

글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in **New York** 

뉴욕

「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「뉴욕 글로벌 한식당 운영 길라잡이」를 펴내며...

지금까지는 한 나라의 경쟁력과 영향력을 이야기할 때면 국방력과 경제력을 중심으로 이야기 되었습니다. 그러나 이제는 문화와 스포츠, 콘텐츠 등 소프트파워까지도 같이 고려하여 한 나라의 글로벌 영향력을 측정하는 시대가 되었습니다.

이러한 국제적인 추세를 입증하듯이 최근 우리나라는 한류로 일컬어지는 국내 콘텐츠 수출이 꾸준히 증가하고 있고 이에 힘입어 문화강국으로 자리잡아가고 있습니다. 또한 한류를 구성하는 중요한 요소 중 하나인 우리네 먹거리와 음식문화도 이러한 흐름에 있어 중요한 역할을 하고 있습니다.

특히, 최근에는 비빔밥, 불고기 등 전통적으로 인기가 있는 음식뿐만 아니라 모던한식에 이르기까지 다양한 형태의 먹거리들이 해외에 진출하고 하고 있습니다. 이러한 시장의 변화에 따라 농림축산식품부와 한식재단에서는 글로벌 외식시장에서 한식당의 운영과 국내 외식기업들의 신규 시장개척에 도움이 되고자 글로벌 거점도시들의 외식시장과 한식산업에 대한 조사를 실시하였습니다.

이 길라잡이는 다음과 같이 구성되어 있습니다. 서두에서 뉴욕의 외식산업의 현황과 상권 등 사업 환경에 대한 정보를 담고 있으며, 이어서 뉴욕에서 한식당을 창업하실 때 어떤 것들을 고려하셔야 하는지와 마지막으로 한식당을 운영하실 때 점검사항 중 핵심만 묶어 보았습니다.

이 조사결과가 글로벌 거점도시에서 한식당을 운영 중이시거나 또는 앞으로 운영하고자하는 분들께 작은 길잡이가 되길 기대합니다.

감사합니다.

2015년 6월 한식재단 이사장

CONTENTS

I. 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개발	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	9
2) 종교적 배경	10
3) 사회·문화적 특성	11
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	12
2) 전통음식	13

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	15
2) 투자 정책	16
3) 이민 정책	17
4) 식품 및 외식산업 정책	18
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	20
2) 외국인 투자 유치	21
3) 물가 상승률 변화	22
4) 가치분소득 변화 및 식음료 지출	23
5) 경제 동향	24

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	25
2) 외식시장 트렌드	28
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	31
2) 외식소비 특성	33
3) 외식소비 심층분석	36
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	39
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	41
3) 주요 에스닉 식당 소개	43
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	45
2) 상권별 현장관찰	47
3) 상권별 유동인구 특성	67

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황	76
2) 한식당 진출 현황	77
3) 한식소비 심층분석	79

II. 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차	
1) 개인 사업자	87
2) 법인 사업자	89
1.2 설립 주요 실무 정보	
1) 인허가 요건 및 관련 법규	94
2) 임대차 계약 절차 및 관행	98
3) 영업시설의 공통기준	102
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항	105
5) 세무 관련 정보	112
6) 수입/통관 관련 정보	118
1.3 기타정보	
1) 거주허가 비자	132
2) 금융 서비스	134
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보	137

III. 한식당 운영 가이드

1. 식당 운영관리에 대한 이해

1.1 한식당 운영 실무 정보	139
1.2 한식당 운영 실무 사례	
1) 함지박	139
2) 북창동 순두부(BCD)	140
3) 더큰집	142

2. 한식당 운영을 위한 참고사항

1) 뉴욕 소비자 특징	143
2) 뉴욕 타 에스닉 식당과 한식당 비교	143
3) 뉴욕 소비자들의 한식당에 대한 인식	143

I. 뉴욕(New York) 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	9
2) 종교적 배경	10
3) 사회·문화적 특성	11
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	12
2) 전통음식	13

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	15
2) 투자 정책	16
3) 이민 정책	17
4) 식품 및 외식산업 정책	18
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	20
2) 외국인 투자 유치	21
3) 물가 상승률 변화	22
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출	23
5) 경제 동향	24

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	25
2) 외식시장 트렌드	28
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	31
2) 외식소비 특성	33
3) 외식소비 심층분석	36
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	39
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	41
3) 주요 에스닉 식당 소개	43
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	45
2) 상권별 현장관찰	47
3) 상권별 유동인구 특성	67
3.5 한식산업에 대한 이해	
1) 한인사회 현황	76
2) 한식당 진출 현황	77
3) 한식소비 심층분석	79

1. 일반현황

1.1 도시개황

뉴욕은 미국 북동부 뉴욕주 동남쪽에 위치하고 있으며, 맨해튼(Manhattan), 스테튼 아일랜드(Staten Island), 브롱크스(The Bronx), 브루클린(Brooklyn), 퀸즈(Queens) 등 다섯 개의 자치구(Borough)로 구성되어 있습니다.

뉴욕에는 2013년 기준 840만 명이 거주하고 있습니다. 뉴욕과 외곽을 포함한 지역을 뉴욕 대도시권(New York metropolitan area)이라 하는데, 이곳에는 뉴욕주(NY), 코네티컷주(CT) 남부 및 뉴저지주(NJ) 북부가 포함되어 있습니다. 뉴욕 대도시권에는 2013년 기준 약 2,300만 명이 거주하고 있습니다.

뉴욕은 상업, 금융, 미디어, 예술, 패션, 연구, 기술, 교육, 엔터테인먼트 등 많은 분야에 걸쳐 큰 영향을 끼치고 있어서 세계의 문화 수도로 불리기도 합니다.

뉴욕의 총 면적은 1,214km²(서울의 약 2.01배)이며, 이 중 수면 면적은 425km², 육지 면적은 789km²입니다.



1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

① 인종 구성

2013년 기준 뉴욕의 인구는 약 840만 명으로, 미국에서 가장 인구가 많은 도시입니다.

미국 인구통계청의 2010년 조사 결과에 따르면 뉴욕의 인구는 백인 44.0%, 흑인 25.5%, 아시아인 12.7%, 원주민 0.8%, 기타 및 혼혈이 17.0%로 구성되어 있습니다. 참고로, 히스패닉계는 전체 인구의 28.6%를 차지하고 있습니다.

뉴욕은 '멜팅팟(Melting Pot)'이라고 불릴 만큼 다양각색의 사람들이 모여 사는 다민족의 도시입니다.

② 언어

대부분의 뉴욕 사람들은 영어를 제1국어로 하고 있지만, 다민족의 도시답게 세계에서 가장 다양한 약 170여 개의 언어가 공존하고 있습니다.

2010년 Modern Language Association - New York의 조사 결과에 따르면, 영어 다음으로 스페인어가 가장 많이 사용되며 중국어, 프랑스어 등이 그 뒤를 잇고 있습니다.

그림 1-2 뉴욕의 사용 언어 순위		출처: 2010 Modern Language Association - New York
뉴욕 사용 언어 순위	비중(%)	
영어	77.2	
스페인어	14.4	
중국어	2.6	
프랑스어	1.6	
러시아어	1.2	
이탈리아어	1.2	
한국어	0.6	
기타	1.2	

2) 종교적 배경

미국 사람들은 가톨릭 및 개신교를 가장 많이 믿고 있습니다.

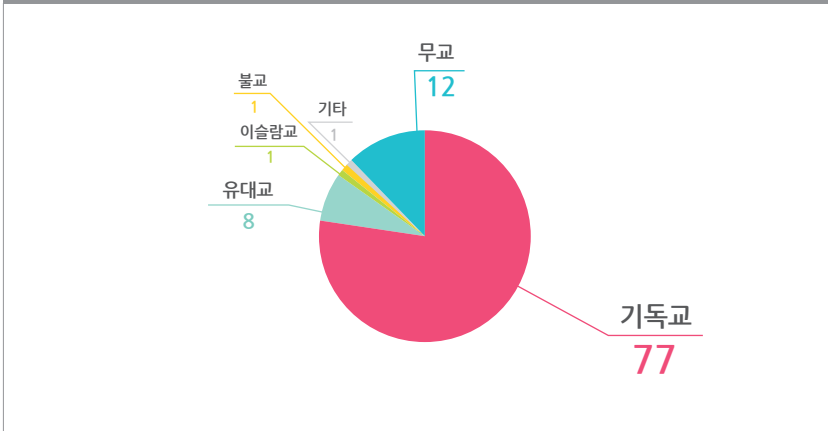
2014년 12월 통계에 의하면 미국 인구 가운데 약 78%가 가톨릭 및 개신교를 믿고 있는 것으로 나타났으며, 16%가 무교 성향을 나타내고 있습니다. 그 외에도 유대교 2%, 불교 1%, 이슬람교 1% 정도로 기타 종교가 차지하는 비율은 적은 편입니다.

뉴욕에선 미국 전체에 비해 유대교 비율이 높게 나타났습니다.

가톨릭과 개신교를 포함한 기독교 신자는 전체의 77%로 미국 전체 수치와 비슷하게 나타났습니다. 반면 유대교는 8%로 미국 전체에 비해 월등히 높은 수치를 기록했습니다. 그 외에 이슬람교, 불교 등의 종교는 1% 내외에 그쳤고, 무교는 12%로 나타났습니다.

그림 1-3 뉴욕의 종교 구성

출처: 2008 U.S. Religious Landscape Survey, 2011, American Religion: Contemporary Trends



3) 사회·문화적 특성

① 예술 산업

미국의 예술 산업에서 뉴욕은 중요한 역할을 하고 있습니다.

2,000개 이상의 예술, 문화 단체와 500개 이상의 크고 작은 아트 갤러리가 뉴욕 내에 있고, 좌석수가 500석이 넘는 39개의 대극장이 타임스스퀘어(Times Square) 극장 지역에 있습니다. 이 부근의 극장가를 브로드웨이(Broadway)라고 부릅니다.

링컨 센터는 미국에서 가장 큰 공연 예술센터입니다. 재즈 앳 링컨 센터(Jazz at Lincoln Center), 메트로폴리탄 오페라(Metropolitan Opera) 등이 이 안에 있습니다.



사진 1-1 링컨 센터(좌), 시티바이크를 타는 뉴욕 시민(우)

② 시티바이크, 새로운 뉴욕의 교통 문화

뉴욕 거리 곳곳에는 새롭게 설치된 시티바이크 보관소와, 시티바이크를 타고 날씨에 상관없이 거리를 질주하는 뉴욕 시민들이 늘어나고 있습니다.

뉴욕시 정부는 자전거를 버스·지하철에 이은 '제3의 대중교통' 수단으로 내세웠습니다. 그 연장선에서 기획된 시티바이크는 마이클 블룸버그 전 뉴욕시장의 야심찬 프로젝트입니다.

시티바이크에 투입된 자전거는 6천 대이며, 맨해튼과 브루클린 일대 330곳에 무인 자전거 대여소가 설치되어 있습니다. 뉴욕시는 앞으로 대여소를 600곳 이상, 자전거 대수는 1만 대까지 늘릴 계획입니다. 시티바이크 어플리케이션은 가까운 대여소와 이동 경로를 지도에 보여주며, 인근 음식점과 박물관 등을 안내해 주기도 합니다.

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관

도시 전역에 2만여 곳의 식당과 매점이 있고, 하루에도 수없이 많은 음식점이 생겨나고 소개되는 곳이 뉴욕입니다. 뉴욕은 여러 인종이 모여 사는 만큼 음식 문화에 있어서도 세계 최고의 다양성을 보여주고 있습니다.

이민자들의 도시라는 뉴욕의 특성은 음식에서도 가장 잘 나타나, 차이나타운의 중국 음식, 리틀 이탈리아의 이탈리아 음식 등 지역별로 다양한 요리를 맛볼 수 있습니다. 텍사스 멕시코 요리, 쿠바식 중국 요리, 인도식 프랑스 요리 등 퓨전 요리도 다양합니다.

① 아침과 브런치

뉴욕 시민들은 아침을 집에서 잘 먹지 않고, 수백 개의 카페와 간이 식당에서 베이글 및 커피로 대체하는 편입니다. 대부분의 카페와 많은 레스토랑들이 오전 11시부터 오후 4시경까지 스페셜 브런치 메뉴를 제공합니다.

전통적으로 계란, 와플, 팬케이크와 프렌치 토스트를 먹으며, 시리얼과 과일도 판매합니다. 블러디메리(Bloody Mary)와 미모사(Mimosas, 샴페인과 오렌지주스를 섞은 음료)는 대표적인 브런치 음료입니다.



사진 1-2 뉴욕의 대표적인 브런치(좌), 블러디메리(우)

② 점심

일반적으로 식당에서 점심식사 시간은 오전 11시부터 오후 2시 30분까지입니다. 도심지역인 미드타운(Midtown)의 식당은 주말에는 점심식사를 준비하지 않고, 로어 맨해튼(Lower Manhattan)의 경우 주말에 완전히 문을 닫는 식당도 흔합니다.

③ 저녁식사와 그 이후

식당은 보통 오후 5시~10시 사이에 저녁식사를 제공합니다. 금요일과 토요일에는 대부분 연장 영업을 합니다.

④ 팁과 세금

식사 때 팁은 15~20%가 적정선입니다. 계산서에 쓰여진 8% 세金的 2배를 팁으로 남기면 적당합니다. 많은 식당에서 6인 이상 동행한 손님들에게는 ‘서비스 요금(Service Charge/ Gratuity)’을 부과합니다. 이때는 팁을 별도로 낼 필요가 없습니다.

카운터에서 식사 주문을 하는 격식 없는 식당에서는 팁이 필수가 아니라 선택사항입니다.

2) 전통음식

뉴욕의 음식은 이민자의 영향을 받은 음식이 많으며, 사람도 매우 많아 음식 또한 종류가 다양합니다. 그 중 대표적인 음식으로는 동유럽과 이탈리아 이민자의 손에 의해 유명해진 핫도그, 베이글, 치즈 케이크, 뉴욕 스타일 피자 등이 있습니다.

① 뉴욕 핫도그

핫도그는 1800년대에 유럽의 여러 경유점을 통해 들어와 뉴욕만의 방법으로 만들어지게 되었습니다.

현재는 뉴욕의 어느 거리를 가도 핫도그 가게를 찾아볼 수 있을 정도로 언제 어디서나 핫도그를 즐길 수 있게 되었습니다.



사진 1-3 핫도그

② 뉴욕 베이글

프랑스는 바게트, 영국은 머핀, 뉴욕하면 뉴욕 시민들의 아침 메뉴인 베이글이 유명합니다. 사실 베이글은 미국 빵이 아니라 유대인들이 2000년 전부터 만들어서 먹어온 전통 빵입니다.

유대인들이 많이 살고 있는 뉴욕 동부지역을 중심으로 베이글을 많이 먹기 시작했으며, 현재는 뉴욕 전 지역에 토착화되었습니다. 계란이나 우유, 버터 등을 넣지 않고 밀가루에 소금과 이스트만을 넣고 반죽해서 만드는 플레인 베이글은 표면이 매끄럽고 윤이 나며 맛이 아주 담백합니다.



사진 1-4 베이글

③ 뉴욕 스타일 피자

피자는 일반적으로 널리 알려진 음식이지만, 뉴욕 스타일의 피자는 일반 피자와는 색다른 특징을 가지고 있습니다.

시카고 피자는 ‘깊은 맛’을, 캘리포니아 피자는 ‘얇은 도우’를 강조한 반면, 뉴욕 스타일의 피자는 크러스트를 강조하고 두껍지 않은 빵 위에 소스를 얇고 넓게 바르는 특징을 가지고 있습니다.

피자는 이탈리아 이민자들을 통해 1900년대에 뉴욕으로 건너오자마자, 곧바로 뉴욕 스타일로 빠르게 변형되었고, 특히 얇은 크러스트로 조리하는 방법은 도시 전역에서 모든 사람들이 피자를 신속하게 즐길 수 있게 해주는 데 중요한 역할을 하였습니다.



사진 1-5 피자

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

① 중산층 경제 강조

오바마 정권은 중산층과 서민을 위해 미국의 부자들로부터 세금을 더 걷기로 했습니다.

오바마 대통령은 2015년 국정연설에서 ‘부자증세’와 ‘중산층 꺼내기’를 핵심 메시지로 언급했으며, 부유층과 대형 금융기관으로부터 세금을 더 많이 거두어들이며 중산층 지원을 위한 재원을 마련하겠다고 밝혔습니다.

이에 따라 현재 23.8%인 자본소득의 최고 세율을 28%까지 끌어 올리고, 주식과 같은 유산 상속분에 대해 자본소득세를 부과하는 방안을 발표했습니다.

오바마 정권은 이러한 일련의 세계개혁을 통해 앞으로 10년 동안 부유층으로부터 2,100억 달러(약 230조 원), 대형 금융기관으로부터 1,100억 달러(약 120조 원) 등 총 3,200억 달러(약 345조 원)의 세수를 추가로 확보해 중산층에 대한 세금공제와 고등교육, 보육 관련 지원에 사용하려는 계획을 갖고 있습니다.

② 뉴욕시 정부의 적극적 지원

뉴욕시 정부는 뉴욕의 창업 환경을 개선하여 경제 활성화를 꾀하고 있습니다.

전 뉴욕시장인 마이클 블룸버그는 ‘디지털 시티’로서의 뉴욕을 자주 강조했으며, 이를 뉴욕의 미래 성장 동력으로 판단하여 다음과 같은 사항을 시행했습니다.

- 스타트업 뉴욕 프로그램(Start-up New York Program)을 운영하여, 선정된 창업기업에 10년간 무세금 혜택
- 시 정부 차원에서 5,000만 달러(약 549조 원) 규모의 ‘혁신 벤처 캐피탈 기금’ 조성
- 뉴욕이 코넬대(Cornell University) 공대 캠퍼스에 12만 2천 평의 토지와 1억 달러(약 1,100억 원)를 지원하여 하이테크 중심의 산학협력중점 스타트업 육성

※ 코넬대 공대 캠퍼스는 2017년 개교 예정

2) 투자 정책

뉴욕시는 경제 활성화를 위해 다양한 투자 인센티브를 제공합니다.

① 중소기업 인센티브

뉴욕에서는 2012년부터 중소기업의 자본 확충과 일자리 창출을 위한 '중소기업 지원정책(State Small Business Credit Initiative, SSBCI)' 기금을 만들어 다음과 같은 프로그램을 통해 투자를 지원합니다.

뉴욕 혁신 기금(The Innovate NY Fund)

중소기업의 혁신, 일자리 창출, 급성장하는 기업을 지원하기 위한 총 2,600억 달러(약 282조 원) 규모의 기금으로, 4~6개의 기업에 400~500만 달러(약 43조~55조 원)의 기금을 투자

대출 지원 프로그램(The Capital Access Program)

중소기업에 대한 대출을 장려하기 위해 금융기관의 대출 손실 준비금으로 총 1,900만 달러(약 208조 원)를 지원하는 프로그램

채무보증 프로그램(The Bonding Guarantee Assistance Program)

중소기업과 여성 또는 소수계층 소유기업들의 신용도를 지원하기 위해 주 정부가 채무보증을 해주는 프로그램으로 총 1,000만 달러(약 110조 원) 규모



② 세제혜택

투자공제세제(Investment Tax Credit, ITC)

생산설비에 신규투자를 하는 사업체는 투자금액의 10%까지 세금공제를 누릴 수 있고, 세금공제는 7년간 이월 가능합니다.

연구개발 공제세제(Research and Development Tax Credit)

연구 및 개발시설에 투자하는 경우 기업세를 9%까지 공제하며, 첨단기술사업을 장려하기 위해 더 많은 공제를 부여합니다.

판매세 면제(Sales Tax Exemptions)

제품 생산과 관련된 기계류 및 기타 장비 구입, 연구 및 개발장비 구입, 연료 및 유틸리티 사용에 대한 세금을 면제합니다.

부동산 세금 감면(Real Property Tax Abatement)

10년간 사업 및 상업용 부동산에 대한 세금을 감면해 줍니다.

3) 이민 정책

미국은 대표적인 이민의 나라입니다. 이민은 미국 사회에 활력을 불어넣어 주었을 뿐만 아니라 문화적 관용의 원천이 되었습니다.

미국의 이민정책은 '이민국적법(Immigration and Nationality Act)'에 의해 집행되며 기본적으로 다음과 같은 원칙을 바탕으로 실행됩니다.

- 미국 시민권자와 영주권자 가족들의 이민을 허용함으로써 미국 내 가족 결합 도모
- 미국 사회에서 필요로 하는 특정 기술이나 재능을 가지고 있는 사람들을 유입시켜 국가와 사회에 기여할 수 있는 기회 제공
- 미국으로의 이민 비율이 낮은 국가의 이민자 유입을 장려해 다양한 국가 출신의 사람들이 동화되어 한 국가를 이룰 수 있도록 배려
- 자국에서 인종적, 종교적, 정치적 이유로 박해의 위험에 처한 사람들을 보호하여 그들에게 사람답게 살 수 있는 안식처 제공

2014년 11월 오바마 미국 대통령은 이민개혁안을 발표했습니다. 이에 따라 미국 내 불법체류자 1,130만 명 가운데 최대 500만 명에 달하는 사람들에게 대한 추방이 유예될 전망입니다.

미국에서 최소 5년 이상 불법적으로 거주하면서 미국 시민권이나 영주권을 가진 자녀를 둔 부모 500만 명이 이번 추방 유예 행정명령 조치의 대상입니다. 또한 임시 영주권 부여 대상이 확대됐으며, 고숙련 근로자와 과학·기술 전공 학생 등에 대한 비자 발급도 확대됐습니다.

자세한 내용은 다음의 QR코드를 통해 확인할 수 있습니다.



4) 식품 및 외식산업 정책

① 발포폴리스타이렌(Expanded Polystyrene, EPS) 폼 제품 사용 규제

2013년 마이클 블룸버그 전 뉴욕시장이 먼저 제안한 바 있는 발포폴리스타이렌 폼 제품 사용 규제는 실천되지 못하다가, 2015년 빌 드 블라지오 시장에 의해 실현되었습니다.

※ 발포폴리스타이렌 폼은 현재 워싱턴 D.C., 샌프란시스코, 오글랜드, 포틀랜드, 알바니, 시애틀에서 사용이 금지돼 있습니다.

이 규제는 비영리단체 및 뉴욕시 위생국(Department of Sanitation) 등의 자문을 통해 발포폴리스타이렌 폼이 재활용되거나 현재 별도의 수집 프로그램이 없다는 걸 확인한 뒤 결정됐습니다. 규제는 환경보호를 위해 뉴욕 내의 식품 서비스 및 제조업체에서 발포폴리스타이렌 폼 소재의 컵, 접시, 쟁반, 용기 등의 소지, 판매, 제공을 금지하는 내용을 담고 있습니다.

또한 일명 '팩킹 피넛(Packing Peanuts)'으로 불리는 발포폴리스타이렌 소재의 포장용 충전재도 규제되는데, 팩킹 피넛에 포장된 제품을 다른 지역에서 뉴욕으로 배송하는 것은 가능하나, 뉴욕 내에서 팩킹 피넛의 판매는 금지됩니다.

뉴욕 내 발포폴리스타이렌 폼 용기 사용 금지는 2015년 7월에 발효되어 거리의 푸드카트에서부터 중식당까지 모두 적용될 예정이지만, 본격 시행에 앞서 2016년 1월까지 벌금이 면제되는 유예기간을 갖게 됩니다.

한 해 수익이 50만 달러(약 5억 5,800만 원) 이하인 비영리기관 혹은 사업체는 발포폴리스타이렌 폼 제품의 사용 금지가 면제될 수 있으나, 다른 소재의 제품을 사용할 경우 경제적 어려움에 부딪치게 된다는 사실을 증명해야 합니다.

발포폴리스타이렌 폼 사용이 금지됨에 따라, 뉴욕에서의 일회용 용기 수요에 큰 변화가 있을 것으로 전망됩니다. 종이용기 및 친환경 소재의 일회용품에 대한 수요가 증가하고, 스티로폼 재질의 제품은 수요가 급감할 것으로 보입니다.



사진 1-6 발포폴리스타이렌 폼 제품(좌), 팩킹 피넛(우)

② 식품열량 표시 의무화 정책

2014년 11월 미국 식약청(Food and Drug Administration)은 레스토랑과 자동판매기에서 판매하는 식품의 열량 표시를 의무화하는 법안을 통과시켰습니다.

레스토랑 등 체인점에서 판매하는 식품에 함유된 칼로리량 명시 의무화 최종 규정(Nutrition Labeling of Standard Menu Items in Restaurants and Similar Retail Food Establishments)

- 2015년 12월 1일부터 시행되는 이 법안의 적용대상인 20개 이상의 체인점을 보유한 레스토랑 및 유사한 소매점들은 판매하는 식품의 칼로리 정보를 명시하게 되었습니다. 또한 식료품점(Grocery Store)에서 조리되어 판매되는 음식, 놀이공원 및 극장 내에서 판매되는 음식, 드라이브 스루(Drive-Through) 등의 음식도 이 규정을 준수해야 합니다.
- 20개 이상의 체인점을 보유하지 않은 독립적 레스토랑, 푸드트럭(Food Truck) 및 아이스크림 트럭(Ice-cream Truck)에는 이 규정이 적용되지 않습니다. 또한 체인점 판매기간이 60일 이내인 시즌음식(Seasonal Food) 및 항공기 내에서 제공되는 음식에도 이 규정이 적용되지 않습니다.
- 규정에 따르면 메뉴판이나 메뉴보드(Board)상에 표시된 식품의 이름 옆에 칼로리 함량 정보를 눈에 띄게 기재해야 합니다.



사진 1-7 스타벅스 메뉴보드에 표시된 칼로리량

자동판매기에서 판매하는 식품에 함유된 칼로리량 명시 의무화 최종 규정(Calorie Labeling of Articles of Food in Vending Machines)

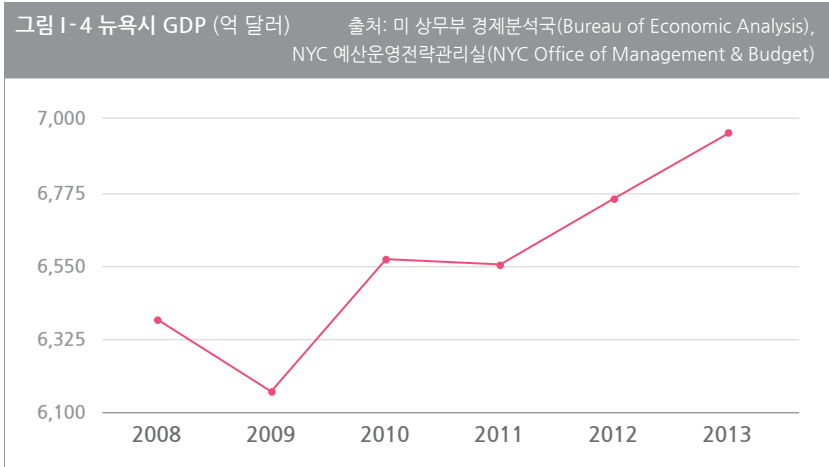
- 2016년 12월 1일부터 시행되는 이 규정에 따르면, 20개 이상의 자동판매기를 보유한 사업자는 자동판매기에 진열되어 있는 식품에 소비자가 쉽게 볼 수 있게 칼로리 정보를 기재해야 합니다.

이 2개의 법안은 식품에 함유된 성분과 칼로리량에 대한 정확한 정보에 대해 미국 소비자들의 관심이 커지고 있는 상황을 반영하고 있습니다. 식약청에 따르면 이번 규정의 목적은 소비자들이 외식을 할 때 정확한 정보를 바탕으로 음식을 선택하는 걸 돕는 데에 있습니다.

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모

2013년 뉴욕시의 GDP는 6,950억 달러(약 762조 원)로, 뉴욕주의 56.6%를 담당하고 있습니다.



뉴욕시 정책 입안자들은 2008년 경기침체 이후 뉴욕시의 제조업과 금융산업 부문 일자리가 크게 감소되었다고 평가합니다. 하지만 주 및 연방 공무원 부문 일자리도 크게 감축됨에 따라, 결과적으로 뉴욕시 공공부문이 일자리수 하락에 가장 크게 기여한 것으로 평가됩니다.

반면, 2000년부터 2013년 뉴욕시 디자이너(예: 건축, 패션, 그래픽, 실내, 산업 및 공업)는 74% 증가한 40,340명으로 집계되었습니다.

그림 1-5 2009년 대비 2012년 일자리 현황 출처: Independent economist Barbara Byrne Denham

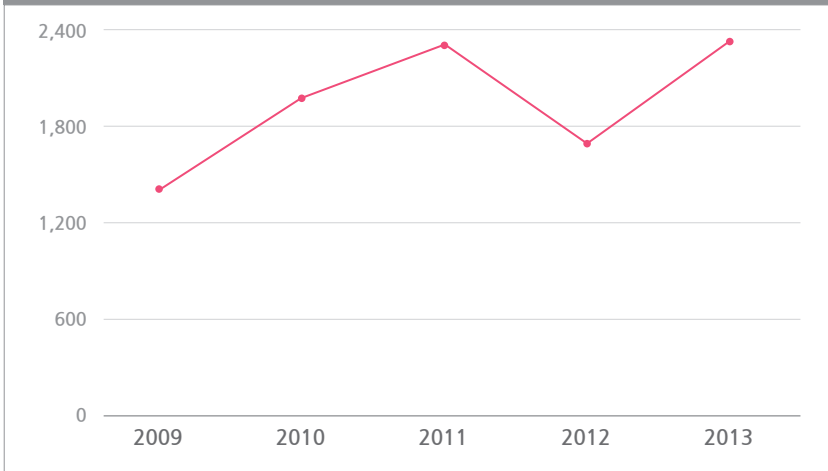
산업 별	증가수	증감률(%)
외식산업	67,800	33.5
소매업	57,900	19.7
공공 의료 서비스	57,300	14.0
교육 서비스	42,400	25.9
컴퓨터 시스템 디자인	20,100	45.4

2) 외국인 투자 유치

미국의 외국인 직접투자액(FDI)은 2012년 글로벌 경기하락 여파로 주춤하였으나, 2013년에는 2,308억 달러(약 253조 원)를 기록하여 전년 대비 36%나 증가했습니다.

그림 1-6 미국의 외국인 직접투자 유치 추이 (억 달러)

출처: 미 상무부 경제분석국(Bureau of Economic Analysis)



국가별 투자 현황을 보면, 투자 금액 기준으로 상위 10개국 중 일본과 캐나다를 제외한 8개국이 유럽 국가로 나타났습니다.

그림 1-7 미국에 대한 국가별 외국인 직접투자 금액

출처: 미 상무부 경제분석국(BEA)

순위	국가명	2013년
1	영국	41,909
2	일본	44,861
3	캐나다	23,336
4	룩셈부르크	26,101
5	스위스	16,994
12	한국	6,632
19	중국	2,419

3) 물가 상승률 변화

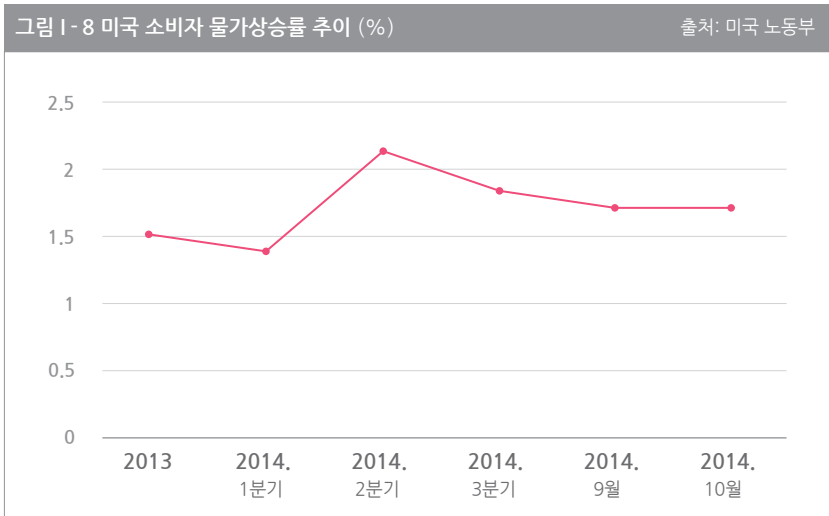
미국의 소비자 물가는 안정세를 지속하고 있습니다. 미국 소비자물가는 2014년 2분기 이후 다소 상승세를 보였으나 여전히 2% 내외의 낮은 수준에 머무르고 있습니다.

미국 연방준비은행(이하 연준)이 인플레이션의 척도로 삼고 있는 근원 PCE(Personal Consumption Expenditure) 물가상승률(물가지수 변동성이 높은 식료품과 에너지를 제외한 물가상승률)은 2014년 10월 1.4%에 그치며 목표치(0~2.0%) 내에서의 안정세를 유지하고 있습니다.

한편 2015년 들어 국제유가가 계속 떨어지면서 소비자물가 상승률이 0%대로 하락할 가능성이 제기되고 있습니다.

