

작년 프랜차이즈 가맹점 2.5만개 ↑ ...매출 84.8조 3년 만에 최고

가맹점 수 10.6% ↑ ...역대 최고 증가율
매출액 전년 대비 14.2% 증가...회복세
가맹점당 종사자 수 2년째 ↓ ...'무인화'

지난해 프랜차이즈 가맹점 수는 26만개로 전년보다 10% 넘게 늘어 역대 최고 증가율을 보였다. 매출액은 84조8000억원으로 2018년 이후 가장 커 코로나19로 감소했던 가맹점 매출액이 점차 회복되고 있는 모습이 다.

반면, 가맹점당 종사자 수는 2년 연속 감소세를 보였는데, 배달 중심의 식문화와 무인결제시스템 확산에 따른 결과로 풀이된다.

◆프랜차이즈 가맹점 10.6% 증가...역대 최고 증가율

통계청이 26일 발표한 '2021 프랜차이즈 조사 결과'에 따르면 지난해 프랜차이즈 가맹점 수는 26만개로 전년 대비 10.6%(2만

5000개) 증가했다. 통계를 작성한 2013년 이후 가장 높은 증가율이다.

가맹점수 상위 3대 업종은 편의점 4만9000개(18.9%), 한식 4만1000개(15.6%), 치킨전문점 2만9000개(11.0%) 순이었다. 세 가지 업종이 전체의 절반 가량인 45.5%를 차지했다.

외국식 3200개(38.0%), 김밥·간이음식 3000개(19.2%), 안경·렌즈 600개(17.7%) 등 대부분의 업종에서 증가했고, 생맥주·기타주점은 300개(-2.6%) 감소했다.

통계청 관계자는 "프랜차이즈는 창업하기 용이하고 안정성이 있어 계속 늘어나고 있다"며 "특히 코로나 이후 배달과 테이크아웃 위주의 식당들이 느는 추세"라고 설명했다.

◆가맹점 매출액 84조8000억원...3년 만에 최고치

코로나19로 꺾였던 매출액이 지난해 첫 회복세를 보였다.

가맹점 매출액은 84조8000억원으로 전년 대비 14.2%(10조5000억원) 증가했다. 2018년 이후 최고치다. 김밥·간이음식(41.2%), 외국식(38.3%), 한식(24.2%) 등 대부분의 업종에서 매출액이 증가했으나 가정용 세탁(-12.9%)은 감소했다.

매출액 1위 업종은 편의점(24조1000억원·28.4%), 2위는 한식(11조1000억원·13.1%), 3위는 치킨전문점(6조6000억원·7.8%)로 전체의 49.3%를 차지했다.

가맹점당 매출액은 전년보다 3.3%(1040만원) 증가한 3억2660만원으로 나타났다. 김밥·간이음식(18.5%), 치킨전문점(16.9%), 문구점(11.2%) 등은 전년 대비 증가했으나 가정용 세탁(-13.2%), 편의점(-0.5%), 피자·햄버거(-0.1%)는 감소했다.

종사자 1인당 매출액도 1억160만원으로 지난해보다 9.8%(910만원) 증가했다.

◆가맹점당 종사자 수는 2년 연속 감소세 '무인화 영향'

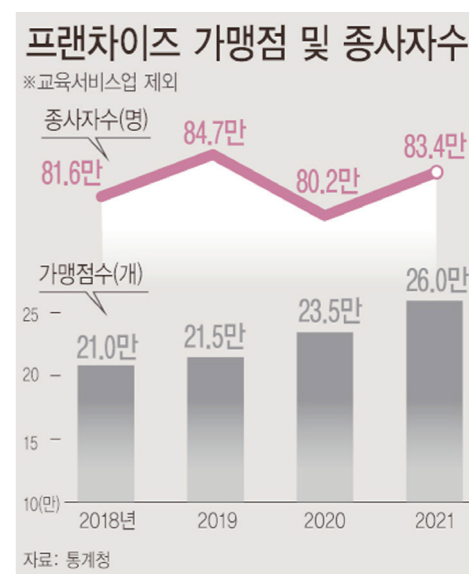
전체 가맹점 종사자 수는 늘었지만 가맹점당 종사자 수는 2년 연속 감소했다.

전체 가맹점 종사자 수는 83만4000명으로 전년보다 4.0%(3만2000명) 늘었다. 외국식 7600명·20.4%, 커피·비알콜음료(1만2900명·16.6%), 김밥·간이음식(5900명, 13.0%) 등은 증가했고, 생맥주·기타주점(1800명, -6.9%), 가정용 세탁(500명, -6.7%) 등은 감소했다.

가맹점당 종사자 수는 3.2명으로 전년에 비해 5.9%(0.2명) 감소했다. 제과점(0.0%), 커피·비알콜음료(0.1%), 자동차 수리(0.2%)를 제외한 대부분 업종에서 줄었다.

특히 외국식(3.9명·-13.3%), 한식(2.9명·-9.4%), 안경·렌즈(2.4명·-7.7%) 등에서 감소했다.

