

Starting Korean Restaurant in London

Starting Korean Restaurant in London

Starting Korean Restaurant in London

런던 한식당 창업 및 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in London



- 일본
- 덴마크
- 러시아
- 독일
- 루마니아
- 헝가리
- 중국
- 스웨덴
- 스위스
- 태국
- 이탈리아
- 대한민국
- 오스트리아
- 바베이도스
- 영국
- 멕시코
- 프랑스
- 온두라스
- 캐나다
- 스페인
- 파나마
- 미국
- 대만
- 이탈리아

런던 한식당 창업 및 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in London

초판 1쇄 발행 2012년 11월 1일

지은이 한식재단

펴낸곳 한식재단

연구수행기관 삼일회계법인

디자인 지음디자인스튜디오

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

전화 02-6300-2050

팩스 02-6300-2055

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

이메일 hansik@hansik.org

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

발간사

「런던 한식당 창업 및 운영 가이드 북」을 펴내며...

국가의 경쟁력을 단순히 경제력이나 기술력, 군사력으로 파악하던 과거와는 달리 최근에는 그 나라의 전통에서 비롯된 문화 컨텐츠, 소위 소프트 파워도 그 국가에 대한 호감도와 신뢰도에 영향을 미쳐 국가경쟁력을 결정하는 중요한 요소가 된다는 것이 많은 인류학자들의 지적입니다.

K-Drama와 K-POP에서 출발한 한류가 새로운 진화를 거듭하면서 세계인에게 문화강국으로서의 대한민국 이미지를 끌어올리고 있습니다. 이와 같은 한류의 중심에 반만년 우리 역사 속에서 형성되어온 우리 문화의 정수라 할 수 있는 한식이 있습니다.

정부의 꾸준한 관심과 민간의 적극적인 참여에 힘입어 한식은 이제 세계인의 식탁을 향해 빠른 속도로 다가가고 있습니다. WHO에서는 한식을 ‘영양학적으로 균형 있는 모범식’으로 선정하더니 이어 음식월드컵이라 할 수 있는 세계적인 요리축전인 ‘마드리드 퓨전 2012’에 대한민국이 당당히 주인공으로 초대받아 각국 오피니언 리더들 앞에서 당당하게 한식의 우수성을 선보일 수 있었습니다. 뿐만 아니라 한식재단에서 시행한 ‘동경 한식당 추천제’를 계기로 세계에서 가장 권위 있는 레스토랑 가이드 중 하나인 ‘미슐랭 가이드’에 스타 한식당이 대거 등재되는 쾌거도 이루었습니다. 최근 뉴욕 데일리 뉴스에서도 ‘12년 가장 주목받을 음식으로 ‘한식’을 꼽았으며 세계 저명인사 152명을 대상으로 설문 조사한 ‘CICI(한국이미지커뮤니케이션연구원)의 한류 글로벌 소통지수’ 5개 부문 중 진정성과 공감성에서 K-POP 등을 제치고 1위를 차지하여 앞으로 글로벌 커뮤니케이션의 좋은 소재로 한식이 활용될 수 있을 것으로 기대됩니다.

이러한 한식의 가치와 세계인의 인식을 높이기 위한 노력의 일환으로 농림수산식품부와 한식재단에서는 해외 주요 도시들의 외식시장과 한식산업의 현황에 대해 꾸준히 조사·분석하고 있으며, 그 결과물을 바탕으로 해당 도시들에서 한식당을 창업하거나 운영하시는 경영주 분들께 보탬이 되고자 간단한 한식당 운영 지침서를 만들어 보았습니다.

본 가이드북은 다음과 같이 구성되어 있습니다. 우선 서두에는 해당도시의 외식시장 현황과 상권 등 한식당 사업 환경에 대하여 이야기하고 있으며, 이어서 런던 도시에서 한식당을 창업하였을 때 어떤 것들을 고려해야 하는지, 마지막으로 한식당을 운영할 때 점검해야 할 요소들을 기술하였습니다.

물론 이 책만으로는 런던의 한식산업의 모든 것을 반영할 수는 없을 테지만 본 책을 통해 현재 해당 도시에서 한식당과 관련된 일을 하시는 분들께 조금이나마 보탬이 될 수 있기를 기원합니다.

감사합니다.

2012년 11월 한식재단 이사장 **양일선**

CONTENTS

I. 런던(London) 시장환경

1. 거시환경 분석

- 1.1 경제적 환경
- 1.2 정책적 환경
- 1.3 사회적 환경
- 1.4 음식 문화

2. 외식시장 현황

- 2.1 시장에 대한 이해
- 2.2 고객에 대한 이해
- 2.3 경쟁자에 대한 이해
- 2.4 상권에 대한 이해
- 2.5 한식산업에 대한 이해

II. 런던(London) 한식당 설립 가이드

3. 한식당 설립 사전 정보

- 3.1 레스토랑 컨셉 결정
- 3.2 목표 시장 선정
- 3.3 상권 입지 선정
- 3.4 메뉴 가격 결정

4. 한식당 설립 실무 정보

- 4.1 회사 설립/인허가 정보
- 4.2 부동산 계약
- 4.3 금융 서비스
- 4.4 세무(Tax)
- 4.5 설비/인테리어
- 4.6 비용분석

III. 런던(London) 한식당 운영 가이드

5. 한식 운영 현황 및 전망

- 5.1 한식당 운영 현황
- 5.2 한식당 운영 애로사항
- 5.3 한식당 운영 전망
- 5.4 성공 한식당 사례

6. 한식당 운영 시 고려사항

- 6.1 종업원 채용 시 유의사항
- 6.2 급여 처리 준비사항
- 6.3 식재료 유통 시 고려사항
- 6.4 식당 위생 및 소방 안전 사항
- 6.5 기타 주의사항

■ 외식 소비자 설문조사 개요

조사 방법 : 온라인 조사(Online Survey) 방식
조사 대상 : 런던 조사업체 패널 702명
조사 기간 : 2012. 3. 29 ~ 4. 12(15일)



I. 런던(London) 시장환경

1. 거시환경 분석

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

런던은 잉글랜드(England) 남동부 템스강 하류로 부터 약 60km 떨어진 상류지점에 위치하고 있습니다. 면적은 1,579km²로 국토의 1.21%를 차지하며, 서울의 약 2.6배에 해당합니다.

인구는 약 782만 명으로 국가 전체 인구의 약 15%를 차지하며, 외국인 거주인구는 런던 인구의 약 31%에 해당하는 242만 명입니다.

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

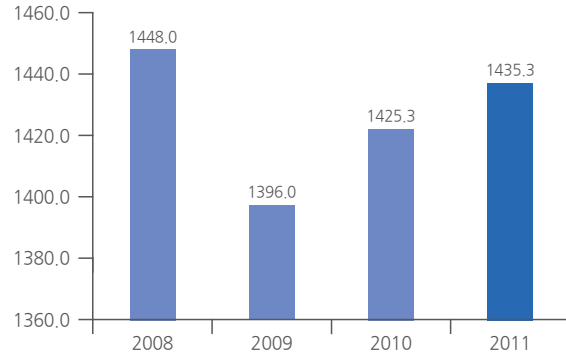


[그림 1-1] 런던 지도
출처: Wikitravel, Outer-Inner London

구분	해당 내용
면적	1,579km ² (국토의 1.2%, 서울의 약 2.6배)
인구	782만 명(국가 전체 인구의 약 15%)
외국인 거주인구	242만 명(런던 인구의 약 31%)
언어	English
관광객 수	연간 2,000만 명

[표 1-1] 런던 도시개황
출처: Office of National Statistics

단위: billion £



[그림1-2] 영국 GDP 현황
출처: Office for National Statistics

1.1 경제적 환경

영국(UK)의 GDP는 £1,435.3 billion(2011), 한화 약 1,692조 원으로 세계 5위의 경제규모입니다.

2008년 글로벌 금융위기 이후 GDP가 큰 폭으로 감소하면서 성장률이 다소 둔화되었습니다.

섹터(Sector)별 GDP 구성비를 살펴보면, 서비스 섹터가 77.7%로 GDP의 대부분을 차지하고 있습니다. 특히 금융, 보험, 비즈니스 분야의 GDP 기여율이 높은 것으로 나타났습니다.

산업 섹터는 21.6%, 농업 섹터는 0.7%로 감소 추세에 있습니다.

런던은 영국(UK) 전체 GDP의 약 20% 이상을 차지합니다.

런던의 1인당 GDP는 £28,247, 한화 약 5,100만 원으로 EU 주요 도시들 중 23위에 해당하는 수준입니다.

런던 중심부인 Inner London의 1인당 GDP 수준은 £52,091, 한화 약 9,400만 원으로 EU에서 가장 부유한 지역 10곳 중 하나에 포함됩니다.

영국(UK)의 소비자물가지수(CPI)는 2010년 이후로 상승 추세에 있습니다. 외식물가에 해당하는 'Restaurant & Café' 항목도 비슷한 추세로 상승하고 있습니다.

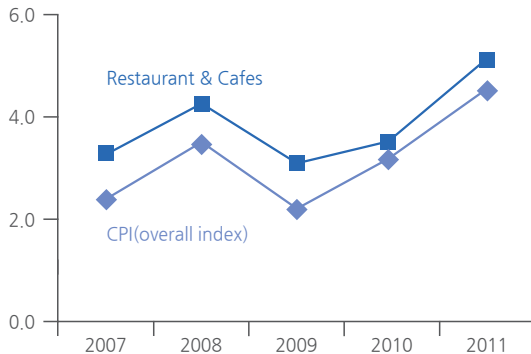
소비자물가지수(CPI)는 2010년 전년 대비 3.2% 상승하였으며, 2011년에는 전년 대비 4.5% 상승하였습니다. 외식물가도 비슷한 수준으로 2011년 전년 대비 4.8% 상승하였으며, 향후에도 지속적으로 상승할 것으로 전망됩니다.

세계 경제 전문가 의견 및 각종 경제지표에 따르면 영국은 2012년 현재, 어려운 경제적 상황에 직면해 있습니다.

정치적으로는 긴축정책을 둘러싼 갈등, 대외적으로는 유로존 재정위기 확산 여파로 영국 경제의 불확실성이 확대되고 있는 상황입니다.

한편, 유럽연합(EU) 집행위원회의 분석에 따르면 영국 중장기 잠재성장률은 1.7%로 다른 유럽 주요 국가들보다 높은 것으로 전망되었습니다.

최근 발표된 영국 정부 예산안에 따르면, 법인세율 인하폭 확대, 조세체계 간소화, 중소기업 지원 확대 등 정부차원에서 지속가능한 경제성장을 견인하기 위해 다양한 지원 정책을 추진할 계획입니다.



[그림1-3] 영국 소비자물가지수(CPI) 현황
출처: Office for National Statistics



1.2 정책적 환경

1) 도시개발 정책

엄격한 건축 규정이 시대적 변화 요구에 따라 많이 완화되고 있습니다.

다양한 용도의 건물이 적당히 어우러진 시가지를 구성해야 한다는 기존의 시 당국의 개발 원칙이 많이 완화되고 있습니다.

이로 인해, 상가를 식당 용도로 바꾸기 쉬워졌으며 사무실을 호텔로 개조하는 작업이 여러 곳에서 진행되고 있습니다.

2020년 까지 10여 채의 고층빌딩이 런던 중심가에 들어설 예정입니다.

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

이 빌딩에 대한 긍정적인 반응으로 인해 런던시 당국은 예전에 비해 수월하게 빌딩 신축 허가를 내주고 있으며, 2020년 까지 10여 채의 고층빌딩이 시내 중심가에 건축될 예정입니다.

켄 리빙스턴(Ken Livingstone) 전 런던 시장은 '런던 대변신(Totally London)' 프로젝트를 통해 낡고 오래된 도시 런던을 관광 메카로 변화시켰습니다.

관광객들의 체류 기간을 늘리기 위해 뮤지컬 도시 런던의 이미지를 집중적으로 홍보하고, 서더크(Southwark), 사우스뱅크(Southbank) 등 런던의 남동쪽 지역을 관광지로 개발하였습니다.

2012년 런던올림픽을 유치한 것은 런던 개발전략의 성과 중 하나입니다.

2) 투자지원 정책

영국은 세계에서 가장 비즈니스 여건이 좋은 나라로 손꼽히는 곳입니다.

영국은 대영제국 해체 이후 현재까지 세계의 중심국가로 인식되며 수많은 외국인 투자자들이 몰리고 있는 매력적인 시장입니다. 이는 시장환경, 지정학적 위치, 언어, 문화 등 복합적인 요소 덕분입니다.

외국기업 95%가 런던의 비즈니스 환경에 대해 만족하는 것으로 나타났으며, '매우 만족한다'고 응답한 사람은 62%에 달하는 것으로 조사되었습니다.

영국은 英 연방국가의 교역 허브이자, 유럽과 미주 양 대륙 간 자본과 물류의 가교 역할을 하고 있으며, 중동국가들이 서방상품을 구매하는 중심 시장입니다.

단돈 2 파운드(한화 약 4,000원)를 가지고도 개인이 수 시간 내 회사를 설립할 수 있을 정도로 시장이 개방돼 있으며, 초기자본과 인프라 제약 없이 창업이 가능합니다. 뿐만 아니라, 거의 모든 공공시설과 서비스가 민영화 되어 공공요금도 유럽 최저 수준입니다.

그러나, 최근 서유럽 재정위기의 여파로 투자여건이 악화되고 있습니다.

내수시장의 소비 저하로 인해 은행은 기업에 좀처럼 대출을 해주지 않고 있으며, 특히 외국계 기업은 대출을 받기가 거의 불가능할 정도로 어려운 여건입니다.

영국정부는 막대한 정부부채를 해소하기 위한 유일한 방법으로 **고 인플레이션**을 통한 부채의 액면가치 하락을 유도하고 있습니다. 향후 수년간 인플레이션 지속이 예상되며, 이로 인해 소비심리는 더욱 경직될 것으로 전망되고 있습니다.



[그림 1-5] '30 St Mary Axe' 빌딩 건물 외관이 오이지 모양과 비슷한 '거킨(Gherkin: 오이지) 빌딩'으로 불리는 런던의 대표적 랜드마크

3) 이민정책

영국 정부는 20만 명에 달하는 이민자 수를 2015년 까지 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 쿼터를 정해 관리하는 ‘이민쿼터제(Immigration Cap)’를 시행하고 있습니다.

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

2011년 4월 발표된 非 EU 국가 출신 근로자의 이민쿼터는 21,700명입니다. 이 중에서 20,700명은 Tier 2 대상자이고, 나머지 1,000명은 우수인력 유치대상에 해당하는 Tier 1에 해당합니다.

유형	대상자
Tier 1	고숙련 노동자 Highly-Skilled Migrants
Tier 2	일자리 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

[표1-2] 영국 체류자격(Visa) 유형
출처: UK Border Agency

Tier 3 대상자인 ‘Low Skilled Workers’에 대한 사증(Visa) 발급은 현재 중지된 상태이며, 언제 재개될지는 불확실한 상태입니다.

이처럼, 이민자에 대한 사증(Visa)발급이 쿼터제로 제한되면서 주방장, 종업원의 대다수를 차지하던 중국 동포, 한인학생 등의 채용이 어려워져 한식당 경영에 어려움이 따르고 있습니다.

4) 식품산업 정책

영국 정부는 식품산업의 ‘환경적 지속 가능성’ 증진에 초점을 두고 환경식품노동부(DEFRA)의 정책 틀을 전면 수정하였습니다.

런던 시당국은 2006년~2015년까지 적용되는 ‘London Food Strategy’ 10개년 계획을 발표하고, 먹을 거리를 통해 런던 시민의 건강을 증진시키겠다는 목표 아래 지역 식품산업을 지원하고 있습니다.

2004년 9월 식품산업 분야 각계 인사들이 참여하는 ‘The London Food Board’를 설립하여, 시민단체와 협력해 음식과 관련된 각종 혁신적인 움직임을 선도하고 있습니다. 런던 근교(약 150km)에서 생산되는 유기농 농산물을 소비하도록 유도하는 로컬푸드(Local Food) 캠페인을 비롯하여, 친환경적인 음식을 폐기 작업까지 광범위한 영역에 직·간접적으로 관여하고 있습니다.

영국 맥도날드는 이러한 캠페인 프로그램에 동참해 모든 영업점에서 사용하는 우유를 영국산(産)으로 공급할 것을 공표하였습니다.

다양한 문화권의 음식을 런던 인근에서 생산한 식재료를 활용해 만들게 되면서, 영국식으로 현지화된 에스닉 식당이 런던의 새로운 관광자원으로 부상하고 있습니다.

1.3 사회적 환경

1) 인종구성

런던 전체 인구 중 유색인(Non-White) 인구는 30.3%를 차지합니다. 이중 동남아(South Asian) 인구 비율이 13.2%로 가장 높게 나타났습니다.

인종구성	구성비
백인(White)	69.7%
유색인(Non-White)	30.3%
혼혈(Mixed)	3.5%
흑인(Black)	10.1%
남아시아인(South Asian)	13.2%
동아시아인 or 기타(East Asian or Other)	3.5%

[표1-3] 런던 거주인구 인종 구성
출처: Office for National Statistics

아시아인(Asian) 인구 중 인도인(Indian) 비율이 6.2%로 가장 높게 나타났습니다. 한국인은 체류자를 포함하여 약 3만 명 규모로, 0.3%에 해당하는 것으로 나타났습니다.

- 6.2% - 인도인(Indian)
- 2.8% - 파키스탄인(Pakistani)
- 2.2% - 방글라데시인(Bangladeshi)
- 2.0% - 기타 동남아인(Other South Asian)
- 1.5% - 중국인(Chinese)

옥스퍼드 대학(Oxford Univ.) 연구 결과에 따르면, 현재 수준으로 이민자 유입이 지속된다면 2066년 경에는 백인(White)이 영국 전체 인구의 절반에도 못 미칠 것으로 전망됩니다.

2) 사회적 트렌드(Trend)

최근 미국식(American Style) 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 치킨 업체 KFC는 경기침체기인 2010년에 영국에서 14%의 판매 성장을 기록했으며, 향후 5년간 영국 내에 200~300개의 매장을 확대해 나갈 예정입니다.

1.4 음식문화

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

[표1-4] 영국의 식습관

영국인들은 하루에 4번, 아침-점심-티타임-저녁 식사를 하는 **식 문화**를 가지고 있습니다.

영국의 아침식사는 **‘잉글리쉬 블랙퍼스트(English Breakfast)’**라는 별칭이 있을 정도로 타 유럽 국가와 달리 매우 푸짐한 편입니다. 이는 일과 중에 긴 점심시간을 갖는 것이 힘들어서, 아침을 든든하게 챙겨먹었던 습관에서 유래한 것입니다. 영국인들은 아침으로 베이컨, 달걀, 소시지, 달걀프라이, 토마토, 과일주스 등으로 차려진 매우 푸짐한 아침식사를 즐깁니다.

점심식사는 보통 메인 코스 요리와 후식으로 구성됩니다. 후식은 주로 푸딩 종류를 즐겨 먹는데, 이는 과일이 혼하지 않고 값이 비싸기 때문입니다. 바쁜 일상에 쫓기는 런던 시민들은 간단하게 점심 끼니를 해결하는 편이며, 샌드위치, 수프(Soup) 등 테이크어웨이(Takeaway)가 가능한 간편식 메뉴를 선호하는 경향이 있습니다.

