

글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in Manila 

마닐라

「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「마닐라 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 마닐라의 외식산업의 현황과 상권 등 사업 환경에 대한 정보를 담고 있으며, 이어서 마닐라에서 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 도시개황	8
----------	---

1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어	9
2) 종교적 배경	11
3) 사회·문화적 특성	12

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관	15
2) 전통음식	16

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책	18
2) 투자 정책	20
3) 이민 정책	22
4) 식품 및 외식산업 정책	23

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모	25
2) 외국인 투자 유치	27
3) 물가 상승률 변화	28
4) 가치분소득 변화 및 식음료 지출	29
5) 경제 동향	30

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모	32
2) 외식시장 트렌드	35

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성	36
2) 외식소비 특성	37
3) 외식소비 심층분석	38

3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율	40
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	42
3) 주요 에스닉 식당 소개	44

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성	47
2) 상권별 유동인구 특성	60

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황	65
2) 한식당 진출 현황	68
3) 한식소비 심층분석	71

II. 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자	80
2) 법인 사업자	81

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규	86
2) 임대차 계약 절차 및 관행	94
3) 영업시설의 공통기준	97
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항	100
5) 세무 관련 정보	109
6) 수입/통관 관련 정보	115

1.3 기타정보

1) 거주허가 비자	126
2) 금융 서비스	129
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보	132

I. 마닐라(Manila) 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	9
2) 종교적 배경	11
3) 사회·문화적 특성	12
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	15
2) 전통음식	16

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	18
2) 투자 정책	20
3) 이민 정책	22
4) 식품 및 외식산업 정책	23
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	25
2) 외국인 투자 유치	27
3) 물가 상승률 변화	28
4) 가치분소득 변화 및 식음료 지출	29
5) 경제 동향	30

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	32
2) 외식시장 트렌드	35
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	36
2) 외식소비 특성	37
3) 외식소비 심층분석	38
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	40
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	42
3) 주요 에스닉 식당 소개	44
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	47
2) 상권별 유동인구 특성	60
3.5 한식산업에 대한 이해	
1) 한인사회 현황	65
2) 한식당 진출 현황	68
3) 한식소비 심층분석	71

1. 일반현황

1.1 도시개황

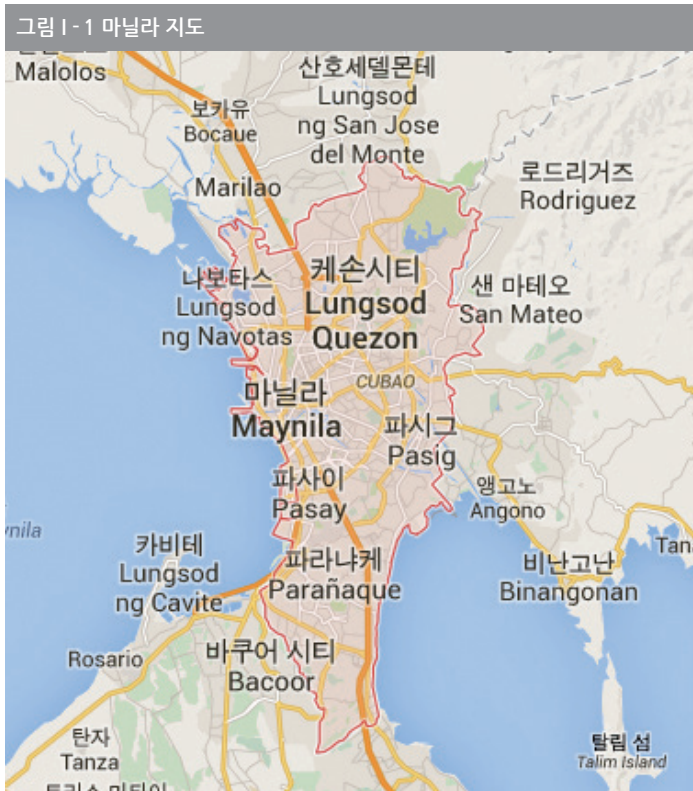
필리핀의 수도(National Capital Region)인 메트로 마닐라(Metro Manila)는 루손(Luzon) 섬 남서부에 위치하고 있습니다.

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

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

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

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



1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

① 인종 구성

필리핀은 다양한 인종이 모여 사는 다인종 국가입니다.

전체인구는 약 107,688,231명 (2014년 7월 기준)이며 약 90%가 말레이인에 속하며 10%는 화교 및 중국계와 필리핀 원주민의 혼혈인 메스티소(Mestizo)로 구성되어 있습니다.

화교들은 주로 경제 부문에서 활동이 두드러지며, 메스티소는 교육받은 부유층으로 필리핀 사회의 상류 계급을 이루고 있습니다.

서방 국가의 오랜 식민 통치와 활발한 교역의 역사 속에서 말레이계와 중국계, 미국계, 스페인계, 아랍계 등의 혈통이 서로 섞이면서 인종 구별은 상당히 없어졌습니다. 필리핀 국민은 외관상으로도 또 문화적으로도 동양과 서양이 독특하게 혼합된 모습을 나타내고 있습니다. 현재 필리핀의 인구증가율은 연 2.04% 수준입니다.



② 언어

필리핀의 주요 언어는 영어 및 타갈로그어(Tagalog language)입니다.

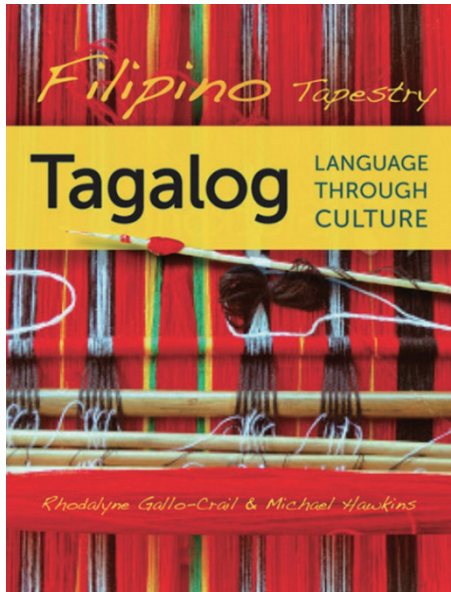
타갈로그어는 마닐라가 속해 있는 루손(Luzon)섬, 민도로(Mindoro)섬 등에 분포해 있는 타갈로그족의 언어입니다. 필리핀에서 가장 널리 사용되는 말레이폴리네시아어족 (또는 오스트로네시아어족) 언어입니다.

타갈로그어는 원래 루손 섬의 마닐라 주변에서만 사용되었던 것인데 텔레비전과 라디오를 비롯한 매스컴의 발달로 인해 전국적으로 널리 퍼지게 되었습니다.

1946년 미국으로부터 독립한 이후부터는 타갈로그어와 영어를 공용어로 삼아 독자적 교육을 시행했습니다.

현재 필리핀은 미국, 영국에 이어 세계에서 국민 영어 사용률이 높은 나라 3위를 차지하고 있습니다.

그러나 이와 별도로 각 지방에서는 세부아노, 일롱고, 와라이와라이 등 각각 독자적인 언어를 여전히 사용하기도 합니다.



2) 종교적 배경

필리핀은 헌법으로 종교의 자유가 인정되고 있지만, 스페인 통치의 영향으로 가톨릭(Catholic)의 비중이 높은 국가입니다.

역사적으로 필리핀은 세계의 두 거대 종교인 기독교와 이슬람교를 받아들였습니다. 이슬람교는 아랍의 상인과 모험가들이 동남아시아에 진출한 직후인 14세기에 전파되었으며, 현재는 남부 민다나오 지역에 퍼져 있습니다.

가톨릭은 1521년 페르디난드 마젤란의 도착과 함께 16세기에 전파되었습니다. 개신교는 1899년 미군이 주둔하면서 장로교 및 감리교 전도사들에 의해 전파되었으며 20세기 초에는 독립적인 두 개의 교단이 설립되었는데, 1902년 아글리파이(필리핀 독립교회)와 1914년 이글레시아 니 크리스토(그리스도의 교회)가 조직되어 현재까지 활발하게 활동하고 있습니다.

전체 인구의 약 83%가 가톨릭, 그 외 약 8%가 기타 기독교 신자로 이루어져 있으며, 약 5%가 무슬림으로 구성되어 있습니다..

그림 1-2 필리핀 거주인구 종교구성		출처: CIA The World Factbook	
종교		구성비 (%)	
가톨릭 (Catholic)	로만 가톨릭(Roman Catholic)	82.9	80.9
	아글리파이(Aglipayan)		2.0
기타 기독교(Other Christian)		4.5	
복음주의교(Evangelical)		2.8	
이슬람교(Muslim)		5.0	
이글레시아 니 크리스토(Iglesia ni Kristo)		2.3	
기타(Others)		1.8	
무교(None)		0.1	
확인 불가능(Unspecified)		0.6	

3) 사회·문화적 특성

① 빈곤문제

극심한 부의 편중과 양극화는 필리핀의 대표적인 사회문제로 끊임없이 제기돼왔습니다.

현재 필리핀 내 상위 3~5% 정도가 상류층의 생활을 영위하는 반면, 인구의 26.5%는 빈곤층으로 하루 2달러 이하의 소득으로 생계를 꾸리고 있습니다.

2009년 ADB(Asian Development Bank) 자료에 의하면 필리핀의 빈곤층은 26.5%로 지난 18년 이래 최고치를 기록한 바 있으며, 현재 필리핀 국민 3명 중 1명이 빈곤층으로 추정됩니다. 필리핀의 슬럼 거주인구는 40%에 이르며 이는 동남아 최고 수준입니다 (세계은행의 빈곤층 기준은 일일 소득 2달러 미만, 극빈곤층은 1.25달러 미만임).

필리핀 여론기관인 SWS(Social Weather Station)가 2012년 12월 빈곤율을 조사한 바에 따르면 빈곤층 비율은 전체의 54%에 달하는 것으로 나타났습니다.

지난 40년 동안 필리핀은 다른 동남아 국가들과 비교했을 때 저성장을 지속했으며, 특히 1980~1995년에 경기침체를 맞아 평균 2%라는 최악의 성장률을 기록하면서 많은 빈곤층을 양산했습니다.

필리핀의 인구증가율은 연간 2.36%로, 하루 평균 5,000여 명이 출생하고 있습니다. IMF보고서에 따르면 2012년 필리핀의 인구는 9,700만 명으로 2014년 1억 명을 돌파할 것으로 전망되나, 실제 공식통계에 포함되지 않은 인기도 많아 이미 1억 명을 돌파한 것으로 추정하고 있습니다. 높은 인가증가율은 대가족 선호문화와 낙태를 금지하는 종교적 관습 등이 주원인으로, 한정된 자원에 비해 인구가 급속도로 늘어나면서 빈곤층 비율이 증가하는 악순환이 발생했습니다.

소득분배의 불평등을 나타내는 지니계수^[1] 지표에서도 필리핀은 0.44포인트를 기록해 동남아 국가 중 가장 빈부격차가 큰 것으로 나타났으며, 상위 소득계층의 격차도 9.11%를 기록했습니다.

[1] 지니계수: 인구분포와 소득분포와의 관계를 나타내는 수치로서, 0은 완전평등, 1은 완전불평등한 상태이며 수치가 클수록 불평등이 심하다는 것을 나타냅니다.



사진 I-1 필리핀 빈민가 사진

② 인터넷 쇼핑시장

필리핀 인터넷 쇼핑시장은 현재 연간 11%대의 성장률을 보이고 있습니다. 이는 약 139억 페소(약 3,472억 원) 규모이며, 향후에도 연평균 5%씩 성장해 2017년에는 172억 페소(약 4,296억 원)에 이를 것으로 전망됩니다.

특히, 온라인 의류 쇼핑은 2017년에 52억 7천만 페소(약 1,316억 원) 규모에 이를 것으로 예측됩니다. 이는 2012년 대비 39% 성장한 것입니다. 가전제품 역시 2017년도엔 1억 페소(약 25억 원)로 44% 성장하면서 의류 분야와 함께 필리핀 인터넷 쇼핑시장의 성장을 주도할 것으로 보입니다.

온라인 의류 쇼핑시장의 성장배경으로는 온라인 의류숍이 최근 급속도로 증가하는 데다, 인터넷을 통해 세계 각국의 의류 브랜드를 손쉽게 빠르게 접할 수 있다는 점이 꼽힙니다. 가전제품의 경우, 태블릿 PC, 카메라, 스마트폰 등 젊은 층 고객 선호도가 높은 제품이 인터넷숍에 등장하며 구매가 급증했습니다.

필리핀 인터넷 쇼핑시장의 급속한 성장 원인으로는 구매의 편의성, 공동구매 사이트의 활성화, 신용카드 사용자의 증가를 꼽을 수 있습니다. 그 밖에도 저렴한 가격, 판매자의 신뢰성 보장, 트렌디한 제품을 쉽게 접할 수 있는 온라인 쇼핑의 장점이 필리핀 주요 소비계층에 어필해 의류 및 전자제품을 중심으로 수요가 늘고 있습니다.

필리핀 정부의 온라인산업 육성계획은 이제 막 시작한 단계로 볼 수 있습니다. 전자상거래에 대한 인센티브 제공, 외국인투자 촉진 등 세부적인 실천계획이 아직 시행되지 않고 있습니다.

그럼에도 필리핀 온라인 유통시장은 지난 2010년부터 오는 2015년까지 규모 면에서 5배 이상 성장할 것으로 예상됩니다. 유망한 품목으로는 음악, 비디오, 엔터테인먼트가 꼽힙니다. 이들이 46% 수준의 성장률을 보이며 업계를 이끌 것으로 보여집니다. 의류, 전자기기도 시장규모 확대에 따라 진출기회가 늘어날 것으로 전망됩니다.

③ 소셜 네트워크 & IT트렌드

최근 필리핀 인터넷 이용자수의 증가와 소셜네트워크서비스(SNS)의 인기가 급증하면서, 기업들은 이를 브랜드 마케팅 수단으로도 활발히 활용하고 있습니다.

필리핀의 주요 소셜네트워크서비스로 Facebook, Friendster, Multiply, LinkedIn 등을 들 수 있으나 Facebook 사용빈도가 압도적으로 높습니다.

지난 6개월 동안 필리핀 페이스북 가입자는 약 2,700만 명으로 전 세계 8위, 아시아 3위를 기록했습니다. 인터넷 이용자의 페이스북 가입자 비율은 91.3%로 전세계 1위입니다.

또한 필리핀의 2013년 인터넷 사용자는 전년대비(36.2%) 0.8% 성장한 전체인구의 37%로, 2010년부터 꾸준한 증가세를 보이고 있습니다.

필리핀의 컴퓨터 보급률은 10% 미만으로 낮은 편이어서, 인터넷 사용자들은 주로 인터넷카페를 이용하고 있습니다. 인터넷카페에서 컴퓨터를 임차해 사용함으로써 컴퓨터 구입비용이나 인터넷 가입비용을 줄일 수 있는 장점이 있고, 임차비용도 저렴해 인기가 있습니다.

필리핀 TOP4 브랜드 페이스북 팬페이지로는 Nescafe, Philippines, Smart Communication, Inc., Starbucks Philippines 등을 꼽을 수 있으며, 페이스북을 통해 기업 홍보, 신제품에 대한 팬들의 의견을 수렴하거나 설문 조사 등의 수단으로 주로 활용하고 있습니다.

페이스북으로 대표되는 소셜네트워크킹이 급부상하면서 기업홍보, 제품홍보 등 마케팅 수단으로 이를 이용하는 경우가 늘어나고 있습니다. LG나 현대자동차 등도 필리핀 팬 페이지를 오픈·활용하고 있습니다.

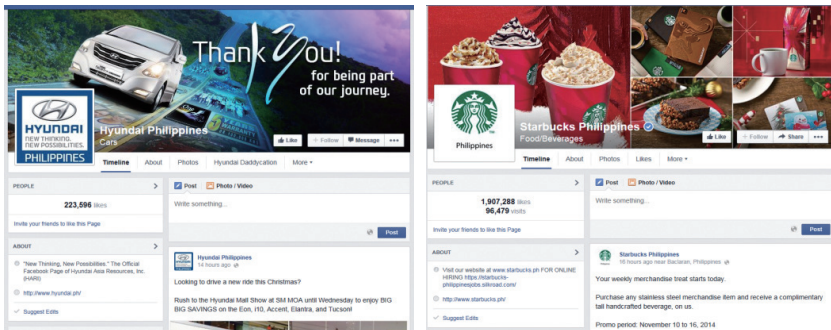


그림 1-3 필리핀 현대자동차(좌)와 스타벅스(우)의 페이스북 팬페이지

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관

필리핀 음식은 중국, 말레이시아, 스페인, 미국의 영향을 받은 동서양 음식문화의 혼합이라고 할 수 있습니다.

그러나 지역에 따라 그들 고유의 토착 음식이 있으며 조리법과 맛에서 많은 차이가 있습니다.

각 지역마다 다양한 종류의 해산물 조리법이 있으며 그 중 가장 많은 비중을 차지하는 것이 튀김과 구이입니다.

새우, 게, 굴, 생선, 가재 등 기본적인 해산물들을 굵거나 튀겨서 다양한 소스와 함께 먹습니다.

일반적으로 한 가지 반찬으로 밥을 먹는 일식일찬이며, 소득 수준에 따라 반찬 종류가 많아집니다.

필리핀은 전통적으로 Almusal(아침), Merienda(오전간식), Tanghalian(점심), Merienda(오후간식), Hapunan(저녁) 하루 다섯 끼의 식사를 하며, 야채보다는 주로 육류와 해산물을 이용한 음식이 주를 이룹니다.

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

점심과 저녁은 일반적으로 한두 가지 정도의 반찬과 쌀밥으로 구성됩니다.

오전간식 '메리엔다(Merienda)'는 간단한 과자나 바나나튀김 등을 즐겨 먹으며 오후간식 시간에는 저녁식사를 대신해 바비큐나 볶음국수 등으로 푸짐하게 즐기는 경우도 있습니다.



2) 전통음식

레촌(Lechon)

레촌(Lechon)은 크게 숯불통구이를 의미합니다. 레촌 바보이(Lechon Baboy)는 4~6개월 정도 된 어린 돼지를 숯불로 구운 요리로, 겉은 바삭하고 안의 육질은 부드러운 것이 특징입니다. 레촌 마녹(Lechon Manok)은 닭을 통째로 숯불에 구운 음식입니다.



사진 1-2 레촌 바보이(Lechon Baboy)



사진 1-3 찹수이(Chopsuey)

찹수이(Chopsuey)

찹수이(Chopsuey)는 중국 문화에 영향을 받은 필리핀 전통 채소 음식입니다. 아도봉 강콩(Adobong Kangkong)요리와 더불어 대표적인 필리핀 전통 야채 음식입니다. 돼지고기, 돼지 간, 새우, 닭 내장 등과 사요떼, 컬리플라워, 버섯, 바기오콩 등의 야채를 넣어 걸쭉하게 요리한 담백하고 고소한 맛의 음식입니다.

시니강(Sinigang)

시니강(Sinigang)은 신맛이 나는 찌개에 가까운 필리핀 대표 국물요리입니다. 새우가 주재료이면 '시니강 냥 히퐁', 돼지고기이면 '시니강 냥 바보이'라고 부릅니다. 생선과 닭고기로도 조리 가능합니다. 산딸룩이란 채소가 이 요리의 신맛을 냅니다.



사진 1-4 시니강(Sinigang)

아도보(Adobo)

아도보(Adobo)는 닭고기와 돼지고기, 오징어 등을 주재료로 하여 야채와 식초, 후추, 마늘, 소금으로 양념해 졸인 볶음 요리로 한국의 불고기 양념과 비슷합니다. 외국인들이 뽑은 베스트 필리피노 음식에도 매년 뽑힙니다.



사진 I - 5 아도보(Adobo)



불랄로(Bulalo)

불랄로(Bulalo)는 소고기의 뼈를 푹 끓여 채소, 후추, 마늘, 고기 등으로 양념하여 먹는 음식으로 필리핀 사람들이 즐겨먹는 전통음식입니다. 한국의 갈비탕과 비슷한 음식으로 작은 냄비에 담아 직접 데워 먹을 수 있으며, 국물이 시원한 것이 특징입니다.

사진 I - 6 불랄로(Bulalo)

크리스피 파타(Crispy Pata)

크리스피 파타(Crispy Pata)는 필리핀 전통 돼지 족발요리로 돼지 발을 토막내어 기름에 바삭하게 튀긴 것으로 껍질이 고소하고, 고기가 쫄득합니다. 양파, 칠리, 마늘, 갈라만시, 간장을 섞어 만든 소스에 찍어먹습니다.



사진 I - 7 크리스피 파타(Crispy Pata)

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

필리핀 정부는 국가경쟁력 제고를 위해 부정부패 척결과 비즈니스 환경 개선 등 다각적인 경제활성화 정책을 추진하고 있습니다.

2001년부터 재정안정화 및 시장자유화 정책을 실시했으며, 2010년부터는 부정부패 척결을 주요 당면과제로 내세우고, 이와 더불어 비즈니스 환경 개선, 인프라 개선, 빈곤퇴치 등 다양한 개혁안을 추진하고 있습니다. 또한 경제활성화를 위해 창조산업 등 중점투자유치 분야에 법인세 인하 등 투자 인센티브를 제공하고 있습니다

필리핀 투자청(BOI: Board of Investment)는 2013년 11월 농·어업, 창조산업·지식기반서비스, 조선 등을 중점투자유치 분야로 선정하여 3~6년간 법인소득세 30% 감면, 외국인 고용 허용 및 과실송금 보장 등의 인센티브를 제공하고 있습니다.

2014년에는 2013년 11월 하이엔 태풍으로 인한 농업과 제조업 부문의 피해에도 불구하고, 투자 활성화에 힘입어 6.5% 수준의 경제성장률을 유지할 것으로 전망됩니다.

정부지출 증대, 민관협력(PPP: Public-Private Partnership) 사업 본격화에 따른 민간소비 및 투자 증가로 2012년 경제성장률은 6.8%를 기록하였으며, 2013년에는 선거 관련 지출 증가와 소비심리 개선, 해외근로자의 송금 증가 등으로 7.2%의 경제성장률을 달성했습니다.

이에 힘입어 현재 필리핀의 GDP 대비 재정수지 적자 비율은 1% 미만으로 양호한 수준입니다.



사진 I-8 하이엔 태풍으로 피해를 입은 필리핀 현지 모습

① 아웃소싱산업(Business Process Outsourcing, BPO) 정책

BPO산업의 세계시장 규모는 4,500억 달러(약 498조 2천억 원)에 달하며, 필리핀의 경우 2000년대 들어 BPO산업 규모가 급격히 확대되며 중심산업으로 발전했습니다.

필리핀은 2010년에 매출 91억 달러(약 10조 700억 원, 필리핀 총 GDP의 5%), 고용 53만여 명으로 인도를 제치고 세계 1위의 BPO산업국으로 부상했으며, 2013년 기준 133억 달러(약 14조 7천억 원) 규모, 연평균 20%의 성장을 지속하고 있습니다.

필리핀 투자청(BOI)에서는 BPO분야 투자 기업에 대해 승인을 거쳐 6년간 소득세를 면제해주고, BPO 기업이 경제자유구역청 내 투자 등록을 하는 경우 세금면제와 인하세율을 제공하는 등 다양한 투자 인센티브를 제공하고 있습니다. 이에 필리핀 BPO산업은 지속적으로 성장할 전망입니다.



그림 1-4 필리핀의 아웃소싱산업(BPO) 규모 증가

② 관광산업 개발계획

필리핀 관광부(DOT: The Department Of Tourism)는 관광산업 육성 및 체계적인 행정시스템 구축을 위해 2009년 관광법(Tourism Act of 2009, RA 9593)을 제정하여 전략적인 인프라 개발 계획을 추진하고 있습니다. 동시에 관련 정부기관들과의 협력을 통해 해외투자유치 및 고용창출을 위한 노력도 진행 중입니다.

또한 관광부는 2011년 관광산업개발계획(NTDP)을 발표, 관광산업 발전을 위해 인프라 개발의 필요성을 천명하고 2016년까지 2,650억 페소(약 6조 6천억 원) 규모의 개발계획을 발표했습니다.

관광부의 Jimenez 장관은 이 프로젝트를 통해 2016년까지 700만 개의 일자리 창출 및 1,000만 명의 외국인 방문객 유치를 목표로 하고 있으며 PPP 프로젝트(민관협력) 방식을 이용해 호텔, 리조트, 쇼핑, 건강/복지 분야의 민간 투자도 확대할 것이라고 밝혔습니다.

③ 중소기업 육성 정책

중소기업의 경쟁력 강화를 목적으로 정부 연계 프로그램(주요산업 역량강화 프로그램(NICCE), 공공서비스시설 이용확대(SSFs), 중소기업 기술지원 프로그램(SME Roving Academy), 재정지원 프로그램 등)을 실시, 중소기업의 생산성 및 효율성을 극대화시키고 일하기 좋은 기업환경을 조성하기 위한 노력을 진행하고 있습니다.

