



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

박사학위논문

프랜차이즈 기업의 업종별 경영 수익성
요인에 관한 연구

- 프랜차이즈 정보공개서 자료를 중심으로 -



HANSUNG
UNIVERSITY

2022년

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

강 근 명

박사학위논문
지도교수 홍정완

프랜차이즈 기업의 업종별 경영 수익성
요인에 관한 연구

- 프랜차이즈 정보공개서 자료를 중심으로 -

A Study on the Profitability Factors of Franchise
Companies by Industry

-Focus on Data Analysis of Franchise Disclosure
Document-



HANSUNG
UNIVERSITY

2021년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

강 근 명

박사학위논문
지도교수 홍정완

프랜차이즈 기업의 업종별 경영 수익성 요인에 관한 연구

- 프랜차이즈 정보공개서 자료를 중심으로 -

A Study on the Profitability Factors of Franchise
Companies by Industry

-Focus on Data Analysis of Franchise Disclosure
Document-

위 논문을 컨설팅학 박사학위 논문으로 제출함

2021년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

강 근 명

강근명의 컨설팅학 박사학위 논문을 인준함

2021년 12월 일



HANSUNG
UNIVERSITY

심사위원장 유 연 우 (인)

심 사 위 원 홍 정 완 (인)

심 사 위 원 송 거 영 (인)

심 사 위 원 김 상 봉 (인)

심 사 위 원 최 승 욱 (인)

국 문 초 록

프랜차이즈 기업의 업종별 경영 수익성 요인에 관한 연구

-프랜차이즈 정보공개서 자료를 중심으로-

한 성 대 학 교 대 학 원
스마트융합건설링학과
스마트융합건설링전공
강 근 명

프랜차이즈는 사업 운영의 효율성을 극대화하여 기업의 규모 확장에 도움을 주는 대표적인 전략으로 끊임없는 성장과 지속적인 관심을 이어가고 있다. 2017년부터 지속적으로 하락하고 있는 경제성장률은 최근 코로나19 팬데믹으로 인해 2020년과 2021년은 더욱 급격한 하락을 앞두고 있다. 이러한 경기침체와 매출 감소에도 불구하고 프랜차이즈산업은 2017년부터 2019년까지 지속적인 산업 규모, 성장을 나타내고 있다. 본 연구의 목적은 이러한 프랜차이즈산업에 대해 수익성 영향 관계를 분석하고, 영향을 미치는 다양한 원인을 파악하여, 향후 프랜차이즈 기업의 경영개선 효율성을 제고하며, 중소 프랜차이즈의 성장을 위한 경영전략의 근본적 정보를 제공하기 위함이다.

본 연구에서는 재무성과 지표를 활용한 듀퐁항등식 기법을 사용하여 국내 프랜차이즈 기업의 수익성 창출에 대한 분석을 실시하였다. 수익성 지표인 ROA, PM 및 레버리지 지표인 EM, 활동성 지표인 TAT를 이용하여 ROE에 미치는 영향에 대한 실증 분석을 통해 수익성에 대한 프랜차이즈기업의 업종별 결과를 산출하였다.

가맹본부 업종별 수익성 분석을 위해, 3년간 수익을 산출한 가맹본부를 표본으로 선정하였다. 독립변수인 ROA, PM, TAT, EM이 종속변수인 ROE에 영향을 미치는지 알아보기 위해 프랜차이즈 특성 중 부채비율, 매출액증가율,

LNA(총자산), 가맹점 수, 임직원 수, 평균 존속 연수, 직영점수, LNS(가맹점 매출액)를 통제변수로 사용하여 전체업종에 대한 위계적 회귀분석을 실시하였다. 이를 통해 각 업종의 차별화와 효율적인 프랜차이즈 기업의 경영 전략을 구축할 기반을 마련하였다.

공정거래위원회에 정보공개서를 등록한 프랜차이즈 기업 가맹본부를 총 38개 업종으로 분류하였으며, 2017년부터 2019년까지 3년간의 정보공개서와 재무제표를 기반으로 기술통계분석과 상관관계분석, 다중회귀분석 그리고 통제변수를 반영한 위계적 회귀분석을 실시하였다. 통계분석을 위해 “SPSS 22.0” 통계처리프로그램을 활용하였다.

본 연구 결과로 2017년부터 2019년까지 수익을 창출한 가맹본부를, 38개 업종으로 분류하여 수익성 추이와 ROE 변동 지표를 제시하였다. 또한 다양한 프랜차이즈 특성이 수익성에 영향을 미칠 때 업종별로 차이가 나타났으며, 이를 통해 각 업종에 적합한 경영 전략구축에 반영할 수 있도록 기여하였다.

연구 결과를 통한 학문적 시사점은 첫째, 프랜차이즈 가맹본부의 수익성 재무 지표는 업종별로 상이할 수 있다는 결론을 도출하였다. 둘째, 프랜차이즈 가맹본부의 재무 지표 비율을 ROE를 중심으로 분석하고 데이터를 기반으로 수익성에 영향을 미치는 프랜차이즈 특성과의 관계 요소를 업종별로 파악했다는 데 의의가 있다. 셋째, 3년간 수익을 창출한 프랜차이즈 가맹본부의 듀퐁항등식 분해 요소를 세분화된 업종으로 분류하여 추이와 평균을 도출하고 향후 중소가맹본부의 벤치마킹 지표를 업종별로 파악했다는 데 의의가 있다.

실무적인 측면에서의 시사점은 첫째, 프랜차이즈 업종별 수익성 활성화 요인을 도출하여 건강한 가맹본부 창업 육성의 기반을 마련하였다.. 둘째, 가맹본부의 브랜드별 재무 데이터 등록의 필요성을 제시하였다. 셋째, 프랜차이즈 가맹본부가 예비 가맹점주들에게 데이터에 기반한 수익성 재무 정보를 제공해야 하는 근거를 제시하였다.

끝으로 본 연구에서는 프랜차이즈 가맹본부의 업종별 수익성 영향 요인의 차이를 이해하고 각 업종별 특성에 적합한 재무 지표 및 수익 도출 방안을 성장기반에 있는 프랜차이즈 가맹본부의 전략에 적용하는 것에 의의를 둔다.

그러나 본 연구는 코로나19 팬데믹 이전의 현황이므로, 이후 업계의 큰 변화에 대해 반영할 수 없는 까닭에 연구의 분석을 예측하여 일반화시키는 데에는 한계가 있으며, 3년간 재무제표를 활용하였으나, 업종 간, 가맹본부 운영 현황에 대한 격차로 인해 연구표본 차이가 존재한다. 향후 코로나19 팬데믹으로 업계 중요한 영향을 미친 2020년~2021년과 위드 코로나 시대로 맞게 될 2022년 이후 변모하는 프랜차이즈의 종단적 시계열 자료를 활용하여 업종별, 규모별 회귀분석, 효율성 분석, 수익성 요인 등에 관해 다양한 연구가 활발히 이루어지길 바란다.

【주요어】 프랜차이즈, 프랜차이즈 업종, 듀퐁항등식, 수익성 요인, 경영 수익성



목 차

I. 서론	1
1.1. 연구배경	1
1.2. 연구목적	5
1.3. 연구 방법 및 구성	7
II. 이론적 배경	10
2.1. 프랜차이즈	10
2.1.1. 프랜차이즈의 개념	10
2.1.2. 프랜차이즈의 유형	12
2.1.3. 프랜차이즈 가맹본부 관련 선행연구	13
2.2. 정보공개서	16
2.2.1. 정보공개서의 정의 및 주요항목	16
2.2.2. 정보공개서 관련 선행연구	17
2.3. 프랜차이즈 기업의 수익성 분석	19
2.3.1. 수익성 분석	19
2.3.2. 프랜차이즈 기업과 수익성의 관계	24
2.3.3. 프랜차이즈 기업의 수익성 관련 선행연구	25
III. 연구설계	26
3.1. 연구 모형	26
3.2. 표본선정 및 자료수집	27
3.2.1. 표본선정	27
3.2.2. 자료수집	28