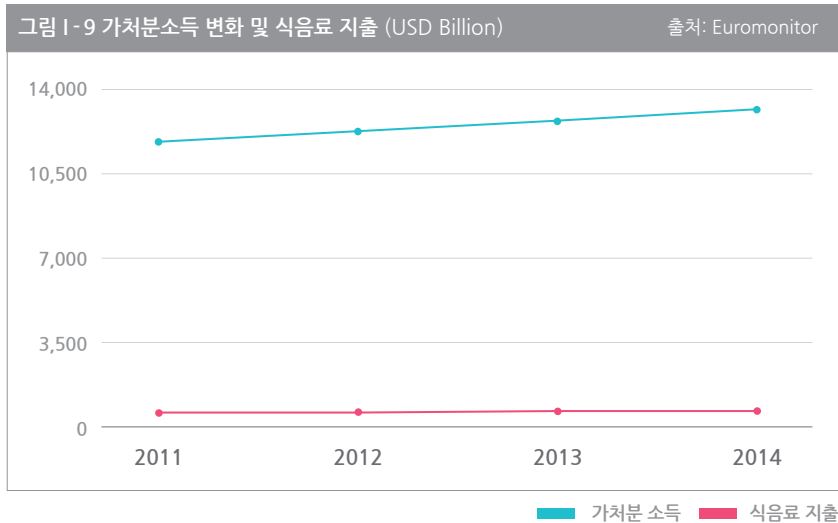
이 같은 저물가 전망은 디플레이션에 대한 우려를 야기할 수 있지만 정부 관계자들은 낙관적인 입장입니다. 연준은 “유가 하락은 경제에 오히려 호재”라 평했으며 오히려 미국 경제의 촉진제로 작용할 것이라 분석했습니다.

미국의 물가상승률은 유가 하락을 비롯한 단기적 요인들로 인해 일시적으로 낮은 수준에 머물 수 있으나, 장기적으로는 연준이 정한 목표치에 근접해질 것으로 예상됩니다.



* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출



2014년 기준 미국 국민의 가구당 연 가처분 소득은 41,355달러(약 4,580만 원)입니다.

미국 국민의 연 가처분소득은 2014년 기준 약 13조 578억 달러(약 1경 4,322조 원)를 기록했습니다. 연 가처분소득의 증가와 함께 식음료 지출액도 늘어나는 추세입니다.

최근 5년간 미국의 가처분소득은 연평균 2%의 성장률을 보이며 완만하게 성장했습니다. 2015년 가처분소득은 13조 4,569억 달러(약 1경 4,769조 원)에 달할 것으로 전망됩니다.

미국의 2014년 식품산업 규모는 6,959억 달러(약 749조 9,875억 원)입니다. 미국 식품산업은 2011년 이후 지속적으로 성장해왔고, 2015년에는 7,030억 달러(약 772조 1,752억 원) 규모로 확대될 것으로 전망됩니다.

5) 경제 동향

미국 주요 투자은행(IB)들은 기업과 가계의 경제활동 확대에 의해 미국 경제가 2014년 하반기의 강한 성장세에 힘입어 2015년에도 성장을 지속할 것으로 전망하고 있습니다.

씨티은행은 향후 고용증가와 자산효과 등으로 소비지출 증가가 경기상승을 주도할 것이라고 전망했습니다. JP Morgan의 경우 2014년 3분기의 에너지 가격 하락이 소비지출에 긍정적 요인으로 작용하는 한편, 경기상승에 대한 기대감으로 투자수요도 확대될 가능성이 있다고 전망했습니다.

뉴욕시는 경기침체기 동안 공공부문, 출판업 등에서 140,800개의 일자리가 줄어들었으나, 경기침체기 이후 소매와 건강 서비스 등에서 374,900개의 일자리가 증가하여, 경기침체기 이전 대비 234,100개의 일자리가 증가했습니다. 또한 뉴욕시의 실업률은 8%로 경기침체기 실업률(10%) 대비 2%p 하락했습니다.

하지만 경제전문가들은 최근 고용 호조에도 불구하고 근로자 임금 정체현상과 높은 주거비 등이 노동자 계층의 발전을 가로막는 걸림돌이 될 것으로 지적하고, 더불어 일자리 수의 증가가 중산층의 생활방식을 개선시켰는지도 불분명하다고 평가하고 있습니다.

그림 1-10 각 직업군의 시간당 평균 임금^[1] 출처: 미국 노동통계국(U.S. Bureau of Labor Statistics)

직업 종류	뉴욕	미국 전체
전체 직업 평균	27.89	22.33
변호사	75.74	63.46
치과의사	73.56	79.12
금융전문가	57.24	44.05
미디어 종사자	54.67	43.48
컴퓨터 프로그래머	43.99	38.91
회계사 및 회계감사관	43.60	34.86
공인 간호사	39.54	33.13
건설 근로자	24.92	16.84
택시 기사	15.17	12.12
소매 판매상	13.10	12.20
요리사	9.86	9.07

(단위: U.S. \$)

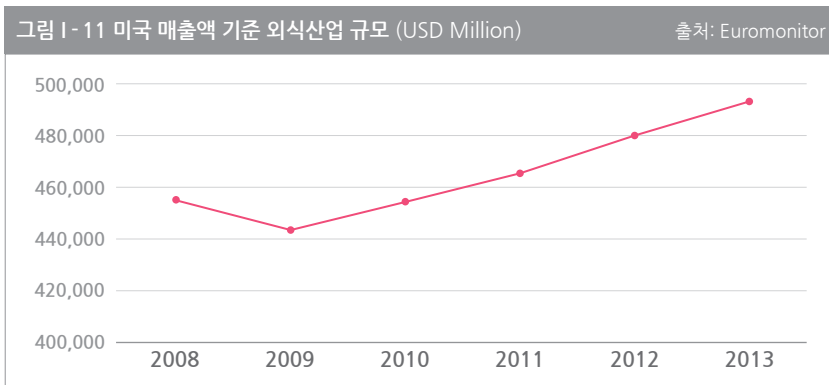
[1] 뉴욕시 생활비용(예: 식료품, 주택 임대료 등)은 다른 주에 비해 가장 비싸지만, 시간당 평균 임금은 미국 내에서 가장 높습니다.

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

① 외식산업 규모



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
매출액 (USD Million)	454,547	443,306	452,097	463,256	479,155	492,491

미국의 외식산업은 매출액 기준 2008~2013년 동안 연평균 1.6% 증가했으며, 2018년까지 연평균 2.5% 추가 증가할 전망입니다.

패스트푸드가 연평균 2.7%의 성장률을 보여 지난 5년간 가장 크게 성장했습니다. 카페/바 및 노점/키오스크도 2.3%의 성장을 보이며 시장점유율을 높였습니다.

반면 셀프 서비스 카페테리아는 3.8%대의 마이너스 성장을 보였으며 시장 전체 성장률보다 낮아 시장점유율을 잃고 있습니다. 셀프 서비스 카페테리아는 2018년까지 계속하여 -1.3%의 성장률을 보일 것으로 전망됩니다.

한편 패스트푸드는 2018년까지 연평균 2.9%의 성장률을 보이며 외식산업 부문 내에서 가장 성장할 것으로 기대됩니다.

카페/바 및 배달/테이크 아웃 전문점도 각각 2.6%, 2.4%의 성장을 보이며 두 번째와 세 번째로 성장해 시장점유율을 높일 것으로 전망됩니다.

② 업태별 현황

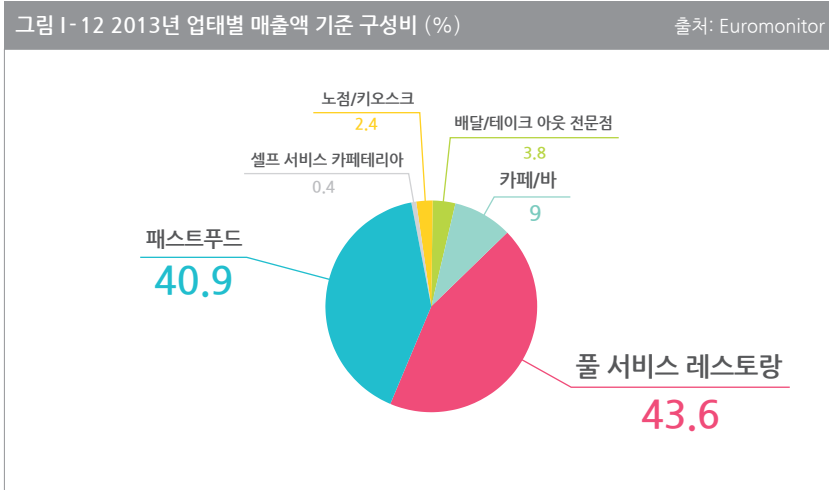
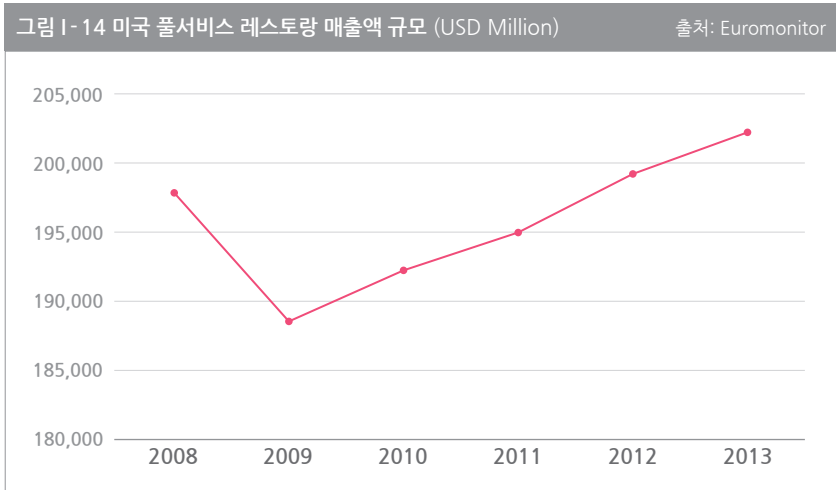


그림 I-13 외식산업 업태별 현황 - 매출액 기준 (USD Million) 출처: Euromonitor

	2008	2013	
		USD Million	CAGR (08~13)
외식산업	454,546.8	492,490.5	1.6
배달/테이크 아웃 전문점	17,072.5	18,488.6	1.6
카페/바	41,066.0	46,088.5	2.3
풀서비스 레스토랑	198,025.3	202,443.8	0.4
패스트푸드	185,985.8	212,083.3	2.7
셀프 서비스 카페테리아	1,682.5	1,385.7	-3.8
노점/키오스크	10,714.7	12,000.6	2.3

* 위 식당유형은 'Euromonitor'의 조사 카테고리예 의한 분류로 일반적인 식당분류와는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장



풀서비스 레스토랑의 2013년 매출액은 약 2,024억 4,380만 달러(약 218조 1,000억 원)를 기록하였습니다.

2008~2013년 동안 외식산업 시장은 매출액 기준 연평균 1.6%의 성장률을 기록한 가운데, 풀서비스 레스토랑은 전체 산업의 성장률보다 현저히 낮은 0.4%의 성장률을 기록하여 시장점유율을 잃었습니다. 이는 외식 업체 중 다섯 번째를 기록한 수치입니다.

미국의 경기회복 덕분에 외식산업은 2018년까지 매출액 기준 연평균 2.5%의 성장률을 기록할 전망이며, 풀서비스 레스토랑은 2%의 성장률을 기록하여 차츰 성장세에 들어설 전망입니다.

풀서비스 레스토랑 체인 중에서는 Darden이 11.9%, Dine Equity가 10%의 시장점유율을 보이며 선두권을 형성하고 있습니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

2) 외식시장 트렌드

① 뉴욕의 푸드트럭

푸드트럭은 음식을 조리하고 판매할 수 있도록 특수 개조된 차량입니다.

도로변에 세워진 푸드트럭에서 손님은 간편하고 빠르게 맛있는 음식을 이용할 수 있습니다. 2015년 기준 뉴욕에서 운영되는 푸드트럭은 약 500대 이상이며, 뉴욕에 거주하는 사람 네 명 중 한 명은 매주 1회 이상 푸드트럭을 이용하고 있습니다. 푸드트럭의 대수도 이에 따라 점점 더 늘어나는 추세입니다.

대표적으로 인기를 끄는 메뉴에는 샌드위치, 타코, 할랄 푸드가 있으며, 최근에는 김치, 불고기 등 한식을 주재료로 한 퓨전 한식 푸드트럭도 새로운 열풍을 이끌고 있습니다.



푸드트럭이 가진 강점은 접근성입니다. 거리를 나서서 조금만 걸으면 어렵지 않게 푸드트럭을 발견할 수 있습니다. 푸드트럭은 유동인구를 고려하여 평일 점심에는 사무원들이 많은 오피스 빌딩 근처에 자리잡고, 주말에는 관광지, 공원 근처에 주로 모여 있습니다. 푸드트럭의 이동계획은 홈페이지 및 애플리케이션을 통해 확인할 수 있습니다.

모든 푸드트럭은 기관에 영업신고를 해야 하며, 일반식당처럼 수시로 식품 위생 점검을 받습니다. 최근 미국에서는 깨끗하고 신선한 유기농 재료를 이용하자는 로컬푸드 열풍이 불면서, 푸드트럭 역시 건강한 식재료를 조리하는 데 많은 노력을 기울이고 있습니다.

② 건강한 메뉴 연달아 출시

소비자들은 지속적으로 건강을 중시하는 경향을 보이고 있습니다.

외식을 할 때도 적절한 영양소가 포함된 칼로리가 낮은 음식을 선호하고 있습니다. 외식업계는 이처럼 소비자들이 간편하면서 영양 균형이 잡힌 메뉴를 선호한다는 점에 주목해서 건강 메뉴를 추가하고 있습니다.

타코벨은 2014년 7월 신메뉴로 파워단백질 메뉴와 무칼로리 음료를 출시했습니다. 파워단백질 메뉴는 20g의 단백질과 450kcal 이하의 열량으로 구성되어 있습니다. 파워단백질 브리토와 파워단백질 보울은 닭고기나 스테이크의 양은 두 배로 늘렸지만 기름진 토핑은 줄였습니다.

던킨도너츠는 글루텐프리 계피 설탕 도너츠와 블루베리 머핀을 출시했습니다. 2013년 초 메사추세츠주에서 시범적으로 글루텐프리 아침식사용 패스트리를 시판해 좋은 반응을 얻었으며, 현재는 코네티컷주까지 판매를 확대했습니다.



③ 모바일 이용 주문 결제서비스 경쟁 가속

외식업계에도 모바일 어플리케이션의 영향력이 커지고 있습니다.

버거킹은 일부 지점에서 우선적으로 휴대전화 결제서비스를 시행하고 있으며, 스타벅스도 아이폰 버전의 어플리케이션을 통해 더 빠른 결제서비스를 제공하고 있습니다.

서브웨이의 경우 2013년 3월 모바일 서비스를 시작한 이후 현재 40만 명의 고객들이 어플리케이션을 다운받은 것으로 나타났습니다.

[참고] 뉴욕에 부는 'Gochujang' 열풍

세계 음식의 수도, 이른바 '푸드메트로폴리탄(Food+Metropolitan)'으로 불리는 뉴욕에서 고추장이 인기 소스로 급부상하고 있습니다.

고추장은 피자과 파스타, 바비큐 등에 두루 쓰이고 있습니다. 한식의 대표주자가 기존의 갈비, 비빔밥, 불고기 등의 요리에서 소스와 같은 식재료로 확산되고 있는 것입니다. 전문가들은 식재료는 현지 요리와도 결합해 광범위하게 쓰일 수 있는 만큼, 고추장 인기가 본격화되면 상당한 경제적인 효과가 있을 것으로 보고 있습니다.

5~6년 전만 해도 고추장은 뉴욕에서 '변방의 소스'에 지나치 않았습니다. 일본 간장, 중국 굴소스 등 다채로운 다국적 소스에 밀려, 한국 교민들이 코리아타운에서나 구할 수 있는 식재료이었습니다.

하지만 요리 서바이벌 프로그램 및 인기 건강 프로그램에서 고추장의 캡사이신 성분이 신진대사를 촉진시켜 다이어트에 도움을 준다는 내용이 소개되자, 본격적으로 대중적 관심이 높아지기 시작했습니다.

2014년부터 고추장은 뉴욕의 힙스터(Hipster, 트렌드를 앞서가는 사람)들이 자주 찾는 레스토랑 메뉴판에 잇달아 등장하고 있습니다. 기존에는 '한국식 케첩(Korean Ketchup)'이나 '한국식 핫 소스(Korean Hot Sauce)'라는 표현으로 설명을 했지만, 이제는 그냥 고추장이라고 표현해도 알아들을 정도로 대중화되어가고 있습니다.



사진 1-8 대상(주) 청정원 고추장(좌), 장모김치 고추장(우)

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

뉴욕은 대중교통 인프라가 잘 발달되어 있어서 뉴욕 시민들에게 많은 교통비용을 부담하지 않습니다 (뉴욕 9%, 미국 평균 11%). 대신 뉴욕 시민은 주택비용에 예산의 23%를 지출(미국 평균 18%)하고 있으며, 거주하기 비싼 도시로서의 뉴욕을 증명하고 있습니다.

뉴욕 시민은 미국의 다른 지역 시민에 비해 교육에 77%, 의류·신발에 75%, 주택에 68%를 더 많이 지출합니다.

뉴욕은 미국의 패션 중심지로서 많은 국내외 쇼핑객이 모이며, 2012년 뉴욕 내 의류·신발 매출액은 398억 달러(약 45조 원)를 기록하였습니다. 이는 뉴욕을 북미지역에서 가장 큰 시장이 될 수 있도록 만들어 주는 원동력입니다.



사진 1-9 뉴욕의 지하철역(좌), 쇼핑가를 거닐고 있는 시민들(우)

① 변화하는 뉴욕 상점

문화의 중심지인 뉴욕의 소비자들은 항상 새로운 것을 추구하고 있습니다. 이러한 소비자의 요구를 반영하여, 뉴욕 내 상점은 더 이상 단순히 쇼핑만을 위한 장소가 아닌, 소비자가 자주 찾을 수 있는 공간으로 발전하기 위해 노력하고 있습니다.

예를 들어, 'Saturdays Surf NYC'의 경우 실내에서는 의류를 판매하지만, 매장 뒤 야외에는 에스프레소 바와 앉을 공간이 있습니다. 이 공간은 소비자들이 자주 찾으며 휴식 및 친목도모를 하는 등 사교장소로 인기를 얻고 있습니다. Saturdays Surf NYC는 이러한 전략을 통해, 고객을 유치하며 브랜드 충성도를 높이고 있습니다.



사진 I - 10 Saturdays Surf NYC(좌) Chelsea Market(우)

또 다른 예는 ‘Chelsea Market’입니다. 이곳은 소매 상점의 틀을 깨고 다양한 음식과 커피를 제공하고 있습니다.

업계 전문가에 따르면, 이러한 변화가 빠르게 움직이는 뉴욕 소비 시장에서 성공하기 위한 열쇠라고 설명했습니다. 브랜드, 매장 인테리어 등을 통해 다양하고 새로운 분위기를 창출하는 것이 뉴욕 소비자를 지속적으로 유치하는 방법인 것입니다.

② 민간 소비 지출액의 감소

미국 상무부(Department of Commerce)가 발표한 개인소비 및 소득 보고서에 따르면, 2015년 1월 미국 개인 소비지출이 전월 대비 0.2% 감소하여 두 달 연속 하락세를 기록한 것으로 나타났습니다.

그림 I - 15 개인소비 및 소득 월별 비교(2014.9~2015.1)

출처: 미국 상무부 (Department of Commerce)

	2014년				2015년
	9월	10월	11월	12월	1월
개인 소득	0.2	0.4	0.4	0.3	0.3
가처분 소득	0.1	0.3	0.3	0.3	0.4
개인 소비 지출	0.2	0.4	0.4	-0.3	-0.2

미국 경제의 완만한 성장세 및 고용시장의 활성화에 따라 개인소득은 증가했지만, 여전히 미국 소비자들의 심리는 얼어붙어 있는 것으로 나타났습니다.

또한 개인 저축률이 최근 2년 새 가장 높은 5.5% 수준까지 올라, 개인이 불투명한 미래를 우려해 소비보다는 저축에 눈을 돌리고 있는 것으로 나타났습니다.

개인소득의 증가로 소비 지출액은 자연스럽게 증가세로 이어질 것으로 전망되고 있습니다.

2) 외식소비 특성

① 미국에서 팁 인심이 가장 후한 뉴욕 시민

미국에서 팁은 절대 강압적인 것이 아닙니다. 하지만 팁은 미국의 서비스업계에 종사하는 종업원들의 주된 수입원이기 때문에, 팁을 주지 않으면 눈치를 받거나 멸시를 당할 수 있습니다. 따라서 미국에서 팁은 감사의 의미이기보다는 약간의 강제성을 띤 문화입니다.

뉴욕은 미국에서 식당 팁을 가장 많이 주는 지역으로 조사됐습니다.

쿠폰거래 사이트인 쿠폰코즈포유(CouponCodes4U)가 미 전역의 2,300여 명을 대상으로 소비습관을 조사한 결과, 뉴욕 시민은 통상 음식값의 20% 이상을 팁으로 주는 것으로 나타났습니다.

뉴욕 시민 다음으로 팁 인심이 후한 사람들이 사는 지역은 뉴저지, 캘리포니아, 네바다, 텍사스주 등의 순입니다.

반면 아칸소 주 사람들은 음식값의 10% 정도만 팁으로 준다고 대답해 가장 ‘인색하다’는 평가를 받았습니다. 이어 웨스터 버지니아, 노스 타코타, 조지아, 앨라배마주 등의 순으로 팁 인심이 야박한 것으로 나타났습니다.

조사대상의 절반 이상이 이왕이면 팁이 아닌 음식값에 돈을 쓰고 싶다고 했지만, 33%는 좀 적게 먹더라도 팁을 주는 게 낫다는 반응을 보였습니다.

또한 25%는 서비스에 따라 팁을 출지 결정한다고 밝혔지만, 63%는 서비스가 기준치에 미달하더라도 팁을 줘야 한다는 부담감을 느끼고 있는 것으로 나타났습니다.



② 스낵바에서의 간단한 식사 증가

바쁜 미국의 소비자들은 식사를 제대로 차려먹는 것보다 스낵바에서 끼니를 때우는 것을 선호합니다. 시간을 절약하기 위한 방안으로 점점 많은 사람들이 가벼운 요깃거리를 파는 스낵바(Snack bar)를 선택하고 있습니다.

스낵바들이 영양학적으로 균형있는 식품들을 내놓기 시작하면서 이들의 인기는 더욱 높아지고 있습니다. 금융기관 Rabobank의 조사에 따르면 스낵바는 다양한 수요를 지닌 소비자를 유인하고 있는 것으로 나타났습니다. 일례로 스낵바에서 판매하는 단백질 바(High Protein Bar)는 근육을 키우고자 하는 운동선수들이나 다이어트 중인 사람들에게 인기를 끌고 있습니다. 또한 과일과 채소를 좋아하는 여성들을 겨냥한 가벼운 샐러드가 인기리에 판매되고 있기도 합니다.



사진 I - 11 스낵패스트(Snackfast)

이처럼 스낵바의 편의성과 유용성이 수요를 창출하고 있습니다. 더불어 장소와 시간을 유연하게 선택할 수 있기에 시간이 부족한 소비자들에게 인기를 얻고 있습니다. 2008~2012년 사이 스낵바에 대한 수요는 급증하여 2012년 외식업 소매상 매출액이 약 60억 달러(약 6조 5,904억 원)에 달했습니다.

[참고] '노팁' 식당 증가

2015년 기준, 팁으로 인한 분쟁을 피하려고 아예 '노팁(No Tip)'을 선언하는 식당이 늘고 있습니다.

2015년 2월 미국의 뉴욕타임스(The New York Times)에 따르면 팁이 천정부지로 치솟은 것은 최근 전자기기를 이용한 터치스크린 결제 방식과 관련이 깊다고 밝혔습니다.

뉴욕에 있는 G카페의 경우, 4달러(약 4,400원)의 커피를 신용카드로 결제한 손님에게 세 가지의 팁 규모를 제시합니다. 카페 종업원이 보여주는 아이패드 결제시스템에는 1달러(25%), 2달러(50%), 3달러(75%)의 팁 버튼이 표시되어 있습니다. 물론 고객이 원하는 만큼의 팁을 주거나, 팁을 아예 안 주겠다는 버튼도 있지만, 대부분 이를 선택하기보다는 중간 정도인 2달러(약 2,200원)로 주게 된다고 나타났습니다.

뉴욕에서 좌석에 앉아 식사하는 식당은 통상 15%의 팁이 기준이 됩니다. 구체적으로는 점심식사에서는 10%, 저녁식사에서는 20%를 주는 것이 관행화되어 있습니다.

팁이 민감한 까닭은 이것이 최저임금을 받지 못하는 저임금 종업원의 임금 보전 수단이기 때문입니다. 1940년만 해도 10%로 고정됐던 팁의 수준이 세월을 거치며 자꾸 높아져 이제는 고객이 불평할 지경에 이르렀고, 팁의 분배를 둘러싸고 고용인과 종업원 간 분쟁이 발생하는 등 팁을 둘러싼 갈등이 갈수록 심화되고 있습니다.

이 때문에, 뉴욕에서는 '노팁'을 선언하는 식당이 늘고 있습니다. 이들은 팁에 해당하는 만큼의 돈을 가격에 포함시켜 고객에게 받고, 이를 일정 비율로 업주와 종업원이 나누는 방식을 사용하고 있습니다.

주로 아시아계 식당이 이런 방식을 도입하고 있습니다. 서양 문화와 달리 팁 문화에 익숙하지 않은 아시아 고객들로부터 팁을 직접 받아야 하는 상황을 피하고, 나아가 팁을 둘러싼 종업원과 고객들의 충돌을 막는다는 취지가 포함된 것으로 보입니다.



3) 외식소비 심층분석

2014 해의 외식·한식산업 소비자 조사(뉴욕 거주 소비자 500명을 대상으로 한 온라인 설문조사 결과)를 기준으로 작성함

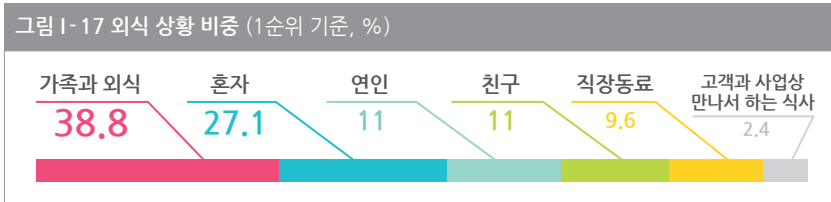
뉴욕 소비자들의 외식 상황(혼자 있을 때, 직장 동료와 함께할 때, 고객과 사업상 만날 때, 가족과 외식을 할 때, 연인과 데이트할 때, 친구와 함께할 때)별 식당 선택 기준, 외식 상황별 비중, 상황별 외식 지출액 및 적정 가격대는 아래와 같습니다.

① 상황별 식당 선택 기준

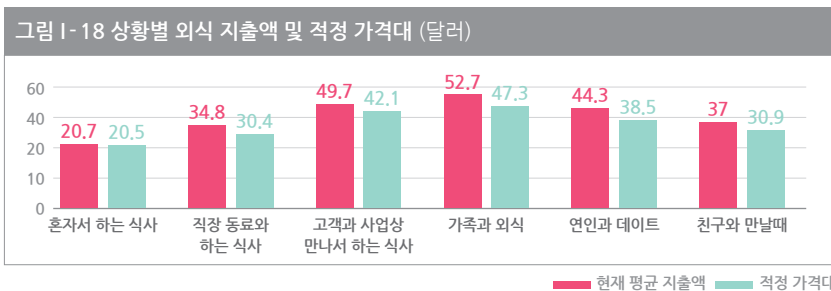
그림 I-16 상황별 식당 선택 기준 Top5

	혼자	직장동료	고객(사업)	가족	연인	친구
1	맛 (62.2%)	맛 (40.2%)	맛 (33.2%)	맛 (44.4%)	맛 (39.4%)	맛 (40.8%)
2	가격 (13.6%)	가격 (18.4%)	분위기 (13.8%)	가격 (20.4%)	분위기 (15.2%)	가격 (19.6%)
3	청결/위생 (5.6%)	분위기 (7.8%)	가격 (13.0%)	청결/위생 (7.0%)	가격 (12.0%)	분위기 (6.4%)
4	다양한 메뉴 (4.0%)	청결/위생 (5.2%)	청결/위생 (5.6%)	영양 (4.8%)	청결/위생 (5.2%)	음식의 양 (5.0%)
5	영양 (3.8%)	식당의 위치 (3.8%)	영양 (2.8%)	분위기 (4.6%)	다양한 메뉴 (3.8%)	다양한 메뉴 (4.2%)

② 외식하는 상황¹⁾



③ 상황별 외식 지출액 및 적정 가격대

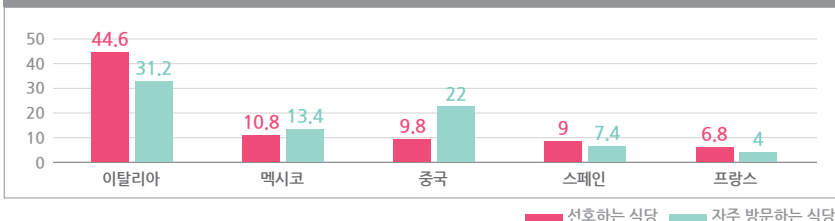


[1] 상황별 식당 선택 기준 질문에서 모두 '해당없음' 항목을 선택한 응답자 제외 (N=498)

④ 식당 종류

뉴욕 소비자들이 선호하는 에스닉 및 자주 방문하는 에스닉은 모두 'Italian'이 가장 높은 비중을 차지하였습니다.

그림 I-19 선호 및 자주방문 식당 종류 (%)



⑤ 식당 형태

선호하는 식당 및 자주 방문하는 식당 중 가장 높은 비율을 차지하는 것은 '일반식당'으로 조사되었습니다.

그림 I-20 식당 형태별 '선호하는 식당 형태' 및 '자주 방문하는 식당 형태' (%)

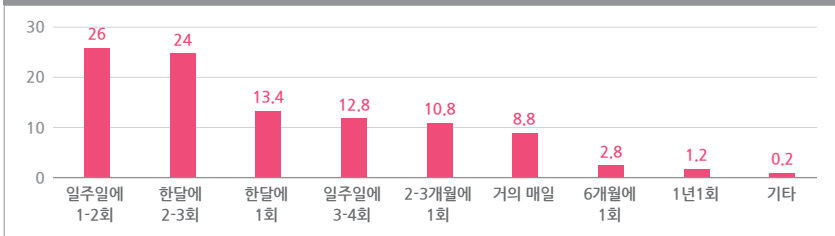
	일반 식당	고급 식당	패스트 푸드점/퀵서비스	테이크아웃/배달전문점	카페 테리아/푸드코트	커피숍/주점	기타
선호 %	32.8	30.8	18.2	16.2	0.8	0.6	0.6
자주 방문 %	34.8	26.0	11.2	25.0	2.0	0.4	0.6

* 위 식당유형은 한식재단에서 실시한 '2014 해외 외식 및 한식산업조사'에 따라 분류하였습니다.

⑥ 선호하는 식당 방문 빈도

선호하는 식당 방문 빈도는 '일주일에 1~2회'가 26.0%로 1순위를 차지하였습니다.

그림 I-21 선호하는 식당 방문 빈도 (%)



3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율

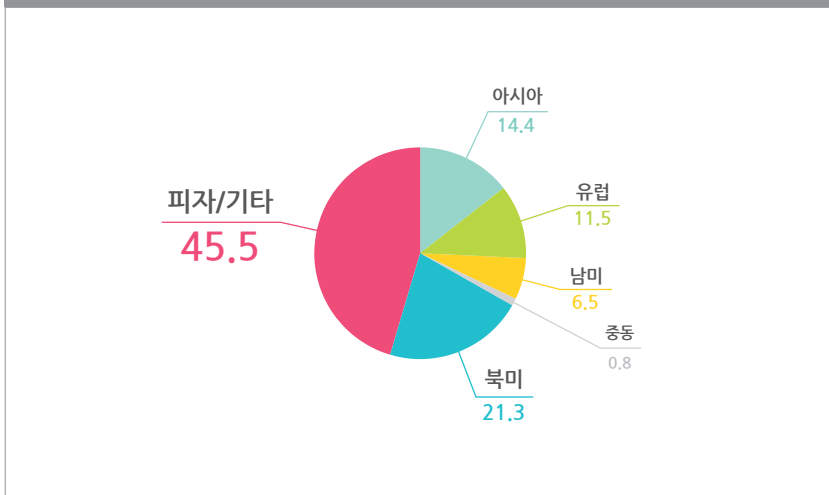
① 미국 내 매출액 기준 풀서비스 레스토랑 에스닉별 점유율

매출액을 기준으로 한 미국 내 풀서비스 레스토랑의 에스닉별 점유율을 살펴보면 피자/기타(Pizza/Others)가 45.5%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 북미(North American)가 21.3%로 뒤를 이었습니다.

아시아(Asian)가 14.4%, 유럽(European)이 11.5%의 점유율을 보였으며, 남미(Latin American) 및 중동(Middle Eastern)의 합은 10% 이내로 낮은 점유율을 보였습니다.

남미(Latin American)가 2018년까지 연평균 2.4%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 반대로 유럽(European)은 연평균 1.1%의 가장 낮은 성장률을 기록할 것으로 나타났습니다.

