

유럽 · 북중미 · 남미지역 2011 해외한식당 현황 조사

Research on the Information of the Korean Restaurants
in Europe, North · Middle America and South America

2012. 1.

제 출 문

한식재단 이사장 귀하

본 보고서를 「해외 한식당 현황 조사」 용역의 최종보고서로 제출합니다.

2012년 1월

연구수행기관

KOTRA

과제책임자

KOTRA 김 병 권

과제수행자

KOTRA 김 영 상

KOTRA 이 병 욱

KOTRA 김 희 경

KOTRA 정 현 철

KOTRA 윤 병 은

KOTRA 무역관(50개) : 런던, 마드리드, 뮌헨, 밀라노, 바르샤바, 부다페스트, 부쿠레슈티, 브뤼셀, 빈, 소피아, 스톡홀름, 아테네, 암스테르담, 자그레브, 취리히, 코펜하겐, 파리, 프라하, 프랑크푸르트, 함부르크, 헬싱키, 뉴욕, 노보시비르스크, 모스크바, 바쿠, 블라디보스톡, 상트페테르부르크, 알마티, 키예프, 타슈켄트, 뉴욕, 달라스, 디트로이트, 로스엔젤레스, 마이애미, 벤쿠버, 시카고, 실리콘밸리, 워싱턴, 토론토, 과테말라, 리마, 멕시코시티, 보고타, 부에노스아이레스, 산토도밍고, 상파울루, 아바나, 카라카스, 파나마

목 차

I. 한식당 현황 조사 마스터플랜 / 1

1	1. 프로젝트의 배경 및 목적
3	2. 프로젝트개요
12	3. 조사방법론
19	4. 조사 결과 총괄

II. 유럽 한식당 현황 조사 / 27

27	1. 그리스
34	2. 네덜란드
44	3. 노르웨이
50	4. 덴마크
58	5. 독일
73	6. 라트비아
79	7. 러시아
93	8. 루마니아
100	9. 벨기에
109	10. 불가리아
116	11. 스웨덴
126	12. 스위스
139	13. 스페인
154	14. 아제르바이잔
166	15. 에스토니아
173	16. 영국
188	17. 오스트리아
200	18. 우즈베키스탄
212	19. 우크라이나
222	20. 이탈리아
236	21. 체코
249	22. 카자흐스탄
262	23. 터키
274	24. 폴란드
284	25. 프랑스
300	26. 핀란드
306	27. 헝가리

III. 북중미 한식당 현황 조사 / 315

315	1. 과테말라
326	2. 도미니카 공화국
336	3. 멕시코
351	4. 미국
369	5. 캐나다
385	6. 파나마

IV. 남미 한식당 현황 조사 / 393

393	1. 베네수엘라
398	2. 볼리비아
406	3. 브라질
418	4. 수리남
427	5. 아르헨티나
438	6. 에콰도르
445	7. 칠레
457	8. 콜롬비아
464	9. 트리니다드토바고
470	10. 페루

V. 결론 및 제언 / 481

481	1. 결론
483	2. 제언

표 목차

4	〈표 I-1〉 한식당현황 조사 1차년도 조사국가
6	〈표 I-2〉 조사주제, 측정지표 및 지표별 가중치
7	〈표 I-3〉 국가별 조사매력도 점수
8	〈표 I-4〉 국가별 조사매력도 점수 그룹핑
12	〈표 I-5〉 해외무역관 조사항목 및 조사 예시
13	〈표 I-6〉 상권구분 기준
14	〈표 I-7〉 본사 추가항목 및 조사 예시
15	〈표 I-8〉 한식메뉴 대분류 기준
18	〈표 I-9〉 데스크리서치 샘플-스위스 한식당 키워드 및 검색결과
19	〈표 I-10〉 지역별 조사 Summary
19	〈표 I-11〉 국가별 한식당 현황
20	〈표 I-12〉 지역별 분포 비교
28	〈표 II-1〉 그리스 지역별 한식당 분포
28	〈표 II-2〉 그리스 한식당 분포(상권기준)
29	〈표 II-3〉 그리스 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
29	〈표 II-4〉 그리스 한식당 노출 미디어 종류
29	〈표 II-5〉 그리스 한식당 미디어 노출 연도
30	〈표 II-6〉 그리스 한식당 대표자 국적
30	〈표 II-7〉 그리스 한식당 조리장 국적
30	〈표 II-8〉 그리스 한식당 설립연도
31	〈표 II-9〉 좌석수별 그리스 한식당 규모
31	〈표 II-10〉 테이블수별 그리스 한식당 규모
32	〈표 II-11〉 그리스 한식당 주요 메뉴
33	〈표 II-12〉 그리스 한식당 메뉴의 가격
33	〈표 II-13〉 그리스 한식당 현지인 고객 비중
35	〈표 II-14〉 네덜란드 지역별 한식당 분포
36	〈표 II-15〉 네덜란드 한식당 소재지 분포(상권기준)
36	〈표 II-16〉 네덜란드 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
37	〈표 II-17〉 네덜란드 한식당 노출 미디어 종류
37	〈표 II-18〉 네덜란드 한식당 대표자 국적
38	〈표 II-19〉 네덜란드 한식당 조리장 국적
39	〈표 II-20〉 네덜란드 한식당 설립연도
40	〈표 II-21〉 좌석수별 네덜란드 한식당 규모
40	〈표 II-22〉 테이블수별 네덜란드 한식당 규모
41	〈표 II-23〉 네덜란드 한식당 주요 메뉴
42	〈표 II-24〉 네덜란드 한식당 메뉴의 가격
43	〈표 II-25〉 네덜란드 한식당 현지인 고객 비중
45	〈표 II-26〉 노르웨이 지역별 한식당 분포
45	〈표 II-27〉 노르웨이 한식당 소재지 분포(상권기준)

45	〈표 II-28〉 노르웨이 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
46	〈표 II-29〉 노르웨이 한식당 노출 미디어 종류
46	〈표 II-30〉 노르웨이 한식당 대표자 국적
46	〈표 II-31〉 노르웨이 한식당 조리장 국적
47	〈표 II-32〉 노르웨이 한식당 설립연도
47	〈표 II-33〉 좌석수별 노르웨이 한식당 규모
47	〈표 II-34〉 테이블수별 노르웨이 한식당 규모
48	〈표 II-35〉 노르웨이 한식당 주요 메뉴
48	〈표 II-36〉 노르웨이 한식당 메뉴의 가격
49	〈표 II-37〉 노르웨이 한식당 현지인 고객 비중
51	〈표 II-38〉 덴마크 지역별 한식당 분포
51	〈표 II-39〉 덴마크 한식당 소재지 분포(상권기준)
51	〈표 II-40〉 덴마크 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
52	〈표 II-41〉 덴마크 한식당 노출 미디어 종류
52	〈표 II-42〉 덴마크 한식당 대표자 국적
52	〈표 II-43〉 덴마크 한식당 조리장 국적
53	〈표 II-44〉 덴마크 한식당 설립연도
54	〈표 II-45〉 좌석수별 덴마크 한식당 규모
54	〈표 II-46〉 테이블수별 덴마크 한식당 규모
55	〈표 II-47〉 덴마크 한식당 주요 메뉴
56	〈표 II-48〉 덴마크 한식당 메뉴의 가격
57	〈표 II-49〉 덴마크 한식당 현지인 고객 비중
60	〈표 II-50〉 독일 지역별 한식당 분포
61	〈표 II-51〉 독일 한식당 소재지(상권기준)
61	〈표 II-52〉 독일 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
62	〈표 II-53〉 독일 한식당 노출 미디어 종류
63	〈표 II-54〉 독일 한식당 미디어 노출 연도
65	〈표 II-55〉 독일 한식당 대표자 국적
65	〈표 II-56〉 독일 한식당 조리장 국적
66	〈표 II-57〉 독일 한식당 설립연도
67	〈표 II-58〉 좌석수별 독일 한식당 규모
68	〈표 II-59〉 테이블수별 독일 한식당 규모
70	〈표 II-60〉 독일 한식당 주요 메뉴
71	〈표 II-61〉 독일 한식당 메뉴의 가격
72	〈표 II-62〉 독일 한식당 현지인 고객 비중
74	〈표 II-63〉 라트비아 지역별 한식당 분포
74	〈표 II-64〉 라트비아 한식당 소재지 분포(상권기준)
74	〈표 II-65〉 라트비아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
75	〈표 II-66〉 라트비아 한식당 대표자 국적
75	〈표 II-67〉 라트비아 한식당 조리장 국적
75	〈표 II-68〉 라트비아 한식당 설립연도

76	<표 II-69> 좌석수별 라트비아 한식당 규모
76	<표 II-70> 테이블수별 라트비아 한식당 규모
76	<표 II-71> 라트비아 한식당 주요 메뉴
77	<표 II-72> 라트비아 한식당 메뉴의 가격
78	<표 II-73> 라트비아 한식당 현지인 고객 비중
81	<표 II-74> 러시아 지역별 한식당 분포
82	<표 II-75> 러시아 한식당 소재지 분포(상권기준)
82	<표 II-76> 러시아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
83	<표 II-77> 러시아 한식당 노출 미디어 종류
84	<표 II-78> 러시아 한식당 미디어 노출 연도
86	<표 II-79> 러시아 한식당 대표자 국적
86	<표 II-80> 러시아 한식당 조리장 국적
87	<표 II-81> 러시아 한식당 설립연도
88	<표 II-82> 좌석수별 러시아 한식당 규모
89	<표 II-83> 테이블수별 러시아 한식당 규모
90	<표 II-84> 러시아 한식당 주요 메뉴
91	<표 II-85> 러시아 한식당 메뉴의 가격
92	<표 II-86> 러시아 한식당 현지인 고객 비중
94	<표 II-87> 루마니아 지역별 한식당 분포
94	<표 II-88> 루마니아 한식당 소재지 분포(상권기준)
94	<표 II-89> 루마니아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
95	<표 II-90> 루마니아 한식당 노출 미디어 종류
95	<표 II-91> 루마니아 한식당 대표자 국적
95	<표 II-92> 루마니아 한식당 조리장 국적
95	<표 II-93> 루마니아 한식당 설립연도
96	<표 II-94> 좌석수별 루마니아 한식당 규모
97	<표 II-95> 테이블수별 루마니아 한식당 규모
97	<표 II-96> 루마니아 한식당 주요 메뉴
98	<표 II-97> 루마니아 한식당 메뉴의 가격
99	<표 II-98> 루마니아 한식당 현지인 고객 비중
101	<표 II-99> 벨기에 지역별 한식당 분포
101	<표 II-100> 벨기에 한식당 소재지 분포(상권기준)
102	<표 II-100> 벨기에 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
103	<표 II-102> 벨기에 한식당 노출 미디어 종류
103	<표 II-103> 벨기에 한식당 대표자 국적
103	<표 II-104> 벨기에 한식당 조리장 국적
104	<표 II-105> 벨기에 한식당 설립연도
105	<표 II-106> 좌석수별 벨기에 한식당 규모
105	<표 II-107> 테이블수별 벨기에 한식당 규모
106	<표 II-108> 벨기에 한식당 주요 메뉴
107	<표 II-109> 벨기에 한식당 메뉴의 가격

108	〈표 II-110〉 벨기에 한식당 현지인 고객 비중
110	〈표 II-111〉 불가리아 지역별 한식당 분포
110	〈표 II-112〉 불가리아 한식당 소재지 분포(상권기준)
110	〈표 II-113〉 불가리아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
111	〈표 II-114〉 불가리아 한식당 노출 미디어 종류
111	〈표 II-115〉 불가리아 한식당 미디어 노출 연도
112	〈표 II-116〉 불가리아 한식당 대표자 국적
112	〈표 II-117〉 불가리아 한식당 조리장 국적
112	〈표 II-118〉 불가리아 한식당 설립연도
113	〈표 II-119〉 좌석수별 불가리아 한식당 규모
113	〈표 II-120〉 테이블수별 불가리아 한식당 규모
113	〈표 II-121〉 불가리아 한식당 주요 메뉴
114	〈표 II-122〉 불가리아 한식당 메뉴의 가격
115	〈표 II-123〉 불가리아 한식당 현지인 고객 비중
117	〈표 II-124〉 스웨덴 지역별 한식당 분포
117	〈표 II-125〉 스웨덴 한식당 소재지 분포(상권기준)
118	〈표 II-126〉 스웨덴 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
119	〈표 II-127〉 스웨덴 한식당 노출 미디어 종류
119	〈표 II-128〉 스웨덴 한식당 대표자 국적
119	〈표 II-129〉 스웨덴 한식당 조리장 국적
120	〈표 II-130〉 스웨덴 한식당 설립연도
121	〈표 II-131〉 좌석수별 스웨덴 한식당 규모
122	〈표 II-132〉 테이블수별 스웨덴 한식당 규모
123	〈표 II-133〉 스웨덴 한식당 주요 메뉴
124	〈표 II-134〉 스웨덴 한식당 메뉴의 가격
125	〈표 II-135〉 스웨덴 한식당 현지인 고객 비중
127	〈표 II-136〉 스위스 지역별 한식당 분포
128	〈표 II-137〉 스위스 한식당 소재지 분포(상권기준)
128	〈표 II-138〉 스위스 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
129	〈표 II-139〉 스위스 한식당 노출 미디어 종류
129	〈표 II-140〉 스위스 한식당 미디어 노출 연도
131	〈표 II-141〉 스위스 한식당 대표자 국적
132	〈표 II-142〉 스위스 한식당 조리장 국적
133	〈표 II-143〉 스위스 한식당 설립연도
134	〈표 II-144〉 좌석수별 스위스 한식당 규모
135	〈표 II-145〉 테이블수별 스위스 한식당 규모
136	〈표 II-146〉 스위스 한식당 주요 메뉴
137	〈표 II-147〉 스위스 한식당 메뉴의 가격
137	〈표 II-148〉 스위스 한식당 현지인 고객 비중
141	〈표 II-149〉 스페인 지역별 한식당 분포
141	〈표 II-150〉 스페인 한식당 소재지 분포(상권기준)

142	〈표 II-151〉 스페인 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
143	〈표 II-152〉 스페인 한식당 노출 미디어 종류
144	〈표 II-153〉 스페인 한식당 미디어 노출 연도
145	〈표 II-154〉 스페인 한식당 대표자 국적
146	〈표 II-155〉 스페인 한식당 조리장 국적
147	〈표 II-156〉 스페인 한식당 설립연도
148	〈표 II-157〉 좌석수별 스페인 한식당 규모
149	〈표 II-158〉 테이블수별 스페인 한식당 규모
151	〈표 II-159〉 스페인 한식당 주요 메뉴
152	〈표 II-160〉 스페인 한식당 메뉴의 가격
153	〈표 II-161〉 스페인 한식당 현지인 고객 비중
155	〈표 II-162〉 아제르바이잔 지역별 한식당 분포
155	〈표 II-163〉 아제르바이잔 한식당 소재지 분포(상권기준)
156	〈표 II-164〉 아제르바이잔 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
156	〈표 II-165〉 아제르바이잔 한식당 노출 미디어 종류
157	〈표 II-166〉 아제르바이잔 한식당 미디어 노출 연도
158	〈표 II-167〉 아제르바이잔 한식당 대표자 국적
159	〈표 II-168〉 아제르바이잔 한식당 조리장 국적
160	〈표 II-169〉 아제르바이잔 한식당 설립연도
162	〈표 II-170〉 좌석수별 아제르바이잔 한식당 규모
162	〈표 II-171〉 테이블수별 아제르바이잔 한식당 규모
163	〈표 II-172〉 아제르바이잔 한식당 주요 메뉴
164	〈표 II-173〉 아제르바이잔 한식당 메뉴의 가격
165	〈표 II-174〉 아제르바이잔 한식당 현지인 고객 비중
167	〈표 II-175〉 에스토니아 지역별 한식당 분포
167	〈표 II-176〉 에스토니아 한식당 소재지 분포(상권기준)
167	〈표 II-177〉 에스토니아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
168	〈표 II-178〉 에스토니아 한식당 노출 미디어 종류
168	〈표 II-179〉 에스토니아 한식당 대표자 국적
168	〈표 II-180〉 에스토니아 한식당 조리장 국적
169	〈표 II-181〉 에스토니아 한식당 설립연도
169	〈표 II-182〉 좌석수별 에스토니아 한식당 규모
170	〈표 II-183〉 테이블수별 에스토니아 한식당 규모
171	〈표 II-184〉 에스토니아 한식당 주요 메뉴
172	〈표 II-185〉 에스토니아 한식당 메뉴의 가격
172	〈표 II-186〉 에스토니아 한식당 현지인 고객 비중
175	〈표 II-187〉 영국 지역별 한식당 분포
176	〈표 II-188〉 영국 한식당 소재지 분포(상권기준)
176	〈표 II-189〉 영국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
177	〈표 II-190〉 영국 한식당 노출 미디어 종류
179	〈표 II-191〉 영국 한식당 미디어 노출 연도

180	〈표 II-192〉 영국 한식당 대표자 국적
181	〈표 II-193〉 영국 한식당 조리장 국적
182	〈표 II-194〉 영국 한식당 설립연도
183	〈표 II-195〉 좌석수별 영국 한식당 규모
184	〈표 II-196〉 테이블수별 영국 한식당 규모
185	〈표 II-197〉 영국 한식당 주요 메뉴
186	〈표 II-198〉 영국 한식당 메뉴의 가격
187	〈표 II-199〉 영국 한식당 현지인 고객 비중
189	〈표 II-200〉 오스트리아 지역별 한식당 분포
190	〈표 II-201〉 오스트리아 한식당 소재지 분포(상권기준)
190	〈표 II-202〉 오스트리아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
191	〈표 II-203〉 오스트리아 한식당 노출 미디어 종류
192	〈표 II-204〉 오스트리아 한식당 미디어 노출 연도
193	〈표 II-205〉 오스트리아 한식당 대표자 국적
193	〈표 II-206〉 오스트리아 한식당 조리장 국적
194	〈표 II-207〉 오스트리아 한식당 설립연도
195	〈표 II-208〉 좌석수별 오스트리아 한식당 규모
196	〈표 II-209〉 테이블수별 오스트리아 한식당 규모
197	〈표 II-210〉 오스트리아 한식당 주요 메뉴
198	〈표 II-211〉 오스트리아 한식당 메뉴의 가격
198	〈표 II-212〉 오스트리아 한식당 현지인 고객 비중
201	〈표 II-213〉 우즈베키스탄 지역별 한식당 분포
201	〈표 II-214〉 우즈베키스탄 한식당 소재지 분포(상권기준)
201	〈표 II-215〉 우즈베키스탄 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
202	〈표 II-216〉 우즈베키스탄 한식당 노출 미디어 종류
202	〈표 II-217〉 우즈베키스탄 한식당 미디어 노출 연도
203	〈표 II-218〉 우즈베키스탄 한식당 대표자 국적
204	〈표 II-219〉 우즈베키스탄 한식당 조리장 국적
205	〈표 II-220〉 우즈베키스탄 한식당 설립연도
206	〈표 II-221〉 좌석수별 우즈베키스탄 한식당 규모
207	〈표 II-222〉 테이블수별 우즈베키스탄 한식당 규모
208	〈표 II-223〉 우즈베키스탄 한식당 주요 메뉴
210	〈표 II-224〉 우즈베키스탄 한식당 메뉴의 가격
210	〈표 II-225〉 우즈베키스탄 한식당 현지인 고객 비중
213	〈표 II-226〉 우크라이나 지역별 한식당 분포
213	〈표 II-227〉 우크라이나 한식당 소재지 분포(상권기준)
213	〈표 II-228〉 우크라이나 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
214	〈표 II-229〉 우크라이나 한식당 노출 미디어 종류
214	〈표 II-230〉 우크라이나 한식당 미디어 노출 연도
216	〈표 II-231〉 우크라이나 한식당 대표자 국적
216	〈표 II-232〉 우크라이나 한식당 조리장 국적

217	〈표 II-233〉 우크라이나 한식당 설립연도
218	〈표 II-234〉 우크라이나 한식당 규모
218	〈표 II-235〉 테이블수별 우크라이나 한식당 규모
219	〈표 II-236〉 우크라이나 한식당 주요 메뉴
220	〈표 II-237〉 우크라이나 한식당 메뉴의 가격
221	〈표 II-238〉 우크라이나 한식당 현지인 고객 비중
223	〈표 II-239〉 이탈리아 지역별 한식당 분포
223	〈표 II-240〉 이탈리아 한식당 소재지 분포(상권기준)
224	〈표 II-241〉 이탈리아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
225	〈표 II-242〉 이탈리아 한식당 노출 미디어 종류
226	〈표 II-243〉 이탈리아 한식당 미디어 노출 연도
227	〈표 II-244〉 이탈리아 한식당 대표자 국적
228	〈표 II-245〉 이탈리아 한식당 조리장 국적
229	〈표 II-246〉 이탈리아 한식당 설립연도
230	〈표 II-247〉 좌석수별 이탈리아 한식당 규모
231	〈표 II-248〉 테이블수별 이탈리아 한식당 규모
232	〈표 II-249〉 이탈리아 한식당 주요 메뉴
234	〈표 II-250〉 이탈리아 한식당 메뉴의 가격
235	〈표 II-251〉 이탈리아 한식당 현지인 고객 비중
237	〈표 II-252〉 체코 지역별 한식당 분포
238	〈표 II-253〉 체코 한식당 소재지 분포(상권기준)
238	〈표 II-254〉 체코 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
239	〈표 II-255〉 체코 한식당 노출 미디어 종류
240	〈표 II-256〉 체코 한식당 미디어 노출 연도
242	〈표 II-257〉 체코 한식당 대표자 국적
242	〈표 II-258〉 체코 한식당 조리장 국적
242	〈표 II-259〉 체코 한식당 설립연도
244	〈표 II-260〉 좌석수별 체코 한식당 규모
244	〈표 II-261〉 테이블수별 체코 한식당 규모
245	〈표 II-262〉 체코 한식당 주요 메뉴
247	〈표 II-263〉 체코 한식당 메뉴의 가격
247	〈표 II-264〉 체코 한식당 현지인 고객 비중
250	〈표 II-265〉 카자흐스탄 지역별 한식당 분포
251	〈표 II-266〉 카자흐스탄 한식당 소재지 분포(상권기준)
251	〈표 II-267〉 카자흐스탄 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
252	〈표 II-268〉 카자흐스탄 한식당 노출 미디어 종류
253	〈표 II-269〉 카자흐스탄 한식당 미디어 노출 연도
255	〈표 II-270〉 카자흐스탄 한식당 대표자 국적
255	〈표 II-271〉 카자흐스탄 한식당 조리장 국적
256	〈표 II-272〉 카자흐스탄 한식당 설립연도
257	〈표 II-273〉 좌석수별 카자흐스탄 한식당 규모

258	〈표 II-274〉 테이블수별 카자흐스탄 한식당 규모
259	〈표 II-275〉 카자흐스탄 한식당 주요 메뉴
260	〈표 II-276〉 카자흐스탄 한식당 메뉴의 가격
261	〈표 II-277〉 카자흐스탄 한식당 현지인 고객 비중
263	〈표 II-278〉 터키 지역별 한식당 분포
263	〈표 II-279〉 터키 한식당 소재지 분포(상권기준)
264	〈표 II-280〉 터키 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
264	〈표 II-281〉 터키 한식당 노출 미디어 종류
265	〈표 II-282〉 터키 한식당 미디어 노출 연도
266	〈표 II-283〉 터키 한식당 대표자 국적
266	〈표 II-284〉 터키 한식당 조리장 국적
267	〈표 II-285〉 터키 한식당 설립연도
268	〈표 II-286〉 좌석수별 터키 한식당 규모
269	〈표 II-287〉 테이블수별 터키 한식당 규모
270	〈표 II-288〉 터키 한식당 주요 메뉴
272	〈표 II-289〉 터키 한식당 메뉴의 가격
272	〈표 II-290〉 터키 한식당 현지인 고객 비중
275	〈표 II-291〉 폴란드 지역별 한식당 분포
276	〈표 II-292〉 폴란드 한식당 소재지 분포(상권기준)
276	〈표 II-293〉 폴란드 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
277	〈표 II-294〉 폴란드 한식당 노출 미디어 종류
277	〈표 II-295〉 폴란드 한식당 대표자 국적
277	〈표 II-296〉 폴란드 한식당 조리장 국적
278	〈표 II-297〉 폴란드 한식당 설립연도
279	〈표 II-298〉 좌석수별 폴란드 한식당 규모
280	〈표 II-299〉 테이블수별 폴란드 한식당 규모
281	〈표 II-300〉 폴란드 한식당 주요 메뉴
282	〈표 II-301〉 폴란드 한식당 메뉴의 가격
283	〈표 II-302〉 폴란드 한식당 현지인 고객 비중
286	〈표 II-303〉 프랑스 지역별 한식당 분포
287	〈표 II-304〉 프랑스 한식당 소재지 분포(상권기준)
287	〈표 II-305〉 프랑스 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
288	〈표 II-306〉 프랑스 한식당 노출 미디어 종류
290	〈표 II-307〉 프랑스 한식당 미디어 노출 연도
292	〈표 II-308〉 프랑스 한식당 대표자 국적
292	〈표 II-309〉 프랑스 한식당 조리장 국적
293	〈표 II-310〉 프랑스 한식당 설립연도
294	〈표 II-311〉 좌석수별 프랑스 한식당 규모
295	〈표 II-312〉 테이블수별 프랑스 한식당 규모
296	〈표 II-313〉 프랑스 한식당 주요 메뉴
298	〈표 II-314〉 프랑스 한식당 메뉴의 가격

299	〈표 II-315〉 프랑스 한식당 현지인 고객 비중
301	〈표 II-316〉 핀란드 지역별 한식당 분포
301	〈표 II-317〉 핀란드 한식당 소재지 분포(상권기준)
301	〈표 II-318〉 핀란드 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
302	〈표 II-319〉 핀란드 한식당 노출 미디어 종류
302	〈표 II-320〉 핀란드 한식당 대표자 국적
302	〈표 II-321〉 핀란드 한식당 조리장 국적
302	〈표 II-322〉 핀란드 한식당 설립연도
303	〈표 II-333〉 좌석수별 핀란드 한식당 규모
303	〈표 II-334〉 테이블수별 핀란드 한식당 규모
303	〈표 II-325〉 핀란드 한식당 주요 메뉴
304	〈표 II-326〉 핀란드 한식당 메뉴의 가격
305	〈표 II-327〉 핀란드 한식당 현지인 고객 비중
307	〈표 II-328〉 헝가리 지역별 한식당 분포
307	〈표 II-329〉 헝가리 한식당 소재지 분포(상권기준)
308	〈표 II-330〉 헝가리 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
308	〈표 II-331〉 헝가리 한식당 노출 미디어 종류
308	〈표 II-332〉 헝가리 한식당 대표자 국적
309	〈표 II-333〉 헝가리 한식당 조리장 국적
309	〈표 II-334〉 헝가리 한식당 설립연도
310	〈표 II-335〉 좌석수별 헝가리 한식당 규모
310	〈표 II-336〉 테이블수별 헝가리 한식당 규모
311	〈표 II-337〉 헝가리 한식당 주요 메뉴
312	〈표 II-338〉 헝가리 한식당 메뉴의 가격
313	〈표 II-339〉 헝가리 한식당 현지인 고객 비중
316	〈표 III-1〉 과테말라 지역별 한식당 분포
316	〈표 III-2〉 과테말라 한식당 소재지 분포(상권기준)
317	〈표 III-3〉 과테말라 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
318	〈표 III-4〉 과테말라 한식당 노출 미디어 종류
318	〈표 III-5〉 과테말라 한식당 대표자 국적
319	〈표 III-6〉 과테말라 한식당 조리장 국적
320	〈표 III-7〉 과테말라 한식당 설립연도
321	〈표 III-8〉 좌석수별 과테말라 한식당 규모
322	〈표 III-9〉 테이블수별 과테말라 한식당 규모
323	〈표 III-10〉 과테말라 한식당 주요 메뉴
324	〈표 III-11〉 과테말라 한식당 메뉴의 가격
325	〈표 III-12〉 과테말라 한식당 현지인 고객 비중
327	〈표 III-13〉 도미니카 공화국 지역별 한식당 분포
327	〈표 III-14〉 도미니카 공화국 한식당 소재지 분포(상권기준)
327	〈표 III-15〉 도미니카 공화국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
328	〈표 III-16〉 도미니카 공화국 한식당 노출 미디어 종류

329	〈표 III-17〉 도미니카 공화국 한식당 미디어 노출 연도
330	〈표 III-18〉 도미니카 공화국 한식당 대표자 국적
330	〈표 III-19〉 도미니카 공화국 한식당 조리장 국적
330	〈표 III-20〉 도미니카 공화국 한식당 설립연도
331	〈표 III-21〉 좌석수별 도미니카 공화국 한식당 규모
332	〈표 III-22〉 테이블수별 도미니카 공화국 한식당 규모
333	〈표 III-23〉 도미니카 공화국 한식당 주요 메뉴
334	〈표 III-24〉 도미니카 공화국 한식당 메뉴의 가격
334	〈표 III-25〉 도미니카 공화국 한식당 현지인 고객 비중
338	〈표 III-26〉 멕시코 지역별 한식당 분포
339	〈표 III-27〉 멕시코 한식당 소재지 분포(상권기준)
340	〈표 III-28〉 멕시코 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
341	〈표 III-29〉 멕시코 한식당 노출 미디어 종류
342	〈표 III-30〉 멕시코 한식당 미디어 노출 연도
343	〈표 III-31〉 멕시코 한식당 대표자 국적
344	〈표 III-32〉 멕시코 한식당 조리장 국적
345	〈표 III-33〉 멕시코 한식당 설립연도
346	〈표 III-34〉 좌석수별 멕시코 한식당 규모
347	〈표 III-35〉 좌석수별 멕시코 한식당 규모
348	〈표 III-36〉 멕시코 한식당 주요 메뉴
349	〈표 III-37〉 멕시코 한식당 메뉴의 가격
350	〈표 III-38〉 멕시코 한식당 현지인 고객 비중
353	〈표 III-39〉 미국 지역별 한식당 분포
354	〈표 III-40〉 미국 기타 지역별 한식당 분포
355	〈표 III-41〉 미국 한식당 소재지 분포(상권기준)
356	〈표 III-42〉 미국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
357	〈표 III-43〉 미국 한식당 노출 미디어 종류
358	〈표 III-44〉 미국 한식당 미디어 노출 연도
360	〈표 III-45〉 미국 한식당 대표자 국적
361	〈표 III-46〉 미국 한식당 조리장 국적
362	〈표 III-47〉 미국 한식당 설립연도
363	〈표 III-48〉 좌석수별 미국 한식당 규모
364	〈표 III-49〉 테이블수별 미국 한식당 규모
365	〈표 III-50〉 미국 한식당 주요 메뉴
367	〈표 III-51〉 미국 한식당 메뉴의 가격
368	〈표 III-52〉 미국 한식당 현지인 고객 비중
371	〈표 III-53〉 캐나다 지역별 한식당 분포
372	〈표 III-54〉 캐나다 한식당 소재지 분포(상권기준)
373	〈표 III-55〉 캐나다 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
374	〈표 III-56〉 캐나다 한식당 노출 미디어 종류
375	〈표 III-57〉 캐나다 한식당 미디어 노출 연도

377	〈표 III-58〉 캐나다 한식당 대표자 국적
378	〈표 III-59〉 캐나다 한식당 조리장 국적
379	〈표 III-60〉 캐나다 한식당 설립연도
380	〈표 III-61〉 좌석수별 캐나다 한식당 규모
381	〈표 III-62〉 테이블수별 캐나다 한식당 규모
382	〈표 III-63〉 캐나다 한식당 주요 메뉴
383	〈표 III-64〉 캐나다 한식당 메뉴의 가격
384	〈표 III-65〉 캐나다 한식당 현지인 고객 비중
386	〈표 III-66〉 파나마 지역별 한식당 분포
386	〈표 III-67〉 파나마 한식당 소재지 분포(상권기준)
386	〈표 III-68〉 파나마 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
387	〈표 III-69〉 파나마 한식당 노출 미디어 종류
387	〈표 III-70〉 파나마 한식당 대표자 국적
387	〈표 III-71〉 파나마 한식당 조리장 국적
388	〈표 III-72〉 파나마 한식당 설립연도
389	〈표 III-73〉 좌석수별 파나마 한식당 규모
389	〈표 III-74〉 테이블수별 파나마 한식당 규모
390	〈표 III-75〉 파나마 한식당 주요 메뉴
391	〈표 III-76〉 파나마 한식당 메뉴의 가격
391	〈표 III-77〉 파나마 한식당 현지인 고객 비중
394	〈표 IV-1〉 베네수엘라 지역별 한식당 분포
394	〈표 IV-2〉 베네수엘라 한식당 분포(상권기준)
394	〈표 IV-3〉 베네수엘라 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
395	〈표 IV-4〉 베네수엘라 한식당 노출 미디어 종류
395	〈표 IV-5〉 베네수엘라 한식당 노출 미디어 노출 연도
395	〈표 IV-6〉 베네수엘라 한식당 대표자 국적
396	〈표 IV-7〉 베네수엘라 한식당 조리장 국적
396	〈표 IV-8〉 베네수엘라 한식당 설립연도
396	〈표 IV-9〉 좌석수별 베네수엘라 한식당 규모
396	〈표 IV-10〉 테이블수별 베네수엘라 한식당 규모
397	〈표 IV-11〉 베네수엘라 한식당 주요 메뉴
397	〈표 IV-12〉 베네수엘라 한식당 메뉴의 가격
397	〈표 IV-13〉 베네수엘라 한식당 현지인 고객 비중
399	〈표 IV-14〉 볼리비아 지역별 한식당 분포
399	〈표 IV-15〉 볼리비아 한식당 분포(상권기준)
400	〈표 IV-16〉 볼리비아 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
400	〈표 IV-17〉 볼리비아 한식당 노출 미디어 종류
400	〈표 IV-18〉 볼리비아 한식당 대표자 국적
400	〈표 IV-19〉 볼리비아 한식당 조리장 국적
401	〈표 IV-20〉 볼리비아 한식당 설립연도
402	〈표 IV-21〉 좌석수별 볼리비아 한식당 규모

403	〈표 IV-22〉 테이블수별 볼리비아 한식당 규모
404	〈표 IV-23〉 볼리비아 한식당 주요 메뉴
405	〈표 IV-24〉 볼리비아 한식당 메뉴의 가격
405	〈표 IV-25〉 볼리비아 한식당 현지인 고객 비중
407	〈표 IV-26〉 브라질 지역별 한식당 분포
407	〈표 IV-27〉 브라질 한식당 분포(상권기준)
408	〈표 IV-28〉 브라질 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
409	〈표 IV-29〉 브라질 한식당 노출 미디어 종류
410	〈표 IV-30〉 브라질 한식당 노출 미디어 노출 연도
411	〈표 IV-31〉 브라질 한식당 대표자 국적
412	〈표 IV-32〉 브라질 한식당 조리자 국적
413	〈표 IV-33〉 브라질 한식당 설립연도
414	〈표 IV-34〉 좌석수별 브라질 한식당 규모
415	〈표 IV-35〉 테이블수별 브라질 한식당 규모
416	〈표 IV-36〉 브라질 한식당 주요 메뉴
417	〈표 IV-37〉 브라질 한식당 메뉴의 가격
417	〈표 IV-38〉 브라질 한식당 현지인 고객 비중
419	〈표 IV-39〉 수리남 지역별 한식당 분포
419	〈표 IV-40〉 수리남 한식당 분포(상권기준)
419	〈표 IV-41〉 수리남 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
420	〈표 IV-42〉 수리남 한식당 노출 미디어 종류
420	〈표 IV-43〉 수리남 한식당 노출 미디어 노출 연도
421	〈표 IV-44〉 수리남 한식당 대표자 국적
422	〈표 IV-45〉 수리남 한식당 조리장 국적
423	〈표 IV-46〉 수리남 한식당 설립연도
424	〈표 IV-47〉 좌석수별 수리남 한식당 규모
424	〈표 IV-48〉 테이블수별 수리남 한식당 규모
425	〈표 IV-49〉 수리남 한식당 주요 메뉴
425	〈표 IV-50〉 수리남 한식당 메뉴의 가격
426	〈표 IV-51〉 수리남 한식당 현지인 고객 비중
428	〈표 IV-52〉 아르헨티나 지역별 한식당 분포
428	〈표 IV-53〉 아르헨티나 한식당 분포(상권기준)
429	〈표 IV-54〉 아르헨티나 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
430	〈표 IV-55〉 아르헨티나 한식당 대표자 국적
431	〈표 IV-56〉 아르헨티나 한식당 조리장 국적
432	〈표 IV-57〉 아르헨티나 한식당 설립연도
433	〈표 IV-58〉 좌석수별 아르헨티나 한식당 규모
434	〈표 IV-59〉 테이블수별 아르헨티나 한식당 규모
435	〈표 IV-60〉 아르헨티나 한식당 주요 메뉴
436	〈표 IV-61〉 아르헨티나 한식당 메뉴의 가격
436	〈표 IV-62〉 아르헨티나 한식당 현지인 고객 비중

439	〈표 IV-63〉 에콰도르 지역별 한식당 분포
439	〈표 IV-64〉 에콰도르 한식당 분포(상권기준)
440	〈표 IV-65〉 에콰도르 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
440	〈표 IV-66〉 에콰도르 한식당 노출 미디어 종류
440	〈표 IV-67〉 에콰도르 한식당 대표자 국적
440	〈표 IV-68〉 에콰도르 한식당 조리장 국적
441	〈표 IV-69〉 에콰도르 한식당 설립연도
442	〈표 IV-70〉 좌석수별 에콰도르 한식당 규모
442	〈표 IV-71〉 테이블수별 에콰도르 한식당 규모
442	〈표 IV-72〉 에콰도르 한식당 주요 메뉴
443	〈표 IV-73〉 에콰도르 한식당 메뉴의 가격
444	〈표 IV-74〉 에콰도르 한식당 현지인 고객 비중
446	〈표 IV-75〉 칠레 지역별 한식당 분포
446	〈표 IV-76〉 칠레 한식당 분포(상권기준)
447	〈표 IV-77〉 칠레 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
448	〈표 IV-78〉 칠레 한식당 노출 미디어 종류
449	〈표 IV-79〉 칠레 한식당 노출 미디어 노출 연도
450	〈표 IV-80〉 칠레 한식당 대표자 국적
450	〈표 IV-81〉 칠레 한식당 조리장 국적
451	〈표 IV-82〉 칠레 한식당 설립연도
452	〈표 IV-83〉 좌석수별 칠레 한식당 규모
453	〈표 IV-84〉 테이블수별 칠레 한식당 규모
454	〈표 IV-85〉 칠레 한식당 주요 메뉴
455	〈표 IV-86〉 칠레 한식당 메뉴의 가격
455	〈표 IV-87〉 칠레 한식당 현지인 고객 비중
458	〈표 IV-88〉 콜롬비아 지역별 한식당 분포
458	〈표 IV-89〉 콜롬비아 한식당 분포(상권기준)
458	〈표 IV-90〉 콜롬비아 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
458	〈표 IV-91〉 콜롬비아 한식당 노출 미디어 종류
459	〈표 IV-92〉 콜롬비아 한식당 대표자 국적
459	〈표 IV-93〉 콜롬비아 한식당 조리장 국적
460	〈표 IV-94〉 콜롬비아 한식당 설립연도
460	〈표 IV-95〉 좌석수별 콜롬비아 한식당 규모
461	〈표 IV-96〉 테이블수별 콜롬비아 한식당 규모
462	〈표 IV-97〉 콜롬비아 한식당 주요 메뉴
463	〈표 IV-98〉 콜롬비아 한식당 메뉴의 가격
463	〈표 IV-99〉 콜롬비아 한식당 현지인 고객 비중
465	〈표 IV-100〉 트리니다드토바고 지역별 한식당 분포
465	〈표 IV-101〉 트리니다드토바고 한식당 분포(상권기준)
465	〈표 IV-102〉 트리니다드토바고 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
465	〈표 IV-103〉 트리니다드토바고 한식당 노출 미디어 종류

466	〈표 IV-104〉 트리니다드토바고 한식당 대표자 국적
466	〈표 IV-105〉 트리니다드토바고 한식당 조리장 국적
466	〈표 IV-106〉 트리니다드토바고 한식당 설립연도
467	〈표 IV-107〉 좌석수별 트리니다드토바고 한식당 규모
468	〈표 IV-108〉 테이블수별 트리니다드토바고 한식당 규모
468	〈표 IV-109〉 트리니다드토바고 한식당 주요 메뉴
468	〈표 IV-110〉 트리니다드토바고 한식당 메뉴의 가격
469	〈표 IV-111〉 트리니다드토바고 한식당 현지인 고객 비중
471	〈표 IV-112〉 페루 지역별 한식당 분포
472	〈표 IV-113〉 페루 한식당 분포(상권기준)
472	〈표 IV-114〉 페루 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)
473	〈표 IV-115〉 페루 한식당 노출 미디어 종류
473	〈표 IV-116〉 페루 한식당 노출 미디어 노출 연도
474	〈표 IV-117〉 페루 한식당 대표자 국적
474	〈표 IV-118〉 페루 한식당 조리장 국적
475	〈표 IV-119〉 페루 한식당 설립연도
476	〈표 IV-120〉 좌석수별 페루 한식당 규모
477	〈표 IV-121〉 테이블수별 페루 한식당 규모
478	〈표 IV-122〉 페루 한식당 주요 메뉴
479	〈표 IV-123〉 페루 한식당 메뉴의 가격
479	〈표 IV-124〉 페루 한식당 현지인 고객 비중
484	〈표 V-1〉 한식세계화를 위한 연구 방향(예시적)

그림 목차

1	〈그림 I-1〉 세계식품규모('08)
1	〈그림 I-2〉 GDP 및 고용에서 차지하는 비율('07)
3	〈그림 I-3〉 한식당 현황 조사 프로젝트 개요
5	〈그림 I-4〉 과업수행 프레임워크
7	〈그림 I-5〉 국가별 조사매력도 점수 그룹핑
8	〈그림 I-6〉 해외무역관 조사 가이드라인
9	〈그림 I-7〉 해외무역관 전화조사 가이드라인(스크립트)
9	〈그림 I-8〉 해외무역관 데이터 기입 양식 예시
10	〈그림 I-9〉 본사 데스크 리서치 추진구조
11	〈그림 I-10〉 주요 Milestone
28	〈그림 II-1〉 그리스 지역별 한식당 분포
31	〈그림 II-2〉 좌석수별 그리스 한식당 규모
32	〈그림 II-3〉 그리스 한식당 주요 메뉴
35	〈그림 II-4〉 네덜란드 지역별 한식당 분포
36	〈그림 II-5〉 네덜란드 한식당 소재지 분포(상권기준)
37	〈그림 II-6〉 네덜란드 한식당 대표자 국적
38	〈그림 II-7〉 네덜란드 한식당 조리장 국적
39	〈그림 II-8〉 네덜란드 한식당 설립연도
40	〈그림 II-9〉 좌석수별 네덜란드 한식당 규모
41	〈그림 II-10〉 테이블수별 네덜란드 한식당 규모
42	〈그림 II-11〉 네덜란드 한식당 주요 메뉴
43	〈그림 II-12〉 네덜란드 한식당 현지인 고객 비중
48	〈그림 II-13〉 노르웨이 한식당 주요 메뉴
53	〈그림 II-14〉 덴마크 한식당 설립연도
54	〈그림 II-15〉 좌석수별 덴마크 한식당 규모
55	〈그림 II-16〉 테이블수별 덴마크 한식당 규모
56	〈그림 II-17〉 덴마크 한식당 주요 메뉴
60	〈그림 II-18〉 독일 지역별 한식당 분포
61	〈그림 II-19〉 독일 한식당 소재지 분포(상권기준)
62	〈그림 II-20〉 독일 한식당 노출 미디어 종류
63	〈그림 II-21〉 독일 한식당 미디어 노출 연도
64	〈그림 II-22〉 독일 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
65	〈그림 II-23〉 독일 한식당 대표자 국적
66	〈그림 II-24〉 독일 한식당 조리장 국적
67	〈그림 II-25〉 독일 한식당 설립연도
68	〈그림 II-26〉 좌석수별 독일 한식당 규모
69	〈그림 II-27〉 테이블수별 독일 한식당 규모
70	〈그림 II-28〉 독일 한식당 주요 메뉴
72	〈그림 II-29〉 독일 한식당 현지인 고객 비중

77	<그림 II-30> 라트비아 한식당 주요 메뉴
81	<그림 II-31> 러시아 지역별 한식당 분포
82	<그림 II-32> 러시아 한식당 소재지 분포(상권기준)
83	<그림 II-33> 러시아 한식당 노출 미디어 종류
84	<그림 II-34> 러시아 한식당 미디어 노출 연도
85	<그림 II-35> 러시아 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
86	<그림 II-36> 러시아 한식당 대표자 국적
87	<그림 II-37> 러시아 한식당 조리장 국적
88	<그림 II-38> 러시아 한식당 설립연도
89	<그림 II-39> 좌석수별 러시아 한식당 규모
90	<그림 II-40> 테이블수별 러시아 한식당 규모
91	<그림 II-41> 러시아 한식당 주요 메뉴
92	<그림 II-42> 러시아 한식당 현지인 고객 비중
96	<그림 II-43> 좌석수별 루마니아 한식당 규모
97	<그림 II-44> 테이블수별 루마니아 한식당 규모
98	<그림 II-45> 루마니아 한식당 주요 메뉴
99	<그림 II-46> 루마니아 한식당 현지인 고객 비중
101	<그림 II-47> 벨기에 지역별 한식당 분포
102	<그림 II-48> 벨기에 한식당 소재지 분포(상권기준)
104	<그림 II-49> 벨기에 한식당 설립연도
105	<그림 II-50> 좌석수별 벨기에 한식당 규모
106	<그림 II-51> 테이블수별 벨기에 한식당 규모
107	<그림 II-52> 벨기에 한식당 주요 메뉴
108	<그림 II-53> 벨기에 한식당 현지인 고객 비중
114	<그림 II-54> 불가리아 한식당 주요 메뉴
117	<그림 II-55> 스웨덴 지역별 한식당 분포
118	<그림 II-56> 스웨덴 한식당 소재지 분포(상권기준)
120	<그림 II-57> 스웨덴 한식당 조리장 국적
121	<그림 II-58> 스웨덴 한식당 설립연도
122	<그림 II-59> 좌석수별 스웨덴 한식당 규모
123	<그림 II-60> 테이블수별 스웨덴 한식당 규모
124	<그림 II-61> 스웨덴 한식당 주요 메뉴
125	<그림 II-62> 스웨덴 한식당 현지인 고객 비중
127	<그림 II-63> 스위스 지역별 한식당 분포
128	<그림 II-64> 스위스 한식당 소재지 분포(상권기준)
129	<그림 II-65> 스위스 한식당 노출 미디어 종류
130	<그림 II-66> 스위스 한식당 미디어 노출 연도
131	<그림 II-67> 스위스 한식당 대표자 국적
132	<그림 II-68> 스위스 한식당 조리장 국적
133	<그림 II-69> 스위스 한식당 설립연도
134	<그림 II-70> 좌석수별 스위스 한식당 규모

135	〈그림 II-71〉 테이블수별 스위스 한식당 규모
136	〈그림 II-72〉 스위스 한식당 주요 메뉴
137	〈그림 II-73〉 스위스 한식당 현지인 고객 비중
141	〈그림 II-74〉 스페인 지역별 한식당 분포
142	〈그림 II-75〉 스페인 한식당 소재지 분포(상권기준)
143	〈그림 II-76〉 스페인 한식당 노출 미디어 종류
144	〈그림 II-77〉 스페인 한식당 미디어 노출 연도
145	〈그림 II-78〉 스페인 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
146	〈그림 II-79〉 스페인 한식당 대표자 국적
147	〈그림 II-80〉 스페인 한식당 조리장 국적
148	〈그림 II-81〉 스페인 한식당 설립연도
149	〈그림 II-82〉 좌석수별 스페인 한식당 규모
150	〈그림 II-83〉 테이블수별 스페인 한식당 규모
151	〈그림 II-84〉 스페인 한식당 주요 메뉴
153	〈그림 II-85〉 스페인 한식당 현지인 고객 비중
155	〈그림 II-86〉 아제르바이잔 한식당 소재지 분포(상권기준)
156	〈그림 II-87〉 아제르바이잔 한식당 노출 미디어 종류
157	〈그림 II-88〉 아제르바이잔 한식당 미디어 노출 연도
158	〈그림 II-89〉 아제르바이잔 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
159	〈그림 II-90〉 아제르바이잔 한식당 대표자 국적
160	〈그림 II-91〉 아제르바이잔 한식당 조리장 국적
161	〈그림 II-92〉 아제르바이잔 한식당 설립연도
162	〈그림 II-93〉 좌석수별 아제르바이잔 한식당 규모
163	〈그림 II-94〉 테이블수별 아제르바이잔 한식당 규모
164	〈그림 II-95〉 아제르바이잔 한식당 주요 메뉴
165	〈그림 II-96〉 아제르바이잔 한식당 현지인 고객 비중
170	〈그림 II-97〉 좌석수별 에스토니아 한식당 규모
170	〈그림 II-98〉 테이블수별 에스토니아 한식당 규모
171	〈그림 II-99〉 에스토니아 한식당 주요 메뉴
175	〈그림 II-100〉 영국 지역별 한식당 분포
176	〈그림 II-101〉 영국 한식당 소재지 분포(상권기준)
177	〈그림 II-102〉 영국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
178	〈그림 II-103〉 영국 한식당 노출 미디어 종류
179	〈그림 II-104〉 영국 한식당 미디어 노출 연도
180	〈그림 II-105〉 영국 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
181	〈그림 II-106〉 영국 한식당 조리장 국적
182	〈그림 II-107〉 영국 한식당 설립연도
183	〈그림 II-108〉 좌석수별 영국 한식당 규모
184	〈그림 II-109〉 테이블수별 영국 한식당 규모
185	〈그림 II-110〉 영국 한식당 주요 메뉴
187	〈그림 II-111〉 영국 한식당 현지인 고객 비중

189	<그림 II-112> 오스트리아 지역별 한식당 분포
190	<그림 II-113> 오스트리아 한식당 소재지 분포(상권기준)
191	<그림 II-114> 오스트리아 한식당 노출 미디어 종류
192	<그림 II-115> 오스트리아 한식당 미디어 노출 연도
193	<그림 II-116> 오스트리아 한식당 조리장 국적
194	<그림 II-117> 오스트리아 한식당 설립연도
195	<그림 II-118> 좌석수별 오스트리아 한식당 규모
196	<그림 II-119> 테이블수별 오스트리아 한식당 규모
197	<그림 II-120> 오스트리아 한식당 주요 메뉴
198	<그림 II-121> 오스트리아 한식당 현지인 고객 비중
202	<그림 II-122> 우즈베키스탄 한식당 노출 미디어 종류
203	<그림 II-123> 우즈베키스탄 한식당 미디어 노출 연도
204	<그림 II-124> 우즈베키스탄 한식당 대표자 국적
205	<그림 II-125> 우즈베키스탄 한식당 조리장 국적
206	<그림 II-126> 우즈베키스탄 한식당 설립연도
207	<그림 II-127> 좌석수별 우즈베키스탄 한식당 규모
208	<그림 II-128> 테이블수별 우즈베키스탄 한식당 규모
209	<그림 II-129> 우즈베키스탄 한식당 주요 메뉴
211	<그림 II-130> 우즈베키스탄 한식당 현지인 고객 비중
214	<그림 II-131> 우크라이나 한식당 노출 미디어 종류
215	<그림 II-132> 우크라이나 한식당 미디어 노출 연도
215	<그림 II-133> 우크라이나 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
216	<그림 II-134> 우크라이나 한식당 대표자 국적
217	<그림 II-135> 우크라이나 한식당 조리장 국적
218	<그림 II-136> 좌석수별 우크라이나 한식당 규모
219	<그림 II-137> 테이블수별 우크라이나 한식당 규모
220	<그림 II-138> 우크라이나 한식당 주요 메뉴
221	<그림 II-139> 우크라이나 한식당 현지인 고객 비중
223	<그림 II-140> 이탈리아 지역별 한식당 분포
224	<그림 II-141> 이탈리아 한식당 소재지 분포(상권기준)
225	<그림 II-142> 이탈리아 한식당 노출 미디어 종류
226	<그림 II-143> 이탈리아 한식당 미디어 노출 연도
227	<그림 II-144> 이탈리아 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
228	<그림 II-145> 이탈리아 한식당 대표자 국적
229	<그림 II-146> 이탈리아 한식당 조리장 국적
230	<그림 II-147> 이탈리아 한식당 설립연도
231	<그림 II-148> 좌석수별 이탈리아 한식당 규모
232	<그림 II-149> 테이블수별 이탈리아 한식당 규모
233	<그림 II-150> 이탈리아 한식당 주요 메뉴
235	<그림 II-151> 이탈리아 한식당 현지인 고객 비중
237	<그림 II-152> 체코 지역별 한식당 분포

238	<그림 II-153> 체코 한식당 소재지 분포(상권기준)
239	<그림 II-154> 체코 한식당 노출 미디어 종류
240	<그림 II-155> 체코 한식당 미디어 노출 연도
241	<그림 II-156> 체코 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
243	<그림 II-157> 체코 한식당 설립연도
244	<그림 II-158> 좌석수별 체코 한식당 규모
245	<그림 II-159> 테이블수별 체코 한식당 규모
246	<그림 II-160> 체코 한식당 주요 메뉴
248	<그림 II-161> 체코 한식당 현지인 고객 비중
250	<그림 II-162> 카자흐스탄 지역별 한식당 분포
251	<그림 II-163> 카자흐스탄 한식당 소재지 분포(상권기준)
252	<그림 II-164> 카자흐스탄 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
253	<그림 II-165> 카자흐스탄 한식당 노출 미디어 종류
254	<그림 II-166> 카자흐스탄 한식당 미디어 노출 연도
254	<그림 II-167> 카자흐스탄 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
255	<그림 II-168> 카자흐스탄 한식당 대표자 국적
256	<그림 II-169> 카자흐스탄 한식당 조리장 국적
257	<그림 II-170> 카자흐스탄 한식당 설립연도
258	<그림 II-171> 좌석수별 카자흐스탄 한식당 규모
259	<그림 II-172> 테이블수별 카자흐스탄 한식당 규모
260	<그림 II-173> 카자흐스탄 한식당 주요 메뉴
261	<그림 II-174> 카자흐스탄 한식당 현지인 고객 비중
263	<그림 II-175> 터키 한식당 소재지 분포(상권기준)
264	<그림 II-176> 터키 한식당 노출 미디어 종류
265	<그림 II-177> 터키 한식당 미디어 노출 연도
266	<그림 II-178> 터키 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
267	<그림 II-179> 터키 한식당 조리장 국적
268	<그림 II-180> 터키 한식당 설립연도
269	<그림 II-181> 좌석수별 터키 한식당 규모
270	<그림 II-182> 테이블수별 터키 한식당 규모
271	<그림 II-183> 터키 한식당 주요 메뉴
273	<그림 II-184> 터키 한식당 현지인 고객 비중
275	<그림 II-185> 폴란드 지역별 한식당 분포
276	<그림 II-186> 폴란드 한식당 소재지 분포(상권기준)
278	<그림 II-187> 폴란드 한식당 설립연도
279	<그림 II-188> 좌석수별 폴란드 한식당 규모
280	<그림 II-189> 테이블수별 폴란드 한식당 규모
281	<그림 II-190> 폴란드 한식당 주요 메뉴
283	<그림 II-191> 폴란드 한식당 현지인 고객 비중
286	<그림 II-192> 프랑스 지역별 한식당 분포
287	<그림 II-193> 프랑스 한식당 소재지 분포(상권기준)

288	<그림 II-194> 프랑스 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
289	<그림 II-195> 프랑스 한식당 노출 미디어 종류
290	<그림 II-196> 프랑스 한식당 미디어 노출 연도
291	<그림 II-197> 프랑스 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
292	<그림 II-198> 프랑스 한식당 대표자 국적
293	<그림 II-199> 프랑스 한식당 조리장 국적
294	<그림 II-200> 프랑스 한식당 설립연도
295	<그림 II-201> 좌석수별 프랑스 한식당 규모
296	<그림 II-202> 테이블수별 프랑스 한식당 규모
297	<그림 II-203> 프랑스 한식당 주요 메뉴
299	<그림 II-204> 프랑스 한식당 현지인 고객 비중
304	<그림 II-205> 핀란드 한식당 주요 메뉴
307	<그림 II-206> 헝가리 한식당 소재지 분포(상권기준)
309	<그림 II-207> 헝가리 한식당 설립연도
310	<그림 II-208> 좌석수별 헝가리 한식당 규모
311	<그림 II-209> 테이블수별 헝가리 한식당 규모
312	<그림 II-210> 헝가리 한식당 주요 메뉴
313	<그림 II-211> 헝가리 한식당 현지인 고객 비중
316	<그림 III-1> 과테말라 한식당 소재지 분포(상권기준)
317	<그림 III-2> 과테말라 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
318	<그림 III-3> 과테말라 한식당 대표자 국적
319	<그림 III-4> 과테말라 한식당 조리장 국적
320	<그림 III-5> 과테말라 한식당 설립연도
321	<그림 III-6> 좌석수별 과테말라 한식당 규모
322	<그림 III-7> 테이블수별 과테말라 한식당 규모
323	<그림 III-8> 과테말라 한식당 주요 메뉴
325	<그림 III-9> 과테말라 한식당 현지인 고객 비중
328	<그림 III-10> 도미니카 공화국 한식당 노출 미디어 종류
329	<그림 III-11> 도미니카 공화국 한식당 미디어 노출 연도
330	<그림 III-12> 도미니카 공화국 한식당 설립연도
331	<그림 III-13> 좌석수별 도미니카 공화국 한식당 규모
332	<그림 III-14> 테이블수별 도미니카 공화국 한식당 규모
333	<그림 III-15> 도미니카 공화국 한식당 주요 메뉴
335	<그림 III-16> 도미니카 공화국 한식당 현지인 고객 비중
338	<그림 III-17> 멕시코 지역별 한식당 분포
339	<그림 III-18> 멕시코 한식당 소재지 분포(상권기준)
340	<그림 III-19> 멕시코 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
341	<그림 III-20> 멕시코 한식당 노출 미디어 종류
342	<그림 III-21> 멕시코 한식당 미디어 노출 연도
343	<그림 III-22> 멕시코 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
344	<그림 III-23> 멕시코 한식당 조리장 국적

- 345 <그림 III-24> 멕시코 한식당 설립연도
- 346 <그림 III-25> 좌석수별 멕시코 한식당 규모
- 347 <그림 III-26> 테이블수별 멕시코 한식당 규모
- 348 <그림 III-27> 멕시코 한식당 주요 메뉴
- 350 <그림 III-28> 멕시코 한식당 현지인 고객 비중
- 353 <그림 III-29> 미국 지역별 한식당 분포
- 355 <그림 III-30> 미국 한식당 소재지 분포(상권기준)
- 356 <그림 III-31> 미국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
- 357 <그림 III-32> 미국 한식당 노출 미디어 종류
- 358 <그림 III-33> 미국 한식당 미디어 노출 연도
- 359 <그림 III-34> 미국 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
- 360 <그림 III-35> 미국 한식당 대표자 국적
- 361 <그림 III-36> 미국 한식당 조리장 국적
- 362 <그림 III-37> 미국 한식당 설립연도
- 363 <그림 III-38> 좌석수별 미국 한식당 규모
- 364 <그림 III-39> 테이블수별 미국 한식당 규모
- 365 <그림 III-40> 미국 한식당 주요 메뉴
- 368 <그림 III-41> 미국 한식당 현지인 고객 비중
- 371 <그림 III-42> 캐나다 지역별 한식당 분포
- 372 <그림 III-43> 캐나다 한식당 소재지 분포(상권기준)
- 373 <그림 III-44> 캐나다 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
- 374 <그림 III-45> 캐나다 한식당 노출 미디어 종류
- 375 <그림 III-46> 캐나다 한식당 미디어 노출 연도
- 376 <그림 III-47> 캐나다 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
- 377 <그림 III-48> 캐나다 한식당 대표자 국적
- 378 <그림 III-49> 캐나다 한식당 조리장 국적
- 379 <그림 III-50> 캐나다 한식당 설립연도
- 380 <그림 III-51> 좌석수별 캐나다 한식당 규모
- 381 <그림 III-52> 테이블수별 캐나다 한식당 규모
- 382 <그림 III-53> 캐나다 한식당 주요 메뉴
- 384 <그림 III-54> 캐나다 한식당 현지인 고객 비중
- 388 <그림 III-55> 파나마 한식당 설립연도
- 389 <그림 III-56> 좌석수별 파나마 한식당 규모
- 390 <그림 III-57> 파나마 한식당 주요 메뉴
- 391 <그림 III-58> 파나마 한식당 현지인 고객 비중
- 399 <그림 IV-1> 볼리비아 지역별 한식당 분포
- 401 <그림 IV-2> 볼리비아 한식당 설립연도
- 402 <그림 IV-3> 좌석수별 볼리비아 한식당 규모
- 403 <그림 IV-4> 테이블수별 볼리비아 한식당 규모
- 404 <그림 IV-5> 볼리비아 한식당 주요 메뉴
- 405 <그림 IV-6> 볼리비아 한식당 현지인 고객 비중

407	〈그림 IV-7〉 브라질 한식당 소재지 분포(상권기준)
408	〈그림 IV-8〉 브라질 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
409	〈그림 IV-9〉 브라질 한식당 노출 미디어 종류
410	〈그림 IV-10〉 브라질 한식당 노출 미디어 노출 연도
411	〈그림 IV-11〉 브라질 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류
412	〈그림 IV-12〉 브라질 한식당 조리장 국적
413	〈그림 IV-13〉 브라질 한식당 설립연도
414	〈그림 IV-14〉 좌석수별 브라질 한식당 규모
415	〈그림 IV-15〉 테이블수별 브라질 한식당 규모
416	〈그림 IV-16〉 브라질 한식당 주요 메뉴
417	〈그림 IV-17〉 브라질 한식당 현지인 고객 비중
420	〈그림 IV-18〉 수리남 한식당 노출 미디어 노출 연도
421	〈그림 IV-19〉 수리남 한식당 대표자 국적
422	〈그림 IV-20〉 수리남 한식당 조리장 국적
423	〈그림 IV-21〉 수리남 한식당 설립연도
424	〈그림 IV-22〉 좌석수별 수리남 한식당 규모
425	〈그림 IV-23〉 테이블수별 수리남 한식당 규모
428	〈그림 IV-24〉 아르헨티나 한식당 소재지 분포(상권기준)
429	〈그림 IV-25〉 아르헨티나 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
430	〈그림 IV-26〉 아르헨티나 한식당 대표자 국적
431	〈그림 IV-27〉 아르헨티나 한식당 노출 미디어 노출 연도
432	〈그림 IV-28〉 아르헨티나 한식당 설립연도
433	〈그림 IV-29〉 좌석수별 아르헨티나 한식당 규모
434	〈그림 IV-30〉 테이블수별 아르헨티나 한식당 규모
435	〈그림 IV-31〉 아르헨티나 한식당 주요 메뉴
437	〈그림 IV-32〉 아르헨티나 한식당 현지인 고객 비중
441	〈그림 IV-33〉 에콰도르 한식당 설립연도
443	〈그림 IV-34〉 에콰도르 한식당 주요 메뉴
444	〈그림 IV-35〉 에콰도르 한식당 현지인 고객 비중
446	〈그림 IV-36〉 칠레 한식당 소재지 분포(상권기준)
447	〈그림 IV-37〉 칠레 한식당 소재지 분포(한인타운기준)
448	〈그림 IV-38〉 칠레 한식당 노출 미디어 종류
449	〈그림 IV-39〉 칠레 한식당 미디어 노출 연도
451	〈그림 IV-40〉 칠레 한식당 설립연도
452	〈그림 IV-41〉 좌석수별 칠레 한식당 규모
453	〈그림 IV-42〉 테이블수별 칠레 한식당 규모
454	〈그림 IV-43〉 칠레 한식당 주요 메뉴
456	〈그림 IV-44〉 칠레 한식당 현지인 고객 비중
459	〈그림 IV-45〉 콜롬비아 한식당 노출 미디어 노출 연도
460	〈그림 IV-46〉 좌석수별 콜롬비아 한식당 규모
461	〈그림 IV-47〉 테이블수별 콜롬비아 한식당 규모

462	〈그림 IV-48〉 콜롬비아 한식당 주요 메뉴
463	〈그림 IV-49〉 콜롬비아 한식당 현지인 고객 비중
466	〈그림 IV-50〉 트리니다드토바고 한식당 설립연도
467	〈그림 IV-51〉 좌석수별 트리니다드토바고 한식당 규모
471	〈그림 IV-52〉 페루 지역별 한식당 분포
473	〈그림 IV-53〉 페루 한식당 노출 미디어 종류
474	〈그림 IV-54〉 페루 한식당 미디어 노출 연도
475	〈그림 IV-55〉 페루 한식당 설립연도
476	〈그림 IV-56〉 좌석수별 페루 한식당 규모
477	〈그림 IV-57〉 테이블수별 페루 한식당 규모
478	〈그림 IV-58〉 페루 한식당 주요 메뉴
480	〈그림 IV-59〉 페루 한식당 현지인 고객 비중
483	〈그림 V-1〉 한식당 현황 운영 시스템(안)



제 I 장

한식당 현황 조사 마스터 플랜

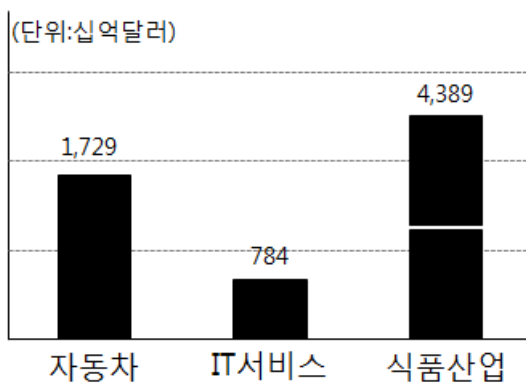
1. 프로젝트의 배경 및 목적
2. 프로젝트개요
3. 조사방법론
4. 조사 결과 총괄

1. 한식당 현황 조사 마스터플랜

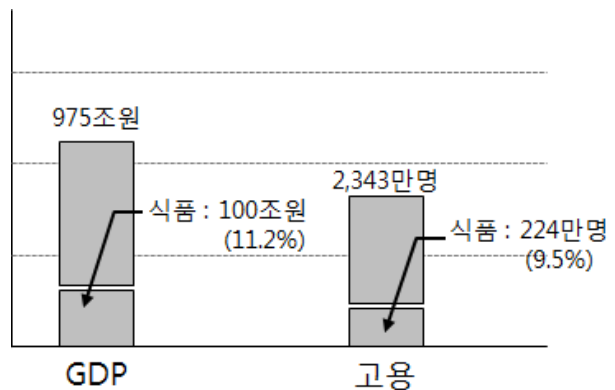
1. 프로젝트의 배경 및 목적

□ 한류 열풍에 따른 한식에 대한 세계적인 관심 고조

- 세계 식품시장은 자동차, IT 서비스 산업보다 규모가 크고, 문화, 의학, 유통산업 등 사회 전 분야로의 파급 경쟁력이 높음



〈그림 1-1〉 세계식품규모(2008)



〈그림 1-2〉 GDP 및 고용에서 차지하는 비율(2007)

* 출처 : Data Monitor, 한국은행, 통계청

- 특히, 최근 들어 K-Pop 등을 통한 신 한류가 확산되면서 한국기업 및 한식당에 대한 관심은 지속적으로 고조되고 있음
- 또한, 전 세계적으로 에스닉 푸드(Ethnic Food)에 대한 관심 고조, 유럽을 중심으로 불기 시작한 Slow Food 열풍 또한 한식에 대한 세계인의 관심을 더욱 높이고 있음
 - 한식은 식물성과 동물성의 식품비율이 8:2의 황금비율로 다양성, 균형성, 절제성을 골고루 갖춘 음식으로 세계보건기구(WHO)에 의해 영양적으로 균형을 갖춘 모범식으로 선정되었음
 - 이러한 한식의 특성은 세계 식품소비 트렌드와 잘 부합됨은 물론, 세계 시장에서의 한식산업의 성장 잠재력이 매우 크다는 것을 의미함
- 세계 식품시장에서 한식은 성장 및 발전 잠재력을 충분히 보유하고 있으므로 한식의 해외진출이 활발히 이루어지고 안정적으로 해당 시장에서 정착하여 경쟁력을 갖기 위한 다양한 연구가 필요한 시점임

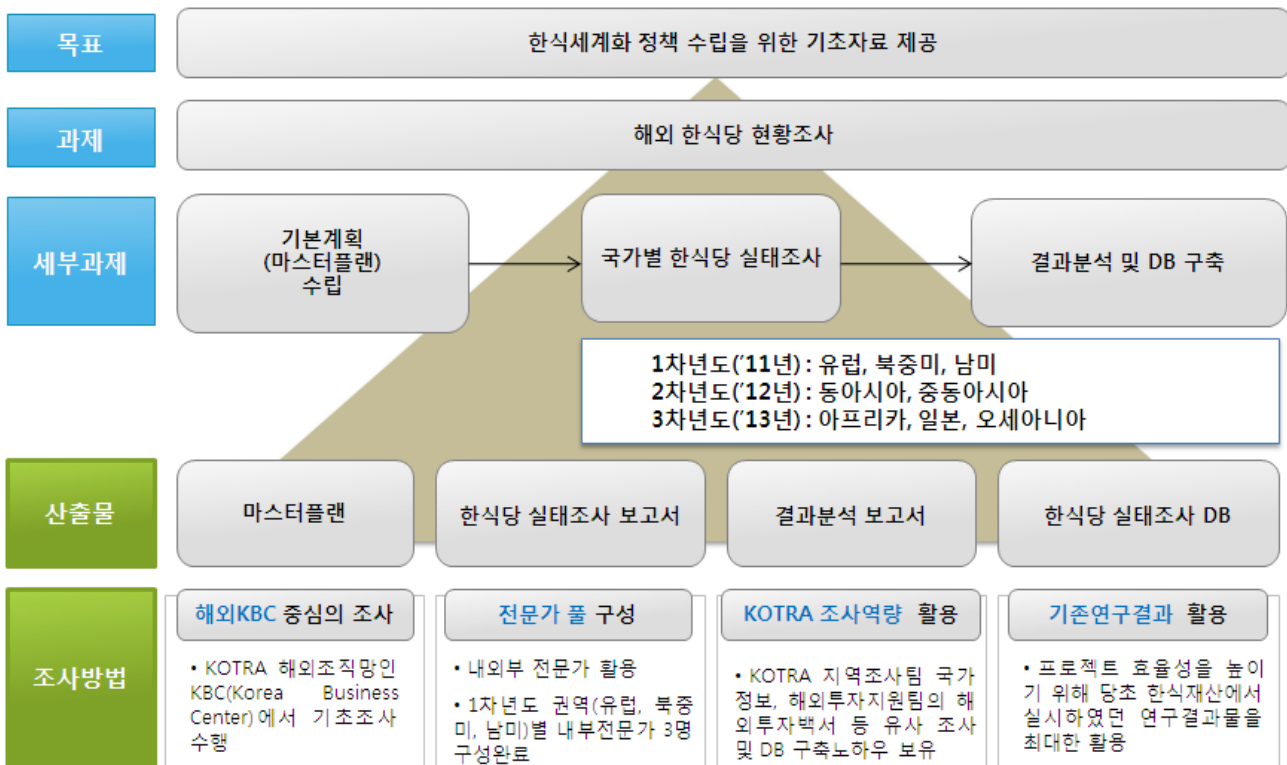
□ 한식당의 해외진출을 위한 기초 데이터의 부족

- 한식의 해외진출은 우리 문화의 해외진출이라는 중요한 부분임에도 불구하고, 비체계적이고 단편적인 전개로 인해 확장의 한계성에 봉착하고 있음
- 한류열풍이 중국 및 일본 등 아시아에 불기 시작한 10여년 전부터 국내 외식업체들과 민간 한식당의 해외진출은 본격적으로 시작된 바 있으나 큰 성과를 거두지 못한 것이 대부분임
 - 롯데리아의 경우 1998년에 베이징 등지에 매장을 개설하며 대대적인 중국시장 진출을 노렸음에도 불구하고 큰 성과 없이 철수하였으며, 고려당·놀부·송가네 식품 등도 영업부진으로 현지에서 한식당 사업을 전면 중단함
 - 이는 실질적인 자료의 부족으로 말미암아 현지상황에 대한 정확한 분석을 통한 현지인들의 특성과 수요를 맞추지 못한 것이 주요 원인 중의 하나로 분석됨
 - 반면, CJ 그룹의 경우 2005년부터 한식 세계화를 준비하여 2010년 비빔밥 전문점 '비비고'를 런칭하여 2011년 8월 국내 5개점과 미국, 중국, 싱가포르에 3개점을 운영 중에 있으며, 건강식 패스트푸드로 현지에서 인정을 받아 글로벌 브랜드로 안착했다는 평가를 받고 있음
 - 해당 한식당의 해외진출 성공원인을 살펴보면 철저하게 현지인의 입맛을 연구하고 메뉴 및 상권에 대한 분석을 통해 전략적으로 공략한 원인이라고 할 수 있음
- 이러한 전략을 수립하기 위해서는 세계 각국별로 한식당의 분포 및 운영 현황에 대한 자료가 가장 기초자료로 필요함에도 불구하고 아직까지 체계적으로 수집된 바는 없음
 - 특히, 외국조사의 경우 외국 정부기관으로부터 모집단 리스트를 입수하는 것이 불가능할 뿐만 아니라, 한국식당에 대한 리스트는 대부분의 국가에서 존재하지 않음
 - 따라서, 한식당의 마스터 DB를 구축하고 이를 해당 업계 종사자들에게 제공함으로써 향후 한식 세계화를 정책 및 전략 수립을 위한 기초 데이터로 활용하는 것이 필요함
 - 본 연구에서는 전 세계 한식당 조사를 위해 3개년 마스터플랜을 수립하고 1차년도 사업으로 유럽, 북중미 및 남미 지역의 한식당 현황을 조사함

2. 프로젝트 개요

□ 과업의 목적 및 범위

- 동 과업은 해외 각지에서 운영 중인 한식당 실태 및 현황 조사를 통해 한식세계화 정책수립을 위한 기초자료를 확보하는데 그 목적이 있음
- 동 과업은 크게 세 가지 단계를 거쳐 추진되었음
 - ①기본계획 수립 ②국가별 한식당 실태조사 ③결과분석 및 DB 구축이 그 단계임
- 과업은 3개년 사업으로 1차 년도에는 유럽, 북중미, 남미, 2차 년도에는 동아시아, 중동아시아, 3차 년도에는 아프리카, 일본, 오세아니아가 선정되었음
 - 당해 연도(1차년도)는 유럽, 북중미, 남미 권역에 소재한 총 93개국에 대해 사업을 수행하였으며, CIS 지역의 경우 경제권역 및 문화적 동질성을 감안하였을 때 유럽으로 포함하였음
(* 참고 : 외교통상부의 경우 CIS지역을 별도 구분하지 않고 유럽 지역에 포함)



〈그림 1-3〉 한식당 현황 조사 프로젝트 개요

- 과업 수행 후 산출물은 크게 4가지임
 - 마스터플랜 : 동 최종보고서에 포함되어 있음
 - 한식당 실태조사 보고서 : 실태조사 DB를 책으로 구성
 - 결과분석 보고서 : 동 최종보고서에 포함
 - 한식당 실태조사 DB : 엑셀파일 형태로 제공

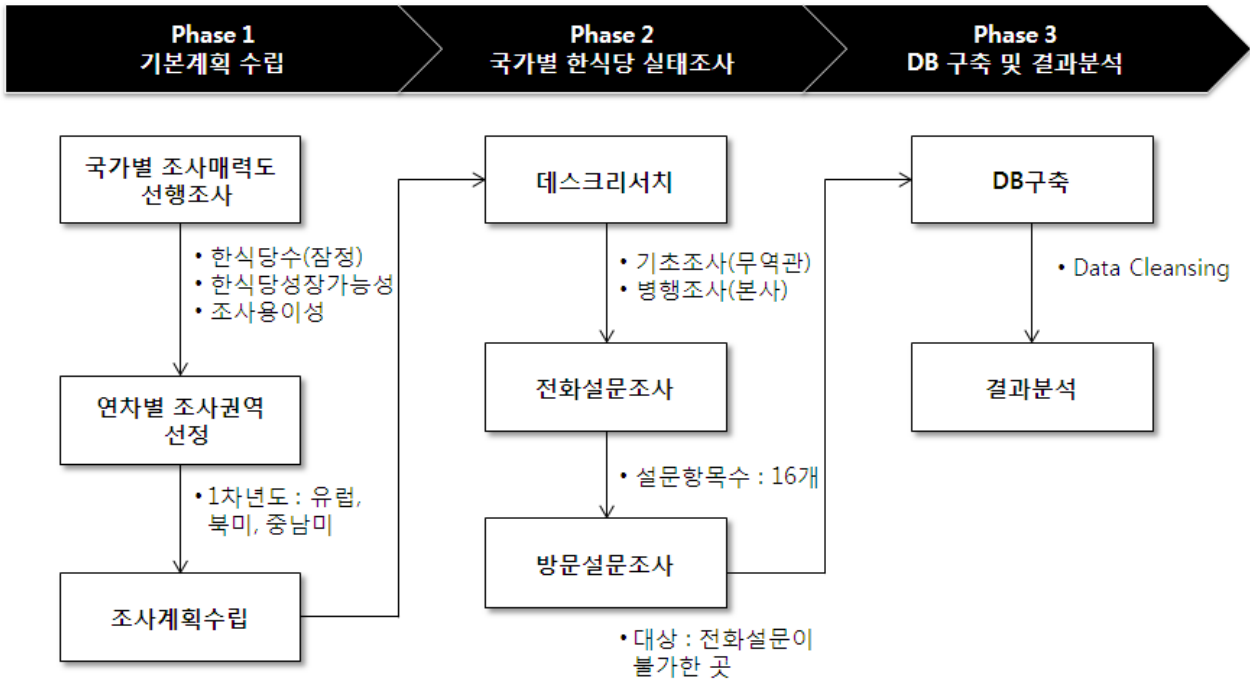
〈표 1-1〉 한식당현황 조사 1차년도 조사국가

권역구분	국가명	소계
유럽	독일, 프랑스, 모나코, 영국, 아일랜드, 스웨덴, 노르웨이, 아이슬란드, 덴마크, 그린란드, 네덜란드, 브뤼셀, 룩셈부르크, 이탈리아, 교황청, 산마리노, 몰타, 스위스, 리히텐슈타인, 스페인, 포르투갈, 안도라, 터키, 오스트리아, 그리스, 사이프러스, 알바니아, 핀란드, 에스토니아, 라트비아, 리투아니아, 헝가리, 폴란드, 체코, 슬로바키아, 루마니아, 크로아티아, 슬로베니아, 보스니아-헤르체고비나, 세르비아-몬테네그로, 불가리아, 마케도니아, 러시아, 아르메니아, 카렐리야 공화국, 우크라이나, 몰도바, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 아제르바이잔, 그루지아, 투르크메니스탄, 우즈베키스탄, 타지키스탄	54
북중미	미국(미국령포함), 캐나다, 멕시코, 벨리즈, 파나마, 코스타리카, 자메이카, 니카라과, 과테말라, 엘살바도르, 온두라스, 쿠바(카리브도서국포함), 도미니카 공화국, 도미니카연방, 아이티, 세인트키츠네비스, 안티구아바부다, 세인트루시아	18
남미	브라질, 페루, 볼리비아, 에콰도르, 콜롬비아, 아르헨티나, 파라과이, 우루과이, 칠레, 베네수엘라, 가이아나, 프렌치가이아나, 트리니다드토바고, 그라나다, 바베이도스, 수리남, 과달로프, 환란령안틸레스(아루바, 쿠라사오), 마르티니크, 세인트빈센트	21
합계		93

- 앞서 언급했듯이, 당해 연도 조사국은 총 93개국임
 - 유럽은 독일, 프랑스 등 54개국으로 러시아 및 CIS 권역도 포함하였음
 - 북중미는 미국, 캐나다 등 18개국이며,
 - 남미는 브라질 등 21개국으로 그 내역은 위 표를 참고바람

□ 과업수행 프레임워크

- 전체 과업수행 절차를 아래와 같이 세분화시켜 프레임워크를 작성하여 추진하였음



〈그림 1-4〉 과업수행 프레임워크

- 기본계획 수립(Phase 1) 부문은 실제 한식당 실태조사에 착수하기 전, 조사 국가를 선정하고 조사방법을 설정하는 단계임
 - KOTRA에서는 연차별 조사권역 선정 시 ①전 세계 한식당현황 ②한식당 성장가능성 ③실(實) 조사 착수 시 조사용이성 3가지 주제에 대하여 선행조사를 실시함
 - 3가지 주제는 ㉠한식당수 ㉡한식인지도 ㉢한류지수 ㉣소요경비 ㉤한인네트워크개수 등 측정이 용이한 지표로 바꾸어 조사함
 - 선행조사는 전 세계 KOTRA 무역관을 통해 이루어졌으며, 최종적으로 '국가별 조사매력도' 점수가 산출됨

〈표 1-2〉 조사주제, 측정지표 및 지표별 가중치

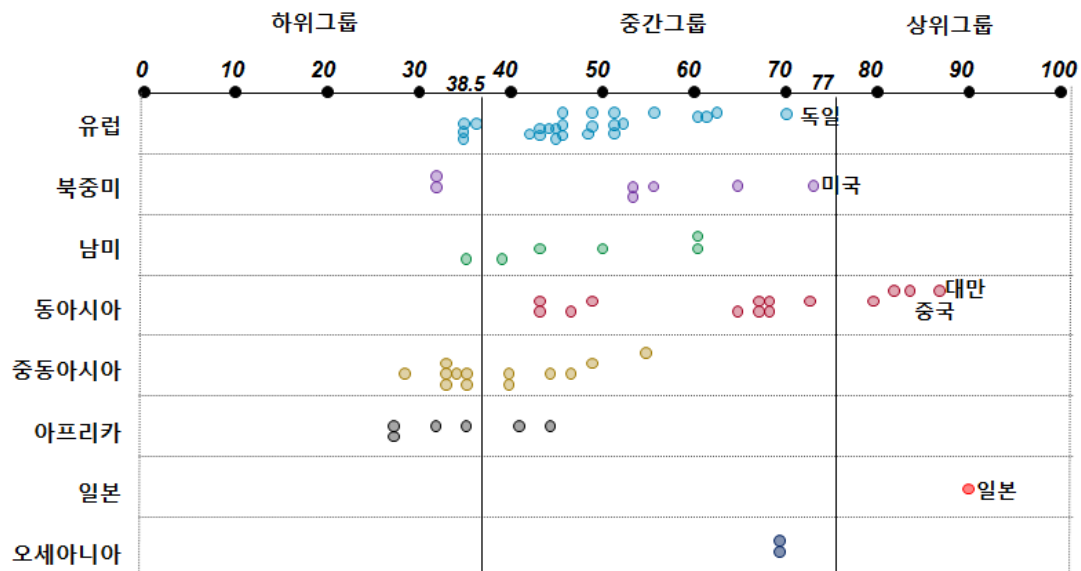
구분	지표명	지표별 가중치	평가기준	
한식당현황	한식당수	40	0~10개	10
			11~100개	20
			101~1000개	30
			1001개 이상	40
한식당 성장가능성	한식인지도	20	현지인들이 전혀 모름	0
			현지인들이 어느 정도 인지하고 있음	10
			현지인들에게 널리 인기가 있음	20
	한류지수	20	0점 (낮은 수준)	0
			1점	4
			2점	8
			3점	12
			4점	16
			5점(높은 수준)	20
			조사용이성	소요경비
1,001~2,000달러	12			
2,001~5,000달러	9			
5,001~10,000달러	6			
10,001달러 이상	3			
한인네트워크	5	0개		0
		1~2개		2.5
		3개 이상		5
합계		100		

- 평가기준에 따라 책정된 최종 점수는 아래와 같으며, 고득점 국가는 일본(88점), 대만(87점), 중국(83점), 미국(72.5점) 순으로 나타남

〈표 1-3〉 국가별 조사매력도 점수

권역구분	국가별 점수 (높은 점수순)
유럽	독일(70), 영국(63), 프랑스(62), 카자흐스탄(60), 헝가리(56), 체코(52.5), 스페인(52), 폴란드(52), 러시아(52), 벨기에(49.5), 루마니아(49.5), 그리스(48), 덴마크(45.5), 오스트리아(45.5), 핀란드(45.5), 스웨덴(44), 스위스(44), 우즈베키스탄(43.5), 이탈리아(42), 우크라이나(42), 크로아티아(41.5), 불가리아(37.5), 네덜란드(35.5), 터키(35.5), 아제르바이잔(35.5)
북중미	미국(72.5), 캐나다(63), 멕시코(55), 과테말라(52.5), 파나마(52), 쿠바(31.5), 도미니카 공화국(31.5)
남미	브라질(59), 아르헨티나(59), 베네수엘라(49.5), 칠레(42), 페루(39.5), 콜롬비아(35.5)
동아시아	대만(87), 중국(83), 싱가포르(81), 인도네시아(79), 태국(71), 필리핀(67), 말레이시아(67), 미얀마(66), 캄보디아(66), 베트남(64), 인도(48), 스리랑카(45.5), 파키스탄(41.5), 방글라데시(41.5)
중동아시아	아랍에미리트(55), 요르단(48), 사우디아라비아(45.5), 이집트(42), 이스라엘(39.5), 이라크(39.5), 시리아(35.5), 모로코(35.5), 쿠웨이트(34), 오만(31.5), 이란(31.5), 알제리(31.5), 리비아(27.5)
아프리카	남아프리카공화국(42), 수단(39.5), 케냐(35.5), 나이지리아(30), 에디오피아(27.5), 가나(27.5)
일본	일본(88)
오세아니아	호주(63), 뉴질랜드(63)

- 한식당 현황 조사는 3년간 그리고 권역별(지역별)로 이루어져야 하기 때문에, 각 국가별 획득한 점수를 3개의 그룹으로 적절히 나누어, 연차별 조사권역을 설정함



〈그림 1-5〉 국가별 조사매력도 점수 그룹핑

〈표 1-4〉 국가별 조사매력도 점수 그룹핑

조사권역	권역별 그룹
유럽, 북중미, 남미	중간그룹 3개, 하위그룹 3개
동아시아, 중동아시아	상위그룹 1개, 중간그룹 2개, 하위그룹 1개
아프리카, 일본, 오세아니아	상위그룹 1개, 중간그룹 2개, 하위그룹 1개

- 당해 연도 조사는 유럽, 북중미, 남미 93개국으로 KOTRA무역관 소재지로 선정했을 때 총 50개 무역관으로 나타나, 본사 및 50개 무역관이 동 프로젝트에 투입되어 사업을 추진하였음
- Phase 2는 실제 한식당 현황을 조사하는 단계로, 앞서 언급했듯 50개 무역관이 본사 해외시장컨설팅팀의 지침에 따라, 데스크리서치, 전화설문, 방문설문을 수행하는 단계임
- KOTRA에서 동일한 조사 경험 레퍼런스가 없기 때문에, 조사 시 발생할 문제 사항을 미연에 방지코자 런던무역관에 Pilot 조사를 실시하였고, 유럽, 미국, 중남미 순으로 조사에 착수하였음
- 해외는 기본적으로 한식당기준, 조사 시 제약사항, 데스크리서치 및 전화조사 방법, 방문조사 방법에 대해 본사가 제공한 가이드라인에 맞추어 조사를 실시하였음

가. 한식당 기준	나. 조사시 제약사항
<ul style="list-style-type: none"> · (기준1) 한국에서 현지로 진출한 한국 외식기업, 외식 프랜차이즈 · (기준2) 기준1에 부합하지 않으나 한식을 주 메뉴로 하거나 메뉴의 60%이상이 한식 	<ul style="list-style-type: none"> · 조사기간 : 7.27 ~ 12.9 사이로, 현재 영업중인 한식당 · 조사범위 : 해외무역관 관할지 전역 전수조사
다. 데스크리서치 및 전화조사 방법	라. 방문조사 방법
<ul style="list-style-type: none"> · 한인회, 미술랑가이드, ZAGAT 등 가급적 다양한 자료원을 통해 한식당 리스트를 소싱 · 전화조사 시 본사 가이드에 맞추어 설문조사를 시행 최소 4회 시도, 조사에 실패할 경우 방문조사로 추진 · 조사인력 : KOTRA직원 및 현지채용응역원 	<ul style="list-style-type: none"> · 조사대상 : 전화미응답, 폐업여부가 불확실, 설문내용에 문제가 있는 한식당 등 · 방문조사마저 거부할 경우, 대 본사 보고

〈그림 1-6〉 해외무역관 조사 가이드라인

- 특히, 전화조사의 경우, 스크립트를 제공하여 5분 내에 설문이 끝날 수 있도록 하였음

전화면담 가이드라인 (총 5~10분 소요)

안녕하십니까
 저는 KOTRA 런던 KBC 조사담당자 000입니다.
 KOTRA에서 한식재단과 '해외한식당 현황조사'를 추진중에 있어 몇가지 설문을 드리고자 전화드렸사오니,
 귀하께서 잠시 시간을 내어주시어 응답해 주시면 감사드리겠습니다.

<경영주와 통화한 경우>

- 대표님의 국적은 어떻게 되십니까?
- 조리장님의 국적은 어떻게 되십니까?
- 귀 한식당의 설립연도는 어떻게 되십니까?
- 한식당 좌석수 및 규모는 어떻게 되십니까? (규모는 m² 등 현지 도량으로 파악)
- 식당의 대표 메뉴 3가지와 가격대는 어떻게 되십니까?
 - 최소 3가지를 현지어로 받아적을 것, 본사보고시에는 현지어, 영문 두가지로 기입하여 보고
 - 가격대는 3가지 메뉴별로 조사할 것
 - 만일 대표메뉴가 생소할 경우, 어떤 음식인지 주가르 받아적을 것
- 최근 1년간 한인(한국인)을 제외한 현지인 이용비중은 대략 몇 % 정도라고 생각하십니까?
- 마지막으로 식당의 대표 이메일 주소와 팩스 번호를 알 수 있을까요? (거부시 더 이상 진행하지 않음)

가이드라인은 변경가능하며,
 조사종료 후 가이드라인 변경내역은 대본사 회신

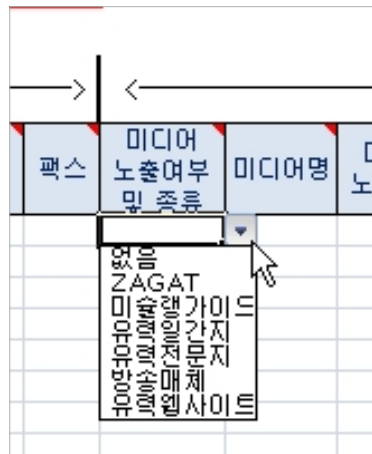
<종업원과 통화한 경우>

- 대표와 조리장의 국적, 한식당 설립년도 두가지에 대해 1가지라도 '모른다'라고 응답할 경우 : 대표자와 통화하고 싶음을 알리고 더 이상 진행하지 않음

감사합니다.

