K-GTB GLOBAL RESEARCH BRIEF
VOL. 02 · 2026. 08

한류는 어디서 뜨겁고, 한식당은 어디로 퍼졌나

Where Hallyu Runs Hot and Where Korean Restaurants Spread in the U.S.

**20년간의 구글 검색과 Yelp 데이터로 그린 지도:
한식의 무대는 해안에서 내륙으로 넓어지고 있다.**

20년	46개	4,585	122만+
2004–2023	한류 키워드	한식당	Yelp 리뷰

FINDING 01
한식당은 해안 거점에서 내륙으로 퍼졌다

FINDING 02
한류 관심은 주마다 최대 16배 차이 났다

FINDING 03
관심이 높은 곳에 한식당도 많았다

한국미식관광빅데이터연구소
KOREAN GASTRONOMIC TOURISM BIG DATA LAB

한국미식관광빅데이터연구소
원 연구 Park, Lee & Kim (2026), JHTT

3분 요약

한식의 지도는 한류의 지도와 닮았다

핵심 결론

미국의 한식당은 캘리포니아·뉴욕 같은 해안 거점에서 출발해 남부와 중서부로 넓어졌다. 한류에 대한 관심 역시 지역마다 크게 달랐고, 관심이 높은 주일수록 한식당도 많았다.

46.5
가장 높은 한류 지수 (하와이)

2.88
가장 낮은 한류 지수 (와이오밍)

16배
두 주 사이의 관심 격차

01 한식당은 해안 거점에서 내륙으로 퍼졌다

2004–05년 캘리포니아·뉴욕·하와이 중심이던 분포가 2020년대에는 플로리다·조지아·펜실베이니아까지 넓어졌다.

→ FINDING 1 · p.4

02 한류 관심은 주마다 최대 16배 차이 났다

하와이·캘리포니아·뉴욕이 높고 와이오밍·웨스트버지니아·몬태나가 낮았다. 관심은 2016–17년 이후 뚜렷하게 확산됐다.

→ FINDING 2 · p.6

03 관심이 높은 곳에 한식당도 많았다

한류 지수가 높은 주일수록 한식당 수도 많은 경향이 뚜렷했다. 이 관계의 크기는 Vol. 03에서 모형으로 검증한다.

→ FINDING 3 · p.7

주: 한류 영향 지수는 Google Trends의 상대 검색 관심도(0–100)를 46개 키워드에 대해 평균한 값이다.

연구 질문과 방법

한류 관심을 어떻게 숫자로 만들었나

문화에 대한 관심은 눈에 보이지 않는다. 이 연구는 사람들이 무엇을 검색하는지를 통해 지역별 한류 관심을 측정했다.

RESEARCH QUESTION

한류에 대한 관심은 미국의 어느 지역에서 높으며, 한식당의 분포와 어떻게 겹치는가?

식당 자료	미국 150대 도시 인근 한식당 4,585곳, Yelp 리뷰 1,228,596건
관심 자료	Google Trends, 50개 주 × 20년
기간	2004–2023년, 2년 단위로 집계
범위	44개 주, 268개 카운티, 735개 도시

한류 영향 지수 만들기

한국문화정보원이 제공한 미국 언론 속 한류 키워드 46개(예: K-pop, BTS, Korean drama)를 전문가 패널이 검토했다. 주별·연도별로 각 키워드의 검색 관심도를 구해 평균했다.

한류 영향 지수 = 46개 키워드 검색 관심도의 평균

개별 키워드 대신 평균을 쓰면 서로 겹치는 개념 때문에 생기는 잡음을 줄일 수 있다.

지수는 믿을 만한가

지수 상위 5개 주와 하위 5개 주 주민 421명에게 지난 1년간 46개 주제를 검색했는지 물었다(2025년 8월).

