K-GTB GLOBAL RESEARCH BRIEF
VOL. 01 · 2026. 07

미국 한식당 고객은 무엇에 만족하고 불만족하는가

What Shapes Satisfaction and Dissatisfaction in U.S. Korean Restaurants?

**20년간의 온라인 리뷰 120만 건이 말하는 것:
맛보다 먼저, 식사의 전 과정이 평가된다.**

20년	150	4,585	120만+
2004–2024	미국 주요 도시	한식당	Yelp 리뷰

FINDING 01
불만은 음식보다 운영에서 생긴다

FINDING 02
같은 비중이 정반대 감정을 낳았다

FINDING 03
평가의 언어가 넓어졌다

한국미식관광빅데이터연구소
KOREAN GASTRONOMIC TOURISM BIG DATA LAB

한국미식관광빅데이터연구소
원 연구 Park & Kim (2025), SAGE Open

3분 요약

맛만으로는 한식당 경험을 설명할 수 없다

핵심 결론

미국 고객은 음식뿐 아니라 결제, 대기, 주방 운영까지 하나의 경험으로 평가했다. 그리고 불만을 만드는 요인과 만족을 키우는 요인은 서로 달랐다.

120만+
분석한 온라인 리뷰

4,585
미국 150개 도시의 한식당

40
리뷰에서 찾아낸 주제(토픽)

01 불만은 음식보다 운영에서 생긴다

결제·응대 문제, 주방 운영, 대기·좌석은 낮은 평점 리뷰에서 두드러지게 많이 언급됐다.

→ FINDING 1 · p.4

02 같은 5.5%가 정반대 감정을 낳았다

대기·좌석과 청결·직원 응대는 리뷰에서 똑같이 5.5%를 차지했다. 그런데 하나는 불만을, 하나는 만족을 대표했다.

→ FINDING 2 · p.5

03 평가의 언어가 넓어졌다

시간이 흐르며 서비스·결제에 대한 언급과 퓨전·소스 같은 새로운 메뉴 경험이 늘었고, 일부 전통 메뉴 주제는 완만하게 줄었다.

→ FINDING 3 · p.6

주: 리뷰 평점 4–5점은 만족, 1–2점은 불만족 경험으로 구분했다(3점 제외).

연구 질문과 방법

무엇을, 어떻게 분석했나

한식은 이제 미국에서 일상적인 외식 선택지다. 그러나 고객이 실제 식사에서 무엇을 높이 평가하고 어디서 실망하는지는 메뉴 선호만으로는 알기 어렵다.

RESEARCH QUESTION

미국의 한식당 고객은 무엇을 이야기하며, 만족과 불만족은 어디에서 갈리는가?

대상	미국 150개 주요 도시의 한식당 4,585곳
기간	2004–2024년 (20년)
자료	Yelp 온라인 리뷰 120만 건 이상
관점	글로컬라이제이션과 소비자 경험

분석 과정

STEP 01 · DATA

리뷰 수집

2004–2024년 Yelp 리뷰를 미국 150개 도시에서 수집

STEP 02 · PROCESS

정제와 결합

리뷰 텍스트를 정제하고 매장·작성 시기 정보를 연결

STEP 03 · ANALYSIS

주제 찾기와 비교

구조적 토픽모형(STM)으로 40개 주제를 도출하고, 평점 집단·시기별로 비교

용어 풀이

토픽(주제)
리뷰에서 자주 함께 쓰이는 단어 묶음. 예: ‘bill, charge, waiter’ → 결제·서비스 문제

구조적 토픽모형(STM)
대량의 글을 주제별로 자동 분류하면서, 평점·연도 같은 정보에 따라 주제 비중이 어떻게 달라지는지 함께 추정하는 방법

토픽 비중
한 리뷰 안에서 해당 주제가 차지하는 몫. 0.05는 리뷰 내용의 약 5%를 뜻한다

읽을 때 유의할 점

리뷰는 자발적으로 작성된 플랫폼 데이터이므로 모든 고객을 대표하지 않는다.

