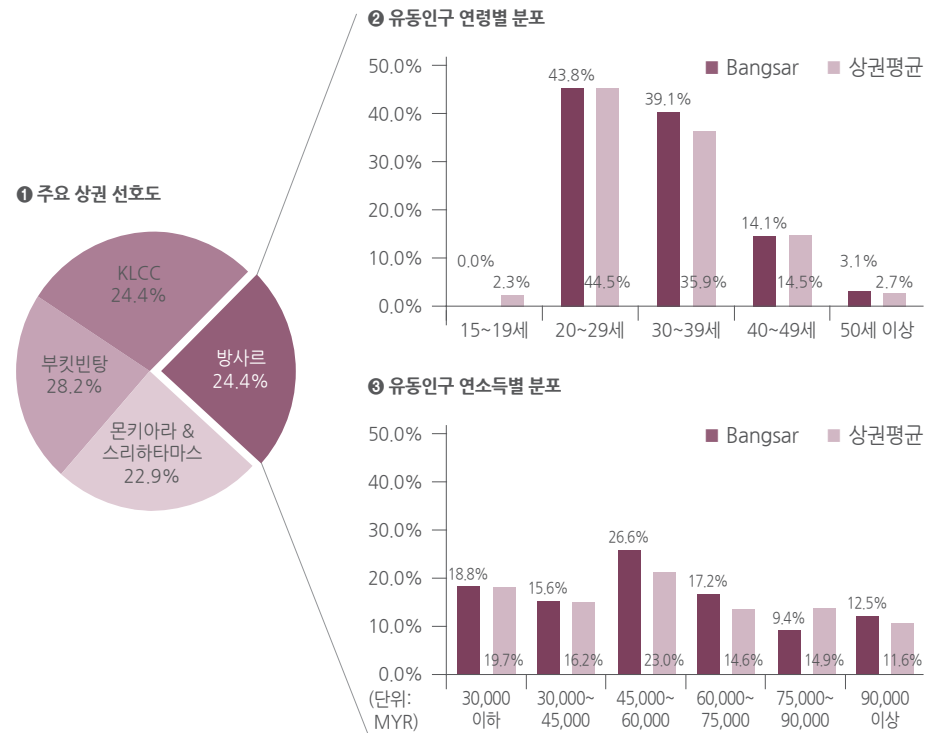
설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 24.4%의 응답자가 방사르 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 43.8%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 20~30대 청·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 45,000~60,000링깃(약 1,600~2,137만 원) 인구비율이 26.6%, 60,000~75,000링깃(약 2,137~2,672만 원) 인구비율이 17.2%로 높게 나타나 타 상권 대비 중산층 인구비율이 높은 것으로 나타났습니다.

한편 타 상권에 비해 90,000링깃(약 2,670만 원) 이상의 고소득층 인구비율이 높은 것으로 나타났습니다.

그림 2-35: 방사르 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 3.8회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.8회)와 동일한 수준으로 나타났습니다.

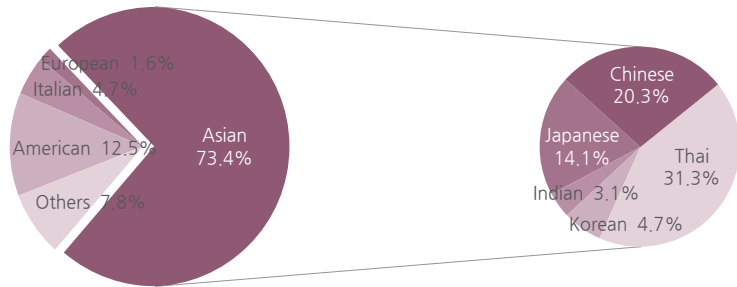
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.7회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.5회) 보다 다소 높은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 105.6링깃(약 37,500원)으로 주요 상권 평균 지출액(약 104.9링깃)과 비슷한 수준으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 73.4%로 압도적으로 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)이 12.5%, 이탈리아(Italian)이 4.7%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 태국식(Thai)의 선호도가 31.3%로 가장 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 중국식(Chinese, 20.3%)과 일식(Japanese, 14.1%)에 이어 4.7%로 낮게 나타났습니다.

그림 2-36: 방사르 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 70.3%로 압도적으로 높게 나타났으며 그 다음으로 '가격'이 17.2%, '위치'가 7.8% 순으로 높게 나타났습니다.

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

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

쿠알라룸푸르 중심지에서 차로 약 20분 거리에 위치하고 있으며 주요 노선의 버스가 지나지 않아 자가용이나 택시를 이용해서 방문해야 합니다. 출-퇴근 시간 차량 정체 시 많은 시간이 소요됩니다.

KL 센트럴(KL Sentral) 역이 인근에 위치하고 있으나 도로로 이동하기에는 다소 먼 거리에 위치하고 있습니다. (차량 이용 시 5분 정도 거리)

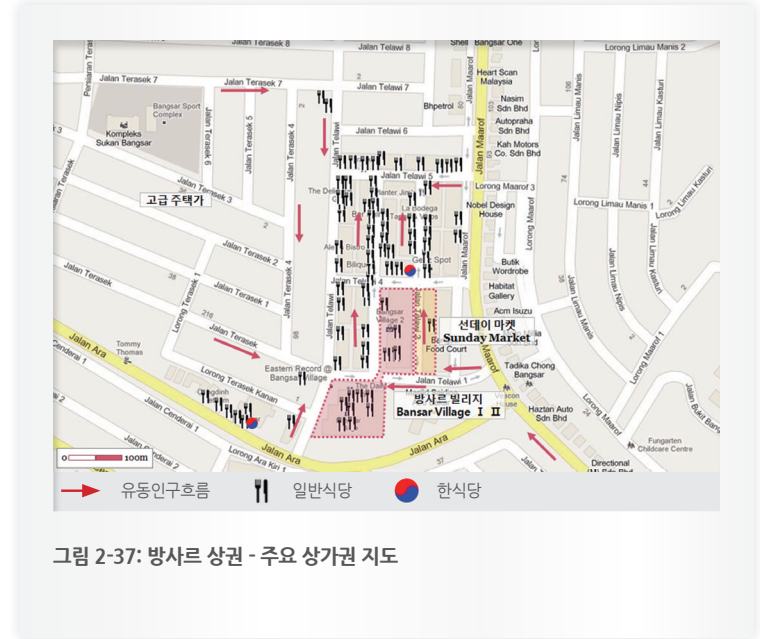


그림 2-37: 방사르 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-4: 방사르 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

방사르 빌리지(Bangsar Village)와 텔라위(Telawi) 거리 중심으로 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있어 인근 고급 주택가에서 거주하는 외국인들과 외식을 목적으로 외지에서 방문하는 유동인구의 유입이 많으며 매주 일요일 지역 명물인 야시장을 구경하기 위해 찾아오는 관광객들이 많습니다.

■ 방사르 빌리지 (Bangsar Village)

2004년에 오픈한 방사르 빌리지(Bangsar Village) 쇼핑센터는 I, II 두 동의 건물로 구성되어 있습니다.

방사르 빌리지 I 은 중-저가 브랜드 상품을 판매하는 매장이 주를 이루며 해외 수입 식료품을 전문으로 판매하는 대형 슈퍼마켓이 들어서 있어 인근 주택가에서 거주하는 가족단위 고객들이 주로 방문합니다.

서양식(Western), 이탈리아식(Italian), 태국식(Thai), 중식(Chinese) 등 여러 에스닉 식당이 입점해 있으며 중식당 ‘빌리지 로스트 덕(Village Roast Duck)’과 이탈리아 레스토랑 ‘가리발디 이탈리아(Garibaldi Italian)’이 성업 중입니다.

간편식을 판매하는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 15링깃(약 5,200원) 내외이며 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 20~40링깃(약 6,900원~14,000원) 정도입니다.

최근에 오픈한 방사르 빌리지 II 는 구매력 높은 중산층 이상을 타깃으로 고가의 명품 브랜드 매장과 마사지 숍(Shop), 피부 미용 클리닉 등의 시설을 갖추고 있습니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 35링깃(약 12,200원) 내외이며 파인 다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 40~80링깃(약 14,000~27,900원) 정도입니다.

고가의 일식당 ‘센쥬(Senju)’와 저렴한 가격대의 서양식(Western) 레스토랑 ‘더 로프(The Loaf)’레스토랑이 성업 중입니다.

그림 2-38: 방사르 상권 - 방사르 빌리지 전경



■ 텔라위(Telawi) 거리

텔라위 2, 3(Telawi 2, 3) 거리를 따라 다양한 에스닉 레스토랑과 카페(Cafe), 바(Bar) 등이 밀집해 있어 평일 저녁과 주말에 외식을 즐기 위해 방문하는 사람들이 많습니다.

서양식(Western), 이탈리아식(Italian), 프랑스식(French), 일식 (Japanese), 태국식(Thai) 등 다양한 에스닉 레스토랑이 위치하고 있으며 특히 인도식(Indian) 레스토랑의 비율이 타 지역에 비해 높은 편입니다.

한식당은 ‘젠 코리아 BBQ(Zens Korean BBQ)’와 ‘본가(Bon Ga)’ 2곳이 영업 중입니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 20~40링깃(약 6,900~14,000원) 정도입니다.

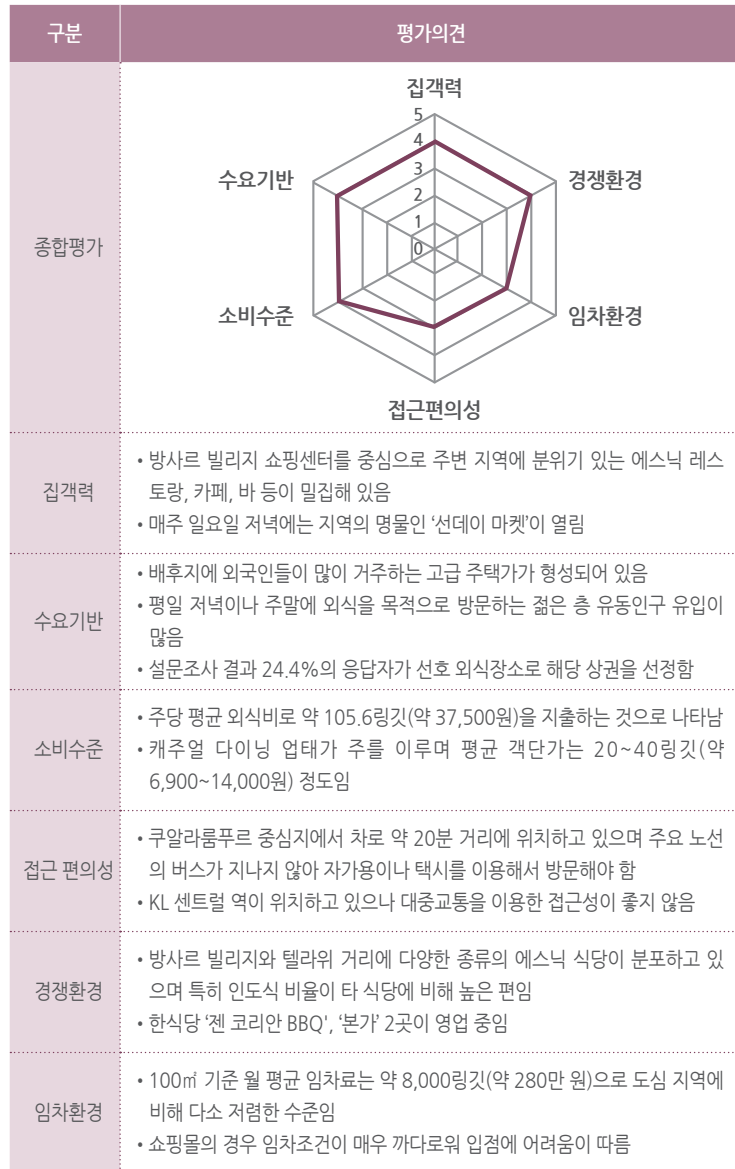
말레이시아 현지식을 판매하는 식당 대부분 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태로 대표 단품 메뉴의 가격은 10링깃(약 3,500원) 정도로 저렴한 편입니다.

매주 일요일 저녁에 텔라위 2(Telawi 2) 거리를 중심으로 의류, 잡화, 음식, 음료 등을 판매하는 ‘선데이 마켓(Sunday Maker)’이 열려 현지인 방문객들과 외국인 관광객들로 북새통을 이룹니다.

그림 2-39: 방사르 상권 - 텔라위 거리 전경



그림 2-40: 방사르 상권 종합평가 결과



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

④ 몬키아라 & 스리하타마스(Mont Kiara & Sri Hartamas) 상권

몬키아라 & 스리하타마스(Mont Kiara & Sri Hartamas)상권은 쿠알라룸푸르 외곽 지역에 위치한 거주지 중심 상권으로 고급 주택가와 아파트 단지 주변에 거주자들을 대상으로 하는 상가권이 발달해 있습니다.

데사 스리하타마스(Desa Sri Hartamas)와 솔라리스 몬키아라(Solaris Mont Kiara)를 중심으로 외식 상가권이 발달해 있습니다.

쾌적한 환경과 최상의 교육시설 등 거주여건이 훌륭하여 많은 외국인들이 거주하고 있으며 최근 들어 많은 한국인들이 거주하기 시작하면서 '제 2의 한인 타운(Korean Town)'으로 불리고 있습니다.

최근 재 말레이시아 한인회 사무실이 암팡(Ampang) 지역에서 몬키아라(Mont Kiara)로 이전하였습니다.

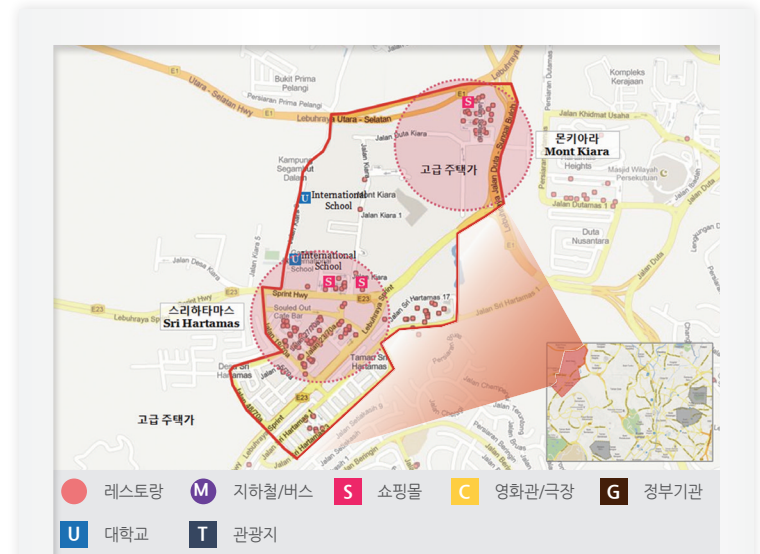


그림 2-41: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

유동인구 분석: 인구통계학적 특성

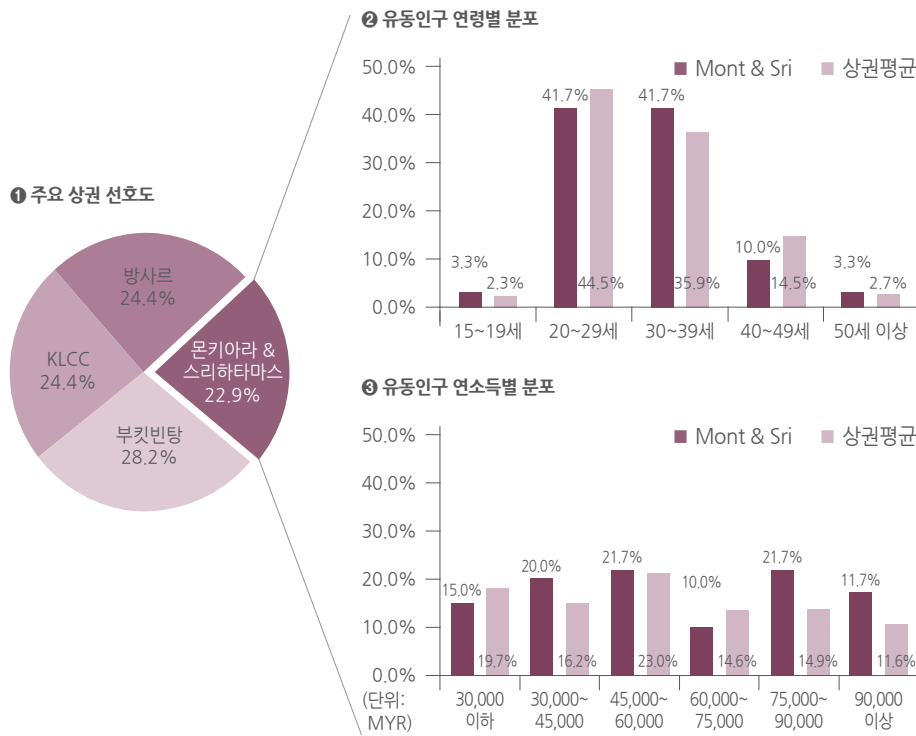
설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 22.9%의 응답자가 몬키아라 & 스리하타마스 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 30~39세 인구비율이 전체의 약 41.7%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 20~30대 청 장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 75,000~90,000링깃(약 2,627~3,200만 원)의 고소득층 인구비율이 21.7%로 가장 높게 나타났습니다. 특히 타 상권에 비해 75,000링깃(약 2,670만 원) 이상의 고소득층 인구비율이 높은 것으로 나타났습니다.

한편 45,000~60,000링깃(약 1,600~2,137만 원) 인구비율이 21.7%, 30,000~45,000링깃(약 1,068~1,600만 원) 20.0%로 중산층 인구비율도 높게 나타났습니다.

