

발간등록번호

11-1543000-001558-10

2016 외식기업

• 해외진출 실태조사



목차

I. 조사 개요	1
1. 조사 배경	3
2. 조사 목적	4
3. 조사 설계	5
4. 응답자 특성	7
II. 외식기업 해외진출 현황 조사	9
1. 2016년도 해외 진출 결과 요약	11
2. 국내 외식기업 해외진출 현황	12
3. 해외 진출 과정 분석	42
4. 해외 매장 운영	46
5. 추가 진출 희망 국가	48
6. 진출 희망 업체	49
7. 진출 희망 브랜드 준비 현황	52
III. 외식기업 식재료 수출 현황	57
1. 식재료 수출 여부	59
2. 식재료 수출 현황	62
3. 일반 집기 수출 현황	70
IV. 해외 현지 매장 국내산 식품 구입현황	73
1. 해외 현지매장 월 평균 식재료 구매 비용	75
2. 한국산 식재료 사용 현황	76
3. 현지 대체재 사용 현황	87
4. 일반 집기 구입 현황	91



V. 외식기업 해외진출 효과성 분석	97
1. 식재료 해외 수출액 추정	99
2. 식재료 수출 효과	101
3. 매장 매출액	102
4. 해외진출 효과	107
5. 현지 매장 반응	109
VI. 정부지원 참여 현황	113
1. 정부지원 인지도	115
2. 정부 지원 참여 여부	116
3. 정부지원 참여 종류	118
4. 정부지원 만족도	119
5. 향후 참여의향 정부지원	120
6. 진출 희망 업체 정부지원 참여 현황	121
VII. 조사결과 요약	125
1. 외식기업 해외진출 현황	127
2. 외식기업 식재료 수출 현황	129
3. 해외 현지 매장 국내산 식품 구입현황	130
4. 정부지원 참여 현황	131
부록	135
1. 업체별 해외진출 현황	137

그림 목차

[그림1-1] 국내 외식기업 해외진출 현황	3
[그림1-2] 연도별 국내 외식기업체 및 해외진출 외식업체 추이	3
[그림1-3] 2016년 외식기업 해외진출 실태조사 목적	4
[그림2-1] 외식기업 해외진출 현황	12
[그림2-2] 해외 진출 국가 현황	13
[그림2-3] 국가별 해외 진출 매장 수	14
[그림2-4] 중국 진출 도시	30
[그림2-5] 해외 진출 시기_최초 진출년도 기준	31
[그림2-6] 해외 점포 매출 규모	36
[그림2-7] 해외 진출 사업 유형	37
[그림2-10] 마스터 계약금	38
[그림2-11] 가맹점당 계약금	39
[그림2-12] 가맹점당 로열티	40
[그림2-13] 해외진출 담당 인력	41
[그림2-14] 진출국가 결정 시 고려사항	42
[그림2-15] 해외진출 사업 계획 시 고려사항	43
[그림2-16] 해외진출 국가 시장 정보원	44
[그림2-17] 해외진출 국가 시장 중요 정보원	45
[그림2-18] 현지 매장 운영 애로사항	46
[그림2-19] 현지 매장 프로모션	47
[그림2-20] 추가 진출 희망 국가	48
[그림2-21] 진출 희망 업체 주 업종	49
[그림2-22] 진출 희망 한식 업체 세부 업종	50
[그림2-23] 진출 희망 업체 총 매장 수	51
[그림2-24] 해외 진출 예상 시점	52
[그림2-25] 해외 진출 희망 국가	53
[그림2-26] 해외 진출 국가 선정 시 고려사항	54
[그림2-27] 해외 진출 준비 사항	55



[그림2-28] 해외 진출 준비 과정 애로사항	56
[그림3-1] 식재료 수출 여부	59
[그림3-2] 식재료 수출 이유	60
[그림3-3] 식재료 비수출 이유	61
[그림3-4] 식재료 수출 국가	62
[그림3-5] 식재료 수출 품목	63
[그림3-6] 식재료 수출량	64
[그림3-7] 식재료 수출금액	65
[그림3-8] 연간 식재료 수출 횟수	66
[그림3-9] 식재료 운송방법	67
[그림3-10] 식재료 수출시 애로사항	68
[그림3-11] 식재료 수출 희망 품목	69
[그림3-12] 일반 집기 수출 여부	70
[그림3-13] 일반 집기 수출 품목	71
[그림4-1] 월 평균 식재료 구매 비용	75
[그림4-2] 한국산 식재료 사용 여부	76
[그림4-3] 한국산 식재료 사용 이유	77
[그림4-4] 한국산 식재료 비중	78
[그림4-5] 한국산 식재료 종류	79
[그림4-6] 한국산 식재료 구입방법	81
[그림4-7] 한국산 식재료 현지 구매처	82
[그림4-8] 현지 구매처 거래 이유	83
[그림4-9] 한국산 식재료 구입시 애로사항	84
[그림4-10] 추가 수입을 희망하는 한국산 식재료	85
[그림4-11] 현지 매장 운영 애로사항	86
[그림4-12] 현지 대체재 사용 여부	87
[그림4-13] 현지 대체재 사용 이유	88
[그림4-14] 현지 대체 품목	89
[그림4-15] 한국산 식재료 사용 의향(원활한 공급시)	90
[그림4-16] 한국산 집기 수입 품목	91
[그림4-17] 한국산 수입 집기 구입 비용	92
[그림4-18] 한국산 수입 집기 운송 방법	93
[그림4-19] 한국산 집기 수입이유	94

[그림4-20] 한국산 일반 집기 통관 문제 발생 여부	95
[그림5-1] 식재료 수출 효과	101
[그림5-2] 매장 매출액 변화	102
[그림5-3] 매장 매출액 증가율	103
[그림5-4] 매장 매출액 증가 이유	104
[그림5-5] 매장 매출액 감소율	105
[그림5-6] 매장 매출액 감소 이유	106
[그림5-7] 기업 매출 증가 도움 정도	107
[그림5-8] 브랜드 이미지 개선	108
[그림5-9] 현지 고객 반응	109
[그림5-10] 현지 매장 고객 분포	110
[그림5-11] 한류 영향	111
[그림5-12] 현지 음식 한류 문화 기여 정도	112
[그림6-1] 정부지원 인지도	115
[그림6-2] 정부지원 참여 여부	116
[그림6-3] 정부지원 참여 시기	117
[그림6-4] 정부지원 참여 종류	118
[그림6-5] 정부지원 만족도	119
[그림6-6] 향후 참여의향 정부지원	120
[그림6-7] 정부지원 인지도	121
[그림6-8] 정부지원 시도 경험	122
[그림6-9] 정부지원 희망 종류	123



표 목 차

[표1-1] 모듈별 조사 설계표	6
[표1-2] 해외진출 여부	7
[표1-3] 외식기업체 업종구분	7
[표1-4] 해외 현지 매장	8
[표2-0-1] 연도별 진출추이	11
[표2-0-2] 지역별·국가별 진출현황	11
[표2-1] 외식기업 해외진출 현황	12
[표2-2] 해외 진출 국가 현황	13
[표2-3] 국가별 해외 진출 매장 수	14
[표2-3-1] 업체별 해외진출 국가	15
[표2-3-2] 한식 업종 업체별 해외진출 국가	20
[표2-3-3] 비한식 업종 업체별 해외진출 국가	22
[표2-3-4] 국가별 해외 진출 업체 및 매장	26
[표2-4] 중국 진출 도시	30
[표2-5] 해외 진출 시기_최초 진출년도 기준	31
[표2-5-1] 업체별 해외 최초 진출년도 현황	32
[표2-6] 해외 점포 매출 규모	36
[표2-7] 해외 진출 사업 유형	37
[표2-10] 마스터 계약금	38
[표2-11] 가맹점당 계약금	39
[표2-12] 가맹점당 로열티	40
[표2-13] 해외진출 담당 인력	41
[표2-14] 진출국가 결정 시 고려사항	42
[표2-15] 해외진출 사업 계획 시 고려사항	43
[표2-16] 해외진출 국가 시장 정보원	44
[표2-17] 해외진출 국가 시장 중요 정보원	45
[표2-18] 현지 매장 운영 애로사항	46
[표2-19] 현지 매장 프로모션	47
[표2-20] 추가 진출 희망 국가	48
[표2-21] 진출 희망 업체 주 업종	49

[표2-22] 진출 희망 한식 업체 세부 업종	50
[표2-23] 진출 희망 업체 총 매장 수	51
[표2-24] 해외 진출 예상 시점	52
[표2-25] 해외 진출 희망 국가	53
[표2-26] 해외 진출 국가 선정 시 고려사항	54
[표2-27] 해외 진출 준비 사항	55
[표2-28] 해외 진출 준비 과정 애로사항	56
[표3-1] 식재료 수출 여부	59
[표3-2] 식재료 수출 이유	60
[표3-3] 식재료 비수출 이유	61
[표3-4] 식재료 수출 국가	62
[표3-5] 식재료 수출 품목	63
[표3-6] 식재료 수출량	64
[표3-7] 식재료 수출금액	65
[표3-8] 식재료 수출 연횡수	66
[표3-9] 식재료 운송방법	67
[표3-9-1] 수출 식재료 종류별 종합표	67
[표3-10] 식재료 수출시 애로사항	68
[표3-11] 식재료 수출 희망 품목	69
[표3-12] 일반 집기 수출 여부	70
[표3-13] 일반 집기 수출 품목	71
[표4-1] 월 평균 식재료 구매 비용	75
[표4-2] 한국산 식재료 사용 여부	76
[표4-3] 한국산 식재료 사용 이유	77
[표4-4] 한국산 식재료 비중	78
[표4-5] 한국산 식재료 종류	79
[표4-5-1] 한국산 식재료 종류 세부분석	80
[표4-6] 한국산 식재료 구입방법	81
[표4-7] 한국산 식재료 현지 구매처	82
[표4-8] 현지 구매처 거래 이유	83
[표4-9] 한국산 식재료 구입시 애로사항	84
[표4-10] 추가 수입을 희망하는 한국산 식재료 유무	85
[표4-10-1] 추가 수입을 희망하는 한국산 식재료 품목	85
[표4-11] 현지 매장 운영 애로사항	86
[표4-12] 현지 대체재 사용 여부	87
[표4-15] 현지 대체재 사용 이유	88



[표4-16] 현지 대체 품목	89
[표4-17] 한국산 식재료 사용 의향	90
[표4-18] 한국산 집기 수입 품목	91
[표4-19] 한국산 수입 집기 구입 비용	92
[표4-20] 한국산 수입 집기 운송 방법	93
[표4-21] 한국산 집기 수입이유	94
[표4-22] 한국산 일반 집기 통관 문제 발생 여부	95
[표5-1] 식재료 수출 효과	101
[표5-2] 매장 매출액 변화	102
[표5-3] 매장 매출액 증가율	103
[표5-4] 매장 매출액 증가 이유	104
[표5-5] 매장 매출액 감소율	105
[표5-6] 매장 매출액 감소 이유	106
[표5-7] 기업 매출 증가 도움 정도	107
[표5-8] 브랜드 이미지 개선	108
[표5-9] 현지 고객 반응	109
[표5-10] 현지 매장 고객 분포	110
[표5-11] 한류 영향	111
[표5-12] 현지 음식 한류 문화 기여 정도	112
[표6-1] 정부지원 인지도	115
[표6-2] 정부지원 참여 여부	116
[표6-3] 정부지원 참여 시기	117
[표6-4] 정부지원 참여 종류	118
[표6-5] 정부지원 만족도	119
[표6-6] 향후 참여의향 정부지원	120
[표6-7] 정부지원 인지도	121
[표6-8] 정부지원 시도 경험	122
[표6-9] 정부지원 비시도 이유	122
[표6-10] 정부지원 희망 종류	123
[표7-1] 업체별 해외진출 국가	137
[표7-2] 전년도 해외진출업체 중 진출 제외된 업체	143



2016 외식기업
해외진출 실태조사

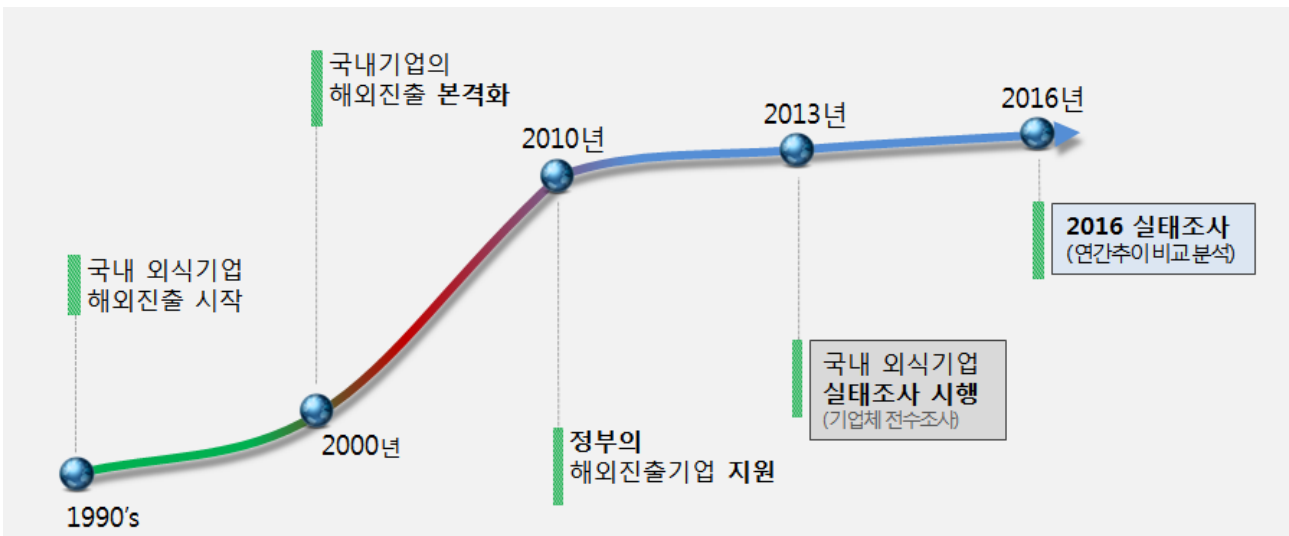
I. 조사 개요



1. 조사 배경

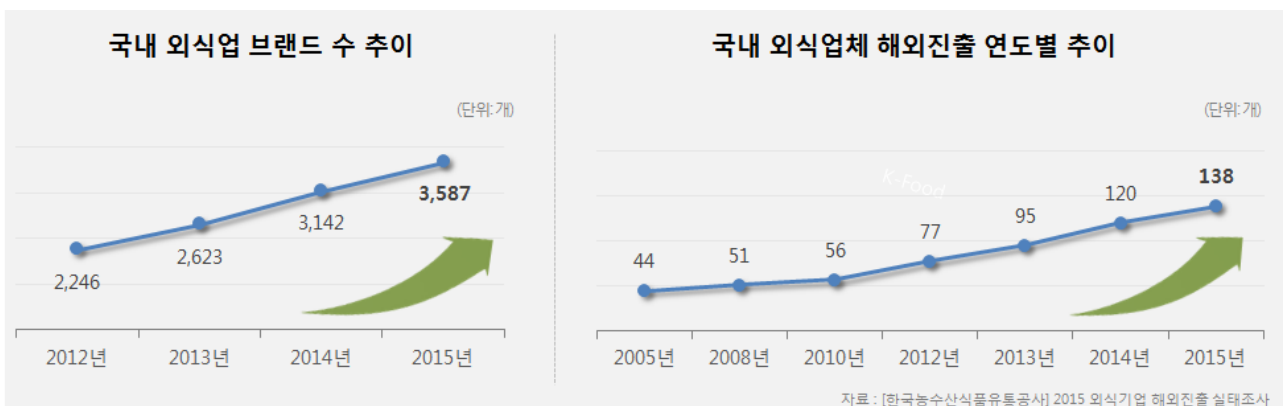
본 조사는 국내 외식기업의 해외진출 및 국내산 식재료 사용 활성화를 위해 2013년 도부터 시행해오고 있음. 금년도는 기 자료를 토대로 해외진출 연간 추이를 비교 분석해 국내 외식기업의 해외진출 동향파악 및 시사점 도출이 요구되는 시점임

[그림1-1] 국내 외식기업 해외진출 현황



현재 국내 외식업 브랜드는 약 3,600개로 꾸준히 증가하고 있으며, 그 중 해외에 진출한 외식업체 수도 지속적으로 증가하고 있음. 국내 외식기업의 해외진출이 활성화됨에 따라 해외진출 및 식재료 사용관련 정보를 수집하고, 이전조사 결과와의 비교분석으로 진출 동향의 특이점 및 시사점을 파악하여 국내 기업의 진출 경쟁력을 제고하고자 함

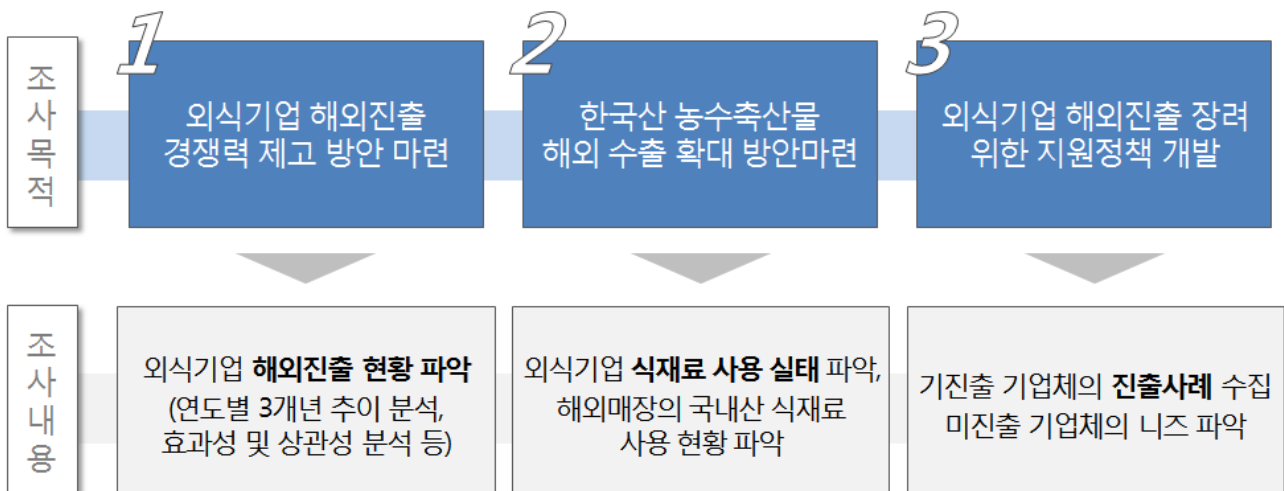
[그림1-2] 연도별 국내 외식기업체 및 해외진출 외식업체 추이



2. 조사 목적

2016년 외식기업 해외진출 실태조사는 외식 및 프랜차이즈 기업의 해외 진출 기업 현황 및 국내산 식자재 소비 실태 파악 후 그 효과성을 분석하여 외식 산업 해외 진출 제고 방안을 마련하는데 그 목적이 있음. 외식 및 프랜차이즈 기업의 해외 진출 확대를 통한 한국산 농산물 수출 증대에 기여하기 위한 기초 자료를 수집 분석하여 정책 수립에 기여하고자 함

[그림1-3] 2016년 외식기업 해외진출 실태조사 목적



본 조사의 주요 목적으로 1) 외식기업 해외진출 경쟁력 제고방안 마련, 2) 한국산 농수축산물 해외 수출 확대방안 마련, 3) 외식기업 해외진출 장려위한 지원정책 개발을 선정하였으며, 목적별 조사내용 파악에 가장 적합한 형태로 세부적인 조사방법을 설계함

3. 조사 설계

국내 외식기업의 해외진출 현황 및 식재료 수출 현황파악을 위해 조사 모듈을 다음의 4개로 구분함. 1)국내 외식기업 해외진출 여부 파악 2)외식기업의 식재료 수출 현황조사 3)해외 현지 매장 국내산 식자재 구입 현황 4)외식기업 동남아 진출사례 분석

1) 국내 외식기업^{*)} 해외진출 여부 파악

전년도 조사 대상 업체 총 3,100개 리스트를 기반으로 각종 데이터베이스 자료(공정거래위원회 가맹 외식사업자, 중소기업현황정보시스템, 외식연감, 한식재단 해외 진출기업 DB등)의 업데이트 된 내용을 추가 취합하여 약 3,600여개의 최종 조사 모집단 틀을 구축함. 자료 수집은 리스트 전수를 대상으로 자료수집 진행하였으며, 해외진출 여부와 향후 해외진출 의향, 진출 의향기업의 해외진출 준비현황에 대해 집중적으로 파악함.

* 국내 가맹사업자로 등록된 외식기업 중 외국계 기업(맥도날드, 스타벅스, 공차, 베스킨라빈스 등)은 조사대상에서 제외

2) 외식기업의 식재료 수출 현황 조사

첫 번째 모듈에서 해외진출이 확인된 국내 외식기업체 전수를 대상으로, 구체적인 진출 현황과 진출 국가별 운영상황 및 식재료 수출 현황 등을 파악함. 방문면접방식을 기본으로 자료 수집을 진행하였으며, 현장에서 즉시 확인이 어려운 국가별 매출액 등의 세부 문항의 응답에 대해서는 이메일과 팩스방식을 병행하여 추가로 자료수집 진행함

3) 해외현지매장 국내산 식자재 구입현황 조사

해외진출 외식기업의 현지매장 대상으로 국내산 수출 식자재의 소비 현황을 파악함. 진출규모가 많은 주요 국가 5개(중국, 미국, 싱가포르, 베트남, 필리핀)를 선정하여 조사 진행하였으며, 응답률 제고를 위해 해외 현지 네트워크를 통한 방문면접을 실시함

해외조사의 경우, 국가별 설문지를 별도로 구축하여 진행하였으며, 국내에서 전화조사 방식으로 자료 수집하는데 유효표본 확보가 어려워 현지 네트워크를 활용하여 진행함. 자료 수집은 국가별 원어민 수준의 언어 구사능력이 되는 면접원이 매장에 직접 투입되어 진행되었으며, 국내 기업체의 담당자 인터뷰결과를 통해 확보한 2차 자료를 토대로 응답 결과의 타당성 및 신뢰성을 검증함

4) 외식기업 동남아 진출사례 분석

국내 외식기업의 해외진출 정책 개발의 구체적 방향을 제시하기 위하여 업체 대표자 대상으로 동남아 진출 과정 및 진출 전략 등의 사례를 청취함. 50개의 후보 기업체 선정 후, 업종/진출 시기/기업 규모 등을 고려하여 인터뷰 대상 최종 15개 업체를 선정함.

[표1-1] 모듈별 조사 설계표

	Module 1	Module 2	Module 3	Module 4
	외식기업의 해외진출여부 파악	외식기업의 식재료 수출현황	해외현지매장 국산 식자재 구입현황	외식기업의 동남아 진출사례
조사지역	전국	전국	중국/미국/싱가폴/필리핀/베트남	전국
조사대상	국내 외식업체 전수	해외진출 확인된 외식기업체 전수	주요 5개국에 진출한 국내 프랜차이즈 매장	동남아 진출 외식기업체
응답대상자	대표자, 경영지원 및 해외 사업부 내부직원	대표자, 관리자(임원), 해외사업 담당자 등	매장 대표자, 점장, 매니저, 구매담당자 등	대표자, 관리자(임원), 해외사업 담당자 등
자료수집방법	전화조사 (CATI)	방문면접 및 이메일/팩스조사 병행	개별방문면접 (Face-to-Face Interview)	방문 인터뷰 (IDI)
자료수집도구	구조화된 설문지	구조화된 설문지	구조화된 설문지	반구조화된 인터뷰지
표본수	1,480개	188개	101개	15개
표본추출방법	모집단 리스트 전수조사	해외진출 확인 기업체 전수조사	목적표집 (Purposive sampling)	목적적 할당 표집 (Purposive quota sampling)
자료수집기간	2016년 9월 5일~10월 10일	2016년 9월 5일~10월 15일	2016년 9월 5일~10월 15일	2016년 9월 5일~10월 21일
조사기관	(주)코리아리서치센터			

4. 응답자 특성

1) 국내 외식기업 해외진출 여부

[표1-2] 해외진출 여부

	업체수(개)	비율(%)
전체	1,480	100.0
해외 진출 업체	188	12.7
해외 비진출 업체	1,292	87.3
- 해외 비진출 중 향후 진출희망 업체	106	7.2

2) 해외진출 국내 외식기업 및 진출 희망기업 업종

[표1-3] 외식기업체 업종구분

	해외진출 업체				해외진출 희망업체	
	업체수		매장수		업체수	
	사례수(개)	비율(%)	사례수(개)	비율(%)	사례수(개)	비율(%)
전체	188	100.0	5,476	100.0	106	100.0
한식	73	38.8	732	13.4	60	56.6
디저트	54	28.7	2,682	49.0	21	19.8
서양식	49	26.1	1,845	33.7	18	17.0
일식	5	2.7	8	0.1	1	0.9
중식	4	2.1	14	0.3	2	1.9
기타	11	5.9	195	3.6	4	3.8

* 진출업체 중 4개 업체는(더본코리아, 씨제이푸드빌, 이랜드외식사업부, 롯데리아) 한식/서양식/중식/디저트/기타 업종에 브랜드별 중복 진출함

3) 해외 현지 매장

[표1-4] 해외 현지 매장

		매장수(개)	비율(%)
전체		101	100.0
진출국가	중국	39	38.6
	필리핀	21	20.8
	베트남	20	19.8
	싱가폴	11	10.9
	미국	10	9.9
사업유형 *)	직접 직영점 진출	37	36.6
	국제 가맹점 진출(RSF)	34	33.7
	마스터 프랜차이즈(지) 진출	20	19.8
	단순 기술 이전(라이선스)	7	6.9
	무응답	3	3.0
매장 직원 규모	1~4명	3	3.0
	5~9명	23	22.8
	10~19명	38	37.6
	20~49명	20	19.8
	50명 이상	16	15.8
	무응답	1	1.0
매장 개업 연도	2003~2006년	5	5.0
	2007~2010년	13	12.9
	2011~2014년	44	43.6
	2015년 이후	37	36.6
	무응답	2	2.0

*) 사업유형 정의

- 1) **직접 직영점 진출** : 현지에 직영점이나 가맹점을 두고 본사가 직접 운영하는 형태로, 건설 및 운영에 대한 모든 비용을 본사가 부담하며 운영에 대한 책임 또한 본사에서 지는 방식
- 2) **국제 가맹점 진출(RSF)** : 한 국가의 특정지역에 대하여 일정기간 개인 또는 법인에게 프랜차이즈 계약을 통하여 점포를 운영하도록 하는 방식
- 3) **마스터 프랜차이즈(지) 진출** : 해외 파트너를 찾아, 일정 국가 또는 지역 내에서 해당 영업표지와 노하우를 사용하여 독자적인 가맹사업을 할 수 있도록 권리를 부여하고, 이에 대한 대가로 가맹금을 수령하며 지속적으로 경영지원 및 감독을 하는 정통적인 진출 방식
- 4) **단순 기술 이전(라이선스)** : 현지 파트너에게 영업에 필요한 일체의 기술을 전수하고, 상호 및 운영방식을 사용토록 허가하는 방식. 오픈 후 본사는 일체의 경영 및 영업방식에 관여하지 않는 방식
- 5) **합자 기업 진출(Joint Venture)** : 현지 회사, 기업 또는 기타 경제조직등의 투자자와 공동으로 투자하여 진출하는 형태로, 파트너와 공동으로 자본을 출자하여 공동으로 경영하고 공동으로 손익을 배분하며 투자 리스크를 분담하는 유한책임회사를 설립하여 경영하는 형태



2016 외식기업
해외진출 실태조사

II. 외식기업 해외진출 현황 조사



1. 2016년도 해외 진출 결과 요약

1) 2016년도 국내 외식기업 해외진출 현황

-2016년 해외 진출이 확인된 국내 외식기업체는 188개, 매장수는 5,476개로, 업체 수는 전년(138개) 대비 36%p, 매장 수는 전년(4,656개) 대비 18%p 증가함

- i) 업종별* : 한식 73개 업체, 732개 매장이 진출하였고, 비한식 업종에는 (치킨, 서양식, 베이커리, 커피 등) 118개 업체, 4,744개 매장이 진출하였음
- ii) 국가별 : 총 51개국에 진출, 중국(127개 업체, 2,786개 매장), 미국(51개 업체, 1,188개 매장)이 전체의 약 70% 차지
 - 중국을 비롯한 태국·인도네시아·필리핀·미얀마 등의 아시아 진출 증가추세
- iii) 브랜드별 : 델리만쥬(869개), 카페베네**(531개), 치킨커플(380개), 더프라이팬(302개), 롯데리아(263개), 파리바게뜨(240개), 레드망고(218개), 뚜레쥬르(217개) 총 8개의 브랜드가 전체 매장수의 약 50%를 차지, 다수의 중소 외식기업의 진출 확대 추세

* 3개 업체는(더본코리아, 씨제이푸드빌, 이랜드외식사업부) 한식/비한식 업종에 중복 진출함

** 카페베네 중국 매장은 '16.3월 시점에 운영 중인 것으로 파악된 매장수임

2) 외식기업 해외진출 세부현황

[표2-0-1] 연도별 진출추이

연도	진출 업체 수			진출 매장 수		
	업체수 (개)	전년대비 증가율	2005년대비 증가율	매장수 (개)	전년대비 증가율	2005년대비 증가율
2005	44	-	-	221	-	-
2008	51	16%	16%	797	261%	261%
2010	56	10%	27%	991	24%	348%
2012	77	38%	75%	1,485	50%	572%
2013	95	23%	116%	2,717	83%	1,129%
2014	120	26%	173%	3,726	37%	1,586%
2015	138	15%	214%	4,656	25%	2,007%
2016	188	36%	327%	5,476	18%	2,378%

[표2-0-2] 지역별·국가별 진출현황 (매장수 기준, 개)

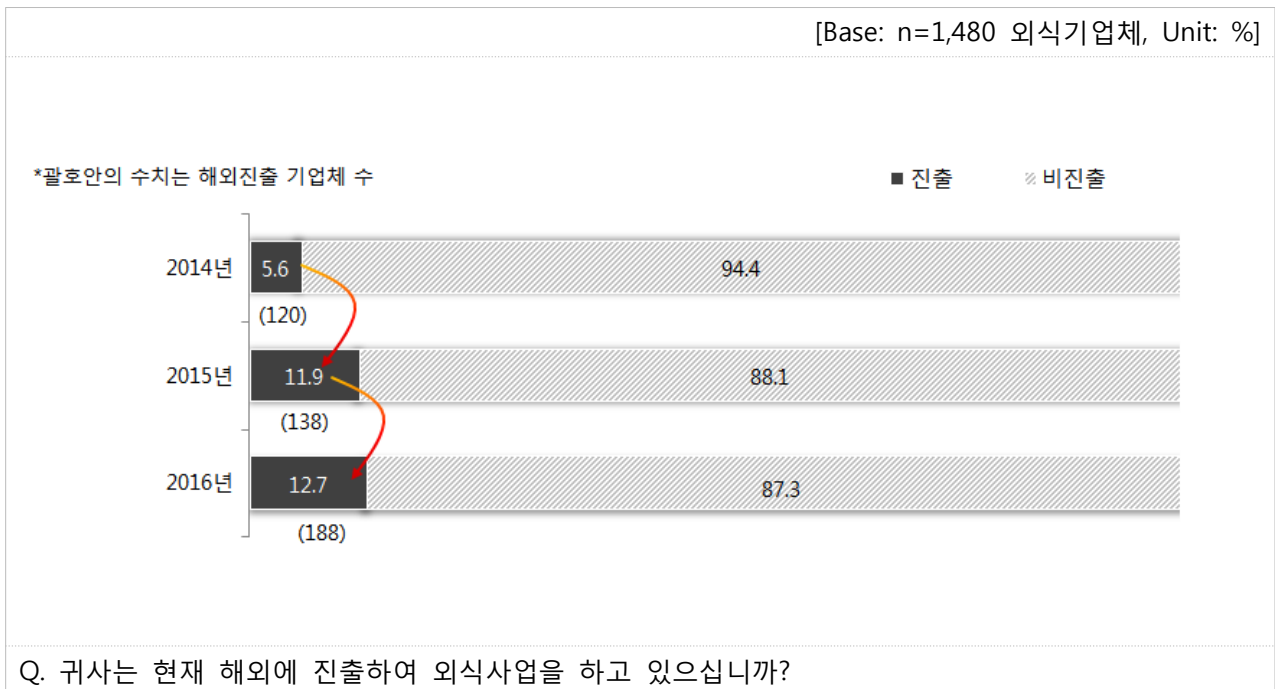
연도	미국	아시아						기타	계
		중국	베트남	필리핀	인도네시아	태국	기타		
2015	1,444	1,814	292	195	140	85	412	274	4,656
2016	1,188	2,786	306	253	182	151	460	150	5,476
Gap ('16-'15)	-256	+972	+14	+58	+42	+66	+48	-124	+820

2. 국내 외식기업 해외진출 현황

1) 외식기업 해외진출 현황

- 2016년도 국내 외식기업 12.7% 해외진출. 해외진출 기업체 총 188개
- 최근 3년 간 외식기업 해외진출 비중은 지속 증가 추세

[그림2-1] 외식기업 해외진출 현황



[표2-1] 외식기업 해외진출 현황

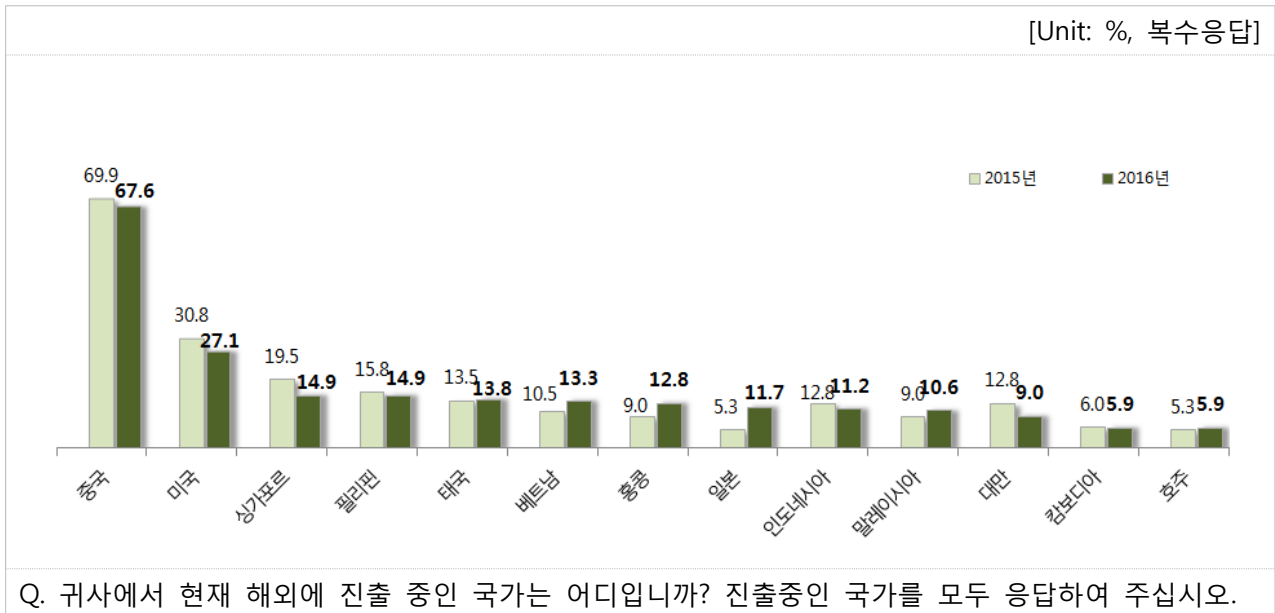
	전체	
	(1,480)	
사례수	(%)	(개)
진출	12.7	188
비진출	87.3	1,292

2) 해외 진출 국가 현황

-중국 및 미국으로의 진출은 여전히 전체 진출의 큰 부분을 차지하고 있으며 전년도와 마찬가지로 동남아시아 지역 진출 활발한 추세

☞ 특히, 전년도 대비 태국, 말레이시아, 홍콩 등에 진출 비율이 증가하고 있으며, 다수의 기업체에서 향후 동남아시아지역으로의 진출을 희망함(IDI)

[그림2-2] 해외 진출 국가 현황



[표2-2] 해외 진출 국가 현황(복수응답)

사례수 단위	전체 (188)		사례수 단위	전체 (188)		사례수 단위	전체 (188)	
	(%)	(개)		(%)	(개)		(%)	(개)
중국	67.6	127	캐나다	2.1	4	이란	0.5	1
미국	27.1	51	사우디아라비아	1.6	3	카타르	0.5	1
싱가포르	14.9	28	브루나이	1.1	2	나이지리아	0.5	1
필리핀	14.9	28	카자흐스탄	1.1	2	남아프리카공화국	0.5	1
태국	13.8	26	바레인	1.1	2	이집트	0.5	1
베트남	13.3	25	쿠웨이트	1.1	2	탄자니아	0.5	1
홍콩	12.8	24	러시아	1.1	2	스페인	0.5	1
일본	11.7	22	프랑스	1.1	2	이탈리아	0.5	1
인도네시아	11.2	21	멕시코	1.1	2	터키	0.5	1
말레이시아	10.6	20	콜롬비아	1.1	2	영국	0.5	1
대만	9.0	17	파나마	1.1	2	베네수엘라	0.5	1
캄보디아	5.9	11	파라과이	1.1	2	볼리비아	0.5	1
호주	5.9	11	라오스	0.5	1	브라질	0.5	1
마카오	4.3	8	방글라데시	0.5	1	엘살바도르	0.5	1
몽골	3.7	7	인도	0.5	1	코스타리카	0.5	1
미얀마	3.2	6	파키스탄	0.5	1	푸에르토리코	0.5	1
아랍에미리트	2.1	4	오만	0.5	1	피지	0.5	1

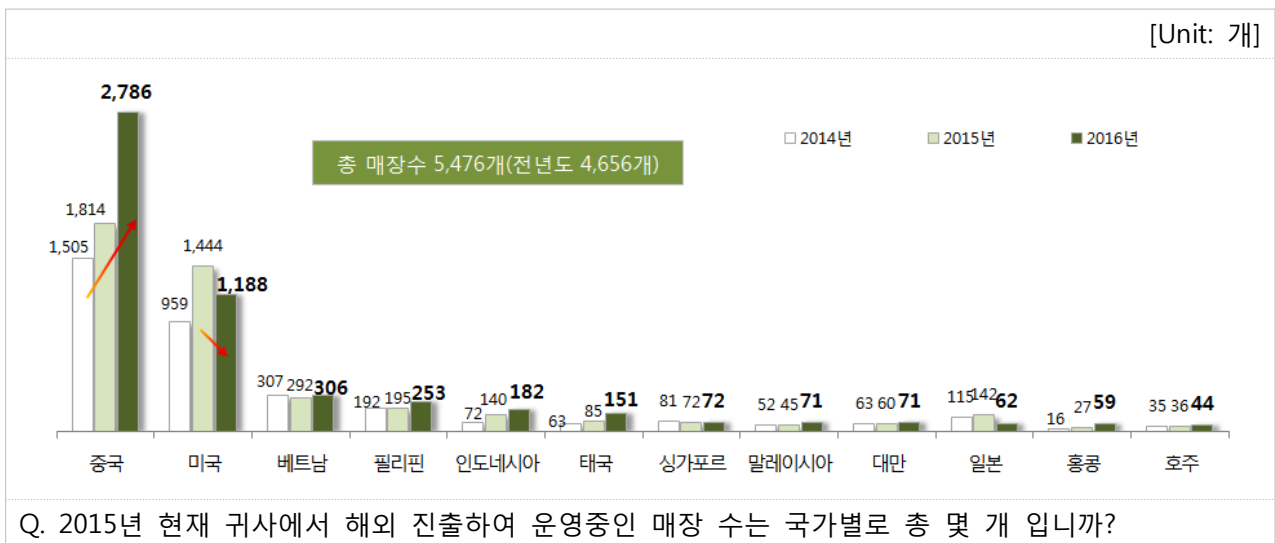
3) 국가별 해외 진출 매장 수

-해외 총 매장수 5,476개. 전체 매장 수의 약 50%는 중국

-15년도 대비 해외 진출 기업체수가 증가함에 따라 매장수도 증가함. 특히 중국, 인도네시아, 태국 등 아시아 지역의 매장수 증가함

☞ 미국의 경우 진출업체수, 매장수 모두 전년도 대비 감소하고 있으며, 레드망고, BBQ, 요거베리 등의 매장 감소가 영향을 줌

[그림2-3] 국가별 해외 진출 매장 수



[표2-3] 국가별 해외 진출 매장 수(복수응답)

사례수	전체 (5,476)		사례수	전체 (5,476)		사례수	전체 (5,476)	
단위	(%)	(개)	단위	(%)	(개)	단위	(%)	(개)
중국	50.9	2786	사우디아라비아	0.2	11	코스타리카	0.1	3
미국	21.7	1188	멕시코	0.2	11	브루나이	0.04	2
베트남	5.6	306	쿠웨이트	0.1	8	바레인	0.04	2
필리핀	4.6	253	콜롬비아	0.1	6	이란	0.04	2
인도네시아	3.3	182	파나마	0.1	6	탄자니아	0.04	2
태국	2.8	151	파라과이	0.1	6	영국	0.04	2
싱가포르	1.3	72	인도	0.1	6	피지	0.04	2
말레이시아	1.3	71	캐나다	0.1	4	라오스	0.02	1
대만	1.3	71	볼리비아	0.1	4	오만	0.02	1
일본	1.1	62	엘살바도르	0.1	4	카타르	0.02	1
홍콩	1.1	59	카자흐스탄	0.1	3	남아프리카공화국	0.02	1
호주	0.8	44	러시아	0.1	3	이집트	0.02	1
몽골	0.7	38	프랑스	0.1	3	스페인	0.02	1
캄보디아	0.6	31	방글라데시	0.1	3	이탈리아	0.02	1
미얀마	0.5	27	파키스탄	0.1	3	베네수엘라	0.02	1
아랍에미리트	0.2	12	나이지리아	0.1	3	브라질	0.02	1
마카오	0.2	11	터키	0.1	3	푸에르토리코	0.02	1

[표2-3-1] 업체별 해외진출 국가

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
1	디딤푸드	신마포갈매기	갈매기살	한식	대만(2), 마카오(1), 말레이시아(1), 싱가포르(1), 인도네시아(1), 중국(20), 홍콩(3), 미국(2)	31
2	가르텐	치킨퐁	치킨	비한식	인도네시아(1), 중국(1)	2
3	김가네	김가네김밥	분식	한식	중국(7)	7
4	놀부	놀부부대찌개 & 철판구이	부대찌개	한식	중국(14)	14
		놀부항아리갈비	갈비	한식	일본(1), 중국(21)	22
5	농협목우촌	또래오래	치킨	비한식	미국(8)	8
6	다운에프앤씨	바비박스	도시락	비한식	대만(2), 중국(1), 필리핀(2)	5
7	대대에프씨	꿀닭	닭강정	한식	말레이시아(1), 인도네시아(11)	12
8	대호가	죽이야기	죽	한식	싱가포르(1), 일본(1), 중국(20), 미국(2)	24
9	더본코리아	백서비빔밥	비빔밥	한식	중국(3), 싱가포르(7)	10
		백서양생탕	한식	한식	중국(1)	1
		본가	우삼겹	한식	말레이시아(3), 베트남(1), 싱가포르(12), 인도네시아(11), 일본(5), 중국(28), 필리핀(1), 미국(11)	72
		새마을식당	삼겹살	한식	중국(1), 일본(2)	3
		홍콩반점0410플러스	짬뽕	비한식	미국(9)	9
		제순식당	순두부	한식	일본(1)	1
		소본가	고기	한식	중국(2)	2
	뽕다방	커피	비한식	중국(1), 싱가포르(2)	3	
10	델리스	델리만주	제과	비한식	대만(30), 마카오(2), 말레이시아(1), 몽골(1), 베트남(5), 인도네시아(50), 중국(5), 캄보디아(2), 태국(5), 필리핀(50), 홍콩(2), 미얀마(2), 사우디아라비아(3), 아랍에미리트(1), 쿠웨이트(2), 미국(700), 파나마(3), 파라과이(1), 콜롬비아(2), 호주(2)	869
11	두남에프앤씨	객잔차이나	퓨전요리	비한식	미국(1)	1
12	띠아모코리아	카페띠아모	젤라또, 커피	비한식	중국(2), 필리핀(4), 몽골(1), 캄보디아(1)	8
13	로띠번코리아	로띠번	로띠번	비한식	중국(6)	6
14	롯데리아	롯데리아	버거	비한식	베트남(201), 인도네시아(32), 중국(12), 캄보디아(4), 미얀마(13), 라오스(1)	263
		엔제리너스	커피	비한식	중국(5), 베트남(4), 인도네시아(2), 카자흐스탄(2)	13
15	맛갈	맛갈참죽	죽	한식	필리핀(1), 미국(1)	2
16	맥스원리링크	셀렉토커피	커피	비한식	중국(1)	1
17	미라지식품	남가네설악추어탕	추어탕	한식	인도네시아(1)	1
18	바이올푸드	유가네닭갈비	닭갈비	한식	대만(1), 말레이시아(1), 베트남(2), 싱가포르(2), 인도네시아(4), 중국(7), 태국(2), 홍콩(1), 미얀마(5)	25
19	바인에프씨	세프의국수전	국수	한식	싱가포르(2), 필리핀(3), 홍콩(1)	6
20	비케이부어코리아	부어치킨	치킨	비한식	중국(1), 미얀마(3)	4
21	샤마	코코후도	제과	비한식	미국(12)	12
22	서래스터	서래갈매기	육류 구이	한식	싱가포르(1), 인도네시아(5), 중국(48), 홍콩(6)	60
23	세나클	카페세나클	커피	비한식	중국(3)	3
24	스마일에프씨	아봉	제과	비한식	마카오(1), 말레이시아(2), 베트남(1), 일본(1), 홍콩(3)	8
25	썬더치킨	썬더치킨	치킨	비한식	중국(4)	4
26	씨엠씨에프씨	종로상회	삼겹살	한식	중국(2), 미국(2)	4
27	아이원엔터프라이즈	두마리아빠통닭	치킨	비한식	중국(5)	5
28	압구정	돈치킨	치킨	비한식	베트남(4), 중국(16), 태국(1)	21
29	JK글로벌	야들리애치킨	치킨	비한식	필리핀(2), 홍콩(1)	3
30	에스앤큐플러스	토프레스	커피	비한식	중국(4), 태국(2)	6
31	에스에프이노베이션	스콜푸드	분식	한식	홍콩(9), 베트남(1), 태국(3), 인도네시아(3), 일본(1), 미국(1)	18
32	에스엔인더스트리	꿀뽕닭강정	닭강정	한식	중국(7), 필리핀(4)	11
33	에프앤디파트너	와라와라	주점	비한식	중국(7)	7
34	엔케이로지스틱스	임실N치즈피자	피자	비한식	중국(7)	7
35	엠펙케이그룹	미스터피자	피자	비한식	베트남(1), 중국(120), 태국(1), 필리핀(4)	126

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
36	열봉푸드시스템	열봉집닭	짬닭	한식	일본(2)	2
37	오투스페이스	아딸	분식	한식	중국(1)	1
38	올어바웃	올어바웃차	전통차	비한식	중국(1),미국(7)	8
39	와플반트	와플반트	와플	비한식	대만(1),중국(2),캐나다(1),호주(1)	5
40	웰빙을만드는사람들	뽕뜨락피자	피자	비한식	중국(3)	3
41	육대장	육대장	냉면, 육개장	한식	중국(4),필리핀(1)	5
42	육칠팔	백정	삼겹살	한식	대만(2),베트남(1),중국(33),필리핀(1),미국(11),호주(2)	50
43	이삭	이삭토스트	토스트	비한식	대만(2),마카오(2)	4
44	이앤티푸드	엠마(emma), 빠나미(Panamie)	베이커리	비한식	싱가포르(1),중국(100)	101
45	이원	투다리	닭꼬치, 닭갈비 등	비한식	베트남(1),중국(148),태국(20)	169
46	이티앤제우스	불고기브라더스	육류 구이	한식	말레이시아(1),인도네시아(1),중국(3),태국(2),필리핀(5),미얀마(1)	13
47	인토외식산업	와바	맥주,소시지	비한식	일본(3)	3
48	제너시스비비큐	비비큐(BBQ), 비비큐치킨앤비어	치킨	비한식	말레이시아(16),몽골(5),베트남(17),인도네시아(3),일본(2),중국(50),캄보디아(4),태국(2),필리핀(11),홍콩(3),방글라데시(3),사우디아라비아(2),이란(2),스페인(1),터키(3),미국(10),브라질(1),피지(2)	137
49	제이비에스디	엘에이북창동순두부	순두부	한식	대만(11)	11
50	제이앤티	더컵	컵밥	한식	싱가포르(1),인도네시아(2),홍콩(2),프랑스(1)	6
51	지헨즈	헨즈커피	커피	비한식	중국(15)	15
52	참에프앤디	크레이지떡	분식	한식	중국(4)	4
53	참이맛	참이맛감자탕	감자탕	한식	중국(23)	23
54	카페베네	카페베네	커피	비한식	대만(5),말레이시아(10),몽골(19),베트남(5),인도네시아(5),일본(6),캄보디아(1),태국(19),필리핀(5),사우디아라비아(6),미국(50),중국(400)	531
55	커피니	커피니(COFFEENIE)	커피	비한식	중국(6)	6
56	커피그루나루	커피그루나루	커피	비한식	중국(1),멕시코(1)	2
57	케이에이치컴퍼니	망고식스	음료	비한식	말레이시아(1),몽골(1),일본(1),중국(60),미국(2),러시아(1)	66
58	탐앤탐스	탐앤탐스커피	커피	비한식	마카오(1),몽골(10),싱가포르(1),중국(46),태국(30),필리핀(2),홍콩(1),미국(7),호주(2)	100
59	페리카나	페리카나	치킨	비한식	말레이시아(3),몽골(1),싱가포르(1),중국(70),캄보디아(1),브루나이(1),미국(4)	81
60	푸드넷시스템	토스피아	커피	비한식	미국(1)	1
61	푸드존	피자마루	피자	비한식	중국(3),홍콩(1),미국(1)	5
62	한국일오삼농산	처갓집양념치킨	치킨	비한식	대만(1),미국(13)	14
63	한스앤컴퍼니	한스델리	돈가스	비한식	중국(8)	8
64	할리스에프앤비	할리스커피	커피	비한식	베트남(2),중국(13),태국(10)	25
65	햇시즈너	불닭발동대문엽기떡볶이	분식	한식	미국(3), 캐나다(1), 중국(1), 베트남(1)	6
66	행복한상상에프앤비	화통삼	삼겹살	한식	중국(21)	21
67	후스타일	요거베리	요거트	비한식	싱가포르(3),아랍에미리트(7),바레인(1),오만(1),나이지리아(3),코스타리카(3),파나마(3),베네수엘라(1),볼리비아(4),파라과이(5),콜롬비아(4),호주(14)	49
68	54번가푸드컨설팅	피자투어	피자	비한식	중국(102), 일본(6), 베트남(5), 남아공(1), 태국(1), 필리핀(3),카자흐스탄(1), 호주(1)	120
69	교촌에프앤비	교촌치킨	치킨	비한식	말레이시아(6),인도네시아(8),중국(7),캄보디아(1),태국(7),필리핀(6),미국(3)	38
70	데오스글로벌	신길동매운짬뽕	짬뽕	비한식	홍콩(1)	1
71	리치푸드	치르치르	치킨	비한식	중국(16), 대만(5), 싱가포르(1), 홍콩(1), 말레이시아(1)	24

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
72	릴레이인터내셔널	레드망고	요거트,빙수	비한식	미국(154), 필리핀(9), 호주(5), 홍콩(1), 인도(6), 쿠웨이트(6), 파키스탄(3), 싱가포르(2), UAE(2), 카타르(1), 러시아(2), 일본(3), 이집트(1), 태국(7), 멕시코(10), 캐나다(1), 엘살바도르(4), 푸에르토리코(1)	218
73	마루앤F/D	마루샤브	샤브샤브	한식	중국(1), 캄보디아(1)	2
74	벽제외식산업개발	벽제갈비, 봉피양	생등심	한식	중국(2)	2
75	본가장수상사	본가장수촌	삼계탕	한식	중국(1)	1
76	본아이에프	본죽	죽	한식	일본(2), 중국(17), 미국(5)	24
77	봉추푸드식품	봉추찜닭	찜닭	한식	베트남(1), 일본(1), 중국(3), 캄보디아(1)	6
78	브이에스컴포니	벤또랑	도시락	비한식	중국(1)	1
79	빵굽터	빵굽터	베이커리	비한식	중국(1)	1
80	사과나무	커피베이	커피	비한식	중국(2), 미국(2)	4
81	썬엣푸드	매드포갈릭	파스타	비한식	싱가포르(1), 인도네시아(2), 홍콩(2)	5
82	씨제이푸드빌	비비고	한식, 면요리	한식	미국(4), 중국(12), 영국(2), 인도네시아(1)	19
		뚜레쥬르	베이커리	비한식	미국(35), 중국(100), 필리핀(19), 캄보디아(11), 베트남(30), 인도네시아(17), 말레이시아(5)	217
		투썬플레이스	커피	비한식	중국(21)	21
		CJ푸드월드	복합외식	비한식	중국(1)	1
		빔스	뷔페	비한식	중국(2)	2
83	엘노핌피자	엘노핌피자	피자	비한식	베트남(1), 중국(8)	9
84	우래옥	우래옥	냉면	한식	미국(1)	1
85	자하문	자하문	한정식	한식	중국(9)	9
86	춘천닭갈비영농조합법인	춘천닭갈비	닭갈비	한식	베트남(1), 중국(1)	2
87	태영에프앤비	주커피	커피	비한식	중국(7), 필리핀(1)	8
88	피자명	피자명	피자	비한식	중국(4)	4
89	화로사랑	화로사랑, 청석골	육류 구이	한식	중국(3)	3
90	위두	공돈	삼겹살	한식	중국(2), 싱가포르(4), 마카오(1)	7
91	파리크라상	파리바게뜨	베이커리	비한식	베트남(10), 싱가포르(6), 중국(174), 프랑스(2), 미국(48)	240
92	본촌인터내셔널	본촌치킨	치킨	비한식	미국(50), 캄보디아(4), 필리핀(108), 싱가포르(2), 태국(10), 바레인(1), 인도네시아(19)	194
93	롤링라이스코리아	롤링라이스	분식	한식	싱가포르(1)	1
94	제이알에프앤로지스	중로김밥	분식	한식	중국(1), 미국(2)	3
95	피티아이	포타이	쌀국수	비한식	미국(1)	1
96	행복을굽는사람들	오발탄	육류 구이	한식	중국(2)	2
97	에스지푸드시스템	소공동뚝배기집	찌개	한식	일본(14), 미국(1)	15
98	빅바이트에프앤비	먹쉬돈나	분식	한식	대만(1), 싱가포르(1), 중국(34), 홍콩(2)	38
99	헤인식품	네네치킨	치킨	비한식	싱가포르(7), 홍콩(1), 호주(8)	16
100	에스람	백년갈비	육류 구이	한식	중국(1)	1
101	씨엠월드에프앤씨	피제리아 나인로드	피자	비한식	중국(6)	6
102	설앤빈	설앤빈	빙수	비한식	중국(2), 미국(1)	3
103	엥글오프드	마이마이치킨	치킨	비한식	중국(2)	2
104	맑음푸드	뚝고	주점	비한식	미국(2)	2
105	선진VFC	치킨파티	치킨	비한식	중국(2)	2
106	이만구	교동짬뽕	면요리	비한식	미국(3)	3
107	철든눔	구이혁명가 철든눔	육류 구이	한식	미국(1), 중국(1), 일본(1)	3
108	비스켓글로벌	비스켓	주스	비한식	싱가포르(1), 중국(2), 브루나이(1), 아랍에미리트(2)	6
109	금탑프랜차이즈	베비바나나, 말자싸롱	주점	비한식	중국(2)	2
110	와이본에프앤비	불북이와튀김범벅	분식	한식	중국(1)	1
111	용마을	용우동	분식	한식	중국(3)	3
112	코푸	안동찜닭	찜닭	한식	싱가포르(1), 중국(8)	9
113	테즈	아웃닭	치킨	비한식	홍콩(2)	2
114	휴롬팜	휴롬주스카페	주스	비한식	말레이시아(2), 베트남(5), 인도네시아(1), 중국(25), 태국(2), 이탈리아(1), 호주(1)	37
115	스위트몬스터	스위트몬스터	디저트	비한식	싱가포르(3), 중국(1), 태국(3), 홍콩(6)	13

