글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in **London**

런던

「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「런던 글로벌 한식당 운영 길라잡이」를 펴내며...

지금까지는 한 나라의 경쟁력과 영향력을 이야기할 때면 국방력과 경제력을 중심으로 이야기 되었습니다. 그러나 이제는 문화와 스포츠, 컨텐츠 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 런던의 외식산업의 현황과 상권 등 사업 환경에 대한 정보를 담고 있으며, 이어서 런던에서 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 10
3) 사회·문화적 특성 11

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관 13
2) 전통음식 15

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책 17
2) 투자 정책 18
3) 이민 정책 19
4) 식품 및 외식산업 정책 21

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모 23
2) 외국인 투자 유치 24
3) 물가 상승률 변화 26
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출 27
5) 경제 동향 28

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모 29
2) 외식시장 트렌드 32

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성 36
2) 외식소비 특성 37
3) 외식소비 심층분석 43

3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율 45
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황 47
3) 주요 에스닉 식당 소개 51

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성 55
2) 상권별 유동인구 특성 67

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황 73
2) 한식당 진출 현황 75
3) 한식소비 심층분석 76

II. 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자 85
2) 법인 사업자 86

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규 93
2) 임대차 계약 절차 및 관행 96
3) 영업시설의 공통기준 99
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 102
5) 세무 관련 정보 110
6) 수입/통관 관련 정보 114

1.3 기타정보

1) 거주허가 비자 126
2) 금융 서비스 131
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 133

I. 런던(London) 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개황 8

1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어 9

2) 종교적 배경 10

3) 사회·문화적 특성 11

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관 13

2) 전통음식 15

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책 17

2) 투자 정책 18

3) 이민 정책 19

4) 식품 및 외식산업 정책 21

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모 23

2) 외국인 투자 유치 24

3) 물가 상승률 변화 26

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출 27

5) 경제 동향 28

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모 29

2) 외식시장 트렌드 32

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성 36

2) 외식소비 특성 37

3) 외식소비 심층분석 43

3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율 45

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황 47

3) 주요 에스닉 식당 소개 51

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성 55

2) 상권별 유동인구 특성 67

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황 73

2) 한식당 진출 현황 75

3) 한식소비 심층분석 76

1. 일반현황

1.1 도시개황

런던은 영국연방(United Kingdom)의 중심도시로 EU에서 가장 규모가 큰 대도시입니다.

런던은 잉글랜드(England) 남동부 템스강 하류로부터 약 60km 떨어진 상류지점에 위치하고 있습니다.

면적은 1,579㎢로 국토의 1.21%를 차지하며, 서울의 약 2.6배에 해당합니다.

인구는 2013년 말 기준 약 797만 명으로 국가 전체 인구의 약 12.7%를 차지하며, 외국인 거주인구는 약 22%에 해당하는 177만 명입니다.

연 평균 기온은 비교적 평온하나, '런던에는 하루에도 사계절이 있다'는 말처럼 날씨가 변덕스러운 편입니다.

그림 I-1 런던 지도

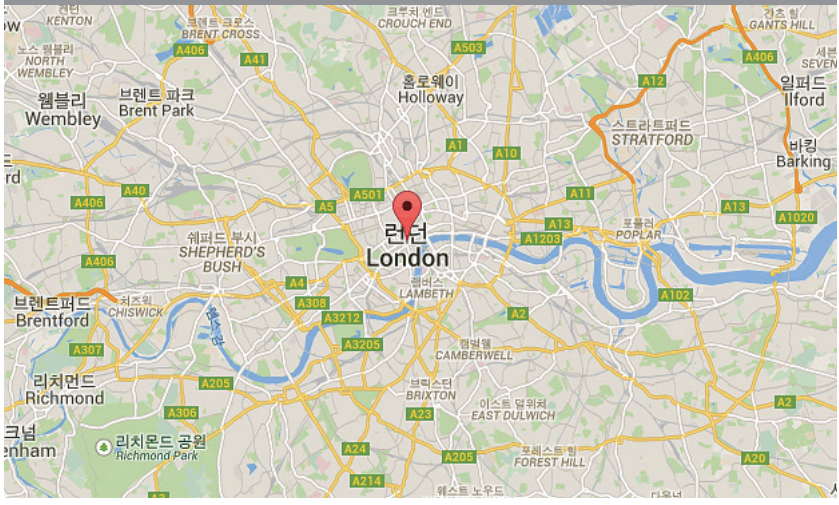


그림 I-2 런던 도시 개황	
면적	1,579㎢(국토의 1.2%, 서울의 약 2.6배)
인구	797만 명(국가 전체 인구의 약 12.7%)
외국인 거주인구	177만 명(국가 전체 인구의 약 22%)
언어	English

1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

① 인종 구성

영국은 백인이 87.2%이 이루며 유색인이 12.8%를 이루는 나라입니다.

아시아인 중 인도인이 2.3%로 가장 많으며, 그 다음으로는 파키스타인이 1.9%로 많습니다. 대한민국 총 교민 수는 약 3만여 명입니다.

런던은 유색인이 40.2%를 이루며, 영국 전체 평균에 비해 외국인 거주 비율이 높습니다. 영국 총 교민 수 3만여 명 중 2만 5천여 명이 런던에 거주합니다.

② 언어

영국의 언어는 영어입니다.

문법적으로는 시제와 인칭을 일치시키고, 전치사를 정확히 사용하는 것이 중요하며, 발음은 지방의 억양이 없어야 하는 등 교육에 의해 만들어지는 것이 표준 영어입니다.

미국 영어와 비교를 하면, 미국 영어의 기반은 16세기 신대륙 이민자들이 가져간 셰익스피어와 밀튼의 영어입니다. 그러나 독립 전쟁 후, 미국의 국가 의식이 확고해진 데다 사전 편찬자 웹스터의 영향으로 영국 영어와는 다른 독특한 어법과 발음, 철자 및 표현이 발전했습니다.

2) 종교적 배경

① 역사적 배경

AD 1세기부터 5세기까지 로마에 의한 통치기간 중에 기독교(카톨릭)가 도입되어 국교로서 숭배되었습니다. 16세기 헨리8세에 의해 성공회가 수립된 후, 영궁을 중심으로 영국 각지 및 세계 각국에 성공회가 보급되었습니다. 스코틀랜드 지방에는 신교가 일찍부터 도입되어 스코틀랜드 국교로 인정받고 있습니다.

② 교회의 종류

The Anglican Church of England(성공회)
성공회 최고의 성직자는 Canterbury 대주교로서 30개의 주교 구역을 관장하고 있으며, 그 이외에 고위 성직자로는 York 대주교(14개의 주교구역 관장)와 London, Durham, Winchester 등을 관할하는 24명의 주교가 있습니다. 이들은 모두 총리 제청으로 국왕에 의해 임명되며, 상원의원을 겸직하게 됩니다.

The Church of Scotland
장로교의 일종으로 1707년의 스코틀랜드 통합조약에 따라 스코틀랜드 국교로 인정되었습니다.

그림 I-3 영국 내 종교 구성비 출처: 영국 통계청(ons.gov.uk)

종교	구성비	
	영국	런던
기독교	59.28%	48.42%
불교	0.44%	1.00%
힌두교	1.46%	5.03%
유대교	0.47%	1.82%
이슬람교	4.83%	12.39%
무교	25.14%	20.73%
기타	8.38%	10.60%

3) 사회·문화적 특성

① 미국식(American Style) 생활방식 인기

최근 미국식 생활방식에 대한 선호도가 높아지면서, 영국인들의 문화, 패션, 식습관 등이 미국식으로 대체되는 경향이 나타나고 있습니다.

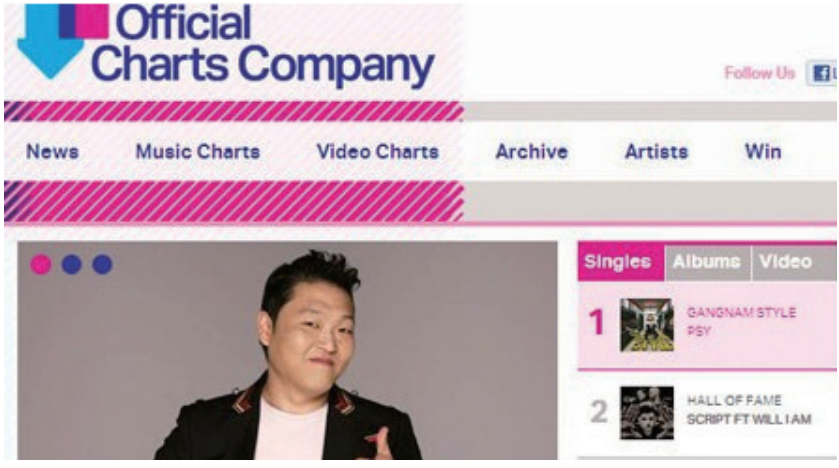
영국 남성들은 정장 대신 청바지와 셔츠, 운동화 차림을 선호하고 있으며, 이와 같은 미국 스타일의 유행은 1925년 금융업이 런던에 상륙했을 때보다 더 강력하다는 것이 영국 내에서의 분석입니다.

젊은 층 사이에서 미국식 패스트푸드(Fast Food)의 선호도가 높아지고 있습니다.
미국의 치킨업체 KFC는 경기침체기인 2010년에 영국에서 14%의 판매 성장을 기록했으며, 2014년 4월, 32개의 새로운 지점에 2,100만 파운드(약 233억 원)을 투자하기로 결정했습니다. 이는 회사의 장기 투자 플랜 중 하나이며, KFC는 영국에서 앞으로 5년간 매해 30개의 새로운 지점을 열 계획입니다.

② 한류의 인기

한국 가수 싸이의 강남 스타일이 2012년 9월 30일, 영국 음악 싱글 차트 1위에 오르며, 영국 내 한류 문화 확산에 큰 몫을 하였습니다. 2013년 2월에 영국에서 한국 가수 중 최초로 100만 장의 싱글을 판매하며, 밀리언셀링 싱글 기록을 최초로 수립하였습니다.

2012년 12월 14일~15일에 열린 '빅뱅 어라이브 갤럭시 투어 2012'란 제목의 빅뱅 단독 콘서트는 유럽 각국의 K-Pop 팬 1만 2천 명이 모여 큰 성공을 거두었습니다.



1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관

영국인들은 하루에 4번, 아침-점심-티타임-저녁 식사를 하는 식문화를 가지고 있습니다.

영국의 음식문화는 크게 발달되었다고는 볼 수 없고, 비교적 단순한 요리형태를 취하고 있습니다.

조미료를 거의 사용하지 않으며, 먹을 때 입맛에 따라 소금이나 후추 등의 향신료나 겨자를 쳐서 먹습니다. 각자의 입맛을 존중하는 요리 방법이라 할 수 있으나, 한편으로는 손맛이 들어가지 않은 요리방법이기도 합니다.

영국의 식사 문화에서 빼놓을 수 없는 것이 Tea(홍차) 문화입니다.

기상부터 취침까지 7~8잔의 차(Tea)를 마시며, 11시경 티타임(Tea Time), 오후 4~5시경의 Team Time은 대중적으로 폭넓게 지켜지는 시간입니다. 보통 Afternoon Tea는 샐러드, 샌드위치, 디저트를 포함한 식사와 함께 즐깁니다.

구분		내용
아침	English Breakfast	- 푸짐한 아침식사를 즐김 - 베이컨, 소시지, 달걀프라이, 토마토, 과일주스 등으로 구성
점심	Lunch	- 점심식사는 보통 메인 코스 요리와 후식으로 구성됨 - 후식은 주로 과일, 푸딩을 즐겨 먹음 - 최근 간편식을 선호하는 경향
오후	Afternoon Tea	- 홍차와 함께 스콘, 샌드위치, 케이크, 비스킷 등을 함께 즐김
저녁	Dinner	- 주로 정찬(Dinner)으로 차려진 저녁식사를 즐김 - 점심을 푸짐하게 먹은 경우 가벼운 식사(supper)로 저녁을 대신함

최근 토스트, 씨리얼과 우유를 아침식사로 많이 먹고 있지만, 전통적으로 영국인은 아침식사를 매우 중요하게 생각하여 과일주스, 베이컨, 달걀, 소시지, 토마토 등으로 풍성하게 차려 먹습니다.

영국은 또한 감자를 많이 먹는데, 이는 기후가 서늘하여 감자 농사가 예로부터 발달했기 때문입니다. 감자는 스튜와 파이, 팬케이크 등 거의 모든 영국음식에 필수적으로 들어가고 있습니다.

예를 들어 영국음식 중 가장 유명한 피쉬&칩스는 생선튀김과 감자튀김을 같이 먹는 것입니다. (영국에서 칩스는 긴 감자튀김을 말하며, 미국에서는 동그랗고 얇게 썰어 튀긴 감자를 말합니다.) 피쉬&칩스는 서민음식으로 언제 어디서나 쉽게 살 수 있고, 보행 중 취식하기도 하는 등 취식장소에 구애받지도 않습니다.

영국인을 위해 식사를 준비할 때는 반드시 채식주의자인지를 물어 보는 게 예의가 되고 있습니다.

2) 전통음식

① 피시앤 칩스(Fish and Chips)

피시앤 칩스는 집에서도 손쉽게 만들 수 있지만, 예로부터 길거리 음식 취급을 받아 가정에서 주식이 되는 경우는 의외로 드뭅니다. 오히려 바깥에서 산 음식을 집으로 가져와 먹는 경우가 많습니다.

펍에서는 예전부터 인기있는 술안주의 하나이며, 유명요리들의 고급화 경향이 강해지면서 격식 있는 식당도 피시앤 칩스를 메뉴에 추가했습니다.

주말 밤이 본격적으로 시작되기 전의 간식으로 인기가 높아, 금요일과 토요일 밤에 판매량이 늘어납니다.

싱싱한 생선을 얻기가 쉬운 해안 지방과 교통망이 발달한 수도 런던의 피시앤 칩스가 영국 내에서도 손꼽힙니다. 전통적으로 생선은 대구를 사용하나, 다른 종류의 흰살 생선을 사용하기도 합니다.

위생 규정 제약을 받기 전에는 전날 나온 황색 신문지에 피시앤 칩스를 싸서 주는 것이 일반적이었으나, 현재는 백지장으로 포장이 표준화되어 있습니다. 원래 손으로 먹던 음식이었으나, 지금은 나무나 플라스틱으로 된 작은 포크 또는 이쑤시개 등을 같이 주는 것이 일반적입니다.

사진 I-1 피시 앤 칩스

② 로스트 비프(Roast Beef)

영국의 대표적인 식사 메뉴 중 하나입니다. 마트에 가면 소고기 덩어리를 굵은 실로 둘둘 말아놓은 것을 볼 수 있는데, 이것을 오븐에 구워 썬 후 그래이비 소스(고기 즙으로 만든 소스)를 곁들여 먹습니다. 고기의 중간부분은 충분히 익히지 않은 상태로 두어 붉은 부분이 보이기 때문에 처음에는 시각적으로 불편함을 주기도 하지만 고기를 연하게 먹을 수 있다는 장점이 있습니다.

사진 I - 2 로스트 비프

③ 요크셔 푸딩(Yorkshire Pudding)

밀가루와 물 또는 우유, 달걀 등과 함께 잘게 썬 쇠기름을 밀가루 반죽에 섞어서 카스텔라와 같이 구워 낸 후 로스트 비프와 함께 곁들여 먹습니다. 옛날 가난한 가정의 주부들은 적은 양의 고기를 오븐에 구울 때, 고기 즙을 접시에 받아 밀가루를 섞어 굽는 것이 보통이었습니다. 고기맛 나는 핫케이크와 비슷해 적은 고기로도 가족들을 배불리 먹게 하는 역할을 했습니다.

사진 I - 3 요크셔 푸딩

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

① 도시 개발 정책

엄격한 건축 규정이 시대적 변화 요구에 따라 많이 완화되었으며, 2020년까지 10여 개의 고층빌딩이 런던 중심가에 들어설 예정입니다.

시티오브런던(City of London)에 들어선 '30St Mary Axe' 빌딩은 런던 도시개발을 대표하는 빌딩으로서, 런던의 새로운 랜드마크로 부상하였습니다.

이 빌딩에 대한 긍정적 반응으로 인해 런던시 당국은 예전에 비해 수월하게 빌딩 신축 허가를 내주고 있으며, 2020년까지 10여 개의 고층빌딩이 시내 중심가에 신축될 예정입니다.

사진 I - 4 런던 전경(좌), 리버풀 비틀즈 기념관(우)

② '창조도시'를 통한 영국 지역경제 활성화

영국 정부는 4년에 한 번씩 영국의 특정지역을 문화도시로 선정해 경제 및 관광을 활성화하는 정책을 펴고 있습니다.

2008년 EU 유럽문화 수도에 선정되었던 리버풀(Liverpool)은 음악분야(비틀즈), 스포츠 분야(축구팀 리버풀FC) 및 영화 분야(해리포터)로 관광객 약 1,500만 명을 유치했고 관광수입으로 1조 5천억 원의 수입을 올렸습니다.

2017년 문화도시로는 영국 헐(Hull)시가 선정되었으며, 장기적으로 60만 파운드(약 1,037억 원)의 경제적 파급효과를 기대하고 있습니다.

2) 투자 정책

① 영국 투자 환경

영국은 세계에서 비즈니스 여건이 가장 좋은 나라로 손꼽히는 곳입니다.

단돈 2파운드(약 4,000원)를 가지고도 개인이 수 시간 내 회사를 설립할 수 있을 정도로 시장이 개방돼 있으며, 초기자본과 인프라 제약 없이 창업이 가능합니다. 거의 모든 공공시설과 서비스가 민영화되어 공공요금이 유럽 최저 수준이라는 점도 비즈니스에 유리한 부분입니다.

하지만 세계 최고 수준의 고임금으로 인해, 인건비 부담이 기업 투자를 저해하는 요인으로 작용하고 있습니다.

또한 물가수준 및 부동산 가격이 매우 높아, 기업 운영비용, 사무실 임대료 및 주재원 주거비용 등의 부담이 큽니다.

② G20 국가 중 가장 경쟁력 있는 조세 제도

영국 정부는 기업들이 사업하기 좋은 환경 창출을 목표로 삼고, 장기적이고 전략적인 방향을 제시하기 위해 법인세 관련 정책을 수정하여 2010년 법인세 로드맵을 발간하였습니다.

현재 23%인 법인세를 2014년 4월 21%로 낮추었으며, 2015년 5월에 20%로 낮출 계획입니다. 이로써 영국은 G20 국가 중 가장 낮은 법인세율을 가진 국가가 될 예정입니다.

영국은 100여 개 국가와 조약을 맺고 있어, 전 세계 최대 조약 체결국 중 하나입니다.

지난 수십 년간 영국의 조약체결 정책은 이자에 대한 원천징수를 줄이고, 로열티를 최대한 줄이는 방향을 유지했습니다. 이런 조세 관련 조약은 이중과세를 최대한 방지하는 방향으로 체결되어 있습니다.

3) 이민 정책

영국 정부는 20만 명에 달하는 이민자 수를 2015년까지 수만 명 수준으로 줄이는 정책을 추진하고 있습니다.

이민자 수 감소 목표 달성을 위해 2011년 4월 6일부터 非 유럽연합(Non-EU)국가 출신 외국인 근로자 수의 연간 허용한도를 쿼터로 정해 관리하는 '이민쿼터제(Immigration Cap)'를 시행하고 있습니다.

신규 제정된 이민쿼터제의 대상은 체류자격 유형 Tier 1과 Tier 2에 해당하는 非 EU국가의 국민입니다. 대상자들이 취업비자를 받기 위해서는 PBS(Points Based System)에 따라 점수를 취득해야 합니다. 점수는 재정능력, 기술, 자격과 경력에 따라 차등으로 매겨집니다.

2011년 4월 발표된 非 EU국가 출신 근로자의 이민쿼터는 21,700명입니다.
이 중에서 20,700명은 숙련 노동자(Tier 2)대상자이고, 나머지 1,000명은 우수인력 유치대상에 해당하는 고숙련 노동자(Tier 1)에 해당합니다.

그림 I-4 영국 체류자격(Visa) 유형 출처: UK Border Agency

유형	대상자
Tier 1	고숙련 노동자 Highly-Skilled Migrants
Tier 2	일자리를 제공받은 숙련 노동자 Skilled Workers With a Job Offer
Tier 3	저숙련 노동자 Low Skilled Workers
Tier 4	학생 Students
Tier 5	임시직 노동자 Temporary Workers

[참고] 영국 체류자격(Visa) 유형

그림 I-5 영국 체류자격 상세 유형 출처: UKBA 홈페이지 www.ukba.homeoffice.gov.uk

유형	대상자
고숙련 노동자(Tier 1)	- 과거 고급기술이민비자 프로그램인 Highly Skilled Migrant Programme(HSMP) 제도를 통한 이민자에 해당하며 의사, 사업가, 투자자, IT기술자, 과학자, 학위취득 후 근로(Post-Study Work) 등 4개의 카테고리로 구분함 - 과거 HSMP제도와 마찬가지로 이민신청자에게 CEFR시험의 C1(ILETS 6레벨, 토플 550점 이상 요구(투자자 제외)) - 영국의 경제성장과 생산성에 공헌하는 고급기술을 가졌기 때문에 점수를 채우면 수를 제한하지 않음
숙련 노동자(Tier 2)	- 2008년 도입 - 영국 노동시장의 노동력을 보충하기 위해 회사에 고용된 기술인력로 과거 노동허가증 제도를 대체함 - 150만 유로 이하 연봉 근로자, 종교 지도자, 운동선수, 상사 주재원이 이에 해당함 - 신청 사전에 UKBA의 인증을 받은 고용주가 발행한 보증인 증명서를 제출해야함 - 노동허가와는 달리 영어시험능력을 요구(CEFR B1급 중상급, 토플 500-550 상당)
단기 비전문인력(Tier 3)	- 영국의 특정 분야의 비전문인력의 인력 부족을 해소하기 위한 비전문인력 대상 비자이며 종전의 계절 농업 인력과 Sectors Based Scheme(SBS)을 대체함 - 현재 신청 중단(영국이나 유럽의 노동만으로는 충족할 수 없다는 명확한 노동력 부족이 인정되는 경우에만 실시할 예정)
유학(Tier 4)	- 2009년 이후 모든 학생비자는 Tier 4에 속함 - 크게 성인과 아동으로 나뉨 - 후원자(Sponsor)로부터 후원을 받는 사실을 증명해야 함 - 과학 등의 분야 고급지식 보유한 대학 졸업생들은 추후 Tier 1로 편입 가능
단기 청소년교류 및 단기노동자(Tier5)	- 주로 비경제적인 목적으로 제한된 기간에 영국에서 일 할 수 있는 청소년 워킹홀리데이로 방문하는 청소년이나 공연을 위한 음악인, 국제협정기구 입국자 등

4) 식품 및 외식산업 정책

① 영국 보건부, 식품 성분 '신호등 표시제' 추진

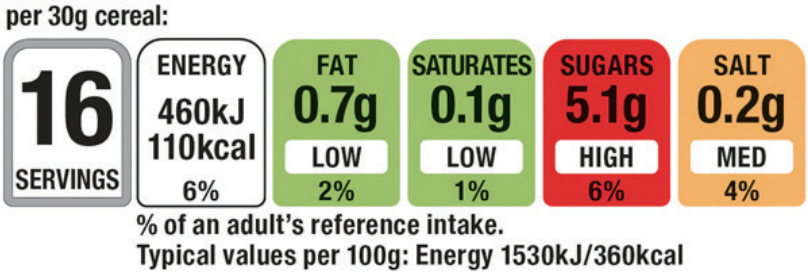
영국 보건부는 식품 포장에 칼로리와 함께 나트륨과 포화지방 등 성분 함량을 빨강, 노랑, 초록색으로 나타내는 식품 성분 '신호등 표시제'를 추진 중입니다.

신호등 표시제는 과체중이나 비만으로 인한 국민건강 위협 때문에 연간 50억 파운드(약 8조 2천억 원)가 넘는 비용이 발생하는 상황에서, 국민이 더 건강한 식품을 선택할 수 있도록 정보를 제공하는 취지의 제도입니다.

신호등 표시제가 시행되면 소비자들은 색깔만 보고 어느 성분이 많이 혹은 적게 함유됐는지 즉시 파악이 가능하게 됩니다.

그동안 영국에서는 일부 유통업체들이 자체적으로 영양 성분을 표기해 왔으나 방법이 제각각이어서 오히려 소비자 혼란만 유발하는 경우가 많았습니다. 금번 정책에는 테스코, 세인즈베리, 막스 앤 스펜서 등 자국의 대형 유통업체와 네슬레와 펩시 등 글로벌 식품 제조업체도 동참할 계획입니다.

영국 보건부는 식품 포장에 해당 식품의 '일일 권장량'도 함께 표시할 방침입니다.



② 음식점 위생 상태 표시제도 실시

영국 식품안전청(The Food Standards Agency, FSA)이 식품 위생을 위해 식당과 술집을 비롯해 전국적으로 실시하는 제도로 식품 위생 점수제도가 있습니다. 전국의 식당과 술집 위생상태를 점검하여 0~5점까지의 점수를 부여하는 제도입니다.

객관적이고 투명한 정보 제공을 위해 영국 식품안전청의 검열 단속원을 통한 검열을 실시합니다. 이는 소비자들이 안심하고 영국의 레스토랑을 방문할 수 있도록 하기 위해서입니다.

점수제도를 실시하는 범위는 배달 식당을 비롯해 카페, 샌드위치 가게, 술집, 호텔, 학교, 병원 보호소 등 여러 곳을 포함합니다.

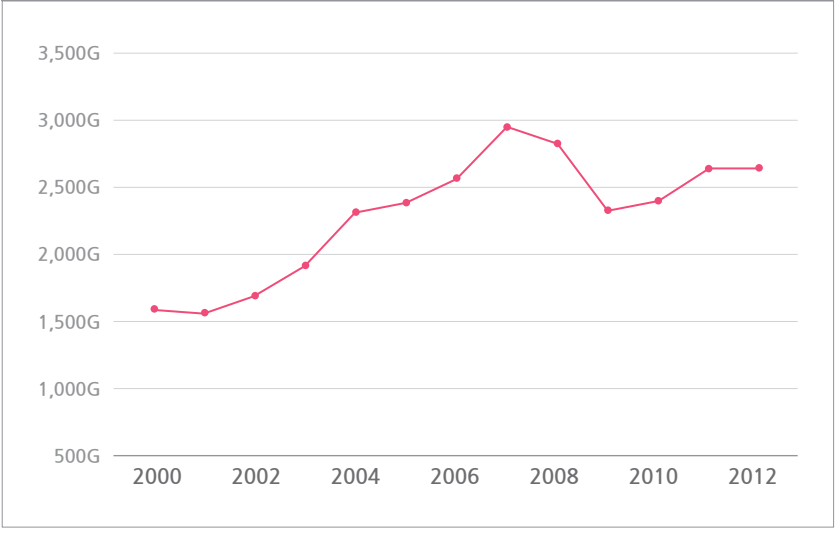
5점은 매우 좋음, 4점은 좋음, 3점은 만족, 2점은 청결 상태 개선 필요, 1점은 위생상태 개선 시급, 0점은 위생상태 개선 매우 시급을 나타냅니다.

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모

영국의 국내총생산(2013년 기준)은 전년 대비 0.8% 증가한 2조 5,400억 달러(약 2,945조 원) 규모입니다.

그림 I-6 영국 GDP 추세 출처: The World Bank



1인당 국내총생산(2013년 기준)은 41,589달러(약 4,576만 원) 수준입니다.

산업 섹터(Sector)별 국내총생산은 3차 산업(서비스) 78.9%, 2차 산업(제조) 20.5%, 1차 산업(농업) 0.7%순으로 구성됩니다. (2013년 기준)

런던의 국내총생산(GDP) 규모는 영국 전체의 약 22%(2012년 기준)를 차지하는 5,588억 달러(약 615조 원)이며, 1인당 국내총생산 규모는 60,258달러 (약 6,630만 원, 2013년 말 기준)입니다.

런던 중심부인 Inner London의 1인당 경제적 부가가치(GVA) 수준은 127,127파운드(약 2억 2천만 원)으로 EU에서 가장 부유한 지역 10곳 중 하나에 포함됩니다.

