

글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in Kuala Lumpur 

쿠알라룸푸르

「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「쿠알라룸푸르 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 쿠알라룸푸르의 외식산업의 현황과 상권 등 사업 환경에 대한 정보를 담고 있으며, 이어서 쿠알라룸푸르에서 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	9
2) 종교적 배경	11
3) 사회·문화적 특성	12
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	16
2) 전통음식	18

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	20
2) 투자 정책	23
3) 이민 정책	24
4) 식품 및 외식산업 정책	25
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	30
2) 외국인 투자 유치	34
3) 물가 상승률 변화	35
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출	35
5) 경제 동향	37

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	39
2) 외식시장 트렌드	42
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	45
2) 외식소비 특성	48
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	49
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	51
3) 주요 에스닉 식당 소개	53
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	56

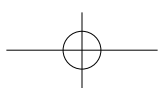
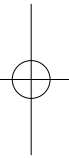
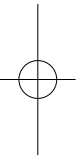
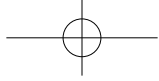
3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황	72
2) 한식당 진출 현황	74

II. 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차	
1) 개인 사업자	81
2) 법인 사업자	81
1.2 설립 주요 실무 정보	
1) 인허가 요건 및 관련 법규	87
2) 임대차 계약 절차 및 관행	91
3) 영업시설의 공통기준	93
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항	95
5) 세무 관련 정보	104
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. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	9
2) 종교적 배경	11
3) 사회·문화적 특성	12
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	16
2) 전통음식	18

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	20
2) 투자 정책	23
3) 이민 정책	24
4) 식품 및 외식산업 정책	25
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	30
2) 외국인 투자 유치	34
3) 물가 상승률 변화	35
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출	35
5) 경제 동향	37

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	39
2) 외식시장 트렌드	42
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	45
2) 외식소비 특성	48
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	49
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	51
3) 주요 에스닉 식당 소개	53
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	56
3.5 한식산업에 대한 이해	
1) 한인사회 현황	72
2) 한식당 진출 현황	74

1. 일반현황

1.1 도시개황

말레이시아(Malaysia)의 수도 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur)는 말레이시아 반도 서해안 중부 지역에 자리한 슬랑고르(Selangor) 주(州)의 산악 구릉지대에 위치하고 있습니다.

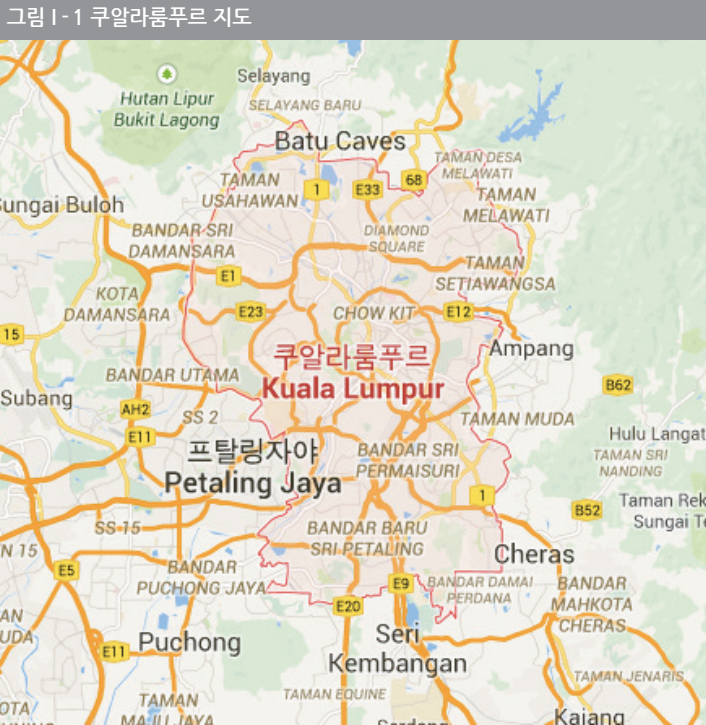
면적은 234km²로 전체 국토의 약 0.074%를 차지하며 이는 서울의 약 0.4배에 해당합니다.

인구는 약 162만 명으로 말레이시아 국민의 약 5.9%가 쿠알라룸푸르에 거주하고 있습니다.

공용어는 말레이어(Malay)이며 영어, 중국어, 타밀어 등이 통용됩니다.

연평균 최저 기온 23.2℃, 최고 기온 32.4℃로 연중 온난 다습한 열대 우림의 기후를 띠고 있습니다.

연 평균 강우량은 2,600mm 이상으로 특히 우기로 구분되는 3~4월과 11~12월에는 월 평균 300mm 이상의 강우가 집중되며 건기에 해당하는 6~7월엔 상대적으로 비가 많이 내리지 않는 편입니다.



1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

① 인종 구성

말레이시아의 인구는 약 3,000만 명이며, 인구의 60% 이상이 말레이 반도에 살고 있습니다.

말레이시아는 다민족으로 구성된 국가로서 여러 민족 집단이 각각의 고유하면서도 독특한 문화적 전통을 유지한 채 공존하고 있습니다.

인구의 다수를 차지하는 말레이인들의 이슬람문화와, 원주민들의 토착문화, 중국계의 도교·불교 혼합문화, 인도계의 힌두교·이슬람교 혼합문화 등 여러 민족이 만들어내는 다채로운 문화가 한데 어우러져 다민족 사회의 특성을 보여주고 있습니다.

말레이시아 전체 인구의 67.4%는 부미푸트라(Bumiputra)로 불리는 본토인(말레이인, 기타 원주민)입니다. 그 다음으로 중국계(Chinese)가 24.6%, 인도계(Indian)가 7.3%를 차지하고 있습니다.

이 밖에도 중국인과 말레이인의 혼혈 인종인 페라나칸인과 포르투갈, 네덜란드, 영국 등 유럽계 인종들이 살고 있습니다.

쿠알라룸푸르에서는 본토인(45.9%)과 중국계(43.2%)가 지역사회의 주류를 형성하고 있습니다.



사진 I-1 말레이시아의 다양한 인종들

② 언어

다인종 국가인 말레이시아는 70여 개가 넘는 서로 다른 어족(語族)에서 생성된 다양한 언어들을 사용하고 있습니다.

국어는 말레이어(Bahasa Melayu)지만 영어, 중국어, 타밀어도 일반적으로 쓰며, 동(東) 말레이시아의 여러 민족은 제각기 독자적인 언어를 사용하고 있습니다.

1969년 이후 말레이어 사용이 강력히 추진되는 와중에 ‘말레이어’라는 명칭이 ‘말레이시아어’로 바뀌기도 했습니다.

영국 연방에 속해 있었던 역사적 배경과, 초등학교 시절부터 받는 영어 교육 때문에 말레이시아 국민 대부분이 영어를 모국어처럼 능숙하게 구사할 수 있어서 영어도 공용어로 통용됩니다.

말레이어와 영어 이외에도 만다린어(중국어), 타밀어(인도어)가 사업, 여행, 산업, 라디오, TV 및 교육기관 등 다방면에서 쓰이고 있어, 최근 어학교육을 위해 말레이시아를 찾는 유학도 늘고 있습니다.

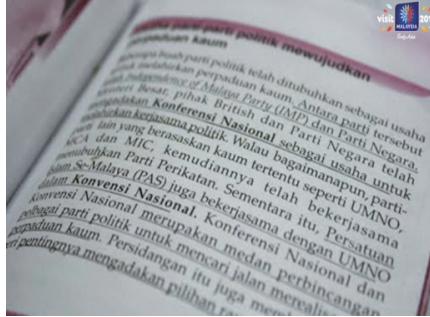


사진 1-2 말레이어를 배우는 학생들(좌)과 말레이어 교과서(우)

2) 종교적 배경

말레이시아는 이슬람교를 국교로 규정한 이슬람 국가입니다. 하지만 말레이계 이외의 인종은 헌법에 보장된 종교의 자유를 누릴 수 있습니다. 이슬람교를 믿는 말레이인을 상대로 포교나 전도 활동을 하는 것은 불법 행위로 간주되므로 유의할 필요가 있습니다.

이슬람 국가이기 때문에 말레이시아의 각종 정부행사는 이슬람식 기도로 시작하며, 각 주의 왕인 술탄(Sultan)은 모두 말레이계 무슬림(Muslim)입니다. 이들은 상징적인 의미에서의 주(州) 통치자일 뿐만 아니라 종교적 지도자 지위까지 동시에 갖고 있습니다.

이슬람교 이외의 종교로는 불교, 힌두교, 기독교 등이 있습니다.

중국계 말레이시아인들은 도교, 불교, 기독교, 이슬람교 등 믿는 종교가 다양합니다. 인도계 말레이시아인은 대부분 힌두교도이지만 일부는 기독교나 이슬람교를 믿기도 합니다.

2010년 기준, 말레이시아 전체 인구 중 이슬람교도가 61.3%입니다. 그 뒤를 불교도가 19.8%, 기독교도 9.2%, 힌두교도 6.3%, 중국 전통신앙 1.3% 등이 있고 있습니다.

중국계 거주인구가 다수를 차지(43.2%)하는 쿠알라룸푸르에서는 불교(Buddhism) 인구 비율이 35.7%로 말레이시아 전체 비율보다 높은 편입니다.

그림 1-2 말레이시아, 쿠알라룸푸르 거주인구 종교구성

출처: 말레이시아 통계청, Population and Housing Census of Malaysia, 2010

종교	구성비	
	말레이시아	쿠알라룸푸르
이슬람교 (Islam)	61.3%	46.4%
불교 (Buddhism)	19.8%	35.7%
기독교 (Christianity)	9.2%	5.8%
힌두교 (Hinduism)	6.3%	8.5%
중국전통교 (Chinese Traditional Religion)	1.3%	1.1%
기타 (Others)	2.1%	2.5%

* 중국전통교는 유교(Confucianism), 도교(Taoism), 민속신앙 등을 포함 / 기타 (Others)에 무교 0.5% 포함

3) 사회·문화적 특성

① 인구통계학적 특성

말레이시아의 인구는 2014년 기준 약 3,000만 명으로 주변국인 인도네시아(약 2억 명), 필리핀(약 1억 명), 태국(약 6천만 명)에 비해 상대적으로 적어 내수시장 규모도 작은 게 특징입니다.

3,000만 명의 인구가 말레이계, 중국계, 인도계 등 다민족으로 구성돼 소비 시장이 민족·계층별로 분화되는 특성이 있기 때문에, 체감 시장규모는 더욱 작은 편입니다.

다민족 국가인 말레이시아의 국민성은 종교에 따라 다른 기질을 나타냅니다.

말레이시아 인구의 절반이 넘는 말레이인들은 기본적으로 이슬람교에 기반을 둔 엄격한 계율을 따릅니다. 불교 인구가 주를 이루는 중국계와 힌두교를 믿는 인도계 인구는 각각의 지역사회를 형성하여 모국의 특성을 잘 유지하고 있습니다.

매우 온순한 성격을 가진 말레이계 인구가 절반이 넘기 때문에 대체적으로 일처리가 빠르지 않고 느긋한 분위기입니다. 싸움을 좋아하지 않고 공격적이지 않아 치안문제에서도 다른 동남아 국가보다 상대적으로 안전한 편입니다.



사진 1-3 말레이계 말레이시아인

② 소셜 네트워크 & IT트렌드

말레이시아 사람은 하루에 평균 5시간을 인터넷에 접속하고 있으며, 그 중에 3시간을 소셜미디어에 소비하고 있는 것으로 조사됐습니다.

말레이시아 멀티통신위원회에 따르면 말레이시아의 1,920만 인터넷 사용자 중에서 1,550만 명이 페이스북 사용자라고 합니다. 말레이시아 페이스북 사용자는 18세에서 24세까지의 청년층이 가장 큰 비중을 차지하지만, 10대(13세~17세)도 전체 사용자의 14%를 차지하고 있습니다.

최근 모바일메신저 열풍이 불어 스마트폰 수요가 2년 만에 47%에서 63%로 성장했습니다. 이 때문에 최근 페이스북이 WhatsApp, LINE, Kakao Talk과 같은 모바일메신저에 점차 밀려나는 양상을 보이고 있습니다.

페이스북이나 트위터 같은 기존 소셜미디어에 부모님 세대가 끼어들면서, 좀 더 높은 수준의 사생활보호가 가능한 모바일메신저 그룹으로 청년과 청소년세대가 움직여가고 있는 추세입니다.

이러한 모바일메신저의 인기는 지난 2년 동안 말레이시아 내에서 스마트폰 수요를 급증시켜, 말레이시아의 스마트폰 보급률이 2012년 47%에서 2014년에는 63%까지 도달하는 데 기여했습니다.

아직까지 페이스북이 여행이나 음식 사진 업로드, 거주지 접속에서는 중심이 되고 있지만, 수시로 이뤄지는 의사소통 수단으로는 전문 모바일메신저가 대세로 정착되고 있습니다. 더구나 WeChat, Kakao Talk, LINE 등은 이미 메시지서비스를 넘어 게임이나 디지털스티커, 음악공유 등의 좀 더 다양한 기능을 접목해가는 중입니다.



③ 한류의 인기

‘한류’로 알려진 한국의 대중문화는 드라마와 K-pop을 넘어 최근에는 예능프로그램 등을 통해 말레이시아 팬으로부터 따뜻한 환영을 받고 있습니다. 한류는 한국어 학습 열풍이나 한국 제품 구매로까지 이어지면서 계속 진화하고 있습니다.

식음료 분야

드라마를 통해 접한 한국 음식문화에 대한 동경이 한식당에 대한 수요 증가로 이어져, 현지의 인구 대비 한식당 수는 동남아에서 가장 높은 비율을 기록하고 있습니다.

또한 말레이시아 현지 백화점이나 TESCO, AEON 등의 대형 할인매장은 물론이고, Cold Storage와 같은 중소 할인매장에서도 한국산 라면이나 김치를 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 해마다 ‘Korean Fair’라는 판촉행사도 경쟁적으로 벌어지고 있습니다.



말레이시아 현지 유력백화점(이세탄) 광고지(좌)
말레이시아에서 인기 있었던 한국 드라마 ‘별에서 온 그대’(우)

드라마 및 K-pop 분야

한국어 TV 프로그램은 말레이시아 방송에서 지속적으로 지분을 넓혀가고 있습니다. 2009년 케이블 TV 사업자인 아스트로(Astro)가 한국방송전문 채널인 ‘One HD’를 개설했으며, 곧이어 ‘KBS월드 HD’까지 방송을 시작하면서 한국방송의 경쟁 시대가 열렸습니다. 지상파에서도 시청자의 높은 호응에 힘입어 한국 드라마가 방영되고 있는 건 물론입니다.

최근 몇 년 사이에는 K-pop이 대세로 떠오르며 소녀시대, 2PM, 슈퍼주니어 등이 인기를 끌었고, 이제는 한국에서 새로운 인기 그룹이 나오면 한국과 비슷한 시점에 말레이시아에서 선호하는 아이돌이 바뀌는 상황이 벌어지고 있습니다. 이를 반영하듯 말레이시아에서 진행되는 한류 콘서트에는 관중들이 항상 몰리고 있습니다.

[참고]韓아이돌 포옹한 말레이소녀 체포 위기

2015년 1월 쿠알라룸푸르에서 한국 아이돌 가수의 팬미팅이 진행되었습니다.

현장에서 아이돌 멤버들은 히잡¹⁾을 착용한 팬들을 무대 위로 올라오게 해서, 노래를 불러주고 포옹을 했으며 멤버 중 한 명은 소녀팬의 이마에 키스를 해주기도 했습니다.

하지만 관련 영상이 인터넷에 유포된 이후, 무슬림인 해당 소녀들이 체포될 위기에 놓였습니다. 이슬람 국가인 말레이시아는 공공장소에서 남녀 간 애정표현 행위를 엄격히 금하고 있기 때문입니다.

말레이시아 연방 이슬람 종교부는 소녀들에게 1주일 안에 자진 출두하지 않으면 체포 명령을 내릴 것이라고 밝히는 등 강력하게 조치를 취하려 했습니다.

하지만 이미 계획된 순서로 논의가 되어 있었고 명장면 따라하기 코너에서 이벤트성으로 한 스킨십임을 감안해, 체포 영장을 발부하지 않고 공개적으로 조연과 상담을 제공하기로 결론지었습니다.



[1] 이슬람의 여성들이 머리와 목 등을 가리기 위해서 쓰는 가리개의 일종

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관

말레이시아인의 식습관은 남중국 및 인도 음식 문화의 영향을 받았을 뿐만 아니라, 다양한 아시아 음식의 특징도 포함하고 있습니다.

또한 말레이시아의 풍부한 과일, 채소, 육류 및 해산물은 말레이시아인의 음식과 식습관에 중대한 영향을 끼치고 있습니다.

말레이시아는 외식이 일상화된 나라입니다.

실제로 많은 전통가옥들에 부엌이 없어서 말레이시아인들은 24시간 영업하는 음식점에서 음식을 사오거나 전통시장에서 식사를 합니다.

이러한 높은 외식수요 때문에 대부분의 외식업체들은 보통 밤 10시까지 영업을 합니다.

일년 내내 따뜻한 날씨, 전통 야시장, 저녁 길거리음식 문화를 감안할 때, 외식에 대한 수요는 높을 수밖에 없습니다. 경제가 성장하고 도시가 현대화되면서 이러한 높은 외식 수요는 더욱 증가하고 있습니다.



최근에는 중산층을 중심으로 가정에서 요리하는 것이 점점 대중화되고 있습니다.

과거와는 다르게 새로 지어진 빌딩의 판매포인트로 주방 공간이 주목받고 있습니다. 주방은 이전보다 집에서 더 넓은 공간을 차지하고 보다 중요한 역할을 맡고 있습니다.

대부분의 가정에선 여성들이 식사 준비와 식료품 구매를 합니다. 최근 젊은 여성들의 높아진 교육수준과 SNS 이용증가에 힘입어, 가정에서 세계 각국 요리를 만들어 먹는 경우가 증가하고 있습니다.

말레이시아 전통에 중국과 인도문화의 특징이 반영된 말레이시아인의 식습관은 특별한 격식이 없는 것으로 유명합니다.

노동자 계급의 이민자들은 그들 국가의 수준 높은 식문화 대신 그들의 격식없는 식습관을 가져왔습니다. 이 때문에 음식에 따라 젓가락, 나이프, 포크, 손 등 어떤 식기구를 사용할지가 결정됩니다. 어떤 형태의 음식이든 본인이 편한 대로 식기구나 손을 사용해 취식하는 특징을 가지고 있습니다.



사진 1-4 손으로 음식을 먹는 말레이시아인

2) 전통음식

미고랭(Mee Goreng)

미(Mee)는 말레이어로 면을, 고랭(Goreng)은 볶는다는 뜻입니다. 말레이시아에서 주로 먹는 미는 노란색깔의 계란국수입니다. 미는 다양한 형태로 조리 가능하나 그중 미고랭은 가장 즐겨먹는 면요리로 국수에 채소, 계란을 함께 볶아주는 볶음국수 요리입니다. 향기롭지만 강하지 않은 소스와 졸깃하지만 부드러운 면발이 특징입니다.



사진 1-5 미고랭(좌), 뿔룻인디(우)

뿔룻인디(Pulut Inti)

시장이나 길거리에서 종종 바나나잎에 싹 떡이나 밥을 보게 되는데 그 중 많이 먹는 것이 찹쌀밥인 뿔룻인디입니다. 김이 모락모락 나는 삼각뿔 모양의 바나나잎 속에는 찹쌀밥뭉치가 들어 있습니다. 특별한 양념을 하지 않은 채로 팔기도 하기 때문에 소금이나 간장으로 간을 해서 먹는 경우도 종종 있지만, 코코넛밀크나 판단잎(Pandan), 소금 및 각종 소스로 간을 맞춰놓은 경우가 대부분입니다.

말레이시아인들은 이 뿔룻인디를 꼬치요리인 사떼와 함께 간편한 한끼 식사로 먹는 경우가 많습니다. 주로 아침시간에 아침식사로 볼 수 있으며 간단한 간식으로도 적당합니다.

락사(Laksa)

락사는 코코넛밀크, 두부튀김, 숙주를 넣은 시큼하고 매콤한 쌀국수 요리입니다. 말레이시아의 전통적인 길거리 음식으로, 말레이시아 내에서 밤낮을 가리지 않고 언제든지 사 먹을 수 있습니다. 두부와 새우를 넣고, 칠리 고추, 쿠쿠이 열매, 그리고 생선 페이스트로 만든 렘파(Rempah)로 양념한 커리처럼 걸쭉한 것이 있는가 하면, 매콤새콤한 태국 수프와 농도가 비슷한 더 묽은 것도 있습니다. 지방마다 수많은 레시피가 존재하지만, 보통 국물은 코코넛 밀크와 칠리 고추로 만듭니다. 페낭 섬의 경우, 고등어 살을 찢어 넣고 타마린드, 양강근, 레몬그라스, 박하로 맛을 낸 아쌈락사(Assam Laksa)가 유명합니다. 전통적인 락사 국수 대신, 쌀 베르미첼리(vermicelli, 스파게티보다 가는 파스타)나 심지어 밀가루로 만든 락사도 있습니다. 이외에도 주재료에 따라 해물락사, 쇠고기락사, 카레락사 등 다양한 종류가 있습니다.



사진 1-6 락사(좌), 오탁오탁(우)

오탁오탁(Otak Otak)

오탁오탁(Otak Otak)은 생선의 살만 발라서 으갠 다음 바나나잎이나 나뭇잎으로 싼 뒤에 숯불에 굽거나 삶은 요리입니다. 바나나잎을 벗겨내면 오탁오탁이 나오는데 생선살과 양파, 마늘, 고추, 코코넛밀크의 맛이 어우러져 있고, 생선의 맛보다는 맵고 달콤한 어묵의 느낌이 나는 음식입니다. 생선 이외에도 새우나 다른 고기를 사용하는 경우도 있습니다. 오탁오탁은 양이 적기 때문에 말레이시아인들이 밥과 함께 주요리로 먹기보다는, 주로 전체나 간식거리로 취식하고 있습니다. 또한 매콤하고 짭조름한 맛 때문에 술안주로도 많이 먹고 있습니다.

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

말레이시아 정부는 2020년까지 고소득국가 진입을 목표로 하는 'Vision 2020' 중장기 계획을 추진 중입니다.

신경제모델(NEM: New Economic Model)을 통하여 2020년까지 1인당 GDP를 현 8천 달러(약 890만 원)에서 약 1만 5천 달러(약 1,600만 원)로 높이는 것을 목표로 하고 있습니다.

관광산업, 팜오일(Palm Oil) 재배, 금융서비스산업 등 12개 국가경제 주요부문 (NKEAs: National Key Economic Areas)을 선정하여 집중 육성하는 계획을 추진 중입니다.



풍부한 천연자원 보유국에서 동남아의 산업 강국으로 발전하는 것을 경제발전의 기조로 삼아 노력하고 있습니다.

1982년부터 '동방정책(Look East Policy)'의 기치 아래 전기 전자를 비롯한 제조업 육성정책 및 외국인 투자유치 정책을 강력하게 추진해 글로벌 기업의 투자를 성공적으로 유치하여 제조업 성장기반을 마련했습니다. 특히 총 수출액의 약 45%를 차지하는 전기/전자 제품은 말레이시아 최대 수출품으로 부상했습니다.

최근 중국, 인도, 베트남 등 신흥개발도상국의 급속한 성장으로 제조업 경쟁력이 저하되면서, IT, BT 등 지식기술 집약산업과 이슬람금융, 관광 등 서비스 산업 육성에 역점을 두고 있습니다.



사진 1-7

2014년 12월 10일 동방정책(Look East Policy)을 위해 한국을 국빈 방문했던 말레이시아 나집 총리가 박근혜 대통령과 청와대에서 악수하는 사진

말레이시아 정부는 인종 간 부(富)의 편중문제를 해결하기 위해 국민의 다수를 차지하고 있는 말레이계를 우대하는 부미푸트라(Bumiputra) 정책을 추진 중입니다.

전체 인구의 약 25%인 중국계가 동남아 화교 및 중국, 대만과의 강력한 비즈니스 네트워크를 바탕으로 부를 축적하고 대부분의 상권을 장악하고 있기 때문입니다.

경제력이 미약한 말레이계를 적극적으로 지원하기 위한 부미푸트라 정책에 따라 말레이시아에서 외국인인 회사를 설립하기 위해서는 지분 30%를 부미푸트라(말레이계) 파트너에게 양도하도록 하고 있습니다.



[참고] 말레이시아 부미푸트라 정책

부미푸트라 정책은 중국계 말레이시아인에 비해서 경제적 위상이 약했던 말레이계 말레이시아인을 우대하는 정책입니다.

부미푸트라 정책의 사례로는 말레이계 기업을 육성하기 위해 정책자금을 지원하거나, 특정 사업에는 말레이계 기업만 참가가 가능하도록 하는 경우, 국립대학 입학 시 쿼터를 정해 50% 이상을 말레이계에 할당하는 것 등이 있습니다.

1970년 최초로 도입된 이후, 현재는 많이 완화되었다고는 하나 아직도 국영기업이 발주하는 프로젝트, 공공 공사 수주 시에는 부미푸트라 정책이 지대한 영향을 미치고 있습니다. 예를 들어 말레이시아의 독점 국영 석유기업인 페트로나스에 제품을 납품하기 위해서는 말레이계 현지 업체를 독점 에이전트로 선정하거나 말레이계 지분이 포함된 회사(합작투자회사)를 설립할 필요가 있습니다.

현지에 진출하고자 하는 한국 기업에게는 상당한 장애요인일 수 있으나, 일본이나 유럽 등 선진국 기업들이 부미푸트라 정책을 잘 활용하여 현지 시장 진출에 성공한 것처럼 한국 기업도 말레이계 기업과의 협업을 통한 현지 시장 진출 노력이 필요합니다.



그림 1-3 부미푸트라 정책 홍보 로고

2) 투자 정책

말레이시아는 외국인 직접투자(FDI : Foreign Direct Investment)를 성공적으로 유치하여 고도의 경제성장을 이룩한 전형적인 국가입니다.

정부는 각종 행정규제 철폐는 물론 투자 관련 정치적 요소들을 분명하게 처리해 투자자의 미래에 대한 불확실성을 제거해주는 등 정책의 일관성 및 투명성을 유지하고 있습니다.

이에 따라 대(對) 말레이시아 외국인 직접투자(FDI)는 꾸준히 증가하고 있습니다. 세계 경기 침체로 인해 2010년까지 투자금액이 급감하다가, 세계 경기 회복 기조와 함께 2011년과 2012년 말레이시아의 외국인 직접투자는 회복세를 보이고 있습니다.

또한 제조업 분야에 있어 외국인 투자지분 제한규정 폐지, 조세감면 혜택강화 등 외국인 투자유치를 위해 노력하고 있으며 금융 등 서비스분야도 점차 개방하는 모습을 보이고 있습니다.

특히 제조업 투자에 대한 규제를 완화하여 안전, 건강, 환경, 종교 부분을 제외한 영역에서의 제조업 투자 허가를 자동화했고, 27개의 서비스 부문(특정 관광, 보건, 기술, 수송산업 등)과 지역유통센터, 국제구매센터 등에 대한 외국인 지분소유 한도를 100%로 상향 조정했습니다.

현재 말레이시아에는 전기/전자 제조업, 화학산업 등을 중심으로 5천여 개의 외국기업이 진출해 있으며, 특히 전기/전자 산업에는 Intel, AMD, Toshiba, Hitachi, Philips 등 세계 유수의 기업들이 진출해 있습니다.

한국 기업의 경우 말레이시아 전기/전자 제조업 분야 진출이 뚜렷한 가운데, 최근에는 석유화학 및 건설업을 중심으로 다양한 분야로 진출이 확대되고 있습니다.

그 뿐만 아니라, 한국을 포함한 다수의 나라와 투자보장협정, 이중과세방지협정이 맺어져 있어 제도적으로 외국인투자가 보호받고 있습니다.

3) 이민 정책

말레이시아의 이민 정책은 폐쇄적인 편이며 특별한 경우를 제외하면 취업을 위한 일반 외국인 노동자들의 장기 거주 및 영주권, 시민권 획득이 어려운 편입니다.

말레이시아 정부는 불법 외국인 노동자로 인해 말레이계 국민들이 불이익을 보지 않게 하려고 외국인 노동자의 불법 체류를 억제하기 위한 정책을 지속적으로 시행하고 있습니다.

반면 외국인 투자와 자본 유치는 적극 장려하고 있어, 외국인 투자자들에 대한 장기체류 자격부여 정책은 발달해 있습니다.

특히 재정적으로 안정된 외국인들이 말레이시아에 방문 또는 거주하면서 발생하는 외화 유입과 이에 따른 내수 소비 촉진을 위한 특별 프로그램인 MM2H(Malaysia My Second Home Visa Programme) 정책이 시행되고 있습니다.

MM2H 정책은 투자 및 사업행위만 허용합니다. 따라서 신청자가 비자 취득 후 체류기간 중 말레이시아 내에서 취업활동을 통해 얻은 소득으로 생활비를 충당하지 않아도 된다는 걸 입증해야 합니다.