3.3. 조작적 정의와 구성	28
3.4. 분석 방법	30
3.3.1. 듀폰 항등식 3분해를 통한 수익성 분석	31
3.3.2. 상관관계분석	32
3.3.3. 다중회귀 분석	33
3.3.4. 위계적 회귀분석	33
IV. 실증 분석	34
4.1. 프랜차이즈산업 분석	34
4.2. 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성 영향 요인 분석	37
4.3. 프랜차이즈 기업의 수익성 변동원인 분석	42
4.3.1. 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성 분석	42
4.4. 업종별 프랜차이즈 기업 수익성 추이 분석	48
4.4.1. 건강식품	47
4.4.2. 농수산물	48
4.4.3. 의류/패션	49
4.4.4. 편의점	50
4.4.5. 화장품	51
4.4.6. 안경	52
4.4.7. 약국	53
4.4.8. 종합소매점	54
4.4.9. 기타 도소매	55
4.4.10. 교육(교과)	56
4.4.11. 교육(외국어)	57
4.4.12. 기타교육	58
4.4.13. 스포츠관련	59

4.4.14. 유아관련(교육외)	60
4.4.15. 이미용	61
4.4.16. 자동차관련	62
4.4.17. PC방	63
4.4.18. 반려동물관련	64
4.4.19. 세탁	65
4.4.20. 숙박	66
4.4.21. 오락	67
4.4.22. 운송	68
4.4.23. 기타서비스	69
4.4.24. 제과제빵	70
4.4.25. 주점	71
4.4.26. 패스트푸드	72
4.4.27. 피자	73
4.4.28. 분식	74
4.4.29. 서양식	75
4.4.30. 아이스크림/빙수	76
4.4.31. 음료(커피 외)	77
4.4.32. 일식	78
4.4.33. 중식	79
4.4.34. 치킨	80
4.4.35. 커피	81
4.4.36. 한식	82
4.4.37. 기타외국식	83
4.4.38. 기타외식	84
4.5. 기술 통계량 분석	85
4.6. 프랜차이즈 기업 수익성에 미치는 영향 요인	86
4.6.1. 상관관계 분석	87
4.6.2. 다중회귀 분석	88

4.6.3. 위계적 회귀분석	91
V. 결론 및 시사점	106
5.1. 연구 결과 요약	106
5.2. 연구의 시사점	108
5.2.1. 학문적 시사점	108
5.2.2. 실무적 시사점	111
5.3. 연구의 한계점 및 향후 연구 방향	113
참고문헌	115
ABSTRACT	126



표 목 차

[표 1-1] 연구 흐름도	8
[표 1-2] 프랜차이즈 가맹본부의 성과 관련 선행연구	14
[표 2-1] 정보공개서 기재사항	16
[표 2-2] 프랜차이즈 정보공개서 관련 선행연구	18
[표 2-3] 수익성 지표	23
[표 4-1] 업종별 개점률 및 폐점률 현황	37
[표 4-2] 프랜차이즈 기업의 업종별 재무 현황	39
[표 4-3] 프랜차이즈 기업의 업종별 자산·부채·자본 현황	41
[표 4-4] 프랜차이즈 기업의 업종별 3개년 수익성 추세	42
[표 4-5] 건강식품업종 수익성 추이	47
[표 4-6] 농수산물업종 수익성 추이	48
[표 4-7] 의류·패션업종 수익성 추이	49
[표 4-8] 편의점업종의 수익성 추이	50
[표 4-9] 화장품업종의 수익성 추이	51
[표 4-10] 안경업종의 수익성 추이	52
[표 4-11] 약국업종의 수익성 추이	53
[표 4-12] 종합소매점업종의 수익성 추이	54
[표 4-13] 기타도소매업종의 수익성 추이	55
[표 4-14] 교육(교과)업종의 수익성 추이	56
[표 4-15] 교육외국어업종의 수익성 추이	57
[표 4-16] 기타교육업종의 수익성 추이	58
[표 4-17] 스포츠관련업종의 수익성 추이	59
[표 4-18] 유아관련(교육외)업종의 수익성 추이	60
[표 4-19] 이미용업종의 수익성 추이	61
[표 4-20] 자동차관련업종의 수익성 추이	62
[표 4-21] PC방업종의 수익성 추이	63
[표 4-22] 반려동물관련업종의 수익성 추이	64

[표 4-23] 세탁업종의 수익성 추이	65
[표 4-24] 숙박업종의 수익성 추이	66
[표 4-25] 오락업종의 수익성 추이	67
[표 4-26] 운송업종의 수익성 추이	68
[표 4-27] 기타서비스업종의 수익성 추이	69
[표 4-28] 제과제빵업종의 수익성 추이	70
[표 4-29] 주점업종의 수익성 추이	71
[표 4-30] 패스트푸드업종의 수익성 추이	72
[표 4-31] 피자업종의 수익성 추이	73
[표 4-32] 분식업종의 수익성 추이	74
[표 4-33] 서양식업종의 수익성 추이	75
[표 4-34] 아이스크림/빙수업종의 수익성 추이	76
[표 4-35] 음료(커피외)업종의 수익성 추이	77
[표 4-36] 일식업종의 수익성 추이	78
[표 4-37] 중식업종의 수익성 추이	79
[표 4-38] 치킨업종의 수익성 추이	80
[표 4-39] 커피업종의 수익성 추이	81
[표 4-40] 한식 업종의 수익성 추이	82
[표 4-41] 기타외국식업종의 수익성 추이	83
[표 4-42] 기타외식업종의 수익성 추이	84
[표 4-43] 데이터의 기술통계량 (N=38)	85
[표 4-44] 재무변수들 간의 상관관계분석	87
[표 4-45] 통제변수들 간의 상관관계분석	88
[표 4-46] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형 요약	90
[표 4-47] 독립변수와 종속변수(ROE)간 분산분석	90
[표 4-48] 독립변수와 종속변수(ROE)간 계수	90
[표 4-49] 독립변수와 종속변수 (ROE)간 다중회귀 분석 결과 요약	91
[표 4-50] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 요약	92

[표 4-51] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 외식업종	94
[표 4-52] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형요약 ^b : 도소매업종	95
[표 4-53] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 서비스 업종	95
[표 4-54] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형요약 ^b : 주점업종	97
[표 4-55] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형요약 ^b : 커피업종	97
[표 4-56] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형요약 ^b : 치킨업종	98
[표 4-57] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 분식 업종	98
[표 4-58] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 한식 업종	100
[표 4-59] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 기타외식업종	101
[표 4-60] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 이미용업종	102
[표 4-61] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 기타도소매업종	104
[표 4-62] 회귀분석 결과 요약	105

그림 목 차

[그림 2-1] 프랜차이즈	11
[그림 2-2] DuPont System에 의한 ROE Chart	20
[그림 3-1] 연구 모형	26
[그림 3-2] DuPont System에 의한 ROE Chart	32
[그림 4-1] 외식업 브랜드 증감 현황	35
[그림 4-2] 업종별 가맹본부 평균 매출액 현황	36
[그림 4-3] 프랜차이즈 기업의 평균 ROE 변동추이	46
[그림 4-4] 건강식품업종 수익성 추이	47
[그림 4-5] 농수산물업종 수익성 추이	48
[그림 4-6] 의류·패션업종 수익성 추이	49
[그림 4-7] 편의점업종의 수익성 추이	50
[그림 4-8] 화장품업종의 수익성 추이	51
[그림 4-9] 안경업종의 수익성 추이	52
[그림 4-10] 약국업종의 수익성 추이	53
[그림 4-11] 종합소매점업종의 수익성 추이	54
[그림 4-12] 기타도소매업종의 수익성 추이	55
[그림 4-13] 교육(교과)업종의 수익성 추이	56
[그림 4-14] 교육외국어업종의 수익성 추이	57
[그림 4-15] 기타교육업종의 수익성 추이	58
[그림 4-16] 스포츠관련업종의 수익성 추이	59
[그림 4-17] 유아관련(교육외)업종의 수익성 추이	60
[그림 4-18] 이미용업종의 수익성 추이	61
[그림 4-19] 자동차관련업종의 수익성 추이	62
[그림 4-20] PC방업종의 수익성 추이	63
[그림 4-21] 반려동물관련업종의 수익성 추이	64
[그림 4-22] 세탁업종의 수익성 추이	65
[그림 4-23] 숙박업종의 수익성 추이	66

