인천광역시 가맹사업 정보공개서 등 분석결과 요약

2019. 12.13.

인천광역시 소상공인정책과

(담당자: 노승인 ☏440-4548)

1. 조사 목적 및 대상

◌ 목적

- 국내 프랜차이즈산업은 양적으로 꾸준히 성장하여 영업표지 수 4,882개·브랜드 수 6052개·가맹점수 243,454개
- 지난 5년 간 가맹점 수는 연 평균 5.5%의 일정한 증가추이를 보인 반면 영업표지와 브랜드 수는 증가 폭이 감소하여 가맹사업 질적 성장 모색시기
- 2007년 도입 후 현재까지 약 12개년 동안 인천광역시에서 등록한 정보공개서 조사 통해 인천시 소재 가맹사업 현황 및 문제파악·대응

◌ 조사대상 : 인천시 등록 정보공개서 전수조사

◯ 조사 항목

- 영업표지 매출액 등 재무상항, 가맹점 연평균매출액, 가맹점 수, 직영점 수, 가맹점 신규개

점·영업양도·해지 등 변동현황
- 영업표지 매출액과 가맹점 연평균매출액 관계(그래프), 영업표지 매출액과 가맹점 수 관계(그래프), 영업표지 생애주기
- 영업표지 평균사업기간, 신규 영업표지 생존기간 추이
- 상표권 등 보유현황

