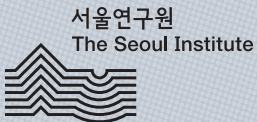


2014-CR-06

작은 연구 좋은 서울 14-05

이태원 지역의 외식산업 분포현황과 문화다양성

최윤정



2014-CR-06

이태원 지역의 외식산업 분포현황과 문화다양성

연구진

연구책임	최윤정	성신여자대학교 한국지리연구소 연구원
자문연구원	이금숙	성신여자대학교 교수

이 보고서는 시민들이 직접 참여하여 작성한 내용이므로
서울연구원 및 서울특별시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

요약 및 정책건의

1 연구의 개요

1.1 배경 및 목적

- 외식산업은 경제적, 사회적, 문화적 요인 등 외부환경 변화에 매우 민감한 산업으로, 타 산업 성장에도 많은 영향을 미치고 있는 분야이며, 지난 30여 년간 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있다. 이는 국민소득 수준의 지속적 향상과 여성의 사회활동 참여 증가, 주5일 근무제의 확산으로 인한 여가 생활의 증대, 해외브랜드의 국내 시장 진출 등 다양한 배경을 바탕으로 한다.
- 서울시에서는 1970년대 경제적 성장이 외국의 대사관과 외국기업의 급속한 성장을 동반하게 되면서 외교관과 주재원, 가족들이 자연스럽게 한 지역에 거주하게 되어 출신 국가별 거주밀집지역(반포 서래마을, 한남 독일인 마을, 동부이촌동 일본인 마을)이 형성되기 시작하였다.
- 이태원 지역은 대표적인 외국인 밀집 거주공간으로 1990년대 후반에는 다양한 국적을 가진 관광객이 늘어나기 시작하면서 일본, 중국, 동남아, 아프리카, 중동 지역 관광객이 증가하여 미군 중심의 거리에서 세계인의 거리로 변화하였으며, 다양한 세계의 먹을거리가 있는 특징 있는 공간으로 변모하고 있다.
- 이 연구의 목적은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 첫째, 서울시 외식산업의 공간적 특성을 파악하고, 사례지역으로 이태원 지역을 선정하여 이태원이 가지고 있는 외식산업의 공간분화와 특징, 원인 등을 분석한다. 둘째, 지역의 정체성에 따른 외식산업의 분포가 문화다양성을 측정하는 지표로 사용할 수 있는지 여부를 확인해 본다.

내용 및 방법

- 연구의 공간적 범위는 서울 전 지역을 대상으로 공간적 분화를 살펴 보고, 구체적인 사례지역으로 외국출신주민들의 주요한 커뮤니티 중 하나인 용산구 이태원 지역을 대상으로 외식산업의 확산과 공간 분화에 관한 사항 및 특징을 파악한다.
- 기본적인 연구범위지역인 서울시 외국인 밀집지역의 공간변화 과정에 대하여 문헌조사와 통계자료 분석을 통한 추론을 하고, 문화다양성의 주요한 지표로 사용될 외식산업의 전반적인 공간분포 및 확산에 대하여 알아본다.

12.1

연구 범위

- 공간적 범위 : 서울시 전역을 기본 연구범위로 하되, 사례지역으로 용산구와 이태원 지역을 선정
- 내용적 범위 : 서울시 외식산업의 분포, 용산구 및 이태원 지역외식산업의 분포 및 특징

12.2

주요 연구과제

- 서울시의 외국인 밀집거주 공간을 중심으로 외식산업 분포현황을 파악하고, 용산구 및 이태원 지역의 외식산업의 특징을 알아본다. 또한 문화다양성을 지표화할 수 있는 내용을 선정해 사례지역에 적용한다. 분석 자료는 앞으로 서울시의 외국인 관광 홍보 자료 및 정책 수립에 도움이 될 수 있을 것으로 판단된다.

차례

I	연구의 개요	12
1	연구의 배경 및 목적	12
1 1	연구의 배경	12
1 2	연구의 목적	13
2	연구의 내용 및 방법	14
2 1	연구의 내용	14
2 2	연구의 방법	14
II	외식산업의 변화와 확산	16
1	외식산업의 개념	16
1 1	외식산업의 정의와 분류	16
2	국내 외식산업의 현황	18
2 1	국내 외식산업의 시장규모	18
2 2	국내 외식산업의 특성	22
III	외식산업의 공간적 분포	26
1	서울시 거주 외국인의 공간적 분포	26
1 1	외국인 밀집지역과 커뮤니티의 형성	26
1 2	서울시 거주 외국인의 체류 자격별 공간분포	27
1 3	서울시 거주 외국인의 국적별 분포현황	32
2	서울시 외식산업의 공간적 분포	35
2 1	서울시 외식산업의 변화	35
3	서울시 음식점업의 업태별 분포	37

3 1	한식 음식점업의 공간분포	38
3 2	중식 음식점업의 공간분포	39
3 3	일식 음식점업의 공간분포	40
3 4	서양식 음식점업의 공간분포	41
3 5	기타외국식 음식점업의 공간분포	43
4	용산구 외식산업의 공간적 분포	44
4 1	용산구의 표준산업분류에 따른 업종별 공간분포	45
4 2	용산구 외식업체의 시대별 변화	46
5	이태원 지역 외식업체의 공간적 분포	48
5 1	이태원의 역사	48
5 2	이태원 지역의 공간구성 및 공간별 특성	51
IV	문화다양성 지수의 개발	62
1	문화다양성의 개념과 정의	62
1 1	문화다양성의 개념	62
2	문화다양성 평가지표 선정	63
2 1	일반현황	63
2 2	외식산업 현황	63
3	사례지역 평가지표 적용	64
	참고문헌	68

표차례

표 2-1	한국표준산업 분류에 따른 외식산업	18
표 2-2	국내 외식산업의 시장규모 증감 추이(1996~2010)	19
표 2-3	시·도별 외식산업의 시장규모(2010)	20
표 2-4	가구당 평균 외식비 지출비교	21
표 2-5	도시 가구당 월평균 식료품비와 외식비 지출 추이 (1985~2011)	21
표 2-6	음식점 및 주점업의 사업장 면적(㎡) 규모별 사업체수(2010)	22
표 2-7	서울시 음식점업 종사자수와 사업체수의 전국대비 비율추이	24
표 2-8	서울시 음식점업 조직형태별 사업체수 추이	24
표 3-1	서울시 거주 외국인의 체류자격별 유형 분류(2014)	29
표 3-2	서울시 국적별 외국인 인구 변화 추이	34
표 3-3	서울시 외식산업의 시장규모(2010)	35
표 3-4	서울시 음식점 및 주점업의 사업장 면적(㎡) 규모별 사업체수(2010)	36
표 3-5	서울시 음식점업 종사자수와 사업체수의 전국 대비 비율 추이	36
표 3-6	서울시 음식점업 조직 형태별 사업체수 추이	36
표 3-7	표준산업분류에 따른 서울시 음식점업의 사업체수와 종사자수(2012)	37
표 3-8	표준산업분류에 따른 일반 음식점업체수의 증감(2005~2010)	40
표 3-9	표준산업분류상 음식점업의 좌석수별 사업체 분포(2009)	42
표 3-10	표준산업분류에 따른 용산구 음식점업의 사업체수와 종사자수(2012)	44
표 4-1	문화다양성 협약의 개요	62
표 4-2	문화다양성 지표를 적용한 사례지역의 비교	66

그림차례

그림 2-1	국내 외식산업의 매출액 증감추이(1996~2010)	19
그림 2-2	도시가구 월평균 식료품비와 외식비의 비율추이(1985~2011)	22
그림 2-3	서울시 음식점업 조직 형태별 사업체수 추이	24
그림 3-1	서울시 거주 외국인의 분포	27
그림 3-2	서울시 거주 외국인 유학생의 분포	28
그림 3-3	국내 등록 외국인의 변화추이	28
그림 3-4	서울시 거주 전문 인력(회화지도) 외국인의 분포	30
그림 3-5	서울시 거주 비전문취업 외국인의 분포	31
그림 3-6	서울시 거주 한국계 중국인의 분포	32
그림 3-7	서울시 거주 프랑스 국적 외국인의 분포	33
그림 3-8	서울시 거주 미국 국적 외국인의 분포	34
그림 3-9	서울시 일반 음식점업체수의 분포	37
그림 3-10	서울시 한식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황	38
그림 3-11	표준산업분류에 따른 중식 음식점업체수의 변화추이	39
그림 3-12	서울시 중식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황	40
그림 3-13	서울시 일식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황	41
그림 3-14	서울시 서양식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황	42
그림 3-15	서울시 기타외국식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황	43
그림 3-16	용산구 음식업체의 분포	44
그림 3-17	용산구 서양식 음식업체와 다국적 거주 외국인의 분포	45
그림 3-18	용산구 일식 음식업체와 일본출신 외국인의 분포	46
그림 3-19	용산구 중식 음식업체의 분포	46
그림 3-20	용산구 외식업체의 시대별 분포 변화과정	47

그림 3-21	이태원의 공간별 특성에 따른 사례지역 분류	52
그림 3-22	경리단길에 입지한 서양식 음식점업체의 분포현황(2014)	52
그림 3-23	녹사평역에서 바라본 경리단길	53
그림 3-24	이태원로를 중심으로 입지한 서양식 음식점업체의 분포현황(2014)	55
그림 3-25	우사단길 입구와 건너편의 고급빌라촌	57
그림 3-26	우사단길의 모습과 계단장이 열리는 장미계단	58
그림 3-27	이슬람타운에 위치한 할랄 푸드 음식점	59
그림 3-28	꿈데길과 한남동에 위치한 서양식 음식점업체의 분포현황(2014)	60
그림 4-1	용산구 동별 거주 외국인수 비교(2013)	64
그림 4-2	선정 사례지역	65

I 연구의 개요

1 연구의 배경 및 목적

2 연구의 내용 및 방법

I 연구의 개요

1 연구의 배경 및 목적

1.1 연구의 배경

1.1.1 국내 외식산업의 현황과 특성을 살펴보고 지역적 특성을 반영한 외식산업의 공간적 특징을 파악한다.

- 외식산업은 경제적, 사회적, 문화적 요인 등 외부환경 변화에 매우 민감한 산업으로, 타 산업 성장에도 많은 영향을 미치고 있는 분야이며, 지난 30여 년간 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있다. 이는 국민소득 수준의 지속적 향상과 여성의 사회활동 참여 증가, 주5일 근무제의 확산으로 인한 여가 생활의 증대, 해외브랜드의 국내 시장 진출 등 다양한 배경을 바탕으로 한다.

1.1.2 서울시 전역을 대상으로 외식산업의 공간적 분포를 살펴보고, 사례지역을 설정한다.

- 서울시에서는 1970년대 경제적 성장이 외국의 대사관과 외국기업의 급속한 성장을 동반하게 되면서 외교관과 주재원, 가족들이 자연스럽게 한 지역에 거주하게 되어 출신 국가별 거주밀집지역(반포 서래마을, 한남독일인 마을, 동부이촌동 일본인 마을)이 형성되기 시작하였다.
- 1990년대 후반에 들어서면서 세계화가 확산되고 자본과 노동의 이동이 세계적으로 급속하게 진행되어 서울은 대한민국의 수도이자 동북아시아의 대표적인 글로벌 도시로 성장하게 되었다. 이에 따라 서울에 외국기업의 투자가 빈번해지고 이주 노동자의 유입이 크게 증가하기 시작하였다. 즉 자본 및 노동력의 세계화에 따른 외국출신주민 이주 증가와 새

로운 문화유입으로 발생하는 사회변화는 전 지구적인 추세이며, 글로벌 도시로 성장하고 있는 서울도 이 흐름에서 예외일 수 없다.

- 2014년 현재 서울의 외국출신주민은 서울시 전체 인구의 6%에 달할 정도로 증가하였다. 이 중 가장 눈에 띄는 현상은 공간적 변화로 독특한 문화를 가진 외국출신주민 커뮤니티들이 형성되고, 이를 중심으로 동일언어권 혹은 동일문화권 외국출신주민들이 밀집한다는 점이다. 이러한 밀집지역은 각각의 문화를 대표하는 외식산업의 발전으로 나타나 지역의 정체성을 형성하는 중요한 요소로 작용하고 있다.

113 사례지역인 용산구 이태원 지역을 대상으로 현장에 직접 나가 외식산업의 공간별 특징을 볼 수 있는 지역을 나누어 그들이 갖는 경관적 특성과 공간적 분포 원인 및 외식산업의 특성에 대하여 파악한다.

- 이태원 지역은 대표적인 외국인 밀집 거주공간으로 1990년대 후반에는 다양한 국적을 가진 관광객이 늘어나기 시작하면서 일본, 중국, 동남아, 아프리카, 중동 지역 관광객이 증가하여 미군 중심의 거리에서 세계인의 거리로 변화하였으며, 다양한 세계의 먹을거리가 있는 특징 있는 공간으로 변모하고 있다.

114 마지막으로 문화다양성을 측정할 수 있는 지표로서 외식산업을 적용할 수 있는 가능성을 알아본다.

12 연구의 목적

- 이 연구의 목적은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 첫째, 서울시의 외식산업의 공간적 특성을 파악하고, 사례지역으로 이태원 지역을 선정하여 이태원이 가지고 있는 외식산업의 공간분화와 특징, 원인 등을 분석한다. 둘째,

지역의 정체성에 따른 외식산업의 분포가 문화다양성을 측정하는 지표로 사용할 수 있는지 여부를 확인해 본다.

2 연구의 내용 및 방법

2.1 연구의 내용

- 연구의 공간적 범위는 서울 전 지역을 대상으로 공간적 분화를 살펴보고, 구체적인 사례지역으로 외국출신주민들의 주요한 커뮤니티 중 하나인 용산구 이태원 지역을 대상으로 외식산업의 확산과 공간분화에 관한 사항 및 특징을 파악한다.
- 이 연구에서 외국출신주민은 근로, 유학 등의 이유로 이주한 국적상의 외국출신거주민 및 이민, 혼인 귀화자 등 국적상 한국인이지만 외국출신 문화 배경의 거주민을 말한다.¹

2.2 연구의 방법

- 이 연구는 크게 문헌조사, 통계자료조사 및 자료의 시각화작업과 함께 현장조사 등의 방법으로 진행한다.
- 기본적인 연구범위지역인 서울시 외국인 밀집지역의 공간변화 과정에 대하여 문헌조사와 통계자료 분석을 통해 추론하고, 문화다양성의 주요한 지표로 사용될 외식산업의 전반적인 공간분포 및 확산에 대하여 알아본다.