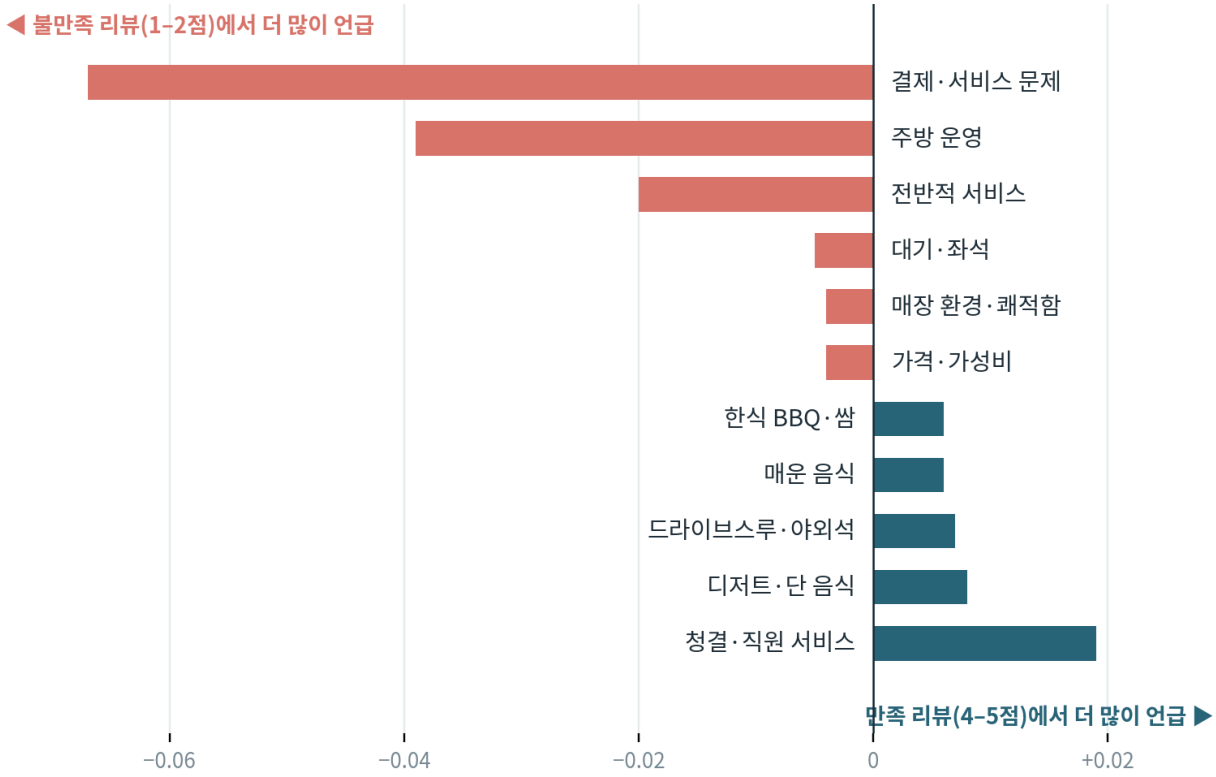
이 브리프의 결과는 ‘함께 나타나는 경향’이다. 특정 요인이 평점을 직접 바꿨다는 인과관계를 뜻하지 않는다.

FINDING 1

불만은 음식보다 운영에서 생긴다

낮은 평점과 높은 평점 리뷰에서 각 주제가 얼마나 다르게 등장하는지 비교했다.

평점 집단 간 토픽 비중 차이 · 주요 11개 주제



무엇을 보여주나

왼쪽으로 길게 뻗은 막대는 모두 식사의 '과정'에 관한 주제다. 계산 오류, 주문 누락, 불친절한 응대가 불만족 리뷰에서 가장 뚜렷했고, 음식 자체에 관한 주제는 차이가 작았다. 반대로 청결과 직원 서비스는 만족 리뷰에서 가장 두드러졌다.

그래프 읽는 법

막대가 길수록 두 평점 집단의 차이가 크다. 0에 가까운 주제는 만족·불만족 리뷰에서 비슷하게 언급됐다는 뜻이다.

자료: Park & Kim (2025), Figure 5를 재구성. 40개 토픽 중 차이가 큰 주제를 선별했으며 수치는 추정치의 근사값이다. 전체 결과는 부록 A1 참조.

FINDING 2

같은 5.5%가 정반대 감정을 낳았다

대기·좌석과 청결·직원 응대는 전체 리뷰에서 정확히 같은 비중을 차지했다. 그런데 하나는 불만을, 하나는 만족을 대표했다.

대기·좌석 (T18)	=	청결·직원 응대 (T39)
5.5%		**5.5%**
주로 불만족 리뷰에서 언급		주로 만족 리뷰에서 언급

비중은 같았지만, 의미는 반대였다

허즈버그의 2요인 이론으로 보면

원 연구는 심리학자 허즈버그의 2요인 이론을 빌려 이 현상을 설명한다. 만족과 불만족은 반대말이 아니라 서로 다른 종류의 요인이다.