주요산업 역량강화 프로그램(Nationwide Industry Cluster Capacity Enhancement Program)은 역량강화가 필요한 우선산업을 선정해, 정부가 중소기업에게 산업경쟁력 확보, 프로젝트 평가 등의 서비스를 제공하는 프로그램입니다.

PPP사업의 일환인 공공서비스시설 이용확대(Shared Service Facilities) 프로그램은 지역사회 기반의 중소기업 지원을 목적으로 주로 산업용 장비/기계를 공동으로 사용하게 하여 생산성 및 효율성을 높이는 프로그램입니다. 정부는 이 사업을 추진하기 위해 약 7억 페소(약 174억 9천만 원)의 사업 예산을 이미 할당했으며, 2013년 7월 기준 121개의 SSFs가 설립되어 약 1만 6,000개의 기업이 수혜를 받았고 5,000여개의 일자리도 창출되었습니다.

중소기업 기술지원 프로그램(SME Roving Academy)은 중소기업이 글로벌시장에 진출할 수 있도록 경쟁력을 갖춘 중소기업을 육성하는 프로그램으로서 현재 전국적으로 12개의 Academy가 운영 중에 있습니다. 이 프로그램은 마케팅 기술/방법과 올바른 기업가 정신 등 다양한 학습을 통해 창업을 하고자 하는 기업을 지원하는 프로그램입니다.

2) 투자 정책

필리핀 정부는 지속가능한 경제성장을 유지하기 위해 중장기 발전 방향을 담은 30여 개의 주요산업 핵심 로드맵을 구축, 이의 실행을 위해 산업육성위원회(Industry Development Council)를 부활시키고 Manufacturing Revival Program을 시행하고 있습니다.

이 로드맵은 2014년부터 2025년까지 3단계에 이르는 중장기 개발계획으로 단계별 추진 계획을 담고 있습니다. 각 산업에 필요한 원자재 및 원료의 수급능력을 증진시켜 제조업 가치사슬 내에서 수요 및 공급 격차를 완화하는 것이 주요 추진목표입니다.

이 계획은 통상산업부(DTI)가 수행하며 기타 정부기관의 협력 하에 관련 정책이 수행될 예정입니다.

필리핀 투자청(BOI)는 산업별 투자 인센티브 혜택을 제공하기 위해 투자우선 유치계획(IPP: Investment Priorities Plan)을 발표했습니다.

2013년도 투자유치 우선계획은 일자리창출과 경제성장을 강조했습니다. 투자유치 우선 분야에는 농업·농업관련 산업 및 어업, 창조산업·지식기반 서비스, 조선업, 주택단지사업, 철강, 에너지, 인프라, 연구 및 개발, 그린 프로젝트, 자동차, 전략적 프로젝트(Strategic Project), 병원, 의료 서비스, 재난 방지, 재해복구사업 등이 포함됩니다.

2014년도 투자유치 우선계획은 산업별 핵심 로드맵을 기준으로 투자유치 우선분야를 발표할 예정입니다.

국내외 투자자에게 보다 좋은 비즈니스 등록환경을 제공하기 위해 글로벌 경쟁력을 갖춘 전자등록 시스템을 완비, 등록시간을 단축할 예정입니다.

사업자등록(PBR) 및 상호등록(BNRS) 시스템을 위해 업그레이드 된 클라우드 환경을 제공하고 기존 오프라인으로만 등록이 가능했던 국세청 납입번호(TIN) 인증 및 3대 보험(사회보장시스템(SSS)), 건강보험(Phil-Health), 주택보험(Pag-Ibig)을 온라인으로 전환하여 등록 소요시간을 기존 4~5일에서 45분으로 단축할 예정입니다.

내무부(DILG)와 통상산업부(DTI)는 총 926개 지방정부가 발급하는 영업허가(Mayor's Business Permit) 및 사업허가(Licensing Systems) 취득기간을 줄이기 위한 네트워크 작업을 진행하고 있습니다. 또한 정부는 전국에 국가경제 연구 및 사업지원센터(ERBAC) 15개 지사 및 78개 지점을 설치하여 투자기업을 지원할 예정입니다.



3) 이민 정책

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

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

나이에 따른 투자금액이 정해져 있으며 은퇴비자 발급자에게는 필리핀 영구 거주, 무제한 출/입국, 각종 세금 면제 등의 특혜를 제공합니다.



그림 1-5 필리핀 여권

4) 식품 및 외식산업 정책

① 프랜차이즈 정책

필리핀은 2011년 기준 세계 4위의 프랜차이즈 산업 대국입니다.

1980년대 초 20여 개의 외국기업이 전부였던 필리핀 프랜차이즈시장은 매년 30~40%씩 급속히 성장, 1995년 필리핀 프랜차이즈협회(PFA) 발족과 함께 필리핀 주요산업으로서의 위치를 점하기 시작했습니다.

2000년 이후에도 매년 5% 이상의 견고한 경제성장과 민간소비 활성화에 힘입어 최근 10년 동안 프랜차이즈 기업수는 2배, 매출액은 3.6배가 증가했습니다.

2014년 주 필리핀 대한민국 대사관 발표자료에 따르면 현재 필리핀의 프랜차이즈 산업은 시장규모 110억 달러(약 12조 2천억 원), 가맹점 1,300여개, 고용인구 100만명으로 필리핀 전체 소매시장의 30%를 차지하며 내수경제 확대에 큰 역할을 하는 국가 주요산업 중 하나입니다.

프랜차이즈 산업은 외식(42%), 소매유통(34%), 서비스(24%) 분야로 구성돼 있으며, 최근 외식보다 소매유통과 서비스 부문의 비중이 증가했습니다.

필리핀 프랜차이즈 시장은 1억 명의 인구를 바탕으로 한 내수 수요, 소비중심 경제구조와 문화, 현지인들의 브랜드 선호경향 등 산업 발달에 유리한 여러 조건을 갖추고 있으며, 최근 국가 경제 호조와 내수소비 활성화로 성장 가능성이 매우 높은 분야로 인식되고 있습니다.

한국 프랜차이즈의 필리핀 진출은 2008년부터 시작돼 외식, 화장품 분야를 중심으로 점차 확대되고 있고, 한류 영향과 진출기업 및 교민 증가로 브랜드에 대한 인식이 높아져 수요가 증가하고 있습니다.

이에 필리핀 정부 역시 프랜차이즈 산업의 전문화를 위해 미국 이외의 지역에서는 최초로 준MBA 코스에 해당하는 Certified Franchise Executive(CFE) 프로그램을 통해 프랜차이즈 전문가 육성을 지원하는 등 정책적인 뒷받침을 하고 있습니다.

그림 1 - 6 필리핀 프랜차이즈 시장규모 비교

출처: 필리핀 프랜차이즈협회(PFA)

구분	2000년	2011년	성장률
종업원 수(명)	274,482	1,031,000	26.62
기업 수(개 사)	30,498	125,000	24.39
가맹점 수(개)	598	1,300	46
매출액	30억	110억	27.27

(단위: 달러, %)

② 할랄정책

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

약 16억 인구의 이슬람권 국가를 중심으로 농축산물 할랄 인증이 보편화되고 있습니다. 이 지역들이 필리핀 농축산물의 최대 수출시장으로 부상하면서 할랄 인증이 수출 확대에 매우 중요한 절차적 요건이라는 인식이 확산되고 있습니다.

수출 농산물로는 옥수수, 축산물로는 가금류(Poultry)가 유망 수출 품목으로 주목받고 있습니다. 필리핀에서 재배하거나 사육하기에 여건이 우수한 품목들입니다.

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



그림 1-7 필리핀 할랄 인증 로고(좌), 할라우강 다목적사업댐 완공 예상 이미지(우)

③ 할라우강 다목적사업 정책

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

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

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

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모

필리핀 경제의 중심인 마닐라는 2012년 기준 국가 GDP의 절반을 생산했습니다.

마닐라의 산업구성은 다른 지역과는 다른 양상을 띠고 있습니다. 2012년 마닐라 GDP의 대부분은 서비스 분야(70%)에서 창출되었지만, 마닐라 이외 지역에서는 제조업(27%)과 농업(21%)이 산업구성의 주를 이루며 여기서 대부분의 GDP가 생산되었습니다.

비록 부가가치가 낮은 상업 분야 활동이 마닐라의 경제생산과 고용의 가장 큰 부분을 차지하지만(2012년 기준 각각 30%와 40%), 한편에선 비즈니스 서비스 분야가 매우 빠르게 성장하고 있습니다.

마닐라의 비즈니스 서비스 분야는 높은 교육수준, 잘 발달된 통신 및 인프라 설비, 필리핀인들의 영구거주능력 때문에 빠른 성장을 이룰 수 있었습니다. 마닐라에서 15세 이상인 인구의 53%는 최소 중등교육을 이수했습니다(마닐라 이외 지역 37%). 이러한 요인은 2012년 기준, 근로자 1인당 GDP 생산이 14,000달러(약 1,550만 원, 마닐라 이외지역보다 233% 높은 수치)에 이르게 하며 마닐라의 경제 효율성을 높였습니다.

① 제조업

2012년 기준, 제조업은 마닐라 GDP의 24%를 창출하고 고용인구의 15%를 차지하는 중요한 역할을 하고 있었습니다.

마닐라는 많은 소비자, 원자재 및 다른 상품들을 수입하는 항구의 역할을 맡기도 합니다. 이런 특성이 제조업 성장의 발판을 마련했습니다. 마닐라에는 중공업, 출판인쇄업, 식품가공, 섬유, 전자 등 필리핀이 수출하는 주요 제품을 생산하는 다양한 제조업 분야가 발달되어 있습니다.

마닐라에서 눈에 띄는 제조업체들은 Phoenix publishing house, Fuji Industries Manila Corporation과 필리핀에서 가장 큰 회사인 the San Miguel Corporation의 수많은 자회사들이 있습니다. 합판, 설탕, 코프라, 코코넛 오일등 주요 수출 상품들 또한 마닐라에서 정제 및 가공되고 있습니다.

② 상업

2012년 기준, 도시 인력의 40%가 종사하고 도시 GDP의 29%를 생산하는 상업은 메트로 마닐라 경제에서 가장 큰 부분을 차지하는 분야입니다.

국가 전체의 상업부문 생산량에서 마닐라의 상업은 61%나 되는 양을 생산했습니다. 이는 관광과 무역산업이 마닐라 중심으로 이루어지고 있고, 주요 물류자산(마닐라 니노이 아키노 국제공항 포함)이 마닐라에 위치해있기 때문입니다.

관광은 필리핀에서 가장 주요한 산업 중 하나이며 마닐라에서도 매우 발전한 산업입니다.

마닐라는 필리핀에서 가장 매력적인 관광명소 중 하나입니다. 마닐라는 필리핀 문화의 중심 역할뿐만 아니라, 아시아 태평양 지역에서 가장 유명한 쇼핑관광지 역할도 하고 있습니다. 이러한 요인 때문에 마닐라 소매 산업은 높은 성장률을 보였습니다. 또한 마닐라는 아시아에서 유명한 카지노 관광지로도 부상하고 있습니다.

③ 비즈니스 서비스

필리핀 내에서, 마닐라는 국가 비즈니스 서비스 분야 GDP의 2/3을 생산하고 있습니다.

비록 비즈니스 서비스 분야에서 고용률은 그리 높지 않지만(2012년 기준, 도시 노동력의 9%를 고용), 마닐라 경제 생산의 25%을 담당하고 있습니다. 필리핀 내 다른 지역의 비즈니스 서비스 분야는 국가 전체 비즈니스 서비스 분야 GDP의 13%를 생산했고 노동력의 3%를 차지했습니다.

필리핀은 아시아의 주요 아웃소싱 센터로 부상했습니다.

마닐라는 콜센터, 금융, 회계, 법률서비스, ICT, 인적자원의 허브입니다. 이 때문에 마닐라의 사무실 수요가 급증하고 있습니다. 사무실 대부분은 마카티 시티(Makati City), 이스트우드 시티(Eastwood City), 쿠바오(Cubao), 업-테크노 허브(the UP-Techno Hub)에 위치해 있습니다. 마닐라는 필리핀 아웃소싱 산업의 중심지로, 필리핀 내 비즈니스 아웃소싱 기업의 75%가 메트로 마닐라에 위치하고 있습니다.



2) 외국인 투자 유치

2013년 필리핀에 대한 외국인 직접투자(FDI)는 총 2,740억 페소(약 6조 8,445억 원)로 전년 대비 5.4% 감소하였습니다.

통계조정위원회(NSCB)는 국내소비와 정부지출이 늘어나 경제 성장세는 지속되었으나, 자연재해(태풍, 지진 등)로 인해 외국인 투자가 전년에 비해 위축된 것으로 분석하였습니다.

이에 필리핀 정부는 경제성장, 고용증대 목표 달성을 위해 외국인투자유치를 장려하고 있습니다.

필리핀은 2013년 3월 피치로부터 투자적격 등급을 받는데 이어, 5월 2일엔 스탠다드&푸어스(S&P)로부터 투자 등급을 투자적격으로 상향 조정받았습니다. 무디스 역시 10월초에 필리핀의 투자등급(Baa3)를 조정하며 1년 만에 3대 신용평가기관으로부터 모두 투자적격 판정을 받았습니다.

최근 몇 년간 대 필리핀 외국인 직접투자가 감소세였지만 필리핀 정부에서 추진하는 인프라 건설, 금융개방, 클락 Green City 건설사업 등으로 2015년에는 대규모 투자가 예상됩니다.

자본과 기술 부족으로 대규모 프로젝트는 외국투자기업에 대한 의존도가 높고, 일찍부터 스페인, 미국, 일본의 식민지 지배를 받은 영향으로 외국기업 및 외국인에 대한 개방도 높은 편입니다.

필리핀은 아시아 전체 국가 중 중국에 이어 두 번째로 높은 경제성장을 보이고 있습니다.

2013년 3분기 경제성장률은 7.0%(필리핀 중앙은행 발표 기준)을 기록하였습니다. 필리핀 정부도 이 점을 인지하여 산업 경쟁력 확대를 위해 투자유치기관을 통한 외국인 투자유치에 힘쓰고 있으며, 교통, 용수, 전력 인프라 확충에 노력을 기울이고 있습니다. 따라서 민간 SOC 프로젝트 분야 등에서 향후 투자기회는 지속적으로 증가할 것으로 보입니다.



3) 물가 상승률 변화

필리핀의 2014년 5월 인플레이션은 4.5%를 기록, 2년 만에 최고치를 갱신하며 올해 들어 강세를 이어갔습니다. 이 수치는 전년 동월 2.6% 대비 크게 증가한 수치이며, 연평균 3.0%로 안정적이었던 작년에 비해 증가세가 지속되고 있습니다.

품목 중에는 식품류 물가상승률이 7.1%로 최고를 기록했습니다. 이는 작년 말 대규모 태풍으로 인한 농업관계망 파손으로 농산물 공급이 전반적으로 감소한 데 따른 것으로 분석됩니다. 쌀의 경우 생산량 감소와 밀수 등으로 공급부족이 심해지며 연초부터 가격이 상승했습니다. 설탕은 국내수요 증가, 옥수수는 가뭄 지속으로 인한 생산 부진이 가격 상승을 이끌었습니다. 다른 품목도 예외는 아니었습니다. 전력, 가스, 식수가 3.7%, 의류는 3.4%, 교통 1.5% 등 거의 모든 분야에서 물가가 상승했습니다.

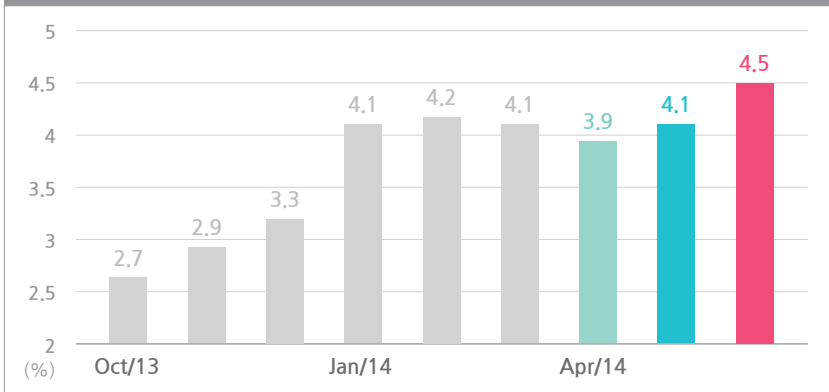
중앙은행은 현재까지 물가상승률이 연초 예측치인 3.9%~4.7% 범위에 머무르며 통제가능한 수준인 것으로 보고 있습니다.

필리핀은 연초 경제성장세 강화 및 민간소비 확대에 따라 지난 3월 지급준비율을 1% 상향 조정하며 시장유동성과 인플레이션 억제 노력에 힘을 쏟고 있습니다. 국가경제개발청(NEDA)은 비록 물가상승률이 높은 수치를 이어가지만, 자연재해 및 가뭄 지속으로 농업부문의 공급 부진과 국제 원자재가격 상승 등이 복합적인 원인으로 작용하기에 아직까지는 정부가 개입할 만한 상황이 아님을 강조했습니다.

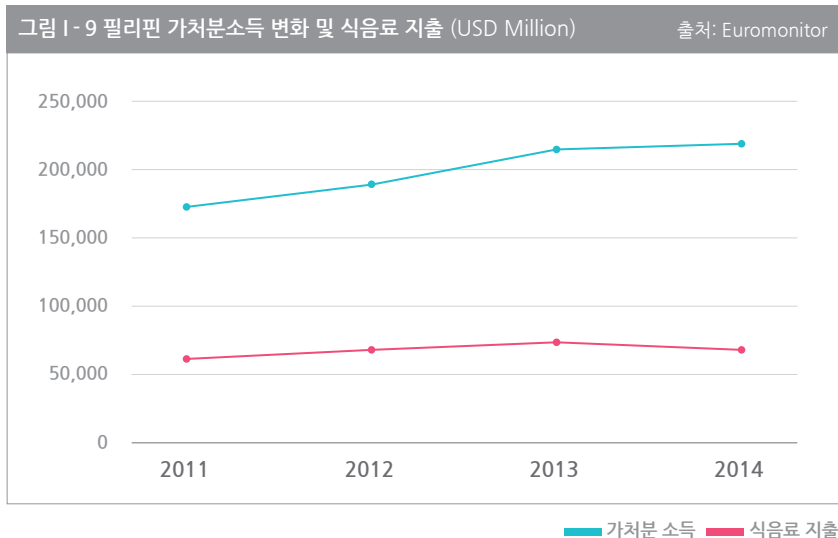
현지 경제전문가는 현재의 고 인플레이션 기조가 당분간 지속될 것으로 예상하며, 긴축정책으로 전환할 필요성을 지적했습니다.

경제성장률이 둔화되는 현시점에서 필리핀의 최근 인플레이션은 높은 실업률(7.3%)과 함께 향후 경제성장을 압박할 수 있는 주요 요인입니다. 따라서 정부는 인플레이션 증감 추이를 주시하고 있습니다. 필리핀 1분기 경제성장률은 5.7%로 작년 평균 7.2%에서 감소했습니다.

그림 1-8 필리핀 인플레이션 그래프 출처: National Statistics Office (2014년 6월 필리핀 정부발표 기준)



4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출



2012년 세계 주요 대도시 중, 마닐라는 가구당 가처분소득이 낮은 15개 도시 중 하나였습니다.

그러나 필리핀 내에서 마닐라 가구들은 상대적으로 매우 높은 소득을 보이고 있습니다. 2012년 마닐라의 가구당 가처분소득은 12,900달러(약 1,428만 원)이었고, 이는 필리핀의 다른 지역보다 72% 높은 수치였습니다.

상대적으로 높은 가처분소득 수준 덕분에 마닐라는 다른 지역들보다 필수재에 지출을 덜 하는 양상을 보이고 있습니다.

음식, 음료, 거주와 같은 필수재에 대한 지출은 마닐라의 소비자 지출에서 45%의 점유율을 보였지만, 다른 지역에서는 61%의 점유율을 보였습니다. 그럼에도 마닐라 사람들의 음식과 음료에 대한 지출은 여전히 소비자 지출예산에서 가장 큰 점유율을 보이고 있으며 (전체 지출 예산의 33%), 이는 아시아 평균보다 높습니다.

5) 경제 동향

필리핀은 2014년 동남아국가연합(ASEAN-6) 6개 회원국 중 가장 높은 6.2% 성장률을 기록했습니다.

Asian Development Outlook(ADO)이 2014년 9월 발표한 보고서에 따르면 필리핀 정부의 지출 감소, 높은 인플레이션, 재정 긴축 정책 때문에 필리핀의 경제성장률은 지난 4월에 예측했던 6.4% 보다는 약간 저조한 6.2%를 기록했습니다.

하지만 견고한 내수시장과 수출 회복, 인프라 건설 프로젝트 추진 등이 필리핀 내 일자리를 더욱 많이 창출할 것으로 예상합니다. 이에 필리핀 경제는 2015년에도 6.4%의 성장률로 지속적으로 성장할 것으로 예측됩니다.

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

메트로 마닐라의 2013년 기준 명목 국내총생산(GDP)은 약 42조 9,060억 페소(약 1,071조 8천억 원)로 필리핀 전체(115조 4,819억 페소, 약 2,884조 7천억 원)의 약 37.2%를 차지하는 것으로 나타났습니다.

이는 2012년 국내총생산 대비 12.2% 성장한 것으로 '12-'13 필리핀 전체성장률(9.3%)에 4.4%정도 기여한 것으로 나타났습니다.

또한 메트로 마닐라의 1인당 국내총생산(GDP)은 342,170페소(약 855만 원)로 필리핀 전체 평균치인 117,603페소(약 294만 원)보다 약 3배 정도 높은 것으로 나타났습니다.

그림 1 - 10 2014년 필리핀 경제성장 전망

출처: KOTRA 마닐라 무역관(2014년 6월 기준 각 기관 발표자료 종합)

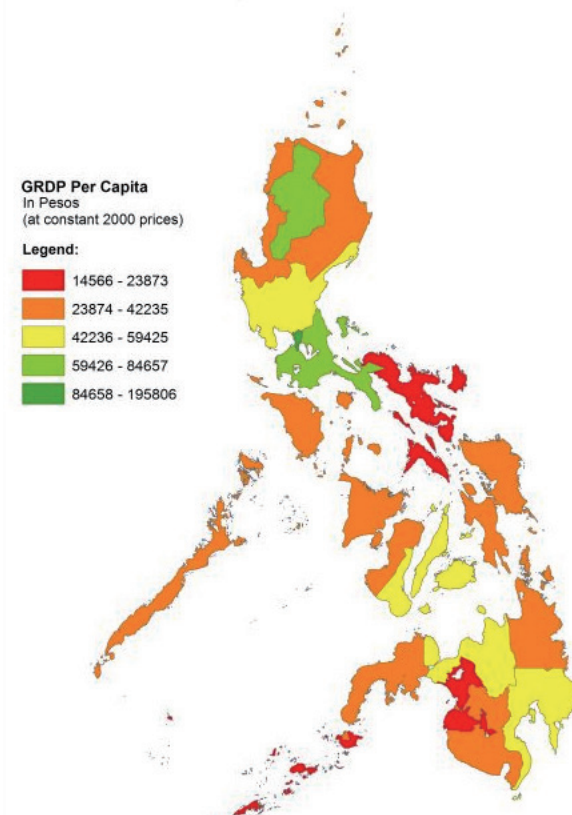
구분	필리핀 정부	ADB	EIU	World Bank	IMF
성장률(%)	6.5~7.5	6.4	6.8	6.6	6.5

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

필리핀은 전체인구 1억의 약 10%에 해당하는 1,000만 명에 달하는 해외근로자(Overseas Filipino Worker)의 국내 송금액에 의존하는 소비경제라는 특성을 가지고 있으며 이는 견고한 내수시장 형성에 기여하며 안정적인 경제 성장을 이끄는 원동력으로 작용하고 있습니다.

필리핀 해외근로자(OFW)의 국내 송금액은 2013년도 기준 230억 달러(약 25조 4,633억 원)를 기록했으며 이는 GDP의 약 8.4%를 차지하고 있는 막대한 규모입니다. 이 자금이 필리핀 국내 가족에게 송금되어 내수 경기를 활성화하는 성장 동력원의 역할을 수행하고 있습니다. 해외근로자의 국내 송금액은 2014년 6월 기준 114억 달러(약 12조 6,209억 원)를 기록했으며, 이는 전년 대비 5.75% 증가한 금액으로 2014년 해외근로자 송금액은 더 증가할 것이라고 전망하고 있습니다.