0.160
상위 주 평균 검색 점수

0.115
하위 주 평균 검색 점수

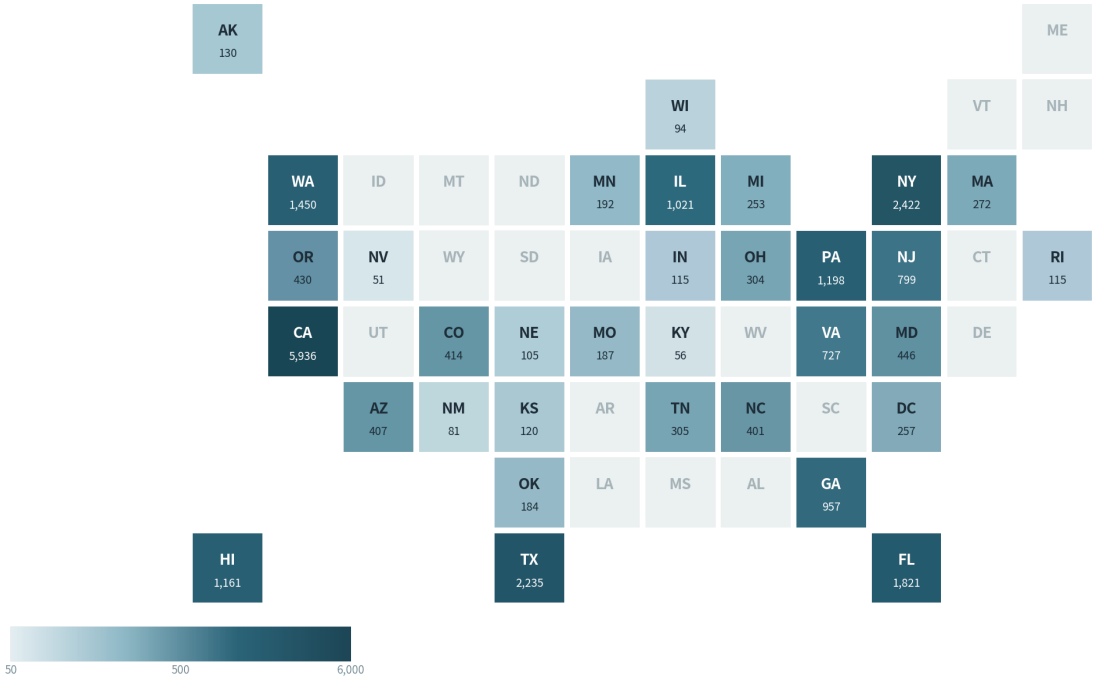
나이와 성별을 통제해도 상위 주의 검색 경험이 유의하게 높았다(p=0.024). 지수가 실제 관심을 반영한다는 근거다.

FINDING 1 · 분포

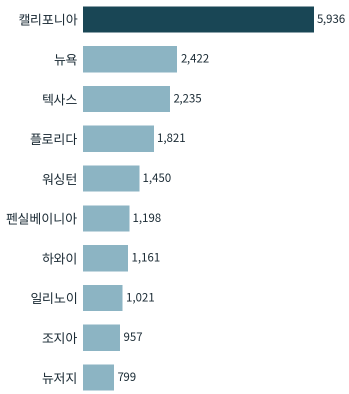
한식당은 해안 거점에 가장 많이 모였다

20년 동안 주별로 집계된 한식당 수를 지도로 나타냈다. 캘리포니아가 압도적이고 뉴욕·텍사스·플로리다가 뒤를 이었다.

주별 한식당 누적 수 · 타일 지도



상위 10개 주



무엇을 보여주나

상위 주는 대체로 인구가 많고 대도시와 이민자 공동체가 발달한 곳이다. 반면 서부 내륙과 중서부 북부의 여러 주에는 분석에 포함될 만큼의 한식당 데이터가 없었다. 한식당의 지도는 여전히 해안 중심이다.

타일 지도 읽는 법

한 칸이 한 주다. 실제 면적 대신 모든 주를 같은 크기로 그려 작은 주도 잘 보이게 했다. 회색은 데이터가 없는 주다.

자료: Park, Lee & Kim (2026), Table A2. 2년 단위 기간별 수를 20년간 합산한 값으로, 여러 기간 영업한 식당은 중복 집계된다. 실제 매장 수와 다르다.

FINDING 1 · 확산

20년에 걸쳐 해안에서 내륙으로

2년 단위로 한식당 분포의 변화를 추적했다.