[그림 4-24] 오락업종의 수익성 추이	67
[그림 4-25] 운송업종의 수익성 추이	68
[그림 4-26] 기타서비스업종의 수익성 추이	69
[그림 4-27] 제과제빵업종의 수익성 추이	70
[그림 4-28] 주점업종의 수익성 추이	71
[그림 4-29] 패스트푸드업종의 수익성 추이	72
[그림 4-30] 피자업종의 수익성 추이	73
[그림 4-31] 분식업종의 수익성 추이	74
[그림 4-32] 서양식업종의 수익성 추이	75
[그림 4-33] 아이스크림/빙수업종의 수익성 추이	76
[그림 4-34] 음료(커피외)업종의 수익성 추이	77
[그림 4-35] 일식업종의 수익성 추이	78
[그림 4-36] 중식업종의 수익성 추이	79
[그림 4-37] 치킨업종의 수익성 추이	80
[그림 4-38] 커피업종의 수익성 추이	81
[그림 4-39] 한식 업종의 수익성 추이	82
[그림 4-40] 기타외국식업종의 수익성 추이	83
[그림 4-41] 기타외식업종의 수익성 추이	84

I. 서론

1.1. 연구배경

프랜차이즈는 기업 규모 확장을 위한 사업전략으로 경영 효율성을 극대화할 수 있는 대표적인 방법으로 지속적인 성장과 더불어 기업가들의 관심을 끊임없이 끌어내고 있다. IFA(International Franchise Association)의 보고서에 따르면, 불확실한 경제 상황에서도 미국의 프랜차이즈산업은 2016년부터 2019년까지 꾸준한 성장을 해오고 있으며, 미국 내 고용 창출에 대한 기여와 GDP 성장에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 최근 코로나19로 인한 팬데믹으로 인해 2020년은 마이너스 성장을 보였지만, 2021년에는 산업의 성장, 고용, 경제적 기여 등이 모두 2019년 정도로 회복할 것으로 전망하고 있다. 현재 우리나라에서도 2020년 말 정보공개서 등록기준 가맹본부 수는 5,602개, 브랜드 수는 7,904개, 가맹점은 258,889개로, 5년 연속 지속적으로 증가하였다. 전년 대비 브랜드 수는 11.7%로 크게 상승하였고, 가맹점 수는 1.9%, 증가하였다. 2019년에 이어 업종별 증가율은 차이가 있지만 모든 업종에서 가맹본부 및 브랜드 수가 증가하였다(공정거래위원회, 2021).

이처럼 프랜차이즈의 산업 규모가 계속해서 증가하는 여러 이유 중 하나는 4차 산업혁명 이후 기술 개발의 급격한 발전으로 인해 사회의 구조가 급격히 변화함에 따라 베이비붐 세대의 은퇴 시기가 빨라지고, 산업 전반에 명예퇴직 등으로 인한 실업률 증가로 인해 고용에 대한 불안감이 높아짐에 따라, 비교적 진입장벽이 낮은 창업 시장으로의 유입이 가속화되었기 때문이라 할 수 있겠다(현대경제연구원, 2009; 성대권 외 2인, 2012; 성백순, 김주현, 2017). 또한, 한국인 평균 기대수명은 1973년 63.4세에서 2019년도 83.3세로 약 20년이 늘어났다. 이에 따라 노후에 대한 대비가 부족한 상황에 생계를 위한 경제 활동으로 기본적인 기반 및 정보, 교육 등을 제공받을 수 있는 프랜차이즈를 선택하게 되는 것이다. 실제로 KOSIS(통계청)에 따르면 2020년 기준 프랜차이즈 사업주 연령대는 평균 52.6세이며, 50대가 41.1%, 60대 이상이 25.2%로 50%가 넘는다. 하지만 이러한 프랜차이즈에 대한 지속적인 관심과

산업의 발전에도 불구하고 해결되지 않는 여러 가지 문제점들을 내재하고 있다. 부실한 가맹본사의 운영 미숙, 프랜차이즈 브랜드의 짧은 수명주기, 프랜차이즈 산업의 구조적 문제, 가맹본부와 가맹점 사이의 갈등 등으로 인한 끊임없는 이슈들이 발생하고 있다. 또한 프랜차이즈 사업의 대표적 문제인 비싼 로열티와 가맹본부와 가맹점이 불평등한 계약 문제, 가맹본부에서 경영상의 독자성을 보장하지 않는다는 제약조건이 있는 등 지속적인 증가 추세인 프랜차이즈 현황과 달리 프랜차이즈에 대한 실질적인 성과가 이뤄지지 않고 있다(박상익,2009). 그러므로 실질적인 국내 프랜차이즈산업 발전을 위해서는 관련법·제도 개선, 경쟁력 있는 프랜차이즈 시스템 구축, 가맹본부와 가맹점 간의 상생 문화 구축, 전문 인력 양성 등 프랜차이즈 업체나 산업종사자뿐만 아니라 학계와 관련 정부 기관의 협력이 반드시 필요하다(박주영, 2020).

과거에 일부 기업에서 조사하던 프랜차이즈 가맹점 통계에 대하여, 2019년도 통계청에서 전체 소상공인을 전수조사 후 2020년 7월 2.5만 개 가맹점을 표본 조사하여 도출한 통계자료에 의하면, 전체 소상공인 현황에 대비하여 비교하면 프랜차이즈 가맹점 수 증가율이 1.5% 더 높게 나타났으며, 종사자 수 증가율도 2% 더 높게 나타나, 일반 자영업 창업에 비해 가맹점 창업의 비율이 증가하고 있는 것으로 나타났다.

사업체당 평균매출액의 경우 일반 자영업자는 2억3천5백만 원으로 가맹점 3억4천4백만 원보다 약 1억2천만 원이 낮게 나타났으며, 통계청 조사의 경우 프랜차이즈 가맹본부와 직영점을 제외한 조사이므로 격차는 더 클 것으로 예상된다. 소상공인 사업체 수는 1.1%, 종사자 수는 1.9%가량 모두 전년 대비 증가한 것으로 나타났으며, 사업체당 전년 대비 창업 준비기간은 0.7개월 증가하였고, 창업비용은 -1.0% 감소한 것으로 나타났다.

사업체당 매출액은 -0.2%, 영업이익은 -3.0%로 전년 대비 감소한 것으로 집계되었다. 2019년 프랜차이즈 가맹점 수는 21만 6천 개, 종사자 수는 84만 8천 명으로 전년 대비 각각 2.6%(5천 개), 3.9%(3만2천 명) 증가하였다.

최저임금 상승, 임대료 상승, 프랜차이즈 관련 규제 증가를 원인으로 프랜차이즈산업의 위기를 맞고 있으나, 여전히 프랜차이즈 브랜드 수는 증가하고, 독립 자영업 대비 연평균 매출은 프랜차이즈가 높은 편으로 프랜차이즈 외식

업체의 매출액 평균은 비 프랜차이즈에 비해 연간 평균 1.5억 원 높은 것으로 나타나고 이는 프랜차이즈와 비 프랜차이즈 간의 교육, 경영지도(슈퍼바이징)에서의 차이와 매우 높은 상관관계 있다. 그러나 우수 프랜차이즈의 경우에만 전문화된 교육과 경영지도 가능하기 때문에 중소 프랜차이즈 기업의 성장이 소상공인의 안정화에 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

현재 프랜차이즈산업은 점포 수 10개미만의 브랜드가 전체의 58.9%, 30개미만 80.3%로 대부분의 프랜차이즈 브랜드가 소규모로 운영되고 있으며, 가맹점 수가 늘어날수록 가맹점 평균 매출액은 감소하여 가맹점 20개 시점에서는 감소 원인도출 및 활성화 방안이 필요하다.

프랜차이즈 산업 규모는 가맹본부 매출 총액과 가맹점 총매출액의 합산으로 볼 수 있으며 2019년 본사 매출 53.3조 가맹점 총매출액 64.4조로 총 117조의 규모를 형성하고 있는 것으로 추정된다. 오늘날 국내 프랜차이즈산업의 지속적인 성장과 함께 다양한 이슈들이 발생하고 있으며, 프랜차이즈에 대한 다양한 방면으로 활발한 연구가 이루어지고 있다.