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
116	푸디노에프앤디	강정이기가막혀	닭강정	한식	싱가포르(1),중국(3),미국(1),호주(7)	12
117	바나나트리홀딩스	바나나트리	커피	비한식	싱가포르(1)	1
118	에스에이치	백설공주	디저트	비한식	베트남(1),중국(2),홍콩(2),미국(2)	7
119	라팡	라팡	베이커리	비한식	탄자니아(2)	2
120	츄릅	호미빙	빙수	비한식	미국(1)	1
121	서린에프에스	치킨히어로	치킨	비한식	필리핀(2)	2
122	55번지라면	55번지라면	라면	한식	미국(1)	1
123	가업에프씨	구이가	육류 구이	한식	중국(3)	3
124	강동오케익	풍년제과	베이커리	비한식	중국(1)	1
125	계림에프앤씨	오븐에꾸운닭	치킨	비한식	싱가포르(3)	3
126	고선생푸드	고선생 고로케	고로케, 음료	비한식	중국(1)	1
127	공영식품	기소야, 신기소, 멘타로	소바, 나베	비한식	중국(1)	1
128	김군네통닭집	김군네통닭집	치킨	비한식	필리핀(4)	4
129	김명자	김명자 낙지마당	낙지볶음	한식	중국(3)	3
130	다도글로벌	카페드롭탑	커피	비한식	중국(3)	3
131	더굿에프앤씨	고기굽는 카페조선	육류 구이	한식	필리핀(1)	1
132	데일리킹	포메인	쌀국수	비한식	중국(1)	1
133	도남에프앤에프	참치꼬치 한판	회, 꼬치	비한식	중국(2)	2
134	리브가푸드시스템	맛나감자탕	감자탕	한식	필리핀(1)	1
135	리치코리아	꿀각치킨	치킨	비한식	중국(1)	1
136	바스인터내셔널	위키드스노우	빙수	비한식	마카오(2),중국(3),태국(2),필리핀(1)	8
137	보승FC	미쓰족발	족발	한식	중국(2)	2
138	비엔비푸드시스템	불불이족발	족발	한식	중국(2)	2
139	비엔피푸드	빨봉분식	분식	한식	캐나다(1)	1
140	빵장수단팔빵	빵장수단팔빵	단팔빵	비한식	미국(1)	1
141	설빙	설빙	빙수	한식	일본(1),중국(33),태국(7)	41
142	섬김과나눔	더 진국	국밥	한식	중국(1)	1
143	스트릿츄러스	스트릿츄러스	츄러스	비한식	대만(2),말레이시아(2),미국(1)	5
144	에이치엔피시스템즈	더프라이팬	치킨	비한식	중국(300),태국(1),필리핀(1)	302
145	엠지에이치	갈비파티	육류 구이	한식	중국(1)	1
146	오가다	오가다	한방차	한식	일본(2),미국(1)	3
147	오엠푸드	오븐마루치킨	치킨	비한식	대만(1)	1
148	용감한사람들	봉구비어	맥주	비한식	중국(2)	2
149	원스에프앤비	원스커피공빵	베이커리	비한식	태국(3)	3
150	유케이푸드	쌀쌀맞은닭	치킨	비한식	미국(1)	1
151	음식점닥터	수제갈비	육류 구이	한식	중국(1)	1
152	이바돔	이바돔 감자탕	감자탕	한식	중국(1)	1
153	치어스	치어스	치킨	비한식	미얀마(3)	3
154	커피스미스에프씨	커피스미스	커피	비한식	태국(1)	1
155	헤만테크	데쏘	베이커리	비한식	필리핀(1)	1
156	홀랄라	홀랄라바베큐치킨	치킨	비한식	중국(1)	1
157	떼루와	떼루와	음료	비한식	중국(2)	2
158	에브릿	소담애족발보쌈	족발, 보쌈	한식	베트남(1)	1
159	호박패밀리	호박식당	육류 구이	한식	미국(1)	1
160	종로에프앤씨	종로할머니칼국수	칼국수	한식	말레이시아(1)	1
161	비엘앤에프	치킨커플	치킨	비한식	중국(380)	380
162	삼원가든	삼원가든	육류 구이	한식	대만(3),인도네시아(1)	4

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
163	에땅	피자에땅	피자	비한식	미국(2)	2
164	이루에프씨	바른치킨	치킨	비한식	말레이시아(1)	1
165	지엔푸드	굽네치킨	치킨	비한식	마카오(1), 중국(3), 홍콩(6)	10
166	케이더블유프랜차이즈	쉐프의 부대찌개	찌개	한식	중국(1)	1
167	쿠산코리아	아비꼬카레	카레	비한식	미국(1)	1
168	트루프렌드에프앤씨	꽃빙	빙수	비한식	중국(1)	1
169	화이트쇼콜라코리아	화이트쇼콜라	커피	비한식	중국(4)	4
170	하노이의아침	하노이의아침	쌀국수	비한식	중국(1)	1
171	호식이두마리치킨	호식이두마리치킨	치킨	비한식	일본(2)	2
172	8푸드	팔색삼겹살	삼겹살	한식	중국(10), 말레이시아(6), 미국(1), 호주(1), 대만(1), 일본(1)	20
173	불로만	불로만숯불바베큐	치킨	비한식	중국(3)	3
174	비토코리아	슬립리스인시애틀	커피	비한식	일본(1), 중국(2)	3
175	소프트리	소프트리	아이스크림	비한식	중국(3), 홍콩(1), 일본(2), 미국(1)	7
176	오감만족	마시찜	갈비찜	한식	싱가포르(1), 인도네시아(1)	2
177	오니규	오니기리와이규동	규동	비한식	중국(1), 홍콩(1), 미국(1)	3
178	옥빙설	옥빙설	빙수	비한식	베트남(3), 태국(4), 미국(1)	8
179	원앤원	원할머니보쌈족발	족발, 보쌈	한식	중국(2)	2
180	이랜드 외식사업부	루고	커피	비한식	중국(3)	3
		애슐리	뷔페	비한식	중국(2)	2
		자연별곡	한식뷔페	한식	중국(2)	2
181	일동인터내셔널	둘둘치킨	치킨	비한식	태국(5)	5
182	틈새상사	틈새라면	분식	한식	중국(1), 대만(1)	2
183	해마로푸드서비스	맘스터치	치킨	비한식	대만(1), 베트남(1)	2
184	(주)농업회사법인 보그너	카페 보그너	커피	비한식	중국(4)	4
185	다날	dal.komm coffee	커피	비한식	말레이시아(7), 싱가포르(1), 중국(1)	9
186	화정에프앤씨	스피드런치박스	도시락	한식	중국(1)	1
187	아브라카다브라	아브라카다브라	치킨	비한식	중국(2)	2
188	엔에이치에프	칠성포차	찜닭	한식	중국(1)	1
계						5,476

[표2-3-2] 한식 업종 업체별 해외진출 국가

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
1	디딤푸드	신마포갈매기	갈매기살	한식	대만(2), 마카오(1), 말레이시아(1), 싱가포르(1), 인도네시아(1), 중국(20), 홍콩(3), 미국(2)	31
2	김가네	김가네김밥	분식	한식	중국(7)	7
3	놀부	놀부부대찌개&철판구이	부대찌개	한식	중국(14)	14
		놀부항아리갈비	갈비	한식	일본(1), 중국(21)	22
4	대대에프씨	꿀닭	닭강정	한식	말레이시아(1), 인도네시아(11)	12
5	대호가	죽이야기	죽	한식	싱가포르(1), 일본(1), 중국(20), 미국(2)	24
6	더본코리아	백스비빔밥	비빔밥	한식	중국(3), 싱가포르(7)	10
		백씨양생당	한식	한식	중국(1)	1
		본가	우삼겹	한식	말레이시아(3), 베트남(1), 싱가포르(12), 인도네시아(11), 일본(5), 중국(28), 필리핀(1), 미국(11)	72
		새마을식당	삼겹살	한식	중국(1), 일본(2)	3
		제순식당	순두부	한식	일본(1)	1
		소본가	고기	한식	중국(2)	2
7	맛갈	맛갈참죽	죽	한식	필리핀(1), 미국(1)	2
8	미라지식품	남가네설악추어탕	추어탕	한식	인도네시아(1)	1
9	바이올푸드	유가네닭갈비	닭갈비	한식	대만(1), 말레이시아(1), 베트남(2), 싱가포르(2), 인도네시아(4), 중국(7), 태국(2), 홍콩(1), 미얀마(5)	25
10	바인에프씨	세프의국수전	국수	한식	싱가포르(2), 필리핀(3), 홍콩(1)	6
11	서래스터	서래갈매기	육류 구이	한식	싱가포르(1), 인도네시아(5), 중국(48), 홍콩(6)	60
12	씨엠씨에프씨	종로상회	삼겹살	한식	중국(2), 미국(2)	4
13	에스에프이노베이션	스쿨푸드	분식	한식	홍콩(9), 베트남(1), 태국(3), 인도네시아(3), 일본(1), 미국(1)	18
14	에스엔인더스트리	꿀배닭강정	닭강정	한식	중국(7), 필리핀(4)	11
15	열봉푸드시스템	열봉찜닭	찜닭	한식	일본(2)	2
16	오투스페이스	아딸	분식	한식	중국(1)	1
17	육대장	육대장	냉면, 육개장	한식	중국(4), 필리핀(1)	5
18	육칠팔	백정	삼겹살	한식	대만(2), 베트남(1), 중국(33), 필리핀(1), 미국(11), 호주(2)	50
19	이티앤제우스	불고기브라더스	육류 구이	한식	말레이시아(1), 인도네시아(1), 중국(3), 태국(2), 필리핀(5), 미얀마(1)	13
20	제이비에스디	엘에이북창동순두부	순두부	한식	대만(11)	11
21	제이앤티	더컵	컵밥	한식	싱가포르(1), 인도네시아(2), 홍콩(2), 프랑스(1)	6
22	참에프앤디	크레이지떡	분식	한식	중국(4)	4
23	참이맛	참이맛감자탕	감자탕	한식	중국(23)	23
24	햇시즈너	불닭발동대문엽기떡볶이	분식	한식	미국(3), 캐나다(1), 중국(1), 베트남(1)	6
25	행복한상상에프앤비	화통삼	삼겹살	한식	중국(21)	21
26	마루앤F/D	마루샤브	샤브샤브	한식	중국(1), 캄보디아(1)	2
27	벽제외식산업개발	벽제갈비, 봉피양	생등심	한식	중국(2)	2
28	본가장수상사	본가장수촌	삼계탕	한식	중국(1)	1
29	본아이에프	본죽	죽	한식	일본(2), 중국(17), 미국(5)	24
30	봉추푸드식품	봉추찜닭	찜닭	한식	베트남(1), 일본(1), 중국(3), 캄보디아(1)	6
31	씨제이푸드빌	비비고	한식, 면요리	한식	미국(4), 중국(12), 영국(2), 인도네시아(1)	19
32	우래옥	우래옥	냉면	한식	미국(1)	1
33	자하문	자하문	한정식	한식	중국(9)	9

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장 수
34	춘천닭갈비영농조합법인	춘천닭갈비	닭갈비	한식	베트남(1),중국(1)	2
35	화로사랑	화로사랑,청석골	육류 구이	한식	중국(3)	3
36	위두	공돈	삼겹살	한식	중국(2), 싱가포르(4), 마카오(1)	7
37	롤링라이스코리아	롤링라이스	분식	한식	싱가포르(1)	1
38	제이알에프앤로지스	종로김밥	분식	한식	중국(1),미국(2)	3
39	행복을굽는사람들	오발탄	육류 구이	한식	중국(2)	2
40	에스지푸드시스템	소공동떡배기집	찌개	한식	일본(14),미국(1)	15
41	빅바이트에프엔비	먹쉬돈나	분식	한식	대만(1),싱가포르(1),중국(34),홍콩(2)	38
42	에스람	백년갈비	육류 구이	한식	중국(1)	1
43	철든놈	구이혁명가 철든놈	육류 구이	한식	미국(1), 중국(1), 일본(1)	3
44	와이본에프앤비	불북이와튀김범벅	분식	한식	중국(1)	1
45	용마을	용우동	분식	한식	중국(3)	3
46	코푸	안동찜닭	찜닭	한식	싱가포르(1),중국(8)	9
47	푸디노에프앤디	강정이가막혀	닭강정	한식	싱가포르(1),중국(3),미국(1),호주(7)	12
48	55번지라면	55번지라면	라면	한식	미국(1)	1
49	가업에프씨	구이가	육류 구이	한식	중국(3)	3
50	김명자	김명자 낙지마당	낙지볶음	한식	중국(3)	3
51	더굿에프앤씨	고기굽는 카페조선	육류 구이	한식	필리핀(1)	1
52	리브가푸드시스템	맛나감자탕	감자탕	한식	필리핀(1)	1
53	보승FC	미쓰족발	족발	한식	중국(2)	2
54	비앤비푸드시스템	불불이족발	족발	한식	중국(2)	2
55	비엔피푸드	빨봉분식	분식	한식	캐나다(1)	1
56	설빙	설빙	빙수	한식	일본(1),중국(33),태국(7)	41
57	섬김과나눔	더 진국	국밥	한식	중국(1)	1
58	엠지케이치	갈비파티	육류 구이	한식	중국(1)	1
59	오가다	오가다	한방차	한식	일본(2),미국(1)	3
60	음식점닥터	수제갈비	육류 구이	한식	중국(1)	1
61	이바돔	이바돔 감자탕	감자탕	한식	중국(1)	1
62	에브릿	소담애족발보쌈	족발, 보쌈	한식	베트남(1)	1
63	호박패밀리	호박식당	육류 구이	한식	미국(1)	1
64	종로에프앤씨	종로할머니칼국수	칼국수	한식	말레이시아(1)	1
65	삼원가든	삼원가든	육류 구이	한식	대만(3),인도네시아(1)	4
66	케이더블유프랜차이즈	쉐프의 부대찌개	찌개	한식	중국(1)	1
67	8푸드	팔색삼겹살	삼겹살	한식	중국(10), 말레이시아(6), 미국(1), 호주(1), 대만(1), 일본(1)	20
68	오감만족	마시찜	갈비찜	한식	싱가포르(1), 인도네시아(1)	2
69	원앤원	원할머니보쌈족발	족발,보쌈	한식	중국(2)	2
70	이랜드 외식사업부	자연별곡	한식뷔페	한식	중국(2)	2
71	틈새상사	틈새라면	분식	한식	중국(1), 대만(1)	2
72	화정에프앤씨	스피드런치박스	도시락	한식	중국(1)	1
73	엔에이치에프	칠성포차	찜닭	한식	중국(1)	1
계						732

* 더본코리아, 씨제이푸드빌, 이랜드외식사업부 3개 업체는 한식과 비한식 업종에 모두 진출

[표2-3-3] 비한식 업종 업체별 해외진출 국가

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장 수
1	가르텐	치킨풍	치킨	비한식	인도네시아(1), 중국(1)	2
2	농협목우촌	또래오래	치킨	비한식	미국(8)	8
3	다운에프앤씨	바비박스	도시락	비한식	대만(2), 중국(1), 필리핀(2)	5
4	더본코리아	홍콩반점0410플러스	짬뽕	비한식	미국(9)	9
		뽕다방	커피	비한식	중국(1), 싱가포르(2)	3
5	델리스	델리만쥬	제과	비한식	대만(30), 마카오(2), 말레이시아(1), 몽골(1), 베트남(5), 인도네시아(50), 중국(5), 캄보디아(2), 태국(5), 필리핀(50), 홍콩(2), 미얀마(2), 사우디아라비아(3), 아랍에미리트(1), 쿠웨이트(2), 미국(700), 파나마(3), 파라과이(1), 콜롬비아(2), 호주(2)	869
6	두남에프앤씨	객잔차이나	퓨전요리	비한식	미국(1)	1
7	띠아모코리아	카페띠아모	젤라또, 커피	비한식	중국(2), 필리핀(4), 몽골(1), 캄보디아(1)	8
8	로띠번코리아	로띠번	로띠번	비한식	중국(6)	6
9	롯데리아	롯데리아	버거	비한식	베트남(201), 인도네시아(32), 중국(12), 캄보디아(4), 미얀마(13), 라오스(1)	263
		엔제리너스	커피	비한식	중국(5), 베트남(4), 인도네시아(2), 카자흐스탄(2)	13
10	맥스원이링크	셀렉토커피	커피	비한식	중국(1)	1
11	비케이부어코리아	부어치킨	치킨	비한식	중국(1), 미얀마(3)	4
12	샤마	코코호도	제과	비한식	미국(12)	12
13	세나클	카페세나클	커피	비한식	중국(3)	3
14	스마일에프씨	아봉	제과	비한식	마카오(1), 말레이시아(2), 베트남(1), 일본(1), 홍콩(3)	8
15	썬더치킨	썬더치킨	치킨	비한식	중국(4)	4
16	아이원엔터프라이즈	두마리아빠통닭	치킨	비한식	중국(5)	5
17	압구정	둔치킨	치킨	비한식	베트남(4), 중국(16), 태국(1)	21
18	JK글로벌	아들리아치킨	치킨	비한식	필리핀(2), 홍콩(1)	3
19	에스앤큐플러스	토프레소	커피	비한식	중국(4), 태국(2)	6
20	에프앤디파트너	와라와라	주점	비한식	중국(7)	7
21	엔케이로지스틱스	임실N치즈피자	피자	비한식	중국(7)	7
22	엠펙케이그룹	미스터피자	피자	비한식	베트남(1), 중국(120), 태국(1), 필리핀(4)	126
23	올어바웃	올어바웃차	전통차	비한식	중국(1), 미국(7)	8
24	와플반트	와플반트	와플	비한식	대만(1), 중국(2), 캐나다(1), 호주(1)	5
25	웰빙을만드는사람들	뽕뜨락피자	피자	비한식	중국(3)	3
26	이삭	이삭토스트	토스트	비한식	대만(2), 마카오(2)	4
27	이애피푸드	엠마(emma), 나미(Panamie)	베이커리	비한식	싱가포르(1), 중국(100)	101
28	이원	투다리	닭꼬치, 닭갈비등	비한식	베트남(1), 중국(148), 태국(20)	169
29	인토외식산업	와바	맥주, 소시지	비한식	일본(3)	3

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
30	제너시스비비큐	비비큐(BBQ), 비비큐치킨앤비어	치킨	비한식	말레이시아(16),몽골(5),베트남(17),인도네시아(3),일본(2),중국(50),캄보디아(4),태국(2),필리핀(11),홍콩(3),방글라데시(3),사우디아라비아(2),이란(2),스페인(1),터키(3),미국(10),브라질(1),피지(2)	137
31	지헨즈	헨즈커피	커피	비한식	중국(15)	15
32	카페베네	카페베네	커피	비한식	대만(5),말레이시아(10),몽골(19),베트남(5),인도네시아(5),일본(6),캄보디아(1),태국(19),필리핀(5),사우디아라비아(6),미국(50),중국(400)	531
33	커피니	커피니(COFFEENIE)	커피	비한식	중국(6)	6
34	커피그루나루	커피그루나루	커피	비한식	중국(1),멕시코(1)	2
35	케이에이치컴퍼니	망고식스	음료	비한식	말레이시아(1),몽골(1),일본(1),중국(60),미국(2),러시아(1)	66
36	탐앤탐스	탐앤탐스커피	커피	비한식	마카오(1),몽골(10),싱가포르(1),중국(46),태국(30),필리핀(2),홍콩(1),미국(7),호주(2)	100
37	페리카나	페리카나	치킨	비한식	말레이시아(3),몽골(1),싱가포르(1),중국(70),캄보디아(1),브루나이(1),미국(4)	81
38	푸드넷시스템	토스피아	커피	비한식	미국(1)	1
39	푸드존	피자마루	피자	비한식	중국(3),홍콩(1),미국(1)	5
40	한국일오삼농산	처갓집양념치킨	치킨	비한식	대만(1),미국(13)	14
41	한스앤컴퍼니	한스델리	돈까스	비한식	중국(8)	8
42	할리스에프앤비	할리스커피	커피	비한식	베트남(2),중국(13),태국(10)	25
43	후스타일	요거베리	요거트	비한식	싱가포르(3),아랍에미리트(7),바레인(1),오만(1),나이지리아(3),코스타리카(3),파나마(3),베네수엘라(1),볼리비아(4),파라과이(5),콜롬비아(4),호주(14)	49
44	54번가푸드컨설팅	피자투어	피자	비한식	중국(102),일본(6),베트남(5),남아공(1),태국(1),필리핀(3),카자흐스탄(1),호주(1)	120
45	교촌에프앤비	교촌치킨	치킨	비한식	말레이시아(6),인도네시아(8),중국(7),캄보디아(1),태국(7),필리핀(6),미국(3)	38
46	데오스글로벌	신길동매운짬뽕	짬뽕	비한식	홍콩(1)	1
47	리치푸드	치르치르	치킨	비한식	중국(16),대만(5),싱가포르(1),홍콩(1),말레이시아(1)	24
48	릴레이인터내셔널	레드망고	요거트,빙수	비한식	미국(154),필리핀(9),호주(5),홍콩(1),인도(6),쿠웨이트(6),파키스탄(3),싱가포르(2),UAE(2),카타르(1),러시아(2),일본(3),이집트(1),태국(7),멕시코(10),캐나다(1),엘살바도르(4),푸에르토리코(1)	218
49	브이에스컴포니	벤또랑	도시락	비한식	중국(1)	1
50	빵곰터	빵곰터	베이커리	비한식	중국(1)	1
51	사과나무	커피베이	커피	비한식	중국(2),미국(2)	4
52	썬앳푸드	매드포갈릭	파스타	비한식	싱가포르(1),인도네시아(2),홍콩(2)	5
53	씨제이푸드빌	뚜레쥬르	베이커리	비한식	미국(35),중국(100),필리핀(19),캄보디아(11),베트남(30),인도네시아(17),말레이시아(5)	217
		투썬플레이스	커피	비한식	중국(21)	21
		CJ푸드월드	복합외식	비한식	중국(1)	1
		빔스	뷔페	비한식	중국(2)	2
54	엘노핌피자	엘노핌피자	피자	비한식	베트남(1),중국(8)	9

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
55	태영에프앤비	주커피	커피	비한식	중국(7), 필리핀(1)	8
56	피자명	피자명	피자	비한식	중국(4)	4
57	파리크라상	파리바게트	베이커리	비한식	베트남(10), 싱가포르(6), 중국(174), 프랑스(2), 미국(48)	240
58	본촌인터내셔널	본촌치킨	치킨	비한식	미국(50), 캄보디아(4), 필리핀(108), 싱가포르(2), 태국(10), 바레인(1), 인도네시아(19)	194
59	피티아이	포타이	쌀국수	비한식	미국(1)	1
60	헤인식품	네네치킨	치킨	비한식	싱가포르(7), 홍콩(1), 호주(8)	16
61	씨엠월드에프앤씨	피제리아 나인로드	피자	비한식	중국(6)	6
62	설앤빈	설앤빈	빙수	비한식	중국(2), 미국(1)	3
63	영클오후드	마이마이치킨	치킨	비한식	중국(2)	2
64	맑음푸드	똥꼬	주점	비한식	미국(2)	2
65	선진VFC	치킨파티	치킨	비한식	중국(2)	2
66	이만구	교동짬뽕	면요리	비한식	미국(3)	3
67	비스켓글로벌	비스켓	주스	비한식	싱가포르(1), 중국(2), 브루나이(1), 아랍에미리트(2)	6
68	금탑프랜차이즈	베비바나나, 말차싸롱	주점	비한식	중국(2)	2
69	테즈	아웃닭	치킨	비한식	홍콩(2)	2
70	휴롬팜	휴롬주스카페	주스	비한식	말레이시아(2), 베트남(5), 인도네시아(1), 중국(25), 태국(2), 이탈리아(1), 호주(1)	37
71	스위트몬스터	스위트몬스터	디저트	비한식	싱가포르(3), 중국(1), 태국(3), 홍콩(6)	13
72	바나나트리홀딩스	바나나트리	커피	비한식	싱가포르(1)	1
73	에스에이치	백설공주	디저트	비한식	베트남(1), 중국(2), 홍콩(2), 미국(2)	7
74	라팡	라팡	베이커리	비한식	탄자니아(2)	2
75	츄릅	호미빙	빙수	비한식	미국(1)	1
76	서린에프에스	치킨히어로	치킨	비한식	필리핀(2)	2
77	강동오케익	풍년제과	베이커리	비한식	중국(1)	1
78	계림에프앤씨	오븐에꾸운닭	치킨	비한식	싱가포르(3)	3
79	고선생푸드	고선생 고로케	고로케, 음료	비한식	중국(1)	1
80	공영식품	기소야, 신기소, 멘타로	소바, 나베	비한식	중국(1)	1
81	김군네통닭집	김군네통닭집	치킨	비한식	필리핀(4)	4
82	다도글로벌	카페드롭탑	커피	비한식	중국(3)	3
83	데일리킹	포메인	쌀국수	비한식	중국(1)	1
84	도남에프앤에프	참치꼬치 한판	회, 꼬치	비한식	중국(2)	2
85	리치코리아	꿀깍치킨	치킨	비한식	중국(1)	1
86	바스인터내셔널	위키드스노우	빙수	비한식	마카오(2), 중국(3), 태국(2), 필리핀(1)	8
87	빵장수단팥빵	빵장수단팥빵	단팥빵	비한식	미국(1)	1
88	스트릿쥬러스	스트릿쥬러스	쥬러스	비한식	대만(2), 말레이시아(2), 미국(1)	5
89	에이치엔피시스템즈	더프라이팬	치킨	비한식	중국(300), 태국(1), 필리핀(1)	302
90	오엠푸드	오븐마루치킨	치킨	비한식	대만(1)	1
91	용감한사람들	붕구비어	맥주	비한식	중국(2)	2
92	원스에프앤비	원스커피공방	베이커리	비한식	태국(3)	3
93	유케이푸드	쌀쌀맞은닭	치킨	비한식	미국(1)	1
94	치어스	치어스	치킨	비한식	미얀마(3)	3
95	커피스미스에프씨	커피스미스	커피	비한식	태국(1)	1
96	헤만테크	데소	베이커리	비한식	필리핀(1)	1

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	매장수
97	홀랄라	홀랄라바베큐치킨	치킨	비한식	중국(1)	1
98	떼루와	떼루와	음료	비한식	중국(2)	2
99	비엘앤에프	치킨커플	치킨	비한식	중국(380)	380
100	에땅	피자에땅	피자	비한식	미국(2)	2
101	아루에프씨	바른치킨	치킨	비한식	말레이시아(1)	1
102	지엔푸드	굽네치킨	치킨	비한식	마카오(1),중국(3),홍콩(6)	10
103	쿠산코리아	아비꼬카레	카레	비한식	미국(1)	1
104	트루프렌드에프앤씨	꽃빙	빙수	비한식	중국(1)	1
105	화이트쇼콜라코리아	화이트쇼콜라	커피	비한식	중국(4)	4
106	하노이의아침	하노이의아침	쌀국수	비한식	중국(1)	1
107	호식이두마리치킨	호식이두마리치킨	치킨	비한식	일본(2)	2
108	불로만	불로만숯불바베큐	치킨	비한식	중국(3)	3
109	비토코리아	슬립리스인시애틀	커피	비한식	일본(1), 중국(2)	3
110	소프트리	소프트리	아이스크림	비한식	중국(3), 홍콩(1), 일본(2), 미국(1)	7
111	오니규	오니기리wai규동	규동	비한식	중국(1), 홍콩(1), 미국(1)	3
112	옥빙설	옥빙설	빙수	비한식	베트남(3), 태국(4), 미국(1),	8
113	이랜드 외식사업부	루고	커피	비한식	중국(3)	3
		애슐리	뷔페	비한식	중국(2)	2
114	일동인터내쇼날	둘둘치킨	치킨	비한식	태국(5)	5
115	해마로푸드서비스	맘스터치	치킨	비한식	대만(1), 베트남(1)	2
116	(주)농업회사법인 보그너	카페 보그너	커피	비한식	중국(4)	4
117	다날	dal.komm coffee	커피	비한식	말레이시아(7), 싱가포르(1), 중국(1)	9
118	아브라카다브라	아브라카다브라	치킨	비한식	중국(2)	2
계						4,744

* 더본코리아, 씨제이푸드빌, 이랜드외식사업부 3개 업체는 한식과 비한식 업종에 모두 진출

[표2-3-4] 국가별 해외 진출 업체 및 매장

대륙	국가	진출 업체 (매장 수)	업체 수	매장 수
아시아	대만	델리스(30),제이비에스디(11),카페베네(5),리치푸드(5),삼원가든(3),육칠팔(2), 디딤푸드(2),스트릿츄러스(2),다운에프앤씨(2),이삭(2),와플반트(1),한국일오삼농산(1),빅바이트에프앤비(1),바이올푸드(1),오엠푸드(1),틈새상사(1),해마로푸드서비스(1)	17	71
	라오스	롯데리아(1)	1	1
	마카오	델리스(2),이삭(2),바스인터내셔널(2),디딤푸드(1),스마일에프씨(1),탐앤탐스(1),지엔푸드(1), 위두(1)	8	11
	말레이시아	제너시스비비큐(16),카페베네(10),다날(7),교촌에프앤비(6),8푸드(6),씨제이푸드빌(5),더본코리아(3),페리카나(3),스마일에프씨(2),스트릿츄러스(2),휴롬팜(2),델리스(1),디딤푸드(1),리치푸드(1),바이올푸드(1),케이에이치컴퍼니(1),이티앤제우스(1),대대에프씨(1),이루에프씨(1),중로에프앤씨(1)	20	71
	몽골	카페베네(19),탐앤탐스(10),제너시스비비큐(5),페리카나(1),델리스(1),케이에이치컴퍼니(1),띠아모코리아(1)	7	38
	미얀마	롯데리아(13),바이올푸드(5),비케이부어코리아(3),치어스(3),델리스(2),이티앤제우스(1)	6	27
	방글라데시	제너시스비비큐(3)	1	3
	베트남	롯데리아(205),씨제이푸드빌(30),제너시스비비큐(17),파리크라상(10),델리스(5),카페베네(5),휴롬팜(5),54번가푸드컨설팅(5),압구정(4),옥빙설(3),바이올푸드(2),할리스에프앤비(2),더본코리아(1),스마일에프씨(1),육칠팔(1),해마로푸드서비스(1),핫시즈너(1),에스에이치(1),에스에프이노베이션(1),엠펜케이그룹(1),이원(1),봉추푸드식품(1),옐노핌피자(1),춘천닭갈비영농조합법인(1),에브리(1)	25	306
	브루나이	페리카나(1),비스켓글로벌(1)	2	2
	싱가포르	더본코리아(21),헤인식품(7),파리크라상(6),위두(4),후스타일(3),스위트몬스터(3),계림에프앤씨(3),바이올푸드(2),릴레이인터내셔널(2),본촌인터내셔널(2),바인에프씨(2),페리카나(1),비스켓글로벌(1),탐앤탐스(1),다날(1),디딤푸드(1),리치푸드(1),빅바이트에프앤비(1),푸디노에프앤디(1),대호가(1),제이앤티(1),서래스터(1),썬앳푸드(1),이앤티푸드(1),코푸(1),롤링라이스코리아(1),바나나트리홀딩스(1),오감만족(1)	28	72
	인도	릴레이인터내셔널(6)	1	6
	인도네시아	델리스(50),롯데리아(34),본촌인터내셔널(19),씨제이푸드빌(18),더본코리아(11),대대에프씨(11),교촌에프앤비(8),서래스터(5),카페베네(5),바이올푸드(4),제너시스비비큐(3),에스에프이노베이션(3),제이앤티(2),썬앳푸드(2),디딤푸드(1),오감만족(1),휴롬팜(1),이티앤제우스(1),삼원가든(1),가르텐(1),미라지식품(1)	21	182
	일본	에스지푸드시스템(14),더본코리아(8),카페베네(6),54번가푸드컨설팅(6),릴레이인터내셔널(3),인토외식산업(3),제너시스비비큐(2),본아이에프(2),오가다(2),열봉푸드시스템(2),호식이두마리치킨(2),소프트리(2),에스에프이노베이션(1),대호가(1),스마일에프씨(1),봉추푸드식품(1),케이에이치컴퍼니(1),철든눔(1),설빙(1),놀부(1),비토코리아(1), 8푸드(1)	22	62

→ 뒷 장 계속

대륙	국가	진출 업체 (매장 수)	업체 수	매장 수
아시아	중국	카페베네(400),비엘앤에프(380),에이치엔피시스템즈(300),파리크라상(174),이원(148),씨제이푸드빌(136),엠펙케이그룹(120),54번가푸드컨설팅(102),이애플푸드(100),페리카나(70),케이에이치컴퍼니(60),제너시스비비큐(50),서래스터(48),탐앤탐스(46),더본코리아(36),놀부(35),빅바이트에프앤비(34),육칠팔(33),설빙(33),휴롬팜(25),참이맛(23),행복한상상에프앤비(21),디딤푸드(20),대호가(20),롯데리아(17),본아이에프(17),압구정(16),리치푸드(16),지헨즈(15),할리스에프앤비(13),8푸드(10),자하문(9),한스애플컴퍼니(8),엘노퐁피자(8),코푸(8),김가네(7),바이올푸드(7),에스엔인더스트리(7),에프앤디파트너(7),엔케이로지스틱스(7),교촌에프앤비(7),태영에프앤비(7),이랜드 외식사업부(7),로띠번코리아(6),커피니(6),씨엠월드에프앤비(6),델리스(5),아이원엔터프라이즈(5),썬더치킨(4),에스애플플러스(4),육대장(4),참에프앤디(4),피자명(4),화이트쇼콜라코리아(4), (주)농업회사법인 보그너(4),세나클(3),웰빙을만드는사람들(3),이티앤제우스(3),푸드존(3),봉추푸드식품(3),화로사랑(3),용마을(3),푸디노에프앤디(3),가업에프씨(3),김명자(3),다도글로벌(3),바스인터내셔널(3),지엔푸드(3),불로만(3),소프트리(3),띠아모코리아(2),씨엠씨에프씨(2),와플반트(2),벽제외식산업개발(2),사과나무(2),위두(2),행복을굽는사람들(2),설앤빈(2),영클오후드(2),선진VFC(2),비스켓글로벌(2),금탑프랜차이즈(2),에스에이치(2),도남에프앤에프(2),보승FC(2),비앤비푸드시스템(2),용감한사람들(2),떼루와(2),비토코리아(2),원앤원(2),아브라카다브라(2),가르텐(1),다운에프앤씨(1),맥스원이링크(1),비케이부어코리아(1),오투스페이스(1),올버바웃(1),커피그루나루(1),핫시즈너(1),마루엔F/D(1),본가장수상사(1),브이에스컴포니(1),빵곰터(1),춘천닭갈비영농조합법인(1),제이알에프앤로지스(1),에스람(1),철든눔(1),와이본에프앤비(1),스위트몬스터(1),강동오케익(1),고선생푸드(1),공영식품(1),데일리킹(1),리치코리아(1),섬김과나눔(1),엠지에이치(1),음식점닥터(1),이바돔(1),홀랄라(1),케이더블유프랜차이즈(1),트루프렌드에프앤씨(1),하노이의아침(1),오니규(1),틈새상사(1),다날(1),화정에프앤씨(1),엔에이치에프(1)	127	2786
	카자흐스탄	롯데리아(2),54번가푸드컨설팅(1)	2	3
	캄보디아	씨제이푸드빌(11),롯데리아(4),제너시스비비큐(4),본촌인터내셔널(4),델리스(2),페리카나(1),교촌에프앤비(1),봉추푸드식품(1),띠아모코리아(1),마루엔F/D(1),카페베네(1)	11	31
	태국	탐앤탐스(30),이원(20),카페베네(19),본촌인터내셔널(10),할리스에프앤비(10),교촌에프앤비(7),설빙(7),릴레이인터내셔널(7),델리스(5),일동인터내셔널(5),옥빙설(4),스위트몬스터(3),에스에프이노베이션(3),원스에프앤비(3),제너시스비비큐(2),휴롬팜(2),바이올푸드(2),에스애플플러스(2),이티앤제우스(2),바스인터내셔널(2),54번가푸드컨설팅(1),에이치엔피시스템즈(1),엠펙케이그룹(1),압구정(1),틈새상사(1),커피스미스에프씨(1)	26	151
	파키스탄	릴레이인터내셔널(3)	1	3
	필리핀	본촌인터내셔널(108),델리스(50),씨제이푸드빌(19),제너시스비비큐(11),릴레이인터내셔널(9),교촌에프앤비(6),카페베네(5),이티앤제우스(5),엠펙케이그룹(4),띠아모코리아(4),에스엔인더스트리(4),김군네통닭집(4),54번가푸드컨설팅(3),바인에프씨(3),탐앤탐스(2),다운에프앤씨(2),JK글로벌(2),서린에프에스(2),바스인터내셔널(1),에이치엔피시스템즈(1),더본코리아(1),육칠팔(1),태영에프앤비(1),육대장(1),맛갈(1),더굿에프앤씨(1),리브가푸드시스템(1),헤만테크(1)	28	253

→ 뒷 장 계속

대륙	국가	진출 업체 (매장 수)	업체 수	매장 수
아시아	홍콩	에스에프이노베이션(9), 스위트몬스터(6), 서래스터(6), 지앤푸드(6), 제너시스비비큐(3), 디딤푸드(3), 스마일에프씨(3), 델리스(2), 빅바이트에프앤비(2), 에스에이치(2), 제이앤티(2), 썬앳푸드(2), 테즈(2), 릴레이인터내셔널(1), 바인에프씨(1), 탐앤탐스(1), JK글로벌(1), 바이올푸드(1), 리치푸드(1), 소프트리(1), 푸드존(1), 오니규(1), 헤인식품(1), 테오스글로벌(1)	24	59
중동	바레인	본촌인터내셔널(1), 후스타일(1)	2	2
	사우디아라비아	카페베네(6), 델리스(3), 제너시스비비큐(2)	3	11
	아랍에미리트	후스타일(7), 릴레이인터내셔널(2), 비스켓글로벌(2), 델리스(1)	4	12
	오만	후스타일(1)	1	1
	이란	제너시스비비큐(2)	1	2
	카타르	릴레이인터내셔널(1)	1	1
	쿠웨이트	릴레이인터내셔널(6), 델리스(2)	2	8
아프리카	나이지리아	후스타일(3)	1	3
	남아프리카 공화국	54번가푸드컨설팅(1)	1	1
	이집트	릴레이인터내셔널(1)	1	1
	탄자니아	라팜(2)	1	2
유럽	러시아	릴레이인터내셔널(2), 케이에이치컴퍼니(1)	2	3
	스페인	제너시스비비큐(1)	1	1
	이탈리아	휴롬팜(1)	1	1
	터키	제너시스비비큐(3)	1	3
	프랑스	파리크라상(2), 제이앤티(1)	2	3
	영국	씨제이푸드빌(2)	1	2
북중미	미국	델리스(700), 릴레이인터내셔널(154), 카페베네(50), 본촌인터내셔널(50), 파리크라상(48), 씨제이푸드빌(39), 더본코리아(20), 한국일오삼농산(13), 샤마(12), 육칠팔(11), 제너시스비비큐(10), 농협목우촌(8), 탐앤탐스(7), 올버바웃(7), 본아이에프(5), 페리카나(4), 교촌에프앤비(3), 핫시즈너(3), 이만구(3), 케이에이치컴퍼니(2), 디딤푸드(2), 대호가(2), 씨엠씨에프씨(2), 사과나무(2), 에스에이치(2), 제이알에프앤로지스(2), 맑음푸드(2), 에땅(2), 8푸드(1), 푸드존(1), 푸디노에프앤디(1), 소프트리(1), 설앤빈(1), 철든눔(1), 오니규(1), 두남에프앤씨(1), 맛갈(1), 에스에프이노베이션(1), 푸드넷시스템(1), 우래옥(1), 피티아이(1), 에스지푸드시스템(1), 추름(1), 55번지라면(1), 빵장수단팥빵(1), 스트릿츄러스(1), 오가다(1), 유케이푸드(1), 호박패밀리(1), 쿠산코리아(1), 옥빙설(1)	51	1188
	캐나다	릴레이인터내셔널(1), 핫시즈너(1), 와플반트(1), 비엔피푸드(1)	4	4

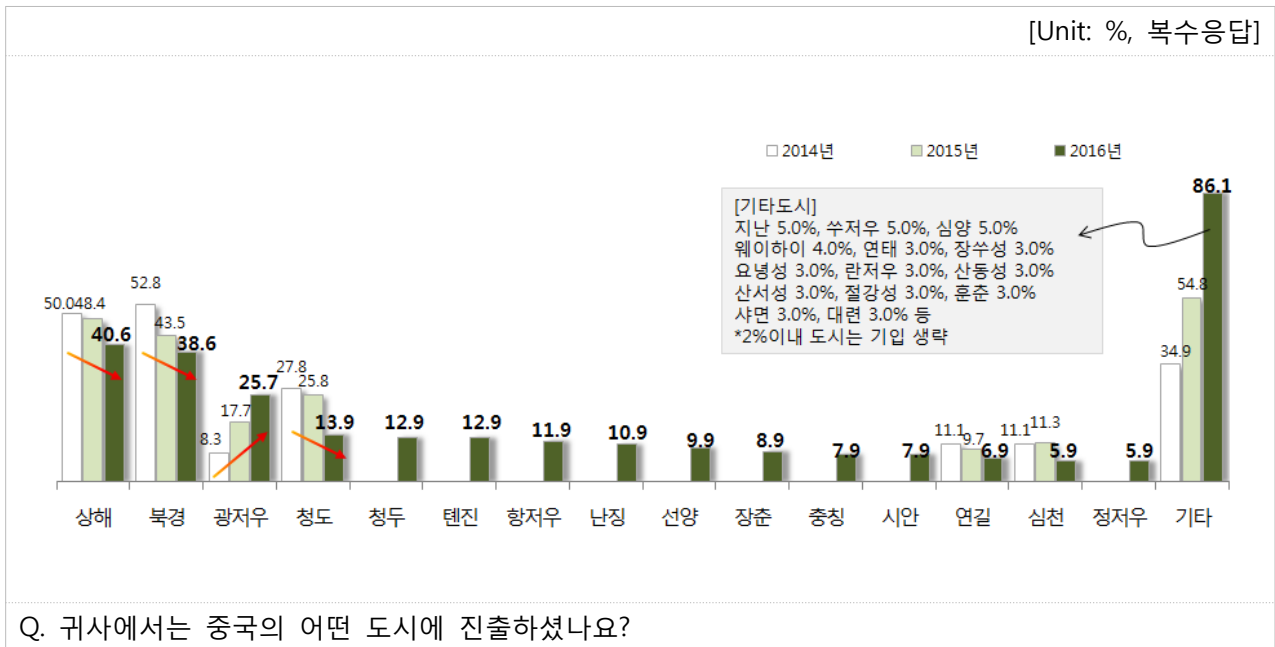
→ 뒷 장 계속

대륙	국가	진출 업체 (매장 수)	업체 수	매장 수
남 미	멕시코	릴레이인터내셔널(10), 커핀그루나루(1)	2	11
	베네수엘라	후스타일(1)	1	1
	볼리비아	후스타일(4)	1	4
	브라질	제너시스비비큐(1)	1	1
	엘살바도르	릴레이인터내셔널(4)	1	4
	코스타리카	후스타일(3)	1	3
	콜롬비아	후스타일(4), 델리스(2)	2	6
	파나마	후스타일(3), 델리스(3)	2	6
	파라과이	후스타일(5), 델리스(1)	2	6
	푸에르 토리코	릴레이인터내셔널(1)	1	1
오 세 아 니 아	피지	제너시스비비큐(2)	1	2
	호주	후스타일(14), 헤인식품(8), 푸디노에프앤디(7), 릴레이인터내셔널(5), 델리스(2), 육 칠팔(2), 탐앤탐스(2), 와플반트(1), 8푸드(1), 휴롬팜(1), 54번가푸드컨설팅(1)	11	44

4) 중국 진출 도시

- 중국내 상해·북경·광저우로의 진출 활발. 특히 광저우 진출 증가 추세
- 외식기업의 중국내 매장수가 증가하였듯이, 중국내 각 도시별 진출도 활발. 상해/북경으로의 진출은 감소하는 추세이지만 광저우로의 진출 증가세가 눈에 띈

[그림2-4] 중국 진출 도시



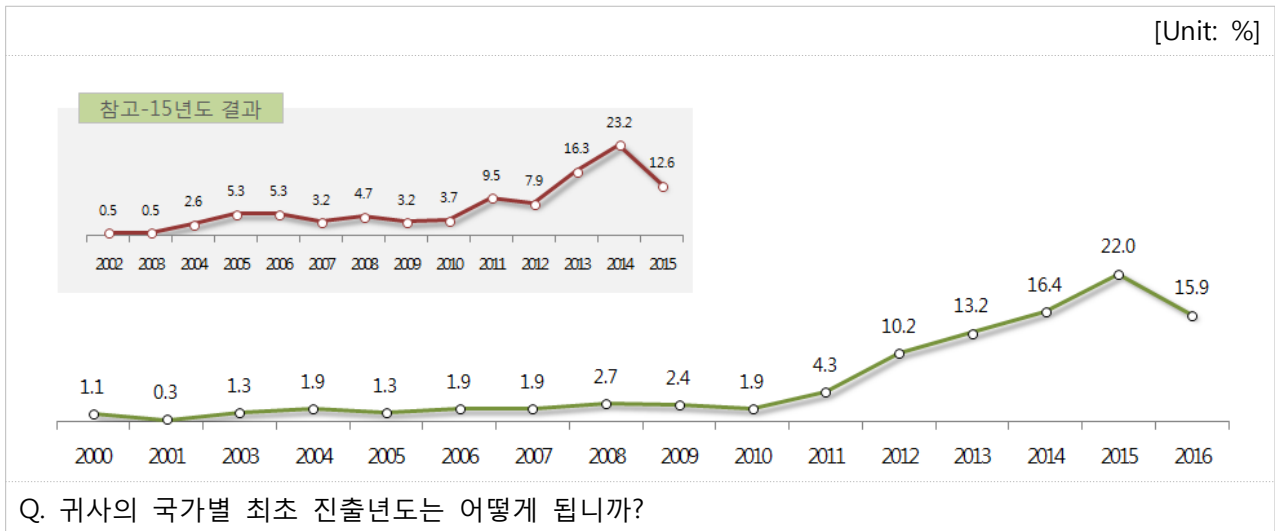
[표2-4] 중국 진출 도시(복수응답)

사례수	전체		업종									
			한식		서양식		디저트		일식		기타	
	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
상하이(上海)	40.6	41	47.4	18	36.0	9	32.3	10	0.0	0	80.0	4
베이징(北京)	38.6	39	50.0	19	44.0	11	19.4	6	50.0	1	40.0	2
광저우(廣州)	25.7	26	15.8	6	32.0	8	32.3	10	50.0	1	20.0	1
칭다오(청도)	13.9	14	18.4	7	8.0	2	16.1	5	0.0	0	0.0	0
청두(成都)	12.9	13	7.9	3	12.0	3	22.6	7	0.0	0	0.0	0
톈진(天津)	12.9	13	15.8	6	12.0	3	9.7	3	0.0	0	20.0	1
항저우(杭州)	11.9	12	10.5	4	16.0	4	12.9	4	0.0	0	0.0	0
난징(南京)	10.9	11	13.2	5	16.0	4	6.5	2	0.0	0	0.0	0
선양(瀋陽)	9.9	10	13.2	5	12.0	3	3.2	1	0.0	0	20.0	1
장춘(長春)	8.9	9	5.3	2	12.0	3	9.7	3	0.0	0	20.0	1
충칭(重?)	7.9	8	5.3	2	8.0	2	12.9	4	0.0	0	0.0	0
시안(西安)	7.9	8	2.6	1	12.0	3	12.9	4	0.0	0	0.0	0
엔지(연길)	6.9	7	2.6	1	8.0	2	12.9	4	0.0	0	0.0	0
심천(선전)	5.9	6	5.3	2	8.0	2	6.5	2	0.0	0	0.0	0
정저우(鄭州)	5.9	6	5.3	2	8.0	2	3.2	1	0.0	0	20.0	1

5) 해외 진출 시기_최초 진출년도 기준

- 2010년 이후 진출 본격화, 2015년도 진출이 가장 활발
- 2015년도 결과와 유사한 흐름을 보이고 있음

[그림2-5] 해외 진출 시기_최초 진출년도 기준



[표2-5] 해외 진출 시기_최초 진출년도 기준

사례수	전체		업종											
	(372)		한식 (119)		서양식 (97)		디저트 (142)		일식 (3)		중식 (2)		기타 (9)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
2000년 이전	1.3	5	1.7	2	1.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	22.2	2
2000년	1.1	4	0.8	1	1.0	1	0.7	1	0.0	0	0.0	0	11.1	1
2001년	0.3	1	0.8	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2003년	1.3	5	2.5	3	1.0	1	0.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2004년	1.9	7	0.8	1	2.1	2	2.8	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2005년	1.3	5	2.5	3	0.0	0	1.4	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2006년	1.9	7	0.8	1	4.1	4	1.4	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2007년	1.9	7	2.5	3	3.1	3	0.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2008년	2.7	10	3.4	4	3.1	3	2.1	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2009년	2.4	9	0.8	1	5.2	5	2.1	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2010년	1.9	7	1.7	2	1.0	1	2.8	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2011년	4.3	16	4.2	5	6.2	6	3.5	5	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2012년	10.2	38	14.3	17	5.2	5	11.3	16	0.0	0	0.0	0	0.0	0
2013년	13.2	49	10.1	12	12.4	12	15.5	22	33.3	1	0.0	0	22.2	2
2014년	16.4	61	12.6	15	23.7	23	14.8	21	0.0	0	0.0	0	22.2	2
2015년	22.0	82	26.1	31	14.4	14	23.2	33	0.0	0	100	2	22.2	2
2016년	15.9	59	14.3	17	16.5	16	16.9	24	66.7	2	0.0	0	0.0	0

[표2-5-1] 업체별 해외 최초 진출년도 현황

* 국가별 진출 년도 중 가장 빠른 년도를 최초 해외 진출 년도로 가정, 괄호안 숫자는 진출업체 개수

최초 진출년도	업체명	브랜드명	구분	주요메뉴
1996 / (2)	우래옥	우래옥	한식	냉면
	이원	투다리	비한식	닭꼬치 등
1998 / (2)	롯데리아	롯데리아, 엔제리너스	비한식	버거, 커피
	제이알에프앤로지스	종로김밥	한식	분식
2000 / (4)	델리스	델리만주	비한식	제과
	삼원가든	삼원가든	한식	육류 구이
	불로만	불로만숯불바베큐	비한식	치킨
	엠펙케이그룹	미스터피자	비한식	피자
2001 / (1)	봉추푸드식품	봉추찜닭	한식	찜닭
2003 / (2)	대호가	죽이야기	한식	죽
	제너시스비비큐	비비큐, 비비큐 치킨앤비어	비한식	치킨
2004 / (5)	가르텐	치킨퐁	비한식	치킨
	김가네	김가네김밥	한식	분식
	씨제이푸드빌	뚜레쥬르,비비고,투썸플레이스, C푸드월드,뽕스	한식, 비한식	베이커리,비빔밥, 커피,복합외식, 뷔페
	엘노핌피자	엘노핌피자	비한식	피자
	파리크라상	파리바게뜨	비한식	베이커리
2005 / (2)	놀부	놀부부대찌개&철판구이, 놀부 향아리갈비	한식	찌개, 갈비
	본아이에프	본죽	한식	죽
2006 / (3)	지헨즈	헨즈커피	비한식	커피
	한국일오삼농산	처갓집양념치킨	비한식	치킨
	행복을굽는사람들	오발탄	한식	육류 구이
2007 / (7)	교촌에프앤비	교촌치킨	비한식	치킨
	띠아모코리아	카페띠아모	비한식	젤라또, 커피
	릴레이인터내셔널	레드망고	비한식	요거트,빙수
	피티아이	포타이	비한식	쌀국수
	농협목우촌	또래오래	비한식	치킨
	본가장수상사	본가장수촌	한식	삼계탕
	참이맛	참이맛감자탕	한식	감자탕
2008 / (4)	바이올푸드	유가네닭갈비	한식	닭갈비
	벽제외식산업개발	벽제갈비,봉피양	한식	생등심
	제이비에스디	엘에이북창동순두부	한식	순두부
	한스앤컴퍼니	한스델리	비한식	돈까스
2009 / (5)	미라지식품	남가네설악추어탕	한식	추어탕
	에스에프이노베이션	스쿨푸드	한식	분식
	엔케이로지스틱스	임실N치즈피자	비한식	피자
	탐앤탐스	탐앤탐스커피	비한식	커피
	푸드넷시스템	토스피아	비한식	커피
2010 / (4)	더본코리아	본가, 백스비빔밥, 새마을식당, 홍공반점0410플러스, 제순식당, 소본가, 백스비빔밥	한식, 비한식	우삼겹, 비빔밥, 삼겹살, 중식, 순두부 등
	샤마	코코호도	비한식	제과
	올어바웃	올어바웃차	비한식	전통차
	본촌인터내셔널	본촌치킨	비한식	치킨

→ 뒷 장 계속

최초 진출년도	업체명	브랜드명	구분	주요메뉴
2011 (13)	디딤푸드	신마포갈매기	한식	갈매기살
	로띠번코리아	로띠번	비한식	로띠번
	맛깔	맛깔참죽	한식	죽
	비케이부어코리아	부어치킨	비한식	치킨
	썬앳푸드	매드포갈릭	비한식	파스타
	이티앤제우스	불고기브라더스	한식	육류 구이
	푸디노에프앤디	강정이기가막혀	한식	닭강정
	후스타일	요거베리	비한식	요거트
	위두	공돈	한식	삼겹살
	롤링라이스코리아	롤링라이스	한식	분식
	비토코리아	슬립리스인시애틀	비한식	커피
	원앤원	원할머니보쌈족발	한식	족발,보쌈
	틈새상사	틈새라면	한식	분식
2012 (17)	바인에프씨	셰프의국수전	한식	국수
	빵곰터	빵곰터	비한식	베이커리
	에스엔인더스트리	꿀빼닭강정	한식	닭강정
	오가다	오가다	한식	한방차
	오투스페이스	아딸	한식	분식
	와이본에프앤비	불볶이와튀김범벅	한식	분식
	와플반트	와플반트	비한식	와플
	육칠팔	백정	한식	삼겹살
	춘천닭갈비영농조합법인	춘천닭갈비	한식	닭갈비
	카페베네	카페베네	비한식	커피
	커피그루나루	커피그루나루	비한식	커피
	페리카나	페리카나	비한식	치킨
	할리스에프앤비	할리스커피	비한식	커피
	헤인식품	네네치킨	비한식	치킨
	썬더치킨	썬더치킨	비한식	치킨
	열봉푸드시스템	열봉찜닭	한식	찜닭
	이랜드 외식사업부	루고,애슐리,자연별곡	한식/비한식	커피/부페/한식
2013 (20)	다운에프앤씨	바비박스	비한식	도시락
	마루앤F/D	마루샤브	한식	샤브샤브
	맑음푸드	똥꼬	비한식	주점
	바스인터내셔널	위키드스노우	비한식	빙수
	브이에스컴포니	벤또랑	비한식	도시락
	비엘앤에프	치킨커플	비한식	치킨
	빅바이트에프앤비	먹쉬돈나	한식	분식
	서래스터	서래갈매기	한식	육류 구이
	에스앤큐플러스	토프레소	비한식	커피
	이앤피푸드	엠마(emma), 뽀나미(Panamie)	비한식	베이커리
	인토외식산업	외바	비한식	맥주,소시지
	커피니	커피니(COFFEENIE)	비한식	커피
	케이에이치컴퍼니	망고식스	비한식	음료
	태영에프앤비	주커피	비한식	커피
	푸드존	피자마루	비한식	피자
	화이트쇼콜라코리아	화이트쇼콜라	비한식	커피
	휴롬팜	휴롬주스카페	비한식	주스
	8푸드	팔색삼겹살	한식	삼겹살
	(주)농업회사법인 보그너	카페 보그너	비한식	커피
	54번가푸드컨설팅	피자투어	비한식	피자