그림 2-42: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 4.0회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.8회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

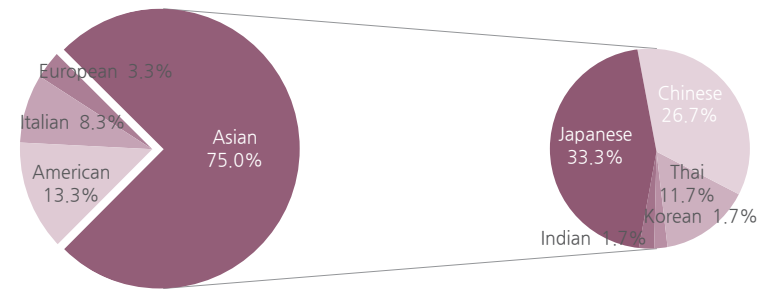
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.5회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.5회)와 동일한 수준으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 108.7링깃(약 38,600원)으로 주요 상권 중에서 가장 높은 것으로 나타났습니다. (주요 상권 평균 104.9링깃)

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 75.0%로 압도적으로 높게 나타났으며 그 다음으로 아메리칸(American)이 13.3%, 이탈리아(Italian)이 8.3%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 중식(Chinese)의 선호도가 33.3%로 가장 높게 나타난 반면, 한식(Korean)은 일식(Japanese, 26.7%), 태국식(Thai, 11.7%)에 이어 1.7%로 낮게 나타났습니다.

그림 2-43: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 48.3%로 '가격'이 33.3%, '분위기'가 10.0% 순으로 높게 나타났습니다.

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

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

쿠알라룸푸르 중심지에서 차로 약 30분 거리에 위치하고 있으며 주요 노선의 버스와 지하철이 지나지 않아 자가용이나 택시를 이용해서 방문해야 합니다.⁽¹⁾

우리나라 분당과 비슷한 분위기의 거주지 중심 상권으로 고급 주택가 인근에 위치한 상가 건물과 주상복합을 중심으로 인근 거주자들을 대상으로 하는 외식 상가권이 발달해 있습니다.

주변에 국제학교가 위치하고 있어 외국인 유동인구 유입이 많으며 자녀 교육을 위해 이주해 온 많은 한인들이 거주하고 있어 한인을 대상으로 하는 상점이 다수 분포하고 있습니다.

상가권 외곽지역에 위치한 주상 복합 건물인 플라자 몬키아라(Plaza Monkiara)에는 분위기 있는 식당과 카페(Cafe)가 다수 위치하고 있어 외식을 목적으로 방문하는 유동인구의 유입이 많습니다.



그림 2-44: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 - 데사 스리하타마스 상가권 지도 (1)



그림 2-45: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 - 솔라리스 몬키아라 상가권 지도 (2)

표 2-5: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경

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

■ 고망(Kemang) 거리

우리나라 이태원과 비슷한 분위기를 느낄 수 있는 지역으로 예술 공예품을 판매하는 상점과 분위기 있는 에스닉 레스토랑이 다수 위치하고 있어 구매력 높은 외국인 거주자들과 관광객들이 즐겨 찾고 있습니다.

뿐만 아니라 인근에 트렌디한 클럽(Club)과 바(Bar)가 다수 위치하고 있어 저녁 시간대 해당 지역을 찾는 20~30대 젊은 층 유동인구의 유입이 많습니다.

(1) 출퇴근 시간 차량 정체 시 많은 시간이 소요됩니다.

■ 데사 스리하타마스 (Desa Sri Hartamas)

고급 주택가 인근에 위치한 상가 건물을 중심으로 발달한 상가권으로 한인 상점과 한식당이 밀집해 있어 암팡(Ampang) 지역에 이어 '제 2의 한인 타운(Korean Town)'으로 불리는 지역입니다.

의료원, 미용실, 의류점, 식료품점, 식당 등 다양한 업종의 한인 상점이 영업 중입니다. 3개의 한인 식료품점을 비롯하여 10여 개의 한식당이 분포하고 있습니다.

다양한 에스닉 식당이 영업 중이며 특히 말레이시아 현지식과 한식의 비율이 높습니다.

평균 객단가 10링깃(약 3,500원) 내외의 패스트 캐주얼(Fast Casual)부터 80링깃(약 28,000원) 내외의 파인 다이닝(Fine Dining)까지 다양한 업태의 식당이 분포하고 있습니다.

말레이시아 현지식(Malay)과 중식(Chinese)을 판매하는 식당 대부분은 10링깃(약 3,500원) 내외의 저가형 간이식당이 주를 이룹니다.

한식당은 캐주얼 다이닝(Casual Dining)업태가 대부분이며 한인들을 대상으로 영업하는 영세한 규모의 패스트 캐주얼(Fast Casual)업태의 비율도 높은 편입니다.

한식당 '다오래(Daorae)'본점이 현지인 고객 비율 80% 이상으로 성업 중입니다. 주요 단품 메뉴의 평균 가격은 20링깃(약 7,000원) 내외이며 구이류 메뉴는 75링깃(약 26,400원) 정도입니다.

그림 2-46: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 - 데사 스리하타마스 상가권 전경



■ 솔라리스 몬키아라 (Solaris Mont Kiara)

솔라리스(Solaris) 거리에 들어선 주상 복합 건물을 중심으로 발달한 외식 상가권으로 인근에 고급 주택가와 고층 아파트 단지가 위치하고 있어 구매력 높은 수요층의 유입이 많습니다.

특히 일본인과 한국인 거주 비율이 타 지역에 비해 높은 편입니다.

분위기 있는 카페(Cafe)와 바(Bar)가 위치하고 있어 저녁 시간대 젊은 층 유동인구의 유입이 많습니다.

서양식(Western), 이탈리아식(Italian), 중식(Chinese), 태국식(Thai) 등 다양한 에스닉 식당이 영업 중이며 특히 일식(Japanese)과 한식(Korean)의 비율이 높습니다.

리틀 코리아(Little Korea), '본가(Bon Ga)', '쌍둥이네(Twins Korean Restaurant)' 등 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining)에서 패스트 캐주얼(Fast Casual)에 이르기까지 다양한 업태의 한식당이 영업 중이며 최초로 할랄(Halal) 인증을 취득한 한식당인 '다오래 플러스(Daorae Plus)'가 2013년 1월에 오픈 하였습니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 20~40링깃(약 6,900~14,000원) 정도입니다.

500석 규모의 시설을 일식 뷔페식 레스토랑 '쇼군(SHOGUN)'이 성업 중입니다. 가격은 성인 1인 기준 평일 점심 43링깃(약 15,000원), 토요일 점심 54링깃(약 19,000원) 정도이며 일식 스시(Sushi)와 사시미(Sashimi) 메뉴를 비롯하여 200여 가지의 다양한 에스닉 메뉴를 제공하고 있습니다. 최근에는 한식 뷔페식 레스토랑 '장군(Jang Gun)'을 인수하여 영업하고 있습니다.

고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining)업태의 한식당 '리틀 코리아(Little Korea)'가 성업 중입니다. 주요 단품 메뉴의 평균 가격은 20링깃(약 7,000원) 내외이며 구이류 메뉴는 70링깃(약 24,700원) 정도입니다.

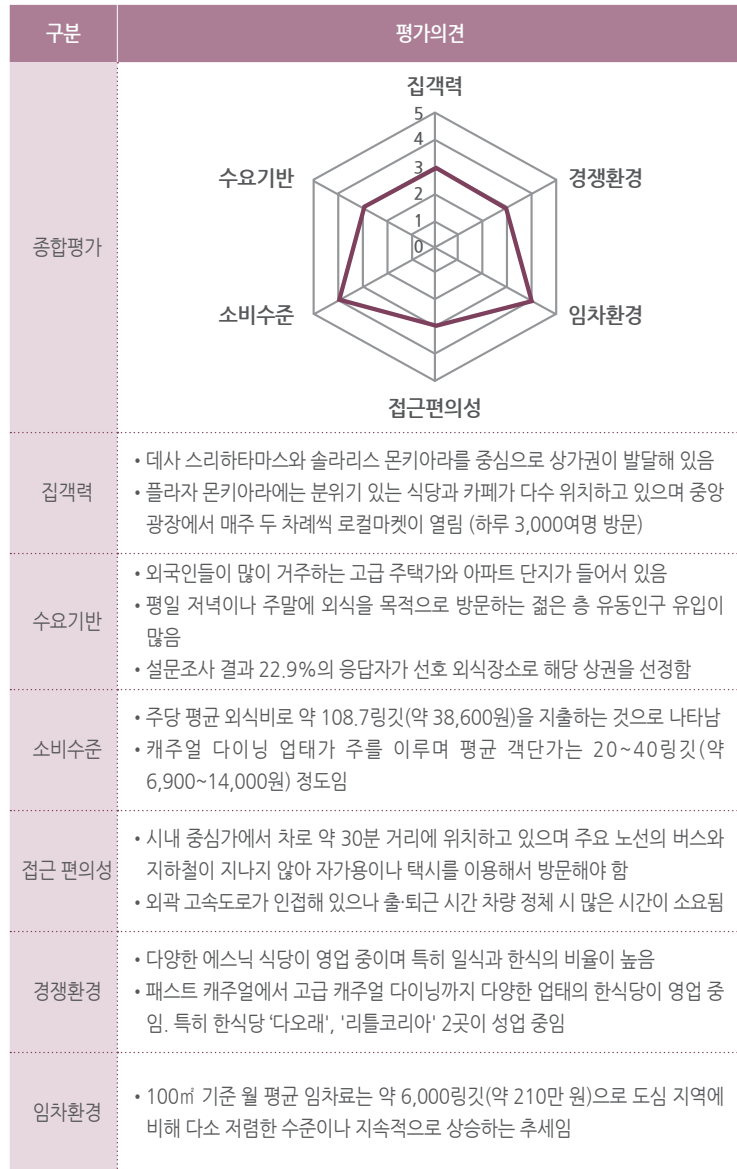
그림 2-47: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 - 솔라리스 몬키아라 입점 식당



▲ 뷔페식 일식당 '쇼군'

▲ 고급 한식당 '리틀 코리아'

그림 2-48: 몬키아라 & 스리하타마스 상권 종합평가 결과



▶ 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

쿠알라룸푸르에는 단기 체류자를 포함하여 약 12,000 여 명의 한인들이 거주하고 있으며 쿠알라룸푸르의 몬키아라 & 스리하타마스 (Mont Kiara & Sri Hartamas) 지역과 슬랑고르 (Selangor) 주의 암팡(Ampang) 지역에 한인 밀집 거주지역이 형성되어 있습니다.

암팡 지역은 원래 일본계 이민자들이 먼저 거주하던 곳으로 위성도시같이 쾌적하고 깔끔한 곳이며 말레이시아에서 처음으로 형성된 한인 타운이 있습니다.

몬키아라 & 스리하타마스 지역은 쿠알라룸푸르 중심부와 가까운 곳으로 국내 기업 주재원 들이나 은퇴 이민자, 사업하는 한국인들에게 새롭게 떠오르는 이주 지역입니다.

현재는 암팡 지역에서 몬키아라 & 스리하타마스 지역으로 한인들이 이주하는 추세이며 한인회 사무실도 2012년 암팡에서 몬키아라로 이전하였습니다.



② 한국 기업 진출 현황

말레이시아 한국상공회의소에 등록된 한국 기업은 100여 개 정도이며 주로 IT, 전기전자, 건설, 영업 등의 분야에 진출해 있습니다.

삼성전자, 현대자동차, LG 전자, SK 네트워크, 포스코 등 한국의 주요 기업들이 대부분 제조업 분야를 중심으로 진출해 있습니다.

최근 들어서 말레이시아로 진출하는 한국 기업들은 제조업뿐만 아니라 통신, 면세, 화장품 등 다양한 소비재 산업에도 진출하고 있습니다.

말레이시아 이민이 시작된 1960년대부터 2012년 2분기까지 우리나라의 대 말레이시아 투자 신고는 1,496건에 55억 5,192만 달러이며 투자금액은 33억 4천만 달러를 기록했습니다.

또한 업종별 투자현황을 살펴보면 제조업이 가장 많아 신고금액기준으로 23억 2,578만 달러를 기록하고 있으며 제조업 다음으로 많이 투자가 된 업종은 광업입니다.

말레이시아로 진출 시 눈 여겨 볼 점은 말레이시아 정부와 한국 정부의 협력 관계입니다.

2011년에는 양국의 법령 정보 교류 협력을 위한 서신을 교환했으며 한국과 말레이시아는 말레이시아에 진출하고자 하는 한국 기업에게 말레이시아의 경제, 투자 관련 법적 정보 제공을 위해 상호 협력하기로 서명한바 있습니다.

2) 한식당 진출 현황

2012년 코트라 현지조사 결과 쿠알라룸푸르에는 약 50여 개의 한식당이 영업하고 있는 것으로 추정됩니다. 특히 한인 거주인구가 많은 암팡(Ampang) 지역과 몬키아라(Mont Kiara) 지역에 가장 많은 한식당이 분포하고 있습니다.

쿠알라룸푸르의 한식당 중 절반 이상이 말레이시아 최초의 한인타운인 암팡(Ampang) 지역에 위치하고 있습니다.

이 지역은 한인들을 고객층으로 하는 영세한 한식당들이 많아 경쟁력이 매우 약하고 한인들의 경기가 침체되어 경영의 어려움을 겪는 식당이 대부분입니다.

또한 많은 한식당이 전문인에 의한 경영이 이루어 지지 않고 창업·폐업이 빈번하게 발생하며 현지인 조리인력이 재료개량, 조리법 등을 제대로 숙지하지 못하고 있어 영업에 많은 어려움을 겪고 있습니다.

최들 들어 '제 2의 한인타운'으로 불리는 몬키아라 지역에 한식당 신규 창업이 증가하고 있으며 시내 중심가에 위치한 대형 쇼핑센터와 고급 호텔에 입점하는 고급 한식당이 증가하고 있습니다.

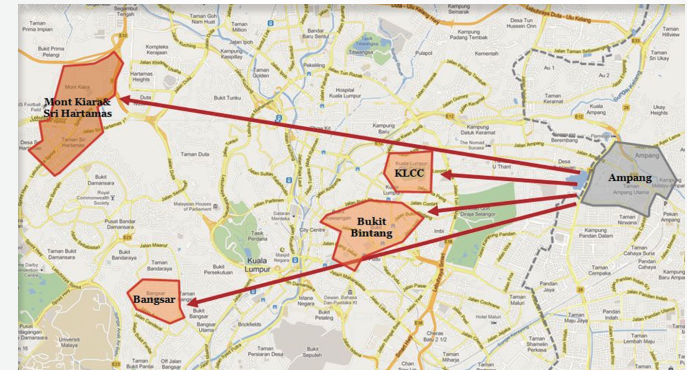


그림 2-49: 쿠알라룸푸르 내 한식당 신규 창업지역 변화 추이

3) 한식당 성공 사례

① 다오래

말레이시아에서 13개 지점을 운영중이며 직원 수 300명, 연 매출 100억에 이르는 외식기업이며 본점은 몬키아라(Mont Kiara)에서 10년 전 부터 운영되고 있습니다.

주 고객은 한국인들보다는 현지의 중국인, 인도인 등 외국인이 대부분이며 현지 언론에도 여러 차례 보도될 정도로 말레이시아 내에서 인기가 높은 한식당입니다.

그림 2-50: 한식당 '다오래'



② 고려원

말레이시아에서 가장 오래된 한식당으로 개업한지 20년이 넘었으며 현재는 쿠알라룸푸르 주요 번화가에 4개의 지점을 운영하고 있습니다.

주 고객은 한국인들보다는 현지의 중국인, 인도인 등 외국인이 대부분이며 현지의 고위급 장관이나 정치인, 경제인 등이 자주 찾는 영빈관으로 자리잡고 있습니다.

그림 2-51: 한식당 '고려원'



③ 온새미로

말레이시아의 대표적인 Fine Dining 한식당으로 2012년 2월에 개업하여 더블트리 힐튼 호텔에 입점되어 있습니다.

주 고객도 한국인들보다는 현지의 중국인 등 경제력이 있는 외국인이 대부분이며 점심시간에는 주변의 오피스지역 고객들을 대상으로 운영되고 있습니다.

그림 2-52: 한식당 '온새미로'

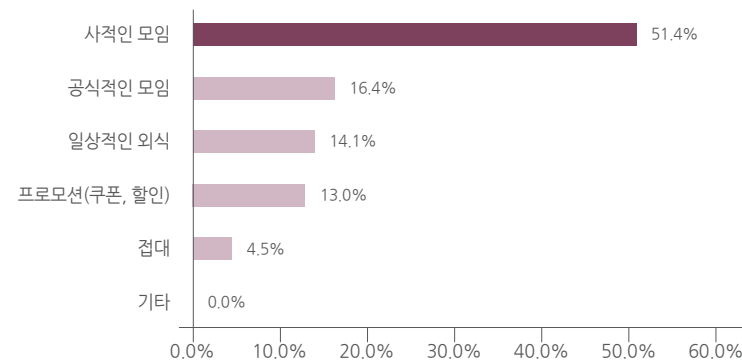


4) 한식 소비 현황

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

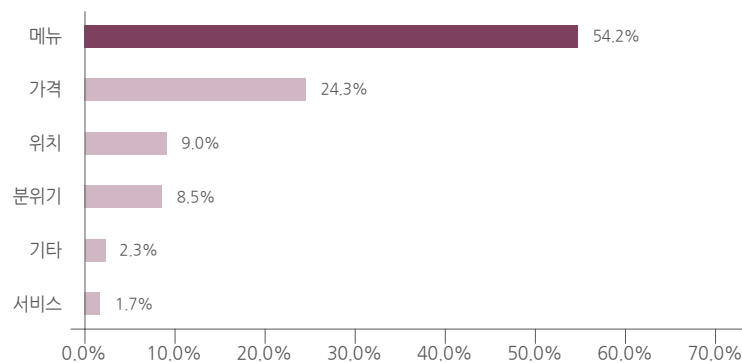
사적인 모임, 공식적인 모임, 일상적인 외식을 위해 방문한다고 응답한 외식소비자들은 각각 51.4%, 16.4%, 14.1%로 나타났으나 접대를 위해 방문한다고 응답한 소비자들은 4.5%에 그쳐 일부 고급 한식당을 제외한 쿠알라룸푸르 한식당의 대부분이 생계형으로 영세하게 운영되는 현황을 반영하고 있습니다.