2. 정보공개서 분석

가. 일반현황

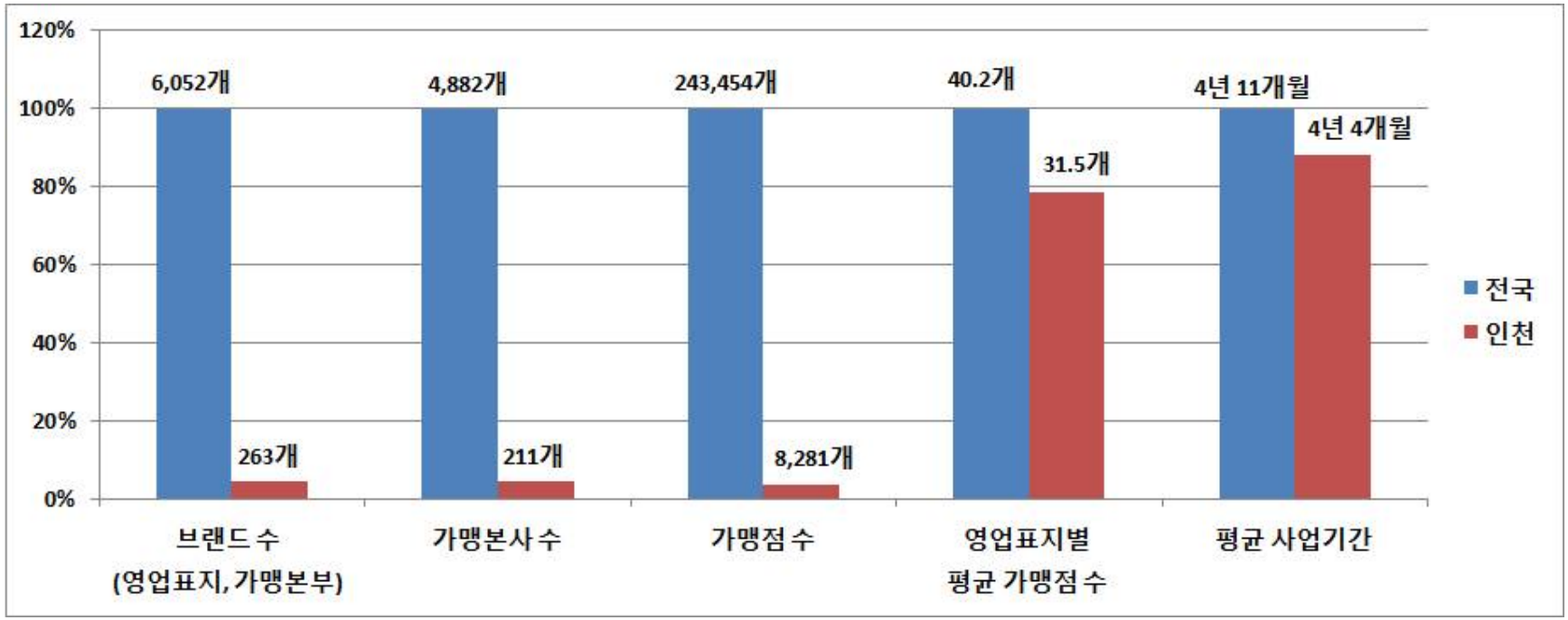
<표 2-1> 업종별 브랜드, 가맹본사, 가맹점 수, 평균사업기간 비교

구 분	전국	인천		비고
		갯수	비율[1]	
브랜드(영업표지) 수	6,052개	263개	4.3%	
가맹본사 수	4,882개	211개	4.3%	
가맹점 수	243,454개	8,281개	3.4%	인천 소재 본사의 가맹점 수[2]
영업표지별 평균 가맹점 수	40.2개	31.5개	78.4%	
평균 사업기간	4년 11개월	4년 4개월[3]	88.1%	

<출처 : 2018년 기준 가맹산업 현황 발표(공정위), 인천광역시 2019년 정기변경 등록 정보공개서>

1) 전국대비 인천광역시 비율
2) 2017년 말 기준 인천 소재 가맹점 수: 14,175개
3) 가맹사업 개시일 기준 52.15개월

<그래프 2-1> 업종별 브랜드, 가맹본사, 가맹점 수, 평균사업기간 비교



● 외식업 집중현상 심화

— 업종별 분포를 보면 인천광역시의 경우 브랜드, 가맹본사는 외식업 비중이 전국보다 7% 높고 가맹점 수의 경우 19.6%나 많은 67.7%에 달하여 외식업 치중현상이 심화되어 있음.

