

글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in Madrid



마드리드

「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「마드리드 글로벌 한식당 운영 길라잡이」를 펴내며...

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

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

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

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

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

감사합니다.

2015년 6월 한식재단 이사장

CONTENTS

I. 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	10
2) 종교적 배경	11
3) 사회·문화적 특성	11
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	16
2) 전통음식	17

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	22
2) 투자 정책	24
3) 이민 정책	26
4) 식품 및 외식산업 정책	27
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	29
2) 외국인 투자 유치	31
3) 물가 상승률 변화	32
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출	33
5) 경제 동향	34

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	35
2) 외식시장 트렌드	38
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	46
2) 외식소비 특성	50
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	57
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	59
3) 주요 에스닉 식당 소개	60
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	64

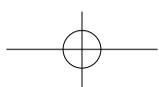
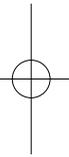
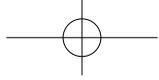
3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황	75
2) 한식당 진출 현황	77

II. 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차	
1) 개인 사업자	83
2) 법인 사업자	84
1.2 설립 주요 실무 정보	
1) 인허가 요건 및 관련 법규	91
2) 임대차 계약 절차 및 관행	92
3) 영업시설의 공통기준	96
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항	98
5) 세무 관련 정보	103
6) 수입/통관 관련 정보	111
1.3 기타정보	
1) 거주허가 비자	122
2) 금융 서비스	126
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보	131



I. 마드리드(Madrid) 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	10
2) 종교적 배경	11
3) 사회·문화적 특성	11
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	16
2) 전통음식	17

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	22
2) 투자 정책	24
3) 이민 정책	26
4) 식품 및 외식산업 정책	27
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	29
2) 외국인 투자 유치	31
3) 물가 상승률 변화	32
4) 가치분소득 변화 및 식음료 지출	33
5) 경제 동향	34

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	35
2) 외식시장 트렌드	38
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	46
2) 외식소비 특성	50
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	57
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	59
3) 주요 에스닉 식당 소개	60
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	64
3.5 한식산업에 대한 이해	
1) 한인사회 현황	75
2) 한식당 진출 현황	77

1. 일반현황

1.1 도시개황

스페인인 유럽의 서쪽 끝에 위치한 나라로 북쪽은 프랑스, 남쪽은 지브롤터 해협, 서쪽은 포르투갈, 동쪽은 지중해에 접해있습니다.

면적은 504,030km²으로 한반도의 약 2.3배이며 공식 언어는 스페인어를 사용합니다.

정치체제로는 입헌군주제를 채택하고 있으며 내각은 양원제로 구성되어 있습니다.

2014년 기준, 약 4,658만 명의 인구가 집계되었습니다.

마드리드는 1930년대 스페인 내전 시 폭격으로 도시 대부분이 붕괴되었던 역사를 가지고 있습니다. 프랑코 정권이 들어선 이후 산업화에 박차를 가하여 점차 회복되었고, 1960년대에는 급격한 지방 인구의 유입이 발생하였습니다.

오늘날 마드리드는 비즈니스 서비스, 특히 무역으로 유명하며 관광지와 쇼핑가를 중심으로 한 상권이 잘 구성되어 있는 도시입니다.

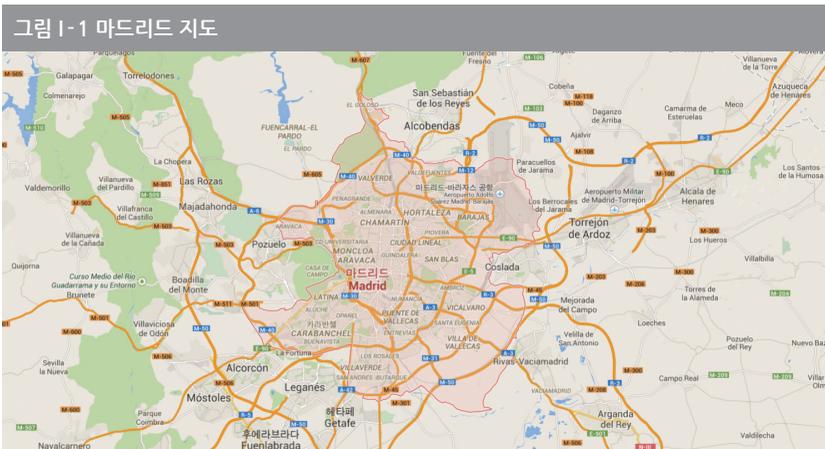


그림 1-2 스페인 국기



사진 1-1 스페인 전통 의상을 입은 여인들

마드리드는 이베리아 반도의 중심부에 위치한 스페인의 수도이자 정치, 문화, 경제의 중심점입니다.

마드리드는 만사나레스(Manzanares) 강에 인접한 메세타(Meseta) 고원 635m에 위치하고 있습니다.

스페인에서 가장 크고 인구가 많은 도시이며 서유럽 전체에서도 네 번째로 인구가 많은 도시입니다.

179개의 시와 군을 포함하고 있는 마드리드 자치구 내 위치한 마드리드 시는 스페인에서 가장 크고 인구가 많은 도시입니다.

면적은 602km²로 서울과 비슷하며 2012년 기준 약 330만 여명의 사람들이 살고 있습니다.

기후는 대륙성 기후의 영향으로 일교차가 큰 편이며, 여름에는 덥고 건조하나 겨울에는 춥고 눈이 많이 내립니다. 연 평균기온 14℃, 강수량 37m를 기록하고 있습니다.

관광 성수기는 화창한 날씨가 지속되는 7월~8월이며 연 400만명 이상의 관광객이 찾는 관광 도시입니다.



사진 1-2 마드리드 전경(좌), 만사나레스 강(우)

1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

스페인인 대표적 다민족 국가입니다.

스페인의 인구는 라틴계 스페인인이 다수를 이루나 외국인 거주자와 모로코, 루마니아, 콜롬비아 출신의 이민자들이 많습니다. 아시아계 주민들 가운데는 중국인, 필리핀인, 인도인이 많습니다.

최근에는 영국, 프랑스, 아르헨티나, 독일 출신의 인구가 증가하는 추세입니다.



스페인의 공식 언어는 스페인어나 지방별로 다양한 언어가 존재합니다.

스페인에서는 라틴어를 뿌리로 하는 스페인어가 대체적으로 쓰이지만, 일부 지역에서는 그 지방의 언어가 공용어로 쓰이고 있습니다.

카탈루냐, 발렌시아, 발레아레스 제도 등에서는 카탈루냐어가 사용되고 있고 바스크, 나바라 지방 일부에서는 바스크어가 사용됩니다. 갈라시아에서는 갈라시아어, 발다란에서는 아란어, 아라곤에서는 아라곤어, 아스투리아스와 레온, 살라만카 등의 지방에서는 아스투리아스레온어가 사용되고 있습니다.

2) 종교적 배경

스페인 헌법은 국교를 명시하지 않지만 가톨릭 교회에 대해서는 특별한 지위를 인정하고 있습니다.

현재 스페인에는 70여 개의 가톨릭 교구가 있습니다. 또한 스페인 가톨릭 교회는 역사적으로 중요성이 높은 종교 건축물들을 다수 보유하고 있습니다.

스페인 국민의 94% 이상이 가톨릭 신자이나 성당 미사에 참여하는 신도 수는 적은 편입니다. 대부분의 경우 가족의 결혼식, 장례식 등 특별한 행사에만 미사에 참석합니다.

가톨릭 신자가 아닌 경우 대부분 무교 성향을 보여 기타 종교의 비율은 매우 낮은 편입니다.

마드리드의 경우 90% 이상의 거주민이 가톨릭 신자로 집계되고 있습니다.



사진 I-3 톨레도 대성당

3) 사회·문화적 특성

스페인은 유럽 내에서 정보화의 수준이 높은 국가로 구분됩니다.

스마트폰과 광케이블 보급률이 높으며 이에 힘입어 온라인 시장이 빠른 성장률을 보이고 있으며, 젊은 층을 중심으로 한류도 빠르게 전파되고 있습니다.

한편 식문화에서는 레토르트 관련 소비가 증가하고 있는 추세입니다.

① 스마트폰 및 인터넷 보급률의 증가

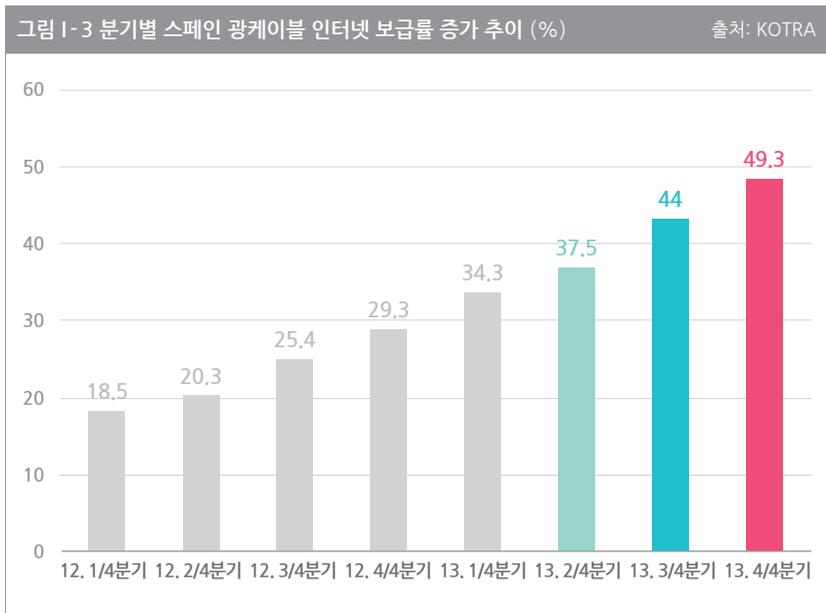
스페인인 유럽 국가 가운데 스마트폰 보급률이 가장 높은 국가이며 인터넷에 대한 접근률도 대단히 높은 국가입니다.

2012년 12월 기준, 전체 국민 중 66%가 스마트폰을 사용하고 있으며 유럽 평균 스마트폰 보급률이 57%라는 점을 감안할 때 이는 매우 높은 수치임을 알 수 있습니다.

무선 인터넷 서비스 사용도 보편화되어 있고 초고속 인터넷 가입자 수도 꾸준히 증가하고 있습니다. 2013년 4분기 기준, 스페인 내 인터넷 라인 수는 1,206만 개로 2012년 1분기 대비 8.7% 증가했습니다. 10Mbps 미만 인터넷 서비스 가입자는 그간 감소세를 이어온 반면, 10Mbps 이상 서비스 가입자는 빠르게 증가하고 있는 것입니다. 10~20Mbps 인터넷 라인 증가율은 불과 2년 사이에 76%가 넘었으며 같은 기간 20Mbps 이상 인터넷 라인 증가율은 96%에 달했습니다.

광케이블 인터넷 인프라 구축은 앞으로도 더욱 늘어날 전망입니다.

광케이블 수요가 꾸준히 늘고 있으나 전체 인터넷 서비스시장에서 차지하는 비중은 여전히 낮습니다. 향후 최소 2~3년간은 광케이블 수입시장이 호황을 이어나갈 것으로 보입니다.



② 온라인 시장의 성장

오랜 불황 중에도 스페인의 온라인 유통시장은 꾸준히 성장하고 있습니다.

경제위기로 전반적인 민간소비가 줄어든 가운데, 온라인을 통한 판매시장은 최근 10년간 꾸준히 가파른 성장세를 이어오고 있습니다.

유럽 온라인 판매자 협회(e-Commerce Europe)에 따르면 스페인 온라인 유통시장 규모는 2013년 이미 140억 유로(약 16조 3,058억원)에 도달했으며 2014년에는 전년대비 16.8% 증가할 것으로 예상됩니다.

조사에 의하면 소비성향이 적극적이며 씀씀이가 큰 25~44세 소비자의 인터넷 접속 시간이 긴 편입니다.

스페인 소비시장의 중심이 점차 온라인으로 옮겨가고 있으므로 앞으로 유무선 인터넷을 통한 마케팅 전략 구상에 더 비중을 뒀야 할 것으로 보입니다.



그림 1-4 스페인 인터넷 쇼핑몰(Yaap Shopping)

③ 한류의 높은 인기

2014년 7월, 제 3회 K-POP 페스티벌(한국문화원 주관)이 마드리드에서 개최되었습니다.

예선을 통과한 참가자들이 공연할 수 있는 본 페스티벌에서는 수준 높은 K-Pop 음악과 뜨겁게 호응하는 관중들이 있었습니다.

스페인 사람들의 한국 문화에 대한 열기는 K-Pop에만 국한되지 않습니다. K-Movie와 K-Drama에 대한 관심 역시 인터넷을 통해 젊은 층을 중심으로 확산되고 있습니다.

스페인 공영 TV 방송에서는 한국 드라마가 방영된 적이 없으나 이미 한국 드라마의 팬인 현지인들이 많습니다.

또한 한국의 드라마와 영화를 통해 한국에 대해 관심을 갖고 한국을 더욱 알고 싶어 하는 사람들이 한국문화원을 방문하고 있습니다. 매월 격주로 개최되는 문화원 영화 상영회에는 늦은 시간임에도 불구하고 스페인 사람들이 가득 모이고 있습니다.

이러한 한류의 인기는 디지털 시대와 함께 도래했다고 해도 과언이 아닙니다. 한국의 문화는 디지털 매체와 SNS의 발달에 힘입어 스페인에 전파된 것이라 전문가들은 판단하고 있습니다.

④ 즉석조리 식품 소비 증가

최근 스페인 사회에 즉석조리 식품 문화가 서서히 스며들기 시작했습니다.

신선하고 풍성한 식재료를 기반으로 한 여유로운 지중해식 식생활에 익숙했던 스페인이 변화하고 있습니다. 2012년 기준, 스페인 내 즉석조리 식품에 대한 지출은 총 22억 5,250만 유로(약 2조 8,253억원)로 전년대비 1.7% 증가했습니다.



사진 1-4 스페인 대형마트에 위치한 컵라면 코너

스페인 소비자가 가장 많이 구매한 제품은 피자와 냉동용 즉석식품으로 전체 품목 중 각각 26%, 25%의 비중을 차지하고 있습니다.

이처럼 인스턴트 식품 시장이 호황을 누리게 된 것은 소비자들의 불황에 대한 불안감 때문입니다.

소비자들은 불황이 장기화될 것으로 보고 식비를 줄이기 위해 외식보다는 인스턴트 식품을 더 많이 선택하고 있습니다. 2014년에도 즉석조리 식품 시장은 호황을 누렸으며 특히 냉동피자와 스파게티의 판매가 증가했습니다.

그림 1-5 2012년 스페인 소비자의 즉석조리 식품 지출 현황		출처: Mercasa
	총 지출 (백만 유로)	1인당 지출 (유로)
보관용 즉석식품	334.4	7.3
육류	167.4	3.6
어류	19.4	0.4
채소류	107.7	2.3
콩류	43.6	0.9
파스타류	40	0.9
냉동용 즉석식품	563.6	12.2
육류	120.7	2.6
어류	223.7	5
채소류	89.7	1.9
파스타류	69.4	1.5
기타 냉동용	55.2	1.2
수프/크림	256.9	5.6
피자	585.7	12.7
기타 파스타	59.1	1.2
냉장 토르띠야	30.2	0.7
기타 즉석식품	422.7	9.2
즉석식품 합계	2252.5	48.9

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관

스페인인은 축산 및 수산물이 풍부하고 세계에서 프랑스, 이탈리아 다음으로 포도주 생산량이 많은 농산국입니다.

과일·채소류도 풍부하며 이탈리아와 같이 올리브유, 마늘, 토마토를 이용한 요리가 많습니다. 스페인 요리에는 대부분 올리브유가 들어가며 감자, 토마토, 콩, 해산물 등이 들어가지 않은 요리는 찾아보기 어려울 정도입니다. 수산물 가운데에서는 특히 오징어, 문어, 낙지를 즐겨 먹습니다.

스페인 사람들은 하루에 5번의 식사를 하는 것으로 알려져 있습니다.

하루 식사는 아침(Desayuno), 점심 전 식사(Almuerzo), 점심 정찬(Comida), 저녁 전 식사(Merienda), 저녁(Cena)으로 나뉘어져 있습니다.

이 다섯 번의 식사 가운데 스페인 사람들은 점심 정찬을 가장 중요하게 생각하며, 다른 식사는 상대적으로 가볍게 먹는 성향을 갖고 있습니다.

El desayuno					El almuerzo				
Dos huevos fritos \$1.99	Los panqueques \$2.99	La leche \$1.25	El jugo de naranja \$1.10	El perrito caliente \$1.99	Un sándwich de jamón y queso \$1.75	Los refrescos \$1.75			
Las salchichas	El tocino	El jamón	El café \$1.75	El pollo con arroz \$3.99	La pizza Una porción \$1.25 Una pizza completa \$9.99	El jugo de manzana \$1.25	El agua \$1.00		
El yogur \$0.75	Las fresas \$1.00	Una naranja \$0.60	Un plátano \$0.39	El pan tostado \$0.50	Una manzana \$.50	Una galleta \$0.75	La ensalada de frutas \$1.50	La ensalada \$1.75	
A veces me gusta comer un desayuno del cereal con las fresas y la leche. (\$2.99) ...pero yo prefiero un desayuno grande:					Me gusta comer la sopa de verduras, es el almuerzo perfecto en el invierno (\$2.99) ...pero en el verano yo prefiero esto:				
A mí me encanta comer un desayuno grande de huevos fritos, el pan tostado, las salchichas. ¡Qué delicioso! También, me gusta beber el jugo de naranja o un café de Starbucks. (\$8.99)					¿A ti te gusta un almuerzo grande? Una hamburguesa con queso, las papas fritas y un refresco frío ... ¡Me encanta! (\$5.99)				

그림 1-6 스페인식 아침(Desayuno) 및 점심(Almuerzo) 식단

스페인 사람들의 일반적인 하루 식단은 다음과 같이 구성됩니다.

아침은 버터를 바른 토스트나 츠러스에 우유를 탄 커피를 곁들여 가볍게 하루를 시작합니다. 오전 11시~12시 사이 점심 전 식사로 샌드위치나 감자 오믈렛, 맥주 등을 먹으며 정찬 전의 공복을 달립니다.

이후 오후 2시~4시 사이에 애피타이저, 메인디쉬, 디저트, 커피 등으로 구성되어 있는 점심 정찬을 먹습니다. 오후 6시쯤 저녁 전 식사에서는 케이크, 유제품, 비스킷을 먹거나 바에서 음료를 시키면 간단하게 팔려나오는 '타파스(Tapas)'를 먹습니다. 밤 9시 이후에는 저녁으로 수프나 샐러드를 먹으며 허기를 채웁니다.



사진 1-5 스페인의 대표 간식 츠러스

2) 전통음식

역사적으로 스페인은 작은 왕국들로 나뉘어져 있었으며 각 왕국마다 독특한 언어, 문화, 요리가 있었기에 스페인 국가 차원에서의 전통음식이 따로 있다고 말하기는 어렵습니다.

오늘날까지 스페인은 17개의 자치주로 구성되어 있으며 저마다 특유의 요리를 가지고 있습니다.

그럼에도 불구하고 스페인 전역에서 공통적으로 인기있는 전통음식들을 꼽자면 해물잡탕밥인 '빠에야(Paella)', 스페인식 햄 '하몽(Jamon)', 차가운 야채수프인 '가스파초(Gazpacho)' 등이 있습니다.

이 중 마드리드 특산요리로는 병아리콩 스투인 '코시도(Cocido)'가 유명합니다.

빠에야

빠에야는 본래 넓적한 후라이팬을 지칭하는 말로 오징어, 새우, 조개 등의 해산물과 돼지고기, 닭고기 등의 육류, 야채, 향신료 샤프란을 넣어 만든 볶음밥 요리입니다.



사진 1-6 빠에야

가스파초

가스파초는 토마토, 피망, 오이, 마늘, 젖은 빵 등을 갈아 올리브 오일을 첨가해 먹는 차가운 수프입니다. 코스요리에서 나올 때에는 수프로 먹지만 단품 요리로도 가능한 메뉴입니다.



사진 1-7 가스파초

하몽

하몽은 돼지 뒷다리를 절여 건조시킨 스페인식 전통 햄입니다. 보통 1년 정도 숙성 기간을 거치며 짭짤한 맛과 쫄깃한 식감을 가지고 있습니다. 자르는 방법은 사람에 따라 다르지만, 일반적으로 얇게 저며서 먹습니다.



사진 1-8 하몽

코시도

정식 이름은 코시도 마드릴레뇨(Cocido Madrileño)로 마드리드의 전통요리입니다.

병아리콩을 주재료로 하여 야채, 고기를 함께 냄비에 넣고 삶아낸 콩 스투입니다.



사진 1-9 코시도 마드릴레뇨

[참고] 스페인의 지역별 대표 요리

스페인의 요리법은 각 지방의 재배 작물과 사람들의 기호에 따라 다릅니다. 같은 스페인 음식이라도 특수한 재료가 들어가기도 하고 색다른 조리법이 사용되기도 합니다.

대체로 공유인 병아리콩, 렌즈콩, 완두콩을 많이 쓰며 후식에는 큰 차이가 없으나 고기 요리는 지역에 따라 양념과 재료의 차이가 큰 편입니다.

각 지방의 식문화적 특징과 대표 요리는 다음과 같습니다.

라리오하 지방

라리오하 지방은 포도주로 유럽 전역에서 이름이 높습니다. 채소 스투나 후추, 감자를 곁들인 산뜻한 요리가 많습니다.

카스티야레온 지방

카스티야레온 지방은 중세 카스티야 왕국으로 번영을 누렸던 지역으로 풍부한 식재료를 활용한 고급요리가 발달해있습니다. 생후 한 달 이내의 새끼 돼지를 통째로 구운 코치니요 아사도(Cochinillo asado)가 유명합니다. 전 세계 사람들의 사랑을 받고 있는 부드러운 빵 카스텔라(Castella)의 본고장이기도 합니다.

마드리드 지방

내륙 지방의 특성상 병아리콩을 넣어 만든 스투인 코시도 마드리예노, 양고기에 딸기, 메론, 포도 등을 넣어 요리한 카요스 마드리예나(Callos madrilenas)가 유명합니다.

에스트레마두라 지방

햄과 베이컨 등 저장식품을 이용한 요리가 많습니다. 베이컨, 닭고기, 햄, 채소로 만드는 스투인 올라 포드리다(Olla podrida), 스페인 전통 소시지 요리인 엠부티도(Embutidos)가 유명합니다.

안달루시아 지방

해안을 끼고 있는 지방으로 새우, 오징어, 멸치 등이 식재료로 자주 사용됩니다. 튀긴 생선을 자주 먹고 가운 토마토 수프인 가스파초가 유명합니다. 남부 스페인의 특산주인 셰리酒도 안달루시아 지방의 대표적인 술입니다.



사진 1-10 카스텔라(좌), 카요스 마드리예나(우)



사진 1-11 사란고요(좌), 미가스(우)

아라곤 지방

포도주 종류가 많은 지역입니다. 또띠야와 빵을 함께 볶아 먹는 미가스(Migas)가 유명하며 적포도주에 복숭아를 함께 담아 먹는 문화가 있습니다.

무르시아 지방

곡창지대가 넓어 곡물과 야채를 많이 사용하는 지역입니다. 양파와 감자를 달걀과 함께 버무려 만든 사란고요(Zarangollo)가 유명합니다.

발렌시아 지방

빠에야의 탄생지이자 본 고장입니다. 한국에서 대형 비빔밥을 만들듯 발렌시아 지방의 사람들은 축제 기간에 거대 빠에야를 만들어먹는 것이 관행처럼 굳어져 있습니다. 발렌시아식 빠에야는 고기와 해물을 함께 넣어 만드는 것이 특징입니다.

카탈루냐 지방

쌀 요리가 발달했으며 카탈루냐식 햄인 비크(Vic)가 유명합니다.

바스크 지방

바다와 접해있는 지방으로 거미게로 만드는 마르미 타코(Marmite Taco)가 유명합니다. 대구와 참치로 만드는 요리도 많이 먹습니다.

나바라 지방

프랑스와 인접한 지역으로 프랑스 식문화의 영향을 받았습니다. 프랑스산 적포도주로 알려진 클라레(Claret)를 많이 소비하며 베이컨과 치즈로 속을 채운 송어 요리인 아 라 나바라(A la Navarra)가 유명합니다.

갈리시아 지방

바다와 접해있는 지방으로 문어, 청어로 만드는 칼도 가예고(Caldo gallego), 아몬드와 레몬을 첨가한 타르트인 타르타 데 산티아고(Tarta de Santiago)가 유명합니다.

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

스페인인 유로존에서 4번째로 큰 경제규모를 지닌 나라이지만, 청년 실업률이 50%, 전체 실업률이 20%를 웃돌고 있어 경제 성장에 장애물로 작용하고 있습니다.

이에 스페인 정부는 내년 총선을 앞두고 경제를 살리기 위해 여러 방면으로 경기부양책을 시행하고 있습니다.

경기부양책은 구체적으로 세금 감면안과 공공·민간투자에 기반한 재산업화(Re-industrialization) 정책으로 나뉩니다.

2012년부터 시행된 노동규제 완화에 더불어 라호이 스페인 총리는 2016년까지 최고 법인세율을 30%에서 25%로 낮추겠다고 2014년 5월 발표했습니다.

이는 기업들의 고용과 투자 확대를 위한 것으로 기업발전에 더 유익한 환경을 제공하려는 노력의 일환으로 해석됩니다.

개인소득세율 역시 2016년까지 인하될 것으로 보입니다. 정부는 최저소득계층에 대한 세율을 24.75%에서 19%로, 최대소득계층에 대한 세율을 52%에서 45%로 낮추겠다고 발표했습니다.

한편 공공·민간투자를 유도하여 연구개발 부문을 키우려는 재산업화(Re-industrialization) 계획도 있습니다.