그림 I - 11 2013년 필리핀 지역별 GDP 현황

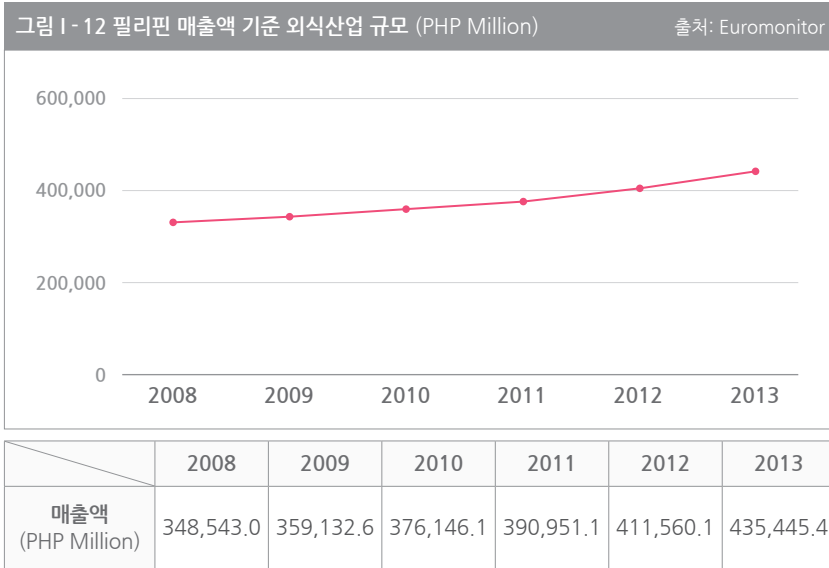


3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

① 외식산업 규모



필리핀의 외식 산업은 매출액 기준 2008년~2013년에 5.0% 증가했으며, 2018년까지 평균 5.0% 증가할 전망입니다.

배달/테이크 아웃 전문점은 지난 5년간 9.8%의 성장률을 보여 가장 크게 성장했습니다. 패스트푸드 역시 8.4%의 성장을 보이며 시장점유율을 높였습니다.

반면에 카페/바와 풀서비스 레스토랑은 2.2%의 성장을 보였지만 시장 전체의 성장률을 밑돌아 시장점유율이 낮아지고 있습니다.

2018년까지 배달/테이크 아웃 전문점은 7.4%의 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되며, 패스트푸드는 약 4.0%로 두 번째로 높은 성장률을 기록할 것으로 기대됩니다.

카페/바는 플러스 성장률을 보일 것으로 전망되지만, 시장 전체와 비슷한 성장률을 기록하여 시장점유율을 유지하는 데 그칠 것으로 전망됩니다.

② 업태별 현황

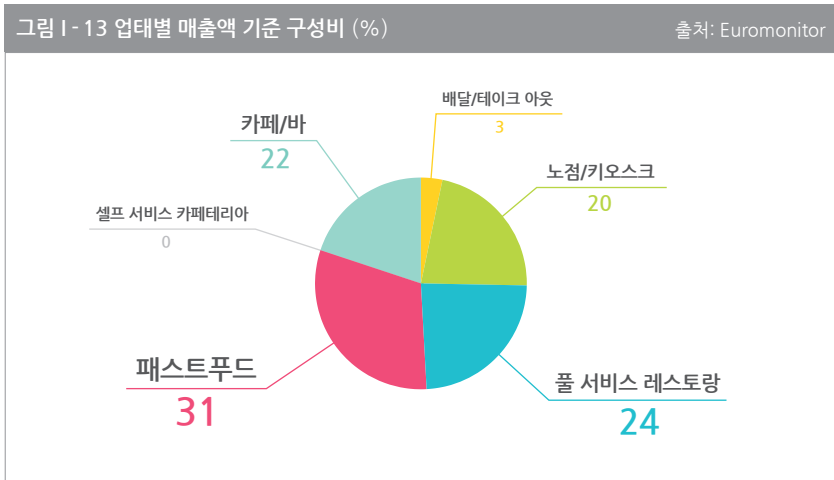
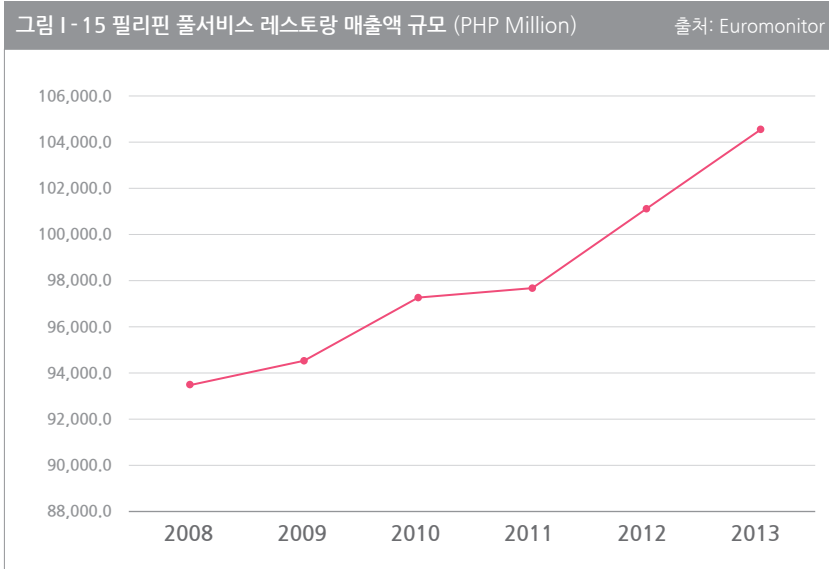


그림 I - 14 외식산업 업태별 현황 - 매출액 기준 (PHP Million) 출처: Euromonitor

	2008	2013	
		PHP Million	CAGR (08~13)
외식산업	348,543.0	435,445.4	5.0
배달/테이크 아웃 전문점	8,980.1	14,325.2	9.8
카페/바	85,886.9	95,775.4	2.2
풀서비스 레스토랑	93,749.8	104,391.3	2.2
패스트푸드	90,095.0	134,665.0	8.4
셀프 서비스 카페테리아	0.0	0.0	0.0
노점/키오스크	69,831.2	86,288.5	4.3

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

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장



풀서비스 레스토랑의 2013년 기준 매출액은 약 1,044억 페소(약 2조 6,024억 원)를 기록하였습니다.

2008년~2013년 동안 외식산업은 매출액 기준 약 5.0%의 성장률을 기록했습니다. 같은 기간 풀서비스 레스토랑은 2.2%의 성장률을 기록하여 시장 점유율이 낮아졌습니다. 이는 업태 중 가장 낮은 성장률입니다.

필리핀의 외식산업은 2017년까지 매출액 기준 3.1%의 성장률을 기록할 전망이며, 풀서비스 레스토랑은 2.9%의 성장률을 기록하여 점포 수는 많아지지만 시장점유율은 낮아질 전망입니다.

풀서비스 레스토랑 내에서는 Yum! Brands Inc.가 14.7%의 시장점유율을 보이며 선두를 달렸으며, Nando's Group Holdings Ltd가 4.9%, Texchem Group이 4.0%의 시장점유율로 그 뒤를 이었습니다.

2) 외식시장 트렌드

필리핀은 맛벌이 가정 증가와 패스트푸드 확산 등의 환경 변화로 인해, 퇴근길에 조리음식을 구매해 귀가하는 사람들을 쉽게 목격할 수 있습니다.

이는 생활방식의 변화에서 비롯된 현상이기도 하지만 길거리에서 음식을 사는 것이 집에서 조리하는 것보다 저렴한 까닭도 있습니다. 가정에서 조리할 경우 연료비 부담이 만만치 않기 때문입니다.

또한 필리핀 소비자들은 건강에 대한 인식이 높아지고 있습니다.

이에 따라 소매 유통체인들은 ‘건강’, ‘웰빙’, ‘유기농’, ‘미식’이라는 큰 카테고리 안에서 식품유통의 새로운 분야를 탄생시켰고, 이러한 소비 트렌드로 인해 슈퍼마켓과 하이퍼마켓^[1]은 기존의 재래시장보다 선호도가 올라가고 있습니다.

이는 식품의 품질과 안전에 대한 소비자들의 우려가 높아진 데다, 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이 재래시장보다 쇼핑하기에 좋은 환경을 제공하기 때문인 것으로 분석됩니다.

필리핀 사람들은 전통적으로 달고, 맵고, 짜고, 신맛이 나는 자극적인 식품을 좋아하며, 와인, 치즈, 우유, 초콜릿, 스낵류 등이 인기가 많습니다. 상류층을 중심으로는 천연, 유기농 식품 등의 소비가 증가하고 있습니다.

건강 트렌드의 영향에도 불구하고 여전히 유기농 식품에 대한 필리핀 소비자들의 관심은 상대적으로 낮은 편인데, 이는 대다수 현지 소비자들의 소득수준 및 소비패턴이 아직은 신선 유기농 제품을 선택할 수준이 아니기 때문입니다.

하지만 필리핀 정부의 관심 증대로 최근 수년 사이 유기농 제품 생산이 증가하기 시작했습니다. 유기농식품은 주로 주말 재래시장에서 판매되고 있으며, 독립적인 중소규모 생산자들이 주말에 유기농 시장을 조직해 마닐라와 주변 주요 도시들의 중상위 소득층을 공략하고 있습니다.

[1] 하이퍼마켓: 비식품류보다 1차식품을 포함한 식품류의 구비 비중이 높은 대형할인점입니다.

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

필리핀은 소득 양극화가 심해 대부분의 소비자들은 가격 대비 성능과 상품의 가치를 기준으로 구매하는 경향을 보이며 주로 합리적인 가격의 저가제품 인기가 높은 편입니다.

필리핀에는 아시아 최대 쇼핑몰인 Mall of Asia를 비롯하여 많은 초대형 쇼핑몰들이 지방 중소도시까지 폭넓게 들어서 있습니다.

필리핀 국민의 25% 가량이 절대 빈곤층으로 하루 2달러(약 2,200원) 정도의 비용으로 생계를 꾸리고 있지만, 매우 낙천적인 성향을 가지고 있습니다.

이러한 낙천적 성향은 경제행위에 그대로 반영되어 소비성향이 높은 편이고, 저축률은 동남아 국가중에서 가장 낮은 20% 초반에 머물고 있습니다. 심지어 97년 아시아 금융위기 때도 개인소비가 증가했을 정도로 언뜻 이해하기 힘든 면도 있는 나라입니다.

필리핀 소비자들은 스페인 식민지 시대부터 형성된 라틴문화의 영향으로 미래소비보다 현재소비를 중시하는 경향이 강하며, 자존심이 강하고 과시하기를 좋아하는 성향을 가지고 있어 브랜드 지향 소비를 하는 편입니다.

1억 명에 달하는 필리핀 전체인구의 약 51.7%가 25세 미만 연령층으로, 이들이 필리핀 소비 시장 트렌드를 주도하고 있으며 중저가 브랜드 상품을 선호하는 경향이 뚜렷합니다. 또한 필리핀은 제조업이 매우 취약하여 가전제품 및 생활용품 위주로 많은 상품이 완제품 형태로 해외에서 수입되고 있고, 해외 근로자의 국내송금(2013년 기준 230억 달러, 약 25조 4,633억 원)을 중심으로 한 소비 위주의 경제구조를 형성하고 있습니다.



2) 외식소비 특성

외식은 필리핀 문화에 뿌리내린 중요한 활동입니다.

필리핀인들은 가족과 친구들을 포함한 사회활동을 굉장히 중요한 가치로 여기고 있습니다. 필리핀 사람들은 가족의 결속을 다지기 위해 외식을 하는 경우가 많습니다. 천주교 신자가 많은 특성상, 보통 주말 미사 후 부모들이 아이들과 함께 레스토랑에 가서 식사를 합니다. 유로모니터에 따르면, 필리핀 내 외식산업은 바쁜 생활방식을 보이는 도시지역에서 특히 발전된 양상을 띠는 것으로 나타났습니다. 직원, 학생, 부모들은 일과 후 휴식을 취하며 외식을 하기도 하지만, 테이크아웃 음식을 사갔고 와 집에서 식사를 하는 경우도 있습니다.

필리핀인들은 일반적으로 하루 3끼의 식사와 2번의 간식 식사를 합니다.

아침, 점심, 저녁은 보통 집에서 해결하지만, 메리엔다라 불리는 오전, 오후 간식은 밖에서 구입하는 경향을 보이고 있었습니다. 이 두 번의 간식시간에는 주로 파스타와 햄버거 등을 먹습니다. 외식의 경우, 필리핀인들은 주로 하루 일과를 끝낸 후 점심과 저녁을 사먹는 것으로 나타났습니다.

최근에는 아침식사의 수요도 증가하는 것으로 나타났는데, 이는 비즈니스 프로세스 아웃소싱(BPO)업무의 특성 상 종사자들이 밤에 일하는 경우가 많기 때문으로 보입니다.

아침식사를 밖에서 사먹는 도시인구들이 많아지면서 주요 외식업체들은 와플과 팬케이크를 판매하기 시작했습니다. 외식업체의 아침 제공 메뉴는 밤에 근무하는 직장인들의 수가 증가하면서 그 인기도 덩달아 증가하는 양상을 보이고 있습니다. 일례로 맥도날드는 아침식사를 50페소(약 1,250원)에 제공하는 Hooray for Today 캠페인을 지속하고 있습니다. 하지만 이러한 아침식사 수요는 BPO의 허브로 간주되는 도시지역에서만 두드러진다는 특징이 있습니다.

더운 열대 기후 때문에 필리핀 소비자들의 음료수 수요는 매우 높은 양상을 보이고 있습니다.

탄산음료, 아이스티, 생수는 모든 외식업체에서 제공하고 있습니다. 커피는 패스트푸드 업체나 풀서비스 레스토랑 같은 곳에서 판매되면서 점차적으로 인기가 많아지고 있습니다. 밀크티나 버블티 또한 필리핀에서 매우 인기가 있습니다. 과일 칵테일인 할로할로는 졸리비 같은 주요 로컬 브랜드 레스토랑에서 판매되고 있습니다. 알콜 음료는 바/펍에서 판매되지만 패스트푸드나 풀서비스 레스토랑을 찾는 손님들의 알콜 음료에 대한 수요가 늘어남에 따라 외식 공급업체에서도 판매가 이뤄지고 있습니다.

3) 외식소비 심층분석

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

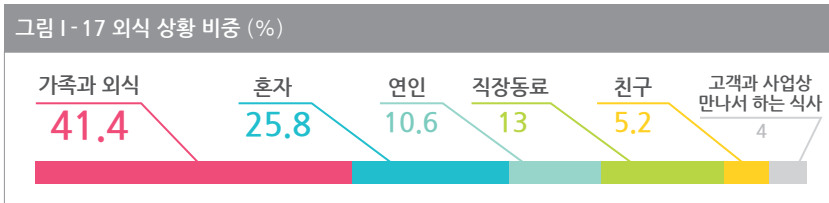
마닐라 소비자들의 외식 상황(혼자 있을 때, 직장 동료와 함께할 때, 고객과 사업상 만날 때, 가족과 외식을 할 때, 연인과 데이트 할 때, 친구와 함께할 때)별 식당 선택 기준, 외식 상황별 비중, 상황별 외식 지출액 및 적정 가격대는 아래와 같습니다.

① 상황별 식당 선택 기준

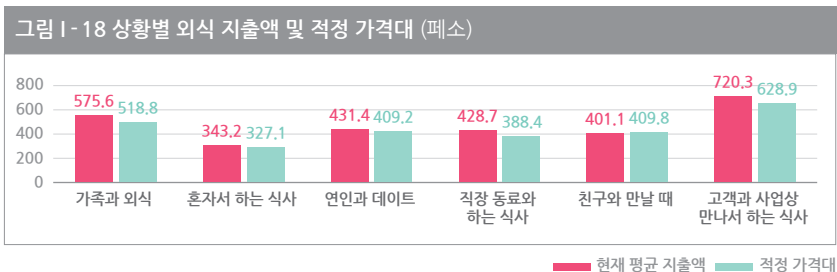
그림 I - 16 상황별 식당 선택 기준 Top5

	혼자	직장동료	고객(사업)	가족	연인	친구
1	맛 (61.0%)	맛 (48.8%)	맛 (47.6%)	맛 (56.2%)	맛 (49.8%)	맛 (49.2%)
2	가격 (14.8%)	가격 (22.6%)	분위기 (17.0%)	가격 (14.6%)	분위기 (14.4%)	가격 (22.6%)
3	청결/위생 (10.4%)	청결/위생 (7.8%)	가격 (8.8%)	청결/위생 (8.0%)	가격 (12.2%)	청결/위생 (5.6%)
4	영양 (4.6%)	분위기 (4.0%)	청결/위생 (6.0%)	영양 (7.4%)	청결/위생 (6.0%)	다양한 메뉴 (4.8%)
5	식당 위치 (1.8%)	영양 (3.4%)	식당 위치 (4.4%)	다양한 메뉴 (2.2%)	주변환경 (3.0%)	분위기 (3.6%)

② 외식하는 상황[1]



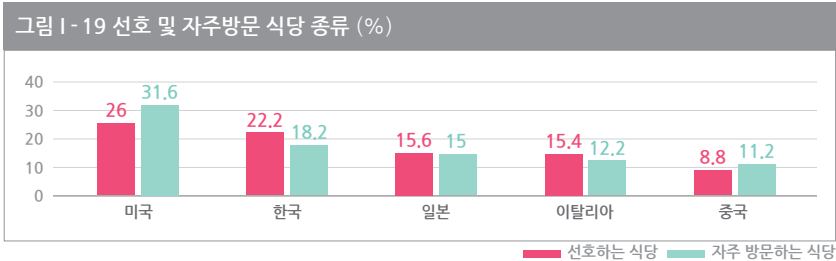
③ 상황별 외식 지출액 및 적정 가격대



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

④ 식당 종류

마닐라 소비자들이 선호하는 에스닉 및 자주 방문하는 에스닉은 모두 '미국 식당(American)'이 가장 높은 비중을 차지하였습니다.



⑤ 식당 형태

선호하는 식당 및 자주 방문하는 식당 중 가장 높은 비율을 차지하는 것은 '패스트푸드점/퀵서비스'로 조사되었습니다.

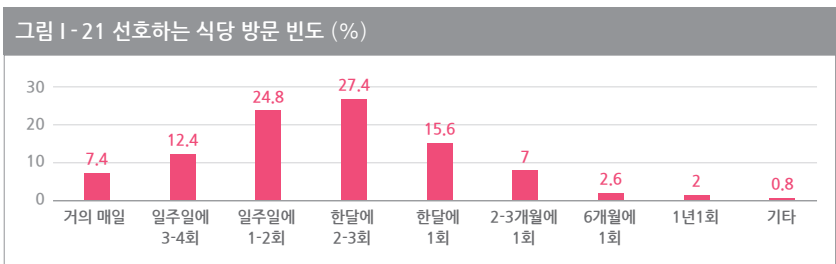
그림 I-20 식당 형태별 '선호하는 식당 형태' 및 '자주 방문하는 식당 형태' (%)

	일반 식당	고급 식당	패스트 푸드점/퀵서비스	테이크아웃/배달전문점	카페 테리아/푸드코트	커피숍/주점	기타
선호 %	15.8	31.0	35.2	10.0	4.6	1.7	0.6
자주 방문 %	18.4	20.8	32.2	18.4	6.2	3.6	0.4

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

⑥ 선호하는 식당 방문 빈도

선호하는 식당 방문 빈도는 '한 달에 2~3회'가 27.4%로 1순위를 차지하였습니다.



3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율

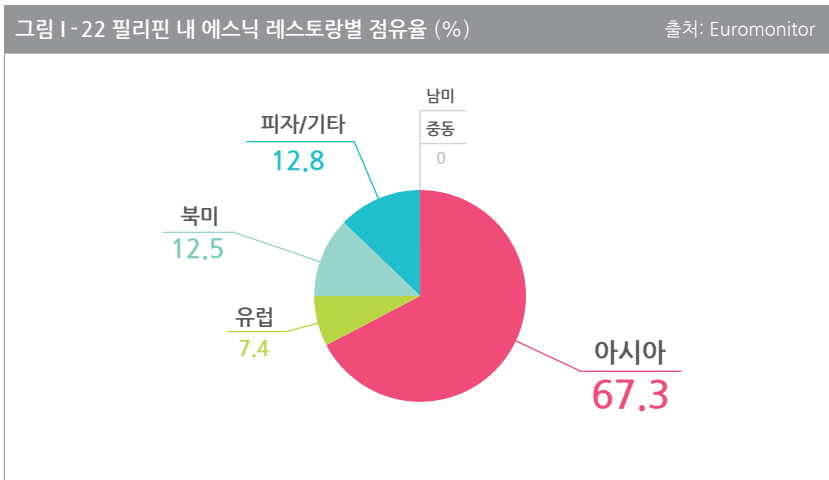
① 필리핀 내 에스닉별 점유율

필리핀 풀서비스 레스토랑의 에스닉별 점유율을 살펴보면, 아시아 식당(Asian)이 67.3%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 피자/기타 식당(Pizza/Others)이 12.8%로 뒤를 이었습니다.

북미 식당(American)이 12.5%로 뒤를 이었습니다.

유럽 식당은 7.4%의 점유율을 보였습니다. 반면 남미(Latin American), 중동 식당(Middle Eastern)은 매우 낮은 점유율을 기록했습니다.

피자/기타(Pizza/Others)가 2018년까지 2.4%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 유럽식당(European)은 0.01%의 매우 낮은 성장률을 기록할 것으로 나타났습니다.



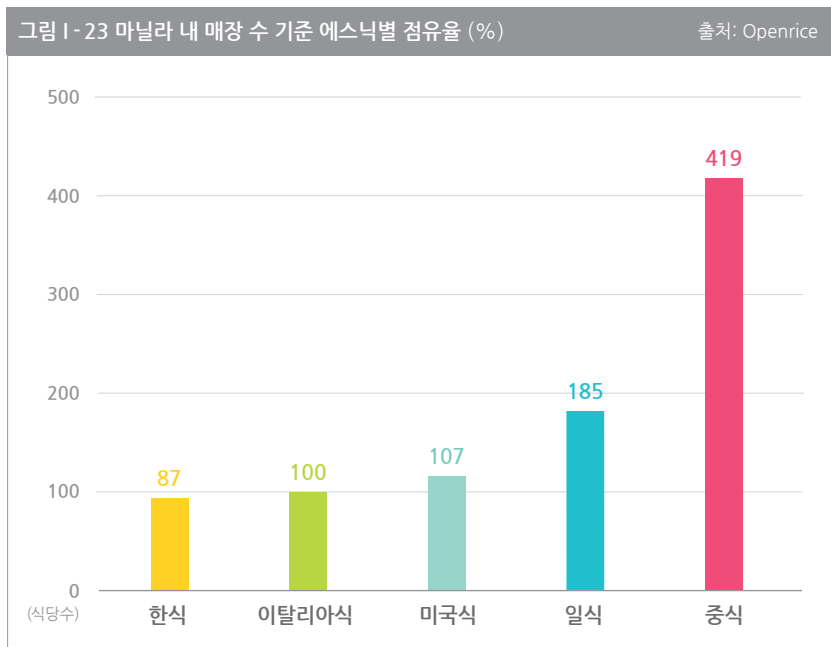
* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

② 마닐라 에스닉 레스토랑 분포 현황(레스토랑 평가사이트 등록 수 기준)

매장 수 기준 마닐라 내 에스닉별 식당 수는 중식당(Chinese) 419개, 일식당(Japanese) 185개, 미국 식당(American) 107개 순으로 나타났습니다.

동아시아 에스닉 식당 중에선 중식당(Japanese)이 419개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 일식당(Japanese)이 185개, 한식당(Korean)이 87개로 그 뒤를 따르고 있습니다.

한식당(Korea)은 동아시아 에스닉 식당 중 세 번째로 매장수가 많지만 중식당(Chinese)과 일식당(Japanese)에 비해 그 수가 현격히 떨어지는 것으로 파악됩니다.



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

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 중식(Chinese) 진출 현황

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

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

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

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

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

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

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

중식당은 마닐라 전체 식당의 10.7%를 차지하여 필리핀 식당 다음으로 높은 점유율을 차지하고 있습니다. 업태에 있어서도 '패스트푸드', '풀서비스 레스토랑', '간이음식점' 등 다양한 분야에 고르게 진출해 있습니다.

② 일식(Japanese) 진출 현황

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

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

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

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

일본 음식점은 필리핀 음식점, 중국 음식점에 이어 가장 많은 것으로 나타났습니다.

또한 ‘호텔 레스토랑’ 업태에서 단일 에스닉으로는 가장 많은 식당이 입점해 있는 것으로 조사되었습니다.

③ 미국식(American) 진출 현황

필리핀은 1898년부터 약 50여 년간 미국의 통치를 받아 미국 문화의 영향을 많이 받았습니다. 특히 미국식 패스트푸드와 필리핀 외식문화의 큰 부분을 차지하고 있습니다.

마닐라 내 미국 식당의 수는 오픈라이스(Openrice.com) 기준 일식당 수와 비슷한 수준이며 아시아 이외 지역(International) 에스닉 식당 대부분이 미국 식당인 것으로 조사되었습니다.

미국 식당의 업태로는 ‘레스토랑’이 가장 많은 것으로 나타났으며 ‘패스트푸드’와 ‘간이음식점’ 형태가 그 뒤를 잇는 것으로 집계되었습니다.

