

Starting Korean Restaurant in Toronto

Starting Korean Restaurant in Toronto

Starting Korean Restaurant in Toronto

토론토 한식당 창업 및 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Toronto



한식재단
KOREAN FOOD FOUNDATION



토론토 한식당 창업 및 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in Toronto

초판 1쇄 발행 2012년 12월 00일

지은이 한식재단

펴낸곳 한식재단

연구수행기관 삼정KPMG

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

「토론토 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 설문조사한 '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 토론토 도시에서 한식당을 창업하였을 때 어떤 것들을 고려해야 하는지, 마지막으로 한식당을 운영할 때 점검해야 할 요소들을 기술하였습니다.

물론 이 책만으로는 토론토의 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 12월 한식재단 이사장 **양일선**

CONTENTS

I. 토론토(Toronto) 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. 토론토(Toronto) 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 비용 분석

III. 토론토(Toronto) 한식당 운영 가이드

5. 한식 운영 현황 및 전망

- 5.1 한식당 운영 현황
- 5.2 한식당 운영 애로사항
- 5.3 한식당 사례 연구

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 기타 사항

■ 외식 소비자 설문조사 개요

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

※ 자세한 내용은 www.hansik.org에 게재된 연구보고서를 통해 확인하실 수 있습니다.



I. 토론토(Toronto) 시장 환경

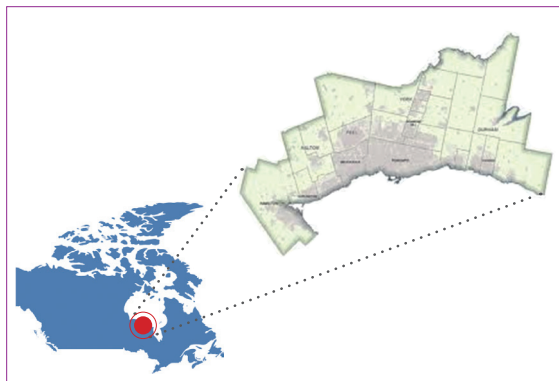
1. 거시환경 분석

토론토는 온타리오 주(Ontario Province)의 주도이며 캐나다에서 가장 규모가 큰 도시입니다.

토론토는 온타리오 주 남부 및 온타리오 호수 북서쪽에 위치한 면적 630km²의 도시입니다. 이를 6개의 행정지구로 나누어 관할하고 있습니다. 토론토를 포함한 더햄(Durham), 할튼(Halton), 필(Peel) 및 요크(York) 지역은 그레이트 토론토 지역(Greater Toronto Area, GTA)를 형성하고 있으며 면적은 7,125km²에 달합니다.

토론토 인구는 1986년부터 지속적으로 증가하여 2011년에는 약 262만 명으로 집계되었습니다.

이 인구중 49.9%가 외국에서 태어났으며 2011년 집계에 따르면 2백3만명의 미국인과 1백35만 명의 기타 외국인이 토론토를 방문하였습니다. 토론토에서는 영어를 공용어로 사용합니다.

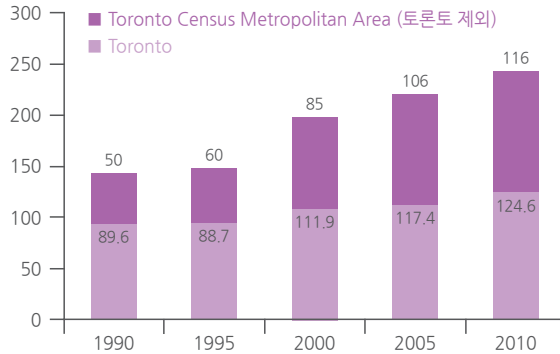


[그림] 토론토 지도

구분	해당 내용
면적	630km ² (국토의 0.06%, 서울의 약 0.9배)
인구	507만 명(GTA, 국가 전체 인구의 약 8%)
외국인 거주인구	2,320,200명(GTA 인구의 약 45.7%)
언어	English
관광객 수	연간 2,100만 명

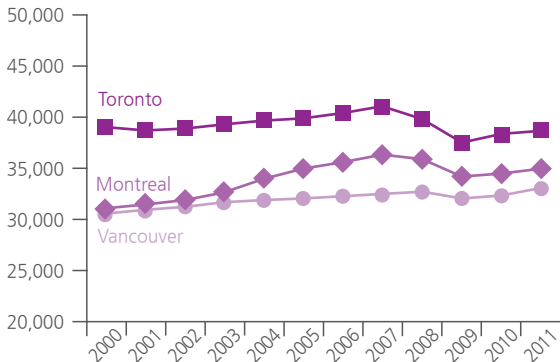
[표] 토론토 도시개황
출처: Statistics Canada

단위: 십억 캐나다 달러



[그림] 토론토 및 토론토 CMA GDP 추이
출처: City of Toronto Economic Model 2010
Note: \$1CAD = 1,128,38원(2012/02/16 기준)

단위: 달러(캐나다)



[그림] 토론토 및 주요 도시 1인당 소득 추이
출처: Conference Board of Canada

1.1 경제적 환경

1) 지역 내 총생산 (Gross Domestic Regional Product: GDRP)

2010년 토론토 지역 내 총생산(이하 GDRP)은 약 1,246억 캐나다 달러로 1990년부터 2010년까지 연평균 성장률이 1.7%를 기록하는 낮은 수준입니다.

토론토를 제외한 토론토 Census Metropolitan Area(외곽 지역)의 경우 2010년 약 1,160억 캐나다달러의 GDRP를 보이고 2000년부터 2010년까지 3.2%로 토론토보다 높은 연평균 성장률을 기록하며 토론토의 GDRP와 차이를 좁히고 있습니다.

토론토 CMA의 GDRP는 2010년 2,460억 캐나다 달러로 2000년부터 2010년까지 연평균 2% 성장하였습니다.

2010년 토론토 1인당 소득은 3만 8,980 캐나다 달러로 전년 대비 380달러 증가하여 캐나다에서 가장 높은 1인당 소득을 기록하였습니다.

2) 산업 구조

캐나다는 여느 선진국처럼 서비스업이 주가 되나 특이하게도 1차 산업 또한 엄청난 강세를 보이고 있습니다.

캐나다에서 서비스업이 일자리의 75%를 구성하고 있지만 캐나다는 석유와 목자재의 수출 또한 매우 활발합니다. 알버타의 석유 모래 등 캐나다 내에서 소비되는 화석연료보다 수출되는 양이 훨씬 높습니다.

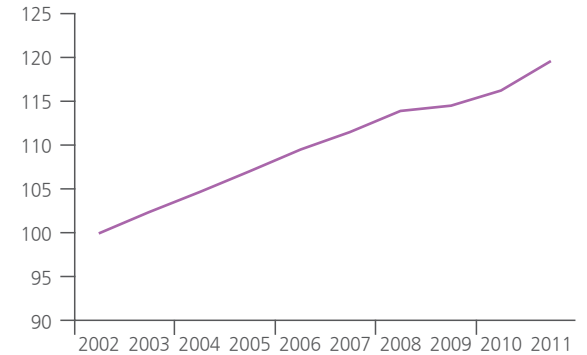
토론토는 금융업이 캐나다 내에서 가장 활발한 곳입니다.

토론토 증권거래소는 세계에서 7번째로 큰 증권시장을 형성하고 있습니다. 또한 캐나다 내 Big Five라고 불리는 5대 금융기업들이 모두 토론토에 자리잡고 있기 때문에 금융업과 그에 따른 갖은 비즈니스가 발달했습니다.

토론토는 오대호의 수운을 이용하여 석탄을 비롯한 코크스, 석유, 밀 등을 집산하기도 하며 소프트웨어 제작, 관광업과 의료연구 분야 역시 대표적인 산업들입니다.

3) 소비자 물가지수

토론토의 물가지수는 2002년부터 쭉 상승세를 보이고 있습니다.



[그림] 소비자 물가지수
출처: Statistics Canada



1.2 정책적 환경

1) 토론토의 식품 산업 정책

토론토에서 토론토 지방 법(Toronto's Municipal Code), 수출입 법(Export and Import Permits Act) 등의 규제들이 캐나다와 토론토에서 소비되는 음식과 재료의 서비스, 포장, 테스팅, 라벨링 등을 특정 기준에 부합하도록 규정하고 있습니다. 또한 음식물 수입과 관련해서 동물건강에 관한 규정, 식물 건강에 관한 규정 등이 모두 적용 됩니다. 또한 대부분의 수입 농수산물물은 캐나다로 들어오며 검열을 받아야 합니다.

식품 수입 시 기준의 영문 포장은 불어로 된 스티커가 캐나다 각 주 별 라벨링 규정에 맞는 내용을 다 포함하고 있는 한 사용할 수 있고 그렇게 하지 않는 불어 또는 영어로 된 포장지로 재포장하여야 합니다. 브랜드 명, 상품명, 상품 설명, 중량, 재료, 제조자 및 수입업자 정보, 유통기한, 권장섭취일, 영양정보, 배치숫자 등 모든 정보는 영어나 불어로 나타나야 합니다.

2) 외국인 투자 정책법

캐나다 투자법(ICA)은 대부분의 분야에서 외국인의 투자가 가능하도록 하였으며 거래에 대한 신고 외에는 특별한 규제가 없습니다. 단 WTO 회원국 여부에 따라 심의 기준을 달리 적용합니다. 기본적으로 캐나다는 캐나다에 투자한 외국기업의 외환관리에 대해서 특별한 규제를 실시하고 있지 않으나 외국계 기업의 부당행위에 대한 규제는 강화되고 있습니다.

그러나 실제 캐나다의 영주권 이상인 자, 또는 비즈니스 비자를 가지고 있는 자만이 비즈니스를 신청할 수 있으며 이에 자신의 비자 상태 확인이 중요합니다.

또한 다수의 혜택(Net Benefit) 조항에 의거 일부 산업에 관하여서는 투자를 제안할 수도 있습니다.

현지에서의 직접 조달과 간접 자본의 조달이 모두 가능합니다. 또한 현지의 한국계 은행을 통해 한국의 재산을 담보로 현지에서의 신용대출도 가능합니다

연방정부에서는 캐나다 소기업 재정법(Canada Small Business Financing Act)을 바탕으로 소규모 기업에게 고정자산을 담보로 융자 등을 지원하고 있으며 온타리오 주 정부(Ontario Provincial Government)는 소액 재정 지원(Sources of Micro-credit Financing)을 통해 개인사업 또는 소기업을 시작하는 개인에 대해 소액융자를 지원하고 있습니다.

한국과 캐나다는 조세 조약이 체결되어 있으며 원천세율은 친자회사 간 배당은 5~15%, 이자율은 10%, 사용료는 10% 이하로 제정하여 실시하고 있습니다.

3) 이민 정책

캐나다 이민정책 추진체계

캐나다의 이민은 연방정부의 이민부(Citizenship and Immigration)를 중심으로 주정부, 시정부 그리고 지역구 등의 행정기관으로 구성되어 있습니다. 또한 각 지역사회에서 활동하는 이민자지원단체가 이민자를 대상으로 서비스를 직접 제공하며 특히 국적별 이민자지원단체도 자국 출신 이민자를 대상으로 서비스를 제공하고 있습니다.

투자 이민

캐나다 투자이민(Investor)은 사업이민(Entrepreneurs), 자영이민(Self-Employed Persons)과 더불어 캐나다 비즈니스 이민의 일종입니다. 투자이민은 투자자의 자본능력과 경험을 중요시 합니다. 투자자는 투자이민을 신청하기 위해서는 다음의 두가지 조건을 만족하여야 합니다.

최소 CAD\$800,000(한화 약 8억 원) 이상의 순 자본(총재산)을 가지고 있어야 하며 그 중 약 CAD \$400,000(한화 약 4억 원)를 투자 예치금으로 이용 할 수 있어야 합니다.

이 투자예치금 CAD \$400,000(한화 약 4억 원)를 캐나다 정부가 지정하는 은행 또는 신탁기관에 5년 동안 예치시키는 조건으로 영주권이 주어집니다. 예치기간 5년이 지나게 되면 투자금은 이자 없이 환급 받을 수 있다. 투자금은 정부보증이 있어 환급이 보장된다. 단, 총재산 CAD \$800,000(한화 약 8억 원)가 법적으로 정당한 방법으로 번 돈이어야 하고 배우자의 재산도 총재산 평가 시 포함 됩니다.

신청하기 전 5년 동안에 2년 이상 사업을 소유, 운영을 하거나(사업주의 경우) 간부급으로 5명 이상을 관리한 경험(경영 경험자의 경우)이 있어야 합니다. 단 사업은 이자나 배당률, 고정자산 등에서 파생되는 소득으로 운영되어서는 안 되고 신청인은 사업내역을 보여줄 수 있는 증거자료를 제출해야 합니다.

숙련 노동자 프로그램을 통한 이민

온타리오 주정부는 이민을 장려하면서도 실질적 자력 심사 요건을 까다롭게 하면서 숙련 노동자의 이민을 유도하기 위한 점수제를 도입하여 실시하고 있습니다. 언어와 교육수준, 노동 경험 등의 점수 배분이 높으며 나이, 취업 연계성, 적응력 등을 상대적으로 낮은 배분으로 점수를 할당함으로써 실질적 산업에 도움이 되는 사람을 유치하도록 노력하고 있습니다.

1.3 사회적 환경

1) 지리적 특성

토론토는 온타리오 호에 인접해있으며 동쪽으로는 루즈 강이 서쪽으로는 에토비코크 시내와 427번 국도가, 남쪽으로는 온타리오 호가, 북쪽으로는 스틸레스 애비뉴가 그 경계를 만들고 있습니다. 험버 강, 돈 강, 루즈 강 셋이 토론토를 관통하며 토론토의 물길에 형성한 만에 오랜 기간 퇴적물이 쌓여 토론토 섬을 형성합니다

토론토는 냉대 습윤 기후에 속하며여름엔 고온다습하며 겨울엔 한랭건조합니다. 토론토의 사계절은 비교적 뚜렷하게 구분되나,

겨울철에 기온의 변화가 극심한 편입니다. 토론토 겨울은 최저 10°C까지 떨어지고 바람이 많이 불어 체감 온도는 더욱 낮습니다. 얼음과 비를 동반한 눈 폭풍은 도시 전반의 시스템을 마비시키는데 이런 눈이 11월 부터 4월 중순까지 내립니다. 그러다가도 날씨가 풀리면 5~12°C(40~54°F)로 올라가면서 겨울에 초봄의 날씨를 보여 주기도 합니다.

토론토의 여름은 특징은 고온다습한 것입니다. 보편적으로 6월 초중순부터 시작하여 9월 초순까지를 여름으로 보며 온도가 23°C에서 31°C정도이며 최고 35°C까지 상승하기도 합니다. 공기가 매우 습하고 한국보다 햇살이 상대적으로 매우 따가워 여름철 불쾌지수가 상당히 높은 편입니다. 여름엔 서머타임으로 인해 10시까지 해가 떠 있으므로 상당히 늦은 시각까지 활동하는 사람이 많습니다.

토론토는 매우 많은 인종이 섞여 있으며 토론토 내에서는 인구의 약 11%를 토론토 외곽 지역은 10%를 한인이 구성하고 있습니다.

2) 인종구성

토론토는 2010년 기준 외국 출생 인구 비중이 약 40.3%로 전 세계에서 미국 마이애미(Miami)에 이어 두 번째로 높은 도시입니다.

약 34천 명 정도의 한국인이 토론토에 거주하고 있으며 약 55천 명 정도의 한국인이 토론토를 포함한 GTA에 거주하고 있습니다.

3) 문화적 특성

토론토는 북미 대륙에서 범죄율이 가장 낮습니다.

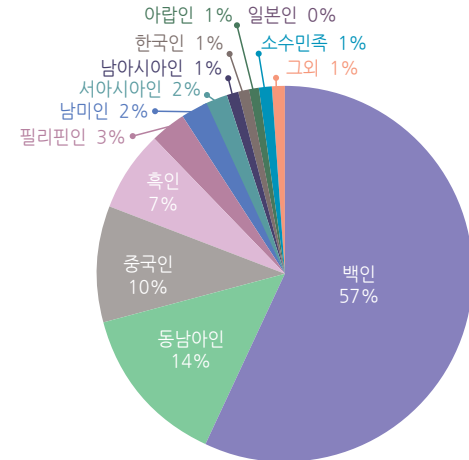
토론토의 범죄율은 인구 10만 명당 3.3 정도로 미국의 아틀란타(19.7), 보스톤(10.3), LA(10.0), 뉴욕(6.3) 등 보다 현저히 낮습니다. 토론토의 강도율은 207.1로 LA(348.5), 밴쿠버(266.2), 뉴욕(265.9)등 보다 훨씬 낮습니다. 특히 2011년에는 살인사건이 45건 일어났는데 이는 1986년 이후로 가장 낮은 수치로 상대적으로 도시가 매우 안전해지고 있음을 시사합니다.

문화와 공연들이 매우 잘 발달해 있습니다.

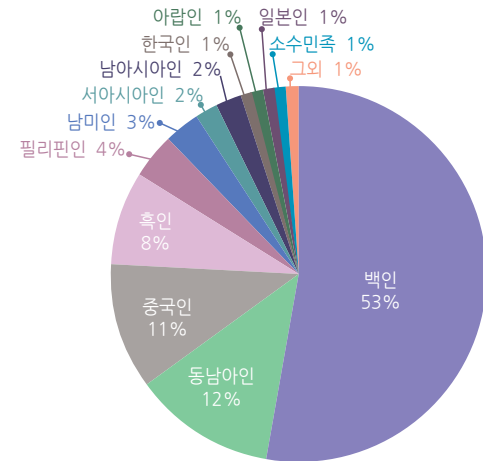
50여 개가 넘는 발레와 무용 컴퍼니들이 위치해있고 오페라 컴퍼니도 여섯 개나 있으며 오케스트라도 두 개나 있습니다.

또한 토론토는 캐나다에 있는 도시 중 유일하게 축구, 농구, 미식축구, 하키 등 7 종목의 메이저리그 팀이 다 있는 도시입니다.

특히 하키가 유명종목으로 National Hockey League의 초대 여섯 팀 중 하나인 Toronto Maple Leafs가 토론토를 대표하는 팀입니다. 토론토는 Hockey Hall of Fame이 위치해 있는 곳이기도 합니다.



[그림] GRA지역의 인종별 분포 현황(2006년)



[그림] 토론토지역의 인종별 분포 현황(2006년)

1.4 음식 문화

1) 캐나다 역사 및 음식 문화

캐나다에서 가장 먼저 등장한 음식들은 캐나다 원주민, 영국인, 그리고 프랑스인의 음식에 기반을 두고 있습니다.

이 중 영국령 캐나다(English Canada)였던 지방들의 전통 음식들은 영국과 미국의 음식과 흡사하고 프랑스령 캐나다(French Canada)였던 지방들의 음식은 프랑스 요리와 모피상인들의 겨울식량과 닮은 부분이 있습니다. 19세기와 20세기에 중부와 동부 그리고 남부 유럽 등지와 아시아권, 지중해권에서 사람들이 이민을 해오면서 음식문화가 훨씬 다양해졌습니다.

캐나다는 워낙 넓어 지역별로 즐겨먹는 음식형태가 매우 다릅니다.

대서양 부근의 음식은 퀘벡 주만을 제외하고 해산물과 영국식 음식을 많이 먹는 편이지만 퀘벡 주 부근에서는 프랑스식 음식을 즐깁니다.

서부지방은 주로 개척자들의 땅이었기 때문에 얻기 쉬운 재료로 만든 간단하지만 든든한 식사 문화를 갖게 되었습니다.

유권을 포함한 캐나다 북측은 작물 재배 기간이 짧아 대개 장기 보존형 음식들을 많이 먹습니다.

브리티시 컬롬비아를 낀 서부는 아시아권에서 온 이민자들이 음식 문화에 많은 영향을 미치고 있습니다.

물론 최근에는 테이크아웃이나 자택용으로 포장해주는 음식 위주로 판매되는 광둥지방의 요리법을 사용한 캐나다 중식(Canadian Chinese)음식도 인기를 얻고 있습니다.

2) 식습관

대부분의 캐나다인은 하루 세끼를 먹습니다.

아침에는 시리얼, 패스츄리, 과일 주스 그리고 커피, 차, 코코아 등의 따뜻한 음료를 주로 식사를 합니다.