차(Tea) 문화가 발달한 영국은 점심 식사 후에 ‘애프터눈 티(Afternoon Tea)’를 즐기는 문화가 있습니다. 저녁 식사 전에 허기를 달래기 위해 홍차와 함께 삼단 쟁반에 차려진 스콘, 샌드위치, 케이크, 비스킷 등을 함께 즐깁니다. ‘Afternoon Tea’ 문화는 영국을 대표하는 식문화 중 하나입니다.

저녁식사는 점심을 정찬으로 먹은 경우에는 가벼운 식사(Supper)로 해결하며, 점심을 가볍게 먹은 경우에는 격식 있고 풍성한 디너(Dinner)를 즐깁니다.

영국인들은 음식 자체의 맛을 중요시하기 때문에 자연스럽게 이 돋보이는 요리 방식을 선호합니다.

주로 오븐에 익히는 조리법을 선호하고, 향신료를 많이 사용하지 않는 편입니다. 육류를 가볍게 굽거나, 익힌 후 짭짤하고 달콤한 맛이 나는 ‘우스터 소스(Worcester Sauce)’를 뿌려먹는 조리법을 선호합니다.

지리적 위치와 기후조건으로 인해 다양한 과일이나 야채를 재배하기에 적합하지 않아, 생산량이 많은 감자나 풍부한 해산물을 이용한 요리가 발달했습니다.

영국인들은 펍(Pub)에서 맥주와 함께 ‘피쉬 앤드 칩스’를 즐겨 먹습니다. 흰살 생선 튀김에 감자튀김을 곁들인 ‘피쉬 앤드 칩스(Fish and Chips)’는 서민들이 즐겨 먹었던 요리로 최근에는 영국을 대표하는 요리 중 하나로 손꼽히고 있습니다.

영국인들에게 펍(Pub)은 하나의 전통이자 문화입니다.

많은 펍들이 한 자리에서 짧게는 수십 년, 길게는 수백 년 동안 전통을 이어오고 있습니다. 펍(Pub)은 훌륭한 음식점이자 안락한 심터, 토론의 장으로 역할하며, 영국인들의 삶의 일부를 차지하고 있습니다.

영국의 높은 물가에 비해 펍에서 즐길 수 있는 음식들은 저렴하기 때문에, 간단한 외식 시 즐겨 찾는 곳이기도 합니다. 생선튀김과 감자튀김으로 구성된 ‘피쉬 앤드 칩스(Fish and Chips)’와 담백한 소고기 요리인 ‘로스트 비프(Roast Beef)’ 등은 펍에서 즐길 수 있는 대표적인 영국 전통 요리입니다.



2. 외식시장 현황

2.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모 및 전망

Euromonitor에 따르면, 영국 가계의 한해 소비 지출액 규모는 약 32,547 파운드, 한화 약 5,973만 원으로 추정됩니다.

2005년에서 2010년 사이에 글로벌 금융위기의 여파로 가계소비 지출액은 약 2.3% 정도 감소하였습니다.

2015년 가계소비 지출액 규모는 33,955파운드(한화 약 6,230만 원)로 2010년 대비 약 4.3% 증가할 것으로 예상됩니다.

영국의 외식시장 규모는 약 53,371 백만 파운드, 한화 약 98.1조 원으로 추정됩니다.

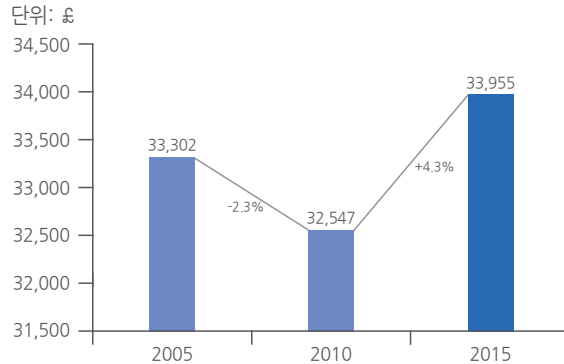
유럽 경기침체 장기화 조짐으로 인해 향후 영국의 외식시장은 마이너스 성장을 기록할 것으로 예상됩니다.

영국 외식시장은 2005년에서 2010년 사이에 약 9.0% 정도 감소하였으며, 2010년에서 2015년 사이에는 감소폭이 다소 줄어들어 약 3.7% 마이너스 성장할 것으로 예상됩니다.

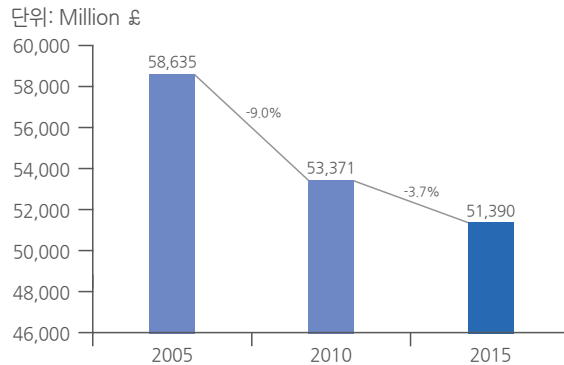
영국 외식시장의 세부 섹터(Sector)별 규모를 살펴보면, Full-Service Restaurant이 29.1%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 그 다음으로 Cafes/Bars(27.2%), Fast Food(25.6%) 순으로 높은 비율을 차지하고 있습니다.

Full-Service Restaurant 시장은 그간의 감소세를 회복하고, 향후 약 1.5% 성장할 것으로 예상됩니다.

Cafes/Bars 시장은 큰 폭으로 감소하고 있으며, 향후에도 약 2.1% 마이너스 성장을 기록할 것으로 예상됩니다.

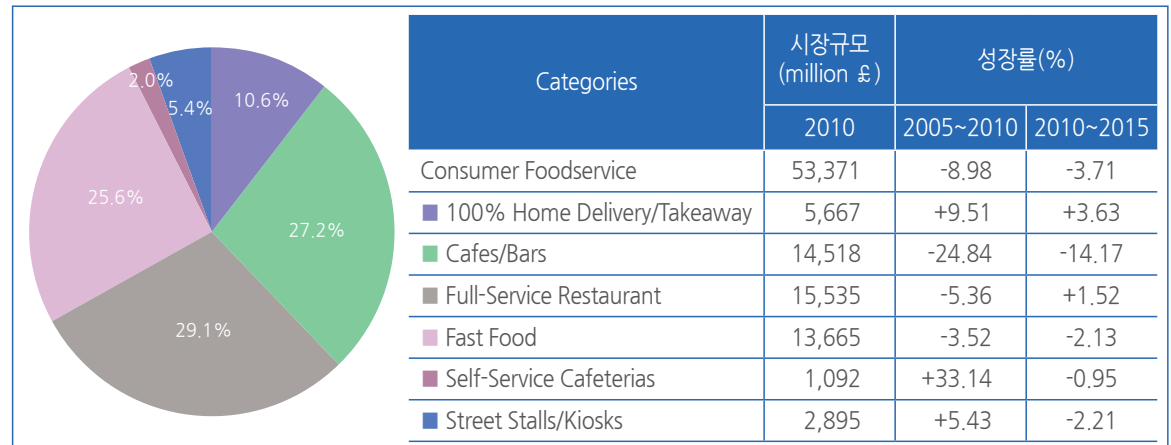


[그림2-1] 영국 가계소비 지출액 규모
출처: Euromonitor, 2011



[그림2-2] 영국 외식시장 규모
출처: Euromonitor, 2011

영국 외식시장 규모는 약 53,371백만 파운드, 한화 약 98.1조 원으로 추정됩니다.



[그림2-3] 영국 외식산업 세부 섹터별 규모 및 성장률
출처: Euromonitor, 2011

런던 외식시장은 약 16,168백만 파운드, 한화 약 29.6조 원 규모로 추정됩니다.

에스닉(Ethnic) 외식시장이 지속적인 성장세를 보일 것으로 예상되는 가운데 최근 런던에서는 영국식으로 현지화된 에스닉 식당이 새로운 관광자원으로 부상하고 있습니다.



[그림2-4] 런던 외식시장 규모

런던 외식시장은 약 16,168 백만 파운드, 한화 약 29.6조 원 규모로 추정됩니다.

런던의 인구는 영국 인구의 약 8.1%에 해당하는 782만 명이며, 이중 68.4% 정도인 565만 명이 경제활동 인구에 해당합니다.

1인 기준 연 평균 가처분 소득액은 약 19,015 파운드, 한화 약 3,400만 원입니다.

1인 기준 연 평균 외식비 지출액은 약 2,065 파운드, 한화 약 379만 원으로 추정됩니다.

런던 방문 관광객 수는 연간 약 2,010만 명에 달합니다.

2012년 영국 엘리자베스 여왕 즉위 60주년, 런던 올림픽 개최 등 대형 이벤트가 예정되어 있어 경제 불황 속에서도 소비자들의 외식지출 규모는 증가할 것으로 예상됩니다.

최근 영국 내 거주 외국인의 수가 증가하면서 새로운 음식, 문화에 대한 관심이 고조되고 있으며, 이런 추세 속에서 에스닉(Ethnic) 외식시장은 지속적인 성장세를 보일 것으로 예상됩니다.

런던에서는 영국식으로 현지화된 에스닉(Ethnic) 식당이 새로운 문화·관광자원으로 부상하고 있습니다.

■ 에스닉 푸드(Ethnic Food) 정의

에스닉 푸드란 자국의 음식을 제외한 각 국가의 고유한 전통음식을 지칭함

2) 외식시장 트렌드

영국인들의 생활 방식이 미국식으로 변화하면서, 전통적인 영국식 ‘펍(Pub)’ 문화와 ‘에프터눈 티(Afternoon Tea)’ 문화가 점차 사라져가고 있습니다.

젊은 층을 중심으로 전통적인 분위기의 펍(Pub) 보다는 새로운 형태의 미국식 바(Bar)와 커피 전문점이 인기를 끌고 있습니다.

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.

영국 전통 요리에 에스닉(Ethnic) 요리의 요소를 가미한 퓨전식이 발달하면서 ‘영국 음식은 먹을 게 없다’던 기존의 이미지에서 벗어나 다양한 에스닉 식당이 새로운 관광자원으로 떠오르고 있습니다.

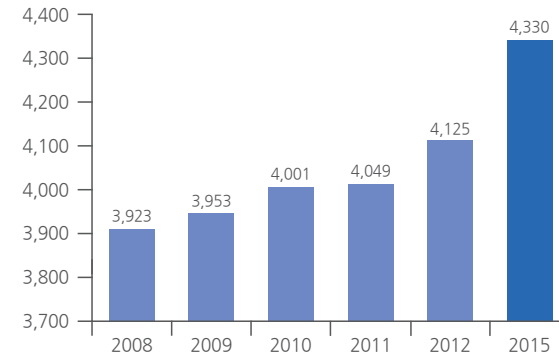
민텔(Mintel)의 조사 결과에 따르면, 영국의 에스닉(Ethnic) 외식시장의 규모는 4,000 백만 파운드, 한화 약 7,165억 원에 달하는 것으로 추정됩니다. (영국 외식시장 전체의 약 7.5% 차지)

향후 에스닉 외식시장은 지속적으로 성장세를 이어가며 2015년에는 4,880 백만 파운드, 한화 약 8,741억 원 규모로 성장할 것으로 전망됩니다.

트렌드	주요 내용
미국식 라이프스타일 추구	- 전통적인 영국식 ‘펍(Pub)’과 ‘에프터눈 티(Afternoon Tea)’ 문화가 미국식 바(Bar)와 커피전문점 문화로 대체
음식에 대한 사회적 관심 증대	- 스타 셰프 제이미 올리버(Jamie Oliver)의 영향으로 요리에 대한 관심 증대 - 영국 관광청은 지역 전통음식을 다문화 음식과 결합시켜 관광상품화에 주력
에스닉푸드 인기 고	- 현지화된 에스닉(Ethnic) 식당이 새로운 관광자원으로 부상 - 아시안 음식에 대한 관심이 증가하면서 대형 마트에서 아시안 식재료, 식품 판매

[표2-1] 영국 외식시장 주요 트렌드

단위: million £



[그림2-5] 영국 에스닉(Ethnic) 외식시장 규모

출처: Mintel 2010

에스닉(Ethnic) 외식시장의 성장세 가운데, 아시안 음식에 대한 관심도 지속적으로 증가하고 있습니다.

과거 외식이 프랑스, 이태리 요리를 격식을 차려가며 즐기는 상류층의 문화였다면, 근래 인도, 중국, 타이 등 다양한 아시안 에스닉(Asian Ethnic) 음식이 유입됨에 따라 외식문화에 ‘평등’ 바람이 불기 시작하였으며, 외식이 서민들에게 보편화 되는 계기가 되었습니다.

최근 영국 방송 요리 프로그램에 아시안 음식이 자주 소개되고 있으며, 아시안계 ‘켄홍(Ken Hom)’이 스타셰프로 활약하고 있습니다. 켄홍은 요리책 저술, 자신의 이름을 내건 식품 브랜드 개발 등 다양한 활동을 통해 아시안 음식을 알리고 있습니다.

아시안 음식에 대한 인기 상승에 힘입어 영국 대형 슈퍼마켓 체인업체에서는 ‘월드 푸드(World’s Food)’ 코너를 별도로 마련하고 인도(Indian), 중국(Chinese), 태국(Thai) 등 아시안 국가들의 식재료와 반조리 식품을 판매하고 있으며, 이에 대한 소비자 수요가 꾸준히 증가하고 있습니다.



[그림2-6] 방송에 출연 중인 ‘켄홍(Ken Hom)’

출처: BBC one

2.2 고객에 대한 이해

1) 외식소비 일반 현황

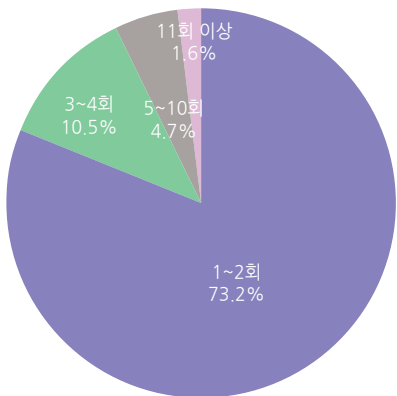
런던 외식 소비자들은 주당 평균 1~2회 정도 외식을 하는 것으로 조사되었습니다.

주당 평균 1~2회 외식을 한다고 응답한 비율이 73.2%로 가장 높게 나타났으며, 3~4회라고 응답한 비율은 10.5%, 5회 이상이라고 응답한 비율은 6.3%로 나타났습니다.

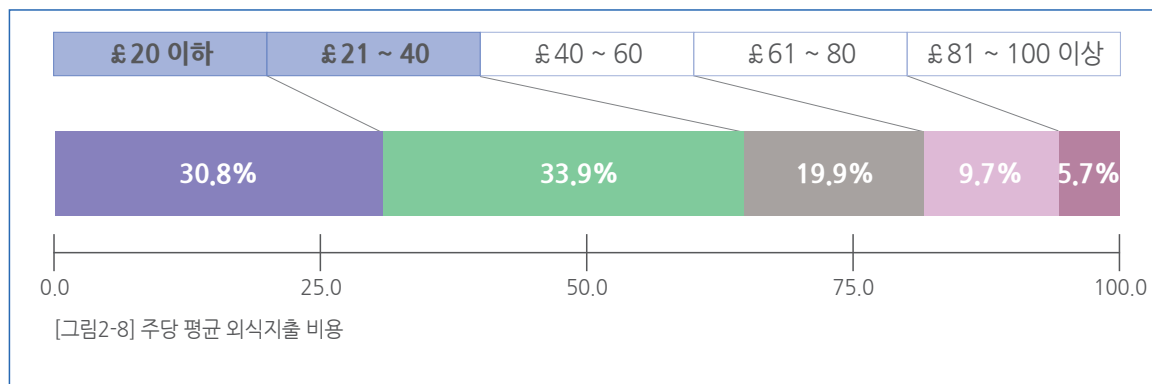
주당 평균 외식비용으로 약 £42.8, 한화 7만 8천 원 정도를 지출하는 것으로 조사되었습니다.

주당 평균 외식비용으로 £21~40 정도를 지출한다고 응답한 비율이 33.9%로 가장 높게 나타났습니다.

£20 이하(30.8%), £21~40(33.9%) 정도를 지출한다고 응답한 비율은 64.7%로 응답자의 절반 이상을 차지합니다.



[그림2-7] 주당 평균 외식 횟수



[그림2-8] 주당 평균 외식지출 비용

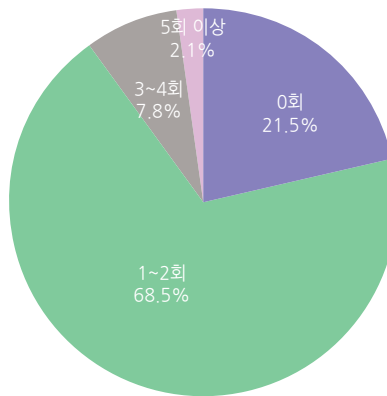
2) 에스닉푸드(Ethnic Food) 외식소비 특성

런던 외식소비자들 중 주당 평균 1~2회 정도 에스닉 식당을 방문한다고 응답한 비율이 68.5%로 가장 높게 나타났습니다.

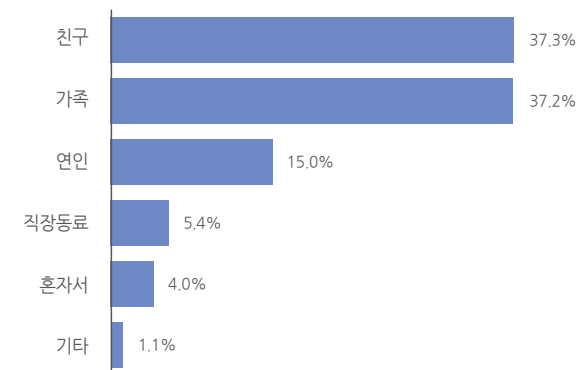
'한 번도 가지 않는다(0회)'고 응답한 비율이 21.5%로 다소 높게 나타났습니다.

주로 '친구', '가족'과 함께 에스닉(Ethnic) 식당을 방문하는 것으로 조사되었습니다.

에스닉 식당 방문 시 함께하는 사람으로 '친구'가 37.3%, '가족'이 37.2%로 거의 비슷한 수준으로 높게 나타났으며, 그 다음으로 '연인'(15.0%), 직장동료(5.4%), '혼자'(4.0%) 순으로 나타났습니다.



[그림2-9] 주당 평균 에스닉 식당 방문 횟수



[그림2-10] 에스닉 식당 방문 시 함께하는 사람

런던 외식 소비자들은 에스닉 식당 선정 시 '메뉴', '위치', '가격'을 가장 고려하는 것으로 나타났습니다.

에스닉 식당 선정 시 고려하는 요인으로 '메뉴'가 43.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '위치'(24.5%), '가격'(14.8%), '분위기'(10.8%) 순으로 나타났습니다.

런던 외식 소비자들이 가장 선호하는 에스닉(Ethnic) 식당은 '이탈리아식(Italian)'으로 나타났습니다.

이탈리아식(Italian) 식당의 선호도가 23.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 중국식(Chinese) 식당(21.2%), 인도식(Indian) 식당(19.1%) 순으로 나타났습니다.

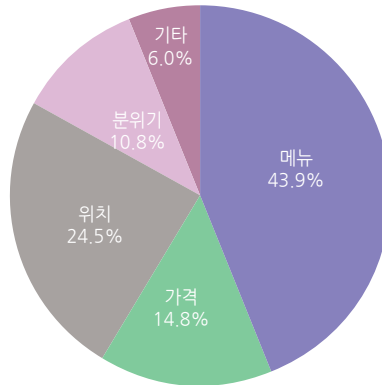
중국식(Chinese) 식당의 선호도는 21.2%로 선호 에스닉 식당 2위에 해당하는 것으로 나타났습니다.