그러나 정보공개서를 바탕으로 업종 간 수익성 연구는 외식업, 또는 일부 업종에 제한된 연구가 대부분이며, 프랜차이즈 전체업종을 세분화하여 수익성 분석에 관한 연구는 전무한 실정이다. 또한 가맹본부의 3년 미만 운영 브랜드가 전체의 48.3%로 결국 사업 초창기의 프랜차이즈 시스템에 사업의 성공여부가 결정됨을 의미한다. 따라서 3년 이상 운영되고 있는 가맹본부의 데이터를 기반으로 본 연구자는 전체업종에 대해 38개의 업종으로 세분화 한 프랜차이즈 가맹본부의 업종별 수익성 분석을 통하여 주요 요인에 대한 영향관계를 파악하고자 한다.

한편, 국내 프랜차이즈 본사의 경우 매출 2억 미만의 본사가 전체의 27.8%로 영세 기업 및 초기 프랜차이즈 기업이 많은 비중을 차지하고 있어 기업의 경영활동에 대한 시스템구축이 미흡한 상태이다. 이에 안전성과 운영노하우를 보유한 건강한 가맹본사를 양성하고, 부실한 가맹본사를 퇴출하여 전체 프랜차이즈산업의 질적 강화가 시급한 상황이다.

따라서 본 연구에서는 현재 프랜차이즈산업의 현황을 상세히 분석하고, 경영환경의 효율성을 높이는 방안을 도출하고자 한다.

현재 프랜차이즈산업이 직면한 문제점은 여러 방향으로 검토해 볼 필요가 있으며, 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 프랜차이즈산업의 업종별 다양성의 증가로 인해 업종별로 성장점이 구별되고 있으며, 장기적 성장성을 기대할 수 없는 일부 업종의 경우 대비할 수 있는 해결 방안이 미흡한 환경적 요인이다.

둘째, 과다경쟁과 최저임금상승, 소비심리 위축으로 인한 소비의 거시·경제적 요인으로 수익성 악화로 기인한 리스크(Risk)가 점차 심화되고 있다.

셋째, 일부 경영 능력이 부족한 가맹본부에 대한 정보 부재와 프랜차이즈 시스템에 대한 비효율적인 운영 및 잦은 가맹사업법의 개정 등 사회적 요인과 함께 정부의 규제가 증가하고 있다.

따라서 프랜차이즈 가맹본부는 이러한 환경변화에 유연하게 대처하고 계속 기업으로 지속적인 성장을 위해 수익성에 영향을 미치는 요인을 파악하고 관리할 필요가 있다. 프랜차이즈 가맹본부의 경우 업종마다 다양한 형태로 운영되고 있으며, 경영 지표가 다를 수 있기 때문에, 세분화된 분석을 통해 가맹본부의 특성에 따른 프랜차이즈의 업종별 경영 효율성을 도출하기 위한 수익 지표에 대하여 초기 가맹본부가 벤치마킹 할 수 있는 토대가 필요할 것이다. 수익을 측정하고 분석하기 위해서는 기본적인 재무 지표로 파악하여 구체적인 항목을 제시할 필요가 있다.

이에 가맹본부의 수익성을 ROE(자기자본 수익률)를 중심으로 측정하고 이를 ROA(총자산수익률), PM(당기 순이익률), 재무 레버리지 비율로 EM(자기자본 승수), 활동성 지표로 TAT(총자산회전율)로 분류하여 업종별 지표를 도출하였다.

구체적인 연구 구성은 첫째, 선행연구를 통한 문헌 고찰과 국내 프랜차이즈 현황과 산업동향과 프랜차이즈의 개념, 프랜차이즈의 유형, 정보공개서를 활용한 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성 분석에 대한 이론적 배경을 고찰한다.

둘째, 프랜차이즈 정보공개서의 재무 정보를 활용하여 기업의 업종별 수익성 현황을 분석하고 지속해서 수익을 내며 운영하고 있는 브랜드의 수익성 지표를 산출하여 향후 프랜차이즈 기업의 정량적 평가 기준을 정립하고 경영전략 시의 수익성에 대한 진단과 평가 활용에 대한 방안을 분석한다.

셋째, 선행연구를 기반으로 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성을 비교하여 활동성, 레버리지가 미치는 영향을 분석하여 건강한 기업과의 차이를 규명한다. 이는 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성 관계, 업종 고유의 특성, 수익성에 영향을 미치는 요인을 분석함으로써 중소 규모의 프랜차이즈 기업의 경영 수익성에 대하여 벤치마킹의 지표로 활용되어 향후 경영전략이나 재무관리에 이바지하고자 한다.

1.2. 연구목적

단계적 일상 회복 위드코로나가 시작되면서 코로나19 이후 호황을 기대하며 프랜차이즈 창업에 관심을 갖는 예비 창업자들이 늘어나고 프랜차이즈 시장의 성장은 가속화될 것으로 기대된다. 이러한 예비 창업자들이 수익성 있는 가맹본부를 선택하기 위해 가맹본부의 재무상황, 가맹 사업, 임직원 현황 등의 정보를 확인하기 위해 공정거래위원회에 공시된 정보공개서를 활용하게 될 것이다.

프랜차이즈 가맹사업법 개정안이 오는 2021년 11월 19일 시행되면서 1개 직영점을 1년 이상 운영한 경험이 있는 본부에 한해 가맹점 모집을 허용하게 된다. 이를 피하기 위해서 2021년 10월1일부터 31일까지 신규정보공개서 등록브랜드가 1,229개로 역대 최대치를 갱신했다. 법시행을 앞두고 전에는 평균 100여개 브랜드가 등록된 것에 비하면 무분별하게 늘어난 것이다. 이렇게 검증되지 않은 양적 증가로 인해 프랜차이즈 산업의 질적 성장에 대한 왜곡을 일으킬 수 있으며, 향후 건전한 가맹본부의 성장 지표가 더욱 중요한 시기이다.

그러나 현재까지 프랜차이즈 가맹본부 분석 데이터의 명확한 기준 부재하다. 가맹본부 기준 산업전반, 업종별, 규모별, 지역별 등 필터에 따른 데이터 분류가 이루어지고 있지 않으며, 정보공개서에 공시된 데이터로 일부 업종을 제한적으로 연구할 때도 재무 데이터, 임직원데이터 등 기업정보의 중복오류 등을 제한하지 못하고 있는 실정이다. 정확한 산업분석을 위해 매출 2조 원 이상의 기업 및 브랜드 데이터 제외하고 순수 프랜차이즈 데이터를 토대로 분석한 연구가 필요하다.

높은 품질의 서비스를 제공해야 하는 프랜차이즈산업은 유행에 민감하며 경쟁 강도가 높은 주요 요인을 과거에는 회계적 이익의 투자수익률(ROI), 자본이익률

(ROE), 자산수익률(ROA), 투자자본수익률(ROIC), 주당순이익률(EPS), 영업이익률 등 재무적인 측정을 통해 성과를 측정하였다. 프랜차이즈 기업의 경우 업종별 특성에 따라 재무적 측정치의 편차가 다르기 때문에 기술적 통계치로 비교하기보다는 프랜차이즈 기업의 업종별로 수익성 요인을 파악하여 반영하는 것이 수익 창출에 유용한 방법이다.

따라서 본 연구의 목적은 산업 규모에 비해 정보 인프라가 부족하며, 정확한 정보 부족에서 오는 비효율성이 큰 프랜차이즈 기업의 다양한 업종별 경영 성과의 측정에 비교할 수 있는 정보를 제공하고자 한다. 이에 본 연구에서는 프랜차이즈를 운영하는 기업의 경영성과 중 수익성을 측정해 비교할 수 있는 정보를 제공함으로써 향후 합리적 경영을 위한 주요 의사결정에 기초적인 자료로 반영할 수 있으며 각 업종별 지표 비교를 통해 현재 경영 수익성을 파악할 수 있다. 이는 지속적인 경기침체에도 불구하고 성장하고 있는 프랜차이즈산업의 기업 업종별 분류를 중심으로 수익성 영향 관계를 분석하여 향후 경영개선의 효율성을 제고하며, 지속적인 성장을 위한 경영전략 수립의 기본적인 정보를 제공하기 위함이다.