그림 1-23 미국 내 매출액 기준 풀서비스 레스토랑 에스닉별 점유율 (%)



* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

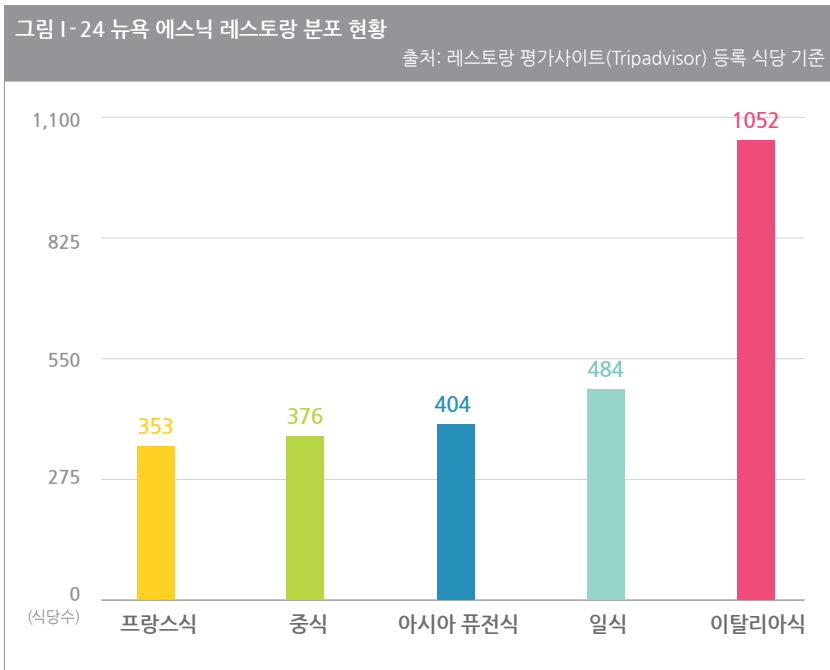
* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

② 뉴욕 에스닉 레스토랑 분포 현황 (레스토랑 평가사이트 등록수 기준)

뉴욕 에스닉 레스토랑 분포 현황(레스토랑 평가사이트 등록수 기준)을 살펴보면 이탈리아 식당(Italian)이 1,052곳으로 가장 많았으며, 일식당(Japanese)이 484곳으로 뒤를 이었습니다.

아시아 에스닉 식당 중에서는 일식당(Japanese)이 484곳, 아시아 퓨전(Asian) 404곳, 중식당(Chinese)이 376곳, 태국 식당(Thai) 194곳 순으로 많습니다.

한식당(Korean)은 12곳으로, 다른 아시아 에스닉 식당에 비해 수가 적은 것으로 파악됩니다.



* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 대략적인 비교를 위하여 'Tripadvisor'의 자료를 인용한 것으로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

뉴욕은 전 세계 음식을 도시 내에서 모두 맛볼 수 있는 도시입니다. 뉴욕에서 일식과 중식의 인기는 하락세이지만, 베트남, 태국, 인도네시아 음식은 최고점을 넘어섰으며, 한식의 인지도 또한 지속적으로 상승하고 있어 뉴욕 외식 문화의 차세대 트렌드 주자로 기대를 모으고 있습니다.

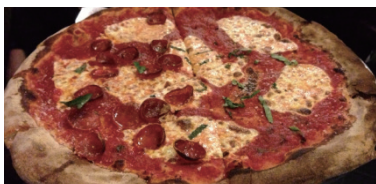
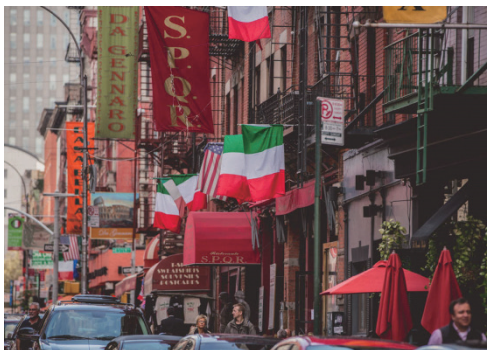
① 이탈리아 식당(Italian) 진출 현황

뉴욕 내 이탈리아 식당은 19세기 중반에 아메리칸드림을 꿈꾸며 뉴욕에 건너온 이탈리아인으로부터 비롯된 곳이 많습니다. 이들이 정착하는 과정에서 자연스럽게 조국 이탈리아의 음식문화도 뉴욕에 자리를 잡게 되었습니다.

현재 뉴욕에는 1,052개의 이탈리아 식당이 있으며(레스토랑 평가사이트 등록수 기준), 주요 메뉴는 피자와 파니니입니다.

이탈리아 피자 전문점은 뉴욕 도시 전역에 퍼져있습니다. 이탈리아 요리 전문점의 경우 리틀 이탈리아(Little Italy) 상권이 몰락하면서 미드타운(Midtown) 및 헬스키친(Hell's Kitchen)으로 이동했습니다.

패스트 캐주얼 및 캐주얼 다이닝 유형의 식당이 많으며 건강식이나 채식주의자를 위한 메뉴를 추가하는 것이 트렌드입니다.



② 중식당(Chinese) 진출 현황

최근 미국의 중식당 숫자는 미국 전역에 있는 맥도날드(McDonalds), 버거킹(Burger King), 피자헛(Pizza Hut)의 점포 수를 합친 것보다도 많습니다.

레스토랑 평가사이트 등록 기준으로 중식당은 뉴욕 내에 376곳이 있지만, 뉴욕시 보건국(NYC Health Department) 자료에 따르면 2,500개에 이를 정도로 영세사업자가 많습니다.

뉴욕의 중식당은 차이나타운에만 있는 것이 아니라, 어퍼이스트사이드(Upper East Side), 어퍼웨스트사이드(Upper West Side) 등 주거지역에도 많이 자리잡고 있습니다.

요리의 가격대는 다른 에스닉 요리와 비교하여 저렴한 편입니다. 주로 배달을 중심으로 운영하고 있지만, 예약을 해야 갈 수 있는 고급 중식당들도 있습니다.



③ 멕시코 식당(Mexican) 진출 현황

뉴욕 내에는 345개의 멕시코 식당이 있습니다 (레스토랑 평가사이트 등록수 기준).

멕시코 식당은 주로 남미에서 온 이민자들이 많이 사는 어퍼웨스트사이드(Upper West Side) 및 헬스키친(Hell's Kitchen)에 위치해 있습니다.



3) 주요 에스닉 식당 소개

① Eataly

주소: 200 5th Ave, New York, NY 10010

전화번호: +1-212-229-2560

홈페이지: www.eataly.com

‘Eataly’는 현대화된 전통 재래시장과 소규모 비스트로가 만난 신개념 푸드 메카입니다. 규모는 50,000㎡(약 1,400평) 규모에 달하며, 이탈리아 전 지역에서 생산되는 수백년의 전통을 자랑하는 최상의 브랜드 음식을 맛볼 수 있습니다. 또한 이탈리아에서 직접 공수된 신선한 식재료를 직접 보고 느끼고 체험할 수 있도록 구성되어 있습니다.

매장 안에는 소규모 비스트로뿐만 아니라 6개의 독립적인 레스토랑도 존재합니다. 전 세계적으로 인기 있는 이탈리아 커피 브랜드 ‘Lavazza Café’도 있습니다.



사진 I - 13 Eataly 식당 전경 및 요리

② La Palapa

주소: 77 St Marks Pl, New York, NY 10003

전화번호: +1-212-777-2537

홈페이지: lapalapa.com

‘La Palapa’는 뉴욕 맨해튼에만 2개의 지점이 있는 유명 멕시코 요리 레스토랑입니다.

내부 장식은 고급스러우면서도 세련된 멕시코 분위기가 물씬 풍기며, 이른 아침에 찾아가도 언제나 많은 사람들로 붐빕니다.



그림 I - 14 La Palapa 식당 전경 및 요리

③ Joe's Shanghai

주소: 24 W 56th St, New York, NY 10019

전화번호: +1-212-333-3868

홈페이지: www.joeshanghairestaurants.com

‘Joe's Shanghai’는 1995년에 Queens Flushing에 처음 생겼으며, 지금은 뉴욕에만 3개의 매장이 있는 유명 중식당입니다.

‘Joe's Shanghai’의 대표 메뉴는 얇은 피를 터트리면 진한 육즙이 흘러내리는 중국 별미인 소롱포입니다.

이곳은 뉴욕타임스(The New York Times), 뉴욕 매거진(NYMag), 자갓 서베이(Zagat Survey) 등 여러 매체에 소개가 되었으며, 미식가들 사이에서도 유명합니다.



그림 I - 15 Joe's Shanghai 내부 전경(좌), 대표 메뉴인 소롱포(우)

3.4 외식상권에 대한 이해

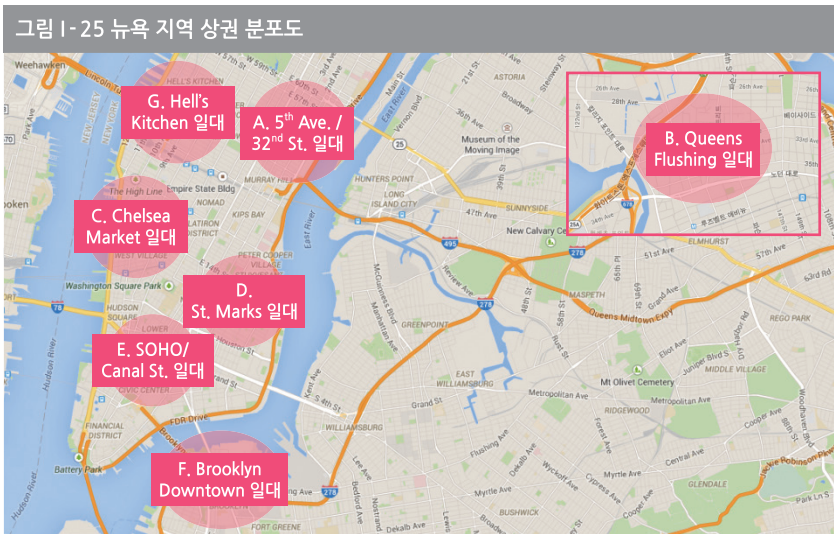
1) 주요 상권 특성

뉴욕은 미국 동북부, 뉴욕주(New York State)의 남동 해안에 위치한 미국에서 가장 큰 도시입니다. 일반적으로 미국의 행정구역은 주(State) > 광역도시(County) > 시(City)의 3단계 구조가 일반적이는데, 뉴욕의 경우 뉴욕시 안에 다섯 개의 독립 자치구(borough, 광역도시 개념)를 하위 행정구역으로 두는 형태를 취합니다. 즉, 뉴욕주 > 뉴욕시(맨해튼, 브루클린, 브롱스, 스테튼 아일랜드, 퀸즈)로 구성되어 있습니다.

5th Avenue / 32nd Street 일대: 맨해튼 내 코리아타운이 형성되어 있는 지역으로서 쇼핑 상권이 형성되어 있으며 엠파이어 스테이트 빌딩, 메디슨 스퀘어 가든 등 뉴욕 내 주요 건물이 위치해 있습니다.

Queens Flushing 일대: 한국인, 중국인들의 주거지역으로서 한인들이 운영하는 다양한 식당, 마트 등이 밀집해 있습니다. 맨해튼으로 출퇴근하는 사람들을 위한 베드타운 역할도 수행하고 있습니다.

Chelsea Market 일대: 뉴욕 현지인들 사이에서 매우 인기있는 지역입니다. 운영이 중단된 나비스코(Nabisco) 공장 내부를 개조한 공간에 각종 트렌디한 레스토랑, 디저트 전문점 등이 입점하여 성업 중인 지역입니다.



St. Marks 일대: 뉴욕 현지들에게 평일 낮보다는 저녁에 특히 인기있는 지역으로서 역사와 전통을 지닌 소규모의 레스토랑, 카페, 바 등이 운영 중에 있으며 클래식한 유럽식의 고풍 건물들과 현대식 그래피티, 조각상 등을 쉽게 발견할 수 있습니다.

Brooklyn Downtown 일대: 차이나타운, 유대인 밀집 지역으로서 맨해튼으로의 출퇴근을 위한 베드타운의 기능과 함께 각종 정치·상업의 중심지 역할을 수행하고 있습니다.

SOHO/Canal St. 일대: 뉴욕 내 대표적인 쇼핑, 관광, 예술의 지역으로서 쇼핑객, 관광객이 주로 방문하는 고가 의류 상점들이 즐비한 쇼핑 상권으로서 뉴욕의 트렌디한 레스토랑, 바 등의 입점 비율이 높은 편입니다.

Hell's Kitchen 일대: 뉴욕 내 대표적인 외식 상권입니다. 유럽, 아시아 등 다양한 에스닉 레스토랑들을 비롯하여 유명 스테이크 전문점, 바, 클럽, 마켓 등이 밀집되어 있습니다.



사진 I - 16 맨해튼 코리아타운 거리



사진 I - 17 Hell's Kitchen 거리

5th Avenue / 32nd Street 일대의 대표적인 관광, 쇼핑 등의 명소로는 뉴욕의 화려한 이미지를 대표하는 타임스 스퀘어, 미국 속의 작은 한국인 코리아타운 등이 있습니다.

5th Avenue / 32nd Street 일대의 식당 운영 현황을 살펴보면, 5th Avenue에서는 다양한 종류의 에스닉 식당을 비롯하여 외식 프랜차이즈 업체 등이 영업 중인 걸 확인할 수 있습니다. 약 100m 단위로 프레첼, 햄버거 등을 파는 푸드트럭들도 흔하게 발견할 수 있는 곳입니다.

32nd Street는 맨해튼 내 전통의 코리아타운으로서 한인 1세대들이 수십년간 운영해온 한식당들을 비롯하여 많은 국내 프랜차이즈 업체들이 입점해 있습니다. 코리아타운에서는 순두부찌개, BBQ 전문점, 술집 등을 비롯하여 다양한 한식들을 접할 수 있습니다. 만두와 같은 저렴한 가격에 간편한 테이크 아웃(To-go) 메뉴들이 뉴욕커들에게 특히 인기가 있습니다.

타임스퀘어(Times Square)

5th Avenue와 42nd Street, 브로드웨이가 만나는 삼각지대에 위치해 있는 타임스퀘어는 높은 빌딩과 화려한 네온사인, 고해상도 모션 광고들로 가득한 지역입니다. 뉴욕을 방문하는 관광객들이 필수로 방문하는 코스로, 인근에는 항시 세계적인 수준의 브로드웨이 쇼가 공연되고 있습니다.

타임스퀘어 인근에는 맥도날드, 콜드스톤 등 대형 외식 프랜차이즈를 비롯하여 다양한 종류의 에스닉 식당들이 영업 중입니다. 타임스퀘어는 맨해튼에서도 중심지역이며, 늦은 시간까지 켜져있는 네온사인과 함께 푸드트럭을 이용하는 뉴욕커들도 흔하게 목격할 수 있습니다. 푸드트럭에서는 프레첼, 핫도그 등을 저렴한 가격에 맞출 수 있습니다.



사진 I-18 타임스퀘어 전경

코리아타운

32nd Street는 맨해튼 내 전통의 코리아타운으로서 한인 1세대들이 수십년간 운영해온 한식당들을 비롯하여 많은 국내 프랜차이즈 업체들이 입점해 있습니다.

지리적으로 맨해튼의 중심지에 위치하고 있어서 코리아타운 내의 유동인구는 다양한 편이지만, 실제로 한식당을 방문하는 손님들은 주로 한국인과 중국인으로 구성되어 있습니다.

순두부찌개 전문점, 한국식 바비큐, 술집, 노래방 등을 비롯하여 한인들이 운영하는 법률사무소, 병원들도 손쉽게 찾아볼 수 있습니다.

최근에는 국내 외식 프랜차이즈들의 입점 비율이 높은 편이며, 맨해튼 내에서도 임대료가 높은 지역이라서 전통적인 한식당들이 다른 지역으로 이동하는 경우도 종종 있습니다.



사진 1 - 19 32nd 코리아타운 인근

Mandoo Bar

맨해튼 코리아타운에서 운영 중인 만두 전문점 Mandoo Bar는 뉴욕 현지인들에게 인기있는 한식당으로서, 테이크 아웃(To-Go) 형태의 물만두, 군만두 등의 만두 메뉴와 육개장, 해물파전 등을 판매합니다.

대부분의 손님들이 현지인으로 구성되어 있으며, 주로 취식하는 메뉴는 군만두, 만둣국, 돌솥비빔밥 등입니다.

만두 메뉴는 10pcs로 제공되며 평균가격은 12~14달러(약 13,000~15,500원) 정도입니다.

식당 전면을 통유리로 장식해, 즉석에서 만두 만드는 모습을 안팎에서 볼 수 있도록 하였습니다.

현지인의 입맛에 맞게 국내보다 만두의 고기 비율(고기 9: 채소 1의 비율)이 높아 한 끼 식사로도 든든합니다.

기본 밑반찬으로는 샐러드(양상추와 같은 당근)와 단무지가 제공됩니다.

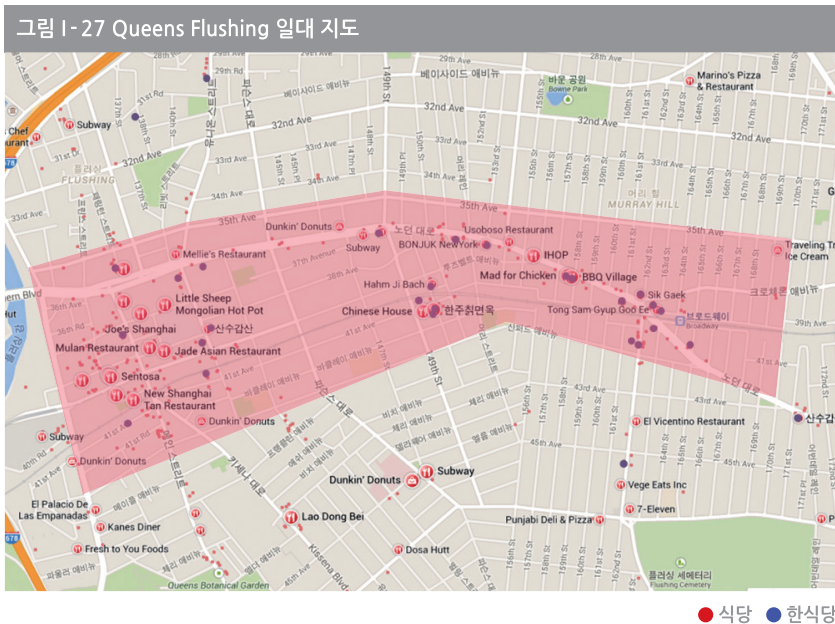


사진 1- 20 Mandoo Bar

② Queens Flushing 일대

Queens는 미국에서도 가장 다양한 민족들이 사는 곳으로 꼽히는 다민족 지구입니다. 그 중에서도 Queens Flushing 일대는 한국인과 중국인이 특히 많이 모여살고 있는 지역입니다.

한인들의 주 거주지역으로서 맨해튼으로 출퇴근하는 이들을 위한 베드타운 기능을 수행하고 있습니다. Flushing에서 맨해튼까지의 이동 소요 시간은 승용차로는 약 30분~1시간, 전철로는 약 20~40분으로, 이동이 용이한 편입니다.



Queens Flushing은 한인들의 주 거주지역인 만큼 거리 곳곳에서 한인들이 운영하는 식당, 식료품점, 마트, 교회 등을 쉽게 발견할 수 있습니다. 이 지역 한식당들은 현지인보다는 한국인을 주로 상대합니다. 따라서 순대, 감자탕, 설렁탕 등의 토속적인 한식당들이 많이 진출해있습니다.



사진 I - 21 Queens Flushing 일대 한인식당

Northern Road 일대

Queens Flushing 일대를 가로지르는 Northern Road에서 Murray Hills를 중심으로 한식당들이 모여 있습니다. 순댓국 식당, 북매운탕 전문점 등 서양인들의 입맛보다는 한국인과 동양인들의 입맛에 익숙한 식당들이 운영되고 있습니다. 또한 한인들이 운영하는 대형 슈퍼마켓과 할인마트, 화훼 농장 등이 운영 중이기도 합니다.

Northern Road 대로변에는 주로 식당, 술집, 슈퍼마켓들이 위치해 있습니다. 대로를 벗어나 골목길로 들어가면 주거 지역이 나오며, 사이사이에 한인 교회들이 위치해 있기도 합니다.



사진 I - 22 Queens Flushing 한인 밀집지역

아스토리아(Astoria)

Queens에 속한 그리스인 밀집지역으로 미국에서 가장 큰 그리스 커뮤니티입니다. 뉴욕에 거주하는 그리스 사람들이 올리브나 치즈 등의 그리스 식재료를 사러오거나 본토 요리가 먹고 싶을 때 많이 찾는 곳입니다. 아스토리아에서는 쉽게 그리스말을 들을 수 있습니다.



사진 1 - 23 아스토리아(Astoria) 그리스 식당 전경

그리스 시푸드 레스토랑 '타버나 키클레이드(Taverna Kyclades)'

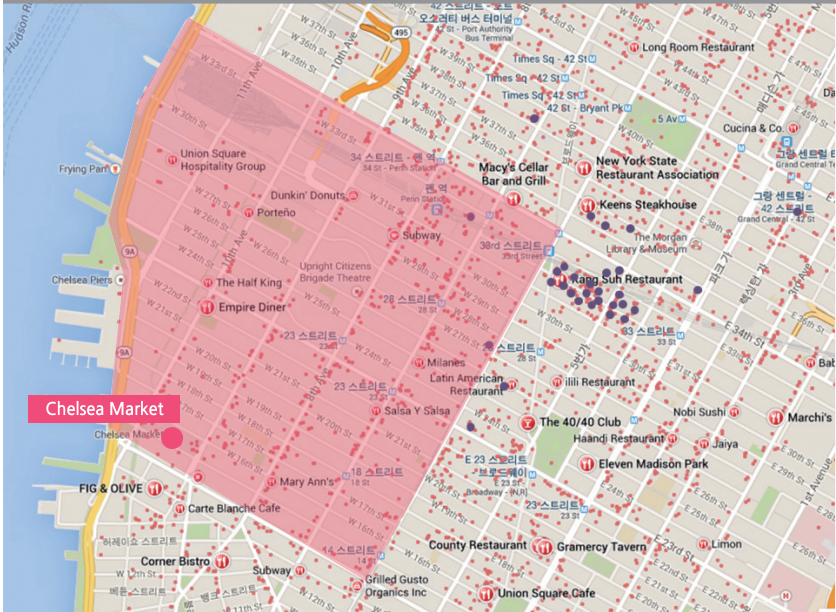
타버나 키클레이드는 뉴욕의 그리스인들이 인정한 최고의 그리스 시푸드 전문점입니다.

올리브 오일로 맛을 낸 샐러드와 그릴에 구워낸 문어 등 과한 양념을 넣지 않아 깔끔한 맛이 특징인, 정통 그리스 음식을 맛볼 수 있는 곳입니다 (www.tavernakyclades.com).



사진 1 - 24 타버나 키클레이드(Taverna Kyclades) 내부(좌), 생선요리(우)

그림 I-28 Chelsea Market 일대 지도



● 식당 ● 한식당

③ Chelsea Market

Chelsea Market 일대는 뉴욕 현지 미식가들 사이에서 광범히 인기있는 외식 상권입니다. 운영이 중단된 과거공장 내부를 개조한 공간에 각종 트렌디한 레스토랑, 디지털 전문점 등이 입점하여 성업 중에 있습니다.

Chelsea Market은 뉴욕의 랜드마크 중 하나로 꼽히며, 개조된 공공건물과 현대식 아트갤러리, 고급 아파트들이 조화를 이루고 있습니다.

현지인들 사이에서 맨해튼 내에서 가장 트렌디한 지역 중 하나로 평가받고 있습니다.



사진 I-25
Chelsea Market 내부 전경

Google과 같은 IT기업들이 Chelsea Market 인근에 위치하고 있어 현지 직장인들의 방문 비율도 높고, 외국인 관광객들도 자주 찾는 명소입니다.

Chelsea Market 건물 내부에 비치된 간이의자, 소파 등에서 테이크 아웃(To-Go) 메뉴를 취식하고 있는 사람들을 쉽게 발견할 수 있습니다.

각종 고급 에스닉 식당, 바, 클럽 등도 성업 중이며, 간편한 포장음식을 파는 곳들도 많이 입점해 있습니다.

Chelsea Market에는 한식당도 1곳(라면 전문점 Mokbar) 입점해 있습니다. 메뉴로는 알탕, 라면, 청국장 등을 취급하며, 식당 방문객 수가 높은 편입니다.

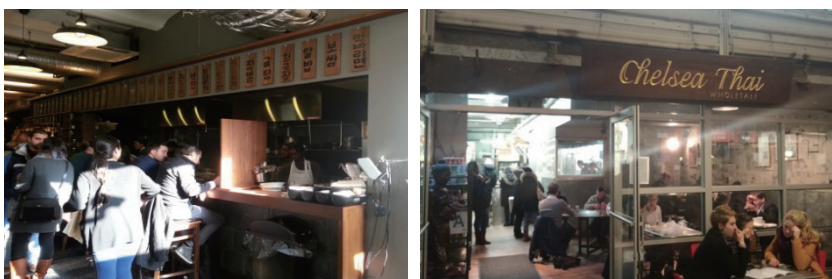


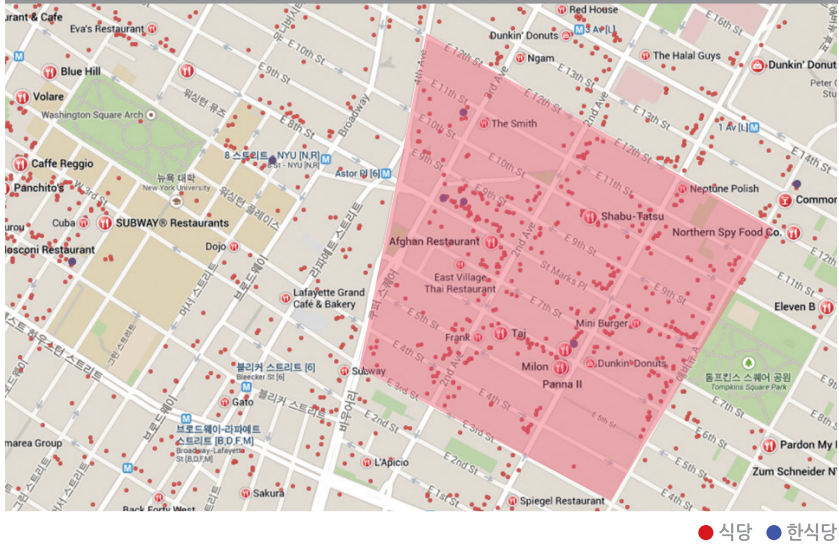
사진 1-26 Chelsea Market의 한식당 Mokbar(좌), 태국식당 Chelsea Thai(우)

Chelsea Market 2층에는 방송사 Food Network, 마이클 잭슨이 사용했던 녹음 스튜디오, 메이저리그(MLB) 사무실이 위치하고 있습니다.

원래 Chelsea Market 건물은 오레오 쿠키로 유명한 나비스코사의 공장이었습니다. 이 공장의 28개 벽을 터서 아름다운 공간으로 재탄생시켰지만, 여전히 구석구석 낡은 공장의 흔적을 간직하고 있습니다.



그림 1- 29 St. Marks 일대 지도



④ St. Marks 일대

St. Marks 일대는 젊은 예술가와 히피들이 몰리는 최첨단 유행의 걸집 장소 중 하나입니다.

또한 뉴욕대학교(New York University)와 쿠퍼유니온(Cooper Union)의 대학생, 저렴한 임대공간을 찾아온 거주 인구, 월스트리트 전문직 종사자가 공존하는 복합상권입니다.

일본식 선술집이 유명해서 ‘Japanesetown’이라는 별명도 갖고 있습니다.

이스트 빌리지(East Village)

St. Marks Place가 속해 있는 이스트 빌리지는 뉴욕, 더 나아가 미국의 문화-예술 발전에 많은 영향력을 행사한 지역입니다.

이스트 빌리지에는 뉴욕 속 작은 일본을 느낄 수 있는 다양한 일본 음식점뿐만 아니라, 과거 이민자들의 영향으로 남아 있는 우크라이나, 인도 음식점 등에서 다양한 에스닉 음식을 맛볼 수 있습니다.

이 지역은 현금만 받는 가게들이 유난히 많은 지역이기도 합니다. 곳곳에 비치되어 있는 현금 자동입출금기(ATM)를 이용하면 도움이 됩니다.



사진 1 - 27 이스트 빌리지(East Village) 전경

St. Marks Place

St. Marks Place는 이스트 빌리지 상권의 중심으로, 원래는 한인 상권의 변방이었습니다. 그러나 최근 외식업체들의 잇따른 개업으로 인해 주요 한인 상권 중 하나로 빠르게 부상하고 있습니다.

실제로 1993년부터 자리를 지켜온 한식당 ‘또순이’를 제외한 모든 한식당들은 최근 5년 이내에 개업을 한 곳들입니다.

모모푸쿠 누들바(Momofuku Noodle Bar)

St. Marks Place 인근에 위치한 유명 일본 라면집입니다. 뉴욕의 유명 푸드잡지에서 선정한 '2006년 베스트 요리사'로 뽑힌 한국계 미국인 데이비드 장(David Chang)이 문을 연 곳입니다. 한국계 셰프가 운영해서인지 메뉴에 한국식 비빔국수도 있습니다. 의자들이 다닥다닥 붙어 있어서 모르는 사람과 이야기하면서 식사할 수 있는 것이 특징입니다.



사진 1-28 모모푸쿠 누들바

모모푸쿠 쌈바(Momofuku Ssam Bar)

모모푸쿠 누들바의 데이비드 장이 새로 오픈한 한식당입니다. 그는 뉴욕커들이 감탄할 정도로 쌈이라는 요리를 새롭고 세련된 요리법으로 재창조해냈습니다. 취향에 맞게 직접 상추에 싸서 먹거나, 멕시코 음식 타코처럼 미리 싸여진 상태로 나오도록 주문할 수 있습니다.





⑤ Brooklyn Downtown 일대

19세기 초까지 Brooklyn 지역은 대부분 농지였으나, 이스트리버를 따라 상업적인 선착장들이 건설되면서 도심으로 발전하기 시작했습니다.

19세기 말 들어서 Brooklyn시는 미국에서 세 번째로 큰 도시일 정도로 번성했습니다. 그러나 1893년 뉴욕시의 한 지역구(Borough)로 합쳐지면서 독립적인 자치시의 성격을 잃게 되었습니다.

Brooklyn Downtown은 중국인, 유대인 밀집지역이기도 합니다. 거리 곳곳에서 중국인들이 운영하는 식당, 식료품점, 마트 등을 쉽게 발견할 수 있습니다.

상업 구역과 중국인·유대인들의 거주 지역 등이 명확하게 구분되어 있으며, 대리석으로 지어진 클래식한 건물들 사이에서 잡화 등을 취급하는 좌판들도 자주 발견됩니다.

덤보(Dumbo)

맨해튼 다리 아래부터 브루클린 다리 아래까지의 지역을 뜻합니다. 덤보(Dumbo)는 맨해튼 다리 아래 동네라는 뜻의 ‘Down Under the Manhattan Bridge Overpass’의 줄임말입니다.

SOHO와 Chelsea의 비싼 임대료를 피해서 젊은 아티스트들이 Brooklyn의 덤보와 윌리엄스버그로 옮겨왔습니다. 그래서 이 지역에는 선착장 인근의 공장과 창고를 개조한 갤러리와 아트숍들이 많이 눈에 띕니다.

덤보가 뉴욕의 대표적인 예술 지역으로 거듭나게 된 데에는, 매년 9월에 열리는 덤보 페스티벌(Dumbo Art Under the Bridge Festival)이 지대한 공헌을 했습니다. 축제 기간에는 미술 전시회와 패션쇼, 음악회 등이 열려 20만여 명이 찾을 정도로 유명합니다.



사진 1 - 29 덤보 페스티벌

브루클린 하이츠(Brooklyn Heights)

브루클린 다리를 건너면 나오는 지역으로, Brooklyn에서 부유층이 거주하는 주택가입니다. 전문직 종사자가 대부분인데, 근처에 법정이 있어서 특히 변호사들이 많이 살고 있습니다.

이 지역에서는 유모차를 끌고 산책하거나 조깅을 하는 인근 주민이 많아 평화로운 분위기를 느낄 수 있습니다.



사진 I - 30 브루클린 하이츠 일대

Grimaldi's Pizzeria

뉴욕 최고의 피자를 선정할 때 빠지지 않고 언급되는 곳입니다. 매장 앞에는 항상 수십미터의 긴 대기줄이 있습니다.

담백하고 바삭한 뉴욕 스타일의 피자는 스몰(12달러, 약 13,300원)과 라지(14달러, 약 15,500원) 두 가지 사이즈가 있습니다. 페퍼로니, 소시지, 버섯, 양파 등 18가지 토핑을 사용합니다.

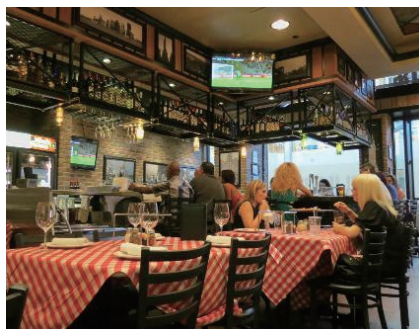
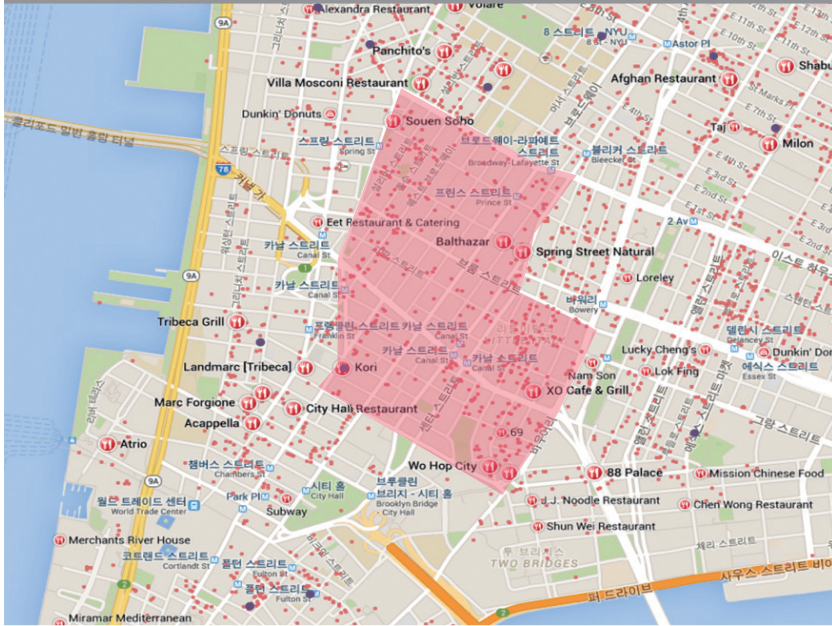


사진 I - 31 Grimaldi's Pizzeria에 출선 손님들(좌), 가게 내부(우)

그림 I-31 SOHO / Canal St. 일대 지도



● 식당 ● 한식당

⑥ SOHO / Canal St. 일대

뉴욕의 대표적인 쇼핑, 관광, 예술 지역으로서 쇼핑객, 관광객이 주로 방문합니다. 뉴욕의 트렌디한 레스토랑, 바 등의 입점 비율이 높은 상권입니다.