영국 기준 세부 산업별 규모를 살펴보면 2012년 기준 부동산 서비스업이 11.33%로 전체 GDP에서 가장 큰 비중을 차지한 것으로 나타났습니다. 부동산 서비스업에 이어 자동차 시장(11%), 금융 및 보험 시장(8.1%), 교육 서비스업(6.7%) 순으로 높은 비율을 차지했습니다.

런던 기준 세부 산업별 규모를 살펴보면 2011년 기준 금융 및 보험 서비스업이 19.8%로 전체 GDP에서 가장 큰 비중을 차지한 것으로 나타났으며, 비즈니스 서비스 활동(17.1%), 공공 행정 및 교육, 건강 서비스업(13.9%), 부동산 서비스업(9.8%) 순으로 높은 비율을 차지했습니다.

2) 외국인 투자 유치

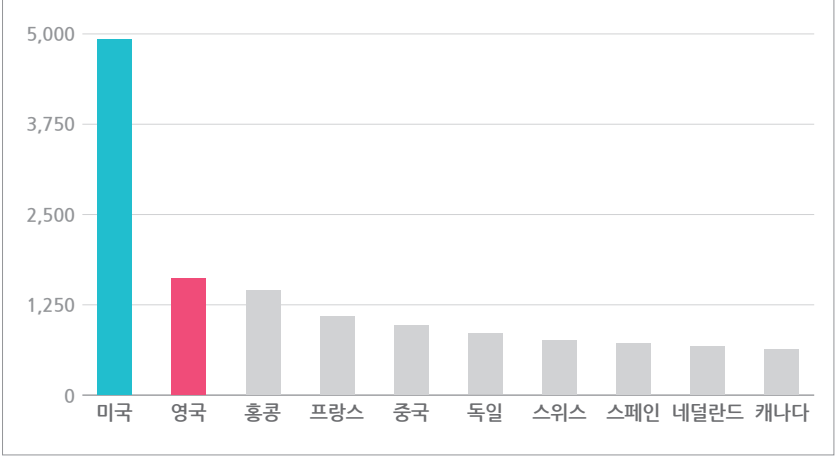
국제연합무역개발협의회(UNCTAD)가 최근 발간한 세계투자보고서 2014에 따르면 영국은 유럽 국가 중 해외직접투자(FDI) 잔액(외국인투자자의 지분의 총 가치) 1위 보유국으로 확인됐습니다.

UNCTAD에 따르면 2012년 전 세계 FDI는 18% 하락했다가, 2013년 8% 증가하며 회복세로 돌아섰습니다. 전 세계 FDI 잔액은 25조 달러입니다. 영국으로 유입된 FDI 잔액은 2013년 8% 증가했으며 1조 6천억 달러에 달하며, 영국의 FDI 잔액 보유의 증가율은 유럽의 평균 성장률인 7%를 웃도는 것입니다.

또한 세계투자보고서에 다르면, 영국은 유럽에서 국내 FDI 보유량이 가장 많고, 전 세계에서도 미국 다음으로 가장 많은 국가입니다.

그림 I-7 국가별 내부 FDI 보유량 (십억 달러)

출처: 2014 World Investment Report, UNCTAD(2014년 6월 자료 기준)



외국인 투자가 영국경제 전반의 성장과 산업경쟁력 제고에 커다란 역할을 하고 있습니다.

2013년의 경우, 자동차·항공우주·첨단공학 등 고도기술 제조기업의 성장으로 인해 외국인투자가 최고치를 기록했습니다. 산업부문별 투자 동향은 다음과 같습니다.

그림 I-8 산업부문별 투자프로젝트 건수와 일자리 개수 현황

출처: 영국 무역투자청 2013/2014 회계연도 기준

부문	프로젝트 건수	일자리 개수
첨단 제조업	**418**	**37,204**
에너지 및 인프라	**310**	**31,261**
금융 및 전문 서비스	385	21,661
창조 산업 및 ICT	400	12,466
생명과학	156	4,473
전자 및 통신	104	4,296
합계	1,773	111,361

영국 투자청 Inward Investment Report 2013/2014 따르면, 2013년 대(對) 영국 직접투자국 투자금액 기준 1위는 201건의 투자 프로젝트를 진행한 미국이었습니다. 이는 전체 투자 프로젝트의 27%에 해당하며, 미국은 이를 통해 총 23,424개의 신규 일자리를 창출하였습니다.

전년 대비 괄목한 만한 성장을 보인 투자국은 캐나다로 총 89건의 프로젝트를 통해 1,526개의 신규일자리를 창출하여 전년 대비 41%의 성장세를 보였습니다. 유럽 국가 중 프랑스와 독일이 각각 110건, 102건의 프로젝트를 통해 전년 대비 각각 18%, 31%의 성장세를 보였습니다.

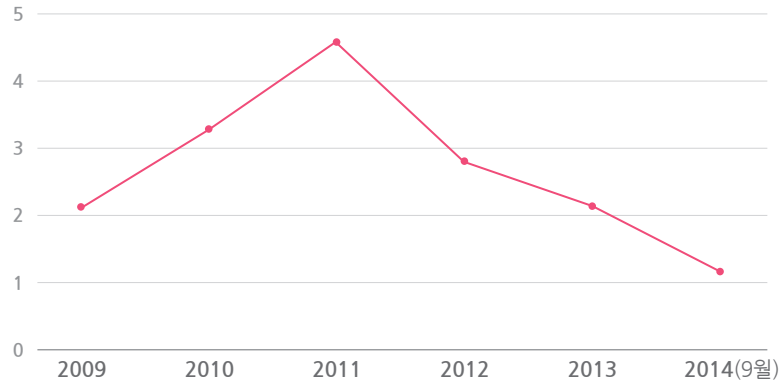
그림 I-9 대(對)영 국가별 직접투자 현황 (건수 및 일자리 창출기준)

출처: UKTI Inward Investment Report 2013/2014

순위	국가명	프로젝트(건)	일자리(건)
1	**미국**	**201**	**23,424**
2	**일본**	**116**	**3,040**
3	**프랑스**	**110**	**4,813**
4	독일	102	6,170
5	캐나다	89	1,526
6	중국	88	1,812
7	인도	74	4,482
총계	전체국가	1,017	51,726

3) 물가 상승률 변화

그림 I-10 영국 연도별 물가 상승률 (%) 출처: CPI 기준, ONS



2011년 VAT 인상 등으로 4%대로 상승했던 소비자 물가 상승률이 2년 이후 2%대로 안정되었습니다.

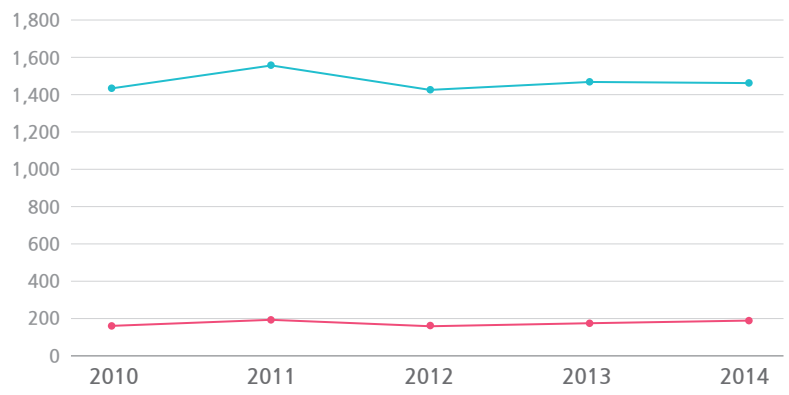
월별 물가 상승률을 보면, 2014년 초 파운드화 약세 등의 영향으로 2.7~2.8%의 상승세를 보이던 물가는, 4월 유류 하락 등으로 1%대로 하락하였습니다.

IHS글로벌인사이트의 하워드 아처 유럽지역 수석연구원은 "슈퍼마켓들이 식료품 가격을 둘러싸고 경쟁을 벌이고 있는 상황에서 유가가 5년래 최저로 떨어지면서 현재 인플레이션 환경이 특히 약화됐습니다"고 설명했습니다.

2014년 9월 물가 상승률은 1.2%로, 전월 기록 1.5%와 시장 전망치 1.4%를 모두 밑도는 것이며, 지난 2009년 9월 이래 가장 낮은 수준입니다.

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

그림 I-11 가처분소득 변화 및 식음료 지출 (USD Billion) 출처: Euromonitor



2014년 기준 영국 국민의 가구당 연 가처분 소득은 27,029달러(약 2,995만 원) 입니다.

영국 국민의 연 가처분소득은 2013년 기준, 전년 대비 3.26% 상승한 1조 4,610억 달러(약 1,574조 원)입니다. 연 가처분소득의 증가와 함께 식음료 지출액도 늘어나는 추세입니다.

영국인은 다른 국가에 비해 낮은 식비 지출을 나타내고 있는데, 평균적으로 전체 가계 지출의 약 12%를 식비에 소비하고 있는 것으로 조사되었습니다. 영국 국민의 식음료 지출 금액은 2013년 기준, 전년 대비 2.36% 상승한 1,770억 달러(약 191조 원)입니다.

5) 경제 동향

영국의 경제는 지난 2012년 3/4분기에 GDP 증가율 1%를 달성, 근 5년 사이 최고치를 기록하며 더블딥(이중침체)을 탈출해 호황기에 진입했다는 평가를 받았습니다.

2013년에는 연평균 0.8%의 증가율을 기록했으며, 물가상승률(CPI)은 1.6%, 실업률은 6.9%였습니다. 2014년 1분기에 이어 2분기에도 전분기 대비 0.8%의 성장률을 기록하였고, CPI는 6월 기준 2%, 실업률은 6.5%를 기록하여 안정적 성장세에 접어든 것으로 보입니다.

생산 부문은 주력 시장인 유로존의 시장규모 축소로 인해 생산 활동이 줄어 2012년 2/4분기 이후 계속해서 소폭 감소세를 보였습니다.

2013년 1분기에도 1.2% 감소하였으나, 경기 회복과 영국 내 신용경색 회복으로 인해 연간 전체 산업생산은 전년대비 0.9% 증가하였습니다.

4년 차를 맞이한 'Tech City'는 본격적으로 런던 및 영국 경제에 직접적인 영향을 미치기 시작했습니다.

2009년부터 2012년까지 기술/디지털 회사 수는 49,969개에서 88,215개로 76%의 성장을 보였습니다. 런던 일자리 수 증가의 27%가 'Tech City'에 의해 발생했으며, 약 58만 2천 명이 Tech City에서 일을 하고 있습니다.

'Tech City'에는 페이스북(Facebook), 구글(Google), 트위터(Twitter), 아마존(Amazon), 마이크로소프트(Microsoft) 등이 위치해 있습니다.

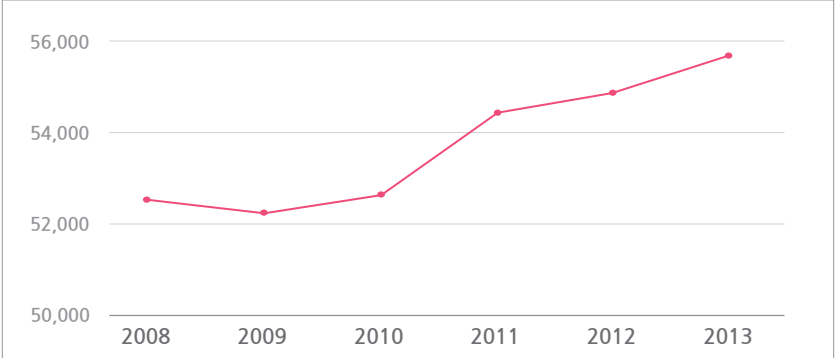
3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

① 외식산업 규모

그림 I-12 영국 매출액 기준 외식산업 규모 (GBP Million) 출처: Euromonitor



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
매출액 (GBP Million)	52,746	52,149	52,620	54,234	54,639	55,585

영국의 외식 산업은 매출액 기준 2008년~2013년에 연평균 1.1% 증가했으며, 2018년까지는 연평균 0.3% 증가할 전망입니다.

배달/테이크 아웃 전문점은 지난 5년간 4.0%의 성장률을 보여 가장 크게 성장했습니다. 셀프 서비스 카페테리아 역시 2.6%의 성장을 보이며 시장점유율을 높였습니다.

반면에 카페/바는 마이너스 성장을 보이며 시장점유율을 잃고 있습니다.

2018년까지의 전망 기간 동안, 카페/바 및 셀프 서비스 카페테리아는 마이너스 성장률을 보일 것으로 전망되며, 특히 배달/테이크 아웃 전문점 및 패스트푸드는 약 1.0%의 성장률을 보이며 가장 성장할 것으로 기대됩니다.

풀서비스 레스토랑 및 노점/키오스크는 플러스 성장률을 보일 것으로 전망되지만, 시장 전체 성장률과 비슷한 성장률을 기록하여 시장점유율을 유지할 것으로 전망됩니다.

② 업태별 현황

그림 I-13 2013년 업태별 매출액 기준 구성비 (%) 출처: Euromonitor

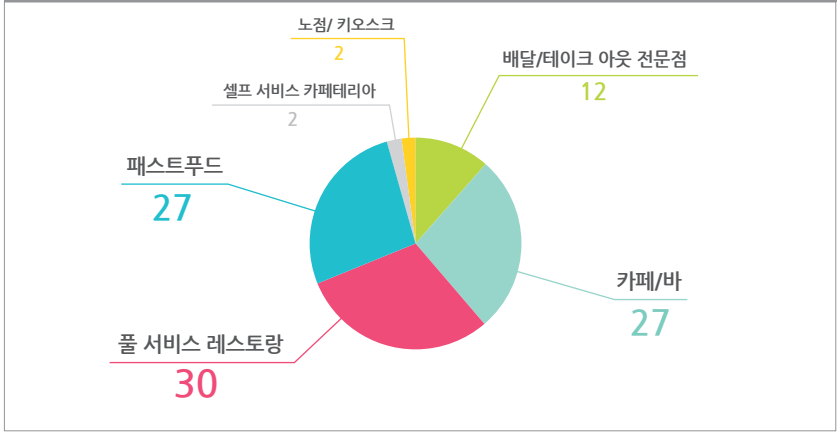


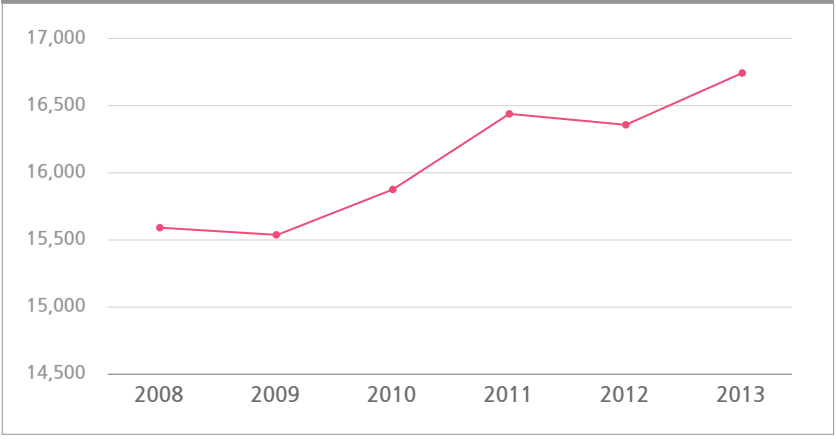
그림 I-14 외식산업 업태별 현황 - 매출액 기준 (GBP Million) 출처: Euromonitor

	2008	2013	
		GBP Million	CAGR (08~13)
외식산업	52,746	55,585	1.1
배달/테이크 아웃 전문점	5,263	6,391	4.0
카페/바	16,135	15,143	-1.3
풀서비스 레스토랑	15,574	16,769	1.5
패스트푸드	13,652	14,904	1.8
셀프 서비스 카페테리아	1,060	1,206	2.6
노점/키오스크	1,062	1,173	2.0

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

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장

그림 I-15 영국 풀서비스 레스토랑 매출액 규모 (GBP Million) 출처: Euromonitor



풀서비스 레스토랑의 2013년 매출액은 약 168억 파운드(약 18조 1천억 원)를 기록하였습니다.

2008년~2013년 동안 매출액 기준 연평균 1.1%의 성장률을 기록한 외식산업 시장에서 풀서비스 레스토랑은 연평균 1.5%의 성장률을 기록하여 시장점유율을 높여 갔습니다. 하지만 이는 마이너스 성장률을 기록한 카페/바를 제외하면 가장 낮은 성장률입니다.

영국이 경기회복에 진입한 덕분에 외식산업은 2018년까지 매출액 기준 0.3%의 성장률을 기록할 전망이며, 풀서비스 레스토랑은 0.3%의 성장률을 기록하여 시장점유율을 지속적으로 유지할 전망입니다.

풀서비스 레스토랑 내에서는 Pizza Express(Gondola Holdings Plc.)가 10.4%, Pizza Hut (Yum! Brands Inc.)이 7.6%, Harvester(Mitchells & Butlers Plc.)가 7.6%의 시장점유율로 선두를 달렸습니다.

2) 외식시장 트렌드

① 프리미엄 시장의 변화와 함께 나타난 도전 및 기회

경기 침체 동안 온라인 쇼핑의 출현과 함께 15년 이상 지속돼오던 영국 프리미엄 시장 문화에 중요한 변화가 생겼습니다. Clinton's Cards 등 총 8개의 회사가 폐업했으며, 4,000개 이상의 프리미엄 점포가 가게문을 닫았습니다.

프리미엄 기업들이 몰락한 자리에 대체 기업들이 생성되지 않았으며, 이제 많은 회사들은 온라인을 기반으로 설립되어지고 있습니다. 소비자 식품 시장 관점에서 패스트푸드, 바/펍, 커피 전문점과 같은 프리미엄 시장 근처에 위치한 레스토랑들은 소비자들의 발걸음이 줄어들었으며, 매장 내 빈 자리가 늘어났습니다.

그러나 흥미로운 점은 영국 경기 침체로 인한 초반의 어려움 이후, 소비자 식품 시장이 프리미엄 시장의 새로운 아이디어와 함께 반응하기 시작했다는 것입니다.

프리미엄 시장의 매장들은 단순히 쇼핑만을 위한 장소가 아닌, 쇼핑이 가능한 사교장소로 사회적인 역할 변화를 꾀하기 시작했습니다.

변화의 가장 명백한 수혜자는 커피 전문점입니다. 커피 전문점은 소비자 식품 시장 내에서 작은 점유율을 차지하고 있었지만 가장 중요한 시장으로 성장했으며, 전 세계 시장 중에서도 가장 빠르게 성장하고 있는 업태입니다.

커피 전문점은 비용 면에서 소비자들에게 부담스럽지 않을 뿐더러, 음식을 주문한 후 오래 기다리지 않아도 된다는 장점이 있습니다. 게다가 일은 물론이고, 휴식, 친목도모까지 가능해 소비자들한테 매우 이상적인 공간입니다.

노점/키오스크의 경우 프리미엄 시장 근처에서 소비자들이 쇼핑을 마친 후 보다 저렴한 지역 농산물을 살 수 있도록 지원하고 있습니다. 이를 통해 소비자들이 지역 경제에 기여하고 있다는 느낌을 주면서 매출 신장을 도모하고 있습니다.

소비자 식품은 특성상 온라인 구매가 불가능하기 때문에, 프리미엄 시장 근처에 위치해 혜택을 누릴 수 있습니다.

커피 전문점은 프리미엄 시장에서 지속적으로 확대될 것으로 보이며, 노점/키오스크 및 패스트푸트 매장도 독립적이고 좀 더 고급화된 브랜드와 함께 다양화를 시도할 것으로 전망됩니다.

② 유기농 제품의 인기

영국에서 유기농 제품의 인기가 식을 줄 모르고 있습니다.

영국 유기농 시장은 22억 파운드(약 3조 8,367억 원) 규모로 2019년까지 큰 변화없이 유지될 전망입니다. 영국 토양협회에서 2014년 발표한 자료에 따르면, 영국 유기농 식품 판매가 2013년에 비해 약 2.8% 상승한 17억 9,000만 파운드(약 3조 1,217억 원)의 판매실적을 기록했다고 합니다.

영국에서 유기농 식품은 농장에서 직접 키운 유기농 재료가 95% 이상 들어간 경우에만 '유기농'표시가 가능하며, 이를 길거리 가판에서 판매하는 것은 금지되어 있습니다.

또한, 영국 토양협회 유기농 인증마크는 농약, 화학 비료 사용을 금지하며, 인증을 받은 후 매년 심사를 통과해야 합니다.

그림 I - 16 영국 토양협회 유기농 인증마크(좌), 유기농 식품 매장(우)

③ 바(Bar)/펍(Pub)의 음식시장 진출

소비자 식품 시장에서 식품 판매는 지속적으로 증가하고 있습니다. 바/펍이 식품 판매에도 집중하는 추세이기 때문입니다.

현재 영국의 소비자 식품 시장 트랜드는 음료보다는 음식으로 바뀌고 있습니다. 이는 지난 20년간 영국 소비자 식품 시장 내에서 다양성이 확장됐기 때문으로 보입니다. 영국 미디어 또한 에스닉 음식을 포함하여 음식의 기원 및 조리법 등에 더 많은 시간을 할애하고 있습니다.

바/펍 시장의 선두 회사들은 이러한 추세를 파악하고 산업에서 성공하기 위한 방법을 깨닫기 시작했습니다.

바/펍이 더 이상 가난한 장소로 간주되지 않는 사회 문화적 변화로 인해, 소비자들은 이제 바/펍에서도 다양한 외식을 즐길 것으로 보입니다. 비록 낮은 레벨의 바/펍은 풀서비스 레스토랑으로 옮겨가는 소비자들을 잃게 되겠지만, 다른 시각에서 보면 중간 레벨의 바/펍한테는 새로운 기회가 되는 셈입니다.

④ 음식에 대한 사회적 관심 증대

최근 영국인들은 요리에 대해 '즐거움'이란 인식을 갖게 되었으며, 아울러 음식에 대한 사회적 관심이 증대되고 있습니다.

스타 셰프 제이미 올리버(Jamie Oliver)의 영향으로 영국인들이 요리에 더욱 관심을 갖게 되었고, '셰프'는 영국 젊은이들이 가장 선망하는 직업으로 떠오르게 되었습니다.

최근 영국 관광청은 영국 각 지역 특산물과 관광을 연계한 창의적인 프로그램인 'Taste Britain' 개발에 주목하고 있습니다. 또한, 지역 전통음식을 다문화 음식과 결합시켜 음식과 관련된 다양한 행사를 개최하고 있습니다.

⑤ 아시안 요리 체인점의 지속적 성장

아시안 음식은 최근 몇 년 동안 저렴한 가격과 다른 음식들에 비해 건강식으로 인식되는 경향 덕분에 빠르게 성장했습니다. 또한 프리미엄 건강식품 중심의 트렌드는 아시안 제품에 대한 소비자들의 수요까지 넓혔습니다.

새로운 음식을 경험하고 싶어하는 영국 소비자들 때문에 아시안 음식의 매출은 상승했습니다.

영국 소비자 식품 시장의 건강한 식생활 트렌드로 인하여, 건강식으로 간주되는 아시안 음식은 추가 혜택을 받았습니다. 영국 소비자들이 경제 침체와 더불어 저렴한 식당을 찾기 시작하며, 2013년 아시안 풀서비스 레스토랑의 성장세는 둔화됐지만, 아시안 요리 체인점의 외식시장 규모는 매출액 기준 11% 상승했습니다.

Wasabi와 Itsu Sushi같은 체인점은 일본 음식을 저렴한 가격으로 배달하여 성공했습니다. 이러한 성공으로 Wasabi의 창업자는 본사인 런던에서 한국 음식도 판매하기 시작했으며, 다른 3개 지점에서는 낮에는 한국 요리를 배달하고 밤에는 같은 메뉴의 저녁식사를 제공하고 있습니다.

스시 등 일본음식의 성공은 스시와 일본 음식이 여전히 영국에서 새롭고 흔치 않다는 이국적인 느낌과, 점심을 빠르게 해결하려는 부유한 소비자를 타깃으로 하는 영리한 마케팅 때문입니다. 서비스 산업에 크게 의존하는 영국경제의 특성과 사무실 환경 및 영국의 인구통계학적 특성의 변화를 잘 짚어낸 것으로 보입니다.

특히 런던은 영국 내에서 가장 부유하고 세계화에 관심이 있는 사람들이 모여있는 곳으로, 세계의 음식 및 건강식을 찾는 사람들이 증가하고 있습니다.

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

영국인은 보수적인 성향이 강하며 브랜드 충성도 또한 매우 높습니다. 기존에 사용하던 제품과 확연한 차이가 없는 이상 소비패턴을 바꾸려 하지 않으므로 신규 상품은 차별화 전략이 중요합니다.

영국의 소비자는 가격보다는 제품이 얼마나 좋은 품질인지, 브랜드 신뢰도가 좋은지, 사후관리는 확실한지 등의 여부를 따지기 때문에 명품 브랜드 제품이 높은 가격에도 불구하고 잘 팔립니다.

이러한 이유 때문에 제품과 서비스 질이 오랜 기간을 거치며 입증된 브랜드를 선호하며, 이는 오래된 브랜드일수록 더 큰 신뢰를 보내는 영국인의 소비문화를 형성했습니다.

Ben Sherman

LONDON FOG.

fcuk

Dr. AirWair Martens

그러나 금융위기 이후, 영국인들도 무조건 가격만을 따지는 저가선호 소비문화에 익숙해졌습니다. 이 때문에 초저가 소매체인의 확산과 고가제품을 모방한 저가제품의 유행이 지속되고 있습니다.

금융위기 이후 새로 형성된 소비스타일을 “금융위기식 소비(Credit Crunch trend)"라고 부릅니다.

‘금융위기식 소비’는 전통적인 영국인의 소비성향과 달리 브랜드 가치를 무시하며, 제품의 질이나 디자인 등이 기존에 잘 알고 있던 유명 브랜드와 유사할 경우 저가제품을 선호하는 소비스타일을 지칭합니다.

2) 외식소비 특성

미식가라 불리는 부유한 소비자들은 요리법에 관심이 많습니다.

이러한 현상은 제이미 올리버와 나이젤라 로슨과 같은 유명 요리사와 요리책의 인기와 "더 그레이트 브리티쉬 베이크 오프(The Great British Bake Off"와 "마스터쉐프(Master Chef)" 같은 TC 요리 프로그램으로 확인이 가능합니다.

소비자의 상당수는 온라인으로 찾은 요리법을 따릅니다. 이들은 신선한 재료에 관심이 많으며, 일부는 직접 재배하기도 합니다. 고기의 경우, 전문점 또는 유기농 식재료를 구하기 위해 먼 거리를 운전해서 가는 경우도 있습니다. "미식가 여행"이라 불리는 여행은 프랑스, 스페인 및 이탈리아에 직접 가서 지역 음식을 즐기는 여행으로, 점점 일반화 되어가고 있습니다. 스타일리스트 블로그(Stylist.co.uk)에 따르면 지루한 호텔 조식 뷔페는 더 이상 요리로 생각하지 않는 경향이 강해지고 있다고 합니다.

최근 트렌드 중 하나는 바비큐 음식에 대한 관심 증가입니다.

'Grillstock' 페스티벌의 창시자 존 핀치(Jon Finch)에 따르면, 바비큐로 대표되는 미국 요리도 이탈리아 요리, 중국 요리, 멕시코 요리처럼 독특한 음식문화라 합니다.

이것은 단지 모닥불에 고기 조각을 굽는 것만을 의미하는 것은 아닙니다. 어떤 요리는 15시간 동안 천천히 굽습니다. 이렇게 요리된 미국 요리는 입에서 녹는 아주 부드러운 고기가 된다고 합니다. 이러한 음식은 미식가는 아니더라도 음식을 좋아하는 사람들의 입맛에 잘 맞습니다.

영국 사회는 점점 세계화 되어가고 있으며, 이러한 현상은 음식 문화에도 반영됩니다.

영국 사람들은 해외여행 및 에스닉 식당으로 인해 친숙해진 중국 요리(Chinese), 태국 요리(Thai), 이탈리아 요리(Italian), 스페인 요리(Spanish), 멕시코 요리(Mexican) 등을 가정에서 요리합니다.

재료는 주로 에스닉 전문 식료품점에서 구입합니다. 슈퍼마켓 체인점 또한 점점 에스닉 식료품을 판매하기 시작했으며, 테스코(Tesco)는 2010년부터 할랄 바비큐 음식을 판매하기 시작했습니다. 무슬림 인구 밀집 지역의 일부 테스코 매장도 전용 할랄 고기 카운터를 가지고 있습니다.