2014년 6월 발표에 따르면 스페인 정부는 민간부문에서 27억 유로, 정부예산에서 36억 유로를 총당하여 총 63억유로(약 8조 7,500억원)의 공공·민간투자를 실행할 것이라 밝혔습니다.



사진 I-12 스페인 총리 마리아노 라호이

막대한 재정지출로 공공적자가 급증할 수 있다는 우려가 있으나 이러한 일련의 경기부양책들은 기본적으로 가계 가처분소득을 늘리는 것을 목표로 하고 있습니다.

또한 2014년 7월 스페인 내각은 시장기능의 효율성 촉진, 정부의 조달자금 및 고용력 증대를 위한 국왕령을 승인했습니다.

이를 통해 스페인의 경제성장을 안정화시키고 일자리 창출 및 국민 모두가 경제회복을 체감하는 것을 주요 목표로 제2차 경제개혁이 진행될 예정입니다.

유럽연합(EU) 회원국들의 신뢰를 회복하는 것도 위 경제개혁의 주된 목적 가운데 하나입니다.

정부는 본 국왕령을 승인함과 동시에 “공동투자기업 및 위험부담자본기업에 관한 법률”의 초안을 의회에 제출했으며 소비자가 신용카드 또는 체크카드를 사용할 시 영업소가 은행에 지불하여야 하는 수수료의 인상을 금지하고, 신용카드와 체크카드 사용 수수료를 각각 0.30%, 0.20%씩 인하하겠다는 방침도 함께 내놓았습니다.



2) 투자 정책

스페인은 OECD국가 중 세금혜택이 가장 많은 나라 중 하나이며 각종 산업 인센티브가 마련되어 있는 국가입니다.

스페인은 OECD국가 중 R&D투자에 있어 세금혜택을 두 번째로 많이 주는 국가로 법인세를 역시 OECD국가 중 낮은 편이며 경제부양책에 의해 더욱 인하될 예정입니다.

FDI(Foreign Direct Investment, 해외직접투자)는 스페인 경제의 큰 역할을 해왔으며 2013년 제정된 외국인 투자 유치 활성화 정책에 의해 더욱 투자우호적 환경이 조성될 것으로 전망됩니다.

2013년 외국인 투자 유치 활성화를 위해 이민법 규정에 새로운 거주 허가 요건을 추가하는 사업촉진법(Ley de emprendedores 2013-14호)이 제정됨에 따라 자·상사 허가 수속 절차에 드는 기간이 크게 단축되었습니다.

이 법으로 인해 이전까지 대기업에게만 제공되던 특별 이민 서비스 혜택이 일반 투자자 및 중소기업에게까지 확대되었습니다.

본국에서 거의 1년 가량의 기간이 소요되던 자·상사 거주허가 수속 절차 문제도 기간이 한달 이내로 단축되었으며 기존 한국 기업들에게 가장 큰 어려움으로 작용했던 수속 절차 문제가 해결될 것이라 예상됩니다.

그림 1-7 사업 촉진법 특별제도의 혜택을 받는 외국인 자격 요건		출처: KOTRA
1	투자자: 100만 유로 이상에서 국채의 경우 200만 유로	
2	사업자	
3	고학력자/전문가	
4	연구원	
5	기업 파견자	

[참고] 스페인의 우수한 투자 환경

스페인인 지리적 이점과 훌륭한 인프라, 저렴한 노동력을 지닌 잠재력 높은 투자시장입니다.

스페인은 중동, 아프리카, 중남미, 유럽 등 여러 시장의 중간지점에 위치해있어 역사적으로 이들의 중심지 역할을 해왔습니다.



그림 1-8 스페인의 교통 인프라

중심지로서의 지리적 이점 뿐 아니라 언어적 동일성을 바탕으로 스페인은 중남미 국가들과 활발한 교류를 이루고 있습니다.

그리고 풍부한 교통 인프라를 갖추고 있어 유통 통로로서 매력적인 국가입니다.

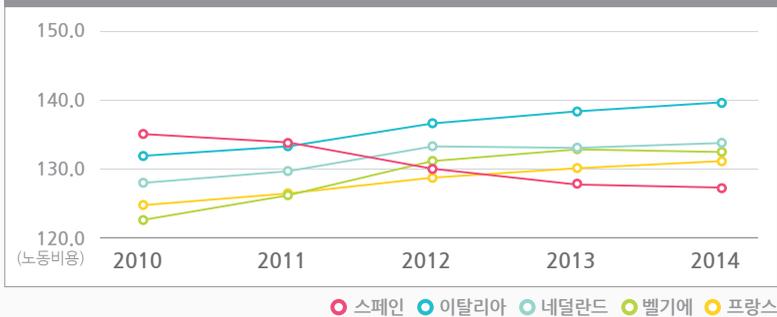
47개의 공항에 매년 약 2억 명이 192만 편 이상의 항공편을 이용하고 있고, 그 외에도 총 길이 14,262km의 고속도로망을 보유하고 있습니다. 지하철 체계도 우수한 편입니다.

스페인은 인근국가에 비해 상대적으로 높은 노동 생산성을 지니고 있습니다.

그간 특유의 여유로운 근로 태도 등에 의해 생산성이 낮지만 노동생산성은 높은 것으로 파악되었습니다. 2013년 6월 유럽연합 통계청(Eurostat)의 조사에 의하면 스페인의 노동비용은 EU 27개국의 평균보다 낮은 한편 노동생산성은 평균보다 높습니다.

그림 1-9 2010-2014년 스페인 노동비용 추이

출처: Business Spectator



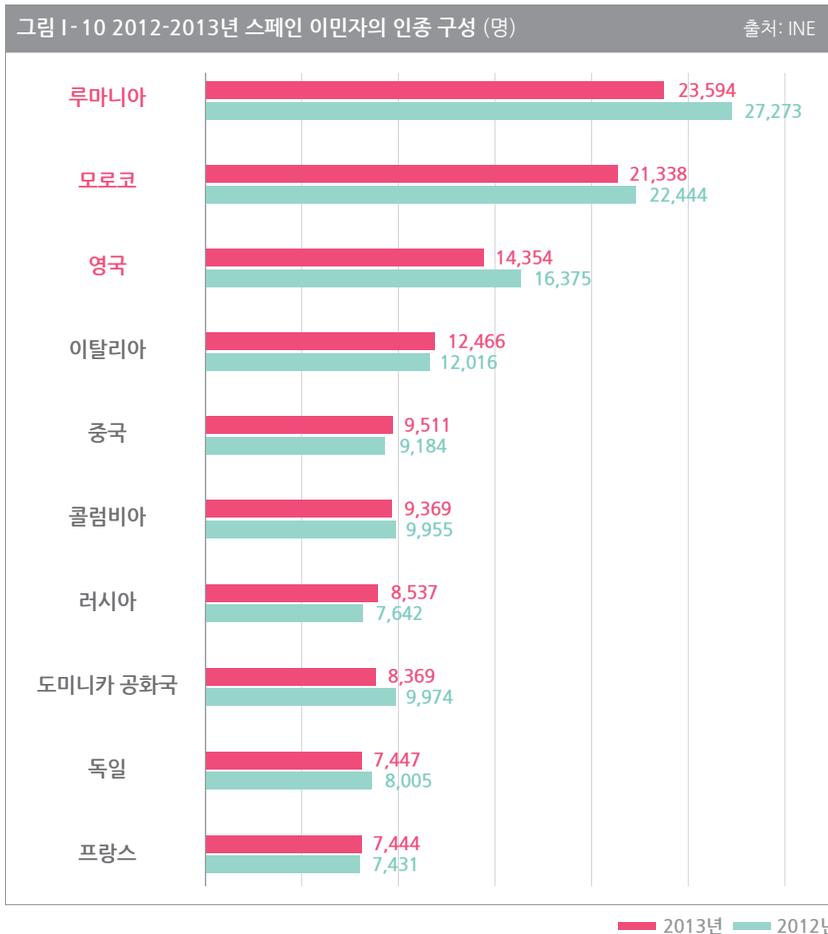
3) 이민 정책

스페인 이민정책의 기본방침은 외국인 이민을 막기보다 합법적 이민을 장려하는 것입니다.

스페인에서 이민자들에 대한 시선은 대체적으로 긍정적인 편입니다. 이민자들이 경제성장에 긍정적인 영향을 미친다는 여론이 형성되어 있고, 정당에서는 이민자들을 포용하는 것이 민주주의 가치를 표방하는 방식이라고 받아들이는 정치문화가 형성되어 있기 때문입니다.

오늘날 스페인에는 연간 약 25만~30만명의 이민인구가 발생하고 있습니다.

2012~2013년 기준 스페인 이민자 통계를 살펴보면 루마니아, 모로코, 영국으로부터의 인구 유입이 가장 많았습니다.



4) 식품 및 외식산업 정책

스페인 식품 및 음료 제조연합(FIAB)은 스페인 정부와 농업식품자연부와 협력 아래 '식품 및 음료산업 성장전략안'을 발표했습니다.

전략안은 식음료 산업의 효율성 제고, 가치창조, 수출진작, 산업활성화를 통해 2020년까지 산업 매출규모 1,150억 유로(약 144조 2,434억원), 신규 일자리 6만 개를 달성하는 것을 목표로 하고 있습니다.

스페인의 식품 산업은 EU에서 다섯 번째로 크며 스페인 GDP의 6.5%을 차지할 정도로 경제성장에 기여도가 높습니다. 또한 해외시장에서도 상당한 경쟁력을 보이고 있습니다.

따라서 스페인의 식음료 산업은 앞으로 정부와 민간업계의 협력 아래 전략적으로 육성될 것으로 전망됩니다.

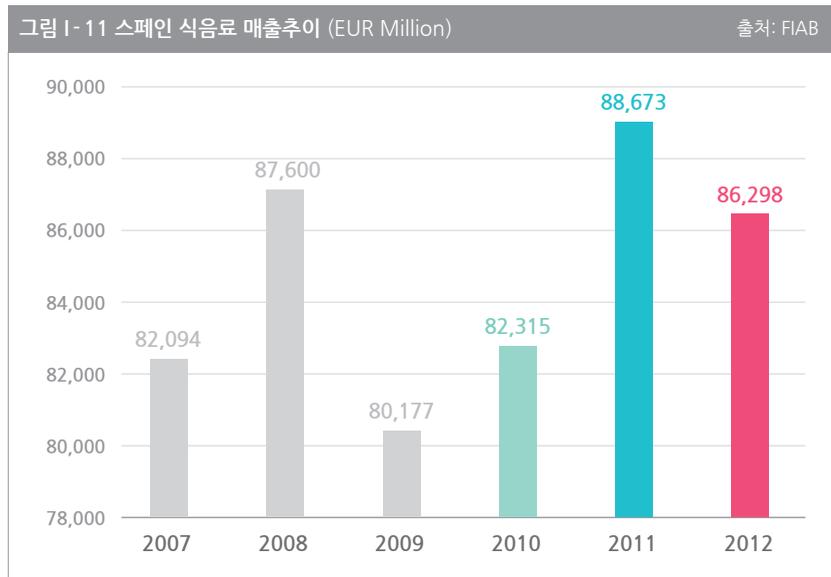


그림 1-12 품목별 식품 및 음료 제조 매출 추이 (EUR Million)		출처: FIAB		
	2009	2010	2011	
육류	17,005	17,535	19,149	
어류	3,623	3,785	4,162	
과일 및 채소류	6,156	6,625	6,697	
기름 및 오일	6,939	7,351	7,762	
유제품	8,499	8,221	8,933	
제분 관련	2,714	2,564	3,165	
사료	7,138	7,414	8,900	
제빵 관련	6,259	6,822	6,848	
설탕, 카카오, 초콜릿	3,924	4,008	4,410	
기타 식품	4,180	4,359	4,557	
알콜음료	8,794	8,876	9,364	
생수 및 비알콜음료	4,947	4,756	4,726	
식품 및 음료 총합	80,177	82,315	88,673	

2011년 기준 스페인의 식품업계 매출은 약 886억 7,300만 유로(약 108조 7,424억원)를 달성했습니다.

육류를 즐기는 스페인 사람들의 특성에 맞게 가장 높은 비중을 차지한 것은 육류 부문이었으며 알콜 부문이 그 뒤를 잇고 있었습니다. 이는 2009년에 비해 각각 6%, 3% 성장한 수치였습니다.

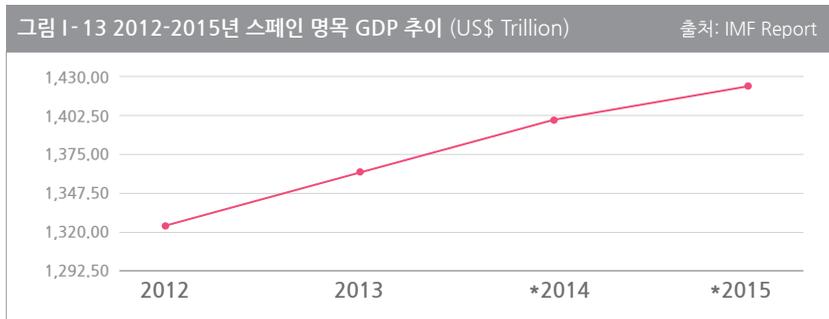
2.2 경제적 환경

1) 경제 규모

스페인의 GDP는 2013년 기준 1조 490억 유로(약 1,438조 5,740억원)로 세계 13위입니다.

스페인인 2007년부터의 마이너스 성장 끝에 2014년 1분기 0.1%의 성장을 실현하고 회복기에 들어섰습니다.

부문별로 살펴보면 관광산업에서의 호조와 건설부문에서의 부진이 엇갈리고 있습니다.

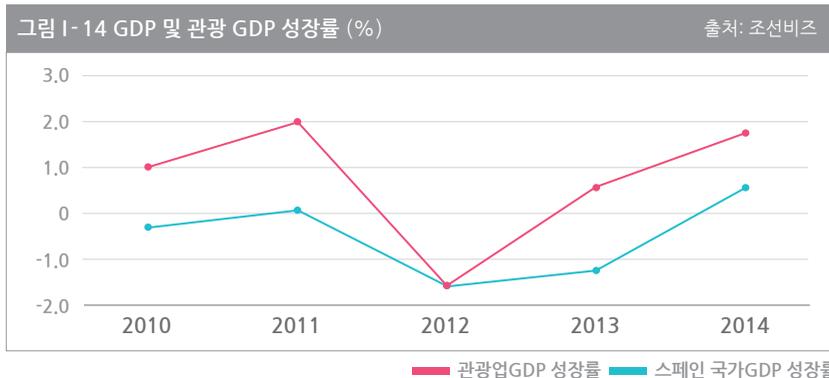


* 2014년부터는 추정 자료입니다.

스페인 GDP의 약 10%를 차지하는 관광업은 북아프리카 지역의 정세불안에 대한 반사효과 및 가격 경쟁력 제고 등에 힘입어 빠르게 회복 중입니다.

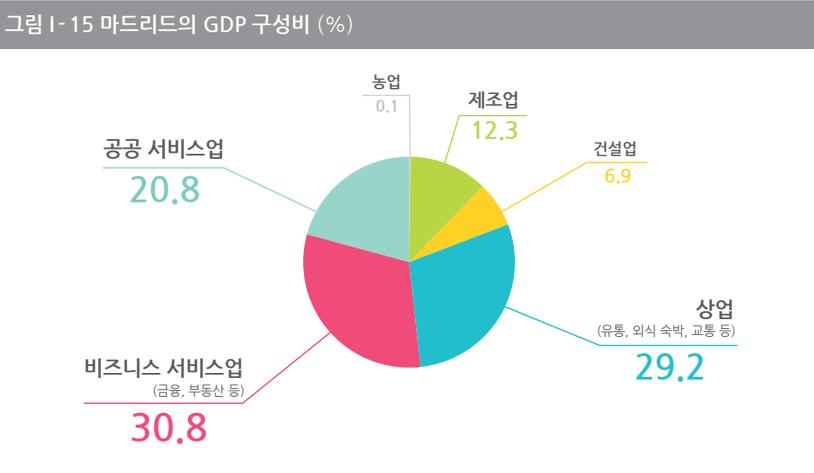
최근 에볼라 바이러스 발병에 의해 일시적인 관광객의 감소가 있었으나 그 영향력은 제한적인 것으로 보입니다.

스페인 관광업계 연합회(Exceltur)에 따르면 2014년 관광업 GDP 성장률은 1.8%로 2013년의 0.6%에 비해 상당한 증가를 보였습니다.



스페인 경제에 가장 큰 문제로 지목되었던 실업 문제도 점차 개선되고 있습니다.

실업률은 2013년 2분기에 정점을 기록한 후 2014년 1분기 25.93%로 미약한 하락세를 보였으나 여전히 높은 수준입니다. 실업률이 정상 궤도에 오르기까지는 8년 정도 걸릴 것으로 예상되고 있습니다.



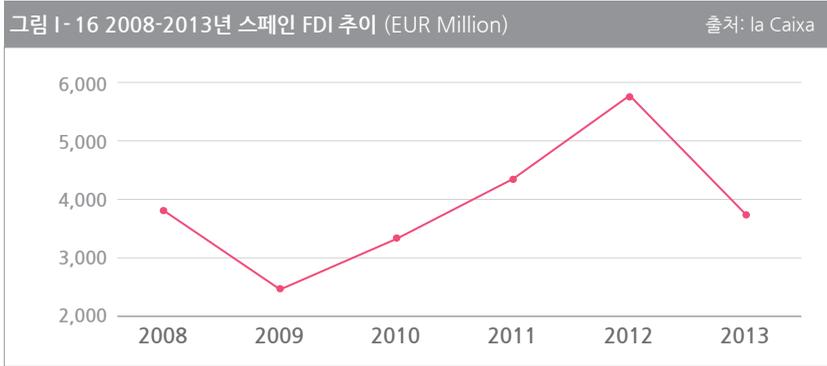
마드리드의 GDP는 2013년 기준 1,946억 유로(약 269조 2,200억원) 입니다.

마드리드의 GDP는 상업 및 비즈니스 서비스업이 각각 30% 가량 차지하고 있습니다. 제조업 13%, 건설업 7%등이 그 뒤를 이었습니다.

한때 GDP의 10% 이상을 차지했던 건설산업의 부진 때문에 전문가들은 아직 실물경제의 회복에는 조심스러운 입장이지만 긍정적인 경제지표들이 나타나고 있습니다.

2) 외국인 투자 유치

스페인의 경제 회복세가 가속화되며 해외직접투자가 회복세를 보이고 있습니다.



유엔무역개발회의(UNCTAD)에 따르면 스페인은 2012년 세계 FDI 4위 국가였습니다.

국가 내 12,800여 개의 회사가 해외자본에 의해 세워졌고 전체 노동력의 6.6%가 외자기업에 의해 고용되고 있습니다.

3) 물가 상승률 변화

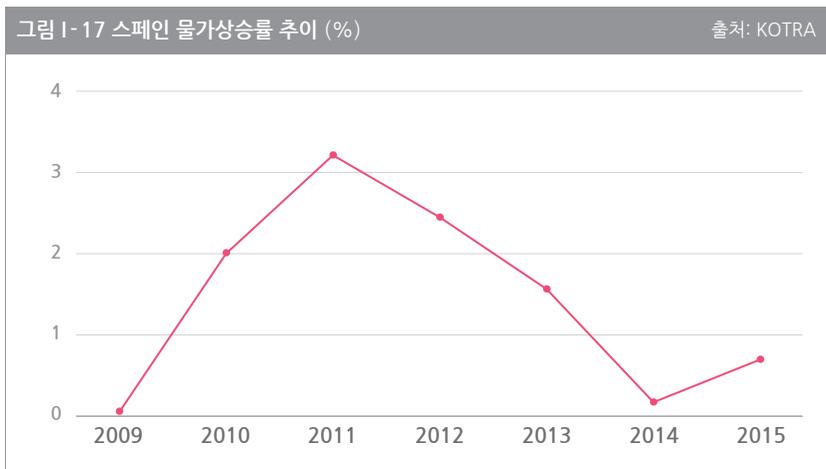
스페인 통계청에 의하면 스페인의 물가상승률은 2009년부터 2014년까지 등락을 거듭해 왔습니다.

2009년 -0.3%에서 시작하여 2011년 3%까지 상승했고 2013년 다시 1%대로 낮아졌습니다. 2014년 12월 기준 물가상승률은 -1%를 기록했으며 2015년에는 0.8%로 전년도보다 조금 높아질 것으로 예측되고 있습니다.

스페인의 물가상승률은 떨어졌으나 물가 하락으로 인한 경기 침체(디플레이션 시나리오)에 대한 우려는 적은 편입니다.

오히려 낮은 물가상승률은 스페인 시민들의 실질 가처분소득을 늘려줌으로써 민간 소비를 자극하고, 소비자신뢰를 비롯해 관련 경제심리 지표들을 끌어올리는 매개체 역할을 할 것으로 보입니다.

정부의 임금정책 및 가격조정정책 덕분에 낮아진 물가상승률은 경제 회복의 디딤돌이 되고 있습니다.

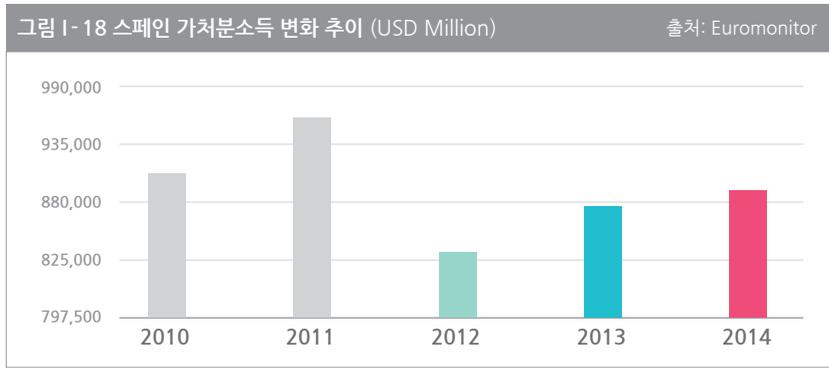


4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

2014년 기준 스페인 국민의 가구당 연 가처분 소득은 22,477달러(약 2,490만 원)입니다.

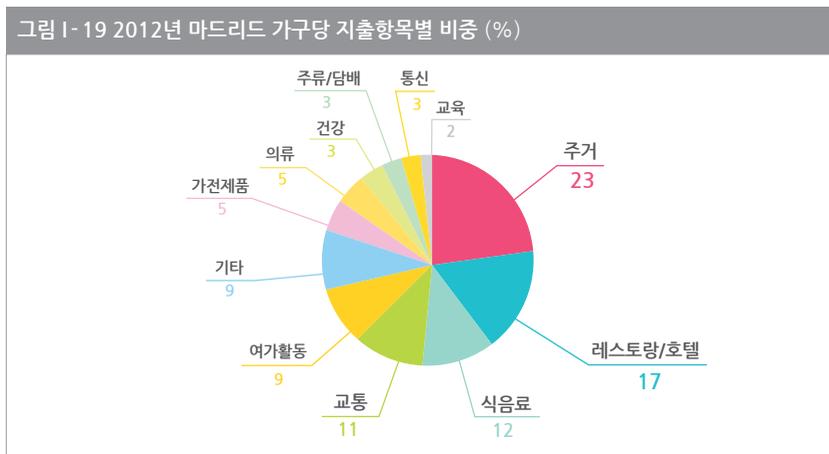
2014년 스페인의 가처분소득은 8,917억 7,680만 달러(약 977조원)으로 추산됩니다. 최근 5년간 스페인의 가처분소득은 2011년의 9,614억 7,380만 달러(약 1,053조원)를 정점으로 이후 8,632억 5,840만달러(약 945조원)까지 낮아졌으며 이는 경제위기의 여파로 분석됩니다.

2014년 기준 스페인 전체의 식품산업 규모는 115억 1,920만 달러(약 12조 6천억원)입니다.



2012년 기준 마드리드의 가구당 예산지출 항목은 다음과 같습니다.

주거 관련 비용이 약 23%로 가장 높았으며 외식/숙박 관련 지출(17%)이 그 다음으로 높습니다. 또한 식음료 관련 지출도 약 12%를 차지하며 지출항목 가운데 3번째로 높은 비중을 보였습니다.



5) 경제 동향

스페인 경제는 역동적인 회복세를 지속하고 있어 2014년 1.4%의 경제성장률을 기록했습니다.

다만 일부 유로존 회원국들의 부진한 성장세와 최근 확산되고 있는 글로벌 금융시장 전반의 불확실성으로 인해 단기적으로 스페인 경제의 회복세가 약화될 가능성도 있는 것으로 분석됩니다.

그럼에도 불구하고 향후 대내외 경제 여건들은 대체로 스페인 경제의 성장을 뒷받침하는 긍정적인 방향으로 전개될 것으로 기대됩니다.

이에 따라 2015년 스페인은 2.0%에 달하는 건실한 경제성장률을 기록할 것으로 예상됩니다. 이는 유로존의 평균 성장률인 1.3%를 현저히 능가하는 수준입니다.

유로존 전반의 부진한 경제회복에도 불구하고 내년 스페인 경제가 2.0% 내외의 온건한 성장세를 나타낼 것으로 전망되는 이유는 다음과 같습니다.

첫째, 스페인의 수출은 안정적인 성장세에 있습니다.

수출시장 다변화와 구조개혁 성과를 바탕으로 한 경쟁력 강화와 투자 확대가 당분간 스페인 경제의 수출 증가세를 견인할 것으로 전망됩니다.

둘째, 유럽 중앙은행(Euro Central Bank)의 경기부양 프로그램이 강하게 추진되고 있습니다.

금리인하와 유동성 공급 확대로 요약되는 유럽 중앙은행의 경기부양 정책은 유로화 약세를 촉발하면서 유로존의 수출 실적 강화로 이어졌습니다. 이에 민간부문의 소비 및 투자심리 개선이 유발되고 있습니다.

셋째, 긴축 기조를 지속하던 스페인 정부의 재정정책이 중립이나 소폭 확대 기조로 전환될 것으로 보입니다.