그림 2-53: 한식당 방문 목적



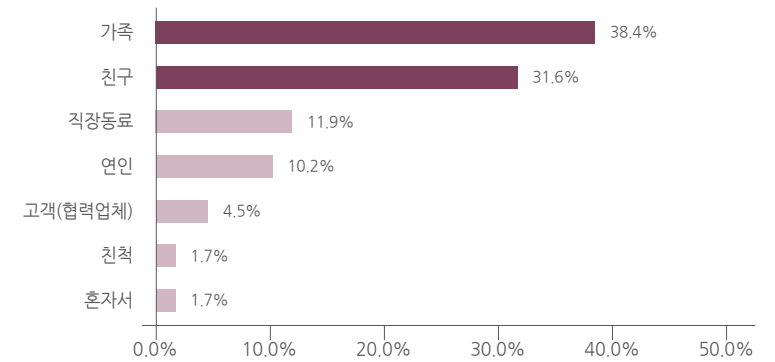
한식당 방문 경험이 있는 쿠알라룸푸르 외식소비자들의 54.2%가 한식당의 메뉴, 24.3%가 한식당의 가격을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났습니다. 서비스를 중요하게 생각한다고 응답한 소비자는 1.7%에 그쳐 한식당 방문 시 정성스럽고 고급스러운 서비스를 기대하지는 않는다는 소비자 좌담회 결과를 반영하고 있습니다.

그림 2-54: 한식당 방문 시 고려사항



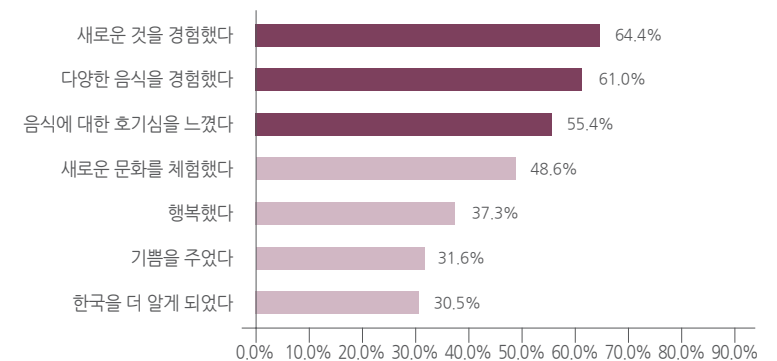
한식당 방문 경험이 있는 쿠알라룸푸르 외식소비자들은 한식당 방문 시 친구와 동행하는 경우가 38.4%, 가족과 동행하는 경우가 31.6%로 나타나 대부분 사적인 모임 또는 일상적인 외식을 위해 한식당에 방문한다고 응답한 결과와 일맥상통합니다.

그림 2-55: 한식당 방문 시 동행인



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

그림 2-56: 한식당 방문 시 떠오르는 생각 (중복응답)



한식당 방문 경험이 있는 쿠알라룸푸르 외식소비자들은 김치찌개와 비빔밥, 떡볶이를 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

삼겹살을 선택한 외식소비자들의 비율이 10.7%에 그쳐 돼지고기의 섭취를 금기시하는 이슬람 문화권의 영향을 반영하고 있습니다.

한식당 방문 경험이 있는 쿠알라룸푸르 외식소비자들의 69%가 불고기, 삼겹살, 갈비 등 구이류 메뉴의 취식방법을 몰라 불편을 겪었다고 응답하였습니다.

그림 2-57: 가장 많이 취식하는 한식 메뉴 상위 5개 (중복응답)

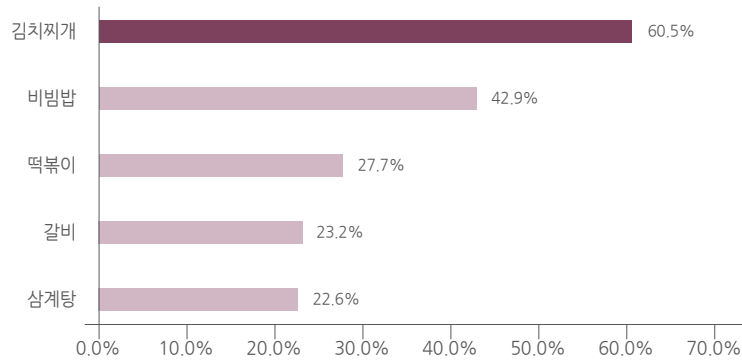
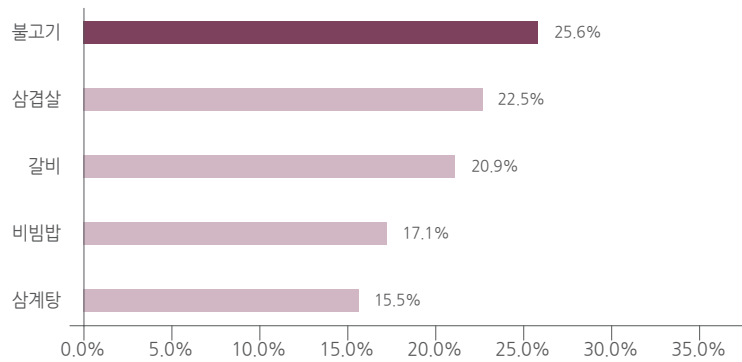


그림 2-58: 취식 방법을 몰라 불편했던 한식 메뉴 (중복응답)



5) 한식당 소비자 의견

처음 방문한 한식당에 재방문하지 않은 비율이 31.1%로 다소 높게 나타났으며 재방문 하지 않은 이유는 '가격'과 '음식의 맛'이 가장 큰 요인으로 지적되었습니다.

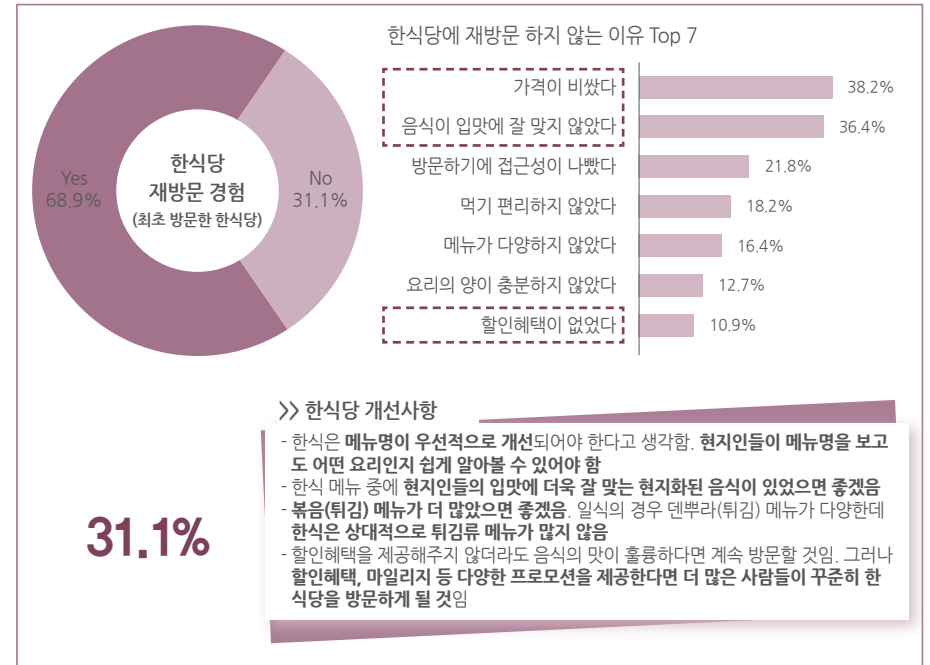
소비자 좌담회 결과 한식당에 대한 개선사항으로 '메뉴명 개선', '현지화된 메뉴', '가격 할인'에 대한 요구사항이 많았습니다.

"한식은 메뉴명이 우선적으로 개선되어야 한다고 생각함. 현지인들이 메뉴명을 보고도 어떤 요리인지 쉽게 알아볼 수 있어야 함"

"한식 메뉴 중에 현지인들의 입맛에 더욱 잘 맞는 현지화된 음식이 있었으면 좋겠음"

"할인혜택을 제공해주지 않더라도 음식의 맛이 훌륭하다면 계속 방문할 것임. 그러나 할인혜택, 마일리지 등 다양한 프로모션을 제공한다면 더 많은 사람들이 꾸준히 한식당을 방문하게 될 것임" 등

그림 2-59: 한식당 개선 소비자 의견



“

쿠알라룸푸르 한식당 창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Kuala Lumpur

”

II. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해

3.1 성공적인 외식창업을 위한 원칙 ----- 088

4. 한식당 설립 실무정보

4.1 사업자 등록 절차 ----- 090

4.2 설립 주요 실무정보 ----- 093

4.3 기타정보 ----- 116

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 방법 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 상권에서 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 운영되어야 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 창업 실무 정보

4.1 사업자 등록 절차

말레이시아 모든 회사들은 'Registration of Business Act 1956'의 규제를 받고 있습니다.

'Registration of Business Act 1956'에 따라 말레이시아에서 사업 활동을 하고자 하는 법인사업자나 개인사업자는 말레이시아 기업 위원회(Companies Commission of Malaysia)에 등록해야 합니다.⁽¹⁾

1) 개인사업자

개인사업자 등록은 가장 간단하게 사업을 시작할 수 있는 방법으로 장부 작성 및 회계처리의 과정이 매우 간단하고 모든 이익이 사업자 개인에게 귀속 됩니다.
단 자국민보호정책으로 인하여 소매업 분야에 진출하기 위한 외국인의 개인사업자 등록은 불가능합니다.

2) 법인사업자

① 법인 설립 요건 및 절차

(1) 법인 설립 요건

말레이시아에 등록된 오피스가 있어야 하며 오피스 내에는 '회사법' 조항에 따라 요구되는 모든 장부와 문서가 비치되어 있어야 합니다. 또한 회사인감과 문서에는 로마자로 된 회사명과 회사번호가 기재되어 있어야 합니다.

회사는 자사주 거래가 금지되며 지주회사의 주식을 보유해서도 안 됩니다. 주식회사의 주식은 회사 주주총회에서 1주당 한 표의 의결권을 가지나 개인회사는 주주들에게 여러 표의 의결권을 부여할 수 있습니다.

회사의 비서(Secretary)는 성년의 현지인으로 주거주지 또는 유일한 거주지가 말레이시아에 있어야 하며 지정된 기관의 회원이거나 기업위원회(CCM)로부터 면허를 취득한 사람이어야 합니다. 또한 회사는 공인된 감사를 선임하여야 합니다.

회사는 최소한 2명의 이사를 선임하여야 하며 2명 이상(최대 20명 이하)의 공동소유주(Partnership)로 운영하는 파트너십 형태입니다.

(1) 'Registration of Business Act 1956' 은 이하 '회사법'으로 기술함

파트너들은 자산이 불충분할 경우 채무와 의무에 대해 연대책임을 지게 됩니다. 파트너 각자의 권리와 의무를 명시하는 공식 파트너십(Partnership) 증서를 작성할 수 있으나 의무사항은 아닙니다.

(2) 법인 설립 절차

우선 말레이시아 기업위원회(CCM)가 지정한 'Form 13A'에 따라 신청서를 작성하여 설립하고자 하는 회사의 명칭이 사용가능한지를 확인합니다.⁽¹⁾

제안된 회사명은 당해 신청인 앞으로 3개월간 예약 가능합니다.

회사 정관에는 회사명, 설립 목적, 수권 자본금액 및 그 금액의 정액 주식으로의 분할 등을 명시하고 회사 부속정관에는 회사의 내부 경영과 사업 운영을 관장하는 규정을 기재합니다.

설립증서가 발행되면 회사 정관에 서명한 자와 회사의 사원이 될 자들은 유한회사의 기능을 수행하며 제소권과 피제소권을 갖는 법인이 됩니다.

법인은 공동 날인되어 계속 승계될 수 있으며 토지를 보유할 권리와 청산 시 각 책임사원이 '회사법'이 정한 바에 따라 회사의 자산에 기여할 책임을 갖게 됩니다.

② 법인 사업자 등록 절차 및 구비서류

(1) 법인 사업자 등록 절차

이사 선임에 있어 한국인 이사는 이사 등록 시 말레이시아 현지에 체류하고 있어야 하며, 최소 2인 이상의 현지 거주 이사⁽²⁾가 필요합니다.

모든 외국 회사들은 말레이시아 내에 사업장을 설립하거나 또는 사업을 개시한 지 1개월 내에 무조건 말레이시아 기업위원회(CCM)에 등록해야 하며 등록절차는 현지법인 등록절차와 같습니다.

말레이시아 정부는 외국 기업들이 지점을 설립하기보다는 법인을 설립하는 것을 장려하고 있습니다. 이에 따라 지점 설립이 법인 설립보다 절차가 훨씬 복잡하고 외국인 투자기업이 누릴 수 있는 세제 혜택들도 적용되지 않습니다.

(1) 약 30링깃(약 10,700원) 소요

(2) '현지 거주 이사'라 함은 취업허가증(Work Permit)을 갖고 있는 외국인도 포함되며 추후 한국인 이사가 취업허가증(Work Permit)을 취득할 시 명의변경이 가능함

(2) 법인 사업자 등록 구비서류

법인 승인을 얻기 위해서는 말레이시아 기업위원회(CCM)에 아래와 같은 서류들을 제출해야 합니다.

- 본국에서 발행된 회사법인설립증명서
- 말레이시아 기업위원회(CCM)가 지정한 'Form 13A'에 따른 신청서
- 회사정관과 부속정관, 기타 회사정관을 구성하거나 정의하는 문서의 인증사본
- 이사명부 및 신상명세 (Form 79)
- 1명 이상의 말레이시아 거주자에게 회사를 대신하여 회사가 받아야 할 소송서류와 통지를 송달 받을 권한을 위임하는 임명장
- '회사법'에 따라 작성된 법정신고서 (Form 80)

선임된 대리인은 '회사법'에 따라 회사가 행해야 하는 모든 행위에 대해 책임을 집니다. 대리인과 관련하여 변경 사항이 있을 경우에는 기업 위원회(CCM)에 보고하여야 합니다.

만약 추가적으로 말레이시아에 해외 법인을 설립하는 경우 최초 설립 시 제출한 문서들을 다시 제출할 필요는 없지만 새롭게 설립하는 법인에 대한 신청 서류는 다시 작성하여 제출해야 합니다. 또한 외국법인은 매년 정기주주총회 소집 후 1개월 이내에 연차 사업보고서 사본 1부를 제출하여야 합니다. 주주총회 후 2개월 이내에 본사의 대차대조표 사본 1부, 말레이시아 내 사업 운영에 사용된 자산과 그로부터 발생한 부채에 관한 감사필 자산부채현황표 1부, 감사필 손익계산서 1부를 제출하여야 합니다.



4.2 설립 주요 실무정보

1) 인·허가 요건 및 관련 법규

① 인·허가 요건

회사를 설립하기 위해서는 등기이사 2명이 필요하며(이사의 국적은 말레이인이든 한국인이든 관계 없음) 말레이시아 주소지가 필요합니다. 말레이시아는 주민등록 번호 시스템이 없기 때문에 거주지로 등록해야 합니다. 대부분 거주하는 곳이나 사업지(가게)로 등록하는 경우가 많습니다.

말레이시아 창업 컨설팅 업체 유원(U1)에 따르면 요식업의 경우 일반 법인 설립 비용 50만 링깃(약 1억 8천만 원)에 비해 2배 정도의 자본금인 100만 링깃(약 3억 6천만 원)이 필요하며 식당 영업 인·허가에 필요한 제반 서류 준비와 행정절차가 매우 복잡하기 때문에 대부분의 한식당 예비 창업자들은 현지 창업 컨설팅 업체에 대행 업무를 의뢰하는 경우가 많다고 합니다.

식당 설립을 위해서는 정관 준비 등 전문성을 필요로 하는 제반 업무를 수행해야 하기 때문에 회계법인과 같은 'Secretary Company(SC)'를 통해서 법인을 설립을 대행하는 경우가 많습니다.

- 정부로부터의 통보, 지시 등이 모두 'Secretary Company(SC)'를 통하게 되어있으며 하나의 'Secretary Company(SC)'가 여러 개의 법인을 관리하면서 회계, 세무, 감사, 법인관리 등 다양한 업무를 처리함
- 'Secretary Company(SC)'의 도움을 받지 않으려면 직접 회사에 'Secretary Team'을 구성해야 하며 이는 대형 기업이 아닌 이상 현실적으로 어려움이 따름
- 연말정산 시기를 놓치면 패널티를 받을 수 있거나 정보 부족으로 감세를 받지 못할 수도 있기 때문에 유능한 'Secretary Company(SC)'를 통해 조언을 얻는 것이 중요함

한인 교민신문에서 한국인이 운영하는 'Secretary Company(SC)' 광고를 쉽게 찾을 수 있습니다.

② 인·허가에 필요한 라이선스

인테리어 라이선스: 인테리어 공사를 진행하기 전에 반드시 공사에 대한 라이선스를 해당 관청으로부터 발급받아야 합니다. 이는 이미 정해진 공간을 새롭게 구획함에 따라 사전허락을 받는 절차입니다.

식당 라이선스: 우리나라의 '사업등록증'과 같은 의미이며 회사 설립과는 별개로 반드시 발급 받아야 합니다. 식당 라이선스는 크게 임시와 정규로 나뉘지는데 일단 해당 관청에 신청하면 임시 식당 라이선스를 발급해주며 유효기간은 3개월 정도입니다. 하루 10링깃(약 3,600원) 정도의 세금이 부과되며 3개월 동안 정해진 서류를 준비하여 정식 라이선스를 신청해야 합니다.

간판 라이선스: 거리에 설치되는 모든 간판에는 라이선스가 필요하며 식당 라이선스 취득과 유사한 형태로 관리되고 있습니다. 보통 간판업자들이 중개 수수료로 200링깃(약 71,300원)을 받고 대행해주는 경우가 많습니다.

이슬람 율법으로 음주가 금지된 말레이시아에서는 주류 판매를 위해서는 반드시 주류 판매 라이선스를 취득해야 합니다. 주류 판매 라이선스를 취득하더라도 판매할 수 있는 주류의 종류와 양이 정해져 있습니다. 주류 판매 라이선스는 기존 식당을 인수하여 운영하게 되는 경우에도 다시 발급받아야 합니다.

2) 인·허가 절차 및 구비서류

말레이시아에서 식당 설립은 법인설립과 절차가 비슷합니다. 그렇기 때문에 말레이시아에서 식당을 설립할 경우 법인에서 운영하는 식당을 창업하는 형태로 이루어집니다. 식당개업은 회사를 설립한 후 가게를 임차하여 취업허가증(Work Permit)을 신청하는 순으로 진행됩니다.