위생 요인 (Hygiene)

있어도 만족을 크게 높이진 않지만, 없으면 확실히 불만이 된다. 결제·주방·대기가 여기에 속한다.

동기 요인 (Motivator)

있으면 만족을 뚜렷이 높이지만, 없다고 꼭 불만으로 이어지진 않는다. 청결·응대가 여기에 속한다.

	만족 리뷰에서 두드러짐	불만족 리뷰에서 두드러짐
대표 주제	청결 · 직원 응대	결제 · 주방 · 대기
관리의 초점	강점을 꾸준히 유지	기본 실패를 먼저 제거

시사점

좋은 경험을 더하는 일과 나쁜 경험을 없애는 일은 별개의 과제다. 기본 실패를 줄이는 운영 개선이 먼저이고, 경험 차별화는 그 위에 쌓여야 한다.

자료: Park & Kim (2025), Table 1 (정식 출판본, SAGE Open). T18·T39의 비중(5.5%)은 원 논문에 정확한 수치로 명시돼 있다. 각 주제가 만족·불만족 리뷰 중 어느 쪽에서 더 자주 나타나는지는 원 논문 본문 서술에 근거한다.

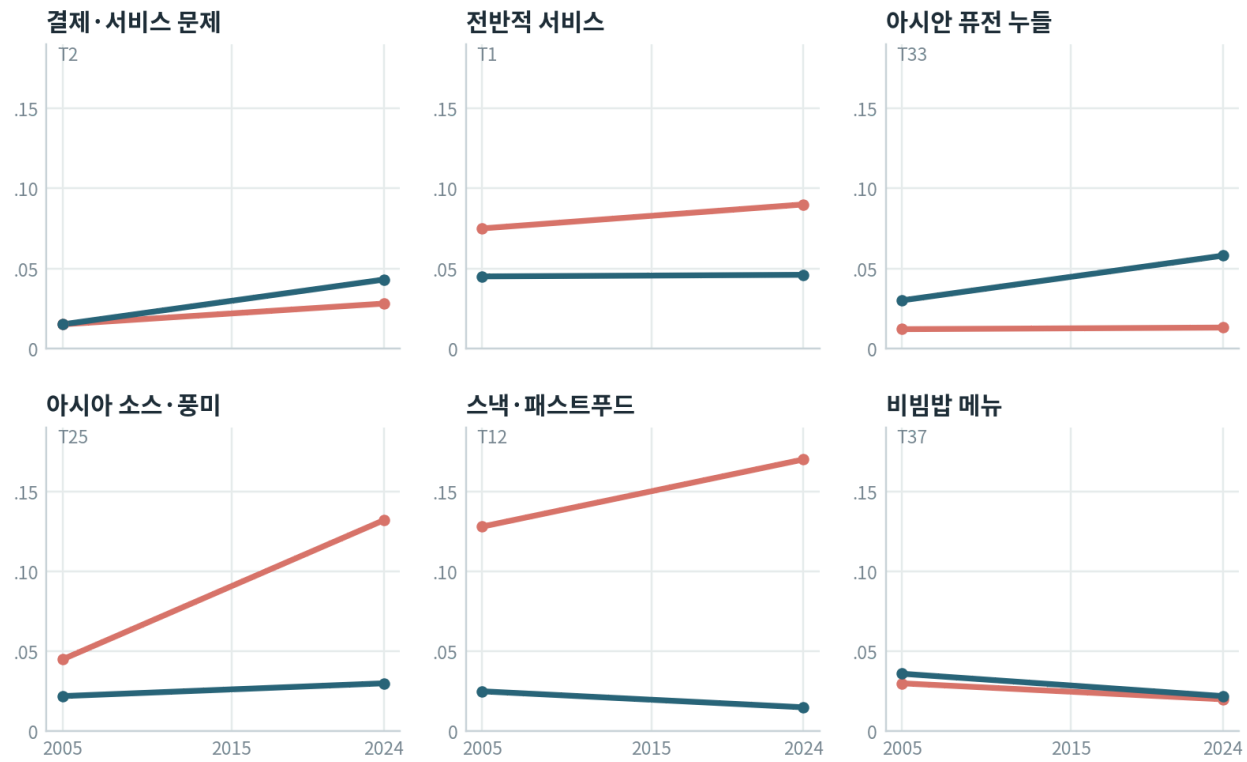
FINDING 3

평가의 언어가 넓어졌다

2005년에서 2024년 사이 각 주제의 비중이 어떻게 변했는지 평점 집단별로 추적했다.

