



6000곳 문 열고, 8000곳 문 닫고 영업비 1억, 이익은 고작 1300만원

위기의 자영업자

① 치킨집

지난해만 8000곳이 문을 닫았다. 새로운 브랜드는 계속 생겨나면서 경쟁은 치열해지고, 최근 몇 년새 비용은 급증하면서다. 영업비용이 1억원을 넘어설 때 영업이익은 1300만원에 불과했지만 지난해 6200곳이 새로 문을 연 것으로 나타났다. 주인공은 바로 '치킨집'이다. KB금융그룹은 이 같은 내용을 담은 '치킨집 현황과 시장여건 분석' 보고서를 3일 발간했다. 이번 보고서는 국내 자영업 시장을 심층적으로 분석한 'KB 자영업 분석 보고서' 시리즈의 첫번째다. 통계청, 정부기관 등에서 제공하는 공공데이터를 활용한 전반적인 현황과 함께 KB부동산 '리브온(Liiv ON)' 상권분석서비스를 통해 세부상권별 현황에 대한 분석 결과를 담았다.

KB금융그룹 자영업 분석 보고서
전국에서 약 8만7000여곳 영업
신규 브랜드 진입 늘어 경쟁 심화

◆치킨집, 4년째 창업보다 폐업 많아
보고서에 따르면 올해 2월 기준 전국적으로 약 8만7000개의 치킨집이 영업을 하고 있다.

지자체별 치킨집수는 경기도가 1만 9253개로 가장 많고 ▲서울 1만4509개 ▲경남 5904개 ▲부산 5114개 등의 순이다.

인구 1000명당 치킨집 수로는 전남이 2.43개로 가장 많고 ▲광주와 제주 2.34개 ▲충북 2.18개 순으로 비수도권 지역이 두드러졌다.

시군구별로는 수원에서 가장 많은 1879개의 치킨집이 영업 중인 것으로 나타났으며 ▲창원 1688개 ▲부천 1683개 ▲청주 1644개 등의 순이다.

지난해 새로 문을 연 치킨집은 6200개로 나타났다. 지난 2014년 9700개를 기록한 이후 감소세다.

그러나 치킨집 폐업은 매년 8000개 이상이 꾸준히 발생하면서 지난 2015년 이후로는 창업보다 폐업이 많은 상황이 지속 중이다.

◆악화된 영업환경... 경쟁 ↑ 영업이익 ↓

통계청 조사결과에 따르면 치킨 프랜차이즈와 일반 치킨집을 모두 포함한 치킨전문점의 총 매출액은 2011년 약 2조4000억원 수준에서 2017년 약 5조원 수준으로 증가해 연평균 10% 이상 성장했다.

몸집은 커졌지만 속사정은 악화됐다.

급증한 비용 탓에 영업이익은 지난 2015년을 고점으로 하락세로 접어들었다.

치킨전문점의 영업비용은 2011년 6200만원에서 2017년 1억1700만원으로 89% 증가했다. 반면 같은 기간 영업이익은 2000만원에서 1400만원으로 32% 감소했다.

이와 함께 치킨 프랜차이즈의 경우 도 가맹점수는 큰 변화없이 정체를 보

이고 있지만 신규 브랜드의 시장 진출은 활발히 일어나며 경쟁이 심화됐다.

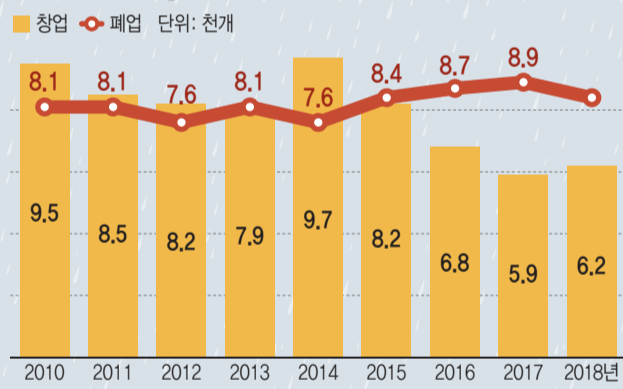
매출 상위 3개 브랜드의 점유율은 버거 72%, 피자 50%로 핵심 브랜드 중심의 시장이 형성됐지만 치킨은 상위 3개 업체 매출액 비중이 29%에 불과해 브랜드 간 경쟁이 치열한 것으로 나타났다.

KB금융 경영연구소 김태환 연구위원은 "창업은 감소세 보이는 반면, 폐업은 큰 변화 없이 지속적으로 발생하고 있는 상황은 치킨집 시장이 포화상태에 이르고 영업여건이 악화된 결과로 해석할 수 있다"며 "당분간 이러한 흐름은 지속될 가능성이 높다"고 분석했다.