→ 뒷 장 계속

최초 진출년도	업체명	브랜드명	구분	주요메뉴
2014 (34)	계림에프앤씨	오븐에꾸운닭	비한식	치킨
	김명자	김명자 낙지마당	한식	낙지볶음
	다날	dal.komm coffee	비한식	커피
	대대에프씨	꿀닭	한식	닭강정
	더굿에프앤씨	고기굽는 카페조선	한식	육류 구이
	도남에프앤에프	참치꼬치 한판	비한식	회, 꼬치
	리브가푸드시스템	맛나감자탕	한식	감자탕
	리치코리아	꿀깍치킨	비한식	치킨
	리치푸드	치르치르	비한식	치킨
	사과나무	커피베이	비한식	커피
	세나클	카페세나클	비한식	커피
	소프트리	소프트리	비한식	아이스크림
	씨엠월드에프앤씨	피제리아 나인로드	비한식	피자
	아이윈엔터프라이즈	두마리아빠통닭	비한식	치킨
	압구정	돈치킨	비한식	치킨
	JK글로벌	아들리애치킨	비한식	치킨
	에스에이치	백설공주	비한식	디저트
	에이치엔피시스템즈	더프라이팬	비한식	치킨
	에프앤디파트너	와라와라	비한식	주점
	오감만족	마시찜	한식	갈비찜
	오엠푸드	오븐마루치킨	비한식	치킨
	옥빙설	옥빙설	비한식	빙수
	용마을	용우동	한식	분식
	웰빙을만드는사람들	뽕뜨락피자	비한식	피자
	육대장	육대장	한식	냉면, 육개장
	이바돔	이바돔 감자탕	한식	감자탕
	이삭	이삭토스트	비한식	토스트
	제이앤티	더컵	한식	컵밥
	지앤푸드	굽네치킨	비한식	치킨
	테즈	아웃닭	비한식	치킨
	피자명	피자명	비한식	피자
	하노이의아침	하노이의아침	비한식	쌀국수
	햇시즈너	불닭발등대문엽기떡볶이	한식	분식
	홀랄라	홀랄라바베규치킨	비한식	치킨
2015 (37)	행복한상상에프앤비	화통삼	한식	삼겹살
	데오스글로벌	신길동매운짬뽕	비한식	짬뽕
	에스람	백년갈비	한식	육류 구이
	설앤빈	설앤빈	비한식	빙수
	영클오프드	마이마이치킨	비한식	치킨
	선진VFC	치킨파티	비한식	치킨
	이만구	교동짬뽕	비한식	면요리
	철든놈	구이혁명가 철든놈	한식	육류 구이
	비스켓글로벌	비스켓	비한식	주스
	금탑프랜차이즈	베비바나나, 말자싸롱	비한식	주점
	코푸	안동찜닭	한식	찜닭
	스위트몬스터	스위트몬스터	비한식	디저트
	바나나트리홀딩스	바나나트리	비한식	커피
	서린에프에스	치킨히어로	비한식	치킨
	55번지라면	55번지라면	한식	라면
	김군네통닭집	김군네통닭집	비한식	치킨
	다도글로벌	카페드롭탑	비한식	커피
데일리킹	포메인	비한식	쌀국수	
보승FC	미쓰족발	한식	족발	

→ 뒷 장 계속

최초 진출년도	업체명	브랜드명	구분	주요메뉴
2015 (37)	비엔비푸드시스템	불불이족발	한식	족발
	설빙	설빙	한식	빙수
	섬김과나눔	더 진국	한식	국밥
	용감한사람들	봉구비어	비한식	맥주
	유케이푸드	쌀쌀맛은닭	비한식	치킨
	음식점닥터	수제갈비	한식	육류 구이
	커피스미스에프씨	커피스미스	비한식	커피
	떼루와	떼루와	비한식	음료
	종로에프앤씨	종로할머니칼국수	한식	칼국수
	트루프렌드에프앤씨	꽃빙	비한식	빙수
	호식이두마리치킨	호식이두마리치킨	비한식	치킨
	오니규	오니기리와이규동	비한식	규동
	해마로푸드서비스	맘스터치	비한식	치킨
	스마일에프씨	아봉	비한식	제과
	씨엠씨에프씨	종로상회	한식	삼겹살
	참에프앤디	크레이지떡	한식	분식
	아브라카다브라	아브라카다브라	비한식	치킨
엔에이치에프	칠성포차	한식	찜닭	
2016 (22)	맥스원이링크	셀렉토커피	비한식	커피
	에스지푸드시스템	소공동떡배기집	한식	찌개
	라팜	라팜	비한식	베이커리
	츄릅	호미빙	비한식	빙수
	가업에프씨	구이가	한식	육류 구이
	강동오케익	풍년제과	비한식	베이커리
	고선생푸드	고선생 고로케	비한식	고로케, 음료
	공영식품	기소야, 신기소, 멘타로	비한식	소바, 나베
	비엔피푸드	빨봉분식	한식	분식
	빵장수단팥빵	빵장수단팥빵	비한식	단팥빵
	스트릿츄러스	스트릿츄러스	비한식	츄러스
	엠지에이치	갈비파티	한식	육류 구이
	원스에프앤비	원스커피공방	비한식	베이커리
	치어스	치어스	비한식	치킨
	혜만테크	데소	비한식	베이커리
	에브릿	소담애족발보쌈	한식	족발, 보쌈
	호박패밀리	호박식당	한식	육류 구이
	에땅	피자에땅	비한식	피자
	이루에프씨	바른치킨	비한식	치킨
	케이더블유프랜차이즈	쉐프의 부대찌개	한식	찌개
	쿠산코리아	아비꼬카레	비한식	카레
	일동인터내쇼날	둘둘치킨	비한식	치킨

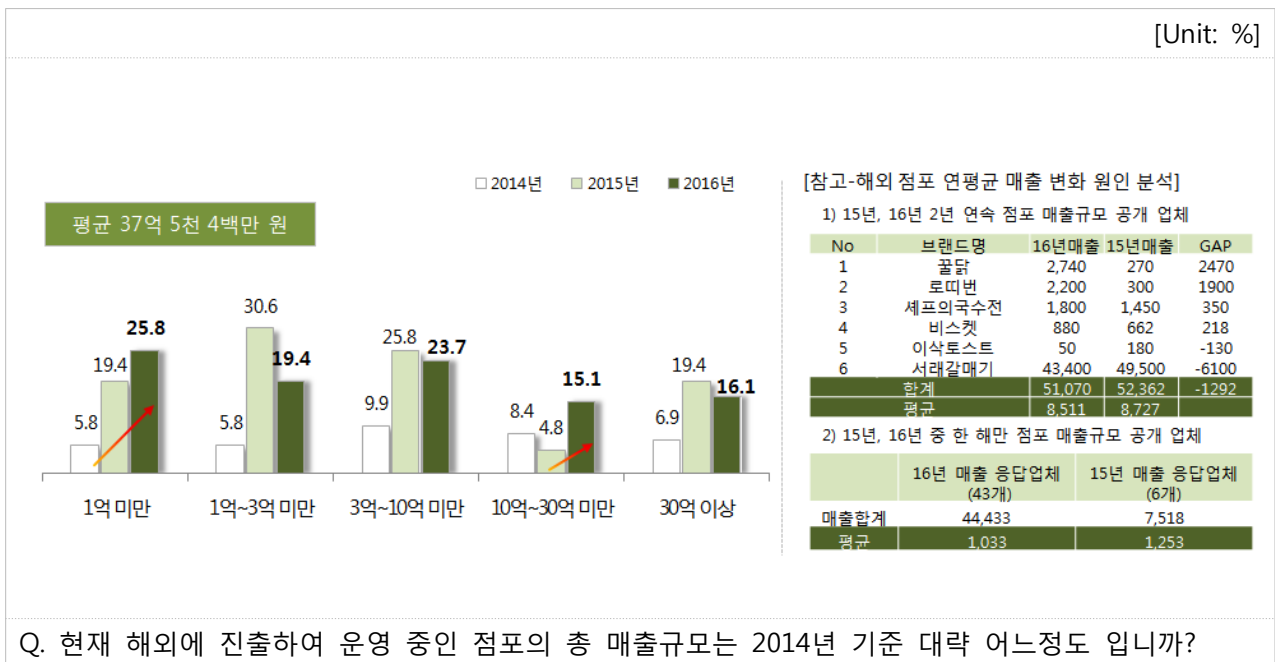
6) 해외 점포 매출 규모

-2015년도 해외 점포 연평균 매출액 약 37억 원

-외식기업 의 해외 점포별 평균 매출액 규모는 약 37억 수준, 전년도 점포 평균 매출액(59억)대비 낮은 수치

☞ 15년/16년 모두 공개한 업체의 점포 평균 매출액은 큰 변화 없음. 또 한 해만 매출 공개한 경우 비교결과 평균은 비슷한 수준. 즉, 16년도에는 매출 공개한 업체수가 전년도 대비 상대적으로 많아 전체 평균값이 전년도 대비 하락한 것으로 보이나, 실제로는 비슷한 수준을 유지하고 있음

[그림2-6] 해외 점포 매출 규모



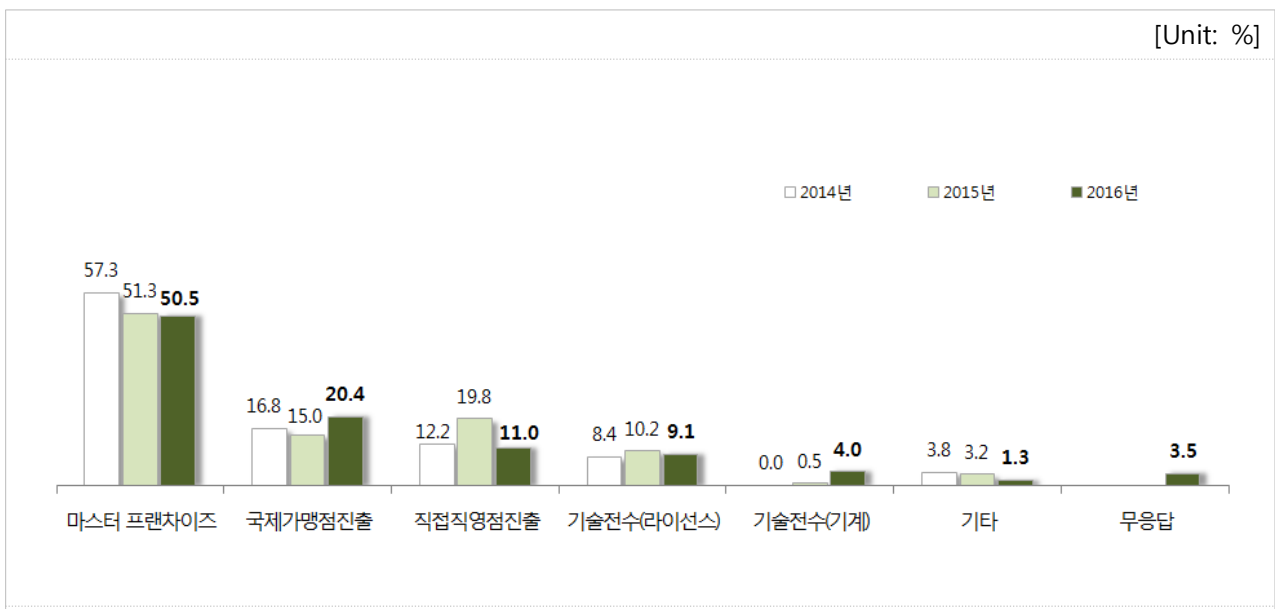
[표2-6] 해외 점포 매출 규모

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(93)		(38)		(21)		(31)		(1)		(1)		(1)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
1억 미만	25.8	24	13.2	5	28.6	6	41.9	13	0.0	0	0.0	0	0.0	0
1억~3억 미만	19.4	18	18.4	7	19.0	4	19.4	6	0.0	0	100	1	0.0	0
3억~10억 미만	23.7	22	28.9	11	23.8	5	12.9	4	100	1	0.0	0	100	1
10억~30억 미만	15.1	14	15.8	6	23.8	5	9.7	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0
30억 이상	16.1	15	23.7	9	4.8	1	16.1	5	0.0	0	0.0	0	0.0	0
평균 : (백만원)	3754.5		5113.4		925.5		4325.9		500.0		100.0		720.0	

기 해외 진출 사업 유형

- 해외 진출 시 마스터 프랜차이즈 형태로의 진출 활발
- 외식기업의 해외 진출시 과반수 이상이 마스터 프랜차이즈 방식으로 진출하고 있으나, 그 비중은 조금씩 낮아지는 추세
- ☞ 기업체들이 현지 파트너들의 역량에 따라 점점 다양한 진출 사업 방식을 선택하는 경향을 보임

[그림2-7] 해외 진출 사업 유형



Q. 국가별 사업방식은 다음 중 어떤 것입니까?

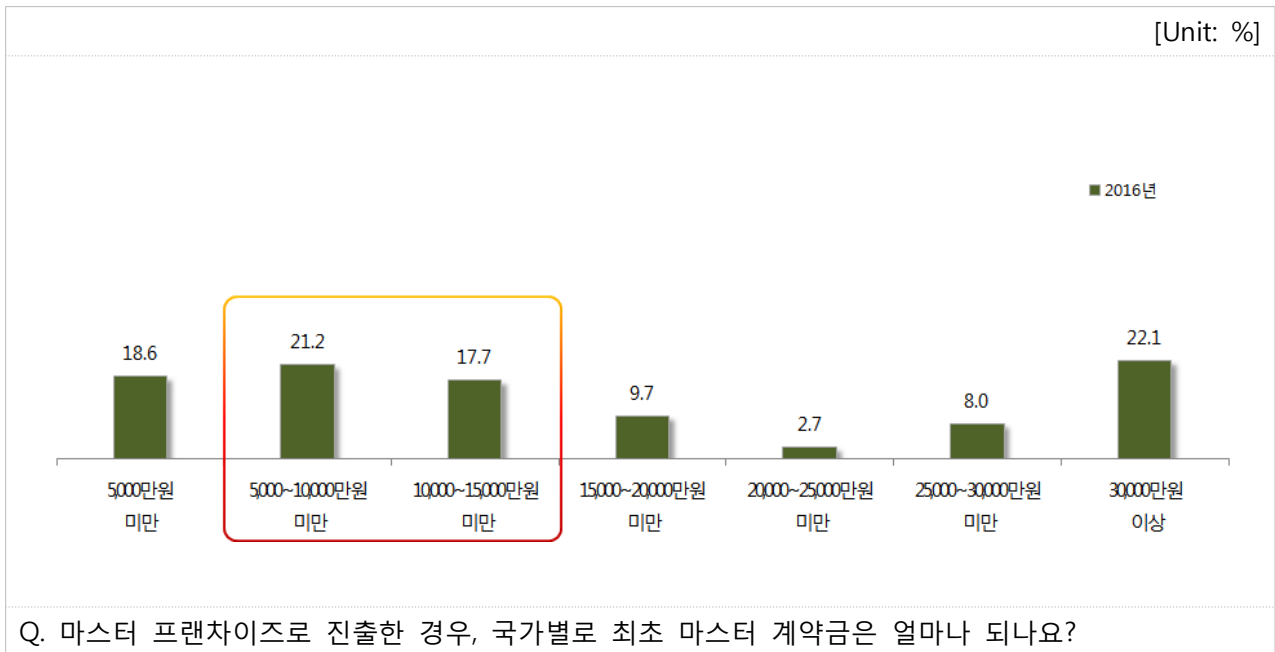
[표2-7] 해외 진출 사업 유형

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(372)		(119)		(97)		(142)		(3)		(2)		(9)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
마스터 프랜차이즈	50.5	188	36.1	43	64.9	63	52.8	75	33.3	1	50.0	1	55.6	5
국제 가맹점 진출	20.4	76	28.6	34	17.5	17	15.5	22	66.7	2	0.0	0	11.1	1
직접 직영점 진출	11.0	41	13.4	16	7.2	7	12.7	18	0.0	0	0.0	0	0.0	0
기술 전수(라이선스)	9.1	34	13.4	16	5.2	5	7.7	11	0.0	0	50.0	1	11.1	1
기술 전수(기계만 판매)	4.0	15	0.8	1	0.0	0	9.9	14	0.0	0	0.0	0	0.0	0
합자	1.3	5	2.5	3	0.0	0	1.4	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
무응답	3.5	13	5.0	6	5.2	5	0.0	0	0.0	0	0.0	0	22.2	2

10) 마스터 계약금

- 마스터 프랜차이즈 방식으로 진출 시, 계약금 5천~1.5억 체결 다수
- 마스터 프랜차이즈로 진출한 경우 국가별 최초 마스터 계약금은 5천~1.5억 수준이 가장 많으며, 그 다음으로는 2.5억~3억 이상의 계약을 체결하는 경우 많음

[그림2-10] 마스터 계약금



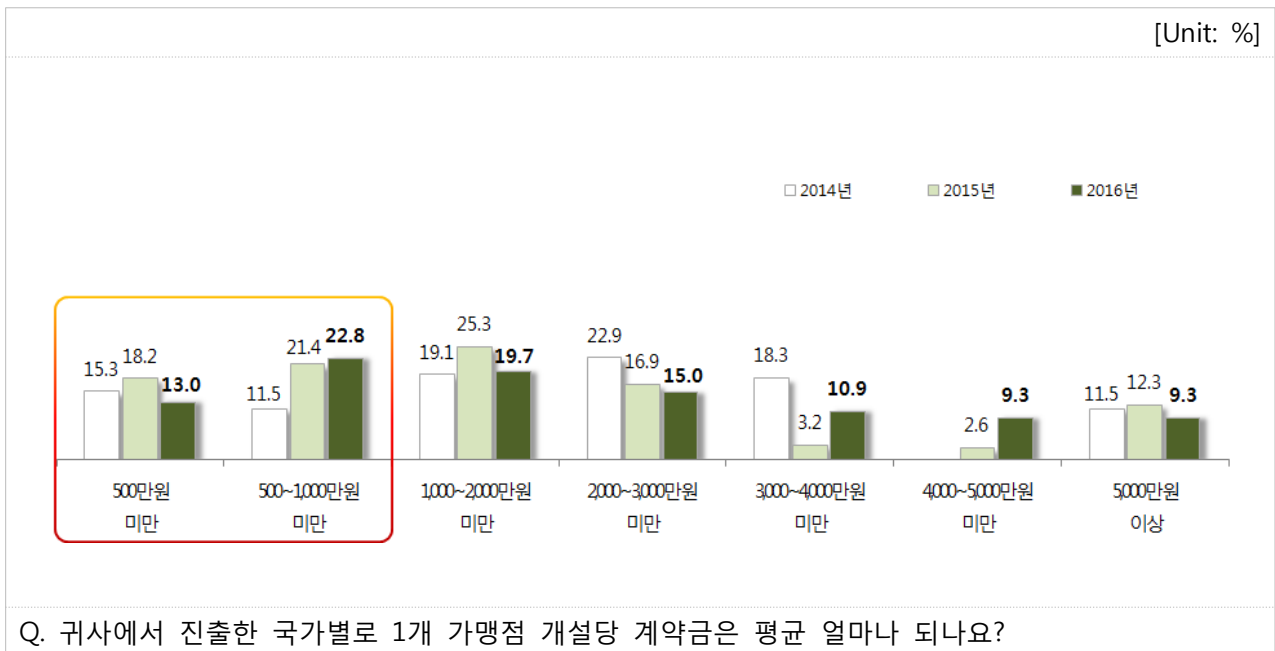
[표2-10] 마스터 계약금

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(113)		(29)		(39)		(39)		(1)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
5,000만원 미만	18.6	21	13.8	4	15.4	6	25.6	10	0.0	0	0.0	0	25.0	1
5,000~10,000만원 미만	21.2	24	37.9	11	20.5	8	12.8	5	0.0	0	0.0	0	0.0	0
10,000~15,000만원 미만	17.7	20	3.4	1	5.1	2	43.6	17	0.0	0	0.0	0	0.0	0
15,000~20,000만원 미만	9.7	11	10.3	3	17.9	7	2.6	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
20,000~25,000만원 미만	2.7	3	3.4	1	2.6	1	2.6	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
25,000~30,000만원 미만	8.0	9	13.8	4	7.7	3	0.0	0	100	1	100	1	0.0	0
30,000만원 이상	22.1	25	17.2	5	30.8	12	12.8	5	0.0	0	0.0	0	75.0	3

11) 가맹점당 계약금

- 해외 1개 매장 개설 시 계약금은 1천만 원 이하 다수
- 매장 당 계약금은 1천만 원 미만이 가장 많으나, 전년도 대비 3천만 원~5천만 원 사이로 계약하는 경우 증가함

[그림2-11] 가맹점당 계약금



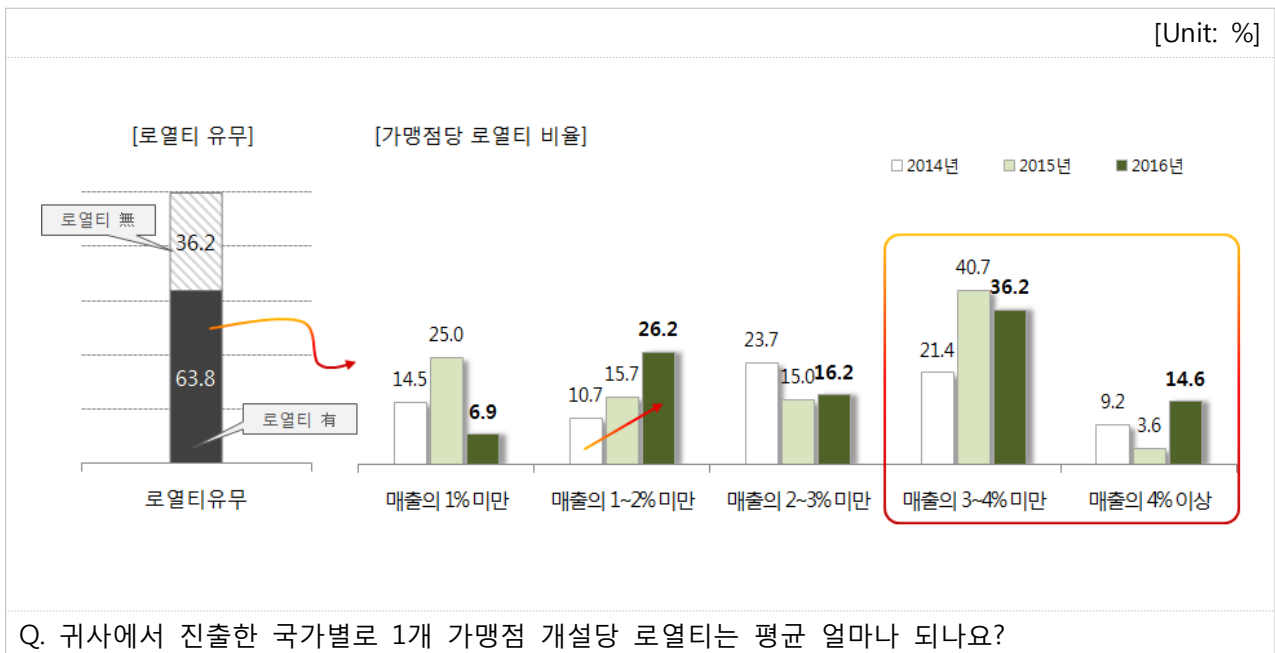
[표2-11] 가맹점당 계약금

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(193)		(73)		(51)		(63)		(1)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
500만원 미만	13.0	25	11.0	8	13.7	7	15.9	10	0.0	0	0.0	0	0.0	0
500~1,000만원 미만	22.8	44	8.2	6	51.0	26	14.3	9	0.0	0	0.0	0	75.0	3
1,000~2,000만원 미만	19.7	38	31.5	23	9.8	5	12.7	8	100	1	100	1	0.0	0
2,000~3,000만원 미만	15.0	29	2.7	2	3.9	2	38.1	24	0.0	0	0.0	0	25.0	1
3,000~4,000만원 미만	10.9	21	15.1	11	13.7	7	4.8	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0
4,000~5,000만원 미만	9.3	18	12.3	9	3.9	2	11.1	7	0.0	0	0.0	0	0.0	0
5,000만원 이상	9.3	18	19.2	14	3.9	2	3.2	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0

12) 가맹점당 로열티

- 해외 진출 외식기업 63.8% 가맹점당 로열티 있음
- 가맹점당 매출의 3%이상 책정하는 경우 다수
- 가맹점당 매출의 1~2%대의 로열티를 책정하여 사업을 운영하는 경우가 지속적으로 증가하는 추세이지만, 여전히 3% 이상으로 책정하는 경우가 가장 많음
- ☞ **매출의 1~2%를 로열티로 책정하는 기업체 중 해외 점포수 10개 미만의 기업체 다수 포함됨. 신규 진출 및 해외 점포수가 많지 않는 중소기업의 해외 진출이 증가함에 따라 1~2%대 로열티 비중이 증가하는 것으로 판단됨**

[그림2-12] 가맹점당 로열티



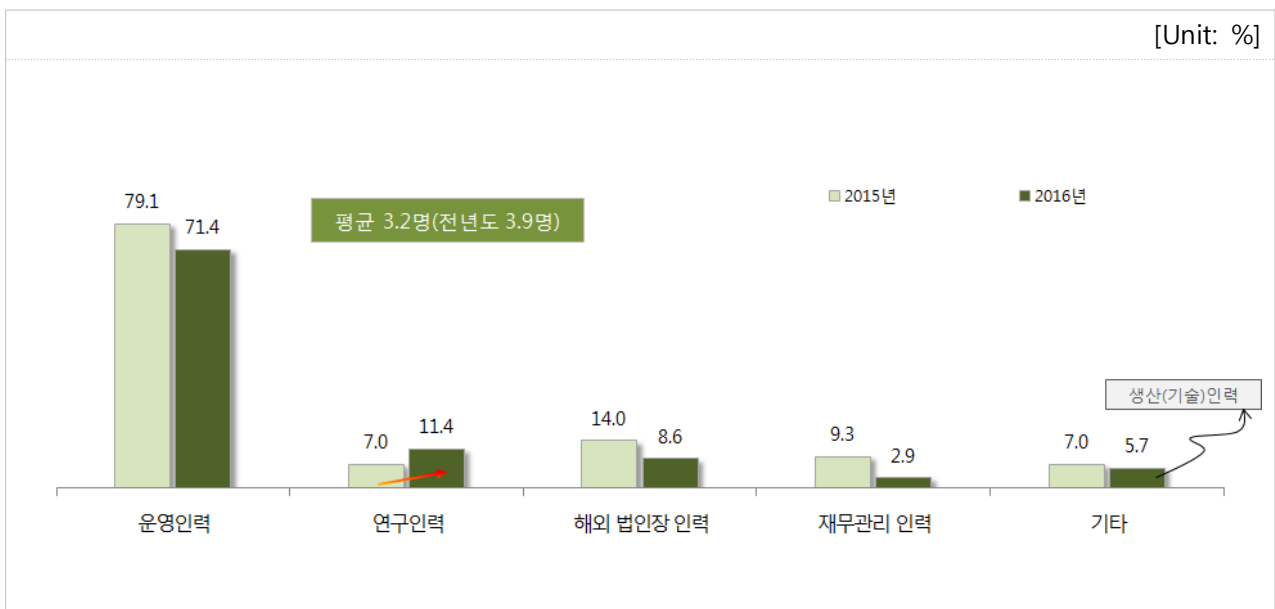
[표2-12] 가맹점당 로열티

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(130)		(53)		(31)		(40)		(1)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
매출의 1% 미만	6.9	9	13.2	7	3.2	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	25.0	1
매출의 1~2% 미만	26.2	34	9.4	5	9.7	3	60.0	24	100	1	100	1	0.0	0
매출의 2~3% 미만	16.2	21	18.9	10	9.7	3	20.0	8	0.0	0	0.0	0	0.0	0
매출의 3~4% 미만	36.2	47	41.5	22	71.0	22	7.5	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0
매출의 4% 이상	14.6	19	17.0	9	6.5	2	12.5	5	0.0	0	0.0	0	75.0	3

13) 해외진출 담당 인력

- 해외 진출 담당 인력 평균 3.2명. 대부분 운영인력으로 구성
- 해외 진출 담당 인력 수는 전년도와 비슷한 수준. 단 운영 인력 수는 감소한 반면, 연구 인력 수는 증가하여 외식기업체에서 해외진출 시 메뉴관련 연구 인력의 수를 증가시키고 있는 것으로 판단됨

[그림2-13] 해외진출 담당 인력



Q. 귀사의 해외진출을 담당하고 있는 정규직 인원은 총 몇 명인가요?

[표2-13] 해외진출 담당 인력

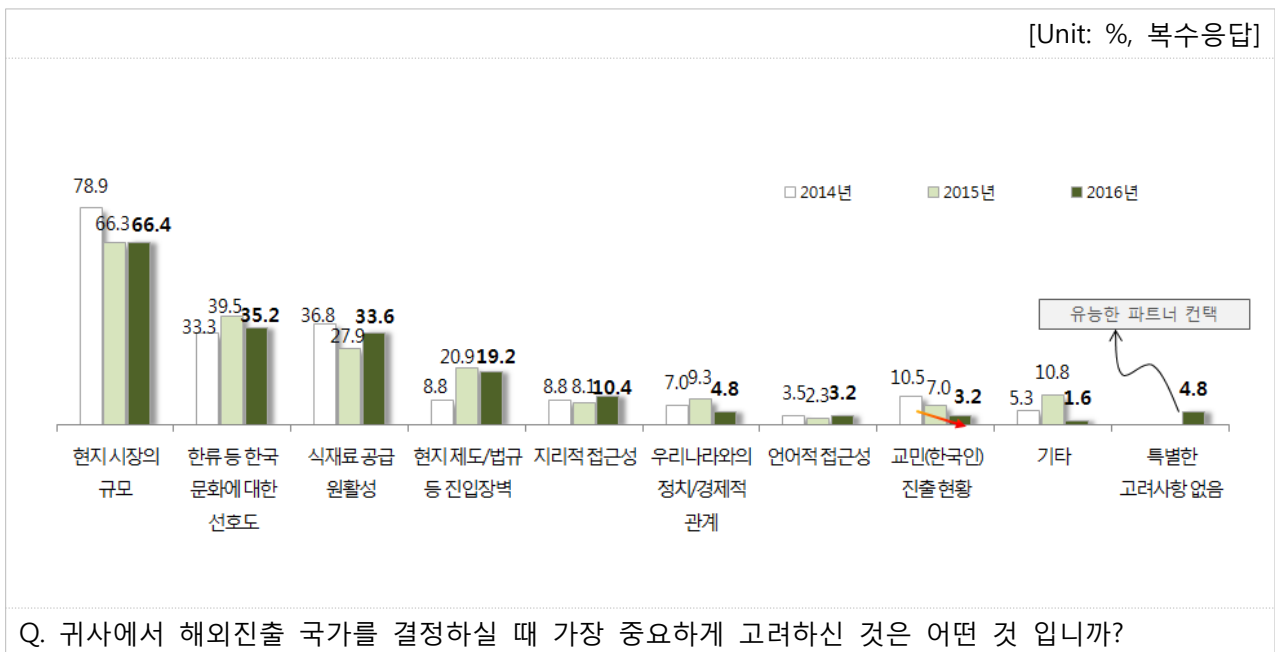
	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(35)		(15)		(6)		(11)		(1)		(1)		(1)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
운영인력	71.4	25	80.0	12	50.0	3	63.6	7	100	1	100	1	100	1
연구인력	11.4	4	6.7	1	33.3	2	9.1	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
해외 법인장 인력	8.6	3	6.7	1	16.7	1	9.1	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
재무관리 인력	2.9	1	0.0	0	0.0	0	9.1	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
생산(기술)인력	5.7	2	6.7	1	0.0	0	9.1	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0

3. 해외 진출 과정 분석

1) 진출국가 결정 시 고려사항

- 해외진출 전, '현지시장의 규모' 및 '한류 문화 선호도' 등 우선 고려
- 해외 진출 시 식재료 공급의 원활성을 우선 고려하는 비율이 전년도 대비 상승하였으며, 해외 국가별 교민(한국인) 진출 현황에 대한 고려는 점점 줄어드는 추세
- ☞ 외식기업들의 해외 진출 시 교민(한국인)이 아닌 현지인을 주 타겟으로 설정하는 것으로 판단됨

[그림2-14] 진출국가 결정 시 고려사항



[표2-14] 진출국가 결정 시 고려사항(복수응답)

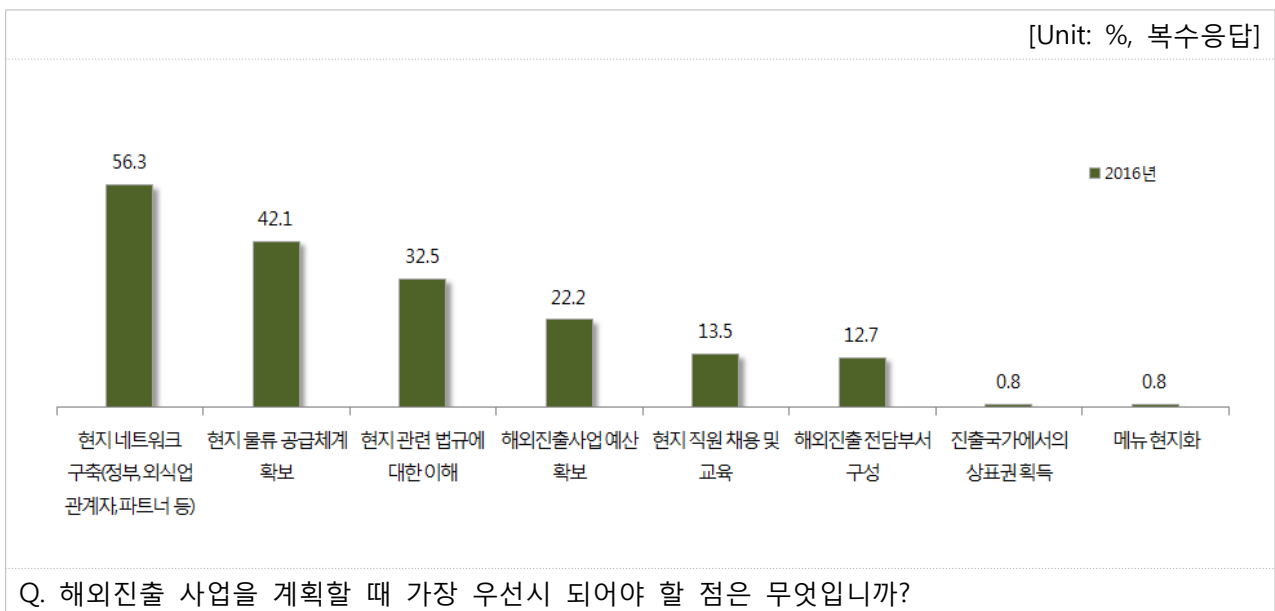
사례수	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
사례수	(125)		(44)		(38)		(36)		(2)		(2)		(3)	
현지 시장의 규모	66.4	83	63.6	28	60.5	23	77.8	28	0.0	0	50.0	1	100	3
한류 등 한국 문화 선호도	35.2	44	50.0	22	23.7	9	30.6	11	50.0	1	50.0	1	0.0	0
식재료 공급 원활성	33.6	42	31.8	14	36.8	14	36.1	13	0.0	0	0.0	0	33.3	1
현지 제도/법규 등 장벽	19.2	24	13.6	6	18.4	7	25.0	9	50.0	1	50.0	1	0.0	0
지리적 접근성	10.4	13	13.6	6	13.2	5	5.6	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한국과 정치/경제적 관계	4.8	6	6.8	3	0.0	0	2.8	1	50.0	1	0.0	0	33.3	1
언어적 접근성	3.2	4	2.3	1	2.6	1	2.8	1	0.0	0	50.0	1	0.0	0
교민 진출 현황	3.2	4	0.0	0	2.6	1	2.8	1	50.0	1	0.0	0	33.3	1
유능한 파트너사 컨택	1.6	2	0.0	0	5.3	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
특별한 이유 없음	4.8	6	2.3	1	7.9	3	5.6	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0

2) 해외진출 사업 계획 시 고려사항

-해외진출 사업 계획시, '현지 네트워크 구축' 가장 우선 고려

☞ 해외 진출 국가를 선정하여 사업 계획에 있어 가장 중요한 점은 정부·현지 파트너 등 네트워크를 구축하는 것이며, 이는 투자 예산, 전담부서 구성 등 기업체 내부의 사업 계획 준비 보다 더 우선시 되고 있음을 확인할 수 있음

[그림2-15] 해외진출 사업 계획 시 고려사항



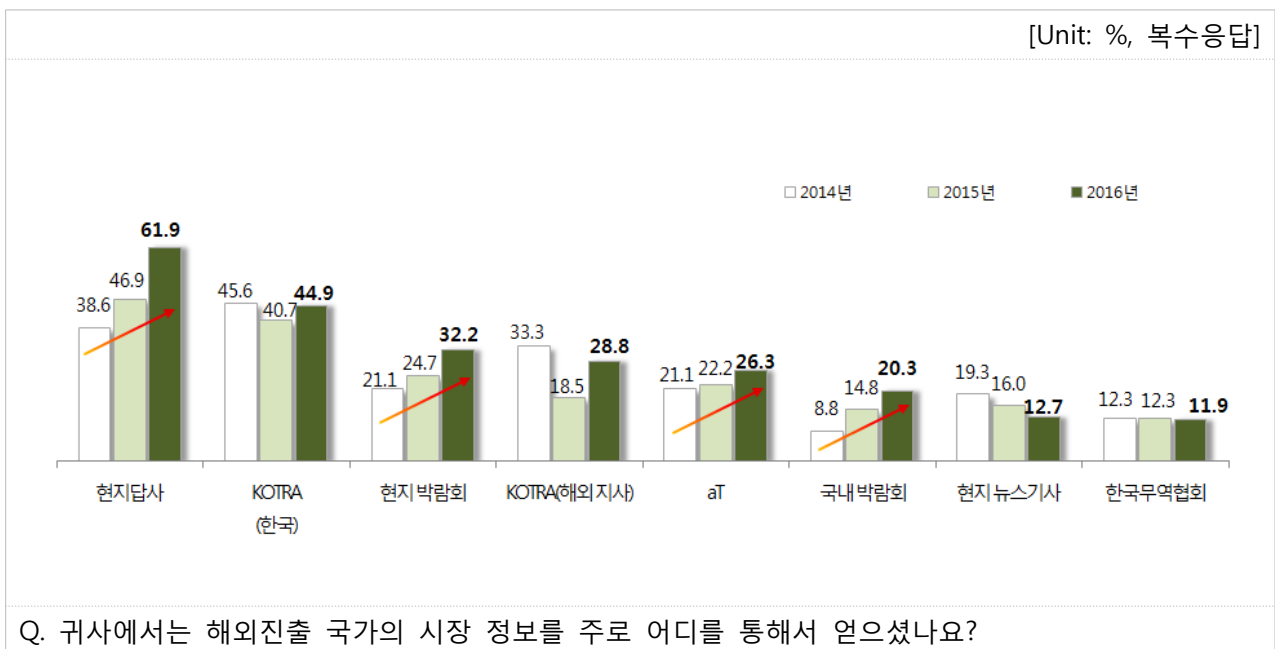
[표2-15] 해외진출 사업 계획 시 고려사항 (복수응답)

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(126)		(44)		(38)		(37)		(2)		(2)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
현지 네트워크 구축	56.3	71	54.5	24	60.5	23	51.4	19	50.0	1	100	2	66.7	2
현지 물류 공급체계 확보	42.1	53	38.6	17	39.5	15	48.6	18	0.0	0	50.0	1	66.7	2
현지 법규 이해	32.5	41	34.1	15	36.8	14	29.7	11	0.0	0	0.0	0	33.3	1
해외진출사업 예산 확보	22.2	28	25.0	11	15.8	6	24.3	9	50.0	1	50.0	1	0.0	0
현지 직원 채용 및 교육	13.5	17	11.4	5	5.3	2	21.6	8	50.0	1	0.0	0	33.3	1
해외진출 전담부서 구성	12.7	16	18.2	8	10.5	4	10.8	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0
진출국에서의 상표권 획득	0.8	1	0.0	0	0.0	0	2.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
메뉴 현지화	0.8	1	2.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

3) 해외진출 국가 시장 정보원

- 해외진출 국가 정보는 '현지답사'를 통해서 수집 다수
- 현지답사 비율뿐만 아니라, aT 및 국내/해외 박람회를 통해 해당 국가의 정보를 수집하는 사례 지속 증가 추세
- ☞ 외식기업체 해외정보 수집 시 국내/해외 현지 박람회를 지원하는 aT 에 대한 의존도 및 그 역할의 중요도는 계속 높아질 것으로 예상됨

[그림2-16] 해외진출 국가 시장 정보원



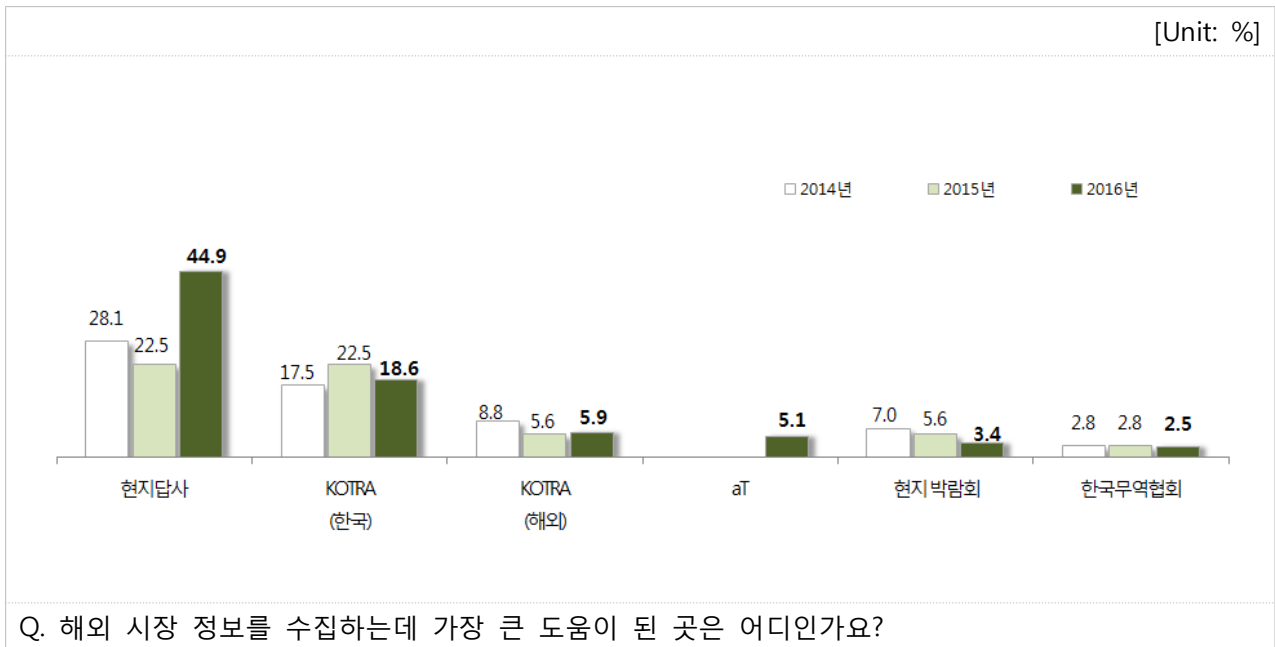
[표2-16] 해외진출 국가 시장 정보원(복수응답)

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(118)		(42)		(37)		(34)		(2)		(1)		(2)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
해외 현지 직접 답사	61.9	73	59.5	25	62.2	23	61.8	21	100	2	100	1	50.0	1
KOTRA(한국)	44.9	53	52.4	22	32.4	12	50.0	17	0.0	0	0.0	0	100	2
해외 현지 박람회	32.2	38	38.1	16	21.6	8	38.2	13	0.0	0	0.0	0	50.0	1
KOTRA(해외 지사)	28.8	34	26.2	11	29.7	11	29.4	10	0.0	0	0.0	0	100	2
한국농수산식품유통공사(aT)	26.3	31	38.1	16	16.2	6	20.6	7	50.0	1	0.0	0	50.0	1
국내 박람회	20.3	24	23.8	10	16.2	6	20.6	7	0.0	0	0.0	0	50.0	1
해외 현지 뉴스 기사	12.7	15	11.9	5	13.5	5	14.7	5	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한국무역협회(KITA)	11.9	14	14.3	6	10.8	4	8.8	3	0.0	0	0.0	0	50.0	1

4) 해외진출 국가 시장 중요 정보원

- 현지답사 통해 얻은 정보 만족도 가장 높음
- 해외진출 시 현지답사를 통해 얻은 정보에 대한 의존도가 매우 높은 수준이며, 그 외 aT/KOTRA/한국무역협회 등 정부기관의 정보 영향력도 높은 편임

[그림2-17] 해외진출 국가 시장 중요 정보원



[표2-17] 해외진출 국가 시장 중요 정보원

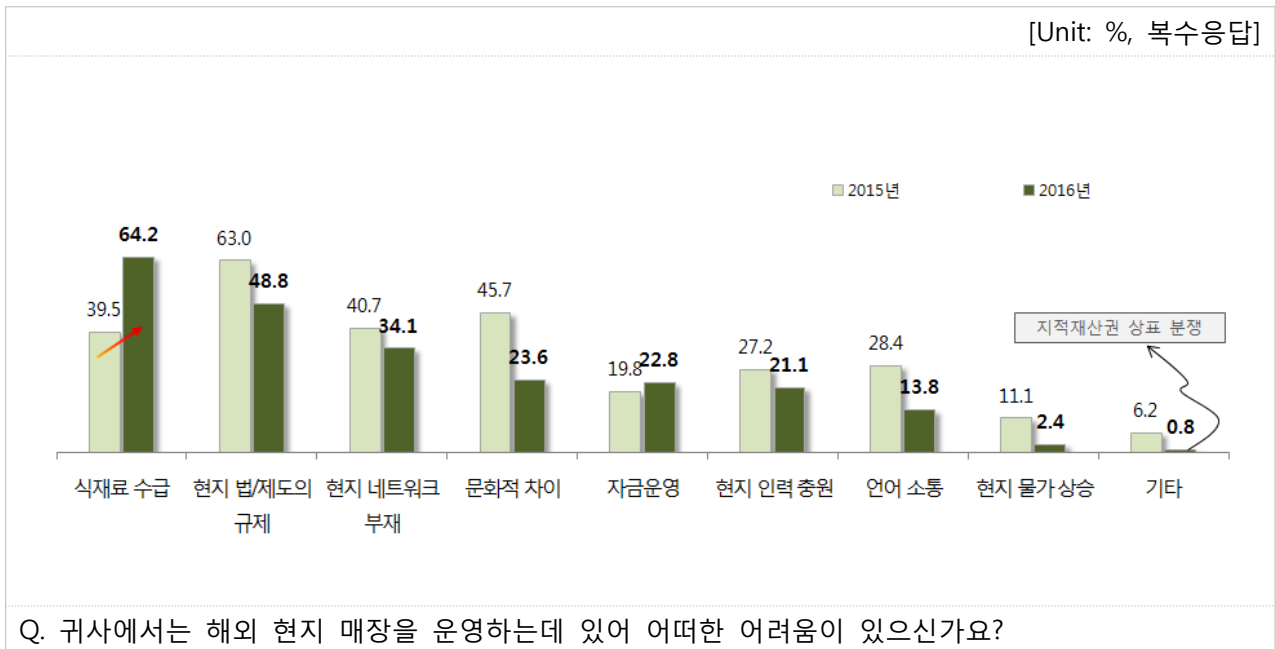
	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(118)		(42)		(37)		(34)		(2)		(1)		(2)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
해외 현지 직접 답사	44.9	53	42.9	18	54.1	20	38.2	13	50.0	1	100	1	0.0	0
KOTRA(한국)	18.6	22	19.0	8	13.5	5	20.6	7	0.0	0	0.0	0	100	2
KOTRA(해외 지사)	5.9	7	7.1	3	8.1	3	2.9	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한국농수산식품유통공사(aT)	5.1	6	4.8	2	0.0	0	8.8	3	50.0	1	0.0	0	0.0	0
해외 현지 박람회	3.4	4	2.4	1	2.7	1	5.9	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한국무역협회(KITA)	2.5	3	2.4	1	2.7	1	2.9	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0

4. 해외 매장 운영

1) 현지 매장 운영 애로사항

- 현지 매장 운영 시 '식재료 수급' 문제 가장 큰 애로사항
- 중국, 동남아국가 등 아시아 국가로 식재료 수출시 국가별 규제가 까다롭고, 현지 조달이 어려운 식재료 및 국내산 식재료 수출시 물류비용 부담 등의 이유로 식재료 수급에 어려움이 있음

[그림2-18] 현지 매장 운영 애로사항



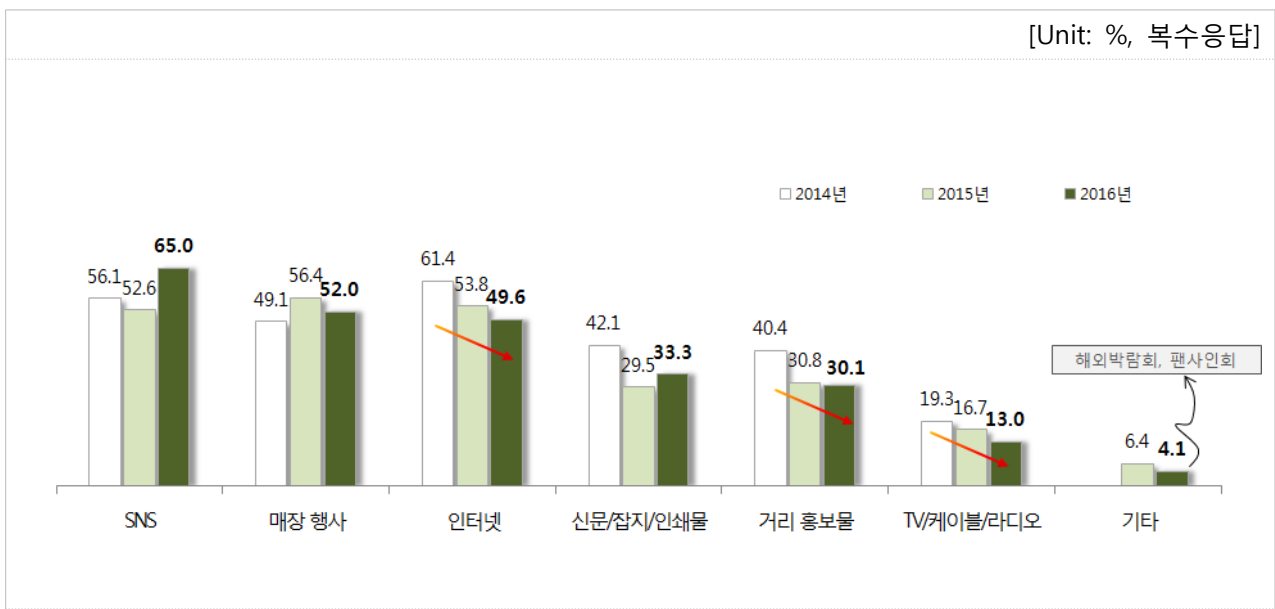
[표2-18] 현지 매장 운영 애로사항(복수응답)

사례수	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
사례수	(123)		(41)		(38)		(37)		(2)		(2)		(3)	
식재료 수급	64.2	79	78.0	32	57.9	22	51.4	19	50.0	1	100	2	100	3
현지 법/제도의 규제	48.8	60	53.7	22	42.1	16	54.1	20	50.0	1	50.0	1	0.0	0
현지 네트워크 부재	34.1	42	24.4	10	39.5	15	37.8	14	0.0	0	50.0	1	66.7	2
문화적 차이	23.6	29	19.5	8	28.9	11	21.6	8	0.0	0	0.0	0	66.7	2
자금운영	22.8	28	26.8	11	18.4	7	21.6	8	50.0	1	50.0	1	0.0	0
현지 인력 총원	21.1	26	24.4	10	18.4	7	21.6	8	50.0	1	0.0	0	0.0	0
언어 소통	13.8	17	14.6	6	10.5	4	18.9	7	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지 물가 상승	2.4	3	2.4	1	0.0	0	5.4	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
지적재산권 상표 분쟁	0.8	1	0.0	0	0.0	0	2.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0

2) 현지 매장 프로모션

- 해외 매장 프로모션 진행시 SNS(블로그, 카페, 페이스북 등) 활용 다수
- 거리홍보물, 미디어 활용, 인터넷 등을 활용한 프로모션은 지속 감소하는 추세. 이는 비용 부담의 문제와도 연관성이 있어 보임. 반면 SNS(블로그, 카페, 페이스북 등) 이용자 확산에 따라 관련 프로모션도 증가하는 추세임

[그림2-19] 현지 매장 프로모션



Q. 귀사에서는 해외 현지 매장의 프로모션은 어떤 식으로 진행하고 있나요?

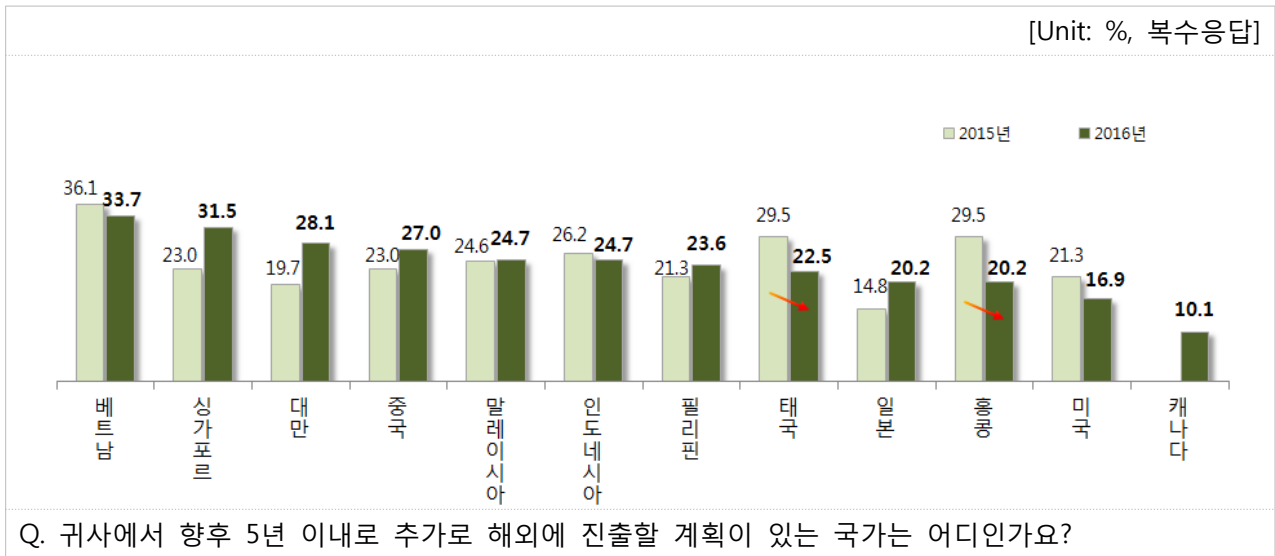
[표2-19] 현지 매장 프로모션(복수응답)

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(123)		(43)		(37)		(36)		(2)		(2)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
SNS	65.0	80	69.8	30	59.5	22	63.9	23	50.0	1	50.0	1	100	3
매장 행사	52.0	64	46.5	20	40.5	15	69.4	25	100	2	0.0	0	66.7	2
인터넷	49.6	61	55.8	24	43.2	16	47.2	17	50.0	1	0.0	0	100	3
신문/잡지/인쇄물	33.3	41	44.2	19	24.3	9	27.8	10	0.0	0	50.0	1	66.7	2
거리 홍보물	30.1	37	27.9	12	32.4	12	30.6	11	0.0	0	0.0	0	66.7	2
TV/케이블/라디오	13.0	16	11.6	5	13.5	5	13.9	5	0.0	0	0.0	0	33.3	1
해외박람회	1.6	2	2.3	1	2.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
팬사인회	0.8	1	0.0	0	2.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

5. 추가 진출 희망 국가

- 향후 추가 진출 희망 국가는 베트남·싱가포르 등 동남아 지역
- 베트남으로의 추가 진출은 전년도에 이어 희망 1순위 국가. 반면 전년도에 추가 희망 진출 국가 중 상위에 있던 태국, 홍콩 등의 추가 진출 희망율은 전년도 대비 하락함(해외진출 국가 중 홍콩의 경우 전년도 대비 4.4%p 증가, 태국 2.0%p 증가한 것으로 보아, 2015년 조사 시 홍콩과 태국 진출을 희망했던 국가는 진출이 완료된 것으로 판단됨)

[그림2-20] 추가 진출 희망 국가



[표2-20] 추가 진출 희망 국가(복수응답)