통계청 관계자는 "코로나19의 영향으로 가맹점에 배달과 테이크아웃이 많아지고 무인결제시스템이 도입되는 등 무인화된 영향이 나타난 것으로 보인다"고 말했다.



지역별 가맹점 수는 경기(6만9000개), 서울(4만6000개), 경남(1만8000개), 부산(1만7000개) 순으로 많았고, 수도권이 49.6%를 차지했다. 인구 만명당 가맹점 수는 제주(61.5개), 강원(57.5개), 울산(54.7개) 등이 많았다.

최이슬기자

9900원 가성비갑 와인 '디아블로' 가격인상

새해부터 행사 가격 30% 인상 예정



1만원이 채 안 되는 가격으로 인기를 끌고 있는 대표 '가성비' 와인 '카시에로 델 디아블로 레드'가 새해부터 행사 가격을 30% 인상한다.

26일 업계에 따르면 GS25 등 편의점에선 기존 9900원에 판매하던 와인 디아블로 레드 가격을 내달 1일부터 1만2900원으로 올린다.

디아블로 레드 가격은 1만4900원까지 오른 행사가 진행될 예정이다.

사를 통해 9900원에 판매해왔다. 이번에도 행사가를 올리는 것이다. 우선 한

달 간 디아블로 레드 한병당 행사가를 1만2900원으로 적용한 뒤, 추후 상황에 따라 변동할 예정이다.

일반적으로 편의점 행사는 짧게는 3일, 길게는 한 달에 걸쳐 진행된다. 하지만 디아블로 레드와 같은 행사 가격은 그동안 약 3개월 동안 유지됐던 만큼 소비자들의 인상 체감은 더 커질 것으로 보인다.

디아블로는 약 130개 국가에 수출하는 인기 와인 중 하나로 미국과 영국, 캐나다, 일본 등 주요 와인 소비국에서 절대 와인 중 판매 1위 자리를 지키고 있다.

2010년엔 영국 프리미어리그 맨체스터 유나이티드와 공식 스폰서십을 맺고, 2011년 HSBC 골프 공식 스폰서를 맡기도 했다.

국내에선 와인 브랜드 중 처음으로 TV 광고를 진행하는 등 본격적인 시장 공략에 나서기도 했다.

실제로 디아블로 레드 수입하는 아영FBC의 매출은 와인 시장에서 입지를 넓히며 2019년 565억원에서 2020년 692억원, 2021년 1010억원으로 꾸준히 상승하고 있다.

아영FBC 측은 "최근 수입 원가가 오르면서 디아블로를 취급하는 모든 채널의 판매가 인상을 검토 중이지만, 구체적으로 정해진 바는 없다"고 말했다.

서선욱기자

홈플러스, 네이버와 손잡고 '1시간 즉시배송' 제공



홈플러스는 지난 21일 '네이버 장보기'에 공식 입점해 네이버 이용자에게 '1시간 즉시배송' 서비스를 제공하고 있다고 26일 밝혔다.

홈플러스가 지난해 2월 선보인 '1시간 즉시배송'은 고객들이 가까운 슈퍼마켓에서 신선식품과 간편식을 많이 구매한다는 트렌드를 겨냥한 서비스다.

고객이 주문 시 채소, 축산, 유제품, 가공식품 등 다양하고 신선한 상품을 전국 33개 도시의 253개 홈플러스 익스프레스에서 1시간 내외로 고객에게 배송하는 방식으로 운영된다. 오후 10시까지 서비스를 제공한다.

고객들은 이제 네이버에서도 직접 '1시간 즉시배송'을 이용해 상품을 구매하게 되는 만큼,

오후 10시까지 서비스 제공

네이버플러스 멤버십 혜택 등을 함께 받아 장바구니 부담을 줄일 수 있을 것으로 보인다.

홈플러스는 네이버와 제휴를 통해 고객 경험 및 접점을 다각화하고, 20% 이상의 추가 매출을 확보한다는 계획이다. 또한 신선 상품의 빠른 배송을 원하는 고객 수요가 지속 증가하는 점을 고려해 오프라인 슈퍼마켓(홈플러스 익스프레스) 매장을 기반으로 온라인 배송의 강점을 결합한 쿠팡이츠 사업도 지속 확대해 나갈 전망이다.

이태시 홈플러스 온라인사업부부장(전무)은 "연초 홈플러스가 내건 온라인 전략을 바탕으로 고객과의 접점을 다각화하고 만족도 향상을 위해 네이버와 제휴하게 됐다"며 "홈플러스는 그동안 축적한 온라인 사업 노하우와 경험을 바탕으로 시행 중인 '마트직송', '오늘밤 마트직송', '1시간 즉시배송' 등 다양한 서비스를 제공 및 발전시켜 온라인 주문이 편리한 쇼핑 채널로 거듭나기 위해 노력할 것"이라고 말했다.

