발 간 등 록 번 호
11-1543000-000314-01

국내 외식기업 해외진출에 따른 국내산 식재료 수출 효과 연구

2013년 12월 24일

희망찬 농업, 활기찬 농촌, 행복한 국민
농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

목 차

Part A. 조사 개요

1. 조사 목적 ····· 02
2. 조사 설계 ····· 02

Part B. 조사 결과 분석

1. 외식업체 해외 진출 현황 ····· 4
   1) 해외진출 현황 개요 ····· 5
   2) 업종별 진출 현황 ····· 13
   3) 해외 진출 시기 ····· 14
   4) 지역 별 진출 매장 수 ····· 16
   5) 국가 별 진출 매장 수 ····· 17
   6) 업종 별 진출 국가 현황 ····· 18

2. 해외 진출 가맹본부 운영 현황 ····· 23
   1) 설문 응답 기업 List (26개 업체) ····· 23
   2) 해외 진출 고려 요인 ····· 24
   3) 해외 가맹점 운영 방식 ····· 25
   4) 해외 매장 운영 애로사항 ····· 26
   5) 수출 여부 ····· 27
   6) 식재료 수출 시 애로사항 ····· 28
   7) 식재료 수출 Needs 파악 ····· 29
   8) 해외 식재료 유통에 대한 이해 ····· 31
   9) 일반 집기 수출 현황 ····· 34
   10) 식재료 수출의 경영효과 분석 ····· 37
   11) 해외 현지 매장에 대한 현황 분석 ····· 38
   12) 진출 효과 분석 ····· 41
   13) 현지 매장 고객 분포 ····· 43

목 차

3. 식재료 수출현황 및 수출 효과 ····· 44
1) 주요 수출 품목 ····· 45
2) 수출 실태 일반 ····· 46
3) 해외 프랜차이즈 진출에 따른 식재료 수출효과 ····· 47
4) 해외 수출 현황 및 효과 ····· 48

4. 해외 현지 가맹점 현황 분석 ····· 53
1) 매장 운영 애로사항 ····· 53
2) 식재료 수입 현황 ····· 54
3) 현지에서의 식재료 수급 현황 ····· 60
4) 현지 매장 초기 준비 시 기물 수입 현황 ····· 61
5) 국내산 식재료에 대한 Needs 탐색 ····· 64
6) 해외 매장의 운영 현황 및 한류 효과 분석 ····· 65

Part C. 결론 및 제언

1. 결론 ····· 69
1) 해외 진출기업의 국제 경쟁력 강화 ····· 70
2) 해외 진출기업의 식자재 수급 문제점 ····· 70
3) 해외 수출 식자재의 통관 문제 ····· 71

2. 제언 ····· 73
1) 프랜차이즈 업체 해외진출에 대한 지속적 통계 조사 실시 ····· 73
2) 식재료의 소포장 수출 활성화에 대한 도입 방안 연구 ····· 73
3) 공동 물류 체계의 구축 ····· 74

그림목차

Part A. 조사 개요

<그림 1> 조사 목적 ····· 02

Part B. 조사 결과 분석

<그림 2> 해외 진출 외식업체 업종 ····· 13
<그림 3> 최초 진출 시기 ····· 14
<그림 4> 한식 업종 ····· 15
<그림 5> 비한식 업종 ····· 15

<그림 6> 지역 별 진출 매장 수 ····· 16
<그림 7> 아시아 지역 국가 별 진출 매장 수
(중국, 동남아 및 아시아기타) ····· 17
<그림 8> 아시아 외 지역 국가 별 진출 매장 수 (미국 및 기타) ····· 17
<그림 9> 한식 외식업체의 진출 국가 현황 ····· 18
<그림 10> 비한식 외식업체의 진출 국가 현황 ····· 19

<그림 11> 해외 진출 시 중시 요인 ····· 24
<그림 12> 해외 진출 시 중시 요인 (최초 진출 시기 별) ····· 24
<그림 13> 가맹점 운영 방식 ····· 25
<그림 14> 매장 운영 애로사항 ····· 26
<그림 15> 수출 여부 ····· 27

<그림 16> 수출 시 애로사항 ····· 28
<그림 17> 응답 Case 정의 ····· 28
<그림 18> 수출 희망 품목 ····· 29
<그림 19> 수출 필요 이유 ····· 30
<그림 20> 수출 불가 사유 ····· 30

그림목차

<그림 21> 해외 식자재 유통경로 ····· 31
<그림 22> 일반집기 수출 여부 ····· 34
<그림 23> 응답 Case 정의 ····· 34
<그림 24> 수출 집기류 ····· 35
<그림 25> 기계류 수출 여부 ····· 35

<그림 26> 응답 Case 정의 ····· 36
<그림 27> 수출 기계류 품목 ····· 36
<그림 28> 식재료 수출의 경영 효과 ····· 37
<그림 29> 응답 Case 정의 ····· 38
<그림 30> 진출 지역 별 매출액 증감추이 ····· 39

<그림 31> 매출 증감 이유 ····· 39
<그림 32> 한국 매장에 대한 현지 반응 ····· 40
<그림 33> 진출 효과성 ····· 41
<그림 34> 매출 증가 이유 ····· 41
<그림 35> 해외 진출의 음식한류 문화 기여도 ····· 42

<그림 36> 해외 현지 매장 고객 분포 ····· 43
<그림 37> 수출 현황 분석 Case 정의 ····· 44
<그림 38> 수출 품목 ····· 45
<그림 39> 수출량 ····· 46
<그림 40> 수출량 by 수출비용 ····· 46

<그림 41> 한식당 운영의 애로사항 ····· 53
<그림 42> 한국산 식재료의 구매 편의성 ····· 54
<그림 43> 구매 희망 국내산 식재료 품목 여부 ····· 55
<그림 44> 국내산 식재료 수입 경험 ····· 55
<그림 45> 수입 품목 ····· 56

그림목차

<그림 46> 수입 방법 ····· 57
<그림 47> 국내산 식재료 수입 이유 ····· 57
<그림 48> 통관 절차 문제 여부 ····· 58
<그림 49> 통관 절차 시 발생 문제 ····· 58
<그림 50> 국내산 식재료 사용에 있어서의 문제점 ····· 59

<그림 51> 한국산 식재료 구매처 ····· 60
<그림 52> 구매처 거래 이유 ····· 60
<그림 53> 초기 인테리어/기물 구매처 ····· 61
<그림 54> 초기 인테리어 구매 품목 ····· 61
<그림 55> 기물 수입시 운송 방법 ····· 62

<그림 56> 기물 수입 이유 ····· 62
<그림 57> 통관 절차 문제 여부 ····· 63
<그림 58> 현지에서 국내산 식재료 사용 호응도 ····· 64
<그림 59> 한국산 식재료 사용 시 수용 가격대 (인상폭) ····· 64
<그림 60> 매출액 증감 추세 ····· 65

<그림 61> 단골고객 증감 추세 ····· 65
<그림 62> 매장에 대한 현지 반응 ····· 66
<그림 63> 한류문화의 사업장 매출 효과 ····· 66
<그림 64> 해외 매장의 음식한류 문화 기여도 ····· 67

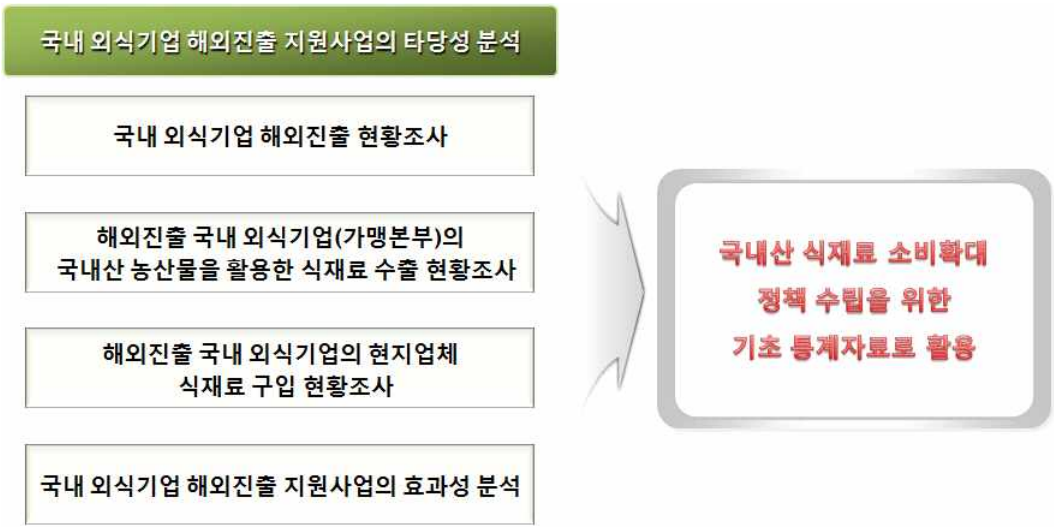
Part A

조사 개요

1. 조사 목적

○ 본 조사는 국내 외식기업 해외진출 지원사업의 타당성 분석을 위해, 해외 진출 현황을 파악하고, 해외 진출 가맹본부 및 가맹점을 대상으로 국내산 식재료 소비확대 정책 수립을 위한 기초 통계자료로 활용하기 위해 기획되었음

〈그림 1〉 조사 목적



2. 조사 설계

	현황조사	가맹본부 대상	가맹점 대상
자료 수집 방법	전화조사 + Desk Research	일대일 개별면접	전화 + E-mail + Fax 병행
조사 대상	공정위 등록 외식업체 2,200여 업체 해외 진출 확인된 95개 업체 (110개 브랜드, 2,717개 매장)	프랜차이즈 가맹본부 26개 업체	해외 진출 프랜차이즈 가맹 매장 76개 매장 (23개 가맹본부)
기타	-	수출 현황 part는 기존 26개 업체의 응답 내용에 무응답이 많아 별도 조사를 진행하였으며 총 27개 업체의 31개 브랜드의 수출 현황을 제시함	가맹점 조사는 2회에 걸쳐 진행되었으며, 2회차 조사는 프랜차이즈 가맹점이 아닌 일반 해외 진출 매장(91개)을 대상으로 추가 조사 진행함 (결론에 반영)
	지역 별 차이를 분석하기 위해 임의로 지역을 구분하였으며, 해외 시장의 진출 규모를 고려하여, 중국, 동남아, 그 외 아시아 지역, 미국 및 기타 지역으로 구분하여 분석함		

Part B

조사 결과 분석

1. 외식업체 해외 진출 현황

○ 국내 외식업체의 해외진출에 따른 수출 증대효과를 알아보기 위해서는 먼저 외식업체의 해외 진출형태에 대하여 이해할 필요가 있으며, 외식업체의 해외 진출형태는 직접 진출 방식과 지역 마스터 프랜차이즈 방식, 개별 프랜차이즈 방식 등의 간접진출 방식으로 나눌 수 있음

○ 직접 진출 :
건설 및 운영에 대한 모든 비용을 본사가 부담하며 운영에 대한 책임 또한 본사에서 지는 방식(예 : 파리바게뜨, 롯데리아, 비비고 등)으로 현지시장에 대한 정보가 부족하고 물류 및 인력파견 등의 비용이 발생하며, 파견 직원의 현지 문화에 대한 이해 부족으로 인하여 실패할 확률이 높을 수 있음

○ 마스터 프랜차이즈 진출 :
한 국가 또는 지역에 대하여 일정기간 개인 또는 법인에게 프랜차이즈 지역 본사로서의 권리를 부여하고, 이 권리를 부여 받은 마스터 프랜차이즈 본사가 직접 운영을 하거나 다시 최종 가맹점에게 하나 내지 수개의 가맹점을 하도록 하는 방식(예 : 불고기브라더스, 썬앳푸드 등)

○ 개별 프랜차이즈 진출 :
한 국가의 특정지역에 대하여 일정기간 개인 또는 법인에게 프랜차이즈 계약을 통하여 점포를 운영하도록 하는 방식(예 : 본촌치킨, ㈜대호가 등)

○ 기술전수방식 :
해외 현지에서 영업을 하고자 하는 파트너에게 영업장 오픈 시 영업에 필요한 일체의 기술을 전수하고 상호 및 운영방식을 사용토록 허가하는 방식
이 방식의 경우 기술이전 시 1회성 비용을 받으며, 영업장 오픈 후 본사는 일체의 경영 및 영업방식에 관여하지 않는 방식으로, 해외영업장으로 볼 수 없으나 본사에서는 자사가 해외 매장을 보유하고 있다는 홍보용으로 사용하고 있음(명동칼국수, 처갓집양념치킨, 빵굼터 등)

○ 위의 진출방식들과 관련하여 한 기업체에서 진출국가 및 진출전략에 따라 다양한 진출방식을 혼합하여 사용하는 경우가 있어 본 연구에서는 전체 진출업체에 대한 해외프랜차이즈 진출형태에 대한 정확한 전수 조사는 실시하지 않았으며 일부 대표기업만을 대상으로 설문조사를 실시하였음

1) 해외진출 현황 개요

가) 업체별 진출 현황

(1) 전체

No	체명	No	브랜드	주요메뉴	구분	진출국가	총점포수
1	CJ푸드빌	1	비비고	한식,면요리	한식	미국(4), 베트남(1), 싱가포르(3), 영국(1), 일본(7), 중국(6)	22
		2	뚜레쥬르	제빵	비한식	말레이시아(3), 미국(23), 베트남(25), 인도네시아(9), 중국(25), 캄보디아(3), 필리핀(9)	97
		3	CJ푸드월드	복합외식	비한식	중국(1)	1
		4	빕스	뷔페	비한식	중국(1)	1
		5	투썸플레이스	커피	비한식	중국(6)	6
2	㈜대대에프씨	6	꿀닭	닭갈비	한식	중국(7), 싱가포르(3)	10
		7	바비큐보스치킨	치킨	비한식	싱가포르(1), 인도네시아(1), 중국(17)	19
3	㈜정성본	8	애강산	한식	한식	중국(3)	3
		9	만커피	커피, 디저트	비한식	중국(60)	60
4	㈜더본코리아	10	소본가	고기	한식	중국(4)	4
		11	백's비빔밥	비빔밥	한식	중국(1)	1
		12	새마을식당	삼겹살	한식	일본(1), 중국(1)	2
		13	본가	우삼겹	한식	말레이시아(1), 싱가포르(2), 인도네시아(2), 중국(10)	15
		14	백씨양생탕	한식	한식	중국(1)	1
		15	홍콩반점0410	짬뽕	비한식	미국(5)	5
5	(주)JBSD	16	LA북창동순두부	순두부	한식	대만(3), 미국(1), 일본(1), 중국(1), 태국(1)	7
6	(주)대호가	17	죽이야기	죽	한식	미국(1), 중국(18)	19
7	(주)맛깔	18	맛깔참죽	죽	한식	미국(1), 필리핀(1)	2
8	(주)신촌푸드	19	신촌설렁탕	설렁탕	한식	미국(2), 중국(1)	3
9	(주)에스에프이노베이션	20	스쿨푸드	분식	한식	미국(1), 인도네시아(1), 일본(1)	3
10	(주)오모리	21	오모리찌개	김치찌개	한식	미국(1)	1
11	SG푸드시스템	22	소공동뚝배기집	순두부,찌개류	한식	미국(1), 일본(1), 중국(1), 홍콩(1)	4
12	놀부	23	항아리갈비	갈비	한식	싱가포르(3), 중국(2), 태국(1)	6
13	다쥔	24	꼬지와친구들	닭꼬치	한식	말레이시아(1), 싱가포르(1), 인도네시아(2)	4
14	더컵	25	더컵	라이스	한식	말레이시아(1)	1
15	바이올푸드	26	유가네닭갈비	닭갈비	한식	중국(1), 인도네시아(1)	2
16	벽제외식산업개발	27	벽제갈비	생등심,갈비냉면	한식	중국(1)	1
		28	봉피양	생등심,갈비냉면	한식	중국(3)	3
17	봉추	29	봉추찜닭	찜닭	한식	베트남(1), 일본(1)	2
18	용수산	30	용수산	한식	한식	미국(1)	1
19	우래옥	31	우래옥	평양냉면	한식	미국(2)	2
20	원앤원주식회사	32	원할머니보쌈	보쌈, 족발	한식	중국(3)	3
21	육칠팔	33	백정	삼겹살	한식	미국(4), 필리핀(1), 호주(1)	6
22	자하문	34	자하문	한정식	한식	중국(5)	5
23	㈜김가네	35	김가네김밥	분식	한식	중국(3)	3
24	㈜디딤푸드	36	신마포갈매기	갈매기살	한식	중국(14), 태국(1)	15
25	㈜명동	37	명동칼국수샤브샤브	칼국수,샤브샤브	한식	베트남(1), 중국(8), 캐나다(1)	10
26	㈜미라지식품	38	남가네설악추어탕	추어탕	한식	인도네시아(2), 중국(5), 베트남(1)	8
27	㈜바인에프씨	39	쉐프의국수전	국수	한식	필리핀(4), 홍콩(1)	5
28	㈜본아이에프	40	본죽	죽	한식	말레이시아(1), 미국(3), 베트남(1), 일본(3), 중국(1)	9
29	㈜빅바이트에프엔비	41	먹쉬돈나	떡볶이	한식	중국(5)	5
30	㈜서래스터	42	서래갈매기	육류 구이	한식	인도네시아(1), 중국(1)	2

No	업체명	No	브랜드	주요메뉴	구분	진출국가	총점 포수
31	㈜오투스페이스	43	아딸떡볶이	분식	한식	중국(2)	2
32	㈜위두	44	꽁돈	삼겹살	한식	베트남(1), 싱가포르(5)	6
33	㈜이티앤제우스	45	불고기브라더스	불고기	한식	말레이시아(4), 인도네시아(1), 캐나다(1), 필리핀(5)	11
34	㈜일미리	46	일미리금계찜닭	찜닭	한식	중국(1)	1
35	㈜참이맛	47	참이맛감자탕	감자탕	한식	일본(1), 중국(14)	15
36	㈜토성에프시	48	옛골토성	오리	한식	인도네시아(1), 중국(2)	3
37	㈜티비비씨	49	코리안숯불닭바베큐	닭바베큐	한식	미국(1)	1
38	㈜팔색푸드매니지먼트	50	팔색삼겹살	삼겹살	한식	호주(2), 미국(1), 일본(1)	4
39	㈜행복을굽는사람들	51	오발탄	양대창	한식	중국(6)	6
40	채선당	52	채선당	샤브샤브	한식	인도네시아(1)	1
41	춘천닭갈비영농조합	53	춘천닭갈비	닭갈비	한식	베트남(1), 중국(1)	2
42	크라제한고가	54	한고가	한식	한식	싱가포르(1), 인도네시아(1)	2
43	한우리외식산업	55	한우리	한식당	한식	중국(2)	2
44	화로사랑	56	화로사랑,청석골	구이류	한식	중국(5)	5
45	㈜호도원	57	천안명물호도원	호두과자	한식	중국(3), 말레이시아(1), 싱가포르(1), 미국(1)	6
46	(주)엔케이로지스틱스	58	임실N치즈피자	피자	비한식	중국(5)	5
47	(주)올어바웃차	59	올어바웃차	그린티	비한식	미국(4), 중국(1)	5
48	(주)한국일오삼농산	60	처갓집양념치킨	치킨	비한식	미국(13)	13
49	©sunatfood	61	매드포갈릭	마늘, 와인	비한식	싱가포르(2), 인도네시아(1), 필리핀(1)	4
50	54번가푸드컨설팅	62	피자투어	피자	비한식	중국(10), 남아프리카공화국(1), 일본 (3), 베트남(1), 호주(1), 카자크스탄(1), 몽골(1)	18
		63	54번가닭강정앤피자	치킨	비한식	중국(2)	2
51	교촌F&B	64	교촌치킨	치킨	비한식	미국(7), 중국(1), 태국(1)	9
52	구스띠모	65	구스띠모	젤라또, 커피	비한식	싱가포르(2)	2
53	깜닭치킨	66	깜닭치킨	치킨	비한식	인도네시아(1)	1
54	디파이언스	67	스페로스페라	크레페	비한식	캐나다(1)	1
55	릴레이인터네셔널	68	레드망고	요거트, 빙수	비한식	UAE(2), 말레이시아(2), 미국(275), 싱가포르(3), 옐살바도르(1), 이집트(2), 인도(5), 인도네시아(5), 중국(3), 쿠웨이트(6), 태국(7), 마카오(1), 멕시코(50), 우루과이(1), 파키스탄(1), 필리핀(11), 호주(5), 홍콩(1)	381
56	마인츠돔	69	카페베네	커피, 디저트	비한식	대만(1), 말레이시아(2), 몽골(1), 미국(65), 베트남(1), 사우디아라비아(4), 싱가포르(1), 인도네시아(5), 일본(1), 중국(164), 캄보디아(1), 필리핀(5)	251
57	본촌치킨	70	본촌치킨	치킨	비한식	미국(21), 필리핀(64), 싱가포르(1), 인도네시아(15), 태국(5)	106
58	불로만	71	불로만숯불바베큐	치킨	비한식	중국(1)	1
59	빵굼터	72	빵굼터	수제빵	비한식	중국(1)	1
60	엘노핌피자	73	엘노핌피자	피자	비한식	베트남(1), 중국(3)	4
61	정명라인	74	본스치킨	치킨	비한식	미국(5), 베트남(1), 중국(4), 호주(1)	11
62	㈜GKPlace	75	델리앤젤라또	커피아이스크림	비한식	중국(4)	4
63	㈜SN인더스트리	76	꿀삐닭강정	치킨	비한식	UAE(1), 미국(1), 중국(1), 필리핀(4)	7
64	㈜가르텐	77	가르텐비어	맥주, 안주	비한식	중국(2)	2
65	㈜그린F&B	78	치킨퐁	치킨	비한식	인도네시아(2)	2
66	㈜놀이터푸드시스템	79	노리터	커피	비한식	필리핀(1)	1
67	㈜농협목우촌	80	또래오래치킨	치킨	비한식	미국(8)	8
68	㈜델리스	81	델리만쥬	제과	비한식	미국(400)	400
69	㈜띠아모코리아	82	카페띠아모	젤라또, 커피	비한식	몽골(1), 중국(2), 캄보디아(1), 필리핀(3)	7
70	㈜로띠번코리아	83	로띠번	로띠번	비한식	중국(1), 일본(1)	2
71	㈜롯데리아	84	엔젤리너스커피	커피, 디저트	비한식	베트남(3), 인도네시아(3), 중국(9)	15
		85	롯데리아	버거	비한식	베트남(150), 인도네시아(15), 중국(40)	205
72	㈜리치홀딩스	86	라떼야커피	커피	비한식	대만(1)	1
73	㈜본푸드시스템	87	본스시	초밥	비한식	중국(1)	1
		88	본까스델리카페	일본식튀김, 롤	비한식	중국(1)	1

No	업체명	No	브랜드	주요메뉴	구분	진출국가	총점 포수
74	㈜비스켓	89	Beesket	음료	비한식	아랍에미레이트(1)	1
75	㈜삼국지씨앤씨	90	플라이버거	슈니발렌	비한식	중국(5), 일본(1)	6
76	㈜스티븐스	91	뉴욕핫도그	핫도그, 커피	비한식	중국(1), 미국(1)	2
77	㈜아모제	92	오므토토마토	오므라이스	비한식	태국(2)	2
78	㈜애프앤지코리아	93	아이스빈	젤라또, 커피	비한식	중국(2)	2
79	㈜우리푸드시스템	94	회전초밥	스시히로바	비한식	미국(1), 영국(1)	2
80	㈜이원	95	투다리	닭꼬치,닭갈비등	비한식	베트남(2), 인도네시아(1), 중국(130), 태국(5)	138
81	㈜인터파크에이치엠	96	디초콜릿커피	초콜릿, 커피	비한식	중국(3)	3
82	㈜인트외식산업	97	와바	맥주,소시지	비한식	싱가포르(1), 일본(1), 중국(6)	8
83	㈜제너시스	98	BBQ	치킨	비한식	중국(170), 미국(47), 베트남(34), 말레이시아(30), 싱가포르(30), 터키(8), 몽골(7), 스페인(6), 멕시코(5), 일본(5), 이란(2), 에콰도르(2), 브라질(1), 사우디아라비아(1), 인도(1), 호주(1), 피지(1)	351
84	㈜캔모아	99	캔모아	생과일	비한식	중국(3), 필리핀(1)	4
85	㈜케이에이치컴퍼니	100	망고식스	음료	비한식	러시아(1), 미국(1), 중국(3)	5
86	㈜탐앤탐스	101	탐앤탐스	커피, 디저트	비한식	미국(10), 태국(10), 호주(1)	21
87	㈜파리크라상	102	파리바게뜨	제빵	비한식	미국(30), 베트남(14), 싱가포르(3), 중국(125)	172
88	㈜페리카나	103	페리카나	치킨	비한식	말레이시아(1), 몽골(1)	2
89	㈜푸드넷시스템	104	토스피아	커피	비한식	베트남(1), 미국(1), 인도네시아(1)	3
90	㈜혜인식품	105	네네치킨	치킨	비한식	싱가포르(2)	2
91	㈜후스타일	106	요거베리	요거트 아이스크림	비한식	UAE(3), 코스타리카 (1), 미국(4), 뉴질랜드(1), 호주(4), 베네주엘라(1), 볼리비아(2), 파라과이(3), 콜럼비아(1), 싱가포르(1), 파나마(1), 인도(2), 나이지리아(1)	25
92	크라제인터네셔날	107	크라제버거	수제버거	비한식	미국(2), 싱가포르(2), 홍콩(2)	6
93	한국미스터피자	108	미스터피자	피자	비한식	미국(2), 베트남(2), 중국(24)	28
94	한스델리	109	한스델리	패밀리레스토랑	비한식	중국(3)	3
95	할리스에프앤비	110	할리스커피	커피, 디저트	비한식	중국(9), 페루(2), 태국(1), 필리핀(2)	14
합계							2717