맨해튼 버스 시티투어에서 하나의 관광코스로 소개될 만큼 관광명소이기도 합니다.

20~30대 젊은 쇼핑객 및 외국인 관광객의 유동인구 비율이 높으며 평일 낮 시간대에도 사람들로 북적거릴 정도로 매우 혼잡한 지역입니다.

SOHO

SOHO란 'South of Houston Street'의 준말로, 뉴욕 맨해튼의 남쪽에 위치한 지역입니다.

고급 디자이너 부티크의 플래그십 스토어가 위치한 뉴욕의 대표적인 패션지역입니다. SOHO는 원래 공장과 창고가 많은 지역이었는데, 대공황 이후 공업이 쇠퇴해 폐허가 되어버린 이곳에 젊은 예술가들이 모여들면서 예술적인 분위기가 형성되기 시작했습니다.

따라서 SOHO에는 예술과 실용이 절묘하게 접목된 물건들을 파는 가게들이 많습니다.

지난 10~20년 동안 이 지역의 갤러리들은 SOHO의 엄청난 땅값 때문에 Chelsea 지역으로 상당수 이동하였습니다. 최근에는 갤러리보다는 레스토랑과 카페가 더욱 많아졌지만 여전히 예술의 흔적은 곳곳에 남아 있습니다.



사진 1-32 SOHO 거리

Nolita(노리타)

SOHO에서 브로드웨이를 건너 동쪽에 위치한 지역입니다. 고급 디자이너 부티크가 대부분인 SOHO와 달리 젊은 디자이너숍, 빈티지숍, 안티크 주얼리숍이 많습니다. 노리타는 리틀 이탈리아 북쪽 지역이라는 뜻의 'North of Little Italy'를 줄인 말입니다. 과거에는 이탈리아 이민자들이 많이 거주하던 지역이라고 합니다.

그림 I-32 Hell's Kitchen 일대 지도



⑦ Hell's Kitchen 일대

Hell's Kitchen은 수세기에 걸친 뉴욕시의 세대교체 속에서도 묵묵히 그 자리를 빛내며 지키고 있는 지역입니다.

Hell's Kitchen의 오랜 역사를 함께 해온 작은 가게들도 있지만, 요즘 젊은 세대를 겨냥하여 현대식 인테리어로 꾸민 가게들도 많이 있습니다.

뉴욕커에게 Hell's Kitchen은 맨해튼에서 외식을 하거나 모임을 하기에 가장 좋은 상권 중에 하나로 꼽힙니다.



사진 I-33 Hell's Kitchen 거리

Hell's Kitchen은 뉴욕 내 대표적인 외식상권으로서 유럽, 아시아 등 다양한 에스닉 식당들을 비롯하여 유명 스테이크 전문점, 바, 클럽, 마켓 등이 밀집되어 있습니다.

프랜차이즈 업체보다는 개인이 운영하는 소규모 업체들이 많으며, 대부분의 건물은 오래되었으나 내부 인테리어는 현대적으로 업그레이드한 경우가 많습니다.

다양한 국적과 인종의 인구들이 Hell's Kitchen에 외식을 목적으로 방문합니다. 지하철역도 인근에 위치하고 있고 Hell's Kitchen을 경유하는 버스 노선도 많은 편이어서 지리적으로 타 지역에서의 접근이 용이한 지역입니다.

한인 2세대들이 최근 Hell's Kitchen에 진출하여 트렌디한 고급 한식당을 오픈하는 사례가 늘고 있습니다.

Hell's Kitchen에서 뉴욕 중심지인 타임스퀘어 쪽으로 갈수록 높은 인지도를 지닌 고급 레스토랑, 바, 클럽 등이 성업 중입니다.



사진 1 - 34 Hell's Kitchen 전경

Hell's Kitchen Flea Market

Hell's Kitchen Flea Market은 주말에만 오픈하는 세계적인 빈티지 베품시장입니다.

내셔널 지오그래픽 매거진에서 뽑은 세계의 쇼핑가 Top 10에 오르며 뉴욕 여행의 새로운 관광명소로 떠올랐는데, 빈티지한 아이템들로 가득한 이곳은 숨겨진 보석 같은 물건들을 찾을 수 있는 곳입니다.



사진 1 - 35 Hell's Kitchen Flea Market

Kahve

규모는 작지만 항상 줄을 서는 사람들로 붐비는 Hell's Kitchen의 유명 디저트 카페입니다.

카페모카, 레몬 머핀, 쿠키, 마카롱 등의 디저트로 유명한 가게로 특히 여성 손님들에게 인기가 높습니다.



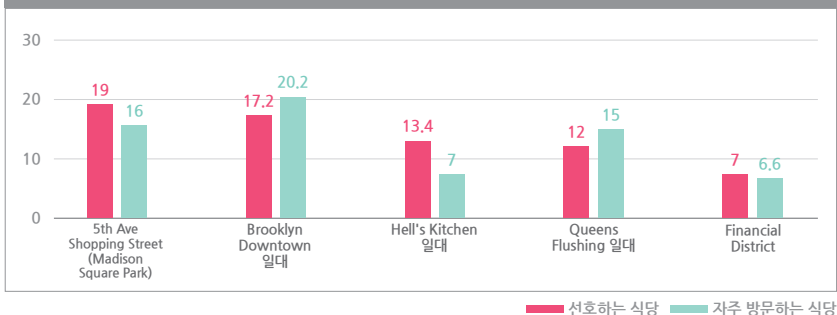
사진 1 - 36 Kahve 외관(좌), 내부(우)

3) 상권별 유동인구 특성

① 식당 위치 상권

뉴욕 소비자들이 선호하는 식당은 '5th Ave Shopping Street(Madison Square Park)'(19.0%), 'Brooklyn Downtown 일대'(17.2%) 등에 주로 분포하는 것으로 조사되었습니다.

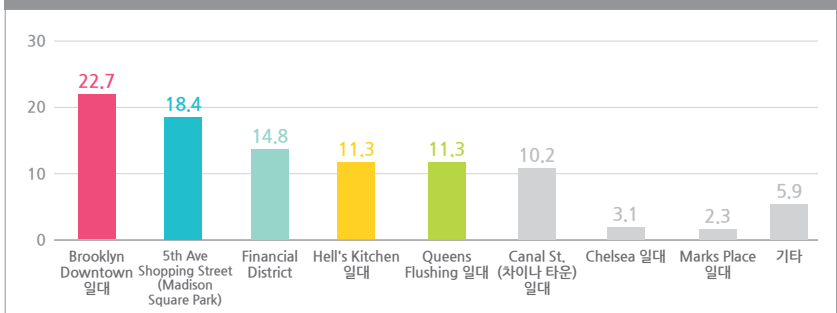
그림 I-33 선호 및 자주방문 식당 위치 상권 (%)



② 한식당 위치 상권

뉴욕 소비자들이 방문한 한식당은 'Brooklyn Downtown 일대'(22.7%)에 가장 많이 분포하는 것으로 나타났습니다.

그림 I-34 방문 한식당 위치 지역 (%)

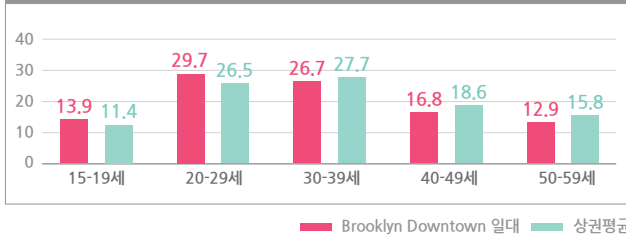


③ 유동인구 특성

Brooklyn Downtown 일대

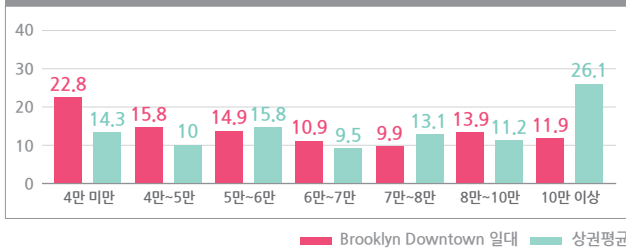
Brooklyn Downtown 일대 상권의 유동인구 특징 조사 결과, 20~29세 연령층, 연평균 가구 소득 4만 달러 이하의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당'(Italian)이 41.6%로 1위를 차지했습니다 (한식: 2.0%, 10위).

그림 I-35 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 인구 비율이 전체의 29.7%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-36 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (% , 달러)



연평균 가구 소득 4만 달러 이하의 소득층 비율이 전체의 22.8%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-37 유동인구 직업 분포 (%)

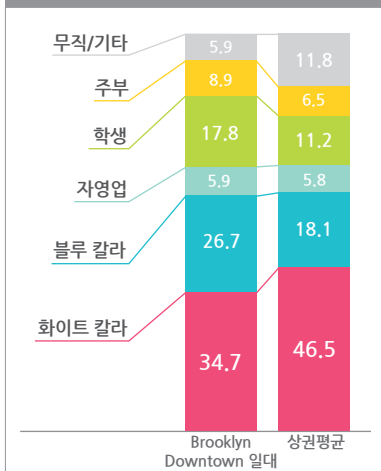
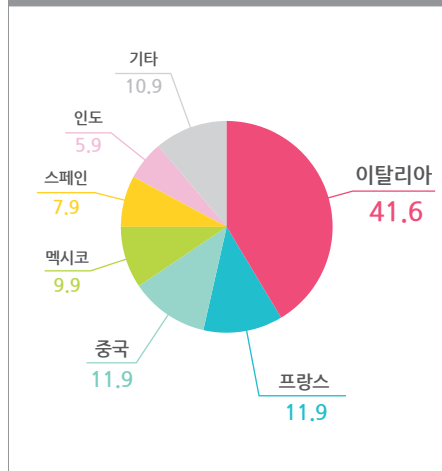


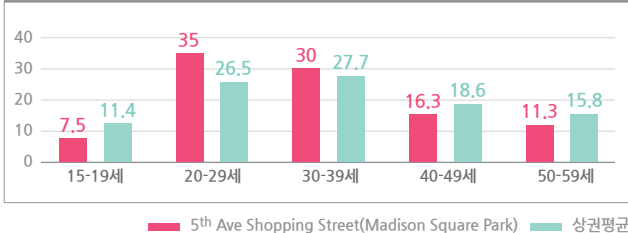
그림 I-38 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



5th Ave Shopping Street(Madison Square Park)

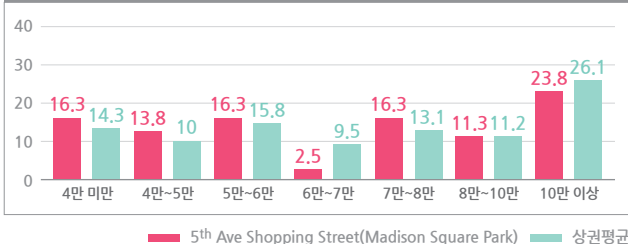
5th Ave Shopping Street(Madison Square Park) 상권의 유동인구 특성 조사 결과 20~29세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당'(Italian)이 41.3%로 1위를 차지했습니다 (한식: 6.3%, 6위).

그림 I-39 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 인구 비율이 전체의 35.0%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 50~59세 인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-40 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (% , 달러)



연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층 비율이 전체의 23.8%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-41 유동인구 직업 분포 (%)

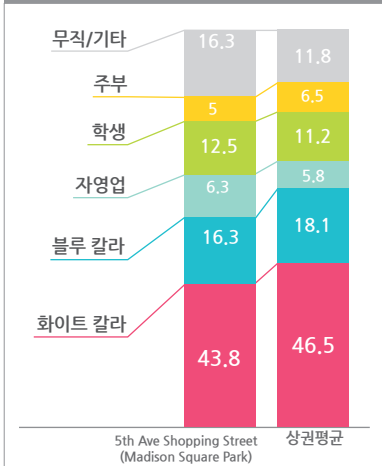
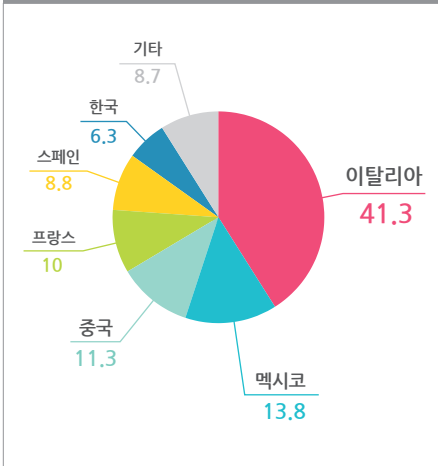


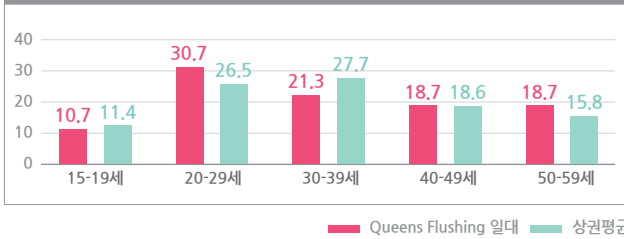
그림 I-42 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



Queens Flushing 일대

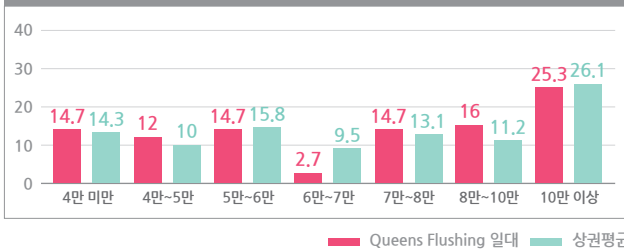
Queens Flushing 일대 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당'(Italian)이 40.0%로 1위를 차지했습니다 (한식: 6.7%, 공동 5위).

그림 I-43 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 인구 비율이 전체의 30.7%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 30~39세 인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-44 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (% , 달러)



연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층 비율이 전체의 25.3%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-45 유동인구 직업 분포 (%)

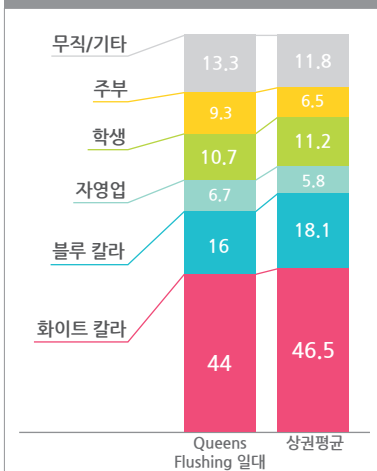
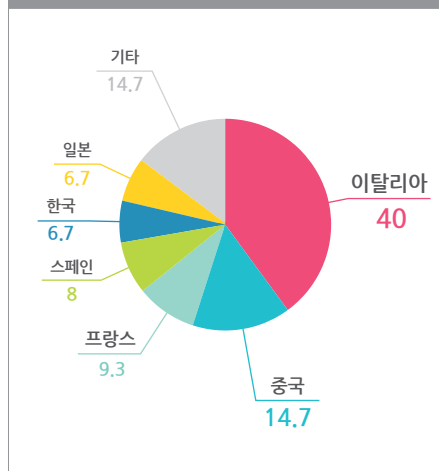
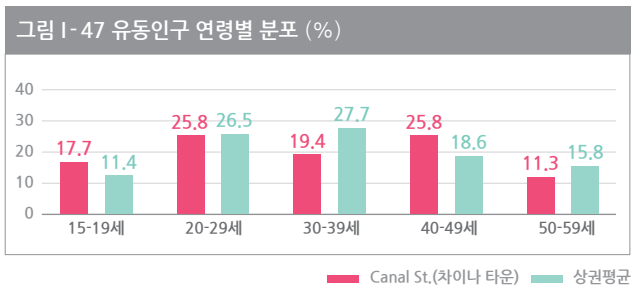


그림 I-46 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)

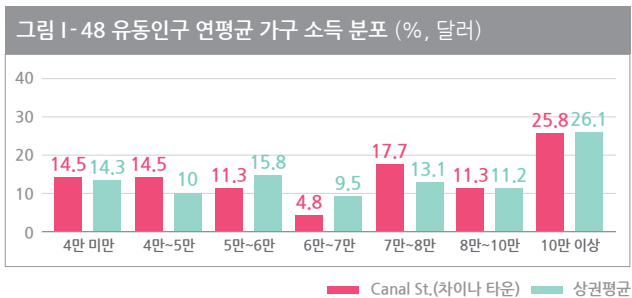


Canal St.(차이나 타운)

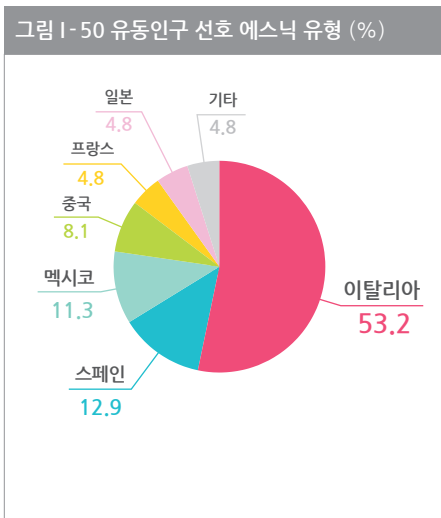
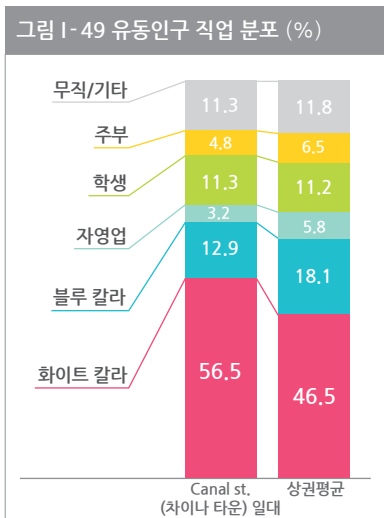
Canal St.(차이나 타운) 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 및 40~49세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당'(Italian)이 53.2%로 1위를 차지했습니다 (한식: 3.2%, 8위).



20~29세 및 40~49세 인구 비율이 각각 전체의 25.8%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 30~39세 인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.



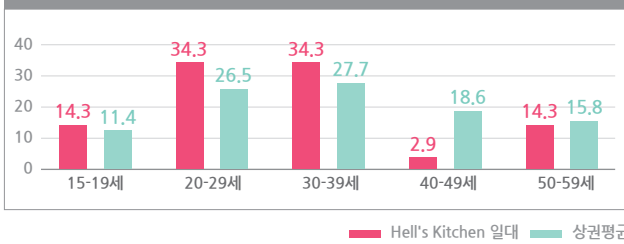
연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층 비율이 전체의 25.8%로 가장 높게 나타났습니다.



Hell's Kitchen 일대

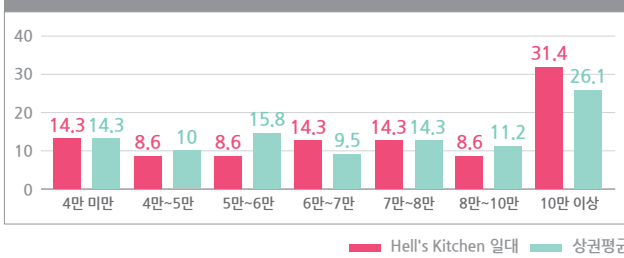
Hell's Kitchen 일대 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 및 30~39세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당'(Italian)이 57.1%로 1위를 차지했습니다 (한식: 8.6%, 공동 2위).

그림 I-51 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 및 30~39세 인구 비율이 각각 전체의 34.3%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 40~49세 인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-52 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (% , 달러)



연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층 비율이 전체의 31.4%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-53 유동인구 직업 분포 (%)

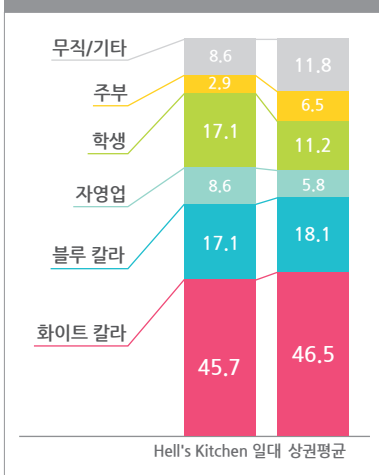
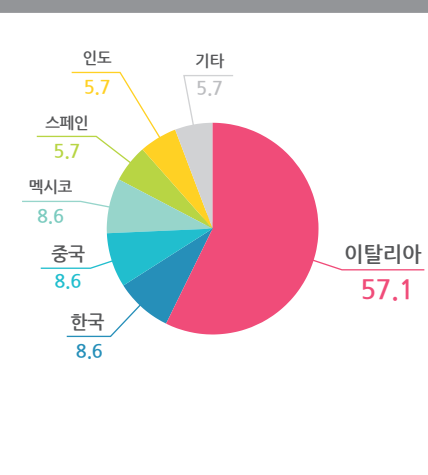
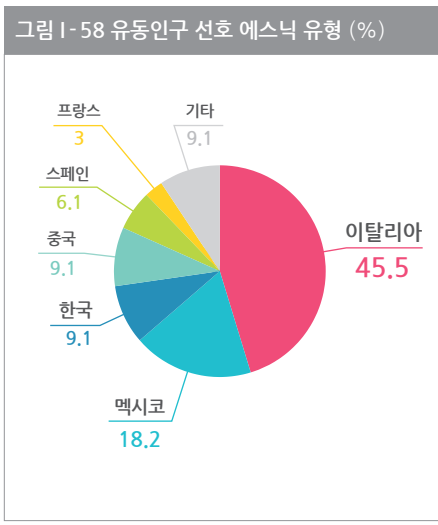
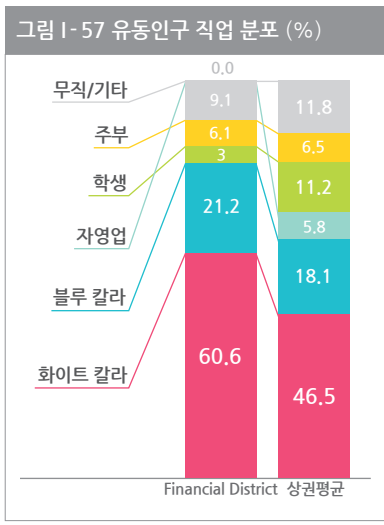
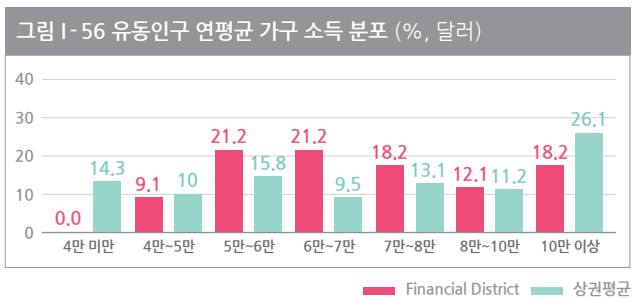
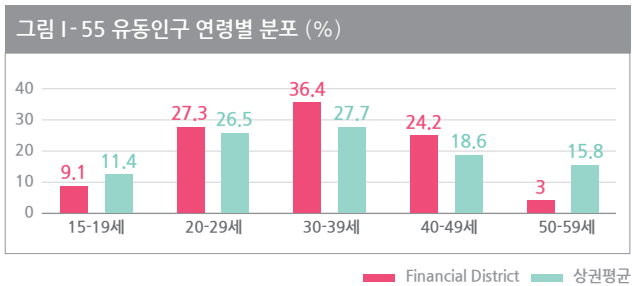


그림 I-54 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



Financial District

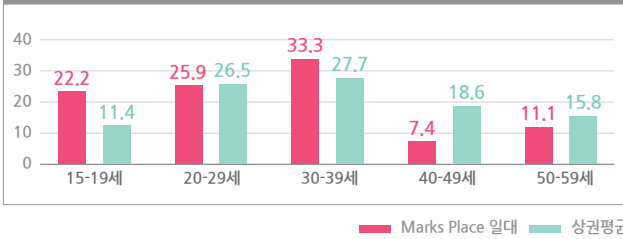
Financial District 상권의 유동인구 특징 조사 결과 30~39세 연령층, 연평균 가구 소득 5~6만 및 6~7만 달러의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당'(Italian)이 45.5%로 1위를 차지했습니다 (한식: 9.1%, 공동 3위).



Marks Place 일대

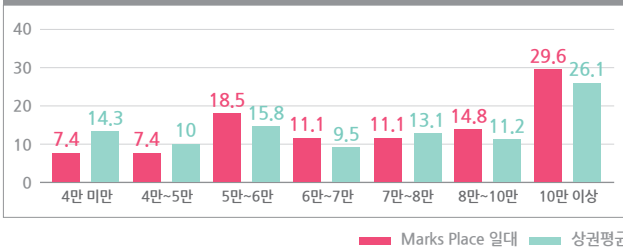
Marks Place 일대 상권의 유동인구 특징 조사 결과 30~39세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당'(Italian)이 51.9%로 1위를 차지했습니다 (한식: 7.4%, 공동 3위).

그림 I-59 유동인구 연령별 분포 (%)



30~39세 인구 비율이 전체의 33.3%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 15~19세 인구 비율이 높은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-60 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (% , 달러)



연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층 비율이 전체의 29.6%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-61 유동인구 직업 분포 (%)

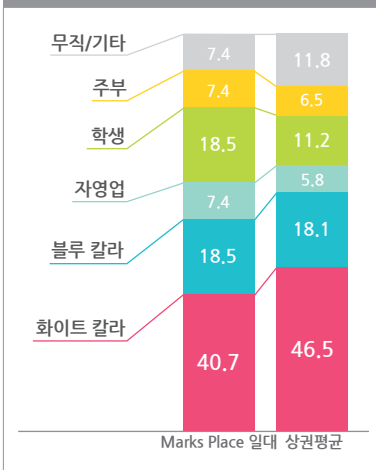
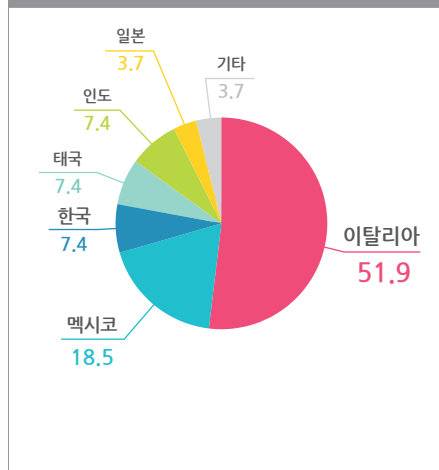
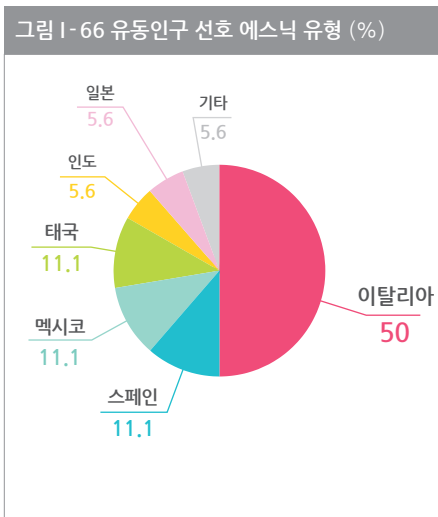
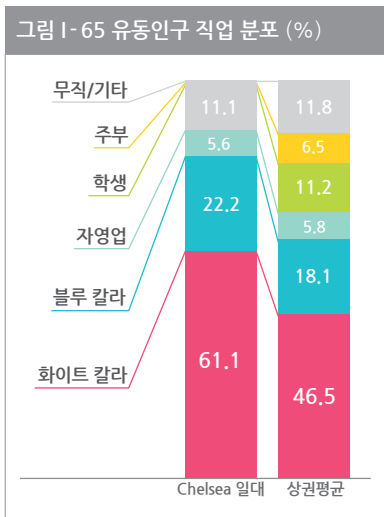
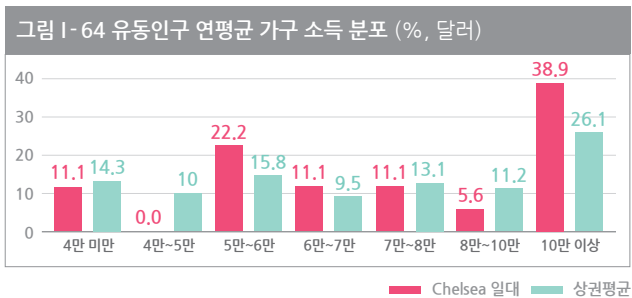
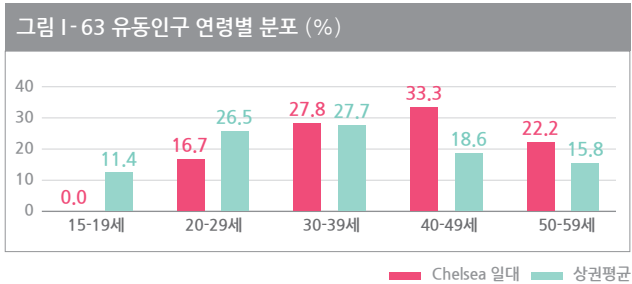


그림 I-62 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



Chelsea 일대

Chelsea 일대 상권의 유동인구 특징 조사 결과 40~49세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 달러 이상의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당'(Italian)이 50.0%로 1위를 차지했습니다 (한식: 0.0%).



3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

2012년 외교부 통계에 따르면, 미국에는 약 200만 명의 한국 교민들이 살고 있습니다.

초기 한국 이민자들은 1903년 하와이의 사탕수수 농장에서 일하기 위해 게이릭 호를 타고 떠난 사람들이었으나, 점차 이민자들의 수가 늘어나면서 농업뿐 아니라 다양한 분야에 진출하게 되었습니다.

특히 LA에는 1970년대 이후로 한국 이민자가 급증하여 가장 큰 코리아타운이 만들어졌습니다. 코리아타운은 한국 음식, 한국 TV 등 모든 것이 한국 문화로 이루어져 있어, 영어를 몰라도 생활에 불편함이 없을 정도입니다.

뉴욕에는 약 16만 7천 명의 한국 교민이 있는 것으로 파악되고 있으며, 이 중 약 8만 명이 시민권자인 것으로 추산됩니다.

뉴욕의 코리아타운은 미드타운(Midtown)에 위치해 있으며, 엠파이어 스테이트 빌딩(Empire State Building) 및 헤럴드 광장(Herald Square)의 메이시스(Macy's) 백화점이 근처에 있습니다.



2) 한식당 진출 현황

한식재단과 EY의 조사(2014 해외 외식 및 한식산업조사)에 의하면 뉴욕에 있는 한식당은 619개로 확인됩니다. 특히 맨해튼의 코리아타운과 Queens Flushing 중심으로 한식당들이 밀집되어 있는 것으로 확인되었습니다.



그림 1-67 뉴욕 내 한식당 분포 현황
맨해튼(좌), Queens Flushing(우)

뉴욕 내 한식당 중 95% 이상이 개인이 운영하는 50석 내외의 영세한 식당입니다. 주로 구이 요리와 간편하게 식사를 할 수 있는 일품요리에 대한 선호도가 높습니다.

뉴욕 내 유명 한식당으로는 '정식당(Jungsik Restaurant)'이 있습니다. 이곳은 미술랭 투스타 레스토랑으로, 현지인 및 외국인 관광객들한테도 높게 평가되고 있습니다.

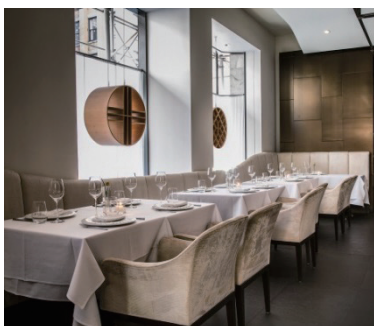


사진 1-37 뉴욕 내 유명 한식당 '정식당'

[참고] 뉴욕 내 넓어지는 한식당 영토

뉴욕 맨해튼 32nd street 코리아타운 및 Queens Flushing 일대에 몰려있던 한식당과 한국식 주점이 최근 2~3년간 점차 새로운 지역에서 오픈하는 사례가 높아지며, 한식 영역이 확장되고 있습니다.

2014년 6월 한인 외식업계에 따르면, K-pop과 한국 드라마 등 한류의 확산으로 한식과 한국식 음식 문화에 대한 뉴욕시민들의 인식이 높아지면서, 특정 지역에 국한되지 않고 현지 젊은이들이 많이 모이는 곳에 한식당들이 들어서고 있는 것으로 나타났습니다.

① 이스트 빌리지(East Village)

2014년 기준 10여 개의 한식당과 술집이 운영 중이며, 코리아타운을 제외한 맨해튼 지역으로는 업소 수가 제일 많습니다. 최근 한인이 운영하는 노래방까지 들어서는 등 제2의 코리아타운으로 부상하고 있습니다.

현지인 젊은 층을 겨냥하여 친숙한 바(Bar) 스타일로 인테리어를 하는 한편, 전통 한식 메뉴에 퓨전적인 요소를 가미한 색다른 메뉴들을 내놓은 것이 특징입니다.