로컬 패스트푸드 브랜드인 ‘졸리비(Jollibee)’가 필리핀 외식 프랜차이즈 산업을 선도하고 있으며, 미국의 글로벌 패스트푸드 브랜드들이 시장점유율 확장을 위해 로컬업체들과 경쟁을 하고 있습니다.



3) 주요 에스닉 식당 소개

① 마부하이 팰리스(Mabuhay Palace)

필리핀 마닐라호텔에 위치한 마부하이 팰리스는 고급스런 인테리어를 갖춘 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑입니다.

마부하이 팰리스의 대표 메뉴는 ‘파이브 클래식(Five Classics)’입니다. 중국과 홍콩, 싱가포르의 최고 음식으로 엄선한 세트 메뉴인 ‘파이브 클래식’은 에피타이저와 수프, 메인 요리 4가지와 밥, 면요리, 디저트 2가지로 이뤄진 세트 메뉴입니다.

이 밖에도 클래식 오브 체인지(Classic of Changes, 불타는 가루파 생선과 표범 오리 말이), 클래식 오브 포에트리(Classic of Poetry, 사천식 돼지 요리와 뼈없는 허니 글레이즈 치킨), 클래식 오브 라이츠(Classic of Rites, 새끼 돼지 통구이), 클래식 오브 히스토리(Classic of History, 두 가지 방식으로 요리되는 북경 오리와 돼지고기 소시지가 곁들여진 연꽃말이 밥), 클래식 오브 뮤직(Classic of Music, 크림 커스터드 크러스트 가루파와 호박수프, 타피오카) 등의 메뉴를 제공하고 있습니다.

이름에서도 알 수 있듯이 마부하이 팰리스의 실내 장식은 궁전과 같은 모습입니다. 중국 고대와 현대 예술을 표방한 마부하이 팰리스는 입구에서는 전통차로 손님들을 환영하고 밝은 빨강과 주황, 금색으로 장식된 내부에서는 특별 주문 제작된 중국식 가구와 옥석 장식이 손님들의 눈길을 끕니다. 중앙 패널은 용무늬가 수놓아진 유리화와 천 장식으로 꾸며져 있고 사면 벽에는 중국 최고의 철학자 공자의 이야기를 담은 그림들이 새겨져 있습니다.

운영시간은 점심에는 오전 11시부터 2시 30분까지, 저녁에는 오후 6시부터 10시까지입니다. 세트 메뉴의 가격은 1인당 1388~2988페소(약 3만 5천 원~7만 5천 원)까지 다양합니다.

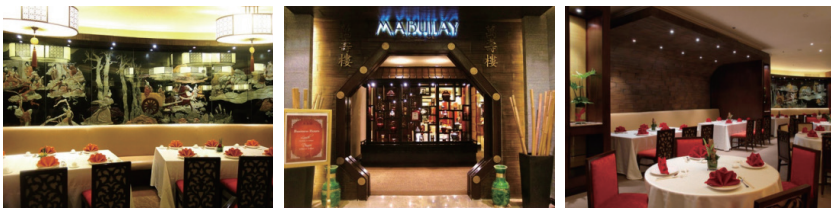


사진 I-9 마부하이 팰리스 전경

② 데리야끼 보이(Teriyaki Boy)

필리핀인들에게 고급 음식으로 인식되어 왔던 일식(Japanese)을 합리적인 가격대에 제공하는 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 프랜차이즈 전문점입니다. 일식을 대중화하는 데에 성공하여 현재 필리핀 전역에 30여 개 이상의 매장을 운영하고 있습니다.

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

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

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

특히 달짝지근한 맛의 '데리야끼 소스'가 들어간 '야키소바', '돈부리' 등의 메뉴와 일본식 닭튀김 요리인 '가라아게(Karaage)' 메뉴가 높은 인기를 누리고 있습니다.

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



사진 1-10 데리야끼 보이 전경

③ 졸리비(Jollibee)

홈페이지: <http://www.jollibee.com.ph/>

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

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

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

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

그 뿐만 아니라 주요 고객층인 아동 청소년과 가족 단위 방문객을 위한 다양한 서비스를 제공하고 있습니다.

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

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

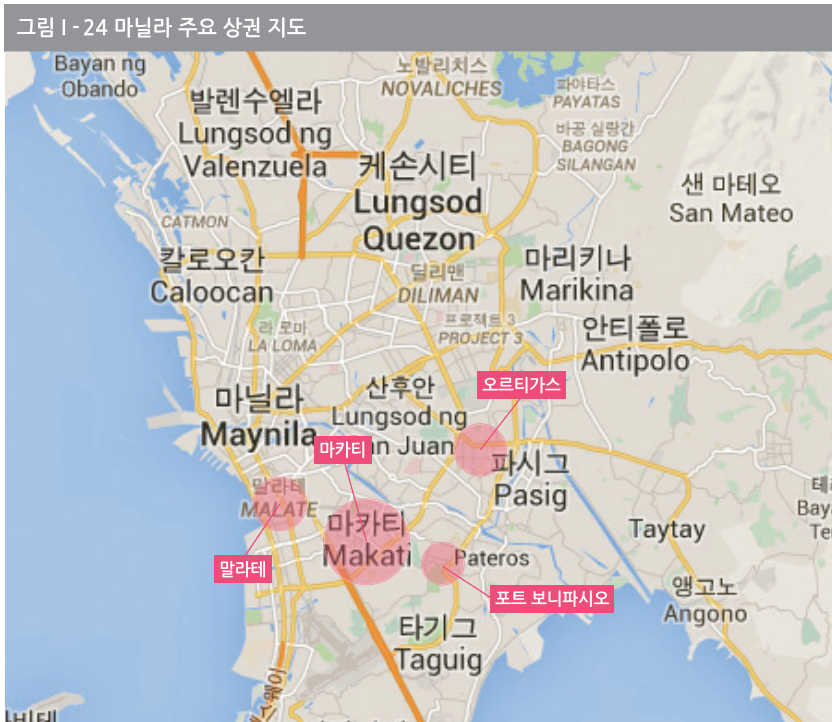
전화나 홈페이지를 통해 편리하게 주문이 가능하며 최소 주문금액은 200페소(약 5,400원) 정도입니다(모든 배달 메뉴에는 10%의 배달비가 추가됨).



사진 I-11 졸리비 전경

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성



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

말라테 상권엔 페드로 길 거리에 위치한 대형 쇼핑몰 로빈슨 플레이스를 중심으로 복합 쇼핑 상가권이 발달되어 있습니다. 아드리아티코 거리를 따라서 한인(현지교민)이 운영하는 한식당과 유흥시설이 밀집해 있기도 합니다.

마카티 상권에는 필리핀의 ‘월 스트리트’로 불리는 아얄라 에비뉴를 중심으로 대형 오피스 건물, 정부기관 청사, 은행 등이 밀집해 있습니다. 아얄라 에비뉴와 마카티 에비뉴 교차로 인근에 대형 쇼핑센터 4곳이 인접하여 대규모 쇼핑/외식 상가권을 형성하고 있습니다.

오르티가스 상권의 경우 대형 복합 쇼핑센터인 SM 메가몰과 최고급 시설을 갖춘 EDSA 상그라-라 호텔을 중심으로 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다. 또한 주요 기업의 본사 오피스와 은행 본점이 인근에 위치하고 있습니다.

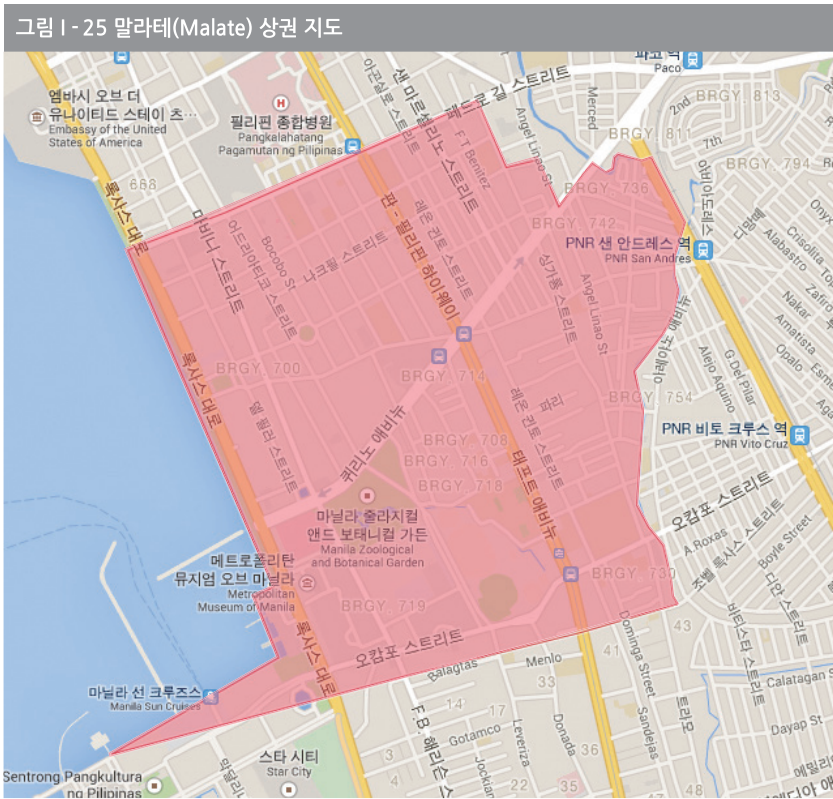
포트 보니파시오 상권은 최고급 주거지, 국제 비즈니스 지구, 쇼핑/외식 상가권이 개발되고 있으며, 하이 스트리트를 중심으로 최고급 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

① 말라테(Malate) 상권

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

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

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



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

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

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

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

로빈슨 플레이스(Robinson's Place)

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

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

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

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

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



사진 I-12 로빈슨 플레이스 전경

② 마카티(Makati) 상권

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

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

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

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

고급 호텔 내부에는 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑이 입점해 있습니다.



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

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

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

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

그린벨트(Greenbelt)

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

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

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

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

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



사진 1-13 그린벨트 전경

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

랜드마크(Landmark)

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

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

‘줄리비(Jollibee)’, ‘맥도날드(McDonald’s)’, ‘차우킹(Chowking)’ 등 주요 패스트푸드(Fast Food)점이 입점해 있습니다.



사진 I-14 랜드마크 전경(상)과 글로리에타 전경(하)

글로리에타(Glorietta)

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

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

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

SM 마카티(SM Makati)

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

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

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

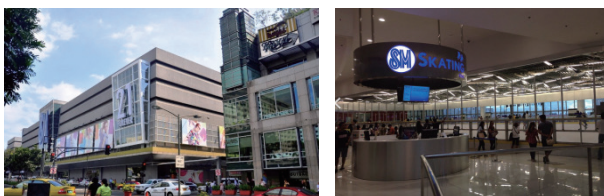


사진 1-15 SM 마카티 전경

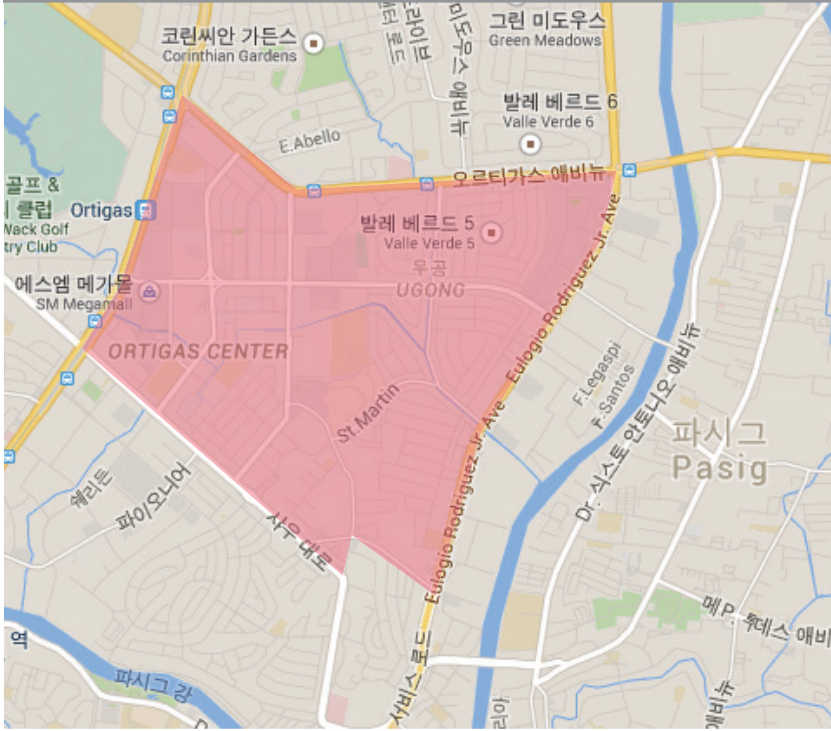
③ 오르티가스(Ortigas) 상권

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

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

인근에 필리핀을 대표하는 산 미구엘(San Miguel) 본사와 아시아개발은행(Asia Development Bank) 본점이 위치하고 있어 30~40대 전문직 종사자 비율이 높습니다.

그림 1 - 27 오르티가스(Ortigas) 상권 지도



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

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

SM 메가몰(SM Megamall)

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

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

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

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

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

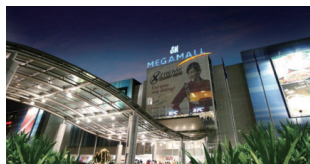


사진 1-16 SM 메가몰 전경

④ 포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 상권

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

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

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



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

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

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

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

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

마켓 마켓(Market Market)

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

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



사진 I-17 마켓 마켓 전경

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

세렌드라(Serendra)

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

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

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

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



사진 I-18 세렌드라 전경

하이 스트리트(High Street)

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

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

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

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

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

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

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

고급 한식당인 ‘사리원(Sariwon)’이 지난 2012년 5월에 오픈하여 성업 중입니다. 대표 메뉴의 가격은 소불고기(150g) 545페소(약 14,000원), 소갈비(280g) 545페소(약 14,000원), 돼지갈비(250g) 350페소(약 9,300원), 돌솥비빔밥 80페소(약 10,000 원)로 다소 비싼 수준입니다.



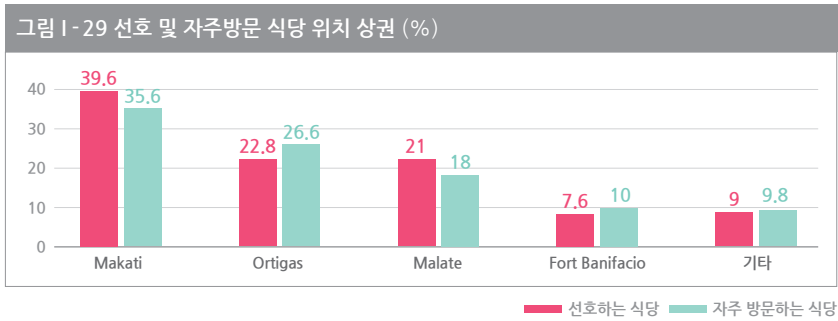
사진 I - 19 하이 스트리트 전경

2) 상권별 유동인구 특성

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

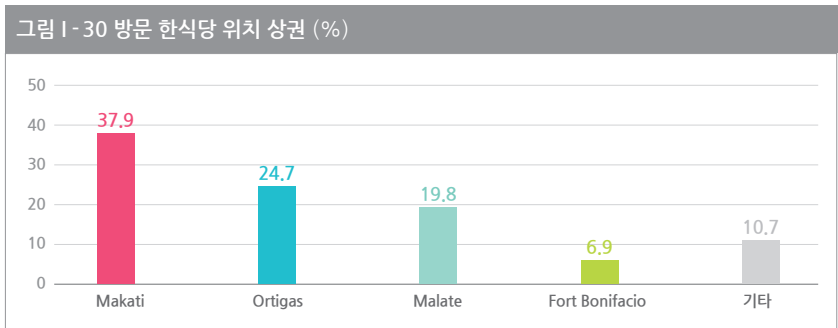
① 식당 위치 상권

마닐라 소비자들이 선호하는 식당은 ‘마카티(Makati)’ (39.6%), ‘오르티가스(Ortigas)’ (22.8%)등에 주로 분포하는 것으로 조사되었습니다.



② 한식당 위치 상권

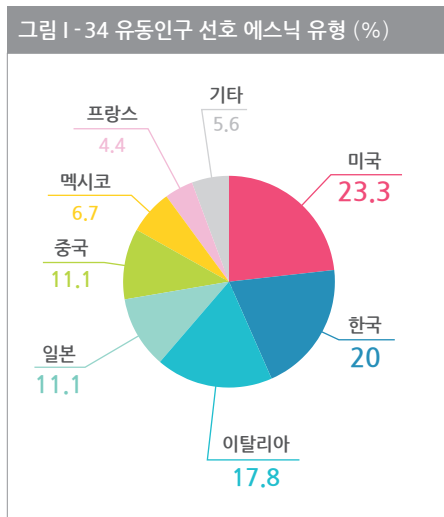
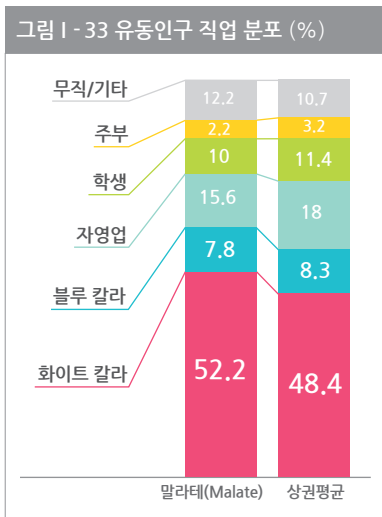
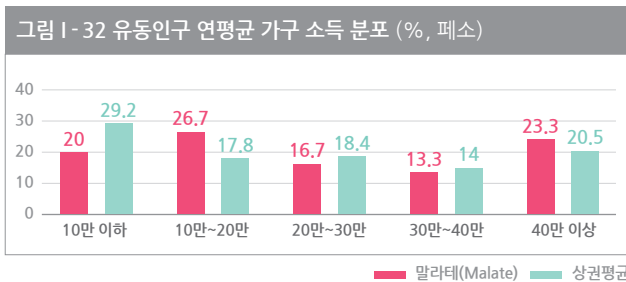
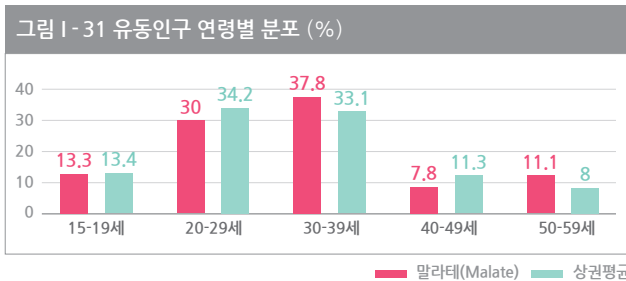
마닐라 소비자들이 방문한 한식당은 ‘Makati’(37.9%) 지역에 가장 많이 분포하는 것으로 나타났습니다.



③ 유동인구 특성

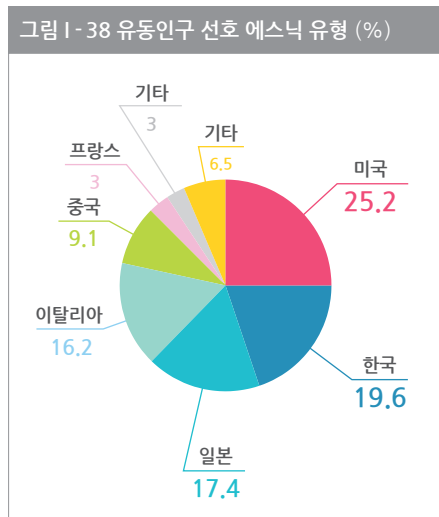
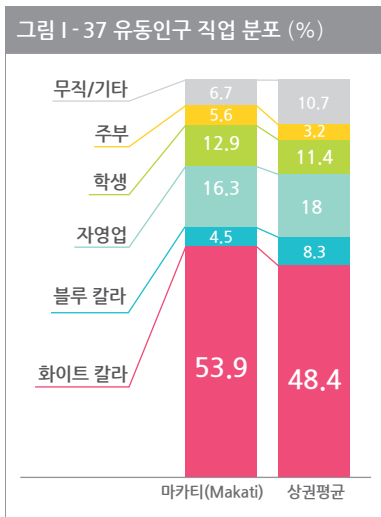
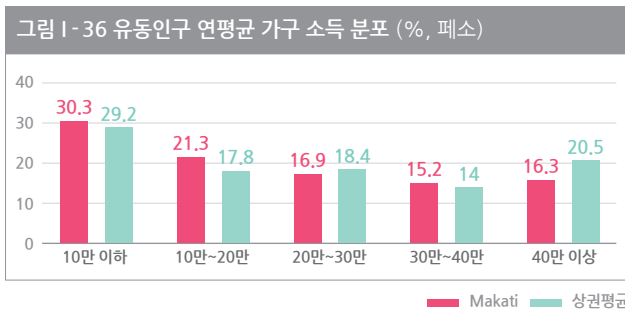
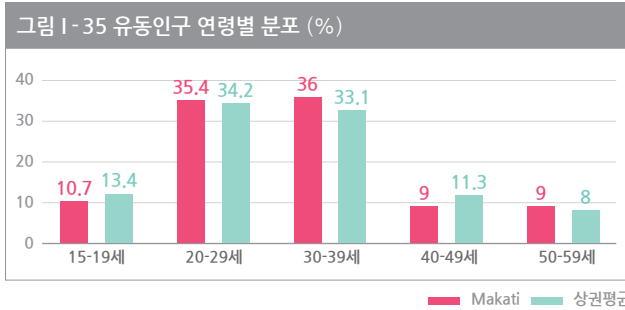
말라테(Malate) 지역

말라테 지역 상권의 유동인구 특징 조사 결과 30~39세 연령층, 연평균 가구 소득 10만~20만 페소의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 ‘미국 식당(American)’이 23.3%로 1위를 차지했습니다 (한식당: 20.0%, 2위).



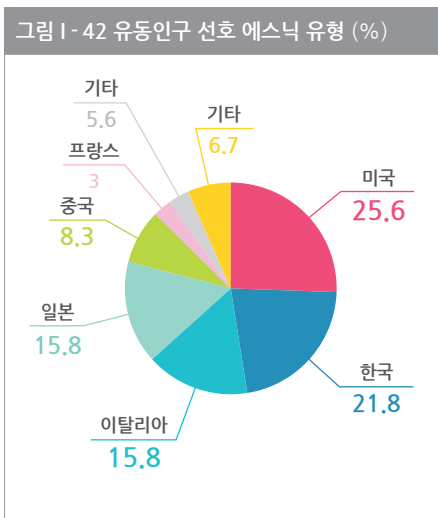
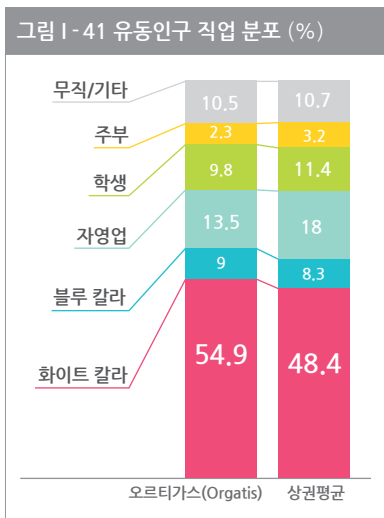
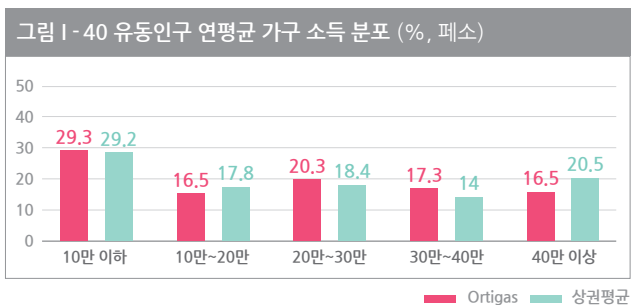
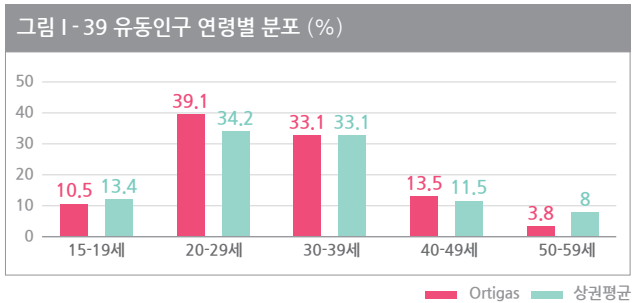
마카티(Makati) 일대

마카티 일대 상권의 유동인구 특징 조사 결과 30~39세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 페소 미만의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '미국 식당(American)'이 25.2%로 1위를 차지했습니다 (한식당: 19.6%, 2위).