(2) 한식업종

No	업체명	No	브랜드	주요메뉴	업종	진출국가	총점포수
1	CJ푸드빌	1	비비고	한식,면요리	한식	미국(4), 베트남(1), 싱가포르(3), 영국(1), 일본(7), 중국(6)	22
2	㈜대대에프씨	2	꿀닭	닭갈비	한식	중국(7), 싱가포르(3)	10
3	㈜정성본	3	애강산	한식	한식	중국(3)	3
4	㈜더본코리아	4	소본가	고기	한식	중국(4)	4
		5	백's비빔밥	비빔밥	한식	중국(1)	1
		6	새마을식당	삼겹살	한식	일본(1), 중국(1)	2
		7	본가	우삼겹	한식	말레이시아(1), 싱가포르(2), 인도네시아(2), 중국(10)	15
		8	백씨양생탕	한식	한식	중국(1)	1
5	(주)JBSD	9	LA북창동순두부	순두부	한식	대만(3), 미국(1), 일본(1), 중국(1), 태국(1)	7
6	(주)대호가	10	죽이야기	죽	한식	미국(1), 중국(18)	19
7	(주)맛깔	11	맛깔참죽	죽	한식	미국(1), 필리핀(1)	2
8	(주)신촌푸드	12	신촌설렁탕	설렁탕	한식	미국(2), 중국(1)	3
9	(주)에스에프이노베이션	13	스쿨푸드	분식	한식	미국(1), 인도네시아(1), 일본(1)	3
10	(주)오모리	14	오모리찌개	김치찌개	한식	미국(1)	1
11	SG푸드시스템	15	소공동뚝배기집	순두부,찌개류	한식	미국(1), 일본(1), 중국(1), 홍콩(1)	4
12	놀부	16	항아리갈비	갈비	한식	싱가포르(3), 중국(2), 태국(1)	6
13	다쥔	17	꼬지와친구들	닭꼬치	한식	말레이시아(1), 싱가포르(1), 인도네시아(2)	4
14	더컵	18	더컵	라이스	한식	말레이시아(1)	1
15	바이올푸드	19	유가네닭갈비	닭갈비	한식	중국(1), 인도네시아(1)	2
16	벽제외식산업개발	20	벽제갈비	생등심,갈비냉면	한식	중국(1)	1
		21	봉피양	생등심,갈비냉면	한식	중국(3)	3
17	봉추	22	봉추찜닭	찜닭	한식	베트남(1), 일본(1)	2
18	용수산	23	용수산	한식	한식	미국(1)	1
19	우래옥	24	우래옥	평양냉면	한식	미국(2)	2
20	원앤원주식회사	25	원할머니보쌈	보쌈, 족발	한식	중국(3)	3
21	육칠팔	26	백정	삼겹살	한식	미국(4), 필리핀(1), 호주(1)	6
22	자하문	27	자하문	한정식	한식	중국(5)	5
23	㈜김가네	28	김가네김밥	분식	한식	중국(3)	3
24	㈜디딤푸드	29	신마포갈매기	갈매기살	한식	중국(14), 태국(1)	15
25	㈜명동	30	명동칼국수샤브샤브	칼국수,샤브샤브	한식	베트남(1), 중국(8), 캐나다(1)	10
26	㈜미라지식품	31	남가네설악추어탕	추어탕	한식	인도네시아(2), 중국(5), 베트남(1)	8
27	㈜바인에프씨	32	쉐프의국수전	국수	한식	필리핀(4), 홍콩(1)	5
28	㈜본아이에프	33	본죽	죽	한식	말레이시아(1), 미국(3), 베트남(1), 일본(3), 중국(1)	9
29	㈜빅바이트에프엔비	34	먹쉬돈나	떡볶이	한식	중국(5)	5
30	㈜서래스터	35	서래갈매기	육류 구이	한식	인도네시아(1), 중국(1)	2
31	㈜오투스페이스	36	아딸떡볶이	분식	한식	중국(2)	2
32	㈜위두	37	꽁돈	삼겹살	한식	베트남(1), 싱가포르(5)	6
33	㈜이티앤제우스	38	불고기브라더스	불고기	한식	말레이시아(4), 인도네시아(1), 캐나다(1), 필리핀(5)	11
34	㈜일미리	39	일미리금계찜닭	찜닭	한식	중국(1)	1
35	㈜참이맛	40	참이맛감자탕	감자탕	한식	일본(1), 중국(14)	15
36	㈜토성에프시	41	옛골토성	오리	한식	인도네시아(1), 중국(2)	3
37	㈜티비비씨	42	코리안숯불닭바베큐	닭바베큐	한식	미국(1)	1
38	㈜팔색푸드매니지먼트	43	팔색삼겹살	삼겹살	한식	호주(2), 미국(1), 일본(1)	4
39	㈜행복을굽는사람들	44	오발탄	양대창	한식	중국(6)	6
40	채선당	45	채선당	샤브샤브	한식	인도네시아(1)	1
41	춘천닭갈비영농조합	46	춘천닭갈비	닭갈비	한식	베트남(1), 중국(1)	2
42	크라제한고가	47	한고가	한식	한식	싱가포르(1), 인도네시아(1)	2
43	한우리외식산업	48	한우리	한식당	한식	중국(2)	2
44	화로사랑	49	화로사랑,청석골	구이류	한식	중국(5)	5
45	㈜호도원	50	천안명물호도원	호두과자	한식	중국(3), 말레이시아(1), 싱가포르(1), 미국(1)	6
합계							257

(3) 비한식 업종

No	업체명	No	브랜드	주요메뉴	구분	진출국가	총점포수
1	CJ푸드빌	51	뚜레쥬르	제빵	베이커리	말레이시아(3), 미국(23), 베트남(25), 인도네시아(9), 중국(25), 캄보디아(3), 필리핀(9)	97
		52	CJ푸드월드	복합외식	양식	중국(1)	1
		53	빕스	뷔페	양식	중국(1)	1
		54	투썸플레이스	커피	음료	중국(6)	6
2	㈜대대에프씨	55	바비큐보스치킨	치킨	패스트푸드	싱가포르(1), 인도네시아(1), 중국(17)	19
3	㈜정성본	56	만커피	커피, 디저트	음료	중국(60)	60
4	㈜더본코리아	57	홍콩반점0410	짬뽕	중식	미국(5)	5
46	(주)엔케이로지스틱스	58	임실N치즈피자	피자	패스트푸드	중국(5)	5
47	(주)올어바웃차	59	올어바웃차	그린티	음료	미국(4), 중국(1)	5
48	(주)한국일오삼농산	60	처갓집양념치킨	치킨	패스트푸드	미국(13)	13
49	©sunatfood	61	매드포갈릭	마늘, 와인	양식	싱가포르(2), 인도네시아(1), 필리핀(1)	4
50	54번가푸드컨설팅	62	피자투어	피자	패스트푸드	중국(10), 남아프리카공화국(1), 일본 (3), 베트남(1), 호주(1), 카자크스탄(1), 몽골(1)	18
		63	54번가닭강정앤피자	치킨	패스트푸드	중국(2)	2
51	교촌F&B	64	교촌치킨	치킨	패스트푸드	미국(7), 중국(1), 태국(1)	9
52	구스띠모	65	구스띠모	젤라또, 커피	음료	싱가포르(2)	2
53	깜닭치킨	66	깜닭치킨	치킨	패스트푸드	인도네시아(1)	1
54	디파이언스	67	스페로스페라	크레페	베이커리	캐나다(1)	1
55	릴레이인터네셔널	68	레드망고	요거트, 빙수	음료	UAE(2), 말레이시아(2), 미국(275), 싱가포르(3), 엘살바도르(1), 이집트(2), 인도(5), 인도네시아(5), 중국(3), 쿠웨이트(6), 태국(7), 마카오(1), 멕시코(50), 우루과이(1), 파키스탄(1), 필리핀(11), 호주(5), 홍콩(1)	381
56	마인츠돔	69	카페베네	커피, 디저트	음료	대만(1), 말레이시아(2), 몽골(1), 미국(65), 베트남(1), 사우디아라비아(4), 싱가포르(1), 인도네시아(5), 일본(1), 중국(164), 캄보디아(1), 필리핀(5)	251
57	본촌치킨	70	본촌치킨	치킨	패스트푸드	미국(21), 필리핀(64), 싱가포르(1), 인도네시아(15), 태국(5)	106
58	불로만	71	불로만숯불바베큐	치킨	패스트푸드	중국(1)	1
59	빵굼터	72	빵굼터	수제빵	베이커리	중국(1)	1
60	엘노핌피자	73	엘노핌피자	피자	패스트푸드	베트남(1), 중국(3)	4
61	정명라인	74	본스치킨	치킨	패스트푸드	미국(5), 베트남(1), 중국(4), 호주(1)	11
62	㈜GKPlace	75	델리앤젤라또	커피아이스크림	음료	중국(4)	4
63	㈜SN인더스트리	76	꿀삐닭강정	치킨	패스트푸드	UAE(1), 미국(1), 중국(1), 필리핀(4)	7
64	㈜가르텐	77	가르텐비어	맥주, 안주	주류	중국(2)	2
65	㈜그린F&B	78	치킨퐁	치킨	패스트푸드	인도네시아(2)	2
66	㈜놀이터푸드시스템	79	노리터	커피	음료	필리핀(1)	1
67	㈜농협목우촌	80	또래오래치킨	치킨	패스트푸드	미국(8)	8
68	㈜델리스	81	델리만쥬	제과	베이커리	미국(400)	400
69	㈜띠아모코리아	82	카페띠아모	젤라또, 커피	음료	몽골(1), 중국(2), 캄보디아(1), 필리핀(3)	7
70	㈜로띠번코리아	83	로띠번	로띠번	베이커리	중국(1), 일본(1)	2
71	㈜롯데리아	84	엔젤리너스커피	커피, 디저트	음료	베트남(3), 인도네시아(3), 중국(9)	15
		85	롯데리아	버거	패스트푸드	베트남(150), 인도네시아(15), 중국(40)	205
72	㈜리치홀딩스	86	라떼야커피	커피	음료	대만(1)	1
73	㈜본푸드시스템	87	본스시	초밥	일식	중국(1)	1
		88	본까스델리카페	일본식튀김, 롤	일식	중국(1)	1
74	㈜비스켓	89	Beesket	음료	음료	아랍에미레이트(1)	1
75	㈜삼국지씨앤씨	90	플라이버거	슈니발렌	베이커리	중국(5), 일본(1)	6
76	㈜스티븐스	91	뉴욕핫도그	핫도그, 커피	패스트푸드	중국(1), 미국(1)	2
77	㈜아모제	92	오므토토마토	오므라이스	퓨전	태국(2)	2
78	㈜애프앤지코리아	93	아이스빈	젤라또, 커피	음료	중국(2)	2

No	업체명	No	브랜드	주요메뉴	구분	진출국가	총점포수
79	㈜우리푸드시스템	94	회전초밥	스시히로바	일식	미국(1), 영국(1)	2
80	㈜이원	95	투다리	닭꼬치,닭갈비등	주류	베트남(2), 인도네시아(1), 중국(130), 태국(5)	138
81	㈜인터파크에이치엠	96	디초콜릿커피	초콜릿, 커피	음료	중국(3)	3
82	㈜인트외식산업	97	와바	맥주,소시지	주류	싱가포르(1), 일본(1), 중국(6)	8
83	㈜제너시스	98	BBQ	치킨	패스트푸드	중국(170), 미국(47), 베트남(34), 말레이시아(30), 싱가포르(30), 터키(8), 몽골(7), 스페인(6), 멕시코(5), 일본(5), 이란(2), 에콰도르(2), 브라질(1), 사우디아라비아(1), 인도(1), 호주(1), 피지(1)	351
84	㈜캔모아	99	캔모아	생과일	음료	중국(3), 필리핀(1)	4
85	㈜케이에이치컴퍼니	100	망고식스	음료	음료	러시아(1), 미국(1), 중국(3)	5
86	㈜탐앤탐스	101	탐앤탐스	커피, 디저트	음료	미국(10), 태국(10), 호주(1)	21
87	㈜파리크라상	102	파리바게뜨	제빵	베이커리	미국(30), 베트남(14), 싱가포르(3), 중국(125)	172
88	㈜페리카나	103	페리카나	치킨	패스트푸드	말레이시아(1), 몽골(1)	2
89	㈜푸드넷시스템	104	토스피아	커피	음료	베트남(1), 미국(1), 인도네시아(1)	3
90	㈜혜인식품	105	네네치킨	치킨	패스트푸드	싱가포르(2)	2
91	㈜후스타일	106	요거베리	요거트 아이스크림	음료	UAE(3), 코스타리카 (1), 미국(4), 뉴질랜드(1), 호주(4), 베네주엘라(1), 볼리비아(2), 파라과이(3), 콜럼비아(1), 싱가포르(1), 파나마(1), 인도(2), 나이지리아(1)	25
92	크라제인터네셔날	107	크라제버거	수제버거	양식	미국(2), 싱가포르(2), 홍콩(2)	6
93	한국미스터피자	108	미스터피자	피자	패스트푸드	미국(2), 베트남(2), 중국(24)	28
94	한스델리	109	한스델리	패밀리레스토랑	양식	중국(3)	3
95	할리스에프앤비	110	할리스커피	커피, 디저트	음료	중국(9), 페루(2), 태국(1), 필리핀(2)	14
합계							2460

○ 본 조사를 통하여 2013년 11월 30일 현재 국내 외식업 및 프랜차이즈 업체로서 해외진출을 한 업체는 총 95개이며, 진출 브랜드의 수는 110개 브랜드로 파악되었고, 이들이 전세계에 진출한 매장의 수는 2717개 매장으로 조사되었음
그 중 한식 업종의 브랜드는 50개이며, 음료, 페스트푸드, 베이커리, 양식, 일식, 중식 등 비한식 업종의 브랜드는 60개로 조사됨

○ 업체별 진출현황을 살펴보면 가장 많은 브랜드를 해외에 진출한 업체는 ㈜더본코리아로 6개 브랜드에 28개 매장이 진출을 하였으며, 다음으로 CJ푸드빌이 5개 브랜드에 127개 매장을 진출시킨 것으로 조사되었음

○ 진출 매장의 순으로 살펴보면 ㈜델리스가 미국에 400개 매장을 오픈하여 가장 많은 매장을 운영하고 있는 것으로 조사되었으며, 다음으로 릴레이인터네셔널(381), ㈜제너시스(351), ㈜카페베네(251), ㈜롯데리아(220), 파리크라상(172)의 순으로 조사되었음

나) 진출 국가별 현황

〈 국가 별 진출 현황 〉

No	진출국가	업체 및 매장수	업체 수	브랜드 수	매장 수
1	중국	㈜제너시스(170), 마인츠돔(164), ㈜이원(130), ㈜파리크라상(125), ㈜정성본(63), ㈜롯데리아(49), CJ푸드빌(39), ㈜대대에프씨(24), 한국미스터피자(24), (주)대호가(18), ㈜더본코리아(17), ㈜디딤푸드(14), ㈜참이맛(14), 54번가푸드컨설팅(12), 할리스에프앤비(9), ㈜명동(8), ㈜인트외식산업(6), ㈜행복을굽는사람들(6), (주)엔케이로지스틱스(5), 자하문(5), ㈜미라지식품(5), ㈜빅바이트에프엔비(5), ㈜삼국지씨앤씨(5), 화로사랑(5), 벽제외식산업개발(4), 정명라인(4), ㈜GKPlace(4), 릴레이인터네셔널(3), 엘노핌피자(3), 원앤원주식회사(3), ㈜김가네(3), ㈜인터파크에이치엠(3), ㈜캔모아(3), ㈜케이에이치컴퍼니(3), ㈜호도원(3), 한스델리(3), 놀부(2), ㈜가르텐(2), ㈜띠아모코리아(2), ㈜본푸드시스템(2), ㈜애프앤지코리아(2), ㈜오투스페이스(2), ㈜토성에프시(2), 한우리외식산업(2), (주)JBSD(1), (주)신촌푸드(1), (주)올어바웃차(1), SG푸드시스템(1), 교촌F&B(1), 바이올푸드(1), 불로만(1), 빵굼터(1), ㈜SN인더스트리(1), ㈜로띠번코리아(1), ㈜본아이에프(1), ㈜서래스터(1), ㈜스티븐스(1), ㈜일미리(1), 춘천닭갈비영농조합(1)	59	73	992
2	미국	㈜델리스(400), 릴레이인터네셔널(275), 마인츠돔(65), ㈜제너시스(47), ㈜파리크라상(30), CJ푸드빌(27), 본촌치킨(21), (주)한국일오삼농산(13), ㈜탐앤탐스(10), ㈜농협목우촌(8), 교촌F&B(7), 정명라인(5), ㈜더본코리아(5), (주)올어바웃차(4), 육칠팔(4), ㈜후스타일(4), ㈜본아이에프(3), (주)신촌푸드(2), 우래옥(2), 크라제인터네셔날(2), 한국미스터피자(2), (주)JBSD(1), (주)대호가(1), (주)맛깔(1), (주)오모리(1), SG푸드시스템(1), 용수산(1), ㈜SN인더스트리(1), (주)에스에프이노베이션(1), ㈜스티븐스(1), ㈜우리푸드시스템(1), ㈜케이에이치컴퍼니(1), ㈜티비비씨(1), ㈜팔색푸드매니지먼트(1), ㈜푸드넷시스템(1), ㈜호도원(1)	36	37	951
3	인도네시아	㈜롯데리아(18), 본촌치킨(15), CJ푸드빌(9), 릴레이인터네셔널(5), 마인츠돔(5), 다쥔(2), ㈜그린F&B(2), ㈜더본코리아(2), ㈜미라지식품(2), ©sunatfood(1), 깜닭치킨(1), 바이올푸드(1), ㈜대대에프씨(1), (주)에스에프이노베이션(1), ㈜서래스터(1), ㈜이원(1), ㈜이티앤제우스(1), ㈜토성에프시(1), ㈜푸드넷시스템(1), 채선당(1), 크라제한고가(1)	21	22	72
4	싱가포르	㈜제너시스(30), ㈜위두(5), ㈜대대에프씨(4), CJ푸드빌(3), 놀부(3), 릴레이인터네셔널(3), ㈜파리크라상(3), ©sunatfood(2), 구스띠모(2), ㈜더본코리아(2), ㈜혜인식품(2), 크라제인터네셔날(2), 다쥔(1), 마인츠돔(1), 본촌치킨(1), ㈜인트외식산업(1), ㈜호도원(1), ㈜후스타일(1), 크라제한고가(1)	19	20	68
5	베트남	㈜롯데리아(153), ㈜제너시스(34), CJ푸드빌(26), ㈜파리크라상(14), ㈜이원(2), 한국미스터피자(2), 54번가푸드컨설팅(1), 마인츠돔(1), 봉추(1), 엘노핌피자(1), 정명라인(1), ㈜명동(1), ㈜미라지식품(1), ㈜본아이에프(1), ㈜위두(1), ㈜푸드넷시스템(1), 춘천닭갈비영농조합(1)	17	19	242
6	일본	CJ푸드빌(7), ㈜제너시스(5), 54번가푸드컨설팅(3), ㈜본아이에프(3), (주)JBSD(1), SG푸드시스템(1), 마인츠돔(1), 봉추(1), ㈜더본코리아(1), (주)에스에프이노베이션(1), ㈜로띠번코리아(1), ㈜삼국지씨앤씨(1), ㈜인트외식산업(1), ㈜참이맛(1), ㈜팔색푸드매니지먼트(1)	15	15	29
7	필리핀	본촌치킨(64), 릴레이인터네셔널(11), CJ푸드빌(9), 마인츠돔(5), ㈜이티앤제우스(5), ㈜SN인더스트리(4), ㈜바인에프씨(4), ㈜띠아모코리아(3), 할리스에프앤비(2), (주)맛깔(1), ©sunatfood(1), 육칠팔(1), ㈜놀이터푸드시스템(1), ㈜캔모아(1)	14	14	112
8	말레이시아	㈜제너시스(30), ㈜이티앤제우스(4), CJ푸드빌(3), 릴레이인터네셔널(2), 마인츠돔(2), 다쥔(1), 더컵(1), ㈜더본코리아(1), ㈜본아이에프(1), ㈜페리카나(1), ㈜호도원(1)	11	11	47
9	태국	㈜탐앤탐스(10), 릴레이인터네셔널(7), 본촌치킨(5), ㈜이원(5), ㈜아모제(2), (주)JBSD(1), 교촌F&B(1), 놀부(1), ㈜디딤푸드(1), 할리스에프앤비(1)	10	10	34
10	호주	릴레이인터네셔널(5), ㈜후스타일(4), ㈜팔색푸드매니지먼트(2), 54번가푸드컨설팅(1), 육칠팔(1), 정명라인(1), ㈜제너시스(1), ㈜탐앤탐스(1)	8	8	16
11	몽골	㈜제너시스(7), 54번가푸드컨설팅(1), 마인츠돔(1), ㈜띠아모코리아(1), ㈜페리카나(1)	5	5	11
12	UAE	㈜후스타일(3), 릴레이인터네셔널(2), ㈜SN인더스트리(1), ㈜비스켓(1)	4	4	7
13	홍콩	크라제인터네셔날(2), SG푸드시스템(1), 릴레이인터네셔널(1), ㈜바인에프씨(1)	4	4	5
14	대만	(주)JBSD(3), 마인츠돔(1), ㈜리치홀딩스(1)	3	3	5
15	인도	릴레이인터네셔널(5), ㈜후스타일(2), ㈜제너시스(1)	3	3	8
16	캄보디아	CJ푸드빌(3), 마인츠돔(1), ㈜띠아모코리아(1)	3	3	5
17	캐나다	디파이언스(1), ㈜명동(1), ㈜이티앤제우스(1)	3	3	3
18	멕시코	릴레이인터네셔널(50), ㈜제너시스(5)	2	2	55
19	사우디아라비아	마인츠돔(4), ㈜제너시스(1)	2	2	5
20	영국	CJ푸드빌(1), ㈜우리푸드시스템(1)	2	2	2
21	나이지리아	㈜후스타일(1)	1	1	1
22	남아프리카공화국	54번가푸드컨설팅(1)	1	1	1
23	뉴질랜드	㈜후스타일(1)	1	1	1
24	러시아	㈜케이에이치컴퍼니(1)	1	1	1
25	마카오	릴레이인터네셔널(1)	1	1	1
26	베네주엘라	㈜후스타일(1)	1	1	1
27	볼리비아	㈜후스타일(2)	1	1	2
28	브라질	㈜제너시스(1)	1	1	1
29	스페인	㈜제너시스(6)	1	1	6
30	에콰도르	㈜제너시스(2)	1	1	2
31	엘살바도르	릴레이인터네셔널(1)	1	1	1
32	우루과이	릴레이인터네셔널(1)	1	1	1
33	이란	㈜제너시스(2)	1	1	2
34	이집트	릴레이인터네셔널(2)	1	1	2
35	카자흐스탄	54번가푸드컨설팅(1)	1	1	1