외식은 많은 사람들한테 일반적인 식사가 아닌 특별한 경우에 가지는 이벤트가 되었습니다.

Hospitality GEM의 2014년 5월 설문조사 결과, 응답자의 77%가 월말 뱅크홀리데이(Bank Holidays) 기간 동안 펍이나 레스토랑을 방문할 계획이라고 대답했습니다. 식당 선택 시 친구나 가족의 추천(응답자의 24%) 및 가격대(19%)가 가장 중요한 요인이라 대답했으며, 응답자의 27%가 정원이 있는 곳에서 외식을 하고 싶다고 대답했습니다.

2007년 대비 2012년 영국 1인당 식품 지출금액은 15.1% 감소하여 887 파운드(약 153만 원)를 기록하였습니다.

카페/바(Bar), 풀서비스 레스토랑 및 패스트푸드 매장은 모두 타격을 받았습니다.
하지만 배달/포장, 셀프 서비스 카페테리아, 피자 부분의 소비자 식품 시장은 안정적이었습니다.
가정 위주의 생활이 이러한 추세에 기여했으며, 이 소비자들은 홈메이드 요리 및 배달/포장 요리와 함께 집에서 사교생활을 즐기는 것으로 나타났습니다.

많은 노동자들이 보다 많은 시간을 일하게 되면서 배달 음식을 외식보다 편하고 저렴한 대안으로 고려하고 있습니다. 그럼에도 카페/바(2012년 1인당 소비액은 236파운드, 약 40만 원), 풀서비스 레스토랑(260파운드, 약 45만 원), 패스트푸드(226파운드, 약 38만 원)는 여전히 식품 소비자 시장의 대부분을 차지합니다.

소비자들이 경제적인 여건을 고려하기 시작하면서, 패스트푸드가 풀서비스 레스토랑의 저렴한 대안으로 성장하고 있습니다. Marketing Week에 따르면, 어른들은 패스트푸드점에서 데이트를 하거나 가족식사를 하는 등 패스트푸드를 자주 찾는 것으로 나타났습니다.
이런 추세 덕에 Gourmet Burger Kitchen, Honest Burgers, Fine Burger Company와 같은 프리미엄 햄버거 체인점을 영국 내에서 흔히 볼 수 있게 되었습니다.

영국은 전 세계에서 차(Tea)의 나라로 알려져 있지만, 커피 섭취량도 점점 늘어나고 있습니다.

저축 관련 애플리케이션 OrSavelt의 설문조사 결과에 따르면, 22%의 영국 가정이 커피 메이커를 보유한 것으로 나타났습니다. 네스프레소 같은 인기 커피 브랜드가 중요한 역할을 한 것으로 보입니다.

테이크 아웃 커피를 마시는 소비자들은 1년 평균 393파운드(약 67만 원)를 지출하는 것으로 나타났습니다. 이들 중 70%는 커피 마시는 것을 줄이고 싶다고 대답했습니다.

영국 1인당 증류주 구매량은 2007년부터 2012년까지 5리터로 일정하게 유지되었습니다. 소비자들이 저축을 위해 가정에서 사교를 하기 시작했으며, 이는 증류주 구매를 증가시켰습니다.

칵테일의 인기도 중요한 역할을 했습니다. 1인당 다크 럼(Dark Rum) 구매량은 2012년 기준 2007년 대비 37.1% 증가했습니다. 1인당 보드카(Vodka) 및 럼(Rum) 구매량도 증가했지만, 위스키(Whisky)는 감소했습니다.

테스코(Tesco)에 따르면, 모히토 칵테일(Mojito cocktail)의 인기가 많아지며 주재료인 럼의 판매량이 늘어났고, 그 덕에 가장 빠르게 성장하고 있는 증류주가 럼이 되었다고 합니다.

대부분의 맥주는 하이퍼마켓(2012년 39.3%)과 슈퍼마켓(19.8%)에서 판매됩니다.

하이퍼마켓과 슈퍼마켓은 와인 시장에서도 선두 판매처이며, 2012년 기준 각각 42.1% 및 22.7%의 점유율을 보였습니다. 증류주 시장에서는 음식/음료 전문점이 18.5%의 시장 점유율을 차지했고, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓은 각각 37.9% 및 17.8%의 점유율을 기록했습니다.

인터넷은 알코올음료를 공급하는 새로운 판매처로 성장하고 있으며, 2012년 기준 맥주시장의 4%, 증류주 시장의 4%, 와인 시장의 7%의 점유율을 기록했습니다. 소규모 전문매장은 소비자들이 더 좋은 판매처를 찾아 떠나면서, 알코올음료 시장에서 점점 점유율을 잃고 있습니다.

2005년 이후 펍, 클럽 및 레스토랑은 알코올을 하루 24시간 제공할 수 있게 됐습니다. 그러나 지방자치단체가 영업시간을 제한할 수 있어 실제로 그런 경우는 거의 없습니다.

2006년 JD Wetherspoon의 한 펍 체인점이 오전 9시까지 알코올음료를 제공하지는 않지만, 오전 7시에 문을 연다는 사실만으로 이슈가 되었습니다. 이 사업은 영국 전체에서 성공하면서, JD Wetherspoon 체인점 대부분은 오전에 영업을 시작해 아침 식사와 커피, 차 등을 제공합니다.

스포츠와 에너지 음료의 판매는 빠르게 증가하여, 2012년 기준 2007년 대비 7.4리터에서 9.9리터로 상승하였습니다. 레드불, 파워에이드, 몬스터 같은 브랜드가 이러한 성장의 대부분을 주도하고 있습니다. 에너지 음료가 청소년의 건강에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 미디어의 홍보가 있지만, 시장에 영향을 미치지는 못하고 있습니다.

에너지 음료는 인기조합인 '보드카와 레드불'처럼 지속적으로 알코올음료의 믹서로 사용될 것으로 보입니다. 또한 2012년 런던 올림픽의 성공은 스포츠와 에너지 음료에 대한 수요를 증가시켰습니다.

최근 몇 년 동안 영국에서 알코올 소비는 크게 떨어졌으며, 특히 맥주가 가장 심한 타격을 받고 있습니다.

15세 이상 성인 1인당 맥주 소비량은 2012년 기준 2007년 대비 20.6% 감소하여 72리터를 기록하였습니다. 금융위기가 중요한 역할을 하고 있는 것으로 나타났습니다.

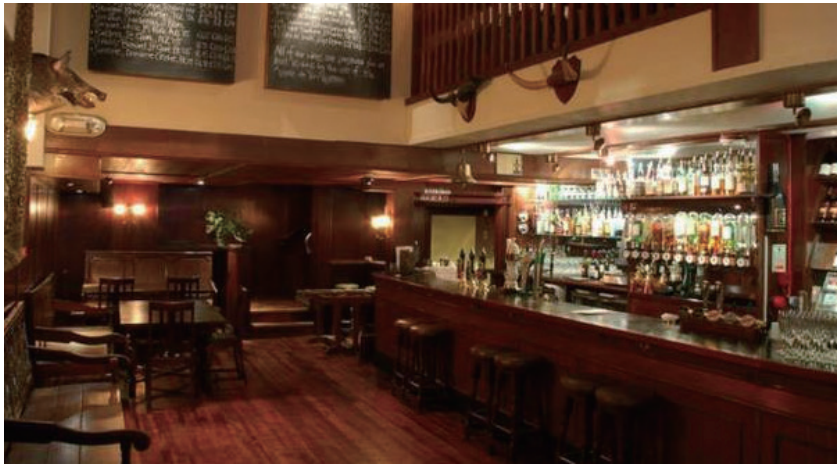
Family Food 2011에 따르면 환경, 식품 및 농업부의 조사 결과 저소득층의 가구는 금융위기로 인해 알코올음료 가격에 민감한 것으로 나타났습니다. 영국 맥주 및 펍 협회에 따르면 2004년 대비 2012년의 총 알코올 소비량은 16% 감소한 것으로 나타났습니다.

영국 소비자가 저축을 위해서 외식을 덜 하고 가정에서 알코올음료를 섭취하면서, 바(Bar)/펍은 더욱 심하게 타격을 받았고 실제로 많은 바/펍이 문을 닫았습니다.

맥주와 펍 그룹인 the Campaign for Real Ale(CAMRA)의 데이터에 따르면 2012년 하반기 매주 평균 16개의 가게가 문을 닫은 것으로 나타났습니다.

흥미로운 점은 런던 및 멘체스터 같은 대도시의 프리미엄 시장 근처에 위치한 펍은 여전히 퇴근하는 사람들로부터 혜택을 받고 있다는 겁니다. 이에 반해 지방에서는 소비자들이 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓에서 알코올음료를 구매하고 가정에서 마시는 경향 때문에 문을 닫는 곳이 지속적으로 늘고 있습니다.

여기에 2007년부터 실시된 실내 금연법에 의해 흡연자들도 술집을 멀리하게 되었습니다.



3) 외식소비 심층분석

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

런던 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.

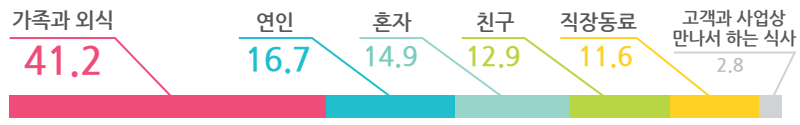
① 상황별 식당 선택 기준

그림 I-17 상황별 식당 선택 기준 Top5

	혼자	직장동료	고객(사업)	가족	연인	친구
1	맛 (61.4%)	맛 (36.0%)	맛 (28.2%)	맛 (41.4%)	맛 (37.4%)	맛 (39.6%)
2	가격 (16.4%)	가격 (20.0%)	분위기 (14.0%)	가격 (23.2%)	분위기 (15.8%)	가격 (21.4%)
3	청결/위생 (6.4%)	분위기 (6.0%)	가격 (8.0%)	청결/위생 (6.4%)	가격 (11.2%)	분위기 (6.0%)
4	영양 (3.4%)	위치 (6.0%)	청결/위생 (6.6%)	분위기 (5.6%)	청결/위생 (4.6%)	청결/위생 (5.2%)
5	위치 (2.8%)	청결/위생 (5.4%)	위치 (4.2%)	영양 (4.4%)	다양한 메뉴 (3.4%)	위치 (3.8%)

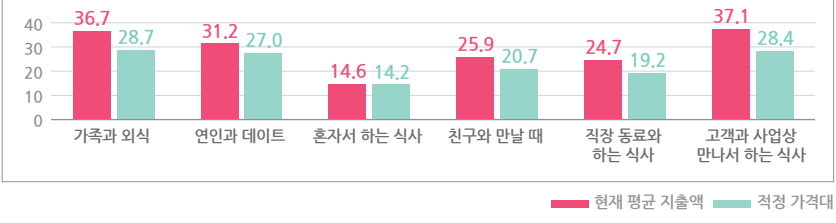
② 외식하는 상황[1]

그림 I-18 외식 상황 비중 (1순위 기준, %)



③ 상황별 외식 지출액 및 적정 가격대

그림 I-19 상황별 외식 지출액 및 적정 가격대 (파운드)

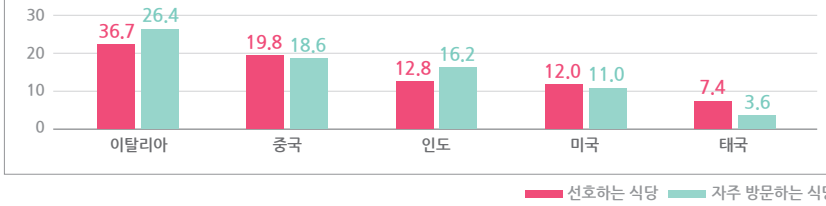


[1] 상황별 식당 선택 기준 질문에서 모두 '해당없음' 항목을 선택 한 응답자 제외 (N=498)

④ 식당 종류

런던 소비자들이 가장 선호하고, 자주 방문하는 에스닉은 '이탈리아 식당(Italian)'으로 나타났습니다.

그림 I-20 선호 및 자주방문 식당 종류 (%)



⑤ 식당 형태

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

그림 I-21 식당 형태별 '선호하는 식당 형태' 및 '자주 방문하는 식당 형태' (%)

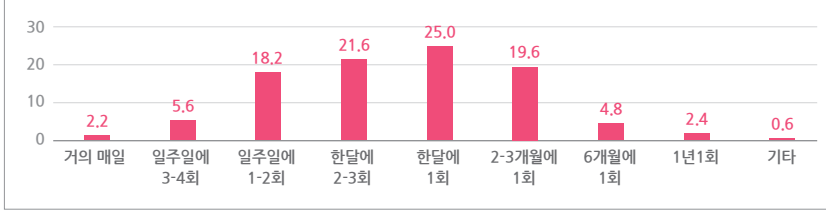
	일반 식당	고급 식당	패스트 푸드점/ 퀵서비스	테이크아웃/ 배달전문점	카페 테리아/ 푸드코트	커피숍/ 주점	기타
선호 %	31.8	29.4	18.0	17.2	2.0	0.8	0.8
자주 방문 %	33.2	30.0	15.0	17.0	3.2	0.6	1.0

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

⑥ 선호하는 식당 방문 빈도

선호하는 식당 방문 빈도는 '한 달에 1회'가 25.0%로 1순위를 차지하였습니다.

그림 I-22 선호하는 식당 방문 빈도 (%)



3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율

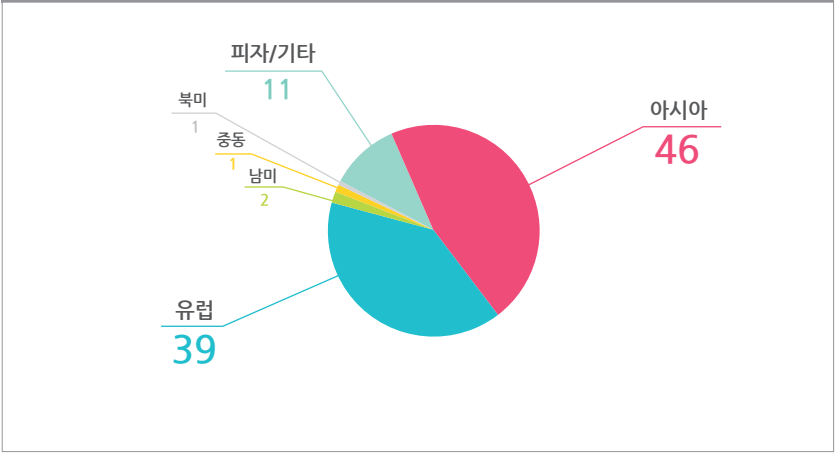
① 영국 내 에스닉별 점유율

영국 풀서비스 레스토랑의 에스닉별 점유율을 살펴보면, 아시아(Asian)이 46.2%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 유럽 식당(European)이 39.4%로 뒤를 이었습니다.

피자/기타 식당(Pizza/Others)이 11.0%의 점유율을 보였으며, 남미 식당(Latin American), 중동 식당(Middle Eastern) 및 북미 식당(North American)의 합은 약 3%로 낮은 점유율을 보였습니다.

남미 식당(Latin American)이 2018년까지 4.6%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 반대로 유럽 식당(European)은 -0.4%의 성장률을 기록할 것으로 나타났습니다.

그림 I-23 영국 내 에스닉 레스토랑별 점유율 (%) 출처: Euromonitor



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

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

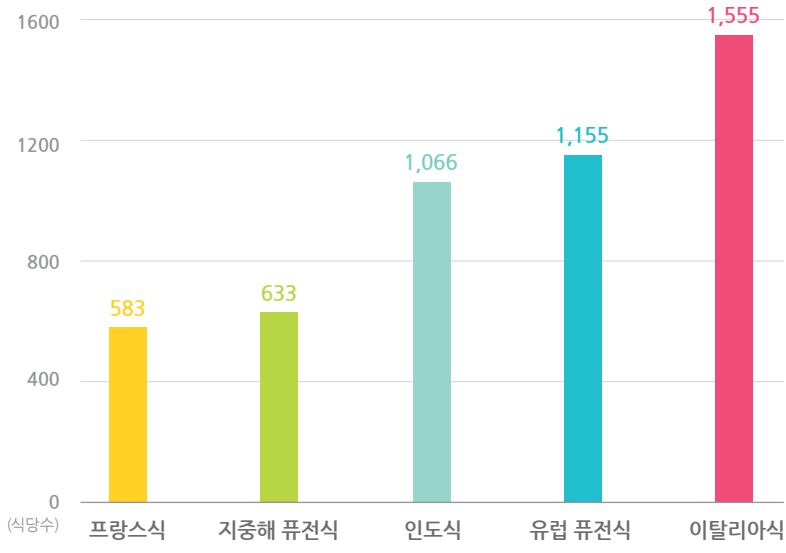
런던 에스닉 레스토랑 분포 현황(레스토랑 평가사이트 등록 수 기준)을 살펴보면 이탈리아(Italian) 식당이 1,555개, 유럽 퓨전(European) 식당이 1,155개, 인도(Indian) 식당이 1,066개로 가장 많은 매장 수를 보이는 것으로 나타났습니다.

동아시아 에스닉 식당 중에선 중식당(Chinese)이 568개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 일식당(Japanese)은 416개 있는 것으로 나타났습니다.

한식당(Korean)은 6곳으로 다른 에스닉 식당에 비해 수준이 현격히 떨어지는 것으로 파악됩니다.

그림 I-24 런던 에스닉 레스토랑 분포 현황

출처: 레스토랑 평가사이트(Tripadvisor) 등록 식당 기준



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

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 이탈리아 식당(Italian) 진출 현황

런던은 영국 내 이탈리아인들이 가장 많이 밀집하여 거주하는 공간입니다. 이탈리아인의 국민적 정서 특성상, 식당을 운영하는 인구가 많아 이탈리아인의 수와 비례하여 레스토랑도 많습니다.

현재 런던에는 1,555개의 이탈리아(Italian) 식당이 있으며(레스토랑 평가사이트 등록 수 기준), 주요 메뉴는 피자와 파스타입니다. 런던 내 대부분의 이탈리아 식당은 도시 중심에 위치해 있습니다. 특히 시티오브런던(City of London), 소호(Soho), 코번트 가든(Covent Garden)에 집중돼 있습니다.

캐쥬얼 다이닝 및 풀서비스 레스토랑이 많으며, 예약을 해야만 식사할 수 있는 고급 레스토랑도 있습니다.

② 인도 식당(Indian) 진출 현황

런던 내 비(非) 백인 중 가장 많은 인구를 차지하는 건 인도인입니다. 인도인들은 혼자나 가족단위로 인도 레스토랑을 운영합니다.

런던에는 총 1,066개의 인도(Indian) 식당이 있으며(레스토랑 평가 사이트 등록 수 기준), 중심부인 시티오브런던(City of London) 및 이스트엔드(East End), 인도인이 많이 거주하는 서쪽 런던(West London)에 밀집해 있습니다.

풀서비스 레스토랑보다는 캐주얼 다이닝 및 캐주얼 패스트 레스토랑이 많으며, 야간까지 운영하는 곳도 존재합니다.

③ 프랑스 식당(French) 진출 현황

영국(United Kingdom) 내 거주하는 프랑스인의 절반은 런던에 살고 있습니다.
주로 켄싱턴(Kensington)에 거주하는 이들은 자신들의 거주 지역보다는 메이페어(Mayfair), 시티오브런던(City of London), 코번트 가든(Covent Garden)에서 식당을 운영하고 있습니다.

총 583개의 프랑스 식당(French)이 위치해 있으며(레스토랑 평가사이트 등록 수 기준), 아침/브런치 식사부터 야간영업까지 다양한 유형의 식당이 있습니다. 고급화를 추구하는 프랑스식 요리 특성상 비싼 가격대를 형성하고 있는 식당이 많습니다.

④ 중국 식당(Chinese) 진출 현황

중식당은 주로 차이나타운 근처에 위치하고 있습니다.

런던 내 차이나타운은 소호(Soho) 및 코번트 가든(Covent Garden)에 위치해 있습니다. 최근 중국 식당의 인기가 상승하여 점포 수가 지속적으로 증가하고 있습니다.

런던 내에는 568곳의 중식당이 있습니다(레스토랑 평가사이트 등록 수 기준).

요리의 가격대는 다른 에스닉 요리와 비교해 저렴한 편이며, 주로 배달을 중심으로 운영하고 있습니다.

도심 지역 및 차이나타운 내에는 예약을 통해서만 갈 수 있는 고급 중식당들도 있습니다.

3) 주요 에스닉 식당 소개

① 프레 타 망제(Pret a Manger)

주소: 1 Hudson's Place, London, SW1V 1PZ
전화번호: +44-84-5205-0000
홈페이지: http://www.pret.com

바쁜 일상에 쫓기는 런던 시민들은 간단하게 점심 끼니를 해결하는 편이며, 이러한 라이프스타일(Lifestyle)의 정착으로 테이크어웨이(Takeaway)가 가능한 간편식 메뉴를 판매하는 체인점이 성업 중입니다.

프레 타 망제(Pret a Manger)는 영국을 대표하는 간편식 프랜차이즈 브랜드로 현재 런던에만 168개의 매장을 운영 중이며, 영국 전체에는 230여 개의 매장이 분포하고 있습니다(미국, 홍콩, 프랑스에도 진출해 있으며, 60여 개의 매장을 운영 중입니다).

주요 메뉴로는 다양한 종류의 샌드위치(Sandwich), 랩(Wrap), 샐러드(Salad), 수프(Soup), 스시(Sushi) 도시락 등이 있으며, 단품 가격대는 3파운드(약 5,400원) 안팎으로 저렴한 수준입니다.

사진 I - 5 프레 타 망제 전경

② 난도스(Nando's)

주소: 1750 The Queensway West, Toronto, ON M9C 5H5
전화번호: 93-99 Upper Richmond Road, London SW15 2TG
홈페이지: http://www.nandos.co.uk

난도스(Nando's)는 포르투갈-모잠비크식(Portuguese-Mozambican) 식 치킨요리 전문점으로 1987년에 남아프리카에 본사를 두고, 현재 5개 대륙 30여 개 국가에 진출해 있는 세계적인 외식 브랜드입니다.

현재 런던에는 65개의 매장이 위치하고 있으며, 영국 전체에는 255개의 매장이 분포해 있습니다.

2009년 영국 난도스(Nando's UK)는 영국 투자청이 수여하는 'Three Stars Award'를 수상하면서 영국 외식시장에서 성공가도를 이어가고 있습니다.

매콤한 맛과 특제 소스가 주요 성공요인으로, 영국 현지인들이 매콤한 요리가 생각날 때 난도스를 떠올릴 정도로 인기를 끌고 있습니다.

'Lemon&Herb', 'Medium', 'Hot' 'Extra Hot' 4단계의 매운 맛으로 구성되어 있어, 매운 맛에 익숙하지 않은 현지인들이 취향에 맞게 메뉴를 고를 수 있는 장점이 있습니다.

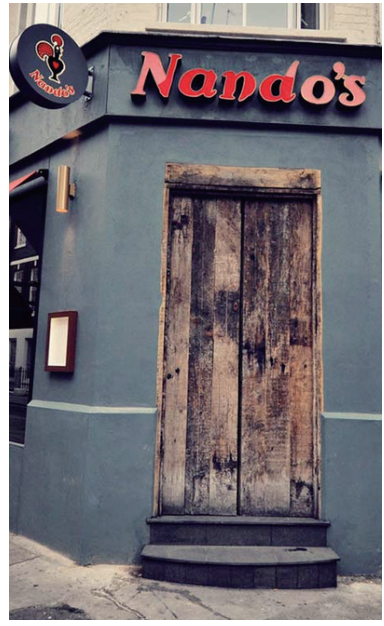


사진 I-6 난도스 음식 및 전경

③ 요스시(YO! Sushi)

주소: 95 Farringdon Road, London EC1R 3BT
전화번호: +44-20-7841-0700
홈페이지: http://www.yosushi.com

요스시(Yo!Sushi)는 1997년에 런던 소호에서 첫 영업을 시작한 이래, 현재 런던에만 50여 개의 체인점을 운영 중이며, 중동지역, 북미지역 등 세계 시장으로 진출을 확대해 나가고 있습니다.

요스시는 일본의 'Kaiten' (컨베이어벨트)방식을 도입해, 즉석에서 만들어진 다양한 스시 메뉴를 고객들이 직접 골라 먹을 수 있는 독특한 서빙 서비스를 제공하면서 큰 인기를 끌게 되었습니다.

그뿐만 아니라, 영국 식품안전청(Food Standards Agency)의 '신호등 표시제(Traffic Light Color-Coding System)'를 도입한 첫 번째 외식업체로, 판매하는 음식의 성분 정보를 소비자들에게 제공함으로써 '건강식' 이미지를 적극 홍보하고 있습니다.

2002년 9월부터 포장 및 배달 서비스를 시작하면서 전 매장에서 테이크어웨이(Takeaway)가 가능해졌으며, 온라인 주문을 통해 집으로 배달이 가능해지면서 인기가 더욱 높아지고 있습니다.

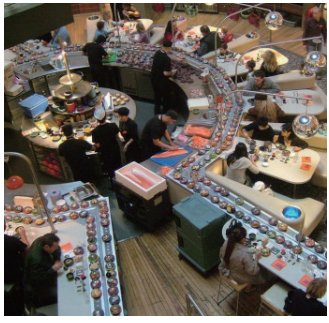


사진 I - 7 요스시 전경

④ That's Amore

주소: 124 Kirkdale, London, SE26 4BB
전화번호: +44-20-8291-2901
홈페이지: http://www.thats-amore.co.uk/

2000년 11월 설립된 That's Amore는 이탈리안 전통 음식과 와인을 제공하며, 계절 스페셜도 제공합니다.

주말에는 1968년 유로 비전 공연 및 이탈리아에서 가수 생활을 한 레스토랑 오너가 직접 공연을 하기도 합니다.

평균 객단가는 31~51 달러(약 3만 4천~5만 6천 원)로 테이크 아웃 및 배달이 가능합니다.

사진 I - 8 That's Amore 전경 및 음식

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성

런던 중심가에 위치한 주요 외식상권으로는 세인트제임스(St. James), 웨스트엔드(West End), 시티오브런던(City of London), 블룸즈버리(Bloomsbury), 노팅힐(Notting Hill) 5개 지역을 들 수 있습니다.

St. James - 관광/문화 중심 상권

런던에서 가장 전통적인 지역 중 하나이며, 역사적인 공간이 밀집된 곳입니다. 특히 개인 회원 클럽과 전통 상점이 많이 모여있는 이곳은 몇 백 년 된 관습도 경험해 볼 수 있는 곳입니다. 세인트 제임스는 트라팔가 광장, 피카딜리 서커스, 그림파크와 버킹엄 팰리스가 포함된 사각형의 지역으로 Villandry, Boulestin, Park Place 등의 최고급 식당이 위치하고 있습니다.

West End - 쇼핑 중심 상권

웨스트 엔드는 2,500개 이상의 레스토랑과 바, 2,000개의 상점, 40개의 유명한 극장, 30개의 박물관과 미술관, 17개의 미슐랭 스타 레스토랑 등이 밀집한 문화, 오락, 쇼핑, 식사 상권입니다.

그림 I-25 런던 시내 주요 상권 지도

City of London - 비즈니스 중심 상권

시티오브런던은 박물관과 미술관, 문화 공간, 레스토랑, 바 등이 밀집된 공간으로, 세인트 폴 성당 및 타워 브릿지 등 런던을 대표하는 랜드 마크가 있어, 관광객 유동인구가 많습니다.

Bloomsbury - 대학가 중심 상권

칼 마르크스와 찰스 다윈 등 많은 사상가들의 활동무대였던 블룸즈버리는 여러 대학 및 드라마 학교를 포함한 교육기관이 밀집되어 있는 곳입니다. 평화로운 분위기와 웨스트엔드(West End)에 쉽게 접근할 수 있는 호텔이 있어 관광객 유동인구가 많습니다.

Notting Hill - 거주지 중심 상권

동명의 영화로 유명해진 노팅 힐은 런던 서부 지역에 자리 잡고 있습니다. 매년 개최되는 노팅 힐 카니발(Notting Hill Carnival) 및 포토벨로 마켓(Portobello Market)으로 인해 사람들로 북적이는 곳입니다.