사진 1 - 38 차와 함께 간단한 한식을 판매하는 카페 형태의 '232'(위), 한국 전통 스타일의 술집 '목'(아래)

② 브루클린(Brooklyn)

젊은 전문직 종사자 및 예술가를 타깃으로 한 한식당들이 하나둘씩 생겨나 현재 15개 정도가 운영 중입니다. 이곳의 한식당들은 식사만 하고 나오는 기존 '밥집'의 개념이 아니라, 차와 음료, 음식을 여유로운 분위기에서 즐길 수 있는 종합적인 다이닝 공간으로 변모하고 있습니다.

3) 한식 소비 심층분석

* 2014 해외 외식·한식산업 소비자 조사(뉴욕 거주 소비자 500명을 대상으로 한 온라인 설문조사) 결과를 기준으로 작성함*

① 한식 인지 및 경험

뉴욕 외식소비자 중 한식을 알고 있는 사람들은 67.0%이며, 이 중 한식 취식경험이 있는 사람은 83.9%로 조사되었습니다.^[1]

한식을 알고 있는 사람들을 대상으로 알고 있는 한식 메뉴, 앞으로 취식하고 싶은 한식 메뉴, 자주 먹거나 선호하는 한식 메뉴, 먹는 방법을 몰라 불편함을 겪었던 한식 메뉴에 대한 조사 결과는 아래와 같습니다.

그림 1-59 한식 인지 및 경험 조사 결과		
알고있는 메뉴 ^[2]	취식 경험이 있는 메뉴 ^[3]	앞으로 취식하고 싶은 메뉴 ^[4]
김치(찌개) (48.7%)	김치(찌개) (46.6%)	갈비 (37.0%)
불고기 (38.8%)	비빔밥 (35.1%)	갈비탕 (31.6%)
비빔밥 (37.6%)	불고기 (34.7%)	전 (30.4%)
갈비 (34.3%)	갈비 (31.3%)	떡볶이 (30.1%)
떡볶이 (29.9%)	떡볶이 (25.0%)	불고기 (28.4%)
전 (26.3%)	전 (22.8%)	삼계탕 (28.1%)
갈비탕 (24.5%)	갈비탕 (20.5%)	김치(찌개) (27.5%)
냉면 (22.7%)	삼겹살 (19.4%)	삼겹살 (27.2)
삼겹살 (22.1%)	냉면 (17.9%)	냉면 (26.3%)
삼계탕 (19.1%)	삼계탕 (14.9%)	비빔밥 (22.1%)
기타 (4.2%)	기타 (3.4%)	기타 (6.6%)

자주 취식하는 메뉴 ^[5]	가장 선호하는 메뉴 ^[6]	먹는 방법을 몰라 불편함을 겪었던 메뉴 ^[7]
김치(찌개) (30.2%)	김치(찌개) (22.8%)	삼겹살 (19.6%)
비빔밥 (22.8%)	불고기 (13.1%)	김치(찌개) (18.5%)
불고기 (21.3%)	갈비 (12.7%)	전 (16.7%)
갈비 (18.3%)	비빔밥 (10.8%)	갈비 (13.9%)
전 (13.1%)	전 (7.1%)	삼계탕 (13.2%)
떡볶이 (13.1%)	떡볶이 (6.7%)	갈비탕 (13.2%)
삼겹살 (9.7%)	삼겹살 (5.6%)	냉면 (13.2%)
삼계탕 (7.1%)	삼계탕 (3.7%)	불고기 (12.1%)
냉면 (7.1%)	냉면 (3.7%)	비빔밥 (11.0%)
갈비탕 (6.3%)	갈비탕 (3.0%)	떡볶이 (9.6%)
기타 (3.8%)	기타 (0.7%)	기타 (2.8%)

* 설문 응답 시에 김치와 김치찌개를 혼동하여 답을 했을 가능성 존재하므로 해석 유의바랍니다.

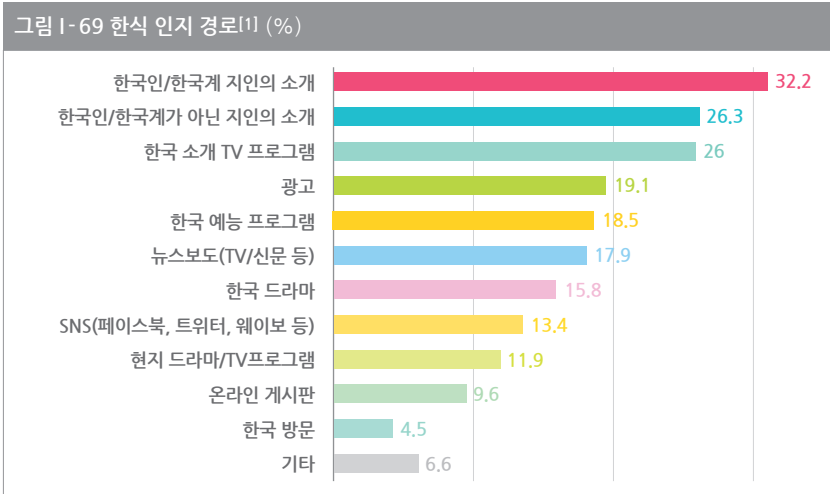
[1] 외식 한식 메뉴를 하나 이상 아는 사람을 ‘한식 인지자’로 정의함

[2], [4] BASE: 한식 인지자(N=355), 복수응답

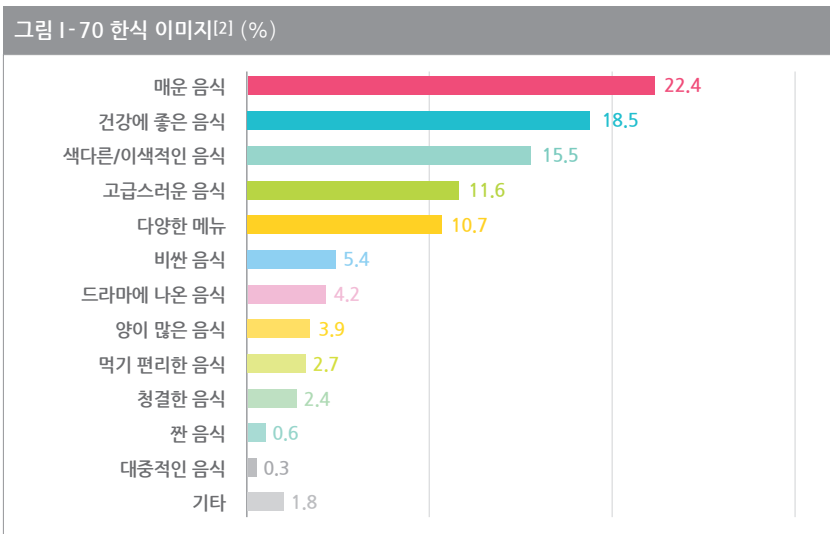
[3], [5], [6] BASE: 한식 인지자 및 한식 취식 유경험자 중 주요 한식 10가지 메뉴(김치(찌개)~삼겹살) 알고 있는 응답자(N=268), 복수응답

[7] BASE: 한식 인지자 중 한식 취식 유경험자(N=281), 복수응답

뉴욕 소비자들이 한식을 알게 된 주요 경로로는 '한국인/한국계 지인의 소개'가 32.2%로 가장 높은 비중을 차지하였습니다.



한식 이미지에 대해 '매운 음식'(22.4%)이라는 응답이 가장 많았고, 이어 '건강에 좋은 음식'(18.5%), '색다른/이색적인 음식'(15.5%), '고급스러운 음식'(11.6%) 등의 순으로 조사되었습니다.



[1],[2] BASE: 한식 인지자(N=335), 복수응답

② 한식당 이용 실태

한식을 알고 있고, 한식당에 방문한 경험이 있는 뉴욕 소비자들을 대상으로 방문한 한식당의 형태를 조사한 결과, '일반식당' 형태가 38.3%로 가장 높은 비중을 차지하였습니다.

한식당 방문 빈도는 '일주일에 1~2회'가 16.8%로 가장 높은 비중을 나타내었으며, 한식당에서 가장 마음에 드는 부분은 '맛'이 60.2%로 1위를 차지하였습니다.

그림 I-71 방문한 한식당 형태^[1] (%)

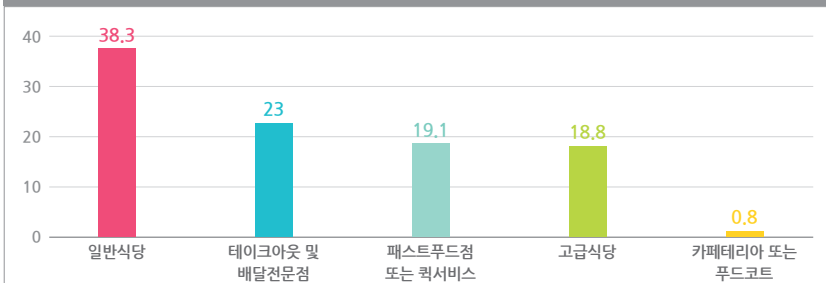


그림 I-72 한식당 방문 빈도^[2] (%)

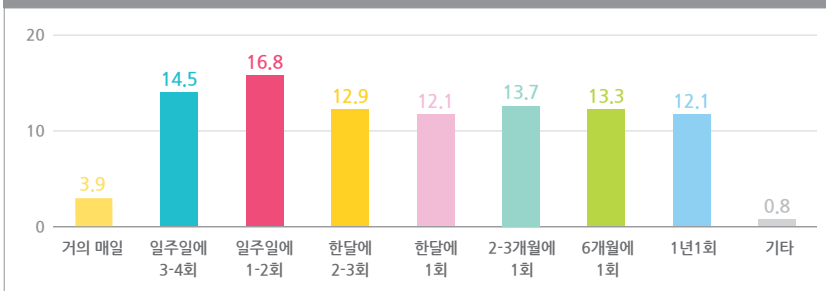
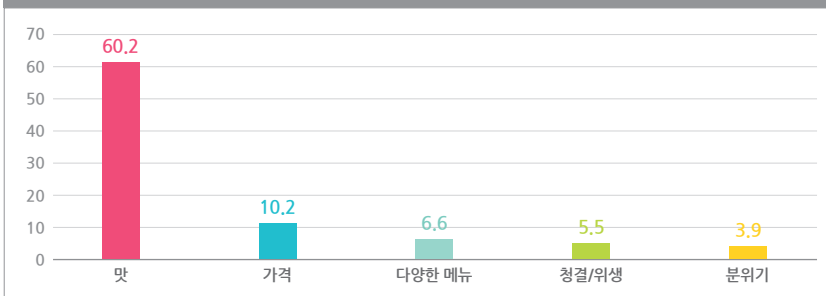


그림 I-73 한식당에서 가장 마음에 드는 부분 Top5^[3] (% , 1순위 기준)



[1],[2],[3] BASE: 한식 인지도 및 한식당 방문 유경험자(N=256)

한식당 1회 방문 시 평균 지출액은 48.7달러(약 54,000원)로 조사되었으며, 66.8%의 소비자가 한식당에서의 지출액이 '적당한 수준'이라고 응답하였습니다.

그림 I-74 한식당 방문 시 지출액^[1] (%)

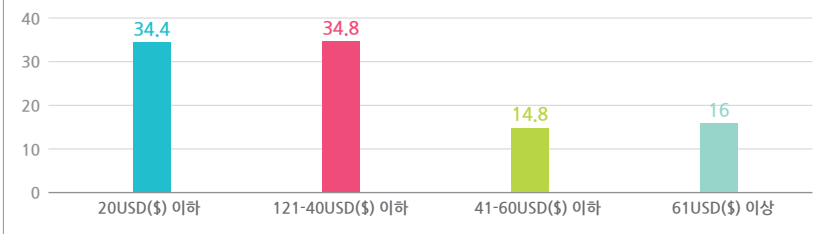
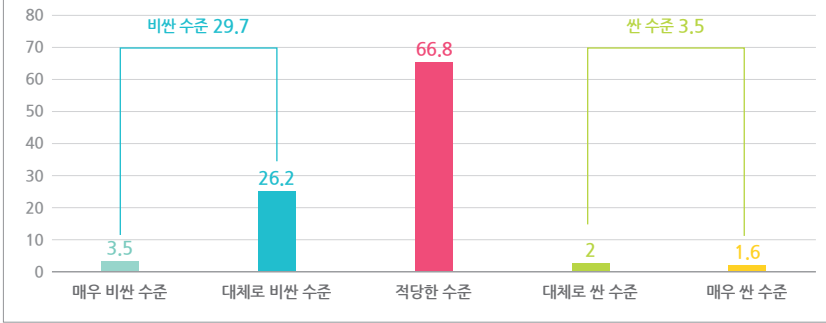
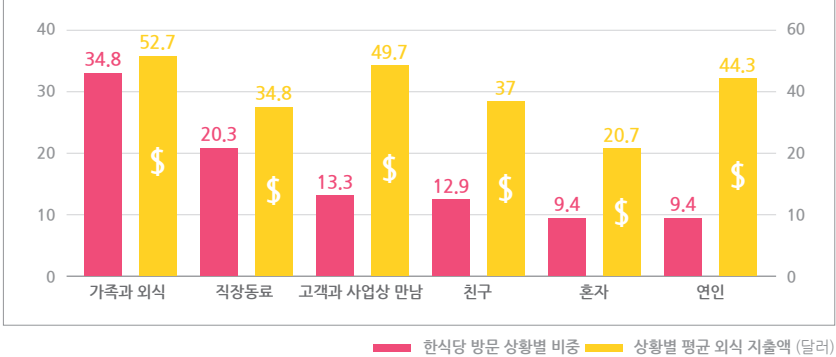


그림 I-75 한식당 방문 시 지출액의 적정성^[2] (%)



한식당 방문 시 '가족과 외식'하는 경우가 34.8%로 높은 반면, '연인과의 데이트'(9.4%)의 경우는 상대적으로 낮은 수준으로 나타났습니다.

그림 I-76 한식당 방문 상황별 비중^[3] (%)



[1],[2],[3] BASE: 한식 인지도 및 한식당 방문 유형험자(N=256)

방문한 한식당에 대하여 만족하는 이유로는 ‘음식에 대해 전반적으로 만족함’(29.6%), ‘식당이 전문적이고 신뢰감 있음’(26.1%) 등이 주로 제시되었습니다.

그림 I-78 한식당 만족 이유 ^[1]			
이유	%	이유	%
음식에 대해 전반적으로 만족함	29.6	음식이 건강식이고 영양가 높음	1.5
식당이 전문적이고 신뢰감 있음	26.1	매운 맛의 음식을 선호함	1.5
음식 맛이 다양하고 질리지 않음	17.6	식당에 대해 전반적으로 만족함	1.5
서비스가 우수하고 적극적임	8.5	식당 스타일이 개인적으로 마음에 듦	1.0
가격이 합리적이고 적절함	7.0	방문한 식당에서 특정 음식이 맛있었음	1.0
분위기가 편안하고 아늑함	4.5	고객서비스 향상을 위해 늘 변화하고 노력함	1.0
메뉴가 다양하고 차별성 있음	4.5	언제든 방문하여 쉽고 간편하게 먹을 수 있음	1.0
음식 품질이 전반적으로 좋음	4.0	교통이 편리한 곳에 식당이 위치함	0.5
방문 시 좋았던 기억이 있음	4.0	식당이 깔끔하고 쾌적함	0.5
음식의 양이 적절함	2.5	지역적이고 민속적인 특색을 보여줌	0.5
가족/지인들이 좋아하는 음식임	2.5	식당 브랜드가 잘 알려진 곳임(체인점 등)	0.5
주변 사람들과 시간을 보내기 좋은 장소임	2.0	개인적으로 해당 국가 음식을 좋아함	0.5
양념/소스가 무난하면서 맛있음	1.5	없음/모름/무응답	10.1
직원이 친절함	1.5		

방문한 한식당에 대하여 불만족하는 이유로는 아래와 같은 소수의 응답이 제시되었습니다.

그림 I-78 한식당 불만족 이유 ^[2]	
이유	%
맛이 없음	6.7
서비스가 불만족스러움	6.7
직원이 불친절함	6.7
없음/모름/무응답	80.0

[1] BASE : 한식당 만족하는 응답자(N=199) * 오픈 문항의 특성상 응답 수치의 합이 100%를 넘을 수 있음

[2] BASE : 한식당 만족하지 않는 응답자(N=15)

한식당을 재방문하는 이유에 대해, '색다른/이색적인 음식이 있었다'(46.4%)가 1순위로 조사되었으며, 재방문하지 않는 이유에 대해서는 '음식이 내 입맛에 맞지 않았다'(20.0%)가 1순위로 나타났습니다.

그림 I - 79 한식당 재방문/재방문하지 않는 이유 (Top5)	
순위	한식당 재방문하는 이유 ^[1]
1	색다른/이색적인 음식이 있었다 (46.4%)
2	음식이 내 입맛에 잘 맞았다 (15.5%)
3	메뉴가 다양했다 (9.7%)
4	건강에 좋은 음식이었다 (6.3%)
5	가격이 비싸지 않았다 (5.8%)
순위	한식당 재방문하지 않는 이유 ^[2]
1	음식이 내 입맛에 맞지 않았다 (20.0%)
2	색다른/이색적인 음식이 없었다 (10.0%)
	메뉴가 다양하지 않았다 (10.0%)
	요리의 양이 충분하지 않았다 (10.0%)
	가격이 비쌌다 (10.0%)

한식당을 방문하지 않은 소비자들을 대상으로 해당 이유를 조사한 결과, '주변에 한식당이 없어서'(40.5%), '주변 사람들이 추천하지 않아서' (19.0%) 등이 주된 이유로 나타났습니다.

그림 I - 80 한식당 방문하지 않는 이유 (Top5)	
순위	한식당 방문하지 않는 이유 ^[3]
1	주변에 한식당이 없어서 (40.05%)
2	주변 사람들이 추천하지 않아서 (19.0%)
	한식을 먹어본 적이 없어서 (19.0%)
4	입맛에 맞지 않아서 (7.6%)
5	가격이 비싸서 (5.1%)

[1] BASE: 한식 인지도 및 한식당 방문 유경험자 중 한식당 재방문 의향 있는 응답자(N=207)

[2] BASE: 한식 인지도 및 한식당 방문 유경험자 중 한식당 재방문 의향 없는 응답자(N=10)

[3] BASE: 한식당 방문 무경험자(N=79)

II. 뉴욕(New York) 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

- 1) 개인 사업자 87
- 2) 법인 사업자 89

1.2 설립 주요 실무 정보

- 1) 인허가 요건 및 관련 법규 94
- 2) 임대차 계약 절차 및 관행 98
- 3) 영업시설의 공통기준 102
- 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 105
- 5) 세무 관련 정보 112
- 6) 수입/통관 관련 정보 118

1.3 기타정보

- 1) 거주허가 비자 132
- 2) 금융 서비스 134
- 3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 137

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자

개인사업자(Sole Proprietorship)는 별도의 설립등기 없이, 회사의 주소지 소재 카운티 서기 사무소에 사업자 등록만으로 사업을 진행할 수 있습니다. 식당이나 가게 등의 소규모 사업에 적합합니다.

① 양식 발급장소

뉴욕주 국무부(Department of State)의 상호명 등록증 양식은 다음의 사이트에서 다운받을 수 있습니다.

<http://www.dos.ny.gov/forms/corporations/1338-f-1.pdf>

또한, 카운티 서기 사무소에 카운티별로 동일한 양식이 비치되어 있습니다. 카운티에 따라 동일한 양식을 여러 부 제출하게 하거나, 양식에 공증을 받아 제출할 것을 요구하는 곳도 있습니다.

② 양식 제출장소

개인회사와 합명회사의 경우, 사업자 등록증은 해당 카운티 서기 사무소에 제출하면 됩니다.

주식회사, 유한합자회사, 유한책임회사의 경우 반드시 상호명 등록증을 뉴욕주 국무부에 제출해야 하며, 주소는 다음과 같습니다.

NYS Department of State

Division of Corporations, State Records and Uniform commercial Code One Commerce Plaza 99 Washington Avenue Albany, NY 12231

그림 II-1 뉴욕시 카운티별 서기 사무소 주소		출처: Kelley Drye & Warren LLP
<p>Bronx 851 Grand Concourse, Room 118 Bronx, NY 10451</p>	<p>Brooklyn Supreme Court Building 360 Adams St, Room 189 Brooklyn, NY 11201</p>	<p>Manhattan Supreme Court Building 60 Centre St, Room 103B New York, NY 10007</p>
<p>Queens 88-11 Sutphin Blvd, Room 106 Queens, NY 11435</p>	<p>Staten Island 130 Stuyvesant Place Staten Island, NY 10301</p>	-

③ 사용하고자 하는 상호명의 사용가능 여부 확인

카운티 서기 사무소에 사업자 등록증을 제출하는 경우, 해당 사무소에서 반드시 상호명 검색을 통해 자신이 선택한 상호명이 해당 카운티 내에서 이미 사용 중인지 여부를 확인해야 합니다.

뉴욕주 전체를 대상으로 사용하고자 하는 상호가 이미 사용 중인지 여부를 검색하고자 하는 경우, 다음의 사이트에 들어가서 뉴욕주 주식회사 및 사업체 데이터베이스를 검색해보면 됩니다.

http://www.dos.ny.gov/corps/bus_entity_search.html

④ 제출 수수료

개인회사와 합명회사의 경우 수수료 금액은 서류를 제출하는 카운티에 따라 다릅니다. 뉴욕시의 경우 수수료는 다음과 같습니다.

그림 II-2 뉴욕시 카운티별 사업자 등록증 제출 수수료		출처: Kelley Drye & Warren LLP
카운티	제출 수수료	
Bronx	\$100	
Brooklyn (Kings County)	\$120	
Manhattan (New York County)	\$100	
Staten Island (Richmond County)	\$120	
Queens	\$100	

제출 수수료 외에, 각 카운티에 한 부당 10달러(약 11,000원)를 내고 인증된 제출 영수증 사본을 추가로 구입할 수 있습니다.

⑤ 양식 제출 이후

최소 1부의 제출 영수증을 받게 되지만, 영수증의 용도가 다양한 만큼 인증 영수증을 추가적으로 구입해 두는 것이 좋습니다. 어느 은행이든 회사 이름으로 계좌를 만들려면 양식 사본이 1부 필요하기 때문입니다. 또한, 뉴욕 주법상 회사 사업장 내에 상호명 등록증 1부를 비치해 두어야 합니다.

자세한 내용은 뉴욕주 국무부 홈페이지(www.dos.ny.gov/corps/assdnmins.html)에 가서 상호명 등록증의 작성과 제출에 관한 안내서를 확인할 수 있습니다.

2) 법인 사업자

미국에서 법인을 설립하는 절차는 매우 간단한 편이며 비용도 저렴합니다.

서류 수수료는 법인 신청 종류와 해당 주에 따라 약간씩 차이가 있으며, 법인 신청은 회계사와 변호사들에게 대행 요청을 할 수 있습니다. 대행 서비스 비용은 부대 서비스와 계약 조건에 따라 차이가 있으나 일반적으로 약 5백~2천 달러(약 55만~220만 원) 정도를 요구하고 있습니다.



그림 II-3 미국 내 법인 설립 절차

① 법인 이름 규정

가장 먼저 해야 할 일은 법인의 이름을 규정에 맞도록 결정하는 것입니다.

법인은 회사 이름에 반드시 'Incorporated(Inc.)', 'Corporation(Corp.)', 'Limited(Ltd.)'를 포함해야 합니다. 또한, 주 정부의 사전 승인 없이는 사용할 수 없는 단어들도 있습니다.

회사 이름에 포함할 수 없는 단어들은 뉴욕 비즈니스 코퍼레이션 법에 등재되어 있으며, 짓고자 하는 상호명이 이미 사용되고 있는지 아닌지를 확인할 필요도 있습니다.

② 이사 선임

그 다음은 '이사'를 선임하는 일입니다. 뉴욕법은 반드시 한 명 이상의 이사를 요구합니다.

법인의 이사는 18세 이상이어야 하며, 뉴욕주의 거주자일 필요는 없습니다.

③ 법인 설립 인증서(등록증) 제출

이사가 선임되면, 법인 설립 인증서 내지는 등록증이라고 볼 수 있는 ‘Certificate of Incorporation’을 작성해서 뉴욕주 정부에 접수해야 합니다.

이 법인 등록증에는 법인 이름으로 발행 가능한 주식의 종류와 그 수를 명시해야 합니다. 법인은 여러 종류의 주식을 다른 가격으로 발행할 수 있는데, 스몰 비즈니스(S-Corporation)의 경우 대부분 200주를 ‘액면 금액 없이(No Par Value)발행’한다고 명시하는 것이 일반적이며, 가장 적은 세금인 10만 달러(약 1억 1천만 원)를 지불하면 주식 발행이 가능합니다.

④ 법인 정관 작성

법인 설립 인증서 접수 후 보통 2주 정도면 주 정부에서 발행한 설립 인증 공식 사본이 우편으로 배달됩니다. 그 다음은 법인의 정관(bylaws)을 만들어야 합니다. 정관은 어떤 특별한 정보나 형식을 갖추어야 하는 것은 아니며 정부에 보고되는 서류도 아닙니다.

다만 법인을 운영함에 있어서 필요한 내규나 절차 등 회사가 서류상 명시해야 한다고 생각되는 내용을 포함하면 됩니다. 일반적으로 임원진의 구성과 책임, 의무, 이사회와 구조와 회의, 이사들을 선임하는 방법 등을 포함합니다.

⑤ 설립 준비

모든 준비가 완료되면 설립자 및 최초 선임 이사 등이 모여서 첫 회의를 열어 다음과 같은 일들을 결정합니다.

- 임원 선임
- 정관(Bylaw) 최종 승인
- 주실발행 허가
- 주식발행 증명서 결정
- 회사 인감 결정
- 주 거래은행 결정 등

회의의 회의록은 작성하여 보관해야 합니다. 만약에 있을 법적 분쟁에 대비해서 이런 절차와 회의록 등을 기록으로 남겨야 합니다.

⑥ 각종 등록절차

주식발행증명서를 초대 주주에게 발행하고, 비즈니스에 필요한 각종 라이선스를 신청하고 허가받아야 합니다.

중요한 등록 중 하나는 연방정부 국세청(Internal Revenue Service, IRS)에서 발급하는 EIN(Employer Identification Number)입니다.

뉴욕주에 법인이 등록되면, 뉴욕주 국세청으로부터 IRS에서 발급한 EIN 넘버를 보고하라고 연락이 오는데, 이때 EIN넘버를 보고해야 합니다.

그림 II-4 사업자 등록증 양식 출처: NYS Department of State

NYS Department of State
 Division of Corporations, State Records and Uniform Commercial Code
 One Commerce Plaza, 99 Washington Ave,
 Albany, NY 12231-0001
 www.dos.ny.gov

Certificate of Assumed Name
 Pursuant to General Business Law §130

1. REAL NAME OF ENTITY: _____

1a. FICTITIOUS NAME, IF ANY, OF FOREIGN ENTITY (Not Assumed Name): _____

2. FORMED OR AUTHORIZED UNDER THE FOLLOWING NEW YORK LAW (Check one):

Business Corporation Law Limited Liability Company Law Religious Corporations Law

Education Law Not-for-Profit Corporation Law Revised Limited Partnership Act

Other (specify law): _____

3. ASSUMED NAME: _____

4. PRINCIPAL PLACE OF BUSINESS IN NEW YORK STATE (MUST INCLUDE NUMBER AND STREET). IF NONE, CHECK THIS BOX AND PROVIDE OUT-OF-STATE ADDRESS: _____

5. COUNTY(IES) IN WHICH ENTITY DOES OR INTENDS TO DO BUSINESS: ALL COUNTIES (or check applicable county(ies) below)

<input type="checkbox"/> Albany	<input type="checkbox"/> Cattaraugus	<input type="checkbox"/> Chenango	<input type="checkbox"/> Delaware	<input type="checkbox"/> Franklin	<input type="checkbox"/> Hamilton	<input type="checkbox"/> Lewis	<input type="checkbox"/> Montgomery
<input type="checkbox"/> Allegany	<input type="checkbox"/> Cayuga	<input type="checkbox"/> Clinton	<input type="checkbox"/> Dutchess	<input type="checkbox"/> Fulton	<input type="checkbox"/> Herkimer	<input type="checkbox"/> Livingston	<input type="checkbox"/> Nassau
<input type="checkbox"/> Bronx	<input type="checkbox"/> Chautauqua	<input type="checkbox"/> Columbia	<input type="checkbox"/> Erie	<input type="checkbox"/> Greene	<input type="checkbox"/> Jefferson	<input type="checkbox"/> Madison	<input type="checkbox"/> New York
<input type="checkbox"/> Broome	<input type="checkbox"/> Chemung	<input type="checkbox"/> Cortland	<input type="checkbox"/> Essex	<input type="checkbox"/> Genesee	<input type="checkbox"/> Kings	<input type="checkbox"/> Monroe	<input type="checkbox"/> Niagara
<input type="checkbox"/> Oneida	<input type="checkbox"/> Orleans	<input type="checkbox"/> Queens	<input type="checkbox"/> St. Lawrence	<input type="checkbox"/> Schuyler	<input type="checkbox"/> Steuben	<input type="checkbox"/> Warren	<input type="checkbox"/> Wyoming
<input type="checkbox"/> Onondaga	<input type="checkbox"/> Oswego	<input type="checkbox"/> Rensselaer	<input type="checkbox"/> Saratoga	<input type="checkbox"/> Seneca	<input type="checkbox"/> Suffolk	<input type="checkbox"/> Washington	<input type="checkbox"/> Yates
<input type="checkbox"/> Ontario	<input type="checkbox"/> Otsego	<input type="checkbox"/> Richmond	<input type="checkbox"/> Schenectady	<input type="checkbox"/> Tompkins	<input type="checkbox"/> Sullivan	<input type="checkbox"/> Wayne	
<input type="checkbox"/> Orange	<input type="checkbox"/> Putnam	<input type="checkbox"/> Rockland	<input type="checkbox"/> Schoharie	<input type="checkbox"/> Ulster	<input type="checkbox"/> Tioga	<input type="checkbox"/> Westchester	

EIN 발급

EIN은 대부분의 회사가 반드시 발급받아야 합니다. 고용 직원이 없는 개인회사의 경우 면제됩니다. 아래 질문 중 하나라도 답이 '예'인 경우, EIN 발급은 필수입니다.

- 현재 고용 직원이거나 하도급업체가 있거나 있을 예정이십니까?
- 사업을 주식회사 또는 조합 형태로 운영하실 계획이십니까?
- 고용(Employment), 소비(Excise) 및 주류, 담배 및 화기(Alcohol, Tobacco and Firearms) 세금 신고서를 제출할 계획이십니까?
- 임금을 제외하고, 비거주 외국인에게 지급한 소득에 대해 세금을 원천 징수할 계획이십니까?
- 키오(Keogh) 플랜(소규모 회사 및 개인 회사를 위한 퇴직 연금 제도)을 보유할 계획이십니까?

필요 양식

IRS양식 SS4, “고용주 ID 번호 신청서(Application for Employer Identification Number)”

양식 발급장소

다음의 사이트에서 SS4양식을 온라인으로 작성할 수 있습니다.

<https://sa2.www4.irs.gov/modiein/individual/index.jsp>

또한, 다음의 사이트에서 PDF 형식을 다운받아 신청서를 출력하여 작성한 후 우편이나 팩스로 제출하여도 무관합니다.

<http://www.irs.gov/pub/irs-pdf/fss4.pdf>

양식 제출장소

EIN이 얼마나 급하게 필요한지에 따라 온라인, 전화, 팩스 또는 우편을 통해 EIN을 신청할 수 있습니다. IRS는 다음의 사이트에서 온라인상으로 양식을 작성할 것을 권장하고 있습니다.

<https://sa2.www4.irs.gov/modiein/individual/index.jsp>

EIN 신청서를 팩스로 제출할 경우 발급까지 총 4일이 소요되며, EIN 신청서를 우편으로 보내는 경우 발급까지 30일이 소요됩니다.

보다 자세한 SS4 양식 작성 방법과 EIN 발급 방법 안내는 IRS 웹사이트(<http://www.irs.gov/pub/irs-pdf/iss4.pdf>)를 참고할 수 있습니다.

판매세 번호/등록 판매자/재판매 번호 발급 방법

판매세 번호는 뉴욕주 내에서 판매세 부과대상인 판매업을 하는 모든 회사에 적용되는 의무 사항입니다. 반드시 세무부에 등록하고 권한 증명서를 발급 받아, 판매세 번호와 판매세 부과 대상 판매에 대해 세금을 징수하고 대부분의 뉴욕주 판매세 면제 증명서를 발급 및 수락할 수 있는 권한을 획득하여야 합니다.

필요 양식

양식 DTF-17, “판매세 권한 증명서(Sales Tax Certificate of Authority)”.

양식 발급장소

권한 증명서는 OPAL(www.opal.ny.gov)에서 온라인으로 작성할 수 있습니다. 또는 뉴욕주 세무부(Tax Department)에 전화하여 양식을 받을 수 있습니다.

뉴욕 주 세무부 전화번호: +1-800-698-2909

양식 제출장소

권한 증명서를 받으려면, 회사 영업을 시작하기 최소 20일 전에 뉴욕주 과세 & 금융부에 회사의 DTF-17 양식을 제출해야 합니다. 온라인상에서 양식을 작성하는 경우 온라인으로 제출하여도 됩니다. 우편제출의 경우에는 아래 주소로 보내면 됩니다.

New York State Tax Department
Sales Tax Registration Unit
W A Harriman Campus
Albany, NY 12227

제출한 신청서는 세무부에서 검토합니다. 권한 증명서를 받을 때까지는 합법적으로 과세 대상 판매를 하거나 대부분의 면제 증명서를 발행 또는 수락할 수 없습니다.