No	진출국가	업체 및 매장수	업체 수	브랜드 수	매장 수
36	코스타리카	㈜후스타일(1)	1	1	1
37	콜럼비아	㈜후스타일(1)	1	1	1
38	쿠웨이트	릴레이인터네셔널(6)	1	1	6
39	터키	㈜제너시스(8)	1	1	8
40	파나마	㈜후스타일(1)	1	1	1
41	파라과이	㈜후스타일(3)	1	1	3
42	파키스탄	릴레이인터네셔널(1)	1	1	1
43	페루	할리스에프앤비(2)	1	1	2
44	피지	㈜제너시스(1)	1	1	1
계					2,717

※ 업체수 기준 정렬

ㅇ 국가별 진출 현황을 살펴보면 전세계 44개국에 진출해 있으며, 국가별로는 중국에 가장 많은 59개 업체가 73개 브랜드에 992개의 매장을 운영하고 있으며 다음으로 미국에 36개 업체가 37개 브랜드에 951개 매장을 운영하고 있으며, 세 번째로 베트남에 17개 업체, 19개 브랜드로 242개의 매장이 운영되고 있는 것으로 조사되었음

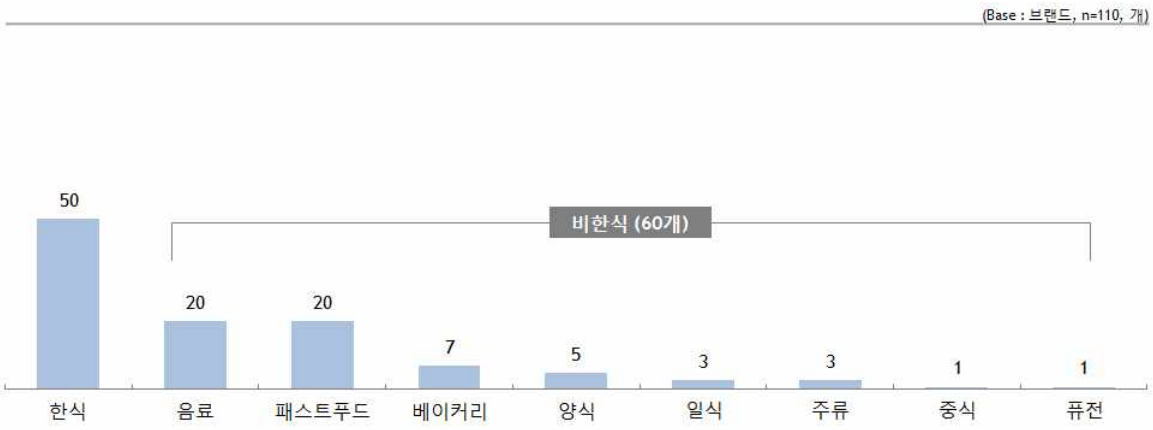
ㅇ 국가별 진출 현황에서 우리나라의 프랜차이즈 매장들이 중국과 베트남, 필리핀, 인도네시아를 비롯한 아세안국가들에 해외진출매장의 60%가 집중되어 있으며, 미국에 35%가 진출해 있어 아시안 국가 및 미국 중심으로 편중되어 있는 상황임

2) 업종별 진출 현황

○ 해외 진출 브랜드의 주요 업종은 한식과 비한식으로 구분할 때, 전체 110개 브랜드 중 비한식 업종 브랜드가 60개로 상대적으로 많은 편임

○ 단, 세부 분류로는 한식 업종 브랜드가 50개로 절대적으로 높음

<그림 2> 해외 진출 외식업체 업종

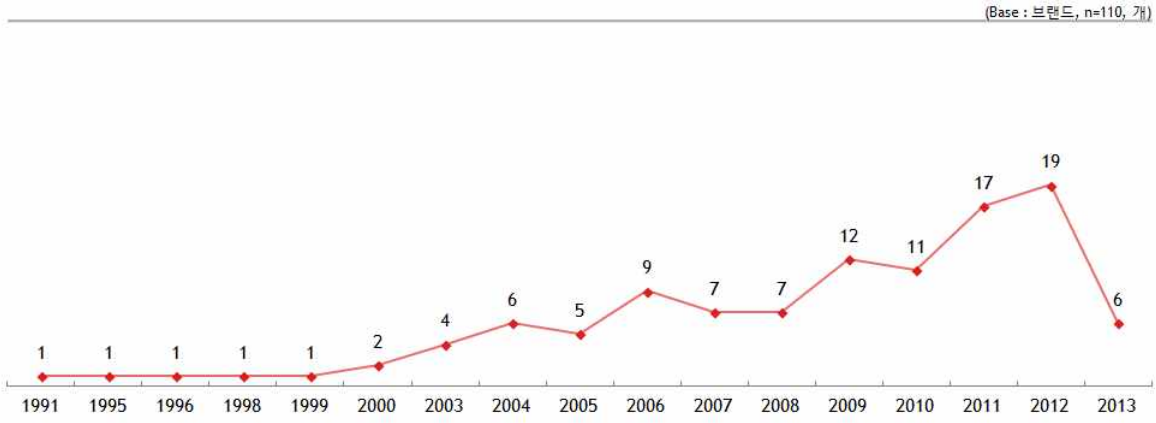


3) 해외 진출 시기

○ 90년대부터 외식업체의 해외 진출은 이루어지고 있었으나, 2006년 이후 본격화되어 2011년 이후 많은 매장들이 해외로 진출하게 되었음

○ 2009년 한식세계화에 대한 정부의 적극적 지원노력으로 인하여 2010년부터 2012년까지 프랜차이즈업체의 해외 진출이 다시 상승하고 있는 추세임

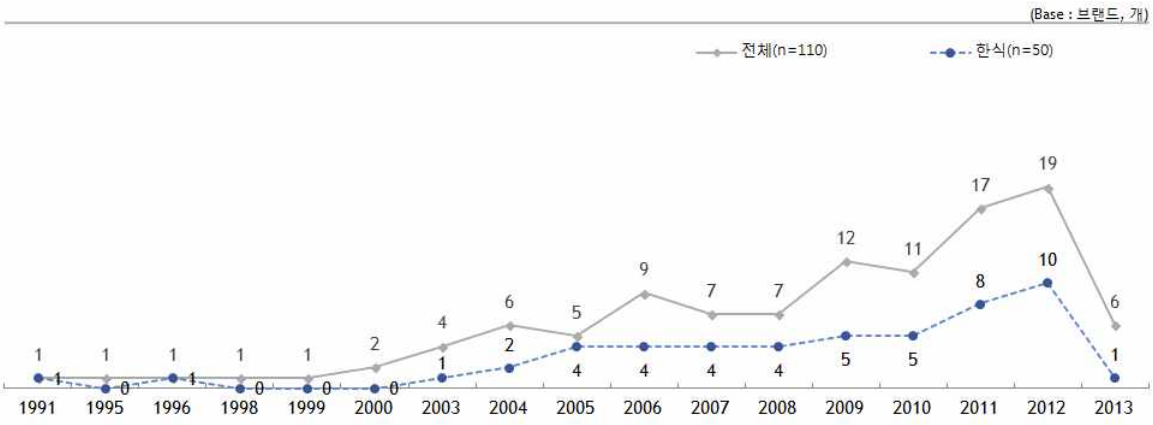
<그림 3> 최초 진출 시기



○ 가장 많은 해외진출이 진행되고 있는 한식의 경우 90년대에도 해외진출이 비교적 활성화되고 있었으며, ‘2012년에 집중적으로 해외진출이 이루어진 것으로 나타남

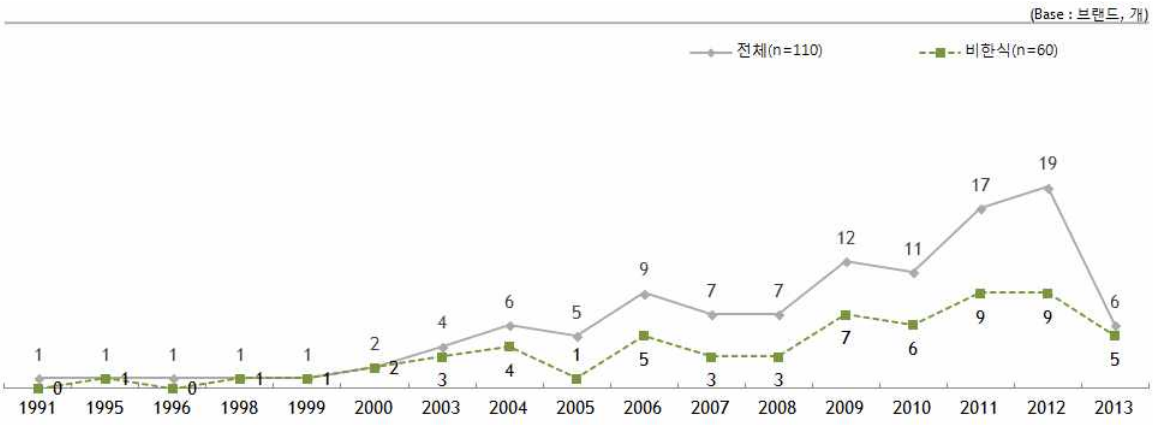
○ 해외 진출 한식당은 1974년 우래옥을 시작으로 90년대에 서서히 진출을 시작하였으며, 2005년도를 기준으로 많은 기업체들이 해외시장을 본격적으로 진출하기 시작하였음

〈그림 4〉 한식 업종



○ 비한식 업종의 경우 2009년부터 해외 진출이 본격 가속화 되어 온 것으로 나타남

〈그림 5〉 비한식 업종

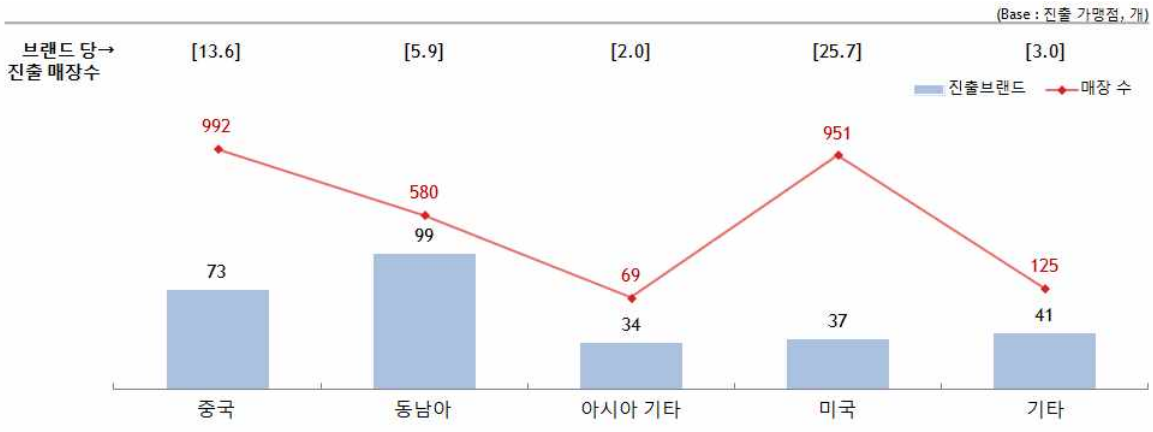


4) 지역 별 진출 매장 수

○ 지역 별 진출 현황은 중국, 동남아 지역의 진출이 가장 활성화되어 있음

○ 지역적 편중의 원인으로는 우리나라와의 관계, 국가에 대한 접근성, 시장의 규모, 교민진출현황, 식재료 공급의 원활성 등을 고려한 것으로 판단됨

<그림 6> 지역 별 진출 매장 수



<지역구분>

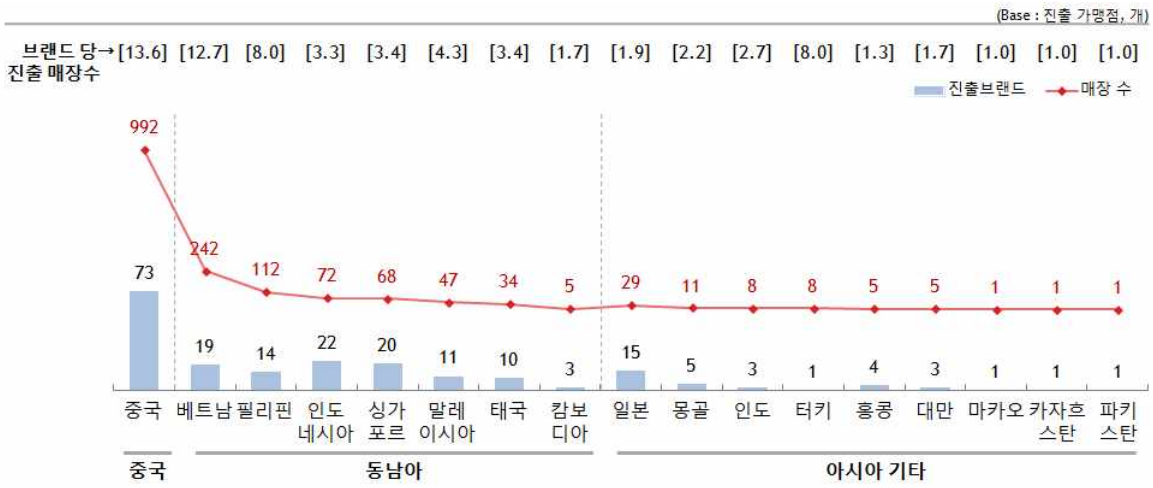
중국	중국
동남아	인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀, 말레이시아, 태국, 캄보디아
아시아 기타	마카오, 카자흐스탄, 파키스탄, 대만, 인도, 몽골, 홍콩, 일본
미국	미국
기타	나이지리아, 남아프리카공화국, 뉴질랜드, 러시아, 멕시코, 베네주엘라, 볼리비아, 브라질, 사우디아라비아, 아랍에미레이트, 엘살바도르, 우루과이, 이집트, 코스타리카, 콜럼비아, 쿠웨이트, 터키, 파나마, 파라과이, 페루, 영국, 캐나다, 호주

5) 국가 별 진출 매장 수

○ 아시아 지역에서는 중국이 해외 진출 매장이 992개로 절대적으로 많음

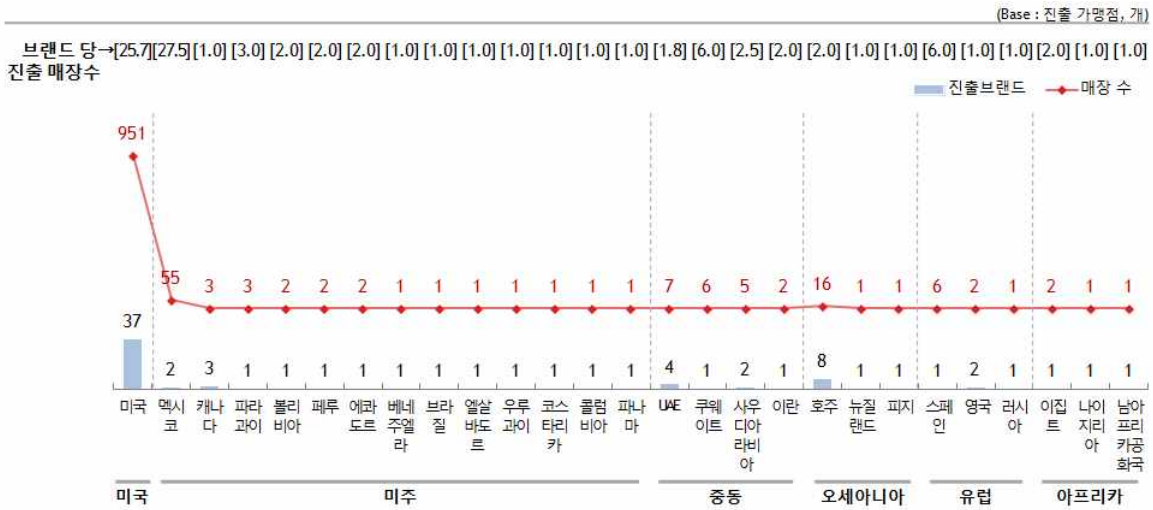
○ 브랜드 당 진출 매장수는 중국과 베트남이 각각 13.6, 12.7개로 해외진출 외식업체들은 중국 및 베트남 시장 공략에 집중하고 있는 것으로 나타남

<그림 7> 아시아 지역 국가 별 진출 매장 수 (중국, 동남아 및 아시아기타)



○ 아시아 이외 지역의 경우 대부분의 진출이 미국에 집중되어 있음
미국은 총 37개의 브랜드에서 951개의 매장이 진출해 있어, 브랜드 당 진출 매장수는 25.7개로 나타남

<그림 8> 아시아 외 지역 국가 별 진출 매장 수 (미국 및 기타)



6) 업종 별 진출 국가 현황

○ 한식의 경우, 중국이 142개 매장 진출로 가장 많이 진출한 국가임
중국시장에 한식당 진출이 많은 이유로는 지리적으로 가까울 뿐만 아니라 정서적으로도 한식에 대한 이해가 높으며 빠른 경제성장을 이룩하여 시장이 크며, 한식에 대한 선호도가 높아 교민들이 운영하는 한식당이 많으며, 식재료의 공급 또한 원활한 것이 한식당 진출이 많은 원인으로 볼 수 있음

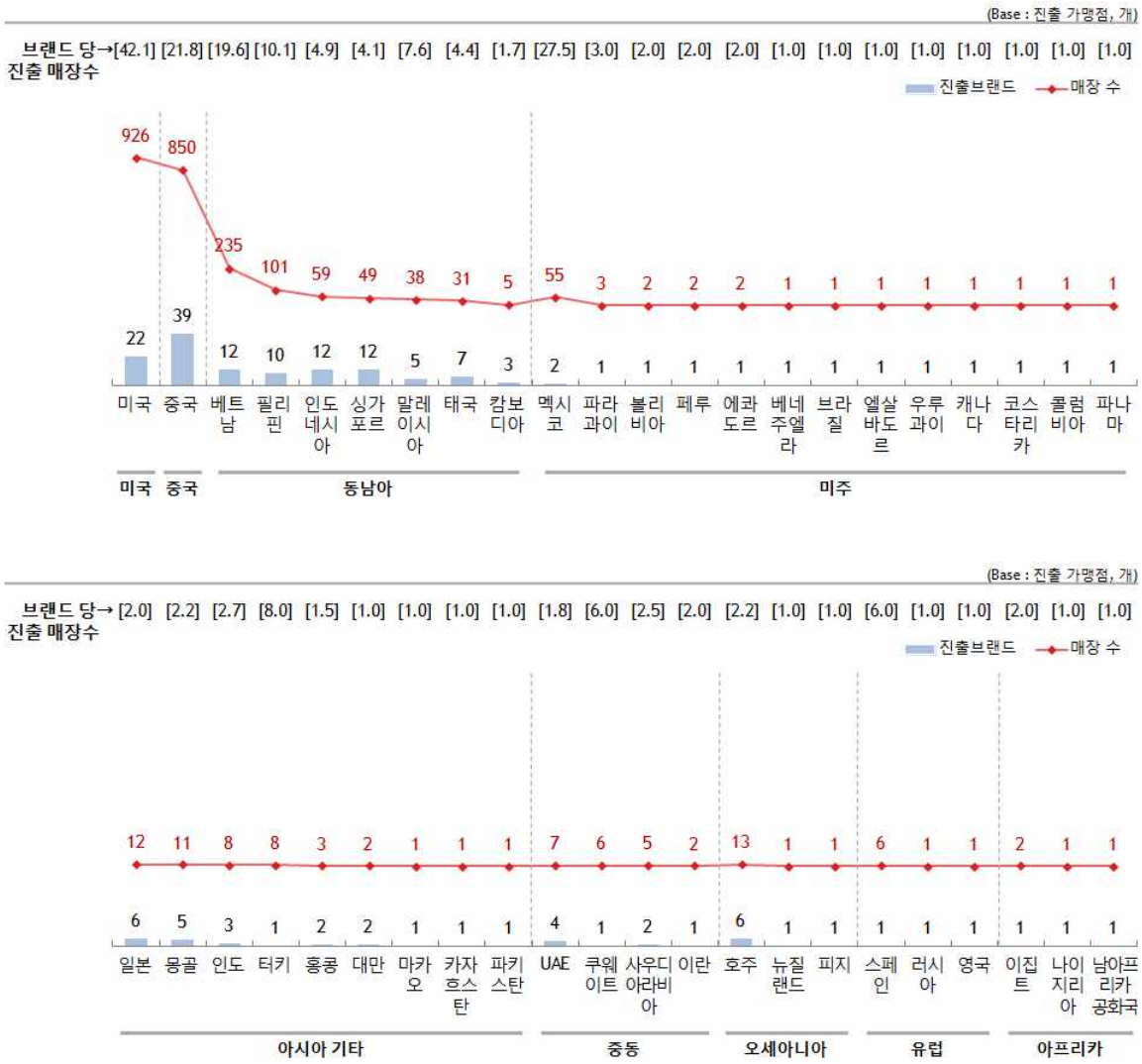
○ 그 외 미국, 싱가포르, 일본 및 인도네시아 등 여러 국가에 진출해 있는 중임

<그림 9> 한식 외식업체의 진출 국가 현황

○ 서양식의 경우 진출 브랜드는 중국이 39개로 가장 많으나, 진출 매장은 미국이 926개로 가장 많음

○ 미국의 경우 델리만쥬 400개, 레드망고 275개, 카페베네 65개로 진출 매장의 대부분을 차지함

<그림 10> 비한식 외식업체의 진출 국가 현황



2. 해외 진출 가맹본부 운영 현황

1) 설문 응답 기업 List (26개 업체)

○ 본 조사에 참여한 기업은 다음과 같음

〈 설문 응답 기업 〉

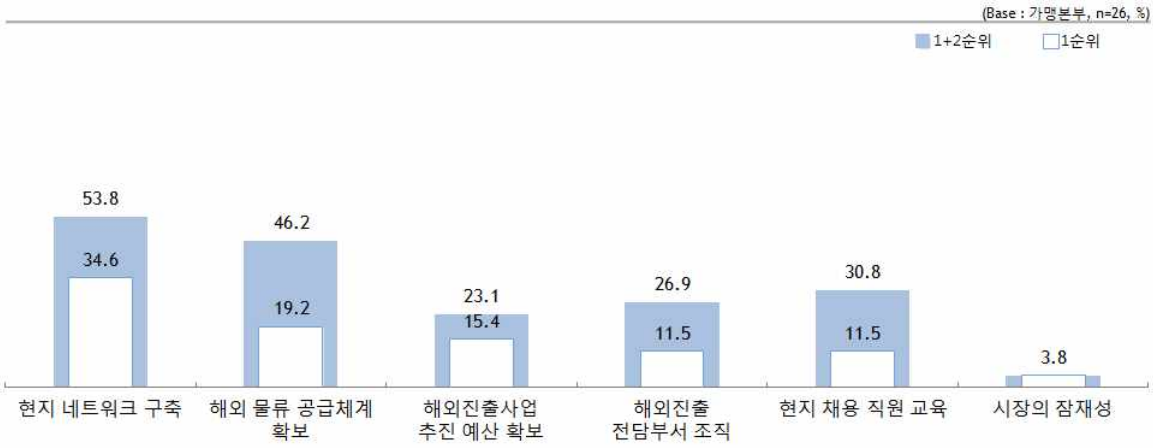
업체No.	업체명
1	(주)JBSD
2	(주)대호가
3	(주)맛깔
4	(주)봉추푸드시스템
5	(주)신촌푸드
6	(주)썬앳푸드
7	(주)엔케이로지스틱스
8	(주)올어바웃차
9	(주)참이맛
10	(주)한스앤컴퍼니
11	(주)제네시스
12	CJ푸드빌
13	한국미스터피자

업체No.	업체명
14	SG푸드시스템
15	교촌F&B
16	놀부
17	대대에프씨
18	롯데리아
19	벽제외식산업
20	(주)본푸드시스템
21	본아이에프
22	불고기브라더스
23	엘노핌피자
24	(주)오모리
25	크라제인터내셔날
26	㈜페리카나