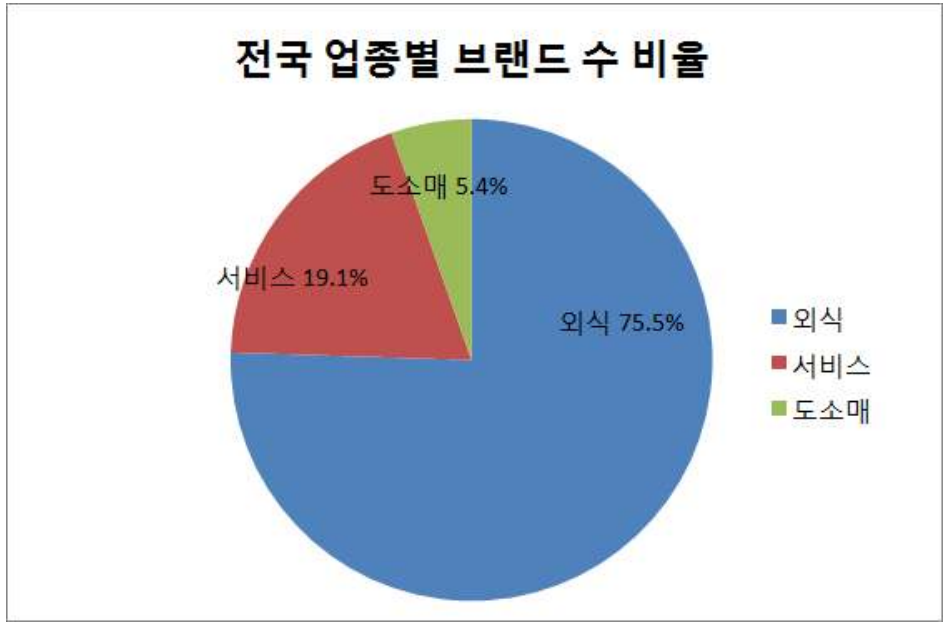
<표 2-2> 업종별 브랜드, 가맹본사, 가맹점 수 비교

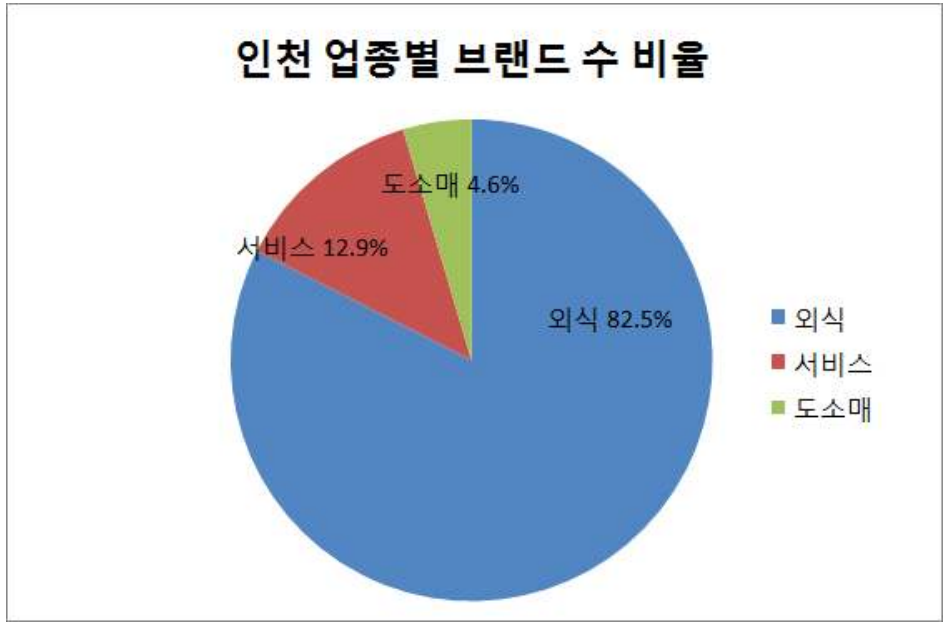
구 분		외식		서비스		도소매		계
		개 수	비 율[4]	개 수	비 율	개 수	비 율	
브랜드 수	전국	4,567개	75.5%	1,158개	19.1%	327개	5.4%	6,052개
	인천	217개	82.5%	34개	12.9%	12개	4.6%	263개
가맹본사 수	전국	3,617개	74.1%	964개	19.7%	301개	6.2%	4,882개
	인천	171개	81.0%	30개	14.2%	10개	4.8%	211개
가맹점 수	전국	117,202개	48.1%	55,022개	22.6%	71,230개	29.3%	243,454개
	인천	5,604개	67.7%	2,312개	27.9%	365개	4.4%	8,281개

<출처 : 2018년 기준 가맹산업 현황 발표(공정위), 인천광역시 등록 정보공개서>

4)전체대비 업종별 비율

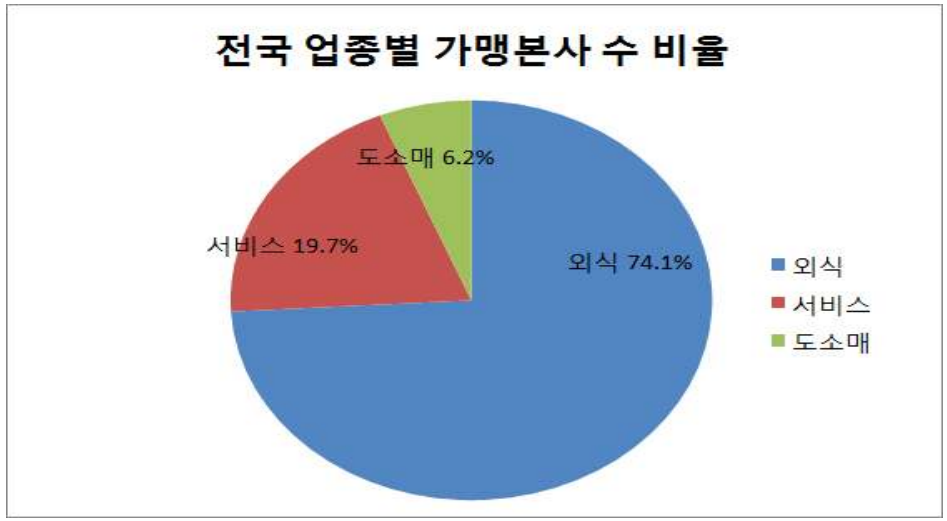
<그래프 2-2> 업종별 브랜드 수 비율(전국, 인천)

