

자료명	‘2023년 프랜차이즈산업 실태조사’
엠바고	1월 5일(금)자 朝刊부터(통신, 인터넷 등은 1/4일(木) 12:00)
문의처	유통물류정책팀 김민석 팀장(02-6050-1510), 염민선 연구위원(1513)

프랜차이즈 가맹점주 2명 중 1명, ‘프랜차이즈가 팬데믹 극복에 도움’

- 프랜차이즈 실태조사(가맹본부 800개, 가맹점 1,000개) 조사 ... 가맹점주 79% ‘재계약 의향 있다’
- 가맹점당 평균 3.8명 고용창출 효과 ... 투자비 회수에는 ‘평균 3.6년’ 걸려
- 가맹점주 10명 중 8명(80%) ‘최저임금 인상에 부담’ ... 점주가족근무 확대(44.3%) 등으로 대응
- 가맹본부에 ... 원부자재 가격인하(26.6%), 광고·판촉(24.8%), 신상품 개발(17.6%) 등 기대

프랜차이즈 가맹이 ‘코로나 위기 극복에 도움이 됐다’ 는 조사결과가 나왔다.

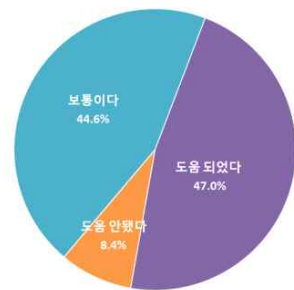
대한상공회의소(회장 최태원)는 5일 가맹본부 800사 및 가맹점 1000개를 대상으로 시행한 2023년 프랜차이즈산업 실태조사 결과를 발표했다.

조사결과에 따르면, 가맹점주 2명 중 1명(47%)은 ‘개인 자영업자가 아닌 프랜차이즈 가맹점이어서 팬데믹 위기를 극복하는 데 더 도움이 되었다’ 고 응답했다. ‘도움이 안됐다’ 는 의견은 8.4%에 그쳤다. <보통 44.6%>

이에 대해 대한상의는 “프랜차이즈는 브랜드 인지도가 높고, 가맹본부가 상품 개발, 광고·판촉, 운영관리를 해주는데다 코로나 기간에도 외부 플랫폼앱과 키오스크 도입 등 자신이 부족한 경험과 노하우를 계속 지원해주었기 때문에 혼자서 모든 것을 해결해야하는 개인사업자에 비해 위기 극복에 도움이 되었을 것” 이라고 분석했다.

이를 반영하듯 점주의 프랜차이즈 가맹점 운영만족도는 매출수준(58.8점)과 점주근로 조건(58.8점) 만족도보다는 프랜차이즈 시스템이 제공하고 있는 점포운용 용이성(63.8점), 영업지역 보호(63.4점), 가맹본부 마케팅(61.4점) 만족도가 상대적으로 더 높았다. 계약 기간 종료시 재계약 의향을 묻는 질문에도 가맹점주 10명 중 8명(79.3%)은 ‘재계약 의향이 있다’ 고 답했다. <잘 모름 15.0%, 의향없음 5.7%>

<그림> 코로나 극복에 대한 프랜차이즈 도움 여부



가맹점당 3.8명 고용창출 효과 ... 투자비 회수에 평균 3.6년 걸려

프랜차이즈 가맹점은 점주를 포함하여 가맹점당 평균 3.8명의 고용을 창출하는 것으로 나타났다. 업종별로는 외식업이 4.2명으로 가장 많았고, 도소매업 3.6명, 서비스업 3.4명 순으로 조사됐다.

한편, 프랜차이즈 가맹점 신규 창업에는 평균 1억5천9백만원이 소요되는 것으로 나타났다. 업종별로는 서비스업이 1억8천1백만원으로 가장 많았고 이어 외식업(150백만원), 도소매업(149백만원)이 그 뒤를 이었다. <세부업종별 창업비(백만원) : 제빵 263, 안경 223, 피자/버거 162, 한식 156, 커피 142, 이미용 121, 분식 119, 편의점 118, 치킨 104 등 順>

투자비용 회수까지는 평균 3.6년이 소요되는 것으로 밝혀졌다. 업종별로는 외식업(3.2년), 서비스업(3.6년), 도소매업(4.8년) 순으로 조사됐고, 세부업종별로는 분식(2.5년), 치킨(2.6년), 편의점(3.0년), 이미용(3.0년)이 상대적으로 짧았다. <세부업종별 투자비용 회수기간(년) : 분식 2.5, 치킨 2.6, 편의점 3.0, 이미용 3.0, 커피 3.2, 한식 3.3, 피자/버거 3.7, 안경 4.2, 제빵 4.3>

