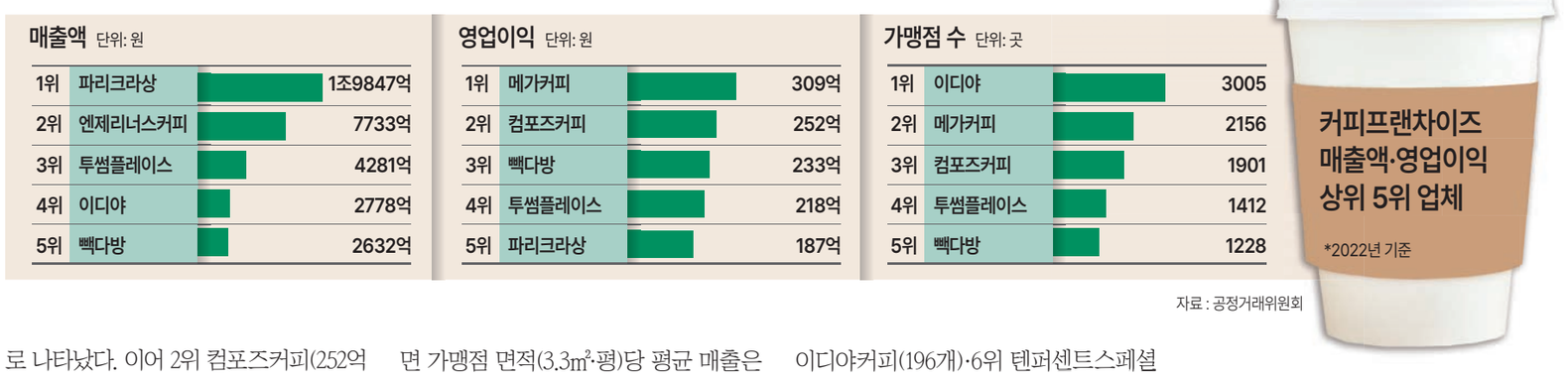
메가커피 영업익 업계 1위… 가맹점 매출은 19위

가맹점 많을수록 본사 매출·영업이익에 유리
본사 영업이득 톱5, 가맹점 평균 매출 하위권
시장 포화… 예비 창업자, 브랜드 파워에 더 민감



공정위 커피프랜차이즈 분석

국내 프랜차이즈 커피 시장이 포화상태에 이르면서 브랜드 인지도가 예비 창업자에게 중요한 요소로 작용한다. 다만 소비자들이 익숙한 컴포즈커피·메가커피 등 커피 프랜차이즈 가맹점 평균 매출은 높지 않은 것으로 조사됐다. 반면 가맹본사의 영업이익은 상위 5위안에 포진해 있어 가맹점 수가 많을수록 본사의 영업이익에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

12일 스카이데일리가 공정거래위원회 가맹정보 시스템에 등록된 2022년 기준 커피 프랜차이즈를 분석한 결과 가맹점 수 1위는 이디야(3005개)로 나타났다. 이어 2위 메가커피(2156개)·3위 컴포즈커피(1901개)·4위 투썸플레이스(1412개)·5위 빽다방(1228개)·6위 더벤트(993개)·7위 하삼동커피(507개)·7위 나우커피(504개)·8위 파스쿠찌(494개)·커피베이(471개) 등이다.

매출 1위와 2위는 파리크라상(1조9847억 원)과 엔제리너스커피(7733억 원)로 나타났다. 3위에서 5위는 투썸플레이스(4281억 원)·이디야(2778억 원)·빽다방(2632억 원)이 차지했다. 메카커피(1748억 원)와 컴포즈커피(737억 원)은 각각 9위와 17위로 집계됐다.

가맹점 수와 매출액이 상위에 포진해 있는 가맹본사는 영업이익도 높은 것으로 조사됐다.

영업이익 1위는 메가커피(309억 원)으로 나타났다. 이어 2위 컴포즈커피(252억 원)·3위 빽다방(233억 원)·4위 투썸플레이스(218억 원)·5위 파리크라상(187억 원)·6위 이디야(100억 원) 등이 차지했다.