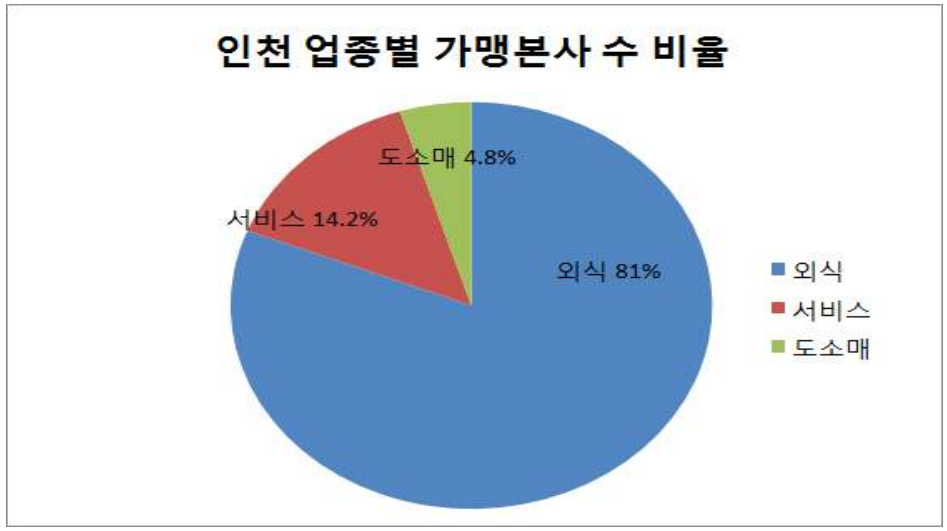




- 업종별 브랜드 수는 외식업의 경우 전국이 75.5%인데 인천의 경우 82.5%로 집중도가 심함

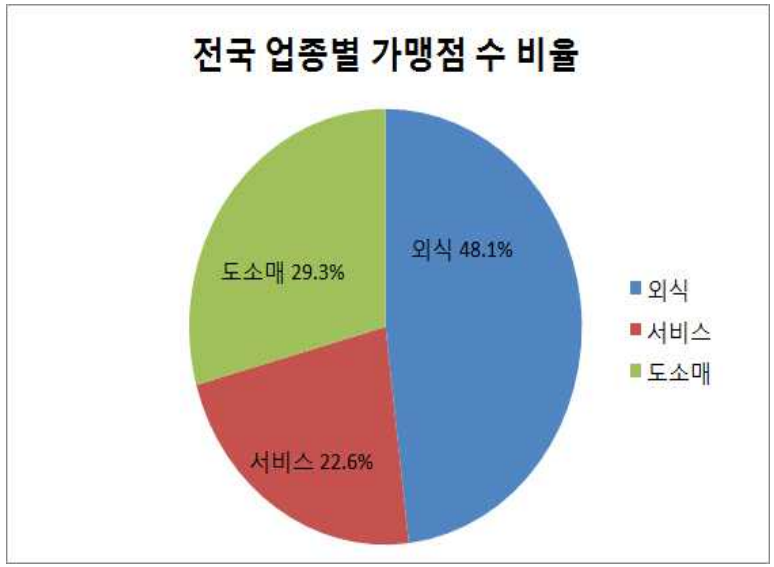
<그래프 2-4> 업종별 가맹본사 수 비율(전국, 인천)

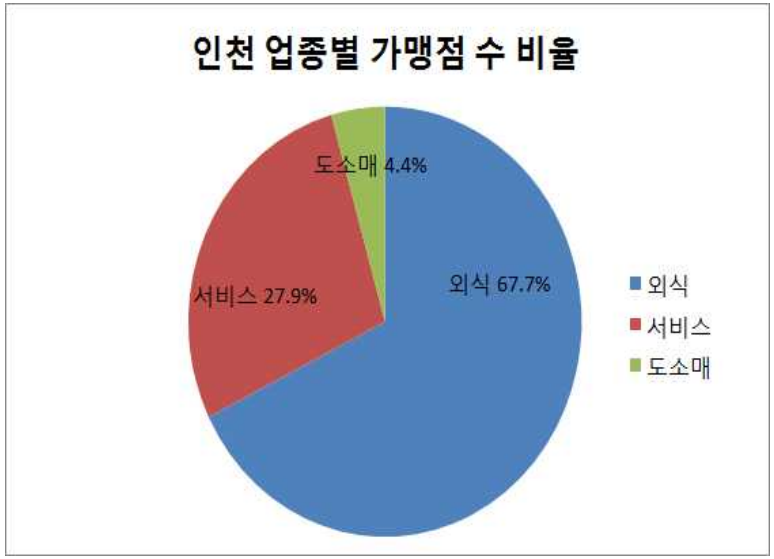




● 가맹본사의 외식업 치중과 서비스업 과소도 브랜드의 경우와 유사

<그래프 2-6> 업종별 가맹점 수 비율(전국, 인천)