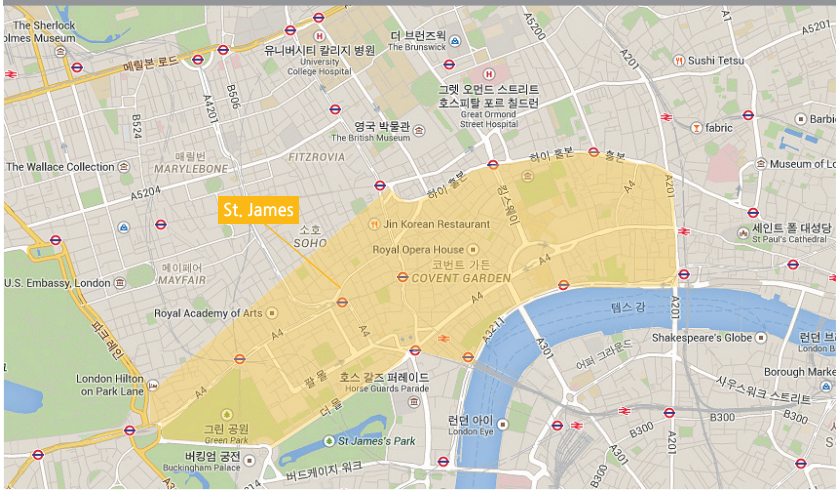
① 세인트제임스(St.James)

내셔널갤러리(National Gallery), 소호(Soho) 거리 등 유명 관광명소가 위치하고 있어 연일 관광객으로 붐비는 지역입니다. 또한, 수백 개의 뮤지컬 극장이 밀집해 있어 저녁 시간대에는 문화 공연을 즐기려는 사람들이 많이 찾고 있습니다.

중심가에는 유럽 최대 규모의 차이나타운(China Town)이 형성되어 있으며, 저녁 시간대 방문객이 특히 많습니다. 차이나타운 내에는 수십 개의 중식당이 성업 중이며, 현지인, 관광객 방문 비율이 높은 편입니다.

먹거리 장터가 들어서는 코번트 가든 마켓(Covent Garden Market)은 현지인과 관광객 모두 즐겨 찾는 명소입니다. 마켓 주변에는 분위기 좋은 레스토랑과 카페가 위치하고 있어 젊은이들의 데이트 장소로 인기가 높습니다.

그림 I-26 세인트제임스 상권 지도



Floral St.에는 쇼핑을 즐기려는 20~30대 젊은 층 유동인구가 많으며, Covent Garden Market에는 관광객 비율이 높습니다. 인근 지역에 형성되어 있는 식당가에는 중·장년층 가족단위 방문객 비율이 높습니다.

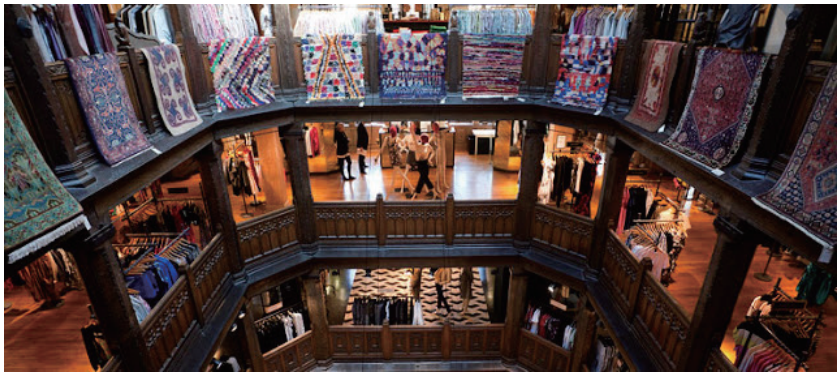
Wellington St.와 Tavistock St.에는 영국 현지식 정찬을 제공하는 고급스러운 분위기의 식당이 밀집해 있으며, 주요 고객층은 40~50대의 가족단위 방문객입니다. Catherine St.에는 인도식 채식전문 식당, 일본식 스시 전문 식당이 위치하고 있으며, 웰빙 식단을 추구하는 중년 여성층이 주요 고객층인 것으로 조사되었습니다.

② 웨스트엔드(West End) 상권

옥스퍼드 거리(Oxford Street)를 중심으로 대형 쇼핑센터, 백화점, 각종 상점 등이 밀집해 있어 현지인 쇼핑객들과 관광객으로 늘 북적거리는 지역입니다.

뉴 본드 스트리트(New Bond Street)에는 세계적인 명품 의류 브랜드 매장이 즐비한 명품거리가 형성되어 있으며, 인근 지역에는 고급스런 분위기의 카페, 레스토랑이 다수 분포하고 있습니다.

그림 I-27 웨스트엔드 상권 지도



대형 쇼핑상권이 형성되어 있는 Oxford St.에는 20~30대 젊은 층 유동인구 비율이 높습니다.

세계적인 명품 의류브랜드 매장이 들어서 있는 New Bond St.는 소비수준이 높은 부유층 여성들이 많이 찾고 있습니다.

명품 쇼핑거리와 인접한 Blenheim St.를 따라 이탈리안, 일식 등 다양한 종류의 에스닉 식당이 위치하고 있습니다.

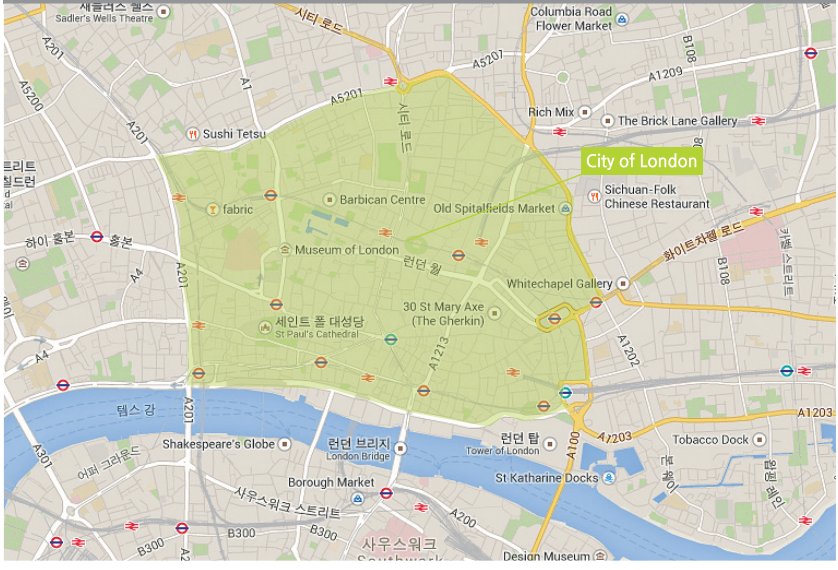
번화가인 Oxford St.와 인접한 Woodstock St.에는 일식 스시 전문 프랜차이즈가 성업 중이며, 레스토랑과 바가 다수 분포하고 있습니다.

③ 시티오브런던(City of London) 상권

런던의 '월 스트리트(Wall Street)'로 불리는 금융 중심가로 주요 관공서, 은행 본점, 대형 오피스가 밀집해 있으며, 구매력이 높은 30~40대 전문직 종사자를 주요 고객으로 하는 상권이 발달해 있는 지역입니다.

고급스런 분위기의 레스토랑 & 바가 다수 분포하고 있 으며, 직장인들이 간단하게 점심을 해결할 수 있는 테이크어웨이(Takeaway)형 프랜차이즈가 성업 중입니다.

그림 I-28 시티오브런던 상권 지도



해당 지역은 오피스 중심 상권이 발달되어 있어 관광객 비율이 낮은 편이며, 인근 금융, 업무지구에서 근무하는 30~50대 전문직 종사자 비율이 높습니다. 샌드위치, 일식도시락, 패스트푸드 등 저렴한 가격으로 간편하게 점심 끼니를 해결하는 직장인들이 많습니다.

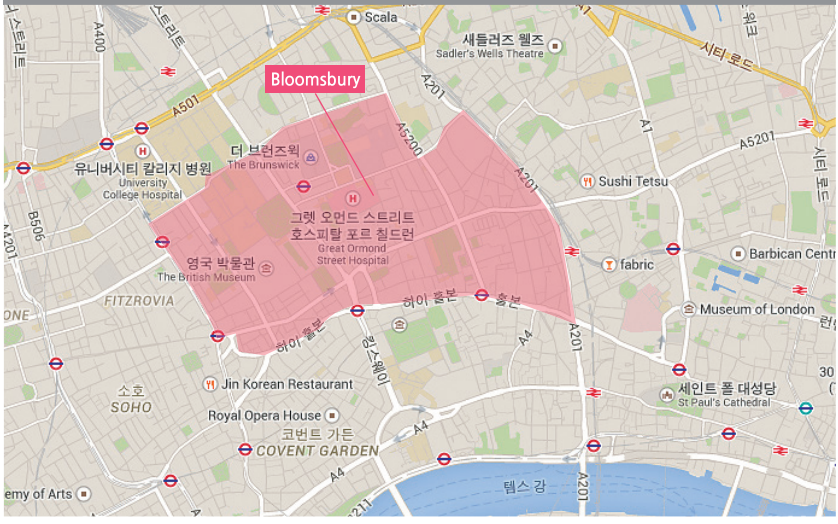
Threadneedle St.에는 고급 아시안 에스닉 식당인 'Pacific Oriental'과 제이미올리버(Jamie Oliver)가 운영하는 'Jamie's Italian'이 성업 중입니다. Lime St에 위치한 Leadenhall Market에는 저렴한 가격으로 간편하게 점심끼니를 해결할 수 있는 다양한 종류의 식당이 들어서 있어, 인근 오피스에서 근무하는 직장인들이 점심시간에 즐겨 찾고 있습니다.

④ 블룸즈버리(Bloomsbury) 상권

토튼햄 코트 로드(Tottenham Court Rd)역 인근에 위치한 전자상가를 찾는 사람들이 많으며, 인근 퍼시 거리(Percy Street)에는 아시안 식당이 밀집해 있습니다.

런던대학(University of London) 인근에는 학생들을 대상으로 저렴한 가격대의 점심(Lunch) 메뉴를 판매하는 식당이 다수 분포하고 있습니다.

그림 I-29 블룸즈버리 상권 지도



해당 지역은 Tottenham Court Rd를 중심으로 각종 상점과 뮤지컬 극장 등이 들어서 있으며, 대형 전자상가가 위치하고 있습니다. 전자제품을 구입하려는 20~40대 현지인 유동인구 비율이 높으며, 도보로 10분 거리에 대영박물관이 위치하고 있어 관광객 비율도 높은 편입니다.

퍼시 스트리트(Percy St.)에는 아시안 식당이 들어서 있습니다. 인도식 채식 전문 식당인 'SAGAR'와 고급 베트남 식당인 'Bam-Bou'가 성업 중입니다.

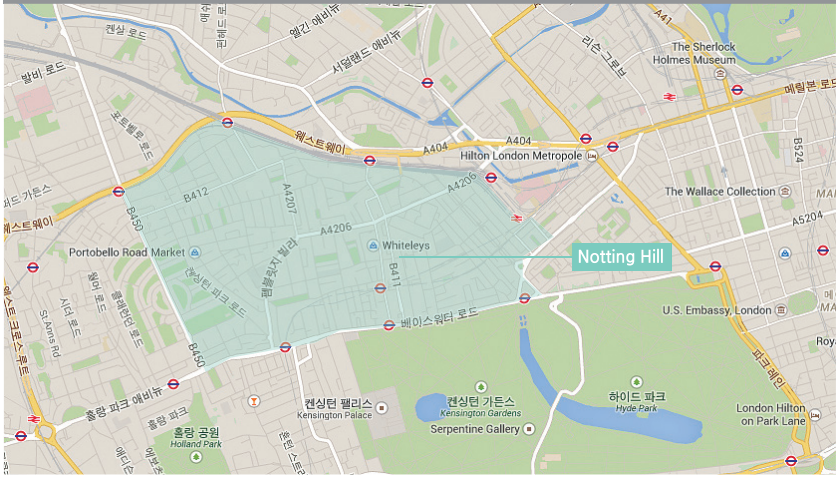
특히 'Bam-Bou'는 현지화된 퓨전 메뉴의 인기가 높아 현지인 방문객들이 많이 찾고 있습니다. Charlotte St.을 중심으로 다양한 종류의 에스 닉 식당이 밀집해 있으며, 특히 태국식(Thai) 식당인 'SIAM CENTRAL'은 줄을 서서 기다려야 할 정도로 성업 중입니다.

⑤ 노팅힐(Notting Hill) 상권

노팅힐(Notting Hill) 지역을 중심으로 고급 주택가가 형성되어 있으며, 주택가 인근 지역에는 고급 의류 브랜드 매장, 유기농 식료품 매장, 브런치(Brunch)를 판매하는 식당 등 부유층 거주자를 대상으로 하는 상권이 발달되어 있습니다.

베이스워터(Bayswater)역 주변에는 다양한 종류의 에스닉 식당이 밀집해 있으며, 특히 제2의 차이나타운(China Town)이라고 불릴 정도로 유명한 중식당이 다수 분포하고 있습니다.

그림 I-30 노팅힐 상권 지도



Westbourne Grove 거리에는 인근 고급 주택가에서 거주하는 현지인 유동인구가 많습니다. 특히 주말 낮 시간대에 노천 카페에서 브런치(Brunch) 메뉴를 즐기는 사람들이 많습니다. Portobello Rd는 세계 최대 골동품 시장이 들어서는 곳이라, 주말에 수만 명의 방문 인파가 몰려들어 인산인해를 이룹니다.

Westbourne Grove 거리에는 인근 고급 주택가 거주자들을 대상으로 브런치 메뉴를 판매하는 고급 식당이 다수 분포하고 있습니다.

Portobello Rd에는 영국식 펍(Pub) & 레스토랑, 간편하게 점심을 해결할 수 있는 노천카페가 다수 분포하고 있습니다. 특히 스시(Sushi)를 주요 메뉴로 판매하는 일식 체인 식당 'UKAI'가 성업 중입니다.

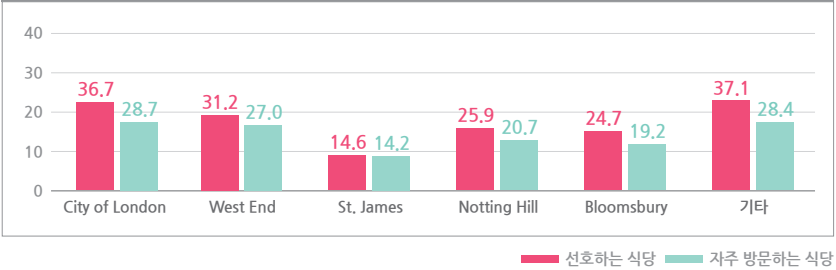
2) 상권별 유동인구 특성

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

① 식당 위치 상권

런던 소비자들이 선호하는 식당과 자주가는 식당은 'City of London'(31.0%), 'West End'(21.6%) 등에 주로 분포하는 것으로 조사되었습니다.

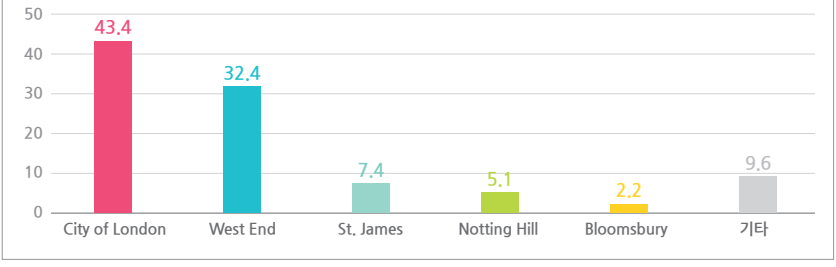
그림 I-31 선호 및 자주방문 식당 위치 상권 (%)



② 한식당 위치 상권

런던 소비자들이 방문한 한식당은 'City of London'(43.4%) 및 'West End'(32.4%) 상권에 가장 많이 분포하는 것으로 나타났습니다.

그림 I-32 방문 한식당 위치 상권 (%)

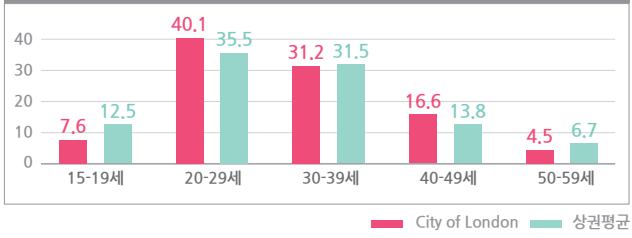


③ 유동인구 특성

City of London

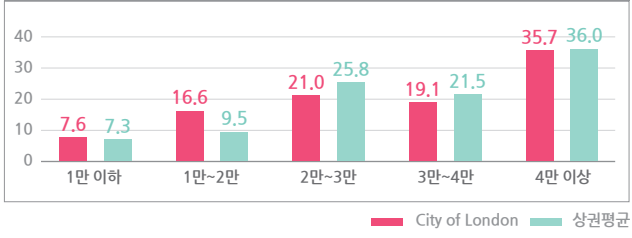
City of London 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 연령층, 연평균 가구 소득 4만 파운드 이상의 고소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동 인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당(Italian)'이 23.6%로 1위를 차지하였습니다(한식: 3.2%, 8위).

그림 I-33 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 인구비율이 전체의 40.1%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 15~19세, 노년층 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-34 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (%, 파운드)



연평균 가구소득 4만 파운드 이상의 고소득층 유동인구비율이 전체의 35.7%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-35 유동인구 직업 분포 (%)

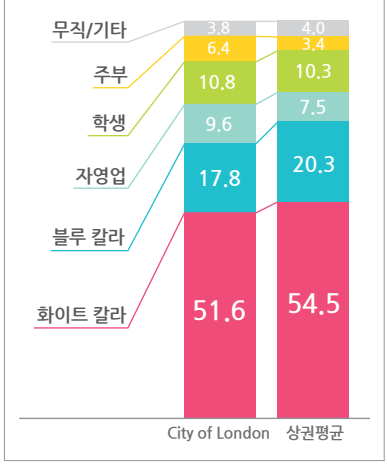
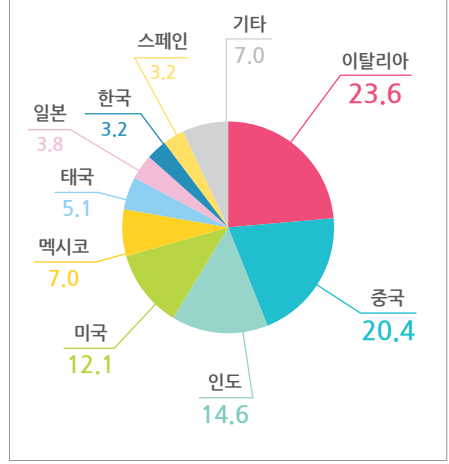


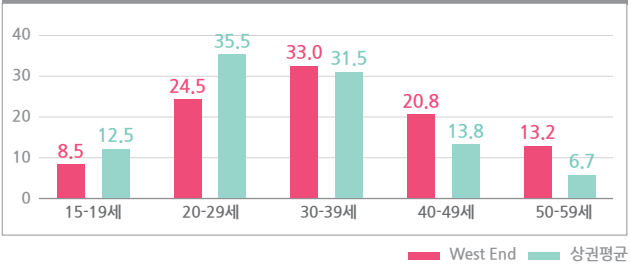
그림 I-36 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



West End

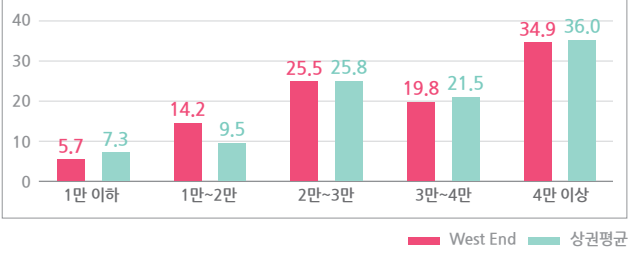
West End 상권의 유동인구 특징 조사 결과 30~39세 연령층, 연평균 가구 소득 4만 파운드 이상의 고소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동 인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당(Italian)'이 22.6%로 1위를 차지하였습니다(한식 : 0.9%, 11위).

그림 I-37 유동인구 연령별 분포 (%)



30~39세 유동인구비율이 전체의 33.3%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 40~59세 중·장년층 비율이 높은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-38 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (%, 파운드)



연평균 가구소득 4만 파운드 이상의 고소득층 유동인구 비율이 전체의 34.9%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-39 유동인구 직업 분포 (%)

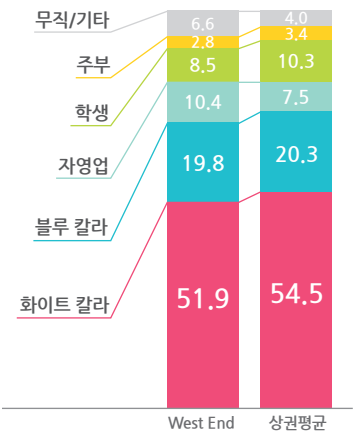
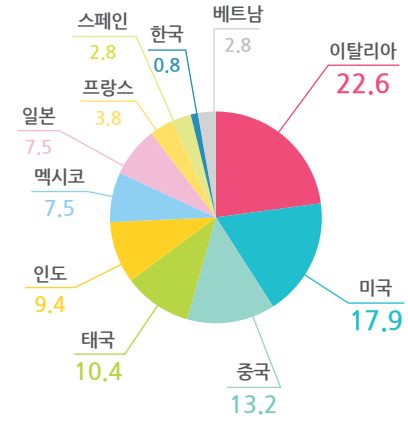


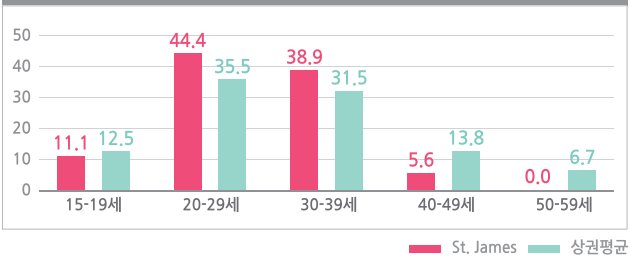
그림 I-40 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



St. James

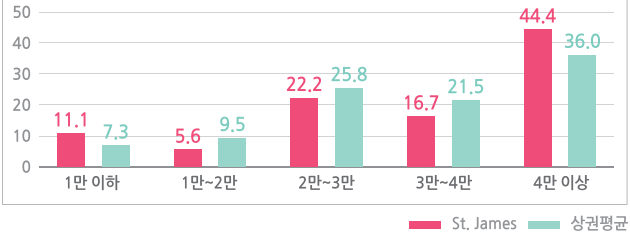
St. James 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 연령층, 연평균 가구소득 4만 파운드 이상의 고소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동 인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당(Italian)' 및 '중국 식당(Chinese)'이 각각 33.3%로 1위를 차지했습니다(한식 : 11.1%, 공동 3위).

그림 I-41 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 인구비율이 전체의 44.4%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 40~59세의 중·장년층 유동인구 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-42 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (%, 파운드)



연평균 가구소득 4만 파운드 이상의 고소득층 유동인구 비중이 44.4%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-43 유동인구 직업 분포 (%)

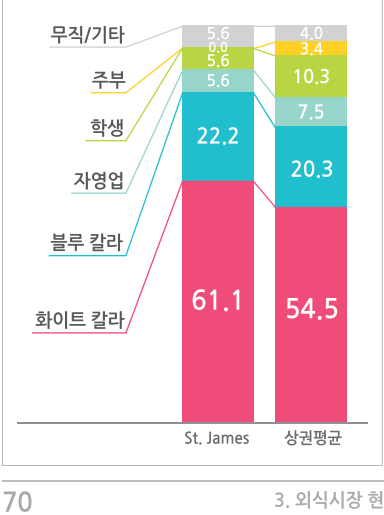
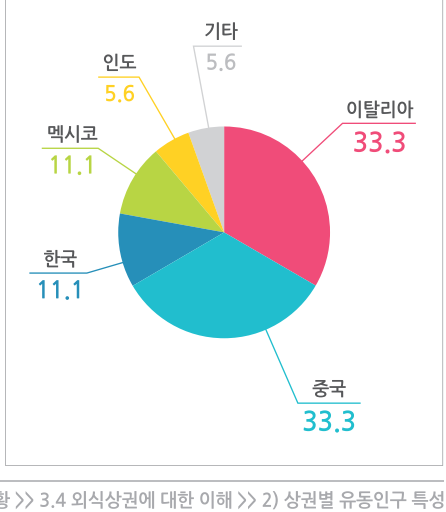


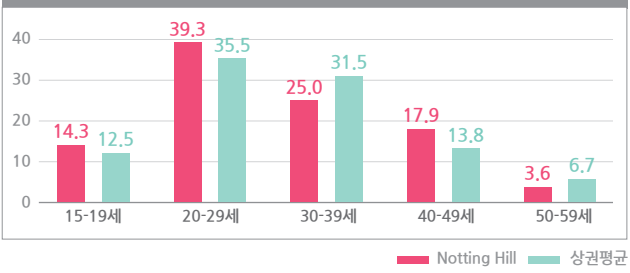
그림 I-44 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



Notting Hill (자주방문)

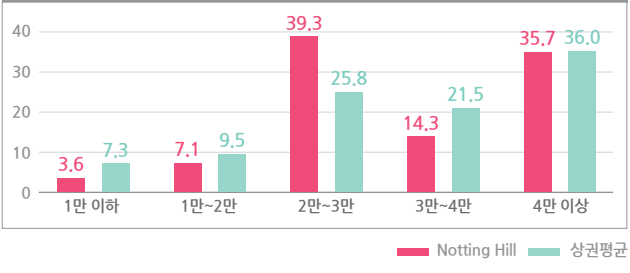
Notting Hill 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~29세 연령층, 연평균 가구소득 2만~3만 파운드의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동 인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당(Italian)'이 28.6%로 1위를 차지하였습니다(한식: 3.6%, 8위).

그림 I-45 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 인구비율이 전체의 39.3%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 50~59세 노년층 비율이 낮은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-46 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (%, 파운드)



연평균 가구소득 2만~3만 파운드의 소득층 인구 비율이 39.3%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-47 유동인구 직업 분포 (%)

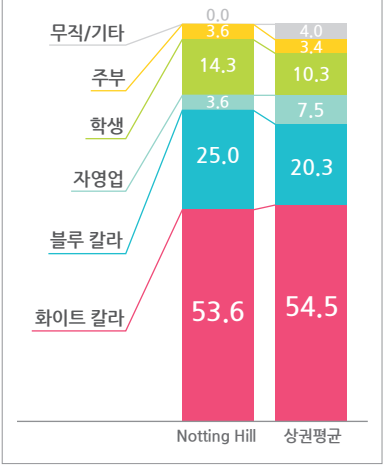
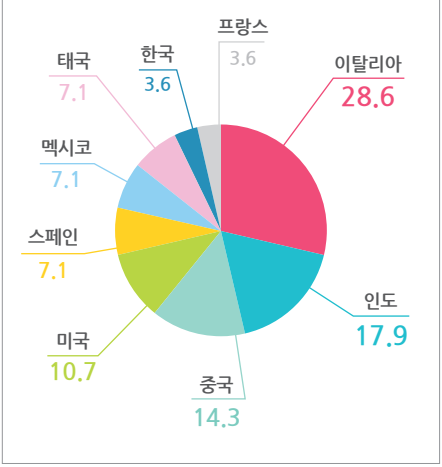


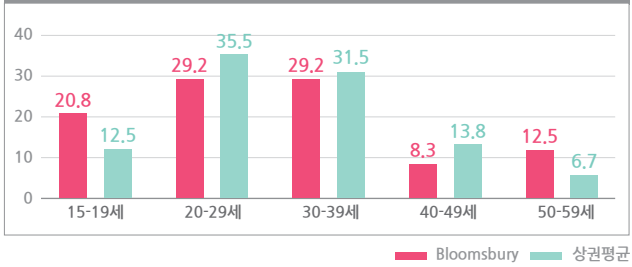
그림 I-48 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



Bloomsbury (자주방문)

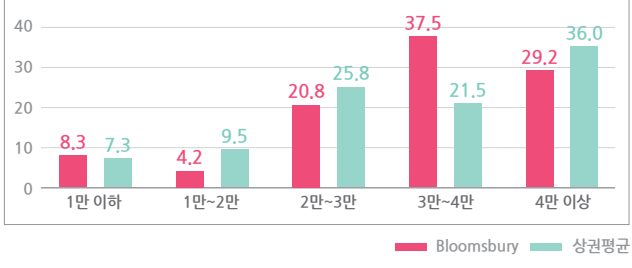
Bloomsbury 상권의 유동인구 특징 조사 결과 20~39세 연령층, 연평균가구소득 3만~4만 파운드 이상의 소득층, 화이트칼라 종사자 비중이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 해당 유동인구의 선호 에스닉은 '이탈리아 식당(Italian)'이 25.6%로 1위를 차지하였습니다(한식: 4.2%, 8위).