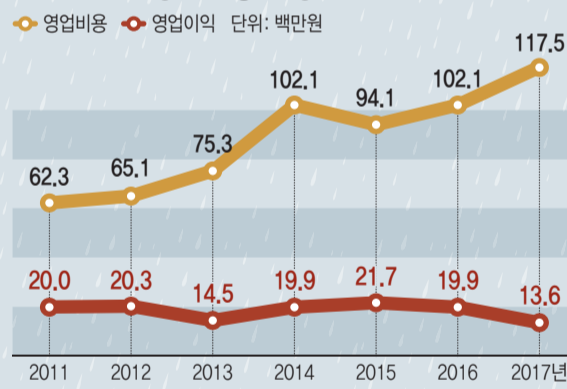
또 김 연구위원은 "신규 치킨프랜차이즈 브랜드의 시장 진입이 늘어나면서 차별화된 메뉴와 서비스, 가격 등 다양한 부문에서 경쟁이 심화되고 소비자의 선호 역시 빠르게 변화하고 있다"며 "안정적인 영업 여건을 마련하기가 어려운 상황"이라고 덧붙였다.

/안상미 기자 smahn1@metroseoul.co.kr

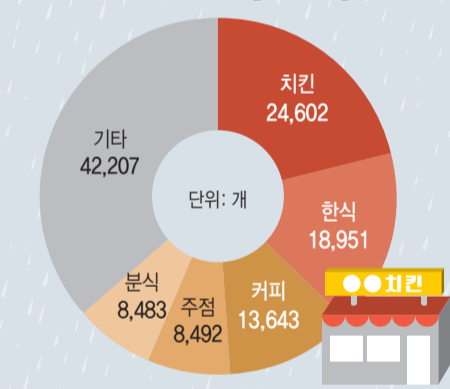
전국 치킨집 창업과 폐업 추이



치킨전문점 영업비용과 영업이익 추이



외식 프랜차이즈 업종별 가맹점 수



자료/KB금융, 통계청, 서비스업조사 및 경제총조사

치킨집의 치킨게임... 경쟁 브랜드만 400개 넘어

창업자들이 가장 먼저 떠올리는 업종
지난해 브랜드 총 409개... 신규 25곳
가맹점수 많아 단위면적당 매출 낮아

사업경험이 없는 창업자들이 가장 먼저 떠올리는 업종은 치킨집이다. 매출에서 배달이 차지하는 비중이 높다보니 임대료 부담 등 창업비용이 낮아서다.

주요 창업 아이템으로 자리매김한 지 오래지만 400개가 넘는 브랜드가 격돌하는 전쟁터에서 치킨 프랜차이즈 가맹점이 살아남긴 점점 힘들어지고 있다.

3일 KB금융그룹의 '치킨집 현황과 시장여건 분석' 보고서에 따르면 치킨 프랜차이즈 가맹점은 2만5000개로 전체 외식프랜차이즈 가맹점의

21.1%를 차지하는 핵심업종이다. 한식(1만9000개), 커피(1만4000개), 주점(8000개)에 비해 가맹점이 많다.

지난해 기준 치킨 프랜차이즈 브랜드 수는 총 409개에 달한다. 2017년 384개에서 지난해에만 25개의 새로운 치킨 브랜드가 생겨났다.

치킨 프랜차이즈 브랜드 중 가맹점수가 가장 많은 브랜드는 BBQ다. 지난해 기준 전국에 1659개의 가맹점이 있으며 ▲BHC 1456개 ▲페리카나 1176개 ▲네네치킨 1037개 등의 순이다.

일부 지역에서는 특정 브랜드가 강세를 보였다.

대구에서는 지역 브랜드로 성장한 '호식이두마리치킨'의 매장수가 가장 많았다. 울산과 경남은 '처갓집양념치킨'이, 부산에서는 전국 가맹점

수 순위가 상대적으로 낮은 '썬더치킨'의 매장수가 가장 많았다.

매출은 가맹점수와 순위가 다소 엇갈렸다.

단위면적당 매출액은 교촌치킨이 3500만원으로 가장 많았고, 티바두마리치킨과 BBQ, 굿네치킨, 60계 등이 그 뒤를 이었다.

수 백개의 브랜드가 경쟁하다보니 치킨 프랜차이즈의 단위면적당 매출액은 다른 외식 업종에

비해 낮은 수준이다.

치킨 프랜차이즈의 단위면적당 매출액은 927만6000원으로 주점(6531만8000원)은 물론 분식(1458만6000원), 한식(1015만1000원)보다도 낮았다. 상대적으로 단가가 저렴한 커피 프랜차이즈(803만3000원) 정도만 앞섰다.

/안상미 기자