본 연구의 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성을 분석하기 위해 공정거래위원회 가맹사업거래의 정보공개서(2016~2020)를 중심으로 가맹본부를 업종별로 구분하고, (주)맥세스컨설팅에서 제공하는 프랜차이즈산업통계보고서(2020)와 금융감독원에서 제공하는 전자공시시스템(Dart) 정보에 나타난 프랜차이즈 기업을 외식, 서비스, 도소매로 분류하고, 대분류를 다시 세분화하여 한식, 피자, 패스트푸드, 커피, 치킨, 중식, 주점, 제과제빵, 일식, 음료(커피 외), 아이스크림/빙수, 서양식, 분식, 기타 외식, 기타 외국식, 자동차 관련, 이미용, 유아관련, 운송, 오락, 스포츠 관련, 숙박, 세탁, 반려동물, 기타 서비스, 교육(외국어), 교과교육, PC방, 화장품, 편의점, 종합소매점, 의류패션, 약국, 안경, 농수산물, 기타도소매, 건강식품 등 총38개로 세분화하여 각 업종별 기업에 대하여 수익성을 연구하였다.

본 연구는 선행연구를 바탕으로 수익성에 관한 영향 관계를 고찰하고자 하며, 목적은 첫째, 정보공개서 상의 국내 프랜차이즈 기업의 가맹본부를 대상으로 업종별 재무 관련 정보를 분석한다. 둘째, 정보공개서 상의 국내 프랜차이즈 기업의 업종별 경영 수익성을 분석한다. 셋째, 프랜차이즈 도입기 및 정체가에 위기를 극

복하고자 정보를 필요로 하는 국내 프랜차이즈 기업의 가맹본부를 대상으로 업종별로 최근 3년간 수익을 창출한 기업의 업종별 수익성의 영향 관계를 분석하여 벤치마킹에 활용할 수 있도록 기여한다. 넷째, 국내 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성 도출 요인에 대한 다양한 원인을 파악하여 경영 효율성의 시사점을 산출하며 중소 프랜차이즈 기업의 경영전략 수립에 도움을 주고자 한다.

따라서 본 연구 결과를 통해 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성을 분석하여 각각의 업종별로 차별화된 경영의사결정과 업종별 수익성 지표 벤치마킹을 통해 학문적이나 실무적으로 프랜차이즈산업에 기여할 것이라 기대한다.

1.3. 연구 방법 및 구성

본 연구에서는 공정거래위원회에 공시된 정보공개서(FDD; Franchise Disclosure Development)자료를 활용하여 경영 수익성에 영향을 주는 요인을 프랜차이즈 관련 선행연구를 바탕으로 프랜차이즈 기업에 대한 재무 자료를 바탕으로 경영 수익성을 분석한다. 수익성의 지표 중 자기자본이익률(ROE, Return On Equity), 자산이익률(ROA, Return On Asset), 매출 순이익률(PM, Profit Margin), 자기자본 승수(EM, Equity Multiplier), 부채비율(DR, Debt equity Ratio)과 활동성 지표로 총자산회전율(TAT, Total Asset Turnover ratio)로 분류하여 프랜차이즈 기업의 업종별 평균값의 차이를 분석하였다.

한편 정보공개서 상에 나타난 2020년 말 기준 현재 공정거래위원회에 등록된 브랜드는 6,847개(매출액 2조 이상, 데이터 오류 브랜드 제외)이며, 2017년~2019년 3년간 재무상태표, 손익계산서, 이익잉여금 처분계산서, 현금흐름표, 자본변동표 등을 참고하여 매출액이 없는 데이터 2,050개, 총자산이 없는 데이터 521개, 사업자등록번호 기준 중복 데이터 897개, 재무 데이터가 유효하지 않은 기업 1,269개, 재무 데이터 오류 기업 10개를 제거하고 총 2,100개의 데이터를 대분류 3개 외식업, 도소매업, 서비스업으로 분류하고, 이를 다시 소분류 42개 업종별로 분류하여 분석을 실행하였다.

프랜차이즈 기업의 가맹본부를 대상으로 업종별 프랜차이즈 기업의 벤치마

킹에 활용하기 위한 지표를 산출하기 위해 2017~2019년간 당기순이익과 영업이익의 손실기업 926개, 자본잠식기업 113개를 제외하였다. 데이터를 분류한 결과, 서비스업종 중 임대업, 배달서비스, 부동산 중개, 이사, 인력 파견업이 제외되었으며, 총 1,061개의 데이터로 분석하였다. 최종 선정된 데이터를 기준으로 가맹본부는 총 38개 업종으로 분류되었다. 연구 기간은 2017년부터 2019년까지 3년간이며, 정보공개서와 재무제표를 기반으로 기술통계분석과 상관관계분석, 다중회귀분석 그리고 통제변수를 반영한 위계적 회귀분석을 실시하였다.

본 연구는 총 5장으로 구성하였으며, [표1-1]과 같다.

[표 29-1] 연구 흐름도

I. 서론					
연구 배경		연구목적		연구내용	
II. 이론적 배경					
프랜차이즈		정보공개서		프랜차이즈 기업의 수익성 분석	
III. 연구 설계					
연구 모형		표본선정 및 자료수집		조작적 정의와 구성	분석 방법
IV. 실증 분석					
업종별 프랜차이즈 산업분석	프랜차이즈 기업의 업종별 수익성 영향 요인 분석	수익성 변동원인 분석	업종별 프랜차이즈 기업 수익성 추이 분석	기술 통계량 분석	프랜차이즈 수익성에 미치는 영향 요인
V. 결론 및 시사점					
연구 결과 요약		연구의 시사점		연구의 한계점 및 향후 연구 방향	

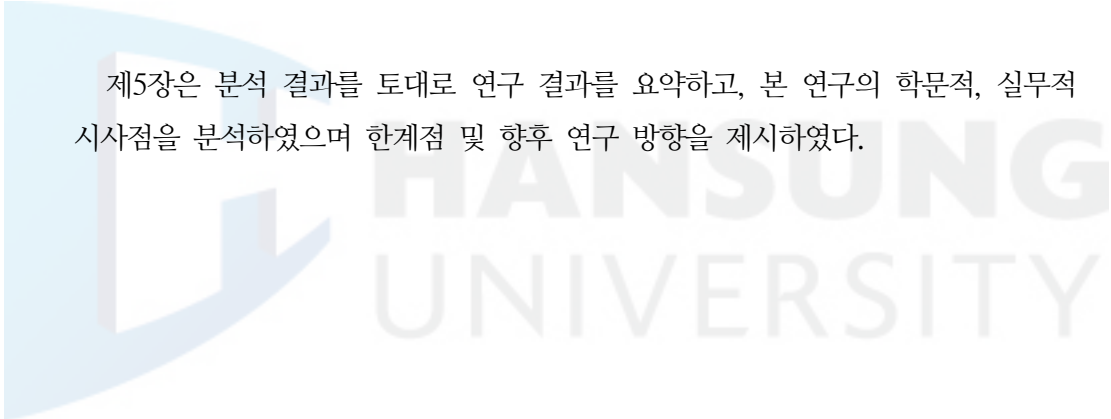
제1장 서론에서는 연구 배경과 연구목적을 제시하며, 연구목적 달성을 위해 연구 구성 및 방법에 관한 내용을 고찰한다.

제2장 연구목적을 위한 이론적 배경을 제시하였으며, 프랜차이즈 개념, 프랜차이즈 유형, 프랜차이즈 가맹본부 관련 선행연구, 정보공개서, 프랜차이즈 기업과 수익성의 관계, 수익성 지표 및 수익성 관련 선행연구를 고찰한다.

제3장 연구 설계를 통하여 연구 모형을 제시하고 변수의 조작적 정의 및 분석 대상의 데이터 정제, 실증 분석 방법에 대해 제시한다.

제4장은 실증분석으로 결과를 제시하고, 3년간 수익을 창출한 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성 지표를 제시하였다. 또한, 수익성 결과를 산출하여 업종별로 다른 수익성 지표에 대한 분석을 통해 업종별 차이와 효율적인 프랜차이즈 기업의 경영 방안에 관한 연구를 실시하였다.

제5장은 분석 결과를 토대로 연구 결과를 요약하고, 본 연구의 학문적, 실무적 시사점을 분석하였으며 한계점 및 향후 연구 방향을 제시하였다.



Ⅱ. 이론적 배경

2.1. 프랜차이즈

2.1.1. 프랜차이즈의 개념

프랜차이즈(franchise)는 가맹본부(franchisor)가 가맹점(franchisee)에게 상호 및 경영 노하우 등을 제공하고, 가맹점을 통해 상품 및 서비스를 판매하는 사업 형태를 말한다. 프랜차이즈는 자유, 면제, 특권과 같은 뜻을 지닌 '특권을 부여하다'라는 사전적 의미이다(최채봉·이상석, 2017). 프랜차이즈 개념의 정의는 가맹본부가 가맹점사업자에게 자신의 상호, 상표, 서비스표, 노하우 및 기타의 기업 운영방식을 사용하여 제품, 서비스를 판매할 수 있도록 하는 포괄적인 기업방식을 허가하는 것이다(Stern & El- Ansary, 1988).

