K-GTB GLOBAL RESEARCH BRIEF
VOL. 03 · 2026. 09

한류 관심은 한식당 성장을 얼마나 설명하는가

How Much Does Hallyu Interest Explain Korean Restaurant Growth in the U.S.?

별점보다 문화적 관심이 더 컸다.
그리고 그 힘은 아직 덜 성숙한 시장에서 더 강했다.

33개	0.223	81.6%	0.56배
분석 대상 주	한류 지수의 고유 설명력	새 데이터 설명력(R^2)	서부의 반응 강도

FINDING 01

한류 관심이 가장 강력한 설명 변수였다

FINDING 02

모형의 예측을 벗어난 주들이 있었다

FINDING 03

서부의 반응은 약하고 중서부·남부는 강했다

한국미식관광빅데이터연구소
KOREAN GASTRONOMIC TOURISM BIG DATA LAB

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

3분 요약

식당의 수는 별점보다 문화적 관심을 따랐다

핵심 결론

한류 영향 지수는 주별 한식당 수를 가장 강력하게 설명했고, 별점·리뷰 수·리뷰 감성의 추가 설명력은 미미했다. 그러나 같은 관심이라도 이미 한식당이 많은 서부에서는 효과가 약했다.

0.223
한류 지수의 고유 설명력(ΔR^2)

≤0.002
별점·리뷰의 고유 설명력

81.6%
새 데이터에서의 설명력(R^2)

01 한류 관심이 가장 강력한 설명 변수였다

한류 영향 지수는 매우 큰 효과 크기를 보인 반면(Cohen's f^2=1.40), 식당 품질 지표들은 추가 설명력이 거의 없었다.

→ FINDING 1 · p.4

02 모형의 예측을 벗어난 주들이 있었다

하와이·네바다는 관심 수준에 비해 한식당이 적었고, 펜실베이니아는 많았다.

→ FINDING 2 · p.5

03 서부의 반응은 약하고, 중서부·남부는 강했다

관심이 1단위 늘 때 서부의 한식당 증가폭은 북동부의 약 절반이었다. 시장 포화의 신호로 해석된다.

→ FINDING 3 · p.6

주: 한식당 수는 Box-Cox 변환 후 분석했으며, 모든 설명 변수는 표준화했다. 결과는 연관성을 뜻하며 인과관계를 증명하지 않는다.

연구 질문과 방법

무엇이 한식당 수를 설명하는지 어떻게 따졌나

Vol. 02에서 한류 관심이 높은 곳에 한식당이 많다는 것을 확인했다. 이번에는 다른 조건을 함께 고려해도 그 관계가 유지되는지, 지역마다 다른지를 검증했다.

RESEARCH QUESTIONS

① 한류 관심은 한식당 수를 설명하는가?
② 그 효과는 지역에 따라 다른가?

분석 단위	주 × 2년 기간 (16년 이상 자료가 있는 33개 주)
결과 변수	주별 한식당 수 (Box-Cox 변환)
핵심 변수	한류 영향 지수
통제 변수	평균 별점, 총 리뷰 수, 평균 리뷰 감성 (VADER)

두 단계 분석

MODEL 1 · 주 단위

한류 관심의 전체 효과

주별 기본 차이를 반영한 상태에서 한류 지수가 한식당 수를 얼마나 설명하는지 추정

MODEL 2 · 지역 단위

지역별 효과 차이

미국을 북동부·중서부·남부·서부로 나누고, 한류 지수와 지역의 상호작용을 검증(북동부 기준)