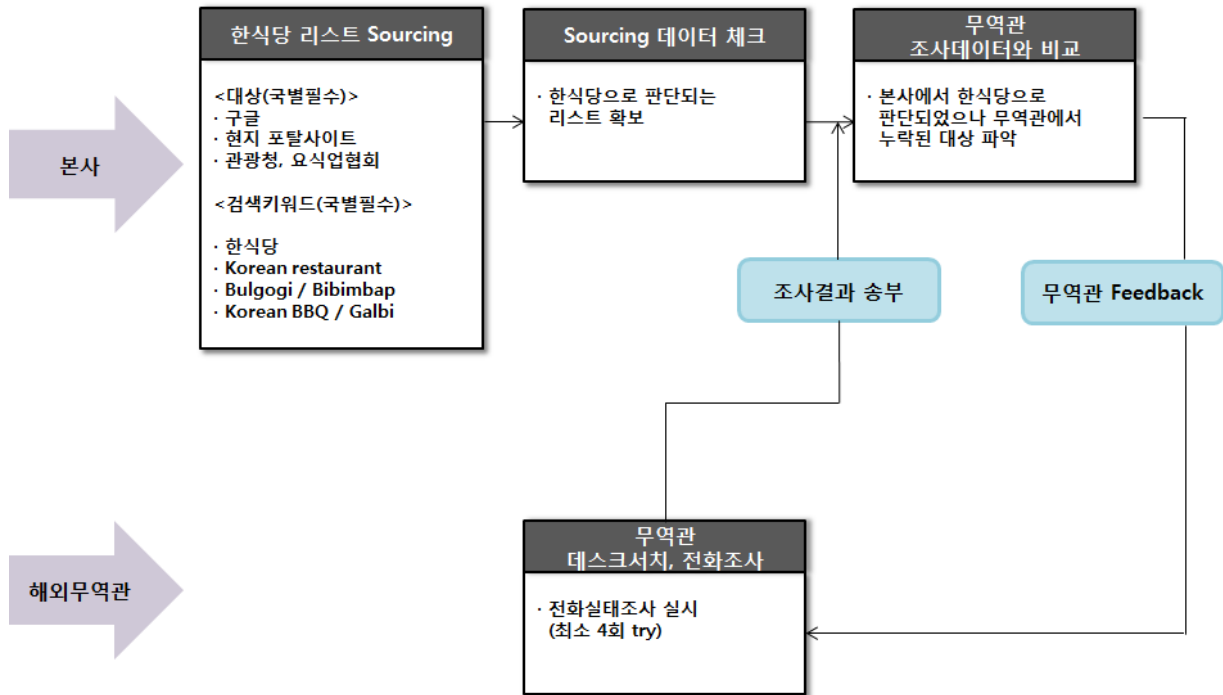
〈그림 1-7〉 해외무역관 전화조사 가이드라인(스크립트)

- 해외무역관의 전화 및 방문조사는 본사에서 제공한 엑셀파일에 데이터를 채워 보고토록 하였으며, 데이터 분석이 용이하도록 숫자, 텍스트, 드롭다운메뉴 선택 등의 가이드를 제공하였음(자세한 사항은 '조사방법론' 부문을 참고)



〈그림 1-8〉 해외무역관 데이터 기입 양식 예시

- 아울러, 본사는 해외 무역관 정보에만 의존하지 않고, 크로스 체킹을 통해 조사결과의 신뢰도를 높이려 하였고, 추진구조는 아래와 같음

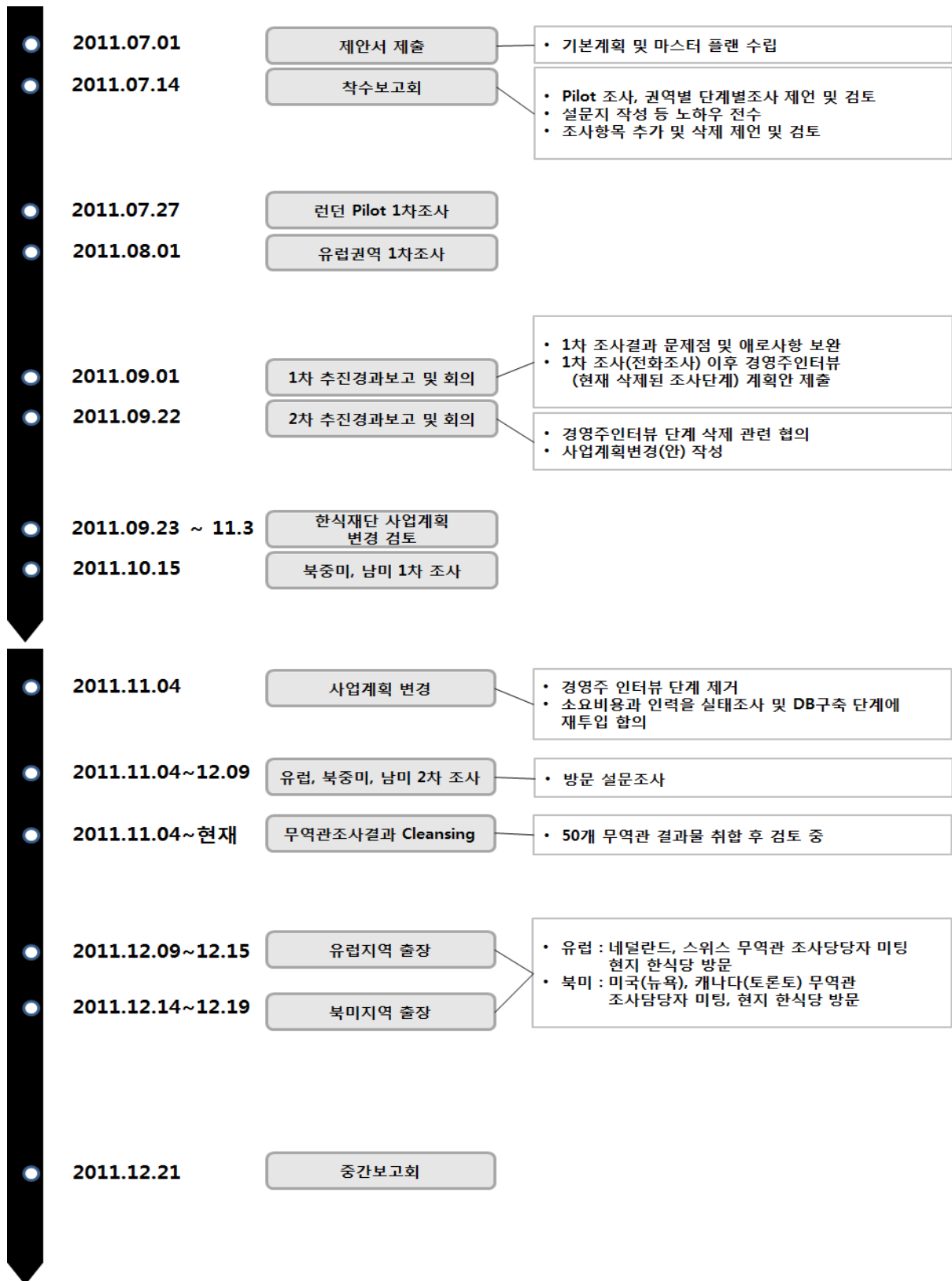


〈그림 1-9〉 본사 데스크 리서치 추진구조

- DB구축 및 결과분석(Phase 3) 부문은 무역관에서 보고된 조사내용을 클렌징(Cleansing)하여 국가별 의미있는 정보를 도출해 내는 단계임
- 데이터 클렌징은 본사가 제시한 포맷에 맞지 않게 회수된 데이터를 정제하는 부분, 공란으로 표기된 부분이 실제 정보가 없는 것인지 판별하는 단계(N/A표기) 등임

□ 프로젝트 진행이력 및 주요 Milestone

- KOTRA는 2011년 7월 1일 착수보고 이후, 무역관 조사지시 4회, 추진경과보고 및 자문회의 2회, 사업계획변경 1회를 추진하였음
- 주요 진행이력 및 마일스톤은 아래와 같음



〈그림 | -10〉 주요 Milestone

3. 조사방법론

□ 조사항목

- 총 31개 항목에 대하여 무역관에서 조사가 실시되었음
- 이 중 대표자 국적에서부터 현지인 고객비중까지 16개 항목에 대해서는 데스크리서치가 아닌 전화설문(또는 방문설문)이 실시됨

〈표 1-5〉 해외무역관 조사항목 및 조사 예시

구분	조사항목	조사 예시
1	상호명(국문)	서울식당
2	상호명(영문)	Seoul Restaurant
3	국가명(국문)	독일
4	국가명(영문)	Germany
5	지역명(국문)	뮌헨
6	지역명(영문)	Munich
7	상권구분	중심상권
8	한인타운여부	X
9	주소(영문)	Leopoldstr. 120. Munich, Germany
10	전화번호	(49)089-348104
11	홈페이지	www.seoulrestaurantmunich.com
12	이메일	restaurant.seoul@gmail.com
13	미디어 노출여부 및 종류	미술랭가이드
14	미디어명	N/A
15	미디어노출 연도	2000년
16	대표자국적	독일
17	조리장국적	대한민국
18	설립연도	1982년
19	좌석수	60석
20	테이블수	15개
21	메뉴1 이름(국문)	불고기
22	메뉴1 이름(현지어)	Bulgogi
23	메뉴1 가격	16.60 유로
24	메뉴2 이름(국문)	육개장
25	메뉴2 이름(현지어)	Yuckaejang
26	메뉴2 가격	15.00 유로
27	메뉴3 이름(국문)	파전
28	메뉴3 이름(현지어)	Pajeon
29	메뉴3 가격	7.50 유로
30	비고	N/A
31	현지인 고객비중	95%

* 상기 예시는 실제정보와 다를 수 있음

○ 조사항목별 가이드라인(제약사항)은 아래와 같음

- 상호명(국문) : 필수기입, 국문상호가 없을 경우 N/A로 기재
- 상호명(영문) : 필수기입, 영문상호가 없을 경우 N/A로 기재하며, 조사결과 분석이 용이하도록 현지어로는 표기하지 않도록 함
- 국가명(국문) : 필수기입
- 국가명(영문) : 필수기입
- 지역명(국문) : 필수기입, 최상위 행정구역을 기입
- 지역명(영문) : 필수기입, 최상위 행정구역을 기입
- 상권구분 : 중심상권, 주변상권, 기타 세 가지 중 반드시 택 1 해야 하며, 아래 표에 근거하여 해외무역관 조사담당자 판단 하에 선택토록 함

〈표 1-6〉 상권구분 기준

상권구분	특성	판단기준
중심상권	대형상권 하루통행량이 최소 10만명 이상(한국기준)	서울의 명동, 강남, 신촌, 종로와 같은 상권인지 교통의 요지인지 대형쇼핑단지가 밀집해 있는지
주변상권	중형상권 하루통행량이 2만명정도(한국기준)	서울의 미아리, 불광동, 노원과 같은 상권인지 앞으로 중심상권으로 발달할만한 규모의 상권인지
기타상권	소형상권 전국곳곳에 산재된 근린생활형 상권 (한국기준)	중심상권도, 주변상권도 아닌 곳

* 상기 예시는 실제정보와 다를 수 있음

- 한인타운여부 : 한인타운인지 아닌지를 O, X 중에 반드시 택 1
- 주소(영문) : 주소는 국가명까지 전체 주소를 기입
- 전화번호 : 국가번호를 () 형태로 기입 후, 실 전화번호를 기재토록 함
- 홈페이지 : 홈페이지 주소가 있을 경우만 기입하고 없을 경우 N/A로 기재하며, 홈페이지 주소 중 http:, 부분은 제외하고 기입
- 이메일 : 이메일 주소는 반드시 식당 대표 이메일에 한하여 기입하고, 없을 경우 N/A로 기재
- 미디어 노출여부 : 없음, ZAGAT, 미슐랭가이드, 유력일간지, 유력전문지, 방송매체, 유력웹 사이트 중 반드시 택 1토록 함
- 미디어명 : 미디어에 노출되었을 경우 어떤 미디어인지 기재
- 미디어 노출 연도 : 최근 미디어 노출 연도를 기재, 알수 없을 경우 N/A로 기입

- 대표자국적 : 국가명을 기입하되, '교포'와 같이 별도로 구분해야 하는 경우도 인정하였음
 - 조리장국적 : 상동
 - 설립연도 : 4자리 숫자로 입력
 - 좌석수 : 숫자로 입력
 - 테이블수 : 숫자로 입력
 - 메뉴이름(국문) : 메뉴명을 텍스트로 기입
 - 메뉴이름(현지어) : 현지에서 쓰이는 실제 이름을 기입
 - 메뉴가격 : 현지화 숫자로 기입 (단, 가격이 range로 되어있을 경우, 중간값을 기재)
 - 비고 : 메뉴명이 생소할 경우, 어떤 한식인지를 비고란에 기재
 - 현지인 고객 비중 : 현지 외국인 이용 비중을 %로 기재
- 이중 본사에서 한식당별 6개의 항목을 추가하였음
- 메뉴가격(원화) : 한국은행 공시 환율을 기준으로 현지화를 원화로 계산
 - 메뉴 대분류 : 메뉴명이 혼재되어 있기 때문에, 국가별 대표 취급 메뉴 또는 메뉴별 가격을 파악하기 어렵기 때문에, 메뉴명 변환 작업(대분류)을 수행함

〈표 1-7〉 본사 추가항목 및 조사 예시

구분	조사항목	조사 예시
1	메뉴1 가격(원화)	17,000원
2	메뉴1 대분류	1
3	메뉴1 가격(원화)	34,000원
4	메뉴1 대분류	4
5	메뉴1 가격(원화)	32,000원
6	메뉴1 대분류	7

〈표 1-8〉 한식메뉴 대분류 기준

구분	대분류	대분류번호
메인요리	밥	1
	죽	2
	면	3
	만두·떡국·수제비	4
사이드요리	국·찌개·전골	5
	짬·선	6
	숙채·생채	7
	조림·초·볶음	8
	구이·전·적	9
	화·편육	10
	김치	11
	마른찬·장아찌·젓갈	12
디저트류	떡	13
	한과	14
	음청류	15
기타	기타	16

* 농림수산식품부, 문화체육관광부 선정 우리나라 대표음식 분류(2008)

□ 해외무역관 조사 방법

- 앞서 언급했듯이, 해외무역관은 데스크리서치, 전화조사, 방문조사 3단계를 거쳐 조사를 수행하게 됨
- 데스크리서치는 상호명, 한식당 주소, 연락처, 미디어노출 여부 등에 대한 항목을 위주로 이루어지게 되며, 데스크리서치의 주요 자료원은 ①현지 한인회 및 한기련 등 한인단체, ②웹사이트 ③현지 요식업 협회 등이었음
 - 조사추진결과 대부분의 한식당은 현지 한인단체(한인회, 한기련) 중 1곳에 속해 있기 때문에, 1곳만 소싱할 경우 누락되는 한식당이 많아지므로, 다수의 기관을 통해 한식당 리스트를 소싱토록 하였음
- 전화조사는 경영주 및 조리장의 국적, 메뉴에 대한 내용을 주로 조사하게 됨
 - 전화조사의 경우, 통화가 적절한 시간인 3:00~3:30, 11:00~11:30, 17:00~18:30 사이로 추진 하였으며, 불통시 또는 전화거부시에도 4회까지는 통화 시도하였음

- 4회 통화시에도 접촉이 어려울 경우, 방문조사를 실시토록 하였음
- 전화조사의 경우, 반드시 경영주(대표) 또는 매니저와 접촉토록 하였고, 주방장이나 일반 종업원은 접촉 대상에서 제외토록 함
- 당초 데스크리서치에서 한식당으로 파악된 식당일 경우라도, 폐업, 한식메뉴가 없는 식당은 한식당리스트에서 제외 또는 방문식당 리스트에 추가
- 전화설문만으로는 조사의 완전성이 다소 미흡하기 때문에 방문조사를 실시하여 실태조사의 완결성을 제고함
 - 방문설문조사 대상은 무역관에서 자체적으로 판단하되, 전체 한식당이 n개라면, 방문설문 개수는 \sqrt{n} 개로 선정토록 하였음
 - 방문설문조사는 전화설문조사의 완결성을 높이고자 추가된 프로세스이므로, 별도의 양식은 없고, 당초 전화실태조사 파일에 빈공란을 채우는 방식으로 추진됨
 - 방문설문조차도 실패할 경우, 데스크리서치 내용만을 본사에 보고하도록 하였고, 본사에서도 전화설문으로만 가능한 부분은 모두 N/A처리하여 한식당 리스트에 추가하였음
- 데스크리서치에서부터 방문조사까지 실태조사를 수행하는 인력은 본사파견직원 또는 무역관현지직원이 주축이 됨
 - 단, 조사의 난이도가 낮은 반면, 조사기간이 길기 때문에, 현지에서 별도의 용역을 채용하여 프로젝트를 추진하였음
 - 용역원의 수나 용역채용기간은 현지 한식당 수에 비례하여 본사에서 책정 후, 지원하였음

□ 본사 조사방법

- 본사 역시 병행조사를 실시하였는데, 이는 데스크 리서치 기능을 강화하고자 함임
- 본사 병행조사 자료원은 주로 웹사이트로, 구글, 현지대표포탈(예:네이버), 관광청, 요식업협회임
 - 검색키워드로는 '한식당', 'Korean restaurant', 'bulgogi', 'bibimbap', 'Korean BBQ', 'Galbi' 등이었음
 - 상기 검색 키워드를 선정한 이유는 한식당 대부분 비빔밥, 갈비, 불고기를 취급하기 때문임
- 한식당으로 추정되는 업체명이 현지 조사리스트에 없을 경우, 무역관에 피드백하여 통지, 재조사토록 하였음
- 본사 수행인력은 본사 해외시장컨설팅팀 직원(책임연구원 및 연구원급) 5명, 2명의 행정인턴(연구보조원급) 총 7명임
 - 데스크리서치(크로스체크) 부문에는 연구보조원 인력이 전(全)기간(약 7개월) 투입되어 해외무역관 조사내용을 재확인 및 현지 통보함

〈표 1-9〉 데스크리서치 샘플-스위스 한식당 키워드 및 검색결과

검색사이트	검색어	검색 결과	확인 결과	상호명
구글 www.google.co.kr	스위스 한식당	13	3	Seoul Sàrl Restaurant Gaya Asadal Sàrl
	Korean restaurant 스위스	48	6	Restaurant Korea Pavillon AG YumiHana Restaurant Akaraka Restaurant Mister Hong Restaurant Hana Garden Restaurant kang chon
	bulgogi 스위스	16		Restaurant Gaya YumiHana Restaurant Korea Pavillon AG HANA Ristorante Coreano KoJa Jean-Marc Ricour Seoul Sàrl
	bibimbap 스위스	8	5	Restaurant Seoul Asadal Sàrl Korea Town Restaurant Koreahof GmbH Restaurant Gaya
	Korean BBQ 스위스	23	7	Restaurant Gaya Restaurant Koreahof GmbH Restaurant Bambushain Rue Ferrier 19, 1202 Genève Seoul Sàrl Simms Sàrl HANA Ristorante Coreano
	galbi 스위스	2	0	

4. 조사 결과 총괄

□ 총 조사 국가

- 이번 조사에서는 유럽, 북중미 및 남미 지역의 총 93개국 중 한식당이 1개 이상 개업되어 있는 43개국에 대해 조사가 완료되었음
- 대륙별로는 유럽 27개국, 북중미 6개국 및 남미 10개국에 한식당이 위치해있음

〈표 I-10〉 지역별 조사 Summary

지역	조사대상국가	한식당 소재 국가	한식당수
유럽	54	27	543
북중미	18	6	1,517
남미	21	10	132
합계	93	43	2,192

- 각 국가별 한식당 수는 <표 I-11>과 같음

- 국가별로는 미국에 1,300개의 한식당이 개업·운영 중으로 가장 많았으며, 캐나다(173개), 독일(130개)의 순서로 1위와 2위 간의 격차가 매우 큼
- 반면에 노르웨이, 불가리아, 핀란드, 베네수엘라 등의 국가에는 1개의 한식당만 개업되어 있으며 본 조사에서 언급되지 않은 50개국에는 한식당이 전혀 개업되어 있지 않음

〈표 I-11〉 국가별 한식당 현황

대륙	국가	한식당	대륙	국가	한식당	대륙	국가	한식당	
유럽	1.그리스	3	유럽	16.영국	69	북중미	3.멕시코	25	
	2.네덜란드	12		17.오스트리아	36		4.미국	1,300	
	3.노르웨이	1		18.우즈베키스탄	17		5.캐나다	173	
	4.덴마크	2		19.우크라이나	3		6.파나마	3	
	5.독일	130		20.이탈리아	14		남미	1.베네수엘라	1
	6.라트비아	1		21.체코	16			2.볼리비아	3
	7.러시아	35		22.카자흐스탄	12	3.브라질		58	
	8.루마니아	2		23.터키	7	4.수리남		2	
	9.벨기에	4		24.폴란드	23	5.아르헨티나		45	
	10.불가리아	1		25.프랑스	99	6.에콰도르		3	
	11.스웨덴	8		26.핀란드	1	7.칠레		7	
	12.스위스	16		27.헝가리	4	8.콜롬비아		4	
	13.스페인	23		북중미	1.과테말라	13		9.트리니다드토바고	2
	14.아제르바이잔	2	2.도미니카 공화국		3	10.페루		7	
	15.에스토니아	2							

□ 조사결과 요약

- 각 조사 항목별 유럽, 북중미, 남미 지역별 식당분포 현황은 <표 I-12>와 같음
- 한인타운보다는 비한인타운에 위치한 경우가 많으며, 60석 이상의 좌석을 가진 대규모 식당의 비중이 상대적으로 높았음
- 유럽이나 북중미에서는 현지인 고객 비중이 60%를 초과하는 식당이 비중이 높은 편이었으나 남미 지역의 경우 대부분 한인 중심의 고객 분포를 보임

〈표 I-12〉 지역별 분포 비교

구분		유럽	북중미	남미	합계	
지역	수도	302	1103	129	1534	
	기타	241	414	3	658	
상권	주변	236	581	58	875	
	중심	208	795	72	1075	
	기타	57	141	2	200	
한인타운	한인타운	70	675	91	836	
	비한인타운	475	741	41	1257	
미디어 종류	ZAGAT	1	71	0	72	
	미술랭가이드	6	3	0	9	
	유력일간지	81	354	49	484	
	유력전문지	48	27	1	76	
	방송매체	33	42	2	77	
	유력웹사이트	88	467	1	556	
	없음	278	553	79	910	
미디어노출 연도	2007년 이전	51	27	22	100	
	2007년 이후	171	385	31	587	
대표자국적	한국	449	913	121	1483	
	현지	42	541	1	584	
	기타	43	63	4	110	
조리장국적	한국	412	972	117	1501	
	현지	31	392	2	425	
	기타	83	182	8	273	
설립연도	2007 이전	338	1051	74	1463	
	2007 이후	186	411	53	650	
좌석수	60석 이하	286	378	40	704	
	60석 이상	232	1139	87	1458	
테이블수	0개~20개	351	903	90	1344	
	20개 이상	84	614	37	735	
	밥	243	518	50	811	
주요 메뉴	죽	0	8	0	8	
	면	30	163	24	217	
	만두·떡국·수제비	17	48	2	67	
	국·찌개·전골	217	794	60	1071	
	짬뽕	39	118	17	174	
	숙채·생채	35	49	0	84	
	조림·초·볶음	48	144	12	204	
	구이·전·적	397	941	62	1400	
	회·편육	51	127	8	186	
	김치	17	7	0	24	
	마른찬·장아찌·젓갈	0	20	1	21	
	떡	0	0	0	0	
	한과	0	0	0	0	
	음청류	0	1	0	1	
	기타	145	466	34	645	
	현지인 고객 비중	0%~60%	182	847	115	1144
		60%~100%	342	632	12	986

□ 국가별 한식당 현황 조사 차트(유럽 1/3)

구분		1.그리스	2.베네티란드	3.노르웨이	4.덴마크	5.독일	6.라트비아	7.러시아	8.루마니아	9.벨기에	10.불가리아
지역	수도	3	7	1	2	22	1	19	2	3	1
	기타	-	5	-	-	108	-	16	-	1	-
상권	주변	2	4	1	-	55	1	21	2	1	1
	중심	1	1	-	2	12	-	14	-	3	-
	기타	-	7	-	-	19	-	-	-	-	-
한인타운	한인타운	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	비한인타운	3	12	1	2	130	1	35	2	4	1
미디어 종류	ZAGAT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	미술랭가이드	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	유력일간지	-	-	-	-	27	-	2	-	-	-
	유력전문지	1	-	-	-	8	-	1	-	-	-
	방송매체	-	-	-	-	2	-	9	-	-	1
	유력웹사이트	-	9	-	-	16	-	3	-	-	-
	없음	2	3	1	2	77	-	20	2	4	-
미디어 노출연도	2007년 이전	-	-	-	1	13	-	9	-	-	-
	2007년 이후	1	-	-	1	38	-	4	-	-	1
대표자 국적	한국	3	9	-	2	100	-	17	2	4	1
	현지	-	3	1	-	6	1	10	-	-	-
	기타	-	-	-	-	24	-	8	-	-	-
조리장 국적	한국	3	10	-	2	100	-	16	2	4	1
	현지	-	1	-	-	6	1	6	-	-	-
	기타	-	1	1	-	24	-	13	-	-	-
설립연도	2007 이전	3	8	1	1	73	1	24	2	3	1
	2007 이후	-	4	-	1	54	-	10	-	1	-
좌석수	60석 이하	-	10	1	1	72	1	11	1	3	1
	60석 이상	3	2	-	1	66	-	24	1	1	-
테이블수	0~20개	-	11	1	1	41	1	35	1	3	1
	20개 이상	-	1	-	1	13	-	-	1	1	-
주요 메뉴	밥	2	5	-	2	56	1	7	-	2	1
	죽	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	면	-	-	-	-	12	-	2	-	-	-
	만두·떡국·수제비	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-
	국·찌개·전골	2	6	1	1	39	1	25	1	4	-
	찜·선	-	2	-	-	6	-	7	-	-	-
	숙채·생채	-	-	-	-	5	-	1	1	-	-
	조림·초·볶음	-	1	-	-	16	1	3	-	-	-
	구이·전·적	2	11	1	2	98	-	25	1	4	1
	회·편육	-	1	-	-	8	-	4	-	-	-
	김치	-	-	-	-	9	-	3	1	-	-
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	떡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	한과	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음청류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기타	1	3	-	-	43	-	8	1	1	-	
메뉴 가격 (원)	밥	16,779	28,867	-	34,627	14,620	1,252	11,655	-	21,520	4,470
	죽	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	면	-	-	-	-	11,745	-	15,508	-	-	-
	만두·떡국·수제비	-	-	-	-	21,374	-	-	15,120	-	-
	국·찌개·전골	16,779	30,616	47,565	28,420	16,610	3,752	18,793	15,120	23,162	-
	찜·선	-	28,429	-	-	21,156	-	48,166	-	-	-
	숙채·생채	-	-	-	-	11,052	-	-	16,800	-	-
	조림·초·볶음	-	26,243	-	-	12,256	4,586	17,515	-	-	-
	구이·전·적	16,535	27,215	42,808	32,340	20,012	-	26,130	15,120	25,824	5,960
	회·편육	-	138,502	-	-	41,010	-	26,044	-	-	-
	김치	-	-	-	-	5,593	-	12,163	16,800	-	-
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	떡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	한과	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음청류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기타	35,016	31,102	-	-	14,198	-	23,293	16,800	23,344	-	
현지인 고객비중	0%~60%	-	10	-	-	34	-	24	2	1	1
	60%~100%	3	2	1	2	95	1	11	-	3	-

□ 국가별 한식당 현황 조사 차트(유럽 2/3)

구분	11.스웨덴	12.스위스	13.스페인	14.아제르바이잔	15.에스토니아	16.영국	17.오스트리아	18.우즈베키스탄	19.우크라이나	20.이탈리아	
지역	수도	6	1	10	2	2	36	30	17	3	7
	기타	2	15	13	-	-	33	6	-	-	7
상권	주변	7	12	3	1	2	28	17	-	3	12
	중심	1	2	20	-	-	41	19	17	-	-
한인타운	기타	-	2	-	1	-	-	-	-	-	2
	한인타운	-	-	-	-	-	28	-	-	-	-
미디어 종류	비한인타운	8	16	23	2	2	41	36	17	3	14
	ZAGAT	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
	미슐랭가이드	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	유틸리티간지	-	-	6	1	-	1	19	-	1	2
	유틸리티문지	-	-	-	1	-	23	-	1	-	-
	방송매체	-	-	8	-	-	-	-	2	1	2
	유틸리티사이트	-	11	-	-	-	3	-	-	-	-
미디어 노출연도	없음	8	5	-	-	2	41	17	14	1	10
	2007년 이전	-	-	6	-	-	-	3	-	-	1
대표자 국적	2007년 이후	-	8	7	2	-	28	14	2	2	3
	한국	8	13	17	1	-	66	36	16	2	13
조리장 국적	현지	-	1	6	-	2	-	-	1	1	-
	기타	-	1	-	1	-	-	-	-	-	1
	한국	6	14	13	1	-	65	18	13	2	12
설립연도	현지	1	-	5	-	2	-	-	4	1	-
	기타	1	1	5	1	-	1	18	-	-	2
	2007 이전	6	13	13	-	2	41	33	10	3	10
좌석수	2007 이후	6	2	4	2	-	23	3	7	-	4
	60석 이하	2	8	14	-	1	37	26	5	-	4
	60석 이상	2	6	9	2	1	26	10	12	3	10
테이블수	0-20개	6	11	20	1	1	54	34	10	1	5
	20개 이상	2	3	3	1	1	9	2	7	2	9
주요 메뉴	밥	7	9	21	-	2	35	6	5	1	5
	죽	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	면	-	-	-	-	1	5	1	4	-	1
	만두·떡국·수제비	1	-	1	-	1	3	-	-	-	-
	국·찌개·전골	2	8	5	2	-	22	6	15	3	9
	찜·선	-	-	1	-	-	5	2	4	-	-
	숙채·생채	3	1	8	-	-	4	-	1	-	-
	조림·초·볶음	1	1	-	1	-	6	4	4	-	-
	구이·전·적	7	10	20	1	1	48	12	8	1	16
	회·편육	-	-	1	-	-	6	13	-	-	5
	김치	-	1	1	-	-	-	-	-	-	2
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	떡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	한과	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음정류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기타	-	6	5	-	-	11	29	2	-	4	
메뉴 가격 (원)	밥	23,040	28,944	16,049	-	8,510	14,288	15,624	14,208	13,144	20,436
	죽	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	면	-	-	-	-	4,379	13,120	19,974	8,400	-	26,275
	만두·떡국·수제비	9,922	-	5,836	-	5,839	10,963	-	-	-	-
	국·찌개·전골	21,910	30,668	17,056	7,310	-	24,213	15,114	13,495	17,678	20,923
	찜·선	-	-	24,803	-	-	31,280	17,860	43,008	-	-
	숙채·생채	17,087	35,003	14,499	-	-	17,540	-	38,400	-	-
	조림·초·볶음	32,245	38,624	-	10,320	-	13,009	14,919	50,400	-	-
	구이·전·적	25,713	38,184	17,540	18,920	9,488	16,670	17,854	12,160	11,430	24,542
	회·편육	-	-	21,885	-	-	30,015	28,822	-	-	25,983
	김치	-	4,828	6,566	-	-	6,139	-	-	-	21,896
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
떡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
한과	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
음정류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
기타	26,439	23,144	18,165	-	-	16,066	13,620	56,960	-	25,180	
현지인 고객비중	0%~60%	-	3	5	2	-	20	6	14	3	10
	60%~100%	8	12	18	-	2	45	30	3	-	4

□ 국가별 한식당 현황 조사 차트(유럽 3/3)

구분		21.체코	22.카자흐스탄	23.터키	24.폴란드	25.프랑스	26.핀란드	27.헝가리
지역	수도	9	11	7	14	81	1	4
	기타	7	1	-	9	18	-	-
상권	주변	6	7	1	21	26	1	1
	중심	10	5	6	2	51	-	1
	기타	-	-	-	2	22	-	2
한인타운	한인타운	-	11	-	-	31	-	-
	비한인타운	16	1	7	25	68	1	4
미디어 종류	ZAGAT	-	-	-	-	-	-	-
	미술평가이드	-	-	-	-	6	-	-
	유력일간지	3	11	1	-	7	-	-
	유력전문지	-	-	-	-	13	-	-
	방송매체	5	-	1	-	2	-	-
	유력웹사이트	1	1	-	-	44	-	-
	없음	7	-	5	25	27	1	4
미디어 노출연도	2007년 이전	4	4	-	-	10	-	-
	2007년 이후	3	8	2	-	47	-	-
대표자 국적	한국	16	10	7	25	76	1	4
	현지	-	2	-	-	8	-	-
	기타	-	-	1	-	8	-	-
조리장 국적	한국	16	10	6	25	68	1	4
	현지	-	2	-	-	2	-	-
	기타	-	-	1	-	14	-	-
설립연도	2007 이전	8	5	7	18	48	1	3
	2007 이후	8	7	-	7	42	-	1
좌석수	60석 이하	11	-	2	5	68	1	1
	60석 이상	5	12	5	8	20	-	3
테이블수	0~20개	12	6	3	11	78	1	2
	20개 이상	4	6	4	2	10	-	2
주요 메뉴	밥	6	4	5	6	53	1	1
	죽	-	-	-	-	-	-	-
	면	-	1	-	-	2	-	1
	만두·떡국·수제비	-	1	-	3	5	-	-
	국·찌개·전골	9	10	2	19	24	-	1
	찜·선	1	2	-	8	1	-	-
	숙채·생채	1	1	2	3	4	-	-
	조림·초·볶음	1	2	1	2	2	1	1
	구이·전·적	12	5	6	18	82	1	4
	회·편육	-	1	-	3	8	-	1
	김치	-	-	-	-	-	-	-
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	-	-	-	-	-
	떡	-	-	-	-	-	-	-
	한과	-	-	-	-	-	-	-
	음정류	-	-	-	-	-	-	-
기타	6	1	-	4	20	-	-	
메뉴 가격 (원)	밥	15,628	15,207	14,907	10,762	20,374	22,615	11,975
	죽	-	-	-	-	-	-	-
	면	-	11,550	-	-	-	-	14,370
	만두·떡국·수제비	-	10,010	-	5,045	-	-	-
	국·찌개·전골	20,598	19,763	25,467	17,555	26,449	-	12,454
	찜·선	17,100	36,575	-	53,810	-	-	-
	숙채·생채	14,250	-	16,771	7,287	-	-	-
	조림·초·볶음	19,950	17,325	21,740	20,179	-	26,992	-
	구이·전·적	17,700	19,690	16,080	24,332	24,689	28,451	15,602
	회·편육	-	36,575	-	26,905	32,260	-	21,555
	김치	-	-	-	-	-	-	-
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	-	-	-	-	-
	떡	-	-	-	-	-	-	-
	한과	-	-	-	-	-	-	-
	음정류	-	-	-	-	-	-	-
기타	27,028	64,295	-	18,497	21,450	-	-	
현지인 고객비중	0%~60%	12	6	7	7	10	1	4
	60%~100%	4	6	-	16	76	-	-

□ 국가별 한식당 현황 조사 차트(복중미)

구분		1.파테말라	2.도미니카공화국	3.멕시코	4.미국	5.캐나다	6.파나마	
지역	수도	13	3	15	1,066	3	3	
	기타	-	-	10	234	170	-	
상권	주변	11	-	1	490	76	3	
	중심	2	3	24	704	62	-	
	기타	-	-	-	106	35	-	
한인타운	한인타운	8	-	18	608	41	-	
	비한인타운	5	3	7	591	132	3	
미디어 종류	ZAGAT	-	-	-	71	-	-	
	미슐랭가이드	-	-	-	3	-	-	
	유력일간지	-	-	1	332	21	-	
	유력전문지	-	-	-	24	3	-	
	방송매체	-	2	7	18	15	-	
	유력웹사이트	-	-	-	467	-	-	
미디어 노출연도	없음	13	1	17	385	134	3	
	2007년 이전	-	1	2	16	8	-	
대표자 국적	2007년 이후	-	1	6	339	39	-	
	한국	12	3	25	795	75	3	
	현지	-	-	-	448	93	-	
조리장 국적	기타	1	-	-	57	5	-	
	한국	10	3	24	828	104	3	
	현지	-	-	1	326	65	-	
설립연도	기타	3	-	-	175	4	-	
	2007 이전	11	2	11	907	118	2	
좌석수	2007 이후	2	1	14	342	51	1	
	60석 이하	4	1	9	291	71	2	
테이블수	60석 이상	9	2	16	1,009	102	1	
	0~20개	7	2	17	751	123	3	
주요 메뉴	20개 이상	6	1	8	549	50	-	
	밥	-	2	10	420	84	2	
	죽	-	-	-	8	-	-	
	면	1	-	3	142	17	-	
	만두·떡국·수제비	-	-	-	48	-	-	
	국·찌개·전골	11	2	12	668	100	1	
	찜·선	6	-	2	104	6	-	
	숙채·생채	-	-	-	44	5	-	
	조림·초·볶음	-	1	2	126	14	1	
	구이·전·적	9	2	9	814	106	1	
	회·편육	7	-	1	106	13	-	
	김치	-	-	-	7	-	-	
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	-	20	-	-	
	떡	-	-	-	-	-	-	
	한과	-	-	-	-	-	-	
	음청류	-	-	-	1	-	-	
	기타	1	1	6	422	35	1	
	메뉴 가격 (원)	밥	-	9,804	9,219	13,735	12,725	17,130
		죽	-	-	-	12,089	-	-
		면	8,820	-	7,933	11,525	9,834	-
만두·떡국·수제비		-	-	-	10,249	8,281	-	
국·찌개·전골		22,163	12,513	11,596	16,057	13,223	13,704	
찜·선		35,525	-	16,433	29,671	16,288	-	
숙채·생채		-	-	-	14,488	7,882	-	
조림·초·볶음		-	18,923	14,875	21,001	13,950	33,118	
구이·전·적		12,201	12,733	13,298	23,455	18,946	13,704	
회·편육		28,940	-	10,200	33,542	22,961	-	
김치		-	-	-	17,699	-	-	
마른찬·장아찌·젓갈		-	-	-	28,243	15,362	-	
떡		-	-	-	-	-	-	
한과		-	-	-	-	-	-	
음청류	-	-	-	-	-	-		
기타	19,110	12,916	11,103	13,594	16,594	10,849		
현지인 고객비중	0%~60%	13	1	21	693	116	3	
	60%~100%	-	2	4	569	57	-	

□ 국가별 한식당 현황 조사 차트(남미)

구분		1.베네수엘라	2.볼리비아	3.브라질	4.수리남	5.아르헨티나	6.에콰도르	7.칠레	8.콜롬비아	9.트리니다드토바고	10.페루
지역	수도	1	1	58	2	45	3	7	4	2	6
	기타	-	2	-	-	-	-	-	-	-	1
상권	주변	1	-	9	2	43	-	1	-	2	-
	중심	-	3	47	-	2	3	6	4	-	7
	기타	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-
한인타운	한인타운	-	-	43	-	42	-	6	-	-	-
	비한인타운	1	3	15	2	3	3	1	4	2	7
미디어 종류	ZAGAT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	비슬랭가이드	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	유력일간지	1	-	45	-	-	-	3	-	-	-
	유력전문지	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
	방송매체	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
	유력웹사이트	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
미디어 노출연도	없음	-	3	12	1	45	3	4	4	2	5
	2007년 이전	-	-	22	-	-	-	-	-	-	-
대표자 국적	2007년 이후	1	-	24	1	-	-	3	-	-	2
	한국	1	3	52	1	41	3	7	4	2	7
조리장 국적	현지	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-
	기타	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-
	한국	1	3	49	1	41	3	7	3	2	7
설립연도	현지	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-
	기타	-	-	4	-	4	-	-	-	-	-
	2007 이전	1	2	30	2	28	-	4	4	-	3
좌석수	2007 이후	-	1	23	-	17	3	3	-	2	4
	60석 이하	1	2	18	1	9	-	3	2	1	3
테이블수	60석 이상	-	1	35	1	36	3	4	2	1	4
	0-20개	1	2	42	1	25	3	5	3	2	6
주요 메뉴	20개 이상	-	1	11	1	20	-	2	1	-	1
	밥	-	1	19	-	25	1	2	2	-	-
	죽	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	면	-	-	11	-	9	-	3	-	-	1
	만두·떡국·수제비	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-
	국·찌개·전골	-	2	23	-	22	1	5	2	-	5
	찜·선	-	-	8	-	8	-	1	-	-	-
	숙채·생채	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	조림·초·볶음	-	-	8	-	2	-	-	-	-	2
	구이·전·적	1	2	28	2	14	3	2	3	2	5
	회·편육	-	-	3	-	2	1	1	-	-	1
	김치	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
	떡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	환과	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	음정류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	기타	-	1	16	-	11	2	-	2	-	2
메뉴 가격 (원)	밥	-	5,363	21,428	-	18,056	11,420	12,562	12,500	-	-
	죽	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	면	-	-	15,159	-	9,984	-	8,755	-	-	-
	만두·떡국·수제비	-	-	-	-	12,570	-	-	-	-	-
	국·찌개·전골	-	39,050	27,837	-	15,919	11,420	19,271	12,000	-	14,133
	찜·선	-	-	53,026	-	16,043	-	-	-	-	-
	숙채·생채	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	조림·초·볶음	-	-	27,391	-	18,524	-	-	-	-	19,080
	구이·전·적	20,566	11,550	30,939	18,843	20,236	14,868	32,433	13,800	18,843	23,017
	회·편육	-	-	63,887	-	17,201	16,559	28,550	-	-	21,200
	김치	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	마른찬·장아찌·젓갈	-	-	20,922	-	-	-	-	-	-	-
	떡	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	환과	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
음정류	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
기타	--	3,630	35,606	-	12,192	15,702	-	10,500	-	41,340	
현지인 고객비중	0%-60%	-	1	51	-	44	3	6	4	-	6
	60%-100%	1	2	2	2	1	-	1	-	2	1



제 II 장 유럽 한식당 현황 조사

- | | |
|------------|------------|
| 1) 그리스 | 15) 에스토니아 |
| 2) 네덜란드 | 16) 영국 |
| 3) 노르웨이 | 17) 오스트리아 |
| 4) 덴마크 | 18) 우즈베키스탄 |
| 5) 독일 | 19) 우크라이나 |
| 6) 라트비아 | 20) 이탈리아 |
| 7) 러시아 | 21) 체코 |
| 8) 루마니아 | 22) 카자흐스탄 |
| 9) 벨기에 | 23) 터키 |
| 10) 불가리아 | 24) 폴란드 |
| 11) 스웨덴 | 25) 프랑스 |
| 12) 스위스 | 26) 핀란드 |
| 13) 스페인 | 27) 헝가리 |
| 14) 아제르바이잔 | |

II. 유럽 한식당 현황 조사

1. 그리스(Greece)

□ 그리스 내 한식당 현황 요약

- 그리스 내의 한식당은 수도인 아테네에만 3곳이 있는 것으로 조사되었으며 중심상권에 1곳, 주변상권에 2곳이 위치해 있음
 - 도시락(Dosirak), 서울식당(Seoul Restaurant), 귀빈식당(VIP)으로 조사되었으며, 이 중 '도시락'의 경우 유력전문지인 에틴즈투데이(Athenstoday)에 노출된바 있음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 3곳 모두 2007년 이전에 설립된 것으로 조사됨
- 식당은 3곳 모두 대규모로서 60석이상이고 1곳은 100석 이상으로 조사되었음
- 주요 메뉴로는 밥, 국·찌개·전골, 구이·전·적 류가 각각 28%로 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 조사됨
 - 국·찌개·전골류의 메뉴명은 김치찌개가 있었고, 구이·전·적 류의 메뉴명은 삼겹살, 불고기가 있는 것으로 나타남
 - 기타가 뒤를 이었으며 스시 세트가 메뉴명에 포함됨
- 그리스의 한식당의 밥류가 평균 15.50유로, 한화 22,615원으로 가장 높은 가격대를 보임
 - 국·찌개·전골류의 가격대가 평균 11.50유로(한화 16,779원), 구이·전·적류가 평균 10.17유로(한화 14,883원)임
- 현지인 고객 비중이 20% 이하인 한식당은 67%, 60%~80%인 한식당은 33%로 분석됨
 - 20% 이하인 한식당은 총 3곳 중 2곳이고 60%~80%인 한식당은 1곳인 것으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-1〉 그리스 지역별 한식당 분포

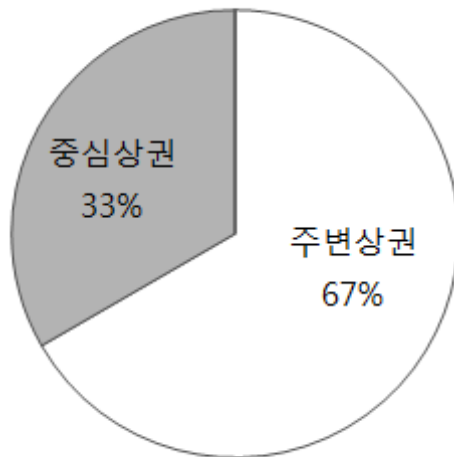
	지역구분		합계
	아테네	기타	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 그리스의 경우 수도 아테네(Athens)에만 도시락(Dosirak), 서울식당(Seoul Restaurant), 귀빈식당(VIP) 등 3개의 한식당 업체가 위치함
- 기타 도시에는 한식당이 없는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-2〉 그리스 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	2	1	0	3
비중(%)	66.67	33.33	0.00	100.00



〈그림 II-1〉 그리스 지역별 한식당 분포

- 3개의 한식당은 각각 주변상권에 2개 업체(약 67%), 중심상권에 1개 업체(약 33%)가 분포함

〈표 II-3〉 그리스 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	3	3
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 3개의 한식당은 모두 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 II-4〉 그리스 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	1	0	0	2	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	33.33	0.00	0.00	66.67	100.00

- 3개의 한식당 중 1개 업체인 한식당 도시락은 유력전문지인 애틴즈투데이(Athenstoday)에 노출되었던 것으로 조사됨
- 나머지 2개 한식당은 아직 미디어에 노출된 바 없음

〈표 II-5〉 그리스 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트		
2011년	0	0	0	0	0	0	0	
2010년	0	0	0	0	0	0	0	
2009년	0	0	0	0	0	0	0	
2008년	0	0	0	1	0	0	1	
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0	
합계	0	0	0	1	0	0	1	

- 한식당 도시락은 유력전문지 Athenstoday에 2008년 노출되었음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-6〉 그리스 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	그리스	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 3개 한식당의 대표자는 모두 한국 국적임
- 한국 국적 이외에 기타 국적의 대표자는 없는 것으로 조사됨

〈표 II-7〉 그리스 한식당 조리장 국적

	대표자 국적		합계
	한국	그리스	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 3개 한식당의 조리장은 모두 한국 국적임
- 한국 국적 이외에 기타 국적의 조리장은 없는 것으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 II-8〉 그리스 한식당 설립연도

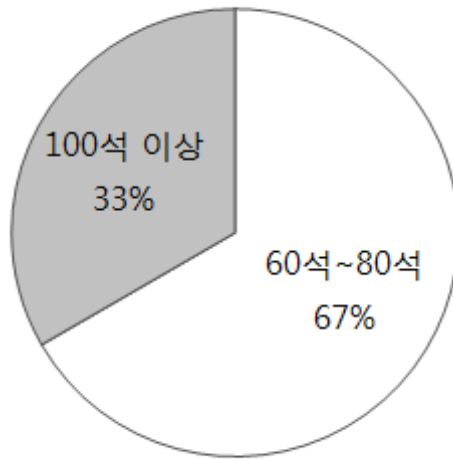
	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	3	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 3개의 한식당은 모두 2007년 이전에 설립되었으며, 이후 2011년까지 새로 개업한 식당은 없는 것으로 조사됨

□ 식당의 규모

〈표 II-9〉 좌석수별 그리스 한식당 규모

	좌석수						합계
	20석 이하	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	0	0	2	0	1	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	66.67	0.00	33.33	100.00



〈그림 II-2〉 좌석수별 그리스 한식당 규모

- 3개의 한식당 중에서 2개 업체는 60석~80석 규모이며 1개 업체는 100석 이상임
- 3개 한식당은 모두 60석 이상의 규모로서 비교적 큰 규모로 운영되고 있음

〈표 II-10〉 테이블수별 그리스 한식당 규모

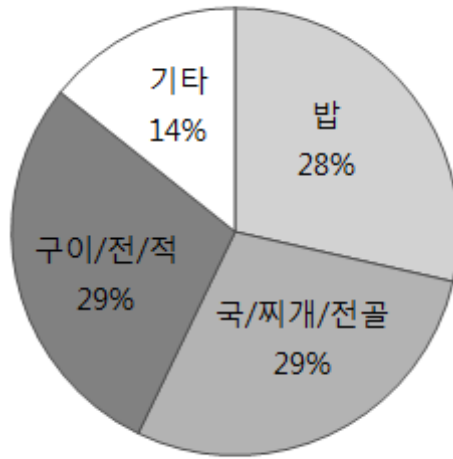
	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
비중(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

- 그리스 한식당의 테이블 수는 파악 불가함

□ 주요 메뉴

〈표 II-11〉 그리스 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
밥	2	한정식, 비빔밥
국·찌개·전골	2	김치찌개
구이·전·적	2	삼겹살, 불고기
기타	1	스시세트



〈그림 II-3〉 그리스 한식당 주요 메뉴

- 한식당 메뉴 중 밥류, 국·찌개·전골류, 구이·전·적류가 각각 2개 메뉴(약 28%)로 가장 많은 비율을 차지함
 - 3개 업체 중에서 밥류를 취급하는 식당은 2개로 한정식, 비빔밥 등을 판매함
 - 국·찌개·전골류의 세부 메뉴에는 김치찌개가 있으며, 구이·전·적류의 세부 메뉴에는 삼겹살, 불고기 등이 있음
 - 기타 스시 세트 등 일식 메뉴를 판매하는 업체도 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-12〉 그리스 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
밥	15.50	22,615
국·찌개·전골	11.50	16,779
구이·전·적	10.17	14,833
기타	24.00	35,016

*환율: 1€ = 1459원(2012년 01월 18일 기준)

- 한식당 메뉴 중에서 밥류의 평균이 15.50유로로서 가장 높은 가격대를 보임
- 국·찌개·전골류의 가격대가 평균 11.50유로(한화 16,779원), 구이·전·적류가 평균 10.17유로(한화 14,883원)의 순서로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-13〉 그리스 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	20% 이하	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	2	0	0	1	0	3
비중(%)	66.67	0.00	0.00	33.33	0.00	100.00

- 3개의 한식당 중에서 2개 업체(약 67%)는 현지인 고객 비중이 20% 이하임
- 나머지 1개 업체는 현지인 고객 비중이 60%에서 80%사이로 나타남
- 즉, 한국인 중심으로 고객이 구성되어 있으며 한국 음식의 현지화가 이뤄지지 않은 상태임

2. 네덜란드(Netherlands)

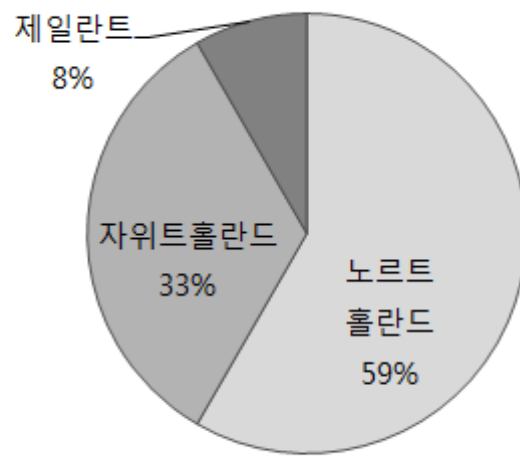
□ 네덜란드 내 한식당 현황 요약

- 네덜란드에는 12개의 한식당이 위치하고 있으며 이 중 노르트홀란드(Noord-Holland) 지역에 절반 이상인 7개의 식당이 있고, 자위트홀란드(Zuid-Holland)와 제일란트(Zeeland)에 각각 4개와 1개의 식당이 있음
 - 12개의 한식당 중에서 4개 업체(약 33%)는 주변상권, 1개 업체(8%)는 중심상권, 7개 업체(58%)는 기타상권에 위치함
- 2007년 이전에 설립된 한식당은 8개이며, 12개 한식당 중 9개의 한식당이 유력웹사이트에 노출되었음
- 한식당의 대표자가 네덜란드인인 곳은 3곳이며, 나머지 9곳의 대표자는 한국인
- 네덜란드에 있는 한식당은 대부분 40석~60석 규모로 나타났으며 테이블 수는 노르트홀란드에 위치한 한국관을 제외하고는 모두 20개 이하의 규모인 것으로 나타남
- 네덜란드 한식당에서 가장 많이 취급되는 메뉴는 구이·전·적 메뉴로 이중 총 8개의 식당에서 불고기를 취급하고 있음
- 네덜란드 한식당 메뉴의 평균 가격을 살펴보면 회·편육의 가격이 다른 메뉴들의 가격에 비해 압도적으로 높음
 - 회·편육은 96유로인데 반해 다른 메뉴들은 20유로 전후로 비슷한 가격대를 형성하고 있음
- 네덜란드의 한식당은 각각의 특성에 따라 현지인 고객비중이 다양한 분포를 보이는 것을 알 수 있음
 - 제일란트에 위치한 고려정은 소갈비구이정식이나 매운즙쇠고기를 판매하면서 현지인 고객비중이 100%인 것으로 나타났으며, 반대로 불고기나 갈비를 파는 식당들의 현지인 고객비중은 비교적 낮은 것으로 나타났음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-14〉 네덜란드 지역별 한식당 분포

	지역구분			합계
	노르트 홀란드	자위트홀란드	제일란트	
빈도(개)	7	4	1	12
비중(%)	58.33	33.33	8.33	100.00



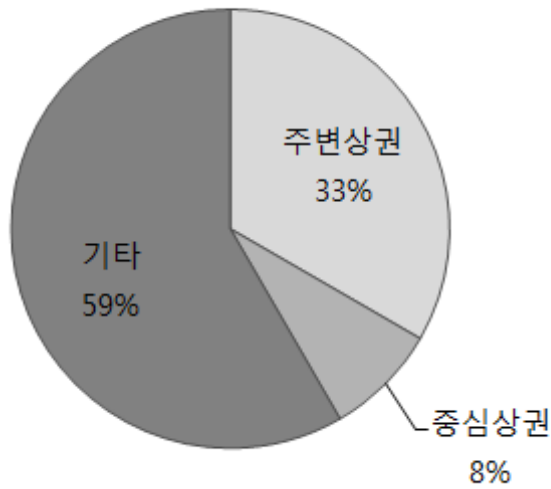
〈그림 II-4〉 네덜란드 지역별 한식당 분포

- 네덜란드에는 3개 지역에 12개의 한식당이 분포함
 - 노르트홀란드(Noord-Holland) 지역에 7개(약 58%)의 식당이 있고, 자위트홀란드(Zuid-Holland)에 4개(약 33%), 제일란트(Zeeland)에 1개(약 8%)의 식당이 있음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-15〉 네덜란드 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	4	1	7	12
비중(%)	33.33	8.33	58.33	100.00



〈그림 II-5〉 네덜란드 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 12개의 한식당 중에서 4개 업체(약 33%)는 주변상권, 1개 업체(8%)는 중심상권, 7개 업체(58%)는 기타상권에 위치함

〈표 II-16〉 네덜란드 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	12	12
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 12개의 한식당은 모두 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 II-17〉 네덜란드 한식당 노출 미디어 종류

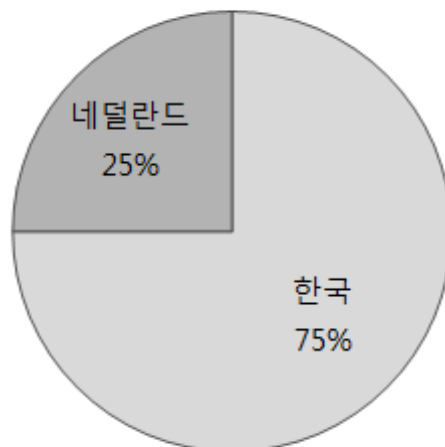
	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	9	3	12
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	75.00	25.00	100

- 12개의 한식당 중에서 9개 업체는 현지 유력 웹사이트에 노출됨
- 노출된 9개 업체를 제외한 나머지 업체는 어떤 미디어에도 노출되지 않음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-18〉 네덜란드 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	네덜란드	
빈도(개)	9	3	12
비중(%)	75.00	25.00	100.00

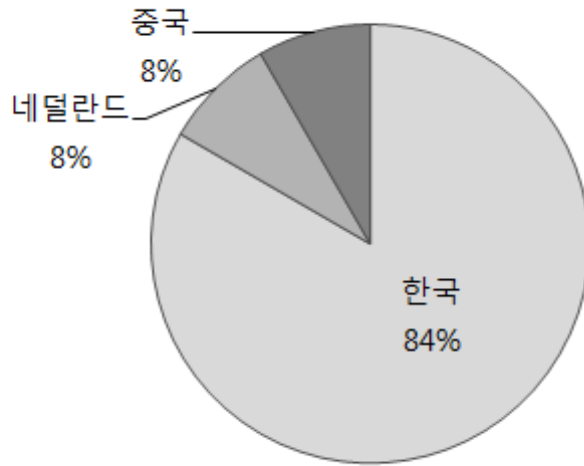


〈그림 II-6〉 네덜란드 한식당 대표자 국적

- 12개 한식당 중에서 대표자의 국적이 한국인 업체가 9개, 네덜란드인 업체가 3개로 나타남
- 대표자가 네덜란드인인 3개 업체는 노르트홀란드, 자위트홀란드, 제일란트에 각각 하나씩 위치함

〈표 II-19〉 네덜란드 한식당 조리장 국적

	조리장 국적			합계
	한국	네덜란드	중국	
빈도(개)	10	1	1	17
비중(%)	83.33	8.33	8.33	100



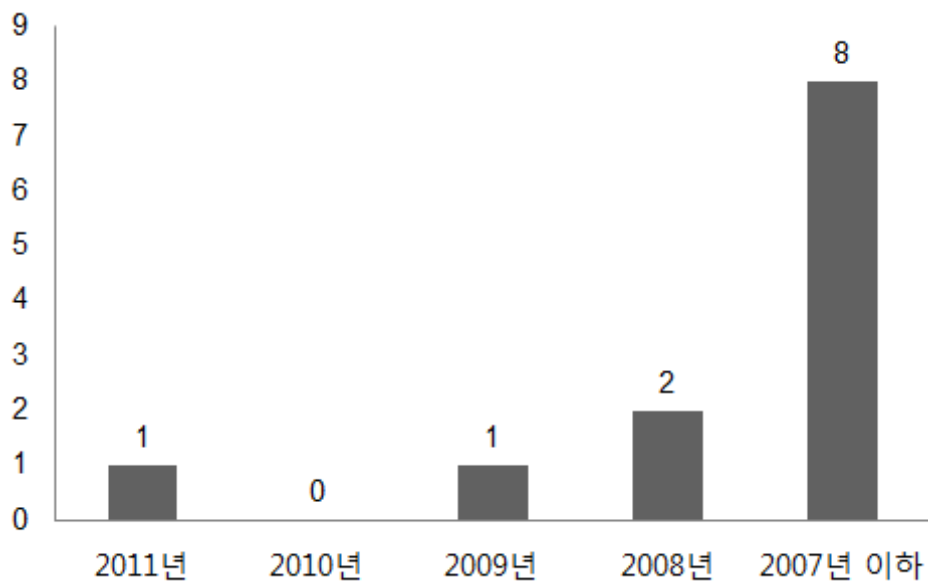
〈그림 II-7〉 네덜란드 한식당 조리장 국적

- 대표자의 국적이 한국인 9개 업체는 조리장의 국적 또한 한국인으로 조사됨
- 대표자의 국적이 네덜란드인 3개 업체 조리장의 국적은 각각 한국, 네덜란드, 중국으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 II-20〉 네덜란드 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	1	0	1	2	8	12
비중(%)	8.33	0.00	8.33	16.67	66.67	100.00



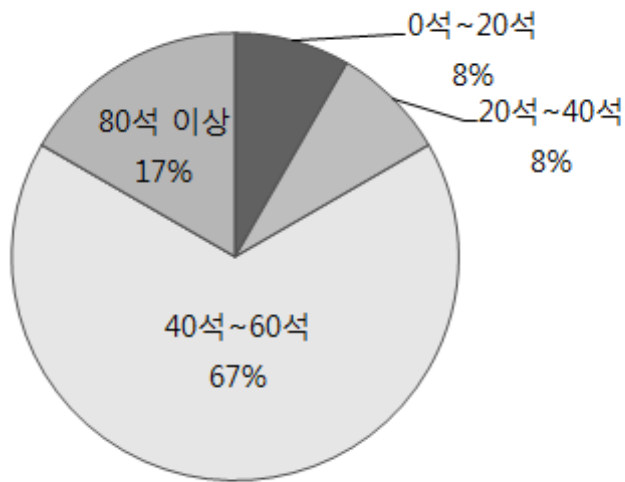
〈그림 II-8〉 네덜란드 한식당 설립연도

- 12개의 한식당 중에서 8개 업체(약 67%)는 2007년 이전에 설립됨
- 2007년 이전에 설립된 8개 업체 중에서 2개 업체는 2000년 이전에 설립되어 10년 넘게 영업을 하고 있음

□ 식당의 규모

〈표 II-21〉 좌석수별 네덜란드 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석이상	
빈도(개)	1	1	8	0	2	12
비중(%)	8.33	8.33	66.67	0.00	16.67	100.00

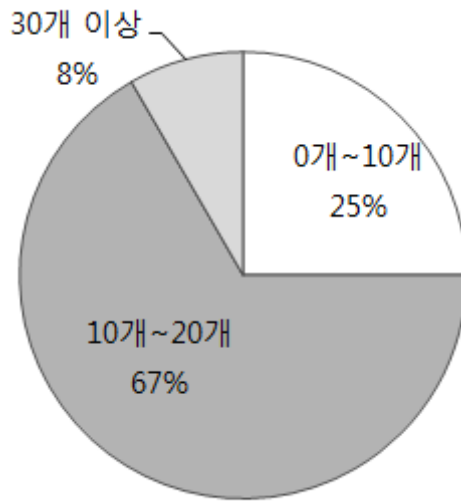


〈그림 II-9〉 좌석수별 네덜란드 한식당 규모

- 12개의 한식당 중에서 40석~60석 규모의 업체가 8개(약 67%)로서 가장 많은 비중을 차지함
- 80석 이상인 2개 업체는 모두 자위트홀란드에 위치함

〈표 II-22〉 테이블수별 네덜란드 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	3	8	0	1	12
비중(%)	25.00	66.67	0.00	8.33	100.00



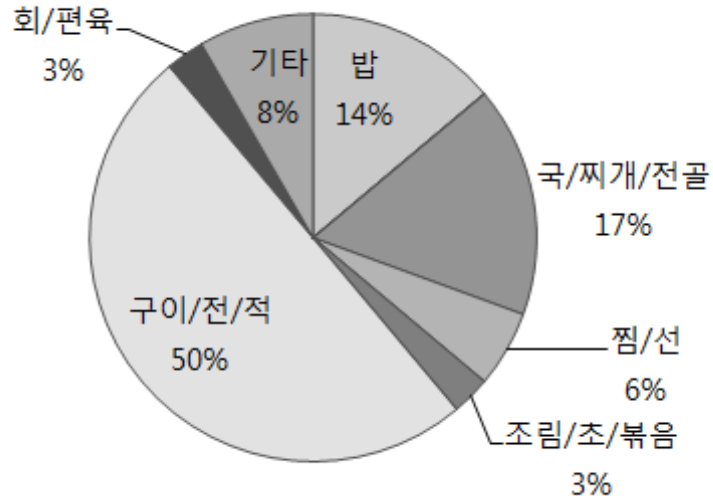
〈그림 II-10〉 테이블수별 네덜란드 한식당 규모

- 한식당들의 테이블 수 별 규모를 살펴보면, 노르트홀란드에 위치한 한식당을 제외하고 모두 20개 이하의 규모인 것으로 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 II-23〉 네덜란드 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	11	불고기, 삼겹살, 생선구이, 파전, 목살
국·찌개·전골	6	육개장, 순두부찌개, 두부찌개, 김치찌개, 매운탕, 고추장찌개
밥	5	비빔밥, 정식, 국밥
기타	3	떡볶이, 고추치킨, 해물요리
짬·선	2	대구짬, 보쌈
조림·초·볶음	1	순대볶음
회·편육	1	광어회



〈그림 II-11〉 네덜란드 한식당 주요 메뉴

- 가장 많이 취급되는 메뉴는 구이·전·적류로 조사됨
- 구이·전·적류 중에서 불고기 메뉴는 총 8개의 식당에서 판매하고 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-24〉 네덜란드 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
회·편육	95.00	138,502
기타	21.30	31,102
국·찌개·전골	21.00	30,616
밥	19.80	28,866
찜·선	19.50	28,429

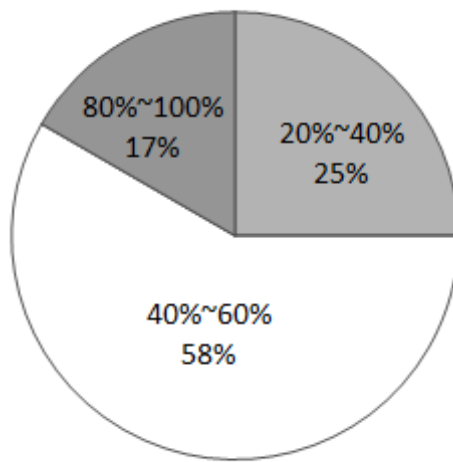
*환율: 1€ = 1459원(2012년 01월 18일 기준)

- 평균가격을 보면 회·편육류의 평균 가격이 가장 높은 것으로 조사됨
- 회·편육류는 약 95유로인데 반해 다른 메뉴들은 대체적으로 20유로 전후로 비슷한 가격대를 형성하고 있음

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-25〉 네덜란드 한식당 현지인 고객 비중

	테이블수					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	3	7	0	2	12
비중(%)	0.00	25.00	58.33	0.00	16.67	100.00



〈그림 II-12〉 네덜란드 한식당 현지인 고객 비중

- 각 업체에 따라 현지인 고객비중이 다양하게 나타남
- 제일란트에 위치한 고려정은 소갈비구이정식이나 매운족 쇠고기를 판매하고 현지인 고객비중이 100%인 것으로 나타났으나, 불고기나 갈비를 파는 식당들의 현지인 고객비중이 비교적 낮은 것으로 나타남

3. 노르웨이(Norway)

□ 노르웨이 내 한식당 현황 요약

- 노르웨이 내의 한식당은 수도인 오슬로(Oslo)의 주변상권에 1곳 위치해 있음
 - 남강(Namkang)인 것으로 나타났으며 미디어에 노출된 적은 없는 것으로 조사됨
- 남강은 1994년 설립된 한식당으로 대표자는 노르웨이인이며 조리장은 태국인인 것으로 조사됨
- 60석 규모에 테이블수가 15개인 것으로 나타남
- 남강에서 판매되는 메뉴는 대부분 구이·전·적류로서 불고기와 전을 판매하고 있었고, 국·찌개·전골류인 해물탕도 판매하는 것으로 조사됨
 - 구이·전·적 평균가는 225크로네, 한화로 42,808원이고, 국·찌개·전골류의 평균가는 250크로네, 한화로 47,565원으로서 비교적 높은 가격대를 보였음
- 현지인 고객 비중은 97%로 한식당을 방문하는 대부분의 손님들이 현지인인 것으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-26〉 노르웨이 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	오슬로	기타	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 노르웨이에는 수도 오슬로(Oslo)에 남강(Nam Kang)이라는 상호의 한식당 업체가 유일함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-27〉 노르웨이 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 남강은 주변상권에 위치함

〈표 II-28〉 노르웨이 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	상권기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	1	1
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한식당 남강은 비한인타운에 위치함
 - 노르웨이는 아직 한인타운이 형성되지 않음

□ 미디어 노출

〈표 II-29〉 노르웨이 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	1	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 노르웨이에서 한식당은 아직 미디어에 노출된 바 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-30〉 노르웨이 한식당 대표자 국적

	대표자 국적			합계
	노르웨이	한국	기타	
빈도(개)	1	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 남장 대표자의 국적은 노르웨이임

〈표 II-31〉 노르웨이 한식당 조리장 국적

	조리장 국적			합계
	태국	한국	기타	
빈도(개)	1	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 남장 조리장의 국적은 태국인임

□ 설립연도

〈표 II-32〉 노르웨이 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	1	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 한식당 남강은 1994년에 설립되었으며, 15년 이상 영업 중임

□ 식당의 규모

〈표 II-33〉 좌석수별 노르웨이 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	0	1	0	0	0	1
비중(%)	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 남강은 좌석수가 60석으로 중간규모임

〈표 II-34〉 테이블수별 노르웨이 한식당 규모

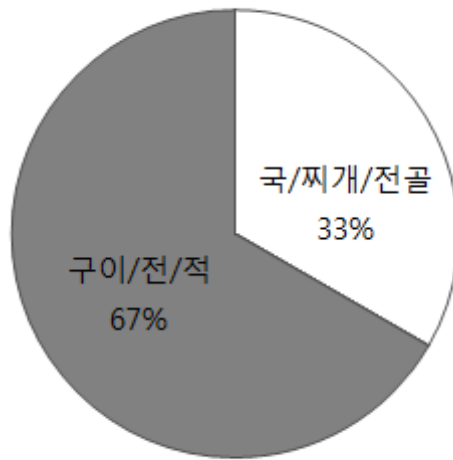
	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개~40개	
빈도(개)	0	1	0	0	1
비중(%)	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 남강의 테이블 수는 15개이며 한 테이블에 4명씩 앉을 수 있음

□ 주요 메뉴

〈표 II-35〉 노르웨이 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	1	불고기, 전
국·찌개·전골	1	해물탕



〈그림 II-13〉 노르웨이 한식당 주요 메뉴

- 한식당 남장은 불고기, 전, 해물탕 등을 판매함

□ 메뉴의 가격

〈표 II-36〉 노르웨이 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(크로네 NOK)	평균가(원 ₩)
국·찌개·전골	250	47565
구이·전·적	225	42808

*환율: 1 NOK = 190원(2012년 01월 18일 기준)

- 한식당 남강 전체메뉴의 평균 가격은 233크로네(한화 약 44,330원)임
 - 구이·전·적류의 평균가는 225크로네(한화 약 42,808원)임
 - 밥류의 평균가는 250크로네(한화 약 47,565원)임

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-37〉 노르웨이 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	0	0	1	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 한식당 남강은 현지인 고객 비율이 97%에 달할 정도로 높으며 현지화가 잘 이뤄진 것으로 분석됨

4. 덴마크(Denmark)

□ 덴마크 내 한식당 현황 요약

- 덴마크의 수도인 코펜하겐(Copenhagen)에 미가(Miga)와 벚꽃(Sakura), 이렇게 2개의 한식당이 위치해 있음
 - 2개의 한식당 모두 코펜하겐의 주변상권에 위치하고 있으며 미디어에 노출된 적은 없는 것으로 나타남
- 덴마크 내 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국국적이며, 설립연도의 경우 2008년에 미가가, 2002년에 벚꽃 설립된 것으로 조사되었음
- 미가의 좌석수는 80석이며 벚꽃의 좌석수는 50석이며, 테이블 수는 각각 25개와 15개로 미가는 대규모의 한식당으로, 벚꽃은 중간 규모의 한식당인 것으로 나타남
- 주요 메뉴로는 구이·전·적이 50%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 그 뒤를 밥이 33%, 국·찌개·전골이 17%로 나타났음
 - 미가와 벚꽃의 대표메뉴는 비빔밥인 것으로 조사되었으며 2곳 모두 불고기를 취급하고 있는 것으로 나타났음
 - 구이·전·적의 평균 가격은 34,627원으로 가격대가 가장 높은 것으로 나타났으며 밥류의 평균가격은 32,340원, 국·찌개·전골이 28,420원으로 그 뒤를 이었음
- 덴마크에 위치한 한식당 2곳 모두 현지인의 고객 비중이 80%~100%로 손님의 대부분이 현지인인 것으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-38〉 덴마크 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	코펜하겐	기타	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 덴마크는 수도인 코펜하겐(Copenhagen)에만 2개의 한식당이 위치함
 - 기타 지역에서는 한식당이 조사된 바 없음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-39〉 덴마크 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	0	2	0	2
비중(%)	0.00	100.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 볼 때 모두 주변상권에 위치함

〈표 II-40〉 덴마크 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	2	2
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 볼 때 모두 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 II-41〉 덴마크 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 덴마크의 한식당은 아직 미디어를 통해 노출된 바 없는 것으로 조사됨

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-42〉 덴마크 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	덴마크	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 2개 한식당의 대표자는 모두 한국 국적 소지자인 것으로 조사됨

〈표 II-43〉 덴마크 한식당 조리장 국적

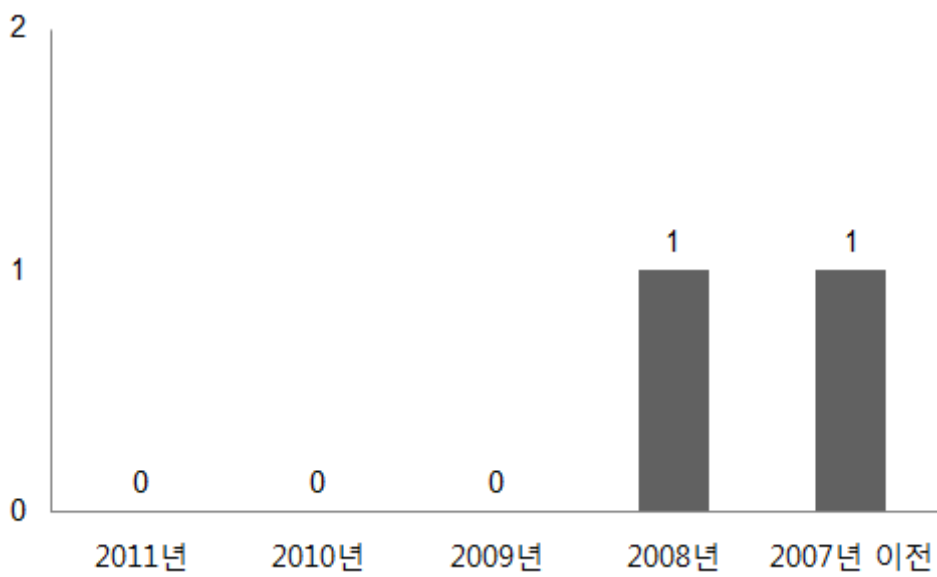
	조리장 국적		합계
	한국	덴마크	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 2개 한식당의 조리장은 모두 한국 국적 소지자인 것으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 II-44〉 덴마크 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	1	1	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00	100.00



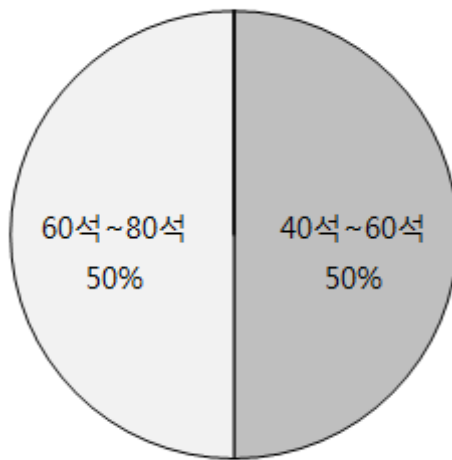
〈그림 II-14〉 덴마크 한식당 설립연도

- 2개 업체의 설립연도는 각각 2008년, 2007년으로 조사됨
- 2009년~2011년 기간 동안 설립된 한식당은 없음

□ 식당의 규모

〈표 II-45〉 좌석수별 덴마크 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	0	1	1	0	0	2
비중(%)	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	100.00

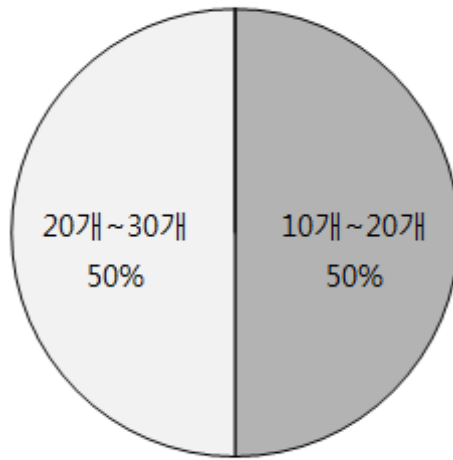


〈그림 II-15〉 좌석수별 덴마크 한식당 규모

- 2개 한식당 중에서 한 업체는 좌석수가 40석~60석이며, 나머지 한 업체는 60석~80석의 규모임

〈표 II-46〉 테이블수별 덴마크 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	0	1	1	0	2
비중(%)	0.00	50.00	50.00	0.00	100.00



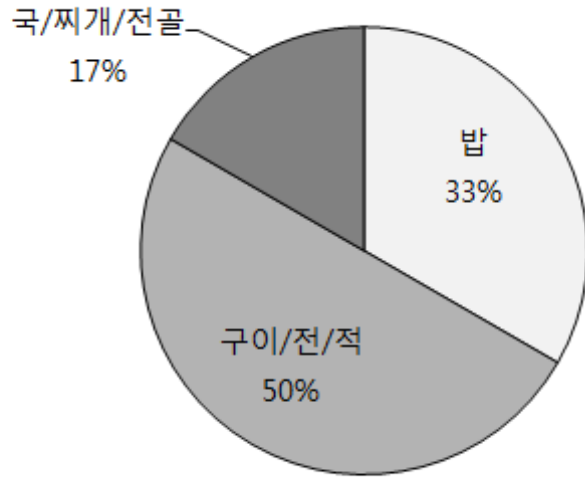
〈그림 II-16〉 테이블수별 덴마크 한식당 규모

- 2개 한식당 중에서 한 업체는 테이블 수가 10개~20개이며, 나머지 한 업체는 20개~30개로 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 II-47〉 덴마크 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	2	불고기, 갈비
밥	2	비빔밥
국·찌개·전골	1	육개장



〈그림 II-17〉 덴마크 한식당 주요 메뉴

- 한식당의 주요 메뉴는 구이·전·적류이며 약 50%로 가장 높은 비중을 차지함
 - 밥류 약 33%, 국·찌개·전골류 약 17%의 순서로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 II-48〉 덴마크 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(크로네 DKK)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	177	34,627
밥	165	32,340
국·찌개·전골	145	28,420

*환율: 1 DKK = 196원(2012년 01월 18일 기준)

- 덴마크 한식당의 메뉴 중 가장 비싼 메뉴는 평균 34,627원의 구이·전·적류로 조사됨
 - 밥류 평균 32,340원, 국·찌개·전골류 평균 28,420원의 순서로 나타남
 - 덴마크 한식당에서 취급하는 밥 종류는 모두 비빔밥으로서 우리나라의 비빔밥의 가격과 절대비교를 하면 가격대가 높음

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-49〉 덴마크 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 한식당 2개 모두 현지인 고객비중이 80%~100%으로 높게 나타남

5. 독일(Germany)

□ 독일 내 한식당 현황 요약

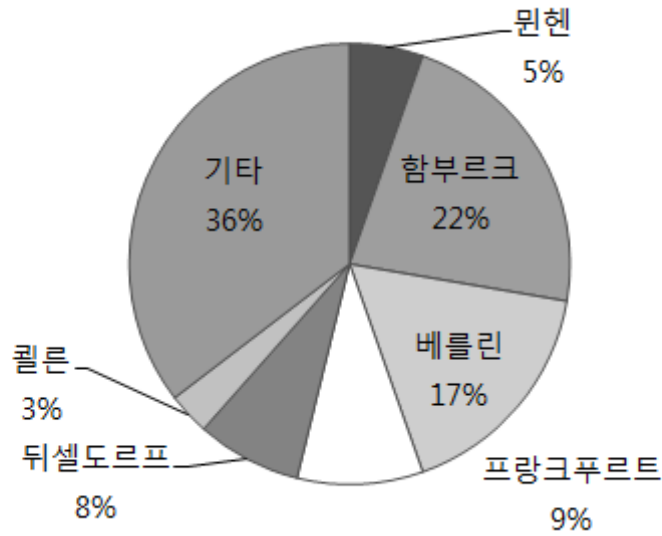
- 독일 지역별 분포를 살펴보면, 함부르크(Hamburg)에 29개(약 22.31%), 수도인 베를린(Berlin)에는 16.92%의 식당이 분포되어 있는 것으로 조사되었으며, 프랑크푸르트(Frankfurt)에 약 9.23%, 12개의 한식당이, 뒤셀도르프(Düsseldorf), 뮌헨(München), 쾰른(Köln)에 각각 10개, 7개, 4개의 한식당이 있는 것으로 나타남
- 독일의 한식당 분포를 살펴보면 약 63.95%의 한식당이 주변 상권에 위치해있으며 중심상권과 기타에는 각각 13.95%, 22.09%의 한식당이 있는 것으로 조사됨
- 독일 유력 일간지인 모건 포스트(Morgan Post), 빌드(Bild) 등에 베를린 소재의 양지식당(Restaurant Yang-Zi), 함부르크 소재의 도라지식당(Dorasi)을 포함한 총 27개의 한식당이 미디어에 노출되었음
 - 독일 유력웹사이트 키페(qype), 트리패드바이저(tripadvisor) 등에 소개된 한식당은 총 16개로 전체의 12.31%를 차지하고 있는 것으로 조사됨
 - 독일 유력전문지에 등록된 한식당은 8개로 6.16%를 차지하며 그 뒤를 이음
- 2010년에 미디어에 노출된 한식당의 수가 15개로 가장 많은 것으로 집계됨
 - 2011년에는 10개의 한식당이 미디어에 노출된 것으로 나타남
- 2011년에는 독일의 유력 일간지를 통한 노출이 약 50%를 기록하며 2011년 한식당 노출에 가장 많이 이용된 것으로 나타남
- 독일 유력전문지를 통한 노출은 2007년 이전 7.69%에서 2008년 약 25%로 급격히 증가. 이후 2008년부터 약 20%를 상회하며 일정한 비율의 노출정도를 보임
- 독일 한식당의 대표자와 조리장의 국적은 한국이 약 77%로 가장 많았고, 네팔이 약 12%, 독일이 약 5%인 것으로 조사됨

- 약 57%의 과반 수 이상의 한식당이 2007년 이전에 설립되었으며 2009년도에 설립된 한식당은 약 13%, 2010년도에 약 13%인 것으로 나타남
- 20석~40석 규모의 한식당이 약 23%로 가장 많은 것으로 나타났으며 뒤이어 40석 이상 60석 이하 좌석 규모의 한식당 수가 24개로 17.39%를 차지하는 것으로 조사되었음
- 독일의 한식당 메뉴 중 구이·전·적이 약 33%로 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 조사되었으며 총 한식당 130개 중 98개로 갈비, 불갈비, 소주물럭, 불고기, 등심 등이 있는 것으로 나타남
- 밥 19%(56개), 기타 15%(43개), 국·찌개·전골 13%(39개)가 뒤를 이었음
 - 밥류에는 비빔밥, 돌솥비빔밥, 오징어덮밥, 김밥 등의 메뉴가 있음
- 독일의 한식당의 회·편육이 28.11유로, 한화 41,010원으로 가장 높은 평균 가격대를 보였으며 찜·선의 가격대가 평균 14.50유로, 21,156원, 구이·전적이 평균 13.72유로, 20,012원으로 회·편육 다음으로 높은 가격대를 이루는 것으로 조사됨
- 독일 한식당을 방문하는 손님 중 현지인이 80%~100%의 비중을 차지하는 곳은 약 67%로 조사되었으며, 60%~80%의 고객을 보유한 한식당은 약 17%인 것으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-50〉 독일 지역별 한식당 분포

	지역구분							합계
	뮌헨	함부르크	베를린	프랑크푸르트	뒤셀도르프	켈른	기타	
빈도(개)	7	29	22	12	10	4	46	130
비중(%)	5.38	22.31	16.92	9.23	7.69	3.08	35.38	100.00



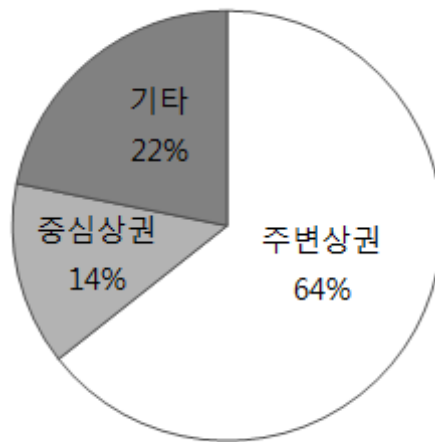
〈그림 II-18〉 독일 지역별 한식당 분포

- 독일은 함부르크(Hamburg)지역에 가장 많은 29개(약 22%)의 한식당이 분포함
- 수도인 베를린(Berlin)에는 22개(약 17%)의 한식당이 분포하고 있으며, 프랑크푸르트(Frankfurt)에 12개(약 9%), 한식당이, 뒤셀도르프(Düsseldorf), 뮌헨(München), 켈른(Köln)에 각각 10개, 7개, 4개의 한식당이 있는 것으로 나타남
- 기타 지역에는 46개(약 36%)의 한식당이 분포하며 바트조덴(Bad Sooden), 오버우어젤(oberursel), 에쉬본(Eschborn) 등 33개의 지역에 걸쳐서 한식당이 분포되어 있음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-51〉 독일 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	55	12	19	86
비중(%)	63.95	13.95	22.09	100.00



〈그림 II-19〉 독일 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 한식당의 55개 업체(약 64%)가 주변상권에 분포
 - 중심상권과 기타에는 각각 12개 업체(약 14%), 19개 업체(약 22%)의 한식당이 분포함

〈표 II-52〉 독일 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

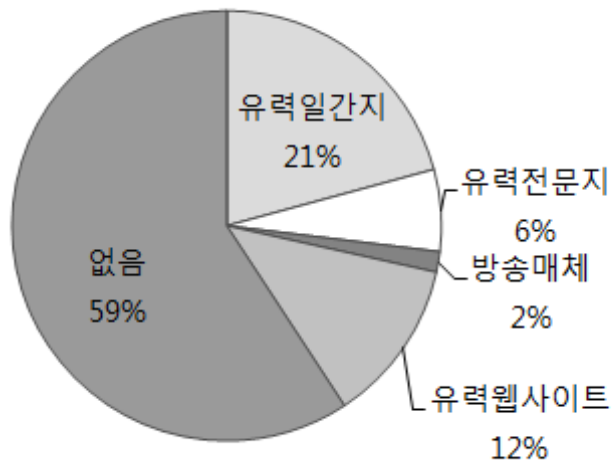
	상권기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	130	130
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 전체 130개 한식당 모두 비한인타운에 위치함
 - 독일은 재독한인 총 연합회는 있으나 한인타운은 아직 형성되어 있지 않으며, 대다수의 한인들이 여러 지역에 골고루 분포하며 거주하고 있음

□ 미디어 노출

〈표 II-53〉 독일 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	27	8	2	16	77	130
비중(%)	0.00	0.00	20.77	6.15	1.54	12.31	59.23	100.00



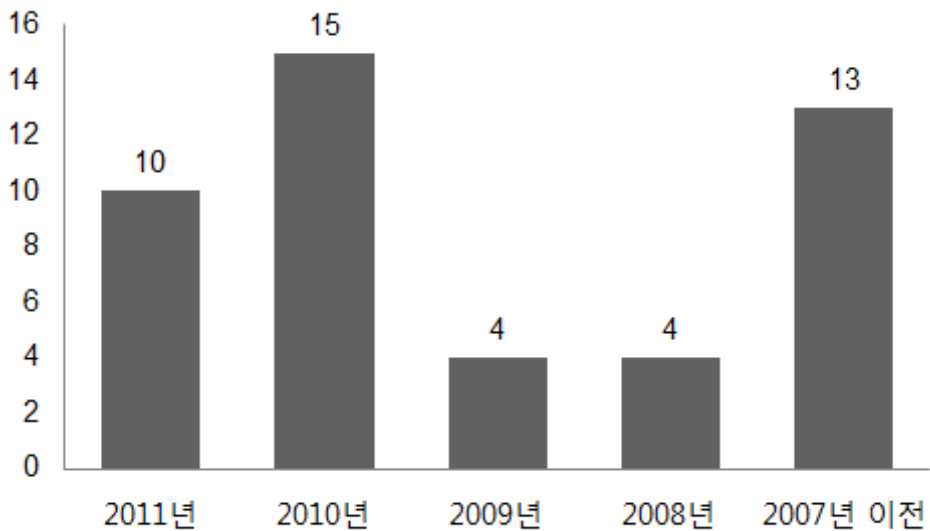
〈그림 II-20〉 독일 한식당 노출 미디어 종류

- 27개 업체(약 21%)는 독일의 유력일간지에 노출됨
 - 유력일간지 모건포스트(Morgan Post), 빌드(Bild) 등에 베를린 소재의 양지식당(Restaurant Yang-Zi), 함부르크 소재의 도라지식당(Dorasi) 등이 노출됨
- 16개 업체(약 12%)는 독일의 유력웹사이트에 노출됨
 - 유력웹사이트 키페(qype), 트리패드바이저(tripadvisor) 등에 베를린 소재의 서울관(Seoul-Kwan), 뮌헨 소재의 줌코레아너(zum Koreaner) 등인 것으로 조사됨
- 유력전문지에 게재된 한식당은 8개(약 6%)로 조사됨
 - 유력전문지인 웹(web), 리포터(Reporter), 자이퉁(Zeitung) 등에 그뢰미치 소재의 서울식당(Seoul), 함부르크 소재의 김젠(Kimzen) 등이 소개됨

- 독일 방송매체인 알티엘 프랑크푸르트(RTL Frankfurt) 겐아우스(geht aus), 라디오 함부르크(Radio Hamburg) 등에 함부르크 소재의 아시아퀵 세븐 푸드라운지(Asia Quick 7 Food Lounge), 프랑크푸르트 소재의 Mr. Lee식당(Mr. Lee) 등 2개의 한식당이 소개됨

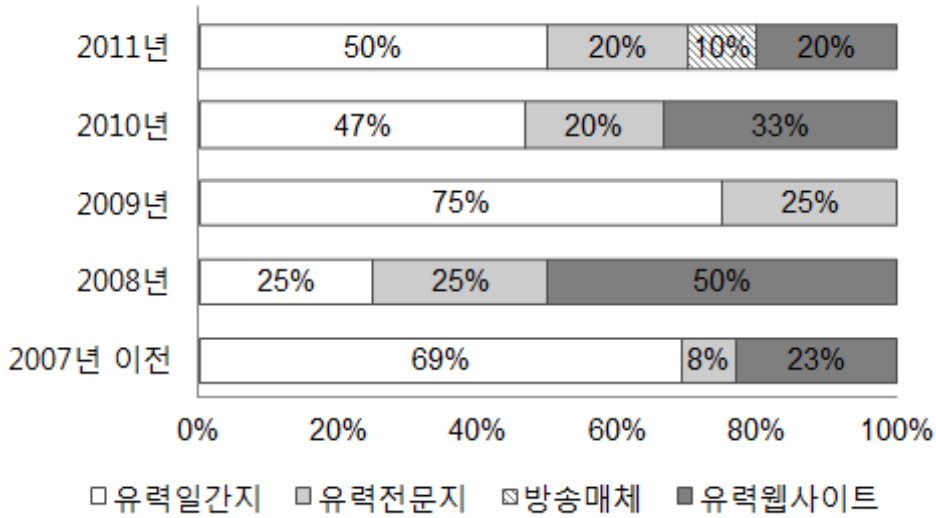
〈표 II-54〉 독일 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	5	2	1	2	10
2010년	0	0	7	3	0	5	15
2009년	0	0	3	1	0	0	4
2008년	0	0	1	1	0	2	4
2007년 이전	0	0	9	1	0	3	13
합계	0	0	25	8	1	12	46



〈그림 II-21〉 독일 한식당 미디어 노출 연도

- 2010년에 한식당의 미디어 노출수가 가장 많은 것으로 나타남
 - 2010년에는 15개의 한식당이, 2007년 이전에는 13개의 한식당이 노출됨
 - 2011년에는 10개의 한식당이 미디어에 노출됨



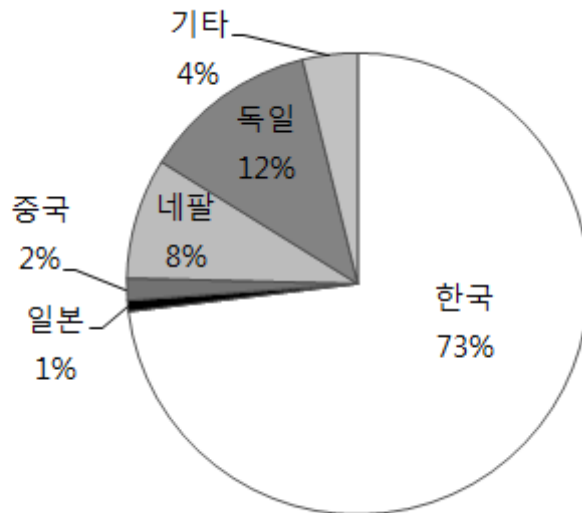
〈그림 II-22〉 독일 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 2011년에 유력 일간지를 통해서 노출된 비율이 약 50%로서 가장 많은 비율을 차지함
 - 유력전문지와 유력웹사이트가 각각 20%를 차지함
- 유력전문지를 통한 노출은 2007년 이전 약 8%에서 2008년 약 25%로 급격히 증가함
 - 이후 2008년부터 약 20%를 상회하며 일정한 비율의 노출정도를 보임
- 2011년 방송매체를 통한 미디어 노출이 10%로 증가
 - 2010년 이전에는 한 건도 없었음
- ZAGAT과 미술랭가이드 등을 통한 노출은 한 건도 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-55〉 독일 한식당 대표자 국적

	대표자 국적						합계
	한국	독일	네팔	중국	일본	기타	
빈도(개)	95	16	11	2	1	5	130
비중(%)	73.08	12.31	8.46	1.54	0.77	3.85	100.00

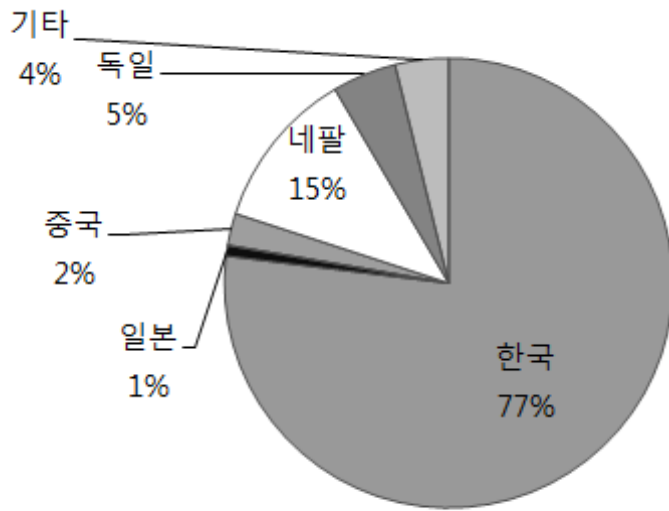


〈그림 II-23〉 독일 한식당 대표자 국적

- 대표자 국적이 한국인 업체가 100개 업체(약 77%)로서 가장 많음
- 대표자 국적이 네팔인 업체는 15개(약 12%), 독일 6개 업체(약 5%), 중국 3개 업체(약 2%) 순서로 나타남

〈표 II-56〉 독일 한식당 조리장 국적

	조리장 국적						합계
	한국	네팔	독일	중국	일본	기타	
빈도(개)	100	15	6	3	1	5	130
비중(%)	76.92	11.54	4.62	2.31	0.77	3.85	100.00



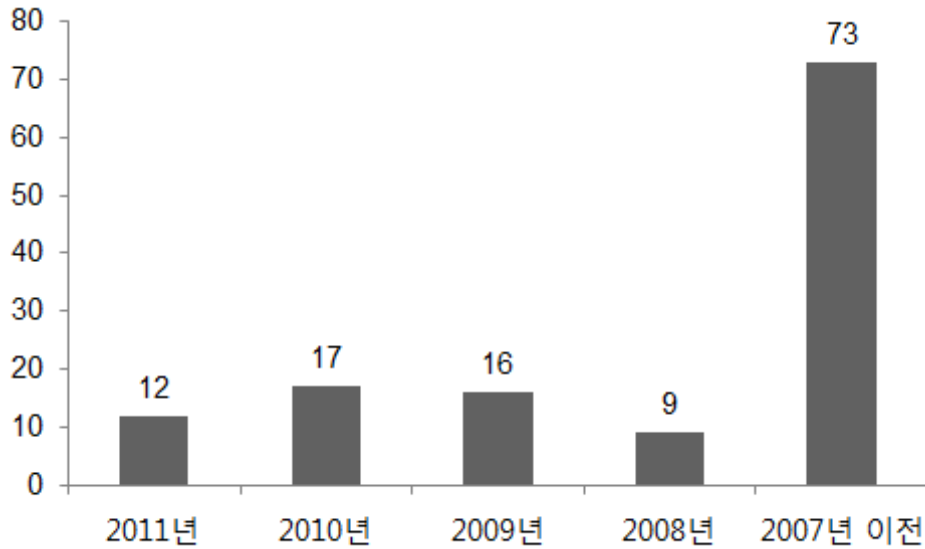
〈그림 II-24〉 독일 한식당 조리장 국적

- 한국 국적의 조리장이 가장 많으며 네팔 조리장이 뒤를 이음
- 조리장의 국적이 한국인 업체는 100개(약 77%)로서 가장 많음
- 네팔 국적이 약 12%, 독일 국적은 약 5%의 순서로 나타남

□ 설립연도

〈표 II-57〉 독일 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	12	17	16	9	73	127
비중(%)	9.45	13.39	12.60	7.09	57.48	100.00



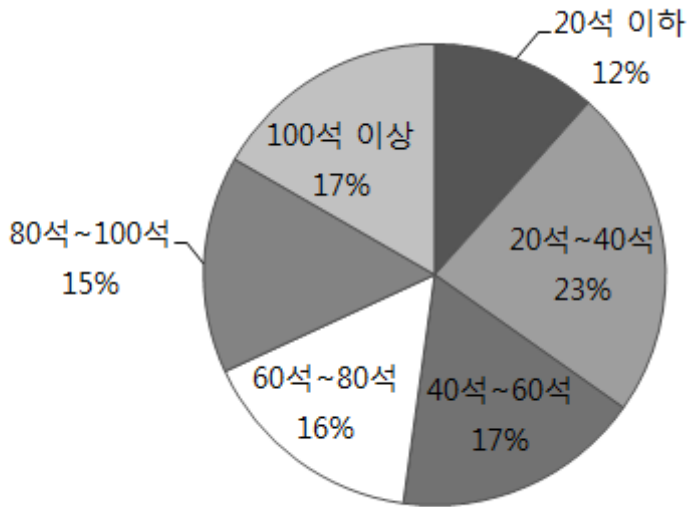
〈그림 II-25〉 독일 한식당 설립연도

- 2007년 이전에 설립된 한식당의 수는 73개 업체(약 57%)로 독일에 있는 한식당 중에 가장 많은 수를 차지함
- 2009년도에 설립된 한식당은 약 13%, 2010년도는 약 13%로 조사되었으며, 2011년도에 만들어진 한식당은 약 9%, 12개 업체인 것으로 나타남

□ 식당의 규모

〈표 II-58〉 좌석수별 독일 한식당 규모

	좌석수						합계
	20석 이하	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	16	32	24	22	21	23	139
비중(%)	11.59	23.19	17.39	15.94	15.22	16.67	100.00

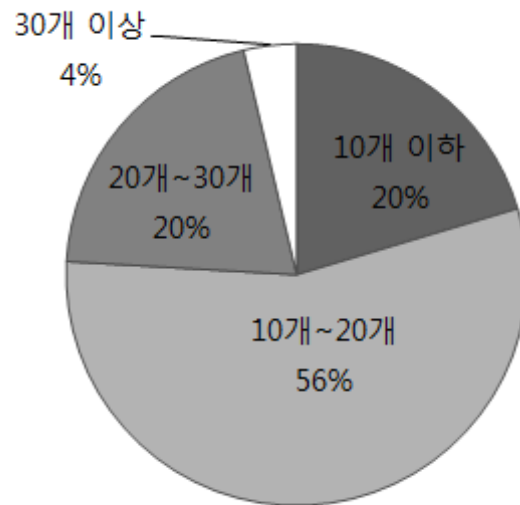


〈그림 II-26〉 좌석수별 독일 한식당 규모

- 20석~40석 좌석수의 업체가 가장 많이 분포함
- 20석 이상 40석 이하의 좌석규모를 가지고 있는 한식당의 수는 32개로 약 23%를 차지함
- 40석 이상 60석 이하 좌석 규모 한식당의 수는 24개로 약 17%를 차지함

〈표 II-59〉 테이블수별 독일 한식당 규모

	테이블 수				합계
	10개 이하	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	11	30	11	2	54
비중(%)	20.37	55.56	20.37	3.70	100.00



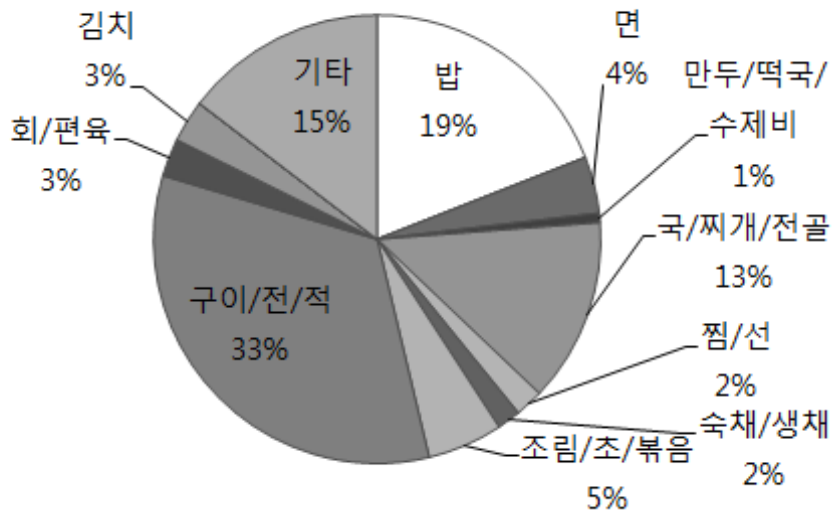
〈그림 II-27〉 테이블수별 독일 한식당 규모

- 10개~20개 테이블을 가진 규모의 한식당이 많이 분포함
 - 10개 이상 20개 이하의 테이블을 가지고 있는 한식당이 약 67%로 나타남
 - 10개 이하의 테이블을 가지고 있는 한식당, 20개 이상 30개 이하의 테이블을 가진 한식당 수는 각각 약 20% 11개 업체로 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 II-60〉 독일 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	98	갈비, 불갈비, 소주물럭, 불고기, 등심, 쇠갈비구이, 고기부페, 숯불구이, 삼겹살, 해물파전, 오리구이, 너비아니, 소갈비구이, 치킨테리야끼, LA갈비
밥	56	비빔밥, 돌솥비빔밥, 오징어덮밥, 육회돌솥비빔밥, 김밥, 낙지덮밥
기타	43	짜장면, 짬뽕, 탕수육, 라조기, 팔보채, 완탕스프, 녹차초콜릿케이크, 캘리포니아롤, 라조기
국·찌개·전골	39	김치찌개, 육개장, 순두부찌개, 갈비탕, 은대구전골, 해물찌개, 꼬리영양탕, 김치국, 두부전골, 해물탕
조림·초·볶음	16	낙지볶음, 해물볶음, 소고기 볶음, 돼지볶음, 장조림, 닭고기볶음
면	12	냉면, 신라면
김치	9	김치
회·편육	8	모듬회, 족발, 보쌈
찜·선	6	도미찜, 갈비찜
숙채·생채	5	잡채, 콩나물



〈그림 II-28〉 독일 한식당 주요 메뉴

○ 메뉴 중 구이·전·적류가 약 33%로 가장 많은 비율을 차지함

- 총 한식당 130개 중 구이·전·적을 취급하는 식당은 98개로 메뉴명으로는 갈비, 불갈비, 소주물럭, 불고기, 등심 등이 있는 것으로 나타남

- 밥류 19%(56개), 기타 15%(43개), 국·찌개·전골류 13%(39개) 순서로 나타남
 - 밥류에는 비빔밥, 돌솥비빔밥, 오징어덮밥, 김밥 등의 메뉴가 있음
 - 기타는 짜장면, 짬뽕, 라조기, 팔보채 등 한국식 중식요리들이 대부분이었으며, 캘리포니아롤, 녹차, 초콜릿케이크 등도 포함됨
 - 국·찌개·전골류에는 대표적인 메뉴로 김치찌개, 순두부찌개, 해물찌개, 육개장, 갈비탕, 해물탕 등이 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-61〉 독일 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
회·편육	28.11	41,010
찜·선	14.50	21,156
구이·전·적	13.72	20,012
국·찌개·전골	11.38	16,610
기타	9.73	14,198

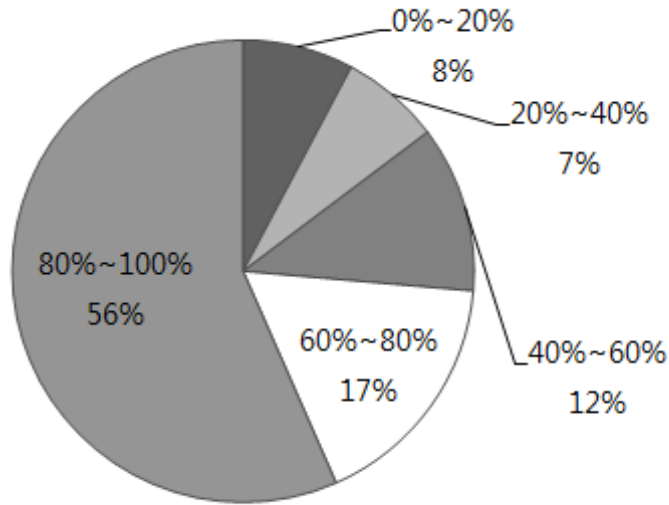
*환율: 1€ = 1459원(2012년 01월 18일 기준)

- 회·편육류는 평균 28.11유로(한화 41,010원)로서 가장 높은 평균가를 기록함
 - 찜·선류의 가격대가 평균 14.50유로(한화 21,156원), 구이·전·적류 평균 13.72유로(한화 20,012원)로 회·편육류 다음으로 높은 가격대를 이루는 것으로 조사됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-62〉 독일 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	10	9	15	22	73	129
비중(%)	7.75	6.98	11.63	17.05	56.59	100.00



〈그림 II-29〉 독일 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객 비중이 비교적 높은 특징이 나타남
 - 방문하는 고객 중 현지인이 80~100%의 비중을 차지하는 업체는 약 67%로 조사되었으며, 60~80%의 고객을 보유한 한식당은 약 17%인 것으로 조사됨

6. 라트비아(Latvia)

□ 라트비아 내 한식당 현황 요약

- 라트비아에는 1개의 한식당이 존재하는데 그 식당의 이름은 설악산(Soraksans)이며, 수도인 리가(Riga)의 주변상권에 위치하고 있음
- 라트비아의 한식당은 미디어에 노출된 적이 없는 것으로 조사되었음
- 한식당 설악산의 대표자 및 조리장은 라트비아 국적이며, 2000년에 설립되었음
- 한식당 설악산 식당의 좌석수는 40석이며 테이블수는 10개인 것으로 조사되었음
- 한식당 설악산은 김치볶음밥, 부대찌개, 닭고기볶음을 취급하는데 가장 가격대가 높은 메뉴는 닭고기볶음이며, 부대찌개와 김치볶음밥이 그 다음 순서임
- 라트비아 내 한식당 설악산의 현지인 고객비중은 80%로 나타남

지역별 한식당 분포

〈표 II-63〉 라트비아 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	리가	기타	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 라트비아에는 설악산(Soraksans)이라는 상호의 1개의 한식당이 수도인 리가(Riga)에 유일하게 위치함