에스닉푸드(Ethnic Food) 외식 선호 가격대는 약 £10~30, 한화 약 1만 8천 원~5만 5천 원으로 나타났습니다.

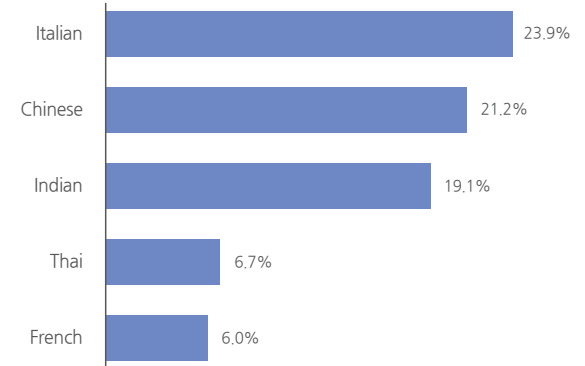
선호하는 가격대로 £10~20가 34.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 £21~30가 31.5%로 높게 나타났습니다.

£31이상의 가격대를 선호하는 응답자 비율이 22.7%로 다소 높게 나타났습니다.

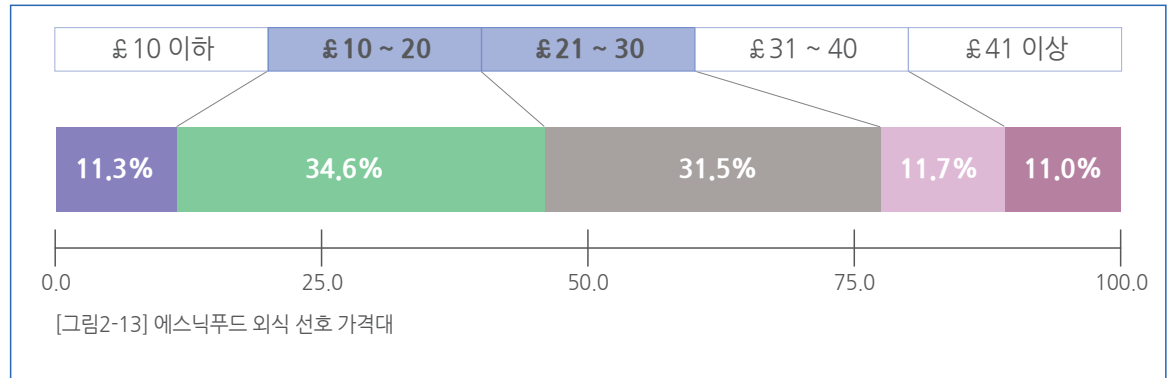
중국(Chinese) 식당의 선호도는 21.1%로 에스닉 식당 선호도 조사에서 2위를 차지 했습니다.



[그림2-11] 에스닉 식당 선정 시 고려요인 (KBF)



[그림2-12] 가장 선호하는 에스닉 식당 상위 5개



[그림2-13] 에스닉푸드 외식 선호 가격대

3) 고객 세분화(Segmentation)

고객(시장) 세분화 정의 및 목적

고객(시장) 세분화는 일정한 기준에 따라 특성이 유사한 고객층을 나누는 것을 의미합니다. 고객 세분화를 하는 목적은 모든 소비자들이 만족할 수 있는 제품이나 서비스를 제공하는 것이 현실적으로 불가능하기 때문입니다. 즉, 잠재고객 전체를 공략하기 보다는 한식당 창업·운영 주체가 가장 성공적으로 공략할 수 있는 목표 고객층(세분 시장)을 선정하여 이들을 위한 메뉴와 서비스를 제공하는 것이 보다 효과적이고 효율적입니다.

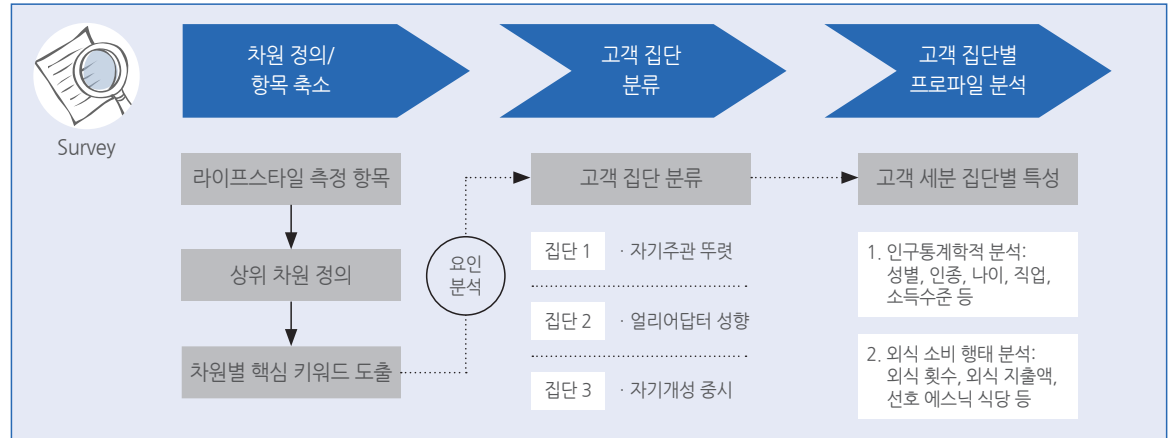
고객(시장) 세분화 기준

고객(시장)을 세분화 하는 기준 변수에는 지리적 특성, 인구 통계적 특성, 심리분석적 특성, 행동적 특성 등이 있습니다. 본 조사에서는 심리분석적 특성에 해당하는 라이프스타일(Lifestyle)을 주요 기준변수로 활용하여 고객(시장) 세분화를 수행하였습니다.

고객(시장) 세분화 절차

고객 집단을 세분화하는 절차는 크게 '차원 정의/항목 축소', '고객 집단 분류', '고객 집단별 프로파일 분석' 3단계로 나눌 수 있습니다. 단계별 세부 내용은 다음과 같습니다.

- ① 라이프스타일을 파악할 수 있는 38개 항목을 7개의 차원으로 나누어 정의하고 유의미한 29개 항목으로 축소합니다.
- ② 7개 차원의 키워드를 기준으로 요인분석을 실시하여 유사한 특성을 가진 고객군을 3개 집단으로 분류합니다.
- ③ 고객 집단별 특성을 인구통계학적 관점과 외식이용 행태 관점에서 분석하여 기술합니다.

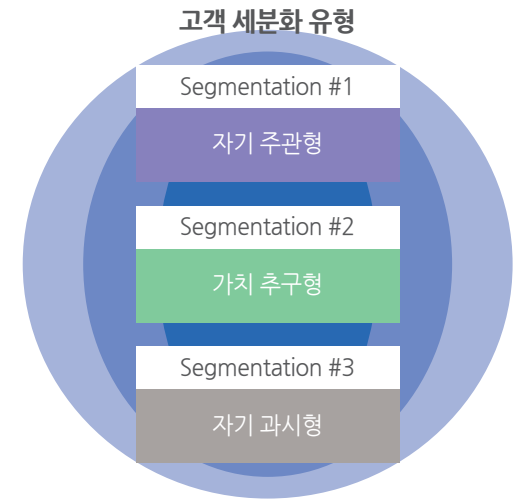


[그림2-14] 고객 세분화 절차

고객 세분화 결과

런던 외식소비자 702명을 대상으로 설문 조사를 수행한 결과에 따라, 런던 외식소비자(잠재고객)를 '자기 주관형', '가치 추구형', '자기 과시형' 세 집단유형으로 세분화 할 수 있습니다.

- ① **자기 주관형:** 음식에 나만의 스타일을 고집하는 형으로, 과시나 가치추구에 대한 관심이 적고 제품 선택 시 자기 주관 이 뚜렷한 성향을 가지고 있습니다.
- ② **가치 추구형:** 브랜드나 품질에 관심이 많고, 맛있는 음식을 먹게 되면 재료까지 관심을 갖는 얼리어답터(Early-Adaptor) 형의 성향을 가지고 있습니다.
- ③ **자기 과시형:** 제품 선택 시 준거집단의 트렌드를 순응하며, 음식이나 식당 선택에 있어서 자기 개성이나 특성을 과시하려는 성향, 맛 보다는 이미지를 중시하는 성향을 가지고 있습니다.



[그림2-15] 고객 세분화 유형

고객 세분 집단별 특성

3개 유형의 고객 세분 집단 중, '자기 과시형' 고객 비율이 50.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '가치 추구형'(33.3%), '자기 주관형'(16.5%) 순으로 나타났습니다.

세분 집단 별 특성은 크게 인구통계학적 분석과 외식 소비 행태 분석으로 나누어 파악할 수 있습니다.

① 인구 통계학적 특성

고객 세분 집단 별 주요 연령층을 살펴보면 자기 개성을 중시하는 '자기 과시형'과 얼리어답터 성향을 가진 '가치 추구형' 고객 집단에서는 20~30대 비율이 높게 나타났습니다. 반면, 자기 주관이 뚜렷한 '자기 주관형' 고객 집단에서는 30~50대 초반의 비율이 높게 나타났습니다.

성별 분포를 살펴보면, 특징적으로 '자기 주관형' 고객 집단에서 여성 비율이 70.7%로 압도적으로 높게 나타났습니다.

소득수준은 '자기 과시형' 고객 집단이 중상위층에 속하며, '자기 주관형' 고객 집단과 '가치 추구형' 고객 집단은 중위층에 속하는 것으로 나타났습니다.

② 외식 소비 행태 특성

3개 유형의 세분 고객 집단 모두 이탈리아식(Italian)과 태국식(Thai)을 가장 선호하는 에스닉 식당으로 꼽았습니다. 특히, '자기 주관형' 고객 집단에서는 태국식(Thai)을 포함한 아시아인 에스닉(Asian Ethnic)을 선호하는 비율이 높게 나타났습니다.

월 평균 외식비 지출액 규모를 살펴보면, 소득 수준이 가장 높은 것으로 조사된 '자기 과시형' 고객 집단이 월 평균 164.7 파

구분	항목	자기 주관형	가치 추구형	자기 과시형
① 인구통계학적 특성	집단의 크기	16.5%	33.3%	50.1%
	주요 연령층	30~50대 초반	20~30대 후반	20~30대 초반
	성별 분포	남-29.3% 여-70.7%	남-46.6% 여-53.4%	남-54.3% 여-45.7%
	소득 수준	중위층	중위층	중상위층
② 외식 소비 행태 특성	선호 에스닉 식당	1위-태국식(Thai) 2위-이탈리아식(Italian)	1위-이탈리아식(Italian) 2위-태국식(Thai)	1위-이탈리아식(Italian) 2위-태국식(Thai)
	월 평균 외식비 지출액	£ 116.9	£ 156.2	£ 164.7
	선호 외식장소 분위기	편안한 분위기	대화하기 좋은 분위기	경쾌한 분위기
	한식당 방문 경험 비율	17.2%	19.5%	31.5%

[표2-2] 런던 외식소비자 세분 집단별 특성

운드, 한화 약 30만 원을 외식비로 지출하는 것으로 나타났습니다. 그 다음으로 '가치 추구형' 고객 집단이 월 평균 156.2 파운드(한화 약 28만 원), '자기 주관형' 고객 집단이 월 평균 116.9파운드(한화 21만 원) 정도를 지출하는 것으로 나타났습니다.

선호 외식장소 분위기로는, 연령층이 상대적으로 높은 '자기 주관형' 고객 집단의 경우 '편안한' 분위기를 선호하는 것으로 나

타났으며, '가치 추구형' 고객 집단과 '자기 과시형' 고객 집단의 경우 '대화하기 좋은', '경쾌한' 밝은 분위기를 선호하는 것으로 나타났습니다.

한식당 방문 경험 비율은, '자기 과시형' 고객 집단이 31.5%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '가치 추구형' 고객 집단(19.5%), '자기 주관형' 고객 집단(17.2%) 순으로 나타났습니다.

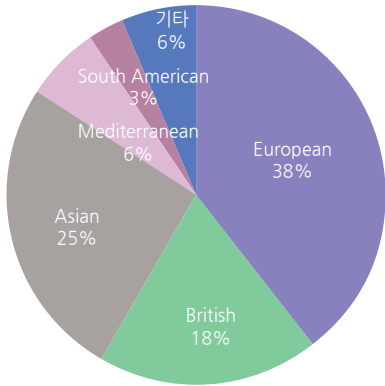
2.3 경쟁자에 대한 이해

1) 주요 경쟁식당 점유율

주요 상권 내 경쟁식당 점유율을 종합적으로 살펴보면, 프랑스식(French), 이탈리아식(Italian) 식당을 포함한 유럽식(European) 식당이 38% 정도의 점유율을 차지하는 것으로 나타났습니다. 현지식인 영국식(British) 식당은 18%의 점유율을 보였습니다.

중식, 일식 등이 포함된 아시아인(Asian) 식당 점유율은 25%로 나타났으며, 그 다음으로 지중해식(Mediterranean) 식당 점유율이 6%로 나타났습니다.

*런던 내 이슬람 인구(Muslim)는 약 62만여 명으로 전체 인구의 약 8.5% 차지(2011년 기준)



[그림2-16] 에스닉(Ethnic) 식당 점유율
출처: Zagat Survey 2011, Tripadvisor

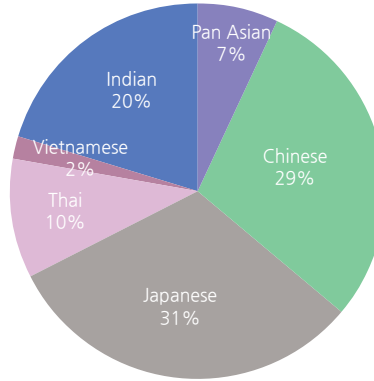
■ 지중해식(Mediterranean) 음식 정의

지중해식 음식은 그리스, 터키, 레바논, 남부 이탈리아 등 지중해(Mediterranean) 연안에 위치한 국가들의 음식을 통칭하는 말임

아시아인(Asian) 식당 점유율에서 일본식(Japanese)과 중국식(Chinese) 식당 비율이 약 60%를 차지하고 있는 것으로 나타났습니다.

인도식(Indian) 식당은 지역적으로 고른 분포를 보이는 가운데 20%의 점유율을 차지하는 것으로 나타났습니다.

최근 전 세계적으로 태국식(Thai) 식당이 약진하고 있는 가운데, 런던에서도 약 10%의 점유율을 보이고 있습니다.



[그림2-17] 아시아인(Asian) 식당 점유율
출처: Zagat Survey 2011, Tripadvisor

2) 주요 경쟁 식당 가격 대비 만족도

런던 외식시장에 진출해 있는 주요 에스닉(Ethnic) 식당의 가격 대비 만족도 수준을 상대적으로 평가한 결과, 아시아인 에스닉(Asian Ethnic) 식당의 가격 대비 만족도가 가장 높게 나타났습니다.

유럽식(European) 식당은 객단가는 가장 비싼 반면, 만족도는 에스닉 식당 평균 수준으로 가격 대비 만족도가 다소 떨어지는 것으로 나타났습니다.

북-남 아메리카(North-South American) 식당, 인도(Indian) 식당은 객단가는 저렴한 수준이나, 만족도가 평균에 미치지 못해 가격 대비 만족도가 떨어지는 것으로 나타났습니다.

아시아인 에스닉(Asian Ethnic) 식당의 가격 대비 만족도 수준을 상대적으로 평가한 결과, 일본(Japanese) 식당의 가격 대비 만족도가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 중국(Chinese) 식당이 높게 나타났습니다.

태국(Thai) 식당은 가격은 저렴한 편이나, 만족도가 다소 떨어지는 것으로 나타났습니다. 베트남(Vietnamese) 식당은 만족도는 높은 편이나, 가격이 다소 비싼 것으로 나타났습니다.



[그림2-18] 시내 중심가에 위치한 태국 식당

■ 아시아인 에스닉(Asian Ethnic) 식당 정의

아시아인 에스닉 식당은 중국(Chinese), 일본(Japanese), 태국(Thai), 베트남(Vietnamese), 인도(Indian), 한국(Korean) 식당을 지칭함

2.4 상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성

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

① St. James: 관광/문화 중심 상권

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

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

먹거리 장터가 들어서는 코벤트 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.

② West End: 쇼핑 중심 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 고급스러운 분위기의 카페, 레스토랑이 다수 분포하고 있습니다.

③ City of London: 비즈니스 중심 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 & 바(Bar)가 다수 분포하고 있으며, 직장인들이 간단하게 점심을 해결할 수 있는 테이크어웨이(Takeaway)형 프랜차이즈가 성업 중입니다.

④ Bloomsbury: 대학가 중심 상권

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

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

⑤ Notting Hill: 거주지 중심 상권

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

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



2) 상권분석 요약(Summary)

주요 상권별 방문 선호도는 런던 최대 쇼핑 변화가인 웨스트엔드(West End)상권이 38.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 금융 중심가인 시티오브런던(City of London-30.8%)상권, 관광/문화 중심가인 세인트제임스(St.James-16.8%)상권 순으로 높게 나타났습니다.

거주인구(수요) 대비 식당 수(공급)가 가장 많은 곳은 오피스 중심 상권인 시티오브런던(City of London)상권과 쇼핑 중심지인 웨스트엔드(West End)상권인 것으로 나타났습니다. 블룸즈버리(Bloomsbury)상권은 거주 인구 대비 식당 수가 가장 적은 지역으로 조사 되었습니다.

아시아 식당 점유율이 가장 높은 지역은 블룸즈버리(Bloomsbury)상권으로, 약 31.5%의 점유율을 차지하는 것으로 나타났습니다.

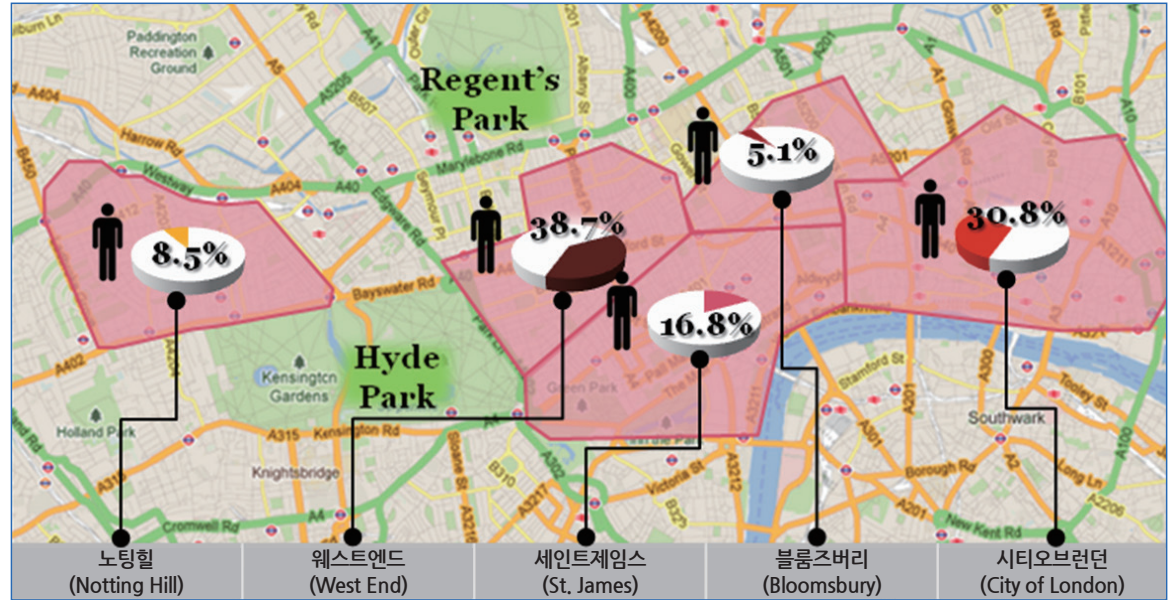
이민자 밀집 거주지가 위치한 노팅힐(Notting Hill)상권의 아시아 식당 점유율도 29.6%로 높게 나타났습니다.