점심으로는 대개 샌드위치나 스프 정도를 먹고 학생들의 경우에는 햄치즈 샌드위치, 칩류, 프렛즐 또는 과자 등을 학교 점심시간에 먹기 위해 싸다니는 편입니다.

저녁 식사는 어느 지역이냐에 따라 매우 다른데 서쪽 해변에 근접한 지역이나 동쪽 해양지역 사람들은 해산물 요리나 육류요리를 즐기고 서부 캐나다(특히 알버타 지역)사람들은 유난히 쇠고기를 많이 먹는 편입니다. 또한 전반적으로 많은 캐나다 사람들이 식사에 그레이비 소스와 감자요리를 곁들이는 것을 좋아합니다.

디저트로는 메이플시럽을 주로 한 메이플시럽 케익이나 메이플시럽 선데이 등을 많이 먹습니다.

3) 캐나다 식재료

캐나다의 대표 생산품은 메이플(단풍) 제품입니다.

국기에서도 보이듯 캐나다는 단풍나무가 풍부하여 메이플시럽을 비롯한 단풍추출 식료품들의 인기가 높습니다. 많은 사람들이 이른 봄에 단풍 추출 당류를 만드는 업소에 가서 메이플시럽을 사곤 합니다.

캐나다는 호수가 많고 바다와 접해있는 지역이 많아 다량의 질 좋은 민물고기, 바닷고기, 조개류가 풍부합니다. 쇠고기, 돼지고기, 닭, 칠면조, 자고새, 꿩, 메추라기, 오리, 버팔로, 카리부 등의 다양한 육류 또한 찾아 볼 수 있습니다.

매우 다양한 과일, 곡물, 야채 등의 작물도 자라는데 그 중 특별히 많이 소비되는 것들로 는 밀, 옥수수, 감자, 사과가 있습니다. 또한 늦은 봄에 수확되는 고비라는 새싹류도 매우 대중적인 요리 재료로 사용되는데 이 새싹은 수확기간이 짧아 주로 냉동한 것을 일년 내내 대형마트에서 판매합니다.

종류별 특산물	
어패류	대서양 연어, 대구, 굴, 홍합, 랍스터, 고등어, 송어, 강꼬치고기, 농어, 송어
육류	쇠고기, 돼지고기, 닭, 칠면조, 자고새, 꿩, 메추라기, 오리, 버팔로, 카리부
작물	복숭아, 감자, 배, 자두, 블루베리, 사과, 밀, 옥수수, 고비

4) 토론토지역 음식문화

토론토 지역의 음식문화는 토론토의 크기와 이중적 다양성 만큼이나 풍부합니다.

한식은 한인타운을 중심으로 발달하였고 여섯 개의 차이나타운을 중심으로 정통중식과 베트남식도 발달하였습니다. 덴포스(Danforth)지역에는 그리스음식이 발달하였으며 리틀 이태리(Little Italy)나 코르소 이탈리아(Corso Italia)쪽에는 이태리식이 발달하였고 리틀 인디아(Little India)에는 당연 인도식이 유명합니다. 그 외에도 포르투갈, 헝가리, 일식, 지중해식 음식들도 찾아볼 수 있습니다. 또한 코셔 규칙을 따르는 유대인 레스토랑 및 델리도 쉽게 찾아볼 수 있습니다.

캐나다도 세계의 어느 나라처럼 음식 및 식습관이 패스트 푸드화 되고 있고 토론토도 마찬가지입니다.

사람들은 점점 더 빠르고 편하게 먹을 수 있는 음식을 찾고 있습니다. 그 덕에 맥도날드, 버거킹, 웬디스, 콜로넬 샌더스 등의 해외 패스트 푸드 업체가 많이 들어와있습니다. 하지만 많은 캐나다 사람들은 팀 호튼이라는 커피, 도넛, 베이글, 머핀, 샐러드, 샌드위치를 파는 캐나다 자체 브랜드를 선호합니다.

2. 외식시장 현황

2.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모 및 유형

2010년 캐나다 상업적(Commercial) 외식산업 규모는 47.5억 달러(캐나다)로 전년대비 17억 달러(3.7%) 증가하였고 2007년 이후 지속적으로 성장하며 연평균 성장률(2007~2010) 3.45%를 기록하였습니다. 비상업적(Non-Commercial) 식당 매출 합산 시 2010년 외식산업 총 규모는 약 610억 달러(CAD)이며 이는 캐나다 GDP의 3.8%에 해당하는 비중입니다.

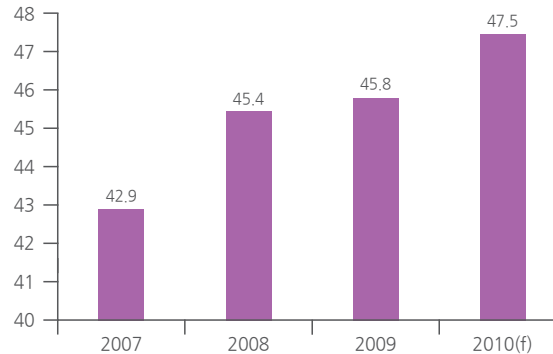
2010년 기준 캐나다에는 총 8만844개의 레스토랑이 상업적으로 운영되고 있으며 인구 1만 명당 24개 식당이 존재하는 것으로 조사되었습니다.

외식은 캐나다를 방문하는 관광객의 3대 관광행위 중 하나이며 캐나다 일자리 창출에 기여하는 산업 중 하나입니다.

2011년 캐나다 외식산업의 총 고용인구는 111만 명으로 소매업, 제조업, 건설업에 이어 네 번째로 높은 수치를 기록하고 있습니다. 외식산업의 고용인구 수는 캐나다 고용인구 수의 약 6.5%에 해당되며 금융 및 보험, 농업, 임업 고용인구 수를 합산한 것보다 높습니다.

2011년 캐나다 외식산업은 레스토랑 점포 수와 소비자 지출의 증가로 인해 전년대비 2만 8,000개의 추가 일자리를 창출하였으며 이는 건설업과 운송 및 창고업에 이어 세 번째로 높은 수치입니다. 캐나다 외식산업은 하이 프로파일 산업(High-Profile Industry: 고급산업)인 제조업, 유통업, 금융 및 보험업보다도 더 많은 일자리 창출을 하고 있습니다.

단위: 십억 CAD



[그림] 캐나다 상업적(Commercial) 외식산업 규모
출처: Statistics Canada, Canadian Restaurant and Foodservices Association

레스토랑 유형

- ① 고급식당(Full-Service Restaurant)은 고급, 캐주얼 및 패밀리 레스토랑을 뜻하며 소비자가 웨이터를 통해 주문 및 계산을 하는 유형을 말합니다.
- ② 제한된 서비스 식당(Limited-Service Restaurant)은 카페테리아(Cafeteria), 푸드 코트(Food Court), 테이크 아웃(Take-Out) 및 배달 서비스를 시행하는 레스토랑을 일컫는 말입니다.
- ③ 출장 및 주문 음식 서비스(Contract and Social Caterers)는 항공사, 철도사, 기관 및 이벤트를 위해 음식을 제공하는 유형입니다.
- ④ 음료 바(Drinking Places)는 바, 펍(pub), 칵테일 라운지 및 클럽 등 알코올 음료를 제공하는 유형입니다.

캐나다의 상업적과 비상업적 식당 모두 3% 중반대의 매출 상승률을 보이며 성장하고 있습니다.



레스토랑 유형별 시장 점유율

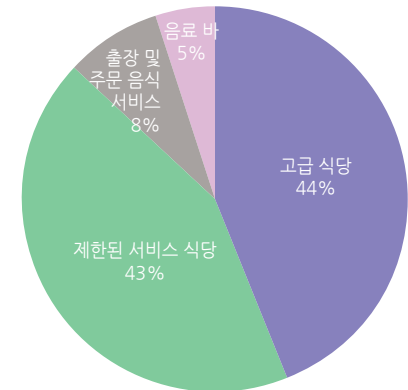
고급식당이 3만 6,390개로 가장 많았으며 제한된 서비스 식당(31,911개), 출장 및 주문 음식 서비스(6,447개), 음료바(6,096개) 순으로 레스토랑이 운영되고 있습니다.

캐나다 내 레스토랑의 약 64%는 독립 브랜드 (Independent Brand)로 운영되고 있으며 나머지 약 36%는 개인 및 자사가 운영하는 프랜차이즈(Franchise)입니다.

고급 식당은 2010년 매출 약 CAD 210억 달러로 캐나다 외식산업의 44%를 차지하고 있습니다. 제한된 서비스 식당도 2010년 매출규모 약 CAD 200억 달러로 캐나다 외식산업의 43%를 차지하고 있습니다. 출장 및 주문 음식 서비스 (Contract and Social Caterer)는 2010년 매출규모 CAD 38억 달러로 캐나다 외식산업의 8%를 차지하고 있고 음료바(Drinking Places)가 2010년 매출규모 CAD 25억 달러로 캐나다 외식산업의 5%를 차지하고 있습니다.

유형별 레스토랑	점포 수
고급 식당 (Full-Service Restaurants)	36,390
제한된 서비스 식당 (Limited-Service Restaurants)	31,911
출장 및 주문 음식 서비스 (Contract and Social Caterers)	6,447
음료바 (Drinking Places)	6,096
합계	80,844

[표] 캐나다 상업적(Commercial) 레스토랑 유형별 점포 수(2010)
출처: Statistics Canada, CRFA's Provincial Info Stats



[그림] 2010년 캐나다 외식산업 내 레스토랑 유형별 비중
출처: Statistics Canada, Canadian Restaurant and Foodservices Association

2) 외식시장 트렌드

캐나다에서는 바쁜 일상생활에 지친 현대인들에게 요가나 다도와 같이 몸과 마음을 안정시켜주는 문화생활이 각광을 받는 만큼 슬로우 카우 안정식(Slow Cow Relaxation) 드링크와 같은 안정식(Relaxation) 틈새시장 공략도 유망할 것으로 전망됩니다.

2~4인용 테이블 및 부스(Booth)와 같은 소규모 인원을 위한 식탁보다 바 식사(Bar Dining) 및 중/대규모 공동 식사(Communal Dining)가 더욱 활발해 질 것으로 예상됩니다.

근무시간이 점차 길어져 레스토랑은 조, 중식 영업시간 연장 및 늦은 석식이 활성화 될 것으로 전망됩니다.

다이어트 및 건강식품 전문가는 하루 세 끼보다 여섯 끼를 권장하므로 소비자들은 스낵, 타파스(여러 가지 요리를 조금씩 담아내는 스페인식 음식), 딤섬 같은 소식할 수 있는 메뉴를 선호할 것으로 전망됩니다.

전통 가정식 조리법(family recipe) 및 트렌드를 반영한 가정식 조리법이 유행 할 것으로 예상됩니다. 레스토랑에서 식자재를 직접 조달(재배)하는 것은 이제 기본이 되었으며 향후 더욱 활발해지는 추세입니다.

푸드 카트(Food Cart), 푸드 스톨(Food Stall) 및 음식 박람회로 인해 길거리 음식은 활성화 되고 있으며 메뉴의 다양성과 함께 양질의 음식을 저렴한 가격으로 맛 볼 수 있도록 변화할 것으로 예상됩니다.

레스토랑에서 첨단 기술(ex: 아이패드(iPad))을 활용한 주문 및 계산 방법이 활성화 될 전망입니다.

감자는 글루텐을 함유하지 않고 저렴하며 감자껍질은 미네랄과 영양소를 함유하기 때문에 건강식품 전문가들이 감자를 좋은 영양 공급처로 평가함에 따라 감자 메뉴는 더욱 더 활성화 될 것으로 예상됩니다.

최근 어린이 식단은 많은 관심을 받고 있으며 여러 레스토랑에서 어린이 건강 식단 메뉴를 만드는 추세입니다.

과거에는 음식 조리 시 와인을 곁들여 사용하였지만 맥주의 종류와 맛이 다양해지면서 와인 대신 맥주를 사용한 음식 조리법이 활성화 될 것으로 예상됩니다.

외식시장 종사자의 인력 안정

토론토에서 음식과 관련된 산업에 종사하는 인원은 2011년 현재 총 74,750명으로 토론토 거주인원의 약 41.9%이며 이중 약 57.5%가 풀타임(Full-Time)으로 일하고 있고 47.1%가 여성인 것으로 조사되었습니다.

토론토 지역의 음식과 관련된 산업의 종업원 근속 연수는 1~5년이 약 80%에 달하고 있어 인력이 안정되어 있다는 것을 알 수 있습니다.



2.2 고객에 대한 이해

1) 외식소비 일반 현황

토론토 외식 소비자들은 한 주에 약 2.7번 정도 외식을 하는 것으로 조사되었습니다.

주당 평균 1~2회 외식을 한다고 응답한 비율이 54.6%로 가장 높게 나타났으며 3~4회라고 응답한 비율은 29.7%, 5회 이상이라고 응답한 비율은 9.4%로 나타났습니다.

월 평균 외식지출비용을 살펴본 결과 약 CAD \$161.6(한화 183,900원) 정도를 지출하는 것으로 조사되었습니다.

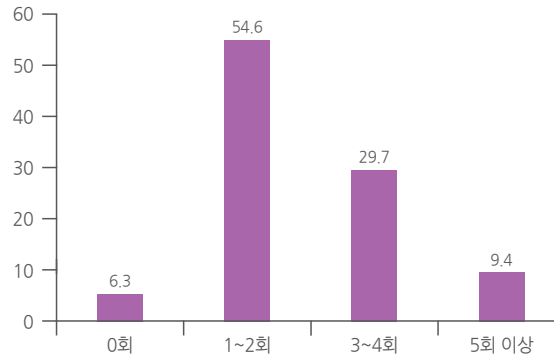
한 달 평균 외식비용으로 CAD \$100(한화 약 10만 원) 이하를 지출한다고 응답한 비율이 44%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 CAD \$100~200(한화 약 10~20만 원) (23.7%), CAD \$301~400(16.3%), CAD \$201~300(한화 약 20~30만 원)(13.3%) 순으로 높게 나타났습니다.

토론토 외식 소비자들은 주로 '친구', '가족'와 함께 외식을 같이하는 것으로 조사되었습니다.

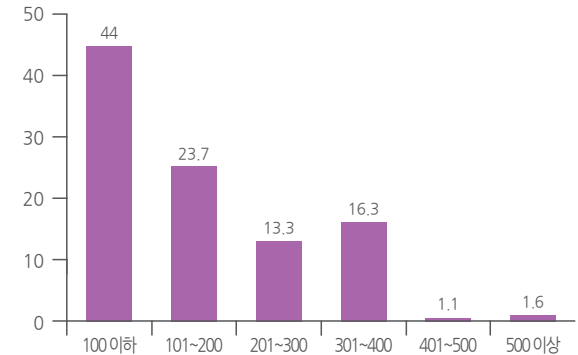
외식을 주로 같이 하는 대상은 '친구'가 46.3%, '가족'이 33.2%로 높게 나타났으며 그 다음으로 '연인'과 '혼자서'가 각각 10.1%, 5.7% 순으로 높게 나타났습니다.

■ 에스닉 푸드(Ethnic Food) 정의

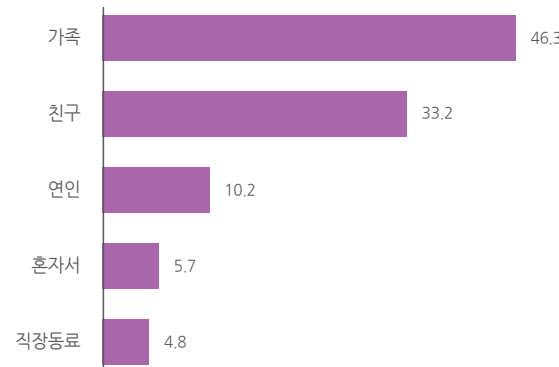
에스닉 푸드란 자국의 음식을 제외한 각 국가의 고유한 전통음식을 지칭함



[그림] 주 평균 외식 횟수(%), N=700



[그림] 월 평균 외식지출 비용(CAD), N=70



[그림] 외식 시 동반자(%), N=700

2) 에스닉푸드(Ethnic Food) 외식소비 특성

주 평균 에스닉 외식당에서 외식을 하는 횟수는 약 1.7회로 조사되었습니다.

‘한 주에 1~2번 에스닉 외식당을 방문한다’고 응답한 비율이 72.4%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 ‘0회’(16.9%), ‘3~4회’(7.7%), ‘5회이상’(3%)로 조사되었습니다.

토론토 외식 소비자들이 가장 선호하는 에스닉 외식당은 일식으로 나타났습니다.

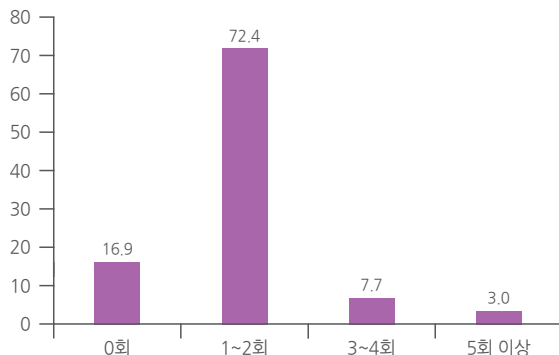
일식 외식당의 선호도가 25.7%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 이태리식과 중식당이 각각 18.4%, 인도식당이 9.4%, 태국 외식당이 6.1%로 토론토 외식 소비자들이 가장 선호하는 에스닉 외식당 Top 5로 조사되었습니다.

토론토 외식 소비자들은 에스닉 외식당 선정 시 ‘메뉴’, ‘위치’, ‘가격’을 가장 고려하는 것으로 나타났습니다.

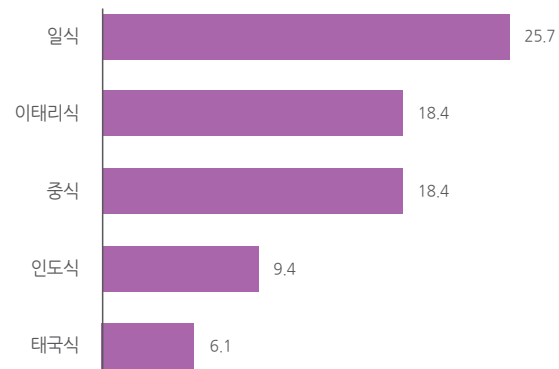
에스닉 외식당 선정 시 가장 고려하는 요인으로 ‘메뉴’가 54%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 ‘위치’(20%), ‘가격’(13%), ‘분위기’(7%) 순으로 높게 나타났습니다.

토론토 외식 소비자들이 가장 선호하는 에스닉푸드 외식 가격대는 약 ‘CAD \$10~\$20’로 조사되었습니다.

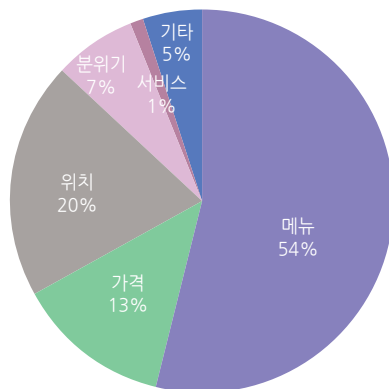
개인 별 에스닉푸드의 지출 선호 가격을 살펴본 결과 CAD \$10~20(한화 1~2만 원)가 52.8%로 가장 높게 나타났으며 CAD \$20~40(한화 약 2~4만 원)(30.3%), CAD \$40~60(11.2%), CAD \$60~100(한화 약 6~10만 원)(3.4%) 그리고 CAD \$100(한화 약 10만 원) 이상이 2.2%의 순으로 나타났습니다.



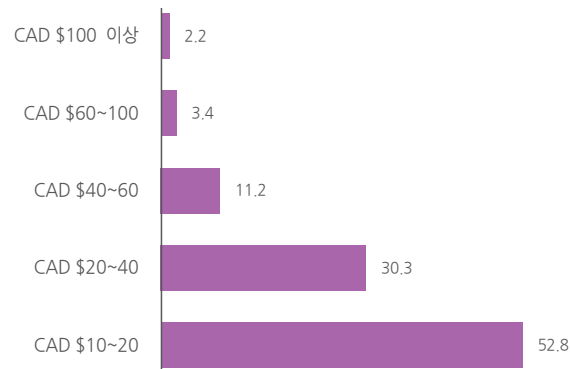
[그림] 주 평균 에스닉 푸드 외식횟수(%), N=700



[그림] 가장 선호하는 에스닉 식당 Top 5(%), N=700



[그림] 에스닉 식당 선정 시 고려요인, N=700



[그림] 선호 가격대(%), N=700

3) 고객세분화(Segmentation)

고객세분화 정의 및 목적

고객세분화는 일정 기준에 따라 특성이 유사한 고객층을 나누는 것을 의미합니다. 고객세분화 목적은 고객의 성향을 구분하여 한식당 창업 및 운영 주체가 보다 성공적으로 공략 가능한 목표 고객층을 선정하여 이들을 위한 메뉴와 서비스를 제공하기 위함입니다.