상권별 한식당 분포

〈표 II-64〉 라트비아 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 설악산은 주변상권에 위치함

〈표 II-65〉 라트비아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	상권기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	1	1
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한식당 설악산은 비한인타운에 위치함

미디어 노출

- 라트비아의 한식당은 미디어에 노출된 바 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-66〉 라트비아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	라트비아	기타	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당 설악산 대표자는 라트비아 국적임

〈표 II-67〉 라트비아 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	라트비아	기타	
빈도(개)	1	0	36
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당 설악산 조리장은 라트비아 국적임

□ 설립연도

〈표 II-68〉 라트비아 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	1	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 한식당 설악산은 2000년에 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 II-69〉 좌석수별 라트비아 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	1	0	0	0	0	1
비중(%)	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 설악산 식당의 좌석수는 40석임

〈표 II-70〉 테이블수별 라트비아 한식당 규모

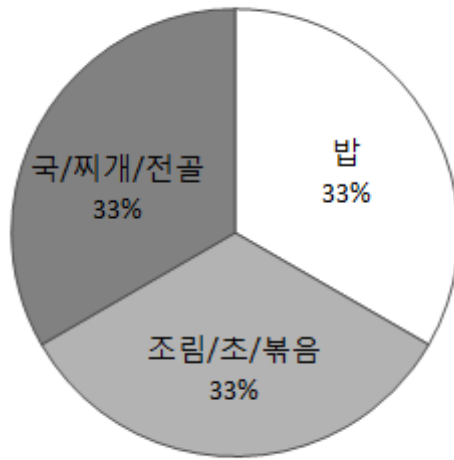
	테이블수				합계
	0~10개	10~20개	20~30개	30~40개	
빈도(개)	1	0	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 설악산의 테이블수는 10개임

□ 주요 메뉴

〈표 II-71〉 라트비아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
밥	1	김치볶음밥
국·찌개·전골	1	부대찌개
조림·초·볶음	1	닭고기볶음



〈그림 II-30〉 라트비아 한식당 주요 메뉴

- 한식당 설악산은 김치볶음밥, 부대찌개, 닭고기볶음 등을 판매함

□ 메뉴의 가격

〈표 II-72〉 라트비아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(라트 LVL)	평균가(원 ₩)
조림·초·볶음	2.20	4,585
국·찌개·전골	1.80	3,751
밥	0.60	1,250

*환율: 1 LVL = 2084.60원(2012년 01월 18일 기준)

- 한식당 설악산이 취급하는 메뉴 중 가장 비싼 메뉴는 닭고기볶음이며, 부대찌개와 김치볶음밥이 그 다음 순서임

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-73〉 라트비아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	0	1	0	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	100.00

- 한식당 설악산의 현지인 고객비중은 약 80%로 높은 편임

7. 러시아(Russia)

□ 러시아 내 한식당 현황 요약

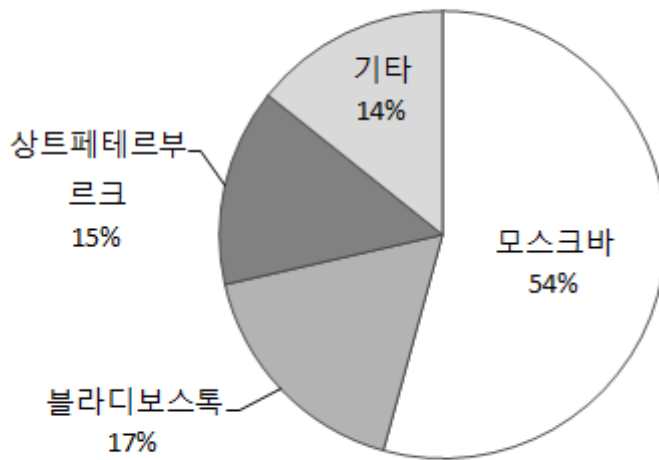
- 러시아 지역별 한식당 분포를 살펴보면, 모스크바(Moscow)에 19개, 약 11%로 가장 많은 한식당이 분포되어 있으며 블라디보스톡(vladivostok)과 상트페테르부르크(Saint Petersburg)가 그 뒤를 잇고 있음
- 상권을 기준으로 러시아 한식당 소재지 분포를 살펴보면, 중심상권에 21개, 약 60%의 한식당이 분포해 있으며 주변상권에는 14개, 약 40%의 한식당이 분포
- 유력전문지에 노출된 한식당은 총 15개로 나타났으며, 방송매체로 노출된 한식당은 9개로 라디오, TV, 영화촬영 등의 방식으로 노출되었음
 - 러시아 소재 전체 한식당의 약 57%인 20곳은 미디어에 노출되지 않음
- 2011년에 가장 많은 한식당이 미디어에 노출되었으며 2008년부터 3년간 유력일간지에만 노출이 되었다가, 2011년 들어서 다양한 경로를 통해 노출되기 시작했음
- 러시아에 있는 한식당의 대표자 중 약 절반 정도(49%)가 한국인이며, 러시아인이 나머지를 차지했으며 이 중 고려인이 차지하는 비중이 23%정도가 되는 것으로 나타남
- 수도인 모스크바(Moscow) 지역에는 주로 한국인의 진출 비율이 많고, 기타 지역에는 현지인 비율이 높은 것으로 나타남
 - 한국인 조리장의 비율은 한국인 대표자의 비율과 대체적으로 비슷하게 나왔으며, 한국인이 대표일 경우 대부분 한국인이 조리장이었음
- 2007년 이전에 설립된 식당이 24개로 가장 많았으며, 가장 오래된 식당은 모스크바에 있는 식당으로 1989년에 설립됨
 - 1990년대 후반부터 2000년대 초반에 많은 식당이 설립되었으며, 최근에 새로 설립된 한식당은 많지 않은 것으로 분석됨

- 러시아 식당의 좌석수별 규모는 대체적으로 100석 이하, 테이블 수 20개 이하의 중소규모 식당이 대부분인 것으로 분석됨
- 러시아의 한식당에서 가장 많은 비중을 차지하는 메뉴의 대부분은 구이·전·적과 국·찌개·전골류인 것으로 조사되었음
 - 러시아에 있는 한식당 메뉴 중 찜·선류가 48,166원으로 가장 비싼 메뉴인 것으로 분석되었음
- 전체적으로는 20~50%의 현지인 고객비중인 식당이 가장 많으며, 현지인 비중이 절반을 넘는 식당은 30%정도임
 - 상트페테르부르크나 노보시비르스크 등 모스크바를 제외한 지역은 비교적 현지인 고객비중이 높으나, 모스크바 지역은 식당별로 다양한 모습을 보임

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-74〉 러시아 지역별 한식당 분포

	지역구분				합계
	모스크바	블라디보스톡	상트페테르부르크	기타	
빈도(개)	19	6	5	5	35
비중(%)	54.29	17.14	14.29	14.29	100



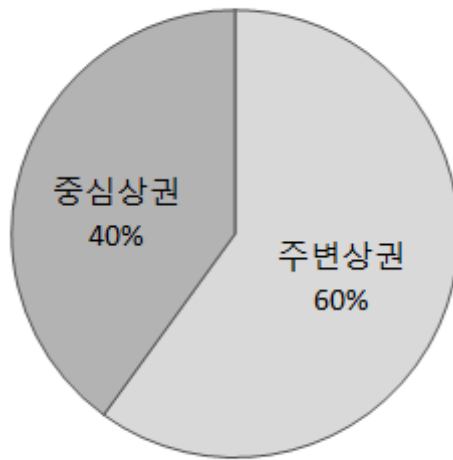
〈그림 II-31〉 러시아 지역별 한식당 분포

- 러시아의 수도인 모스크바(Moscow)에 한식당 수가 19개(약 11%)로서 가장 많음
- 블라디보스톡(Vladivostok)과 상트페테르부르크(Saint Petersburg)의 순서로 나타남
- 5개 업체는 기타 지역에 각각 하나씩 분포함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-75〉 러시아 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	21	14	0	35
비중(%)	60	40	0	100



〈그림 II-32〉 러시아 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 분포를 살펴보면, 중심상권에 21개(약 60%)의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타남
- 주변상권에는 14개(약 40%)의 한식당이 분포함

〈표 II-76〉 러시아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

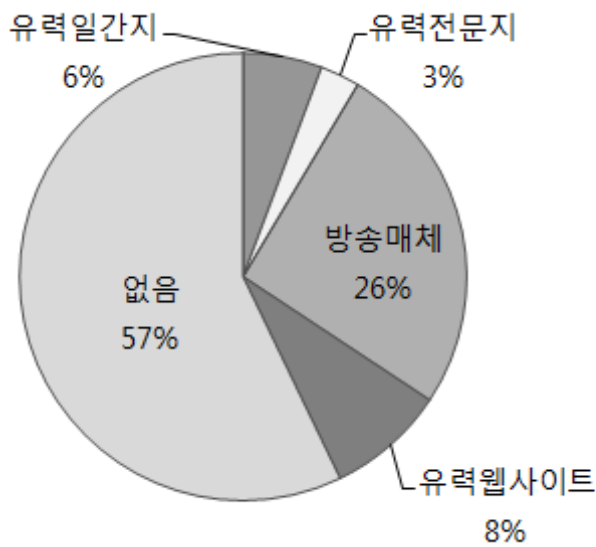
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	35	35
비중(%)	0	100	100

- 한인타운을 기준으로 분포를 살펴보면, 35개의 한식당이 모두 비한인타운에 위치하는 것으로 나타남

□ 미디어 노출

〈표 II-77〉 러시아 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	2	1	9	3	20	35
비중(%)	0.00	0.00	5.71	2.86	25.71	8.57	57.14	100.00

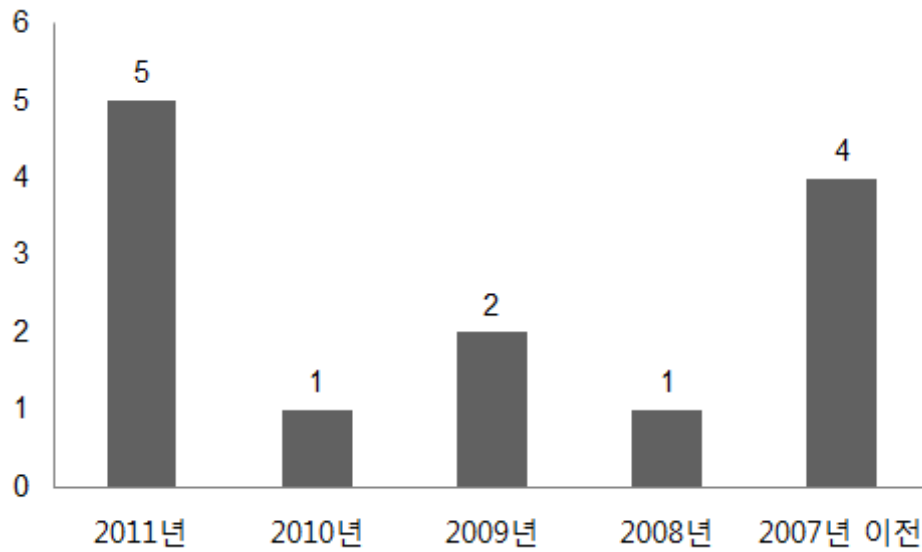


〈그림 II-33〉 러시아 한식당 노출 미디어 종류

- 유력전문지에 노출된 한식당은 총 15개임
 - 방송매체에 가장 많은 9개의 한식당이 노출되었음
 - 라디오, TV, 영화 촬영 등 다양한 방식으로 노출되었음
- 유력웹사이트에 3개 업체, 유력일간지에 2개 업체, 유력전문지에 1개 업체가 각각 노출됨
 - 유력웹사이트에 노출된 한식당은 모두 노보시비르스크(Novosibirsk) 지역의 업체이며, 유력일간지와 전문지에 노출된 한식당은 모두 블라디보스톡에 있는 업체임
- 그 밖에 20개 업체(약 57%)는 미디어에 노출되지 않음

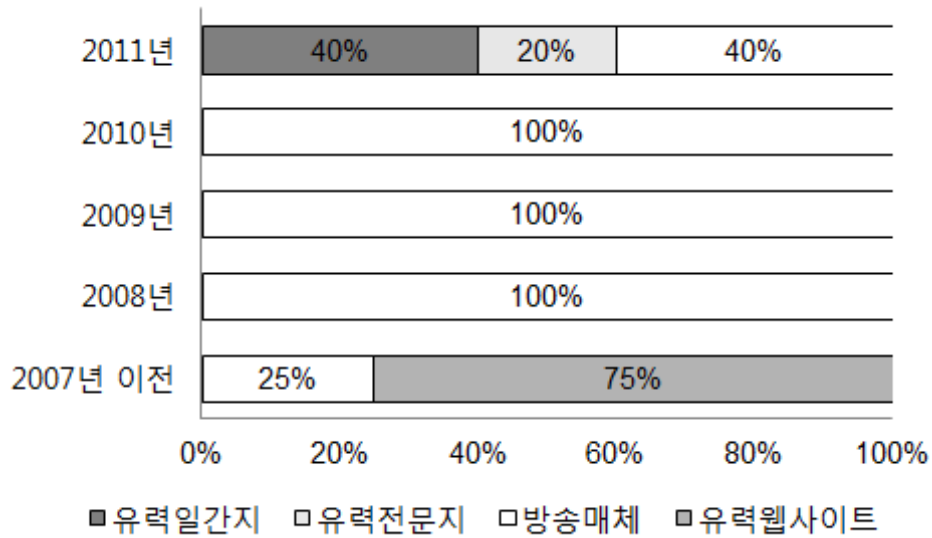
〈표 II-78〉 러시아 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	2	1	2	0	5
2010년	0	0	0	0	1	0	1
2009년	0	0	0	0	2	0	2
2008년	0	0	0	0	1	0	1
2007년 이전	0	0	0	0	1	3	4
합계	0	0	2	1	7	3	13



〈그림 II-34〉 러시아 한식당 미디어 노출 연도

- 2011년에 가장 많은 한식당이 미디어에 노출됨
- 최근 5년간 큰 편차 없이 미디어에 노출됨



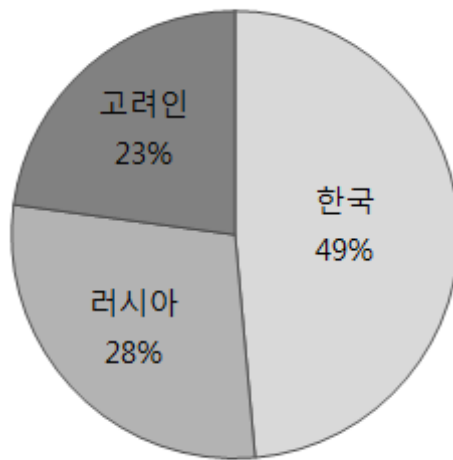
〈그림 II-35〉 러시아 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 2008년부터 3년간 유력일간지에만 노출이 되다가 2011년 이후 부터는 다양한 경로를 통해 노출되기 시작함
- 단, 미술랭가이드 및 ZAGAT을 통한 노출은 한 건도 없었음
- 방송매체에 노출되었으나 노출 시기를 알 수 없는 업체가 2개 있었으며, 통계에서 제외함

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-79〉 러시아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적			합계
	한국	러시아	고려인	
빈도(개)	17	10	8	35
비중(%)	48.57	28.57	22.86	100

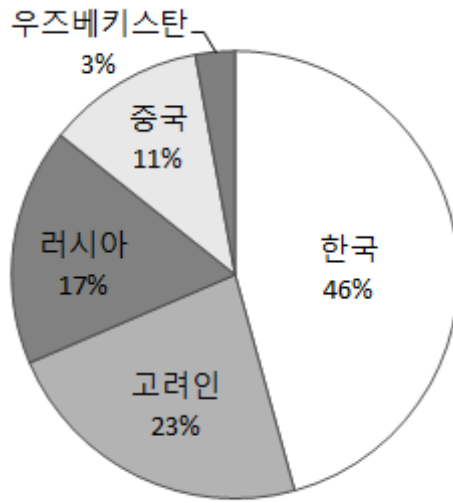


〈그림 II-36〉 러시아 한식당 대표자 국적

- 러시아에 있는 한식당의 대표자 중 약 49%가 한국인이며, 러시아인이 나머지를 차지했고 이 중 고려인이 차지하는 비중은 약 23%로 나타났음
- 모스크바(Moscow) 지역에는 주로 한국인의 진출 비율이 높고, 기타 지역에는 현지인 비율이 높은 특징이 있음

〈표 II-80〉 러시아 한식당 조리장 국적

	조리장 국적					합계
	한국	고려인	러시아	중국	우즈베키스탄	
빈도(개)	16	8	6	4	1	35
비중(%)	45.71	22.86	17.14	11.43	2.86	100



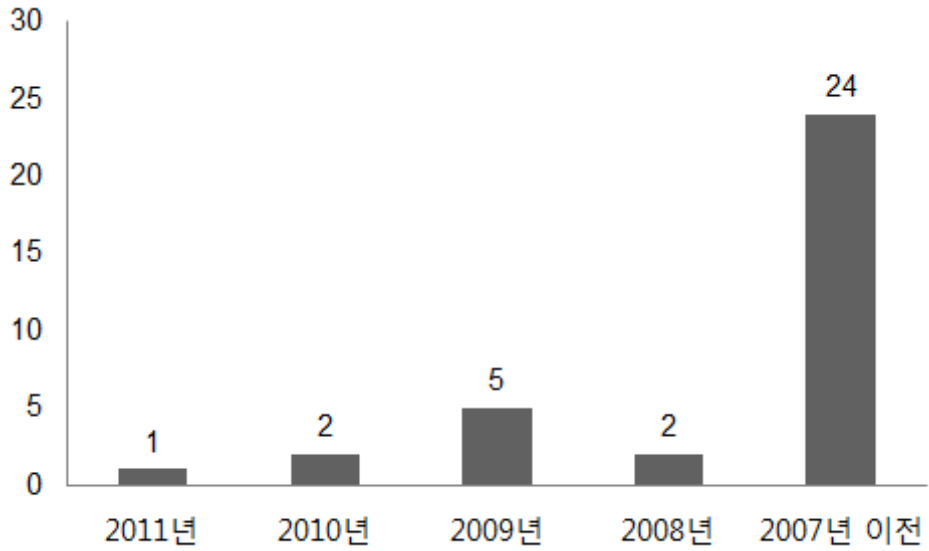
〈그림 II-37〉 러시아 한식당 조리장 국적

- 대표자가 한국 국적인 업체의 경우 대부분 한국 국적의 조리장이 있음
- 모스크바(Moscow) 지역의 한식당 중 4개 업체(11%)는 조리장이 중국인으로 나타남

□ 설립연도

〈표 II-81〉 러시아 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	1	2	5	2	24	34
비중(%)	2.94	5.88	14.71	5.88	70.59	100.00



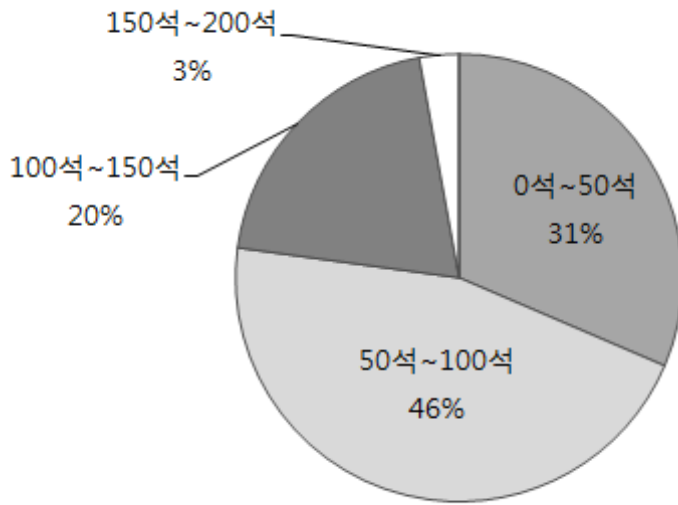
〈그림 II-38〉 러시아 한식당 설립연도

- 2007년 이전에 설립된 식당이 24개(약 69%)로서 가장 많았으며, 가장 오래된 식당은 모스크바에 있는 식당으로 1989년에 설립되었음
- 1990년대 후반부터 2000년대 초반에 많은 식당이 설립되었으며, 최근에 새로 설립된 한식당은 많지 않은 것으로 분석됨

□ 식당의 규모

〈표 II-82〉 좌석수별 러시아 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	11	16	7	1	0	35
비중(%)	31.43	45.71	20.00	2.86	0	100

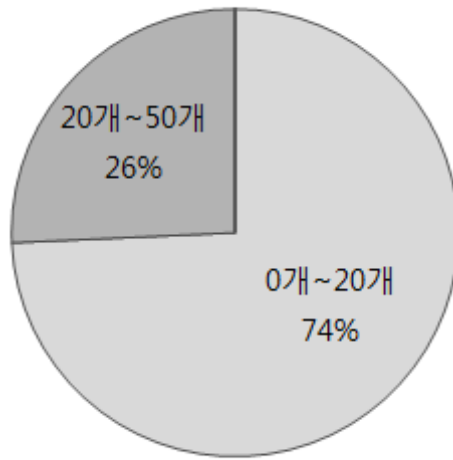


〈그림 II-39〉 좌석수별 러시아 한식당 규모

- 좌석수별 규모는 대체적으로 100석 이하인 중, 소규모 식당이 대다수인 것으로 나타남
- 100석 이상의 한식당은 8개(약 23%)로 나타남

〈표 II-83〉 테이블수별 러시아 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	26	9	0	0	35
비중(%)	74.29	25.71	0	0	100



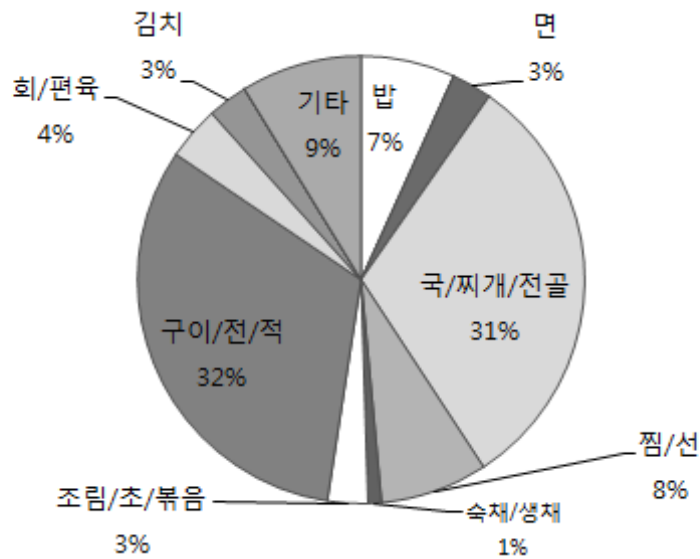
〈그림 II-40〉 테이블수별 러시아 한식당 규모

- 테이블 수는 대부분 50개 이하였으며, 소규모 한식당이 대부분을 차지함
 - 그 중, 테이블 수 20개 이하는 26개 업체(약 74%), 20개~50개는 9개 업체(약 26%)로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 II-84〉 러시아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	25	갈비탕, 김치찌개, 대구탕, 된장찌개, 부대찌개, 순두부찌개, 해물탕
구이·전·적	25	갈비, 생선구이, 김치부침개, 녹두전, 닭구이, 모듬구이, 불고기, 삼겹살, 해물파전
기타	8	간pong기, 치킨, 돈까스, 롤, 아리수샐러드, 짬뽕, 탕수육, 팔보채
찜·선	7	갈비찜, 보쌈, 해물찜
밥	7	김밥, 돌솥밥, 비빔밥
회·편육	4	족발, 회
면	2	국수, 냉면
김치	3	두부김치
조림·초·볶음	3	갈비볶음, 떡볶음, 삼겹살고추장볶음
숙채·생채	1	잡채



〈그림 II-41〉 러시아 한식당 주요 메뉴

- 가장 많은 비중을 차지하는 메뉴는 구이·전·적류, 국·찌개·전골류이며 25개 업체가 이 메뉴를 판매함
- 한식당임에도 간pong기, 짬뽕, 치킨 등 한식이 아닌 메뉴를 판매하는 업체는 25개 업체로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 II-85〉 러시아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(루블 RUB)	평균가(원 ₩)
찜·선	1,320	48,167
구이·전·적	718	26,131
회·편육	714	26,045
기타	641	23,293
국·찌개·전골	517	18,794

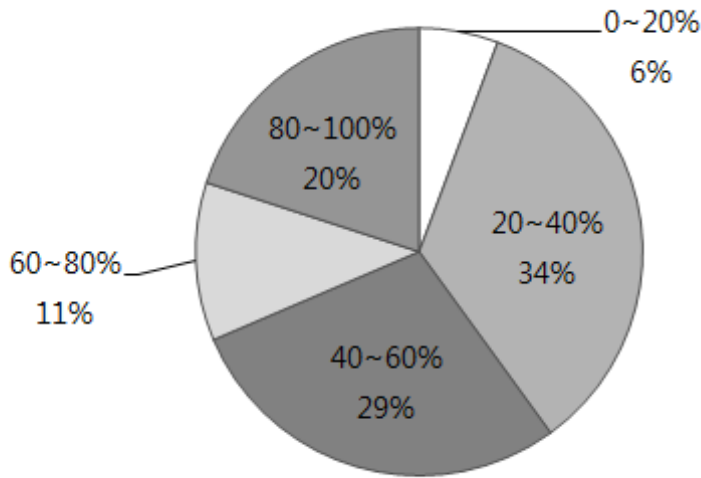
*환율: 1 RUB = 36.49원(2012년 01월 18일 기준)

- 러시아 한식당 메뉴의 가격은 비교적 높은 편임
- 비교적 고가인 찜·선류와 회·편육류가 많은 비중을 차지하고 있기 때문인 것으로 분석됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-86〉 러시아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	2	12	10	4	7	35
비중(%)	5.71	34.29	28.57	11.43	20.00	100



〈그림 II-42〉 러시아 한식당 현지인 고객 비중

- 상트페테르부르크나 노보시비르스크 등 모스크바를 제외한 지역은 비교적 현지인 고객비중이 높으나, 모스크바 지역은 식당별로 다양한 모습을 보임
- 전체적으로는 20%~60%의 현지인 고객비중인 식당이 가장 많으며, 현지인 비중이 반 이상인 식당은 30% 정도임

8. 루마니아(Romania)

□ 루마니아 내 한식당 현황 요약

- 루마니아 내의 한식당은 수도인 부쿠레슈티(Bucharest)에 2개의 한식당이 위치하고 있는 것으로 조사되었으며 2개 모두 주변상권에 위치해 있음
 - 루마니아 코펜하겐 지역에 코리아하우스(Korea House)와 다미(DAMI Restaurant)라는 한식당이 위치하고 있음
- 한인타운을 기준으로 루마니아의 한식당 소재지 분포를 살펴보면, 루마니아의 한식당은 모두 비한인타운에 위치하고 있음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2007년 이전으로서 안정화되어있는 것으로 볼 수 있음
- 루마니아 한식당은 좌석 수가 40석~60석, 100석 이상이 각각 1개이며 테이블 수는 10개~20개인 식당이 1곳, 20개~30개인 식당이 1곳임
- 루마니아 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적으로 대표적인 메뉴로는 삼겹살과 불고기를 취급하는 것으로 조사되었으며 국·찌개·전골 메뉴와 숙채·생채, 그리고 김치 또한 판매하는 것으로 나타났음
- 루마니아 한식당 메뉴는 거의 비슷한 가격대를 형성하고 있으며 숙채·생채 메뉴의 잡채와 김치메뉴의 두부김치, 기타메뉴의 간풍기가 평균 원화 약 16,800원으로 동등하게 나타남
- 루마니아에 위치한 한식당들은 현지인 고객 비율이 낮은 편인 것으로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-87〉 루마니아 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	부쿠레슈티	기타	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 루마니아는 수도인 부쿠레슈티(Bucharest)에 코리아하우스(Korea House)와 다미(DAMI Restaurant)라는 상호의 한식당이 위치하고 있음
- 기타 지역은 한식당이 조사된 바 없음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-88〉 루마니아 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	2	0	0	2
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 2개 업체 모두 주변상권에 위치하고 있음

〈표 II-89〉 루마니아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	2	2
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 2개 업체 모두 비한인타운에 위치하고 있음

미디어 노출

〈표 II-90〉 루마니아 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	2	0
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 루마니아에서 한식당은 미디어를 통해 노출된 적이 없음

대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-91〉 루마니아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	루마니아	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 대표자는 2개 업체 모두 한국 국적임

〈표 II-92〉 루마니아 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	루마니아	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 조리장은 2개 업체 모두 한국 국적임

설립연도

〈표 II-93〉 루마니아 한식당 설립연도

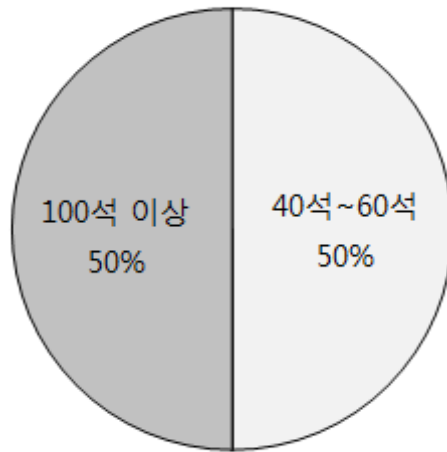
	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 설립연도는 모두 2007년 이전으로 나타남
 - 2개의 한식당은 모두 2007년 이전에 설립되었음
- 2008년~2011년 기간 동안 새로 설립된 한식당은 없는 것으로 조사됨

□ 식당의 규모

〈표 II-94〉 좌석수별 루마니아 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	0	1	0	0	1	2
비중(%)	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	100.00	100.00

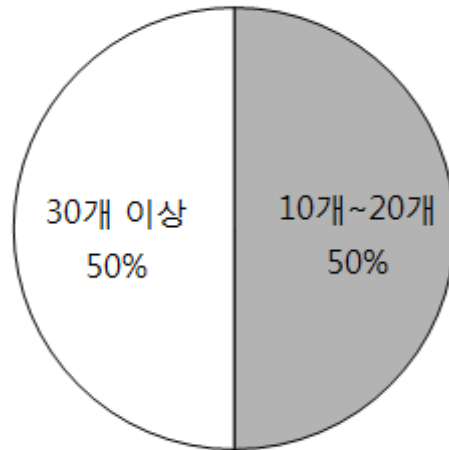


〈그림 II-43〉 좌석수별 루마니아 한식당 규모

- 2개 한식당 중 1개 업체의 좌석수는 40석~60석 규모, 다른 1개 업체는 100석 이상의 규모로 나타남

〈표 II-95〉 테이블수별 루마니아 한식당 규모

	테이블 수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	0	1	0	1	2
비중(%)	0.00	50.00	0.00	50.00	100.00



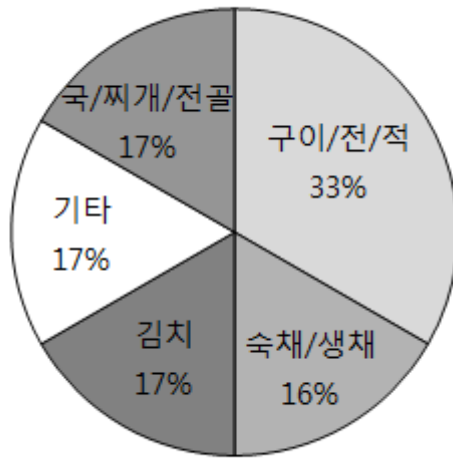
〈그림 II-44〉 테이블수별 루마니아 한식당 규모

- 2개 한식당은 테이블 수가 10개~20개인 식당과 20개~30개인 식당이 각각 1개씩으로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 II-96〉 루마니아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	1	삼겹살, 불고기
국·찌개·전골	1	김치찌개
숙채·생채	1	잡채
김치	1	두부김치
기타	1	간pong기



〈그림 II-45〉 루마니아 한식당 주요 메뉴

- 주요 메뉴는 구이·전·적류로서 전체 메뉴의 약 33%를 나타냄
 - 구이·전·적류의 대표 메뉴는 삼겹살과 불고기가 있음
 - 구이·전·적류를 제외하고 국·찌개·전골류, 숙채·생채, 김치류, 기타는 각각 약 17%로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 II-97〉 루마니아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(레우 RON)	평균가(원 ₩)
숙채·생채	50.00	16,800
김치	50.00	16,800
기타	50.00	16,800
구이·전·적	45.00	15,120
국·찌개·전골	45.00	15,120

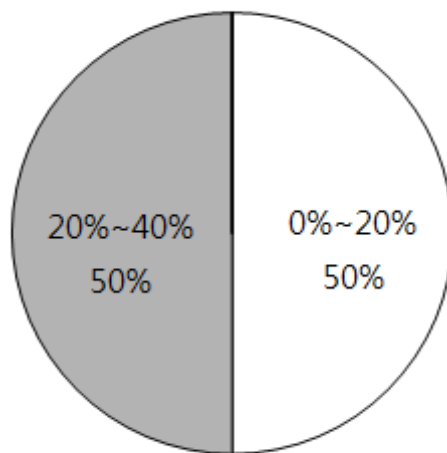
*환율: 1 RON = 336원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴의 가격은 편차가 작음
 - 숙채·생채류 메뉴의 잡채와 김치류의 두부김치, 기타의 간풍기가 평균 원화 약 16,800원으로 유사하게 나타남
 - 구이·전·적류와 국·찌개·전골류는 15,120원으로 조사됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-98〉 루마니아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	1	1	0	0	0	2
비중(%)	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	100.00



〈그림 II-46〉 루마니아 한식당 현지인 고객 비중

- 각 업체의 현지인 고객 비율은 40%이상으로 나타남
 - 2개 업체는 각각 현지인 비율이 0%~20%인 업체 1개 , 20%~40%인 업체 1개 로 조사됨

9. 벨기에(Belgium)

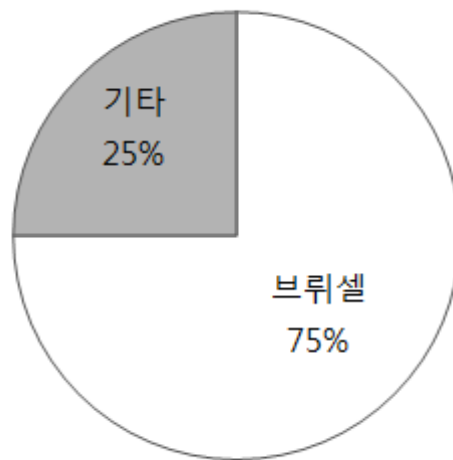
□ 벨기에 내 한식당 현황 요약

- 벨기에에는 총 4개의 한식당이 있는데 그 중 수도인 브뤼셀(Bruxelles)에만 3개가 있는 것으로 조사되었으며 중심상권에 3곳이 위치해있음
 - 벨기에 지역별 한식당 분포를 살펴보면, 벨기에의 수도인 브뤼셀에 약 75%, 3개의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타났음
- 벨기에의 한식당의 미디어 노출은 총 25곳 중 단 한곳도 없는 것으로 조사됨
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 대부분 2007년 이전인 것으로 조사되었음
- 벨기에에는 40석~60석의 좌석수를 가진 한식당이 2곳, 20~40석, 100석이상의 좌석수를 가진 한식당은 각각 25%(1곳)으로 나타남
- 벨기에의 한식당 메뉴 중 국·찌개·전골, 구이·전·적류가 37%로 가장 많은 비율을 차지함
 - 국·찌개·전골을 취급하는 식당은 4곳으로 김치찌개, 김치전골 등이 있는 것으로 나타났으며 그 중 김치찌개가 가장 많이 취급되는 것으로 조사됨
 - 구이·전·적류 중에서는 불고기가 가장 많이 취급되고 있었음
- 벨기에의 한식당은 밥류가 평균 14.75 유로로, 한화 21,520원으로 가장 높은 가격대를 보였으며 국·찌개·전골의 가격대가 평균 23,162원, 구이·전·적류가 25,824원으로, 밥 다음으로 높은 가격대를 이루는 것으로 조사됨
- 현지인 고객 비율 80% 이상의 한식당은 2곳으로 50%를 차지하며, 60%~80%의 한식당과 20~40%의 한식당은 각각 1곳임

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-99〉 벨기에 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	브뤼셀	기타	
빈도(개)	3	1	4
비중(%)	75.00	25.00	100.00



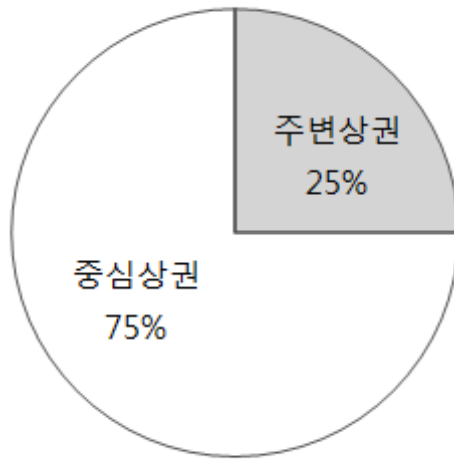
〈그림 II-47〉 벨기에 지역별 한식당 분포

- 벨기에는 수도인 브뤼셀(Bruxelles)에 3개의 한식당이 위치함
 - 기타 안트워프(Antwerp) 지역에 1개의 한식당이 위치함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-100〉 벨기에 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	3	0	4
비중(%)	25.00	75.00	0.00	100.00



〈그림 II-48〉 벨기에 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 한식당은 대부분 중심상권에 위치함
 - 중심상권에는 3개(약 75%)의 한식당이 있는 것으로 조사됨
 - 주변상권에는 1개(약 25%)의 한식당이 위치해 있는 것으로 나타남

〈표 II-101〉 벨기에 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	4	4
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한식당은 모두 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 II-102〉 벨기에 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	4	4
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 벨기에의 한식당은 2011년 까지 미디어에 노출된 바 없는 것으로 나타남

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-103〉 벨기에 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	4	0	4
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 4개 한식당의 대표자는 모두 한국 국적임

〈표 II-104〉 벨기에 한식당 조리장 국적

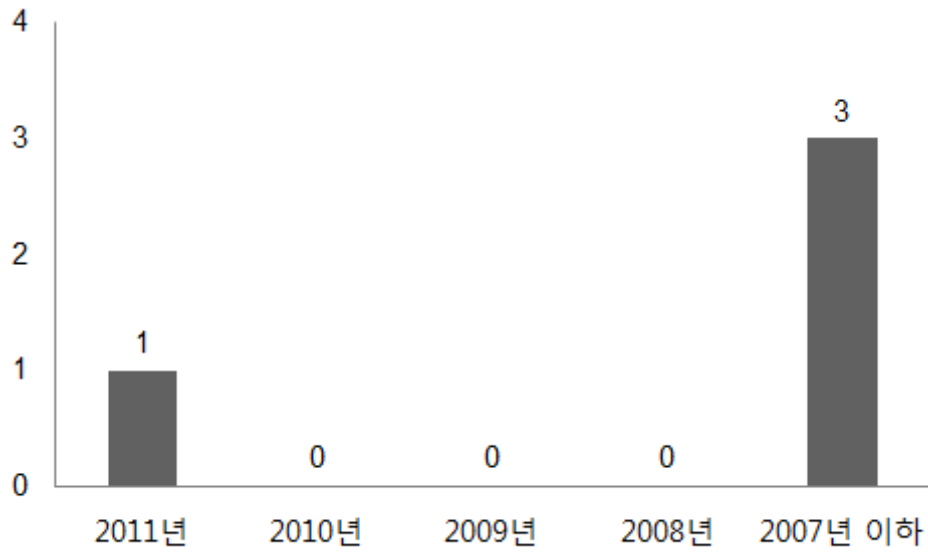
	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	4	0	4
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 4개 한식당의 조리장은 모두 한국 국적임

□ 설립연도

〈표 II-105〉 벨기에 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	1	0	0	0	3	4
비중(%)	25.00	0.00	0.00	0.00	75.00	100.00



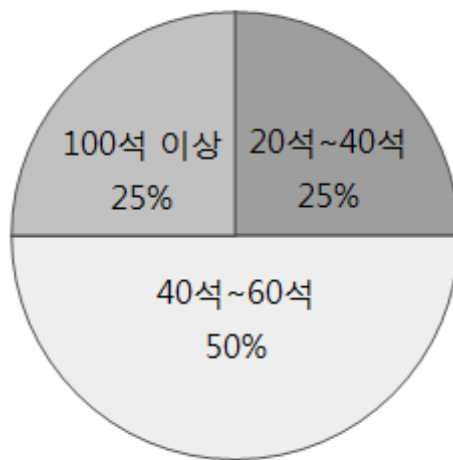
〈그림 II-49〉 벨기에 한식당 설립연도

- 한식당 4개 중에서 3개는 2007년 이전에 설립된 것으로 조사됨
- 2008년~2011년 기간 동안 1개의 업체가 새로 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 II-106〉 좌석수별 벨기에 한식당 규모

	좌석수						합계
	20석 이하	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	1	2	0	0	1	4
비중(%)	0.00	25.00	50.00	0.00	0.00	25.00	100.00

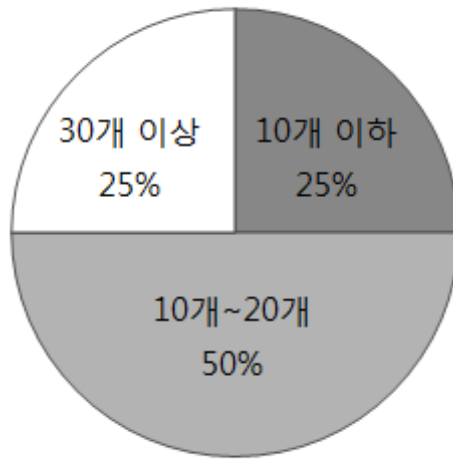


〈그림 II-50〉 좌석수별 벨기에 한식당 규모

- 40석~60석의 좌석수를 가진 한식당이 2개로 50%를 차지함
- 나머지 2개 업체는 각각 20석~40석 규모, 100석 이상 규모로 나타남

〈표 II-107〉 테이블수별 벨기에 한식당 규모

	테이블 수				합계
	10개 이하	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	1	2	0	1	4
비중(%)	25.00	50.00	0.00	25.00	100.00



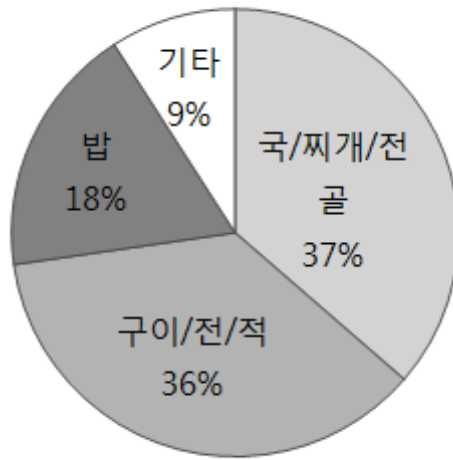
〈그림 II-51〉 테이블수별 벨기에 한식당 규모

- 테이블 수 10개~20개의 한식당이 2개, 10개 이하의 한식당 1개, 30개 이상인 한식당 1개로 조사되었음

□ 주요 메뉴

〈표 II-108〉 벨기에 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	4	김치찌개, 김치전골
구이·전·적	4	불고기, 똑불고기, 소갈비
밥	2	돌솥비빔밥
기타	1	하나샐러드



〈그림 II-52〉 벨기에 한식당 주요 메뉴

- 한식당 메뉴 중에서 국·찌개·전골류와 구이·전·적류가 각각 약 37%로 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 나타남
 - 국·찌개·전골류를 취급하는 식당은 4개이며 김치찌개, 김치전골 등을 판매함
 - 구이·전·적류의 메뉴에서는 불고기가 가장 많았으며, 뚝불고기, 소갈비 등의 메뉴가 있음
- 밥류 18%, 기타 9% 순서로 나타남
 - 밥의 메뉴는 대체적으로 비빔밥으로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 II-109〉 벨기에 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	17.70	25,824
국·찌개·전골	15.88	23,162
밥	14.75	21,520
기타	16.00	23,344

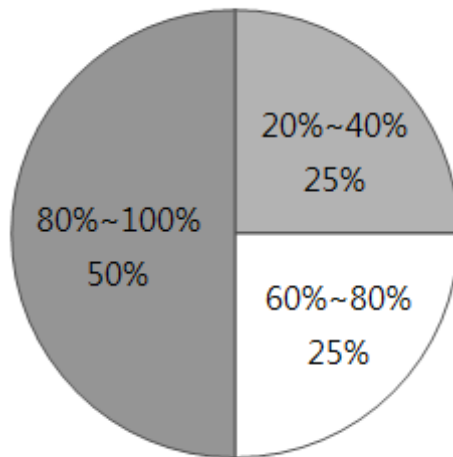
*환율: 1€ = 1495원(2012년 01월 18일 기준)

- 벨기에의 한식당은 구이·전·적류가 평균 17.70유로(25,824원)으로 가장 높은 가격대임
- 기타 평균 16.00유로(23,344원), 국·찌개·전골류의 가격대가 평균 15.88유로(23,162원), 밥류가 14.75유로(21,520원)의 순서로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-110〉 벨기에 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	20% 이하	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	1	0	1	2	4
비중(%)	0.00	25.00	0.00	25.00	50.00	100.00



〈그림 II-53〉 벨기에 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객 비율이 80% 이상의 한식당은 2개이고 50%를 차지하며, 60%~80%의 한식당과 20~40%의 한식당은 각각 1개가 있음

10. 불가리아(Bulgaria)

□ 불가리아 내 한식당 현황 요약

- 불가리아 내에는 수도인 소피아(Sofia)에 윤(Korean Restaurant Yun)이라는 한식당이 1곳 있는 것으로 조사되었으며 주변상권에 위치해 있음
- 불가리아의 한식당 윤은 2011년 불가리아의 국영방송인 Btv를 통해 대중에게 노출됨
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2007년 이전으로서 안정화되어 있는 것으로 볼 수 있음
- 좌석 수는 중간 규모로서 60석이며 테이블 수는 15개인 것으로 조사되었음
- 주요 메뉴로는 밥 메뉴가 67%로 가장 높은 비중을 차지하였으며 구이·전·적 메뉴의 불고기가 33%로 그 다음으로 많은 비율을 차지하는 것으로 나타남
- 불가리아 한식당 메뉴 중 구이·전·적 메뉴의 불고기가 원화 평균 약 5,960원으로 가장 비싸게 나타났으며 밥 메뉴는 원화 평균 약 4,470원으로 나타남
- 불가리아 한식당은 현지인 고객 비중이 60%인 것으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-111〉 불가리아 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	소피아	기타	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 불가리아는 수도인 소피아(Sofia)에 상호명 윤(Korean Restaurant Yun)이라는 1개의 한식당이 위치함
 - 기타 지역에는 한식당이 없는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-112〉 불가리아 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 한식당은 주변상권에 위치함

〈표 II-113〉 불가리아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	1	1
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 한식당은 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 II-114〉 불가리아 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	1	0	0	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

- 불가리아의 한식당은 방송매체를 통해 1번 미디어에 노출됨
 - 한식당 윤은 불가리아의 국영방송인 비티브이(Btv)를 통해 대중에게 노출됨
 - 방송매체를 제외한 타 미디어에는 노출된 바 없음

〈표 II-115〉 불가리아 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트		
2011년	0	0	0	0	1	0	1	
2010년	0	0	0	0	0	0	0	
2009년	0	0	0	0	0	0	0	
2008년	0	0	0	0	0	0	0	
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0	
합계	0	0	0	0	1	0	1	

- 2011년에 1번 방송매체를 통해 미디어 노출되었음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-116〉 불가리아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	불가리아	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당 윤의 대표자는 한국 국적임

〈표 II-117〉 불가리아 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	불가리아	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당 윤의 조리장은 한국 국적임

□ 설립연도

〈표 II-118〉 불가리아 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	1	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 한식당 윤의 설립연도는 2007년 이전으로 나타남

- 2008년~2011년 기간 동안 새로 설립된 한식당은 없는 것으로 나타남

□ 식당의 규모

〈표 II-119〉 좌석수별 불가리아 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	0	1	0	0	0	1
비중(%)	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 윤의 좌석 수는 40석~60석 규모임

〈표 II-120〉 테이블수별 불가리아 한식당 규모

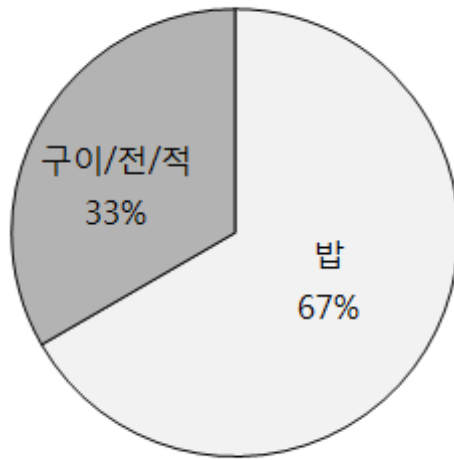
	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	0	1	0	0	1
비중(%)	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 윤의 테이블 수는 10개~20개의 작은 규모

□ 주요 메뉴

〈표 II-121〉 불가리아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
밥	1	비빔밥, 김밥
구이·전·적	1	불고기



〈그림 II-54〉 불가리아 한식당 주요 메뉴

- 한식당 윤의 주요 메뉴는 밥류이며 그 외 구이·전·적류의 메뉴도 판매함
 - 세부 메뉴에는 비빔밥, 김밥, 불고기 등이 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-122〉 불가리아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(레프 BGN)	평균가(원)
구이·전·적	8.00	5,960
밥	6.00	4,470

*환율: 1 BGN = 745원(2012년 01월 18일 기준)

- 한식당 윤의 메뉴 중 구이·전·적류의 불고기가 원화 평균 약 5,960원으로 가장 고가임
 - 밥류는 원화 평균 약 4,470원으로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-123〉 불가리아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	1	0	0	1
비중(%)	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 운은 현지인과 한국인의 비율이 비슷함
 - 현지인 고객 비율은 40%~60%로 조사됨

11. 스웨덴(Sweden)

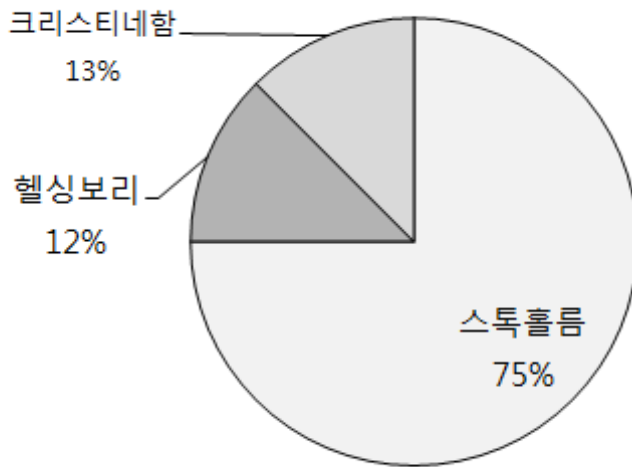
□ 스웨덴 내 한식당 현황 요약

- 스웨덴 내의 한식당은 총 8곳으로서 수도인 스톡홀름(Stockholm)에 전체의 75%, 6개의 한식당이 분포해 있는 것으로 조사되었으며 주변상권에 7곳(약 88%)이 위치해 있음
- 스웨덴 내 한식당의 대표자는 모두 스웨덴 국적이며, 조리장의 경우 75%가 스웨덴 국적인 것으로 조사됨
- 스웨덴 내 한식당 중 6곳은 2007년 이전에 설립되었으며 20석~60석 규모 식당 개수가 6개로 전체의 75%를 차지하고 있음
 - 100석 이상 대형 규모의 식당 개수는 2개로 전체의 25%를 차지함
- 스웨덴 내 한식당은 테이블수 10개 이하의 규모인 경우가 대부분임
- 스웨덴 한식당들의 주요 메뉴는 밥이 약 38%로 가장 높은 비중을 차지하였으며 비빔밥을 가장 많이 취급하는 것으로 나타났으며 닭고기비빔밥, 야채비빔밥, 쇠고기비빔밥 등을 판매하는 것으로 조사되었음
 - 구이·전·적 약 33%, 숙채·생채 약 13% 국·찌개·전골 8% 만두·떡국·수제비 4%, 조림·초·볶음 4%의 순서로 밥 메뉴의 뒤를 이음
- 스웨덴 한식당의 메뉴 중 조림·초·볶음이 평균 32,245원으로 가장 높은 가격인 것으로 나타났으며 기타 26,439원, 구이·전·적 25,713원, 밥 23,040원, 국·찌개·전골 21,910원의 순서로 나타남
- 스웨덴 한식당 현지인 고객비중은 전반적으로 높은 편으로 80% 이상인 경우가 전체의 약 88%를 차지함

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-124〉 스웨덴 지역별 한식당 분포

	지역구분			합계
	스톡홀름	헬싱보리	크리스티네함	
빈도(개)	6	1	1	8
비중(%)	75.00	12.50	12.50	100.00



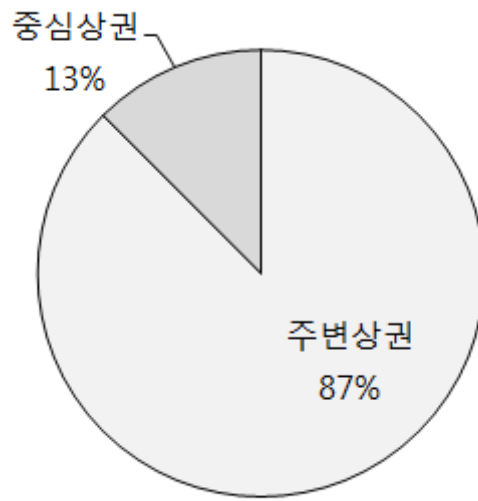
〈그림 II-55〉 스웨덴 지역별 한식당 분포

- 스웨덴 지역별 한식당 분포를 살펴보면, 수도인 스톡홀름(Stockholm)에 전체의 75%, 6개의 한식당이 분포함
- 그 밖에 헬싱보리(Helsingborg), 크리스티네함(Kristinehamn) 지역에 각각 1개씩 분포함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-125〉 스웨덴 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	7	1	0	8
비중(%)	87.50	12.50	0	100.00



〈그림 II-56〉 스웨덴 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면, 주변상권에 7개(약 88%)의 한식당이 분포함
- 중심상권에는 1개(약 13%)의 한식당이 분포함

〈표 II-126〉 스웨덴 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	8	8
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 8개 한식당 모두 비한인타운에 분포함

□ 미디어 노출

〈표 II-127〉 스웨덴 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술평가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	8	8
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 모든 한식당은 미디어에 노출된 바 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

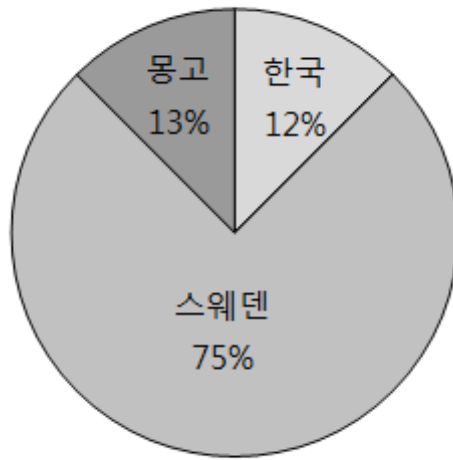
〈표 II-128〉 스웨덴 한식당 대표자 국적

	대표자 국적			합계
	스웨덴	한국	기타	
빈도(개)	8	0	0	8
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 대표자는 모두 스웨덴인 으로 조사됨

〈표 II-129〉 스웨덴 한식당 조리장 국적

	조리장 국적			합계
	스웨덴	한국	몽고	
빈도(개)	6	1	1	8
비중(%)	75.00	12.50	12.50	100.00



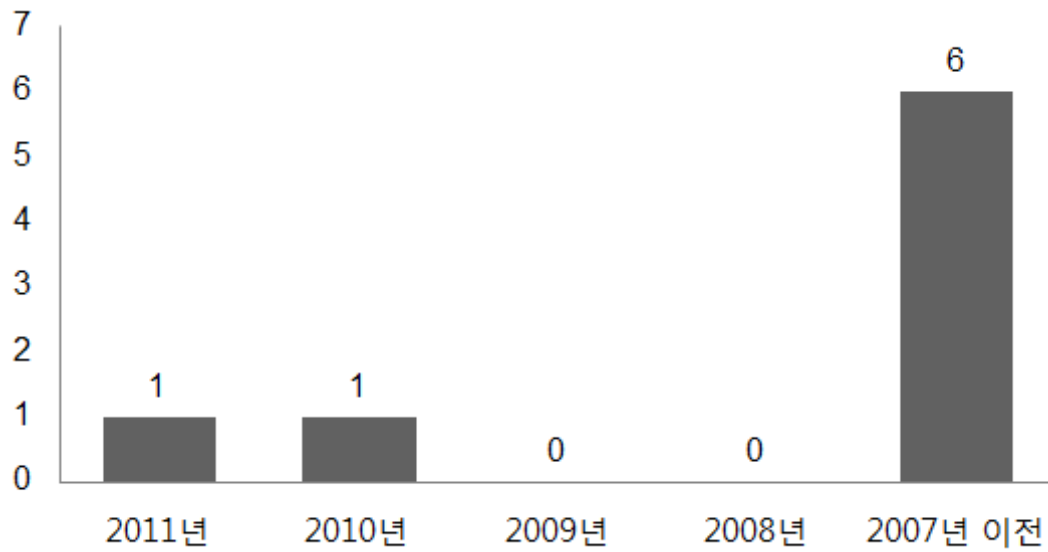
〈그림 II-57〉 스웨덴 한식당 조리장 국적

- 한식당의 조리장은 대부분 스웨덴 국적임
 - 나머지 2개 한식당은 각각 한국인 조리장 1개 업체, 몽고인 조리장 1개 업체로 나타남

□ 설립연도

〈표 II-130〉 스웨덴 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	1	1	0	0	6	8
비중(%)	12.50	12.50	0.00	0.00	75.00	100.00



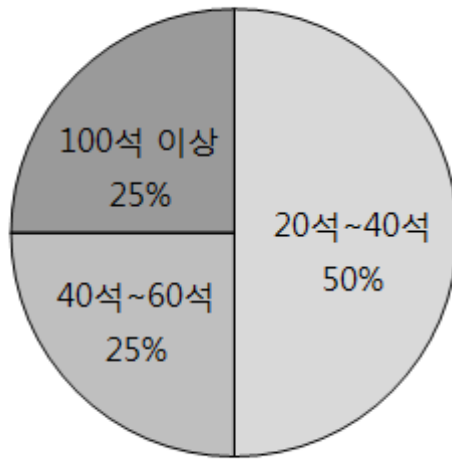
〈그림 II-58〉 스웨덴 한식당 설립연도

- 8개 한식당 중에서 6개 업체가 2007년 이전에 설립되었음
- 나머지 2개 업체는 각각 2010년, 2011년에 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 II-131〉 좌석수별 스웨덴 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	4	2	0	0	2	8
비중(%)	0.00	50.00	25.00	0.00	0.00	25.00	100.00

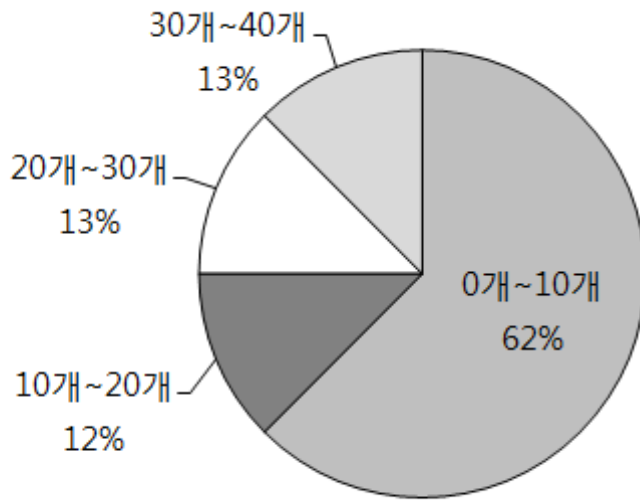


〈그림 II-59〉 좌석수별 스웨덴 한식당 규모

- 좌석수가 20석~60석 규모인 업체가 6개(75%)임
- 나머지 2개 업체는 100석 이상인 대형 규모의 한식당임

〈표 II-132〉 테이블수별 스웨덴 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개~40개	
빈도(개)	5	1	1	1	8
비중(%)	62.50	12.50	12.50	12.50	100.00



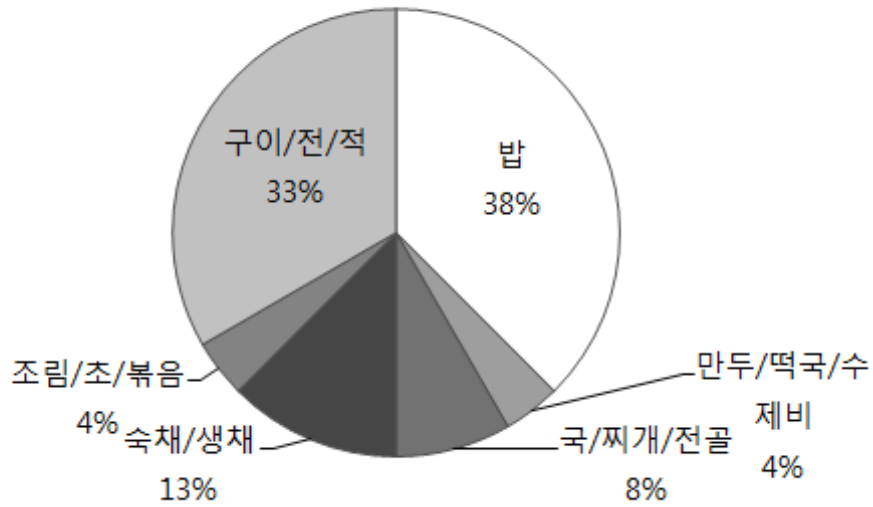
〈그림 II-60〉 테이블수별 스웨덴 한식당 규모

- 테이블수 10개 이하의 한식당은 5개(약 63%)로 조사됨
- 테이블수 10개~20개, 20개~30개, 30개~40개 규모의 업체는 각각 1개(12.5%)씩으로 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 II-133〉 스웨덴 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	7	불고기, 삼겹살
밥	7	(닭고기, 야채, 쇠고기)비빔밥
숙채·생채	3	잡채
국·찌개·전골	2	김치찌개
만두·떡국·수제비	1	만두
조림·초·볶음	1	김치볶음



〈그림 II-61〉 스웨덴 한식당 주요 메뉴

- 주요 메뉴는 밥류가 약 38%로 가장 높은 비중을 차지함
- 밥류는 모두 비빔밥 종류이며 구체적으로 닭고기비빔밥, 야채비빔밥, 쇠고기비빔밥 등을 판매하는 것으로 조사되었음
- 구이·전·적류 약 33%, 숙채·생채류 약 13% 국·찌개·전골류 약 8% 만두·떡국·수제비류 약 4%, 조림·초·볶음류 약 4%의 순서로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 II-134〉 스웨덴 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(크로나 SEK)	평균가(원 ₩)
조림·초·볶음 기타	195.00	32,245
구이·전·적	159.89	26,439
밥	155.50	25,713
국·찌개·전골	139.33	23,040
	132.50	21,910

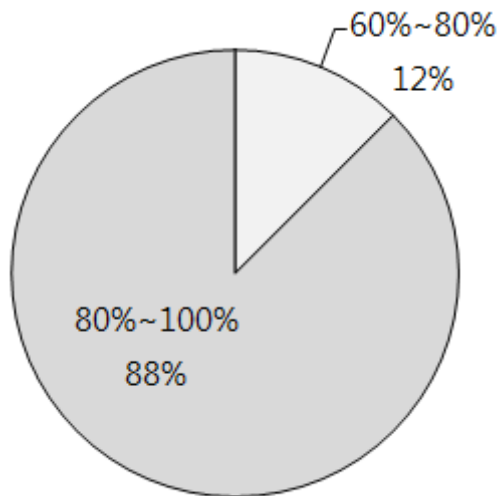
*환율: 1 SEK = 165.36원(2012년 01월 18일 기준)

- 조림·초·볶음류가 평균 32,245원으로 가장 고가를 나타냄
- 조림·초·볶음류 이외, 각 메뉴의 평균가는 기타 26,439원, 구이·전·적류 25,713원, 밥류 23,040원, 국·찌개·전골류 21,910원의 순서로 나타남
- 그 밖에 평균가격이 가장 저렴한 메뉴는 만두로서, 9,921원으로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-135〉 스웨덴 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	0	1	7	8
비중(%)	0.00	0.00	0.00	12.50	87.50	100.00



〈그림 II-62〉 스웨덴 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객비중은 전반적으로 높은 편임
- 8개 한식당 중에서 현지고객이 80%이상이 7개 업체로서 전체의 약 88%를 차지하였음
- 현지화가 많이 이뤄진 것으로 분석됨

12. 스위스(Switzerland)

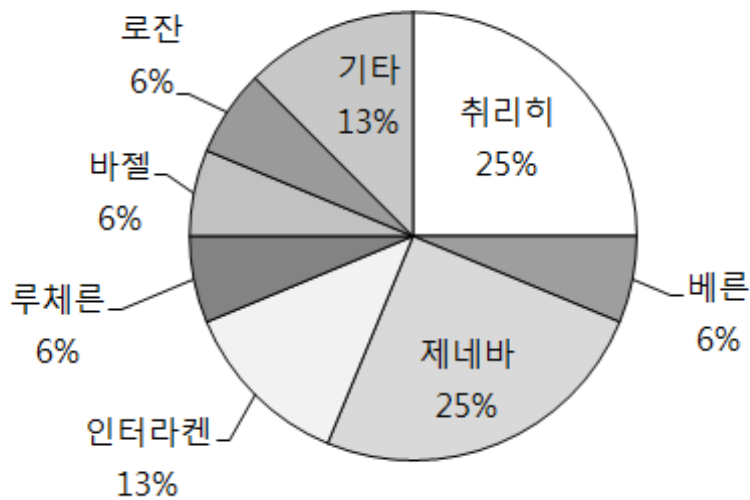
□ 스위스 내 한식당 현황 요약

- 스위스 내의 한식당은 총 16곳이 있는 것으로 조사되었으며 수도 베른(Bern)을 비롯한 주요도시 취리히(Zurich), 제네바(Geneva), 인터라켄(Interlaken), 루체른(Luzern), 바젤(Basel), 로잔(Lausanne) 등에 한식당이 분포되어 있음
- 주변상권에 12개, 중심상권과 기타상권에는 각각 2개의 한식당이 분포하고 있는 것으로 조사되었음
- 미디어에 노출된 한식당은 11곳이며 11곳 모두 유력웹사이트를 통해 노출되었으며 2011년에만 7곳이 노출된 것으로 조사되었음
- 조사된 한식당의 대표자 15명 중 13명은 한국국적을 가지고 있으며, 기타국적을 가진 대표자가 2명인 것으로 조사되었음
- 조사된 한식당의 조리장 15명 중 14명은 한국국적을 가지고 있으며 나머지 1명은 영국 국적인 것으로 조사됨
- 설립연도의 경우 2007년 이전에 설립된 한식당이 13개로 가장 많았으며 40석~60석 좌석수의 한식당이 6개(43%)로 가장 큰 비율을 차지하는 것으로 분석됨
 - 60석~80석의 한식당 3곳(21%), 100석 이상의 한식당은 2곳(14%)임
- 스위스 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적으로 약 29.00%의 비중을 나타냄
 - 대표적인 메뉴로는 불고기, 삼겹살, 떡갈비 등이 있음
- 스위스 한식당의 메뉴 중 조림·초·볶음 메뉴가 원화 평균가격 38,624원으로 가장 높은 것으로 조사됨
- 현지인 고객 비율이 80%이상인 한식당이 9개(60%)로 가장 높은 비율을 보임
 - 현지인 고객 비율이 60%~80%인 곳은 3곳, 40%~60%인 식당은 2곳, 20%~40%인 식당은 1곳임

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-136〉 스위스 지역별 한식당 분포

	지역구분								합계
	취리히	제네바	인터라켄	베른	루체른	바젤	로잔	기타	
빈도(개)	4	4	2	1	1	1	1	2	16
비중(%)	25.00	25.00	12.50	6.25	6.25	6.25	6.25	12.50	100.00



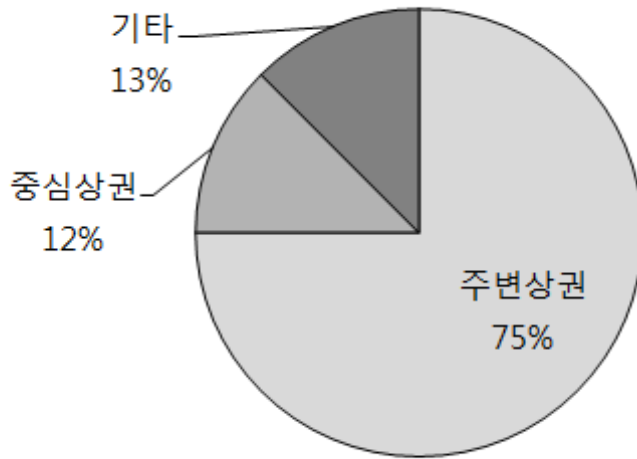
〈그림 II-63〉 스위스 지역별 한식당 분포

- 스위스는 수도인 베른(Bern)을 비롯한 주요도시 취리히(Zurich), 제네바(Geneva), 인터라켄(Interlaken), 루체른(Luzern), 바젤(Basel), 로잔(Lausanne)등에 한식당이 골고루 분포함
 - 취리히와 제네바에 가장 많은 한식당 각각 4개(25%)씩 분포하고 있으며, 인터라켄은 2개(약 13%), 수도인 베른과 주요도시인 루체른, 바젤, 로잔에는 각각 1개(약 6%)씩 분포하고 있음
- 주요도시 이외에 기타도시에 2개(약 13%)의 한식당이 분포함
 - 기타 도시에는 디에티콘(Dietikon), 크리엔스(Kriens)가 있으며, 각각 1개 6%씩의 한식당이 분포하고 있음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-137〉 스위스 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	12	2	2	16
비중(%)	75.00	12.50	12.50	100.00



〈그림 II-64〉 스위스 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면, 주변상권에 12개(약 75%)의 한식당이 분포함
 - 중심상권에는 2개(약 13%)의 한식당이 분포함
 - 그 외 주변상권이나 중심상권으로 분류되지 않는 기타 지역에 2개(약 13%)의 한식당이 분포함

〈표 II-138〉 스위스 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

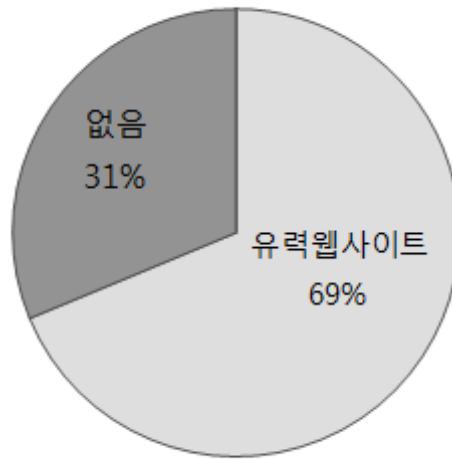
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	16	16
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 한식당들은 모두 비한인타운에 분포함

□ 미디어 노출

〈표 II-139〉 스위스 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	11	5	16
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	68.75	31.25	100.00



〈그림 II-65〉 스위스 한식당 노출 미디어 종류

- 미디어에 노출된 한식당은 11개(약 68.75%)임
 - 11개 업체 모두 유력웹사이트를 통해 노출되었음
- 전체 한식당 중에서 약 31%인 5개 업체는 미디어에 노출된 바 없음

〈표 II-140〉 스위스 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트		
2011년	0	0	0	0	0	7	7	
2010년	0	0	0	0	0	1	1	
2009년	0	0	0	0	0	0	0	
2008년	0	0	0	0	0	0	0	
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0	
합계	0	0	0	0	0	8	8	



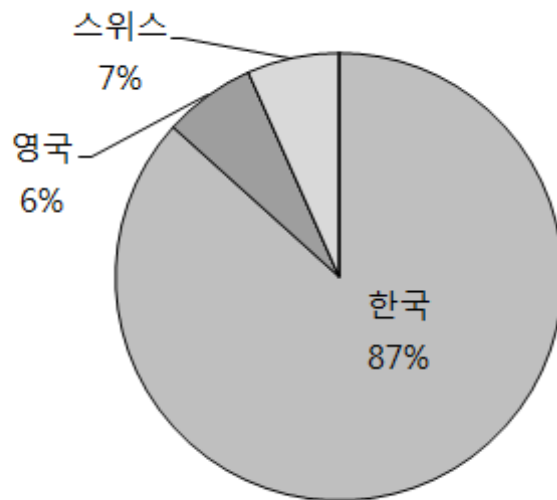
〈그림 II-66〉 스위스 한식당 미디어 노출 연도

- 최근인 2011년에 가장 많은 한식당이 미디어에 노출됨
 - 미디어 노출 연도를 알 수 있는 8개의 한식당 중에서 7개의 한식당이 2011년에 노출되었음
- 2010년 이전에는 미디어에 노출된 한식당이 없는 것으로 조사됨
- 미디어에 노출되었으나 노출 연도를 알 수 없는 한식당 3개는 통계에서 제외함
- 2010년과 2011년에 한식당이 미디어에 노출되었으며, 모두 유력웹사이트를 통해서 노출됨
- 노출 연도를 알 수 없는 3개 업체 또한 모두 유력 웹사이트를 통해 노출됨

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-141〉 스위스 한식당 대표자 국적

	대표자 국적			합계
	한국	스위스	영국	
빈도(개)	13	1	1	15
비중(%)	86.67	6.67	6.67	100.00

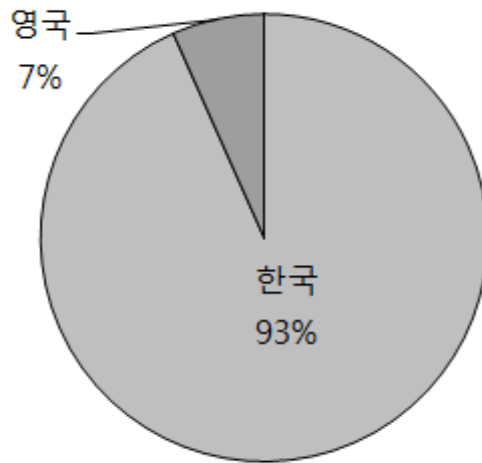


〈그림 II-67〉 스위스 한식당 대표자 국적

- 대표자는 대부분 한국 국적임
 - 대표자의 국적을 알 수 있는 한식당 대표자 15명 중 13명(약 87%)는 한국 국적을 가지고 있음
 - 그 외에 영국 국적과 스위스 국적을 가진 대표자는 각각 1명 7%로 나타남
 - 1 개 업체는 대표자의 국적을 알 수 없었음

〈표 II-142〉 스위스 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	영국	
빈도(개)	14	1	15
비중(%)	93.33	6.67	100.00



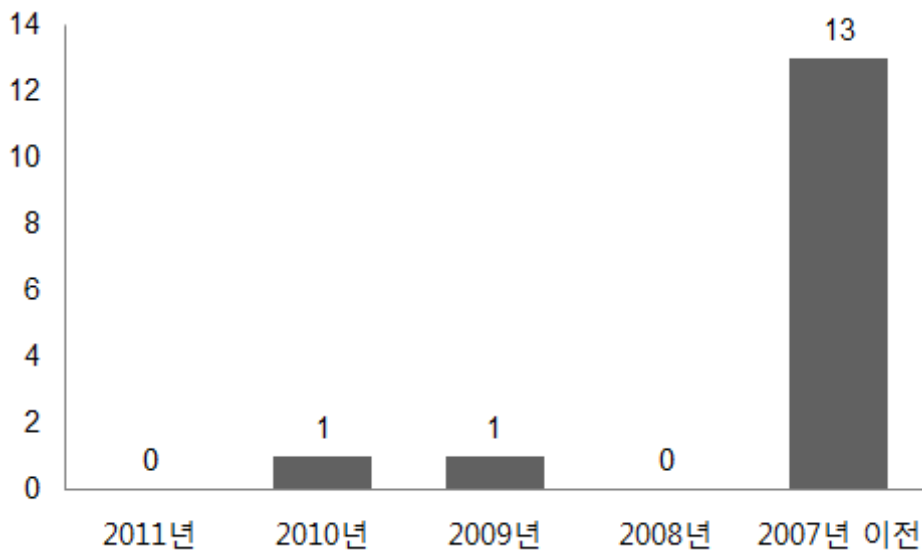
〈그림 II-68〉 스위스 한식당 조리장 국적

- 스위스 소재 한식당의 조리장은 대부분 한국 국적
 - 조리장의 국적을 알 수 있는 한식당 조리장 16명 중 14명, 약 93%는 한국 국적을 가지고 있음
 - 그 외에 영국 국적을 가진 조리장은 1명 6%로 나타남
- 조리장의 국적을 알 수 없는 한식당도 1개 업체 분포

□ 설립연도

〈표 II-143〉 스위스 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	1	1	0	13	15
비중(%)	0.00	6.67	6.67	0.00	86.67	100.00



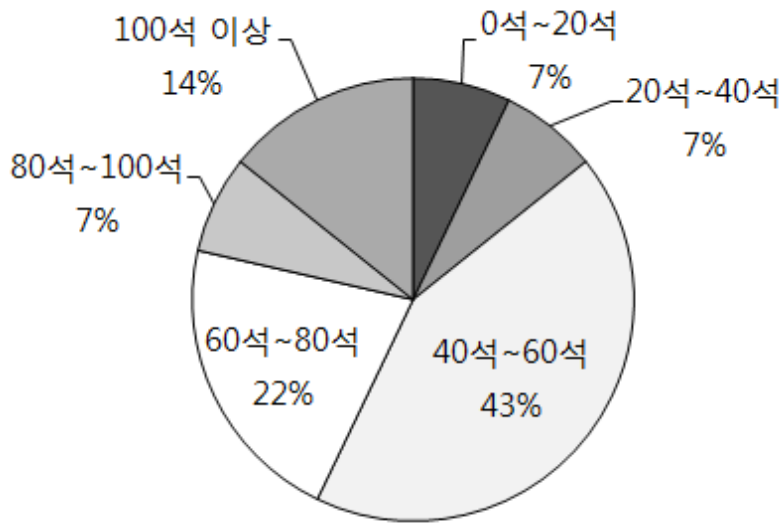
〈그림 II-69〉 스위스 한식당 설립연도

- 2007년 이전에 설립된 업체는 13개(약 87%)임
 - 2009년과 2010년에 각각 1개의 업체가 설립되었음
 - 스위스 한식당은 최근 4~5년간 거의 설립되지 않았으나, 5년 이상 영업하는 업체는 13개 이상임
- 가장 최근인 2011년에는 한 개의 한식당도 새로 설립되지 않았음
- 설립연도를 알 수 없는 한식당 1개는 통계에서 제외함

□ 식당의 규모

〈표 II-144〉 좌석수별 스위스 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	1	1	6	3	1	2	14
비중(%)	7.14	7.14	42.86	21.43	7.14	14.29	100.00

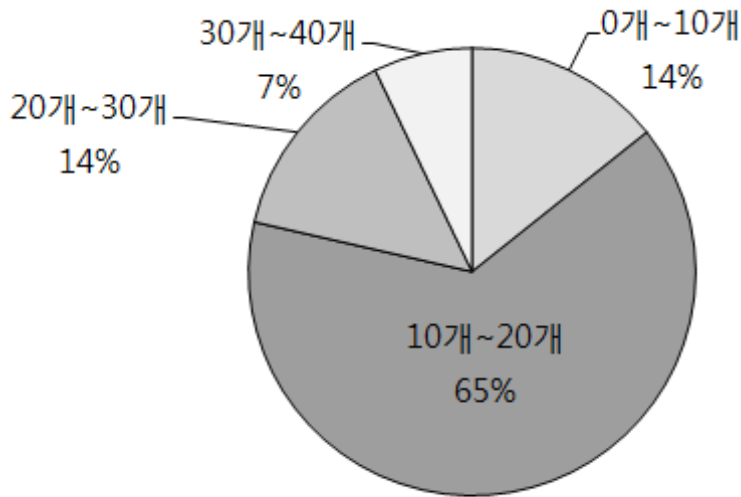


〈그림 II-70〉 좌석수별 스위스 한식당 규모

- 40석~60석 좌석수의 업체가 6개(약 43%)로서 가장 큰 비중을 차지함
 - 60석~80석의 업체 3개(약 21%), 100석 이상의 업체 2개(약 14%)의 순서로 나타나며, 나머지 0석~20석, 20석~40석, 80석~100석 식당은 각각 1개씩 분포함
- 좌석 수를 알 수 없는 한식당 2개는 통계에서 제외함

〈표 II-145〉 테이블수별 스위스 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개~40개	
빈도(개)	2	9	2	1	14
비중(%)	14.29	64.29	14.29	7.14	100.00



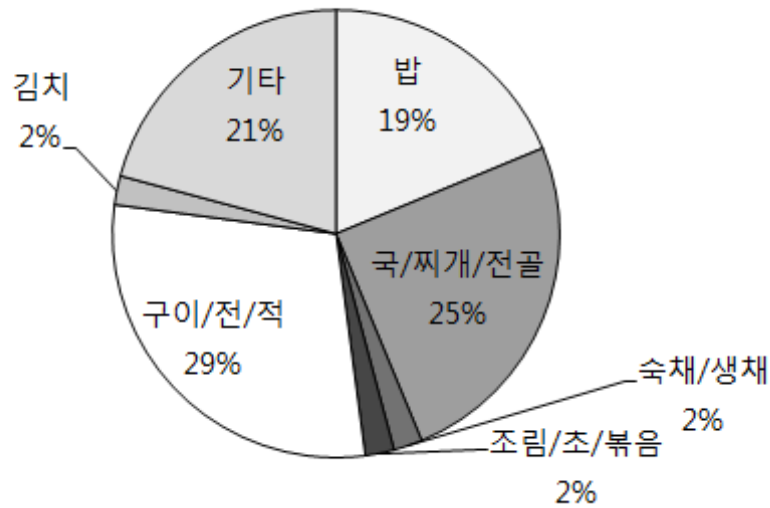
〈그림 II-71〉 테이블수별 스위스 한식당 규모

- 테이블 수가 20개 이하인 식당은 11개(약 79%)분포함
 - 테이블 수가 10개~20개인 식당이 9개(약 64%)로 가장 많았으며, 0개~10개와 20개~30개 규모의 식당이 각각 2개씩으로 조사됨
 - 테이블 수가 30개~40개인 비교적 큰 식당은 1개임
 - 테이블 수를 알 수 없는 한식당 2개는 통계에서 제외함

□ 주요 메뉴

〈표 II-146〉 스위스 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	10	불고기, 삼겹살, 떡갈비
밥	9	비빔밥, 돌솥비빔밥
국·찌개·전골	8	김치찌개, 된장찌개, 육개장, 꼬리곰탕
기타	6	야채말이, 오리튀김, 커리, 롤, 풍뉘, 탕수육
숙채·생채	1	잡채
조림·초·볶음	1	삼겹살 볶음
김치	1	김치



〈그림 II-72〉 스위스 한식당 주요 메뉴

- 주요 메뉴는 구이·전·적류로서 약 29%의 비율을 차지함
 - 대표적인 메뉴는 불고기, 삼겹살, 떡갈비 등이 있음
- 기타 메뉴 중에는 한식이 아닌 음식도 있는 것으로 조사됨
 - 커리나 풍뉘 등 현지 음식을 취급하는 한식당들도 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-147〉 스위스 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(프랑 CHF)	평균가(원 ₩)
조림·초·볶음	32.0	38,624
구이·전·적	31.4	38,184
숙채·생채	29.0	35,003
국·찌개·전골	25.4	30,668
밥	23.2	28,944

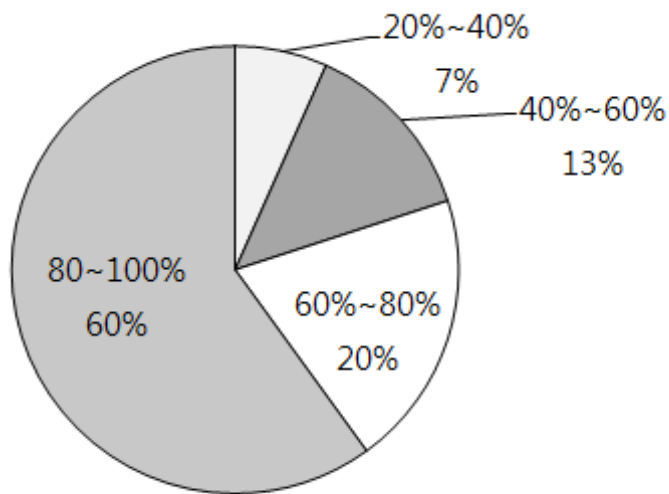
*환율: 1 CHF = 1,142원(2012년 01월 18일 기준)

- 조림·초·볶음류가 원화 평균가격 38,624원으로 최고 가격대임
- 비빔밥으로 대표되는 밥류의 평균가격이 다른 메뉴에 비해 비교적 저렴했으며, 원화 평균가격 28,944원을 나타냄

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-148〉 스위스 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	1	2	3	9	15
비중(%)	0.00	6.67	13.33	20.00	60.00	100.00



〈그림 II-73〉 스위스 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객 비율이 비교적 많음
 - 현지인 고객 비율이 80%~100%인 업체가 9개(약 60%)로서 가장 높은 비율을 차지함
 - 현지인 고객 비율이 60%~80%인 업체가 3개(약 20%), 40%~60%인 업체가 2개(약 13%), 20%~40%인 업체가 1개(약 7%)의 순서로 나타남
 - 현지인 비율을 알 수 없는 한식당도 1개 조사됨

13. 스페인(Spain)

□ 스페인 내 한식당 현황 요약

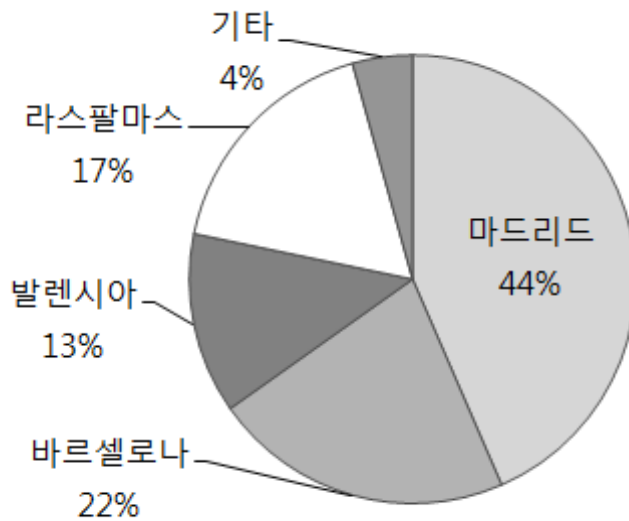
- 스페인 내의 한식당은 총 23곳으로 수도인 마드리드(Madrid)를 중심으로 한식당이 각 지역에 골고루 분포되어 있으며 중심상권에 20곳(86%)이 위치해 있음
- 미디어에 노출된 한식당은 총 14곳으로 TVE1, 33 등의 방송매체로 신라(Shila), 산길(Sankil) 등 8개의 한식당이, 유력일간지 엘 문도(EL MUNDO), 엘 빠(EL PAIS) 등에 디미방(Dimibang), 마시따(Mashita) 등 6개의 한식당이 노출된바 있음
- 2011년에는 7곳이 노출됨으로서 2008년보다 3배 가까운 숫자의 한식당 노출수를 보였으며 2007년 2008년 각각 1개였던 한식당 미디어 노출 수가 2009년 2010년 각각 2개로 증가한 것으로 조사됨
- 2007년 이전부터 2011년까지의 유력일간지를 통한 노출은 2010년 잠깐 줄었던 것을 제외하고 꾸준히 증가해 2011년에는 100%로 크게 늘어남
- 한식당 대표자는 74%가 한국 국적이며 스페인 국적의 대표자가 26%를 차지하는 것으로 조사되었으며 한식당의 약 67%의 조리장은 한국 국적이며 스페인 국적의 조리장이 약 22%를, 중국 국적의 조리사 약 17%를 차지하는 것으로 분석됨
- 2007년 이전에 설립된 한식당은 조사된 전체 한식당 17곳 중 13곳으로 약 76%를 기록하였으며 2008년, 2009년에 설립된 한식당은 각각 2곳으로 조사됨
- 스페인의 한식당 중 20~40석과 40~60석의 좌석수의 한식당이 각각 약 30%로 가장 큰 비율을 차지함
- 스페인의 한식당 메뉴 중 밥이 33%로 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 조사되었으며 총 한식당 130개 중 밥을 취급하는 식당은 21개로 메뉴명으로는 비빔밥, 잡채밥, 정식, 돌솥비빔밥, 김밥 등이 있는 것으로 나타남
 - 구이·전·적류가 32%(20개), 숙채·생채류가 13%(8개), 국·찌개·전골 8%(5개)가 뒤를 이었음

- 스페인의 한식당의 점심이 평균 17.00유로, 한화 24,803원으로 가장 높은 가격대를 보임
 - 회·편육의 가격대가 평균 15.00유로(한화 21,885원), 기타가 평균 12.45유로(한화 18,165원), 구이·전·적이 평균 12.45유로(한화 17,540원)의 순서로 나타남
- 스페인 한식당은 현지인 고객 비중이 60% 이상을 넘는 경우가 18곳으로 대부분을 차지하며, 40%~60%의 한식당은 3곳(약 13%)인 것으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-149〉 스페인 지역별 한식당 분포

	지역구분					합계
	마드리드	바르셀로나	발렌시아	라스팔마스	기타	
빈도(개)	10	5	3	4	1	23
비중(%)	43.48	21.74	13.04	17.39	4.35	100.00



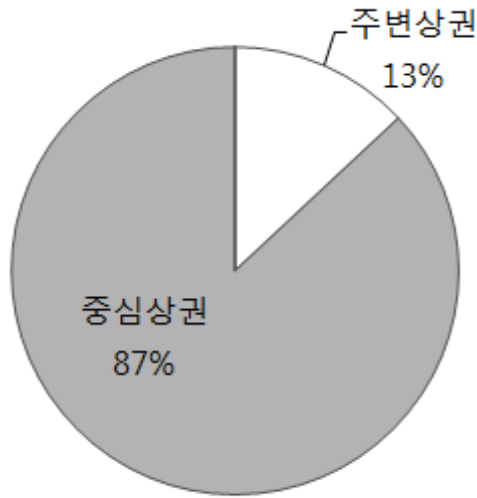
〈그림 II-74〉 스페인 지역별 한식당 분포

- 스페인은 수도인 마드리드(Madrid)에 약 43%, 10개의 한식당이 위치함
 - 바르셀로나(Barcelona)에 6개(약 22%)의 한식당이 있으며, 라스팔마스(Las Palmas) 4개(약 17%), 발렌시아(Valencia) 3개(약 13%), 타라고나(Tarragona) 1개(약 4%)의 순서로 나타남

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-150〉 스페인 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	3	20	0	23
비중(%)	13.04	86.96	0.00	100.00



〈그림 II-75〉 스페인 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 한식당은 대부분 중심상권에 위치함
 - 중심상권에는 20개(약 87%)의 한식당이 있는 것으로 조사됨
 - 주변상권에는 3개, 약 13%의 한식당이 위치해 있는 것으로 나타났으며 기타 지역에는 한곳도 없는 것으로 나타남

〈표 II-151〉 스페인 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

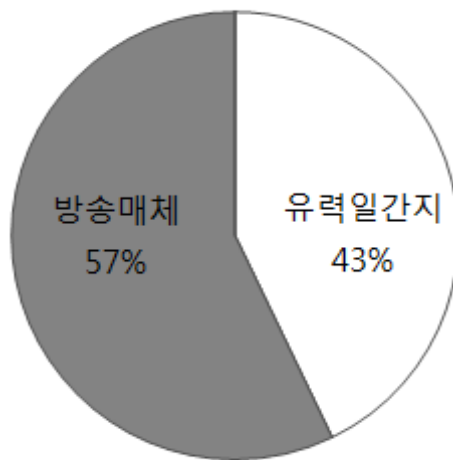
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	23	23
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한식당은 모두 비한인타운에 위치함
 - 스페인에는 아직 한인타운이 제대로 형성되어있지 않기 때문에 한인타운에 위치한 한식당은 없는 것으로 조사됨

□ 미디어 노출

〈표 II-152〉 스페인 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
빈도(개)	0	0	6	0	8	0	14
비중(%)	0.00	0.00	42.86	0.00	57.14	0.00	100.00

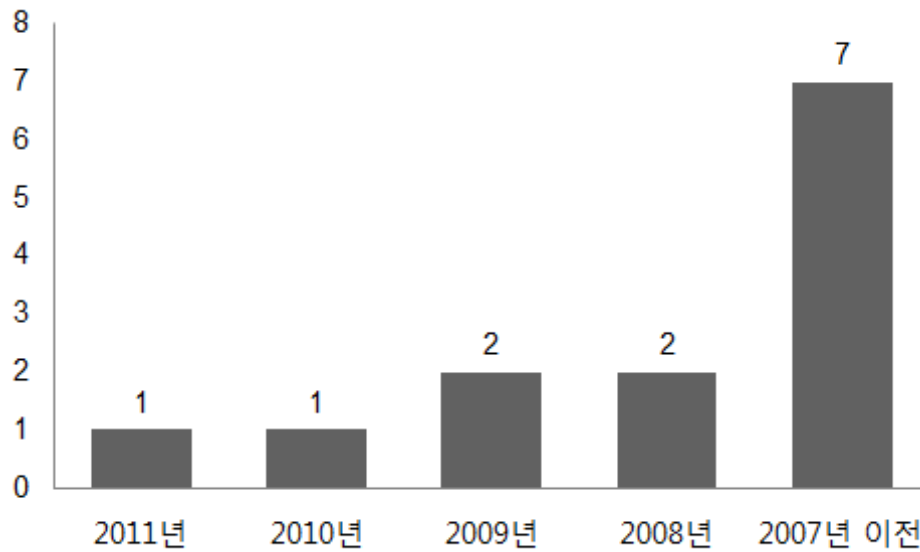


〈그림 II-76〉 스페인 한식당 노출 미디어 종류

- 23개 한식당 중에서 14개 업체는 미디어에 노출됨
 - 방송매체 8회(약 67%), 유력일간지 6회(약 43%)의 순서로 노출됨
 - 티브이이원(TVE1), 씨티쓰리(33) 등의 방송매체에 신라(Shila), 산길(Sankil) 등 8개(약 67%)의 한식당이 노출됨
 - 엘 문도(EL MUNDO), 엘 빼(EL PAIS) 등의 현지 유력일간지에 디미방(Dimibang), 마시따(Mashita) 등 6개의 한식당이 노출됨
 - 단, ZAGAT, 미술랭가이드, 유력전문지, 유력웹사이트를 통한 노출은 한 건도 없음

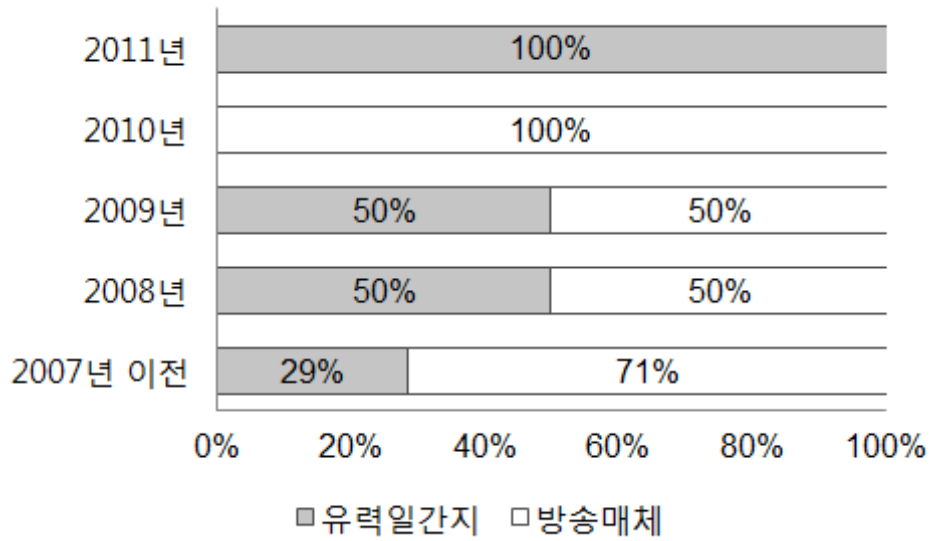
〈표 II-153〉 스페인 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	2	0	0	0	2
2010년	0	0	0	0	1	0	1
2009년	0	0	1	0	1	0	2
2008년	0	0	1	0	1	0	2
2007년 이전	0	0	2	0	5	0	7
합계	0	0	6	0	8	0	14



〈그림 II-77〉 스페인 한식당 미디어 노출 연도

- 2007년 이후 스페인의 한식당은 미디어에 꾸준히 노출됨
 - 2007년 이전까지는 한식당 7개 업체가 한식당에 노출된 바 있음
 - 이후 2007~2011년 기간 동안 매년 1~2 업체가 꾸준히 미디어에 노출됨



〈그림 II-78〉 스페인 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

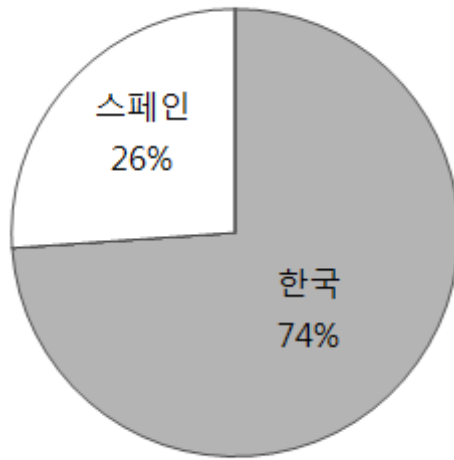
○ 미디어 노출 채널은 감소 추세에 있음

- 2007년 이전~2009년 기간 동안은 미디어 노출 채널이 2개였으나, 2010년 이후 미디어 노출 채널이 1가지에 국한됨
- 노출 미디어 채널은 유력일간지와 방송매체에 한정되어 있으며, 노출 채널의 다변화를 위한 노력이 필요함

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-154〉 스페인 한식당 대표자 국적

	대표자 국적			합계
	한국	스페인	기타	
빈도(개)	17	6	0	23
비중(%)	73.91	26.09	0.00	100.0

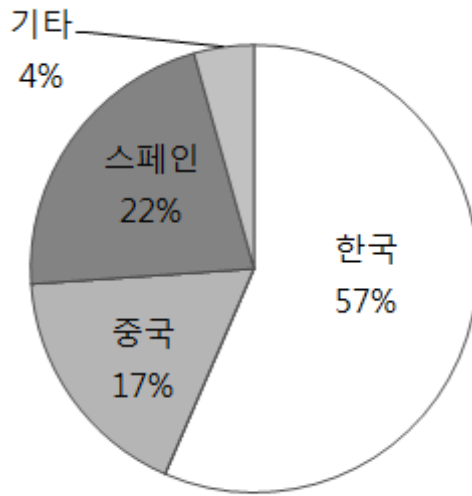


〈그림 II-79〉 스페인 한식당 대표자 국적

- 한식당 23개 중에서 대표자가 한국 국적인 업체 17개(약 74%) 분포함
- 나머지 6개 업체(약 26%)는 대표자가 스페인 국적으로 나타남

〈표 II-155〉 스페인 한식당 조리장 국적

	조리장 국적				합계
	한국	스페인	중국	기타	
빈도(개)	13	5	4	1	23
비중(%)	56.52	21.74	17.39	4.35	100.00