¹ 홍석기·김선자·이혜숙, 2010, 글로벌 도시 서울을 위한 사회통합 정책, 서울시정개발연구원, p6

II 외식산업의 변화와 확산

- 1 외식산업의 개념
- 2 국내 외식산업의 현황

II 외식산업의 변화와 확산

1 외식산업의 개념

1.1 외식산업의 정의와 분류

1.1.1 외식산업의 정의

- 1995년에 1인당 국민소득이 1만 달러를 넘어서면서 우리나라 소비패턴은 고급화, 서구화, 다양화되고 있다. 지난 1980년대 우리나라의 식문화에서 외식이란 자녀들의 입학식이나 졸업식, 기념일 등에 행해지는 행사였으나 근래에는 특별한 기념일이 아니어도 밖으로 나가 식사를 하는 가족들을 흔하게 볼 수 있다.
- 외식산업은 국가 간 식생활의 관습에 따라 차이를 보이고 있으나, 일반적으로 개방화의 물결은 세계인의 교류를 활성화시켜 식생활의 세계화, 식생활의 가공 식품화, 외식의 증가, 간편화와 고급화의 양면성, 사치성과 실용성의 혼합 등 다양한 경향을 보이고 있으며 외식산업의 성장과 관련되어 있다.²
- 외식이란 기본적으로 가정 외에서 식사를 제공하는 서비스로, 1977년 이승녕 교수의 국어대사전에서는 외식이 “가정이 아닌 밖에 나가서 음식을 사서 먹음, 또 그 음식”으로 정의³ 되어 있다. 하지만 국어대사전의 정의만으로는 우리가 사용하고 있는 외식의 모든 것을 설명하기에는 부족하다.

² 윤대순, 2000, 관광경영학원론, 백산출판사, p163

³ 신재영·선동규·김의근 공저, 1997, 외식사업경영론, 한국외식산업연구소, 백산출판사, p15

- 과거에는 외식은 외부에서, 즉 가정이 아닌 장소에서 식사를 하는 것을 말하고 내식은 가정 내에서 식사를 하는 것을 의미했으나, 지금은 소비자의 인식, 행태 변화로 외식과 내식은 과거와 달리 단순하게 구분하기 힘들어졌다.
- 외식이란 가정 이외의 장소에서 행하는 식사행위의 총칭으로 볼 수 있고 급속히 변화하는 현대사회에서는 그 개념에 가정이 아닌 장소에서 택배, 주문, 급식 등을 이용하는 식사와 가정 내에서 택배, 주문을 이용한 식사라고 할 수 있다.⁴

112 외식산업의 분류

- 한국표준산업 분류 방식에 따르면 음식점업은 식당업, 주점업, 다과업으로 나뉘고, 여기서 식당업(세세분류)은 한국 음식점업, 중국 음식점업, 일본 음식점업, 서양 음식점업, 음식 출장 조달업, 자급 음식점업, 간이체인 음식점, 달리 분류되지 않는 식당업으로 나누어진다. 주점업(세세분류)은 일반 유흥주점업, 무도 유흥주점업, 한국식 유흥주점업, 극장식 주점업, 외국인 전용 유흥주점업, 달리 분류되지 않는 다과업으로 각각 세분된다.
- 그러나 소득향상과 생활패턴의 변화에 따른 외식행태의 변화는 더욱 다양화, 세분화되었고, 시간적, 지리적 개념에 따라 더욱 다양하게 발전되었기 때문에 최근에 외식산업은 여러 가지 형태의 새로운 개념의 음식점, 외식산업체들이 등장해 구분을 더욱 모호하게 만들고 있다.

표 2-1 한국표준산업 분류에 따른 외식산업

대분류	중분류	소분류	세분류	세세분류	
1 숙박 및 음식점업	56 음식점 및 주점업	561 음식점업	5611 일반 음식점업	5611	한식 음식점업
				5612	중식 음식점업
				5613	일식 음식점업
				5614	서양식 음식점업
				5619	기타외국식 음식점업
			5612 기관 구내 식당업	56120	기관구내식당업
			5613 출장 및 이동음식업	56131	출장음식 서비스업
			5619 기타 음식점업	56191	제과점업
				56192	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업
				56193	치킨 전문점업
				56194	분식 및 김밥 전문점
				56199	그 외 기타 음식점업
		562 주점 및 비알코올 음료점업	5621 주점업	56211	일반유흥주점업
				56212	무도유흥 주점업
				56219	기타 주점업
			5622 비알코올 음료점업	56220	비알코올 음료점업

자료 : 한국표준산업분류(9차개정)

2 국내 외식 산업의 현황

- 외식산업은 경제적, 사회적, 문화적 요인 등 외부환경 변화에 매우 민감한 산업으로, 타 산업 성장에도 많은 영향을 미치고 있는 분야이며 소비자 욕구의 다양화, 건강한 먹을거리 지향 등에 따라 외식산업의 환경이 크게 변화하고 있다.

2.1 국내 외식산업의 시장 규모

- 외식산업은 지난 30여 년간 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있다. 이는 국민소득 수준의 지속적 향상과 여성의 사회활동 참여 증가, 주5일 근무제의 확산으로 인한 여가 생활의 증대, 해외브랜드의 국내 시장 진출 등 다양한 배경을 바탕으로 한다.

- 식품산업통계에 따르면 2009년 국내 식품산업 시장규모는 249조원이며, 여기에서 외식산업이 차지하는 비중은 약 36%인 70조원이다. 국내 외식산업의 매출액은 2002년과 2006년, 2007년에 전년 대비 10% 이상의 높은 성장률을 보였다. 사업체수는 2010년 기준 58만 6,297개이며 외식산업의 종사자수는 2002년 크게 성장한 이후 눈에 띄는 큰 성장률을 보이지는 않지만 꾸준히 증가하여 2010년 160만 9,103명이다.

표 2-2 국내 외식산업의 시장규모 증감 추이(1996~2010)

연도	매출액(2000년 불변가격, 백만원)	증감률	사업체수(개)	증감률	종사자수(명)	증감률
1996	28,149,409	-	520,526	-	1,254,367	-
1997	30,229,944	7.4	550,526	5.7	1,278,623	1.9
1998	27,256,435	-9.8	543,030	-1.4	1,220,200	-4.5
1999	33,259,204	22.0	564,686	4.0	1,332,598	9.2
2000	35,472,249	6.7	570,576	1.0	1,430,476	7.3
2001	34,245,594	-3.5	505,241	-11.4	1,341,528	-6.2
2002	40,491,040	18.2	595,791	17.9	1,586,409	18.2
2003	44,263,494	9.3	605,614	1.6	1,594,789	0.5
2004	48,369,597	9.3	600,233	-0.8	1,556,008	-2.4
2005	46,252,523	-4.4	531,929	-11.3	1,444,827	-7.1
2006	50,892,342	10.0	546,504	2.7	1,450,469	3.9
2007	59,365,350	16.6	577,258	0.1	1,567,414	0.1
2008	64,711,924	9.0	576,990	-	1,578,068	0.7
2009	69,865,186	7.9	580,505	0.6	1,600,718	1.4
2010	67,565,817	-3.3	586,297	1.0	1,609,103	0.5

자료 : 한국의식연감(2013)

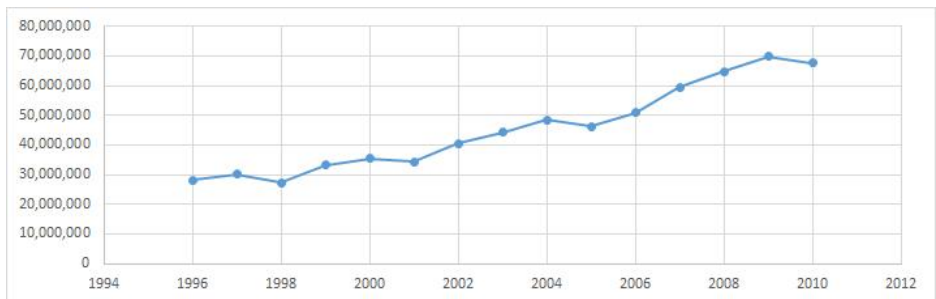


그림 2-1 국내 외식산업의 매출액 증감추이(1996~2010)

자료 : 한국의식연감(2013)

- 외식산업 시장의 규모를 시·도별로 살펴보면 서울은 매출액이 19조 5,273억, 종사자수가 368,337명으로 규모가 가장 큰 것을 확인할 수 있다. 하지만 사업체수는 경기도가 115,450개로 서울보다 7,079개 많은 것으로 나타난다. 종사자수를 사업체수로 나누어 보면 서울 지역은 사업체당 3.4명의 종사자가 있어 경기도(2.9명)보다 많다. 서울지역의 외식업체 종사자 인건비는 1인당 월평균 73만1,583원으로 경기지역(51만 6,993원)보다 많은 것으로 분석된다.
- 또한 매출액을 사업체수로 나누어 사업체당 평균 연간 매출액을 계산해 보면 서울지역은 1억8,018만9,737원으로 경기도 지역(1억2,951만 6,855원)보다 많았으나, 서울지역은 임차료 및 영업비용이 경기도 지역보다 많은 것으로 나타났다.

표 2-3 시·도별 외식산업의 시장규모(2010)

시·도별	사업체수(개)	종사자수(명)	매출액 (백만원)	인건비 (백만원)
서울	108,371	368,337	19,527,342	3,233,632
부산	45,505	121,221	4,548,635	616,549
대구	29,757	74,948	2,558,617	323,888
인천	27,482	74,720	3,077,670	410,954
광주	15,880	43,647	1,700,367	227,592
대전	16,439	45,900	1,925,520	263,474
울산	14,998	37,683	1,409,742	190,585
경기도	115,450	335,793	14,952,721	2,083,235
강원도	26,889	61,267	2,058,277	233,522
충청북도	20,635	49,259	1,782,386	219,654
충청남도	26,296	64,356	2,487,336	305,217
전라북도	20,613	52,902	1,854,216	243,433
전라남도	23,345	54,176	1,829,188	210,299
경상북도	39,093	87,516	2,885,358	343,535
경상남도	46,264	111,003	4,049,801	490,404
제주도	9,280	26,375	918,641	141,216

자료 : 한국외식연감(2013)

- 통계청의 가계조사에 따르면 2005년부터 2011년까지 전체가구의 외식비가 2005년 253,563원에서 2011년 300,167원으로 증가하였으

며, 이 중 2011년 전체가구의 식료품 지출비용은 341,077원, 근로자가구의 식료품 지출비용은 339,557원으로 나타났다. 이를 통해 식료품과 외식비용은 근로자 가구가 전체 가구의 평균 비용보다 약간 많음을 알 수 있다.

표 2-4 가구당 평균 외식비 지출 비교

(단위 : 원)

구분		2005	2007	2009	2011
식료품	전체가구	280,501	284,911	306,611	341,077
	근로자가구	278,062	283,100	309,964	339,557
외식	전체가구	253,563	265,139	275,346	300,167
	근로자가구	275,675	293,663	303,193	328,490

자료 : 통계청 도시가계조사(2011)

- 가구당 월평균 외식소비의 지출은 1985년부터 2011년까지 꾸준히 증가 추세를 보이고 있다. 2011년에는 식료품비가 가구당 월평균 341,077원, 외식비는 가구당 월평균 306,159원으로 식료품비와 비교하여 외식비가 차지하는 비중이 47.3%에 달하는 것을 볼 수 있다. 이는 여성의 경제 활동 참여가 늘어남에 따라 맞벌이 부부가 증가하였고, 핵가족화 및 단독가구의 증가, 라이프스타일의 변화와 함께 국민의 소득 수준이 높아지면서 외식소비 지출도 증가한 것으로 보인다.

표 2-5 도시 가구당 월평균 식료품비와 외식비 지출 추이(1985~2011)

(단위 : 원, %)

연도	소비지출	식료품비	외식비
1985	317,025	118,898	8,871(7.5)
1990	685,662	220,834	44,844(20.3)
1995	1,265,890	367,080	115,745(31.5)
2000	1,632,298	447,018	175,990(39.4)
2002	1,834,312	481,049	201,543(41.9)
2004	2,018,211	544,775	253,882(46.6)
2006	2,173,914	558,342	258,281(46.3)
2008	2,183,273	305,013	299,549(49.5)
2011	2,404,259	341,077	306,159(47.3)

자료 : 통계청 도시가계조사

※2008년 이후 식료품비와 외식비가 별도 계정으로 식료품비 내 외식비

비중=(외식비/식료품비+외식비)*100

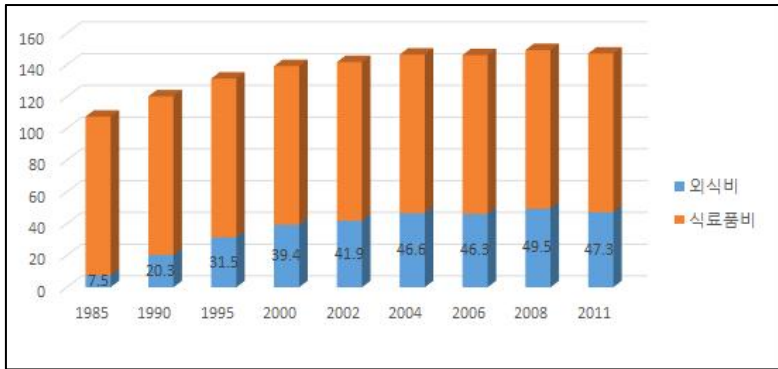


그림 2-2 도시가구 월평균 식료품비와 외식비의 비율추이(1985~2011)

자료 : 통계청 도시가계조사

2.2 국내 외식산업의 특성

2.2.1 외식산업의 구조적 문제

1) 높은 영세 자영업자의 비중

- 외식업은 대표적인 자영업종으로 연간 매출 규모가 5천만원 미만인 소형 음식점이 전체의 41%를 차지하고 있다. 외식업의 사업장 면적 규모별 사업체수를 살펴보면 50㎡ 이하는 전국 음식점수의 31.2%를 차지하고, 100㎡ 이하는 전국 음식점수의 65.4%에 달하여 외식업의 규모가 영세함을 확인할 수 있다.

표 2-6 음식점 및 주점업의 사업장 면적(㎡) 규모별 사업체수(2010)

면적규모(㎡)	음식점 수(개)	비율(%)
30 미만(9.3평 미만)	85,109	13.4
30~50(9.3~15.1평)	113,277	17.8
50~100(15.1~30.2평)	217,196	34.2
100~300(30.2~90.7평)	165,161	26.0
300~1,000(90.7~302.5평)	44,185	6.9
1,000~3,000(302.5~907.5평)	7,736	1.2
3,000 이상(907.5평 이상)	1,836	0.2

자료 : 한국외식연합(2013)

2) 낮은 진입장벽과 낮은 수익성

- 외식산업은 자영업종 중에서 가장 쉽게 진입할 수 있는 서비스 업종이기 때문에 선진국에 비해 음식점수가 많아 경쟁이 치열하다. 음식점 1개당 인구수를 비교하면 우리나라는 점포 1개당 83명인 반면, 미국은 점포 1개당 543명으로 우리나라의 6.5배에 달하고 있다.⁵ 이렇게 음식점업은 사업자수도 많고 쉽게 창업을 할 수 있는 여건을 갖추고 있어 수익성도 높지 않다. 외형적, 수적 성장에도 불구하고 높은 원가부담과 치열한 경쟁으로 개별 사업자들의 수익성은 매우 저조한 상황이다. 외식업의 수익구조는 식재료비, 인건비 비중이 과도하게 높으며, 임차료 및 이자비용까지 포함하면 매출액의 70% 수준으로 수익구조가 매우 취약하다.⁶
- 이렇게 무분별한 창업과 산업 구조상의 영세성으로 높은 휴업률, 폐업률을 보이고 있다. 한국외식업중앙회에 따르면 2011년을 기준으로 2011년 신규창업은 66,576개소인데 비해 휴업은 259,744개소, 폐업은 61,775개소였다.