고객세분화 기준

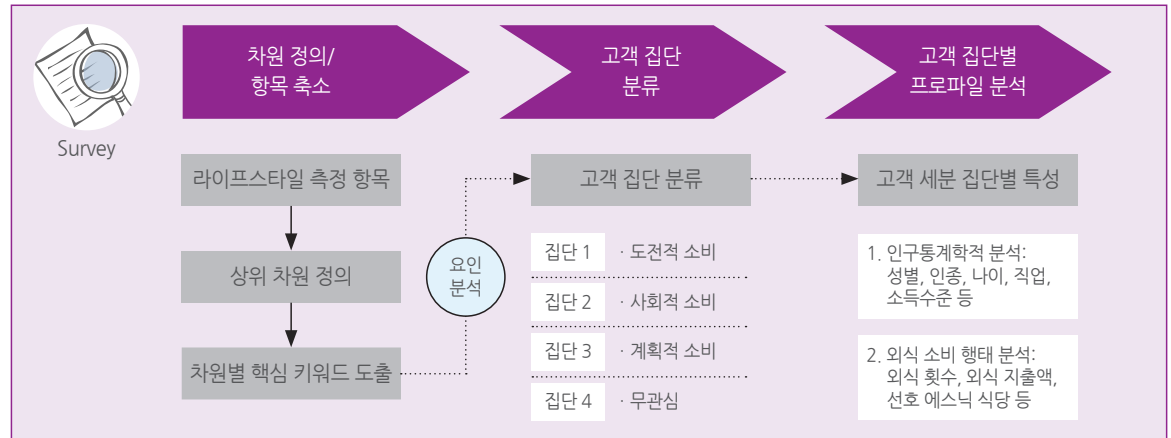
본 조사에서는 심리분석적 특성에 해당하는 라이프스타일을 기준변수로 활용하여 고객세분화를 수행하였습니다.

고객세분화 절차

- ① 라이프스타일을 파악할 수 있는 38개 항목을 8개의 차원으로 나누어 정의하고 유의미한 32개 항목으로 축소하였습니다.
- ② 8개 차원의 키워드를 기준으로 군집분석을 실시하여 유사한 특성을 가진 고객군인 4개 집단으로 분류하였습니다.
- ③ 2개 집단별 특성을 인구통계학적 관점과 외식이용형태관점에서 분석하여 기술하였습니다.

고객세분화 결과

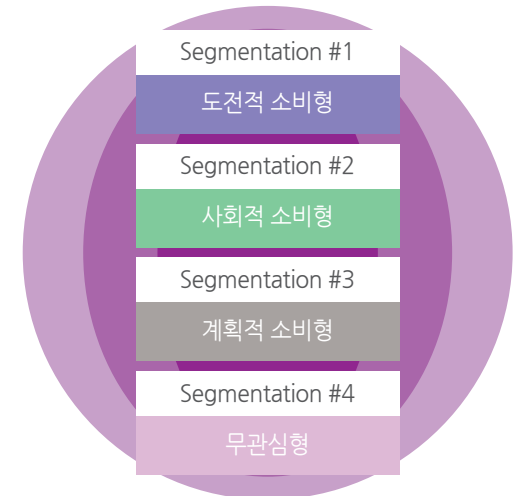
시카고 외식소비자 700명을 대상으로 설문 조사를 수행한 결과에 따라 시카고 외식소비자(잠재고객)를 ‘도전적 소비형’, ‘사회적 소비형’, ‘계획적 소비형’, ‘무관심형’의 4개 집단 유형으로 세분화할 수 있었습니다.



[그림] 고객 세분화 절차

- ① **도전적 소비형:** 리스크를 감수하고 음식을 소비하며 새로운 음식에도 쉽게 도전하는 경향이 있습니다.
- ② **사회적 소비형:** 주변을 의식하고 유행에 민감하며 브랜드와 가치를 중시한다. 사람들과 어울리기 위해 음식을 소비하며 좋아하는 브랜드에 충성하는 경향도 있습니다.
- ③ **계획적 소비형:** 소비 전에 미리 계획을 하며 쿠폰이나 프로모션 활용도도 높은 경향이 있습니다.
- ④ **무관심형:** 리스크를 감수하려 하지 않으며 브랜드에 대한 관심도 낮습니다. 사람들과 어울리기 위해 음식을 먹는다고 보다는 끼니를 때우기 위해 소비하는 경향이 있습니다.

고객 세분화 유형



고객 세분 집단별 특성

4개 유형의 고객 세분 집단 중 '사회추구형' 고객 비율이 34.7%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 '관계추구형'(25.6%), '가치추구형'(21.7%), '자기주관형'(18.0%) 순으로 나타났습니다. 세분 집단 별 특성은 크게 인구통계학적 분석과 외식 소비 행태 분석으로 나누어 파악할 수 있습니다.

① 인구통계학적 특성

고객 세분 집단 별 주요 연령층을 살펴보면 자기 개성과 주관 이 뚜렷한 '자기주관형'은 20대와 50대의 비율이 높게 나타났으며 외식을 하는데 있어서 돌아오는 가치를 중요하게 생각하는 '가치추구형' 고객 집단에서는 30대 비율이 높게 나타났습니다. 반면 '사회추구형'과 '관계추구형' 고객 집단에서는 사회에서 왕성한 활동을 하고 있으며 사회속에서의 관계가 중요한 30~40대 초반의 비율이 높게 나타났습니다. 성별 분포를 살펴보면 특징적으로 '관계추구형' 고객 집단에서 여성 비율이 70.9%로 압도적으로 높게 나타났습니다. 소득수준은 '관계추구형'과 '가치 추구형' 고객 집단이 중상위층에 속하며 '사회추구형' 고객 집단은 중위층에 속하며 '자기주관형' 고객 집단은 중하위층에 속하는 것으로 나타났습니다.

② 외식소비행태특성

'사회추구형' 고객 집단은 스페인식과 일본식을 선호하는 것으로 나타났으며 '자기주관형' 고객 집단은 아르헨티나식과 베트남식을 선호하는 것으로 나타났습니다. '관계추구형' 고객 집단은 타이식과 멕시코식을 선호하는 것으로 나타났으며 '가치추구형' 고객 집단은 아르헨티나식과 프랑스식을 선호하는 것으로 나타났습니다.

구분	항목	사회 추구형	자기 주관형	관계 추구형	가치 추구형
① 인구통계학적 특성	집단의 크기	34.7%	18.0%	25.6%	21.7%
	주요 연령층	20대 후반~30대	20대 초반, 50대 이상	30대~40대	30대
	성별 분포	남: 53.5% 여: 46.5%	남: 49.2% 여: 50.8%	남: 29.1% 여: 70.9%	남: 57.9% 여: 42.1%
	소득 수준	중상층	중하위층	중상위층	중상위층
② 외식 소비행태 특성	선호 에스닉 식당	1위-스페인식 2위-일본식	1위-아르헨티나식 2위-베트남식	1위-타이식 2위-멕시코식	1위-아르헨티나식 2위-프랑스식
	평균 외식 지출액	CAD \$24.09	CAD \$22.65	CAD \$26.24	CAD \$31.81
	선호 외식장소 분위기	대화하기 좋은 분위기	편안한 분위기	대화하기 좋은 분위기	경쾌한 분위기
	한식당 방문 경험 비율	35.0%	47.2%	52.8%	51.7%

[표] 고객 세분 집단별 특성

식당 방문시 사용하는 평균 외식비 지출액 규모를 살펴보면 소득 수준이 가장 높은 것으로 조사된 '가치 추구형' 고객 집단이 평균 CAD \$31.81(한화 약 3.7만 원)을 외식비로 지출하는 것으로 나타났습니다. 그 다음으로 '관계추구형' 고객 집단이 월 평균 CAD \$26.24(한화 약 3만 원), '사회추구형' 고객 집단이 CAD \$24.09(한화 약 2.7만 원), '자기주관형' 고객 집단이 CAD \$22.65(한화 2.5만 원) 정도를 지출하는 것으로 나타났습니다.

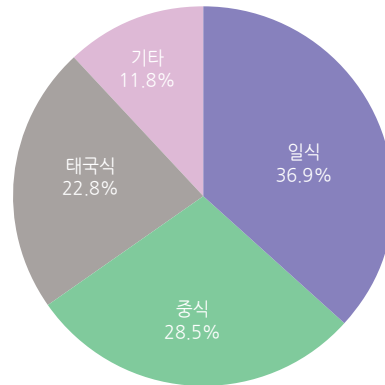
선호 외식장소 분위기로는 '가치 추구형' 고객 집단이 경쾌한 분위기를 선호하는 것으로 나타났으며 '관계추구형'과 '사회추구형' 고객 집단은 대화하기 좋은 분위기로 나타났습니다. '자기주관형' 고객 집단은 편안한 분위기를 선호하는 것으로 나타났습니다.

한식당 방문 경험 비율은 '관계추구형' 고객 집단이 52.8%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 '가치 추구형' 고객 집단(51.7%), '자기주관형' 고객 집단(47.2%) 마지막으로 '사회추구형' 고객 집단(35.0%)의 순으로 나타났습니다.

2.3 경쟁자에 대한 이해



한식당의 대안 식당으로는 일본식당과 중국 식당이 가장 유력했지만 태국 음식 또한 대안으로 꼽혔습니다.



[그림] 한식의 대안, N=312

한식당을 찾을 수 없을 때 대안으로 선택하는 에스닉 음식을 살펴본 결과 사람들은 일식과 중식을 손꼽았습니다. 일본 음식이 36.9%로 가장 많고 그 뒤로 중국음식(28.5%)로 나타나 한식의 주경쟁 에스닉 음식은 일본음식과 중국음식이란 점을 알 수 있습니다.

참고로 농림수산물식품부의 조사자료에 의하면 토론토광역시 내 한식당은 68개가 있고 웨스트 토론토(West Toronto)지역과 오톤(Yonge St.)지역에 대다수의 한식당이 위치해 있습니다. 객관적인 비교를 위하여 한식당의 서비스와 평가가 비슷하다는 가정 하에 토론토 내 일식당, 중식당의 비교를 통해 분석하고자 하였으며 이를 통하여 경쟁자에 대해 알아보았습니다.

토론토에는 570여 개의 중식당과 350여 개의 일식당이 영업을 하고 있으며 이들 레스토랑을 방문한 사람들을 대상으로 조사를 하였습니다.

	선호가격대	선호분위기	경쟁력
일본식당	CAD \$10~20 (72.7%)	대화하기 좋은 분위기 (70%)	위생상태 청결, 입맛에 맞는 음식, 넓은 선택의 폭
중국식당	CAD \$10~20 (58.6%)	유쾌한 분위기 (37.4%)	입맛에 맞는 음식, 음식의 향기, 포만감

[그림] 일본식당과 중국식당에 대한 선호, N=312

일본식당에 방문한 사람들의 선호 가격은 약 CAD \$22.7로 나타났습니다. CAD \$10~20(한화 약 1~2만 원)이라고 응답한 비율이 72.7%로 가장 높게 나타났으며 다음으로는 CAD \$40~60(한화 약 4~6만 원)(18.2%), CAD \$20~40(한화 약 2~4만 원)(9.1%) 순으로 높게 나타났습니다.

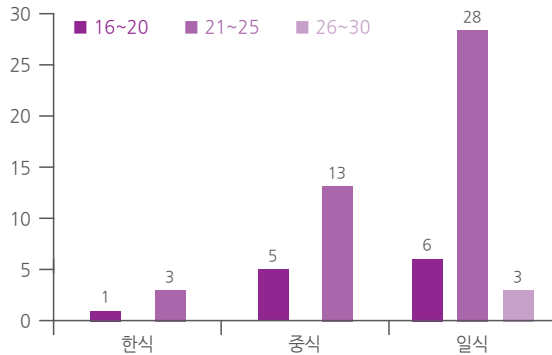
중국식당에 방문한 사람들의 선호 가격은 약 CAD \$28(한화 약 2만 8천 원)로 나타났으며 일본식당 선호가격대와 유사한 분포를 보이는 것으로 조사되었습니다.

일본식당에 방문한 사람들이 선호하는 분위기로는 대화하기 좋은 분위기가 압도적이었습니다. 중국식당의 경우에는 유쾌한 분위기와 대화하기 좋은 분위기가 비슷한 정도로 높게 나타났습니다.

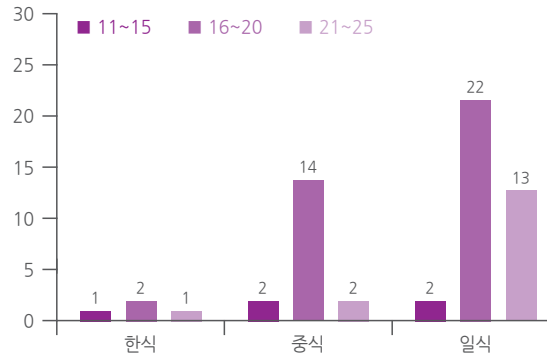
각 식당에 방문한 사람들이 생각하는 식당의 경쟁력은 일본식당의 경우에는 위생상태와 청결 그리고 입맛에 맞는 음식으로 조사되었고 중국식당의 경우에는 입맛에 맞는 음식과 음식의 향기로 조사되었습니다.

일식의 경우 음식의 질에 대한 평가는 총 37개 업장 중 21점 이상이 31개 업장으로 84%를 차지하고 있습니다. 반면에 중식의 경우 21점 이상의 업장은 총 18개 업장 중 13개 업장으로 72%로 나타났습니다. 한식의 경우 1개의 업장을 제외한 3개의 업장이 21점 이상으로 나타나고 있으나 아직 충분한 곳의 평가가 되지 않았다는 것을 알 수 있습니다. 그러나 한식의 음식의 질이 20점 이하인 곳이 1곳인 점을 감안하였을 때 중식이나 일식에 비해 음식의 질이 떨어지는 않는다는 것을 알 수 있습니다.

서비스 수준을 비교하였을 때 일식의 경우 16점 이상인 곳이 총 37곳 중 35곳으로 전반적인 서비스수준은 매우 높다고 볼 수 있습니다. 중식당은 21점 이상인 곳이 2군데로 매우 높은 서비스 수준인 곳은 적으나 전반적인 서비스 수준은 높은 편이라고 할 수 있습니다. 한식당은 마찬가지로 아직 충분한 개수의 한식당이 평가되지 않았으나 일식당과 비교했을 때 서비스 수준이 그다지 높지는 않다는 것을 알 수 있습니다.



[그림] 한식, 중식, 일식 음식의 질 비교현황
출처: 2010 Zagat Survey



[그림] 한식, 중식, 일식 서비스 수준 비교현황
출처: 2010 Zagat Survey

음식의 질은 한식당이 중식당과 일식당과 비교했을 때 나쁘지는 않으나 서비스 수준에서는 일식당과 비교했을 때 개선할 점이 필요합니다.

2.4 상권에 대한 이해

1) 상권 분석 요약(Summary)

토론토의 상권은 크게 **욘지(Yonge Street)**를 기준으로 동서와 **블로어(Bloor Avenue)**를 기준으로 남북으로 나눌 수 있습니다.

이렇게 나누어진 토론토시의 동부에는 대부분 서민들이 거주하고 있으며 북부는 부촌들이 위치하고 있습니다. 특히 토론토 다운타운을 중심으로 한 구도심 지역과 북쪽에 위치한 신도시로 크게 나눌 수 있겠습니다. 참고로 토론토의 상류층들은 **욘지(Yonge Street)**를 따라 거주하고 있으며 이 도로는 북쪽의 **요크(York Region)**와 토론토시를 연결하는 주요 도로 중의 하나입니다.

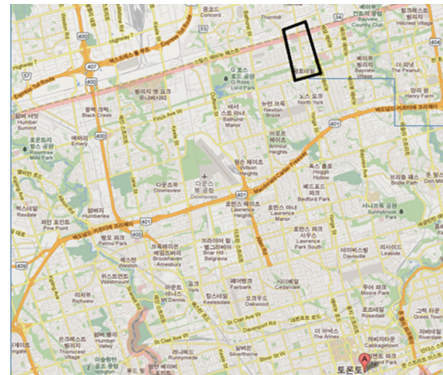
토론토의 상권은 권역 별로 매우 뚜렷한 차이를 보이는 것이 특징입니다.

구 도심지역인 다운타운 지역: 옛 건물과 전통시장, 학교(Univ. of Toronto) 등이 밀집되어 있으며 거주지역이기 보다는 상업지역에 가깝습니다.

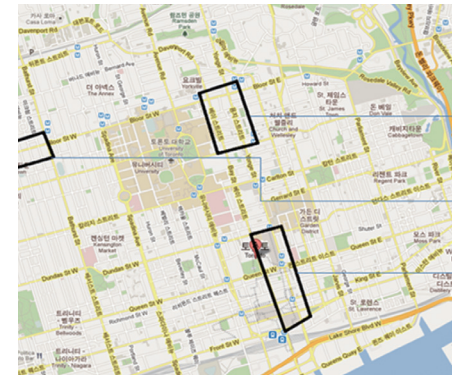
요크(York Region): 주택가가 발달 되어 있으며 크고 작은 쇼핑몰을 중심으로 상가들이 발달되어 있습니다.

광역도시(York Region) 또는 외곽의 토론토 지역: 이 곳의 음식업은 대부분 현대식 오피스 빌딩 내에 위치한 푸드코트 또는 최고급 레스토랑의 형태로 나타나고 있으며 또 다른 형태는 대형 쇼핑몰 내에 위치한 식당의 형태입니다.

토론토의 상권은 욘지(Yonge Street) 및 블로어(Bloor Avenue)를 분기점으로 동서남북으로 나누어지며 이에 따라 상권이 나누어집니다.



North York
신 한인타운



메인
Yonge St
코리아타운
남부
Yonge St

주요상권	욘지 & 퀸 (Yonge Street & Queen Street)	욘지 & 블로어 (Yonge Street & Bloor Street)	코리아 타운 (Korea Town)	노스 요크 (North York)
상권의 특성	혼합형	분산형	집중형	분산형
거주인의 특성	상업지역	중상층 거주지 외국인 거주지	학생, 한국인 거주지역	최상위층 고급주택 밀집지역
지역의 특성	시내 중심가 시청 및 관공서 밀집지역	전형적인 고급 상업 지역	주거지역과 상업지역 혼재	전형적인 고급 주거 지역과 상업지역
매장의 형태	독립건물 대형건물 공존	독립건물 대형건물 공존	독립건물 가옥구조 공존	독립건물 쇼핑몰 형태
임대료	높은 임대료	높은 임대료	높은 임대료	높은 임대료
레스토랑 임대여건	보통	주택을 구매, 임대하여 개조 가능	비교적 쉬움	주택을 구매, 임대하여 개조 가능

[표] 주요 항목별 토론토 상권 분석

2) 상권별 상세 분석

① 코리아타운(Koreatown)

코리아타운 지역은 블러어(Bloor Street West)를 기준으로 크리스티(Christie Street)와 배셔스트(Bathurst Street) 사이에 있으며 주정부가 코리아타운으로 지정하고 있습니다.

행정적으로는 더 아네스(The Annex)의 씨튼 빌리지(Seaton Village section)에 속하는데 이는 1967년 한국인이 이민과 처음으로 정착한 지역입니다.

고로 이 지역은 토론토에서 한인들의 비즈니스와 쇼핑거리 중 하나이며 한국과 관련된 옷 가게와 카페, 은행, 체인스토어, 패스트 푸드, 마트 등이 위치하고 있는 곳입니다.