처음 소개 시에는 은퇴자 프로그램(Silver-Hair Program)으로 운영되었으며 50세 이상 연령자만 신청 가능하였으나 현재는 연령제한이 폐지되어 30~40대 사업가가 신청자의 주류를 이루고 있습니다.

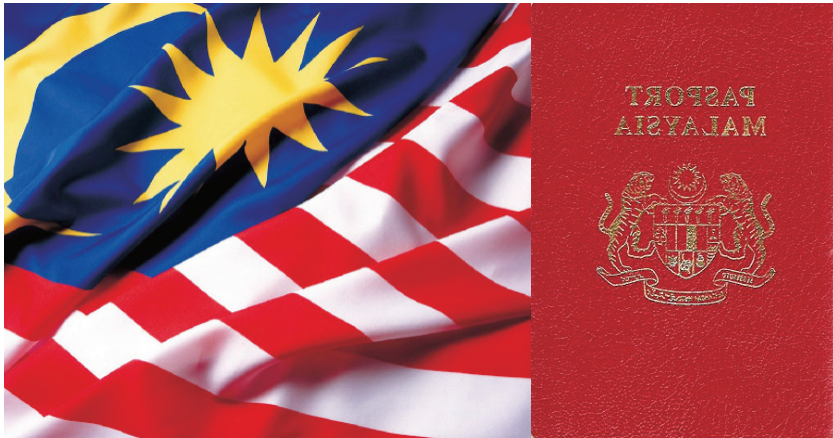


그림 1-4 말레이시아 국기(좌), 말레이시아 여권(우)

4) 식품 및 외식산업 정책

① 프랜차이즈 정책

말레이시아 내 프랜차이즈는 1999년 10월 8일에 발효된 Franchise Act 1998에 의해 규제 및 육성되고 있습니다.

2010년 국내총생산(GDP)의 2.2%를 차지하고 있는 프랜차이즈 산업을 2020년까지 9.4%로 성장시키고 아울러 말레이시아를 동남아시아 프랜차이즈산업의 허브로 육성하는 것을 목표로 하고 있습니다.

말레이시아 국내통상 및 소비자부(Ministry of Domestic Trade, Co-Operatives & Consumerism)에 따르면 말레이시아의 프랜차이즈는 2012년 7월 기준 666개가 있으며 이중 식음료분야의 사업자가 212개로 가장 많은 것으로 조사됐습니다.

말레이시아 식음료 서비스 시장은 매년 2% 이상 꾸준한 성장세를 보일 것으로 예상됩니다. 청장년층 인구 비중 확대, 급속한 도시화, 라이프스타일의 서구화, 전반적인 소득수준 증가, 소비의 고급화 추세에 힘입어 향후 프랜차이즈 산업은 지속적으로 확대될 전망입니다.

그림 1-5 말레이시아 프랜차이즈 사업 업종별 현황(2012년 7월 기준)

출처: 말레이시아 국내통상 및 소비자부

업종	숫자(개)	비중(%)
식음료	212	34
의류 및 액세서리	73	12
서비스 및 유지보수	69	11
학습센터 및 유치원	71	11
보건 및 미용	65	10
편의점 및 슈퍼마켓	16	3
전기전자 및 ICT	26	4
기타	87	14
총계	619	100

식음료 서비스 부문 프랜차이즈 업체 중 외국계 패스트푸드 브랜드 2개가 전체 식음료 프랜차이즈 시장의 30% 이상을 점유하고 있습니다.

2011년 식음료 서비스 부문 시장점유율은 1위 KFC(17.3%), 2위 맥도날드(13.8%)로 시장의 30% 이상을 점유하고 있으며, 3위는 말레이시아 현지 프랜차이즈인 Secret Recipe(5.9%)입니다. 또한, 시장점유율이 2% 넘어가는 프랜차이즈가 6개에 불과할 만큼 경쟁이 치열한 가운데 패스트푸드, 피자, 커피 프랜차이즈가 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있습니다.



그림 1-6 말레이시아 상위 3개 프랜차이즈 업체 로고

② 할랄 정책

할랄산업은 말레이시아 경제에 있어 중요한 성장엔진 중의 하나로 인식되어 왔으며, 2011년 150억 링깃(약 4조 5,800억 원) 규모에서 꾸준한 성장을 통해 2020년에는 전체 GDP의 5.8% 규모로 성장할 것으로 전망되고 있습니다.

말레이시아 정부는 '할랄'의 개념을 확장해 '무슬림에 허용되며(Permissible), 건강에 좋고(Wholesome), 안전하며(Safe), 양질(Quality)'이라는 의미를 지닌 '토이반 할랄(Halalan Thoyyiban)'이라는 개념을 창출했습니다. 이를 통해 비이슬람 소비자의 할랄제품 소비가 늘어 좋은 성과를 거두었습니다.

원래 말레이시아 정부는 '말레이시아 할랄인증'을 '글로벌 할랄인증'으로 육성한다는 목표로 출발했으나, 최근에는 '할랄산업개발 마스터플랜'을 수립해 2020년까지 말레이시아를 할랄제품과 서비스 부문에서 글로벌 할랄 허브로 구축하려는 계획을 세웠습니다.

현재 말레이시아의 할랄산업은 전체 국가 GDP 성장의 한 축을 담당하는 수준으로까지 확장된 상태입니다.

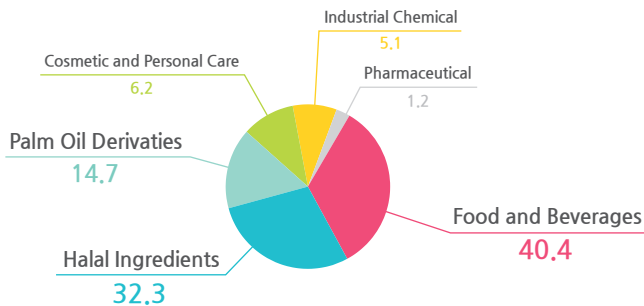
지난 2013년 6월부터는 한국이슬람중앙회(KMF)의 할랄인증이 말레이시아 이슬람개발부(JAKIM)의 인정을 받아 말레이시아 시장에서 한국 할랄인증 제품이 유통될 수 있는 기반이 마련되기도 했습니다 (이전까지는 한국 할랄인증을 붙이고는 말레이시아 수입이 금지된 상황이었음).

이제 할랄은 더 이상 식품분야에 한정되지 않고 의약품, 건강보조식품, 의료장비, 화장품 및 세면용품까지 포괄하는 개념으로 확장되고 있으며, 서비스분야에서도 물류, 포장, 브랜드와 마케팅, 미디어와 여행까지로 확장 일로에 있습니다.

그림 1-7 2013년 말레이시아 총 할랄 수출 금액표

출처: Global Halal Support Centre, HDC Malaysia (<http://www.ghsc.com.my>)

Major Halal Exported Products	RM (million)
Ingredient	10,621.45
Food & Beverage	13,272.18
Palm Oil Derivatives	4,828.29
Industrial Chemical	1,686.99
Cosmetic & Personal Care	2,025.95
Pharmaceutical	407.15



[참고] 말레이시아 할랄표준 제정으로 글로벌 할랄표준 주도

글로벌 할랄시장을 주도하기 위해 말레이시아는 식품, 음료, 화장품, 개인용품, 물류, 의약산업 6개 분야에 대한 말레이시아 할랄표준(Malaysia Standards: MS)을 수립해 제시했습니다.

* 식음료(F&B) 분야 할랄

할랄산업을 대표하는 식품 분야에서, 말레이시아는 UN에 의해 국제식품규격위원회[CAC, Codex Alimentarius Commission]의 기준을 따르는 대표적인 할랄식품 벤치마킹 선도국가로 인용되기도 했습니다.

할랄식품은 제조과정에서부터 소비자 구매에 이르기까지 전 단계를 통해 ‘할랄’상태를 유지하도록 하는 엄격한 심사기준을 가지고 있습니다.

국제할랄중소기업보고편람(International Halal SME Report Directory 2011/2012)에 따르면 세계 할랄시장의 규모만 2009년 가격 기준으로 7200억 달러(약 800조 원)에 달하고 있습니다.

* 할랄 의약품 분야

말레이시아는 세계 최초로 할랄 환경시스템을 주창하고 국내의 기업이 할랄의약품 제조와 취급 시 지켜야 할 표준으로 ‘MS 2424’라는 ‘할랄의약품 가이드라인’을 제시했습니다.

의약품에 대한 할랄인증은 자발적으로 추진된 것으로, 전 세계 인구의 25%를 차지하는 18억 명의 무슬림 소비자와 60%에 이르는 말레이시아 국내 무슬림 소비자를 상대로 할랄인증을 받아 의약품을 판매하고자 하는 기업이 대상입니다.



그림 1-8 말레이시아 할랄 인증 마크

* 할랄 화장품 및 개인위생용품 분야

세계 화장품시장이 3,340억 달러(약 370조 7천억 원)에 달하고 있고, 말레이시아 화장품시장도 130억 달러(약 14조 4천억 원)에 이르는 것으로 파악되고 있습니다.

말레이시아는 식품과 금융시장 외에도 할랄 화장품과 세면용품시장에서 강자로 부상하고 있는 중이며, 특히 최근 말레이시아 내 화장품시장에서도 10~20%를 차지하는 수준으로 빠르게 성장하는 상황입니다.

* 할랄 물류·운송 분야

할랄 물류는 할랄제품이 비할랄제품과 유통과정에서 섞이지 않게 하는 것을 주개념으로 하며, 제품 공급체계 속에서 할랄제품의 순결성을 유지하기를 바라는 소비자의 기대에 부응하고자 합니다.

국제 할랄식품 유통규모가 이미 250억 달러(약 27조 7천억 원) 규모로 성장하면서 할랄물류를 표방하는 기업이 이익을 창출할 수 있는 수준에 도달했습니다.

이에 말레이시아는 물류 분야를 할랄 산업 분야로 규정하고 할랄물류 개념을 개척해 가고 있습니다.

시장조사기업인 프로스트 설리번(Frost & Sullivan)에 따르면 말레이시아가 국제 할랄표준을 표방하면서 유리한 입장으로 역내 할랄 허브로서의 입지를 굳혀가고 있다고 분석했습니다.

말레이시아는 항구 주변에 할랄유통단지과 창고를 이미 보유하고 있어 앞으로 글로벌 할랄물류 분야의 성장을 주도해 갈 것으로 전망됩니다.

이미 클랑 북부항은 광범위한 국제선박물류망을 보유하고 있어서 부가가치를 더한 할랄물류사업과 연계가 상대적으로 용이한 상황입니다.

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모

2012년 기준, 쿠알라룸푸르는 말레이시아 GDP의 36% (약 118조 6천억 원)를 생산했습니다.

제조업이 여전히 강세를 보이고 있지만, 쿠알라룸푸르의 총 GDP에서 제조업이 차지하는 비중은 2007년 25%에서 2012년 21%로 점점 감소하는 추세입니다.

2012년, 쿠알라룸푸르의 총 GDP 중 72%가 3차 산업에서 생산됐습니다. 쿠알라룸푸르는 말레이시아 비즈니스 서비스 섹터 내 점유율을 66%로 끌어올리며 말레이시아 서비스 산업이 창출한 총 GDP의 53%를 생산했습니다.

상업부문은 쿠알라룸푸르 경제에서 중요한 역할을 하고 있습니다.

쿠알라룸푸르 이외 지역에서 상업 섹터가 GDP의 약 16%를 차지하는 것에 반해, 쿠알라룸푸르에서는 도시 GDP의 34%를 생산하고 있습니다 (도시 산업별 GDP 중 가장 큰 점유율). 쿠알라룸푸르는 인프라시설의 발전과 함께 상업 분야에서 국가 GDP의 54%를 생산하는 교통, 무역, 수출 및 관광의 중심지입니다.

비즈니스 서비스와 상업에서의 강세, 선진 인프라와 인력 (2012년 기준 쿠알라룸푸르 15세 이상 인구의 20%가 고등교육을 이수한 반면, 그외 말레이시아 지역은 인구의 9%만이 고등교육을 이수), 외국인 직접투자 (쿠알라룸푸르는 AT Kearney의 2012년 외국인 직접투자 신뢰지수에서 10위를 기록) 등이 수도권 쿠알라룸푸르의 높은 경제 효율성의 요인이었습니다. 2012년 기준, 쿠알라룸푸르는 다른 지역보다 68% 높은 생산성을 보였습니다 (근로자 1인당 GDP 기준).

① 제조업

말레이시아의 다른 지역과 달리, 쿠알라룸푸르의 경제에 있어 제조업은 상대적으로 중요성이 떨어집니다.

2012년, 도시 노동력의 17%가 제조업에 고용되었으며, 도시 GDP의 21%가 창출되었습니다. 쿠알라룸푸르 이외 지역에서 제조업의 고용률은 쿠알라룸푸르와 비슷했지만(약 18%), 서비스 섹터를 제외한 총 GDP의 절반에 가까운 양을 생산했습니다.

액화 천연가스, 팜 오일, 석탄, 설탕, 석유산업은 쿠알라룸푸르 제조업의 주된 산업입니다. 실례로 쿠알라룸푸르에는 말레이시아의 세계적인 석유기업 Petronas가 위치해 있습니다.

도시의 산업 교외지역인 Sungai Besi에는 음식과 비누를 제조하는 공장뿐만 아니라 철주물 공장이 있습니다. 그러나 Petaling Jaya나 Batu Tiga 교외지역은 첨단 기술 산업에 초점을 맞추고 있습니다.

② 상업

상업은 쿠알라룸푸르 GDP의 34%를 차지하는 도시의 가장 큰 산업 섹터입니다. 2012년 35%의 도시 노동력이 무역, 교통, 숙박, 레스토랑, 통신을 포함하는 상업 부문에 고용되었습니다.

쿠알라룸푸르의 무역은 Klang 항구를 통해 이루어집니다.

말레이시아에서 가장 큰 항구인 Klang 항구는 수도 쿠알라룸푸르에서 40km정도 떨어진 말레이시아 반도의 서쪽 해안에 위치하고 있으며, 2012년 기준 1,000만 개의 컨테이너를 취급한 세계에서 12번째로 바쁜 항구였습니다 (2012년 세계에서 가장 바쁜 항구는 3,300만개의 컨테이너를 취급한 상하이).

쿠알라룸푸르는 세계 최고의 쇼핑도시 중 하나로 명성이 높습니다.

2013년, CNN은 쿠알라룸푸르를 런던, 도쿄, 뉴욕에 이어 세계에서 네 번째로 쇼핑하기 좋은 장소로 뽑았습니다. 세계에서 가장 큰 10개 쇼핑몰 중에 3개가 쿠알라룸푸르에 있을 뿐만 아니라, 쿠알라룸푸르는 질 높은 쇼핑 환경에서 저렴한 가격의 상품을 판매하면서 수익을 창출하고 있습니다. 이러한 매력적인 쇼핑 환경은 쿠알라룸푸르가 2012년 세계에서 네 번째로 가장 인기있는 관광지로 뽑히는 데 기여했습니다.

③ 비즈니스 서비스

2012년 비즈니스 서비스 분야는 쿠알라룸푸르 도시 GDP의 23%를 생산했고 14%의 노동력을 고용했습니다.

같은 기간 동안, 쿠알라룸푸르 이외 지역에서의 비즈니스 서비스 섹터는 GDP의 7%를 생산하고 6%의 노동력을 고용하는데 그쳐, 존재감이 상대적으로 매우 작았습니다.

잘 발달된 인프라, 광대역통신, 통신 네트워크, 숙련된 인력은 쿠알라룸푸르가 기업들의 해외 아웃소싱 주요 목적지가 되게 했습니다. 지속적인 경제 성장을 위해 2010년 쿠알라룸푸르는 100개의 다국적 기업을 2020년까지 유치할 계획을 발표하고, 도시의 거주환경을 개선하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.

2013년 기준, 쿠알라룸푸르의 적극적인 홍보 캠페인은 벌써 결과를 보이고 있습니다.

Schlumberger, Shell, Exxon Mobil, PayPal, HSBC, Citibank, Prudential, British American Tobacco와 같은 세계 우수 기업들이 쿠알라룸푸르에 지사나 사업자를 설립했습니다. Forbes 2000에 등재된 다국적 금융그룹인 Maybank나 CIMB Group 등 대부분의 대형 말레이시아 기업들은 쿠알라룸푸르에 본사를 두고 있습니다.

the Long Finance Global Financial Centre Index 15에 따르면, 쿠알라룸푸르는 아시아태평양지역 상위 10위 권의 금융센터 중 하나입니다.

2012년, 쿠알라룸푸르는 900개가 넘는 카운터와 4,200억 달러(한화 약 452조 8천억 원)에 달하는 시가총액을 말레이시아 증권거래소에 유치했습니다. 또한 쿠알라룸푸르는 글로벌 이슬람 금융허브로서의 우위를 점하고 있습니다. 쿠알라룸푸르에서는 Al-Rahji Bank와 Kuwait Finance House 같은 세계 최대의 이슬람 금융기관들이 이슬람 금융 서비스를 제공합니다.

2007년에서 2012년까지 쿠알라룸푸르의 경제성장은 지속적으로 다른 지역의 경제성장을 압도했습니다.

쿠알라룸푸르는 연평균 7%의 GDP 성장을 기록했습니다 (이외 지역은 약 3%). 고용과 노동 생산성의 성장은 쿠알라룸푸르의 빠른 성장에 기여했습니다. 2007년과 2012년 사이에 쿠알라룸푸르는 세계에서 가장 빠른 경제 성장을 보이는 수도 상위 20개 중 하나로 뽑혔으며, 도시 인력의 생산성이 12%, 노동인구수는 24% 증가했습니다.

쿠알라룸푸르의 산업 구성은 점차적으로 서비스 기반 경제로 바뀌고 있습니다.

2007년에서 2012년까지, 고용된 인구수는 상업에서 약 28만 명, 공공서비스에서 약 15만 명 등, 총 60만 명 이상 증가했습니다. 전체적으로 3차 산업에 고용된 인구수는 2차 산업보다 2배 이상 증가했습니다 (3차 산업 26%, 2차 산업 12%).

쿠알라룸푸르 정부는 도시를 2020년까지 높은 가치, 서비스 중심의 경제로 변모시키는 것을 목표로 하고 있습니다.

높은 수요가 예측되는 숙련된 인력을 개발함으로써, 쿠알라룸푸르는 연구 개발을 확대할 계획입니다. 쿠알라룸푸르에는 고무 연구소, 산림 연구소, 의학연구소 같은 주요 연구 기관이 위치해있으며, 향후 더 많은 연구 기관들이 설립될 것으로 기대되고 있습니다.

고부가가치 산업의 지속적인 성장과 고용증가 (도시 실업률이 2012년 불과 2.6%)에 힘입어 2017년까지 쿠알라룸푸르의 연간 실질 GDP성장은 6.6%에 달할 것으로 예상됩니다. 다른 말레이시아 지역도 쿠알라룸푸르의 경제가 성장함에 따라 혜택을 누릴 것으로 예상됩니다.

2) 외국인 투자 유치

동남아시아 주변국에 비해 우수한 인프라와 정부의 적극적인 투자유치 정책 등에 힘입어 대(對) 말레이시아 외국인직접투자(FDI)는 꾸준히 증가하고 있습니다.

유엔 국제무역개발기구(UNCAD)에서 발간하는 World Investment Report 2013에 따르면 대 말레이시아 외국인직접투자는 2012년 100억 7,400만 달러(약 11조 956억 원)로 나타났습니다.

전 세계적 경제위기로 인해 2010년 말레이시아의 투자유치는 90억 달러(약 9조 8,838억 원)로 급감했으나 경제가 회복됨에 따라 2011년과 2012년 대(對) 말레이시아 외국인 직접투자(FDI)는 회복세를 보이고 있습니다.

말레이시아 국제통상산업부(MITI)에 따르면 기록적인 외국인 직접 투자(FDI) 성장률은 말레이시아의 훌륭한 인프라, 긍정적인 경제전망, 예측 가능한 투자 제도과 더불어 현재 정부 주도로 이뤄지는 경제 개혁 프로그램에 기반한 것으로 파악됩니다.

말레이시아는 태국과 함께 천연자원 및 농업 기반이 강한 국가임에도 불구하고 외국인 투자 유치와 수출주도형의 성장 전략을 추진하고 있습니다.

특히 외국인투자 인프라는 동아시아 주변국 대비 수준급이며 정부는 계속 사회간접자본 공급에 주력하고 있습니다.

말레이시아 정부는 또한 관련 법과 제도를 꾸준히 개선하고 있으며, 인건비의 급격한 상승을 막기 위해 외국인 투자기업의 외국인 노동력 수입도 비교적 자유롭게 허용하고 있습니다.

말레이시아 경제에서 외국인 투자기업의 기여도는 절대적인 규모를 차지하고 있습니다.

제조업에 대한 국내 총투자에서 외국인 투자의 비중은 내국인 투자의 비율과 비슷할 정도로 매우 높은 편입니다.

주요 투자국은 일본, 대만, 미국, 싱가포르로 1993년 이후 이들 4개 국의 투자 규모가 전체 외국인투자의 50% 이상을 차지하고 있으며 주로 전기/전자, 섬유, 화학 등의 업종에 투자하고 있습니다.

특히 1980년대 중반 이후 일본기업들은 말레이시아로의 생산라인 이전 및 첨단 생산시스템 도입을 적극 추진하고 있습니다. 한국 기업들도 말레이시아에 금속, 화학제품, 전기/전자산업 등 제조업을 중심으로 다양한 분야에 진출하고 있습니다.

3) 물가 상승률 변화

말레이시아의 2015~2019년 물가상승률은 연평균 3.4% 증가율을 보이며 높은 수준을 유지할 것으로 전망됩니다.

말레이시아의 높은 물가상승률은 정부의 합리적인 보조금 때문으로 볼 수 있습니다. 말레이시아가 완전한 자유시장 가격제를 시행하는 데는 앞으로 몇 년이 더 걸릴 것으로 예상됩니다.

말레이시아의 정부는 지급된 상품과 서비스의 추후 가격을 제재할 것입니다.

2015년 물품 및 용역소비세(GST; Goods and Services Tax) 도입으로 전체적으로 가격은 높은 수준이 될 전망입니다.

하지만 이러한 효과는 2016년 하반기에 멈출 것이며 국제유가 하락이 수입물가상승을 억제해, 전체적인 소비가격의 빠른 상승세도 주춤할 것으로 전망됩니다.

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

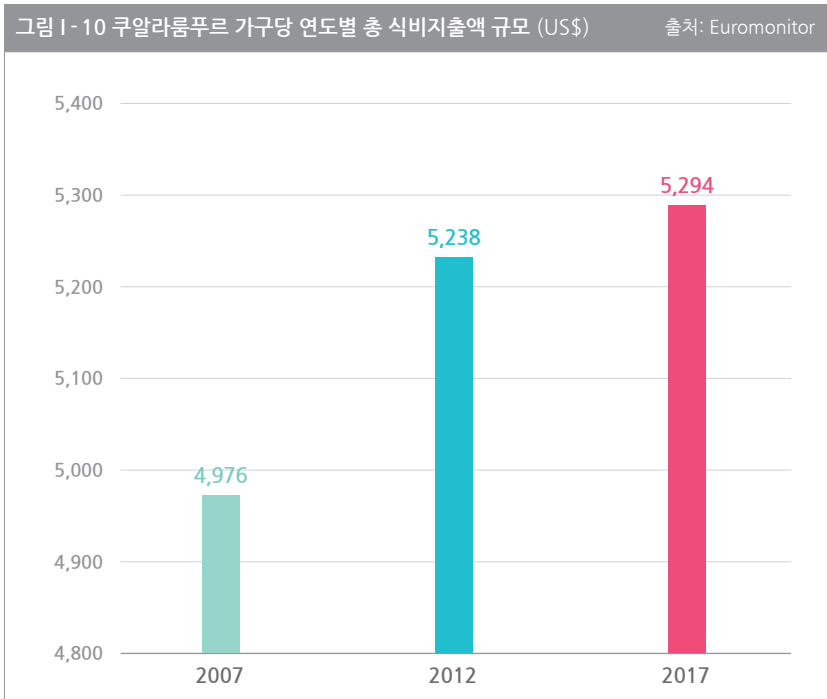
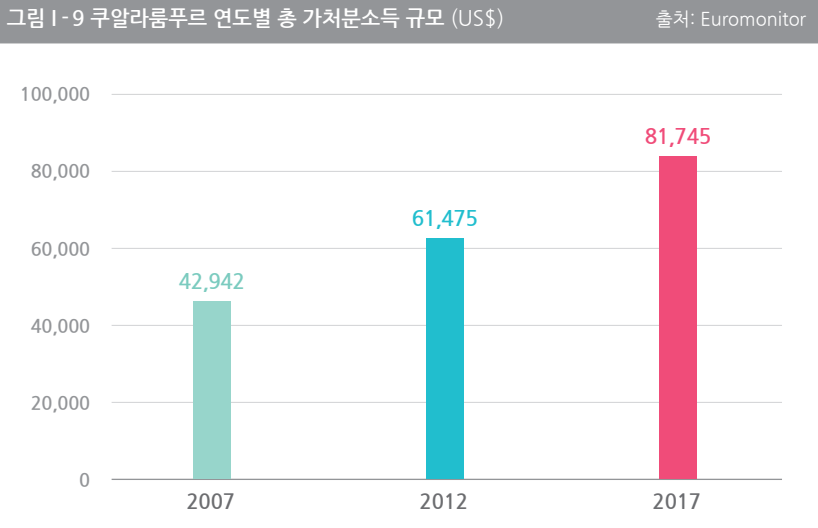
가정 내 경제활동을 하는 사람 수가 적음에도 불구하고, 2012년 쿠알라룸푸르 내 가구당 가처분 소득은 말레이시아 다른 지역 가처분 소득 평균의 79%를 상회하는 약 35,700달러(약 3,964만 원)에 달하였습니다.

노동 생산성과 높은 노동 시장 참여율(2012년, 다른 지역은 약 63%인데 반해, 쿠알라룸푸르 내 노동 연령층의 69%는 고용이 이미 됐거나 직업을 찾고 있었음)뿐만 아니라 낮은 실업률이 가처분소득의 차이를 만드는 주된 원인이었습니다.

2012년까지, 쿠알라룸푸르 내 가구당 소비지출은 나머지 지역의 가구당 소비지출 평균을 59% 상회했습니다.

가구 소득이 높은 주된 이유로, 쿠알라룸푸르 주민들은 집세, 음식, 음료 같은 필수 항목에 대한 지출의 비율(31%)이 다른 지역의 평균(39%)과 비교했을 때 매우 낮았습니다. 그러나 세 개의 카테고리에 교통 부문을 합쳐서 살펴볼 경우 쿠알라룸푸르의 지출 비율은 가장 컸습니다.

재량 지출 범위(음식과 집세를 제외한) 중, 쿠알라룸푸르의 소비자들은 통신(2012년 가구당 지출 171% 증가), 교통(139%), 호텔(136%)과 레스토랑에 대한 지출에 선호도를 보이고 있습니다. 이전보다 부유해진 가구뿐만 아니라, 아시아 태평양 지역의 주요 쇼핑 도시로서 관광객들의 소비에 의해 이런 차이는 커졌습니다.



5) 경제 동향

2014년 상반기 세계경제는 지난해에 이어서 높은 성장세를 유지하고 있었습니다. 이 같은 세계경제의 회복세와 궤를 같이하며 말레이시아 경제는 2014년 2분기 중 6.4%의 높은 성장률을 보였고, 결국 상반기 성장률로 6.3%를 기록했습니다.

세계경제 호전에 따른 수출 호조와 높은 국내수요 지속 등이 주요 성장요인으로 작용한 것으로 보입니다. EIU(The Economist Intelligent Unit)는 2014년도 말레이시아의 경제성장률을 6.0%로 추정했습니다.

민간부문 투자는 서비스 및 제조업 부문 자본 지출확대와 더불어 석유와 가스 관련 업종에 대한 투자도 지속됨에 따라 2014년 2분기 15.2% 증가했습니다. 이에 비해 공공부문 투자는 교통, 석유 및 가스, 통신 및 유틸리티 관련 공기업들의 자본 지출확대로 1분기보다 확대되었음에도 불구하고 여전히 약한 모습을 보이면서 전년 동분기 대비 1.6% 하락했습니다.

공급은 내수 관련 서비스 및 제조업 부문이 호조를 나타낸 데다 수출 여건도 개선되면서 전 부문에 걸쳐 나아진 모습을 보였습니다.

농업 부문은 곡물수확 증가에 따라 확장세를 보였고, 건설 부문은 주거 및 비주거 부문 건설이 높은 성장율을 지속한 데다 토목 부문도 활발한 모습을 보이면서 확장세를 보였습니다.

한편 광업 부문은 천연가스 감소로 소폭 증가에 그쳤습니다.

2015~2019년 말레이시아의 경제는 꾸준히 성장세를 보일 것으로 전망됩니다.