2) 해외 진출 고려 요인

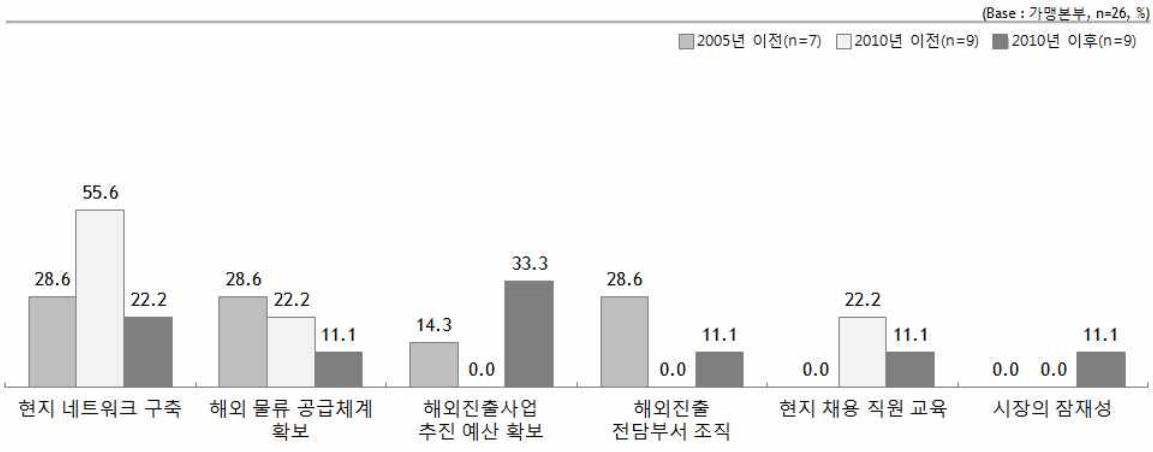
○ 해외 진출 시 주로 고려하는 요인으로는 현지 네트워크와 해외물류 공급체계를 우선적으로 중시하는 것으로 나타났음

<그림 11> 해외 진출 시 중시 요인



○ 해외물류 공급체계 확보의 경우, 과거에는 해외 진출을 위한 중요 고려 요인이었으나, 최근 들어 각종 물류 산업의 발달 및 현지 아웃소싱 등으로 그 중요도가 낮아지고 있는 추세로 나타남

<그림 12> 해외 진출 시 중시 요인 (최초 진출 시기 별)

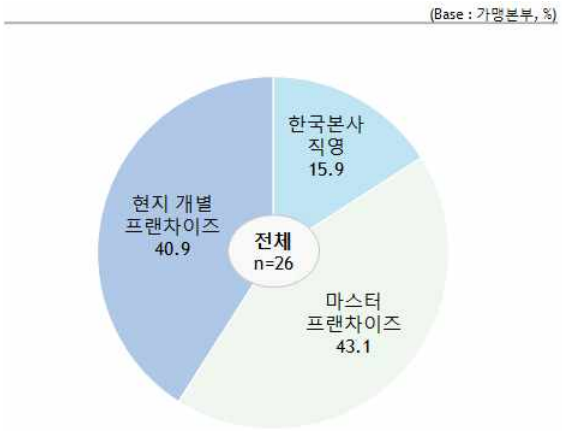


3) 해외 가맹점 운영 방식

○ 해외 진출 매장 운영 방식은 마스터프랜차이즈 형태 및 현지 개별 프랜차이즈의 운영 방식이 가장 많은 것으로 나타남

○ 반면, 한국 본사 직영 운영방식은 그 비중이 낮은 편임

〈그림 13〉 가맹점 운영 방식



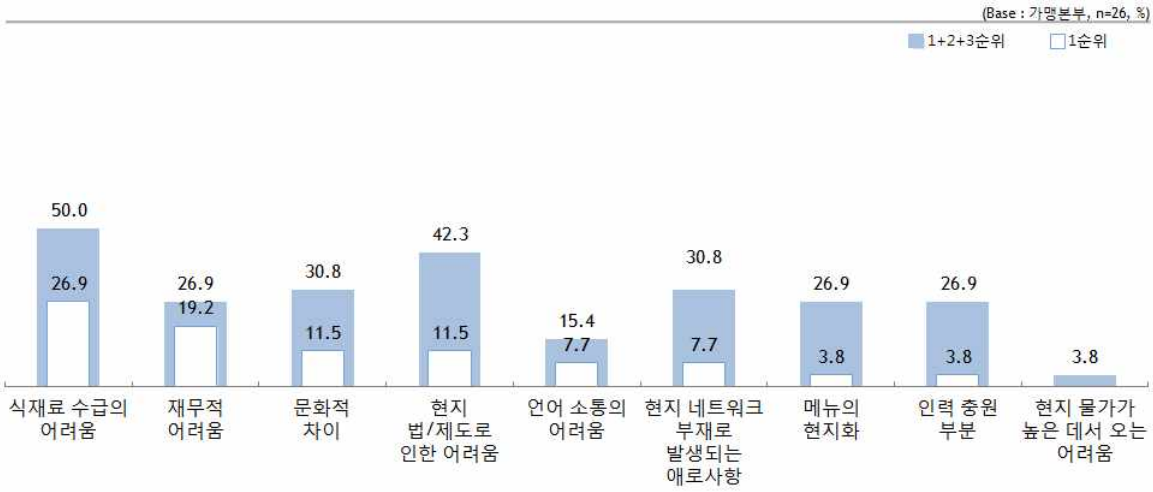
4) 해외 매장 운영 애로사항

○ 해외 매장을 운영하는 데 있어 식재료 수급과 현지에서의 제도적 측면의 애로사항이 매장 운영의 가장 큰 장애요인인 것으로 나타남

○ 식재료 수급에 있어, 한국산 재료 수입에 있어 방법 및 비용 측면에서의 애로사항이 존재함

○ 제도적 측면에서는 현지법상 인허가 문제 및 수출 과정 등 절차 및 행정적인 애로사항이 존재하고 있음

〈그림 14〉 매장 운영 애로사항



식재료 수급의 어려움
한국산 재료 수입이 어려움
현지내 수급 어려워 수입 관세로 인한 원가 상승됨
식자재 배송비용이 부담됨
물류비용 증가로 인해 제품 단가가 상승함
미국산 원재료를 중국,베트남에서 구하기 어려움
우리 메뉴에 맞는 재료를 찾고 공급받는데 시간 소모 큼
한국내 식재료 단가와 현지 물가 격차가 심함
현지 식재료 품질 문제 발생함
주재료를 EMS로 발송하기 어려움

법/제도 측면
인허가가 쉽게 안나옴
소스제품류 수출 절차가 복잡함
과도한 규제로 인해 뒷돈 요구 관행이 성행함
복잡한 인증절차로 인해 실제 사업 준비기간이 증가함
제도,정책의 갑작스런 변경이 잦음
프랜차이즈 등록시 현지법상 현지 식자재를 써야 함
현지법 관련한 정보 부족으로 법률비용이 상승함
점포 개설 위한 국가별 법적 사항이 상이함

인력충원 측면
인력 모집,구인난이 심함
유럽문화 특성상 근무시 회사일보다 사생활을 우선시함
채용한 인력 대상 교육이 어려움
현지 인력쿼터제로 인한 인력 채용 규제가 심함
현지 낮은 브랜드 인지도로 인해 고급인력 채용 어려움
한식의 고유한 맛 구현 가능한 현지인을 구하기 힘듦
현지 음식과 조리법이 달라 인건비가 상승함

네트워크 측면
문제발생시 해결해 줄 인적 네트워크가 부재함
인터넷 수발주 관리가 미비함
현지 PL사업 제반사항 미약해 가맹점,본사간 마찰 발생
현지 시장조사가 어려움
현지 인허가 관련 업무 공유가 안됨
현지 정보 전달이 늦음

5) 수출 여부

○ 해외 진출한 프랜차이즈 가맹본부 중 65% 정도는 해외 매장으로의 수출내역이 있는 것으로 확인됨

〈그림 15〉 수출 여부

6) 식재료 수출 시 애로사항

○ 국내 식재료를 해외 현지로 수출하는 데 있어 가장 큰 애로사항은 통관문제와 물류비용 측면인 것으로 나타남

<그림 16> 수출 시 애로사항

(Base : 수출 case, %)

	전체	업종		지역				
		한식	비한식	중국	동남아	아시아 기타	미국	기타
(응답자의 수)	(68)	(33)	(35)	(15)	(32)	(5)	(13)	(3)
수입국의 세관 및 검역 (식품 첨가물 규정 등)	33.8	15.2	51.4	60.0	28.1	-	38.5	-
배송 물류비용의 부담	30.9	54.5	8.6	20.0	18.8	80.0	53.8	33.3
현지까지의 배송 기간	20.6	12.1	28.6	20.0	31.3	-	-	33.3
물량 확보의 어려움	5.9	12.1	-	-	9.4	-	-	33.3
유통/보관상태 우려	5.9	-	11.4	-	12.5	-	-	-
없다	2.9	6.1	-	-	-	20.0	7.7	-

<그림 17> 응답 Case 정의

업체No	업체명	수출 대상 국가	수출 품목 개수(case)
1	(주)JBSD	대만	3
2	(주)대호가	중국	3
3	(주)맛깔	미국,필리핀	2
4	봉추	베트남,일본	3
5	(주)엔케이로지스틱스	중국	3
6	(주)올어바웃차	미국	2
7	한스델리	중국	1
8	CJ푸드빌	싱가폴	2
9	한국미스터피자	미국,중국	2
10	SG푸드시스템	미국,일본	2
11	교촌F&B	미국,인도네시아,중국,태국	12
12	대대에프씨	싱가폴,인도네시아	4
13	롯데리아	베트남,인도네시아,중국	9
14	본아이에프	중국	1
15	불고기브라더스	말레이시아,인도네시아,캐나다,필리핀	12
16	(주)오모리	미국	5
17	㈜페리카나	말레이시아	2
계			68

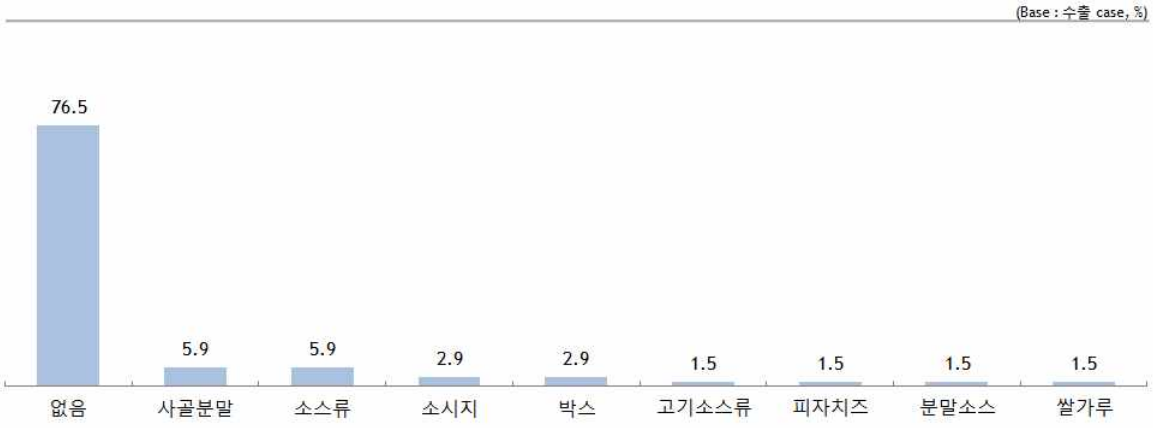
7) 식재료 수출 Needs 파악

○ 대부분의 가맹본부에서는 현재 수출하고 있는 품목(소스 및 양념류) 이외에 별도로 수출하고 싶은 품목은 따로 없는 것으로 나타났음

○ 식재료 수출에 따른 부대비용(물류비, 보관비 등)에 대한 부담과 유통 단계에서의 품질 저하에 대한 우려가 크게 작용한 것으로 보임

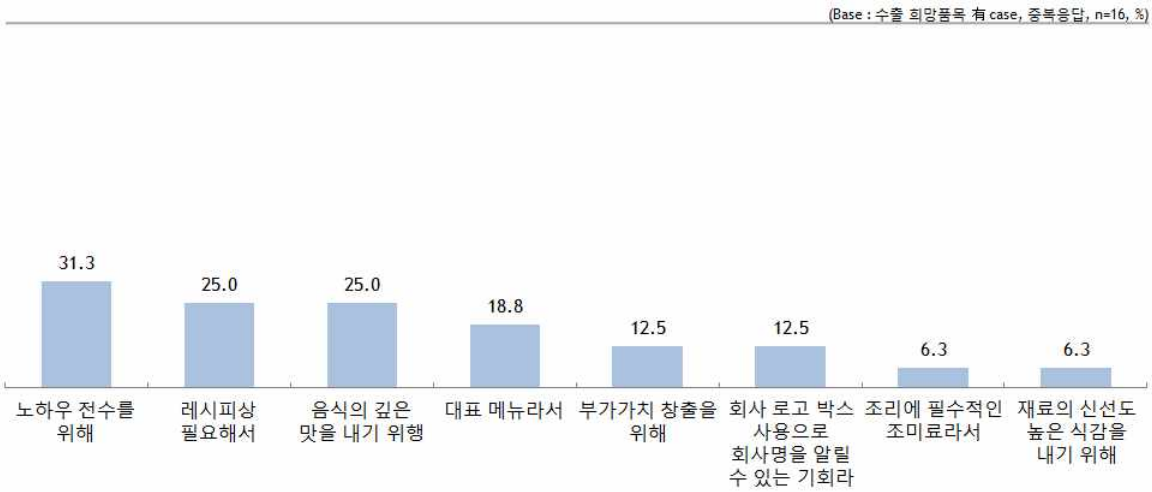
○ 단, 일부 가맹본부에서는 사골분말, 소시지 등 자체적으로 사용하고 있는 품목에 대한 수출 needs가 다소 약하게 존재하고 있음

<그림 18> 수출 희망 품목



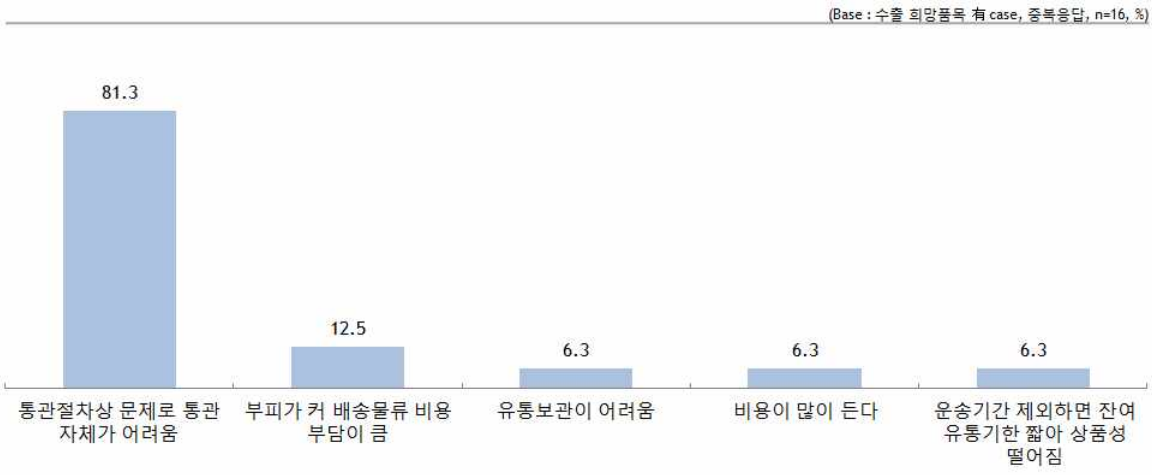
○ 일부 수출 needs가 존재하는 품목에 대한 이유로는 노하우전수, 레시피유지 등 프랜차이즈 고유의 맛을 내기 위한 레시피 조달 측면에서 필요한 것으로 보임

<그림 19> 수출 필요 이유



○ 단, 수출입 과정에서의 통관 절차가 가장 큰 장애 요인으로 수출이 어려운 것으로 나타남

<그림 20> 수출 불가 사유



8) 해외 식재료 유통에 대한 이해[1]

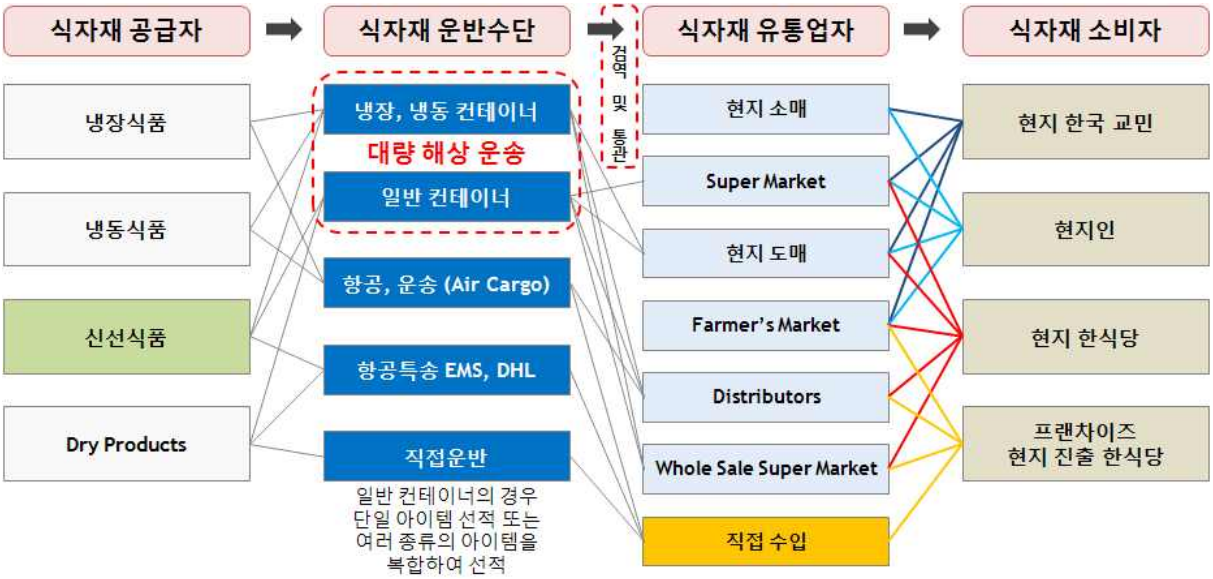
가) 식재료의 운반

○ 일반적으로 국내 식자재 시장의 흐름은 식자재 공급자 => 식자재 유통업자 => 식자재 소비자의 3단계로 이루어짐

○ 국내 식자재 흐름에 비하여 해외 식자재 시장은 식자재 공급자 => 식자재 운송수단 => 검역 및 통관 => 식자재 유통업자 => 식자재 소비자의 5단계로 이루어짐

○ 위 과정 중 식자재는 검역 및 통관에 있어 각국에서 실시하는 까다로운 식품 안전 검사를 통과하여야 하는 문제가 있으며, 이 과정에서 국가별로 차이가 있으나 많은 서류와 자료를 요구(예 : 원재료 성분 리스트, 제조공정 또는 GMP/HACCP/ISO 22000 인증서, 공신력있는 실험기관에서 발행한 완제품 분석 인증서, 유통기한 관련 정보, 제품코드 관련 정보, 라벨 디자인 등)하게 되나 일반적으로 소규모 식재료 수출을 위해서 서류의 작성 및 심사 등에 소요되는 비용은 물론, 각국의 식품 검사기관의 검사기준을 통과하는 것이 쉽지 않으며, 이러한 기준은 각국이 모두 다르게 규정을 준용하고 있음

〈그림 21〉 해외 식자재 유통경로



1) 본 분석 내용은 해외 식재료 유통에 대한 이해를 돕기 위해 조사 자료가 아닌 선행 연구 결과를 재구성한 내용임

○ 일반적으로 수출되는 식자재의 경우 냉장식품과 냉동식품, 신선식품, 건조된 제품(Dry products)의 4종류로 나눌 수 있으며 제품의 종류에 따라 운송수단이 결정될 수 있음

○ 냉장 및 냉동식품의 경우 직접 운송 및 항공특송 운송이 불가능하며 냉장 및 냉동 컨테이너를 이용한 해상운송 또는 항공화물운송만이 가능함. 냉장 및 냉동 컨테이너를 이용한 해상운송의 경우 20ft 와 40ft 컨테이너를 이용 할 수 있으며 냉동 및 냉장 컨테이너의 경우 운송 시 여러 명의 화주의 품목을 혼합하여 동일 컨테이너에 운송하지 않는 관계로 수량에 관계없이 한 컨테이너를 이용하여야 하는 문제가 발생함

○ 항공 운송의 경우 수량 및 중량에 관계없이 운송을 할 수 있으나 운송비가 해운에 비하여 비싼 단점이 있으며 수출품 보다 운송비가 많이 발생하는 경우가 발생할 수 있음

○ 신선식품의 경우 해상 및 항공특송, 냉장컨테이너를 통하여 운반이 가능함. 그러나 신선식품을 해상운송으로 운반 시 운송 및 통관에 소요되는 기간을 감안하여 신선도를 유지하기 위한 거리의 제한이 발생할 수 있음. 따라서 신선식품의 수출에는 품목 및 거리에 따른 운송수단 선정이 중요한 요소임

○ 드라이 품목의 경우 유통기간이 길며 동일 컨테이너에 다양한 화주의 제품을 적재할 수 있는 장점이 있음. 따라서 운송비용이 저렴하며 운송지역에 제한이 없음

나) 프랜차이즈 본부에서의 식자재 수출 비중이 높지 않은 이유

○ **첫째. 운송비용의 문제**

현재 프랜차이즈 본사에서 식재료를 수출하기 위해서는 운송비용의 문제로 인하여 해상운송을 이용하여야 하는데, 효율적인 운반을 위해서는 최소 운반단위가 컨테이너를 채울 수 있는 수출량이 되어야 함. 그러나 매장 한곳에서 사용할 수 있는 식자재의 양이 한정되어 있으므로 해상 컨테이너 이용이 많지 않으며, 식자재를 소량 운반하기 위해서는 항공화물을 이용하게 되므로 운반비가 상승하게 될 수 있음

○ **둘째. 통관 및 검역에 대한 부담**

검역 및 통관 과정에서 소스류와 같이 가공된 식자재 수출의 경우 식재료 성분 내역 및 배합비율. Sub Ingredient, 제조공정도, 용도 및 사용방법 등을 요구하며 각국의 식품위생규정에 위배되지 않아야 함.