표 4-1: 회사 인·허가 절차

절차 순서	내용
회사명 (식당명) 신청	<ul style="list-style-type: none"> 말레이시아 '회사법'에 따라 ROC(Registrar of Company-회사등기소)에 등록해야 함
관련서류 제출	<ul style="list-style-type: none"> 회사명 사용 승인일로부터 3개월 이내 아래의 관련 서류를 준비하여 ROC에 접수 <ul style="list-style-type: none"> -회사 정관: 회사명, 설립 목적, 수권자본 금액 및 그 금액의 정액 주식으로의 분할 등명기해야 함 -부속 정관: 회사의 내부 경영과 사업 운영을 관장하는 규정 명기해야 함 -준수 선언: 이사 선임 전 또는 법인 설립 전 발기인이 '법규 준수 서약서'를 작성해야 함
법무사 선임	<ul style="list-style-type: none"> 모든 법인은 반드시 공인 법무사를 임명하여야 하며 법무사는 회사의 모든 공식적인 서류(등기부 등본, 주주 명단 등)를 보관, 관리 해야 함
법인 설립 기간 및 비용	<ul style="list-style-type: none"> 법인 설립 기간은 2주에서 1달 정도 소요되며 법인 설립 비용으로는 2500~3000링깃(약 89~107만 원)정도 소요됨
최소 자본금 규모	<ul style="list-style-type: none"> 수권 자본금이 100,000링깃(약 3,562만 원) 정도이며 취업허가증(Working Permit) 신청 시 업종에 따라 500,000~1,000,000링깃 (약 1억 7천~3억 5천 만 원)의 자본금이 필요함 자본금 증자 비용은 3,000링깃(약 107만 원) 정도임
취업비자 신청	<ul style="list-style-type: none"> 회사 설립과 자본금 증자 후 취업허가증(Working Permit) 신청이 가능하며 기간은 1~3개월, 비용은 8,000링깃(약 285만 원)이 소요됨 신청 서류로는 이민국 신청서, 신청인 및 가족 (Dependant) 사진 4매, 영문 이력서, 최종학교 졸업증명서, 회사 관련 서류 등이 필요함

[참고정보] 말레이시아 프랜차이즈 산업 (1)

- 말레이시아 정부는 프랜차이즈 산업의 육성을 위해 1992년 프랜차이즈 개발부 (Franchise Development Division)을 신설하고 프랜차이즈 개발 프로그램을 시작하였음
 - 프랜차이즈 개발부(Franchise Development Division)는 1995년 현재의 사업 및 협력개발부(MECD : The Ministry of Entrepreneur and Cooperative Development)로 이전되어 MECD가 프랜차이즈 산업을 담당하고 있음
- '1998 프랜차이즈 법령'에 따라 말레이시아에서 프랜차이즈 사업을 하기 위해서는 MECD에 소속되어 있는 프랜차이즈 등기소(ROF : Register of Franchise)에 등록을 하여야 함
- '1998 프랜차이즈 법령 24절'에 의해 프랜차이즈 등록을 하기 전에 프랜차이즈가 '1976 상표 법령(1976 상표 법령 하에 등록이 가능할 경우)'에 따라 해당 프랜차이즈에 연관된 상표나 서비스마크를 'MyIPO (Intellectual Property Corporation of Malaysia)'라는 법인단체에 등록하여야 함
 - 외국계 프랜차이즈는 MECD에 프랜차이즈 사업 허가를 받기 전에 상표 등록을 하는 것이 바람직하며 대부분의 현지 로펌이 외국계 프랜차이즈가 말레이시아에서 상표 등록하는 것을 도와주고 있음
 - 그러나, 지적재산권 문제를 다루고 있는 MyIPO는 법적 강제성이 없는 기관이므로 지적재산권의 침해사건 발생시 지적재산권 소유자에 의해 개인적으로 소송이 제기될 수밖에 없는 상황임. 또한 지적재산권의 가치 평가는 정부의 적절한 지침이 없어 회계법인들에 의해 시행되고 있음
- 말레이시아 정부는 프랜차이즈 산업을 유망산업으로 인식하고 프랜차이즈 산업을 지원하고 있어 말레이시아의 프랜차이즈 산업의 성장을 더욱 가속화하고 있음

출처: KOTRA, 「아세안 주요국 프랜차이즈 산업 분석 및 진출전략」

[참고정보] 말레이시아 프랜차이즈 관련법안 주요 내용

- 프랜차이즈 모집을 위해서는 MECD 산하의 프랜차이즈 등기소(ROF)로부터 허가를 받아야 함. 1998년 이전부터 운영되어온 프랜차이즈는 이 조건에서 제외됨
- 말레이시아에서 운영하는 프랜차이즈는 말레이시아 상업 및 계약법, 절차, 현지 규범을 준수하여야 하며 이에 따라 돼지고기는 패스트 푸드 가게에서 판매될 수 없으며 람랄(Halal) 음식이어야 함
- 정식프랜차이즈 사업 허가를 받고 프랜차이즈 모집을 위해서는 프랜차이즈 등기소(ROF)에 다음과 같은 서류와 정보를 제출해야 함
 - 지적재산권 등록증명서(말레이시아에서의 상표등록 문서 원본), 외국계 프랜차이즈 설립 증명서, 기업 프로필, 브로셔, 소매점 사진, 팸플렛 등
 - 프랜차이즈 시스템, 핵심 인사, 법인 설립일, 사업시작일, 프랜차이즈 영업기간, 전세계 보유 프랜차이즈점 수, 말레이시아에서 임명할 프랜차이즈 권리권자의 이름과 세부 사항(프랜차이즈 권리권자 관련 정보 있을 경우) 등
- 모든 서류와 정보를 제출 후 1~3개월 내에 일반적으로 허가를 받을 수 있음. 프랜차이즈 사업 허가를 받게되면 바로 임명한 프랜차이즈와 계약을 체결할 수 있음
- 프랜차이즈 사업 허가 신청서가 기각될 경우 외국계 프랜차이즈는 항소할 수 있음
- 마스터 프랜차이즈권리권자로 ROF로부터 사업 허가를 받고 서브 프랜차이즈를 임명하기 위해서는 ROF에 이와 관련한 등록을 해야 함. 이와 관련한 ROF 등기절차는 모든 서류와 정보가 제출된 후 보통 3~6개월이 소요됨
- ※ 현지 파트너(프랜차이즈 또는 프랜차이즈 권리권자)를 통해 ROF에 신청서를 접수한 후 현지 파트너가 수시로 처리과정 점검을 하도록 하여 허가 과정을 보다 부드럽고 신속하게 처리할 수 있음

출처: 1998 프랜차이즈 법령 (The Malaysian Franchise Act No.590 of 1998)

3) 임대차 계약 절차 및 관행

식당(점포) 임차 시 부동산에 의뢰하는 방법과 직접 주인과 거래를 하는 방법이 있습니다. 직접 거래할 경우 사기를 당하는 경우가 빈번하므로 사전에 주변 시세를 꼼꼼하게 알아봐야 합니다.

임차인이 요구하는 제반 사항에 대해 임대인과 사전에 협의하여 양자가 협의한 선에서 임대료를 측정합니다.

최근 들어 한인들 사이에서 인터넷 블로그나 카페를 통해 권리금을 지불하고 식당(점포)을 거래하는 사례가 급증하고 있으나 대부분의 경우 건물주와 사전 협의 없이 거래가 이뤄지고 있는 실정입니다. 이런 경우 건물주에 의해 일방적으로 계약이 파기되면 이에 따른 피해보상을 받지 못할 수 있으므로 각별한 주의를 요합니다.

모든 요구사항이 협의되고 임차료가 정해지면 1개월 분의 임차료를 계약금(Earnest Deposit)으로 지불합니다. 계약금은 임대인과 임차인 양자를 보호하기 위한 절차로 만약 임차인이 계약을 이행하지 않을 경우 이를 환불 받지 못하게 되며 만약 임대인이 계약을 이행치 못할 경우 계약금을 임차인에게 환불하고 이에 상응하는 금액을 보상해야 합니다.

임대차 계약서는 만약을 대비해 현지 변호사에게 공증을 받는 것이 좋으며 비용은 임차인이 지불하는 게 관례입니다. 대개 공증비용은 400 링깃(약 14만 원) 정도이며 공증을 받은 계약서는 임대인과 임차인이 각각 1부씩 보관하게 됩니다.

임대차 계약기간은 보통 2년으로 하며 이후 영업 활성화 정도에 따라 임차료를 10~20% 정도 인상하게 됩니다.

인테리어 시공 기간 동안에는 임차료를 지불하지 않아도 되며 보통 임대인에게 식당 개업 일정을 설명하면 1~2개월 정도의 여유시간을 주기도 합니다.

4) 영업시설의 공통기준

① 음식위생 규정

요식업의 음식위생 규정은 말레이시아 식품위생법 'The Food Act 1983'을 따릅니다.

식당(점포)은 청소와 소독이 용이하도록 설계되어야 하며 충분한 양의 식수가 공급 및 저장되어야 합니다.

- 식당 건물은 위생을 위하여 깨끗하게 정돈된 상태를 유지해야 하며 식당 내에는 빈 상자, 빈 병, 쓰레기 등을 쌓아 두어서는 안되고 또한 해충의 출입을 방지해야 함
- 식당 청소는 적어도 하루에 한 번씩 실시해야 하며 청소는 식품 잔류물을 비롯하여 불필요한 물질, 먼지 등의 제거를 포함함

식재료의 부패 방지를 위해 식재료 저장고를 청결하게 청소하고 소독 및 세척할 수 있는 적절한 시설을 갖춰야 합니다.

건물주와 식당 경영주는 식당 건물 내에 해충이 발견되기 전에 살충을 위해 필요한 모든 조치를 취해야 하며 살충 조치 시에는 적절한 화학 물질을 사용하고 물리적 방법을 활용하여 식품 안전에 위협을 끼치지 않도록 유의해야 합니다.

② 위생관리 조사

위생 관련 관리인 또는 그에 준하는 심사관이 식품 청결 유지를 목적으로 건물주와 식당 경영주에게 식당의 구조 변경, 수리, 보수공사, 배관(배수) 시설의 정비를 요청할 수 있습니다.

③ 종업원의 위생

식당에서 근무하는 모든 종사자들은 '위생증'을 발급 받아야 합니다. '종업원 개인 위생증'은 가까운 병원에서 검진을 받고 발급 받을 수 있습니다.

또한 해당 관청이 정한 기관에 가서 4시간 정도 소요되는 위생교육을 이수하고 수료증을 받아야 합니다. 종업원들의 '위생교육 수료증'과 '개인 위생증'을 준비하여 해당 관청에 제출해야만 식당의 위생허가증을 발급 받을 수 있습니다.

5) 소방안전 관련 규정

말레이시아에서는 식당 개업 이전에 필수 관련 사항으로 소방법 'FIRE SERVICES ACT 1988'에 따라 화재 증명서를 발급 받아야 합니다.

관련법에 따라 화재 증명서 발급을 위해 건물의 용도, 크기, 위치를 결정하고 지정합니다.

모든 지정된 건물은 화재 증명서를 필수로 발급 받아야 하며 화재 증명서는 매년 갱신하여야 합니다. 한편 공공장소로 이용되는 종교 시설(예배장), 쇼핑몰, 복합 상점 등이 입점된 건물일 경우에는 정기적인 검사를 실시하여 화재 증명서가 발급되기도 합니다.

화재 증명서를 발급 받은 장소에 새로 이전을 하거나 인테리어 시공을 하는 등 변경사항이 발생했을 시에는 이를 소방당국에 신고하여 검사를 받아야 하며 이를 이행하지 않을 시 벌금이 부과됩니다.

관할 관청에서 소방안전 규정과 관련 서류에 대한 상세한 정보를 제공해주고 있습니다. (사전 신청을 통해 관련 정보를 제공받을 수 있습니다.)

6) 노동법, 고용법 관련 유의사항

말레이시아 한식당 경영주들은 비유적인 문제로 한국인 종업원보다 현지인 종업원을 선호하고 있습니다.

일반적으로 해외 한식당은 각종 반찬을 비롯하여 대부분의 한식 메뉴를 취급하고 있지만 다양한 한식 메뉴를 능숙하게 조리할 수 있는 한국인 요리사를 채용하는 것은 쉽지 않습니다.

뿐만 아니라 인건비와 체류비를 지급해줘야 하는 등 채용조건을 감안했을 때에도 경영주 입장에서 한국인 조리인력을 채용하는 것은 큰 부담으로 작용합니다.

주변국 이민 노동자들이 상대적으로 인건비가 저렴하고 일도 잘하는 편이지만 말레이시아 정부의 강력한 이민정책 때문에 인력을 구하는 데 많은 어려움이 따릅니다.

- 한식당 '다오래(Daorae)' 윤선규 경영주는 한국인과 기질이 비슷하고 학습 속도도 빠른 네팔인을 고용하고 있음
- 말레이시아 현지인은 인건비가 높고 무슬림이기 때문에 돼지고기를 만지지 못하는 경우가 많아 한식 조리인력으로 채용하는 것이 어려움. 또한 화교들은 인건비가 높을 뿐만 아니라 한식당에서 일하는 것을 별로 좋아하지 않음

말레이시아 자국민보호법에 따라 외국인 노동자의 거주허가가 엄격한 편이며 합법적으로 외국인 노동자를 고용하려면 연 1회 종업원 1인당 1,850링깃(약 60만 원) 정도의 세금을 납부해야 하며 기타 인력 관리 비용 까지 포함하면 1인당 120만원 정도의 비용이 소요됩니다.

① 인력 채용 및 관리 시 유의사항

(1) 비 말레이시아 국적인을 고용하는 경우

말레이시아는 불법 외국인 노동자들이 전체 노동자들 중 절반이 넘는 비율을 차지하기 때문에 고용하기 전 노동 허가를 받은 관련 문서의 원본이 정당하게 소지된 것인지, 유효한지, 회사가 노동자에게 허가한 일자리가 맞는지 여부를 확인하고 그 사본을 보관해야 합니다. 그리고 고용주들은 내무부의 원 스톱 센터에서 외국인고용 승인서를 받아야 하며 외국인노동자에 대한 세금도 원 스톱 센터에서 납부가 가능합니다.

외국인노동자 고용절차는 아래와 같습니다.

- 고용주는 필요 외국인 노동자의 수를 내무부에 승인 요청
- 원스톱 센터에 파견 근무하는 관련 부처 공무원들이 외국인 고용 요청서 검토
- 외국인 노동자 고용세금을 내무부 원스톱 센터에 납부한 후 고용승인서 발부
- 고용주는 외국인 노동자 고용을 위해 에이전트(직업소개소) 등을 직접 접촉 해야 함
- 비자발급을 위해 외국인노동자 신분을 이민국에 통보
- 입국하는 외국인노동자에게 비자 발급

현지인 고용이 우선시 되지만 단순 노무직/서비스직일 경우 비숙련/미숙련 외국인 노동자 고용이 법적으로 허용됩니다. 비숙련 근로자는 인도네시아, 태국, 필리핀, 베트남, 캄보디아 등 아세안 국가와 방글라데시, 네팔, 파키스탄 등 서남아시아 국가 출신만 허용되며 비숙련 근로자의 대부분을 차지했던 방글라데시 근로자는 2000년 9월 이후 원칙적으로 고용이 금지되었습니다.

- 2012년 10월 말레이시아 정부기관의 발표에 따르면 합법적으로 정부에 등록되어 있는 외국인 노동자는 총 158만 명으로 추산됨. 외국인 노동자 중 인도네시아인이 77만 명으로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 그 다음으로 네팔인 28만 명, 미얀마인 14만 순으로 집계됨
- 동일한 이슬람 문화권의 인도네시아 노동자들은 언어적·문화적 장벽이 존재하지 않기 때문에 말레이시아에서 선호되고 있음특히 노동자들 대부분이 여성으로 주로 가정부로 취업하고 있음
- 비숙련 외국인 근로자를 고용하고자 하는 고용주는 비자(단기취업)신청 전에 내무부 외국인 근로자국의 허가를 받아야 함. 또한 외국인 노동자를 고용할 경우 현지인 채용을 위해 노력한 부분을 보고 해야 하며 고용세(Levies)를 당국에 납부해야 함

② 인건비 및 복리후생

(1) 급여

고용주는 반드시 종업원에게 지급한 모든 것(급여, 비용, 혜택)에 대하여 기록을 남겨야 합니다.

또한 종업원의 권리, 근무시간, 최저급여, 동등한 기회 등의 고용법 조항을 지켜야 합니다.⁽¹⁾

말레이시아의 인건비는 기본급, 호봉표에 의한 연례적인 임금인상, 각종 수당(법정 수당이 주이며 우리나라에 비해 임의적 수당이 적음), 초과 근무수당, 고정 상여금(Contractual Bonus), 특별 상여금 (Discretionary Bonus) 등으로 이루어집니다.

(2) 근무 시간

1일 통상 근로시간은 8시간, 1주 통상 근로시간은 48시간이며 하루 근로시간은 12시간을, 한 달 초과근로시간은 104시간을 초과할 수 없습니다. 1주일에 적어도 1일의 주휴가 주어 져야 하며 주휴의 날짜는 고용주에 의해 결정됩니다. 공휴일은 법정 공휴일을 포함하여 적어도 10일 이상이 되어야 합니다. 연차 휴가와 병가는 근속년수에 따라 그 기간이 상이할 수 있습니다.

모든 종업원은 정부가 지정한 4대 법정 공휴일에 휴무할 수 있습니다. 다만 주의해야 할 점은 말레이시아는 주마다 법정 공휴일이 다르기 때문에 사업장 위치에 따라 법정 공휴일을 숙지해야 합니다.

- 말레이시아 독립기념일 (Malaysia National Day)
- 국왕생일
- 군주/술탄/주지사의 생일
- 노동절(Workers/Labour Day) 등

(3) 최저임금 (National Minimum Wage)

말레이시아⁽²⁾는 그동안 해외 기업의 투자 촉진을 이유로 시행해오지 않았던 최저 임금제를 2012년부터 도입하기로 결정했습니다. 최저임금은 생활비와 기타 제반 조건을 고려해 책정됐으며 동(東) 말레이시아와 서(西) 말레이시아의 생활비 차이에 따라 최저임금에 차등을 두고 있습니다. 하지만 최근 정부 발표에 따르면 향후 2~3년 이내에 동(東), 서(西) 말레이시아의 최저임금제를 일원화 하여 관리할 것으로 예상됩니다.