추가 정보

회사에 필요한 면허 및 허가를 확인하고 발급받을 때는 뉴욕시 비즈니스 익스프레스(NYC Business Express, www.nyc.gov/nybusinessexpress)를 이용할 수 있습니다.

뉴욕시 비즈니스 익스프레스는 뉴욕시에서 회사를 설립해 운영하는 방법에 대해 빠르고 정확한 정보를 얻을 수 있는 원스톱 웹사이트입니다. 회사 소유주 및 기업가들이 뉴욕시 비즈니스 익스프레스를 통해 회사 설립·운영과 관련해 필요한 정보를 얻고, 허가, 면허 및 등록증을 신청하고, 위반 상황 여부를 확인할 수 있는 곳입니다.

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규

미국에서 식당 창업을 위해 취득해야 하는 라이선스는 주마다 조금씩 다르며 해당 주의 도시나 카운티 별로도 다를 수 있습니다.

해당 도시 또는 카운티 관할처에 연락하여 식당 조건에 맞는 라이선스를 확인하는 것이 가장 빠르고 정확합니다.

모든 주에서 공통적으로 사업 허가증(Business License)과 주류를 취급할 경우 Liquor License가 필요하며, 뉴욕주의 경우는 별도의 식당허가증이 필요합니다.

뉴욕시는 다른 주보다도 식당 설립이 특히 까다로운 편입니다.

그림 II-6 뉴욕 라이선스 종류		출처: 노벨회계법인
관할 구역	필수 License	
주(State)	<ul style="list-style-type: none"> - General Business License - Restaurant Food Service Establishment Permit - Liquor License 	
시(City) / 카운티(County)	<ul style="list-style-type: none"> - Business License - Certificate of Occupancy - Certificate of Assumed Name - Boiler Requirement - Construction Permits - Gas Authorization - Storefront Sign Permit - Zoning License - Fire Permit - Food Protection Certificate - Food Service Establishment Permit - Required Posters and Signs for Restaurants - Industrial Wastewater Discharge Permit 	

① City 라이선스 및 허가증 발급

해당 도시 또는 카운티에 따라 State License와는 별도로 사업 허가증(Business License)를 발급받아야 하는 경우도 있습니다.

Building/Zoning Permit

건물을 새로 짓거나 수리 또는 구조적 변화를 하는 경우에는 해당지역의 'Building and Zoning Board'의 허가가 필요합니다. 사전에 설계도와 계획안을 가지고 검사자와 허가 필요 여부를 상담해야 하며, 검사자는 설계도 계획대로 공사가 진행되는지 여부를 주기적으로 점검합니다.

Health Permit

해당 지역의 보건국(Health Department)에 사전에 찾아가 커뮤니케이션 하는 것이 좋으며, 업소 오픈 전에 검사를 받아 이에 통과해야 라이선스를 획득할 수 있습니다. 검사는 이후에도 수시로 실시되며 위반사항이 발생되면 시정이 될 때까지 계속됩니다.

Occupational Permit

지역에 따라 식품위생(Health and Sanitation) 관련 자격증을 정해진 교육과 시험을 통해 획득해야 합니다. 예를 들어 LA의 경우는 'Certificated Food Handler'가 업소 내에 1명 이상 필수로 있어야 하며, 해당자는 식품위생법률 관련 교육과정을 이수해야 합니다.

Signage Permit

대부분의 시 당국은 업체의 간판의 형태, 크기, 위치, 조명에 대한 조례와 규제를 가지고 있기 때문에 사전 허가가 필요합니다.

Fire Department Permit

소방국과의 사전 커뮤니케이션을 통해 허가 조건을 상담하고 오픈 전에 검사 통과가 필요합니다.

② 주류 취급 허가증(Liquor license)

주류 취급 허가증은 지역 단위뿐만 아니라 주에서도 허가를 받아야 합니다. 이를 취득하기 위해서 많은 시간과 적게는 수백 달러에서 많게는 10만 달러(약 1억 1천만 원)에 이르는 비용이 소요되므로, 기존 점포 주류판매권 인수 또는 동업이 유리합니다.

주류 취급 허가증 신청자의 기본 자격

21세 이상의 미국 시민권자 혹은 영주권자이며, 전과기록이 없어야 합니다.

공청회(Public Hearing) 신청

공청회에서 승인이 나지 않으면, 뉴욕 주류국(New York State Liquor Authority)에서도 승인이 나지 않습니다. 공청회 날짜를 지정받는 데에도 시간이 걸리므로, 공청회 신청을 가능한 빨리 하는 것이 좋습니다. 공청회에서는 임대 계약서 사본을 요구하지 않으므로, 건물주가 임대 계약서에 서명하기 전에 이뤄져도 관계 없습니다.

공청회 공고

공청회 날짜가 잡히면, 공청회 일시와 장소를 건물 전면에 부착하고, 이의 사본을 이웃 건물들에 배포해야 합니다.

공청회 준비 자료

공청회에 갈 때는 식당의 내외부, 주요 메뉴를 신문 크기의 큰 사진으로 만들어, 청중과 위원들에게 브리핑하는 것이 효과적입니다.

주류국 신청 시 제출할 서류

- 본 신청서, 'Application for Alcoholic Beverage Control Retail License on Premises'
- 수수료
 식당의 맥주/포도주: 수수료 100달러(약 11만 원), 1년 라이선스 480달러(약 53만 원)
 식당의 주류(Liquor)/맥주/포도주: 수수료 200달러(약 22만 원), 2년 라이선스 4,352달러(약 483만 원)
- 식당 주변의 도면
- 식당 사진
- 개인정보: 사업주, 경영자 및 투자자의 개인정보
- 건물주 정보
- 대리인 증명서(Notice of Appearance): 대리인을 사용하여 면허 신청 시 대리인에 관한 정보 제출
- 지역 이사회(Community Board)에 따른 통지서 사본 및 통지했음을 증명하는 서류
- 임대계약서 사본
- 외국 국적 확인: 사업주의 영주권, 여권 원본
- 주정부 사업자등록증(Certificate of Authority)

서류 제출 장소

ZONE 1, New York City Office
317 Lenox Ave.
New York, NY 10027

신청서 제출 후

공지 의무

신청서 제출 후 10일 이내에 건물 전면에 신청 사실 공지문(Notice)을 부착해야 합니다.

신청서 제출 후 10일 이내에 지방 일간지와, 주간지에 면허 신청 사실을 주 1회, 2주간 광고합니다. 광고 후 15일 이내에 주류국에 광고 원본 제출해야 합니다.

지문 날인

신청서 제출 완료 후 L-1 Enrollment Services에 신청. 지정된 날짜에 방문하여, 지문날인(105달러, 약 12만 원, 은행 수표 지참)

진행 상황

주정부 웹사이트에서 진행 상황(status)을 점검해야 합니다.

진행 상황이 'Pending'이면 현재 처리가 진행중이고, 'Active'이면 곧 허가증이 발송될 예정이라는 뜻입니다.

전체 처리 기간

8~12주 소요

불승인 되는 주요 원인

전과 기록, 학교나 교회에 근접, 소유권자가 불분명할 때, 단독 소유가 아닐 때, 허위 진술일 때 주로 승인이 나지 않습니다.



Public Query - Results

License Information

Serial Number: 1136829
License Type: ON-PREMISES LIQUOR
License Status: License is Inactive
Credit Group: 2
Filing Date: 01/27/2003
Effective Date: 08/18/2010
Expiration Date: 02/28/2011

그림 II-7 뉴욕 주류국(좌), 승인 결과(우)

2) 임대차 계약 절차 및 관행

자영업에 있어 가장 중요한 것 가운데 하나가 바로 부동산 임대차 계약입니다. 임대차 계약은 임대인의 부동산을 그의 동의 아래 임차인이 점유사용하도록 하는 양자 간의 계약을 말합니다.

미국법에서는 계약기간이 1년이 넘는 경우, 문서로 작성해야만 집행할 수 있는 것으로 정하고 있습니다.

임대차 계약은 양 당사자 중 유리한 위치에 있는 측이 주장하는 내용으로 반영되기 쉽겠지만, 원칙적으로 모든 조항이 협상 가능하므로 임대인의 주장에만 끌려갈 것이 아니라 자신의 사정에 맞는 주장을 해야 합니다.

아무리 장사가 잘 되는 사업체라도 임대차 계약 조건이 나쁘면 사업체 소유자들은 막대한 손실을 볼 수 있습니다. 사업체 결정 때 가장 중요한 부분은 장소를 어디로 선정하고 그 장소의 임대차 계약을 어떻게 체결하느냐이며, 이것은 사업 성패를 좌우하는 핵심적인 사항입니다.



① 임대차 종류

그로스 리스(Gross Lease)

그로스 리스는 임차인이 계약된 임대기간 중 정해진 임대료만 내는 임대차 계약입니다. 건물에 관련된 재산세(Property Tax), 보험료(Insurance Premium), 유지비(CAM, Common Area Maintenance) 등의 모든 비용은 임대인이 부담합니다. 이 형태는 임차인에게 가장 좋은 임대차 계약이라 할 수 있습니다.

하지만 그로스 리스의 경우에도 재산세, 유지비(CAM)가 다 포함되어 있는 총(Gross) 계약인지, 면적에 대한 임대료(Base rent)만 들어있는 개념인지를 확인해야 합니다. 경우에 따라서 “Percentage Rent”라고 하여 비율로 정하는 경우도 있기 때문에 예상치 못한 임대료를 내지 않도록 주의해야 합니다.

네트 리스(Net Lease)

네트 리스는 임차인이 기본 렌트 이외에 건물과 관련된 재산세, 보험료, 유지비 등을 추가로 부담하는 것을 말합니다. 건물에 관련된 추가비용(재산세, 보험료, 유지비) 중 한 가지만 부담하면 싱글네트(Single Net), 두 가지를 부담하면 더블 네트(Double Net), 세 가지를 다 부담하면 트리플 네트(Triple Net) 리스라고 합니다. 일반적으로 임대인이 가장 선호하는 계약입니다.

퍼센티지 리스(Percentage Lease)

퍼센티지 리스는 매월 또는 매년 정해진 기본 임대료와 해당 사업체의 월 또는 연매상(Gross Sales) 금액의 일정 비율을 더하여 계산합니다. 이 임대차 계약은 대형 회사에서 많이 쓰는 방법이며 아주 복잡하고 까다로운 조건들로 되어 있기 때문에 임대차 계약을 하기 전에 반드시 전문 변호사의 자문을 받는 것이 좋습니다.

② 임차 방법

뉴 리스(New Lease)

뉴 리스는 전 임차인과의 리스 계약이 완전히 소멸하고 새로운 리스 계약을 체결하는 것을 말합니다. 이 경우 임대인은 새로운 임차인에 대하여 철저한 신용조사(Credit Check Up)를 하고 그 동안의 물가상승을 감안하여 임대료를 책정합니다.

또한 새로운 임차인은 시큐리티 디파짓(Security Deposit)을 내야 하는데, 대개의 경우 전 임차인에 비해 높은 금액을 요구하는 경우가 많습니다.

임대차 양도(Assignment of Lease)

임대차 양도는 사업체 거래 시 많이 쓰이는 임대차 계약 방식입니다. 전 임차인과의 남은 리스 계약을 그대로 양도받는 것으로, 전 임차인이 가지고 있는 임대차 계약조건을 현 임차인이 그대로 승계하는 것을 말합니다.

이 계약의 가장 큰 특징은 임대 문제 발생 시 현 임차인은 물론 전 임차인에게까지도 임대인이 보상을 요구할 수 있다는 것입니다. 사업체를 인수한 바이어가 임대료를 못 내는 경우 임대인은 그 전 혹은 그 전전 임차인에게까지 보상을 물을 수 있습니다.



③ 고려 사항

임차인은 임대차 계약을 결정하기에 앞서 다음의 내용들을 고려해야 합니다.

임대차 기간

임대차 계약의 기본이 되는 것은 기간이며, 임차인은 충분한 임대차 기간을 확보해야 합니다. 자본금이나 장비가 많이 투자되는 업소는 임대차 계약이 길수록 유리하고 그 반대라면 짧은 것이 좋습니다.

* 해당정보는 국가별 자료로 도시별 정보는 추후 '글로벌 외식 및 한식산업 정보시스템'을 통하여 업데이트될 예정입니다.

[참고] 뉴욕 빌딩 숲속에 들어설 7평짜리 마이크로 아파트

2015년 3월 ‘마이 마이크로 뉴욕(My Micro NY)’이라 불리는 맨해튼의 초미니 아파트 착공 관련 소식이 나왔습니다. 뉴욕에는 독신자 1인 가구가 계속 늘면서 치솟는 월세 문제가 심각한데 교육책으로 나온 아이디어가 바로 초미니 아파트 건설입니다. 이는 마이클 블룸버그 전 뉴욕시장이 추진해왔던 계획입니다.

‘마이 마이크로 뉴욕’은 한 마디로 실수요형 성냥갑 아파트입니다. 7평에서 10평 크기의 모듈 형태 주택 55개를 차곡차곡 쌓아올리는 방식으로 건설되는데, 초소형이지만 부엌과 욕실, 창문을 갖추고 있습니다.



그림 II - 8 ‘마이 마이크로 뉴욕’ 전경 및 조경도

맨해튼의 경우 2013년에만 16%, 최근 5년 동안 26%나 부동산값이 올랐습니다. 부동산 자금 출처를 따지지 않도록 한 규정 덕분에 세계의 거부들이 이른바 페이퍼 컴퍼니를 통해서 부동산을 경쟁적으로 사들였기 때문입니다.

이번 마이크로 아파트 사업은 임대료가 기존보다 낮게 형성될 수 있느냐가 성공의 관건입니다. 뉴욕시는 사업이 순조로우면 뉴욕시 전역으로 착공을 확대한다는 계획입니다.



그림 II - 9 ‘마이 마이크로 뉴욕’ 내부 그래픽

3) 영업시설의 공통기준

① 식당 위생 관련 법률

미국은 위생, 소방, 주류판매와 관련한 인허가 기준이 매우 까다롭고 엄격하여 구체적인 내용을 사전에 숙지하고 항상 준수해야 합니다. 다음은 뉴욕 위생국(New York City Sanitation Department)의 식당 관련 위생 관련 사항들입니다.

음식

- 반드시 허가받은 업소를 통해서 식재료를 구매해야 합니다.
- 뜨거운 음식이나 차가운 음식의 저장 장비가 항상 작동되어야 하며 온도계를 비치해야 합니다.
- 상하기 쉬운 음식은 4℃ (39.2°F) 이하나 60℃ (140°F) 이상의 온도에서 보관하고, 냉동음식은 0℃ (32°F)이하에 보관하여야 하며, 음식 온도를 2시간마다 점검해야 합니다.
- 음식 저장 시 뚜껑을 닫고 이름과 날짜를 표시해야 하고, 채소와 과일은 조리 전 반드시 세척하며, 육류에 따라 도마와 칼을 따로 사용해야 합니다.

싱크대

- 국가과학재단(NSF)의 인증마크와 규격을 가진 싱크대를 사용해야 합니다.
- 배수가 잘 되는 채소 싱크대, 손을 씻기 위한 별도 싱크대, 자루걸레를 씻기 위한 싱크 시설을 구비해야 합니다.

세척기

- NSF 인증과 규격을 따르는 식기세척기를 사용해야 합니다.
- 싱크대에 언제나 사용 가능한 세척 및 위생도구가 비치되어야 합니다.

화장실

- 근무 공간과 가까운 곳에 종업원을 위한 화장실과 손님들을 위한 화장실을 마련해야 합니다.

냉장고

- NSF 인증을 받은 상업용, Soda 전용 냉장고를 사용해야 합니다.

주방

- 바닥에 배수시설이 필요하고 온도기 및 조절 기능이 필요합니다.
- 공인된 도마와 살충 장비가 준비되어야 하고 온수가 나와야 하며 스테인리스 그릴을 써야 합니다.

기타

- 바닥, 벽, 천장, 카운터 등은 쉽게 청소 가능한 재질이어야 하며 모든 배수시설에 그리스 트랩을 설치해야 합니다.
- 규정에 맞는 조명을 사용해야 하며 저장공간은 바닥보다 최소 6인치보다 높아야 합니다.
- 창고는 NSF 인증을 받아야 합니다.
- 모든 싱크대에 온수가 나오도록 해야 하며, 음식을 다루는 사람 모두가 헬스 카드를 받아야 하고, 주방에서는 모자나 머리망을 사용하여 청결을 유지하도록 해야 합니다.
- 일을 시작하기 전, 화장실 사용 후, 기침, 식사, 휴식, 흡연 후 신체를 만지거나 깨끗하지 않은 물건을 만진 후에는 반드시 손을 씻어야 합니다.
- 창고 안에 음식이나 물건을 많이 보관하지 않아야 하며 유리창과 문, 쓰레기통 뚜껑을 항상 닫아야 합니다.

② 소방/안전 관련 법률

식당 운영 시 화재 예방 점검은 뉴욕 소방국(New York City Fire Department)으로부터 연중 불시에 받게 되므로 유의해야 합니다.

- 배기관 후드(Exhaust Hood), 화재 대비 비상구, 소화기의 개수와 위치, 후드와 스프링클러 시스템이 있어야 하며, 개방된 장소에서 촛불, 불이 붙는 음식, 술은 대부분 금지됩니다.
- 빌딩의 크기, 화재진압 규정, 비상구 개수에 따라 산정된 최대 수용인원을 넘는 수의 사람들이 매장 내에 있어서는 안 됩니다.
- 식당 운영 시 위생점검과 화재예방 점검은 지역 당국으로부터 연중 불시에 받게 되므로 유의해야 합니다.
- 연간 최소 1회 불시에 Inspection Guideline을 준수하는지 점검합니다.
- 식당 주소는 외부에 표기해야 합니다.
- 소화기는 규정에 따라 설치, 유지되어야 하고, 주립 소방국(State Fire Marshal, SFM)의 점검 태그가 붙어있어야 합니다.
- 화재진압시스템(Hood&Duct) 점검이 연 2회 필요합니다.
- 후드, 필터, 배기통이 양호한 청소 상태에 있어야 합니다.
- 보일러실, 전기시설 공간에 어떤 저장물품(Storage)도 없어야 합니다.
- 화재경보기가 있는 경우 정기적인 테스트 증빙이 필요합니다.
- 스프링클러가 설치된 경우 5년간의 유지보수 보증이 필요합니다.
- 지면에 파이프 구멍이 있을 경우 덮어두면 안 됩니다.

③ 뉴욕 보건국의 위생 검열 결과 등급제

뉴욕 보건국(NYC Health Department)은 매년 약 24만 개의 식당을 검열하여 시, 주의 식품 안전성 규제를 준수하는지 감시합니다. 2010년 7월부터 보건국은 위생 검열 결과를 나타내는 문자등급을 게시할 것을 식당에 요구했습니다. 0~13점을 받은 식당은 A등급, 14~27점을 받은 곳은 B등급, 28점 이상을 받은 곳은 C등급을 취득하게 되며, 검열 결과는 보건국의 웹사이트에 게시됩니다.

식품 안전성 검열 점수 근거

식당의 점수는 해당 식당이 시, 주의 식품 안전성 요건을 얼마나 잘 준수하는가에 따라 달라집니다. 검열관은 식품 취급, 식품 온도, 개인 위생, 기구 및 시설 유지보수, 해충 퇴치를 점검합니다. 각 위반에 대해 일정한 점수가 부과됩니다. 검열이 끝나면 검열관은 점수를 합산하는데 이 숫자가 해당 식당에 대한 검열 점수가 되며, 점수는 낮을수록 더 좋습니다.

특정 위반에 대한 점수는 해당 위반이 공중 보건에 미치는 위험에 따라 달라지며, 위반은 세 가지로 분류됩니다.

- 공중 보건 위험: 식품을 적절한 온도로 보관하지 않은 경우 등입니다. 최소 7점이 부과되며, 검열이 끝나기 전에 위반이 시정될 수 없는 경우, 보건국은 해당 위반이 시정될 때까지 식당을 폐쇄시킬 수도 있습니다.
- 중대 위반: 샐러드 등 익히지 않은 상태로 먹는 식품을 제대로 씻지 않고 서빙한 경우 등입니다. 최소 5점이 부과됩니다.
- 일반 위반: 조리 기구를 제대로 살균하지 않은 경우 등입니다. 최소 2점이 부과됩니다.

검열관은 위반의 정도를 반영하기 위해 추가 점수를 할당할 수 있습니다. 위반 상태 수준의 범위는 1(최소)에서 5(최대)까지입니다. 예를 들어, 하나의 오염된 식품 항목은 상태 수준 1의 위반이며 7점이 부과됩니다. 4개 이상의 오염된 식품 항목은 상태 수준 4의 위반이며 10점이 부과됩니다.



4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

미국은 고용과 관련된 규정이 엄격한 편입니다. 모든 외식업소에서는 최저임금, 초과근무, 미성년자 고용 등에 대해 연방법 또는 주법의 규정을 준수해야 합니다. 각 주마다 고용 관련 규정이 다르지만 지역과 무관하게 일반적으로 적용되는 고용 규정도 있습니다.

고용 관련 규정은 일반적으로 “Regulation and Fast Food Establishment Under the Fair Labor Standards Act(FLSA)”라 불리는 공정노동기준법을 따릅니다. 고용 문제를 주관하는 담당 부처는 ‘미국 노동부 고용관리 부처(US Department of Labor, Employment Standards Administration, Wages and our Division)’입니다.

한 개 이상의 식당을 운영하며 연매출이 총 50만 달러(약 5억 5천만 원) 이상인 경우 공정노동기준법(FLSA)의 기준을 따르고, 50만 달러(약 5억 5천만 원) 미만인 외식업소는 주법(State Law)을 따릅니다. 이는 웨이트리스, 계산원 등 외식업소에서 일하거나 유통되는 식자재를 취급하는 모든 피고용인에게 적용됩니다.

① 직원채용

구인광고

직원 채용 규모와 업무 내용, 직위가 결정되면 직원을 어떤 경로를 통해 채용할 것인가를 생각해야 합니다. 광고, 소개, 인터넷 등을 통해 후보자를 물색하는 방법도 있고, 대학마다 있는 직장 알선 사무소(Job Placement Office)에 의뢰하거나, 전문적으로 직장 알선을 하는 업체(Employment Agency, Recruiter, Head Hunter)를 통해 물색할 수도 있습니다.

직업 알선업체를 이용할 경우, 자격 요건을 갖춘 후보자들을 미리 선별하여 보내주는 장점이 있지만, 수수료가 보통 연봉의 10% 내지 15% 정도가 되며, 핵심 직원을 채용할 경우 연봉의 30%까지 요구하는 경우도 있습니다.

미국에서 직원 채용 광고 작성 시 나이, 성별, 신분, 인종 관련 문구 등의 차별적 표현이 들어가지 않도록 주의하여야 합니다.

고용계약

채용이 결정되면 ‘오퍼레터(Offer Letter)’를 보내 동의 서명을 받아야 합니다. 보통 ‘오퍼레터’는 계약서 형식이 아니고 “아래와 같은 연봉과 복지혜택 등의 조건으로 우리 회사에서 일할 것을 제안하니, 이를 수락한다면 서명을 해서 보내달라. 이 레터는 일정기간 당신에게 직장을 보장해 주는 것이 아니고 고용계약서도 아니며 당신과 회사 간에는 임의 고용관계가 존재한다”의 내용으로 되어 있습니다.

대부분의 고용계약서에는 해고 사유가 되는 것들을 나열해 놓고 있는데, 만약 고용계약서가 존재할 경우 고용계약서에 나와있는 규정에 따라서만 해고할 수 있으며 임의 고용관계에 따른 자유로운 해고가 불가능합니다. 따라서 미국에서는 보통 계약서 대신 오퍼레터를 이용합니다. 오퍼레터는 전문가의 도움을 받아 회사 표준 양식을 만들어 사용해야 하며 서명본은 종업원 인사파일에 넣어두어야 합니다.

새 종업원이 맡을 업무와 관련해 회사 기밀 유지 서약 등을 받을 필요가 있다면 채용 시 받아두는 것이 좋습니다. 미국 이민법은 종업원 채용 시 미국에서 일할 자격이 있는지 여부를 확인하도록 고용인에게 요구하고 있습니다. 따라서 시민권자, 영주권자 여부를 확인하고 이에 해당하지 않더라도 노동허가가 있는지 여부를 사회보장카드, 운전면허증, 여권 등을 토대로 확인해 Immigration Form I-9를 작성해야 합니다.

② 최저임금

미국의 연방정부에서 책정한 최저임금은 시간당 7.25달러(약 8,065원)이며, 주별로는 워싱턴주가 9.32달러(약 10,368원)로 가장 높은 최저임금을 정해 놓았습니다.

일반적으로 미국 각 주의 최저임금은 연방 정부의 최저임금 수준보다 높은 편이고, 해당 주에 위치한 사업체는 해당 주의 최저임금 수준을 적용받습니다.

2015년 뉴욕에서 적용되고 있는 최저임금은 시급 8.75달러(약 9,734원)입니다.

③ 근로시간

미국 근로기준법(Fair Labor Standards Act)은 법정 근로시간을 주당 40시간으로 규정하고 있습니다. 따라서 고용인들은 피고용인의 주당 40시간 초과 노동에 대해서는 예외를 제외하고 일반 임금의 1.5배에 해당하는 초과수당을 지불해야 합니다.

일반적으로 임금이 지불되어야 할 노동시간이란, 피고용인이 직접 노동을 수행한 시간, 노동을 수행하기 위해 지정된 장소에 있었던 모든 시간이 포함됩니다. 이는 일반적으로 가사노동, 출장(여행시간), 대기시간, 훈련기간, 유예기간 등이 모두 포함됩니다.

④ 휴일과 휴가

미국은 10일의 연방공휴일이 있으며, 연방공휴일이 토요일일 경우 금요일을, 일요일일 경우 월요일을 대체휴일로 인정하고 있습니다.

그림 II-10 2015년 연방 공휴일 일정표

출처: KOTRA

월	일	공휴일	비고
1월	1일	New Year's Day	
	19일	Martin Luther King's Day	
2월	17일	President's Birthday	2월 셋째 월요일
5월	25일	Memorial Day	5월 마지막 월요일
7월	4일	Independence Day	
9월	7일	Labor Day	9월 첫째 일요일
10월	12일	Columbus Day	10월 둘째 월요일
11월	11일	Veterans Day	
	26일	Thanksgiving Day	11월 넷째 목요일
12월	25일	Christmas Day	

⑤ 해고

피고용인 해고결정을 위해 적합한 문서를 구비해야 합니다. 다음은 인사기록부의 '기록사항'과 '기록 금지사항'입니다.

기록사항

모든 승진 기록, 봉급 인상, 업무 평가를 기록합니다. 피고용인과 회의에서 다루어진 모든 사안을 메모로 남깁니다. 이때 단순한 결론이 아닌 사실을 기록해야 합니다. 징계 후의 업무수행 내용과 업무수행 향상 또는 근무태도 개선 등의 점검 기록을 포함한 피고용인의 모든 경고와 징계를 문서화합니다. 의사 진단서 등 결론에 대한 피고용인의 해명을 포함해 결론과 결론 날짜, 무단 결근, 반복적인 지각 등을 기록합니다.

기록 금지사항

회사 변호사의 서신을 인사기록부에 보관하지 않습니다. 만약 같이 보관했을 경우, 변호사와 고객 간의 비밀보장 특권을 상실할 수 있으며 부당해고 소송이 걸려올 경우 변호사 서신을 공개해야 할 수도 있습니다. 불확실하거나 미완성된 내용은 기록하지 않습니다. 사실만 기입하며, 결론을 기입해서는 안 됩니다. 1년 이상 미기록 공백 상태로 놔두지 않아야 합니다. 업무능력 평가 또는 이와 유사한 평가 없이 임금 인상 또는 보너스를 주지 않습니다.



연방 시민권법은 고용인이 직원을 종교, 국적, 나이, 성별, 신체적 장애를 이유로 업무 배분, 승진 등에서 차별 대우하거나 해고시켰을 경우 이를 분명하게 불법행위로 규정합니다. 따라서 위와 같은 이유로 해고된 직원은 연방정부나 지역 사무소에 고용인을 상대로 소송을 제기할 수 있습니다.

이와 같은 내용의 소송이 접수되면, 연방정부의 고용기회균등위원회(Equal Employment Opportunity Commission)나 인권위원회(Human Rights Commission)에서 우선 조사를 하고 판결을 내리게 됩니다.

⑥ 퇴직급여

은퇴연금제도는 매우 다양해서, 어떤 제도를 선택하느냐에 따라 회사가 부담할 비용이 달라집니다.

은퇴연금제도는 회사의 비용 부담 측면에서 보았을 때, 직원이 은퇴 후 일정연금을 평생 받도록 규정하고 매년 그에 상응하는 금액을 적립하는 제도(Defined Benefit Plan)와 회사가 매년 직원 은퇴금에 적립할 의무액을 정해 놓고 적립하는 제도(Defined Contribution Plan)가 있습니다.

직원의 은퇴 혜택이 고정되어 있는 연금제도는 최근 고령화 추세와 기금의 투자 성과 여부에 따라 회사의 비용이 크게 늘어날 수 있어 점차 사라져가고 있는 제도입니다. 매년 회사의 적립액이 정해진 경우, 직원이 은퇴 후 받을 수 있는 금액은 그 기금의 투자 성과에 따라 변할 수 있습니다. 또한 회사의 비용부담이 확정적이고 한정적인 은퇴연금 제도에는 Profit Sharing Plan이 있는데, 회사가 직원 급여의 25%까지 적립해 줄 수 있습니다. 매년 적립하는 급여 비율은 바꿀 수 있으며, 이 제도는 회사가 비용을 100% 부담하는 제도입니다.

최근에 많이 채택되고 있는 연금인 401(k)Plan은 직원이 본인 급여에서 연간 17,500달러(약 2천만 원, 2014년 기준)까지 적립할 수 있고 회사에서 직원 적립액에 대해 일부를 보조해주는 제도입니다. 이외에도 여러 가지 은퇴연금제도가 있는데, 그에 관련된 비용과 직원들의 필요, 요구를 잘 감안하여 효과적인 복지 혜택 프로그램을 마련하여야 합니다.



⑦ 복지혜택

직원 채용 시 의무적으로 고용인이 부담하여야 할 사회보장세, 실업보험, 재해보험, 의료보험 등 외에도 어떠한 복지 혜택을 줄 것인지를 결정해야 합니다.

의료보험 혜택은 고용인에게 있어 금전적으로 가장 부담이 큰 복지 혜택 중 하나입니다. 최근 몇 년간 의료보험료가 많이 인상되어 의료보험 혜택을 제공하는 회사들이 감소 추세에 있으며, 의료보험을 제공하더라도 적용되는 혜택을 줄이거나 직원의 공동 부담액을 늘리는 추세입니다.

보험 금액은 직원 외 가족의 포함 여부, 의사와 병원의 선택 폭, 적용되는 의료 서비스의 종류, 의사나 병원 방문 시 직원의 부담액(Co-Pay & Deductible), 처방약, 치과, 한방, 안경 등이 포함되는지의 여부 등 여러 가지 선택사항에 따라 달라집니다.

직원 본인만 의료보험을 받을 경우 저렴한 보험은 월 수백 달러에서부터 시작하여 가족을 포함하는 좋은 의료보험은 보험료가 월 천 달러를 상회하기도 합니다.

⑧ 임금 절도 방지법(Wage Theft Prevention Act)

‘임금 절도 방지법(Wage Theft Prevention Act, WTPA)’은 지난 2011년 4월 뉴욕주 노동법에 추가된 법령입니다.


WTPA에 의하면 고용인은 모든 피고용인들에게 임금금액의 내용이 기록된 확인서를 주어야 하고, 피고용인에게서 임금내용을 확인하였다는 서명을 받아야 하며, 이 서류를 최소 6년간 보관해야 합니다.

새로운 직원 채용 시, 임금금액이 바뀔 때마다, 그리고 변동이 없어도 매년 1월 1일에서 2월 1일 사이에 연간 서류를 작성해야 합니다.

또한 추가임금 지불 시 봉급 지불명세서를 주어야 합니다. 봉급 지불명세서는 고용인 이름, 주소, 전화번호, 봉급 기간, 봉급 지급날짜, 주 40시간 미만에 관한 봉급계산 내용, 40시간 초과되는 초과근무 수당 계산 내용 등이 명시되어야 합니다. 봉급 지불명세서 실행이 안 되는 경우 직원당 매주 100달러(약 11만 원)의 벌금이 부과됩니다.

피고용인은 피해 발생일로부터 6년 이내에, 노동국에 신고 또는 소송을 제기할 수 있습니다.