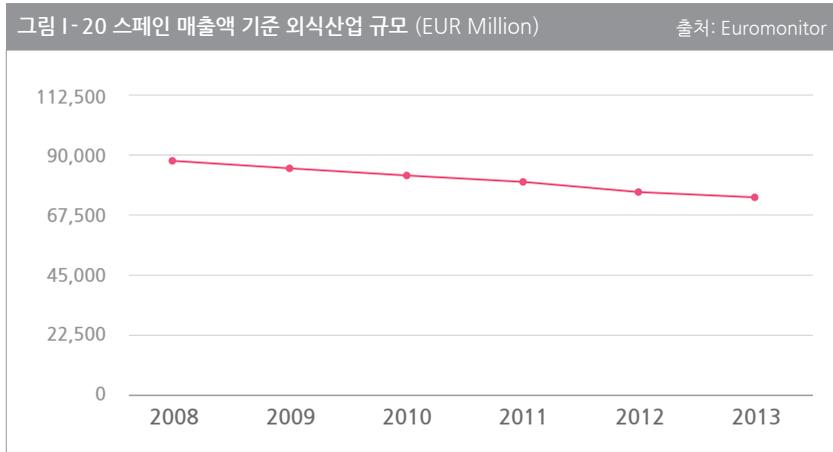
이는 경제 신뢰도 상승 및 공공지출 확대로 이어지면서 스페인 경제 성장을 자극하는 요인이 될 것으로 판단됩니다.

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

① 외식산업 규모



	2008	2009	2010	2011	2012	2013
매출액 (EUR Million)	891,02.6	852,31.7	84,496.2	81,423.1	75,725.5	72,274.9

스페인의 외식산업은 매출액 기준, 2008년~2013년 동안 연평균 -4.1% 감소했으며 2018년까지 연평균 -0.8% 추가 감소할 전망입니다.

노점/키오스크가 2.4%의 성장률을 보이며 지난 5년간 가장 크게 성장했습니다. 패스트푸드도 0.8%의 성장을 보이며 시장 점유율을 높였습니다.

반면에 셀프 서비스 카페테리아는 -5.7%의 마이너스 성장을 보였으며, 시장 전체 성장률보다 낮아 시장점유율을 잃고 있습니다. 카페/바 및 풀서비스 레스토랑 역시 각각 -4.5%, -4.0%로 마이너스 성장을 보여 외식산업 축소의 요인이 되었습니다.

패스트푸드는 2018년까지 1.4%의 성장률을 보일 것으로 전망되며 가장 많이 성장하는 부문이 될 것으로 기대됩니다. 배달/테이크 아웃 전문점 역시 1.3%의 성장세를 보일 것으로 예상되나 나머지 부문은 모두 마이너스 성장세를 계속할 것으로 전망됩니다.

② 업태별 현황

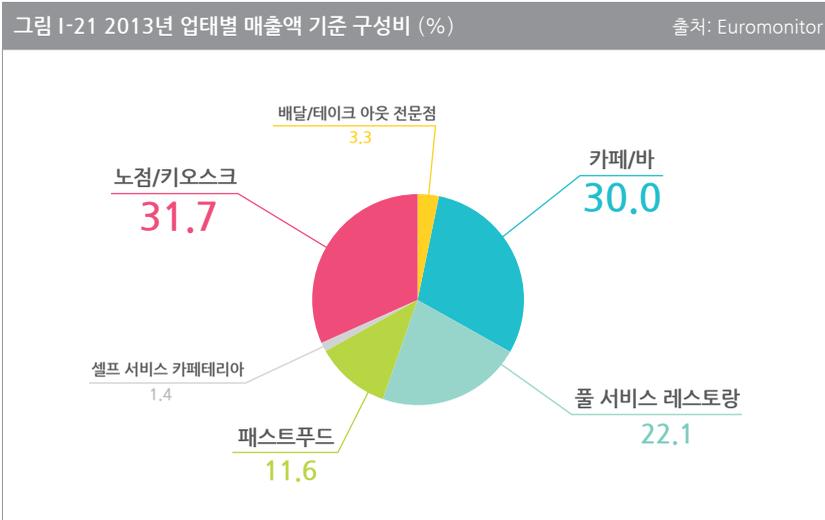
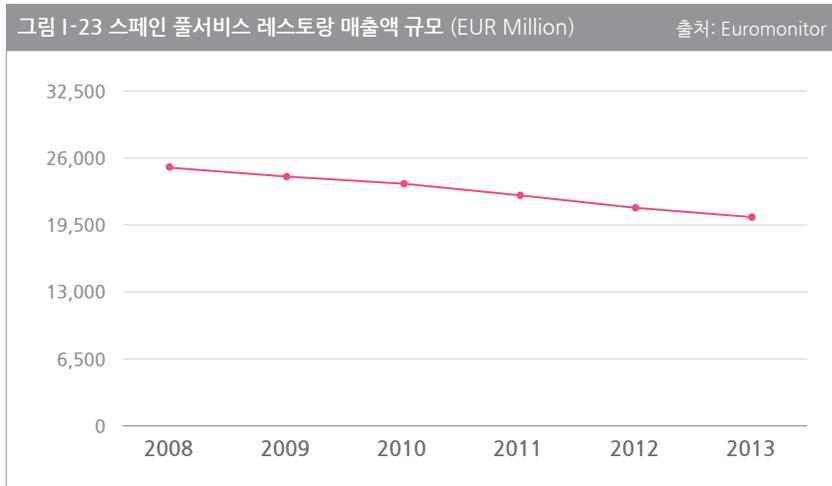


그림 1-22 외식산업 업태별 현황 - 매출액 기준 (EUR Million) 출처: Euromonitor

	2008	2013	
		EUR Million	CAGR (08~13)
소비자 외식산업	89,102.6	72,274.9	-4.1
배달/테이크아웃 전문점	803.3	768.3	-0.9
카페/바	59,613.9	47,369.9	-4.5
풀서비스 레스토랑	25,247.1	20,600.9	-4.0
패스트푸드	2,941.0	3,053.3	0.8
셀프 서비스 카페테리아	204.6	152.2	-5.7
노점/키오스크	292.7	330.3	2.4

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

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장



풀서비스 레스토랑의 2013년 매출액은 약 206억 90만 유로(약 25조 7,000억원)를 기록하였습니다.

2008년~2013년 동안 매출액 기준 연평균 -4.1%의 마이너스 성장률을 기록한 외식산업 시장에서 풀서비스 레스토랑 역시 -4.0%의 성장률을 보이며 외식산업 전체와 유사한 감소세에 있습니다. 이는 외식 업체들의 성장률 중 세 번째를 기록한 수치입니다.

스페인의 경기회복이 본격화 되지 않은 탓에 외식산업은 2018년까지 매출액 기준 -0.8%의 성장률을 기록할 전망이며, 풀서비스 레스토랑은 -1.1%의 성장률을 기록하여 시장점유율이 지속적으로 감소할 것으로 보입니다.

풀서비스 레스토랑 내에서는 VIPS가 20.6%, Grupo Zena de Restaurantes SA가 20.0%의 시장점유율로 선두를 달렸습니다.

2) 외식시장 트렌드

스페인의 지속적인 경기불황으로 인해 외식에 대한 수요가 감소하고 있습니다.

2012년 심각한 경제위기를 겪은 스페인은 경기 회복을 위해 노력하고 있습니다. 2013년 실질 GDP는 -1%의 마이너스 성장을 보였습니다. 이는 2012년의 -2% 마이너스 성장에 비해 하락폭이 크게 감소한 것으로 경기불황은 지속되지만 미미한 회복세를 나타내고 있습니다.

그러나 노동시장의 유연성을 증가시키기 위한 정부 정책은 아직 일자리 창출 효과로 이어지지 못했으며 실업률은 27%를 웃돌고 있습니다.

많은 인구가 현재 제한된 수입을 가지고 살아가고 있기에 복지 프로그램이 제대로 돌아가지 못하고 있으며 경제적 양극화 현상이 심해지고 있는 상황입니다.

이러한 경제적 불안정 상황 아래, 많은 스페인 사람들은 조심스러운 소비 행태를 보이고 있습니다. 불필요한 지출은 최대한 줄이고 있으며 이전보다 외식을 삼가는 사람들이 많습니다.

그림 1-24 2012년 6월 기준 스페인 자치주별 재정 적자 현황

출처: El Mundo



외식업계가 경제불황에 의해 받은 충격은 외식업체 수의 감소로 쉽게 파악할 수 있습니다.

경제위기의 시초였던 2008년 말부터 수많은 외식업체들은 영업을 중단했습니다.

스페인 호텔외식업협회(FERH, Federacion Espanola de Hosteleria)의 통계에 따르면 2008년부터 2013년 사이 폐업한 외식업체의 수는 약 7만 5천여 개에 달했습니다.

불황 속에서 소비자들은 전통적인 레스토랑과 바에서 모이는 대신 더 저렴한 대체재인 패스트푸드점이나 캐주얼 레스토랑에서 외식소비를 이어나갔습니다.

플러서비스 레스토랑은 다수의 고객을 잃으며 심각하게 타격을 받았으나 패스트푸드점은 가격경쟁력 덕분에 이익을 보며 확장했습니다.

스페인의 경제는 차츰 회복될 것으로 보이지만 사람들은 불황기에 체득한 외식습관을 유지할 것으로 보입니다.

신중하게 지출을 결정하는 소비자들의 성향은 앞으로도 오랜 기간 지속될 것으로 전망됩니다. 따라서 외식업계가 이전과 같이 회복되기까지 상당한 기간이 걸릴 것으로 예상됩니다.

특히 전통적인 카페/바와 플러서비스 레스토랑은 회복에 더 오랜 기간이 걸릴 것으로 보입니다.

저렴한 패스트푸드점과 캐주얼 레스토랑에 발길을 돌린 소비자들은 위의 업체들에 대한 상당한 신뢰와 선호를 보이고 있습니다. 전통적인 업체들은 이러한 부정적 상황을 타파하기 위한 전략을 모색 중입니다.

앞으로 경제 회복이 본격화된다면 소비자들은 전통적인 카페/바와 플러서비스 레스토랑에 돌아올 가능성이 있습니다.

스페인 사람들은 유럽 국가 가운데 가장 외향적이며 사교적인 국민성을 보이는 국가 가운데 하나입니다. 이러한 국가적 특성은 경제적 여건만 마련된다면 전통적 외식업계의 재기에 이바지할 수 있습니다.

여유로운 식사를 즐기던 스페인 식문화에 빠르고 간편한 스낵 산업이 들어서고 있습니다.

특히 직장인 및 청년층을 중심으로 햄버거, 샌드위치, 케밥 등의 간편음식 판매가 늘고 있습니다.

경제위기 이후 전통적인 외식업계는 불황에 허덕이는 반면, 패스트푸드 업계는 예년과 비슷한 수준을 유지 중입니다. 2013년 스페인 외식업협회에 의하면 스페인 패스트푸드 산업의 규모는 219억 유로(약 27조 5,835억원)로 전년도 대비 5% 성장했습니다.



사진 1-13 스페인의 패스트푸드점

외식업체의 경제위기 대처 전략으로 프로모션, 디스카운트, 저가격 정책 등이 나오고 있습니다.

스페인의 경제 침체 기간 중 많은 소비자들이 가격을 주요 구매 결정요인으로 꼽았습니다.

소비자들은 외식하는 것이 집에서 식사를 준비하는 것보다 비쌀 경우 집에서 만들어 먹는 방식을 택했고 이로 인해 외식 지출은 크게 감소했습니다.

이러한 현상을 타파하기 위해 체인 및 개인 점포를 운영하는 외식업자들은 메뉴 자체를 디스카운트하는 전략을 펼쳤습니다.

특히 개인 카페나 바에서는 최근 몇 년간 ‘메디아나(Mediana)’라고 불리는 중간 사이즈의 병맥주와 ‘사나(Caña)’라고 불리는 작은 사이즈의 생맥주를 1유로(약 1,200원)에 파는 프로모션을 진행하고 있습니다.

커피와 샌드위치/크로아상 등의 아침 식사 메뉴를 2유로(약 2,500원) 미만의 금액에 판매하는 카페도 많습니다.

체인점 역시 비슷한 전략으로 고객들의 발걸음을 끌고 있습니다.

맥도날드의 경우 “1x1 플러스”라는 이름의 프로모션으로 치즈버거, 치킨 너겟, 아이스크림 콘 등의 인기 메뉴들을 1유로(약 1,200원)에 판매하고 있습니다.

버거킹 역시 “유로 킹”이라는 이름의 프로모션을 런칭하여 햄버거, 치킨 버거, 어니언링, 감자튀김, 아이스크림, 머핀 등 10개 이상의 메뉴들을 1유로에 판매하고 있습니다.

남미 패스트푸드의 선두주자인 타코벨은 오후 시간대의 소비를 증진 시키기 위해 메뉴의 크기를 줄이고 음료와 함께 제공하는 “타파스(Tapas)” 식의 프로모션을 진행 중입니다. 사람들이 외출을 잘 하지 않는 요일로 알려져 있는 화요일의 경우 ‘수프림 타코(Supreme Taco)’와 맥주 한 잔을 1유로(약 1,200원)에 팔고 있으며, 금요일, 토요일, 일요일 오후 5시에서 8시 사이에는 3유로(약 3,700원)에 맥주 3잔과 에피타이저(나쵸 수프림, 퀘사달라)를 제공하는 해피 아워를 개시했습니다.



사진 1-14 맥도날드 1x1 프로모션(좌), 텔레피자의 할인 프로모션(우)

배달/테이크아웃 전문점인 텔레피자(TelePizza)는 패밀리 사이즈 피자를 30유로(약 37,000원), 미디움 사이즈 피자를 21유로(약 25,900원)에 판매하는 프로모션을 하고 있습니다.

2013년 2월 스페니쉬 컴퍼니(Spanish Company)는 이를 동안 1유로(약 1,200원)에 피자를 제공했으며 도미노 피자는 주중 온라인 주문 시 50% 할인을 해주는 행사를 진행했습니다.

경제불황 속에서 상대적으로 큰 자본 운용력을 지닌 체인점들이 높은 잠재력을 보이고 있습니다.

스페인의 외식시장의 상당 부분은 체인점이 아닌 독립적인 외식업체들이 차지하고 있습니다. 2013년 조사에 의하면 전체 외식업체 가운데 97% 이상이 개인 점포였으며 오직 3%만이 체인점이었습니다.

스페인 은 다른 유럽 국가들보다 국민 1인당 카페/바의 수가 많은 국가입니다. 골목마다 카페나 바, 레스토랑이 있으며 사람들의 친목활동은 대부분 이곳에서 이루어집니다.

전통적인 카페/바, 레스토랑은 고객과 친밀한 일대일 관계를 유지하는 곳이 많습니다. 하지만 가처분소득의 감소로 인해 외식 수요가 감소하며 많은 독립적인 외식업체들은 재정적인 어려움을 이기지 못하고 문을 닫았습니다.

체인점들에게는 이 상황이 성장의 기회가 되었습니다.

다국적 기업들은 자본을 이용하여 시장 흐름에 맞추어 전략을 변경할 수 있었습니다. 이들은 저렴한 상품을 찾는 고객에게 맞추어 상품과 서비스를 변경했습니다. 몇몇 업체들은 경기침체 기간 동안 상당한 확장을 달성하기도 했습니다.



사진 1-15 전통적인 스페인 레스토랑(좌), 패스트푸드의 선두주자 맥도날드(우)

2013년 스페인에서 개점한 외식업체의 대부분은 다국적 패스트푸드 체인점이었습니다.

버거킹, 맥도날드 등의 다국적 기업들이 그 선두에 있었고 자국 체인점은 그에 비해 약세를 보였습니다. 버거킹의 경우 28곳의 점포를 신규 오픈하며 스페인 내에서 공고한 확장세를 보인 반면 The Good Burger, Pans&Co 등 자국 체인점의 신규 점포 수는 모두 합쳐 열 개 미만이었습니다.

지금까지 개인 외식업체들이 외식시장을 점유하고 있으나 앞으로 체인점의 비중이 점차 높아질 것으로 전망됩니다.

다국적 기업들은 확장전략에 큰 노력을 기울이고 있습니다.

버거킹의 경우 스페인에서 앞으로 1억 5천만 유로(약 1,887억원)를 투자하여 5천여 개 이상의 일자리를 창출해낼 것이라 밝혔습니다. 이러한 목표를 위해 버거킹은 낮은 투자 위험으로 사업을 확장시킬 수 있는 비즈니스 모델을 연구 중입니다.

KFC 역시 버거킹과 유사한 목표를 가지고 있으며 2016년까지 점포 수를 두 배로 늘리고자 하고 있습니다. 이러한 목표 하에 KFC는 마드리드와 바르셀로나에서 공격적인 확장 정책을 펼치고 있습니다.



사진 I-16 스포츠 스타를 이용한 KFC 마케팅

종합하자면, 스페인의 외식시장 트렌드는 경제적 불안정 속에서 새로운 국면을 맞고 있습니다.

다국적 체인점의 공격적인 확장 정책에 전통적인 외식업체들도 대응 프로모션 전략을 채택하고 있으며 소비심리를 자극하기 위한 다양한 변화를 추구하고 있는 상황입니다.

[참고] 스페인 문화의 이해

스페인인은 시간에 대한 생각, 삶을 사는 방식, 인간관계에서의 예의 등 한국과는 다른 부분이 많습니다.

다음은 스페인인을 좀 더 잘 이해하기 위해 알아야 할 몇 가지 상식입니다.

- 스페인 사람들은 느긋하고 여유롭습니다. 스페인에서는 우리의 ‘빨리빨리’ 문화와는 상반된 기다림의 문화를 엿볼 수 있습니다. 우체국, 공중전화, 영화관 창구에서 줄을 서서 느긋하게 기다리는 모습이 스페인에서는 매우 흔하고 레스토랑이나 바에서도 주문을 하려면 기다려야 합니다. 예를 들어 식당에서 주문을 하려고 웨이터를 부르면, 대부분의 경우 자기 하고 있는 일을 마칠 때까지는 전혀 반응조차 보이지 않는 것이 일반적입니다. 스페인 사람들에게는 무슨 일을 하고 있을 때 부르는 것 자체가 결례가 됩니다.
- 스페인 사람들은 유난히 가족애가 강합니다. 반드시 주말에는 가족과 함께 보내고 대가족 단위로 식사하는 모습을 자주 볼 수 있습니다.
- 스페인 사람들은 만날 때와 헤어질 때 양 볼에 키스를 합니다. 또 남자들끼리도 친할 경우엔 포옹을 합니다.
- 스페인에서는 손가락으로 브이를 표할 때 손등을 보이면 꺼지라는 의미로 해석됩니다.
- 스페인에서의 윙크는 관심의 표현이 아니라 잘 지냈냐는 인사로 사용되고 있습니다.
- 화장실에서는 절대 노크하지 않습니다. 모든 화장실에는 열림/닫힘 표시가 되어 있으므로 이를 확인하고 사용합니다.
- 아기와 애완동물은 귀엽다고 함부로 만지면 안 됩니다. 보호자의 허락 없이 사진을 찍어서도 안 됩니다.
- 선물을 받았을 때는 그 자리에서 풀어보는 것이 예의입니다.



사진 1-17 스페인식 인사법



사진 1-18 스페인 전통 레스토랑

스페인의 식사 관련 문화에도 한국과 다른 부분이 있습니다.

- 식사를 할 때에는 양 손을 테이블 위에 올리는 것이 예의입니다.
- 포크는 왼손, 나이프는 오른손으로 쥐며, 식사 도중에 바꾸어 잡지 않습니다.
- 술잔을 건네주는 행동은 삼갑니다.
- 상대방 술잔이 바닥나기 전에 반드시 채워 주되, 술잔을 가득 채우지 않습니다.
- 술에 취해 비틀거리는 사람은 두고두고 경멸의 대상이 될 정도로 무례하다는 취급을 받으므로 주의해야 합니다.
- 음식을 씹을 때는 입을 다물고 씹어야 하고 국물은 소리 나지 않게 먹어야 합니다.
- 커피를 마실 때 후루룩 불거나 훌쩍거리며 마시지 말아야 합니다.
- 스페인에도 팁 문화가 있습니다. 호텔의 경우 1유로 정도를 지불하고 레스토랑에서는 전체 금액의 5~10% 정도를 지불하는 것이 보통입니다.
- 계산은 계산서를 달라고 한 후 현금이나 신용카드로 지불하고 잔돈을 가져올 때까지 기다립니다.
- 모든 방문에는 예약과 약속을 해야 합니다. 이발소나 식당 등에서는 예약을 하지 않았다가 거절당하는 경우도 있습니다.

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

그 간 경기 침체로 인해 가격에 민감해진 소비자들의 선호에 맞추어 중고 상품이 상당한 인기를 끌고 있습니다. 식생활에서는 레스토랑 식품 판매가 늘어나는 탈전통적인 모습이 나타나고 있으나 수산물에서는 신선한 어류를 선호하는 전통적인 소비 양상이 그대로 남아 있습니다. 더불어 스페인의 맥주 소비는 최근 10년 간 지속적인 감소세에 있는 것으로 나타났습니다.

① 불황 중 호황을 누리는 중고 시장

소비자의 소비심리가 2013년 들어 차츰 개선되고 있으나 여전히 부정적인 면이 남아있으며 각종 중고시장이 인기를 얻고 있습니다.

스페인 소비심리지수는 2012년 9월 43.2p에서 2013년 9월 69.8p로 약 26.6p 상승해 올해 들어 구매 욕구가 다소 회복된 것으로 파악됩니다.

그러나 이 수치는 100p 미만으로 여전히 부정적 견해 범주에 머물러 있어 경기호황을 누리던 과거에 비하여 위축된 상태인 것으로 나타납니다.

이에 자동차, 타이어, 의류 등의 부문에서 중고 시장이 확대되고 있습니다.



사진 I-19 중고품 시장

중고차 시장의 수요가 공급을 추월하고 있습니다.

2013년 1~9월 중 중고자동차 판매는 전년 동기 대비 8.1% 증가했지만 같은 기간 중 자동차 총 등록 건수는 약 55만 건으로 1.6% 감소해 대조적인 수치를 기록했습니다.

출고 10년 미만 차량의 경우 수요(58만 대)가 공급(51만 대)을 넘어 재고가 부족한 품귀현상을 빚고 있습니다.

특히 출고 3년 미만으로 신차급 중고차에 해당하는 제품이 인기가 가장 높아 판매량이 전년 동기 대비 13.3% 늘어났습니다.

중고 타이어 시장도 수요가 많아 공급원을 확대하고 있는 추세입니다.

자동차 유지비를 조금이라도 줄이려는 인식이 현지 일부 소비자를 중심으로 확산돼 중고 타이어에 대한 수요가 최근 크게 늘어나고 있습니다. 이에 중고 타이어 공급업자들은 해외로부터 중고 타이어를 수입하여 늘어난 수요를 충족시키고 있습니다.

2013년 1~7월 중 중고타이어 수입 규모는 약 2,410만 유로(약 303억원)로 전년 동기 대비 11.1% 증가했지만 같은 기간 중 신품 타이어 수입은 전년 동기 대비 4% 감소했습니다.

더불어 자선가게(Charity Shop)를 중심으로 중고 의류 판매가 확대되고 있습니다.

각종 구호단체 등에서 운영하는 자선가게를 중심으로 의류 및 패션 액세서리 판매가 점차 늘어나고 있습니다.

예컨대 스페인 주요 구호단체 중 하나인 Carita에서 운영하는 Arropa 자선가게에서는 2012년 연간 매출이 전년 대비 약 20% 증가했습니다. 해당 업계에 따르면 과거에는 외국인노동자들이 이러한 매장을 주로 찾았으나 최근에는 스페인 저소득층 소비자도 눈에 띄게 늘어났습니다.

이러한 소비 특성은 장기불황으로 인해 많은 소비자들이 구매 결정에서 가격을 가장 큰 요인으로 생각하고 있음을 나타냅니다.



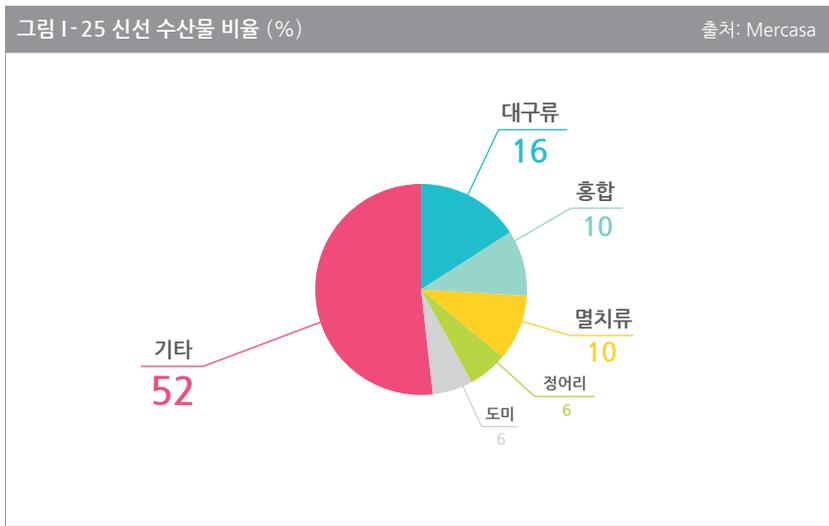
사진 I-20 자선가게 Arropa

② 신선 수산물에 대한 선호

지중해식 식습관이 자리 잡고 있는 스페인에서는 냉동제품보다 신선한 수산물 소비가 높습니다.

스페인 소비자의 연간 신선어류 소비규모는 2012년 기준 54만 톤으로 전체 생선 소비 중 79%를 차지하고 있습니다.

한편 조개 및 갑각류, 연체 동물류의 경우 전체 소비 중 신선 제품의 소비규모는 같은 해 약 20만 톤으로 전체 소비 중 58%에 해당합니다.



스페인에서 어획한 수산물 가운데 57.5%는 신선한 상태로 판매되고, 나머지 42.5%는 냉동제품으로 판매되고 있습니다.

신선 수산물 중 44만 톤은 어류로 비중이 가장 크며 오징어, 문어와 같은 연체동물류(43,200톤), 조개류(8,730톤) 등이 그 뒤를 잇고 있습니다.