(1) 말레이시아 인적자원부 하의 고용법 'Employment Act, 1955' 참조

(2) 말레이시아는 말레이반도의 남부를 차지하는 서(西) 말레이시아(구 말라야 연방: 약 13만km²)와 보르네오섬 북서부의 사라와크 및 사바로 이루어지는 동(東) 말레이시아(북칼리만탄:약 20만km²)로 구분할 수 있습니다. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)는 서(西) 말레이시아에 속합니다.

발표된 최저임금제는 정부관보에 공시된 날로부터 6개월 후부터 시행될 예정이며 영세사업장이나 소규모 상인의 경우 정부관보 공시로부터 12개월 후인 2013년 하반기부터 시행될 예정입니다.

2012년 4월 30일에 공시된 최저임금은 다음과 같습니다

- 서(西) 말레이시아: 월 900링깃(약 35만원) 또는 시간당 4.33링깃(약 1,700원)
- 동(東) 말레이시아: 월 800링깃(약 31만원) 또는 시간당 3.85링깃(약 1,500원)
- 단 최저임금제는 가사도우미와 정원사에게는 해당되지 않으며 나머지 모든 분야에서는 차별 없이 적용됨

최저임금제가 시행되면서 한국 진출 사업자 기업과 개인사업자들의 인건비 부담이 크게 가중될 것으로 전망됩니다.

- 금번에 실시되는 최저임금제는 내국인 근로자와 외국인 근로자에 대해 차별 없이 적용됨. 이에 저임금의 외국인 근로자를 고용하더라도 비용절감 효과가 없어 기업들의 부담이 커지게 됨
- 5인 이하의 기업이라도 최저임금제를 적용 받게 되어 금번 최저임금제는 실질적으로 모든 말레이시아 민간 기업에 적용된다고 볼 수 있음
- 대부분의 소규모 기업들의 월 평균 임금은 대략 400~500링깃(약 14~18만원)수준으로 책정되어 있어 공시된 최저임금 기준을 맞추기에는 많은 어려움이 따를 것으로 예상됨

(4) 사회보장

말레이시아에서 적용되는 기본적인 사회보장 관련 법률은 크게 '사회 안정법1969', '노동자 보상법1952', '고용인보장법1991' 으로 구분됩니다. 사회보장법의 목적은 근무 중 발생할 수 있는 사고나 직업병, 부당한 해고 등으로부터 노동자들을 보호하는 데 있습니다.

모든 고용인들은 사회 '안정법1969'에 따라 사회안정조직(SOCSO)에 가입해야 하며 혜택 받는 고용인들을 대표하여 고용주는 세금을 납부해야 할 의무가 있습니다. 사회안정조직(SOCSO)의 '한번 가입으로 평생 가입' 개념에 따라, 고용인이 다른 고용주의 직장으로 옮기더라도 가입 상태는 유효합니다. 말레이시아 인적산하부의 사회안정조직(SOCSO) 부서에서 관련 사항을 총괄하고 있습니다.

7) 세무관련 정보

① 법인세 (Corporation Tax)

거주 법인과 비거주 법인 모두 말레이시아에서 발생되거나 파생된 소득에 대하여 법인세 납세의 의무가 있으며 당해 과세기간이 종료한 후 6개월 내에 내국세수입국에 정형양식에 의한 납세 신고서를 제출해야 합니다.

2007년 이전에는 거주, 비거주 법인 모두 27%의 세율이 적용되었으나 2008년부터 26%, 2009년부터 25%로 단계적으로 세율이 인하되었습니다. 다만 납입자본금이 250만 링깃(약 9억 원) 이하인 법인은 과세소득 50만 링깃(약 1억 7천만 원)까지는 20%의 세율이 적용되며 석유 산업 관련 법인은 38%가 적용되는 등 업종에 따라 차등 적용됩니다.

일반적으로 25%의 법인세가 과세 적용되나 다양한 형태의 공제가 인정됩니다. 예를 들면 정부나 주정부, 지역기관 등에 대한 현금기부를 하면 기업 총소득의 5%를 한도로 비용공제가 가능합니다. 이 밖에도 다양한 공제가 가능하므로 지역별 공제정보를 참고해야 합니다.

기본적인 공제 적용 대상은 다음과 같습니다.

- 정부나 주정부 지역기관 또는 승인된 기관/단체 등에 대한 현금 기부
- 공공도서관/학교도서관/고등교육기관 등의 설립지원을 위한 현금 기부금 (10만 링깃까지 공제)
- 문화예술관광부에 의하여 인정된 예술·문화행사를 위한 후원비 (30만 링깃까지 공제)
- IRB(the Inland Revenue Board)에 의해 승인된 계좌로 기부된 자금
- 장애인 종업원의 업무수행을 위한 고용자 제공의 장비설치비용
- 회사종업원이 아닌 거주자의 실무훈련비용
- 웹사이트 개발비용 (5년간 매년 20% 공제)
- 이슬람 현금 'Zakat' (최대 총 소득의 2.5%까지 공제)
- 납입자본금이 250만 링깃 이하인 법인의 법인설립비용 (법인등록, 법인 정관 작성 등에 소요된 비용)
- EPU(the Economic Planning Unit)에 등록된 미채용 대학졸업생을 채용한 고용주가 지불한 봉급 (2년간 이중공제 허용)

일정한 자격을 갖춘 자본 지출에 한해서는 감가상각(자본공제) 혜택이 주어집니다. 초기 공제는 1회에 한하여 시행되는 반면 연간 공제는 정액방식에 의해 매년 시행되며 공제를 받기 위해서 회사는 공제대상 품목에 대해 국세청(Inland Revenue Board)에 증빙서류를 제출해야 합니다.

신고납세제도(SAS)에 의거해 회사는 다음 회계년도 시작 30일 전에 다음 회계연도에 대한 예납세액을 내국세수사국에 신고해야 합니다. 예납세액은 회계연도 6월에서 9월 사이에 변경가능하며 이때 제출할 수도 있습니다. 다만 해당연도 예납세액을 30% 이상 적게 신고할 경우 10%의 벌금이 부과됩니다.

② 개인소득세 (Income Tax)

개인사업자는 '소득세법 1967 제7절'에 따라 말레이시아에서 발생, 파생되거나 또는 말레이시아로 송금되는 소득에 대해 납세의무가 있습니다. 소득세 과세대상에는 전문직 소득, 사업소득, 임금, 수당, 연금, 임대소득, 이자, 배당, 사용료, 그 외 기타소득을 모두 포함하며 일반적으로 1년에 182일 이상 말레이시아에서 거주할 경우 과세 대상자로 분류됩니다.

비거주자는 해당국과 조세계약이 없으면 무조건 26% 단일세율이 적용되며 어떠한 인적 공제도 받을 수 없습니다. 말레이시아 내 공인된 금융기관으로부터 수취하는 이자소득에 대해서는 5%의 원천징수가 분리과세 방식으로 적용됩니다.

과세 연도는 1월1일부터 12월 31일로 역년에 기초합니다. 하지만 대부분의 개인사업자는 역년이 아닌 회계기간을 따르며 소득은 당해 연도를 기준으로 평가합니다.

소득 세율은 개인의 거주자 신분 여부에 의해 차등 적용되며 인적 공제 후 과세소득(여기서 과세소득은 총소득에서 각종 공제를 차감한 후 산출되는 금액임)에 대해 0~28%의 누진세율로 과세됩니다.

표 4-2: 소득별 세율 기준

등급	과세 소득 (RM)	세율 (%)	누적세금
1	RM2,500 이하	0	0
2	RM2,501~5,000 이하	1	RM25
3-1	RM5,001~10,000 이하	3	RM175
3-2	RM10,001~20,000 이하	3	RM475
4	RM20,001~35,000 이하	7	RM1,525
5	RM35,001~50,000 이하	13	RM3,325
6	RM50,001~70,000 이하	19	RM7,125
7	RM70,001~100,000 이하	24	RM14,325
8	RM100,000 이상	26	-

• 말레이시아 소득세는 누진세율로 계산되므로 각각의 세율을 소득에 곱해 계산합소득이 20,000링깃이라면 소득세로 475링깃을 납부해야 함
 $0\% \times 2,500RM + 1\% \times 2,500RM + 3\% \times 5,000RM + 3\% \times 10,000RM = 475링깃$

• 만약 소득이 25,000RM 이라면 소득세로 825링깃을 납부해야 함
 $475링깃 + (5,000링깃 \times 7\%) = 825링깃$

과세소득이 35,000링깃을 넘기지 않는 개인사업자는 350링깃을 환급 받을 수 있으며 배우자가 직업이 없거나 배우자의 소득을 합산 과세할 경우 350링깃을 추가 환급 받을 수 있습니다

또한 취업허가서(Work Permit), 고용허가서(Employment pass), 방문허가증(Visit pass)을 발급 받기 위해 정부에 납부한 수수료에 대해서는 해당 금액만큼을 환급 받을 수 있습니다.

지불연기, 소득신고서 미제출, 탈세, 소득누락 등과 같은 위반행위에 대해서는 '소득세법 1967'에 의거하여 벌금이 부과됩니다.

지불연기의 경우 약정기간 내 납세하지 않으면 10%의 과징금이 부과되며 이후 60일 동안 납세하지 않은 경우에는 추가 5%의 과징금이 누적 부과됩니다.

③ 판매세

판매세는 특별세율이 적용되는 석유류 제품을 제외하고 수입과 제조 단계에서 상품에 부과되는 단일 세금입니다. 말레이시아에서는 '판매세법 1972'에 따라 과세대상 물품을 제조하는 업체들은 허가를 받아야만 합니다.

- 일반적인 판매세율: 10%
- 과일, 특정 비 필수 식품, 건축자재: 5%
- 담배: 25%
- 주류: 20%
- 휘발유: 리터당 0.5862링깃
- 디젤: 리터당 0.1964

연간 매출액이 10만 링깃(약 3,500만 원) 미만인 회사와 승인된 제조보세창고(LMW) 지위를 부여 받은 회사는 허가를 받지 않아도 됩니다. 단 연간 매출액이 10만 링깃(약 3,500만 원) 미만인 회사는 허가 면제 증명서를 신청해야 합니다. 허가 받은 제조업체는 제조한 상품 생산량에 따라 과세되는 반면 허가를 받지 않거나 허가가 면제된 제조업체는 생산에 투입된 상품량에 따라 판매세를 납부해야 합니다.

소규모 제조업체가 생산에 사용되는 물품에 대해 미리 판매세를 납부해야 하는 부담을 줄여 주기 위해 이들 기업은 원하는 경우 '판매세법 1972'에 따라 허가를 받고 생산에 사용되는 물품을 면세로 구입할 수 있습니다.

④ 서비스세

서비스세는 식품, 음료, 담배, 숙소 제공 등 특정 지정상품과 서비스에 대해 부과되며 일반적으로 6%의 세율이 적용됩니다. 일반적으로 서비스세 부과는 연간 매출액 15~50만 링깃(약 5천 3백~1억 8천만 원)을 기준으로 구체적인 과세 최저한도가 적용됩니다.

서비스세는 2010년까지 5%였지만 2011년 1월 1일부터 6%로 인상 되었으며 신용카드 세율은 제외됩니다. 신용카드 중 주 사용 카드는 매년 50링깃(약 18,000원), 추가 카드는 매년 25링깃(약 9,000원)의 서비스세가 부과되므로 신용카드에는 6%의 세율이 적용되지 않습니다.

⑤ 인지세

인지세는 금액이 언급된 서류와 일정한 문서에 대하여 증가세로 부과되며 특별한 문서에 대하여는 특별세율이 적용되기도 합니다.

표 4-3: 인지세 대상별 세율

관련 증서	과세 대상	세율 (%)
부동산양도증서 재산양도증서	• 1000링깃 까지	1%
	• 1000~4000링깃 까지	2%
	• 4000링깃 초과	3%
지분증서	• 기재금액	0.3%
지분, 주식, 시장성 유가증권 등의 매매계약서	• 1,000링깃 단위 마다	1링깃
부과금 지급부담 또는 지급된 증서의 부분	• 원본의 조세의무가 10링깃 이하	원본과 같음
	• 위 이외의 경우	10링깃
서민주택매매증서	• 2000.12.31까지 처분 혹은 취득 하는 계약서 (처음 구입자에 한함)	최대 100링깃
차용증서, 저당증서	• 기본보증계약서 (1,000링깃)	5링깃
	• 추가담보보증계약서	기본 납부액의 1/5
대부계약서	• 관련법하의 물품구매를 위한 대부 증서	5링깃
	• 관련법하의 리스구매계약서	기본 납부액의 1/5

⑥ 국내소비세

국내소비세는 국내에서 제조되는 제품 및 수입물품 중 일부 선전품목인 담배, 주류, 트럼프용 카드, 마작용 타일, 자동차 등에 부과됩니다.

표 4-4: 국내소비세 대상별 세율

과세대상	과세기준	세율 (%)
자동차	일반	60~100%
	벤	30~90%
	4WD	50~90%
이륜차	-	10~50%
주류	알코올도수5.8%이하	10리터당 47.5링깃
담배	이외의 경우	10리터당 48.8링깃
	없음	KG당 81링깃
크림프용 카드 및 마작용 타일	없음	10%

8) 수입/통관 관련 정보

① 식재료 수입 관련 절차

농축수산물·식품 수입절차는 말레이시아 정부에서 전적으로 관리·통제하고 있으며 ‘식품법 1983’과 ‘식품규정1985’에 자세하게 명시되어 있습니다. 특히 인구의 절반 이상이 무슬림인 말레이시아에서는 수입 식품류에 돼지고기나 알콜 첨가 여부를 알려주는 라벨표시에 관한 규정이 엄격하게 적용됩니다.

② 수입허가 신청 절차

식품위생감시국(The Secretary, Technical Committee on the Drafting of the Food Regulations, Food Safety and Quality Division, Ministry of Health)에서 30여 개의 관련 법률 및 규정을 기준으로 물품의 수출입에 관련된 모든 사항들을 통제하고 있습니다.

상품의 수입 통관은 공항 세관과 하역 장소에 도착했을 때 합법적인 것으로 판단하고 모든 수입품은 수입관세 부과에 상관없이 ‘세관형식 1’에 따라 서면보고 되어야 합니다.

‘관세법1967’은 수입 업체들을 위해 제공되는 법규이며 관세청장의 승인을 얻은 대리인만 같은 지위를 얻을 수 있습니다. 승인된 대리인으로 활동하기 위해서는 관할 관세청에 신청서를 제출해야 합니다.

또한 수입세나 판매세 등은 물품이 보내지기 전에 납부되어야 하며 말레이시아 관세청이 요구하는 서류들을 빠짐 없이 구비해야 합니다.

③ 검역

말레이시아로 수입되는 식물 및 식물성 제품은 ‘유해성 농작물 규정 법안1981(Agricultural Pests and Noxious Plants Regulations 1981)’의 통제를 받으며 현행 식물 위생 규정을 준수해야 합니다. ‘식물 위생 증명 신청서(Applications for Phytosanitary Certificate)’는 검사 4일전까지 검역소에 도착해야 합니다.

돼지고기를 제외한 모든 육류는 ‘수의검역부(Department of Veterinary Services)’의 관리·감독을 받으며 말레이시아로 수입되는 육류가 위생적인지에 대해서 검사를 실시합니다.

‘도살법1975’에 따라 말레이시아로 수입되는 모든 육류 제품은 할랄(Halal) 인증을 받아야 하고 반드시 정부부처나 종교 당국(JAKIM)이 지정한 도살장에서 도살된 제품이어야 합니다.

또한 모든 육류는 도살장과 정육 포장 공장의 지정 번호와 생산 일자, 도살형태(이슬람 율법을 따랐는지) 등을 표시해서 라벨표시 되어야 합니다.

가축과 조류 또한 육류와 마찬가지로 ‘수의 검역부(Department of Veterinary Services)’가 책임을 가지고 있으며 검역 시설을 제공합니다. 가축 법령 1953, 가축법 1962, 가축 수입 규정 1962 그리고 연방 가축 검역법 1984가 가축의 수입허가와 관련된 법률이며 말레이시아로 가축 및 조류를 수출하기 위해서는 수입 증명서와 건강 진단서가 필요합니다.

④ 통관심사

말레이시아의 관세국(Excise Department)과 관세청(Royal Customs)이 수출입관세, 소비세, 판매세, 서비스세 등을 심사합니다. 주류, 동물 및 관련 식품, 육류와 그 가공품, 식물 및 관련식품, 가금류와 그 가공품 수입 시 각각의 책임기관으로부터 허가와 인가를 받은 후에 검사결과가 적합하다고 판명된 수입식품들만 관세국(Excise Department)과 관세청(Royal Customs)에 관련 관세 납부 후 수입허가증이 발부됩니다.

해당 책임기관에서 부적합 판정을 받은 물품들은 반송 또는 폐기처분 됩니다. 단 서류 심사 단계에서 부적합 판정을 받은 경우에는 서류 내용 보완 후 재심사를 요청할 수 있습니다.

현재 한국과 말레이시아는 한-ASEAN 자유무역협정(FTA) 체결로 한국에서 말레이시아로 수출 시 적용되는 관세가 없습니다. 대신 부가가치세 중 판매세가 부과됩니다. 과세 대상이 되는 제품을 생산하는 제조업체는 판매세를 징수하는 라이선스를 취득해야 하지만 연간 매출액이 10만 링깃(약 3,500만 원) 미만인 제조업체는 라이선스 면제 인증서를 신청할 수 있습니다.

판매세는 국내에서 제조되거나 수입되는 과세 대상 품목에 부과되는 세금으로 사용, 처리 또는 수입한 과세 대상 물건의 가격에 해당하는 증가세(從價稅)의 형태입니다.

9) 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 쿠알라룸푸르에 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 4-5]와 같습니다.

표 4-5: 한식당 수익성 분석 변수 Data Set

변수명	제공여부 (Y/N)	제공형태	비고
점포확보비 (권리금)	Y	사례	• 쿠알라룸푸르에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
점포공사비	Y	투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 쿠알라룸푸르에 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 • 쿠알라룸푸르에 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	• 쿠알라룸푸르에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
식재료비	Y	사례	• 쿠알라룸푸르에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
인건비	Y	사례	• 쿠알라룸푸르에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
감가상각비	Y	자동계산	• 점포공사비 연동
설비유지 관리비	Y	사례	• 쿠알라룸푸르에 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. [표4-6], [표 4-7] 추정 손익계산서는 말레이시아 쿠알라룸푸르에 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 - Fine Dining

쿠알라룸푸르 부킷빈탕(Bukit Bintang) 상권의 대형 쇼핑센터(호텔)에 입점해 있는 150석 규모, 월 매출 1억 원 정도의 고급 한식당을 기준으로 추정손익계산서를 작성한 결과 월 매출액 대비 11.3% 정도의 순이익을 얻는 것으로 나타났습니다.