연도별 토픽 비중 추세 · 주요 6개 주제

불만족 리뷰(1–2점) 만족 리뷰(4–5점)



운영 품질

서비스·결제에 대한 언급이 늘었다

결제·서비스 문제는 두 집단 모두에서, 전반적 서비스는 불만족 리뷰에서 증가했다.

새로운 맛

퓨전과 소스 경험이 부상했다

퓨전 누들은 만족 리뷰에서, 아시아 소스·스낵류는 불만족 리뷰에서 크게 늘었다. 새 메뉴는 기회이자 위험이다.

전통 메뉴

일부 전통 메뉴 주제는 완만히 줄었다

비빔밥 등 전통 메뉴 언급은 소폭 감소했다. 정체성이 사라졌다기보다 평가 기준이 넓어진 결과로 볼 수 있다.

자료: Park & Kim (2025), Figure 7의 추세선을 단순화해 재구성(시작·끝 값은 근사값). 원 그림과 색상 체계가 다르다. 전체 40개 주제는 부록 A2 참조.

해석과 시사점

한식당의 경쟁력은 메뉴와 운영이 함께 만든다

연구적 해석

토픽 네트워크에서 서비스 관련 주제는 서로 다른 메뉴 경험을 잇는 중심축이었다. 한식당의 평판은 대표 메뉴 한두 개가 아니라 주문, 대기, 식사, 결제로 이어지는 과정 전체에서 만들어진다. 현지화 역시 맛의 변형만이 아니라 이용 방식과 운영 체계까지 포함하는 개념으로 이해해야 한다.

산업 및 정책적 시사점

01 **평점을 떨어뜨리는 기본 실패부터 관리한다**

결제 오류, 대기 지연, 주문 누락은 불만족 리뷰와 가장 강하게 연결된 주제다.

매장 운영자
프랜차이즈 본사

02 **전통 메뉴의 정체성은 지키되, 새 메뉴는 품질 관리와 함께 넓힌다**

퓨전·소스 경험은 만족과 불만족 양쪽에서 늘고 있어, 도입만큼 일관된 품질이 중요하다.

메뉴 개발
한식 진흥 기관

03 **매장별 리뷰 주제를 정기적으로 추적한다**

서비스 문제가 커지는 시점을 조기에 포착하면 평점 하락 전에 대응할 수 있다.

해외 진출 지원
정책 담당자

현장 점검 체크리스트

- ☐ 계산서 금액·팁 처리 오류는 없는가
- ☐ 대기 시간을 안내하고 관리하는가
- ☐ 매장과 테이블이 늘 청결한가
- ☐ 주문 누락·지연을 즉시 알리는가
- ☐ 피크 시간 주방 인력이 충분한가
- ☐ 직원 응대가 일관되게 친절한가

해석 범위와 출처

결과를 읽을 때 함께 고려할 점

연구의 한계

01 Yelp에 리뷰를 남긴 고객의 경험이므로 모든 한식당 이용자를 대표하지 않는다.

02 토픽 이름은 핵심 단어와 대표 리뷰를 바탕으로 연구자가 해석해 붙였다.

03 평점과 토픽의 관계는 연관성을 보여주며, 특정 운영 요소의 인과효과를 증명하지 않는다.

04 본문 그래프(p.4)의 수치는 원 논문 그림에서 읽은 근사값이다. p.5의 5.5% 수치는 원 논문 Table 1에 정확한 값으로 실려 있어 근사값이 아니다.

원 연구

Park, E., & Kim, S.-B. (2025). Glocalization and the Korean Wave: How Online Reviews Reflect Customer Satisfaction in U.S. Korean Restaurants. *SAGE Open*. (Published October 20, 2025)