3) 양극화 현상

- 외식산업은 영세 자영업자들이 다수인 업종이지만, 최근에는 소수의 대형업체 매출이 차지하는 비중이 꾸준히 증가하고 있는 실정이다. 특히 서울은 전국 평균보다 업체당 종사자수가 많은데, 이는 서울의 음식점 업체 규모가 상대적으로 클 것으로 추론할 수 있다.

⁵ 한국외식연감, 2011

⁶ 한국외식업중앙회, 2012

표 2-7 서울시 음식점업 종사자수와 사업체수의 전국대비 비율 추이

(단위 : %)

	1995년	2000년	2005년	2011년	2012년
종사자 수	25.2	23.2	23.1	22.4	22.2
사업체 수	21.7	19.5	19.5	18.0	17.8

자료 : 통계청, 전국 사업체 조사

- 서울에서는 음식점업이 개인사업체에서 회사법인 형태로 전환하면서 대형화가 더욱 촉진되고 있다. 개인사업체의 비중은 1995년 99.4%에서 2011년 95.7%로 꾸준히 하락하였고, 회사법인의 비중은 1995년 0.6%에서 2011년 4.2%로 꾸준히 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

표 2-8 서울시 음식점업 조직형태별 사업체수 추이

(단위 : %)

	1995년	2000년	2005년	2011년
개인사업체	99.4	99.0	98.0	95.7
회사법인	0.6	1.0	2.0	4.2

자료 : 통계청, 전국사업체조사

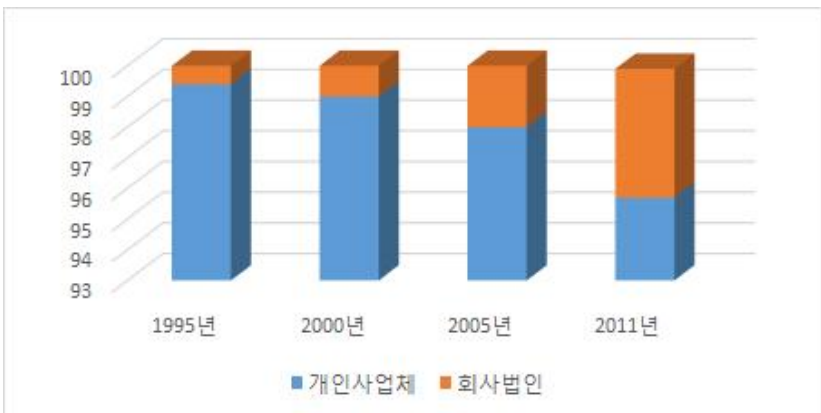


그림 2-3 서울시 음식점업 조직형태별 사업체수 추이

자료 : 통계청, 전국사업체조사

III 외식산업의 공간적 분포

- 1 서울시 거주 외국인의 공간적 분포
- 2 서울시 외식산업의 공간적 분포
- 3 서울시 음식점업의 업태별 분포
- 4 용산구 외식산업의 공간적 분포
- 5 이태원 지역 외식업체의 공간적 분포

III 외식산업의 공간적 분포

1 서울시 거주 외국인의 공간적 분포

1.1 외국인 밀집지역과 커뮤니티의 형성

- 한국전쟁 이후 일본군기지가 있었던 용산을 중심으로 미군이 진출하고 그 가족들이 정착하게 되면서 미국인 커뮤니티가 형성되었고, 1970년대 들어서 외국출신주민의 인구가 증가하면서 이태원이 서방세계의 중심으로 발전하게 되었다. 또한 1970년대 경제적 성장은 외국의 대사관과 외국기업의 급속한 성장을 동반하게 되면서 외교관과 주재원, 가족들이 자연스럽게 한 지역에 거주하게 되어 출신 국가별 거주밀집지역(반포 서래마을, 한남 독일인 마을, 동부이촌동 일본인 마을)이 형성되기 시작하였다.
- 1990년대 후반에 들어서면서 세계화가 확산되고 자본과 노동의 이동이 세계적으로 급속하게 진행되어 서울은 대한민국의 수도이자 동북아시아의 대표적인 글로벌 도시로 성장하게 되었다. 이에 따라 서울에 외국기업의 투자가 빈번해지고 이주 노동자의 유입이 크게 증가하기 시작하였다. 즉 자본 및 노동력의 세계화에 따른 외국출신주민 이주 증가와 새로운 문화유입으로 발생하는 사회변화는 전 지구적인 추세이며, 글로벌 도시로 성장하고 있는 서울도 이 흐름에서 예외일 수 없다.
- 2014년 현재 서울의 외국출신주민은 서울시 전체 인구의 6%에 달할 정도로 증가하였다. 이 중 가장 눈에 띄는 현상은 공간적 변화로 독특한 문화를 가진 외국출신주민 커뮤니티들이 형성되고, 이를 중심으로 동일 언어권 혹은 동일문화권 외국출신주민들이 밀집한다는 점이다.⁷⁾

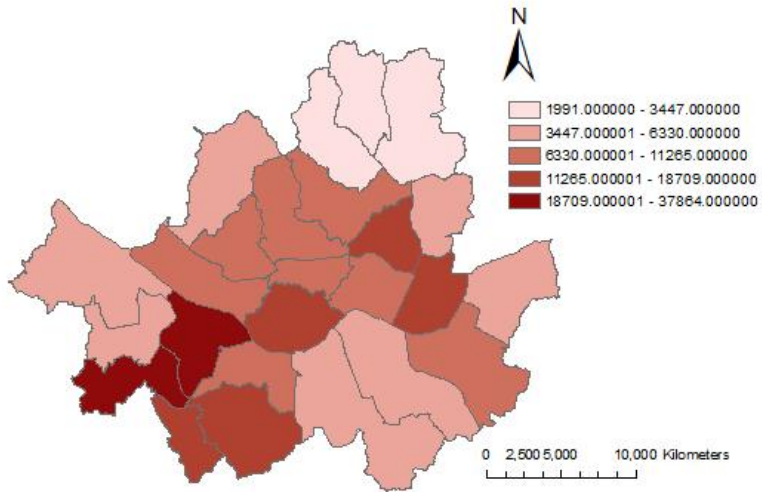


그림 3-1 서울시 거주 외국인의 분포

자료 : 서울시 통계자료(2014)

- 외국인들의 이주와 정착이 빈번하게 일어난 곳은 특정한 장소에 기반을 둔 같은 문화를 공유하는 외국출신주민들의 커뮤니티나 밀집지역을 중심으로 형성되는 경향을 보이고 있다. 외국인들에 대한 문화적, 경제적 진입장벽이 낮거나 외국인들만의 사회경제적 네트워크가 갖추어진 곳이라는 요인이 이들의 흡인요인이 될 수 있다.

1.2 서울시 거주 외국인의 체류자격별 공간분포

- 외국출신주민들의 공간분포 특성을 살펴보면, 노동자는 주로 산업단지 주변에, 결혼이민자는 전국적으로, 유학생은 대학가를 중심으로, 전문인력은 대도시를 중심으로 분포하는 모습을 볼 수 있다.

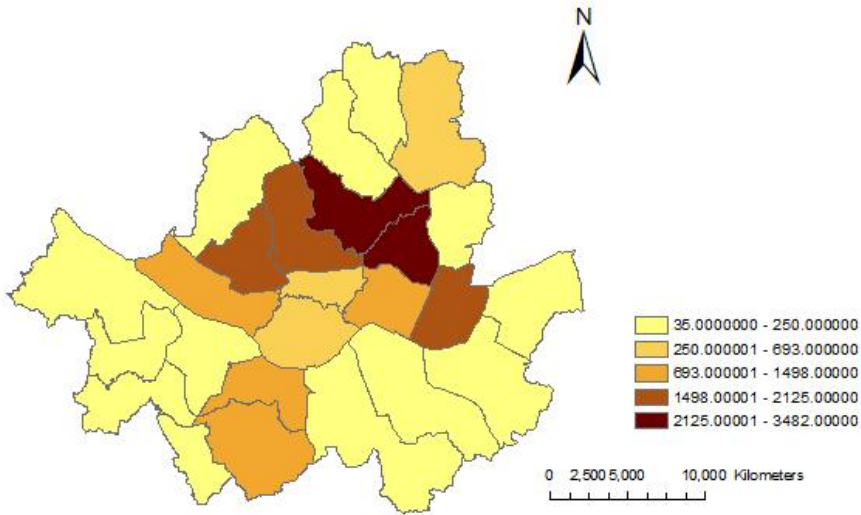


그림 3-2 서울시 거주 외국인 유학생의 분포

자료 : 서울시 통계자료(2014)

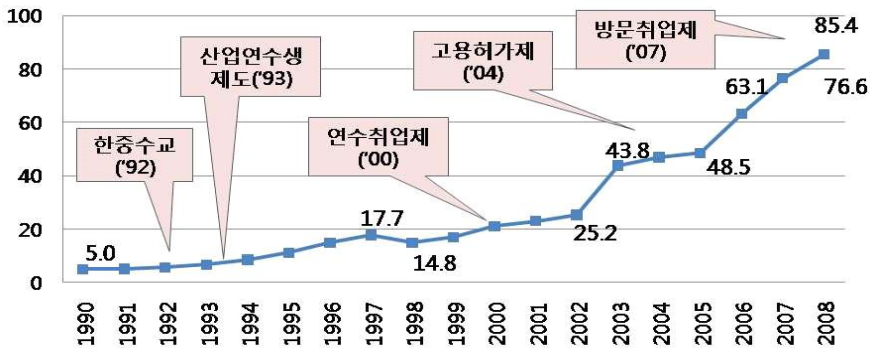


그림 3-3 국내 등록 외국인의 변화추이

자료 : 법무부 출입국외국인정책본부

- 국내 외국인의 수는 주로 국내 경기와 외국인 고용정책에 큰 영향을 받고 있다. 1993년 이후 국내의 단순기능인력 부족으로 외국인 인력 수요가 늘어나게 되면서 산업연수생제도를 도입하게 되었고, 2004년 외국인 고용허가제가 시행되었으며, 2007년 외국국적 동포에 대한 방문취

업체가 도입되면서 외국인의 수가 급격하게 늘어나게 되었다. 또한 외국인 노동자의 증가와 함께 결혼이민자 및 유학생의 수도 급증하고 외국인의 유형도 다양해지면서 꾸준히 그 수도 증가하고 있다.

1 2 1 **이주의 양극화 현상**

- 서울시 전역에 거주하는 외국출신주민들은 고소득 전문직 종사자들이 거주하는 지역과 이주노동자(비전문 취업)로 나눌 수 있다.⁸ 이를 확인하기 위해 연구진은 체류자격으로 전문직과 비전문직을 나누어 이들의 거주지에 대한 지리적 분포를 분석하였다.

표 3-1 서울시 거주 외국인의 체류자격별 유형 분류(2014)

(단위 : 명)

전문 인력	비즈니스관련	전문직	문화예술관련
	11,463	5,953	564
비전문인력	비전문취업	방문취업	산업 및 일반연수
	4,608	93,915	9,322

자료 : 서울통계(2014)

1) **외국인 전문 인력의 분포현황**

- 외국인 전문 인력은 크게 무역경영, 기업투자 등의 비즈니스 관련 인력, 교수, 회화지도 등 교육인력, 문화예술 관련 인력으로 구분할 수 있는데, 이들은 전문직 종사자들로 서울을 중심으로 한 수도권 지역에 집중하는 경향을 보인다. 이 중 무역경영, 기업투자, 특정 활동 등 비즈니스 관련 인력이 63.7%(11,463)에 달하고, 교수, 회화지도, 연구, 기술지도 등의 전문직은 33.1%(5,953)를 차지하며, 예술행행 등의 문화예술 관련 인력은 3.1%(564)에 불과하다.

8

김현미, 2005,

- 서울시에 외국인 전문 인력이 천 명 이상 거주하는 지역은 종로구, 중구, 용산구, 서초구, 강남구 등 5개 지역이며 이들 지역은 외국투자기업이 집중적으로 분포하는 지역과 일치한다. 국적별로는 미국, 중국, 캐나다, 영국 등의 비중이 높음을 확인할 수 있다.

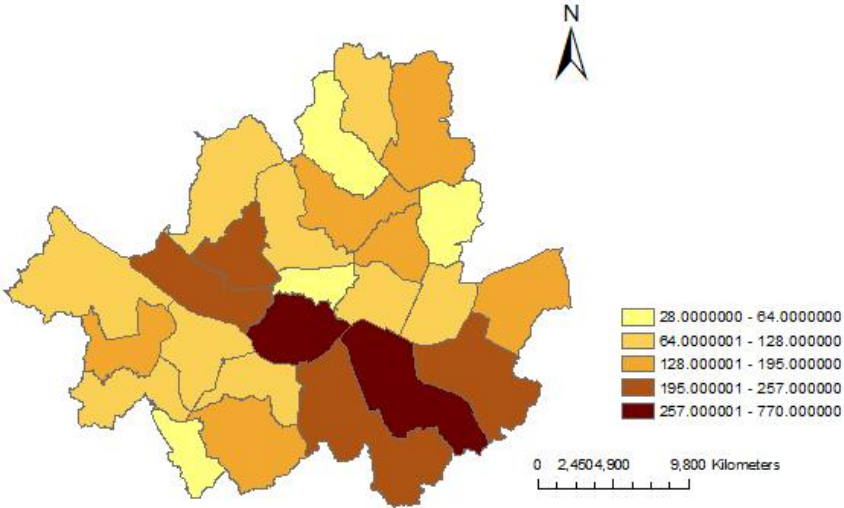


그림 3-4 서울시 거주 전문 인력(회화지도) 외국인의 분포

자료 : 서울시 통계자료(2014)

- 서울시에서 외국인 전문 인력 거주지로는 서초구 서래마을이 대표적이다. 서래마을은 프랑스인들이 모여들면서 프랑스인 마을이라는 이미지를 얻게 되었고, 특히 거주외국인과 지역주민, 정부의 긍정적인 상호작용으로 이루어진 지역이라고 할 수 있다. 이 지역은 전문직에 종사하는 프랑스인 공동체로 형성되어 있고 지가가 높은 지역에 입지해 그 커뮤니티를 더욱 공고히 하고 있다.
- 또 다른 대표적인 외국인 전문 인력의 분포지로는 용산구 이태원 지역을 꼽을 수 있으나 이 지역은 전문 인력과 비전문취업자들이 혼재한 독특한 지역이다.