● 업종별 가맹점 수 치중은 브랜드나 가맹본사 보다는 정도가 덜하기는 하지만 경향성은 동일

나. 영업표지와 가맹점의 매출(수익) 상관관계 유형

① 비례관계

: 비례 증가, 비례 감소(퇴행), 일정시점 후 비례증가

② 가맹점매출액 유지하며 본사 성장

③ 반비례관계

다. 263개 영업표지 생애주기 등 분석

○ 판단기준

점포 포화도, 당사자 수익성, 점포 안정성

○ 생애주기 단계별 영업표지 수 및 비율

- 3분의2가 초기 적응단계

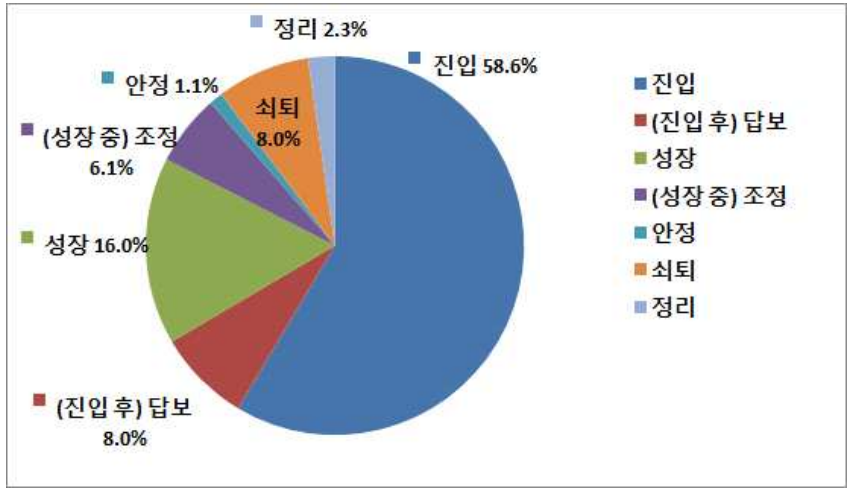
— 가맹사업을 시작하는 단계인 진입기 영업표지가 58.6%(154개)로 과반 이상. 진입 후 성장기로 나아가지 못하고 답보하고 있는 영업표지가 8%(21개)로 합하면 66.6%(175개)가 적응단계.

- 점포 수나 매출액 등이 상승세(성장)인 영업표지 수(42개)와 하락세(조정, 쇠퇴, 정리)인 영업표지가 43개(16.3%)로 유사

<표 2-3>생애주기 단계별 영업표지 수 및 비율

구분	생애주기 단계							합계
	진입	(진입 후) 답보	성장	(성장 중) 조정	안정	쇠퇴	정리	
영업표지 수(개)	154	21	42	16	3	21	6	263
비율(%)	58.6	8	16.3	6.1	1.1	7.9	2.3	100

<그래프 2-9> 생애주기 단계별 영업표지 비율



○ 수익배분 구조 불합리로 불공정성 심화 우려 영업표지 일부 존재

- 가맹본사 매출액과 가맹점 연평균매출액이 역관계로 정도가 이러한 경향이 계속될 경우 일정시점 경과 시 분쟁화 가능성 존재
- 역관계 성격이 강하게 나타나는 영업표지에 대한 사전 조치 필요