용어 풀이

혼합효과 모형
모든 주에 공통된 경향과 주마다 다른 고유한 차이를 함께 추정하는 통계 모형

Box-Cox 변환
한쪽으로 치우친 숫자 분포를 분석하기 좋게 고르게 펴 주는 변환

고유 설명력(ΔR^2)
해당 변수를 모형에서 뺐을 때 줄어드는 설명력. 클수록 그 변수만의 기여가 크다

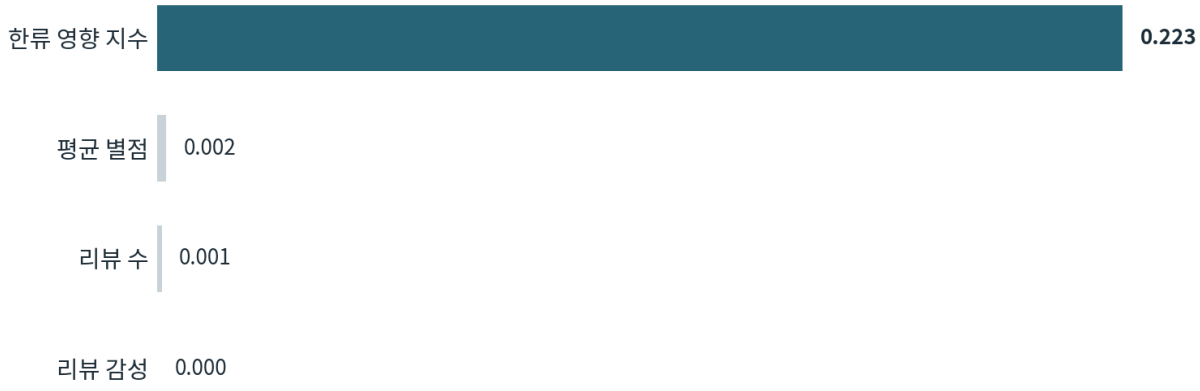
상호작용
한 변수의 효과가 다른 조건(여기서는 지역)에 따라 달라지는지를 보는 항

FINDING 1

한류 관심이 가장 강력한 설명 변수였다

각 변수를 모형에서 하나씩 뺐을 때 설명력이 얼마나 줄어드는지 비교했다.

변수별 고유 설명력 (semi-partial R^2)



f^2 1.40
한류 지수의 효과 크기 (0.35 이상이면 '큰 효과')

p<0.001
한류 지수 계수 0.117의 유의수준

81.6%
새 데이터에서의 설명력(R^2)(R^2)

무엇을 보여주나

식당 수를 설명하는 데 있어 한류 관심의 기여는 별점·리뷰 수·감성보다 100배 이상 컸다. 식당 하나하나의 평판보다 그 지역에 한국 문화에 대한 관심이 얼마나 있느냐가 한식 시장의 크기와 더 밀접했다.

핵심

한식 시장의 크기는 지역의 문화적 관심과 함께 움직인다.

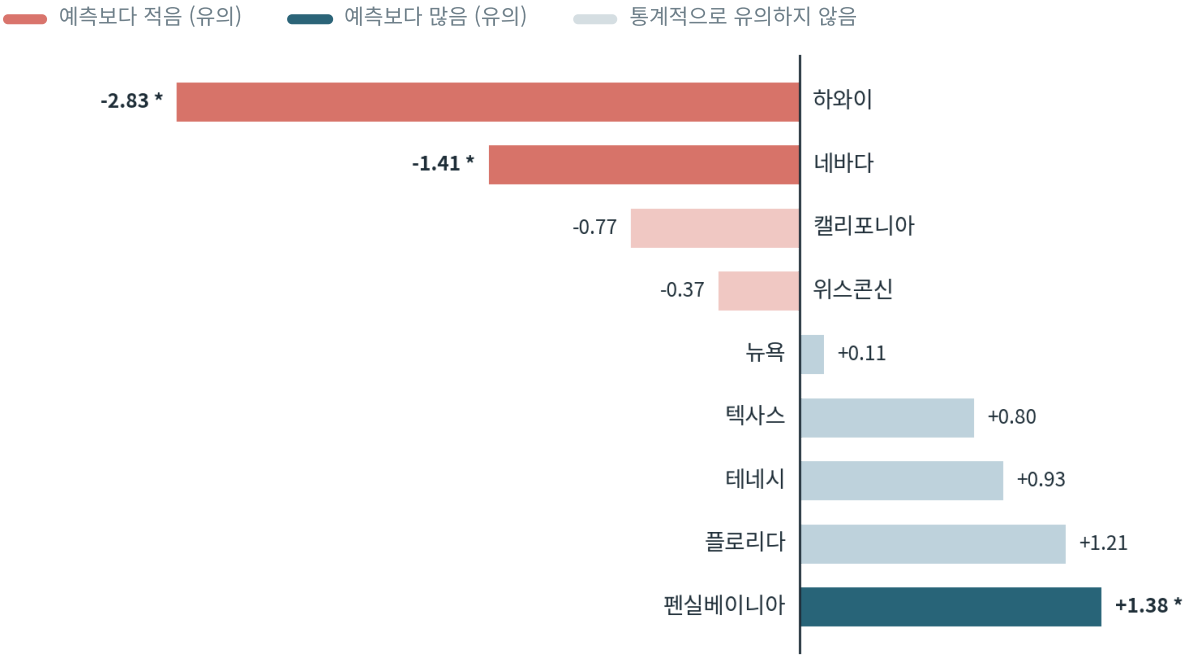
자료: Park, Lee & Kim (2026), Table 1, Table A4. 효과 크기는 고정효과를 하나씩 제거하는 방식(drop-one)으로 산출했다.