2) 외국인 비전문 인력의 분포현황

- 최근 우리나라도 장기 체류 외국인의 수가 급속히 증가하고 있다. 이들 가운데 특히 큰 비중을 차지하는 유형은 취업비자 또는 연수비자를 가지고 국내 취업을 목적으로 체류하고 있는 단순이주노동자들이며 그 수는 1990년 2만명에서 1995년 4만명, 2000년에는 28만명, 2008년에는 52만명으로 급증하였다. 이들은 국내 노동력에서 차지하는 비율도 높아지고 국내 산업 및 지역경제에 미치는 영향도 더욱 커질 것으로 전망된다.
- 노동자 유형에서는 고용허가제에 따른 비전문취업노동자들(E-9)과 방문취업제도에 따른 노동자그룹(H-2)이 전체노동자의 90%에 이른다. 비전문취업노동자들은 2011년 기준 23만명으로 전체 노동자의 30%를 차지하며, 방문취업제도에 따른 노동자들은 한국계 중국인이 대부분을 차지한다. 서울시에서 외국인 노동자가 만 명 이상 거주하는 지역은 영등포구(37,864명), 구로구(29,662명), 금천구(18,709명), 관악구(17,869명)로 나타나고 있다.

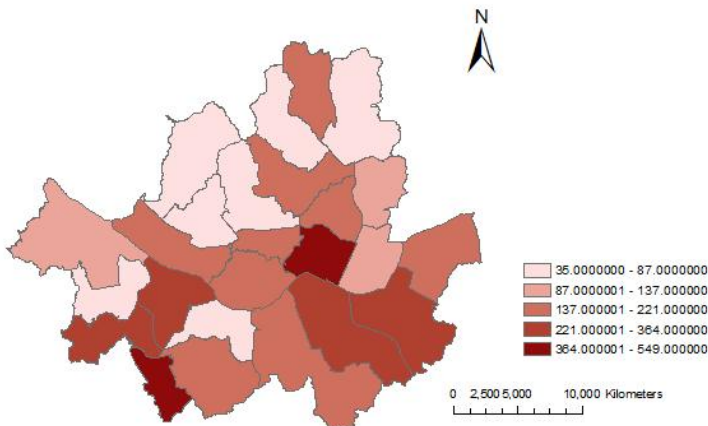


그림 3-5 서울시 거주 비전문취업 외국인의 분포

자료 : 서울시 통계자료(2014)

- 외국인 노동자 유형의 공간분포는 영등포구, 구로구, 금천구, 관악구 순으로 대체로 서울시 남서부 산업단지 입지 지역에서 비중이 높다. 국적별로 보면 한국계 중국인이 전체 노동자의 58%를 차지하며 필리핀, 태이, 베트남 출신의 비중도 높은 것으로 분석된다.
- 서울시에서 비전문취업 외국인이 거주하는 대표적인 지역은 구로구인데, 이 지역은 대도시의 저렴한 주택지를 형성하고 있는 지역으로 전형적인 한국계 중국인의 밀집지역이다.

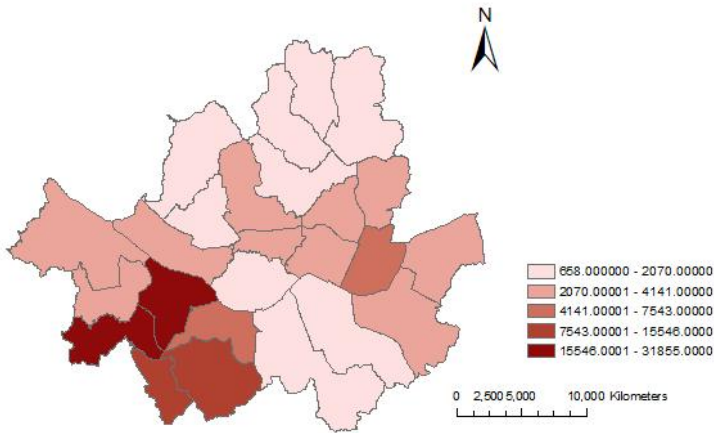


그림 3-6 서울시 거주 한국계 중국인의 분포

자료 : 서울통계(2014)

13 서울시 거주 외국인의 국적별 분포현황

- 1990년대에는 대만(46%), 미국(28%), 일본(11%) 국적이 외국인 대부분을 차지했으나, 1990년대 후반에는 한중수교와 산업연수생 제도 등의 영향으로 외국인 노동자의 유입이 크게 증가하게 되었다. 외국인 노동자의 유입은 꾸준히 증가하고 있으며, 서울시에 거주하고 있는 외국인의 수는 2014년 현재 24만 7천여명으로 1996년 5천여명에서 약 470%나 증가하였다.

- 거주 외국인수의 증가는 단순히 양적인 증가만을 가져온 것이 아니고, 이들이 가지고 있는 국적에 따른 문화적 차이에 의해 거주공간의 문화가 함께 이루어지고 있어 집단으로 거주하는 지역의 경관과 문화까지 바뀌는 현상이 나타나고 있다.

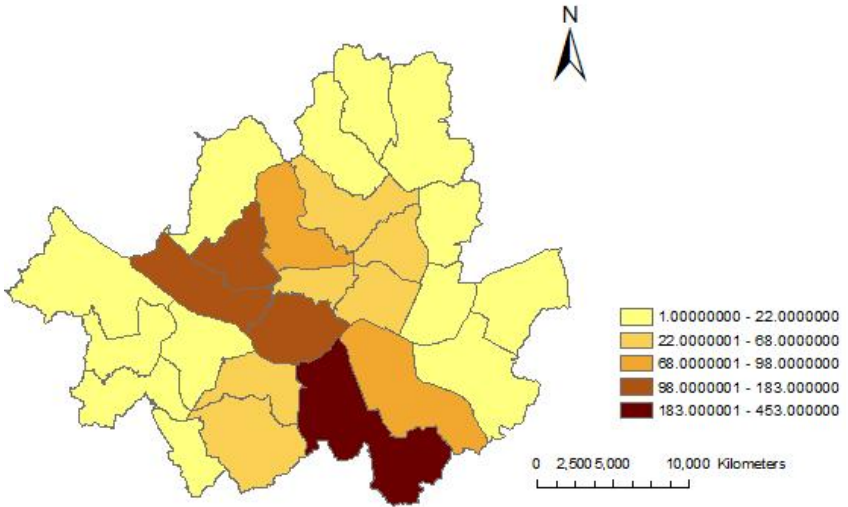


그림 3-7 서울시 거주 프랑스 국적 외국인의 분포

자료 : 서울통계(2014)

- 특히 중국 국적을 가진 외국출신주민은 전체 거주 외국인의 57.1%(서울시 기준)에 이르고 있어 압도적인 비율을 보이고 있으며, 한국계 중국인은 노동자의 비중이 80% 이상을 점유하고 있다. 한국계 중국인을 제외한 중국인은 50%가 유학생의 신분을 가지고 있는데, 외국유학생의 전체 비율에서 압도적인 우위를 차지하고 있다.

표 3-2 서울시 국적별 외국인 인구 변화 추이

(단위 : 명)

국적	2006년	2008년	2010년	2012년	2014년
한국계 중국인	105,178	169,385	170,125	140,893	141,263
중국	14,122	23,233	28,555	39,151	44,833
미국	11,890	12,821	10,941	8,061	7,577
타이완	8,974	8,818	8,769	8,813	8,972
일본	6,864	6,840	7,256	8,961	8,821
필리핀	4,038	3,775	3,695	3,906	3,726
베트남	3,011	4,652	5,974	6,912	7,272
몽골	2,711	3,747	4,266	4,530	3,683
캐나다	2,300	2,445	2,331	2,104	1,973
인도	1,259	1,421	1,572	1,861	1,802
타이	1,136	1,225	1,250	1,203	1,268
영국	1,133	1,182	1,332	1,447	1,458
프랑스	1,002	1,128	1,227	1,428	1,574
총계	175,036	255,207	262,902	247,108	254,428

자료 : 서울 열린 데이터 광장(<http://data.seoul.go.kr/>)

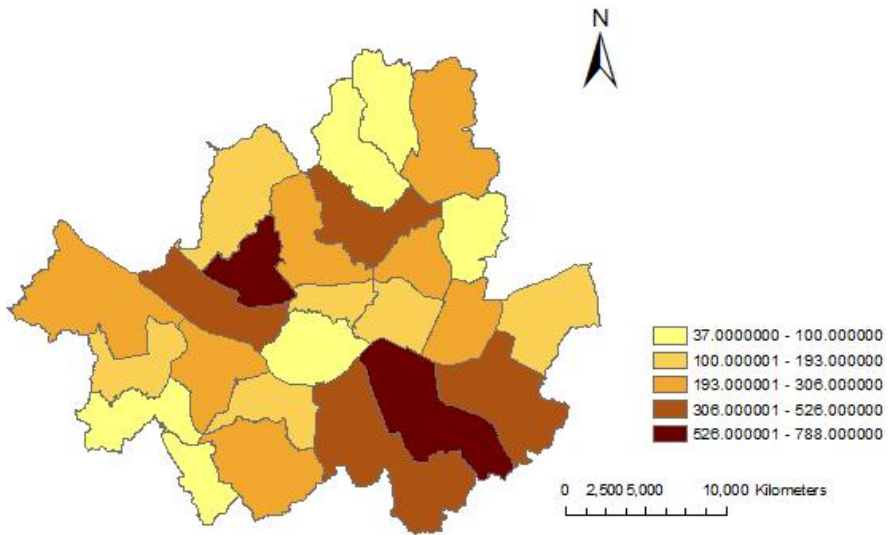


그림 3-8 서울시 거주 미국 국적 외국인의 분포

자료 : 서울통계(2014)

2.1 서울시 외식산업의 변화

2.1.1 서울시 외식산업의 시장규모

- 서울시 외식산업은 종사자수와 매출액 면에서 전국 시·도 중에서 단연 우위를 점하고 있다. 다만 사업체수에서는 경기도가 앞서지만, 사업체수 대비 매출액의 규모는 서울이 더 크며, 사업체 규모에서도 경기도와 비교하여 서울은 사업체당 3.4명의 종사자가 있어 경기도(2.9명)보다 많다. 서울지역의 외식업체 종사자 인건비는 1인당 월평균 73만1,583원으로 경기지역(51만6,993원)보다 많은 것으로 나타난다.
- 또한 매출액을 사업체수로 나누어 사업체당 평균 연간 매출액을 계산해 보면 서울지역은 1억8,018만9,737원으로 경기도 지역(1억2,951만 6,855원)보다 많았으나, 서울지역은 임차료 및 영업비용이 경기도 지역보다 많은 것으로 나타났다.

표 3-3 서울시 외식산업의 시장규모(2010)

사업체수 (개)	종사자수 (명)	매출액 (백만원)	영업비용 (백만원)	판매비/관리비 (백만원)	인건비 (백만원)	임차료 (백만원)	기타경비 (백만원)	연간 급여액 (백만원)
108,371	368,337	19,527,342	15,850,160	6,748,053	3,233,632	2,052,651	3,309,395	2,980,815

자료 : 한국외식연감(2013)

- 서울시 외식업의 사업장 면적 규모별 사업체수를 살펴보면 50㎡ 이하는 전국 음식점수의 40.6%를 차지하고, 100㎡ 이하는 전국 음식점수의 71.1%에 달하여 외식업 사업체의 규모가 영세함을 확인할 수 있다.

표 3-4 서울시 음식점 및 주점업의 사업장 면적(㎡) 규모별 사업체수(2010)

면적규모(㎡)	음식점 수(개)	비율(%)
30미만(9.3평 미만)	23,289	20.1
30~50(9.3~15.1평)	23,705	20.5
50~100(15.1~30.2평)	35,233	30.5
100~300(30.2~90.7평)	25,700	22.2
300~1,000(90.7~302.5평)	6,336	5.4
1,000~3,000(302.5~907.5평)	852	0.7
3,000 이상(907.5평 이상)	310	0.2

자료 : 한국외식연감(2013)

- 외식산업은 영세 자영업자들이 다수인 업종이지만, 최근에는 소수의 대형업체 매출이 차지하는 비중이 꾸준히 증가하고 있는 실정이다. 특히 서울은 전국 평균보다 업체당 종사자수가 많은데 이는 서울의 음식점 업체 규모가 상대적으로 클 것으로 추론할 수 있다.

표 3-5 서울시 음식점업 종사자수와 사업체수의 전국대비 비율 추이

(단위 : %)

	1995년	2000년	2005년	2011년	2012년
종사자수	25.2	23.2	23.1	22.4	22.2
사업체수	21.7	19.5	19.5	18.0	17.8

자료 : 통계청, 전국 사업체 조사

- 특히 서울시에서는 음식점업이 개인사업체에서 회사법인 형태로 전환하면서 대형화가 더욱 촉진되고 있다. 개인사업체의 비중은 1995년 99.4%에서 2011년 95.7%로 꾸준히 하락하였고, 회사법인은 1995년 0.6%에서 2011년 4.2%로 꾸준히 증가하고 있음을 확인할 수 있다.

표 3-6 서울시 음식점업 조직형태별 사업체수 추이

(단위 : %)

	1995년	2000년	2005년	2011년
개인사업체	99.4	99.0	98.0	95.7
회사법인	0.6	1.0	2.0	4.2

자료 : 통계청, 전국사업체조사

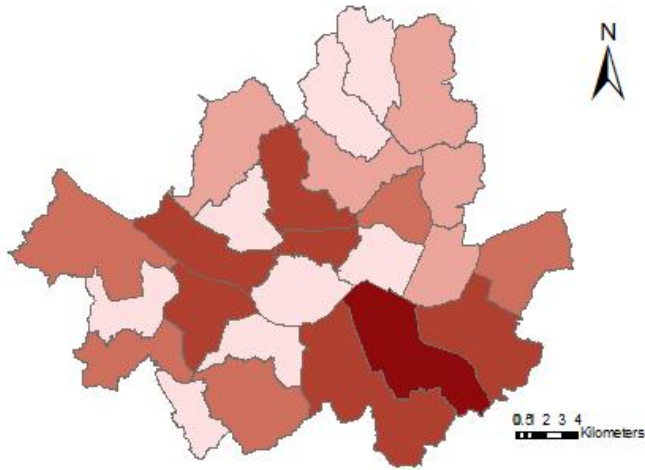


그림 3-9 서울시 일반 음식점업체수의 분포

자료 : 통계청 사업체 조사(2012)

3

서울시 음식점업의 업태별 분포

- 연구진은 한국표준산업분류의 세세분류에 따라 음식점업을 한식 음식점업, 중식 음식점업, 일식 음식점업, 서양식 음식점업, 기타외국식 음식점업으로 나누어 각각의 공간적 분포형태를 확인하였다.
- 서울시 음식점업의 사업체수와 종사자수는 업종별로 나누어 단순 비교할 경우에는 서초구와 강남구가 수적으로 우세하게 나타나기 때문에, 구별로 사업체수에 따른 지역특화도(LQ)를 구하여 비교하였다.

표 3-7 표준산업분류에 따른 서울시 음식점업의 사업체수와 종사자수(2012)

구분	사업체수(개/%)	종사자수(명/%)
한식 음식점업	48,304(59.8)	159,242(53.1)
중식 음식점업	3,829(4.7)	16,884(5.6)
일식 음식점업	2,664(3.3)	13,863(4.6)
서양식 음식점업	2,657(3.2)	23,412(7.8)
기타외국식 음식점업	601(0.7)	3,516(1.1)

자료 : 통계청, 전국사업체조사(2012)

- 한식 음식점업은 표준산업분류상에서 한국식 음식을 제공하는 산업활동을 말하며 예를 들어 설렁탕집, 보쌈집, 해장국집, 냉면집 등이 있다. 서울시 한식 음식점업은 관악구와 강북구에서 가장 특화된 음식점업의 업종임을 확인할 수 있다.
- 국내 외식산업을 업종별로 살펴보면, 표준산업분류에 따른 일반음식점 중 가장 높은 비중을 차지하는 것은 한식 음식점으로 서울시 전체 음식점업에서 사업체(48,708개소)의 59.8%, 종사자(159,242명)의 53.1%가 한식 음식점업에 관련되어 있다.