가공식품의 경우 자체에서 제조한 것이 아닌 공장에서 제조하여야 하며, 각국의 다양한 규제에 대한 이해가 필요한데 프랜차이즈 업체에서 대기업을 제외하고 대부분 이러한 연구개발 능력을 보유하고 있지 않은 상황임

○ **셋째. 기존 진출 식자재 업체 이용의 편리성**

대부분 우리나라 프랜차이즈 프랜차이즈한식당이 진출한 곳의 경우 식자재 업체 및 농식품의 직접 수출을 비롯하여 다양한 한식 식재료 수출이 이루어져 있는 곳이 대부분으로 현지에 수출되어 있는 한식 식재료를 활용하는 것이 실제로 비용적으로 유리한 면이 있음

○ **넷째, 프랜차이즈 진출방식의 변화**

프랜차이즈 진출의 형태가 진출 초기 직접진출의 형태에서 마스터 프랜차이즈 형태의 진출로 전환됨에 따라 본사의 영향력이 약화되고 식재료 사용에 대한 통제가 이루어지지 않고 있는 실정임

○ **다섯째, 식자재 조달방식의 규모 변화**

일부 프랜차이즈 대규모 프랜차이즈 진출이 있는 지역의 경우 그 지역에 CK(중앙조리설비)를 갖추고 있는 경우도 있어 본사에서 소스 또는 식자재를 보내는 것이 아니라 현지에서 직접 구매하여 조리 가공하는 형태로 운영되고 있는 실정임

9) 일반 집기 수출 현황

○ 해외 진출 가맹본부 중 식재료가 아닌 일반집기를 수출하는 가맹본부는 약 50% 수준으로 나타남

〈그림 22〉 일반집기 수출 여부

〈그림 23〉 응답 Case 정의

업체No	업체명	수출 대상 국가	수출 품목 개수(case)
1	(주)JBSD	대만	1
2	(주)대호가	중국	1
3	(주)맛깔	미국,필리핀	2
4	(주)신촌푸드	미국,중국	2
5	(주)올어바웃차	미국	1
6	CJ푸드빌	싱가폴,중국	2
7	SG푸드시스템	미국	2
8	교촌F&B	미국	4
9	롯데리아	인도네시아, 중국, 베트남	3
10	본아이에프	중국,베트남	2
11	봉추	일본,베트남	2
12	불고기브라더스	캐나다,필리핀,말레이시아,인도네시아	4
13	㈜오모리	미국	1
계			27

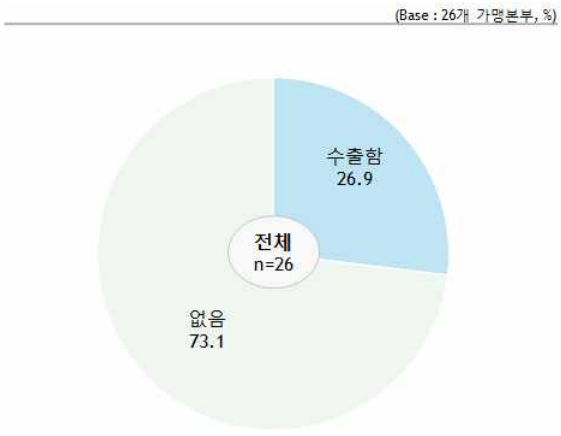
○ 식재료 이외의 집기류의 수출품목으로는 수저, 접시 등 식기류 수출이 가장 많은 비중을 차지함[2)]

○ 한편, 수출 비용은 기계류의 수출 비용이 타 집기류 대비 상대적으로 높은 편임

〈그림 24〉 수출 집기류

○ 해외 진출 가맹본부 중 기계류 장비를 수출하는 가맹본부는 약 27% 수준으로 나타남

〈그림 25〉 기계류 수출 여부



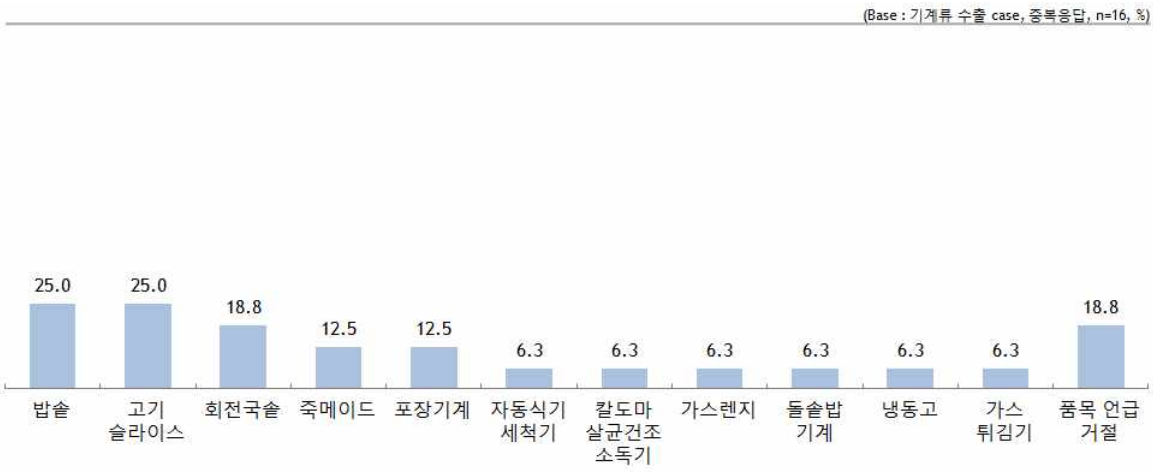
2) 해외 매장으로 일반 식기 수출 이력이 있는 가맹본부는 13개 업체이며, 그 응답 case는 27개임. 따라서 본 항목의 분석 base는 27개임

<그림 26> 응답 Case 정의

업체No	업체명	수출 대상 국가	수출 품목 개수(case)
1	(주)JBSD	대만	1
2	(주)맛깔	미국,필리핀	2
3	(주)신촌푸드	미국,중국	2
4	CJ푸드빌	싱가폴,중국	2
5	롯데리아	인도네시아,중국,베트남	3
6	봉추	일본,베트남	2
7	불고기브라더스	캐나다,필리핀,말레이시아,인도네시아	4
계			16

○ 해외 현지로 수출하는 각종 기계류 등은 다음과 같음

<그림 27> 수출 기계류 품목



○ 프랜차이즈 해외 진출 시 매장에서 일반적으로 사용하는 집기 및 인테리어 시설의 일부는 국내에서 조달하는 경우가 많으며, 특히 수저 접시 등의 식기류의 경우 대부분 현지에서 조달하기 어려운 경우가 많음.

○ 특히 한식당 진출의 경우에는 다량의 식기류를 비롯하여 밥솥, 불판, 식탁 등의 한식 전용 식기의 수출이 많은 것으로 조사되었으며, 이들 품목은 식품의 수출과 달리 통관에 크게 문제가 되지 않는 것으로 조사되었음

○ 그러나 일부 국가의 경우 최근 불판의 성분 등을 문제 삼아 수입을 규제한 사례가 일부 발생하였으나 대부분의 국가에서 거의 문제가 발생하지 않고 있음. 따라서 해외 수출품의 경우 제조성분에 대한 사전 규제 여부 또는 국제공인 품목 여부를 사전에 검토할 필요가 있음

10) 식재료 수출의 경영효과 분석

○ 해외 가맹점에 식재료를 수출하는 것은 가맹본부 입장에서는 경영에 크게 도움 되고 있지 않은 것으로 나타남 (고유의 맛을 내기 위해 부득이하게 수출하고 있는 것으로 보임)

〈그림 28〉 식재료 수출의 경영 효과

○ 해외 가맹점에 식재료를 수출하는 것과 관련하여 경영에 도움이 되지 않는 이유로 대부분이 운반비가 재료비보다 많이 발생하는 경우가 있으며, 특히 매장의 규모가 작은 경우 유통기한이 긴 경우는 대량발송이 가능하지만 유통기간이 짧은 경우 재고량 및 소비량을 감안하여 보내는 경우가 많이 발생하므로 1회 배송량이 많이 발생할 수 없는 구조가 되므로 식재료 수출이 경영에 도움이 되지 않을 수 있음

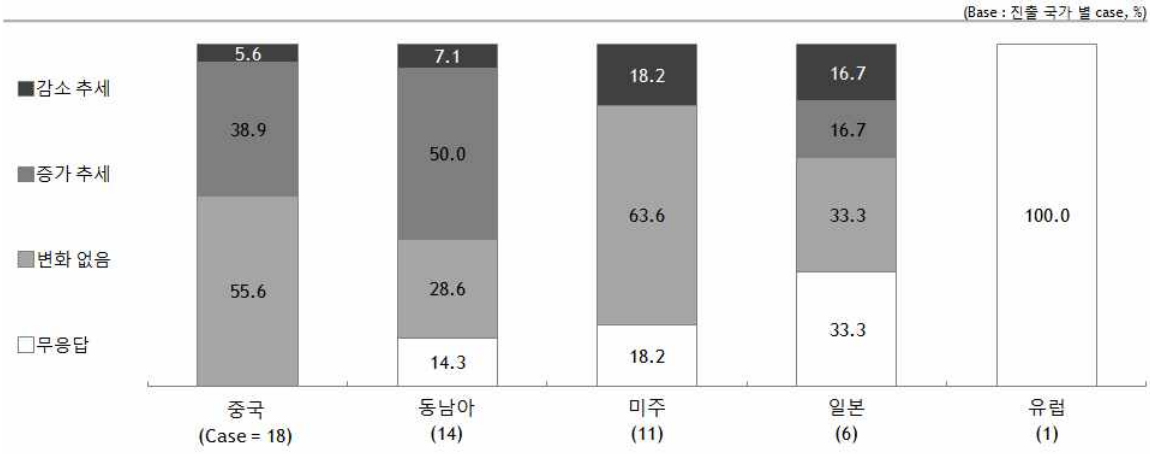
11) 해외 현지 매장에 대한 현황 분석

○ 해외 진출 매장들의 매출 증감 추이는 중국의 경우 감소추세이나, 중국을 제외한 일부 지역에서는 약간의 증가 추세가 있는 것으로 보임

<그림 29> 응답 Case 정의

업체No	업체명	응답 대상 지역	Case 수
1	(주)대호가	중국	1
2	(주)맛깔	동남아,미주	2
3	(주)신촌푸드	미주,중국	2
4	(주)썬앳푸드	동남아	1
5	(주)엔케이로지스틱스	중국	1
6	(주)올어바웃차	미주	1
7	(주)페리카나	동남아,중국	2
8	(주)JBSD	동남아,미주,일본,중국	4
9	교촌F&B	동남아,미주,중국	3
10	놀부	동남아,중국	2
11	벽제외식산업개발	중국	1
12	(주)본푸드시스템	중국	1
13	봉추	동남아,일본	2
14	엘노핌피자	동남아,중국	2
15	㈜대대에프씨	동남아,중국	2
16	㈜롯데리아	동남아,중국	2
17	㈜본아이에프	미주,일본,중국	3
18	㈜오모리	미주	1
19	㈜이티앤제우스	동남아,미주	2
20	㈜제너시스	동남아	1
21	㈜참이맛	일본,중국	2
22	크라제인터내셔날	미주	1
23	한국미스터피자	동남아,미주,중국	3
24	한스델리	중국	1
25	CJ푸드빌	동남아,미주,유럽,일본,중국	5
26	SG푸드시스템	일본,중국	2
계			50

<그림 30> 진출 지역 별 매출액 증감추이



○ 현지 매장의 매출 증가 이유로는 한류 영향과 메뉴의 현지화를 통해 현지인의 입맛을 잘 공략했기 때문으로 보임

○ 반면, 현지의 경제 상황 및 경쟁구도 심화 등의 대외적 요인 등 매출감소 요인도 일부 존재하는 것으로 나타났음

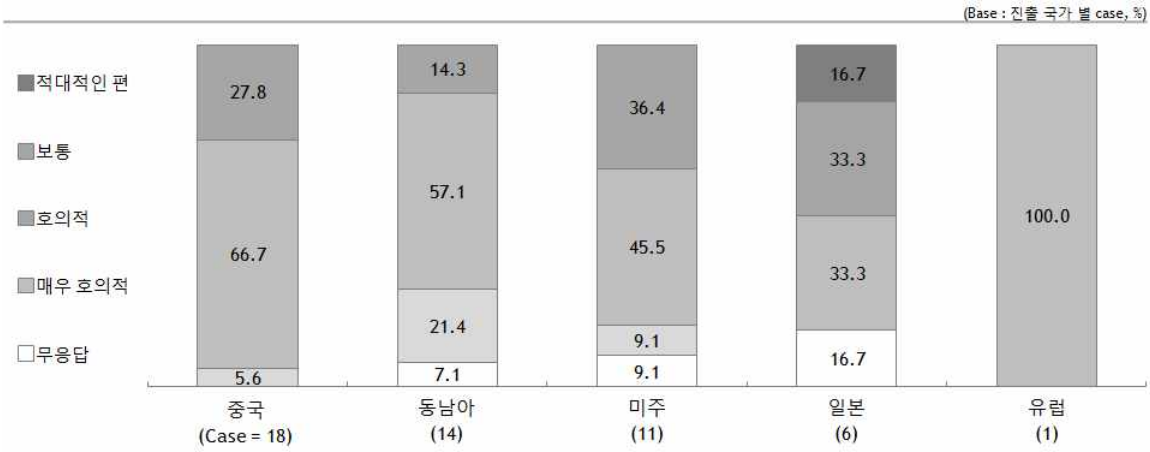
<그림 31> 매출 증감 이유

매출 증가 이유
한류 영향으로 인해
현지인에 입맛에 잘 맞아서
맛이 알려지면서 고객이 증가함
광고활동에 의한 인지도 상승으로 인해
한국음식을 맛볼 수 있는 외식공간으로 자리잡아서
한국 브랜드 선호도 증가로 인해 가맹점 수가 늘음
지역별 증감의 차이가 있어서
치킨 소비량이 많아서
서구문화를 수용하는 추세라 패스트푸드점 증가함
한국 기업의 현지 진출이 활발해져서

매출액 감소 이유
경기가 하향세라서
동종업체간 경쟁이 심해서
현지 국가정책 따라 공무원들이 고급식당 이용 추세라서
경제적 부유층 증가로 고급형 기업으로 리포지셔닝 필요함
경쟁업체 진출 증가로 현지화 전략의 재고가 필요함
반한 감정때문에

○ 진출 매장에 대한 현지 반응으로는 일본을 제외한 대부분의 국가에서 호의적으로 인식하고 있는 것으로 보임

<그림 32> 한국 매장에 대한 현지 반응

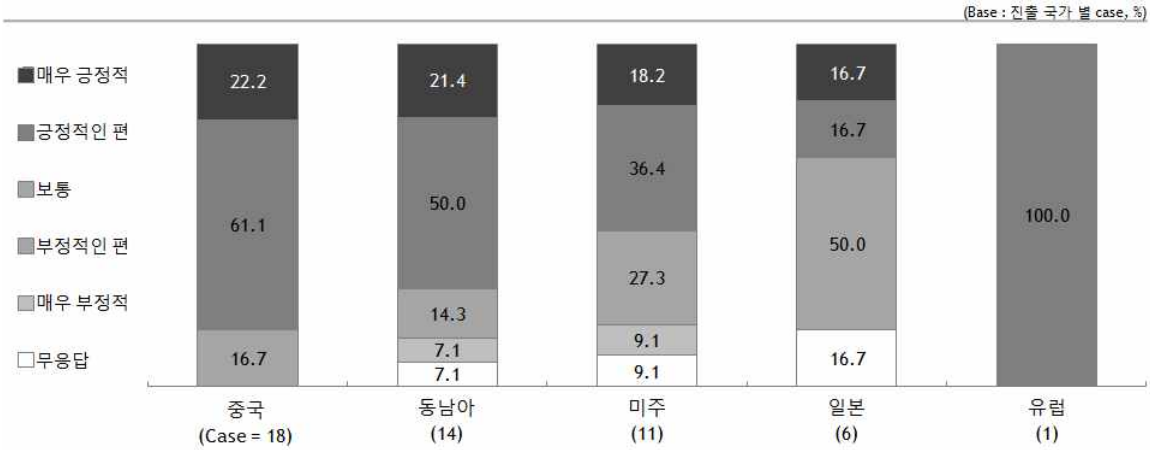


12) 진출 효과 분석

○ 전반적인 해외 진출에 대한 효과성 측면에서는 대부분의 가맹본부에서 긍정적으로 인식하고 있음

○ 단, 일본의 경우 그 효과성이 낮은 것으로 나타났으며, 그 이면에는 반한감정 등이 작용된 것으로 나타남

<그림 33> 진출 효과성



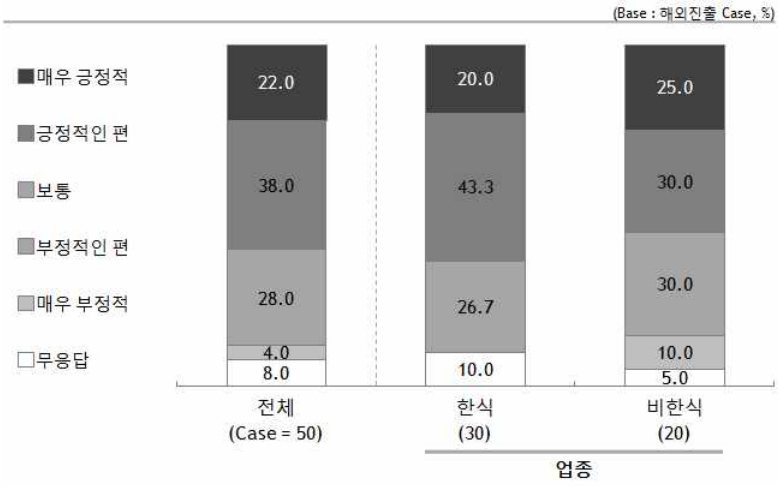
<그림 34> 매출 증가 이유

(중복응답, Case = 32, %)

브랜드 가치가 높아져서	18.8	해외 진출한 한식 브랜드 최초로 미슐랭가이드에 등재돼서	3.1
한류 열풍으로 인해	15.6	피자에 대한 관심이 많아서	3.1
매출이 증가해서	12.5	현지인 니즈 반영한 신 한식 메뉴의 현지 만족도 높음	3.1
홍보 효과가 있어서	9.4	당사는 기 진출한 한식당과 차별화된 포지셔닝을 가져서	3.1
인지도가 향상돼서	9.4	한식을 먹어본 후 웰빙 음식이라고 인식 바뀌어서	3.1
한국음식에 대한 현지 선호도가 높아서	9.4	소비층이 다양해서	3.1
단골 고객 수가 늘어서	9.4	외식문화가 발달해서	3.1
현지인들 호감도 향상에 기여해서	9.4	매장 수가 늘어서	3.1
현지인 입맛에 잘 맞아서	6.3	서구문화를 받아들이는 추세라서	3.1
가맹 문의가 늘어서	6.3	인건비가 저렴해서	3.1
한식 세계화에 기여해서	6.3	식재료비가 저렴해서	3.1
미국방송국 프로그램에서 집중 취재해서	3.1	치킨 소비량이 많아서	3.1

○ 현지에서의 한류 문화에 대한 기여도는 전반적으로 긍정적으로 인식되고 있으며, 서양식보다 한식 업종에서의 한류문화 기여도를 더 높게 인식하고 있음

<그림 35> 해외 진출의 음식한류 문화 기여도

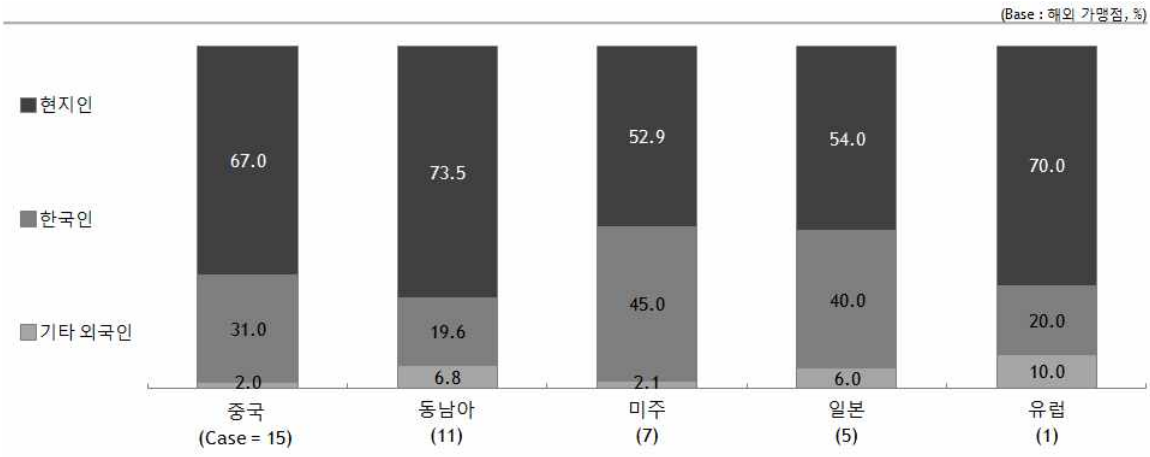


13) 현지 매장 고객 분포

○ 진출 매장의 고객 분포는 현지인 위주로 이루어져 있으며, 현지인 분포는 한식보다 서양식 업종에서 더 높게 나타나고 있음

○ 한편, 일본, 중국 대비 동남아 지역의 국가의 경우 현지인의 비중이 타 진출국가 대비 더 높은 것으로 나타남

〈그림 36〉 해외 현지 매장 고객 분포



3. 식재료 수출현황 및 수출 효과

○ 해외 수출 현황에 대해서 응답 기업에서 공개하기를 꺼리는 경향이 있어, 본 조사 이외에 별도로 해외 수출에 대한 조사를 추가 진행하였음. 본 본 항목은 해외 가맹점으로의 수출 내역을 공개한 24개 업체 31개 브랜드의 64개 응답 case에 대한 분석 결과임. (가맹본부는 같더라도 국가 별 수출 현황이 다르므로, 분석 시 case 분석을 수행함)

〈그림 37〉 수출 현황 분석 Case 정의

No.	회사명	No.	브랜드	Case	수출국가
1	(주)JBSD	1	LA북창동순두부	1	대만
2	(주)대호가	2	죽이야기	2	중국
3	(주)맛깔	3	맛깔참죽	3	미국
				4	필리핀
4	(주)엔케이로지스틱스	4	임실N치즈피자	5	중국
5	SG푸드시스템	5	소공동뚝배기집	6	미국
				7	일본
6	교촌F&B	6	교촌치킨	8	미국
				9	중국
7	봉추	7	봉추찜닭	10	베트남
8	정명라인	8	본스치킨	11	미국
				12	베트남
				13	중국
				14	호주
9	㈜GKPlace	9	델리앤젤라또	15	중국
10	㈜그린F&B	10	치킨퐁	16	인도네시아
11	㈜농협목우촌	11	또래오래치킨	17	미국
12	㈜대대에프씨	12	꿀닭	18	중국
				19	싱가포르
		13	바비큐보스치킨	20	싱가포르
				21	인도네시아
13	㈜더본코리아	14	백's비빔밥	22	중국
		15	백씨양생탕	23	중국
		16	본가	24	말레이시아
				25	싱가포르
				26	인도네시아
				27	중국
		17	새마을식당	28	일본
				29	중국
		18	소본가	30	중국
		19	스쿨푸드	31	미국
				32	인도네시아
				33	일본
		20	홍콩반점0410	34	미국

No.	회사명	No.	브랜드	Case	수출국가
14	㈜본아이에프	21	본죽	35	중국
15	㈜위두	22	꽁돈	36	베트남
16	㈜이티앤제우스	23	불고기브라더스	37	말레이시아
				38	인도네시아
				39	캐나다
				40	필리핀
17	㈜팔색푸드매니지먼트	24	팔색삼겹살	41	호주
18	㈜행복을굽는사람들	25	오발탄	42	중국
19	㈜호도원	26	천안명물호도원	43	말레이시아
20	㈜후스타일	27	요거베리	44	UAE
				45	코스타리카
				46	미국
				47	뉴질랜드
				48	호주
				49	베네주엘라
				50	볼리비아
				51	파라과이
				52	콜럼비아
				53	싱가포르
				54	파나마
				55	인도
				56	나이지리아
21	채선당	28	채선당	57	인도네시아
22	춘천닭갈비영농조합	29	춘천닭갈비	58	베트남
23	한국미스터피자	30	미스터피자	59	미국
				60	중국
24	할리스에프앤비	31	할리스커피	61	중국
				62	페루
				63	태국
				64	필리핀

1) 주요 수출 품목

○ 가맹본부에서 해외 현지로 수출하는 품목은 대부분이 소스류 및 양념류에 국한된 것으로 나타남

○ 일반 식자재는 배송 기간 및 비용 측면에서 효과적이지 않기 때문에 대부분의 식자재를 현지 수급하는 방식을 적용하고 있기 때문인 것으로 보임

〈그림 38〉 수출 품목

(Base: 수출 case, 중복응답, %)

	전체	업종		지역				
		한식	비한식	중국	동남아	아시아 기타	미국	기타
(응답자의 수)	(64)	(28)	(36)	(15)	(21)	(5)	(9)	(14)
소스류	64.1	92.9	41.7	86.7	71.4	80.0	66.7	21.4
시즈닝	34.4	17.9	47.2	6.7	38.1	20.0	22.2	71.4
기계류	21.9	-	38.9	-	9.5	20.0	11.1	71.4
원부자재	14.1	3.6	22.2	20.0	19.0	-	-	14.3
박스/포장재	7.8	-	13.9	13.3	4.8	-	11.1	7.1
양념류	7.8	17.9	-	-	14.3	20.0	-	7.1
집기류	3.1	-	5.6	6.7	4.8	-	-	-
파마산치즈	1.6	-	2.8	6.7	-	-	-	-
햄소세지	1.6	-	2.8	-	-	-	11.1	-
냉동식품	1.6	-	2.8	-	4.8	-	-	-
육수	1.6	3.6	-	-	4.8	-	-	-
당면	1.6	3.6	-	-	4.8	-	-	-

〈지역구분〉

중국	중국
동남아	인도네시아, 싱가포르, 베트남, 필리핀, 말레이시아, 태국, 캄보디아
아시아 기타	마카오, 카자흐스탄, 파키스탄, 대만, 인도, 몽골, 홍콩, 일본
미국	미국
기타	나이지리아, 남아프리카공화국, 뉴질랜드, 러시아, 멕시코, 베네주엘라, 볼리비아, 브라질, 사우디아라비아, 아랍에미레이트, 엘살바도르, 우루과이, 이집트, 코스타리카, 콜럼비아, 쿠웨이트, 터키, 파나마, 파라과이, 페루, 영국, 캐나다, 호주