FINDING 2

모형의 예측을 벗어난 주들이 있었다

한류 관심과 식당 특성만으로 예측한 값보다 한식당이 많거나 적은 주를 살펴봤다.

주별 추정 계수 · 주요 9개 주



하와이 −2.83

관심은 최고, 식당은 예상보다 적음

한국·아시아 식당 시장이 이미 포화됐을 가능성

네바다 −1.41

관심에 비해 적은 식당

관심이 수요로 이어지지 않은 지역

펜실베이니아 +1.38

관심보다 많은 식당

관심 외의 요인이 성장을 뒷받침한 지역

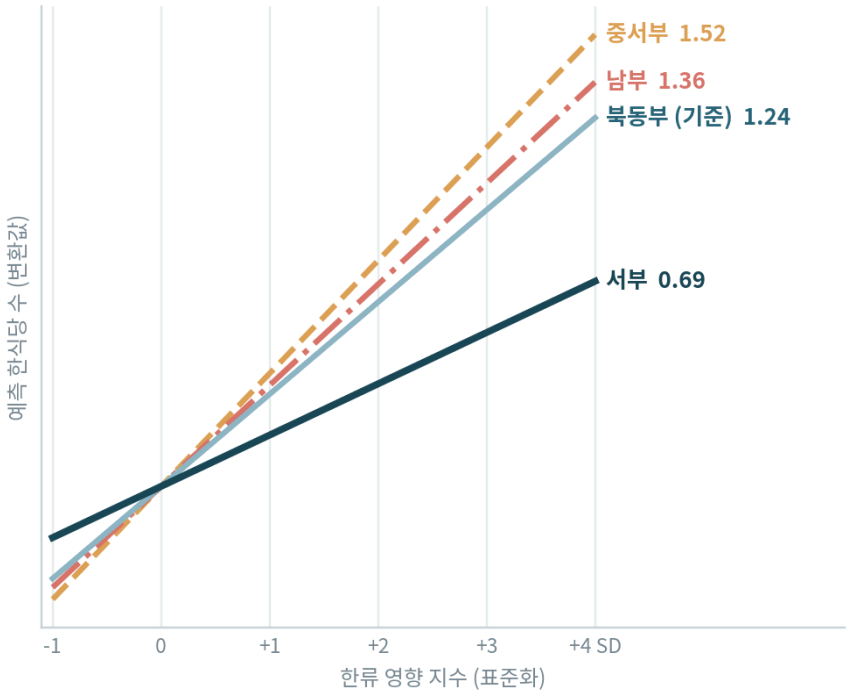
자료: Park, Lee & Kim (2026), Table 1. * p<0.05. 계수는 기준 주 대비 차이이며, 플로리다(+1.21, p=0.082) 등 나머지는 통계적으로 유의하지 않다.

FINDING 3

서부의 반응은 약하고 중서부·남부는 강했다

한류 관심이 1표준편차 늘 때 한식당 수(변환값)가 얼마나 늘어나는지 지역별로 비교했다.