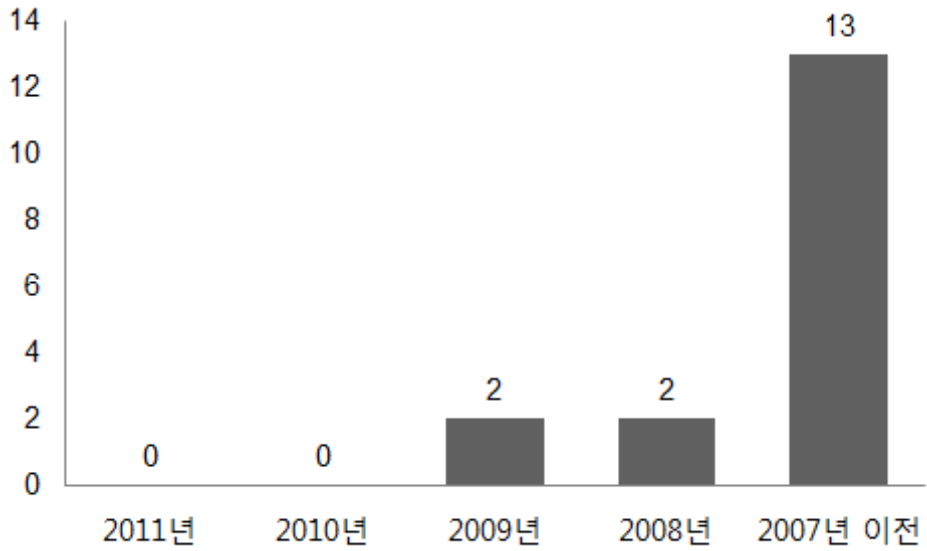
〈그림 II-80〉 스페인 한식당 조리장 국적

- 한식당 23개 중에서 13개 업체(약 67%)의 조리장은 한국 국적임
 - 스페인 국적의 조리사 약 22%, 중국 국적의 조리사 약 17% 순서로 나타남
 - 기타 국적의 조리사는 필리핀인이며 약 4%를 차지함

□ 설립연도

〈표 II-156〉 스페인 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	2	2	13	17
비중(%)	0.00	0.00	11.76	11.76	76.47	100.00



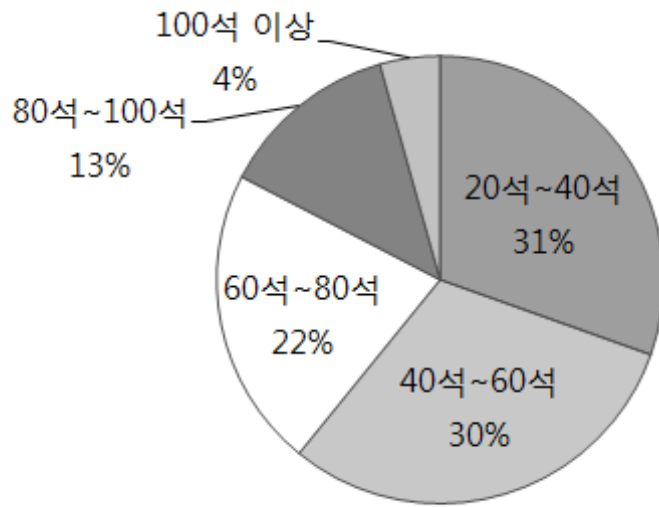
〈그림 II-81〉 스페인 한식당 설립연도

- 설립연도를 알 수 있는 한식당 중 13개(약 76%) 업체는 2007년 이전에 설립되었음
 - 2008년, 2009년에 각각 2개(약 12%)씩 한식당이 설립되었음
 - 2010년 이후 설립된 한식당은 없는 것으로 조사되었음

□ 식당의 규모

〈표 II-157〉 좌석수별 스페인 한식당 규모

	좌석수						합계
	20석 이하	20~40석	40~60석	60~80석	80~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	7	7	5	3	1	23
비중(%)	0.00	30.43	30.43	21.74	13.04	4.35	100.00

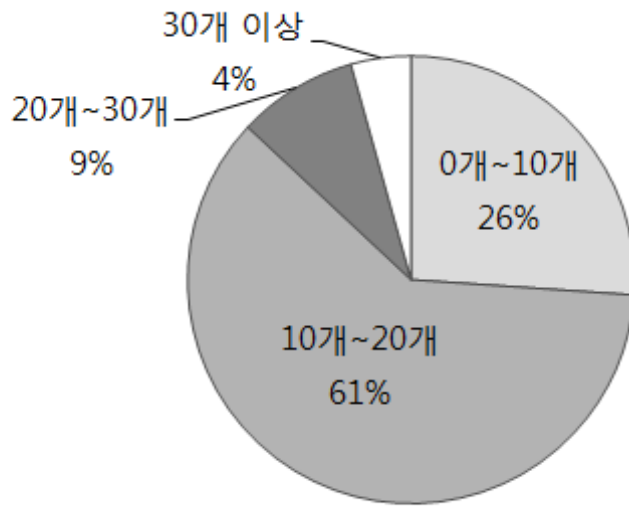


〈그림 II-82〉 좌석수별 스페인 한식당 규모

- 20석~40석, 40~60석 좌석수 규모의 한식당이 각각 약 30%로 가장 큰 비율을 나타냄
- 대부분의 한식당이 20석~60석의 좌석 규모이며, 60석 이상 넘어갈수록 한식당의 수가 감소하는 경향이 있음

〈표 II-158〉 테이블수별 스페인 한식당 규모

	테이블수				합계
	0~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	6	14	2	1	23
비중(%)	26.09	60.87	8.70	4.35	100



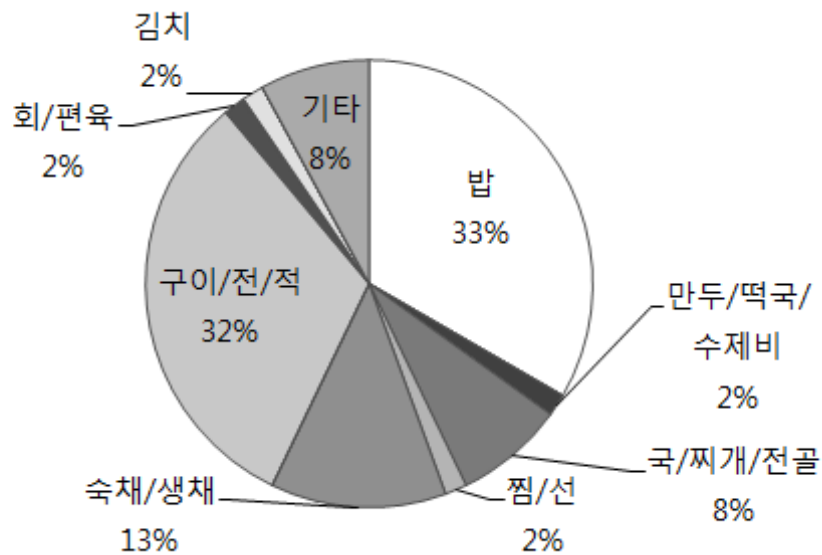
〈그림 II-83〉 테이블수별 스페인 한식당 규모

- 테이블 수 10개~20개의 한식당은 14개이며 약 61%로 가장 큰 비중을 차지함
- 테이블 수 0개~10개의 한식당 6개 업체(약 26%), 20개~30개의 한식당 2개(약 9%), 30개~40개의 한식당 1개(약 4%)의 순서로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 II-159〉 스페인 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
밥	21	비빔밥, 잡채밥, 정식, 돌솥비빔밥, 김밥
구이·전·적	20	불고기, 즉석구이, 고추장불고기, 돼지갈비, 갈비, 삼겹살, 해물과전, LA갈비, 매운삼겹살, 소금구이, 불갈비, 빈대떡, 닭다리구이
숙채·생채	8	잡채, 해물잡채, 볶음잡채
국·찌개·전골	5	김치찌개, 김치두부찌개, 육개장
기타	5	마끼, 간풍새우, 짬뽕, 불고기떡볶이
만두·떡국·수제비	1	만두
찜·선	1	아구찜
회·편육	1	보쌈
김치	1	김치



〈그림 II-84〉 스페인 한식당 주요 메뉴

- 스페인의 한식당 메뉴 중 밥류가 33%로 가장 많은 비율을 차지
 - 총 한식당의 메뉴 130가지 중 밥류를 취급하는 식당은 21개이며, 메뉴명은 비빔밥, 잡채밥, 정식, 돌솥비빔밥, 김밥 등이 있음
- 구이·전·적류가 20개(약 32%), 숙채·생채류가 8개(약 13%), 국·찌개·전골류가 5개(약 8%)의 순서로 나타남

- 구이·전·적류에는 불고기, 삼겹살, 갈비, 해물파전 등이 있으며, 그 중 가장 많이 취급되는 메뉴는 불고기임
- 숙채·생채류에는 잡채, 해물잡채, 볶음잡채 등 잡채류가 주를 이룸
- 기타는 찜빵, 간풍새우와 같은 한국식 외국요리, 불고기 떡볶이 등의 퓨전 한식 메뉴들이 대부분임
- 불고기 떡볶이처럼 한국요리를 재해석한 신개념 메뉴들이 포함되어 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-160〉 스페인 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
찜·선	17.00	24,803
회·편육	15.00	21,885
기타	12.45	18,165
구이·전·적	12.02	17,540
국·찌개·전골	11.69	17,056

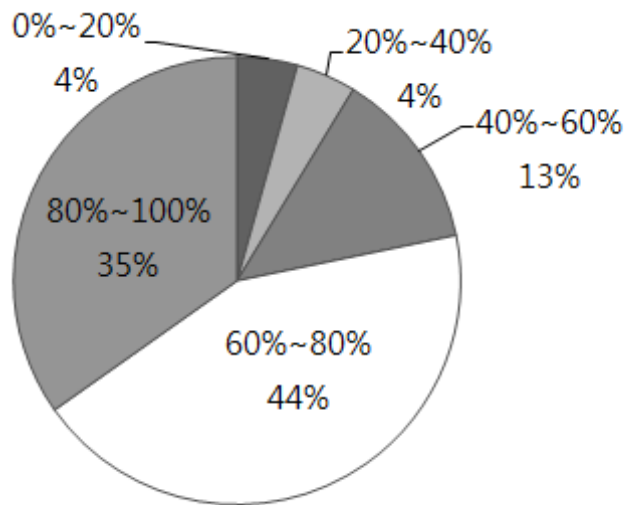
*환율: 1€= 1495원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중에서 찜·선류가 평균 17유로(한화 24,803원)로 가장 높은 가격대를 보임
- 회·편육류의 가격대는 평균 15유로(21,885원), 기타 평균 12.45유로(18,165원), 구이·전·적류가 평균 12.02유로(17,540원), 국·찌개·전골류가 평균 11유로(17,056원)의 순서로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-161〉 스페인 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	1	1	3	10	8	23
비중(%)	4.35	4.35	13.04	43.48	34.78	100.00



〈그림 II-85〉 스페인 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객의 비중이 60% 이상을 넘는 경우가 대부분임
 - 현지인 고객 비율이 60%~80%의 한식당은 10개 업체로 약 43%를 차지하며 80%~100%의 한식당은 8개(약 35%), 40%~60%의 한식당은 3개(약 13%)의 순서로 나타남
 - 0%~20%, 20%~40%의 한식당은 각각 1개(약 4%)씩 나타남

14. 아제르바이잔(Azerbaijan)

□ 아제르바이잔 내 한식당 현황 요약

- 아제르바이잔 내의 한식당은 수도인 바쿠(Baku)에만 한국관과 신라 이렇게 2개의 한식당이 있는 것으로 조사되었으며 1곳은 주변상권에 1곳은 기타상권에 위치해 있음
- 아제르바이잔의 한식당은 1곳은 2009년 유력일간지 바쿠 뉴스페이퍼(Baku newspaper)에, 나머지 1곳은 2011년 유력 전문지 씨비엔 익스트라(cbn-extra)에 노출되었음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 1곳은 둘다 한국 국적이며 다른 1곳은 둘 다 아제르바이잔 국적인 것으로 조사되었음
- 아제르바이잔에 있는 식당은 2008년과 2009년 등 비교적 최근에 설립되었으며 1곳은 60석 규모의 식당이며, 나머지 1곳은 150석 규모의 식당임
- 한국관은 모든 메뉴가 국·찌개·전골류이며, 신라는 조림·초·볶음류와 구이·전·적류까지 모두 취급하고 있음
 - 한국관의 국·찌개·전골류는 비교적 저렴한 가격을 유지하고 있고, 신라에서 취급하는 구이·전·적류와 조림·초·볶음류는 비교적 비싸지만 합리적인 가격으로 판매하고 있음
- 한식당 중 한국인이 운영하는 식당은 현지인 고객비중이 5%인 것으로 나타났고, 아제르바이잔인이 운영하는 식당은 현지인 고객 비중이 50%인 것으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-162〉 아제르바이잔 지역별 한식당 분포

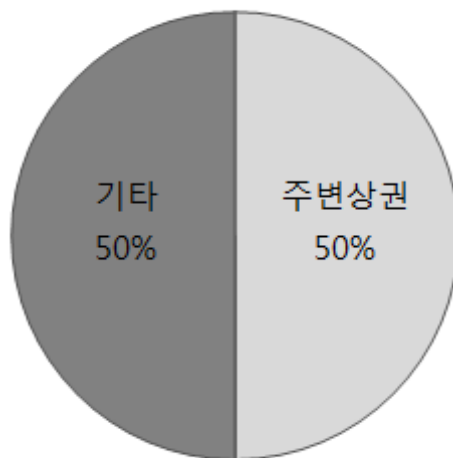
	지역구분		합계
	바쿠	기타	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 아제르바이잔은 수도인 바쿠(Baku)에 2개의 한식당이 위치함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-163〉 아제르바이잔 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	0	1	2
비중(%)	50	0	50	100



〈그림 II-86〉 아제르바이잔 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 아제르바이잔의 한식당 중에서 1개는 주변상권에 위치하며, 나머지 1개는 상권이 아닌 지역에 입지하고 있음

〈표 II-164〉 아제르바이잔 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

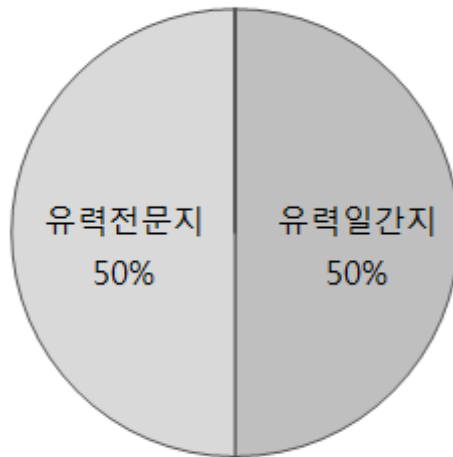
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	2	2
비중(%)	0	100	100

- 아제르바이잔에는 한인타운이 형성되어 있지 않기에 2개 업체 모두 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 II-165〉 아제르바이잔 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	1	1	0	0	0	2
비중(%)	0.00	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	100

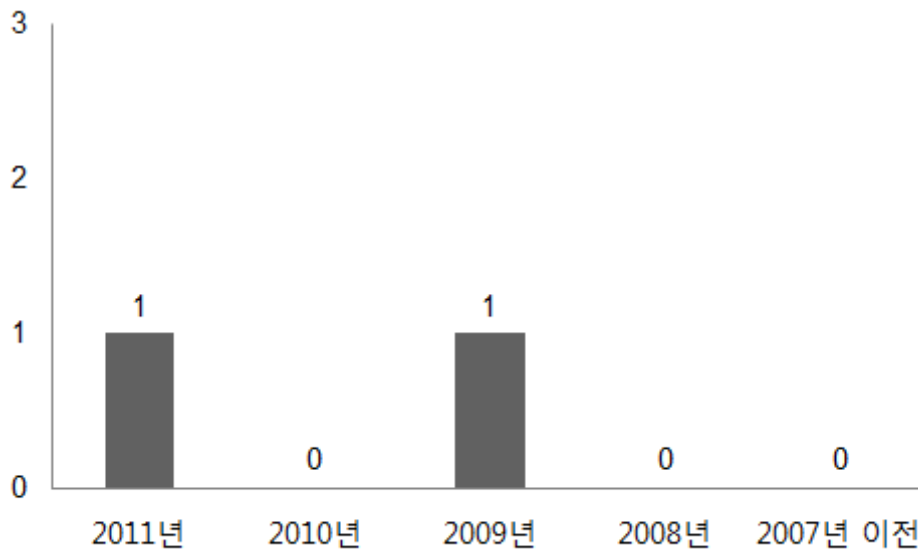


〈그림 II-87〉 아제르바이잔 한식당 노출 미디어 종류

- 한식당은 2개 업체는 각각 한번 씩 미디어에 노출됨
 - 1개 업체는 유력일간지에, 나머지 1개 업체는 유력 전문지에 노출되었음

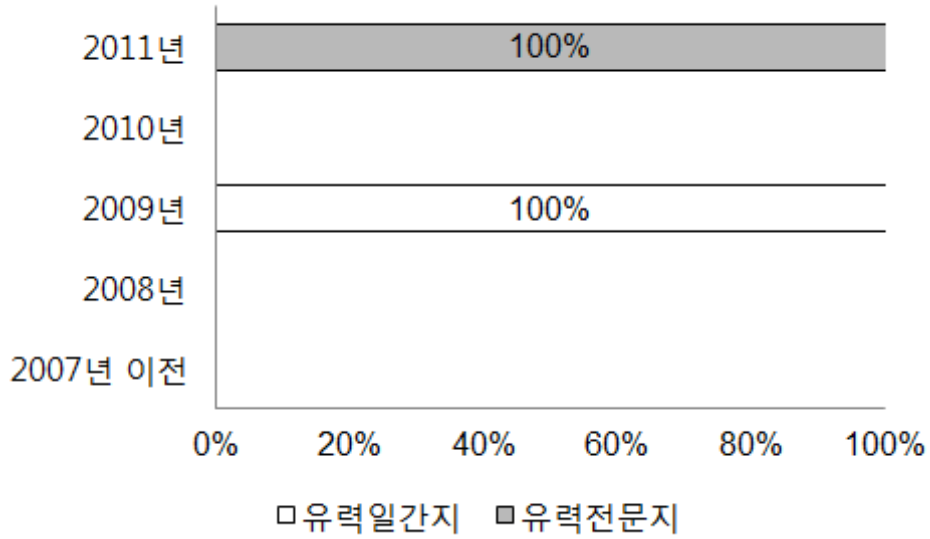
〈표 II-166〉 아제르바이잔 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	1	0	0	1
2010년	0	0	0	0	0	0	0
2009년	0	0	1	0	0	0	1
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0
합계	0	0	1	1	0	0	2



〈그림 II-88〉 아제르바이잔 한식당 미디어 노출 연도

- 2009년 유력일간지 바쿠 뉴스페이퍼(Baku newspaper)에, 2011년에는 유력전문지 씨비엔익스트라(cbn-extra)에 한식당이 노출됨



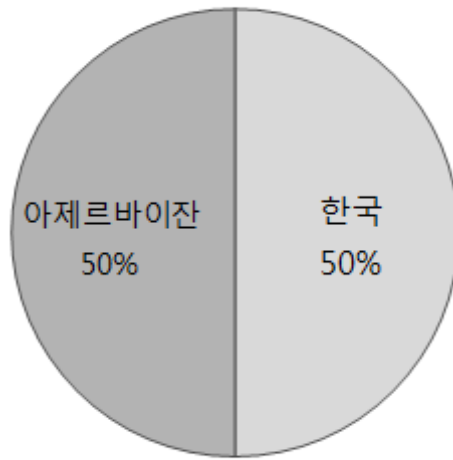
〈그림 II-89〉 아제르바이잔 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 2009년과 2011년을 제외한 때에는 미디어에 노출된 적이 없었으며, 격년으로 미디어에 노출됨

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-167〉 아제르바이잔 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	아제르바이잔	
빈도(개)	1	1	2
비중(%)	50.00	50.00	100

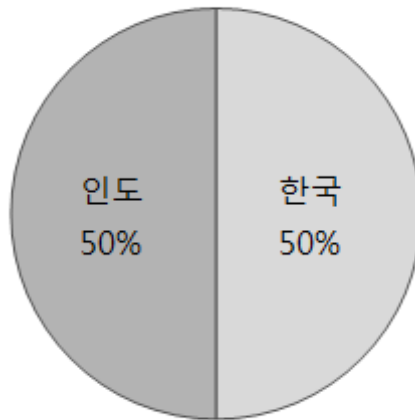


〈그림 II-90〉 아제르바이잔 한식당 대표자 국적

- 아제르바이잔에 있는 두 개의 한식당 중 한 곳은 한국인이 대표로 있으며, 나머지 한 곳은 아제르바이잔 현지인이 운영하고 있음

〈표 II-168〉 아제르바이잔 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	인도	
빈도(개)	1	1	2
비중(%)	50.00	50.00	100



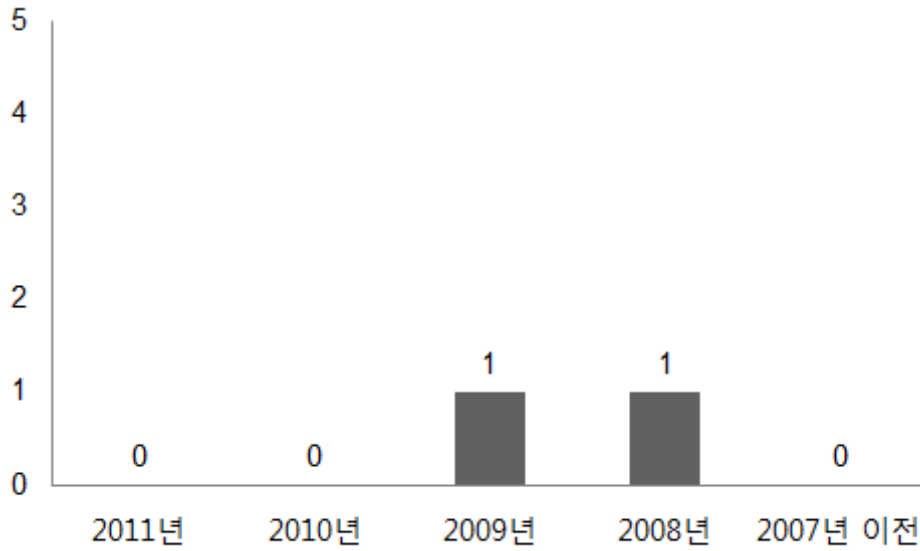
〈그림 II-91〉 아제르바이잔 한식당 조리장 국적

- 한국인이 대표자인 업체는 한국인이 조리장이고 아제르바이잔인이 대표자인 식당은 인도인이 조리장을 맡고 있음

□ 설립연도

〈표 II-169〉 아제르바이잔 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011	2010	2009	2008	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	1	1	0	2
비중(%)	0	0	50	50	0	100



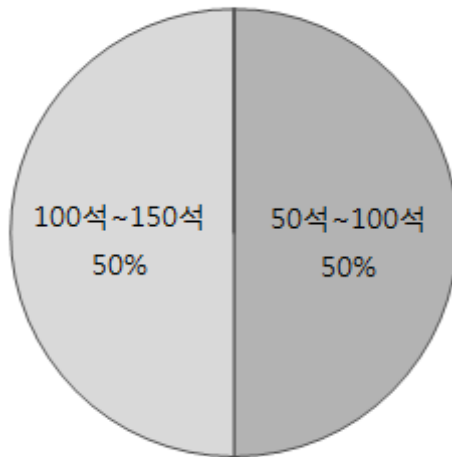
〈그림 II-92〉 아제르바이잔 한식당 설립연도

- 한식당 업체 2개는 각각 2008년과 2009년에 설립됨
 - 2007년 이전에 설립된 업체는 없거나 모두 폐업함
 - 2008년, 2009년에 설립된 업체의 경영 상황에 대한 해석은 향후 아제르바이잔 한식당 진출 시 참고자료로 활용 가능함

□ 식당의 규모

〈표 II-170〉 좌석수별 아제르바이잔 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	0	1	1	0	0	2
비중(%)	0	50	50	0	0	100

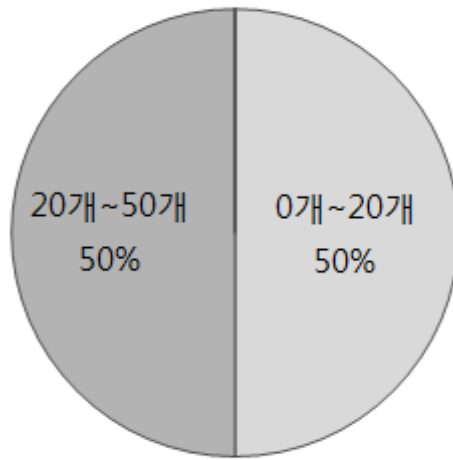


〈그림 II-93〉 좌석수별 아제르바이잔 한식당 규모

- 한식당 업체 2개 중에서 한 곳은 60석 규모의 식당이며 나머지 한 곳은 150석 규모의 식당임

〈표 II-171〉 테이블수별 아제르바이잔 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	1	1	0	0	2
비중(%)	50.00	50.00	0	0	100



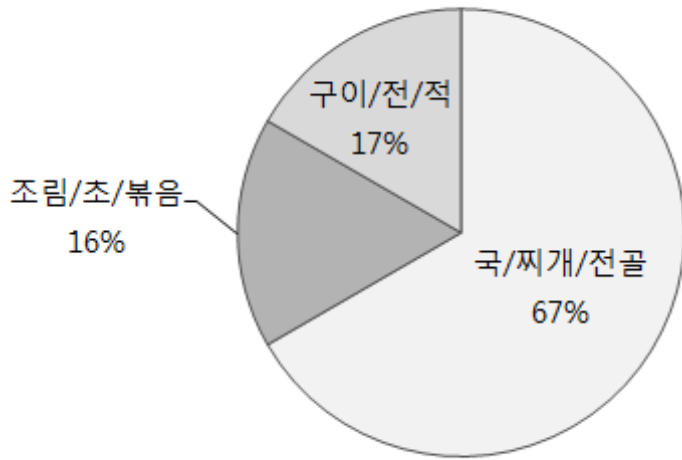
〈그림 II-94〉 테이블수별 아제르바이잔 한식당 규모

- 한식당 2개 중에서 한 곳은 11개 테이블 규모의 업체이며, 나머지 한 곳은 25개 테이블 규모의 업체임

□ 주요 메뉴

〈표 II-172〉 아제르바이잔 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	2	김치찌개, 된장찌개, 곰탕
조림·초·볶음	1	낙지볶음
구이·전·적	1	불고기



〈그림 II-95〉 아제르바이잔 한식당 주요 메뉴

- 한국관은 모든 메뉴가 국·찌개·전골류이며, 신라는 조림·초·볶음류와 구이·전·적류까지 모두 취급함

□ 메뉴의 가격

〈표 II-173〉 아제르바이잔 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(마나트 AZM)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	22.00	18,920
조림·초·볶음	12.00	10,320
국·찌개·전골	8.50	7,310

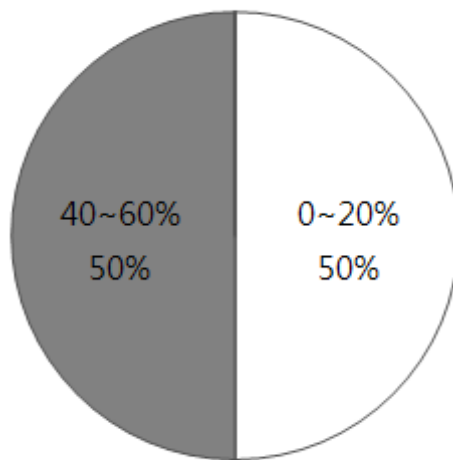
*환율: 1 AZM = 1480원(2011년12월 기준)

- 한국관의 국·찌개·전골류는 비교적 저렴한 가격인 반면, 신라에서 취급하는 구이·전·적류와 조림·초·볶음류는 비교적 고가임

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-174〉 아제르바이잔 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0~20%	20~40%	40~60%	60~80%	80~100%	
빈도(개)	1	0	1	0	0	2
비중(%)	50.00	0.00	50.00	0.00	0.00	100.00



〈그림 II-96〉 아제르바이잔 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당 2개 업체 중에서 한국인이 운영하는 식당은 현지인 고객이 약 5%이고 아제르바이잔인이 운영하는 식당은 현지인 고객이 약 50%로 나타남
- 한국인이 운영하는 식당의 현지인 비율이 매우 낮으므로 현지화를 꾀하여 현지인 고객 비율을 늘리려는 노력 필요함

15. 에스토니아(Estonia)

□ 에스토니아 내 한식당 현황 요약

- 에스토니아의 수도인 탈린(Tallinn)의 주변상권에 아리랑(Ariran), 크리스탈(Cristal) 이렇게 2곳의 한식당이 소재하고 있는 것으로 조사됨
 - 2곳 모두 미디어에 노출된 적이 없음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 아리랑은 1991년, 크리스탈은 2007년임
- 아리랑이 20석, 크리스탈이 100석 규모인 것으로 조사되었으며 대표적인 메뉴는 밥류로, 2개의 식당 모두 밥류를 판매하고 있는 것으로 조사되었음
 - 대표적인 메뉴로는 비빔밥, 콩나물밥, 김밥 등이 있음
- 에스토니아에서 대표적으로 판매되는 밥류의 평균가는 8,510원이며 구이·전·적 평균가는 9,488원, 면류 평균가는 4,379원의 순서임
- 에스토니아 한식당의 현지인 고객 비중은 아리랑, 크리스탈 모두 80%이상인 것으로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-175〉 에스토니아 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	탈린	기타	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 에스토니아는 수도인 탈린(Tallinn)에 상호명이 아리랑(Ariran), 크리스탈(Cristal)인 2개의 한식당이 위치함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-176〉 에스토니아 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	2	0	0	2
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당은 모두 주변상권에 분포함

〈표 II-177〉 에스토니아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	상권기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	2	2
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 모든 한식당은 비한인타운에 분포함

□ 미디어 노출

〈표 II-178〉 에스토니아 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 모든 한식당은 미디어에 노출되지 않음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-179〉 에스토니아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	에스토니아	한국	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 대표자는 모두 에스토니아인임

〈표 II-180〉 에스토니아 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	에스토니아	한국	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 조리장은 모두 에스토니아인임

□ 설립연도

〈표 II-181〉 에스토니아 한식당 설립연도

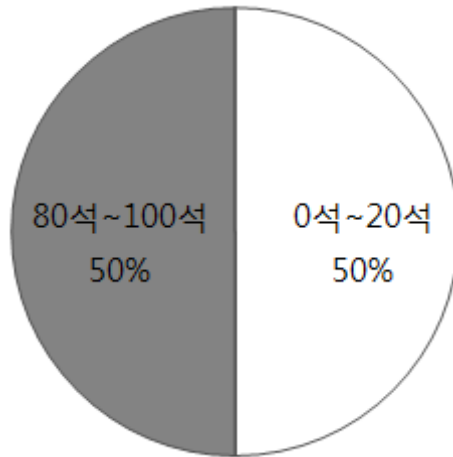
	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 2개의 한식당은 모두 2007년 이전에 설립됨
 - 아리랑은 1991년, 크리스탈은 2007년에 각각 설립됨
 - 1991년에 설립된 아리랑이 20년 동안 영업을 계속할 수 있었던 경쟁력의 분석은 향후 에스토니아 및 한식당이 적은 지역에 한식당 진출 시 자료로 사용될 수 있음

□ 식당의 규모

〈표 II-182〉 좌석수별 에스토니아 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	1	0	0	0	1	0	2
비중(%)	50.00	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	100.00

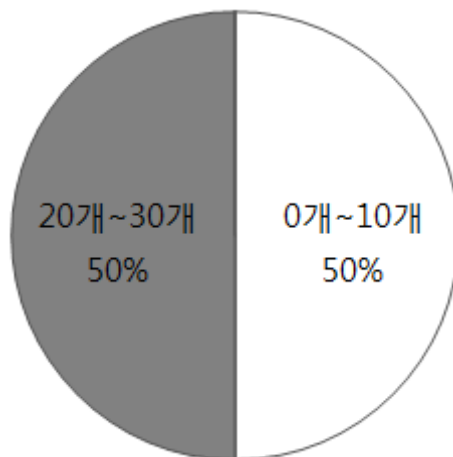


〈그림 II-97〉 좌석수별 에스토니아 한식당 규모

- 2개 한식당의 좌석수는 각각 아리랑 20석, 크리스탈 100석 으로 조사됨

〈표 II-183〉 테이블수별 에스토니아 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30~40개	
빈도(개)	1	0	1	0	2
비중(%)	50.00	0.00	50.00	0.00	100.00



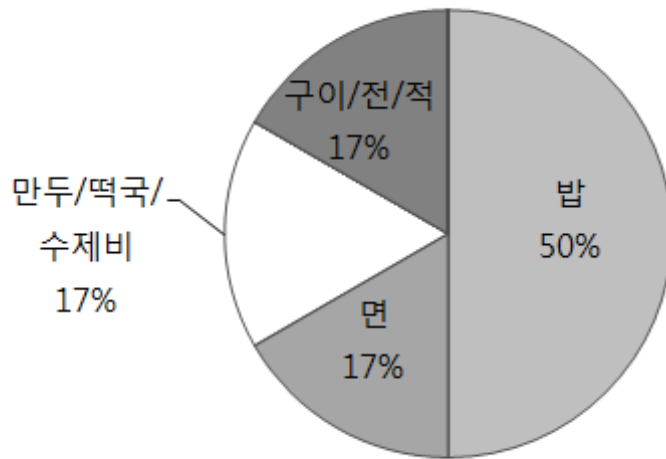
〈그림 II-98〉 테이블수별 에스토니아 한식당 규모

- 한식당의 테이블수는 각각 아리랑 4개, 크리스탈 25개로 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 II-184〉 에스토니아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
밥	2	비빔밥, 콩나물밥, 김밥
구이·전·적	1	돼지갈비
면	1	국수
만두·떡국·수제비	1	만두



〈그림 II-99〉 에스토니아 한식당 주요 메뉴

- 한식당에서 가장 많이 판매되는 메뉴는 밥류이며 2개 식당 모두 밥류를 판매함
 - 대표적인 메뉴로는 비빔밥, 콩나물밥, 김밥 등이 있음
 - 뒤이어 구이·전·적류, 면류, 만두·떡국·수제비류 가 각각의 식당에서 판매됨
- 에스토니아에서는 해외 한식당에서 많이 판매되는 불고기를 취급하지 않는 특징이 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-185〉 에스토니아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	6.5	9,488
밥	5.83	8,510
만두·떡국·수제비	4	5,839
면	3	4,379

*환율: 1€ = 1459원(2012년 01월 18일 기준)

- 한식당에서 대표적으로 판매되는 메뉴의 평균 가격은 3~6.5유로임
 - 밥류의 평균가는 5.83유로(한화 8510원)임
 - 구이·전·적류의 평균가는 6.5유로(한화 9488원)임
 - 면류의 평균가는 3유로(한화 4379원)임
 - 만두·떡국·수제비류의 평균가는 4유로(한화 5839원)임
- 같은 유로를 쓰는 유로존 국가들에 비해 메뉴의 가격이 매우 저렴한 특징이 있음

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-186〉 에스토니아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	0	2	0	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	100.00

- 에스토니아 한식당의 현지인 고객 비중은 아리랑, 크리스탈 모두 약 80%임

16. 영국(United Kingdom)

□ 영국 내 한식당 현황 요약

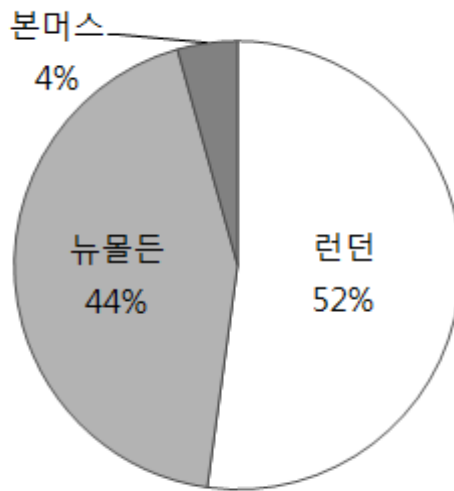
- 영국 내의 한식당은 수도인 런던(London)에 전체의 약 52%, 36개의 한식당이 분포해 있으며 뉴몰든(New Malden)에는 30개, 본머스(Bournemouth)에는 3개의 한식당이 있는 것으로 조사됨
 - 중심상권에 41개, 59%의 한식당이 분포해 있으며 주변상권에는 28개, 약 41%의 한식당이 분포되어 있는 것으로 나타남
- 한인타운에 28개, 41%의 한식당이 분포하고 있으며 비한인타운 지역에는 41개(59%)의 한식당이 있는 것으로 나타남
- 유력전문지에 노출된 한식당은 'Time', 'Time out London' 등에 런던 소재 김치(Kimchee), 나루(NARU), 명가(MYUNGA) 등 총 23개로 약 33%를 차지하고 있음
 - 유력웹사이트에서 3곳, ZAGAT 및 유력일간지에서는 각각 1곳이 노출됨
 - 2010년에 전체 28개 중 16개, 약 57%에 해당하는 한식당이 노출되었으며
- 한식당의 대표자와 조리장은 모두 한국 국적이며 41곳(64%)의 한식당이 2007년 이전에 설립되었음
- 40석~60석 규모의 식당이 24곳(38%)으로 가장 높은 비중을 차지하며 60석~80석인 한식당이 17곳(26%)로 다음으로 높은 비중을 차지하는 것으로 조사됨
- 영국의 한식당들은 테이블 수 20개 이하가 전체 한식당 63곳 중 54곳으로 전체의 약 86.00%를 차지함
- 영국 내 한식당에서 가장 많이 판매하는 메뉴는 구이·전·적으로, 전체 69개 식당 중 48개(약 70%)의 식당이 해당 메뉴를 판매하고 있음
 - 대표적인 음식으로는 불고기, 바비큐, 갈비, 해물과전 등이 있음

- 뒤이어 밥류(35개, 약 51%), 국·찌개·전골(22개, 약 32%), 기타류(11개, 약 16%), 회·편육(6개, 약 9%) 등의 순으로 많이 판매하고 있음
- 구이·전·적 평균가는 9.5파운드, 한화로 16670원으로 가장 높은 가격대를 보임
- 밥류 평균가는 8.15파운드, 한화로 14288원, 국·찌개·전골 평균가는 13.8파운드, 한화로 24,212원으로 구이·전·적 다음으로 높은 가격대를 이루는 것으로 조사됨
- 현지인 고객 비중이 60%~80%인 한식당이 31곳(48%)로 가장 많았으며, 80%~100%인 한식당이 14곳으로(22%) 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-187〉 영국 지역별 한식당 분포

	지역구분				합계
	런던	뉴몰든	본머스	기타	
빈도(개)	36	30	3	0	69
비중(%)	52.17	43.48	4.35	0	100.00



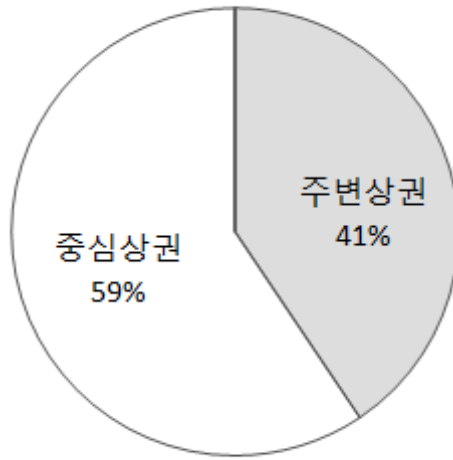
〈그림 II-100〉 영국 지역별 한식당 분포

- 영국은 수도인 런던(London)에 36개(약 52%)의 한식당이 위치함
- 뉴몰든(New Malden)에는 30개, 본머스(Bournemouth)에는 3개의 한식당이 있는 것으로 조사됨
- 두 번째로 많은 한국식당이 분포한 뉴몰든 또한 런던에서 멀지 않은 곳으로, 사실상 수도권에 전체 한국 식당의 약 96%가 집중됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-188〉 영국 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	28	41	0	69
비중(%)	40.58	59.42	0.00	100.00

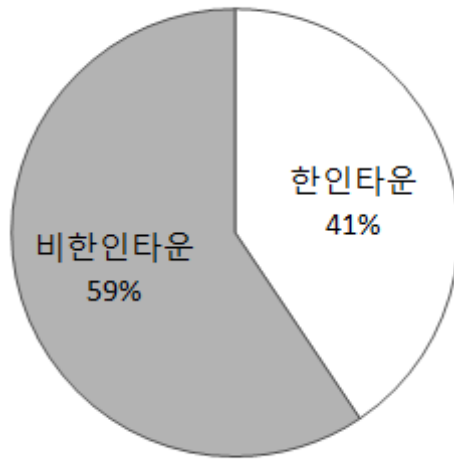


〈그림 II-101〉 영국 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면 중심상권에 41개(약 59%)의 한식당이 분포함
- 주변상권에는 28개(약 41%)의 한식당이 분포함

〈표 II-189〉 영국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	28	41	69
비중(%)	40.58	59.42	100.00



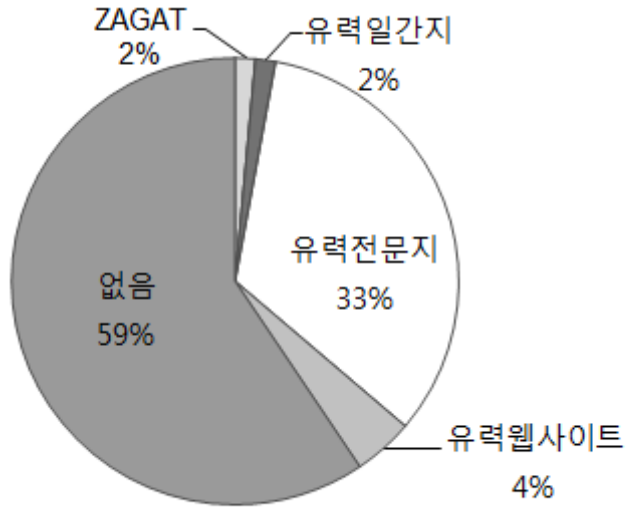
〈그림 II-102〉 영국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면, 비한인타운에 약 41개(약 59%)의 한식당이 분포함
 - 한인타운에는 28개(약 41%)의 한식당이 분포함

□ 미디어 노출

〈표 II-190〉 영국 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	1	0	1	23	0	3	41	69
비중(%)	1.45	0.00	1.45	33.33	0.00	4.35	59.42	100.00

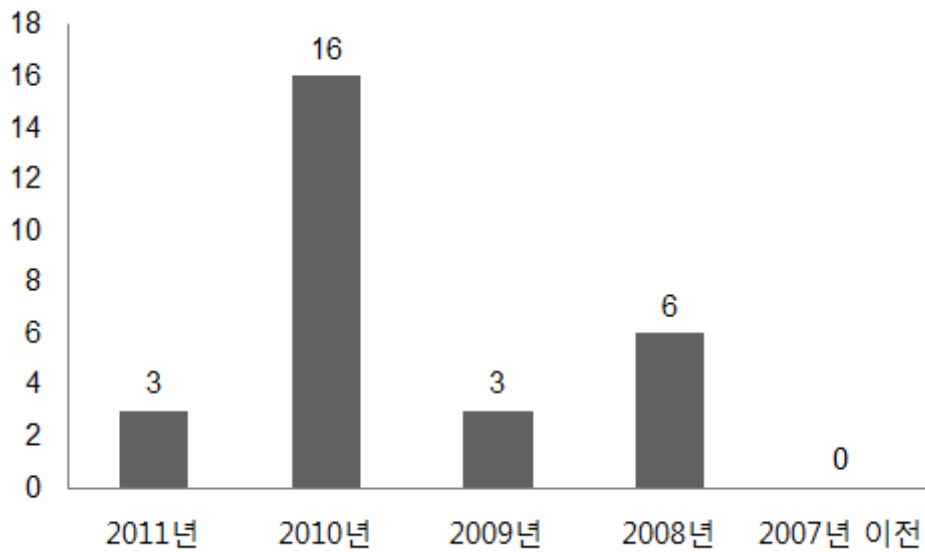


〈그림 II-103〉 영국 한식당 노출 미디어 종류

- 미디어에 노출된 28개 업체 중에서 유력전문지에 노출된 한식당은 총 23개임
 - 타임(Time), 타임 아웃 런던(Time out London) 등에 런던 소재 김치(Kimchee), 나루(NARU), 명가(MYUNGA) 등이 최근에 노출됨
- 유력웹사이트에 3개, ZAGAT 및 유력일간지에 각각 1개가 노출됨
 - 에어런던(allinlondon.co.uk)에 뉴몰든 소재 국일관(Cookil), 마베큐(New Malden BUTCHER's)가, 더 타임즈(The Times)에 런던 소재 소주레스토랑(Soju)이 노출됨
 - ZAGAT에는 런던 소재 아사달(ASADAL)이 노출됨
- 영국 소재 전체 한식당의 약 60%인 41개 업체는 미디어에 노출된 바 없음

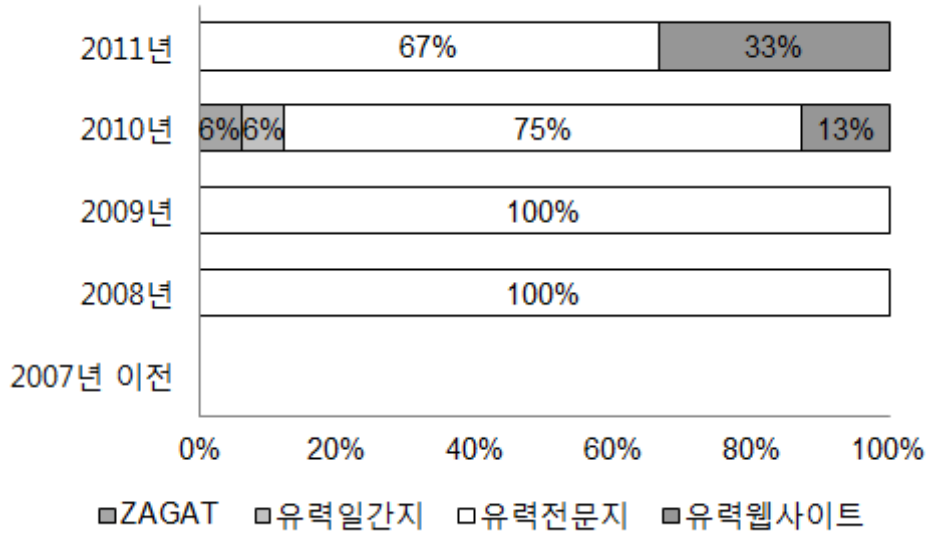
〈표 II-191〉 영국 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술평가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	2	0	1	3
2010년	1	0	1	12	0	2	16
2009년	0	0	0	3	0	0	3
2008년	0	0	0	6	0	0	6
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0
합계	1	0	1	23	0	3	28



〈그림 II-104〉 영국 한식당 미디어 노출 연도

- 2010년에 가장 많은 한식당이 미디어에 노출됨
- 전체 노출된 28개 업체 중 16개(약 57%)는 2010년에 노출됨



〈그림 II-105〉 영국 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 최근 유력웹사이트를 통한 미디어 노출 증가 추세
 - 2009년까지 유력웹사이트를 통한 노출이 없었으나, 2010년에 1개, 2011년에 2개 업체가 노출되면서 점차 증가하는 추세임
- 단, 미술랭가이드 및 방송매체를 통한 미디어 노출은 한 건도 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

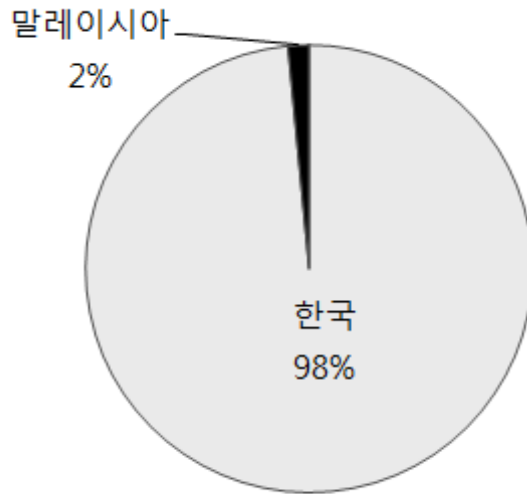
〈표 II-192〉 영국 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	66	0	66
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 대표자는 모두 한국인임
 - 단, 대표자를 알 수 없는 한식당 3개 업체는 통계에서 제외하였음

〈표 II-193〉 영국 한식당 조리장 국적

	조리장 국적			합계
	한국	말레이시아	기타	
빈도(개)	65	1	0	66
비중(%)	98.48	1.52	0.00	100.00



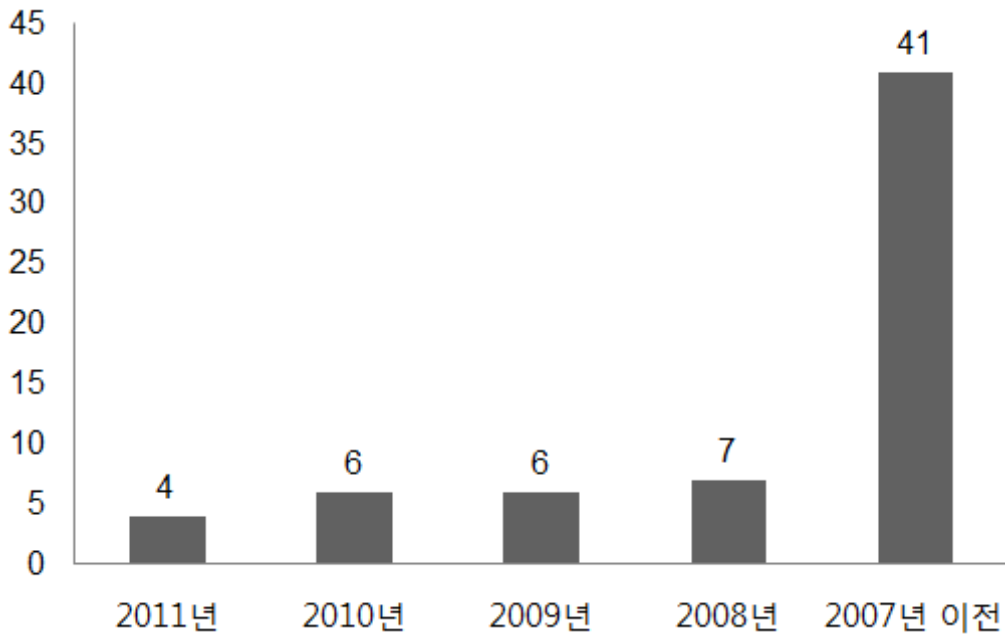
〈그림 II-106〉 영국 한식당 조리장 국적

- 영국 내 한식당의 조리장은 대부분 한국인임
 - 조리장을 알 수 있는 66개 업체 중 65개 업체의 조리장은 한국인이었으며 나머지 1개 업체의 조리장은 말레이시아인으로 나타남

□ 설립연도

〈표 II-194〉 영국 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	4	6	6	7	41	64
비중(%)	6.25	9.38	9.38	10.64	64.06	100.00



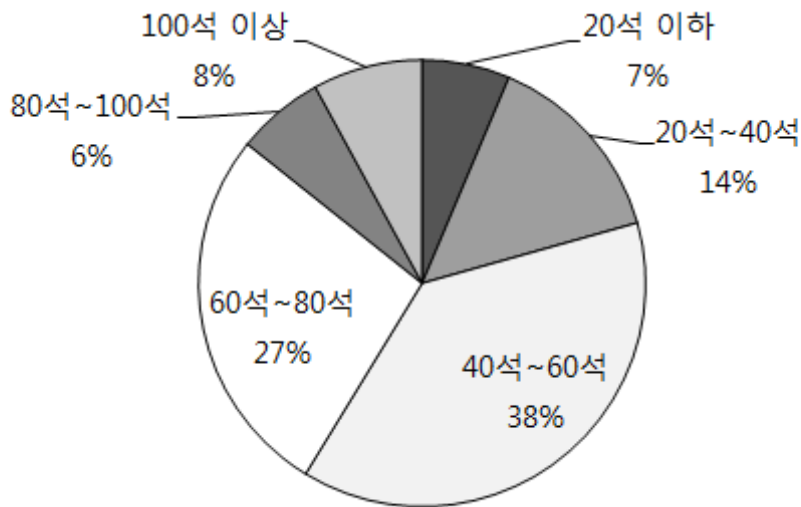
〈그림 II-107〉 영국 한식당 설립연도

- 영국 한식당 중 41개 업체(약 64%)의 업체는 2007년 이전 설립
 - 2008년부터 최근인 2011년까지 매년 꾸준히 평균 약 6개씩 새로운 한식당이 설립되고 있음
 - 2008년 7개, 2009년 6개, 2010년 6개, 2011년 4개 업체가 설립되었으며 감소하는 추세에 있음
 - 설립연도를 알 수 없는 5개 한식당은 통계에서 제외함

□ 식당의 규모

〈표 II-195〉 좌석수별 영국 한식당 규모

	좌석수						합계
	20석 이하	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	4	9	24	17	4	5	63
비중(%)	6.35	14.29	38.10	26.98	6.35	7.94	100.00

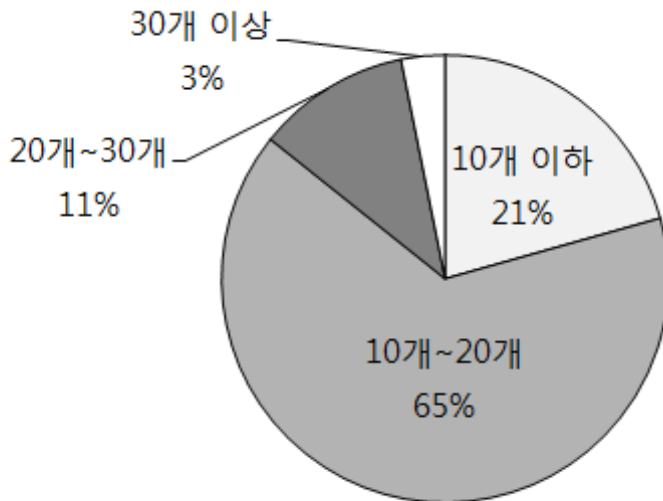


〈그림 II-108〉 좌석수별 영국 한식당 규모

- 한식당은 각각 다양한 규모임
 - 40석~60석 규모의 식당이 24개(약 38%)로서 가장 높은 비중을 차지함
 - 좌석수가 60석~80석인 한식당이 17개(약 27%)로 두 번째 높은 비중을 차지하였으며, 그 뒤를 20석~40석이 9개(약 14%), 100석 이상이 5개(약 8%), 80석~100석과 20석 이하가 4개씩(약 6%)로 나타났음
 - 좌석수를 알 수 없는 한식당 6개는 통계에서 제외함

〈표 II-196〉 테이블수별 영국 한식당 규모

	테이블수				합계
	10개 이하	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	13	41	7	2	63
비중(%)	20.63	65.08	11.11	3.17	100.00



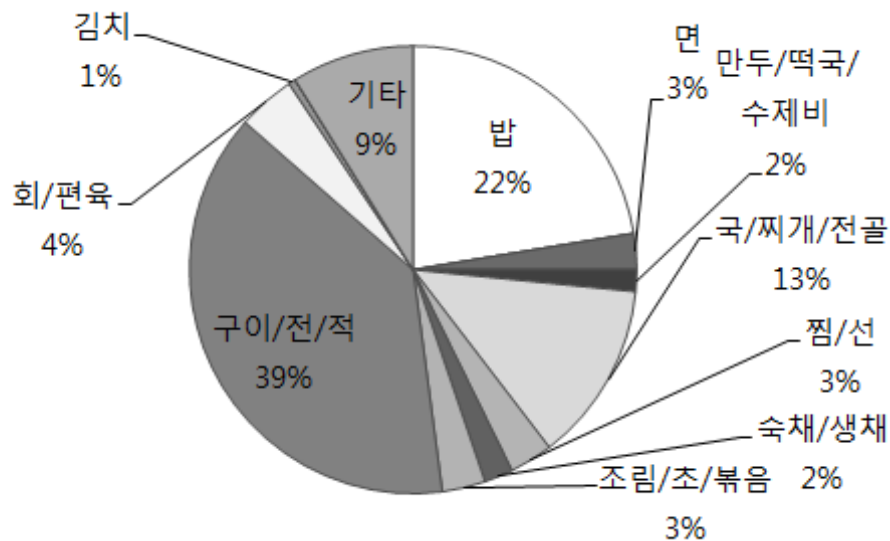
〈그림 II-109〉 테이블수별 영국 한식당 규모

- 테이블 수 20개 이하의 업체는 전체 63개 한식당 중에서 54개(약 86%)로서 가장 큰 비중을 차지함
- 테이블 수 20개~30개의 식당은 7개(약 11%), 30개 이상의 식당은 2개(약 3%)로 나타남
- 테이블 수를 알 수 없는 6개 테이블은 통계에서 제외함

□ 주요 메뉴

〈표 II-197〉 영국 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	48	불고기, 바비큐, 갈비, 해물과전
밥	35	비빔밥, 돌솥비빔밥, 김밥
국·찌개·전골	22	김치찌개, 감자탕, 해물탕, 순두부찌개
기타	11	짬뽕, 탕수육, 간pong기, 순대
회·편육	6	회, 보쌈
조림,초,볶음	6	떡볶이, 코다리조림
찜·선	5	갈비찜, 생태찜, 김치찜
면	5	냉면, 우동
숙채·생채	4	골뱅이무침, 잡채
만두·떡국·수제비	3	만두



〈그림 II-110〉 영국 한식당 주요 메뉴

- 영국 내 한식당에서 가장 많이 판매하는 메뉴는 구이·전·적류이며, 전체 69개 업체 중에서 48개 업체(약 70%)가 해당 메뉴를 판매하고 있음
- 대표적인 음식으로는 불고기, 바비큐, 갈비, 해물과전 등이 있음
- 뒤이어 밥류 35개(약 51%), 국·찌개·전골류 22개(약 32%), 기타 11개(약 16%), 회·편육류 6개(약 9%) 등의 순으로 많이 판매하고 있음

- 밥류에는 비빔밥, 돌솥비빔밥, 김밥 등이 있음
 - 국·찌개·전골류에는 김치찌개, 감자탕, 해물탕, 순두부찌개 등이 있음
 - 기타에는 짬뽕, 탕수육, 간pong기, 순대 등이 있음
 - 회·편육류에는 보쌈, 회 등이 있음
- 유럽인들의 식성을 고려한 불고기, 갈비 등의 육류 음식들이 많이 판매되고 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-198〉 영국 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(파운드 £)	평균가(원 ₩)
회·편육	17.11	30,011
국·찌개·전골	13.8	24,205
구이·전·적	9.5	16,663
밥	8.15	14,295
기타	9.16	16,067

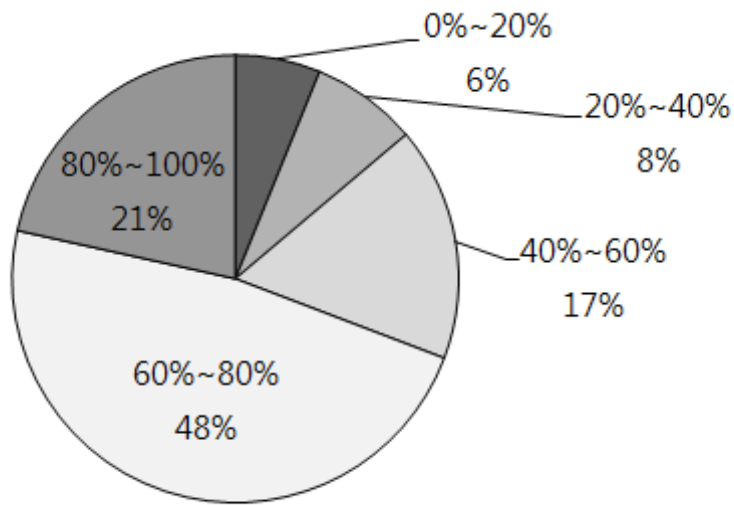
*환율: 1£ = 1754원(2012년 01월 18일 기준)

- 영국에서 대표적으로 판매되는 메뉴들의 평균 가격은 9파운드~17파운드 사이임
 - 회·편육류의 평균가는 17.11파운드(한화 30,011원)임
 - 국·찌개·전골류의 평균가는 13.8파운드(한화 24,205원)임
 - 구이·전·적류의 평균가는 9.5파운드(한화 16,663원)임
 - 밥류 평균가는 8.15파운드(한화 14,295원)임
 - 기타의 평균가는 9.16파운드(한화로 16,067원)임
- 비슷한 경제규모를 가진 인접국(프랑스)에 비해 메뉴의 가격이 상대적으로 저렴함

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-199〉 영국 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	4	5	11	31	14	65
비중(%)	6.15	7.69	16.92	47.69	21.54	100.00



〈그림 II-111〉 영국 한식당 현지인 고객 비중

- 영국의 한식당은 현지인 고객 비중이 비교적 높은 특징이 있음
 - 현지인 고객 비율이 60% 이상인 한식당은 약 69%가 분포함
 - 현지인 고객비율이 60%~80%가 31개(약 48%)로 가장 많았으며, 80%~100%가 14개(약 22%), 40%~60%인 식당은 11개(약 17%), 20~40%는 5개(약 7%), 0%~20%는 4개(약 6%)의 순서로 나타남
- 현지인 고객 비중을 알 수 없는 한식당 4개는 통계에서 제외함

17. 오스트리아(Austria)

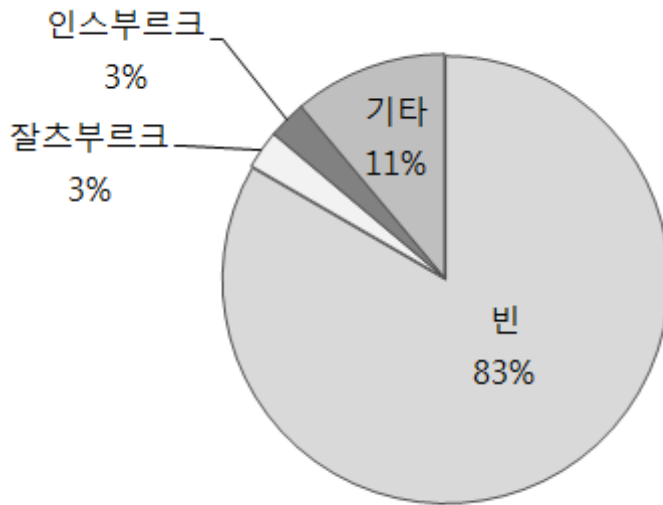
□ 오스트리아 내 한식당 현황 요약

- 오스트리아 내 한식당은 수도인 빈(Vienna)에 전체의 약 83%, 30개의 한식당이 분포해 있으며 잘츠부르크(Salzburg), 인스부르크(Innsbruck), 린츠(Linz)등 주요 대도시에 각각 1개씩 분포함
 - 중심상권에 19개, 약 53%의 한식당이 분포해 있으며 주변상권에는 17개, 약 47%의 한식당이 분포
- 미디어에 노출된 전체 19개 한식당 중 16곳이 다이프레스(Die Presse), 쿠리에(Kurier) 등의 유력일간지를 통해 노출된 것으로 조사됨
 - 2010년에 63%에 해당하는 전체 19개 중 12개의 한식당이 미디어에 노출됨
- 한식당의 대표자는 모두 한국인인 것으로 조사되었으며 조리장은 50%가 한국인이고 중국 국적의 조리장이 14명, 일본국적의 조리장이 3명임
- 오스트리아 내 한식당 36곳 중 총 33곳(93%)이 2007년 이전에 설립된 것으로 조사되었으며 좌석수 20석~60석 규모인 한식당은 23곳으로, 전체의 약 64%를 차지하고 있음
 - 60석 이상의 대형 규모의 식당의 개수는 10곳으로 전체의 약 28%를 차지
- 오스트리아 내 한식당은 테이블수 0~20개 규모의 한식당 개수는 34개, 전체의 약 95%를 차지함
- 오스트리아 한식당 중 29곳의 식당이 한식메뉴보다는 일식 메뉴를 취급하고 있는 것으로 나타났으며 회·편육류 13곳, 구이·전·적류 12곳의 순서로 조사되었음
- 회·편육이 28,822원으로 가장 가격대가 높은 것으로 나타났으며 면류가 19,974원으로 두 번째로 가격대가 높은 것으로 조사됨
- 한식당 현지인 고객비중은 전반적으로 높은 편으로 80%이상인 곳이 24곳으로 전체의 약 67%, 60%~80%인 곳이 6곳으로 전체의 약 17%를 차지하는 것으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-200〉 오스트리아 지역별 한식당 분포

	지역구분				합계
	빈	잘츠부르크	인스부르크	기타	
빈도(개)	30	1	1	4	36
비중(%)	83.33	2.78	2.78	11.11	100.00



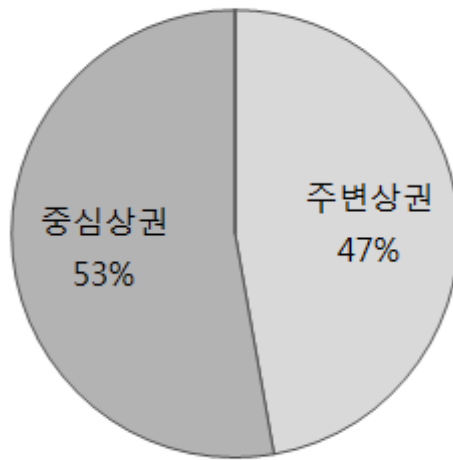
〈그림 II-112〉 오스트리아 지역별 한식당 분포

- 오스트리아에서는 수도인 빈(Vienna)에 전체의 약 83%, 30개의 한식당이 위치함
- 잘츠부르크(Salzburg), 인스부르크(Innsbruck), 린츠(Linz)등 주요 대도시에 각각 1개씩 분포함
- 뵘젠도르프(Vösendorf), 레오베르스도르프(Leobersdorf)(이상 빈 주변), 티롤(Tirol)(인스부르크 주변)등 대도시 주변 도시에도 각각 1개씩 분포함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-201〉 오스트리아 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	17	19	0	36
비중(%)	47.22	52.78	0.00	100.00



〈그림 II-113〉 오스트리아 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면 중심상권에 19개(약 53%)의 한식당이 분포함
- 주변상권에는 17개(약 47%)의 한식당이 분포함

〈표 II-202〉 오스트리아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

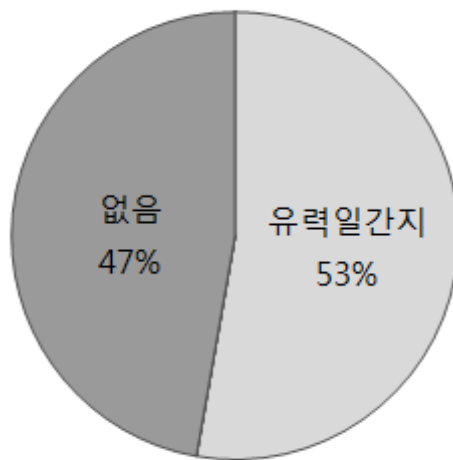
	상권기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	36	36
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 오스트리아 내 모든 한식당은 비한인타운에 분포돼있는 것으로 조사됨

□ 미디어 노출

〈표 II-203〉 오스트리아 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	19	0	0	0	17	36
비중(%)	0.00	0.00	52.78	0	0	0	47.22	100.00

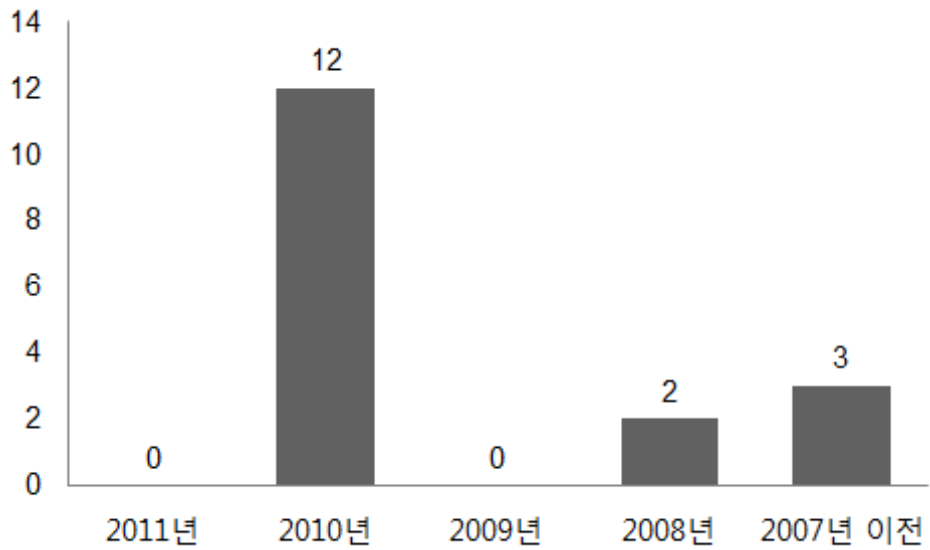


〈그림 II-114〉 오스트리아 한식당 노출 미디어 종류

- 한식당은 노출된 유일한 미디어 종류는 유력일간지임
 - 전체 19개 업체 중 16개 업체(약 84%)의 한식당이 다이프레스(Die Presse), 쿠리에(Kurier) 등의 미디어에 노출됨
- 한식당의 약 47%인 17개 업체는 미디어에 노출된 바 없음

〈표 II-204〉 오스트리아 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술평가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	0	0	0
2010년	0	0	12	0	0	0	12
2009년	0	0	0	0	0	0	0
2008년	0	0	2	0	0	0	2
2007년 이전	0	0	3	0	0	0	3
합계	0	0	17	0	0	0	17



〈그림 II-115〉 오스트리아 한식당 미디어 노출 연도

- 전체 19개 중 12개(약 63%) 업체가 2010년에 미디어에 노출됨
- 2010년을 제외하고는 한식당 미디어 노출이 저조함
 - 2009, 2011년은 한 개도 노출되지 않음
- 미디어 채널은 유력일간지가 유일함

□ 대표자 및 조리장의 국적

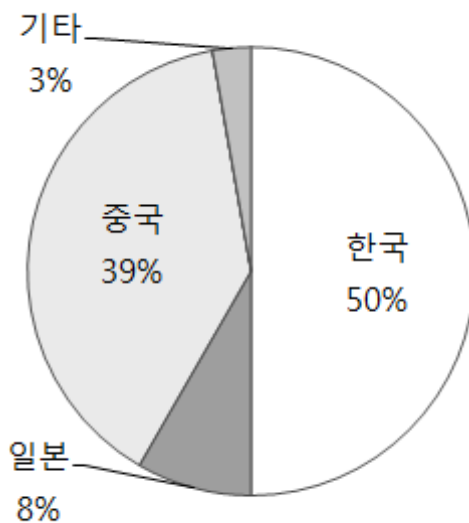
〈표 II-205〉 오스트리아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	36	0	36
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 대표자는 모두 한국인임

〈표 II-206〉 오스트리아 한식당 조리장 국적

	조리장 국적				합계
	한국	중국	일본	기타	
빈도(개)	18	14	3	1	36
비중(%)	50.00	38.89	8.33	2.78	100.00



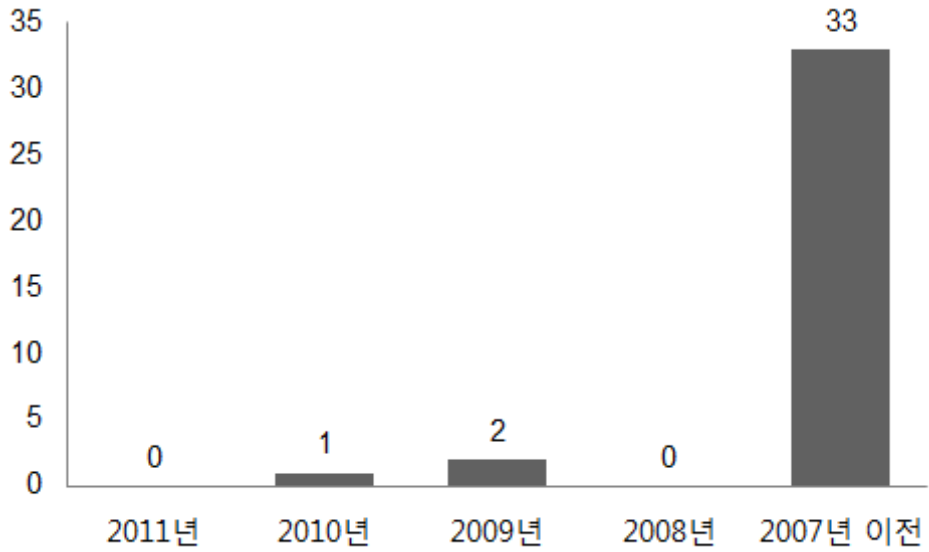
〈그림 II-116〉 오스트리아 한식당 조리장 국적

- 36개 한식당 중에서 18개 업체는 조리장이 한국인으로 조사됨
 - 중국 14명, 일본 3명, 기타(미국) 1명의 순서로 나타남

□ 설립연도

〈표 II-207〉 오스트리아 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	1	2	0	33	36
비중(%)	0.00	2.78	5.56	0.00	91.67	100.00



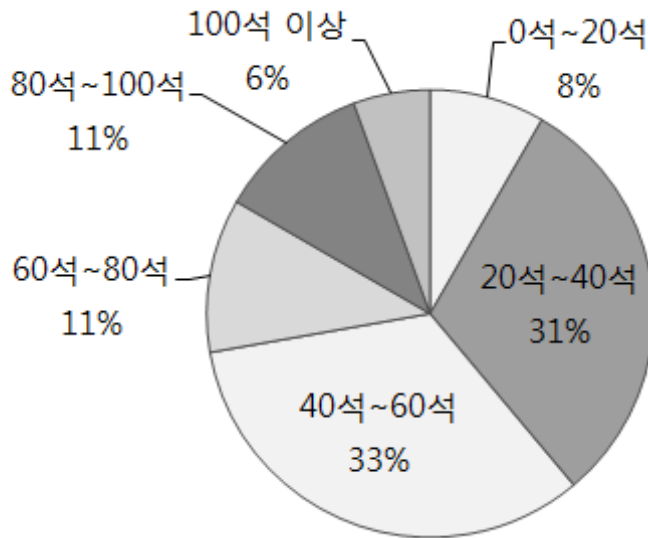
〈그림 II-117〉 오스트리아 한식당 설립연도

- 한식당의 설립연도는 대부분 2007년 이전임
- 한식당 36개 업체 중에서 33개 업체(약 92%)는 설립연도가 2007년 이전임
- 2008년 이후에 설립된 한식당의 수는 연평균 1개 미만임

□ 식당의 규모

〈표 II-208〉 좌석수별 오스트리아 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	3	11	12	4	4	2	36
비중(%)	8.33	30.56	33.33	11.11	11.11	5.56	100.00

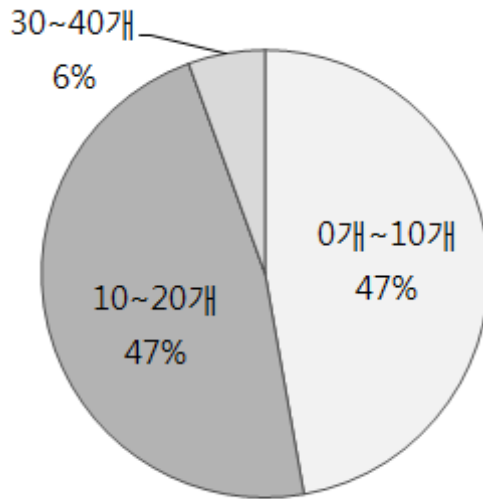


〈그림 II-118〉 좌석수별 오스트리아 한식당 규모

- 한식당은 좌석수 20석~60석 규모가 대부분임
 - 20~60석 규모 식당 개수 23개이며 전체의 약 64%를 차지함
- 60석 이상 대형 규모의 식당 개수는 10개로 전체의 약 28%를 차지함
- 20석 미만 소형 규모의 식당 개수는 3개로 전체의 약 8%를 차지함

〈표 II-209〉 테이블수별 오스트리아 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개~40개	
빈도(개)	17	17	0	2	36
비중(%)	47.22	47.22	0.00	5.53	100.00



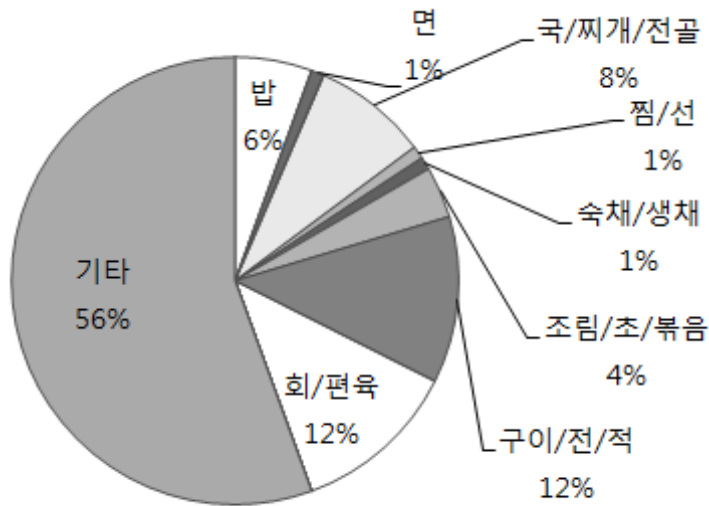
〈그림 II-119〉 테이블수별 오스트리아 한식당 규모

- 한식당의 테이블 수는 0개~20개 규모가 대부분임
 - 0개~20개 규모 식당 개수는 34개로서 전체의 약 95%를 차지함
- 테이블수 30개~40개 규모의 식당 개수는 2개(약 6%)로 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 II-210〉 오스트리아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
기타	29	롤, 데리야끼, 마끼, 우동, 스시, 소바, 나베, 진코닭요리, 카레, 데반야끼
회·편육	13	회
구이·전·적	12	갈비, 불고기, 삼겹살, 장어구이,
국·찌개·전골	6	김치찌개, 된장찌개, 매운탕, 비지찌개,
밥	6	돌솥밥, 볶음밥, 회덮밥
조림·초·볶음	4	제육볶음, 두부김치, 오징어볶음
찜·선	2	아구찜
면	1	메밀면
숙채·생채	1	잡채



〈그림 II-120〉 오스트리아 한식당 주요 메뉴

- 한식당 중에서 대다수의 업체가 한식보다는 일식 메뉴를 취급하고 있음
 - 롤, 데리야끼, 우동, 나베 등 정통 일식메뉴가 많은 수를 차지하고 있었고, 대표메뉴 세 가지 모두 일식메뉴인 식당도 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-211〉 오스트리아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
회·편육	19.78	28,822
면	13.70	19,974
찜·선	12.25	17,860
구이·전·적	12.24	17,854
밥	10.71	15,624

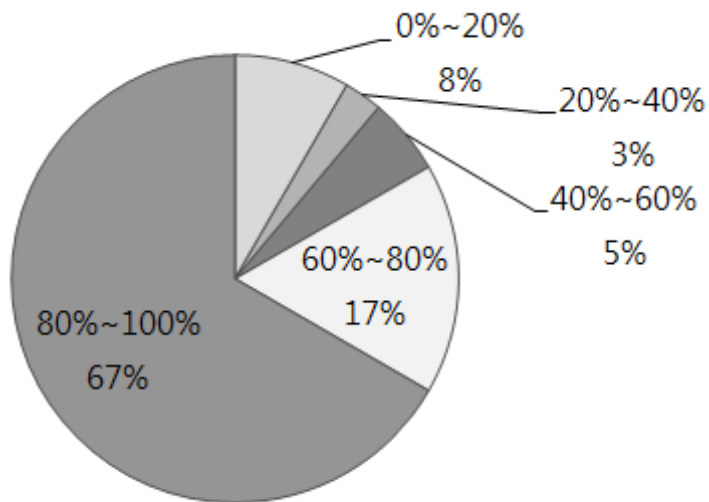
*환율: 1€ = 1457.92원(2012년 01월 18일 기준)

- 한식당들은 회·편육류를 제외하면 대체적으로 1만원~2만원 사이의 가격대를 형성하고 있음

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-212〉 오스트리아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	3	1	2	6	24	36
비중(%)	8.33	2.78	5.56	16.67	66.67	100.00



〈그림 II-121〉 오스트리아 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당의 현지인 고객비중은 전반적으로 높은 편으로 나타남
 - 현지고객 비중 80%이상인 24개로서 전체의 약 67%이고 60%~80%가 6개로서 전체의 약 17%를 차지함
 - 현지인고객 60%이상 업체의 비중이 전체의 약 83%를 차지함

18. 우즈베키스탄(Uzbekistan)

□ 우즈베키스탄 내 한식당 현황 요약

- 우즈베키스탄 내의 17곳의 한식당 모두 우즈베키스탄의 수도 타슈켄트(Tashkent)에 있는 것으로 조사되었으며 17곳 모두 중심상권에 분포하고 있음
 - 17개 한식당 중 3개가 미디어에 노출된 바 있음
- 2008년에 방송매체 타슈켄트 채널에 2개의 한식당이 소개되었으며, 나머지 한 식당은 여행책자에 소개되었음
- 16곳의 한식당의 대표자 국적은 한국이며 나머지 1곳은 우즈베키스탄 국적인 것으로 조사됨
- 10개의 한식당이 2007년 이전에 설립되었으며 15개의 한식당이 100석 이하의 식당 규모를 보이고 있음
- 주요 메뉴는 국·찌개·전골로서 김치찌개, 된장찌개 등의 메뉴명이 있는 것으로 나타남
- 기타류의 메뉴의 평균값이 56,960원으로 가장 가격대가 높은 것으로 조사되었으며, 조림·초·볶음이 50,400원, 찜·선이 43,008원으로 나타남
- 현지인 고객 비중이 20%이하인 한식당이 5곳, 20%~40%인 한식당이 5곳으로 가장 많았고, 40%~60%인 한식당이 4곳, 60%~80%인 곳이 3곳으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-213〉 우즈베키스탄 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	타슈켄트	기타	
빈도(개)	17	0	17
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 우즈베키스탄에는 수도 타슈켄트(Tashkent)에 17개의 한식당이 위치함
 - 다른 지역에는 한식당이 없는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-214〉 우즈베키스탄 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	0	17	0	17
비중(%)	0.00	100.00	0.00	100.00

- 한식당은 17개 모두 중심상권에 분포함

〈표 II-215〉 우즈베키스탄 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

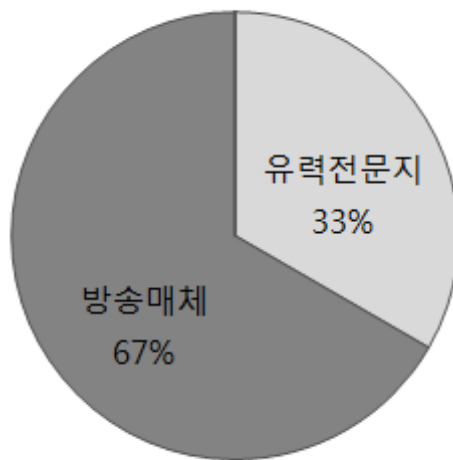
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	17	17
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 17개 한식당은 모두 비한인타운에 분포함

□ 미디어 노출

〈표 II-216〉 우즈베키스탄 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명						합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
빈도(개)	0	0	0	1	2	0	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	5.88	11.76	0.00	100.00

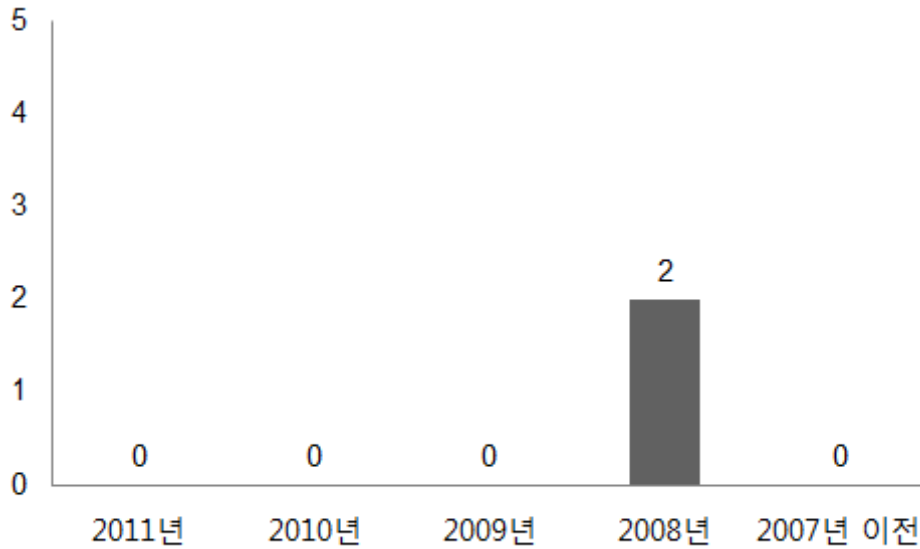


〈그림 II-122〉 우즈베키스탄 한식당 노출 미디어 종류

- 한식당 17개중에서 미디어에 노출된 식당은 3개임
- 3개의 한식당 중에서 유력전문지와 방송매체 외에 다른 미디어에 노출된 식당은 없는 것으로 나타남

〈표 II-217〉 우즈베키스탄 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	0	0	0
2010년	0	0	0	0	0	0	0
2009년	0	0	0	0	0	0	0
2008년	0	0	0	0	2	0	2
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0
합계	0	0	0	0	2	0	2



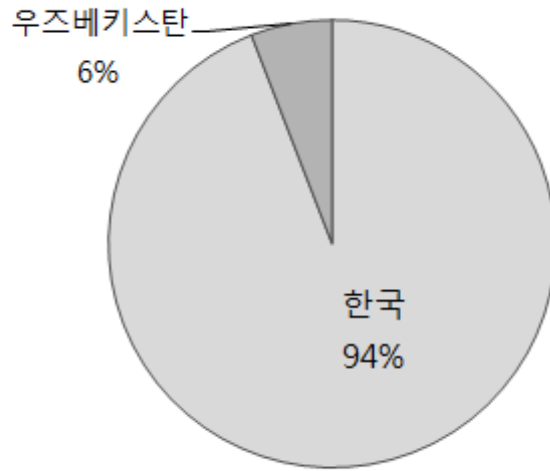
〈그림 II-123〉 우즈베키스탄 한식당 미디어 노출 연도

- 2008년에 타슈켄트 채널에 1개 업체가 소개되었으며, 나머지 한 업체는 여행책자에 소개되었음
- 노출시기가 언제인지 알 수 없는 한식당을 제외하면 2008년에만 미디어에 노출됨
- 노출시기를 알 수 없는 미디어는 통계에서 제외함

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-218〉 우즈베키스탄 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	우즈베키스탄	
빈도(개)	16	1	17
비중(%)	94.12	5.88	100.00

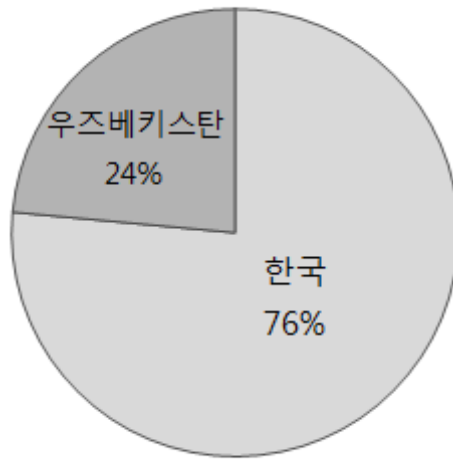


〈그림 II-124〉 우즈베키스탄 한식당 대표자 국적

- 한식당 17개 중에서 알로카(Aloka)라는 한식당의 대표자만이 우즈베키스탄 국적이었으며, 나머지 16개 업체 한식당 대표자의 국적은 한국임

〈표 II-219〉 우즈베키스탄 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	우즈베키스탄	
빈도(개)	13	4	17
비중(%)	76.47	23.53	100.00



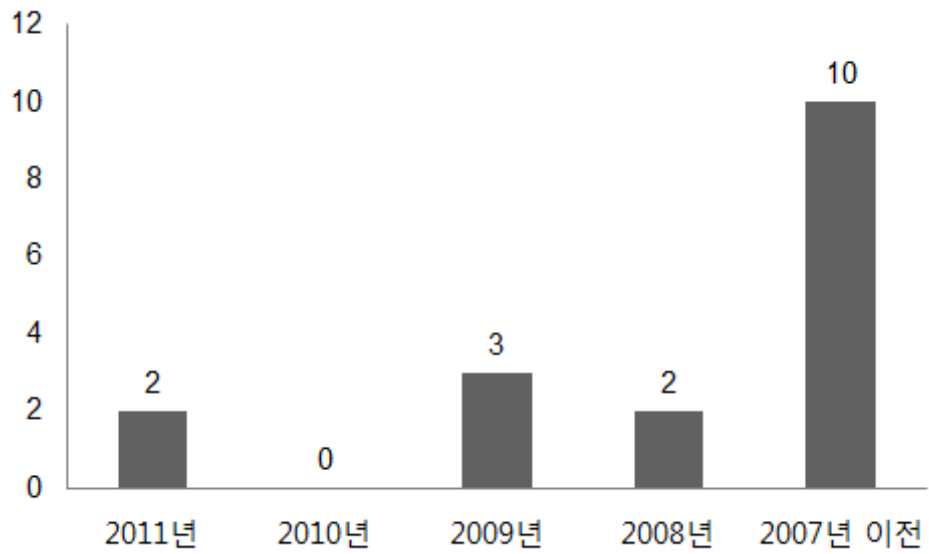
〈그림 II-125〉 우즈베키스탄 한식당 조리장 국적

- 대표자의 국적이 우즈베키스탄인 한식당은 조리장도 우즈베키스탄인임
- 대표자의 국적이 한국인 16개의 한식당 중 3개의 식당은 조리장이 우즈베키스탄인임

□ 설립연도

〈표 II-220〉 우즈베키스탄 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	2	0	3	2	10	17
비중(%)	11.76	0	17.65	11.76	58.82	100.00



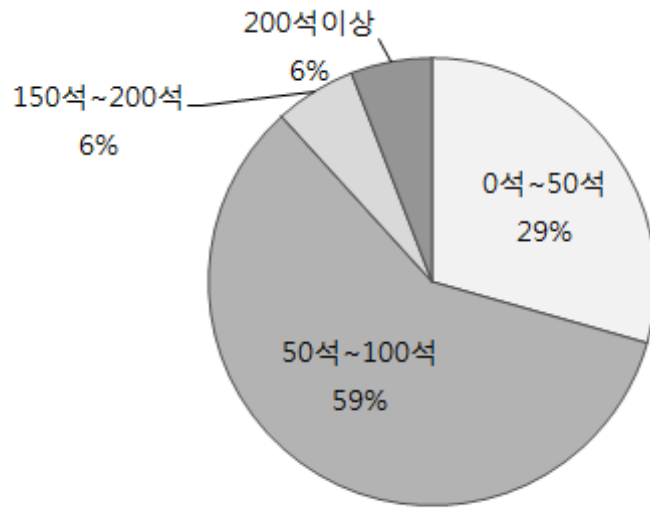
〈그림 II-126〉 우즈베키스탄 한식당 설립연도

- 2007년 이전에 10개의 한식당이 설립됨
- 1990년대, 2000년대 초반에 설립되어 10년~20년가량 영업하고 있는 한식당도 있는 것으로 나타남

□ 식당의 규모

〈표 II-221〉 좌석수별 우즈베키스탄 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	5	10	0	1	1	17
비중(%)	29.41	58.82	0	5.88	5.88	100.00

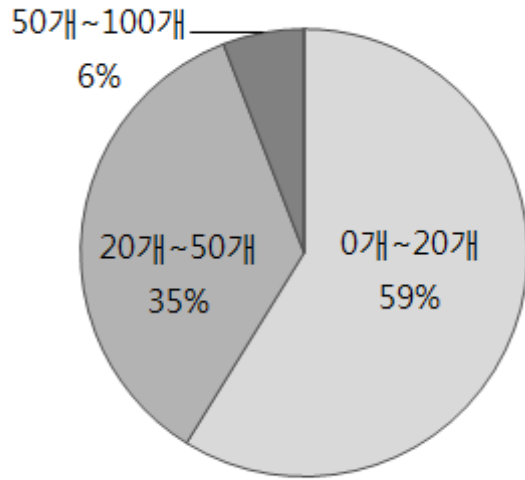


〈그림 II-127〉 좌석수별 우즈베키스탄 한식당 규모

- 한식당 17개 중에서 15개의 한식당은 좌석수 100석 이하의 규모로서 대체적으로 소규모 형태로 한식당이 운영중인 것으로 조사됨

〈표 II-222〉 테이블수별 우즈베키스탄 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	10	6	1	0	17
비중(%)	58.82	35.29	5.88	0	100.00



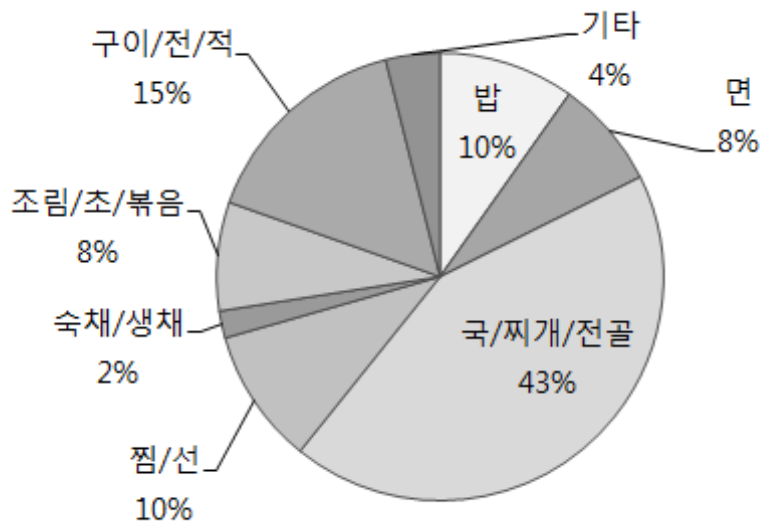
〈그림 II-128〉 테이블수별 우즈베키스탄 한식당 규모

- 테이블 수 별 규모를 보면, 테이블 수 20개 이하의 업체가 10개(약 59%)를 차지함

□ 주요 메뉴

〈표 II-223〉 우즈베키스탄 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	15	갈비탕, 김치찌개, 된장찌개, 불고기전골, 감자탕, 삼계탕, 설렁탕, 순대국, 순두부찌개, 육개장, 청국장
구이·전·적	8	갈비, 불고기, 삼겹살, 양갈비
밥	5	김밥, 비빔밥, 국밥, 돌솥밥
찜·선	4	갈비찜, 동태찜, 아구찜, 해물찜,
면	4	비빔국수, 콩국수
조림·초·볶음	4	갈치조림, 고등어조림, 제육볶음
기타	2	스시, 자장면
숙채·생채	1	콜뱅이무침



〈그림 II-129〉 우즈베키스탄 한식당 주요 메뉴

- 메뉴는 대체적으로 한국에서 취급하는 메뉴와 유사한 메뉴로 구성되어 있음
- 취급 식당이 가장 많은 국·찌개·전골류의 경우, 세부 메뉴가 김치찌개, 된장찌개 등과 같으며, 한국에서 일상적으로 먹는 음식으로 구성되어 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-224〉 우즈베키스탄 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(숨 UZS)	평균가(원화)
기타	89,000.00	56,960
조림·초·볶음	78,750.00	50,400
찜·선	67,200.00	43,008
숙채·생채	60,000.00	38,400
밥	22,200.00	14,208

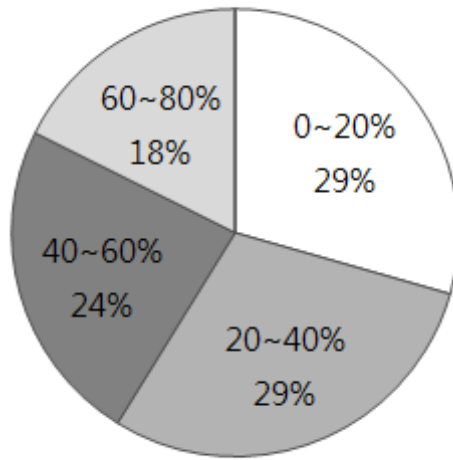
*환율: 1 UZS = 0.64원(2012년 01월 18일 기준)

- 평균메뉴가격으로 보면 다른 지역과 크게 차이가 나지 않는 모습을 보이지만, 우즈베키스탄의 한식당 메뉴들은 비교적 다른 지역보다 저렴한 가격을 보임
 - 이는 많은 비중을 차지하지 않는 기타류나 조림·초·볶음류 등이 비싼 가격에 판매되고 있기 때문인 것으로 분석됨
 - 실제로 대부분의 우즈베키스탄의 한식당 메뉴는 다른 유럽 지역의 한식당보다 비교적 저렴한 가격에 판매되고 있음

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-225〉 우즈베키스탄 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	5	5	4	3	0	17
비중(%)	29.41	29.41	23.53	17.65	0	100.00



〈그림 II-130〉 우즈베키스탄 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당의 현지인 고객이 낮은 편임
 - 현지인 고객 비중이 40%이하인 업체가 10개 이며, 전체 한식당 17개 중에서 59%를 차지함

19. 우크라이나(Ukraine)

□ 우크라이나 내 한식당 현황 요약

- 우크라이나 내의 한식당은 수도인 키예프(Kiev)에만 3곳이 있는 것으로 조사되었으며 3곳 모두 주변상권에 위치해 있음
 - 한강, 한국관, 아리랑으로 조사되었으며, 유력일간지인 키예프 포스트(Kyev post)에 노출된바 있음
- 2011년에 방송매체에 한 번, 2009년에 일간지에 한 번 노출된 것 외에 우크라이나 한식당의 언론노출은 없었음
- 우크라이나에 있는 한식당 3곳 중 2곳의 대표자의 국적은 한국인이었으며, '아리랑'이라는 한식당의 대표자는 우크라이나인인 것으로 조사되었음
- 대표자의 국적이 한국인 한식당의 경우 조리장의 국적도 한국이었으며, 대표자의 국적이 우크라이나인 경우 조리장의 국적도 우크라이나 인 것으로 조사됨
- 설립연도의 경우 2007년 이전으로서 안정화되어 있는 것으로 볼 수 있음
- 100석 이하 규모의 식당은 2곳이며 나머지 한 개의 식당은 148석 규모임
- 주요 메뉴로는 국·찌개·전골류가 67%로 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 조사됨
- 우크라이나에 있는 한식당은 모두 현지인 고객 비중이 40%이하인 것으로 분석됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-226〉 우크라이나 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	키예프	기타	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 우크라이나에는의 수도 키예프(Kiev)에는 한강(Han Gang), 한국관(Han Guk Guan), 아리랑(Arirang) 등 3개의 한식당이 위치하고 있음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-227〉 우크라이나 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	3	0	0	3
비중(%)	100.00	100.00	100.00	100.00

- 한식당은 모두 주변상권에 분포함

〈표 II-228〉 우크라이나 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

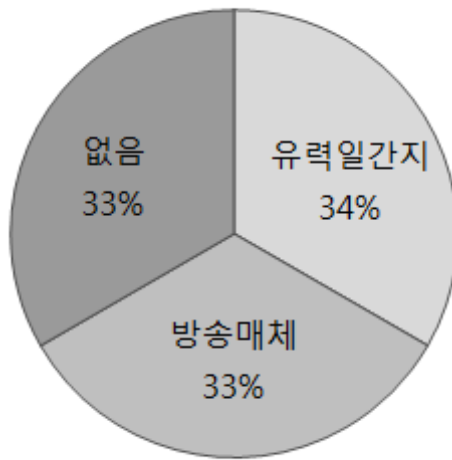
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	3	3
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 키예프에 있는 3개의 식당 모두 비한인타운에 위치
- 이 지역에 있는 식당 모두 비한인타운과 주변상권에 위치하지만 한인의 비중이 낮은 곳은 아님