그림 II - 11 임금내역 확인서(LS57, Notice and Acknowledgement of Pay Rate and Payday)
출처: 뉴욕 노동청(Department of Labor)



Notice and Acknowledgement of Pay Rate and Payday Under Section 195.1 of the New York State Labor Law
Notice for Employees Paid Salary for Varying Hours, Day Rate, Piece Rate, Flat Rate or Other Non-Hourly Pay

<p>1. Employer Information</p> <p>Name: _____</p> <p>Doing Business As (DBA) Name(s): _____</p> <p>FEIN (optional): _____</p> <p>Physical Address: _____</p> <p>Mailing Address: _____</p> <p>Phone: _____</p>	<p>4. Employee's Pay Rate: \$ _____ per _____ Specify the basis for the rate paid, i.e. salary for varying hours, day rate, etc.</p> <p>Employers may not pay a non-hourly rate to a non-exempt employee in the Hospitality Industry, except for commissioned salespeople.</p> <p>5. Allowances taken: <input type="checkbox"/> None <input type="checkbox"/> Tips _____ per hour <input type="checkbox"/> Meals _____ per meal <input type="checkbox"/> Lodging _____ <input type="checkbox"/> Other _____</p> <p>6. Pay is: <input type="checkbox"/> Weekly <input type="checkbox"/> Bi-weekly <input type="checkbox"/> Other _____</p> <p>7. Overtime Pay Rate: In most cases the overtime rate will be 1½ times the regular rate of pay for the week. The regular rate of pay is the total weekly pay divided by the hours worked in the week.</p> <p>In most cases, it is illegal to pay a fixed weekly rate for varying hours worked over 40 per week. The Department of Labor strongly discourages weekly rates for non-exempt employees, since underpayments often result.</p>	<p>8. Employee Acknowledgement: On this day, I received notice of my pay rate, overtime rate (if eligible), allowances, and designated payday. I told my employer what my primary language is.</p> <p>Check one: <input type="checkbox"/> I have been given this pay notice in English because it is my primary language. <input type="checkbox"/> My primary language is _____.</p> <p>I have been given this pay notice in English only, because the Department of Labor does not yet offer a pay notice form in my primary language.</p> <p>Print Employee Name _____</p> <p>Employee Signature _____</p> <p>Date _____</p> <p>Preparer Name and Title _____</p> <p>The employee must receive a signed copy of this form. The employer must keep the original for 6 years.</p>
<p>2. Notice given:</p> <p><input type="checkbox"/> At hiring</p> <p><input type="checkbox"/> On or before February 1</p> <p><input type="checkbox"/> Before a change in pay rate(s), allowances claimed or payday</p>		
<p>3. Regular payday: _____</p> <p>LS 57 (03/11)</p>		

[참고] 노동법 위반 벌금 사례

뉴욕주 내 한인 자영업체들이 '노동법 위반에 따른 벌금'으로 비상이 걸렸습니다.

2015년 3월 뉴욕의 유명 한식당경영주는 종업원들에게 휴일에 양배추를 따오라고 시키는 등의 부당한 노동 착취 이슈로 약 30억원(267만달러)에 달하는 벌금을 물게됐습니다.

갈수록 노동법 위반 업소에 대한 뉴욕주 당국의 단속이 심화되면서 추징금과 벌금을 징수당하는 한인 업소들이 잇따르고 있습니다. 2013년 맨해튼 및 Queens Flushing 한인 업소에 노동국 단속반원들이 들이닥치면서, 노동법 위반으로 적발된 한인 업소들이 2012년과 비교하여 20~30% 이상 증가했습니다.

적발된 업소들은 식당, 스파, 네일 등 업종을 불문하고 있으며, 추징금과 벌금액수도 4~5만 달러(약 4천 5백만~5천 6백만 원)부터 수십만 달러에 달했습니다. 이 같은 강도 높은 벌금으로 상당수 업주들은 사업이 위태로울 정도의 타격을 받았습니다.

일부 업소의 경우 단속반이 초과수당 등 종업원 미지급 임금을 최장 5~6년까지 소급 적용하여, 업소가치보다 많은 액수의 추징금과 벌금이 부과되자 아예 폐점까지 고려할 지경에 이르렀습니다.

종전에는 단속 패턴이 대부분 타인종 종업원들의 신고에 의해서만 이뤄졌지만, 현재는 한인 종업원의 신고는 물론 당국이 임의로 선정해 단속을 펼치고 있습니다. 이에 따라, 한인 업주들은 단속에 대비한 사전 준비를 철저히 하고 있습니다.

다음은 단속반의 중점 단속내용입니다.

- 최저 임금 및 초과수당 지급 준수 여부
- 종업원 상해보험 및 장애보험 가입여부
- 노동법규 포스터 부착 여부
- 임금지급 기록 작성 및 보관 등



그림 II - 12 노동법규 포스터

5) 세무 관련 정보

미국의 조세구조는 크게 연방세, 주세, 지방세, 또는 지방자치세로 나눌 수 있습니다.

세금의 종류나 과세기준은 주마다 여러 종류이며 다양합니다. 텍사스, 네바다, 워싱턴, 와이오밍, 사우스다코타 주는 법인세가 없으며, 이들 주와 함께 알래스카 주와 플로리다 주를 포함한 7개 주는 개인소득세가 없습니다. 고정자산세, 판매세 등 다른 세율도 마찬가지로 주마다 다르고 고정 자산세의 경우 군, 시, 학교, 구 등이 부과하는 경우도 있습니다.

① 연방소득세

뉴욕에서 사업을 하는 데 있어 가장 먼저 확인해야 할 세금은 연방소득세입니다.

연방소득세는 미국의 연방정부가 모든 시민과 거주민, 회사, 기타 납세자들의 소득에 대하여 부과하는 세금입니다. 따라서 소득이 없으면 납세의무도 없지만 소득이 있으면 납세 의무가 발생합니다. 여기에서 말하는 소득은 순소득 개념이므로 총 소득에서 그와 같은 소득을 얻기 위해 지출한 경비를 제외한 나머지가 과세대상입니다. 일반적으로 세금 가운데 약 80%가 연방세입니다.

미국의 국세인 연방세는 내국세입법(IRC)에 의거하여 과세됩니다.

내국세입법 해석은 재무부가 공포하는 Regulation(시행규칙)에 의해 세부사항이 정해집니다. 또한 정권이 바뀔 때마다 빈번한 개정이 이루어져 세제내용이 복잡합니다.

미국의 세금 관련 소송은 아주 많은데 미 조세재판소(Tax Court), 연방지방재판소(District Court), 미 청구 재판소(Court of Claim)에서 나오는 세무상 판례가 연방세를 실무상 해석하는데 주요한 판단자료가 됩니다.

연방세의 가장 두드러진 특징은 전 세계 소득을 과세대상으로 잡는 것에 있습니다. 즉 미국의 회사, 시민, 거주자 등 납세자들은 소득이 미국에서 발생했건 외국에서 발생했건 상관없이 전 세계 수입원으로부터 발생한 모든 소득을 보고해야 합니다.

연방세는 크게 법인소득세, 개인소득세, 기타세로 나누어집니다.

그림 II-13 미국 연방세의 종류		출처: KOTRA
종류	내용	
법인소득세 (Corporate Income Tax)	내국법인은 미국 내외의 전체소득, 외국법인은 미국 내의 소득 및 국외의 특정소득이 과세대상	
개인소득세 (Individual Income Tax)	미국 시민이나 거주 외국인은 국내외의 전체소득이, 비거주 외국인 인은 미국 내 소득만 과세 대상 세율은 독신, 배우자 사별자, 세대주, 부부 공동 신고자, 부부 개별 신고자에 따라 상이 자세한 내용은 http://www.irs.gov 참조 요망	
기타세	- 상속세 및 증여세(Estate and Gift Tax): 납세자가 생존해있는 동안 이루어진 증여/유산에 대하여 부과하는 연방세로서 최하 15%에서 28%까지의 누진세율이 적용	
	- 사회보장세(Social Security Tax): 각종 사회보장제도의 재원 확보를 위해 고용인과 피고용인 모두에게 과세되는데, 일반적으로 인플레이션을 반영키 위해 매년 인상. 사회보장 제도의 혜택을 받지 못하는 외국인과 외국인 기업에게도 부과하는 세금으로 고용인이 반드시 원천징수하여 정기적으로 연방국세청에 납부 하도록 되어 있음	
	- 관세 및 물품세(Custom Duties and Excise Tax): 20세기 초까 지 연방정부의 주요 세원이었으나, 최근에는 소득세의 보조 정도에 그치고 있음	

법인대체최소세(Alternative Minimum Tax, AMT)

한편 법인대체최소세는 정규법인세에 별도로 적용됩니다. 이는 경제적 이윤은 많으면서 각종 공제를 사용해 법인세를 전혀 납부하지 않는 상황을 방지하는 데 목적을 두고 있는 세금입니다.

대체최소세는 정규 법인세 계산에서 공제되는 여러 가지 항목을 부인하고 얻어지는 대체최소세 과표가 4만 달러(약 4,394만 원)를 초과하는 금액에 20% 법인대체최소세율을 곱하여 계산됩니다. 법인은 정규세와 대체최소세 중 큰 금액을 결정세액으로 납부해야 합니다.

누적잉여금세(Accumulated Earnings Tax, AET)

누적잉여금세는 법인이 영업활동에 필요한 적정 수준 이상의 잉여금을 누적하는 경우 적용됩니다. 적정 수준의 잉여금엔 생산설비의 개보수, 인수합병, 채무의 변제, 운영자금, 투자나 공급업자에 대한 대여, 제품 책임에 대한 총당금 누적 등이 포함됩니다. 법인에 부과되는 누적잉여금세율은 15%입니다.

누적잉여금세는 납세자가 자발적으로 납부하는 세가 아니라 국세청이 세무조사에서 추징하는 일종의 벌과금성 세금입니다. 누적잉여금세에 대한 국세청의 추징이 있는 경우 납세자는 누적잉여금의 적정성을 국세청이 납득할 수 있는 수준으로 설명해야 합니다. 누적잉여금세는 25만 달러(약 2억 7,400만 원)까지 면제됩니다. 누적잉여금세는 법인세와 별도로 추징됩니다.



개인소유법인세(Personal Holding Corporation Tax, PHC)

개인소유법인세는 개인소득세율보다 법인세가 더 낮기에 법인을 설립하여 투자활동 하는 것을 방지하기 위해 부과되는 세금입니다. 개인소유의 법인에 수동적인 소득이 발생하는 경우 법인세와는 별도로 개인소유법인세가 부과됩니다. 세율은 배당하지 않은 유보이익에 대해 15%를 적용합니다.

법인이 개인소유법인세에 적용되는지 여부의 판정은 두 가지의 기준을 통해 결정됩니다. 첫째, 5명 이하의 개인이 50%를 초과하는 회사의 지분을 소유해야 합니다. 둘째, 회사 수입의 60% 이상이 배당, 이자, 로열티, 연금, 임대료, 판권, 인적 용역, 재단(Estate) 또는 신탁(Trust)에서 발생하는 수입으로 구성되는 수동적 성격의 소득인지 조건입니다.

둘 중 하나에 속할 경우 법인은 개인소유법인세의 적용을 받게 되나 누적잉여금세의 적용을 동시에 받지는 않습니다.

미국 내 법인세를 부과하는 세무당국은 국세청 외에 각 주의 재무부(State Tax Authorities)와 시(City Tax Authorities, 모든 시는 아니며, 특별한 예로 뉴욕시는 과세 가능)가 있습니다.

② 주세 및 지방소득세

주세 및 지방소득세는 법인소득세, 판매/사용세, 영업허가세, 개인소득세로 나누어집니다.

그림 II-14 미국 주세 및 지방소득세의 종류		출처: KOTRA
종류	내용	
법인소득세	과세소득은 대체로 연방세법에 의해 산정	
판매/사용세	소매 행위의 대부분에 대하여 주 및 지방정부가 소매가격에 일정한 세율을 적용시켜 소비자로부터 징수	
영업허가세	소득세와는 별도로 주에서 회사형태로 상행위를 하는 것을 허가해 준 것에 대하여 매년 부과	
개인소득세	대부분의 주는 독자적으로 개인소득세를 부과 코네티컷, 뉴햄프셔, 테네시주는 개인에 대해서 투자소득(이자소득, 배당소득, 양도 이익)에만 과세 주 소득세는 원칙적으로 거주자에 대해서는 전 소득에, 비거주자에 대해서는 주 내 원천소득에 한해서만 과세 각 주의 개인 소득세율은 주마다 다르며 최고 과세 소득의 2.8% (펜실베이니아 주)에서 11% (몬태나 주)까지 다양함	
재산세	지방자치단체에서 부과하며, 규정은 주마다 다름 지방 행정구역 내에 있는 동산 또는 부동산에 과세하며, 그 세수로 경찰서, 소방서, 공립 학교, 도서관 등 지방행정관서를 유지, 관리하는 비용을 마련	
기타	주 및 지방자치단체는 이외에도 개인소득세, 실업보험세(Unemployment Insurance Tax), 증여세 등을 부과 또한, 일부 주에서는 Unitary 과세를 미국 외 국가의 관계 회사에도 적용하고 있는데, 그것이 국제 Unitary과세로 한국의 대미진출기업에 문제가 되고 있음	



외국투자기업 대상 조세제도는 다음과 같습니다.

법인소득세(Corporate Income Tax) 납부 의무자는 법인이 설립된 곳을 기준으로 내국법인(Domestic Corporation)과 외국법인(Foreign Corporation)으로 구분됩니다.

내국법인의 경우 전 세계 소득에 대하여 미국에 납세 의무가 있고, 외국법인은 소득의 종류에 따라 약간 다르긴 하나 일반적으로 미국에 고정 사업장을 가지고 영업활동을 하거나 미국 원천소득이 있으면 미국에 납부 의무가 있습니다.

내국법인(Domestic Corporation)이란 미국 각 주법에 근거하여 설립된 법인을 말합니다.

미국에 진출해 있는 한국계 기업 중 현지법인 형태는 내국법인에 해당되며 그 가운데에서도 외국인 투자법인으로 분류됩니다. 내국법인은 전 세계 소득에 대하여 미국에 법인소득세 납세 의무가 있습니다. 외국에서 얻은 소득을 미국에서 신고할 경우 외국에 납부한 법인세가 있다면 외국납부세액공제가 가능합니다. 내국법인은 내국세법이 부여하는 각종 공제, 감면 등의 혜택을 받을 수 있습니다.

외국법인(Foreign Corporation)이란 외국법에 의하여 설립된 법인을 말합니다.

미국에 진출한 한국계 기업 중 지점 형태는 외국법인에 해당됩니다. 외국법인이 얻는 소득은 FDAP(Fixed, Determinable, Annual or Periodical) 소득과 ECI(Effectively Connected Income) 두 가지 종류로 나뉩니다. FDAP는 이자소득, 배당소득, 사용료소득 등 금액이 확정되어 있으며 정기적으로 지급받는 소득이고, ECI는 미국 내 사업과 연관된 소득을 말합니다.

경우에 따라 차이가 있으나 일반적으로 FDAP 소득에 대해서는 외국 법인의 납세의무가 없고, ECI가 있는 경우 미국에 법인소득세를 신고해야 합니다.

다만, 한미조세조약에 의거해 미국에 고정사업장이 없는 한국 법인이 미국 내 사업과 연관된 소득(ECI)이 있는 경우에는 미국에 납세 의무가 없습니다.

내국법인의 경우 미국 조세제도에 따라 미국 기업과 동일한 세율의 법인세를 납부해야 합니다.

외국법인 중 ECI 소득이 없는 경우 일반적으로 FDAP 소득의 소득 지급자가 원천징수를 함으로써 납세의무가 종결되는데, 원천징수 세율은 국가 간 조세조약에 규정된 세율 또는 30%의 최고 세율이 적용됩니다.

현행 한미 조세조약상 원천징수 세율은 이자 12%, 배당 10%(특정 경우) 또는 15%(일반적인 경우)입니다. ECI 소득이 있는 경우와 같이 내국법인과 같은 법인소득세 신고 의무가 있을 때에는 내국법인과 동일한 세율을 따릅니다.

국내법인의 납세방법

연중 중간예납(Estimated Tax Payment)에 의하여 일정 부분을 미리 납부한 후, 다음해 초 법인세 과세표준과 세액을 최종 신고하여 세액을 정산합니다. 이후 과소납부 세액을 추가 납부하거나 과다납부 세액을 환급받게 됩니다. 모든 법인은 사업연도 종료일이 속하는 월로부터 2개월 15일 이내에 법인세 신고서식 Form 1120을 작성하여 법인세를 신고하고 미납세금을 납부해야 합니다.

외국법인의 납세방법

외국법인이 FDAP 소득만 있는 경우 조세조약상의 세율 또는 30%의 세율을 적용해 소득 지급자가 원천징수를 하면 납세의무는 일반적으로 종결됩니다.

외국법인이 ECI가 있는 경우 사업연도 말일부터 3번째 달 15일까지 Form 1120F(U.S. Income Tax Return of a Foreign Corporation)를 작성해 IRS에 법인세 신고를 하고 세액을 납부해야 합니다. ECI가 있으나 미국에 고정 사업장이 없는 경우 비과세 사유를 Form 8833에 기입하여 법인세신고서(Form 1120F)와 함께 제출해야 합니다. ECI가 있는 외국법인은 중간예납 의무가 있어 당해 사업연도 납부 예상세액이 500달러(약 55만 원)이상인 경우 매 분기별로 법인세 중간예납을 해야 합니다.

한편 미국과 한국 사이에는 이중과세 방지조약이 체결되어 있습니다.

따라서 해당국의 법률에 의거해 미국 국민 또는 거주자는 한국에서 납부한 소득세액을 미국에 납부할 세액에서 공제할 수 있습니다.

외국인에게 원천징수 대상이 되는 금액을 지급하는 경우 원칙상 30%의 세율로 원천징수를 해야 하나, 한미 간 조세조약에 따라 낮은 세율이 적용됩니다. 원천징수 대상 소득엔 소득의 원천이 미국이고 고정적이거나 확정 가능하며 매년 발생하는 주기적인 소득이 해당됩니다.

6) 수입/통관 관련 정보

① 통관

미국에 수입되는 농수산물은 FDA(Food and Drug Administration), 관세청(U.S. Customs Service), 동식물검역국(Animal and Plant Health Inspection Service, APHIS)의 검사를 통과한 후에 수입이 허락됩니다.

특히 FDA는 미국 내에 들어오는 모든 식품의 규제를 관리하고 있으며 식품뿐 아니라 의약품, 약품, 화장품, 방사선조사제품, 생물학적 약제, 동물사료 및 약품 등 총 7개 분야의 관련 규제를 담당하고 있습니다. 가금류, 계란, 육류 등의 제품은 미국 농무부(The United States Department of Agriculture, USDA) 산하 식품위생국(The Food Safety and Inspection Service, FSIS)에서 규제하고 있습니다.

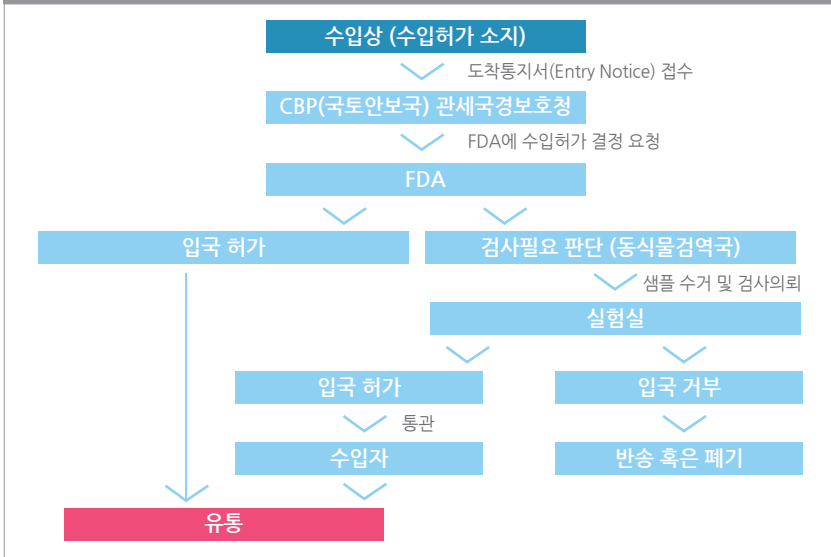
미국에서 수입이 거부되는 식품을 살펴보면 불량식품(Adulterated)과 부정표시식품(Misbranded) 등입니다. 불량식품은 불량품, 비위생적인 식품, 제조과정이 비위생적인 식품들을 말하며, 부정표시식품은 부정확한 영양분석표가 부착된 식품과 과장된 내용의 식품포장이나 설명서가 사용된 식품을 뜻합니다. 이 밖에 위생검사에 관련된 문서들이 미흡한 식품이나 제조업체의 검사, 검역이 불가능한 식품에 대해서도 수입을 금하고 있습니다.

절차

- 수입회사나 화물 인수자 혹은 대리인은 수입식품이 도착한 후 5일 이내에 입국 신청서(Entry Notice)를 접수하고, 관세청 통과를 위한 보증금(Customs Bond)을 준비해야 합니다. 이때 필요한 서류는 세관통과신고서(Commercial Invoice Copy), 보증인(문제가 생길 경우 책임, 세금, 벌과금 납부) 등입니다.
- 국토안보국 내 관세국경보호청(Customs and Border Protection, CBP)에서 FDA에 농산물의 입국을 알리고 입국 허가결정을 요청합니다.
- 동식물검역국은 식품의 병충해와 잡초, 축산물의 경우 전입될 수 있는 동물의 질병을 차단하거나 통제하고, 미국의 동물 및 식물을 보호하기 위한 각종 검사를 실시합니다.
- FDA는 수입서류와 샘플검사가 필요한지 검토합니다. 샘플검사가 필요 없으면 수입수속진행동의서(May Proceed Notice)를 세관 및 수입업자 혹은 대리인에게 통보해 수입을 허가합니다. 그러나 샘플검사가 필요하면 샘플조사 통보서(Notice of Sampling)를 세관과 수입업자 또는 대리인에게 발송합니다. 농수산물의 경우 별도의 통보가 있을 때까지 다른 장소로 옮길 수 없지만 샘플 수집 후에는 다른 곳으로 옮길 수 있습니다.

그림 II-15 일반적인 계약 절차

출처: 한국농수산물유통공사



- 수집된 샘플은 FDA 해당 관할지역 분석실에서 검사가 이루어집니다. 검사결과가 식품법 기준에 벗어나 불합격 판정이 내려지면 화물역류 및 보완요청통보서(Notice of Detection and Hearing)와 세부 위반사항을 수입업자 혹은 대리인에게 발송하며 10일 동안 서류보완이나 항변할 기회를 줍니다.

- 수입업자나 대리인은 통관이 되도록 추가서류 제출과 함께 재조정처리계획서(Application for Authorization to Recondition 또는 Perform Other Action: FDA Form FD766)를 작성하여 제출해야 합니다. 이때 세부 위반사항에 대한 구체적인 처리계획이 제시되어야 합니다. 10일간 자료보완이나 설명회에 참여하지 않으면 항변기회를 잃게 되며 기간연장은 불가능합니다.

- FDA는 재조정계획을 검토한 후 샘플 결과가 적합하다고 판단되면 ‘역류해제’ 스탬프와 함께 ‘해제통지서’(Release Notice)를, 적합하지 않다고 판단되면 ‘반입불가통지서’(Notice of Refusal of Admission)를 세관과 수입업자, 대리인에게 발송합니다. 반입불가통보가 떨어진 수입식품은 세관의 감독 하에 해외로 반송 또는 폐기 처분되며 세관은 그 결과를 FDA에 통보합니다.

제출서류

수입상품 통관에 필요한 서류

- 입국화물목록 또는 신청서, 즉시 배송을 위한 특별허가증 또는 감독관이 요청한 양식의 상품양도증
- 입국권한의 증명
- 상업송장 또는 송장이 발행되지 않을 경우 견적 청구서
- 포장명세서(Packing List)
- 상품의 통과자격을 위해 필요한 기타 서류
- FDA의 사전통보양식
- 시설 등록증

상업송장(Commercial Invoice) 작성방법

- 수출업체, 제조업체, 재배자, 수입업체, 인수자 등의 이름과 주소
- 원산지에 대한 정확한 자료
- 수출되는 국가와 항구
- 수출되는 품목의 정확한 명칭과 브랜드 명칭
- 최소 포장상태(inner box)에서 완전히 포장된 박스(carton)까지
- 용량 및 포장상태(예: 유리, 플라스틱, 병, 캔 등)
- 제조회사 FDA 등록번호

통관 검사기간

통상적으로 검사기간은 문제가 없는 한 평균 5~7일 걸리며, 경비는 평균적으로 관세 외에 통관비, 운송비 등을 포함하여 물품대의 약 3~5% 수준입니다.

FDA 검사: 제품이 도착하면 2~5일 이내 샘플을 수거합니다. 샘플링을 할 경우 2주 정도 추가로 소요됩니다. 문제가 발견될 경우 추가검사를 실시하는데 보통 1~2개월 정도 걸립니다. 이때 추가비용은 해당 수입업자나 대리인이 부담하게 됩니다.

세관검사: 1주일 이내 검사하며 이때 컨테이너당 비용이 부과됩니다.

USDA 검사: 도착항에서 컨테이너 야드 검사를 통해 보통 1~2일 소요되며, 컨테이너 뒷부분만 열어보는 검사(Back In)와 전문 지정 검사장으로 이동해 검사하는 경우도 있습니다. 수입업체는 검사비용과 검사지연으로 발생하는 체선료(Demurrage Charge)까지 부담해야 합니다. 냉동컨테이너의 경우 2일의 검사기간이 주어지며, 이 기간이 지나게 되면 하루마다 비용이 부과됩니다.

② 식품 라벨링(Labeling)

수입되는 한국식품들이 종종 라벨링 규정 위반으로 통관이 거부되는 경우가 있습니다. 수출업체는 FDA의 규정을 확실하게 인지하여 충분한 사전준비로 통관이 거부되는 일을 방지해야 합니다.

미국으로 수입되는 가공식품들은 연방식품의약품법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, FD&C Act)의 식품 라벨링 및 영양분석표, 식품 알러지 라벨링 등 유형별 표준규격에 부합해야 합니다. 표준규격이 없는 식품유형일 경우, 기본적으로 바이오테러리스크법과 식품첨가물표준에 부합되어야 합니다.

식품 라벨링은 소비자의 제품구매 시 이해를 돕고 영양분석표를 통해 식품의 정확한 정보를 알려주기 위한 것입니다. 허위정보를 게재할 경우 부정표시 식품으로 간주돼 수입이 금지됩니다. 연방식품의약품법안에 따르면 식품표기는 소비자가 구매할 때 이해할수 있는 언어로 크기, 위치 등에 식품의 세부사항을 담아야 합니다.

식품명(Statement of Identity) 표기

- 식품명은 반드시 굵은 글씨로 포장봉투의 주 표시면에 바닥과 평행하게 표기하며, 글씨 크기는 포장에 인쇄된 가장 큰 글씨의 1/2 이상이면 됩니다.
- 사진이나 그림을 통해 제품의 형태를 보여줄 수 없는 경우에는 설명을 통해 제품의 상태를 알려줘야 합니다. 예를 들면, '얇게 썬', '반으로 나뉘져 있음' 등의 식품형태를 명시해야 합니다.
- 포장에 사용되는 바탕 색상은 정보를 읽는 데 방해가 되지 않는 색상을 선택해야 합니다.
- 신제품의 경우, 기존 제품의 대체재로 사용됐거나 기존 제품보다 영양소의 함량이 낮다면 '모방(Imitation)'이란 표시를 해야 합니다.

중량(Net Quantity of Contents) 표기

- 포장 안에 들어있는 제품의 순 중량을 표시하는 것으로, 주요면 하단 30% 위치에 포장의 바닥면과 평행하게 기재해야 합니다.
- 측정단위는 파운드(Pound, LB)나 온스(Ounces, OZ) 등 미국의 통상 단위법과 미터법(Grams, Kilograms, Liters) 단위로 함께 표시해야 합니다. 미터법 표기 위치는 미국 통상 단위법 문구 위치의 앞, 뒤, 위, 아래 모두 가능합니다.
- 순 중량은 순수하게 제품의 무게만을 말하며, 포장재의 무게는 제외합니다. 일반적으로 용기 안에 함께 있는 물이나 다른 액체는 순 중량에 포함됩니다.

원료성분(Ingredient List) 표기

- 식품에 사용된 원재료를 주요면이나 후면에 표기합니다. 성분의 목록 순서는 가장 많이 사용된 원료부터 적으면 됩니다. 또 원료명은 일반적으로 통용되는 이름을 사용합니다.
- 제조, 포장, 유통업체의 이름과 주소, 도시 등의 기본 정보는 원료성분면과 같은 면에 있어야 합니다. 제조업체와 유통업체가 다를 경우, 회사 간의 관계를 명시하고 ‘~에서 유통한(distributed by ~)’, ‘~에서 수입한(imported by ~)’, ‘~에서 제조한(manufactured by ~)’ 등과 같이 표기해야 합니다.
- 식품에 허가된 방부제를 사용할 경우 일반적으로 통용되는 방부제의 이름을 기재하고, 부패지연, 곰팡이 방지 등과 같이 방부제의 기능에 대해서도 명시해야 합니다.

식품 알러지(Allergy) 정보 표시

2006년 1월 1일부터 적용된 식품 알러지 표시와 소비자보호법은 알러지를 유발하는 성분으로 우유, 땅콩, 계란, 밀, 콩, 갑각류(새우, 가재), 생선(농어류, 넙치류), 견과류(호두, 너트류) 등 8개의 식품을 지정했습니다. 이 8개 식품을 원료로 사용했거나 이들 계열의 식품이 들어간 경우 ‘Contains’라고 반드시 표기해야 합니다. 만일 이 규정을 어길 경우 제품이 전량 폐기처분됩니다.

영양분석표(Nutrition Labeling) 표시

- 1990년부터 ‘Nutrition Labeling and Education Act’에 의해 시작됐으며, 미국 내 판매되는 모든 가공식품류는 반드시 영양분석표를 부착해야 합니다.
- FDA는 식품의 내용물이 제공되는 크기, 열량, 나트륨 등 법률에 정해진 11개의 영양소 함량과 1회 섭취해야 할 영양소의 함량을 함께 표기해야 합니다. 1회용 이상으로 포장된 경우 총 영양분 및 칼로리를 기재해야 합니다.
- 원료성분은 제조, 유통업자의 정보가 위치한 주 표시면이나 정보면에 함께 표시할 수 있습니다.
- 영양분석표 작성양식은 미국 정부가 인정하는 제3의 검사기관에서 작성되었다는 증빙서류를 요구하기도 합니다. 증빙서류가 미흡할 경우 해당 식품의 새로운 증빙서류를 요구할 수 있으므로, 수출업체는 미국 내 허가된 검사기관으로부터 식품검사와 영양분석표를 작성하여 제출하는 것이 바람직합니다.
- 전체 지방 함량을 표기할 때 포화지방(Saturated Fat)과 전이지방(Trans Fat)을 나눠서 표시하고, 콜레스테롤 함량은 별도로 표기합니다. 전체 지방 함량이 0.5g 이하인 경우는 전이지방 함량을 표시하지 않습니다.

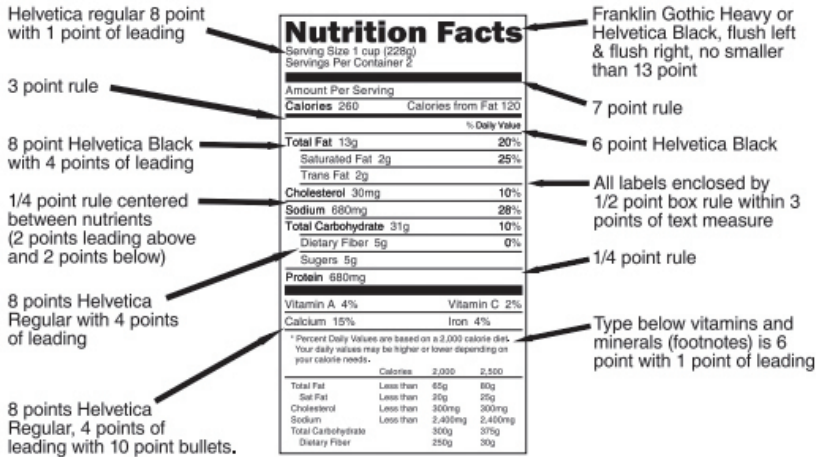


그림 II - 16 영양분석표 작성양식
출처: 한국농수산물유통공사

유효기간 표시

연방기관에서 법으로 규제하는 식품인 가공류, 어린이 이유식, 분유를 제외하고는 자유표기입니다. 표기방법은 다음과 같습니다.

최소 유효기간(Use by ~, Best if use by ~): 표기된 날짜까지 내용물의 품질이 최상의 상태를 유지한다는 말이며, 날짜가 지났다고 변질되는 것은 아닙니다.

판매 최종일자 표시(Sell by ~): 소비자에게 판매할 수 있는 최종날짜를 의미합니다. 식품업체에서 소비자가 구입하여 보관하는 기간까지 고려하여 표기하므로 반드시 적힌 날짜까지 소비할 필요는 없습니다.

포장일자 표시(Package date): 신선농수산물을 포장할 때 가공처리된 날짜를 말하며 육류, 생선 등에 많이 표기됩니다.

유효 만기일(Expiration): 최종적으로 섭취가 가능한 날을 의미합니다.

원산지 표시(Country of Origin Labeling)

- 미국은 2008년 10월부터 해외에서 수입되는 모든 채소나 과일, 생선, 고기 등의 원산지를 알려주는 '원산지 표시제도'를 시행하고 있습니다. 원산지란 수입되는 식품의 생산, 제조, 가공되는 국가를 의미합니다.
- 원산지 표시방법은 'Product of Korea' 혹은 국가명 'USA', 'MEXICO' 등으로 표기하면 됩니다.

[참고] 식당 수익성 분석 방법

수익성 분석이란 점포의 매출액(수익)과 지출(비용)을 추정하여 이익(수익-비용)까지 계산하는 정량적 분석을 의미합니다.

매출액을 추정하고 비용을 산정한 후 최종적으로 이익을 계산하는 활동은 회계학 지식을 필요로 하므로 사전에 충분한 학습과 조사를 통해 계정과목을 익히고 손익계산서 작성방법을 연습해야 합니다.

식당 수익성 분석은 해외에 진출하고자 하는 사업 주체의 의사결정을 지원하는 도구로 활용합니다.

또한 투자 예산과 회수 기간을 고려하여 진출 가능한 도시와 도시 내의 상권 후보군을 식별하기 위한 의사결정 도구로도 활용 가능합니다.

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.

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

수익성 분석에 임할 때는 다음과 같은 내용을 고려합니다.

- 보수적, 현실적으로 추정합니다.
- 추정손익 및 손익분기점(Break Even Point)을 파악합니다.
- 투자대비 경제성(투자수익률법, 회수기간법)을 파악합니다.
- 사업의 장기비전을 분석합니다.