냉동 수산물에서도 어류는 약 35만 톤으로 비중이 가장 크며 연체 동물류와 조개류는 각각 15,020톤, 3,900톤의 규모로 판매되고 있습니다.

장기적인 경기불황의 여파로 수산물에 대한 전반적인 수요가 감소했으나 작년 하반기 이후 소비심리가 다소 회복돼, 올해부터 판매시장이 다시 활기를 띠 것으로 기대됩니다.

특히 판매 하락세가 두드러졌던 각종 고가 수산물의 수요가 점차 회복될 것으로 기대됩니다.

③ 지속적인 맥주 소비 하향세

스페인인 독일, 영국, 폴란드에 이어 유럽에서 네 번째로 맥주를 많이 생산하는 국가이나 타 유럽국가에 비해 소비량은 적은 편입니다. 스페인 국민 1인당 맥주 소비량은 2013년 기준 46.3ℓ로 유럽 평균(65ℓ)을 하회하고 있습니다.

이는 스페인 소비자는 대개 알콜 섭취를 목적으로 맥주를 마시는 것이 아니라 친구나 가족과 함께 음식을 먹으며 곁들이는 목적으로 마시기 때문입니다.

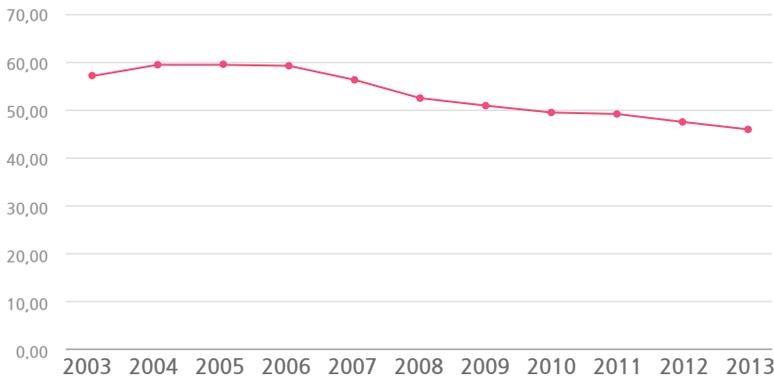
최근 10년 간 스페인 내 맥주 소비는 대체로 하향세를 이어가고 있으며 2012~2013년에도 맥주 소비량은 2.6% 감소했습니다.

그러나 무알코올 맥주는 많이 팔리는 편입니다. 스페인은 유럽에서 무알코올 맥주를 가장 많이 소비하는 국가이며 전체 맥주 소비 중 무알코올 맥주 소비 비중이 약 10%에 달합니다.

이러한 선호현상은 앞으로 더욱 뚜렷해질 것으로 보이며 현지 주요 맥주 제조업체는 레몬맛 등을 가미한 다양한 상품을 시장에 선보이며 치열하게 경쟁하고 있습니다.

그림 1-26 스페인 일인당 맥주 소비 추이 (ℓ)

출처: 스페인 맥주제조협회



스페인에서 한국 맥주 브랜드 인지도는 거의 전무합니다. 현지 일부 한국식당이나 슈퍼 등에서 한국산 맥주가 판매되고 있으나 소비량이 그리 많지 않아 한국서 직접 수입은 하지 않고 주로 독일이나 네덜란드 등을 통해 소량 유입되고 있습니다.

스페인 소비자들은 중국이나 일본맥주에 대해서는 조금이나마 인지하고 있으나 한국산 맥주에 대해서는 거의 들은 바가 없는 것으로 파악됩니다.

2) 외식소비 특성



사진 1-21
전형적인 스페인의 가족식사

스페인 사람들의 외식에서 중요한 특징 가운데 하나는 식사 시간이 길다는 점입니다.

외향적이고 사교적이라 알려져 있는 국민적 특성에 부합하게 스페인 사람들은 외식하는 동안 자신의 친지, 가족들과 많은 이야기를 나누는 편입니다.

이들은 식사 중 뿐 아니라 식사가 끝난 이후에도 최소 15분에서 1시간 가량 이야기를 나누는 것으로 알려져 있습니다.

하지만 장기불황으로 인해 스페인 소비자들의 외식성향이 변하고 있는 것으로 나타났습니다.

KOTRA는 2013년 스페인의 외식시장 분석 보고서를 통해 경기 위축으로 인한 소비자 구매력 감소가 외식시장 지형을 빠르게 바꾸고 있다고 발표했습니다.

과거에는 친구나 가족과 함께 정통 레스토랑, 카페테리아 등에서 식사를 즐기는 것이 스페인의 일반적인 모습이었습니다. 그러나 최근 패스트푸드점을 찾는 소비자가 증가하는가 하면 집에서 직접 조리하는 것을 선호하는 경향이 뚜렷해지고 있습니다.

특히 8~15유로에 달하는 점심값을 절약하기 위해 직접 도시락을 싸는 직장인들이 늘기 시작한 것이 눈에 띄는 변화입니다.

2012년 FUCI(스페인 소비자단체)에 따르면 스페인 직장인 중 37%가 점심으로 도시락을 준비하는 것으로 나타났습니다.

이에 일부 음식점에서는 외식소비 저하로 인한 고객 손실을 막기 위해 기존 메뉴를 응용하여 가격의 일정부분을 할인한 도시락 메뉴를 출시하기도 했습니다.

이러한 흐름 하에 도시락 관련 제품 역시 괄목할 만한 성장세를 보이며 틈새시장으로 정착되고 있습니다.

업계에 따르면 도시락 관련 제품 판매는 지난 2009년 이후 꾸준히 늘고 있으며 2012년에도 전년 대비 약 10% 증가한 것으로 추정됩니다.

그러나 18세에서 30세 사이 소비자의 경우 도시락보다 저렴하게 판매하는 패스트푸드점 등의 점심메뉴를 선호하는 경향을 보였습니다.

경제전문가들은 앞으로도 스페인 경제상황이 급격하게 개선되진 못할 것으로 전망하고 있기에 도시락 시장의 수요는 당분간 상승세를 유지할 것으로 예상됩니다.



사진 1-22 스페인에서 인기를 얻고 있는 도시락 상품들

스페인에서 가장 중요하게 여겨지는 점심정찬(Comida)으로는 최근 전통적인 코스 방식보다 1가지 메인으로 이루어진 방식이 각광받고 있습니다.

일반적으로 스페인의 점심식사에는 수프, 파스타와 감자, 볶음밥, 샐러드, 과일 등으로 구성된 정식 코스가 준비됩니다.

그러나 2013년 스페인 농림수산부(Ministry of Agriculture)에 의하면 경제 불황 속에서 스페인 국민들은 보다 저렴하고 영양가 있는 재료를 사용한 단순한 식사를 선호하고 있습니다.

이에 따라 4~5유로(약 5,400원~6,300원) 정도에 한 가지 요리를 제공하는 메뉴를 내놓는 레스토랑들이 많아지고 있으며 점심시간에 메뉴당 가격을 30~40%에서 최고 50% 이상 낮추는 프로모션을 진행하는 업체도 늘어나고 있습니다.

스페인 사람들은 주로 늦은 시간에 저녁 외식을 합니다.

스페인인은 대부분의 서유럽 국가들과 달리 늦은 저녁에 식사하는 문화를 가지고 있습니다.

이러한 문화는 더운 기후의 영향을 받아 생겨난 것으로 특히 더운 여름일수록 늦은 시간에 나가서 먹는 일이 잦습니다.

보통 저녁 9시쯤에 먹는 이 저녁식사는 ‘세나(Cena)’라고 불리며 메인과 에피타이저 등이 함께 나오는 점심 정찬보다는 가볍게 구성됩니다.

늦은 외식문화 탓에 스페인의 레스토랑들은 저녁 9시 전에는 한가한 편이며 대부분의 레스토랑들이 이 시간 전에는 문을 열지 않습니다.

레스토랑과 타파스 바들은 대부분 새벽 1시까지 영업합니다.

스페인에서는 레스토랑의 등급을 별점이 아니라 포크의 개수로 매깁니다. 맛, 분위기, 서비스를 고려해 최고급 식당은 포크 5개, 가장 저렴한 곳은 포크 1개를 부여합니다.

포크 개수는 요리의 질에 비례하는 것이 아니라 요리의 가지 수 및 설비 정도에 따라 관광당국이 정합니다.

미식가들이 미슐랭 스타 레스토랑들을 찾아다니듯, 스페인에서 고급 맛집을 찾는 사람들은 포크 개수가 많은 레스토랑을 찾아다닙니다.

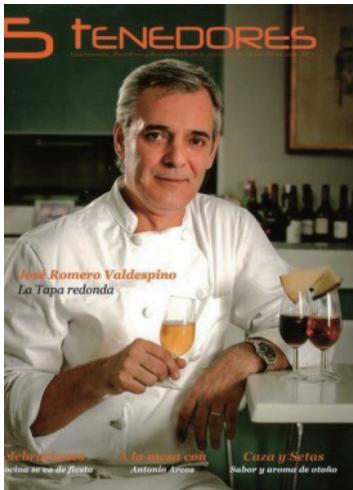


사진 1-23 포크 5개(5 Tenedores)를 받은 고급 레스토랑

스페인에서는 디저트까지 먹는 것을 식사 마무리라고 생각하는 사람들이 많기에 가처분소득이 적다고 느끼는 일반 가정에서 저렴한 디저트를 찾는 소비자들이 늘어나고 있습니다.

Llaollao나 Smooy와 같은 요거트 아이스크림 체인점들은 이러한 소비자들의 요구에 맞춘 상품으로 큰 수익을 올리고 있습니다. 약 2유로(약 2,400원) 정도의 저렴한 가격에 과일과 초콜릿 등 다양한 토핑을 올릴 수 있기 때문에 소비자들로부터 인기를 얻고 있는 것입니다.

Vanguardia 신문에 따르면 바르셀로나 등의 지역에서 요거트 아이스크림만을 파는 매장들이 급속도로 늘어나고 있습니다.



사진 1-24 스페인에서 성업 중인 요거트 아이스크림 전문점

요거트 아이스크림 전문점 Llaollao의 경우 작은 사이즈의 아이스크림에 하나의 토핑을 올릴 수 있는 메뉴가 2.50유로(약 3,100원), 중간 사이즈 아이스크림에 세 개의 토핑을 올릴 수 있는 메뉴가 3.20유로(약 3,900원), 큰 사이즈 아이스크림에 세 개의 토핑을 올릴 수 있는 메뉴가 3.90유로(약 4,700원) 정도에 제공됩니다.

이 디저트 매장들은 가장 비싼 메뉴도 3.90유로를 넘지 않으며, 토핑이 올라가지 않는 “쁘띠 아이스크림”을 1유로(약 1,200원)에 팔고 있어 가볍게 디저트를 즐기고 싶어하는 소비자들의 발걸음을 사로잡고 있습니다.



스페인 사람들은 맥주를 마실 때 집에서 마시기보다 외식업체에서 마시는 경우가 많습니다. 이는 국민의 외향적인 성격 때문인 것으로 분석되며 타파스바(Tapas Bar)나 풀서비스 레스토랑에서 소비되는 맥주의 비중이 큼니다.

경기불황으로 인해 외식 지출에 부담을 느끼는 소비자가 늘어났음에도 불구하고 2013년 기준 전체 맥주 소비 지출 가운데 외식업체에서 소비된 비중은 62%에 가까웠습니다.

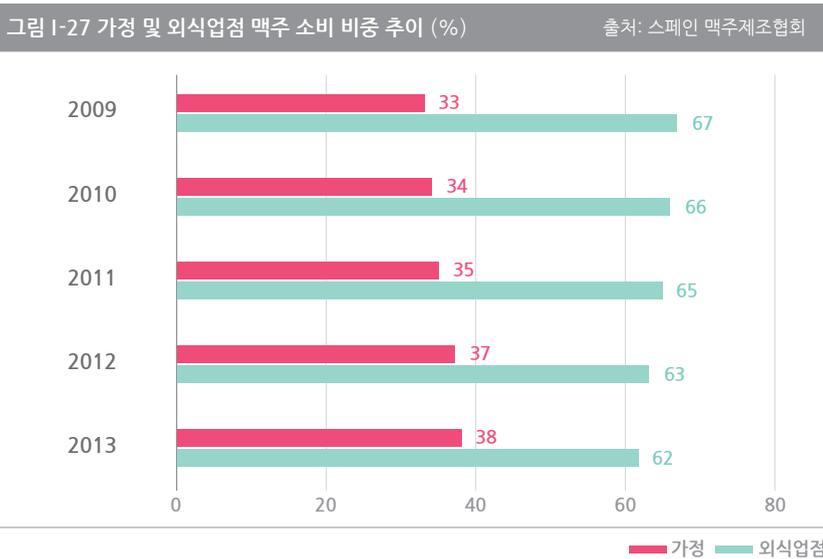




사진 1-25 식당에서 일반적으로 제공되는 빵의 형태

스페인 사람들은 빵에 대한 선호가 높은 편이며, 소비자들은 레스토랑에서 질 좋은 빵이 무료로 제공되길 기대합니다.

레스토랑들이 제공하는 저녁식사에는 대부분 빵이 무료로 포함됩니다.

한국에서 밥이 식사메뉴에 포함되어 있듯이 스페인에서는 빵이 대부분의 메뉴에 당연히 포함된 것으로 인식됩니다. 따라서 자체적으로 빵을 만들어 가게의 특성으로 내세우는 레스토랑들도 있습니다.

[참고] 작은 일품요리, 타파스(Tapas)



스페인 레스토랑에서는 인원예 따라 양을 자유롭게 주문할 수 있으며 접시의 크기를 기준으로 주문합니다.

접시에는 여러 명이 나누어 먹을 수 있는 큰 접시인 푸엔테(Fuente), 일품요리를 담은 큰 접시인 라시온(Racion), 중간 크기의 접시인 메디아라시온(Mediaracion), 작은 접시인 타파(Tapa) 등이 있습니다.

이 중 타파는 일품요리에 쓰이는 다양한 접시 가운데 가장 작은 접시에 속합니다.

한국에서 “한 잔 하러 갈까?”라고 하듯, 스페인에서는 “타파스 하러 갈까?”라는 말이 맥주를 마시러 가자는 의미로 사용됩니다.

보통 바에서 시켜 먹는 안주를 ‘타파(Tapa)’라고 하며 타파스는 타파의 복수형입니다.

재료와 요리법이 다양한 타파스는 안주뿐만 아니라 한 끼 식사로도 손색이 없습니다. 양이 많고 빵이 곁들여 나오기 때문입니다.

가장 기본적인 타파스는 하몽과 빵을 함께 먹는 하몽 콘 토스타도(Jamón con Tostado)이며 생선, 피망, 파, 고추 등을 꼬치에 끼운 반데리야(Banderilla)도 인기가 많습니다.

타파는 중국의 딤섬처럼 수를 헤아릴 수 없을 정도로 종류가 많습니다.

타파를 미리 만들어 놓고 데워주는 곳도 있고, 즉석에서 직접 만들어 요리를 해주는 타파스 전문 레스토랑도 있습니다.

미식을 즐기는 현지인들은 여러 바를 돌며 다양한 종류의 타파를 먹기도 합니다.

스페인에서 식당을 오픈하려는 창업자라면 타파스의 개념을 알고 타파스 메뉴가 없냐고 묻는 고객에게 응대할 수 있어야 할 것입니다.

3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율

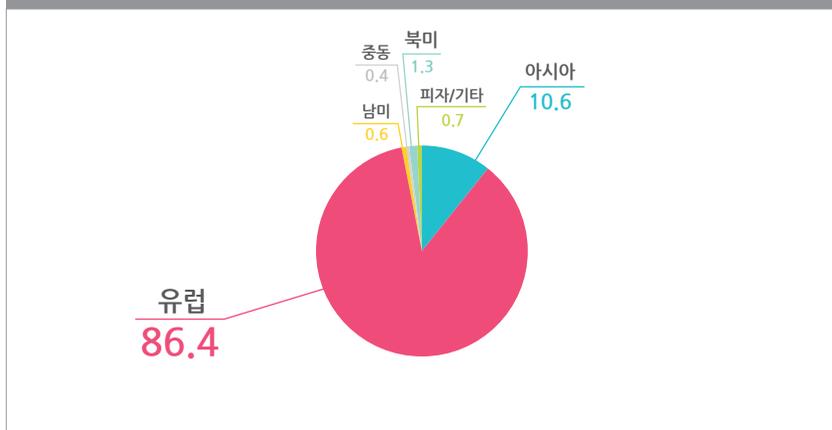
① 스페인 내 매출액 기준 에스닉별 점유율

스페인 풀서비스 레스토랑의 매출액 기준 에스닉별 점유율을 살펴보면, 유럽 식당(European)이 86.4%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 아시아 식당(Asian)이 10.6%로 뒤를 이었습니다.

남미 식당(Latin American), 북미 식당(North American), 피자/기타(Pizza/Others)가 1% 내외의 점유율을 보이며 작은 비율을 차지하고 있습니다.

북미 식당(North American)이 2018년까지 5.0%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 반대로 피자/기타(Pizza/Others)는 -1.3%의 가장 낮은 성장률을 기록할 것으로 나타났습니다.

그림 1-28 스페인 내 매출액 기준 풀서비스 레스토랑 에스닉별 점유율 (%) 출처: Euromonitor



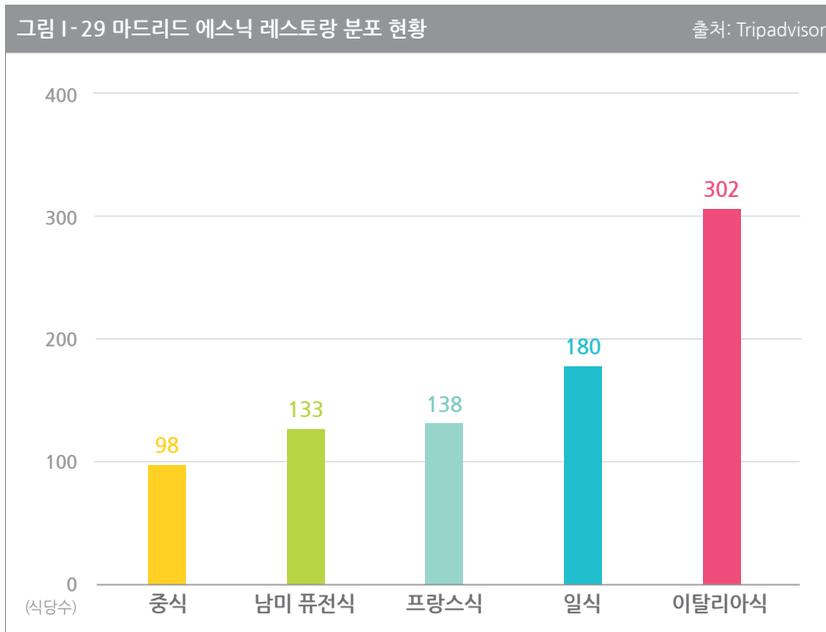
* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

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

마드리드 에스닉 레스토랑 분포 현황을 살펴보면 이탈리아 식당(Italian)이 302곳으로 가장 많았으며 일식당(Japanese)이 180곳으로 뒤를 이었습니다.

아시아인 에스닉 식당 중에서는 중식당(Chinese)이 98곳, 인도 식당(Indian)이 44곳, 타이 식당(Thailand)이 30곳 순으로 많습니다.

한식당(Korean)은 등록된 곳이 없어 다른 아시아인 에스닉 식당에 비해 수가 적은 것으로 파악됩니다.



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

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

이탈리아 음식은 스페인 사람들의 입맛에 잘 맞아 마드리드 곳곳에는 이탈리아 식당이 포진되어 있습니다.

이탈리아의 음식문화는 스페인처럼 지중해적 특성을 보입니다. 즉 올리브 오일, 토마토, 치즈, 마늘, 와인 등을 많이 사용하고 있습니다.

이러한 식재료의 유사성 덕분에 이탈리아 음식은 스페인 사람들에게 친근하게 다가갈 수 있었습니다.

물론 스페인에서는 해산물보다 육류 및 감자 소비량이 더 높고 이탈리아에서는 해산물을 중심으로 한 요리가 많다는 등의 차이가 있으나 지중해식 식단에 대한 선호는 유사합니다.

마드리드에는 300여 개의 이탈리아 레스토랑이 있으며 그 중 일부는 스페인을 찾는 관광객의 필수코스로 여겨질 정도로 성업하고 있습니다.

또한 스페인에서 일식 레스토랑의 인기는 대단히 높습니다.

스페인에서 일식은 아시아 에스닉 식당 가운데 가장 높은 인지도와 인기를 얻고 있습니다.

마드리드에 처음으로 일본인이 경영하는 일식 레스토랑이 생긴 것은 1950년대의 일입니다. 전통적으로 날생선을 먹는 문화가 없는 스페인과 일식의 만남은 대단히 생소한 것이었습니다.

그러나 일식 레스토랑들은 신선함과 심플함을 강조하는 요리 스타일로 스페인 사람들의 입맛을 사로잡았고, 스페인 사람들은 그 맛을 조금씩 알게 되었습니다.

오늘날 마드리드에는 180여 개의 일식 레스토랑들이 있으며 고급 일식집에서부터 스시 바, 우동 체인점 등 캐주얼한 형태의 일식 레스토랑도 인기입니다.

3) 주요 에스닉 식당 소개

① 이탈리아 레스토랑 La Pizzateca



사진 1-26 Pizzateca의 피자 메뉴(좌), Pizzateca의 외관(우)

La Pizzateca는 솔(Sol) 상권에 있는 테이크아웃 피자 전문점입니다. 프라도 미술관, 국립 소피아 왕비 예술센터에서 도보로 10분 거리에 있어 영업하기에 유리한 위치를 차지하고 있습니다.

관광객 고객을 염두에 두어서인지 영어에 능숙한 직원들을 배치하고 있으며 다양한 메뉴에 혼란스러워하는 고객에게는 적합한 메뉴를 추천해주기도 합니다.

가게의 공간이 매우 작기 때문에 대부분의 손님들은 포장한 뒤 바깥의 벤치에서 먹거나 가게 내부의 간이식탁에서 간단하게 먹습니다.

La Pizzateca의 도우는 갓 만들어 신선합니다. 많은 사람들에게 마드리드 최고의 피자라고 칭찬받고 있으며 한번 찾은 고객은 대부분 다시 찾게 되는 피자집으로 유명합니다.

La Pizzateca에는 다른 피자집에서 보기 어려운 새로운 메뉴들이 많습니다.

클래식한 토핑이 올라간 피자 뿐 아니라 데리야키 치킨 피자, 초콜렛 누텔라 피자 등 퓨전 메뉴도 마련되어 있어 다양한 고객의 입맛을 만족시키고 있습니다.

전직 건축가가 개점했으며 작지만 따뜻한 분위기의 가게입니다. 가격대는 조각당 2.5유로(약 3,500원)로 저렴한 편입니다.

② 일식 레스토랑 Kabuki

Kabuki는 콰트로 카미노스 상권에 있는 고급 일식 레스토랑입니다.

미슐랭 원스타 레스토랑으로 유명하고 가격이 비싼 편임에도 예약을 하지 않으면 대기해야 할 정도로 손님들이 많이 찾아옵니다.

세련되고 현대적인 인테리어와 깔끔한 음식을 제공하며 내륙 지방임에도 신선한 생선을 제공하고 있습니다.

유럽 5대 일식집 중에 하나로 손꼽힙니다.



사진 I-27 Kabuki의 외관 및 내부 전경

Kabuki는 높은 가격 대신 품질이 보장되는 신선한 식재료를 사용합니다.

Kabuki의 고객들은 대부분 결혼기념일, 생일 등의 특별한 날이나 비즈니스 식사를 위해 많이 찾고 있습니다.

12종류의 회를 제공하는 세트가 110유로(약 14만원)이고 스시, 튀김, 우동 등의 메뉴도 함께 제공되고 있습니다.

가격대는 100유로(약 13만원)~110유로(약 15만원)에 형성되어 있습니다.



사진 I-28 Kabuki의 스시 세트와 조리대

③ 이탈리아 레스토랑 Sinfonia Rossini

Sinfonia Rossini는 유니버시티드 상권과 레콜라토스 상권 부근에 있는 이탈리아 레스토랑입니다.

Sinfonia Rossini는 현지인들이 정통 이탈리아 음식을 먹고 싶을 때 찾는 곳으로 유명합니다. 재료의 질을 매우 중시하여 매일 가게에서 직접 만든 파스타의 면을 사용하여 요리합니다. 또한 치즈 역시 장인이 만든 높은 품질의 치즈를 사용하고 있습니다.



사진 I-29 Sinfonia Rossini의 외관

Sinfonia Rossini의 분위기는 클래식하며 아늑합니다. 진열장에는 와인 병들이 늘어서 있으며 하얀 식탁보가 테이블마다 깔려있고 배경음악으로는 클래식 음악이 흘러나옵니다. 고객들의 평에 따르면 몇 시간동안나 머물러도 아늑한 느낌을 받는다고 합니다.



사진 I-30 Sinfonia Rossini의 내부 전경

메뉴의 수는 많지 않고 심플한 편이나 메뉴들 간의 조화가 잘 이루어져 있습니다.

질 좋은 이탈리아산 와인이 잘 구비되어 있고 특히 디저트인 티라미수가 유명합니다. 다만 종업원들이 영어를 잘하지 못하는 편이라 서비스에 불만족스러워하는 고객도 있습니다.

가격대는 샐러드 9유로(약 13,000원) 파스타 15~18유로(약 19,000~22,000원), 메인 16~28유로(약 20,000~35,000원), 티라미수 6유로(약 7,500원)입니다.



사진 1-31 인기 메뉴 봉골레 파스타(좌), 티라미수(우)

[참고] 이탈리아 디저트의 대표, 티라미수

티라미수는 이탈리아를 대표하는 디저트입니다. 커피, 카카오 분말, 마스카포네 치즈, 계란 노른자, 설탕 등의 재료로 만든 케이크로 이탈리아어로 “밀다, 잡아당기다”를 뜻하는 ‘티라레(Tirare)’에 “나(me)”를 뜻하는 ‘미(mi)’, “위”를 나타내는 ‘수(su)’가 합쳐진 말입니다. 즉 “나를 들어올리다”, “기운 나게 하다” 등의 의미가 있습니다.