지역별 한류 효과의 기울기



중서부 vs 서부

2.2배

같은 관심 증가에 대한 반응 차이

서부 (북동부 대비)

0.56배

유의한 약화 (p<0.001)

무엇을 보여주나

서부는 캘리포니아·워싱턴처럼 이미 한식당이 많은 곳이라, 관심이 더 늘어도 추가 증가폭이 작았다. 중서부와 남부는 북동부보다 기울기가 가팔랐지만 그 차이는 통계적으로 유의하지 않았다. 확실하게 말할 수 있는 것은 '서부에서 효과가 약하다'는 점이다.

그래프 읽는 법

선이 가파를수록 한류 관심의 증가가 한식당 수의 증가로 더 크게 이어진다. 비교를 위해 네 선의 출발점을 같게 그렸다.

자료: Park, Lee & Kim (2026), Table 2, Figure 5를 재구성. 상호작용 계수는 중서부 +0.027(p=0.130), 남부 +0.012(p=0.417), 서부 −0.054(p<0.001)다. 모형은 고정효과로 67.6%, 무선효과 포함 86.4%의 분산을 설명했다.

해석과 시사점

같은 관심도 시장의 성숙도에 따라 다르게 작동한다

시장이 성숙한 곳에서는 문화적 관심이 늘어도 추가 성장 여지가 작다(수확 체감). 한류 관심과 기존 한식당 기반을 함께 보면 지역 전략을 나눠 생각할 수 있다.

	한식당 기반 적음	한식당 기반 많음
한류 관심 높음	성장 기회 **진입을 서두를 시장** 관심이 수요로 전환될 여지가 크다. 관심이 식당으로 이어지지 않은 요인을 함께 점검한다.	성숙 시장 **차별화로 경쟁할 시장** 서부 해안처럼 추가 관심의 효과가 작다. 신규 출점보다 품질·콘셉트 차별화가 중요하다.
한류 관심 낮음	잠재 시장 **관심을 먼저 키울 시장** 문화 콘텐츠·행사로 인지도를 높이는 것이 선행돼야 한다.	독자 성장 **관심 외 동력을 가진 시장** 펜실베이니아처럼 관심 이외 요인이 성장을 뒷받침한다. 그 요인을 파악한다.

산업 및 정책적 시사점

01 **출점 입지를 고를 때 한류 관심 추이를 함께 본다**

특히 중서부·남부처럼 기반이 작은 지역에서 관심의 증가는 성장 신호가 될 수 있다.

프랜차이즈 본사 창업 지원

02 **지역별 한류 지수를 공개·활용해 문화·미식 관광을 연계한다**

관심이 높은 지역을 대상으로 팝업, 신규 창업 지원, 체험형 관광 캠페인을 기획한다.

DMO·지자체 정책 담당자

주: 사분면은 원 논문의 시장 포화 논의를 바탕으로 본 브리프가 구성한 해석 틀이며, 모형에서 직접 추정된 분류가 아니다.

해석 범위와 출처

결과를 읽을 때 함께 고려할 점

연구의 한계

01 검증된 관계는 연관성이며, 한류 관심이 한식당을 늘렸다는 인과관계를 증명하지 않는다.

02 인구 밀도, 경제 여건, 한인·아시아계 인구 비율 등은 모형에 포함되지 않았다.

03 16년 이상 자료가 있는 33개 주만 분석해, 한식당이 적은 주의 패턴은 충분히 반영되지 않았을 수 있다.

04 Yelp 데이터와 온라인 검색 행동에 기반하므로, 오프라인 문화 활동과 다른 플랫폼 이용자는 반영되지 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. 03

한류 관심은 한식당 성장을 얼마나 설명하는가

발행기관	한국미식관광빅데이터연구소
연구소장	박은혜
발행일	2026년 9월
웹사이트	https://kgtb-lab.org
문의	peh3153@gmail.com · epark@gachon.ac.kr

권장 인용

한국미식관광빅데이터연구소. (2026). 한류 관심은 한식당 성장을 얼마나 설명하는가. *K-GTB Global Research Brief*, Vol. 03.