○ 가맹사업 쇠퇴로 가맹점 저매출화 등 우려 영업표지 존재

3. 영업표지 가맹사업 지속기간

가. 평균사업기간

- 인천광역시는 가맹사업 개시일 기준 52.15개월 연 환산 시 4년 4개월[5]로 나타남

나. 신규등록 영업표지 생존기간

- 2012년부터 2014년까지 신규 등록한 영업표지 5년 생존기간 분석[6].
- 신규등록 영업표지의 5개년 기간 연도별 생존율 추이가 최근으로 올수록 급격히 하락하고 있어 원인파악과 대응방안 필요.
  예) 가맹사업 환경 악화, 가맹사업 진입 영업표지 경쟁력 약화 등

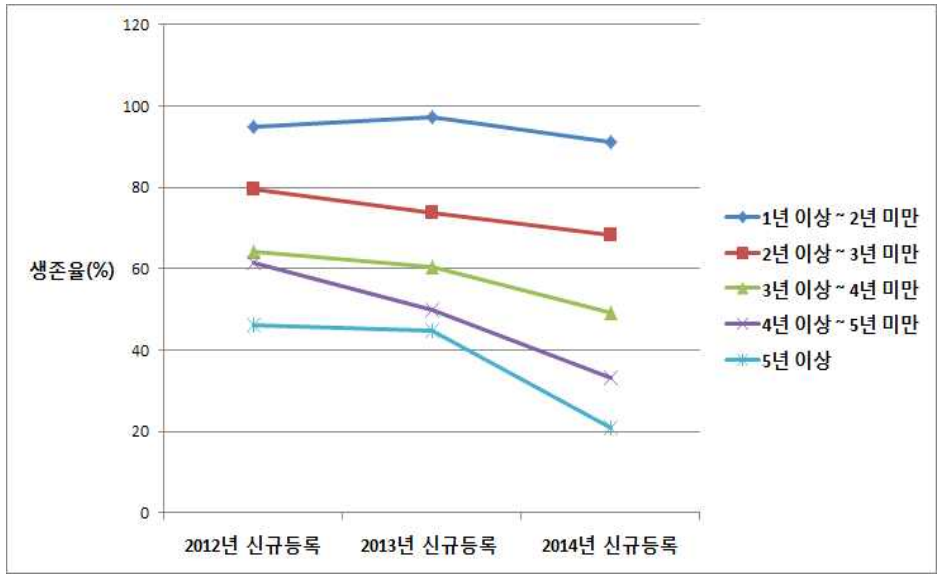
- 신규등록 영업표지 5년 이상 생존율

5) 평균 1,590일. 참고) 정보공개서 등록일 기준 경우 3.64년(1,329일,43.58개월)
6) 2019년 기준 현재 등록취소되지 않은 브랜드는 현재 사업유지중인 걸로 간주. 최종등록일이 2018년이라도 아직 등록취소되지 않았을 시 사업 중인 걸로 간주

<표 3-1> 신규등록 영업표지 5년 생존기간 분석

구 분	신규등록 영업표지수 (개)	1년 이상 ~2년 미만		2년 이상 ~ 3년 미만		3년 이상 ~ 4년 미만		4년 이상 ~ 5년 미만		5년 이상	
		수(개)	비율(%)	수(개)	비율(%)	수(개)	비율(%)	수(개)	비율(%)	수(개)	비율(%)
2012년 신규등록	39	37	94.9	31	79.5	25	64.1	24	61.5	18	46.2
2013년 신규등록	38	37	97.4	28	73.7	23	60.5	19	50	17	44.7
2014년 신규등록	57	52	91.2	39	68.4	28	49.1	19	33.3	12	21.0
합계	134	126	94.0	98	73.1	76	56.7	62	46.3	57	42.5

<그래프 3-4> 신규등록 영업표지 3개 기간별 생존율 추이



4. 상표권 등 지식재산권 등록현황

<표 4-1> 상표권 등 지식재산권 등록현황 분석

구분	법인	대표자 개인	임직원 및 특수관계인	제3자	출원 중	없음	상이	합계
개수	53	103	20	18	29	47	7	270[7]
비율	19.6%	38.1%	7.4%	6.7%	10.7%	17.4%	3%	100.00%

● 정보공개서 기재와 특허정보넷(http://www.kipris.or.kr/khome/main.jsp) 정보 상이

— 7개 영업표지(2.95%)가 정보공개서 기재내용과 확인된 사실이 다름. 허위과장된 정보제공의 우려도 제기되는 사안으로 조치 필요