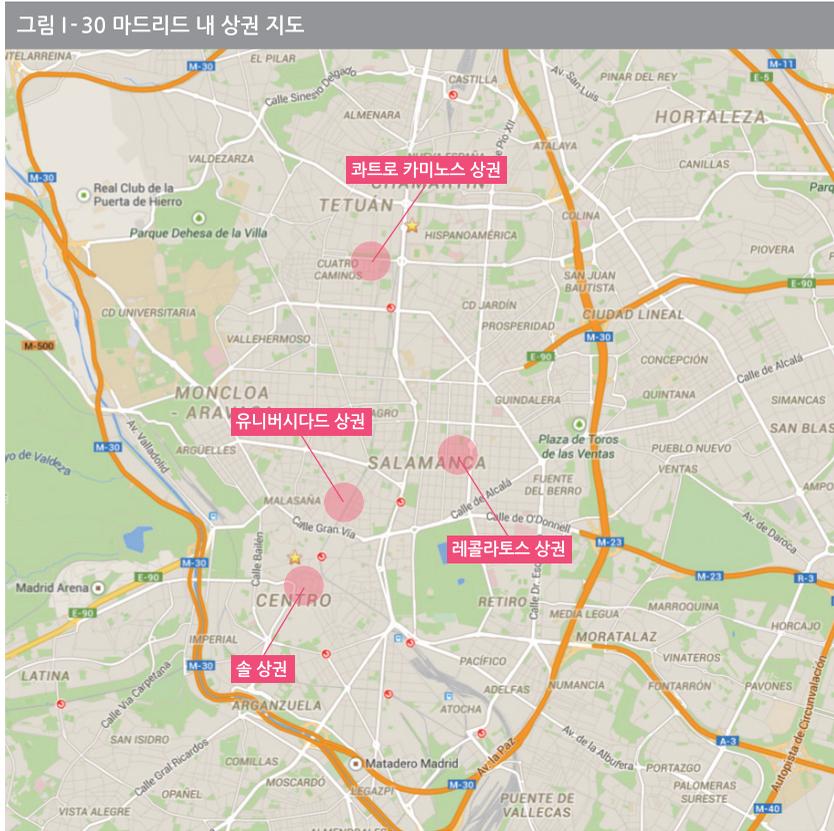
이탈리아 레스토랑에서 식사를 마칠 때 대부분의 고객들은 티라미수를 주문합니다. 그리고 티라미수의 맛으로 레스토랑의 이미지를 기억합니다.

티라미수는 집에서 만들 수 있을 정도로 레시피가 간단하지만 뛰어나게 맛있게 만드는 것이 쉽지 않습니다. 마스카포네 치즈의 품질이 티라미수의 맛을 좌우하기 때문입니다.

디저트는 식사의 마지막에 나오므로 가게 이미지를 향상시킬 수 있는 기회가 될 수 있기에 유명 레스토랑 중에는 직접 만든 마스카포네 치즈로 차별성을 확보하는 곳들도 있습니다.

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성



마드리드의 주요 상권으로는 솔 상권, 유니버시다드 상권, 콰트로 카미노스 상권, 레콜라토스 상권이 있습니다.

지역마다 유인 시설이 다르고 주된 유동인구 구성이 다르기 때문에 각 상권의 특징을 잘 파악하여 보다 많은 소비자를 유인할 수 있는 매장을 구상하는 것이 좋습니다.

① 솔 상권(Sol)

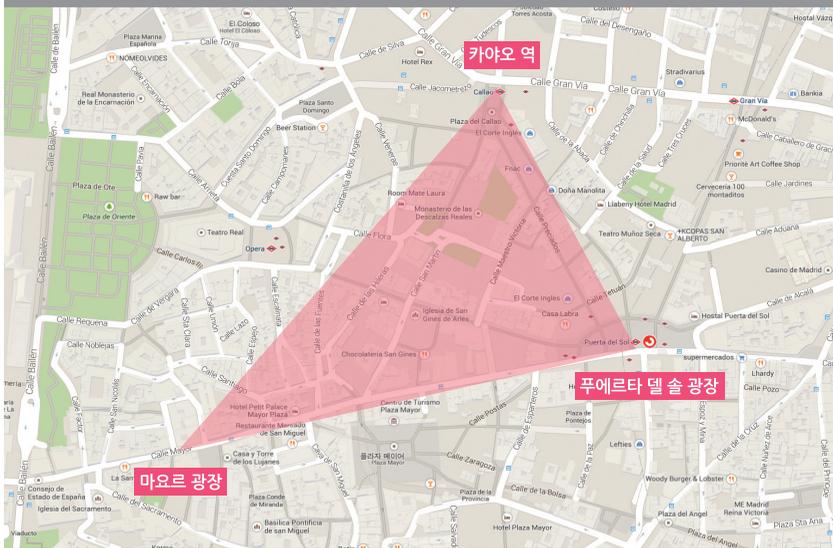
솔 상권은 관광객 유동인구가 많은 지역입니다.

마드리드 시내 중심에 위치한 푸에르타 델 솔 광장은 '태양의 문'이라는 뜻입니다. 솔 광장에는 중세시대 태양의 모습이 새겨진 성문이 있었으나 현재는 없습니다.

솔 상권은 9개의 도로가 시작되는 곳이며 3개의 지하철 노선이 겹치는 교통의 중심점입니다.

남서쪽으로는 마요르 광장, 남동쪽으로는 프라도 미술관, 국립 소피아 왕비 예술센터 등이 있어 관광객 유동인구가 많습니다.

그림 1-31 솔 상권 지도



이곳은 주변에 고급 상점들이 준비하여 관광객들뿐만 아니라 현지인들의 만남의 장소이기도 합니다.

대형 백화점인 코르테 잉글레스(Corte Ingles)를 비롯한 상점들이 들어서있고, 행정기관인 시청도 위치하고 있어 관광, 상업, 행정의 중심지로 대표됩니다.

세계에서 가장 오래된 레스토랑으로 기네스북에 등재된 보틴(Botin)도 이곳에 있습니다.



사진 1-32 푸에르타 델 솔 광장(좌), 라 센트랄 데 카야오(우)

술 상권은 공원, 광장 등이 주를 이루는 술 광장의 동쪽보다 서쪽이 더 발달해있습니다.

Preciados 거리는 자라(Zara), 코르테 잉글레스(Corte Ingles) 등 대형 쇼핑몰들이 늘어서 있는 쇼핑거리로 청장년층의 유동인구가 많습니다.

그 아래 Arenal 거리에는 스페인 전통 식당 뿐 아니라 캐주얼 레스토랑 Ginos, 추러스 전문 카페 등 젊은이들의 입맛에 맞는 식당들이 많습니다.

Postigo de San Martin 거리에는 2012년 9월 지어진 복합 문화공간 라 센트랄 데 카야오(La Central de Callao)가 있어 다양한 연령대의 사람들이 찾고 있습니다.



사진 1-33 카야오 역(좌), 코르테 잉글레스 백화점(우)

술 상권에는 관광객을 타겟으로 하는 전통 레스토랑 뿐 아니라 다양한 에스닉 식당들이 있습니다.

인근 식당가에는 일식, 이탈리아식, 아르헨티나식, 중식 전문점 등 다양한 식당들이 많이 들어서 있습니다.

최근 공격적인 마케팅으로 세를 넓혀가고 있는 다국적 프랜차이즈 매장들도 성업 중입니다.

술 상권에는 '가야금(La Quintana)'이라는 한식당이 운영 중입니다.



사진 I-34 술 광장(좌), 한식당 가야금(우)



사진 I-35 라 센트랄 데 카야오

② 유니버시티드 상권(Universidad)

유니버시티드(Universidad) 상권은 학생 유동인구가 많은 지역입니다.

유니버시티드 상권은 마드리드 중심가에서 약간 서쪽으로 떨어져 있는 곳에 형성되어 있습니다.

이곳에는 스페인 최고의 국립대학인 마드리드 콤플루텐세 대학교(Complutense University of Madrid) 뿐 아니라 마드리드 기술 대학교(Technical University of Madrid), 약학대학, 법학대학 등이 위치합니다.

이 대학가에는 학생들의 접근성이 좋아 영어학원(Always School of Languages), 공연예술극장(Coliseum Teatro), 음악학원(Atocar) 등의 교육, 예술시설이 있습니다.

이집트 국외에 있는 유일한 이집트 신전인 데보드 사원(Temple of Debod)도 이 상권 근처에 위치합니다.



유니버시티드 상권 근처는 임대료가 저렴하여 외국인 이민자 인구가 많은 곳입니다.

이곳에는 아랍계 거주자들이 많이 거주하고 있으며 아시아인들도 많습니다.

이러한 거주 상의 이점에 힘입어 이 상권 근처에는 에스닉 상점이 다수 입점해있습니다. 특히 에스닉 상점들은 'San Bernardino' 거리 근처에 많으며 다양한 국적의 이민자들이 해당 지역을 찾고 있습니다.

이곳의 식당들은 인근 고객들을 대상으로 주로 영업을 하며, 식당 규모는 영세한 곳이 대부분입니다.

이 지역의 한식당으로는 '디미방(Dimibang)'이 있습니다.

디미방은 일식과 한식을 함께 파는 곳으로 레스토랑 부문에서 수상한 경력이 있을 정도로 호평을 받고 있습니다.

디미방의 내부 인테리어는 깔끔한 현대식이며 곳곳을 일본 소품으로 장식해두었습니다.

대표적인 메뉴는 세트 메뉴인 '오늘의 메뉴(Menu del dia)'로 샐러드, 스시, 한식 반찬, 후식 및 음료가 10유로(약 13,000원)에 제공되고 있습니다.



사진 I-36 디미방 메뉴



사진 I-37
디미방의 내부 인테리어

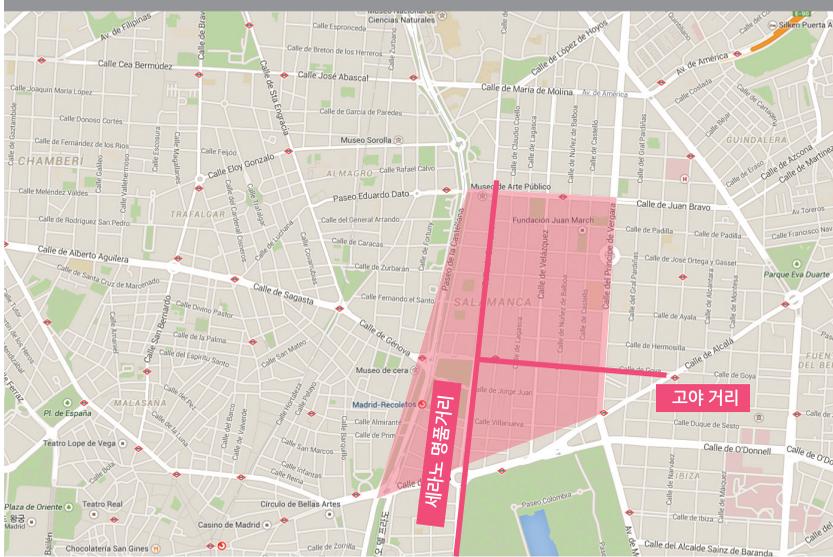
③ 레콜레토스 상권(Recoletos)

레콜레토스 상권은 쇼핑객들의 유동인구가 많은 지역입니다.

레콜레토스 상권은 세라노(Serrano) 거리와 고야(Goya) 거리를 포괄하는 마드리드 최대의 변화가입니다.

특히 'Jorge Juan' 거리를 중심으로 대형 백화점과 롤렉스(Rolex), 살바토레 페라가모(Salvatore Ferragamo), 프라다(Prada) 등 세계적인 명품 브랜드 매장들이 들어서 있습니다.

그림 1-33 레콜레토스 지도





평일에는 쇼핑을 즐기러 나온 관광객들과 소비 수준이 높은 중장년층의 방문이 많으나, 일요일에는 유동인구가 적은 편입니다.

따라서 일요일에는 문을 닫는 매장이 많아 대부분의 식당들이 개장하지 않거나 늦은 저녁시간대에 영업을 시작합니다.

한편 벨라즈케즈 거리(Calle de Velazquez)에는 H&M, ZARA 등 중저가의 대형 의류 매장이 입점해있어 젊은 소비자층의 집객 시설 기능을 하고 있습니다.



사진 1-38 레콜레토스 대로 전경

레콜레토스 상권은 시벨레스 광장에서 시작해 콜론 광장에서 끝나는 넓은 대로와 차도 한 가운데의 녹음이 우거진 공원, 산책로가 특징입니다.

근처에는 세련된 노천 카페들이 많아 여유를 즐기는 사람들이 많습니다.

이 지역에는 고급 레스토랑들이 다수 분포하고 있습니다.

이곳에는 주로 소비 수준이 높은 고객층이 많으므로 대부분의 레스토랑들은 고급스러운 인테리어와 신선한 식재료를 사용하고 있습니다.

소비자들에게 호평을 얻고 있는 레스토랑으로는 일식당 '99 Sushi Bar'와 스페인 레스토랑 'Pan de Lujo' 등이 있습니다.

99 Sushi Bar는 2009년에 오픈하여 현재까지 성업하고 있습니다. 와규, 가르파초 등 일식과 퓨전 스페인 요리가 함께 나와 부유한 젊은 층에게 트렌디한 장소로 알려져있습니다.

Pan de Lujo는 공간적인 아름다움을 갖춘 고급 레스토랑으로 인기를 모으고 있습니다.

이 지역에 한식당은 확인되지 않았습니다.



사진 I-39 99 Sushi 외관 및 내부



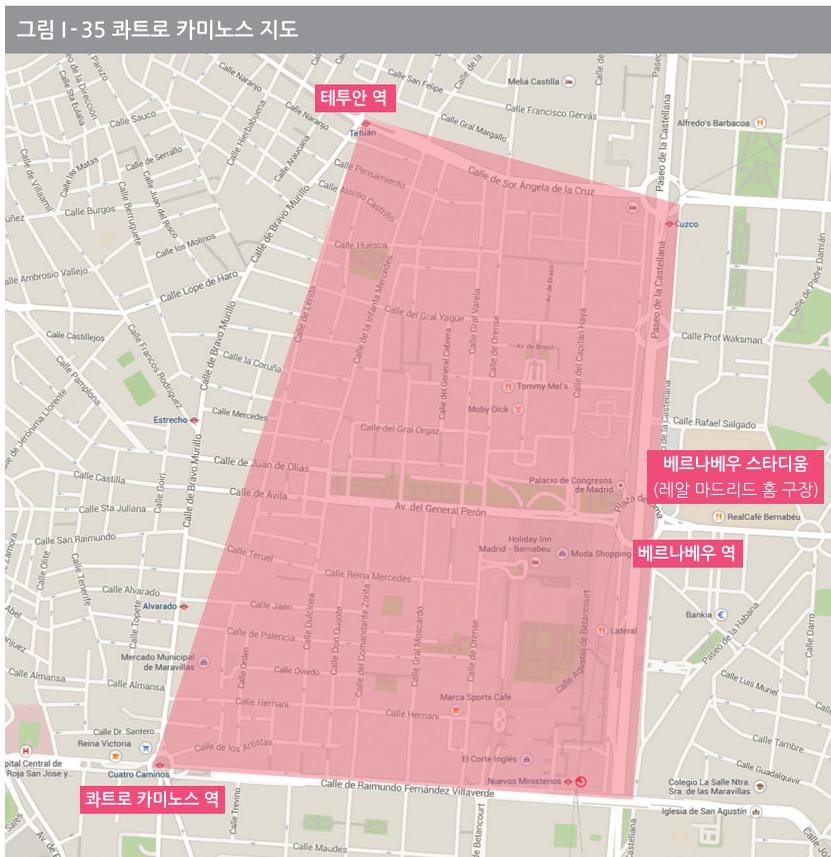
사진 I-40 Pan de Lujo 외관 및 내부

④ 콰트로 카미노스(Cuatro Caminos) 상권

콰트로 카미노스 상권은 직장인 유동인구가 높은 지역입니다.

은행 본점(Bankia), 주요 관공서 등이 위치하고 있으며 특히 카스테라나 거리(Paseo de la Castellana)에는 대형 비즈니스 오피스 건물들이 늘어서 있습니다.

상권 중심으로부터 500m내에 콰트로 카미노스, 알바라도, 산티에고 베르나베우 등 5개의 지하철역이 있어 교통이 편리한 곳입니다.



이 상권에서는 간단하게 끼니를 해결할 수 있는 패스트푸드 전문점이 성업하고 있습니다.

점심시간이 촉박한 직장인들이 주 고객층이기 때문에 빠르고 가볍게 식사할 수 있는 식당들이 인기있습니다.

버거킹, 맥도날드와 같은 다국적 패스트푸드점이 오란세 거리(Calle de Oranse)를 따라 줄지어 있으며 샌드위치나 토띠아를 파는 카페들도 많습니다.

대형 오피스 빌딩 중에는 복합 구조로 지하상가가 발달한 곳도 있습니다.



사진 1-41 직장인들이 애용하는 패스트 푸드 거리

근방의 산티아고 베르나베우 지하철 역 바로 앞에는 레알 마드리드 홈 경기장이 있어 경기를 관전하러 오는 사람들이 많습니다.

덕분에 음료와 스포츠를 동시에 즐길 수 있는 스포츠 카페(Marca Sports Cafe)가 인기를 얻고 있습니다.

주말에는 가족단위로 근처의 경기장이나 공원을 찾는 사람들이 많습니다. 때문에 VIPS, GINO와 같은 패밀리 레스토랑들이 번성하고 있습니다.

한식당은 '아리수(Arisu)' 한 곳이 확인되었습니다.



사진 1-42 Marca 스포츠카페(좌), 콰트로 카미노스 거리 전경(우)

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

스페인인 유럽에서 한국인 인구가 6번째로 많은 국가입니다.

초기 한국인 이민자들의 대부분은 원양 어선을 타고 카나리아 제도에 왔던 60년대~70년대의 인구입니다.

스페인 사람들이 한국인을 떠올릴 때 올림픽 전엔 전쟁 폐허를 연상했으나 요즘에는 경제적으로 발전한 나라, 근면한 민족으로 인식되고 있습니다.

특히 자동차, IT기기 등 한국 상품의 홍보로 이미지가 고양되고 있는 중입니다.

그럼에도 불구하고 많은 스페인 사람들이 “꼬레아(Corea, 한국)”라고 하면 북한의 기근이나 우리나라의 안보상황 등을 먼저 떠올리곤 합니다.

스페인에 거주 중인 한인들은 라스팔마스에 거주하는지 스페인 본토에 거주하는지에 따라 상당히 다른 한인 사회를 이루고 있습니다.

라스팔마스에는 한인타운이 확고하게 설립되어 있어 이곳의 한인들은 대부분 한국인들의 집단 거주지에 모여 살고 있습니다.

특히 원양어선 선원들이 많으며 어업은 수십 년간 건설과 함께 이들의 주요 노동 업종이었습니다.

1970년대에는 거의 1만 5천여 명의 한인들이 라스팔마스에 분포하여 이 지역 전체의 2% 인구를 차지했습니다.

많은 사람들이 가족들과 함께 이주해 뿌리를 내렸고 아이들을 지역 학교에 보내기 시작했으나, 1990년대에 들어 원양어업 사업의 선박 진출이 감소하며 그 숫자가 급격하게 줄어들었습니다.

현재 라스팔마스에 거주 중인 한인들은 약 1,200여명이며 대부분의 한인들은 어업에 종사하지 않고 다양한 사업 분야에서 활동하고 있습니다.

한편 스페인 본토에 거주하는 한인들은 주로 사업가와 그들의 가족, 그리고 스페인 대학에서 공부하는 대학생으로 나뉩니다.

사업을 하는 사람들이 특히 많으며 이들 중에는 태권도를 비롯해 한국 무술을 가르치는 사람도 있습니다.

대한민국 국적 뿐 아니라 조선족이나 아르헨티나 국적의 동포들도 스페인 본토에 거주하고 있으며 그 인구는 1990년대 급속도로 늘었다가 1997년 아시아 금융위기 때 줄어들었습니다.

현재 스페인에는 각 주마다 한인회가 있으며 특히 마드리드 한인회, 바르셀로나 한인회는 회원 수가 많고 활발한 활동을 벌이고 있습니다.

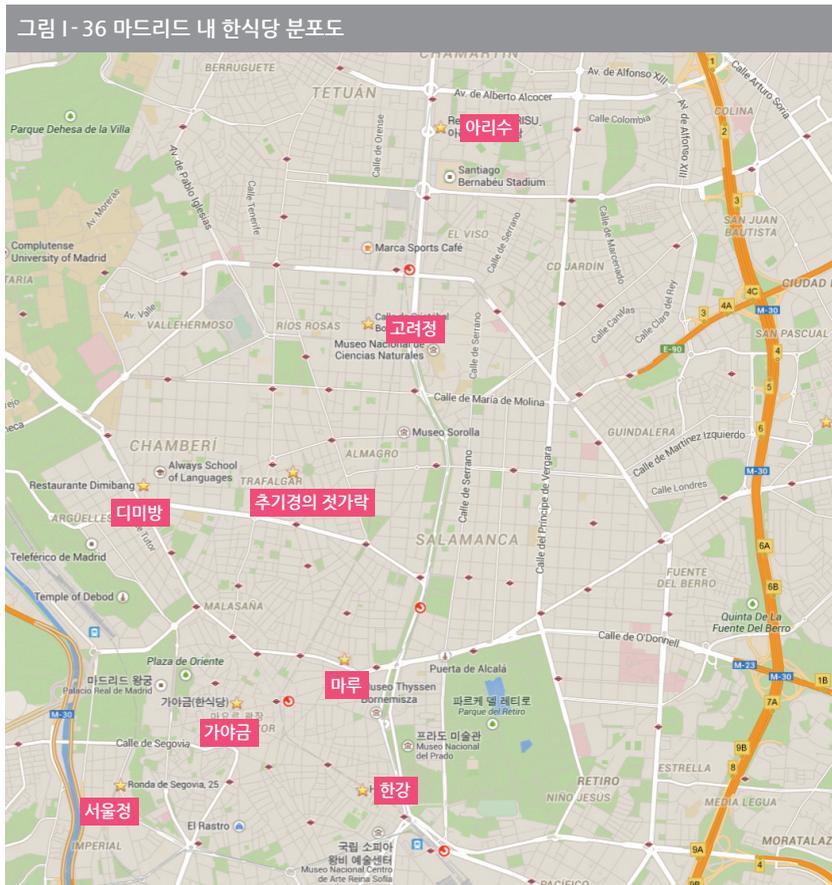
2) 한식당 진출 현황

한식은 스페인에서 진출이 활발하지 않은 편입니다.

한식재단과 KOTRA의 조사(2011년, 해외 한식당 현황조사)에 의하면 마드리드에 있는 한식당은 23개로 확인됩니다.

한식당들의 공통적인 대표 메뉴는 불고기, 오징어볶음, 제육볶음 등의 볶음 고기류입니다.

현지 사람들이 생소한 음식 여러 개를 한번에 시도할 수 있도록 "오늘의 메뉴(Menu del dia)" 형식으로 전식, 본식, 후식을 묶어 저렴한 가격에 제공하는 곳이 많습니다.



마드리드의 몇 없는 한식당 중에서도 많은 이들에게 인기 있는 한식당으로는 '가야금'이 있습니다.

가야금은 마요르 광장, 마드리드 왕궁 등이 있는 시내의 중심가에서 도보 5분 거리에 위치하고 있습니다.

스페인 사람들에게 익숙한 바(Bar) 구조에 닥종이인형, 한지 공예 등 한국적인 소품들을 놓아 독특하면서도 편안한 분위기를 냅니다.

한국인 사장 부부는 처음부터 음식점을 하려던 것은 아니었으나 음식 솜씨가 입소문이 나며 식당을 개점하게 되었다고 합니다.

가야금은 성당의 단체 음식 주문, 대기업 간부들의 도시락, 세계 양궁 선수권 대회 선수들의 식사, 노무현 전 대통령 방문 때의 간담회 준비까지 말을 정도로 스페인 내 한인들 사이에서는 유명한 곳입니다.



사진 1-43
가야금의 닥종이 공예와 이를 소개하는 사장

스페인풍의 이국적인 인테리어와는 달리 요리는 '한국보다 더 한국적인 맛이다'라는 평가를 받고 있습니다.

대부분 현지화시키지 않은 요리를 만들고 있으며 주 메뉴는 된장찌개, 감자탕, 제육볶음 등 정통 한식입니다.

짬뽕, 열무냉면과 같은 단품 요리도 본연의 맛을 잘 살려 좋은 평가를 얻고 있습니다.



사진 1-44 가야금 내부

가야금은 한국 여행객들이 마드리드에 가면 꼭 찾는 한식당으로 유명합니다.

여행객들이 많이 찾는 이유는 물가가 비싼 유럽에서 비교적 저렴한 세트메뉴로 에피타이저(만두, 튀김, 잡채 중 택 1)와 메인요리(비빔밥, 불고기, 볶음밥 중 택1), 후식(커피, 차 중 택 1)까지 먹을 수 있기 때문입니다.

기본 밑반찬을 제공하고 있는 것도 따로 비용을 지불해야 하는 타 식당에 비해 큰 장점으로 작용하고 있습니다.

이처럼 합리적인 가격에 신선한 요리를 제공할 수 있는 것은 직접 재료를 공수하는 방식을 택하고 있기 때문입니다.

사장 부부는 마드리드에서 약 1시간 거리에 있는 자택 1,000여평의 대지에서 한국 종자를 가져와 농사를 짓고 있습니다.

덕분에 가격대는 세트메뉴인 '오늘의 메뉴(Menu del dia)'가 12유로(약 16,000원), 정식은 30유로(약 4만원), 단품요리는 20유로(약 28,000원) 정도로 형성되어 있습니다.