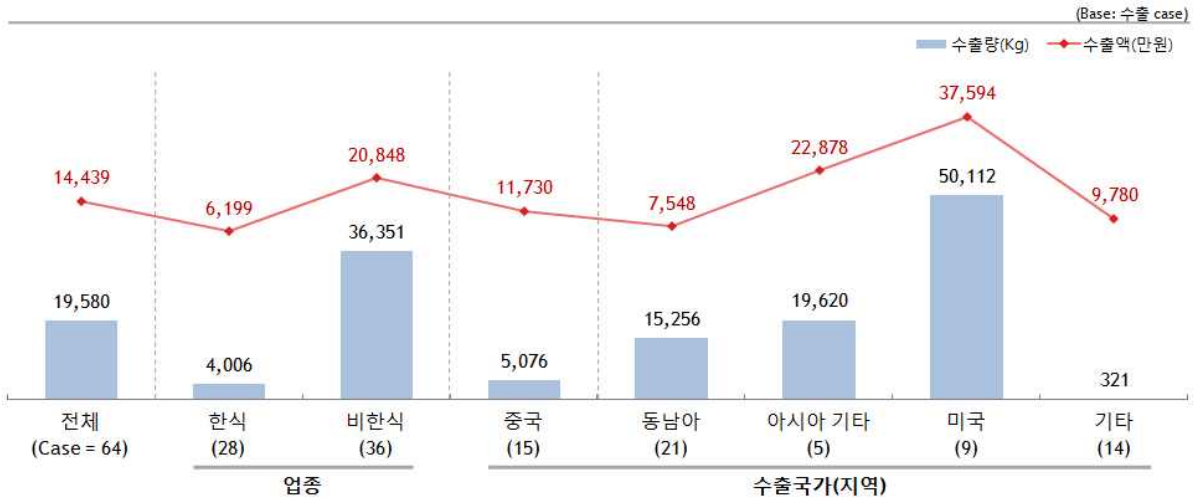
2) 수출 실태 일반[3)]

① 수출량

○ 해외 현지 수출량은 연 평균 약 19톤에 1억4천만원 규모로 수출되고 있음

○ 수출량은 한식업종 대비 비한식업종에서 더 높은 편으로 나타났으며, 지역 별로는 미국 지역으로의 수출량이 더 높은 것으로 나타남

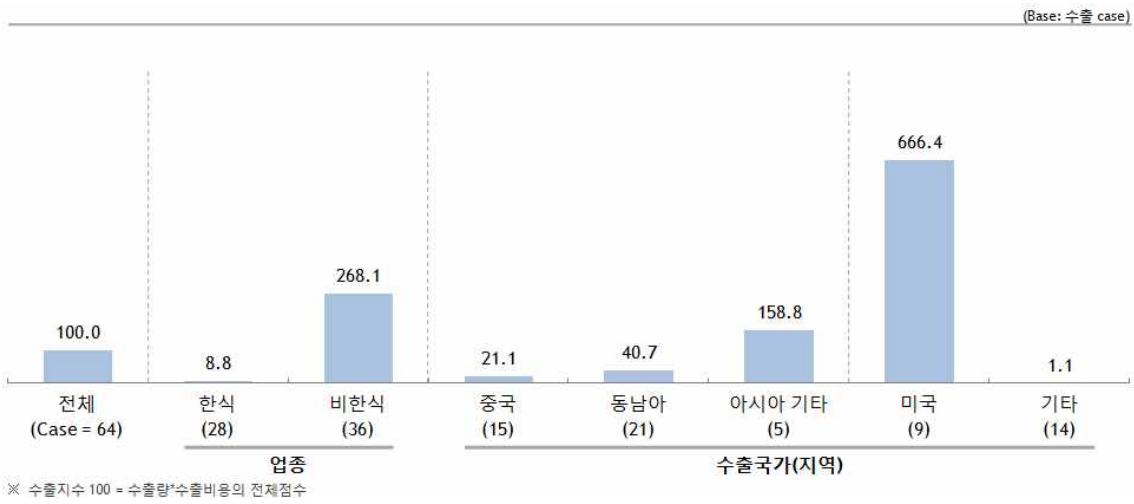
〈그림 39〉 수출량



② 수출량 by 수출비용

○ 1회 수출량과 수출비용을 곱하여 산출한 프랜차이즈 수출 지수는 비한식 업종이 월등히 높음

〈그림 40〉 수출량 by 수출비용



3) 분석의 base는 6) 주요수출 품목과 동일함

3) 해외 프랜차이즈 진출에 따른 식재료 수출효과

○ 국내 외식업체의 해외 진출에 따른 수출 증대효과는 해외 진출로 인하여 직접적으로 발생하는 직접효과와 본사에서 직접 식재료를 해외 가맹점으로 수출을 하지 않지만 매장의 진출로 인하여 간접적으로 국산식재료의 구매로 연결될 수 있는 간접효과로 나누어 볼 수 있음

○ 외식프랜차이즈 기업의 진출에 따른 수출증대 효과로는 현지에서 매장을 오픈함으로써 대부분의 프랜차이즈 매장에서 국내산 식재료를 사용하고 있으며 국내산 식재료 뿐 아니라 우리나라에서 수출한 인테리어 또는 주방장비, 기물 등을 수입 또는 현지 구매하여 사용하고 있으며 아울러 현지 교민들을 고용함과 더불어 일부 현지 매장의 경우 우리나라에서 인력을 파견하는 경우도 있으므로 고용창출효과도 있다고 볼 수 있음.

○ 프랜차이즈 외식업체의 해외 진출에 따른 직접 수출효과는 오픈과 동시에 제공되는 라이선스 비용과 매출 또는 운영에 따라 지급되는 로열티. 인력파견 또는 교육훈련을 통하여 파생되는 교육훈련비, 소스 및 식재료의 공급. 인테리어 또는 주방장비, 주방 및 매장용 기물들을 비롯한 집기류의 수출을 의미하며, 이는 다시 1회성 효과와 지속적 기여효과로 나누어 볼 수 있으며, 1회성 효과의 경우 라이선스 비용, 교육훈련비용, 인테리어 또는 주방장비의 수출을 들 수 있으며 지속적 기여효과로는 로열티, 소스 및 식재료의 직접수출 등이 있음

○ 간접효과로는 직접 수출은 하지 않지만 현지에서 지속적으로 한국산 수출품을 구매하는 것을 의미하며 간접효과로는 현지 식재료의 구매. 파손 또는 분실된 집기류 등의 추가 구매 등이 있음

4) 해외 수출 현황 및 효과[4)]

○ 해외 수출 효과 분석을 위해 본 연구팀은 설문 및 전화 조사 등을 통하여 각 프랜차이즈 본사의 수출 담당자들이 응답한 자료를 기초로 프랜차이즈 정보공개서, 원가분석표 등의 다양한 자료를 바탕으로 수출현황 등을 추정하였으며 이를 근거로 도출된 식재료 수출 효과는 총 202억1500만원으로 조사됨

가) 해외 수출현황 응답 기업

No.	회사명	No.	브랜드	주요메뉴	수출국가	수출품목	수출양(kg)	수출액(만원)
1	(주)JBSD	1	LA북창동순두부	순두부	대만	소스류, 갈비양념	35,640	95,040
2	(주)대호가	2	죽이야기	죽	중국	소스류	1,200	1,200
3	(주)맛깔	3	맛깔참죽	죽	미국	파우더	102	306
					필리핀	파우더	102	306
4	(주)엔케이로지스틱스	4	임실N치즈피자	피자	중국	소스류, 파마산치즈	2,160	5,400
5	SG푸드시스템	5	소공동뚝배기집	순두부,찌개류	미국	소스류	3,600	4,800
					일본	소스류	3,600	5,100
6	교촌F&B	6	교촌치킨	치킨	미국	소스류	94,500	189,000
					중국	소스류	13,500	27,000
7	봉추	7	봉추찜닭	찜닭	베트남	소스류, 당면	-	2,000
8	정명라인	8	본스치킨	치킨	미국	소스류, 포장재	1,364	7,955
					베트남	소스류, 포장재	273	1,591
					중국	소스류, 포장재	1,091	6,364
					호주	소스류, 포장재	273	1,591
9	㈜GKPlace	9	델리앤젤라또	커피아이스크림	중국	컵, 박스	-	4,000
10	㈜그린F&B	10	치킨퐁	치킨	인도네시아	기계류, 파우더, 시즈닝, 집기류	-	25,000
11	㈜농협목우촌	11	또래오래치킨	치킨	미국	햄소세지	200,000	105,250
12	㈜대대에프씨	12	꿀닭	닭갈비	중국	소스류, 파우더	3,500	7,000
					싱가포르	소스류	1,500	3,000
		13	바비큐보스치킨	치킨	싱가포르	파우더, 소스류	72,000	30,432
					인도네시아	파우더, 소스류	72,000	30,432
13	㈜더본코리아	14	백's비빔밥	비빔밥	중국	소스류	-	806
		15	백씨양생탕	한식	중국	소스류	-	806
		16	본가	우삼겹	말레이시아	소스류	-	806
					싱가포르	소스류	-	1,613
					인도네시아	소스류	-	1,613
					중국	소스류	-	8,065
		17	새마을식당	삼겹살	일본	소스류	-	806
					중국	소스류	-	806
		18	소본가	고기	중국	소스류	-	3,226

4) 기업 담당자들이 수출 현황에 대해 응답하기를 꺼려하여 일부 수출량에 대한 정보는 공개되지 않음

순번	회사명	순번	브랜드	주요메뉴	수출국가	수출품목	수출양(kg)	수출액(만원)
13	㈜더본코리아	19	스쿨푸드	분식	미국	소스류	-	806
					인도네시아	소스류	-	806
					일본	소스류	-	806
		20	홍콩반점0410	짬뽕	미국	소스류	-	4,032
14	㈜본아이에프	21	본죽	죽	중국	소스류	792	198
15	㈜위두	22	꽁돈	삼겹살	베트남	소스류, 시즈닝	-	12,622
16	㈜이티앤제우스	23	불고기브라더스	불고기	말레이시아	바베큐소금, 소스류	1,473	2,345
					인도네시아	바베큐소금, 소스류	368	586
					캐나다	바베큐소금, 소스류	368	586
					필리핀	바베큐소금, 소스류	1,841	2,932
17	㈜팔색푸드매니지먼트	24	팔색삼겹살	삼겹살	호주	소스	-	1,000
18	㈜행복을굽는사람들	25	오발탄	양대창	중국	소스류, 원재료	-	10,000
19	㈜호도원	26	천안명물호도원	호두과자	말레이시아	냉동 호두과자	1,000	100
20	㈜후스타일	27	요거베리	요거트 아이스크림	UAE	파우더, 기계류	-	18,956
					코스타리카	파우더, 기계류	-	6,319
					미국	파우더, 기계류	-	25,274
					뉴질랜드	파우더, 기계류	-	6,319
					호주	파우더, 기계류	-	25,274
					베네주엘라	파우더, 기계류	-	6,319
					볼리비아	파우더, 기계류	-	12,637
					파라과이	파우더, 기계류	-	18,956
					콜럼비아	파우더, 기계류	-	6,319
					싱가포르	파우더, 기계류	-	6,319
					파나마	파우더, 기계류	-	6,319
					인도	파우더, 기계류	-	12,637
					나이지리아	파우더, 기계류	-	6,319
21	채선당	28	채선당	샤브샤브	인도네시아	소스류, 육수, 파우더,	2,000	2,000
22	춘천닭갈비영농조합	29	춘천닭갈비	닭갈비	베트남	소스	-	4,000
23	한국미스터피자	30	미스터피자	피자	미국	전용스파이스	1,108	923
					중국	소스류	13,292	11,077
24	할리스에프앤비	31	할리스커피	커피, 디저트	중국	식재료, 원부자재	-	90,000
					페루	식재료, 원부자재	-	20,000
					태국	식재료, 원부자재	-	10,000
					필리핀	식재료, 원부자재	-	20,000
합 계								**924,100**

○ 해외 진출 프랜차이즈 기업 중 해외 가맹점에 식자재를 수출 하고 있다고 응답하고 수출금액을 밝힌 업체들의 수출현황은 총 24개 업체의 31개 브랜드에서 92억4천1백만원을 수출하는 것으로 조사되었음

나) 미응답 기업의 해외 수출액 추정

○ 본 연구는 프랜차이즈 기업의 해외진출에 따른 국내산 식재료 수출효과를 측정하기 위한 연구이므로 응답을 하지 않은 기업 중 수출을 하지 않고 있다고 응답한 기업체를 제외한 기업에 대한 수출효과를 추정함으로써 전체 국내산 식재료 수출액을 도출하고자 하였음

○ 해외 프랜차이즈 진출기업 중 국내산 식재료 수출액을 도출하기 위하여 다음과 같은 공식에 의거하여 수출 추정액을 산출하였음

- 수출액 : OS_i
- 가맹비 : E_i
- 교육비 : T_i
- 로열티 : R_i
- 기타비용 : O_i
- 평균매장매출 : S_i
- 가맹점 수 : N

업종별 식재료 수출액 승수 (MFE) :

$$\sum_{i=1}^{n} (OSi - Oi - Ei - Ti) \Big) / Si$$

업체별 수출 추정 금액 (EOS) :

EOS = S_i × MFE × N × 0.5

※ 업체별 수출 추정공식 중 0.5는 일반적인 평균매장매출 및 업체의 수출과장 효과를 상쇄하기 위하여 추정금액의 50%를 적용하였음

○ 위 공식을 통하여 도출된 수출 추정치는 25개 기업에서 109억7천4백만원 정도로 추산되었으며 대표적인 기업은 다음과 같음

순번	회사명	브랜드	주요메뉴	수출국가	수출액(만원)
1	L사	L	패스트푸드	중국, 베트남 등	327,400
2	R사	R	요거트	미국, 멕시코 등	198,700
3	C사	C	커피, 디저트	미국 중국 등	262,600
4	J사	B	치킨	중국, 미국 등	164,200
	기타 21개 기업				144,500
					1,097,400

※ 예상매출 추정치를 제공하지 않거나 정보를 공개하지 않은 기업은 추정에서 제외함

다) 해외 한식당 식자재 수출효과 추정

○ 본 연구를 통하여 해외에 진출하여 운영되고 있는 한식당(프랜차이즈 업체 제외)에 대하여 연구팀이 전화 설문조사를 실시하였으며, 이를 통하여 얻어진 식재료 수출효과는 다음과 같음

○ 본 연구에서는 해외 한식당 식자재 수출효과 연구의 경우 전세계 한식당 매장에 대한 데이터가 없으므로 식재료 사용 비율로 연구를 실시하였음

① 식음료 원가의 도출

○ 본 연구를 통하여 조사된 해외진출 프랜차이즈 기업들의 식음료 원가는 다음과 같은 공식에 의거하여 산출되었음

식음료 원가 % (FC%) :
BI = 기초재고
EI = 기말재고
P = 구매량
S = 판매량
N = 매장의 수

FC% = (BI + P − EI) / S

식음료 원가 평균 :

$$\sum_{i=1}^{n} FC\%_1 + FC\%_2 + \ldots + FC\%_n) = \frac{\sum_{i=1}^{n}(FC\%i)}{N}$$

나) 한식 식재료 사용비율 (KFC%)
KBI = 한식 식자재 기초재고
KEI = 한식 식자재 기말재고
KP = 한식 식자재 구매량

KFC% = (KBI + KP − KEI) / S

② 한식식재료 수출효과 (KFE%)

$$\frac{\sum_{i=1}^{n}(FC\%i \times KFC\%i)}{N}$$

○ 프랜차이즈한식당 평균 식재료 원가 : 39.2% (표준편차 21.1)

○ 식재료 원가 대비 한식 식재료 사용 비율 : 34.2%(표준편차 24.3)

○ 한식 식재료 수출효과는 매출 대비 약 13.4%(표준편차 22.7)의 한식식재료 수출효과가 있는 것으로 조사되었으며, 이는 프랜차이즈 업체의 진출로 인하여 현지 가맹점 매장의 매출이 월 1,000만원일 경우 약 134만원의 한국식재료 수출효과를 가져올 수 있다는 것을 의미함

③ 외식기업의 해외 진출 시 부대 효과

○ 외식기업의 해외 진출 시 부대효과로는 레스토랑 건축 시 인테리어 및 주방장비, 집기 비품 등 관련 자재를 현지 수출품 또는 한국 내에서 구매하여 해외로 운반하여 사용하며, 이중 거의 모든 프랜차이즈한식당들이 해외에서 한식기물을 구매하여 사용하고 있는 것으로 조사되었으며, 인테리어의 경우 매장의 규모 및 좌석수, 인테리어 투입 비용에 따라 차별화 될 수 있으므로 정확한 비용을 제시할 수 없으나 설문을 통하여 조사된 사항은 다음과 같음

○ 외식기업의 해외 진출 시 인테리어 및 주방장비, 집기 구매 평균 : 약58,600,000원/매장

○ 프랜차이즈 해외 진출 시는 초기 장비 또는 집기의 경우 우리나라에서 수출하는 경우가 많으나 인테리어의 경우 현지 업체에서 본사의 기준에 맞추어 시공을 하는 경우가 많은 것으로 조사되었으며, 이 경우 주방장비 및 집기 구매 평균은 약17,300,000원/매장으로 조사되었음

4. 해외 현지 가맹점 현황 분석

1) 매장 운영 애로사항

○ 현지 가맹점에서 갖고 있는 애로사항으로는 식재료 수급의 어려움, 법/제도적 측면 및 인력 충원 부분에서 크게 나타나고 있음

○ 식재료 수급의 경우 한식 및 치킨전문점에서는 그 애로사항이 큰 편이나, 서양식에서는 상대적으로 낮게 나타남

○ 인력충원이 많은 이유로 해외프랜차이즈 업체들이 대부분 현지 파트너가 아닌 현지 교민들에 의해서 운영되고 있는 경우가 많아, 현지 교민들이 운영하는 한식당들과 마찬가지로 생계형으로 운영되고 있는 실정으로 조사되었으며, 이러한 이유로 해외 한식당과 거의 유사한 문제를 내포하고 있는 것으로 조사되었음
(인력 충원 부분에 대한 사항은 세종사이버대학교에서 실시한 “해외한식당 인력매칭 시스템 구축방안 연구“ 조사에서 미국 및 유럽 등의 선진국의 경우 인건비는 높게 지불할 수 있으나 비자문제 등 장기 근로계약을 할 수 없는 문제가 있으며, 동남아지역의 경우 임금이 상대적으로 낮고 근무환경이 열악하여 학생들의 선호도가 낮은 점 들이 문제점으로 지적된 바 있음)

<그림 41> 한식당 운영의 애로사항

(Base : 해외 가맹점, 1순위, %)

	전체	업종		지역			
		한식	비한식	중국	동남아	아시아 기타	미국
(응답자의 수)	(76)	(45)	(31)	(30)	(26)	(6)	(12)
식재료 수급의 어려움	39.5 / 81.6	37.8	41.9	53.3	19.2	33.3	41.7
현지 법/제도로 인한 어려움	23.7 / 64.5	26.7	19.4	23.3	30.8	-	25.0
현지 물가가 높은 데서 오는 어려움	17.1 / 25.0	20.0	12.9	10.0	15.4	50.0	25.0
현지 네트워크 부재로 발생되는 애로사항	10.5 / 48.7	4.4	19.4	6.7	19.2	-	8.3
인력 충원 부분	7.9 / 51.3	8.9	6.5	6.7	15.4	-	-
문화적 차이	1.3 / 3.9	2.2	-	-	-	16.7	-
재무적 어려움	11.8	-	-	-	-	-	-
언어 소통의 어려움	2.6	-	-	-	-	-	-

(1순위 / 1+2+3순위)

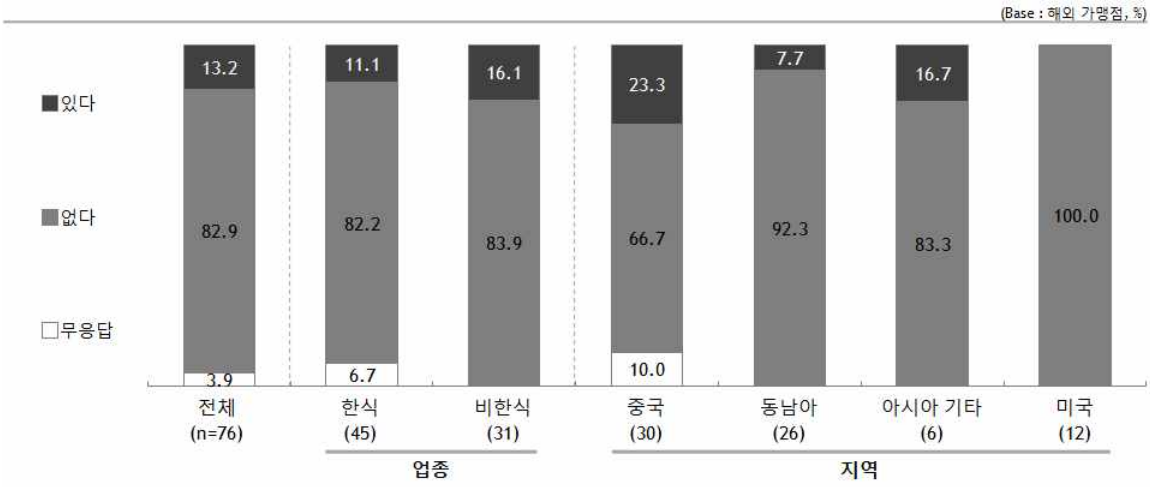
2) 식재료 수입 현황

○ 대부분의 해외 가맹점에서는 한국산 식재료를 구매하기가 쉽지 않은 것으로 보임

○ 중국의 경우 한국산 식재료 구매편의성이 약간 높은 편이나, 전반적으로 한국산 식재료는 구하기 어렵고, 대부분 현지에서 유통되는 식재료를 사용하는 것으로 보임

○ 한국산 식재료의 구입가능여부에서 '있다'라고 대답한 응답 가맹점 중 많은 부분이 현지에서 구입 불가능한 재료가 있음에도 불구하고 이미 대체재를 발견하여 사용하고 있기 때문인 것으로 판단됨

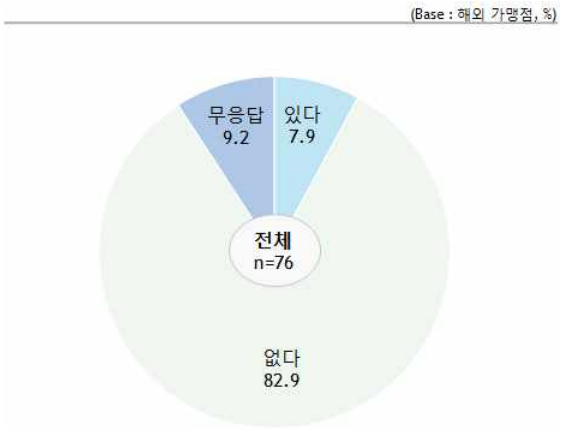
<그림 42> 한국산 식재료의 구매 편의성



○ 한국산 식재료 구매가 어려운 부분도 있으나, 한국산 식재료에 대한 구매 희망 needs는 약한 것으로 나타났음

○ 구매 희망 국내산 식재료로는 고추장과 음료파우더(이상 2개 품목) 구매를 희망하고 있음

〈그림 43〉 구매 희망 국내산 식재료 품목 여부



○ 전체 응답 가맹점 중 46%는 국내산 식재료를 수입한 경험이 있는 것으로 나타났음

〈그림 44〉 국내산 식재료 수입 경험

○ 수입 경험 매장의 주요 수입 품목은 대부분이 소스류인 것으로 나타났음

○ 소스류의 경우 한식 업종에서 수입 비중이 더 높은 것으로 나타남

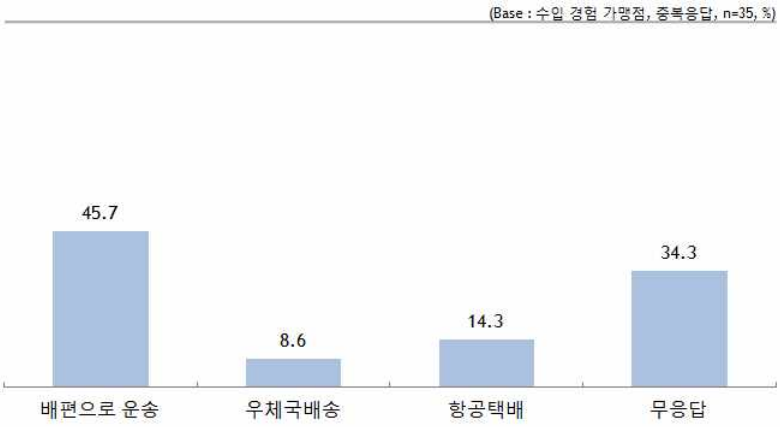
〈그림 45〉 수입 품목

(Base : 수입 경험 가맹점, %)