한식당이 가장 많이 분포하고 있는 지역은 세인트제임스(St. James)상권으로 총 16개의 한식당이 위치하고 있습니다. (Soho지역에 밀집)

상점 임대료가 가장 비싼 지역은 시내 중심가인 세인트제임스(St.James)상권입니다. 100㎡ 기준으로 월 평균 약 8,873 파운드, 한화 약 1,628만 원 수준으로 나타났습니다.

블룸즈버리(Bloomsbury)상권은 약 4,797 파운드로 임대료가 가장 저렴한 것으로 나타났습니다.

※ % = 방문선호도



구분	거주인구 현황	식당 수	아시아 식당 점유율	한식당 현황	상점 임대료 (월 평균/100㎡)
St. James	11,400명	315개	27.6%	16개	£8,873
West End	9,850명	430개	26.3%	6개	£7,382
City of London	9,750명	420개	11.5%	1개	£7,733
Bloomsbury	12,050명	110개	31.0%	8개	£4,797
Notting Hill	23,900명	255개	29.6%	-	£4,905

[그림2-19] 주요 상권 방문 선호도 및 기반 현황

3) 상권별 상세 분석

① 세인트제임스(St.James) 상권

수요분석

해당 상권 내 거주인구는 11,422명이며, 이 중 16~34세 거주인구가 5,110명으로 가장 많습니다.

소비자 설문조사 결과, 응답자의 16.8%가 외식장소로 해당 상권을 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

해당 상권 유동인구 중 20~29세, 30~39세 비율이 각각 26.3%로 가장 높게 나타났습니다.

외식지출 비용으로는 주당 평균 21~40 파운드(한화 약 3만 7천 원~7만 원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 35.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 20 파운드(한화 약 3만 6천 원) 이하를 지출한다고 응답한 비율이 30.5%로 나타났습니다.

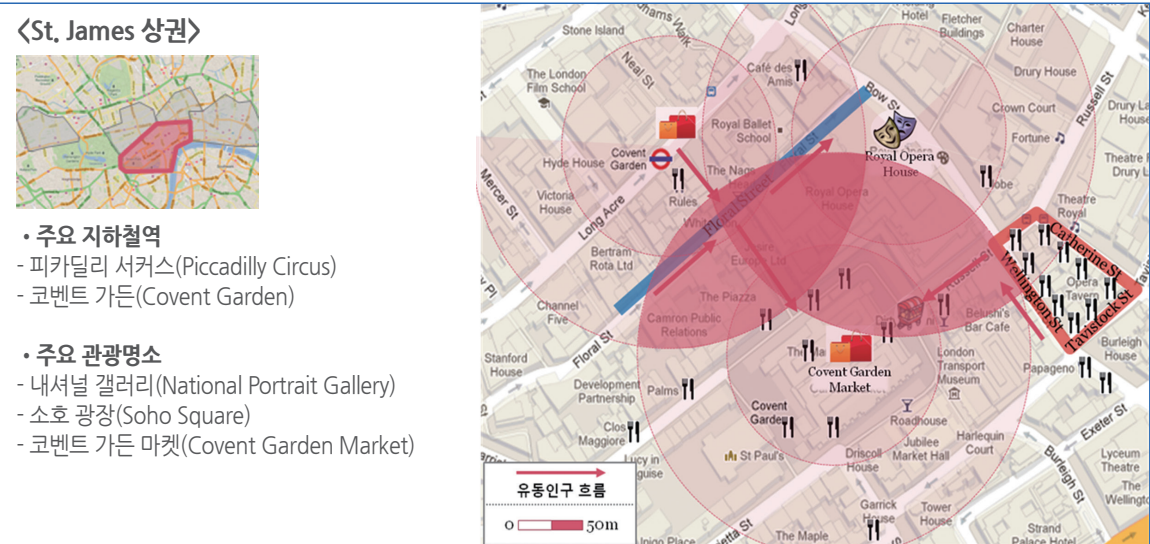
선호 에스닉(Ethnic) 식당 조사 결과, 응답자의 37.3%가 아시안 에스닉(Asian Ethnic) 식당을 선호하는 것으로 나타났으며, 이 중 중국식(Chinese-22.9%), 태국식(Thai-6.8%), 일본식(Japanese-5.1%) 식당 순으로 선호도가 높게 나타났습니다.

공급분석

해당 상권에는 소호광장(Soho Square) 근처와 코벤트가든(Convent Garden) 인근 지역에 식당이 밀집해 있으며, 약 315개의 식당이 영업 중입니다. (한식당 16개 포함)

아시안 식당은 22.1%를 차지하는 것으로 나타났습니다. 이 중에서 중국식(Chinese) 식당 비율이 34.0%로 가장 높게 나타났습니다.

* 지도상에서 파란색으로 표시된 부분은 주요 상점 거리를, 빨간색으로 표시된 부분은 주요 식당가를 나타냄
* 같은 색 음영으로 표시된 부분은 주요 집객시설을 중심으로 그린 동심원이 겹쳐지는 지역으로 유동인구 통행량이 가장 많을 것으로 추정되는 '핫스팟(Hot Spot)'에 해당함



[그림2-20] 세인트제임스(St.James) 상권 입지분석 지도

입지분석 - 코벤트 가든(Convent Garden) 인근 지역

플로럴 스트리트(Floral St.)에는 쇼핑을 즐기려는 20~30대 젊은 층 유동인구가 많으며, 코벤트 가든 마켓(Covent Garden Market)에는 관광객 비율이 높습니다. 인근 지역에 형성되어 있는 식당가(街)에는 중·장년층 가족단위 방문객 비율이 높습니다.

웰링턴 스트리트(Wellington St.)와 타비스톡 스트리트(Tavistock St.)에는 영국 현지식 경찬을 제공하는 고급스러운 분위기의 식당이 밀집해 있으며, 주요 고객층은 40~50대의 가족단위 방문객입니다. 캐서린 스트리트(Catherine St.)에는 인도식 채식전문 식당, 일본식ushi 전문 식당이 위치하고 있으며, 웰빙 식단을 추구하는 중년 여성층이 주요 고객층인 것으로 조사되었습니다.

② 웨스트엔드(West End) 상권

수요분석

해당 상권 내 거주인구는 9,868명이며, 이 중 16~34세 거주인구가 3,591명으로 가장 많습니다.

소비자 설문조사 결과, 응답자의 38.7%가 외식장으로 해당 상권을 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

해당 상권 유동인구 중 30~39세 비율이 30.1%로 가장 높게 나타났습니다.

외식지출 비용으로는 주당 평균 21~40 파운드(한화 약 3만 7천 원~7만 원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 34.6%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 20 파운드(한화 약 3만 6천 원) 이하를 지출한다고 응답한 비율이 29.4%로 나타났습니다.

선호 에스닉(Ethnic) 식당 조사 결과, 응답자의 33.5%가 아시안 에스닉(Asian Ethnic) 식당을 선호하는 것으로 나타났으며, 이 중 중국식(Chinese-21.3%), 태국식(Thai-6.3%), 일본식(Japanese-3.3%) 식당 순으로 선호도가 높게 나타났습니다.

공급분석

해당 상권에는 Regent St. 근처와 Oxford Circus 인근 지역에 식당이 밀집해 있으며, 약 430개의 식당이 영업 중입니다. (한식당 6개 포함)

아시안 식당의 비율은 26.3%를 차지합니다. 아시안 식당 중에서 일본식(Japanese) 식당의 비율이 41.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 중국식(Chinese-25.0%), 인도식(Indian-22.2%) 식당 순으로 나타났습니다.

* 지도상에서 파란색으로 표시된 부분은 주요 상점 거리를, 빨간색으로 표시된 부분은 주요 식당가를 나타냄
* 짙은 색 음영으로 표시된 부분은 주요 집객시설을 중심으로 그린 동심원이 겹쳐지는 지역으로 유동인구 통행량이 가장 많을 것으로 추정되는 '핫스팟(Hot Spot)'에 해당함

<West End 상권>



- 주요 지하철역
 - 옥스퍼드 서커스(Oxford Circus)
 - 본드 스트리트(Bond Street)
- 주요 관광명소
 - 옥스퍼드 스트리트(Oxford Street)
 - 뉴 본드 스트리트(New Bond Street)
 - 리젠트 스트리트(Regent Street)



[그림2-21] 웨스트엔드(West End) 상권 입지분석 지도

입지분석 - 뉴 본드 스트리트(New Bond St.) 인근 지역

대형 쇼핑 상권이 형성되어 있는 옥스퍼드 스트리트(Oxford St.)에는 20~30대 젊은 층 유동인구 비율이 높습니다. 세계적인 명품 의류브랜드 매장이 들어서 있는 뉴 본드 스트리트(New Bond St.)에는 소비수준이 높은 부유층 여성들이 많이 찾고 있습니다.

명품 쇼핑거리와 인접한 블렌하임 스트리트(Blenheim St.)를 따라 이탈리아, 일식 등 다양한 종류의 에스닉(Ethnic) 식당이 위치하고 있습니다. (피자 전문식당, 일식당 성업 중) 변화가인 옥스퍼드 스트리트(Oxford St.)와 인접한 오드스톡 스트리트(Woodstock St.)에는 일식 스시 전문 프랜차이즈가 성업 중이며, 레스토랑 & 바(Bar)가 다수 분포하고 있습니다.

③ 시티오브런던(City of London) 상권

수요분석

해당 상권 내 거주인구는 11,677명이며, 이 중 16~34세 거주인구가 4,835명으로 가장 많습니다.

소비자 설문조사 결과, 응답자의 30.8%가 외식장소로 해당 상권을 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

해당 상권 유동인구 중 20~29세 비율이 36.1%로 가장 높게 나타났습니다.

외식지출 비용으로는 주당 평균 20 파운드(한화 약 3만 6천 원) 이하를 지출한다고 응답한 비율이 31.9%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 21~40 파운드(한화 약 3만 7천 원~7만 원)를 지출한다고 응답한 비율이 31.9%로 나타났습니다.

선호 에스닉(Ethnic) 식당 조사 결과, 응답자의 31.5%가 아시안 에스닉(Asian Ethnic) 식당을 선호하는 것으로 나타났으며, 이 중 중국식(Chinese-23.1%), 태국식(Thai-4.6%), 일본식(Japanese-3.2%) 식당 순으로 선호도가 높게 나타났습니다.

공급분석

해당 상권에는 은행(Bank)역 근처와 Fleet St.인근 지역에 식당이 밀집해 있으며, 약 420개의 식당이 영업 중입니다. (한식당 1개 포함)

아시안 식당의 비율은 11.5%를 차지합니다. 아시안 식당 중에서 일본식(Japanese) 식당의 비율이 40.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 중국식(Chinese-22.0%), 인도식(Indian-16.0%) 식당 순으로 나타났습니다.

* 지도상에서 파란색으로 표시된 부분은 주요 상점 거리를, 빨간색으로 표시된 부분은 주요 식당가를 나타냄
* 같은 색 음영으로 표시된 부분은 주요 집객시설을 중심으로 그린 동심원이 겹쳐지는 지역으로 유동인구 통행량이 가장 많을 것으로 추정되는 '핫스팟(Hot Spot)'에 해당함



[그림2-22] 시티오브런던(City of London) 상권 입지분석 지도

입지분석 - 은행(Bank)역 인근 지역

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.

스레드니들 스트리트(Threadneedle St.)에는 고급 아시안 에스닉 식당인 'Pacific Oriental'과 제이미올리버(Jamie Oliver)가 운영하는 'Jamie's Italian'이 성업 중입니다. 라임 스트리트(Lime St)에 위치한 리든홀 마켓(Leadenhall Market)에는 저렴한 가격으로 간편하게 점심끼니를 해결할 수 있는 다양한 종류의 식당이 들어서 있어, 인근 오피스에서 근무하는 직장인들이 점심시간에 즐겨 찾는 곳입니다.

④ 블룸즈버리(Bloomsbury) 상권

수요분석

해당 상권 내 거주인구는 12,060명이며, 이 중 16~34세 거주인구가 5,101명으로 가장 많습니다.

소비자 설문조사 결과, 응답자의 5.1%가 외식장소로 해당 상권을 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

해당 상권 유동인구 중 30~39세 비율이 41.7%로 가장 높게 나타났습니다.

외식지출 비용으로는 주당 평균 21~40 파운드(한화 약 3만 7천 원~7만 원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 33.3%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 41~60 파운드(한화 약 7만 3천 원~10만 7천 원)를 지출한다고 응답한 비율이 30.6%로 높게 나타났습니다.

선호 에스닉(Ethnic) 식당 조사 결과, 응답자의 38.9%가 아시아인 에스닉(Asian Ethnic) 식당을 선호하는 것으로 나타났으며, 이 중 중국식(Chinese-19.4%), 태국식(Thai-11.1%), 일본식(Japanese-5.6%) 식당 순으로 선호도가 높게 나타났습니다.

공급분석

해당 상권에는 러셀광장(Russel Square) 인근 지역과 홀본(Holborn) 역 근처에 식당이 밀집해 있으며, 약 110개의 식당이 영업 중입니다. (한식당 8개 포함)

아시아인 식당의 비율은 31.0%를 차지합니다. 아시아인 식당 중에서 일본식(Japanese) 식당의 비율이 44.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 인도식(Indian-22.2%), 태국식(Thai-22.2%) 식당 순으로 나타났습니다.

* 지도상에서 파란색으로 표시된 부분은 주요 상점 거리를, 빨간색으로 표시된 부분은 주요 식당가를 나타냄
* 짙은 색 음영으로 표시된 부분은 주요 집객시설을 중심으로 그린 동심원이 겹쳐지는 지역으로 유동인구 통행량이 가장 많을 것으로 추정되는 '핫스팟(Hot Spot)'에 해당함

<Bloomsbury 상권>



- 주요 지하철역
 - 토트넘 코트 로드(Tottenham Court Rd)
 - 러셀 스퀘어(Russell Square)
 - 홀본(Holborn)
- 주요 관광명소
 - 대영 박물관(The British Museum)
 - 런던 대학교(University of London)



[그림2-23] 블룸즈버리(Bloomsbury) 상권 입지분석 지도

입지분석 - 퍼시 스트리트(Percy St.) 인근 지역

해당 지역은 토트넘 코트 로드(Tottenham Court Rd)를 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 아시아인 에스닉 식당이 들어서 있습니다. 인도식 채식 전문 식당인 'SAGAR'와 고급 베트남 식당인 'Bam-Bou'가 영업 중입니다. 특히 'Bam-Bou'는 현지화된 퓨전 메뉴의 인기가 높아 현지인 방문객들이 많이 찾고 있습니다. 샬롯 스트리트(Charlotte St.)를 중심으로 다양한 종류의 에스닉 식당이 밀집해 있으며, 특히 태국식(Thai) 식당인 'SIAM CENTRAL'은 줄을 서서 기다려야 할 정도로 영업 중입니다.

⑤ 노팅힐(Notting Hill) 상권

수요분석

해당 상권 내 거주인구는 23,920명이며, 이 중 16~34세 거주인구가 9,693명으로 가장 많습니다.

소비자 설문조사 결과, 응답자의 8.5%가 외식장소로 해당 상권을 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

해당 상권 유동인구 중 20~30대 젊은 층 비율이 65.0%로 높게 나타났습니다. 외식지출 비용으로는 주당 평균 21~40 파운드(한화 약 3만 7천 원~7만 원)를 지출한다고 응답한 비율이 40.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 81~100 파운드(한화 약 14만 5천 원~18만 원)를 지출한다고 응답한 비율이 23.3%로 나타났습니다.

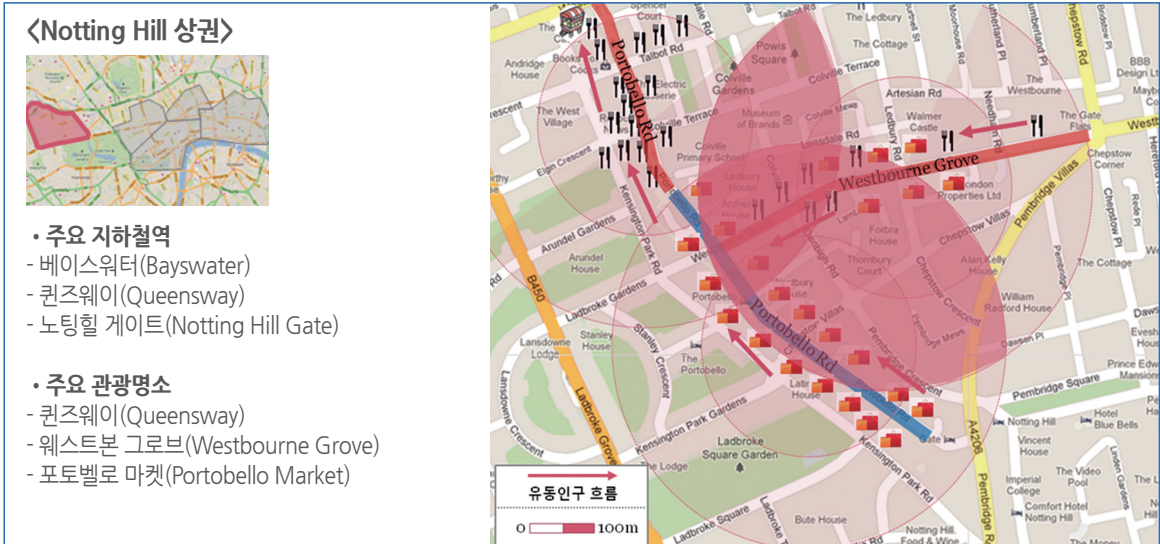
선호 에스닉(Ethnic) 식당 조사 결과, 응답자의 31.7%가 아시아 에스닉(Aisan Ethnic) 식당을 선호하는 것으로 나타났으며, 이 중 태국식(Thai-13.3%), 중국식(Chinese-11.7%), 일본식(Japanese-3.3%) 식당 순으로 선호도가 높게 나타났습니다.

공급분석

해당 상권에는 베이스워터(Bayswater)역 근처와 Westbourn Grove St.에 식당이 밀집해 있으며, 약 225개의 식당이 영업 중입니다.

아시아 식당의 비율은 29.6%를 차지합니다. 아시아 식당 중에서 일본식(Japanese) 식당의 비율이 44.4%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 인도식(Indian-22.2%), 태국식(Thai-22.2%) 식당 순으로 나타났습니다.

* 지도상에서 파란색으로 표시된 부분은 주요 상점 거리를, 빨간색으로 표시된 부분은 주요 식당가를 나타냄
* 같은 색 음영으로 표시된 부분은 주요 집객시설을 중심으로 그린 동심원이 겹쳐지는 지역으로 유동인구 통행량이 가장 많을 것으로 추정되는 '핫스팟(Hot Spot)'에 해당함



[그림2-24] 노팅힐(Notting Hill) 상권 입지분석 지도

입지분석 - 포토벨로 로드(Portobello Rd.) 인근 지역

웨스트본 그로브(Westbourne Grove) 거리에는 인근 고급 주택가에서 거주하는 현지인 유동인구가 많습니다. 특히 주말 낮 시간대에 노천카페에서 브런치(Brunch) 메뉴를 즐기는 사람들이 많습니다. 포토벨로 로드(Portobello Rd)는 세계 최대 골동품 시장이 들어서는 주말에 수만 명의 방문 인파가 몰려들어 인산인해를 이루는 곳입니다.