국제프랜차이즈협회(IFA: International Franchise Association)의 정의는 프랜차이즈시스템은 Franchisor와 Franchisee사이의 계약관계이고, Franchisor는 노하우, 이미지, 성공 및 마케팅기법, 교육훈련, 머천다이징(merchandising), 경영관리 등의 업무에 관하여 에 계속적으로 보수의 대가로서 권리를 제공하고, 본사의 소유 또는 관리 하에 있는 공통의 상표 및 기준에 따라 영업을 하며 프랜차이즈 사업에 대하여 자신의 자본을 실질적으로 출자하는 것으로 정의하였다(IFA, 2018).

우리나라의 경우 공정거래위원회의 2002년 5월 가맹사업법을 공포하면서 가맹 사업 거래의 공정화에 관한 법률 제 2조에서 프랜차이즈의 개념을 가맹본부가 가맹점 사업자로 하여금 자기의 상표·서비스표·상호·간판 그 밖의 영업표지를 사용하여 일정한 품질 기준에 따라 상품(원재료 및 부재료 포함) 또는 용역을 판매하도록 함과 아울러 이에 따른 경영 및 영업활동 등에 대한 지원·교육과 통제를 하며, 가맹점 사업자는 영업 표지의 사용과 경영 및 영업활동 등에 대한 지원·교육의 대가로 가맹본부에 가맹비를 지급하는 지속적인 거래관계를 말한다(한국공정거래위원회, 2016).

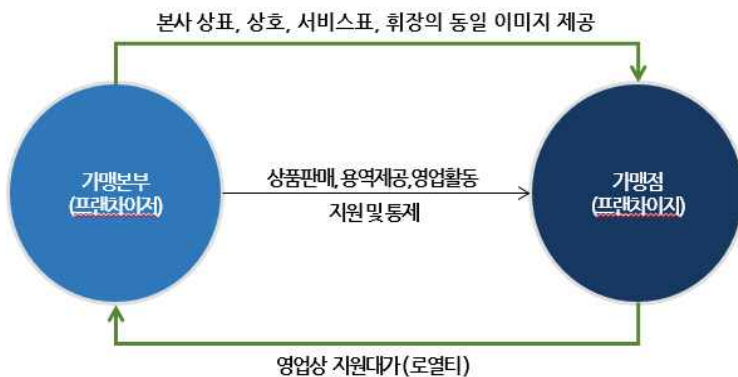
한국프랜차이즈산업협회(KFA: Korea Franchise Association)에서는 가맹본부(Franchisor)가 가맹사업자(Franchisee)에게 Franchise회사의 상표·상호·영업

방법 및 비밀 등을 제공해 상품과 서비스를 시장에 판매 및 기타 영업을 할 수 있는 권리를 부여하며, 영업에 관하여 일정한 통제·지원을 하고 이러한 포괄적 관계에 따라 일정한 대가를 수수하는 지속적 채권 관계로 정의하였다 (KFA, 2018).

또한, 가맹본부와 가맹점 사업자는 경영상으로는 명확한 독립채산제로서 각각의 사업에 자기자본을 투자하여 사업을 전개해 나가면서 서로 윈윈전략 (Win-win Strategy)을 구사하는 것으로 볼 수 있다(Mehmetoglu & Altinay, 2006). 따라서 가맹본부는 가맹점 사업자에 대하여 지속적 사업경쟁력을 갖도록 하는 사후관리의 의무도 부가된다고 보는 것이 일반적이다(신창훈·김을성·김철민, 2000, 김길선·안관영, 2012).

한경 경제용어사전에서는 프랜차이즈를 프랜차이즈 본사(프랜차이저)가 가맹점(프랜차이지)에게 자기의 상표, 상호, 서비스표, 휘장 등을 사용하여 자기와 동일한 이미지로 상품 판매, 용역 제공 등 일정한 영업 활동을 하도록 하고, 그에 따른 각종 영업의 지원 및 통제하며, 본사가 가맹사업자로부터 부여 받은 권리 및 영업상 지원의 대가로 일정한 경제적 이익을 지급받는 지속적인 거래 관계로 해석하고 있다(한경경제용어사전, 2021).

[그림2-1]과 같이 나타낼 수 있다.



[그림 2-1] 프랜차이즈

따라서 본 연구에서는 프랜차이즈(franchise)의 정의를 가맹본부(franchisor)가 프랜차이즈(Franchisor)의 상호 및 상표, 서비스표, 휘장의 동일이미지 노하우를 제공하고, 가맹본부 인지도 등과 같은 제품이나 서비스를 가맹점(franchisee)이 사용하기 위한 계약을 맺고 정해진 방식으로 사업을 영위하기 위해 영업상 금전적 지원 대가로 로열티를 지불하는 시스템이라고 정의하였다.

2.1.2. 프랜차이즈의 유형

프랜차이즈의 유형으로는 본부 형태별 유형이 가장 일반적인 프랜차이즈 분류 방식으로, 상표 라이선스형 프랜차이즈와 비즈니스 시스템형 프랜차이즈로 구분된다. 특히 비즈니스 시스템형 프랜차이즈는 최근 가장 일반화된 프랜차이즈 구분방식이다. 상표라이스형 프랜차이즈(Product Trademark chain)는 Franchisor가 제품 공급과 동시에 상표, 포장 등의 사용을 허락하는 방식으로 삼성전자 대리점, 현대자동차 대리점, SK주유소 등이 이에 해당된다. 미국에서 초기에 이런 타입이 프랜차이즈 시스템의 중심이 되었기에 전통적(Traditional)프랜차이즈라고도 불린다. 비즈니스 포맷형 프랜차이즈(Business Format chain)는 Franchisor가 Franchisee에게 단순히 상품, 상표제공뿐만 아니라 자체 개발한 ‘비즈니스 패키지’를 전수하는 근대적인 프랜차이즈 유형이다. 시스템 프랜차이즈와 동일한 개념으로서 최근 외식 프랜차이즈의 일반적인 형태가 이에 해당한다. 즉 프랜차이저가 프랜차이지에 대해 ‘비즈니스 패키지’를 제공하는 프랜차이즈 시스템을 총칭한다. 프랜차이저는 모든 노하우와 브랜드 사용권을 제공하고, 노하우 습득을 위한 교육훈련을 실시하고, 그 후에도 프랜차이지가 지속적인 운영이 가능하도록 지원을 해야 한다. 비즈니스 포맷형 프랜차이즈로는 맥도날드, 버거킹, 스타벅스와 같은 직영점 형태와 놀부, 파리바게트, 롯데리아와 같은 가맹점 형태, 키친나라와 같은 임의 가맹점 형태로 구분할 수 있다. 자본의 성격에 의해 구분되는 Regular Chain(단일자본체인), Voluntary chain(공동자본체인), Franchise chain(계약형 독립자본체인)으로 구분되며, 지역에 의한 분류로는 전국체인

(National chain), 지역체인(Regional chain), 지방체인(Local chain)으로 구분된다.

결합관계에 따는 유형에는 수평적 결합과 수직적 결합이 있다 수평적 결합은 제공자와 이용자가 동일한 유통 단계에서 결합하는 것을 뜻하며, 수직적 결합은 상이한 유통 단계에서 결합하는 관계로서 제조업자와 도매상 간의 프랜차이즈, 제조업자와 소매상 간의 프랜차이즈, 도매상과 소매상과의 프랜차이즈 등이 있다.

2.1.3. 프랜차이즈 가맹본부 성과 관련 선행연구

프랜차이즈산업의 세계적인 현황은 80개 이상의 업종에서 다양한 형태의 프랜차이즈가 활성화되고 있다. 모든 비즈니스에 보편적으로 적용할 수 없으며, 일부 업종인 외식업과 숙박임대업에 약 50% 이상을 차지하고 있다. (IFA, 2018).