그림 I-49 유동인구 연령별 분포 (%)



20~29세 및 30~39세 인구비율이 각각 29.2%로 가장 높게 나타났으며, 타 상권 대비 15~19세 유동인구 비중이 높은 것으로 조사되었습니다.

그림 I-50 유동인구 연평균 가구 소득 분포 (%, 파운드)



연평균 가구소득 3만~4만 파운드의 소득층 유동인구가 37.5%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 I-51 유동인구 직업 분포 (%)

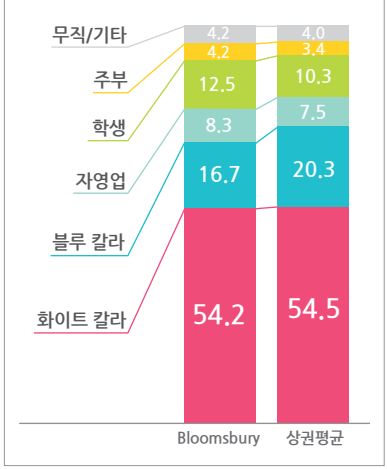
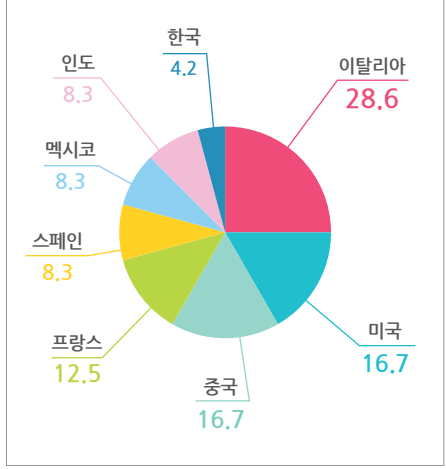


그림 I-52 유동인구 선호 에스닉 유형 (%)



3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

런던에는 체류자를 포함하여 약 3만여 명의 한인들이 거주하고 있으며, 남서부 외곽의 뉴몰든(New Malden) 지역에는 한인 밀집 거주지역이 형성되어 있습니다.

정부/민간기업 주재원 및 동반가족, 유학생 등 1만 5천 명이 거주하고 있으며, 어학연수생 1만 5천 명이 체류하고 있습니다. 지역별로는 런던에 2만 5천여 명이 거주하며, 기타 영국 지역에 5천여 명이 거주하고 있습니다.

런던 남서부 외곽의 뉴몰든(New Malden) 지역에 약 8,000여 명의 한인들이 한인타운을 형성하여 거주하고 있으며, 이 지역에는 한식당과 한인식품점이 다수 분포하고 있습니다.

이외 국내 기업 영국지사 주재원들이 거주하고 있는 윔블던(Wimbledon), 유학생 가족과 재영 동포들이 거주하고 있는 서튼(Sutton)이 대표적인 한인 밀집 지역입니다.

재영 교민들은 주로 하숙집이나 민박집, 식당, 교회 등을 운영하고 있으며, 이외에도 공항 픽업서비스, 한국인 관광객 여행 가이드, 유통 대행업 등을 하고 있습니다.

그림 I-53 2013년 영국 재외동포 현황

출처: 영국 정부 통계청(Office for National Statistic), 영국국경청(UK Border Agency), 영국 내무부 이민국(Home Office), 영국 고등교육 통계청(Hesa Student Record), 스코틀랜드 통계청(National Records of Scotland), 북아일랜드 통계청(Northern Ireland Statistics & Research Agency)

	구분	재외동포 총수	거주자격별					재외국인 등록수
			외국 국적동포 (시민권자)	재외국인				
				영주권자	체류자		계	
					일반	유학생		
영국	남	17,009	3,035	4,178	5,072	4,724	13,974	6,996
	여	27,740	4,353	6,550	8,097	8,740	23,387	11,085
	계	44,749	7,388	10,728	13,169	13,464	37,361	18,081
런던	남	10,786	1,898	2,638	3,208	3,042	8,888	4,376
	여	18,056	2,692	4,271	5,451	5,642	15,362	7,039
	계	28,842	4,590	6,909	8,659	8,684	24,252	11,415

한국 기업들은 영국을 유럽 시장의 관문으로 여겨왔습니다. 영국 전역에 걸쳐 300여 개의 한국 기업들이 비즈니스를 하고 있습니다.

영국은 경쟁력 있는 법인세율, 비즈니스 친화적인 규제 환경, 유연성 높은 노동시장, 고급 인력, 선도적인 글로벌 금융센터 등 여러 강점의 조합으로 세계시장, 특히 유럽시장을 목표로 하고 있는 한국 기업들에게 이상적인 투자처가 되고 있습니다.

한국의 영국에 대한 투자는 2012년 큰 폭의 감소세를 기록하였고, 2013년에도 2억 3,560만 달러로 전년 대비 8.9% 감소하였습니다(투자금액 기준).

그림 I-54 대(對) 영 직접 투자 동향 출처: 한국수출입은행

구분	신고건수	신규법인 수	신고금액	송금횟수	투자금액
2010	67	26	3,667,881	93	3,280,227
2011	59	17	1,193,313	84	1,322,722
2012	53	9	464,360	79	258,621
2013	49	13	556,027	66	235,603
전체 누계	780	299	10,982,505	970	9,414,950

(단위 : 건, 개, 천 달러)

2013년 대한민국의 주요 대(對) 영국 투자 분야는 광업, 운수업, 금융 및 보험업 등으로 전체의 72%인 17억 달러를 차지하였습니다.

그림 I-55 2013년 업종별 직접 투자 동향 출처: 한국수출입은행

구분	신고건수	신규법인 수	신고금액	송금횟수	투자금액
광업	0	0	0	13	110,245
제조업	16	2	29,371	17	29,361
건설업	1	0	15,000	1	15,000
도매 및 소매업	10	1	6,778	12	2,402
운수업	3	2	30,395	5	34,427
출판, 영상, 방송통신, 정보서비스업	5	5	2,554	5	1,446
금융 및 보험업	8	2	454,202	5	25,632
전문, 과학, 기술서비스업	3	1	17,367	4	16,655
사업시설관리 및 사업지원 서비스업	2	1	306	3	314
협회 및 기타 개인 서비스업	1	1	162	1	121
전체 누계	49	15	556,135	66	235,603

(단위 : 건, 개, 천 달러)

2) 한식당 진출 현황

영국에 한국 음식 문화가 확산되고 있습니다.

한식재단과 KOTRA의 조사(2011년, 해외 한식당 현황조사)에 의하면 런던에 있는 한식당은 69개로 확인되며, 특히 한인 거주인구가 많은 몰든 지역(한인타운)과 다운타운에는 한식당이 밀집해 있습니다.

유력전문지('Time', 'Time out London' 등)에 노출된 한식당은 런던 소재 김치(Kimchee), 나루(NARU), 명가(MYUNGA) 등 23개로 나타났습니다. 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적인 것으로 나타났습니다.

영국의 한식당들은 테이블 수 20개 이하 규모가 전체 한식당 중 약 90%로 가장 높은 비율을 차지했습니다.

3) 한식 소비 심층분석

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

① 한식 인지 및 경험

런던 외식소비자 중 한식을 알고 있는 사람들은 41.6%이며, 이 중 한식 취식경험이 있는 사람은 81.7%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 I-56 한식 인지 및 경험 조사 결과

알고있는 메뉴[2]	취식 경험이 있는 메뉴[3]	앞으로 취식하고 싶은 메뉴[4]
김치(찌개) (38.0%)	김치(찌개) (36.5%)	갈비 (38.5%)
비빔밥 (27.4%)	비빔밥 (28.9%)	전 (34.6%)
갈비 (26.9%)	갈비 (27.7%)	삼계탕 (34.6%)
전 (24.5%)	불고기 (20.8%)	불고기 (32.7%)
떡볶이 (24.5%)	떡볶이 (20.8%)	갈비탕 (32.2%)
불고기 (23.1%)	전 (20.1%)	비빔밥 (31.7%)
삼계탕 (18.8%)	삼계탕 (17.6%)	냉면 (31.7%)
갈비탕 (15.4%)	갈비탕 (14.5%)	김치(찌개) (30,8%)
냉면 (12.0%)	냉면 (10.7%)	삼겹살 (30.8%)
삼겹살 (11.5%)	삼겹살 (10.1%)	떡볶이 (30.3%)
기타 (7.7%)	기타 (5.0%)	기타 (7.2%)

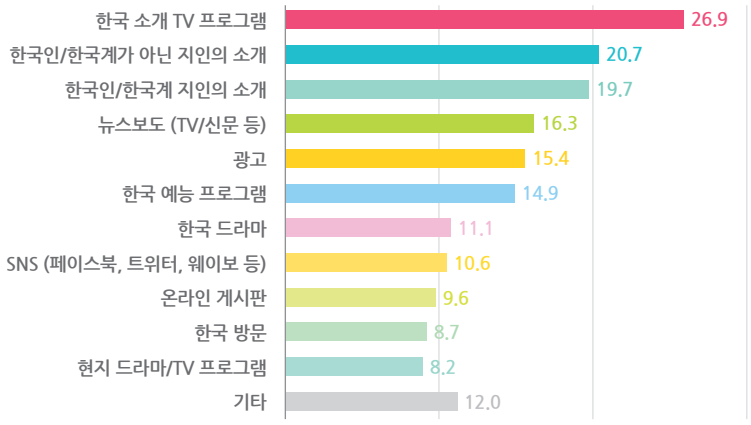
자주 취식하는 메뉴[5]	가장 선호하는 메뉴[6]	먹는 방법을 몰라 불편함을 겪었던 메뉴[7]
김치(찌개) (25,2%)	김치(찌개) (18.2%)	전 (15.3%)
비빔밥 (17.0%)	비빔밥 (11.3%)	삼겹살 (13.5%)
갈비 (15.7%)	갈비 (10.1%)	김치(찌개) (12.9%)
떡볶이 (13.2%)	떡볶이 (10.1%)	냉면 (11.8%)
전 (13.2%)	불고기 (7.5%)	비빔밥 (10.6%)
불고기 (11.9%)	전 (6.3%)	갈비 (9.4%)
갈비탕 (8.2%)	갈비탕 (5.0%)	삼계탕 (8.8%)
삼계탕 (6.9%)	삼계탕 (5.0%)	갈비탕 (8.8%)
냉면 (5.7%)	냉면 (2.5%)	불고기 (8.2%)
삼겹살 (5.0%)	삼겹살 (2.5%)	떡볶이 (6.5%)
기타 (3.8%)	기타 (2.5%)	기타 (1.2%)

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

[1] 외식한식 메뉴를 하나 이상 아는 사람을 '한식 인지자'로 정의함
[2],[4] BASE: 한식 인지자(N=208), 복수응답
[3],[5],[6] BASE: 한식 인지자 및 한식 취식 유경험자 중 주요 한식 10가지 메뉴 (김치(찌개)~삼겹살) 알고 있는 응답자(N=159), 복수응답
[7] BASE: 한식 인지자 중 한식 취식 유경험자(N=170), 복수응답

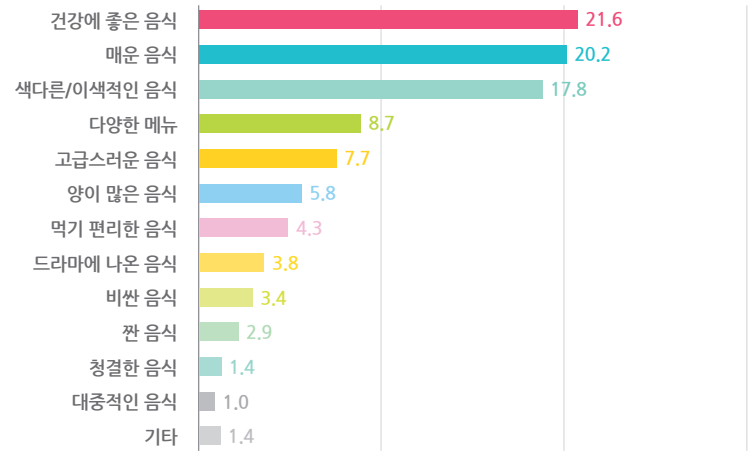
런던 소비자들이 한식을 알게 된 주요 경로 중에서는 '한국 소개 TV 프로그램'이 26.9%로 가장 높은 비중을 차지하였습니다.

그림 I-57 한식 인지 경로[1] (%)



한식 이미지에 대해 '건강한 음식'(21.6%)이라는 응답이 가장 많았고, '매운 음식'(20.2%), '색다른/이색적인 음식'(17.8%), '다양한 메뉴'(8.7%) 등이 그 뒤를 이었습니다.

그림 I-58 한식 이미지[2] (%)



[1],[2] BASE: 한식 인지자(N=208), 복수응답

② 한식당 이용 실태

한식을 알고 있고, 한식당에 방문한 경험이 있는 런던 소비자들을 대상으로 방문한 한식당의 형태를 조사한 결과, '일반식당' 형태가 41.9%로 가장 높게 나타났습니다.

한식당 방문 빈도는 '6개월에 1회'가 17.6%로 가장 높은 비중을 나타냈으며, 한식당에서 가장 마음에 드는 부분에선 '맛'이 64.0%로 1위를 차지하였습니다.

그림 I-59 방문한 한식당 형태[1] (%)

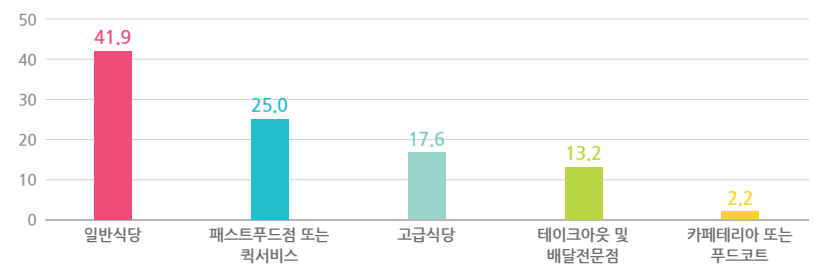


그림 I-60 한식당 방문 빈도[2] (%)

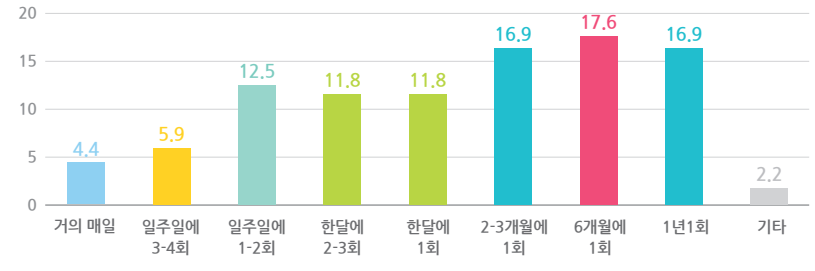
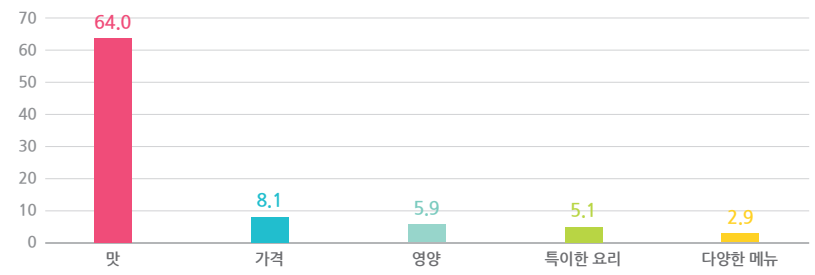


그림 I-61 한식당에서 가장 마음에 드는 부분 Top5[3] (%, 1순위 기준)



[1],[2],[3] BASE: 한식 인지자 및 한식당 방문 유경험자(N=136)

한식당 1회 방문 시 평균 지출액은 31.0GBP(약 53,000원)로 조사되었으며, 72.1%의 소비자가 한식당에서의 지출액이 '적당한 수준'이라고 응답하였습니다.

그림 I-62 한식당 방문 시 지출액[1] (%)

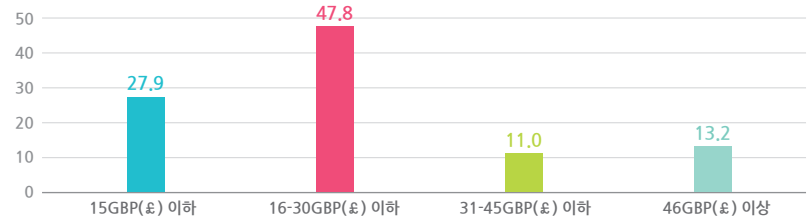
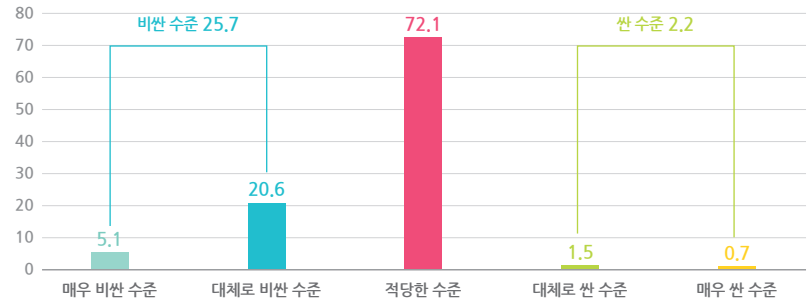
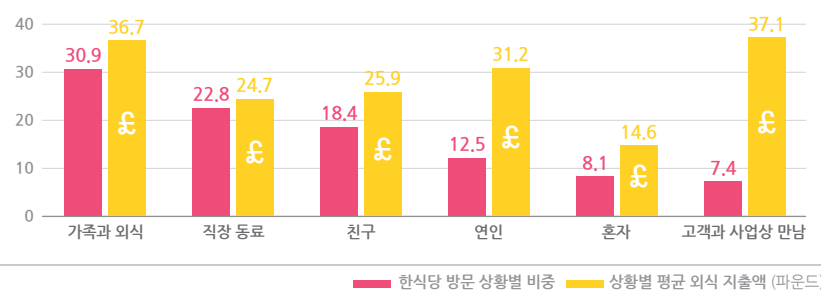


그림 I-63 한식당 방문 시 지출액의 적정성[2] (%)



한식당 방문 시 '가족과 외식'하는 경우가 30.9%로 높은 반면, '고객과의 사업상 만남'(7.4%)의 경우는 상대적으로 낮은 수준으로 나타났습니다.

그림 I-64 한식당 방문 상황별 비중[3] (%)



[1],[2],[3] BASE: 한식 인지자 및 한식당 방문 유경험자(N=136)

방문한 한식당에 대하여 만족하는 이유로는, '음식에 대해 전반적으로 만족함' 및 '식당이 전문적이고 신뢰감 있음'(각각 27.2%) 이 주로 제시되었습니다.

그림 I-65 한식당 만족 이유[1]

이유	%	이유	%
음식에 대해 전반적으로 만족함	27.2	음식의 양이 적절함	1.9
식당이 전문적이고 신뢰감 있음	27.2	음식이 건강식이고 영양가 높음	1.9
음식 맛이 다양하고 질리지 않음	24.3	음식 품질이 전반적으로 좋음	1.9
가격이 합리적이고 적절함	7.8	양념/소스가 무난하면서 맛있음	1.0
서비스가 우수하고 적극적임	5.8	주변 사람들과 시간을 보내기 좋은 장소임	1.0
직원이 친절함	4.9	방문한 식당에서 특정 음식이 맛있었음	1.0
메뉴가 다양하고 차별성 있음	3.9	음식 데코레이션 및 플레이팅이 예쁨	1.0
가족/지인들이 좋아하는 음식임	2.9	식당에 대해 전반적으로 만족함	1.0
분위기가 편안하고 아늑함	2.9	개인적으로 해당 국가 음식을 좋아함	1.0
방문 시 좋았던 기억이 있음	2.9	-	

방문한 한식당에 대하여 불만족하는 이유로는, '서비스가 불만족스러움'(11.1%) 등이 제시되었습니다.

그림 I-66 한식당 불만족 이유[2]

이유	%
서비스가 불만족스러움	11.1
메뉴 구성이 맘에 들지 않고, 주문이 어려움	11.1
음식의 질이 떨어짐	11.1
없음/모름/무응답	66.7

[1] BASE: 한식당 만족하는 응답자(N=103) * 오픈 문항의 특성상 응답 수치의 합이 100%를 넘을 수 있음
[2] BASE: 한식당 만족하지 않는 응답자(N=9)

한식당을 재방문하는 이유에 대해, '색다른/이색적인 음식이 있었다'(46.1%)가 1순위로 조사되었으며, 재방문하지 않는 이유에 대해서는 '음식이 내 입맛에 맞지 않았다' 및 '가격이 비쌌다'(33.3%)가 1순위로 나타났습니다.

그림 I-67 한식당 재방문/재방문하지 않는 이유 (Top5)

순위	한식당 재방문하는 이유[1]
1	**색다른/이색적인 음식이 있었다 (46.1%)**
2	**메뉴가 다양했다 (15.7%)**
3	**음식이 내 입맛에 잘 맞았다 (13.7%)**
4	건강에 좋은 음식이었다 (4.9%)
5	가격이 비싸지 않았다 (4.9%)

순위	한식당 재방문하지 않는 이유[2]
1	**음식이 내 입맛에 맞지 않았다 (33.3%)**
2	**가격이 비쌌다 (33.3%)**
3	**식당이 청결하지 않았다 (16.7%)**
4	그 식당에서 그 국가의 문화를 느낄 수 없었다 (16.7%)
5	(해당 사항 없음)

한식당을 방문하지 않은 소비자들을 대상으로 해당 이유를 조사한 결과, '주변에 한식당이 없어서'(44.4%), '한식을 먹어본 적이 없어서'(23.6%) 등이 주된 이유로 나타났습니다.

그림 I-68 한식당 불만족 이유[2]

순위	한식당 방문하지 않는 이유[3]
1	**주변에 한식당이 없어서 (44.4%)**
2	**한식을 먹어본 적이 없어서 (23.6%)**
3	**주변 사람들이 추천하지 않아서 (9.7%)**
4	입맛에 맞지 않아서 (9.7%)
5	가격이 비싸서 (5.6%)

[1] BASE: 한식 인지자 및 한식당 방문 유경험자 중 한식당 재방문 의향 있는 응답자(N=102)
[2] BASE: 한식 인지자 및 한식당 방문 유경험자 중 한식당 재방문 의향 없는 응답자(N=6)
[3] BASE: 한식당 방문 무경험자(N=72)

II. 런던(London) 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자 85

2) 법인 사업자 86

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규 93

2) 임대차 계약 절차 및 관행 96

3) 영업시설의 공통기준 99

4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 102

5) 세무 관련 정보 110

6) 수입/통관 관련 정보 114

1.3 기타정보

1) 거주허가 비자 126

2) 금융 서비스 131

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 133

[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. 오프닝 방법을 결정해야 합니다.

음식점을 개점하는 방법 중에는 성대한 개점식 없이 조용한 오픈을 하는 '소프트 오프닝'이 있습니다.
'소프트 오프닝' 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 오프닝은 잠재 고객들이 개점하는 식당을 어떻게 생각하는지 알 수 있는 기회가 됩니다.
반면 '그랜드 오프닝'을 광고하는 것은 검증된 개념을 활성화시키는 방법 중 하나입니다.
새로운 콘셉트로 그랜드 오프닝을 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 적정한 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 운영 되어야 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 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자

가장 간단하게 사업을 시작할 수 있는 형태로, 등록 수수료를 부담하지 않으며, 장부 및 회계 작성이 매우 간단하고, 모든 이익은 사업자 개인에게 귀속됩니다.

개인사업자로서 사업이익은 소득으로 과세되며, 국민 보험기금(National Insurance Contributions, NICs)은 이익의 발생 여부에 관계없이 고정비율의 Class 2가 부과되고, 발생하는 모든 이익에 대하여 Class 4가 부과됩니다.

매년 소득세 자진신고(Self Assessment)의 의무를 이행해야 하며, 영업을 시작하기 최소 3개월 전 'HM Revenue & Customs'에 사업자 등록을 해야 합니다.

*** 국민보험료 클래스**

국민보험 지불금액은 고용 상태에 따라 달라집니다.

그림 II-1 국민보험 클래스별 해당자
출처: 고용연금부(DWP: Department for Work and Pension)

국민보험 클래스	해당자
Class 1	16세 이상 국가연금 수급연령 미만의 고용된 노동자
Class 1A or 1B	회사에서 일정 현물급여를 받는 고용주
Class 2	16세 이상 국가연금 수급연령 미만의 자영업자
Class 3	근로를 하지 않거나 해외에 거주하는 경우
Class 4	7956파운드(약 1,320만 원) 이상의 수익을 내는 자영업자

* 'Class 2' 중 5,885파운드(약 980만 원) 이하는 저소득면제(Small Earning Exception)로 면제 대상입니다.

2) 법인 사업자

① 법인사업자

'Companies House'(영국 기업등록 기관)에 관련 서류를 제출하거나, 필요한 소프트웨어에 접속할 수 있는 제3자(예: 법인의 대리인, 소프트웨어 제공자 또는 자문변호사)를 통해 컴퓨터로 등록할 수 있습니다.

연차 보고 및 회계장부를 1년에 한 번 'Companies House'에 제출해야 하며, 회계장부는 감사를 받아야 합니다.

연차 보고 및 기타 문서를 'Companies House'의 'WebFiling' 서비스를 통해 온라인으로 제출할 수 있습니다.

회사의 과세대상 소득 또는 이익은 반드시 'HM Revenue & Customs (HMRC)'에 보고해야 하며, 법인세 자진신고 및 과세의무, 종업원의 급여 세금 원천 징수(PAYE), 부가가치세(VAT) 등에 대한 의무가 있습니다.

*** Companies House(영국 기업등록 기관)**

비즈니스, 혁신, 기술 부서의 집행 기관(Executive Agency of the Department of Business, Innovation and Skills)으로서, 유한책임회사의 설립과 해산, 상법 및 관련 법규에 따른 기업의 정보를 조사 및 수집, 정보들을 공시하는 데 그 목적이 있습니다. 따라서, 개인 형태가 아닌 경우에는 반드시 'Companies House' 기관을 이용해야 합니다.

그림 Ⅱ-2 Companies House 위치

② 유한책임회사 및 무한책임회사

반드시 최소 1명의 사원과 최소 1명의 이사로 구성되어야 하며, 최소 1명의 이사는 반드시 최소 16세 이상인 개인이어야 합니다.

유한책임회사 주주는 개인 또는 다른 회사가 될 수 있습니다.

그러나 일반 대중은 해당 회사의 주식을 소유할 수 없습니다(주식회사와 달리 주식의 공공거래가 불가함).

유한책임회사 및 무한책임회사는 전문적으로 경리와 법률 문제를 다루는 총무부장을 임명할 필요는 없으나, 임명할 경우 반드시 'Companies House'에 보고해야 합니다.

③ 주식회사

최소 2명의 주주로 구성되어야 하며, 최소 50,000파운드 또는 이에 상응하는 유로화 액수만큼의 주식을 발행해야 합니다.

최소 2명의 이사가 필요하고, 최소 1명은 반드시 만 16세 이상 개인이어야 합니다.

전문적으로 경리와 법률 문제를 다루는 총무부장 임명이 필수적이며, 반드시 'Companies House'에 보고해야 합니다.

④ 해외 기업의 영국 법인 설립

법인 설립의 등록은 1개월 정도가 소요되며, Companies House에 신청서류를 제출하여 등록합니다.

해외기업이 영국에 최초로 법인을 설립하는 경우, 다음의 서류를 'Companies House'에 제출해야 합니다.

- 인가서, 법령, 회람 및 정관의 공증 번역본
- 가장 최근에 작성된 회계장부의 공증 번역본

만약 추가적으로 영국에 해외법인을 설립하는 경우, 최초 설립 시 제출한 문서들을 다시 제출할 필요는 없지만, 새롭게 설립하는 법인에 대한 신청 서류를 다시 작성하여 제출해야 합니다.

신청서류에 기재한 내용 중 변동 사항이 있을 경우, 발생 21일 이내에 반드시 'Companies House'에 내용을 변경한 서류를 제출해야 합니다.