가맹점 10곳 중 8곳 ‘최저임금 인상에 부담 커’ ... 점주와 가족 근무확대(44.3%) 등으로 대응

가맹점 10곳 중 8곳(79.7%)은 최저임금 인상으로 경영상에 부정적 영향을 받고 있다고 답했고, <영향 없다 20.3%> 최저임금 인상에 점주와 가족의 근무 확대(44.3%), 종업원 근무시간 축소(25.3%), 인건비 외 비용절감(23.9%), 종업원 수 감축(19.3%) 등으로 대응하고 있다고 밝혀, 최저임금 인상에 따른 부담으로 허리띠를 졸라매고 있는 것으로 조사됐다.

가맹점주들은 창업시 애로사항으로 상권 분석(53.9%), 사업성 분석(42.1%), 가맹브랜드 선택(41.3%), 사업아이템 선정(41.2%), 초기투자금 조달(40.4%) 등을 차례로 꼽았고, 매장 운영 애로사항으로는 점포 임대료(35.1%), 인건비(25.2%), 원재료비(26.1%), 경쟁심화(19.9%) 등을 들었다. <복수응답>

가맹본부에 원부자재 가격인하(26.6%), 광고·판촉(24.8%), 신상품 개발(17.6%) 등 기대

가맹점주들은 1년 전과 비교한 매출액 증감 여부에 대해서는 1년 전과 비슷하다(69.5%), 하락했다(22.5%)는 의견이 대다수를 차지했다. <상승했다 8.0%>

1년 전에 비해 매출이 하락하거나 비슷한 상황에서 가맹점주들은 가맹본부에 대해 원부자재 가격인하(26.6%)와 더불어 적극적인 광고·판촉(24.8%) 및 좋은 신상품 개발(17.6%) 등을 통해 매출을 성장시켜 주기를 희망했다. <매장운영 효율화 신기술 지원(13.5%)>


가맹사업의 동일성 유지를 위해 가맹점이 반드시 구매해야 하는 필수품목에 대해서는 ‘품질에 만족한다’는 응답이 51.8%인데 반해<불만 2.7%>, ‘가격에 만족한다’는 응답은 42.2%로 <불만 9.9%> 나타나, 가맹본부의 추가적인 가격개선 노력을 기대했다.

가맹본부 평균 77개 가맹점 운영 ... 가맹본부의 53.0% 로열티제도 도입

한편, 가맹본부를 대상으로 한 조사에서는 가맹본부는 평균 77개의 가맹점을 가지고 있는 것으로 나타났다. 업종별로는 도소매업이 평균 183개로 가장 많았고, 이어 서비스업(104개), 외식업(52개) 순이었다.

또 가맹본부의 2곳 중 1곳(53.0%)은 가맹점으로부터 로열티를 받고 있다고 답해 <받지 않음 47.0%>, 2021년(41.9%)에 비해 도입 비중이 11.1%p 상승해 프랜차이즈산업의 로열티 제도가 서서히 뿌리를 내리고 있는 것으로 나타났다.

특히 가맹점이 잘 될 때 가맹본부 이익도 증가하는 런닝로열티 제도는 가맹점수가 많아질수록 도입 비중이 상승하는 것으로 나타나, <가맹점수 10개미만일 때 런닝로열티 비중 16.2%, 10~99개 27.2%, 100개 이상 37.9%> 가맹점수가 적고 영세한 가맹본부일수록 런닝로열티 도입이 부담으로 작용하고 있는 것으로 조사됐다.

김민석 대한상의 유통물류정책팀장은 “이번 조사를 통해 프랜차이즈 시스템이 일반 자영업에 비해 위기 극복에 뛰어난 점이 많다는 사실이 밝혀졌다” 며, “가맹본부와 가맹점이 함께 성장해나가기 위해서는 로열티제도가 정착되고, 가맹본부의 매출 제고 및 수익 개선노력이 지속적으로 전개될 필요가 있다” 고 강조했다. 

< 조사 개요 >

- 조사시기 : 2023. 9.21 ~ 11.30
- 조사대상 : 전국 프랜차이즈 가맹본부 800개사, 가맹점 1,000개
 - 가맹본부 800개(외식업 527, 서비스업 200, 도소매업 73)
 - 가맹점 1,000개(외식업 499, 서비스업 284, 도소매업 217)
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 이용한 온/오프라인 조사