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

포토벨로 로드(Portobello Rd)에는 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 영업 중입니다.

2.5 한식산업에 대한 이해

1) 한식당 소재 현황 및 규모

런던 내에는 영국 전체의 약 95.6%에 해당하는 66개의 한식당이 위치하고 있습니다.

센트럴 런던(Central London)에 36개의 한식당이 위치하고 있으며, 시내 외곽 한인타운 뉴몰든(New Malden)지역에는 30개의 한식당이 위치하고 있습니다.

런던 주요 한식당의 규모는 좌석 수 기준으로 평균 약 69.8석 정도입니다.

센트럴 런던에 소재한 한식당의 규모는 좌석 수 기준 평균 86.8석 정도입니다. 시내 중심가에 위치한 '김치(KIMCHEE)'는 서유럽 최대 한식당으로 274석 규모를 갖추고 있습니다. 이 외에도 100석 이상의 대형 시설을 갖춘 '아사달(ASADA)', '아싸(ASSA)', '코리안 칠리(COREAN CHILLI)'가 영업 중입니다.

뉴몰든에 소재한 한식당의 규모는 평균 약 52.9석 정도입니다. 100석 이상의 대형 시설을 갖춘 '한(Han)'이 영업 중이며, 이 외에 대다수는 한인들을 대상으로 영업하는 중·소형 규모의 한식당입니다.

2) 한식당 대표 메뉴 및 가격

주요 판매 메뉴는 '돌솥 비빔밥', '불고기', '찌개류' 등으로 파악되었습니다.

현지인 방문객 비율이 높은 센트럴 런던 소재 한식당에서는 비빔밥과 같은 단품 메뉴 판매 비중이 높은 것으로 나타났으며, 주로 한인들을 대상으로 영업하는 뉴몰든 소재 한식당에서는 소갈비, 한정식 등 한국식 정찬 메뉴 판매 비중이 높은 것으로 나타났습니다.

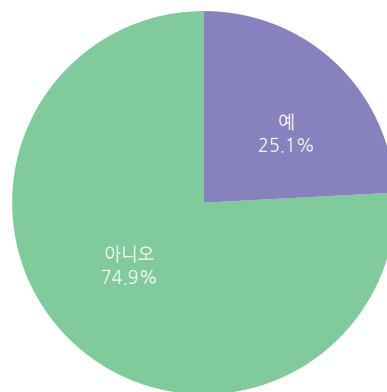
대표 메뉴의 평균 가격은 9.35 파운드, 한화 17,085원 수준으로 파악되었습니다.

단품 메뉴 판매 비중이 높은 센트럴 런던 소재 한식당의 대표 메뉴 평균 가격은 8.53파운드, 한화 15,587원 수준으로 나타났습니다.

한국식 정찬 메뉴 판매 비중이 높은 뉴몰든 소재 한식당의 대표메뉴 평균 가격은 10.09 파운드, 한화 18,438원 수준으로 센트럴 런던 소재 한식당에 비해 다소 비싼 것으로 나타났습니다.

3) 한식소비 일반현황

설문조사 결과, 런던 외식 소비자들의 한식당 방문 경험 비율은 25.1%로 나타났으며, 연 평균 약 4.12회 정도 한식당을 방문하는 것으로 나타났습니다.



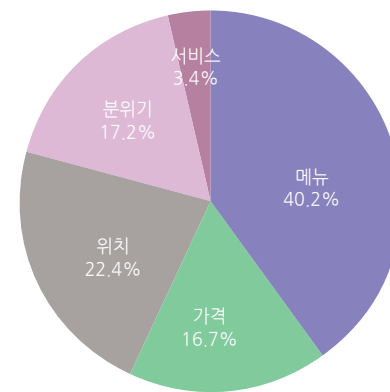
[그림2-25] 한식당 방문 경험 비율 및 방문 빈도

한식당에는 주로 '사적인 모임'을 목적으로 방문하는 것으로 조사되었습니다.

한식당 방문 목적으로 '사적인 모임'이 46.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '일상적인 외식'(24.1%), '공식적인 모임'(15.5%), '접대'(9.2%) 순으로 나타났습니다.

런던 외식 소비자들은 한식당 방문 시 '메뉴', '위치', '분위기' 등을 가장 고려하는 것으로 나타났습니다.

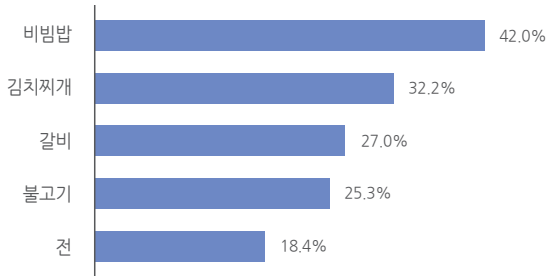
한식당 방문 시 가장 고려하는 요인으로 '메뉴'가 40.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '위치'(22.4%), '분위기'(17.2%), '가격'(16.7%) 순으로 나타났습니다.



[그림2-26] 한식당 방문 시 고려 요인 (KBF)

한식당에서 즐겨 먹는 메뉴는 '비빔밥', '김치찌개', '갈비' 등으로 나타났습니다.

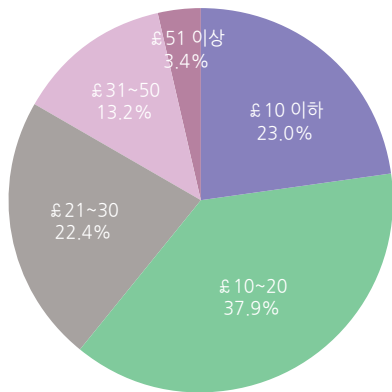
선호 한식 메뉴로 '비빔밥'이 42.0%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '김치찌개'(32.2%), '갈비'(27.0%), '불고기'(25.3%), '전'(18.4%) 순으로 나타났습니다.



[그림2-27] 한식 선호 메뉴 상위 5위

한식당 방문 시 평균 객단가로 약 **₩23.8**, 한화 약 4만 2천 원 정도를 지출하는 것으로 나타났습니다.

한식당 이용 평균 객단가로 **₩10~20**(한화 약 1만 8천 원~3만 5천 원) 정도를 지출한다고 응답한 비율이 37.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 **₩10**(한화 약 1만 8천 원) 이하 23.0%, **₩21~30**(한화 약 3만 7천 원~5만 3천 원) 22.4% 순으로 나타났습니다.



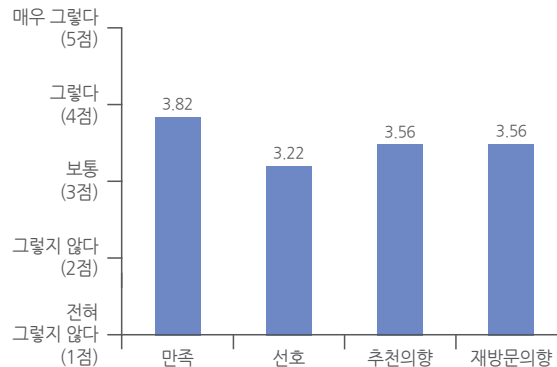
[그림2-28] 한식당 이용 평균 객단가

4) 한식당 만족·선호도

설문조사 결과, 런던 외식 소비자들은 방문 한식당에 대해 대체적으로 만족하는 것으로 나타났으며, 만족도에 비해 선호도, 추천/재방문 의향은 다소 낮은 것으로 나타났습니다.

방문 한식당에 대한 만족도는 4.00점 대에 가까운 3.82점 수준으로 대체적으로 만족하는 것으로 나타났습니다.

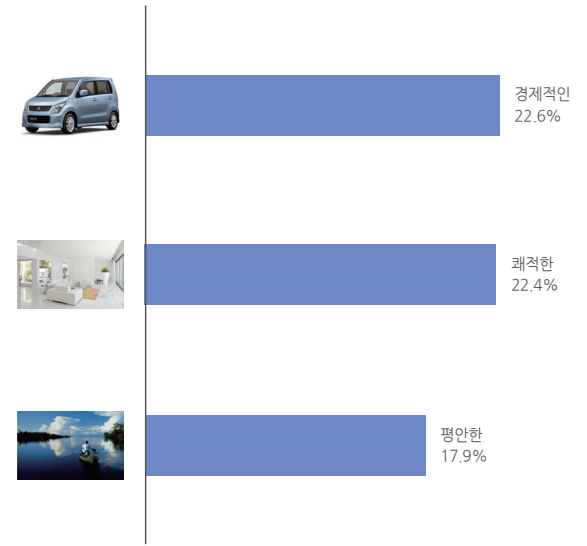
선호도는 3.22점으로 '보통' 정도로 나타났으며, 추천/재방문 의향은 '보통' 이상 수준인 3.56점으로 나타났습니다.



[그림2-29] 한식당 만족·선호도

5) 한식당 인지도

한식당 연상 이미지로는 '작고 저렴한 가격대'의 경차 이미지를 연상한 비율이 22.6%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '쾌적한'(22.4%), '평안한'(17.9%) 이미지 순으로 나타났습니다.



[그림2-30] 한식당 연상 이미지

소비자 설문조사 결과,

런던 외식 소비자들이 한식당에서 즐겨 먹는 메뉴 상위 5개는 **'비빔밥', '김치찌개', '갈비', '불고기', '전'**으로 조사 되었습니다.



II. 런던(London) 한식당 설립 가이드



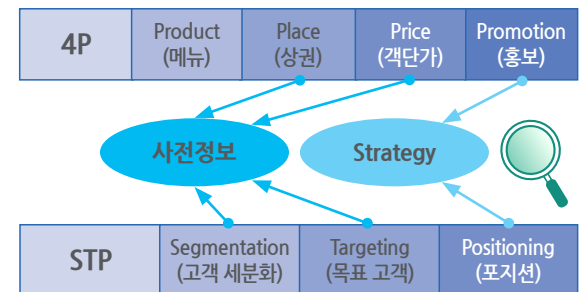
한식당 진출 및 개업을 위해서는 먼저 잠재 고객, 상권 및 메뉴 가격 등에 대한 사전 정보를 통해 창업에 대한 종합적인 의사결정이 이뤄져야 하며, 회사 설립, 인허가 절차, 인테리어 정보 등의 실제 창업 실무 정보를 얻고 나면, 본격적으로 현지에서 창업 준비를 수행할 수 있습니다.

따라서, 한식당 진출 및 개업을 위한 정보는 다음 두 가지 유형으로 나눌 수 있습니다.

- 한식당 설립 사전 정보(창업 의사결정 정보)
- 한식당 설립 실무 정보(창업 준비 정보)

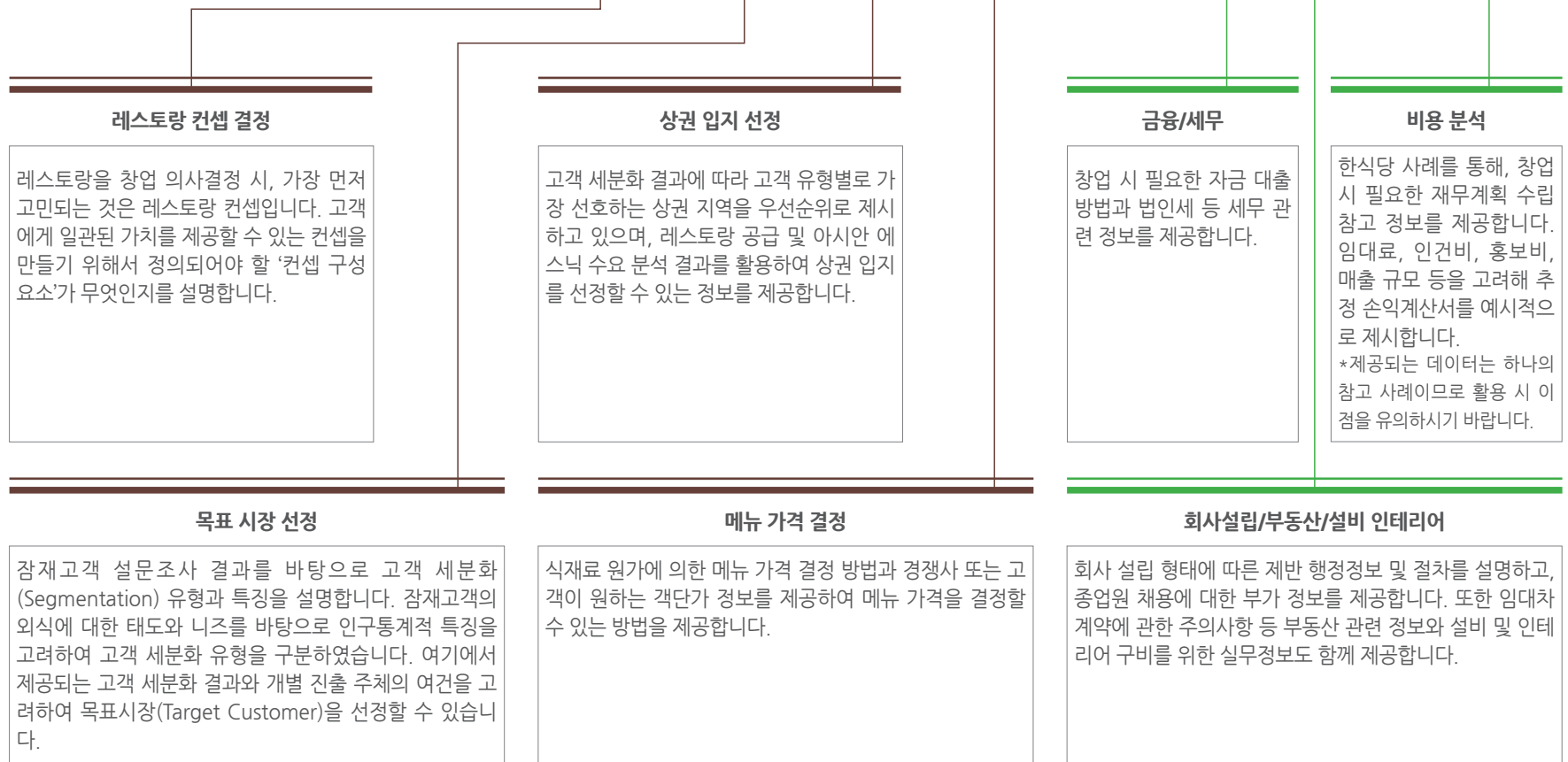
3. 한식당 설립 사전 정보

사전 정보는 일반적으로 마케팅 이론인 4P(Product, Place, Price, Promotion)와 STP(Segmentation, Targeting, Positioning)에 적용되어 활용될 수 있습니다.



>> 한식당 설립 가이드 구성

한식당 설립 가이드를 효과적으로 전달하기 위해 레스토랑 컨셉부터 메뉴가격 결정까지 일련의 의사결정 흐름 순으로 정보를 활용할 수 있도록 구성하였으며, 회사 설립부터 부동산 계약, 금융 및 세무 정보 등 창업 실무 정보도 단계별로 구성하여 제공합니다.





3.1 레스토랑 컨셉 결정

Key Question #1

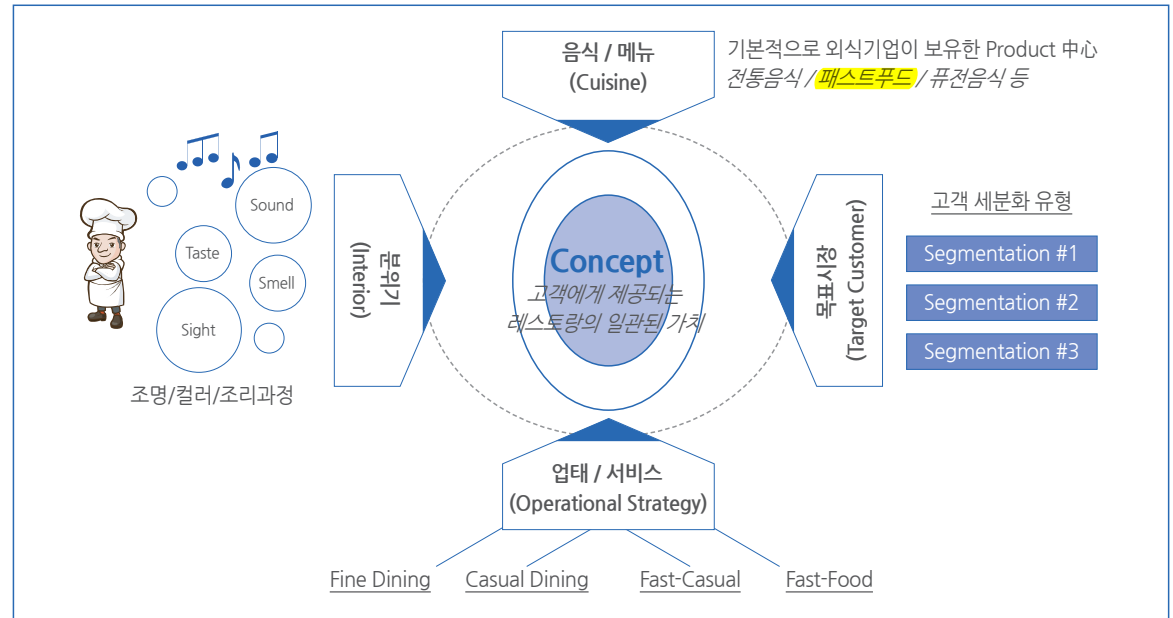
“어떤 컨셉의 레스토랑으로 오픈할 것인가?”

☞ 고객에게 일관된 레스토랑의 가치를 제공하기 위해 4가지 차원의 컨셉 구성 요소를 확인 해야함

레스토랑 창업의 첫 번째 단계는 레스토랑의 컨셉을 설정하는 것입니다. 컨셉을 설정한다는 것은 음식점의 서비스유형(업태), 메뉴, 분위기, 브랜드 등을 확정하는 과정을 의미합니다.

레스토랑 컨셉은 고객에게 제공되는 일관된 가치를 의미하며, 해외에 진출하고자 하는 개인이나 기업에게는 가장 먼저 결정하거나 고려해야 할 부분입니다.

레스토랑 컨셉을 이루는 주요 요소로는, 음식/메뉴, 목표시장, 업태 및 서비스, 분위기 등 4가지가 있습니다.





① 음식/메뉴(Cuisine): 기본적으로 외식기업이나 개인이 보유하고 있는 Product(메인 음식 혹은 메뉴)를 위주로 제공할 음식이나 메뉴를 정합니다. 대부분의 경우 경쟁력 있는 메뉴 위주로 Product를 결정합니다.

② 목표시장(Target Customer): 목표고객 선정을 위해 고객을 유형별로 세분화해야 하며, 레스토랑에 가장 적합한 고객군을 찾아 컨셉을 구성합니다.

③ 업태/서비스(Operational Strategy): 일반적으로 고급 레스토랑(Fine Dining)과 고급 레스토랑 보다 격이 아래인 일반식당(Casual Dining) 그리고 패스트 푸드(Fast Food) 등으로 진출 주체의 의지나 시장환경에 따라 업태를 결정할 수 있습니다. 패스트 푸드(Fast Food)는 QSR(Quick Service Restaurant)으로 칭하기도 합니다.

