

# 일확천금의 기대부터 버려라

## 유망업종을 선정하는 방법

변하지 않는 업종은 없다. 아무리 유망한 프랜차이즈 아이템이라 하더라도 점포를 개설한 뒤  
 업종의 고유한 특성이 계속 유지·발전되지 않으면 사업성이 약해지는 것은 당연하다.  
 제품 개발이나 점포 운영상의 특징이 모호해지면 필연적으로 성장을 둔화와 경쟁력 상실이라는 결과가 나타난다.

〈글 / 프랜차이즈 창업센터 서민교〉

### ... 글심는 순서 ...

- |                |                 |
|----------------|-----------------|
| 1. 정보 습득       | 2. 업종 선정        |
| 3. 가맹 상담       | 4. 업체 선정        |
| 5. 입조조사/계약     | 6. 가맹 계약        |
| 7. 집기, 시설 계약   | 8. 시설 공사        |
| 9. 점주 교육 훈련    | 10. 개점 준비 및 개점  |
| 11. 지속적인 영업 지원 | 12. 가맹점 운영의 주의점 |

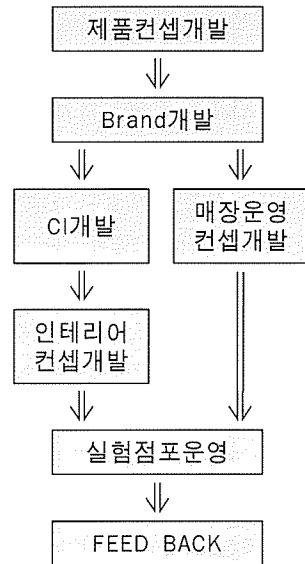
불과 이십년 전만 하더라도 ‘양조장집 주인’ 하면 으레 동네 유지로 행세하고, 또 그렇게 대접받는 것이 자연스러웠다. 어려운 시골 살림일 망정 대소사(大小事)에 막걸리 한 잔 내놓지 않는 집은 매우 드물었고, 본격적인 농사철에는 하루 몇 차례씩 배달 자전거가 동네를 들락거릴 만큼 폭넓은 수요가 뒷받침되었기 때문에 치부(致富)를 위해 양조업만한 유망사업이 없었던 것이다.

그러나 80년대 이후 국민 소득이 급격히 높아지면서 양조업은 맥주나 양주 같은 고급주에 밀려 어느덧 사양산업으로 전락하고 말았다. 한 업종의 탄생과 소멸은 이렇듯 나날이 변하는 소비자의 취향에 따라 좌우되며, 시대 흐름에 뒤처지거나 새롭게 개량되지 않는 업종은 자연히 시장에서 도태될 수밖에 없다.

### 프랜차이즈 사업은 어떻게 탄생하는가

프랜차이즈 사업도 결국은 이러한 소비자 취향을 민감하게 반영한 업종이다. 하나의 프랜차이즈 업종이 탄생하는 과정은 먼저 사업자가 선진국에서 성행하고 있는 유망업종 가운데 국내 국민소득 수준에 적합한 업종을 선택하여 라이선스 계약을 맺고 이를 도입하는 방법과, 이와는 반대로 국내의 소비 유행을 고려해 신규 업종을 독자 개발하거나 비슷한 업종을 개량·발전시키는 경우로 구분할 수 있다. 프랜차이즈 사업을 독자 개발할 때는 보통 다음과 같은 절차에 따르는 것이 일반적이다.

■〈표1〉 프랜차이즈 사업이 개발되는 절차



〈표1〉에서 보듯 프랜차이즈 본부는 먼저 제품 컨셉과 주 고객층을 선정하고 시장 여건에 맞는 브랜드와 매장 인테리어 등을 개발하는 것이 일반적인 수순이다.

이렇게 확정된 브랜드와 CI는 프랜차이즈 본부가 운영하



는 시범점포, 즉 직영점에 우선 적용되는데 이 결과에 따라 향후 계속 가맹사업을 전개할 것인지, 사업을 철회할 것인지를 결정하게 된다.

결과적으로 부실 프랜차이즈 업종은 이러한 절차를 무시하고 무조건 가맹 사업자를 모집하기 때문에 운영면에서 많은 허점을 노출할 수밖에 없다. 몇 년전 대단한 인기를 누렸던 탕수육전문점 역시 충분한 검증도 없이 가맹점 모집에만 급급하다가 피해자를 양산한 사례로 꼽을 수 있다. 일시적인 거품 유행마저 사라지고 나면 이런 졸속 아이템은 더 이상 경쟁력을 유지할 수 없는 게 당연한 결과일 것이다.