⑤ 지점 또는 사무소 설립

외국 회사가 영국에 일정한 형태로 존재하는 때에는 영국에 사무소 또는 지점으로 등록해야 합니다.

대리인을 통해 사업을 하거나 영국에 출장와서 호텔 등과 같이 임시적인 장소에서 업무를 수행하는 경우에는 영국에 등록할 필요가 없습니다.

⑥ 사무소(영업장, Place of Business) 설립

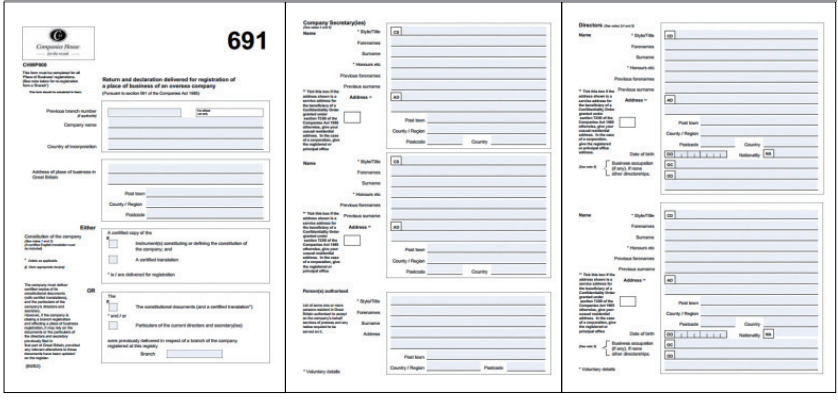
외국기업이 영국 내에 사무소를 등록하는 경우에는 아래의 사항을 회사 등기소(Register)로 제출해야 합니다.

제출 서류는 영문이어야 하며, 영문 이외의 서류를 제출할 경우는 공증 된 번역을 첨부해야 합니다.

등록 수수료는 20파운드이며, 개설과 동일한 날짜에 등록할 때에는 100파운드입니다 (스코틀랜드 또는 북아일랜드에 사무소를 개설하고자 할 때에는 각각 Edinburgh, Belfast 상업등기소에 별도 등록해야 합니다).

- 공증된 회사의 정관 또는 이에 상당하는 규정의 사본(Certified copy of the Memorandum & Articles of Association)
- 다음과 같은 것을 포함하는 양식 #691
  회사의 이사와 비서 명단
  회사를 위하여 근무하도록 요청된 어떠한 통고를 받았다는 사실 확인이 가능한 1인 이상의 영국 거주자 성명과 주소
  이사 또는 비서에 의한 영업장 설립 일자의 법률상 공고

그림 II-3 사무소 설립 신청 서류 양식 #691 출처: Business Inc.


691

Return and declaration delivered for registration of a place of business of an oversea company

⑦ 지점(UK Establishment) 설립

외국 회사가 영국에서 수행하는 기능이 보조적 또는 임시적이 아닌 경우에는 지점 등록 규정(Branch Registration Regime)에 따라 지점 등록을 합니다.

지점은 외국 회사를 대신하여 업무를 수행하도록 조직되며, 이는 영국 거주자가 외국 회사 본사 대신 영국 지점과 직접 거래한다는 걸 의미합니다.

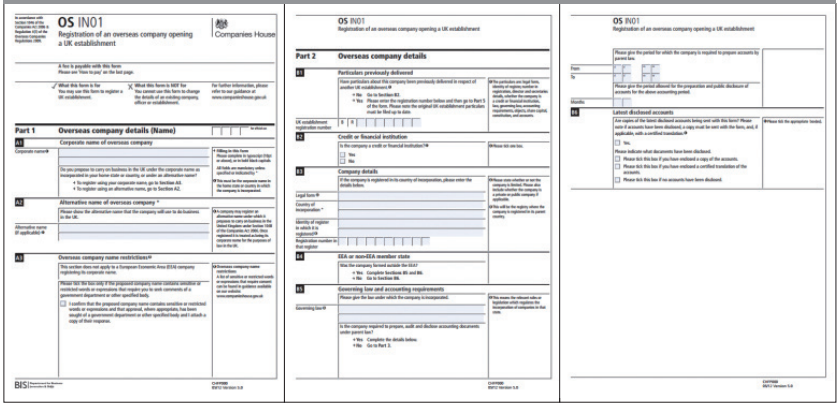
지점을 설립한 외국 회사는 지점 개설 후 1개월 이내에 BR1에 아래와 같은 사항을 기재하여 해당 등록 사무소에 제출해야 하며 등록 비용은 20파운드입니다.

모든 서류는 공증된 영문 번역서로 제출되어야 하며, 최초 지사 개설 후 복수 개설되는 다른 지점은 최초의 지점 등록 번호를 서식 BR1에 기재하면 정관 등을 다시 제출할 필요가 없습니다.

다음과 같은 것을 포함한 OS IN01 양식을 제출해야 합니다.

- 외국 회사 본점에 관한 사항
- 회사 명칭
- 사업장 명칭(회사 명칭과 다른 경우)
- 회사의 설립 국가, 설립 국가에서의 법인 등록 번호, 설립 국가의 등록 기관
- 회사의 형태
- 회사의 이사와 비서의 명단, 주소, 국적, 직업, 생년월일 등
- 제3자와 거래 및 소송에 있어서 회사를 대표할 수 있는 이사의 권한의 정도
- 신용 또는 금융 기관인지의 여부

그림 II-4 OS IN01 서류 출처: 영국 기업등록 기관, Companies House


OS IN01
Registration of an overseas company opening a UK establishment
Companies House
Part 1 Overseas company details (Name)
Part 2 Overseas company details

EU 회원국 이외에서 설립된 외국 회사는 추가로 아래 사항을 신고해야 합니다.

- 회사의 설립 근거법
- 설립 국가 내 주소, 회사의 목적, 자본금 액수
- 본사의 회계 기간 및 본사 소재국의 법에 따른 회계 보고서 작성 및 공시 기한 영국 지점에 관한 사항
- 지점 주소
- 개설 일자
- 지점에서 수행하게 될 사업 내용
- 회사와 사업장 명칭이 다른 경우 사업장 명칭을 기재
- 지점을 대표하는 권한을 가진 영국 내 거주자의 성명 및 주소
- 권한의 행사 범위 및 공동 대표인 경우 관련된 자의 성명

⑧ 외국인 진출 선호 형태

외국인의 투자 및 회사 설립 시 내국인과 차별이 없기 때문에 선호하는 특정 형태는 없습니다. 영국에 회사를 설립하고자 하는 외국인/기업의 상황에 따라, 연락 사무소/지사를 설립한 후 일정 기간 회사를 운영하다가 정식법인으로 등록하는 경우가 많습니다.

영국의 경우 법인의 설립절차 및 비용이 저렴하고 법인의 폐쇄 또한 용이하기에 외국 기업들은 지사나 연락사무소보다 법인 설립을 많이 하고 있습니다. 영국에 지속적으로 영업을 할 계획이 없이, 하나의 특정 프로젝트만을 위해 영국에 진출할 계획이 있을 경우, 지사나 연락사무소의 형태도 고려해 볼 수 있습니다. 영국의 경우 외국인과 내국인의 회사 설립 및 지원, 인센티브 등에 차별이 없습니다. 외국인의 회사등록에 제약이 없기에, 회사를 설립하고자 하는 외국인/기업의 투자전략에 따라 회사를 설립할 수 있습니다.

[참고] 영국 진출을 계획하는 기업이 알아야 할 기본적이지만 간과하기 쉬운 원칙

한국 본사의 지원을 받아 사업을 확장하고자 해외에 첫 발을 들였을 때, 정보 부족 및 문화적 이해 부족 등의 이유로 현지 전문인의 조력이 절실합니다.

내부적으로 결실을 맺은 탄탄한 사업 구상과 나름대로의 철저한 준비 과정, 야심찬 의지만으로 해외에서 성공을 거두기에는 예상치 못한 현지 상황이 존재하기 때문입니다.

1. 적임자 찾기

다년간 한국 기업들의 진출을 지켜보고 협력하는 과정에서 얻은 여러 가지 애로사항과 개인적으로 겪은 경험에 비추어 볼 때 해외 투자 한국 기업이 겪는 초기의 난점은 현지 네트워크 부족입니다.

법인을 설립하는 것은 단순히 영국 정부 기관인 컴퍼니즈 하우스에 신고하고 성실히 세금을 납부하는 게 전부가 아닙니다. 기본적으로는 은행 계좌를 개설하고 업무를 수행할 현지 직원도 필요하며, 회사 운영에 필요한 법률상의 조언을 구하기 위한 변호사와의 연락이 필요하기도 합니다.

이런 것들이 단순히 은행에 가거나 헤드헌터에게 도움을 청하고 변호사 사무실 문을 두드린다고 되는 것은 아닙니다. 중요한 것은 전문성을 가지고 영국 현지의 상황을 제대로 적용하되 한국 기업 문화 또한 이해할 수 있는 적임자를 찾는 것입니다. 이런 사항들이 초기에 제대로 해결되지 않으면 현지에 정착하는 데 걸리는 시간과 수고는 배가 됩니다.

2. 로마에 가면 로마법을 따르라

법인 설립 후 정착 기간이 지나고 나면 회사를 운영하면서 이런저런 크고 작은 문제들을 겪게 됩니다. 그 중 많은 기업이 공통으로 버리지 못하는 것이 하나 있는데 바로 '한국식 사고'입니다.

로마에 가면 로마법을 따르라는 격언이 있습니다. 자신의 머리로는 한국이 아닌 영국에 있다는 것을 인지하고 있으나 아직 가슴에서는 한국식 사고를 버리기가 쉽지 않은 것입니다.

- KPY Phillips Young LLP 권순재 회계사

3. 급여와 세금공제

무엇보다도 영국과 한국의 세법 차이를 정확히 이해하고 이를 준수하는 것이 절실합니다.

한국에서 파견된 흔한 주재원들은 급여에 관해서는 기존의 한국 본사에서 급여를 받는 방식을 선호합니다. 급여는 민감한 주제인 만큼 변화를 달가워하지 않고 기존 방식을 선호합니다. 또한, 한국에서는 고용인의 작업 능률 향상과 복리 증진을 위해 회사 차원에서 관대하게 지불되는 복리 후생비의 기준이, 영국에서는 매우 엄격하고 대부분 소득으로 간주돼 과세의 대상이 됩니다.

한국에서는 연말 정산을 통해 세금 환급이 가능한 비과세 공제 대상이 다양하고 많은 반면, 영국에서는 비과세 공제 대상이 거의 없을뿐더러 오히려 개인 소득 신고를 통해 혜택받는 간접 소득 등을 철저히 국세청에 보고해야 합니다.

4. 이전 가격은 철저히

한국의 기업이 인지하면서도 대수롭지 않게 생각하는 것이 있습니다. 그것은 이전 가격에 대한 사전컨설팅을 받지 않는다는 것입니다.

일반적으로 대기업의 경우 대부분 준비를 해서 유럽에 진출하지만, 중소기업의 경우는 대부분 이 부분에 대해서 주로 알려고 하지 않으며 알 기회가 있더라도 우이독경식으로 넘기는 경우가 많습니다.

이러한 차이는 기본적인 것 같지만 매우 중요합니다. 한국과의 차이점을 정확히 숙지하고 유연하게 대처하는 자세가 필요합니다. 한국 기업인 것은 부정할 수 없지만, 물리적 거처와 투자가 이루어지는 곳은 엄연히 타국입니다. 다시 말하지만, 소재국의 상이함을 이해하고 이에 적응하려는 노력은 필수입니다.

5. 한국 본사의 경영목표 이해 높이기

한국에서 파견된 임원들이 영국 방식에 적응해야 하는 반면, 현지 채용된 고용인들은 한국 본사의 규율을 숙지하고 이에 맞게 업무를 처리해야 합니다.

현지 실정을 가장 잘 아는 직원이기 때문에 한국 본사와 영국 법인 간의 커뮤니케이션을 원활히 조정하는 중재자의 역할이 요구됩니다. 소재국의 특수성을 아무리 잘 반영하더라도 한국 본사의 경영전략과 규범에 조화되지 않을 경우 이 모든 노력은 실현 불가능한 헛수고가 됩니다.

본사의 기준(Standard) 및 규범, 본래의 사업 목적을 충분히 이해하는 것은 가장 기본입니다. 이러한 현지 채용인의 이해를 도모하기 위해 한국 본사의 단기 연수 등이 효과적입니다. 집중적인 단기 연수 후에도 지속적인 트레이닝을 통해 본사의 장기적인 계획을 이해하고 실천할 수 있도록 배려해야 합니다.

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규

대부분의 음식사업자는 최소한 개업 28일 전에 영업장을 해당 지역의 환경 보건 서비스 기관에 등록해야 합니다.

음식사업에는 가정에서 운영하는 케이터링 사업, 가판대 등의 임시 영업장까지 포함합니다.

두 곳 이상의 영업장을 운영할 경우 모두 등록해야 하며, 영업장의 변경은 반드시 해당 지역의 환경 보건 서비스 기관에 등록하고, 변경계획에 대한 허가까지 받아야 합니다. 또한, 자영업자는 개별적으로 VAT 등록(과세사업자 등록)을 해야 하는 것을 잊지 말아야 합니다.

다음에 해당하는 별도의 라이선스를 발급 받아야 합니다.

- 주류판매
- 오후 11시~오전 5시 사이에 음식을 조리해서 판매하는 경우
- 영화 또는 라이브 음악 등의 공연을 제공하는 경우
- 가판대 등에서 음식을 판매하는 경우

* 주류 판매 라이선스는 장소에 대한 허가사항이라, 각기 다른 장소에 두 개의 식당을 운영하는 상황이라면 각각의 주류 라이선스가 필요합니다.

① 부지허가

허가가 필요한 행위

잉글랜드와 웨일즈에서 다음과 같은 사업을 하기 위해서는 허가를 받아야 합니다.

- 주류 판매
- 밤 11시 이후 데운 음식이나 뜨거운 음료를 판매
- 다음과 같은 공연을 제공; 라이브 음악, 녹음된 음악, 연극, 영화, 춤, 실내운동경기, 권투 등

위의 영업활동들을 합법적으로 하기 위하여 필요한 허가를 “부지 허가”라고 합니다.
부지 허가는 위의 영업활동들을 위해 부지를 이용하는 것을 허가하는 제도입니다.

허가를 신청하는 방법

허가를 신청하려면 소속된 시/군청에 허가신청서를 제출해야 하는데, 이 때 수수료를 지불해야 합니다. 허가신청서와 함께 다음과 같은 내용이 포함된 '운영시간표'를 제출해야 합니다.

- 허가가 필요한 영업행위
- 허가가 필요한 영업시간
- 허가가 필요한 영업시간 외에 영업장이 대중에게 개방되는 시간대
- 허가가 필요한 사업 행위가 주류 제공과 관련이 있을 시, '지정된 영업장 관리자'에 대한 상세 정보
- 판매되는 주류가 영업장 내에서 소비되는지, 영업장 외에서 소비되는지, 아니면 두 군데 모두에서 소비될 수 있는지 여부
- 허가가 필요한 영업행위를 홍보하기 위한 방법에 대한 설명

신청인은 자신이 허가 신청을 한 것에 대한 공고를 내야 합니다. 신청에 대한 반대 의견이 접수되지 않았을 경우 신청은 자동적으로 허가가 나지만, 반대 의견이 접수된 경우 시/도청은 허가 여부에 대한 공청회를 열어야 합니다.

시/도청이 허가 신청 심사시에 고려하는 요소들

- 범죄와 무질서
- 공공 안전 (부지 내 시설을 이용하는 사람들의 안전)
- 소란 행위 (소음, 쓰레기 버리는 행위 및 기타 문란 행위)
- 어린이들의 복지

부지 허가 기간

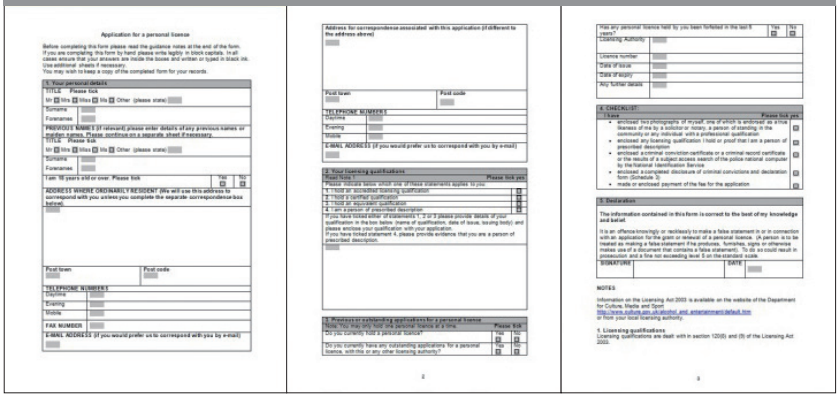
부지 허가가 나면 허가가 취소되거나 지정된 유효 기간이 종료될 때까지 유효합니다.

② 주류 라이선스

주류를 판매하기 위해서는 부지 허가 외에 개인 허가를 소지한 사람이 영업장에 상주해야 합니다.

이 사람은 지정된 영업장 관리자로서 허가된 사업의 경영을 책임지는 사람인 경우가 보통입니다. 이 지정된 영업장 관리자는 부지 허가에 그 이름이 기재되어야 하며 시/도청과 경찰이 필요 시에 우선적으로 연락하는 사람입니다. 이 사람은 주류 판매와 관련된 사회적 문제들을 잘 이해하고 있어야 하며 사업 자체에 대해서도 잘 이해하고 있어야 합니다.

그림 II-5 주류 라이선스 신청서 출처: 영국 정부



③ 영업 허가 관련

식당을 열기 전에 지방 의회의 검사와 승인을 받아야 합니다.

식당, 술집, 레스토랑 등 공용 또는 유통업체에 직접 판매하는 경우는 승인을 받아야 할 필요가 없습니다. 다만 특정 야생 동물의 육류 제품을 취급하지 말아야 하며, 사업에 등록된 대상 외부에 음식을 판매하면 안 되는 조건이 붙습니다.

2) 임대차 계약 절차 및 관행

① 합의 조건 및 구속력을 갖춘 계약

영국(스코틀랜드 제외)에서는 서면으로 계약서를 작성하여 양 당사자가 서명한 후 교환하기 전까지는 매수인과 매도인이 부동산을 매수하거나 매도하도록 강제하는 법적 구속력이 발생하지 않습니다. 양 당사자는 통상적으로 각자의 중개인을 통해 거래 조건에 합의한 후 매매 의향서 또는 기본 합의서상에 그 내용을 명시합니다.

상업용 부동산 매매 계약서는 통상적으로 무조건부이므로 매수인은 대개 매매 계약서를 교환한 날로부터 2~4주 이내에 거래를 완료해야 합니다. 따라서 일체의 실사 및 차입 약정은 매매 계약서를 교환하기 전에 구비되어야 합니다.

매매 의향서에 합의한 후에 어느 일방이 거래를 철회하고자 하는 경우에는 상대방에게 위약금이나 보상금을 지불하지 않고도 대부분 철회가 가능합니다.

② 계약 서류

일부 계약 조건들은 '표준 상업용 부동산 약관(SCPC)'이라는 공인 문서를 통해 전국적으로 표준화되어 있습니다. 이걸 바탕으로 매도인 측 중개인은 추가 조항이나 SCPC를 약간 수정한 조항이 포함된 계약서 초안을 작성합니다. 매매 계약서는 10~40페이지 분량으로 작성됩니다.

매매 계약서에는 일체의 거래 조건과 양 당사자를 구속하는 기술적 법률 요건이 포함됩니다. 거래가 완료되면 양 당사자는 부동산 지분의 양도를 법적으로 유효하게 확정하는 양도 서류를 작성합니다.

③ 일반적인 계약 조건

완료
계약서를 교환한 날로부터 영업일 기준 약 20일이 경과한 후에 거래를 완료하는 것이 통상적인 관행이지만, 양 당사자가 계약서를 교환함과 동시에 거래를 완료할 수도 있습니다.

계약금
계약서를 교환한 날과 거래 완료일 사이에 기간이 존재하는 경우, 매수인은 통상적으로 계약서 교환 시점에서 대금의 10%를 계약금으로 지불합니다. 매수인은 거래를 완료하지 못한 경우 매도인이 입은 추가적인 손실에 대해 피해를 보상할 책임을 질 수도 있습니다.

대금
거래 완료 시 지불해야 할 실제 금액은 당연히 합의된 대금이지만, (a) 거래 완료일 이후의 임대차 기간에 대해 매도인이 미리 수취한 임대료 및 (b) 상업용 부동산 투자인 경우, 거래 완료 시점에서는 지불하지 않는 경우가 많기는 하지만 부가가치세를 근거로 조정을 거칩니다.

선행조건 및 실사
계약서를 교환하기에 앞서 매수인이 일체의 실사 작업을 수행하는 것이 일반적인 관행입니다. 거래는 매수인 위험 부담 원칙(caveat emptor)이 적용됩니다. 매수인이 계약서를 교환한 날과 거래 완료일 사이에 새로운 사실을 발견한 경우에는 영업일 기준 6일 이내에 매도인에게 문제를 제기해야 하므로 매수인은 신속하게 행동해야 합니다.

비밀 보장
일반적인 부동산 취득인 경우 양 당사자가 계약 조건을 비밀에 부치기로 합의하는 사례는 극히 드뭅니다. 법적 소유권자에 관한 세부 사항 역시 공시됩니다.

[참고] 부동산 투자가 몰려드는 버밍엄

영국 제 2위 도시 버밍엄(=버밍햄, Birmingham)이 런던을 제치고 아시아 혹은 미국 부동산 투자펀드의 2015년 최대 투자지로 등극할 전망입니다.

런던은 시장에 나온 매물이 부족한 데다, 사무실 빌딩, 주택단지, 점포나 상가 가격이 이미 높이 올라, 투자자들이 영국 중부 West Midlands로 몰리고 있다고 PWC 경영컨설턴트법인 보고서가 발표했습니다.

버밍엄은 도시 전역에 걸쳐 엄청난 규모의 재개발이 진행 중이며 고속철도 HS2 본사 유치 등으로 부동산 투자가 모이고 있는것으로 보입니다. 또한 투자자들은 인기지역이나 특정도시 부동산 가격은 이미 너무 올랐으며 물건 찾기도 어렵다고 보고, '2위권' 도시 중에서 기회와 가능성이 높은 곳으로 눈길을 돌리고 있어 버밍엄의 투자는 지속적으로 증가할 전망입니다.

한편 2014년에 3,400만 명이 영국의 '지방 도시' 버밍엄을 찾아 50억 파운드(약 8조 5천억 원)를 소비했습니다.

미국인과 중국인이 가장 많았으며, 방문객 기준으로 2013년보다 관광객과 비즈니스 방문객이 32%나 늘어난 것입니다.

3) 영업시설의 공통기준

① 위생 규정

2006년 개정한 영국의 음식위생규정(스코틀랜드, 웨일즈, 북아일랜드와 동일)은 영업상의 모든 측면(영업장과 설비에서부터 종업원의 개별적인 위생상태까지)에 대한 기본적인 요구사항입니다.

음식위생규정은 온도 조절, '음식안전관리절차(Food Safety Management Procedures)' 구축 및 지속적인 기록에 대한 요구사항을 포함하고 있습니다. 규제에 대한 자세한 내용은 FSA(Food Standards Agency)에서 발간한 '외식업 음식위생 가이드(Food Hygiene-A Guide for Business)'를 참고하거나, 해당 지역 환경 건강 서비스 부서에 문의하면 됩니다.

이외에도 일반적인 음식안전 규정(Regulation (EC) No.178/2002, General Food Regulations 2004.)이 있습니다. 이에 따르면 특정 알레르기 또는 과민증이 있는 사람들에게 '적당한 음식(예: 견과류가 함유되지 않은 것 또는 글루텐이 함유되지 않은 것)'이라고 표기한 것에 대해서는 반드시 발생 가능한 위험을 고려해서 대비해야 합니다.

② 위생관리 조사

음식위생 규정 준수 여부를 확인하기 위해 집행공무원이 영업장을 감독하며, 주기적으로 또는 접수된 불만(고소)에 의해 방문 조사할 수 있습니다.

일반적으로 사전에 방문을 알리지는 않으며, 조사를 받는 주기는 사업의 종류와 이전 기록에 따라 달라집니다. 영업장의 식품안전 수준이 불충분하다고 판단될 경우, 영업장 폐쇄 또는 기소 조치가 취해질 수 있습니다. 이와 관련하여 '식품법상 조사와 식품업(Food law inspections and your business, by FSA, www.food.gov.uk)' 내용을 참고하실 수 있습니다.

③ 종업원 위생

음식을 취급하는 모든 종업원에게 식품위생에 관한 알맞은 일 처리 방식을 정기적으로 교육 및 감독해야 합니다.

종업원의 모든 교육 사항에 대해 기록을 남겨두면 위생 감독조사를 받을 때 도움이 될 수 있습니다. 영업장 음식안전관리 절차의 유지 및 개선 책임자는 해당 업무에 대한 적절한 교육을 받아야 합니다.

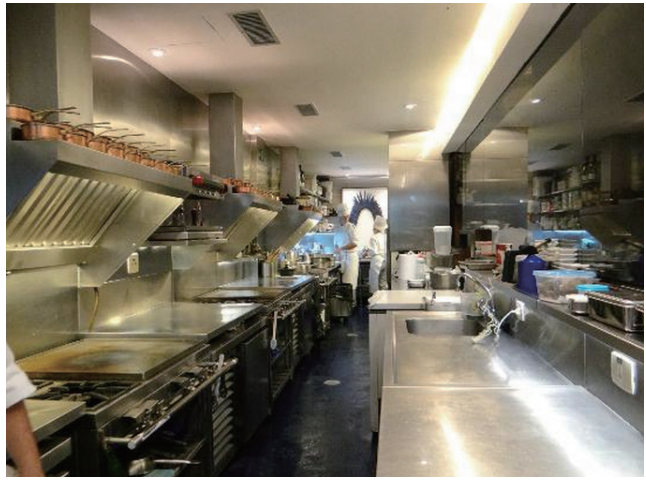
최근 많은 사람들이 공식적인 교육과정을 수료하거나 자격을 얻는 추세입니다. 교육내용은 FSA의 'Food safety management packs'나 적절한 위생실천 산업별 가이드를 통해 참고할 수 있습니다.

④ 화재 예방

화재위험평가(Fire Risk Assessment)와 화재안전예방조치(Fire Safety Precautions)를 반드시 수행해야 합니다.

화재안전예방조치는 레스토랑의 크기 등 몇 가지 조건에 따라 유형이 다릅니다. 식당 내부를 개조할 계획이 있는 경우, 우선적으로 해당 지역 소방기관에서 조언을 얻는 것이 좋습니다.

화재예방규정(Fire Certificate under the Fire Precautions Act 1971)에 따르면 화재 관련 면허가 필요한 장소는 20명을 초과한 인원이 동시에 일하는 근무지 또는 10명을 초과한 인원이 동시에 일하는 1층이 아닌 근무지에 해당합니다. 복합적으로 사용되는 건물에 두 개 이상의 유사한 영업장이 있는 경우, 총 종업원 수가 초과될 시 해당 면허가 요구됩니다.



⑤ 음식 안전관리 절차의 시행

음식 안전관리 절차를 정하고 지속적으로 관리 절차에 관련된 기록을 업데이트해야 합니다.

조리하는 음식 또는 조리법을 변경하는 경우, 반드시 관리 절차를 점검해야 합니다.

영국의 각 지역은 "Food Safety Management Packs(FSA, Food Standard Agency) " 를 제공하고 있습니다. '음식이 안전할수록, 사업이 더 나아진다.(Safer Food, Better Business)'라는 모토 아래, 혁신적이고 실용적인 방법으로 음식 안전관리에 접근하고 있습니다. 이를 위해 'FSA'가 소규모 케이터링 기업과 50여 개 지역 정부와의 파트너십을 적극 추진하고 있습니다.

⑥ 음식에 상표 붙이기

케이터링 사업은 일반적으로 음식에 상표를 붙일 필요가 없습니다.

다만, 저장목적으로 방부 처리가 된 식재료, 유전자 조작 콩이나 옥수수를 함유하고 있는 음식의 경우 반드시 상표를 붙이고, 메뉴 또는 안내문을 통해 손님에게 해당 사실을 고지해야 합니다.

