

골목마다 ‘뽕다방’…개점률 1위

상위 10개 커피브랜드 가맹점 현황

폐점률은 ‘카페베네’ 가장 높아
연매출액 ‘투썸플레이스’ 최고
타 브랜드보다 넓은 매장 영향

한국공정거래조정원은 2015년 기준 가맹점 수가 많은 상위 10개 커피브랜드의 가맹점 수, 연평균매출액을 분석한 프랜차이즈 비교정보를 발표했다.

커피전문점 창업을 염두에 둔 사람이라면 꼭 알아야 할 귀한 정보다.

비교결과 가맹점 수는 이디야커피가 1577개로 가장 많았다. 가맹점 증가율과 가맹점 신규개점률은 뽕다방(1616.7%,94.2%), 가맹점 폐점률은 카페베네(14.6%)가 가장 높았다. 연평균매출액은 투썸플레이스가 4억8289만원으로 최고였다. 타 브랜드보다 매장면적이 넓기 때문으로 보인다.

가맹점의 면적에 비례해 가맹점 연평균매출액이 증가했는데 투썸플레이스, 카페베네, 엔제리너스, 파스쿠찌등가맹점면적이 130㎡를 넘는 브랜드의가맹점 연평균매출액은 모두 3억원 이상이었다. 반면 가맹점 면적이 30㎡ 이하인 요거프레소와 커피베이는 1억원가량으로 조사됐다.

가맹금, 교육비 등 최초 가맹금과 인테리어, 설비비용은 각각 3915만원, 2억8771만원으로 투썸플레이스가 가장 높았다. 가맹금이 비교적 높고, 상대적으로 넓은 매장면적(약 148.7㎡) 탓에 인테리어 비용도 높아졌다.

상대적으로 매장면적이 넓지 않은 커피베이(26.4㎡)는 인테리어 등의 비용이 4169만원으로 가장 낮았다. 면적당인테리어 비용을 산정한 결과 뽕다방이 805만원으로 가장 높고, 파스쿠찌가 490만원으로 가장 낮았다.

커피 가맹점 대부분이 가맹본부에 매월 최소 11만원부터 88만원, 매출액의 2.5%부터 5%까지의 로열티를 지급하며, 광고비는 가맹점과 가맹본

2015년 커피 프랜차이즈 브랜드별 가맹점수 및 가맹사업자 연평균매출액						
브랜드	가맹점수(개)	가맹점증가율(%)	가맹점신규개점률(%)	가맹점폐점률(%)	가맹점연평균매출액(천원)	인테리어 비용(㎡당 기준)(천원)
이디야커피	1,577	27.1	22.3	1.3	239,845	49.6
카페베네	821	7.3	7.8	14.6	308,207	132.2
엔제리너스	813	2.4	5.7	7.9	329,019	132.2
요거프레소	768	22.3	24.5	7.7	111,082	26.4
투썸플레이스	633	17.9	19.4	5.0	482,889	148.7
커피베이	415	33.0	33.3	11.3	102,001	26.4
뽕다방	412	1,616.7	94.2	0.2	288,635	33.0
할리스커피	361	5.9	13.7	8.6	351,209	99.1
탐앤탐스커피	357	0.3	9.1	9.4	미상정	99.1
파스쿠찌	353	11.0	14.1	4.6	369,301	132.2

★부가세 포함 금액
◆‘뽕다방’은 가맹본부가 가맹점에 공급하는 원재료 등 금액으로 가맹점 매출액을 추정하는 방식
●‘탐앤탐스커피’는가맹점 매출액을 파악하지 않음

2015년 커피 프랜차이즈 브랜드별 가맹금 및 기타 창업 비용				
브랜드	최초 가맹금(천원) (가맹금, 교육비, 보증금 등)	기타비용(천원) (인테리어, 장비 및 장비, POS 구입비 등)	인테리어 비용 : 3.3㎡당 상당 기준면적(㎡)	인테리어 등 비용 (천원)
이디야커피	16,000	85,950	49.6	4,997
카페베네	16,000	255,450	132.2	6,023
엔제리너스	26,440	231,000	132.2	5,583
요거프레소	16,000	48,950	26.4	5,088
투썸플레이스	39,150	287,705	148.7	5,697
커피베이	13,800	41,690	26.4	5,211
뽕다방	11,600	86,526	33.0	8,052
할리스커피	21,000	160,900	99.1	5,070
탐앤탐스커피	21,000	185,200	99.1	5,740
파스쿠찌	25,950	201,520	132.2	4,901