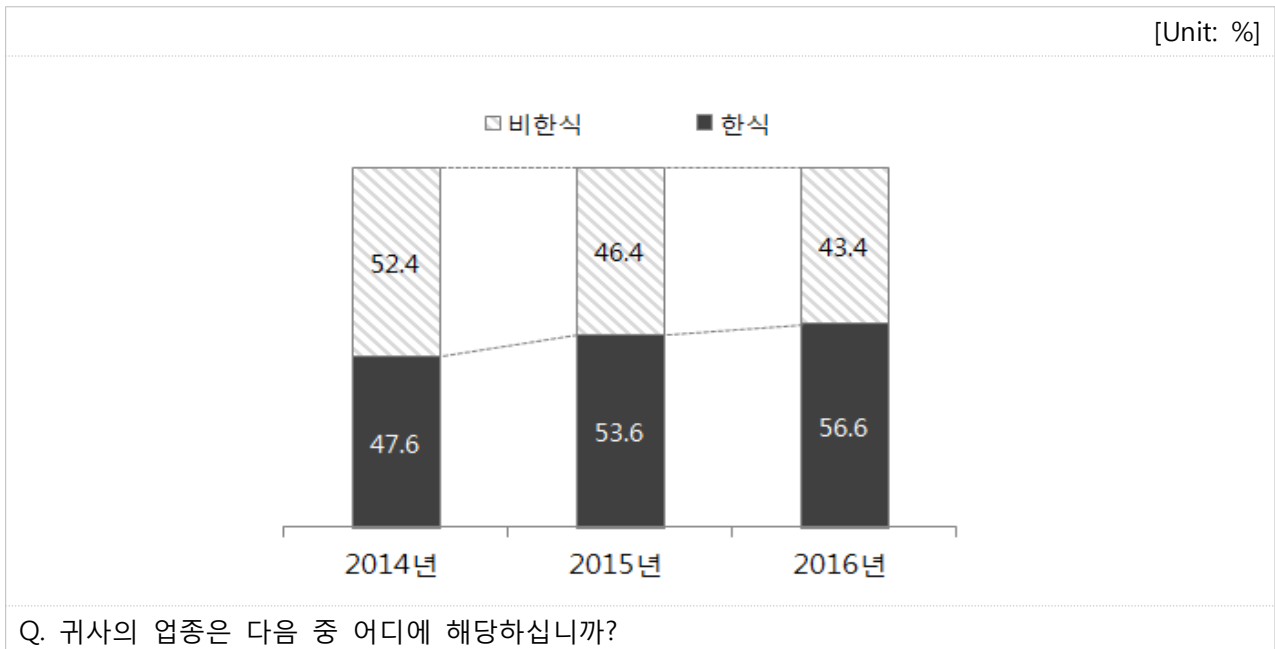
전체 (89)		전체 (89)		전체 (89)	
사례수	단위	사례수	단위	사례수	단위
33.7	(%)	10.1	(%)	2.2	(%)
30	(개)	9	(개)	2	(개)
31.5	(%)	9.0	(%)	2.2	(%)
28	(개)	8	(개)	2	(개)
28.1	(%)	7.9	(%)	2.2	(%)
25	(개)	7	(개)	2	(개)
27.0	(%)	6.7	(%)	2.2	(%)
24	(개)	6	(개)	2.2	(%)
24.7	(%)	5.6	(%)	2.2	(%)
22	(개)	5	(개)	2.2	(%)
24.7	(%)	5.6	(%)	2.2	(%)
22	(개)	5	(개)	2.2	(%)
23.6	(%)	4.5	(%)	1.1	(%)
21	(개)	4	(개)	1	(개)
22.5	(%)	4.5	(%)	1.1	(%)
20	(개)	4	(개)	1	(개)
20.2	(%)	3.4	(%)	1.1	(%)
18	(개)	3	(개)	1	(개)
20.2	(%)	3.4	(%)	1.1	(%)
18	(개)	3	(개)	1	(개)
16.9	(%)	3.4	(%)	1.1	(%)
15	(개)	3	(개)	1	(개)

6. 진출 희망 업체

1) 진출 희망 업체 주 업종

- 해외 진출 희망 업체 57% 한식 업종(세부 업종은 육류구이)
- 해외 비진출 기업체 중 한식업종의 해외진출 희망률이 지속적으로 상승하고 있음

[그림2-21] 진출 희망 업체 주 업종



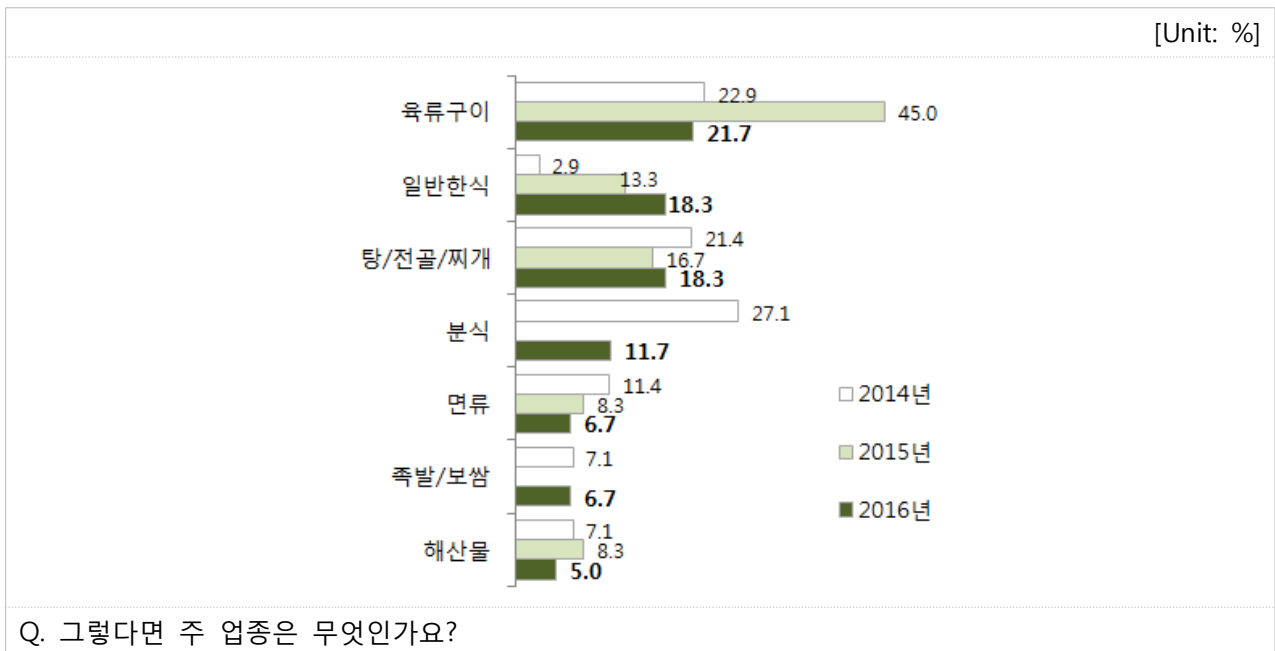
[표2-21] 진출 희망 업체 주 업종

사례수 단위	전체	
	(%)	(개)
한식	56.6	60
디저트	19.8	21
서양식	17.0	18
중식	1.9	2
일식	0.9	1
기타	3.8	4

2) 진출 희망 업체 세부 업종(한식)

-육류구이 업종의 기업체 진출 의향이 가장 높은 수준이나 이는 전년도 대비 큰 폭 하락하였으며, 반면 일반한식의 진출 희망률이 상승한 것이 특징

[그림2-22] 진출 희망 한식 업체 세부 업종



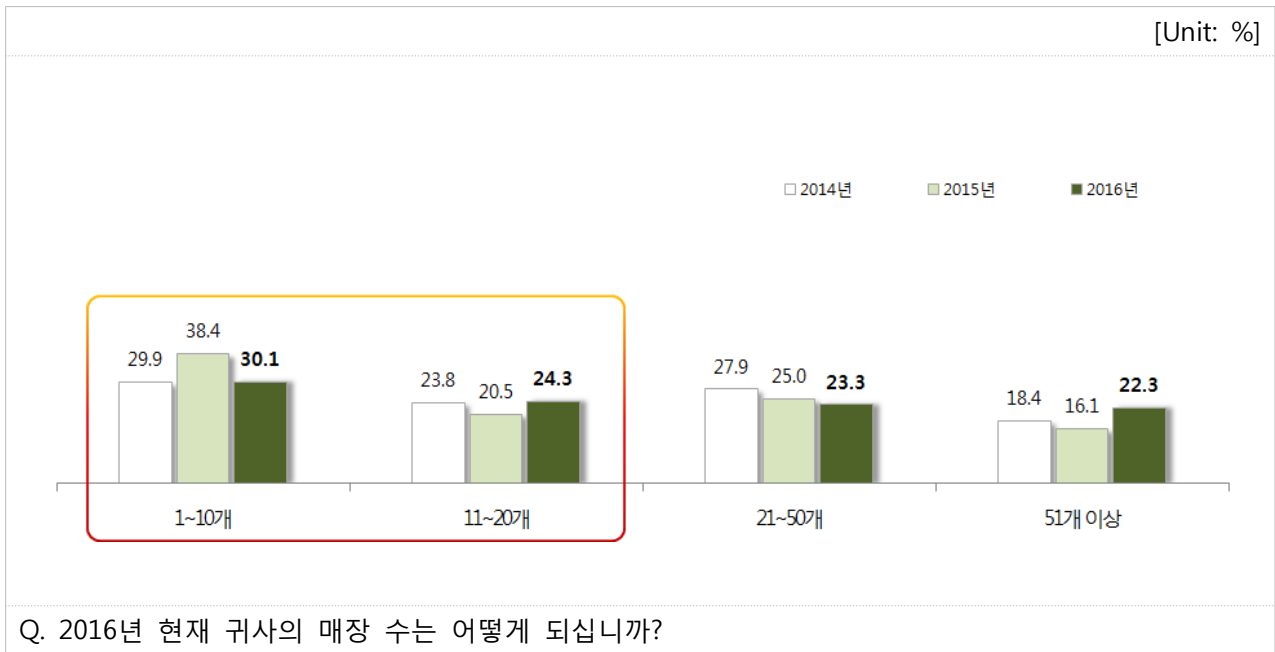
[표2-22] 진출 희망 한식 업체 세부 업종

사례수 단위	전체	
	(%)	(개)
육류구이 전문점(소, 돼지, 닭, 오리 구이 전문)	21.7	13
일반한식(밥, 국, 찌개, 반찬으로 구성된 한상차림)	18.3	11
탕류, 전골, 찌개 전문점	18.3	11
분식류(김밥, 떡볶이, 닭강정 등)	11.7	7
면류 전문점	6.7	4
족발 전문점	6.7	4
해산물 전문점(한국식 메뉴와 차림새로 해산물 제공)	5.0	3
퓨전 한식	5.0	3
한정식(한국의 반상차림을 코스별로 제공하는 고급 한식당)	3.3	2
한식 도시락 전문점	1.7	1
한식 뷔페 레스토랑	1.7	1

3) 매장 규모별 분석

- 해외 진출 희망업체의 약 54%는 매장 수 20개 미만
- 해외 비진출 기업체는 현재 국내 매장 수는 20개 미만의 중소기업이 과반 수 이상이며, 50개 이상 매장을 보유한 업체는 약 22% 수준. 중소기업 해외 진출 지원 정책 필요

[그림2-23] 진출 희망 업체 총 매장 수



[표2-23] 진출 희망 업체 총 매장 수

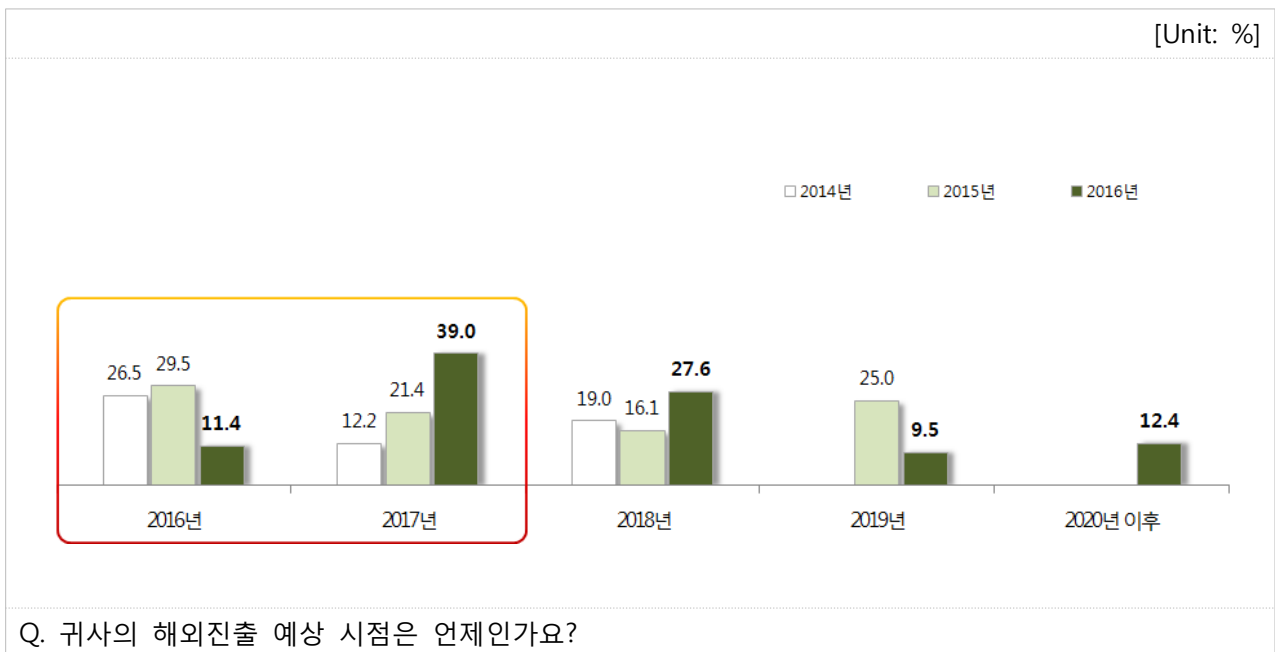
	전체		업종											
			한식		디저트		서양식		중식		일식		기타	
사례수	(103)		(58)		(21)		(18)		(2)		(1)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
1~10개	30.1	31	20.7	12	47.6	10	38.9	7	50.0	1	100	1	0.0	0
11~20개	24.3	25	25.9	15	14.3	3	33.3	6	0.0	0	0.0	0	33.3	1
21~50개	23.3	24	31.0	18	19.0	4	11.1	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
51개 이상	22.3	23	22.4	13	19.0	4	16.7	3	50.0	1	0.0	0	66.7	2
평균 : (개)	51.7		64.1		30.3		41.2		36.0		8.0		50.3	

7. 진출 희망 기업체 준비 현황

1) 해외 진출 예상 시점

- 해외 진출 희망업체 약 50%, 향후 1년 내 해외진출 희망
- 진출 희망 업체들의 향후 진출 계획을 볼 수 있듯이, 매년 해외진출 외식기업의 수는 증가할 것으로 예상됨

[그림2-24] 해외 진출 예상 시점



[표2-24] 해외 진출 예상 시점

	전체		업종											
			한식		디저트		서양식		중식		일식		기타	
사례수	(105)		(59)		(21)		(18)		(2)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
2016년	11.4	12	8.5	5	19.0	4	11.1	2	50.0	1	0.0	0	0.0	0
2017년	39.0	41	42.4	25	28.6	6	44.4	8	0.0	0	0.0	0	50.0	2
2018년	27.6	29	30.5	18	23.8	5	16.7	3	0.0	0	100	1	50.0	2
2019년	9.5	10	6.8	4	14.3	3	11.1	2	50.0	1	0.0	0	0.0	0
2020년 이후	12.4	13	11.9	7	14.3	3	16.7	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0

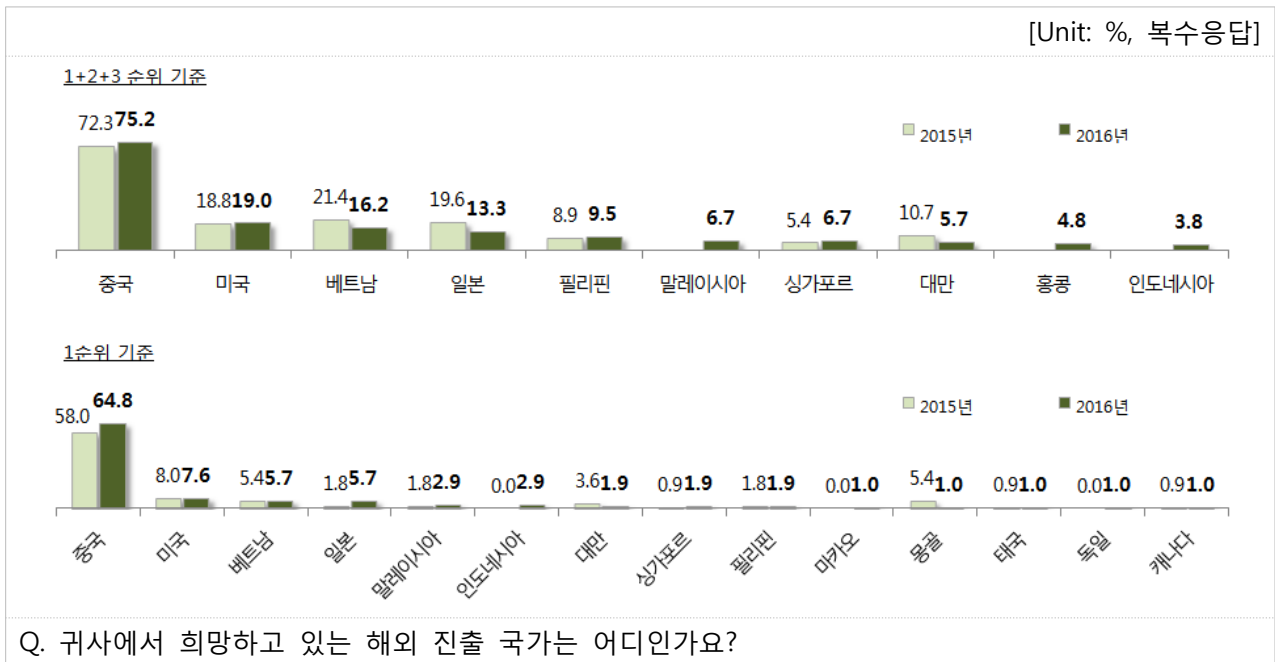
2) 해외 진출 희망 국가

-해외 진출 희망 업체 다수, 중국으로의 진출 계획

-기진출 외식기업체와는 달리, 진출 희망 기업체는 중국·미국·일본 등 시장규모가 큰 국가 중심으로 계획하고 있음.

☞ 향후 진출 희망업체의 해외 진출 여부에 따라 중국 진출의 규모 변화에도 영향을 줄 것으로 판단됨

[그림2-25] 해외 진출 희망 국가



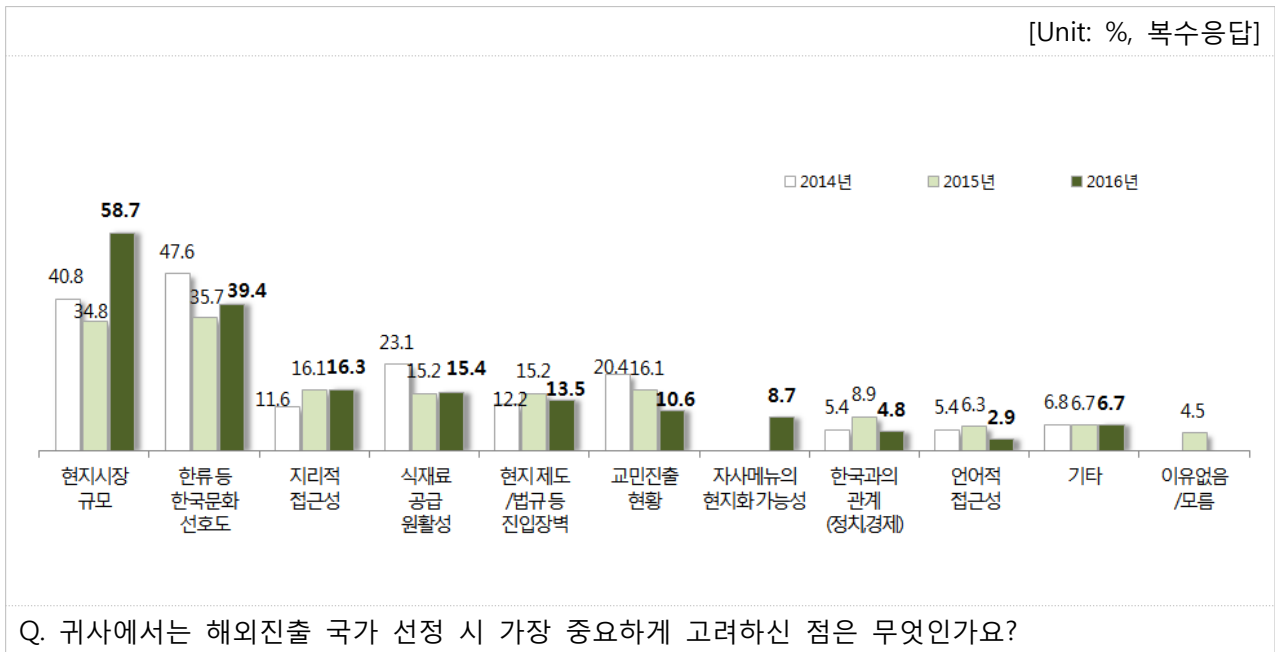
[표2-25] 해외 진출 희망 국가(1+2+3순위 기준)

사례수 단위	전체 (105)		사례수 단위	전체 (105)		사례수 단위	전체 (105)	
	(%)	(개)		(%)	(개)		(%)	(개)
중국	75.2	79	대만	5.7	6	프랑스	1.0	1
미국	19.0	20	홍콩	4.8	5	스페인	1.0	1
베트남	16.2	17	인도네시아	3.8	4	이탈리아	1.0	1
일본	13.3	14	태국	3.8	4	캐나다	1.0	1
필리핀	9.5	10	독일	1.9	2	호주	1.0	1
말레이시아	6.7	7	마카오	1.0	1			
싱가포르	6.7	7	몽골	1.0	1			

3) 해외 진출 국가 선정 시 고려사항

- 해외 진출 희망업체, 국가 선정 시 현지시장 규모 우선 고려
- 전년 대비 현지시장 규모에 대한 고려 비율 증가하였음. 교민진출 현황 및 한국과의 관계 등은 진출 국가 선정 시 크게 고려되지 않음

[그림2-26] 해외 진출 국가 선정 시 고려사항



[표2-26] 해외 진출 국가 선정 시 고려사항(복수응답)

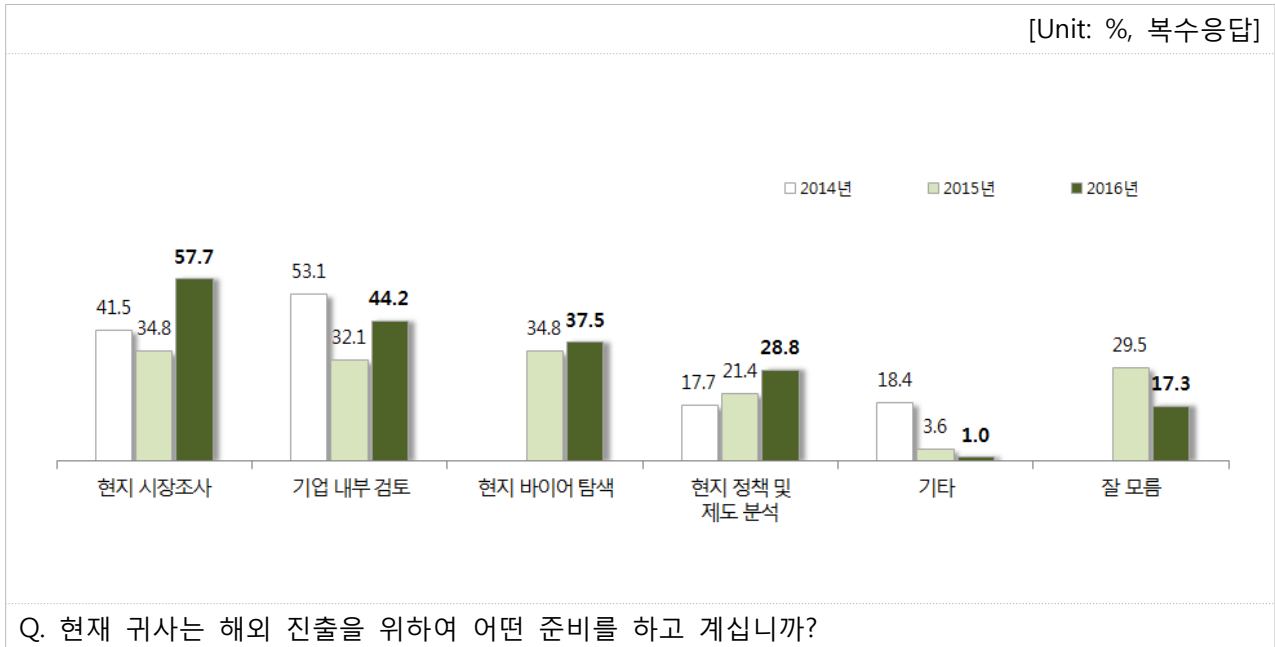
	전체		업종											
			한식		디저트		서양식		중식		일식		기타	
사례수	(104)		(59)		(20)		(18)		(2)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
현지 시장의 규모	58.7	61	54.2	32	60.0	12	61.1	11	100	2	100	1	75.0	3
한류 등 한국 문화 선호도	39.4	41	37.3	22	40.0	8	44.4	8	50.0	1	0.0	0	50.0	2
지리적 접근성	16.3	17	15.3	9	20.0	4	11.1	2	0.0	0	100	1	25.0	1
식재료 공급 원활성	15.4	16	20.3	12	10.0	2	11.1	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지 제도/법규 등 진입장벽	13.5	14	11.9	7	15.0	3	16.7	3	0.0	0	0.0	0	25.0	1
교민(한국인) 진출 현황	10.6	11	10.2	6	10.0	2	5.6	1	50.0	1	0.0	0	25.0	1
자사 메뉴의 현지화 가능성	8.7	9	13.6	8	0.0	0	5.6	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
우리나라와의 정치/경제 관계	4.8	5	1.7	1	10.0	2	11.1	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
언어적 접근성	2.9	3	1.7	1	0.0	0	11.1	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지 바이어의 제품 신뢰도	1.9	2	3.4	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지의 적극적인 유치/제안	1.9	2	1.7	1	0.0	0	5.6	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
모기업의 진출 여부	1.0	1	1.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지 진출한 국내 기업 규모	1.0	1	0.0	0	5.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
바이어가 직접 제한하는 경우	1.0	1	0.0	0	5.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

4) 해외 진출 준비 사항

-해외 진출 희망업체, '현지 시장조사'에 대한 관심 다수

☞ 현지 시장조사를 포함하여 기업 내부검토, 현지 바이어 탐색, 현지 정책 및 제도 분석 등 다양한 준비를 진행하고 있는 것으로 파악됨

[그림2-27] 해외 진출 준비 사항



[표2-27] 해외 진출 준비 사항(복수응답)

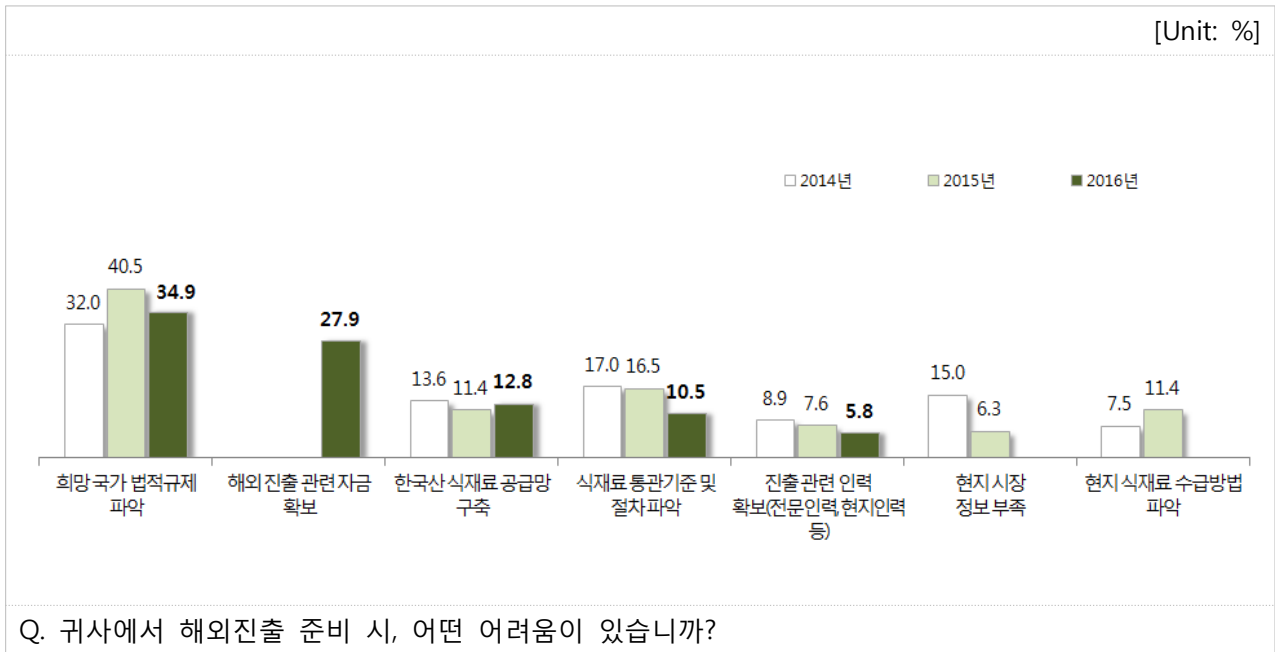
	전체		업종											
			한식		디저트		서양식		중식		일식		기타	
사례수	(104)		(59)		(20)		(18)		(2)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
해외진출 희망국가에 대한 현지시장조사	57.7	60	62.7	37	55.0	11	55.6	10	50.0	1	0.0	0	25.0	1
해외진출에 대한 기업 내부 검토	44.2	46	44.1	26	35.0	7	66.7	12	0.0	0	0.0	0	25.0	1
해외진출 희망국가 현지 바이어 탐색	37.5	39	37.3	22	40.0	8	38.9	7	0.0	0	0.0	0	50.0	2
해외진출 희망국가의 정책 및 제도 분석	28.8	30	32.2	19	30.0	6	22.2	4	0.0	0	0.0	0	25.0	1
바이어 파견	1.0	1	1.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
잘 모름	17.3	18	13.6	8	15.0	3	22.2	4	50.0	1	100	1	25.0	1

5) 해외 진출 준비 과정 애로사항

-해외 진출 희망 업체, '국가별 규제 파악' 가장 큰 애로사항

☞ 해외 진출 희망업체의 대부분은 중소기업으로, 국가별 법적규제 파악 외에도 관련 자금 확보에도 어려움이 있는 것으로 파악됨. 해외 진출 시 비용 절감될 수 있는 분야를 확인 및 지원할 필요가 있음

[그림2-28] 해외 진출 준비 과정 애로사항



[표2-28] 해외 진출 준비 과정 애로사항(복수응답)

	전체		업종									
			한식		디저트		서양식		중식		기타	
사례수	(86)		(51)		(17)		(14)		(1)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
진출 희망 국가 법적규제 파악	34.9	30	49.0	25	5.9	1	28.6	4	0.0	0	0.0	0
해외 진출 관련 자금 확보	27.9	24	15.7	8	41.2	7	42.9	6	100	1	66.7	2
한국산 식재료 공급 유통망 구축	12.8	11	13.7	7	11.8	2	7.1	1	0.0	0	33.3	1
진출 희망 국가 통관기준절차 파악	10.5	9	9.8	5	11.8	2	14.3	2	0.0	0	0.0	0
해외 진출 관련 인력 확보 (전문인력, 현지인력 등)	5.8	5	5.9	3	11.8	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0



2016 외식기업
해외진출 실태조사

III. 외식기업 식재료 수출 현황



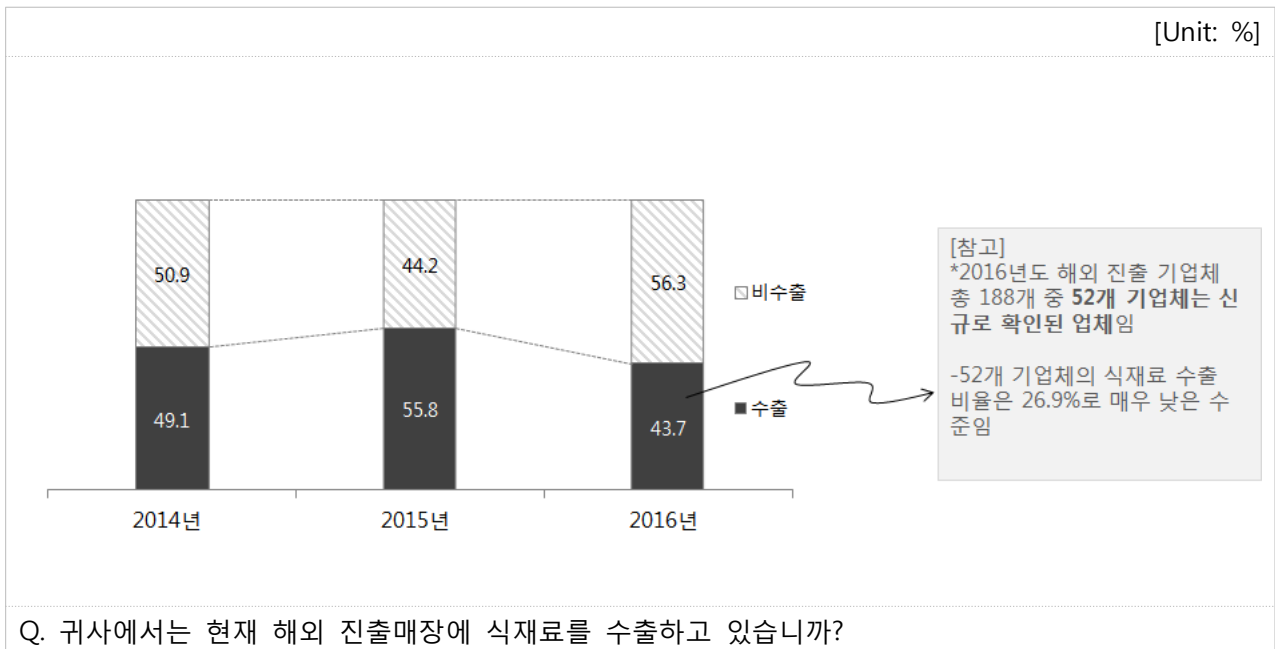
1. 식재료 수출 여부

1) 식재료 수출 여부

- 해외진출 외식업체 43.7%, 식재료 해외 수출 중
- 식재료 해외 수출 비율은 전년도 대비 감소함

☞ 전년도 응답 업체의 식재료 수출 비율은 비슷한 수준으로 유지가 되고 있으나 새롭게 파악된 기업체의 식재료 수출 비율의 영향을 받아 금년도 비율이 감소한 것으로 분석되어 해석에 유의할 필요가 있음

[그림3-1] 식재료 수출 여부



[표3-1] 식재료 수출 여부

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
수출하고 있음	43.7	66	33.3	18	67.5	27	42.2	19	0.0	0	100	2	0.0	0
수출하지 않음	56.3	85	66.7	36	32.5	13	57.8	26	100	3	0.0	0	100	7

2) 식재료 수출 이유

- '음식 맛의 고유성 유지' 위해 식재료 수출

☞ 해외 진출 외식기업체 중 식재료 수출업체는 '음식 맛의 고유성'을 매우 중요시하고 있으며, 매년 그 중요도는 증가하는 추세. 반면 이익창출만을 위한 식재료 수출 보다는 음식 맛의 고유성 확보를 통한 현지 매장 수익창출을 도모하는 것으로 판단됨

[그림3-2] 식재료 수출 이유



[표3-2] 식재료 수출 이유(복수응답)

	전체		업종							
			한식		서양식		디저트		중식	
사례수	(64)		(17)		(27)		(18)		(2)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
음식 맛의 고유성을 유지하기 위해서	87.5	56	88.2	15	85.2	23	88.9	16	100	2
프랜차이즈 본부 매출 확대를 위해서	6.3	4	0.0	0	11.1	3	5.6	1	0.0	0
식재료 공급을 통한 이익창출을 위해서	4.7	3	11.8	2	0.0	0	5.6	1	0.0	0
우수한 식재료 공급을 위해서	1.6	1	0.0	0	3.7	1	0.0	0	0.0	0

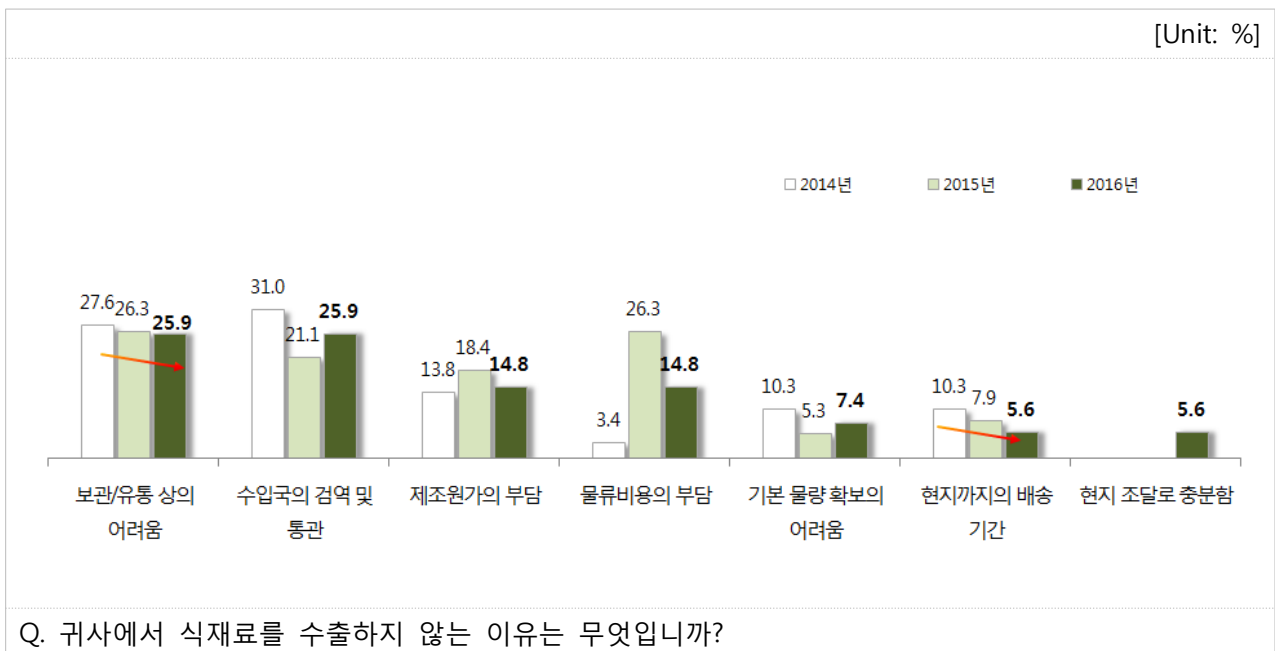
3) 식재료 비수출 이유

- '보관·유통' 및 '수입국 검역·통관' 등의 이유로 식재료 수출 어려움

- 해외 진출 외식기업체는 식재료 수출에 대한 원가 및 물류비용의 부담 보다는 유통/통관 등의 문제로 인해 식재료 수출에 어려움을 겪고 있는 것으로 판단됨

☞ 해외 현지 국가별 외국기업의 규제나 관련 지원에 대한 해결이 우선시 되어야 국내 식재료 수출도 활성화 될 수 있을 것으로 판단됨

[그림3-3] 식재료 비수출 이유



[표3-3] 식재료 비수출 이유(복수응답)

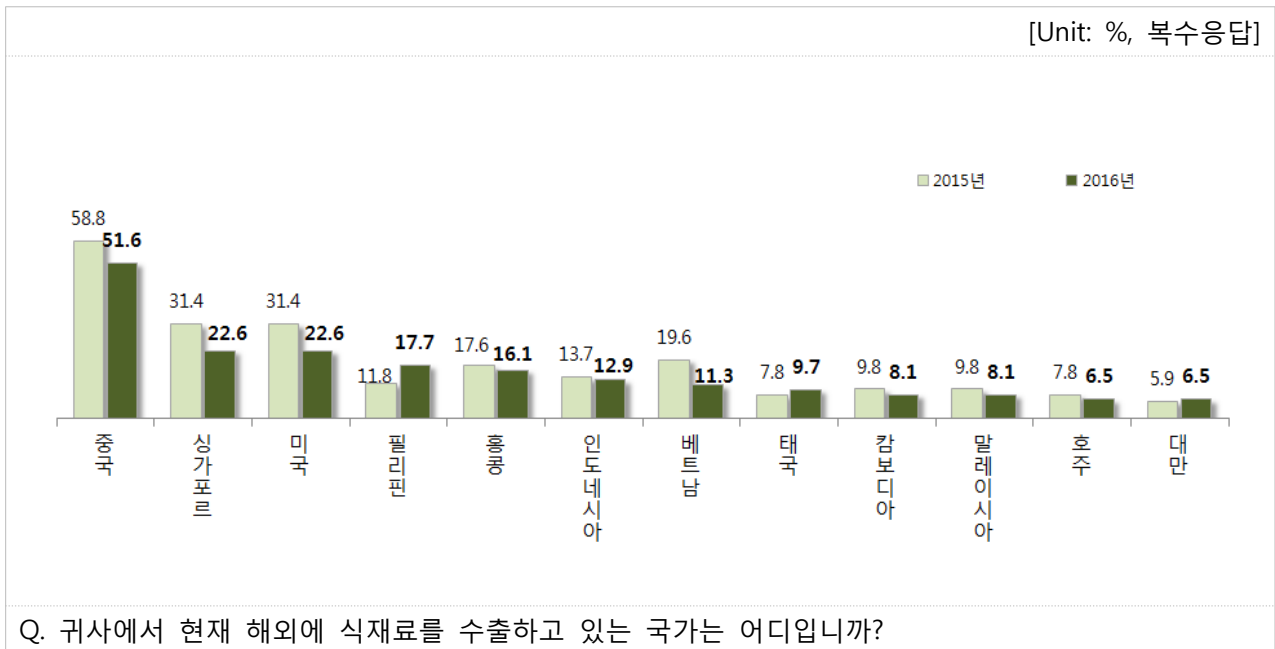
	전체		업종									
			한식		서양식		디저트		일식		기타	
사례수	(54)		(23)		(9)		(17)		(2)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
보관/유통 상의 어려움	25.9	14	26.1	6	22.2	2	23.5	4	0.0	0	66.7	2
수입국의 검역 및 통관	25.9	14	21.7	5	22.2	2	35.3	6	50.0	1	0.0	0
제조원가의 부담	14.8	8	26.1	6	22.2	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
물류비용의 부담	14.8	8	13.0	3	22.2	2	11.8	2	0.0	0	33.3	1
기본 물량 확보의 어려움	7.4	4	8.7	2	0.0	0	11.8	2	0.0	0	0.0	0
현지까지의 배송 기간	5.6	3	0.0	0	11.1	1	5.9	1	50.0	1	0.0	0
현지 조달로 충분함	5.6	3	4.3	1	0.0	0	11.8	2	0.0	0	0.0	0

2. 식재료 수출 현황

1) 식재료 수출 국가

- 중국으로의 식재료 수출 가장 활발함
- 식재료 수출 기업의 과반수 이상은 중국으로 수출하고 있으며, 특정 국가로의 식재료 수출이 집중되는 경향이 있음

[그림3-4] 식재료 수출 국가



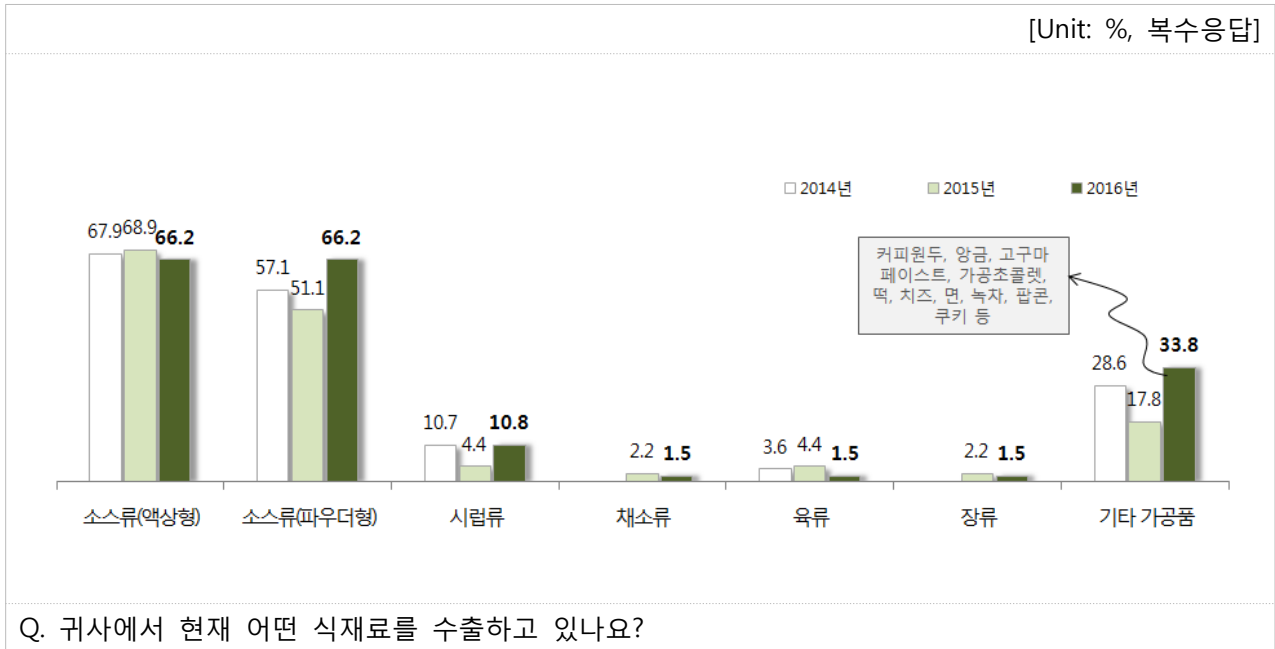
[표3-4] 식재료 수출 국가(복수응답)

사례수 단위	전체 (62)		사례수 단위	전체 (62)		사례수 단위	전체 (62)	
	(%)	(개)		(%)	(개)		(%)	(개)
중국	51.6	32	말레이시아	8.1	5	사우디아라비아	1.6	1
싱가포르	22.6	14	호주	6.5	4	나이지리아	1.6	1
미국	22.6	14	대만	6.5	4	코스타리카	1.6	1
필리핀	17.7	11	몽골	3.2	2	파나마	1.6	1
홍콩	16.1	10	미얀마	4.8	3	베네수엘라	1.6	1
인도네시아	12.9	8	일본	4.8	3	볼리비아	1.6	1
베트남	11.3	7	마카오	4.8	3	파라과이	1.6	1
태국	9.7	6	아랍에미리트	3.2	2	콜롬비아	1.6	1
캄보디아	8.1	5	브루나이	3.2	2	캐나다	1.6	1

2) 식재료 수출 품목

- 주 수출 품목은 소스류(액상, 파우더형)
- 전년도 대비 기타 가공품의 수출 사례 증가(커피원두, 앙금, 고구마 페이스트 등)하였으며 기타 가공품은 주로 디저트류의 식재료로 구성됨.

[그림3-5] 식재료 수출 품목



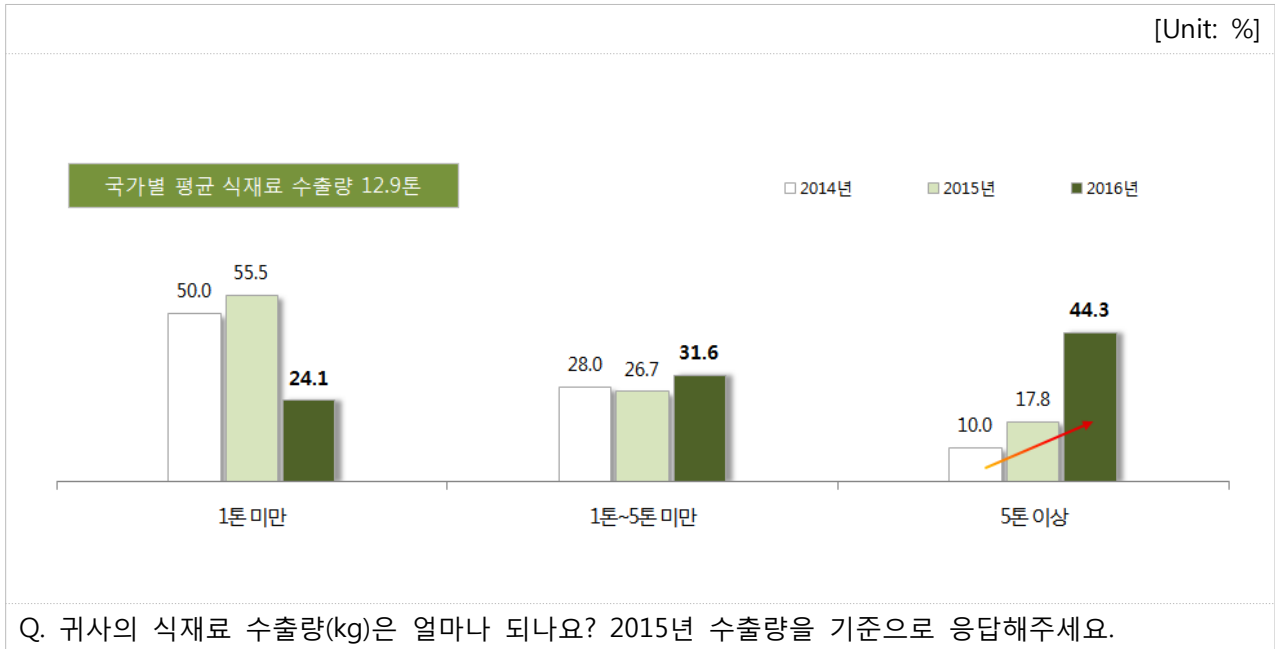
[표3-5] 식재료 수출 품목(복수응답)

사례수	전체		사례수	전체		사례수	전체	
	(%)	(개)		(%)	(개)		(%)	(개)
소스류(액상형)	66.2	43	앙금	3.1	2	아이스크림 파우더	1.5	1
소스류(파우더형)	66.2	43	고구마페이스트	3.1	2	팝콘	1.5	1
시럽류	10.8	7	가공초콜렛	1.5	1	쿠키	1.5	1
채소류	1.5	1	떡	1.5	1	주류	1.5	1
육류	1.5	1	치즈	1.5	1	에센스	1.5	1
장류	1.5	1	요거트 파우더	1.5	1	프랜차이즈 가공품	1.5	1
커피 원두	6.2	4	면(국수)	1.5	1			
믹스(밀가루 등)	3.1	2	녹차	1.5	1			

3) 식재료 수출량

-5톤 이상 대량의 식재료 수출 기업체 증가 추세
-해외 진출 외식기업체의 식재료 수출량은 평균 12.9톤이며, 지역별로는 아시아가 평균 12.9톤, 미주지역은 10.9톤 정도 수출하는 것으로 파악됨

[그림3-6] 식재료 수출량



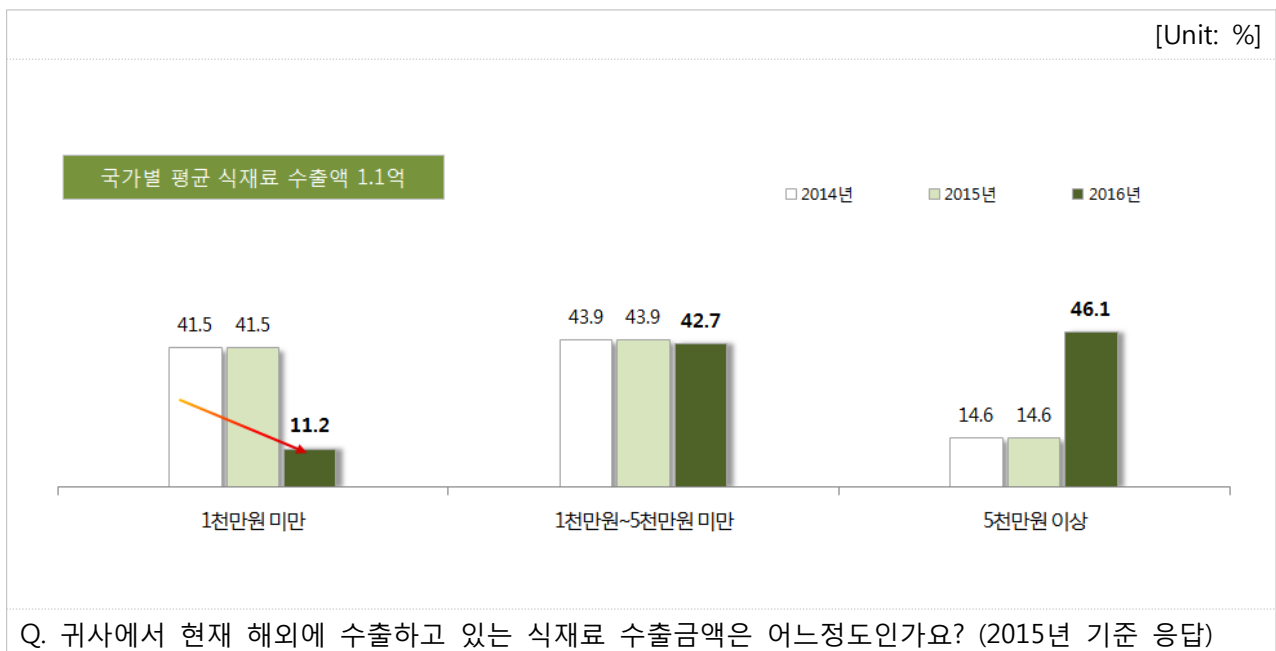
[표3-6] 식재료 수출량

	전체		지역							
			아시아		중동		미주		오세아니아	
사례수	(79)		(61)		(3)		(12)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
1톤 미만	24.1	19	24.6	15	0	0	25.0	3	33.3	1
1톤~5톤 미만	31.6	25	27.9	17	66.7	2	41.7	5	33.3	1
5톤 이상	44.3	35	47.5	29	33.3	1	33.3	4	33.3	1
평균 : (Kg)	12928.8		12907.3		4954.7		10897.2		29466.7	

4) 식재료 수출금액

- 5천만원 이상 식재료 수출 기업체 증가 추세
- 1천만원 미만 식재료 수출 기업체수는 감소 추세
- 아시아 지역의 수출액 규모는 9천3백만원, 미주 지역은 2억 정도의 규모로 수출
 ✎ 수출 물량은 아시아 지역이 더 많지만 물류 거리가 먼 미주 지역의 수출액 규모가 더 큰 것으로 분석됨

[그림3-7] 식재료 수출금액



[표3-7] 식재료 수출금액

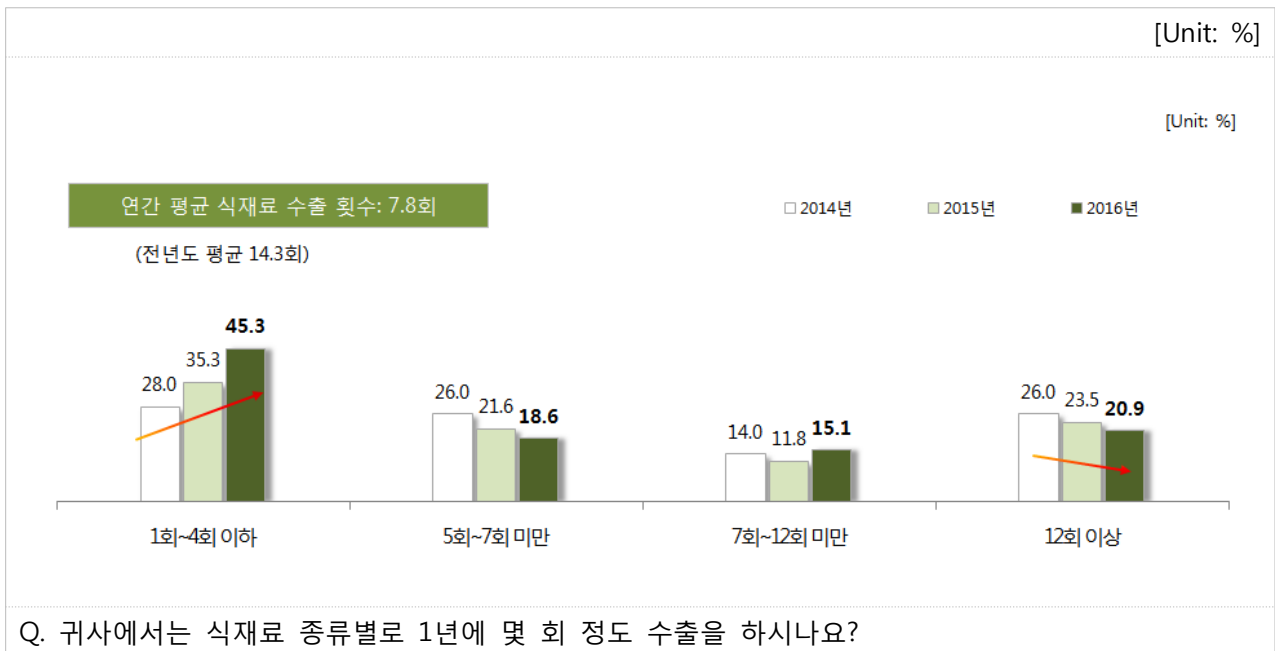
	전체		업종							
			아시아		중동		미주		오세아니아	
사례수	(89)		(67)		(4)		(15)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
1천만원 미만	11.2	10	10.4	7	25.0	1	13.3	2	0.0	0
1천만원~5천만원 미만	42.7	38	41.8	28	50.0	2	40.0	6	66.7	2
5천만원 이상	46.1	41	47.8	32	25.0	1	46.7	7	33.3	1
평균 : (백만원)	111.1		93.5		43.4		202.1		140.0	

5) 연간 식재료 수출 횟수

-4회 이하(분기별) 식재료 수출 기업체 45.3% 수준

☞ 식재료 수출 물량의 증가, 연 평균 4회 이하로 수출하는 기업체 수 증가 등을 종합하여 볼 때, 기업체에서는 물류비 절감을 위해 많은 량의 식재료를 분기별로 수출하고 있는 것으로 판단 됨