손님에게 직접 팔기 위해 판매 전 포장한 식품에 대해서도 통일한 규정이 적용됩니다.
(예: 가게에서 선 조리한 후 포장한 샌드위치 등)

사전에 포장한 식품을 케이터링 사업 또는 소매업에 공급하거나, 손님이 요리하는 식품을 공급하는 업체에 대해서는 더 심화된 상표 규정이 적용됩니다. 자세한 내용은 지역 정부의 'Trading Standards Department'에 문의하여 파악할 수 있습니다.

과세사업자에 대한 규정사항

음식, 음료를 영업장에서 판매하는 경우 또는 조리된 음식을 테이크아웃 형태로 판매하는 경우는 과세대상 품목으로 일반세율을 적용하여 요금을 부과해야 합니다. 일반적으로 조리되지 않은 음식, 음료를 테이크아웃 형태로 판매하는 경우는 면세대상 품목에 해당합니다. 예외적으로 (포테이토)칩, 사탕류, 물(병으로 규격화된 상품)은 과세대상 품목으로 일반세율을 적용해야 합니다.

학교 또는 병원에 음식을 공급하는 케이터링 업체는 면세 사업자입니다.

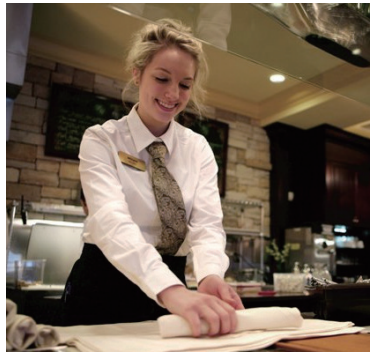
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

① 개요

영국 내 종업원 고용은 신문 광고, 지역 직업안정소(Job Centre), 전문직업 소개소(Recruit Agency) 등을 통해 이루어지고 있습니다. 특히 금융, 경제분석가 등의 고급 인력 채용은 Recruit Consultancy로 불리는 전문업체를 통해 많이 이루어지고 있습니다.

② 고용 계약

종업원은 고용계약이 시작되기 전에 동 업무를 수행하기 위한 고용 조건을 충족시켜야 합니다. 가장 일반적인 고용 조건으로는 의료 진단(Medical Examination), 영국 내 취업이 합법적임을 입증하는 여권 사본, 노동 허가증(Work Permit-비 EU 국민 해당) 제출 등이 있습니다.



*** 비 EU 국적인을 고용하는 경우**

고용하기 전 노동 허가를 받은 관련 문서의 원본이 정당하게 소지된 것인지, 유효한지, 회사가 노동자에게 허가한 일자리가 맞는지 여부를 확인하고, 그 사본을 보관해야 합니다.

체류기간이 12개월 이내인 종업원에 대해서는 최소 매 12개월에 한 번 그 유효성을 확인해야 합니다. 또한, 여권의 겉면, 유효일자, 사진과 서명, 종업원의 국적을 포함한 신상명세가 포함된 모든 면, 노동을 허가한 영국 정부 도장 혹은 보증이 적힌 면의 사본을 노동자가 퇴직한 후 2년이 지난 시점까지 보관해야 합니다.

보관한 관련 문서는 고용자가 불법 노동자를 고용한 벌금(Cvil Penalty)을 피할 수 있는 '법적 근거'가 되며, 그렇지 않은 경우, 최대 10,000 파운드까지 벌금이 부과됩니다. 불법체류자를 고의로 고용한 것에 대해 유죄판결을 받은 경우, 최대 2년까지 징역형에 처할 수 있어 주의를 요구합니다.

고용인의 고용 조건에 대한 문서화 의무

고용계약이 구두로 이루어진 경우에도 고용인은 고용조건에 관한 문서를 작성해, 근무 시작 후 2개월 내에 피고용인에게 전달할 법적 의무가 있습니다.

UK Employment Law 문서에는 다음과 같은 사항들이 포함되어야 하며, 해당 사항이 없는 경우에도 해당 사항이 없음을 명기해야 합니다.

- 고용 개시일, 근로 시간, 근무지
- 급여액, 급여 계산 방법, 급여 지급일
- 휴가, 병가
- 연금
- 고용 계약 만료를 위한 통지
- 직책(Job Title) 및 담당 업무
- 징계 정책 및 불만 사항 처리 방법

상기 고용 조건들을 보다 상세한 고용 계약서에 포함시킬 수도 있는데, 상세한 고용 계약서를 작성함으로써 고용인과 피고용인 간 권리, 의무를 명확히 할 수 있고 보너스 지급의 재량권이 고용인과 피고용인 중 누구에게 있는지 등과 같은 발생 가능한 분쟁 사항도 사전에 예방할 수 있습니다.

특히 고위직 피고용인과의 고용계약 시 이러한 상세한 고용 계약서의 작성이 권고되며, 고용규모가 클 경우 법률회사로부터 계약서 내용을 자문 받는 것이 바람직합니다.

피고용인의 법적 보호권(Mandatory Rights)

영국의 고용 관련 법령에 따르면 고용인은 고용 조건에 관한 문서를 피고용인에게 전달해야 하며, 이러한 고용 조건은 법령이 정한 최소 기준을 충족시켜야 합니다. 이러한 최소 기준 또는 법적 보호권은 피고용인의 국적에 관계없이 통상 영국에서 근무하는 모든 피고용인에게 적용됩니다. 피고용인의 주요 권리는 다음과 같습니다.

고용 종료 통지권(Right to Notice of Termination)
1개월 이상 근무한 피고용인은 최소 1주의 고용 계약 만료 통지 기간을 가질 권리가 있으며, 이러한 통지 기간은 2년의 근무 기간이 지난 시점에서부터 매년 1주씩 증가(최고 12주까지)합니다. 즉, 1개월 이상 근무한 종업원은 최소 1주의 고용 만료 통지 기간을 가질 권리가 있습니다.

평등지급권(Right to Equal Pay for Equal Work)
지급 평등법(Equal Pay Act 1970)에 따르면, 모든 피고용인은 동일한 업무에 대해 동일한 보수를 받을 권리가 있습니다.

유급휴가권(2011년 기준)
피고용인은 최소 연 5~6주(28일, National Holiday 포함)의 유급 휴가를 가질 권리가 있습니다.

그림 II - 6 최저 급여(Minimum Wage)		출처: Low Pay Commission
대상	최저 급여 (2014년 기준)	비고
21세 이상	시간당 6.50파운드(약 1만 원)	21세 이상
18세~20세	시간당 5.13파운드(약 8천 원)	18세~20세
16세~17세	시간당 3.79파운드(약 6천 원)	16세~17세
견습생	하루당 2.73파운드(약 4천 원)	19세이상 경우, 첫해만 적용

비정규직 근로자(Agency Workers)의 지위 향상

정규직 근로자와 비정규직 근로자의 평등한 대우에 대한 법에 따라 비정규직 근로자가 12주 이상 근무하게 되면 정규직 규정이 동등하게 적용됩니다.

고용인은 피고용인에게 고용 또는 계약에 대한 문서화된 진술서와 함께 법정 유급휴가, 모든 공제내역(국민보험 기여금 등)을 포함한 임금명세서, 최소 법정 휴식시간, 법정 병가, 모성휴가, 부성휴가, 입양휴가 및 임금을 지급하여야 하며 아래와 같은 의무를 다하여야 합니다.

- 법정 최대 근무시간을 초과하여 근무하게 하여서는 안 됩니다.
- 법정 최저 임금을 지급하여야 합니다.
- 고용인 책임보험에 가입하여야 합니다.
- 안전한 작업 환경을 제공하여야 합니다.
- 임금지급 명부, 세금, 국민보험을 다루기 위해 국세관세청(HMRC)에 등록하여야 합니다.
- 탄력근무 요청에 대하여(적절히) 검토하여야 합니다.
- 직장 내 차별이 없도록 해야 합니다.

성차별 금지법 강화

영국 정부는 1975년부터 성차별 금지법을 시행하고 있고, 영국 정부는 강화된 성차별 금지법을 2008년 4월 6일부터 적용하고 있습니다.

강화된 주요 내용은, 고용인은 피고용인이 회사 내 직원이 아닌 제3자에게서도 성적 차별을 받지 않도록 보호할 의무가 있고, 피고용인이 임신, 출산휴가와 관련하여 차별을 받았다고 이의를 제기할 시 임신 전의 대우와 임신 후의 대우에 대한 차이를 스스로 입증할 필요가 없어집니다.

피고용인이 26주의 추가 출산휴가 기간 동안에도 고용인은 그 이전과 같은 대우(각종 혜택)를 제공해야 하고, 피고용인의 의무 출산휴가 기간에는 그 동안의 실적 보너스를 받을 수 있습니다.

출산, 육아 관련 휴가

영국 정부는 출산, 육아 관련 휴가에 대한 여성근로자 권리 향상을 주 내용으로 하는 법을 발표하였습니다. 이 법은 2008년 10월 5일 이후 출생 자녀를 둔 여성들에게 적용됩니다.

출산 휴가는 총 52주로, 26주의 기본 출산휴가와 26주의 추가 출산휴가로 이루어져 있습니다.

기존의 경우 26주 기본 출산휴가 기간만 고용인이 피고용인에게 인센티브(개인의료보험, 생명보험, 회사 자동차, 육아 지원금)를 제공할 의무가 있었습니다.

하지만 개정법에 의하면 총 52주의 출산휴가의 모든 기간에 고용인은는 피고용인에게 기존에 제공하던 모든 인센티브를 제공해야 할 의무가 있습니다. 출산휴가 기간의 실적 보너스의 경우 고용인과 피고용인의 타협이 필요하므로 논란의 여지가 있다는 견해가 많습니다.

명시 조항(Express Terms)

법령에 강제된 종업원 법적 보호권이 충족된다면 고용인과 피고용인은 기타의 고용 조건에 대하여 자유롭게 결정할 수 있습니다. 이러한 명시 조항에 대한 합의는 구두 또는 문서로 이루어질 수 있으나, 문서를 통해 향후에 발생할지도 모르는 논란을 감소시킬 수 있습니다.

명시 조항의 예
- 비밀 유지 조항: 피고용인은 업무상 취득한 정보의 비밀을 유지하여야 합니다.
- 경쟁 금지(Non-Competition) 조항: 피고용인은 고용 만료 후 고용인의 경쟁자를 위해 업무를 수행하거나, 타 피고용인이나 고객을 유인해서는 안 됩니다.
- 지적 재산권 조항: 피고용인이 고용 중에 개발한 각종 권리에 대한 소유권을 고용인과 피고용인 중 누가 보유하는가에 관한 사항입니다.

묵시 조항(Implied Terms)

일부 조건들은 법령에 의해 계약서에 묵시적으로 포함되어 있는 것으로 봅니다. 고용인과 피고용인 간 상호 신의성실 의무는 이러한 묵시 조항 중 대표적인 것입니다.

위임 조항(Incorporated Terms)

피고용인의 고용과 관련된 조건들을 다른 문서의 고용 관련 부분에 위임할 수 있습니다. 노동조합의 단체 협약에 위임하는 것이 좋은 예입니다. 위임조항에 따라 노동조합은 피고용인을 대신하여 급여 수준, 유급 휴가 일수 등을 협상할 수 있습니다.

고용 종료(Termination of Employment)

고용인이 고려하여야 할 가장 중요한 문제 중 하나는 고용 종료와 관련된 피고용인의 권리입니다. 고용 관계를 종료하는 방법은 다양하며, 각각의 경우에 따라 피고용인이 계약상 또는 법령상의 고용종료권을 갖는지 여부가 결정됩니다.

상호 합의에 의한 고용 종료

고용인과 피고용인 간의 상호 합의에 의한 고용 종료로, 법적 문제 발생 가능성이 낮습니다.

피고용인의 자발적인 고용 종료

피고용인은 고용 계약을 위반하지 않도록 적정한 통지절차를 거쳐야 합니다. 그러나 고용인이 종업원의 위반 사항에 대해서 소송을 제기하는 경우는 극히 드뭅니다.

고용인의 계약상 고용 종료 통지

고용인이 고용계약에 따라 피고용인에게 고용 종료를 통지하는 경우입니다. 고용인은 고용 계약 종료를 종업원에게 적절히 통지함으로써 고용 계약을 종료할 수 있습니다. 법정 최소 통지 기간이 있으며, 이 기간은 피고용인의 근무 기간에 따라서 달라집니다.

통지 기간은 계약상 통지 기간이나 법정 최소 통지 기간 중 긴 기간을 따릅니다. 계약서가 없는 경우 또는 계약서에 통지 기간에 대한 언급이 없는 경우, 피고용인은 타당한 기간 동안 통지를 받을 권리가 있습니다. 이러한 통지 기간은 관련한 상황에 따라 다르지만, 항상 법정 최소 통지 기간은 준수되어야 합니다.

고용 계약에 의하여 통지 기간에 대한 급여 지급(복리 후생비가 있다면 복리 후생비 포함)을 함으로써 통지 없이 계약을 종료할 수 있습니다.

실제로 고용인들은 종종 계약서상 언급이 없지만, 통지 기간 동안의 수당을 계산해 지급함으로써 통지 기간 없이 계약을 종료합니다. 계약상에 통지 없이 그러한 지급을 할 권리가 없는 경우 계약위반이 되며, 피고용인에게 수당 지급이 사실상 손해배상이 된다고 하더라도 부당 해고로 배상을 청구할 수 있는 권리가 생깁니다.

피고용인이 계약서상 의무를 매우 중대하게 위반한 경우(예: 중과실) 고용인은 통지 수당 지급의무가 없이 즉시 통지(Summary Notice)로 고용 계약을 종료할 수 있습니다. 계약서 상에 즉시 해고에 대한 특정한 상황을 기재할 수 있습니다. 피고용인은 부당한 해고 조치에 대해 소송을 제기할 수 있습니다.

고용 계약 종료 시 수당

피고용인은 정리 해고에 의한 고용 종료의 경우가 아니면 고용 종료 시 법정 수당에 대한 권리를 가지고 있지 않습니다. 피고용인이 정리 해고로 해고된 경우, 동일 직장에서 2년 이상 근무한 경우에는 법정 정리 해고 수당(Statutory Redundancy Pay)을 받을 수 있습니다.

법정 정리 해고 수당은 주급(현재 최고 270파운드)에 근무 연수(현재 최고 20년)와 연령을 고려하여 계산합니다. 현재 최고 법정정리 해고수당은 8,100파운드(약 1,317만 원)입니다. 피고용인은 또한 특정한 경우 고용 계약 종료 수당에 대한 계약상의 권리가 있을 수 있습니다. 예를 들어, 고용인이 향상된 정리 해고 정책을 운용할 경우 계약상의 권리가 될 수 있습니다.

이러한 정책이 있는 경우 피고용인은 법정 정리 해고 수당 외에 퇴직 수당과 같은 혜택을 갖게 될 수도 있습니다.

공정 해고 조건(이유)

무능(Capability): 피고용인이 작업을 수행할 수 없는 경우
바람직하지 않은 품행(Misconduct)
정리 해고(Redundancy): 보통 고용인이 전체적으로 또는 특정 지역에서 사업을 중단한 경우, 특정 작업에 필요로 하는 인원이 전체적으로 적어진 경우, 또는 특정 위치에 필요 없는 경우
불법 행위(Contravention of a Statutory Enactment)
기타 해고를 정당화하는 상당한 이유(Some Other Substantial Reason)

부당 해고

고용인이 정당한 통지 조치 없이 피고용인을 해고하는 경우가 해당됩니다. 이러한 일방적인 해고 조치가 피고용인의 심각한 부정행위에 기인한 것이 아닌 이상 고용인이 고용 계약을 위반한 것에 해당, 고용인은 통지 기간에 해당하는 급여와 복리 후생 급여를 지급할 의무가 있으며, 피고용인은 적법한 소송을 제기할 수 있습니다.

인정 해고(Constructive Dismissal)

고용인이 고용 계약을 심각하게 위반한 경우 피고용인은 사임하고, 이러한 사임이 고용인에 의한 부당한 해고 조치임을 주장할 수 있습니다. 이러한 고용인의 심각한 위반의 예는 직급의 하향 조정 및 일방적인 급여 삭감 등이 있습니다. 피고용인은 고용인의 고용 계약 위반에 따른 보상을 청구할 수 있을 뿐만 아니라 부당해고에 대한 소송을 제기할 수 있습니다.

③ 사회보장 제도

영국의 공적 사회보장 제도는 크게 국민보험(National Insurance)과 국가 보건 서비스(National Health Service)로 나누어집니다. 국민보험 등록은 종업원이 국민보험국의 지역 사무소에서 하게 되어 있으며, 외국인도 가입하여 혜택을 받을 수 있습니다.

국민보험

국민보험은 소득세와는 별도로 소득에 부과되는 강제 보험으로 보험료는 국민보험국(DSS)을 대신하여 국세청에서 징수합니다. 보험금 납입 후 65세 이상 남자, 60세 이상 여자로 당시 영국에 거주하고 있으면 연금 형태로 보험금 혜택을 받게 됩니다.

피고용인 부담분
국민보험 규칙에 따르면 외국 회사에 고용된 피고용인이 해외로부터 영국에 파견된 경우 영국에 도착 후 최소 52주간에 대해서는 국민보험료의 면제 신청을 할 수 있습니다. 면제 조건을 충족시키기 위해서는 피고용인이 영국 통상거주자가 아니어야 합니다.

고용인 부담분
고용인 부담분은 피고용인이 국민보험료 납부의무가 있는 경우에만 발생합니다. 그러므로 최소 52주간의 면제 기간에는 고용인 부담분 납부 의무가 없습니다.

5) 세무 관련 정보

① 법인세 (Corporation Tax)

'HM Revenue & Customs (HMRC, 국세청)'에 법인세 과세 사업자로 등록 후, 기간 내 납부세액을 납부하고 관련 증빙 서류를 보관해야 합니다. 법인세는 개인소득세 또는 부가가치세와 달리 먼저 납부를 하고 신고서를 제출합니다.

일반적으로 법인세 과세기간은 4월 1일부터 3월 31일까지이나, 기업의 회계기간을 과세기간으로 정할 수 있습니다. 법인세는 과세기간 종료일 다음 날부터 9개월이 지난 날에 납부하며, 과세기간 종료일 다음 날부터 12개월 지난 날에 법인세 소득 신고서를 제출해야 합니다. 예를 들어 법인의 회계 기간 및 과세기간이 2011년 4월 1일부터 2012년 3월 31일까지일 경우, 법인세는 2013년 1월 1일에 납부하고, 그 기간에 대한 법인세 소득 신고서는 2013년 3월 31일에 제출해야 합니다.

* 'Marginal Relief': 30만 파운드(약 4억 9천만 원)~150만 파운드(약 24억 4천만 원)의 이익을 내는 기업에 'Main Rate'를 적용하여 과세함에 따라, 50만 파운드(약 24억 4천만 원)와 해당 과세기간 동안 발생한 기업 이익의 차액에 대하여 일정비율(Standard Fraction)만큼 세액이 차감됩니다.

② 개인소득세 (Income Tax)

개인사업자는 개인 소득에 대하여 매년 4월 서류 또는 온라인으로 자진신고(Self Assessment)의 방법으로 소득세를 납부해야 합니다. 개업 후 'HM Revenue & Customs(HMRC)'에 첫 과세기간 종료일 이후 10월 5일까지 등록해야 합니다.

위반 시 벌금이 부과되므로, 기간 내에 소득세를 납부해야 합니다. 등록 시에는 '국가보험 번호', '사업 계약에 대한 상세정보', 'HMRC로부터 수령한 과세자 고유 참고 번호(Ten-Digit Unique Taxpayer Reference Number)', '사업 시작일' 등의 정보가 필요합니다.

그림 II-7 소득세 (회계연도 2014/2015) 출처: HMRC(HM Revenue & Customs)

소득세 (회계연도 2014/2015)	**소득세** (예금소득 제외)	**예금 소득세**	**배당 소득세**
0 ~ £31,865 (0 ~ 5,182만 원)	20%	20%	10%
£31,866 ~ £150,000 (5,182만 원 ~ 2억 4천만 원)	40%	40%	32.50%
£150,000 이상 (2억 4천만 원)	45%	45%	37.50%

* 2,800파운드(약 455만 원) 이하는 예금 소득세 10% 적용 기준

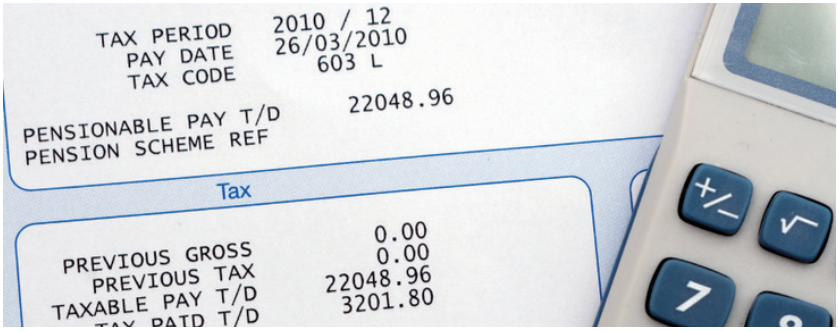
③ 급여세 (Pay As You Earn, PAYE)

사업자 또는 고용인은 임직원(피고용인)에게 급여 지급 시에 세금 및 국민연금 등을 원천징수하여야 하고, 'HM Revenue & Customs(HMRC)'에 월별, 분기별로 납부하여야 합니다.

임직원(피고용인)은 연말정산 등의 과정을 통해 납부한 세금을 초과하는 범위 내에서 세금을 환불 받을 수가 있습니다.

원천징수는 고용인 수입이 국민보험에서 제시하는 한도(과세연도 2012~13년에 일 107파운드(약 17만 원), 월 464파운드(약 75만 원), 연 5,564파운드(약 904만 원))에 도달하면 의무적으로 적용해야 합니다.

고용인은 'HM Revenue & Customs(HMRC)'에 고용인으로 등록을 하고, 세금코드(Tax Code)와 국민보험기금(National Insurance Contributions, NICs)에서 제공하는 산정방식을 이용하여 소득세와 국민연금 금액을 산정합니다. 이는 매월 19일에서 22일까지 온라인으로 납부하며, 월 수입이 1,500파운드(약 243만 원) 미만일 경우에는 분기별로 납부할 수 있습니다.



④ 부가가치세 (VAT)

기업의 매출액이 과세기준점을 초과하는 경우 과세사업자로서 매출세액(VAT)을 등록해야 하며, 과세사업자는 공급하는 상품과 서비스에 대해서는 매출세액을 부과할 수 있습니다.

과세기준점은 연간 68,000파운드(약 1억1천만 원)이나, 매출액이 과세기준점에 미달하는 경우 면세사업자가 되어 등록할 필요는 없습니다.

가격에 VAT를 부과할 수 없으나, 면세를 포기하면 과세사업자가 되어 VAT 등록이 가능합니다. VAT를 가격에 포함시키는 여부에 관계 없이, 세율은 업종에 따라 다르게 결정되며, 일반적으로 음식 또는 음료 판매사업엔 일반세율을 적용합니다. 일반세율은 20%입니다.

⑤ 소득세 과세대상 소득

근로소득, 자영업자의 사업소득, 연금소득, 이자소득, 배당소득, 부동산임대소득, 신탁재산소득 등이 있습니다. 배당 소득은 영국에 상장된 주식에 대한 배당을 말합니다.

이자소득 및 배당소득에 대한 세율은 최후에 적용하므로, 이자소득에 대한 세율은 비이자소득에 대한 세율을 적용한 후 차순으로 적용합니다. 비이자소득이 2,560파운드(약 416만 원) 이하인 경우 또는 이자소득 및 배당소득만이 과세소득을 구성하고 있다면, 이자소득은 2,560파운드(약 416만 원)까지는 10%의 세율로 과세됩니다.

비이자소득이 2,560파운드(약 416만 원)를 초과할 경우, 모든 이자소득은 총 과세 소득금액에 따라 20%, 40%, 50%로 과세됩니다. 과세기간은 당년 4월 6일부터 익년 4월 5일까지이며, 서류로 자진신고 하는 경우 그 기한은 10월 31일 자정이며, 온라인으로 자진신고 하는 경우, 그 기한은 과세기간 종료 후 익년 1월 31일 자정입니다. 신고기한을 위반할 경우 부과되는 가산세는 다음과 같습니다.

그림 Ⅱ-8 가산세율 출처: HMRC(HM Revenue & Customs)

경과일수	내용
1일 경과	납부해야 할 세금의 유무에 관계없이 가산세 100파운드(약 16만 원)를 부과
3개월 경과	1일 경과에 따라 10파운드(약 1만6천 원)씩 부과하며, 최대 900파운드(약 146만 원)가 부과되며, 가산세 100파운드(약 16만 원)에 추가
6개월 경과	가산세가 누적되며, 300파운드(약 48만 원) 또는 납부할 세액의 5% 중 큰 금액을 부과
12개월 경과	가산세가 누적되며, 300파운드(약 48만 원) 또는 납부할 세액의 5% 중 큰 금액을 부과

[참고] 영, 탈세 '밀고' 매일 수 백 건

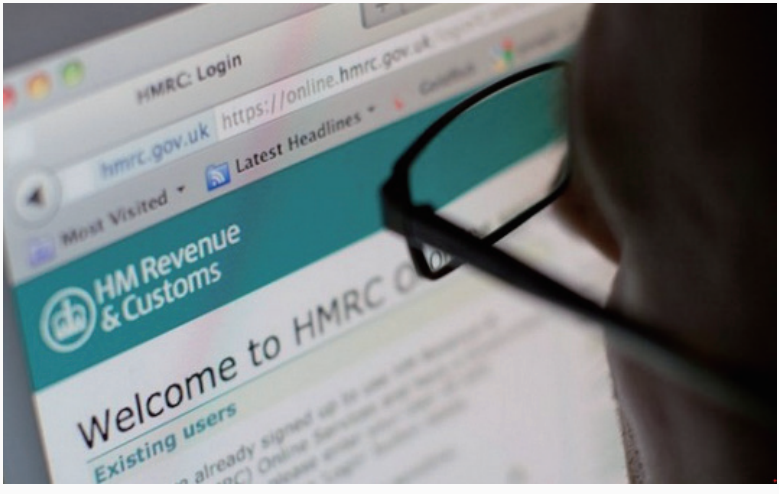
영국에서 '상당히 신빙성 있는' 탈세 밀고가 매일 250건 이상 발생하고 있습니다. 밀고자 대부분은 혐의자를 잘 아는 헤어진 배우자나 전·현직 부하직원 또는 사업 동료로 알려졌습니다.

영국국세청(HM Revenue & Customs, HMRC)이 접수한 탈세 신고는 2년만에 수천 건 이상 증가했으며, 신고 포상금은 작년 사상 최대인 40만 파운드(약 6억6천5백만 원) 이상이었습니다.

탈세 신고의 대부분은 이혼당해 증오에 찬 부인이 '전 남편이나 동거남이 숨겨둔 재산이나 탈세 내역'을 구체적으로 신고하므로 내용이 정확하고 규모가 큰 경우가 많습니다.

또 하나의 주요 정보원은 현재 혹은 이전 사장에게 불만과 원한을 품은 직원입니다. 이들은 회사 세금을 덜 낸 것과 거짓 인보이스, 거래명세서 악용 등 비리를 폭로했습니다.

영국국세청은 밀고 내용으로 인한 세금환수 금액, 탈세 예방 예상액, 조사기간 단축 등 여러 요인을 종합 고려해 자유재량(Discretion of HMRC)으로 포상금을 결정하고 있습니다.



6) 수입/통관 관련 정보

① 통관의 종류

약식 통관

영국 세관은 화물 송장 등의 각 내용에 대한 정확성 여부를 심사합니다.

제품 검사는 세관이 지정한 시간에 세관 통제구역인 부두나 창고 등 지정된 장소에서 이루어지며, 세관이 지정한 장소에서 검사가 곤란한 플랜트 설비, 정밀기기, 귀중품, 긴급 수요물자 제품에 대해서는 경우에 따라 세관원이 현장에 가서 검사하기도 합니다.

관세, 특별세(Excise), 부가가치세(20%) 등은 일반적으로 통관 시 지불합니다. 대부분 수입상들은 통관절차를 운송 업체의 통관 담당 부서나 전문 통관업체에 위임하고 있습니다.

정식통관

영국에서는 농수산물과 식품도 원칙적으로 일반 제품과 동등한 관세, 통관, 검역 제도 및 절차에 따라 이루어지나, 농수산물과 식품의 위생검역 제도 및 절차는 일반 제품에 비하여 다소 까다로운 편으로 부가적인 통관서류(수출허가서나 위생증명서 등)를 요구하고 있습니다.