국내수요는 전체성장의 동력이 될 것으로 보이고, 사회기반시설 프로젝트가 더 많이 진행되면서 고정투자도 빠르게 확장될 것으로 예상되고 있습니다.

개인소비 또한 비교적 탄탄한 노동시장의 도움으로 빠른 속도로 성장할 전망입니다.

이에 따라 EIU는 2015~2019년 말레이시아의 GDP 성장률이 연평균 5.6%에 달할 것이라고 예측했습니다.

[참고] 말레이시아, 유가급락에 성장목표 하향 등 긴축조치

말레이시아는 최근의 국제유가 급락에 따라 올해 성장목표를 하향 조정하고 긴축조치를 시행하는 등 본격적인 대응에 나서고 있습니다.

말레이시아 정부는 지난해 미리 책정했던 올해 전체 예산안의 2%에 해당하는 15억 달러(약 1조 6,300억 원) 규모의 예산을 삭감하고, 석유에 대한 보조금 등을 비롯해 군 의무복무자에 대한 지원도 줄일 예정입니다.

나집 총리는 말레이시아 총리는 지난 1월 20일 TV방송으로 생중계된 대 국민연설에서 “유가 하락으로 당초 5~6%의 금년 성장 목표를 4.5~5.5%대로 하향 조정한다”고 발표했습니다.

또 당초 국내총생산(GDP)의 3%로 전망됐던 재정적자 전망치 역시 3.2%로 확대될 것이라고 밝히고, 정부가 긴축조치에 나서지 않으면 재정적자 규모는 GDP의 3.9%까지 커질 수 있다고 지적했습니다.

최근 연일 지속되는 저유가 행진은 전체 수출의 20%를 원유에 의존하고 있는 말레이시아 경상수지에 적신호를 보내고 있습니다.

50달러대로 곤두박질친 유가는 수출 약화로 이어졌고, 이에 따라 경상수지 흑자 폭 감소 등을 불러 올 가능성이 크게 나타나고 있습니다. 실례로 2014년 말레이시아 경상수지는 1분기 60억 달러에서 3분기 들어 23억 달러로 대폭 감소했습니다.

나집 총리는 “국제유가가 배럴당 55달러로 형성되면 세수(稅收)가 무려 23억 달러나 줄어든 것”이라며 “연료보조금 중단 조치에 이어 오는 4월 1일부터 새로운 상품서비스세를 도입하고, 특히 해외출장 경비와 전문기관 용역 등을 줄이는 형태로 약 4억 4,600만 달러의 비용을 절감할 것이며, 정부 유관기관에 대한 보조금 지원도 재검토해 8억 9,200만 달러를 절감할 것”이라고 밝혔습니다.

동남아시아의 대표적인 산유국 말레이시아는 국영 석유업체 페트로나스가 정부 세수의 약 30%를 담당하는 구조여서 통상 국제유가 추이에 민감한 반응을 보이고 있습니다.

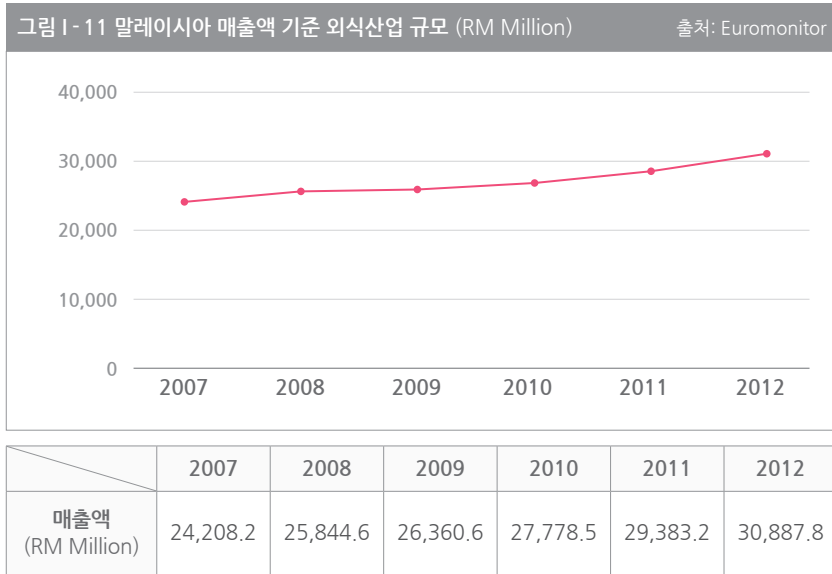


3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

① 외식산업 규모



말레이시아의 외식 산업은 매출액 기준 2007년~2012년 동안 연평균 5.5% 증가했으며, 2017년까지 연평균 3.1% 증가할 전망입니다.

배달/테이크 아웃 전문점은 지난 5년간 연평균 20.2%의 성장률을 보여 가장 크게 성장했습니다. 패스트푸드 역시 11.3%의 성장을 보이며 시장점유율을 높였습니다.

반면에 노점/키오스크와 풀서비스 레스토랑은 각각 3.8%와 3.6%의 성장을 했지만 시장 전체의 성장률을 밑돌아 시장점유율이 낮아지고 있습니다.

2017년까지의 전망 기간 동안, 배달/테이크 아웃 전문점은 연평균 7.4%로 가장 높은 성장률을 보일 것으로 기대되며, 패스트푸드는 연평균 약 4.0%로 두 번째로 높은 성장률을 기록할 것으로 예측됩니다.

카페/바는 플러스 성장률을 보일 것으로 전망되지만, 시장 전체 성장률과 비슷한 성장률을 기록하여 시장점유율을 유지하는 수준에 그칠 것으로 전망됩니다.

② 업태별 현황

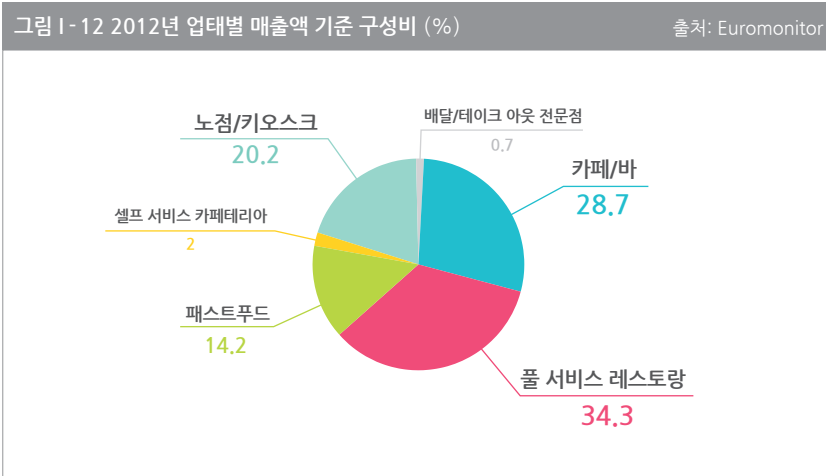
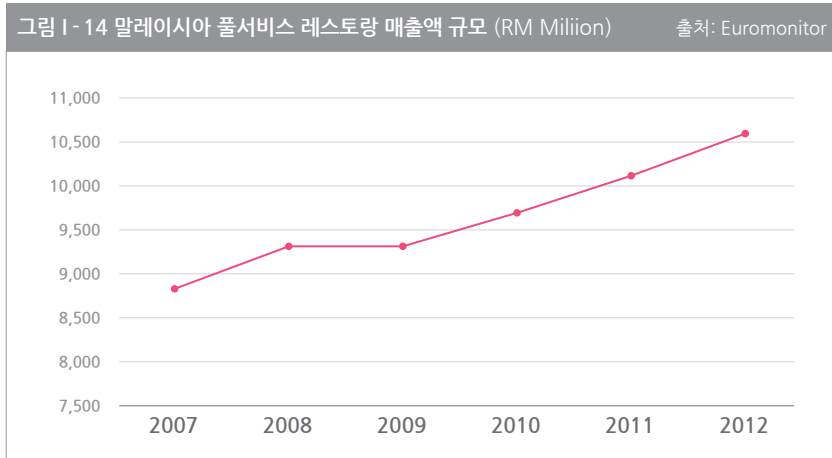


그림 1-13 외식산업 업태별 매출액 현황 - 매출액 기준 (RM Million) 출처: Euromonitor

	2007	2012	
		RM Million	CAGR (07~12)
외식산업	24,208.2	30,887.8	5.5
배달/테이크 아웃 전문점	81.0	202.8	20.2
카페/바	7,048.9	8,873.1	4.7
풀서비스 레스토랑	8,861.4	10,600.2	3.6
패스트푸드	2,562.6	4,376.2	11.3
셀프 서비스 카페테리아	485.7	603.9	4.5
노점/키오스크	5,168.6	6,231.6	3.8

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

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장



풀서비스 레스토랑의 2012년 기준 매출액은 약 106억 링깃(약 3조 2,125억 원)을 기록하였습니다.

2007년~2012년 동안 매출액 기준 연평균 5.5%의 성장률을 기록한 외식산업 시장에서 풀서비스 레스토랑은 연평균 3.6%의 성장률을 기록하여 시장점유율이 낮아졌습니다. 또한 이는 업태중 가장 낮은 성장률입니다.

말레이시아의 외식산업은 2017년까지 매출액 기준 연평균 3.1%의 성장률을 기록할 전망이며, 같은 기간 풀서비스 레스토랑은 2.9%의 성장률을 기록하여 시장점유율이 낮아질 전망입니다.

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

2) 외식시장 트렌드

① 세계 각국 음식의 인기 증가

최근 말레이시아 내 외식시장에선 세계 각국의 경험하지 못한 요리를 제공하는 에스닉 식당이 증가하고 있는 추세입니다.

특히, 같은 이슬람 문화권 음식인 북아프리카, 지중해, 중동 레스토랑이 인기를 얻고 있습니다.

말레이시아인들은 이들 문화권의 음식이 이슬람 종교 의식에 따라 준비된다고 믿고 있습니다. 그 뿐만 아니라 할랄 식재료를 기반으로 하는 생소한 음식들을 먹을 수 있기 때문에 최근 수요가 증가하는 것으로 파악되고 있습니다.

젊은 말레이시아인에게 북아프리카, 지중해, 중동음식은 건강에 좋은 음식으로 인식되고 있습니다. 이들 음식에 주로 쓰이는 빵, 요거트, 치즈, 곡물, 콩, 완두콩, 렌즈콩은 일반적으로 중국 남부 및 말레이시아 전통음식에서 찾기 힘듭니다.

인도음식에 대한 말레이시아인의 기존 태도가 다양해진 인도 음식의 범위 때문에 바뀌고 있습니다.

중국 남부 및 말레이시아 전통음식과 가장 비슷한 인도음식의 경우, 전 세계적인 인기에 비해 말레이시아에서는 상대적으로 선호도가 낮았습니다. 대중에게 튀김과 간식으로 제한적인 인기를 얻는 데 그치는 수준이었습니다.

하지만 건강한 음식을 먹기 원하는 현대 말레이시아인들이 많아지면서 대다수가 채식인 인도음식에 대한 수요도 점점 증가하고 있습니다.



② 도시화로 인한 식습관 변화

말레이시아의 빠른 도시화는 소비자들의 식습관을 변화시켜 왔습니다.

퇴근 후 저녁을 준비하기 위한 시간이 부족해짐에 따라, 말레이시아인들은 외식을 선호하기 시작했습니다. 이런 트렌드는 말레이시아의 패스트푸드, 풀서비스 레스토랑, 카페/바 업체들에게 기회를 열어주었습니다.

시간에 쫓기는 생활방식에 소비자들이 익숙해지면서, 이전보다 드라이브 스루나 테이크아웃, 배달 같은 편리한 저녁 식사 스타일을 선호하고 있습니다.

높은 도시화 비율은 GDP 성장에도 기여했으며, 이에 따라 고가 음식의 수요 또한 높아지고 있습니다. 실례로 도시화에 따른 사람들의 소득 증대와 함께, 더 많은 소비자들이 TGI Friday's, Chili's 같은 프랜차이즈 풀서비스 레스토랑에서 외식소비를 하고 있습니다.

③ 건강식품의 수요 증가

건강식품에 대한 글로벌 트렌드에 발맞춰 말레이시아에서도 설탕, 소금, 포화지방 및 트랜스지방 함유량이 낮은 음식에 대한 수요가 점점 증가하고 있습니다.

건강식은 젊은 소비자와 젊은 가족들 사이에서 특히 인기가 있습니다.

20~30대 소비자들은 디지털 미디어나 대중매체를 통해 접한 글로벌 미디어로부터 가장 민감하게 영향을 받습니다. 젊고, 교육 받은 부유한 전문인들과 경제적인 제약이 없는 10대들은 시내 중심가에서 음식 트렌드를 이끌고 있습니다. 글루텐을 함유하지 않은 음식과 같은 건강식품과 유기농제품, 메밀가루, 현미, 올리브오일 같은 대체 식자재에 대한 수요는 증가하고 있는 추세입니다.

이처럼 10대나 20대 고객층에서 건강식이 크게 인기를 끌자, 해외 및 국내 패스트푸드 전문점들은 건강식에 대한 수요를 해결하기 위해 발빠르게 움직였습니다.

기준에 말레이시아에 진출해 있던 패스트푸드 전문점들은 건강 메뉴를 추가해 현지에서 매우 인기를 끌고 있습니다. 인기 메뉴로는 닭고기, 허머스, 샐러드 같은 가벼운 간식, 허브가 첨가된 음료 등이 있습니다. 전통적 조리법인 튀기기와 다른 건강 조리법 또한 선호되고 있습니다.

④ 알코올 소비 증가

말레이시아는 주에 따라 알코올 소비를 관장하는 법이 상당히 다릅니다.

인구의 60%가 무슬림이기 때문에, 주요 도시 중심가의 알코올 수요 역시 상대적으로 낮습니다. 주류 라이선스 법은 이 낮은 수요를 반영하고 있습니다. 레스토랑이나 바 같이 알코올 음료를 파는 곳은 일반적으로 도시의 지정된 구역, 주요 관광지, 또는 다수의 화교나 인도인이 거주하는 지역에서만 찾아볼 수 있습니다.

하지만 최근에 집에서 음주를 하는 것이 대다수 사회계층에서 일반화되고 있으며, 젊은 말레이시아인들이 이러한 알코올 소비 트렌드를 주도하고 있습니다.

특히 가족과 떨어져 혼자 살거나, 친구들과 함께 거주하는 젊은 소비자들이 알코올 소비 트렌드를 이끌고 있습니다.

집에서 마시는 술은 고급 와인과 고급 주류가 주를 이루는 추세를 보이고 있지만, 열대 말레이시아에서 여전히 가장 인기있는 술은 시원한 라거맥주입니다.

맥주 판매량은 증류주 판매량의 4배 정도를 보이고 있습니다. 이는 최근에 인기를 얻고 있는 와인보다 7배 정도 더 높은 수치입니다.

레스토랑과 바를 제외한 가장 큰 주류 유통 채널은 전국 프랜차이즈 편의점, 중국 슈퍼마켓, 대형 국제 슈퍼마켓과 하이퍼마켓(코스트코, 이마트 같은 대형마트)입니다.

공공장소에서 알코올 표기를 엄격하게 제재하기 때문에, 알코올 전문점은 여전히 대중적이지 않습니다.



3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

① 온라인 쇼핑의 급속한 성장

많은 말레이시아인들은 인터넷 쇼핑물의 낮은 가격과 편리함에 매력을 느끼고 있습니다.

2013년 온라인 쇼핑 시장의 규모는 2008년 대비 87% 증가한 12억 링깃(약 3,600억 원)을 기록했습니다. 온라인 쇼핑은 지속적으로 성장할 것으로 보입니다.

2014년 구글에서 실시한 설문조사 결과, 온라인 쇼핑 경험이 전무한 말레이시아인 5명 중 2명(43%)은 1년 내에 인터넷 쇼핑을 시작할 것이라고 답했습니다.

이들 중 절반은 온라인 쇼핑을 통해 옷을 살 것이라고 답했습니다. 그러나 나머지 절반의 사람들은 개인 금융 정보를 제공하는 것에 대해 여전히 걱정하고 있었습니다. 그 뿐만 아니라, 이들 중 40%에 달하는 사람들은 시장이나 오프라인 매장에서 흥정하는 것을 그리워할 것이라고 답했습니다.

소비자들은 또한 서로 정보를 교환하면서, 상품 관련 정보를 공유하고 상품에 대해 더 잘 알아가고 있습니다.

모바일 광고 네트워크 BuzzCity의 최근 설문조사 결과를 보면, 많은 소비자들이 매장에서 쇼핑을 하면서 동시에 모바일 인터넷을 이용하는 것을 알 수 있습니다.

이들 중 23%는 가격을 확인하고 최저가를 찾기 위해 모바일폰을 사용하고 있다고 응답했으며, 12%는 매장에서 쇼핑을 할 때 상품 후기를 읽어보기 위해 사용한다고 답했습니다.

② 여행객 수 및 지출의 증가

최근 몇 년 동안 가처분소득이 증가함에 따라, 많은 말레이시아인들이 휴가 기간 동안 국내·외 여행을 가고 있으며, 이러한 트렌드는 오래 지속될 것으로 예상됩니다.

TripAdvisor의 최근 설문조사 결과에 따르면, 세계 평균 여행비용보다는 여전히 낮지만, 말레이시아 소비자들은 2013년 6,710링깃(약 2백만 원)에서 2015년 7,878링깃(약 240만 원)으로 17% 상승한 연간 여행비용을 쓸 계획이 있다고 답했습니다.

말레이시아 여행자들 중 91%는 국내여행을 계획하고 있다고 했으며 (2013년보다 89% 증가), 78%는 해외여행을 고려 중이라고 응답했습니다 (2013년 66%에서 12% 증가).

대부분의 소비자들은 여전히 저렴한 여행상품을 찾으려고 합니다.

설문조사에 따르면 말레이시아인 여행객의 75%는 좋은 가격(응답자의 95%)이나 특별 할인 가격(응답자의 63%)을 통해 휴가 기간의 여행계획을 세운다고 답했습니다. 더욱이, 휴가 기간 동안 여행을 가는 사람들의 76%는 환율변동이 여행계획에 가장 큰 영향을 끼치는 요소라고 답했습니다.

64%의 말레이시아인들은 지난 번 휴가를 온라인을 통해 예약했다고 답했으며, 그 중 33%는 더 나은 가격을 찾기 위해 인터넷에서 여행상품을 검색해봤다고 답했습니다.

TripAdvisor 설문조사와는 별개로, 71%의 말레이시아인들은 휴가 상품을 찾기 위해 소셜미디어 사이트를 검색해본다고 답했습니다. 그 뿐만 아니라, 37%의 말레이시아인들은 휴가 여행지로 일본을 1~2년 안에 가장 방문하고 싶다고 답했습니다.



③ 급속한 도시화로 인한 식품소비의 변화

긴 통근 거리와 전에 없던 바쁜 생활습관으로 인해 말레이시아 소비자들은 외식을 더 자주하고 있습니다.

특히 급변하는 도시지역에 거주하는 사람들이 외식을 더 많이 하는 편입니다. 실제로 말레이시아인들은 집에서 식사를 하는 만큼이나 외식을 자주 하고 있고, 그나마 집에서 식사를 하더라도 드라이브 스루나 배달 서비스를 통해 밖에서 사온 음식인 경우가 많습니다.

Taylor's University에 의해 실시된 설문조사에 따르면, 말레이시아인들 중 64%가 적어도 하루에 한끼는 밖에서 사먹는다고 답했으며, 집에서 식사를 하는 사람들 중 12.5%는 적어도 하루에 한 끼는 밖에서 사온 음식으로 집에서 끼니를 때우고 있다고 답했습니다. 보고서에 따르면 말레이시아인들은 두 끼 중 한 끼는 외식을 하고 있으며, 이런 외식빈도는 미국과 비슷합니다.

증가하는 외식빈도에 따라 소비자들이 극복해야 할 새로운 문제가 발생하고 있습니다.

자극적인 맛의 패스트푸드, 길거리/포장마차 음식을 자주 취식하는 말레이시아인들의 비만율이 높아지고 있습니다.

이에 따라 건강에 신경을 쓰는 소비자의 수도 점점 증가하는 추세입니다.

이러한 수요 변화 때문에, KFC같은 전통적인 패스트푸드 업체들도 이제 건강식 메뉴를 제공하고 있습니다.



사진 1-8 급속한 도시화가 진행된 쿠알라룸푸르 전경

2) 외식소비 특성

외식은 말레이시아 문화의 중요한 요소이며, 대다수의 말레이시아인들은 잦은 외식소비 습관을 보이고 있습니다.

다양한 종류의 외식업체들이 저렴한 가격에 음식을 제공하고 있기 때문에, 말레이시아인들의 외식빈도는 더욱 증가하는 추세입니다. 또한 외식은 대부분의 말레이시아인들에게 중요한 사회생활이기도 합니다. 친구, 동료 및 가족들과 함께 모여 외식을 하는 것은 일반적인 관습입니다.

말레이시아 전역에 걸쳐 다양한 종류의 외식업체들이 분포되어 있습니다.

플서비스 레스토랑, 포장마차, 중식당, 말레이시아 전통음식점 등 다양한 종류의 업체들이 매우 인기가 있으며, 이러한 종류의 식당들은 말레이시아인들에게 가장 일반적인 유형의 식당입니다.

대부분의 말레이시아인들은 아침식사를 거르기 때문에, 점심시간과 저녁시간은 하루 중 가장 중요한 식사시간으로 여겨지고 있습니다.

점심시간에는 대부분 함께 일하는 직장동료와 외식을 하므로, 말레이시아인들은 점심시간보다는 저녁시간에 친구, 가족 또는 직장동료들과 외식하는 것을 더 선호하고 있습니다.

아침식사는 점심식사나 저녁식사에 비해 대중적이지 않지만, 아침식사를 밖에서 사먹는 말레이시아인들은 일반적으로 집 근처에 있는 중국 커피숍이나 포장마차에서 끼니를 해결합니다. 아침식사로 주로 사먹는 음식으로는 나르시막, 다양한 종류의 중국식 국수 또는 로티 카나이(roti canai)가 있습니다.

직장인들의 점심시간은 기업에 따라 다르지만, 대부분 오후 12시~1시나 1시~2시 사이에 점심시간을 가집니다. 매주 금요일 점심시간은 무슬림 말레이시아인들의 기도시간 때문에 좀 더 긴 편입니다.

외식은 말레이시아인들에게 중요한 사회활동 중 하나로 여겨지고 있으며, 많은 말레이시아인들이 여가시간을 레스토랑에서 보내고 있습니다. 또한 외식을 하면서 비즈니스 문제에 관해 논의하는 경우가 다반사입니다.

3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율

① 말레이시아 내 에스닉별 점유율

말레이시아 풀서비스 레스토랑의 에스닉별 점유율을 살펴보면, 아시아(Asian)가 75.6%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 피자/기타 식당(Pizza/Others)이 13.3%로 뒤를 이었습니다.

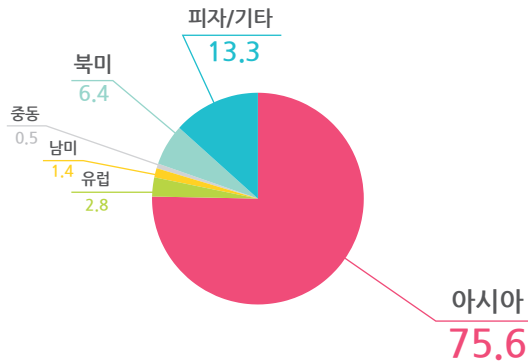
북미 식당(American)이 6.4%로 뒤를 이었습니다.

유럽 식당(European)이 2.8%의 점유율을 보였으며, 남미 식당(Latin American)이 1.4%, 중동 식당(Middle Eastern)이 0.5%로 작은 점유율을 보였습니다.

중동 식당(Middle Eastern)이 2018년까지 7.4%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 반대로 남미 식당(Latin American)은 6.1%의 마이너스 성장률을 기록할 것으로 나타났습니다.

그림 I - 15 말레이시아 내 매출액 기준 풀서비스 레스토랑 에스닉별 점유율 (%)

출처: Euromonitor



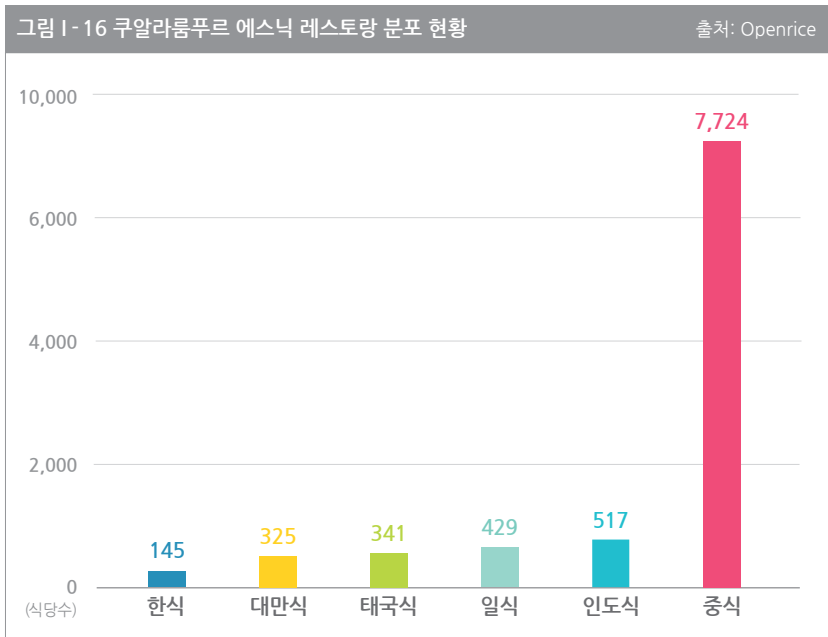
* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

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

매장 수 기준 쿠알라룸푸르 내 에스닉별 식당수를 살펴보면 중국(Chinese) 식당이 7,724개, 인도(Indian) 식당이 517개, 일본(Japanese) 식당이 429개 순으로 많은 매장수를 보이는 것으로 나타났습니다.

동아시아 에스닉 식당 중에선 중식당(Chinese)이 7,724개로 가장 많은 것으로 나타났으며, 일식당(Japanese)이 429개, 대만(Taiwanese) 식당이 325개로 그 뒤를 따르는 것으로 나타났습니다.

한식당(Korean)은 145개로 다른 에스닉 식당에 비해 수가 적은 것으로 파악됩니다.



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

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 중식(Chinese) 진출 현황

쿠알라룸푸르 전체 인구 중 약 43%가 화교 인구로 막대한 자본력을 바탕으로 쿠알라룸푸르 정·세계에 큰 영향력을 행사하고 있습니다.

화교는 오랜 이주 역사를 통해 말레이시아 식문화에 많은 영향을 끼쳤습니다. 어느 지방을 가든 정통 중국 요리를 즐길 수 있으며 대중식당이나 포장마차에서도 쉽게 중식을 접할 수 있습니다.

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

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

세계적인 딤섬 프랜차이즈 딤 타이 핑(Din Tai Fung)을 비롯하여 길거리 음식에 이르기까지 다양한 업태의 중식당이 분포해 있습니다.

쌀밥, 면 요리를 즐기며 기름진 볶음류 메뉴가 많은 말레이시아 음식과 유사한 중식 볶음밥류, 면류 요리의 인기가 높은 편이며 특히 딤섬이나 치킨 라이스의 인기가 높습니다.

② 인도식당(Indian) 진출 현황

말레이시아 전체 인구 중 인도계가 8% 정도로, 쿠알라룸푸르 내에서도 인도 문화가 흔해 있는 것을 쉽게 볼 수 있습니다.

이슬람교도인 말레이계가 운영하는 레스토랑에서는 술을 판매하지 않는 경우가 많기 때문에, 술을 마시고 싶은 사람들이 주로 인도계 레스토랑으로 몰리고 있습니다.

인도 음식은 말레이시아인들의 식성과 잘 부합하여 대중적인 인기를 얻고 있습니다. 특히 탄두리 요리와 커리 요리 종류가 말레이시아 대중들의 인기 외식메뉴로 각광받고 있습니다.

난, 로티, 밀크티, 떼따릭도 인도 요리 중 인기있는 음식입니다.

주요 인도식당으로는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 레스토랑인 '나시 칸다르 펠리타(Nasi Kandar Pelita)'와 파인 다이닝(Fine Dining) 프랜차이즈 점인 '스파이스 오브 인디아(Spice of India)' 등이 있습니다.

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

식당 평가 사이트인 오픈라이스 기준, 현재 쿠알라룸푸르 내에는 인도 음식점이 중국 음식점에 이어 가장 많은 것으로 나타났습니다.

③ 일식(Japanese) 진출 현황

시내 중심가에 위치한 최고급 쇼핑센터에 '도쿄 스트리트(Tokyo Street)'가 조성되어 있을 정도로 일본문화와 일식에 대한 대중적인 인지·선호도가 높습니다.