- 초기 창업 시 점포확보비(보증금)와 인테리어공사비로 8억 원 정도를 투자했습니다.
- 비용의 상당 부분을 차지하는 식재료비와 인건비로 월 매출액 대비 각각 30.0%와 25.0%를 지출하고 있습니다.
- 월 임차료로 월 매출액 대비 약 20.0%를 지출하고 있습니다.
- 홍보·판촉비로 월 매출액 대비 약 2.0%를 지출하고 있습니다.
- 감가상각비는 내용연수 20년을 기준으로 매월 290만 원(월 매출액 대비 약 2.9%) 정도 발생합니다.
- 세금은 일반적인 법인세 과세율 25%가 적용되어 매월 370만 원(월 매출액 대비 약 3.8%) 정도를 납부합니다.

표 4-6: 업태별 추정 손익계산서 - Fine Dining

계정 구분	금액 (천 원)	비율	비고
매출액	100,000	100.0%	
매출원가	(55,000)	-55.0%	
식재료비	(30,000)	-30.0%	
인건비	(25,000)	-25.0%	외국인 노동자 합법 고용비용 포함
매출총이익	45,000	45.0%	
판매비와 관리비			
임차료	(20,000)	-20.0%	
감가상각비	(2,916)	-2.9%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(5,000)	-5.0%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등
홍보·판촉비	(2,000)	-2.0%	
비용합계	(29,916)	-29.9%	
영업이익	15,084	15.1%	
영업외 비용(이자비용)	-	-	
법인세비용차감전 순이익	15,084	15.1%	
법인세 비용	(3,771)	-3.8%	일반 법인세 25%
당기순이익	11,313	11.3%	

(2) 업태별 추정손익계산서 작성 - Casual Dining

쿠알라룸푸르 몬키아라(Mont Kiara) 상권에 위치한 80석 규모, 월 매출 1억 원 정도의 캐주얼 다이닝 한식당을 기준으로 추정손익계산서를 작성한 결과 월 매출액 대비 21.7% 정도의 순이익을 얻는 것으로 나타났습니다.

- 초기 창업 시 점포확보비(보증금)와 인테리어공사비로 2억 5천만 원 정도를 투자했습니다.
- 비용의 상당 부분을 차지하는 식재료비와 인건비로 월 매출액 대비 각각 30.0%와 20.0%를 지출하고 있습니다.
- 월 임차료로 월 매출액 대비 약 12.0%를 지출하고 있습니다.
- 홍보·판촉비로 월 매출액 대비 약 3.0%를 지출하고 있습니다.
- 감가상각비는 내용연수 20년을 기준으로 매월 100만 원(월 매출액 대비 약 1.0%) 정도 발생합니다.
- 세금은 일반적인 법인세 과세율 25%가 적용되어 매월 724만 원(월 매출액 대비 약 7.2%) 정도를 납부합니다.

표 4-7: 업태별 추정 손익계산서 - Fast Casual

계정 구분	금액 (천 원)	비율	비고
매출액	100,000	100.0%	
매출원가	(50,000)	-50.0%	
식재료비	(30,000)	-30.0%	
인건비	(20,000)	-20.0%	외국인 노동자 합법 고용비용 포함
매출총이익	50,000	50.0%	
판매비와 관리비			
임차료	(12,000)	-12.0%	
감가상각비	(1,041)	-1.0%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(5,000)	-5.0%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등
홍보·판촉비	(3,000)	-3.0%	
비용합계	(21,041)	-21.0%	
영업이익	28,959	29.0%	
영업외 비용(이자비용)	-	-	
법인세비용차감전 순이익	28,959	29.0%	
법인세 비용	(7,240)	-7.2%	일반 법인세 25%
당기순이익	21,719	21.7%	

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

$$\text{월 투자수익률(\%)} = (\text{월 매출액} - \text{월 지출액}) / \text{총 투자금액} \times 100$$

다양한 타당성 분석기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 예비창업자는 월 투자수익률이나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다. [표 4-8]의 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는 데 참고가 될 수 있을 것입니다.

표 4-8: 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] 말레이시아 프랜차이즈 산업 (2)

말레이시아 프랜차이즈는 '1998 프랜차이즈 법령(The Malaysian Franchise Act No.590 of 1998)'에 의해 관리·감독되고 있음

말레이시아 정부는 프랜차이즈 산업의 육성을 위해 1992년 '프랜차이즈 개발부(Franchise Development Division)'를 신설하고 프랜차이즈 개발 프로그램을 시작하였음

프랜차이즈 개발부는 1995년 현재의 사업 및 협력개발부(MECD: The Ministry of Entrepreneur and Cooperative Development)로 이전되어 MECD가 프랜차이즈 산업을 담당하고 있음

'1998 프랜차이즈 법령'에 따라 말레이시아에서 프랜차이즈 사업을 하기 위해서는 MECD에 소속되어 있는 프랜차이즈 등기소(ROF : Register of Franchise)에 등록을 하여야 함

'1998 프랜차이즈 법령 24절'에 의해 프랜차이즈 등록을 하기 전에 프랜차이즈가 '1976 상표 법령(1976 상표 법령 하에 등록이 가능할 경우)'에 따라 해당 프랜차이즈에 연관된 상표나 서비스마크를 'MyIPO (Intellectual Property Corporation of Malaysia)'라는 법인단체에 등록하여야 함

외국계 프랜차이즈는 MECD에 프랜차이즈 사업 허가를 받기 전에 상표 등록을 하는 것이 바람직하며 대부분의 현지 로펌이 외국계 프랜차이즈가 말레이시아에서 상표 등록하는 것을 도와주고 있음

그러나 지적재산권 문제를 다루고 있는 MyIPO는 법적 강제성이 없는 기관이므로 지적재산권의 침해사건 발생시 지적재산권 소유자에 의해 개인적으로 소송이 제기될 수밖에 없는 상황임. 또한 지적재산권의 가치 평가는 정부의 적절한 지침이 없어 회계법인들에 의해 시행되고 있음

말레이시아 정부는 프랜차이즈 산업을 유망산업으로 인식하고 프랜차이즈 산업을 지원하고 있어 말레이시아의 프랜차이즈 산업의 성장을 더욱 가속화하고 있음

Perbadanan Nasional Berhad(PNS)와 Permodalan Usahawan Nasional Berhad(PUNB)는 프랜차이즈 사업 희망자들에게 신용보증, 자금조달지원, 장기대출, 소프론 등의 방법으로 자금지원을 하고 있음

출처: KOTRA, 『아세안 주요국 프랜차이즈 산업 분석 및 진출전략』

4.3 기타정보

1) 거주허가 비자

말레이시아는 국적자와 결혼 후 6년 이상이 되어야 영주권 신청자격이 생기는 등 영주권을 받기 어려운 나라입니다.

대신 MM2H(Malaysia My Second Home)와 취업비자 등 두 가지 경로로 이주가 가능함

① MM2H 비자

이민제도가 없는 말레이시아에서 외국인이 합법적으로 거주하기 위해서는 정식 노동허가(Working Permit)를 받아야 하나 말레이시아 정부는 외국인 투자 유치를 목적으로 일정한 재정 능력만 증명하면 장기간 거주 할 수 있는 '말레이시아 제2의 고향 프로그램(Malaysia My Second Home Program)'을 시행하고 있습니다.

- 입국 시 발행하는 방문패스(Social Visit Pass)와 복수 입국 비자(Multiple Entry Visa)를 통합 발행하는 것으로 장기간 말레이시아에 거주하길 원하는 사람들 중에 일정 자격요건을 갖춘 사람들에게 최초 10년 동안 거주 비자를 주는 프로그램임
- 별도의 회사 설립 없이 은행에 예금을 예치하고 비자취득에 필요한 수수료만 내면 향후 일체의 추가비용 없이 10년 간 거주를 보장 받는 비자로 발급요구가 높음

2009년 1월 9일부로 외국인의 경우 MM2H 프로그램을 신청 할 경우 제 3자의 대행 수속을 거치지 않고 본인이 직접 신청 할 수 있으며 말레이시아 관광부 산하 세컨홈 사무실에서 직접 수속하여 도움을 받을 수 있습니다. 한국인의 경우 PWTC(무역센터)내 사무실에서 한국인 직원의 도움을 받아 수속을 할 수 있습니다.

MM2H 비자를 받는 데까지 걸리는 시간은 약 1~2달 내외이며 단계별 절차는 다음과 같습니다.

- 1단계: 신청서 제출 (소정양식)
- 2단계: MM2H Center 혹은 에이전트를 통해 신청서 제출 (비용은 업체마다 상이할 수 있음)
- 3단계: 모든 구비 서류를 말레이시아 세컨홈 프로그램 사무실에 접수하며 소요 기간은 대략 30일 정도 걸림

표 4-9: 말레이시아 취업비자 관련 서류준비

50세 이하	50세 이상
1. RM300,000/한화 약 1억 1천만 원을 정기적으로 예치 가능한 자 (비자서류 승인 후 말레이시아 현지 은행에 정기적금 형태로 예치함)	1. RM150,000/한화 약5천 5백 5십만 원을 정기적으로 예치 가능한 자 (비자서류 승인 후 말레이시아 현지 은행에 정기적금 형태로 예치함)
2. 매월 부부 합산소득 USD3,000(RM10,000/한화 약370만원) 이상의 외부소득(연금)또는 수입 증명이 가능한 자	2. 매월 부부 합산소득 USD3,000(RM10,000/한화 약 370만원) 이상의 외부소득(연금)또는 수입 증명이 가능한 자
3. 잔고 증명 RM500,000/한화 약1억 8천만 원 이상인 자 (잔고 증명 후 해당계좌의 돈을 인출해도 됨)	3. 잔고 증명 RM300,000/한화 약 1억 1천 만 원 이상인 자 (잔고 증명 후 해당계좌의 돈을 인출해도 됨)
*1년 후 주택구입, 의료비, 자녀교육비 명목으로 5만 링깃 철회 신청 가능(인출가능)	*1년 후 주택구입, 의료비, 자녀교육비 명목으로 5만 링깃 철회 신청 가능(인출가능)

MM2H

Welcome to Malaysia.
말레이시아에서 여는 행복한 2막 인생



말레이시아 마이 세컨드 홈(MM2H / Malaysia My 2nd Home) 프로그램은 말레이시아 정부가 여유로운 노후 생활을 즐기고자하는 은퇴자들을 위해 기획한 외국인 장기 체류 및 준영주 프로그램입니다.

Malaysia My Second Home



안락하고 여유로운 은퇴 후의 삶을 꿈꾸는 해외 이민 희망자들에게 다양한 혜택과 편의, 안전을 말레이시아 정부가 지원, 보장하는 이 MM2H 프로그램은, 1억 원 안팎의 재산으로도 자연 친화적인 환경과 싼 물가의 혜택을 누리며 제 2의 인생을 설계할 수 있어 이미 유럽과 일본, 중동 등에서는 큰 인기를 누리고 있습니다. 우리나라 은퇴자들의 말레이시아 행도 매년 눈에 띄게 늘어나고 있어, 말레이시아는 전세계 은퇴자들에게 말 그대로 '제2의 고향'이 되고 있습니다.

▶ 출처: 말레이시아 관광청 한글 웹사이트 (www.mtpb.co.kr)

표 4-10: 말레이시아 MM2H 관련 서류준비

1차 구비서류	2차 구비서류
신청서 제출 (정해진 양식)	<ul style="list-style-type: none"> • 신청인의 레터소정 양식에 의거 신청 동기 기술 • 신청인의 이력 사항: 전문지식, 경력/학력 증명 • 신청인의 가족 사항: 결혼 증명, 가족 관계 증명 (가족 개인의 별도양식 필요) • 신청인의 재정 증빙: 최근 3개월 개인 본드 증빙 (은행 잔고, 예금, 등) • 신청인의 의료 보고서: 말레이시아 내 병원, 클리닉

▶ 상기 모든 서류는 공식 에이전트, 대사관, 변호사, 법무사 등 인증된 기관에서 영문 번역 및 인증을 받아야 함

② 취업비자

말레이시아 내에서 취업이나 사업을 희망하는 외국인은 말레이시아 이민국의 노동허가를 취득해야 하며 이 노동허가서가 취업비자(Work Permit)입니다.

- 하지만 거주 기간이 오래된 한인교민들 중에는 의외로 취업비자 없이 장기간 체류하고 있거나 사업을 하는 경우도 많음. 이는 그만큼 취업비자를 유지하는 것이 어려움을 의미함
- 그러므로 신규로 현지에 회사를 설립하고 그 곳에서 일하는 경우 신규회사로 외국인의 취업 범위 허가를 우선 취득해야 하며 말레이시아에 등록되어 있는 현지법인 등에서 근무하는 경우 해당 회사에서 인가를 받아 유효기간 이내에 허가를 받아야 함

취업비자를 받는 데까지 걸리는 기간은 약 1~2달 내외 정도입니다.

- 1단계: 2~3주 후 심사결과가 서면 통보되며 이때 노동허가 확정 여부 및 부여 기간이 명시됨
- 2단계: 1단계 허가가 나온 후 비자 신청서를 제출하면 약 2주일 정도가 소요됨
- 3단계: 서류 제출만 제대로 된 경우에는 수수료를 바로 납부하면 4~5일 이내 비자 및 노동허가를 취득하게 됨

표 4-11: 말레이시아 취업비자 관련 서류준비

1차 구비서류	2차 구비서류
<ul style="list-style-type: none"> • Covering Letter • DP 10 (이민국 양식) • 직위 및 역할을 명시한 회사공문 • 회사조직 기구표 • 회사등록서류 • 고용계약서 (인증을 받은 것만 유효함) • 여권 및 개인서류 (이력서, 졸업증명서) 	<ul style="list-style-type: none"> • Covering Letter • 승인서원본 (이민국에서 승인받은 서류) • 고용계약서 • 이민국해당서류 • 개인보증서 • 여권용 사진3매 • 여권복사

표 4-12: 말레이시아 취업비자 관련 비용

유형	비용 (RM)	비고
Employment Pass Visa	RM540	1년 약 17만 원
Journey Performed Fee	RM500	인지대 등 약 16만 원
Professional Fee	RM2500~3500	의뢰업체에 따라 상이 (약 80~110만 원)
총 소요비용	2RM3540~4540 미만	한화 약 110~ 140만 원

한식당 경영주들은 대부분 본인이 설립한 법인에 취업하여 취업비자를 획득하는 경우가 일반적입니다.

- 자국민 취업을 우선으로 하기 때문에 한식당에서 한국인 조리사나 매니저가 필요할 경우 특별 승인을 통해 취업비자를 발급함
- 예전에는 식당 취업비자가 쉽게 나온다고 해서 비자 없이 일단 취업하는 경우도 있었는데 이 경우 실제 근무하는지 여부를 이민국에서 감시 감독하니 주의해야 함
- 다인종 국가인 말레이시아에 불법체류자가 급증하면서 2년 전부터 이민법과 이주정책이 엄격해짐

2) 금융서비스

① 현지 은행계좌 개설 절차 및 구비서류

현지 로컬 은행에서 개설할 수 있는 계좌는 2종류이며 계좌의 성격에 따라 준비해야 하는 서류와 절차가 다릅니다.

- Checking Account: 수표를 발행할 수 있는 계좌로써 법인설립 시 개설하는 계좌이며 외국인의 경우에는 취업비자(Work Permit)가 필수적임. 취업 비자가 없는 경우 해당 은행과 거래를 하고 있는 말레이시아인 2명의 추천을 받아야 개설 가능함
- Savings Account: 일반 계좌이며 취업비자가 없더라도 가디언 비자나 학생비자, MM2H 비자 등 합법적 체류 신분자이면 말레이시아 현지 은행 어느 곳에서라도 계좌 개설이 가능함. 대부분의 경우 처음 이민을 가면 'Savings Account'를 개설함

말레이시아 로컬은행들 중 1위이자 사용 환경이 편리한 메이뱅크(MAY BANK)에서 'Savings Account' 개설에 필요한 서류는 아래와 같습니다.

- 명의자 여권
- 명의자가 거주하고 있는 집 계약서
- 가디언 비자로 온 경우에는 자녀의 학교 재학증명서나 취업증명서
- 예금할 금액

은행입구 안내 데스크에서 계좌 개설에 대한 의사를 말하면 담당자에게 안내해줍니다. 다만 말레이 은행들의 경우 외국인에게 'Checking Account' 계좌를 선뜻 개설해주려고 하지 않는 경향이 있기 때문에 'Checking Account'가 아닌 'Savings Account' 개설을 원한다고 명확하게 의사표현을 해야 합니다.

'Savings Account' 개설까지는 약 2시간 정도 소요되며 개설이 완료되면 통장과 은행현금카드를 발급받을 수 있습니다. 인터넷 뱅킹을 원한다면 은행계좌 개설 신청 시 별도의 신청서를 작성하여 제출해야 합니다.



② 기업 당좌 계좌 개설 절차 및 구비서류

말레이시아 현지 은행에서 법인 당좌 계좌 개설은 상당히 까다로운 편이며 준비해야 하는 서류가 많고 소요되는 시간이 긴 편입니다.

말레이시아 로컬 대표은행인 메이뱅크(MAY BANK)에서 'Savings Account' 개설에 필요한 서류는 다음과 같습니다.

- 신청서 양식
- 당좌수표 결재자 서명 & 추천인 서명: 말레이시아에서 당좌계좌를 오픈 할 때는 반드시 추천인이 있어야 함. 추천인은 같은 은행에 당좌를 가지고 있는 사람만 가능하며 외국인이 처음 법인 계좌를 열 때 당황 할 수 있는 부분임. 담당 법무사(Secretary Company)가 추천인을 찾아 주는 것이 일반적인 관례임
- All Form True Certified(Form9, 24, 44, 49, M&A): 우리나라로 치면 사업자 등록증, 주주명부, 정관, 등기부등본등과 같은 것이며 반드시 담당 법무사가 공증을 해준 것이어야 함
- Resolution: 담당 법무사가 작성해 주는 증명서와 같은 것으로 회사가 신청한 은행에 계좌를 만들 것임을 문서(Letter)로 작성해서 제출함
- Passport True Certified: 등기이사 여권 사본 공증본을 제출함

최소 4일에서 최대 2주간 동안 은행에서 자체 심사를 거쳐 계좌 개설 여부를 결정합니다. 주의해야 할 사항으로는 주거래 은행을 사무실 가까운 곳을 정하는 것이 유리합니다. 법인 당좌 계좌는 ATM카드가 없기 때문에 현금시재를 위해서는 반드시 계좌를 오픈한 주거래 은행에 들러 수표를 써서 찾아야만 하기 때문입니다.