★인테리어, 간판, 집기·설비 등 면적에 비례해 증가하는 비용만 계산

부가 부담했다. 커피 가맹점의 계약기간은 최초 1년 내지 3년으로 시작해 최초 계약기간이 만료된 때에는 다시 1년 내지 3년 단위로 계약의 갱신이 이뤄진다.

영업지역은 대부분 가맹점 반경 100m부터 500m까지로 설정되어 있으며, 일부 브랜드는 계약체결 시에 합의를 통해 정하고 있다.

성장성 측면에서 자산증가율은 이디야커피(119.2%), 매출액 증가율은 할리스커피(35.2%), 영업이익증가율은 뽕다방(73.3%)이 가장 높았다. 안정성 측면에서 요거프레소가 부채비율(35%)이 가장 낮고, 자본비율(74%)이

가장 높았다. 수익성 측면에서 이디야커피가 영업이익률(12.1%), 매출액순이익률(9.7%)과 자기자본순이익률(45%)이 가장 높았다.

공정거래조정원은 올해 2월에 발표한 치킨업종과 이년에 발표하는 커피업종에 이어 앞으로 피자, 편의점 등 주요 프랜차이즈 업종을 대상으로 프랜차이즈 비교정보를 발표할 계획이다. 커피업종의 자세한 프랜차이즈 비교정보는 공정거래조정원 홈페이지(www.kofair.or.kr)나 공정거래위원회 가맹사업거래 홈페이지(franchise.ftc.go.kr)에서 확인할 수 있다.

김종진 기자 marco@donga.com

경제현장.jpg



이동통신사들이 배터리 폭발 논란으로 공식 리콜이 결정된 삼성전자의 스마트폰 ‘갤럭시노트7’ 신제품 교환을 시작했다. 19일 서울 중구 L G유플러스 매장에서 직원이 신제품 교환과 관련한 상담을 진행하고 있다.

버튼만 누르면 생필품이 자동주문

SKT·11번가 ‘스마트 버튼 콕’ 출시

버튼만 누르면 자동으로 생필품을 주문·결제할 수 있는 서비스가 나왔다. SK텔레콤은 오픈마켓 11번가와 함께 ‘스마트 버튼 콕’을 출시한다고 19일 밝혔다. 생수와 세제, 물티슈, 기저귀 등 생활필수품이 필요할 때 버튼만 누르면 자동으로 주문·결제되고 배송까지 해주는 간편 쇼핑 서비스다. 버튼은 집안의 와이파이 망을 통해 SK텔레콤의 스마트홈 애플리케이션(앱)이 설치된 스마트폰과 연동된다. 새끼손가락 정도의 크기로 자식과 고리가 포함돼 있어 냉장고와 세탁기, 부엌 찬장 등에 간편하게 부착할 수 있다.

11번가 직매입상품 코너 ‘나우 배송’을 이용한 고객 총 5만명에게 스마트 버튼 콕을 무료 제공할 예정이다. 소비자는 최초 주문시 앱을 이용해 생필품 항목과 수량, 결제 방법, 배송지 등을 지정하면 다음 주문부터는 앱 실행이나 로그인하지 않아도 버튼만 누르면 간편하게 주문할 수 있다. 버튼 한 개당 총 3가지 품목까지 동시에 지정할 수 있으며 초기 설정한 동일 수량을 반복 주문할 수 있다. 품목과 수량 변경은 앱을 통해 가능하며 실제로 버튼을 여러 차례 누르더라도 한번에 하나의 주문만 인식해 중복 주문 우려가 없다. SK텔레



SK텔레콤이 11번가와 함께 버튼만 누르면 생필품을 주문·결제할 수 있는 간편 쇼핑 서비스 ‘스마트 버튼 콕’을 출시했다. 버튼과 앱을 소개하고 있는 모델들. 사진제공 L SK텔레콤

콤과 11번가는 라면, 생수, 휴지, 세제, 기저귀 등 생필품 총 60종을 우선 선정했으며, 향후 품목을 확대할 계획이다.

