



프랜차이즈

모방 브랜드 아닌 '삐딱선'을 타라

(차별화된 독창성)

광주·전남 지역의 프랜차이즈 브랜드들 중에서 지역 프랜차이즈라는 한계를 극복하고 전국 브랜드화에 성공한 브랜드는 얼마나 될까? 답은 “몇 개 되지 않는다”이다. 전국에 522개의 가맹점을 보유하고 있는 꼬치구이 전문점 브랜드인 ‘까투리’ 정도다. 또 전국에 112개의 가맹점을 보유한 ‘난타5000피자’가 이름을 올리고 있다.

장기적인 경기불황으로 프랜차이즈 업계가 울상인 가운데 지역 프랜차이즈의 전국화를 위해서는 창의적인 브랜드 개발과 전문 인력의 양성이 시급하다는 지적이다.

10일 프랜차이즈 업계에 따르면 꼬치구이전문점 브랜드인 ‘까투리’와 ‘투모아’, ‘동아리꼬치구이’가 지역업체로 전국화에 성공했으며 그 외 업체 중 전국 가맹점이 10개에도 못 미치는 등 미약했다.

광주·전남 지역 전체 등록 브랜드 89개 중 가맹점 없이 본점 1개만 운영하는 본사가 34개이며 2개 이상 5개 미만의 가맹점을 보유한 브랜드는 17개, 5개 이상 10개 미만의 가맹점을 보유한 브랜드는 9개로 나타났다. 가맹점 10개 미만인 브랜드가 60개로 광주·전남 전체 브랜드 중 67.4%를 차지했다.

이를 업종별로 보면 꼬치구이전문점이 대부분이고 피자전문점, 치킨전문점 등이 뒤를 이었다. 커피전문점이나 맥주전문점, 국수전문점 등은 소수에 불과했다. 이는 광주·전남의 프랜차이즈 산업을 이끌고 있는 주요 업종이 꼬치구이전문점에 제한돼 있다는 이야기다. 바꾸어 말하면 꼬치구이전문점 시장을 제외하고는 잘 나가지 못하고 전문업종에서 타 지역 브랜드에게 전국시장과 광주·전남 지역 시장을 내주고 있다는 것이기도 하다.

이러한 상황 때문에 지역 프랜차이즈 업계에서는 전국화에 성공하는 브랜드들이 보다 많아져야 한다는 요구가 높아지고 있다. 산업적 측면에서 보면 앞으로 더 많은 업종에서 광주·전남 지역 브랜드가 전국화에 성공해야 지역산업의 발달과 고용창출 효과를 기대할 수 있기 때문이다.

업계에서는 이를 위해 우선 지역 프랜차이즈 본사들이 이미 수도권이나 타 지역시장에서 붐을 일으키고 있는 미투브랜드(카피브랜드) 개발에만 몰두하지 말고 독자적인 경쟁력을 확보한 창의적인 브랜드 개발에 나서야 한다고 강

광주·전남 브랜드 67%가 전국 가맹점 10개 미만

꼬치구이 전문점만 선전...선도적 브랜드 창출 시급

조한다. 미투브랜드들의 경우 벤치마킹을 통한 빠른 시장진입이 가능하다는 장점이 있지만 반대로 먼저 시장에 진입한 리딩브랜드들에게 밀려서 전국 브랜드화가 쉽지 않다는 단점이 있기 때문이다.

또 프랜차이즈 전문 인력의 양성과 확보에도 신경써야 한다고 주문했다. 전국 프랜차이즈 사업의 성공경험이 있는 역량있는 전문 인력들을 영입하거나 양성하여 브랜드 기획 단계부터 전국화에 성공할 차별화 요소와 경쟁력 요소를 탑재하여 브랜드를 개발하고 효율적인 프랜차이즈 시스템을 구축해야 한다는 것이다.

지자체 역시 예비창업자에게 지역 브랜드에 대한 긍정적인 시각변화를 유도하고 스타브랜드 양성과 공동 물류시스템의 개발 등 전폭적인 지원에 나서야 한다는 지적이다.

지역 브랜드의 강점인 창업비용 절감, 물류비용 절감, 빠른 가맹점 관리시스템 등의 장점을 부각시켜 현재 수도권 브랜드나 타지역 브랜드에 대한 예비창업자들의 선호 심리를 지역 브랜드 선호 심리로 전환시켜 줘야 한다는 것이다. 프랜차이즈 전문인력 양성에 대한 투자와 기존 프랜차이즈 본사에 대한 지원정책의 일환으로 창업박람회 참가비 지원과 수도권에 광주·전남 지역 프랜차이즈 수도권공동사업본부 사무실 구축을 지원하는 것도 방법이다.

공동 물류시스템의 개발도 선결과제다. 지역 물류의 경우 물류회사에 지급하는 비용은 전체 물류총액의 5~6% 수준이지만 전국 물류인 경우에는 전체 물류총액의 12~18%로 뛰기 때문에 수익성은 떨어지고 물류횡수나 시간도 더 길어지는 단점이 있다. 이를 극복하기 위해서는 지역 프랜차이즈 업계와 지역 물류업계가 힘을 모아서 공동 물류 시스템 구축 개발에 적극 나서서 원활한 물류와 물류비 절감효과를 꾀할 수 있다.