	전체	업종		지역			
		한식	비한식	중국	동남아	아시아 기타	미국
(응답자의 수)	(35)	(23)	(12)	(15)	(10)	(4)	(6)
소스류	74.3	82.6	58.3	53.3	80.0	100.0	100.0
시즈닝파우더	5.7	-	16.7	-	20.0	-	-
엑기스	5.7	8.7	-	13.3	-	-	-
거절/무응답	14.3	8.7	25.0	33.3	-	-	-

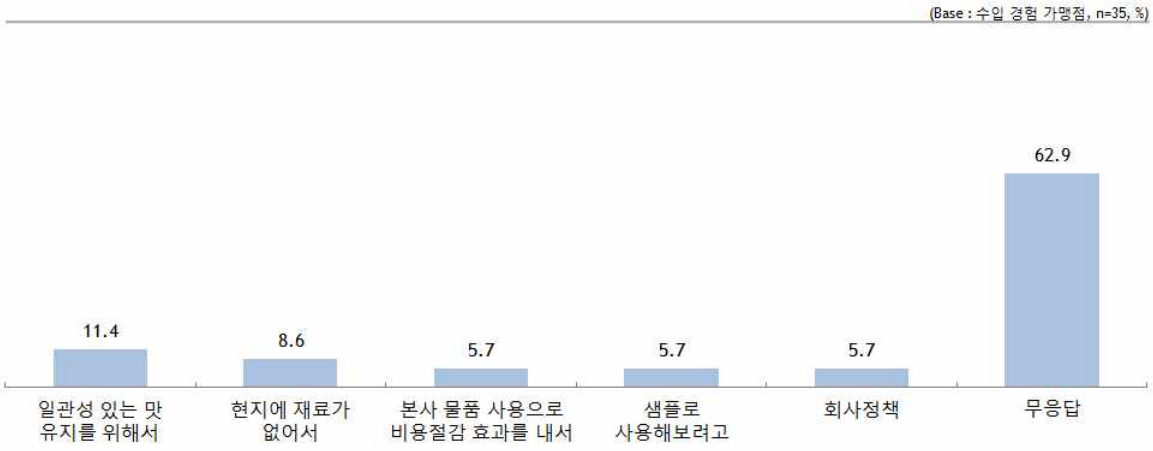
○ 수입 품목의 운송 방법은 대부분이 배편을 이용하고 있었으며, 일부 항공택배 또는 EMS를 통해서도 배송되고 있는 것으로 나타났음

〈그림 46〉 수입 방법



○ 국내산 식재료 수입 이유로는 고유의 맛을 내기 위한 목적이 가장 큰 편으로 나타났음

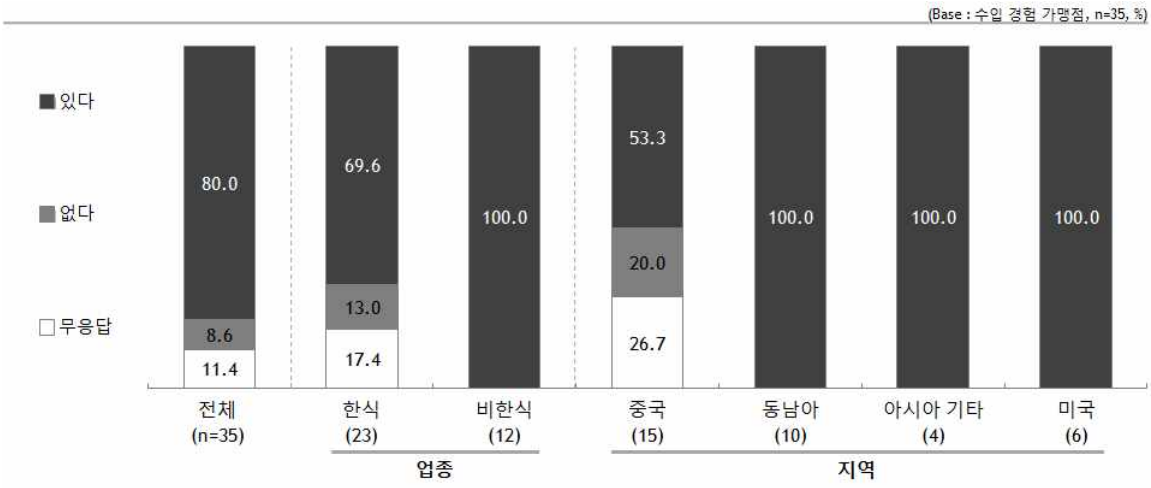
〈그림 47〉 국내산 식재료 수입 이유



○ 식재료 수입 과정에서 통관 절차 상의 문제는 대부분이 겪고 있는 것으로 나타났음

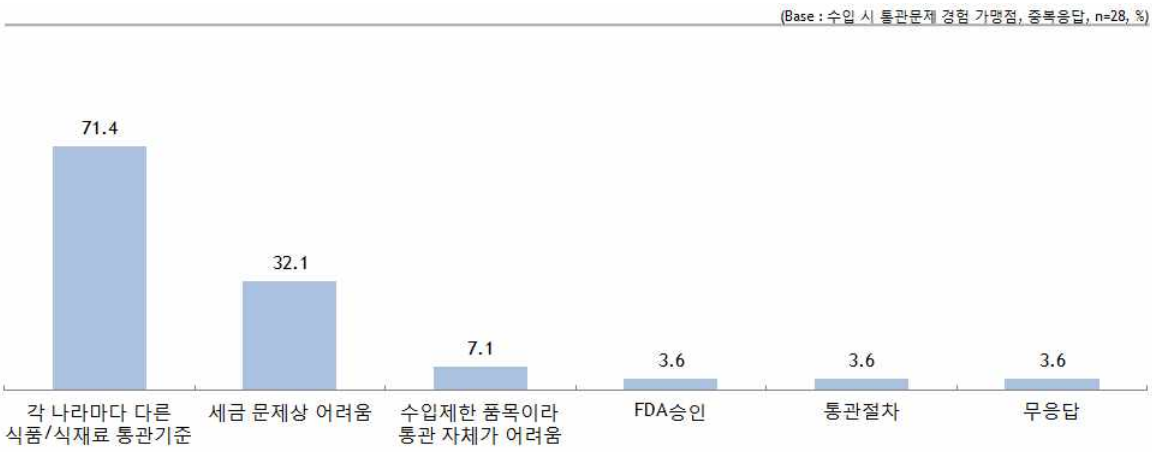
○ 특히, 중국을 제외한 아시아 지역과 미국 지역에서의 통관 절차에서는 그 빈도가 매우 잦은 것으로 보임

<그림 48> 통관 절차 문제 여부



○ 통관 절차의 문제는 식재료 별로 통관 기준이 각각 다르기 때문이 가장 큰 이유로 나타남

<그림 49> 통관 절차 시 발생 문제



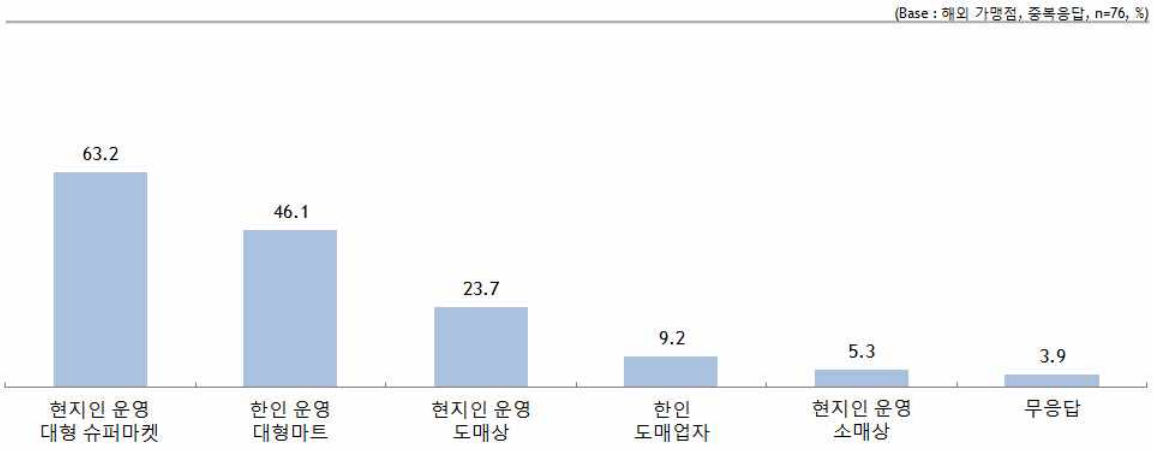
○ 국내산 식재료를 사용하는 데 가장 큰 장애요인은 비용 측면과 유통 단계에서 저하되는 신선도에 대한 우려로 나타남

〈그림 50〉 국내산 식재료 사용에 있어서의 문제점

3) 현지에서의 식재료 수급 현황

○ 해외 현지에서 한국산 식재료를 구매하는 방편으로는 현지의 대형 슈퍼마켓이나 한국인이 운영하는 대형마트 등을 주로 이용하는 것으로 나타남

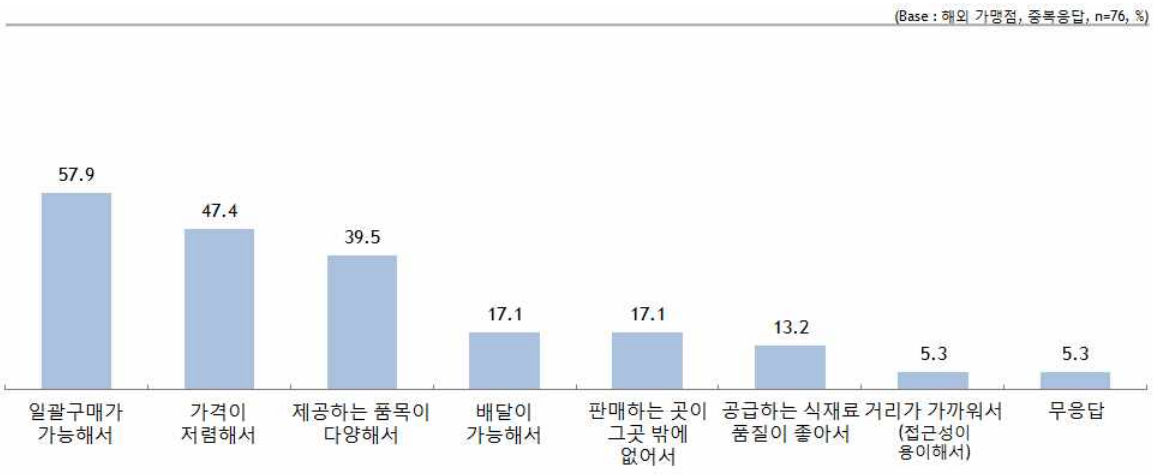
<그림 51> 한국산 식재료 구매처



○ 거래처 거래 이유로는 일괄구매 및 가격적 측면으로 비용 요인을 주로 고려하는 것으로 나타남

○ 반면, 거래처 선택 히 식재료의 품질에 대한 고려는 상대적으로 낮은 것으로 나타남

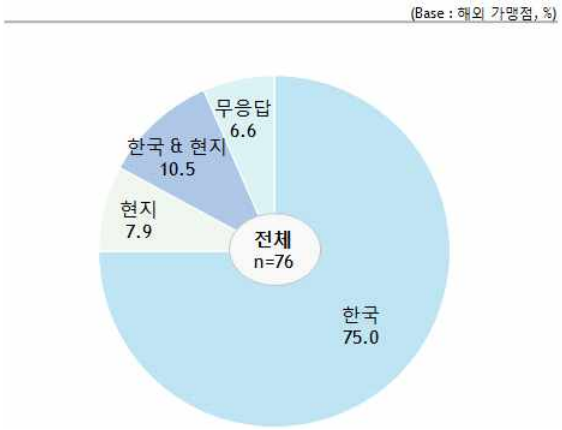
<그림 52> 구매처 거래 이유



4) 현지 매장 초기 준비 시 기물 수입 현황

○ 초기 매장 시작 단계에서 인테리어 및 각종 기물을 구입하는 채널은 한국에서 수입하는 비중이 가장 높으며, 현지에서 구매하는 비율은 낮은 것으로 나타났음

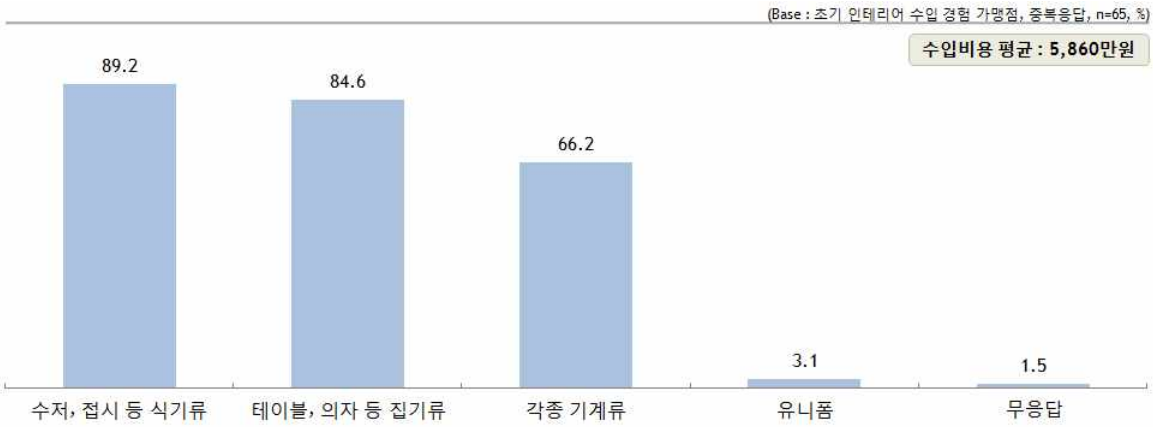
〈그림 53〉 초기 인테리어/기물 구매처



○ 한국에서 수입하는 가맹점의 기물로는 각종 식기류와 집기류 및 기계류 등이 비교적 고르게 분포함

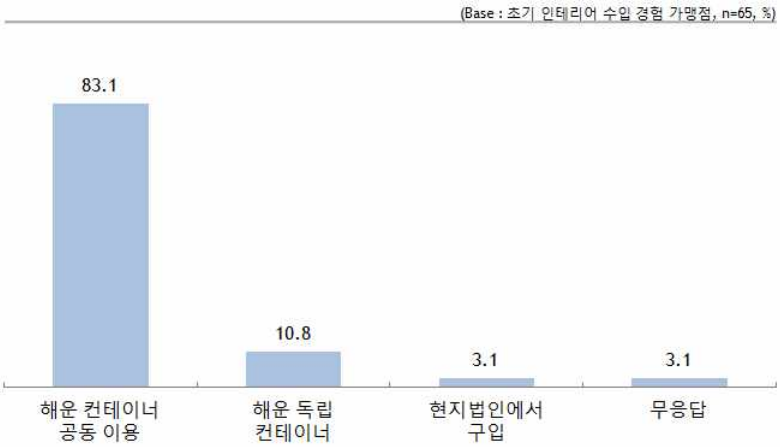
○ 한국에서 수입하는 기물의 총 수입 비용은 평균 약 5,860여만원 수준으로 나타났음

〈그림 54〉 초기 인테리어 구매 품목



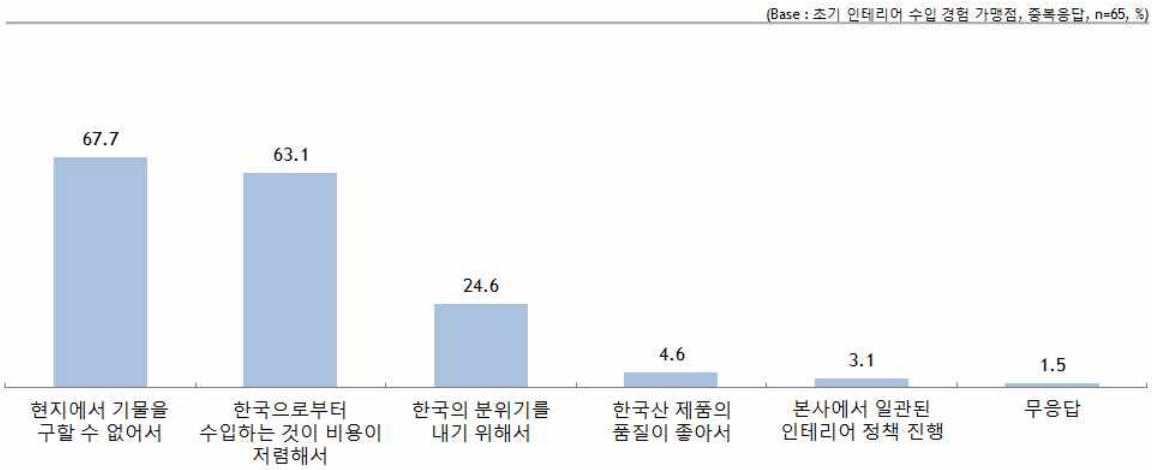
○ 기물 수입 시 운송 방법으로는 주로 해운컨테이너를 이용한 것으로 나타났으며, 그 중에서도 컨테이너 공동이용 방식으로 수입한 것으로 나타남

〈그림 55〉 기물 수입시 운송 방법



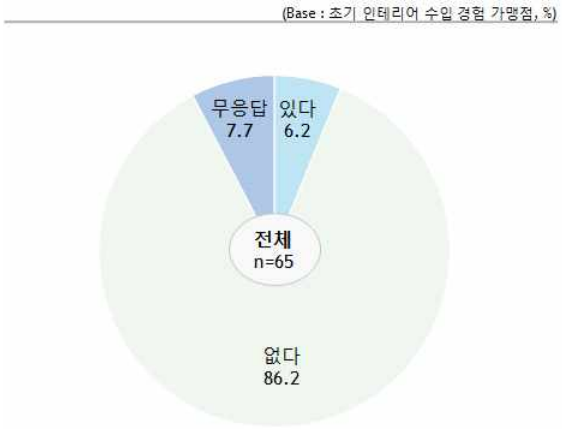
○ 한국에서 기물을 구입하는 이유로는 현지에서 구할 수 없거나, 수입하는 것이 오히려 더 저렴하기 때문인 것으로 나타났음

〈그림 56〉 기물 수입 이유



○ 식재료 수입과정과는 달리 기물 수입 시에는 통관 시 문제가 크게 없었던 것으로 나타났음

<그림 57> 통관 절차 문제 여부

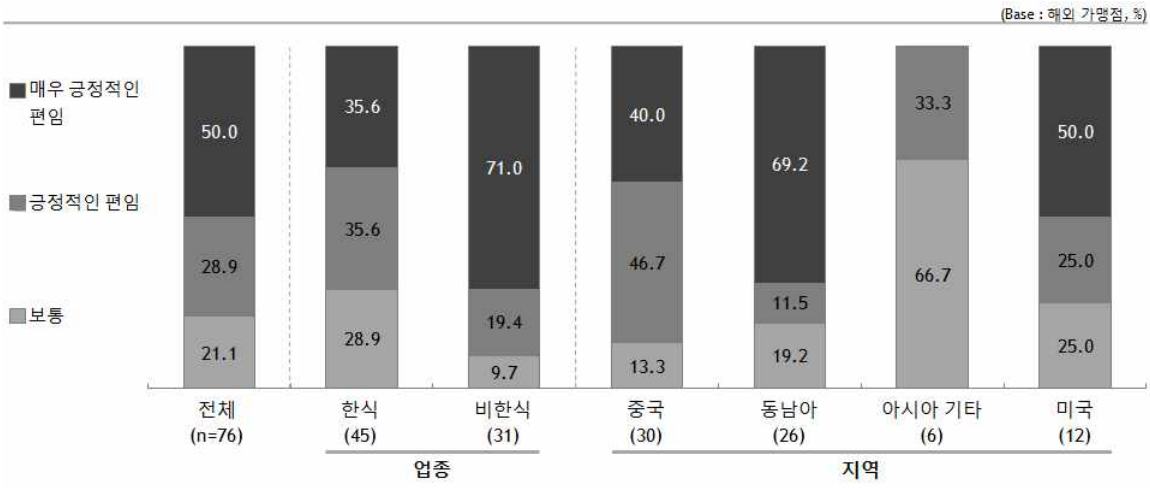


5) 국내산 식재료에 대한 Needs 탐색

○ 대부분의 현지 가맹점에서는 국내산 식재료를 사용하는 것에 대해 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타남

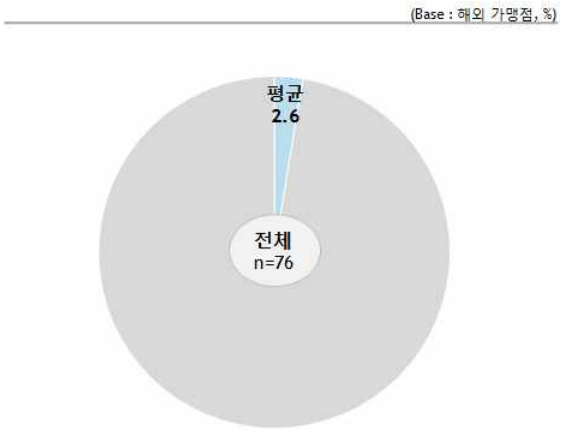
○ 특히, 중국 지역의 가맹점에서 그 호응도가 더 크게 나타나고 있음

〈그림 58〉 현지에서 국내산 식재료 사용 호응도



○ 국내산 식재료 사용에 대한 긍정적 인식 및 needs는 존재하고 있으나, 현지 수급 비용 대비 3% 이상의 가격으로 공급될 경우 구매할 의향이 없는 것으로 나타났음

〈그림 59〉 한국산 식재료 사용 시 수용 가격대 (인상폭)

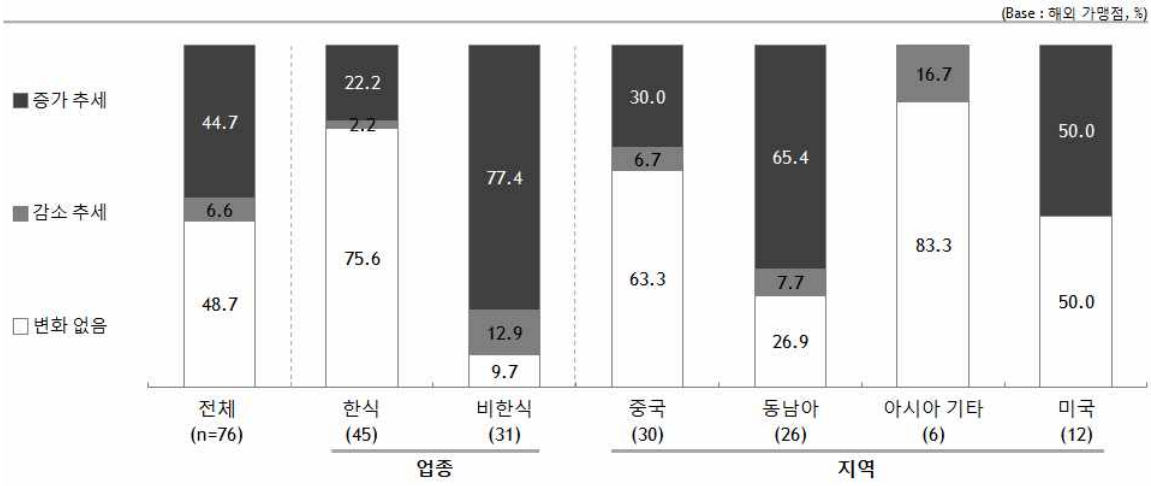


6) 해외 매장의 운영 현황 및 한류 효과 분석

○ 해외 가맹점에서 인식하는 매출액 추이는 큰 변화가 없는 가운데 다소 증가 추세인 것으로 나타남

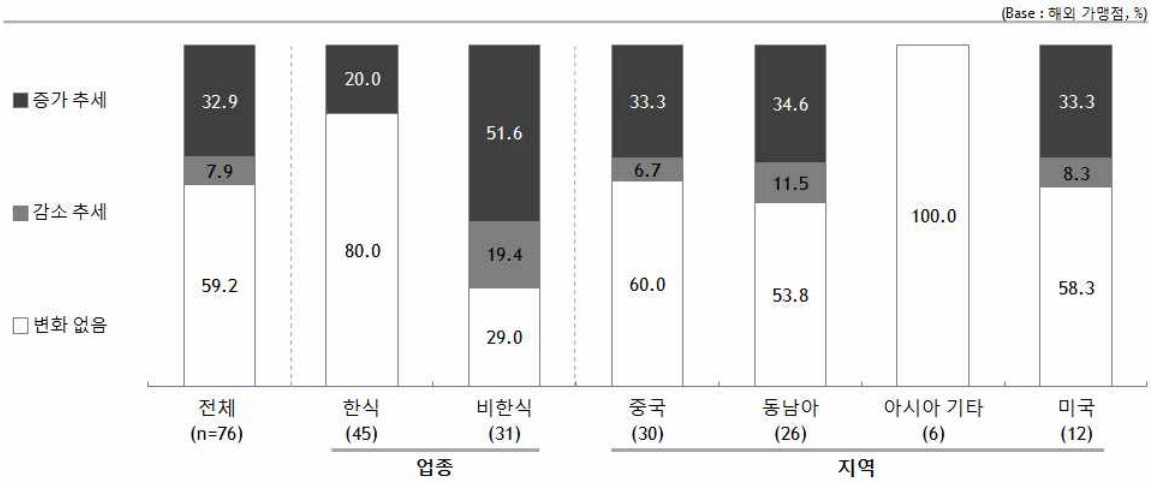
○ 단, 한식에서의 매출액 증가 추이가 낮은 반면, 비한식 업종에서의 증가 추이가 더 높은 것으로 보임