김영근 기자 dionys@donga.com

오늘·내일 ‘서울공정관광 국제포럼’

최근 제주에서 무비자로 입국한 중국인 관광객이 일으킨 사건이 이슈가 됐다. 서울의 관광명소로 떠오른 북촌, 이화마을은 몰려드는 관광객 때문에 주민들이 불편을 호소하고 갈등을 빚는다는 뉴스가 자주 등장하고 있다.

늘어난 관광객들을 피해서 주민이나 지역의 오래된 상점들이 이주하는‘투어리스트피케이션(touristification)’은 이제 사회문제가 됐다.

2018년 외래 관광객 2000만 명 시대를 앞두고 관광객과 관광지 주민, 관광사업자 등이 공정한 거래와 소통을 통해 지속가능한 관광을 만들어가는 ‘공정관광’이 새로운 화두로 떠오르고 있다. 20일과

21일에 서울 흥은동 그랜드힐튼호텔에서 열리는‘2016 서울 공정관광 국제포럼’은 관광산업 발달로 발생하는 각종 부작용을 해소하기 위해 관련 전문가들이 모여 해결방안을 논의하는 자리다.

UN 산하 세계관광기구(UNWTO)에 따르면 2015년 국제관광객 수는 12억여 명. 2030년에는 18억 명으로 늘어날 것으로 예상된다. 국제관광객 수가 급증하고 도시관광의 비중이 커지면서 각종 부작용이 세계 각국에서 속출하자, UNWTO는 2017년을‘지속가능한 관광의 해’로 선정했다.

이번 ‘서울공정관광 국제포럼’에서는 20일‘대도시와 지속가능한 관광’을 주

이젠 자동차도 온라인 판매시대

옥션, 쉐보레 ‘더 뉴 아베오’ 판매
한국지엠 본사와 제휴 10대 내놔

이제 자동차도 온라인으로 판매한다. 오픈마켓 옥션은 한국지엠 본사와 손잡고 26일 정오부터 쉐보레 ‘더 뉴 아베오’ 10대를 선착순 한정 판매한다고 19일

밝혔다. 앞서 티벳몬스터가 재규어 신차를 판매한 적은 있지만 영업점이 아닌 본사와 직접 제휴를 통해 신차를 온라인으로 판매하는 것은 이번이 처음이다. 이번에 판매하는 차량은 더 뉴 아베오 세단 L T(자동변속기) 모델로 기본가격은 1779만원이다. 옥션을 통해 계약금 200만원을 결제하고, 담당 카매니저를

통해 차량 옵션 등 상세 내역을 설정한 뒤 최종 금액을 결제하면 된다.

할인혜택도 제공한다. 옥션을 통해 더 뉴 아베오를 구매하는 고객에게는 스마일캐시 500만원을 증정한다. 스마일캐시는 옥션에서 현금처럼 사용할 수 있는 e머니로 일종의 캐시백 할인이다. 또 26일까지 쉐보레 대리점을 통해 사전 계약을 하는 고객에게도 옥션 스마일캐시 10만원을 증정할 예정이다.

김영근 기자

KT&G, 디스 아프리카 지포 한정판 판매

KT&G가 명품라이프 브랜드 ‘지포(Zippo)’와 두 번째 디자인 협업한 ‘디스 아프리카’ 디스 아프리카 지포 한정판’을 3주간 판매한다. 이번 한정판은 디스 아프리카 ‘마파초’, ‘물라’, ‘물라’의 맛은 그대로 유지하면서 지포 라이터 고유의 메탈 느낌을 살리기 위해 패키지에 각각 재규어, 코끼리, 버팔로를 입체적으로 삽입했다. 아프리카의 야생적인 이미지와 감성을 독특하게 구현했다. ‘디스 아프리카 지포 한정판’ 3종은 각각 타르 5.0mg, 니코틴 0.4mg으로 기존 제품과 동일하며, 가격은 갑당 4500원이다.