④ 분위기(Atmosphere/Ex-Interior): 레스토랑 내부 분위기를 연출하는 볼거리(Sight)나 음악(Sound), 향(Smell) 등을 어떻게 결정할 것인가도 레스토랑 컨셉을 결정짓는 주요한 요소입니다.

위의 4가지 요소를 종합적으로 고려하여 한식당의 컨셉을 설정할 수 있습니다.

Key Question #2

“고객 세분화 유형과 그 특징은 무엇인가?”

☞ 설문조사를 통해 외식에 대한 소비자의 태도나 의견을 분석한 결과, ‘자기 주관형’, ‘가치 추구형’, ‘자기 과시형’ 고객 집단으로 나뉘짐

3.2 목표 시장 선정

식당 개업을 위한 기본적인 아이디어와 세부적인 전략 방향성은 목표시장(고객)을 어디(누구)로 정하느냐에 따라 변하게 됩니다. 예를 들어, 예비 창업자가 고급스럽고 세련된 분위기의 한식당 창업을 원한다면, 소득 수준이 높고 젊은 전문가 집단을 목표고객으로 선정할 것입니다. 그리고 해당 고객 집단을 성공적으로 공략하기 위해 고객의 프로필 정보를 반영하여 서비스 유형(업태), 상권 입지, 메뉴, 가격 등을 결정하게 됩니다.

앞서 제시한 잠재고객 세분 집단 유형에 따라 목표고객을 선정하고, 목표고객의 프로필 정보를 활용하여 런던 외식시장 진출에 적합한 한식당 서비스 형태를 결정할 수 있습니다.

예를 들어, 한식당 창업주가 잠재고객 중 ‘자기 주관형’ 고객 집단을 목표고객으로 선정하여 창업을 고려한다면, 이들의 프로필 특성을 반영해 적합한 서비스 형태로 캐주얼 다이닝(Casual Dining)을 고려할 수 있습니다. ‘자기 주관형’ 고객 집단은 30대 중반~50대 초반의 중위층 소득자들로 자기주관이 뚜렷한 소비 성향을 가지고 있습니다.

서비스 형태	Fine Dining	Casual Dining	Fast Casual	Quick Service
목표고객 프로필	Seg. #1 자기 주관형	Seg. #2 가치 추구형	Seg. #3 자기 과시형	
목표고객 특성 (Life Stage)	· 30대 중반 ~ 50대 초반 · 중위층 소득자	· 20대 초반 ~ 30대 후반 · 중위층 소득자	· 20대 중반 ~ 30대 초반 · 중상층 소득자	
외식 소비 형태 (Occasion)	· 가족과 함께 외식 · 편안한 분위기 선호	· 가족, 친구와 함께 외식 (연인과 함께 외식 비율 높음) · 대화하기 좋은 분위기 선호	· 친구와 함께 외식 · 경쾌한 분위기 선호	
외식에 대한 니즈 (Needs)	· 다양한 메뉴 · 신선하고 좋은 식재료 · 적절한 가격	· 다양한 메뉴와 푸짐한 양 · 청결한 분위기 · 적절한 가격	· 고급스러운 분위기와 메뉴 · 건강에 좋은 영양식 선호 · 색다르고 이색적인 체험	



또한, 편안한 분위기에서 가족과 함께 외식을 즐기는 편이며 다양한 메뉴를 적절한 가격으로 경험하길 원하는 니즈(Needs)가 높은 편입니다. 따라서, 이러한 목표고객의 특성을 고려한다면 가족적인 친근한 분위기를 연출할 수 있고 파인 다이닝(Fine Dining) 보다 가격이 저렴한 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 서비스 형태가 적합할 수 있습니다.

이와 마찬가지로, '가치 추구형' 고객 집단의 프로파일 정보를 활용해 적합한 서비스 유형을 결정할 수 있습니다. '가치 추구형' 고객 집단은 20대 초반 ~ 30대 후반의 중위층 소득자로 얼리어답터(Early-Adaptor) 소비 성향을 가지고 있습니다. 또한, 대화하기 좋은 분위기에서 가족, 친구, 연인과 함께 외식을 즐기는 편이며 푸짐한 양의 다양한 메뉴를 저렴한 가격으로 경험하길 원하는 니즈(Needs)를 가지고 있습니다. 따라서, 이들을 공략하기 위해서는 다양한 간편식 메뉴를 저렴하게 제공할 수 있는 패스트 캐주얼(Fast Casual)과 퀵 서비스(Quick Service) 유형이 적합할 수 있습니다.

'자기 과시형' 고객 집단을 공략하기 위해서는, 고급 식당 유형에 속하는 파인 다이닝(Fine Dining) 서비스 유형이 효과적일 수 있습니다. '자기 과시형'은 20대 중반~30대 초반의 중상층 소득자들로 자기 개성이 뚜렷한 소비성향을 가지고 있습니다. 또한, 외식 소비에 있어서는 고급스러운 분위기와 메뉴를 선호하고 색다르고 이색적인 체험을 원하는 니즈(Needs)가 높은 편이기 때문에 최상의 서비스를 제공하는 고급 음식점이 적합합니다.

한식당 창업주들이 런던 외식시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 한식 이미지의 고급화를 주도할 수 있는 '자기 과시형' 고객 집단과 새로운 외식 트렌드를 형성할 수 있는 '가치 추구형' 고객 집단을 목표 고객으로 선정하여 공략하는 방법이 효과적일 수 있습니다.

Key Question #3

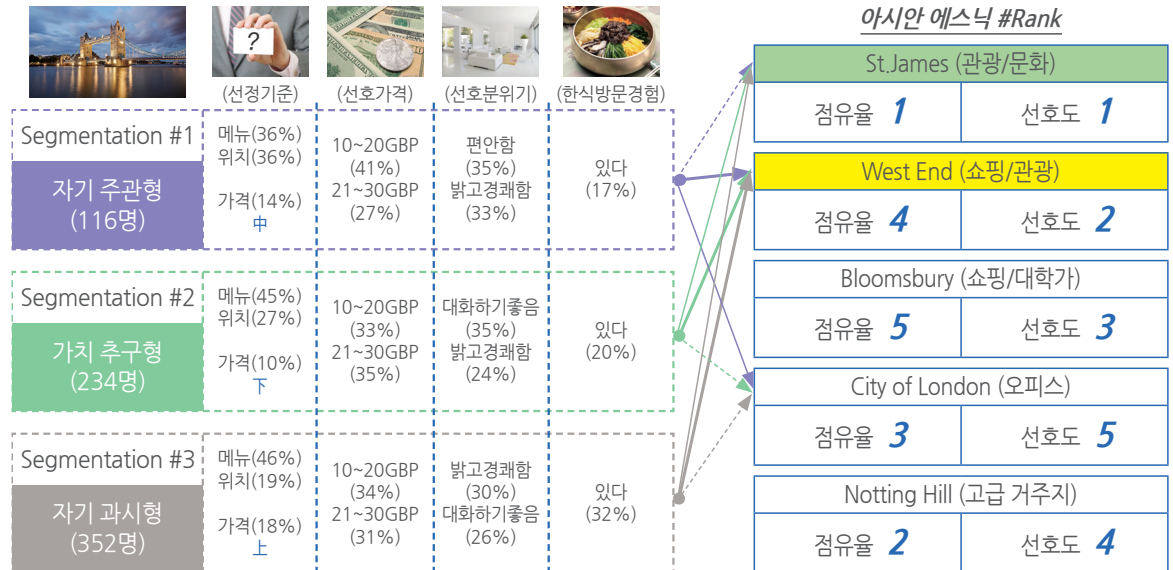
“목표시장별 상권 선정을 위한 정보는 무엇인가?”

☞ 목표고객이 선호하는 상권 지역과 경쟁 현황을 통해 최종 입점 상권을 결정할 수 있음

3.3 상권 입지 선정

고객 세분화 유형에 따라 목표고객을 선택할 수 있으며, 목표고객의 프로파일을 이해하고, 주요 상권별 방문 선호도를 고려하여 최종 입점 상권을 선정할 수 있습니다.

전체 702명을 대상으로 실시한 설문조사 결과, '자기 과시형' 고객 집단이 약 50% 비중으로 가장 많으며, 이들이 선호하는 상권은 첫 번째가 웨스트 엔드(West End-붉은 선), 두 번째는 시티오브런던(City of London-점선), 세 번째는 세인트제임스(St. James)인 것으로 나타났습니다.





또한, 주요 상권별 아시안 에스닉 점유율과 선호도를 살펴보면, 웨스트엔드(West End)상권을 찾는 유동인구의 아시안 에스닉 선호도는 2위, 아시안 에스닉 점유율은 타 상권 대비 4위로 나타났습니다.

즉, 만일 '자기 과시형' 고객 집단을 목표시장으로 선택하고, 이들이 선호하는 웨스트엔드(West End)지역을 입점할 상권으로 선정한다면, 입점 상권인 웨스트엔드(West End)는 아시안 에스닉을 선호하는 수요(2위)가 아시안 식당 공급(4위)보다 우위에 있어 최종 입점 상권 선정에 유리한 조건에 해당합니다.

'자기 주관형'과 '가치 추구형' 고객 집단 모두 웨스트엔드(West End)상권을 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

Key Question #4

“객단가 수준을 결정하기 위한 정보는 무엇인가?”

☞ 식재료 원가와 임대료 가격 등 직접비를 고려한 전통적인 방법과 고객 선호가격 기준 혹은 경쟁 식당 객단가를 활용하는 방법이 있음

3.4 메뉴 가격 결정

상권 선정에 이어, 고객에게 제공하고자 하는 메뉴의 가격을 결정하기 위해서는 몇 가지 고려되어야 하는 방법이 있습니다.

식재료 원가 기준(Common): 식재료 원가 비율을 식재료 원가에 나눈 금액을 객단가 가격으로 고려할 수 있으며, 해당 상권의 임대료(직접비) 수준을 반영하여 조정할 수 있습니다.


구분	내용	
	조건	내용
쇠고기 (600g)	스테이크용 최상품 쇠고기	1만 4,926원 (100g=1.33파운드x2,486원)
돼지고기 (600g)	최상품 삼겹살	3701원 (100g=0.33파운드x617원)
닭고기	최상품 (1.4kg 한 마리)	3파운드→700g 환산시 2,804원 (1.5파운드)
우유	유기농 (1.13ℓ)	0.84파운드→900ml 환산시 1,252원(0.67파운드)
계란	유기농 6개	3,047원(1.63파운드)
감자	1kg	1,028원(0.55파운드)
양파	2kg	2,729원(1.46파운드)
오이	길쭉하고 큰 것 3개	3,477원(1.86파운드)
세제	최고가 에어리얼 (Ariel) 4.75kg	9.38파운드→2.3kg환산 시 8,487원(4.54파운드)

환율: 1파운드 = 1869원, London Tesco


영국은 대형 슈퍼마켓들이 생산업체들에 가격을 내리도록 압력을 행사하고 유통구조를 단순화하는 방식으로 치열한 가격 경쟁을 벌이고 있습니다. 또한, 동유럽에서 농수산물을 저렴하게 대량으로 수입하고 있으며, 호주, 브라질 등 공급채널을 다양화 하고 있어 식재료 값이 서울보다 저렴한 편입니다.

주요 상권 임대료 수준을 비교하면 세인트제임스(St. James)지역이 가장 높게 나타났으며, 블룸즈버리(Bloomsbury)와 노팅힐(Notting Hill)지역이 상대적으로 낮게 나타났습니다.


Common (식재료 원가 기준)



÷



=



£ 5.25
30%
£ 17.5

주요 상권 임대료 수준

행정구역 명	월 평균 임대료(100m)
St.Jame's	£ 8,873
West End	£ 7,382
Bloomsbury	£ 4,797
City of London	£ 7,733
Notting Hill & Bayswater	£ 4,905

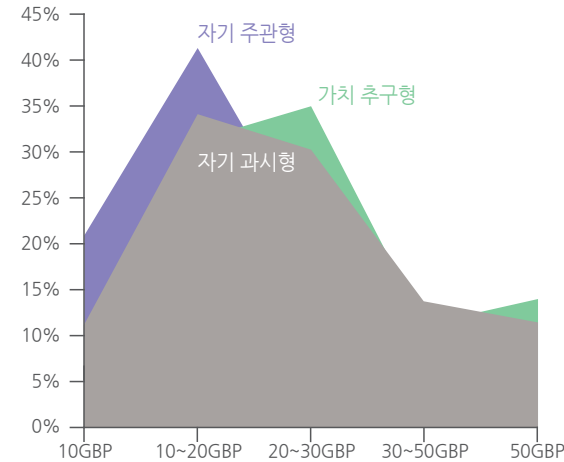
[그림 3-1] 식재료 원가 기준 (예시)



고객 선호가격 기준(Demand-Driven) 방법으로 고객 세분화 유형별 원하는 메뉴 가격 대를 참고하여 객단가를 결정 할 수 있습니다.

'자기 주관형' 고객 집단은 10~20 파운드(한화 약 1만 8천 원~3만 5천 원) 정도의 가격대를 선호하는 비율이 50%에 가까울 정도로 낮은 가격대에 분포도가 높게 나타났으며, '가치 추구형' 고객 집단은 높은 가격대를 선호하는 비율이 높게 나타났습니다.

[고객 집단 유형별 외식 선호가격]

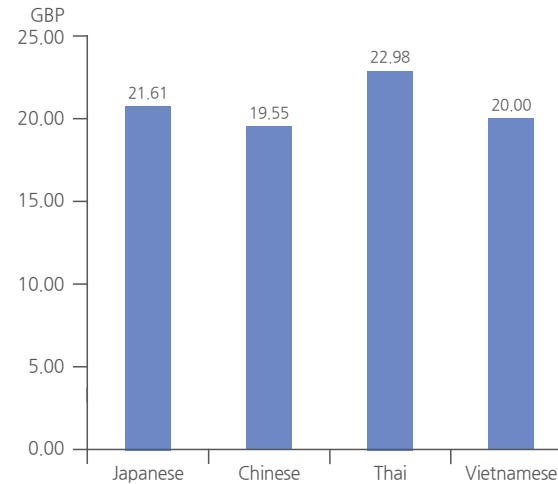


[그림3-2] 고객 유형별 선호가격

경쟁식당 평균 객단가(Supply-Driven) 기준은 경쟁 식당이 얼마의 객단가로 고객을 유치하는 지를 참고하여 가격을 결정하는 방법입니다.

런던 외식 소비자들이 아시아인 에스닉(Asian Ethnic) 식당에서 지출하는 비용을 조사한 결과, 객단가로 평균 약 20파운드(한화 약3만 5천 원) 정도를 지불하는 것으로 나타났습니다.

[아시아인 에스닉 평균 지불비용]



[그림3-3] 아시아인 에스닉 평균 지불비용



[그림 3-4] 런던 버로우 마켓(Borough Market)



4. 한식당 설립 실무 정보

실무정보는 현지 회사설립 유형 및 인허가 절차에 대한 정보, 점포 임대 계약에 필요한 내용, 설비/인테리어 공사 시 고려할 내용 등으로 구성되어 있습니다. 또한 금융 및 세무 서비스를 위한 정보도 수록되어 있습니다.

4.1 회사 설립/인허가 정보

회사 설립 형태

개인사업자(자영업자): 가장 간단하게 사업을 시작할 수 있는 형태로, 등록 수수료를 부담하지 않으며, 장부 및 회계의 작성이 매우 간단하고, 모든 이익은 사업자 개인에게 귀속됩니다. 개인사업자로서, 사업이익은 소득으로 과세되며, 국민보험기금(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



**** Companies House:** 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 공시 하는데 그 목적이 있습니다. 따라서, 개인 형태가 아닌 경우에는 반드시 'Companies House' 기관을 이용해야 합니다.

Companies House UK



4 Abbey Orchard Street, Westminster London SW1P 2HT

법인사업자: 'Companies House'(영국 기업등록 기관)에 관련 서류 제출 또는 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. 연차보고 및 기타 문서를 'Companies House'에 'WebFiling' 서비스를 통해 전자로 제출할 수 있습니다. 회사의 과세대상소득 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.

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 총무 부장을 임명할 필요는 없으나, 임명할 경우 반드시 'Companies House'에 보고해야 합니다.



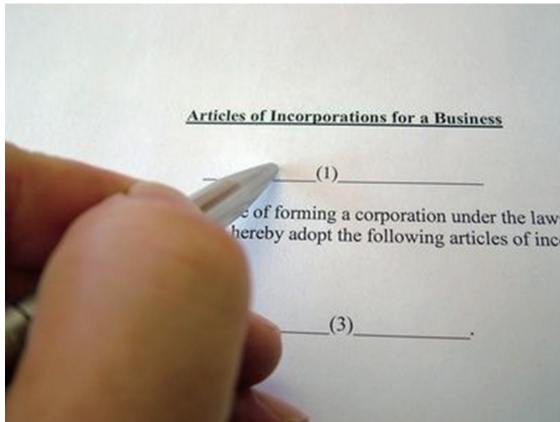
주식회사: 최소 2명의 주주로 구성되어야 하며, 최소 50,000 파운드 또는 이에 상응하는 유로화 액수 만큼의 주식을 발행해야 합니다. 최소 2명의 이사가 필요하고, 최소 1명은 반드시 만 16세 이상 개인이어야 합니다. 전문적으로 경리와 법률 문제를 다루는 총무 부장 임명이 필수적이며, 반드시 'Companies House'에 보고해야 합니다.

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 House에 내용을 변경한 서류를 제출해야 합니다.

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 않으셔야 합니다.

(1)주류판매, (2)오후 11시~오전 5시 사이에 음식을 조리해서 판매하는 경우, (3)영화 또는 라이브 음악 등의 공연을 제공하는 경우, (4)가판대 등에서 음식을 판매하는 경우에는 별도의 라이선스를 발급 받아야 합니다.

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



해외기업의 영국 법인 설립: 법인 설립의 등록은 1개월 정도가 소요되며, Companies House에 신청서류를 제출하여 등록합니다. 해외기업이 영국에 최초로 법인을 설립하는 경우,
 - 인가서, 법령, 회람 및 정관의 공증 번역본
 - 가장 최근에 작성된 회계장부의 공증 번역본을 'Companies House'에 제출해야 합니다.

인허가 절차

대부분의 음식사업자는 최소한 개업 28일 전에 영업장을 해당 지역의 환경 보건 서비스 기관에 등록을 해야 합니다. 음식사업에는 가정에서 운영하는 케이터링 사업, 가판대 등의 임시 영업장까지 포함합니다.





4.2 부동산 계약

임대 계약

개업을 위한 상권 선정이 끝나면 상권 내 임대 가능한 점포를 찾아야 합니다. 일반적으로 'let to A1', 'let to A2', 'let to A3'로 나뉘는데, 'let to A1'은 일반 가게, 'let to A2'는 샌드위치 같이 불을 피우지 않고 조리할 수 있는 음식을 파는 가게, 'let to A3'는 불을 피워 음식을 조리할 수 있는 레스토랑 임대료를 뜻합니다.

점포 임대계약은 일반적으로 장기 리스계약과 월세 방식으로 나뉘집니다. 초기 레스토랑 개업을 위해 실내장식 등 인테리어 공사에 많은 자금이 투입되기 때문에 장기 계약이 선호될 수 있습니다. 건물주는 임대료를 임의로 올리지는 못하며 대개 4~5년 주기로 임대료를 조정할 수 있습니다.



월세 계약의 경우 1년 단위로 계약을 갱신 할 수 있어 초기 투자금액이 크지 않거나, 사업성이 불확실한 경우 선호될 수 있으나, 장기 리스 계약보다 임대료가 높은 것이 일반적입니다.