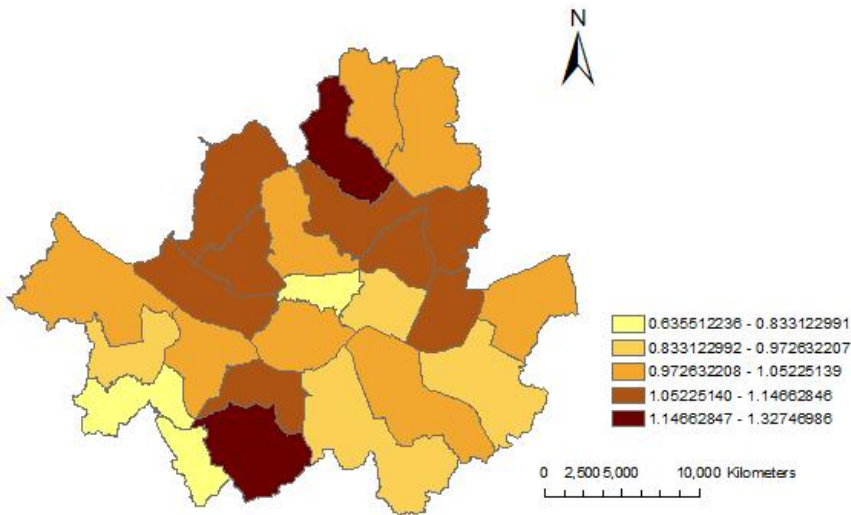


그림 3-10 서울시 한식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황

자료 : 통계청, 전국사업체조사(2012)

중식 음식점업의 공간분포

- 중식음식점업은 가장 흔한 외식메뉴를 취급하고 있는 업소이며 중식음식점업의 사업체수는 3,829개소로 서울시 전체 음식점업체의 4.7%를 차지하고 종사자수는 16,884명으로 서울시 전체 음식점업 종사자수의 5.6%에 해당한다. 그러나 최근 들어 중식 음식점업의 업체수는 꾸준히 하락하고 있는 추세인데, 이는 외식소비의 트렌드인 웰빙, 건강식을 지향하는 경향과 기름진 음식이라는 중식의 이미지 때문인 것으로 생각된다.

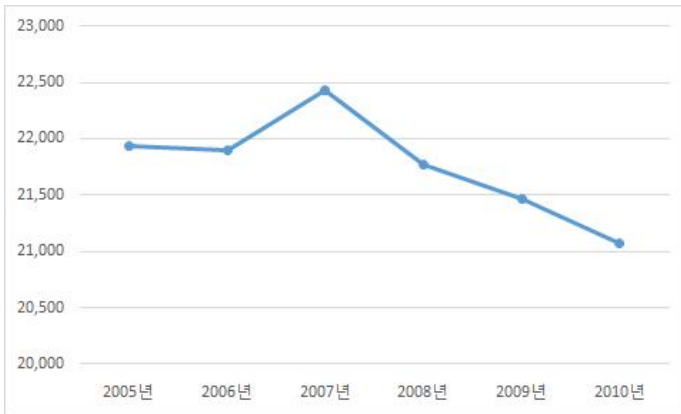


그림 3-11 표준산업분류에 따른 중식 음식점업체수의 변화추이

자료 : 통계청, 전국사업체조사

- 서울시에서 중국 음식점업으로 특화된 곳은 영등포구를 중심으로 구로구, 관악구, 서대문구 등 주로 한국계 중국인과 중국, 타이완의 국적을 가진 외국출신주민이 주로 거주하는 지역으로 나타난다.

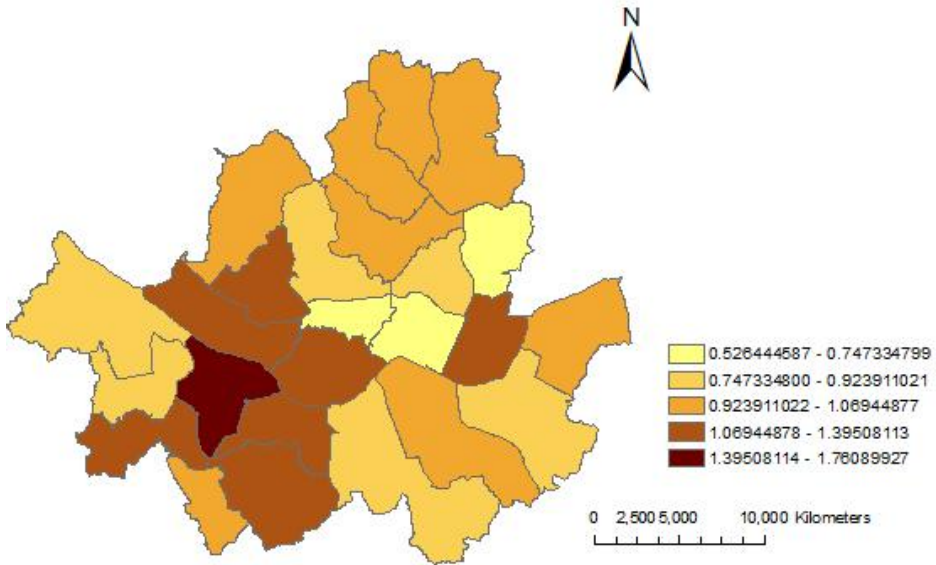


그림 3-12 서울시 중식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황

자료 : 통계청, 전국사업체조사(2012)

3.3 일식 음식점업의 공간 분포

- 일식 음식점업은 사업체수가 2,664개소로 전체 음식점업체의 3.3%를 차지하며, 종사자수는 13,863명으로 전체 음식점업 종사자수의 4.6%에 해당한다. 일식 음식점업은 전체적으로 일반음식점업의 공간특화가 비교적 고르게 나타나는 업종으로 마포구, 서초구, 강남구와 같은 비즈니스 업무가 많은 지역과 일본을 국적으로 가진 외국출신주민이 많이 거주하는 용산구에 특화되어 있다.

표 3-8 표준산업분류에 따른 일반 음식점업체수의 증감(2005~2010)

분류	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
한식 음식점업	254,784	261,395	276,273	279,702	278,978	281,551
중식 음식점업	21,932	21,902	22,433	21,771	21,466	21,071
일식 음식점업	4,628	5,092	6,524	6,022	6,268	6,259
서양식 음식점업	10,034	9,782	10,177	8,856	8,610	7,997

자료 : 통계청, 전국사업체 조사

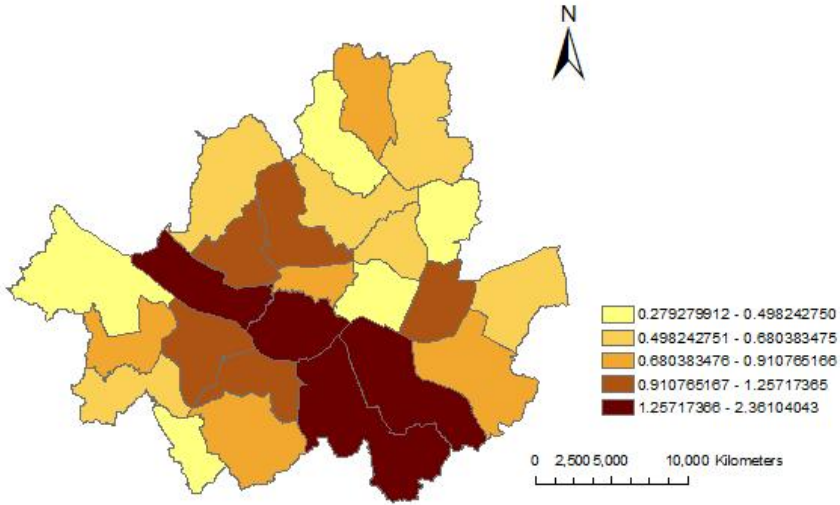


그림 3-13 서울시 일식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황
 자료 : 통계청, 전국사업체조사(2012)

3 4 서양식 음식점업의 공간분포

- 서양식 음식점업은 전체 음식점업체수의 3.2%에 해당하는 2,657개소가 영업을 하고 있으며, 23,412명(7.8%)이 이곳에 종사하고 있다. 좌석수에 따른 표준산업분류상 세세분류 분포를 살펴보면, 한식 음식점업과 중식 음식점업은 ‘29석 이하’ 사업체수의 비율이 45%, 68%로 비교적 사업장의 규모가 작은 외식업체들의 비중이 높은 것으로 나타났다. 이에 비해 서양식 음식점업은 ‘29석 이하’ 사업체수 비율이 29.9%로 타 업종보다 면적이 넓은 업체수의 분포가 높은 것으로 분석되었는데, 이는 종사자수의 비율로도 확인할 수 있다.

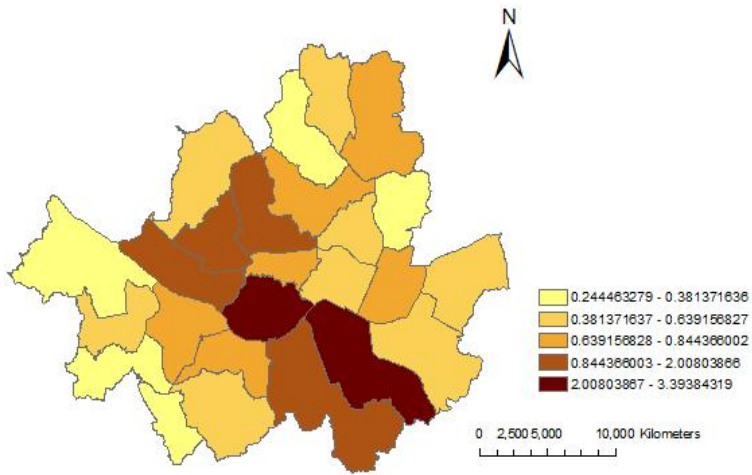


그림 3-14 서울시 서양식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황

자료 : 통계청, 전국사업체조사(2012)

표 3-9 표준산업분류상 음식점업의 좌석수별 사업체 분포(2009)

세세 분류	구분	계	9석 이하	10~19석	20~29석	30~49석	50~99석	100석 이상
한식 음식 점업	업체수 (개)	278,978	28,301	45,430	52,968	71,793	63,490	17,595
	비율 (%)	100	10.1	16.3	19	25.5	22.8	6.3
중식 음식 점업	업체수 (개)	21,466	4,599	5,336	4,789	3,315	2,441	1,206
	비율 (%)	100	21.2	24.9	22.3	15.4	11.4	4.8
일식 음식 점업	업체수 (개)	6,268	756	1,027	1,347	1,209	1,560	370
	비율 (%)	100	12.1	16.4	21.5	19.3	24.9	5.9
서양식 음식 점업	업체수 (개)	8,612	547	1,001	1,023	2,317	2,316	1,405
	비율 (%)	100	6.4	11.6	11.9	26.9	26.9	16.3
기타 외국식 음식 점업	업체수 (개)	861	46	83	43	147	475	67
	비율 (%)	100	5.3	9.6	5	17.1	55.2	7.8

자료 : 통계청

- 기타외국식 음식점업은 한국표준산업분류에서도 가장 늦은 2006년 이후부터 분류되기 시작한 항목이며 세계화에 따른 다양한 국적을 가진 외국인들의 거주가 늘어나면서 레스토랑, 패밀리 레스토랑, 이탈리아 음식점 등 서양식 음식을 제공하는 산업으로 분류한 이 항목에 서양식 음식점업에 포함되지 않는 업종이 등장하게 된 것이다.
이에 따라 9차 개정에서부터 새로운 세세분류 항목으로 만들어진 기타외국식음식점업은 정식류를 제공하는 기타외국식 음식점업을 운영하는 산업활동을 말하며 베트남 음식점, 인도 음식점 등을 예로 들 수 있다.
- 기타외국식 음식점업은 전체 음식점업 수에서 차지하는 비중은 낮지만 (전체 음식업 사업체수의 0.7%), 꾸준히 증가하고 있는 외국인 수요와 함께 세계요리에 대한 국내 수요가 늘어나고 있는 것으로 미루어 앞으로 많은 발전 가능성을 가진 업종이라고 볼 수 있다. 특히 서울시의 기타외국식 음식점업의 분포를 살펴보면, 가장 세계화된 거리이며, 외국출신주민의 비율이 높은 용산구가 탁월한 특화도를 보이는 것을 확인할 수 있다.

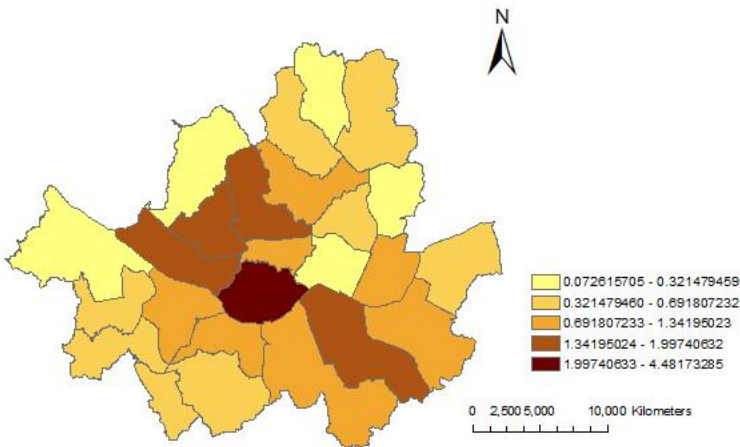


그림 3-15 서울시 기타외국식 음식점업의 공간적 특화에 따른 분포현황

자료 : 통계청, 전국사업체조사(2012)

용산구 외식산업의 공간적 분포

- 용산구 외식산업의 규모를 살펴보면 전체 2,482개의 음식점업체가 있으며, 이 중 한식 음식점업은 1,277개로 서울시 전체 음식점업의 51.4%를 차지한다. 그러나 서울시 전체 업종별 평균 사업체수나 종사자수의 비중보다 일식, 서양식, 기타외국식 음식점업에서는 종사자수가 월등히 많다는 특이점을 찾을 수 있다.