[그림3-8] 연간 식재료 수출 횟수



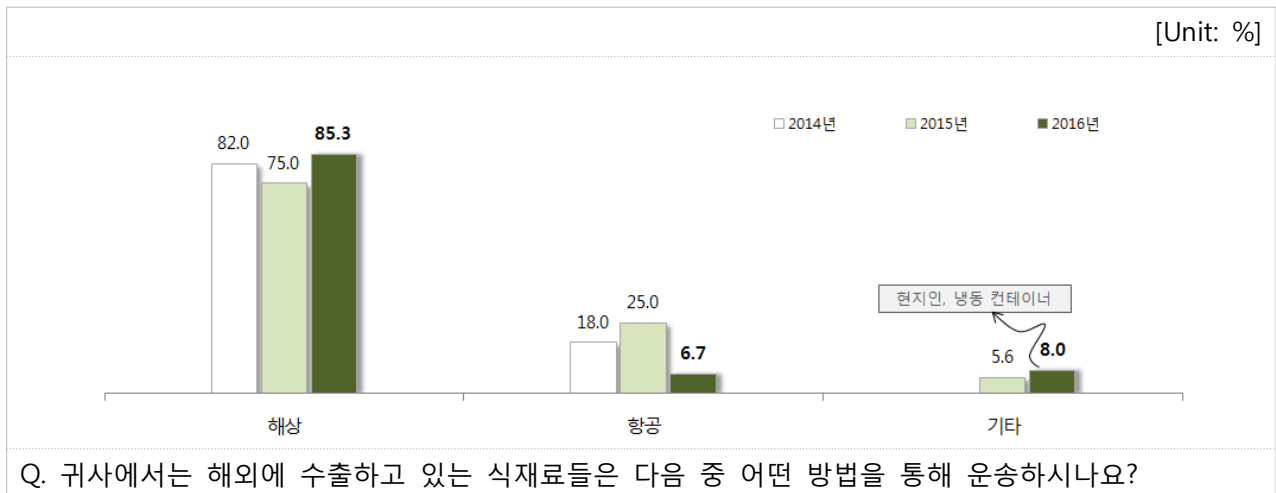
[표3-8] 식재료 수출 연횟수

	전체		업종							
			한식		서양식		디저트		중식	
사례수	(86)		(21)		(39)		(25)		(1)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
1회~4회 이하	45.3	39	42.9	9	41.0	16	52.0	13	100.0	1
5회~7회 미만	18.6	16	9.5	2	20.5	8	24.0	6	0.0	0
7회~12회 미만	15.1	13	23.8	5	10.3	4	16.0	4	0.0	0
12회 이상	20.9	18	23.8	5	28.2	11	8.0	2	0.0	0
평균 : (회)	7.8		8.9		9.0		5.2		3.0	

6) 식재료 운송방법

- 주로 해상 수단 이용하여 식재료 수출
- 수출 식재료 품목과 상관없이 대부분 해상(배, 선박, 해운 등)을 이용하여 식재료 수출하고 있음
- 스페인, 터키, 브라질 등 원거리 국가대상으로는 항공을 이용하여 식재료 수출하고 있는 것이 특징

[그림3-9] 식재료 운송방법



[표3-9] 식재료 운송방법

사례수 단위	전체		업종							
	(%)	(개)	한식		서양식		디저트		중식	
	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
해상	85.3	64	87.5	14	81.6	31	95.0	19	0.0	0
항공	6.7	5	12.5	2	5.3	2	5.0	1	0.0	0
현지인	2.7	2	0.0	0	5.3	2	0.0	0	0.0	0
냉동 컨테이너	5.3	4	0.0	0	7.9	3	0.0	0	100.0	1

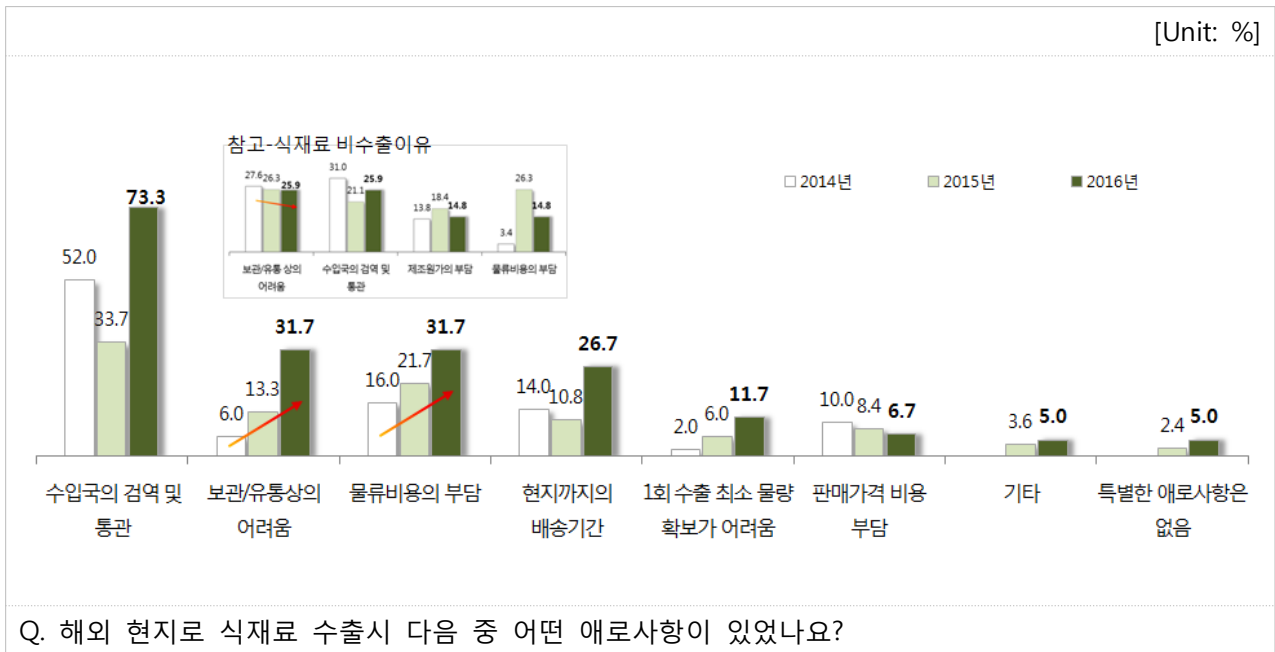
[표3-9-1] 수출 식재료 종류별 종합표

구분	전체	소스류 (액상형)	소스류 (파우더형)	시럽류	장류	채소 가공품	가금류	기타
수출 업체수 (복수응답/개)	(65)	(43)	(43)	(7)	(1)	(1)	(1)	(15)
1회 평균 수출물량 (Kg)	4,675	3,344	5,221	3,770	N/A	N/A	6,750	7,270
1회 평균 수출금액 (만원)	3,831	4,541	4,603	718	350	20	1,500	2,256
연 평균 수출빈도 (회)	7.8	9.5	6.1	5.0	3.0	24.0	N/A	8.0
운송방법	해상 (85.3%)	해상 (86.7%)	해상 (83.9%)	해상 (80.0%)	해상 (100%)	N/A	N/A	해상 (87.5%)

가) 식재료 수출시 애로사항

- 식재료 수출 시 검역·통관 어려움이 가장 큼
- 식재료 수출 기업의 애로사항은 식재료 비수출 이유와 유사함. 하지만 실제 식재료를 수출 기업체의 보관/유통, 물류비용 부담 등은 매년 증가하는 추세

[그림3-10] 식재료 수출시 애로사항



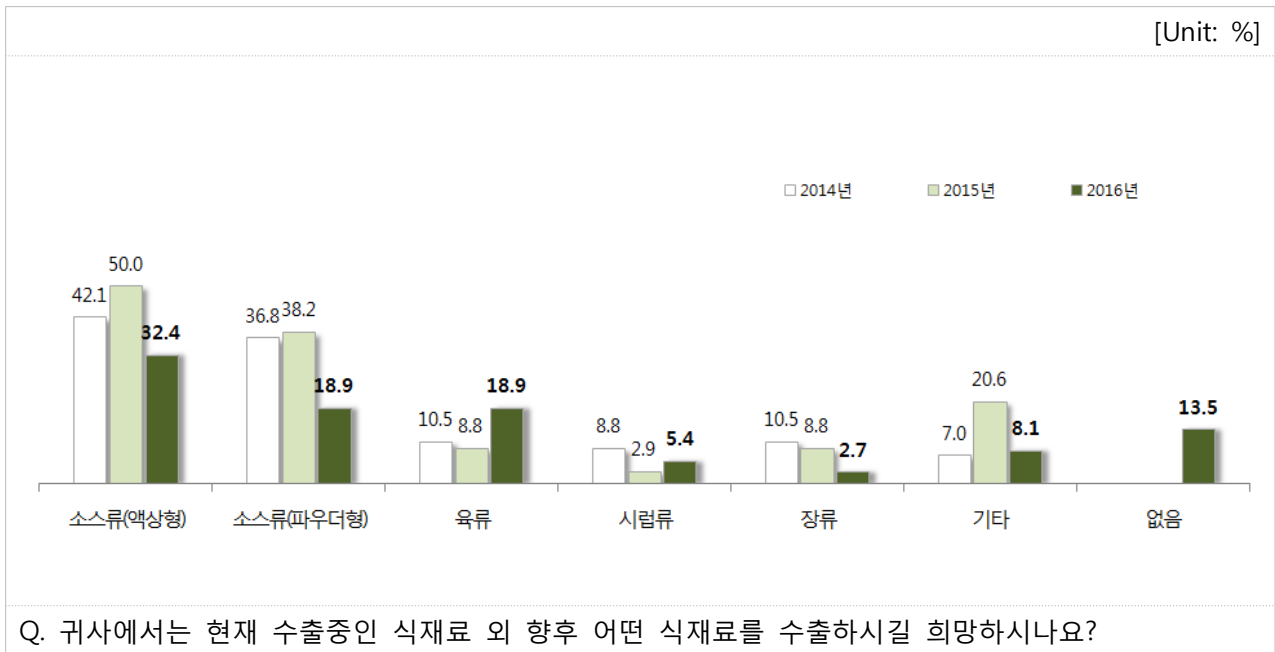
[표3-10] 식재료 수출시 애로사항(복수응답)

사례수	전체		업종							
			한식		서양식		디저트		중식	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
사례수	(60)		(15)		(25)		(18)		(2)	
수입국의 검역 및 통관	73.3	44	80.0	12	76.0	19	61.1	11	100.0	2
보관/유통상의 어려움	31.7	19	40.0	6	20.0	5	44.4	8	0.0	0
물류비용의 부담	31.7	19	26.7	4	28.0	7	33.3	6	100.0	2
현지까지의 배송기간	26.7	16	26.7	4	12.0	3	44.4	8	50.0	1
1회 수출 최소 물량 확보	11.7	7	0.0	0	16.0	4	16.7	3	0.0	0
판매가격 비용 부담	6.7	4	0.0	0	8.0	2	11.1	2	0.0	0
국내 생산공장의 부재	3.3	2	6.7	1	0.0	0	5.6	1	0.0	0
파트너와 협상에서 미채택	1.7	1	0.0	0	0.0	0	5.6	1	0.0	0
특별한 애로사항은 없음	5.0	3	6.7	1	8.0	2	0.0	0	0.0	0

8) 식재료 수출 희망 품목

- 추가 수출 희망 품목은 '소스류(액상형)' 32.4%
- 현재 수출하고 있는 식재료 품목 중심으로 추가 수출을 희망하고 있으며, 전년도 대비 육류(가금류 포함) 수출을 희망하는 업체 증가

[그림3-11] 식재료 수출 희망 품목



[표3-11] 식재료 수출 희망 품목(복수응답)

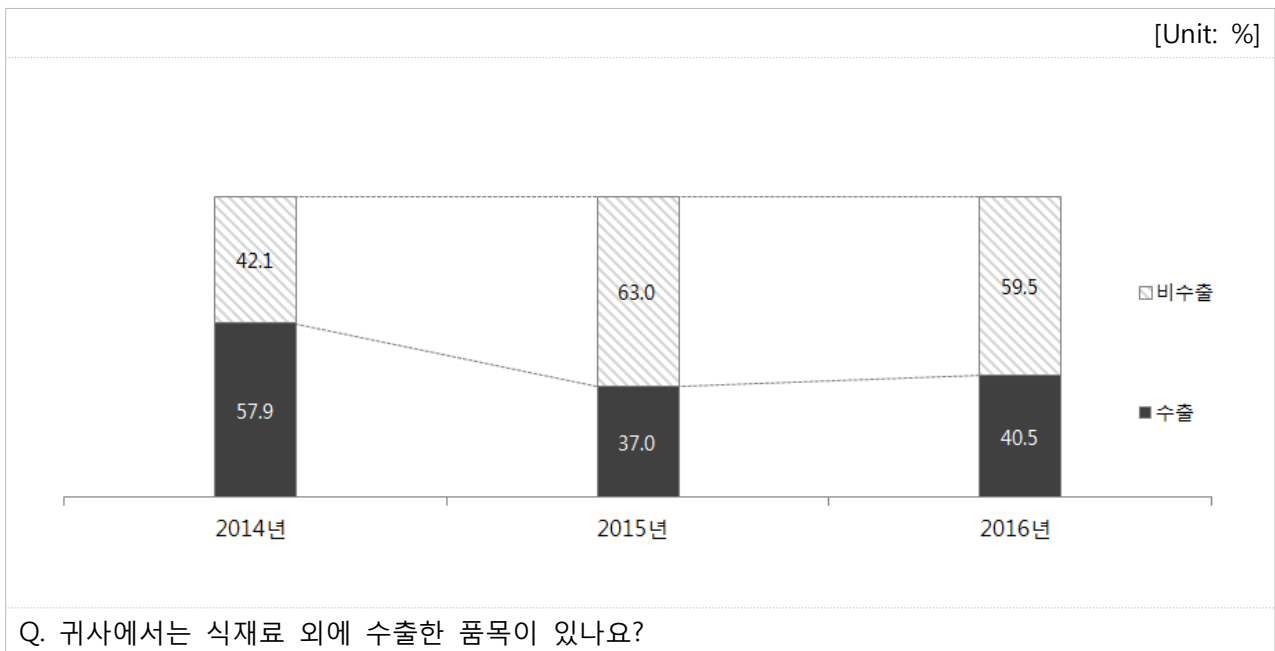
	전체		업종							
			한식		서양식		디저트		중식	
사례수	(37)		(11)		(14)		(11)		(1)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
소스류(액상형)	32.4	12	45.5	5	28.6	4	27.3	3	0.0	0
소스류(파우더형)	18.9	7	9.1	1	7.1	1	36.4	4	100.0	1
육류	18.9	7	27.3	3	21.4	3	9.1	1	0.0	0
시럽류	5.4	2	0.0	0	14.3	2	0.0	0	0.0	0
장류	2.7	1	9.1	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
LAP	2.7	1	0.0	0	7.1	1	0.0	0	0.0	0
자사브랜드 일반상품군	2.7	1	0.0	0	0.0	0	9.1	1	0.0	0
냉동식품군	2.7	1	0.0	0	0.0	0	9.1	1	0.0	0
없다	13.5	5	9.1	1	21.4	3	9.1	1	0.0	0

3. 일반 집기 수출 현황

1) 일반 집기 수출 여부

- 식재료 외 일반 집기 수출 전년도와 비슷한 수준
- 식재료 수출 기업체의 약 40% 정도는 식재료 외에 일반 집기류를 수출하고 있음. 전년도와 비슷한 수준이며, 서양식/디저트류 업종에서 일반 집기 수출하는 업체수가 타 업종 대비 상대적으로 높음

[그림3-12] 일반 집기 수출 여부



[표3-12] 일반 집기 수출 여부

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(121)		(41)		(37)		(36)		(2)		(2)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
수출하고 있음	40.5	49	36.6	15	48.6	18	44.4	16	0.0	0	0.0	0	0.0	0
수출하지 않음	59.5	72	63.4	26	51.4	19	55.6	20	100	2	100	2	100	3

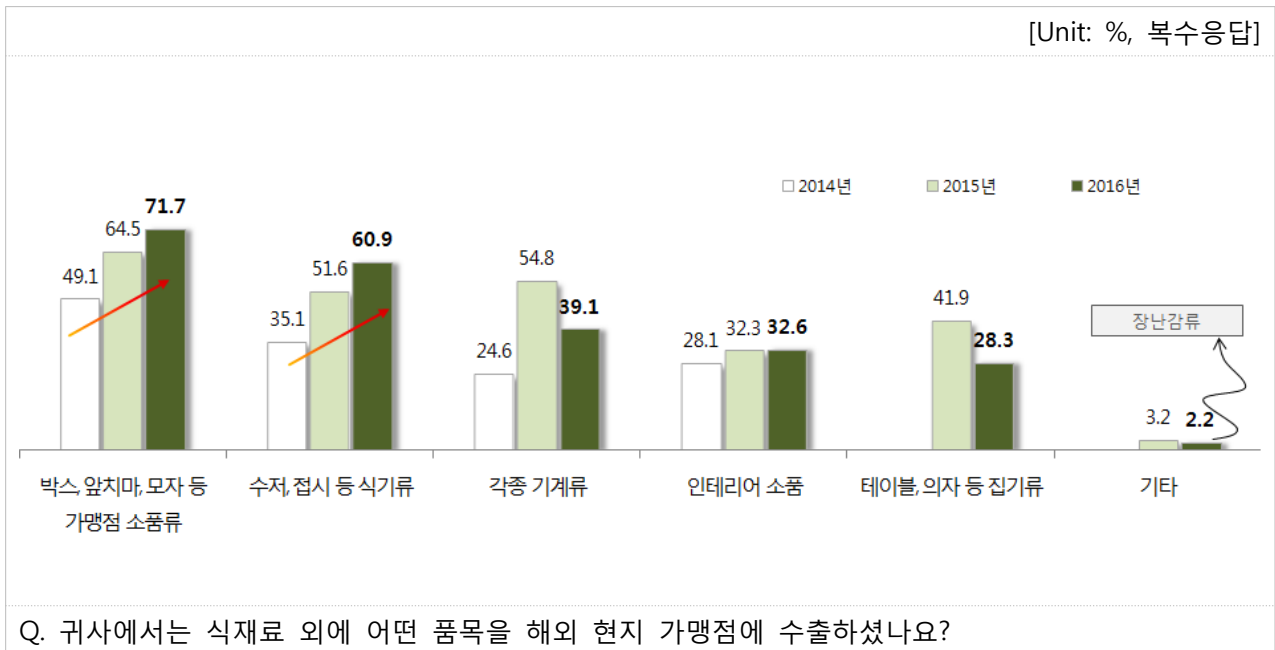
2) 일반 집기 수출 품목

-가맹점 소품 및 식기류 수출 다수. 매년 증가 추세

-각종 기계류 수출 비율은 전년 대비 감소함

☞ 서양식/디저트류 업종에서 가맹점 소품의 수출이 많은 것으로 판단됨

[그림3-13] 일반 집기 수출 품목



[표3-13] 일반 집기 수출 품목(복수응답)

	전체		업종					
			한식		서양식		디저트	
사례수	(46)		(12)		(18)		(16)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
박스, 앞치마, 모자 등 가맹점 소품류	71.7	33	83.3	10	77.8	14	56.3	9
수저, 접시 등 식기류	60.9	28	83.3	10	44.4	8	62.5	10
각종 기계류	39.1	18	41.7	5	38.9	7	37.5	6
인테리어 소품	32.6	15	16.7	2	33.3	6	43.8	7
테이블, 의자 등 집기류	28.3	13	50.0	6	11.1	2	31.3	5
장난감류	2.2	1	0.0	0	5.6	1	0.0	0



2016 외식기업
해외진출 실태조사

IV.

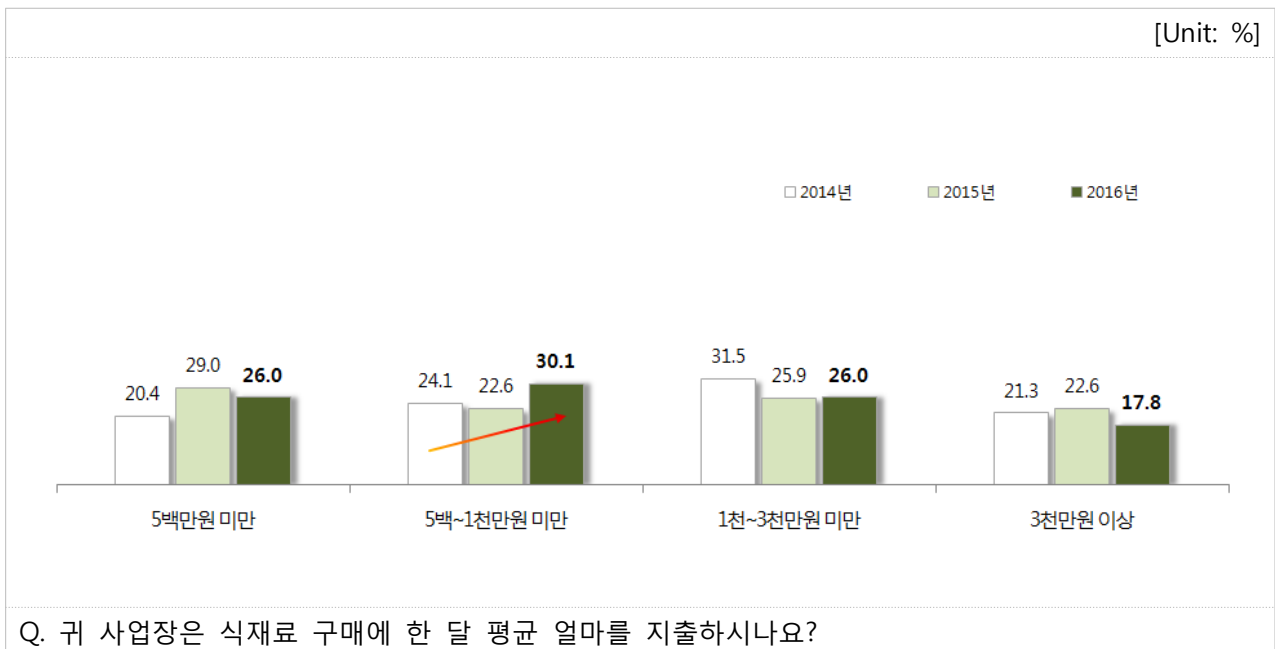
해외 현지 매장 국내산 식품구입현황



1. 해외 현지매장 월 평균 식재료 구매 비용

- 현재 매장의 월 평균 식재료 구매 비용은 평균 2,769만원
- 전년 대비 월 평균 식재료 구매 비용 증가. 월 평균 5백만원 이상 1천만원 미만의 비율이 높아짐

[그림4-1] 월 평균 식재료 구매 비용



[표4-1] 월 평균 식재료 구매 비용

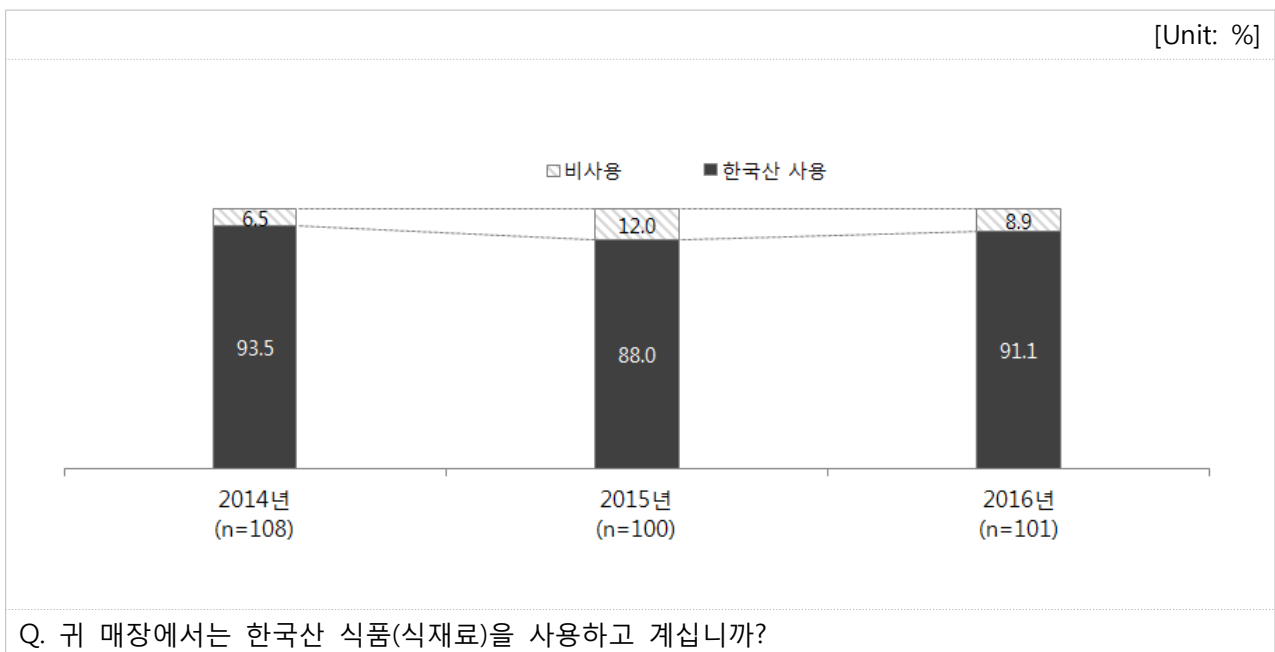
	전체		국가									
			중국		베트남		필리핀		미국		싱가폴	
사례수	(73)		(39)		(13)		(9)		(6)		(6)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
5백만원 미만	26.0	19	10.3	4	46.2	6	44.4	4	33.3	2	46.2	3
5백~1천만원 미만	30.1	22	33.3	13	23.1	3	33.3	3	33.3	2	16.7	1
1천~3천만원 미만	26.0	19	33.3	13	23.1	3	11.1	1	33.3	2	0.0	0
3천만원 이상	17.8	13	23.1	9	7.7	1	11.1	1	0.0	0	33.3	2
평균 (단위: 만원)	2,769		1,769		1,228		9,733		643		4,295	

2. 한국산 식재료 사용 현황

1) 한국산 식재료 사용 여부

- 한국산 식재료 사용률 91%로 전년대비 소폭 증가
- 국가별로는 싱가포르, 베트남의 사용률이 가장 높으며 상대적으로 미국의 사용률이 낮음

[그림4-2] 한국산 식재료 사용 여부



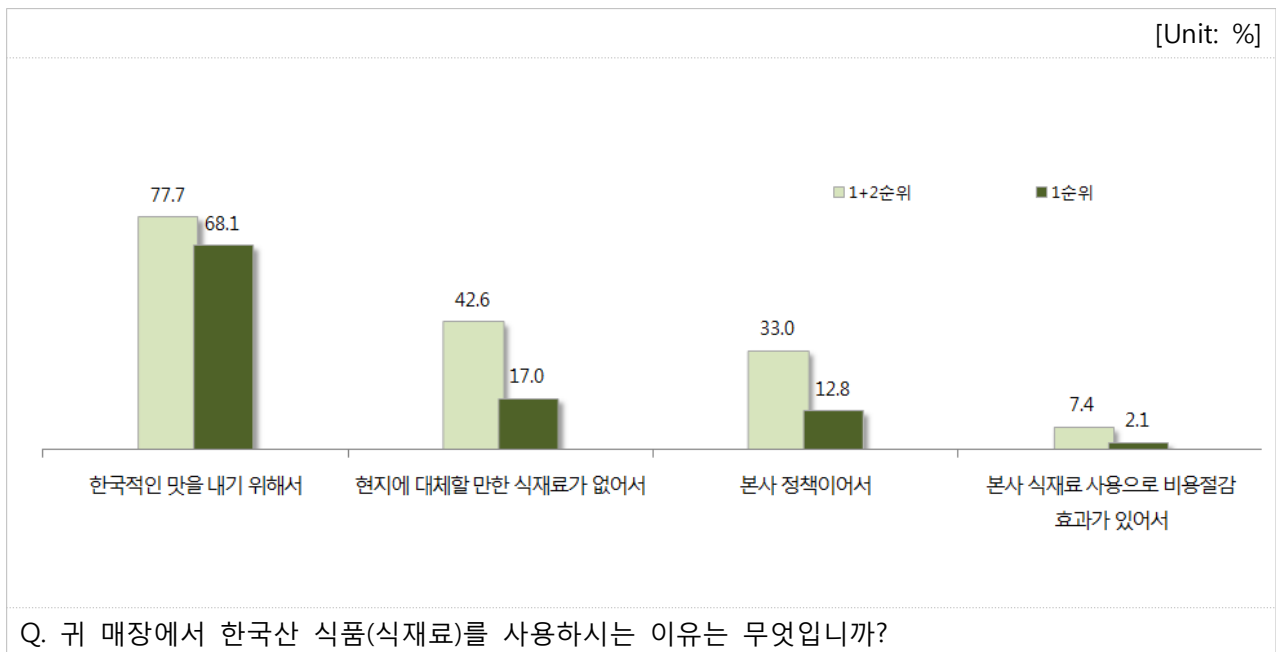
[표4-2] 한국산 식재료 사용 여부

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가포르		필리핀	
사례수	(101)		(39)		(10)		(20)		(11)		(21)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
한국산 사용하고 있다	91.1	92	92.3	36	70.0	7	95.0	19	100	11	90.5	19
한국산 사용하지 않는다	8.9	9	7.7	3	30.0	3	5.0	1	0.0	0	9.5	2

2) 한국산 식재료 사용 이유

- 주로 '한국적인 맛을 내기 위해서' 한국산 식재료 사용
- 싱가포르, 필리핀 등의 동남아시아 국가에서 한국적 맛을 내기 위한 노력이 타국에 비해 활발한 것으로 분석됨

[그림4-3] 한국산 식재료 사용 이유



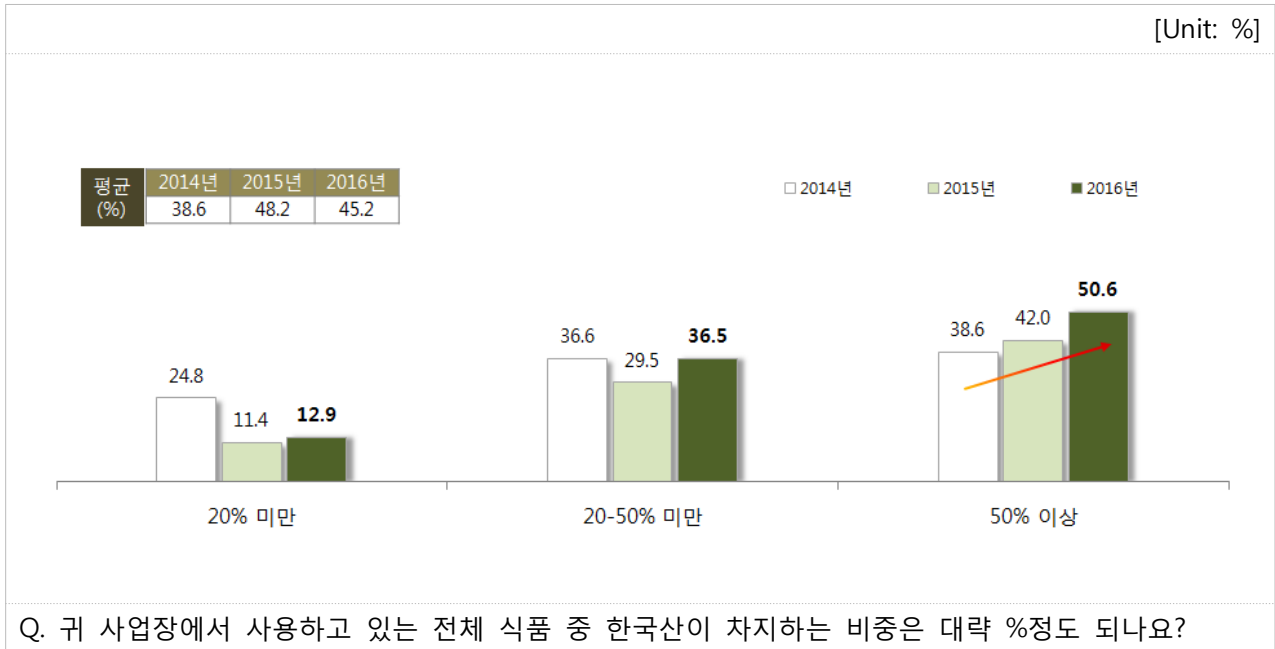
[표4-3] 한국산 식재료 사용 이유

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(94)		(38)		(7)		(20)		(11)		(18)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
한국적인 맛을 내기 위해서	68.1	64	65.8	25	57.1	4	55.0	11	81.8	9	83.3	15
현지에 대체할 만한 식재료가 없어서	17.0	16	13.2	5	28.6	2	30.0	6	18.2	2	5.6	1
본사 정책이어서	12.8	12	18.4	7	14.3	1	15.0	3	0.0	0	5.6	1
본사 식재료 사용으로 비용절감 되서	2.1	2	2.6	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	5.6	1

3) 한국산 식재료 비중

- 한국산 식재료의 비중 평균 45%로 전년대비 소폭 감소
- 평균 비중 값은 소폭 감소했지만 '매장 식재료의 절반 이상이 한국산'이라고 응답한 매장은 약 50%로 전년대비 증가함

[그림4-4] 한국산 식재료 비중



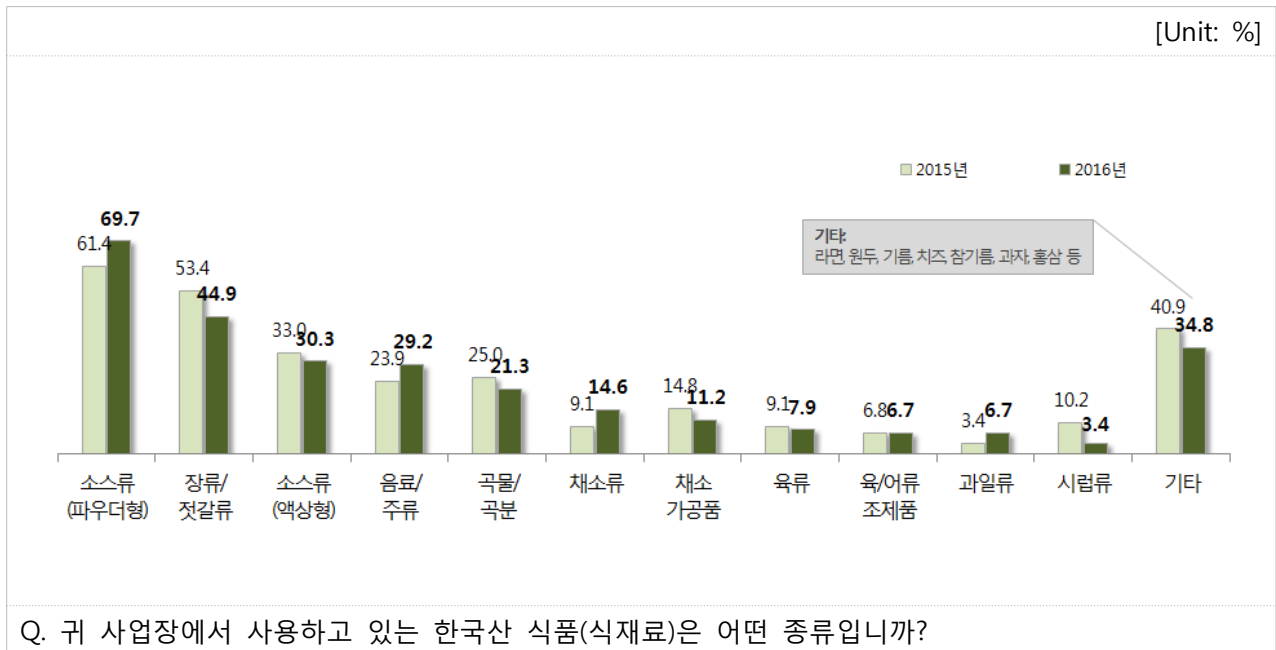
[표4-4] 한국산 식재료 비중

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(85)		(36)		(7)		(17)		(9)		(16)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
20%미만	12.9	11	13.9	5	28.6	2	11.8	2	11.1	1	6.3	1
20%~50%미만	36.5	31	41.7	15	28.6	2	23.5	4	33.3	3	43.8	7
50%이상	50.6	43	44.4	16	42.9	3	64.7	11	55.6	5	50.0	8
평균 : (%)	45.2		43.3		33.6		51.1		46.7		47.5	

4) 한국산 식재료 종류

- 주사용 한국산 식재료 '파우더형 소스류'와 '장/젓갈류'
- 공통적으로 한국산 소스류와 장/젓갈류를 가장 많이 사용
- 중국에서는 타 국가 대비 상대적으로 음료 및 주류의 사용률 높음

[그림4-5] 한국산 식재료 종류



[표4-5] 한국산 식재료 종류(복수응답)

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(89)		(36)		(6)		(18)		(11)		(18)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
소스류(파우더형)	69.7	62	75.0	27	83.3	5	72.2	13	54.5	6	61.1	11
장류/젓갈류	44.9	40	52.8	19	50.0	3	33.3	6	45.5	5	38.9	7
소스류(액상형)	30.3	27	36.1	13	0.0	0	38.9	7	27.3	3	22.2	4
음료/주류	29.2	26	44.4	16	0.0	0	22.2	4	27.3	3	16.7	3
곡물/곡분	21.3	19	0.0	0	66.7	4	22.2	4	63.6	7	22.2	4
채소류	14.6	13	0.0	0	16.7	1	22.2	4	9.1	1	38.9	7
채소가공품	11.2	10	2.8	1	0.0	0	27.8	5	18.2	2	11.1	2
육류	7.9	7	2.8	1	0.0	0	5.6	1	0.0	0	27.8	5
육/어류 조제품	6.7	6	2.8	1	16.7	1	11.1	2	9.1	1	5.6	1
과일류	6.7	6	2.8	1	0.0	0	5.6	1	18.2	2	11.1	2
시럽류	3.4	3	5.6	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	5.6	1
기타	34.8	31	13.9	5	33.3	2	22.2	4	63.6	7	55.6	10

[표4-5-1] 한국산 식재료 종류 세부분석

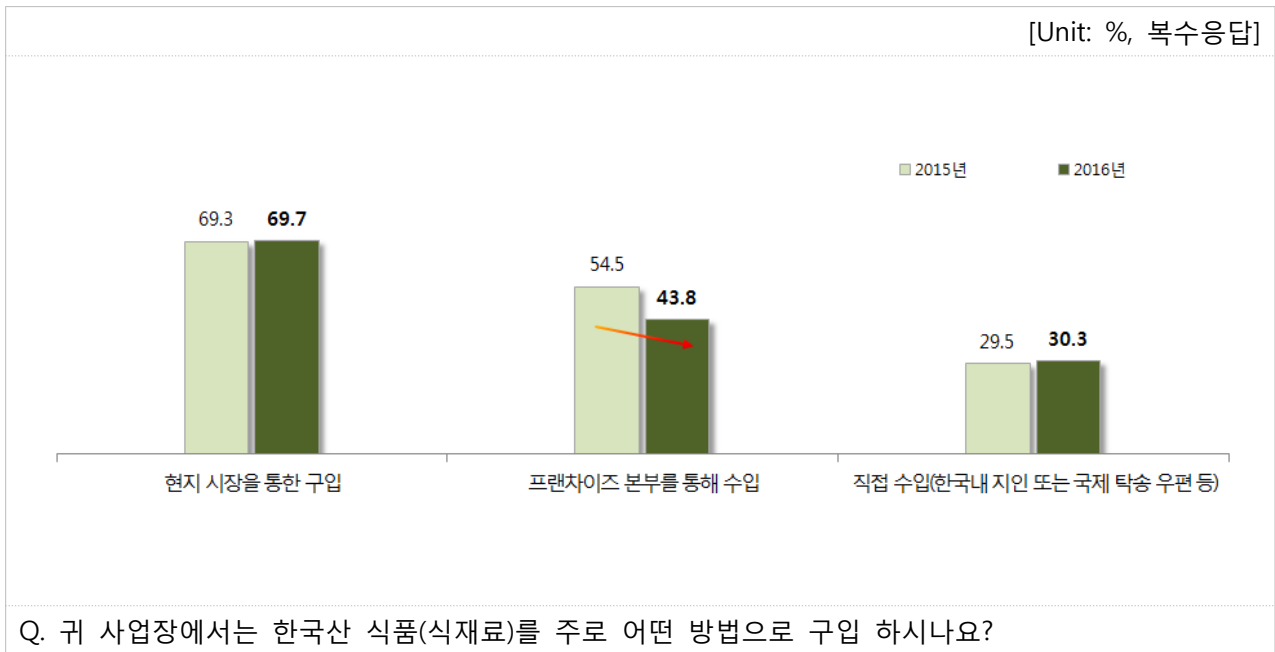
(단위: %,복수응답)	전체
사례수	(89)
◆소스류(파우더형)◆	
소스류	19.1
고추가루	16.9
설탕	13.5
조미료/시즈닝	12.4
소금	11.2
밀가루	5.6
파우더	5.6
후추가루	4.5
튀김가루	2.2
향신료	2.2
요거트 파우더	2.2
녹차가루	1.1
미숫가루	1.1
음료와 젤리의 원료 분말	1.1
스프	1.1
커피믹스	1.1
초코릿 파우더	1.1
블랙티 파우더	1.1
◆장류/젓갈류◆	
고추장	29.2
된장	16.9
간장	15.7
장류	6.7
쌈장	3.4
춘장	2.2
일본식 간장	2.2
◆소스류(액상형)◆	
식초	10.1
양념류	5.6
치킨	4.5
마요네즈	2.2
매운 소스	1.1
페이스트	1.1
액체조미료(미향)	1.1
물엿	1.1
초코소스	1.1
카라멜소스	1.1
과일소스	1.1
토마토소스	1.1
피자소스	1.1
케첩	1.1
갈비소스	1.1
◆음료/주류◆	
음료	16.9
술	14.6
우유	2.2
맥주	1.1
소주	1.1
막걸리	1.1
커피	1.1
홍삼차	1.1
유자차	1.1
생강차	1.1
마차	1.1
그린티	1.1
음료 조미료	1.1

(단위: %,복수응답)	전체
사례수	(89)
◆곡물/곡분◆	
떡	10.1
쌀	4.5
면	4.5
당면	3.4
팥	2.2
국수	2.2
콩가루	1.1
◆채소류◆	
야채	10.1
무	3.4
미역	2.2
◆채소가공품◆	
김치	9.0
건야채	1.1
김	1.1
◆육류◆	
육류	5.6
돼지고기	2.2
소고기	2.2
◆육/어류 조제품◆	
오뎅	5.6
건어물	1.1
◆과일류◆	
과일	3.4
과일카테일	1.1
과일잼	1.1
딸기	1.1
◆시럽류◆	
시럽류	3.4
◆기타◆	
라면	7.9
원두	5.6
기름	3.4
치즈	3.4
참기름	2.2
해산물	2.2
과자	1.1
차 종류	1.1
카카오	1.1
만두	1.1
냉면	1.1
빵	1.1
치즈스틱	1.1
건조식품	1.1
홍삼	1.1

5) 한국산 식재료 구입방법

- 주로 현지 시장을 통해서 한국산 식재료 구입
- 전년 대비 프랜차이즈 본부를 통해 수입하는 비율 감소
- 미국의 경우 현지 시장을 통해 대부분의 한국산 식재료 구입함

[그림4-6] 한국산 식재료 구입방법



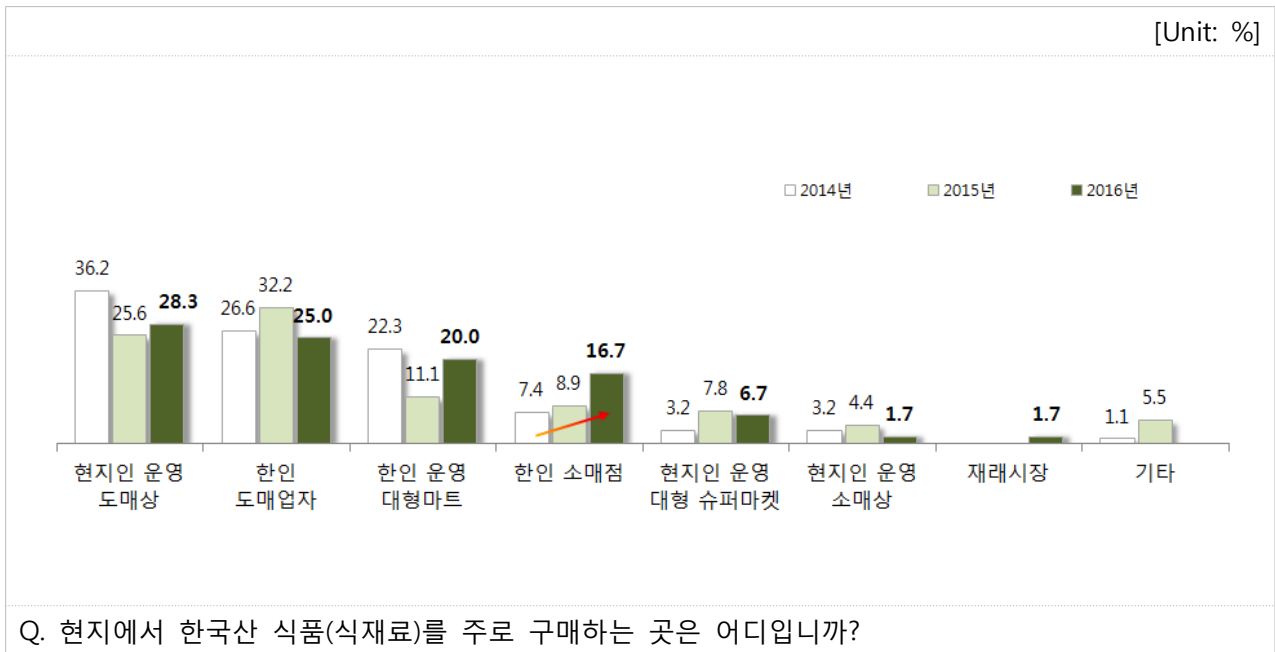
[표4-6] 한국산 식재료 구입방법(복수응답)

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(89)		(36)		(6)		(18)		(10)		(19)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
현지 시장을 통한 구입	69.7	62	66.7	24	100.0	6	61.1	11	80.0	8	68.4	13
프랜차이즈 본부를 통해 수입	43.8	39	55.6	20	16.7	1	38.9	7	40.0	4	36.8	7
직접 수입 (지인 또는 국제 택배 우편 등)	30.3	27	25.0	9	0.0	0	33.3	6	30.0	3	47.4	9

6) 한국산 식재료 현지 구매처

- 현지에서 구입하는 경우, 주로 현지 및 한인 도매업자 통해 구입
- 전년 대비 한인 운영 대형마트 및 한인 소매점을 통해 구입하는 비율 증가. 특히 베트남과 필리핀 국가의 구입률 타 국가 대비 높음

[그림4-7] 한국산 식재료 현지 구매처



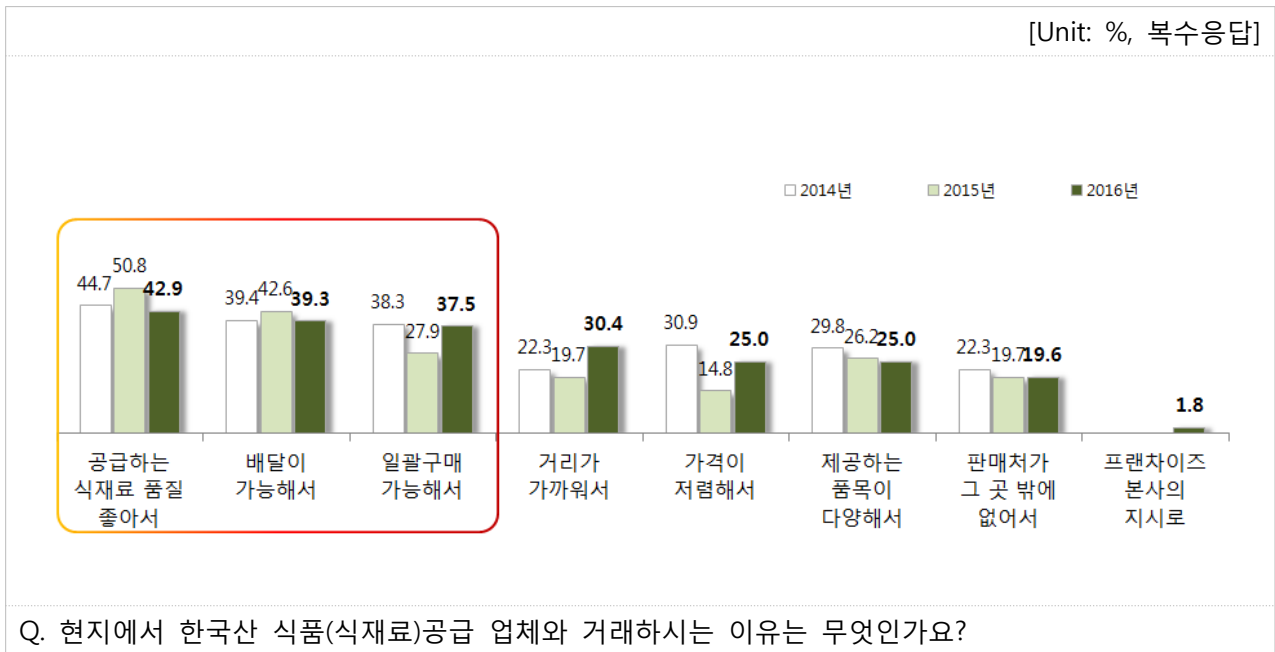
[표4-7] 한국산 식재료 현지 구매처

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(60)		(24)		(5)		(10)		(8)		(13)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
현지인 운영 도매상	28.3	17	62.5	15	20.0	1	0.0	0	12.5	1	0.0	0
한인 도매업자	25.0	15	16.7	4	40.0	2	0.0	0	75.0	6	23.1	3
한인 운영 대형마트	20.0	12	4.2	1	40.0	2	80.0	8	0.0	0	7.7	1
한인 소매점	16.7	10	8.3	2	0.0	0	10.0	1	12.5	1	46.2	6
현지인 운영 대형 슈퍼마켓	6.7	4	4.2	1	0.0	0	10.0	1	0.0	0	15.4	2
현지인 운영 소매상	1.7	1	4.2	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
재래시장	1.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	7.7	1

기 현지 구매처 거래 이유

- 품질이 뛰어나고 배달 및 일괄구매가 가능하여 현지에서 식재료 구매
- 현지에서 식재료를 구매함에 있어 품질 및 구매방식의 편리성이 유사한 수준으로 중요시 됨

[그림4-8] 현지 구매처 거래 이유



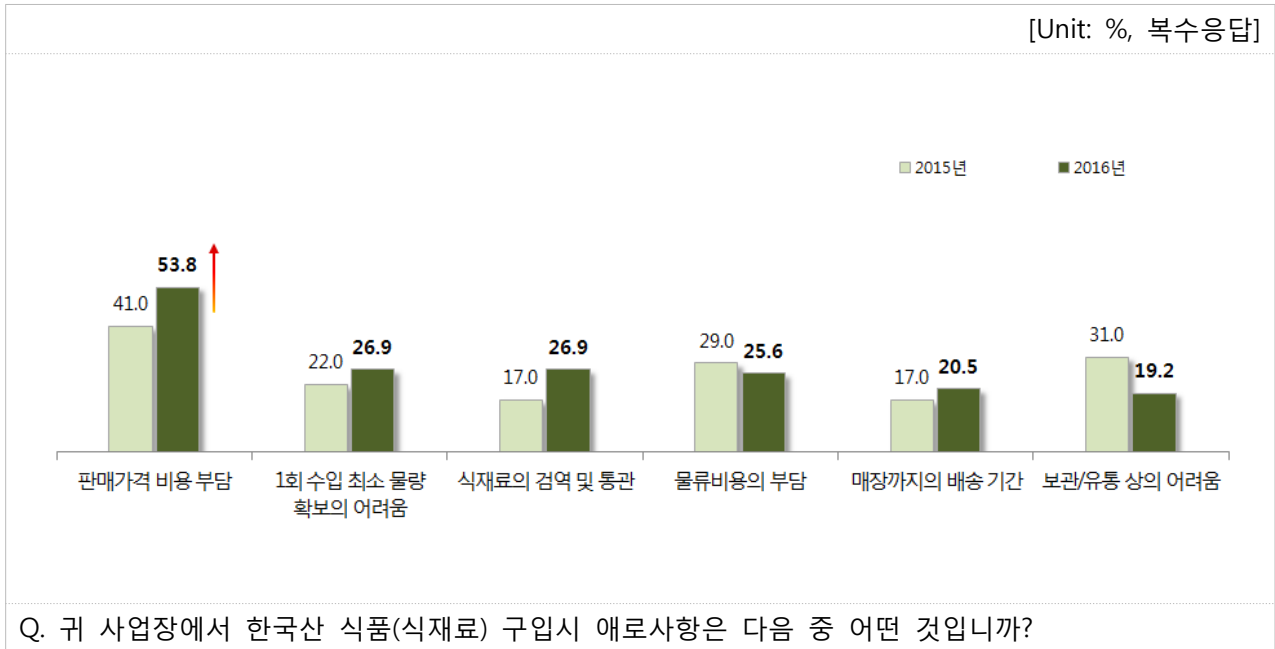
[표4-8] 현지 구매처 거래 이유(복수응답)

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(56)		(23)		(5)		(9)		(6)		(13)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
공급하는 식재료 품질이 좋아서	42.9	24	43.5	10	40.0	2	55.6	5	33.3	2	38.5	5
배달이 가능해서	39.3	22	52.2	12	40.0	2	33.3	3	16.7	1	30.8	4
일괄구매가 가능해서	37.5	21	52.2	12	0.0	0	33.3	3	66.7	4	15.4	2
거리가 가까워서(접근성 용이)	30.4	17	30.4	7	40.0	2	33.3	3	0.0	0	38.5	5
가격이 저렴해서	25.0	14	39.1	9	20.0	1	11.1	1	16.7	1	15.4	2
제공하는 품목이 다양해서	25.0	14	39.1	9	0.0	0	22.2	2	16.7	1	15.4	2
판매하는 곳이 그 곳 밖에 없어	19.6	11	21.7	5	20.0	1	22.2	2	33.3	2	7.7	1
프랜차이즈 본사의 지시로	1.8	1	4.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

8) 한국산 식재료 구입시 애로사항

- 한국산 식재료 구입시 가장 큰 애로사항 높은 '가격'
- 판매가격 뿐만 아니라 물류비용에 대한 부담감도 존재

[그림4-9] 한국산 식재료 구입시 애로사항



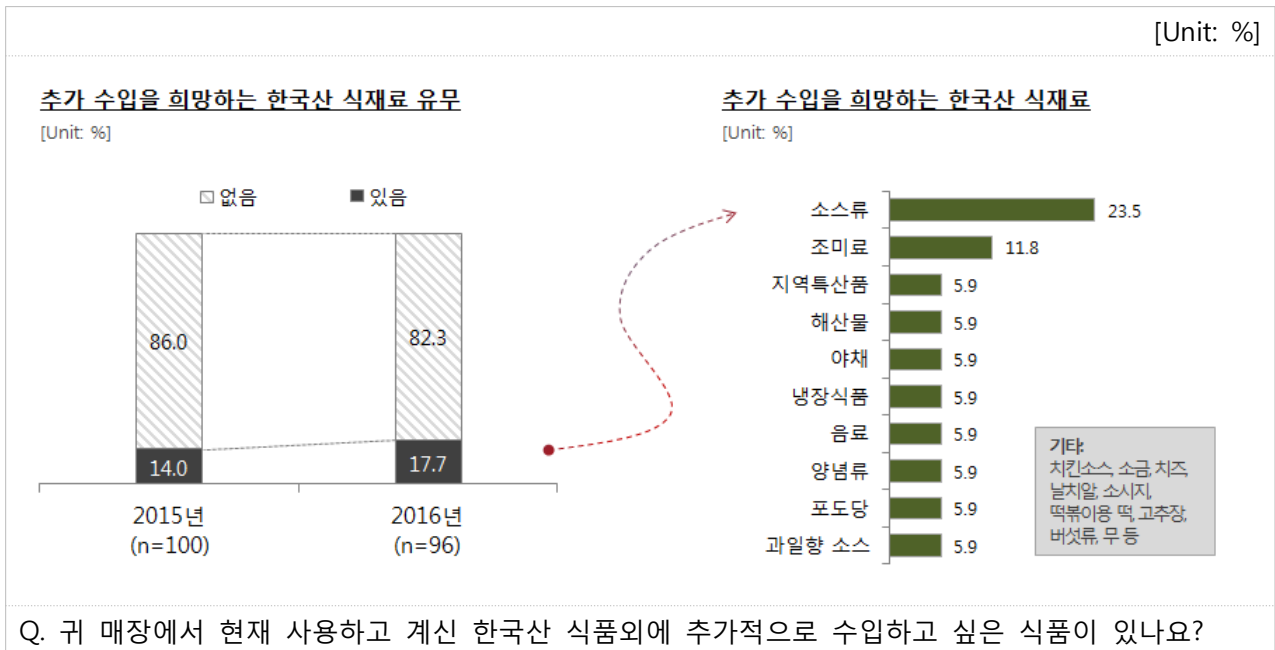
[표4-9] 한국산 식재료 구입시 애로사항(복수응답)