법인 및 지사를 설립하고 현지 시중은행을 통해 법인 은행계좌를 개설하고자 하는 경우 대부분의 은행에서 디렉터(Director)의 취업비자(Work Permit)를 요구합니다. 하지만 법인 은행계좌가 없으면 납입 자본금을 투자할 수 없으므로 사업과 관련되는 라이선스, 영업장 확보, 취업비자(Work Permit) 취득 자체가 불가능합니다. 이에 신설법인 디렉터(Director)의 취업비자(Work Permit)가 없다는 이유로 계좌 개설을 거부당하는 논리적으로 모순되는 상황이 발생하게 됩니다. 따라서 사업에 필요한 자금을 받기 위해서 제3자의 계좌를 활용하는 우회적인 방법을 사용하거나 웨스턴유니언 등 송금서비스 등을 이용하기도 합니다. 은행의 계좌 개설 권한은 개별 은행의 고유권한이며 내규 및 은행지점장의 재량에 의해 계좌 개설 여부가 결정되는 게 일반적입니다.

또한 말레이시아 시중은행을 통하여 미 달러화 기반의 은행계좌 개설이 가능하나 같은 외국환 결제 계좌를 가지고 있는 내국 기업 간에도 결제 시 해당 외국통화로 직접 결제되지 않고 내국 화폐인 링깃으로 환산되는 과정을 거쳐 이체 및 결제가 이루어지고 있습니다.

- 이 때문에 동일한 외국환 계좌 간에도 환율 환산과정을 거치게 되므로 환차손의 리스크를 지게 됨
- 시중은행에서 미 달러화 등 외환기반의 은행계좌 개설은 허용하고 있으나 말레이시아 중앙은행의 금융감독 규정에 의거 내국 외환계좌간의 직접 외환이체는 허용하고 있지 않음. 시중은행의 결제 규정은 중앙은행의 감독규정에 근거하여 실행되고 있음

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

표 4-13: 주요 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

기관이름	지역	분야	전화번호
한국 대사관	Kuala Lumpur	주요기관	03-4251-2336
영사 콜센터	Kuala Lumpur	주요기관	0800-2100-0404
코트라	Kuala Lumpur	주요기관	03-2117-7100
한국 관광공사	Kuala Lumpur	주요기관	03-2072-2515
재마 한인회	Kuala Lumpur	주요기관	03-6203-3834
경찰 안내 및 신고	Kuala Lumpur	주요기관	999
앰블런스/화재 및 재난신고	Kuala Lumpur	주요기관	994
전화고장신고	Kuala Lumpur	주요기관	100
굿모닝 말레이시아	Kuala Lumpur	신문	016-213-6900
버룩시장	Kuala Lumpur	신문	03-6211-0560
코리아프레스	Kuala Lumpur	신문	03-2775-2717
가나한의원	Kuala Lumpur	병원	03-4251-7411
정가한의원	Kuala Lumpur	병원	03-6211-2099
현대인테리어	Kuala Lumpur	디자인	012-282-9555
INC인테리어	Kuala Lumpur	디자인	017-227-3345
대한통운	Kuala Lumpur	국제이사	1800-22-2282
해공트렌스	Kuala Lumpur	국제이사	03-4260-3301
영진부동산	Kuala Lumpur	부동산	016-337-1357
유원인터네셔널	Kuala Lumpur	컨설팅/부동산	03-2162-7855
한일부동산	Kuala Lumpur	부동산	03-4270-5051
공인환전	Kuala Lumpur	금융	03-4256-6700
대한 렌트카	Kuala Lumpur	자동차	016-264-9493
기아 서비스센터	Kuala Lumpur	자동차	03-9173-5288
애니카	Kuala Lumpur	자동차	03-4257-3781
하나자동차 정비공업사	Kuala Lumpur	자동차	03-4251-2994
가전제품 수리센터	Kuala Lumpur	전기	016-347-9883
서울종합설비	Kuala Lumpur	전기	010-218-2838
웅진코웨이	Kuala Lumpur	정수기	1800-888112
청호나이스	Kuala Lumpur	정수기	012-943-0245
대한항공	Kuala Lumpur	항공	03-2144-0200
말레이시아 항공	Kuala Lumpur	항공	1300-88-3000
대한 불교 반여원	Kuala Lumpur	종교	012-259-3363
동남아 선교센터	Kuala Lumpur	종교	03-2145-4573
말레이시아 한인교회	Kuala Lumpur	종교	03-4252-5733

[참고정보] 말레이시아 프랜차이즈 지원기관

- 말레이시아 정부는 프랜차이즈 산업 육성을 위해 자금지원, 훈련프로그램, 컨설팅 제공 등의 지원을 하고 있으며 이를 위해 말레이시아 사업개발부(Ministry of Entrepreneur and Cooperative Development)에 대규모 예산을 할당하였음
- 뿐만 아니라 Perbadanan Nasional Berhad(PNS)와 Permodalan Usahawan Nasional Berhad(PUNB)는 프랜차이즈 사업 희망자들에게 신용보증, 자금조달지원, 장기대출, 소프트론 등의 방법으로 자금지원을 하고 있음
- 프랜차이즈 지원 기관은 아래와 같음
 - The Ministry of Entrepreneur and Cooperative Development
MECD는 PNS와 MFA와의 협조를 통해 프랜차이즈 사업자에 대한 조언제공, 전략수립, 훈련, 개발 등을 지원하며 프랜차이즈 등기소(ROF)를 산하기관으로 두고 있음
 - Perbadanan Nasional Berhad
자금제공과 자본조달을 통하여 중산층 말레이계가 우량한 프랜차이즈 기업을 운영하도록 도와주는 역할을 함. 또한 외국 프랜차이즈에 투자를 하여 최종적으로 말레이계 기업가들에게 프랜차이즈 영업권을 불하하기도 함
 - The Malaysian Franchise Association
정부부처와 함께 매년 말레이시아 프랜차이즈 전시회 'FIM(Franchise International Malaysia)'을 주최하고 회원들과 프랜차이즈 희망자들에게 훈련과 세미나를 제공함

출처: KOTRA, 「아세안 주요국 프랜차이즈 산업 분석 및 진출전략」

“

쿠알라룸푸르 한식당 창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Kuala Lumpur

”

III. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영관리에 대한 이해

5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙 ----- 126

5.2 한식당 운영 실무사례 ----- 129

5.3 한식당 운영 애로사항 ----- 142

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 둬서 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 음식 점만의 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.

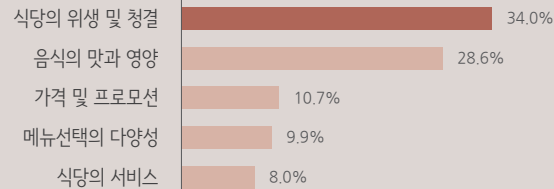
12) 고객이 무엇을 원하는 “네(Yes)”라고 대답합니다.

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

쿠알라룸푸르 고객에 대한 이해

■ 인구(경제활동인구)	162만 명 (98만 명)
■ 한인 거주인구	1.2만 명
■ 외식빈도	주당 평균 약 5.1회
■ 에스닉 외식빈도	주당 평균 약 2.8회
■ 평균 객단가	약 7,326원
■ 아시안 에스닉 선호도	77.6%

식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인



한식당 재방문 이유



● 소비자 좌담회 중

- 외식당 선택 시 '맛', '청결', '서비스'가 가장 중요한 요인이라고 생각함
- 스스로에게 무언가 특별한 대접을 해주고 싶을 때 일식당에 방문함
- 한식당 대부분이 품질에 비해 가격을 너무 높게 책정했다고 생각함
- 한식은 일식에 비해 널리 알려지지 않았음, 다양한 프로모션을 통해 인지도를 높여 나가야 함

5.2 한식당 운영 실무사례

1) 고려원

- 업태: Fine Dining (본점)
- 규모: 150석 (200평)
- 대표메뉴: 소고기 구이류(불고기, 생갈비 등), 비빔밥, 김치찌개 등
- 주소: LG6, Star hill gallery, J.W Marriott Hotel, KL
- 연락처: (60) 3 2143 2189

① 한식당 개요

고려원은 30년 이상의 전통을 자랑하는 쿠알라룸푸르 대표 한식당으로 쿠알라룸푸르 시내 중심가에 총 4개의 매장을 운영 중입니다.

메리어트 호텔(J.W. Marriott Hotel)을 비롯하여 미드밸리 메가몰(MidVally Megamall) 등 고급 호텔과 쇼핑몰에 입점해 있습니다.

최근에는 말레이시아의 대표적 랜드마크인 '페트로나스 트윈타워(Petronas Twin Towers)'에 위치한 KLCC 수리아 쇼핑몰(KLCC Suria Shopping Mall)에 진출했으며 쇼핑몰 내에서 판매 순위 6위를 차지할 정도로 대중적인 인기를 끌고 있습니다.

뿐만 아니라 본점에는 말레이시아 수상, 국회의원 등 국가 고위층이 즐겨 방문할 정도로 말레이시아 사회에서 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 한식당으로 자리매김 하고 있습니다.

그림 6-1: 한식당 '고려원' 전경



표 6-1: 한식당 '고려원' 지점 현황

구분	주소	연락처
스타힐 갤러리 본점	LG6, Star hill gallery, J.W Marriott Hotel, Bukit Bintang	(60) 3 2287 2981
KLCC 지점	4F Suria KLCC Shopping Mall, Jalan Ampang	(60) 3 2166 6189
더 가든 지점	The Gardens, Midvelly City Shopping mall	(60) 3 2287 2981
코아룬프라자 지점	Crown Plaza Mutiara hotel, Jalan Sultan Ismail	(60) 3 2142 7655

② 한식당 메뉴 관리

고려원을 방문하는 주요 고객 대부분이 현지인으로 이들에게 최고의 한식을 제공하기 위해 최상의 식재료를 사용하고 있습니다. 소고기 양념갈비, 생갈비 등 구이류 메뉴의 인기가 높은 편입니다.

무슬림 외식 소비자들은 식당 선택 시 할랄(Halal) 인증 유무를 매우 중요한 요소로 생각합니다. 고려원은 여타 한식당처럼 주류 판매 때문에 할랄 인증을 취득할 수 없지만 할랄 라이선스를 획득한 전문 유통업체로부터 육류를 공급받고 있다는 점을 강조하여 무슬림 고객들에게 신뢰도를 높이고 있습니다. 또한 무슬림 고객들을 배려해 소고기 메뉴는 취급하지만 돼지고기는 취급하지 않고 있습니다.

맛의 표준화를 위하여 메인 키친에서 식재료를 일괄 조달하여 반조리 상태로 가공 한 이후에 전 지점에 공급하고 있습니다.

그림 6-2: 한식당 '고려원' 메뉴



③ 한식 식재료 관리 및 유통

한식 양념에 쓰이는 소스류, 장류 등의 가공식품은 한인 식료품점에서 공급 받고 있으나 소매로 구매하는 것이기 때문에 가격부담이 큰 편이며 수급이 불안정합니다.

인건비는 저렴한 수준이나 식재료비가 매출액의 약 30% 정도를 차지할 정도로 부담이 큰 편입니다.

④ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

고려원 전체 매장에서 근무하고 있는 종업원의 70~80%가 현지인입니다.

스타힐 갤러리 본점의 경우 총 22명을 고용하고 있습니다. 주방에는 메인 조리사 4명, 보조 조리사 4명을 포함 총 8명이 근무하고 있으며 홀 서빙 종업원 14명이 근무하고 있습니다.

특정 메뉴에만 전문성을 가진 한국인 조리인력을 채용하는 것보다는 현지인 조리인력을 고용하여 다양한 한식 메뉴의 조리법을 가르치는 것이 식당 운영에 더욱 안정적입니다.

외국인 이주 노동자의 비자 취득, 숙식 제공, 연차 보장 등 직원 복리후생에 많은 노력을 기울이다 보니 현지인 종업원 중에서 20년 이상 근속한 사례도 있습니다.

영어 의사소통이 가능하고 인건비도 저렴한 다양한 국적의 외국인 이주 노동자들이 많았으나 최근 들어 말레이시아 정부에서 폐쇄적인 이민정책을 실시하면서 인력을 수급에 어려움이 따르고 있습니다.

⑤ 한식당 홍보/프로모션

오랜 역사로 쿠알라룸푸르 오피니언 리더들 사이에서 입소문이 나면서 큰 홍보효과를 거두고 있습니다.

한편 주요 호텔에 비치되는 잡지나 한인 언론 매체 등을 활용하여 정기적으로 광고를 하고 있습니다.

11~12월 연말과 3~6월 메가세일 기간, 8월 여름 성수기 등 말레이시아 소비 시장의 성수기를 맞춰 집중적으로 홍보 프로모션 활동을 벌이고 있습니다.

2) 다오래

- 업태: Casual Dining (본점)
- 규모: 80석 (150평)
- 대표메뉴: 김치찌개, 불고기, 갈비, 비빔밥 등
- 주소: B-5-12, Plaza Kiara, No2, Jalan Kiara, Mont Kiara, KL
- 연락처: (60) 3 6203 3834

① 한식당 개요

2003년 4인 탁자 8개로 시작한 다오래는 개업 10년이 지난 현재 연 매출 100억 원을 돌파하며 말레이시아 성공 한식당의 표본이 되었습니다.

2003년 스리하타마스에 본점을 개점한 이후 현재 쿠알라룸푸르와 수도권에 8개, 페낭 2개, 이포 1개, 멜라카 1개, 조호바루에 1개 등 총 13개의 지점을 운영하며 한식을 현지인들에게 알리고 나아가 한국의 문화를 말레이시아에 전파하기 위하여 노력하고 있습니다.

최근에는 한식문화 저변 확대를 위해 한식의 '할랄 푸드화'를 끊임 없이 연구한 끝에 돼지고기 요리를 취급하지 않는 정통 한식당 '다오래 Plus', 할랄 한식 프랜차이즈 '다오래 Express' 모델을 개발하여 할랄 시장 공략에 나섰습니다.

한편 '다오래 장학회'를 만들어 열악한 가정환경에서 공부하는 학생들에게 학비를 지원하고 다오래 지점 인근에 위치한 보육원 아이들에게 한식을 무료로 제공하는 등 활발한 사회환원 활동을 통해 말레이시아 지역사회에서 존경 받는 외식기업으로 자리매김하고 있습니다.

그림 6-3: 한식당 '다오래' 전경



② 한식당 메뉴 관리

다민족 국가인 말레이시아는 인구의 70%가 무슬림 말레이계이기 때문에 할랄 인증을 취득하기 어려운 한식당은 사업을 하기가 쉽지 않은 환경입니다. 이러한 이유로 다오래는 일차적으로 중국계 말레이시아인을 목표고객으로 설정하고 이들이 좋아하는 메뉴를 중점적으로 구성하였고 중국계가 많이 모여 사는 도시를 우선 선택하여 지점을 오픈하고 있습니다.

방문 고객 중 약 85% 정도가 현지인 고객으로 특히 중국계와 인도계 말레이시아인이 많은 편입니다. 인도계의 경우 카스트제도 때문에 본국을 떠나 말레이시아에서 전문직에 종사하며 기반을 잡은 경우가 많아 소득수준이 높은 편입니다.

한식 단품 메뉴를 전문화하여 성공하기에는 어렵다고 판단하고 불고기, 갈비 등의 구이류 메뉴와 김치찌개, 비빔밥, 떡볶이 등 대표적인 한식 메뉴 50여 종을 다양하게 제공하고 있습니다. 또한 단가가 낮은 단품 메뉴만으로는 수익성이 맞지 않아 세트메뉴를 구성하여 판매하고 있습니다.

다오래는 다른 한식당과는 달리 운영 중인 지점이 많기 때문에 메뉴 표준화에 중점을 두고 있습니다. 또한 한식은 고유의 맛을 살려 조리해야 한다는 원칙에 따라 메뉴 현지화를 위해 조리법을 변형하지 않고 있습니다.

최근에는 인구의 절대 다수를 차지하고 있는 무슬림 말레이계 외식 소비자를 공략하기 위해 돼지고기를 사용하지 않는 정통 한식당 '다오래 Plus' 매장을 오픈하였으며 더 나아가 할랄 한식 프랜차이즈 '다오래 Express' 모델을 개발하여 주요 쇼핑몰 푸드코트에 입점할 계획을 구상하고 있습니다.

그림 6-4: 한식당 '다오래' 메뉴



③ 한식 식재료 관리 및 유통

신선재료

고기류는 현지 유통 업체를 통해 공급받고 있습니다. 할랄 한식당인 '다오래 Plus'에 공급하는 고기류는 할랄 방식으로 도축되고 가격도 저렴한 호주산을 취급하고 있습니다.

야채류는 인근 산간지방에서 재배된 고랭지 채소를 공급받고 있습니다. 일반 채소에 비해 가격이 다소 비싼 편이지만 최상의 식재료를 사용하기 위해 가격을 부담하고 있습니다.

최근 주재료인 한국산 고춧가루의 수입가격이 폭등하여 중국산으로 대체한 상태입니다.

식가공품

고추장, 된장, 간장 등 주요 소스류 식가공품은 한인 식료품을 통해 공급받고 있습니다. 소매로 구입하고 있기 때문에 가격 부담이 높은 편이며 수입 물품의 가격 상승으로 운영 부담이 가중되고 있습니다.

④ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

다오래는 전 지점에 300여 명의 종업원들이 근무하고 있습니다. 한국인 종업원은 총 18명이며 나머지는 모두 네팔인 이주 노동자를 고용하고 있습니다. 네팔인을 고용을 선호하는 이유는 네팔인은 한국인과 기질이 비슷하고 학습 속도도 빠르기 때문입니다.