표 3-10 표준산업분류에 따른 용산구 음식점업의 사업체수와 종사자수(2012)

구분	사업체수(개/%)	종사자수(명/%)
한식 음식점업	1,277(51.4)	4,148(39.2)
중식 음식점업	115(4.6)	565(5.3)
일식 음식점업	118(4.7)	557(5.2)
서양식 음식점업	231(9.3)	1578(14.9)
기타외국식 음식점업	69(2.7)	357(3.3)

자료 : 통계청, 전국사업체조사(2012)

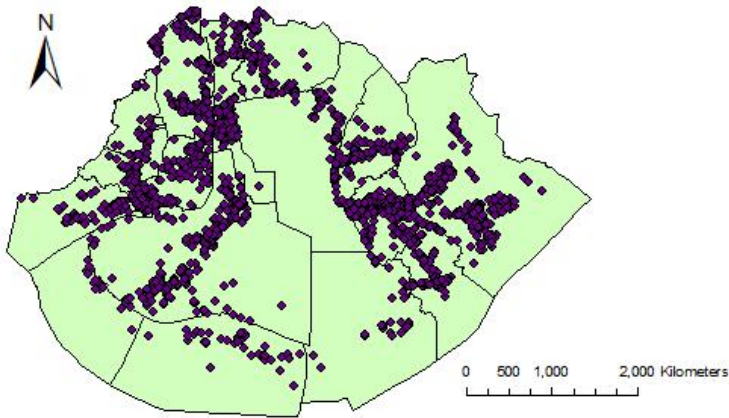


그림 3-16 용산구 음식점업의 분포

자료 : 용산구 위생과 일반음식업체 통계자료(2014)

용산구의 표준산업분류에 따른 업종별 공간분포

- 용산구에서 서울시 평균 비중보다 높은 값을 보이는 서양식 음식업체는 지도상에서도 볼 수 있듯이 이태원과 한남동을 중심으로 한 지역에 집중적으로 위치하고 있음을 확인할 수 있다. 다국적 거주 외국인이 많은 한남동과 이태원에 서양식 음식점업⁹이 성업하고 있음을 알 수 있다.

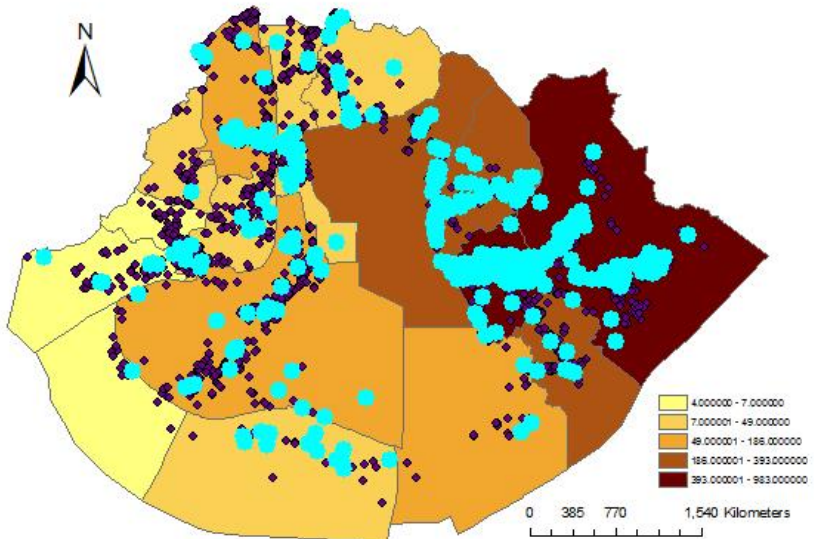


그림 3-17 용산구 서양식 음식업체와 다국적 거주 외국인의 분포

자료 : 용산구 위생과 일반음식업체 통계자료(2014)

- 일식 음식점업체는 지도상으로 고른 분포를 보이기는 하지만, 일본인이 많이 거주하는 이촌동과 한남동을 중심으로 분포하고 있음을 볼 수 있다.

9

용산구청 위생과에서 받은 자료에는 서양식 음식점업과 기타외국식 음식점업에 대한 분류가 되어 있지 않고, 모두 서양식 음식점으로 업태가 표시되어 있다.

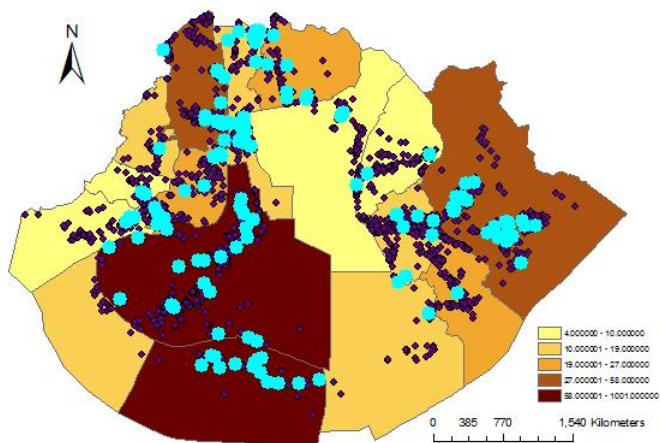


그림 3-18 용산구 일식 음식점체와 일본출신 외국인의 분포

자료 : 용산구 위생과 일반음식업체 통계자료(2014)

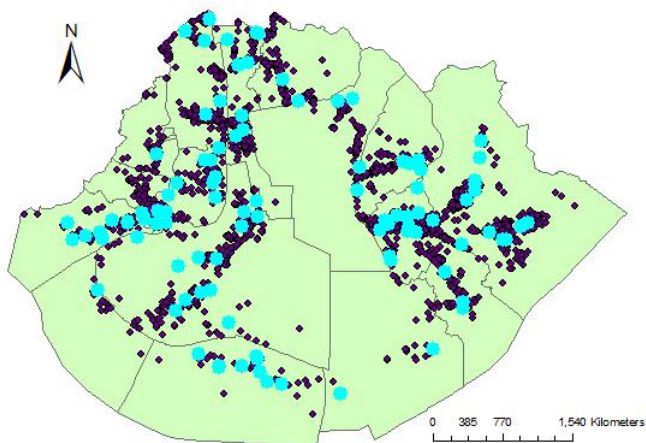


그림 3-19 용산구 중식 음식점체의 분포

자료 : 용산구 위생과 일반음식업체 통계자료(2014)

4.2 용산구 외식업체의 시대별 변화

- 연구진은 용산구 전체 외식업체를 점포 개점연도 기준으로 시대별 분포

및 확산을 살펴보았다. 현재까지 영업하고 있는 업체의 자료만 존재하고 있어 정확한 확산방향과 분포 정도를 파악하기에 한계가 있지만, GIS를 활용한 시각화 작업을 거쳐 시대별 현황을 나타냈다.

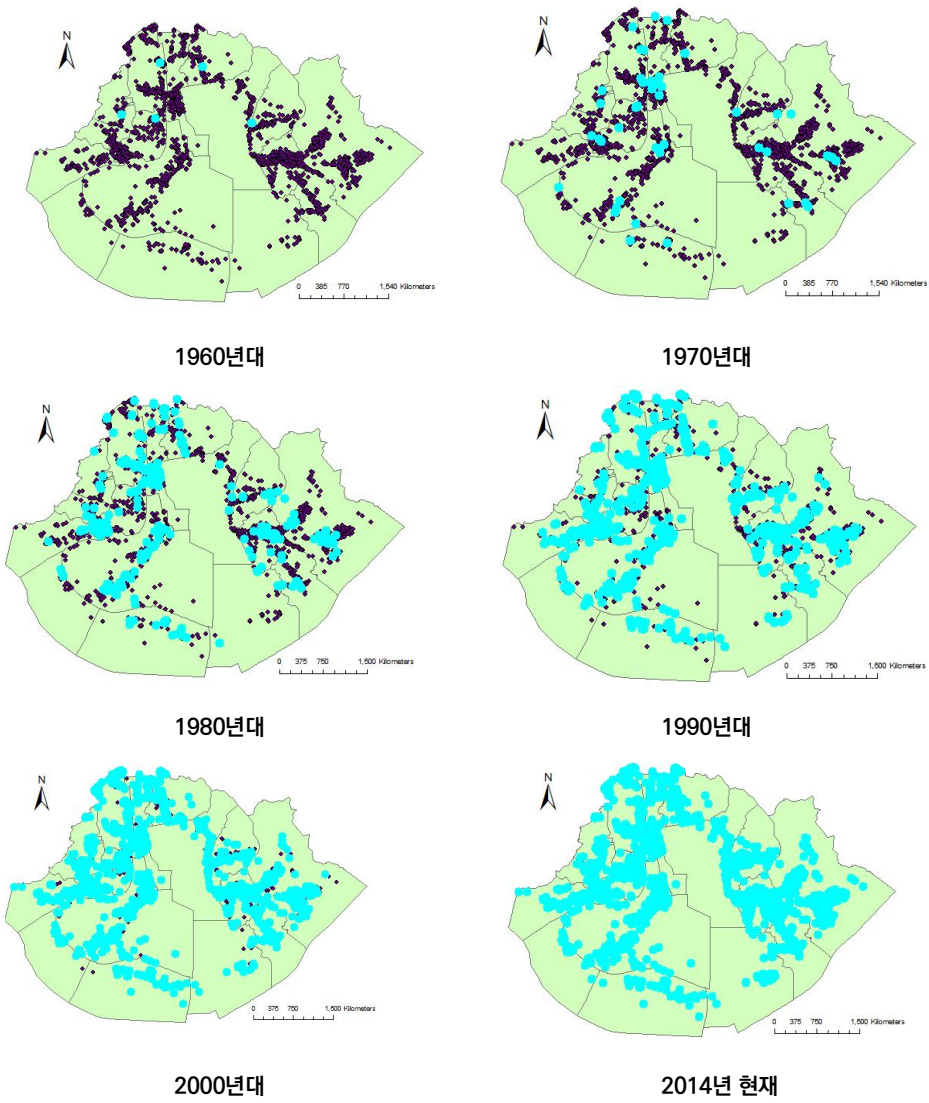


그림 3-20 용산구 외식업체의 시대별 분포 변화과정

- 용산구도 서울 전체 지역과 마찬가지로 1980년대 이후부터 외식업체수가 증가하여 1990년대와 2000년대에 급격한 성장세를 보이고 있음을 확인할 수 있다. 지역별로는 전체적으로 고른 성장세를 보이며, 서양음식을 취급하는 업소는 특히 2000년대 이후에 빠르게 늘어나고 있음을 알 수 있다.

5 이태원 지역 외식업체의 공간적 분포

5.1 이태원의 역사

- 이태원은 조선초기부터 공무수행 관리와 여행자의 편의를 제공하기 위해 숙소로 설치된 ‘한양 4원(院)’ 중 하나로 남쪽에 설치된 숙박시설이었다. 이태원동 마을은 원래 현 이태원 2동 중앙경리단 주변이었는데, 서울시 도시계획으로 남산에 이태원로가 생기면서 이태원의 중심은 해밀턴호텔을 중심으로 한 현재의 위치로 옮겨지게 되었다.
- 녹사평역에서 한강진역에 이르는 이 지역은 역사를 거슬러 올라가 1592년 임진왜란 당시 한양도성을 점령한 왜군 장수 가토 기요마사(加藤清正)가 후방병참기지를 설치한 곳이었고, 1905년 을사늑약이 체결되면서 조선 주둔 일본군총사령부와 일본군 제20사단이 진주한 곳이었으며, 해방 후에는 한국전쟁으로 미군이 들어오면서 현재 주한미군사령부가 위치하고 있다. 이 지역은 마치 미국 뉴욕 한인거주구역이나 LA 코리아타운 같은 착각을 줄 정도이다. 오늘날의 이태원이 있게 된 배경은 일차적으로 미군 주둔에 힘입은 결과이고, 1970년대 후반 섬유산업 호황에 따른 보세물품 쇼펄타운으로의 성장과 88올림픽 등을 통해 세계에 알려지게 되면서부터였다.

이태원 지역의 시대별 공간변화

- 조선시대부터 이태원 일대에는 군사 관련시설이 많이 위치하고 있었는데, 일제시대에는 조선 주둔 일본군 사령부와 군사시설이 들어서면서 군사적인 색채를 가진 지역이 되었다.
- 해방 후 이태원은 서울 주둔 미군기지로 군사적 색채가 더욱 강해졌으며, 이들을 위한 가게, 주점, 기지촌 등이 들어서면서 미군을 위해 맞추어진 공간으로 변모해갔다. 특히 1950년대 후반부터 이태원에 유흥가의 형태인 미국식 클럽들(유엔클럽, 킹클럽, 세븐클럽 등)이 들어서기 시작하였다.
- 1960년대에 들어서 이태원과 한남동에는 각국 대사관이 들어서면서 외국인 집단 거주지가 본격적으로 형성되었으며, 이들을 위한 생활용품을 판매하는 가게들이 점차 성업하게 되었다. 이 시기에는 대사관들이 입주하기 시작하면서 외국인들을 위한 대저택과 원주민의 하꼬방(판잣집)이 병존하게 되었다.
- 1960년대 이후 지속된 국가의 보세제품수출정책이 1970년대 들어서 이태원의 공간적 정체성을 부여하게 되었다. 미군들을 대상으로 외국 수출용 보세제품들을 취급하는 상점들이 이태원 상가에 하나둘씩 나타나기 시작하였고, 맞춤 양복점을 중심으로 이태원 시장의 규모가 커졌다. 또한 1970년대에는 121후송병원이 부평에서 미8군 영내로 이전하면서 1만여명의 미군과 관련 종사자 및 상인들이 이주하여 현재 이태원이 형성되기 시작하였다.

- 이태원은 1980년대 86아시안게임과 88올림픽이 개최되면서 많은 관광객들의 쇼핑과 유흥시설의 명소가 되기 시작하여 세계적으로 알려지기 시작하였고, 피혁제품과 값싸고 특색 있는 보세물품을 살 수 있는 상가와 함께 외국인을 상대로 한 유흥업이 성업하였다.
- 1985년 한국관광자원총람에 따르면 이태원에는 의류점포가 600여 개로 가장 많았는데, 이는 판매되는 제품들이 남대문 등지에서 만든 모조품이거나 수출검사의 누락품이었지만 옷의 색깔 디자인이 다양하고 외국인들의 취향에 맞게 다듬어진데다 자국에서 판매되는 의류보다 가격이 저렴해 호황을 누렸기 때문이다. 그러나 호황과는 별개로 1980년대 중반부터 이태원시장은 가짜 외제상품 판매 중심지라는 오명을 가지게 되었다. 특허청 자료에 의하면 1987년 이태원의 1년 매출액이 474억원이었는데 이 중 위조상품이 차지하는 비중은 50%인 240억원 어치로 추정되었다.
- 1980년대 국제 행사의 개최를 계기로 최대의 호황을 맞았던 이태원 지역은 1990년대 들어서는 관광객이 줄어들면서 불황을 맞이하게 되는데, 관광객수의 감소뿐만 아니라 산업구조의 변화도 불황을 더욱 부추기는 역할을 하게 되었다. 1980년대 이태원 시장의 주력상품이었던 보세상품이 세계 시장에서 경쟁력을 잃게 되었고, 국내 중저가 의류브랜드 시장이 활성화되고 동대문, 남대문 시장이 현대화된 매장으로 탈바꿈하면서 이태원의 상점가가 큰 타격을 받게 되었다. 또한 주한미군의 발길이 줄어들고 범죄와의 전쟁이 시작되면서 이태원 유흥가는 규모가 축소되고 내부문화 성격도 변화하게 되었다.
- 이러한 어려움 속에서 자구책이 된 것은 이태원상인연합회의 청원으로 시작된 관광특구 지정이었고, 이태원은 1997년 9월 관광특구로 지정되

었다. 한편 1990년대 후반에는 다양한 국적을 가진 관광객이 증가하기 시작하는데, 일본, 중국, 동남아, 아프리카, 중동 지역 관광객이 증가하면서 이태원은 미군 중심의 거리에서 세계인의 거리로 변화하였으며, 다양한 세계 먹을거리가 있는 특징 있는 공간으로 탈바꿈하고 있다.