□ 미디어 노출

〈표 II-229〉 우크라이나 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	1	0	1	0	1	3
비중(%)	0.00	0.00	33.33	0.00	33.33	0.00	33.33	100.00



〈그림 II-131〉 우크라이나 한식당 노출 미디어 종류

- 방송매체에 소개된 한식당은 한식(잡지명)에 노출되었음
- 유력일간지에 소개된 한식당은 키예프 포스트(Kyev post)에 노출되었음

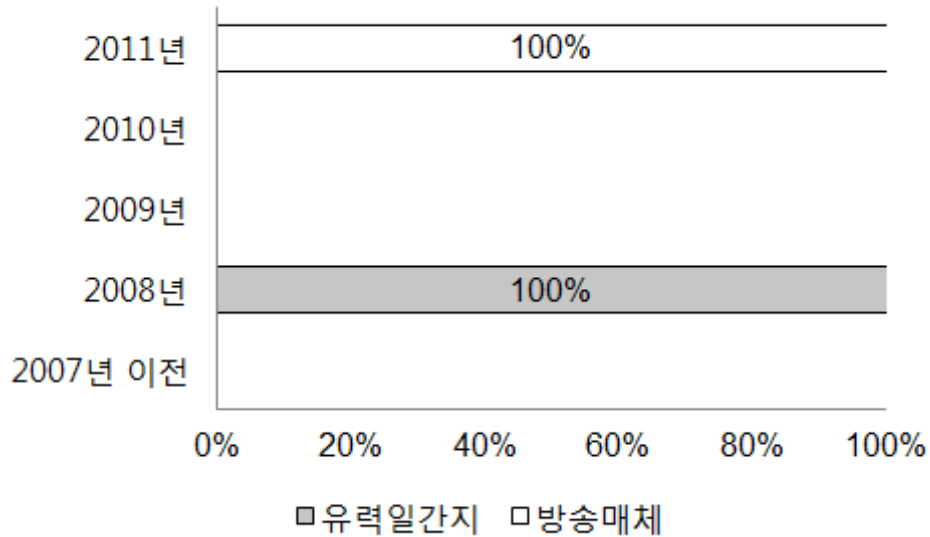
〈표 II-230〉 우크라이나 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트		
2011년	0	0	0	0	1	0	1	
2010년	0	0	0	0	0	0	0	
2009년	0	0	0	0	0	0	0	
2008년	0	0	1	0	0	0	1	
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0	
합계	0	0	1	0	1	0	2	



〈그림 II-132〉 우크라이나 한식당 미디어 노출 연도

- 2011년에 방송매체에 한 번, 2009년에 일간지에 한 번 노출된 것 외에 미디어 노출은 없었음



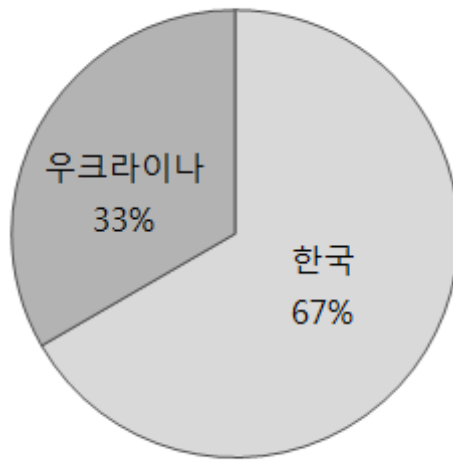
〈그림 II-133〉 우크라이나 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 2011년에 방송매체에 한 번, 2009년에 일간지에 한 번 노출된 것 외에 우크라이나 한식당의 언론노출은 없었음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-231〉 우크라이나 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	우크라이나	
빈도(개)	2	1	3
비중(%)	66.67	33.33	100.00

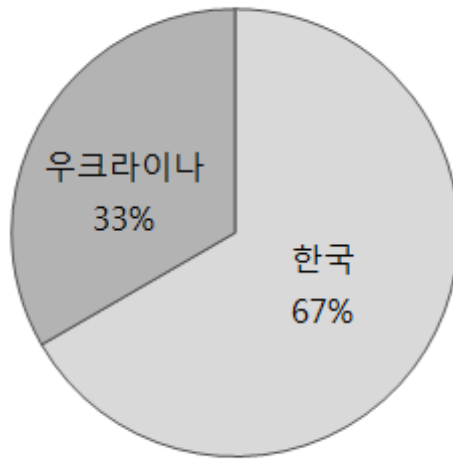


〈그림 II-134〉 우크라이나 한식당 대표자 국적

- 우크라이나의 한식당 3개 중 2개 대표자의 국적은 한국인이었으며, 아리랑 한식당의 대표자는 우크라이나인인 것으로 나타남

〈표 II-232〉 우크라이나 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	우크라이나	
빈도(개)	2	1	3
비중(%)	66.67	33.33	100.00



〈그림 II-135〉 우크라이나 한식당 조리장 국적

- 대표자의 국적이 한국인 한식당의 경우 조리장의 국적도 한국이었으며, 대표자의 국적이 우크라이나인 경우 조리장의 국적도 우크라이나인인 것으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 II-233〉 우크라이나 한식당 설립연도

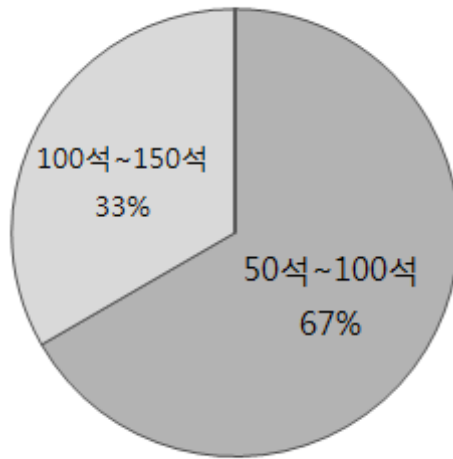
	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	3	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 한식당은 모두 2007년 전에 설립되었음
 - 각각 2002년, 2005년, 2007년에 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 II-234〉 우크라이나 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	0	2	1	0	0	3
비중(%)	0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	100.00

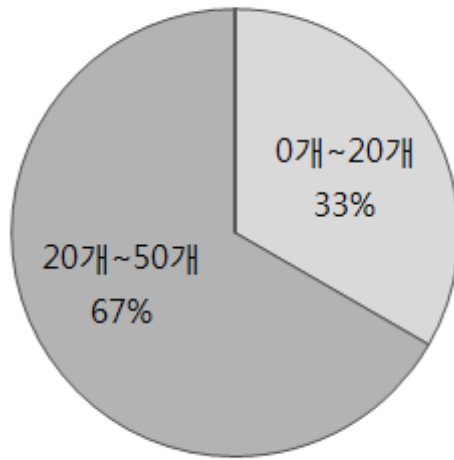


〈그림 II-136〉 좌석수별 우크라이나 한식당 규모

- 한식당 100석 이하 규모의 식당은 2개이며 나머지 한 개의 식당은 148석 규모임

〈표 II-235〉 테이블수별 우크라이나 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	1	2	0	0	3
비중(%)	33.33	66.67	0	0	100



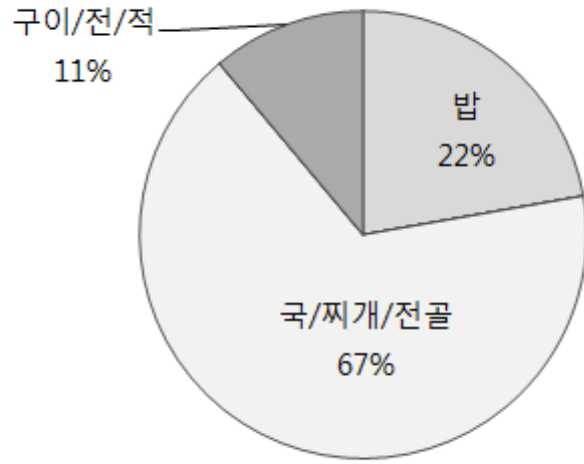
〈그림 II-137〉 테이블수별 우크라이나 한식당 규모

- 한식당은 모두 50개 이하 테이블 규모의 식당임

□ 주요 메뉴

〈표 II-236〉 우크라이나 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	3	갈비탕, 김치찌개, 육개장, 된장찌개, 해물탕
밥	1	돌솥밥, 정식
구이·전·적	1	삼겹살



〈그림 II-138〉 우크라이나 한식당 주요 메뉴

- 우크라이나 한식당의 경우 아리랑은 모든 메뉴가 국·찌개·전골류이며, 한국관은 국·찌개·전골류와 함께 밥류를 취급하고 있고 한강은 국·찌개·전골류와 함께 구이·전·적류를 취급함

□ 메뉴의 가격

〈표 II-237〉 우크라이나 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(흐리브나 UAH)	평균가(원화)
국·찌개·전골	2205.40	17,678
밥	1639.44	13,145
구이·전·적	1425.60	11,430

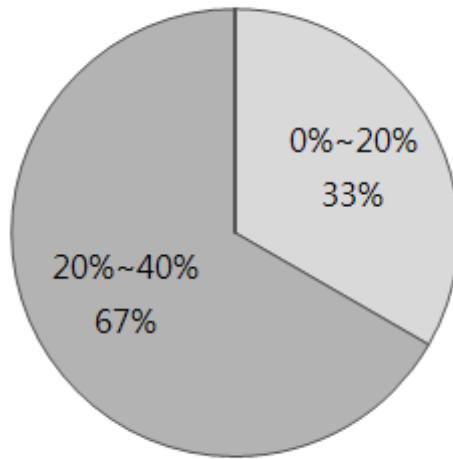
*환율: 1 UAH = 142.56원(2012년 01월 18일 기준)

- 특이한 점은, 삼겹살이 1인분에 11,000원대인데 반해 갈비탕 등 국·찌개·전골류는 1만원대 중반의 가격대를 보이고 있음

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-238〉 우크라이나 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0~20%	20~40%	40~60%	60~80%	80~100%	
빈도(개)	1	2	0	0	0	3
비중(%)	33.33	66.67	0	0	0	100



〈그림 II-139〉 우크라이나 한식당 현지인 고객 비중

- 우크라이나에 있는 한식당은 모두 현지인에 대한 고객 비중이 절반을 넘지 않는 것으로 나타남

20. 이탈리아(Italy)

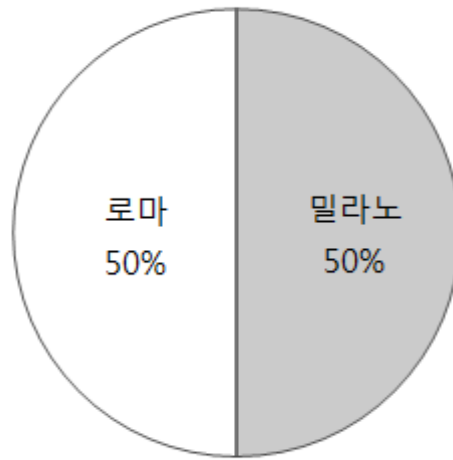
□ 이탈리아 내 한식당 현황 요약

- 이탈리아 내 한식당은 총 14곳으로 수도인 로마(Rome)와 밀라노(Milan)에 각각 7곳이 있는 것으로 조사되었으며 주변상권에 12개, 전체의 약 86%의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타남
- 유력일간지 코리에르 델라 세라(Corriere della sera)에서 진미(Ristoante Jinmi)가 노출되었고, 라 레푸블리카(la Repubblica)에서 이조(I-gio)가 노출된 것으로 조사됨
 - 국내 방송매체인 KBS에 비원(Biwon)이, MBC에서 하나(Hana)가 노출되었음
- 한식당의 대표자는 93%가 한국 국적인 것으로 조사되었으며 중국의 조선족 1명의 순서로 나타남. 또한 한식당의 조리장은 86%가 한국인이며 중국의 조선족이 14%를 차지하는 것으로 조사되었음
- 설립연도의 경우 2007년 이전에 설립된 곳이 10곳으로 전체의 약 72%를 차지하는 것으로 조사됨
- 이탈리아 내 한식당은 좌석수 100석 이상의 규모인 곳이 8곳, 100석~150석의 규모가 4곳, 150석~200석 규모가 3곳, 260석 규모의 식당이 1곳인 것으로 나타남
- 이탈리아에서 가장 많이 판매되는 메뉴는 구이·전·적으로, 전체 14개 식당 중 12개, 약 86%의 식당이 해당 메뉴를 판매하고 있음
 - 대표적인 음식으로는 불고기, 갈비, 삼겹살, 제육볶음 등이 있음
- 뒤이어 국·찌개·전골(6개, 25%), 밥류, 화·편육(5개, 약 21%), 기타류, 김치류(2개, 약 8%), 면류(1개, 약 4%)등의 순이며, 국·찌개·전골 에는 김치찌개, 된장찌개, 순두부찌개, 해물탕 등이 있음
- 이탈리아에서 구이·전·적 평균가가 16.81유로, 한화로 24,542원으로 가장 높고 국·찌개·전골 평균가가 14.33유로, 한화로 20,923원으로 두 번째로 높은 것으로 조사되었음
- 현지인 고객비중이 20%이하인 곳이 5곳으로 전체의 약 36%를 차지하며 현지인 고객비중이 20%~40%인 곳이 3곳으로 전체의 약 64%를 차지

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-239〉 이탈리아 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	로마	밀라노	
빈도(개)	7	7	14
비중(%)	50.00	50.00	100.00



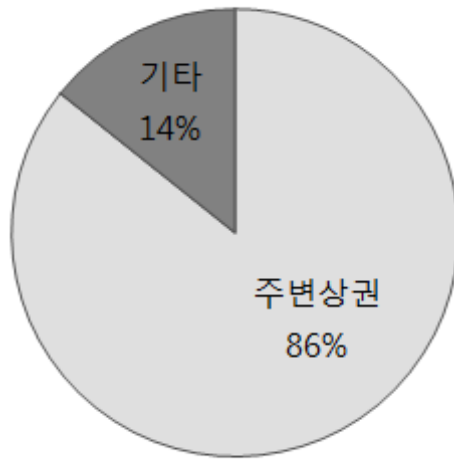
〈그림 II-140〉 이탈리아 지역별 한식당 분포

- 이탈리아에 소재한 한식당은 수도인 로마(Rome)와 밀라노(Milan)에 각각 7개 씩 있는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-240〉 이탈리아 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	12	0	2	14
비중(%)	85.71	0.00	14.29	100.00



〈그림 II-141〉 이탈리아 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면 주변상권에 12개(약 86%)의 한식당이 분포
 - 기타, 상권이 아닌 지역에 2개의 한식당이 있고, 중심상권에는 한식당이 없는 것으로 나타남

〈표 II-241〉 이탈리아 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

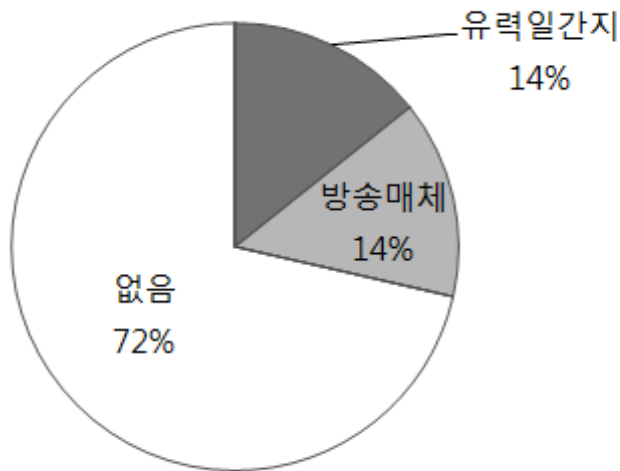
	상권기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	14	14
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 모든 한식당은 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 II-242〉 이탈리아 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술평가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	2	0	2	0	10	14
비중(%)	0.00	0.00	14.29	0.00	14.29	0.00	71.43	100.00

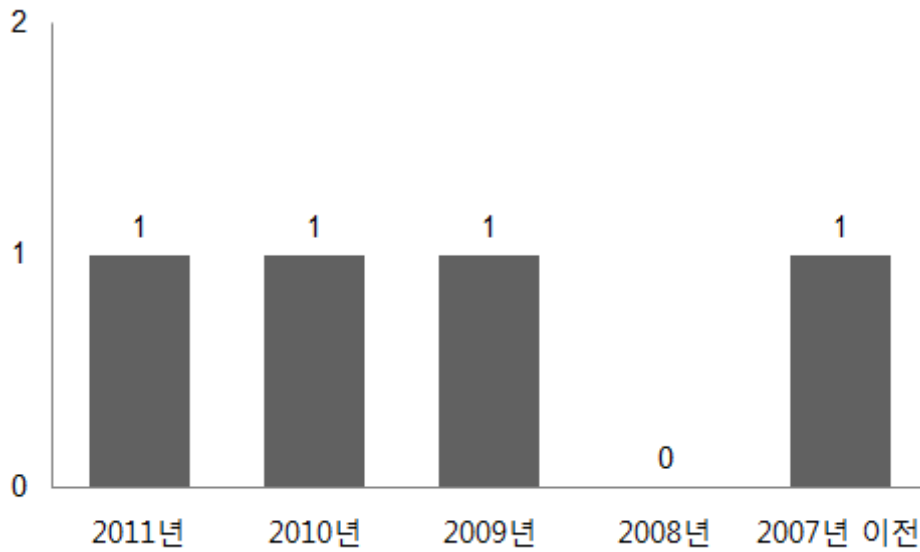


〈그림 II-142〉 이탈리아 한식당 노출 미디어 종류

- 방송매체, 유력일간지 등에 각각 2개씩 노출됨
 - 코리에르 델라 세라(Corriere della sera)에 진미(Ristoante Jinmi)가, 라 레푸블리카(la Repubblica)에 이조(I-gio)가 노출됨
 - 국내 방송매체인 KBS에서 비윈(Biwon), MBC에서 하나(Hana)가 노출됨
- 전체 한식당 14개 중 약 72%인 10개는 미디어에 노출된 바 없음

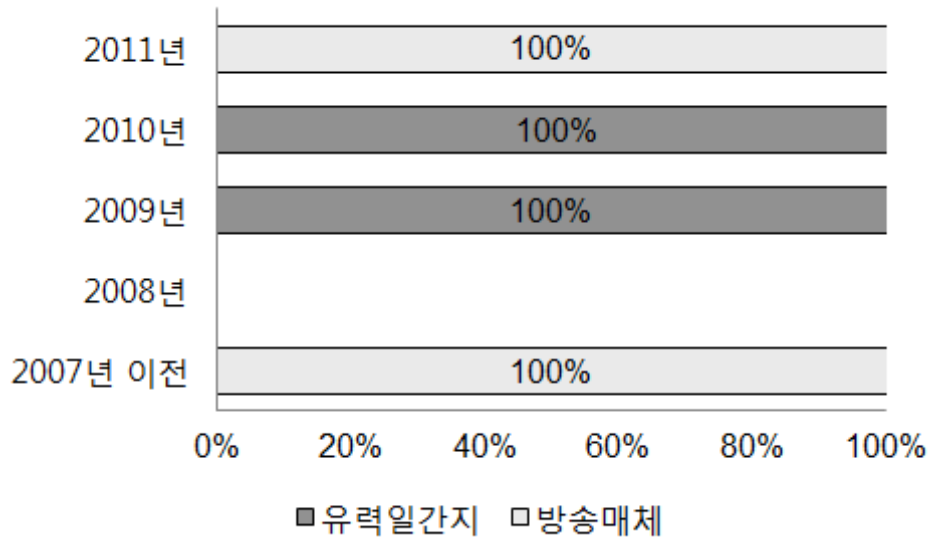
〈표 II-243〉 이탈리아 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	1	0	1
2010년	0	0	1	0	0	0	1
2009년	0	0	1	0	0	0	1
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	0	0	1	0	1
합계	0	0	2	0	2	0	4



〈그림 II-143〉 이탈리아 한식당 미디어 노출 연도

- 2008년을 제외하고 매년 한 개의 한식당이 미디어에 노출됨



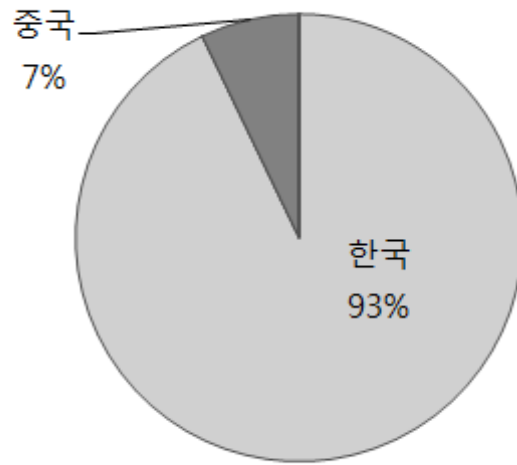
〈그림 II-144〉 이탈리아 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 유력일간지, 방송매체를 제외한 다른 미디어에 노출된 적은 없음
- 한식당이 노출된 방송매체가 KBS, MBC 등 한국 소재의 방송이라는 것을 감안한다면, 실제 이탈리아 내 한식당이 노출된 미디어 채널은 유력일간지가 유일함

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-244〉 이탈리아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적				합계
	한국	중국	이탈리아	기타	
빈도(개)	13	1	0	0	14
비중(%)	92.86	7.14	0.00	0.00	100.00

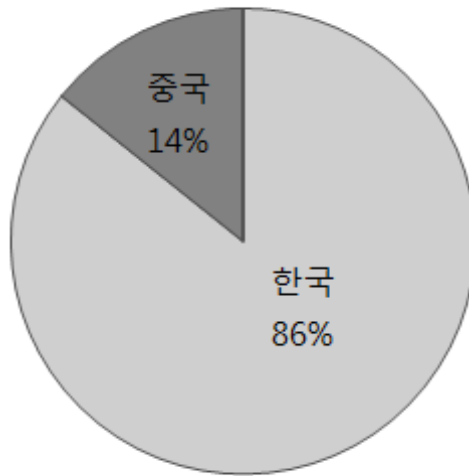


〈그림 II-145〉 이탈리아 한식당 대표자 국적

- 한식당 14개 중 13개 업체 한식당의 대표자가 한국인이었으며, 중국인을 대표자로 둔 업체는 1개가 있었음

〈표 II-245〉 이탈리아 한식당 조리장 국적

	조리장 국적				합계
	한국	중국	이탈리아	기타	
빈도(개)	12	2	0	0	14
비중(%)	85.71	14.29	0.00	0.00	100.00



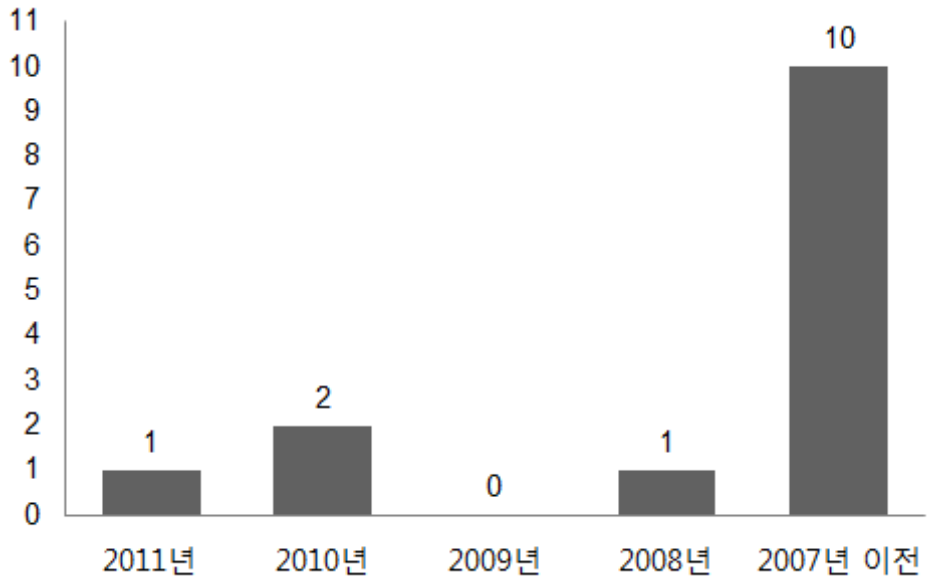
〈그림 II-146〉 이탈리아 한식당 조리장 국적

- 한식당 14개 업체 중에서 12개 업체의 한식당 조리장이 한국인이었으며 중국인 조리장을 둔 업체는 2개가 있었음

□ 설립연도

〈표 II-246〉 이탈리아 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	1	2	0	1	10	14
비중(%)	7.14	14.29	0.00	7.14	71.43	100.00



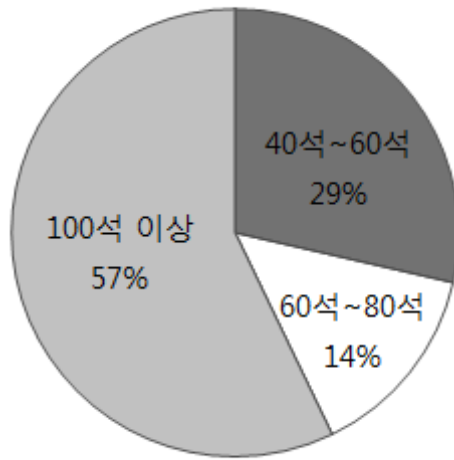
〈그림 II-147〉 이탈리아 한식당 설립연도

- 한식당 중 대부분인 10개 업체(약 72%)가 2007년 이전에 설립되었음
- 2008년부터 2011년 까지 연평균 1개의 한식당이 설립됨

□ 식당의 규모

〈표 II-247〉 좌석수별 이탈리아 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	0	4	2	0	8	14
비중(%)	0.00	0.00	28.57	14.29	0.00	57.14	100.00

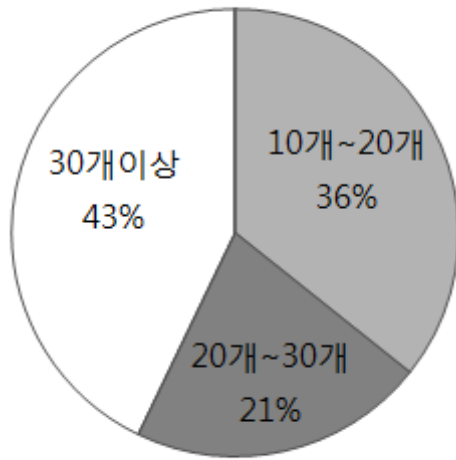


〈그림 II-148〉 좌석수별 이탈리아 한식당 규모

- 좌석수 100석 이상 규모의 한식당이 대부분으로 나타남
 - 100석 규모 식당 개수 8개로서 전체의 약 57%를 차지함
 - 100석~150석 규모가 4개, 150석~200석 규모가 3개, 260석 규모의 식당 1개의 순서로 나타남

〈표 II-248〉 테이블수별 이탈리아 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	0	5	3	6	14
비중(%)	0.00	35.71	21.43	42.86	100.00



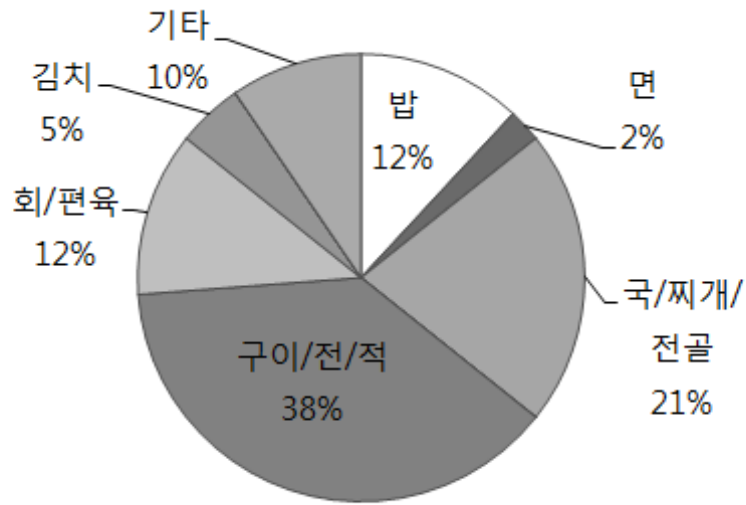
〈그림 II-149〉 테이블수별 이탈리아 한식당 규모

- 이탈리아 내 한식당은 테이블수 30개 이상의 규모가 대부분으로 나타남
 - 테이블수 30개 이상의 식당 6개로서 전체의 약 43%를 차지함
 - 뒤이어 10~20개 규모는 5개(약 36%), 20~30개 규모는 3개(약 21%)의 순서로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 II-249〉 이탈리아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	12개	불고기, 갈비, 삼겹살, 제육볶음
국·찌개·전골	6개	된장찌개, 김치찌개, 순두부찌개, 해물탕
밥	5개	비빔밥, 돌솥비빔밥
회·편육	5개	보쌈
기타	2개	떡볶이, 파닭, 치킨
김치	2개	김치찜
면	1개	쟁반국수



〈그림 II-150〉 이탈리아 한식당 주요 메뉴

- 이탈리아에서 가장 많이 판매되는 메뉴는 구이·전·적류로서, 전체 14개 식당 중 12개(약 86%)의 식당이 해당 메뉴를 판매하고 있음
 - 대표적인 음식으로는 불고기, 갈비, 삼겹살, 제육볶음 등이 있음
- 국·찌개·전골 6개 업체(약 25%), 밥류, 회·편육류 5개(약 21%), 기타, 김치류 2개(약 8%), 면류 1개(약 4%) 등의 순서로 나타남
 - 국·찌개·전골류에는 김치찌개, 된장찌개, 순두부찌개, 해물탕 등이 있음
 - 밥류에는 비빔밥, 돌솥비빔밥 등이 있음
 - 회·편육류에는 보쌈이 있음
 - 기타에는 떡볶이, 파닭, 치킨 등이 있음
 - 김치류에는 김치찜 등이 있음
 - 면류에는 쟁반국수 등이 있음
- 인근 국가와 비교했을 때 맵고 짠 음식들의 비중이 상대적으로 높은 것이 특징

□ 메뉴의 가격

〈표 II-250〉 이탈리아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
회·편육	17.8	25,983
구이·전·적	16.81	24,542
국·찌개·전골	14.33	20,923
밥	14	20,436
기타	17.25	25,180

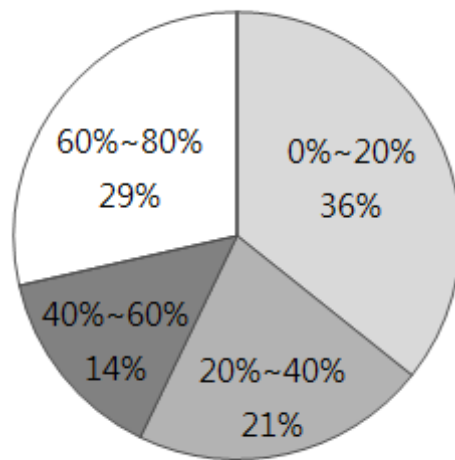
*환율: 1€ = 1459원(2012년 01월 18일 기준)

- 이탈리아에서 대표적으로 판매되는 메뉴들의 평균 가격은 14유로~17유로 사이임
 - 회·편육류의 평균가는 17.8유로(한화 25,983원)
 - 구이·전·적류의 평균가는 16.81유로(한화 24,542원)임
 - 국·찌개·전골류의 평균가는 14.33유로(한화 20,923원)임
 - 밥류의 평균가는 14유로(한화 20,436원)임
 - 기타의 평균가는 17.25유로(한화 25,180원)임

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-251〉 이탈리아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	5	3	2	4	0	14
비중(%)	35.71	21.43	14.29	28.57	0.00	100.00



〈그림 II-151〉 이탈리아 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객비중은 전반적으로 낮은 편임
 - 현지인 고객비중 0%~20%가 5개로 전체의 약 36%를 차지함
 - 현지인 고객비중이 50% 이하인 곳이 9개로 전체의 약 64%를 차지함

21. 체코(Czech)

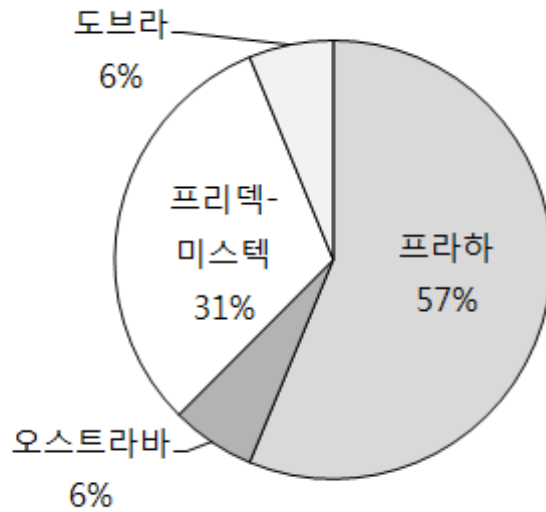
□ 체코 내 한식당 현황 요약

- 체코 내의 한식당은 총 16곳으로 수도인 프라하(Prague)에 9곳, 약 56%의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타났으며 프리덱-미스텍(Frydek-Mist) 5개(31.25%), 오스트라바(Ostrava) 1개(6.25%), 도브라(Dobra) 1개(6.25%)의 순서로 조사됨
- 중심상권에 10곳, 약 62.50%의 한식당이 분포해 있으며 주변상권에는 6곳의 한식당이 분포되어 있음
- 미디어에 노출된 한식당은 총 9곳으로 방송매체에 노출된 한식당은 5곳이며 유력일간지에 3곳의 한식당이, 그 외 유력웹사이트에 1개의 한식당이 노출되었음
- 체코 한식당의 미디어 노출 연도를 살펴보면, 2007년 이전에 4곳으로 가장 많음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2007년 이전에 설립된 곳이 8곳으로서 가장 많은 것으로 조사되었음
- 40석~60석 좌석수의 한식당이 6곳 약 37.50%로 가장 많은 비율을 차지하며 20석~40석의 좌석수를 보유한 곳은 3곳, 나머지 0석~20석, 60석~80석, 80석~100석 규모의 한식당은 각각 2곳으로 조사되었음
- 체코 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적으로 약 40%의 높은 비중을 나타내었으며 대표적인 메뉴로는 갈비, 불고기, 삼겹살 등이 있는 것으로 나타남
- 기타메뉴의 평균값이 27,027원으로 가장 고가인 것으로 조사되었으며 국·찌개·전골 메뉴의 평균값이 20,598원, 조림·초·볶음의 평균값이 19,950원의 순서인 것으로 조사됨
- 현지인 고객 비중이 20%이하인 곳이 6곳으로 가장 많고, 20%~40%, 40%~60%, 80%~100%인 곳은 각각 3곳으로 19%인 것으로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-252〉 체코 지역별 한식당 분포

	지역구분				합계
	프라하	프리텍-미스텍	오스트라바	도브라	
빈도(개)	9	5	1	1	16
비중(%)	56.25	31.25	6.25	6.25	100.00



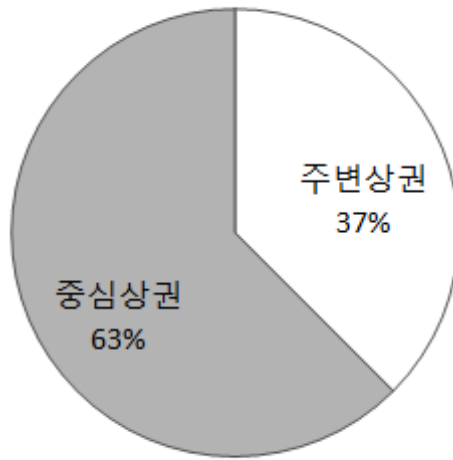
〈그림 II-152〉 체코 지역별 한식당 분포

- 체코는 수도인 프라하(Prague)에 9개(약 56%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 프라하에 가장 많은 한식당이 분포하며, 프리텍-미스텍(Frydek-Mist)에 5개(약 31%), 오스트라바(Ostrava)에 1개(약 6%), 도브라(Dobra)에 1개(약 6%)의 순서로 나타남
 - 체코에는 프라하와 프리텍-미스텍 두 개의 도시에 한식당이 집중되어 있는 것으로 나타남

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-253〉 체코 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	6	10	0	16
비중(%)	37.50	62.50	0.00	100.00



〈그림 II-153〉 체코 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면 중심상권에 10개(약 63%)의 한식당이 분포함
- 주변상권에는 6개(약 38%)의 한식당이 분포함

〈표 II-254〉 체코 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

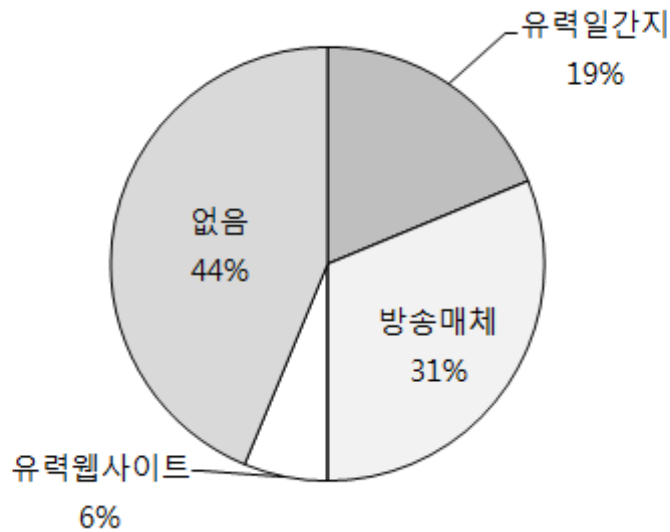
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	16	16
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 비한인타운에 모든 한식당이 분포하는 것으로 나타남

□ 미디어 노출

〈표 II-255〉 체코 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	3	0	5	1	7	16
비중(%)	0.00	0.00	18.75	0.00	31.25	6.25	43.75	100.00



〈그림 II-154〉 체코 한식당 노출 미디어 종류

- 미디어에 노출된 한식당은 총 9개로서 전체의 약 56%를 차지함
 - 방송매체에 노출된 한식당은 미디어 종류 중 가장 많으며 5개 업체가 노출됨
 - 유력일간지에 노출된 한식당은 두 번째로 많으며 3개 업체가 노출됨
 - 그 외에 유력웹사이트에 노출된 한식당은 1개가 있음
- 미디어에 노출되지 않은 한식당은 7개로서 약 44% 차지함

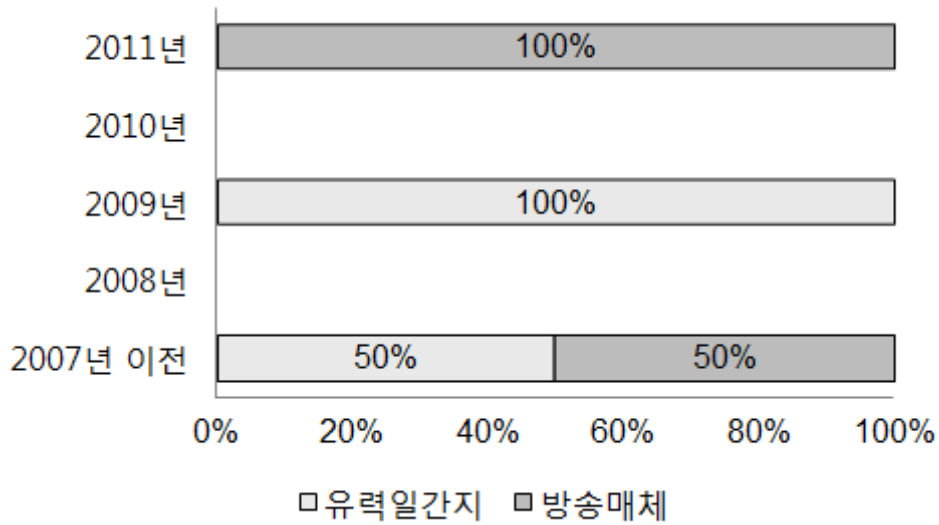
〈표 II-256〉 체코 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	2	0	2
2010년	0	0	0	0	0	0	0
2009년	0	0	1	0	0	0	1
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	2	0	2	0	4
합계	0	0	3	0	4	0	7



〈그림 II-155〉 체코 한식당 미디어 노출 연도

- 체코 소재 한식당의 미디어 노출은 대부분 2007년 이전에 일어남
 - 노출 연도를 알 수 있는 7개의 한식당 중 2007년 이전이 4개(약 57.14%)로 나타남
 - 노출 연도를 알 수 없는 미디어는 통계에서 제외함



〈그림 II-156〉 체코 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 미디어 노출은 유력일간지와 방송매체를 통해 일어남
 - 2007년 이전에는 방송매체와 유력 일간지가 50:50으로 같은 비율을 나타냄
 - 2009년도에는 유력일간지를 통한 미디어 노출이 100%로 나타남
 - 가장 최근인 2011년도에는 방송매체를 통한 미디어 노출이 100%로 나타남

대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-257〉 체코 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	체코	
빈도(개)	16	0	16
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 대표들은 모두 한국 국적임

〈표 II-258〉 체코 한식당 조리장 국적

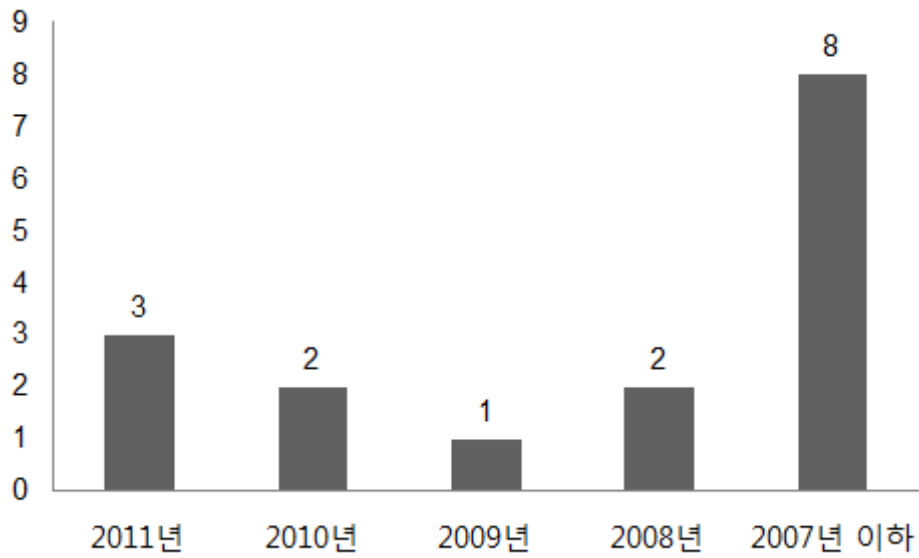
	조리장 국적		합계
	한국	체코	
빈도(개)	16	0	16
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 조리장들은 모두 한국 국적임

설립연도

〈표 II-259〉 체코 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	3	2	1	2	8	16
비중(%)	18.75	12.50	6.25	12.50	50.00	100.00



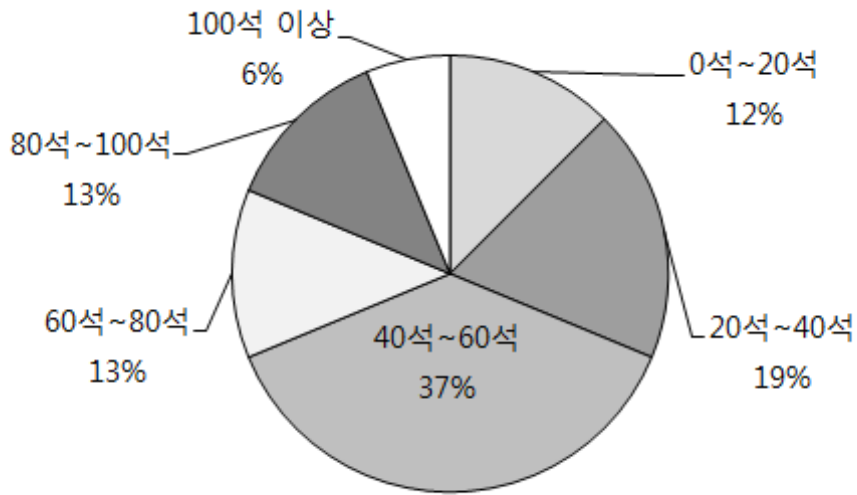
〈그림 II-157〉 체코 한식당 설립연도

- 2007년 이전에 8개(약 50%)의 업체가 설립되었음
 - 2011년 3개, 2010년 2개의 한식당이 설립되었음
- 2009년 이후 한식당 설립이 점차 증가함
 - 2009년 1개에서 2010년 2개, 2011년 3개로 설립되는 한식당이 점차 늘어남
 - 2007년 ~ 2011년 기간 동안 연평균 약 2개의 한식당이 새로 설립됨

□ 식당의 규모

〈표 II-260〉 좌석수별 체코 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	2	3	6	2	2	1	16
비중(%)	12.50	18.75	37.50	12.50	12.50	6.25	100.00

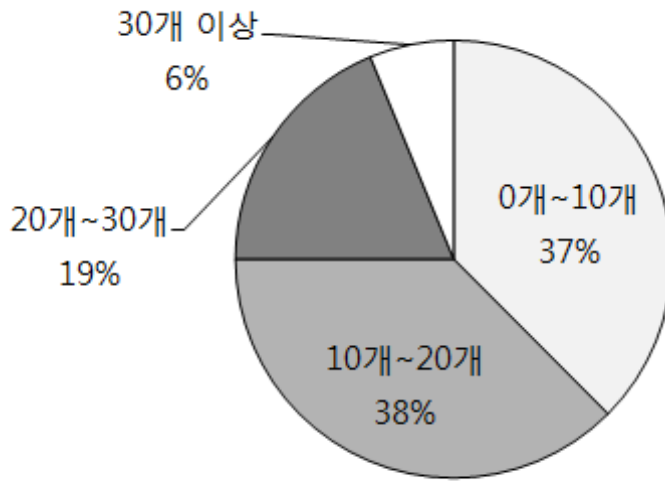


〈그림 II-158〉 좌석수별 체코 한식당 규모

- 40석~60석 좌석수의 한식당이 6개(약 38%)로서 가장 많은 비율을 차지함
- 20석~40석 3개(약 19%), 나머지 0석~20석, 60석~80석, 80석~100석은 각각 2개(약 13%)의 비율을 차지하는 것으로 조사됨
- 100석 이상의 큰 규모의 식당도 1개(약 6%)를 차지하였음

〈표 II-261〉 테이블수별 체코 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	6	6	3	1	16
비중(%)	37.50	37.50	18.75	6.25	100.00



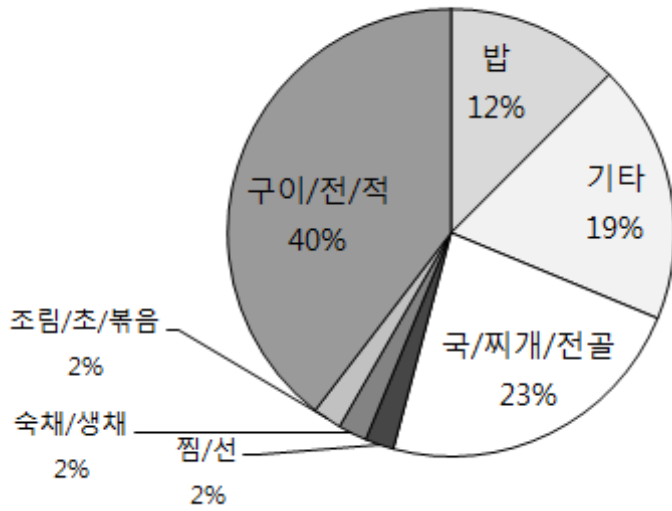
〈그림 II-159〉 테이블수별 체코 한식당 규모

- 20개 이하의 테이블 수를 지닌 곳이 12개(약 75%)로 가장 많은 비율을 차지함
 - 10개~20개의 테이블을 지닌 한식당과 0개~10개의 테이블을 지닌 한식당은 각각 6개(약 38%)로서 같은 비율을 나타냄
- 그 외에 20개~30개의 테이블을 지닌 한식당은 3개(약 19%)이고, 30개 이상 큰 규모의 식당은 1개(약 6%)로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 II-262〉 체코 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	12	갈비, 등심, 차돌박이, 고갈비, 불고기, 오삼 불고기, 삼겹살, 주물럭
국·찌개·전골	9	김치찌개, 김치전골, 부대찌개, 된장찌개, 해물탕, 샤브샤브
밥	6	비빔밥, 돌솥비빔밥, 한정식
기타	6	스시, 양념치킨, 짬뽕
찜·선	1	해물찜
숙채·생채	1	잡채
조림·초·볶음	1	낙지볶음



〈그림 II-160〉 체코 한식당 주요 메뉴

- 주요 메뉴는 구이·전·적으로 약 40%의 비율을 나타냄
 - 대표적으로 갈비, 불고기, 삼겹살 등이 있음
 - 그 뒤를 국·찌개·전골류가 약 23%, 스시, 짬뽕 등을 포함한 기타 메뉴가 약 29%, 밥류가 약 12%, 조림·초·볶음류와 숙채·생채류, 찜·선류의 메뉴는 각각 약 2%씩 나타남
- 체코의 한식당에서는 한식이 아닌 음식도 취급하고 있는 것으로 나타남
 - 일본음식인 스시 및 중국식 음식인 짬뽕을 판매하는 한식당도 있음
 - 이름을 알 수 없는 3개 메뉴는 통계에서 제외함

□ 메뉴의 가격

〈표 II-263〉 체코 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(코루나 CZK)	평균가(원 ₩)
국·찌개·전골	361.36	20,598
조림·초·볶음	350.00	19,950
구이·전·적	310.53	17,700
찜·선	300.00	17,100
기타	474.17	27,207

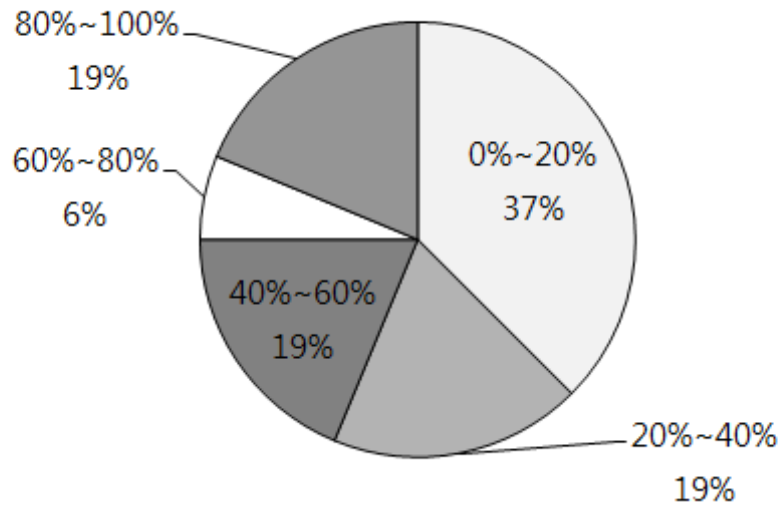
*환율: 1 CZK = 57원(2012년 01월 18일 기준)

- 국·찌개·전골류가 원화 평균 20,598원으로 가장 높은 가격대를 보임
 - 조림·초·볶음류 19,950원, 구이·전·적류 17,700원의 순서로 나타남
 - 한식당 메뉴 중에서 찜·선류에 포함된 음식들이 비교적 저렴한 원화 평균 17,100원으로 조사됨
 - 단일 메뉴로 가장 비싼 메뉴는 해물탕 이며 원화 57,000원임
 - 스시, 양념치킨, 짬뽕을 포함한 기타 메뉴는 원화 평균 27,027원의 고가임
 - 가격을 알 수 없는 메뉴 3가지는 통계에서 제외함

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-264〉 체코 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	6	3	3	1	3	16
비중(%)	37.50	18.75	18.75	6.25	18.75	100.00



〈그림 II-161〉 체코 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객이 0%~20%인 업체가 6개 업체(약 38%)로서 가장 많이 분포함
 - 20%~40%, 40%~60%, 80%~100%인 업체는 각각 3개(약 19%)로 나타남
 - 현지인 고객 비율이 50%를 넘지 못하는 한식당이 최소 9개 56%로서 체코의 한식당들은 평균적으로 현지인보다는 한국인이 더 많이 찾는 것을 알 수 있음

22. 카자흐스탄(Kazakhstan)

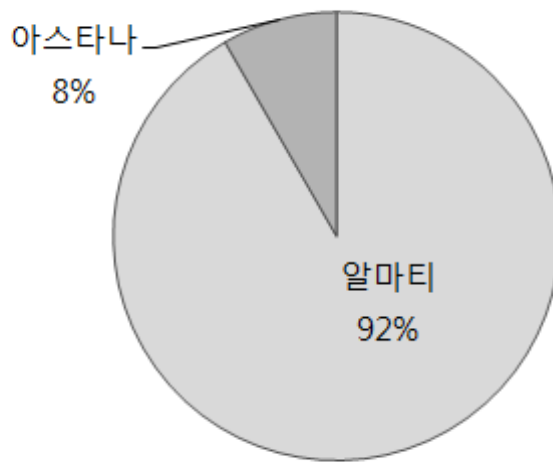
□ 카자흐스탄 내 한식당 현황 요약

- 카자흐스탄 내의 한식당은 총 12곳으로 그중 11곳은 알마티(Almaty)에 위치하고 있으며, 나머지 1곳은 수도인 아스타나(Astana)에 위치하고 있음
- 주변상권에 7곳, 중심상권에 5곳이 분포하고 있으며 총 12개의 식당 중 11개의 식당이 한인타운에 위치하고 있는 것으로 나타남
- 1개의 식당만이 유력 웹사이트 레스토랑(Restoran.kz)에 노출되었으며 나머지 한식당들은 매년 한인일보에 소개된 것으로 분석됨
- 총 11곳의 식당 중 10곳의 대표자 및 조리장은 모두 한국인이며 나머지 1곳의 대표자 및 조리장은 카자흐스탄인인 것으로 조사되었음
- 12개의 한식당 중 5개의 식당이 2007년 이전에 설립된 것으로 나타났으며 50~100석 규모의 한식당이 대부분(66.67%)을 차지하는 것으로 분석됨
- 주요 메뉴로는 국·찌개·전골류를 가장 많이 취급하며, 구이·전·적류와 밥류를 가장 많이 취급하고 있음
- 기타류가 64,295원으로 가장 높은 가격대를 유지하고 있으며, 찜·선이 36,575원으로 두 번째, 회·편육이 34,650원으로 세 번째로 높은 가격대를 이루고 있는 것으로 조사되었음
- 카자흐스탄의 한식당들의 현지인 고객비중은 비교적 일관적인 모습을 보이고 있으며, 대부분의 식당의 현지인 고객비중이 절반 이하인 것으로 나타났음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-265〉 카자흐스탄 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	알마티	아스타나	
빈도(개)	11	1	12
비중(%)	91.67	8.33	100.00



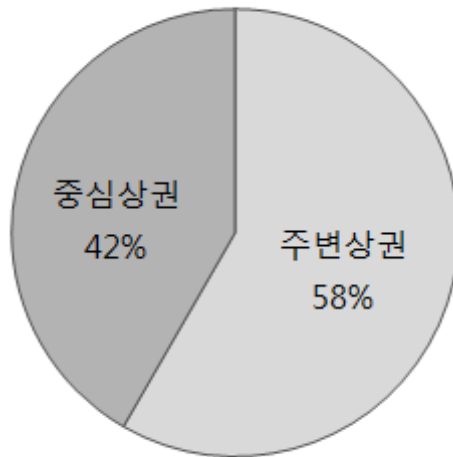
〈그림 II-162〉 카자흐스탄 지역별 한식당 분포

- 카자흐스탄에는 12개의 한식당이 위치함
 - 12개의 한식당 중 11개는 알마티(Almaty)에 위치하고 있으며, 나머지 1개 업체는 수도인 아스타나(Astana)에 위치함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-266〉 카자흐스탄 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	7	5	0	12
비중(%)	58.33	41.67	0.00	100.00

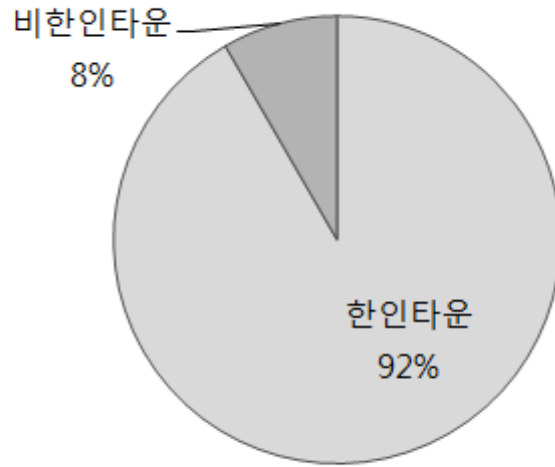


〈그림 II-163〉 카자흐스탄 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 한식당은 주변상권에 7개, 중심상권에 5개가 분포함

〈표 II-267〉 카자흐스탄 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	11	1	12
비중(%)	91.67	8.33	100.00



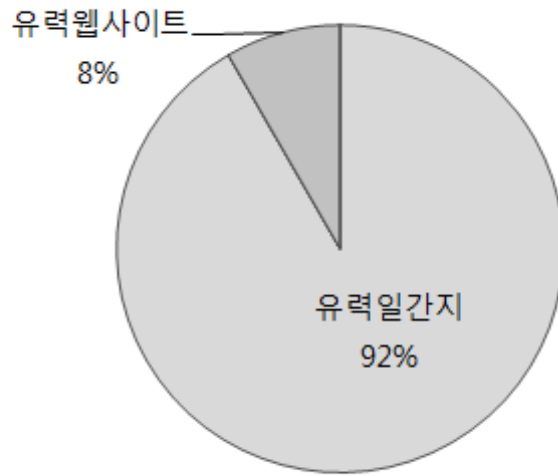
〈그림 II-164〉 카자흐스탄 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면, 총 12개의 식당 중 11개의 식당이 한인타운에 위치함
- 알마티에는 한인타운이 있기 때문에 알마티의 11개 업체가 모두 한인타운에 위치하지만, 아스타나에 있는 1개 업체는 한인타운이 없기 때문에 비한인타운에 위치하고 있음

□ 미디어 노출

〈표 II-268〉 카자흐스탄 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	11	0	0	1	0	12
비중(%)	0.00	0.00	91.67	0.00	0.00	8.33	0.00	100.00

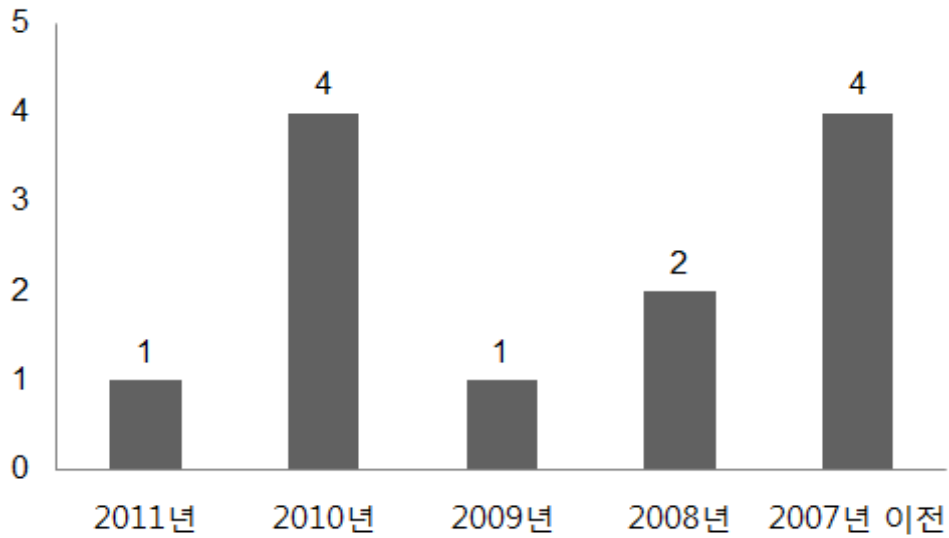


〈그림 II-165〉 카자흐스탄 한식당 노출 미디어 종류

- 11개의 한인타운에 위치한 한식당은 모두 한인일보에 소개된 바 있음
- 아스타나에 있는 1개의 식당은 유력 웹사이트 레스토랑(Restoran.kz)에 노출되었음

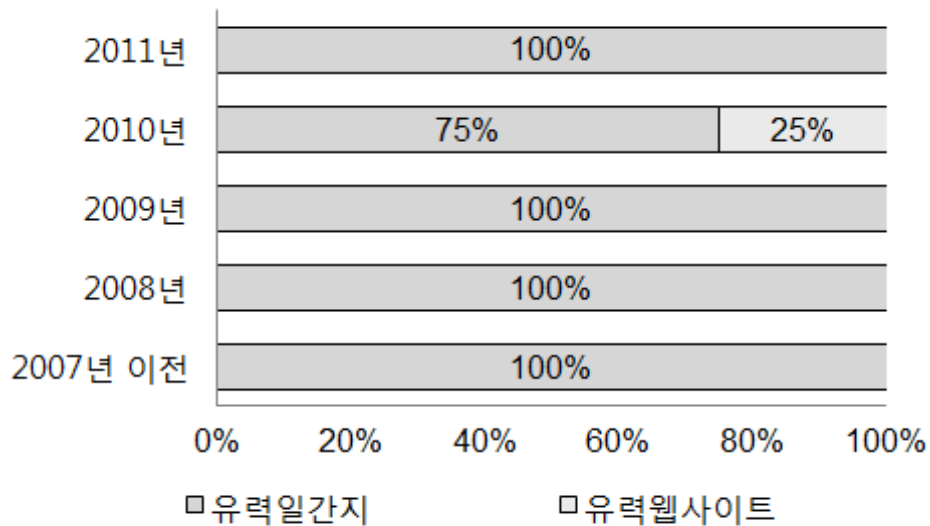
〈표 II-269〉 카자흐스탄 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	1	0	0	0	1
2010년	0	0	3	0	0	1	4
2009년	0	0	1	0	0	0	1
2008년	0	0	2	0	0	0	2
2007년 이전	0	0	4	0	0	0	4
합계	0	0	11	0	0	1	12



〈그림 II-166〉 카자흐스탄 한식당 미디어 노출 연도

- 알마티에 있는 한식당은 매년 비교적 고른 분포로 한인일보에 노출됨
- 아스타나에 있는 한식당은 2010년에 유력웹사이트인 레스토랑(Restoran.kz)에 한 번 노출됨



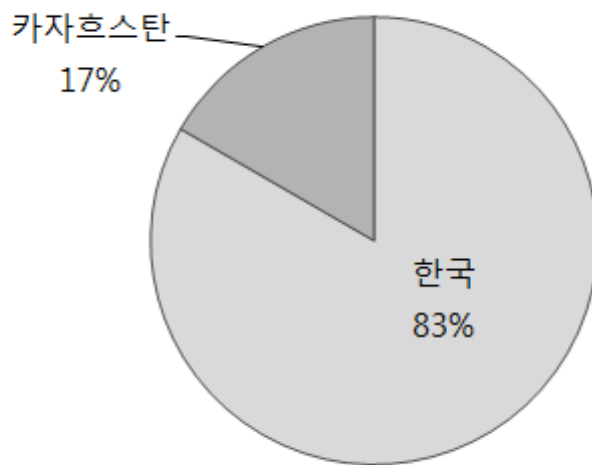
〈그림 II-167〉 카자흐스탄 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 카자흐스탄에서의 미디어 노출은 유력일간지와 유력웹사이트를 통해 이루어짐
 - 유력일간지가 제일 지배적임

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-270〉 카자흐스탄 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	카자흐스탄	
빈도(개)	10	2	12
비중(%)	83.33	16.67	100.00

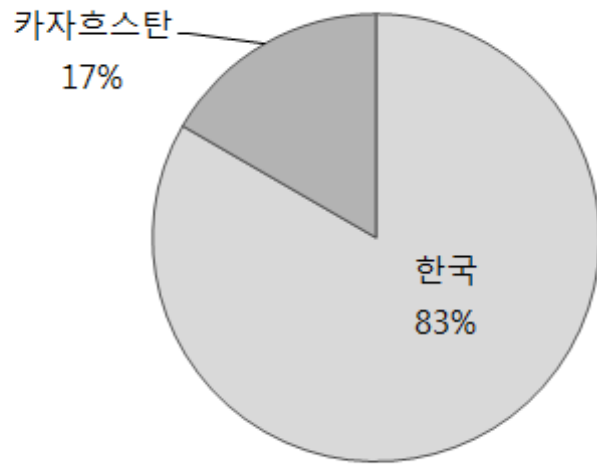


〈그림 II-168〉 카자흐스탄 한식당 대표자 국적

- 알마티에 있는 11개의 식당 중 1개의 식당의 대표자는 카자흐스탄인이며 나머지 10개의 식당은 대표자가 모두 한국인임
- 아스타나에 있는 한식당의 대표자의 국적은 카자흐스탄으로 조사됨

〈표 II-271〉 카자흐스탄 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	카자흐스탄	
빈도(개)	10	2	12
비중(%)	83.33	16.67	100.00



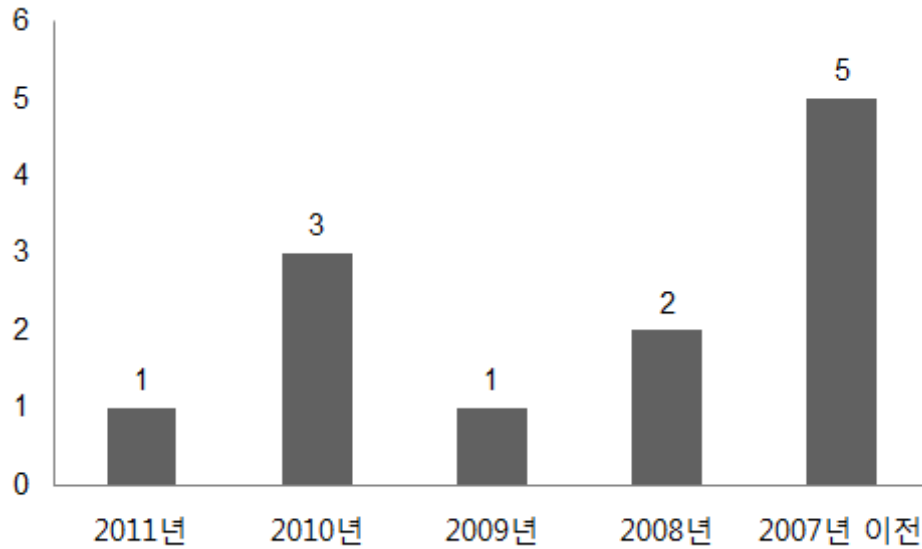
〈그림 II-169〉 카자흐스탄 한식당 조리장 국적

- 대표자의 국적이 한국인 한식당의 경우 조리장의 국적도 한국이었으며, 대표자의 국적이 카자흐스탄인 경우 조리장의 국적도 카자흐스탄으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 II-272〉 카자흐스탄 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	1	3	1	2	5	12
비중(%)	8.33	25.00	8.33	16.67	41.67	100.00



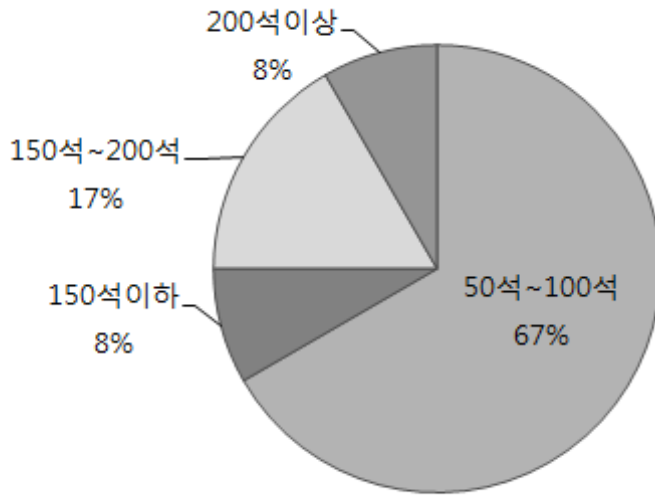
〈그림 II-170〉 카자흐스탄 한식당 설립연도

- 12개 한식당 중 5개의 식당은 2007년 이전에 설립됨
- 2008년 이후 2011년 까지 연평균 2개 정도의 한식당이 설립됨
 - 아스타나에 있는 1개의 한식당은 2010년에 설립되었으며, 비한인타운에 위치한 유일한 한식당임

□ 식당의 규모

〈표 II-273〉 좌석수별 카자흐스탄 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	0	8	1	2	1	12
비중(%)	0.00	66.67	8.33	16.67	8.33	100.00

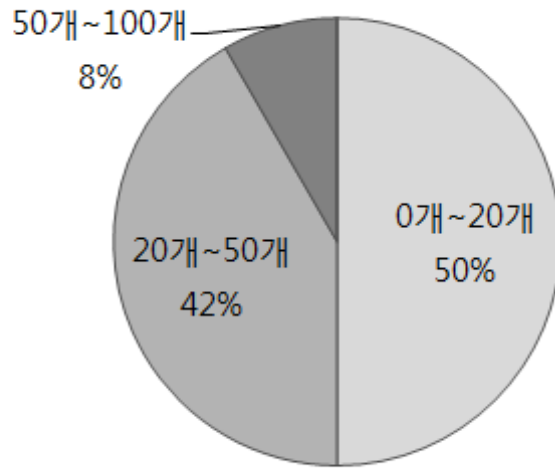


〈그림 II-171〉 좌석수별 카자흐스탄 한식당 규모

- 50석 이하의 소규모 한식당은 없으며 50~100석 규모의 한식당이 8개(약 67%)로 대부분을 차지함
- 100석 이상의 큰 규모 식당은 4개가 분포함

〈표 II-274〉 테이블수별 카자흐스탄 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	6	5	1	0	12
비중(%)	50.00	41.67	8.33	0.00	100.00



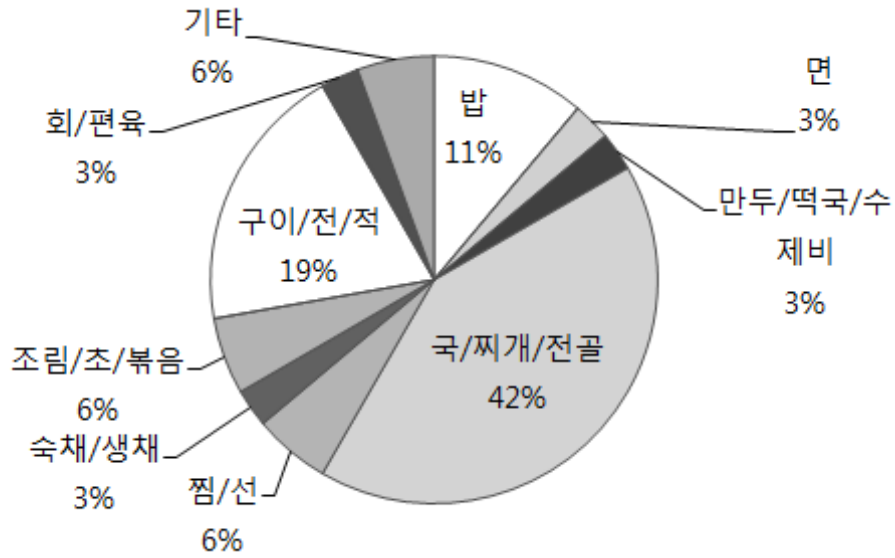
〈그림 II-172〉 테이블수별 카자흐스탄 한식당 규모

- 테이블수로 보면, 50개 이하 규모의 식당이 11개(약 91.67%)임
- 알마티의 가야&진짜루라는 한식당은 테이블 규모 100개로 유일한 대규모 식당임

□ 주요 메뉴

〈표 II-275〉 카자흐스탄 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	10	갈비탕, 감자탕, 김치찌개, 된장찌개, 설렁탕, 순대국, 오리탕, 청국장, 콩나물해장국, 누룽지탕, 해물탕
구이·전·적	5	갈비, 목살, 삼겹살, 갈비
밥	4	돌솥밥, 비빔밥, 정식, 회덮밥
찜·선	2	보쌈, 아구찜
조림·초·볶음	2	곱창볶음, 순대볶음
면	1	냉면
기타	1	사시미, 우동
만두·떡국·수제비	1	수제비
회·편육	1	족발
숙채·생채	1	잡채



〈그림 II-173〉 카자흐스탄 한식당 주요 메뉴

- 국·찌개·전골류를 가장 많이 취급하며, 두 번째로는 구이·전·적류와 밥류 등 일반적인 식사류를 많이 취급함
- 아스타나의 Korean House는 삼겹살과 해물전골, 갈비탕을 판매하고 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-276〉 카자흐스탄 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(텡게 KZT)	평균가(원 ₩)
찜·선	4750.00	36,575
회·편육	4500.00	34,650
국·찌개·전골	2566.67	19,763
구이·전·적	2557.14	19,690
기타	8350.00	64,295

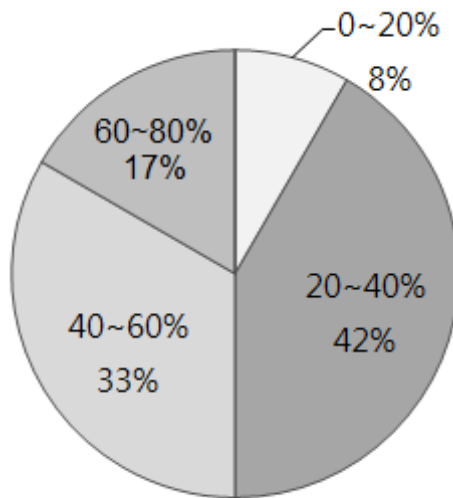
*환율: 1 KZT = 7.70원(2012년 01월 18일 기준)

- 카자흐스탄의 한식당은 찜·선류와 회·편육류가 가장 높은 가격대를 보임

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-277〉 카자흐스탄 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0~20%	20~40%	40~60%	60~80%	80~100%	
빈도(개)	1	5	4	2	0	12
비중(%)	8.33	41.67	33.33	16.67	0.00	100.00



〈그림 II-174〉 카자흐스탄 한식당 현지인 고객 비중

- 카자흐스탄 한식당의 현지인 고객비중은 전체적으로 낮은 편임
 - 50% 이하인 곳이 13개(약 76%)
 - 가장 높은 곳은 예이제(Yeijae)로 현지인 비중 80%임
 - 가장 낮은 곳은 한국관(Hankungwan) 외 2곳으로 현지인 비중 10%임

23. 터키(Turkey)

□ 터키 내 한식당 현황 요약

- 터키 내의 한식당은 총 7곳으로 모두 이스탄불(Istanbul)에 위치하고 있으며 7곳 중 6곳은 중심상권에, 1곳은 주변상권에 분포해 있음
 - 2개의 한식당이 미디어에 노출되었는데 방송매체와 유력일간지를 통해 노출된 것으로 조사되었음
- 한식당의 대표자는 모두 한국 국적이며, 조리장의 경우는 총 7명 중 6명이 한국인인 것으로 조사됨
- 설립연도의 경우 모두 2007년 이전으로서 안정화되어 있는 것으로 볼 수 있음
- 한식당의 좌석수는 전반적으로 고른 편이나 상대적으로 80석 이상의 식당이 총 7개 중 4개로 약 57%를 차지하는 것으로 나타남
- 터키 내 한식당에서 가장 많이 판매하는 메뉴는 구이·전·적으로, 전체 7개의 식당 중 6개(약 86%)의 식당이 해당 메뉴를 판매하고 있으며 대표적인 메뉴로는 불고기, 해물파전, 숯불갈비 등이 있음
 - 뒤이어 밥류(5개, 약 71%), 기타류(3개, 약 43%), 국·찌개·전골(2개, 약 29%), 조림·초·볶음(1개, 약 14%) 등의 순으로 많이 판매하고 있음
- 터키의 대표메뉴 중 국·찌개·전골의 평균가는 25,467원으로 가장 높은 가격대이며, 기타류가 18,427원, 구이·전·적 평균가는 16,080원의 순서인 것으로 조사되었음
- 터키의 한식당은 20% 이하인 곳이 대부분인 것으로 분석됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-278〉 터키 지역별 한식당 분포

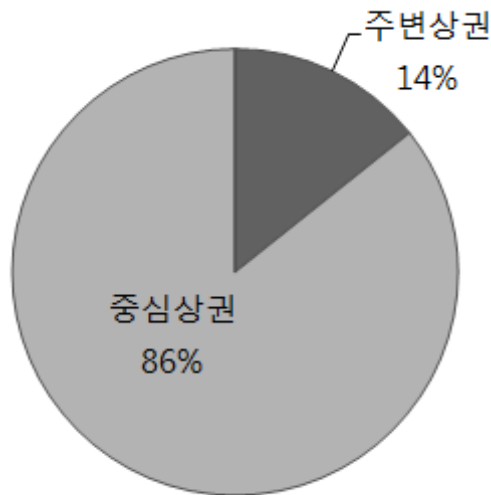
	지역구분		합계
	이스탄불	기타	
빈도(개)	7	0	7
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 터키에 소재한 한식당은 이스탄불(Istanbul)에만 7개가 위치함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-279〉 터키 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	6	0	7
비중(%)	14.29	85.71	0.00	100.00



〈그림 II-175〉 터키 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 터키에 소재한 한식당 총 7개 중 6개 업체(약 86%)는 중심상권에 위치하고 나머지 1개(약 14%)는 주변상권에 분포함

〈표 II-280〉 터키 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

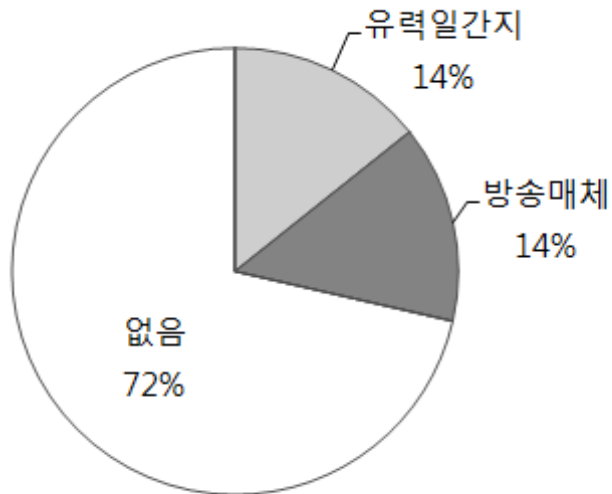
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	7	7
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 모든 한식당은 비한인타운에 위치하고 있음

□ 미디어 노출

〈표 II-281〉 터키 한식당 노출 미디어 종류

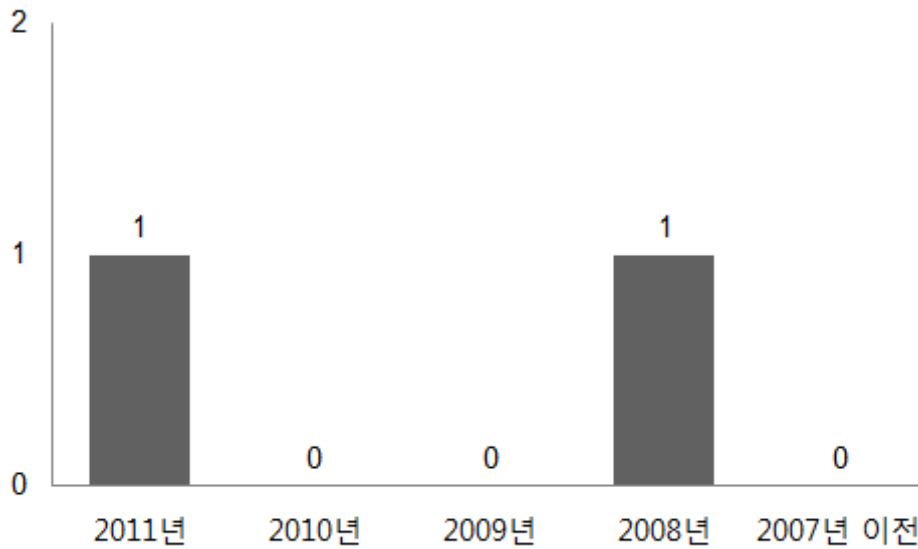
	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	1	0	1	0	5	7
비중(%)	0.00	0.00	14.29	0.00	14.29	0.00	71.43	100.00



〈그림 II-176〉 터키 한식당 노출 미디어 종류

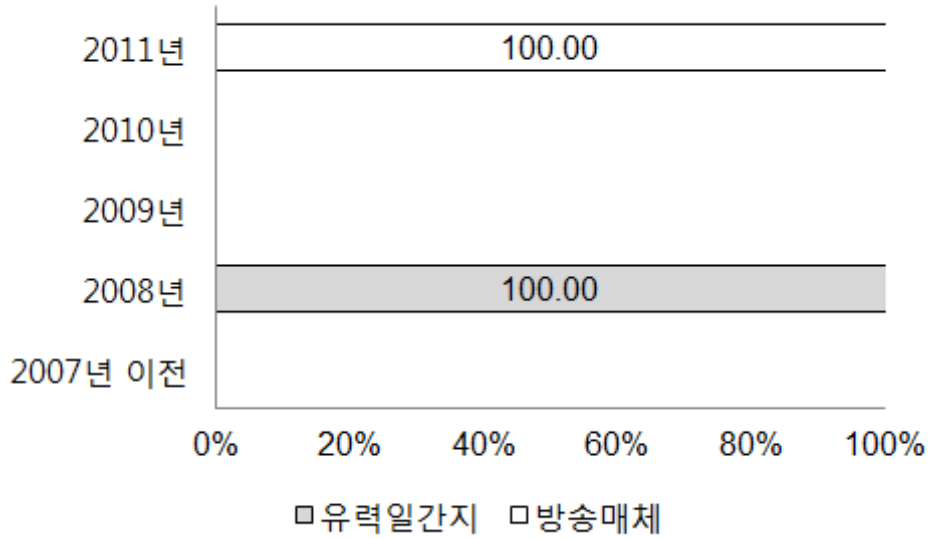
〈표 II-282〉 터키 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	1	0	1
2010년	0	0	0	0	0	0	0
2009년	0	0	0	0	0	0	0
2008년	0	0	1	0	0	0	1
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0
합계	0	0	1	0	1	0	2



〈그림 II-177〉 터키 한식당 미디어 노출 연도

- 2개의 한식당이 미디어에 노출됨
 - 방송매체 채널세븐(Kanal 7)에서 2011년 가야한정식(Gaya Restaurant)이 소개됨
 - 유력일간지 사바(Sabah)에서 2008년 한사랑(Hansarang Korean Restaurant)이 소개됨
- 전체 7개 중 5개(약 71%)의 한식당은 미디어에 노출된 적 없음



〈그림 II-178〉 터키 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 2007년~2011년 조사기간 동안, 한식당이 노출된 미디어 종류는 유력일간지와 방송매체가 있음

□ 대표자 및 조리장의 국적

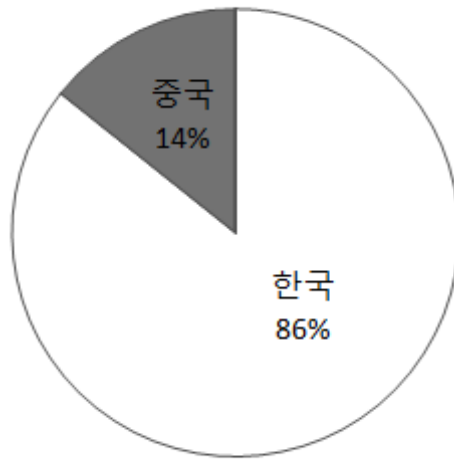
〈표 II-283〉 터키 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	7	0	7
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 대표자는 모두 한국인으로 나타남

〈표 II-284〉 터키 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	중국	
빈도(개)	6	1	7
비중(%)	85.71	14.29	100.00



〈그림 II-179〉 터키 한식당 조리장 국적

- 전체 7개 업체 중 6개 업체의 조리장은 한국인, 1개 업체의 조리장은 중국인으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 II-285〉 터키 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	7	7
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00



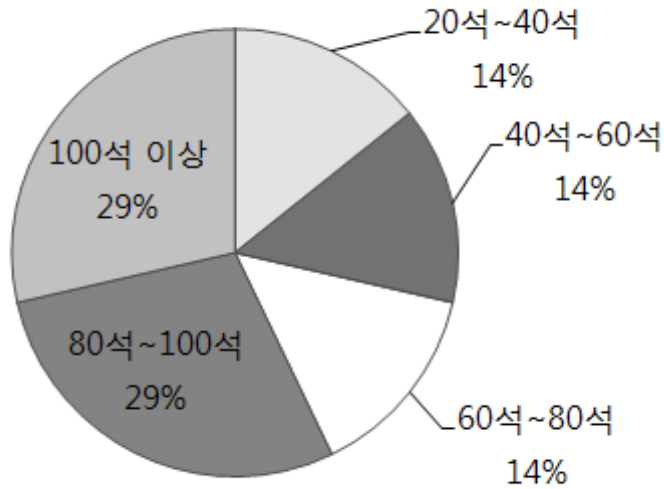
〈그림 II-180〉 터키 한식당 설립연도

- 터키 내 소재한 8개의 한식당 모두 2007년 이전에 설립됨
 - 2007년에 3개, 1998년에 2개, 1996년에 1개, 1986년에 1개가 설립됨

□ 식당의 규모

〈표 II-286〉 좌석수별 터키 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석이상	
빈도(개)	0	1	1	1	2	2	7
비중(%)	0.00	14.29	14.29	14.29	28.57	28.57	100.00

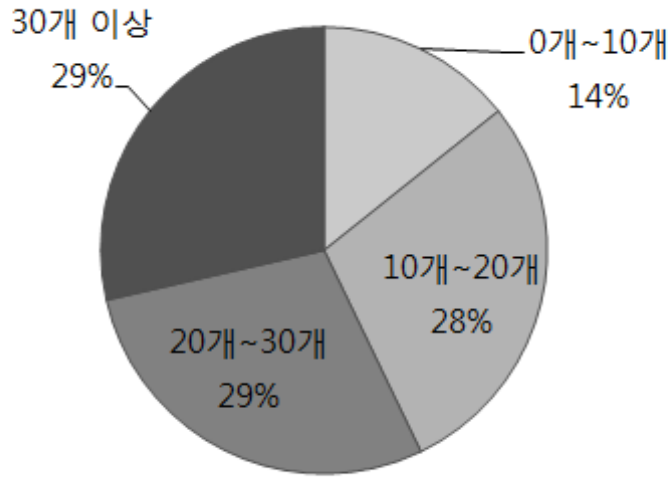


〈그림 II-181〉 좌석수별 터키 한식당 규모

- 터키 내 한식당의 좌석수는 전반적으로 고른 편이나 상대적으로 80석 이상의 식당이 많음
 - 총 7개 중 4개로 약 57%를 차지함
 - 100석인 곳이 2개, 140석, 180석인 곳이 각각 1개씩인 것으로 확인됨

〈표 II-287〉 테이블수별 터키 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	1	2	2	2	7
비중(%)	14.29	28.57	28.57	28.57	100.00



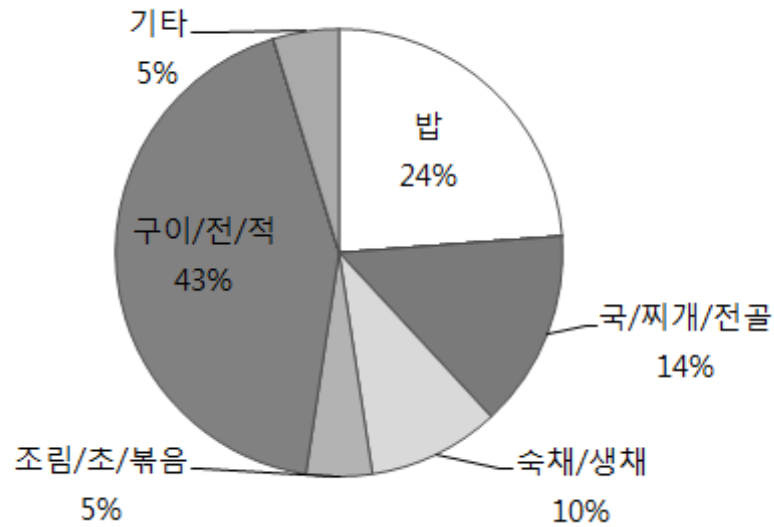
〈그림 II-182〉 테이블수별 터키 한식당 규모

- 터키 내 한식당은 테이블수가 20개 이상의 규모인 곳이 7개 업체 중에서 4개 업체(약 57%)로 조사됨
- 가장 적은 곳(참숯갈비)은 9개, 가장 많은 곳(한사랑)은 45개로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 II-288〉 터키 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	6개	불고기, 해물과전, 숯불갈비
밥	5개	낙지덮밥, 돌솥비빔밥, 비빔밥, 불고기백반
국·찌개·전골	2개	김치찌개, 해물전골
숙채·냉채	2개	궁중 잡채, 쇠고기 잡채
조림·초·볶음	1개	닭도리탕



〈그림 II-183〉 터키 한식당 주요 메뉴

- 터키 내 한식당에서 가장 많이 판매하는 메뉴는 구이·전·적으로, 전체 7개의 식당 중 6개(약 86%)의 식당이 해당 메뉴를 판매하고 있음
 - 대표적인 음식으로는 불고기, 해물파전, 숯불갈비 등이 있음
- 밥류 5개(약 71%), 기타 3개(약 43%), 국·찌개·전골류 2개(약 29%), 조림·초·볶음 1개(약 14%) 등의 순으로 많이 판매하고 있음
 - 밥류에는 비빔밥, 불고기백반, 낙지덮밥 등이 있음
 - 국·찌개·전골류에는 김치찌개와 해물전골이 있음
 - 숙채·냉채류에는 궁중 잡채, 쇠고기 잡채가 있음
 - 조림·초·볶음류에는 닭도리탕이 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-289〉 터키 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(리라 TRY)	평균가(원 ₩)
국·찌개·전골	41	25,467
조림·초·볶음	35	21,740
숙채·냉채	27	16,771
구이·전·적	25.89	16,080
밥	24	14,907

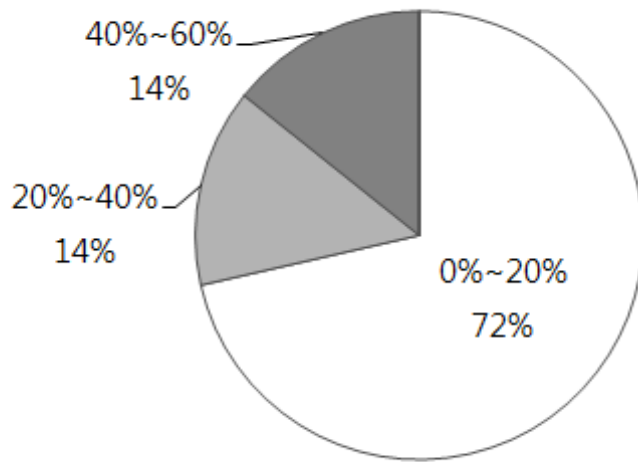
*환율: 1 TRY = 621원(2012년 01월 18일 기준)

- 터키에서 대표적으로 판매되는 메뉴의 평균 가격은 24~41리라임
 - 구이·전·적류의 평균가는 25.89리라(한화 16,080원)임
 - 밥류의 평균가는 24.00리라(한화 14,907원)임
 - 기타의 평균가는 29.67리라(한화 18,427원)임
 - 국·찌개·전골류의 평균가는 41리라(한화 25,467원)임
 - 조림·초·볶음류의 평균가는 35리라(한화 21,740원)임

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-290〉 터키 한식당 현지인 고객 비중

	테이블수					합계
	0%~20%	20~40%	40~60%	60~80%	80~100%	
빈도(개)	5	1	1	0	0	7
비중(%)	71.43	14.29	14.29	0.00	0.00	100.00



〈그림 II-184〉 터키 한식당 현지인 고객 비중

- 터키의 한식당은 현지인 고객 비중이 낮은 편임
 - 모든 한식당이 현지인 고객 비중 50%를 넘지 못함
 - 0%~20%인 업체는 7개 업체 중에서 5개(약 71%)임
 - 고려정(Koryojung)과 같이 현지인 비율이 0%인 한식당도 있음

24. 폴란드(Poland)

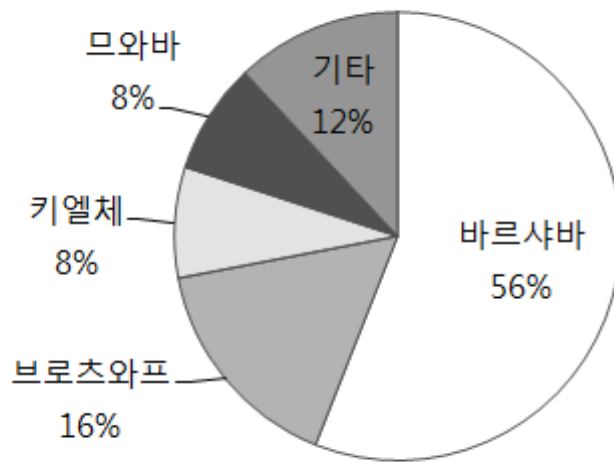
□ 폴란드 내 한식당 현황 요약

- 폴란드 내의 한식당은 총 26곳으로 수도인 바르샤바(Warszawa)에 14개의 한식당이 있으며 브로츠와프(Wrocław)에 4개, 므와바(Mlawa)에 3개, 키엘체(Kielce)에 2개(8%)의 한식당이 있음
 - 주변상권에는 21개, 중심상권과 기타 지역에는 각각 2개(8%)의 한식당이 위치해 있는 것으로 나타났으며, 미디어에 노출된 식당은 없는 것으로 조사됨
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2007년 이전인 경우가 전체 26곳 중 18곳으로 약 72%인 것으로 조사됨
- 폴란드의 한식당은 푸드코트에 입점해 있는 곳이 25곳 중 12곳으로 48%를 차지하는 것으로 조사되었음
 - 80~100석, 60~80석의 좌석수를 가진 한식당은 각각 16%이며 20~40석, 40~60석의 좌석수를 가진 한식당은 각각 8%로 나타남
- 주요 메뉴 중 국·찌개·전골을 피는 곳이 19곳으로 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 조사되었으며 순두부찌개가 그중 가장 많이 취급되는 메뉴로 나타남
 - 구이·전·적류가 27%(18개), 찜·선류가 12%(8개), 밥 9%(6개)가 뒤를 이었음
- 폴란드의 한식당의 찜·선이 평균 53,810원으로 가장 높은 가격대를 보임
 - 회·편육의 가격대가 평균 80.00PLN, 한화로 26,905원, 구이·전·적류가 평균 72.35PLN, 24,332원, 조림·초·볶음이 평균 60.00PLN, 20,179원으로 찜·선 다음으로 높은 가격대를 이루는 것으로 조사됨
- 현지인 고객 비율이 80% 이상의 한식당은 12곳으로 약 62%를 차지하며 60%~80%의 한식당은 4곳(약 17%), 0%~20%, 20%~40%의 한식당은 각각 3곳(약 13%)의 순서로 나타남

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-291〉 폴란드 지역별 한식당 분포

	지역구분					합계
	바르샤바	브로츠와프	키엘체	므와바	기타	
빈도(개)	14	4	2	2	3	25
비중(%)	56.00	16.00	8.00	12.00	0.00	100.00



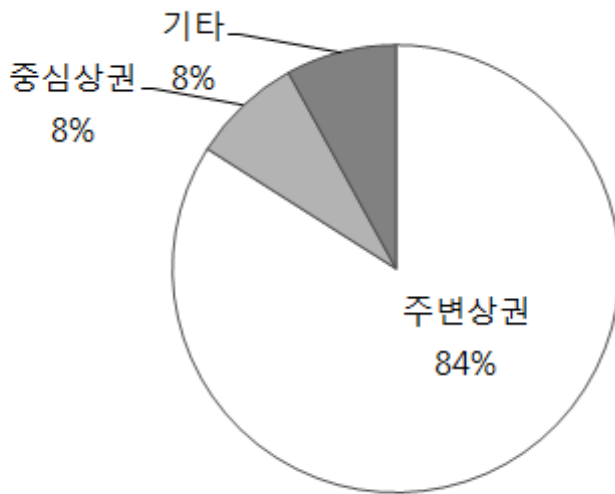
〈그림 II-185〉 폴란드 지역별 한식당 분포

- 폴란드 소재 한식당은 수도인 바르샤바(Warszawa)에 가장 많이 위치해있으며 그 외 각 지역에 골고루 분포
 - 지역별 한식당 분포를 살펴보면, 폴란드의 수도인 바르샤바에 약 56%, 14개의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타났음
 - 브로츠와프(Wrocław)에 4개(약 16%)의 한식당이 있으며, 므와바(Mława)에 3개(약 12%), 키엘체(Kielce)에 2개(약 8%)의 순서로 나타남

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-292〉 폴란드 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	21	2	2	25
비중(%)	84.00	8.00	8.00	100.00



〈그림 II-186〉 폴란드 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 한식당은 대부분 주변상권에 위치함
 - 주변상권에는 21개(약 84%)의 한식당이 있는 것으로 조사됨
 - 중심상권과 기타 지역에는 각각 2개(약 8%)의 한식당이 위치해 있는 것으로 나타남

〈표 II-293〉 폴란드 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	25	25
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한식당은 모두 비한인타운에 소재하고 있는 것으로 조사됨

□ 미디어 노출

〈표 II-294〉 폴란드 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	25	25
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 폴란드의 한식당 총 25개 업체는 모두 미디어에 노출된 적이 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-295〉 폴란드 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	25	0	25
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 대표자는 모두 한국 국적으로 나타남
 - 한국 국적 이외에 다른 국적의 대표자는 없는 것으로 나타남

〈표 II-296〉 폴란드 한식당 조리장 국적

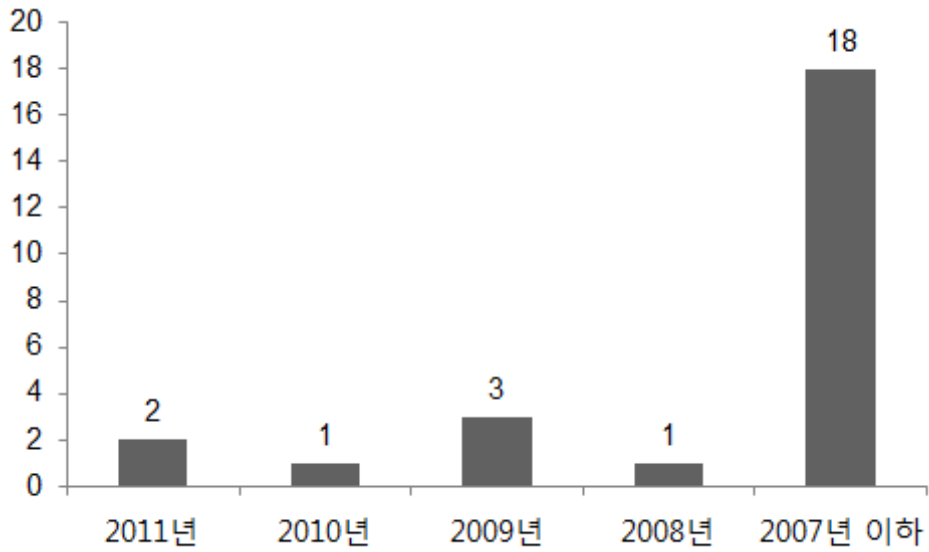
	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	25	0	25
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 조리장은 모두 한국 국적으로 나타남
 - 한국 국적 이외에 다른 국적의 조리장은 없는 것으로 분석됨

□ 설립연도

〈표 II-297〉 폴란드 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	2	1	3	1	18	25
비중(%)	8.00	4.00	12.00	4.00	72.00	100.00