한 해 2억 원이 넘는 비용을 감수하여 네팔인 종업원들이 합법적으로 비자를 취득할 수 있도록 지원하고 있습니다. 신분 보장을 받은 네팔인 종업원들이 마음 놓고 일할 수 있는 환경을 조성하여 이직률을 크게 낮출 수 있었습니다. (장기 근속한 직원 다수)

매일 아침 친절 서비스 교육을 실시하고 있으며 경력에 따른 철저한 위계질서를 확립하여 종업원 관리에 역점을 두고 있습니다. 얼마나 오래 일했는지는 복장으로도 구분이 가능하며 1년 차 직원은 앞치마, 2년 차 티셔츠, 3년 차 반팔 와이셔츠, 4년 이상은 긴팔 와이셔츠를 입습니다.

말레이계 현지인은 인건비가 높고 종교적 영향으로 돼지고기를 취급하지 못하는 경우가 많아 한식당 인력으로 채용하는 것에는 현실적 어려움이 따릅니다. 마찬가지로 중국계 현지인도 인건비가 높고 한식당에서 일하는 것을 별로 선호하지 않아 채용하기가 어렵습니다.

조리인력의 경우 고용 후 바로 주방에 투입시키는 것이 아니라 2년 정도 기본적인 한식 조리 교육을 시켜서 주방인력으로 배치하고 있습니다.

⑤ 한식당 홍보/프로모션

한류의 인기가 높아지면서 말레이시아에서 열리는 한류 관련 공연 및 행사가 증가하고 있습니다. 한류 팬들에게 한식당 '다오래' 브랜드를 알리기 위해 한류 공연행사에 적극 후원(스폰서)하고 있습니다.

대표적인 사례로는 말레이시아에 한류가수 비(Rain)가 공연차 방문했을 때 공연 포스터와 무대에 '다오래' 브랜드를 삽입하는 조건으로 100여 명이 넘는 공연팀에게 체류기간 동안 식사 협찬을 제공했습니다. 공연을 마치고 가수 비(Rain)가 직접 다오래에 방문하여 식사를 하면서 큰 홍보효과를 거둘 수 있었습니다.

이후로 말레이시아를 방문하는 한류 연예인과 공연팀, 국가대표 스포츠 팀에 식사 협찬을 제공하고 공연 포스터에 스폰서 업체로 '다오래' 로고를 넣는 방식으로 홍보활동을 해오고 있습니다. 이외에도 운행 차량에 '다오래' 로고를 붙이는 등 브랜드 마케팅에 중점을 두고 홍보활동을 지속하고 있습니다.

이러한 노력의 결실로 말레이시아 젊은 층 사이에서 한식당 '다오래'의 인지도를 끌어올릴 수 있었습니다. 현재는 인터넷 상에서 다오래에 관련된 글이 많이 올라오면서 자연스럽게 홍보가 되고 있습니다.

한식당 다오래가 말레이시아 사회에서 한류 열풍과 맞물려 인기몰이를 하면서 현지 유명 매체에 성공사례로 소개되는 대서특필 되는 등 언론으로부터 주목을 받고 있습니다.

그림 6-5: 현지 언론에 소개된 한식당 '다오래'



3) 온새미로

- 업태: Fine Dining
- 규모: 150석 (200평)
- 대표메뉴: 불고기, 갈비, 찜닭, 비빔밥 등
- 주소: Lot 206, 2nd Floor Double Tree, 182 Jalan Tun Razak, KL
- 연락처: (60) 3 2161 2461
- 홈페이지: www.onsemiro.com.my

① 한식당 개요

지난 2012년 1월에 오픈한 온새미로는 동남아시아 최고급 한식당을 지향하며 말레이시아에 고급 한식문화를 전파하고 있습니다.

쿠알라룸푸르 시내 중심가에 위치한 초고층 빌딩 더 인터마크(The Intermark)⁽¹⁾에 입점해 있으며 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 컨셉을 맞추기 위해 인테리어에 많은 비용을 투자했습니다.

한국의 사계절을 연상하게 하는 사진작품을 전시하고 전통 문양을 형상화한 조형물을 배치하여 한국 고유의 멋을 살린 인테리어 디자인을 완성하였습니다. 또한 8개의 전용 룸(Private Room)과 대형 연회실을 갖춰 VIP 고객들에게 최상의 시설을 제공하고 있습니다.

그림 6-6: 한식당 '온새미로' 전경



온새미로 백승현 경영주는 다른 업종의 사업체를 운영해오다 한식의 고급화를 목표로 온새미로를 창업하게 되었습니다. 사업 초기 외식업에 대한 이해 부족으로 많은 시행착오를 겪었으나 끊임없는 연구와 노력을 통해 운영 매뉴얼을 체계화하면서 정상궤도에 진입했습니다.

(1) 더 인터마크는 유수의 글로벌 기업 오피스를 비롯하여 힐튼(Hilton) 계열 5성급 호텔인 더블트리(Double Tree), 최고급 레스토랑, 럭셔리 브랜드 매장 등이 입점해 있는 최고급 시설의 복합 빌딩입니다. 쿠알라룸푸르의 랜드마크인 '페트로나스 트윈타워(Petronas Twin Towers)'와도 인접해 있습니다.

② 한식당 메뉴 관리

주요 메뉴로는 한국의 참숯으로 은은하게 구워낸 직화구이를 선보이고 있습니다. 무슬림 인구가 다수를 차지하는 말레이시아의 문화적 특성을 고려하여 돼지고기는 취급하지 않으며 최상급 소고기로 구이류 메뉴를 구성하여 제공하고 있습니다.

아울러 육회비빔밥, 불고기, 해물국수전골 등 해외에서 쉽게 접하기 어려운 다양한 한식 일품요리와 천연조미료로 맛을 낸 건강식 반찬도 푸짐하게 제공하고 있습니다.

비빔밥 메뉴는 35링깃(약 12,500원)으로 다른 한식당에 비해 다소 비싼 편이나 전주비빔밥의 특성을 강조하고 요리에 대한 자세한 설명을 제공하여 고객들로부터 좋은 반응을 얻고 있습니다. 이와 마찬가지로 불고기 메뉴는 '광양불고기', 찜닭 메뉴는 '안동찜닭' 등 지역 특색을 강조한 메뉴를 선보이며 고객들의 관심을 유도하고 있습니다.

평일 점심시간에는 인근 오피스에서 근무하는 직장인 고객들이 많이 찾아오기 때문에 이들을 공략하기 위해 일식 벤토(Bento)의 절반 가격으로 즐길 수 있는 한식 도시락 런치세트 메뉴를 개발하여 제공하고 있습니다.

최근에는 고급 파인 다이닝(Fine Dining)의 격에 맞는 한식 메뉴 구성 및 제공방식에 대해 지속적으로 연구하고 있습니다.

그림 6-7: 한식당 '온새미로'의 메뉴



③ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

메인 셰프는 고급 호텔 한식당에서 일한 경험이 있는 한국인을 채용하였으며 나머지 보조인력들은 중국 조선족들로 구성되어 있습니다.

메인 셰프의 전문 분야가 한식 구이류 메뉴이기 때문에 항상 최고 품질의 고기를 제공하고 있지만 현지에서는 아직까지 생고기 구이에 대한 개념이 부족하여 고기를 썰어서 내놓기만 하고 비싼 돈을 받는다는 인식이 있습니다.

한국인 전문 조리인력은 급어, 체류비 등을 감안했을 때 고용에 어려움이 따릅니다. 이러한 이유로 한식 조리에 관심이 많고 조리 관련 자격증을 보유하고 있는 한국인 가정주부를 채용하였으나 양이 많은 음식을 단시간 내에 조리하는 것이 익숙하지 않아 많은 어려움을 겪고 있습니다.

최근에는 고급 호텔에서 근무한 경험이 있고 영어가 유창한 여성 매니저를 채용하여 파인 다이닝(Fine Dining)의 격에 맞는 서비스를 제공하고 있습니다. 한식 메뉴와 어울리는 와인 추천 서비스를 제공하면서 매출이 눈에 띄게 증가하였습니다.

④ 한식당 홍보/프로모션

온새미로는 한식당 최초로 '말레이시아 인터네셔널 고메 페스티벌(Malaysia International Gourmet Festival)'에 참가하여 3개 부문에서 수상 후보에 올랐습니다. 첫 출전으로 경험이 부족하여 수상은 하지 못했지만 페스티벌을 통해 고급 한식을 말레이시아 사람들에게 선보일 수 있었습니다.

페스티벌에는 30여 개의 최고급 레스토랑이 참가하였으며 VIP 30명을 포함한 현지인 3,000여 명이 축제에 방문하였습니다.

페스티벌 참가를 준비하면서 한식을 서양식 코스메뉴로 구성하고 와인과 매치하는 것이 가장 어려웠습니다.

출품 메뉴 중에는 메인 요리로 제공된 '양념갈비'와 '육회비빔밥'의 인기가 가장 좋았습니다. 또한 디저트로 제공한 '차가운 홍시'는 참신하다는 평가를 받았습니다.

그림 6-8: 말레이시아 인터네셔널 고메 페스티벌에 참가한 '온새미로'



쿠알라룸푸르 한식당의 성공요인

‘다오래’

- **푸짐하고 넉넉한 인심의 '한국식' 서비스를 현지에서도 적용함**
 - 말레이시아에는 반찬을 리필해 주는 문화가 없었는데 다오래 윤선규 사장은 다오래를 방문한 고객들에게 밀반찬을 무한 리필하는 한국식 인심과 마음에서 우러나는 서비스를 제공하여 현지인들의 마음을 사로잡음
- **적극적인 사회환원 활동을 통해 인지도를 높이고 긍정적인 이미지를 형성함**
 - 다오래 윤선규 회장은 '다오래 장학회'를 만들어 성적은 우수하지만 형편이 어려운 아이들을 위해 해마다 한화 4,000만 원 정도의 장학금을 기부하고 경찰청 자녀에게도 1년에 700만 원씩 후원하는 등 다양한 사회적 지원 활동을 펼치고 있음
 - 또한 2~3개월에 한 번씩 다오래 지점이 위치한 지역의 보육원 아이들을 초청해 한국 음식을 대접하 초코파이 한 상자를 선물로 주는 자리도 마련 함(초코파이는 문구류보다 간식을 더 선호하는 아이들의 기호를 반영한 선물임)
 - 이 사실은 현지 언론에서도 크게 보도되어 번 돈을 사회에 환원하는 기업인으로 유명하며 윤선규 회장이 한국인이면서도 현지에 성공적으로 뿌리내리는 원동력이 되었음
- **한류 열풍에 힘입어 한국 음식에 대한 관심과 소비가 증가함**
 - 말레이시아에서의 한류 열풍은 '겨울 연가'부터 시작되었으며 한국의 젊은 스타가 말레이시아에 오면 공항이 북새통이고 식당에 들리면 밖에서 1~2백 명이 줄을 서 기다릴 정도로 하나의 문화 트렌드로 자리 잡았음
 - 이러한 한류 열풍은 현지인들의 한국 음식에 대한 관심도 높여 다오래의 매출 증대에도 기여하고 있음

‘고려원’

- **오랜 기간 동안 한결같은 한식의 맛을 유지하며 고객의 신뢰를 얻음**
 - 고려원은 한결같은 한식의 맛을 유지하기 위해 노력하고 있으며 고객이 어느 지점을 방문하더라도 똑같은 한식을 접할 수 있도록 본점에서 한식을 반조리하여 지점들에게 공급해주는 형식을 고수하고 있음
- **한국 전통의 미를 접목시킨 인테리어로 고급스러운 분위기를 자아냄**
 - 고급 한식당에 걸맞게 고풍스러운 내부 인테리어로 접대 등의 중요한 자리에 어울리는 장소로 인기가 좋음
 - 또한 한국의 미를 잘 살려 말레이시아 고객들에게 한국 문화를 느낄 수 있도록 배려함
- **현지 문화와 고객의 특성을 파악하여 현지화된 서비스를 제공함**
 - 무슬림이 많은 말레이시아 특성에 맞춰 공급받는 소고기 업체를 할랄인증 받은 업체와 거래를 하는 등 무슬림 고객들도 마음 놓고 고려원을 방문할 수 있도록 신경을 기울임

‘온세미로’

- **Fine Dining 형식에 맞춘 고급스러운 한식 메뉴를 제공함**
 - 온세미로는 Fine Dining 컨셉에 맞춰 한식을 제공하기 위해 메뉴연구를 꾸준히 하고 있으며 현지인들에게 맛과 분위기, 와인 등으로 평가가 좋은 편임
- **현지 음식 페스티벌 참여를 통해 적극적인 마케팅 활동을 펼침**
 - 온세미로는 주최측의 참여권유를 받아 2012년 말레이시아 관광공사에서 후원하는 '말레이시아 인터네셔널 구르메 페스티벌(Malaysia International Gourmet Festival 2012)'에 말레이시아 한식당 최초로 참가하였음
 - 말레이시아 구르메 페스티벌은 말레이시아가 자랑하는 오랜 전통의 다채로운 음식 문화를 현재적으로 재해석하고 적극적으로 홍보하기 위한 축제로 2001년 시작된 이래 12회째를 맞이하고 있으며 세계 최초로 PATA Gold Award 마케팅상을 수상하는 등 전세계 미식가들의 이목을 집중시키고 있음
 - 매해 테마를 정해 수준 높은 음식문화를 선보이면서 이제는 전 세계 미식가들의 이목을 집중시키는 국제적인 행사로 자리매김하여 많은 식당들의 참여가 뒤따르고 있음

5.3 한식당 운영 애로사항

1) 조리인력 및 종업원 관리의 어려움

한식을 전문으로 조리할 수 있는 조리인력이 부족한 실정입니다. 영세한 한식당의 경우 경영자가 직접 주방에서 조리를 하고 있으며 대형 한식당의 경우 높은 비용은 감수하고 한국에서 전문 조리사를 채용하고 있습니다.

경영자가 조리인력을 대체하거나 외국인 노동자를 조리인력으로 채용할 경우 전문성이 부족하기 때문에 한식의 정체성이 훼손될 우려가 있습니다. 또한 제대로 된 조리법이 체계화되어 있지 않기 때문에 조리법 교육·전수에 많은 어려움을 따릅니다.

현지에서 한식 조리인력을 양성하기 위해서는 한식 조리법을 체계적으로 전수할 수 있도록 표준화된 교육자료의 보급이 절실합니다. 뿐만 아니라 종업원들의 서비스 교육에 필요한 운영 매뉴얼이 보급된다면 보다 품격 높은 서비스를 제공할 수 있을 것으로 기대됩니다.

최근 들어 말레이시아 정부에서 폐쇄적인 이민정책을 실시하면서 한식당의 주요 인력인 외국인 이주 노동자 수급에 큰 어려움을 겪고 있습니다. 불법 체류자가 급증하면서 일부 한식당에서는 위험을 감수하고 불법 체류 외국인 노동자를 고용하고 있는 실정입니다.

2) 식재료 및 인테리어 자재 수급의 어려움

신선 야채류의 경우 현지산을 공급받고 있으나 한식의 맛을 좌우하는 고추장, 된장, 간장 등의 소스류는 한인 식료품점에서 소매로 수급하고 있어 식재료 부담이 큼니다.

한국에서 수입되는 가공식품의 경우 한국에 비해 2~5배까지 가격이 비싸며 통관기준 강화 등의 요인으로 인해 원활한 수급에 차질이 생기는 경우가 많습니다.

한편 최근 한류 열풍의 영향으로 한국문화를 체험하기 위해 한식당을 방문하는 고객들이 증가하고 있으나 한국적인 분위기를 연출할 수 있는 인테리어 디자인 소품과 자재를 수급하는데 많은 어려움을 겪고 있는 실정입니다.



3) 한식당에 대한 인식

한국문화와 한식에 대한 관심이 증가하면서 다양한 고객층이 한식당을 방문하고 있지만 상류층 고객들에게 어필할 수 있는 고급 한식당이 턱없이 부족한 실정입니다.

한인 밀집 거주지인 암팡(Ampang) 지역과 몬키아라(Mont Kiara) 지역에 영세한 수준의 한식당이 우후죽순으로 생겨나면서 한식당 이미지 고급화에 걸림돌로 작용하고 있습니다.

한식당의 이미지를 고급화하기 위해서는 한식당 경영주들이 협력하여 한식 메뉴 및 서비스 개선방안을 논의할 수 있는 협의체 구성이 필요한 상황입니다.



[참고정보] 말레이시아 프랜차이즈 시장 진출 시 고려사항

“차별화 전략 없이 포화시장에 진입하는 것은 금물”

- 2000년 호주의 'Fastway'라는 국제 택배업체는 말레이계를 마스터 프랜차이즈로 선정하여 말레이시아에 진출하였으나 말레이시아 택배시장은 세계적 기업인 'FedEx'와는 물론 'Nationwide' 등의 로컬기업과도 치열하게 경쟁해야 하는 포화시장이었음. 이러한 포화시장에 기 진출 브랜드들과 명확히 차별화 되는 서비스 및 마케팅 없이 진출한 것은 결국 사업철수라는 결과를 초래함

“말레이계 프랜차이즈 사업 진출 장려 정책 활용”

- 말레이시아는 프랜차이즈 사업이 말레이계의 경제적 부를 증진시키는 것에 효과적인 방법이라고 생각하고 1992년부터 말레이계의 프랜차이즈 산업 진출을 장려하고 적극적으로 지원하고 있음
- 프랜차이즈 시장 진출 시 말레이계에게 마스터프랜차이즈 권리를 주는 등 말레이계와의 파트너십을 통해 프랜차이즈 시장에 진입하여 정부의 다양한 지원 프로그램을 적극적으로 이용하는 전략이 필요함
 - BBO는 말레이시아의 첫 번째 한국계 할랄(halal) 음식 프랜차이즈로 정부기관인 PNS(Perbadanan Nasional Bhd)로부터 자본조달을 받기 위해 현지 말레이계와 파트너십을 맺었음
 - 2007년 8월 직영점 오픈이후 PNS의 후원으로 현지에서 창업설명회를 개최하였으며 말레이계 프랜차이즈들에게 페낭 섬에 위치한 BBO Chicken 매장에서의 6주 10일간의 훈련을 제공하고 한국 이천의 치킨대학교에서 1주일간의 훈련기회를 제공할 수 있었음

출처: KOTRA, 「아세안 주요국 프랜차이즈 산업 분석 및 진출전략」

쿠알라룸푸르

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Kuala Lumpur

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