FULL ARTICLE
https://doi.org/10.1177/21582440251385870

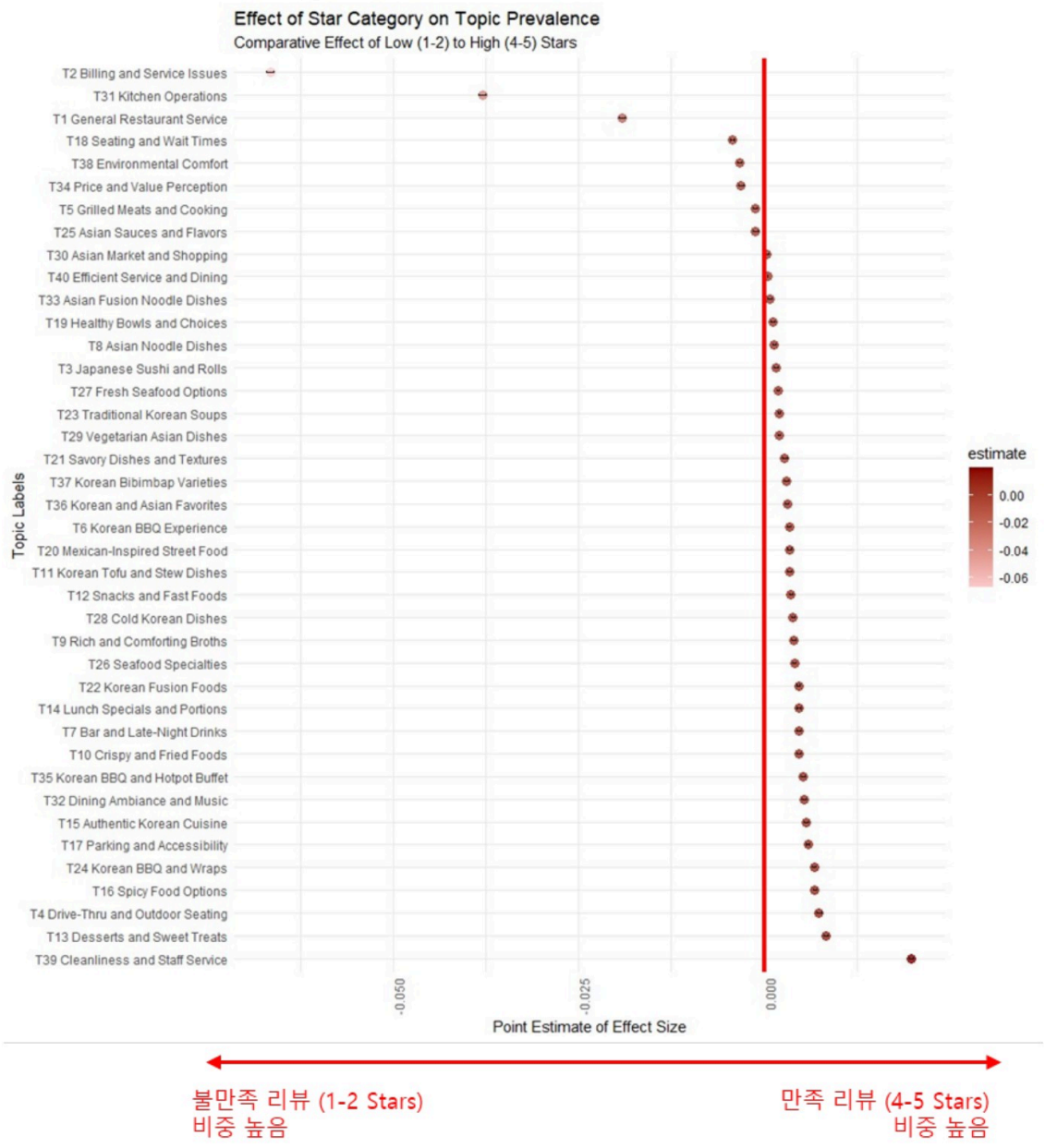
자료 이용 안내

본 브리프는 위 학술논문의 결과를 일반 독자를 위해 재구성한 자료입니다. 수치와 해석은 원 논문의 분석 범위 안에서 이해해야 합니다.

부록 A1

평점 집단별 토픽 비중 차이 (전체 40개)

왼쪽(음수)은 불만족 리뷰(1–2점), 오른쪽(양수)은 만족 리뷰(4–5점)에서 비중이 높은 주제다.