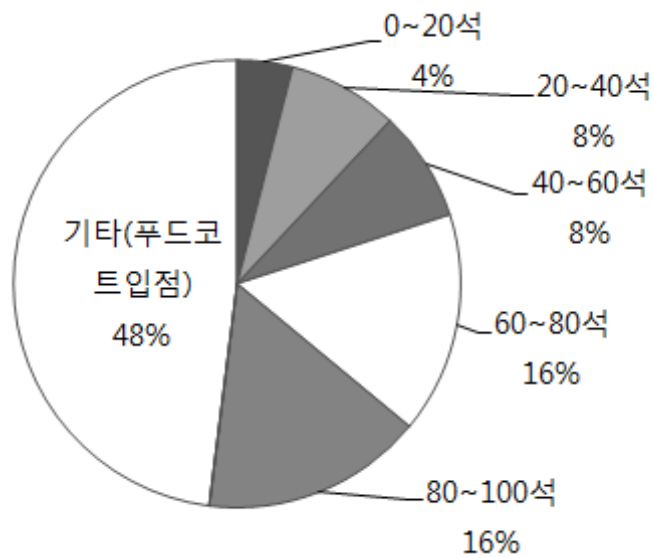
〈그림 II-187〉 폴란드 한식당 설립연도

- 한식당 중 대부분이 2007년 이전에 설립된 것으로 조사됨
 - 2007년 이전 설립된 한식당은 조사된 전체 한식당 26개 업체 중에서 18개 업체로서 약 72%로 나타남
 - 2009년 3개 업체(약 12%), 2011년 2개 업체(약 8%), 2008년, 2010년 각각 1곳(약 4%)의 순서로 나타남

□ 식당의 규모

〈표 II-298〉 좌석수별 폴란드 한식당 규모

	좌석수							합계
	20석 이하	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	기타 (푸드코트)	
빈도(개)	1	2	2	4	4	0	12	25
비중(%)	4.00	8.00	8.00	16.00	16.00	0.00	48.00	100.00

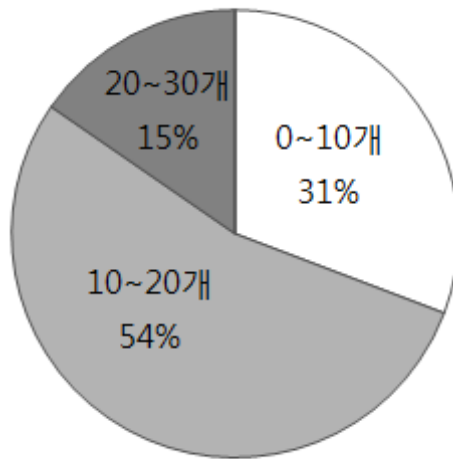


〈그림 II-188〉 좌석수별 폴란드 한식당 규모

- 푸드코트에 입점해 있는 곳이 25곳 중 12곳으로 48%를 차지
 - 80~100석, 60~80석의 좌석수를 가진 한식당은 각각 16%이며 20~40석, 40~60석의 좌석수를 가진 한식당은 각각 8%로 나타남
 - 20석 이하는 1곳으로 조사됨

〈표 II-299〉 테이블수별 폴란드 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	4	7	2	0	13
비중(%)	30.77	53.85	15.38	0.00	100.00



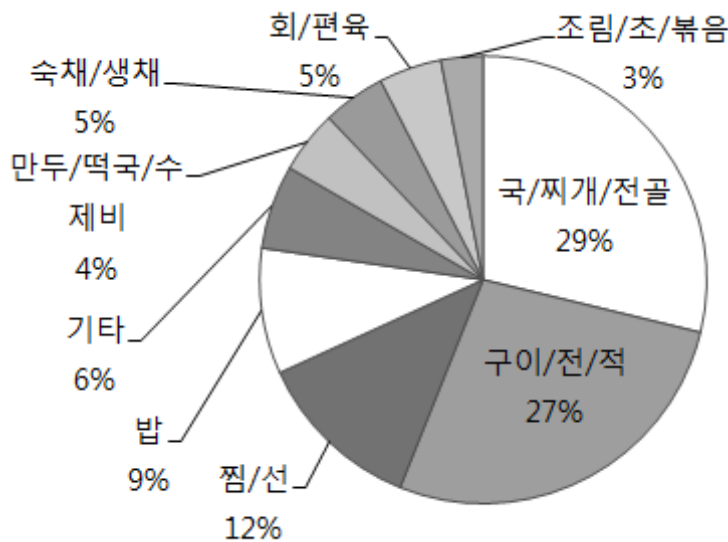
〈그림 II-189〉 테이블수별 폴란드 한식당 규모

- 테이블 수 10개~20개의 한식당은 7개(약 64%)로서 가장 큰 비율을 차지함
 - 테이블 수 0~10개의 한식당 4개(약 31%), 20~30개의 한식당 2개(약 16%)의 순서로 나타남
 - 테이블 수 30개 이상의 한식당은 없는 것으로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 II-300〉 폴란드 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	19	불고기전골, 김치전골, 김치찌개, 해물탕, 육개장, 순두부찌개, 삼계탕, 해물매운탕, 두부김치전골
구이·전·적	18	불고기, 양념갈비, 닭갈비, 오삼겹, 고등어구이, 김치전, 양념치킨, 삼겹살, 해물파전
찜·선	8	해물찜
밥	6	불고기백반, 비빔밥, 김밥
기타	4	짬뽕, 누룽지, 한방 백숙, 만두라면
만두·떡국·수제비	3	만두
숙채·냉채	3	잡채
회·편육	3	제육보쌈, 농어회
조림·초·볶음	2	오삼볶음



〈그림 II-190〉 폴란드 한식당 주요 메뉴

- 한식당 메뉴 중 국·찌개·전골류가 약 29%로서 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 조사됨
 - 국·찌개·전골류를 취급하는 업체는 19개로서 육개장, 불고기전골, 김치전골, 김치찌개 등의 메뉴로 판매하며, 특히 순두부찌개를 가장 많이 취급함
- 구이·전·적류가 약 27%, 찜·선류가 약 12% , 밥류 9%의 순서로 나타남

- 구이·전·적류에는 불고기, 양념갈비, 김치전, 해물파전 등이 있는데, 그 중 가장 많이 취급하는 메뉴는 불고기인 것으로 나타남
- 찜·선류 중에서는 해물찜이 가장 많이 취급되고 있음
- 기타에는 찜빵, 누룽지 한방백숙, 만두라면 등의 메뉴들이 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-301〉 폴란드 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(즈위티 PLN)	평균가(원 ₩)
찜·선	160.00	53,810
회·편육	80.00	26,905
구이·전·적	72.35	24,332
조림·초·볶음	60.00	20,179
기타	55.00	18,497

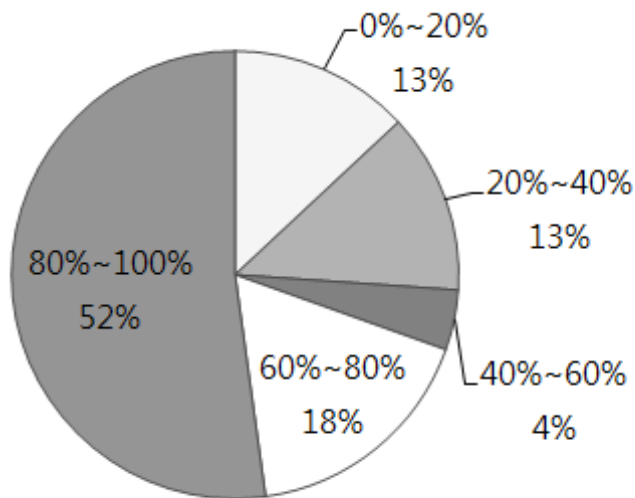
*환율: 1 PLN = 328.71원(2012년 01월 18일 기준)

- 찜·선류가 평균 160 PLN(한화 53,810원)으로 가장 높은 가격대를 보임
- 회·편육류의 가격대가 평균 80.00PLN(26,905원), 구이·전·적류가 평균 72.35PLN(24,332원), 조림·초·볶음류가 평균 60.00PLN(20,179원)으로 찜·선류 다음으로 높은 가격대를 보임

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-302〉 폴란드 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	3	3	1	4	12	23
비중(%)	13.04	13.04	4.35	17.39	52.17	100.00



〈그림 II-191〉 폴란드 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객 비중이 80% 이상을 넘는 경우가 대부분임
- 현지인 고객 비율이 80% 이상인 한식당은 12개 업체로서 약 62%를 차지하며, 60%~80%의 한식당은 4개(약 17%), 0%~20%, 20%~40%의 한식당은 각각 3개(약 13%)의 순서로 나타남
- 40%~60%의 한식당은 1개(약 4%)로 나타남

25. 프랑스(France)

□ 프랑스 내 한식당 현황 요약

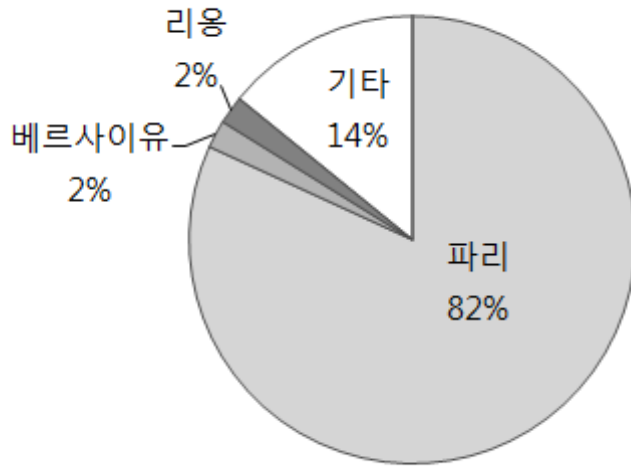
- 프랑스 내의 한식당은 총 99곳으로, 수도인 파리(Paris)에 전체의 약 82%, 81개의 한식당이 분포해 있으며 베르사이유(Versailles), 리옹(Lyon)에 각각 2개의 한식당이 있는 것으로 조사되었으며, 스트라스부르(Strasbourg), 노장취(Nogent Sur)등 14개 지역에 각각 1개씩의 한식당이 있는 것으로 조사됨
- 중심상권에 51개, 약 52%의 한식당이 분포해 있으며, 주변상권에는 26개, 약 26%의 한식당이 분포
- 한인타운에는 31개, 약 31%의 한식당이 분포해 있으며 비한인타운에 약 68개, 약 69%의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타남
- 유력웹사이트에 노출된 한식당은 총 44개로 약 44%를 차지하고 있음
- 랭떼르노트(linternaute.com), 비아미슐랭(via michelin.fr) 등에 파리 소재 도깨비(Dokkebi), 마루(NAROU), 아카사카(AKASAKA) 등이 최근에 노출됨
- 유력전문지에서는 13개, 유력일간지 및 미슐랭가이드에서는 각각 7개, 6개가 노출됨
- 2011년에 전체 72개 중 22개가 노출되었음
- 프랑스 내 한식당의 대표자는 76명으로 대부분 한국인인 것으로 조사됨
- 프랑스(8명), 중국(4명), 일본(2명)의 순서인 것으로 나타남
- 프랑스 내 한식당의 조리장의 80%가 한국인인 것으로 조사되었으며 뒤이어 중국(9명), 일본, 프랑스(각각 2명) 순으로 조사되었음
- 설립연도의 경우 2007년 이전에 설립된 한식당이 53%를 차지하였으며 2008년부터 2011년 현재 4년 동안 설립된 한식당 개수는 총 42개임

- 좌석수 20석~60석 규모의 한식당이 64곳으로 73%를 차지하는 것으로 분석됨
- 주요 메뉴는 구이·전·적으로, 전체 99개 식당 중 82개(약 83%)의 식당이 해당 메뉴를 판매하고 있음
 - 대표적인 음식으로는 불고기, 삼겹살, 갈비, 제육볶음, 모듬구이 등이 있음
 - 뒤이어 밥류 53개(54%), 국·찌개·전골 24개(24%), 기타류 20개(20%), 회·편육 8개(8%) 등의 순으로 많이 판매하고 있음
- 회·편육 평균가는 22.10유로, 한화로 32260원으로 가장 높은 가격대를 보였으며 국·찌개·전골 평균가는 18.12유로, 한화로 26449원으로 두 번째로 높은 평균가격대를 보임
- 프랑스 한식당 현지인 고객비중은 80%이상인 곳이 68개로 전체의 약 79%, 40%~80%인 경우가 17곳으로 전체의 약 20%를 차지하는 것으로 분석됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-303〉 프랑스 지역별 한식당 분포

	지역구분				합계
	파리	베르사이유	리옹	기타	
빈도(개)	81	2	2	14	99
비중(%)	81.82	2.02	2.02	14.14	100.00



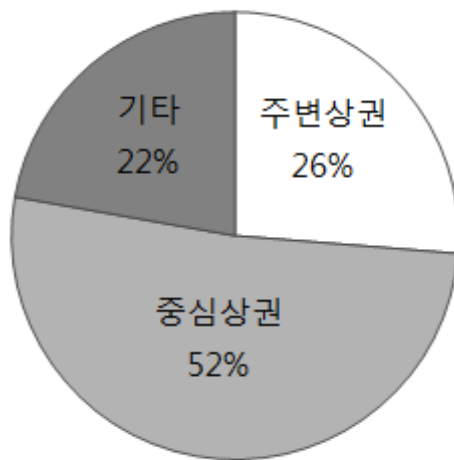
〈그림 II-192〉 프랑스 지역별 한식당 분포

- 프랑스에 소재한 한식당은 수도인 파리(Paris)에 전체의 약 82%인 81개가 분포해 있는 것으로 나타남
- 베르사이유(Versailles), 리옹(Lyon)에 각각 2개씩 있는 것으로 조사되었으며, 스트라스부르(Strasbourg), 노장쉬(Nogent Sur)등 14개 지역에 각각 1개씩의 한식당이 있는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-304〉 프랑스 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	26	51	22	99
비중(%)	26.26	51.52	22.22	100.00

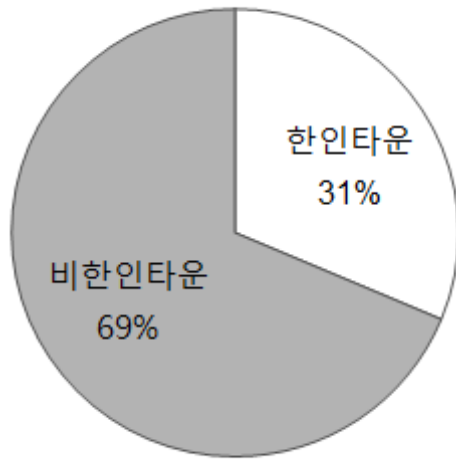


〈그림 II-193〉 프랑스 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면, 중심상권에 51개(약 52%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
- 주변상권에는 26개(약 26%)의 한식당이 분포함

〈표 II-305〉 프랑스 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	상권기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	31	68	99
비중(%)	31.31	68.69	100.00



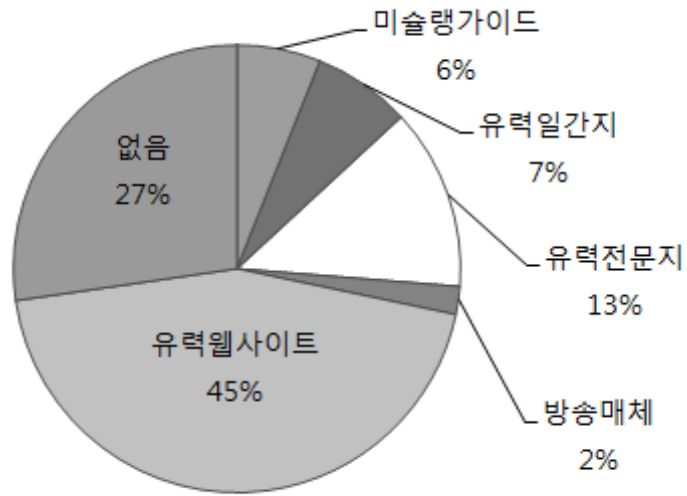
〈그림 II-194〉 프랑스 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면, 비한인타운에 68개(약 69%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 한인타운에는 31개(약 31%)의 한식당이 분포함

□ 미디어 노출

〈표 II-306〉 프랑스 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	6	7	13	2	44	27	99
비중(%)	0.00	6.06	7.07	13.13	2.02	44.44	27.27	100.00

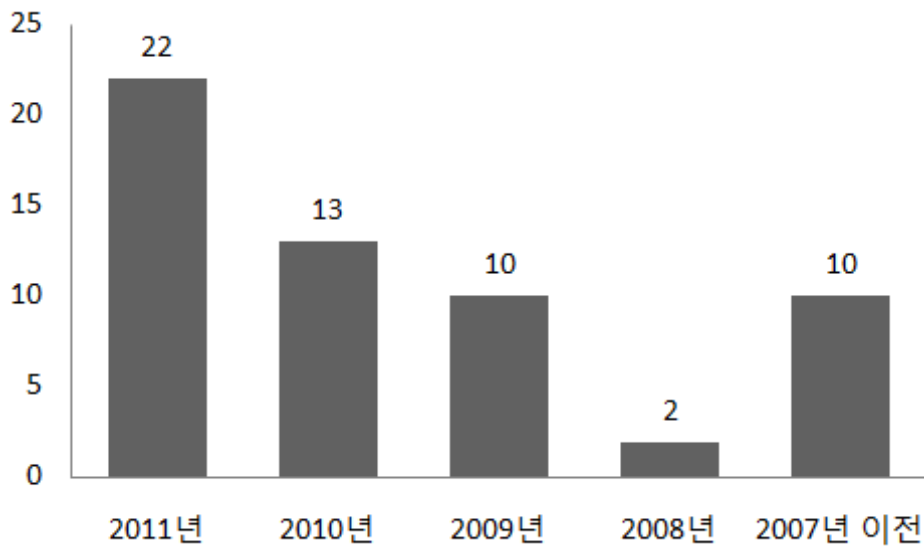


〈그림 II-195〉 프랑스 한식당 노출 미디어 종류

- 유력웹사이트에 노출된 한식당은 총 44개로 약 44%를 차지함
 - 랭떼르노뜨(linternaute.com), 비아미슐랭(via michelin.fr) 등에 파리에 위치한 한식당인 도깨비(Dokkebi), 마루(NAROU), 아카사카(AKASAKA) 등이 최근에 노출됨
- 유력전문지에서는 13개, 유력일간지 및 미술랭가이드에서는 각각 7개, 6개가 노출됨
 - 르피가로(Le Figaro)에 일간지 주간지 총합 8개로 가장 많은 수의 한식당이 노출됨
 - 엘르(Elle), 롱프와(Rond Point)에는 도시락(Doshilack), 두리식당(Le Douri) 등 파리 이외 지역에 속한 식당들이 노출됨
 - 미술랭가이드에는 파리 소재 비빔밥(Bibimbap), 사모(Samo) 등이 노출됨
- 전체 한식당의 약 27%인 27개 업체는 미디어에 노출된 바 없음

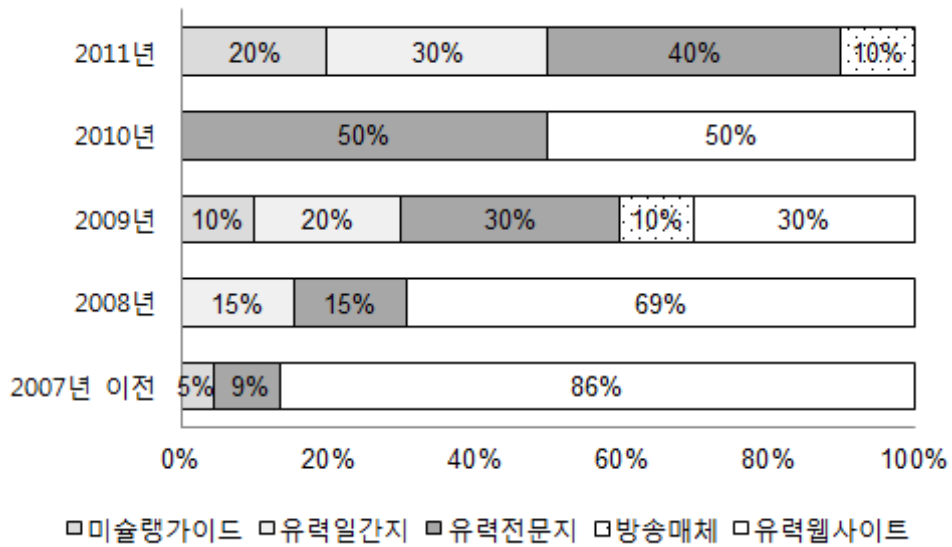
〈표 II-307〉 프랑스 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술평가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	1	0	2	0	19	22
2010년	0	0	2	2	0	9	13
2009년	0	1	2	3	1	3	10
2008년	0	0	0	1	0	1	2
2007년 이전	0	2	3	4	1	0	10
합계	0	4	7	12	2	32	57



〈그림 II-196〉 프랑스 한식당 미디어 노출 연도

- 2011년에 가장 많은 한식당이 미디어에 노출됨
 - 전체 72개 중 22개(약 30%)의 업체가 2011년에 미디어에 노출됨
- 2008년 일시적인 감소를 제외하면, 5년 동안 점진적인 증가세를 보이고 있음
- 노출시기를 알 수 없는 한식당은 통계에서 제외함



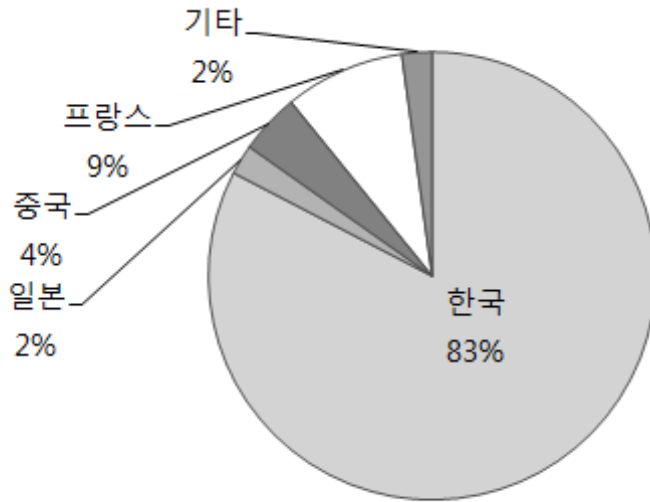
〈그림 II-197〉 프랑스 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 유력웹사이트를 통한 한식당 노출은 2008년 이후 급속히 증가함
 - 2009년 일시적인 감소를 제외하면 지속적으로 노출이 증가하고 있음
- 기존의 주된 미디어노출 채널이었던 유력전문지는 감소 추세
 - 2008년 일시적인 상승을 제외하면, 지속적으로 노출이 하락세에 있음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-308〉 프랑스 한식당 대표자 국적

	대표자 국적					합계
	한국	프랑스	중국	일본	기타	
빈도(개)	76	8	4	2	2	92
비중(%)	82.61	8.70	4.35	2.17	2.17	100.00

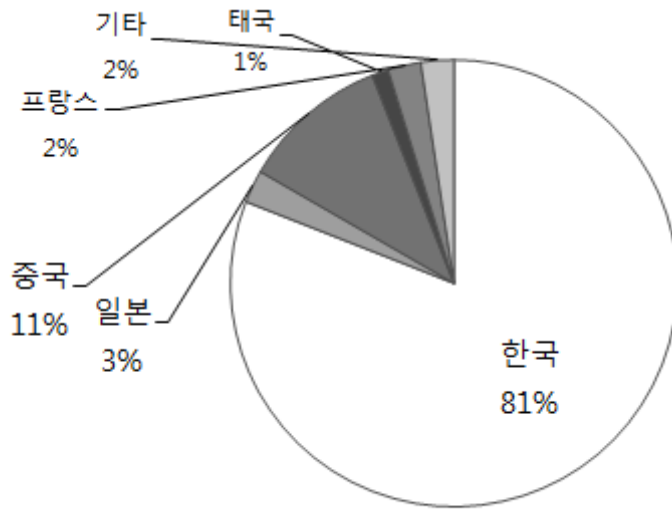


〈그림 II-198〉 프랑스 한식당 대표자 국적

- 한식당 92개 업체 중 76개 업체(약 82%)의 대표자는 한국인으로 나타남
 - 뒤이어 프랑스 8명, 중국 4명, 일본 2명의 순서로 나타남
- 대표자 국적을 알 수 없는 한식당은 통계에서 제외함

〈표 II-309〉 프랑스 한식당 조리장 국적

	조리장 국적					합계
	한국	중국	일본	프랑스	기타	
빈도(개)	68	9	2	2	3	84
비중(%)	80.95	10.71	2.38	2.38	3.57	100.00



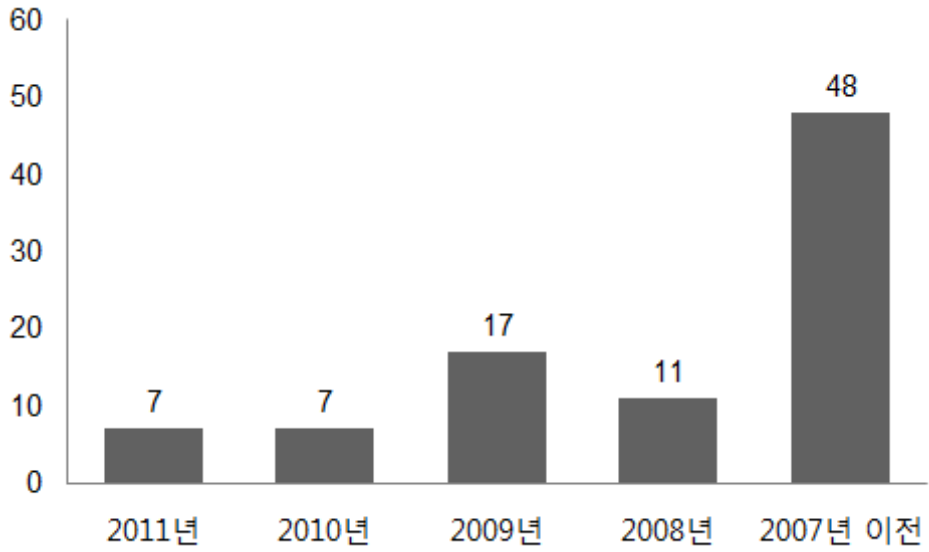
〈그림 II-199〉 프랑스 한식당 조리장 국적

- 조리장의 국적을 알 수 있는 한식당 84개 중에서 68개 업체(약 81%)의 조리장은 한국인인 것으로 조사됨
 - 중국 9명, 일본과 프랑스는 각각 2명의 순서로 나타남
 - 기타 국적에는 태국, 방글라데시, 스리랑카 국적의 조리장이 각각 1명씩 있는 것으로 조사됨
- 조리장 국적을 알 수 없는 한식당은 통계에서 제외함

□ 설립연도

〈표 II-310〉 프랑스 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	7	7	17	11	48	90
비중(%)	7.78	7.78	18.89	12.22	53.33	100.00



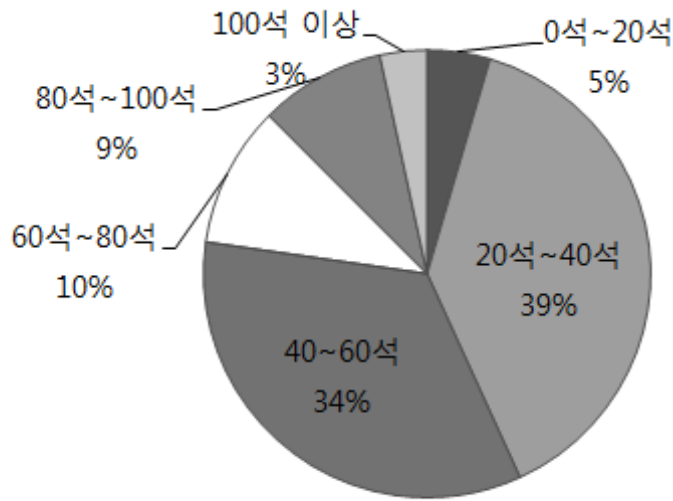
〈그림 II-200〉 프랑스 한식당 설립연도

- 2008년부터 2011년 현재 4년 동안 총 42개의 한식당이 설립됨
 - 최근 4년간 연평균 약 10개의 한식당이 설립됨
 - 최근 2년 동안은 한식당 설립이 감소 추세를 보였으며, 연평균 7개의 한식당이 설립됨
- 설립연도를 알 수 없는 한식당은 통계에서 제외함

□ 식당의 규모

〈표 II-311〉 좌석수별 프랑스 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	4	34	30	9	8	3	88
비중(%)	4.55	38.64	34.09	10.23	9.09	3.41	100.00

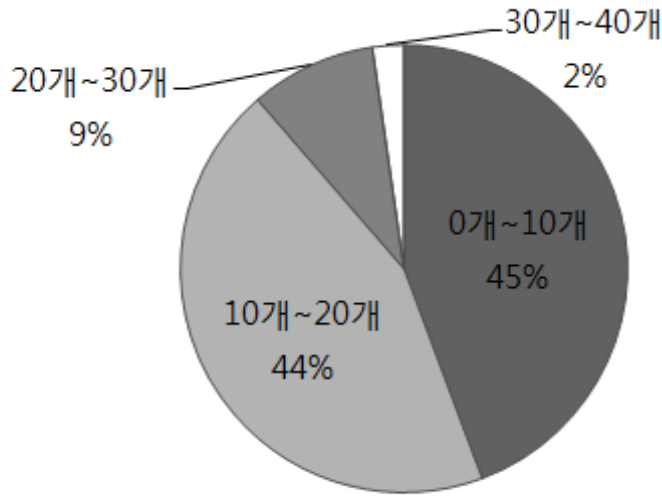


〈그림 II-201〉 좌석수별 프랑스 한식당 규모

- 프랑스 내 한식당은 좌석수 20석~60석 규모가 대부분을 차지함
 - 20석~60석 규모의 식당 개수는 64개(약 73%)로 나타남
- 60석 이상 대형 규모의 식당 개수는 20개(약 23%)로 나타남
- 20석 미만 소형 규모의 식당 개수는 4개(약 5%)로 나타남

〈표 II-312〉 테이블수별 프랑스 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30~40개	
빈도(개)	39	39	8	2	88
비중(%)	44.32	44.32	9.09	2.27	100.00



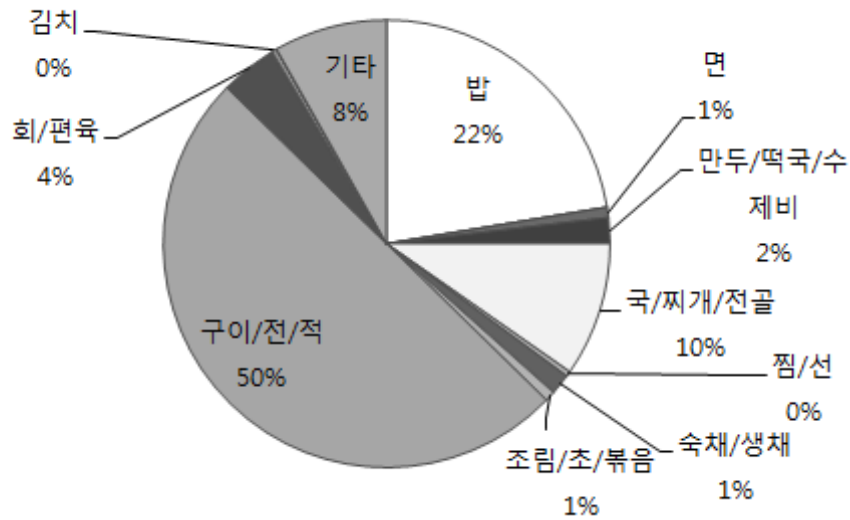
〈그림 II-202〉 테이블수별 프랑스 한식당 규모

- 프랑스 내 한식당은 테이블수 0개~20개의 규모가 대부분임
 - 0개~20개 규모 식당의 개수는 78개(약 89%)로 나타남
- 테이블수 20개~30개 규모의 식당은 8개(약 9%), 30~40개 규모는 2개(약 2%)로 각각 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 II-313〉 프랑스 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	82개	불고기, 삼겹살, 제육볶음, 모듬구이, 갈비
밥	53개	비빔밥, 돌솥비빔밥, 회덮밥, 육회비빔밥, 김밥
국·찌개·전골	24개	대구매운탕, 김치찌개, 불낙전골, 신선로, 된장찌개, 부대찌개, 삼계탕
기타	20개	간pong기, 순대, 새우강정, 짬뽕, 구절판, 짜장, 도미조림, 새우튀김
회·편육	8개	보쌈, 모듬 생선회
만두·떡국·수제비	5개	만두, 물만두, 군만두
숙채·냉채	4개	잡채
면류	2개	칼국수, 비빔국수
조림·초·볶음	2개	돼지김치볶음, 떡볶이
찜·선	1개	매운 닭찜 요리



〈그림 II-203〉 프랑스 한식당 주요 메뉴

- 프랑스 내 한식당에서 가장 많이 판매하는 메뉴는 구이·전·적류로서, 전체 99개 식당 중 82개(약 83%)의 식당이 해당 메뉴를 판매하고 있음
 - 대표적인 음식으로는 불고기, 삼겹살, 갈비, 제육볶음, 모듬구이 등이 있음
- 뒤이어 밥류 53개(약 54%), 국·찌개·전골류 24개(약 24%), 기타 20개(약 20%), 회·편육류 8개(약 8%)의 순서로 나타남
 - 밥류에는 비빔밥, 회덮밥, 김밥 등이 있음
 - 국·찌개·전골류에는 김치찌개, 된장찌개, 부대찌개, 삼계탕, 불낙전골 등이 있음
 - 기타에는 짜장, 짬뽕, 간pong기, 구절판, 순대, 새우튀김 등이 있음
 - 회·편육류에는 보쌈, 회 등이 있음
- 한국의 대표적인 음식들이 고루 판매되고 있으나, 그 중에서도 현지인들의 입맛에 맞는 육류, 맵거나 짜지 않은 음식들이 상대적으로 더 많이 판매되고 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 II-314〉 프랑스 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
회·편육	22.10	32,260
국·찌개·전골	18.12	26,449
구이·전·적	16.91	24,689
기타	14.69	21,450
밥	13.96	20,374

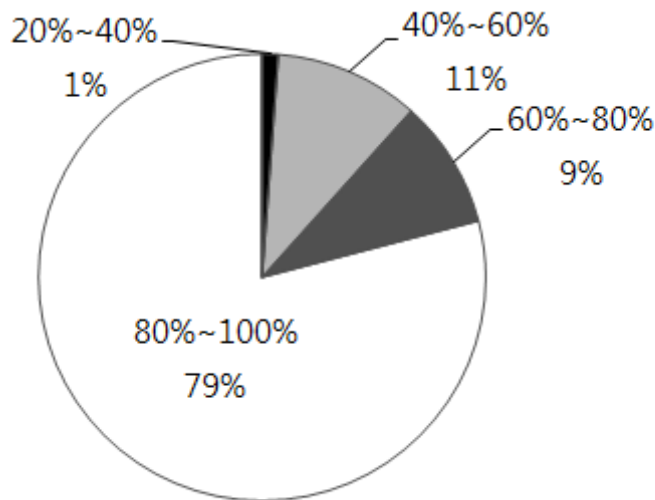
*환율: 1€ = 1459원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴의 평균 가격은 13유로~22유로 사이임
 - 구이·전·적류의 평균가는 16.91유로(한화 24,689원)임
 - 밥류의 평균가는 13.96유로(한화 20,374원)임
 - 국·찌개·전골류의 평균가는 18.12유로(한화 26,449원)임
 - 기타의 평균가는 14.69유로(한화 21,450원)임
 - 회·편육류의 평균가는 22.10유로(한화 32,260원)임
- 비슷한 경제규모를 가진 인접국(영국)에 비해서 메뉴의 가격이 상대적으로 높음

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-315〉 프랑스 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	1	9	8	68	86
비중(%)	0.00	1.16	10.47	9.30	79.07	100.00



〈그림 II-204〉 프랑스 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객비중은 전반적으로 높은 편임
 - 80%이상의 업체가 68개(약 79%), 40%~80%가 17개(약 20%)로 나타남
 - 40%이상의 고객이 현지인인 비중이 전체의 약 99%를 차지함

26. 핀란드(Finland)

□ 핀란드 내 한식당 현황 요약

- 핀란드 내의 한식당은 총 1곳으로 수도인 헬싱키(Helsinki)에 위치해 있으며 주변상권에 위치해 있는 것으로 조사됨
 - 한국관(Korea House)로 조사되었으며 미디어 노출은 없는 것으로 조사됨
- 대표자 및 조리장은 한국 국적이며 2007년 이전에 설립된 것으로 조사됨
- 한국관은 40석~ 60석의 좌석수를 가지고 있는 것으로 조사되었으며 10개~20개의 테이블을 보유하고 있음
- 비빔밥, 불고기, 닭지볶음을 취급하며 비빔밥의 가격이 15.50유로(약, 22,610원), 불고기는 19.50유로(약, 28,451원), 닭지볶음의 가격은 18.50유로(약 26,992원)으로 조사되었으며 약 40%~60%의 손님이 현지인인 것으로 드러남

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-316〉 핀란드 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	헬싱키	기타	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 핀란드에서는 수도인 헬싱키(Helsinki)에 한국관(Korea House)이라는 한식당 1개 업체가 있는 것으로 조사됨
- 헬싱키를 제외한 기타 지역에는 한식당이 없는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-317〉 핀란드 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	0	0	2
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 한국관은 주변상권인 헬싱키의 마리안카투(Mariankatu) 지역에 위치해 있음

〈표 II-318〉 핀란드 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	1	1
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한식당 한국관은 비한인타운에 위치함

미디어 노출

〈표 II-319〉 핀란드 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	1	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 핀란드에서 한식당의 미디어 노출은 없는 것으로 조사됨

대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-320〉 핀란드 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	핀란드	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당 한국관의 대표자는 한국 국적임

〈표 II-321〉 핀란드 한식당 조리장 국적

	대표자 국적		합계
	한국	핀란드	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당 한국관의 조리장은 한국 국적임

설립연도

〈표 II-322〉 핀란드 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	1	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

□ 식당의 규모

〈표 II-323〉 좌석수별 핀란드 한식당 규모

	좌석수						합계
	20석 이하	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	0	0	1	0	0	0	1
비중(%)	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 한국관은 40석~60석의 좌석수를 가지고 있는 것으로 조사됨

〈표 II-324〉 테이블수별 핀란드 한식당 규모

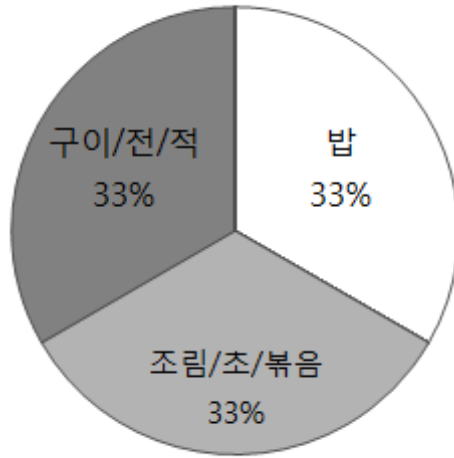
	테이블 수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개 이상	
빈도(개)	0	1	0	0	1
비중(%)	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

- 테이블 수는 10개~20개인 것으로 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 II-325〉 핀란드 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
밥	1	비빔밥
구이·전·적	1	불고기
조림·초·볶음	1	낙지볶음



〈그림 II-205〉 핀란드 한식당 주요 메뉴

- 메뉴는 밥류, 구이·전·적류, 조림·초·볶음류가 각각 1개(약 33%)로 조사됨
 - 비빔밥, 불고기, 닭지볶음 등을 판매함

□ 메뉴의 가격

〈표 II-326〉 핀란드 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(유로 €)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	19.50	28,451
조림·초·볶음	18.50	26,992
밥	15.50	22,615

*환율: 1€ = 1459원(2012년 01월 18일 기준)

- 밥의 가격이 15.50유로(약, 22,610원), 구이·전·적은 19.50유로(약, 28,451원), 조림·초·볶음의 가격은 18.50유로(약 26,992원)으로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-327〉 핀란드 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	1	0	0	1
비중(%)	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00

- 고객 비중은 약 40~60% 이상의 손님이 현지인인 것으로 드러남

27. 헝가리(Hungary)

□ 헝가리 내 한식당 현황 요약

- 헝가리 내의 한식당은 수도인 부다페스트(Budapest)에만 4개의 한식당이 위치하고 있음
- 상권을 기준으로 헝가리의 한식당을 조사해 보면, 2개의 한식당(50.00%)이 기타지역 상권에 위치 가장 많은 것으로 조사됨
 - 주변상권과 중심상권에는 각각 1개(25.00%)씩 한식당이 분포함
 - 헝가리의 한식당들은 미디어를 통해 노출된 적이 없음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며 2007년 이전에 3개가 설립된 것으로 조사되었음
- 좌석수가 80석~100석인 식당이 2곳으로 가장 많았으며, 100석 이상과 0석~20석인 식당은 각각 1곳으로 나타남
- 헝가리에서 가장 흔하게 판매되고 있는 메뉴는 구이·전·적 메뉴로 59%를 차지하는 것으로 조사되었으며 대표 메뉴로는 불고기, 갈비, 삼겹살 등이 있음
- 헝가리에서 가장 많이 취급되고 있는 메뉴는 구이·전·적으로 4군데의 식당에서 취급되고 있음
- 헝가리 한식당 메뉴 중 평균가격이 가장 높은 음식 메뉴는 회·편육으로 원화 평균 21,555원을 나타냈으며, 회·편육 메뉴에 속한 육회는 원화로 약 21,555원으로 단일메뉴 중 가장 고가 음식으로 조사됨
- 현지인 고객비중이 20%이하인 곳이 3곳 75%로 가장 비중이 높은 것으로 나타남

□ 지역별 한식당 분포

〈표 II-328〉 헝가리 지역별 한식당 분포

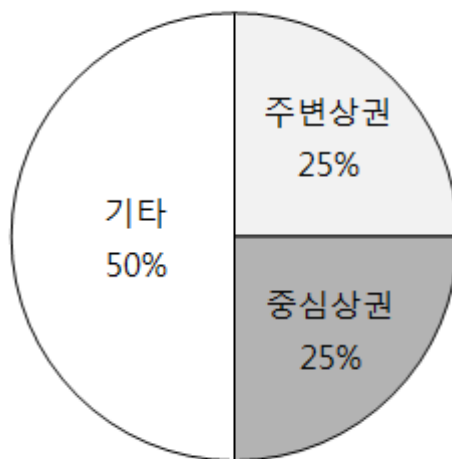
	지역구분		합계
	부다페스트	기타	
빈도(개)	4	0	4
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 헝가리에서는 수도인 부다페스트(Budapest)에 4개의 한식당이 위치함
 - 부다페스트 외 기타지역에서는 한식당이 조사되지 않음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 II-329〉 헝가리 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	1	2	4
비중(%)	25.00	25.00	50.00	100.00



〈그림 II-206〉 헝가리 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면, 주변상권과 중심상권에 각각 1개, 기타 지역에 2개의 한식당이 있는 것으로 분석됨

〈표 II-330〉 헝가리 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	4	4
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 한식당은 모두 비한인타운에 위치하는 것으로 나타남

□ 미디어 노출

〈표 II-331〉 헝가리 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	4	4
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 헝가리의 한식당은 미디어를 통해 노출된 적이 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 II-332〉 헝가리 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	헝가리	
빈도(개)	4	0	4
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 헝가리 한식당의 대표자 국적은 모두 한국임

〈표 II-333〉 헝가리 한식당 조리장 국적

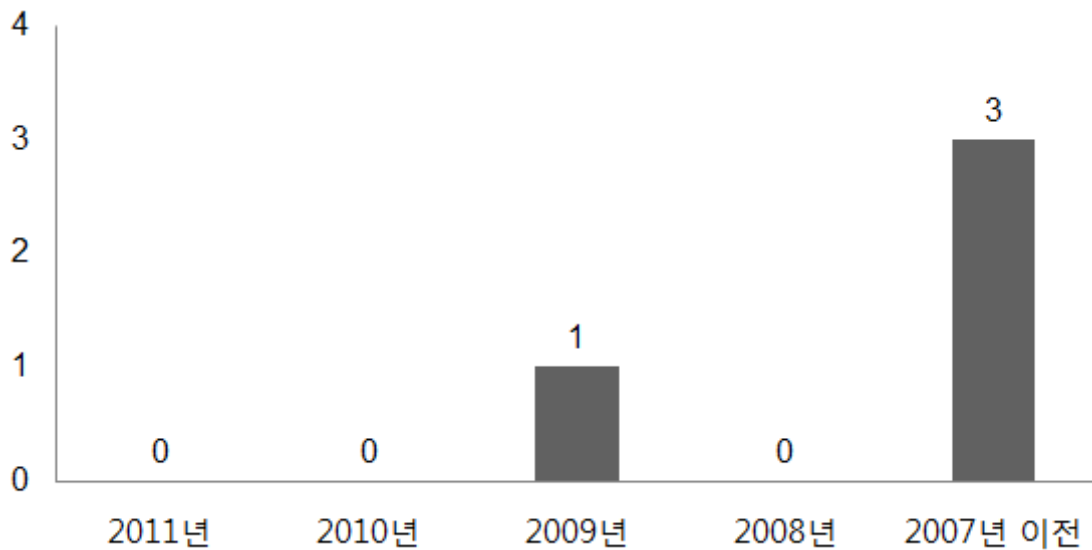
	조리장 국적		합계
	한국	헝가리	
빈도(개)	4	0	4
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 헝가리 한식당의 조리장 국적은 모두 한국임

□ 설립연도

〈표 II-334〉 헝가리 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	1	0	3	4
비중(%)	0.00	0.00	25.00	0.00	75.00	100.00



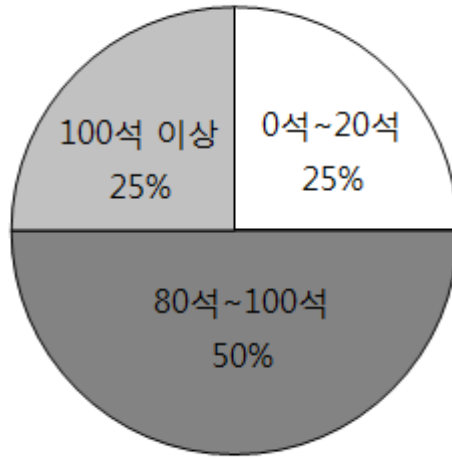
〈그림 II-207〉 헝가리 한식당 설립연도

- 헝가리 한식당의 설립연도는 대부분 2007년 이전으로 나타남
 - 2007년 이전에 3개 설립되었음
 - 2008년~2011년 기간 동안 2009년에 1개의 한식당이 설립되었을 뿐, 그 외에는 설립된 한식당이 없는 것으로 나타남

□ 식당의 규모

〈표 II-335〉 좌석수별 헝가리 한식당 규모

	좌석수						합계
	0석~20석	20석~40석	40석~60석	60석~80석	80석~100석	100석 이상	
빈도(개)	1	0	0	0	2	1	4
비중(%)	25.00	0.00	0.00	0.00	50.00	25.00	100.00

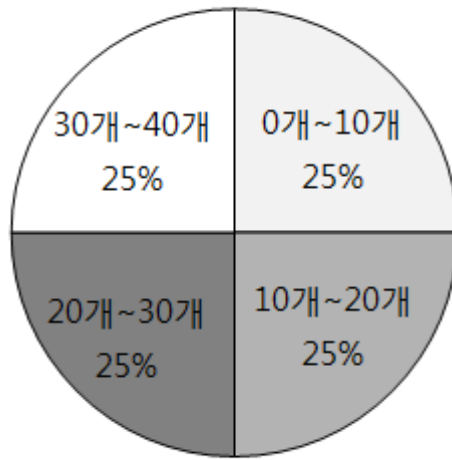


〈그림 II-208〉 좌석수별 헝가리 한식당 규모

- 좌석수는 대부분 80석 이상인 것으로 조사됨
- 좌석수 80석~100석인 식당이 2개로 가장 많았으며, 100석 이상과 0석~20석인 식당은 각각 1개 씩으로 나타남

〈표 II-336〉 테이블수별 헝가리 한식당 규모

	테이블 수				합계
	0개~10개	10개~20개	20개~30개	30개~40개	
빈도(개)	1	1	1	1	4
비중(%)	25.00	25.00	25.00	25.00	100.00



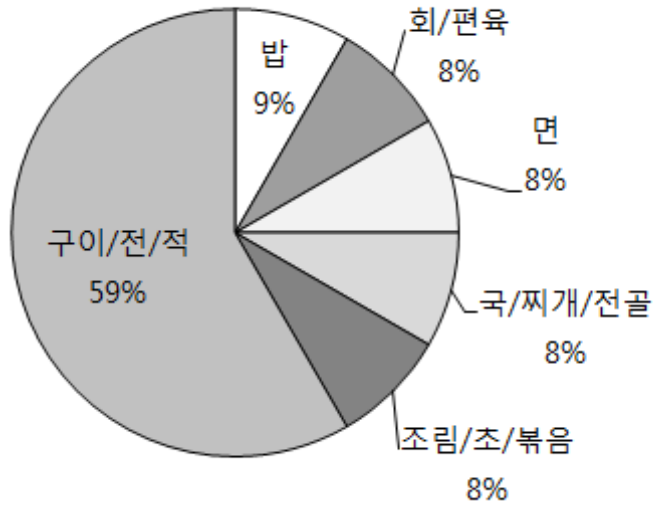
〈그림 II-209〉 테이블수별 헝가리 한식당 규모

- 테이블 수는 0개~10개, 10개~20개, 20개~30개, 30개~40개인 한식당이 각각 1개씩 동등하게 나타났음

□ 주요 메뉴

〈표 II-337〉 헝가리 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	4	불고기, 갈비, 삼겹살, 등심
국·찌개·전골	1	김치찌개
조림·초·볶음	1	떡볶이
회·편육	1	육회
밥	1	비빔밥
면	1	냉면



〈그림 II-210〉 헝가리 한식당 주요 메뉴

- 헝가리에서 가장 많이 취급되고 있는 메뉴는 구이·전·적류로서 4군데의 식당에서 판매되고 있음
- 구이·전·적류를 제외한 조림·초·볶음류, 국·찌개·전골류, 회·편육류, 밥류, 면류는 각각 1개의 식당에서 판매하고 있는 것으로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 II-338〉 헝가리 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(포린트 HUF)	평균가(원 ₩)
회·편육	4,500	21,555
구이·전·적	3,257	15,601
면	3,000	14,370
국·찌개·전골	2,600	12,454
밥	2,500	11,975

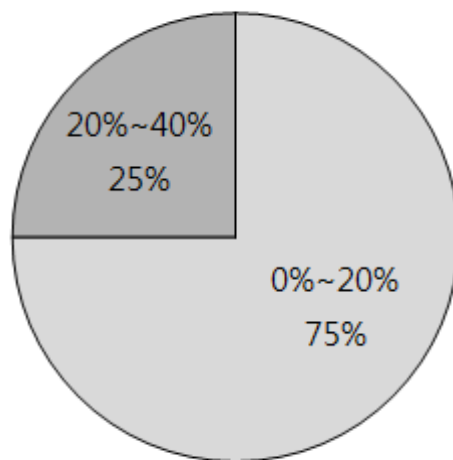
*환율: 1 HUF = 4.79원(2012년 01월 18일 기준)

- 평균가격이 가장 높은 음식 메뉴는 회·편육류로서 원화 평균 21,555원으로 나타났으며, 회·편육류에 속한 육회는 원화로 약 21,555원으로 단일메뉴 중 가장 고가 음식으로 조사됨
- 가장 저렴한 메뉴는 평균 원화 11,975원의 밥류였으며, 세부 메뉴는 비빔밥 등이 있는 것으로 조사됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 II-339〉 헝가리 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	3	1	0	0	0	4
비중(%)	75.00	25.00	0.00	0.00	0.00	100.00



〈그림 II-211〉 헝가리 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인들의 한식당 이용률은 비교적 낮은 것으로 조사됨
- 현지인 비율이 0%~20%인 업체가 3개, 20%~40%인 업체가 1개이며 모든 한식당의 현지인 고객 비율이 50%를 넘지 못하는 것으로 나타남



제 III 장 북중미 한식당 현황 조사

- 1) 과테말라
- 2) 도미니카공화국
- 3) 멕시코
- 4) 미국
- 5) 캐나다
- 6) 파나마

III. 북중미 한식당 현황 조사

1. 과테말라(Guatemala)

□ 과테말라 내 한식당 현황 요약

- 과테말라 내의 한식당은 수도인 과테말라시티(Guatemala City)에만 13곳의 한식당이 있는 것으로 조사되었으며 주변상권에 11곳, 중심상권에 2곳이 위치해있음
 - 한인타운에 8곳(62%)의 한식당이 분포하며, 미디어에 노출된 적은 없음
- 한식당 전체 13곳 중 12곳의 대표자가 한국 국적을 가지고 있으며 전체 한식당 조리장 13명 중 10명이 한국 국적인 것으로 조사됨
- 설립연도의 경우 2007년 이전에 설립된 한식당이 11곳으로 많으며 2009년과 2011년에 설립된 한식당이 각각 1곳으로 나타남
- 좌석 수는 100석 이하가 13개 중 8개로 대부분을 이루고 있는 것으로 조사되었음
 - 0석~50석 좌석수를 가진 한식당과 50석~100석 이하의 좌석을 가진 한식당은 각각 4개 30.77%로 동일하게 나타남
 - 테이블 수가 20개 이하인 한식당은 7개(54%), 20개~50개인 한식당은 6개(46%)로 나타남
- 과테말라 한식당들의 주요 메뉴는 국·찌개·전골이 33.00%로 가장 높은 비중을 차지하며 대표적인 메뉴로는 김치찌개, 순대국, 감자탕, 육개장 등이 있음
 - 그 뒤를 구이·전·적이 26%, 회·편육이 21%, 찜·선이 15%, 면과 기타메뉴인 통닭이 각각 3%씩으로 조사되었음
- 한식당의 메뉴 중 찜·선이 평균 35,525원으로 가장 비싼 것으로 조사되었으며 그 뒤를 회·편육 평균 28,940원, 국·찌개·전골 22,163원, 국, 전, 적 12,201원으로 나타남

□ 지역별 한식당 분포

〈표 III-1〉 과테말라 지역별 한식당 분포

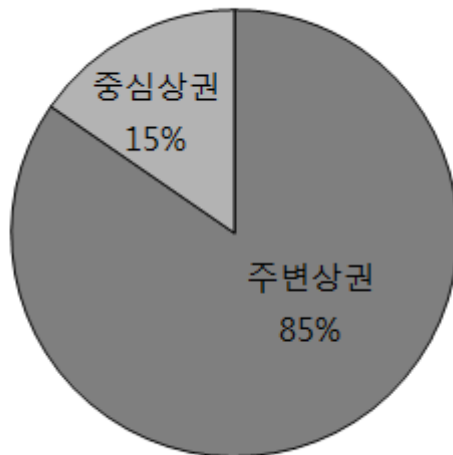
	지역구분		합계
	과테말라시티	기타	
빈도(개)	13	0	13
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 과테말라는 수도인 과테말라시티(Guatemala City)에 13개의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 다른 지역에는 한식당이 없는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 III-2〉 과테말라 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	11	2	0	13
비중(%)	85.00	15.00	0.00	100.00

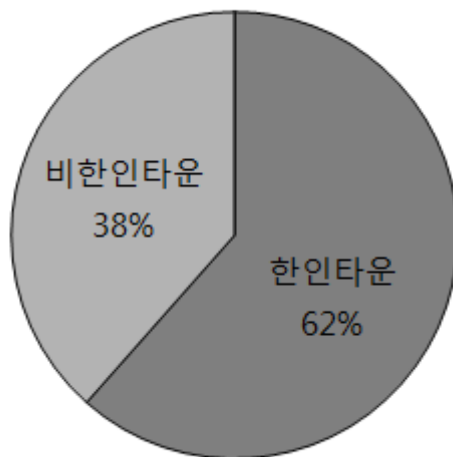


〈그림 III-1〉 과테말라 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면, 주변상권에 대다수의 한식당이 집중되어 있음
 - 전체 13개 중에서 11개(약 85%)가 주변상권에 위치함
 - 그 외 중심상권에는 2개(약 15%)의 한식당이 위치해 있음

〈표 III-3〉 과테말라 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	8	5	13
비중(%)	62.00	38.00	100.00



〈그림 III-2〉 과테말라 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면, 한인타운에 약 8개(약 62%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 비한인타운에는 5개(약 38%)의 한식당이 분포함

□ 미디어 노출

〈표 III-4〉 과테말라 한식당 노출 미디어 종류

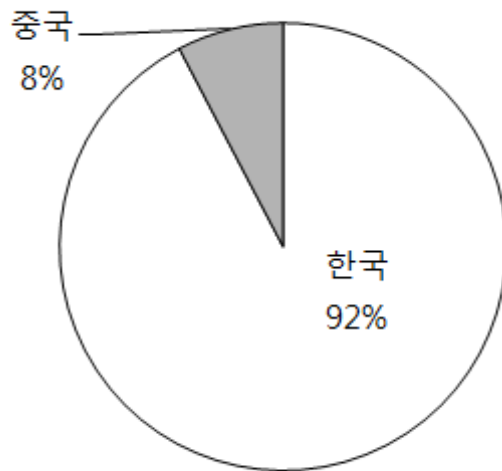
	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	13	13
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 방송매체에 노출된 한식당은 한 곳도 없는 것으로 나타남

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 III-5〉 과테말라 한식당 대표자 국적

	대표자 국적			합계
	한국	중국	과테말라	
빈도(개)	12	1	0	13
비중(%)	92.00	8.00	0.00	100.00

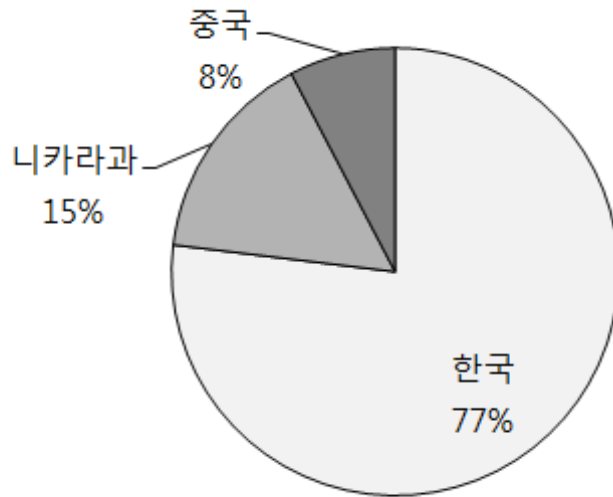


〈그림 III-3〉 과테말라 한식당 대표자 국적

- 한식당의 대표자는 대부분 한국 국적을 가지고 있음
 - 전체 13개 중 12개(약 92%)의 대표자가 한국 국적을 가짐
 - 그 이외에 중국 대표자가 1명(약 8%) 있음

〈표 III-6〉 과테말라 한식당 조리장 국적

	조리장 국적				합계
	한국	니카라과	중국	과테말라	
빈도(개)	10	2	1	0	13
비중(%)	77.00	15.00	8.00	0.00	100.00



〈그림 III-4〉 과테말라 한식당 조리장 국적

- 한식당의 조리장은 대부분 한국국적을 지니고 있음
 - 전체 한식당 조리장 13명 중 10명(약 77%)이 한국 국적임
 - 니카라과 국적의 조리장을 가진 한식당이 2개(약 15%), 중국 국적의 조리장이 있는 한식당이 1개(약 8%)로 나타남
 - 현지인 조리장은 한명도 없는 것으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 III-7〉 과테말라 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	1	0	1	0	11	13
비중(%)	7.69	0.00	7.69	0.00	84.62	100.00



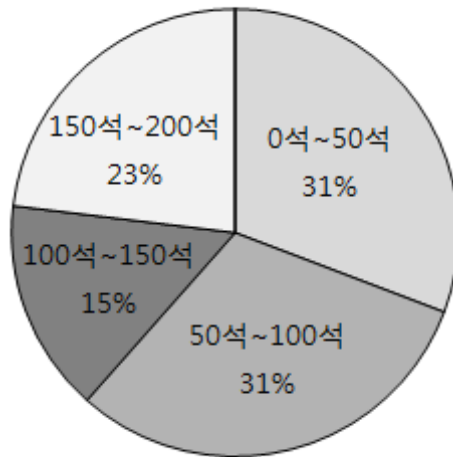
〈그림 III-5〉 과테말라 한식당 설립연도

- 과테말라 한식당의 설립연도를 살펴보면 2007년 이전이 11개(약 85%)로 가장 많이 나타남
- 2009년과 2011년에는 각각 1개의 한식당이 설립됨

□ 식당의 규모

〈표 III-8〉 좌석수별 과테말라 한식당 규모

	좌석수				합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	
빈도(개)	4	4	2	3	13
비중(%)	30.77	30.77	15.38	23.08	100.00

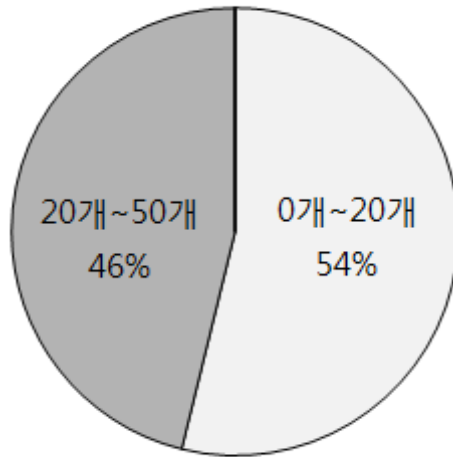


〈그림 III-6〉 좌석수별 과테말라 한식당 규모

- 한식당의 좌석 수는 100석 이하가 13개 중 8개(약 62%)로 대부분을 이루고 있는 것으로 조사됨
- 0석~50석 좌석수를 가진 한식당과 50석~100석 이하의 좌석을 가진 한식당은 각각 4개(약 31%)로 동일하게 나타남
- 그 뒤를 이어 150석~200석 규모의 식당이 3개(약 23%), 100석~150석 규모인 식당이 2개(약 15%)로 나타남

〈표 III-9〉 테이블수별 과테말라 한식당 규모

	테이블수				합계
	0~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	7	6	0	0	13
비중(%)	54.00	46.00	0.00	0.00	100.00



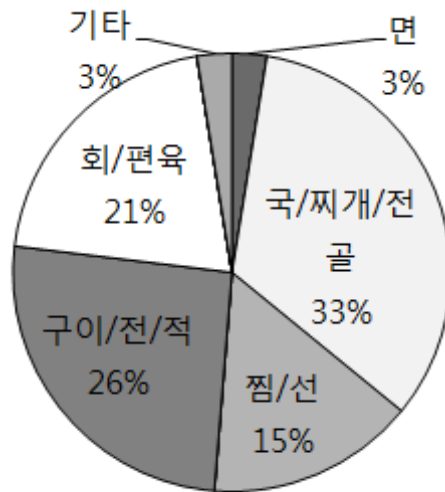
〈그림 III-7〉 테이블수별 과테말라 한식당 규모

- 한식당 13개 모두 테이블 50개 이하 규모의 식당으로 나타남
 - 테이블 수가 20개 이하인 한식당은 7개(약 54%), 20개~50개인 한식당은 6개(약 46%)로 나타남
 - 테이블 수가 51개 이상인 한식당은 한 곳도 없는 것으로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 III-10〉 과테말라 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	11	김치찌개, 순대국, 감자탕, 육개장, 영양탕, 매운탕, 오리탕, 전골
구이·전·적	9	갈비, 삼겹살, 불고기, 오리 주물럭
회·편육	7	활어회, 보쌈, 족발
찜·선	6	오아귀찜, 갈비찜, 해물찜, 안동찜닭
면	1	냉면
기타	1	통닭



〈그림 III-8〉 과테말라 한식당 주요 메뉴

- 과테말라 한식당의 주요 메뉴는 국·찌개·전골류가 약 33%로 가장 높은 비중을 차지함
 - 대표적인 메뉴로는 김치찌개, 순대국, 감자탕, 육개장 등이 있음
 - 그 밖에, 구이·전·적류 약 26%, 회·편육류 약 21%, 찜·선류 약 15%, 면류, 기타메뉴가 각각 약 3%의 순서로 나타났음

□ 메뉴의 가격

〈표 III-11〉 과테말라 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(케찰 GTQ)	평균가(원 ₩)
찜·선	241.67	35,525
회·편육	196.88	28,940
국·찌개·전골	150.77	22,163
구이·전·적	83.00	12,201
면	60.00	8,820

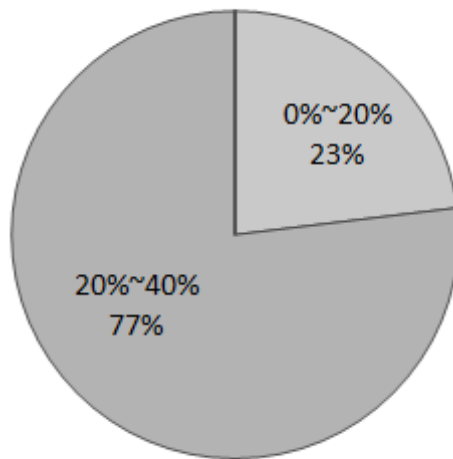
*환율: 1 GTQ = 147원(2012년 01월 18일 기준)

- 과테말라 한식당의 메뉴 중 찜·선류가 평균 35,525원으로 가장 비싼 것으로 조사됨
 - 그 밖에 메뉴는, 회·편육류 평균 28,940원, 국·찌개·전골류 22,163원, 국이·전·적류 12,201원의 순서로 나타남
 - 가장 저렴한 메뉴는 면류이며 평균 8,820원으로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 III-12〉 과테말라 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	3	10	0	0	0	13
비중(%)	23.08	76.92	0.00	0.00	0.00	100.00



〈그림 III-9〉 과테말라 한식당 현지인 고객 비중

- 과테말라의 한식당들은 현지인 고객 비율이 모두 50% 이하로 나타남
 - 현지인 고객 비율이 0%~20%인 업체는 3개(약 23%), 20%~40%는 10개(약 77%)로 나타남
 - 과테말라의 한식당들은 모두 현지인의 비율이 50%를 넘지 않아, 대부분 한국인이 이용하는 것으로 나타남

2. 도미니카 공화국(Dominican Republic)

□ 도미니카 공화국 내 한식당 현황 요약

- 도미니카 공화국 내 한식당은 수도인 산토도밍고(Santo domingo)에만 3곳이 있는 것으로 조사되었으며 3곳 모두 중심상권에 위치해있음
 - 만나식당(Manna), 서울가든(Seoul Garden), 북(Korean Restaurant Buk) 으로 조사되었으며, 이중 2곳이 방송매체를 통해 노출된바 있음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2곳이 2007년 이전이며, 2011년도에 설립된 곳이 1곳 있음
- 도미니카 공화국 한식당의 좌석 수는 50석~100석이 전체 3개 중 2개 67.67% 가장 많은 것으로 조사됨
- 도미니카 공화국 한식당에서 가장 많이 판매하는 메뉴는 국·찌개·전골 34.00%로 조사되었으며 대표적인 메뉴로는 김치찌개, 순두부찌개 등이 있는 것으로 조사되었음
 - 구이·전·적과 밥은 22.00%로 그 뒤를 이었는데 불고기와 비빔밥을 판매하는 것으로 조사됨
- 도미니카 공화국 한식당의 조림·초·볶음이 평균 18,923원으로 가장 높은 가격대를 보임
 - 기타 메뉴의 캘리포니아 롤이 12,916원으로 그 뒤를 이음
- 현지인 고객 비중이 80%~100%인 한식당은 67%, 40%~60%인 한식당은 1곳인 것으로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 III-13〉 도미니카 공화국 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	산토도밍고	기타	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 도미니카 공화국은 수도 산토도밍고(Santo domingo)에 만나식당(Manna), 서울가든(Seoul Garden), 북(Korean Restaurant Buk) 등 3개의 한식당이 조사되었음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 III-14〉 도미니카 공화국 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	0	3	0	3
비중(%)	0.00	100.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 3개의 한식당은 모두 중심상권에 위치함

〈표 III-15〉 도미니카 공화국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

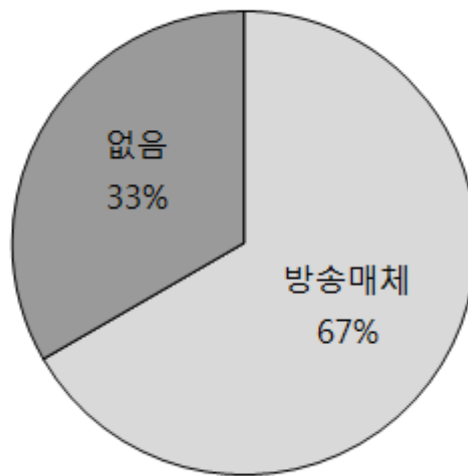
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	3	3
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 3개의 한식당 모두 비한인타운에 위치하여 있음

□ 미디어 노출

〈표 III-16〉 도미니카 공화국 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	2	0	1	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	66.67	0.00	33.33	100.00



〈그림 III-10〉 도미니카 공화국 한식당 노출 미디어 종류

- 3개 업체 중 2개 업체가 미디어에 노출되었으며, 2개 업체 모두 방송매체를 통해 노출됨

〈표 III-17〉 도미니카 공화국 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	1	0	1
2010년	0	0	0	0	0	0	0
2009년	0	0	0	0	0	0	0
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	0	0	1	0	1
합계	0	0	0	0	2	0	2



〈그림 III-11〉 도미니카 공화국 한식당 미디어 노출 연도

- 2007년 이전과 2011년에 각각 1번씩 미디어에 노출됨
- 전체적으로 도미니카 공화국에서 한식당의 미디어 노출이 저조함
 - 2007년 이전 1건과 2011년 1건을 제외하면 미디어에 노출된 바 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 III-18〉 도미니카 공화국 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	도미니카 공화국	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 도미니카 공화국 한식당의 대표자 3명은 모두 한국 국적을 가지고 있음

〈표 III-19〉 도미니카 공화국 한식당 조리장 국적

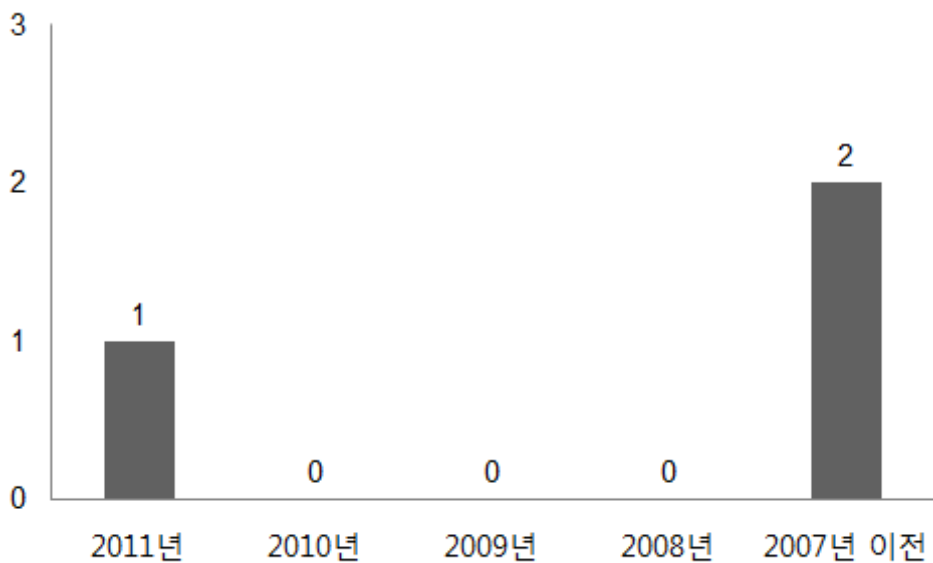
	조리장 국적		합계
	한국	도미니카 공화국	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 도미니카 공화국 한식당의 조리장은 3명은 모두 한국국적을 가지고 있음

□ 설립연도

〈표 III-20〉 도미니카 공화국 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	1	0	0	0	2	3
비중(%)	33.33	0.00	0.00	0.00	66.67	100.00



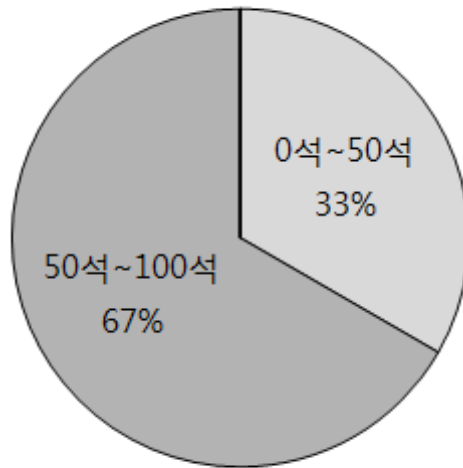
〈그림 III-12〉 도미니카 공화국 한식당 설립연도

- 한식당 3개 중에서 2개 업체는 2007년 이전에 설립되었으며, 나머지 1개 업체는 2011년에 설립된 한식당임

□ 식당의 규모

〈표 III-21〉 좌석수별 도미니카 공화국 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	1	2	0	0	0	3
비중(%)	33.33	67.67	0.00	0.00	0.00	100.00

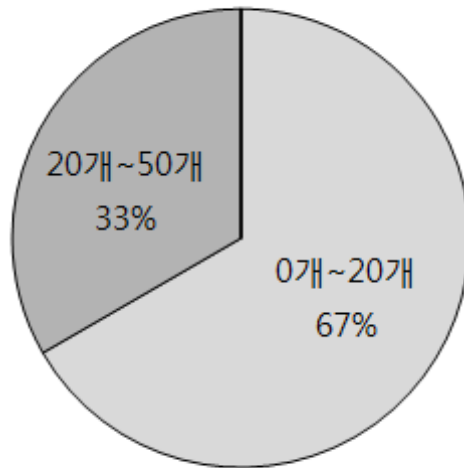


〈그림 III-13〉 좌석수별 도미니카 공화국 한식당 규모

- 좌석 수는 50석~100석 규모가 전체 3개 업체 중에서 2개 업체였으며, 나머지 1개 업체는 50석 이하의 좌석수를 가짐

〈표 III-22〉 테이블수별 도미니카 공화국 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	2	1	0	0	3
비중(%)	66.67	33.33	0.00	0.00	100.00



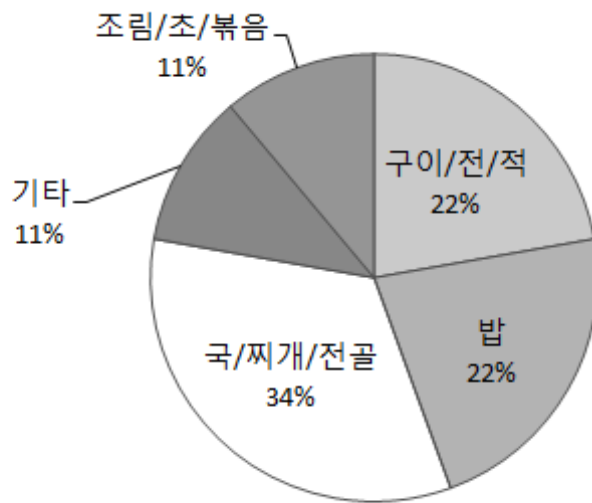
〈그림 III-14〉 테이블수별 도미니카 공화국 한식당 규모

- 3개의 한식당은 모두 테이블 수 50개 이하 규모의 식당임
- 그 중, 테이블 수 0개~20개의 업체가 2개 있었음

□ 주요 메뉴

〈표 III-23〉 도미니카 공화국 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	2	김치찌개, 순두부찌개, 불고기전골
구이·전·적	2	불고기
밥	2	비빔밥
조림·초·볶음	1	해산물볶음
기타	1	캘리포니아 롤



〈그림 III-15〉 도미니카 공화국 한식당 주요 메뉴

- 가장 많이 판매하는 메뉴는 국·찌개·전골류(약 34%)로 조사됨
 - 대표적인 메뉴는 김치찌개, 순두부찌개 등이 있음
 - 구이·전·적류와 밥류는 약 22%로 나타났으며, 불고기와 비빔밥을 판매함
- 기타메뉴에는 캘리포니아 롤이 있었음

□ 메뉴의 가격

〈표 III-24〉 도미니카 공화국 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(페소 DOP)	평균가(원 ₩)
조림·초·볶음	644.74	18,923
기타	440.07	12,916
구이·전·적	433.83	12,733
국·찌개·전골	426.34	12,513
밥	334.04	9,804

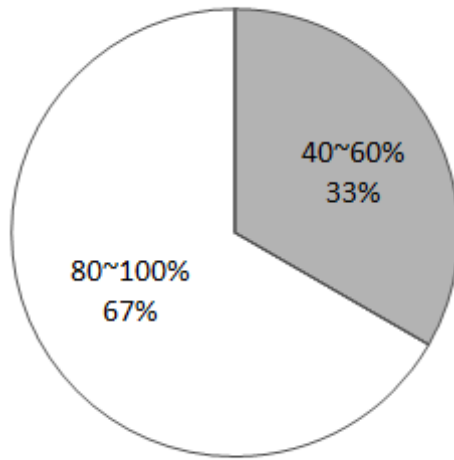
*환율: 1 DOP = 29.35원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중 가장 비싼 메뉴는 평균 18,923원의 조림·초·볶음류로 조사됨
 - 기타 메뉴의 캘리포니아 롤이 12,916원으로 그 뒤를 이음
 - 가장 저렴한 메뉴는 밥 메뉴의 비빔밥으로 평균 9,804원임

□ 현지인 고객 비중

〈표 III-25〉 도미니카 공화국 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	1	0	2	3
비중(%)	0.00	0.00	33.33	0.00	66.66	100.00



〈그림 III-16〉 도미니카 공화국 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당의 현지인 비율은 비교적 높은 것으로 나타남
 - 현지인 고객 비율이 80%~100%인 업체가 2개, 40%~60%인 업체가 1개 조사됨

3. 멕시코(Mexico)

□ 멕시코 내 한식당 현황 요약

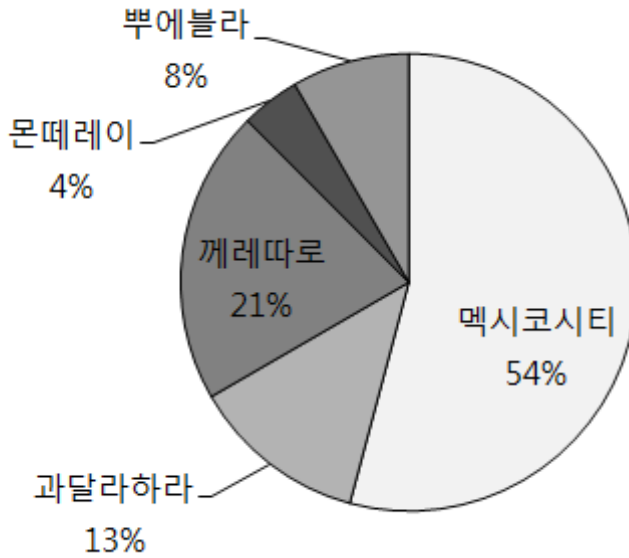
- 멕시코 내의 한식당은 총 25곳으로, 수도인 멕시코시티(Mexico City)에 15곳의 한식당이 위치해있으며 퀘레타로(Queretaro)는 멕시코시티의 인근지역으로, 사실상 수도권에 한국식당의 약 76%가 집중되어 있음
 - 중심상권에 24곳이 주변상권에 1곳이 위치해 있음
 - 한인타운에 18곳, 비한인타운에는 7곳의 한식당이 분포해 있음
- 방송매체에 노출된 한식당은 총 7곳으로 문화교육방송인 까날 11(Canal 11)에 5개, 까날 28(Canal 28)에 1개, 우뎀 라디오(Udem Radio)에 1개 순으로 노출됨
 - 그 뒤를 이어 유력일간지가 1개 약 4.00%로 뒤를 이음
- 한식당의 대표자 25명 중 25명(100%)이 한국 국적을 가지고 있으며 24명의 조리장이 한국 국적인 것으로 조사되었음
- 설립연도를 살펴보면 2007년 이전이 11곳(44.00%)으로 가장 많으며 2008년과 2011년에 5곳, 2010년 3곳 순으로 나타남
- 좌석 수는 100석 이하가 18개, 전체의 72%를 차지하는 것으로 분석됨
 - 0석~50석의 좌석 수를 가진 한식당과 50석~100석 좌석수를 가진 한식당은 각각 9개 36.00%로 동일하게 나타남
- 멕시코 한식당들의 주요 메뉴는 국·찌개·전골이 33.00%로 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났으며 대표메뉴로는 김치찌개, 순대국, 감자탕, 육개장 등이 있음
 - 구이·전·적이 26%, 화·편육이 21%, 찜·선이 15%의 순서로 나타났음
- 주요 메뉴 중 찜·선이 평균 16,433원으로 가장 가격대가 높은 것으로 조사됨

- 조림·초·볶음이 평균 14,875원, 구이·전·적이 13,298원, 국·찌개·전골이 11,596원, 오븐구이, 짬뽕, 간pong기 등을 포함한 기타메뉴가 11,103원으로 나타남
- 현지인 고객 비중이 20%~40%인 곳이 9곳(36%)으로 대다수를 차지하며 20%이하인 식당이 8곳, 32%, 40%~60% 4곳, 60%~80% 3곳, 80%~100% 1곳 순으로 나타남

□ 지역별 한식당 분포

〈표 III-26〉 멕시코 지역별 한식당 분포

	지역구분					합계
	멕시코시티	과달라하라	퀘레타로	몬테레이	뿌에블라	
빈도(개)	15	3	4	1	2	25
비중(%)	60.00	12.00	16.00	4.00	8.00	100.00



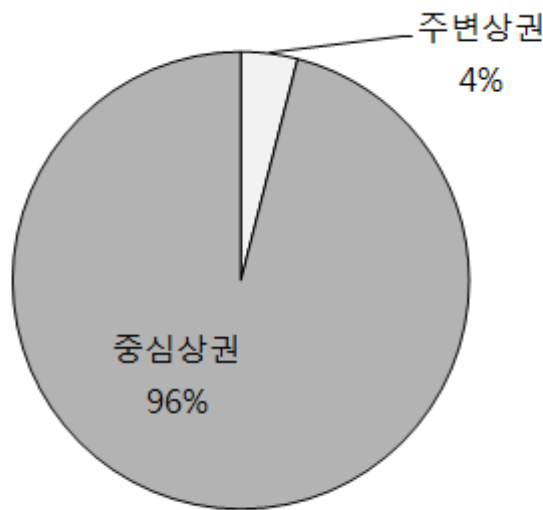
〈그림 III-17〉 멕시코 지역별 한식당 분포

- 지역별 한식당 분포를 살펴보면, 수도인 멕시코시티(Mexico City)에 15개(약 60%)의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타남
- 두 번째로 많은 한국식당이 분포한 퀘레타로(Queretaro)는 수도인 멕시코시티의 인근지역으로서 사실상 수도권에 한국식당의 약 76%가 집중되어 있음.
- 과달라하라(Guadalajara) 3개(약 12%), 뿌에블라(Puebla) 2개(약 8%), 몬테레이(Monterrey) 1개(약 4%)로 나타남

□ 상권별 한식당 분포

〈표 III-27〉 멕시코 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준		합계
	중심상권	주변상권	
빈도(개)	24	1	25
비중(%)	96.00	4.00	100.00

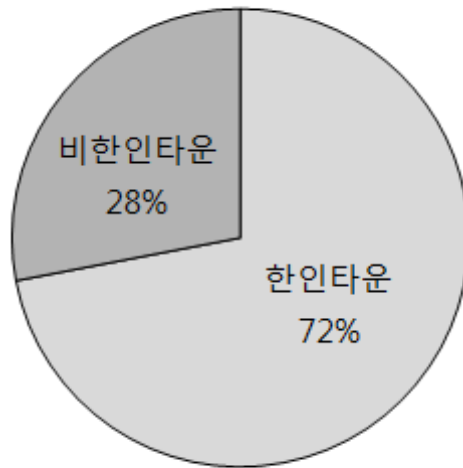


〈그림 III-18〉 멕시코 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면, 대부분의 한식당이 중심상권에 분포함
- 중심상권에 속한 한식당은 전체 25개 중 24개(약 96%), 주변상권에 속한 한식당은 1개(약 4%)로 나타남

〈표 III-28〉 멕시코 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	18	7	25
비중(%)	72.00	28.00	100.00



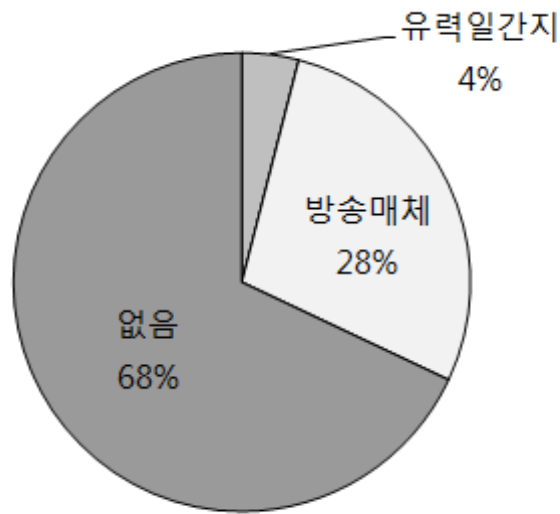
〈그림 III-19〉 멕시코 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면, 한인타운에 18개(약 72%), 비한인타운에 7개(약 28%)의 한식당이 분포함

□ 미디어 노출

〈표 III-29〉 멕시코 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	1	0	7	0	17	25
비중(%)	0.00	0.00	4.00	0.00	28.00	0.00	68.00	100.00

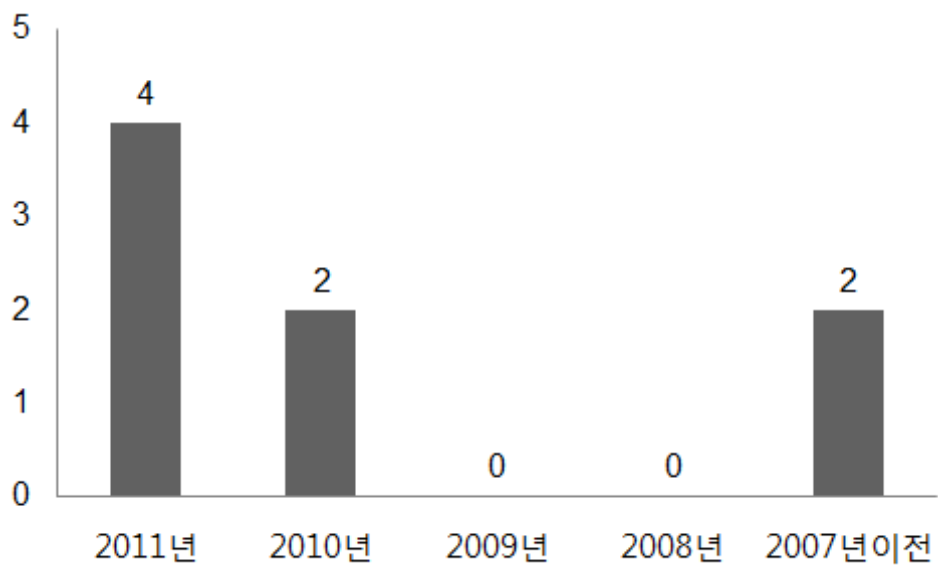


〈그림 III-20〉 멕시코 한식당 노출 미디어 종류

- 방송매체에 노출된 한식당은 총 7개(약 28%)로 가장 높은 비율을 나타냄
 - 문화교육방송인 까날 11(Canal 11)에 5개, 까날 28(Canal 28)에 1개, 우템라디오(Udem Radio)에 1개 순서로 노출됨
 - 유력일간지에 노출된 한식당은 1개임
- 총 25개의 한식당 중 17개(약 68%)의 한식당은 미디어에 노출된 경험이 없음

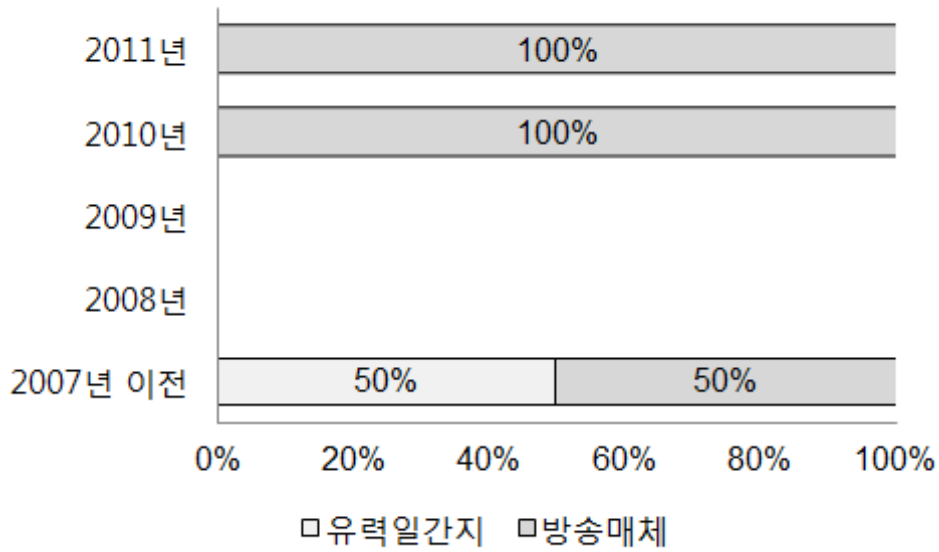
〈표 III-30〉 멕시코 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	4	0	4
2010년	0	0	0	0	2	0	2
2009년	0	0	0	0	0	0	0
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	1	0	1	0	2
합계	0	0	1	0	7	0	8



〈그림 III-21〉 멕시코 한식당 미디어 노출 연도

- 2011년에 가장 많은 한식당이 미디어에 노출됨
- 전체 8개 업체 중에서 4개의 업체가 미디어에 노출되었음



〈그림 III-22〉 멕시코 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 2007년 이전에 노출된 미디어는 방송매체와 유력일간지가 50:50으로 동등하게 조사됨

□ 대표자 및 조리장의 국적

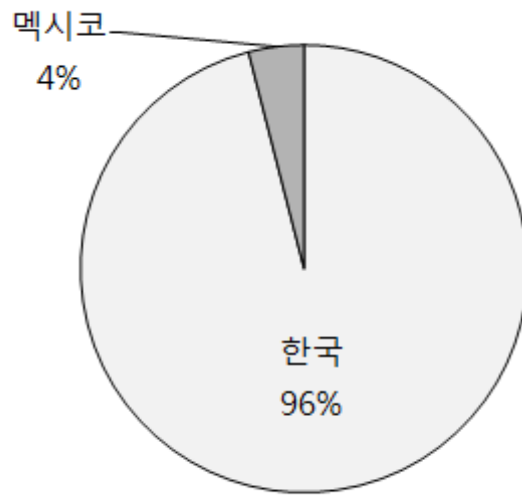
〈표 III-31〉 멕시코 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	멕시코	
빈도(개)	25	0	25
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당 25개 업체의 대표자는 모두 한국국적임

〈표 III-32〉 멕시코 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	멕시코	
빈도(개)	24	1	25
비중(%)	96.00	4.00	100.00



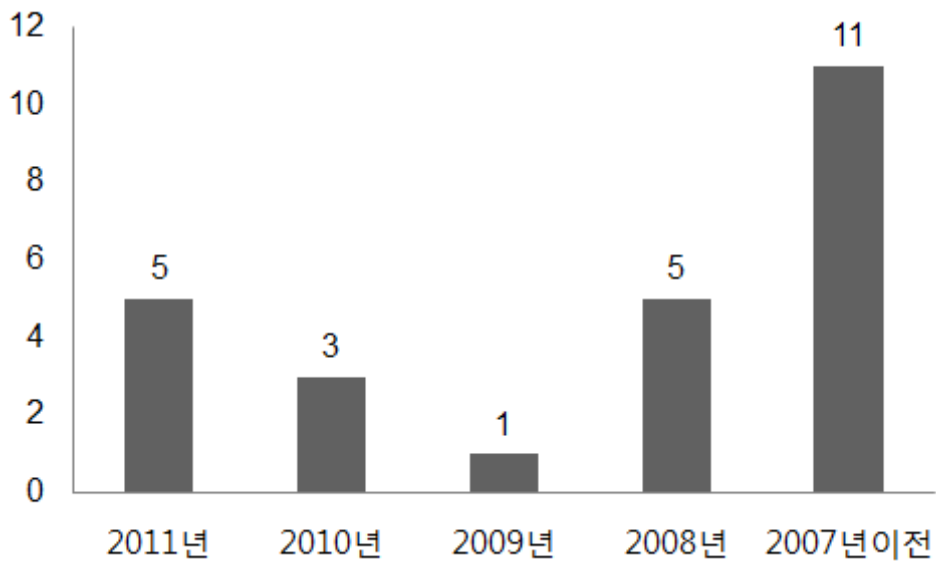
〈그림 III-23〉 멕시코 한식당 조리장 국적

- 한식당의 조리장은 대부분 한국 국적을 가지고 있음
- 전체 한식당 25개 중에서 24개의 한식당은 조리장이 한국 국적이며, 나머지 1개 업체의 조리장은 멕시코 국적으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 III-33〉 멕시코 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	5	3	1	5	11	25
비중(%)	20.00	12.00	4.00	20.00	44.00	100.00



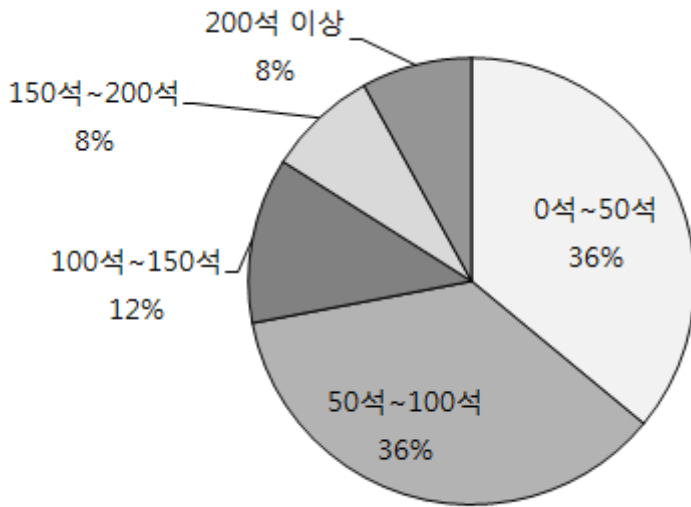
〈그림 III-24〉 멕시코 한식당 설립연도

- 2007년 이전 11개(약 44%)의 한식당이 설립되었음
- 2008년과 2011년에는 5개, 2010년 3개, 2009년 1개의 업체가 설립되었음
- 2008년~2011년 기간 동안 연평균 4개의 업체가 새로 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 III-34〉 좌석수별 멕시코 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	9	9	3	2	2	25
비중(%)	36.00	36.00	12.00	8.00	8.00	100.00

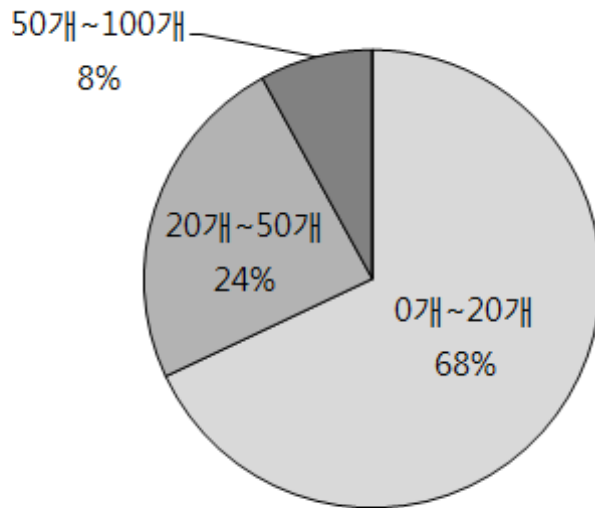


〈그림 III-25〉 좌석수별 멕시코 한식당 규모

- 좌석 수는 100석 이하가 18개로서 전체의 약 72%를 차지함
 - 0석~50석의 좌석 수를 가진 한식당과 50석~100석 좌석수를 가진 한식당은 각각 9개(약 36%)로 동일하게 나타남
 - 그 외에 100석~150석 식당이 3개(약 12%), 150석~200석 식당이 2개(약 8%) 로 나타남
- 200석 이상 대형규모의 식당이 2개 분포함
 - 좌석 수가 약 260석인 식당과 400석인 식당이 있는 것으로 조사됨

〈표 III-35〉 테이블수별 멕시코 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	17	6	2	0	25
비중(%)	68.00	24.00	8.00	0.00	100.00



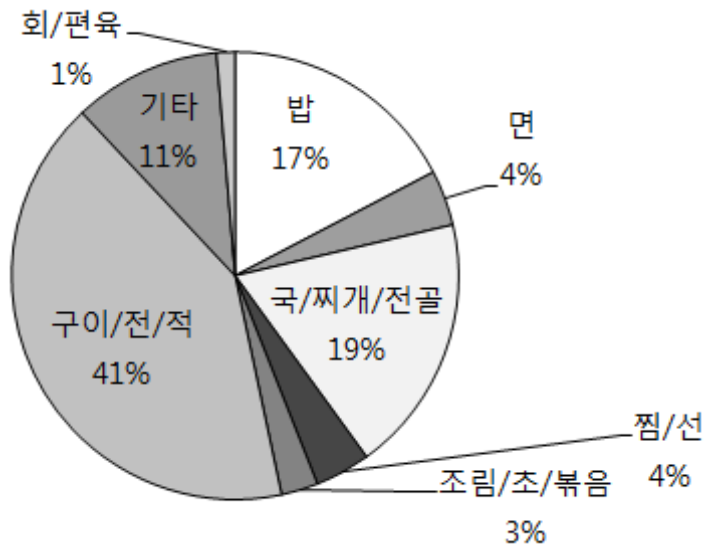
〈그림 III-26〉 테이블수별 멕시코 한식당 규모

- 테이블 수는 20개 이하 규모의 식당이 대부분임
 - 20개 이하의 테이블을 지닌 한식당은 전체 25개 중 17개로(약 68%)의 비율을 나타냄
 - 그 밖에, 20개~50개 업체가 6개(약 24%), 50개~100개 업체가 2개(약 8%)로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 III-36〉 멕시코 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	12	김치찌개, 순대국, 육개장, 설렁탕, 순두부찌개, 된장찌개, 해물탕, 알탕, 해물전골
밥	10	돌솥비빔밥, 비빔밥, 김밥 따로국밥, 김치볶음밥, 불고기덮밥, 한정식, 한정식 뷔페
구이·전·적	9	불고기, 오삼 불고기, 갈비, 삼겹살, 닭갈비, 떡갈비, 껌데기구이, 모듬구이
기타	6	오리엔탈 뷔페, 오븐구이, 스시, 돈까스, 새우 간pong기, 쟁반짜장, 짬뽕, 통닭
면	3	냉면
찜·선	2	아귀찜, 제육볶음, 계란찜, 해물찜
조림·초·볶음	2	떡볶이
회·편육	1	활어회



〈그림 III-27〉 멕시코 한식당 주요 메뉴

- 메뉴 중에서 국·찌개·전골류가 약 33%로 가장 높은 비중을 차지함
 - 대표적인 메뉴는 김치찌개, 순대국, 감자탕, 육개장 등이 있음
 - 그 밖에, 구이·전·적류가 약 26%, 회·편육류가 약 21%, 찜·선류가 약 15%, 면류와 기타가 각각 약 3%씩으로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 III-37〉 멕시코 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(페소 MXN)	평균가(원 ₩)
찜·선	193	16,433
조림·초·볶음	175	14,875
구이·전·적	156	13,298
국·찌개·전골	136	11,596
기타	131	11,103