### 업종의 생명주기를 파악하자

아무리 유망한 프랜차이즈 아이템이라 하더라도 점포를 개설한 뒤 업종의 고유한 특성이 계속 유지·발전되지 않으면 사업성이 떨어지게 되는 것은 당연하다. 제품 개발이나 점포 운영상의 특징이 모호해지면 필연적으로 성장을 둔화와 경쟁력 상실이라는 결과로 나타나기 마련인 것이다.

부실 프랜차이즈 업종은 이럴 때 지금까지 취급하던 제품과 다른, 다양한 아이템을 도입해 매출 부진을 만회하려는 것을 자주 볼 수 있다. 그러나 한 가지 아이템으로 출발한 전문점에서 잡화점처럼 성격이 다른 여러가지 제품을 취급하게 되면 제품간 충돌 현상이 발생해 가맹점의 매출 하락은 더욱 가속화된다.

결국 이런 업종은 처음부터 전문점의 아이템으로 부적합했다는 것을 스스로 시인하는 꼴이지만, 그 피해와 부담은 고스란히 가맹점주가 떠안을 수밖에 없다.

그러므로 안전한 업종을 선택하기 위해서는 가급적 여러 각도에서 업종의 생명곡선을 가늠해 볼 필요가 있다. 보통 프랜차이즈 본사가 60개점 이상의 가맹점을 개설하기 전까지는 안정성을 장담할 수 없다는 것이 전문가들의 견해다. 물론 여기에는 짧은 기간에 급속히 가맹점을 확산한 이른바 '유행 업종'은 제외된다. 따라서 최소 60개 이상의 가맹점을 보유한 업체들이 포진해 있는 업종을 선택하고 <표2>와 같은 방법으로 생명곡선을 가늠해 보는 것도 좋은 방법이다.

<표2>에서 보듯 한 업종이 성숙기에 접어들 때쯤이면 사업성 자체는 검증 되었다고 볼 수 있다. 이러한 업종에 한해서 보통  $\Delta ABC$  단계일 때를 가맹사업의 최적기로 보는 견해가 일반적이다.

중요한 것은 프랜차이즈의 생명력은 마케팅의 변화를 통해서 계속 유지된다는 것이다. 따라서 사업 초기의 고유한 아이템이 흐려진 업종이라면 우선 순위에서 제외시켜도 큰 무리는 없다.

**이런 업종은 금물!**

1. 한 업체가 최소 60개 이상의 가맹점을 보유하지 못한 신규 업종
2. 업종의 성격이 불분명한 기존 업종
3. 직영점 운영을 통해 충분한 노하우를 쌓지 못한 급조된 업종
4. 법적 규제에 따라 갑자기 생겨나는 업종

■ <표2> 업종의 생명 곡선

생명곡선	a				c
	b		최적기		
구 분	도 입 기	성 장 기	성 숙 기	쇠퇴기	
출점수	60점(업체당)				
현 상	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 컨셉 검증이 어렵다</li> <li>· 체인본부 검증이 어렵다</li> <li>-운영력, 점포개발력, 가맹점 지원시스템</li> <li>· 진출기간이 짧다</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 고객접점 확산</li> <li>· 시장개척률 감소</li> <li>· 본부 지원상황 파악이 어렵다</li> <li>· 컨셉유지/개발(<math>\Delta abc</math>에 도달)</li> <li>· 기간이 길다</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 컨셉유지/개발의 실패</li> <li>· 기간이 짧다</li> </ul>
전 략	· 초기 시장진입	· 점포확산	· 기존시장 공략		
업종선정	위험한 선정시기		· $\Delta abc$ -안정적 선택시기		
업종선정 순 위	3	2	1( $\Delta abc$ )		



## 업종선정의 7대 원칙

### ▲적극성을 가져라

피상적인 정보를 믿고 업종을 선택하는 것은 심중판구 실패로 이어질 확률이 높다. 가맹사업 희망자가 얻게 되는 정보는 어떤 형태든 프랜차이즈 본사가 '어떤 목적을 위해 가공한' 정보라는 사실을 명심해야 한다. 그러므로 외형적인 사업성에 현혹되어 업종을 선택하는 것은 바람직하지 못하다.