지속적인 경기침체와 인건비 상승 등의 여러 경제성장 저해 요인으로 인해 프랜차이즈산업 환경은 내수 시장에서의 수요도 정체되어 있으며, 제품 차별 경쟁력을 확보할 수 있는 차별성 도출이 더욱 어려워질 것으로 예상된다. 따라서 이러한 환경에서 프랜차이즈 가맹본부의 지속 성장을 위한 성공 요인을 도출할 필요가 있다. 프랜차이즈 시스템의 성공 요인에 관한 연구는 주로 가맹본부나 가맹점 특성, 관계 특성, 고객 특성 등에 관하여 수행되었으며, 또한 가맹본부 특성(Dout, 1984; Yavas and Habit, 1987; Shane and Spell, 1998; Shane and Foo, 1999; Shane, 2005; 조기정, 2008; 윤인철, 2011 등)에 대한 연구에서는 대부분 설문조사 자료를 사용한 실증 분석으로 성공 요인을 살펴보고 있다. 국내 프랜차이즈 기업에 대한 정량적 분석은 2008년 2월부터 공정거래위원회에서 가맹본부가 정보공개서를 가맹희망자나 가맹점 사업자에 공시하도록 함으로써 가능하게 되었다. 정보공개서를 바탕으로 한 연구에는 가맹본부 특성과 재무비율 등을 이용하여 관계 특성을 규명하고자 한 연구(이용, 2010), 프랜차이즈 시스템의 발전 단계를 5단계로 분류하여 그룹별 차이를 분석한 연구(김주영, 유보미, 2013), 자원기반이론에 근거하여 가

맹본부의 유무형 자원이 비재무적 및 재무적 성과에 미치는 영향에 대한 연구(우미나, 구철모, 2016), 가맹본부 특성과 사업성과간의 연도별 인과관계 및 차이분석을 실시한 연구(이은지, 조철호, 2013), 프랜차이즈 계약 결정요인에 관한 연구(우대일, 이창주, 우종필, 2014) 등이 있다.

프랜차이즈 경영성과에 관한 선행연구는 주체 차원과 관계 특성 차원 및 내용 차원으로 구분할 수 있다. 선행연구에서는 프랜차이즈 업종별 효율성 분석 및 폐업예측 연구에서 제과·제빵, 주점, 커피, 한식 업종별로 구분하고 효율성 분석 결과를 활용하여 프랜차이즈 사업자의 폐업 가능성을 예측함으로써 향후 프랜차이즈 사업자의 운영 시 효율성 향상을 위한 정보로 활용할 수 있는 자료를 제시하였다(김윤석, 2019). 또한, 외식 프랜차이즈 가맹본부의 특성이 가맹점 관리지표 및 가맹본부의 경영성과에 미치는 효과를 정량적으로 실증 분석하여 가맹본부의 성과 결정요인에 관하여 연구하면서 가맹본부 특성 및 가맹점 관리지표와 경영성과 간의 관계를 가맹본부의 정보공개서 데이터를 사용하여 객관적으로 실증 분석하였다(유익수, 2018). 현재까지 진행된 프랜차이즈 본부의 경영성과에 관한 선행연구의 경우는 커피전문점, 가구유통 분야 등 일부 업종으로 제한하여 연구하거나, 대부분이 외식 프랜차이즈 업종에 한정된 연구들로 이루어져 있으며, 전 업종에 대한 프랜차이즈 기업 데이터에 관한 연구나 수익성에 관한 연구는 전무한 실정이다.

프랜차이즈 가맹본부의 경영성과에 관한 선행 연구를 표로 정리하면 다음과 같다.

[표 1- 30] 프랜차이즈 가맹본부의 성과 관련 선행연구

연구자	연구 논문
박두영(2020)	메타프론티어를활용한 커피전문점 가맹본부의 효율성 및 생산성 분석
이병주(2020)	외식기업의 가맹점 조절초점이 경영성과에 미치는 영향 : 본부 통제방법의 조절효과를 중심으로
김윤석(2019)	프랜차이즈 업종별 효율성 분석 및 폐업예측 연구

유익수(2018)	외식 프랜차이즈 가맹본부 특성과 경영성과간의관계 연구 : 가맹점 관리지표의 매개효과
김창봉· 박원순(2018)	외식 프랜차이즈 가맹본부의 지원시스템이 가맹점 신뢰와 재무적 성과 그리고 다점포운영의도에 미치는 영향에 관한 연구
신봉섭· 김현(2018)	프랜차이즈 수준평가제도와 참여업체의 경영성과에 관한 연구
이상석(2018)	외식 프랜차이즈 가맹본부 CEO의 기업가정신과 성과 간에 강점과 기회요인의 매개효과 분석
장준석(2017)	프랜차이즈 가맹본부의 프로모션활동이 가맹점의 신뢰와 경영성과에 미치는 영향연구 : 외식산업을 중심으로
이민호(2016)	조직간 시민행동이 관계품질과 가맹점 및 가맹본부의 성과에 미치는 영향

그러나 정보공개서를 바탕으로 가맹본부 특성과 경영성과 간의 관계에 대한 기존 연구는 가맹본부 특성이 경영성과에 영향을 미치는 직접효과에 대한 분석이 대부분으로, 이 또한 일부 업종에 제한한 연구가 대부분이다. 가맹본부의 경영 수익에 영향을 요인에 대한 연구가 부족하고, 가맹본부의 경영성과를 매출액등 성장성과 관련된 재무지표를 사용하여 가맹본부의 수익성에 대한 분석 또한 전체 업종을 분석한 자료는 전무한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 프랜차이즈 기업의 경영 수익성과 영향 요인에 대해 전체업종별로 세분화하여 분석하고자 하였다. 가맹점 예비 창업자는 가맹본부 선택 시 가맹본부의 정보공개서를 기반으로 접할 수 있는 객관적인 자료의 검토 후 결정하므로 공정거래위원회에 공시한 각 가맹본부의 정보공개서는 중요한 요소라 할 수 있다. 가맹본부의 운영역량에 따라 가맹점의 경영성과 및 생존에 관한 결과가 달라질 수 있고 대부분 가맹점 창업자는 가맹본부의 프랜차이즈 시스템에 의존하므로 가맹본부의 정량적 분석을 통하여 프랜차이즈 기업의 경영 수익성과 영향 요인에 대해 실증적으로 분석하는 것은 매우 중요한 의미를 가질 수 있다.

2.2. 정보공개서

2.2.1. 정보공개서의 정의 및 주요항목

정보공개서(FDD; Franchise Disclosure Development)는 ‘가맹 사업 거래의 공정화에 관한 법률’에서, 가맹본부의 사업 현황, 임원의 경력, 가맹점 사업자의 부담, 영업활동의 조건, 가맹점 사업자에 대한 지원·교육·훈련·지도·통제, 가맹 계약의 해제·해지·갱신 그 밖에 해당 가맹 사업에 관하여 대통령령이 정하는 사항을 수록하여 책자로 편철한 문서를 말한다.

2002년 프랜차이즈 비즈니스에서 가맹점 예비 창업자와 가맹본부 간의 정보의 비대칭으로 인한 정보와 조건으로 가맹 계약 체결에서 발생하는 피해로 일어나는 분쟁을 사전에서 보호하는 방안으로 가맹사업법이 공포되었다. 또한, 정보공개서 제도는 2008년 2월부터 가맹사업거래의 불공정성 시정, 합리적 정착을 목적으로 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률에 의한 가맹사업법에 따라 규정되었다.

공정거래위원회(2019)의 가맹사업 정의는 가맹본부가 가맹점 사업자로 하여금 자기의 상표, 서비스표, 상호, 간판 그 밖의 영업 표지를 사용하여 일정한 품질 기준이나 영업방식에 따라 상품(원재료 및 부재료) 또는 용역을 판매하도록 함과 아울러 이에 따른 경영 및 영업활동 등에 대한 지원, 교육과 통제를 하며, 가맹점 사업자는 영업 표지의 사용과 경영 및 영업활동 등에 대한 지원·교육의 대가로 가맹금을 지급하는 지속적인 거래관계이다.

정보공개서의 기재사항의 주요항목은 [표 2-1]과 같다.