사진 1-45 세트메뉴 차림(좌), 메뉴판(우)

II. 마드리드(Madrid) 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

- | | |
|-----------|----|
| 1) 개인 사업자 | 83 |
| 2) 법인 사업자 | 84 |

1.2 설립 주요 실무 정보

- | | |
|---------------------|-----|
| 1) 인허가 요건 및 관련 법규 | 91 |
| 2) 임대차 계약 절차 및 관행 | 92 |
| 3) 영업시설의 공통기준 | 96 |
| 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 | 98 |
| 5) 세무 관련 정보 | 103 |
| 6) 수입/통관 관련 정보 | 111 |

1.3 기타정보

- | | |
|-----------------------|-----|
| 1) 거주허가 비자 | 122 |
| 2) 금융 서비스 | 126 |
| 3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 | 131 |

[참고] 외식창업에 대한 이해

1. 사업의 타당성 여부를 확인해야 합니다.

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

2. 운영자금을 충분히 확보해야 합니다.

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

3. 오픈 방법을 결정해야 합니다.

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

4. 음식점의 존재이유(경쟁적 이점)를 확인해야 합니다.

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

5. 품질과 양을 관리해야 합니다.

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

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

6. 청결해야 합니다.

외식산업에서 청결보다 더 중요한 것은 없습니다.

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

7. 변화하는 고객의 욕구를 파악해야 합니다.

외식 비즈니스는 주먹구구식 경영으로 성공할 수 없습니다.

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

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

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

8. 원가(손실)를 통제할 수 있어야 합니다.

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

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

다음과 같은 예방책으로 손실을 줄일 수 있습니다.

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

출처: 「외식창업론」, 2011, 김영갑 외, 교문사

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자

스페인 내 외국인 투자는 「외국인투자법」 국왕령 664/1999에 의해 다음과 같이 정의되고 있습니다.

“국적과 상관없이 해외에 주소(소재지)를 두고 있으며 스페인 거주권을 취득하지 않은 개인이나 해외법인, 공공기관을 뜻한다.(제2조)”

“외국인투자는 다음 각 경우 중 어느 하나에 해당하는 것을 말한다.(제3조)”

- i) 스페인 내 현지법인 설립(단독투자), 특정 법인의 전체주식 또는 지분의 매입, 특정증권의 매입으로 회사의 경영활동에 참여하는 경우(공동투자)
- ii) 스페인 증권거래위원회에 등록된 투자펀드에 참여하는 경우
- iii) 스페인에 위치한 부동산을 3,005,060.052유로(약 38억 6천만원) 이상 매입하는 경우 (단, 조세피난처 국가의 경우 투자금액과 상관없음)
- iv) 자본금 3,005,060.052유로(약 38억 6천만원) 이상 재단, 부부공동재산권, 협동조합의 설립 또는 조합원인 경우”

외국인 투자는 크게 개인사업자와 법인사업자의 두 형태를 취할 수 있습니다. 각각의 사업자는 다른 과세 체계와 등록 절차를 따라야 합니다.

먼저 개인사업자(Empresario Individual or Aut nomo), 혹은 자영업자는 모든 이익이 사업자 개인에게 귀속되는 투자 유형입니다.

개인사업자의 사업이익은 개인소득세의 형태로 과세되며 부과세의 경우 소매상은 특별 부과세 체계를 따릅니다.

등록은 ‘상법전(Codigo de Comercio, 또는 Commercial Code)’에 의해 결정되며 ‘상업 등록법(Mercantile Registry Regulation)’의 영향을 받습니다.

이 유형의 사업은 ‘상공 회의회(Registro Mercantil)’에 등록할 필요가 없습니다.

2) 법인 사업자

법인사업자의 경우 진출 방식에 따라 자회사(현지법인)와 고정사업장(연락 사무소 또는 지사)으로 나누어집니다.

① 자회사(현지법인)

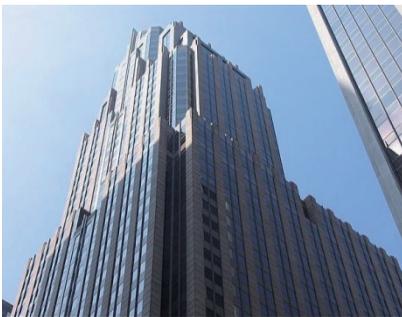
법률상 주식회사, 유한회사, 합자/합명회사, 1인 투자회사가 법인에 속합니다. 법정 최소 자본금은 주식회사의 경우 60,000유로, 유한회사의 경우 3,000유로입니다. 법적으로 본사와 다른 독립적인 기업이며 법인격을 가지며 운영도 독립적인 특징이 있습니다. 따라서 영업활동 및 세무 등에 있어서 스페인 국내법이 적용됩니다.

② 지점(고정사업장)

지점의 법정 최소 자본금은 없습니다. 본사를 대표해 스페인에서의 수출입, 판매 등 모든 영업활동을 이행하지만 대부분의 운영을 본사에 의존합니다. 자본금 납입규정에 관해서는 주식회사와 같이 현금납입의 경우 유로로 하며 현물납입은 독립적인 기관의 측정가를 필요로 합니다.

③ 연락사무소(고정사업장)

법적으로 본사에 완전히 종속된 기업으로, 스페인 내 직접적인 판매행위가 금지되어 있으며 마케팅 및 판촉 등의 부수적인 영업행위만 허용됩니다. 또한 상업 등기소에 등록하지 않아도 됩니다. 이러한 연락사무소 설립 형태는 감정적 투자자들에게 유용하며 시장조사에 가장 이상적인 수단으로 이용될 수 있습니다.



자회사(현지법인)와 고정사업장은 크게 다음과 같은 차이점을 지니고 있습니다.

① 설립 최소 자본금

자회사를 설립할 경우, 스페인 「자본회사법」에 따라 법적 형태를 갖춰야 하므로 설립을 위한 최소 자본금은 설립하려는 회사 종류에 따라 다릅니다. (2012년 일부 개정된 스페인 자본회사법에 따르면 주식회사의 경우 최소 60,000유로, 유한회사의 경우 최소 3,000유로) 고정사업장을 설립할 경우, 법정 최소 자본금이 따로 존재하지 않고 본사의 정관에 따릅니다.

② 법인형태와 책임의 한도

자회사의 경우, 독립된 법인형태를 갖고 사업활동을 하며 채무에 대해서도 직접 책임을 집니다. 고정사업장의 경우, 본사에 종속된 형태로서 채무에 대해서는 자국법에 따라 모회사가 책임을 집니다.

③ 과세

자회사의 경우, 스페인 법인세를 납부해야 합니다. 고정사업장의 경우, 기본적으로 비거주자 소득세를 납부하지만 스페인과의 이중과세방지 조약을 참고해야 합니다.

그림 II - 1 자회사(현지법인)와 고정사업장 비교		출처: KOTRA
	자회사(현지법인)	고정사업장
설립 최소 자본금	주식회사 - 최소 60,000유로 유한회사 - 최소 3,000유로	본사의 정관에 따름
법인형태	독립 법인	종속 법인
책임 한도	직접 책임	모회사 책임
과세	스페인 법인세 납부	비거주자 소득세 납부

회사 설립 주요 절차는 법인 형태에 따라 다음과 같이 나뉩니다.

① 법인(유한회사 및 무한회사)

- i) NIE(Número de identificación de Extranjero) - 스페인 거주증
회사 설립 주체가 비거주 외국인인 경우 스페인 거주증(외국인 ID 번호)을 신청해야 합니다.
- ii) 회사 이름 등록
‘Mercantile Registry(Registro Mercantil, 상업 등록국)’에서 발행하는 인증서를 받습니다. 이 절차를 거쳐야 비로소 회사 이름이 등록됩니다.
- iii) 자본금 예치
회사 이름의 은행계좌에 투자할 자본금을 예치합니다. 예치할 금액은 회사 유형별로 상이합니다. 유한책임회사의 예치금은 최소 3,005유로(약 430만 원)입니다.
- iv) NIF(Número de Identificación Fisca) 신청
지역 세무서에 ‘회사 Tax 코드’를 신청합니다. 인지세(Stamp duty)를 납부할 때 회사 증서(Deed of Incorporation)와 발급받은 NIF를 제출해야 합니다.
- v) 회사 등록
‘Mercantile Registry’에 등록 요청을 합니다. 회사 증서를 받은 이후 약 2개월 정도 소요될 수 있습니다.
- vi) 경제활동세금(Economic Actiity Tax, Impuesto de Actividades Economicas)
세무서에 등록 신청을 합니다. 이를 위해 회사의 사업활동 내용이나, 시작 시기, 회사건물 정보 등을 세무서(AEAT, Agencia Tributaria)에 제공해야 합니다.
- vii) 부가가치세(IVA) 등록
부가가치세 납부 및 환급을 위해 소재지 관할 세무서(Agencia Tributaria)에서 부가가치세를 등록합니다.
- viii) 영업 개시 라이선스 획득
VAT를 등록한 후, 영업 개시 라이선스 획득을 위해 마드리드 도시 협회(Ayuntamiento)에 영업장소 평면도와 위치정보, 영업활동 기술서 및 지방세 납부 영수증 등을 제출합니다. 개업 후 30일 안에 지역 노동기관(Direccion General de Trabajo)에 등록해야 합니다.

그림 II-2 유한회사 및 무한회사 설립 일반절차 1

출처: KOTRA

No.	구분	준비사항	유의사항 및 담당부서
1	설립요건	법정 최소 자본금: - 주식회사: 60,000 유로 - 유한회사: 3,000 유로	- 주식회사: 자본금은 설립 시 주식 액면가의 25% 지불, 75%는 설립신고서에 기입하는 기간 내에 지불 - 유한회사: 설립 시 자본금 전액 지불
2	상호 신청	상호 예약 증명서 (Certificado de reservade denominacion)	- 예약신청 후 6개월동안 유효 - 담당부서: 상업등기소 (Registro Mercantil Central, www.rmc.es)
3	새로운 회사창립 동의서	투자자들 간의 새로운 회사창립 동의서로 회사유형, 창립목적, 초기 자본금, 회사 주소 등 기본적 정보기입	임시 사업자 등록번호를 얻는 데에 쓰이므로 후에 정식 등록 시 내용변경 가능
4	임시 사업자 등록번호	자산이전에 대한 세금납부와 회사등록을 위해 반드시 필요한 전 단계	- 설립 등록이 완료된 기업은 임시 사업자 등록번호를 받은 후 6개월 이내에 정식 사업자 등록번호를 부여 받음 - 담당부서: 관세청 (Delegacion de Hacienda, www.aeat.es)
5	회사설립 신고서 작성	설립목적, 자본금, 회사정관, 임원, 상호, 영업내용, 회계년도 등과 같은 내용 포함	- 공증인을 통해 작성하고 공증 받아야 함 - 담당부서: 공증사무소
6	외국인 투자 등록서 입수	외국인 투자등록서 (Declaracion de Inversion al Registro del Inversiones Extranjeros) 입수	- 담당부서: 경제재무부의 상업과 투자 부서 (la Direccion Generalde Comercio e Inversiones)
7	자본금 납입 증명서	자본금 현금납입을 해당은행 서류로 증명, 회사 설립 신고서 작성시 공증인에게 제출	- 담당부서: 은행

그림 II-3 유한회사 및 무한회사 설립 일반절차 2			출처: KOTRA
No.	구분	준비사항	유의사항 및 담당부서
8	노동허가증 신청	유럽연합 국적이 아닌 설립자가 스페인에서 일하려면 노동허가증을 받아야 함	- 담당부서: 해당 지역의 외국인관리소 (Extranjeria)
9	자산 이전세 납부	상업등기를 위해서 반드시 필요	- 설립일로부터 최대 30일 이내에 납부 - 담당부서: 소재지 관할 세무서(Agencia Tributaria)
10	상업등기	2~8번까지 해당구비서류 일체	- 담당부서: 상업등기소 (Registro Mercantil Central, www.rmc.es)
11	외국인 투자 신고	투자금액이 6,000 유로 이상인 경우 투자신고를 해야 함	- 투자일로부터 30일 이내 - 담당부서: 경제재무부의 상업과 투자부서 (la Direccion General de Comercio e Inversiones)
12	법인세 등록	경제활동에 대한 세금(Impuestos sobreActividades Economicas) - 법인세 납부를 위한 등록	설립 후 기업 활동을 시작하기 전에 완료해야 함
13	부가세 등록	부가세(IVA) 납부 및 환급을 위한 등록	- 담당부서: 소재지 관할 세무서(Agencia Tributaria)
14	개업 허가서	개업허가서 (Licencia de Apertura)	- 담당부서: 관할시청
15	사회보험 등록	사회보험(Seguridad Social)으로 우리나라의 의료보험에 해당	- 회사 사회보험 번호 등록 시, 고용하는 근로자의 사회 보험 가입 신청 - 소재지 사회 보장청 (SeguridadSocial, www.segsocial.es)

② 지사(고정사업장)

기본적으로 상기 법인 설립 절차와 동일하나 최소 자본금 불입 의무가 없고, 회사 설립신청서 작성시 본사의 존재를 증명하는 각종 서류가 추가됩니다.

* 본사관련 서류: 본사 사업자 등록서(번역/공증/아포스티유), 관리자 이름 및 개인정보, 본사로부터 받은 지사 승인서(번역/공증/아포스티유)

③ 연락 사무소(고정사업장)

상업등기소에 등록할 의무가 없으며, 비교적 절차가 간단합니다.

사회보험, 세금, 고용과 관련해 본사의 연락사무소 승인서가 요구됩니다. 동 서류는 연락사무소 개업, 자본금(해당경우), 사무소 대표인(법인 혹은 자연인) 등의 내용을 담아야 하며 번역/공증/아포스티유를 마쳐야 합니다.

[참고] 보편적인 법인의 형태



스페인에서 가장 보편적인 법인의 형태는 주식회사(S.A.)와 유한회사(S.L.)입니다. 주식회사와 유한회사는 다음과 같이 정의됩니다.

① 주식회사(Sociedad Anonima, S.A.)

주식의 발행으로 설립되는 주식회사는 회사 주주의 출자로 이루어지며 주식의 인수가액을 한도로 하는 출자의무를 부담할 뿐 회사 채무에 아무런 책임도 지지 않습니다.(제1조)

2010년 제정된 「자본회사법」에 따라 보유해야 할 최소한도의 담보재산(법정자본금)은 60,000유로이며(제4조) 설립 당시 각 액면주식당 25%를 지불해야 하고 나머지 75%는 회사정관에 따라 정해진 기간 내에 지불해야 합니다.(제44조)

법적으로 현물출자의 경우 제3의 독립적인 전문기관 측정가가 요구되며 5년 이내에 납입해야(제80조)하지만 금전출자의 경우 정해진 납입 기간은 없습니다. 주주들은 납입 연체 시 투표권을 상실합니다.(제83조)

② 유한회사(Sociedad Limitada, S.L.)

유한회사는 사원의 출자로 이루어지며 출자금액을 중심으로 회사 지분을 갖게 되며 책임을 질 뿐 회사채권자에 대해서는 어떠한 책임도 지지않는 회사입니다.(제1조) 최소 법정자본금은 3,000유로이며(제4조) 설립 당시 전액을 납입해야 합니다.(제78조)

자본금을 현금으로 납입하거나 증자할 경우 이를 공증해야 하며 현물출자의 경우 제3의 독립기관 측정 보고서를 필요로 하지 않습니다. 또한 지분양도도 자유롭지 않습니다.

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규

스페인에서는 각 지역마다 식당 창업이 가능한 구역이 지정되며 그렇지 않은 경우 조건 부합 여부를 시 당국에서 결정합니다.

마드리드의 경우, 소비자 보호를 위한 법령 및 식품소매에 대한 조례(Ordenanza De Comercio Minorista de la Alimentacion)에 의해 식당 영업활동이 규제됩니다.

이러한 외식업과 관련된 관리 및 감독은 마드리드 식품안전처(Departamento de Seguridad Alimentaria)에서 행하고 있습니다.

고용인은 사회보장 범위에 포함되는 피고용인에 대해 사회보장을 신청해야 합니다.

이는 사업 활동을 시작하기 전에 해야 하는 절차로 General Treasury of the Social Security Administration에 신청합니다. 피고용인 역시 사회보장 관련 신청을 해야 합니다.

또한 외식업을 수행하려는 부지에 건물을 새로 지을 경우 건설 허가를 받아야 합니다.

건설 허가는 크게 두 종류로 나뉘어집니다.

첫 번째는 벽, 테라스, 바베큐 구역 등에 대한 소규모 건설 허가입니다. 두 번째는 신규건설이나 철거에 대한 대형 건설 허가입니다.

전자의 공사를 하고자 한다면 시청에서 “소규모 건설 허가(Licencia de obra menor)”를 신청해야 합니다. 여기에는 공사의 내용과 예상 비용에 대한 짝막한 설명이 필요합니다. 이에 따라 세금이 계산되며 세금은 건설 작업의 완성 단계에 전체 공정 비용의 약 4~6% 정도로 부과됩니다.

후자의 공사를 하고자 한다면 먼저 스페인 내 건축학과를 졸업한 건축설계자에 의해 제작된 설계도가 필요합니다. 또한 기술 건축가(Aparejador, 실제 건설 현장 책임 전담자)가 필요하며 보통 건축설계자에 의해 지정된 사람이 기술 건축가가 됩니다. 마지막으로 건축업자가 필요합니다. 위의 세 전문가는 건설 허가 신청서(Solicitud de licencia)를 제출해야 합니다.

건설 허가는 신청서는 직접 또는 편지로 시장(Local alcalde)에게 제출합니다. 허가가 나기까지 보통 두 달 정도 걸립니다.

2) 임대차 계약 절차 및 관행

스페인의 주택 임대차 계약은 주로 LAU(Ley de Arrendamiento Urbano)에 의해 규정되고 있습니다.

임대 주택은 가구 없이 빌리는 경우(Sin Mueble/Vacio)와 가구와 함께 빌리는 경우(Amueblado)의 2가지 종류가 있습니다.

Sin Mueble의 경우에도 주방용 기본 설비(세탁기, 냉장고, 전자레인지, 조리기, 식기 세척기 등)는 구비되어 있는 경우가 있으며 Amueblado에도 부엌 도구 및 부엌 가구만 구비된 조건이나 거실용 소파, 식탁, 침대 등만 구비된 Semi와 TV, 생활가전 등은 물론 액자까지 완전 구비된 Full로 구분됩니다.

고급 주거용 아파트의 경우 단지 내 수영장, 테니스코트 등도 설치되어 있습니다.

신학기철인 9월에는 아파트 임대 수요가 증가하여 입주가 어려울 수 있습니다.

이 경우 주택거래 정보지인 Segunda Mano나 부동산 회사를 통해 주택 물색이 가능합니다.

임대인들은 보통 현지인에 비해 월 임차료 지불이 정확한 한국인, 일본인 등 외국계 회사 파견 직원을 임차인으로 선호하는 편입니다.

또한, 여름휴가철인 7-8월에는 주민들 대부분이 휴가를 가기 때문에 계약체결 어려움이 있을 수 있습니다.

따라서 부동산을 통하여 미리 조건을 알아봐두고 사전조율을 통해 가급적 휴가기간에 의한 계약체결 어려움이 없도록 해야 합니다.

임차 계약 해지 시 빈발하는 문제로는 보증금 삭감과 같은 것이 있습니다.

현지의 임대차법 상 임대인이 되거 시 임대 주택을 원상대로 회복시킬 의무를 지며, 임대 계약 시 보통 1~3달치 보증금을 예치하는데 계약해지 시 주택 내부 기물이 상했다는 이유 등으로 일부 금액을 삭감한 채 돌려주는 사례입니다.

보통은 2달 전 통보하고 가능하다면 보증금으로 월세를 상쇄하는 것이 바람직합니다. 하지만 임대인들은 월세가 상쇄되는 것을 원치 않는 경우가 보통이므로 입주할 때 사진을 찍어 퇴거 시 주택이 원 상태를 증명하는 것도 좋은 방법입니다.

임차 보증금(Fianza)은 가구 없이 빌리는 경우 보통 1개월, 가구와 함께 빌리는 경우 2, 3개월 치를 납부하게 되는데 임대인에 따라 조건이 다를 수 있습니다.

다만 보증금은 가급적 적게 내는 것이 유리합니다.

보증금을 임대인에게 납부하지 않고 은행에 예치하도록 하는 경우도 있습니다. 이 경우 보증금에 대한 은행 수수료는 임차인이 지불해야 하니 유의해야 합니다. 계약서 사인 시 임대인 부담비용과 임차인 부담비용을 명확히 확인한 후 사인하는 것이 좋습니다.

보통 주택임차료와 공동관리비, 부동산 세금 등은 임대인이 부담하고 개별적으로 사용하는 가스비, 수도요금, 전기세 등을 임차인이 부담하는 것이 일반적입니다.

최근의 경기침체, 세금 인상 등으로 계약서 초안에 임대인이 부동산세(IB), 오물관리비 등을 임차인 부담으로 넣어두는 경우가 많으니 계약서 사인 전에 반드시 세부조항을 읽어서 임차인의 부담 범위를 확인해야 합니다.



현지인들은 일반적으로 주택 물색 시 부동산 매물 검색사이트인 이데알리스타(www.idealista.com)를 이용하고 있으며 부동산 중개업체에 임차 물건 물색을 의뢰하더라도 이데알리스타를 통해 매물을 검색하는 경우가 많습니다.

따라서 사전에 해당 사이트를 통해 관심지역에 대한 대략의 임차조건을 파악해두는 것이 좋습니다.



그림 II-4 부동산 매물 검색사이트 이데알리스타(Idealista)

스페인에서 상업부지를 임대하려면 관련 에이전트를 다양하게 찾아보는 것이 좋습니다.

에이전트마다 다른 임대료를 제시하고 있기에 적절한 가격을 제시하는 에이전트를 선택하여 계약해야 합니다.

임대차의 최소 계약 기간은 1년이며 일반적으로 5년 단위로 계약합니다. 때때로 그보다 긴 기간의 계약을 요구하는 에이전트가 있을 수 있으나 1년의 최소기간을 준수한 이상 법적인 의무사항이 따로 없으므로 반드시 요구에 따라야 할 필요가 없습니다.

보통 임대인은 어음(Aval)을 요구합니다.

어음은 두 달 치의 임대료에서 1년 치의 임대료 사이일 수 있습니다.

때로 외국인에게는 더 높은 가격의 어음을 요구하는 임대인들이 있을 수 있습니다. 어음은 임대인의 편의를 위해 스페인 계좌에서 발행받아야 하며 어음에 기재된 금액만큼 계좌에 예금되어 있어야 합니다. 이 금액은 보증금으로 남게 됩니다.

계약에 대한 동의가 끝나면 계약서에 서명하며 이때 임대인은 어음 증빙 서류, 첫 달 치 임대료를 함께 요구합니다.

정기 임대료는 임차인의 스페인 계좌에서 임대인의 계좌로 자동 이체되어야 하며, 보통 매달의 첫 주나 계약서에 명시된 날짜에 비용을 지불해야 합니다.

일반적인 계약은 회사명으로 하기 때문에 모회사가 있는 경우 CIF, VAT번호, 회사명이 적힌 청구서를 받아두는 것이 좋습니다.

이 청구서에는 원천징수세액도 함께 기재되어 있습니다. 몇몇 임대인들은 청구서를 주지 않을 수 있는데 이는 불법이므로 반드시 공식적인 청구서를 받도록 합니다.



3) 영업시설의 공통기준

모든 외식업체들은 음식 위생 및 안전에 대한 교육을 해야 할 의무를 지닙니다.

위생 교육은 회사 자체에서 시행하거나 공식 기관에서 받아야 합니다. 기존에는 공신력 있는 기관들에서만 가능했던 위생 교육이 2010년 칙령에 따라 유연하게 변경되었습니다.

위생 및 안전 교육은 일시적인 것이 아닌 지속적인 것이어야 하며 기술적, 구조적 변경이 있을 시 이를 반영하여 진행되어야 합니다. 만일 위생 및 안전 교육에 대해 확인하고 싶은 부분이 있다면 2010년 7월에 발간된 “외식업체의 교육 가이드(Documento de orientación sobre formación de manipuladores de alimentos)”를 참고하는 것이 좋습니다.

마드리드 주 지역상법에 따르면 레스토랑을 포함한 모든 상인은 자유롭게 주중 영업장의 개장 및 폐장 일시를 정할 수 있습니다.

마드리드 주에서는 지역상법 제 26조에 의해 영업시간 설정의 자유가 보장되고 있습니다.

다만 모든 영업장은 개장 및 폐장 일시를 알리는 표시를 해야 하며 시간에 대한 표시는 영업장 내부 및 외부 눈에 잘 띄는 곳에 해두어야 합니다. 폐장 시에도 사람들이 확인할 수 있는 곳에 폐장표시를 해야 합니다.

레스토랑은 최대 4팀 이하의 라이브 음악 연주자를 배치할 수 있습니다.

레스토랑 경영인은 라이브 음악으로 식사를 보다 즐겁게 만들 수 있으나 하루에 4팀 이하여야 하며 그 이상의 연주자를 배치할 경우 불법으로 간주합니다.

또한 무대를 사용하는 연극과 같은 형태의 공연은 금지되고 있습니다.

설비/인테리어를 구비할 때에는 영업장소가 관련 조항에 부합하고 업종의 용도에 적합한지, 안전하게 음식을 준비할 수 있는지 등의 여부를 고려해야 합니다.

그리고 반드시 영업장소 내 설비의 청결상태를 양호하게 유지해야 하며, 오염방지 특히 해충 및 쥐가 돌아다니는 것을 방지하는 위생관련 법규를 준수해야 합니다.

스페인 식품 안전청(The Spanish Food Safety and Nutrition Agency, AESAN)에서 규정하는 식품 기업, 식당 및 수송을 담당하는 운송업체는 식품위생과 관련한 식품 안전 등록을 해야 합니다.