오르티가스(Ortigas) 지역

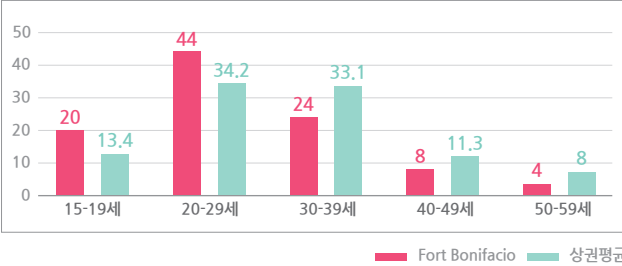
오르티가스 지역 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 페소 미만의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '미국 식당(American)'이 25.6%로 1위를 차지했습니다 (한식당: 21.8%, 2위).



포트 보니파시오(Fort Bonifacio) 일대

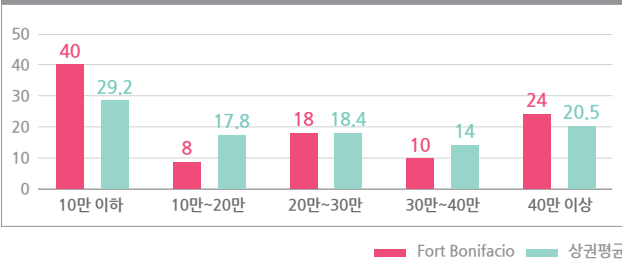
포트 보니파시오 일대 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 연령층, 연평균 가구 소득 10만 페소 미만의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '미국 식당(American)'이 32.0%로 1위를 차지하였습니다. (한식당: 18.0%, 3위).

그림 I - 43 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 인구 비율이 전체의 44.0%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 30~39세 인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

그림 I - 44 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (% , 페소)



연평균 가구 소득 10만 페소 미만의 소득층 비율이 전체의 40.0%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I - 45 유동인구 직업 분포 (%)

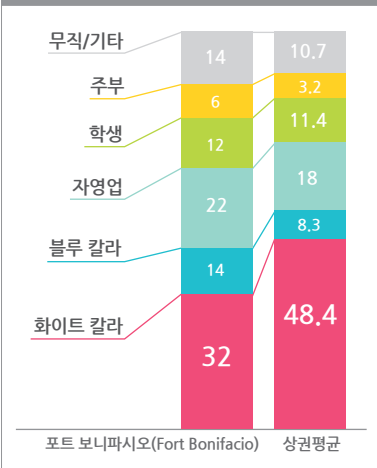
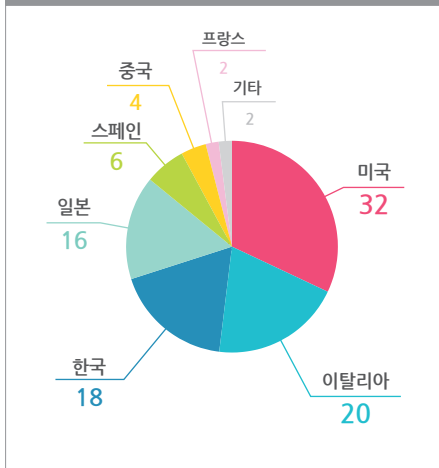


그림 I - 46 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

① 한인 거주 현황

1990년대 들어 대기업의 직접투자와 중소기업의 진출이 확대되고 소자본 개인사업자들의 유입이 늘어나면서 교민사회가 양적으로 크게 성장하였습니다.

외교통상부 필리핀 재외동포현황(2013) 자료에 따르면 2012년 12월 기준 필리핀 체류 한국인은 88,102명으로 집계되었으며, 2011년 대비 약 9% 감소한 것으로 나타났습니다.

필리핀 국적 시민권자와 영주권자는 2011년 대비 각각 약 4% 증가한 27명과 785명으로 같은 기간 재외동포 총수가 감소한 것과는 대조를 이룹니다.

필리핀 국적 시민권자와 영주권자가 증가한 것은 필리핀 정부의 적극적인 투자 이민 정책으로 사업 진출과 은퇴 이민이 증가한 결과로 보여집니다.

필리핀 내 한인유학생은 2011년 대비 6% 증가한 약 31,316명으로 나타났으며, 이는 총 재외동포 수에서 약 35.5%를 차지하는 비율입니다.

필리핀 재외동포 중 약 37.7%에 달하는 33,257명이 메트로 마닐라에 거주하고 있으며 메트로 마닐라 16개 시(City) 중에서 마닐라 시(Manila City), 케손 시(Quezon City), 마카티 시(Makati City)에 각각 약 6,000명 이상의 재외동포가 거주·체류하고 있는 것으로 집계되었습니다.

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

마카티 시(Makati City)에 있는 고급 거주지인 벨-에어(Bel-Air)에 많은 한인들이 거주하고 있으며, 인근에 한인들을 대상으로 하는 다양한 업종의 상점이 밀집해 있습니다.

다수의 한국 제조기업이 진출해 있는 카비테 경제구역(Cavite Economic Zone)이 메트로 마닐라 남서쪽 근교에 위치하고 있어 문틴루파 시(Muntinlupa City)에 거주·체류하는 한인 주재원들이 증가하고 있습니다.

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

그림 1-47 필리핀 내 한인 현황

출처: 외교통상부 재외동포 거주현황

	구분	마닐라시 한국교민 총수	거주자격별					재외국민 등록수 (등록률%)	
			한국교민						
			외국국적 한국동포 (시민권자)	영주 권자	체류자		계		
일반	유학생								
필리핀	남	55,851	2	550	36,510	18,789	55,849	7,816(14)	
	여	32,251	25	235	19,464	12,527	32,226	6,225(19)	
	계	88,102	27	785	55,974	31,316	88,075	14,041(16)	
메트로 마닐라 지역	마카티	남	3,386	0					
		여	2,257	0					
		계	5,643	0	7	4,150	1,486	5,643	
	마닐라	남	3,663						
		여	2,441						
		계	6,104	4	8	4,130	1,962	6,100	
	케손	남	3,993	0					
		여	2,662	0					
		계	6,655	0	50	5,500	1,105	6,655	
	파시그, 산후안	남	2,988	0					
		여	1,993	0					
		계	4,981	0	5	4,186	790	4,981	
	타구익, 파라냐케, 알라방	남	5,400	0					
		여	3,600	0					
		계	9,000	0	10	6,490	2,500	9,000	
	파사이	남	525						
		여	349						
		계	874	4	6	384	480	870	

(단위: 명)

② 한국 기업 진출 현황

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

2014년도 1분기 한국 기업의 대 필리핀 투자는 실제 투자액 기준으로 약 3,800만 달러 (약 420억 7천만 원), 신고건수 102건을 기록하였습니다.

2013년엔 신규 법인수 53개 사, 투자액 4억 5,600만 달러(약 5,048억 원)로 한국의 대외투자 순위에서 법인설립기준 8위, 투자액 기준 17위로 상위권을 차지한 것에 반해, 2014년도 2분기엔 신규 법인수 23개사, 투자액 3,833만 달러(약 424억 4천만 원)로 법인설립 기준 11위, 투자액 기준 34위를 기록해 하락세를 보이고 있습니다.

한국의 대 필리핀 투자는 2012년 급격히 늘었다가 2013년 절반으로 감소했습니다. 이미 진출해 있는 특정 대기업의 설비투자 증감 여부에 많은 영향을 받고 있으며, 2014년 들어서는 부진한 투자 실적을 보이고 있습니다.

2014년 2분기 기준 제조업이 투자액 1,865만 달러(약 206억 4,800만 원)로 전체투자 중 절반 가까이를 차지했으며, 그 뒤로는 건설업(820만 달러, 약 91억 원), 도·소매업(333만 달러, 약 37억 원), 출판·영상·방송통신업(170만 달러, 약 19억 원), 부동산 및 임대업(157만 달러, 약 17억 원) 순이었습니다.

제조 분야 투자 세부업종으로는 의료·정밀·광학기기 및 시계장비가 가장 높은 비중(26.8%)을 차지했으며, 이어서 가죽 및 신발제조(24.84%), 의복·의복 약세서리 및 모피제품제조업(24.5%) 순이었습니다.

그림 I - 48 한국의 대 필리핀 업종별 투자동향

출처: 수출입은행(2014년 8월 최신통계 기준)

순 위	업종분류	2012		2013		2014(2Q)	
		투자액	비중	투자액	비중	투자액	비중
		934,213	100.0	455,812	100.0	38,330	100.0
1	제조업	892,223	95.9	415,133	90.6	18,646	55.2
2	건설업	3,528	0.4	3,651	0.8	8,206	13.7
3	도매 및 소매업	10,104	1.1	18,423	4.0	3,327	10.9
4	출판·영상·방송통신업	2,719	0.3	1,222	0.3	1,710	6.0
5	부동산업 및 임대업	7,341	0.8	8,304	1.8	1,567	3.8
6	숙박 및 음식점업	1,889	0.2	2,469	0.5	1,153	3.4
7	금융 및 보험업	2,076	0.2	799	0.2	1,055	2.2
8	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	1,508	0.2	1,180	0.3	853	0.5
9	전문, 과학 및 기술 서비스업	8,216	0.9	5,373	1.2	623	0.4

*통계는 법인, 지점, 지사 포함

(단위: US\$ 천, %)

2) 한식당 진출 현황

한식재단과 KOTRA의 조사(2012년, 해외 한식당 현황조사)에 의하면 마닐라에는 106개의 한식당이 위치하고 있으며, 특히 한인 거주비율이 높은 마닐라 시티(Manila City), 케손 시티(Quezon City), 마카티 시티(Makati City)에 가장 많이 분포하고 있습니다.

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

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

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

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

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



① 미스터 김밥(Mr. Kimbob)

한국에서 투자-진출한 외식기업이 아닌 필리핀에서 시작한 프랜차이즈 한식당입니다. 2010년 오픈하여 단기간 내 지점수가 10개를 넘어서면서 현지 언론으로부터 성공한 외식 프랜차이즈 모델로 주목받고 있습니다.

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



사진 1-20 미스터 김밥 전경

② 가야(Kaya)

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

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

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



사진 1-21 가야 전경

③ 사리원(Sariwon)

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

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

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

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



사진 I-22 사리원 전경

3) 한식 소비 심층분석

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

① 한식 인지 및 경험

마닐라 외식소비자 중 한식을 알고 있는 사람들은 93.0%이며, 이 중 한식 취식경험이 있는 사람은 92.3%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 - 50 한식 인지 및 경험 조사 결과

알고있는 메뉴 ^[2]	취식 경험이 있는 메뉴 ^[3]	앞으로 취식하고 싶은 메뉴 ^[4]
김치(찌개) (74.8%)	김치(찌개) (68.0%)	떡볶이 (41.5%)
비빔밥 (60.9%)	비빔밥 (54.7%)	갈비 (36.1%)
불고기 (56.8%)	불고기 (50.4%)	전 (35.9%)
갈비 (25.8%)	삼겹살 (23.4%)	갈비탕 (32.0%)
삼겹살 (25.8%)	갈비 (22.0%)	불고기 (30.5%)
떡볶이 (24.1%)	떡볶이 (16.0%)	삼겹살 (30.3%)
삼계탕 (17.2%)	갈비탕 (12.4%)	냉면 (29.0%)
갈비탕 (17.2%)	삼계탕 (11.5%)	삼계탕 (28.2%)
전 (13.5%)	전 (10.5%)	비빔밥 (19.4%)
냉면 (8.0%)	냉면 (8.4%)	김치(찌개) (7.3%)
기타 (3.7%)	기타 (4.1%)	기타 (2.2%)

자주 취식하는 메뉴 ^[5]	가장 선호하는 메뉴 ^[6]	먹는 방법을 몰라 불편함을 겪었던 메뉴 ^[7]
김치(찌개) (45.6%)	김치(찌개) (27.2%)	전 (17.7%)
비빔밥 (38.9%)	비빔밥 (22.9%)	떡볶이 (17.2%)
불고기 (30.8%)	불고기 (18.9%)	냉면 (15.6%)
삼겹살 (12.4%)	삼겹살 (7.9%)	김치(찌개) (14.9%)
갈비 (12.2%)	갈비 (6.0%)	삼겹살 (12.8%)
떡볶이 (5.3%)	떡볶이 (1.9%)	불고기 (11.0%)
삼계탕 (4.3%)	삼계탕 (2.1%)	비빔밥 (10.7%)
갈비탕 (3.6%)	갈비탕 (1.2%)	삼계탕 (10.7%)
전 (3.3%)	전 (1.2%)	갈비 (9.6%)
냉면 (1.9%)	냉면 (0.5%)	갈비탕 (6.8%)
기타 (0.7%)	기타 (0.5%)	기타 (1.9%)

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

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

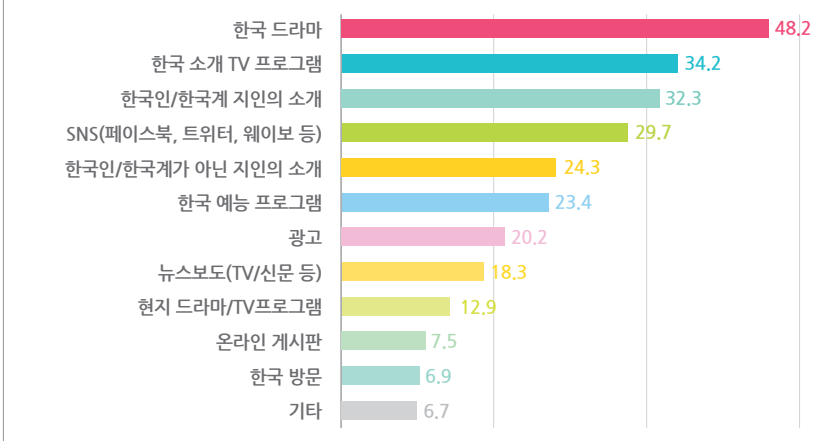
[2], [4] BASE: 한식 인지자(N=465), 복수응답

[3], [5], [6] BASE: 한식 인지자 및 한식 취식 경험자 중 주요 한식 10가지 메뉴(김치(찌개)~삼겹살) 알고 있는 응답자(N=419), 복수응답

[7] BASE: 한식 인지자 중 한식 취식 경험자(N=429), 복수응답

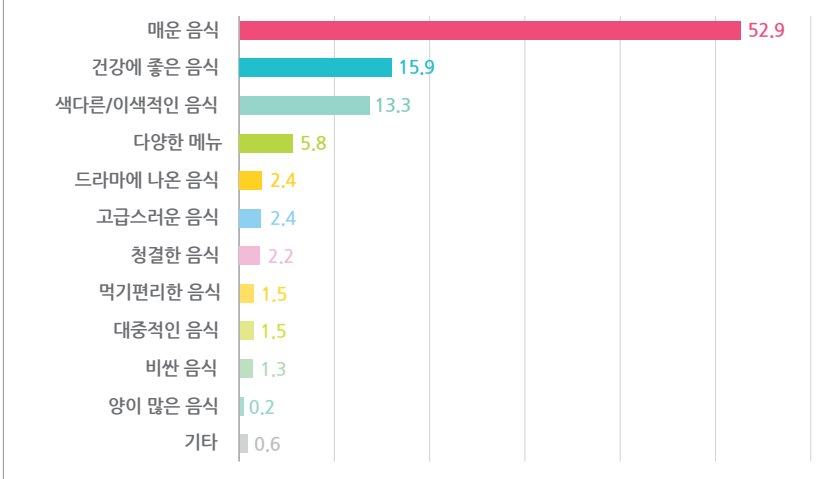
마닐라 소비자들이 한식을 알게 된 주요 경로는 '한국 드라마'가 48.2%로 가장 높은 비중을 차지하였습니다.

그림 I-51 한식 인지 경로^[1] (%)



한식 이미지에 대해 '매운 음식'(52.9%)이라는 응답이 가장 많았고, 이어, '건강에 좋은 음식'(15.9%), '색다른/이색적인 음식'(13.3%), '다양한 메뉴'(5.8%) 등의 순으로 조사되었습니다.

그림 I-52 한식 이미지^[2] (%)

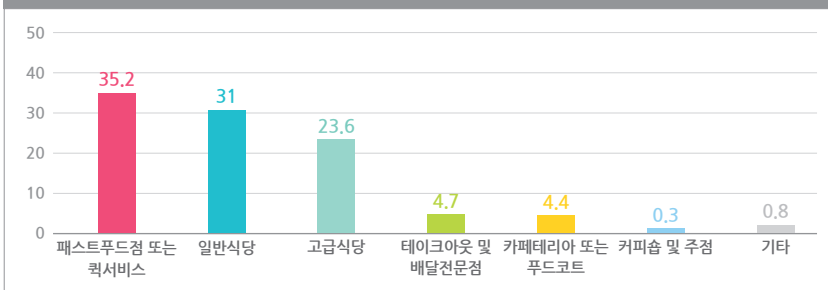
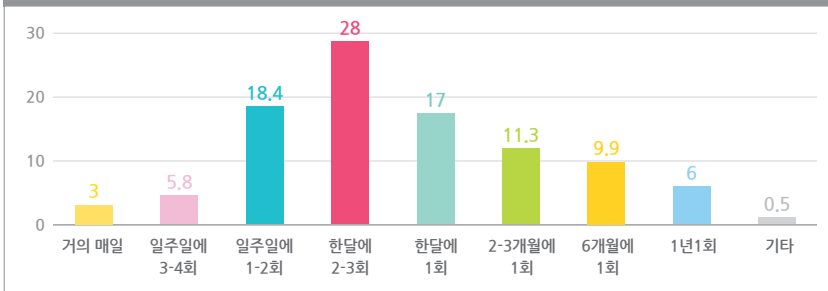
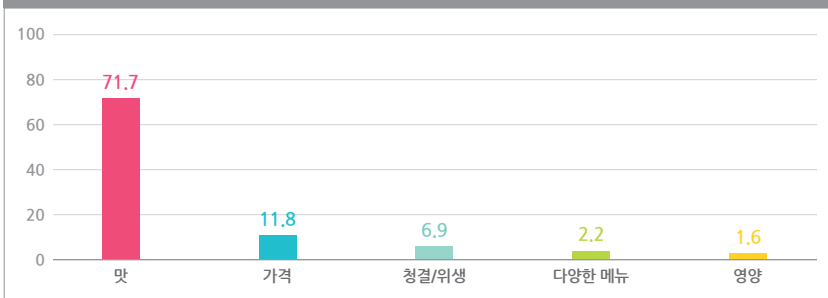


[1],[2] BASE: 한식 인지자(N=465), 복수응답

② 한식당 이용 실태

한식을 알고 있고, 한식당에 방문한 경험이 있는 마닐라 소비자들을 대상으로 방문한 한식당의 형태를 조사한 결과, '패스트푸드점 또는 퀵서비스' 형태가 35.2%로 가장 높은 비중을 차지하였습니다.

한식당 방문 빈도는 '한 달에 2-3회'가 28.0%로 가장 높은 비중을 나타내었으며, 한식당에서 가장 마음에 드는 부분은 '맛'이 71.7%로 1위를 차지하였습니다.

그림 I-53 방문한 한식당 형태^[1] (%)그림 I-54 한식당 방문 빈도^[2] (%)그림 I-55 한식당에서 가장 마음에 드는 부분 Top5^[3] (% , 1순위 기준)

[1], [2], [3] BASE: 한식 인지도 및 한식당 방문 유경험자(N=364)

한식당 1회 방문 시 평균 지출액은 723.2페소(약 18,326원)로 조사되었으며, 69.8%의 소비자가 한식당에서의 지출액이 '적당한 수준'이라고 응답하였습니다.

그림 I-56 한식당 방문 시 지출액^[1] (%)

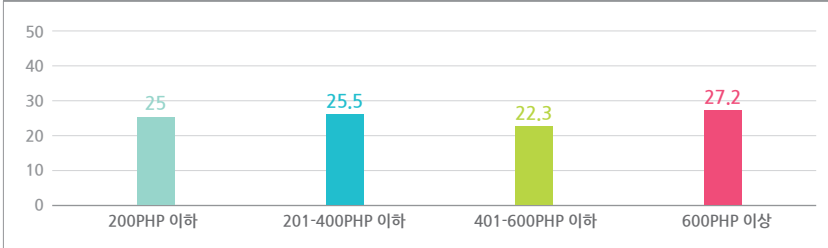
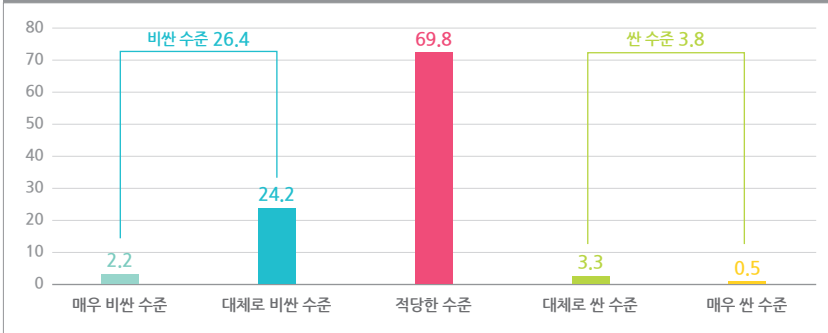
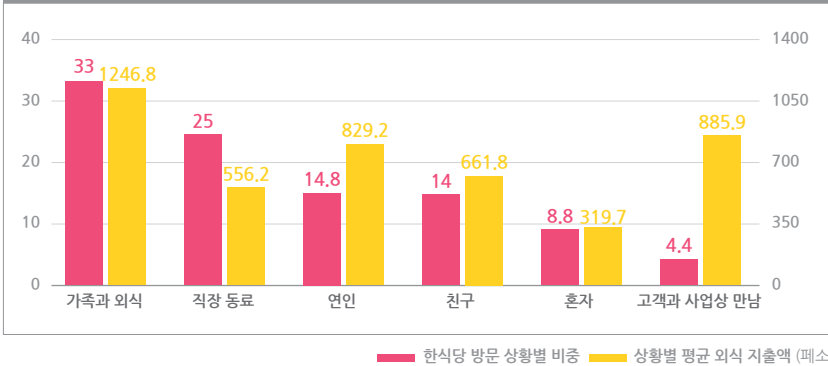


그림 I-57 한식당 방문 시 지출액의 적정성^[2] (%)



한식당 방문 시 '가족과 외식'이 33.0%, '직장동료'가 25.0%로 높은 반면, '고객과 사업상 만남'(4.4%)의 경우는 상대적으로 낮은 수준으로 나타났습니다.

그림 I-58 한식당 방문 상황별 비중^[3] (%)



[1], [2], [3] BASE: 한식 인지자 및 한식당 방문 유경험자(N=364)

방문한 한식당에 대하여 만족하는 이유로는 ‘음식 맛이 다양하고 질리지 않음’(48.8%), ‘음식에 대해 전반적으로 만족함’(21.3%) 등이 주로 제시되었습니다.

그림 I-59 한식당 만족 이유^[1]

이유	%	이유	%
음식이 맛이 다양하고 질리지 않음	48.8	주변 사람들과 시간을 보내기 좋은 장소	1.7
음식에 대해 전반적으로 만족함	21.3	교통이 편한 곳에 식당이 위치함	1.7
식당이 전문적이고 신뢰감 있음	17.1	고객서비스 향상을 위해 늘 변화하고 노력함	1.7
가격이 합리적이고 적절함	10.4	해당 국가 문화를 좋아함	0.8
서비스가 우수하고 적극적임	8.3	식당 스타일이 개인적으로 마음에 듦	0.8
음식이 건강식이고 영양가 높음	5.0	주변 환경이 깨끗하고 경관이 좋음	0.4
가족/지인들이 좋아하는 음식임	5.0	음식 품질이 전반적으로 좋음	0.4
방문 시 좋았던 기억이 있음	3.3	음식 데코레이션 및 플레이팅이 예뻐	0.4
식당이 깔끔하고 쾌적함	2.9	식당에 대해 전반적으로 만족함	0.4
음식의 양이 적절함	2.5	시설이 잘 완비되어 있음(주차 등)	0.4
메뉴가 다양하고 차별성 있음	2.5	새롭고 다양한 조리법을 보여줌	0.4
분위기가 편안하고 아늑함	2.1	방문한 식당에서 특정 음식이 맛있었음	0.4
개인적으로 해당 국가 음식을 좋아함	2.1	매운 맛의 음식을 선호함	0.4
직원이 친절함	1.7	-	

방문한 한식당에 대하여 불만족하는 이유로는, ‘맛이 없음’(13.3%), ‘음식 맛이 지나치게 강함(맵거나 짬)’(6.7%) 등이 제시되었습니다.

그림 I-60 한식당 불만족 이유^[2]

이유	%
맛이 없음	13.3
음식 맛이 지나치게 강함(맵거나 짬)	6.7
음식 가격이 적절하지 않음	6.7
타 국가 음식을 더 선호함	6.7
메뉴 구성이 맘에 들지 않고, 주문이 어려움	6.7
음식의 질이 떨어짐	6.7
음식 양이 적절하지 않음	6.7
없음/모름/무응답	46.7

[1] BASE: 한식당 만족하는 응답자(N=240) * 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'(40.9%)가 1순위로 조사되었으며, 재방문하지 않는 이유에 대해서는 '음식이 내 입맛에 맞지 않았다'(37.5%)가 1순위로 나타났습니다.