조계현 소상공인창업전략연구소장은 “프랜차이즈 사업은 가맹점의 확대를 통해 시장점유율을 끌어올리는 규모의 사업”이라며 “스타 브랜드를 발굴·지원해 성장시켜 가맹점수를 확보하고 지역의 관련 산업이 동반성장할 수 있도록 해야한다”고 강조했다. 그는 또 “지역에서만 통하는 제한적 브랜드보다는 전국적으로 통하는 브랜드를 육성하기 위한 관련업계와 지자체의 고민과 노력이 필요한 때”라고 덧붙였다. /김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

■ 광주·전남 브랜드 가맹점 현황

가맹점 수	광주	전남
1개	26	8
2개	6	1
3~5개	6	1
5~10개	10	3
10~20개	8	0
20~50개	7	3
50~100개	5	1
100개 이상	3	1
총계	71	18

(자료:소상공인 창업전략연구소 (2015년 1월 기준))



조계현 소장의

특 특

창업 이야기



창업에서의 갑을 관계

국민적 관심을 모은 연이은 이슈들로 인해 요즘 언론을 통해 가장 많이 언급되는 단어 중 하나가 갑을 관계가 아닐까 싶다. 갑을 관계는 정도나 표현의 차이만 있을 뿐 세상 어디에나 존재하며 창업분야에서도 갑을관계는 예외 없이 존재한다.

먼저 가장 흔한 창업방법인 프랜차이즈 가맹점업자의 갑을관계에 대해 알아보자. 신생 프랜차이즈 브랜드에 가맹하려는 예비창업자와 본사의 갑을관계를 살펴보면 브랜드 선택의 카드를 가진 예비창업자가 갑이고 가맹점 유지에 사활을 걸고 있는 본사가 을이 된다. 이런 경우에는 예비창업자의 요구사항에 본사가 최대한 수용하는 방식으로 가맹이 진행된다. 이를테면 가맹비 면제나 인테리어비 할인, 홍보지원 등의 항목에서 요구사항이 발생하는 경우가 다반사다. 하지만 이미 브랜드 파워를 가진 프랜차이즈 브랜드에 가맹하려는 경우에는 입장이 바뀐다. 해당 브랜드의 인지도를 등에 업고 좀 더 성공적인 창업에 임하려는 예비창업자는 을이 되고 가맹신청을 하는 예비창업자 중에 골라 가맹을 시키면 되는 본사가 갑이 된다. 대부분 본사의 까다로운 가맹조건을 가맹점주가 수용하며 진행하게 된다.

건물주와 예비창업자와의 갑을관계도 상황에 따라 바뀐다. 입지가 좋은 건물의 경우에는 건물주가 갑이 되고 점포를 얻으려는 예비창업자가 철저히 을이 된다. 건물주가 원하는 수준의 보증금과 월세를 지급하게 되는 것이다. 하지만 건물의 입지가 좋지 않아서 장기간 비어있는 건물의 경우에는 건물주가 을이 되고 예비창업자가 갑이 된다. 건물주는 빠른 임차수익 발생을 위해 예비창업자가 원하는 수준의 보증금과 월세를 최대한 맞추려는 노력을 하게 된다. 하지만 이런 상황은 예비창업자가 적지 않은 시설자금을 투자한 이후에 영업을 하다가 재계약 시점이 다가오면 갑을관계가 역전이 되기도 한다. 이미 시설투자가 전폭 된 점포를 쉽게 포기하고 나갈 수 없는 세입자의 입장이 되기에 건물주의 보증금이나 월세 인상 요구를 외면하기 힘들기 때문이다.

창업 이후에 거래처와의 관계에서의 갑을관계를 살펴보면 자영업자가 된 예비창업자가 갑이고 해당 점포에 납품을 하는 거래처가 을이다. 하지만 이 관계는 사업이 부진해 거래처에 납품대금을 제때 지급하지 못하는 상황이 되면 관계가 역전된다. 금융권과의 갑을관계도 기준은 매출이 좌우한다. 장사가 잘되면 예금과 급여 및 결제거래를 통해 금융권에 수익을 제공하는 자영업자가 갑이고 안정적인 사업주체인 자영업자를 거래처로 지속적으로 유지해야 하는 주거래 은행이 을이 된다. 하지만 장사가 안되면 이 관계 역시 역전된다. 대출권한을 가진 주거래 은행은 리스크가 많은 자영업자에게 간간한 갑으로 변신하게 될 것이기 때문이다.

관공서와의 갑을관계는 지자체 관련 부서와 세무서와의 관계가 있는데 집행능력을 가진 주체가 관공서이기에 관공서가 갑이 되고 자영업자는 을이 된다. 하지만 자영업자가 규정을 준수하며 사업을 한다면 민원이라는 무기로 관공서를 울로 만들 수도 있다. 마지막으 고객과 갑을관계를 살펴보면 고객은 영원한 갑이고 자영업자는 영원히 을이다. 고객이 무전취식을 하지 않는 이상 이 상황이 역전될 가능성도 없고 역전되어서도 안된다. (소상공인창업전략연구소 소장)

이치 만나러 갑니다

남과 북의 화합을 모색하는 소통 버라이어티!

매주 일요일 밤 11시

<p>CHANEL</p> <p>[광주] 남구 서구 광산구 동구 북구 (CMB) 18</p> <p>[광주] 동구 북구(광주방송) 20</p>	<p>순천 여수 여천 광양 고흥 14</p> <p>나주 화순 보성 담양 구례 곡성 18</p>	<p>목포 신안 무안 강진 완도 16</p> <p>해남 영암 진도 장흥</p>	<p>스카이라이프 13</p> <p>IPTV 18</p>
---	--	--	---

꿈을 담은 캔버스

채널A

www.ichannelA.com