4.3 금융 서비스

금융 서비스(대출)

당좌차월(마이너스 통장, Overdraft):

당좌예금 계좌에 연결된 대출금으로, 단기적으로 1개월~12개월 동안 차입이 가능합니다. 원칙적으로 언제든지 전액 상환청구를 받을 수 있으나, 현실적으로 고객 신용 상태의 악화 등이 발생하지 않는 한 즉각적인 상환을 청구 받지는 않습니다. 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, 적용이 자율에 따라 결정됩니다.

기업대출은 당좌차월보다 장기적인 대출에 더 적합합니다. 일반적으로 금리는 7%~20%으로, 대출금 £25,000까지 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 소요 됩니다.





① ‘Small Business Loan’: £ 1,000~£ 25,000를 대출하여, 12개월~10년간 상환하는 대출 계약으로 이자율과 기간별 상환금액이 고정되어 있습니다. 계약수수료는 £100이고, 조기에 상환할 경우 리베이트를 받을 수 있습니다. 리베이트는 ‘the Consumer Credit(Early Settlement) Regulations’에 근거하여 결정됩니다

② ‘Flexible Business Loan’: 유한책임회사가 £10,000 이상의 금액을 차입하거나, 개인사업자가 £25,001 이상의 금액을 차입할 경우에 적합하며, 12개월~15년(10년까지 고정금리 가능)간 상환하는 대출입니다. 고정금리 또는 변동금리의 선택이 가능하며, 이자지급은 매월 지급 또는 매 분기 지급 중 하나를 선택할 수 있습니다.

상업용 부동산 용자(Commercial Property Loans):

상업용 부동산 용자는 개인 부동산 용자와 유사하게 상업용 부동산을 담보로 합니다. 특히, 상업용 부동산인 가게, 공장, 사무실, 창고를 매입할 때 사용되는 대출입니다. 최소 대출가능금액은 일반적으로 £25,001이며, 고정금리 또는 변동금리, 상환기간은 2년~30년, 이자지급은 매월 지급 또는 매 분기 지급 중 선택이 가능하며, 영국 기준금리 LIBOR에 연동된 변동금리는 £100,000이상 대출금에 적용가능 합니다.

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 대출가능금액은 £100,000이며, £250,000를 초과하여 대출할 경우, 이자를 변동위험에 대비해야 합니다.

4.4 세무(Tax)

법인세(Corporation Tax)

‘HM Revenue & Customs (HMRC, 국세청)’에 법인세 과세사업자로 등록 후, 기간 내 납부세액을 납부하고, 관련 증빙서류를 보관해야 합니다. 법인세는 개인소득세 또는 부가가치세와 달리 먼저 납부를 하고 신고서를 제출합니다.

일반적으로 법인세 과세기간은 4월 1일부터 3월 31일까지 이나, 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 회계기간 및 과세기간이 2011년 4월 1일부터 2012년 3월 31일까지 일 경우, 법인세는 2013년 1월 1일에 납부하고, 그 기간에 대한 법인세 소득 신고서는 2013년 3월 31일에 제출해야 합니다.





>> 2010년 4월 1일 ~ 2013년 4월 1일의 법인세율

Corporation Profits 범위	10.04.01 ~11.03.31	11.04.01 ~12.03.31	12.04.01 ~13.03.31	13.04.01 ~14.03.31
£0 ~ £300,000 (Small Profits Rate)	21%	20%	20%	-
£300,000 ~ (Main Rate of Corporation Tax)	28%	26%	24%	23%
£300,000 ~ £1,500,000 (*Marginal Relief, Standard fraction)	7/400	3/200	1/100	-

*'Marginal Relief': £300,000 ~ £1,500,000의 이익을 내는 기업에 'Main Rate'를 적용하여 과세함에 따라, £1,500,000와 해당 과세기간 동안 발생한 기업 이익의 차액에 대하여 일정비율(Standard Fraction)만큼 세액이 차감됩니다.

법인세 계산의 예

과세대상소득(Taxable Profits 1,000,000) 기업이 배당으로 지급한 소득이(Franked Investment Income) 없고, 과세기간은 2011년 4월 1일부터 2012년 3월 31일까지인 경우, £1,000,000 X 26% - (£1,500,000 - £1,000,000) X 3/200 = £252,500

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.

부가가치세(VAT)

기업의 매출액이 과세기준점을 초과하는 경우 과세사업자로서 매출세액(VAT)을 등록해야 하며, 과세사업자는 공급하는 상품과 서비스에 대해서는 매출세액을 부과할 수 있습니다. 과세기준점은 연간 £68,000이나, 매출액이 과세기준점에 미달하는 경우 면세사업자가 되어 등록할 필요는 없습니다. 가격에 VAT를 부과할 수 없으나, 면세를 포기하면, 과세사업자가 되어 VAT 등록이 가능합니다. VAT를 가격에 포함시키는지 여부에 관계 없이, 세율은 업종에 따라 다르게 결정되며, 일반적으로 음식 또는 음료 판매사업은 일반세율을 적용합니다. 일반세율은 20%입니다.

[그림 4-1] VAT Registration 양식



급여세(Pay As You Earn, PAYE)

사업자 또는 고용주는 임직원(종업원)에게 급여 지급 시에 세금 및 국민연금 등을 원천징수 하여야 하고, ‘HM Revenue & Customs(HMRC)’에 월별, 분기별로 납부 하여야 합니다. 임직원(종업원)은 연말정산 등의 과정을 통해 납부한 세금을 초과하는 범위 내에서 세금을 환불 받을 수가 있습니다. 원천징수는 고용주 수입이 국민보험에서 제시하는 한도 (과세연도 2012~13년에 일 £107, 월 £464, 연 £5,564)에 도달하면 의무적으로 적용해야 합니다.

고용주는 ‘HM Revenue & Customs(HMRC)’에 고용주 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 £1,500미만일 경우에는 분기별로 납부할 수 있습니다.

소득세 과세대상 소득

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

>> 소득세율

소득범위(이자소득에 대한 기본세율 적용범위)	비이자 소득	이자 소득	배당 소득
£0 ~ £2,560	-	10%	-
£2,561 ~ £35,000	20%	20%	10%
£35,001 ~ £150,000	40%	40%	32.5%
£150,000 초과	50%	50%	42.5%

이자소득 및 배당소득에 대한 세율은 최후에 적용하므로, 이자소득에 대한 세율은 비이자소득에 대한 세율을 적용한 후 차순으로 적용됩니다. 비이자소득이 £2,560 이하인 경우 또는 이자소득 및 배당소득만이 과세소득을 구성하고 있다면, 이자소득은 £2,560까지는 10%의 세율로 과세됩니다. 비이자소득이 £2,560을 초과할 경우, 모든 이자소득은 총 과세 소득금액에 따라 20%, 40%, 50%로 과세됩니다. 과세기간은 당년 4월 6일부터 익년 4월 5일까지이며, 서류로써 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.

>> 가산세율

경과일수	내용
1일 경과	납부해야 할 세금의 유무에 관계없이 가산세 £100를 부과함
3개월 경과	1일 경과에 따라 £10씩 부과하며, 최대 £900가 부과되며, 가산세 £100에 추가됨
6개월 경과	가산세가 누적되며, £300 또는 납부할 세액의 5% 중 큰 금액을 부과함
12개월 경과	가산세가 누적되며, £300 또는 납부할 세액의 5% 중 큰 금액을 부과함



4.5 설비/인테리어

설비 및 인테리어 구비 시 고려사항

영업장소의 선택은 관련 조항에 부합하고, 업종의 용도에 적합하며, 안전하게 음식을 준비할 수 있는 지 여부를 고려해야 합니다. 영업장소는 반드시 설비의 청결상태를 양호하게 유지해야 하며, 오염방지, 특히 해충 및 쥐가 돌아다니는 것을

방지하는 위생상의 법규를 준수해야 합니다. 따라서 새로운 영업장을 선택하거나, 현재의 영업장을 변경할 경우, 해당 당국의 지도를 받는 것이 좋습니다.

구분	구비 요건
세면대 및 화장실 관련설비	점포 내에 종업원이 손을 닦을 수 있는 세면대가 충분히 구비되어야 하며, 냉수와 온수의 공급과 위생적으로 손을 씻고 건조시키는 물품이 필요함. 식재료를 씻는 싱크대와 손을 씻는 세면대는 반드시 분리되어야 함. 화장실 설비는 충분히 구비되어야 하고, 조리실과 직접 통하면 안됨
탈의실	반드시 종업원에게 옷을 갈아 입을 수 있는 탈의 공간을 제공해야 함
주방의 바닥 및 벽	주방의 바닥과 벽은 항상 양호한 상태가 유지되고, 청소 및 소독이 용이해야 함. 즉, 바닥과 벽은 평평하고 매끄러우며, 내구성이 있고, 청결한 상태가 유지되기 용이해야 함
주방의 천장	천장의 설계 및 구조는 때가 끼는 것을 방지하고, 습기, 곰팡이, 찌꺼기가 떨어지는 것을 막을 수 있어야 함. 양호한 상태가 유지되고, 평평하고 매끄러우며, 청소가 용이해야 함, 또한, 천장은 페인트나 희반죽(석고)을 바르면 안됨
주방의 창문	주방의 창문 및 기타 열고 닫을 수 있는 설비는 반드시 때가 끼는 것을 방지할 수 있어야 함. 필요한 경우 건물 밖으로 열고 닫는 창문 및 기타 모든 문은 반드시 고정되어 있어야 하고, 필요한 경우 청소할 때 탈부착이 용이한 방충망을 설치해야 함
설비 및 주방도구의 표면	식재료를 처리하는 주방 내 어떠한 설비 또는 도구의 표면, 특히 식품과 접촉하는 표면은 청소 및 소독이 용이해야 함
청소도구 및 설비	영업장은 가능하면, 청결, 소독할 수 있는 충분한 설비가 전제되어야 함. 주방기구를 수납하는 설비도 구비해야 함. 이러한 설비는 냉수와 온수의 공급이 충분해야 함
식재료를 씻는 설비	영업장은 가능하면 식재료를 씻기 위한 설비가 충분히 구비되어야 함. 식재료를 씻는 모든 싱크대 (혹은 기타설비)는 반드시 냉수와 온수의 공급이 충분하고, 수돗물은 식용이 가능해야 함. 설비는 정기적으로 청소 및 소독을 해야 함





4.6 비용 분석

분석에 대한 가정

해외에 진출하고자 하는 사업 주체에게 실무적으로 도움이 되고자, 현지 한식당 사례를 통해 비용 분석에 필요한 참고 데이터를 제공합니다. 모든 변수를 포함하는 정교화된 모델을 제공하지는 못하나, 비용 분석을 위한 기초 정보로 활용하실 수 있습니다.

변수 항목: 비용 분석에 필요한 식당 창업 및 운영 관련 회계 계정과목에는 임대료, 인건비, 식재료비 등 다양한 항목들이 있습니다. 이 중에는 매출액과 연동되는 직접비용인 '식재료비'가 있으며, 매달 지출액이 동일한 직접비용인 '임대료', '인건비' 등이 있습니다. '임대료'는 상권별로 다르고, '식재료비'는 대개 매출액에 연동되어집니다. 특히, 진출 주체별로 예산 규모에 따라 '차입금', '점포 공사비', '홍보·판촉비' 등이 상이할 수 있습니다. 매출액 대비 연동되는 비용계정 및 진출 주체의 예산규모에 따른 비용계정(차입금, 공사비, 판촉비 등)을 실제 운영 중인 한식당 사례에 기초하여 분석하면, 식당을 개업 하기에 앞서 참고할 수 있는 비용분석 정보를 얻을 수 있습니다.

<사례>

런던 St. James에 위치한 80석 규모(15개 테이블)의 한식당을 예로 들면, 초기 창업 시 점포확보비(권리금)와 인테리어 공사비로 각각 2억원 가량이 소요되었습니다. 현재 매월 1억원 가량의 매출이 발생한다고 가정하며, 비용의 상당수를 차지하는 식재료비, 인건비는 매출액 대비 각각 25%, 15%의 비율로 가정합니다.

>> 런던 세인트제임스(St. James) 상권에 위치한 한식당 사례 - 80석 규모, 월 매출액 1억 원

변수항목		해당데이터	비고
초기투자비	점포확보비(권리금)	2억 원	-
	점포공사비	2억 원	-
운영비	식재료비	매출액 대비 25%	-
	인건비	매출액 대비 15%	-
	임대료	2천만 원/월	해당 상권 임대료 적용
	홍보·판촉비	800만 원/월	-
	이자비용	170만 원/월	차입금(2억 원) 연동
	감가상각비	80만 원/월	점포공사비(2억 원) 연동

※ 런던 세인트제임스(St. James) 상권에 위치한 특정 한식당 사례 분석을 통해 추정한 참고용 데이터임.
해당 데이터는 식당 규모, 주요메뉴, 상권 임대료 등 세부 요건에 따라 달라질 수 있음.

식재료비/인건비: 매출액 대비 식재료비는 사례를 통해 제공합니다. 인건비에는 급여, 상여금, 퇴직급여, 복리후생 등 종업원 채용과 관련하여 발생하는 모든 비용을 포함시켜야 합니다.

임대료: 사례는 런던 내 St. James 상권에 있는 지역을 대상으로 하여, 면적 120㎡ 인 사례의 경우 월 평균 약 2,000만 원 입니다.

감가상각비: 점포공사비 금액 중 개별 유형자산 종류 별 국가의 회계기준/세법상 인정되는 내용연수를 고려하여 계산될 수 있으며, 사례에서는 20년으로 가정합니다.

법인세 비용: 사례에서는 보수적으로, 영업이익이 적다고 가정하여 'Small Profit Rate'인 20%를 적용합니다.



>> 비용 분석표(매출액 대비 기준 %, 단위: 천 원)

계정 구분	사례(예시)	%	비고
매출액	100,000	100%	
매출원가	(40,000)	-40%	
식재료비	(25,000)	-25%	
인건비	(15,000)	-15%	급여, 상여금, 퇴직급여, 복리후생비 포함
매출총이익	60,000	60%	
판매비와 관리비			
임대료	(20,000)	-20%	
감가상각비	(833)	-1%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(6,000)	-6%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등 포함
홍보·판촉비	(8,000)	-8%	
합계	(34,833)	-35%	
영업 이익	25,167	25%	
영업외 비용(이자비용)	(1,667)	-2%	이자율 10%(신용도에 따라 차등 적용)
법인세비용차감전 순이익	23,500	23%	
법인세 비용	(4,700)	-5%	중소 규모로 적용(Small Profit Rate : 20%)
당기순이익	18,800	18%	

실제 운영 중인 한식당 사례를 통해 매출액 대비 각 비용계정의 비율을 산정하여 추정한 데이터로, 현지에서 한식당을 운영할 때 어느 정도의 비용이 소요되는지, 그리고 어느 정도의 수익을 얻을 수 있는지에 대한 참고자료로 활용하실 수 있습니다.

추가적으로 '평균 객단가', '테이블 회전율', '매출 성장률', '인플레이션율', '대출 이자율 변동 추이' 등을 고려해 본다면, 보다 정확하게 예상 손익(P/L)을 가능해 볼 수 있습니다.



* 실제 운영 중인 한식당 사례를 통해 매출액 대비 해당 계정의 비율을 산정하여 추정한 참고용 데이터임



III. 런던(London) 한식당 운영 가이드

5. 한식당 운영 현황 및 전망

이하 내용은 런던에서 한식당을 운영 중인 경영주와의 인터뷰 내용을 바탕으로 재구성하여 정리하였습니다.

최근 런던에 거주하고 있는 중국인들이 한식당을 즐겨 찾고 있으며, 이들은 타 고객들에 비해 구매력이 매우 높은 것으로 나타났습니다. 현지인 고객들 대부분은 한식을 체험한 경험이나, 한국인 지인의 추천으로 한식당을 찾고 있는 것으로 나타났습니다.

5.1 한식당 운영 현황

1) 한식당 방문 고객 현황

7~8년 전부터 한국에 방문한 경험이 있는 현지인들이 늘어나면서, 한식당을 찾는 현지인 고객 비율이 높아지고 있습니다. 런던 중심가에 위치한 대부분의 한식당에는 한국인 고객이 약 20%, 외국인 고객이 약 80% 비율로 방문하는 것으로 조사되었습니다. 약 80%의 외국인 손님들 중 일본인과 중국인 고객의 비율이 절반 정도를 차지하는 것으로 나타났습니다.

2) 인력 관리

대다수의 한식당에서 경영주 본인이나 가족이 조리를 전담하거나 홀 매니저 역할을 담당하고 있는 것으로 조사되었습니다. 인건비가 상대적으로 저렴하고 의사소통이 원활한 조선족 이민 노동자들을 주방인력으로 채용하고 있으며, 홀 서빙 직원으로는 한국인 유학생들을 채용하고 있는 것으로 나타났습니다. 최근에는 동남아계 이민 노동자들을 홀 서빙 인력으로 채용하는 사례도 많아지고 있습니다.



3) 메뉴 관리

다수의 한식당에서는 매운 맛에 친숙하지 않은 현지인들의 입맛을 고려해 한식 고유의 특성을 유지하면서도 현지인들이 선호하는 달콤한 맛을 강조한 현지화된 메뉴를 제공하고 있는 것으로 조사되었습니다. 반면, 일부 한식당에서는 한국에서 체험한 한식의 맛을 찾는 현지인 고객들이 늘어나고 있기 때문에 현지화된 메뉴 보다는 한식 고유의 맛을 살리는 메뉴를 제공하고 있는 것으로 나타났습니다.

4) 식재료 수급

장류, 조미료 등은 한인 식료품점에서 조달하고 있으며, 일부 고춧가루나 낙지와 같은 주요 식재료는 한국에서 직접 조달하고 있는 것으로 조사되었습니다. 식료품점에서 조달하기 어려운 물품들은 식재료를 전문적으로 취급하는 한인 도매업자를 통해 수급 하는 것으로 나타났습니다.

최근 들어, 영국 주요 식료품 유통업체에서 아시아인 식료품을 전문적으로 취급하기 시작했으며 테스코(Tesco)에서는 3개 점포를 시작으로 한국 식품 코너를 별도로 마련하여 정식 판매할 계획을 가지고 있습니다. 뿐만 아니라 아시아인 식료품을 전문적으로 취급하는 온라인 사이트가 늘어나고 있어, 식재료 수급 시, 다양한 채널을 활용할 수 있게 되었습니다.

5) 홍보 프로모션

한식당 홍보를 위해 기존에는 지역 신문이나 잡지를 활용했으나 그 효과가 기대보다 크지 않으며, 오히려 광고 전단지를 제작해 홍보하는 방법이 더 효과적이라는 의견이 다수였습니다. 일부 한식당에서는 주영 한국문화원에서 제공한 K-POP 음악을 틀어놓음으로써, 아시아인 국적의 고객들과 한류에 관심이 많은 젊은 층들에게 어필하고 있습니다.

한식당 '김치(KIMCHEE)'는 개점 프로모션으로 반값 할인을 제공해 인지도를 높였으며, 이후 한국 전통 명절과 한식 메뉴를 연계한 프로모션을 정기적으로 수행하여 현지인들에게 색다른 문화적 체험 기회를 제공하고 한식에 대한 관심을 유발시키면서 큰 인기를 끌고 있습니다.