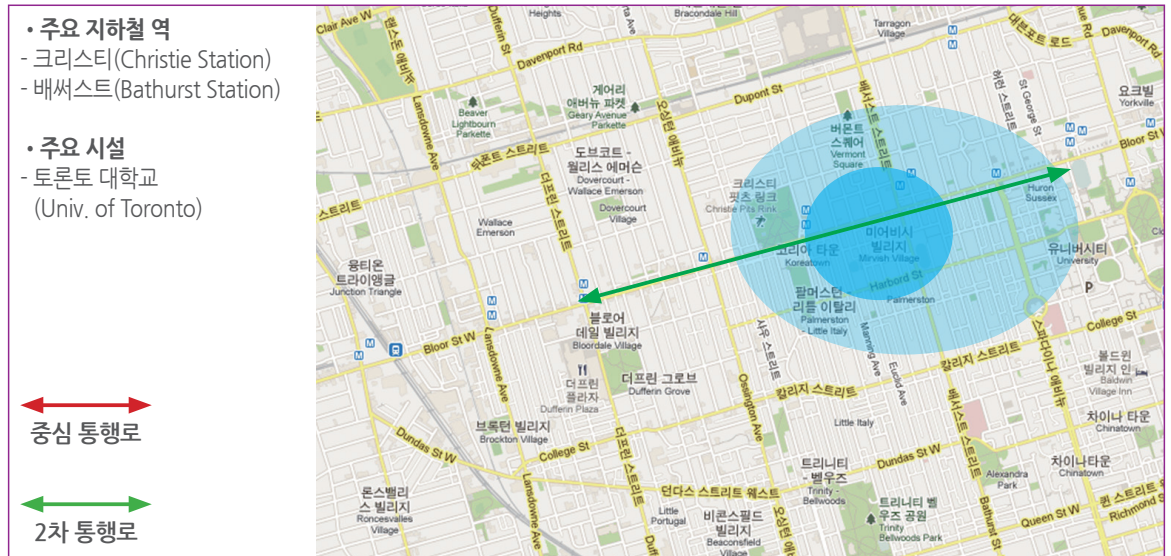
그리고 이 곳엔 한인을 제외하더라도 주로 동양인들이 많습니다. 비율로 보면 한인이 30%, 기타 동양인이 60%, 백인 및 흑인 10% 정도입니다.

코리아타운 지역은 다운타운 및 올드 다운 타운(Old Down Town)과 가까워 각종 관공서가 주변에 위치하고 교통이 좋은 편입니다.

이 지역은 주변에 토론토 대학교(Univ. of Toronto)가 있어 학생들이 거주하는 집들이 많은데 학생들이 도보로 매장에 접근할 수 있는 거리입니다.

이 지역의 시설을 보면 신한은행과 외환은행이 있으며 한국 식품 및 생활용품 매장인 PAT 한국 식자재 매장, 창고 및 쇼핑몰이 혼합되어 운영되고 있는 Honest Eds 쇼핑몰이 있습니다.

교통시설로는 두 개의 지하철역 크리스티(Christie Station)와 배셔스트(Bathurst Station) 버스 정류장이 있습니다. 다운타운 특성상 주차공간의 어려움이 있으나 공영주차장이 있습니다.



② 윤지 스트리트 & 퀸즈 E. 스트리트(Yonge St & Queen E. St)

윤지 스트리트(Yonge Street)를 중심으로 지하철 및 상권이 발달되었습니다.

이 곳은 토론토 최고 변화가로 각종 고급 매장, 상업 시설, 극장, 사무실 등이 몰려 있어 유동인구가 많지만 다운타운 특성 상 무료 주차장을 찾기 힘들며 공영 주차장이 있지만 공간이 모자라는 편입니다.

반면에 대중교통은 각 블록별로 지하철과 버스 경류장이 있어 접근이 용이합니다. 특히 지하철은 GTA지역을 남북으로 연결하고 있어 대중교통으로의 접근성이 좋습니다. 또한 이 구역은 토론토 구시가지와 함께 도보로 트래킹하는 구역으로도 홍보되고 있습니다.

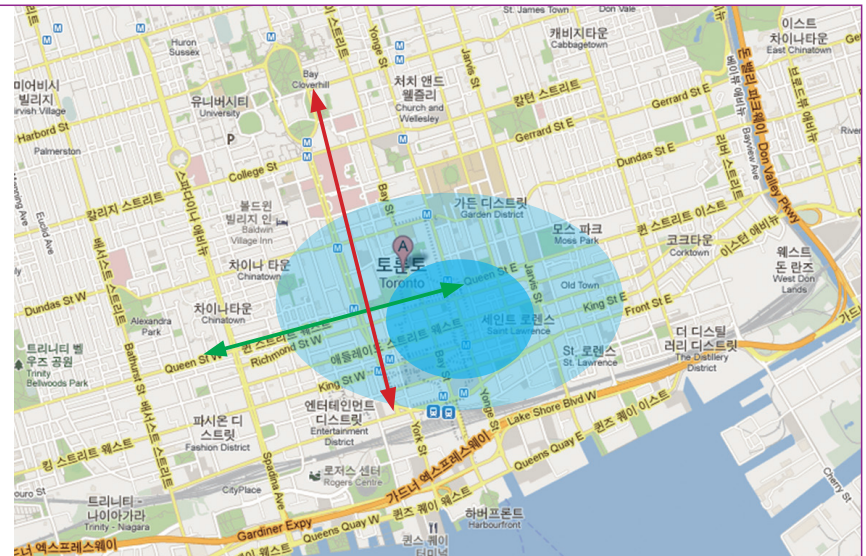
교육시설로 토론토 대학(University of Toronto)을 비롯한 4개의 대학이 있습니다. 관광서로는 City Hall이 있으며 병원 시설도 풍부합니다. 상권을 보면 AMC 윤지 & 더다스(Yonge & Dundas) 24 같은 문화시설도 있으며 일대에서 가장 유명한 쇼핑몰인 이튼 센터(Eaton Center)와 재래시장이자 세인트 로렌스 시장(St. Lawrence Market)이 있습니다.

주변에 많은 학교와 오피스들로 인해 80%가량이 20~30대의 젊은 고객들이며 인종 별로는 70%가 동양인, 20% 흑인, 10% 내외가 백인입니다. 고급 브랜드가 밀집되어 있는 지역은 백인이 많고 그 외 지역엔 동양인과 흑인이 더 많습니다.

- 주요 지하철역
 - 컬리지(College Station)
 - 더다스(Dundas Station)
 - 퀸(Queen Station)
- 주요 시설
 - 세인트 로렌스 시장
 - 이튼 센터 등

←→ 중심 동행로

←→ 2차 동행로



③ **욥지 스트리트 & 블루어 스트리트(Yonge St. & Bloor St.)**

욥지 & 블로어(Yonge Street & Bloor Street)는 토론토의 남북과 동서를 이어주는 도로입니다.

이곳 역시 다운타운의 특성상 무료 주차장을 찾기 힘들며 공용 주차장이 존재하지만 주차 공간이 모자라 주차하기가 힘든 편입니다. 대중교통은 각 블록 별로 지하철과 버스 정류장이 있으며 특히 Bloor Station-Southbound Platform과 Yonge Station Westbound Platform이 자리하고 있습니다.

이 지역은 토론토 대학과 멀지 않은 곳에 위치하고 있으며 각종 호텔과 고급 브랜드 매장, 백화점 등이 있는 곳입니다.

주요 시설로는 블러어(Bloor Station-Southbound Platform)과 욥지(Yonge Station Westbound Platform) 등의 지하철역과 토론토 대학(University of Toronto)과 토론토 레퍼런스 도서관, 토론토 국제 아카데미(Toronto International Academy) 등의 교육시설이 위치하고 있습니다. 상업 시설로는 더 베이 센터(the Bay Center)와 H&M, Holt Renfrew, GUCCI, HERMES 등이 있습니다.



④ 노스 요크(North York)

노스 요크(North York) 지역의 옴지 & 핀치(Yonge Street & Finch Avenue)는 토론토의 외곽지역으로 다운타운에서 살던 사람들이 거주지를 옮겨 생겨나고 있는 신흥 도시 중 하나입니다.

토론토 광역시(GTA)에서 두 번째로 큰 인구수를 자랑하는 곳으로 인구 분포를 보면 57%가 이민자이며 중국인이 14%, 남아시아 인이 10%, 아랍인 5%, 필리핀인 4%, 남미인 4%, 한국인 3% 그 외가 4%입니다. 다양한 인종만큼 다양한 문화가 공존하고 있고 중국문화가 특히 강한 모습을 나타내고 있습니다.

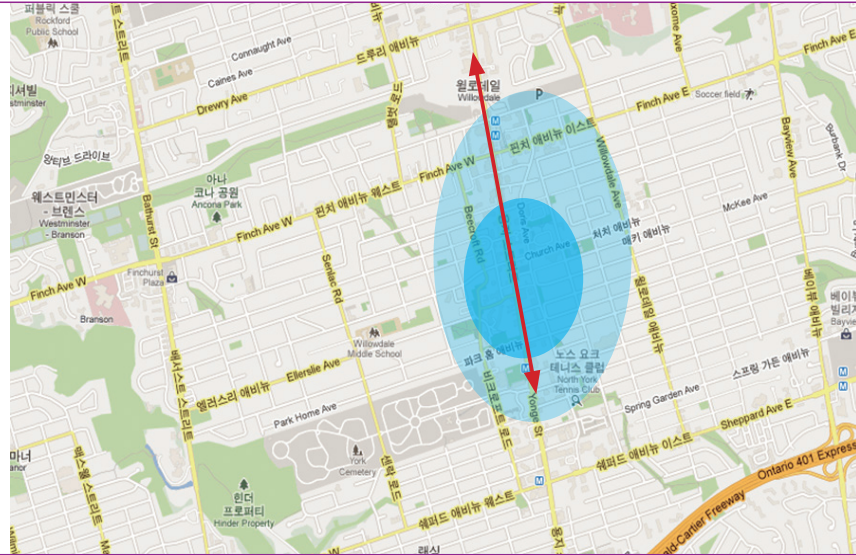
핀치 & 셰퍼드(Finch and Sheppard Avenues) 사이가 이 지역의 중심으로 여러 상업과 관공서가 밀집되어 있습니다.

요크대일쇼핑센터(Yorkdale Shopping Center)와 페어비뷰몰(Fairview Mall) 외에도 여러 크고 작은 쇼핑몰이 있고 요크 대학교(York University) 등의 대학들도 있습니다.

이 지역은 노스 요크(North York)에 위치한 옴지(Yonge Street)의 한인타운이 포화되며 한인들이 차츰 다운타운에서 외곽지역으로 이사하며 새로이 형성되고 있는 한인타운지역이기도 합니다.

크고 작은 쇼핑몰들이 발달한 지역이므로 대부분의 한식당들도 쇼핑몰에 있는 경우가 많고 다운타운과 달리 주차장이 확보되어 고객들이 찾기 편합니다.

- 주요 지하철역
- 핀치(Finch Station)
- 주요 시설
- 요크대일 쇼핑 센터 (Yorkdale Shopping Center)
- 페어비뷰 몰(Fairview Mall)



3) 각 지역별 상권 비교분석

토론토에서 주요 레스토랑의 약 61%가 다운타운(Downtown)과 주변지역에 위치하고 있습니다.

그 중 35%는 오킴 & 퀸(Yonge Street & Queen Street)에 있으며 그 다음으로는 오킴 & 블로어(Yonge Street & Bloor Street)지역, 코리아타운 지역, 차이나타운(Chinatown)지역 순으로 분포되어 있고 이런 특색적인 지역 외 다운타운 지역에도 8%정도가 산재해 있습니다.

다운타운(Downtown)은 특성상 젊은 사람들이 많이 다니고 오피스가 밀집되어있으며 경쟁 중저가 음식점들과 다양한 종류의 레스토랑들이 함께 공존합니다.

이 지역은 상대적으로 싸 가격의 식당이 많아 가게 장식엔 소홀한 편입니다. 이 부근은 고객들이 가볍고 빠르게 음식 제공이 가능한 간이 한식당이 적합합니다.

코리아타운(Koreatown)지역은 저렴한 가격과 좋은 품질의 식당이 많으나 전반적으로 인테리어 등이 열악합니다.

학생들이 많아 좋은 환경보다는 싸 식당을 찾고 있습니다. 한정식보다는 간이 한식당이나 캐주얼 다이닝의 형태의 가게가 많습니다. 낮은 가격과 단품 위주의 간이식당이 적합합니다.

북부 토론토(North Toronto)는 가족단위나 직장인이 많습니다.

덕분에 음식의 맛이나 매장 환경 등이 중요하나 대부분의 쇼핑몰이 인테리어의 제약이 있습니다. 고급 음식의 질과 서비스의 질로 경쟁을 해야 합니다. 이 지역은 규모가 있는 캐주얼 다이닝 식이 적합합니다.

서부 토론토(West Toronto)지역은 인도식 매장들이 몰려있으며 주로 중산층 이상이 일대에 거주하고 있습니다.

인도식 무한리필 음식점들과 동시에 높은 가격을 유지하는 고급 레스토랑들도 발달해있습니다. 저가정책의 인도음식과 고급 서양 레스토랑 사이에서 살아남으려면 인테리어에도 신경을 쓴 쾌적한 환경의 한정식집을 추천합니다.

지역	개수	비율
오킴 & 퀸(Yonge & Queen)	18	40%
오킴 & 블로어(Yonge & Bloor)	6	13%
다운타운(Downtown)	4	9%
서부 토론토(West Toronto)	7	16%
북부 토론토(North Toronto)	6	13%
동부 토론토(East Toronto)	1	2%
코리아 타운(Koreatown)	2	4%
차이나타운-켄싱턴(Chinatown-Kensington)	1	2%
합계	45	100%

[표] 토론토 지역별 주요 레스토랑 분포

▶ 임대료 예시

코리아타운(Koreatown)	노스 요크(North York)
<p>시설 권리금 외의 다른 권리금의 형성은 없으며 임대 가격은 평균 1ft²(약 0.93m²)에 CAD \$4.2정도 수준이며 CAD \$500정도 가게에 관한 세금을 보이고 있습니다.</p> <p>예시) 주소: 699 Bloor St. W. Toronto, ON M6G 1L2 크기: 675 sq. ft. (약62.73㎡) 가격: CAD \$2800 + TMI(가게에 부과되는 세금)</p>	<p>이 지역의 임대료의 경우 1ft²(약 0.93m²)당 CAD \$2.5 정도로 형성되어 있는 것으로 보입니다. 이 경우도 역시 가게에 부과되는 세금이 붙습니다.</p> <p>예시) 주소: 35 Spring Garden ave, Toronto, Ontario 크기: 4,010 sq. ft. (372.67㎡) 가격: CAD \$10,025 + TMI(세금)</p>
<p>임대료는 지역과 관계 없이 대개 비슷합니다.</p>	

주요상권	코리아타운	온지 & 퀸	온지 & 블로어	노스 요크
평균객단가	CAD \$40	CAD \$60	CAD \$80	CAD \$90



코리아타운(Korea Town)

다운타운(Downtown)에 위치한 한인 타운에는 많은 한식당과 더불어 중저가의 캐주얼 다이닝이 존재하고 있습니다. 특히 한식당은 단일 품목을 하는 곳이 많으며 가격대는 CAD \$15(한화 약 1만 5천 원) 정도의 저가로 형성되어 있습니다.

토론토 대학(University of Toronto)과 근접한 거리에 있으며 이쪽 지역에 거주하는 학생들도 많아서 외국인 학생과 한국 학생들이 주요 소비층입니다.

온지 & 퀸(Yonge Street & Queen Street)

이 지역의 레스토랑들은 저렴한 가격대부터 고가의 가격대까지 골고루 존재하고 있습니다. 특히 동양권 식당 중에서는 일식당과 스시집의 가격대가 높은 편이며 서양식도 높은 가격대를 형성하고 있습니다.

음식의 가격은 평균적으로 약 CAD \$50~\$70(한화 약 5~7만 원)대로 형성하고 있으며 CAD \$20부터 CAD \$100(한화 약 2~10만 원)까지 고르게 분포하고 있습니다.

이 지역의 특징은 요리의 맛이 중요한 요인이 되며 고객들에게 맛에 대한 만족도를 높일 수 있다면 높은 객단가를 형성할 수 있는 가능성이 보이는 상권이라고 할 수 있습니다.

온지 & 블로어(Yonge Street & Bloor Street)

이 지역은 유명 브랜드 매장과 백화점이 존재하는 곳이며 타 지역에 비해 고급 식당들이 많은 지역입니다. 고급 레스토랑의 경우 주로 서양식 음식과 씨푸드 레스토랑으로 구성되어 있습니다.

객단가는 약 평균 CAD \$80(한화 약 8만 원)정도로 형성되어 있으며 가격대별로 골고루 분포되어 있지 않고 전반적으로 높은 가격대가 형성되어 있습니다.

이 지역의 특징은 음식의 질 뿐만 아니라 서비스의 품질도 타 지역보다 높다는 것입니다. 또한 고급 레스토랑의 규모는 많이 크지 않으며 주택을 개조하거나 대형 호텔 또는 빌딩 안에 존재하고 있습니다.

북부 토론토(North Toronto)

이 지역은 상류층이 거주하는 지역이며 현재 한국인들의 수가 늘어나고 있는 지역이기도 합니다. 대형화된 식당이 많으며 쇼핑몰 또는 독립 건물의 식당이 많습니다.

중국식은 낮은 가격대에 형성되어 있으며 이 지역의 대부분의 한식당도 중국식당과 비슷한 가격대를 유지하고 있고, 이 지역의 레스토랑의 유형을 보면 음식에 관한 만족도도 높으면서 가격대도 높습니다. 이 지역의 고급 레스토랑의 객단가는 CAD \$90(한화 약 9만 원) 전후로 형성되고 있습니다.

2.5 한식산업에 대한 이해

1) 한식당 소비 현황

토론토 외식 소비자들의 한식당 방문 경험 비율은 45.4%로 나타났으며 월 평균 약 1.93회 정도 한식당을 방문하는 것으로 나타났습니다.

주로 '일상적인 외식' 목적으로 한식당을 방문하는 것으로 조사되었습니다.

한식당 방문 목적으로는 '일상적인 외식'이 40.4%, '사적인 모임'이 38.8%로 비슷한 수준으로 높게 나타났으며 그 다음으로 '공식적인 모임'(7.7%), '프로모션 이유'(5.1%) 순으로 높게 나타났습니다.

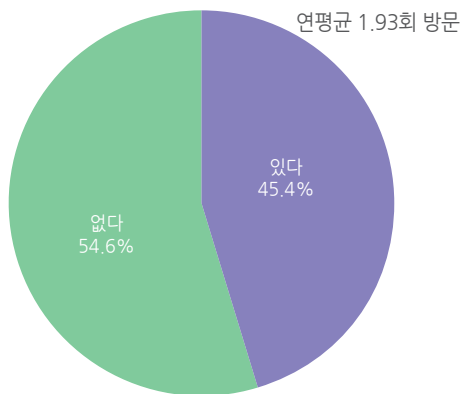
한식당 방문 시 선호하는 메뉴는 '비빔밥', '불고기', '김치찌개'가 손에 꼽혔습니다.

한식당 방문 시 선호하는 메뉴에 대한 동의 정도는 '비빔밥'이 39.4%로 가장 많은 동의를 얻었으며 그 다음으로 '불고기'(35.6%), '김치찌개'(32.7%), '갈비'(26%), '전'(16%) 순으로 동의를 얻었습니다.

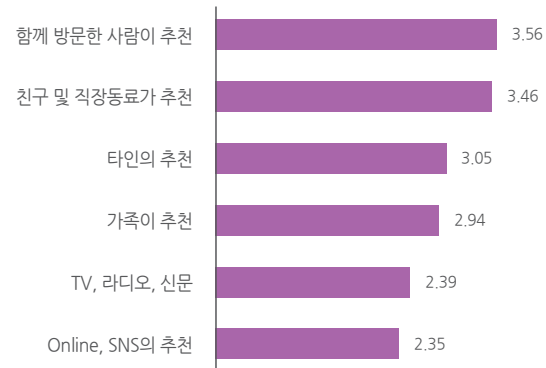
토론토 외식 소비자들이 한식당을 인지하게 된 주요 경로는 '함께 방문한 사람의 추천', '친구/직장동료의 추천인 것으로 나타났습니다.

'함께 방문한 사람'이 '보통'이상 수준인 3.56점으로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 '친구/직장동료'(3.46점), '타인'(3.05점) 순으로 높게 나타났습니다. 온라인 매체와 오프라인 매체를 통해 추천받은 경우는 '보통' 이하 수준으로 다소 낮게 나타났습니다.