영국의 농수산물과 식품의 수입 제도는 수입통관, 관세, 위생검역, 수입규제 제도 등으로 요약될 수 있는데, WTO와 EU의 규정 내에서 운영되고 있습니다. 영국의 수입통관은 크게 EU 역내 국가산 상품과 역외산 제품의 수입통관으로 대별되나, 통관 양식은 동일합니다.

영국의 통관 신고서 양식은 Form C1600입니다. 그러나 양식에 필요한 사항이 모두 기재된 서류나 컴퓨터 기록도 수용합니다.

수용 가능한 통상적인 서류는 선적 계산서, 항공 계산서, 용기 적하목록, 송장, 탁송 기록(전산화된 제품 목록 시스템) 등입니다. 수입 신고서는 제3국에서 수입된 제품을 대상으로 적용되는데, 주로 SAD(Single Administrative Document)가 이러한 목적을 위하여 사용됩니다.

영국의 관세제도는 EU의 관세제도와 동일한데, EU 회원국 제품의 통관 시에는 공동 관세를 적용하고, 농산물에는 공동농산물정책(CAP: Common Agricultural Policy) 규정에 의한 관세를 적용합니다.

우편통관

국제 우편협약에 따라, 배송자는 반드시 관세 신고서(CN22/CN23)를 작성하여야 하며, 모든 제품에 대하여 관세(Customs), 소비세(Excise), 부가가치세(VAT)를 납부하여야 합니다.

우편통관은 물품 가격이 80파운드 이하면 관세를 지불하지 않아도 됩니다.

면제 조건

관세 부과금이 9파운드 이하이면 관세가 면제되며, 알코올, 담배, 향수, 화장수 등을 제외한 제품 중 구매금액이 18파운드를 넘지 않으면 부가가치세가 면제됩니다.

알코올과 담배는 원칙적으로 어떤 경우에도 소비세가 부과되며 향수와 액체 화장품은 각각 중량 50㎎ 및 250ml 를 초과할 경우에는 선물의 경우에도 부가가치세가 부과되는 것이 원칙입니다.

② 공급자의 선정

구매하는 식재료의 질과 안전은 영업장에 영향을 미칠 수 있으므로, 식재료 공급자의 선정은 신뢰도 측면에서 매우 중요합니다.

식재료가 도착했을 때, 반드시 주문한 상품이 맞는지 확인해야 합니다. 냉장 및 냉동식품일 경우, 그 온도가 적정하게 유지되었는지, 포장이 파손되지는 않았는지를 확인하고 수취해야 합니다.

③ 수송(Transport)

영업장에서 다른 곳으로 또는 도매상에서 영업장으로 음식을 옮길 때, 박테리아 등에 오염되는 것을 방지해야 합니다.

음식이 오염되는 것을 막기 위해서 포장하거나 또는 컨테이너 안에 넣어 이동해야 하며, 냉장 및 냉동식품은 알맞은 온도를 유지시켜 주어야 합니다. 가공되지 않은 날 재료와 조리된 음식은 분리시켜 보관해야 하며, 음식 운송수단은 반드시 항상 청결 유지·보수가 잘 된 상태여야 합니다.

④ 추적성

식품 또는 식재료를 공급받는 모든 업체에 대한 서면 기록을 보관해야 합니다. 기록에는 공급자의 이름과 주소, 제품의 종류와 수량, 일자를 포함해야 합니다. '배치번호(Batch Number)' 또는 '사용가능기한(Use By or Best Before)'의 기록도 가능하지만, 송장(Invoice)을 반드시 확인해야 합니다.

또한, 식품을 공급한 모든 공급처(가게 또는 도매상)에 대한 인보이스와 영수증을 보관해야 합니다. 모든 기록을 일정기간 보관하는 까닭은 판매하고 있는 음식에 안전문제가 발생할 경우 관리 감독관이 음식에 대한 세부사항을 조사하기 위해서입니다. 장기보관 가능한 식재료의 경우, 그 기록을 더 오랜 기간 보관해야 합니다.

다른 기업에 음식을 공급하는 경우에도, 동일한 방법으로 해당 음식과 관련된 세부 사항을 기록해야 합니다.

⑤ 상품의 판매 중단 및 리콜

건강에 해롭거나 식용에 적합하지 않다고 판단되는 경우, 판매 중단 처리를 해야 합니다.

소비자에게 이미 공급이 완료된 경우에는 리콜 처리를 해야 하며, 이는 소비자에게 상품의 반환 또는 폐기를 부탁하는 것을 의미합니다(해당 지역 정부에 조언을 요청). 판매 중단 또는 리콜을 처리할 경우 즉시 해당 지역 환경 건강 서비스 부서에 보고해야 합니다.

⑥ 식재료 수입 관련 절차

영국의 농수산물 식품 수입절차는 WTO, EU 규정 범주 내에서 운영되며, 수입통관, 관세, 위생검역, 수입규제의 카테고리로 구성됩니다.

수입되는 모든 상품(Goods)은 그 종류에 구분 없이 동일한 수입통관 절차를 거쳐야 하나, 일부 농수산물·식품의 경우 부가적인 통관서류(수출허가서, 위생증명서 등)를 요구합니다.

⑦ 수입허가신청 절차

상품의 수입통관은 크게 'EU 역내 국가' 상품의 수입과 '역외 국가' 상품의 수입으로 구별되나 통관양식은 동일합니다. 농수산물·식품 수입 통관에 필요한 기본 서류는 SAD 양식, Health Certificate, C105a,105b,109a 양식, Commercial Invoice, B/L, Payment form(L/C 사본 등)입니다.

검역

육류는 EU 동물 검역제도(Veternary Checks)에 따라 사전 검역과정을 거친 후 수입이 가능하며, 식물의 경우 위생 검역증(Phytosanitary Certificate)을 받아야 수입 가능합니다. 식품, 어류의 경우에는 위생검역증(Health Certificate)을 첨부해야 합니다.

위생검역증을 수반하는 수입품은 영국의 요구사항 이행 여부를 확인한 후 이상 발견 시 샘플 테스트를 실시합니다. 위생검역증이 유효하려면 수송일 14일 전 검역을 받아야 하며, 식물이 생육한 지역의 공공 기관(Plant Protection Service)에서 지정한 검역관의 서명이 들어간 검역증이 필요합니다. 비 EU국가에서 위생검역증이 발부된 경우, 영어 번역을 첨부해야 합니다.

통관심사

영국에서 규정된 요약 신고서 양식은 'Form C1600'이며, 이외 필요한 서류로는 선적 계산서, 항공 계산서, 용기 적하목록, 송장, 탁송 기록(전산화된 제품 목록 시스템 기반)입니다. 수입 신고서는 미국과 같은 제3국에서 들여온 제품을 대상으로 적용되며, 대부분은 'SAD(Single Administrative Document)'가 같은 목적을 위해 사용됩니다.

영국의 관세제도는 EU 관세제도와 동일하며 EU 회원국 간의 통관 시에는 공동관세가 적용되며, 농산물은 공동농산물정책(CAP) 규정에 따라 관세가 적용됩니다. EU 역외 국가는 영국 관세청이 정한 관세율에 따라 책정된 일정 금액의 관세를 납부한 후에 통관 가능합니다.

영국 식품기준법(Food Standards Act)에 의하면 수입식품은 유통, 보관, 보세지역, 소매, 판매, 도매의 어느 시점에서든 안전검사를 받을 수 있습니다. 이러한 일반조항과는 별도로, 수입식품에 적용되는 특정 규제사항들은 동물성 식품에만 적용됩니다.

비동물성 식품은 수입식품규정(Import Food Regulations: 1984&1997)의 적용을 받습니다. (비동물성 식품 예: 과일, 채소, 곡물, 베이커리, 약초, 향신료, 미네랄 물, 과일, 주스 등)

[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 가늠하는 척도로 본 모델을 활용할 수 있습니다.

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

수익성 분석에 임할 때는 다음과 같은 내용을 고려합니다.
- 보수적, 현실적으로 추정합니다.
- 추정손익 및 손익분기점(Break Even Point)을 파악합니다.
- 투자대비 경제성(투자수익률법, 회수기간법)을 파악합니다.
- 사업의 장기비전을 분석합니다.

① 매출액 추정

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

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

② 비용 추정

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

비용항목은 구체적으로 매출원가(식재료비, 조리인력 인건비), 판매비와 일반관리비(홀직원 인건비, 지급임차료, 수도광열비, 신용카드 수수료 등), 영업외 비용(지금 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 보기에도 용이하고 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-9 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 - 10 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	
	지급임차료	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

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.

1,400개 X 8,000원 = 11,200,000원

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 순현가법을 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), 순현가법(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.

그림 II-11 사업타당성 판단 기준 예시 출처: 김영갑 외, 「외식창업론」, 2011

사업성 판단 기준	투자수익률/월[1]	투자비 회수기간
매우 양호	4% 이상	2년 이내
양 호	3% 이상	3년 이내
보 통	2% 이상	4년 이내
불 량	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

유럽연합시민, 스위스 국민, 그 밖의 면제 대상을 제외하고는 모두가 입국 시 비자를 필요로 합니다.

기본적으로 체류 허가를 받기 위해서는 생체인식거주증(Biometric Residence Permit, BRP)을 받아야 하며, 영주자격 신청자들뿐 아니라 난민이나 인도적 지위 신청자들에게도 의무사항이 됩니다.

* 생체인식거주증(BRP) : 기본적으로 2008년 도입이 되었으며 기존에는 비유럽연합시민 중 학생이나 근로자가 6개월 이상 영국에 서 거주 할 시 받아야 했었으나, 2012년 2월 27일 이후로 대상자가 확대되어 모든 비유럽연합시민이 영국에 6개월 이상 거주할 시에는 BRP를 받아야 하는 것이 의무가 되었습니다.

생체인식거주허가에는 신상정보(이름, 출생일, 출생지), 신원확인 전자장치가 포함되어 있습니다. 얼굴이나 지문 등으로 신원을 확인하기 위하여 얼굴사진을 찍고 전자지문을 채취하며, 모든 정보는 영국중앙정부 데이터베이스에 저장됩니다.

① 단기비자

점수제(Points Based System) 도입

호주 이민제도를 모델로 영국의 이민제도를 전면 개편하여 2008년 3월부터 이민 신청자의 선택적 수용(selective admission)원칙에 따른 점수제(Points Based System)를 도입, 실시하게 되었습니다.

기존 80여 가지의 노동허가(Work permit)과 유학(Study UK entry routes)을 관리 가능한 5개 그룹(Tier)으로 구분하여 효율성을 높였으며, 비자 신청자들은 각 그룹별로 배정된 기본 점수를 획득하여야 체류 자격을 받을 수 있습니다.

가족비자

영국 시민권자, 영국 영주권자, 유럽연합 회원국 시민과 결혼을 할 경우 배우자 비자를 신청할 수 있습니다. 시민권자나 영주권자와 결혼 시 배우자 비자를 받을 수 있고, 배우자 비자를 통해 영국에 체류할 경우 반드시 그 배우자와 동거한다는 증거자료를 제출해야 합니다.

강제결혼으로 인한 여성의 피해를 최소화하고자 결혼이민비자 연령제한이 21세로 상향 조정됐습니다.

부모가 단기 체류 비자로 영국에 계속 거주하는 경우 18세 미만 미혼 자녀에게 부모의 체류기간과 같은 기간의 비자를 발급합니다.

2012년 7월 9일부로 가족비자 신청 시 언어시험 통과 의무 제도가 도입되었고, 외국인 배우자를 영국으로 데리고 오고자 희망하는 국민은 일년 소득이 18,600파운드(약 약 3천만 원) 이상이어야 한다는 조건 등이 도입되는 등 가족비자 신청의 조건이 더 까다로워지고 있습니다.

난민관련 체류

영국에 직접 난민신청을 하거나 영국에 거주하다 난민신청을 하여 난민이나 인도적 지위를 부여받을 경우, 영국에 초기 5년 동안 거주할 자격이 생깁니다 (leave to enter 혹은 leave to remain35이라 불림).

② 영주비자

엄밀한 의미의 영주권이 아니라, 기간에 제한을 두지 않은 체류허가 (Indefinite Leave to Remain: ILR)로 영주허가를 의미합니다.

처음부터 영주 자격을 신청할 수 있는 방법은 없으며 일반적으로 영주 자격을 신청하기 위해서는 최소 5년의 거주 이후 신청할 수 있는데, 2008년부터 위의 5년에 더해 1년간의 유예기간 동안 사회봉사 등 사회참여 활동을 통해야만 영주 자격을 획득할 수 있습니다.

이를 거부할 경우 최소 3년의 유예기간을 갖도록 하며, 6년 내에 사회 봉사활동 등 영국 사회에 기여하지 않은 것으로 판명된 시민권 신청자는 영국 입국일로부터 최소 8년을 기다려야 합니다.

영주권 신청자는 언어와 생활에 대한 지식(Knowledge of Language and Life(KOL)) 자격요건을 충족해야 하며 대표적으로 24개 문항으로 구성된 영국에서의 생활(Life in the UK)라는 시험을 통과해야 합니다.

EEA 비자나 거주증으로 영주 허가를 받으려면 유럽연합 자체의 법에 따라서 영주허가를 받게 되는 체계가 있으며, 앞서 말한 영주(Indefinite Leave to Remain)와는 다른 방식으로 영주 자격(Permanent Residence Status)을 취득하게 됩니다.

유럽연합 시민이나 스위스 국민이거나 그 가족인 경우 EEA 노동이동의자유권리(EEA Free-movement Rights)에 의거하여 5년 동안 지속적으로 영국에 거주하였을 경우나 2006년 4월 이후부터 권리를 행사 했을 경우 자동적으로 영주자격(Permanent Residence Status)을 받습니다.

그림 Ⅱ-12 영주(Indefinite Leave to Remain) 자격 신청
출처: UKBA 홈페이지(www.ukba.homeoffice.gov.uk)

분류	비고
점수제 기반 비자 소유자	- 1. Tier 1(일반) 2. Tier 1 (투자자) 3. Tier 1(기업가) 4. Tier 2(일반) 5. 근로허가(Work Permit) 6. 기존의 HSMP 비자 소유자 - 위에 해당하는 사람이 최소 5년 + 1년(유예기간) 이후 신청 가능 - 5년의 기간 동안 450일 이상 거주했을 것 - 기존의 HSMP비자 소유자는 비자 발급 이후 4년 이후 신청 가능 (2006년 이전 신청자)
배우자 및 가족이민	- 영주권자 내지는 시민권자와 결혼하여 3년이 경과한 후 - 3년 동안 270일 이상 거주했을 것 - 18세 이하 아동의 경우 부모 모두가 영주 자격을 부여 받았을 것
기타	10년 이상의 합법체류자나 합법 혹은 불법을 떠나 14년 이상 장기 체류 한 사람
난민지위를 통한 영주권리 취득	UNHCR을 통해 난민으로 인정받은 경우 Gateway Protection Programme으로 영국에 들어오게 되며 난민 인정 즉시 영주할 권리를 부여받음

③ 귀화

귀화 요건
- 18세 이상
- 건강한 정신
- 영국에서 계속 살면서 일하고 영국 사회에 기여할 의향이 있어야 함
- 영어, 웨일즈어, 스코틀랜드어를 적절히 구사할 줄 알아야 함
- 영국에서의 삶에 대한 충분한 지식이 있어야 함 (Life in the UK 시험을 통과해야 함)
- 품행이 단정할 것

거주 자격요건
- 영국에서 적어도 5년 이상(거주 자격기간, Residential Qualifying Period) 거주했어야 합니다.
- 귀화 신청 시점으로부터 과거 5년 전에 영국에 거주했어야 합니다.
- 5년 동안 450일 이상 영국을 떠나지 않았어야 합니다.
- 5년 기간 동안 지난 12개월 이내에 90일 이상 영국을 떠나있지 않았어야 합니다.
- 5년 기간 동안 영국 이민규칙(Immigration Rules)을 위반하지 않았어야 합니다.

유럽연합 시민의 경우에는 귀화 신청 시점 12개월 전에 영주자격(Permanent Residence Status)을 가지고 있어야 합니다.

④ 퇴거 및 추방

추방명령 조건
- 장관(Secretary of State)이 그 사람의 추방이 공공의 선이 된다고 여길 때
- 추방 예정인 사람의 법적 배우자나 18세 이하 부양 미성년일 때
- 17세 이상 구금 이상에 해당하는 유죄 판결을 받은 사람은 법정 출국 권고

* 영국 이민법 주요 내용은 다음의 QR코드를 이용하여 확인할 수 있습니다.

[참고] 10년 영주권과 동반가족 비자 Q&A

Q: 영국에 학생비자로 입국해서 조만간 10년이 되는데, 그 사이에 결혼도 해서 부인과 영국에서 낳은 자녀 두 명이 있습니다. 부인과 자녀들은 모두 현재 학생동반비자를 가지고 있는데, 제가 영주권을 신청하면 나머지 가족들의 비자는 어떻게 해결해야 할지 궁금합니다.

A: 이런 경우 남편은 10년 체류로 영주권을 신청하고, 부인은 배우자비자, 자녀들은 조건에 따라 동반비자 혹은 영주권 혹은 시민권을 신청할 수 있습니다.

10년 영주권신청과 가족비자 구분

학생비자 혹은 각종 비자로 총 10년을 체류하면 영주권을 신청할 수 있는데, 이때 부인도 10년을 체류했다면 함께 10년 거주로 영주권을 신청할 수 있습니다. 대개는 중간에 결혼해서 10년 체류가 안 된 경우 남편이 영주권 신청 시 부인은 배우자비자를 신청할 수 있습니다.

자녀들은 영국 출생한 경우 바로 시민권을 신청할 수도 있고, 해외에서 출생해서 자녀가 영국에 온 경우 엄마의 동반비자를 신청하는 것이 일반적이나, 아빠를 따라 함께 영주권을 신청할 수 있도 있습니다. 이런 경우 심사관의 배려(discretion)를 생각해야 하기에 전문가와 상담을 통해서 개별적 상황과 해외체류 일수 등을 고려해서 적절한 선택을 하는 것이 바람직합니다.

자녀들 비자문제

영국에서 태어난 자녀들은 현재 비자 기간이 아빠가 영주권을 받을 때까지 충분히 남아있는 경우, 아빠가 영주권을 받으면 그 후에 시민권을 신청할 수 있습니다. 그러나 아빠가 영주권을 받기 전에 비자가 만료될 정도로 비자기간이 충분히 남아 있지 않은 경우, 영주권을 아빠와 함께 신청해서 영주권을 받은 후에 추가로 시민권을 신청할 수 있습니다.

해외에서 자녀들이 태어난 경우, 엄마 배우자비자의 동반비자를 신청할 수 있는데, 이때 재정증명으로 첫째 아이는 연 3,800파운드(약 635만 원), 둘째아이는 연 2,400파운드(약 400만 원)에 해당하는 재정증명을 추가로 해야 합니다. 즉, 재정증명을 소득증명으로 하는 경우 18,600(부인몫)+3,800(첫 아이 몫)+2,400(둘째 아이 몫) = 총 24,800파운드(약 4,140만 원) 연봉 기준으로 6개월 소득증명을 하든지, 혹은 예금증명으로 하는 경우 24,800x2.5(년)+16,000(정착금) = 총 78,000파운드(약 1억3천만 원) 자금을 6개월간 가지고 있었음을 증명해야 합니다.

2) 금융 서비스

① 외환 제도

1979년 10월 24일부터 금융, 보험 등 서비스 부문의 흑자 확대를 겨냥, 정부의 외환 통제를 전면 철폐하고 시장의 자율 조정 기능에 의한 환율 관리를 시행하고 있습니다.

이에 따라 누구나 목적에 관계없이 자유로이 외환을 획득할 수 있을 뿐만 아니라 해외에서 자유로이 파운드화를 차입 또는 대여할 수 있으며, 금 또한 자유로이 매매할 수 있습니다.

② 현지 자금조달 개요

1979년 10월에 외국 외환 규제가 전면 폐지됨에 따라 국내 자금, 해외 자금 모두 무제한으로 조달 가능합니다. 이는 파운드에 한정되지 않고 유로, 미국 달러 등 외국 통화도 가능합니다.

기본적으로 영국에서는 외국기업의 국내 금융 기관으로부터의 자금 조달에 관한 제한이 없습니다. 단, 금융 기관과의 각각의 거래에 따라 조건이 다르고, 모회사로부터의 보증이나 그 외 다른 형태로 담보를 설정할 것을 요구하는 경우는 있습니다.

대외 차입에 대해서도 규제는 없고, 영국 통화 이외의 외화로의 차입도 가능합니다. 하지만 국제 연합이나 유럽 연합의 정치적 제재를 받고 있는 국가와의 거래는 금지되고 있습니다. 통상의 유가 증권이나 금융 상품의 규제는 없고, 주식 거래에 대해서도 특별한 제한은 없습니다.

당좌차월 (마이너스 통장, Overdraft)

당좌예금 계좌에 연결된 대출금으로, 단기적으로 1개월~12개월 동안 차입이 가능합니다.

1년 후 재협의를 통해 갱신이 가능하며, 이때 갱신비용이 청구됩니다. 이자는 영국 기준금리에 3%부터 가산금리로 적용되며, 이는 신용 위험 요소에 근거하여 결정되고 통상 신용카드 대출금리보다 낮습니다.

신청 서류 제출 후, 대출결정 소요기간은 소규모 기업이 2일, 대기업은 10일입니다. 기업의 운영이 과도하게 당좌차월에 의존하고 있다고 판단되는 경우에는 당좌차월을 통한 대출이 제한될 수 있습니다.

기업대출 (Business Loan)

일정 기간 동안 대출한 후 계약한 스케줄에 따라 상환하는 자금입니다. 기간별 상환액은 대출자금의 규모와 기간, 적용이자율에 따라 결정됩니다.

기업대출은 당좌차월보다 장기적인 대출에 더 적합합니다.

일반적으로 금리는 7%~20%으로, 대출금 25,000파운드(약 4천만 원)까지 고정금리 대출이 가능하며, 변동금리 선택도 가능합니다. 영국 기준금리보다 높지만 가산금리가 매우 낮고, 위험요소에 따라 결정되며 당좌차월보다 낮은 편입니다. 신청 서류 제출 후, 기업 규모에 따라 2일에서 10일 정도가 소요됩니다.

소기업 대출(Small Business Loan)
1,000파운드(약 160만 원)~25,000파운드(약 4천만 원)를 대출하여, 12개월~10년간 상환하는 대출 계약으로, 이자율과 기간별 상환금액이 고정되어 있습니다.
계약수수료는 100파운드(약 16만 원)이고, 조기에 상환할 경우 리베이트를 받을 수 있습니다. 리베이트는 'the Consumer Credit (Early Settlement) Regulations'에 근거하여 결정됩니다.

기업 대출(Flexible Business Loan)
유한책임회사가 10,000파운드(약 1,600만 원) 이상의 금액을 차입하거나, 개인사업자가 25,001파운드(약 4천만 원) 이상의 금액을 차입할 경우에 적합하며, 12개월~15년(10년까지 고정금리 가능)간 상환하는 대출입니다. 고정금리 또는 변동금리의 선택이 가능하며, 이자 지급은 매월 지급 또는 매 분기 지급 중 하나를 선택할 수 있습니다.

상업용 부동산 융자(Commercial Property Loans)
상업용 부동산 융자는 개인 부동산 융자와 유사하게 상업용 부동산을 담보로 합니다.
특히, 상업용 부동산인 가게, 공장, 사무실, 창고를 매입할 때 사용되는 대출입니다. 최소 대출 가능금액은 일반적으로 25,001파운드(약 4천만 원)이며, 고정금리 또는 변동금리, 상환기간은 2년~30년, 이자지급은 매월 지급 또는 매 분기 지급 중 선택이 가능하며, 영국 기준금리 London Interbank Offered Rate(LIBOR)에 연동된 변동금리는 100,000파운드(약 1억6천만 원) 이상 대출금에 적용 가능합니다.

자산 금융(Asset Finance)
은행 또는 고객이 자산을 구매하거나 리스할 때 이용하는 특수 금융회사가 제공하는 금융서비스입니다. 가장 일반적인 자산 금융은 할부구입과 리스가 있습니다. 자산금융의 종류에 따라 세금에 미치는 영향이 다릅니다. 단일 거래 또는 연간 연속 거래의 최소 대출가능 금액은 100,000파운드(약 1억6천만 원)이며, 250,000파운드(약 4억 원)를 초과하여 대출할 경우, 이자율 변동위험에 대비해야 합니다.

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

① 정부단체 및 기관

기관명	연락처
관세청 (HM Revenue & Customs)	전화: +44-20-7620-1313 주소: 100 Parliament Street, London SW1A 2BQ 홈페이지: www.hmrc.gov.uk
내무부 (Home Office)	전화: +44-20-7035-4848 주소: 2 Marsham Street, London SW1P 4DF 홈페이지: www.homeoffice.gov.uk
금융감독청 (Financial Service and Authority)	전화: +44-20-7066-1000 주소: 25 The North Colonnade, Canary Wharf, London E14 5HS 홈페이지: www.fsa.gov.uk
외교부 (Foreign & Commonwealth Office)	전화: +44-20-7008-3100 주소: King Charles Street , London SW1A 2AH 홈페이지: www.fco.gov.uk

② 한국기관 및 한인단체

기관명	연락처
주영 한국 대사관	전화: +44-20-7227-5500 주소: 60 Buckingham Gate, London SW1E 6AJ
KOTRA 런던 무역관 (재영한국경제인협회)	전화: +44-20-7520-5300 주소: 1st Floor, Brettenham House North, 12/13 Lancaster Place, London WC2E 7EN
재영외식업협회	전화: +44-78-7947-7004 이메일: cahchi34@hotmail.com
한국관광공사	전화: +44-20-7321-2535 주소: 3rd Floor., New Zealand House Haymarket, London SW1A 4QT
한국은행	전화: +44-20-7382-0580 주소: 8th Floor, Tower 42, 25 Old Broad Street, London EC2N 1HQ
재영 한인회	전화: +44-20-8605-0050 주소: 1st Floor, Thames House 63 Kingston Road, New Malden, Surrey KT3 3BP

[참고] 한식당 운영 실무 정보

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 요소 입니다.

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.

최근에 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-2 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 주목 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 통해서는 제공하지 않는 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 공정해야합니다.

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 능률에 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 충족 할 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 수행등), 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 매상 올리는 방법

피크타임이 아닌 시간대에 매상을 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, 에피타이져 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

면적 8
인구수 8
실업률 28
1인당 GDP 23
GDRP/GDP(명목) 23
물가상승률 26
가처분소득 27
외국인투자 24
식당 유형별 구성비 44
에스닉별 점유율 45
식당 방문 빈도 44
외식 지출액 43
외식 적정가격대 43
식음료지출 27
한식당 수 75
한식당 유형별 구성비 78
한식 인지도 76
한식당 방문 빈도 78
한식 지출액 79
한식 적정가격대 79
재외동포수 73

산업정보

경제 동향 28
외식산업 정책 21
식품산업 정책 21
경제 활성화 정책 17
투자 정책 18
이민 정책 19
인종 구성 9
주식 및 식습관 13
전통음식 15
언어 9
날씨 8
종교 10
외식산업 규모 29
외식산업 업태별 현황 30
주요 에스닉 식당 진출 현황 47
식당 종류 44
식당 운영 형태 44
외식시장 트렌드 32
한식산업 규모 75
한식당 진출 현황 75
한식당 형태 78
외식 소비자 특성 36
외식 소비 특성 78
식당 선택 기준 43
식당 만족 이유 43
외식 소비 인기 메뉴 44
한식 소비 특성 78
한식당 선택 기준 80
한식당 만족 이유 80
한식당 불만족 이유 80
한식 인지 및 경험 76
한류 12

실무정보

사업자 등록 절차 85
인허가 요건 및 관련 법규 93
부동산 관련 유의사항 96
세무 관련 정보 110
노동법 관련 유의사항 102
보건/위생 관련 유의사항 99
수입/통관 관련 정보 114
수익성 분석 114
금융 서비스 131
유동인구 67
식당 위치 지역 67
한식당 위치 지역 67
상권현황 55
집객시설 57

글로벌 한식당 운영 길라잡이 [런던]

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in **London**

발행월 | 2015년 6월
발행 | 한식재단
연구수행기관 | 언스트앤영 어드바이저리
디자인 | 은다로미

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.