파빌리온(Pavillion) 몰 6층에 조성되어 있는 '도쿄 스트리트'는 다양한 업태의 일식당이 입점해 있는 전문 식당가와 각종 캐릭터 상품과 공산품을 판매하는 상점가로 구성되어 있습니다.

일식은 고급 파인 다이닝(Fine Dining)에서 패스트 캐주얼(Fast Casual)까지 업태 세분화가 진행되어 다양한 고객층을 공략하고 있습니다.

최근 오픈하는 일식당 중에는 스시(Sushi)나 사시미(Sashimi)와 같은 메뉴가 아닌 닭꼬치, 라멘, 돈가츠 등의 단품 메뉴 전문점의 비율이 크게 증가하고 있습니다.

가장 인기가 높은 메뉴는 일본식 라멘입니다. 2011년~2012년 동안 시내 중심가에 연달아 일식 라멘 전문점이 개업했습니다.

이러한 일식 라멘 전문점의 인기를 반영하여 쿠알라룸푸르 주요 월간 잡지는 '말레이시아의 일식 라멘 붐'에 대한 특집 기사를 편성하기도 하였습니다.

일식 라멘은 평균 15링깃(약 5,300원)에서 35링깃(약 12,400원) 정도로 판매되고 있으며 돼지사골을 우린 국물을 사용하기 때문에 주요 고객층은 중국계가 대부분입니다 (무슬림은 이슬람 율법에 따라 돼지고기를 먹는 것을 금기시함).

3) 주요 에스닉 식당 소개

① 리틀 타이완(Little Taiwan)

홈페이지: <http://www.little-taiwan.com>

리틀 타이완(Little Taiwan)은 2000년에 말레이시아에서 개업한 대만 음식 전문점으로 쿠알라룸푸르에서만 10개가 넘는 지점을 운영하고 있으며 다수의 언론에 소개될 정도로 말레이시아 외식 소비자들로부터 호평을 받고 있습니다.

말레이시아의 많은 화교인구에게 친숙한 대만 음식을 메뉴로 내놓아 대중화에 성공하였습니다. 현재 쿠알라룸푸르 시내 중심가에 위치한 주요 쇼핑몰마다 입점해 있으며 저렴한 가격으로 다양한 메뉴를 즐길 수 있어 특히 젊은 층에게 어필하고 있습니다.

국수류 메뉴의 인기가 높은 편이며, 주요 단품 메뉴 평균 가격대는 10링깃(약 3,500원)으로 저렴한 수준입니다.

할랄 인증을 취득하여 타 에스닉 외식 브랜드와의 차별성을 강조하면서 무슬림 외식 소비자들을 성공적으로 공략하고 있습니다.



사진 1-9 리틀 타이완 전경

② 나시 칸다르 펠리타(Nasi Kandar Pelita)

홈페이지: www.pelita.com.my

말레이시아에서 '마막'이란 본래 인도계 무슬림을 칭하는 말인데, 그들이 운영하는 레스토랑이 많아지면서 '마막 레스토랑'이라는 말은 아침까지 운영하는 노천 식당 분위기의 레스토랑을 총칭하게 되었습니다.

나시 칸다르 펠리타는 1995년 페낭에서 첫 레스토랑을 오픈한 후 그 맛을 인정받아 말레이시아 전역에 20개가 넘는 레스토랑 체인으로 발전한 마막 전문 레스토랑입니다.

대부분의 마막 레스토랑이 그렇듯 오픈된 형태의 레스토랑 내에서 현지 분위기를 흠뻑 느끼며 식사를 즐길 수 있습니다. 점심시간에는 나시 칸다르 코너에서 밥과 커리, 요리 종류를 선택해서 식사를 즐길 수 있으며 안쪽의 탄두리 코너, 나시고랭(볶음밥)과 미고랭(볶음국수) 코너, 로티 코너, 음료 코너 등에서 다양한 음식을 주문해서 맛볼 수 있습니다.

480석 규모의 대형 레스토랑으로, KLCC(Kuala Lumpur City Centre)에서 걸어서 10분 거리에 위치하고 있습니다.

주요 메뉴로는 나시르막, 탄두리 치킨, 망고라시 등이 있으며 메뉴 평균 가격대는 5링깃(약 1,520원) 내외로 저렴한 수준입니다.



사진 1-10 나시 칸다르 펠리타 전경

[참고] 도쿄 스트리트(Tokyo Street)

- 말레이시아 쿠알라룸푸르의 최고급 쇼핑몰 중 하나인 파빌리온(Pavilion) 6층에 '도쿄 스트리트(Tokyo Street)'라는 일본 브랜드 쇼핑가가 위치하고 있음

- 2011년 7월에 개장. 화장품, 식당, 소비재용품 등 49개 점포가 일본 전통 가옥을 본딴 상점에 입점해 있음
- 파빌리온 측에 따르면 도쿄 스트리트를 개점하는데 약 340만 달러(약 37억 7천만 원)가 투자되었으며 1년 안에 투자비용을 거의 회수할 만큼 큰 성공을 거둠

• 성공 요인 1: 객관적인 시장성 분석

- 세계적인 여러 도시들 가운데 도쿄를 선택한 이유는 말레이시아에 체류(방문)하는 외국인 중 일본인이 가장 많기 때문임
- 특히 말레이시아 정부에서 지원하는 '세컨드 홈 프로그램'을 통해 말레이시아에 장기 체류하는 일본인이 크게 증가하면서 일본인의 구매력이 증가함
- 동남아에서 일본은 '발전된 나라', '문화적으로 앞선 나라'라는 이미지가 강하여 일본 제품에 대해 긍정적인 생각을 가진 현지인이 많음

• 성공 요인 2: 철저한 일본 분위기 재현

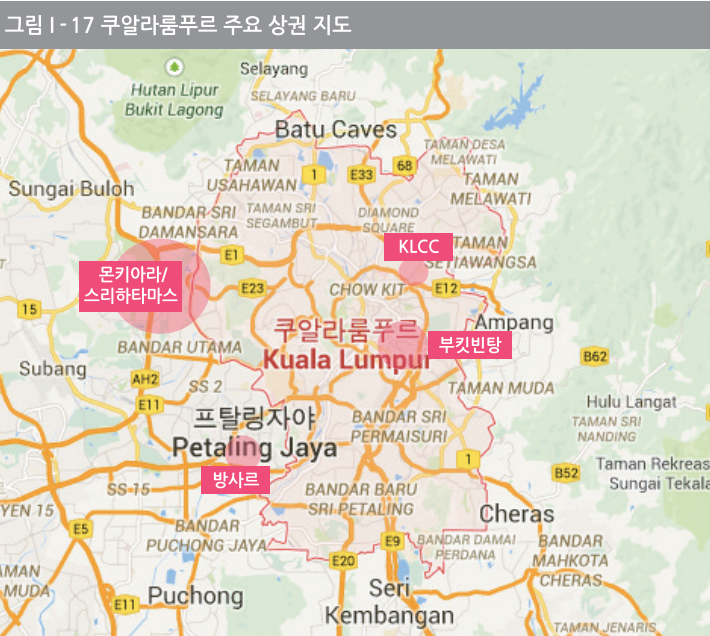
- 도쿄 스트리트에서는 일본 상품 구매뿐 아니라 일본 분위기와 문화를 체험할 수 있도록 다양한 이벤트 등을 진행하고 있음
- 일본풍 점포 인테리어를 위해 일본에서 건축가와 인테리어 디자인을 영입했으며 효과적인 홍보 및 운영을 위해 마케팅 담당자로 일본인을 채용하고 있음

• 성공 요인 3: 치밀한 사전준비

- 도쿄 스트리트는 입점 업체를 선정할 때 품목이 서로 중복되지 않도록 조정했고 최대한 일본 분위기를 낼 수 있는 업체를 우선 선발함
- 예를 들어 음식점은 동일 메뉴를 파는 복수의 업체가 존재하지 않도록 하고 주요 테스트 마켓인 싱가포르에 진출해 있는 일본 음식점을 대상으로 음식 시식을 하는 등 꼼꼼한 사전 점검을 거침

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성



쿠알라룸푸르 중심가에 위치한 주요 외식 상권으로는 부킷빈탕(Bukit Bintang), KLCC(Kuala Lumpur City Centre), 방사르(Bangsar), 몬키아라/스리하타마스(Mont Kiara/Sri Hartamas) 4개 지역을 꼽을 수 있습니다.

부킷빈탕 상권은 대형 쇼핑센터와 고급 호텔, 분위기 있는 카페와 바 등이 밀집해 있는 지역으로, 특히 인근 알로르 거리에는 쿠알라룸푸르 최대 먹자골목이 형성되어 있습니다.

KLCC 상권은 ‘도시 안에 도시’라는 컨셉으로 개발된 지역으로, 고층 오피스 빌딩, 최고급 호텔 등이 밀집해 있으며 대형 복합 쇼핑센터인 수리아 KLCC를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

방사르 상권의 경우 쿠알라룸푸르 외곽 지역에 위치한 거주지 중심 상권으로 외국인들이 많이 거주하는 고급 주택가 인근에 외식 상가권이 발달해 있는 특징이 있습니다.

몬키아라/스리하타마스 상권은 많은 외국인들이 거주하고 있으며 고급 주택가와 아파트 단지 주변으로 상권이 발달해 있습니다. 최근에는 많은 한국인들이 거주하기 시작하면서 ‘제 2의 한인 타운’으로 불리는 지역입니다.

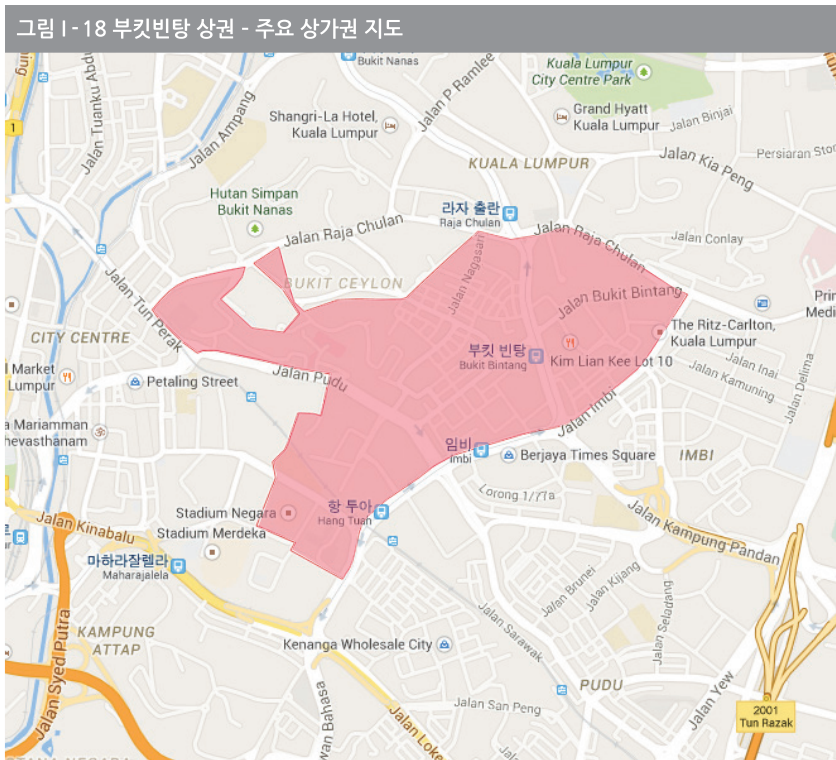
① 부킷빈탕(Bukit Bintang) 상권

부킷빈탕(Bukit Bintang) 상권은 쿠알라룸푸르에서 가장 변화한 지역 중 한 곳으로 중대형 규모의 쇼핑센터와 고급 호텔, 분위기 있는 카페(Cafe)와 바(Bar) 등이 밀집해 있어 젊은 층과 구매력 높은 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

상가권 인근에 메리어트(JW Marriot) 호텔, 프린스(Prince) 호텔, 리츠-칼튼(Ritz-Carton) 호텔 등 최고급 시설을 갖춘 호텔 10여 개가 밀집해 있습니다.

인근 알로르(Alor) 거리에는 쿠알라룸푸르 최대 먹자골목이 형성되어 있어 저녁부터 심야까지 해당 지역을 찾는 방문객들로 인산인해를 이룹니다.

쿠알라룸푸르 중심부를 지나는 툰 라작(Tun Razak) 대로와 술탄 이스마일(Sultan Ismail) 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 상습 정체구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다. 특히 주말에는 심한 교통체증으로 평소보다 2~3배의 시간이 소요됩니다.



KL 모노레일 역 2곳과 주요 노선의 버스 정류장 4곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이며, 대형 쇼핑센터와 호텔에 택시 전용 정거장이 마련되어 있어 택시를 이용하기도 편리합니다.

대형 복합 쇼핑센터인 파빌리온(KL Pavilion)과 중·소형 규모의 스타힐 갤러리(Starhill Gallery), 패런하이트 88(Pahrenheit 88), 로트 10(Lot 10) 등이 인접하여 대규모 쇼핑/외식 상가권을 형성하고 있습니다.

인근 알로르(Alor) 거리에는 쿠알라룸푸르 최대 먹자골목이 형성되어 있어 저녁부터 심야까지 해당 지역을 찾는 현지인들과 관광객들로 인산인해를 이룹니다.

파빌리온(KL Pavilion)

파빌리온(KL Pavilion)은 쿠알라룸푸르 중심가에 위치한 최고급 쇼핑센터로 명품 브랜드관, 분위기 있는 식당가, 엔터테인먼트 시설 등 500여 개의 매장을 갖추고 있습니다.

평일 점심 시간대 인근 오피스에서 근무하는 30~40대 전문직 종사자들이 간단하게 식사를 해결하기 위해 자주 방문하는 편이며, 주변 호텔에서 투숙하고 있는 구매력 높은 외국인 관광객들도 많이 찾아옵니다.

쇼핑센터는 크게 'Centre Court', 'Couture Pavilion', 'Fashion Avenue', 'Connection', 'Gourmet Emporium', 'Tokyo Street', 'Seventh Heaven' 7개의 구역으로 구성되어 있습니다.

- Centre Court: 메인 입구와 연결된 대형 실내 광장으로 연중 다양한 문화 공연, 전시, 패션쇼 등이 개최되어 많은 방문객들이 찾아옴
- Couture Pavilion: 해외 유명 디자이너의 명품 브랜드관으로 20여 개의 럭셔리 매장이 입점해 있어 구매력이 높은 외국인 관광객들과 고소득층 유동인구 유입이 많음
- Fashion Avenue: 최신 유행 브랜드 의류잡화 매장과 여성 화장품 매장이 입점해 있으며 5~6층에는 분위기 있는 카페(Cafe)와 비스트로(Bistro)가 입점해 있어 쇼핑을 목적으로 방문하는 젊은 층 유동인구가 많음
- Connection: 분위기 있는 비스트로(Bistro)와 펍(Pub), 다양한 에스닉 식당이 입점해 있어 연일 늦은 시간까지 외식을 목적으로 방문하는 유동인구로 북적이는 곳임
- Gourmet Emporium: 고급스러운 인테리어 시설을 갖춘 식품 판매관으로 아시안 에스닉 메뉴를 판매하는 '푸드 리퍼블릭(Food Republic)' 푸드코트를 비롯하여 식품점, 제과점에 이르기까지 음식과 관련된 30여 개의 매장이 입점해 있어 외식 목적의 가족단위 방문객이 많음

- Tokyo Street: 6층에 마련된 일본 상품관으로 다양한 업태의 일식당이 입점해 있는 전문 식당가와 각종 공산품을 판매하는 상점가로 구성되어 있음. 일본 전통 마을의 길거리 풍경을 그대로 재현하여 방문자들로 하여금 마치 일본 여행을 온 것과 같은 느낌이 들게 함
- Seventh Heaven: 마사지 클리닉, 피부·미용 관련 매장이 입점해 있는 7층 구역으로 30~40대 여성 방문객들이 많음



사진 1 - 11 KL 파빌리온(KL Pavilion) Tokyo Street 전경

서양식(Western), 독일식(German), 베트남식(Vietnamese) 등 다양한 에스닉 식당이 입점해 있으며 특히 일식(Japanese)의 비율이 높습니다.

도쿄 스트리트(Tokyo Street)에 입점해 있는 일식 샤브샤브 전문점 '수키야(Sukiya)'는 줄을 서서 기다려야 할 정도로 성업 중입니다. 뷔페식으로 저렴한 가격대에 다양한 메뉴를 푸짐하게 즐길 수 있다는 점이 성공 요인입니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 20~40링깃 (약 6,900~14,000원) 정도입니다.

'푸드 리퍼블릭(Food Republic)' 푸드코트에 입점해 있는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 10~20링깃(약 3,500~6,900원) 정도입니다.

푸드 리퍼블릭에는 떡볶이, 김밥 등 분식 메뉴와 찌개백반, 돌솥비빔밥 등의 단품 메뉴를 판매하는 한식당 ‘삼삼(Sam-Sam)’이 입점해 있으며 대표 단품 메뉴의 가격은 15링깃(약 5,200원) 내외입니다.

파인 다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 40~80링깃(약 14,000~28,000원) 정도입니다.

고급 한식당 ‘다운(Daon)’이 입점해 있으며 주요 메뉴의 가격은 40링깃(약 14,000원) 내외로, 런치 스페셜로 갈비구이와 돌솥비빔밥 세트메뉴를 40링깃(약 14,000원)에 판매하고 있습니다.

한식 불고기 전문점 ‘불고기 브라더스(Bulgogi Brothers)’가 입점해 있으며 주요 단품 메뉴 가격은 30링깃(약 10,400원), 구이류 메뉴 가격은 80링깃(약 28,000원) 정도입니다.



사진 1 - 12 KL 파빌리온(좌), 불고기 브라더스(중), 삼삼(우)

그 외 중·소형 규모의 쇼핑센터

파빌리온(Pavilion) 맞은편에 위치한 럭셔리 쇼핑몰 스타힐 갤러리(Starhill Gallery)에는 고가의 명품 브랜드 매장이 입점해 있으며 지하 전문 식당가에는 분위기 있는 고급 레스토랑이 다수 입점해 있습니다. 메리어트 호텔(JW Marriot)과 연결되어 있어 구매력 높은 외국인 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

서양식(Western), 인도식(Indian), 중동식(Middle Eastern) 등 다양한 에스닉 식당이 입점해 있으며 특히 중식(Chinese)과 일식(Japanese)의 비율이 높습니다.

파인 다이닝 (Fine Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 40~80링깃 (약 14,000~28,000원) 정도입니다. 최고급 식당의 경우 평균 객단가가 80~150링깃 (약 28,000~52,300원)으로 다소 비싼 편입니다.

쿠알라룸푸르에서 역사가 가장 오래된 한식당인 ‘고려원(Koryowon)’이 입점해 있으며 대표 단품 메뉴의 가격은 30링깃(약 10,400원) 정도입니다.

중·저가 브랜드 상품을 판매하는 ‘패런하이트 88(Fahrenheit 88)’와 ‘랏 10(Lot 10)’에는 간편식 메뉴를 판매하는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 식당이 주를 이루고 있으며 평균 객단가는 15링깃(약 5,200원) 내외로 주변 지역에 비해 다소 저렴한 편입니다.



사진 I - 13 스타힐 갤러리(좌), 패런하이트 88, 랫 10(우)

알로르(Alor) 거리

쿠알라룸푸르 최대 규모를 자랑하는 먹자골목으로 저녁 시간대가 되면 행상인들과 방문객들이 뒤섞여 인산인해를 이룹니다.

쿠알라룸푸르의 대표 관광지로 부상하면서 방문하는 외국인 관광객들이 점차 늘고 있습니다.

현지화된 대중적인 중국식 메뉴가 주를 이루며 꼬치구이인 사테(Satay), 볶음밥인 치킨라이스(Chicken Rice), 국물요리인 바쿠테(Bak Kut The) 등 다양한 메뉴를 판매하는 간이식당이 길 양쪽에 줄지어 들어서 있습니다.

대부분의 메뉴는 10링깃(약 3,500원) 내외로 저렴한 편이며 방문객들은 가벼운 안주류 메뉴를 다양하게 종류별로 시켜서 맥주와 함께 즐기는 것을 선호합니다.



사진 I - 14 알로르(Alor) 거리 전경

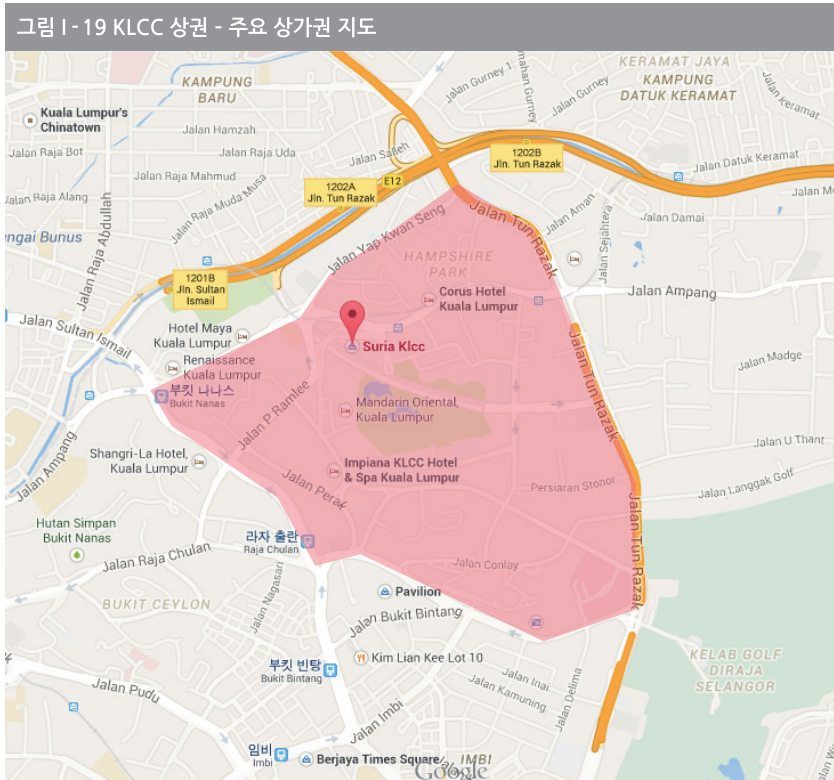
② KLCC(Kuala Lumpur City Centre) 상권

KLCC상권은 ‘도시 안의 도시’라는 컨셉으로 개발된 지역으로 고층 오피스 빌딩, 최고급 호텔 등이 밀집해 있으며 대형 복합 쇼핑센터인 수리아 KLCC(Suria KLCC)를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

쿠알라룸푸르를 상징하는 대표적인 랜드마크인 ‘페트로나스 트윈 타워(Petronas Twin Tower)’가 위치하고 있어 연일 많은 관광 인파로 인산인해를 이룹니다.

페트로나스 트윈 타워 남쪽에 위치한 KLCC 공원(KLCC Park)은 쿠알라룸푸르 시민들의 대표적인 휴식처로, 화려한 분수와 어린이 물놀이장, 조깅트랙 등의 편의시설이 갖춰져 있어 밤낮없이 많은 사람들이 찾고 있습니다.

쿠알라룸푸르 중심부를 지나는 툰 라작(Tun Razak) 대로와 도심 외곽지역으로 연결된 암팡(Ampang) 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 출·퇴근 시간 상습 정체구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.



KL 모노레일 역 1곳과 주요 노선의 버스 정류장 4곳이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편이며, 대형 쇼핑센터와 호텔에 택시 전용 정거장이 마련되어 있어 택시를 이용하기에도 편리합니다.

대형 복합 쇼핑센터인 수리아 KLCC(Suria KLCC)를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

인근에 쿠알라룸푸르 시청 청사(Kuala Lumpur City Centre) 건물을 비롯해 주요 기업의 본사 오피스가 위치하고 있어 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많습니다.

그 뿐만 아니라, KL 컨벤션 센터(KL Convention Centre) 인근에 고급 호텔이 다수 위치하고 있어 구매력 높은 외국인 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

수리아 KLCC(Suria KLCC)

수리아 KLCC(Suria KLCC)는 말레이시아의 대표적인 프리미엄 쇼핑센터로 ‘페트로나스 트윈 타워(Petronas Twin Tower)’와 연결되어 있으며 6층 14만㎡(약 4만 3천 평)규모에 400여 개의 매장을 갖추고 있습니다.

‘이세탄(Isetan)’백화점, ‘파크션 그랜드(Parkson Grand)’ 백화점을 비롯해 수입식품 코너가 마련된 대형 슈퍼마켓이 들어서 있습니다.

이 외에도 12개의 상영관을 갖춘 멀티플렉스 영화관과 대형 서점인 ‘키노쿠니야(Kinokuniya)’가 입점해 있습니다.



사진 1 - 15 수리아 KLCC(Suria KLCC) 전경

쇼핑센터 2층에는 저렴한 가격대의 간편식 메뉴를 판매하는 ‘Signatures Food Court’가 입점해 있으며 4층에는 세련된 분위기의 푸드코트인 ‘Rasa Food Arena’가 입점해 있습니다.

‘Signatures Food Court’에는 패스트 캐주얼(Fast Casual)과 패스트푸드(Fast Food) 업태의 식당이 주를 이룹니다. 패스트 캐주얼 업태의 평균 객단가는 20링깃(약 6,900원) 내외이며 패스트푸드 업태의 평균 객단가는 10링깃(약 3,500원) 내외입니다.

‘Rasa Food Arena’에는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 식당이 주를 이루며 평균 객단가는 25링깃(약 8,700원) 내외로 ‘Signatures Food Court’에 비해 다소 비싼 편입니다.

전 층에 걸쳐 서양식(Western), 멕시코식(Mexican), 태국식(Thai), 일식(Japanese), 중식(Chinese) 등 다양한 에스닉 식당이 입점해 있으며 에스닉 식당 대부분은 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이룹니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 평균 객단가는 20~40링깃(약 6,900~14,000원) 정도이며 파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 평균 객단가는 40~80링깃(약 14,000~28,000원) 정도입니다.

고급 한식당인 ‘고려원(Koryowon)’이 4층 전문 식당가에 입점해 있으며 대표 단품 메뉴의 가격은 30링깃(약 10,400원), 구이류 메뉴의 가격은 80링깃(약 28,000원) 내외입니다.



사진 1-16 고려원 전경 (위), Signatures Food Court 전경 (아래)

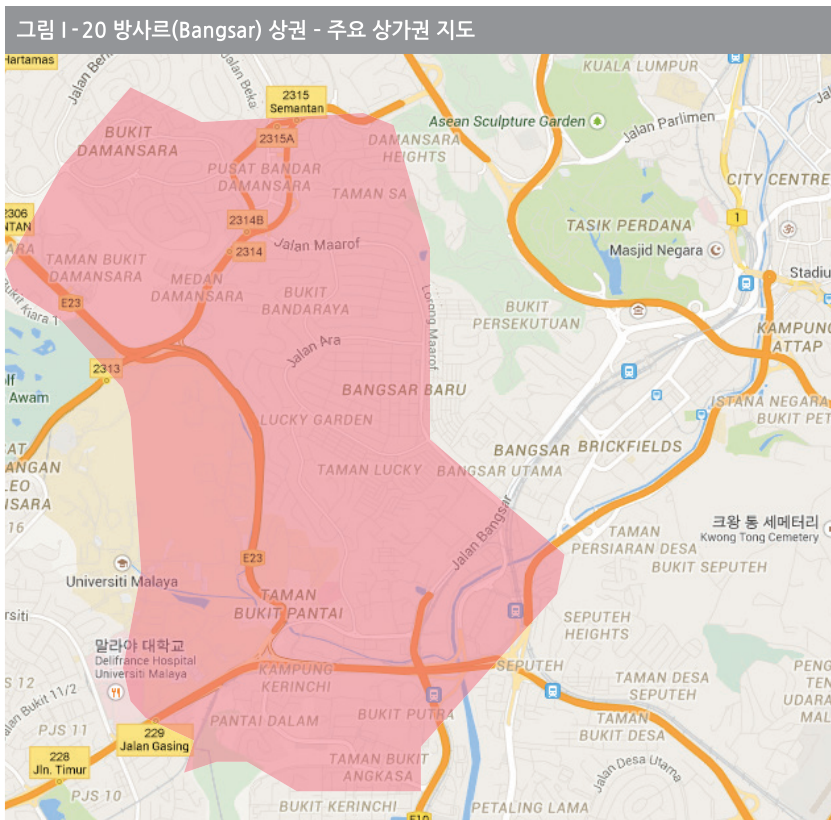
③ 방사르(Bangsar) 상권

쿠알라룸푸르 외곽 지역에 위치한 거주지 중심 상권으로 외국인들이 많이 거주하는 고급 주택가 인근에 외식 상가권이 발달해 있습니다.

방사르 빌리지(Bangsar Village) 쇼핑센터를 중심으로 주변 지역에 분위기 있는 에스닉 레스토랑, 카페(Cafe), 바(Bar) 등이 밀집해 있어 평일 저녁과 주말에 외식을 목적으로 해당 지역을 찾는 사람들이 많습니다.