① 매출액 추정

수익성 분석을 위해 가장 먼저 해야 할 일은 매출액을 추정하는 일입니다.

월 매출액은 영업 가능 일수를 감안하여 산출해야 하며, “총매출=음식 매출+주류 및 음료 매출” 또는 “총매출=현금 매출+카드매출”등으로 구분됩니다. 경쟁업체 등을 대상으로 한 현장조사를 통해 추정이 가능합니다.

② 비용 추정

비용을 추정하기 위해서는 점포 운영에 소요되는 비용항목을 손익계산서(기업회계기준) 항목기준으로 산출하는 것이 필요하며 이를 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같습니다.

비용항목은 구체적으로 매출원가(식재료비, 조리인력 인건비), 판매비와 일반관리비(출직원 인건비, 지급임차료, 수도광열비, 신용카드 수수료 등), 영업외 비용(지급 이자) 등으로 구분됩니다.

일반적으로 레스토랑 운영 시에는 주요 비용항목을 식재료, 인건비, 임차료, 기타경비 등으로 구분합니다.

또한 손익 분기점 분석을 위해 세부항목을 고정비와 변동비로 구분할 수 있어야 합니다.

고정비는 매달 변동이 없는 금액을 뜻하는 말로서 급여, 복리후생비, 보험료, 광고선전비 등이 해당됩니다.

매월 똑같이 얼마가 나간다는 것을 미리 알고 있기 때문에 손익분기점을 보기에 도움이 되고 경영상 계획을 세울 때도 고정되어 있는 비용이기 때문에 결과 도출이 쉬운 편입니다.

변동비는 매달 예측하기 어려운 금액을 뜻하며, 메뉴 제조에 소요되는 식재료 및 음료 등이 속합니다.

변동비는 매월 변동폭이 커서 예측하기 힘들기 때문에 손익분기점을 계산할 때 고정비보다 변동비에 포커스를 맞추어 계산하므로 변동비용의 정산이 더욱 중요합니다.

③ 추정 손익계산서 작성

손익계산서를 작성하기 위해서는, 매출액 및 매출원가 외에도 법인세 등의 다양한 항목을 고려해야 합니다. 손익계산서 작성 시 필요한 항목 및 항목별 작성 방법은 아래와 같습니다.

그림 II - 17 추정 손익계산서 작성법	
	출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011
항목	내용
매출액①	- 월 매출액은 영업가능 일수를 감안하여 산출하되, “총매출=음식 매출 +주류 및 음료 매출” 또는 “총매출=현금 매출+카드 매출” 등으로 구분 - 경쟁업체 등을 대상으로 현장조사를 통해 추정 가능
매출원가②	- 메뉴 제조에 소요되는 식재료(양념류 포함), 주류, 음료 원가 - 통상 음식점의 매출원가율은 30% 내외가 적절함
매출이익③ (=①-②)	- (매출액-매출원가)
판매비와 일반관리비④	- 영업이나 관리에 소요된 모든 비용은 판매비와 일반관리비 - 임차료, 급여(인건비), 감가상각비, 연구개발비, 광고선전비, 수도광열비(수도, 가스, 전기료), 통신비(전화, 유선), 소모품비, 수선비, 각종 수수료 등 - 최근에는 신용카드매출이 많기 때문에 카드수수료를 반드시 비용으로 고려 - 부가가치세는 매출액의 약 7%로 가정 (비전문가의 타당성 분석을 위한 편의상 부가가치세 납부액을 판매비와 일반관리비로 가정하여 처리함)
영업이익⑤ (=③-④)	- (매출이익-판매비와 일반관리비)
영업 외 수익⑥	- 영업활동 이외의 수익으로 이자수익 등이 해당됨 - 음식점에서 발생할 항목은 거의 없음
영업 외 비용⑦	- 차입금액에 대한 이자비용
경상이익(세전이익)⑧ (=⑤+⑥-⑦)	- (영업이익+영업 외 수익-영업 외 비용)
법인세⑨	- 법인은 법인세, 개인은 종합소득세
월 당기순이익⑩ (=⑧-⑨)	- (경상이익-법인세)
참고사항	- 음식점의 업종과 업태에 따른 이익률의 차이가 매우 크므로 통계청 자료나 기타 현장조사 등을 통해 이익률을 확인함 - 신용카드 수수료와 부가가치세 납부세액이 손익계산 시 반드시 고려되어야 함. 일반적으로 프랜차이즈 본부는 사업타당성을 높여 보여주기 위해, 추정 손익에서는 제외하는 경우가 많음 - 손익분기점 분석을 위해 모든 비용을 고정비(임차료, 정규직원 인건비)와 변동비(식재료비, 파트타이머 인건비, 각종 수수료, 수도광열비)로 구분

④ 추정 손익계산서 사례

항목별 작성 방법에 따라 추정 손익계산서를 작성한 사례는 아래와 같습니다.

그림 II-18 추정 손익계산서 예시				
구분		금액(원)	비율(%)	비고
매출액①	합 계	50,000,000	100.00	
	현 금	10,000,000	20.00	
	카 드	40,000,000	80.00	
매출원가②	합 계	27,500,000	55.00	
	식재료비	17,500,000	35.00	
	인건비	10,000,000	20.00	- 경영자 인건비 포함
매출 총이익③		22,500,000	45.00	
판매비와 일반관리비④	합 계	15,370,000	30.74	
	자급임차료	5,000,000	10.00	
	감가상각비	3,300,000	6.60	- 투자비 2억 원 가정 (인테리어 등 점포 공사비) - 5년(60개월)으로 상각하는 금액
	수도광열비	2,500,000	5.00	- 관리비 포함
	소모품비	5,000	0.01	
	수선비	400,000	0.80	
	통신비	5,000	0.01	
	복리후생비	1,250,000	2.50	- 회식비, 고용보험 등
	광고선전비	500,000	1.00	
	신용카드 수수료	110,000	0.22	- 카드 매출액의 2.7%
	부가가치세 예수금	2,000,000	4.00	
	보험료	150,000	0.30	- 화재보험료
	잡 비	150,000	0.30	- 기자재 렌트 비용, 세무사 비용 등
영업이익⑤		7,130,000	14.26	
영업 외 이익⑥	수입이자	0	0.00	
영업 외 비용⑦	지급이자	0	0.00	
경상이익⑧		7,130,000	14.26	
법인세⑨		2,139,000	4.28	- 일반 법인세 30% 가정
월 당기순이익⑩		4,991,000	9.98	- 투자수익률(ROI): 2.50%

* 투자수익률(ROI) = 4,991,000원(월 당기순이익) / 200,000,000(투자액) X 100 = 약 2.50%

* 위 손익계산서 내 금액들은 예시를 위하여 임의로 기입한 내용으로 참조 시에 혼동이 없으시길 바랍니다.

[참고] 음식점의 손익분기점 분석

손익분기점이란 매출액이 그 이하가 되면 손실이 나고, 그 이상이 되면 이익이 나는 기점을 의미합니다.

따라서 손익분기점이란 이익이 제로(0)가 되는 매출액이나 매출 수량을 의미합니다. 이를 다시 표현하면 매출액과 음식점의 총비용이 같아지는 지점을 말합니다.

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

① 순이익 = 매출액 - 총비용

손익분기점이란 '순이익 = 0'이 되는 기점이므로

② 매출액 = 총비용

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

③ 매출 수량 X 단위당 가격 = 변동비 + 고정비

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출 수량을 곱하여 구할 수 있으므로

④ 매출 수량 X 단위당 가격 = (단위당 변동비 X 매출 수량) + 고정비

위 식을 매출 수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

⑤ 매출 수량 X (단위당 가격 - 단위당 변동비) = 고정비

⑥ 매출 수량 = 고정비 / (단위당 가격 - 단위당 변동비)

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

⑦ 손익분기 매출 수량 = 고정비 / 단위당 공헌이익

아래와 같은 정보가 주어진다면, 이를 기초로 손익분기 매출 수량을 계산해 봅니다.

- * 메뉴 판매가격(단위당) = 8,000원
- * 메뉴당 변동원가(단위당) = 3,000원 (식재료비, 판매비와 일반관리비 등)
- * 레스토랑 고정원가(1개월) = 7,000,000원 (임차료, 인건비, 지급이자 등)

계산을 위의 순서대로 따라하면,

- ③ 매출 수량 A개 X 8,000 = 3,000A + 7,000,000
- ④ 매출 수량 A개 X 8,000 = (3,000 X A개) + 7,000,000
- ⑤ 매출 수량 A개 X (8,000 - 3,000) = 7,000,000
- ⑥ 매출 수량 A개 = 7,000,000 / (8,000 - 3,000)
- ⑦ 매출 수량 A개 = 1,400개

즉, 레스토랑은 한 달에 1,400개의 메뉴를 판매하면 손익분기점에 도달하게 됩니다.

다음과 같은 방법으로, 더 빠른 계산이 가능합니다.

단위당 공헌이익은 5,000원(8,000원-3,000원)이 됩니다.

따라서, 손익분기 매출 수량은

$$\textcircled{7} 7,000,000 / 5,000 = 1,400$$

손익분기점의 매출 수량은 한 달에 1,400개로 위에서 계산한 것과 같은 수가 나옵니다.

또한, 여기에 단위당 가격을 곱하면 손익분기 매출액을 구할 수 있습니다.

$$1,400\text{개} \times 8,000\text{원} = 11,200,000\text{원}$$

즉, 한 달에 11,200,000원의 매출을 올려야, 최소한 손실은 면할 수 있다는 의미입니다.

[참고] 투자수익률법과 회수기간법

매출액 및 비용 추정, 이익 산출, 투자금액 산출 결과를 통해 예비창업자는 투자안의 선택을 위한 타당성 분석을 다양한 방법으로 수행할 수 있습니다.

일반적으로 기업들이 주로 사용하는 타당성 분석기법은 복잡하고 개인이 계산하기에 어려운 부분이 많습니다.

대부분의 분석기법은 투자수익률을 계산한 후, 자신이 목표로 하는 수익률보다 높은지 여부에 따라 사업의 실행 여부를 결정하는 방법입니다.

물론 이러한 계산과정에는 복잡한 재무관련 지식이 필요하므로 전문지식이 없는 사람이 실제로 내부수익률과 순현재가치를 계산해내기는 쉽지 않습니다. 하지만 다음과 같은 계산법이 있음을 알고있으면 도움이 될 것입니다.

투자안을 선택하기 위한 타당성 분석 기법은 회수기간법(Payback Period Method), 평균회계이익률법(Average Return on Book Value Method), 순현재가법(NPV Method), 수익성지수법(Profitability Index Method) 등 다양합니다.

다양한 타당성 분석 기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 창업자는 월 투자수익률이나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다.



아래의 표를 통한 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는데 참고가 될 수 있을 것입니다.

사업성 판단 기준	투자수익률/월 ^[1]	투자비 회수기간
매우 양호	4% 이상	2년 이내
양호	3% 이상	3년 이내
보통	2% 이상	4년 이내
불량	2% 미만	4년 이상

투자수익률은 순이익(매출-비용)을 투자금액으로 나누어 산출되는 결과치로, 1억원을 투자하여 월 순이익 400만원을 달성하면 월 투자수익률은 4%가 됩니다.^[2] 월 투자수익률이 4%일 경우 1년으로 환산하면 48%가 되므로, 2년이면 96%의 투자수익률을 달성합니다. 이런 상황이라면 모든 투자비를 회수한다고 가정할 수 있으므로 투자비 회수기간은 2년 이내가 되는 것입니다.^[3]

소규모 외식업에서는 일반적인 점포임대차 계약이 2년이며, 음식점들의 수명이 2년임을 감안하면, 월 4%라는 높은 투자수익률을 가정할 수밖에 없습니다.

또한, 건물주가 2년 이후에 연장계약을 해주지 않을지도 모른다는 최악의 상황을 고려한 투자수익률입니다. 만약 점포를 임차하는 조건이 아니고, 매입하여 창업을 하는 경우라면 월 투자수익률을 자신의 상황에 적합하도록 조정하면 됩니다.

5년 이내에 투자금 회수가 이루어지는 상황이 우수하다고 판단하면, 자신의 인건비를 비용으로 간주하고, 월 2%의 투자수익률만 얻을 수 있어도 안정적입니다.

[1] 투자수익률(%)/월 = 월 당기순이익 / 총 투자금액 X 100

[2] 소규모 음식점의 경우 감가상각비를 고려하지 않고 간소화한 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적입니다.

[3] 전문성이 요구되는 화폐의 시간적 가치 계산도 간편화를 위해 고려치 않습니다.

1.3 기타 정보

1) 거주허가 비자

일반적으로 미국 방문 시 필요한 비자 종류와 그 신청 절차는 방문의 목적에 따라 결정됩니다.

미국 비자 관련 전체사항을 보기 원한다면 주한 미국대사관 비자업무 웹사이트(<http://korean.seoul.usembassy.gov/visas.html>)에서 자세한 정보를 알 수 있습니다.

① 비자 면제 프로그램

한국 국민이 관광 및 상용 목적으로 90일 이내의 기간 동안 미국을 방문하고자 하는 경우 원칙적으로 비자 없이 미국 입국이 가능합니다.

그러나 취업 및 영리활동을 하고자 할 경우에는 이에 적합한 비자 취득이 필요합니다.

비자 면제 프로그램의 적용 대상 및 조건

- 사업, 오락 혹은 환승 목적으로 입국
- 90일 이내 단기 체류
- 한국 정부가 발급한 전자여권(e-passport)을 소지한 사람
- 미 정부의 전자여행허가제(ESTA: Electronic System of Travel Authorization)에 따라 승인을 받은 사람
- 과거에 미국 입국 비자 발급을 거절당했거나 미국 입국을 거부당한 적이 없는 사람
- 미국 국경 인접 지역(멕시코, 캐나다, 버뮤다, 캐러비안)을 제외한 미국 외 타국행(귀국 포함) 항공권을 제시한 사람

비자 면제 프로그램 이용 절차

- 전자여권을 발급 받은 다음, 미국 정부의 '전자여행허가제' 사이트 (esta.cbp.dhs.gov)에 접속, 여행 허가 확인
- 이름, 생년월일, 국적, 성별, 전화번호, 여권번호 등 17가지 필수 정보 입력 후, 정보와 주소 등 선택 항목 네 가지를 입력하면 곧바로 미국 입국 가능 여부 확인

이때 '입국' 또는 '불허', 그리고 추가 확인이 필요한 '대기' 3가지로 결과가 판정됩니다.



2) 금융 서비스

① 계좌 개설

미국에서는 본인임을 증명하는 서류(여권, 운전면허증 등)만 지참하면 은행 계좌 개설이 가능합니다.

은행 계좌 개설은 비교적 간단합니다. SSN(Social Security Number)과 여권 혹은 운전면허증을 지참해 인근 은행 지점을 방문, 소정의 양식을 기입하여 제출하면 며칠 이내에 간단하게 계좌가 개설됩니다. 은행 계좌 개설 시, 직불카드(데빗카드, Debit Card)를 신청할 수 있습니다.

은행 계좌가 개설되고 직불카드를 신청했을 경우, 영업일 기준 7일 이내에 직불카드와 개인 수표가 배달됩니다. 미국은 공과금이나 다른 비용 지불 시 개인 수표를 자주 활용한다는 점을 염두에 두어야 합니다.

은행 내 잔고가 0일 때 직불카드 거래가 정지되도록 하는 OVERDRAFT 조항을 선택하여, “대납금액 + 고율의 벌칙성 수수료”를 지불해야 하는 사태를 미연에 방지할 수 있습니다. 나중에 잔고가 마이너스가 되었을 경우, 은행이 대납하게 됩니다.

처음 은행을 선택할 때는 FDIC(Federal Deposit Insurance Corporation)의 회원으로 가입되어 있는 은행을 찾는 것이 좋은데, FDIC 회원 은행의 경우 은행이 파산하더라도 10만 달러(약 11억 원)까지 원금 및 이자에 대한 보상을 받을 수 있기 때문입니다.

가급적 은행을 바꾸지 않고 계속 이용하는 것이 신용(Credit)을 쌓는 데 유리합니다. 미국은 은행계좌 내 금액보다는 얼마나 지속적으로 소득이 유지되느냐를 중시하기 때문에 목돈을 계좌에 입금해 두는 것보다는 금융거래(자동이체 등)를 반복하는 것이 신용을 쌓는 데 좋습니다.



② 결제 방법

신용이 없는 초창기에는 신용카드를 발급해주지 않는 것이 일반적이거나, 회사와 협약을 맺고 있거나 주로 거래하고 있는 은행의 경우 인맥을 이용해 발급받는 것도 가능합니다.

신용카드 발급 전에는 직불카드가 발급되며 보통 6개월 정도가 지나면 신용카드 발급이 가능한 신용이 쌓이게 됩니다. 미국에서는 많은 일들이 신용을 기준으로 진행되며 차량 할부 이자, 의료보험료 할인율 등도 신용에 많은 영향을 받으므로 신용을 최대한 빨리 쌓고, 신용이 훼손될 만한 일은 하지 않는 것이 좋습니다.

미국에서는 결제수단으로 개인 수표를 사용하는 경우가 빈번합니다. 계좌에 잔액이 없는 상태에서 수표가 은행으로 돌아가는 경우 '바운스(Bounce, 발급한 수표를 현금화시키지 못하는 경우)'가 발생하는데, 이는 신용에 매우 안 좋은 영향을 미치므로 주의해야 합니다.



③ 현지 자금조달 방법

미국에서 자금 조달 시 기본적으로 사업계획서를 작성해야 하는데, 일반적으로 아래와 같은 사항이 필요하며 금융기관에 따라 다양한 서류들을 요구하기도 합니다.

그림 II-21 자금 조달 시 필요 서류		출처: KOTRA
Part 1 사업	사업전략	
	주요 목표, 정책 및 계획	
	주요 기술 및 자원	
	최고 경영진 및 중간 관리자 인적 사항	
Part 2 재무제표	최고 경영자의 개인적인 목표	
	자금의 원천 및 소요방안	
	재무제표와 현금 흐름표	
	손익 분기점 분석표	
Part 3 첨부서류	위험 분석표	
	개인 이력서	
	손익현황 등 전반적 동향	

미국에서는 자금조달의 방법으로 한국과 동일하게 신용대출과 지분을 양도하여 조달하는 방법이 있습니다. 미국 현지법인의 경우 사업 개시 초기연도에는 현지 금융기관의 대출이 대부분 어려우며 한국의 본사 보증으로 대출을 받을 수 있습니다.

하지만 보증 대출은 미국 금융기관이 선호하는 방법이 아닙니다. 따라서 현지법인 설립 후 2~3년간의 은행 거래 및 사업실적을 토대로 대출을 신청할 수 있습니다.

다른 방법으로는 Venture Capital을 통해 자금을 조달 받을 수 있습니다. Venture Capital은 위험도에 따라 대략 30~80%의 ROI(Return on Investment)를 기대하고 있습니다.

④ 美 수출입은행의 중소기업 금융지원 프로그램

미국 수출입은행은 중소기업을 대상으로 대출보증(Loan Guarantee), 수출신용보험(Export Credit Insurance), 단기 운전자금 보증(Working Capital) 등의 금융지원 프로그램을 제공하고 있습니다.

건수 기준으로는 수출신용보험의 비중이, 금액기준으로는 보증의 구성 비중이 높은 편인데, 수출신용보험의 경우 수출업체에게 직접 제공하거나 수출입은행이 사전에 계약을 맺은 시중은행을 통해 간접제공하는 형태로 제공됩니다.

※ 미국 수출입은행(Export Import Bank of the United States)

미국 수출입은행은 1934년 2월 미국 기업의 수출지원을 위해 설립된 독립 정부기관으로서 민간 금융기관이 제공할 수 없거나 인수를 꺼리는 위험 및 정치적 위험 등을 인수합니다.

제작금융, 직접금융, 수출신용보험 및 보증을 제공하는데 이와 유사한 역할을 수행하는 한국의 정부기관은 수출입은행, 무역보험공사 등이 있습니다.



3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

① 공공기관

기관명	연락처
뉴욕 시청	전화: +1-212-639-9675 주소: City Hall Park, New York, NY 10007
주 뉴욕 총영사관	전화: +1-212-692-9120 주소: 460 Park Ave.(bet.57th & 58th St.) New York, NY 10022
주미 한국 대사관	전화: +1-202-939-5600 주소: Embassy of the Republic of Korea, 2450 Massachusetts Ave NW Washington, DC 20008
농수산식품유통공사 뉴욕지사	전화: +1-516-829-1633 주소: 111 Great Neck Road, Suite 503 Great Neck, NY 11021, USA

② 법률

기관명	연락처
한미법률재단	전화: +1-917-847-9109 주소: 129-09 26th Ave, Suite 203 , Flushing, NY 11354
LL 이민변호사 법률그룹	전화: +1-866-670-7257 주소: 1250 Broadway, 36th Floor New York, NY 10001
송주연 변호사	전화: +1-212-868-2200 주소: 16 West 32nd Street, Room 607, New York, NY 10001

③ 세무

기관명	연락처
MICHAEL J. KANG CPA	전화: +1-212-766-5840 주소: 225 Broadway Suite 2420 New York, NY 10007
노재훈 공인회계사	전화: +1-201-916-5000 주소: 276 5th Ave at 30th Street, Suite 704, NY, NY 10001
노성일 공인회계사	전화: +1-212-268-8001 주소: 489 Fifth Ave., Suite 15A, New York, NY 10017

④ 한인회

기관명	연락처
뉴욕한인회	전화: +1-212-255-6969 주소: 149 West 24th street , 6th Fl. New York , NY 10011
뉴욕 퀸즈 한인회	전화: +1-718-359-2514, 주소: 149-18 41Ave. 2nd Fl, Flushing, NY 11355
미동부 한식세계화 추진위원회	전화: +1-646-610-2622 이메일: yhkim2018@gmail.com

III. 뉴욕(New York) 한식당 운영 가이드

1. 식당 운영관리에 대한 이해

1.1 한식당 운영 실무 정보	139
1.2 한식당 운영 실무 사례	
1) 함지박	139
2) 북창동 순두부(BCD)	140
3) 더큰집	142

2. 한식당 운영을 위한 참고사항

1) 뉴욕 소비자 특징	143
2) 뉴욕 타 에스닉 식당과 한식당 비교	143
3) 뉴욕 소비자들의 한식당에 대한 인식	143

1. 식당 운영관리에 대한 이해

1.1 한식당 운영 실무 정보

식당을 운영하는 도중 생길 수 있는 여러 어려움들에 대처할 수 있도록 미국 레스토랑협회(NRA)에서 제안하는 조언들을 소개해드립니다.

이 조언들은 고객에게 효과적으로 마케팅하는 방법, 효과적으로 직원을 채용하고 관리하는 방법 등을 담고 있습니다.

보다 자세한 내용은 우측 QR코드에서 확인할 수 있습니다.



- ① 경영주의 목표에 직원들을 잘 따르게 하는 Tip
- ② 식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 Tip
- ③ 메뉴 디자인을 통해 고객들의 시선 끌기
- ④ E-mail 활용 Tip
- ⑤ 효과적인 직원 동기부여 Tip
- ⑥ 채용에 SNS를 이용하는 Tip
- ⑦ 면접 시 꼭 물어봐야 할 질문과 피해야 할 질문
- ⑧ 피크타임이 아닌 시간대에 매상 올리는 방법

* 해당 내용은 외식업 경영을 위한 일반지침으로 지역별, 사례별로 적용에 다소 차이가 있을 수 있습니다.

1.2 한식당 운영 실무 사례

1) 함지박

Queens Flushing의 한식당 함지박은 주요 메뉴인 삼겹살을 비롯한 약 60여 개의 메뉴를 제공하고 있습니다. 전통적인 한국의 맛을 찾는 뉴욕 현지인들과 한국인, 중국인들에게 특히 인기가 있는 업소입니다.

함지박은 Queens Flushing의 Murray 전철역에서 도보로 10분 거리에 위치해 있으며, 주변에는 아파트, 주택 등이 밀집해 있습니다.

인기 메뉴는 삼겹살, 갈비, 소고기 등이며 약 60개의 메뉴를 제공합니다. 밑반찬으로는 김치, 오이지, 쌈장, 무채 등이 무료로 제공됩니다.

고기의 냄새를 흡입하는 연통을 테이블 위쪽에 설치하지 않고, 불판 아래에 설치하여 전반적으로 깨끗하고 안정된 분위기를 연출합니다.

한식당 함지박의 운영 사례를 통해 뉴욕 소비자들의 한식에 대한 인식에 대한 정보를 얻을 수 있습니다.

뉴욕 소비자들의 한식에 대한 인식

일반적인 한식당은 최고급 레스토랑으로 여겨지는 경우는 드물고 맨해튼 내 일반적인 중급 레스토랑과 비슷한 지위를 갖고 있습니다.

뉴욕의 직장인들 사이에서 잡채, 비빔밥은 인기있는 메뉴이며, 일반 현지 대중들에게도 인지도가 높은 편입니다.

갈비, 삼겹살 등의 구이류는 뉴욕 내 상류층들 사이에서 트렌디한 메뉴로 부상 중이며, 드라이 에이징 방식으로 숙성된 고기는 매우 격이 높은재료로 인식되고 있습니다.



사진 III - 1 함지박 내부(좌), 함지박 삼겹살 메뉴(우)

2) 북창동 순두부(BCD)

미국 내 순두부 전문 프랜차이즈인 북창동순두부는 순두부찌개와 생선, 고기 등의 구이류를 메뉴로 제공하고 있으며, 두부의 영양에 대해 다양한 마케팅 및 홍보활동을 수행 중입니다.

북창동 순두부 맨해튼점은 32nd Street 내에 위치하고 있으며, 점심시간 기준 테이블 착석률은 약 90% 수준이라고 합니다.

김치, 생선구이, 썩갠나물, 어묵볶음, 오이지, 오징어젓갈, 미역무침이 기본 밑반찬으로 제공되며, 순두부찌개와 구이류를 단일메뉴로 구성하여 현지 기준으로 부담없는 수준인 약 15달러(약 16,500원)에 제공합니다.

식당 입구에 배치한 스크린을 통해 순두부의 영양, 북창동순두부의 메뉴, 손님 인터뷰 등을 거리의 행인들에게 홍보하고 있습니다.

북창동 순두부의 운영 사례를 통해 뉴욕 한인 1세대와 2세대 경영주의 차이점, 뉴욕 한식당 운영 Tip 등에 대한 정보를 얻을 수 있습니다.

뉴욕 한인 1세대와 2세대 비교

한인 1세대들은 32nd Street와 Queens Flushing 등 코리아타운을 중심으로 한식당을 운영하고 있어서, 뉴욕 현지 젊은이들의 취향, 선호도, 생활 방식 등을 파악하는 데 어려움을 겪고 있습니다.

한인 2세대들은 맨해튼 내의 전통적인 코리아타운보다는 Hell's Kitchen, Chelsea Market 등 상대적으로 임대료가 합리적이며 젊은이들이 선호하는 지역으로 진출하는 것을 선호합니다.

뉴욕 한식당 운영 Tips

뉴욕에서 식당을 운영할 때에는 서비스, 관리, 맛의 순서로 역량을 집중해야 합니다.

뉴욕에서의 식당 창업·운영 관련하여 검토해야 될 각종 법규들(노동법, 위생법, 화재법, 공사법, 부동산법 등)을 세분화한 후 전문화된 인력들이 관리하도록 해야합니다.

SNS, 모바일 등을 통한 적극적인 홍보와 마케팅 역량 강화 역시 꼭 필요합니다.



사진 III - 2 뉴욕 북창동 순두부 내부 및 상차림

3) 더큰집

맨해튼 32번가 코리아타운에 위치한 ‘더큰집’은 숙성된 고기를 구이용으로 제공하고 있습니다. 저녁시간대에는 줄을 서서 기다려야 하는 경우가 많은 인기업소이며 한국인, 중국인, 현지인 등 다양한 인종이 방문합니다.

더큰집의 운영 사례를 통해 뉴욕 소비자의 특성, 뉴욕 한인 1세대와 2세대 비교, 뉴욕 한식당 운영 Tip 등에 대한 정보를 얻을 수 있습니다.

뉴욕 소비자의 특성

뉴욕 소비자들은 고정적인 식사 시간대가 없이 매시간대 골고루 식당을 방문합니다.

뉴욕 소비자들은 식당에서 본인들이 원하고 인지하는 것을 명확히 표현하고 메뉴로 선택하는 경향이 있습니다. 또한 사용된 식재료의 신뢰도 및 원산지 등을 정확히 인지하고 취식하려 하는 특성도 강한 편입니다.

한인 1세대와 2세대 경영주 비교

한인 1세대들의 경우 한인교포 한국인 관광객, 중국인들을 대상으로 전통 한식을 고수하는 경우가 대부분입니다.

한인 2세대들의 경우 IT 활용 능력이 우수하며, 급변하는 현지인들의 트렌드와 니즈를 파악하여 단지 음식을 맛있고 푸짐하게 제공하는 것을 넘어 현지화된 메뉴를 제공합니다.

뉴욕 한식당 운영 Tips

고급 한식당의 운영이 높은 수익으로 연결되는 것이 아니며, 뉴욕의 특성(예술, 문화의 중심지)을 고려하여 차별화된 식당의 창업/운영이 필요합니다.

젊은층을 대상으로 개별 한식당의 스토리를 제공할 수 있어야합니다.



사진 III - 3 더큰집 내부(좌), 더큰집 돼지갈비(우)

2. 한식당 운영을 위한 참고사항

1) 뉴욕 소비자 특징

뉴욕 소비자들의 눈높이는 매우 높은 편이며 워낙 다양한 인종들이 공존하는 지역이라 특정 인종의 경향이나 특성을 파악하는 것은 큰 의미가 없습니다.

또한 단지 높은 품질을 기대하는 것이지 동양식/서양식, 빈티지/모던 등 레스토랑 실내 인테리어에 대해서도 특별히 선호하는 스타일은 없습니다.

뉴욕에서는 높은 건물 임대료로 인해 예비 창업주가 원하는 지역에 식당을 오픈하기가 쉽지 않습니다.

뉴욕 현지인들은 주문한 음식을 포장해(To-Go) 가는 경우가 많은 편이며, 한식의 경우도 포장해서 집이나 사무실 등에서 취식하는 경우가 많습니다.

2) 뉴욕 타 에스닉 식당과 한식당 비교

한식당들은 전반적으로 내부 인테리어에 대한 개념이 부족한 것으로 평가 받습니다.

뉴욕에서 좋은 인테리어로 평가받기 위해서는 식당 본연의 기능을 다하기 위해 가구 등의 배치가 최적화되어 있는지를 고려해야 하고, 그 후 심미적 요소를 고려하는 것이 좋습니다.

3) 뉴욕 소비자들의 한식당에 대한 인식

뉴욕 소비자들이 한식 경험을 위해 주로 방문하는 지역은 32nd Street, Queens Flushing 등입니다.

맨해튼 내 한식당을 찾는 주된 이유는 영업시간(주로 새벽 2시까지 영업)과 기타 주변시설(노래방, 카페, 술집 등) 때문입니다.

한국 드라마, K-Pop 등의 영향을 받고 한식당을 방문하는 경우도 최근들어 자주 있는 일입니다.

한국식 베이커리, 만두, 치킨(Latino들에게 특히 인기), BBQ(삼겹살, 갈비), 비빔밥, 순두부(중국인들에게 특히 인기) 등이 인기 있는 메뉴들입니다.

INDEX

주요지표	식당 운영 형태	37
면적	8 외식시장 트렌드	28
인구수	8 한식산업 규모	77
실업률	24 한식당 진출 현황	77
GDRP/GDP(명목)	20 한식당 형태	81
물가상승률	22 외식 소비자 특성	31
민간소비증가율	24 외식 소비 특성	81
가처분소득	23 식당 선택 기준	36
외국인투자	21 식당 만족 이유	36
식당 유형별 구성비	37 외식 소비 인기 메뉴	37
에스닉별 점유율	39 한식 소비 특성	81
식당 방문 빈도	37 한식당 선택 기준	83
외식 지출액	36 한식당 만족 이유	83
외식 적정가격대	36 한식당 불만족 이유	83
식음료지출	23 한식 인지 및 경험	79
한식당 수	77 실무정보	
한식당 유형별 구성비	81 사업자 등록 절차	87
한식 인지도	79 인허가 요건 및 관련 법규	94
한식당 방문 빈도	81 부동산 관련 유의사항	98
한식 지출액	82 세무 관련 정보	112
한식 적정가격대	82 노동법 관련 유의사항	105
재외동포수	76 보건/위생 관련 유의사항	102
산업정보	수입/통관 관련 정보	118
경제 동향	24 수익성 분석	124
외식산업 정책	18 금융 서비스	134
식품산업 정책	18 유동인구	67
경제 활성화 정책	15 식당 위치 지역	67
투자 정책	16 한식당 위치 지역	67
이민 정책	17 상권현황	45
인종 구성	9 집객시설	47
주식 및 식습관	12	
전통음식	13	
언어	9	
종교	10	
외식산업 규모	25	
외식산업 업체별 현황	26	
주요 에스닉 식당 진출 현황	41	
식당 종류	37	

글로벌 한식당 운영 길라잡이 [뉴욕]

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in **New York**

발행월 | 2015년 6월

발행 | 한식재단

연구수행기관 | 인스트앤영 어드바이저리

디자인 | 온다로미

주소 | 서울특별시 서초구 강남대로 27 (양재동 232) aT센터 1306호

전화 | 02-6300-2071

팩스 | 02-6300-2055

홈페이지 | www.koreanfood.net / www.hansik.org

이 책에 실린 모든 저작물과 관련 정보들은 '해외 외식 및 한식산업 정보시스템' 및 '한식포털(www.hansik.org)'을 통하여 보다 상세히 확인하실 수 있으며, 해당 내용의 일부 또는 전부를 재사용하려면 반드시 저작권자의 동의를 얻어야 합니다.