가맹본사는 가맹점 수가 많을수록 매출과 영업이익에 영향을 받는다. 프랜차이즈는 필수품목을 가맹점에 공급하면서 유통마진을 챙기고 로열티로 수익이 발생하기 때문이다.

다만 가맹본사의 영업이익이 1~5위에 포진해 있지만 가맹점 평균 매출은 하위에 머물러 있는 것으로 나타났다.

가맹본사의 영업이익 3위인 빽다방을 보면 가맹점 면적(3.3㎡·평)당 평균 매출은 2043만 원으로 18위를 차지했다. 19위 메가커피(2042만 원)·39위 컴포즈커피(1721만 원)·137위 투썸플레이스(920만 원)·200위 이디야(6440만 원) 등이다.

가맹점 면적(3.3㎡)당 평균 매출액 1위는 드립앤더치(5290만 원)로 나타났다. 이어 2위 백억커피(4800만 원)·3위 파운드커피(4485만 원)·4위 카페달링(4182만 원)·5위 모쿠816(3700만 원) 등이다.

신규개점 수 1위는 컴포즈커피(626개)로 나타났다. 이어 2위 메가커피(572개)·3위 빽다방(278개)·4위 더벤티(266개)·5위 이디야커피(196개)·6위 텐퍼센트스페셜티커피(170개)·7위 매머드익스프레스(165개)·8위 투썸플레이스(135개)가 차지했다.

신규개점 수가 늘어났는데 계약해지도 증가한 커피 프랜차이즈는 이디야(196개)로 나타났다. 이디야커피는 작년 기준 신규개점은 196개·계약해지가 196개였다.

계약 해지 가맹점 수 2위와 3위는 커피에반하다(122개)·카페베네(80개)로 나타났다. 4위는 파스쿠찌(56개)·5위 투썸플레이스(53개)·6위 카페봄봄(51개)·7위 나우커피(50개)·8위 토프레스(35개)·9위 할리스(34개)·10위 감성커피(31개)로 집계됐다.

업계 관계자는 "가맹점 평균 매출이 낮으면 영업이익도 적게 나올 확률이 높지만 가맹점주들이 창업을 고려하는 이유는 브랜드 파워 때문"이라며 "예비창업자들이 가맹본사 비교를 할 수 있는 공정거래위원회(공정위)의 정보공개서 비교정보가 2024년 연말이 다 되어 가는데 2022년 데이터밖에 없다는 건 아쉬운 부분"이라고 말했다.

김나윤 기자 nykim@skyedaily.com

2024년 가고 싶은 기업 1위 SK하이닉스

삼성전자 6위까지 추락… CJ 올리브영 전체 3위 급상승
성장 기대 1위도 SK하이닉스… 2·3위 현대차·LG엔솔

채용 플랫폼 캐치는 12일 2024년을 대표하는 '올해의 기업 순위'를 공개했다. 올해의 기업은 그해 캐치 기업 개요 페이지 조회수가 가장 높았던 50개 기업을 대상으로 구직자 및 직장인 투표를 통해 선정된다. 올해는 총 3460명이 투표에 참여했다.

입사·이직한다면 가고 싶은 기업 1위는 'SK하이닉스'가 차지했다. 2023년 4위에서 3계단 상승한 순위였다. 2023년 1위였던 네이버는 올해 2위를 기록했다. 3위는 신흥 강자 CJ올리브영이 차지했다. CJ 올리브영은 2023년 조사에서는 10위 안에 들지 못했지만 단번에 순위가 뛰어 올랐다.

특히 눈길을 끄는 것은 삼성전자의 순위 변화다. 2023년 2위에 오르며 굳건한 모습을 보였던 삼성전자는 이번 조사에서 6위로 하락했다. 이와 함께 LG전자(4위)·현대자동차(5위)·LG에너지솔루션(7위)·CJ제일제당(8위)·카카오(9위)·포스코(10위) 등이 상위권에 이름을 올렸다.