매일 오전에 신선한 채소와 청과물을 판매하는 ‘모닝 마켓(Morning Market)’이 들어서며, 매주 일요일 저녁에는 지역의 명물인 ‘선데이 마켓(Sunday Market)’이 들어서 많은 방문객들이 찾아옵니다.

쿠알라룸푸르 중심지에서 차로 약 20분 거리에 위치하고 있으며 주요 노선의 버스가 지나지 않아 자가용이나 택시를 이용해서 방문해야 합니다. 출·퇴근 시간 차량 정체 시 많은 시간이 소요됩니다.



KL 센트럴(KL Sentral) 역이 인근에 위치하고 있으나 도보로 이동하기에는 다소 먼 거리에 위치하고 있습니다(차량 이용 시 5분 정도 거리).

방사르 빌리지(Bangsar Village)와 텔라위(Telawi) 거리 중심으로 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있어 인근 고급 주택가에서 거주하는 외국인들과 외식을 목적으로 외지에서 방문하는 유동인구의 유입이 많으며 매주 일요일 지역 명물인 야시장을 구경하기 위해 찾아오는 관광객들이 많습니다.

방사르 빌리지(Bangsar Village)

2004년에 오픈한 방사르 빌리지(Bangsar Village) 쇼핑센터는 I, II 두 동의 건물로 구성되어 있습니다.

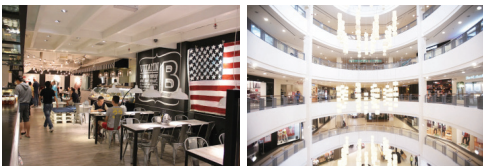
방사르 빌리지 I 은 중·저가 브랜드 상품을 판매하는 매장이 주를 이루며 해외 수입 식료품을 전문으로 판매하는 대형 슈퍼마켓이 들어서 있어 인근 주택가에서 거주하는 가족단위 고객들이 주로 방문합니다.

서양식(Western), 이탈리아식(Italian), 태국식(Thai), 중식(Chinese) 등 여러 에스닉 식당이 입점해 있으며 중식당 '빌리지 로스트 덕(Village Roast Duck)'과 이탈리아 레스토랑 '가리발디 이탈리아(Garibaldi Italian)'이 성업 중입니다.
간편식을 판매하는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 15링깃(약 5,200원) 내외이며 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 20~40링깃(약 6,900원 ~14,000원) 정도입니다.

최근에 오픈한 방사르 빌리지 II 는 구매력 높은 중산층 이상을 타깃으로 고가의 명품 브랜드 매장과 마사지 숍(Shop), 피부·미용 클리닉 등의 시설을 갖추고 있습니다.



캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 35링깃(약 12,200원) 내외이며 파인 다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 40~80링깃(약 14,000~27,900원) 정도입니다.



고가의 일식당 '센쥬(Senju)'와 저렴한 가격대의 서양식(Western) 레스토랑 '더 로프(The Loaf)' 레스토랑이 성업 중입니다.

사진 I - 17 방사르 빌리지(Bangsar Village) 전경

텔라위(Telawi) 거리

텔라위 2, 3(Telawi 2, 3) 거리를 따라 다양한 에스닉 레스토랑과 카페(Cafe), 바(Bar) 등이 밀집해 있어 평일 저녁과 주말에 외식을 즐기기 위해 방문하는 사람들이 많습니다.

서양식(Western), 이탈리아식(Italian), 프랑스식(French), 일식(Japanese), 태국식(Thai) 등 다양한 에스닉 레스토랑이 위치하고 있으며 특히 인도식(Indian) 레스토랑의 비율이 타 지역에 비해 높은 편입니다.

한식당은 ‘젠 코리아 BBQ(Zen Korean BBQ)’와 ‘본가(Bon Ga)’ 2곳이 영업 중입니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 20~40링깃 (약 6,900~14,000원) 정도입니다.

말레이시아 현지식을 판매하는 식당 대부분 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태로 대표 단품 메뉴의 가격은 10링깃(약 3,500원) 정도로 저렴한 편입니다.

매주 일요일 저녁에 텔라위 2(Telawi 2) 거리를 중심으로 의류, 잡화, 음식, 음료 등을 판매하는 ‘선데이 마켓(Sunday Maker)’이 열려 현지인 방문객들과 외국인 관광객들로 북새통을 이룹니다.



사진 I - 18 텔라위(Telawi) 거리 전경

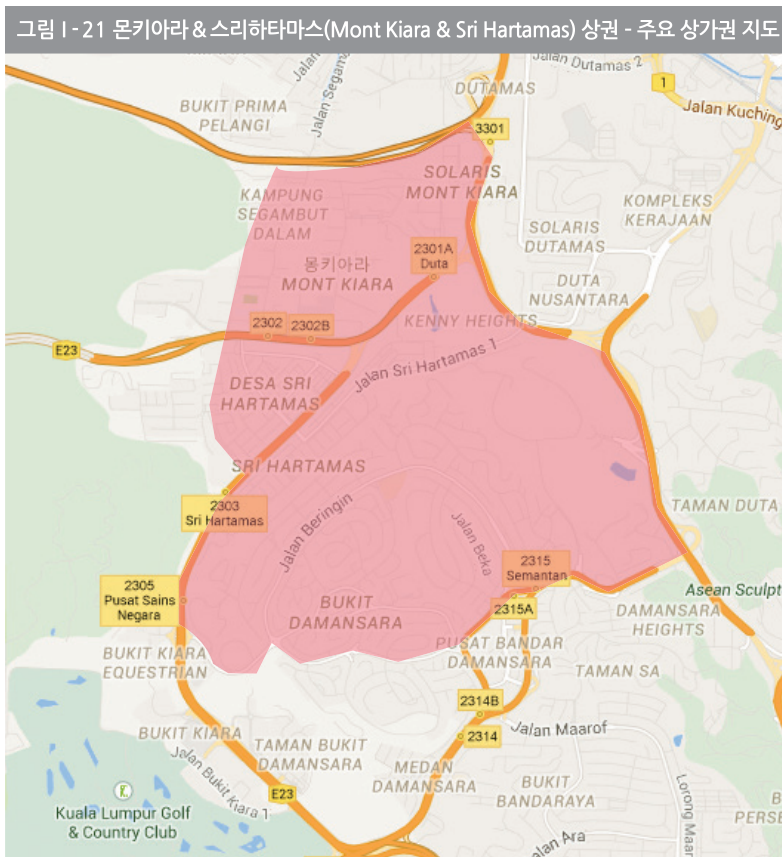
④ 몬키아라 & 스리하타마스(Mont Kiara & Sri Hartamas) 상권

몬키아라 & 스리하타마스(Mont Kiara & Sri Hartamas)상권은 쿠알라룸푸르 외곽 지역에 위치한 거주지 중심 상권으로 고급 주택가와 아파트 단지 주변에 거주자들을 대상으로 하는 상가권이 발달해 있습니다.

데사 스리하타마스(Desa Sri Hartamas)와 솔라리스 몬키아라(Solaris Mont Kiara)를 중심으로 외식 상가권이 발달해 있습니다.

쾌적한 환경과 최상의 교육시설 등 거주여건이 훌륭하여 많은 외국인들이 거주하고 있으며, 최근 들어 많은 한국인들이 거주하기 시작하면서 '제 2의 한인 타운(Korean Town)'으로 불리고 있습니다.

최근 재 말레이시아 한인회 사무실이 암팡(Ampang) 지역에서 몬키아라(Mont Kiara)로 이전하였습니다.



쿠알라룸푸르 중심지에서 차로 약 30분 거리에 위치하고 있으며 주요 노선의 버스와 지하철이 지나지 않아 자가용이나 택시를 이용해서 방문해야 합니다.

한국의 분당과 비슷한 분위기를 풍기는 거주지 중심 상권으로, 고급 주택가 인근에 위치한 상가 건물과 주상복합을 중심으로 인근 거주자들을 대상으로 하는 외식 상가권이 발달해 있습니다.

주변에 국제학교가 위치하고 있어 외국인 유동인구 유입이 많으며 자녀 교육을 위해 이주해 온 많은 한인들이 거주하고 있어 한인을 대상으로 하는 상점이 다수 분포하고 있습니다.

상가권 외곽지역에 위치한 주상 복합 건물인 플라자 몬키아라(Plaza Monkiara)에는 분위기 있는 식당과 카페(Cafe)가 다수 입점해 있어 외식을 목적으로 방문하는 유동 인구의 유입이 많습니다.

데사 스리하타마스(Desa Sri Hartamas)

고급 주택가 인근에 위치한 상가 건물을 중심으로 발달한 상가권으로 한인 상점과 한식당이 밀집해 있어 암팡(Ampang) 지역에 이어 '제 2의 한인 타운(Korean Town)'으로 불리는 지역입니다.

의원원, 미용실, 의류점, 식료품점, 식당 등 다양한 업종의 한인 상점이 영업 중입니다. 3개의 한인 식료품점을 비롯하여 10여 개의 한식당이 분포하고 있습니다.

다양한 에스닉 식당이 영업 중이며 특히 말레이시아 현지식과 한식의 비율이 높습니다.

평균 객단가 10링깃(약 3,500원) 내외의 패스트 캐주얼(Fast Casual)부터 80링깃(약 28,000원) 내외의 파인 다이닝(Fine Dining)까지 다양한 업태의 식당이 분포하고 있습니다.

말레이시아 현지식(Malay)과 중식(Chinese)을 판매하는 식당 대부분은 10링깃(약 3,500원) 내외의 저가형 간이식당이 주를 이룹니다.

한식당은 캐주얼 다이닝(Casual Dining)업태가 대부분이며 한인들을 대상으로 영업하는 영세한 규모의 패스트 캐주얼(Fast Casual)업태의 비율도 높은 편입니다.

한식당 '다오래(Daorae)'본점이 현지인 고객 비율 80% 이상으로 성업 중입니다. 주요 단품 메뉴의 평균 가격은 20링깃(약 7,000원) 내외이며 구이류 메뉴는 75링깃(약 26,400원) 정도입니다.



사진 1 - 19 데사 스리하타마스 거리 전경

솔라리스 몬키아라(Solaris Mont Kiara)

솔라리스(Solaris) 거리에 들어선 주상 복합 건물을 중심으로 발달한 외식 상가권으로 인근에 고급 주택가와 고층 아파트 단지가 위치하고 있어 구매력 높은 수요층의 유입이 많습니다.

특히 일본인과 한국인 거주 비율이 타 지역에 비해 높은 편입니다.

분위기 있는 카페(Cafe)와 바(Bar)가 위치하고 있어 저녁 시간대 젊은층 유동인구의 유입이 많습니다.

서양식(Western), 이탈리아식(Italian), 중식(Chinese), 태국식(Thai) 등 다양한 에스닉 식당이 영업 중이며 특히 일식(Japanese)과 한식(Korean)의 비율이 높습니다.

리틀 코리아(Little Korea), '본가(Bon Ga)', '쌍둥이네(Twins Korean Restaurant)' 등 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining)에서 패스트 캐주얼(Fast Casual)에 이르기까지 다양한 업태의 한식당이 영업 중입니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 20~40링깃 (약 6,900~14,000원) 정도입니다.

500석 규모의 시설을 갖춘 일식 뷔페식 레스토랑 '쇼군(SHOGUN)'이 성업 중입니다. 가격은 성인 1인 기준 평일 점심 43링깃(약 15,000원), 토요일 점심 54링깃(약 19,000원) 정도이며 일식 스시(Sushi)와 사시미(Sashimi) 메뉴를 비롯하여 200여 가지의 다양한 에스닉 메뉴를 제공하고 있습니다. 최근에는 한식 뷔페식 레스토랑 '장군(Jang Gun)'을 인수하여 영업하고 있습니다.

고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining)업태의 한식당 '리틀 코리아(Little Korea)'가 성업 중입니다. 주요 단품 메뉴의 평균 가격은 20링깃(약 7,000원) 내외이며 구이류 메뉴는 70링깃 (약 24,700원) 정도입니다.



사진 I - 20 솔라리스 몬키아라 거리 전경

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

① 한인 거주 현황

대한민국 외교통상부 자료에 따르면 2012년 말 기준 말레이시아 내 한국인의 수는 14,000명입니다.

이중 약 87%에 달하는 12,200여 명의 한인들이 쿠알라룸푸르에 거주하고 있는 것으로 집계되었으며, 몬키아라 & 스리하타마스 (Mont Kiara & Sri Hartamas) 지역과 슬랑고르 (Selangor) 주의 암팡(Ampang) 지역 한인 밀집 거주지역에 주로 거주하고 있는 것으로 나타났습니다.

거주 자격별로 보면 외국 국적 동포인 시민권자 10명, 재외국민 중 영주권자 50명, 일반 체류자 10,140명, 유학생 2,000명입니다. 남녀별로는 남자 5,475명, 여자 6,725명입니다. 단기 체류자까지 포함하면 그 숫자는 훨씬 많은 것으로 추측되며 진출 기업의 주재원으로 파견되었다가 정착하는 사람들과 신규 사업에 도전하는 사람들이 늘어나면서 거주 한인 수는 꾸준히 증가하고 있습니다.

암팡 지역은 원래 일본계 이민자들이 먼저 거주하던 곳으로 위성도시 같이 쾌적하고 깔끔한 곳이며 말레이시아에서 처음으로 형성된 한인 타운이 있습니다.

몬키아라 & 스리하타마스 지역은 쿠알라룸푸르 중심부와 가까운 곳으로 국내 기업 주재원들이나 은퇴 이민자, 사업하는 한국인들에게 새롭게 떠오르는 이주 지역입니다.

현재는 암팡 지역에서 몬키아라 & 스리하타마스 지역으로 한인들이 이주하는 추세이며 한인회 사무실도 2012년 암팡에서 몬키아라로 이전하였습니다.

그림 1-22 말레이시아 내 한인 현황 출처: 외교통상부 재외동포 거주현황

	구분	한국 교민 총수	거주자격별					재외국민 등록수 (등록률%)
			외국국적 한국동포 (시민권자)	영주권자	한국교민		계	
					일반	유학생		
말레이시아	남	6,360	5	20	5,110	1,225	6,355	
	여	7,640	5	30	6,380	1,225	7,635	
	계	14,000	10	50	11,490	2,450	13,990	13,508
	'11년 대비 증감률(%)	-2.8	+66	+31	-1	-10	-2/9	
쿠알라룸푸르	남	5,475	5	20	4,450	1,000	5,470	
	여	6,725	5	30	5,690	1,000	6,720	
	계	12,200	10	50	10,140	2,000	12,190	

(단위: 명)

② 한국 기업 진출 현황

현재 말레이시아에는 삼성전자, 현대자동차, LG전자, SK 네트워크, 포스코 등 한국의 주요 기업들이 대부분 진출해있으며, 현재 말레이시아 한국 상공회의소에는 말레이시아 진출 한국 기업 110여 개사가 등록되어 있습니다.

삼성전자 등 전기전자 제조업의 진출이 뚜렷한 가운데 TV, 2차전지, 레이저 등을 주로 생산하고 있습니다. 과거에는 완성품 조립공장 형태의 진출이 많았으나 최근 인건비 상승, 링깃화 강세로 수출에 어려움을 겪는 기업도 있습니다.

말레이시아가 강점을 갖고 있는 원유, 가스, 팜오일 관련 산업의 진출도 늘어나고 있으며 최근 대형건설 프로젝트가 활발히 진행됨에 따라 건설업계의 진출도 확대되고 있습니다.

1968년부터 2013년 3분기까지 한국의 대 말레이시아 투자신고는 1,639건에 106억 5,852만 달러(약 11조 8천억 원)이며, 같은 기간 한국의 대 말레이시아 업종별 투자현황을 살펴보면 광업이 가장 많은 64억 9,115만 달러(약 7조 2천억 원), 다음으로 제조업이 신고금액 기준으로 25억 3,195만 달러(약 2조 8천억 원)를 기록하고 있습니다.

말레이시아와 대한민국 양국은 새로운 협력관계 구축을 모색하고 있습니다. 나집 총리는 향후 10년간 4440억 달러(약 492조 원) 생산규모의 경제변형계획(ETP) 133개 진입점 프로젝트를 추진하기 위해 한국 대기업에 큰 관심을 가지고 있습니다.

다양한 협력 사업이 발굴되면 한국 기업의 말레이시아 시장 진출은 물론 동남아시아 시장 진출 기회도 확대될 것으로 예상됩니다.

그림 1-23 한국의 대 말레이시아 업종별 투자현황(2013년 3분기)			출처: 수출입은행
업종	신고건수	신고금액	투자금액
투자 총계	65	299,011	302,969
광업	5	90,811	119,216
제조업	28	191,315	170,755
하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업	3	1,953	282
건설업	5	754	914
도매 및 소매업	13	5,797	5,440
운수업	1	40	40
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	6	1,292	960
전문, 과학 및 기술 서비스업	4	7,050	5,363

(단위: 천 달러)

2) 한식당 진출 현황

한식재단과 KOTRA의 조사(2012년, 해외 한식당 현황조사)에 의하면 쿠알라룸푸르에는 205개의 한식당이 성업 중이며, 최근에는 빙수 등 한식 디저트류도 진출하고 있습니다.

이 가운데 100명 이상 수용할 수 있는 대형 음식점이 20군데나 될 정도로 한국 음식의 인기는 상당합니다.

주로 한인 거주인구가 많은 암팡(Ampang) 지역과 몬키아라(Mont Kiara) 지역에 많은 한식당이 분포하고 있으며, 그 중 절반 이상이 말레이시아 최초의 한인타운인 암팡(Ampang) 지역에 위치하고 있습니다.

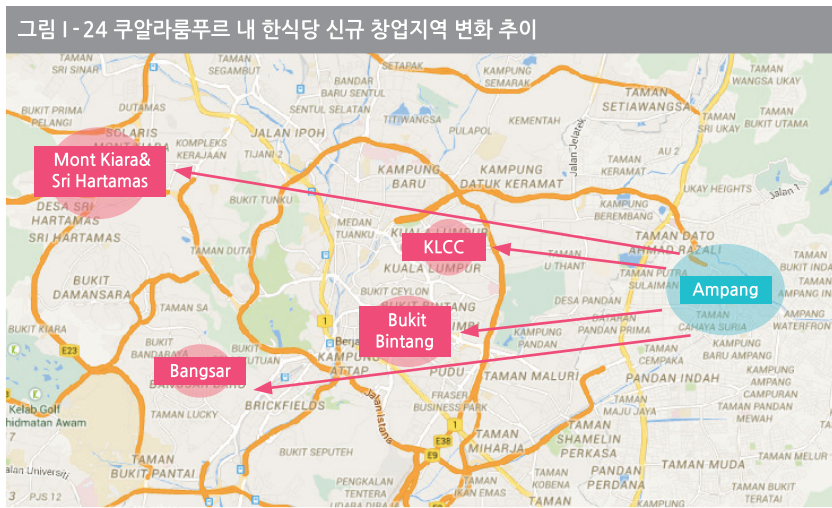
이 지역엔 한인들을 고객층으로 하는 영세한 한식당들이 많습니다. 대부분의 식당이 경쟁력이 약한 데다 최근 한인들의 경기가 침체돼 경영에 어려움을 겪고 있습니다.

또한 많은 한식당이 전문인에 의해 경영이 이루어지지 않은 상태이며, 창업·폐업이 빈번하게 발생하고 있습니다. 게다가 현지인 조리인력이 재료개량, 조리법 등을 제대로 숙지하지 못하고 있어 영업에 많은 어려움이 있습니다.

그러나 최근 들어 '제 2의 한인타운'으로 불리는 몬키아라 지역에는 한식당 신규 창업이 증가하고 있고, 시내 중심가에 위치한 대형 쇼핑센터와 고급 호텔에 입점하는 고급 한식당이 증가하고 있습니다.

이러한 한식당들은 재료부터 조리방식, 심지어 서비스 방식까지 한국식 그대로 현지인들에게 제공하고 있습니다.

또한 한국 드라마와 예능에 익숙해진 말레이시아 젊은이들에게 한국의 디저트 문화는 새로운 관심의 대상이 되고 있습니다. 특히 올여름 한국에서 큰 인기를 끌었던 빙수는 일 년 내내 여름이 계속되는 쿠알라룸푸르에서 인기를 끌고 있습니다.



① 다오래

말레이시아에서 13개 지점을 운영중이며 직원 수 300명, 연 매출 100억에 이르는 외식기업이며 본점은 몬키아라(Mont Kiara)에서 2003년 부터 운영되고 있습니다.

주 고객은 한국인들보다는 현지의 중국인, 인도인 등 외국인인 대부분이며 현지 언론에도 여러 차례 보도될 정도로 말레이시아 내에서 인기가 높은 한식당입니다.

인구의 절대 다수를 차지하고 있는 무슬림 말레이계 외식 소비자를 공략하기 위해 돼지고기를 사용하지 않는 정통 한식당 '다오래 Plus' 매장을 오픈하였으며 더 나아가 할랄 한식 프랜차이즈 '다오래 Express' 모델을 개발하여 주요 쇼핑몰 푸드코트에 입점할 계획을 구상하고 있습니다.



사진 1-21 한식당 '다오래' 전경

② 고려원

말레이시아에서 가장 오래된 한식당으로 개업한지 20년이 넘었으며 현재는 쿠알라룸푸르 주요 번화가에 4개의 지점을 운영하고 있습니다.

주 고객은 한국인들보다는 현지의 중국인, 인도인 등 외국인인 대부분이며 현지의 고위급 장관이나 정치인, 경제인 등이 자주 찾는 영빈관으로 자리잡고 있습니다.

고려원은 여타 한식당처럼 주류 판매 때문에 할랄 인증을 취득할 수 없지만 할랄 라이선스를 획득한 전문 유통업체로부터 육류를 공급받고 있다는 점을 강조하여 무슬림 고객들에게 신뢰도를 높이고 있습니다. 또한 무슬림 고객들을 배려해 소고기 메뉴는 취급하지만 돼지고기는 취급하지 않고 있습니다.



사진 1-22 한식당 '고려원' 전경

③ 온새미로

말레이시아의 대표적인 Fine Dining 한식당으로 2012년 2월에 개업하여 더블트리 힐튼 호텔에 입점되어 있습니다.

주 고객은 현지의 중국인 등 경제력이 있는 외국인이 대부분이며 점심시간에는 주변의 오피스지역 고객들을 대상으로 운영되고 있습니다.

주요 메뉴로는 한국의 참숯으로 은은하게 구워낸 직화구이를 선보이고 있습니다. 무슬림 인구가 다수를 차지하는 말레이시아의 문화적 특성을 고려하여 돼지고기는 취급하지 않으며 최상급 소고기로 구이류 메뉴를 구성하여 제공하고 있습니다.



사진 1-23 한식당 '온새미로' 전경

II. 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

- | | |
|-----------|----|
| 1) 개인 사업자 | 81 |
| 2) 법인 사업자 | 81 |

1.2 설립 주요 실무 정보

- | | |
|---------------------|-----|
| 1) 인허가 요건 및 관련 법규 | 87 |
| 2) 임대차 계약 절차 및 관행 | 92 |
| 3) 영업시설의 공통기준 | 93 |
| 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 | 95 |
| 5) 세무 관련 정보 | 104 |
| 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

말레이시아 모든 회사들은 'Registration of Business Act 1956'의 규제를 받고 있습니다.

'Registration of Business Act 1956'에 따라 말레이시아에서 사업 활동을 하고자 하는 법인사업자나 개인사업자는 말레이시아 기업 위원회(Companies Commission of Malaysia)에 등록해야 합니다.

개인사업자 등록은 가장 간단하게 사업을 시작할 수 있는 방법으로 장부 작성 및 회계처리의 과정이 매우 간단하고 모든 이익이 사업자 개인에게 귀속됩니다.

단, 자국민보호정책으로 인하여 소매업 분야에 진출하기 위한 외국인의 개인사업자 등록은 불가능합니다.

2) 법인 사업자

① 법인 설립 요건 및 절차

(1) 법인 설립 요건

말레이시아에 등록된 오피스가 있어야 하며 오피스 내에는 '회사법' 조항에 따라 요구되는 모든 장부와 문서가 비치되어 있어야 합니다. 또한 회사인감과 문서에는 로마자로 된 회사명과 회사번호가 기재되어 있어야 합니다.

회사는 자사주 거래가 금지되며 지주회사의 주식을 보유해서도 안 됩니다. 주식회사의 주식은 회사 주주총회에서 1주당 한 표의 의결권을 가지나 개인회사는 주주들에게 여러 표의 의결권을 부여할 수 있습니다.

회사의 비서(Secretary)는 성년의 현지인으로 주 거주지 또는 유일한 거주지가 말레이시아에 있어야하며 지정된 기관의 회원이거나 기업위원회(CCM)로부터 면허를 취득한 사람이어야 합니다. 또한 회사는 공인된 감사를 선임하여야 합니다.

회사는 최소한 2명의 이사를 선임하여야 하며 2명 이상(최대 20명 이하)의 공동소유주(Partnership)로 운영하는 파트너십 형태입니다.

파트너들은 자산이 불충분할 경우 채무와 의무에 대해 연대책임을 지게 됩니다. 파트너 각자의 권리와 의무를 명시하는 공식 파트너십(Partnership) 증서를 작성할 수 있으나 의무사항은 아닙니다.

(2) 법인 설립 절차

우선 말레이시아 기업위원회(CCM)가 지정한 'Form 13A'에 따라 신청서를 작성하여 설립하고자 하는 회사의 명칭이 사용가능한지를 확인합니다. 비용은 30링깃(약 9,000원)이 소요됩니다.

제안된 회사명은 당해 신청인 앞으로 3개월간 예약 가능합니다.

회사 정관에는 회사명, 설립 목적, 수권 자본금액 및 그 금액의 정액 주식으로의 분할 등을 명시하고 회사 부속정관에는 회사의 내부 경영과 사업 운영을 관장하는 규정을 기재합니다.

설립증서가 발행되면 회사 정관에 서명한 자와 회사의 사원이 될 자들은 유한회사의 기능을 수행하며 제소권과 피제소권을 갖는 법인이 됩니다.

법인은 공동 날인되어 계속 승계될 수 있으며 토지를 보유할 권리와 청산 시 각 책임사원이 '회사법'이 정한 바에 따라 회사의 자산에 기여할 책임을 갖게 됩니다.

② 법인 사업자 등록 절차 및 구비서류

(1) 법인 사업자 등록 절차

이사 선임에 있어 한국인 이사는 이사 등록 시 말레이시아 현지에 체류하고 있어야 하며, 최소 2인 이상의 현지 거주 이사가 필요합니다.

현지 거주 이사가 함은 취업허가증(Work Permit)을 갖고 있는 외국인도 포함되며, 추후 한국인 이사가 취업허가증(Work Permit)을 취득할 시 명의변경이 가능합니다.

모든 외국 회사들은 말레이시아 내에 사업장을 설립하거나 또는 사업을 개시한 지 1개월 내에 무조건 말레이시아 기업위원회(CCM)에 등록해야 하며 등록절차는 현지법인 등록절차와 같습니다.

말레이시아 정부는 외국 기업들이 지점을 설립하기보다는 법인을 설립하는 것을 장려하고 있습니다. 지점 설립은 법인 설립보다 절차가 훨씬 복잡하고 외국인 투자기업이 누릴 수 있는 세제 혜택들도 적용되지 않습니다.

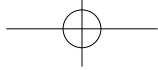


그림 II - 1 Form 13A 및 QR코드

P. U. 173/86
COMPANIES REGULATIONS, 1966
SECOND SCHEDULE (Regulation 3)

FORM 13A. Request For Availability Of Name.

FORM 13A
Companies Act 1965
(Section 22 (6))

REQUEST FOR AVAILABILITY OF NAME

Our Ref

Reference No. (Leave Blank)
.....

SECTION A: TO BE COMPLETED BY APPLICANT
IN BLOCK LETTERS

† PROPOSED NAME (MAXIMUM 50 CHARACTERS)

PURPOSE N-NEW INCORPORATION F-REGISTRATION OF FOREIGN COMPANY C-CHANGE OF NAME NAME OF APPLICANT: ADDRESS OF APPLICANT: TELEPHONE No: REQUEST DATE:	TYPE S-LIMITED BY SHARES G-LIMITED BY GUARANTEE U-UNLIMITED COMPANY Signature of Applicant
---	--

† If proposed name requires further clarifications, the applicant is required to fill up Section C.

SECTION B: FOR THE REGISTRY'S USE ONLY

SEARCH RESULT AVAILABILITY:..... I..... I..... A-AVAILABLE R-REJECTED S-SUBJECT TO QUERY REMARKS:	DATE PROCESSED:..... I..... I..... PROCESSED BY: DATE ENTERED:..... I..... I..... ENTERED BY
--	---

SECTION C: TO BE COMPLETED BY APPLICANT
CLARIFICATION

- Single letters included in the name stand for:
- If the proposed name is not in Bahasa Malaysia or English, please clarify:
- If the proposed name contains a proper name, state whether it is the name of a director of the company or the proposed company:
- If proposed name is similar to that of a related or associated corporation †, state whether written consent has been obtained from the said corporation (please attach consent):
- If the proposed name is a trade mark, state whether written consent has been obtained from the owner (please attach consent):
- If the proposed name is to be used for change of name of an existing corporation, state the following:
Existing name:
Company:
- The nature of the business carried on or to be carried on by the company
(Am. P.U.(A) 80 /1993:s.5)
- Other comments:
(Am. P.U.(A) 80 /1993:s.5)



Form 13A QR코드

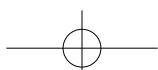
Notes:

† For definition of "related corporation" and "associated corporation", please see Companies Act 1965, and International Accounting Standards respectively.