〈그림 60〉 매출액 증감 추세



○ 단골고객의 경우 역시 큰 변화 없는 가운데 약간의 증가 추세를 보이고 있으며, 한식보다는 비한식 업종의 매장에서 단골고객 증가 추이가 더 높게 나타나고 있는 것으로 나타남

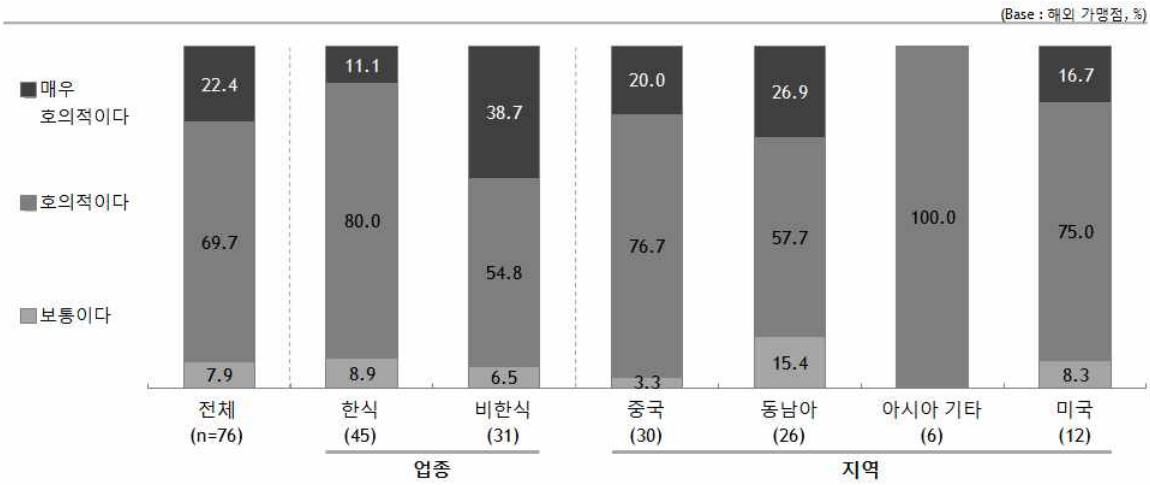
〈그림 61〉 단골고객 증감 추세



○ 매장에 대한 현지의 반응은 대체적으로 긍정적인 것으로 보임

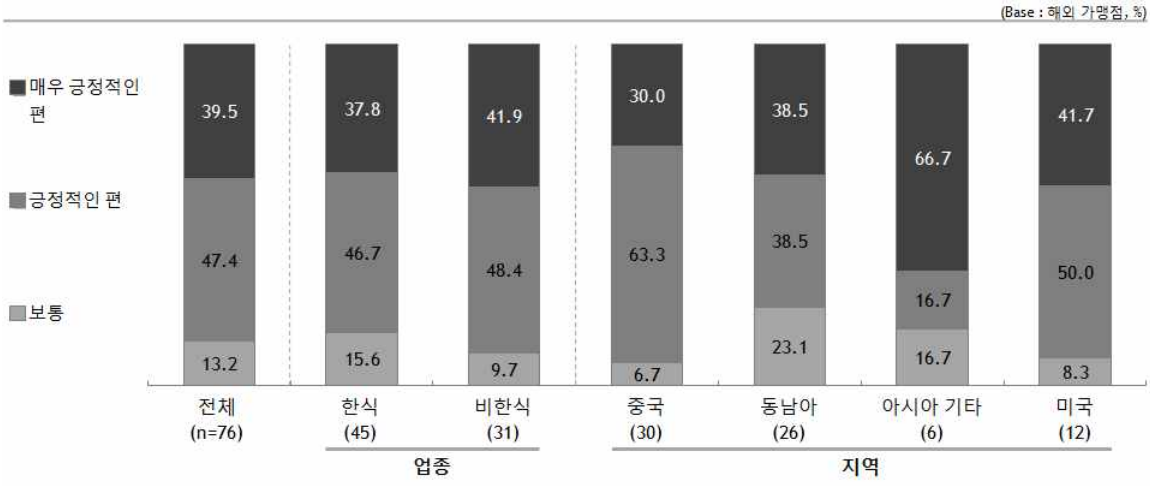
○ 한편, 비한식 업종의 매장에 대한 반응은 매우 높은 것으로 나타남

<그림 62> 매장에 대한 현지 반응



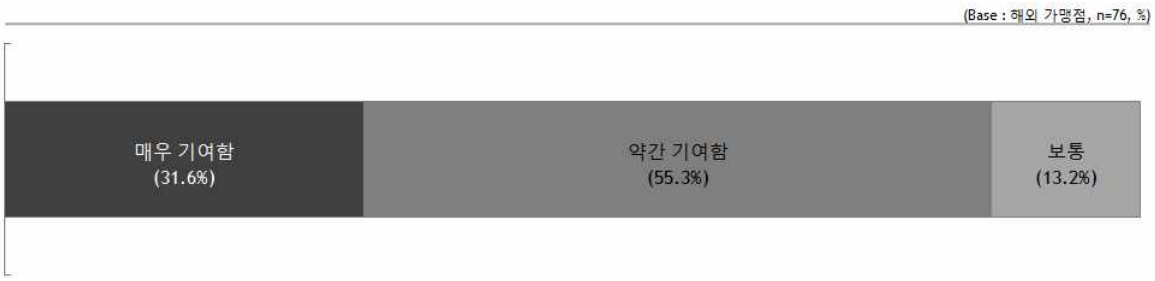
○ 한류로 인해 매장의 매출에 영향을 받을 수도 있다는 응답이 대부분으로서, 해외 현지의 가맹점의 매출은 한류의 영향을 받고 있는 것으로 인식되고 있음

<그림 63> 한류문화의 사업장 매출 효과



○ 해외 현지에 가맹점이 진출함으로써, 음식한류 문화에 기여하고 있는 것으로 인식하는 것으로 나타남

<그림 64> 해외 매장의 음식한류 문화 기여도



Part C

결론 및 제언

1. 결론

우리나라는 지난 1974년 우래옥 진출을 시작으로 외식업의 해외 진출이 시작되었으며 그로부터 많은 기업들이 해외에 매장을 진출해 오고 있음. 특히 2000년대 IMF 금융위기 이후 프랜차이즈업의 발달로 인하여 해외 진출이 가속화 되었고 이로 인하여 많은 기업들이 준비가 되지 않은 상태에서 해외에 진출하였다가 매장을 철수하는 경험을 가지고 있음

이후 많은 기업들이 중소기업 적합업종으로 지정되어 프랜차이즈 매장 진출의 어려움과 글로벌 경제 불황으로의 문제를 해외진출로 해결하려는 노력이 시도되고 있으며 실패로 인한 경험을 바탕으로 많은 기업들이 해외에 재진출하는 현상으로 나타남

매년 외식연감에 프랜차이즈 기업의 해외 진출현황이 발표되었지만 이번 프랜차이즈 외식기업의 해외진출에 따른 국내산 식재료 수출효과 연구를 통하여 실제로 기업들에 대한 전수조사를 실시한 결과, 기존에 누락되었거나 실제 매장을 철수한 현황들에 대하여 알 수 있는 계기가 마련되었으며, 이를 계기로 정확한 통계를 산출하게 된 계기가 될 수 있게 되었다고 할 수 있음

이번 조사를 통하여 외식업체의 해외진출 비율 중 한식업종의 진출이 가장 높은 것으로 나타났으며, 지역적으로는 중국으로의 진출이 가장 많은 것으로 조사되었고 중국과 미국, 베트남, 필리핀, 인도네시아를 비롯한 아세안국가들에 해외진출매장의 대부분이 집중되어 미국을 제외하고는 아시아지역 중심으로 편중된 상황으로 조사됨

이러한 중국과 미국, 아세안지역 집중현상은 먼저 중국의 경우 우리나라에서 거리가 가까우며, 세계 최대의 외식시장이란 점, 교민의 수가 많다는 점 등이 작용한 것으로 판단되며, 미국의 경우 초기 교민 중심의 시장으로 진출하여 현재 주류시장으로의 진출확대를 꾀하고 있는 것으로 파악됨. 특히 아세안 지역의 경우 한류의 확산과 함께 많은 기업들이 진출을 꾀하고 있으며, 이 시장에서의 성장도 괄목할만하다고 할 수 있음

세계경제의 글로벌화가 빠르게 진행되면서 우리나라에도 세계적인 기업들이 지속적으로 시장을 확대해나가고 있으며, 우리나라 외식기업들도 이제는 국제 경쟁에서 경쟁력이 있는 기업으로 살아남고, 이로 인한 국내산 식자재의 수출과 연계를 위해서 어떤 문제점들이 있으며, 이를 해결하기 위하여 어떤 노력을 해야 하는지에 대하여 조사된 설문자료들과 2차 자료 등을 종합하여 대안을 제시하고자 함

1) 해외 진출기업의 국제 경쟁력 강화

대한상공회의소가 프랜차이즈 가맹본부 450곳을 대상으로 '프랜차이즈 산업의 로열티 실태조사'를 실시한 결과에 따르면, 현재 가맹점에 로열티를 부과하고 있다는 기업은 36.2%에 불과한 것으로 조사되었으며, 이중 향후 로열티 부과계획이 없는 곳이 91.3%에 달하는 등 많은 기업이 국내에서 로열티를 받지 못하고 있는 것으로 조사되었음

이러한 현상은 해외진출 기업에서도 나타나고 있으며, 해외 진출기업 95개중 식자재를 수출하고 있지 않다고 응답한 업체가 38.9%인 37개 업체로 이들 기업의 대부분이 단순 기술이전 형태의 진출인 것으로 조사되었으며 이들 기업들의 평균 진출매장의수는 2곳에 불과한 것으로 조사되었다. 이러한 해외진출의 형태는 식재료 직접수출과 거의 연관이 없으며 이를 본사의 홍보에 활용하여 가맹점 확보에 이용하고자 하는 경우가 많았음

아울러 해외진출 프랜차이즈 업체들 중 일부기업의 경우 해외 매장의 운영 또는 해외식재료의 조달이 거의 불가능함에도 불구하고 업체의 홍보를 위하여 무리하게 진출하는 경우가 많았으며 이들 중 대부분이 매장을 철수하거나 이로 인하여 본사의 운영마저 어려워지는 경우가 발생한 경우가 있는 것으로 조사되었음

따라서 프랜차이즈업체 중 해외 진출을 희망하는 기업에 대하여 사전에 국제적 수준의 경쟁력을 가질 수 있도록 운영매뉴얼의 보급, 가맹점의 비용구조 투명성 확보, 현지 법제도 등에 대한 지원 등을 통하여 국제적 경쟁력을 가질 수 있도록 지원을 하는 것이 선행되어야 한다고 할 수 있음

또한 이러한 국제 경쟁력을 바탕으로 프랜차이즈 진출 시 마스터프랜차이즈 진출방식을 통하여 현지 사정을 잘 아는 건실한 파트너를 통하여 진출확대 및 현지화를 동시에 꾀함으로써 성공적인 해외진출 및 이를 통한 국산 식자재 확산을 모색할 수 있을 것임

2) 해외 진출기업의 식자재 수급 문제점

해외 식자재 공급의 문제점으로 우리나라 식자재들이 주요 선진국 및 동남아 지역으로 수출되고 있으나 아직 많은 국가들로 수출되지 못하는 품목이 많으며, 수출품목이 다양하지 못한 것으로 조사되어 있음

아울러 프랜차이즈 진출로 인한 식자재의 경우 대부분이 소스류와 시즈닝 등의 양념류인 것으로 조사되었으며, 대부분 5~20Kg 단위의 소포장인 것으로 조사됨. 한편, 업체 별 해외 진출국 당 평균매장의 수는 약 4개 매장인 점을 감안할 때, 해외매장에 식재료를 운송하기 위한 운송비용이 식재료비용보다 많이 발생할 수 있는 구조가 될 수 있음

이러한 구조적 문제로 인해, 직영으로 진출한 프랜차이즈 외식업체의 해외 식재료의 공급의 경우에도 점포 개설 초기의 경우 많은 부분을 한국에서 공급한 식재료를 사용하지만 시간이 지남에 따라 점차 현지에서 대체할 수 있는 제품으로 변경함으로써 초기 약 70~80% 이상이었던 식재료 사용률이 1~2년 후 10~20%로 떨어지는 경향이 있음[5)]

해외 한식당의 경우 일부 국가에서는 이웃 국가에서 육로로 수입을 하는 경우도 있으나 남미와 같은 국가들은 국경의 거리가 멀고, 이웃 국가에서도 수입이 되지 않는 품목들이 있어 한식 식자재 수급에 어려움을 겪고 있으며, 수급이 된다 하더라도 운반 및 유통에 많은 시간이 소요되어 유통기간이 거의 다 된 제품을 구입함으로써 미처 다 사용을 못하고 폐기하는 사태까지 발생하고 있는 것으로 알려짐.

일부국가에서는 한식당에서 가장 많이 사용하는 조미료 등의 수입이 금지되어 한식당 운영에 많은 애로사항을 겪고 있으며 이러한 제품을 대체할 수 있는 다양한 제품의 개발이 필요한 것으로 조사됨

따라서 이러한 식재료 운반의 문제점 들을 해결하고 원활한 식재료의 보급이 이루어져야만 프랜차이즈 진출로 인한 식재료 효과의 극대화를 꾀할 수 있을 것으로 판단됨

3) 해외 수출 식자재의 통관 문제

금번 연구를 통하여 해외 진출 프랜차이즈 기업 및 해외 한식당 식자재 수출의 가장 큰 걸림돌로 지적된 사항이 수입국의 세관 및 검역의 문제 인 것으로 조사되었으며, 이러한 수입국의 식품 수입규정은 나라마다 다르게 적용되고 있음

식품수입 시 각국마다 요구하는 사항이 다르나 일반적으로 요구되는 사항으로는 ① 원재료 성분 리스트, ② 제조공정도 또는 GMP/HACCP/ISO 22000 인증서 ③ 공신력 있는 시험기관에서 발행한 완제품분석 인증서 ④ 유통기한 관련 정보, ⑤ 제품코드 관련 정보 ⑥ 라벨디자인, 등의 사항이 요구되며, 아울러 수입 식품 시 각국의 식품규정에 따른 첨가물 규정에 위반되지 않는가를 사전에 확인하여야 함

따라서 우리나라 프랜차이즈 기업들이 대부분 진출하고 있는 중국 및 미국, 아세안지역의 식품수출규정에 대하여 프랜차이즈 진출기업에 사전 교육의 실시 및 정보 제공을 통하여 식자재 수출의 활성화를 꾀할 수 있을 것으로 판단됨

아울러 각국의 규정을 준수하며 각 업체의 소스 및 시즈닝을 위탁, 제조할 수 있는 미국의 Ventura Food, Sective Seasoning, Todd와 같은 국제적 수준의 CK 및 가공공장을 국내에 설립하여 운영함으로써 해외진출 중소기업의 식자재 수출활성화에 기여할 수 있을 것으로 판단됨

5) 썬앳푸드, CJ푸드빌 등 업계 종사자 인터뷰 내용

2. 제언

1) 프랜차이즈 업체 해외진출에 대한 지속적 통계 조사 실시

지금까지 여러 경로를 통하여 해외진출 프랜차이즈 업체에 대한 조사가 있었으나 정확한 자료를 집계하고 있지 않음으로써 통계자료를 정확하게 산출할 수 없는 어려움이 발생하고 있었음

따라서 이번 조사를 계기로 매년 해외진출 프랜차이즈 업체에 대한 정기적인 조사를 실시하여 문제점 및 해결방안을 제시함과 동시에 이를 바탕으로 정확한 지원정책을 수립하여 프랜차이즈 기업의 진출에 기여를 함은 물론, 농식품 수출에도 기여할 수 있을 것으로 판단됨

이를 위하여 해외진출 프랜차이즈 본사의 경우 정보공개서에 해외진출 현황을 공시토록 제도를 개선할 필요가 있으며, 이를 통하여 향후 진출현황에 대한 정확한 정보를 관련자들이 명확하게 알 수 있도록 함으로써 체계적인 해외진출 지원 및 관련 조사를 실시할 수 있을 것으로 판단됨

2) 식재료의 소포장 수출 활성화에 대한 도입 방안 연구

해외 주재 한식당 및 프랜차이즈 가맹점 등의 국내산 식재료 소비 확산을 위해서는 그들이 필요한 식재료를 언제든지 구매할 수 있도록 할 필요가 있으며, 이를 위하여 대량 수출이 아닌 소포장 수출이 가능하도록 하는 방안 마련이 시급함

국내에서 전세계 프랜차이즈 가맹점 및 한식당들을 대상으로 다품종 소량 운송체계를 마련함으로써 전세계 어디서나 한식식자재의 수급이 원활하게 될 수 있도록 하는 체계의 구축이 필요함

이러한 시스템의 구축은 소포장단위의 소스 및 시스닝의 공급을 개별적으로 실시하기 위하여 많은 비용을 들여야 하는 기업들의 불편을 덜어주고, 식자재를 구하기 어려워 비싼 비용을 지불하면서 식자재를 구입하는 해외 한식당의 불편을 덜어줌과 동시에 국내 전통식품 업체 및 가공식품업체들에게도 소량 수출이 가능토록 함으로써 식재료 수출의 활성화에 도움이 될 수 있을 것으로 판단됨

이러한 제안의 근거로 해외 1만개가 넘는 해외 한식당과 약 2,700개의 프랜차이즈 매장들이 필요로 하는 한식 식재료의 수요를 감안할 때 초기에는 운송비용이 많이 소요될 것으

로 판단되나 아마존 또는 이베이 등의 사례를 통하여 규모의 경제를 달성할 경우 충분히 이러한 방법의 도입이 가능할 것을 판단되며, 이를 위하여 인터넷으로 소량 주문을 받아 우체국 또는 국제 탁송업체들과의 협조를 통하여 국제항공운송을 통한 신속배달 시스템을 구축할 필요가 있음

이를 위해서는 수출하고자 하는 농식품에 대한 정확한 홈페이지가 개설되어야 하며 누구나 쉽게 주문이 가능하고 비교 판단이 가능토록 제품의 정보를 정확하게 전달할 필요가 있으며, 미국의 아마존, 또는 국내의 다나와 및 홈쇼핑 사이트들을 벤치마킹할 필요가 있음. 현재 AT에서 제공되는 전자 브로슈어들이 많은 부분 연결이 되지 않고 있으며, 제품 위주가 아닌 공급자 위주로 되어 있어 제품의 비교가 어려움. 따라서 제품별로 묶어 제품의 특징을 일목요연하게 비교할 수 있도록 할 필요가 있음

아울러 향후 수출하고자 하는 제품의 경우 제품별 공동 판매조직을 만들어 프로모션을 진행할 필요가 있으며, 농축산가공식품의 경우 반드시 이를 활용한 레시피와 함께 제공할 필요가 있음

아울러 대부분의 국가들은 수입식품에 대한 식품안전규정을 적용, 식품에 대한 까다로운 통관 절차를 시행하고 있음. 그러나 국가에 따라 약간씩 다르지만 ① 유통기간이 짧은 제품(약7일), ② 다음용도의 소량의 식품(등록허가서 취득용, 연구용, 자가소비용), ③ 가내공업의 경우 등록허가의 취득이 필요 없는 경우가 대부분임

따라서 위의 규정을 잘 이용할 경우 해외 프랜차이즈 가맹점 또는 한식당에서 자가 소비하는 식재료의 경우 위의 규정을 적용할 수 있는지에 대하여 상세하게 연구할 필요가 있으며, 이를 통하여 해외 프랜차이즈 가맹점 또는 한식당 식자재의 수출활성화 방안이 가능한가에 대하여도 연구할 필요가 있을 것임

3) 공동 물류 체계의 구축

해외 프랜차이즈 가맹점에 본사로부터의 식재료 공급이 부진한 이유 중 가장 큰 원인 중의 하나가 과도한 물류비로 조사되었으며, 이러한 물류비는 저렴한 해상 운송을 이용하기 위하여 이용하는 컨테이너 운반에 따른 물류비용의 증가 또는 긴급한 운송에 따른 항공운송의 비용이 원인인 것으로 밝혀짐

식음료 경영에서 가장 중요한 것이 식재료의 원활한 공급이기는 하지만 재고의 부담은 현금의 흐름을 방해하고 식재료의 보관 장소 및 재고비용의 증가, 유통기간 등으로 인한 폐기율 발생 등으로, 식재료 원가를 높임으로써 매장의 경쟁력을 저하시키는 원인으로 작용할 수 있음. 따라서 식재료의 원활한 공급은 식음료 매장의 성패에도 중요한 역할을 한

다고 할 수 있음

그런데 프랜차이즈 매장들이 각각의 운송방법으로 운송을 함으로써 운송비용이 낭비되고 있으며, 이로 인하여 식재료 공급에도 많은 어려움이 있으므로 이를 해결할 방안이 대두되고 있음

이를 해결하기 위하여 본 연구에서는 국내에 공동 수출 물류센터의 구축을 제안하고자 하며, 이를 통하여 한 달에 2회 정도 중국과 미국, 동남아 일부국가들을 대상으로 진출국가 매장들에 필요한 물품들을 공동으로 모아 하나의 컨테이너에 선적함으로써 물류비용을 절감할 수 있으며, 정기적으로 선적이 가능하도록 함으로써 현지 매장들은 정확한 수요 예측을 통하여 지속적으로 물품을 주문할 수 있는 체계를 갖춤으로써 안정되고, 낮은 재고수준을 유지할 수 있게 될 것으로 판단됨. 아울러 유통업체의 수출 관련 수속을 대행해 줌으로써 빠르고 편리한 통관을 진행할 수 있을 것으로 예상되며, 이를 통하여 식자재의 가격 경쟁력도 확보할 수 있을 것으로 기대됨

또한 현재 외식프랜차이즈 해외진출의 약 88%를 차지하고 있는 중국, 미국, 베트남. 인도네시아의 경우 우리나라 대기업 유통프랜차이즈들(롯데마트, 이마트, 메가마트)이 대부분 진출하여 영업을 하고 있는 지역으로 이들 기업들과 연계하여 식재료 물류체계를 구축하는 방안도 검토되어야 할 것으로 판단됨

이들 대형마트들은 대부분 소비자들을 중심으로 한 소비재를 판매하고 있으며, 이들 마트에서 업주들이 구매를 할 경우 가격 경쟁력이 없는 경우가 많음. 따라서 이들 기업에서 현재 국내에서 판매중인 업소용 제품의 판매를 늘림으로써 한식당 및 프랜차이즈 매장에서 이를 활용할 수 있도록 협조하는 방안을 마련할 필요가 있음

(사) 외식산업협회
윤연용 국장 (02-449-5009, kfia@kofsia.or.kr)

SMR 연구 3본부
유상훈 차장(02-6944-7520, shyoo@smr.kr)

세종사이버대학교
이희열 교수(hylee02@sjcu.ac.kr)