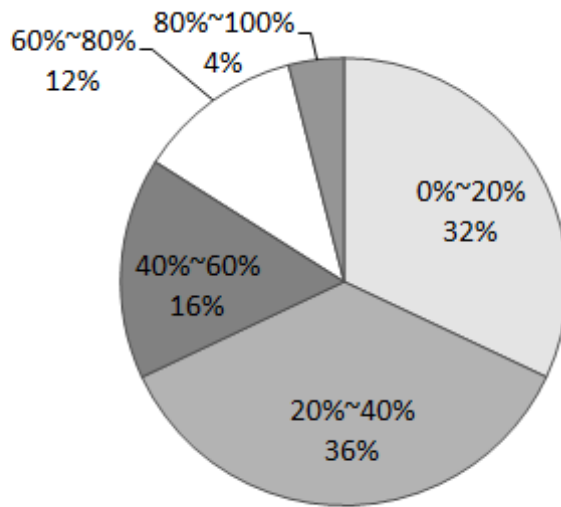
*환율: 1 MXN = 85.17원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중 찜·선류가 평균 16,433원으로 가장 비싼 것으로 조사됨
- 그 밖에, 조림·초·볶음류가 평균 14,875원, 구이·전·적류가 13,298원, 국·찌개·전골류가 11,596원, 오븐구이, 찜빵, 간풍기 등을 포함한 기타메뉴가 11,103원으로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 III-38〉 멕시코 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	8	9	4	3	1	25
비중(%)	32.00	36.00	16.00	12.00	4.00	100.00



〈그림 III-28〉 멕시코 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객 비율이 0%~40%인 한식당이 17개(약 68%)로서 대다수를 차지함
 - 그 밖에, 현지인 고객 비율이 40%~60%인 한식당은 4개(약 16%), 60%~80%는 3개(약 12%), 80%~100% 1개(약 4%) 순으로 나타남
- 현지인보다 고객 비율이 60%~80%인 한식당은 4개(약 16%)로서 현지인 고객 비율보다 한국인 고객 비율이 현저히 높은 것으로 나타났음

4. 미국(United States of America)

□ 미국 내 한식당 현황 요약

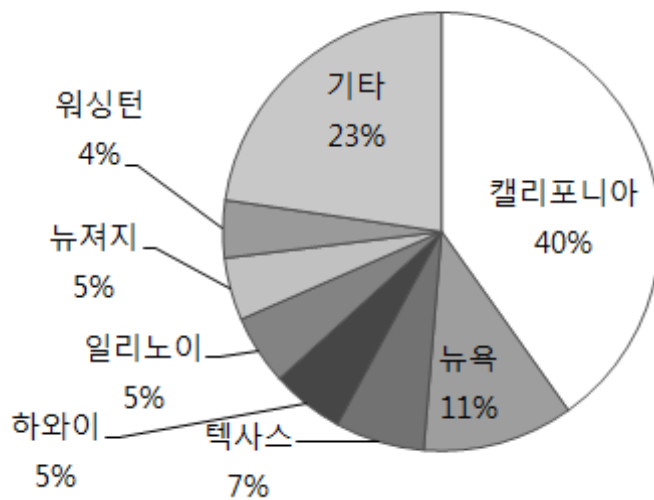
- 미국 내 한식당을 50개 이상의 한식당이 있는 주(州)를 기준으로 살펴보면 캘리포니아(California)에 433개 40%의 가장 많은 한식당이 분포해 있으며, 뉴욕(New York) 145개(11.15%), 텍사스(Texas) 86개(6.62%) 하와이(Hawaii) 70개(5.38%), 일리노이(Illinois) 67개(5.15%), 뉴저지(New Jersey) 60개(4.62%), 워싱턴(Washington) 55개(4.23%)로서 뒤를 따름
- 상권을 기준으로 미국 한식당 소재지 분포를 살펴보면, 중심상권에 704개, 약 54%의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타남
 - 주변상권에는 490개(약 38%)의 한식당이 분포하고 있음
 - 그 외 주변상권이나, 중심상권으로 분류되지 않는 기타 지역에 106개, 약 8%의 한식당이 분포하고 있음
- 한인타운에는 608개, 약 51%의 한식당이 분포하고 있는 것으로 나타났으며 비한인타운에는 591개, 약 49%의 한식당이 분포하고 있는 것으로 나타남
- 미디어에 노출된 한식당은 총 915개로 약 73.38%를 차지하고 있음
 - 유력웹사이트에 노출된 한식당은 미디어 종류 중 가장 많은 467개로서 약 35.92%를 차지하였으며 뉴욕타임즈(The New York Times)와 같은 유력일간지에 노출된 한식당은 두 번째로 많은 332개이며, 약 25.54%를 차지함
 - 그 외, ZAGAT, 유력전문지, 방송매체, 미슐랭가이드(Michelin Guide) 순서로 미디어에 노출되었음
- 미디어 노출 년도를 알 수 있는 355개의 한식당 중 211개, 약 57%에 해당되는 한식당이 2010년에 미디어에 노출됨
- 가장 미디어 노출이 많았던 2010년은 유력일간지에 노출된 비중이 약 72%로 다른 해보다 크게 높은 수치를 나타냄

- 미국소재 한식당 795개 업체, 약 61%의 대표자는 한국 국적이며 448개 업체, 약 34%의 대표자는 미국 국적인 것으로 조사되었음
- 한식당 828개 업체 중 한국국적의 조리장은 약 64%로서, 한국 국적의 대표자 약 61%와 거의 차이가 없는 것으로 나타남
 - 미국소재 한식당 326개 업체, 약 25%의 조리장은 미국 국적임
- 2008년 100개, 2009년 99개, 2010년 64개, 2011년 79개의 한식당이 설립되었으며, 2007년 이전 창업한 한식당은 907개로서 약 73%를 차지함
- 미국의 한식당 중 50석~100석 좌석수의 한식당이 442개, 34%로서 가장 큰 비율을 차지하며 50석 이하의 좌석수의 한식당은 291개 22%, 100석~150석 275개 21%, 200석 이상 14%, 150석~200석 9%의 순서로 조사됨
- 미국 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적이 약 30%로 가장 높은 비중을 차지함
 - 국·찌개·전골 약 23%, 기타 약 18%, 밥 약 12%, 면 약 4%, 조림·초·볶음 약 3%, 회·편육 약 3%, 찜·선 약 3%, 만두·떡국·수제비 약 1%, 숙채·생채 약 1% 의 순서로 구이·전·적의 뒤에서 차례로 나타남
- 미국 한식당의 메뉴 중 회, 편육이 평균 33,545원으로 가장 비싼 것으로 조사됨
 - 회·편육 이외의 각 메뉴의 평균가는 찜·선 29,672원, 국·찌개·전골 28,244원, 구이·전·적 23,455원, 면 21,000원 순서로 나타남
- 미국의 한식당 중 206개 업체 약 16%의 한식당의 고객은 대부분 한국인 이며 미국의 한식당 중 333개 업체 약 26%의 한식당은 현지인 고객이 80%~100%에 달하는 것으로 분석됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 III-39〉 미국 지역별 한식당 분포

	지역구분								합계
	캘리포니아	뉴욕	텍사스	하와이	일리노이	뉴저지	워싱턴	기타	
빈도(개)	433	145	86	70	67	60	55	295	1,300
비중(%)	40.15	11.15	6.62	5.38	5.15	4.62	4.23	22.69	100.00



〈그림 III-29〉 미국 지역별 한식당 분포

- 미국의 지역별 한식당 분포를 살펴보면, 캘리포니아(California)에 약 40%의 한식당이 분포하며 각 주(州) 중 가장 많은 비중을 차지함
- 50개 이상의 한식당이 있는 주(州)를 기준으로 살펴보면 캘리포니아(California)에 433개 40%의 가장 많은 한식당이 분포해 있으며, 뉴욕(New York) 145개(11.15%), 텍사스(Texas) 86개(6.62%) 하와이(Hawaii) 70개(5.38%), 일리노이(Illinois) 67개(5.15%), 뉴저지(New Jersey) 60개(4.62%), 워싱턴(Washington) 55개(4.23%) 순임

〈표 III-40〉 미국 기타 지역별 한식당 분포

지역구분	빈도(개)	비중(%)
조지아	33	2.54
네바다	28	2.15
버지니아	28	2.15
플로리다	23	1.77
괌	20	1.54
매릴랜드	20	1.54
애리조나	18	1.38
콜로라도	17	1.31
메사추세츠	13	1.00
미시간	12	0.92
오레곤	12	0.92
알라바마	11	0.85
오클라호마	10	0.77
유타	10	0.77
알래스카	6	0.46
노스캐롤라이나	5	0.38
사우스캐롤라이나	5	0.38
코네티컷	5	0.38
필라델피아	5	0.38
뉴 멕시코	3	0.23
로드아일랜드	3	0.23
델라웨어	2	0.15
루이지애나	2	0.15
미시시피	2	0.15
몬타나	1	0.08
알칸소	1	0.08
합계	295	22.69

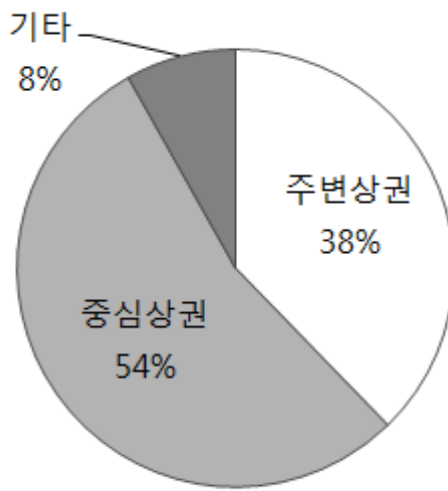
○ 각 주(州)에 한식당이 골고루 분포함

- 상위 7개 주(州)에 위치한 한식당이 전체의 약 77%를 차지하고, 나머지 약 23%의 기타 주(州)에 위치한 한식당은 각 주마다 50개 이하이며 골고루 분포함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 III-41〉 미국 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	490	704	106	1,300
비중(%)	38.00	54.00	8.00	100.00

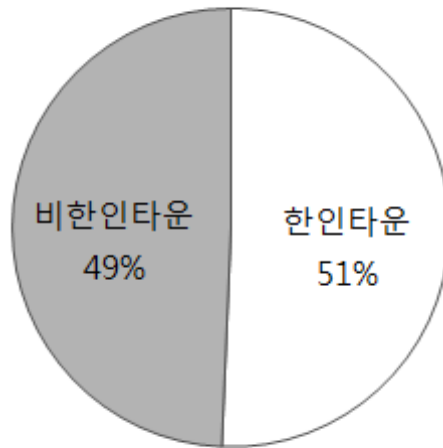


〈그림 III-30〉 미국 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면 중심상권에 704개(약 54%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 주변상권에는 490개(약 38%)의 한식당이 분포함
 - 그 외 주변상권이나, 중심상권으로 분류되지 않는 기타 지역에 106개(약 8%)의 한식당이 분포하고 있음

〈표 III-42〉 미국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	608	591	1,199
비중(%)	50.71	49.29	100.00



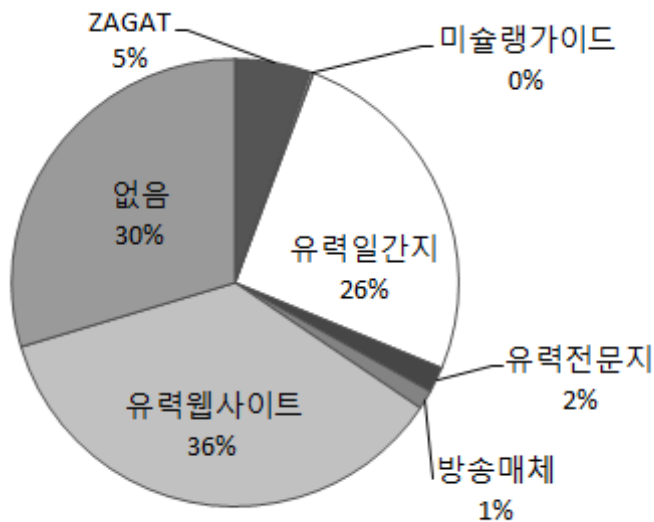
〈그림 III-31〉 미국 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면, 한인타운에 608개(약 51%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 한인타운에는 608개, 약 51%의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 비한인타운에는 591개, 약 49%의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 그 외, 한인이 많이 거주하고 있지만 한인타운으로 분류되지 않는 곳에 분포하고 있는 한식당은 101개가 존재하며 통계에서 제외하였음

□ 미디어 노출

〈표 III-43〉 미국 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	71	3	332	24	18	467	385	1,300
비중(%)	5.46	0.23	25.54	1.85	1.38	35.92	26.62	100.00



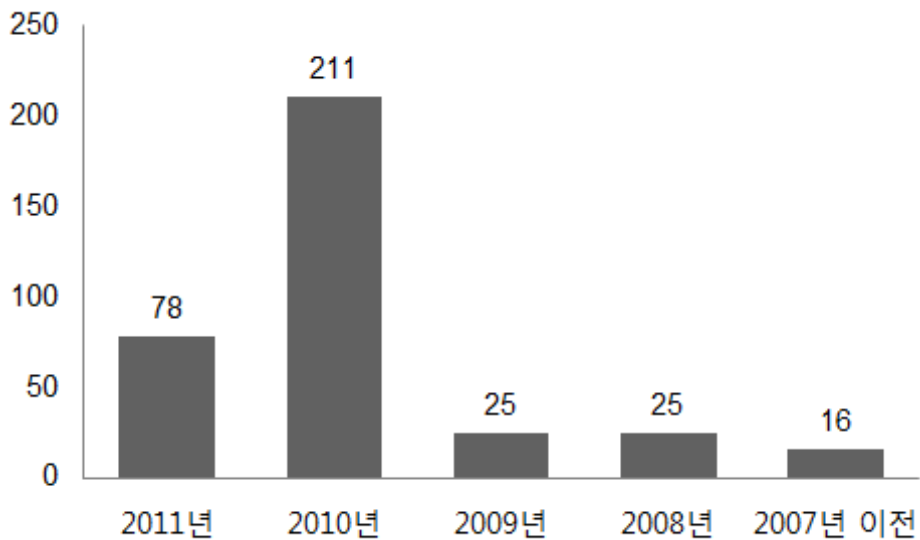
〈그림 III-32〉 미국 한식당 노출 미디어 종류

- 미디어에 노출된 한식당은 총 915개(약 73%)로 나타남
 - 유력웹사이트에 노출된 한식당은 미디어 종류 중 가장 많은 467개로서 약 36%를 차지함
 - 뉴욕타임즈(The New York Times)와 같은 유력일간지에 노출된 한식당은 두 번째로 많은 332개(약 26%)로 조사됨
 - 그 외, ZAGAT, 유력전문지, 방송매체, 미슐랭가이드(Michelin Guide)의 순서로 미디어에 노출되었음
- ZAGAT, 미슐랭가이드 등 권위 있는 미디어에 한식당 노출

- 미슐랭가이드 2012년 뉴욕판에서, 퓨전 한식당 단지(Danji)가 미국소재 한식당 중 처음으로 '별 등급'을 부여받음
 - 미슐랭가이드의 최고등급은 별 3개 이며, 단지는 한 개의 별을 부여받음
 - 미슐랭가이드에서 '별 등급' 밑의 등급인 '포크&스푼' 등급을 받은 한식당은 2개로서 총 3개의 한식당이 미슐랭가이드에 노출됨
 - ZAGAT에 노출된 한식당은 71개로서 약 5%를 차지함
- 미국 소재 전체 한식당의 약 27%인 385개는 미디어에 노출된 바 없음

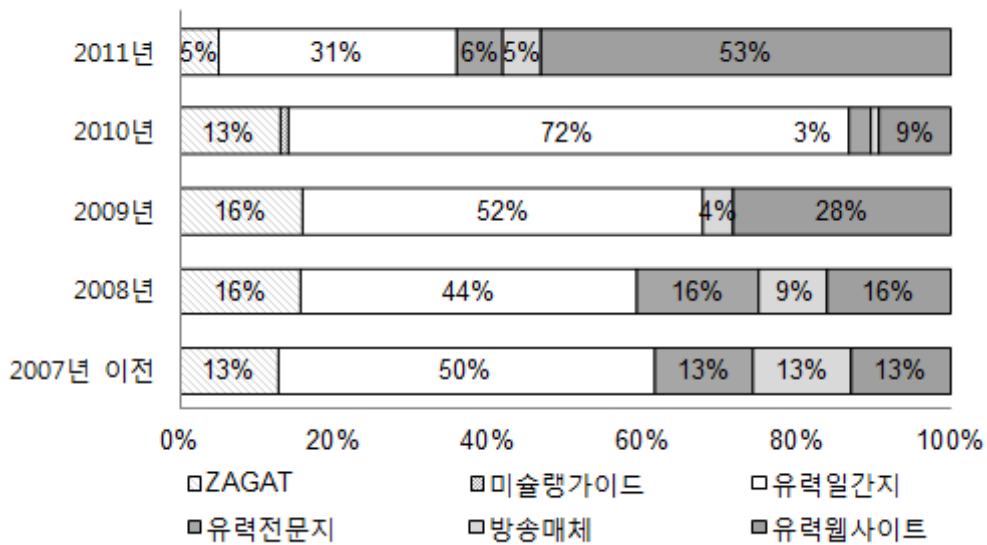
〈표 III-44〉 미국 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	4	0	24	5	4	41	78
2010년	27	3	152	6	3	20	211
2009년	4	0	13	0	1	7	25
2008년	4	0	11	4	2	4	25
2007년 이전	2	0	8	2	2	2	16
합계	41	3	208	17	12	74	355



〈그림 III-33〉 미국 한식당 미디어 노출 연도

- 2010년에는 가장 많은 한식당이 미디어에 노출됨
 - 미디어 노출 연도를 알 수 있는 355개의 한식당 중 211개(약 57%)의 한식당은 2010년에 미디어에 노출됨
 - 미디어에 노출됐지만 노출 연도를 정확히 알 수 없는 56개 한식당은 통계에서 제외함



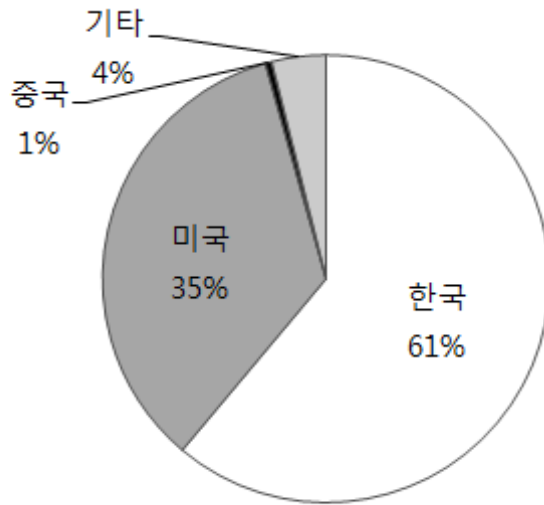
〈그림 III-34〉 국 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 가장 미디어 노출이 많았던 2010년은 유력일간지에 노출된 비중이 약 72%로 다른 해보다 크게 높은 수치를 나타냄
- 유력웹사이트에 노출되는 비중은 2010년에 잠깐 줄었던 것을 제외하고 꾸준히 늘고 있으며, 2011년에 53%로 크게 늘어났음
 - SNS(Social Network Service)의 발달과 함께 웹사이트에 노출되는 것이 홍보에 큰 효과가 있으므로 바람직한 경향으로 분석됨
- 방송매체에 노출되는 비중이 점차 감소함
 - 미디어 중에서 방송에 노출되는 비중이 2007년 이전 약 13% , 2008년 약 9%, 2009년 4% 로 꾸준히 줄어들고 있으며, 2011년에는 5%의 비중을 차지함

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 III-45〉 미국 한식당 대표자 국적

	대표자 국적				합계
	한국	미국	중국인	기타	
빈도(개)	795	448	6	51	1300
비중(%)	61.15	34.46	0.46	3.92	100.00

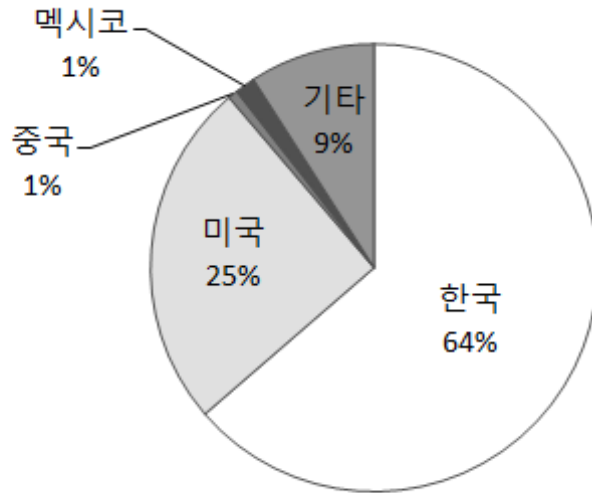


〈그림 III-35〉 미국 한식당 대표자 국적

- 한식당 795개 업체(약 61%)의 대표자는 한국 국적임
 - 448개 업체(약 34%)의 대표자는 미국 국적임
 - 6개 업체(0.46%)의 대표자는 중국 국적임
 - 기타 51개 업체(약 4%)는 대표자의 국적을 알 수 없는 경우나, 같은 국적의 대표자가 5개 이하인 경우를 나타냄

〈표 III-46〉 미국 한식당 조리장 국적

	조리장 국적					합계
	한국	미국	멕시코	중국	기타	
빈도(개)	828	326	19	9	147	1300
비중(%)	63.69	25.07	1.64	0.69	9.08	100.00



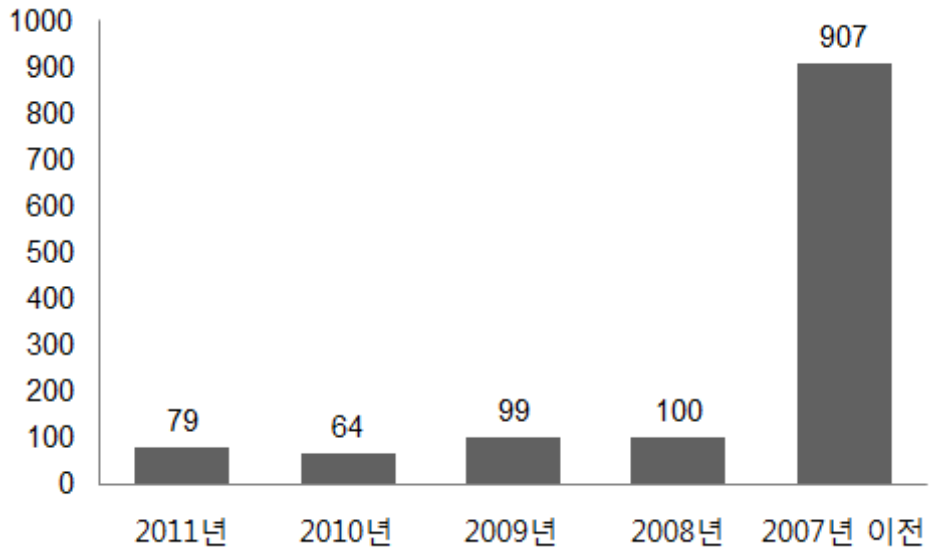
〈그림 III-36〉 미국 한식당 조리장 국적

- 미국소재 한식당 828개 업체(약 64%)의 조리장은 한국 국적임
 - 한국 국적의 한식당 조리장은 약 64%로서, 한국 국적의 대표자 약 61%와 거의 차이가 없는 것으로 나타남
- 미국소재 한식당 326개 업체(약 25%)의 조리장은 미국 국적임
 - 미국 국적의 한식당 조리장은 약 25%로서, 미국 국적의 대표자가 약 34%인 것에 비해 9~10% 적은 특징이 있음
- 미국소재 한식당 약 2%의 조리장은 멕시코 국적이며, 약 1%의 조리장은 중국 국적임
 - 이 밖에 147개 약 9%의 기타 업체는 조리장의 국적을 알 수 없는 경우, 취업이 가능한 비자(Work permit)를 이용하여 업체에서 근무하는 조리장의 경우, 같은 국적의 조리장이 1~2 업체에 지나지 않는 경우를 나타냄

□ 설립연도

〈표 III-47〉 미국 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	79	64	99	100	907	1249
비중(%)	6.33	5.12	7.93	8.01	72.62	100.00



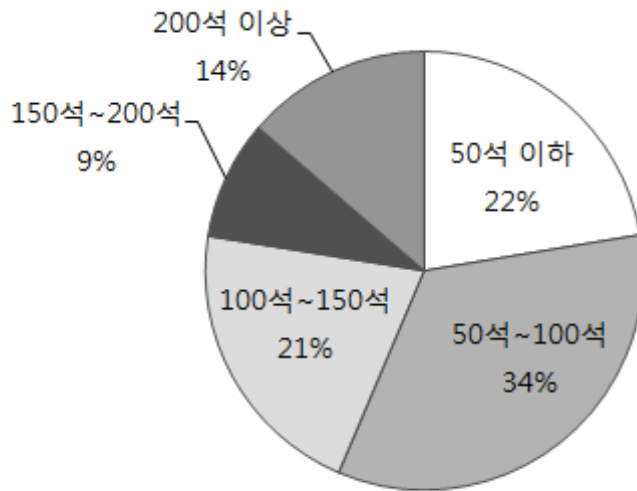
〈그림 III-37〉 미국 한식당 설립연도

- 2008년에서 2011년까지 연평균 약 86개의 한식당이 새로 설립됨
 - 2008년 100개, 2009년 99개, 2010년 64개, 2011년 79개의 한식당이 새로 창업했으며, 2008년 미국 금융위기 이후 점차 줄어드는 경향이 나타나고 있음
- 2007년 이전 창업한 한식당은 907개로서 약 73%를 차지함
 - 2007년 이전 창업하여 최소한 5년 이상 영업하고 있는 한식당은 907개로서, 설립연도를 알 수 없는 업체를 제외하면 약 73%의 비율을 차지함
- 그 외 설립연도를 정확히 알 수 없는 한식당 51개 업체는 통계에서 제외함

□ 식당의 규모

〈표 III-48〉 좌석수별 미국 한식당 규모

	좌석수					합계
	50석 이하	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	291	442	275	114	178	1300
비중(%)	22.38	34.00	21.15	8.77	13.69	100.00

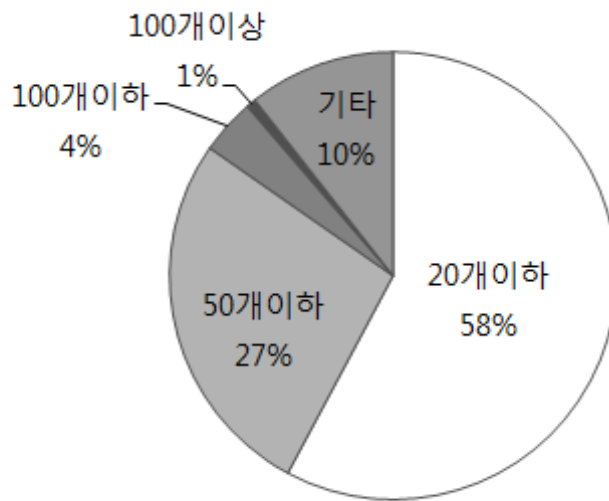


〈그림 III-38〉 좌석수별 미국 한식당 규모

- 50석~100석 좌석수의 한식당은 442개(약 34%)로서 가장 큰 비율을 차지함
- 50석 이하는 291개(약 22%), 100석~150석은 275개(약 21%), 200석 이상은(약 14%), 150석~200석은(약 9%)의 순서로 나타남

〈표 III-49〉 테이블수별 미국 한식당 규모

	테이블수					합계
	20개 이하	20개~50개	50개~100개	100개 이상	기타	
빈도(개)	751	349	53	9	138	1300
비중(%)	57.77	26.85	4.08	0.69	10.62	100.00



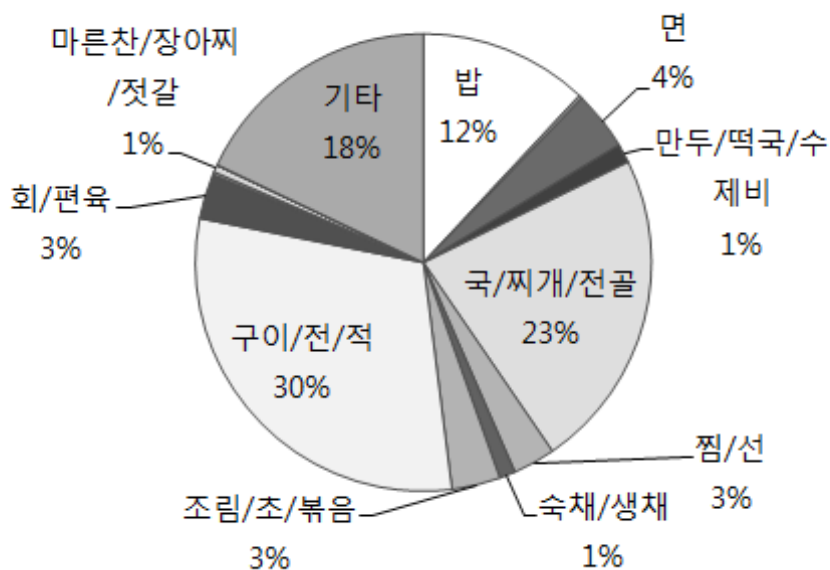
〈그림 III-39〉 테이블수별 미국 한식당 규모

- 테이블 수 20개 이하의 한식당이 751개(약 58%)로서 가장 큰 비율을 차지함
 - 테이블 수 20개 이하의 소규모 한식당이 50%이상을 차지하는 특징이 있음
 - 그 외, 테이블 수 20~50개 한식당 약 27%, 50개~100개 한식당 약 4%, 100개 이상 한식당 약 1%의 순서로 나타남
 - 기타 테이블 수로 나타내기 어려운 스탠드 바(Stand Bar), 배달위주 등의 한식당은 138개 약 11%의 점유율을 나타냄

□ 주요 메뉴

〈표 III-50〉 미국 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	814	(소,돼지)갈비, 고기 뷔페, 고기전, 곱창, 파전, 닭갈비, 닭구이, 대창, 돼지껍데기, 바비큐, 불고기, 삼겹살, 숯불구이, 두루치기, 오리구이 등
국·찌개·전골	668	설렁탕, 갈비탕, 감자탕, 김치찌개, 된장찌개, 부대찌개, 복어매운탕, 불낙전골, 불고기전골, 삼계탕, 샤브샤브, 순두부찌개, 순대국, 육개장, 염소전골 등
기타	422	통닭, 샐러드, 순대, 간pong기, 튀김, 우동, 돈까스, 베트남 쌀국수, 짜장면, 짬뽕, 탕수육, 전가복, 참치회, 초밥, 핫wing 등
밥	420	도시락, 불고기 비빔밥, 정식, 김밥, 굴밥, 김치볶음밥, 돌솥비빔밥, 한식부페, 볶음밥, 불고기덮밥, 산채비빔밥, 소머리국밥, 썸밥, 콩나물국밥, 회덮밥 등
면	142	바지락칼국수, 냉면, 비빔국수, 낙지국수, 닭갈국수, 동치미국수, 들깨칼국수, 수제비칼국수, 수타국수, 쟁반국수, 쫄면, 칩냉면 등
조림·초·볶음	126	낙지볶음, 떡볶이, 고등어조림, 닭도리탕, 두부조림, 갈치조림, 라볶이, 해물철판볶음, 오징어볶음, 대구조림, 제육볶음, 꼬장어볶음, 궁중떡볶이 등
회·편육	106	떡보쌈, 보쌈(바다)활어회, 족발, 홍어삼합, 흑염소수육, 산낙지, 소머리수육(민물)송어회, 육회,
만두·떡국·수제비	104	물만두, 군만두, 김치만두, 떡만두국, 수제비 등
찜·선	48	소갈비찜, 꼬리찜, 김치찜, 꼬갈찜(꼬리+갈비찜), 대구머리찜, 단호박해물찜, 돼지갈비찜, 매운갈비찜, 두부찜, 민어찜, 보쌈찜, 복어찜, 아구찜, 찜닭, 대구찜 등
숙채·생채	44	게무침, 콜뱅이무침, 구절판, 양념두부, 두부선, 염소무침, 잡채, 청포묵, 한치회무침 등



〈그림 III-40〉 미국 한식당 주요 메뉴

- 주요 메뉴는 구이·전·적류이며, 약 30%로 가장 높은 비중을 차지함
 - 구이·전·적류의 대표적인 메뉴로는 갈비, 고기 뷔페, 고기전, 곱창, 파전, 닭갈비, 닭구이, 대창, 돼지껍데기, 바비큐, 불고기, 삼겹살, 숯불구이, 두루치기, 오리구이 등이 있음
 - 국·찌개·전골류 약 23%, 기타 약 18%, 밥류 약 12%, 면류 약 4%, 조림·초·볶음류 약 3%, 회·편육류 약 3%, 찜·선류 약 3%, 만두·떡국·수제비류 약 1%, 숙채·생채류 약 1% 의 순서로 나타남
- 다양한 식재료를 다양한 조리 방식으로 상품화하는 특징이 있음
 - 미국은 비교적 한국인의 취향에 맞는 식재료 공급망이 갖춰져 있기 때문에 다양한 한국식 음식을 판매하고 있음
 - 취급 식당 수가 두 번째로 많은 국·찌개·전골 메뉴의 경우 복어, 염소, 낙지 등의 다양한 식재료를 전골, 곰탕 등의 다양한 방식으로 조리하는 특징이 있음
- 퓨전 한식을 일반화함
 - 미국의 경우 한식이 진출한 역사가 비교적 길고 숫자도 많기 때문에, 한국인 위주의 고객이 대부분인 식당을 제외하면 현지 입맛에 맞춰서 각 업체마다 현지화를 거친 퓨전메뉴를 많이 갖추고 있음
- 같은 종류의 메뉴를 업체마다 각각 다른 방식으로 영문 표기함
 - 미국의 한식당들은 같은 종류의 메뉴를 각각 다른 방식으로 표기하고 있음
 - 갈비(KALBI, GALBI, KALBE, GALBE, KALBEE, GALBEE), 불고기(BOOL GO GI, BUL GO GI, BOOL GO GHEE, BOOL GO KI) 등 업체마다 매우 다양한 방식으로 메뉴의 한국어 발음을 영문으로 표기함
 - 메뉴를 제각각 다른 방식으로 표기할 경우 현지고객 입장에서 메뉴의 기억이 쉽지 않고, 인터넷에서 검색을 할 때 검색이 쉽지 않은 것과 같은 문제점들이 있으므로 메뉴의 표준 영문표기에 대한 기준을 명확히 하여 외국의 한식당 운영자들에게 공지가 필요함

□ 메뉴의 가격

〈표 III-51〉 미국 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(달러 \$)	평균가(원 ₩)
회·편육	29.35	33,542
찜·선	25.96	29,672
국·찌개·전골	24.71	28,244
구이·전·적	20.52	23,455
면	18.37	21,002

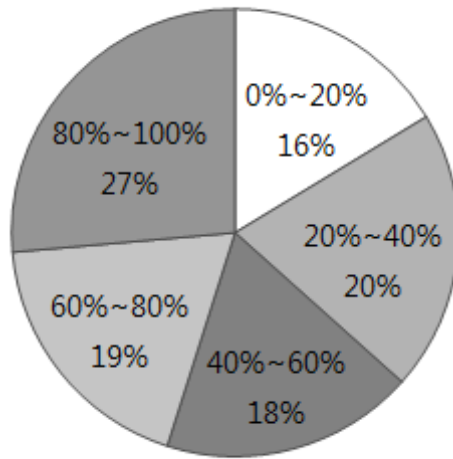
*환율: 1\$ = 1143원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중 회·편육류의 가격이 평균 33,545원으로 가장 비싼 것으로 조사됨
 - 회·편육류 이외의 각 메뉴의 평균가는 찜·선류 29,672원, 국·찌개·전골류 28,244원, 구이·전·적류 23,455원, 면류 21,000원 순서로 나타남
 - 그 밖에 평균가격이 가장 저렴한 메뉴는 만두로서 평균가격이 10,249원임

□ 현지인 고객 비중

〈표 III-52〉 미국 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	206	256	231	236	333	1,262
비중(%)	16.32	20.29	18.30	18.70	26.39	100.00



〈그림 III-41〉 미국 한식당 현지인 고객 비중

- 미국의 한식당 중 333개 업체(약 27%)의 한식당은 현지인 고객이 80%~100%에 달함
 - 비중 단위별 비율이 전반적으로 고른 편이나, 50% 이상의 비중을 가진 업체수가 전체의 50%를 넘은 것으로 확인, 미국 내 한식당은 여타 국가들보다 비교적 현지화가 많이 이루어졌음을 알 수 있음
 - 외국인 고객 비중을 파악하기 어렵다고 인터뷰에 응한 38개 업체는 통계에서 제외하였음

5. 캐나다(Canada)

□ 캐나다 내 한식당 현황 요약

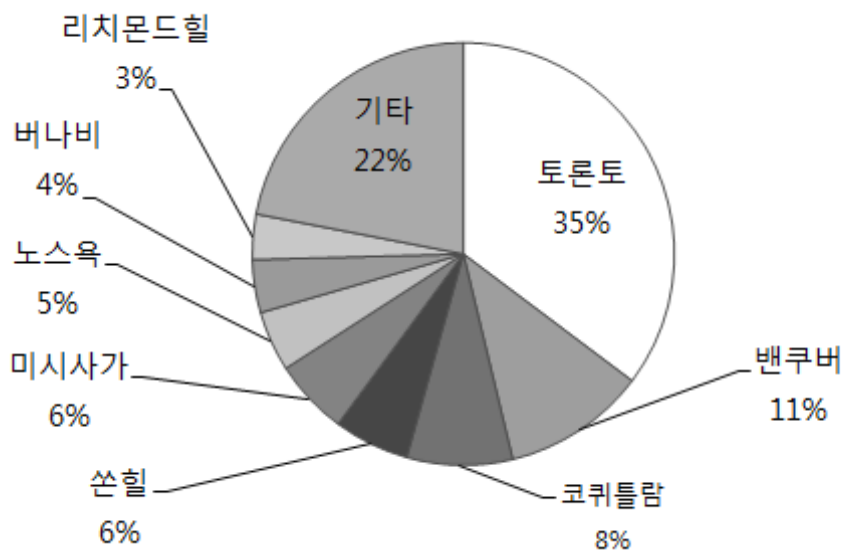
- 캐나다 내의 한식당은 총 173곳으로 토론토(Toronto)에 61개 업체 35%의 한식당이 분포하며 밴쿠버(Vancouver) 19개(11%), 코퀴틀람(Coquitlam) 14개 (8%)의 한식당이 차례로 위치하며, 그 밖의 도시에 나머지 한식당이 분포함
- 상권을 기준으로 캐나다 한식당 소재지 분포를 살펴보면, 주변상권에 76개 업체 44%의 한식당이, 중심상권에는 62개 업체 36%, 기타 지역에 35개, 20%의 한식당이 분포하고 있는 것으로 분석됨
- 한인타운에는 41개, 24%의 한식당이 분포하고 있는 것으로 나타났으며, 비한인타운에는 132개, 76%의 한식당이 분포하고 있는 것으로 나타남
- 미디어에 노출된 한식당은 총 39개로 23%를 차지하고 있으며 유력일간지에 노출된 한식당은 미디어 종류 중 가장 많은 21개로서 12%를 차지함
 - 그 외 방송매체에 노출된 한식당 15개로 9%를 차지하며, 유력전문지에 노출된 한식당의 비율은 3%인 것으로 분석됨
 - 미디어에 노출된 39개의 한식당 중 14개 한식당은 2011년에 노출되었음
- 한식당 173곳 중 대표자의 54%는 캐나다 국적이며, 43%의 대표자는 한국 국적으로 나타났으며 한식당 104개 업체, 약 60%의 조리장은 한국 국적이며 38%는 캐나다 국적인 것으로 조사됨
- 설립연도의 경우 2007년 이전에 설립된 한식당은 118개로서 약 70%를 차지하며 2008년 12개, 2009년 16개, 2010년 13개, 2011년 10개의 순으로 조사됨
- 50석 이하의 한식당이 71개(41%)로 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났으며 50석~100석 66개 약 38%, 100석~150석 17개 약 10%, 200석 이상 약 8%, 150석~200석 약 3%의 차례로 뒤를 따름

- 캐나다 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적이 약 29%로 가장 높은 비중을 차지함
 - 구이·전·적의 대표적인 메뉴로는(소, 돼지)갈비, 꽃등심, 파전 등이 있음
 - 국·찌개·전골 약 28%, 밥 약 19%, 기타 약 11%, 면 약 3%, 조림·초·볶음 약 3%, 회·편육 약 3%, 찜·선 약 1%, 만두·떡국·수제비 약 1%, 숙채·생채 약 1% 의 순서로 구이·전·적의 뒤에서 차례로 나타남
- 미국 한식당의 메뉴 중 회·편육이 평균 22,960원으로 가장 비싼 것으로 조사됨
 - 회·편육 이외의 각 메뉴의 평균가는 구이·전·적 18,946원, 기타 16,594원, 찜·선 16,288원, 마른찬·장아찌·젓갈 15,362원의 순서로 나타남
- 캐나다 한식당은 현지인 고객 비중이 0%~20% 26개 업체 15%, 20%~40% 52개 업체 30%, 40%~60% 38개 업체 22%, 60%~80% 32개 업체 19%, 80%~100% 25개 업체 14% 순서로 골고루 분포함

□ 지역별 한식당 분포

〈표 III-53〉 캐나다 지역별 한식당 분포

	지역구분									합계
	토론토	밴쿠버	코퀴틀람	쏬힐	미시사가	노스욕	버나비	리치몬드힐	기타	
빈도(개)	61	19	14	10	10	8	7	6	38	173
비중(%)	35.26	10.98	8.09	5.78	5.78	4.62	4.05	3.47	21.97	100.00



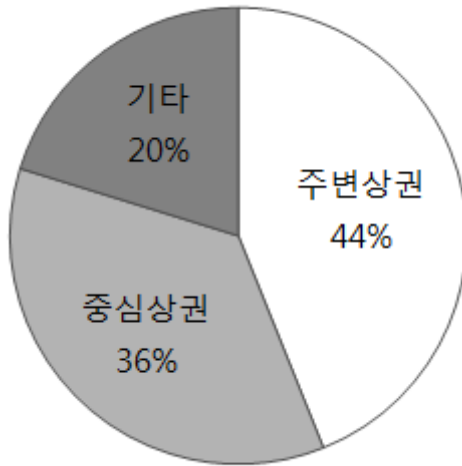
〈그림 III-42〉 캐나다 지역별 한식당 분포

- 캐나다 지역별 한식당 분포를 살펴보면, 토론토(Toronto)에 61개(약 35%)의 한식당이 분포하며 가장 많은 비율을 차지하고 있음
- 토론토의 뒤를 이어, 밴쿠버(Vancouver) 19개(약 11%), 코퀴틀람(Coquitlam) 14개(약 8%), 쏬힐(Thorn Hill) 10개(약 6%), 미시사가(Mississauga) 10개(약 6%), 노스욕(North York) 8개(약 5%) 버나비(Burnaby) 7개(약 4%), 리치몬드힐(Richmond Hill) 6개(약 3%)의 한식당이 차례로 위치하며, 그 밖의 기타 도시에 나머지 38개 약 22%의 한식당이 분포함
- 타 38개 한식당은 총 21개 도시에 5개 이하로 분포함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 III-54〉 캐나다 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	76	62	35	173
비중(%)	43.93	35.84	20.23	100.00

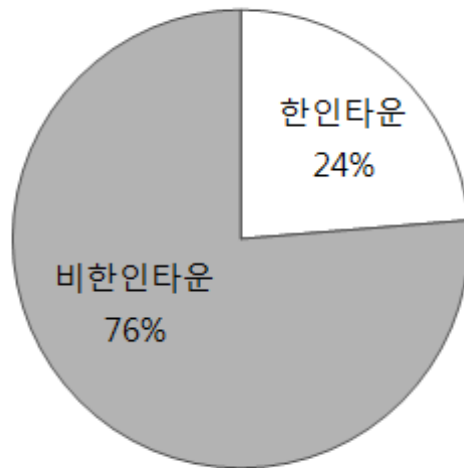


〈그림 III-43〉 캐나다 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면, 주변상권에 76개 업체(약 44%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 중심상권에는 62개 업체(약 36%)의 한식당이 분포함
 - 그 외 주거지 등의 근린생활형 상권과 같이 주변상권이나 중심상권으로 분류되지 않는 기타 지역에 35개(약 20%)의 한식당이 분포하고 있음

〈표 III-55〉 캐나다 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	41	132	173
비중(%)	23.70	76.30	100.00



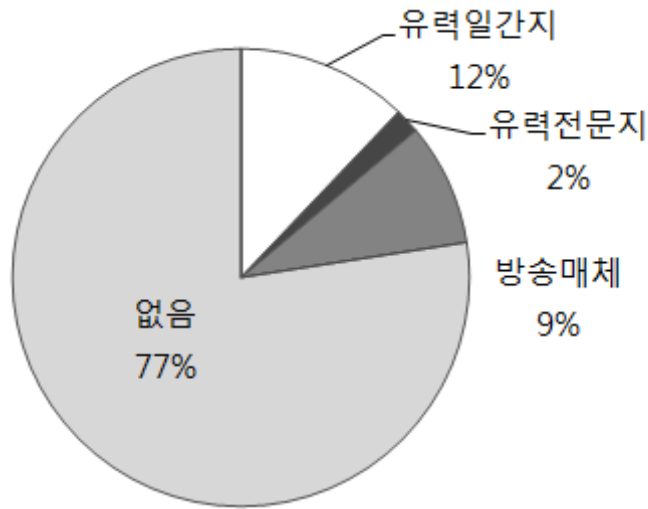
〈그림 III-44〉 캐나다 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면 한인타운에 41개(약 24%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 비한인타운에는 132개(약 76%)의 한식당이 분포하는 것으로 나타남
 - 비한인타운의 한식당 수가 한인타운 한식당 수의 약 3배에 달할 정도로 비교적 한인타운 이외의 지역에도 한식당이 많이 위치하고 있음

□ 미디어 노출

〈표 III-56〉 캐나다 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	21	3	15	0	134	173
비중(%)	0.00	0.00	12.14	1.73	8.67	0.00	77.46	100.00

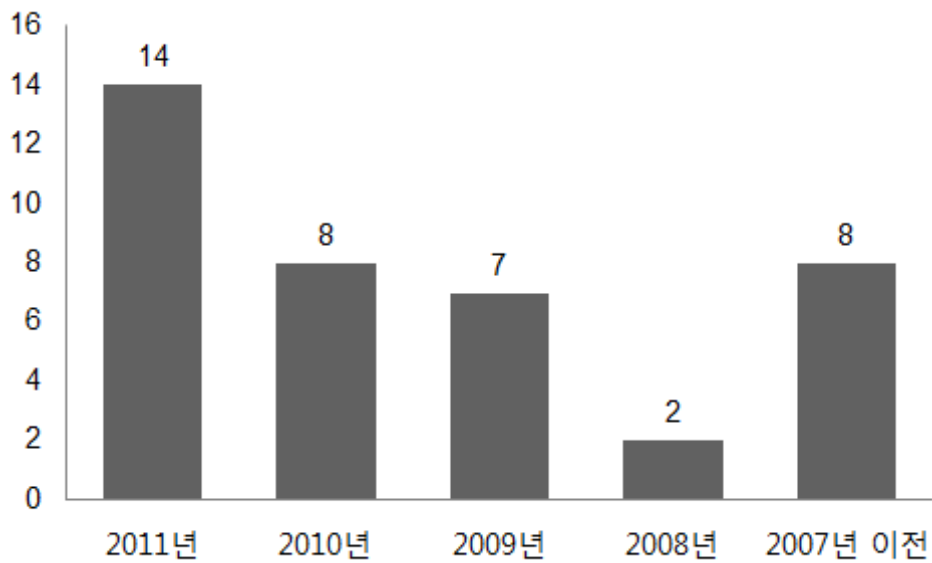


〈그림 III-45〉 캐나다 한식당 노출 미디어 종류

- 미디어에 노출된 한식당은 총 39개로 약 23%를 차지하고 있음
 - 유력일간지에 노출된 한식당은 미디어 종류 중 가장 많은 21개로서 약 12%를 차지함
 - 그 외 방송매체에 노출된 한식당 15개(약 9%), 유력전문지에 노출된 한식당 3개(약 2%)로서 유력일간지를 뒤이음
- ZAGAT, 미술랭가이드 등 레스토랑 평가 전문 미디어에는 아직 노출된 바 없음
 - 미술랭가이드 중 레스토랑의 정보를 담은 레드가이드(Red Guide)는 아직 캐나다 편이 출시되지 않았음
 - ZAGAT의 경우 캐나다에서 이미 토론토, 밴쿠버 등 대도시에 위치한 레스토랑들의 정보를 제공하고 있으나, ZAGAT에 게재된 한식당은 아직 없는 것으로 조사됨
- 한식당의 약 77%인 134개는 미디어에 노출된 적 없음

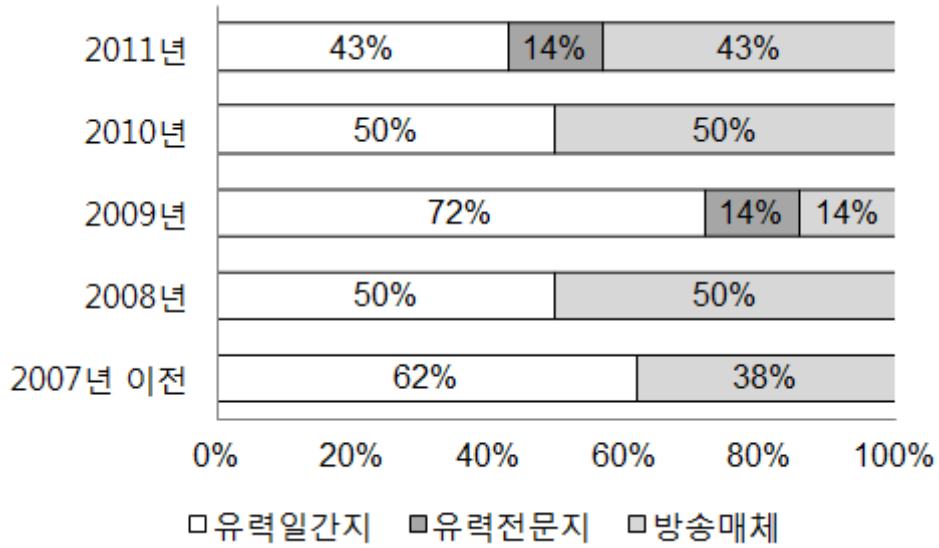
〈표 III-57〉 캐나다 한식당 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	6	2	6	0	14
2010년	0	0	4	0	4	0	8
2009년	0	0	5	1	1	0	7
2008년	0	0	1	0	1	0	2
2007년 이전	0	0	5	0	3	0	8
합계	0	0	21	3	15	0	39



〈그림 III-46〉 캐나다 한식당 미디어 노출 연도

- 2011년에 가장 많은 한식당이 미디어에 노출됨
 - 미디어에 노출된 39개의 한식당 중 14개 한식당은 2011년에 노출되었음
- 캐나다 한식당의 미디어 노출 빈도는 증가 추세임
 - 캐나다의 한식당은 2008년 2회, 2009년 7회, 2010년 8회, 2011년 14회의 차례로 미디어 노출 빈도가 증가하고 있음



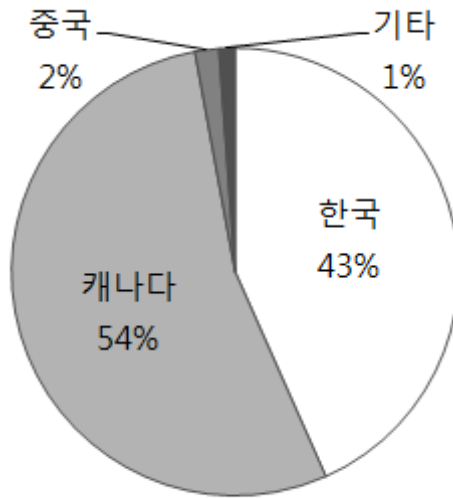
〈그림 III-47〉 캐나다 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 한식당의 미디어 노출에서 유력일간지와 방송매체가 대부분을 차지함
 - 조사기간 중 2009년을 제외한 기간 동안 캐나다의 한식당은 유력일간지와 방송매체에 노출된 비중이 가장 높았음
 - 2009년을 제외한 기간 동안 유력일간지와 방송매체의 노출 비율이 거의 비슷하였으며, 평균적으로 유력일간지에 게재되는 비율이 높게 나타났음
 - 조사국 중에서 캐나다의 한식당은 비교적 많은 편이나, 미디어에 노출된 한식당의 수가 적고 노출되는 경로도 한정적인 한계가 있음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 III-58〉 캐나다 한식당 대표자 국적

	대표자 국적				합계
	한국	캐나다	중국	기타	
빈도(개)	75	93	3	2	173
비중(%)	43.35	53.76	1.73	1.16	100.00

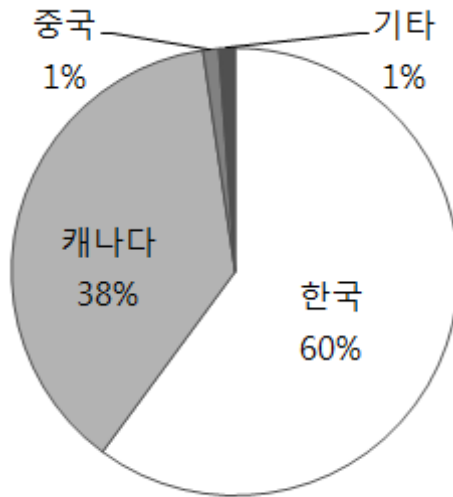


〈그림 III-48〉 캐나다 한식당 대표자 국적

- 한식당 75개 업체(약 43%)의 대표자는 한국 국적임
- 한식당 93개 업체(약 54%)의 대표자는 캐나다 국적임
- 한식당 3개 업체(약 2%)의 대표자는 중국 국적임
- 한식당 3개 업체(약 1%)의 대표자는 기타 국적임
- 기타 국적의 대표자 중 1개 업체의 대표자는 캐나다인, 다른 1개 업체의 대표자는 대만인이었음

〈표 III-59〉 캐나다 한식당 조리장 국적

	조리장 국적				합계
	한국	캐나다	중국	기타	
빈도(개)	104	65	2	2	173
비중(%)	60.12	37.57	1.16	1.16	100.00



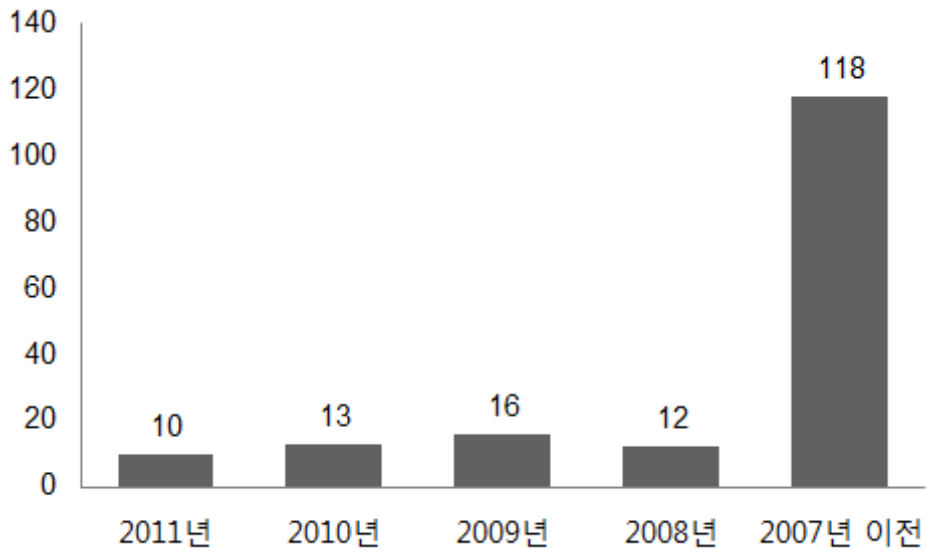
〈그림 III-49〉 캐나다 한식당 조리장 국적

- 한식당 104개 업체(약 60%)의 조리장은 한국 국적임
 - 한국 국적의 한식당 조리장은 약 60%로서, 한국 국적의 대표자 약 43%와는 약 17%의 차이가 있는 것으로 나타남
- 한식당 65개 업체(약 38%)의 조리장은 캐나다 국적임
 - 캐나다 국적의 한식당 조리장은 약 38%로서, 캐나다 국적의 대표자가 약 54%인 것에 비해 16% 적은 특징이 있음
- 그 외 국적의 조리장은 중국인 2명, 캐나다인 1명, 대만인 1명으로 조사되었음

□ 설립연도

〈표 III-60〉 캐나다 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	10	13	16	12	118	169
비중(%)	5.92	7.69	9.47	7.10	69.82	100.00



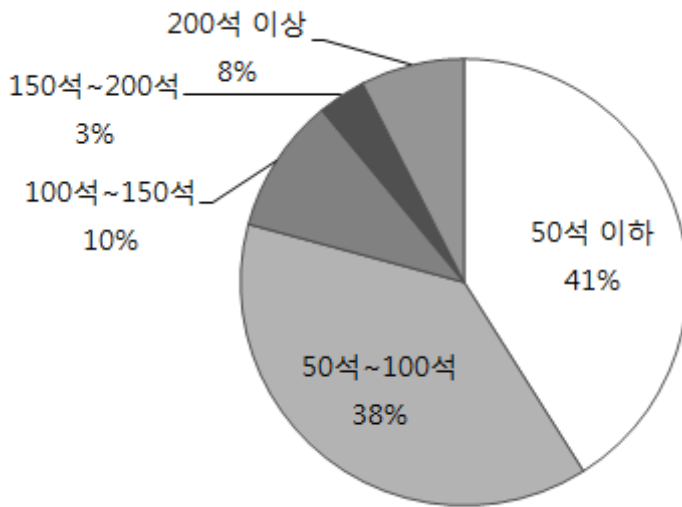
〈그림 III-50〉 캐나다 한식당 설립연도

- 2008에서 2011년까지 연평균 약 13개의 한식당이 새로 창업됨
 - 2008년 12개, 2009년 16개, 2010년 13개, 2011년 10개의 한식당이 새로 창업됐으며, 2009년 이후 점차 줄어드는 경향이 나타나고 있음
- 2007년 이전 창업한 한식당은 118개로서 약 70%를 차지함
 - 2007년 이전 창업하여 최소한 5년 이상 영업하고 있는 한식당은 118개로서 전체에서 약 70%의 비율을 차지함
- 그 외 설립연도를 정확히 알 수 없는 4개의 한식당은 통계에서 제외하였음

□ 식당의 규모

〈표 III-61〉 좌석수별 캐나다 한식당 규모

	좌석수					합계
	50석 이하	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	71	66	17	6	13	173
비중(%)	41.04	38.15	9.83	3.47	7.51	100.00

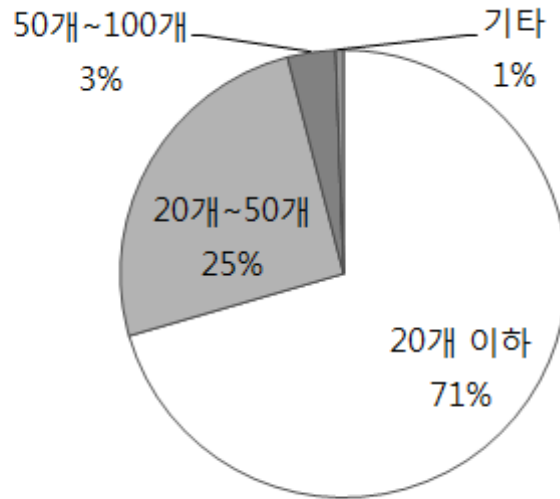


〈그림 III-51〉 좌석수별 캐나다 한식당 규모

- 한식당 173개 업체 중에서 50석 이하의 한식당이 71개(약 41%)로서 가장 큰 비중을 차지함
- 그 밖에, 50석~100석 66개(약 38%), 100석~150석 17개(약 10%), 200석 이상(약 8%), 150석~200석(약 3%)의 순서로 나타남

〈표 III-62〉 테이블수별 캐나다 한식당 규모

	테이블수					합계
	20개 이하	20개~50개	50개~100개	100개 이상	기타	
빈도(개)	123	44	6	0	0	173
비중(%)	71.10	25.43	3.47	0.00	0.00	100.00



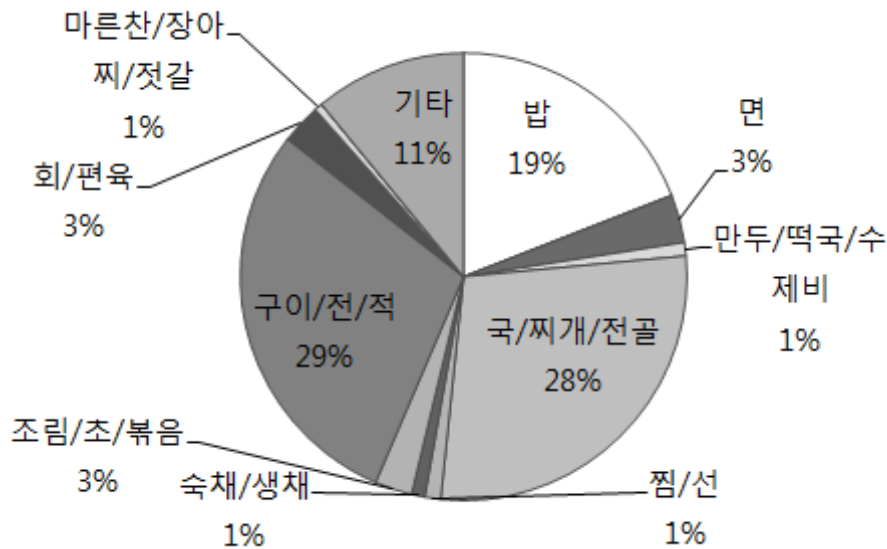
〈그림 III-52〉 테이블수별 캐나다 한식당 규모

- 한식당 173개 중 테이블 수 20개 이하의 한식당이 122개(약 71%)로서 가장 큰 비율을 차지함
 - 캐나다의 한식당은 테이블 수 20개 이하의 소규모 한식당이 2,3 이상을 차지하는 특징이 있음
 - 그 외, 테이블 수 20개~50개 한식당 약 25%, 50개~100개 한식당 약 3%, 기타 1%의 순으로 나타남
 - 테이블 수 100개 이상의 대형 한식당 혹은 키오스크(kiosk)형 가판대, 배달전문 등의 기타 테이블을 가지고 있지 않은 형태의 업체는 조사된 바 없음

□ 주요 메뉴

〈표 III-63〉 캐나다 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	106	(소,돼지)갈비, 꽃등심, 오겹살, 오삼불고기, 불고기, 주물럭, 닭갈비, 불갈비, LA갈비, 삼겹살, 장어구이, 볶닭, 새우소금구이, 곱창, 파전 등
국·찌개·전골	100	순대국, 순두부찌개, 청국장, 툇배기해장국, 부대찌개, 감자탕, 생태탕, 삼계탕, 매운탕, 막창순대국, 육개장, 샤브샤브, 보양전골, 갈비탕, 설렁탕 등
밥	84	돌솥비빔밥, 비빔밥, 도시락, 김밥, 찜밥, 해장국밥, 불고기덮밥, 한정식코스, 제육덮밥, 닭고기찜밥, 회덮밥, 낙지비빔밥, 세트한식, 굴국밥, 콩나물돌솥밥 등
기타	35	후라이드치킨, 짜장면, 돈까스, 순대, 스시(초밥), 탕수육, 오뎅탕, 찜빵, 튀김류, 간pong기, 라면, 팔보채 등
면	17	냉면, 칼국수, 잔치국수, 만두칼국수, 닭한마리칼국수 등
조림·초·볶음	14	떡볶이, 짬뽕미볶음, 낙지볶음, 닭도리탕, 순대볶음, 제육김치볶음, 막창볶음 등
회·편육	13	(우럭, 광어 등)활어회, 족발냉채, 보쌈, 육회, 족발 등
찜·선	6	김치찜, 갈비찜, 아구찜
만두·떡국·수제비	5	만두, 왕만두, 군만두
숙채·생채	5	잡채



〈그림 III-53〉 캐나다 한식당 주요 메뉴

○ 주요 메뉴는 구이·전·적류가 약 29%로 가장 높은 비중을 차지함

- 구이·전·적류의 대표적인 메뉴로는(소, 돼지)갈비, 꽃등심, 오겹살, 오삼불고기, 불고기, 주물럭,

닭갈비, 불갈비, LA갈비, 삼겹살, 장어구이, 불닭, 새우소금구이, 곱창, 파전 등이 있음

- 나머지는, 국·찌개·전골류 약 28%, 밥류 약 19%, 기타 약 11%, 면류 약 3%, 조림·초·볶음류 약 3%, 회·편육류 약 3%, 찜·선류 약 1%, 만두·떡국·수제비류 약 1%, 숙채·생채류 약 1% 의 순서로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 III-64〉 캐나다 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(달러 CAD)	평균가(원 \)
회·편육	20.39	22,960
구이·전·적	16.83	18,946
기타	14.74	16,594
찜·선	14.47	16,288
마른찬·장아찌·젓갈	13.64	15,362

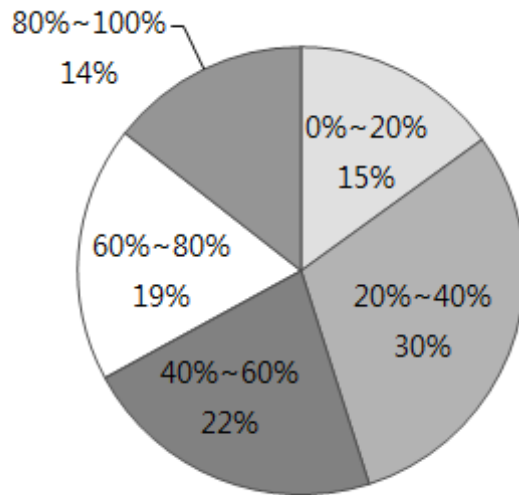
*환율: 1 CAD = 1,126원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중 회·편육류가 평균 22,960원으로 가장 비싼 것으로 조사됨
 - 회·편육류 이외의 각 메뉴의 평균가는 구이·전·적류 18,946원, 기타 16,594원, 찜·선류 16,288원, 마른찬·장아찌·젓갈류 15,362원의 순서로 나타남
 - 기타의 경우 메뉴의 종류와 가격이 다양하며, 세부 메뉴 내역은 후라이드치킨, 짜장면, 돈까스, 순대, 스시(초밥), 탕수육, 오뎅탕, 찜빵, 튀김류, 간pong기, 라면, 팔보채 등이 있음
 - 그 밖에 평균가격이 가장 저렴한 메뉴는 숙채·생채류로서 대표음식은 잡채이고 평균 가격이 약 7,900원임

□ 현지인 고객 비중

〈표 III-65〉 캐나다 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	26	52	38	32	25	173
비중(%)	15.03	30.06	21.97	18.50	14.45	100.00



〈그림 III-54〉 캐나다 한식당 현지인 고객 비중

- 업체에 따라서 고객 국적이 다양하게 분포함
 - 현지인 고객 비중이 0%~20%인 업체가 26개 업체(약 15%), 20%~40% 52개 업체(약 30%), 40%~60% 38개 업체(약 22%), 60%~80% 32개 업체(약 19%), 80%~100% 25개 업체(약 14%) 순서로 골고루 분포함
 - 한국인이 주로 이용하는 현지인 고객 비중이 20% 이하의 한식당은 26개 업체(약 15%)로 나타나며, 현지인이 주로 이용하는 현지인 고객 비중이 80% 이상의 한식당은 25개 업체(약 14%)로 나타남
 - 현지인 고객이 20% 이하인 한국인 고객 위주의 한식당은 50% 이상의 대표자와 조리장 국적이 한국인이었으며, 현지인이 주로 이용하는 현지인 고객 80%~100% 한식당의 대표자와 조리장 국적은 50% 이상이 캐나다 국적인 특징이 있음

6. 파나마(Panama)

□ 파나마 내 한식당 현황 요약

- 파나마 내의 한식당은 수도인 파나마시티(Panama City)에만 3곳이 있는 것으로 조사되었으며 모두 주변상권에 위치해 있음
 - 미디어에 노출된 한식당은 없음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2곳이 2007년 이전에 설립되었고, 나머지 1곳은 2008년에 설립된 것으로 조사됨
- 한식당 중 2개는 좌석수가 50석 이하이며, 나머지 1개는 50석~100석으로 조사되었음
- 식당들의 주요 메뉴는 기타메뉴로 34%의 비중을 차지하며 대표적인 메뉴로는 돈까스, 해물라면 등이 있음
 - 밥 메뉴와 구이·전·적 메뉴가 22%, 국·찌개·전골 메뉴와 조림·초·볶음이 11%로 나타남
- 메뉴 중 평균가격이 가장 높은 음식 메뉴는 조림·초·볶음 메뉴이며, 원화 평균 33,118원을 나타냄
- 파나마에 위치한 3개의 한식당 중 현지인 고객 비중이 40%~60%인 곳은 2곳이며, 20%이하인 곳은 1곳으로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 III-66〉 파나마 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	파나마	기타	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 파나마에는 수도인 파나마시티(Panama City)에 3개의 한식당이 위치함
 - 파나마시티 지역 이외에는 조사된 한식당이 없었음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 III-67〉 파나마 한식당 소재지 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	3	0	0	3
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 한식당 3개 모두 주변상권에 분포함

〈표 III-68〉 파나마 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	3	3
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 한식당 3개는 모두 비한인타운에 분포함
 - 파나마는 한인이 비교적 적어서 한인타운이 제대로 형성되지 않음

□ 미디어 노출

〈표 III-69〉 파나마 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	3	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 3업체 모두 미디어에 노출된 바 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 III-70〉 파나마 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	파나마	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 대표자는 모두 한국 국적임

〈표 III-71〉 파나마 한식당 조리장 국적

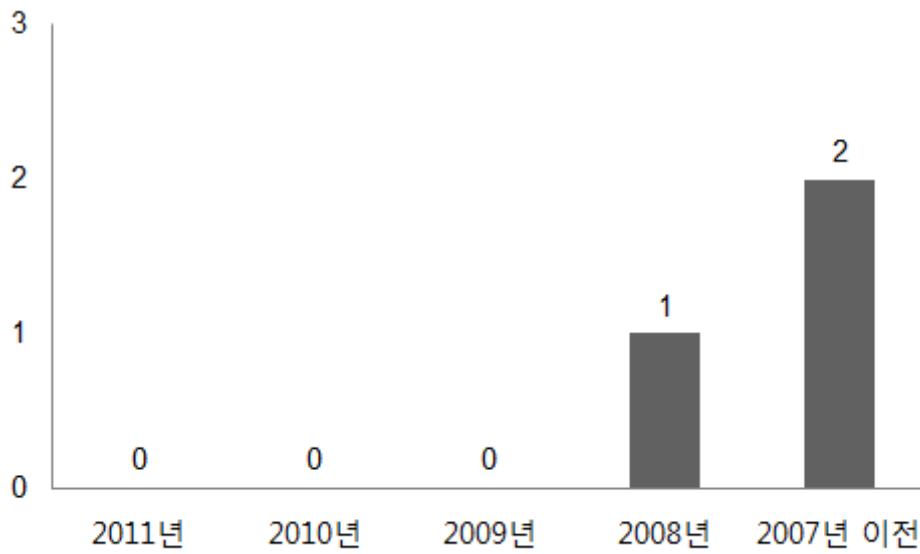
	조리장 국적		합계
	한국	파나마	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 조리장은 모두 한국임

□ 설립연도

〈표 III-72〉 파나마 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	1	2	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67	100.00



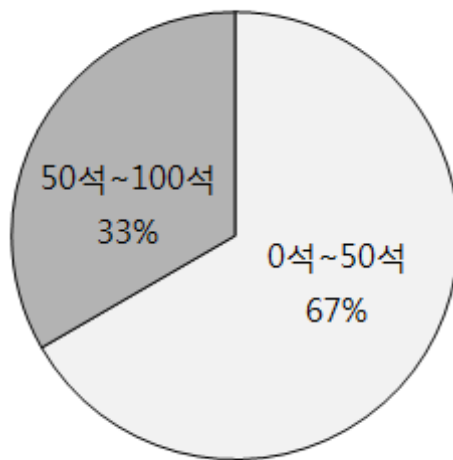
〈그림 III-55〉 파나마 한식당 설립연도

- 2007년 이전 설립된 한식당이 2개 존재함
 - 3개의 한식당 중에서 2개의 업체는 2007년 이전에 설립되었으며, 최소 5년 이상 영업을 하고 있는 것으로 조사됨
 - 나머지 1개 업체는 2008년에 설립되어 현재까지 영업을 하는 것으로 나타남

□ 식당의 규모

〈표 III-73〉 좌석수별 파나마 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	2	1	0	0	0	3
비중(%)	66.67	33.33	0.00	0.00	0.00	100.00



〈그림 III-56〉 좌석수별 파나마 한식당 규모

- 3개 업체 모두 100석 이하의 규모임

〈표 III-74〉 테이블수별 파나마 한식당 규모

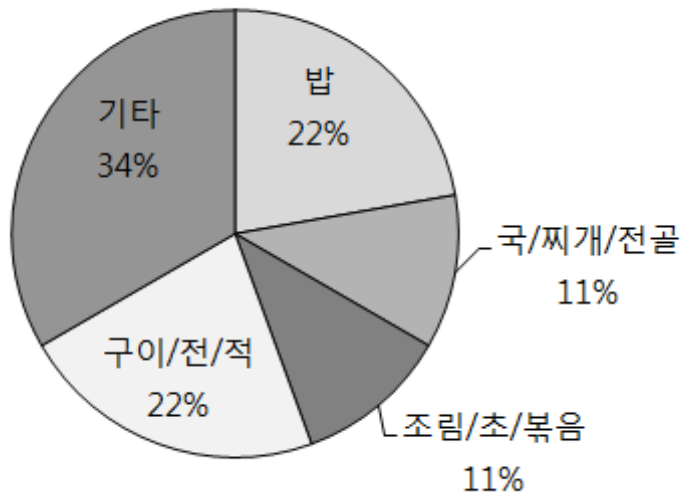
	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	3	0	0	0	3
비중(%)	100.00	0.00	0.00	0.00	100

- 3개 업체 모두 테이블 수 20개 이하 규모임
 - 각 한식당의 테이블 수는 13개, 17개, 8개로서 작은 규모로 운영되고 있음

□ 주요 메뉴

〈표 III-75〉 파나마 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
밥	2	한식백반, 비빔밥
구이·전·적	1	불고기, 갈비
국·찌개·전골	1	김치찌개
조림·초·볶음	1	낙지볶음
기타	1	돈까스, 돼지출레라, 해물라면



〈그림 III-57〉 파나마 한식당 주요 메뉴

- 주요 메뉴는 기타이며 약 34%의 비중을 차지함
 - 대표적인 메뉴는 돈까스, 해물라면 등이 있음
 - 그 밖에 밥류 약 22%, 구이·전·적류 약 22%, 국·찌개·전골류 약 11%, 조림·초·볶음류가 약 11%로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 III-76〉 파나마 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(발보아 PAB)	평균가(원 ₩)
조림·초·볶음	29.00	33,118
밥	15.00	17,130
구이·전·적	14.54	16,563
국·찌개·전골	12.03	13,704
기타	9.52	10,849

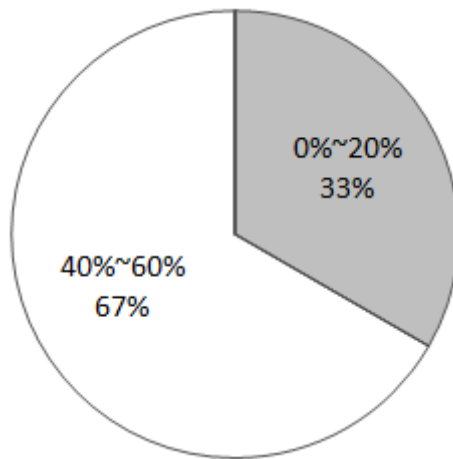
*환율: 1 PAB = 1,139.11원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중에서 평균가격이 가장 높은 조림·초·볶음류는 원화 평균 33,118원으로 조사됨
 - 가장 평균가격이 저렴한 메뉴는 기타로서 10,849원이며, 돈까스, 해물라면 등이 포함됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 III-77〉 파나마 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	1	0	2	0	0	3
비중(%)	33.33	0.00	66.67	0.00	0.00	100.00



〈그림 III-58〉 파나마 한식당 현지인 고객 비중

- 현지인 고객이 반 이상인 곳은 없는 것으로 조사됨
 - 파나마에 위치한 3개의 한식당 모두 현지인 고객이 반이 되지 않으며, 주로 한국 국적의 사람들이 이용하는 것으로 조사됨



제 IV 장

남미 한식당 현황조사

- 1) 베네수엘라
- 2) 볼리비아
- 3) 브라질
- 4) 수리남
- 5) 아르헨티나
- 6) 에콰도르
- 7) 칠레
- 8) 콜롬비아
- 9) 트리니다드토바고
- 10) 페루

IV. 남미 한식당 현황 조사

1. 베네수엘라(Venezuela)

□ 베네수엘라 내 한식당 현황 요약

- 베네수엘라 내 한식당은 수도인 카라카스(Caracas)에서만 1곳이 있는 것으로 조사되었으며 주변상권에 위치해있음
 - 수도인 카라카스 내에 딘딘코리아(Restaurant Din Din Korea)로 조사되었으며, 주요 신문인 엘문도(El Mundo)에 노출된바 있음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2007년 이전으로서 안정화되어 있는 것으로 볼 수 있음
- 50석 이하의 식당으로서 중간 규모의 한식당인 것으로 조사되었음
- 주요 메뉴는 구이·전·적(100%)으로 대표적인 메뉴로는 불고기와 삼겹살이 있으며 평균 가격은 20,566원으로 조사됨
- 현지인 고객 비중은 60%~80% 로 나타남

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-1〉 베네수엘라 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	카라카스	기타	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 베네수엘라는 수도인 카라카스(Caracas)에 딘딘코리아(Restaurant Din Din Korea)라는 상호의 한식당이 1개 위치함
 - 베네수엘라의 다른 지역에는 한식당이 없는 것으로 나타남

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-2〉 베네수엘라 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 딘딘코리아는 주변상권에 위치하는 것으로 나타남

〈표 IV-3〉 베네수엘라 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	1	1
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 딘딘코리아는 비한인타운에 위치하는 것으로 나타남
 - 베네수엘라는 비교적 교민이 적어서 한인타운이 제대로 형성되지 않았기에 비한인타운에 위치해 있는 것으로 조사됨

□ 미디어 노출

〈표 IV-4〉 베네수엘라 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	1	0	0	0	0	1
비중(%)	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 디딘코리아는 유력일간지에 1번 노출되었음
 - 베네수엘라의 주요 신문인 엘 문도(El Mundo)에 소개됨
 - 유력일간지 외에 타 미디어에 노출된 적 없음

〈표 IV-5〉 베네수엘라 한식당 노출 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	0	0	0
2010년	0	0	1	0	0	0	1
2009년	0	0	0	0	0	0	0
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0
합계	0	0	1	0	0	0	1

- 디딘코리아는 2010년도에 유일하게 유력일간지에 노출되었음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 IV-6〉 베네수엘라 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 디딘코리아의 대표자는 한국 국적임

〈표 IV-7〉 베네수엘라 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	1	0	1
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 딘딘코리아의 조리장은 한국 국적임

□ 설립연도

〈표 IV-8〉 베네수엘라 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	1	1
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 딘딘코리아는 2007년 이전에 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 IV-9〉 좌석수별 베네수엘라 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	1	0	0	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 딘딘코리아는 50석 이하임

〈표 IV-10〉 테이블수별 베네수엘라 한식당 규모

	테이블 수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	1	0	0	0	1
비중(%)	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 딘딘코리아는 테이블 수 20개 이하임

□ 주요 메뉴

〈표 IV-11〉 베네수엘라 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	1	불고기, 오삼불고기, 삼겹살

- 딘딘코리아는 구이·전·적류만 판매함
 - 대표적인 메뉴로는 불고기와 삼겹살이 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-12〉 베네수엘라 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(볼리바르 VEF)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	77.40	20,556

*환율: 1 VEF = 265.58원(2012년 01월 18일 기준)

- 딘딘코리아의 메뉴 중에서 가장 많은 비중을 차지하는 구이·전·적류의 평균 가격은 20,566원으로 조사됨
 - 구이·전·적류의 세부 메뉴는 불고기, 오삼불고기, 삼겹살 등이 있으며 모두 같은 가격인 20,566원에 판매되고 있음

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-13〉 베네수엘라 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	0	1	0	1
비중(%)	0	0	0	100.00	0	100.00

- 딘딘코리아의 현지인 고객 비율은 60%~80%로 나타남
 - 비교적 현지인 비율이 높은 것으로 나타남

2. 볼리비아(Bolivia)

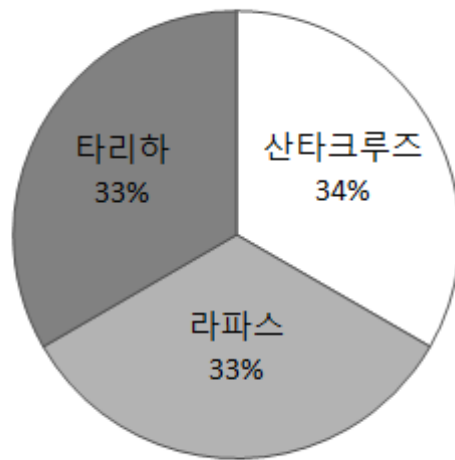
□ 볼리비아 내 한식당 현황 요약

- 볼리비아 내의 한식당은 행정 수도인 라파스(La Paz)와 주요도시인 타리하(Tarija), 산타크루즈(Santacruz)에 각각 1개씩의 한식당이 있는 것으로 조사되었으며 3곳 모두 중심상권에 위치해 있는 것으로 나타남
 - 코리아타운(Korea Town), 한국식당(Restaurante Corea), 미가(Miiga)로 조사되었으며, 모두 미디어에 노출된바 없음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국국적이며, 설립연도를 살펴보면 2007년 이전이 2곳으로 가장 많음
- 식당 좌석 수가 50석 이하인 한식당이 2곳으로 가장 많았으며 150석~200석인 큰 규모의 한식당도 1곳 있는 것으로 조사되었음
- 주요 메뉴로는 구이·전·적이 34%를 차지하는 것으로 나타났으며 대표적인 메뉴로는 삼겹살과 불고기가 있음
- 국·찌개·전골의 평균값이 39,050원으로 가장 가격대가 고가인 것으로 나타났음
 - 구이·전·적의 평균값이 11,550원, 밥의 평균값이 5,363원으로 조사됨
- 현지인 고객 비중은 20%~40%와 40%~60%, 80%~100%가 각각 1개씩 33.33%로 동일하게 나타났음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-14〉 볼리비아 지역별 한식당 분포

	지역구분			합계
	라파스	산타크루즈	타리하	
빈도(개)	1	1	1	3
비중(%)	33.33	33.33	33.33	100.00



〈그림 IV-1〉 볼리비아 지역별 한식당 분포

- 볼리비아의 지역별 한식당 분포를 보면, 행정 수도인 라파스(La Paz)와 주요도시인 타리하(Tarija), 산타크루즈(Santacruz)에 각각 1개씩의 한식당이 있는 것으로 조사됨
 - 라파스에는 코리아타운(Korea Town)이라는 한식당이, 산타크루즈에는 한국식당(Restaurante Corea), 타리하에는 미가(Miiga)라는 한식당이 각각 위치하고 있음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-15〉 볼리비아 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	0	3	0	3
비중(%)	0.00	100.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 3개의 한식당은 모두 중심상권에 위치함

〈표 IV-16〉 볼리비아 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	3	3
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 3개의 한식당은 모두 비한인타운에 위치함

미디어 노출

〈표 IV-17〉 볼리비아 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	3	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 미디어에 노출된 한식당은 없음

대표자 및 조리장의 국적

〈표 IV-18〉 볼리비아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	볼리비아	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 대표자는 모두 한국 국적으로 조사되었음

〈표 IV-19〉 볼리비아 한식당 조리장 국적

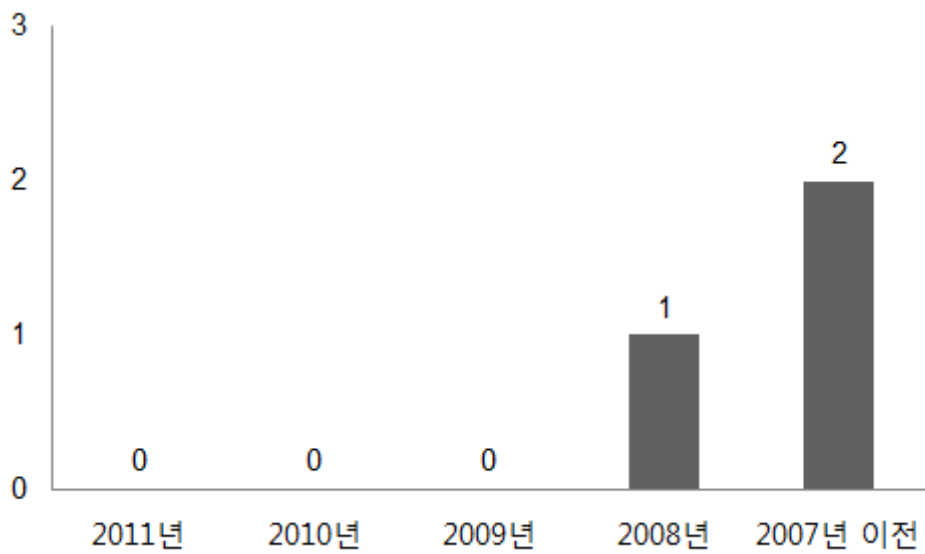
	조리장 국적		합계
	한국	볼리비아	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 조리장은 모두 한국 국적으로 조사되었음

□ 설립연도

〈표 IV-20〉 볼리비아 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	1	2	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	33.33	66.67	100.00



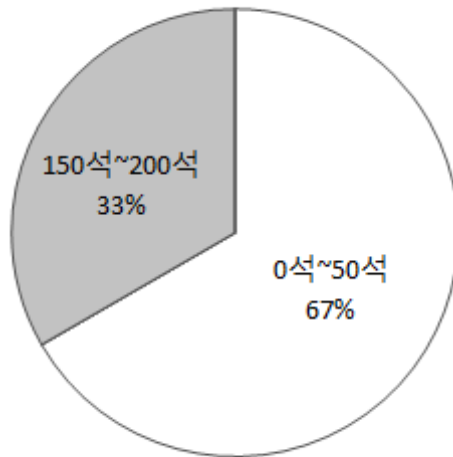
〈그림 IV-2〉 볼리비아 한식당 설립연도

- 한식당 3개 중에서 2개 업체는 2007년 이전에 설립됐으며, 나머지 1개 업체는 2008년에 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 IV-21〉 좌석수별 볼리비아 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	2	0	0	1	0	3
비중(%)	66.67	0.00	0.00	33.33	0.00	100.00

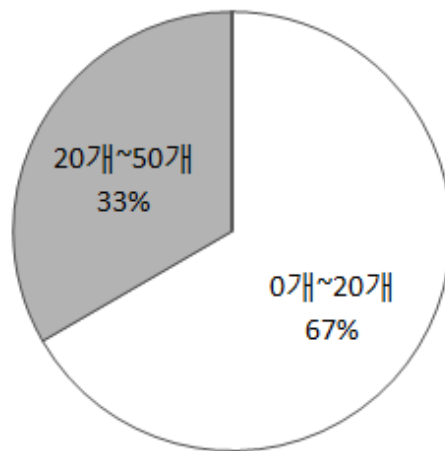


〈그림 IV-3〉 좌석수별 볼리비아 한식당 규모

- 3개 업체 중에서 2개 업체는 좌석 수가 50석 이하이며, 나머지 1개 업체는 좌석수가 150석~200석으로서 비교적 규모가 큰 편임

〈표 IV-22〉 테이블수별 볼리비아 한식당 규모

	테이블 수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	2	1	0	0	3
비중(%)	66.67	33.33	0.00	0.00	100.00



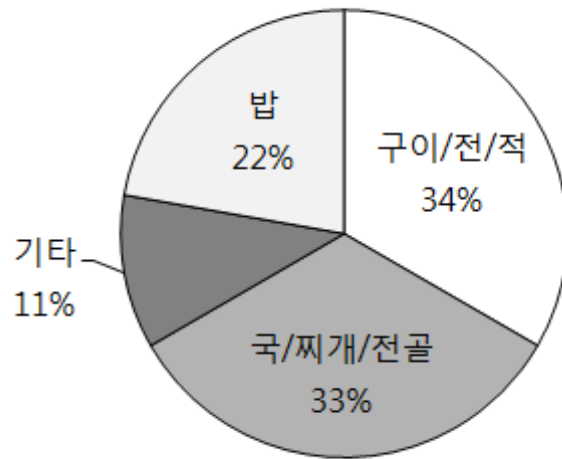
〈그림 IV-4〉 테이블수별 볼리비아 한식당 규모

- 테이블 수는 모두 50개 이하임
 - 테이블 수 20개 이하의 한식당은 2개이며, 나머지 1개 업체의 테이블 수는 20개~50개임

□ 주요 메뉴

〈표 IV-23〉 볼리비아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	2	삼겹살, 불고기
국·찌개·전골	2	김치찌개, 해물탕, 흑염소탕
기타	1	통닭
밥	1	잡채밥, 김밥



〈그림 IV-5〉 볼리비아 한식당 주요 메뉴

- 한식당의 주요 메뉴는 구이·전·적류로서 약 34%를 차지함
 - 대표적인 메뉴로는 삼겹살과 불고기가 있음
 - 그 밖에, 국·찌개·전골류 약 33.00%, 밥류 약 22%, 기타 약 11%의 순서로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-24〉 볼리비아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(볼리비아노 BOB)	평균가(원 ₩)
국·찌개·전골	236.67	39,050
구이·전·적	70.00	11,550
밥	32.50	5,363
기타	22.00	3,630

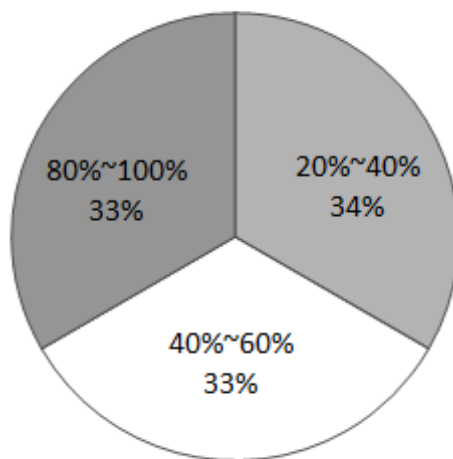
*환율: 1 BOB = 165원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중 국·찌개·전골류의 평균 가격이 39,050원으로 가장 비싸게 나타남
 - 국·찌개·전골류의 세부 메뉴인 해물탕과 흑염소탕이 각각 원화 약 66,000원, 41,250원으로 다소 비싼 것으로 나타남
 - 그 밖에, 기타 메뉴 중에서 통닭이 원화 약 3,630원으로 가장 저렴한 것으로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-25〉 볼리비아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	1	1	0	1	3
비중(%)	0	33.33	33.33	33.33	33.33	100.00



〈그림 IV-6〉 볼리비아 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당 3개의 현지인 고객 비율은 각각 20%~40%, 40%~60%, 80%~100%로 나타남

3. 브라질(Brazil)

□ 브라질 내 한식당 현황 요약

- 브라질 내의 한식당은 총 58곳으로 모두 수도인 상파울루(Sao Paulo)에 위치하고 있는 것으로 조사되었으며 중심상권에 47곳, 주변상권에 9곳, 기타상권에 2곳이 위치해 있음
 - 43개의 식당이 한인타운에 위치하고 있는 것으로 나타났으며 기타 15개의 한식당은 비한인타운에 입지하고 있음
- 전체 한식당 중 절반 이상의(77.59%) 브라질 한식당들이 한인 전문 일간지인 좋은아침, 하나로 등에 노출된 바 있음
 - 유력전문지 베하(VEJA)에 소개된 한식당은 상파울루에 있는 사군자라는 식당임
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적인 것으로 나타났으며 조리장의 경우, 49곳이 한국국적, 4곳이 브라질 국적인 것으로 조사되었음
- 전체 58개 중 30개의 한식당이 2007년 이전에 설립되었으며 2010년에 4곳, 2009년 8곳의 순서로 나타남
- 좌석수별로 한식당 규모를 살펴보면 100석 이하의 한식당이 44곳으로 83%를 차지하는 것으로 조사됨
- 브라질의 한식당 메뉴를 살펴보면 구이·전·적류나 국·찌개·전골류를 취급하는 식당이 가장 많은 것으로 조사되었으며 메뉴의 평균 가격은 회·편육이 63,887원, 찜·선 메뉴가 53,026원의 순서로 나타남
- 현지인 고객비중은 거의 대부분 25%미만 인 것으로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-26〉 브라질 지역별 한식당 분포

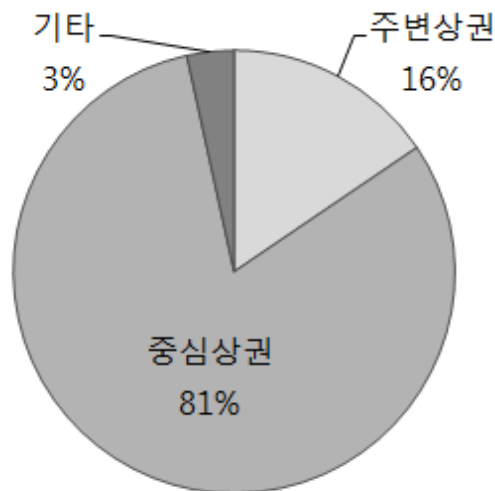
	지역구분		합계
	상파울루	기타	
빈도(개)	58	0	58
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 브라질에는 상파울루(Sao Paulo)지역에 58개의 한식당이 위치함
 - 한식당 58개 중에서 5개 업체는 통화연결 불가 등의 이유로 조사에서 누락되었으며 상권분포 및 한인지역 여부 등을 제외한 대부분의 조사에서 제외함
 - 상파울루 이외, 다른 지역에는 한식당이 없는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-27〉 브라질 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	9	47	2	58
비중(%)	15.52	81.03	3.45	100.00

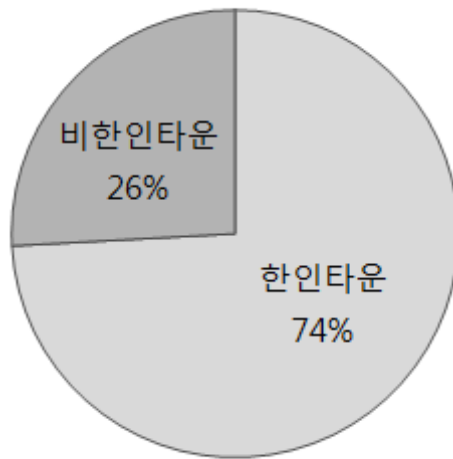


〈그림 IV-7〉 브라질 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 브라질의 한식당 58개 업체 중에서 47개(약 81%)는 중심상권에 위치하고 있으며 9개(약 16%) 업체는 주변상권에 위치함
- 나머지 2개의 한식당은 상권이 아닌 근린생활권 등 기타 지역에 위치함

〈표 IV-28〉 브라질 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	43	15	58
비중(%)	74.14	25.86	100.00



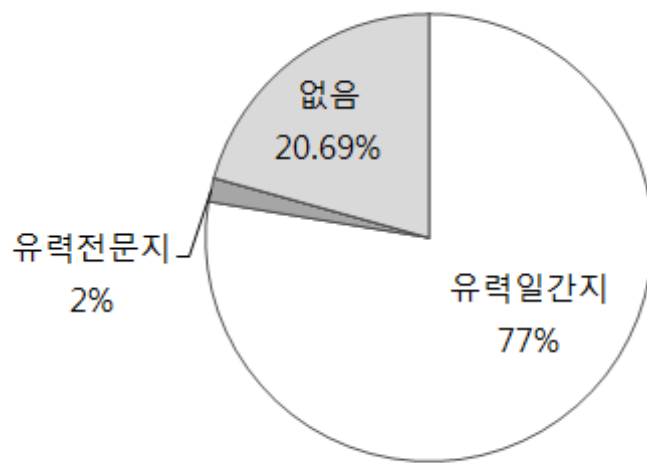
〈그림 IV-8〉 브라질 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면, 43개(약 74%) 업체가 한인타운에, 나머지 15개(약 26%)의 업체가 비한인타운에 위치하는 것으로 조사됨

□ 미디어 노출

〈표 IV-29〉 브라질 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	45	1	0	0	12	58
비중(%)	0.00	0.00	77.5	1.72	0.00	0.00	20.69	100.00

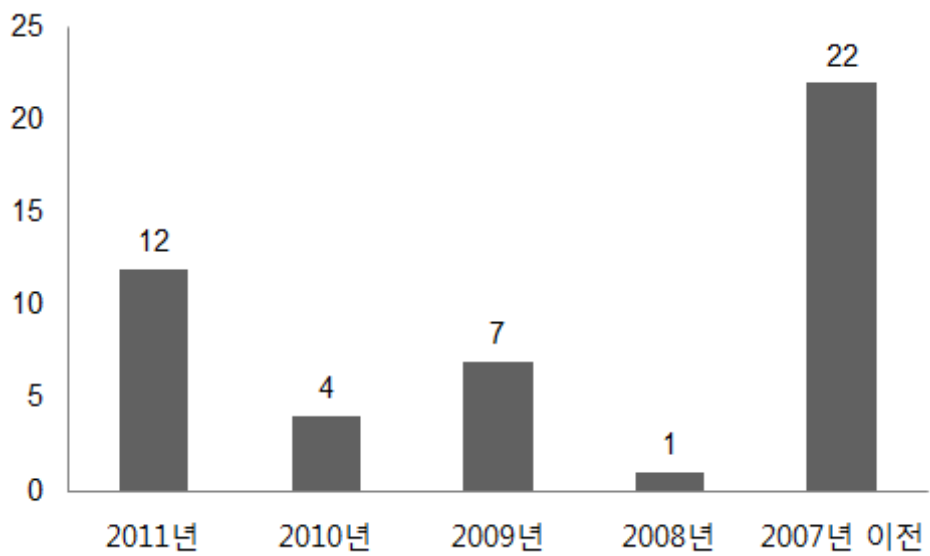


〈그림 IV-9〉 브라질 한식당 노출 미디어 종류

- 전체 한식당 58개 업체 중에서 중 46개 업체(약 79%)가 미디어에 노출됨
 - 미디어에 노출된 46개 업체 중에서 45개 업체는 유력일간지에 노출되었으며, 유력일간지는 좋은아침, 하나로 등 한인 일간지임
 - 나머지 1개 업체는 사군자(Sagunja)라는 상호의 한식당으로서 유력전문지 베하(VEJA)에 소개되었음