4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

2014년 3월 1일 일부 개정된 스페인 「근로기준법」은 제10조~제13조에 걸쳐 근로계약의 종류에 대해 구체적으로 규정하고 있습니다.

근로계약은 크게 두 종류로 구분됩니다.

① 기간제 근로계약(비정규직, Contrato por una duracion determinada)

특정업무 또는 용역에 관한 계약, 생산사정에 따른 임시계약, 대체인력 근로계약, 인턴사원계약, 직업훈련계약

② 기간을 정하지 않은 근로계약(정규직, Contrato por tiempo indefinido)

근로자는 계약이 종료될 시 보상금을 받을 수 있습니다.

대체인력 근로계약과 직업훈련계약을 제외한 나머지 계약의 근로자들은 기간제 근로계약이 종료될 경우 계약 종료, 해고에 따른 보상금을 받을 수 있습니다.

그림 II-5 근무연수별 보상금액		출처: 세계법제정보센터
계약체결일 (2014년 말 기준)	근무연수별 보상금액	
2011년 12월 31일 이전	8일치 근무수당	
2012년 1월 1일 이후	9일치 근무수당	
2013년 1월 1일 이후	10일치 근무수당	
2014년 1월 1일 이후	11일치 근무수당	
2015년 1월 1일 이후	12일치 근무수당	

수습기간

근로자의 수습기간은 전문직(학사 이상 또는 전문자격이 필요한 직업)과 비전문직에 따라 차이가 있습니다.

전문직의 경우 최대 6개월이고, 비전문직의 경우 최대 2개월입니다. 단, 직원수가 25명 미만인 회사에서는 비전문직의 수습기간이 최대 3개월 까지 늘어날 수 있습니다.

노동시간

일반적으로 회사별 소정근로시간은 점심시간(1시간 또는 2시간)에 따라 차이가 나는데 대부분 근로시간은 오전 8시 30분에서 9시 30분 사이에 시작되어 17시 30분 또는 19시 30분에 종료됩니다.

근로시간은 단체협약 또는 개인별 근로계약서에 명시되어 있는 시간이 기준이며, 1주 간의 근로시간은 40시간을 초과할 수 없습니다(휴게시간 제외). 1년 단위로 기준범위 내에서 근로시간의 조정이 가능합니다.

상여금(Pagas Extraordinarias)

상여금의 지급은 의무이며 법으로 규정되어 있습니다. 따라서 사용자(고용주)는 1년에 최소 2회 이상 근로자에게 상여금을 지급해야 합니다.

통상적으로 1회는 성탄절에 지급하고 나머지 1회는 단체협약을 통해 정하는 날에 지급하는데, 일반적으로 7-8월(휴가철)에 지급합니다.

단체협약의 규정에 따라 상여금은 12개월로 나눠서 지급할 수도 있습니다.

최저임금

최저임금은 업종이나 산업분야, 근로자의 연령, 성별 등과 관계없이 근로자의 기본적인 생활안정을 위해 지급되어야 하는 임금의 기준으로, 스페인에서는 매년 12월 정부가 국왕령을 통해 발표합니다.

「국왕령 제1046/2013호」에 따르면 2014년 스페인 정부가 책정한 최저임금은 일급 21.51유로(한화 약 36,000원), 월급 645.30유로(한화 약 901,800원)입니다.

급료는 지급단위에 따라 시급, 일급, 주급, 월급 등으로 나뉘는데 이 때 급여 지급단위가 1개월을 초과해서는 안됩니다.

한국	스페인
시급 5,210원	일급 21.51유로(약 36,000원)
	월급 645.30유로(약 901,800원)

휴일

유급휴일은 1주일에 하루 반나절 이상, 1년에 최소 30일 이상 주어져야 합니다.

또한 유급휴일 외에도 국가나 자치주 및 지방자치단체가 지정하는 법정공휴일을 인정해줘야 합니다.

마드리드의 경우, 2013년 9월 27일자 마드리드 주 지역관보에서 2014년의 공휴일을 총 12일로 정했습니다. 그 휴일은 다음과 같습니다.

1월 1일 새해		6월 19일 성제축일	
1월 6일 예수공현축일		8월 15일 성모승천일	
4월 17일 성목요일		11월 1일 만성절	
4월 18일 성금요일		12월 6일 스페인 제헌절	
5월 1일 노동절		12월 8일 성모잉태일	
5월 2일 마드리드 주 지역축제		12월 25일 성탄절	

추가적으로 근로자는 결혼, 노조활동, 공적의무이행, 출산, 거주지 이전, 사고, 질병 등 다양한 사유로 인한 유급휴가를 신청할 권리가 있습니다.

[참고] 스페인에서 일하기 위해 반드시 필요한 노동허가증



사진 II-1 노동허가증에 대한 만평

스페인에서는 ‘체류증’만으로는 일할 수 없습니다. 합법적으로 노동하기 위해서는 ‘거주’ 및 ‘노동허가(Permiso de Trabajo)’가 필수적입니다.

외국인들이 스페인에서 살기 위해 받는 스페인 거주증과 노동허가거주증, 유학생 체류증 사이에는 많은 차이가 있습니다. 거주증은 스페인에서 살 수는 있지만 직업을 구할 수는 없습니다. 유학비자로 취득한 유학생 체류증은 스페인에서 공부를 할 수는 있지만 직업을 구할 수는 없습니다. 하지만 스페인 노동허가거주증은 공식적으로 일을 할 수 있으며 직업을 유지하는 한 장기간 영주가 가능합니다.

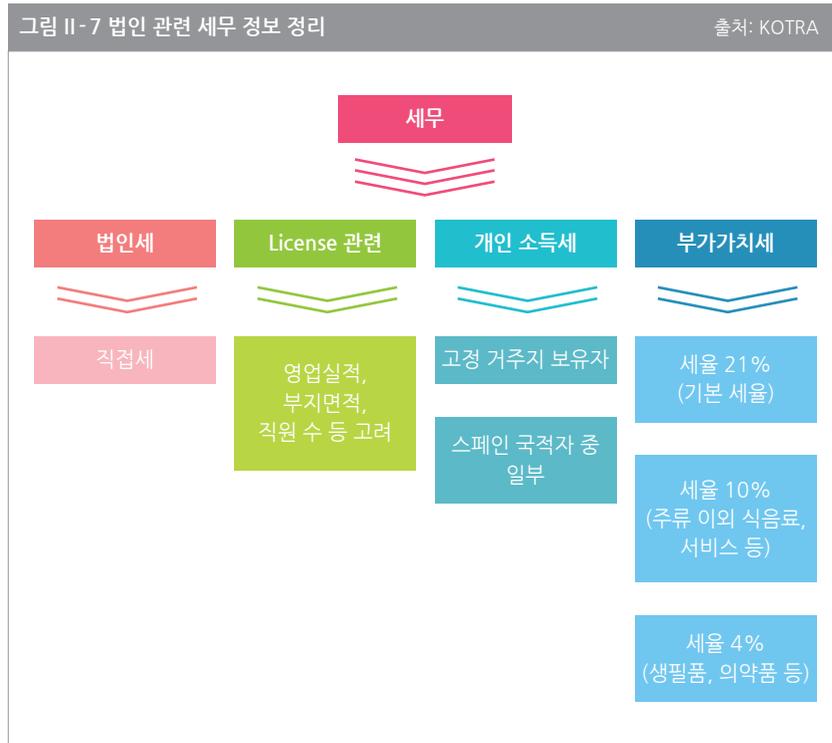
스페인에서 유학했던 대학원생 A씨의 사례를 보면 노동허가증의 중요성을 알 수 있습니다. A씨는 법학대학원 석사, 헌법연구소 전문 프로그램 등을 마친 우수한 인재였으며 당시 인턴 중이던 회사에 취직을 문의하여 승인을 받았습니다. 회사 규모가 컸던 만큼 회사에서 절차상의 문제를 해결해 줄 것이라 생각했는데 한 달 후 회사 본부장에게서 노동허가증이 없으면 일을 할 수 없다는 통보가 왔습니다. A씨는 노동허가증의 중요성을 미리 알았다면 사면령 기간 내에 신청할 수 있을 것이라는 아쉬움을 안은 채 학교로 돌아갔습니다.

노동허가증 없는 스페인 근무는 사실상 모두 불법입니다. 게다가 근래 스페인 국내경제 상황이 좋지 않기 때문에 노동허가거주증 취득은 ‘하늘의 별 따기’가 됐습니다. 단, 해외자본의 투자를 통한 노동허가거주증 발급은 정부차원에서 환영하고 있습니다.

스페인에 진출하는 한국의 기업은 단기간의 용역이나 아르바이트 학생일지라도 노동허가증 없는 유학생을 고용할 경우 불법이라는 사실을 인지하고 있어야 합니다. 그래야 무지로 발생하는 불법행위를 방지할 수 있을 것입니다.

5) 세무 관련 정보

스페인에서 사업을 할 때 유의해야 할 세금은 법인세, License 관련 세금, 개인 소득세, 부가가치세로 크게 네 종류가 있습니다.



① 법인세

스페인의 법인세 부과 대상 법인은 "거주" 여부에 의해 결정됩니다.

스페인 조세법에 따르면 사업장이 스페인 영토 내에 소재하거나 실질적인 운영 본부가 스페인 영토 내에 위치해 있을 경우 "거주 법인"으로 간주되어 법인세 부과 대상이 됩니다.

거주 여부 결정에 이의가 발생할 시 스페인과 해당 법인의 출신국 간에 이중 방지 과세 협정이 체결되어 있으면 동 협정에 따라 세금 부과 여부가 결정됩니다.



Agencia Tributaria

그림 II-8 스페인 국세청

출처: www.agenciatributaria.es

법인세는 기업활동에서 발생한 모든 이익과 기업활동 외 이익, 일반적인 기업활동과 무관한 투자 행위에 따른 이익, 주식 거래에 따른 이익에 대해서 부과됩니다.

법인세 산출 기준이 되는 과세표준(BI, Base Imponible)을 산출하는 방법은 [모든 원천으로부터의 소득-공제 가능 항목+순 양도 소득]입니다.

2013년 기준, 일반적인 법인소득세율은 30%입니다. 그러나, 2012년 스페인 투자청 발간자료에 따르면, 평균 실질 법인세율은 16.7%(2010년 기준)인 것으로 파악되고 있습니다.

연 매출이 5백만 유로 미만이며 평균 근로자 25명 이하의 영세 사업자에 대해서는 최초 30만 유로까지는 20%, 초과 분에 대해서는 25%의 세율을 적용하고 있으며, 연 매출 1,000만 유로 미만 중소기업의 경우 과세표준 금액 기준 최초 30만 유로까지는 25%, 초과 분에 대해서는 30%의 세율을 적용하고 있습니다.

또한, 문화적 가치가 있는 자산에 투자하거나, IT 신기술 투자, 장애인 채용 등 여러 가지 사유로 세액공제 혜택을 적용하기도 하며, 법령에 따라 적용비율 및 일정이 달라지므로 전문 회계사 등을 통해 자사의 활동 중 해당 회계연도 세액 공제 수혜 대상이 있는지 확인하는 것이 좋습니다.

② License 관련 세금

법인세 이외에 설립 2년 이상 된 기업의 경우 각 지방 세무서에 면허(License) 관련 세금을 내야 합니다.

최초시점부터 납부하는 세금이 아니다 보니 신규 진출한 우리 기업의 입장에서는 2-3년 후에 나타나는 숨겨져 있던 비용으로 느껴질 수도 있습니다.

기업 영업실적 외에 부지면적, 직원 수 등 다양한 변수를 적용하여 산출하는데, 계산 방식이 매우 복잡하므로 초기 진출 시부터 전문 세무사와 상의하여 향후 부과가 예상되는 잠정 세액을 산출해 보는 것이 좋습니다.

③ 개인소득세

개인소득세 부과 대상은 다음과 같습니다.

- i) 스페인 영토 내에 고정 거주지를 보유한 자 : 스페인 영토 내에 연간 183일 이상 거주하거나 직간접적인 경제적 이익 또는 직업, 기업활동 중심이 스페인 영토 내에 있는 경우
- ii) 외국에 거주하더라도 스페인 국적을 가진 자 중 법이 정하는 몇 가지 사항에 해당하는 자(예: 외교관)
- iii) 스페인 국적을 가진 자 중 조세 피난처에 거주하는 자(거주지 변경 실시 해당 연도와 이후 4년간 납세 의무를 짐)

그림 II-9 과세소득 구간에 따른 개인소득세율			출처: KOTRA
과세소득 구간	기본세율	'12~'13 특별 추가세율	2013 최종세율
0~17,707	24%	0.75%	24.75%
17,707~33,007	28%	2%	30%
33,007~53,407	37%	3%	40%
53,407~120,000.20	43%	4%	47%
120,000.20~175,000.20	44%	5%	49%
175,000.20~300,000.20	45%	6%	51%
300,000.20~	45%	7%	52%

EU 회원국 내에 거주하는 비거주자 소득세의 납세 의무자가 총 소득의 75% 이상을 스페인에서 취득한 경우에는 비거주자 소득세 대신 개인 소득세 납부를 선택할 수 있습니다.

개인 소득세는 근로소득, 부동산 자본 소득, 동산 자본 소득, 경제 활동에 따른 소득, 조세 피난처에 소재한 투자 기관을 통해 얻은 소득, 2년 미만의 보유 자산 변동으로 발생한 소득 증가분에 대해 부과되며 세율은 소득수준에 따라 24~45%까지 누진 적용됩니다.

단 경제위기로 인해 2012~2013년도에는 소득수준에 따라 24.75%~52%까지 적용됐으며, 일부 자치주(카탈루냐 주정부의 경우 추가 3% 징수)에서는 다른 세율을 적용하기도 했습니다.

한편, 개인 소득세 공제 대상에는 기초 공제, 배우자 공제, 부양가족 공제, 보험료, 의료비, 거주 목적의 주택 취득액 또는 재건축비, 세우따(Ceuta) 및 멜리야(Melilla)에서 취득한 소득, 특정 단체에 대한 기부금, 문화 자산에 대한 투자 및 지출 등이 있습니다.

스페인 정부는 긴축정책 추진과 병행하여 세수 확보를 위해 2012년부터 기업 및 개인의 탈세여부에 대한 조사를 강화하고 있습니다.

단적인 사례로는 FC 바르셀로나 소속 축구스타 메시의 아버지가 2009년부터 해외에 페이퍼 컴퍼니를 설립하여 메시의 초상권 수입에 대한 세금을 탈루한 것으로 드러나면서 메시가 법정에서 설 수도 있다는 언론 보도가 나온 바 있습니다.

이처럼 세무 당국의 탈세 추적활동은 대단히 적극적으로 전개되고 있습니다.

④ 부가가치세(IVA)

부가가치세는 기업이나 직업인이 스페인 영토 내에서 유무형의 재화나 용역을 제공하는 과정에서 발생하는 부가가치에 대해 부과됩니다.

단 카나리아 제도, 세우따, 멜리야는 제외되며 부과 대상에 따라서 다음과 같이 세 종류의 세율이 적용됩니다.

그림 II - 10 부가가치세율과 과세 대상		출처: KOTRA
세율	과세 대상	
21%	- (2012.9.1일부 18% → 21% 인상) - 기본 부가가치세율	
10%	- (2012.9.1일부 8% → 10% 인상) - 주류를 제외한 식·음료, 물, 승객 및 짐 운송, 호텔, 레스토랑, 연극 및 영화 관람료 등	
4%	- 빵, 밀가루, 우유, 치즈, 계란, 과일, 채소 등의 생필품 농축산물, 서적, 신문, 잡지, 의약품, 장애인용 차량, 장애인용 보철기, 공공 보호 시설 등	

보험, 금융, 의료 서비스, 교육, 주택 임대 등과 같은 일부 재화 및 용역의 제공은 부가가치세 부과 대상에서 제외되며 수출 거래는 과세 대상에서 제외될 뿐만 아니라 수출자는 수출 과정에 부과된 세금을 환급받을 수 있습니다.

한편 카나리아 제도, 세우따, 멜리야 지역은 부가가치세가 적용되지 않는데, 카나리아 제도에서는 대신 일반간접세(IGIC) 5%가 부과되며 세우따와 멜리야 지역에서는 부가세와 유사한 성격의 세금으로 생산, 서비스 및 수입에 대한 세금이 부과되고 있습니다.

스페인정부는 2012년 9월 1일부로 부가가치세 인상을 단행했습니다.

라호이 총리는 총선 당시 부가세 인상은 없을 것이라고 하였으나, 스페인 경제위기로 EU의 지원을 받을 수밖에 없는 상황에서 부가세 인상조치를 포함한 자구책 마련이 불가피했습니다.

부가세 조치 1년 이후의 결과에 대한 스페인 정부의 발표에 따르면 가정 소비 지출은 줄었으나, 정부 재정은 확보되어 3분기 경제가 0.1% 플러스 성장으로 돌아설 것이라는 낙관적인 기대가 나오고 있습니다.

정부 부채가 심각한 상태에서 단행된 간접세 인상이 스페인 경제에는 호재로 작용했다고 스페인 정부는 평가하고 있습니다.



[참고] 축구 스타 메시도 피하지 못한 탈세 혐의



사진 II-2 법정을 나오고 있는 메시

스페인의 유명 축구선수 리오넬 메시(27·바르셀로나)가 탈세 혐의로 인해 법정에 나섰습니다. 메시는 그의 아버지 호르헤 메시와 지난 2007년부터 2009년까지 3년 간 400만유로(약 54억 원)의 세금을 탈루한 혐의를 받고 있습니다.

메시는 아버지 호르헤 호라시오 메시와 함께 벨리즈, 우루과이 등에 위치한 조세피난처에 페이퍼 컴퍼니(유령회사)를 세우고 2007년부터 2009년까지 초상권으로 얻은 수입에 대한 세금 416만유로(약 57억 2천만원)를 내지 않은 혐의로 2013년 검찰에 고발됐습니다.

2014년 9월 메시는 바르셀로나 가바 법원에 참고인으로 출두해 “항상 전문가들로부터 세금에 대한 자문을 받아 납세 의무를 100% 지켜왔다”며 “만약 문제가 생겼다면 나와 아버지 모르게 전 에이전트가 한 일일 것”이라고 주장했습니다. 하지만 스페인 경찰의 수사, 증인들의 증언, 각종 정황 등을 봤을 때 메시가 아버지의 탈세를 전혀 알지 못했다고 보기는 어려운 증거들이 나왔습니다. 결국 스페인 가바 법원은 법원에 출두할 것을 명령했습니다.

메시의 재판은 2015년 상반기에 열릴 것으로 예정되어 있습니다. 만약 유죄 판결을 받을 경우 그는 최소 6개월 간 감옥에서 살아야 합니다. 또한 스페인 프리메라리가 규약에 따라 2년 간 그라운드에서 나설 수 없습니다.

이처럼 스페인의 조세 제도는 상당히 철저하게 운영되고 있습니다. 2014년 12월에는 스페인 국왕 펠리페 6세의 누나인 크리스티나 공주가 세금 탈루 혐의로 법정에 섰던 일이 있습니다.

위의 사례들은 스페인이 왕족이나 축구 스타도 피해갈 수 없는 “법 앞의 평등”이 잘 실현되고 있는 국가임을 보여줍니다.

6) 수입/통관 관련 정보

스페인으로 물류 운송 시 스페인 내 에이전트를 확보하고 있는 국내 운송 업체를 이용하여 현지 도착 시 통관 업무까지 처리할 수 있습니다.

통관 시에는 인보이스, Packing List, B/L, C/O 등 기본적으로 통관에 필요한 서류를 준비하여 통관 시기에 맞춰 현지 공식 관세사에게 전달될 수 있도록 해야 합니다.

대략적인 수입 통관절차는 다음과 같습니다.

통관 대행업체(Forwarding Company)가 선적 서류(Shipping Document)와 수하인(Consignee)의 위임장을 첨부하여 세관에 접수한 뒤 수입 승인 번호(ATA No.)를 받고, 수입품을 반입합니다.

통관은 통상 7~10일이 소요됩니다. 스페인 항구까지만 도착하고 현지 통관을 하게 되는 경우에는 도착하는 항구를 기준으로 통관 업무 처리가 가능한 에이전트를 선정하며 이 경우 가급적 경험이 많은 에이전트를 선정하도록 합니다.

우편물 발송 시 제품 샘플의 경우 가격을 어떻게 책정하느냐에 따라 통관 비용이 발생할 수 있으므로 주의해야 합니다.

따라서 카탈로그인 경우에는 가격을 책정하지 않고 카탈로그라고 작성하여야 합니다.

최근 재정적자로 세수가 줄어들면서 스페인 세관의 통관심사가 매우 까다로워졌습니다.

종전에는 전혀 문제가 되지 않던 EMS 발송 카탈로그 등도 세관에 계류되는 일이 많아졌으므로, 상업적 가치가 없는 홍보물이어도 부피가 클 경우 반드시 인보이스를 첨부하여 보내야 빨리 받아볼 수 있습니다.

세관 구역에 화물이 도착하면 수입 신고서 및 관련 서류 제출, 통관, 관련 경비 납부의 순서로 통관이 진행됩니다.

스페인에서는 수입 완제품에 부과되는 수입 부가가치세를 통관 후 현지 수입업체 계좌로 환급해 주는 방식이 아니라 해당 수입업체가 최종 소비자에게 제품을 판매 후 이를 국세청에 신고 시 공제하는 방식으로 진행되는 점이 기타 네덜란드 등 EU 조세 선진국과 다른 점입니다.

보다 구체적으로 통관절차를 나누어보자면 다음의 3단계로 나누어집니다.

- ① 1단계 : 수하인(Consignee: 화물운송장상의 화물인수자)이 수입통관 대행업체에 세관 등록 번호 (Custom Office Register)와 함께 위임장(Power of Attorney)을 송부합니다.
- ② 2단계 : 통관대행업체(Forwarding company)는 선적서류(Shipping Document)와 수하인(Consignee)의 위임장을 가지고 세관 통관 시스템에 등록(H.S. Code, Origin, Invoice Value 등을 입력) 후 수입 승인번호(ATA No.)를 발급받습니다.
- ③ 3단계 : 보세구역(항구 내 창고 등)에서 관세선을 통과한 후 수입품을 반입합니다.

수입 통관에 필요한 서류는 다음과 같습니다.

- 선하 증권(B/L, Bill of Lading)
- 상업 송장(Commercial Invoice)
- 포장 명세서(Packing List)
- 원산지 증명서(C/O, Certificate of Origin)

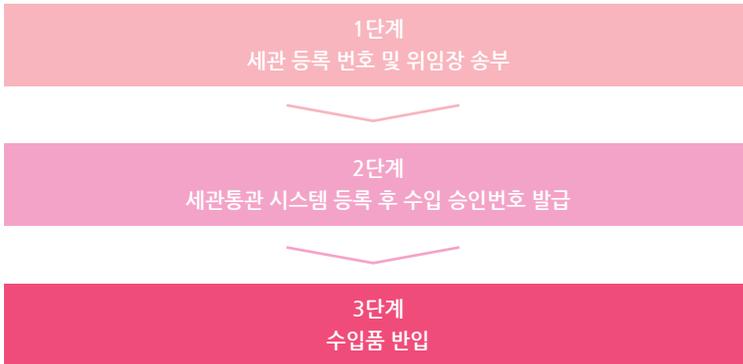


그림 II-11 통관절차 흐름도

소요비용 및 기간에 대한 사항은 다음과 같습니다.

한국에서 스페인으로 운송 시 항공의 경우 주 3회(월, 수, 금)의 대한항공 직항을 이용하거나 유럽의 주요 거점인 프랑크푸르트, 런던, 파리 등의 도시를 경유하여 마드리드 및 스페인의 각 도시로 운송되며 이 경우 통상 7일에서 10일이 소요됩니다.

DHL, TNT, OCS 등의 특송업체를 이용할 경우에는 2~3일이 소요됩니다.

선박운송 시에는 바르셀로나 또는 발렌시아 항구를 주로 이용하며 대략 40일 이상의 기간이 소요됩니다. 항구 도착 후 통관 작업을 거쳐 국내 운송까지 소요되는 기간을 감안하여 전체 운송 일정을 예상해야 합니다.

국내 운송 업체를 이용하는 경우에는 현지 에이전트와 협력을 통하여 업무를 진행하고 있는지 확인하는 것이 중요합니다.

현지 에이전트가 따로 없는 경우 절차 진행에 보다 시간이 소요될 수 있습니다.

스페인 내 주요 국제항구는 바르셀로나, 발렌시아, 알헤시라스, 빌바오 4곳이며 바이어의 소재지와 가장 인접한 항구를 사용하는 것이 내륙 운송비를 절감할 수 있는 방법입니다.

운송하고자 하는 스페인 내 지역에 따라 항구가 달라질 수 있으므로 도착 항구에 대한 사전 협의가 필요합니다.

스페인 내륙 운송비는 비싼 편으로 바이어 소재지 항구가 아닐 경우에는 내륙 운송료가 선박 운송료와 비슷하게 되는 경우도 발생하므로 각별히 신경 써야 합니다.

[참고] 식당 수익성 분석 방법

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

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

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

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

레스토랑 창업을 고려하는 사업 주체가 개업 시에 필요한 초기 투자 자금의 규모와 추구하는 수익률 및 자금회수 기간 등을 사전에 추정해 볼 수 있으며 제한된 투자 예산 안에서 진출 가능한 도시 및 상권을 가능하는 척도로 본 모델을 활용할 수 있습니다.

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

수익성 분석에 임할 때는 다음과 같은 내용을 고려합니다.

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

① 매출액 추정

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

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

② 비용 추정

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

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

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

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

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

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

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

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

③ 추정 손익계산서 작성

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

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

④ 추정 손익계산서 사례

항목별 작성 방법에 따라 추정 손익계산서를 작성한 사례는 아래와 같습니다.