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(78)		(23)		(8)		(17)		(11)		(19)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
판매가격 비용 부담	53.8	42	43.5	10	100.0	8	47.1	8	72.7	8	42.1	8
1회 수입 최소 물량 확보	26.9	21	21.7	5	12.5	1	17.6	3	45.5	5	36.8	7
식재료의 검역 및 통관	26.9	21	43.5	10	0.0	0	41.2	7	0.0	0	21.1	4
물류비용의 부담	25.6	20	17.4	4	37.5	3	29.4	5	27.3	3	26.3	5
매장까지의 배송 기간	20.5	16	26.1	6	12.5	1	11.8	2	27.3	3	21.1	4
보관/유통 상의 어려움	19.2	15	21.7	5	25.0	2	29.4	5	18.2	2	5.3	1

9) 추가 수입을 희망하는 한국산 식재료 유무

- 한국산 식재료 중 '소스류'의 추가 수입 희망하는 경우 가장 많음
- 전체 응답 매장의 18%가 추가 수입을 희망하는 한국산 식재료가 있으며, 희망 품목으로는 소스 및 조미료가 다수

[그림4-10] 추가 수입을 희망하는 한국산 식재료



[표4-10] 추가 수입을 희망하는 한국산 식재료 유무

사례수	전체		국가									
	(96)		중국 (39)		미국 (9)		베트남 (17)		싱가폴 (11)		필리핀 (20)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
있음	17.7	17	25.6	10	22.2	2	11.8	2	9.1	1	10.0	2
없음	82.3	79	74.4	29	77.8	7	88.2	15	90.9	10	90.0	18

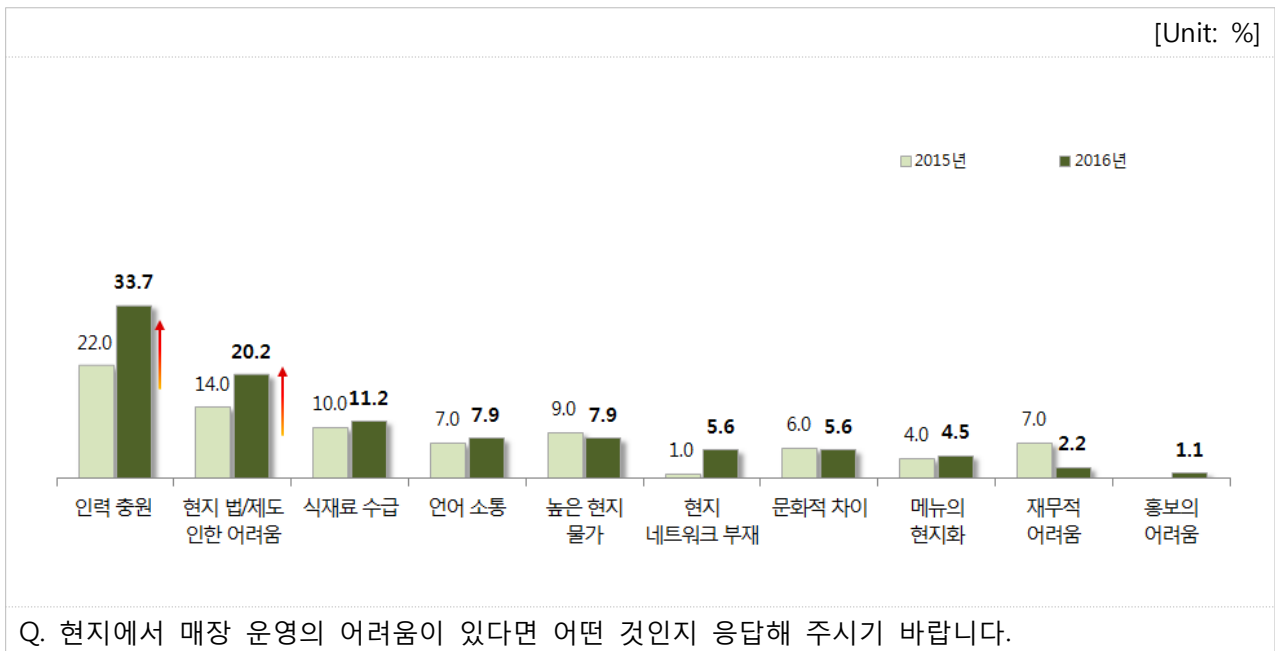
[표4-10-1] 추가 수입을 희망하는 한국산 식재료 품목

사례수	전체		사례수	전체	
	(17)			(17)	
단위	(%)	(개)	단위	(%)	(개)
소스류	23.5	4	치킨소스	5.9	1
조미료	11.8	2	소금	5.9	1
지역특산품	5.9	1	치즈	5.9	1
해산물	5.9	1	파마산치즈	5.9	1
야채	5.9	1	날치알	5.9	1
냉장식품	5.9	1	소시지	5.9	1
음료	5.9	1	떡(떡볶이용)	5.9	1
양념류	5.9	1	고추장	5.9	1
포도당	5.9	1	버섯류	5.9	1
과일향 소스	5.9	1	무	5.9	1

10) 현지 매장 운영 애로사항

- 현지 매장 운영함에 있어 가장 큰 어려움 '인력 충원'
- 국가별로는 중국·싱가폴·필리핀은 '인력 충원'. 베트남은 '현지 법/제도', 미국은 '재무 문제'가 주요 애로사항으로 파악됨

[그림4-11] 현지 매장 운영 애로사항



[표4-11] 현지 매장 운영 애로사항(복수응답)

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(89)		(39)		(8)		(15)		(10)		(17)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
인력 충원 부분	33.7	30	43.6	17	0.0	0	6.7	1	60.0	6	35.3	6
현지 법/제도로 인한 어려움	20.2	18	15.4	6	0.0	0	46.7	7	10.0	1	23.5	4
식재료 수급의 어려움	11.2	10	7.7	3	25.0	2	13.3	2	0.0	0	17.6	3
언어 소통의 어려움	7.9	7	12.8	5	0.0	0	13.3	2	0.0	0	0.0	0
현지 물가가 높은 데서 오는 어려움	7.9	7	7.7	3	37.5	3	0.0	0	10.0	1	0.0	0
현지 네트워크 부재로 발생하는 애로사항	5.6	5	0.0	0	0.0	0	6.7	1	20.0	2	11.8	2
문화적 차이	5.6	5	7.7	3	0.0	0	6.7	1	0.0	0	5.9	1
메뉴의 현지화	4.5	4	0.0	0	25.0	2	6.7	1	0.0	0	5.9	1
재무적 어려움	2.2	2	2.6	1	12.5	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
홍보의 어려움	1.1	1	2.6	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

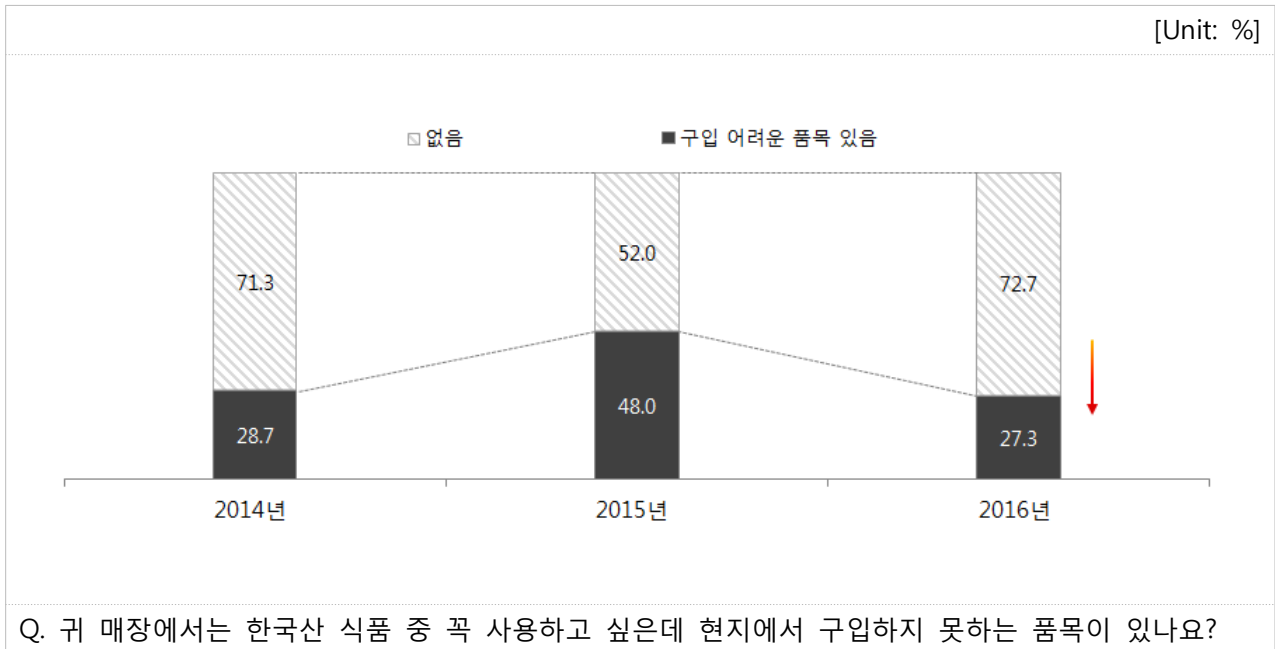
3. 현지 대체재 사용 현황

1) 현지 대체재 사용 여부

-현지 매장의 27%는 한국산 식재료가 필요하나 구입이 어려워 현지 식재료로 대체함

☞ 국가별로는 싱가포르와 필리핀이 가장 높음 → “한국산 식재료에 대한 니즈 강함”

[그림4-12] 현지 대체재 사용 여부



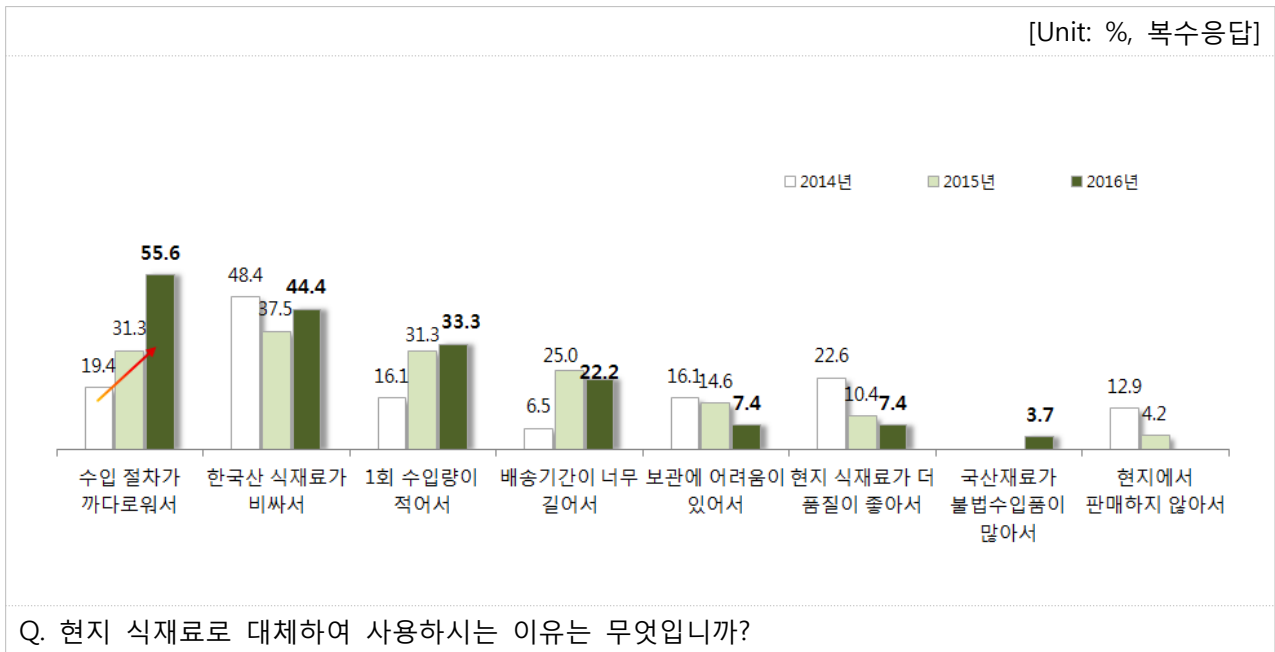
[표4-12] 현지 대체재 사용 여부

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가포르		필리핀	
사례수	(99)		(39)		(9)		(20)		(11)		(20)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
있다	27.3	27	23.1	9	22.2	2	25.0	5	36.4	4	35.0	7
없다	72.7	72	76.9	30	77.8	7	75.0	15	63.6	7	65.0	13

2) 현지 대체재 사용 이유

-전년 대비 '까다로운 수입 절차'로 인해 현지 대체재 사용하는 경우 크게 늘어남
 높은 가격에 대한 애로사항 여전히 존재하며, 까다로운 수입 절차에 대한 문제점이 전년대비 크게 부각되어 개선이 필요한 시점

[그림4-13] 현지 대체재 사용 이유



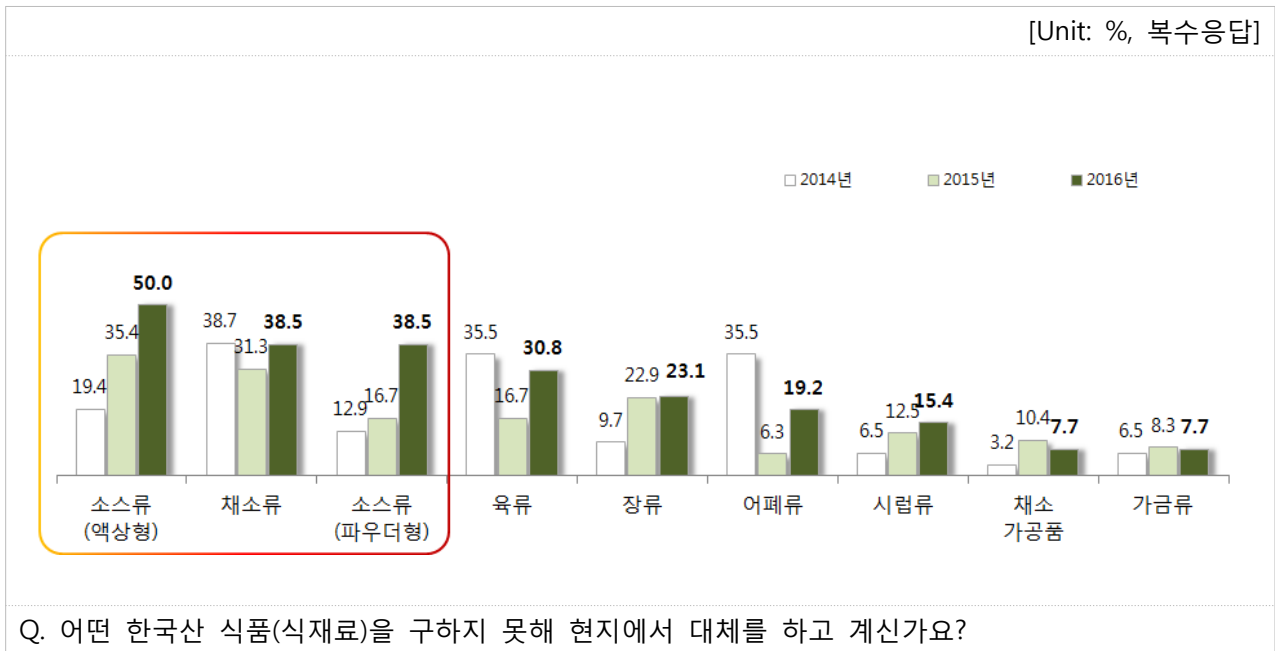
[표4-15] 현지 대체재 사용 이유(복수응답)

(단위: %)	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(27)		(9)		(2)		(5)		(4)		(7)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
수입 절차가 까다로워서	55.6	15	77.8	7	50.0	1	20.0	1	75.0	3	42.9	3
한국산 식재료가 비싸서	44.4	12	33.3	3	50.0	1	80.0	4	50.0	2	28.6	2
1회 수입량이 적어서	33.3	9	33.3	3	0.0	0	40.0	2	25.0	1	42.9	3
배송기간이 너무 길어서	22.2	6	11.1	1	0.0	0	60.0	3	25.0	1	14.3	1
보관에 어려움이 있어서	7.4	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	25.0	1	14.3	1
현지 식재료가 더 품질이 좋아서	7.4	2	11.1	1	50.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
국산재료가 불법수입품이 많아서	3.7	1	11.1	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

3) 현지 대체 품목

- 액상 및 파우더형 소스류, 채소류 등에 대한 대체 비율 높음
- 공통적으로 소스류에 대한 대체 비율이 높은 가운데, 베트남·싱가폴·필리핀의 경우 채소류에 대한 대체 비율 특히 높음

[그림4-14] 현지 대체 품목



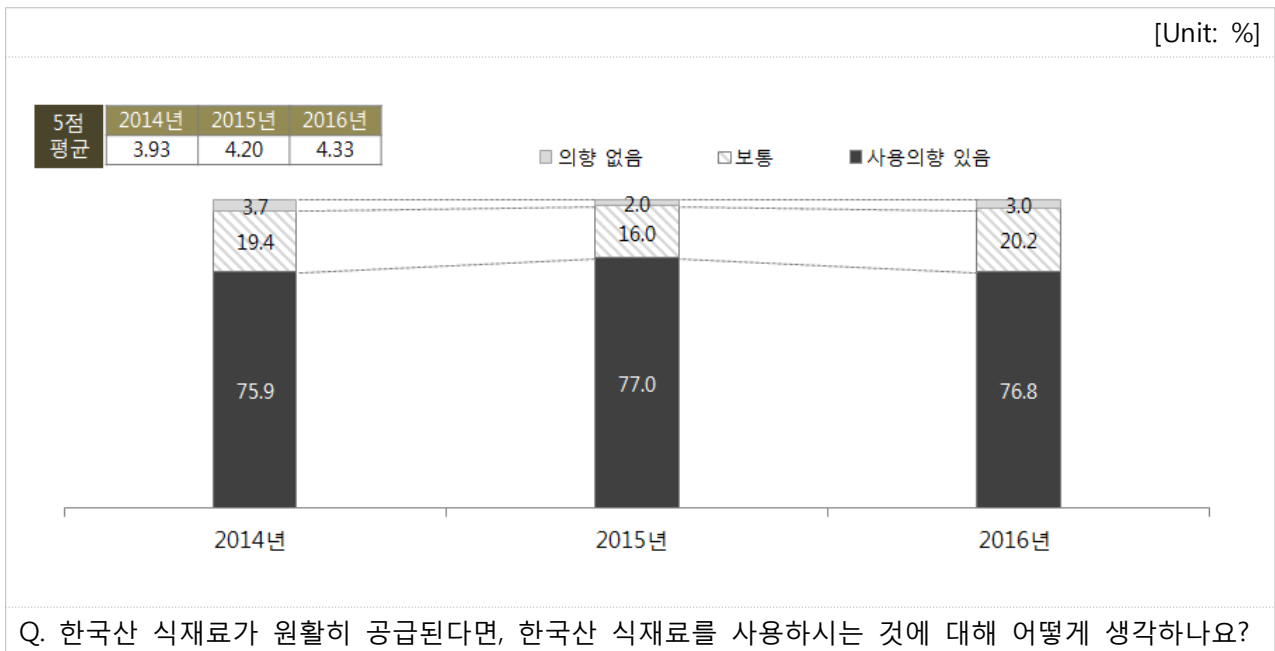
[표4-16] 현지 대체 품목(복수응답)

사례수 단위	전체 (26)		국가									
			중국 (9)		미국 (1)		베트남 (5)		싱가폴 (4)		필리핀 (7)	
	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
소스류(액상형)	50.0	13	55.6	5	100	1	40.0	2	50.0	2	42.9	3
채소류	38.5	10	33.3	3	0.0	0	40.0	2	50.0	2	42.9	3
소스류(파우더형)	38.5	10	44.4	4	100	1	20.0	1	50.0	2	28.6	2
육류	30.8	8	33.3	3	0.0	0	20.0	1	50.0	2	28.6	2
장류	23.1	6	22.2	2	100	1	0.0	0	25.0	1	28.6	2
어패류	19.2	5	33.3	3	0.0	0	20.0	1	25.0	1	0.0	0
시럽류	15.4	4	11.1	1	0.0	0	20.0	1	0.0	0	28.6	2
채소 가공품	7.7	2	0.0	0	0.0	0	40.0	2	0.0	0	0.0	0
가금류	7.7	2	0.0	0	0.0	0	40.0	2	0.0	0	0.0	0

4) 한국산 식재료 사용 의향(원활한 공급시)

- 해외 현지 매장 중 77%, 한국산 식재료 사용 의향 있음
- 전년과 비슷한 수준의 사용 의향률
- 국가별로는 싱가포르와 필리핀 매장의 사용 의향률이 가장 높음

[그림4-15] 한국산 식재료 사용 의향(원활한 공급시)



[표4-17] 한국산 식재료 사용 의향

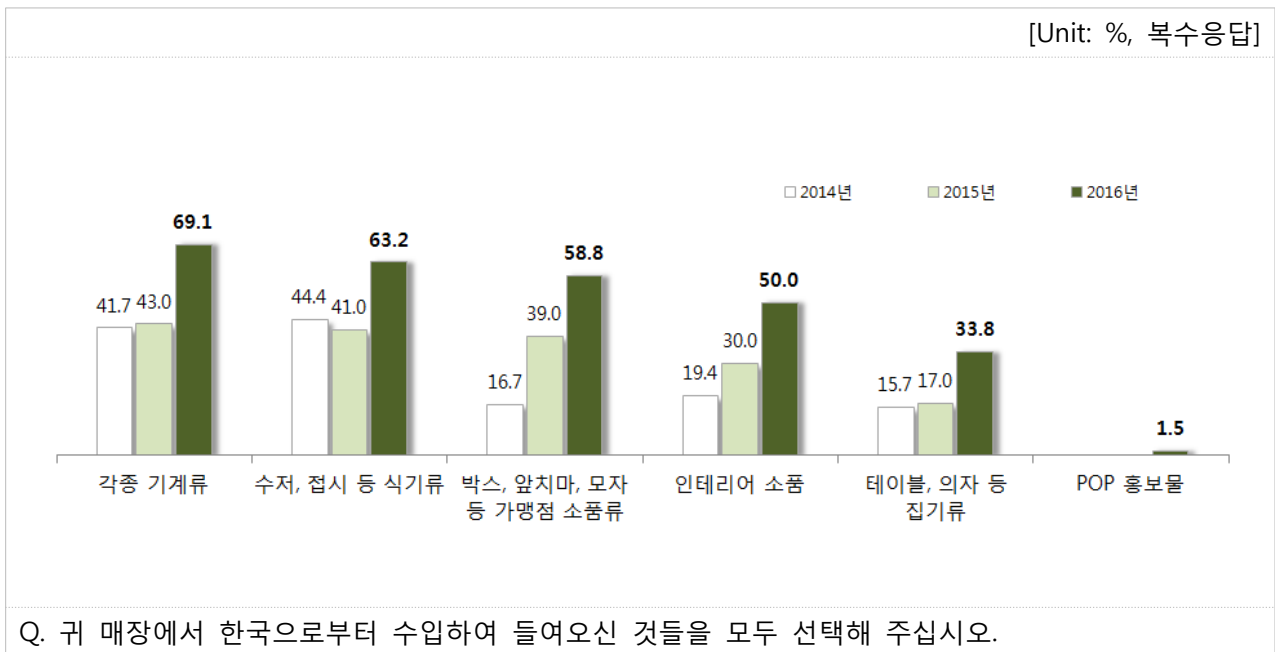
	전체		국가										
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀		
사례수	(99)		(39)		(9)		(20)		(11)		(20)		
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	
부정적인 편	3.0	3	2.6	1	0.0	0	10.0	2	0.0	0	0.0	0	
보통	20.2	20	20.5	8	44.4	4	20.0	4	9.1	1	15.0	3	
긍정적인 편	27.3	27	25.6	10	11.1	1	35.0	7	27.3	3	30.0	6	
매우 긍정적	49.5	49	51.3	20	44.4	4	35.0	7	63.6	7	55.0	11	
종합결과	부정	3.0	3	2.6	1	0.0	0	10.0	2	0.0	0	0.0	0
	보통	20.2	20	20.5	8	44.4	4	20.0	4	9.1	1	15.0	3
	긍정	76.8	76	76.9	30	55.6	5	70.0	14	90.9	10	85.0	17
평균: (5점)	4.33		4.26		4.50		3.95		4.55		4.62		

4. 일반 집기 구입 현황

1) 한국산 집기 수입 품목

- 한국산 집기 수입 품목 중, 각종 기계류 수입율 가장 높음
- 각종 기계류 외에도 수저, 접시 등 식기류 역시 주요 수입 품목

[그림4-16] 한국산 집기 수입 품목



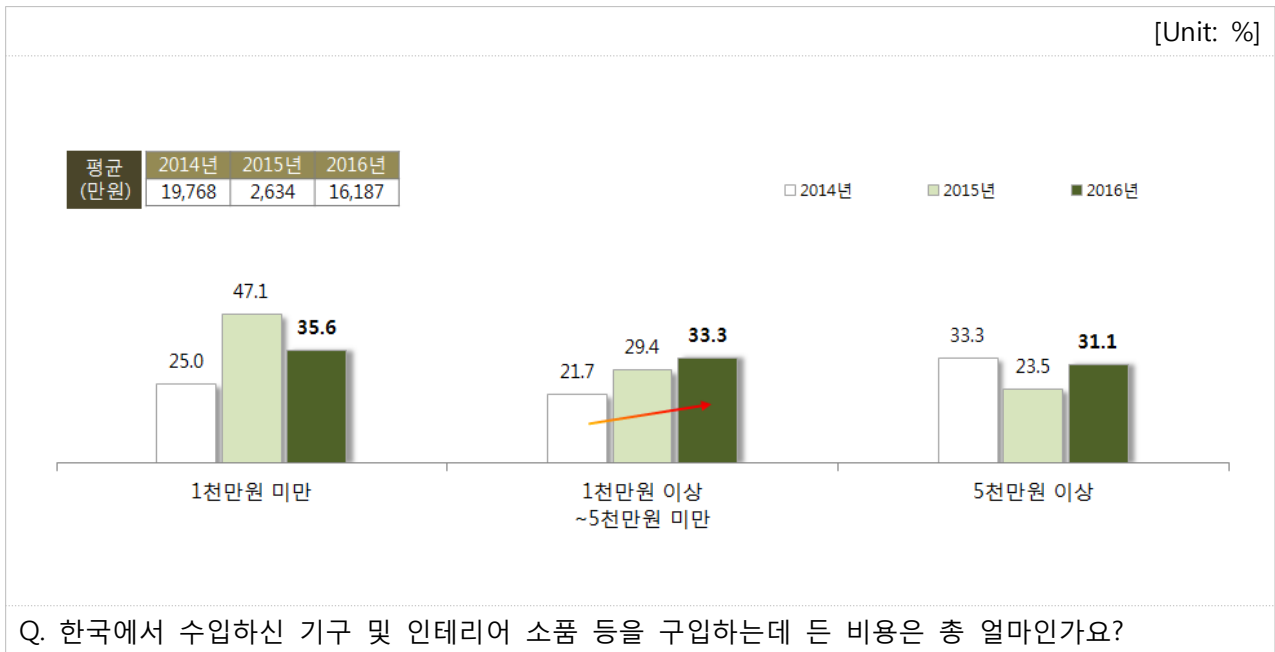
[표4-18] 한국산 집기 수입 품목(복수응답)

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(68)		(29)		(2)		(15)		(11)		(11)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
각종 기계류	69.1	47	62.1	18	100.0	2	86.7	13	81.8	9	45.5	5
수저, 접시 등 식기류	63.2	43	51.7	15	100.0	2	60.0	9	72.7	8	81.8	9
박스, 앞치마, 모자 등 가맹점 소품류	58.8	40	58.6	17	0.0	0	46.7	7	72.7	8	72.7	8
인테리어 소품	50.0	34	48.3	14	50.0	1	53.3	8	45.5	5	54.5	6
테이블, 의자 등 집기류	33.8	23	20.7	6	100.0	2	53.3	8	27.3	3	36.4	4
POP 홍보물	1.5	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	9.1	1

2) 한국산 수입 집기 구입 비용

- 한국산 집기 수입 규모 평균 1억 6천만 원 수준
- 전년 대비 1천만 원 이상의 지출 규모가 늘어난 수준이며, 국가별로는 베트남과 필리핀의 수입 지출이 가장 큼

[그림4-17] 한국산 수입 집기 구입 비용



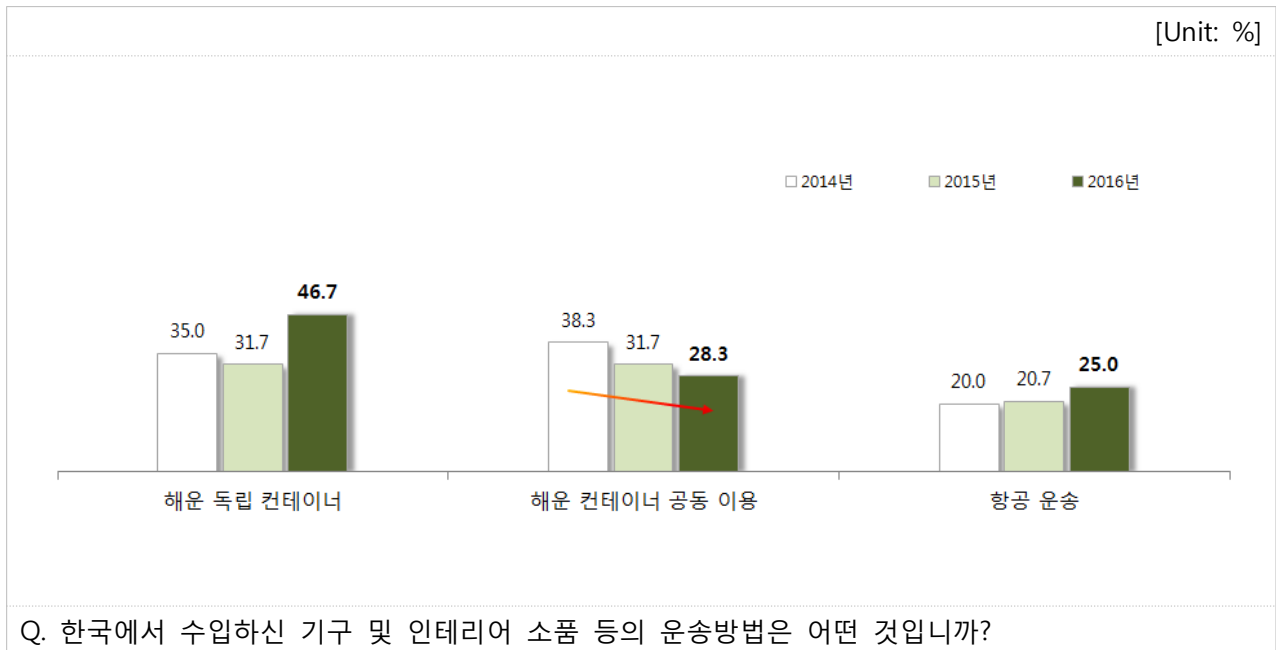
[표4-19] 한국산 수입 집기 구입 비용

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(45)		(1)		(7)		(4)		(27)		(6)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
1천만원 미만	35.6	16	0.0	0	42.9	3	50.0	2	37.0	10	16.7	1
1천만원 이상~5천만원 미만	33.3	15	100.0	1	14.3	1	25.0	1	44.4	12	0.0	0
5천만원 이상	31.1	14	0.0	0	42.9	3	25.0	1	18.5	5	83.3	0
평균: (만원)	16,187		9,649		1,100		28,078		2,531		43,355	

3) 한국산 수입 집기 운송 방법

- 주로 해운 컨테이너 통해 한국산 집기 수입
- 전년 대비 공동 컨테이너 보다는 독립 컨테이너를 이용한 수입 늘어남

[그림4-18] 한국산 수입 집기 운송 방법



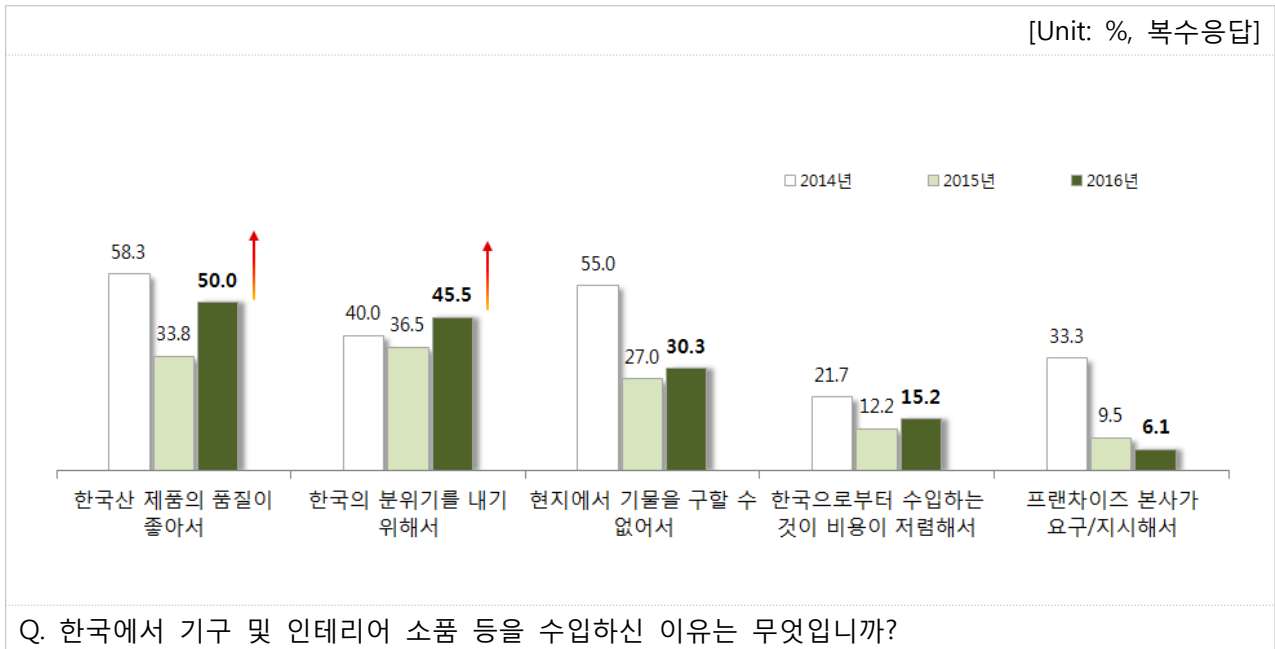
[표4-20] 한국산 수입 집기 운송 방법

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(60)		(27)		(2)		(12)		(9)		(10)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
해운 독립 컨테이너	46.7	28	37.0	10	50.0	1	58.3	7	44.4	4	60.0	6
해운 컨테이너 공동 이용	28.3	17	18.5	5	50.0	1	25.0	3	55.6	5	30.0	3
항공 운송	25.0	15	44.4	12	0.0	0	16.7	2	0.0	0	10.0	1

4) 한국산 집기 수입이유

- 제품 품질 때문 또는 한국 분위기 내기 위해 한국산 집기 수입
- 베트남의 경우 현지에서 기물을 구할 수 없어서 한국산 집기를 수입한다는 응답 비율이 높음

[그림4-19] 한국산 집기 수입이유



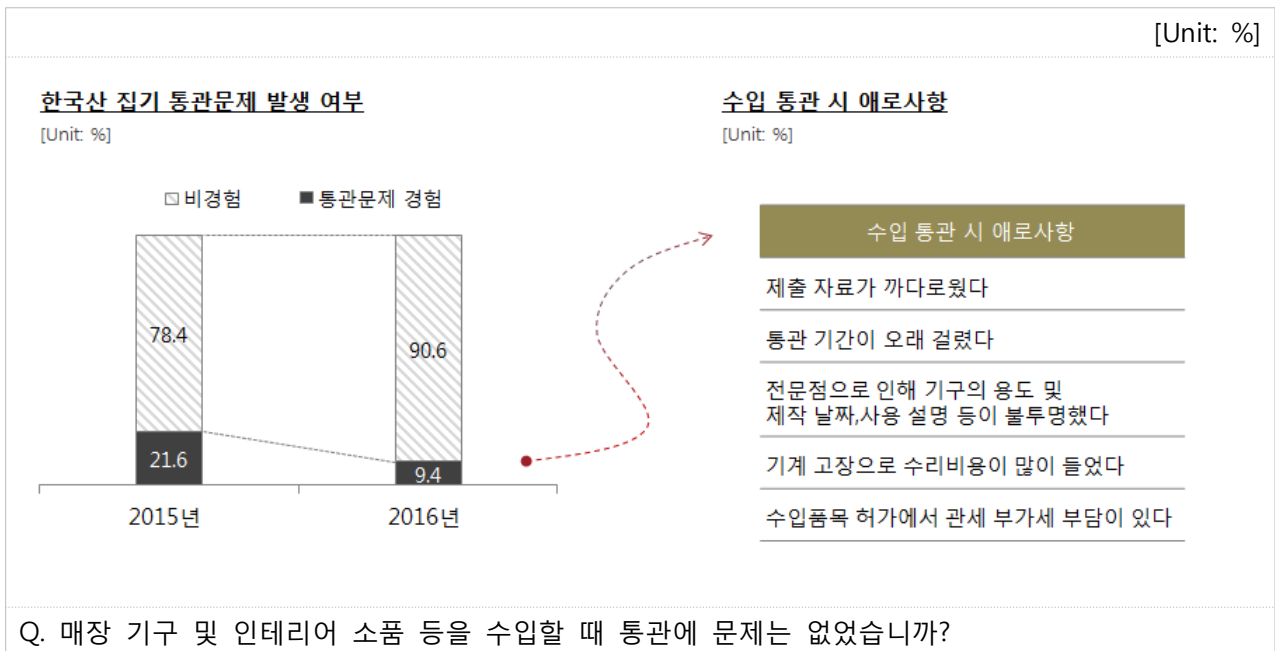
[표4-21] 한국산 집기 수입이유(복수응답)

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(66)		(29)		(2)		(14)		(10)		(11)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
한국산 제품의 품질이 좋아서	50.0	33	37.9	11	0.0	0	78.6	11	20.0	2	81.8	9
한국의 분위기를 내기 위해서	45.5	30	51.7	15	0.0	0	35.7	5	50.0	5	45.5	5
현지에서 기물을 구할 수 없어서	30.3	20	31.0	9	50.0	1	42.9	6	30.0	3	9.1	1
한국으로부터 수입하는 것이 비용이 저렴해서	15.2	10	3.4	1	50.0	1	7.1	1	30.0	3	36.4	4
프랜차이즈 본사가 요구/지시해서	6.1	4	10.3	3	0.0	0	0.0	0	10.0	1	0.0	0

5) 한국산 일반 집기 통관 문제 발생 여부

- 한국산 집기 수입 매장 9.4% '통관문제' 경험
- 통관문제 경험률 전년 대비 크게 감소하였음. 국가별로는 미국, 베트남, 중국에서 통관 문제 발생 빈도가 가장 높음

[그림4-20] 한국산 일반 집기 통관 문제 발생 여부



[표4-22] 한국산 일반 집기 통관 문제 발생 여부

	전체		국가									
			중국		미국		베트남		싱가폴		필리핀	
사례수	(64)		(28)		(2)		(14)		(10)		(10)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
있었다	9.4	6	10.7	3	50.0	1	14.3	2	0.0	0	0.0	0
없었다	90.6	58	89.3	25	50.0	1	85.7	12	100.0	10	100.0	10



2016 외식기업
해외진출 실태조사

V.

외식기업 해외진출 효과성 분석



1. 식재료 해외 수출액 추정

-2016년 국내 외식기업의 해외진출 기업체 중 총 66개 업체는 식재료 수출하고 있으며, 일부 업체는 식재료 수출액을 비공개하여, 전체 식재료 수출액 규모를 추정하고자 함

[식재료 수출 규모 추정 접근 원칙]

- ① 해외진출 기업체 중 총 66개 업체 식재료 수출
- ② 총 66개 기업체 중 38개 기업체는 식재료 수출액 공개함. 해당 기업체의 연간 식재료 수출 규모는 총 98억 원 수준
- ③ 식재료 수출액 비공개 업체 중, 3개 기업체의 경우 2015년도에는 식재료 수출액을 공개하였으나 올해 비공개. 해당 기업체의 전년도 식재료 수출 규모는 132억 원 규모(대기업 포함). 즉 3개 기업체의 경우 전년도 식재료 공개액을 활용함
- ④ (②+③, 총 41개)경우를 제외하고 25개 식재료 수출 기업체(①-(②+③))의 규모를 추정함

[식재료 수출액 비공개 업체 추정 방식]

- ① 총 25개 기업체(수출액 비공개업체)의 식재료 수출액 추정하기 위해, 식재료 수출액 공개 기업체를 재분류 하여 평균 수출액 규모를 도출 함
- ② 식재료 수출 기업체(총66개)의 해외 매장수 기준으로 매장 수 100개 이상은 '대', 10~99개는 '중', 1~9개는 '소'로 구분하여 그룹을 재정의 함

식재료 수출 기업체 재분류(해외 매장수 기준)			
구분	대	중	소
분류기준	해외 매장수 100개 이상	해외 매장수 10~99개	해외 매장수 1~9개

[참고] 2015년도 식재료 수출액 비공개 업체의 규모 추정시, 해외 매장수가 아닌 업체별 해외 진출 국가수 기준으로 그룹을 재정의하였으나 2016년 추정시 해외 매장수 규모를 기준으로 그룹을 재정의함. (그룹 재분류 기준 변경 이유: 2016년 응답결과를 토대로 전년도 방식 '해외진출 국가 수'으로 접근 시 설명력이 다소 부족함-'중'으로 분류된 기업체 평균 수출액 규모(약1억1천만원) < '소'로 분류된 기업체 평균 수출액 규모(약1억8천만원)-)

- ③ '②'와 같이 재분류후, 기업별 평균 식재료 수출 금액을 산출함. 식재료 수출액 공개업체 중 '대'로 분류된 기업체의 평균 식재료 수출액은 28억 2천 8백만원 수준이며, '중'으로 분류된 기업체의 평균 식재료 수출액은 4억 5천 2백만원, '소'로 분류된 기업체의 평균 식재료 수출액은 1억 4천 8백만원임

식재료 수출 기업체 재분류(평균 수출액 규모)			
구분	대	중	소
평균 식재료 수출액(백만원)	2,828.3	452.2	148.1

- ④ 식재료 비공개 업체 25개에 대해 위와 같이 표준화를 진행함. '대'와 같이 재분류한 결과, 비공개 25개 업체중, '대'로 분류되는 기업체 수는 총 2개, '중'으로 분류되는 기업체 수는 총 6개, '소'로 분류되는 기업체 수는 총 17개로 정의됨

구분	식재료 수출금액 비공개 업체 재분류(해외 매장수 기준)		
	대	중	소
기업체수(개)	2	6	17

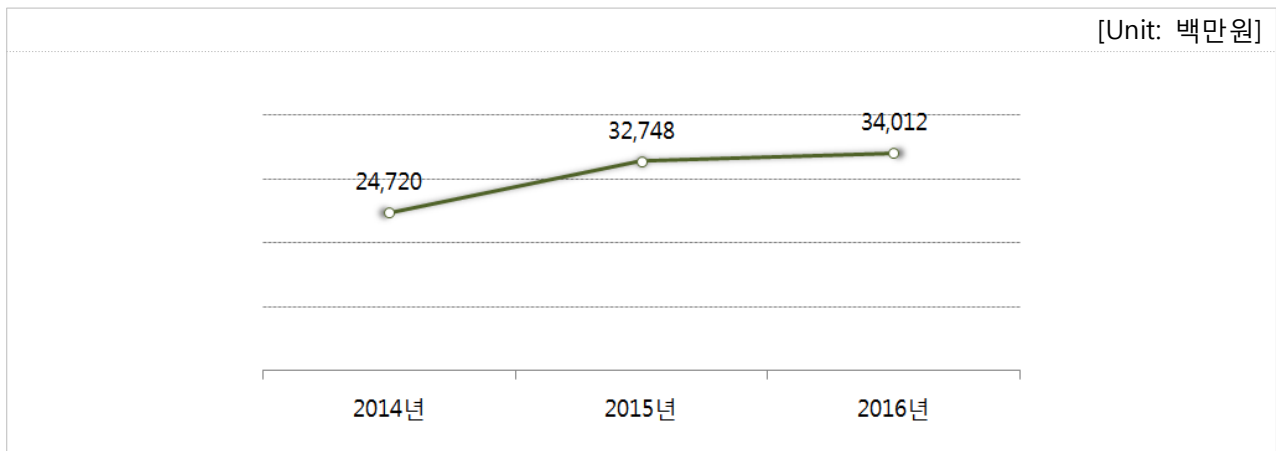
- ⑤ 식재료 수출액 비공개 기업체의 수출금액을 아래와 같이 추정함. '대'로 분류된 기업체(2개)의 수출액은 56억 5천 6백만원, '중'으로 분류된 기업체(6개)의 수출액은 27억 1천 3백만원, '소'로 분류된 기업체(17개)의 수출액은 25억 1천 7백만원으로 추정함

구분	식재료 수출금액 비공개 업체_수출액 추정 규모		
	대	중	소
평균 수출액(백만원)	2,828.3	452.2	148.1
기업체 수(개)	2	6	17
식재료 수출 추정액(백만원)	5,656.6	2,713.2	2,517.7
식재료 수출액 합계	10,887.5		

- ⑥ 식재료 수출 기업체 66개의 전체 수출 규모는, 공개 기업체(41개) 231억 2천 5백만원, 비공개 기업체(25개) 추정 금액 108억 8천 8백만원(십만단위 절사후). 전체 식재료 수출 금액은 약 340억 1천 2백만원 규모로 추정됨.

[최근 3개년 식재료 수출규모 추이]

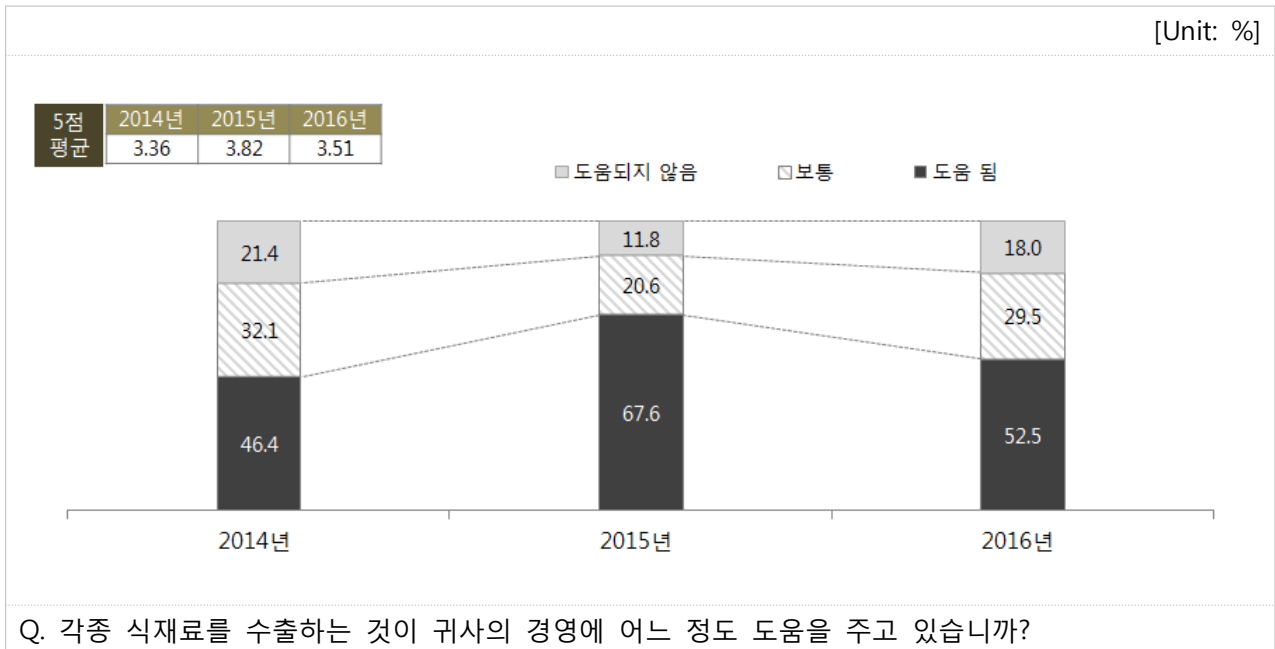
- ① 매년 지속 상승하는 추세이며, 전년도 대비 3.9%p 증가함



2. 식재료 수출 효과

- 식재료 수출 업체 52%, 식재료 수출 업체 경영에 도움
- 전년 대비 식재료 수출이 업체 경영에 도움을 준다고 응답한 비율 감소

[그림5-1] 식재료 수출 효과



[표5-1] 식재료 수출 효과

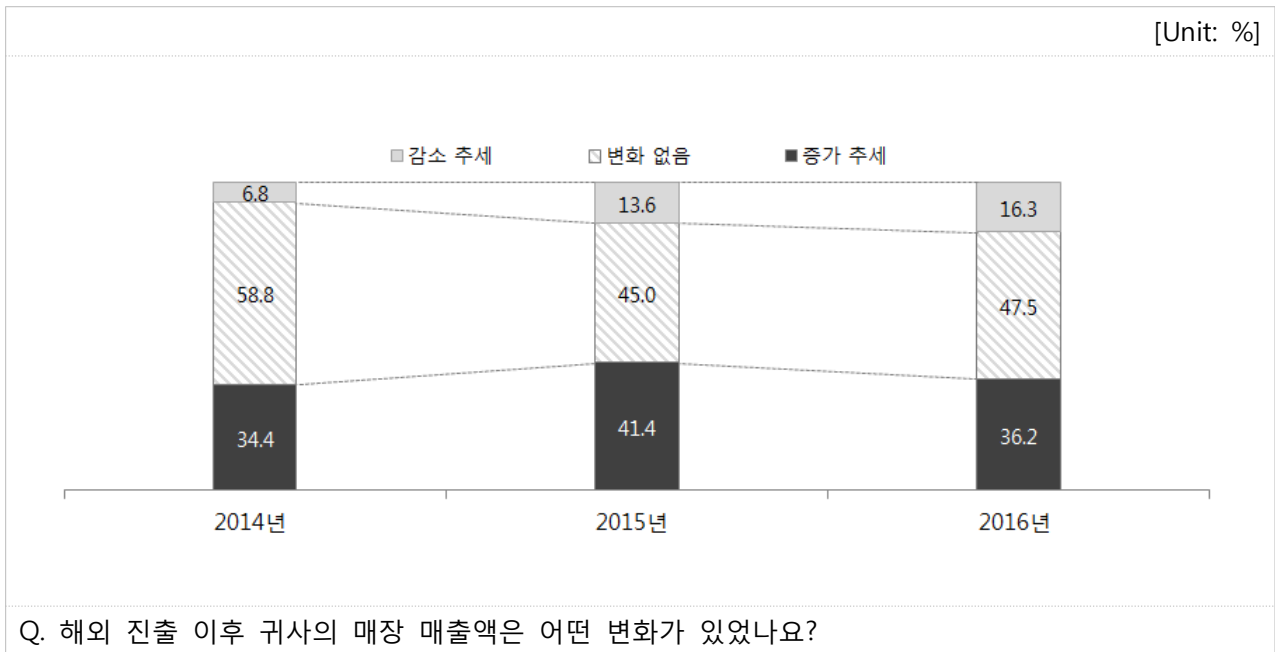
	전체		업종								
			한식		서양식		디저트		중식		
사례수	(61)		(17)		(26)		(17)		(1)		
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	
전혀 도움이 되지 않는다	4.9	3	5.9	1	3.8	1	5.9	1	0.0	0	
별로 도움이 되지 않는다	13.1	8	5.9	1	15.4	4	17.6	3	0.0	0	
보통이다	29.5	18	23.5	4	30.8	8	29.4	5	100	1	
도움이 되는 편이다	31.1	19	29.4	5	34.6	9	29.4	5	0.0	0	
매우 도움이 되고 있다	21.3	13	35.3	6	15.4	4	17.6	3	0.0	0	
종합결과	도움되지 않음	18.0	11	11.8	2	19.2	5	23.5	4	0.0	0
	보통	29.5	18	23.5	4	30.8	8	29.4	5	100	1
	도움됨	52.5	32	64.7	11	50.0	13	47.1	8	0.0	0
평균: (5점)	3.51		3.82		3.42		3.35		3.00		

3. 매장 매출액

1) 매장 매출액 변화 추세

- 전년과 비슷한 매출액 수준 유지하는 업체 비중 가장 큼
- 전년 대비 매출액이 증가한 업체의 비중은 소폭 감소하고, 매출액이 감소한 업체의 비중은 늘어남

[그림5-2] 매장 매출액 변화



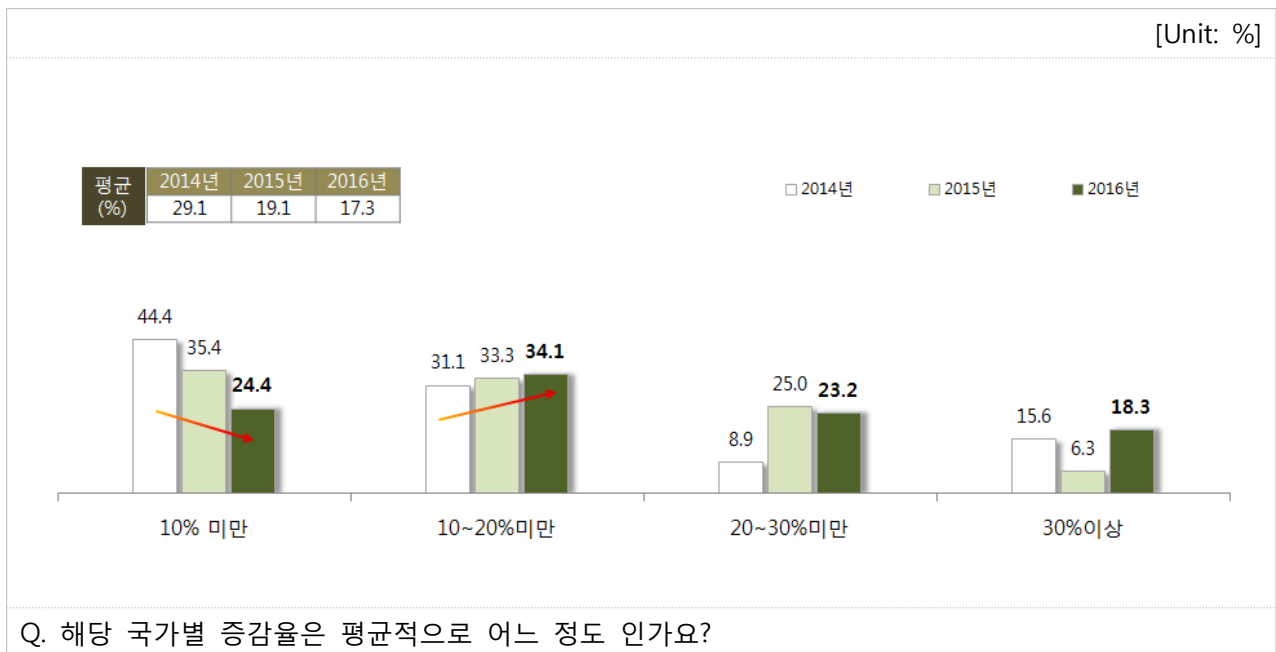
[표5-2] 매장 매출액 변화

	전체		업종							
			한식		서양식		디저트		일식	
사례수	(301)		(98)		(79)		(116)		(2)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
감소추세	16.3	49	11.2	11	15.2	12	22.4	26	0.0	0
변화없음	47.5	143	50.0	49	40.5	32	51.7	60	50.0	1
증가추세	36.2	109	38.8	38	44.3	35	25.9	30	50.0	1

2) 매장 매출액 증가율

- 매출액 증가 업체의 경우, 평균 18% 가량 매출액 증가
- 전년 대비 10% 미만으로 증가한 비율은 감소하고 30% 이상 증가했다는 업체 비중 늘어남 → 꾸준한 성장세 유지