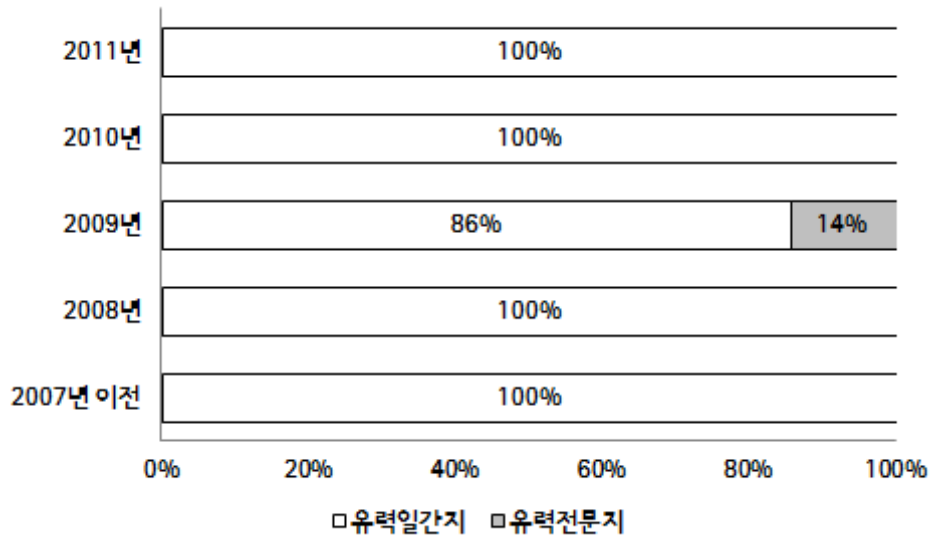
〈표 IV-30〉 브라질 한식당 노출 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	12	0	0	0	12
2010년	0	0	4	0	0	0	4
2009년	0	0	6	1	0	0	7
2008년	0	0	1	0	0	0	1
2007년 이전	0	0	22	0	0	0	22
합계	0	0	45	1	0	0	46



〈그림 IV-10〉 브라질 한식당 노출 미디어 노출 연도

- 한식당의 미디어 노출이 점차 증가추세에 있음
 - 2007년 이후 미디어에 노출된 한식당은 2008년 1개 업체, 2009년 7개 업체, 2010년 4개 업체, 2011년 12개 업체로 점차 늘고 있는 추세임



〈그림 IV-11〉 브라질 한식당 미디어 노출 연도별 미디어 종류

- 2009년에 유력전문지 베하(VEJA)에 한식당 사군자가 노출된 것을 제외하면 유력일간지가 유일한 미디어 노출 채널임
- 유력일간지의 경우 대부분이 한인 소식지로서 매우 제한적이므로, 노출 미디어 채널을 다양화하려는 노력이 필요함

□ 대표자 및 조리장의 국적

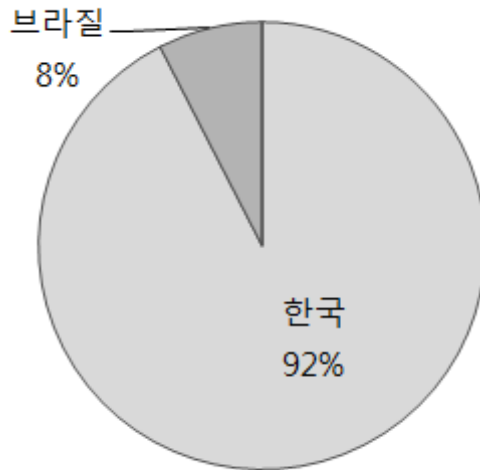
〈표 IV-31〉 브라질 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	기타	
빈도(개)	53	0	53
비중(%)	100	0.00	100.00

- 확인된 한식당의 대표자는 모두 한국인이었으며, 한인타운에 위치하지 않은 한식당 중 5개의 식당은 대표자를 확인할 수 없었음
- 한인 식당 대부분이 한인타운에 밀집해있고, 한국인들이 대표자인 상황으로 한인상권 위주의 영업이 이루어지고 있는 것으로 분석됨

〈표 IV-32〉 브라질 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	브라질	
빈도(개)	49	4	53
비중(%)	92.45	7.55	100.00



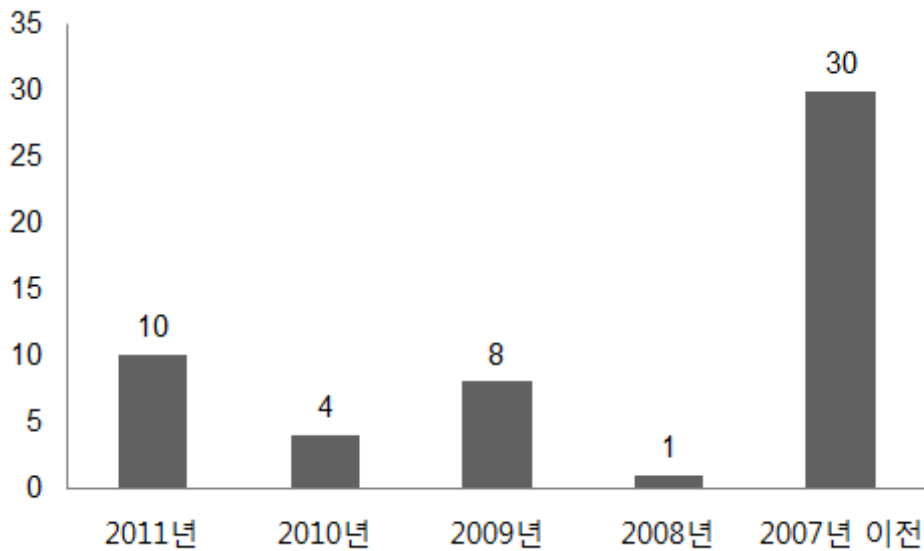
〈그림 IV-12〉 브라질 한식당 조리장 국적

- 조리장의 국적이 확인된 53개의 한식당 중에서 한국인이 대표자인 업체는 49개이며, 나머지 4개 업체의 조리장은 브라질인인 것으로 나타남
- 브라질 국적의 조리장이 있는 한식당 4개 업체 중에서 3개 업체는 한인타운이 아닌 곳에 위치하며, 나머지 1개 업체는 한인타운에 위치하고 한국인과 브라질인이 공동조리장인 것으로 확인됨
- 한인타운에서는 주로 한인 대상의 한식당이 운영되고 있는 것으로 분석됨

□ 설립연도

〈표 IV-33〉 브라질 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	10	4	8	1	30	53
비중(%)	18.87	7.55	15.09	1.89	56.60	100.00



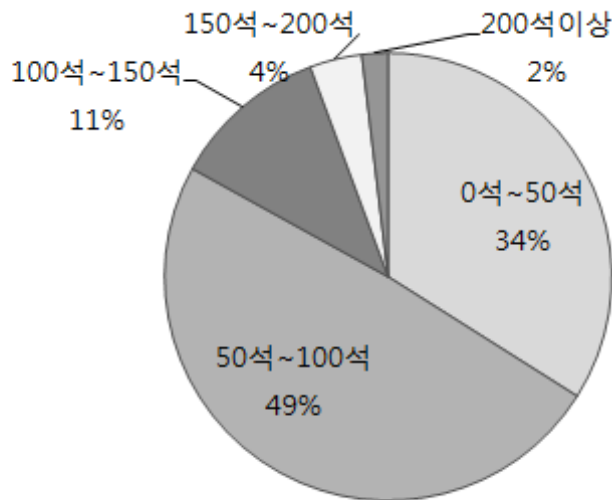
〈그림 IV-13〉 브라질 한식당 설립연도

- 전체 58개 한식당 중에서 30개 업체가 2007년 이전에 설립되었음
- 연간 한식당 설립 개수에서 증가세가 나타남
 - 2008년에 1개 업체, 2009년에 8개 업체, 2010년에 4개 업체, 2011년에 10개 업체가 새로 설립되었으며, 2010년에 잠깐 설립되는 업체수가 줄어든 것을 제외하면 점진적으로 설립수가 증가하는 것으로 나타남

□ 식당의 규모

〈표 IV-34〉 좌석수별 브라질 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	18	26	6	2	1	53
비중(%)	33.96	49.06	11.32	3.77	1.89	100.00

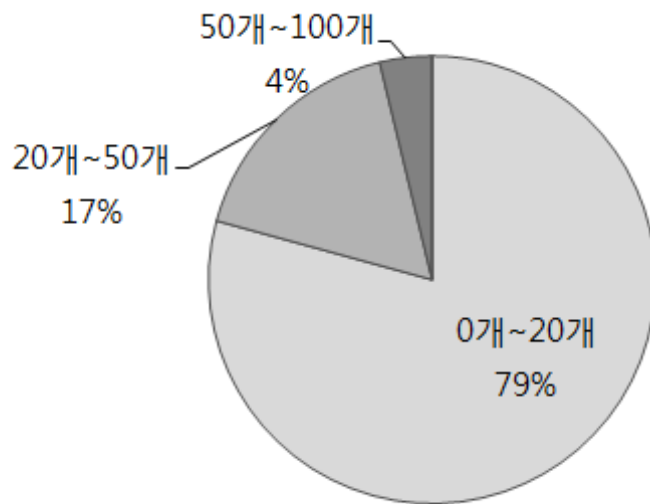


〈그림 IV-14〉 좌석수별 브라질 한식당 규모

- 좌석수별로 브라질의 한식당 규모를 보면, 규모에서 특이한 점은 분석되지 않고 대체적으로 100석 이하의 한식당이 많은(약 83%) 수를 차지하고 있는 것으로 나타남
- 100석 이상의 대규모 한식당은 한인상권이 아닌 곳에 주로 위치함

〈표 IV-35〉 테이블수별 브라질 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	42	9	2	0	53
비중(%)	79.25	16.98	3.77	0.00	100.00



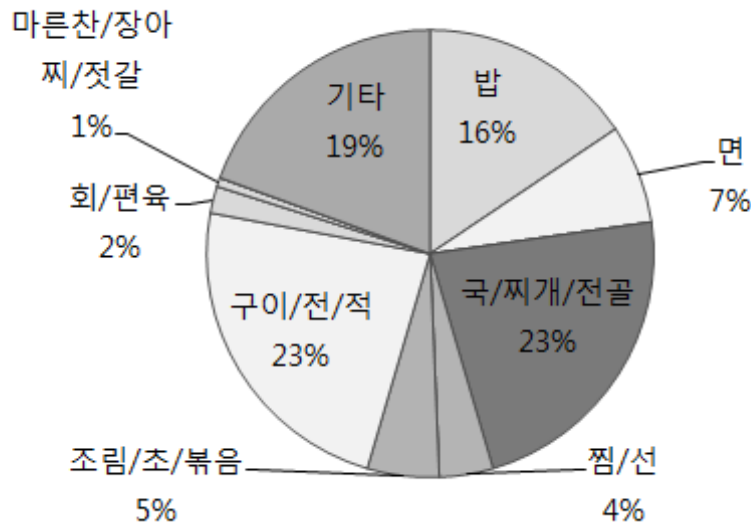
〈그림 IV-15〉 테이블수별 브라질 한식당 규모

- 테이블수별로 브라질 한식당 규모를 보면, 20개 이하의 비교적 소규모 식당이 많은 것으로 나타남
- 비한인타운에 위치한 한식당들의 경우 2개를 제외하고 모두 테이블 수가 20개 이상의 한식당인 것으로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 IV-36〉 브라질 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	28	갈비, 꺾데기, 등심, 불갈비, 불고기, 삼겹살, 주물럭, 차돌낙지, 차돌박이, 해물과전
국·찌개·전골	23	감자탕, 김치찌개, 꼬리곰탕, 도가니탕, 된장찌개, 콩비지찌개, 부대찌개, 생태탕, 설렁탕, 순대국, 순두부찌개, 오리전골, 육개장, 청국장, 백숙, 해장국
밥	19	김밥, 돌솥밥, 오징어덮밥, 정식, 비빔밥, 국밥, 찜밥, 뷔페
기타	16	꾸꿍, 돈까스, 떡볶이, 만두, 불닭, 뼈까냐, 사시미, 자장면, 치킨, 쇼바구이, 우동, 짬뽕, 초밥, 치킨
면	11	냉면, 잔치국수, 칼국수, 콩국수
조림·초·볶음	8	곱창볶음, 순대철판볶음, 닭볶음, 오징어볶음
찜·선	6	보쌈, 아구찜, 해물찜
회·편육	3	족발, 한치회, 활어회
마른찬·장아찌·젓갈	1	간장게장



〈그림 IV-16〉 브라질 한식당 주요 메뉴

- 브라질의 한식당은 비교적 다양한 메뉴를 취급하고 있음
- 그 중에서도 구이·전·적류나 국·찌개·전골류를 취급하는 식당이 가장 많음

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-37〉 브라질 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(헤알 BRL)	평균가(원 ₩)
회·편육	100.00	63,887
찜·선	83.00	53,026
기타	55.73	35,606
구이·전·적	48.43	30,940
국·찌개·전골	43.57	27,838

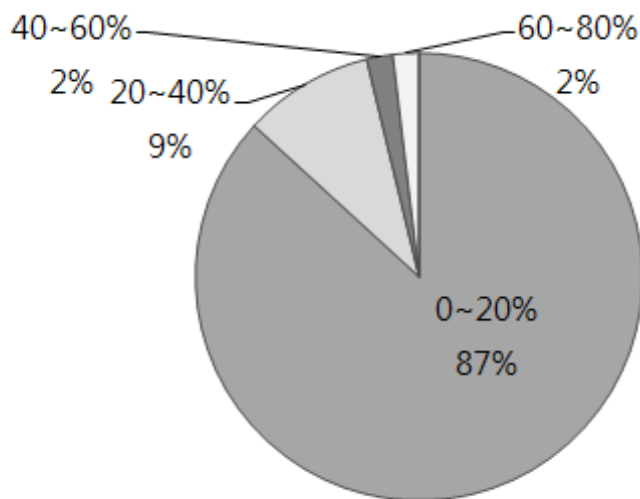
*환율: 1BRL = 638.87원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴의 가격은 회·편육류와 찜·선류가 특히 높게 나타남
 - 아구찜, 해물찜, 활어회 등의 메뉴가 고가로 책정되기 때문임

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-38〉 브라질 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0~20%	20~40%	40~60%	60~80%	80~100%	
빈도(개)	46	5	1	1	0	53
비중(%)	86.79	9.43	1.89	1.89	0.00	100



〈그림 IV-17〉 브라질 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당 업체들의 현지인 고객 비중은 대부분 40% 미만인 것으로 나타남

4. 수리남(Republic of Suriname)

□ 수리남 내 한식당 현황 요약

- 수리남 내의 한식당은 수도인 파라마리보(Paramaribo)에 2곳이 있는 것으로 조사되었으며, 모두 주변상권에 위치해 있음
 - 유력웹사이트 위키투라블(wikitravel.org)을 통해 미디어에 노출된 바 있음
- 한식당의 대표자 및 조리장 국적은 모두 한국이거나 모두 수리남이며, 설립연도의 경우 2007년 이전으로서 안정화되어 있는 것으로 볼 수 있음
- 좌석 수가 모두 100석 이하로 좌석 수 0석~50석인 식당이 1곳, 50석~100석인 식당이 1곳인 것으로 조사되었음
- 수리남 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적이 100%로 대표적인 메뉴로는 불고기, 삼겹살, 갈비, 오리구이 등이 있음
- 수리남 한식당의 메뉴 중 가장 많은 비중을 차지하는 구이·전·적의 평균 가격은 18,843원으로 조사됨
- 현지인 고객 비중은 모두 80%~100%인 것으로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-39〉 수리남 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	파라마리보	기타	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 수리남은 수도인 파라마리보(Paramaribo)에 2개의 한식당이 위치하며 각각의 상호는 한국식당(Lee's Restaurant)과 서울식당(Seoul House)으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-40〉 수리남 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	2	0	0	2
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 2개의 한식당은 모두 파라마리보의 주변상권에 위치함

〈표 IV-41〉 수리남 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	2	2
비중(%)	0.00	100.00	100.00

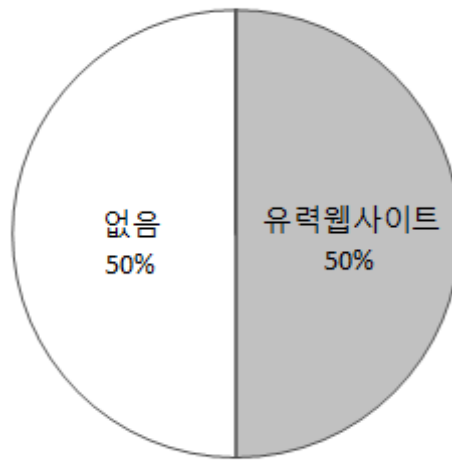
- 한인타운을 기준으로 보면, 수리남의 한식당은 모두 비한인타운에 위치함

- 수리남에서는 한인타운이 형성되지 않음

□ 미디어 노출

〈표 IV-42〉 수리남 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	1	1	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	50.00	100.00



〈그림 IV-18〉 수리남 한식당 노출 미디어 노출 연도

- 한식당은 2개 업체 중에서 1개 업체는 유력웹사이트를 통해 미디어에 노출됨
 - 인터넷 여행정보 사이트인 위키투라블(wikitravel.org)이라는 웹사이트를 통하여 한식당이 소개됨

〈표 IV-43〉 수리남 한식당 노출 미디어 노출 연도

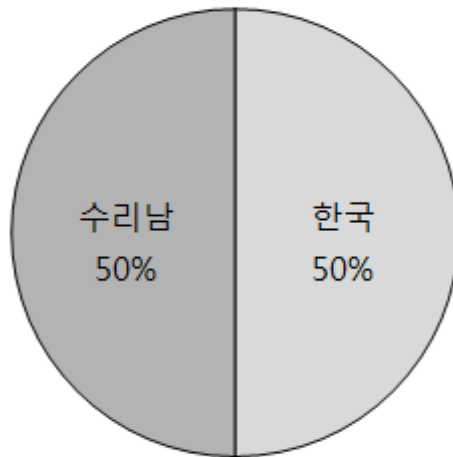
	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	0	1	1
2010년	0	0	0	0	0	0	0
2009년	0	0	0	0	0	0	0
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0
합계	0	0	0	0	0	1	1

- 2011년에 한식당 1개 업체가 웹사이트를 통해 노출된 전후로 미디어에 노출된 바 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 IV-44〉 수리남 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	수리남	
빈도(개)	1	1	2
비중(%)	50.00	50.00	100.00

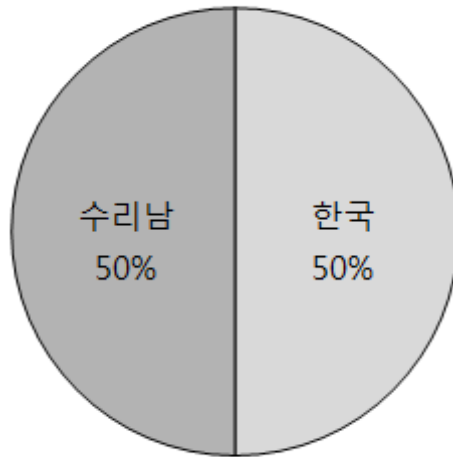


〈그림 IV-19〉 수리남 한식당 대표자 국적

- 한식당 2개 업체 중에서 1개 업체의 대표자는 한국인 , 나머지 1개 업체의 대표자는 수리남인으로 나타남

〈표 IV-45〉 수리남 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	수리남	
빈도(개)	1	1	2
비중(%)	50.00	50.00	100.00



〈그림 IV-20〉 수리남 한식당 조리장 국적

- 한식당 2개 업체 중에서 1개 업체의 조리장은 한국인 , 나머지 1개 업체의 조리장은 수리남인으로 나타남

□ 설립연도

〈표 IV-46〉 수리남 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00



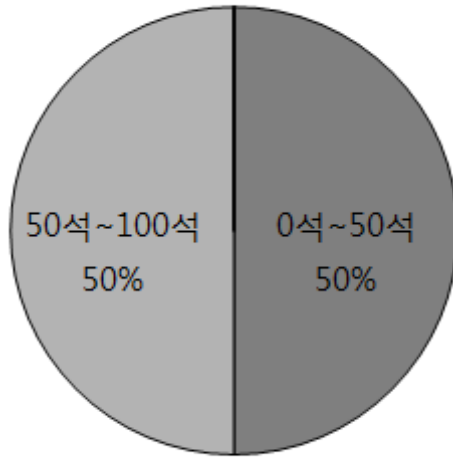
〈그림 IV-21〉 수리남 한식당 설립연도

- 수리남 한식당의 설립연도는 모두 2007년 이전이며 2008년부터 2011년까지는 새로 설립된 한식당이 없는 것으로 조사됨

□ 식당의 규모

〈표 IV-47〉 좌석수별 수리남 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	1	1	0	0	0	2
비중(%)	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	100.00

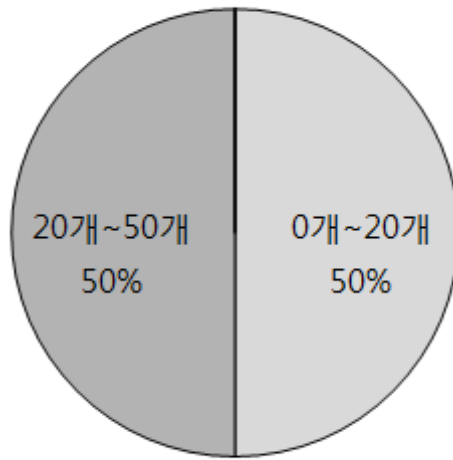


〈그림 IV-22〉 좌석수별 수리남 한식당 규모

- 한식당 2개 업체는 모두 좌석수가 100개 이하인 소규모 식당으로 조사됨

〈표 IV-48〉 테이블수별 수리남 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	1	1	0	0	2
비중(%)	50.00	50.00	0.00	0.00	100.00



〈그림 IV-23〉 테이블수별 수리남 한식당 규모

- 한식당 2개 업체는 모두 테이블수가 50개 이하인 소규모 식당으로 조사됨

□ 주요 메뉴

〈표 IV-49〉 수리남 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	2	불고기, 삼겹살, 갈비, 오리구이

- 수리남 한식당은 구이·전·적류의 메뉴만을 취급함
 - 대표적인 메뉴는 불고기, 삼겹살, 갈비, 오리구이 등이 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-50〉 수리남 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(달러 SRD)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	54.08	18,843

*환율: 1 SRD = 348.42원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중 가장 많은 비중을 차지하는 구이·전·적의 평균 가격은 18,843원으로 조사됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-51〉 수리남 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 현지인들의 한식당 이용률이 상당히 높은 것으로 조사됨
 - 한식당 2개 업체 모두 현지인 고객 방문 비율이 80%~100%로 나타남

5. 아르헨티나(Argentina)

□ 아르헨티나 내 한식당 현황 요약

- 아르헨티나 내의 45개의 한식당 모두 수도인 부에노스아이레스(Buenos Aires)에 위치하고 있는 것으로 조사되었으며 주변상권에 43곳, 중심상권에 2곳이 위치해 있음
- 총 45개 한식당 중 43개의 식당이 한인타운에 위치해 있는 것으로 조사되었으며 미디어에 노출된 적은 없는 것으로 나타남
- 한식당 중 41곳은 대표자 및 조리장이 모두 한국 국적이며, 나머지 4개의 식당의 대표자 및 조리장은 중국 국적으로 조사됨
- 아르헨티나에 입지한 한식당 45개 중 29개 식당(64%)이 2007년 이전에 설립된 것으로 조사되었으며 45개의 식당 중 38개(84.45%) 식당의 테이블 수가 50개 이하인 것으로 나타남
- 메뉴 중에서 밥류와 국·찌개·전골류가 많은 비중을 차지하고 있음
- 구이·전·적류의 평균가격이 20,236원으로 가장 높은 가격대로 판매되고 있는 것으로 나타났으며, 조림·초·볶음의 평균가격이 18,524원의 순서로 조사됨
- 한식당 41곳의 현지인 고객 비중이 20%이하였으며 실제로 이 중 36개 식당의 현지인 고객에 대한 비중은 1%인 것으로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-52〉 아르헨티나 지역별 한식당 분포

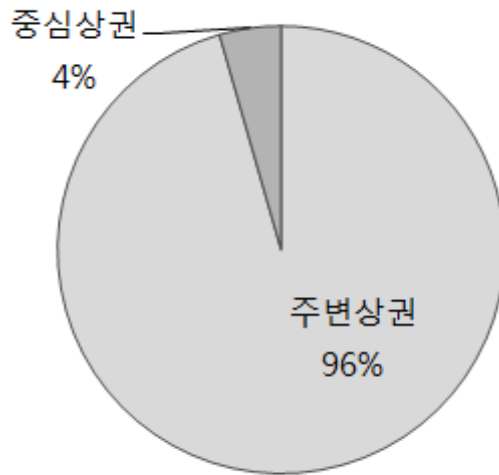
	지역구분		합계
	부에노스아이레스	기타	
빈도(개)	45	0	45
비중(%)	100	0.00	100.00

- 아르헨티나는 수도인 부에노스아이레스(Buenos Aires)에 45개의 한식당이 위치하고 있음
- 그 밖에 기타지역에는 한식당이 없는 것으로 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-53〉 아르헨티나 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	43	2	0	45
비중(%)	95.56	4.44	0.00	100.00

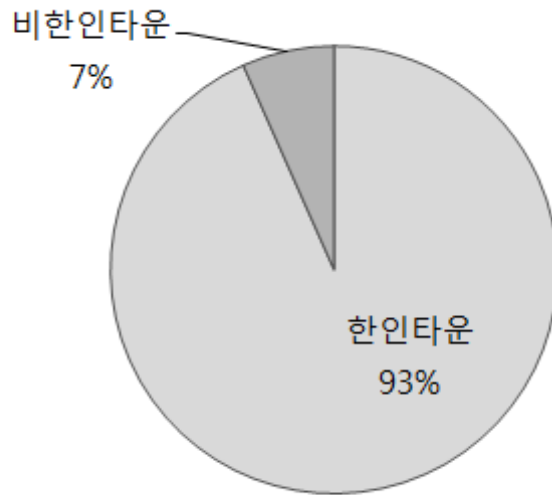


〈그림 IV-24〉 아르헨티나 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 45개의 한식당 중에서 43개 업체는 주변상권에 위치하고, 나머지 2개 업체는 중심상권에 위치하는 것으로 조사됨

〈표 IV-54〉 아르헨티나 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	42	3	45
비중(%)	93.33	6.67	100.00



〈그림 IV-25〉 아르헨티나 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운을 기준으로 보면, 45개 업체 중에서 42개의 업체는 한인타운에 위치하고 있으며, 나머지 3개의 한식당은 비한인타운에 위치하고 있음
- 한인타운은 주변상권에 형성되어 있기 때문에 42개 업체 모두 주변상권에 위치하고 있는 것으로 조사됨
 - 비한인타운에 위치한 3개 업체 중에서 2개 업체는 중심상권에 위치하며, 나머지 1개 업체는 한인타운이 아닌 주변상권에 위치함

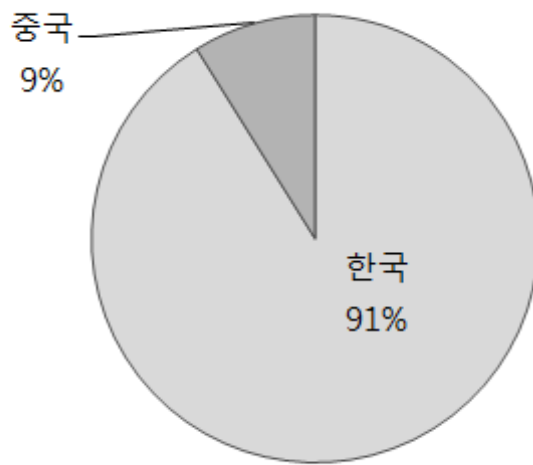
□ 미디어 노출

- 아르헨티나 한식당 중 어떤 업체도 미디어에 노출되지 않았기 때문에 연도별, 미디어 종류별 노출빈도로 분석할 수 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 IV-55〉 아르헨티나 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	중국	
빈도(개)	41	4	45
비중(%)	91.11	8.89	100.00

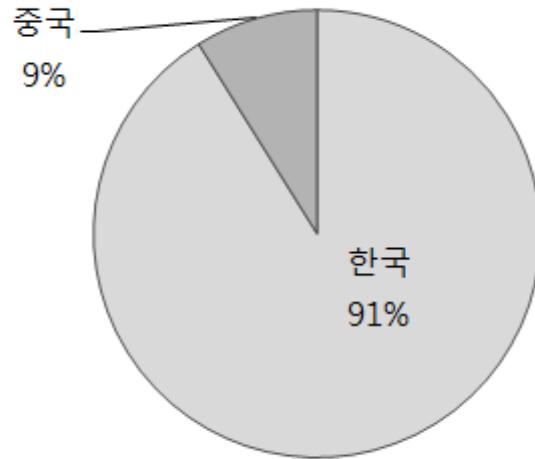


〈그림 IV-26〉 아르헨티나 한식당 대표자 국적

- 45개 한식당 중에서 41개 업체의 대표자는 한국인이며, 나머지 4개 업체의 대표자는 중국인인 것으로 조사됨

〈표 IV-56〉 아르헨티나 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	중국	
빈도(개)	41	4	45
비중(%)	91.11	8.89	100.00



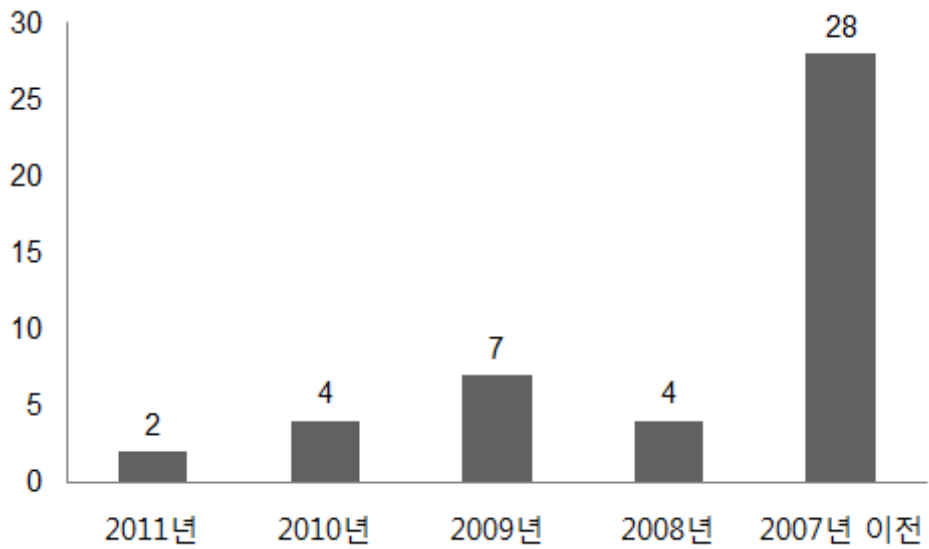
〈그림 IV-27〉 아르헨티나 한식당 노출 미디어 노출 연도

- 45개 한식당 중에서 41개 업체의 조리장은 한국인이며, 나머지 4개 업체의 조리장은 중국인인 것으로 조사됨

□ 설립연도

〈표 IV-57〉 아르헨티나 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	2	4	7	4	28	45
비중(%)	4.44	8.89	15.56	8.89	62.22	100.00



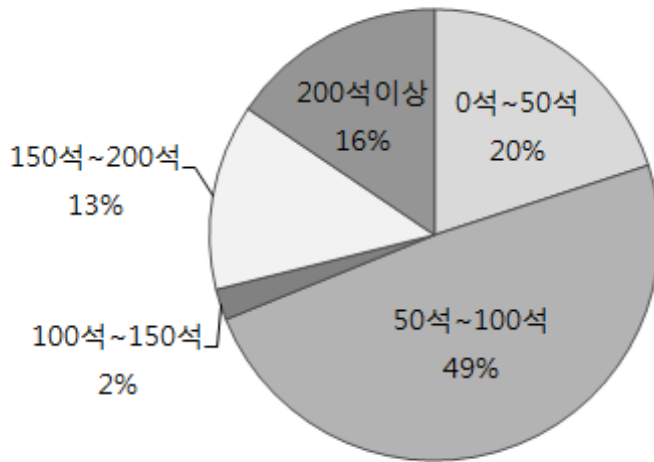
〈그림 IV-28〉 아르헨티나 한식당 설립연도

- 아르헨티나에 입지한 한식당 45개 중에서 29개(약 64%)는 2007년도 이전에 설립되었음
- 최근 3년간은 한식당 설립이 감소하고 있는 추세임

□ 식당의 규모

〈표 IV-58〉 좌석수별 아르헨티나 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	9	22	1	6	7	45
비중(%)	20.00	48.89	2.22	13.33	15.56	100.00

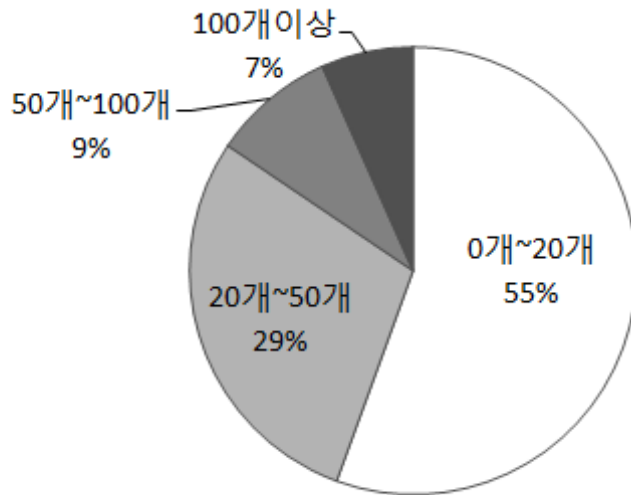


〈그림 IV-29〉 좌석수별 아르헨티나 한식당 규모

- 한식당 45개 업체 중에서 31개(약 69%)업체의 한식당은 100석 이하의 규모임
- 특히, 한인타운의 한식당 중에서 3개는 500석 이상의 대규모 업체임

〈표 IV-59〉 테이블수별 아르헨티나 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	25	13	4	3	45
비중(%)	55.56	28.89	8.89	6.67	100.00



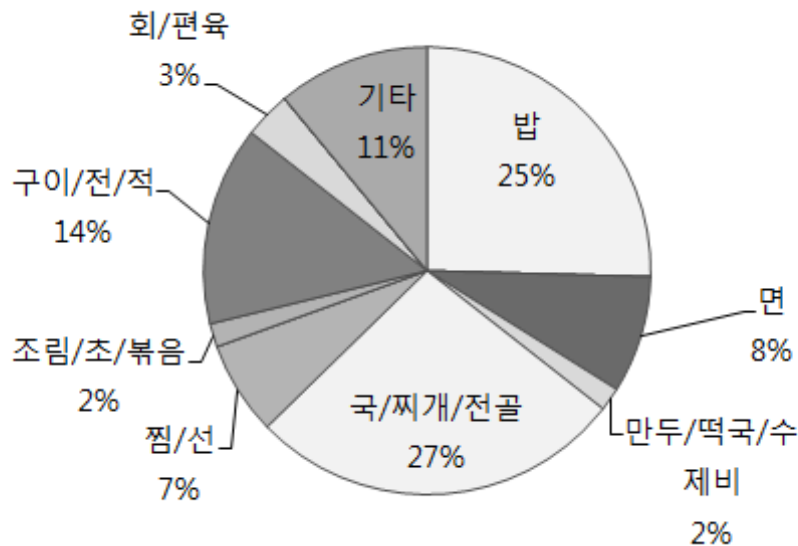
〈그림 IV-30〉 테이블수별 아르헨티나 한식당 규모

- 한식당 45개 업체 중에서 38개(약 84%)의 업체가 테이블 수 50개 이하이며, 테이블 수 200개 이상의 한식당도 2개 업체가 있음

□ 주요 메뉴

〈표 IV-60〉 아르헨티나 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
밥	25	국밥, 김밥, 돌솥밥, 볶음밥, 정식, 비빔밥, 덮밥, 주먹밥
국·찌개·전골	22	감자탕, 전골, 김치찌개, 꼬리곰탕, 동태찌개, 된장찌개, 매운탕, 부대찌개, 삼계탕, 샤브샤브, 설렁탕, 순대국, 순두부찌개, 육개장, 해물탕
구이·전·적	14	갈비, 삼겹살, 닭발, 등심, 불고기, 염소구이
기타	10	떡볶이, 우동, 만두, 모듬가스, 전빵, 치킨
면	8	냉면, 메밀국수, 잡채, 칼국수, 콩국수
찜·선	8	보쌈, 아구찜
회·편육	4	육회, 족발
조림·초·볶음	2	쭈꾸미볶음
만두·떡국·수제비	2	만둣국, 수제비



〈그림 IV-31〉 아르헨티나 한식당 주요 메뉴

- 메뉴 중에서 밥류와 국·찌개·전골류가 많은 비중을 차지하고 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-61〉 아르헨티나 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(페소 ARS)	평균가(원화)
구이·전·적	76.47	20,236
조림·초·볶음	70.00	18,524
밥	68.23	18,055
회·편육	65.00	17,201
찜·선	60.63	16,043

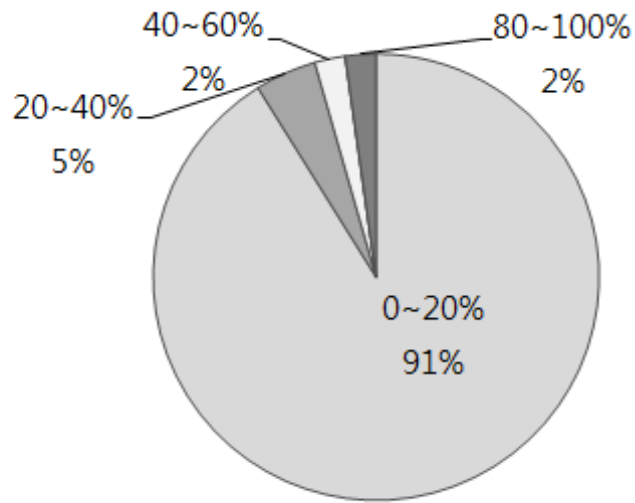
*환율: 1 ARS = 264.6268원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴들이 대체적으로 낮은 수준의 평균가격을 보임
 - 브라질의 한식당과 비교해보면 메뉴가격이 낮은 모습을 보이는데, 이는 식사류에 편중되어 있는 아르헨티나 한식당들의 메뉴에 따른 것으로 분석됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-62〉 아르헨티나 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객 비중					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	41	2	1	0	1	45
비중(%)	91.11	4.44	2.22	0	2.22	100.00



〈그림 IV-32〉 아르헨티나 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당에서 현지인 고객의 비중이 매우 적음
 - 한식당 45개 중에서 41개 업체가 현지인 고객의 비중이 20%이하였으며, 이 중에서 36개의 한식당은 현지인 고객 비중이 1%임
 - 한인타운에 한식당이 몰려있고, 현지화에 대한 노력이 부족하기 때문인 것으로 분석됨

6. 에콰도르(Ecuador)

□ 에콰도르 내 한식당 현황 요약

- 에콰도르 내의 한식당은 수도인 키토(Quito)에만 3곳이 있는 것으로 조사되었으며 모두 중심상권에 위치해 있음
 - 고향집(Ko Hyang Jip), 본가(BonGa), 산마루(San Ma Ru) 으로 조사되었으며, 미디어에 노출된바 없음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2008년에 2곳으로 가장 많은 것으로 나타남
- 식당 3곳 모두 좌석 수가 50석~100석이며 3곳 모두 테이블 수 20개 이하인 것으로 조사됨
- 주요 메뉴는 구이·전·적으로 45%를 차지하는 것으로 조사되었으며 메뉴로는 삼겹살, 갈비, 닭갈비가 있음
- 한식당의 메뉴 중 회·편육 메뉴의 평균값이 16,559원으로 가장 가격대가 높은 것으로 나타났음
 - 기타메뉴가 원화 평균 약 15,702원, 구이·전·적 메뉴가 14,846원의 순서로 조사됨
- 현지인 고객 비중이 40% 이하인 한식당이 2곳으로 약 67%로 분석되며 40%~60%인 식당도 1곳(33%) 있음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-63〉 에콰도르 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	키토	기타	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 에콰도르에는 수도인 키토(Quito)에 고향집(Ko Hyang Jip), 본가(BonGa), 산마루(San Ma Ru)의 3개 한식당이 위치함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-64〉 에콰도르 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	0	3	0	3
비중(%)	0.00	100.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 3개의 한식당은 모두 중심상권에 위치함

〈표 IV-65〉 에콰도르 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	3	3
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 한식당 3개 모두 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 IV-66〉 에콰도르 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	3	3
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 미디어에 노출된 한식당은 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 IV-67〉 에콰도르 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	에콰도르	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 대표자는 3명 모두 한국 국적임

〈표 IV-68〉 에콰도르 한식당 조리장 국적

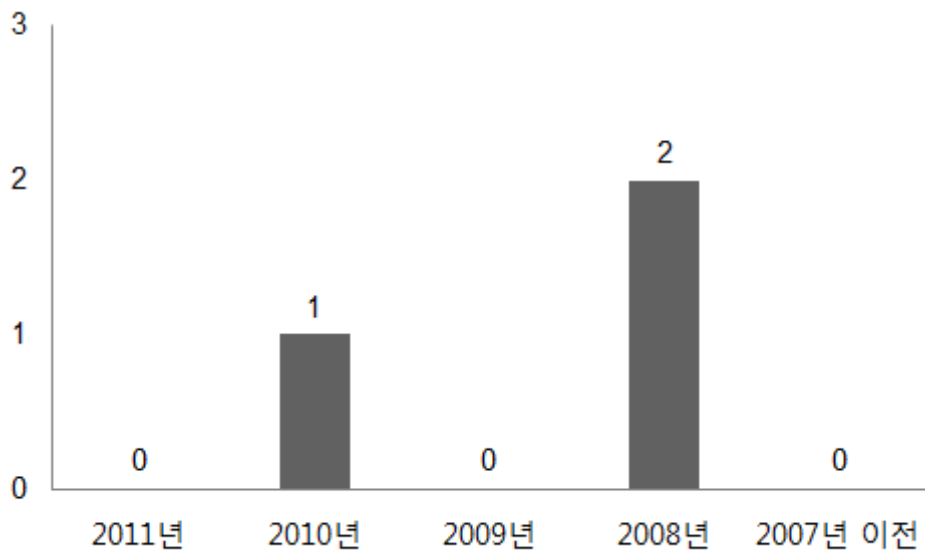
	조리장 국적		합계
	한국	에콰도르	
빈도(개)	3	0	3
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 한식당의 조리장은 3명 모두 한국국적임

□ 설립연도

〈표 IV-69〉 에콰도르 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	1	0	2	0	3
비중(%)	0.00	33.33	0.00	66.67	100.00	100.00



〈그림 IV-33〉 에콰도르 한식당 설립연도

- 한식당 3개 중에서 2개 업체는 2008년에 설립되었으며, 나머지 1개 업체는 2010년에 설립됨
- 2007년 이전에 설립된 한식당이 없는 것으로 볼 때, 4년 이상 영업을 하는 한식당은 없는 것으로 분석됨

□ 식당의 규모

〈표 IV-70〉 좌석수별 에콰도르 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	0	3	0	0	0	3
비중(%)	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 3개 모두 좌석 수 50석~100석의 업체임

〈표 IV-71〉 테이블수별 에콰도르 한식당 규모

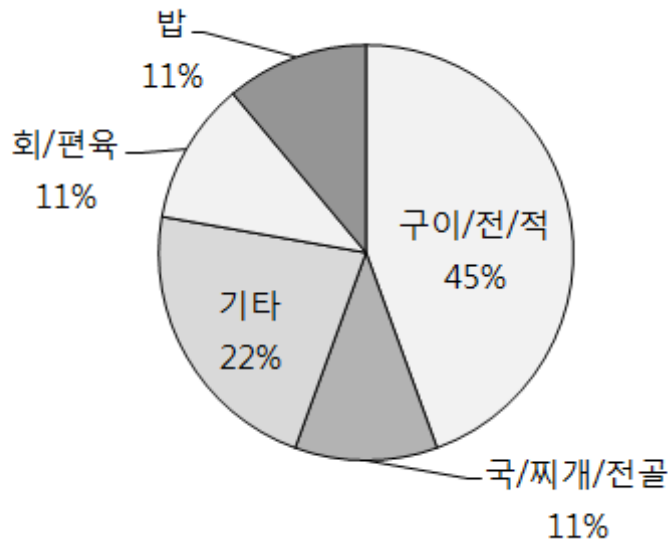
	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	3	0	0	0	3
비중(%)	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 한식당 3개 모두 테이블 수 20개 이하 규모의 업체

□ 주요 메뉴

〈표 IV-72〉 에콰도르 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	3	삼겹살, 갈비, 닭갈비
기타	2	짬뽕, 치킨
회·편육	1	보쌈
밥	1	비빔밥
국·찌개·전골	1	얼큰전골찌개



〈그림 IV-34〉 에콰도르 한식당 주요 메뉴

- 에콰도르의 주요 메뉴는 구이·전·적류이며 약 45%를 차지함
 - 주요 메뉴는 삼겹살, 갈비, 닭갈비가 있음
 - 그 밖에, 짬뽕과 치킨을 포함한 기타메뉴가 약 22%, 국·찌개·전골류와 회·편육류, 밥류가 각각 약 11%로 조사됨

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-73〉 에콰도르 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(달러 \$)	평균가(원 ₩)
회·편육	14.50	16,559
기타	13.75	15,702
구이·전·적	13.00	14,846
국·찌개·전골	10.00	11,420
밥	10.00	11,420

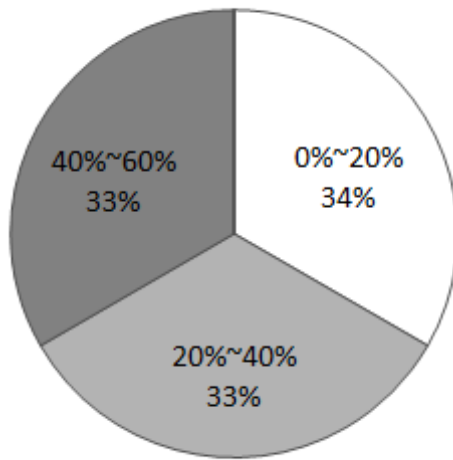
*환율: 1\$ = 1,142원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중 회·편육류가 평균 원화 16,559원으로 가장 높은 가격대로 조사됨
 - 그 밖에, 치킨과 짬뽕이 포함된 기타메뉴가 원화 평균 약 15,702원, 구이·전·적류의 평균가가 14,846원으로 나타남
 - 비교적 저렴한 메뉴로는 국·찌개·전골 메뉴와 밥 메뉴가 11,420원으로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-74〉 에콰도르 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	1	1	1	0	0	3
비중(%)	33.33	33.33	33.33	0.00	0.00	100.00



〈그림 IV-35〉 에콰도르 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당의 현지인 고객 비율이 비교적 낮음
 - 현지인 고객 비중이 40% 이하인 한식당이 2개이며, 나머지 1개의 식당 역시 현지인 고객이 60%를 넘지 않는 것으로 나타남

7. 칠레(Chile)

□ 칠레 내 한식당 현황 요약

- 칠레 내의 한식당은 수도인 산티아고(Santiago)에만 7개 한식당이 있는 것으로 조사되었으며 중심상권에 6개, 주변상권에 1개가 위치해 있음
 - 한인타운에만 한식당이 6개가 있는 것으로 조사되었으며 비한인타운에는 1개의 한식당이 위치하고 있음
- 칠레의 한식당 7개 중 3곳은 2011년, 2009년에 유력 일간지에 노출되었던 것으로 조사됨
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2007년 이전 설립된 한식당이 4곳, 2010년에 설립된 곳이 1곳, 2011년 설립된 곳이 2곳인 것으로 조사됨
- 50석 이하의 한식당이 3개, 50석~100석의 한식당이 3개, 100석~150석의 한식당이 1개인 것으로 나타남
- 한식당의 대표메뉴는 38%로 국·찌개·전골로 조사되었으며 대표적인 메뉴로는 은대구탕, 된장찌개, 삼계탕 등이 있음
 - 구이·전·적 메뉴가 24%, 면이 14%, 밥 메뉴가 10% 등의 순서로 나타남
- 칠레 한식당 메뉴 중 평균가격이 가장 높은 메뉴는 구이·전·적 메뉴였으며, 원화 평균 32,433원을 나타냄
 - 가장 평균가격이 저렴한 메뉴는 평균 원화 12,562원의 밥 메뉴였으며, 비빔밥과 들소비빔밥이 있는 것으로 조사됨
- 칠레의 한식당 중 6개, 약 86%는 한국인 고객이 75%이상임

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-75〉 칠레 지역별 한식당 분포

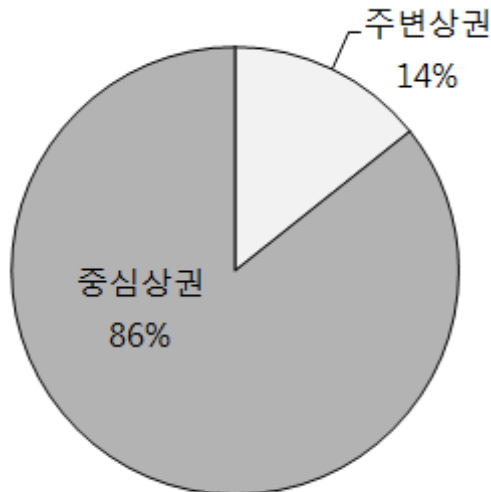
	지역구분		합계
	산티아고	기타	
빈도(개)	7	0	7
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 칠레는 수도인 산티아고(Santiago)에 7개의 한식당이 있음
- 산티아고 지역 이외에는 조사된 한식당이 없음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-76〉 칠레 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	1	6	0	7
비중(%)	14.00	86.00	0.00	100.00



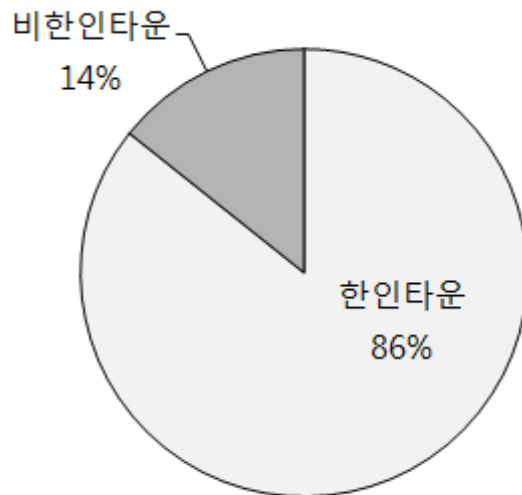
〈그림 IV-36〉 칠레 한식당 소재지 분포(상권기준)

- 상권을 기준으로 보면, 중심상권에 6개(약 86%)의 한식당이 분포하고 있음

- 주변상권에 는 1개의 한식당이 있으며 그 외 지역에는 분포하고 있지 않은 것으로 나타남
- 중심상권에 한인타운이 있기 때문에 중심상권에 한식당이 많이 분포하고 있는 것으로 분석됨

〈표 IV-77〉 칠레 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	6	1	7
비중(%)	86.00	14.00	100.00



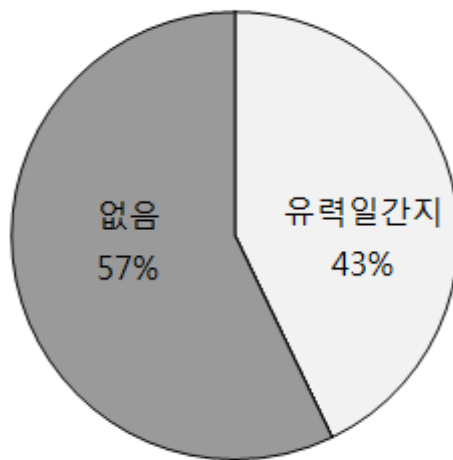
〈그림 IV-37〉 칠레 한식당 소재지 분포(한인타운기준)

- 한인타운에 한식당 6개(약 86%)가 분포함
 - 칠레는 다른 남미국가와 비교하여 상대적으로 한인타운이 발달함
 - 그 외 비한인타운에 1개의 한식당이 위치하고 있음

□ 미디어 노출

〈표 IV-78〉 칠레 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	3	0	0	0	4	7
비중(%)	0.00	0.00	43.00	0.00	0.00	0.00	57.00	100.00



〈그림 IV-38〉 칠레 한식당 노출 미디어 종류

- 7개 중에서 3개(약 43%)는 유력 일간지에 게재됨
- 나머지 4개(약 57%)의 한식당은 미디어에 노출되지 않음

〈표 IV-79〉 칠레 한식당 노출 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	1	0	0	0	1
2010년	0	0	0	0	0	0	0
2009년	0	0	2	0	0	0	2
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0
합계	0	0	3	0	0	0	3



〈그림 IV-39〉 칠레 한식당 미디어 노출 연도

- 3개 업체는 미디어에 노출됨
- 한식당 7개 중 3개 업체는 2011년, 2009년에 각각 미디어에 노출됨

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 IV-80〉 칠레 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	칠레	
빈도(개)	7	0	7
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 대표자는 모두 한국 국적을 가지고 있음

〈표 IV-81〉 칠레 한식당 조리장 국적

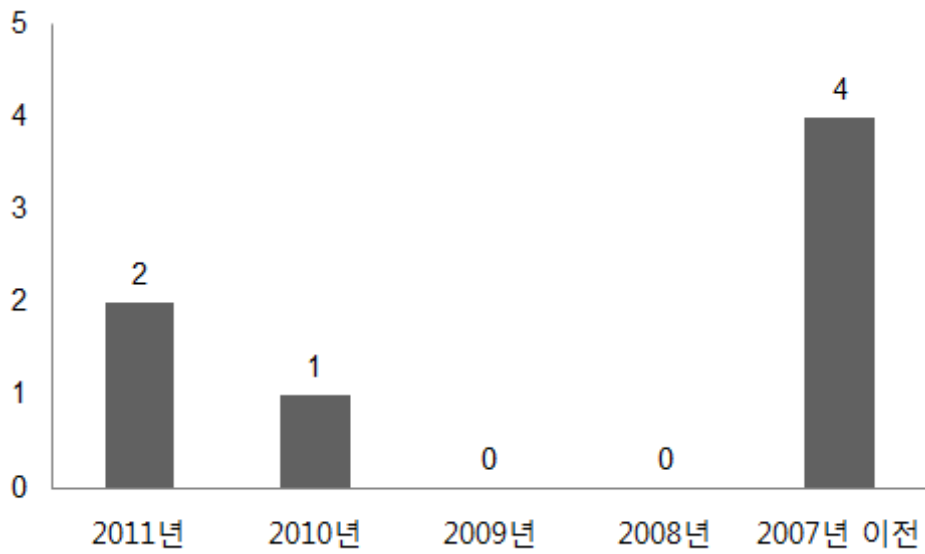
	조리장 국적		합계
	한국	칠레	
빈도(개)	7	0	7
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 조리장은 모두 한국 국적을 가지고 있음

□ 설립연도

〈표 IV-82〉 칠레 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	2	1	0	0	4	7
비중(%)	28.57	14.29	0.00	0.00	57.14	100.00



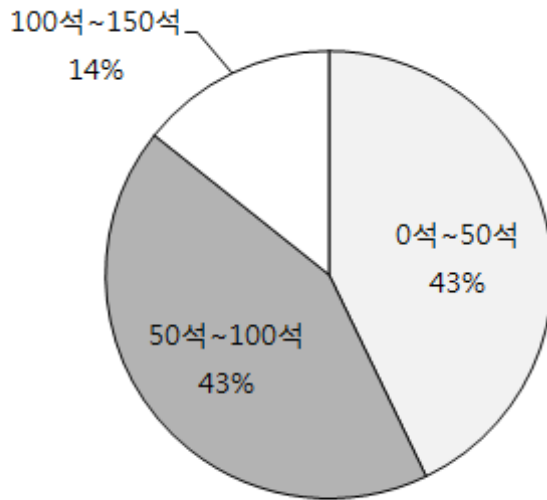
〈그림 IV-40〉 칠레 한식당 설립연도

- 2007년 이전에 설립된 한식당이 4개로 조사됨
 - 한식당 7개 중에서 4개의 한식당은 2007년 이전에 설립되었으며 현재까지 운영되고 있는 것으로 나타남
 - 2010년에 1개, 2011년에 2개의 업체가 각각 새로 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 IV-83〉 좌석수별 칠레 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석 이하	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	3	3	1	0	0	7
비중(%)	42.86	42.86	14.29	0.00	0.00	100.00

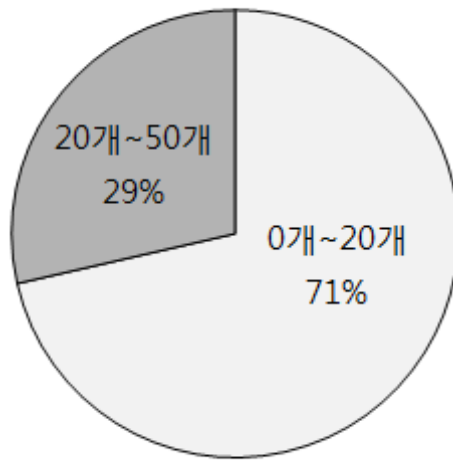


〈그림 IV-41〉 좌석수별 칠레 한식당 규모

- 한식당 7개 중에서 100석 이하 규모의 한식당이 6개(약 86%)개 분포함
- 50석 이하의 한식당이 3개 50석~100석의 한식당이 3개, 100석~150석의 한식당이 1개 이며, 대부분의 한식당이 소규모로 운영 중임

〈표 IV-84〉 테이블수별 칠레 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	5	2	0	0	7
비중(%)	71.00	29.00	0.00	0.00	100.00



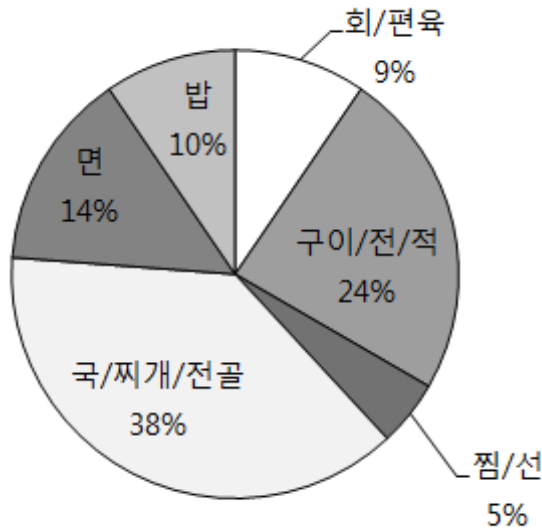
〈그림 IV-42〉 테이블수별 칠레 한식당 규모

- 한식당 7개 중에서 테이블 수 20개 이하의 한식당은 5개(약 71%)를 차지함
- 칠레의 한식당은 소규모로 운영되며 테이블 수 20개 이하의 식당이 약 71%, 테이블 수 20개~50개의 한식당은 2개 약 29%를 차지함

□ 주요 메뉴

〈표 IV-85〉 칠레 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
국·찌개·전골	5	은대구탕, 된장찌개, 순대국, 설렁탕, 우거지탕, 삼계탕, 흑염소전골
면	3	냉면, 칼국수, 비빔국수
구이·전·적	2	불고기, 갈비, 오리구이
밥	2	비빔밥, 돌솥비빔밥
회·편육	1	보쌈, 족발
찜·선	1	갈비찜



〈그림 IV-43〉 칠레 한식당 주요 메뉴

- 메뉴 중에서 국·찌개·전골류가 약 38%로서 가장 큰 비중을 차지함
 - 국·찌개·전골류의 대표적인 메뉴는 은대구탕, 된장찌개, 삼계탕 등이 있음
 - 그 밖에, 구이·전·적류가 약 24%, 면류가 14%, 밥류가 10%, 회·편육류가 9%, 찜·선류가 5%의 순서로 나타남
- 한식당 중에서는 흑염소전골이나 은대구탕과 같이 해외에서 접하기 힘든 음식을 판매하는 업체도 있는 것으로 조사됨

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-86〉 칠레 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(페소 CLP)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	13,742.80	32,433
회·편육	12,097.46	28,550
찜·선	11,613.56	27,408
국·찌개·전골	8,165.68	19,271
밥	5,322.88	12,562

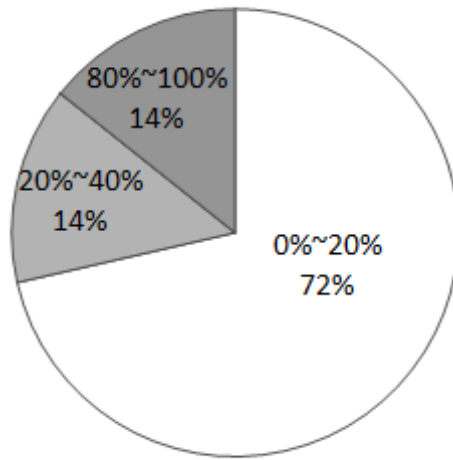
*환율: 1 CLP = 2.36원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중에서 평균가격이 가장 높은 메뉴는 구이·전·적류였으며, 원화 평균 32,433원을 나타냄
- 가장 평균가격이 저렴한 메뉴는 평균 원화 12,562원의 밥류였으며, 밥류에는 비빔밥과 돌솥비빔밥 등이 있는 것으로 조사됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-87〉 칠레 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	5	1	0	0	1	7
비중(%)	71.43	14.29	0.00	0.00	14.29	100.00



〈그림 IV-44〉 칠레 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당 7개 중에서 6개(약 86%)는 한국인 고객이 75%이상임
- 한식당 중에서 한국인 이용객이 반 이상을 차지하는 업체는 약 86%이며, 평균적으로 현지인들보다 한국인들의 한식당 이용률이 높은 것으로 나타남

8. 콜롬비아(Colombia)

□ 콜롬비아 내 한식당 현황 요약

- 콜롬비아 내의 한식당은 수도인 보고타(Bogota)에 4곳이 있는 것으로 조사되었으며 모두 중심상권에 위치해 있으며, 콜롬비아는 보고타 지역 이외에는 조사된 한식당이 없었음
 - 콜롬비아의 한식당 중 미디어에 노출된 한식당은 없음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2007년 이전으로서 안정화되어 있는 것으로 볼 수 있음
- 식당은 4곳 모두 100석 이하이고, 2곳은 좌석수가 50석 이하이며, 나머지 2곳은 50석~100석 규모인 것으로 조사되었음
- 콜롬비아 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적이 41%로 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 조사되었으며 대표적인 메뉴로는 불고기와 삼겹살이 있음
 - 밥이 25%, 국·찌개·전골 메뉴와 기타메뉴가 각각 17%로 조사됨
- 콜롬비아 한식당 메뉴들 중 가장 평균가격이 높은 메뉴는 구이·전·적 메뉴로 원화 평균 13,800원으로 조사됨
 - 밥 12,500원, 국·찌개·전골 12,000원, 짬뽕이나 만두가 포함된 기타메뉴 10,500원의 순서로 나타남
- 콜롬비아에 있는 4개의 한식당 중 2개 한식당의 고객 비율은 40%~60%로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-88〉 콜롬비아 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	보고타	기타	
빈도(개)	4	0	4
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 콜롬비아는 수도인 보고타(Bogota)에 4개 한식당이 있음
 - 보고타 지역 이외에는 조사된 한식당이 없었음

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-89〉 콜롬비아 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	0	4	0	4
비중(%)	0.00	100.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 모든 한식당이 중심상권에 분포하는 것으로 나타남

〈표 IV-90〉 콜롬비아 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	4	4
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 모든 한식당이 비한인타운에 분포하는 것으로 나타남
 - 콜롬비아에서는 한인타운이 제대로 형성되지 않았음

□ 미디어 노출

〈표 IV-91〉 콜롬비아 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	4	4
비중(%)	0.00	0.00	00.0	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 미디어에 노출된 한식당은 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

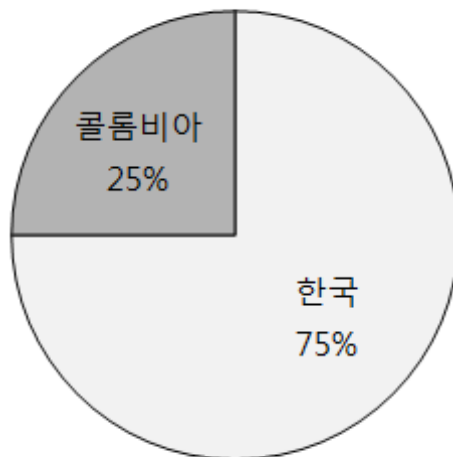
〈표 IV-92〉 콜롬비아 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	콜롬비아	
빈도(개)	4	0	4
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 대표자는 모두 한국 국적을 가지고 있음

〈표 IV-93〉 콜롬비아 한식당 조리장 국적

	조리장 국적		합계
	한국	콜롬비아	
빈도(개)	3	1	4
비중(%)	75.00	0.00	100.00



〈그림 IV-45〉 콜롬비아 한식당 노출 미디어 노출 연도

- 한식당 4개 중에서 3개의 한식당은 한국인 조리장이 있으며, 나머지 1개 업체의 조리장은 콜롬비아 국적을 가지고 있는 것으로 나타남

□ 설립연도

〈표 IV-94〉 콜롬비아 한식당 설립연도

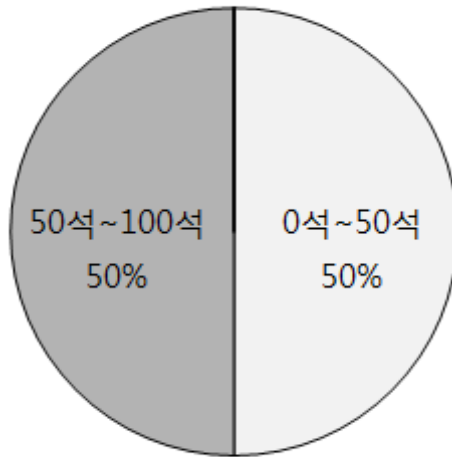
	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	0	0	0	4	4
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 모두 2007년 이전에 설립되었음

□ 식당의 규모

〈표 IV-95〉 좌석수별 콜롬비아 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	2	2	0	0	0	4
비중(%)	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	100.00

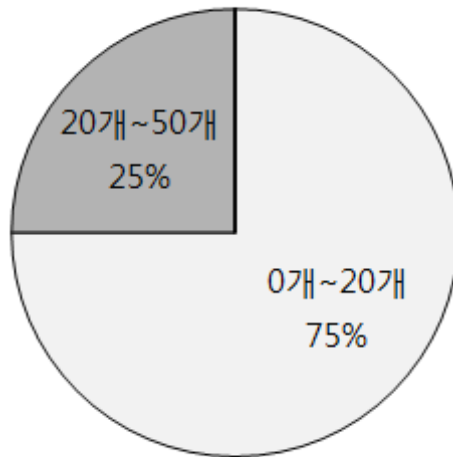


〈그림 IV-46〉 좌석수별 콜롬비아 한식당 규모

- 100석 이상의 한식당은 없는 것으로 조사됨
- 2개 업체는 좌석수가 50석 이하이며, 나머지 2개 업체는 50석~100석으로서 소규모로 운영되고 있는 것으로 조사됨

〈표 IV-96〉 테이블수별 콜롬비아 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20~50개	50~100개	100개 이상	
빈도(개)	3	1	0	0	4
비중(%)	75.00	25.00	0.00	0.00	100.00



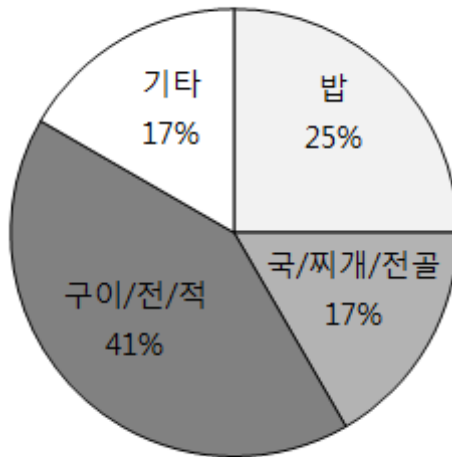
〈그림 IV-47〉 테이블수별 콜롬비아 한식당 규모

- 테이블 수 20개 이하의 한식당은 3개이며, 75%를 차지함
- 한식당은 소규모로 운영되며 테이블 수 20개 이하의 식당이 75%, 테이블 수 20개~50개의 한식당은 1개 25%를 차지함

□ 주요 메뉴

〈표 IV-97〉 콜롬비아 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	3	불고기, 오삼 불고기, 삼겹살
국·찌개·전골	2	김치찌개, 도가니탕
밥	2	비빔밥, 김밥, 콩나물국밥
기타	2	짬뽕, 만두



〈그림 IV-48〉 콜롬비아 한식당 주요 메뉴

- 주요 메뉴는 구이·전·적류가 약 41%로 가장 높은 비중을 차지함
 - 대표적인 메뉴는 불고기와 삼겹살이 있음
 - 그 밖에 밥류 약 25%, 국·찌개·전골류 약 17% 기타 약 17%로 나타남
- 한식당이 취급하는 메뉴는 구이·전·적류, 국·찌개·전골류, 밥류, 기타의 순서로 나타남

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-98〉 콜롬비아 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(폐소 COP)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	22,080.80	13,800
밥	20,001.00	12,500
국·찌개·전골	19,200.05	12,000
기타	16,800.00	10,500

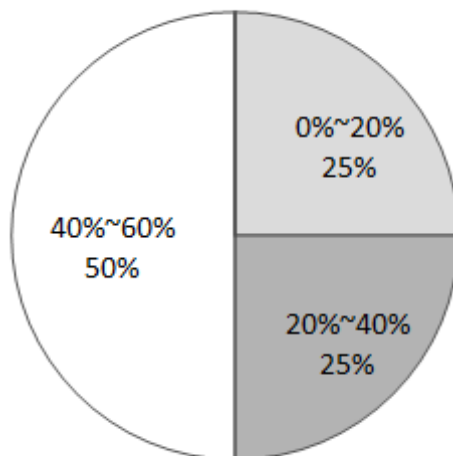
*환율: 1 COP = 0.62원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴들 중에서 가장 평균가격이 높은 메뉴는 구이·전·적류로 원화 평균 13,800원으로 조사됨
- 그 밖에 밥류 12,500원, 국·찌개·전골류 12,000원, 찜빵이나 만두가 포함된 기타메뉴 10,500원으로 나타남

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-99〉 콜롬비아 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	1	1	2	0	0	4
비중(%)	25.00	25.00	50.00	0.00	0.00	100.00



〈그림 IV-49〉 콜롬비아 한식당 현지인 고객 비중

- 4개의 한식당은 현지인 고객비율이 0%~60%으로서 현지인고객 비율이 낮은 것으로 나타남

9. 트리니다드토바고(Trinidad and Tobago)

□ 트리니다드토바고 내 한식당 현황 요약

- 트리니다드토바고 내의 한식당은 수도인 포트오브스페인(Port-of-Spain)에만 2개의 한식당이 있는 것으로 조사되었으며 모두 주변상권에 위치해 있는 것으로 나타났음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2009년에 1개, 2010년에 1개로 조사되었음
- 좌석 수가 50석 이하인 한식당과 50석~100석인 한식당은 각각 1개로 조사되었음
- 트리니다드토바고 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적만 취급하는 것으로 나타났으며 대표적인 메뉴로는 불고기, 갈비, 삼겹살 등이 있음
- 트리니다드토바고 한식당의 메뉴 중 가장 많은 비중을 차지하는 구이·전·적의 평균 가격은 18,843원으로 조사됨
- 트리니다드토바고 한식당은 둘 다 현지인 고객 비중은 80%~100%인 것으로 조사되었음

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-100〉 트리니다드토바고 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	포트오브스페인	기타	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 트리니다드토바고는 수도권 포트오브스페인(Port-of-Spain)에 소나타(Sonata Korean Restaurant)와 골든벨(Goldenbel Restaurant) 2개의 한식당이 위치함

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-101〉 트리니다드토바고 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	2	0	0	2
비중(%)	100.00	0.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 모두 주변상권에 위치함

〈표 IV-102〉 트리니다드토바고 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	2	2
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 모두 비한인타운에 위치함

□ 미디어 노출

〈표 IV-103〉 트리니다드토바고 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미슐랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

- 트리니다드토바고의 한식당은 방송매체를 통해 노출된 적이 한 번도 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 IV-104〉 트리니다드토바고 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	트리니다드토바고	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 대표자는 모두 한국 국적임

〈표 IV-105〉 트리니다드토바고 한식당 조리장 국적

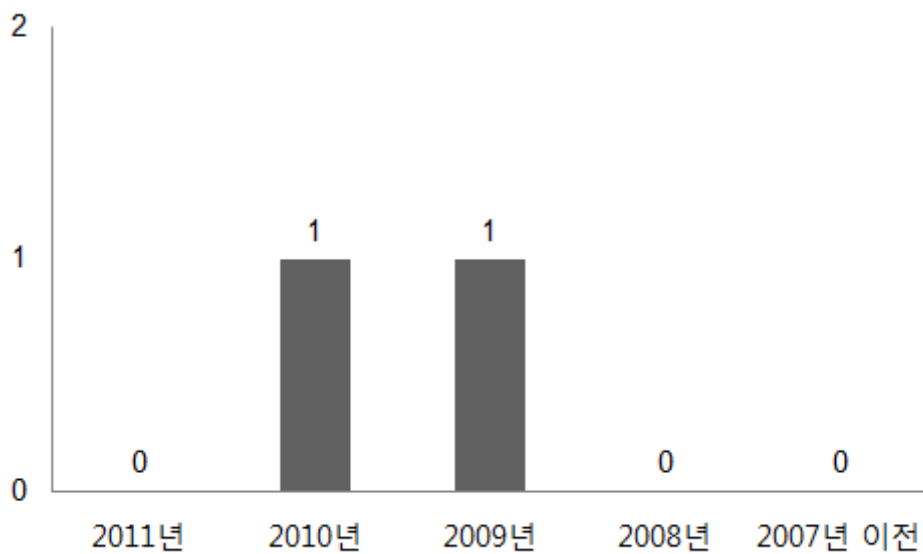
	조리장 국적		합계
	한국	트리니다드토바고	
빈도(개)	2	0	2
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 조리장은 모두 한국 국적임

□ 설립연도

〈표 IV-106〉 트리니다드토바고 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	0	1	1	0	0	2
비중(%)	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	100.00



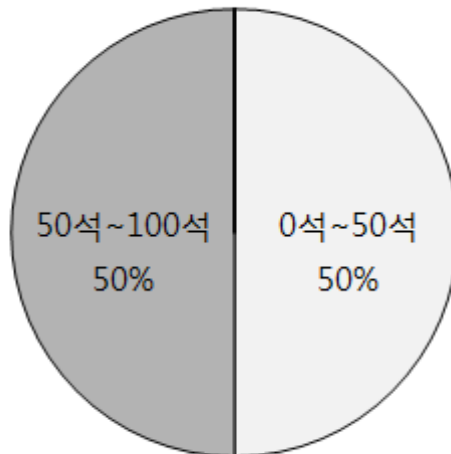
〈그림 IV-50〉 트리니다드토바고 한식당 설립연도

- 한식당의 설립연도를 보면 2009년에 1개, 2010년에 1개로 나타남
 - 2009년 이전까지는 설립된 한식당이 없음
 - 2009년부터 2010년까지는 2년 동안은 한식당의 설립이 꾸준했으나 최근인 2011년도에는 한식당이 설립되지 않음

□ 식당의 규모

〈표 IV-107〉 좌석수별 트리니다드토바고 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	1	1	0	0	0	2
비중(%)	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	100.00



〈그림 IV-51〉 좌석수별 트리니다드토바고 한식당 규모

- 한식당 2개는 좌석 수가 각각 0석~50석 1개 업체, 50석~100석 1개 업체로 나타남

〈표 IV-108〉 테이블수별 트리니다드토바고 한식당 규모

	테이블 수				합계
	20개 이하	50개 이하	100개 이하	100개 이상	
빈도(개)	2	0	0	0	2
비중(%)	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

- 모두 테이블 수 20개 이하로 소규모임

□ 주요 메뉴

〈표 IV-109〉 트리니다드토바고 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	2	불고기, 갈비, 삼겹살

- 구이·전·적류의 메뉴만 판매함
 - 대표적인 메뉴로는 불고기, 갈비, 삼겹살 등이 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-110〉 트리니다드토바고 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(달러 TTD)	평균가(원 ₩)
구이·전·적	105.21	18,843

*환율: 1 TTD = 179.1원(2012년 01월 18일 기준)

- 메뉴 중에서 구이·전·적류가 가장 많은 비중을 차지하며 평균 가격은 18,843원으로 조사됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-111〉 트리니다드토바고 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	0	0	0	0	2	2
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00

○ 현지인 비율이 상당히 높은 것으로 나타남

- 한식당 2개 업체는 모두 현지인 고객 비율이 80%~100%로 나타났음

10. 페루(Peru)

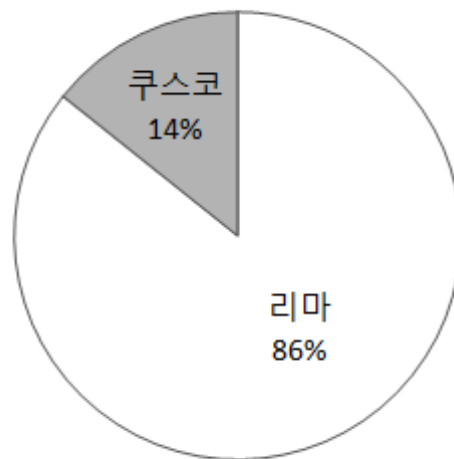
□ 페루 내 한식당 현황 요약

- 페루 내의 한식당은 수도인 리마(lima)에 6곳이 있으며 쿠스코 지역에 1곳이 위치해 있는 것으로 조사되었으며 모두 중심상권에 위치해 있음
- 상권을 기준으로 페루 한식당 소재지 분포를 살펴보면, 중심상권에 7개의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타남
- 한인타운을 기준으로 페루의 한식당 소재지 분포를 살펴보면, 페루의 한식당 3개 모두 비한인타운에 위치하고 있음
- 2개의 한식당 29%만이 방송매체를 통해서 미디어에 노출되었으며 2009년과 2011년 각각 1개씩, 2개로 조사되었음
- 한식당의 대표자 및 조리장은 모두 한국 국적이며, 설립연도의 경우 2007년 이전이 3곳으로 가장 많은 것으로 나타났음
- 50석 이하 규모의 식당은 3개(43%)로 가장 많으며 100석 이상의 규모의 식당은 3곳으로, 전체의 43%를 차지함
 - 좌석 수가 50석~100석인 식당은 1개로, 전체 약 14.29%를 차지함
- 페루 한식당들의 주요 메뉴는 구이·전·적이 33%로 가장 높은 비중을 차지하며 대표적인 메뉴로는 삼겹살, 불고기, 갈비 등이 있는 것으로 나타났음
 - 그 뒤를 국·찌개·전골이 29%, 짜장면이나 사시미 등을 포함한 기타메뉴가 19%, 조림·초·볶음이 9%, 면과 화·편육 메뉴가 각각 5%씩으로 조사되었음
- 페루 한식당의 메뉴 중 기타 메뉴가 평균가 41,340원으로 가장 가격대가 높은 것으로 조사되었으며 구이·전·적이 평균 23,017원, 화·편육이 21,200원, 조림·초·볶음이 19,080원으로 나타남
- 현지인 고객 비중이 0%~20%가 4개 57.14%로 가장 많은 것으로 나타났으며 40%~60% 2개 28.57%, 80%~100% 1개 14.29%의 순서로 조사됨

□ 지역별 한식당 분포

〈표 IV-112〉 페루 지역별 한식당 분포

	지역구분		합계
	리마	쿠스코	
빈도(개)	6	1	7
비중(%)	85.71	14.29	100.00



〈그림 IV-52〉 페루 지역별 한식당 분포

- 페루는 수도인 리마(lima)에 6개의 한식당이 분포해 있는 것으로 나타남
- 그 외에 쿠스코(Cuzco)지역에 사랑채(Sarangche)라는 한식당이 1개 조사됨

□ 상권별 한식당 분포

〈표 IV-113〉 페루 한식당 분포(상권기준)

	상권기준			합계
	주변상권	중심상권	기타	
빈도(개)	0	7	0	7
비중(%)	0.00	100.00	0.00	100.00

- 상권을 기준으로 보면, 한식당 7개 모두 중심상권에 분포함

〈표 IV-114〉 페루 한식당 소재지 분포(한인타운 기준)

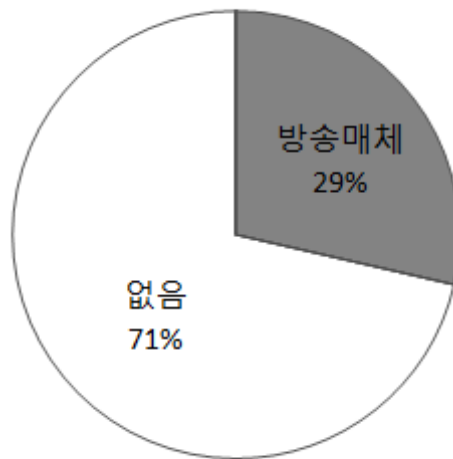
	한인타운기준		합계
	한인타운	비한인타운	
빈도(개)	0	7	7
비중(%)	0.00	100.00	100.00

- 한인타운을 기준으로 보면, 한식당 7개 모두 비한인타운에 분포함

□ 미디어 노출

〈표 IV-115〉 페루 한식당 노출 미디어 종류

	미디어명							합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	없음	
빈도(개)	0	0	0	0	2	0	5	7
비중(%)	0.00	0.00	0.00	0.00	29.00	0.00	71.00	100.00



〈그림 IV-53〉 페루 한식당 노출 미디어 종류

- 한식당 7개 중에서 2개(약 29%) 업체는 방송매체를 통해서 미디어에 노출됨
- 나머지 5개(약 71%) 업체는 미디어에 노출된 바 없음

〈표 IV-116〉 페루 한식당 노출 미디어 노출 연도

	미디어명						합계
	ZAGAT	미술랭가이드	유력일간지	유력전문지	방송매체	유력웹사이트	
2011년	0	0	0	0	1	0	1
2010년	0	0	0	0	0	0	0
2009년	0	0	0	0	1	0	1
2008년	0	0	0	0	0	0	0
2007년 이전	0	0	0	0	0	0	0
합계	0	0	0	0	2	0	2



〈그림 IV-54〉 페루 한식당 미디어 노출 연도

- 최근 5년간 미디어에 노출된 한식당은 2009년과 2011년 각각 1개씩, 2개 업체가 있음
 - 2009년과 2011년을 제외하면 미디어에 노출된 바 없음

□ 대표자 및 조리장의 국적

〈표 IV-117〉 페루 한식당 대표자 국적

	대표자 국적		합계
	한국	페루	
빈도(개)	7	0	7
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 대표자는 모두 한국인임

〈표 IV-118〉 페루 한식당 조리장 국적

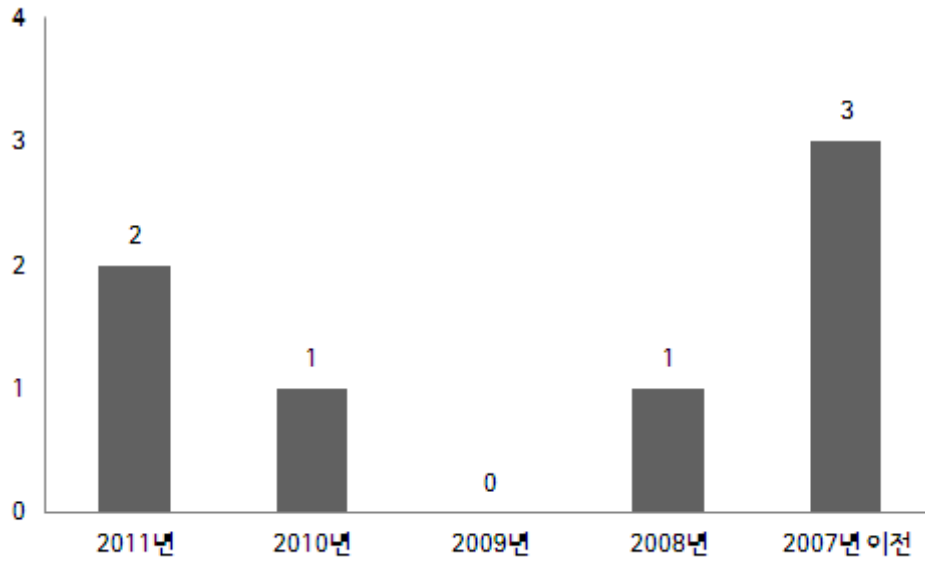
	조리장 국적		합계
	한국	페루	
빈도(개)	7	0	7
비중(%)	100.00	0.00	100.00

- 조리장은 모두 한국인임

□ 설립연도

〈표 IV-119〉 페루 한식당 설립연도

	설립연도					합계
	2011년	2010년	2009년	2008년	2007년 이전	
빈도(개)	2	1	0	1	3	7
비중(%)	28.57	14.29	0.00	14.29	42.86	100.00



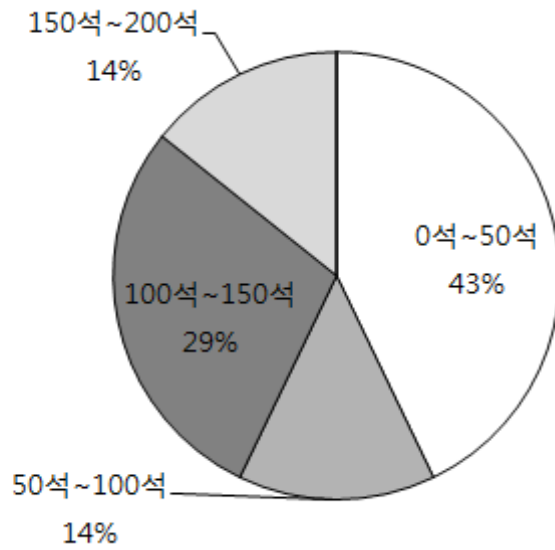
〈그림 IV-55〉 페루 한식당 설립연도

- 한식당 7개 중에서 3개(약 43%)는 2007년 이전에 설립됨
- 2009년을 제외하면 매년 1, 2개 업체씩 꾸준히 설립되고 있는 것으로 나타남

□ 식당의 규모

〈표 IV-120〉 좌석수별 페루 한식당 규모

	좌석수					합계
	0석~50석	50석~100석	100석~150석	150석~200석	200석 이상	
빈도(개)	3	1	2	1	0	7
비중(%)	42.86	14.29	28.57	14.29	0.00	100.00

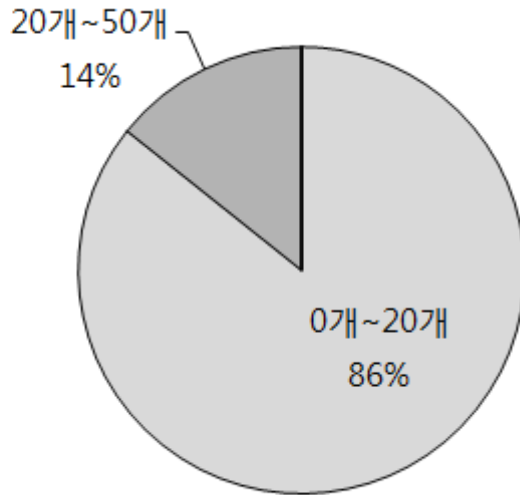


〈그림 IV-56〉 좌석수별 페루 한식당 규모

- 한식당의 규모는 매우 다양하게 나타남
 - 50석 이하 규모의 식당은 3개(약 43%)로 가장 큰 비율을 차지함
 - 100석 이상의 큰 규모의 식당 또한 3개(약 43%)를 차지함
 - 좌석 수가 50석~100석인 식당은 1개(약 14.29%)를 차지함

〈표 IV-121〉 테이블수별 페루 한식당 규모

	테이블수				합계
	0개~20개	20개~50개	50개~100개	100개 이상	
빈도(개)	6	1	0	0	7
비중(%)	86.00	14.00	0.00	0.00	100.00



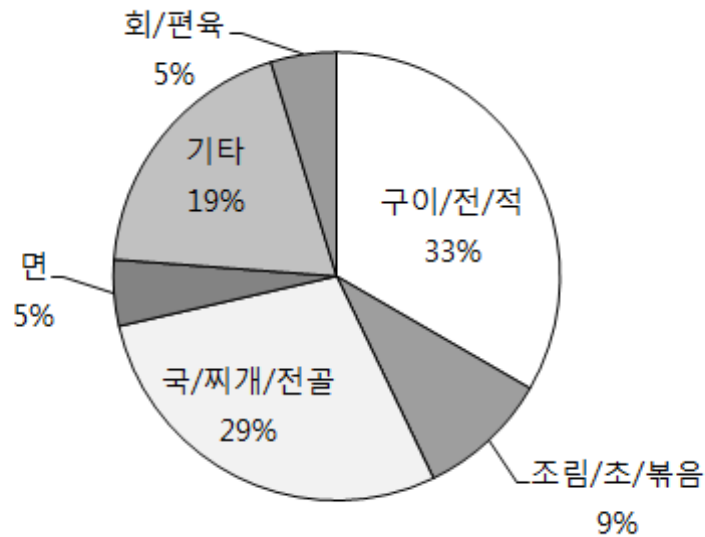
〈그림 IV-57〉 테이블수별 페루 한식당 규모

- 한식당 중에서 테이블 수 20개 이하의 업체는 6개이며, 테이블 수 20개~50개 사이인 업체는 1개로 나타남

□ 주요 메뉴

〈표 IV-122〉 페루 한식당 주요 메뉴

메뉴명(대분류기준)	취급식당수(개)	메뉴명
구이·전·적	5	삼겹살, 불고기, 갈비, 조개구이
국·찌개·전골	5	김치찌개, 불낙전골, 매운탕, 오리탕
기타	2	짜장면, 사시미, 킹크랩찜
조림·초·볶음	2	순대볶음, 제육볶음
회·편육	1	문어숙회
면	1	냉면



〈그림 IV-58〉 페루 한식당 주요 메뉴

- 주요 메뉴는 구이·전·적류가 약 33%로서 가장 높은 비중을 차지함
 - 대표적인 메뉴는 삼겹살, 불고기, 갈비 등이 있음
 - 그 밖에, 국·찌개·전골류가 약 29%, 짜장면이나 사시미 등을 포함한 기타메뉴가 약 19%, 조림·초·볶음류가 9%, 면류와 회·편육류가 각각 5%씩으로 나타남
- 페루 한식당에서는 한식이 아닌 킹크랩, 사시미 등의 메뉴도 판매하고 있음

□ 메뉴의 가격

〈표 IV-123〉 페루 한식당 메뉴의 가격

메뉴명(대분류기준)	평균가(누에보솔 PEN)	평균가(원 ₩)
기타	98	41,340
구이·전·적	54	23,017
회·편육	50	21,200
조림·초·볶음	45	19,080
국·찌개·전골	33	14,133

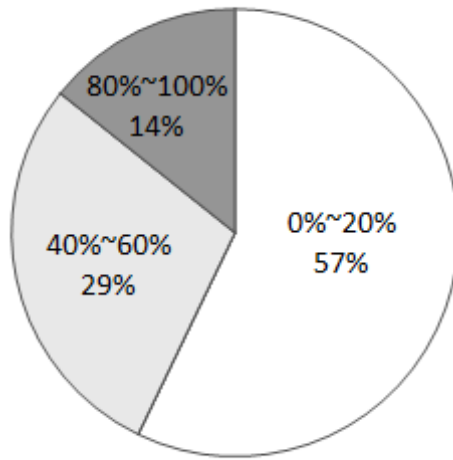
*환율: 1 PEN = 424원(2012년 01월 18일 기준)

- 기타 메뉴는 평균가 41,340원으로 가장 높은 가격으로 조사됨
 - 기타 메뉴에서 킹크랩이 원화 약 106,000원으로 비싼 가격을 나타내어, 기타메뉴의 평균가격이 높게 나타남
 - 그 밖에, 구이·전·적류가 평균 23,017원, 회·편육류가 21,200원, 조림·초·볶음류가 19,080원으로 나타남
 - 가장 저렴한 메뉴는 국·찌개·전골류이며 평균 14,133원으로 조사됨

□ 현지인 고객 비중

〈표 IV-124〉 페루 한식당 현지인 고객 비중

	현지인 고객비율					합계
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
빈도(개)	4	0	2	0	1	7
비중(%)	57.14	0.00	28.57	0.00	14.29	100.00



〈그림 IV-59〉 페루 한식당 현지인 고객 비중

- 한식당 7개 중에서 현지인 고객비율이 0%~20%인 업체가 4개(약 57%)로 가장 많음
 - 그 밖에, 현지인 고객 비율이 40%~60%인 업체 2개 , 80%~100% 1개로 조사됨
 - 페루의 한식당은 현지인 고객비율보다는 한국인의 비율이 비교적 많은 것으로 조사됨



제 V 장
결론 및 제언

V. 결론 및 제언

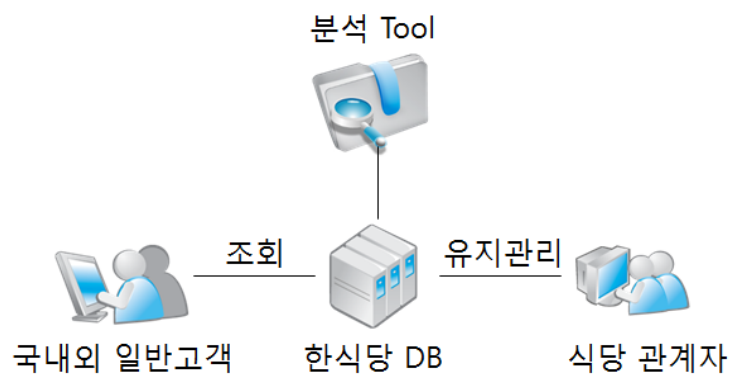
1. 결론

- 우리나라는 2009년 OECD DAC 가입 및 2010년 서울 G20 정상회의 개최 등 국제적으로 위상이 점점 높아지고 있음
 - DAC란 OECD 산하 Development Assistance Committee(개발원조위원회)의 약자로서 선진국이 개발도상국에 대한 개발 원조를 효과적으로 추진하기 위한 정보와 의견을 교환하고, 개발 과정을 조정하는 기관임
 - 현재 벨기에, 캐나다, 프랑스, 독일, 이탈리아, 네덜란드, 포르투갈, 영국, 미국, 일본, 노르웨이, 덴마크, 오스트리아, 스웨덴, 호주, 스위스, 뉴질랜드, 핀란드, 아일랜드, 스페인, 룩셈부르크, 그리스 및 한국이 가입되어 있음
- 또한, 최근 전 세계적으로 불고 있는 한류 열풍으로 인해 일반인들에게도 한국에 대한 관심도 및 한국의 문화에 대한 관심도가 지속적으로 높아지고 있음
- 이러한 내외부 환경 하에서 문화의 큰 축을 담당하는 음식, 즉 한식에 대한 국제적인 관심도 역시 높아지고 있음
- 그러나, 그 동안의 한식의 해외진출 과정을 살펴보면, 현지에 대한 연구가 부족한 상태에서 단편적이고 우리의 기준에만 맞춘 전략으로 인해 큰 성공을 거두지 못하고 현지에서의 인지도 또한 높지 않은 경우가 많음
 - 이를 극복하기 위해서는 전 세계 한식당에 대한 현황에 대한 파악이 필수적이며 광범위한 조사를 통해 한식당 DB를 체계적으로 구축하는 작업이 선행되어야 함
 - 이러한 DB를 통해 한식의 세계화 및 한식의 해외진출을 위한 각종 정책자료 및 전략 수립의 기본 자료로 활용할 수 있어야 함
 - 이를 위해 전 세계 76개국 111개의 해외무역관을 보유하고 있는 KOTRA의 해외네트워크를 이용하여 각국의 한식당 현황에 대해서 다양한 항목에 대한 조사를 추진하였음

- 본 사업은 전체 3개년 사업 중 1차년도 사업으로 유럽, 북중미 및 남미 지역의 한식당 현황에 대한 조사를 실시하였음
 - 유럽지역 54개국(CIS 지역 포함), 북중미 18개국 및 남미 21개국 등 총 93개국을 대상으로 조사를 실시하였고, 한식당이 1개도 설립되어 있지 않은 50개국을 제외하고 총 43개국의 한식당 현황에 대한 조사가 진행되었음
 - 개요 부분에서도 언급하였지만 CIS 지역은 유럽지역 또는 아시아 지역 어느 쪽으로도 구분할 수가 있지만, 국가 수, 경제적 관계 및 문화적 동질성 등을 감안하여 유럽지역으로 포함시켰으며, 외교부 및 KOTRA에서도 유사한 형태로 지역 구분을 실시하고 있음
- 본 사업은 각국의 수도이외에 전 지역에 대해서 조사를 실시하여, 각 한식당이 위치하여 있는 상권(중심 및 기타), 미디어 노출 현황, 대표자 및 조리장의 국적, 설립연도(개업년도), 좌석 및 테이블수, 주요 메뉴 등 폭넓은 정보를 수집하였음
 - 약 6개월에 걸쳐 자료의 조사 및 분석이 수행되었고, 최종적으로 본 분석 보고서 및 43개국의 2,192개 한식당에 대한 데이터 북이 작성되었음

2. 제언

- 향후 2,3차년도 사업 추진 시에는 1차년도 사업 수행시 도출되었던 문제점을 철저히 파악하여 시행착오를 줄이는 것이 중요함
 - 우선 자문위원들이 지적한 바와 같이 일선업계 종사자들의 의견을 수렴하여 조사항목에 대한 보강을 검토할 필요가 있음
 - 또한, 본 연구에서도 전수조사를 위해 제시된 방법이 타당한 바이나 추가로 보강할 수 있는 방법의 고려가 필요함
- 본 조사 이외에도 식당의 경우 오픈, 폐쇄의 비율이 높아 2~3년 경과한 시점에는 효용가치가 떨어지므로 업데이트에 대한 계획이 필요함
 - 이를 위해서는 신규 조사 이외에 업데이트를 위한 별도 예산 편성의 검토가 필요하며, 업데이트에 대한 노력 및 시간을 줄이고 정확성을 제고하기 위한 시스템의 구축에 대한 계획 수립이 필요함
 - 현지 한식당 대표자로 하여금 신규 오픈 또는 업종의 변경이 이루어졌을 경우 직접 시스템 상에 입력한 후, 조사 담당자로 하여금 확인, 간편하는 양방향 시스템 구축이 바람직함
 - 또한, 보고서 형태로서 분석 수행이 자동화될 수 있는 분석 Tool의 도입을 적극 검토할 필요가 있음



〈그림 V-1〉 한식당 현황 운영 시스템(안)

- 본 조사는 전 세계 한식당에 대한 전수조사의 초석이라는 의의가 있으나, 향후 확대 조사 시에는 조사 결과를 바탕으로 한식세계화와 관련된 정책 및 진출 방향성을 제시할 수 있는 연구 과제의 수행이 동반되어야만 조사 결과의 활용가치를 극대화할 수 있을 것으로 사료됨
- 주요 연구 주제는 <표 V-1>과 같음

<표 V-1> 한식세계화를 위한 연구 방향(예시적)

주제	주요 내용
국가별 한식당 특성 비교	<ul style="list-style-type: none"> - 국가 또는 지역별 식당 메뉴 및 가격에 대한 비교 분석 - 국가 간 비교 및 메뉴별 가격 비교
한식메뉴구분 및 외국어 표기 방안	<ul style="list-style-type: none"> - 한식세계화를 위한 기본 단계인 체계적인 메뉴 분류 체계 개발 - 주요 메뉴에 대한 외국어 표기(영어, 중국어, 일본어, 독일어, 프랑스어, 스페인어, 아랍어 등) 기준 및 메뉴에 대한 설명 개발
한식당DB 운영 방안	<ul style="list-style-type: none"> - 한식재단의 정보화전략계획(Information Strategy Plan)을 포함하여 DB 시스템 운영, 자료의 수집 및 업데이트 전략 수립
한식의 홍보 및 기업지원 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 한식의 브랜드화 및 지역별 특성에 적합한 홍보 전략 수립 - 국내 식품 유관 기업들의 글로벌화 추진 전략 수립(식품 관련 전시회 개최 방안 등)