

프랜차이즈, 서비스업 울고 도소매업 웃고

산자부 '2014년 실태 조사'

국내 프랜차이즈산업 중 서비스업이 가장 많이 생기고 가장 많이 폐업한 것으로 나타났다. 지난해 외식, 편의점 등을 중심으로 전체 프랜차이즈 업종 매출은 늘었으나 서비스업은 출혈경쟁이 지속되며 매출이 줄었다.

산업통상자원부가 최근 발표한 '2014년 기준 프랜차이즈 산업 실태조사' 결과에 따르면 최근 1년간 월 평균 가맹점 신규 개점 수는 3.79개로 평균 2.80개 폐업 수보다 많은 것으로 나타났다. 한 달에 4개의 신규 프랜차이즈 가맹점이 생겨나고 3개가 폐업하는 꼴이다.

서비스업이 7.48개로 가장 많이 개점했고 도소매업 3.73개, 외식업 2.88개 순이었다. 역시 서비스업이 월 평균 5.24개 꼴로 가장 많이 문을 닫은 것으로 조사됐으며 이어 도소매업 2.15개, 외식업 1.21개 순으로 폐점하는 것으로 나타났다.

국내 프랜차이즈 가맹본부의 총 매출액은 전년 대비 3.7% 증가한 50조992억원을 기록했다. 부문별로는 전체 프랜차이즈산업의 90%를 차지하는 도소매업과 외식업은 매출이 늘었으나 서비스업은 매출이 감소했다.

편의점 등 도소매업의 총 매출은 전년대비 5.3% 증가한 32조4000억원, 한식 등 외식업은 5.4% 증가한 12조6000억원을 기록했다. 서비스업은 출혈경쟁의 영향으로 9.1% 감소한 5조1000억원의 매출을 거뒀다.

가맹본부의 총 임직원 수는 전년대비 2.7% 증가해 17만4542명으로 집계됐다. 부문별로 보면 외식업 7만1000명, 도소매업 8만명, 서비스업 2만3000명 고용됐다.

가맹본부 수는 전년 대비 6.1% 증가한

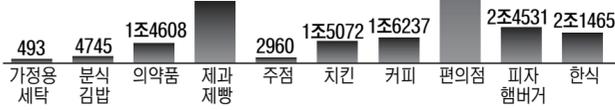
서비스업 매출 9.1% 감소, 도소매업 5.3% 증가

가맹본부 총 매출액 50조 ... 전년보다 3.7% ↑

4314개 브랜드 중 광주·전남에 본사 89개 불과

■ 프랜차이즈 산업 실태조사 (2014년 기준)

□ 가맹본부 일반현황



□ 가맹본부 규모별 구분



자료 : 산업통상자원부

3360개였다. 브랜드(영업표지)는 전년 대비 7.5% 증가해 4199개로 나타났다.

가맹본부 수는 외식업이 2367개, 도소매업이 445개, 서비스업이 548개로 외식업 부문이 전체에서 70.4%를 차지했다.

부문별 가맹본부수가 가장 많은 업종을 보면, 외식업은 한식(882개), 도소매업은

제과·제빵(143개), 서비스업은 교육서비스(229개)로 조사됐다.

브랜드 수는 외식업 부문이 3011개(71.7%)로 현저히 높았다. 도소매업 511개(12.2%), 서비스업 677개(16.1%)였다.

하지만 평균 매출액은 감소하는 등 영영 지표는 다소 악화한 것으로 나타났다.

프랜차이즈 가맹본부의 총 매출액은 도소매업, 외식업 등의 증가에 힘입어 전년대비 3.7% 증가한 50조992억원으로 집계됐다. 도소매업이 5.3% 증가해 32조4000억원, 외식업은 5.4% 증가해 12조6000억원의 매출을 기록했다.

반면 서비스업은 매출이 9.1% 감소해 5조1000억원을 기록했다.

가맹본부의 총 영업이익 역시 2조4726억원으로 전년대비 2.7% 증가했지만 평균 영업이익은 8억원으로 전년대비 8.1% 감소했다. 영업이익은 도소매업에서는 편의점(119억원), 서비스업은 교육(6억원), 외식업은 피자·햄버거(6억원)이 높았다.

가맹본부의 6.8%가 해외에 진출한 것으로 나타났다. 이 중 75.4%가 중국으로 진출했다. 업종별로 보면 한식(24.6%), 치킨(19.3%), 커피(10.5%), 분식김밥(7%) 순이었다.