Use additional sheets if necessary.

[Ins. P.U.(A) 16 / 1986:s.13]

Copyright © PNMB-LawNet, 2006. All rights reserved.



(2) 법인 사업자 등록 구비서류

법인 승인을 얻기 위해서는 말레이시아 기업위원회(CCM)에 아래와 같은 서류들을 제출해야 합니다.

- 본국에서 발행된 회사법인설립증명서
- 말레이시아 기업위원회(CCM)가 지정한 'Form 13A'에 따른 신청서
- 회사정관과 부속정관, 기타 회사정관을 구성하거나 정의하는 문서의 인증사본
- 이사명부 및 신상명세(Form 79)
- 1명 이상의 말레이시아 거주자에게 회사를 대신하여 회사가 받아야 할 소송서류와 통지를 송달받을 권한을 위임하는 임명장
- '회사법'에 따라 작성된 법정신고서(Form 80)

선임된 대리인은 '회사법'에 따라 회사가 행해야 하는 모든 행위에 대해 책임을 집니다. 대리인과 관련하여 변경 사항이 있을 경우에는 기업 위원회(CCM)에 보고하여야 합니다.

만약 추가적으로 말레이시아에 해외 법인을 설립하는 경우 최초 설립 시 제출한 문서들을 다시 제출할 필요는 없지만 새롭게 설립하는 법인에 대한 신청 서류는 다시 작성하여 제출해야 합니다.

또한 외국법인은 매년 정기주주총회 소집 후 1개월 이내에 연차 사업보고서 사본 1부를 제출하여야 합니다. 주주총회 후 2개월 이내에 본사의 대차대조표 사본 1부, 말레이시아 내 사업 운영에 사용된 자산과 그로부터 발생한 부채에 관한 감사필 자산부채현황표 1부, 감사필 손익계산서 1부를 제출하여야 합니다.

FORM 79. Return By Foreign Company Giving Particulars Of Directors And Changes Of Particulars.

FORM 79

Companies Act, 1965

Sections 332 (1) (c) , 335 (1) (b)

RETURN BY FOREIGN COMPANY GIVING PARTICULARS OF DIRECTORS
 AND CHANGES OF PARTICULARS

.....(NAMA SYARIKAT)

1	2	3	4	5	6	7	8
Present Names*	Former Names*	Address +	Nationality	Business Occupation (if any)	I. C. No. or Passport No.	Particulars of Other Directorship #	Nature Appointment or Change and Relevant Date

Dated thisday of.....,19.....

.....
 Signature(s) of Agent(s) in
 Malaysia

*Insert in the appropriate columns, in the case of an individual, his present Christian or other name and surname and any former Christian or other name or surname, or, in the case of a corporation, its corporate name.

+Insert, in the case of an individual, his usual residential address, or, in the case of a corporation, the address of its registered or principal office.

++Insert particulars of any other directorships of public companies or companies which are subsidiaries of public companies held by the director, but not particulars of directorships held by a director in a company that by virtue of section 6 of the Companies Act, 1965, is deemed to be related to that company. Where a person is a director in one or more subsidiaries of the same holding company it is sufficient to disclose that the person is the holder of one or more directorships in that group of companies and the group may be described by the name of the holding company with the addition of the word "Group". If no other directorships state so.

□ Insert in relation to a new director "Appointed" or "In place of (former director's name) ", insert in relation to a former director "Died", "Resigned", "Removed", or as the case may be.

NOTE

A complete list of the directors shown as existing in the last particulars of Directors delivered should always be given. A note of the changes since the last list should be shown in the last column.

Copyright © PNMB-LawNet, 2006. All rights reserved.



Form 79 QR코드

그림 II - 3 Form 80 및 QR코드

P.U. 173/66
COMPANIES REGULATIONS, 1966
SECOND SCHEDULE (Regulation 3)

FORM 80. Statutory Declaration By Agent Of Foreign Company.

FORM 80

Companies Act, 1965
Section 332 (1) (g)

STATUTORY DECLARATION BY AGENT OF FOREIGN COMPANY

..... (NAMA SYARIKAT)

In the matter of the Companies Act, 1965
and
In the matter of (Nama Syarikat)

I,/We I/C No(s)....., of+..... in the State of
.....+do solemnly and sincerely declare that -

1. *.....+(Nama Syarikat) ++is carrying on business at (full address) /++has established a place of
business/ in Malaysia (Full address) .

++2. I am/We are the duly appointed agent(s) of the company in Malaysia pursuant to a ++memorandum of appointment/++
power of attorney/dated the..... day of 19, and I/we reside at.....

++2. I am/We are the secretary of (Nama Syarikat) (the address of the registered office
of which is +), which is the duly appointed agent(s) of*
(Nama Syarikat) in Malaysia pursuant to a ++ memorandum of appointment/++ power of attorney/dated the..... day of
..... 19.....

*3 (Nama Syarikat) was formed or incorporated in and the full address of its registered
office in the place of incorporation is

++4. The amount of the authorized capital of the company is

++4. The company does not have a share capital and its registered number of members is

And I /we make this solemn declaration conscientiously believing the same to be true, and by virtue of the provisions of the
Statutory Declarations Act 1960.

Declared at in the State

of.....this.....day
of.....19.....

Before me -

.....



Form 80 QR코드

* Insert name of foreign company.
+ Full address to be given.
++ Strike out whichever is inapplicable.

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규

① 인허가 요건

회사를 설립하기 위해서는 등기이사 2명이 필요하며(이사의 국적은 말레이인이든 한국인이든 관계 없음) 말레이시아 주소지가 필요합니다. 말레이시아는 주민등록번호 시스템이 없기 때문에 거주지로 등록해야 합니다. 대부분 거주하는 곳이나 사업지(가게)로 등록하는 경우가 많습니다.

말레이시아 창업 컨설팅 업체 유원(U1)에 따르면 외식업의 경우 일반 법인 설립 비용 50만 링깃(약 1억 8천만 원)에 비해 2배 정도의 자본금인 100만 링깃(약 3억 6천만 원)이 필요하며 식당 영업 인허가에 필요한 제반 서류 준비와 행정절차가 매우 복잡하기 때문에 대부분의 한식당 예비 창업자들은 현지 창업 컨설팅 업체에 대해 업무를 의뢰하는 경우가 많다고 합니다.

식당 설립을 위해서는 정관 준비 등 전문성을 필요로 하는 제반 업무를 수행해야하기 때문에 회계법인과 같은 ‘Secretary Company(SC)’를 통해서 법인을 설립을 대행하는 경우가 많습니다.

- 정부로부터의 통보, 지시 등이 모두 ‘Secretary Company(SC)’를 통하게 되어 있으며 하나의 ‘Secretary Company(SC)’가 여러 개의 법인을 관리하면서 회계, 세무, 감사, 법인관리 등 다양한 업무를 처리함
- ‘Secretary Company(SC)’의 도움을 받지 않으려면 직접 회사에 ‘Secretary Team’을 구성해야 하며 이는 대형 기업이 아닌 이상 현실적으로 어려움이 따름
- 연말정산 시기를 놓치면 패널티를 받을 수 있거나 정보 부족으로 감세를 받지 못할 수도 있기 때문에 유능한 ‘Secretary Company(SC)’를 통해 조언을 얻는 것이 중요함

한인 교민신문에서 한국인이 운영하는 ‘Secretary Company(SC)’ 광고를 쉽게 찾을 수 있습니다.

② 인·허가에 필요한 라이선스

인테리어 라이선스: 인테리어 공사를 진행하기 전에 반드시 공사에 대한 라이선스를 해당 관청으로부터 발급받아야 합니다. 이는 이미 정해진 공간을 새롭게 구획함에 따라 사전허락을 받는 절차입니다.

식당 라이선스: 식당과 관련된 인허가로 회사 설립과는 별개로 반드시 발급받아야 합니다. 식당 라이선스는 크게 임시와 정규로 나뉘지는데 일단 해당 관청에 신청하면 임시 식당 라이선스를 발급해주며 유효기간은 3개월 정도입니다. 하루 10링깃(약 3,600원) 정도의 세금이 부과되며 3개월 동안 정해진 서류를 준비하여 정식 라이선스를 신청해야 합니다.

간판 라이선스: 거리에 설치되는 모든 간판에는 라이선스가 필요하며 식당 라이선스 취득과 유사한 형태로 관리되고 있습니다. 보통 간판업자들이 중개 수수료로 200링깃(약 71,300원)을 받고 대행해주는 경우가 많습니다.

주류 판매 라이선스: 이슬람 율법으로 음주가 금지된 말레이시아에서는 주류 판매를 위해서는 반드시 주류 판매 라이선스를 취득해야 합니다. 주류 판매 라이선스를 취득하더라도 판매할 수 있는 주류의 종류와 양이 정해져 있습니다. 주류 판매 라이선스는 기존 식당을 인수하여 운영하게 되는 경우에도 다시 발급받아야 합니다.

③ 인·허가 절차 및 구비서류

말레이시아에서 식당 설립은 법인설립과 절차가 비슷합니다. 그렇기 때문에 말레이시아에서 식당을 설립할 경우 법인에서 운영하는 식당을 창업하는 형태로 이루어집니다. 식당개업은 회사를 설립한 후 가게를 임차하여 취업허가증(Work Permit)을 신청하는 순으로 진행됩니다.

그림 II-4 회사 인허가 절차	
절차순서	내용
회사명(식당명) 신청	- 말레이시아 회사법에 따라 ROC(Registrar of Company-회사등기소)에 등록해야함
관련서류 제출	- 회사명 사용 승인일로부터 3개월 이내 아래의 관련 서류를 준비하여 ROC에 접수 1. 회사 정관: 회사명, 설립 목적, 수권자본 금액 및 그 금액의 정액 주식으로의 분할 등 명기해야 함 2. 부속 정관: 회사의 내부 경영과 사업운영을 관장하는 규정 명기해야 함 3. 준수 선언: 이사 선임 전 또는 법인 설립 전 발기인이 법규준수 서약서를 작성해야 함
법무사 선임	- 모든 법인은 반드시 공인법무사를 임명하여야 하며 법무사는 회사의 모든 공식적인 서류(등기부 등본, 주주명단 등)를 보관, 관리해야 함
법인 설립 기간 및 비용	- 법인 설립 기간은 2주에서 1달 정도 소요되며 법인 설립 비용으로는 2,500~3,000 링깃(약 75~91만 원) 정도 소요됨
최소 자본금 규모	- 수권 자본금이 10만 링깃(약 3,033만 원) 정도이며 취업허가증(Working Permit) 신청 시 업종에 따라 50만~100만(약 1억 5천~3억 원)의 자본금이 필요함 - 자본금 증자 비용은 3,000 링깃(약 91만 원) 정도임
취업비자 신청	- 회사 설립과 자본금 증자 후 취업허가증(Working Permit) 신청이 가능하며 기간은 1~3개월, 비용은 8,000 링깃(약 243만 원)이 소요됨 - 신청서류로는 이민국 신청서, 신청인 및 가족(Dependant) 사진 4매, 영문 이력서, 최종학교 졸업증명서, 회사 관련 서류 등이 필요함

[참고] 말레이시아 프랜차이즈 산업

- 말레이시아 정부는 프랜차이즈 산업의 육성을 위해 1992년 프랜차이즈 개발부(Franchise Development Division)를 신설하고 프랜차이즈 개발 프로그램을 시작하였음

- 프랜차이즈 개발부(Franchise Development Division)는 1995년 현재의 사업 및 협력개발부(MECD : The Ministry of Entrepreneur and Cooperative Development)로 이전되어 현재는 MECD가 프랜차이즈 산업을 담당하고 있음

- ‘1998 프랜차이즈 법령’에 따라 말레이시아에서 프랜차이즈 사업을 하기 위해서는 MECD에 소속되어 있는 프랜차이즈 등기소(ROF : Register of Franchise)에 등록을 하여야 함

- 프랜차이즈는 ‘1998 프랜차이즈 법령 24절’에 의해, 프랜차이즈 등록을 하기 전에 ‘1976 상표 법령(1976 상표 법령 하에 등록이 가능할 경우)’에 따라 해당 프랜차이즈에 연관된 상표나 서비스마크를 ‘MyIPO (Intellectual Property Corporation of Malaysia)’라는 법인단체에 등록하여야 함

- 외국계 프랜차이즈는 MECD에 프랜차이즈 사업 허가를 받기 전에 상표 등록을 하는 것이 바람직하며 대부분의 현지 로펌이 외국계 프랜차이즈가 말레이시아에서 상표 등록하는 것을 도와주고 있음

- 그러나, 지적재산권 문제를 다루고 있는 MyIPO는 법적 강제성이 없는 기관이므로 지적재산권의 침해사건 발생 시 지적재산권 소유자에 의해 개인적으로 소송이 제기될 수밖에 없는 상황임. 지적재산권의 가치 평가는 정부의 적절한 지침이 없어 회계법인들에 의해 시행되고 있음

- 말레이시아 정부는 프랜차이즈 산업을 유망산업으로 인식하고 프랜차이즈 산업을 지원하고 있어 말레이시아의 프랜차이즈 산업 성장을 더욱 가속화하고 있음

[참고] 말레이시아 프랜차이즈 관련법안 주요 내용

- 프랜차이지 모집을 위해서는 MECD 산하의 프랜차이즈 등기소(ROF)로부터 허가를 받아야 함. 1998년 이전부터 운영되어온 프랜차이즈는 이 조건에서 제외됨
 - 말레이시아에서 운영하는 프랜차이즈는 말레이시아 상업 및 계약법, 철차, 현지 규범을 준수하여야 하며, 이에 따라 돼지고기는 패스트푸드 가게에서 판매될 수 없으며 할랄(Halal) 음식이어야 함
 - 정식 프랜차이즈 사업 허가를 받고 프랜차이지 모집을 위해서는 프랜차이즈 등기소(ROF)에 다음과 같은 서류와 정보를 제출해야 함
 - 지적재산권 등록 증명서(말레이시아에서의 상표등록 문서 원본), 외국계 프랜차이즈 설립 증명서, 기업 프로필, 브로셔, 소매점 사진, 팸플릿 등
 - 프랜차이즈 시스템, 핵심 인사, 법인 설립일, 사업 시작일, 프랜차이즈 영업기간, 전세계 보유 프랜차이즈점 수, 말레이시아에서 임명할 프랜차이지 권리권자의 이름과 세부 사항(프랜차이지 권리권자 관련 정보 있을 경우) 등
 - 모든 서류와 정보 제출 후 1~3개월 내에 일반적으로 허가를 받을 수 있음. 프랜차이즈 사업 허가를 받게 되면 바로 임명한 프랜차이지와 계약을 체결할 수 있음
 - 프랜차이즈 사업 허가 신청서가 기각될 경우 외국계 프랜차이즈는 항소할 수 있음
 - 마스터 프랜차이즈 권리권자로 ROF로부터 사업 허가를 받고 서브 프랜차이지를 임명하기 위해서는 ROF에 이와 관련한 등록을 해야 함. 이와 관련한 ROF 등기절차는 모든 서류와 정보가 제출된 후 보통 3~6개월 정도가 소요됨
- ※ 현지 파트너(프랜차이지 또는 프랜차이지 권리권자)를 통해 ROF에 신청서를 접수한 후 현지 파트너가 수시로 처리과정 점검을 하면, 보다 부드럽고 신속하게 허가 과정을 처리할 수 있음

2) 임대차 계약 절차 및 관행

식당(점포) 임차 시 부동산에 의뢰하는 방법과 직접 주인과 거래를 하는 방법이 있습니다. 직접 거래할 경우 사기를 당하는 경우가 빈번하므로 사전에 주변 시세를 꼼꼼하게 알아봐야 합니다.

임차인이 요구하는 제반 사항에 대해 임대인과 사전에 협의하여 양자가 협의한 선에서 임대료를 측정합니다.

최근 들어 한인들 사이에서 인터넷 블로그나 카페를 통해 권리금을 지불하고 식당(점포)을 거래하는 사례가 급증하고 있으나 대부분의 경우 건물주와 사전 협의 없이 거래가 이뤄지고 있는 실정입니다. 이런 경우 건물주에 의해 일방적으로 계약이 파기되면 이에 따른 피해보상을 받지 못할 수 있으므로 각별한 주의를 요합니다.

모든 요구사항이 협의되고 임차료가 정해지면 1개월 분의 임차료를 계약금(Earnest Deposit)으로 지불합니다. 계약금은 임대인과 임차인 양자를 보호하기 위한 절차로 만약 임차인이 계약을 이행하지 않을 경우 이를 환불받지 못하게 되며 만약 임대인이 계약을 이행치 못할 경우 계약금을 임차인에게 환불하고 이에 상응하는 금액을 보상해야 합니다.

임대차 계약서는 만약을 대비해 현지 변호사에게 공증을 받는 것이 좋으며 비용은 임차인이 지불하는 게 관례입니다. 대개 공증비용은 400 링깃(약 12만 원) 정도이며 공증을 받은 계약서는 임대인과 임차인이 각각 1부씩 보관하게 됩니다.

임대차 계약기간은 보통 2년으로 하며 이후 영업 활성화 정도에 따라 임차료를 10~20% 정도 인상하게 됩니다.

인테리어 시공 기간 동안에는 임차료를 지불하지 않아도 되며 보통 임대인에게 식당 개업 일정을 설명하면 1~2개월 정도의 여유시간을 주기도 합니다.

3) 영업시설의 공통기준

① 음식위생 규정

외식업의 음식위생 규정은 말레이시아 식품위생법 'The Food Act 1983'을 따릅니다.

식당(점포)은 청소와 소독이 용이하도록 설계되어야 하며 충분한 양의 식수가 공급 및 저장되어야 합니다.

- 식당 건물은 위생을 위하여 깨끗하게 경돈된 상태를 유지해야 하며 식당 내에는 빈 상자, 빈 병, 쓰레기 등을 쌓아 두어서는 안 되고 또한 해충의 출입을 방지해야 함
- 식당 청소는 적어도 하루에 한 번씩 실시해야 하며 청소는 식품 잔류물을 비롯하여 불필요한 물질, 먼지 등의 제거를 포함함

식재료의 부패 방지를 위해 식재료 저장고를 청결하게 청소하고 소독 및 세척할 수 있는 적절한 시설을 갖춰야 합니다.

건물주와 식당 경영주는 식당 건물 내에 해충이 발견되기 전에 살충을 위해 필요한 모든 조치를 취해야 하며 살충 조치 시에는 적절한 화학 물질을 사용하고 물리적 방법을 활용하여 식품 안전에 위협을 끼치지 않도록 유의해야 합니다.

② 위생관리 조사

위생 관련 관리인 또는 그에 준하는 심사관이 식품 청결 유지를 목적으로 건물주와 식당 경영주에게 식당의 구조 변경, 수리, 보수공사, 배관(배수) 시설의 정비를 요청할 수 있습니다.

③ 종업원의 위생

식당에서 근무하는 모든 종사자들은 '위생증'을 발급받아야 합니다. '종업원 개인 위생증'은 가까운 병원에서 검진을 받고 발급받을 수 있습니다.

또한 해당 관청이 정한 기관에 가서 4시간 정도 소요되는 위생교육을 이수하고 수료증을 받아야 합니다. 종업원들의 '위생교육 수료증'과 '개인 위생증'을 준비하여 해당 관청에 제출해야만 식당의 위생허가증을 발급받을 수 있습니다.

④ 소방안전 관련 규정

말레이시아에서는 식당 개업 이전에 필수 관련 사항으로 소방법 'FIRE SERVICES ACT 1988'에 따라 화재 증명서를 발급받아야 합니다.

관련법에 따라 화재 증명서 발급을 위해 건물의 용도, 크기, 위치를 결정하고 지정합니다.

모든 지정된 건물은 화재 증명서를 필수로 발급받아야 하며 화재 증명서는 매년 갱신하여야 합니다. 한편 공공장소로 이용되는 종교 시설(예배장), 쇼핑몰, 복합 상점 등이 입점된 건물일 경우에는 정기적인 검사를 실시하여 화재 증명서가 발급되기도 합니다.

화재 증명서를 발급 받은 장소에 새로 이전을 하거나 인테리어 시공을 하는 등 변경사항이 발생했을 시에는 이를 소방당국에 신고하여 검사를 받아야하며 이를 이행하지 않을 시 벌금이 부과됩니다.

관할 관청에서 소방안전 규정과 관련 서류에 대한 상세한 정보를 제공해주고 있습니다 (사전 신청을 통해 관련 정보를 제공받을 수 있음).



4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

① 인력 채용 및 관리 시 유의사항

(1) 비 말레이시아 국적인을 고용하는 경우

말레이시아는 불법 외국인 노동자들이 전체 노동자들 중 절반이 넘는 비율을 차지하고 있습니다. 따라서 고용하기 전 노동 허가를 받은 관련 문서의 원본이 정당하게 소지된 것인지, 유효한지, 회사가 노동자에게 허가한 일자리가 맞는지 여부를 확인하고 그 사본을 보관해야 합니다. 고용인들은 내무부의 원스톱 센터에서 외국인고용 승인서를 받아야 하며 외국인 노동자에 대한 세금도 이곳에서 납부가 가능합니다.

외국인 노동자 고용절차는 아래와 같습니다.

- 고용인이 필요 외국인 노동자의 수를 내무부에 승인 요청
- 원스톱 센터에 파견 근무하는 관련 부처 공무원들이 외국인 고용 요청서 검토
- 외국인 노동자 고용세금을 내무부 원스톱 센터에 납부한 후 고용승인서 발부
- 고용인은 외국인 노동자 고용을 위해 에이전트(직업소개소) 등을 직접 접촉해야 함
- 비자 발급을 위해 외국인 노동자 신분을 이민국에 통보
- 입국하는 외국인 노동자에게 비자 발급

현지인 고용이 우선시되지만 단순 노무직/서비스직일 경우 반숙련/미숙련 외국인 노동자 고용이 법적으로 허용됩니다. 비숙련 근로자는 인도네시아, 태국, 필리핀, 베트남, 캄보디아 등 아세안 국가와 방글라데시, 네팔, 파키스탄 등 서남아시아 국가 출신만 허용됩니다. 하지만 비숙련 근로자의 대부분을 차지했던 방글라데시 근로자는 2000년 9월 이후 원칙적으로 고용이 금지되었습니다.

- 2012년 10월 말레이시아 정부기관의 발표에 따르면 합법적으로 정부에 등록되어 있는 외국인 노동자는 총 158만 명으로 추산됨
- 외국인 노동자 중 인도네시아인이 77만 명으로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 그 다음으로 네팔인 28만 명, 미얀마인 14만 명 순으로 집계됨

- 동일한 이슬람 문화권의 인도네시아 노동자들은 언어적·문화적 장벽이 존재하지 않기 때문에 말레이시아에서 선호되고 있음. 특히 노동자들 대부분이 여성으로 주로 가정부로 취업하고 있음
- 비숙련 외국인 근로자를 고용하고자 하는 고용인은 비자(단기취업)신청 전에 내무부 외국인 근로자국의 허가를 받아야 함. 또한 외국인 노동자를 고용할 경우 현지인 채용을 위해 노력한 부분을 보고해야 하며 고용세(Levies)를 당국에 납부해야 함

(2) 말레이시아 국적인을 고용하는 경우

고용계약서 준비나 피고용인에 대한 서비스계약은 고용법에서 다루고 있으며, 고용인은 계약서에 명시된 조건이 ‘근로자 고용법1955’에 위반되지 않게 해야 합니다.

간부나 매니저 지위같은 고용법에서 다루지 않은 고용계약의 경우, 계약조건이 피고용인이 합리적으로 받아들일 수 있는 수준의 내용이어야 합니다.

고용계약이나 서비스 계약에서 아래와 같은 활동을 한다는 이유로 해당 피고용인들에게 다음과 같은 정당한 권리를 제한할 수는 없습니다.

- 등록된 노동조합에 가입
- 조합의 간부여부에 무관하게 노동조합의 활동에 참석
- 노동조합법1959에 따라 노동조합을 조직하기 위해 다른 사람들과 협력

특정한 기한이나 업무진행을 위한 특정부분에 대한 고용계약은 계약해지에 대해 명시되어 있지 않는 한, 계약서에 명시된 시간이 종료되거나 계약서에 명시된 특정부분의 업무가 완료되면 계약이 해지되는 것으로 간주됩니다.

기간이 명시되지 않은 고용계약의 경우, 어느 한쪽에서 계약을 해지할 때까지 유효합니다.



② 인건비 및 복리후생

(1) 급여

고용인은 반드시 피고용인에게 지급한 모든 것(급여, 비용, 혜택)에 대하여 기록을 남겨야 합니다. 또한 피고용인의 권리, 근무시간, 최저급여, 동등한 기회 등의 고용법 조항을 지켜야 합니다.

말레이시아의 인건비는 기본급, 호봉표에 의한 연례적인 임금인상, 각종 수당(법정 수당이 주이며 한국에 비해 임의적 수당이 적음), 초과 근무수당, 고정 상여금(Contractual Bonus), 특별 상여금(Discretionary Bonus) 등으로 이루어집니다.

(2) 근무 시간

1일 통상 근로시간은 8시간, 1주 통상 근로시간은 48시간이며 하루 초과근로시간은 12시간을, 한 달 초과근로시간은 104시간을 초과할 수 없습니다.

- 시간 외 근무수당
 - 평일: 통상임금시간급의 1.5배 - 휴일: 통상임금시간급의 2배
 - 공휴일: 통상임금시간급의 3배

1주일에 적어도 1일의 주휴가 주어져야 하며 주휴의 날짜는 고용인에 의해 결정됩니다. 공휴일은 법정 공휴일을 포함하여 적어도 10일 이상이 되어야 합니다. 연차 휴가와 병가는 근속년수에 따라 그 기간이 상이할 수 있습니다.

- 유급출산휴가: 60일
- 유급휴일: 1년 당 최소 10일의 정부지정 공휴일과 휴일법 1951 제8절에 의해 공휴일로 선포된 날은 모두 유급휴일로 인정
- 근로자 연차유급휴가
 - 근속기간 2년 미만: 8일 - 근속기간 2년 이상 ~ 5년 미만: 12일
 - 근속기간 5년 이상: 16일
- 1년 당 유급병가
 - 근속기간 2년 미만: 14일 - 근속기간 2년 이상 ~ 5년 미만: 18일
 - 근속기간 5년 이상: 22일 - 입원치료를 요할 경우: 60일까지 인정

모든 피고용인은 정부가 지정한 4대 법정 공휴일에 휴무할 수 있습니다. 단, 말레이시아는 주마다 법정 공휴일이 다르기 때문에 사업장 위치에 따라 법정 공휴일을 숙지해야 합니다.

- 말레이시아 독립기념일(Malaysia National Day)
- 국왕생일
- 군주/술탄/주지사의 생일
- 노동절(Workers/Labor Day) 등

(3) 최저임금(National Minimum Wage)

말레이시아는 그동안 해외 기업의 투자 촉진을 이유로 시행해오지 않았던 최저임금제를 2013년부터 도입했습니다. 최저임금은 생활비와 기타 제반 조건을 고려해 책정됐으며 동(東) 말레이시아와 서(西) 말레이시아의 생활비 차이에 따라 최저임금에 차등을 두고 있습니다.

- 서(西) 말레이시아: 월 900링깃(약 35만 원) 또는 시간당 4.33링깃(약 1,700원)
- 동(東) 말레이시아: 월 800링깃(약 31만 원) 또는 시간당 3.85링깃(약 1,500원)
- 단 최저임금제는 가사도우미와 정원사에게는 해당되지 않으며, 나머지 모든 분야에서는 차별없이 적용됨

최저임금제가 시행되면서 말레이시아에 진출한 기업과 개인사업자들의 인건비 부담이 크게 가중될 것으로 전망됩니다.

(4) 노사관계

노동조합국(Department of Trade Union Affairs)은 일반적으로 노동조합 결성, 기능 및 활동에 관한 지침제시를 주된 역할로 하고 있습니다. 노동조합 관련업무는 1959년 노동조합법에 의해 규율됩니다. 노동조합국의 기능은 다음과 같습니다.