그림 I-61 한식당 재방문/재방문하지 않는 이유 (Top5)	
순위	한식당 재방문하는 이유 ^[1]
1	색다른/이색적인 음식이 있었다 (40.9%)
2	음식이 내 입맛에 잘 맞았다 (22.8%)
3	메뉴가 다양했다 (8.7%)
4	건강에 좋은 음식이었다 (7.9%)
5	가격이 비싸지 않았다 (5.9%)
순위	한식당 재방문하지 않는 이유 ^[2]
1	음식이 내 입맛에 맞지 않았다 (37.5%)
2	색다른/이색적인 음식이 없었다 (25%)
3	가격이 비쌌다 (18.8%)
4	메뉴가 다양하지 않았다 (12.5%)
5	그 식당에서 그 국가의 문화를 느낄 수 없었다 (6.3%)

한식당을 방문하지 않은 소비자들을 대상으로 해당 이유를 조사한 결과, '주변에 한식당이 없어서'(42.6%), '주변 사람들이 추천하지 않아서'(17.8%), '한식을 먹어본 적이 없어서'(12.9%) 등이 주된 이유로 나타났습니다.

그림 I-62 한식당 불만족 이유 ^[2]	
순위	한식당 방문하지 않는 이유 ^[3]
1	주변에 한식당이 없어서 (42.6%)
2	주변 사람들이 추천하지 않아서 (17.8%)
3	한식을 먹어본 적이 없어서 (12.9%)
4	입맛에 맞지 않아서 (11.9%)
5	가격이 비싸서 (9.9%)

[1] BASE: 한식 인지가 및 한식당 방문 유경험자 중 한식당 재방문 의향 있는 응답자(N=254)

[2] BASE: 한식 인지가 및 한식당 방문 유경험자 중 한식당 재방문 의향 없는 응답자(N=16)

[3] BASE: 한식당 방문 무경험자(N=101)

II. 마닐라(Manila) 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차	
1) 개인 사업자	80
2) 법인 사업자	81
1.2 설립 주요 실무 정보	
1) 인허가 요건 및 관련 법규	86
2) 임대차 계약 절차 및 관행	94
3) 영업시설의 공통기준	97
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항	100
5) 세무 관련 정보	109
6) 수입/통관 관련 정보	115
1.3 기타정보	
1) 거주허가 비자	126
2) 금융 서비스	129
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보	132

[참고] 외식창업에 대한 이해

1. 사업의 타당성 여부를 확인해야 합니다.

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

2. 운영자금을 충분히 확보해야 합니다.

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

3. 오픈 방법을 결정해야 합니다.

음식점을 개점하는 방법 중에는 성대한 개점식 없이 조용한 오픈을 하는 ‘소프트 오픈’이 있습니다. ‘소프트 오픈’ 기간에는 방문하는 손님들의 이름을 기억하고 내부의 정보를 충분히 알려 준 후 그들의 의견을 청취합니다. 또한 무형의 서비스를 유형의 것으로 만들 수 있는 일종의 기념품을 고객들에게 제공합니다. 이러한 방식의 오픈은 잠재 고객들이 개점하는 식당을 어떻게 생각하는지 알 수 있는 기회가 됩니다. 반면 ‘그랜드 오픈’을 광고하는 것은 검증된 개념을 활성화시키는 방법 중 하나입니다. 새로운 콘셉트로 그랜드 오픈을 하는 것은 효과적인 촉진수단이지만 때로는 인위적으로 고객의 수를 부풀리는 것에 불과할 수 있습니다.

4. 음식점의 존재이유(경쟁적 이점)를 확인해야 합니다.

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

5. 품질과 양을 관리해야 합니다.

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

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

6. 청결해야 합니다.

외식산업에서 청결보다 더 중요한 것은 없습니다.

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

7. 변화하는 고객의 욕구를 파악해야 합니다.

외식 비즈니스는 주먹구구식 경영으로 성공할 수 없습니다.

음식점도 기업처럼 경영해야 합니다. 경영자는 위험을 감수해야만 하고, 고객의 의견에 따라서 변화를 추구해야만 합니다.

이를 위해서는 고객의 요구를 관찰하고, 귀를 기울이며 욕구를 파악하기 위해 매장 계산대에서 많은 시간을 보내야 합니다.

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

8. 원가(손실)를 통제할 수 있어야 합니다.

원가(손실)를 통제하기 위해서는 재료비와 인건비(노무비)를 계획해야 합니다.

따라서 음식점 경영자는 메뉴와 주방을 능숙하게 관리해야만 합니다. 그래야 음식(상품)이 최소의 주방인력으로 완성될 수 있습니다. 주방은 표준 레시피(조리법)로 운영되어야 표준원가가 적용될 수 있습니다.

다음과 같은 예방책으로 손실을 줄일 수 있습니다.

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

출처: 「외식창업론」, 2011, 김영갑 외, 교문사

1. 한식당 설립 실무정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자

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

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

그림 II-1 외국인의 필리핀 소매업 진출 기준 출처: 필리핀 소매업 자유화법 (Philippines Retail Trade Liberalization Act 2000)		
범주	자본금 기준	외국인 취득 가능 지분
Category A	자본금 250만 달러 미만의 소매업	취득불가
Category B	자본금 250만~750만 달러의 소매업	60% 이하
Category C	자본금 750만 달러 이상 (매장 설립 비용 83만 달러 이상)	100% 가능
Category D	고액, 사치품 관련 소매업 (매장 설립 비용 25만 달러 이상)	100% 가능

소매업 분야에 대한 외국인(외국기업) 진출 제한 규정 때문에 자금 여력이 충분하지 않은 개인사업자의 경우 현지인 명의를 빌리거나 명목 이사진을 구성하는 우회적인 방법으로 창업을 하고 있습니다. 그러나 이는 필리핀 실경법(anti-dummy)에 위배되어 명의를 빌린 사람과 빌려준 사람 모두 처벌을 받을 수 있으며, 명의를 빌려준 현지인으로부터 회사를 빼앗기는 사례가 빈번하게 발생하니 각별히 주의할 필요가 있습니다.

2) 법인 사업자

① 법인 설립 요건

(1) 법인(Corporation)

필리핀 상법에 의하면 법인의 외국인 지분 비율이 40% 이하면 필리핀기업으로, 40%를 초과하면 외국기업으로 간주하며 형태는 주식회사(Stock Corporation) 또는 비주식회사(Non-Stock Corporation)로 구분됩니다.

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

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

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

(2) 지사(Branch Office)

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

필리핀 상법에 의해 외국기업으로 간주되며 설립 시 미화 20만 달러(약 2억 2천만 원) 이상의 초기 투자 요건이 부여됩니다.

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

'지역운영본부'는 자회사의 일반행정, 기획, 원·부자재 조달, 금융자문, 마케팅 및 프로모션, 교육훈련, 물류관리, R&D, 제품개발, 기술지원, 데이터관리, 사업개발 등의 역할 수행이 가능하고 이외의 영업행위는 일체 금지됩니다.

(3) 기타

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

(4) 법인 형태에 따른 최소 자본금 요건

그림 II-2 법인형태에 따른 최소 자본금 요건		출처: KOTRA
구분	최소 자본금	
외국인 지분 40% 이상의 법인회사 (Corporation with more than 40% Foreign Equity)		
내수기업 (Domestic Market Enterprise)	200,000달러 (약 2억 2천만 원)	
수출기업 (Export Market Enterprise)	5,000페소 (약 12만 원)	
외국인 지사 (Foreign Branch Office)		
내수기업 (Domestic Market Enterprise)	200,000달러 (약 2억 2천만 원)	
과학기술부(DST)가 인정하는 선진 기술분야 또는 임직원 50명 이하 기업	100,000달러 (약 1억 1천만 원)	
수출기업 (Export Market Enterprise)	5,000페소 (약 12만 원)	
외국 합작 법인 (Partnership with Foreign Partner / Joint Venture)		
내수기업 (Domestic Market Enterprise)	200,000달러 (약 2억 2천만 원)	
수출기업 (Export Market Enterprise)	5,000페소 (약 12만 원)	
외국 법인 대표사무소 (Foreign Representative Office)	30,000달러 (약 3,300만 원)	
지역 본부 (Regional Headquarters, RHQ)	50,000달러 (약 5,500만 원)	
지역 운영 본부 (Regional Operating Headquarters, ROHQ)	200,000달러 (약 2억 2천만 원)	

② 법인 사업자 등록 절차 및 구비서류

(1) 법인 사업자 등록 절차

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

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

그림 II-3 법인 사업자 등록 절차		출처: World Bank - Doing Business in Philippines		
순서	절차	관할기관	소요기간	소요비용
1	SEC에서 법인명 사전 등록 여부 확인 및 등록 예약 (SEC: Securities and Exchange Commission)	증권거래위원회 (SEC)	1일	40페소 (약 1,000원)
2	필리핀 국세청 인가 대리은행(AAB)에 투자금 예치 및 예치금 증명서 발급(AAB: Authorized Agent Bank)	국세청 인가 대리은행 (AAB)	1일	은행에 따라 상이
3	법인등기 제출 서류 공증	공증업체	1일	업체에 따라 상이
4	법인등기 및 납세자 번호(TIN) 사전 발급 (TIN: Taxpayer Identification Number)	증권거래위원회 (SEC)	3일	자본금에 따라 상이
5	동사무소 등록(Barangay Clearance)	관할 동사무소 (Barangay Hall)	1일	500페소 (약 12,500원)
6	지역세 납부 및 지역세 납부 증명서(CTC) 발급(CTC: Community Tax Certificate)	관할 시청 회계부서 (City Hall Treasurer's Office)	1일	500페소 (약 12,500원)
7	영업 인허가 신청 - 영업세(Business Tax) 납부 - 시장허가서(Mayor's Permit) 발급 - 위생검사확인서(Sanitary Inspection) 발급 - 소방안전검사(Fire Safety Inspection) 확인서 발급 - 옥외광고물(Signboard) 허가서 발급 - 사업자등록 번호판(Business Plate) 발급 - 지역 등록(Zoning Clearance) 발급	관할 시청 사업 인허가 부서 (City Hall Business Permit and Licensing Office)	6일	약 5000페소 (약 12만 원) 내용에 따라 상이
8	BIR에 사업자 및 납세자 등록 (BIR: Breau of Internal Revenue)	국세청 (BIR)	2일	약 100페소 (약 2,500원)

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

그림 II-4 법인 사업자 등록 관련 기관			
기관명	주소	연락처	
증권거래 위원회 (Securities and Exchange Commission)	SEC Building, EDSA, Greenhills, Mandaluyong City	(632) 584 0923	
시청 (Municipality Hall)	마닐라 (Manila)	Padre Burgos, Ermita	(632) 527 0871
	마카티 (Makati)	New Building, J.P. Rizal St., Brgy. Poblacion	(632) 899 9029
	만달루용 (Mandaluyong)	G/F Executive Bldg., City Government Complex, Maysilo Circle, Brgy. Plainview	(632) 535 7357
	타구익 (Taguig)	57 Gen. Luna St., Tuktukan	(632) 555 7800
	파사이 (Pasay)	Pasay City Hall Bldg., F.B. Harrison St	(632) 833 3726
	케손 (Quezon)	Elliptical Road, Brgy. Central Diliman	(632) 444 7272
국세청 (Bureau of Internal Revenue)	마닐라 (Manila)	Tuazon Bldg., Solana cor. Beatrico, Intramuros	(632) 567 4275
	마카티 (Makati)	313 Sen. Gil Puyat Avenue	(632) 856 6798
	케손 (Quezon)	Quezon Avenue cor. Sct. Santiago Sts.	(632) 373 3762

* 영업 인허가 관련 지역 관할 기관은 한식당 창업이 활발하게 이뤄지고 있는 메트로 마닐라 내 주요 시티(City) 위주로 정리함

(2) 법인 사업자 등록 구비서류

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

외국인 법인 사업자의 경우도 마찬가지입니다. 설립 유형에 따라 추가적으로 구비해야 할 서류가 다르므로 아래 그림 II-6을 참고할 필요가 있습니다.

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

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

1.2 설립 주요 실무정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규

① 외식업 위생 관련 규정

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

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

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

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

(3) 주방(Kitchen)

(4) 사업장 시공 상태(Construction of Premises)

A. 바닥(Floors)

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

B. 벽면(Walls)

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

C. 천장(Ceilings)

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

D. 조명(Lighting)

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

E. 환기(Ventilation)

- ① 모든 공간에는 증기, 응결, 약취, 연기 및 기타 불순물이 없어야 하며 이상적인 습도 및 온도는 각각 60%, 80°F(약 26.7°C)임
- ② 필요할 경우 내부 공간 및 장비에 외부와 통하는 환풍구가 있어야 함
- ③ 환기 덮개는 올바르게 설계되어야 하며 필터 제거 및 교환이 가능해야 함
- ④ 입기관(Intake Air Ducts)은 올바르게 설계 및 유지되어야 함
- ⑤ 화재 예방 및 오염 규정에 따른 환기 시스템이 설치되어야 함

F. 과잉수용(Overcrowding)

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

G. 탈의실(Changing rooms)

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

(5) 사업장 유지(Maintenance of Premises)

A. 양호한 상태 유지

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

B. 빠른 수리 및 개조

배수시설의 수리 및 개조는 불필요한 지연이 없이 최대한 빠르게 진행되어야 함

C. 파손되거나 결함이 있는 용기, 기기, 가구 또는 장비는 필요에 따라 처분, 교체하거나 수리해야 함

(6) 화장실 제공 여부(Toilet Provision)

A. 종업원 전용 화장실

- ① 작업 공간 근처에 위치해야 함
- ② 기존 종업원 수에 따른 설비 기준을 따라야 함

그림 II - 7 종업원 수에 따른 화장실 설비 기준

출처: 필리핀 보건부(Department of Health), <http://www.doh.gov.ph>

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

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

B. 음식점 화장실

- ① 소비자를 위한 위생 편의 시설 제공

그림 II - 8 식당 규모에 따른 화장실 설비 기준

출처: 필리핀 보건부(Department of Health), <http://www.doh.gov.ph>

식당 수용 규모	대변기		소변기	세면대	
	여성	남성		여성	남성
1~49명	1	1	-	1	1
50~59명	1	1	1	2	2
60~119명	2	2	2	3	3
120명 이상	50명 단위로 각 1개씩 추가 설치				

C. 구조적 요구조건

- ① 보건청 허가
 - a. 화장실 설계
 - b. 배설물 처리 시스템
- ② 화장실 칸
 - a. 면적 1.5㎡ 이상
 - b. 높이 2.5m 이상
- ③ 조명 및 환기- 10 촉광 이상

(7) 손 세정 시설(Hand washing Facilities)

A. 설치(Installation)

- ① 작업 공간 근처(예: 음식 조리 공간 등)
- ② 화장실 내부 또는 근처
- ③ 필리핀 위생 공사 기준(National Plumbing Code of the Philippines)에 맞게 설치

B. 수도물 온수 공급: 온수 최저 온도 100F(37.8C).

C. 손톱술, 손세정제 및 건조타올 또는 허가된 손 건조기 제공

D. 청결하고 양호한 정비 상태 유지

(8) 수도 공급(Water supply)

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

(9) 액체 폐기물 관리(Liquid Waste Management)

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

(10) 고형 폐기물 관리(Solid Waste Management)

- A. 보관
 - ① 폐기물은 규정에 맞게 설계된 용기에 보관해야 함
 - ② 충분한 양의 보관 용기를 보유해야 함
 - ③ 비어있는 보관 용기는 깨끗한 상태를 유지해야 함
 - ④ 용기에 폐기물이 가득 찬 경우 밀봉하거나 안전한 저장고에 보관해야 함

B. 폐기

- ① 규정에 맞는 방식으로 폐기
- ② 규정된 횟수에 맞게 폐기

C. 기타사항

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

(11) 식품 건전성(Wholesomeness of Food)

A. 식품 유통

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

B. 불량 부정식품 금지(Not Adulterated)

C. 부정 표시 금지(Not Misbranded)

D. 부패 또는 오염된 흔적이 없어야 함

E. 원본 용기에 담겨있어야 함

F. 공인된 지급처를 통해 공급(Approved Dispenser)

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

H. 전반적으로 신선해야 함

(12) 식품 보호 방안(Protection of Foods)

A. 일반 사항

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

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

C. 포장된 음식은 습한 곳을 피해서 보관되어야 함

- D. 모든 독성 물질은 명확하게 구분, 표시, 보관 및 사용되어야 함
- E. 살균제 및 기타 세정 용품은 올바르게 보관되어야 하며 희석해서 사용할 경우 독성을 띠지 않아야 함

(13) 해충 관리(Vermin Control)

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

(14) 청결도(Cleanliness and Tidiness)

- A. 다음 항목에 대해 청결한 상태 유지:
 - ① 모든 방/공간, 마당(Yard), 통행로를 비롯한 사업장 전체
 - ② 선반 및 사물함
 - ③ 냉장고 및 모든 기타 기기
- B. 정돈된 상태를 유지하기 위해 다음 항목의 축적 행위 금지
 - ① 상자, 강통, 쓰레기 등
 - ② 쥐가 서식할 수 있는 모든 물건 또는 향후 문제를 일으킬 만한 물건

(15) 종업원 개인위생(Personal Cleanness)

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

(16) 시설 관리(Housekeeping and Management)

- A. 건물, 배수, 위생 규정 준수

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

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

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

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

- A. 식탁용 식기류, 주방용 식기류, 구이용 석쇠, 조리 기기 및 기타 음식과 접촉하는 물건은 모두 깨끗한 상태를 유지해야 함
- B. 음식과 접촉하지 않는 기기 또한 깨끗한 상태를 유지해야 함
- C. 음식이 닿는 표면은 세제 또는 연마제를 사용하여 깨끗하게 세척해야 함

D. 조리 기기, 도구 및 식기의 세척 및 세정 시설은 적당한 규모로 올바르게 시공, 유지 및 운영되어야 함

E. 식기류 및 조리 도구 보관에 적합한 시설 및 공간이 있어야 함

F. 일회용품의 재활용 및 사용 금지

(19) 질병관리(Disease Control)

A. 모든 음식 조리사는 본인의 최신 건강증명서를 작업복 앞 왼쪽 상단 부분에 부착해야 함

B. 종기, 감염된 상처, 호흡질환 또는 기타 전염성 질환을 앓고 있는 사람은 출입을 철저히 제한해야 함

C. 전염성 질환이 확인되거나 의심스러운 경우는 보건 당국에 보고해야 함

(20) 기타 사항(Miscellaneous)

A. 위생 허가증은 사업장 내 눈에 잘 띄는 곳에 게시해야 함

B. 위생 수준 평가 스티커는 사업장 출입문 또는 사업장 내 눈에 잘 띄는 곳에 게시/부착해야 함

C. 검사 시 이전 검사기록 열람이 가능해야 함

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



2) 임대차 계약 절차 및 관행

① 외국인 토지 소유

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

② 임대차 계약 관행

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

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

③ 임대차 계약 체결 시 유의사항

(1) 임차 기간

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

(2) 계약기간에 따른 임차료

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

(3) 임차료 연체 과징금

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

(4) 건물 시설 사용

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

점포 인테리어 투자 시 주의사항

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

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

(5) 변호사 공증 확인서(Acknowledgement)

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

④ 메트로 마닐라 주요 상권 임차료 현황

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

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

그림 II-9 메트로 마닐라 주요 상권 임차료 현황
출처: 부동산 거래 정보 사이트(www.housinginteractive.com)

구분	말라테 (Malate)	마카티 (Makati)	오르티가스 (Ortigas)	포트 보니파시오 (Port Bonifacio)
월 평균 임차료(페소)	57,500	93,400	93,800	129,400
월 평균 임차료(원)	1,428,300	2,320,056	2,329,992	3,214,296

⑤ 주요 쇼핑물 입점 조건

(1) 입점 환경

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

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

쇼핑물의 일정 공간을 임대하여 재임대 사업을 하는 업체를 ‘Organizer’라고 합니다. 메트로 마닐라에는 ‘Organizer’가 많으므로 이러한 업체를 통해 입점하는 방식도 고려해 볼 수 있습니다.

(2) 입점 절차 및 유의사항

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

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

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

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

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

3) 영업시설의 공통기준

① 소방안전 관련 규정

소방 안전 검사는 영업 인허가를 취득하기 위해 반드시 통과해야 되는 필수 사항으로 ‘소방 안전 검사 증명서(Fire Safety Inspection Certificate)’를 지참해야 관할 구청에서 ‘사업 허가증(Business or Mayor’s Permit)’을 받을 수 있습니다. 소방 안전 검사의 기본 준수 사항(General Requirements)은 다음과 같습니다.

소방 안전 검사 기본 준수 사항 (General Requirements)

- 사람이 사용하기 위해 지어진 모든 신축 및 기존 건축물에는 화재 또는 기타 비상상황 시 신속하고 안전하게 대피할 수 있는 출입(탈출)구가 있어야 함
 - 화재 또는 기타 비상상황 시 하나의 소방 안전 설비가 전체의 안전을 책임질 수 없는 경우를 대비하여 모든 출입(탈출)구 및 기타 소방 안전 설비는 생명 안전을 지키는 것을 최우선으로 하여 설계되어야 함
 - 사람 또는 기술적인 문제로 인해 보호 장치에 결함이 생길 경우를 대비하여 추가적인 보호 장비를 구비해야 함
- 모든 건축물은 생명에 대한 위협을 방지하도록 설계, 건설, 시공, 유지 및 운영되어야 하며 비상 대피 시 화재, 연기, 증기로부터 입주자의 안전을 보장해야 함
- 모든 건축물은 사용 목적, 입주자 수, 소방 안전 설비, 해당 건축물의 높이를 고려하여 입주자가 쉽게 탈출할 수 있도록 가장 적합한 종류, 개수, 위치, 용량의 출입(탈출)구를 구비해야 함
- 건축물의 모든 출입(탈출)구는 방해물이 없이 상시 자유로운 출입이 가능할 수 있도록 관리, 유지되어야 함
 - 정신병원, 교도소 등 관리인이 상시 대기하고 있어 비상상황 발생 시 효과적인 지원이 이루어질 수 있는 곳을 제외한 모든 건축물에는 출입(탈출)구에 비상 탈출 시 방해가 될 수 있는 잠금장치가 없어야 함
- 모든 출입(탈출)구는 쉽게 찾을 수 있어야 함. 탈출로는 해당 건축물의 입주자 모두가 명확히 알 수 있도록 눈에 잘 띄게 표시해 놓아야 함
 - 각 탈출로는 외부의 안전한 장소까지 대피하는데 헛갈리거나 오해의 소지가 없도록 명확하게 표시되어야 함

- 내부 출입문은 외부 출입(탈출)구와 혼동하지 않도록 구분하여 표시해야 함
- 또한 혼동을 막기 위해 탈출구로 향하는 통로는 별도로 표시해놓아야 함
- 비상 탈출과 관련된 모든 시설은 적절한 밝기의 조명으로 표시되어야 함
- 비상상황 발생 시 건축물 입주자들이 충분히 알 수 있도록 해당 건축물의 크기, 구조 및 수용인원에 맞는 화재 경보 장치를 구비해야 함
- 비상상황으로 인해 탈출구 한 곳이 봉쇄되어 건물 입주자들이 위험한 상황에 처할 것을 대비하여 모든 건축물은 크기, 구조 및 수용인원에 맞게 최소 두 곳의 탈출구를 구비해야 하며 각 출입구는 서로 떨어진 다른 곳에 위치해야 함
- 건축물의 층간 연결 통로 및 탈출구는 화재 및 연기가 퍼지는 것을 방지하기 위해서 차단될 수 있어야 하며, 비상상황 시 입주자가 해당 통로 및 탈출구를 통해 안전하게 대피할 수 있도록 설계되어야 함
- 기본 준수사항과 별도로 건축물 임차인(입주자)은 화재 관련 안전사항을 숙지하고 이행할 의무가 있음

화재 대처 방안 규정

- 건물주는 화재 대처방안을 마련하고 임차인(입주자)에게 대처 방안을 이행할 수 있도록 지원해야 함
- 임차인(입주자)은 사업장 내 화재예방, 화재 발견 시 소방서 신고, 초기 화재 진압 요령 등 화재 대처방법에 대해 충분히 숙지하고 있어야 함
- 임차 대상(입주자)이 다수의 기관 또는 개인일 경우 각 기관 및 개인의 관리자는 임차(입주)한 공간에 한해 화재 대처의 책임이 있음
- 건물 내부 공공 사용구역의 출입(탈출)구, 각종 시설물, 관리 시스템 등에 대해서는 건물주에게 책임이 있음
- 음식점(Restaurant)은 수용 인원에 따라 건축물 시설 구분(Classification of Occupancy)이 다르게 적용됨
- 수용 인원 50명 이하의 소규모 음식점은 '상업시설(Mercantile Occupancies)'로 수용 인원 50명 이상의 대규모 음식점은 '집객시설(Assembly Occupancies)'로 분류됨. 따라서 운영하고자 하는 사업장 규모에 적합한 건축물 시설 기준을 파악하고 해당 기준에 맞는 세부 소방 안전 기준을 준수해야 함

② 옥외광고물 관련 규정

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

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

- 옥외광고물(Signs or Signboard)에는 미풍양속을 해치거나 대중에게 불쾌감을 줄 수 있는 문구가 포함되지 않아야 함
- 옥외광고구조물은 대중의 안전 및 편의를 고려하고 도시 디자인(Urban Design) 또는 지역 건축 규정에 맞도록 설계, 설치, 관리되어야 함
- 옥외광고구조물은 지역제 법규가 허용하는 지역에만 설치할 수 있으며 아래 지역에는 설치가 제한됨
 - 공원/운동장/놀이터
 - 변전소 근처
 - 거주지
 - 기관/상업
 - 레크리에이션/휴양시설 인근 지역 등
- 옥외광고구조물은 옥외광고물 규정 Section 2003, Chapter 20에 따라 제작되어야 하며 지면으로부터의 높이가 3미터 이상인 옥외광고구조물은 보편적인 건축 및 설계 기술 지침에 맞게 제작되어야 함
 - 해당 구조물의 설계도는 공인된 건축사 또는 토목기사에게 검증되어야 함
- 제한/규제 지역에 설치된 옥외광고구조물은 불연성 소재로 제작되어야 함
 - 전기를 사용하는 옥외광고물에는 승인된 종류의 플라스틱을 제외한 모든 가연성 물질의 사용이 금지됨
- 전기장치를 사용하는 옥외광고구조물은 전선 배치도는 관련 규정에 맞게 설계되었는지 전문 전기 기사 확인이 필요함
- 옥외광고물은 출입구, 비상 탈출구, 소화전 등 비상 탈출 또는 소방 안전 설비의 사용을 방해하지 않도록 설치해야 함

4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

① 인력 채용 및 관리 시 유의사항

비거주 외국인(Non-Resident Aliens)을 고용하고자 하는 기업은 반드시 노동부로부터 해당 외국인에 대한 ‘고용허가증(Alien Employment Permit)’을 취득해야 합니다.