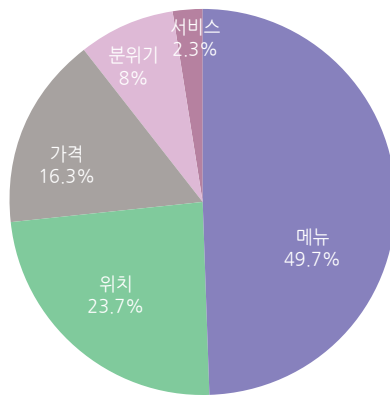
운영 중인 한식 업체들의 객단가는 주로 CAD \$7.5~25(한화 약 8천 원~2만 5천원) 사이로 업체별로 다소 차이를 보였으나 가장 추천할만한 것은 CAD \$8~15(한화 약 8천 원~1만 5천 원)입니다.



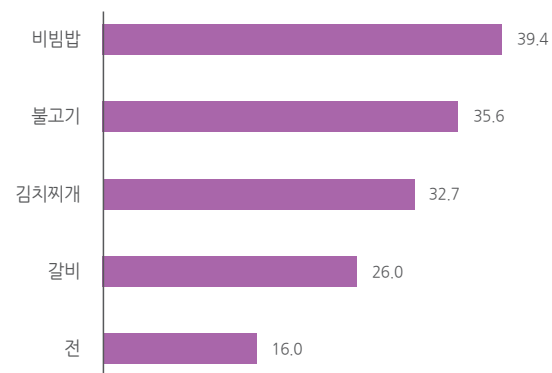
[그림] 한식당 방문 경험 비율 및 방문 빈도, N=312



[그림] 한식당 인지(추천) 경로
(1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다), N=312



[그림] 한식당 방문 시 주요 고려요인(%), N=312



[그림] 한식당 선호 메뉴 Top 5(동의한 %), N=312



II. 토론토(Toronto) 한식당 설립 가이드



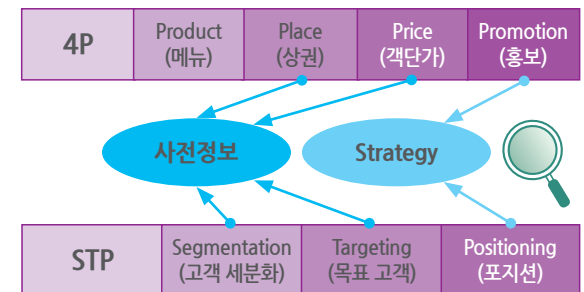
한식당 진출 및 개업을 위해서는 먼저 잠재 고객, 상권 및 메뉴 가격 등에 대한 사전 정보를 통해 창업에 대한 종합적인 의사결정이 이뤄져야 하며 회사 설립, 인허가 절차, 인테리어 정보 등의 실제 창업 실무 정보를 얻고 나면 본격적으로 현지에서 창업 준비를 수행할 수 있습니다.

따라서 다음 두 가지 유형의 정보로 나눌 수 있습니다.

- 사전 정보(창업 의사결정 정보)
- 실무 정보(창업 준비 정보)

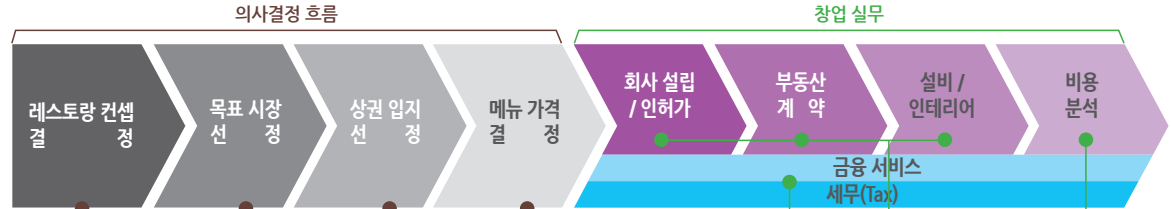
3. 한식당 설립 사전 정보

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.



레스토랑 컨셉 결정

레스토랑 창업 의사결정 시 가장 먼저 고민되는 것은 레스토랑 컨셉입니다. 고객에게 일관된 가치를 제공할 수 있는 컨셉을 만들기 위해서 정의되어야 할 '컨셉 구성 요소'가 무엇인지를 설명합니다.

목표 시장 선정

잠재고객 설문조사 결과를 바탕으로 고객 세분화(Segmentation) 유형과 특징을 설명합니다. 잠재고객의 외식에 대한 태도와 니즈를 바탕으로 인구통계적 특징을 고려하여 고객 세분화 유형을 구분하였습니다. 여기에서 제공되는 고객 세분화 결과와 개별 진출 주체의 여건을 고려하여 목표시장(Target Customer)을 선정할 수 있습니다.

상권 입지 선정

고객 세분화 결과에 따라 고객 유형별로 가장 선호하는 상권 지역을 우선순위로 제시하고 있으며 레스토랑 공급 및 아시아인 에스닉 수요 분석 결과를 활용하여 상권 입지를 선정할 수 있는 정보를 제공합니다.

메뉴 가격 결정

식재료 원가에 의한 메뉴 가격 결정 방법과 경쟁사 또는 고객이 원하는 객단가 정보를 제공하여 메뉴 가격을 결정할 수 있는 방법을 제공합니다.

금융/세무

창업 시 필요한 자금 대출 방법과 법인세 등 세무 관련 정보를 제공합니다.

회사설립/부동산/설비 인테리어

회사 설립 형태에 따른 제반 행정정보 및 절차를 설명하고 종업원 채용에 대한 부가 정보를 제공합니다. 또한 임대차 계약에 관한 주의사항 등 부동산 관련 정보와 설비 및 인테리어 구비를 위한 실무정보도 함께 제공합니다.

비용 분석

한식당 사례를 통해 창업 시 필요한 재무계획 수립 참고 정보를 제공합니다. 임대료, 인건비, 홍보비, 매출 규모 등을 고려해 추정 손익계산서를 예시적으로 제시합니다.
*제공되는 데이터는 하나의 참고 사례이므로 활용 시 이 점을 유의하시기 바랍니다.



Key Question #1

“어떤 컨셉의 레스토랑으로 오픈할 것인가?”

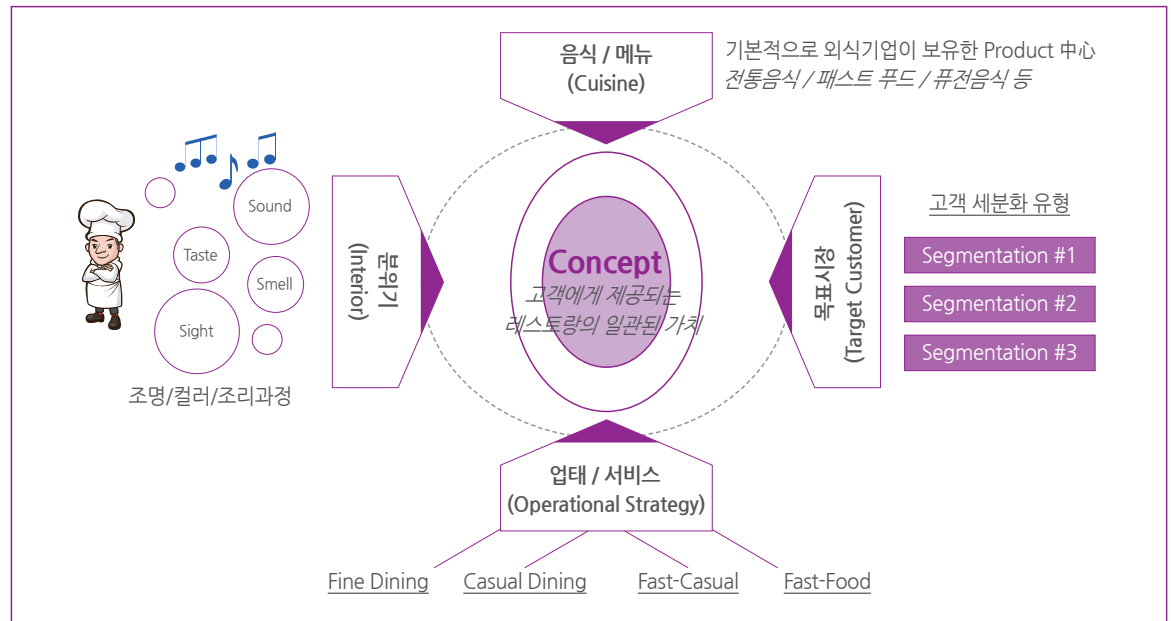
☞ 고객에게 일관된 레스토랑의 가치를 제공하기 위해 4가지 차원의 컨셉 구성 요소를 확인 해야함

3.1 레스토랑 컨셉 결정

레스토랑 창업의 첫 번째 단계는 레스토랑의 컨셉을 설정하는 것부터 시작됩니다. 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.



[그림] 레스토랑 컨셉 결정 시 고려사항



3.2 목표 시장 선정

Key Question #2

“고객 세분화 유형과 그 특징은 무엇인가?”

☞ 고객에게 일관된 레스토랑의 가치를 제공하기 위해 연령 별 컨셉 구성 요소를 확인 해야함

토론토의 평균 개인소득은 CAD \$38,980(한화 약 4만 원) 로 캐나다에서 가장 높은 1인당 소득을 가지는 지역입니다.

토론토는 상류층의 구매력이 높고 새로운 음식을 찾는 데 거부감이 없으며 새로운 음식에 대한 트렌드를 상류층이 주도 하고 있습니다. 또한 토론토는 경제 인구인 20세부터 54세 까지가 전체 인구의 53.5%를 차지하고 있습니다.

레스토랑 잠재 고객을 세분화하기 위해 약 700여 명을 대상으로 온라인, 현지 설문조사를 수행한 결과 아래의 표와 같이 시장을 세분화 할 수 있었습니다.

연령에 따른 평균 외식횟수를 살펴본 결과 30대 초중반, 40대, 50대의 주 평균 외식횟수가 많은 것으로 나타났습니다. 또한 연령에 따른 평균 외식비를 살펴본 결과 사회생활을 하는 20대후반부터 40대까지가 가장 많이 외식비를 지출하는 것으로 조사되었으며 구매력이 높다는 것을 알 수 있습니다.

토론토 현지 이용객들은 대체로 연령대가 낮을수록 한식당에 대한 경험이 많은 것으로 나타났으며 선호하는 한식메뉴는 비빔밥, 불고기, 김치찌개, 갈비 등으로 조사되었습니다.

	20대	30대	40대	50대
1인당 지출 의사액	CAD \$7~15	CAD \$11~25	CAD \$25~45	CAD \$45~75
한국음식 경험 빈도	최소1회~최대10회	1회~6회	1회~3회	3회 이하
선호하는 메뉴 유형	일상식, 사적인 모임	한식의 일상식	사적인 모임	한식의 일상식
선호하는 메뉴 (순서대로)	비빔밥, 불고기, 갈비, 김치찌개	비빔밥, 김치찌개, 불고기, 갈비	비빔밥, 불고기, 갈비, 김치찌개	불고기, 비빔밥, 김치찌개, 전

[표] 시장 세분화 종합결과





토론토 현지 한식당 방문객을 대상으로 한식당의 메뉴에 대한 지불의사액에 관하여 조사한 결과, 점심은 CAD \$7.5~15(한화 약 7천 원~1만 5천 원), 저녁은 CAD \$20~40(한화 약 2~4만 원)을 선호하는 것으로 나타났습니다.

앞의 시장세분화 자료를 바탕으로 멕시코시티 식문화 소비 행동과 시장 기회가 높은 한식당 유형을 고려할 때 고급 식당(Fine Dining), 캐주얼 식당(Casual Dining) 그리고 패스트푸드(Quick Dining/Fast Food) 3가지로 나눌 수 있습니다.

고급식당(Fine Dining)에는 “고급 한정식당”과 “고급 한식당”이 해당하고 캐주얼 식당(Casual Dining)에는 “일반 한식당”과 “전문 한식당”이 해당하며 패스트푸드(Quick Dining/Fast Food)에는 간이 한식당과 패스트 푸드가 해당됩니다.

토론토 레스토랑 형태	한식당 진출 형태	객단가	타겟 마켓
고급 식당 (Fine Dining)	고급 한정식당, 고급 한식당	CAD \$45~90	고소득 전문가, 정부 관료
캐주얼 식당 (Casual Dining)	전문 한식당, 일반 한식당	CAD \$10~45	고소득 중산 청장년과 고소득 및 중산 노년층
패스트 푸드 (Quick Dining/ Fast Food)	간이 한식당	CAD \$7~25	비즈니스맨과 중산 청장년층
	패스트 푸드 한식당	CAD \$7~15	비즈니스맨과 청장년층

[표] 토론토 한식당 유형에 따른 타겟마켓

고급 식당(Fine Dining)

고급 식당은 지불의사액이 CAD \$45(한화 약 4만 5천 원) 이상인 40~50대 상류층과 고급 식당을 자주 이용하는 고소득 전문가와 정부 관료, 상류층과 신중 고소득 엘리트계층을 주요 타겟으로 선정할 수 있습니다.

이들은 전통 한국의 고급스러운 분위기의 식당에서 외식을 하는 것을 선호하며 한식 전통의 메뉴와 맛을 살린 고가의 한정식/궁중요리에 관심이 있습니다.

캐주얼 식당(Casual Dining)

캐주얼 식당은 지불의사액이 CAD \$11~25인 30대 중산 청장년층과 CAD \$25~45(한화 약 2만 5천 원~4만 5천 원)인 고소득 중산 노년층을 주요 타겟으로 선정할 수 있습니다.

이들은 한식 전통 메뉴와 맛을 살린 메뉴를 제공하는 전문 한식당이나 경제적 가격에 요리를 제공하는 일반 한식당에서 비즈니스 모임이나 가족모임을 목적으로 외식을 하는 것을 선호합니다.

패스트 푸드(Quick Dining/Fast Food)

퀵 다이닝, 패스트 푸드류는 지불의사액이 CAD \$7~25(한화 약 7천 원~2만 5천 원)정도인 비즈니스맨과 중산층, 청장년층 그리고 20대의 학생층을 주요 타겟으로 선정할 수 있습니다.

이들은 가벼운 한식을 기반으로 한 다양한 종류의 메뉴와 신속하고 간편한 패스트 푸드 서비스를 선호하며 저렴하고 간단한 메뉴구성이 중요합니다. 특히 젊은 층은 한식에 대한 거부감이 크게 없습니다.



3.3 상권 입지 선정

Key Question #3

“목표시장별 상권 선정을 위한 정보는 무엇인가?”

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

고급 한정식당은 최상류층을 타겟으로 한 고급 음식점입니다. 고급스러운 분위기에 웰빙을 강조한 메뉴구성, 한식 전통의 메뉴와 맛을 살린 것이 특징입니다. 비즈니스 접대와 가족모임 목적의 식사가 많습니다.

일반 한식당은 대중적 분위기의 일반 음식점입니다. 직장인 점심, 가족모임, 친구 모임 목적의 식사가 많으며 다양하고 전문화된 메뉴구성이 중요합니다.

간이 한식당과 패스트 푸드의 경우에는 일상적인 식사나 간단한 점심식사가 목적이며 단순하고 빠른 서비스와 저가의 요리와 간단한 메뉴구성이 특징입니다.

	식당분류	선호상권	주요 고객층	객단가	메뉴	인테리어
고급 한정식당	파인 다이닝	노스 요크, 윤지 & 블로어	40~50대 상류층	CAD \$45~90	정통궁중식 한상차림	전통 한국의 고급스러운 분위기
고급 한식당	파인 다이닝	노스 요크, 윤지 & 블로어	30~50대 상류층, 엘리트층	CAD \$45~90	고급 퓨전 한식 코스요리	고급스러운 한국의 현대적 분위기
전문 한식당	캐주얼 다이닝	윤지 & 퀸, 노스 요크	비즈니스맨, 30~50대	CAD \$25~45	퓨전화된 한식	한국 전통과 현대의 조화
일반 한식당	캐주얼 다이닝	윤지 & 퀸, 윤지 & 블로어	비즈니스맨, 40~50대	CAD \$25~45	퓨전화된 한식	세련된 한국의 현대적 분위기
간이 한식당	퀵 다이닝	코리아타운, 노스 요크	대학생, 30~50대	CAD \$7~25	다양한 간편식	깔끔하고 빠른 서비스, 현대식 분위기
패스트 푸드	패스트 푸드	윤지 & 퀸	비즈니스맨, 청소년	CAD \$7~15	저가의 간단한 메뉴/ 간편한 패스트 푸드	단순하고 편리한 분위기

[표] 토론토 한식당 유형별 포지셔닝 방향



3.4 메뉴 가격 결정

Key Question #4

“메뉴가격을 결정하기 위한 방법은 무엇인가?”

☞ 원가 기준 가격 가산법, 총수익 기준 가격 가산법, 인수 가격 가산법 등을 통해 메뉴가격을 결정할 수 있음

1) 원가 기준 가격 가산법

음식의 원가가 음식의 가격에서 차지하길 바라는 비율을 정하고 원가를 그 비율로 나누어 가격을 계산하는 방법입니다.

예시) 음식의 원가가 CAD \$2.18이라고 했을 때
음식의 원가가 가격에서 차지할 비중을 결정합니다
이 경우 이를 34%로 정해봅니다.
이는 마진을 66%붙이고자 하는 것과 동일합니다.
그러면 원가를 34%로 나눕니다.
 $CAD \$2.18(Cost) / 0.34 = CAD \6.41

2) 총수익 기준 가격 가산법

손익계산서에 나오는 총수익을 총 고객수로 나누어 고객당 수익을 계산한 후 이를 원가에 마진으로써 붙이는 방법입니다.

예시) 음식의 원가가 CAD \$2.18이라고 했을 때
손익계산서 상의 총수익을 파악합니다: CAD \$330,730
총 고객 수를 파악합니다: 75,000
 $CAD \$330,730 / 75,000 = CAD \$4.41(고객 당 수익)$
 $CAD \$4.41 + CAD \$2.18 = CAD \$6.59$

3) 인수 가격 가산법(원가 기준 가격 가산과 동일)

이 방법은 음식 원가가 얼마인지 확실히 알고 과거 경험에 비추어 총 매출액이 모든 비용과 원하는 수익만큼 날 때 사용하는 방법입니다. 이는 원가기준 가산법과 비슷하게 원가가 가격에서 차지할 비중을 정해 이를 인수로 변환하여 이 인수를 곱하므로써 가격을 얻는 방법입니다.

예시) 음식의 원가가 CAD \$2.18이라고 했을 때
음식의 원가가 가격에서 차지할 비중을 결정합니다:
34%
 $100 / 0.34 = 294$
100%를 0.34로 나누어 294%를 얻습니다.
 $2.94=294\%$
위에서 얻는 인수2.94를 원가에 곱하여
 $2.94 \times CAD \$2.18 = CAD \6.41
CAD \$6.41이라는 가격을 얻습니다.

식사	원가	가격	
		원가기준 내수인수가격 가산법	총수익 기준 가격가산법
프라임립	CAD \$4.15	CAD \$12.20	CAD \$8.55
스트립 립	CAD \$3.95	CAD \$11.60	CAD \$8.35
치킨 후라이	CAD \$1.80	CAD \$5.30	CAD \$6.20
삶은 생선요리	CAD \$2.10	CAD \$6.15	CAD \$6.50
양고기 요리	CAD \$3.55	CAD \$10.45	CAD \$7.95

[표] 가격 가산법 별 가격결정



4. 한식당 설립 실무 정보

실무정보는 현지 회사설립 유형 및 인허가 절차에 대한 정보 및 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

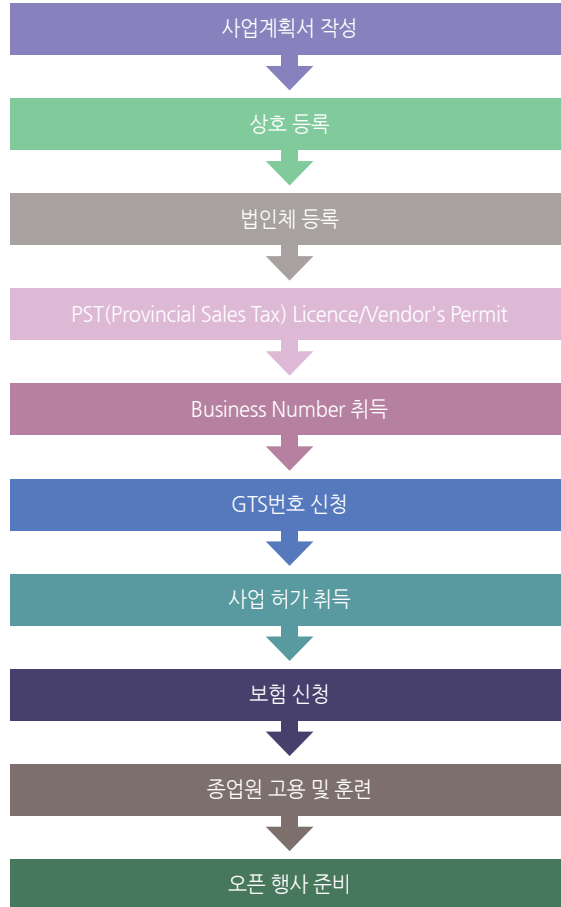
토론토에서 새로운 비즈니스를 설립하는 절차는 다음과 같습니다.