- 1959년 노동조합법 및 노동조합 규칙의 집행
- 노동조합 관련 제반사항의 총괄적인 감독, 지휘, 통제



- 고용인 또는 피고용인들이 설립한 노동 등록신청의 심의
- 등록된 노동조합이 그 기능을 수행함에 있어 노조 관련 입법 및 자체규약과 규칙에 따라 기능을 수행하도록 지도관리
- 노조 임원진과 조합원들을 대상으로 한 노동조합의 행정, 재무 및 규약분야에 관한 자문
- 인적자원부 장관에 대한 노조 관련 입법, 정책 및 개별 노동문제와 노동일반에 관한 자문

말레이시아의 노사관계 제도는 1967년 노사관계법이라는 법적 틀 안에서 운영되고 있습니다. 이 법의 시행기관은 말레이시아 노사관계국(Department of Industrial Relations, Malaysia)으로서 국내 고용인과 피고용인, 노조 간의 관계를 조정하는 역할을 합니다.

말레이시아의 모든 노동조합은 말레이시아 노동조합국에 등록해야 합니다. 노동조합은 설립일로부터 한 달 이내에 등록신고를 해야 하며 조합구성 최소인원인 7명의 서명을 받아야 합니다. 노동조합의 목적 중 위법사항이 있는 경우, 노동조합 이름이 미리 등록되어 있거나 문제가 있는 경우, 노동조합이 비합법적인 목적으로 활용될 경우 노동조합 등록이 거부될 수 있습니다.

모든 노동조합은 노동조합국의 관리 감독을 받게 됩니다. 노동조합국은 노동조합이 법을 준수하고 조합기금이 적합하게 운영되는지 등을 감독합니다. 조합운영 관련 위법사항이 발견될 경우 법에 따라 조합을 해산시킬 수도 있습니다.



(5) 사회보장

말레이시아에서 적용되는 기본적인 사회보장 관련 법률은 크게 '근로자 사회보장법1969', '근로자 재해보상법1952', '근로자 공제기금법1991'로 구분됩니다. 사회보장법의 목적은 근무 중 발생할 수 있는 사고나 직업병, 부당한 해고 등으로부터 노동자들을 보호하는 데 있습니다.

① 근로자 사회보장법1969

모든 피고용인들은 사회 '근로자 사회보장법 1969'에 따라 사회안정조직(SOCSO)에 가입해야 하며 혜택 받는 피고용인들을 대표하여 고용인은 세금을 납부해야 할 의무가 있습니다. 피고용인 본인과 그 부양가족의 복지보호를 위해 고용상해 보험제도와 취업불능 연금제도 등 두 가지 사회보장제도를 운영하고 있습니다. 사회안정조직 (SOCSO)의 '한 번 가입으로 평생 가입' 개념에 따라, 피고용인이 다른 고용인의 직장으로 옮기더라도 가입상태는 유효합니다. 말레이시아 인적산하부의 사회안정조직(SOCSO) 부서에서 관련 사항을 총괄하고 있습니다.

- 고용상해 보험제도(Employment Injury Insurance Scheme): 고용상해 보험제도(Employment Injury Insurance Scheme)는 업무와 관련하여 직업병 또는 사고를 당한 피고용인에게 보호를 제공합니다. 고용상해 보험제도에 따라 지급되는 급여는 요양급여, 단기장애급여, 영구장애급여, 상시 간병수당, 부양가족급여, 장례급여, 재활급여 및 교육급여가 있습니다
- 취업 불능연금(Invalidity Pension Scheme): 취업 불능연금제도는 근로자에 대해 고용인에 기인하지 않은 장애 또는 사망시 보장을 제공합니다. 단, 이때 근로자는 취업 불능연금의 수급자격요건을 충족하여야 합니다. 취업 불능연금제도에 따라 지급되는 급여는 상병연금, 상병보조금, 상시 간병수당, 유족연금, 장례급여, 재활급여 및 교육급여가 있습니다.

'근로자 사회보장법1969'의 규정에 따라 근로자를 1인 이상 고용하고 있는 고용주는 누구나 사회보장기구에 등록하고 납입금을 납부해야 합니다. 이 법에 의거해 가입자격을 갖춘 고용인과 피고용인은 SOCSO 납입이 강제됩니다. 현재 고용인이 부담하는 납입요율은 피고용인 급여의 1.75%이고 피고용인이 부담하는 납입요율은 0.5%입니다.

월 소득 3,000링깃(약 91만 4천 원) 이하인 피고용인은 SOCSO에 등록하고 납입금을 납부하여야 합니다. 월 급여가 3,000링깃(약 91만 4천 원)을 초과하면서 SOCSO에 등록 및 납입금 납부를 하지 않은 피고용인은, 납입금 납부에 대해 고용인과 피고용인 쌍방이 합의한 경우에 한해 SOCSO 등록 및 납입금 납부를 선택할 수 있습니다. 그러나 피고용인이 이 법에 따라 이미 납입금을 납부하고 있는 때에는 이후의 월 급여액과는 관계없이 납입금 납부의무 및 가입자격이 계속 유지되는 '일단 가입하면 탈퇴불허' 원칙이 적용됩니다.

② 근로자 재해보상법1952

말레이시아에서는 ‘근로자 재해보상법1952’에 근거하여 근로자에게 산업재해에 대한 보상을 해주고 있습니다. 이 법은 근로자가 고용기간 중 재해로 입은 부상에 대한 보상지급 및 고용인의 근로자 산재보험 가입의무를 정하고 있습니다. 이 법의 하위 법률인 2005년 외국인 노동자 보상제도령은 외국인 노동자를 고용하고 있는 모든 고용인들이 이 보상제도에 의거해 선임된 보험회사들로 구성된 협의체에 보험을 가입하고, 근무시간 중 재해로 인한 부상에 대해 보상을 지급할 것을 정하고 있습니다.

③ 근로자 공제기금법1991

근로자 공제기금법1991(Employees Provident Fund Act 1991)은 근로자의 의무적 기금납입을 정하고 있습니다. 이는 한국의 국민연금법에 해당되는 것으로 근로자가 55세 이상이 되면 공제기금 수급자격이 됩니다. 이 법에 의거해 모든 고용인과 피고용인들은 근로자 공제기금을 납입하여야 합니다. 모든 고용인은 피고용인을 채용하는 즉시 해당 피고용인을 근로자 공제기금에 등록하여야 합니다. 납입금요율은 다음과 같습니다.

- 55세 미만 연령층
 - 고용인: 근로자의 급여가 5천 링깃(약 152만 원) 이하일 경우는 근로자의 월 급여의 13% 이상, 근로자 급여가 5천 링깃(약 152만 원) 초과일 경우는 근로자 월 급여의 12% 이상
 - 피고용인: 자신의 월 급여의 11% 이상
- 55세-75세 연령층
 - 고용인: 근로자의 급여가 5천 링깃(약 152만 원) 이하일 경우는 근로자 월 급여의 6.5% 이상, 근로자 급여가 5천 링깃(약 152만 원) 초과일 경우는 근로자 월 급여의 6% 이상
 - 피고용인: 자신의 월 급여의 5.5% 이상

모든 외국인 근로자와 파견 외국인 그리고 외국인의 고용인은 근로자 공제기금(EPF) 의무분담이 면제되나 본인의 선택에 따라 다음과 같이 분담금을 납부할 수 있습니다.

- 55세 미만 연령층
 - 고용인: 근로자 당 월 5링깃(약 1,524원)
 - 피고용인: 자신의 월 급여의 11%
- 55세-75세 연령층
 - 고용인: 근로자 당 월 5링깃(약 1,524원)
 - 피고용인: 자신의 월 급여의 5.5%

(6) 퇴직

말레이시아에서 퇴직에 해당되는 경우는 아래의 경우와 같이 크게 3가지가 있습니다.

- 일반적 계약종료 경우: 계약이 해지되기 전에 임금 지급이 완료되어야 합니다. 일반적 계약종료란 계약기간의 종료 및 지정된 업무의 종료 그리고 자진퇴사를 말합니다.
- 특별한 상황에 따른 계약종료 혹은 계약위반에 대한 임금지급: 고용주가 근로자에게 사전통보 대신 임금을 지급하거나, 근로자의 잘못으로 인한 계약종료 등의 경우, 고용주는 해당계약 종료일을 넘겨서 임금을 지급해서는 안 됩니다.
- 해고임금 및 강제휴업에 따른 수당지급: 고용 관련 법규에 따라 연속으로 12개월 이하의 기간 동안 고용되었거나 연속 4주의 기간 내에 12일 이상 근무기회를 갖지 못하고 강제휴업을 당한 피고용인은 아래와 같은 수당을 받을 수 있습니다.

- 2년 이하 고용기간의 경우: 연간 10일치의 임금
- 2년 이상 ~ 5년 미만 고용기간의 경우: 연간 15일치 임금
- 5년 이상 고용기간의 경우: 연간 20일치의 임금

해고수당과 관련하여 고용인은 해고날짜를 기준으로 해당 피고용인에게 7일 이내에 수당을 지급해야 합니다. 초과근무나 근무시간 변경에 따른 수당, 출석수당, 다른 기타보상과 관련된 모든 지급은 임금지급일로부터 7일을 초과해서는 안 됩니다. 모든 지급은 법적인 효력이 있으며 피고용인과의 합의에 따라 은행계좌를 통해 지급할 수 있습니다.



(7) 해고

고용계약의 해지 통보기한은 고용인과 피고용인 양쪽 모두 같아야 하며, 고용계약을 해지하려는 의도를 알려야 합니다.

사전통보없는 계약해지: 고용법은 합의된 사전통보규정이 없는 경우, 통보기한이나 통보 유효기간 동안에 발생한 이익에 대해 보상을 함으로써 계약해지가 가능하도록 규정하고 있습니다.

특정사유로 인한 계약해지: 고용인은 계약서에 명기되어 있거나 암시된 규정을 피고용인이 위반(이유없는 지각, 근무시간 중 취침 등)할 경우, 적절한 조사 후에 아래와 같은 조치를 취할 수 있습니다.

피고용인에 사전통보없이 해고, 피고용인을 강등시키는 행위, 임금과 관련없이 다른 수단을 통한 피고용인에 대한 징계가 가능하며, 징계 기간은 14일을 초과해서는 안 됩니다. 만약 고용인이 고용기준에 의거한 임금을 지급기준일로부터 7일 이내에 지급하지 못하면 고용인이 계약을 파기한 것으로 간주되어 고용인과 피고용인의 계약관계는 파기되는 것으로 여겨집니다.

만약 피고용인이 고용인에게 아무런 통보없이 연속으로 이틀을 결근하는 경우에는 고용인과의 계약관계는 파기되는 것으로 여기지만, 결근에 대한 합리적인 사유가 있거나 고용인에게 미리 알렸거나 알려려고 시도한 경우, 또는 결근에 대해 사전에 알려줄 기회가 있었던 경우는 예외처리합니다.



5) 세무 관련 정보

① 법인세(Corporation Tax)

거주 법인과 비거주 법인 모두 말레이시아에서 발생되거나 파생된 소득에 대하여 법인세 납세의 의무가 있으며 해당 과세기간이 종료한 후 6개월 내에 내국세수입국에 정형양식에 의한 납세 신고서를 제출해야 합니다.

2007년 이전에는 거주, 비거주 법인 모두 27%의 세율이 적용되었으나 2008년부터 26%, 2009년부터 25%로 단계적으로 세율이 인하되었습니다. 다만 납입자본금이 250만 링깃(약 9억 원) 이하인 법인은 과세소득 50만 링깃(약 1억 7천만 원)까지는 20%의 세율이 적용되며 과세 후 초과분 과세 소득에 관해서는 25%의 세율이 적용됩니다. 석유 산업 관련 법인은 38%의 석유소득세가 적용되는 등 업종에 따라 차등 적용됩니다.

일반적으로 25%의 법인세가 과세 적용되나 다양한 형태의 공제가 인정됩니다. 예를 들면 정부나 주정부, 지역기관 등에 대한 현금기부를 하면 기업 총소득의 5%를 한도로 비용공제가 가능합니다. 이 밖에도 다양한 공제가 가능하므로 지역별 공제정보를 참고해야 합니다.

기본적인 공제 적용 대상은 다음과 같습니다.

- 정부나 주정부 지역기관 또는 승인된 기관/단체 등에 대한 현금 기부
- 공공도서관/학교도서관/고등교육기관 등의 설립지원을 위한 현금 기부금 [10만 링깃(약 3천만 원)까지 공제]
- 문화예술관광부에 의하여 인정된 예술·문화행사를 위한 후원비[30만 링깃(약 9천만 원)까지 공제]
- IRB(the Inland Revenue Board)에 의해 승인된 계좌로 기부된 자금
- 장애인 종업원의 업무수행을 위한 고용인 제공의 장비설치비용
- 회사종업원이 아닌 거주자의 실무훈련비용
- 웹사이트 개발비용(5년간 매년 20% 공제)
- 이슬람 현금 'Zakat'(최대 총 소득의 2.5%까지 공제)

- 납입자본금이 250만 링깃(약 7억 6천만 원) 이하인 법인의 법인설립비용(법인등록, 법인 정관 작성 등에 소요된 비용)
- EPU(the Economic Planning Unit)에 등록된 미채용 대학졸업생을 채용한 고용인이 지불한 봉급(2년간 이중공제 허용)

일정한 자격을 갖춘 자본 지출에 한해서는 감가상각(자본공제) 혜택이 주어집니다. 초기 공제는 1회에 한하여 시행되는 반면 연간 공제는 정액방식에 의해 매년 시행되며 공제를 받기 위해서 회사는 공제대상 품목에 대해 국세청(Inland Revenue Board)에 증빙서류를 제출해야 합니다.

신고납세제도(SAS)에 의거해 회사는 다음 회계년도 시작 30일 전에 다음 회계연도에 대한 예납세액을 내국세수사국에 신고해야 합니다.

② 개인소득세(Income Tax)

개인사업자는 '소득세법 1967 제7절'에 따라 말레이시아에서 발생, 파생되거나 또는 말레이시아로 송금되는 소득에 대해 납세의무가 있습니다. 소득세 과세대상에는 전문직 소득, 사업소득, 임금, 수당, 연금, 임대소득, 이자, 배당, 사용료, 그 외 기타소득을 모두 포함합니다. 세율은 개인의 거주자 신분에 따라 차등 적용되며, 거주자 신분은 '소득세법 1967 제7절'에 따라 체류기간에 의해 결정됩니다. 일반적으로 1년에 182일 이상 말레이시아에서 거주할 경우 과세 대상으로 분류됩니다.

비거주자는 해당국과 조세계약이 없으면 무조건 26% 단일세율이 적용되며 어떠한 인적 공제도 받을 수 없습니다.

과세 연도는 1월 1일부터 12월 31일로 역년에 기초합니다. 하지만 대부분의 개인사업자는 역년이 아닌 회계기간을 따르며 소득은 당해 연도를 기준으로 평가합니다.

거주자의 인적 공제 후 과세소득(여기서 과세소득은 총소득에서 각종 공제를 차감한 후 산출되는 금액임)이 16,667링깃(약 500만 원)이상일 경우 0~26%의 누진세율로 차등과세됩니다. 비거주자는 인적공제를 받지 못하기 때문에 26%의 세율이 고정 적용됩니다.



그림 II - 5 소득별 세율 기준		출처: 말레이시아 투자청(MIDA)	
등급	과세 소득(링깃)	세율(%)	누적세금
1	2,500링깃 이하	0	0
2	2,501~5,000링깃 이하	1	25링깃
3-1	5,001~10,000링깃 이하	3	175링깃
3-2	10,001~20,000링깃 이하	3	475링깃
4	20,001~35,000링깃 이하	7	1,525링깃
5	35,001~50,000링깃 이하	13	3,325링깃
6	50,001~70,000링깃 이하	19	7,125링깃
7	70,001~100,000링깃 이하	24	14,325링깃
8	100,001링깃 이상	26	-

• 말레이시아 소득세는 누적세율로 계산되므로 각각의 세율을 소득에 곱해 계산함. 소득이 20,000링깃(약 609만 원)이라면 소득세로 475링깃(약 14만 5천 원)을 납부해야 함
 $0\% \times 2,500\text{링깃} + 1\% \times 2,500\text{링깃} + 3\% \times 5,000\text{링깃} + 3\% \times 10,000\text{링깃} = 475\text{링깃}$

• 만약 소득이 25,000링깃(약 762만 원)이라면 소득세로 825링깃(약 25만 1천 원)을 납부해야 함

$$475\text{링깃} + (5,000\text{링깃} \times 7\%) = 825\text{링깃}$$

과세소득이 35,000링깃(약 1,050만 원)을 넘기지 않는 개인사업자는 350링깃(약 10만 5천 원)을 환급받을 수 있으며 배우자가 직업이 없거나 배우자의 소득을 합산 과세할 경우 350링깃(약 10만 5천 원)을 추가 환급받을 수 있습니다.

또한 취업허가서(Work Permit), 고용허가서(Employment pass), 방문허가증(Visit pass)을 발급받기 위해 정부에 납부한 수수료에 대해서는 해당 금액만큼을 환급받을 수 있습니다.

지불연기, 소득신고서 미제출, 탈세, 소득누락 등과 같은 위반행위에 대해서는 '소득세법 1967'에 의거하여 벌금이 부과됩니다.

지불연기의 경우 약정기간 내 납세하지 않으면 10%의 과징금이 부과되며 이후 60일 동안 납세하지 않은 경우에는 추가 5%의 과징금이 누적 부과됩니다.

③ 판매세

판매세는 특별세율이 적용되는 석유류 제품을 제외하고 수입과 제조 단계에서 상품에 부과되는 단일 세금입니다. 말레이시아에서는 '판매세법 1972'에 따라 과세대상 물품을 제조하는 업체들은 허가를 받아야만 합니다

- 일반적인 판매세율: 10%
- 과일, 특정 비필수 식료품, 건축자재: 5%
- 담배 및 시가: 5% / 술과 알코올음료: 5%
- 휘발유: 리터당 0.5862링깃 / 디젤: 리터당 0.1964링깃

연간 매출액이 10만 링깃(약 3,000만 원) 미만인 회사와 승인된 제조보세창고(LMW) 지위를 부여 받은 회사는 허가를 받지 않아도 됩니다. 단 연간 매출액이 10만 링깃(약 3,000만 원) 미만인 회사는 허가 면제 증명서를 신청해야 합니다.

소규모 제조업체가 생산에 사용되는 물품에 대해 미리 판매세를 납부해야 하는 부담을 줄여주기 위해, 이들 기업은 원하는 경우 '판매세법 1972'에 따라 허가를 받고 생산에 사용되는 물품을 면세로 구입할 수 있습니다.



④ 서비스세

서비스세는 식품, 음료, 담배, 숙소 제공 등 특정 지정상품과 서비스에 대해 부과되며 일반적으로 6%의 세율이 적용됩니다. 일반적으로 서비스세 부과는 연간 매출액 15~50만 링깃(약 4천 5백만~1억 5천만 원)을 기준으로 구체적인 과세 최저한도가 적용됩니다.

⑤ 인지세

인지세는 금액이 언급된 서류와 일정한 문서에 대하여 증가세로 부과되며 특별한 문서에 대하여는 특별세율이 적용되기도 합니다.

그림 II - 6 인지세 대상별 세율		
관련 증서	과세 대상	세율(%)
부동산양도증서 재산양도증서	1,000링깃 까지	1%
	1,000~4,000링깃 까지	2%
	4,000링깃 초과	3%
지분증서	기재금액	0.30%
지분, 주식, 시장성 유가 증권 등의 매매계약서	1,000링깃 단위마다	1링깃
부과금 지급부당 또는 지급된 증서의 부분	원본의 조세의무가 10링깃 이하	원본과 같음
	위 이외 경우	10링깃
서민주택매매증서	2000.12.31까지 처분 혹은 취득하는 계약서(처음 구입자에 한함)	최대 100링깃
차용증서, 저당증서	기본보증계약서(1,000링깃)	5링깃
	추가담보보증계약서	기본 납부액의 1/5
대부계약서	관련법하의 물품구매를 위한 대부증서	5링깃
	관련법하의 리스구매계약서	기본 납부액의 1/5

⑥ 국내소비세

국내소비세는 국내에서 제조되는 제품 및 수입물품 중 일부 선전품목인 담배, 주류, 트럼프용 카드, 마작용 타일, 자동차 등에 부과됩니다.

그림 II - 7 국내소비세 대상별 세율		출처: KOTRA
과세대상	과세기준	세율
자동차	일반	60~100%
	벤	30~90%
	4WD	50~90%
이륜차	-	10~50%
주류	알코올도수 5.8% 이하	10리터 당 47.5링깃
	이외의 경우	10리터 당 48.8링깃
담배	없음	kg당 81링깃
트럼프용 카드 및 마작용 타일	없음	10%

[참고] 말레이시아 GST, 2015년 4월부터 시행 확정

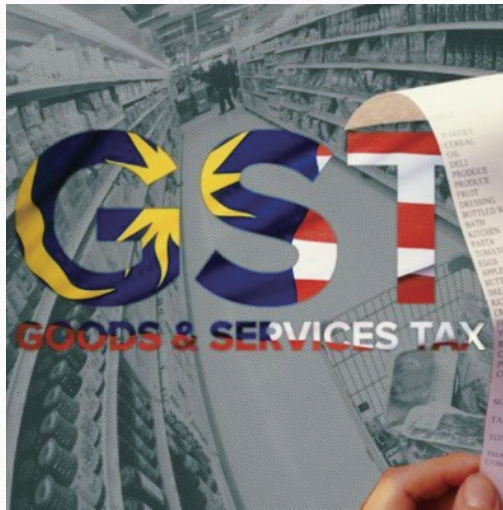
2015년 4월 1일부터 말레이시아 내에서 거래되는 상품과 서비스에 대해 6%의 GST(Goods and Service Tax)를 부과합니다.

연 매출이 50만 링깃(약 1억 5,273만 원) 이상인 기업은 의무적으로 말레이시아 세무당국에 GST 적용기업으로 신청하여 이 제도를 따라야 합니다.

말레이시아 정부는 오래 전부터 경제 안정과 성장에 걸림돌로 지적되어 온 국가 부채 및 재정 적자를 줄이기 위해 GST의 도입을 추진하려 했습니다. 하지만 '서민부담 증가와 인플레이션 우려' 등을 이유로 야권의 반대에 부딪혀 GST 도입이 지연되어 왔습니다.

GST 도입은 '2005년 예산 연설'에서 최초로 언급되었는데, 당시에는 2007년부터 시행될 것이라고 알려졌으나 연기되었습니다. 2009년에는 관련 법안인 'GST Bill 2009'가 마련되었으나 역시 시행되지 못한 바 있습니다.

GST는 한국의 '부가가치세'와 같은 개념으로 말레이시아, 미얀마, 브루나이를 제외한 다른 아세안 국가들은 이미 도입하고 있는 세금 제도입니다. 세율은 인도네시아 10%, 태국 7%, 싱가포르 7%, 필리핀 12%, 베트남 10%, 라오스 10%, 캄보디아 10% 등으로 말레이시아가 책정한 6%는 가장 낮은 범주에 속합니다.



GST의 도입과 관리를 주관하는 말레이시아 관세청(The Royal Customs and Excise of Malaysia)은 GST 제도와 관련한 가이드라인을 발표하고 지속적으로 관련 자료들을 업데이트하고 있습니다.

GST가 시행되면 현재 상품에 부과되는 판매세(Sales Tax)와 서비스에 부과되는 서비스세(Service Tax) 대신, 상품과 서비스에 일괄적으로 6%의 세금이 부과됩니다.

10%의 판매세는 현지에서 생산된 제품이나 수입된 제품에 부과되고, 6%의 서비스세는 숙박, 의료, 전문서비스, 통신서비스, 보안서비스, 음식물, 주류, 담배 제품의 판매와 공급등 과세가 가능한 서비스에 부과되어 왔습니다.

GST 탈세의 경우는 해당 세금의 10~20배의 벌금형이나 최대 5년의 징역형 또는 두 가지 모두에 처해질 수 있습니다. 또한 지속적인 탈세의 경우에는 탈세 금액의 20~40배의 벌금형이나 최대 7년의 징역형 또는 두 가지 모두에 처해질 수 있습니다.



6) 수입/통관 관련 정보

① 식재료 수입 관련 절차

농축수산물·식품 수입절차는 말레이시아 정부에서 전적으로 관리·통제하고 있으며 ‘식품법 1983’과 ‘식품규정 1985’에 자세하게 명시되어 있습니다. 특히 인구의 절반 이상이 무슬림인 말레이시아에서는 수입 식품류에 돼지고기나 알코올 첨가 여부를 알려주는 라벨표시에 관한 규정이 엄격하게 적용됩니다.

② 수입허가 신청 절차

식품위생감시국에서 30여 개의 관련 법률 및 규정을 기준으로 물품의 수출입에 관련된 모든 사항들을 통제하고 있습니다.

상품의 수입 통관은 공항 세관과 하역 장소에 도착했을 때 합법적인 것으로 판단하고, 모든 수입품은 수입관세 부과에 상관없이 ‘세관형식 1’에 따라 서면보고되어야 합니다.

‘관세법 1967’은 수입업체들을 위해 제공되는 법규이며 관세청장의 승인을 얻은 대리인만 같은 지위를 얻을 수 있습니다. 승인된 대리인으로 활동하기 위해서는 관할 관세청에 신청서를 제출해야 합니다.

또한 수입세나 판매세 등은 물품이 보내지기 전에 납부되어야 하며 말레이시아 관세청이 요구하는 서류들을 빠짐 없이 구비해야 합니다.

③ 검역

말레이시아로 수입되는 식물 및 식물성 제품은 ‘유해성 농작물 규정 법안 1981(Agricultural Pests and Noxious Plants Regulations 1981)’의 통제를 받으며 현행 식물 위생 규정을 준수해야 합니다. ‘식물 위생 증명 신청서(Applications for Phytosanitary Certificate)’는 검사 4일 전까지 검역소에 도착해야 합니다.

돼지고기를 제외한 모든 육류는 ‘수의검역부(Department of Veterinary Services)’의 관리 및 감독을 받으며, 말레이시아로 수입되는 육류는 위생검사를 실시합니다.

‘도살법 1975’에 따라 말레이시아로 수입되는 모든 육류 제품은 할랄(Halal) 인증을 받아야 하고 반드시 정부 부처나 종교 당국(JAKIM)이 지정한 도살장에서 도살된 제품이어야 합니다.

또한 모든 육류는 도살장과 정육 포장 공장의 지정 번호와 생산일자, 도살형태(이슬람 율법을 따랐는지) 등을 표시해서 라벨표시되어야 합니다.

가축과 조류 또한 육류와 마찬가지로 '수의검역부(Department of Veterinary Services)'가 책임을 가지고 있으며 검역 시설을 제공합니다. 가축 법령 1953, 가축법 1962, 가축 수입 규정 1962 그리고 연방 가축 검역법 1984가 가축의 수입허가와 관련된 법률이며 말레이시아로 가축 및 조류를 수출하기 위해서는 수입 증명서와 건강 진단서가 필요합니다.

④ 통관심사

말레이시아의 관세국(Excise Department)과 관세청(Royal Customs)이 수출입 관세, 소비세, 판매세, 서비스세 등을 심사합니다. 주류, 동물 및 관련 식품, 육류와 그 가공품, 식품 및 관련 식품, 가공류와 그 가공품 수입 시 각각의 책임기관으로부터 허가와 인가를 받은 후에 검사결과가 적합하다고 판명된 수입식품들만 관세국(Excise Department)과 관세청(Royal Customs)에 관련 관세 납부 후 수입허가증이 발부됩니다.

해당 책임기관에서 부적합 판정을 받은 물품들은 반송 또는 폐기처분 됩니다. 단 서류 심사 단계에서 부적합 판정을 받은 경우에는 서류 내용 보완 후 재심사를 요청할 수 있습니다.

현재 한국과 말레이시아는 한-ASEAN 자유무역협정(FTA) 체결로 한국에서 말레이시아로 수출 시 적용되는 관세가 없습니다. 대신 부가가치세 중 판매세가 부과됩니다. 과세 대상이 되는 제품을 생산하는 제조업체는 판매세를 징수하는 라이선스를 취득해야 하지만 연간 매출액이 10만 링깃(약 3,000만 원) 미만인 제조업체는 라이선스 면제 인증서를 신청할 수 있습니다.

판매세는 국내에서 제조되거나 수입되는 과세 대상 품목에 부과되는 세금으로, 사용, 처리 또는 수입한 과세 대상 물건의 가격에 해당하는 종가세(從價稅)의 형태입니다.

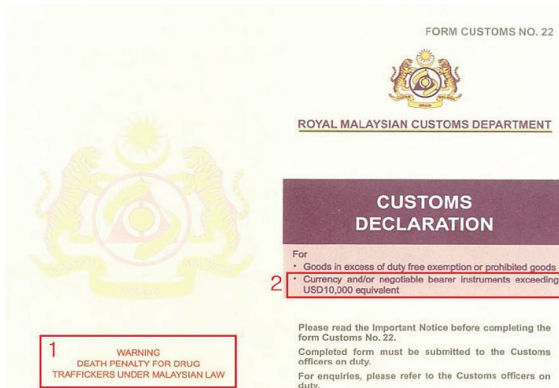


그림 II - 8 말레이시아 세관신고서 전면

[참고] 한국 농식품, 할랄시장 진출 확대 청신호

농림축산식품부는 “이슬람 할랄식품 시장 진출 확대를 위해 2014년 10월 30일 한국이슬람중앙회(KMF)와 협의를 거쳐 말레이시아 할랄 인증 유효기간을 현재 1년에서 2년으로 확대하기로 했다”고 밝혔습니다.