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

경제특구에 등록된 기업에서 비거주 외국인을 채용하고자 하는 경우 해당 경제특구 관리 기관의 추천 ‘노동허가서’를 발급받을 수 있습니다.

② 기본급여

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

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

그림 II-10 메트로 마닐라 부분별 일일 기본급여 현황			
출처: National Wages and Productivity Commission, Department of Labor and Employment			
구분	기본 급여 (Basic Wage)	최저 임금 (Minimum Wage)	생계수당금 (COLA)
농업 부문	409 페소 (약 1만원)	389 페소 (약 9천 6백원)	20 페소 (약 5백원)
비 농업 부문	446 페소 (약 1만 1천원)	426 페소 (약 1만 5백원)	20 페소 (약 5백원)

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

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

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

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

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

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



③ 근무시간

근무시간은 필리핀 노동법에 따라 하루 8시간이고, 사무직은 일주일 40시간, 생산직은 일주일 48시간 이하로 제한됩니다. 모든 기관 및 기업은 일요일 및 휴일에도 운영이 가능하나 피고용인이 6일 연속 근무할 시 하루(24시간) 이상의 별도 휴가를 제공해야 합니다.

종교적 이유로 피고용인이 주중 특정일을 휴일로 정하고 싶어 하는 경우 고용인은 이를 존중해줘야 합니다. 단, 피고용인은 희망 휴일 최소 7일 전에 고용인에게 해당 사실을 서면 통보해야 합니다.

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

④ 휴가

필리핀의 휴가는 크게 근속휴가, 출산휴가, 기타 유·무급휴가로 구분되며, 세부 규정사항은 아래와 같습니다.

(1) 근속휴가

1년 이상 근무한 직원에게는 연간 5일의 유급휴가가 제공됩니다. 단, 직원 수가 10인 이하(regularly employing 기준)이거나 노동부 장관에 의해 경영, 재무상태가 심각한 상태임을 인정받은 기업직원에게는 적용되지 않습니다.

(2) 출산휴가

출산 전 12개월간 최소 3개월 이상 보험금을 납부한 여성근로자는 자연분만 시 60일, 제왕절개 시 78일의 유급 출산휴가를 신청할 수 있습니다. 휴가기간 동안 고용인은 피고용인에게 본봉의 100%를 미리 지급한 후 SSS(필리핀 사회보장시스템, Social Security System)를 통해 환급받아야 합니다.

휴가 신청 시 미리 고용인에게 임신사실과 출산예정일을 알려 고용인이 정해진 규정에 따라 SSS(필리핀 사회보장시스템, Social Security System)에 알리도록 해야 합니다.

출산휴가는 고용인 승인 하에 휴가를 신청한 후 30일 이내에 휴가기간에 대한 임금전액 지급이 가능합니다. 유급 출산휴가 기간 동안 출산을 위해 100%의 임금이 지급되므로 그 기간에 발생하는 기타질병에 대해서는 보험금 지급에 제약을 받을 수 있습니다. 총 유급 출산휴가 신청 횟수는 유산의 경우를 포함하여 4회로 제한됩니다.

고용인이 SSS(필리핀 사회보장시스템, Social Security System)를 지불하지 않았거나 이 사실이 임선 이전에 통보되지 않은 경우 고용인은 피고용인이 온전한 유급 출산휴가 혜택을 누릴 수 있도록 벌과금을 납부해야 합니다.

남성 근로자도 합법적인 반려자의 출산 또는 유산의 경우 7일간 유급휴가를 신청할 수 있으며, 총 유급출산 휴가 신청 횟수는 4회로 제한됩니다. 이를 악용하거나 여기는 개인 및 법인, 제휴사, 협회 등의 조직은 25,000페소(약 62만 5천 원) 이상의 벌금 또는 30일 이상의 징역형에 처해질 수 있으며, 조직의 경우 선고대상은 사장, 부사장, 전문경영인 등 이에 대한 책임을 지는 모든 관계자를 포함합니다.

편부모의 경우 부모의 역할과 책임을 다하는 데 있어 필요할 경우 7일간의 유급휴가 신청이 가능합니다.

⑤ 휴일

필리핀의 공휴일은 다소 복잡해서 국경일 또는 지역별 휴일(national and local holidays)로 구분되며, 이는 또다시 Working(근무휴일), Non-working(비근무휴일)로 나뉘며, Regular(정규), Special(특별) 휴일로 나뉘기도 하는데, 휴일에 관한 주요 규정사항은 아래와 같습니다.

모든 근로자에게는 공휴일(regular holiday)에도 정규 일일급여가 지급돼야 합니다. 단, 직원 수 10인 이하의 소매, 서비스 기업은 예외가 인정됩니다.

휴일(holiday)은 New Year's Day, Maundy Thursday, Good Friday, 4월 9일, 5월 1일, 6월 12일, 7월 4일, 11월 30일, 12월 25일, 12월 30일 및 총선일(the day designated by law for holding a general election)이 포함됩니다.

그러나 EQ No.203(Revised Administrative Code of 1987)에 의해 7월 4일, 총선일은 공휴일(regular holiday)에서 제외하고, 11월 1일(All Saints Day), 12월 31일(the Last Day of the Year)이 전국 특별휴일(Nationwide Special Day)로 지정되었습니다.



이 밖에도 RA 9256(2004.2.25일발표)에 의거 8월 21일(Ninoy Aquino Day)이 전국적 특별 비근무일(Nationwide Special Non-working Day)로 지정된 바 있습니다.

필리핀 특정 도시는 연간 지역별 비근로휴일을 시행하고 있으며, 일례로 Manila Day(6.24), Isabela Day(7.15), Basilan Day(7.8), Misamis Oriental(7.23), Batangas Day(7.23) 등이 있습니다.

유급 비근로휴일의 경우 비근로 노동자에게 급여지급을 해야하며, 휴일 근무시 100% 휴일 근무수당을 추가지급해야 합니다.

이처럼 필리핀 공휴일은 매우 빈번히 변동되기 때문에, 매년 공휴일 확인을 위해 연초 대통령궁이 발표하는 공고문을 확인하는 것이 좋습니다.

⑥ 고용보험

사회보장시스템(Social Security System, SSS)

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

단, 60세 이상 직원과 월 급여 1,000페소(약 2만 5천 원) 이하 가사도우미(Domestic Helper)는 가입 의무가 면제되며, 전업주부 및 해외에 채용된 해외근무 필리핀 근로자에 대해서는 선택적 가입이 가능합니다.

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

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

국민의료보험(National Health Insurance Program)

모든 고용인과 피고용인은 국민의료보험에 가입해야 합니다. 고용인과 피고용인은 매월 10일까지 필리핀 의료보험공단 또는 지정은행에 의료보험 분담금을 납부해야 하며 직원 분담금은 매월 급여에서 공제됩니다.

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

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

고용인은 매월 15일까지 의료보험료 납부 내역(Remittance Report(RF-1))을 보건당국에 제출해야 하며, 분담금 납부와 통보 의무가 이행되지 않은 경우 의료보험 혜택이 박탈될 수 있고 고용인이 이를 책임져야 합니다.

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

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

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

해당 펀드 필수 가입 대상자는 다음과 같습니다.

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

⑦ 해고규정

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

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

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

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

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

- 심각한 과실(Serious Misconduct) 또는 고용인이나 대리인(관리자)의 업무 관련 합법적 지시를 의도적으로 이행하지 않은(willful disobedience) 경우
- 총체적이고 상습적인 근무태만(gross and habitual neglect)의 경우
- 피고용인이 사기행위를 저질렀거나 고용인 또는 그 대리인과의 약속을 위반한 경우
- 피고용인이 고용인 및 가족, 대리인에게 범죄 또는 공격행위를 가한 경우
- 위에 준하는 상황 발생 시

위와 같은 합당한 사유로 해고된 피고용인은 노동법에 규정한 퇴직금을 수령받지 못합니다. 그러나 노사단체 협약 또는 해당 피고용인과 고용인 간 고용계약서에 명시된 권리는 행사할 수 있으며, 고용인이 자발적으로도 퇴직금 및 각종혜택을 부여할 수도 있습니다.

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

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

서면 해고통보서에는 모든 사유와 경황이 충분히 고려된 이후에 피고용인 해고가 결정된 것임을 명시해야 합니다.

해당 피고용인이 해고 처분에 대해 반박 의사를 표시할 경우 법률고문 입회 하에 반박의 기회를 부여하고 경청해야 합니다.



⑧ 퇴직

퇴직급여

퇴직금 계산 시 기준 급여는 가장 최근 급여가 됩니다. 만약 고용인이 퇴직금을 감액할 목적으로 급여를 삭감한 경우, 삭감 전 급여가 기준 급여가 되며, 어떤 경우든 퇴직금은 직원 1개월 분 급여보다는 많아야 합니다.

과잉 직원 보유(Redundancy)를 이유로 직원을 해고할 경우, 퇴직금은 ‘근무년수 x 매해 월급(예: 2009~2010년 근무 시, 2009년 1개월 분 월급과 2010년 1개월 분 월급의 합에 해당하는 금액)’ 이상을 지급해야 하며, 퇴직금계산 시 6개월 이상은 1년으로 간주합니다.

회사의 폐쇄, 손실을 방지하기 위한 긴축 경영(Retrenchment to Prevent Loss) 상황이나 회사 운영을 중단할 경우 또는 회사가 인수된 경우(단, 인수 경우는 심각한 사업상의 손실이나 재정적자가 원인이 아닌 경우)의 퇴직금은 ‘근무년수 x 매해 월급의 1/2(예: 2009~2010년 근무 시, 2009년 1개월 분 월급 1/2와 2010년 1개월 분 월급 1/2의 합)’이 됩니다.

자진 퇴직 규정

피고용인은 정당한 사유 없이도 퇴사 1개월 전 고용인에게 서면통보 후 퇴사가 가능합니다. 적법한 통보가 이뤄지지 않은 경우 이로 인해 발생한 손실에 대해서는 피고용인에게 책임을 전가할 수 있습니다.

단, 아래 사안이 발생할 경우 고용인에게 별도 통보없이 자진 퇴직이 가능합니다.

- 고용인 및 대리인으로부터 심각하게 모욕당한 경우
- 고용인 및 대리인이 비인격적이고 참기 힘든 대우를 가한 경우
- 고용인 및 대리인이 직원 및 그 가족에게 범법 공격 행위를 가한 경우
- 위에 준하는 사태 발생 시

정년 퇴직 규정

모든 고용인은 단체 협약 또는 고용계약서에 명시된 일정 나이가 되면 정년 퇴직할 수 있습니다.

노사 단체협약 또는 기타규정에 별다른 명시가 없는 경우 일반적인 정년 퇴직 연령은 60세가 되며, 65세에 이르면 강제 퇴직되어야 합니다.

직원 퇴직 시 고용인은 현행법, 노사 협약, 관련 계약에 명시된 퇴직금을 지급해야 하며, 이 퇴직금은 현행법에 규정된 액수보다 작아서는 안 됩니다.

정년이나 퇴직금 관련 규정이 없는 경우 65세까지 근무가 가능하며, 5년 이상 근무한 정년 퇴직자는 '근무년수 x 월 급여의 1/2 이상'을 정년 퇴직금(retirement pay)으로 지급받을 수 있습니다.

계약서상 추가 포함사항이 없는 한 '근무년수 x 월 급여의 1/2 이상'에서 의미하는 '월 급여의 1/2'이란 '15일치 월급 + 연말 보너스/12 + 5일간의 유급휴가분', 즉, '15일분+2.5일분+5일분'으로 총 연간 22.5일분의 임금을 의미합니다.

지하 광산 노동자의 경우 50세에 정년 퇴직이 가능하고, 60세가 되면 강제적으로 정년 퇴직이 이뤄져야 하며, 5년 이상 근무 시 상기 퇴직금 수령권한이 부여됩니다.

종업원 수 10인 이하의 소매, 서비스, 농업 관련 기업은 상기 정년 퇴직 관련 규정에 저촉받지 않습니다.

정년 퇴직 관련 조항(Article 287, Title II, Book VI, Presidential Decree No. 441) 위반 시 1,000~10,000페소(약 2만 5천~25만 원) 이하 벌금 또는 3개월~3년 이하 징역형에 처해질 수 있습니다. 징역 및 벌금형의 동시 선고도 가능하며, 위반 고용인이 외국인일 경우 벌금형과 동시에 필리핀에서 추방될 수 있습니다.

정년 퇴직자의 퇴직급여 산출방법

[퇴직급여 = 일일급여 x 22.5일 x 근무 연수]

- 일일급여 계산: (기본급(100,000페소, 약 250만 원으로 가정 시) x 12개월) / 365일
= 3,287.67페소(약 8만 2천 원)
(추가근무수당, 식비, 교통비, 생계비 등은 미포함)

월 급여 1/2 계산: 월 급여 1/2 + 유급휴가 5일 + 연말보너스 인센티브 2.5일 = 22.5일
(연말보너스 인센티브 계산법: 1/12 x 365/12 = 0.083 x 30.41 = 2.5일)

근무년수: 6개월 이상의 근무기간은 1년으로 계산 (여기선 10년으로 가정)

- 총 퇴직급여: 3,287.67페소 x 22.5일 x 10년 = 739,725.75페소(약 1,850만 원)

5) 세무관련 정보

① 기업 대상 세금

(1) 과세 대상 기업 분류

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

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

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

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

(2) 주요 과세 항목

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

특정 업종의 경우 부가세와 별도로 일종의 판매세(Excise Tax)를 납부하기도 합니다.

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

소득세율은 법인 유형과 관계없이 일괄 30%가 적용되며, 기타 영업 외 소득에 대해서는 별도의 세율이 적용됩니다. (비영리법인에 대해서는 10% 소득세율 적용) 내국법인은 필리핀과 해외에서 발생한 모든 소득에, 거주 외국법인은 필리핀 내에서 발생한 순소득에, 비거주 외국법인은 필리핀에서 발생한 총소득에 대해 과세합니다.

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

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

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

주요 과세 항목별 세율은 아래 표와 같습니다.

그림 II-11 기업 대상 주요 과세 항목별 세율		
과세대상 소득	내국법인/ 거주 외국법인	비거주 외국법인
법인소득세 (Income Tax)	30%	30%
이자소득세/펀드투자수익/로얄티수익 (Interest from Deposit/ Yield from Deposit Substitutes, Trust Funds/Royalties)	20%	35%
외국차관(외화대출)에 의한 이자소득 (Interest on Foreign Loans)	N/A	20%
외화예금 이자소득 (Interest income Derived by Domestic Corporation from a Depository Bank under the Expanded Foreign Currency Deposit System)	7.50%	N/A
배당소득 (Dividends from Domestic Corp.)	0%	15%/35%
비상장주식 거래소득 (Gains on Sales of Shares of Stock not Traded in the Stock Exchange)	5%/10%	5%/10%
비업무용 토지, 빌딩 거래에 따른 자본소득 (Capital Gains Tax)	6%	-

출처: 필리핀 국세청 (BIR) www.bir.gov.ph

② 개인 대상 세금

개인의 경우 '개인소득세'와 '원천징수세'를 납부해야 합니다.

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

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

'개인소득세'는 거주 유형에 따라 상이하게 과세 적용됩니다.

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

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

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

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

그림 II - 12 개인 소득 범위에 따른 일반 소득 세율 출처: 필리핀 국세청(BIR) <http://www.bir.gov.ph>

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

거주 유형에 따른 주요 과세 항목별 세율은 아래 표와 같습니다.

그림 II - 13 개인 대상 주요 과세 항목별 세율					
항목	출처: 필리핀 국세청 (BIR) http://www.bir.gov.ph				
	거주시민	비거주시민	거주 외국인	비거주 외국인	
				사업종사자	일반
예금, 신탁 등의 금융활동에서 발생하는 이자소득	20%	20%	20%	20%	20%
외화예금 이자소득	7.50%	면제	7.50%	면제	
5년 이상 장기 폐소화 예금, 신탁 등에서 발생하는 이자소득	면제 (만기 전 해약 시, 기간에 따라 5~25% 부과)				
로열티, 10,000페소 이상 각종 상금	20%	20%	20%	20%	25%
저작권(책, 저술, 음악활동 등) 발생소득	20%	20%	20%	20%	20%
내국법인투자 배당소득					
주식양도차익	100,000페소 미만: 5% 100,000페소 이상: 10%				
부동산양도차익	6%				

③ 특별소비세

특별소비세는 특정 품목의 국내 소비 또는 수입 시 부가세에 더해서 발생하며(Percentage Tax와 차이), 광물, 석유제품, 자동차, 주류, 담배, 화장품(향수), 요트, 자동차 등에 대해 부과됩니다.

자동차는 배기량에 따라 15%, 35%, 50%, 100% 차등 적용하고 있으며, 광물의 경우 석탄, 코크스, 금, 크롬은 2%, 구리, 기타 광물은 2% 이하의 특별 소득세가 적용됩니다.

그림 II-14 개인 대상 주요 과세 항목별 세율		
과세대상 소득	내국법인 / 필리핀 내 외국법인	필리핀 외 외국법인
법인소득세(일반, Income Tax)	30%	30%
이자소득세/펀드투자수익/로열티 수익 (Interest from deposits / yield from deposit substitutes, trust funds / royalties)	20%	35%
외국차관(외화대출)에 의한 이자소득 (Interest on foreign loans)	N/A	20%
외화예금 이자 소득 (Interest income derived by domestic corporation from a depository bank under the expanded foreign currency deposit system)	7.50%	N/A
배당소득 (Dividends from domestic corp.)	0%	15%/35%
비상장주식 거래소득: Capital Gains Tax (Gains on sales of shares of stock not traded in the Stock Exchange)	5%/10% (거래소득 10만 페소 이하 시 5%, 초과 시 10%)	5%/10% (거래소득 10만 페소 이하 시 5%, 초과 시 10%)
비업무용 토지, 빌딩 거래에 따른 자본 소득: Capital Gains Tax	6%	N/A

출처: 필리핀 국세청 (BIR) <http://www.bir.gov.ph>

한-필 조세협약

한국은 필리핀과 소득에 대한 조세의 이중 과세 회피와 탈세 방지를 위해 1984년 2월 21일 조세협약을 체결했습니다 (1986년 11월 9일 발효). 동 협약 및 필리핀 조세법에 의거, 필리핀에 진출하는 외국(한국) 기업은 아래와 같은 조세율 적용을 받습니다.

그림 II - 15 외국인 투자가 적용세율

출처: 대한민국 국세청, 필리핀 국세청(BIR)

구분	배당소득(%)		이자소득(%)	로열티(%)	
	Portfolio 투자시	Substantial Holdings 투자시			
한-필 조세협약 (이중과세방지협정)	25	10 (25%이상 지분 보유시)	10 (공공채권이자) 15 (기타)	10 (필리핀 투자유치 기관 등록 시) 15 (미등록 시)	
협약 미적용 시	내국인	10	10	7.5-20	10/20
	외국인 *사업 관계 또는 필리핀에 180일 이상 체류 시	20	20	20	10/20
	기타외국인	25	25	25	25
	국내법인 및 필리 핀내 외국법인	None	None	7.5/20	20
	국외 외국법인	15/35	15/35	20/35	35

6) 수입/통관 관련 정보

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

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

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

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



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

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

일반적인 수입/통관 절차는 다음 표와 같습니다.

그림 II-16 일반적인 수입/통관 절차		출처: 한국농수산물유통공사, 필리핀-통관검역제도
순서	절차구분	해당기관
1	수입업자등록	관세청(Bureau of Customs)의 CBS
2	대상 품목의 수입규제여부 및 관세율 확인	관세청(Bureau of Customs) 인가대리은행 (Authorizes Agent Bank)
3	신용장	인가대리은행 (Authorizes Agent Bank)
4	은행에서 세관 출고 허가서 발행	인가대리은행 (Authorizes Agent Bank)
5-1	단순소비재 ○ 1. 소비재 반입 신청서(증명서 첨부) 제출 2. 소비재 수입 증명서 및 확인서 제출	관세청(Bureau of Customs) 1. Entry Processing Division 2. Formal Entry Division
5-2	단순소비재 × • 세관보세창고(Customs Bonded Manufacturing Warehouse) 반입용일 경우 보세반입 신청 • 세관보세창고(Customs Bonded Manufacturing Warehouse) 반입용이 아닌 경우 특별수송허가 신청	관세청(Bureau of Customs)
6	수입품 반출	
7	완료	

통관에 필요한 선적서류는 다음과 같습니다.

상업송장

상업송장은 판매자가 매매 계약 이행 사실을 기재해 구매자에게 발송하는 문서입니다. 계약의 이행을 입증하는 자료인 만큼 수입 통관에 있어 매우 중요합니다. 필수 기재사항으로 판매자 정보, 구매자 정보, 거래 날짜, 제품 내역, 지불 방식, 운송 방식, 양측 서명 등이 있습니다.

만약 판매자의 과실로 구매자 업체명을 잘못 기입하여 수입 면허 취득업체 명단에 조회가 되지 않을 경우 현지 세관으로부터 제재를 당할 수 있으므로 사전에 구매자와 협의해 불이익을 피할 필요가 있습니다.

포장리스트

포장리스트(Packing List)는 선적화물의 포장 및 단위별 명세와 단위별 순중량, 총중량, 포장의 일련번호를 기재한 문서를 칭합니다. 이 서류도 상업 송장과 마찬가지로 실제 포장 및 무게가 일치하지 않을 경우 세관에서 꼬투리를 잡아 돈을 요구하는 사례가 있으니 수입자의 부담을 덜어주기 위해 정확하게 기입하는 것이 중요합니다.

세관의 조사항목

일반 품목의 수입 통관일 경우 세관당국이 조사하는 서류는 수입자의 수입 면허, 상업 송장, 포장 리스트, 선화 증권입니다. 품목별로 구비 서류의 차이가 있기 때문에 사전에 준비하여 화물 창고 비용을 최소화하는 것이 좋습니다.

통관경비

통관 경비는 일반적으로 다음과 같이 이루어져 있습니다.

- 제품가격(Export Value)
- 운송비(Freight) 및 보험료(Insurance)
- 에이전트 수수료(Brokerage Fee) 및 부두 이용료(Wharf age)
- 추가 운반료(Arrastre)(필리핀에만 특수하게 존재함)
- 서류/스탬프진행료(Docs/Stamps)
- 수입 통관료(Import Process Fee)
- 관세(Duty or Tariff) 및 부가세(Value Added Tax)

통관 절차 안내 및 문의

통관 절차 안내 및 세부사항은 필리핀 관세청 고객센터에 문의하는 것이 좋습니다.