전체 가맹본부 중 30.5%는 가맹점과 같은 경험이 있는 것으로 조사됐다. 결제대금 지연으로 인한 갈등(13.8%)이 가장 많은 비중을 차지했고 사재물품구입(12.1%), 불성실한 영업활동(8.9%)이 뒤를 이었다.

한편 전국 프랜차이즈 브랜드는 총 4314개 중 광주와 전남에 본사를 둔 브랜드는 2014년 말 기준으로 광주 71개, 전남 18개 총 89개로 전체의 2%에 불과했다. 그나마 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 차지 열악한 상황이다.

김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

조계현 소장의

창업 이야기



거래처 선택과 관리도 경쟁력

예비창업자들이 외식창업을 준비하는 과정에서 필연적으로 만나야 하는 사람들이 있다. 바로 앞으로 운영할 업소에 식자재를 필요로 다양한 물품과 서비스를 공급하게 될 공급거래처 사람들이다.

가뜩이나 경험이 없는 창업초보인데 그런 업체들 중 어느 업체가 제품이나 가격 경쟁력을 가지고 있는 좋은 업체인지 선별해내는 것은 쉽지 않다. 그래서 예비창업자들은 영업상야 찾아오는 업체들 중 한 곳을 선택하거나 주변의 경험자들에게 조언을 구해 공급업체를 선택하곤 한다.

하지만 그렇게 결정된 업체를 막상 창업을 한 이후에 본인의 운영노하우가 많이 쌓이게 되면 거래처를 교체하는 경우가 빈번하다. 왜 애초에 잘 거래해왔던 공급라인을 노후우가 쌓인 후에는 이미 형성된 인간관계의 틀을 외면해가며 거래처를 바꾸게 될까?

가장 큰 이유는 예비창업자는 간판을 달고 영업을 시작하기 전에 거래처 라인업을 미리 완성해야 한다는데 그 원인을 찾을 수 있다.

다시 말해서 거래처를 선택하는데 있어서 창업 전에는 그다지 선택의 여지가 많지 않다. 거래를 청하며 찾아오는 관련업계 영업사원들도 그다지 많지 않은데 그 중에서 선택하거나 주변의 소개 정도로 들어오는 거래처를 부러부러 선택해서 창업을 할 수밖에 없기 때문이다. 그러다보니 최적의 가격경쟁력을 갖추었는지 공급받는 물건의 품질이 최상급인지를 미처 검증할 시간적 여유를 갖지 못한다.

그래서 막상 영업을 시작한 이후에 물밑듯이 다가오는 많은 영업사원들의 다양한 가격제시와 제품경쟁력에 대한 이야기를 듣다보면 거래처를 바꾸고 싶은 갈등이 생기게 된다. 특히 식자재 사원들은 수익률을 좌우하는 중요한 기준이기에 월가절감이라는 뜨거운 화두를 끊임없이 안고 살아가는 외식업 종사자 입장에서는 실리를 선택하는 것이 어쩌면 당연한 선택으로 보여진다.

그러나 이 대목에서 고민에 빠지게 된다. 가격경쟁력만을 추구하다보면 제품의 질은 필연적으로 떨어지게 되고 제품의 경쟁력만 추구하다보면 수익률이 낮아지는 미묘한 상황에 놓인다. 물론 가장 이상적인 거래처는 좋은 제품을 최저가로 공급해주는 업체임은 두말할 필요도 없다. 그게 쉽지 않기에 거래처를 선정하는 자신만의 기준이 필요하다.

제품이 동일하고 가격비교가 한눈에 잡히는 공산품류는 유통기간만 잘 체크하고 가격경쟁력을 가진 최적의 파트너를 거래처로 선택하면 된다. 하지만 신선도나 등급 또는 품질이 생명인 야채나 원육,해산물 등은 가격보다는 품질에 우선 신경을 쓰고 그 다음에 가격을 검토해야 한다. 물론 안정적인 물류시스템에 대한 신뢰도 또한 매우 중요하다.

이미 선택하여 지속적인 거래가 진행중인 업체일지라도 수시로 시장의 가격변동 상황을 체크하여 해당 거래처에 가격인하를 요청하는 노력도 게을리하지 말아야 한다.

프랜차이즈에 가맹형태로 창업을 하였다 하더라도 전체 품목을 제공하는 프랜차이즈 본사가 아니면 추가적인 거래처가 필요하고 또한 운영과 관리에 관한 거래처도 필요하다는 사실도 잊지 말아야 한다.