할랄 인증 유효기간 연장(1년→2년)으로 매년 인증 갱신을 받아야 하는 농식품 수출업체의 비용부담이 완화돼 한국 업체의 할랄시장 진출이 더욱 활발해질 것으로 기대되고 있습니다

농식품부는 농식품 수출업체의 할랄시장 진출을 지원하기 위해 한국이슬람중앙회와 협업체계를 구축해 말레이시아 정부 인증기관인 JAKIM과 한국이슬람중앙회 간의 할랄 인증 동등성을 추진해왔습니다.

그 결과 라면, 김치, 음료 등 할랄 인증 식품을 중심으로 수출이 크게 증가했습니다.

이번 말레이시아 할랄 인증 유효기간 연장 조치로 농식품 수출업체가 더욱 활발하게 할랄시장에 진출할 수 있을 것으로 기대됩니다. 또한 동남아 제1의 할랄식품 시장인 인도네시아의 이슬람 할랄인증기관인 LPPOM-MUI와 한국할랄중앙회 간 동등성 인증이 추진 중에 있어, 앞으로 한국 농식품의 할랄시장 진출 기회는 더욱 확대될 것으로 보입니다.



사진 II - 1 한국의 할랄 인증 식품

[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.

그림 II-9 추정 손익계산서 작성법	
출처: 김영갑 외, 「외식창업론」, 2011	
항목	내용
매출액①	- 월 매출액은 영업가능 일수를 감안하여 산출하되, “총매출=음식 매출+주류 및 음료 매출” 또는 “총매출=현금 매출+카드 매출” 등으로 구분 - 경쟁업체 등을 대상으로 현장조사를 통해 추정 가능
매출원가②	- 메뉴 제조에 소요되는 식재료(양념류 포함), 주류, 음료 원가 - 통상 음식점의 매출원가율은 30% 내외가 적절함
매출이익③ (=①-②)	- (매출액-매출원가)
판매비와 일반관리비④	- 영업이나 관리에 소요된 모든 비용은 판매비와 일반관리비 - 임차료, 급여(인건비), 감가상각비, 연구개발비, 광고선전비, 수도광열비(수도, 가스, 전기료), 통신비(전화, 유선), 소모품비, 수선비, 각종 수수료 등 - 최근에는 신용카드매출이 많기 때문에 카드수수료를 반드시 비용으로 고려 - 부가가치세는 매출액의 약 7%로 가정 (비전문가의 타당성 분석을 위한 편의상 부가가치세 납부액을 판매비와 일반관리비로 가정하여 처리함)
영업이익⑤ (=③-④)	- (매출이익-판매비와 일반관리비)
영업 외 수익⑥	- 영업활동 이외의 수익으로 이자수익 등이 해당됨 - 음식점에서 발생할 항목은 거의 없음
영업 외 비용⑦	- 차입금액에 대한 이자비용
경상이익(세전이익)⑧ (=⑤+⑥-⑦)	- (영업이익+영업 외 수익-영업 외 비용)
법인세⑨	- 법인은 법인세, 개인은 종합소득세
월 당기순이익⑩ (=⑧-⑨)	- (경상이익-법인세)
참고사항	- 음식점의 업종과 업태에 따른 이익률의 차이가 매우 크므로 통계청 자료나 기타 현장조사 등을 통해 이익률을 확인함 - 신용카드 수수료와 부가가치세 납부세액이 손익계산 시 반드시 고려되어야 함. 일반적으로 프랜차이즈 본부는 사업타당성을 높여 보여주기 위해, 추정 손익에서는 제외하는 경우가 많음 - 손익분기점 분석을 위해 모든 비용을 고정비(임차료, 정규직원 인건비)와 변동비(식재료비, 파트타이머 인건비, 각종 수수료, 수도광열비)로 구분

④ 추정 손익계산서 사례

항목별 작성 방법에 따라 추정 손익계산서를 작성한 사례는 아래와 같습니다.

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

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

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

[참고] 음식점의 손익분기점 분석

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

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

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

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

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 봅니다.

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

계산을 위의 순서대로 따라하면,

- ③ 매출 수량 A개 \times 8,000 = 3,000A + 7,000,000
- ④ 매출 수량 A개 \times 8,000 = (3,000 \times A개) + 7,000,000
- ⑤ 매출 수량 A개 \times (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.

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

말레이시아는 국적자와 결혼 후 6년 이상이 되어야 영주권 신청자격이 생기는 등 영주권을 받기 어려운 나라입니다.

대신 MM2H(Malaysia My Second Home)와 취업비자 등 두 가지 경로로 이주가 가능합니다.

① MM2H 비자

이민제도가 없는 말레이시아에서 외국인이 합법적으로 거주하기 위해서는 정식 노동허가(Working Permit)를 받아야 하나, 말레이시아 정부는 외국인 투자 유치로 목적으로 일정한 재정 능력만 증명하면 장기간 거주할 수 있는 '말레이시아 제2의 고향 프로그램(Malaysia My Second Home Visa Programme)'을 시행하고 있습니다.

- 입국 시 발행하는 방문패스(Social Visit Pass)와 복수 입국 비자(Multiple Entry Visa)를 통합 발행하는 것으로 장기간 말레이시아에 거주하길 원하는 사람들 중에 일정 자격요건을 갖춘 사람들에게 최초 10년 동안 거주 비자를 주는 프로그램임
- 별도의 회사 설립 없이 은행에 예금을 예치하고 비자 취득에 필요한 수수료만 내면 향후 일체의 추가비용 없이 10년간 거주를 보장받는 비자로 발급수요가 높음

2009년 1월 9일부로 외국인의 경우 MM2H 프로그램을 신청할 경우 제 3자의 대행 수속을 거치지 않고 본인이 직접 신청할 수 있으며, 말레이시아 관광부 산하 세컨홈 사무실에서 직접 수속하여 도움을 받을 수 있습니다. 한국인의 경우 PWTC(무역센터)내 사무실에서 한국인 직원의 도움을 받아 수속을 할 수 있습니다.

MM2H 비자를 받는 데까지 걸리는 시간은 약 1~2달 내외이며 단계별 절차는 다음과 같습니다.

- 1단계: 신청서 제출(소정양식)
- 2단계: MM2H Centre 혹은 에이전트를 통해 신청서 제출(비용은 업체마다 상이할 수 있음)
- 3단계: 모든 구비 서류를 말레이시아 세컨홈 프로그램 사무실에 접수하며 소요기간은 대략 30일 정도 걸림

그림 II - 12 말레이시아 취업비자 관련 서류준비

50세 이하	50세 이상
<p>1. 30만 링깃(약 9,112만 원)을 정기적금으로 예치 가능한 자(비자서류 승인 후 말레이시아 현지 은행에 정기적금 형태로 예치함)</p> <p>2. 매월 부부 합산소득 3,000달러(1만 링깃/약 326만 원) 이상의 회부소득(연금) 또는 수입 증명이 가능한 자</p> <p>3. 잔고증명 50만 링깃(약 1억 5,187만 원) 이상인 자 (잔고증명 후 해당계좌의 돈을 인출해도 됨)</p> <p>*1년 후 주택구입, 의료비, 자녀교육비 명목으로 5만 링깃(약 1,519만 원) 철회 신청 가능(인출가능)</p>	<p>1. 15만 링깃(약 4,556만 원)을 정기적금으로 예치 가능한 자(비자서류 승인 후 말레이시아 현지 은행에 정기적금 형태로 예치함)</p> <p>2. 매월 부부 합산소득 3,000달러(1만 링깃/약 326만 원) 이상의 외부소득(연금) 또는 수입 증명이 가능한 자</p> <p>3. 잔고증명 30만 링깃(약 9,122만 원) 이상인 자(잔고 증명 후 해당계좌의 돈을 인출해도 됨)</p> <p>* 1년 후 주택구입, 의료비, 자녀교육비 명목으로 5만 링깃(약 1,519만 원) 철회 신청 가능(인출가능)</p>

그림 II - 13 말레이시아 MM2H 관련 서류준비

1차 구비서류	2차 구비서류
<p>신청서 제출 (정해진 양식)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 신청인의 레터소정 양식에 의거 신청 동기 기술 - 신청인의 이력사항: 전문지식, 경력/학력 증명 - 신청인의 가족사항: 결혼 증명, 가족 관계 증명 (가족 개인의 별도 양식 필요) - 신청인의 재정증빙: 최근 3개월 개인 채권 증빙 (은행 잔고, 예금 등) - 신청인의 의료 보고서: 말레이시아 내 병원, 클리닉

② 취업비자

말레이시아 내에서 취업이나 사업을 희망하는 외국인은 말레이시아 이민국의 노동허가를 취득해야 하며 이 노동허가서가 취업비자(Work Permit)입니다.

- 거주 기간이 오래된 한인교민들 중에는 의외로 취업비자 없이 장기간 체류하고 있거나 사업을 하는 경우도 많음. 이는 그만큼 취업비자를 유지하는 것이 어려움을 의미함
- 그러므로 신규로 현지에 회사를 설립하고 그곳에서 일하는 경우 신규회사로 외국인의 취업 범위 허가를 우선 취득해야 하며 말레이시아에 등록되어 있는 현지법인 등에서 근무하는 경우 해당 회사에서 인가를 받아 유효기간 이내에 허가를 받아야 함

취업비자를 받는 데까지 걸리는 기간은 약 1~2달 내외 정도입니다.

- 1단계: 2~3주 후 심사결과가 서면 통보되며 이때 노동허가 확정 여부 및 부여 기간이 명시됨
- 2단계: 1단계 허가가 나온 후 비자 신청서를 제출하면 약 2주일 정도가 소요됨
- 3단계: 서류제출만 제대로 된 경우에는 수수료를 바로 납부하면 4~5일 이내로 비자 및 노동허가를 취득하게 됨

그림 II - 14 말레이시아 취업비자 관련 서류준비

1차 구비서류	2차 구비서류
<ul style="list-style-type: none"> - Covering Letter - DP 10(이민국 양식) - 직위 및 역할을 명시한 회사공문 - 회사조직 기구표 - 회사등록서류 - 고용계약서(인증을 받은 것만 유효함) - 여권 및 개인서류(이력서, 졸업증명서) 	<ul style="list-style-type: none"> - Covering Letter - 승인서 원본(이민국에서 승인받은 서류) - 고용계약서 - 이민국 해당서류 - 개인보증서 - 여권용 사진 3매 - 여권복사

그림 II - 15 말레이시아 취업비자 관련 비용

유형	비용	비고
Employment Pass Visa	540링깃(약 16만 원)	1년 기준
Journey Performed Fee	500링깃(약 15만 원)	인지대 등
Professional Fee	2,500~3,500링깃 (약 76~106만 원)	의뢰업체에 따라 상이
총 소요비용	3,450~4,540링깃 (약 105~138만 원)	

한식당 경영주들은 대부분 본인이 설립한 법인에 취업하여 취업비자를 획득하는 경우가 일반적입니다.

- 자국민 취업을 우선으로 하기 때문에 한식당에서 한국인 조리사나 매니저가 필요할 경우 특별 승인을 통해 취업비자를 발급함
- 예전에는 식당 취업비자가 쉽게 나온다고 해서 비자 없이 일단 취업하는 경우도 있었는데 이 경우 실제 근무하는지 여부를 이민국에서 감시 감독하니 주의해야 함
- 다인종 국가인 말레이시아에 불법체류자가 급증하면서 2년 전부터 이민법과 이주정책이 엄격해짐

2) 금융 서비스

말레이시아에 있는 은행에서 계좌를 개설하려면 예금주의 노동허가증이 필요합니다. 계좌는 주로 당좌예금(Current Account) 계좌가 주를 이룹니다. 당좌예금 계좌는 잔액에 대해 이자가 붙지 않고 개인수표를 발행할 수 있는 계좌입니다.

말레이시아에서의 대금 지급은 현금, 신용카드, 수표 등을 통해 주로 이루어지고 있습니다.

일상생활에서는 현금과 신용카드만으로 큰 불편이 없지만, 금액이 큰 경우 수표를 발행해야 하는 경우도 있습니다. 이에 일반적으로 계좌개설 시 수표책과 현금인출카드를 동시에 신청하는 것이 편리합니다.

계좌를 개설할 때는 여권, 노동허가증, 재직증명서 등을 가져가야 합니다.

노동허가증을 신청 중인 경우라면, 이를 회사공문으로 설명하면 추후 보완조건으로 계좌를 개설할 수 있습니다. 또한 일반적으로 계좌개설 희망은행과 6개월 이상 거래한 보증인 1명을 요구하고 있으며 최초 계좌개설 시(Current Account의 경우) 200링깃(약 6만 1천 원) 정도(은행별로 상이)의 소액보증금을 요구하기도 합니다. 국제적인 대형은행들은 한국에 자기은행구좌를 보유하고 있는 예금주의 경우 노동허가증없이도 계좌를 개설해주는 경우도 있으나 일반적이지는 않습니다.

① 현지 은행계좌 개설 절차 및 구비서류

말레이시아 현지 은행에서 개인이 개설할 수 있는 계좌는 2종류이며 계좌의 성격에 따라 준비해야 하는 서류와 절차가 다릅니다.

- Checking Account: 수표를 발행할 수 있는 계좌로서 법인설립 시 개설하는 계좌이며 외국인의 경우에는 취업비자(Work Permit)가 필수적임. 취업비자가 없는 경우 해당 은행과 거래를 하고 있는 말레이시아인 2명의 추천을 받아야 개설 가능함
- Savings Account: 일반 계좌이며 취업비자가 없더라도 가디언 비자나 학생비자, MM2H 비자 등 합법적 체류 신분자이면 말레이시아 현지 은행 어느 곳에서라도 계좌 개설이 가능함. 대부분의 경우 처음 이민을 가면 'Savings Account'를 개설함

말레이시아 로컬은행들 중 1위이자 사용 환경이 편리한 메이뱅크(MAY BANK)에서 'Savings Account' 개설에 필요한 서류는 아래와 같습니다.

- 명의자 여권
- 명의자가 거주하고 있는 집 계약서
- 가디언 비자로 온 경우에는 자녀의 학교 재학증명서나 취업증명서
- 예금할 금액

은행입구 안내 데스크에서 계좌 개설에 대한 의사를 말하면 담당자에게 안내해줍니다. 다만 말레이 은행들의 경우 외국인에게 'Checking Account' 계좌를 선뜻 개설해주려고 하지 않는 경향이 있기 때문에 'Checking Account'가 아닌 'Savings Account' 개설을 원한다고 명확하게 의사표현을 해야 합니다.

'Savings Account' 개설까지는 약 2시간 정도 소요되며 개설이 완료되면 통장과 은행 현금카드를 발급받을 수 있습니다. 인터넷 뱅킹을 원한다면 은행계좌 개설 신청 시 별도의 신청서를 작성하여 제출해야 합니다.

② 기업 당좌 계좌 개설 절차 및 구비서류

말레이시아 현지 은행에서 법인 당좌 계좌 개설은 상당히 까다로운 편이며 준비해야 하는 서류가 많고 소요되는 시간이 긴 편입니다.

말레이시아 로컬 대표은행인 메이뱅크(MAY BANK)에서 'Savings Account' 개설에 필요한 서류는 다음과 같습니다.

- 신청서 양식
- 당좌수표 결재자 서명 & 추천인 서명: 말레이시아에서 당좌계좌를 오픈할 때는 반드시 추천인이 있어야 함. 추천인은 같은 은행에 당좌를 가지고 있는 사람만 가능하며 외국인이 처음 법인 계좌를 열 때 당황할 수 있는 부분임. 담당 법무사(Secretary Company)가 추천인을 찾아주는 것이 관례임
- All Form True Certified(Form9, 24, 44, 49, M&A): 한국어로 치면 사업자 등록증, 주주명부, 정관, 등기부등본 등과 같은 것이며 반드시 담당 법무사가 공증을 해준 것이어야 함
- Resolution: 담당 법무사가 작성해 주는 증명서와 같은 것으로 회사가 신청한 은행에 계좌를 만들 것임을 문서(Letter)로 작성해서 제출함
- Passport True Certified: 등기이사 여권 사본 공증본을 제출함

최소 4일에서 최대 2주 동안 은행에서 자체 심사를 거쳐 계좌 개설 여부를 결정합니다. 주의해야 할 사항으로는 주거래 은행을 사무실에서 가까운 곳으로 정하는 것이 유리합니다. 법인 당좌 계좌는 ATM카드가 없기 때문에 현금인출을 위해서는 반드시 계좌를 오픈한 주거래 은행에 들러 수표를 써서 찾아야만 하기 때문입니다.

법인 및 지사를 설립하고 현지 시중은행을 통해 법인 은행계좌를 개설하고자 하는 경우 대부분의 은행에서 디렉터(Director)의 취업비자(Work Permit)를 요구합니다.

하지만 법인 은행 계좌가 없으면 납입 자본금을 투자할 수 없으므로 사업과 관련된 라이선스, 영업장 확보, 취업비자(Work Permit) 취득 자체가 불가능합니다. 이에 신설법인 디렉터(Director)의 취업비자(Work Permit)가 없다는 이유로 계좌 개설을 거부당하는 논리적으로 모순되는 상황이 발생하게 됩니다. 따라서 사업에 필요한 자금을 받기 위해서 제3자의 계좌를 활용하는 우회적인 방법을 사용하거나 웨스턴유니언 등 송금서비스 등을 이용하기도 합니다. 은행의 계좌 개설 권한은 개별 은행의 고유권한이며 내규 및 은행지점장의 재량에 의해 계좌 개설 여부가 결정되는게 일반적입니다.

또한 말레이시아 시중 은행을 통하여 미 달러화 기반의 은행계좌 개설이 가능하나 같은 외국환 결제 계좌를 가지고 있는 내국 기업 간에도 결제 시 해당 외국통화로 직접 결제되지 않고 내국 화폐인 링깃으로 환산되는 과정을 거쳐 이체 및 결제가 이루어지고 있습니다.

- 이 때문에 동일한 외국환 계좌 간에도 환율 환산과정을 거치게 되므로 환차손의 리스크를 지게 됨
- 시중 은행에서 미 달러화 등 외환 기반의 은행계좌 개설은 허용하고 있으나 말레이시아 중앙은행의 금융감독 규정에 의거 내국 외환계좌 간의 직접 외환이체는 허용하고 있지 않음. 시중 은행의 결제 규정은 중앙은행의 감독규정에 근거하여 실행되고 있음

③ 대출

- 말레이시아 국내 은행을 통한 외화 대출

말레이시아의 상업은행과 투자 은행들은 경제 활동에 필요한 자금을 조달하기 위해 말레이시아 내 금융을 보완하기 위해 외화로 신디케이트론(Syndicated loan)을 발행하거나 대출을 허용해줍니다.

말레이시아 거주자들은 필요한 금융 조달을 위해 최대 500만 링깃(약 15억 원) 상당의 금액 까지 외화로 자유롭게 대출이 가능합니다. 총 대출금이 500만 링깃(약 15억 원)을 초과하는 대출을 받고자 하는 경우에는 관리국으로부터 승인을 받아야 합니다. 500만 링깃(약 15억 원)을 초과하는 대출을 받고자하는 경우, 말레이시아 내 시장에 투자를 위한 대출이 필요한 경우에만 승인 받을 수 있습니다.

하지만 실제로는 현지 금융기관들의 대출 관행이 엄격하고, 외국기업에 대해서는 적극적인 대출을 행하지 않는 것으로 알려져 있습니다.

비슷한 영업성과를 가진 자국기업에 대해서는 신용대출을 허가하나 외국기업에게는 보증인 혹은 물적 담보를 요구하는 경우가 많습니다. 특히, 서비스 업종에 대해서는 더욱 대출에 소극적인데, 물류업종의 경우 토지, 창고시설, 물류장비에 대한 시설금융이 필요한데 실제로 이를 마련하기 위한 대출이 잘 이루어지지 않고 있습니다. 시중 은행의 대출 기준은 각 은행별로 정해져 있어 외국기업이라고 대출에 소극적인 것은 정부방침에 의한 것이라기보다 관행의 문제로 보입니다.

• 말레이시아 비거주자로부터 대출을 받을 경우

말레이시아 비거주자로부터 500만 링깃(약 15억 원) 이상 또는 이에 상응하는 외화를 대출 받고자 하는 국내 거주자는 관리국으로부터 승인을 받아야 합니다. 지급이 외환으로 이루어져 있다면 담보 지급은 허용됩니다. 그러나 라부안 국제 역외금융센터(Labuan International Offshore Financial Centre, IOFC)를 활성화하기 위해 예외를 두고 있습니다. 말레이시아 거주인 상환 청구 불능 조건이며 외국 금융 기관으로부터 역보증되지 않는 라부안의 역외은행 역외담보의 경우 관리국의 승인을 필요로 하지 않습니다. 국내 거주자가 국내 비거주인에게 빌린 링깃화는 승인을 필요로 하지 않습니다.

④ 외환제도

1998년 9월 1일, 말레이시아 중앙은행은 자국 통화인 링깃화에 대한 투기 억제를 위해 동년 10월 1일부터 링깃화의 해외 거래를 전면 불허한 외환 관리 제도 변경을 발표하였으며, 현재까지 링깃화의 해외 거래는 중앙은행에 의해 통제되고 있습니다.

이어 후속 조치로 1998년 9월 2일부로 기존 변동 환율제를 달러당 3.8링깃(약 1,144원)으로 고정시켰는데 주요 내용은 다음과 같습니다.

- 해외 외환 시장에서의 링깃화 거래 전면 중지: 거래 장소를 국내 외환 시장에 국한시켜 투기성 단기 자금 억제 및 유출된 해외 자금 회수를 통해 외환 시장 안정을 도모함.
- 중앙은행, 제반 외환 관리 집중 통제: 중앙은행을 통한 집중 통제, 외환 보유고 제고를 통해 외환 시장 안정 조기화 및 경기 침체 회복 시도.
- 고정 환율제 전격 실시: 1998. 9. 2일자로 1달러 = 3.8링깃(약 1,144원)의 고정 환율제를 시행.

이후 안정적 경제 성장을 기록하였으며 중국의 위안화가 절상되자 2005년 7월, 고정 환율제를 관리형 변동환율제로 재변경하여 현재는 환율이 주요 교역국 통화 바스켓 변동 수준에 연동해 움직이고 있습니다.

[참고] 이슬람 금융 분야(샤리아 금융)

말레이시아의 이슬람 금융은 1963년에 성지순례기금(Tabung Haji)이 조성되면서 시작되었고, 1983년에는 말레이 이슬람 은행(Bank Islam Malaysia)이, 1984년에는 말레이시아 이슬람 국민보험(Syarikat Takaful Malaysia)이 도입되면서 본격적인 발전을 이뤄가고 있습니다.

말레이시아가 개척한 이슬람 금융은 종합적인 약관, 감독 그리고 진보된 프레임워크를 제시함으로써 글로벌 이슬람 금융시장에서 말레이시아가 주도적인 위치에 오르게 하는 원동력이 되었습니다.

현재 말레이시아는 전통 은행도 이슬람 금융을 취급할 수 있도록 허용하면서 16개의 이슬람 은행과 11개 이슬람 보험사가 말레이시아 중앙은행에 라이선스를 받아 사업을 벌이고 있습니다.

2008~2012년 동안 이슬람 금융권이 연간 자산성장을 18.6%로 9.3%에 머문 전통 은행을 추월했으며, 자산규모도 2012년 1250억 달러에서 2018년 3,900억 달러로 성장할 것으로 전망됩니다.

말레이시아는 또한 세계 최고의 수쿠크(SUKUK, 이슬람채권의 일종) 발행국으로 2013년 기준으로 전 세계 수쿠크의 69%인 824억 달러를 발행했으며, 이슬람 보험 분야에서도 22억 달러로 세계 2위입니다.

지난해 세계 이슬람 금융 규모가 1조5000억 달러까지 성장한 것으로 발표되면서 말레이시아의 이슬람 금융시장 전망을 밝혀주고 있습니다.



3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

① 정부부처 및 기관

기관명	연락처
Malaysian Investment Development Authority (말레이시아 투자개발청 / 제조업투자승인기관)	www.mida.gov.my
Bank Negara Malaysia (중앙은행)	www.bnm.gov.my
Employees Provident Fund (EPF/고용보험)	www.kwsp.gov.my
Export-Import Bank of Malaysia Berhad (수출입은행)	www.exim.com.my
Immigration Department of Malaysia (이민청)	www.imi.gov.my
Tourism Malaysia (관광 진흥국)	http://corporate.tourism.gov.my/
Royal Malaysian Customs Department (관세청)	www.customs.gov.my
SME BANK (중소기업은행)	www.smebank.com.my
Bursa Malaysia (증권거래소)	www.bursamalaysia.com
Ministry of International Trade and Industry (국제통상산업부)	www.miti.gov.my
Halal Industry Development Corporation (할랄산업개발공사)	www.hdcglobal.com/

② 언론단체

기관명	연락처
The Sun (일간지)	www.thesundaily.my
The Star (일간지)	http://thestar.com.my/
New Straits Times (일간지)	www.nst.com.my
Malaysia Chronicle (일간지)	www.malaysia-chronicle.com
The Edge (주간지)	www.theedgemaalaysia.com/
Bernama (통신사)	www.bernama.com.my

③ 한국기관 및 한인단체

기관명	연락처
대사관	http://mys.mofat.go.kr/korean/as/mys/main/index.jsp
한인회	www.mykorean.org
KOCHAM	ww.kocham.org.my/

④ 비즈니스 관련 현지기관

기관명	연락처
ISIS [Institute of Strategic and International Studies (ISIS) Malaysia] 전략문제 연구소	www.isis.org.my
ACCIM (The Associated Chinese Chambers of Commerce and Industry of Malaysia) 중국상공회의소	www.accim.org.my
MIER (Malaysian Institute of Economic Research) 말레이시아 경제연구소	www.mier.org.my
RAM Holdings (신용정보회사)	www.ram.com.my

[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-2 매장과 메뉴판의 색상을 일치 시킨 맥도날드

③ 글자체

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

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

④ 배치

신문의 기사문 배치처럼 메뉴 역시 중요도에 따라 배치하는 것이 중요합니다.

일반적으로 가장 많이 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 통해서 제공하는 VIP 서비스 등과 같은 혜택을 E-mail을 통해서만 제공하는 것입니다.

② 창의적으로 내용을 작성합니다.

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

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

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

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

④ 온라인과 오프라인 채널을 결합합니다.

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

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

⑤ E-mail의 신빙성을 높입니다.

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

⑥ 발신자를 명확히 합니다.

모든 E-mail에서 식당의 연락 정보와 브랜드를 명시합니다.

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

⑦ 회사의 E-mail 관련 규정을 설명합니다.

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

⑧ E-mail 발송 빈도를 관리합니다.

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



5. 효과적인 직원 동기부여 Tip

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

효과적인 직원 동기부여를 위한 4가지 tip은 다음과 같습니다.

① 참여를 장려합니다.

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

② 책임을 공유합니다.

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

③ 투명하고 공정해야 합니다.

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

④ 도움을 줍니다.

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



6. 채용에 SNS를 이용하는 Tip

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

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

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

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

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



7. 면접 시 꼭 물어봐야 할 질문과 피해야 할 질문

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

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

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

① 장애

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

② 가족관계

- 질문할 것: 지원자에게 업무 시간에 대해 설명하고 특별한 경우가 아닌 이상 업무 시간을 변경할 수 없으며, 이러한 요구 사항을 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 매출 올리는 방법

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

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

① 아침과 이른 오후

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

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

② 해피아워(Happy Hour)

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

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

③ 늦은 밤

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

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

INDEX

주요지표	부동산 관련 유의사항	93
면적	8 세무 관련 정보	104
인구수	8 노동법 관련 유의사항	95
GDRP/GDP(명목)	30 보건/위생 관련 유의사항	93
물가상승률	35 수입/통관 관련 정보	111
민간소비증가율	37 수익성 분석	114
민간투자증가율	37 금융 서비스	126
가처분소득	35 상권현황	56
외국인투자	34 집객시설	57
에스닉별 점유율	49	
식음료지출	35	
한식당 수	74	
재외동포수	72	
산업정보		
경제 동향	37	
외식산업 정책	25	
식품산업 정책	25	
경제 활성화 정책	20	
투자 정책	23	
이민 정책	24	
인종 구성	9	
주식 및 식습관	16	
전통음식	18	
언어	10	
날씨	8	
종교	11	
외식산업 규모	39	
외식산업 업태별 현황	40	
주요 에스닉 식당 진출 현황	51	
외식시장 트렌드	42	
한식산업 규모	74	
한식당 진출 현황	74	
외식 소비자 특성	45	
외식 소비 특성	48	
한류	14	
실무정보		
사업자 등록 절차	81	
인허가 요건 및 관련 법규	87	

글로벌 한식당 운영 길라잡이 [쿠알라룸푸르]

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

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.