① 사업계획서(Business Plan) 작성

토론토에서 사업을 하기 위해서는 사업계획서를 작성하는 것이 유용하며 사업계획서에 포함되어야 하는 내용은 다음과 같습니다.

- 요약(사업 개요)
- 사업 기회 설명
- 사업계획서의 마케팅 및 영업 전략
- 조직과 운영
- 운영
- 사업계획서의 재무 예측
- 기타 유용한 보충 서류

<참고> 인터넷에서 작성 할 수 있는 사업 계획서와 샘플 등을 캐나다 비즈니스 사이트에서 구할 수 있습니다.
<http://www.canadabusiness.ca>



② 상호 등록(Business Name Registration)

온타리오 주에서 사업을 시작하려는 모든 사업체는 상호 등록을 하여야 하고 등록을 마친 이후에 상호는 사용이 가능합니다.

자신의 비즈니스에 맞는 상호를 선택하여 상호명을 등록하고 사업자 번호를 신청해야 합니다. 비즈니스 상호에 대한 검색, 등록, 연장 등에 필요한 서류와 신청 등은 모두 인터넷에서 가능합니다. <http://www.ontario.ca>

- 상호 등록 또는 재등록 비용: CAD \$60.00
- 상호 검색 비용: CAD \$8~26
- 상호등록 가능 시간: 365일, 24시간
- 상호 검색: 월요일~금요일 8:30am~6:00pm
- 등록비 등은 신용카드로 지불 가능

[그림] 기업 상호 등록 서류
 출처: <http://www.ontario.ca>



③ 법인 등록(Incorporation a Business in Ontario)

법인체 등록은 사업체를 사업주로부터 분리 법적인 독립체로 설립하는 것을 말합니다. 사업영역이 한 주에서만 이루어지면 주 법인체로 등록을 하며 사업영역이 다른 주까지 포함된다면 연방정부 법인 등록을 하여야 합니다. 사업체의 법인등록을 통해서 여러 가지 세제상의 혜택을 받을 수도 있습니다.

④ 지역 세금 및 라이선스(PST License/Vendor's Permit)

대부분의 소매업, 식당, 극장, 서비스업을 운영하려면 PST (Provincial Sales Tax) 라이선스를 취득하고 정기적으로 보고를 하여야 합니다. 음식의 경우 총 금액이 CAD \$4,000이 넘을 경우에만 PST를 적용합니다. 현재 온타리오 주의 PST율은 8%(주류 종류는 10%)입니다.(PST-조세부분 참조)

⑤ 사업번호(Business Number) 취득

각 사업체의 고유번호를 말합니다. 사업체를 등록하여 심사에 통과되면 각 사업체에 부여됩니다.

⑥ 상품 및 서비스 세금 GST(Goods and Services Tax)

필수 생필품(빵, 우유, 과일 등)과 의사의 처방에 따른 처방약을 제외한 대부분의 상품과 서비스에 GST는 적용됩니다. 현재 비율은 7%이며, 연 매출 CAD \$30,000이상의 업체는 반드시 GST번호 신청을 하여야 합니다.

⑦ 사업허가

사업허가에 관한 권한은 각 주정부에 있습니다. 특수한 사업(예: 주류)을 계획하고 있지 않다면 사업허가를 신청하실 필요는 없으나 새로운 비즈니스를 시작을 위하여 연방정부, 주정부, 지방정부 등으로부터 면허와 허가를 취득해야 하며 비즈니스 형태에 따른 허가과 등록을 살펴보고 신청해야 합니다.

⑧ 보험

원하지 않는 재난에서 사업체를 보호하려면 보험은 필수적인 요소 중의 하나입니다. 토론토에서 비즈니스를 하면서 기본적으로 들어야 되는 보험은 화재 보험, 재산 보험, 강도 보험과 부정행위에 대한 보험이 있습니다.

⑨ 정부를 대신하는 사업주의 공제 의무

연방정부

Employment Insurance Premiums(실업보험), Canada Pension Plan Contributions(은퇴연금), Personal Income Tax(소득세)를 공제해야 하며 이 중 실업보험과 은퇴연금은 고용자와 피고용자가 함께 부담합니다.

주정부

온타리오 지역 사업자는 주정부 산하 사업 안전 및 보험 법(Workplace Safety & Insurance Act)에 따라 사업장의 규모 및 급여내용에 근거, 산재보험료를 지불해야 합니다.

그리고 사업 안전 및 보험 단체(Workplace Safety & Insurance Board/(WSIB)에서 보험금 산정기준, 보험 적용 범위, 사고 신고 요령 및 절차 등 필요한 내용을 알 수 있으며 사업자는 직원 채용 후 10일 이내에 WSIB로 연락 하여야 합니다.

임직원 건강 세금(Employer Health Tax)

급여 총액이 CAD \$400,000 이상을 초과하는 사업을 운영하고 온타리오 지역에 사업장을 가진 사업자는 매 달 또는 매 분기 임직원 건강 세금(Employer Health Tax)을 내야 합니다.

1) 관련 면허 및 규제

온타리오주에는 음식을 취급하거나 조리하는 산업에 대한 많은 면허들이 있습니다. 특히 레스토랑에 대하여 온타리오 주는 강력한 수준의 법률로 면허와 규제를 요구합니다.

① 주류 라이선스(Liquor License)

주류를 팔고 싶다면 Liquor License를 취득해야 하며 두 가지 종류가 있습니다.

주류 판매 라이선스(Liquor Sales License): 술을 팔거나 제공하는 모든 기업체가 얻어야 하는 면허
주류 배달 서비스 라이선스(Liquor Delivery Service License): 공공장소에 술을 배달하는 기업이 가지고 있어야 하는 면허



면허 취득 시 필요한 사항은 다음과 같습니다.

- 신청서
- 신청 비용: CAD \$1,055(공고가 필요한 경우)
CAD \$925(공고가 필요하지 않은 경우)
- 시설 설명서(Establishment Description Form)
- 법인 구조 서류(Corporate Structure Form)
- 개인 이력 보고서(Personal History Report)
- 부지 평면도
- 광고비 지불(필요시)
- 공무원의 서명과 날짜가 있는 시립 정보 양식
- 사업장이 기준과 법령에 부합한다는 내용의 화재, 건축, 건강 부서의 기관 승인 문서
- 시립 화재, 건축 부서 또는 건축가나 엔지니어가 제공하는 해당 사업장에 대한 용량 계산서 전문
- 숙련된 직원의 이력서: 만약 숙련된 직원을 고용하지 않고 본인이나 관리자가 캐나다의 음식과 알코올의 판매, 서비스에 최소 3개월의 경험이 없는 경우에는 첫 3개월 동안 숙련된 직원을 고용하려 했다는 서면을 첨부해야 합니다.
- Master Business License 사본: Business/Operating Name이 포함된 라이선스의 복사본은 주류 판매 면허 지원을 위해 필요합니다.

면허의 등록은 10주에서 12주에 걸쳐 진행되는데 만약 제출 서류가 틀렸거나 미흡하다면 더 오래 걸릴 수도 있습니다.

신청서 제출: : 필요한 서류를 온타리오 주류 및 알코올 위원회(AGCO)에 제출

광고 절차: 영어 또는 프랑스어 신문 광고를 통해 Liquor Sales Licence를 알리거나 AGCO가 제공한 포스터를 비즈니스 장소와 근방에 사람들이 보기 쉽게 부착을 해야 합니다.

주류 면허에 반대하는 사람이 있다면 사업에 대한 설명이 필요하며 만약 설득을 할 수 없다면 기관에서 만남을 주선했습니다. 문제가 해결이 되지 않을 시 공청회를 하게 됩니다.

면허 전 검사: 면허 발급 전 AGCO 검사를 통해 주류 라이선스 검사를 받아야 합니다. 검사자는 사업장에 대해 적격여부, 신청서와 평면도의 일치 여부를 확인합니다. 일치되지 않은 부분은 보완되어야 하며 검사자는 알콜을 판매하는데 필요한 책임에 대한 교육 자료를 제공합니다.

주류 판매 조건: 공청회 이후 신청 검토과정에서 제기된 특정한 위험에 따라 특정한 조건을 요구할 수 있습니다. 이 조건들은 신청한 것보다 일찍 문을 닫아야 하는 것부터 사업장의 안전과 보안 계획을 제출하는 것까지 다양하며 이 조건들은 AGCO의 웹사이트에서 확인할 수 있습니다.

면허의 취득/부착: 모든 조건에 부합하고 제기된 위험들이 해결이 되면 라이선스가 발급이 되며 라이선스는 고객들, AGCO 검사자와 경찰이 보기 쉬운 곳에 부착되어야 합니다.

직원 교육: 술을 판매 또는 제공하는 사업자, 매니저, 직원 등은 AGCO에서 실시하는 교육을 받아야 합니다. 새로운 직원은 채용 후 60일 이내에 교육을 이수해야 하며 이수증을 소지해야 합니다.

AGCO의 검사: AGCO의 검사자 또는 경찰은 모든 면허에 대해 조사할 수 있으며 경영자는 AGCO와 경찰에서 검사를 할 경우 협조하여야 합니다. 검사시 문제가 발견된다면 경고, 벌금 또는 취소의 조치를 받을 수도 있습니다

경고 및 공청회: 만약 라이선스에 대한 경고 또는 취소에 대한 통보를 받았다면 15일 동안 공청회를 신청할 수 있습니다. 공청회 신청 시 공청회에서 경영자의 입장을 청취 후 명령을 내리게 됩니다.

라이선스 연장: 라이선스는 최초 취득 후 2년간 유효하며 첫 번째 연장 이후에는 3년에 한 번씩 연장할 수 있습니다. 라이선스 연장은 라이선스 기간이 만료되기 전에 신청해야 하며 기간이 만료된 이후에는 신청이 불가능합니다.

② 금연 온타리오(Smoking-Free Ontario)

온타리오 주는 Smoking-Free Act란 법령을 2006년 3월 31일 제정하여 공공장소, 근무 장소 그리고 16세 이하가 탑승한 차량에서는 담배를 피우지 못하도록 규제하고 있습니다. 2008년 3월 31일부터는 금연표시를 가게 내에 부착해야 하며 2009년 7월부터 식당에서 설치한 야외 테이블도 금연지역으로 지정되었고 이를 위반하였을 경우 법인의 경우 최대 CAD \$300,000까지 개인의 경우 최대 CAD \$5,000까지 벌금을 부과할 수 있습니다.

③ 음악 라이선스(Music License)

매장에서 음악을 틀고 싶다면 저작권 사용에 관한 면허를 취득해야 합니다.



4.2 부동산 계약

1) 점포 입지 선정

입지를 선정할 때는 다음 사항을 고려해야 합니다.

토지 용도 확인: 해당 지역에 적용되는 토지 용도 규정 상 해당 업종이 허가되는지 확인이 필요합니다.

인구 통계: 해당 지역의 인구 분포가 사업에 적합한지(인구의 연령, 소득, 가족 규모 등) 확인합니다.

교통 분석: 해당 지역이 사람의 통행이 많은 곳인지, 출입이 용이한지 확인(대중교통, 주차 등)합니다.

경쟁: 근처에 있는 점포가 여러분의 사업체와 직접적인 경쟁 관계가 되지 않도록 확인해야 합니다.

2) 임대 계약 기간

일반적으로 3~10년을 계약합니다. 임대계약서에 임대 공간이 입주일 까지 준비되지 않을 경우 어떻게 되며 임대인이 임대료를 어떻게 조정해줄 지, 대체 공간을 제공하는 지가 명확하게 명시되어야 합니다.

3) 임대 계약의 선택

임대료는 평방미터당 가격으로 결정되며 아래와 같은 계산법이 있습니다.

조임대차: 사무실 공간 임대에 대한 가장 일반적인 기준으로 매월 일정한 임대료를 지불합니다. 세금, 보험료, 수리비 등을 포함한 일체의 건물 운영비는 임대인이 부담합니다.

순임대차: 임차인이 기본 임대료에 건물에 대한 부동산 세금의 일부(또는 전부)까지 지불하고 건물 운영비는 임대인이 부담하는 경우입니다.

2차 순임대차: 임차인이 기본 임대료 및 세금 외에 임대 공간에 대한 보험료를 부담하는 경우입니다.

3차 순임대차: 수리 및 유지관리비를 포함한 일체의 건물 운영비를 임차인이 부담합니다. 이런 계약은 일반적으로 산업용 건물 임대차에서 씁니다.

비율임대차: 임차인이 고정임대료와 총수입의 일정 비율을 지불하는 경우입니다. 복수의 임차인이 입주하는 곳(쇼핑센터 등)의 소매업체에 적용되는 특수 형태의 임대계약입니다.

4) 임대료 인상

임대료는 임대 기간 동안 정기적으로 인상될 수가 있고 세금이나 난방비, 유지관리비 등의 직접비용에 비례해서 인상할 수도 있고 소비자 물가 지수와 같은 인플레이션 지수에 따라 자동적으로 행해질 수 있습니다.

※ 주의: 연간 소비자물가지수 인상 부분 이상을 부담해야 한다는 조건에 응해선 안됩니다.(특히 세금 및 직접운영비 인상 부분이 임대료에 이미 포함되어 있을 경우)

5) 에스컬레이션 조항

부동산 관리 또는 운영 비용이 증가할 경우 임대인이 임대료를 인상할 수 있도록 하는 조항입니다

6) 사업장 재임대 및 갱신

임대계약이 만료되기 전에 사업체를 확장하거나 사업장을 이전할 경우 재계약에 대해 임대인과 협상할 수 있습니다. 임차인이 사전에 일정한 계약 갱신 방식에 동의했고 계약이 만료될 경우 임대 공간을 보장해주는 조항이 임대계약서 상에 명시되어 있지 않은 한 계약이 만료되면 임대인은 동일한 공간을 제공할 법적 의무가 없습니다.

일반적으로 임차인은 임대계약을 갱신하겠다는 의사를 서면으로 통지해야 하며 그렇지 않을 경우 권리를 주장할 수 없습니다. 장기 임대계약은 만료 1년 전 통지가 일반적이나 단기 임대계약은 3~4개월이 일반적 기준입니다.



4.3 금융 서비스

1) 정책 일반

캐나다는 시장변동 환율제도를 하여 정부의 개입에 의한 공식적인 외환규제는 없지만 환율은 자국의 금융정책과 연계되어 있습니다.

자금은 현지에서 직접 조달과 간접 자본의 조달 모두 가능하며 한국의 자사를 담보로 한국계 은행(외환은행 등)을 통해 현지에서 신용대출도 가능합니다.

연방정부에서는 Canada Small Business Financing Act를 바탕으로 소규모 기업에게 고정자산을 담보로 융자 등을 지원하고 있습니다. 특히 온타리오 주정부는 개인사업 또는 소기업을 시작하는 개인에 대해 소액융자를 지원하고 있습니다.

연방정부 사이트에서 자기에게 맞는 연방정부와 주정부의 자금 지원에 대해 검색하고 신청할 수 있습니다.
<http://www.canadabusiness.ca/eng/search/sof/>

실제 캐나다의 정착을 도와주는 YMCA에서는 캐나다의 영주권 이상인 자 또는 비즈니스 비자를 가지고 있는 자만이 비즈니스를 신청할 수 있으며 이에 자신의 비자 상태 확인이 중요합니다.

캐나다 경제는 외국인 투자 의존도가 높으며 캐나다 미국 FTA와 NAFTA 체결 이후 투자가 지속 증가하는 추세입니다. 현재 캐나다 비금융 자산의 25%를 외국인 투자자가 소유하고 있는 수준입니다. 캐나다 투자법(ICA)은 대부분의 분야에서 외국인 투자가 가능하도록 하였고 거래에 대한 신고 외에는 특별한 규제가 없습니다. 세계 경제의 글로벌화가 급속도로 진전됨에 따라 외국인에 대한 강력한 규제 의 필요성은 점차 약화되고 있습니다.

투자 관련해서는 외국인투자 규모나 WTO 회원국 여부에 따라 심의 조건을 달리 적용합니다.

WTO 비회원국: CAD \$500만 이상의 자산을 보유한 캐나다 기업을 직접 인수하거나 간접투자 방식으로 경영권 획득 시 심의 대상에 포함

WTO 회원국: CAD \$3억 1천 2백만 이상의 캐나다 기업 인수 시만 심의 대상에 포함.(2011년 기준, 주: 투자 제한 산업의 경우 규모에 관계없이 심의 대상임)

캐나다 산업부는 투자법에 의해 해당 산업에서 국익 창출이 예상될 경우 투자를 허용하고 있으며 각각 항목에 대한 경중은 없습니다.

- 내국인의 예상 참여 정도
- 해당 산업의 자국 내 경쟁 정도
- 해당 산업과 자국의 경제, 문화 정책과의 적합성
- 해당 산업에 대한 캐나다의 국제 경쟁력
- 생산성, 효율성, 기술개발, 상품 혁신 요인

2) 캐나다의 투자유치기관(Invest in Canada)

캐나다 외교통상부 산하 기관으로서, 국내 직접 투자 유치를 담당하고 있으며, 신규 투자 유치 및 증액 투자를 유도하고 투자 상대국으로서의 캐나다의 인지도를 높이고, 제도 정비를 통한 원활한 투자유치 및 연방정부와 주정부의 협력 관계 개선 등의 목표를 갖고 있습니다.

개인 사업체는 연방 정부에서 고정자산을 담보로 융자를 받을 수 있으며 온타리오 주는 소액 융자도 가능합니다.



4.4 세무(Tax)

1) 조세 징수 기관

연방정부, 주정부, 지방자치단체 3개 기관에서 조세를 징수합니다.

종류	내용	징수 기관
법인세	법인소득에 부과되는 세금	연방정부, 주정부
개인소득세	개인소득에 부과되는 세금	연방정부, 주정부
상품용역세	부가가치세와 동일	연방정부
재산세	시/군에서 징수하는 지방세	지방자치단체
판매세	물품판매에 따른 세금으로 최종 소비자가 부담함	주정부
소비세	특정물품 소비에 대한 세금 (유류, 자동차, 보험료 등)	연방정부

법인세

캐나다는 주정부 및 연방정부에서 각각 법인세를 부과하고 있으며 기업하기 좋은 환경 제공을 목표로 점진적으로 2012년까지 통합법인세를 25%까지 낮출 예정입니다. 법인세는 캐나다 내에 있는 기업이면 캐나다 국내외에서 획득한 모든 소득에 대해 지불해야 합니다. 법인세는 연방법인세와 주 법인세로 분류됩니다. 연방법인세는 총소득을 기준으로 하여 배당금의 이중과세를 막기 위해 자본 이득의 75%만을 과세 소득에 포함시키고 있습니다. 내국인 소유의 비상장기업의 경우에는 첫 영업소득 CAD \$400,000에 대해서 17%의 중소기업특별공제를 받아 11%의 세율이 적용됩니다. 그 외의 일반 기업은 15%의 세율을 적용받습니다. 주정부는 관할지

역 내 기업의 법인세를 징수하며 세율은 주 별로 상이하고 여러 주에 소득이 분산된 경우 지역별 금액에 따라 세율 적용합니다. 이중과세율(Dual Tax Rates)을 적용하고 온타리오 주의 법인세는 일반적으로 첫 CAD \$400,000에 대해서 중소기업 특별공제가 적용되는 저세율(4.5%)과 그렇지 않은 고세율(12.5%)로 구분되어 부과됩니다.