〈소상공인창업전략연구소장〉

“내수 살려라” 설맞이 코리아그랜드 세일

정부 '설 민생안정 대책' ... 최대 50% 할인

전통시장·농수협·홈쇼핑 2500업체 참여

농수협 직판장, 전통시장, 홈쇼핑, 온라인 등 2천500여개 업체가 참여하는 '설맞이 코리아 그랜드 세일'이 열린다. 사상 최대 규모의 중소기업 설 자금 지원이 이뤄지고 설 물가 안정을 위해 설 성수품은 평시의 3.3배가 공급된다.

정부는 19일 국무회의에서 이런 내용의 '설 민생안정 대책'을 발표했다.

서민물가 안정세를 유지하고 명절의 소비심리를 진작해 내수 활력을 유도하겠다는 게 대책의 방향이다. 정부는 전국 2천147개의 농·수협과 산림조합 직판장에서

오는 22일부터 다음 달 7일까지 농수산물 설 성수품과 선물세트를 최대 50% 할인판매 한다.

지난해 설의 최대 할인율은 30%였다. 전국 300여개 전통시장은 이달 25일부터 다음 달 7일까지 그랜드 세일을 하고 오는 27일부터 다음 달 10일까지 전통시장 주변도로에 2시간 내 주차가 가능하다.

전국 221개 직거래장터와 공영 TV홈쇼핑, 인터넷 수협쇼핑 등 온라인물도 할인 행사에 동참한다. 정부는 설 전후 코리아 그랜드세일 참여 기관이 2천447개라고 밝

혔다.

이달 18일부터 다음 달 5일까지는 전통시장에서 쓸 수 있는 온누리상품권이 10% 할인 판매된다. 특별 할인 판매량은 모두 700억원어치다. 정부는 올해 설의 온누리상품권 판매량 목표를 1천800억원으로 지난해보다 50% 늘렸다.

중소기업 설 자금은 21조2000억원을 지원한다. 지난해보다 2조원 많은 것으로 사상 최대 규모다. 소상공인에게는 지역신보 보증금 1조2천억원 규모로 공급하고 부가 가치세·관세 납기 연장, 환급금 설 이전 조기 지급 등 세정 지원을 강화한다. 공공 부문 공사대금 전액을 설 이전에 현금으로 지급하고 2, 3차 등 하도급대금도 조기에 현금을 주도록 행정지도하기로 했다. 민간

의 하도급대금 조기 지급을 유도하기 위해 하도급대금 미지급 혐의 업체 중 자진 시정에 불응한 82개에 대한 현장조사를 실시해 범 위반이 확인되면 엄중하게 제재하기로 했다. 중소기업·소상공인에 체불해 소자금을 1월과 2월 한시적으로 융자해주고 이달 25일부터 다음 달 5일까지 47개 전담반을 구성해 체불정산을 집중 지도하기로 했다.

정부는 생활물가 안정을 위해 설 성수품 특별 대책 기간(1.25~2.5)에 설 성수품을 평시 대비 최대 3.3배 공급하고 매일 물가 조사를 하기로 했다. 한우 선물세트는 역대 최대인 9만개를 최대 30% 할인판매하고 정부 비축 수산물 1만톤을 10~30% 산 가격에 공급한다. 배추, 무, 양파, 마늘 등의 출하 조절, 비축물량 방출 등으로 '식탁 물가'도 안정시키기로 했다. 전통시장의 전기 요금 할인(-5.9%)은 2017년까지 2년 연장하기로 했다. /연합뉴스

7층 상가건물매매

- ▶ 1층 (커피숍)
- ▶ 2층~5층 (사우나, 주택)
- ▶ 6층~7층 (설계사, 건축사)

- ※ 은행대비 최고 안정적 상가건물
- ※ 공실 없음 / 울시설 / 월세 책임보장

☆ 월수익 1,000만 (사우나 직접 운영시 2,000만) (보1억5천/ 용6억)

매가 16억

(7층상가건물, 사우나,커피숍 직영가능하므로 수익률 상승)

※주인 직매 010-6670-9800 / 010-7384-7800

신축상가 원룸 매매

전대 정문/후문 2분! (정문과후문사이)

(전대정문앞 모아아파트 후문앞 코너)

1층 (상가 2칸)

2층~3층 (원룸 6개, 투룸 2개)

4층 (주택)

(방 3개, 화장실 2개, 내부 깔끔한 화이트, 다용도실)

☆ 보 5,000만 월 500만 ☆ (용1억2천)

매가 6억 8천만

※ 상가겸 원룸건물이므로 장래 갑어치 상승 확실히 있음

010-6834-4800 010-6832-9700