- 필리핀 관세청(Bureau of Customs)
 - 전화: +63-2-917-3200 (Local 3201 to 3205)
 - 이메일: info@customs.gov.ph
 - 홈페이지: <http://customs.gov.ph>



[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.
- 추경손익 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(홀직원 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

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

의료 또는 관광 목적의 단기 체류를 위한 비자입니다. 해당 비자로 입국하여 사업, 취업 활동을 하다 적발될 경우 필리핀 이민법에 의해 처벌받을 수 있습니다. 사업 준비를 위한 사전 조사 등을 목적으로 단기간 방문 시 적합한 비자 형태이며 사전 발급과 현지 발급 모두 가능합니다. 해당 비자는 다음과 같은 방법으로 발급받을 수 있습니다.

현지 발급의 경우 필리핀 입국 시 출입국관리소에서 여권에 도장을 찍어주는 방식으로 발급받을 수 있으며 유효기간은 21일이고 최대 12개월까지 연장 가능합니다. 사전 발급을 원할 시 필리핀으로 출국하기 전 주한 필리핀 대사관에서 발급받을 수 있으며 유효기간은 59일이고 마찬가지로 최대 12개월까지 연장 가능합니다.

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

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

해당 비자 발급 신청 서류는 다음과 같습니다.

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

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

③ 무역/경영 비자(Treaty Trader(9D) Visa)

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

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

해당 비자 발급 신청 서류는 다음과 같습니다.

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

④ 특별투자비자(Special Investors Resident Visa, SIRV)

필리핀에 일정 금액 이상을 투자한 외국인에게 발급되는 특별 비자입니다.

해당 비자 발급 조건은 다음과 같습니다.

- 범죄기록이 없는 자
- 고위험 또는 전염성 질병이 없는 자
- 정신질환병력이 없는 자
- 최소 7만 5천 달러(약 8,300만 원) 이상을 투자할 수 있는 자
- 투자 대상은 상장회사, 필리핀 투자우선계획(IPP)관련기업, 제조 및 서비스 전문 기업으로 한정됨

신청 서류는 다음과 같습니다.

- 비자 신청서
- 건강진단서
- 범죄 기록 확인서

- 필리핀 대사관에서 공증한 신원확인서
- 입금확인서

⑤ 특별은퇴비자(Special Retirees Resident Visa, SRRV)

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

예치금 요구사항은 다음과 같습니다.

- 만 50세 이상의 외국인: 미화 5만 달러(약 5,500만 원)
- 만 35세~49세의 외국인: 미화 7만 5천 달러(약 8,300만 원)
- 필리핀 정부가 인정한 국가의 퇴역군인/3년 이상 근무한 외교관/국제기구 근무자로 퇴임한 자: 미화 5만 달러(약 5,500만 원)

비자 신청 구비 서류는 다음과 같습니다.

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

⑥ 외국인 고용 허가증(Alien Employment Permit)

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

발급대상자는 다음과 같습니다.

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

허가증 발급 신청 서류는 다음과 같습니다.

- 고용 허가증 발급 신청서
- 고용노동부(Department of Labor and Employment) 허가증 발급
- 고용계약서(Employment Contact)
- 유효 여권 및 비자
- 사업 허가서(Mayor's Permit) 사본

2) 금융 서비스

① 현지 은행 계좌 개설 절차 및 구비서류

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

은행에서 인정하는 신분증은 다음과 같습니다.

- 여권(Passport): 외국 여권의 경우 반드시 영어로 이름이 표기되어 있어야 하며 여권 소지자는 반드시 필리핀 거주 주소를 증명할 수 있어야 함. 보통 자신의 주소가 적혀있는 전화, 수도, 전기 요금 영수증을 제시할 수 있음
- 운전면허증(Driving License): Land Transport Office에서 발행한 필리핀 공식 면허증

- 외국인 전문인력 면허(Professional Regulations Commission ID)
- 범죄기록 증명서(National Bureau of Investigation Clearance)
- 신원증명서(Police Clearance with dry seal of PNP)
- 주거확인증(Philippine Postal ID)
- 외국인등록증(Alien Certificate of Registration/Immigrant Certificate of Registration)

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

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

계좌 개설 시 일반적인 최저 예금액은 1,000페소(약 25,000원) 정도이며 예금액이 1,000페소 이하로 떨어지면 매달 소정의 금액이 계좌 유지비용으로 빠져나가게 됩니다.

② 기업 당좌 계좌 개설 절차 및 구비서류

기업 계좌 개설을 위한 구비 서류는 다음과 같습니다.

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

최소 예치금은 페소 계좌의 경우 2만 페소(약 53만 원) 정도이며 달러 계좌일 경우 500달러(약 54만 원) 정도입니다.

법인수표(Check)를 발행하기 위해서는 400페소(약 1만 원)를 추가로 지불해야 합니다.

필리핀에서는 법인카드 사용이 불가합니다.

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

③ 은행 대출 정보

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

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

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

④ 필리핀 주요 은행

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

- 홈페이지: <http://www.bpiexpressonline.com>
대표적인 필리핀 로컬 은행 중 하나로 가장 많은 ATM기기를 보유하고 있어 이용이 편리합니다.

(2) BDO(Bank de Oro) 은행

- 홈페이지: <http://www.bdo.com.ph>
휴일에도 SM몰에서 은행 이용이 가능하다는 장점이 있습니다.

(3) 동양은행

- 홈페이지: <http://www.tongyang.com.ph/index.php>
동양은행은 1997년에 한국계 은행 최초로 필리핀에 진출하여 현재 본점 포함 4개의 영업소를 운영 중입니다.

필리핀 은퇴청 은퇴비자 예치금 지정 은행으로 필리핀 정부의 승인 하에 외국인 거주허가 없이도 한국인 신분증 만으로도 계좌개설이 가능합니다.

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

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

① 정부부처 및 기관

기관명	연락처
Nat'l Economic and Development Authority	www.neda.gov.ph
Board of Investments	www.boi.gov.ph
Nat'l Food Authority	www.nfa.gov.ph
Philippine Chamber of Commerce & Industry	www.philippinechamber.com
Philippine Chamber of Food Manufacturers, Inc.	www.foodchamber.org
Nat'l Statistics Office	www.census.gov.ph
Department of Trade and Industry	www.dti.gov.ph

② 언론단체

기관명	연락처
비즈니스월드(Business World)	www.bworld.com.ph
데일리인콰이어러(Philippine Daily Inquirer)	www.inquirer.net
마닐라bulletin(Manila Bulletin)	www.mb.com.ph
필리핀스타(Philippine Star)	www.philstar.com

식당을 운영하는 도중 생길 수 있는 여러 어려움들에 대처할 수 있도록 미국 레스토랑협회(NRA)에서 제안하는 조언들을 소개해드립니다. 해당 내용은 일반적인 외식경영관련 조언이며, 도시별로 상이할 가능성이 존재하므로 해석 유의바랍니다.

1. 경영주의 목표에 직원들을 잘 따르게 하는 Tip

① 고용 초기 단계부터 직원에게 명확히 원하는 바를 알립니다.

고용 초반에 시간을 들여서 경영주가 원하는 업무 방식 및 기준에 대해서 직원과 명확히 소통해야 합니다. 그러면 나중에 발생할 문제를 줄일 수 있을 것입니다.

② 글로 적는 습관을 들입니다.

직원이 알아야 할 정보를 적어 놓으면 불필요한 의심을 없앨 수 있고, 또한 직원들에게 메뉴얼 및 핸드북을 숙지하라고 적극 권하는 계기가 될 수 있습니다.

적어놓은 것들은 모든 직원에게 간단한 가이드북이 될 수 있고 경영주가 추구하는 목표에 대한 증거가 됩니다. 회의 때 적어놓은 노트들도 무엇을 지시했는지에 관한 혼란을 줄일 수 있습니다.

③ 직원들이 지켜할 규칙들은 경영주도 지켜야 합니다.

직원들이 경영주의 적절치 못한 행동을 목격하면, 그때부터 경영주의 지시는 효력을 잃게 됩니다. 직원들은 경영주의 행동을 가이드처럼 여기고 있으므로 적절하게 대처하고 행동해야 합니다.

④ 직원들에게 피드백을 제공합니다.

직원 스스로는 자신의 행동에 대한 파악을 할 수 없습니다. 따라서 직원의 행동에 대해 경영주가 지속적으로 피드백을 주어야 합니다.

긍정적인 피드백으로 직원은 자신의 행동이 경영주의 기대치에 부응했다는 것을 알 수 있게 됩니다.

건설적인 비판은 직원들의 어떤 부분이 발전해야 하는지를 정확히 알려줍니다. 경영주의 피드백은 직원들의 업무 능력 향상을 위한 필수 요소입니다.

⑤ 직원과 대화를 합니다.

직원들이 혼날 수 있다는 두려움이 없이 경영주에게 편하게 질문하고, 상담할 수 있는 환경을 만듭니다.

2. 식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 Tip

최근에는 인터넷 매체가 외식 시장에 미치는 영향이 크기 때문에, 경쟁력 있는 식당이 되기 위해서는 온라인 리뷰들을 관리하여야 합니다.

최근 작성된 긍정적인 온라인 리뷰들이 많을수록 고객들이 식당을 선택할 가능성이 높아집니다.

새로운 고객들을 유치하고, 단골 손님들 호평을 수집 하기 위해서 경영주는 적극적으로 온라인 평가에 대한 관리를 할 필요가 있습니다.

식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 5가지 tip은 다음과 같습니다.

- ① 고객이 계산할 때 영수증과 함께 리뷰 작성 방법이 적힌 인쇄물을 건넵니다. 고객들이 어떤 웹사이트에서 리뷰를 쓸 수 있는지 안내해주고 그들이 리뷰를 작성하면 서비스를 제공합니다. (리뷰 작성 후 방문 시 10% 할인 또는 무료 디저트 제공 등)
- ② 테이블 위의 소품에 QR코드를 붙여서 고객들이 식사 중에 리뷰를 작성할 수 있는 기회를 제공합니다.
- ③ 운영 중인 식당의 소개 페이지를 최대한 많은 평가 사이트에 작성합니다. 식당의 정보가 보다 많은 리뷰 사이트에 노출 될수록, 고객들은 식당을 더욱 쉽게 찾고 더욱 쉽게 리뷰를 올릴 수 있을 것입니다.
- ④ 식당의 SNS에 식당 평가 사이트를 링크합니다. 페이스북과 같은 식당의 SNS는 지인들이나 단골 손님들이 리뷰를 작성해 줄 수 있는 가장 좋은 통로입니다. 리뷰를 남겨준 단골 손님이나 지인들에게는 감사의 말을 꼭 하는 것이 좋습니다.
- ⑤ 모든 부정적인 리뷰에 답변하고, 관련된 문제점을 고칩니다. 부정적인 리뷰들을 무시하거나 지우는 것은 식당의 온라인 평가에 부정적인 영향을 끼칠 수 있습니다.

3. 메뉴 디자인을 통해 고객들의 시선 끌기

메뉴판을 잘 만드는 것도 식당의 성공을 이끄는 하나의 방법이 될 수 있습니다. 메뉴판은 고객과 직접적으로 소통하는 하나의 도구이고, 메뉴판에 의해 고객들의 선택이 달라질 수 있을 정도로 매우 중요한 역할입니다.

또한 메뉴판이 고객의 판매 욕구를 끌어올리는 역할을 잘 해야, 홀 직원들이 판매에 신경을 덜 쓰고 음식을 정갈하게 서빙하는 것에 집중 할 수 있습니다.

효과적인 메뉴판을 만들기 위해서는 그 디자인이 식당의 전체 이미지와 통일되어야 합니다. 메뉴판도 식당 정체성을 나타내는 일부로 생각하고, 그 통일성을 지키며 디자인해야 합니다.

좋은 메뉴판을 만들기 위해서는 가장 먼저 타겟 고객층을 생각해야 합니다. 그들이 선호하는 것이 무엇인지 정확히 파악하고 그 선호에 맞추어 디자인해야 더 많은 고객들의 선택을 받을 수 있습니다.

다음은 메뉴판 디자인 할때의 4가지 tip입니다.

① 색상

색상은 사람에게 심리적인 영향을 미치기 때문에 보다 더 많은 공을 들여서 선택해야 합니다. 알맞은 색상은 매장의 분위기, 개성을 느끼게 해주며 고객의 식욕을 돋우고, 음식에 집중할 수 있도록 해줍니다.

② 시각자료

가장 판매하고 싶은 메뉴의 설명 가까이에 좋은 질의 사진과 같은 시각자료를 배치합니다. 이것은 음식을 홍보하는 가장 효과적인 방법입니다.



사진 II-1 매장과 메뉴판의 색상을 일치 시킨 맥도날드

③ 글자체

글자체를 선택할 때는 타겟 고객층을 고려해야 합니다.
예를 들어, 주 고객이 노년층이라면 큰 글씨를 선호할 것입니다.

메뉴의 글자체는 너무 멋을 낸 것 보다는 읽기 쉬운 것이 좋고, 한 메뉴판에서 3개 이상의 글자체가 쓰이는 것은 좋지 않습니다.

④ 배치

신문의 기사문 배치처럼 메뉴 역시 중요도에 따라 배치하는 것이 중요합니다.

일반적으로 가장 많이 주문 받는 위치는 제일 앞장의 오른쪽 윗 부분입니다. 그 다음으로 주목을 받을 수 있는 곳은 각 페이지의 가장 윗부분과 가장 아랫부분입니다.



4. E-mail 활용 Tip

E-mail을 통한 홍보는 고객들과 관계를 유지하고, 수익을 올리는 가장 효과적인 방법 중 하나입니다.

다음은 경영주들이 E-mail 마케팅을 기획할 때 참고하면 좋을 8가지 tip입니다.

① 고객에게 이익이 되는 내용이 되도록 본문을 작성합니다.

고객에게 특별 서비스를 제공한다는 안내 메일이 가장 대표적인 예입니다. 다른 매체를 통해서 제공하는 VIP 서비스 등과 같은 혜택을 E-mail을 통해서만 제공하는 것입니다.

② 창의적으로 내용을 작성합니다.

흥미로운 소식 및 행사 등에 대한 내용으로 고객들의 이목을 끌어야 합니다.

최근에는 E-mail을 통한 홍보물들이 많아서, 고객 메일함의 수많은 메일 중 눈에 띄는 E-mail이 되는 것이 중요합니다. 특별한 날이나 공휴일에 식당에 올 수 있도록 특별한 프로모션을 진행하는 것도 좋은 방법입니다.

③ 이용하기에 편하고 좋은 서비스를 제공하고 있는 E-mail 배포자를 찾습니다.

E-mail 홍보에서 배포는 가장 중요한 부분이므로 이 과정을 간과해서는 안됩니다. 배포자가 우수업체에 포함되어 있는지 알아봐야합니다. 우수업체가 아닐 경우, 홍보 E-mail이 스팸 메일함에 들어갈 수 있습니다.

④ 온라인과 오프라인 채널을 결합합니다.

식당의 E-mail 홍보에 대해서 고객들이 알 수 있도록 매장, 지역 행사, 홍보지, 온라인 등에서 E-mail 홍보를 알립니다.

직원들이나 고객들에게 E-mail 홍보를 알리면 인센티브를 주는 등의 방법들도 효과적입니다. 이렇게 여러 매체를 통합하여 E-mail 홍보를 알리면 홍보 효과가 더욱 증진됩니다.

⑤ E-mail의 신빙성을 높입니다.

E-mail의 신빙성을 높여, 포함된 내용들이 모두 사실임을 명확히 전달합니다. 이것 역시 식당의 홍보 E-mail이 스팸 메일함에 들어가는 것을 방지합니다.

⑥ 발신자를 명확히 합니다.

모든 E-mail에서 식당의 연락 정보와 브랜드를 명시합니다.

고객들은 발신자가 알고있는 식당인 것을 인식했을 때 더욱 친숙하게 느낄 수 있습니다. 또한 고객이 E-mail에서 소개한 서비스에 대한 문의 사항이 생겼을 때 본문에 적힌 연락 정보는 유용히 쓰입니다.

⑦ 회사의 E-mail 관련 규정을 설명합니다.

고객들이 이해하기 쉽게 회사의 E-mail 규정 설명을 삽입합니다. 이것은 고객들이 E-mail을 더욱 신뢰할 수 있게 하는 요인이 됩니다.

⑧ E-mail 발송 빈도를 관리합니다.

홍보 E-mail을 너무 자주, 혹은 너무 가끔 보낸다면 고객이 홍보 E-mail 주소를 삭제할 수 있습니다. 한달에 한번이나 두번 정도가 적당한 빈도입니다.



5. 효과적인 직원 동기부여 Tip

직원 동기부여는 직원의 장기 근속에 중요하고 또한 고객들에게 좋은 외식 경험을 제공하는 데에도 중요합니다.

효과적인 직원 동기부여를 위한 4가지 tip은 다음과 같습니다.

① 참여를 장려합니다.

식당의 개선을 위한 아이디어를 공유하며 문제 해결 방법을 함께 나눕니다. 식당의 성공을 함께 고민하는 직원들은 식당에 대한 애착을 키울 수 있고, 더욱 열심히 일할 것입니다.

② 책임을 공유합니다.

상호 책임을 증진하여 '우리는 동료'라는 생각을 키웁니다. 맛있는 요리를 만드는 것부터 사소한 청소업무까지 똑같이 가치가 있고 모든 업무가 식당의 궁극적인 목표를 위한 절차라는 것을 강조하면, 직원들은 자신의 업무의 목적을 깨닫고 열정을 키울 수 있을 것입니다.

③ 투명하고 공정해야 합니다.

모순적인 태도와 편애는 직원의 사기를 죽일 수도 있습니다. 모든 직원들을 똑같이 대우하고, 그들한테서 무엇을 기대하고 있는지 알리는 것이 중요합니다.

④ 도움을 줍니다.

육아 및 가정 문제 등 업무 외의 문제 또한 직원의 능력에 영향을 미칩니다. 이런 부분에 있어서, 직원에게 도움을 줄 수 있는지 확인하거나 배려해 주는 것은 직원들에게 감동을 주는 원인이 됩니다.



6. 채용에 SNS를 이용하는 Tip

많은 사람들이 이용하는 대표적 SNS인 'Facebook(페이스북)' 페이지에 채용 관련 내용을 공지합니다.

특히 지원 사이트로 링크를 거는 것이 아닌, '페이스북' 페이지를 통해 지원을 할 수 있도록 하여 지원자들의 번거로움을 줄이는 것이 중요합니다.

또한, '페이스북' 광고를 이용하여 채용하고자 하는 지역 근처 사용자들에게 집중적으로 홍보를 하는 것도 효과적입니다.

통계학적으로 사람들이 온라인 상에서 보내는 시간의 70%가 SNS 사이트이며, 특히 온라인에서 보내는 시간의 15% 이상을 페이스북에 사용하기 때문에 SNS를 통한 채용 공고는 보다 많은 구직자들에게 노출될 수 있습니다.

채용 공고를 올릴 '페이스북' 페이지에는 업무 설명 및 연락 가능한 번호/이메일 주소를 남기는 것 또한 중요합니다. 그 중에서도 지원자들이 궁금한 사항을 바로 물어볼 수 있고, 이력서도 보낼 수 있는 이메일 주소는 가장 중요합니다.



7. 면접 시 꼭 물어봐야 할 질문과 피해야 할 질문

면접 시 잘못된 질문은 해당 국가 및 도시의 반 차별법에 의하여 면접관에게 불이익이 갈 수도 있습니다.

그러므로 업무와 관련된 내용만 질문하고 불필요한 정보는 요구하지 않는 것이 중요합니다.

다음은 잘못된 질문은 피하면서 원하는 정보를 얻어내는 방법의 4가지 tip입니다(단, 국가와 지역의 법에 따라 차이가 있을 수 있음).

① 장애

- 질문할 것: 지원자에게 직무 내용 및 절차를 설명하고 각 절차에서 필요한 신체적 요건에 대해 명확히 설명합니다.
- 질문하지 말 것: 지원자에게 장애 유무를 직접적으로 물어보지 않습니다.

② 가족관계

- 질문할 것: 지원자에게 업무 시간에 대해 설명하고 특별한 경우가 아닌 이상 업무 시간을 변경할 수 없으며, 이러한 요구 사항을 충족할 수 있는지 물어봅니다.
- 질문하지 말 것: 결혼 여부, 자녀의 수 등에 대해 질문하지 않습니다.

③ 시민권/국적

- 질문할 것: 지원자에게 해당 국가에서 일 할 자격이 되는지 물어보며 자격 증명서 제시를 요구합니다.
- 질문하지 말 것: 지원자가 어디에서 태어났는지 물어보지 않습니다.

④ 범죄/체포 기록

일반적으로 범죄 기록 관련 질문은 피하는 것이 좋습니다. 하지만, 지원자의 범죄 경력이 작업 수행 시, 문제를 일으킬 수 있다고 생각되면 (돈과 관련된 업무 수행 등), 경범죄 또는 사소한 교통위반 이외의 범죄 행위를 행한적이 있는지 물어봅니다.

또한, 지원자의 대답이 지원 자격을 박탈하는 것이 아니라 단지 고려요인 중 하나라는 것을 강조합니다. 과거에 체포된 적이 있는지는 물어보지 않는 것이 좋습니다.

8. 피크타임이 아닌 시간대에 매출 올리는 방법

피크타임이 아닌 시간대에 매출을 올리고 싶다면, 기존 고객을 감소시키지 않으면서 사람들의 소비심리를 자극하기 위한 노력을 해야 합니다.

다음은 피크타임이 아닌 시간대에 새로운 수요를 창출해낼 수 있는 방법에 대한 3가지 tip입니다.

① 아침과 이른 오후

아침시간에 매출을 올리고 싶다면 생과일, 견과류 스낵, 베이글과 같은 작은 음식들을 파는 것이 좋습니다. 아침식사 대용으로 좋은 이런 음식들은 영양보충을 위해 점심 전후에도 먹을 수 있기에 판매가 용이합니다.

점심과 저녁 중간 시간도 매출 증가에 활용 할 수 있습니다. 많은 경영주들이 오후 2시를 간식 파는 시간대로 활용하고 있으며, 많은 패스트 캐주얼 레스토랑은 오후 2시와 4시 사이의 시간대에 할인 메뉴를 제공하고 있습니다.

② 해피아워(Happy Hour)

많은 식당 경영주들은 '해피아워 (보통 오후 5시부터 7시 사이)' 또한 중요한 영업 시간으로 활용하고 있습니다. 해피아워는 고객들이 비용을 아끼면서 외식 할 수 있는 기회를 제공합니다. 보통 할인된 가격의 칵테일, 에피타이저 등이 해피아워에 제공되는 메뉴입니다.

또한 해피아워는 저녁식사 타임과 연결하는 다리역할을 하기도 합니다. 경기가 안좋을 때 손님들은 여러 가게들을 다니기 보다 한 곳에서 오래 시간을 보내는 경우가 증가합니다.

③ 늦은 밤

저녁시간 이후의 늦은 밤에 방문하는 고객들이 무엇을 원하는지 파악하는 것이 가장 중요합니다. 예를 들어, 늦은 밤에 식사하러 오는 사람들 중에는 파티나 떠들썩한 술자리 이후 새로운 분위기를 즐기기 위해 오는 젊은이들이 많을 수 있습니다.

이러한 그룹에게는 즐겁고 활기찬 분위기의 식당이 좋을 것입니다. 메뉴 역시 보통 저녁시간에 나오는 정찬보다 여러 명이 나눠먹을 수 있는 간단한 미니버전으로 준비하는 것이 효과적일 수 있습니다.

INDEX

주요지표	외식시장 트렌드	35
면적	8 한식산업 규모	68
인구수	8 한식당 진출 현황	68
1인당 GDP	25 한식당 형태	73
GDRP/GDP(명목)	25 외식 소비자 특성	36
물가상승률	28 외식 소비 특성	73
가처분소득	29 식당 선택 기준	38
외국인투자	27 식당 만족 이유	38
식당 유형별 구성비	39 외식 소비 인기 메뉴	39
에스닉별 점유율	40 한식 소비 특성	73
식당 방문 빈도	39 한식당 선택 기준	75
외식 지출액	38 한식당 만족 이유	75
외식 적정가격대	38 한식당 불만족 이유	75
식음료지출	29 한식 인지 및 경험	71
한식당 수	68 실무정보	
한식당 유형별 구성비	73 사업자 등록 절차	80
한식 인지도	71 인허가 요건 및 관련 법규	86
한식당 방문 빈도	73 부동산 관련 유의사항	94
한식 지출액	74 세무 관련 정보	109
한식 적정가격대	74 노동법 관련 유의사항	100
재외동포수	65 보건/위생 관련 유의사항	97
산업정보	수입/통관 관련 정보	115
경제 동향	30 수익성 분석	118
외식산업 정책	23 금융 서비스	129
식품산업 정책	23 유동인구	60
경제 활성화 정책	18 식당 위치 지역	60
투자 정책	20 한식당 위치 지역	60
이민 정책	22 상권현황	47
인종 구성	9 집객시설	48
주식 및 식습관	15	
전통음식	16	
언어	10	
종교	11	
외식산업 규모	32	
외식산업 업태별 현황	33	
주요 에스닉 식당 진출 현황	42	
식당 종류	39	
식당 운영 형태	39	

글로벌 한식당 운영 길라잡이 [마닐라]

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in Manila

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.