개인 소득세

캐나다에 거주하는 개인 및 캐나다에서 수입을 거둔 모든 외국인은 세금 신고를 해야 하며 캐나다 시민권자, 영주권자 및 1년에 183일 이상 캐나다에 거주한 경우에는 지불해야 합니다. 만약 자국 기업으로부터 배당금을 받은 개인의 경우 기업이 법인세의 형태로 이미 세금을 납부했으므로 배당의 재조정이 필요한데 개인이 받은 배당금에 대한 과세는 이중 과세 부과를 막기 위해 배당금을 1.25배로 환산한 이후 Tax Credit(약 25%)를 부여하고 계산함으로써 배당을 재조정합니다. 캐나다에 소재하지 않는 기업으로부터의 배당금(해외 원천과세의 총합)은 개인 소득에 전액 반영합니다.

개인소득세는 크게 연방 소득세와 주 소득세로 나눌 수 있는데 연방소득세는 소득액에 따라 4개 구간으로 세율을 나누고 주 개인 소득세는 세 구간으로 나눕니다.

부가 가치세(상품용역세: GST)

캐나다에서 생산되거나 수입되는 모든 상품 및 용역에 5%의 세율로 GST를 일괄 적용하며 이는 최종 소비자에 의해 지불되지만 그 징수 및 납부는 판매자가 직접 담당하며 이를 위해 연방정부에 등록(Registrants)절차를 거쳐야 합니다. 과세율이 0%에 속하는 품목(수출품, 채소류, 농수산물 등)들

은 최종 소비자에게까지 세금이 전가되지 않지만 판매자의 재화구매로 포함되어 추징되며 그 중 일부는 추후 공제 받을 수 있습니다. GST 면제 대상은 자영업자, 합자회사 또는 일반 회사 중 연속된 4 분기 동안 매출액이 CAD \$30,000 이하인 소규모 공급업체입니다.

상주 판매세(Provincial Sales Tax: PST)

상품과 용역에 부과되는 세금은 주마다 상이하며 알버타 주, 유콘 주, 노스웨스트 주는 판매세가 부과되지 않습니다.

통합 판매세(Harmonized Sales Tax: HST)

온타리오 주는 일부 상품과 서비스를 제외하고 2010년 7월 1일부터 12%와 13%의 통합판매세가 각각 적용되고 있습니다.

관세

캐나다는 WTO 협정에 기초하여 관세를 부과하며 무역 절차의 효율화를 위해 다른 무역국들과 통일된 상품 설명과 코드 시스템(HS System)을 사용합니다.

관금세(Payroll Deductions)

연방정부는 캐나다국민연금(CPP), 고용보험(EI)에 소요되는 비용에 대한 임금세를 징수하는데 임금세는 고용자와 피고용자 모두에게 부과되며 온타리오 주는 별도 임금세를 징수합니다.

소비세(Excise Taxes and Duties)

연방정부에서 특정상품(유류, 자동차, 보험료)의 소비에 부과하는 세금입니다.

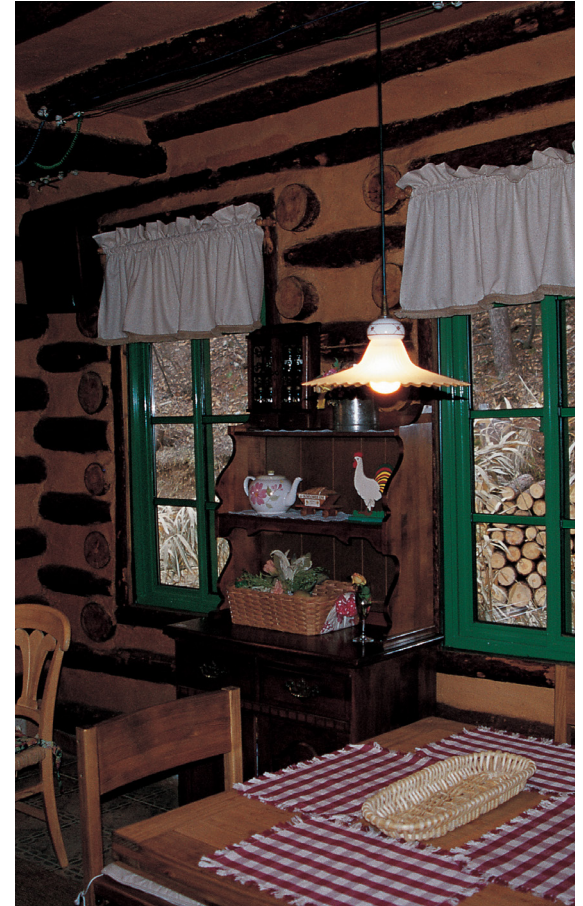


4.5 설비/인테리어

1) 디자인 컨셉 및 외부, 내부 이미지

- 고객에게 즐거움과 만족을 줄 수 있으며 편안한 분위기의 디자인
- 한국적 전통과 현대의 조화를 추구하면서 현지인들의 기호에 맞을 수 있는 디자인
- 고객의 동선과 직원들의 서비스 흐름을 고려한 효율적 배치
- 디자인과 색채, 조명과 소품장식의 조화
- 실내온도와 환기, 쾌적성, 음향 등의 조화
- 기능과 실용성, 미적 감각이 조화된 디자인
- 입구는 단순하나 고급스러운 느낌이 드는 디자인
- 내부 디자인은 목재를 주로 사용하여 편안하면서도 부드러운 느낌의 실내 분위기를 유도하고 외부 조명이 가능할 경우 자연스런 채광을 이용
- Private Room은 다양한 분위기의 연회장을 연출
- Chef's Table 및 Deco로는 한식의 Fire Charcoal 분위기를 느낄 수 있도록 조성
- 모던하면서도 분위기와 조화될 수 있는 조명의 사용을 권장

항목	제조사	수	비고
그리들 탑	Montague	2	
브로일러	Montague	1	
살라만더	Montague	1	
더블 컨벡션 오븐	Montague	1	
랜지(오븐 포함)	Montague	2	Six Burnner
데크 오븐	Jendah	1	Double Deck
슬로우 쿠커	Alto-Shaam	2	
튀김기(자동 오일공급장치)	Frymaster	1	
튀김기용 기름 필터 교환기	Frymaster	2	
믹서(5 quarts)	Hobart	2	
슬라이서	Hobart	1	
스티머	Vulcan	1	
스팀 채킷 케틀	Vulcan	1	
푸드 프로세서	Robert Coupe	1	
다쉬워셔	Champion	1	2 Tank
워크-인 냉장고	Kolpak	2	Built-In
워크-인 냉동고	Kolpak	1	Built-In
선반형 냉장고	Traulsen	6	
선반형 냉동고	Traulsen	4	
비어 마스터 시스템	Manitowoc	1	





4.6 비용 분석

1) 분석에 대한 가정

실무적인 비용 분석을 위해서 앞선 상권 분석을 참고하여 코리아 타운 지역에 고급 식당을 설립한다고 가정해 보도록 하겠습니다. 모든 상황에 적용할 정도로 다양한 데이터를 제공하지는 못하나 기초 정보로서 활용하실 수 있고 진출하고자 하는 한식당의 종류에 따라 비용이 상이하나 항목별로 예상 비용을 따져 사례에 기초하여 분석하면 레스토랑을 오픈하기에 앞서 참고가 될 수 있습니다.

고급 레스토랑의 좌석 당 필요면적

고급 레스토랑의 경우 단순히 음식의 맛과 모양 뿐 아니라 편안한 의자와 테이블 세팅, 분위기 등을 강조하여야 합니다. 아울러 제공되는 식기, 실버웨어, 글래스웨어 등의 부분도 럭셔리한 분위기에 맞도록 선정하여야 합니다. 따라서 고급 레스토랑의 경우 테이블 위에 세팅되는 테이블웨어의 수가 증가하므로 1인당 테이블의 면적이 넓어지게 되며 아울러 편안한 분위기를 제공하기 위한 공간의 확보 및 편안한 서비스 동선의 확보를 위하여 1인당 좌석의 면적이 증가합니다.

이 사례에서는 최고급 레스토랑의 경우 일반적으로 테이블의 규모 및 서비스 공간의 규모가 일반 레스토랑에 비하여 큰 점을 감안하여 제곱 피트당 좌석의 면적을 25 제곱 피트당 설정하였습니다.

일반적인 레스토랑 설계 기준은 다음과 같습니다.

	좌석수	좌석당(sf)	좌석당(평)	총면적(sf)	총면적(평)	면적비
바좌석	20	25	0.70	500	14.1	8.3%
다이닝룸 좌석	90	25	0.70	2,250	63.2	37.6%
케이터링 좌석	50	20	0.56	1,000	28.1	16.7%
주방	160	14	0.39	2,240	63.0	37.4%
총계				5,990	168.4	100.0%
건축비		CAD \$460		CAD \$2,755,400		

› 토론토 파인 다이닝 한식당 예상 좌석수 및 면적 - 매장 및 주방 공사비용, 창문, 벽, 바닥 및 천정마감, 매장 내 조명 등이 포함됨

	PSF	평당 공사비	총공사비(sf)
건축비			
주방부문 공사비(BOH)	CAD \$21.00	CAD \$747.18	CAD \$126,000
매장부문 공사비(FOH)	CAD \$39.00	CAD \$1,387.62	CAD \$231,000
일반 공사/FF&E	CAD \$280.00	CAD \$9,962.40	CAD \$1,683,000
총공사비	CAD \$340.00		CAD \$2,040,000
스물웨어와 기타 개점 전 소요예산			
식음료 비용(Total Product Cost)			CAD \$290,000
인건비(Labor Cost)			CAD \$250,848
직접비(Direct Cost)			CAD \$1,303,343
간접비(Indirect Cost)			CAD \$15,002
총 스물웨어/개점 전 소요예산			CAD \$1,859,193
3개월 운영비			CAD \$1,561,801
개점 전(Pre-Opening) 총 소요예산			CAD \$5,460,994

› 파인 다이닝 한식당 건축비 및 개점 전 총 소요예산(169평, 6,000sf) * 건축비는 \$10,000단위로 추정하였음



2) 임대료, 총 매출, 객단가 분석

높은 임대료 및 임금은 지속적인 경영에 가장 큰 걸림돌이 될 수 있습니다. 그러나 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑의 경우 토론토에서 임대료가 가장 높은 지역 중 하나인 코리아 타운 지역을 위치로 선정하였으므로 높은 임대료를 피할 수 없는 상황입니다. 따라서 이를 극복하기 위해서는 총매출 규모를 증가시켜 전체 매출대비 항상 일정액으로 발생하는 원가인 인건비나 임대료 같은 고정비를 낮출 수 있도록 총매출 규모를 증가시켜야 합니다.

파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑과 같은 고급 컨셉 레스토랑의 경우 식사 시간이 길어지는 경향이 있으므로 최대 회전율이 캐주얼 다이닝 또는 다른 형태의 레스토랑과 비교해서 낮은 편입니다. 따라서 이 경우에는 임대료 대비 적정 매출(총매출 대비 적정 임대료는 약 10%)을 달성하기 위하여 매장의 규모가 커져야 합니다.

레스토랑 운영의 경우 총매출 대비 임대료가 10%가 넘는 것은 바람직하지 못하며, 미국에서의 일반적으로 연매출 CAD \$2,000,000이 넘는 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑 운영의 경우 임대료 비율이 총매출의 7.4%를 차지하는 것으로 조사되어 있습니다. (NRA Deloitte, 2010)

코리아 타운 지역의 sf당 임대료는 CAD \$50.4입니다. 예를 들어 코리아 타운의 파인 다이닝 레스토랑에서 임대료의 비중을 7.4%로, 매장의 규모를 6,000sf로 가정하였을 때 연간 임대료는 CAD \$302,400 이며 이를 기준으로 한 매출목표는 CAD \$4,086,486가 됩니다.

매출목표인 CAD \$4,086,486를 310일(공휴일 제외)로 나눌 경우 1일 매출목표는 CAD \$13,182가 되며 목표 객단가를 CAD \$55로 가정한 경우 하루에 264명의 고객이 방문을 하여야 합니다. 이를 다시 레스토랑의 좌석수인 110석으로 나누어 줄 경우 목표 회전수는 약 2.4회전이 됩니다.

전체 레스토랑 면적 약 168평(6,000sf) 중 약 63.0평(2,240sf)은 주방으로(전체 면적의 약 37.4%), 105.4평(3,750sf)은 다이닝 룸과 바, 이벤트 공간으로(전체 면적의 62.6%) 배치하고자 하며 다이닝 룸과 바 구역은 약 110석과 추가적으로 50석의 프라이빗 이벤트를 위한 독립된 공간으로 구성되었습니다.

3) 연간 예상 손익계산서

항목	금액	매출 대비 비율
매출		
식료 매출	CAD \$4,601,646	69%
음료 매출	CAD \$2,068,223	31%
매출 총액	CAD \$6,669,869	100%
생산비		
식료 원가***	CAD \$1,610,470	35%
음료 원가***	CAD \$517,056	25%
총 식음료 원가	CAD \$2,127,526	32%
총 매출 순이익	CAD \$4,542,040	68%

이는 매장 내 각 좌석의 면적을 약 0.7평(25sf)으로 계산하였으며, 매장의 건축을 위하여 소요되는 전체 공사비는 평당 CAD \$12,097(\$340 psf)로 총공사비는 약 CAD \$2,040,000가 소요될 것으로 예상되었습니다.

인건비	금액	비율
정규직 인건비**	CAD \$1,176,000	
비정규직 인건비**	CAD \$869,624	
총 인건비	CAD \$2,045,624	31%
직접비		
임대료(리스, 세금)	CAD \$630,000	9.45%
공유 면적 사용료	CAD \$126,000	1.89%
유틸리티	CAD \$213,426	3.20%
주방/홀 잡기 유지비용	CAD \$23,343	0.35%
위생용품비	CAD \$155,500	3.06%
홍보, 광고비	CAD \$200,000	3.00%
유지보수	CAD \$53,357	0.80%
보험	CAD \$46,687	0.70%
기타	CAD \$66,696	1.002%
직접비 총액	CAD \$1,601,009	24%
간접비		
감가상각비	CAD \$406,350	6.06%
법률, 세금, 라이선스 비용	CAD \$66,66	1.00%
간접비 총액	CAD \$473,046	7%
총 이익(손실)	CAD \$422,236	6%



III. 토론토(Toronto) 한식당 운영 가이드

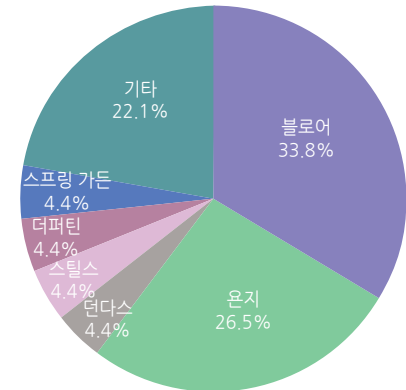
5. 한식당 운영 현황 및 전망

5.1 한식당 운영 현황

농림수산식품부의 조사와 자료에 의하면 2012년 토론토의 한식당은 총 68개로 조사되었습니다.

68개 한식당 중 서부 토론토의 블로어에 23곳으로 가장 많이 개업을 한 상태이고, 그 뒤로 온지에 18곳으로 이 두 지역에 대다수의 한식당이 운영하고 있는 것으로 나타났습니다.

그 외에 더퍼린, 스틸스, 스프링 가든, 던다스. 네 군데에 각각 3개의 점포씩 운영되고 있습니다.

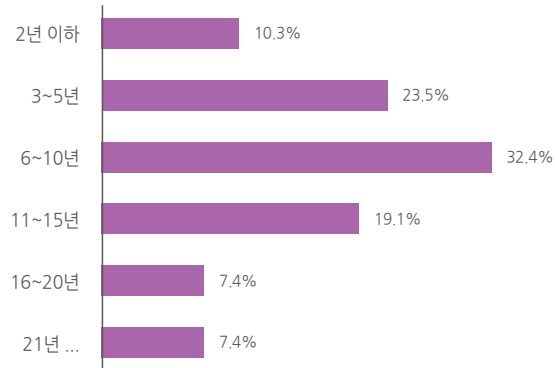


[그림] 지역별 한식당 분포(N=68)
출처: 농림수산식품부

토론토 현지 한식당의 운영연수와 좌석 수

토론토에서 운영을 하고 있는 한식당의 운영연수를 조사한 결과 총 68개 한식당 중 6년~10년의 운영경험을 가진 경우가 22곳(32.4%)으로 가장 많고 그 뒤로 3년~5년의 운영경험이 16곳(23.5%), 11년~15년 이하가 13곳(19.1%), 2년 이하가 7곳(10.3%)으로 조사되었습니다.

또한 68개 한식당 중 50석 이하의 좌석 수를 가지고 있는 식당이 50% 이상으로 조사되었습니다. 16곳(23.5%)이 31~40석의 좌석을 가지고 있고 14곳(20.6%)이 41~50석을 가지는 것으로 조사되었습니다. 참고로 200석, 220석, 255석, 350석을 가진 식당도 하나씩 있는 것으로 조사되었습니다.



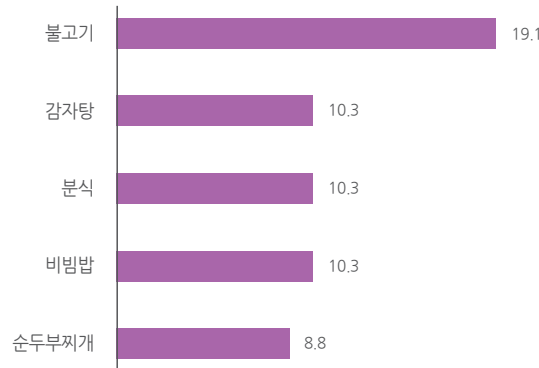
[그림] 토론토 현지 한식당의 운영 연수(N=68)

토론토 현지 한식당의 주 메뉴

총 68개 한식당에서 판매되는 주 메뉴를 분석한 결과 불고기가 19.1%로 가장 많았습니다. 토론토는 겨울날씨가 지속되기 때문에 직화를 이용한 불고기 메뉴가 많습니다.

감자탕은 비빔밥, 분식과 나란히 10.3%로 상대적으로 비중이 높는데 감자탕은 특히 중국계 토론토 거주민들에게 인기 메뉴로 알려져 있습니다. (돌솥)비빔밥은 건강식이란 이미지를 가지고 인기 메뉴로 자리를 매김하였습니다. 분식은 칼국수, 김밥, 떡볶이를 포함한 메뉴로 각 식당마다 주 메뉴는 상이하며 순두부찌개는 감자탕과 마찬가지로 추운 날씨의 토론토에서 현지인들이 선호하는 메뉴입니다.

그 다음으로는 갈비, 부대찌개, 매운탕, 칼국수, 육개장, 닭갈비, 김치찌개 등이 있습니다.



[그림] 토론토 현지 한식당의 주메뉴 Top 5(N=68)

5.2 한식당 운영 애로사항

한식당 운영에 부정적 영향을 미치는 요인들

토론토 한식당들은 대개 매출이 15%~50% 정도 증가할 것이라고 긍정적으로 생각하고 있었습니다.

토론토시 한식당에 부정적 영향을 끼치는 요인으로 한식당 경영자들은 경기침체, 식재료비의 인상, 나쁜 날씨 그리고 검증된 우수한 노동력의 부족(25%)을 가장 부정적 요인으로 꼽았으며 그 외에 관광객 감소(9%)를 부정적 요인으로 꼽았습니다. 반면에 세금이나 노동력의 부족, 적은 고객 수요는 거의 영향을 미치지 않는 것으로 조사되었습니다.

토론토시의 한식당은 관광객수의 영향을 많이 받고 날씨에 민감하게 반응을 합니다. 토론토는 겨울과 봄, 여름, 가을이 구분되어 때에 따른 관광객의 수요가 있는데 현재 이상 기온 때문에 관광객 뿐 아니라 고객의 감소도 이어지고 있다는 의견이 많았습니다.

식재료비 부분에 한해서는 대부분의 식당들이 식재료비가 5%에서 15% 정도 증가할 것이라고 대답하였습니다.