[그림5-3] 매장 매출액 증가율



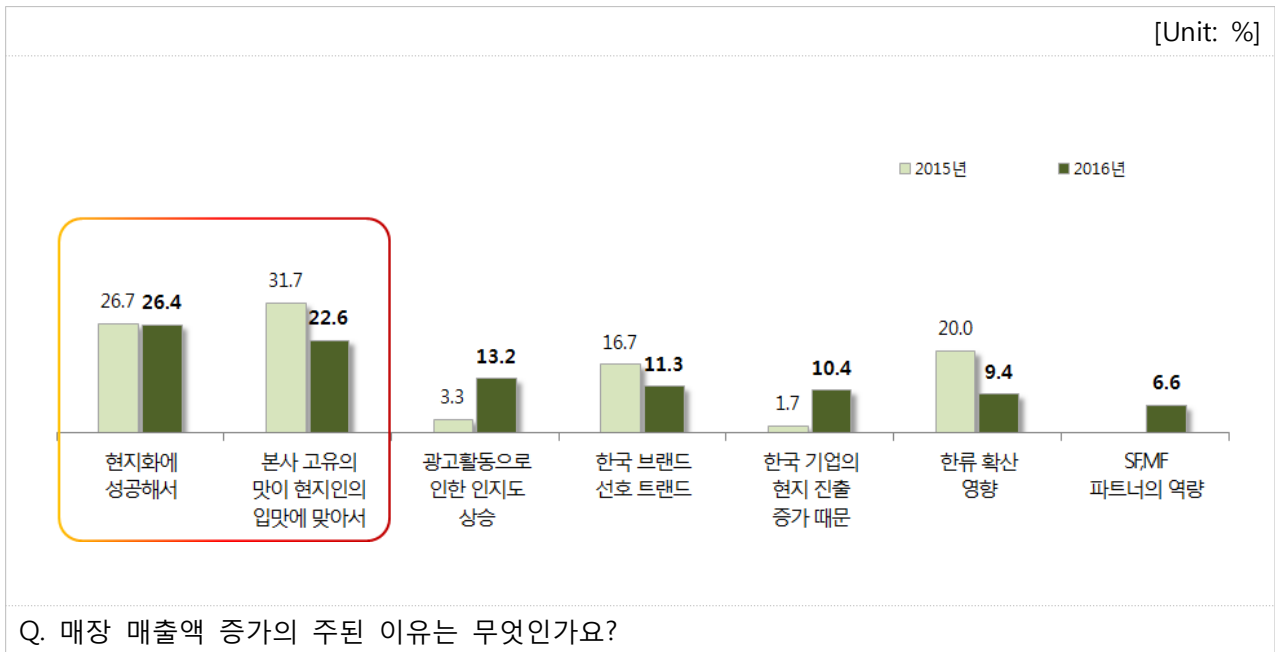
[표5-3] 매장 매출액 증가율

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(82)		(26)		(28)		(23)		(1)		(1)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
10% 미만	24.4	20	19.2	5	35.7	10	17.4	4	0.0	0	0.0	0	33.3	1
10~20%미만	34.1	28	42.3	11	28.6	8	30.4	7	0.0	0	100.0	1	33.3	1
20~30%미만	23.2	19	34.6	9	17.9	5	17.4	4	0.0	0	0.0	0	33.3	1
30% 이상	18.3	15	3.8	1	17.9	5	34.8	8	100.0	1	0.0	0	0.0	0
평균 (%)	17.3		13.7		17.8		21.3		30.0		10.0		11.7	

3) 매장 매출액 증가 이유

- 매출액 증가 이유는 성공적인 '현지화 전략'과 '본사 고유의 맛'
- 본사 고유의 맛을 잃지 않으면서 현지인들의 입맛과 취향을 고려한 현지화 전략이 매출 증가의 비결

[그림5-4] 매장 매출액 증가 이유



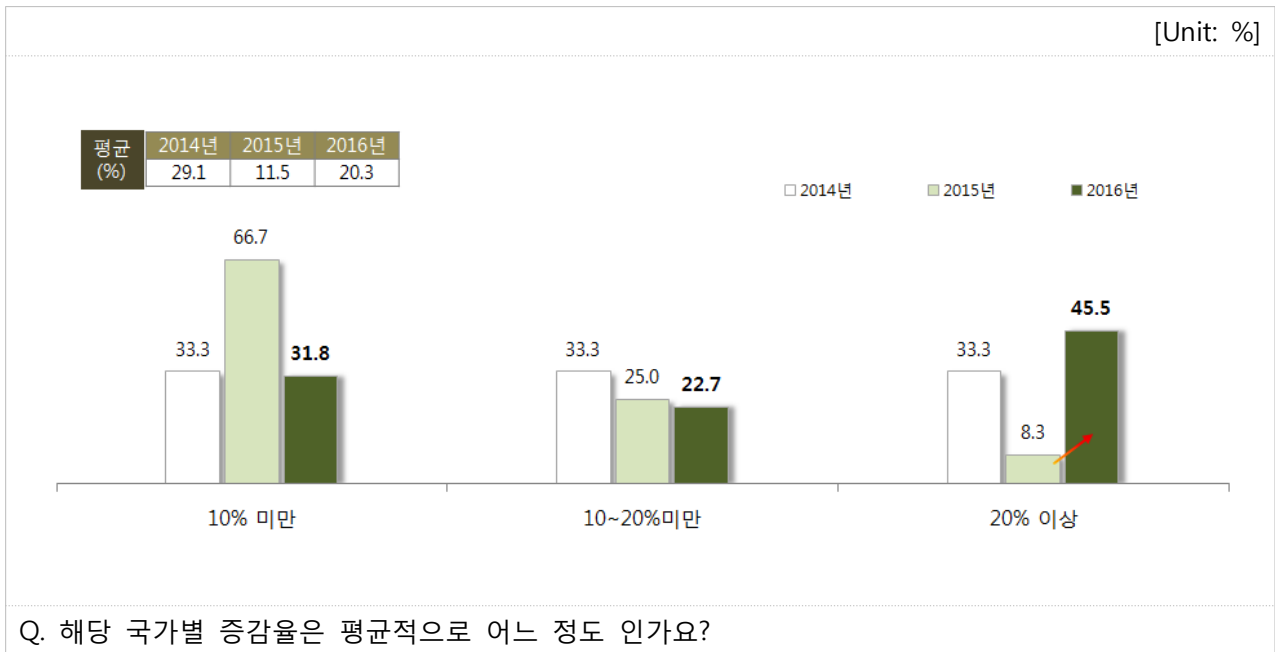
[표5-4] 매장 매출액 증가 이유

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(106)		(37)		(34)		(29)		(1)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
현지화에 성공해서	26.4	28	27.0	10	29.4	10	13.8	4	100	1	0.0	0	75.0	3
본사 고유의 맛이 현지 입맛에 맞아서	22.6	24	10.8	4	26.5	9	34.5	10	0.0	0	100	1	0.0	0
광고활동으로 인한 인지도 상승	13.2	14	10.8	4	8.8	3	20.7	6	0.0	0	0.0	0	25.0	1
한국 브랜드 선호 트렌드 때문	11.3	12	27.0	10	2.9	1	3.4	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한국 기업의 현지 진출 증가 때문	10.4	11	18.9	7	2.9	1	10.3	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한류 확산 영향	9.4	10	5.4	2	8.8	3	17.2	5	0.0	0	0.0	0	0.0	0
SF, MF 파트너의 역량	6.6	7	0.0	0	20.6	7	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

4) 매장 매출액 감소율

- 매출액 증가 업체의 경우, 평균 20% 가량 매출액 감소
- 과거와 비교하여 매출액 증감 폭이 커지는 경향이 있음 (전년대비 매출액 30% 이상 증가 비율은 늘어남)

[그림5-5] 매장 매출액 감소율



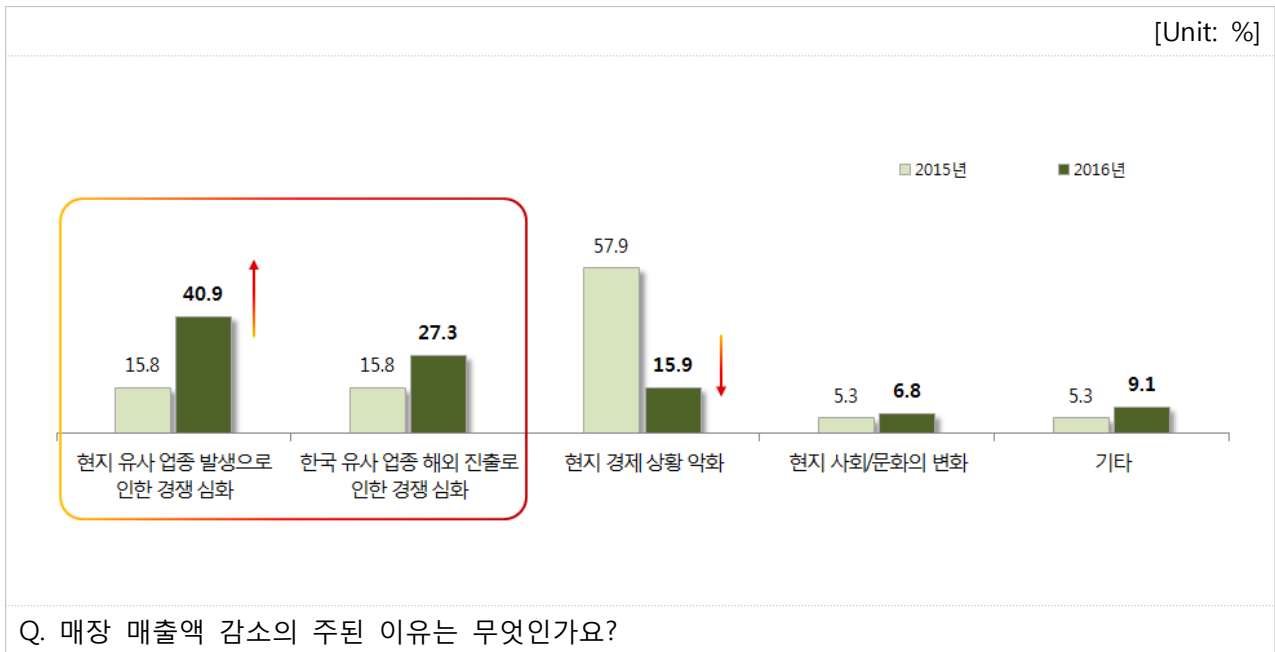
[표5-5] 매장 매출액 감소율

	전체		업종					
			한식		서양식		디저트	
사례수	(44)		(8)		(10)		(26)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
10% 미만	31.8	14	25.0	2	20.0	2	38.5	10
10~20%미만	22.7	10	50.0	4	60.0	6	0.0	0
20~30%미만	11.4	5	0.0	0	20.0	2	11.5	3
30% 이상	34.1	15	25.0	2	0.0	0	50.0	13
평균 (%)	20.3		14.4		11.9		25.3	

5) 매장 매출액 감소 이유

- 매출액 감소 이유는 현지 유사 업종 간 '경쟁 심화'
- 전년 대비 경제 상황 악화로 인한 매출액 감소 비중을 줄어듦과 현지 및 한국 유사 업종 간 경쟁 심화로 인한 비중 늘어남

[그림5-6] 매장 매출액 감소 이유



[표5-6] 매장 매출액 감소 이유

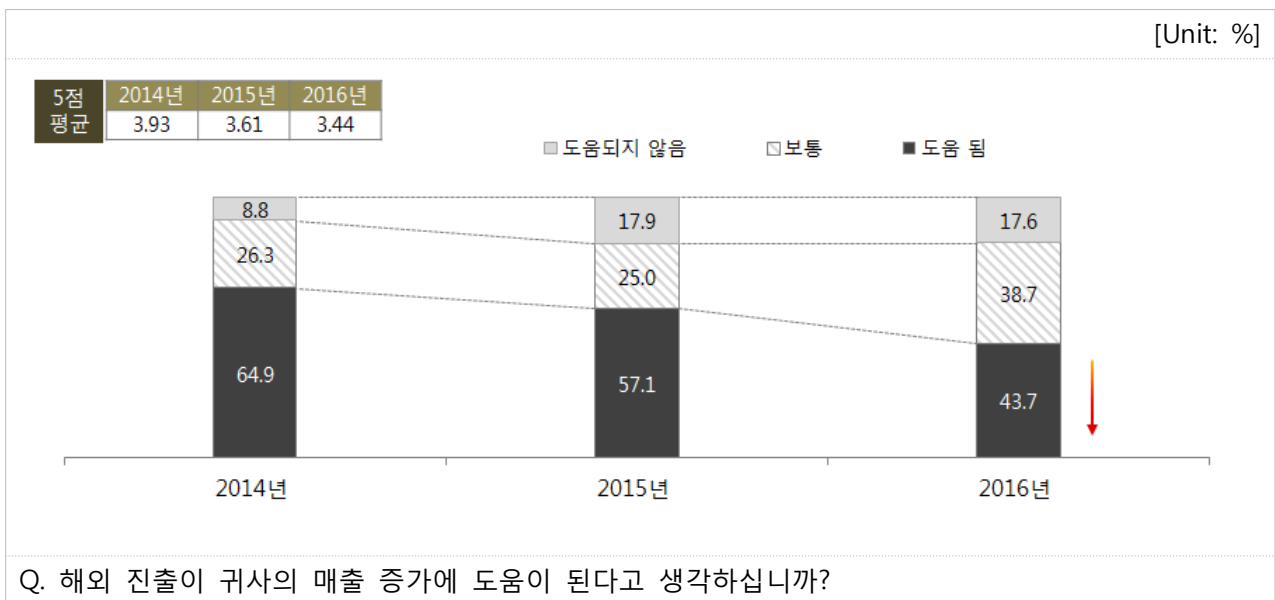
	전체		업종					
			한식		서양식		디저트	
사례수	(44)		(9)		(11)		(24)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
현지 유사 업종 발생으로 인한 경쟁 심화	40.9	18	44.4	4	54.5	6	33.3	8
한국 유사 업종 해외 진출로 인한 경쟁 심화	27.3	12	22.2	2	0.0	0	41.7	10
현지 경제 상황 악화	15.9	7	22.2	2	9.1	1	16.7	4
현지 사회/문화의 변화	6.8	3	0.0	0	27.3	3	0.0	0
계절적인 이유	4.5	2	0.0	0	0.0	0	8.3	2
파트너사의 경영상의 문제	4.5	2	11.1	1	9.1	1	0.0	0

4. 해외진출 효과

1) 기업 매출 증가 도움 정도

- 해외 진출이 기업 매출에 도움이 된다고 평가한 업체는 44%로 전년 대비 감소
- 업종별로는 한식업체가 타 업종에 비해 상대적으로 매출 기여도 높다고 평가함
- 해외사업기간이 길수록 매출 기여도 높다고 평가함 (진출 10년 이상 기업체 58.3%가 해외진출이 매출 증가에 '도움된다'고 응답)

[그림5-7] 기업 매출 증가 도움 정도



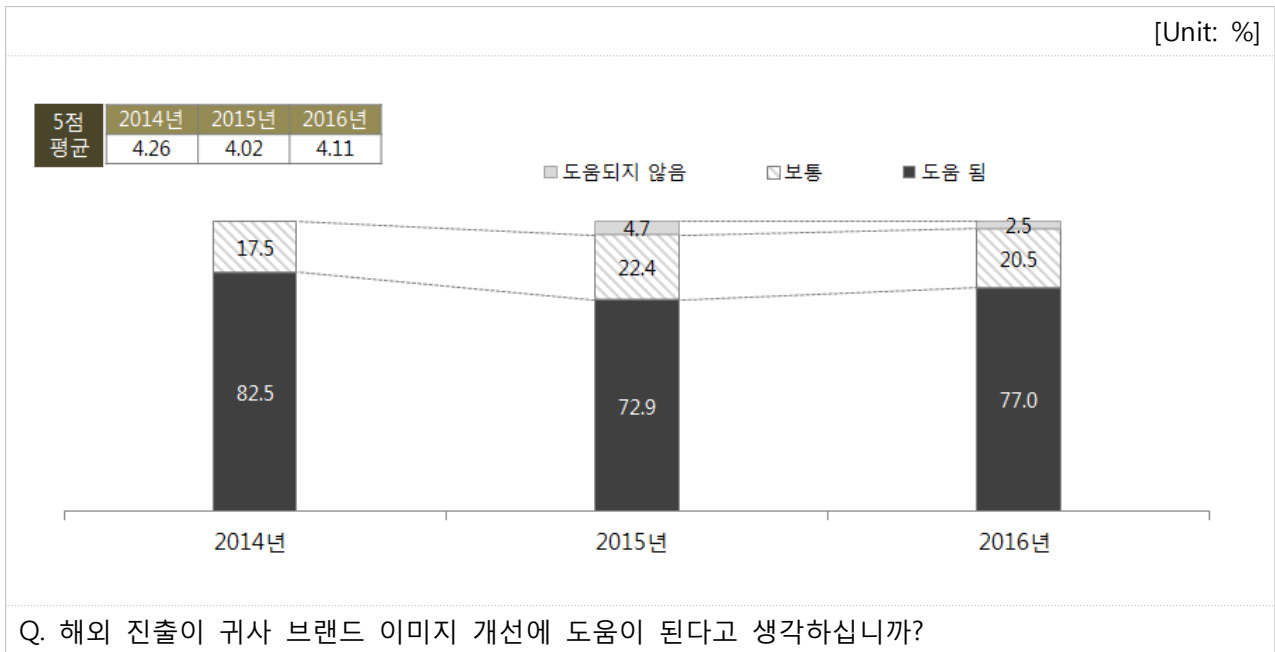
[표5-7] 기업 매출 증가 도움 정도

	전체		업종												
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타		
사례수	(119)		(43)		(35)		(34)		(2)		(2)		(3)		
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	
전혀 도움이 되지 않는다	1.7	2	2.3	1	2.9	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
별로 도움이 되지 않는다	16.0	19	14.0	6	20.0	7	11.8	4	0.0	0	50.0	1	33.3	1	
보통이다	38.7	46	30.2	13	40.0	14	52.9	18	0.0	0	0.0	0	33.3	1	
도움이 되는 편이다	24.4	29	32.6	14	20.0	7	14.7	5	100	2	50.0	1	0.0	0	
매우 도움이 되고 있다	19.3	23	20.9	9	17.1	6	20.6	7	0.0	0	0.0	0	33.3	1	
종합 결과	도움되지 않음	17.6	21	16.3	7	22.9	8	11.8	4	0.0	0	50.0	1	33.3	1
	보통	38.7	46	30.2	13	40.0	14	52.9	18	0.0	0	0.0	0	33.3	1
	도움됨	43.7	52	53.5	23	37.1	13	35.3	12	100.0	2	50.0	1	33.3	1
평균: (5점)	3.44		3.56		3.29		3.44		4.00		3.00		3.33		

2) 브랜드 이미지 개선

-77%의 업체 해외 진출이 기업 브랜드 이미지 개선에 도움이 된다고 평가
-해외 진출로 인한 브랜드 이미지 개선 효과는 최근 3년간 유사한 수준으로 유지되고 있음

[그림5-8] 브랜드 이미지 개선



[표5-8] 브랜드 이미지 개선

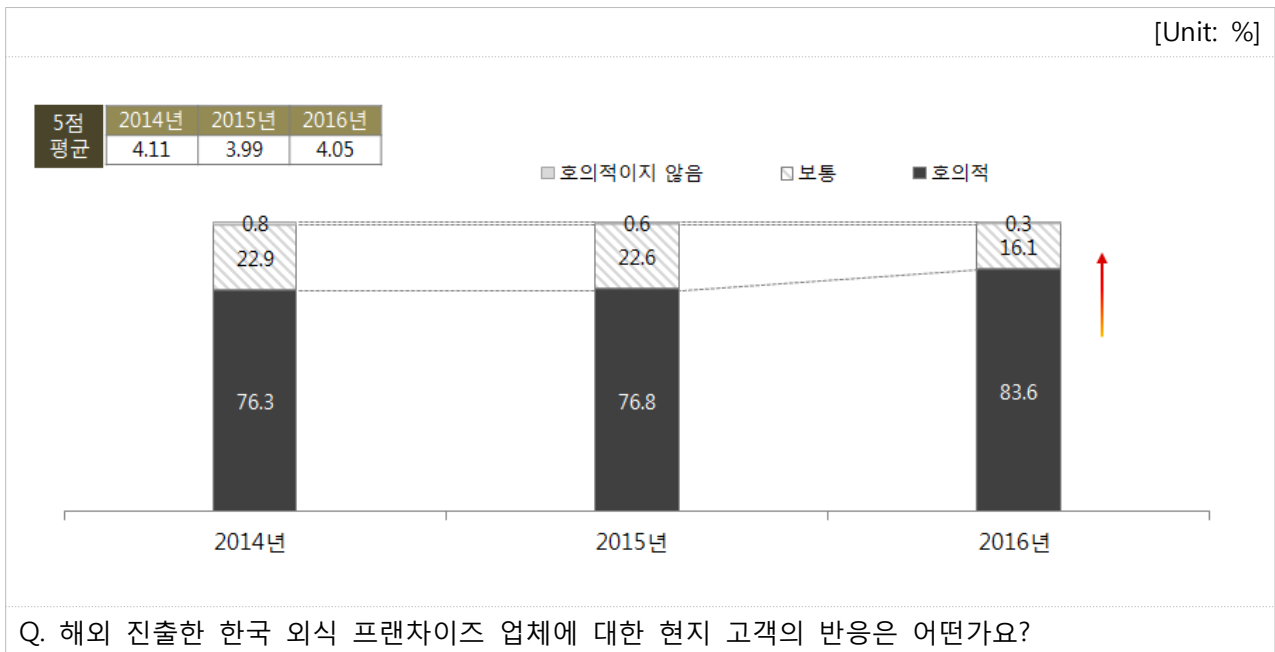
	전체		업종												
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타		
사례수	(122)		(43)		(36)		(36)		(2)		(2)		(3)		
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	
별로 도움이 되지 않는다	2.5	3	2.3	1	0.0	0	5.6	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
보통이다	20.5	25	16.3	7	19.4	7	25.0	9	0.0	0	100.0	2	0.0	0	
도움이 되는 편이다	41.0	50	39.5	17	44.4	16	36.1	13	100.0	2	0.0	0	66.7	2	
매우 도움이 되고 있다	36.1	44	41.9	18	36.1	13	33.3	12	0.0	0	0.0	0	33.3	1	
종합 결과	도움되지 않음	2.5	3	2.3	1	0.0	0	5.6	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
	보통	20.5	25	16.3	7	19.4	7	25.0	9	0.0	0	100.0	2	0.0	0
	도움됨	77.0	94	81.4	35	80.6	29	69.4	25	100.0	2	0.0	0	100.0	3
평균: (5점)	4.11		4.21		4.17		3.97		4.00		3.00		4.33		

5. 현지 매장 반응

1) 현지 고객 반응

- 해외 진출 업체에 대한 현지 고객 반응은 대부분 호의적임
- 주요 5개국 중에서는 베트남 현재 고객들의 반응이 가장 긍정적인 것으로 나타남

[그림5-9] 현지 고객 반응



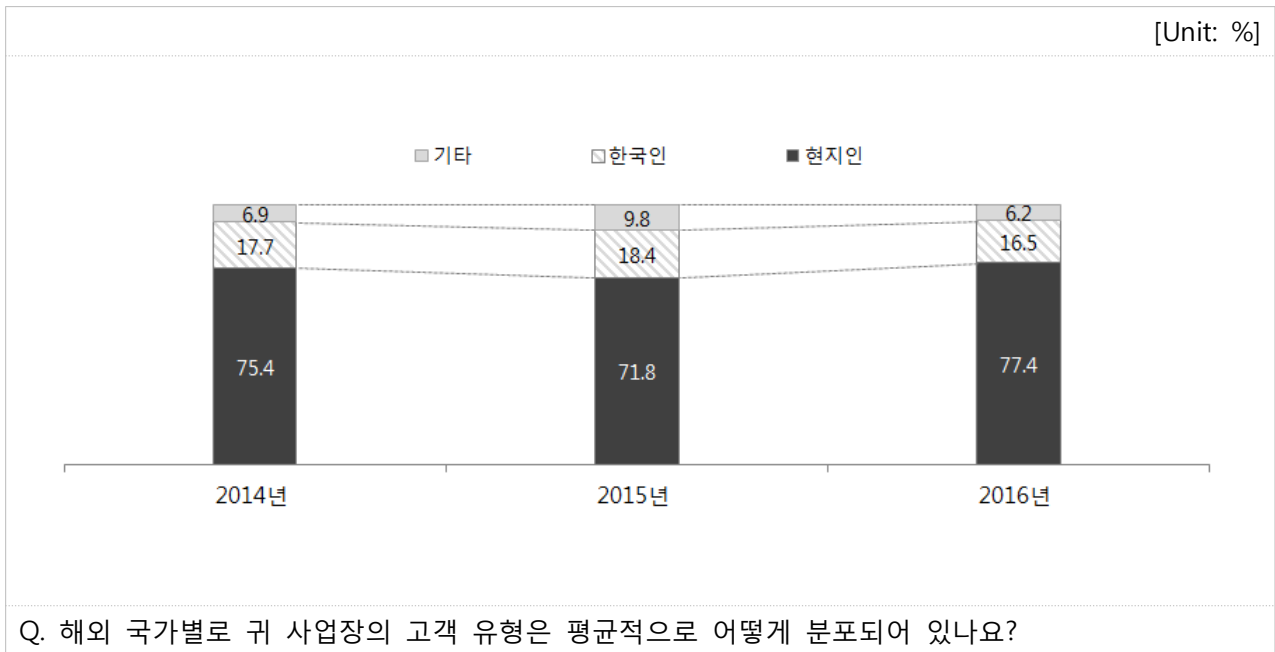
[표5-9] 현지 고객 반응

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(336)		(108)		(90)		(130)		(2)		(1)		(5)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
적대적	03	1	0.9	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
보통	16.1	54	6.5	7	27.8	25	16.9	22	0.0	0	0.0	0	0.0	0
호의적	61.9	208	63.9	69	46.7	42	71.5	93	50.0	1	100	1	40.0	2
매우 호의적	21.7	73	28.7	31	25.6	23	11.5	15	50.0	1	0.0	0	60.0	3
중요 판단	적대적	.3	1	0.9	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0
	보통	16.1	54	6.5	7	27.8	25	16.9	22	0.0	0	0.0	0	0
	호의적	83.6	281	92.6	100	72.2	65	83.1	108	100	2	100	1	100
평균: (5점)	4.05		4.20		3.98		3.95		4.50		4.00		4.60	

2) 현지 매장 고객 분포

- 현지 매장 방문객의 10명 중 7~8명은 현지인
- 주요 5개국 중 싱가포르 매장의 현지인 방문 비중이 가장 높음. 한국인의 방문 비중이 비교적 높은 국가는 미국

[그림5-10] 현지 매장 고객 분포



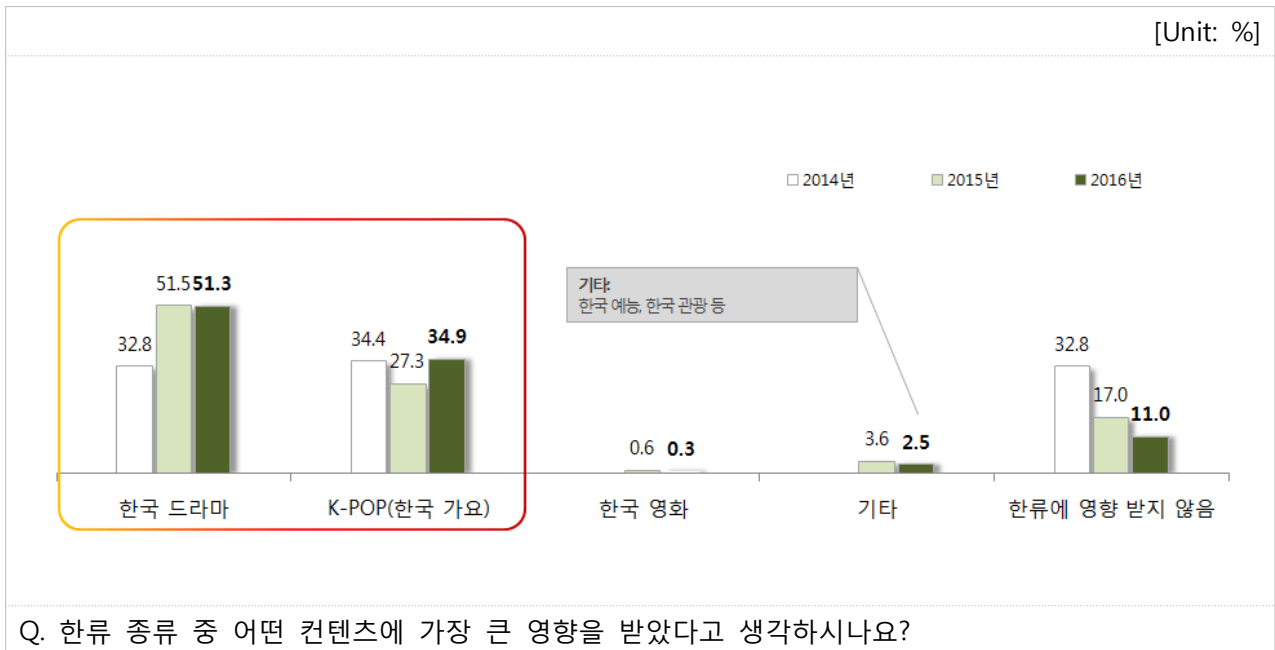
[표5-10] 현지 매장 고객 분포

	전체	업종					
		한식	서양식	디저트	일식	중식	기타
사례수	(372)	(119)	(97)	(142)	(3)	(2)	(9)
단위	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
현지인	77.4	76.8	78.1	79.7	65.0	0.0	58.0
한국인	16.5	19.5	16.0	11.3	30.0	80.0	40.0
기타	6.2	3.8	5.9	9.1	5.0	20.0	2.0

3) 한류 영향

- 현지 매장 방문객의 경우 한국 드라마와 K-POP의 영향을 가장 많이 받음
- 주요 5개국 중에서 한국 드라마의 영향도가 높은 국가는 중국

[그림5-11] 한류 영향



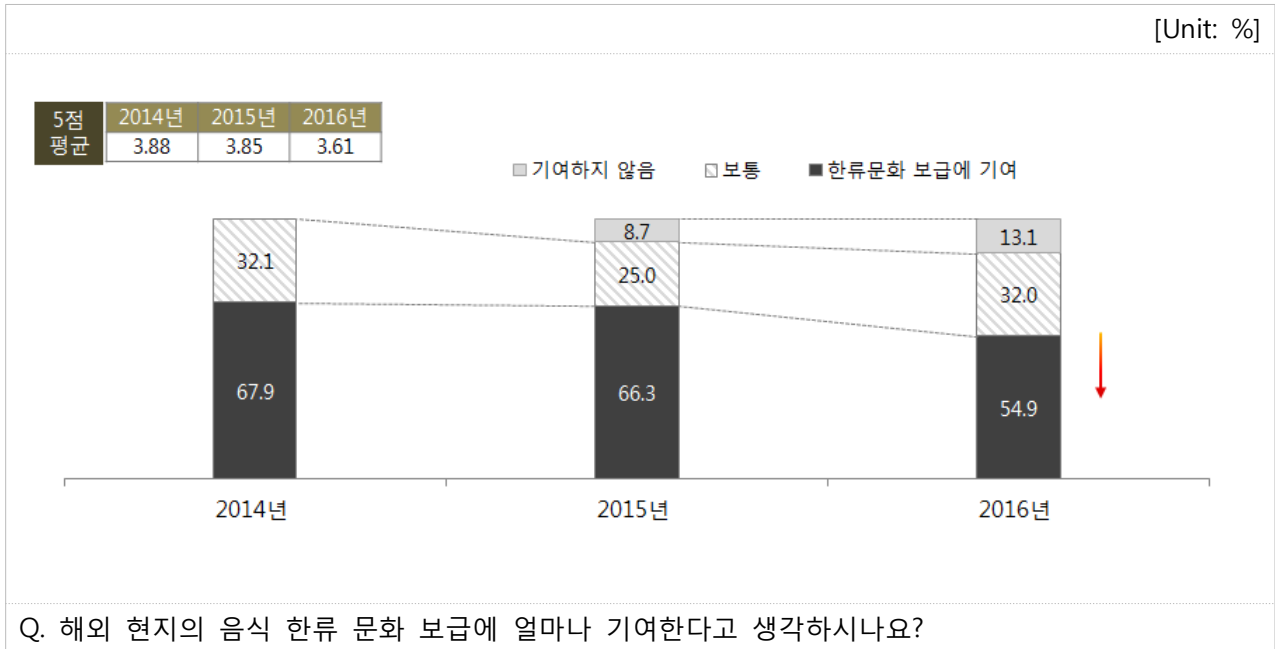
[표5-11] 한류 영향

	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(318)		(105)		(78)		(126)		(2)		(2)		(5)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
한국 드라마	51.3	163	44.8	47	42.3	33	62.7	79	50.0	1	50.0	1	40.0	2
K-POP(한국가요)	34.9	111	41.0	43	44.9	35	23.0	29	50.0	1	0.0	0	60.0	3
한국 영화	03	1	1.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한국예능	1.6	5	4.8	5	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한국관광	09	3	0.0	0	1.3	1	1.6	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0
한류에 영향 받지 않음	11.0	35	8.6	9	11.5	9	12.7	16	0.0	0	50.0	1	0.0	0

4) 현지 음식 한류 문화 기여 정도

- 해외 진출 매장 한류 문화 보급 기여도 긍정적인 수준
- 최근 3년 동안 해외 진출 매장의 한류 문화 보급 기여도 점진적으로 하락
- ☞ **업체 브랜드 이미지 개선뿐만 아니라 한류 문화 보급을 위한 고민 필요**

[그림5-12] 현지 음식 한류 문화 기여 정도



[표5-12] 현지 음식 한류 문화 기여 정도

	전체		업종												
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타		
사례수	(122)		(43)		(36)		(36)		(2)		(2)		(3)		
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	
① 전혀 도움되지 않음	4.1	5	0.0	0	2.8	1	8.3	3	50.0	1	0.0	0	0.0	0	
② 별로 도움되지 않음	9.0	11	2.3	1	19.4	7	5.6	2	0.0	0	50.0	1	0.0	0	
③ 보통이다	32.0	39	25.6	11	33.3	12	36.1	13	0.0	0	50.0	1	66.7	2	
④ 도움이 되는 편	32.0	39	39.5	17	27.8	10	30.6	11	50.0	1	0.0	0	0.0	0	
⑤ 매우 도움됨	23.0	28	32.6	14	16.7	6	19.4	7	0.0	0	0.0	0	33.3	1	
종합	①+② 비기여	13.1	16	2.3	1	22.2	8	13.9	5	50.0	1	50.0	1	0.0	0
	③ 보통	32.0	39	25.6	11	33.3	12	36.1	13	0.0	0	50.0	1	66.7	2
	④+⑤ 기여	54.9	67	72.1	31	44.4	16	50.0	18	50.0	1	0.0	0	33.3	1
평균 : (5점)	3.61		4.02		3.36		3.47		2.50		2.50		3.67		



2016 외식기업
해외진출 실태조사

VI.

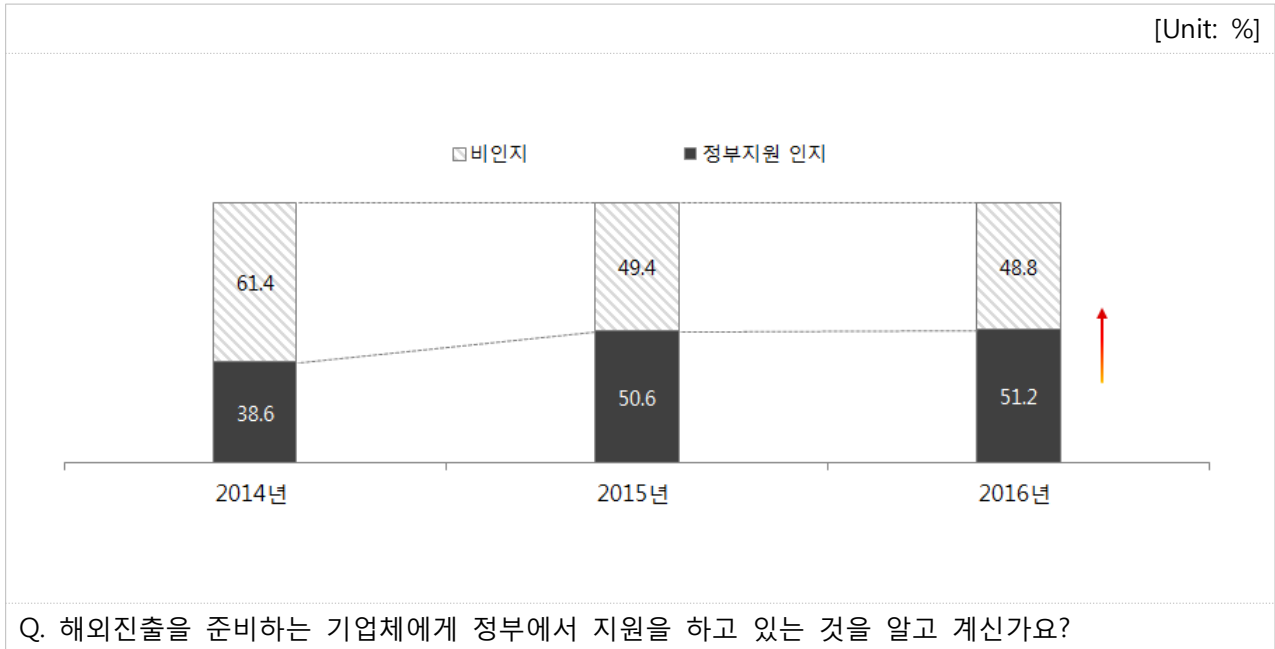
정부지원 참여 현황



1. 정부지원 인지도

- 해외 진출 업체의 절반이 해외진출 관련 정부지원에 대해 인지
- 해외진출 관련 정부 지원에 대한 인지도는 최근 3년 간 꾸준히 증가

[그림6-1] 정부지원 인지도



[표6-1] 정부지원 인지도

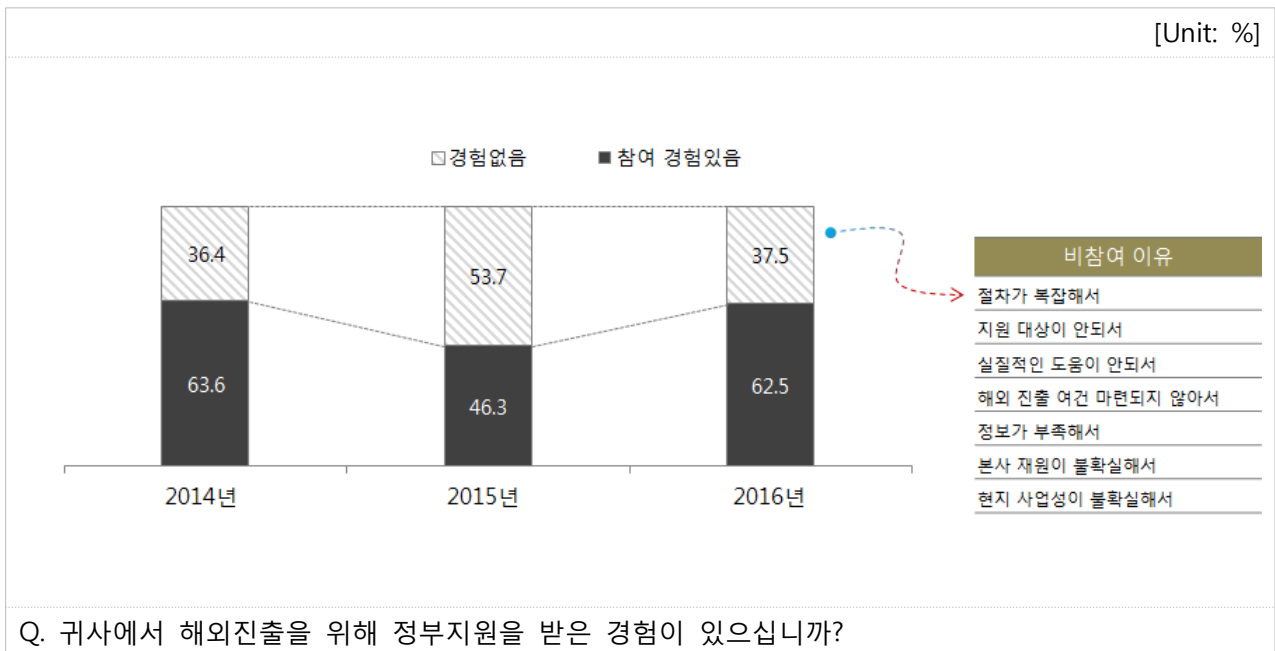
	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(125)		(44)		(37)		(37)		(2)		(2)		(3)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
알고있다	51.2	64	59.1	26	40.5	15	54.1	20	50.0	1	0.0	0	66.7	2
모른다	48.8	61	40.9	18	59.5	22	45.9	17	50.0	1	100	2	33.3	1

2. 정부 지원 참여 여부

1) 정부 지원 참여 여부

- 정부지원 인지 업체 중 62.5%, 정부지원 참여 경험 있음
- 전년 대비 정부지원 참여 경험률 15%p 이상 증가
- 반면, 정부지원에 참여하지 않는 이유는 복잡한 절차와 지원 대상 자격 미달인 것으로 나타남

[그림6-2] 정부지원 참여 여부



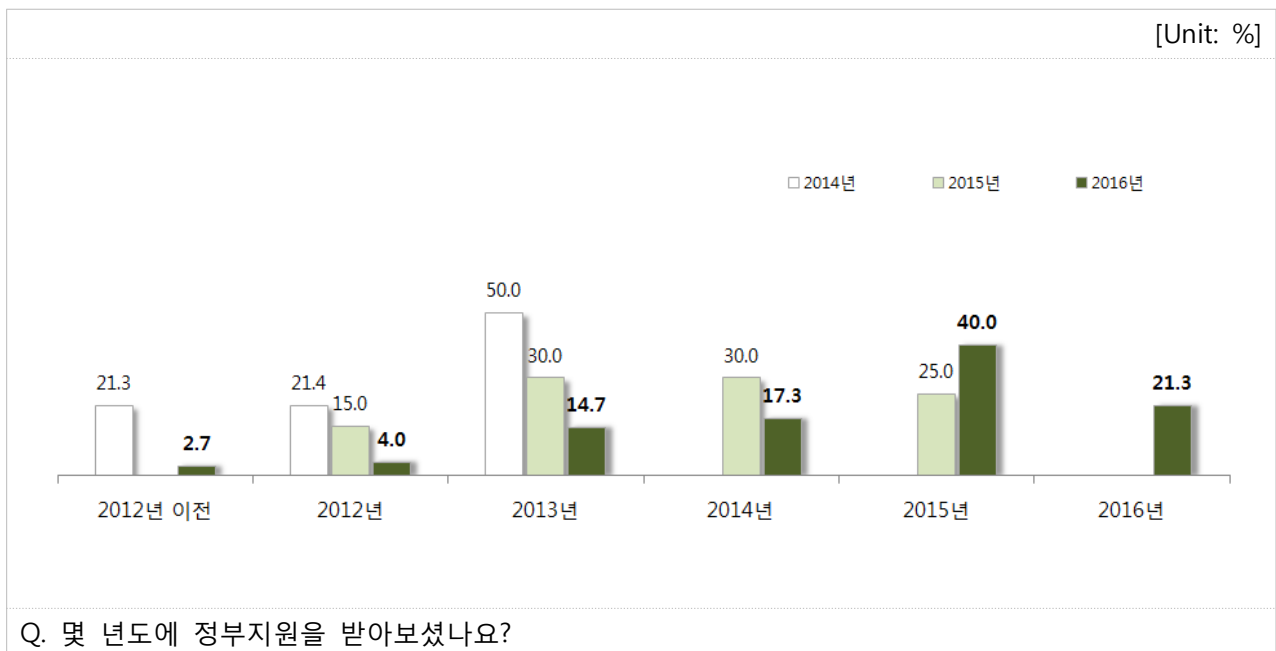
[표6-2] 정부지원 참여 여부

	전체		업종									
			한식		서양식		디저트		일식		기타	
사례수	(64)		(26)		(15)		(20)		(1)		(2)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
경험 있다	62.5	40	65.4	17	66.7	10	60.0	12	100	1	0.0	0
경험 없다	37.5	24	34.6	9	33.3	5	40.0	8	0.0	0	100	2

2) 정부 지원 참여 시기

- 정부지원 참여는 지난해인 2015년에 가장 활발히 이루어짐
- 2014년 이후 해외 진출 관련 정부지원 참여율은 일정수준 이상 유지되고 있으나 꾸준한 홍보 및 지원 내용 개선 등이 필요함

[그림6-3] 정부지원 참여 시기



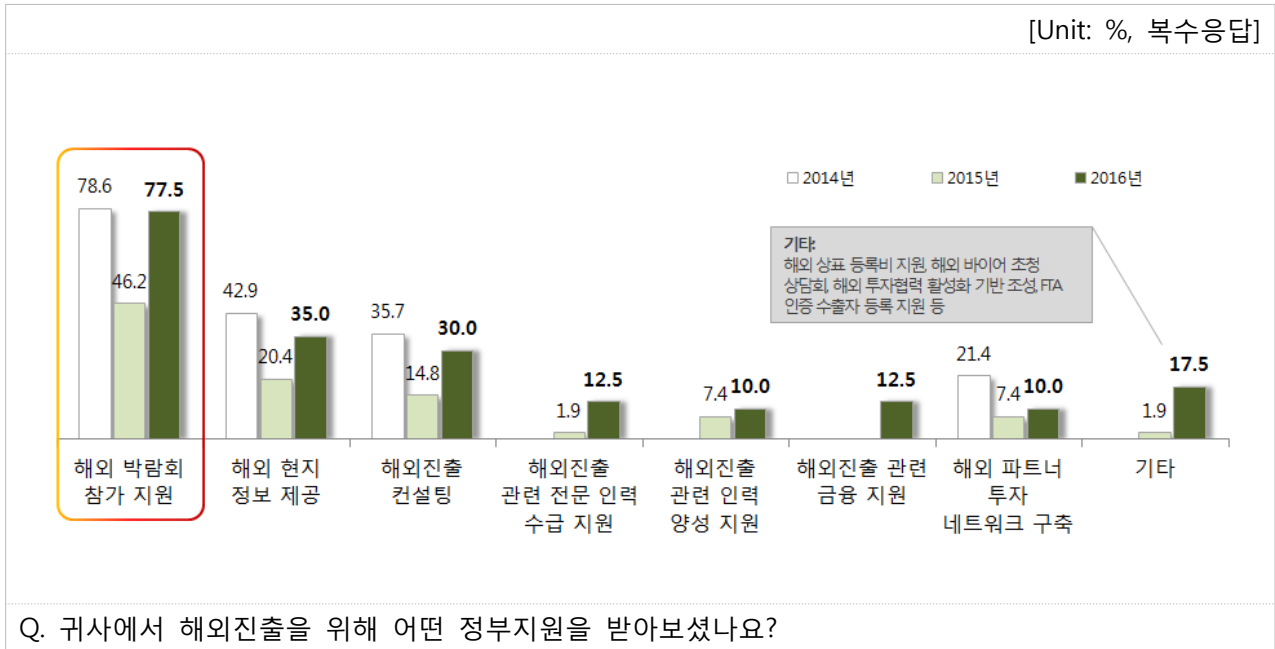
[표6-3] 정부지원 참여 시기

	전체		업종					
			한식		서양식		디저트	
사례수	(75)		(25)		(25)		(25)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
2005	1.3	1	0.0	0	0.0	0	4.0	1
2008	1.3	1	4.0	1	0.0	0	0.0	0
2012	4.0	3	0.0	0	12.0	3	0.0	0
2013	14.7	11	4.0	1	20.0	5	20.0	5
2014	17.3	13	20.0	5	16.0	4	16.0	4
2015	40.0	30	48.0	12	40.0	10	32.0	8
2016	21.3	16	24.0	6	12.0	3	28.0	7

3. 정부지원 참여 종류

- 여러 정부 지원 중 해외 박람회 참가 지원받은 경우 가장 많음
- 현지 정보 제공, 해외진출 컨설팅 등에 대한 지원도 활발히 이루어지고 있음

[그림6-4] 정부지원 참여 종류



[표6-4] 정부지원 참여 종류(복수응답)

	전체		업종							
			한식		서양식		디저트		일식	
사례수	(40)		(17)		(10)		(12)		(1)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
해외 박람회 참가 지원	77.5	31	76.5	13	80.0	8	75.0	9	100	1
해외 현지 정보 제공	35.0	14	17.6	3	50.0	5	41.7	5	100	1
해외 진출 컨설팅	30.0	12	17.6	3	30.0	3	41.7	5	100	1
해외 진출 관련 전문 인력 수급 지원	12.5	5	0.0	0	50.0	5	0.0	0	0.0	0
해외 진출 관련 인력 양성 지원	10.0	4	0.0	0	20.0	2	16.7	2	0.0	0
해외 진출 관련 금융 지원	12.5	5	11.8	2	10.0	1	16.7	2	0.0	0
해외 파트너 투자 네트워크 구축	10.0	4	5.9	1	20.0	2	8.3	1	0.0	0
해외 상표 등록비 지원	7.5	3	11.8	2	10.0	1	0.0	0	0.0	0
해외바이어 초청 상담회	5.0	2	5.9	1	0.0	0	8.3	1	0.0	0
해외 투자 협력 활성화 기반 조성	2.5	1	0.0	0	0.0	0	8.3	1	0.0	0
FTA인증 수출자 등록 지원	2.5	1	0.0	0	10.0	1	0.0	0	0.0	0

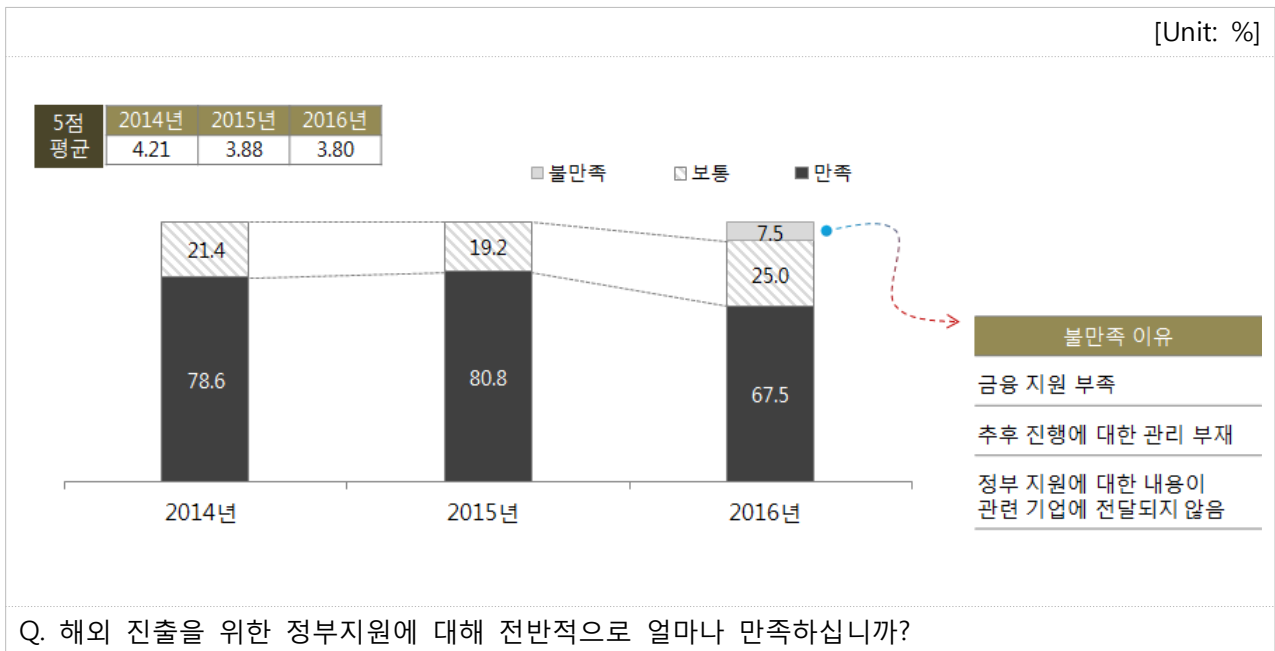
4. 정부지원 만족도

-해외 진출 관련 정부 지원사업에 대한 만족도 전반적으로 높음

-전년 대비 만족도 소폭 하락

☞ 금융지원 부족 및 사후관리 부재에 대한 불만 존재, 해당 사항의 개선 방향 검토 필요

[그림6-5] 정부지원 만족도



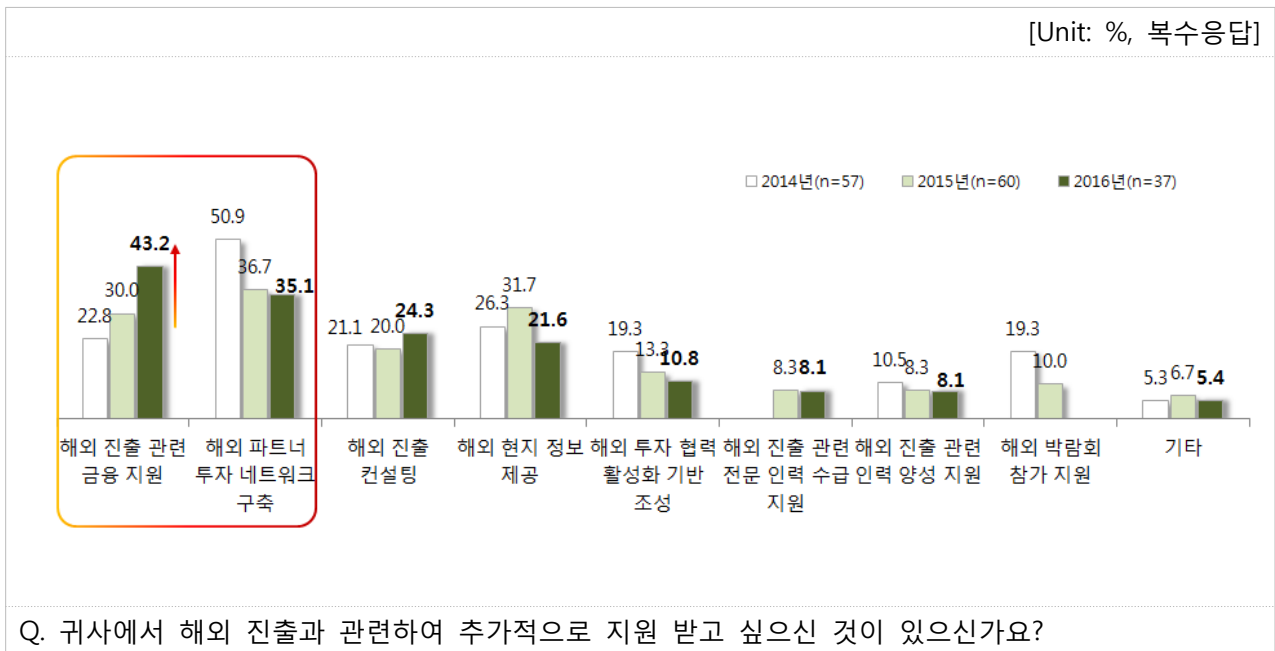
[표6-5] 정부지원 만족도

	전체		업종								
			한식		서양식		디저트		일식		
사례수	(40)		(17)		(10)		(12)		(1)		
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	
① 매우 불만족	2.5	1	0.0	0	0.0	0	8.3	1	0.0	0	
② 불만족	5.0	2	5.9	1	10.0	1	0.0	0	0.0	0	
③ 보통	25.0	10	23.5	4	40.0	4	16.7	2	0.0	0	
④ 만족	45.0	18	41.2	7	30.0	3	58.3	7	100.0	1	
⑤ 매우 만족	22.5	9	29.4	5	20.0	2	16.7	2	0.0	0	
종합 결과	①+② 불만족	7.5	3	5.9	1	10.0	1	8.3	1	0.0	0
	③ 보통	25.0	10	23.5	4	40.0	4	16.7	2	0.0	0
	④+⑤ 만족	67.5	27	70.6	12	50.0	5	75.0	9	100.0	1
평균: (5점)	3.80		3.94		3.60		3.75		4.00		

5. 향후 참여의향 정부지원

- 향후 추가로 지원받고 싶은 정부지원 내용 중 금융지원 및 해외 파트너 투자 네트워크 구축에 대한 니즈 존재
- ☞ 해외 진출 관련 '금융 지원'에 대한 니즈 존재 (정부 지원사업에 대한 불만족 원인 중 하나)

[그림6-6] 향후 참여의향 정부지원



[표6-6] 향후 참여의향 정부지원(복수응답)