5.2 한식당 운영 애로사항

음식점 개업 허가 획득이 어려울 뿐만 아니라, 기존에 음식점이 아니었던 곳을 개조하여 식당을 개업하기 위해서는 위생 설비 허가가 까다로워 보통 9~12개월 정도가 소요됩니다. 또한, 음식점에서 주류를 취급하기 위해서는 별도의 허가증을 발급받아야 하는 등 한식당 개점 및 운영에 필요한 법적·행정적 처리에 어려움을 호소하는 한식당이 많았습니다.

최근에는 이민법의 강화로 조선족 이민 노동자의 채용이 어려워졌으며, 아울러 학생 신분인 한국유학생을 단기 아르바이트로 채용하는 것이 불가능해지면서 인력 수급에 어려움을 겪고 있는 것으로 조사되었습니다.

5.3 한식당 운영 전망

런던에서 한식당을 창업하는 것은 경쟁력이 있으며, 향후 전망도 밝다는 경영주 의견이 대다수였습니다. 최근 들어 한식이 '웰빙 식단'이라는 이미지가 형성되면서 한식당을 찾는 현지인 고객들이 늘고 있으며, 2012년 7월에 개최되는 런던 올림픽을 계기로 한식의 인지도를 더욱 높일 수 있을 것으로 기대되기 때문에 매출이 지속적으로 증가할 것으로 예상됩니다.



[그림5-1] 한식당 '김치(KIMCHEE)'의 홍보 프로모션
출처: 김치 홈페이지 www.Kimchee.uk.com

한식당 창업 시 주요 고려사항

런던에서 한식당을 창업할 때 가장 중요한 포인트는 바로 '입지'를 결정하는 것입니다. '입지'에 따라 소요 비용이 크게 차이가 나기 때문입니다. 매출을 고려한다면 런던 시내 중심가인 세인트제임스(St. James)나 웨스트엔드(West End) 지역에 입점하는 것이 유리하지만 해당 지역 임대료는 대략 월 2만 파운드, 한화 3천 7백만 원 수준으로 매우 비싼 편입니다. 상점을 인수해 한식당을 창업할 경우 인테리어 및 각종 행정 처리 비용까지 고려한다면 대략 50만 파운드, 한화 약 9억 원 이상이 필요합니다.

5.4 성공 한식당 사례

한국의 '맛'과 '멋'을 느낄 수 있는 한식당 '명가'

“한식은 추천할 수 있지만, 한식당은 추천하지 않겠다.”

“한식을 제대로 경험할 수 있는 한식당이 많지 않기 때문이다.”

- 런던 외식 소비자 좌담회 내용 중 -

‘명가(MYUNG GA)’는 전통을 매우 중요하게 여기는 영국인의 사고방식과 잘 부합되는 한식당으로 1990년에 문을 연 이래 주인이 직접 주방을 진두지휘 하면서 한결같은 맛을 유지해오고 있습니다.

손님들이 한국적인 분위기에서 식사할 수 있도록 숟가락이나 젓가락, 그릇 모두 한국 전통 식기를 사용하고 있습니다.

한국식 바비큐를 채소에 얹어 쌈을 싸먹는 방법이 익숙하지 않은 유럽인들을 위해 메뉴판에 쌈을 싸먹는 방법을 네 컷의 그림으로 상세하게 설명해 놓는 등 현지인 고객들을 위한 세심한 배려가 돋보입니다. 이러한 노력 덕분에 명가를 찾는 단골손님은 영국 뿐만 아니라, 멀리 해외에서도 매년 찾아 올 정도입니다.

한식당 핵심 성공 요인(CSF)

1. 한국적인 분위기를 느낄 수 있도록 숟가락, 젓가락, 그릇 모두 한국 전통식기를 사용함
2. 메뉴판에 음식 먹는 방법을 그림으로 상세하게 설명하여 현지인 고객을 세심하게 배려함
3. 현지화된 다양한 퓨전 한식 메뉴를 개발하여 저렴한 가격에 제공함
4. 한국문화와 음식을 연계하여 한식에 대한 호기심을 유발하는 마케팅 프로모션을 수행함



[그림5-2] 한식당 '명가(MYUNG GA)'

유럽 최대 규모 한식당 '김치'

‘김치(KIMCHEE)’는 2011년 4월에 개업하였으며, 개업 당시 영국 레스토랑 협회에서 주관하는 R200 수상식에서 ‘Best Scalable Concept 2011’ 상을 받으며 현지 언론으로부터 큰 주목을 받았습니다.

한국 전통의 미를 살린 모던한 인테리어가 돋보이는 곳으로, 274명을 수용할 수 있는 시설을 갖추고 있습니다. (유럽 내 한식당 중 최대 규모임)

더 많은 영국인들에게 한식을 맛볼 기회를 제공하겠다는 경영목표 아래 200여 가지가 넘는 현지화된 퓨전 한식 메뉴를 상대적으로 저렴한 가격대에 판매하고 있습니다.

김치의 음식은 신선하고 풍부한 재료를 사용해 무엇보다 색감이 화려하고, 모던한 담음새로 눈을 먼저 유혹하는 것이 특징입니다. 한국문화와 음식을 함께 소개하면서 한식에 대한 호기심을 유발하는 마케팅은 현지인들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.



[그림5-3] 한식당 '김치(KIMCHEE)'

6. 한식당 운영 시 고려사항

6.1 종업원 채용 시 유의사항

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 12개월마다 한 번 그 유효성을 확인해야 합니다. 또한, 여권의 결면, 유효일자, 사진과 서명, 종업원의 국적을 포함한 신상명세서가 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(Civil Penalty)을 피할 수 있는 '법적 근거'가 되며, 그렇지 않은 경우, 최대 £10,000까지 벌금이 부과됩니다. 불법체류자를 고의로 고용한 것에 대해 유죄판결을 받은 경우, 최대 2년까지 징역형에 처할 수 있어 주의를 요구합니다.

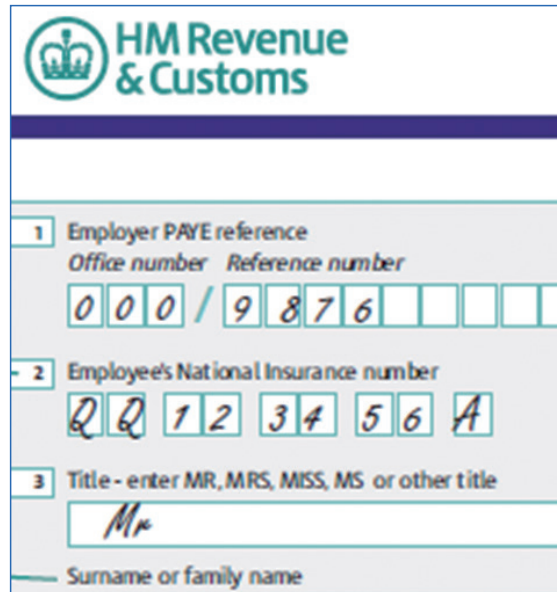
6.2 급여 처리 준비사항

급여:

종업원 급여 지급 시, Payroll 세금(PAYE)과 NIC(National Insurance Contribution, 국가보험)를 계산하여 HMRC에 납부해야 합니다. 반드시 종업원에게 지급한 모든 것(급여, 비용, 혜택)에 대해 기록해야 하며, 종업원 권리, 근무시간, 최저급여, 동등한 기회 등의 고용법 조항을 지켜야 합니다. 자세한 정보는 www.businesslink.gov.uk에서 참고하실 수 있습니다.

특히, 고용한 종업원이 Self-Employed(자영업자 신분)인 경우에는 국가에 납부해야 하는 NIC(국가보험) 금액이 다르므로 반드시 HMRC에서 제공하는 'NIC 테이블'을 참조하셔야 합니다.

종업원이 이전 직장을 그만둘 때 'P45 양식'을 고용주에게 제출해야 하는 데, 이는 당해년도의 급여와 급여에서 공제된 세금에 대한 기록입니다. 마찬가지로 신규로 종업원을 채용할 때도 'P45 양식'을 신규 종업원에게 제공하고 PAYE 레퍼런스 넘버, NIC 번호, 사직일, 당해 년도 소득, 급여 공제 세금 정보를 받아야 합니다.



The image shows a portion of an HM Revenue & Customs P45 form. It includes the HMRC logo and the following fields:

- 1 Employer PAYE reference:** Office number (000) and Reference number (9876).
- 2 Employee's National Insurance number:** QQ123456A.
- 3 Title - enter MR, MRS, MISS, MS or other title:** Mr.
- Surname or family name:** (Blank field)

[그림5-4] P45 양식 일부 - HMRC 제공

신규 종업원에 대한 자세한 정보는 www.hmrc.gov.uk/newemployers에서 참고하실 수 있습니다.

최저 임금(National Minimum Wage,)

- 21세 이상 근로자 £6.08/hr
- 18~20세 근로자 £4.98/hr
- 18세 이전 중퇴 근로자 시간당 £3.68/hr
- 19세 이상 혹은 19세 미만의 견습생(첫해) £2.60/hr
- 2011. 10월 기준, 매년 10월 마다 갱신

국민보험(National Insurance)

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.

>> 급여 처리 前 체크사항

- 채용 후, 급여 지불 전 체크사항
 - 신분 및 법적 적합성 확인, 자영업자(Self-Employed)여부 파악
- 세금 코드(Tax Code) 확인
 - 신규 종업원에게 P45 작성 요청
 - 필요 정보 확인시 HMRC Helpdesk 이용
- 급여(Payroll) 셋업
 - 급여 세금 계산 (HMRC 제공 PAYE Tool 활용 가능)
- 급여(Payroll) 및 급여세금 지급

6.3 식재료 유통 시 고려사항

추적성

식품 또는 식재료를 공급받는 모든 업체에 대한 서면 기록을 보관해야 합니다. 기록에는 공급자의 이름과 주소, 제품의 종류와 수량, 일자를 포함해야 하며, 배치번호(Batch Number) 또는 '사용가능기한(Use By or Best Before)'의 기록도 가능하지만, 반드시 송장(Invoice)을 확인해야 합니다. 또한, 식품을 공급한 모든 공급처(가게 또는 도매상)에 대한 송장과 영수증을 보관해야 합니다. 장기보관 가능한 식재료의 경우, 그 기록을 더 오랜 기간 동안 보관하는 것이 필요합니다.

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 구분없이 동일한 수입통관 절차를 거쳐야 하나, 일부 농수산물, 식품의 경우 부가적인 통관서류(수출허가서, 위생증명서 등)를 요구할 수 있습니다.



[그림5-5] 영국 남부 최대 항구도시, Portsmouth

검역

식물의 경우 위생 검역증(Phytosanitary Certificate)을 받아야 수입이 가능하며, 식품과 어류의 경우에는 위생 증명서(Health Certificate)를 첨부해야 합니다. 위생 검역증이 필요한 수입품은 요구사항 이행 여부를 확인 후 이상 발견 시, 샘플 테스트를 받을 수 있습니다. 위생 검역증이 유효하려면 수송일 14일 전에 검역을 받아야 하며, 식물이 생육한 지역의 공공 기관에서 지정한 검역관의 서명이 들어간 검역증이 필요합니다. 비 EU국가에서 위생 검역증이 발부된 경우, 반드시 영어 번역본을 첨부해야 합니다.

통관심사서류

영국에서 규정된 요약 신고서 양식은 'Form C1600'이며, 이외 필요 서류는 선적 계산서, 항공 계산서, 용기 적하 목록, 송장, 탁송 기록(전산화된 제품 목록 시스템 기반)입니다. 수입 신고서는 미국과 같은 제 3국에서 들어온 제품을 대상으로 적용되며, 대부분은 'SAD(Single Administrative Document)'가 이 같은 목적을 위해 사용되고 있습니다.

영국의 관세제도

EU 관세제도와 동일하며 EU 회원국 간 통관 시에는 공동관세가 적용됩니다. 농수물은 공동농산물정책(CAP) 규정에 따라 관세가 적용되고, 비EU 국가는 영국 관세청이 정한 관세율에 따라 책정된 일정 금액의 관세를 납부한 후에 통관할 수 있습니다.

영국 식품기준법(Food Standards Act)에 의하면 수입식품은 유통, 보관, 보세지역, 소매, 판매, 도매의 어느 시점에서든 안전검사를 받을 수 있으며, 이러한 일반조항과는 별도로 수입식품에 적용되는 특정 규제사항들은 동물성 식품에만 적용됩니다. 비동물성 식품은 수입식품규정(Import Food Regulations: 1984&1997)의 적용을 받습니다. (예: 과일, 야채, 곡물, 베이커리, 약초, 향신료, 미네랄 물, 과일, 주스 등)



[그림5-6] 레스토랑 식품 위생등급 표시(식품 안전청 FSA 인증)

6.4 식당 위생 및 소방 안전 사항

위생 규정

2006년 개정된 영국의 음식위생규정(스코틀랜드, 웨일즈, 북아일랜드와 동일)은 영업상의 모든 측면, 즉, 영업장과 설비에서부터 종업원의 개별적인 위생상태까지에 대한 기본적인 요구사항입니다. 온도 조절, '음식안전관리절차(Food Safety Management Procedures)' 구축 및 지속적인 기록에 대한 요구사항을 포함하고 있으며, 규제에 대한 자세한 내용은 FSA(Food Standards Agency)에서 발간한 '요식업 음식위생 가이드(Food Hygiene-A Guide for Business)'를 참고하시거나, 해당 지역 환경 건강 서비스 부서에서 문의하시면 됩니다.

일반적인 음식안전 규정 (Regulation (EC) No.178/2002, General Food Regulations 2004.): 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.

위생관리 조사

음식위생 규정 준수 여부를 확인하기 위해, 집행공무원이 영업장을 감독하며, 주기적인 조사 또는 접수된 불만(고소)에 의한 조사를 위해 방문할 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.

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’이나 적절한 위생실천 산업별 가이드를 통해 참고하실 수 있습니다.

화재 예방

화재위험평가(Fire Risk Assessment)와 화재안전예방조치(Fire Safety Precautions)를 반드시 수행해야 합니다. 화재안전예방조치는 레스토랑의 크기 등 몇 가지 조건에 따라 유

형이 다릅니다. 식당 내부를 개조할 계획이 있는 경우, 우선적으로 해당 지역 소방기관에서 조언을 얻는 것이 좋습니다.

화재 예방 규정(Fire Certificate under the Fire Precautions Act 1971)하의 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.



6.5 기타 주의사항

가격 표시

영업장에서 판매하는 음식과 음료에 대해 반드시 메뉴에 가격을 명확하게 표시해야 합니다. 반드시 VAT를 가격에 포함해야 하며, 서비스에 대한 요금(몇 퍼센트 혹은 금액), 또는 최소 요금을 추가할 경우, 반드시 다른 가격과 동일하게 명시해야 합니다.

음식에 대한 설명

제공하는 음식과 음료에 대해서 메뉴, 광고 등에 정확하게 설명해야 하고, 그림은 판매하는 음식을 명확하게 나타내야 하며, 오해의 소지가 없어야 합니다. 예를 들어, ‘신선한’, ‘홈메이드’, ‘채식주의자에게 적당한’과 같은 설명은 오해 가능성이 높을 수 있습니다. 오해의 소지가 있는지 여부에 대해서는 FSA 사이트 ‘food.gov.uk’를 방문하거나 혹은 지역 관할 관청에 문의하여 확인할 수 있습니다.

판매하는 음식을 설명할 때, 알레르기 반응을 야기시킬 수 있다는 점에 주의해야 합니다. 만약 한 손님이 음식 알레르기가 있어서, 특정 음식에 포함된 재료에 대해 문의할 경우에는 항상 확인해줘야 하며, 추측은 피해야 합니다. 만약 그 재료가 포함되어있는지 여부를 확인할 수 없는 경우, 손님에게 사실대로 알려야 합니다. 또한 ‘소시지’ 또는 ‘버거’ 라고 설명된 식품은 법적으로 일정량 이상의 고기가 반드시 함유되어야 한다고 규정되어 있으므로 이점을 유의해야 합니다.

주류에 대한 규정사항

주류 판매를 위해서는 반드시 라이선스가 필요하며, 공급할 수 있는 맥주, 와인 등의 양이 정해져 있습니다. 영국에서는 주류를 영업장 외에서 소비하는 ‘Off-Licence’, 또는 영업장 내에서 소비(제한된 규모, 가정용 주류 품목 판매 제한)하는 ‘On-Licence’로 나누어 허가하고 있습니다. 식당의 라이선스는 식당이 전제되는 ‘On-licence’이며, 대부분 식사가 전제된 주류 판매만을 허가한 것임을 참고하시기 바랍니다.

Appendix

1. 한식당 설립 및 운영 지원기관 및 업체 리스트

구분	주요 기관 및 업체	지원 업무 및 제공 서비스	사이트 주소
사업 파트너	Whichfranchise.com	- 영국 프랜차이즈 협회(British Franchise Association)의 공식 온라인 파트너로, 프랜차이즈 사업에 대한 다양한 정보 및 컨설팅 서비스 제공	www.whichfranchise.com/london
	CODDAN™	- 비즈니스 창업 및 운영에 대한 전반적인 컨설팅 서비스 제공	www.ukincorp.co.uk
	Company Made Simple (The Made Simple Group)	- 소규모 비즈니스 창업과 운영에 대한 토탈 솔루션 및 컨설팅 서비스 제공	www.CompaniesMadeSimple.com
회사 설립 등록	Companies House	- 회사의 설립과 해산절차를 처리하고, 관련 법에 근거하여 공개해야 하는 기업 정보를 검토하고 보관	www.companieshouse.gov.uk
국세청 등록	HM Revenue & Customs	- 직·간접세 납부 관련 행정 절차 처리 - 각종 국가보험, 연금, 최저임금제에 대한 업무 처리	www.hmrc.gov.uk
보험 및 연금 등록	HM Revenue & Customs		
부동산 정보	Pearl & Coutts (Structadene Group)	- 런던 내 상업적 용도의 부동산 정보 제공 및 중개 서비스 제공	www.pearl-coutts.co.uk
	Southcourt Property Management	- 런던 내 상업적 용도의 부동산 정보 제공 및 중개 서비스 제공	www.southcourtproperty.co.uk
인테리어 정보	Zynk Interior Architects & Designers	- 런던 지역을 기반으로 레스토랑(Restaurant) 전문 인테리어 시공 및 브랜딩(Branding) 서비스 제공	www.zynkdesign.com

Appendix

2. 식당 창업을 위한 주요 점검사항

구분	내용
브랜드와 로고	- 브랜드(상호), 상표 및 서비스표의 출원 등
경영방침	- 경영 목표와 운영전략, 영업일(정규 휴무 등), 영업시간 및 브레이크 타임 등
마케팅 전략	- 목표 고객을 공략할 수 있는 구체적인 촉진 전략 및 활용 수단(광고 전단지, 마일리지 카드, 홍보기사, 점포 명함, 개점 안내 현수막, 테이블 텐트, POP 등)
상품 개발	- 메뉴의 재료비 원가, 메뉴북, 벽면 사진, 메뉴 샘플, 조리 레시피, 재료 구입처 결정과 발주 시스템 구축, 소모품의 준비 등
종업원 채용과 교육훈련	- 종업원 수 결정, 근무조건(휴일, 급여, 복리후생비, 퇴직금 등), 업무 분장, 유니폼, 근로 계약서, 서비스 매뉴얼 등
법률 및 인·허가 체크	- 위생교육, 영업허가, 사업자등록증, 식품위생법, 소방법, 신용카드 가맹점 등록, 원산지 표시 등
기타	- POS, 사무용품, 청소용품, 전표류, 각종 관리용 자료(영업일지, 발주서 등), 전화, 카드체크기 등

[참고] 임영서(2006), 음식점 경영 이렇게 성공한다