5.2 이태원 지역의 공간구성 및 공간별 특성

- 사례지역으로 설정한 이태원은 이태원로를 중심으로 주변의 대형 호텔과 함께 대사관, 영사관 등이 위치하여 외국인들이 통행이 빈번하게 일어나는 지역이며, 용산, 미8군, 외인아파트를 중심으로 외국인이 주변 지역에 다수 거주하고 있는 지역이다. 또한 다양한 국가의 먹을거리를 비롯한 문화적 다양성을 즐길 수 있는 특색을 갖춘 곳이다.
- 특히 이태원의 중심에 위치한 해밀턴호텔 뒤편 일대는 그리스, 불가리아 등 30여 개국이 넘는 세계 각국의 특색 있는 음식점들이 자리 잡고 있는 곳으로 ‘세계음식문화거리’로도 불린다. 이 거리는 지역주민과 상인의 자율운영형식으로 이태원관광특구 연합회에서 자율적으로 관리하며, ‘차 없는 거리’로 지정하여 보행자 전용길로 운영하고 있다.
- 또한 이곳은 꿈데가르송길, 엔틱가구거리 등으로 유명하고, 국내 최대 규모 뮤지컬 전용극장을 보유한 ‘블루스퀘어’와 삼성그룹 소속인 ‘리움미술관’ 등 공연계, 미술계를 대표하는 각종 문화시설이 인근에 위치하고 있어 문화와 먹을거리를 다양하게 즐길 수 있는 곳으로 장소의 정체성을 확립해나가고 있는 상황이다.
- 이 지역을 외식산업의 서로 다른 특징을 보이는 5개 구역으로 나누어 각각의 공간적 특성을 나타내는 장소성과 외식산업의 특징에 대하여 살펴보고자 한다.

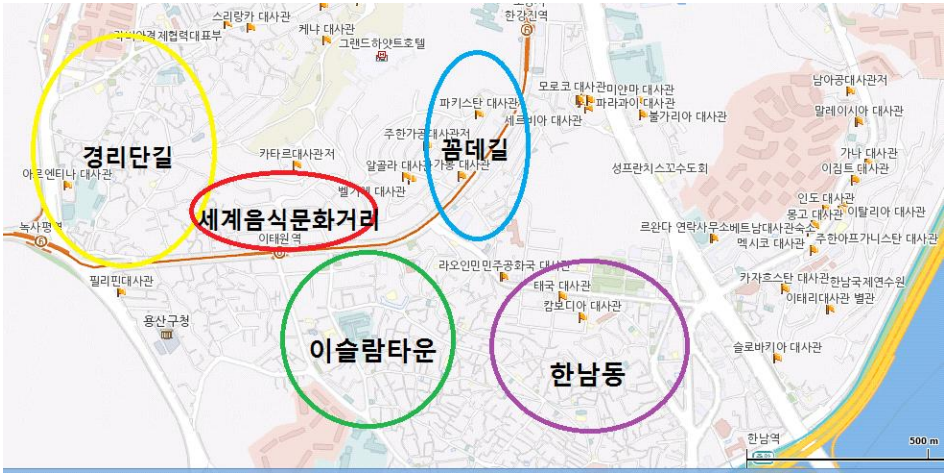


그림 3-21 이태원의 공간별 특성에 따른 사례지역 분류

자료 : 서울지도(<http://gis.seoul.go.kr>)를 이용하여 정리

5 2 1 경리단길

1) 공간적 특성

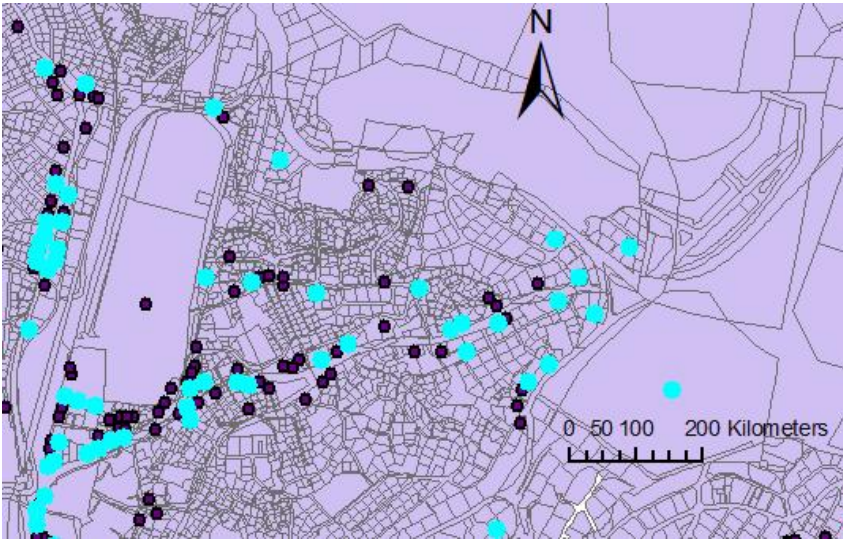


그림 3-22 경리단길에 입지한 서양식 음식점업체의 분포현황(2014)

자료 : 용산구청 위생과 일반음식점업 통계자료

- 최근 이태원 지역에서 가장 많은 변화를 겪고 있는 지역인 경리단길은 녹사평역에서 경리단까지, 그리고 경리단에서 하얏트 호텔에 이르는 두 갈래 길을 통틀어 말한다. 이 지역은 외국인이 많이 살고 있는 주택가와 함께 이국적인 음식을 파는 공간과 카페, 원주민을 위한 시장과 공동주택가가 어우러진 이채로운 공간이라고 할 수 있다.
- 경리단길은 녹사평역에서 내리면서부터 시작되는데, 전철역에서 내리면 외국인들이 동네 주민인 듯 자연스럽게 오가는 거리이며, 산책이나 조깅을 하는 외국인들을 흔히 볼 수 있는 외국인 밀집거주지역이다. 이 지역에는 마치 외국의 거리에 온 듯한 착각을 일으킬 만한 간판들과 타코, 휴리스 등의 간단한 간식거리를 판매하는 상점이 즐비하지만, 초입에 있는 이태원 제일시장과 함께 갈비집, 김치찌개집이 공존하는 특색있는 공간이다.



그림 3-23 녹사평역에서 바라본 경리단길

- 경리단길은 세련된 카페와 레스토랑이 즐비함에도 도시적인 느낌보다 익숙한 동네 거리처럼 느껴지는 곳으로, 다국적이고 다양한 카페들과 음식점의 규모가 매우 작은 것이 특징이다. 이 지역은 테이블수가 서너 개, 큰 가게도 열 개 미만이며, 음식점의 운영자와 손님의 구분이 없어질 정도로 작은 규모로 운영자와 쉽게 이야기를 나눌 수 있는 공간을 가진 업체가 대부분이다.
- 이곳은 예전에 입구에 육군중앙경리단이라고 하는 부대가 있어 경리단길로 불리기 시작했으며, 원래는 이태원동 회나무길이라는 공식 행정명이 따로 있다. 특히 이 길 주변의 다세대 주택에 비교적 싼 월세를 찾아 각국의 이방인들이 동지를 틀면서 자연스레 외국인 상대의 카페와 식당이 하나둘 문을 연 것이 약 5년 전부터라고 한다.

2) 외식산업의 특징

- 경리단길은 녹사평역에서 사거리에 이르는 길에는 간단한 스낵류를 취급하는 가게가 대다수인데 비해, 골목길을 따라 남산을 향하여 올라가는 길에는 아기자기하고 예쁜 가게들이 많다. 앞서 언급한 것처럼 다양한 국적의 음식을 취급하는 작은 규모의 음식점과 카페가 대부분 입지하고 있으며, 단독주택이나 공동주택을 개조해 만든 업소가 많아 경리단길뿐만 아니라 작은 골목길에서도 많은 음식점을 볼 수 있다.

5.2.2 세계음식문화거리

1) 공간적 특성

- 이태원의 중심이 된 해밀턴호텔 뒤쪽에 위치한 세계음식문화거리는 과거 이태원 부흥의 주역이었던 피혁제품과 보세물품을 판매한 상점들이 하나둘씩 탈바꿈해가는 과정에서 형성된 공간으로 대사관과 함께 고급

빌라들에 둘러싸인 곳으로 세계 여러 나라의 음식을 취급하는 레스토랑이 즐비한 곳이다. 이 지역은 지자체에서 나서서 차 없는 보행자 거리로 지정할 정도로 많은 수요를 가진 지역으로 좁은 골목길 곳곳에 다양한 나라의 문화를 느낄 수 있는 맛집들이 즐비하다. 이 거리에는 이태원 다른 지역보다 다소 비싼 가격의 음식점이 많이 위치하고 있으나, 외국의 거리를 걷는 듯한 이국적인 경관을 볼 수 있는 곳이다.



그림 3-24 이태원로를 중심으로 입지한 서양식 음식점업체 분포현황(2014)

자료 : 용산구청 위생과 일반음식점업 통계자료

2) 외식산업의 특징

- 이 지역에는 주로 각국의 고급 요리들을 취급하는 음식점이 많고, 통유리를 사용한 외부 공간과의 연계성을 높일 수 있는 야외테라스를 갖추고 있는 곳이 많은 것이 특징이다.
- 세계음식문화거리의 높은 음식가격은 임대료도 한 몫을 한 듯 보이는데, 이 지역은 평균지가가 이태원 지역 중 가장 비싼 지역이기도 하다. 2014년을 기준으로 이 지역의 단독주택 실거래가는 1㎡당 750만원선으로 인근 지역에서 가장 높은 가격대이다.

1) 공간적 특성

- 1970년대 우리나라의 건설업이 서남아시아에 진출하면서 그들과의 친교와 국내 무슬림들을 위해 정부에서 부지를 제공하여 이슬람성원을 1976년 완공하게 되었고 이후 무슬림들이 모여들기 시작하면서 이슬람타운이 형성되었다.
- 이태원동과 한남동 일대는 고급주택이 즐비하고 반대편 보광동 일대는 경사가 급한 노후주거지역으로 저소득계층이 주로 살고 있으며 90년대 중반 이후로는 아시아, 아프리카 각지의 외국인 노동자들이 대거 유입되어 이슬람성원을 중심으로 거주하고 있다. 이태원 소방서 뒷골목에는 게이클럽, 트랜스젠더바, 아프리카와 중동, 파키스탄 등 제3세계의 레스토랑, 그리고 허름한 골목길 등 다양한 모습을 볼 수 있는 이화골목을 만날 수 있다.
- 이 지역의 중심은 이슬람성원으로 점차 그 수가 늘고 있는 이슬람교도를 위한 예배장소로 1976년에 문을 열었다. 이 사원을 중심으로 아프리카인과 무슬림들이 집단으로 거주하면서 그들만의 커뮤니티를 형성하고 있으며 종교가 중요한 장소의 정체성을 가진다.
- 최근 경리단길과 더불어 이태원 지역에서 새로운 변화를 맞이하고 있는 지역이 바로 우사단길이다. 우사단길은 이슬람타운의 중심인 이슬람성원에서 출발하여 한남동 도깨비시장까지의 골목길로 시간이 멈춘 골목길처럼 1980년대 거리의 풍경을 볼 수 있다. 이 지역은 이발소, 전파상, 담배 가게들이 있으며, 최근에는 카페, 작업실, 스튜디오 등이 생겨나면서 조금씩 변화를 보이고 있다.



그림 3-25 우사단길 입구와 건너편의 고급빌라촌

- 우사단길은 조선 태종 때 기우제를 지내기 위해 세운 우사단에서 유래되었으며, 이슬람성원 인근에서 터번이나 히잡을 쓴 이슬람계 사람들, 아프리카계, 중국계 외국인들을 많이 접할 수 있다. 최근 이태원에서 상대적으로 자본의 손길이 닿지 않아 아직 쓸쓸한 채로 남아있던 우사단길을 예술가 집단과 젊은 패기로 무장한 집단이 어우러져 새롭고 신선한 예술 마을공동체로 탈바꿈해 사람들에게 주목받고 있다. 특히 매월 마지막주 토요일에 열리는 ‘계단장’이 그러하다. 계단장은 이곳에 자리 잡은 젊은 사업가들과 젊은 예술가들이 합심하여 무엇인가 마을에 재미있는 일을 벌이고자 기획한 것으로 철저하게 비영리로 운영되고 있다. 이슬람성원 옆쪽 빨강 장미가 그려진 계단에 서는 이 장은 일체 판매수수료가 없다. 이태원 계단장 ‘더우니까 들어와’는 서울의 이색 벼룩시장으로 알려져 있다. 셀러(판매자)로 신청하면 누구나 물건을 팔 수 있다. 셀러로 등록하면 계단의 세 칸을 점유할 수 있고 그곳에서 자신이 직접 만든 액세서리나 쿠키 등을 자유롭게 판매할 수 있다. 정형화된 유통경로를 거치지 않은 싱싱한 물건을 직구매할 수 있다는 점이 큰 매력이기 때문일 것이다.



① 이태원 계단장 '더우니까 들어와'가 열리고 있는 우사단 10길 모습



② '우사단길'에서 진행한 장미계단 벽화작업

그림 3-26 우사단길의 모습과 계단장이 열리는 장미계단

출처 : 서울시 뉴스톡톡(2014)

2) 외식산업의 특징

- 이 지역에는 이슬람성원을 중심으로 종교적 목적을 가지고 많은 통행을 하는 중동, 아프리카, 제3세계국가 출신의 외국인들을 대상으로 하는 마켓과 할랄(Halal) 음식을 취급하는 음식점이 많이 입지하고 있다.
- 이슬람타운의 지가는 이태원로를 경계로 건너편 해밀턴호텔 뒤쪽 지역과 차이를 보인다. 2014년을 기준으로 이 지역의 단독주택 실거래가는 1㎡당 460만원선으로 경리단길과 더불어 인근에서 가장 낮은 실거래가를 보인다.¹⁰

10

서울시 제공 토지정보시스템(<http://klis.seoul.go.kr/sis/main.do>)



그림 3-27 이슬람타운에 위치한 할랄 푸드 음식점

5.2.4 품데길과 한남동

1) 공간적 특성

- 제일기획 건물에서 한강진역까지 이르는 거리는 갤러리 카페나 고급 레스토랑이 자리 잡고 있는 곳으로 2010년 품데가르송 대형 매장이 생기면서 품데거리, 품데길이라고 불린다.
- 품데길은 인근의 한남동에 1960년대 이후 각국 대사관과 관저 및 영사관이 들어서고 외국인 아파트단지가 건설되면서 외국인 밀집주거지로 발달하였고, OECD 국적 외국인이 다양하게 분포하는 지역으로 강북, 강남지역과의 교통 연계성, 쇼핑의 용이성, 대형 호텔과의 인접성 외국인 취향에 맞는 주택공급의 활성화 등의 특징을 가진다.
- 품데길은 지역적 독립성, 독일인 학교와의 인접성 등으로 유럽인들이 거주하기를 선호하는 지역으로 대부분 인근의 UN빌리지 등 중대형 단독, 연립주택에 거주하고 있다. 남산기슭 이태원동과 한남동에 위치한 고급

주택가는 외인촌이라고 불리는데 대지 200~300평 내외의 저택이 130여채 들어서 있다. 이들 주택에는 국내 대기업 회장들이 주로 살고 있는데, 14개 외국공관을 제외하고 나머지는 내국인 소유의 집들이다.