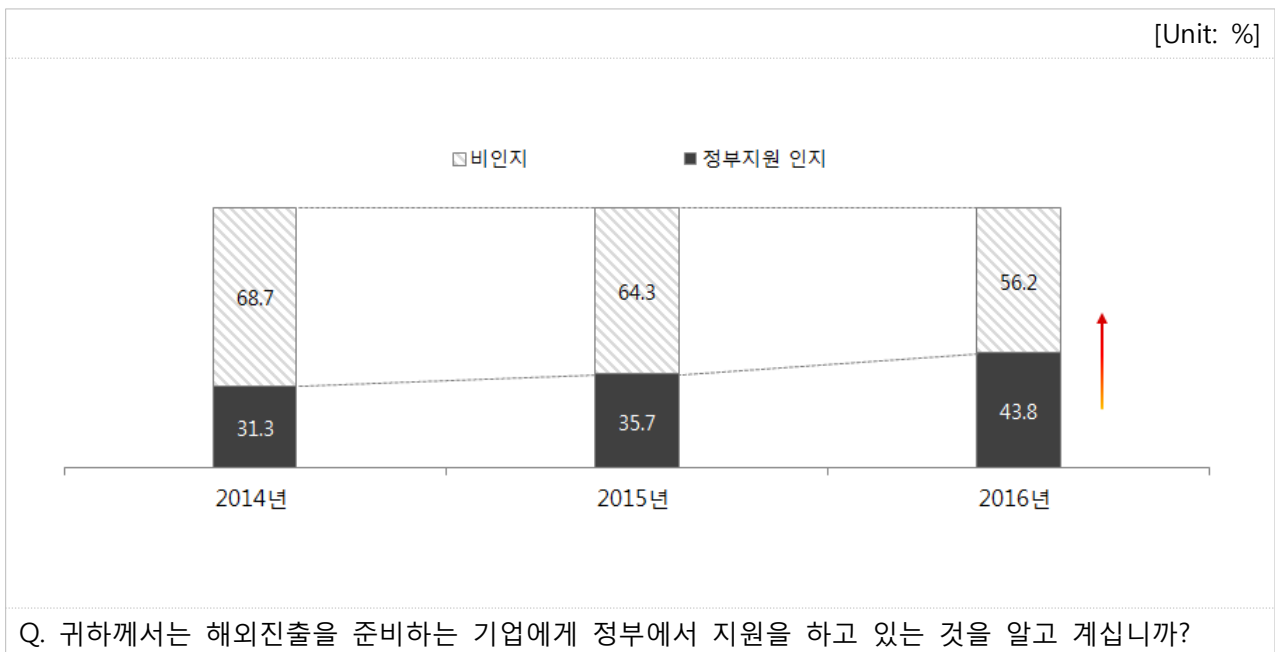
사례수	전체		업종							
			한식		서양식		디저트		일식	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
해외 진출 관련 금융 지원	43.2	16	56.3	9	37.5	3	25.0	3	100.0	1
해외 파트너 투자 네트워크 구축	35.1	13	25.0	4	50.0	4	41.7	5	0.0	0
해외 진출 컨설팅	24.3	9	12.5	2	37.5	3	33.3	4	0.0	0
해외 현지 정보 제공	21.6	8	37.5	6	12.5	1	8.3	1	0.0	0
해외 투자 협력 활성화 기반 조성	10.8	4	12.5	2	0.0	0	8.3	1	100.0	1
해외 진출 관련 전문 인력 수급 지원	8.1	3	6.3	1	0.0	0	16.7	2	0.0	0
해외 진출 관련 인력 양성 지원	8.1	3	6.3	1	12.5	1	8.3	1	0.0	0
물류 수출 네트워크	2.7	1	6.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
원활한 수출입을 위한 정부 지원	2.7	1	0.0	0	0.0	0	8.3	1	0.0	0
없음	2.7	1	0.0	0	0.0	0	8.3	1	0.0	0

6. 진출 희망 업체 정부지원 참여 현황

1) 정부지원 인지도

- 해외 진출 희망 업체의 44%가 해외진출 관련 정부지원에 대해 인지
- 진출 희망 업체들의 정부 지원에 대한 인지도는 최근 3년 간 꾸준히 증가 추세

[그림6-7] 정부지원 인지도



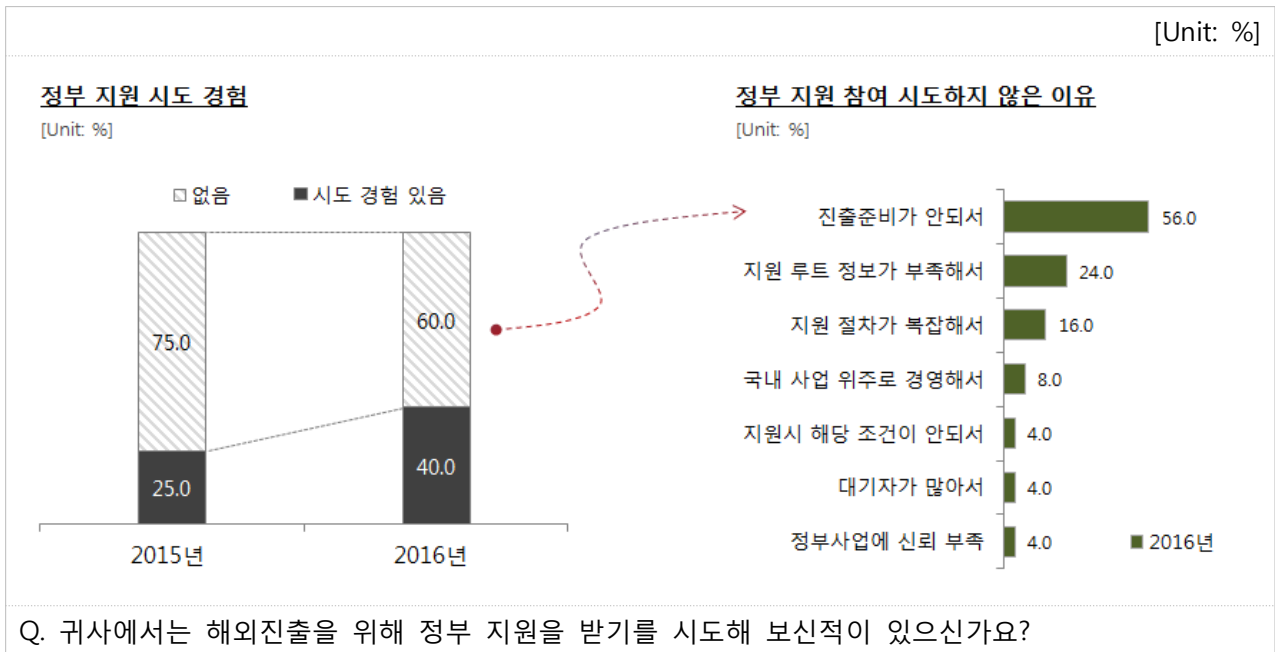
[표6-7] 정부지원 인지도

	전체		업종											
			한식		디저트		서양식		중식		일식		기타	
사례수	(105)		(60)		(20)		(18)		(2)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
알고있다	43.8	46	45.0	27	25.0	5	61.1	11	0.0	0	100.0	1	50.0	2
모른다	56.2	59	55.0	33	75.0	15	38.9	7	100.0	2	0.0	0	50.0	2

2) 정부 지원사업 참여 시도 경험

- 정부지원을 알고 있는 업체 중 지원 참여 경험이 있는 업체는 절반 이하
- 정부지원 참여 비시도 업체 중 절반은 시기적으로 진출 준비가 되지 않아서임. 그 외, 지원 루트에 대한 정보 부족 및 복잡한 지원 절차도 비시도 이유

[그림6-8] 정부지원 시도 경험



[표6-8] 정부지원 시도 경험

	전체		업종									
			한식		디저트		서양식		일식		기타	
사례수	(45)		(26)		(5)		(11)		(1)		(2)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
알고있다	40.0	18	42.3	11	80.0	4	27.3	3	0.0	0	0.0	0
모른다	60.0	27	57.7	15	20.0	1	72.7	8	100.0	1	100.0	2

[표6-9] 정부지원 비시도 이유

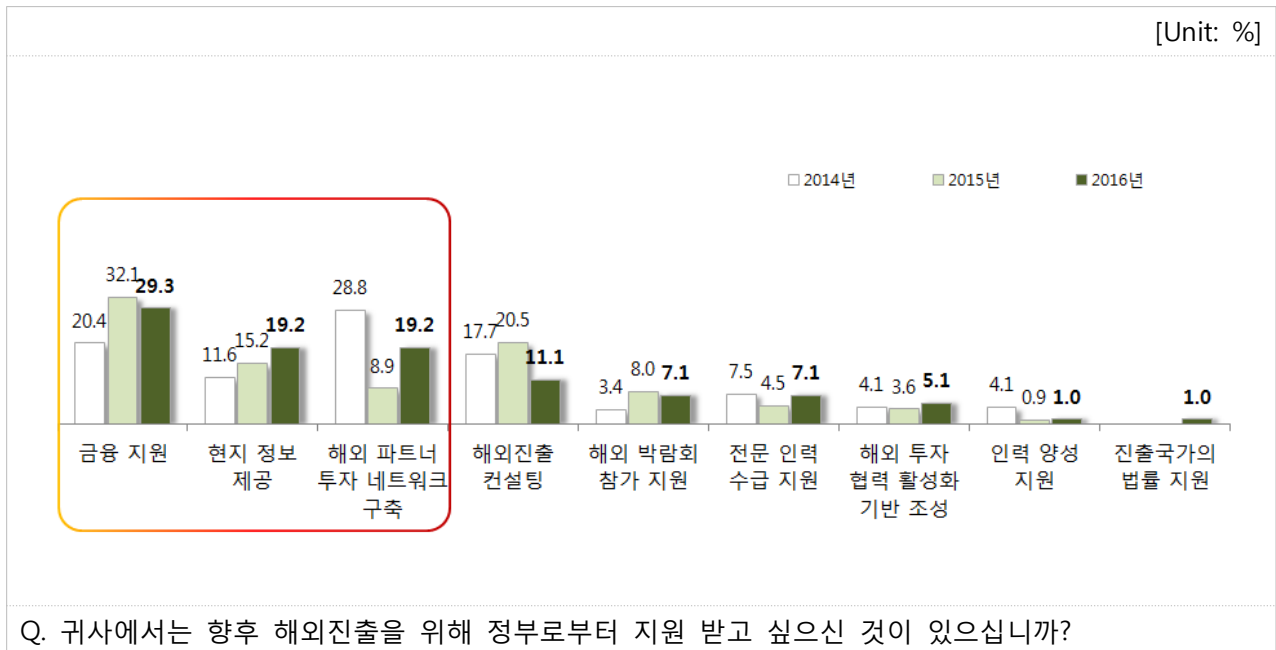
	전체		업종									
			한식		디저트		서양식		일식		기타	
사례수	(25)		(13)		(1)		(8)		(1)		(2)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
시기적으로 진출 단계가 안되서	56.0	14	53.8	7	100.0	1	37.5	3	100.0	1	100.0	2
지원 루트 정보가 부족해서	24.0	6	30.8	4	0.0	0	25.0	2	0.0	0	0.0	0
지원 절차가 복잡해서	16.0	4	15.4	2	0.0	0	25.0	2	0.0	0	0.0	0
국내 사업위주로 경영해서	8.0	2	7.7	1	0.0	0	12.5	1	0.0	0	0.0	0
지원시 해당 조건이 안되서	4.0	1	0.0	0	0.0	0	12.5	1	0.0	0	0.0	0
대기자가 많아서	4.0	1	7.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
정부사업에 신뢰가 부족해서	4.0	1	7.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

3) 정부지원 희망 종류

-진출 희망 업체는 금융지원 > 현지 정보제공 > 해외 투자망 구축 순으로 정부 지원 희망

☞ 전년 대비 현지정보 및 해외 파트너 투자 네트워크 구축에 대한 니즈가 확대됨

[그림6-9] 정부지원 희망 종류



[표6-10] 정부지원 희망 종류

	전체		업종											
			한식		디저트		서양식		중식		일식		기타	
사례수	(99)		(58)		(18)		(16)		(2)		(1)		(4)	
단위	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)	(%)	(개)
금융 지원	29.3	29	29.3	17	22.2	4	43.8	7	50.0	1	0.0	0	0.0	0
현지 정보 제공	19.2	19	19.0	11	22.2	4	12.5	2	0.0	0	100	1	25.0	1
해외 파트너 투자 네트워크 구축	19.2	19	25.9	15	5.6	1	12.5	2	0.0	0	0.0	0	25.0	1
해외진출 컨설팅	11.1	11	6.9	4	22.2	4	12.5	2	50.0	1	0.0	0	0.0	0
해외 박람회 참가 지원	7.1	7	6.9	4	11.1	2	6.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
전문 인력 수급 지원	7.1	7	6.9	4	0.0	0	12.5	2	0.0	0	0.0	0	25.0	1
해외 투자 협력 활성화 기반 조성	5.1	5	3.4	2	11.1	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	25.0	1
인력 양성 지원	1.0	1	0.0	0	5.6	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
진출국가의 법률 지원	1.0	1	1.7	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0



2016 외식기업
해외진출 실태조사

VII.

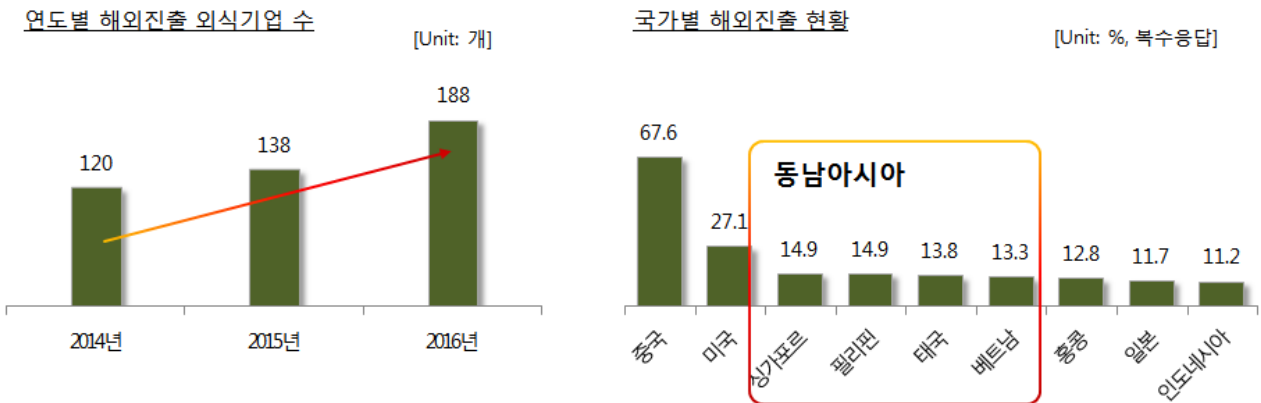
조사결과 요약



1. 외식기업 해외진출 현황

2016년 국내 외식기업의 해외 진출 증가함

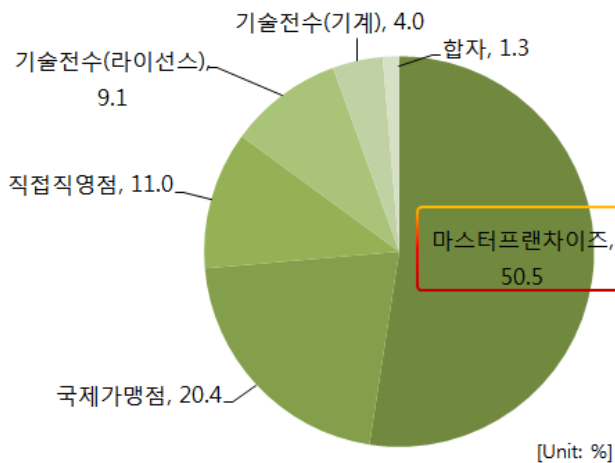
-해외 진출 외식기업체 수 매년 증가 추세. 중국/미국으로의 진출이 여전히 집중되고 있지만, 15년도 이후 동남아시아 지역으로의 진출 점차 확대되고 있음



-해외 진출 기업체의 업종은 한식(38.8%), 서양식(26.1%), 디저트(28.7%) 등 다양하게 분포되어 있으며, 특히 커피/주스/제빵제과 등 디저트 업종의 진출이 활발함

마스터 프랜차이즈 방식으로 진출 다수

-마스터 프랜차이즈 진출 다수. 여전히 해외진출 외식업체의 과반수 이상 마스터 프랜차이즈 방식으로 진출하는 경향을 보이고 있음. 최근 일부 기업체에서 합자 방식에서의 진출 눈에 띄



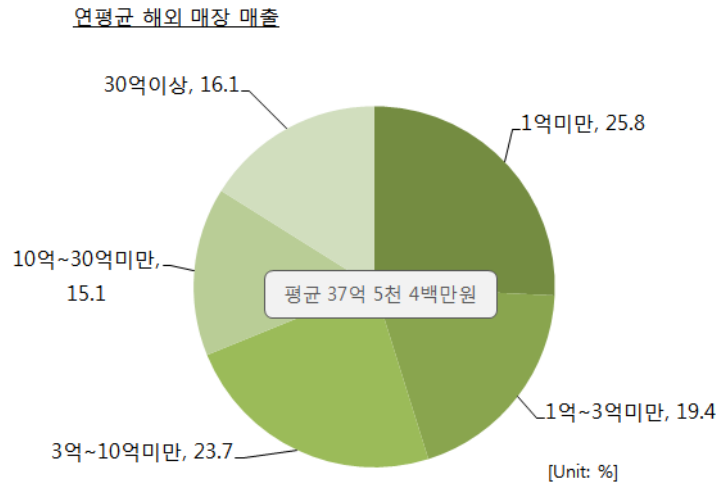
주요 업종별 진출방식

[Unit: %]

	한식	서양식	디저트
사례수	(119)	(97)	(142)
마스터 프랜차이즈	36.1	64.9	52.8
국제 가맹점 진출	28.6	17.5	15.5
직접 직영점 진출	13.4	7.2	12.7
기술 전수(라이선스)	13.4	5.2	7.7
기술 전수(기계만 판매)	0.8	0.0	9.9
합자	2.5	0.0	1.4

해외 현지 매장 연간 매출 규모

-해외 매장 연평균 매출액은 약 37억 수준(2015년 기준). 전년도 대비 매출 양극화 현상은 조금 완화됨. 한식 기업체의 평균 매출액이 타 업종 대비 높은 수준. 상대적으로 서양식의 현지 매장 매출 규모 매우 낮음



주요 업종별 진출방식

[Unit: %]

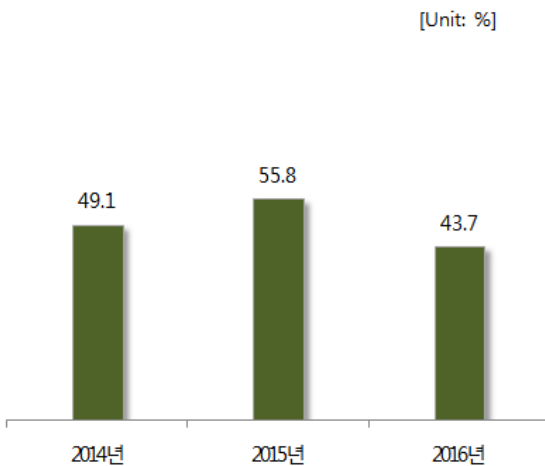
	한식	서양식	디저트
사례수	(38)	(21)	(31)
1억 미만	13.2	28.6	41.9
1억~3억 미만	18.4	19.0	19.4
3억~10억 미만	28.9	23.8	12.9
10억~30억 미만	15.8	23.8	9.7
30억 이상	23.7	4.8	16.1
평균: (백만원)	5113.4	925.5	4325.9

2. 외식기업 식재료 수출 현황

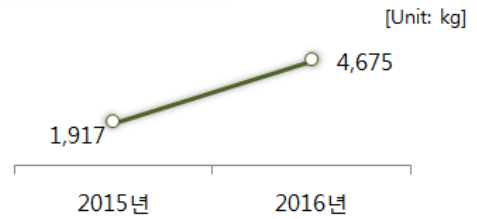
④ 식재료 수출 규모

-해외 진출 외식기업체의 43.7% 식재료 수출. 1회 평균 수출물량 및 수출액은 약 4,675kg/1회, 약 3,830만원/1회 수준이며, 전체 식재료 수출액은 약 340억원 규모로 추정됨. 업체별 1회 평균 식재료 수출물량 및 수출액 규모는 전년도 대비 상승함

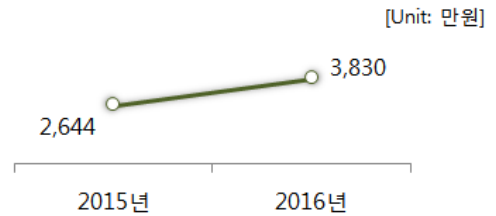
연도별 식재료 수출 현황



연도별 1회 평균 식재료 수출물량



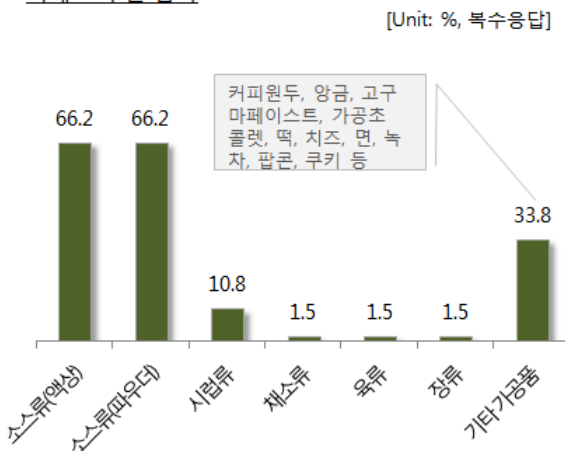
연도별 1회 평균 식재료 수출액



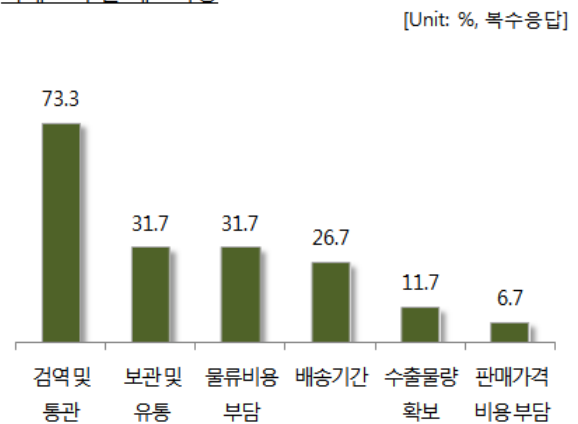
④ 식재료 수출 품목 및 애로사항

-주 수출 품목은 소스류(액상형/파우더형). 전체 식재료 수출 품목의 50% 이상을 차지하고 있음. 기타 가공품의 경우, '커피원두, 초콜릿, 팝콘, 쿠키 등' 디저트류의 수출 다수. 식재료 수출시 '검역 및 통관' 애로사항이 있으며, '보관 및 유통', '물류비용 부담' 등의 어려움 있음

식재료 수출 품목



식재료 수출 애로사항



3. 해외 현지 매장 국내산 식품 구입현황

한국산 식재료 사용 여부

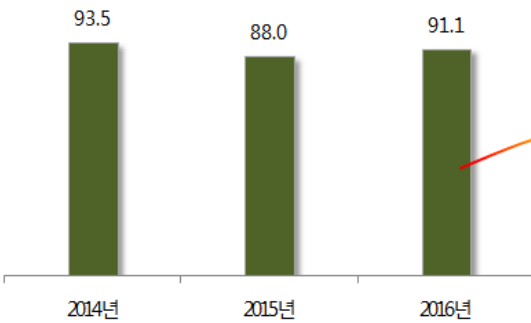
-해외 매장의 91.1% 한국산 식재료 사용. 주로 아시아권에서 한국산 식재료 사용 비율 높음. 전체 식재료에서 한국산 식재료 사용 비중은 45.2% 수준. 주로 '한국적인 맛을 내기 위해서' 한국산 식재료를 사용하고 있음

해외 매장 한국산 식재료 사용

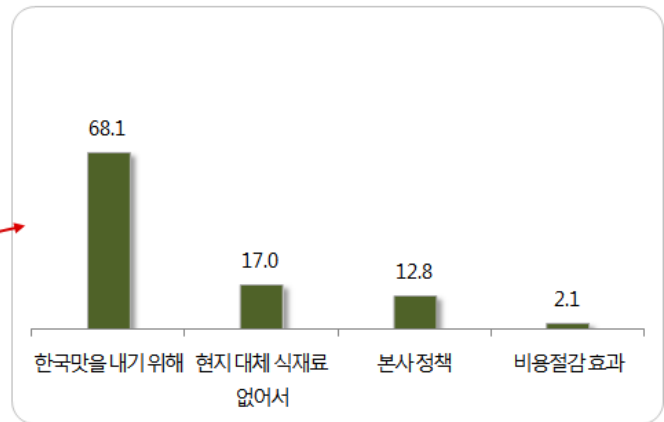
[Unit: %]

*전체 식재료중 한국산 식재료 비중

평균 (%)	2014년	2015년	2016년
	38.6	48.2	45.2



해외 매장 한국산 식재료 사용 이유

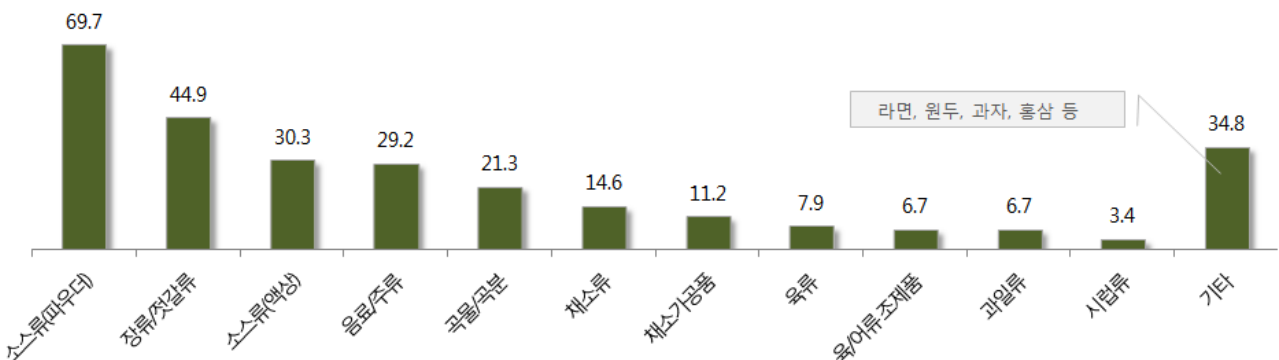


한국산 식재료 품목

-해외 현지 매장에서는 주로 '소스류(파우더)'를 한국산으로 사용하고 있으며, 그 외 장류/젓갈류, 액상형 소스류, 음료/주류 등을 한국산으로 사용. 실제 해외 진출 외식 기업체 식재료 품목 순위와 약간의 차이가 있음

해외 현지 매장에서 현재 사용중인 한국산 식재료 품목

[Unit: %, 복수응답]



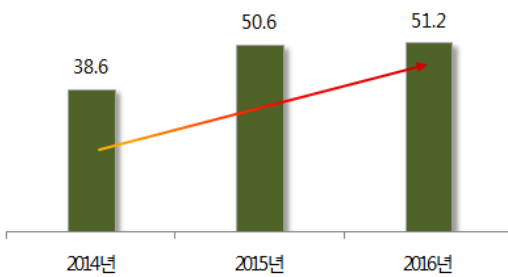
4. 정부지원 참여 현황

④ 해외 진출 지원 정책

-해외 진출 외식기업체의 과반수 정도 정부 지원 정책 인지. 정책 인지 기업체의 62.5% 직접 참여 경험 있음. 다수의 기업체는 '해외 박람회-77.5%'를 경험하였으며, 그 외 '해외 현지 정보 제공', '해외진출 컨설팅' 지원 등의 경험 있음

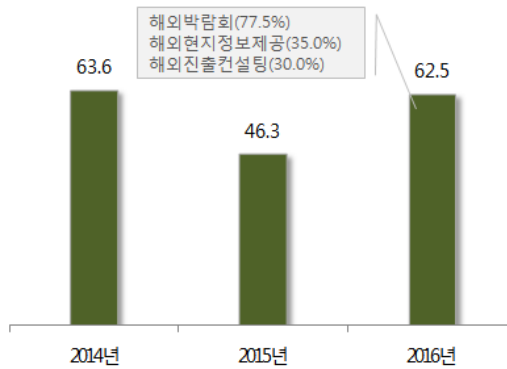
정부 지원 정책 인지도

[Unit: %]



정부 지원 참여 여부

[정책 인지기업, Unit: %]



[제언]

☞ 국내 외식기업 모집단 구축

- 국내 외식기업의 해외진출은 매년 증가하고 있으며, 기 진출 업체의 해외 사업 확장 규모 변화 추이 파악도 중요하지만, 해외 신규 진출 업체의 현황 파악도 매우 중요함
- 해외 신규로 진출한 외식기업을 파악하기 위해서는 국내 외식기업 모집단 구축시 보다 정교하게 접근할 필요가 있으며, 공정거래위원회 가맹사업자 리스트 외에 외식, 무역, 국제 관련 기관의 외식 관련 자료를 참고하여 조사 모집단 구축할 필요 있음
- 또한, 기존에 활용한 조사 모집단(국내 외식기업 리스트)내 신규 브랜드 런칭 여부를 사전에 파악하여 조사할 필요가 있음

☞ 해외 진출 브랜드의 Origin 정의

- 최근 해외 외식기업(브랜드)의 국내 기업 인수 등의 이슈가 있음
- 기업체별 해외 법인 지분율, 해외 점포 관리 여부 등을 우선 확인하여, 수집된 자료의 신뢰성 제고 필요함
- 특히 국내 법인과 해외 법인이 분리되어 운영되는 기업체를 우선 파악할 필요 있음
- 내년 조사 시, 조사대상 기준 재정립을 위해 아래 사항들에 대한 고려가 필요함
예시) 국내 브랜드의 해외진출 후 동일 브랜드를 현지 파트너사에서 인수한 경우,
국내 업체에서 해외 브랜드를 인수한 경우, 단체급식 업체의 해외진출 경우

☞ 해외 진출 지원 정책 수혜기업의 효과 측정

- 최근 3개년 동안 외식기업의 해외 진출 애로사항, 식재료 수출 애로사항을 지속적으로 파악하여, aT 및 농림축산식품부에서는 관련 정부 지원 정책을 수립하여 국내 외식기업의 해외 진출을 장려하고 도움을 주고 있음
- 정책 수혜기업 대상으로 정책별 실효성을 진단하여, 향후 정책 개발에 있어 보완되어야 할 부분에 대해 구체적인 자료수집이 필요함

☞ 기업체별 진출 현황 변화 원인 파악 중요

- 대다수의 해외 진출 외식기업체의 경우, 진출 현황에 크게 변화는 없으나 일부 기업체의 경우 사업의 규모가 큰 폭으로 증감하는 경우가 있어, 이러한 이슈에 대한 원

인은 별도의 확인이 필요하며, 필요시 올해 변화 폭이 크거나 이슈가 된 기업체는 내년 조사시 유의하여 자료수집 할 필요가 있음

④ 실태조사 협조 기업체에 대한 혜택 제공

- 외식기업 해외진출 실태조사 결과의 중요성, 활용성 등을 적극 홍보하여 기업체 참여를 독려할 필요가 있으며, 단순 조사 참여가 아닌 정확한 현황 자료 공유(국가별 매장수, 매출, 식재료 수출 품목 및 물량 등)가 절실히 요구되며, 실태조사에 적극적으로 참여하는 외식기업체 대상 국내외 박람회, 세미나, 해외 파트너사 네트워크 구축 등에 혜택에 대해 홍보하여 비협조 기업체의 참여 동기를 유발할 필요가 있음



2016 외식기업
해외진출 실태조사

부록



1. 업체별 해외진출 현황

1) 외식기업 해외진출 현황_진출국가

[표7-1] 업체별 해외진출 국가

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	16년 매장 수	15년 매장 수	Gap (16-15)
1	54번가푸드컨설팅	피자투어	피자	비한식	중국(102), 일본(6), 베트남(5), 남아공(1), 태국(1), 필리핀(3), 카자흐스탄(1), 호주(1)	120	79	41
2	55번지라면	55번지라면	라면	한식	미국(1)	1	-	1
3	가르텐	치킨퐁	치킨	비한식	인도네시아(1), 중국(1)	2	3	-1
4	가업에프씨	구이가	육류 구이	한식	중국(3)	3	-	3
5	강동오케익	풍년제과	베이커리	비한식	중국(1)	1	-	1
6	계림에프앤씨	오븐에꾸운닭	치킨	비한식	싱가포르(3)	3	-	3
7	고선생푸드	고선생 고로케	고로케, 음료	비한식	중국(1)	1	-	1
8	공영식품	기소야	소바, 나베	비한식	중국(1)	1	-	1
9	교촌에프앤비	교촌치킨	치킨	비한식	말레이시아(6), 인도네시아(8), 중국(7), 캄보디아(1), 태국(7), 필리핀(6), 미국(3)	38	24	14
10	금탑프랜차이즈	베비바나나, 말차싸롱	주점	비한식	중국(2)	2	1	1
11	김가네	김가네김밥	분식	한식	중국(7)	7	8	-1
12	김군네통닭집	김군네통닭집	치킨	비한식	필리핀(4)	4	-	4
13	김명자	김명자 낙지마당	낙지볶음	한식	중국(3)	3	-	3
14	놀부	놀부부대찌개 & 철판구이, 놀부 향아리갈비	찌개, 갈비	한식	일본(1), 중국(21)	22	22	0
15	농협목우촌	또래오래	치킨	비한식	미국(8)	8	7	1
16	다도글로벌	카페드롭탑	커피	비한식	중국(3)	3	-	3
17	다운에프앤씨	바비박스	도시락	비한식	대만(2), 중국(1), 필리핀(2)	5	2	3
18	대대에프씨	꿀닭	닭강정	한식	말레이시아(1), 인도네시아(11)	12	1	11
19	대호가	죽이야기	죽	한식	싱가포르(1), 일본(1), 중국(20), 미국(2)	24	32	-8
20	더굿에프앤씨	고기굽는 카페조선	육류 구이	한식	필리핀(1)	1	-	1
21	더본코리아	본가, 백스비빔밥, 새마을식당, 홍콩반점, 제순식당, 소본가, 백스비빔밥	우삼겹, 비빔밥, 삼겹살, 중식, 순두부 등	한식 / 비한식	말레이시아(3), 베트남(1), 싱가포르(12), 인도네시아(11), 일본(5), 중국(28), 필리핀(1), 미국(11)	72	52	20
22	데오스글로벌	신길동매운짬뽕	짬뽕	비한식	홍콩(1)	1	1	0
23	데일리킹	포메인	쌀국수	비한식	중국(1)	1	-	1
24	델리스	델리만쥬	제과	비한식	대만(30), 마카오(2), 말레이시아(1), 몽골(1), 베트남(5), 인도네시아(50), 중국(5), 캄보디아(2), 태국(5), 필리핀(50), 홍콩(2), 미얀마(2), 사우디아라비아(3), 아랍에미리트(1), 쿠웨이트(2), 미국(700), 파나마(3), 파라과이(1), 콜롬비아(2), 호주(2)	869	779	90
25	도남에프앤에프	참치꼬치 한판	회, 꼬치	비한식	중국(2)	2	-	2
26	두남에프앤씨	객잔차이나	퓨전요리	비한식	미국(1)	1	1	0
27	디딤푸드	신마포갈매기	갈매기살	한식	대만(2), 마카오(1), 말레이시아(1), 싱가포르(1), 인도네시아(1), 중국(20), 홍콩(3), 미국(2)	31	17	14

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	16년 매장 수	15년 매장 수	Gap (16-15)
28	떼루와	떼루와	음료	비한식	중국(2)	2	-	2
29	띠아모코리아	카페띠아모	젤라또, 커피	비한식	중국(2), 필리핀(4), 몽골(1), 캄보디아(1)	8	8	0
30	라팜	라팜	베이커리	비한식	탄자니아(2)	2	-	2
31	로띠번코리아	로띠번	로띠번	비한식	중국(6)	6	6	0
32	롤링라이스코리아	롤링라이스	분식	한식	싱가포르(1)	1	3	-2
33	롯데리아	롯데리아, 엔제리너스	버거, 커피	비한식	베트남(201), 인도네시아(32), 중국(12), 캄보디아(4), 미얀마(13), 라오스(1)	263	356	-93
34	리브가푸드시스템	맛나감자탕	감자탕	한식	필리핀(1)	1	-	1
35	리치코리아	꿀깍치킨	치킨	비한식	중국(1)	1	-	1
36	리치푸드	치르치르	치킨	비한식	중국(16), 대만(5), 싱가포르(1), 홍콩(1), 말레이시아(1)	24	24	0
37	릴레이인터내셔널	레드망고	요거트, 빙수	비한식	미국(154), 필리핀(9), 호주(5), 홍콩(1), 인도(6), 쿠웨이트(6), 파키스탄(3), 싱가포르(2), UAE(2), 카타르(1), 러시아(2), 일본(3), 이집트(1), 태국(7), 멕시코(10), 캐나다(1), 엘살바도르(4), 푸에르토리코(1)	218	388	-170
38	마루앤F/D	마루샤브	샤브샤브	한식	중국(1), 캄보디아(1)	2	2	0
39	맑음푸드	뚝고	주점	비한식	미국(2)	2	2	0
40	맛갈	맛갈참죽	죽	한식	필리핀(1), 미국(1)	2	2	0
41	맥스원이링크	셀렉토커피	커피	비한식	중국(1)	1	1	0
42	미라지식품	남가네설악추어탕	추어탕	한식	인도네시아(1)	1	2	-1
43	바나나트리홀딩스	바나나트리	커피	비한식	싱가포르(1)	1	1	0
44	바스인터내셔널	위키드스노우	빙수	비한식	마카오(2), 중국(3), 태국(2), 필리핀(1)	8	-	8
45	바이올푸드	유가네닭갈비	닭갈비	한식	대만(1), 말레이시아(1), 베트남(2), 싱가포르(2), 인도네시아(4), 중국(7), 태국(2), 홍콩(1), 미얀마(5)	25	7	18
46	바인에프씨	세프의국수전	국수	한식	싱가포르(2), 필리핀(3), 홍콩(1)	6	7	-1
47	벽제외식산업개발	벽제갈비, 봉피양	생등심	한식	중국(2)	2	4	-2
48	보승FC	미쓰족발	족발	한식	중국(2)	2	-	2
49	본가장수상사	본가장수촌	삼계탕	한식	중국(1)	1	1	0
50	본아이에프	본죽	죽	한식	일본(2), 중국(17), 미국(5)	24	19	5
51	본촌인터내셔널	본촌치킨	치킨	비한식	미국(50), 캄보디아(4), 필리핀(108), 싱가포르(2), 태국(10), 바레인(1), 인도네시아(19)	194	166	+28
52	봉추푸드식품	봉추짬뽕	짬뽕	한식	베트남(1), 일본(1), 중국(3), 캄보디아(1)	6	5	1
53	브이에스컴포니	벤또랑	도시락	비한식	중국(1)	1	2	-1
54	비스켓글로벌	비스켓	주스	비한식	싱가포르(1), 중국(2), 브루나이(1), 아랍에미리트(2)	6	4	2
55	비엔비푸드시스템	불불이족발	족발	한식	중국(2)	2	-	2
56	비엔피푸드	빨봉분식	분식	한식	캐나다(1)	1	-	1
57	비엘앤에프	치킨커플	치킨	비한식	중국(380)	380	-	380
58	비케이부어코리아	부어치킨	치킨	비한식	중국(1), 미얀마(3)	4	7	-3
59	빅바이트에프엔비	먹쉬돈나	분식	한식	대만(1), 싱가포르(1), 중국(34), 홍콩(2)	38	30	8
60	빵곰터	빵곰터	베이커리	비한식	중국(1)	1	1	0
61	빵장수단팔빵	빵장수단팔빵	단팔빵	비한식	미국(1)	1	-	1
62	사과나무	커피메이	커피	비한식	중국(2), 미국(2)	4	5	-1

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	16년 매장 수	15년 매장 수	Gap (16-15)
63	삼원가든	삼원가든	육류 구이	한식	대만(3),인도네시아(1)	4	-	4
64	샤마	코코호도	제과	비한식	미국(12)	12	12	0
65	서래스터	서래갈매기	육류 구이	한식	싱가포르(1),인도네시아(5),중국(48),홍콩(6)	60	43	17
66	서린에프에스	치킨히어로	치킨	비한식	필리핀(2)	2	-	2
67	선진VFC	치킨파티	치킨	비한식	중국(2)	2	1	1
68	설빙	설빙	빙수	한식	일본(1),중국(33),태국(7)	41	-	41
69	설앤빈	설앤빈	빙수	비한식	중국(2),미국(1)	3	3	0
70	섬김과나눔	더 진국	국밥	한식	중국(1)	1	-	1
71	세나클	카페세나클	커피	비한식	중국(3)	3	2	1
72	스마일에프씨	아봉	제과	비한식	마카오(1),말레이시아(2),베트남(1),일본(1),홍콩(3)	8	2	6
73	스위트몬스터	스위트몬스터	디저트	비한식	싱가포르(3),중국(1),태국(3),홍콩(6)	13	12	1
74	스트릿츄러스	스트릿츄러스	츄러스	비한식	대만(2),말레이시아(2),미국(1)	5	-	5
75	썬더치킨	썬더치킨	치킨	비한식	중국(4)	4	3	1
76	썬앳푸드	매드포갈릭	파스타	비한식	싱가포르(1),인도네시아(2),홍콩(2)	5	2	3
77	씨엠씨에프씨	종로상회	삼겹살	한식	중국(2),미국(2)	4	3	1
78	씨엠월드에프앤씨	피제리아 나인로드	피자	비한식	중국(6)	6	1	5
79	씨제이푸드빌	뚜레쥬르,비비고,투썸플레이스,CJ푸드월드,빔스	베이커리,비빔밥,커피,복합외식,뷔페	한식/비한식	미국(39), 중국(136), 필리핀(19), 캄보디아(11), 베트남(30), 인도네시아(18), 말레이시아(5), 영국(2)	260	231	+29
80	아이윈엔터프라이즈	두마리아빠통닭	치킨	비한식	중국(5)	5	2	3
81	압구정	돈치킨	치킨	비한식	베트남(4),중국(16),태국(1)	21	2	19
82	JK글로벌	아들리애치킨	치킨	비한식	필리핀(2),홍콩(1)	3	2	1
83	잉클오프드	마이마이치킨	치킨	비한식	중국(2)	2	1	1
84	에땅	피자에땅	피자	비한식	미국(2)	2	-	2
85	에브리	소담애족발보쌈	족발, 보쌈	한식	베트남(1)	1	-	1
86	에스앤큐플러스	토프레소	커피	비한식	중국(4),태국(2)	6	5	1
87	에스에이치	백설공주	디저트	비한식	베트남(1),중국(2),홍콩(2),미국(2)	7	3	4
88	에스에프이노베이션	스쿨푸드	분식	한식	홍콩(9),베트남(1),태국(3),인도네시아(3),일본(1),미국(1)	18	13	5
89	에스엔인더스트리	꿀뼈닭강정	닭강정	한식	중국(7),필리핀(4)	11	17	-6
90	에스지푸드시스템	소공동뚝배기집	찌개	한식	일본(14),미국(1)	15	13	2
91	에이치엔피시스템즈	더프라이팬	치킨	비한식	중국(300),태국(1),필리핀(1)	302	-	302
92	에프앤디파트너	와라와라	주점	비한식	중국(7)	7	2	5
93	엔케이로지스틱스	임실N치즈피자	피자	비한식	중국(7)	7	6	1
94	엘노핌피자	엘노핌피자	피자	비한식	베트남(1),중국(8)	9	4	5
95	엠지에이치	갈비파티	육류 구이	한식	중국(1)	1	-	1
96	엠피케이그룹	미스터피자	피자	비한식	베트남(1),중국(120),태국(1),필리핀(4)	126	107	19
97	열봉푸드시스템	열봉찜닭	찜닭	한식	일본(2)	2	2	0
98	에스람	백년갈비	육류 구이	한식	중국(1)	1	1	0
99	오가다	오가다	한방차	한식	일본(2),미국(1)	3	-	3

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	16년 매장 수	15년 매장 수	Gap (16-15)
100	오엠푸드	오븐마루치킨	치킨	비한식	대만(1)	1	-	1
101	오투스페이스	아딸	분식	한식	중국(1)	1	3	-2
102	올어바웃	올어바웃차	전통차	비한식	중국(1),미국(7)	8	4	4
103	와이본에프앤비	불볶이와튀김범벅	분식	한식	중국(1)	1	1	0
104	와플반트	와플반트	와플	비한식	대만(1),중국(2),캐나다(1),호주(1)	5	7	-2
105	용감한사람들	봉구비어	맥주	비한식	중국(2)	2	-	2
106	용마을	용우동	분식	한식	중국(3)	3	3	0
107	우래옥	우래옥	냉면	한식	미국(1)	1	1	0
108	원스에프앤비	원스커피콩빵	베이커리	비한식	태국(3)	3	-	3
109	웰빙을만드는사람들	뽕뜨락피자	피자	비한식	중국(3)	3	3	0
110	위두	공돈	삼겹살	한식	마카오(1), 싱가포르(4), 중국(2)	7	7	0
111	유케이푸드	쌀쌀맛은닭	치킨	비한식	미국(1)	1	-	1
112	육대장	육대장	냉면, 육개장	한식	중국(4),필리핀(1)	5	6	-1
113	육칠팔	백정	삼겹살	한식	대만(2),베트남(1),중국(33),필리핀(1),미국(11),호주(2)	50	17	33
114	음식점닥터	수제갈비	육류 구이	한식	중국(1)	1	-	1
115	이루에프씨	바른치킨	치킨	비한식	말레이시아(1)	1	-	1
116	이만구	교동짬뽕	면요리	비한식	미국(3)	3	2	1
117	이바돔	이바돔 감자탕	감자탕	한식	중국(1)	1	-	1
118	이삭	이삭토스트	토스트	비한식	대만(2),마카오(2)	4	1	3
119	이앤티푸드	엠마, 빠나미	베이커리	비한식	싱가포르(1),중국(100)	101	11	90
120	이원	투다리	닭꼬치 등	비한식	베트남(1),중국(148),태국(20)	169	144	25
121	이티앤제우스	불고기브라더스	육류 구이	한식	말레이시아(1),인도네시아(1),중국(3),태국(2),필리핀(5),미얀마(1)	13	12	1
122	인토외식산업	와바	맥주,소시지	비한식	일본(3)	3	7	-4
123	자하문	자하문	한정식	한식	중국(9)	9	2	7
124	제너시스비비큐	비비큐(BBQ), 비비큐치킨앤비어	치킨	비한식	말레이시아(16),몽골(5),베트남(17),인도네시아(3),일본(2),중국(50),캄보디아(4),태국(2),필리핀(11),홍콩(3),방글라데시(3),사우디아라비아(2),이란(2),스페인(1),터키(3),미국(10),브라질(1),피지(2)	137	350	-213
125	제이비에스디	엘에이북창동순두부	순두부	한식	대만(11)	11	11	0
126	제이알에프앤로지스	종로김밥	분식	한식	중국(1),미국(2)	3	3	0
127	제이앤티	더컵	컵밥	한식	싱가포르(1),인도네시아(2),홍콩(2),프랑스(1)	6	5	1
128	종로에프앤씨	종로할머니칼국수	칼국수	한식	말레이시아(1)	1	-	1
129	지엔푸드	굽네치킨	치킨	비한식	마카오(1),중국(3),홍콩(6)	10	-	10
130	지헨즈	헨즈커피	커피	비한식	중국(15)	15	21	-6
131	참에프앤디	크레이지떡	분식	한식	중국(4)	4	9	-5
132	참이맛	참이맛감자탕	감자탕	한식	중국(23)	23	14	9
133	철든놈	구이혁명가철든놈	육류 구이	한식	미국(1), 중국(1), 일본(1)	3	1	2
134	춘천닭갈비영농조합법인	춘천닭갈비	닭갈비	한식	베트남(1),중국(1)	2	4	-2

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	16년 매장 수	15년 매장 수	Gap (16-15)
135	츄릅	호미빙	빙수	비한식	미국(1)	1	-	1
136	치어스	치어스	치킨	비한식	미얀마(3)	3	-	3
137	카페베네	카페베네	커피	비한식	중국(400), 대만(5), 말레이시아(10), 몽골(19), 베트남(5), 인도네시아(5), 일본(6), 캄보디아(1), 태국(19), 필리핀(5), 사우디아라비아(6), 미국(50)	531	721	-190
138	커피니	커피니	커피	비한식	중국(6)	6	5	1
139	커피스미스에프씨	커피스미스	커피	비한식	태국(1)	1	-	1
140	커피그루나루	커피그루나루	커피	비한식	중국(1), 멕시코(1)	2	5	-3
141	케이더블유프랜차이즈	쉐프의 부대찌개	찌개	한식	중국(1)	1	-	1
142	케이에이치컴퍼니	망고식스	음료	비한식	말레이시아(1), 몽골(1), 일본(1), 중국(60), 미국(2), 러시아(1)	66	22	44
143	코푸	안동찜닭	찜닭	한식	싱가포르(1), 중국(8)	9	11	-2
144	쿠산코리아	아비꼬카레	카레	비한식	미국(1)	1	-	1
145	탐앤탐스	탐앤탐스커피	커피	비한식	마카오(1), 몽골(10), 싱가포르(1), 중국(46), 태국(30), 필리핀(2), 홍콩(1), 미국(7), 호주(2)	100	48	52
146	태영에프앤비	주커피	커피	비한식	중국(7), 필리핀(1)	8	20	-12
147	테즈	아웃닭	치킨	비한식	홍콩(2)	2	2	0
148	트루프렌드에프앤씨	꽃빙	빙수	비한식	중국(1)	1	-	1
149	파리크라상	파리바게뜨	베이커리	비한식	베트남(10), 싱가포르(6), 중국(174), 프랑스(2), 미국(48)	240	194	46
150	페리카나	페리카나	치킨	비한식	말레이시아(3), 몽골(1), 싱가포르(1), 중국(70), 캄보디아(1), 브루나이(1), 미국(4)	81	17	64
151	푸드넷시스템	토스피아	커피	비한식	미국(1)	1	6	-5
152	푸드존	피자마루	피자	비한식	중국(3), 홍콩(1), 미국(1)	5	3	2
153	푸드노에프앤디	강정이기가막혀	닭강정	한식	싱가포르(1), 중국(3), 미국(1), 호주(7)	12	7	5
154	피자명	피자명	피자	비한식	중국(4)	4	3	1
155	피티아이	포타이	쌀국수	비한식	미국(1)	1	1	0
156	하노이의아침	하노이의아침	쌀국수	비한식	중국(1)	1	-	1
157	한국일오삼농산	처갓집양념치킨	치킨	비한식	대만(1), 미국(13)	14	20	-6
158	한스앤컴퍼니	한스델리	돈까스	비한식	중국(8)	8	16	-8
159	할리스에프앤비	할리스커피	커피	비한식	베트남(2), 중국(13), 태국(10)	25	39	-14
160	햇시즈너	불닭발동대문엽기떡볶이	분식	한식	미국(3), 캐나다(1), 중국(1), 베트남(1)	6	4	2
161	행복을굽는사람들	오발탄	육류 구이	한식	중국(2)	2	6	-4
162	행복한상상에프앤비	화통삼	삼겹살	한식	중국(21)	21	12	9
163	헤만테크	데소	베이커리	비한식	필리핀(1)	1	-	1
165	호박패밀리	호박식당	육류 구이	한식	미국(1)	1	6	10
166	화로사랑	화로사랑, 청석골	육류 구이	한식	중국(3)	3	-	1
167	화이트쇼콜라코리아	화이트쇼콜라	커피	비한식	중국(4)	4	4	-1
168	후스타일	요거베리	요거트	비한식	싱가포르(3), 아랍에미리트(7), 바레인(1), 오만(1), 나이지리아(3), 코스타리카(3), 파나마(3), 베네수엘라(1), 볼리비아(4), 파라과이(5), 콜롬비아(4), 호주(14)	49	-	4
169	홀랄라	홀랄라바베큐치킨	치킨	비한식	중국(1)	1	74	-25

→ 뒷 장 계속

No	업체명	브랜드명	주요메뉴	구분	진출국가	16년 매장 수	15년 매장 수	Gap (16-15)
170	휴롬팜	휴롬주스카페	주스	비한식	말레이시아(2),베트남(5),인도네시아(1),중국(25),태국(2),이탈리아(1),호주(1)	37	-	1
171	호식이두마리치킨	호식이두마리치킨	치킨	비한식	일본(2)	2	-	2
172	8푸드	팔색삼겹살	삼겹살	한식	중국(10), 말레이시아(6), 미국(1), 호주(1), 대만(1), 일본(1)	20	-	20
173	불로만	불로만숯불바베큐	치킨	비한식	중국(3)	3	-	3
174	비토코리아	슬립리스인시애틀	커피	비한식	일본(1), 중국(2)	3	-	3
175	소프트리	소프트리	아이스크림	비한식	중국(3), 홍콩(1), 일본(2), 미국(1)	7	-	7
176	오감만족	마시짬	갈비짬	한식	싱가포르(1), 인도네시아(1)	2	-	2
177	오니규	오니기리아이규동	규동	비한식	중국(1), 홍콩(1), 미국(1)	3	-	3
178	옥빙설	옥빙설	빙수	비한식	베트남(3), 태국(4), 미국(1)	8	-	8
179	원앤원	원할머니보쌈족발	족발,보쌈	한식	중국(2)	2	-	2
180	이랜드외식사업부	루고,애슐리,자연별곡	커피/뷔페 /한식뷔페	한식/ 비한식	중국(7)	7	-	7
181	일동인터내셔널	돌돌치킨	치킨	비한식	태국(5)	5	-	5
182	틈새상사	틈새라면	분식	한식	중국(1), 대만(1)	2	-	2
183	해마로푸드서비스	맘스터치	치킨	비한식	대만(1), 베트남(1)	2	-	2
184	(주)농업회사법인 보그너	카페 보그너	커피	비한식	중국(4)	4	-	4
185	다날	dal.komm coffee	커피	비한식	말레이시아(7), 싱가포르(1), 중국(1)	9	-	9
186	화정에프앤씨	스피드런치박스	도시락	한식	중국(1)	1	-	1
187	아브라카다브라	아브라카다브라	치킨	비한식	중국(2)	2	-	2
188	엔에이치에프	칠성포차	짬뽕	한식	중국(1)	1	-	1
193						5,476	4,656	+820

* 롯데리아 : 전년도 조사시 일본 매장수를 데스크리서치로 파악했으나, 금년도 조사결과 버거킹 재팬에서 운영 확인되어 제외함

* 정성본 : 전년도 중국 매장 80개 진출 확인하였으나, 현재는 중국에서 해당 브랜드 인수/관리하므로 제외함

[표7-2] 전년도 해외진출업체 중 진출 제외된 업체

No.	업체명	브랜드명	진출국가	2015 매장수	철수사유 구분	구체적 사유
1	(주)일미리	일미리 금계찜닭	중국(3)	3	경영문제	경쟁력 부족
2	(주)캔모아	캔모아	일본(2)	2	경영문제	인력부족
3	(주)정명라인	본스치킨	베트남(1), 중국(12), 캄보디아(1), 미국(8), 호주(1)	23	경영문제	회사 매각
4	알촌	알촌	중국(1)	1	경영문제	해외매장 계약만료
5	(주)에이에프씨코리아	아주커	캐나다(2)	2	경영문제	현재 식자재만 수출하고 있음
6	크라제인터내셔널(주)	크라네버거	미국(2), 싱가포르(2)	4	경영문제	2015년도 데스크리서치로 해외매 장수 확인했으나, 국내법인은 국내 매장만 취급함을 확인
7	(주)정성본	애강산, 만커피	중국(83)	83	비경영문제	대표 변경
8	(주)놀이터푸드시스템	노리터	필리핀(3)	3	비경영문제	내부직원 개인적으로 운영 중
9	(주)나무와아이	파머스빌리지	중국(1)	1	비경영문제	매장 내부사정으로 철수
10	(주)로플라	로플라	중국(1)	1	비경영문제	각 매장 개인 사업장으로 운영중
11	(주)씨에스	조선Ch.S치킨	필리핀(4)	4	비경영문제	대표 개인적으로 해외에서 운영 중
12	(주)엘케이푸드	로니로티	중국(1)	1	비공개	-
13	(주)마세다린	가마로강정	중국(1)	1	비공개	-
14	(주)도니버거	도니버거	미국(1)	1	비공개	-
15	신촌푸드	본가 신촌설렁탕	미국(2), 캐나다(1)	3	비공개	-
16	(주)아영에프앤디	비어카이저	중국(1)	1	비공개	-
17	(주)GKPlace	델리앤젤라또	중국(7)	7	비공개	-
18	(주)우리푸드시스템	회전초밥스시히 로바	영국(1)	1	비공개	-
19	(주)명동	명동칼국수샤브 샤브	중국(10)	10	비공개	-
20	(주)피앤피아이앤씨	마시마니매운갈 비빔, 마시마니 전복전문점	싱가포르(2)	2	비공개	-

2016년 외식기업 해외진출 실태조사

인 쇄 2016. 11.

발 행 2016. 11.

발 행 처 농림축산식품부

(우)30110 세종특별자치시 다솜2로 94 정부세종청사

aT한국농수산물유통공사

(우)58326 전라남도 나주시 문화로 227

전화 061-931-0722 팩스 061-931-1299

인 쇄 처 (주)코리아리서치센터

전화 02-3415-5145

* 본 보고서의 내용을 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.