2004–05
세 개의 거점
캘리포니아·뉴욕·하와이 중심, 텍사스·플로리다에 소규모

2006–07
해안 거점 너머로
워싱턴·조지아·뉴저지에서 성장 시작

2010–11
남동부로 확산
텍사스·뉴저지·조지아·플로리다

2014–15
중서부와 남부
버지니아·노스캐롤라이나·콜로라도

2016–19
고르게 분포
플로리다·일리노이·조지아에서 크게 증가

2020–23
전국적 수용
CA·NY·TX 우위 속 FL·GA·PA 부상

이웃 주와 함께 보기

공간 군집 분석(LISA)으로 각 주를 이웃 주와 비교했다. 네 유형 가운데 반복해 나타난 패턴은 다음과 같다.

함께 밀집 (High-High)
뉴저지: 2012년 이후 주변과 함께 한식당이 많은 군집을 유지

주변보다 적음 (Low-High)
일리노이·콜로라도: 이웃보다 적어 확산이 아직 덜 닿은 곳

홀로 많음 (High-Low)
하와이·알래스카, 2022–23년 미주리: 주변과 떨어진 독자적 성장

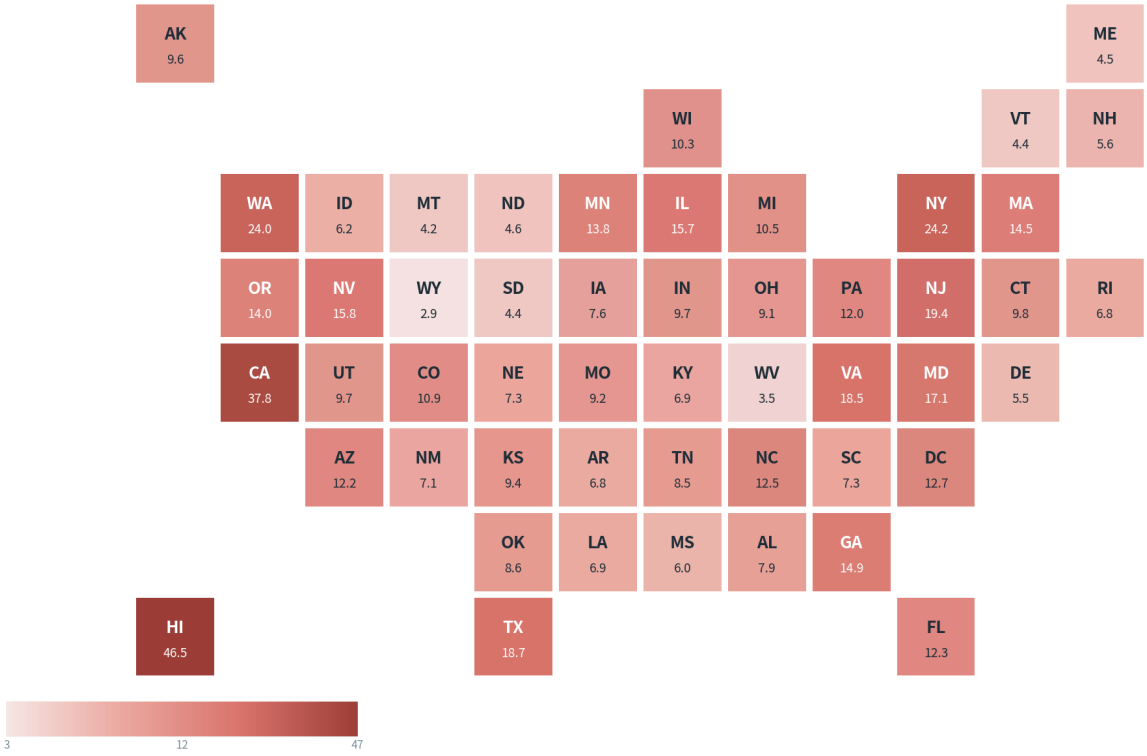
자료: Park, Lee & Kim (2026), Figure 2, Figure A1. LISA 군집은 $p<0.05$ 기준이며, 식당 수는 로그 변환 후 분석했다.

FINDING 2

한류 관심은 주마다 최대 16배 차이 났다

2004–2023년 평균 한류 영향 지수를 주별로 비교했다.

주별 한류 영향 지수 · 20년 평균



높은 곳

하와이·서부 해안·동부 대도시

하와이(46.5), 캘리포니아(37.8), 뉴욕(24.2), 워싱턴(24.0), 뉴저지(19.4) 순이었다.