LG에너지솔루션과 포스코는 2023년 10위 권 안에 들지 못했지만 이번 조사에서 새로 10위권에 진입했다. 2023년 10위권 안에 들었던 CJ ENM·신세계·SK 이노베이션은 이번 조사에서 10위 안에 들지 못했다.

2025년에 더욱 성장할 것으로 기대되는 기업으로도 SK하이닉스가 1위를 기록했으며 현대자동차와 LG에너지솔루션이 각각 2위와 3위를 차지했다. 이외에 삼성전자(4위)·네이버(5위)·LG전자(6위)·기아(7위)·CJ올리브영(8위)·카카오(9위)·CJ제일제당(10위) 순이었다.

사회적 공헌과 ESG 경영 등 가장 칭찬하고 싶은 기업으로는 LG전자가 1위를 차지했으며 삼성전자가 2위였고 LG에너지솔루션이 3위로 뒤를 이었다. 이외에 SK하이닉스(4위)·현대자동차(5위)·네이버(6위)·유한양행(7위)·CJ제일제당(8위)·기아(9위)·CJ올리브영(10위) 순이었다.

김정현 진학사 캐치의 부문장은 "이번 조사를 통해 구직자 및 직장인 시각에서의 기업 선호도와 평가가 빠르게 변화하고 있음을 확인할 수 있었다"며 "특히 SK하이닉스는 올해 기술력을 인정받고 적극적으로 채용을 진행했던 점이 높은 평가를 받은 것으로 분석된다"고 말했다.

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

쿠팡 유통업계 최초 '안심마크' 도입

인증된 마크로 사칭문자 식별
스미싱 등 피해 예방에 도움

쿠팡이 고객 보호를 위해 유통업계 최초로 '안심마크'를 도입했다고 12일 밝혔다. 스미싱은 문자메시지와 낚시의 합성어로 문자메세지를 이용한 휴대전화 해킹을 뜻한다. 주로 공공기관을 사칭해 인터넷주소 클릭을 통한 악성 앱 설치를 유도하고 개인정보를 탈취해 피해를 입히는 식이다.

스미싱 일당의 범죄수법이 교묘해지면서 쿠팡 공식 고객센터 번호(1577-7011)로 사칭문자를 발신하는 사례가 늘어났다.

앞으로 쿠팡 공식 고객센터(1577-7011)가 발송하는 문자메시지는 쿠팡 로고 이미지와 함께 '안심마크'가 내용에 표시된다. 체크 표시가 있는 방패 심볼 마크와 '확인된 발신번호'라는 문구가 안심마크다. 이 안심마크는 문자메시지 상단에 표시되며 발신자가 쿠팡인지 아닌지 단번에 구별할 수 있다. 안심마크는 KISA가 지정한 기관만 표시가 가능한 내용으로 위·변조가 어렵다.

'안심마크'는 11월 말부터 쿠팡 공식 고객센터가 보내는 문자에 적용하고 있다. 현재는 안드로이드 기기에서 확인 가능하며 추후 iOS 기기에도 도입할 방침이다. 쿠팡의 안심마크 표시 서비스 도입은 유통업계에서 처음이다. 공공·금융기관에서 적용해 온 안심마크를 민간 유통기업으로 확대한 사례다.

이번 안심마크 도입으로 각종 사칭사기로 인한 고객 피해 예방에 도움이 될 것으로 기대된다. 쿠팡은 그동안 여러 기관과 협력해 각종 스미싱 사칭 사례를 모아 경찰에 수사를 의뢰하고 해외에서 발송되는 쿠팡 사칭문자 차단에 노력하는 등 고도화된 해킹 일당 수법에 대응해 고객 데이터 보호를 위해 노력을 기울여 왔다.

쿠팡 정보보호 최고책임자는 "고객의 안전과 개인정보 보호를 위해 지속적으로 노력해 나가겠다"고 말했다.

김나윤 기자 nykim@skyedaily.com