### ▲경험을 살려라

가맹사업 희망자가 과거에 종사했거나 연관이 있는 업종을 선택하면 단기간에 시장 흐름을 파악할 수 있어 성공 확률을 높일 수 있다. 이 경우 가맹사업 희망자가 직접 해당 업종을 이용해 본 경험을 토대로 업종의 생명 곡선을 기늠할 수도 있다.

### ▲안정성을 검토하라

시장 진입이 안정적이라고 평가할 수 있는 기준은 가맹점수가 60개를 초과한 이후부터다. 이 시점이면 프랜차이즈 본부의 조직과 지원 시스템이 완료되었다고 볼 수 있다. 하나의 업종이 처음 도입되어 성숙기에 접어들기까지는 보통 3~5년이 소요되므로, 본사의 연도별 매출액 증감을 비교하여 성장속도가 점진적인 업종을 선정하는 것도 한가지 방법이다.

### ▲성장성을 고려하라

연도별 점포 증가율, 매출액 증가율, 시장 점유율 등을 검토하면 업종의 성적표를 매길 수 있다. 이러한 자료는 프랜차이즈 본부가 월별, 연도별 자료를 보관하고 있기 때문에 본사에 요청하면 얻을 수 있다. 이들 자료를 검토했을 때 점포수나 매출액이 한 해 사이에 급격히 증가한 업체보다는 완만한 성장곡선을 그리고 있는 업체가 권장할 만 하다.

### ▲부업이 아니라 본업을 창업하라

본사가 영업 지원을 계속하는 것이 가맹점의 특징이라고 하지만 부업 개념의 창업은 실패 확률이 높을 수밖에 없다. 본

업과 부업이 분리되어 있으면 인건비 등의 변동비가 많이 소요되어 수익성이 떨어지며, 점포 운영에도 집중력이 떨어진다. 일단 부업 개념으로 운영하다가 사업성이 좋아지면 운영에 전념하겠다는 생각은 이미 50% 이상 실패를 예고하고 있다고 보아야 한다.

### ▲시기를 주목하라

프랜차이즈 본부는 주로 비수기 때 가맹사업자를 모집하기 시작해 성수기에 점포를 개업하도록 유도한다. 그것은 짧은 성수기 동안 가맹점주에게 성공에 대한 확신을 심어주기 위해서이다. 따라서 업종을 선정하기에 가장 적당한

시기는 5~8월과 11~1월 사이로 보면 된다. 이 시기에는 계절수의 편차가 적은 업종만 가맹사업자를 모집할 수 있기 때문에 계절에 따라 매출액 차이가 큰 부실 업종을 피할 수 있다.

### ▲먼저 업종을 선택한 뒤 투자 규모를 따져라

처음부터 투자 금액에 맞춰 업종을 모색하다 보면 사업성이 희박한 부실 업종과 접촉하게 될 확률이 높아진다. 그러므로 투자 규모에 연연하지 말고 우선 유망 업종을 선정하는 일부터 시작하는 것이 합리적이다.

### 일확천금의 업종은 없다

편의점 업체인 C사가 지난 6년간 신규 개설한 가맹점주들의 전직(前職)을 조사한 자료에 따르면 총 320명 가운데 41%인 132명이 회사원 출신인 것으로 나타났다. 기업체마다 구조조정이 본격화되고 있는 가운데 이처럼 '장사'에 전혀 경험이 없는 가맹점주들의 비율은 더욱 증가할 것이다. 이들이 프랜차이즈 가맹점을 운영할 경우 사무관련 업종이 그리 많지 않고 수익성도 낮기 때문에 일반 소매업종에 진출하는 것은 불가피한 일이다.

문제는 창업 희망자가 업종선택 단계에서 수집할 수 있는 정보가 극히 한정되어 있고 그나마도 신뢰성이 의심스러운 자료가 대부분이란 것이다. 결국 이렇게 많은 프랜차이즈 사업 가운데서 옥석(玉石)을 가려낼 묘안이 없다는 것이 업종선택의 최대 걸림돌이다.

이럴 때 가장 합리적인 방법은 현실성을 업종 선택의 기준으로 삼는 것이다. 부실 업종을 선택하는 것도 따지고 보면 고수익의 환상에만 집착할 때 흔히 저지르기 쉬운 실수다. 바꾸어 생각하면 유망 업종은 눈이 번쩍 뜨일 만큼 화려하거나 독특하지 않은 것이라야 한다. 가맹점을 운영하는 것은 일확천금의 도박이 아니라, 땀과 노력이 필요한 생업이어야 한다는 것을 명심하자. **161**