낮은 곳

산악 서부·중서부 북부

와이오밍(2.9), 웨스트버지니아(3.6), 몬태나(4.2) 등 국제 문화 노출이 적은 지역

시간의 흐름

2016–17년 이후 확산

초기엔 소수 주에 한정됐으나 이후 넓게 퍼졌고, 캘리포니아는 최근까지 최고 수준을 유지했다.

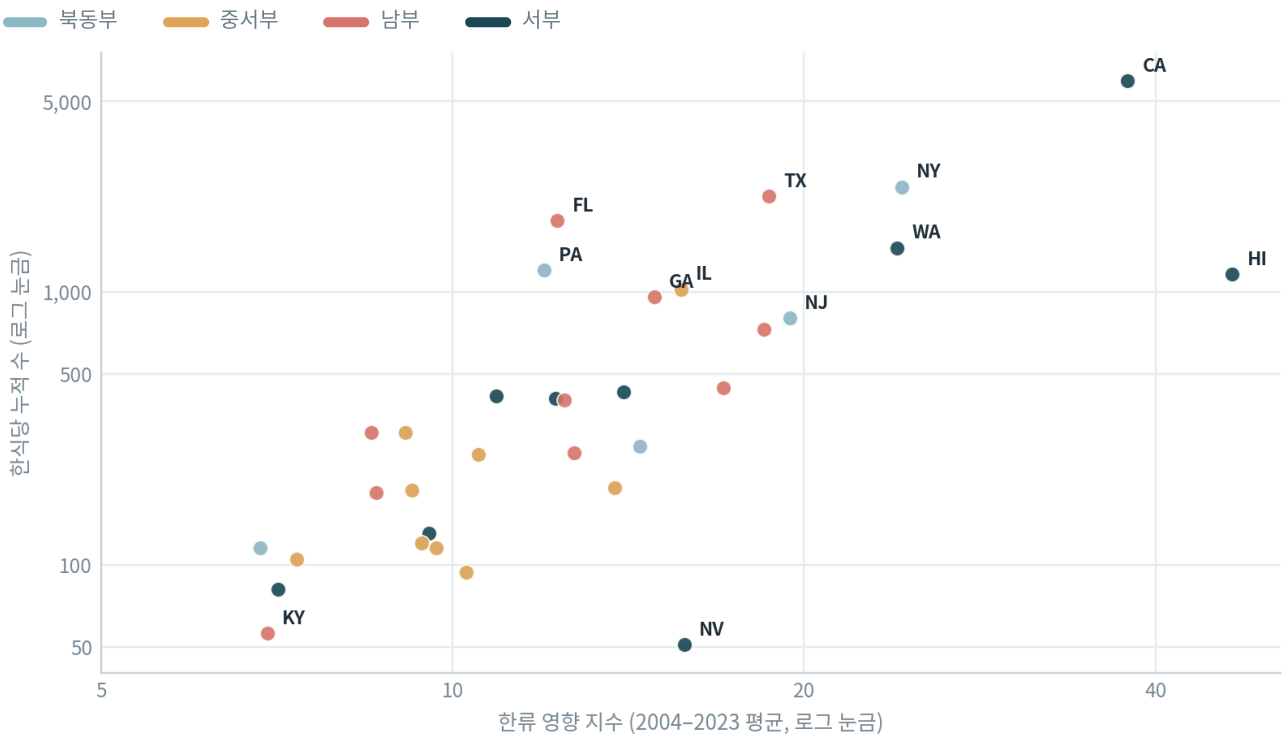
자료: Park, Lee & Kim (2026), Table A3, Figure 3·4. 지수는 Google Trends 상대 검색 관심도에 기반하므로 절대 검색량이 아닌 상대적 관심 수준을 뜻한다.

FINDING 3

관심이 높은 곳에 한식당도 많았다

두 지도를 겹쳐 보았다. 가로축은 한류 영향 지수, 세로축은 한식당 수다.

주별 한류 영향 지수와 한식당 수 · 33개 주



무엇을 보여주나

점들이 오른쪽 위로 뚜렷하게 올라간다. 한류 관심이 높은 주일수록 한식당도 많다. 다만 하와이처럼 관심에 비해 식당이 적은 곳, 펜실베이니아·플로리다처럼 관심에 비해 식당이 많은 곳도 있다.