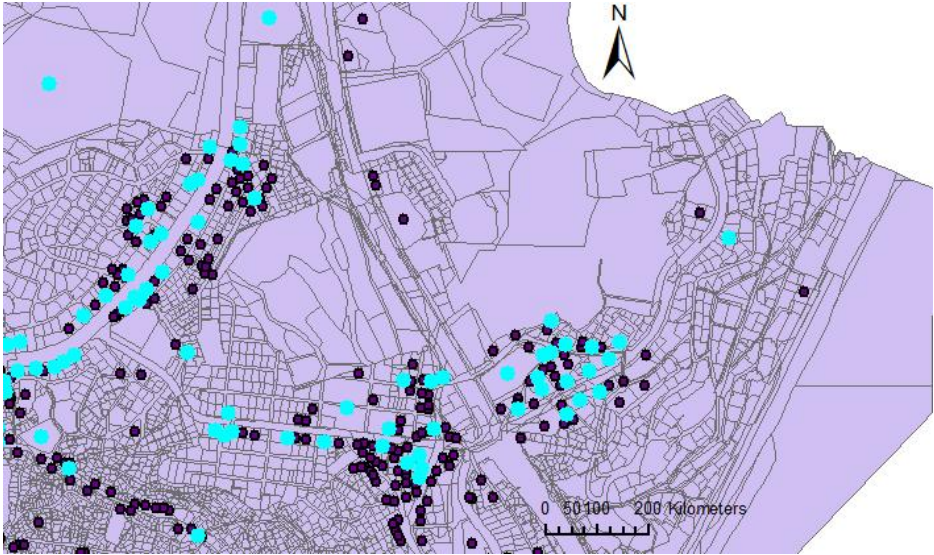


그림 3-28 꼼데길과 한남동에 위치한 서양식 음식점업체의 분포현황(2014)

출처 : 용산구청 위생과 음식점업 통계자료

2) 외식산업의 특징

- 꼼데길과 한남동 지역 외식산업의 특징은 서양식 음식점업이 비교적 큰 비중을 차지하고 있다는 점이다. 특히 이 지역에는 파스타와 스테이크를 주로 하면서 점심에는 가볍게 브런치 형태의 유럽식 음식을 제공하는 서양식 음식점업이 발달해 있다. 또한 이 지역에는 카페와 일반 음식점업의 중간적인 형태를 가진 음식점업이 많은데, 구청 위생과에 등록된 업체는 경양식이지만 실제로는 커피를 비롯해 가벼운 브런치로 즐길 수 있는 샌드위치 등을 판매하는 음식점을 쉽게 볼 수 있다.

IV 문화다양성 지수의 개발

- 1 문화다양성의 개념과 정의
- 2 문화다양성 평가지표 선정
- 3 사례지역 평가지표 적용

IV 문화다양성 지수의 개발

1 문화다양성의 개념과 정의

1.1 문화다양성의 개념

1.1.1 유네스코의 문화다양성 세계 선언(Universal Declaration on Cultural Diversity, 2001)

- 유네스코는 문화다양성 세계선언에서 “문화는 예술, 문학, 라이프스타일, 함께 사는 방식, 가치체계, 전통과 신념 등을 포괄하는 사회 혹은 사회적 그룹의 정신적, 물질적, 지적, 감정적 특색의 집합”이라고 정의하였다.

표 4-1 문화다양성 협약의 개요

문화다양성 협약	
문화다양성 협약의 개요	○ 2001년 채택된 문화다양성 선언을 기초로 2005년 10월 33차 유네스코 총회에서 국제법으로 문화다양성 협약 체결 ○ WTO체제 이후 다자간 투자협정이 문화와 같은 비무역적 문제를 해결할 수 없다는 인식에서 출발한 문화다양성 협약은 특히 타 국제법관계 관련 20조, 분쟁해결에 관한 25조 FTA와 정면 배치
의의	○ 문화상품 또는 문화서비스에서 기존의 통상규범을 그대로 적용할 수 없다는 이념이 있는 것으로 각국이 자국의 문화산업을 보호하는 조치들을 정당화할 수 있는 국제법적 근거를 마련

자료 : 유네스코 한국위원회(<http://www.unesco.or.kr>)

1.1.2 문화다양성 협약

- 문화다양성 협약에서 문화다양성은 인류의 본질적인 특성이며, 인류 공동의 유산이자 풍요롭고 다양한 창조를 가능하게 하여 지속가능한 개발의 원천이 되는 중요한 가치가 됨을 확인할 수 있다.

문화다양성 평가지표 선정

- 유네스코는 문화를 예술, 문학, 라이프스타일, 함께 사는 방식, 가치체계, 전통과 신념 등을 포괄하는 사회 혹은 사회적 그룹의 정신적, 물질적, 지적, 감정적 특색의 집합이라고 정의하였다. 이러한 정의에 입각하여 국적별, 문화별 사회적 그룹의 함께 사는 방식, 가치체계, 전통 등의 다양성을 평가할 수 있는 지표를 선정하여 문화다양성의 정도를 평가해 보고자 일반현황에 대한 지표와 외식산업의 현황에 대한 지표를 구성하고 구체적인 사례지역을 선정하여 평가하였다.

2.1

일반현황

- 일반현황에 대한 지표는 국적별, 문화별 사회적 그룹을 나눌 수 있는 일반적인 지표로 이주현황 및 경제여건 등의 실태를 파악하기 위한 지표이다.
- 이주현황
 - 연도별, 동별 입국 외국인 중 실제 거주자의 수
 - 주요 국가를 제외한 기타 국적을 가진 외국인의 수
 - 체류 외국인의 수 증가율
- 경제여건
 - 입국 자격별 거주 외국인의 수
 - 거주지역 평균 1㎡당 실거래가

2.2

외식산업 현황

- 문화다양성을 평가하기 위해 외식산업 현황에 대한 지표는 지역별 거주 외국인 그룹을 대상으로 외식산업의 다양성과 발달 현황을 파악할 수 있는 것으로 선정하였다.

- 일반음식점 업체
 - 업종별 음식점 업체수(서양식, 기타외국식 음식점업)
 - 음식점체의 평균 지속 기간
 - 음식점체의 대표자 국적
- 서양식, 기타외국식 음식점체
 - 종사자의 국적
 - 실 수요자의 국적
 - 대표음식의 평균 가격

3 사례지역 평가지표 적용

- 앞서 선정한 지표를 실제 사례지역에 적용하여 문화다양성을 평가할 수 있도록, 용산구의 통계자료와 현장답사를 병행하였다.
- 용산구에 거주하는 외국인을 동별로 비교하여 거주 외국인의 수가 가장

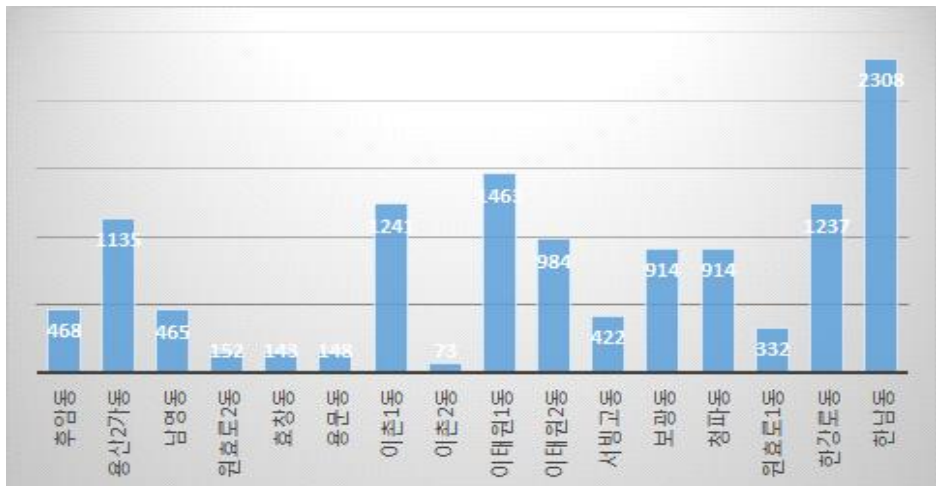


그림 4-1 용산구 동별 거주 외국인수 비교(2013)

자료출처 : 용산구 통계연보(2013)

많은 이태원동과 한남동을 사례지역으로 선정하여 일반현황을 파악하고, 용산구 위생과에 등록되어 있는 일반 음식점 중 서양식 음식점업과 기타 음식점업체를 대상으로 선정지표를 적용해보았다.

- 용산구 동별 거주 외국인의 수가 가장 많은 두 지역을 사례지역으로 선정하는 것이 지표 비교가 용이할 것으로 판단하고, 이태원1동, 2동을 사례지역으로 선정하고 지표를 비교할 지역으로 한남동을 선택하였다.



- 동별 통계자료는 용산구 통 **그림 4-2 선정 사례지역** 계연보를 사용하였고, 외식 업체에 대한 자료는 용산구 위생과에 등록된 업체를 대상으로 하였으며, 현장조사를 병행하였다.
- 이태원과 한남동의 평가지표 사항을 조사하여 정리해본 결과 이태원동이 한남동에 비해 문화다양성을 평가하기 위해 선정된 모든 지표에서 조금 더 높은 값을 가지고 있음을 확인할 수 있었다.
- 이태원동은 한남동에 비해 거주하는 외국인수에서 큰 차이를 보이지 않지만, 이주 외국인들이 쉽게 정착할 수 있는 부동산 실거래가¹¹에서 한남동과 차이가 있다. 이태원동 지역은 이태원로를 중심으로 해밀턴호텔

¹¹ 부동산 실거래가는 서울시 토지정보시스템과 동별 부동산을 방문 인터뷰한 결과이며, 단독주택의 실거래가를 동별로 평균을 낸 값으로 나타낸 것이다.

뒤쪽에 고급 주택들이 즐비한 반면, 이슬람타운 지역은 작은 규모의 주택들이 많아 실거래가의 차이가 많이 나지만, 이태원동 전체 평균은 고급 단독주택이 주로 발달한 한남동에 비해 낮은 것으로 분석되었다.

표 4-2 문화다양성 지표를 적용한 사례지역의 비교

대분류	평가지표	이태원동	한남동
이주현황	거주하는 외국인수	2429명	2184명
	주요 국가를 제외한 기타 국적의 외국인수	940명	832명
경제여건	사례 지역 평균 1㎡당 실거래가	605만원	990만원
일반음식점	업종별 음식점업체수(서양식, 기타외국식)	227개	97개
	음식업체 운영 평균 지속기간	15년	10년
서양식, 기타외국식 음식점	음식업체 대표자의 국적이 외국인인 경우	20개	5개
	종사자의 국적이 외국인인 경우	101개	20개
	실수요자의 국적이 외국인인 경우	90개	30개
	대표 음식의 평균 가격	12,000원	15,000원

자료 : 용산구 통계연보, 용산구청 위생과 자료, 현장조사 자료

- 서양식 음식점업체수는 이태원 지역이 2배 이상 많았으며, 운영기간도 평균기간이 5년 정도 더 길었다. 음식점체 대표자의 국적은 대부분 한국인으로 등록되어 있었는데, 이는 서류상의 불편을 피하기 위하여 한국 국적을 가진 대표자와 협업을 하는 경우가 많기 때문이다. 음식을 만드는 일이나 서비스를 제공하는 일은 다양한 국적을 가진 외국인이 하는 경우가 비교적 많음을 확인할 수 있었다. 또한 실제 음식을 소비하는 수요자들은 대부분 한국인들이며 이들은 이국적인 음식과 분위기, 문화를 느끼기 위해 이 지역을 주로 찾는 것을 알 수 있었다. 이상을 종합해본 결과 이태원 지역이 한남동에 비해 문화적 다양성을 더욱 느낄 수 있는 수치적 값을 보임을 알 수 있었다.
- 앞으로 문화다양성 지표를 선정, 개발하여 여러 지역에 적용하고 문화다양성의 정도를 지수화하려면 전체적으로 선정한 지표를 표준화하는 작업이 선정되어야 할 것이며, 용산구 두 지역의 수치를 단순 비교한 시도는 한계가 있음을 밝힌다.

참고문헌

참고문헌

- 류정아, 2009, 다문화지표개발연구, 연구보고서, 한국문화관광연구원
- 사단법인국경없는마을 다문화사회교육원, 2007, 이주민 공동체의 문화다양성에 대한 조사연구:다문화지도제작, 문화체육관광부
- 박세훈·정소양, 2010, 외국인 주거지의 공간적 분포특성과 정책함의, 「국토연구」23(1)
- 법무부, 2012, 2011, 2010, 통계연보, 출입국외국인정책본부
- 서울시, 2014, 2013, 2012, 서울통계, 서울시
- 서울시 온라인 뉴스, 서울톡톡(2014.9.15)
http://inews.seoul.go.kr/hsn/program/article/articleDetail.jsp?boardID=187200&category1=NC1&category2=NC1_4
- 서울시 온라인 뉴스, 서울톡톡(2013, 11.1)
http://inews.seoul.go.kr/hsn/program/article/articleDetail.jsp?menuID=001001004&boardID=183684&category1=NC1&category2=NC1_4
- 이재하·이은미, 2011, 세계화에 따른 대구광역시 외국요리 음식점의 성장과 공간확산, 한국도시지리학회지 14(2)
- 하성규·마강래·안아림, 2011, 서울시 외국인 주거지의 공간적 분리패턴에 관한 연구, 「서울도시연구」 12(3)1
- 한국외식산업경영연구원, 2011, 외식산업 발전 방안 연구, 농림수산식품부
- 한국외식정보, 2013, 2010, 한국외식연감, 한국외식정보
- 한영주 외.2001, 이태원장소마케팅 전략연구, 서울시정개발연구원 월드컵지원연구단
- 홍석기. 2008. 외국인 100만시대를 위한 서울시의 다문화 사회전략. 「SDI 정책리포트」
- 홍석기·김선자·이혜숙, 2010, 글로벌 도시 서울을 위한 사회통합정책, 서울시정개발연구원
-
- | | |
|---|--------|
| http://stat.seoul.go.kr/ | 서울통계 |
| http://www.drapt.com/ | 닥터아파트 |
| http://www.kosis.kr/ | 국가통계포털 |
| http://www.kostat.go.kr/ | 통계청 |
| http://www.seoul.go.kr/ | 서울시청 |

서울연 2014-CR-06

이태원 지역의 외식산업 분포현황과 문화다양성

발행인 김수현

발행일 2014년 9월 30일

발행처 서울연구원

137-071

서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

전화 (02)2149-1234 팩스 (02)2149-1019

비매품

본 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.