양형모 기자

스마일게이트 ‘패밀리런’ 개최
스마일게이트는 초록우산 어린이재단과 공동으로 ‘2016 패밀리런’을 11월 6일 상암 월드컵공원 평화광장에서 연다고

19일 밝혔다. 스마일게이트가 서비스 중인 인기 레이스 게임 ‘테일즈런너’와 연계한 기부 행사다. 참가비 전액은 초록우산 어린이재단에 전달돼 학업에 어려움을 겪고 있는 베트남 어린이들의 교육 환경 개선 사업을 위해 사용된다. 참가 대상은 만 7세 이상 어린이 및 청소년과 동반 가족으로 신청은 공식 홈페이지(www.familyrun.co.kr)에서 진행된다. 참가비는 1인당 1만원이다.

라이카 즉석카메라 ‘소프트’ 출시



라이카 카메라 코리아는 즉석 사진 카메라 ‘라이카 소프트’를 출시한다. 빠르고 간편한 조작법이 강점이며 자동 모드를 비롯해 파티&피플, 스포츠&액션, 매크로 등 다양한 촬영 모드를 지원한다. 다중촬영과 장노출 등의 기능도 적용했다.

포트레이트 모드와 두 가지 옵션의 셀프 타이머 모드로 지원한다. 셀프 포트레이트 촬영을 쉽게 할 수 있도록 전방에 직사각형 거울을 갖추고 있다. 화이트, 오렌지, 민트 총 3가지 색상이며 11월 중순부터 판매 예정이다.

김영근 기자

BGF리테일, 독도사랑 자전거 축제

BGF리테일은 10월 30일 열리는 독도사랑 자전거 축제 ‘2016 CU around Korea for Dokdo’ 행사를 위한 참가자 모집을 다음달 3일까지 진행한다. 비경쟁 자전거자율레이스로 참가자들은 독도 응원 메시지가 새겨진 셔츠를 입고 전국 각지에서 ‘독도의 날’을 알리게 된다. 기존 자전거 레이스 행사와 달리 정해진 출발점이 없다. 참여자는 행사 당일 정해진 시간 내에 자신이 원하는 출발점에서 라이딩을 시작하면 된다. 라이딩 도중 사전에 발송된 모바일 상품권을 사용해 인근 CU 매장에서 보급품을 구입하고 인증샷을 찍어 소셜네트워킹서비스(SNS)에 업로드하면 자동으로 참여가 인증된다. 자세한 내용은 홈페이지(www.aroundkorea.co.kr)에서 확인할 수 있다.

지(www.aroundkorea.co.kr)에서 확인할 수 있다.

김영근 기

제주항공, 에어카페 국내선으로 확대



애경그룹 계열의 제주항공은 국제선에서 운영하던‘에어카페’를 22일부터 국내선으로 확대한다. 국내선 에어카페는 커피, 주스, 콜라 등의 음료와 간식류, 모형 비행기 등을 판매한다. 제주항공은‘에어카페’국내선 도입 기념으로 제주감귤주스세트(2개입)를 구입하면 주스를 하나 더 주는 ‘2+1 행사’를 진행한다. 제주항공은 2013년 9월부터 국제선 기내에서‘에어카페’를 운영해 스낵과 음료, 기념품 등을 판매하고 있다.

종의 맥주 브랜드를 경험할 수 있다. 월-목요일은 오후 7시부터 오후 10시까지, 금-토요일은 오후 10시부터 자정 12시까지다. 입장료는 세금을 포함해 4만8000원. 자세한 문의는 02-799-8601.

핀에어, 스톱오버 한국어 사이트 오픈



핀란드 국영 항공사 핀에어는 ‘스톱오버 핀란드’한국어 사이트를 오픈했다. 핀에어를 이용하는 승객들은 핀에어 홈페이지 내 스톱오버 프로그램 한국어 사이트에서 헬싱키를 경유 항공권 구입 시 스톱오버 핀란드 패키지를 함께 예약할 수 있다. 스톱오버 핀란드 패키지는 헬싱키 시내 관광, 국립공원 트레킹부터 핀란드 북부지역인 라플란드 투어 등 다양한 투어 프로그램과 액티비티로 이루어져 있다.