한 걸음 더

인구나 식당 평점 같은 다른 조건을 함께 고려해도 이 관계가 유지될까? 지역마다 관심의 효과는 같을까? 이 질문은 Vol. 03에서 다룬다.

자료: Park, Lee & Kim (2026), Table A2·A3을 결합해 본 브리프에서 작성. 두 축 모두 로그 눈금이며, 로그값 기준 상관계수는 약 0.75(본 브리프 계산)다. 단순 상관으로 인과관계를 뜻하지 않는다.

해석과 시사점

검색 데이터는 문화의 지도를 그린다

연구적 해석

검색 행동을 모은 지수는 설문보다 넓은 지역과 긴 기간의 문화 관심을 포착할 수 있다. 설문 검증에서도 지수가 실제 관심을 반영한다는 근거가 확인됐다. 한식당 분포 역시 고정된 것이 아니라 20년에 걸쳐 해안에서 내륙으로 이동해 왔으며, 이 변화는 문화적 관심의 확산과 함께 읽을 필요가 있다.

산업 및 정책적 시사점

01 **한류 영향 지수를 시장 탐색 지표로 활용한다**

공개된 검색 데이터만으로 지역별 관심을 추적할 수 있어, 비용이 적게 드는 조기 경보 지표가 된다.

해외 진출 기업
프랜차이즈 본사

02 **‘주변보다 적은 곳’을 다음 시장 후보로 본다**

일리노이·콜로라도처럼 이웃 주에 비해 한식당이 적은 곳은 확산이 아직 덜 닿은 지역일 수 있다.

입지 전략
투자 검토

03 **관심이 높은 지역에서 문화·미식 연계 캠페인을 설계한다**

한류 관심이 높은 지역을 우선으로 팝업, 음식 축제, 체험형 관광 홍보를 기획할 수 있다.

DMO·지자체
한식 진흥 기관

NEXT · VOL. 03
한류 관심은 한식당 수를 얼마나 설명하는가? 그리고 그 힘은 왜 지역마다 다른가?

해석 범위와 출처

결과를 읽을 때 함께 고려할 점

연구의 한계

01 Yelp 데이터만 사용해 Yelp 이용이 적은 지역(예: 농촌)과 플랫폼 초기 시기는 과소 대표될 수 있다.

02 폐업 후 리뷰가 남아 있지 않은 식당은 분석에서 빠졌다. 한식당 수는 기간별 누적값이다.

03 한류 영향 지수는 온라인 검색 행동을 반영하며, 축제·공동체 행사 같은 오프라인 문화 활동은 담지 못한다.

04 지수와 한식당 수의 관계는 상관관계이며, 인구·경제·이민 등 다른 요인의 영향을 배제하지 않는다.

원 연구

Park, E. O., Lee, M., & Kim, S.-B. (2026). Do you want to visit and eat where BTS and Blackpink did? Hallyu influence index and geospatial big data insights on Korean restaurants in the USA. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.

FULL ARTICLE
https://doi.org/10.1108/JHTT-04-2025-0347

자료 이용 안내

본 브리프는 위 학술논문의 결과를 일반 독자를 위해 재구성한 자료입니다. 이 연구는 Vol. 02(분포와 관심)와 Vol. 03(관계와 지역 차이)으로 나누어 소개합니다. 수치와 해석은 원 논문의 분석 범위 안에서 이해해야 합니다.

K-GTB GLOBAL RESEARCH BRIEF · VOL. 02

한류는 어디서 뜨겁고, 한식당은 어디로 퍼졌나

발행기관	한국미식관광빅데이터연구소
연구소장	박은혜
발행일	2026년 8월
웹사이트	https://kgtb-lab.org
문의	peh3153@gmail.com · epark@gachon.ac.kr

권장 인용

한국미식관광빅데이터연구소. (2026). 한류는 어디서 뜨겁고, 한식당은 어디로 퍼졌나. *K-GTB Global Research Brief*, Vol. 02.

한국미식관광빅데이터연구소
KOREAN GASTRONOMIC TOURISM BIG DATA LAB