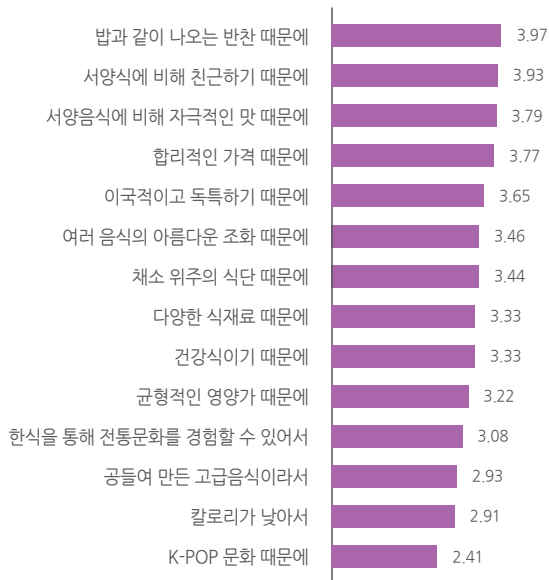
토론토의 세금은 북미지역에서는 높은 편이나 현재 토론토 지역의 세금이 낮아져 상대적으로 현지에서 세금때문에 큰 어려움을 겪지는 않고 있는 실정입니다.

인건비는 주정부에서 정한 최저임금 자체가 타 지역에 비해 높은 편이며 또 매년 인상하고 있어 업주들이 이에 대한 인상을 우려하고 있었습니다. 실제로 인터뷰에 응한 모든 식당들이 인건비가 오를 것으로 예상한다고 답하기도 하였습니다.

인력에 관해서는 전문 인력 수급은 어려움이 있으나 일반적인 종업원은 유학생과 이민자로 인해 아직 어려움이 없다고 하였습니다.



한식당 성공요인



[그림] 한식당 선호 이유 설문조사

5.3 한식당 사례 연구

현지 한식당 성공 요인

Case Study #1

빅마켓의 가격이 약 CAD \$9 정도라는 점을 감안하면 한식은 비교적 저가격대의 객단가를 제공할 수 있고 웰빙 음식에 대한 인식이 높아짐에 따라 관심이 높아지는 편입니다. 이와 더불어 음식이 맛있다고 평가 받기 때문에 경쟁력이 있습니다. 이런 성공 포인트에 맞추어 단품요리로 승부를 보는 것을 추천합니다.

Case Study #2

한식에 대한 인지도 부족에 대한 대응 방안으로 일식과의 혼합을 택하는 방법도 있습니다. 타 매장과 비교하여 높은 가격임에도 불구하고 수준 높은 인테리어와 서비스 등을 제공해서 경쟁력을 가지는 방법이 있습니다.

Case Study #3

사례1번과 비슷한 경우로 단일품목을 주력 상품으로 하여 학생들을 주 타깃으로 공략해 성공을 한 케이스입니다. 학교가 가까운 한인타운에 위치한 것도 한인과 학생들을 노린 전략으로 위치 선정을 잘 한 케이스로 평가됩니다. 또한 약간 현지화를 하여 단일 메뉴로는 캐나다 인이 가장 많이 애용하는 한식당이 되었습니다.

현지 한식당 문제점/애로사항

Case Study #1

현지 중국인들이 한식당을 운영하는 경우가 있으며 이들의 경우 저렴한 노동력과 유통시장구조를 바탕으로 실제 한국인이 경영하는 한식당에 비해 상대적으로 시장 경쟁력을 갖추고 운영되고 있는 실정입니다. 현재 한식에 대한 우수성에 대한 홍보가 부족하기 때문에 이들에 대한 상대적인 경쟁력과 차별성이 떨어지는 실정입니다. 또한 이들 때문에 한식의 이미지가 흐려지고 있습니다. 심지어 한식당 관련 명칭에 대한 통일이 되어 있지 않았고 한식에 대한 홍보 노력이 토론토 지역에서 아직 미비하여 적극적인 홍보를 하여 차별화시키고 우수성을 알릴 필요가 있습니다. 이에 대해 정부차원의 지원이 요청됩니다. 현지 식당들은 농림수산식품부 및 외교부의 피드백이 제대로 이뤄지지 않는다고 합니다.

Case Study #2

현지에서의 교육된 조리사의 수급 문제가 꽤나 큰 문제로 꼽히고 있습니다. 이 때문인지 현지 식당들은 새로운 한식당 진출에 대해 부정적인 반응을 보이고 있습니다.

Case Study #3

식재료비 및 메뉴 가격이 10%~15%정도 인상 될 전망입니다. 특히 양념 등은 수입하는 경우가 많은데 수입 식재료의 경우는 환율의 영향을 많이 받으므로 가격 변동이 잦습니다. 이와 함께 경기침체, 나쁜 날씨, 전문 노동력 부족 등의 어려움이 겹쳐질 것으로 예상됩니다.

6. 한식당 운영 시 고려사항

6.1 종업원 채용 시 유의사항

1) 근로자 채용

일반적인 소수 인원 채용의 경우는 주요 도시 별 유력 일간지를 사용하는 것이 보편적입니다.

구인 광고는 주로 대도시의 경우 일요일과 월요일에 게재하는 것이 바람직하고 지방 도시들은 토요일과 일요일에 광고하는 것이 효과적이며 도시 별로 신문사 광고 담당자 또는 대행사에 확인이 가능합니다. 최근에는 구인 구직 포털 사이트를 통한 직접 모집, 위탁하는 방법이 각광을 받고 있습니다. 특히 토론토 외식업협회에서 구인구직 사이트와 연계하여 도움을 주고 있으니 활용하는 것을 권합니다.

토론토에서 이력서는 간단한 개인 신상정보와 학력 그리고 직장 경력에 대해서 나열하는 것이 일반적이며 자기소개서나 상세한 가족 정보는 없습니다.

따라서 일단 면담을 통해 이력서의 내용에 대해 사실 여부를 확인함과 동시에 필요한 추가 정보를 보완해야 합니다. 선발 후에는 급여 및 복리후생 수준에 대해서 구체적으로 합의를 하고 근무 시작 일을 정하는 것이 좋습니다. 사업자는 온타리오의 기본 고용 규정인 Employment Standards Acts, 2000(ESA)에 대해 알고 있어야 하며 사업장에는 "What you Need to Know"라는 포스터를 부착하고 있어야 합니다.

채용 시 서면계약서에 다음을 기입해야 합니다.

채용시 계약서 필수 포함 사항들	
1	근로자의 이름과 주소
2	근로자가 학생이거나 18세 이하인 경우, 근로자 생년월일
3	근로기간 시작일
4	주당, 일당 일하는 시간
5	교육 및 훈련
6	기타 근로 조건 및 휴일 등 기타 합의 사항

2) 휴가 일수

1년간 법인에 일해 온 직원들은 연간 2주의 휴가를 가질 권리가 있으며 연간 2주 이상의 휴가에 대하여서는 정부가 지원하지 않고 계약에 따라 휴가 기간은 따로 정할 수 있습니다. 종업원이 문서로 요구하지 않았거나 계약상 휴가에 대한 사항이 없다면 휴가는 연간 2주 또는 1주씩 2번으로 정할 수 있습니다.

3) 해고 절차

ESA에 의거하여 사업주는 사업장을 더 이상 운영하지 않거나 종업원을 두지 않을 때나 종업원이 동의를 한 구조 조정으로 인한 해고 일 때 '일시 퇴직' 기간 안에서의 해고 시 법적 책임 없이 해당 근로자를 해고 할 수 있습니다. 만약 근로자가 3개월 이상 근무를 하였다면 고용주는 해고 사유와 해고 급여 등을 지급해야 합니다. 고용주가 해고 사유를 꼭 밝혀야 되는 것은 아니지만 만약 해고 통보와 해고 급여 지급 등을 하지 않았다면 해고 할 수 없습니다.

해고 시에는 해당되는 사유가 발생 한 즉시 서면 통시를 직접 전달하거나 팩스, 우편, 인편 등 다른 증명 가능한 방법으로 해야 하며 그 기간은 근로자가 근무한 기간에 따라 다르게 지정됩니다. 통보가 간 이후에 근로자의 임금이나 근무 조건 등은 변경할 수 없으며 근로자의 보험 등의 특전은 유지하여야 합니다.

Length of Employment	Notice Required
Less than 3 months	None
3 months but less than 1 year	1 week
1 year but less than 3 years	2 week
3 years but less than 4 years	3 week
4 years but less than 5 years	4 week
5 years but less than 6 years	5 week
6 years but less than 7 years	6 week
7 years but less than 8 years	7 week
8 years or more	8 week

6.2 급여 처리 준비사항

2012년 온타리오 주의 일반적인 최저임금은 CAD \$10.25로 되어있으며 학생은 CAD \$9.60, 술을 취급하는 종업원은 CAD \$8.90, 가정부는 CAD \$11.28로 제정되어 있습니다. 여기서 방과 식사제공비는 공제할 수 있습니다.

공제 가능한 숙식관련 비용	
방(주당)	- 개인방: CAD \$31.70 - 공용방: CAD \$15.85
식사	- 식당: CAD \$2.55 - 주당: CAD \$53.55
방과 식사제공	- 개인방: CAD \$85.25 - 공용방: CAD \$69.40
고용인을 위한 주당 주택제공 시	- 서비스 제공 집: CAD \$99.35 - 기본 집 제공: CAD \$73.30

3시간 규칙에 따라 만약 종업원이 3시간 이하로 근무하면 3시간에 대한 기본 수당을 지급하거나 종업원과 계약한 임금에 일한 시간만큼을 제공해야 합니다. 단, 학생(18세 이상 포함)과 3시간 이하로 근무하기로 계약한 자나 고용인 의사와 상관없이 3시간 이하로만 근무가 가능할 때는 예외로 봅니다.

또한 휴가 시에는 연봉의 4%에 해당하는 휴가 수당을 받게 됩니다. 휴가 수당을 위한 연봉계산은 기본 월급과 커미션, 보너스, 시간외 수당, 휴일 수당, 그리고 방과 음식 제공에 대한 공제를 포함하여 계산하게 됩니다. 만약 휴가가 1주일이거나 짧다면, 휴가 수당은 휴가가 포함된 달의 정상적인 지급날짜 또는 그 전에 지급해야 합니다.

주당 정기 근무시간은 44시간이며 이상의 시간을 근무한 것으로 초과근무 수당은 기본 시간당 수당의 50%을 더하여 계산합니다. 초과 업무의 경우 초과 수당을 계산하여 지불 하여야 합니다. 매니저나 수퍼바이저는 초과근무와 상관 없습니다.

6.3 식재료 유통 시 고려사항

1) 수출입 제도

수출입 허가법(Export and Import Permits Act)이란 법이 주로 통제 및 허가하고 있습니다. 닭고기, 낙농제품 등 농수산물 등이 수입통제목록(Import Control List)에 올라와 있고 이런 상품들은 수출국의 수출허가 또는 캐나다 정부의 수입허가를 받아야만 통관이 가능합니다.

특별수입 규제법(Special Import Measures Act)은 국내 산업을 보호하기 위한 법으로서 반덤핑관세나 상계관세(countervailing duty)부과를 규정하고 있습니다. 동법은 캐나다 국경서비스청(Canada Border Service Agency) 및 캐나다 국제 무역심판소(Canadian International Trade Tribunal)가 관할하고 있는 부분으로 한국의 경우에는 현재 철제 제품 3종 만이 규제대상이므로 식품 수입 부분에서는 크게 문제가 될 것이 없습니다.

[시사점]

캐나다는 표기 규정 및 라벨링 규정 등이 매우 복잡하고 엄한 편이므로 잘 숙지해야 합니다.

상품들에 붙는 관세가 원산지에 따라 달라지므로 유의해야 합니다.

2) 라벨링 및 포장 제도

모든 수입상품은 쉽게 볼 수 있는 곳에 영어 또는 불어로 원산지 표시(Country of Origin)를 부착해야 합니다. 영어와 불어로 상품명, 순중량, 판매업체의 주소 등을 정해진 곳에 라벨링을 부착해야 합니다.

포장기준은 제품별, 용도별(소비자용인지, 중간도매용인지 등)로 상이한바, 선적 시 손상이 최소화되도록 하여야 하며 식품의 경우 검역을 통과하기 위해서는 세심한 배려가 요구됩니다.

신선한 과일 및 야채는 담은 용기(Carton)에 상품명, 무게, 원산지, 포장업체의 상호 및 주소를 표시하여야 하며 육류의 경우 육류 수출국의 기준이 캐나다 농업부에서 인정받은 경우에만 수입이 가능합니다. 육류에 대한 라벨링은 육류 검사법의 규정에 적합하고 동물 질병 및 보호법에 따른 원산지 증명 및 육류 검사법의 규정에 따른 검사증이 있어야 합니다.

해산물의 경우 캐나다 해양수산부와 해산물 수출관련 양해각서(MOU)를 체결한 국가의 해산물 통관은 쉬우나 그렇지 않은 국가의 수출업자는 엄격한 검역을 받아야 합니다.

육류, 육류제품, 해산물, 식물 및 종자, 신선한 야채 및 과일 등에도 위생기준(Health Standard), 등급 등 별도의 기준이 설정되어 있으며 통관 시 검사를 받아야 하며 포장지는 재생 가능한 원료의 사용을 권장합니다.

3) 관세법 통관제도 및 유의 사항

관세법(Customs Act)은 캐나다의 통관 및 관세에 관한 기본법으로서 수입시 준수사항(Importation), 관세평가(Calculation of Duty), 감세 및 환불(Abatements and Refunds), 수출 시 준수사항(Exportation) 및 법의 집행(Enforcement) 등을 규정하고 있습니다.

관세평가 시에 대부분의 수입제품의 관세는 종가세(일부 품목은 종량세)로서 실제거래가격을 기준으로 관세가 부과됩니다. 관세부과는 상품원산지에 따라 다른 세율을 따르고 있습니다. 우리나라는 일반 특혜관세 수혜 대상국으로서 수혜 대상품목은 일정 조건을 충족하면 1/2 수준인 일반특혜관세가 적용되며 기타 상품은 최혜국 관세가 적용됩니다. 심지어 세율이 0%인 제품도 있으며 일반 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 공장도가격 기준 60%이상의 부가가치가 수혜국에서 발생하고 직접 캐나다로 선적하여야 하며 원산지 증명서를 첨부하여야 합니다.

캐나다 보건부는 2008년 7월 식품 알러지로 고생하는 캐나다인의 건강보호와 복지 향상을 위한 적극적 조치로 제조업자에게 식품 알레르겐인 글루텐(Gluten)과 아황산염(Sulphites)이 첨가될 경우 포장제품에 이를 표시토록 하는 규정을 도입하여 식품 알러지 표시를 강화하고 있습니다.

또한 캐나다 연방보건부는 캐나다에서 판매되는 모든 식품에 대해 함유 영양소 표시기준을 강화하는 법안을 입법예고 중입니다. 이에 따라 전 식품포장에 칼로리량 명기와 더불어 비타민, 칼슘, 철분 등 13개 항목의 영양성분을 의무적으로 표기해야 합니다.

6.4 식당 위생 및 기타 사항

토론토 지역에서 모든 식음료 장사를 하기 위해서는 Toronto's Municipal Code 545-Licensing을 취득해야 합니다.

Health Inspector가 매장을 점검 후 Food Safety Inspection Report를 작성해 패스, 조건부 패스, 폐쇄 등의 3가지 결과를 내리게 됩니다. 모든 점검은 2년에 한 번씩 받는 것이 원칙입니다. 모든 통보서는 손님이 볼 수 있는 곳이나 입구 근처에 붙여야 합니다.

① 합격통보(Pass Notice)

Pass Notice는 보건적으로 직접적인 영향이 없을 때 내리게 되며 이 티켓은 \$45~\$370사이 입니다. 통보서는 다음 검사 가 있을 때 까지 부착해두어야 합니다.

② 조건부 합격 통보(A Conditional Pass)

이 통보는 검사 하는 동안 하나 이상의 문제를 찾아내었을 때 발행합니다. 조건부 합격 통보를 받을 경우 24~48시간 이내 다시 재검사를 받아야 하며 검사자가 수정사항을 확인하고 다른 문제를 찾지 못했을 경우 합격통보를 하게 됩니다. 첫 번째 재검사에서 합격 통보를 못 받았을 경우 이후에 2차 검사를 다시 받아야 하고 2차 검사에서도 합격을 못한다면 그 결과는 법정으로 송부되며 토론토 시 정부에서도 식품 허가 또는 비즈니스 허가에 대한 사항을 취소 할 수도 있습니다. 이 통보서는 합격 통보를 받을 때 까지 부착해야 합니다.

③ 폐쇄 통보(The Closed Notice)

폐쇄 통보는 검사 하는 동안 하나 이상의 중대한 문제를 찾아내었을 때 발행하게 됩니다. 폐쇄 통보를 받을 경우 재검사를 받을 때까지 부착해야 하며 만약 재검사에서 문제들을 찾지 못한다면 합격통보를 합니다. 폐쇄 통보는 법정으로 송부되며 매장은 합격 통보를 받을 때 까지 영업을 할 수 없습니다. 이 통보서는 합격 통보를 받을 때 까지 부착해야 합니다.



- 합격통보 -

- 조건부 합격통보 -

- 폐쇄 통보 -

보건 검사자가 평가하게 될 위험 요소를 정리하면 다음과 같습니다.

위험 정도	위험 평가 기준	최소검사기간
높은 위험	음식이나 음료에 위험한 성분이 있거나 식품으로 인한 문제를 일으킬 수 있는 제조 공정을 포함하고 있거나 식품 질환을 일으킬 수 있는 재료를 사용하고 있을 때	1년에 3번
중간 위험	음식이나 음료가 최대 위험 기준을 충족하지는 않았지만 위험한 음식 일 때 혹은 위험하지 않아도 너무 많은 양을 취급하거나 준비할 때	1년에 2번
낮은 위험	음식을 재활용하거나 중간 위험을 충족하지 않는 음식을 제공하거나 준비할 때	1년에 1번

위생 및 청결 강화를 위한 매뉴얼 작성 및 위생교육을 실시하여야 합니다.

위생을 위해서는 다음과 같이 일일 체크리스트를 작성하여 점검하는 것이 효과적입니다. 다음은 체크리스트 예시입니다.

출입구	비고
메뉴는 청결한가?	
출입구의 담배 꽂초 & 휴지는 없는가?	
행사 현수막은 청결하게 부착되어 있는가?	
계단은 청결한가?	
계단 좌측의 화단은 깨끗한가?	
계단 하단부의 하수구는 청결한가?	
재떨이는 청결한가?	
전등 커버에 벌레나 이 물질이 없는가?	
벽에 부착된 장식물은 깨끗한가?	
웨이팅 의자는 청결하게 잘 관리되는가?	
유리문은 청결한가?	
Hall	비고
전체적인 전등은 잘 작동 되고 커버는 청결한가?	
Table은 흔들리거나 꺾이 묻어 있지 않는가?	
Table & Chair 하단부 및 전체적으로 청결한가?	
Salt & Pepper Shaker는 청결한가?	
Booth의 안쪽에 이 물질이 없는가?	
벽에 부착된 장식물은 청결한가?	
에어컨디셔너의 커버는 청결한가?	
카펫에 얼룩이나 이 물질은 없는가?	
Restroom	비고
문과 액자는 먼지 없이 깨끗한가?	
악취가 나지 않고 방향제는 잘 작동 되는가?	
거울은 얼룩없이 깨끗한가?	
쓰레기통은 청결한가?	

Appendix

1. 한식당 설립 및 운영 지원기관 및 업체 리스트

구분	주요 기관 및 업체	지원 업무 및 제공 서비스	사이트 주소
사업 파트너	캐나다 비즈니스 사이트	- 사업 계획서, 비즈니스 설립에 관한 정보 및 서비스 제공	www.canadabusiness.ca
	BizPal	- 외식 산업에 대한 전반적인 정보 제공	www.ontario.ca
	CRFA(Canadian Restaurant and Foodservices Association)	- 외식 비즈니스 창업과 운영에 대한 토탈 솔루션 및 컨설팅 서비스 제공	www.crfa.ca
회사 설립 등록	캐나다 산업성	- 외국인 기업 등록 기관	www.strategis.ic.gc.ca/corporations
	온타리오(Ontario) 주 정부 사이트	- 기업의 상호 등록 및 운영정보 제공	www.ontario.ca
국세청 등록	Ontario Ministry of Government Services	- 직·간접세 납부 관련 행정 절차 처리 - 각종 국가보험, 연금, 최저임금제에 대한 업무 처리	www.ontario.ca
라이선스 취득	AGCO	- 각종 라이선스 취득을 위한 정보 제공	www.agco.on.ca
음악 관련 라이선스	SOCAN	- 음악과 관련된 저작권 관련 취득 업무 처리	www.socan.ca
자금 지원	Canada Business	- 연방정부와 주정부의 자금 지원에 대해 검색하고 신청 서비스 제공	www.canadabusiness.ca/eng/search/sof/

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