김재환기자

사무실에서 색다른 회식...생활공작소 '부드러운 회식존'

'생공적인 회식생활' 이벤트 동시 진행

생활공작소가 기업문화 프로그램 차원으로 사무실 내 오비맥주 한팩이 운영하는 '부드러운 회식존'을 설치한다고 26일 밝혔다.

부드러운 회식존은 업무의 연장선으로 느껴지는 기존의 퇴근 후 회식 문화가 아닌, 일과 중에도 즐길 수 있는 다채로운 형태의 회식 문화를 제안한다.

해당 캠페인의 취지에 공감한 생활공작소는 오는 30일까지 서울시 영등포구 오피스 내 한팩 부드러운 회식존을 연다.

공간은 구성원들이 자유롭게 맥주 한 잔을

결들이며 편하게 회식을 즐길 수 있도록 마련됐다. 부드러운 회식 16장 게임, 회식 대화 주제 카드, 랜덤 이펙트 등 다양한 콘텐츠도 준비돼 색다른 회식 경험을 선사한다.

이번 협업을 기념해 생활공작소는 이날부터 공식 인스타그램을 통해 '생공적인 회식생활' 이벤트도 진행한다. 빈칸 퀴즈 이벤트 형식으로 관련 게시글에 정답을 댓글로 남기면 자동 참여가 완료된다.

정답을 맞힌 20명에게는 손소독제, 일회용 가글 등 생활공작소의 인기 제품과 한팩 부드



러운 회식 굿즈 등으로 구성된 '생공적 회식세트'가 제공된다.

뉴스

테팔, 투인원 '무선청소기' 출시...29일 공개

청소기 헤드에 먼지 흡입구·회전 물걸레 장착 2 in 1 제품

테팔이 '무선청소기 엑스 콤보'를 새롭게 선보인다. 테팔은 오는 29일 오전 9시25분 롯데홈쇼핑을 통해 무선청소기 엑스 콤보를 최초 공개한다고 26일 밝혔다.

이 제품은 청소기 헤드에 먼지 흡입구와 회전 물걸레가 함께 장착돼 있는 2 in 1 제품으로 먼지 제거 후 걸레질을 따로 해야 하는 번거로움을 없앴다. 물걸레는 분당 최대 400회 회전하며 바닥의 오염물질을 닦아낸다.

분당 최대 4만4000회 회전하는 먼지 흡입 모터와 분당 최대 1만1000회 회전하는 물걸레 모터도 장착됐다. 여기에 테팔의 사이클론 기술이 적용돼 오랫동안 강력한 흡입력을 지속한다는 장점이 있다.

상황에 맞게 쓸 수 있는 3개의 청소 모드도 탑재됐다. ▲먼지 흡입·물걸레 동시 사용 모드 ▲물걸레 전용 모드 ▲먼지 흡입·마른걸레 동시 사용 모드가 있어 목적에 따라 원하는 기능으로 선택할 수 있다.

해당 제품은 22V 고용량의 리튬이온 배터리로 최대 60분간 사용 가능하다.

오유나기자



내년 전국 민영아파트 25만여 가구 분양...9년 만 '최저'

내년에는 전국에서 민영아파트 25만여 가구가 분양 예정인 것으로 나타났다.

부동산R114는 2023년 민영아파트(민간분양+민간임대) 분양계획을 조사한 결과 전국 303개 사업장에서 총 25만8003가구가 분양 예정인 것으로 나타났다고 26일 밝혔다.

계획물량 기준으로 2014년(20만5327가구) 이후 가장 적고, 지난해(41만6142가구) 대비 38% 감소한 수준이다.

경기 둔화와 미분양 우려로 분양물량을 축소 계획하거나 아직 사업계획을 수립하지 못하고 있는 건설사들이 상당수여서, 2023년에

는 민간의 주택공급이 부진한 흐름을 이어갈 전망이다.

권역별 분양 예정물량은 수도권 11만6682가구(45.2%), 지방 14만1321가구(54.8%)다. 수도권에서는 경기도 7만521가구가 가장 많고 ▲서울 2만7781가구 ▲인천 1만8380가구 순으로 조사됐다.

지방에서는 부산이 2만7661가구가 가장 많은 분양예정 물량이 조사됐다. ▲대구 1만5435가구 ▲경남 1만4656가구 ▲충남 1만4442가구 ▲광주 1만2937가구 ▲충북 1만2771가구 ▲대전 1만686가구 순으로 집계됐

다. 올해 민영아파트 분양시장은 계획물량(41만6142가구)의 73%인 30만1412가구(예정물량 포함)만 실제로 이어졌고 일부는 내년으로 이월됐다.

서울 송파구 '잠실진주재건축' 2678가구, 경기 광명시 '광명5R구역' 2878가구, 성남시 '성남중1구역' 1972가구 등이 2023년에 공급될 전망이다. 다만 금리 인상, 경기 침체 우려 등으로 시장 불확실성이 해소되지 못하고 있어 실제 실적으로 연결될지는 지켜볼 필요가 있다.

이슬비기자