그림 II-13 추정 손익계산서 예시				
구분		금액(원)	비율(%)	비고
매출액①	합 계	50,000,000	100.00	
	현 금	10,000,000	20.00	
	카 드	40,000,000	80.00	
매출원가②	합 계	27,500,000	55.00	
	식재료비	17,500,000	35.00	
	인건비	10,000,000	20.00	- 경영자 인건비 포함
매출 총이익③		22,500,000	45.00	
판매비와 일반관리비④	합 계	15,370,000	30.74	
	지급임차료	5,000,000	10.00	
	감가상각비	3,300,000	6.60	- 투자비 2억 원 가정 (인테리어 등 점포 공사비) - 5년(60개월)으로 상각하는 금액
	수도광열비	2,500,000	5.00	- 관리비 포함
	소모품비	5,000	0.01	
	수선비	400,000	0.80	
	통신비	5,000	0.01	
	복리후생비	1,250,000	2.50	- 회식비, 고용보험 등
	광고선전비	500,000	1.00	
	신용카드 수수료	110,000	0.22	- 카드 매출액의 2.7%
	부가가치세 예수금	2,000,000	4.00	
	보험료	150,000	0.30	- 화재보험료
	잡 비	150,000	0.30	- 기자재 렌트 비용, 세무사 비용 등
영업이익⑤		7,130,000	14.26	
영업 외 이익⑥	수입이자	0	0.00	
영업 외 비용⑦	지급이자	0	0.00	
경상이익⑧		7,130,000	14.26	
법인세⑨		2,139,000	4.28	- 일반 법인세 30% 가정
월 당기순이익⑩		4,991,000	9.98	- 투자수익률(ROI): 2.50%

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

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

[참고] 음식점의 손익분기점 분석

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

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

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

① $\text{순이익} = \text{매출액} - \text{총비용}$

손익분기점이란 ‘순이익 = 0’이 되는 기점이므로

② $\text{매출액} = \text{총비용}$

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

③ $\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = \text{변동비} + \text{고정비}$

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출 수량을 곱하여 구할 수 있으므로

④ $\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = (\text{단위당 변동비} \times \text{매출 수량}) + \text{고정비}$

위 식을 매출 수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

⑤ $\text{매출 수량} \times (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) = \text{고정비}$

⑥ $\text{매출 수량} = \text{고정비} / (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비})$

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

⑦ $\text{손익분기 매출 수량} = \text{고정비} / \text{단위당 공헌이익}$

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

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

계산을 위의 순서대로 따라하면,

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

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

다음과 같은 방법으로, 더 빠른 계산이 가능합니다.

단위당 공헌이익은 5,000원(8,000원-3,000원)이 됩니다.
따라서, 손익분기 매출 수량은

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

손익분기점의 매출 수량은 한 달에 1,400개로 위에서 계산한 것과 같은 수가 나옵니다.
또한, 여기에 단위당 가격을 곱하면 손익분기 매출액을 구할 수 있습니다.

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

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

[참고] 투자수익률법과 회수기간법

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

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

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

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

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

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



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

그림 II-14 사업타당성 판단 기준 예시		출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011
사업성 판단 기준	투자수익률/월[1]	투자비 회수기간
매우 양호	4% 이상	2년 이내
양 호	3% 이상	3년 이내
보 통	2% 이상	4년 이내
불 량	2% 미만	4년 이상

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

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

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

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

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

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

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

1.3 기타 정보

1) 거주허가 비자

한국-스페인인은 양국 간의 협정에 의해 단순 관광목적 방문 시 90일 간은 비자 없이 체류가 가능합니다.

그러나 관광 이외의 목적으로 방문하거나 90일 이상 체류할 경우 반드시 사전에 주한 스페인 대사관을 통해 입국 목적에 상응하는 비자를 받아야 합니다.

현지 입국 후 체류목적, 기간 변경 등으로 비자를 취득해야 할 경우 현지에서 수속이 불가능하며 다시 한국으로 귀국하여 절차를 처리해야 하는 번거로움이 있습니다.

통상 학생비자의 경우 주한 스페인대사관에 서류제출 후 발급까지 약 1.5~2개월이 소요되며 여름 휴가철이나 크리스마스 기간에 해당할 경우 스페인 본국에서의 업무처리 지연으로 더 지체될 수 있습니다.

취업비자는 스페인 내의 기업에 고용된 경우에 한하여 신청할 수 있습니다.

스페인 내 기업에서 관할 노동청에 계약서 등 구비서류를 갖춰 노동허가를 신청하게 되면 관할 노동청에서 서류 심사 후 노동허가 승인 여부를 결정하는데 서류제출에서 심사결과 통보까지 통상 3개월 이상이 소요됩니다.

노동허가는 신청이 100% 승인을 의미하지 않으며, 외국인에 대한 노동허가의 경우 현지인(스페인 국민)이 해당 업무를 수행할 수 없다는 객관적 증빙이 있어야 가능합니다.

노동청으로부터 노동허가 승인을 받으면, 이를 근거로 주한 스페인 대사관에 취업비자를 신청할 수 있으며 비자발급에 다시 약 1.5개월의 기간이 소요됩니다.

스페인은 한국과 워킹 홀리데이 협정을 맺고 있지 않기에 노동허가가 없는 무비자 상태로 취업이 불가능합니다.

학생비자를 가진 자가 파트타임직을 가질 수는 있지만 이를 위해서는 파트타임 노동허가가 필요합니다.

파트타임 노동허가 또한 파트타임 고용인이 자신의 회사 설립서류, 회사 회계장부 및 은행거래 증명서 등을 공개하는 것을 감수해야 하므로 사실상 파트타임을 가지기는 어렵다고 할 수 있습니다.

한국을 떠나, 외국의 일정한 지역에 90일 이상 거주하거나 체류하는 우리나라 국민은 재외국민등록법 2조에 따라 주재국 재외공관에 등록해야 합니다.

외국에 거주, 혹은 체류하는 우리 국민을 관할 재외공관에 등록하도록 하여 재외국민의 현황을 파악함으로써 재외국민의 국내외 활동의 편익증진, 행정사무의 적절한 처리, 기타 재외국민 보호 정책의 수립에 이바지하기 위한 제도로써 그 등록은 법적 의무 사항입니다.

재외국민등록은 거주지의 관할 공관(대사관, 총영사관, 영사관, 분관 또는 출장소)에 신청서를 직접 방문 제출, 우편 송부, 모사 전송 또는 인터넷 온라인의 방법으로 할 수 있습니다. 재외국민 온라인 등록 신청은 <http://esp.mofa.go.kr> 에서 할 수 있습니다.

한편 스페인에서 장기 체류 시 참고해야 할 사항들은 다음과 같습니다.

먼저 비자를 취득해 입국했을 경우에는 거주허가(Residencia), 취학이 목적인 경우에는 학생증(Tarjeta de Estudiante) 취득이 필요하며 모두 입국 후 3개월 이내에 신청해야 합니다.

거주허가 또는 학생증은 거주지를 관할하는 경찰에 여권과 필요 서류를 첨부해 신청합니다.

기업 주재원은 노동허가신청이 인정되어 거주 사증을 취득해 입국했을 경우에는 노동청의 파견기관에서 노동허가증을 수리한 후 관할 경찰서에 거주 허가를 신청합니다.

일반적으로 거주허가증을 발급 받기까지는 최소 3개월이 넘는 오랜 시간이 소요되고, 최초 거주 허가증 유효 기간이 1년에 불과해 수령한 후 얼마 되지 않아 다시 갱신 절차를 밟아야하는 불편함이 있습니다.

관련 자세한 사항은 주한스페인대사관 또는 주 스페인 한국 대사관에 문의할 수 있습니다.

스페인 출입국에 대한 기본적인 정보는 다음과 같습니다.

스페인의 관문은 마드리드 동쪽 약 13km 거리에 위치한 Baraias 국제공항으로 입국 청사 출입구에는 경유객을 위한 “Transit”과 입국인을 위한 “Entry” 표시가 있습니다.

통상적으로 EU 국가를 경유 하였을 시에는 별도로 추가 입국 심사를 하지 않습니다. 비 EU국에서 올 경우 Passport Control이라고 표시된 곳에서 여권과 입국카드(도착 전 기내에서 작성)를 작성하여 간단히 수속을 밟으며 이때 입국 심사관이 여권에 입국 도장을 찍어줍니다.

신고할 물품이 없는 여행객은 수하물 검사 없이 통과되므로 출입국 신고 절차가 매우 간편합니다.



사진 II-3 바라하스 국제공항

최근 스페인은 과거에 비해 이민자를 많이 받지 않고 있습니다.

따라서 현재 스페인 이민을 위해서는 까다로운 수속을 거쳐 거주 허가를 받아야 합니다.

이 중 가장 많은 부분을 차지하는 것은 스페인 취업 거주허가입니다. 이 수속으로 거주허가 및 노동허가가 부여되기 때문에 이민청 수속 중 60%는 취업 거주허가에 해당합니다.

거주허가 신청자격, 필요서류, 유의사항은 다음과 같습니다.

① 신청자격

- 비 EU 국적자
- 스페인 영토에서 불법체류를 하고 있지 않은 자/비범죄자, 스페인 및 유럽연합 입국이 거절되지 않은 자
- 역이민으로 인해 스페인에 일정 기간동안 입국을 할 수 없는 자는 신청자격이 없음

② 필요문서

- 취업이민신청자의 여권 원본 및 여권 사본(전페이지), 아포스티유 승인을 받은 사본의 경우 원본으로 인정
- 고용계약서, 고용주/회사의 문서: 회사 설립 문서, 대표 또는 법정 대리인의 신분증(원본 및 사본)
- 고용주/회사 재력 증빙서류: 국세청에 3년간 제출한 세금문서(재산세, 부가가치세 등), 채용할 직원의 임무를 나열한 보고서
- 직원의 업무가 스페인 자국민이 대체할 수 없는 업무라는 증거 또는 INEM의 승인

③ 신청인

- 고용주인 자영업자 또는 회사가 이민청에서 지정한 날짜에 모든 서류를 구비/제출
- 이민청 수수료 납부

④ 신청기간

- 고용회사가 위치한 행정구역(시)에 소속된 이민청

⑤ 소요기간

- 4~6개월 정도

⑥ 유의사항

- 고용주의 사회 보험 등록 필수. 또한 직원 임금/영업비용을 제외한 생계비용 기준을 충족해야 함.
- 이민청으로부터 통보문을 받은 후 비EU 국 스페인 대사관에서 요청하는 서류를 제출하고 비자를 취득. 입국 후에는 취득한 비자와 추가 구비서류를 갖춰 발급 수속을 밟음.
- 스페인 단기 취업거주 허가를 받으면 1년짜리 거주증이 발급. 그 후 2번, 2년짜리 단기 거주증 갱신을 하면 5년 후 장기 거주권 신청을 할 수 있음.

2) 금융 서비스

스페인 은행은 크게 상업은행(Banco)과 저축은행(Caja)으로 구분됩니다.

2007년 금융위기 발생 후 Caja Madrid, Caja Banesto 등이 속속 문을 닫았습니다.

이에 부실 저축은행들이 유럽 저축은행에 구제 요청을 하여 은행의 불량 자산 처리를 위한 배드뱅크(SAREB)까지 설립되었습니다.

부실은 대부분 저축은행에서 비롯되었으나 상업은행은 비교적 건실한 편으로 스페인 주요 2개 은행인 Santander, BBVA 등 2개 은행은 중남미, 유럽, 아시아 등에 진출해 있습니다.

위의 두 은행은 전체 그룹 수익의 50% 이상을 해외에서 올리고 있는 세계적인 금융기관입니다.

금융 관련 공공기관에는 스페인 은행, 스페인 증권시장 감독위원회, 보험연기금 감독국 등이 있습니다.

① 스페인 은행(Banco de Espana, BE)

스페인 중앙은행이자 금융정책 최고 결정기관으로 주요기능은 금리정책 등을 통한 통화량 조절, 금융정책 수립, 화폐 제조 등입니다.

다만 1999년 스페인의 유로존 가입 이후 통화정책과 관련하여 유럽 중앙은행의 금융정책 방향을 따르고 있습니다.

② 스페인 증권시장 감독위원회(Comision Nacional del Mercado de Valores, CNMV)

스페인의 증권거래 감독기관으로 유가증권 발행, 관리와 거래의 안정성 확립, 증권기관 감독 및 검사업무 등의 기능을 수행합니다.

산하의 증권코드관리원을 통해 스페인 내에서 발행되는 모든 유가증권에 대한 국제증권식별번호(ISIN) 및 금융상품분류코드(CFI)를 부여하는 권한도 갖고 있습니다.

③ 보험연기금 감독국(La Direccion General de Seguros y Fondos de Pensiones, DGSFP)

보험 및 재보험 회사의 기능과 활동 수행, 시장질서 유지를 감독하는 기관입니다.

그림 II- 15 스페인 대표 금융기관	
분류	기관명
중앙 은행	스페인 은행 (Banco de España)
금융 기관	스페인 국내,외 은행 저축은행/저축은행조합(CECA) 신용협동기구 신용금융기관 신용보증기관
금융 보조기관	결제기관 전자화폐기구 상호보증, 리파이낸스 기관 신용평가기관
집합 투자기구	투자기금 - 금융 - 비금융 투자회사 - 금융 - 비금융
투자 금융회사	증권 중개인 중개인 자산운용회사 투자자문회사
창업 투자회사	벤처 금융 펀드 벤처 캐피탈 회사
보험사, 재보험사, 보험 보조자	보험사, 재보험사 보험 보조자 - 보험 대리점 - 보험 중개인 - 재보험 중개인
연금 보험, 기금	연금 보험 연금 기금
유동화 전문 회사	모기지 유동화 기금 자산 유동화 기금

출처: KOTRA

스페인에서는 외국인도 은행계좌를 개설할 수 있습니다.

거주증이 있는 경우 은행을 방문하면 바로 계좌개설이 가능하며, 거주증이 없는 경우 경찰서에서 비거주자 증명서(Certificado de no residente)를 발급받아 비거주자 계정을 개설할 수 있습니다.

법인의 경우 사업자등록증 또는 (신규법인일 경우) 공증인에게 회사설립 관련 서류를 받아 은행에 제시하면 됩니다.

스페인은 은행수수료가 매우 비싼 편입니다.

급여이체, 자동이체 등을 신청할 경우 수수료가 절감될 수 있으므로 계좌 개설을 검토할 때 해당사항을 문의하고 비교하여 최대한 유리한 조건을 끌어내야 합니다.

금융권 위기 이후 은행들의 급여통장 유치 경쟁이 치열해진 편으로 장기(2~3년) 급여이체 시 스마트 TV를 사은품으로 주는 등의 프로모션도 진행하고 있습니다. 최초 정착 시 이러한 프로모션을 적극적으로 활용하면 유익합니다.

일반적으로 개인명의인 급여이체계좌의 경우 온라인 송금에 대하여 별도의 수수료를 부과하지 않지만 기업의 계좌에는 통상적으로 수수료를 부과합니다.

거래실적 및 평균예금액 등에 따라 수수료율 협의의 여지가 있으므로 기업명의로 계좌를 개설할 때, 신규 법인의 경우 일정기간(약 6개월 정도) 경과 시 수수료율 인하를 요구하는 경우가 대부분 수용됩니다.

스페인의 모든 은행은 온라인 거래가 가능하며 온라인 서비스는 은행에서 직접 신청해야 합니다.

계좌이체의 경우 통상 동일 은행 간 거래는 당일, 타행 거래는 1일 정도 소요됩니다.

한국에서 보낸 송금도 빠른 경우 송금 익일에 현지 수령이 가능하며, 통상 최대 3일 이내에는 입금이 완료됩니다.

외국인 자영업자로서 받을 수 있는 대출 기관에는 다음과 같은 것이 있습니다.

① 공식신용연구소(Instituto de Crédito Oficial)

공식신용연구소는 스페인 정부 소속의 신용 연구기관으로 여러 은행 및 저축은행들을 중재하여 자영업자, 중소기업, 일반기업, 개인 및 단체에게 긴 상환기간, 우대금리 등을 제공하고 있습니다.

이곳은 일반적으로 은행에서 직접 대출받는 것보다 낮은 금리 대출을 제공하고 있습니다. 일반기업전용 대출상품은 4,300만 유로 이상의 총 자산을 보유한 회사를 대상으로 하는 대출상품이며 대출 가능 사유는 아래와 같습니다.

- 설비투자 및 에너지 프로젝트 R&D
- 해외 투자
- 유동성 확보 목적
- 자본금 증대
- 자연 재해 및 업종 특성에 의한 재해

또한 공식신용연구소에는 중소기업전용 대출상품이 있습니다. 법적 형태에 관계없이 250명 이하의 직원을 보유하고 있으며 50만 유로 이하의 연간 매출액 혹은 43만 유로 이하의 잔액을 보유하는 회사를 중소기업으로 간주하여 대출을 제공하고 있습니다.

대출 가능한 사유는 아래와 같습니다.

- 자동차, 장비, IT 기기 등 고정자산 구매
- 신규 및 확장을 위한 설비 투자, 지분 인수
- 해외 투자
- R&D 투자
- 유동성 확보 목적
- 사업인수 및 자본금 증가
- 자연 재해 및 업종 특성에 의한 재해

② Santander 은행

Santander 은행에서 대출 시 이자율 계산은 공식신용연구소를 통해 이루어집니다. 신규 사업을 위한 대출인 경우 본 은행에서는 현금 저당을 요구하고 있습니다. 이 경우 명목이율은 6.30% 정도입니다.

③ BBVA 은행

BBVA은행에서 대출 시 이자율 계산은 공식신용연구소를 통해 이루어집니다.

각 대출 종류별로 준비해야 할 서류 및 자료는 아래와 같습니다.

- Company(주주기업, Sociedad) : 현금흐름표, 정관문서, 최근 2개년도 법인소득세, 당해연도 BS/IS, 최근 2개년도 요약 부가가치세 납부 내역, 고객 및 공급업체 목록, 올해 소득세 및 원천징수 요약, 자산 신고 내역, 지난 석 달간의 임금과 은행입금내역 매핑, 지난 6개월간 계정 이동 내역 등
- Autonomos(자영업자) : 유효 신원확인 서류(외국인 거주자 카드, 여권 등), 신청자 및 배우자의 소득세 내역, 분기별 세금 내역, 추가 수입 내역, 서명된 자산 내역, 최근 6개월간 은행 계정 이동 내역, 최근 세 번의 대출 영수증 등
- Partners(파트너, Socios/Trabajadores por cuenta ajena) : 유효 신원확인 서류(외국인 거주자 카드, 여권 등), 신청자와 배우자의 소득세 내역, 마지막 세 달 동안의 급여 내역, 고용 계약, 추가 수입 내역, 최근 6개월 간 은행 계정 이동 내역, 최근 세 번의 대출 영수증, 임대료 또는 재산세 영수증 등

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

① 공공기관

기관명	연락처
KOTRA 마드리드 무역관	전화: (34)91-556-6241 팩스: (34)91-556-6868 주소: P. Castellana 95, Planta 10, 28046 Madrid
주 스페인 한국대사관 (마드리드)	전화: (34)91-353-2000 주소: Gonzalez Amigo 15, 28033 Madrid 홈페이지: esp.mofat.go.kr
주 스페인 한국 문화원 (마드리드)	전화: (34)91-702-4550 주소: P.Castellana 15, 28046, Madrid 홈페이지: www.centroculturalcoreano.com/
바르셀로나 한국 총영사관	Paseo de Gracia 85, 9, 08008 Barcelona+34-93-215-2063
주 라스팔마스 총영사관	Luis Doreste Silva 60-1, 35004 Las Palmas de Gran Canaria+34-928-230-499

② 한인단체

기관명	연락처
재 스페인 한인연합회	주소: C/ Lazaga 7, Madrid 전화: +34-1-571-6607 홈페이지: homepy.korean.net/~gospain/www/
재서 마드리드 한인회	주소: C/ Goya 115, 2th-23, 28009, Madrid 전화: +34-1-91-402-3172/4926 홈페이지: http://www.madridhanin.com/
재서 바르셀로나 한인회	주소: Clvia Augusta 274, Bojos, 08017 Barcelona 전화: +34-3-473-2696 홈페이지: http://www.haninbcn.com

③ 항공

기관명	연락처
대한항공 (Korean Airlines)	전화: 913-243-498
핀에어 (Finn Air)	전화: 901-888-126
네덜란드 항공 (KLM)	전화: 902-222-747
루프트한자 항공 (Lufthansa)	전화: 902-883-882
에어프랑스 (Air France)	전화: 902-207-090

④ 해운/상선

기관명	연락처
한진해운 발렌시아 영업소	전화: +34-(0)96-393-9705 주소: C/Doctor Lluch, 14-1 Valencia, 46011 Spain
현대상선 바르셀로나 영업소	전화: +34-(0)93-318-8317 주소: Avda. de Les Drassanes, 6-8, Planta 9 Barcelona, 08001 Spain

⑤ 임대차

기관명	연락처
주택 검색 사이트	홈페이지: www.idealista.com
	홈페이지: www.segundamano.es
	홈페이지: www.enalquiler.com

⑥ 기타

기관명	연락처
스페인 전 지역 정보 카페	홈페이지: http://cafe.naver.com/spainzzang

[참고] 한식당 운영 실무 정보

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

1. 경영주의 목표에 직원들을 잘 따르게 하는 Tip

① 고용 초기 단계부터 직원에게 명확히 원하는 바를 알립니다.

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

② 글로 적는 습관을 들입니다.

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

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

③ 직원들이 지켜할 규칙들은 경영주도 지켜야 합니다.

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

④ 직원들에게 피드백을 제공합니다.

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

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

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

⑤ 직원과 대화를 합니다.

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

2. 식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 Tip

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

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

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

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

① 고객이 계산할 때 영수증과 함께 리뷰 작성 방법이 적힌 인쇄물을 건넵니다. 고객들이 어떤 웹사이트에서 리뷰를 쓸 수 있는지 안내해주고 그들이 리뷰를 작성하면 서비스를 제공합니다. (리뷰 작성 후 방문 시 10% 할인 또는 무료 디저트 제공 등)

② 테이블 위의 소품에 QR코드를 붙여서 고객들이 식사 중에 리뷰를 작성할 수 있는 기회를 제공합니다.

③ 운영 중인 식당의 소개 페이지를 최대한 많은 평가 사이트에 작성합니다. 식당의 정보가 보다 많은 리뷰 사이트에 노출 될수록, 고객들은 식당을 더욱 쉽게 찾고 더욱 쉽게 리뷰를 올릴 수 있을 것입니다.

④ 식당의 SNS에 식당 평가 사이트를 링크합니다. 페이스북과 같은 식당의 SNS는 지인들이나 단골 손님들이 리뷰를 작성해 줄 수 있는 가장 좋은 통로입니다. 리뷰를 남겨준 단골 손님이나 지인들에게는 감사의 말을 꼭 하는 것이 좋습니다.

⑤ 모든 부정적인 리뷰에 답변하고, 관련된 문제점을 고칩니다. 부정적인 리뷰들을 무시하거나 지우는 것은 식당의 온라인 평가에 부정적인 영향을 끼칠 수 있습니다.

3. 메뉴 디자인을 통해 고객들의 시선 끌기

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

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

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

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

다음은 메뉴판 디자인 할때의 4가지 tip입니다.

① 색상

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

② 시각자료

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



사진 II-4 매장과 메뉴판의 색상을 일치 시킨 맥도날드

③ 글자체

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

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

④ 배치

신문의 기사문 배치처럼 메뉴 역시 중요도에 따라 배치하는 것이 중요합니다.

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



4. E-mail 활용 Tip

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

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

① 고객에게 이익이 되는 내용이 되도록 본문을 작성합니다.

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

② 창의적으로 내용을 작성합니다.

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

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

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

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

④ 온라인과 오프라인 채널을 결합합니다.

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

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

⑤ E-mail의 신빙성을 높입니다.

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

⑥ 발신자를 명확히 합니다.

모든 E-mail에서 식당의 연락 정보와 브랜드를 명시합니다.

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

⑦ 회사의 E-mail 관련 규정을 설명합니다.

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

⑧ E-mail 발송 빈도를 관리합니다.

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



5. 효과적인 직원 동기부여 Tip

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

효과적인 직원 동기부여를 위한 4가지 tip은 다음과 같습니다.

① 참여를 장려합니다.

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

② 책임을 공유합니다.

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

③ 투명하고 공정해야 합니다.

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

④ 도움을 줍니다.

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



6. 채용에 SNS를 이용하는 Tip

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

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

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

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

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



7. 면접 시 꼭 물어봐야 할 질문과 피해야 할 질문

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

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

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

① 장애

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

② 가족관계

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

③ 시민권/국적

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

④ 범죄/체포 기록

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

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

8. 피크타임이 아닌 시간대에 매상 올리는 방법

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

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

① 아침과 이른 오후

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

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

② 해피아워(Happy Hour)

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

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

③ 늦은 밤

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

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

INDEX

주요지표	부동산 관련 유의사항	92
면적	9 세무 관련 정보	103
인구수	9 노동법 관련 유의사항	98
실업률	30 보건/위생 관련 유의사항	96
GDRP/GDP(명목)	29 수입/통관 관련 정보	111
물가상승률	32 수익성 분석	114
가처분소득	33 금융 서비스	126
외국인투자	31 상권현황	64
에스닉별 점유율	57 집객시설	65
식음료지출	33	
한식당 수	77	
재외동포수	75	
산업정보		
경제 동향	34	
외식산업 정책	27	
식품산업 정책	27	
경제 활성화 정책	22	
투자 정책	24	
이민 정책	26	
역사	8	
인종 구성	10	
주식 및 식습관	16	
전통음식	17	
언어	10	
날씨	9	
종교	11	
외식산업 규모	35	
외식산업 업태별 현황	36	
주요 에스닉 식당 진출 현황	59	
외식시장 트렌드	38	
한식산업 규모	77	
한식당 진출 현황	77	
외식 소비자 특성	46	
외식 소비 특성	50	
한류	13	
실무정보		
사업자 등록 절차	83	
인허가 요건 및 관련 법규	91	

글로벌 한식당 운영 길라잡이 [마드리드]

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

발행월 | 2015년 6월

발행 | 한식재단

연구수행기관 | 언스트앤영 어드바이저리

디자인 | 은다로미

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

전화 | 02-6300-2071

팩스 | 02-6300-2055

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

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