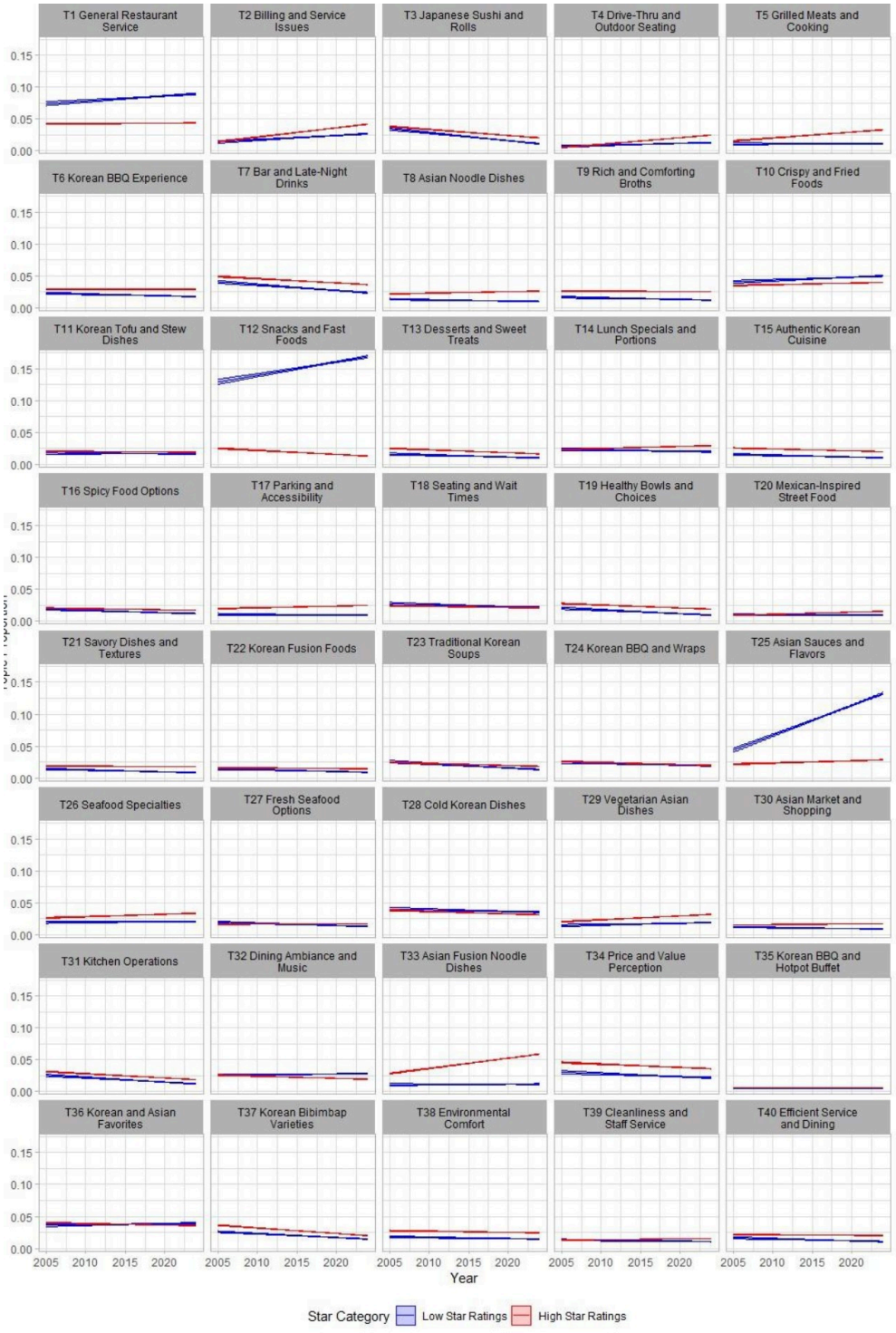


자료: Park & Kim (2025), Figure 5 원본.

부록 A2

연도별 토픽 비중 추세 (전체 40개)

원 그림에서 파란색은 낮은 평점, 붉은색은 높은 평점 리뷰를 나타낸다.



자료: Park & Kim (2025), Figure 7 원본.

K-GTB GLOBAL RESEARCH BRIEF · VOL. 01

미국 한식당 고객은 무엇에 만족하고 불만족하는가

발행기관	한국미식관광빅데이터연구소
연구소장	박은혜
발행일	2026년 7월
웹사이트	https://kgtb-lab.org
문의	peh3153@gmail.com · epark@gachon.ac.kr

권장 인용

한국미식관광빅데이터연구소. (2026). 미국 한식당 고객은 무엇에 만족하고 불만족하는가. *K-GTB Global Research Brief*, Vol. 01.

한국미식관광빅데이터연구소
KOREAN GASTRONOMIC TOURISM BIG DATA LAB