[표 2-1] 정보공개서 기재사항

항 목	주요내용
1. 가맹본부의 일반사항	• 가맹본부의 기본 정보, 계열회사 정보 • 임원명단 및 경력
2. 가맹사업현황	• 최근 3년간 가맹점 현황(출점·폐점 수 포함) • 가맹 본부가 운영하는 다른 가맹본부 정보 • 전년도 가맹점 사업자 평균 매출액(추정치)

3. 범위반사실	<ul style="list-style-type: none"> • 최근 3년간 공정거래법 및 가맹사업법 위반 • 가맹 사업과 관련된 민사, 형사상 범위반사실
4. 가맹점 사업자의 부담	<ul style="list-style-type: none"> • 영업개시 이전 : 가맹금, 보증금, 설비 등 기타내용 • 영업지역 설정, 변경 등에 관한 내용 • 계약 종료 후 : 재계약, 영업권 양도 시 부담 비용
5. 영업조건 및 제한	<ul style="list-style-type: none"> • 상품 판매, 거래상대방, 가격 결정에 따르는 제한 • 영업지역 설정, 변경 등에 관한 내용 • 계약기간, 계약연장 · 종료 · 해지 등에 관한 내용
6. 영업개시절차	<ul style="list-style-type: none"> • 영업개시까지 필요한 절차, 기간, 비용
7. 교육 · 훈련	<ul style="list-style-type: none"> • 교육 · 훈련의 내용, 이수시간 · 부담 비용, 불참 시 불이익

*출처: 공정거래위원회(2019)를 연구자 재구성

2.2.2. 정보공개서 관련 선행연구

프랜차이즈 정보공개서와 관련된 국내의 선행연구로는 가맹점의 재계약의 도와 프랜차이즈와 프랜차이지간의 관계, 프랜차이즈 입지 특성 및 매출관계, 시스템 선택 속성간의관계가 대부분이며 법률과 관련된 연구가 주를 이루고 있다. 선행연구에서는 가맹점 재무성과가 가맹본부 특성과 경영성과 간에 매개 역할을 통해 가맹점 증가 수, 광고비와 판촉비, 가맹 사업 기간, 당기순이익 등의 요인을 파악하여 프랜차이즈 경영전략을 제시하였다(유익수·최문수, 2017). 또한 예비 창업자의 입장에서 어떤 속성을 가진 가맹본부를 선택하는 것이 생존율에 유리한지에 관한 실증적인 연구로 가맹본부의 총자산과 영업이익률, 가맹점 수, 신규개점수가 많은 가맹본부가 생존에 유리한 것으로 제시하였다(성백순, 2016). 김태호(2019)의 연구에서 외식 프랜차이즈 기업의 업종별 수익성 영향요인에 관한 연구를 진행하였다. 국외의 연구로는 계약상의 제약 및 통제에서 프랜차이즈 시스템의 수익성과 효율성 증가에 대한 프랜차이즈 계약 제한 요소의 성과를 분석하여 프랜차이즈의 정보공개 시스템이 성과는 증가하나 독일, 스위스의 경우는 유사하지 않다는 연구를 제시하였다(Hajdini & Windsperger, 2019).

정보공개서 관련 선행연구를 표로 정리하면 [표 1-5]와 같다.

[표 2-2] 프랜차이즈 정보공개서 관련 선행연구

연구자	연구 논문
Vdovichen· Voroniatnikov (2019)	FranchiseAgreement In Romania As A Form ToProvideEconomic Efficiency Of Business Activity
Hajdini· Windsperger (2019)	Contractual restraints and performance in franchise networks.
김태호(2019)	프랜차이즈 기업의 업종별 경영수익성과 영향요인에 관한연구: 외식프랜차이즈 정보공개서를 중심으로
조동민(2017)	프랜차이즈 가맹점주의 공정성 인식이 브랜드 충성도에 미치는 영향
맹수석· 정영교 (2017)	가맹사업의 법적 분쟁과 효율적 규제 방안
류석희· 김영국 (2017)	프랜차이즈 창업에 대한 정보공개서 제도 개선방안 연구
유익수· 최문수 (2017)	외식 프랜차이즈 가맹본부 특성과 경영성과 간의 연구: 가맹점 재무자료의 매개 효과
성백순(2016)	생존 프랜차이즈 가맹본부와 폐업 프랜차이즈 가맹본부 차이분석 -정보공개서 등록기준 기타 외식을 중심으로
류석희·소재선 (2016)	가맹사업법 교육이수제도의 도입

2.3. 프랜차이즈기업의 수익성 분석

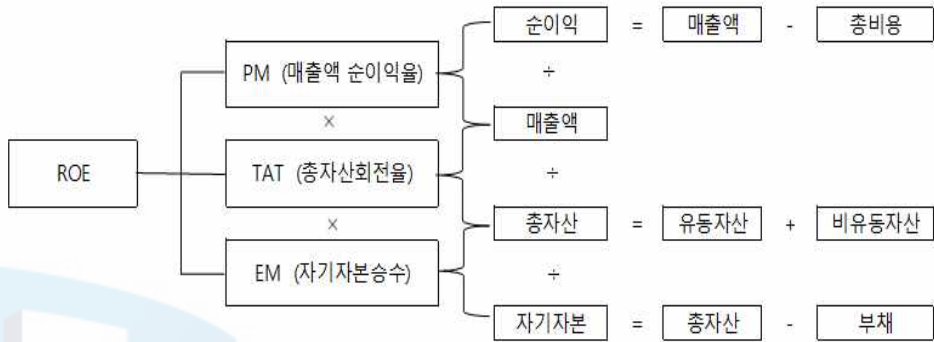
2.3.1. 수익성 분석

프랜차이즈 기업의 경영체제가 기존의 손익계산을 기반으로 한 수익·비용을 관리하는 방안에서 자본의 투자에 대한 효율을 중요시하는 재무상태표 기반으로 변화하고 있다. 수익성을 투자 자본에 대한 성과로 판단하고 매출액, 매출원가, 판매관리비, 영업외 비용 등의 경제적 관계를 평가하는 것이다. 이는 기업의 채무이행 위험 특성을 정확하게 추정하고 수익률 또한 도출할 수 있는 지표이다. 즉, 경영의 영업상의 의사결정에서 기인하는 성과와 경영 외적인 의사결정의 법인세 및 판매가격에서 기인하는 성과로 구분되며, 기업의 이익 창출 능력을 측정할 수 있는 재무비율이며 기업의 경영성과를 수익 창출의 바탕이 되는 요소로 나누어 비율을 산출한다(Iwata & Okada, 2011).

기업의 수익성 분석은 주주들의 주요 관심사로 기업 경영자에게도 중요한 지표이며, 투자결정 및 기업의 사업성 평가, 채무 상환능력 등을 판단할 수 있는 핵심적인 내용으로 기업의 모든 활동을 나타낸다. 수익성을 측정하는 척도로 자본이익률과 관련된 자기자본이익률(ROE; Return on Equity), 총자산순이익률(ROA; Return On Assets), 영업투자자본이익률(ROIC; Return on invested capital)이 있으며, 영업활동과 관련된 매출액영업이익률(POM; Profit Operating Margin), 매출액 순이익률(PM; Profit Margin)등이 있다(Berman & Knight, 2013).

본 연구에서는 수익률을 대표하는 ROE를 사용하여 듀퐁 항등식의 3분해를 활용하여 분석하였다. ROE는 자기자본의 투자 효율성을 나타내며, 주주의 부를 극대화하는 관점에서 주주 입장의 수익성을 평가하는 자기자본순이익률이 가장 좋은 지표이며, 기업 지배구조와 관련하여 주주를 중시하는 소위 주주자본주의가 확대되면서 주주지분인 자기자본에 대한 투자효율 측정하는 주요 관리지표로 이용하며, 유망한 신규사업진출을 위한 투자 시 기업가치 상승에도 불구하고 단기적으로 ROE가 하락하여 신규 사업 진출이나 확대 기회를 상실할 수 있는 한계가 있다. 또한, 자기자본은 장부 가치를 기준으로 계산하므로 시장가치(실현가능가치)를 기준으로 할 경우에는 상이한 결과가 나올 수 있으며, 순이익은 회계원칙에 따라 매우 다르게 나타날 수 있다(정휘영·이장희, 2012). 또한, 기업 가치평가에서

자기자본 수익률이 미래 수익성 예측의 정보력과 가까운 미래에 대한 이익 예측에 유용한 것으로 나타났다(권수영·문보영, 2009). ROE를 3분해하면 아래와 같다.



[그림 2-2] DuPont System에 의한 ROE Chart

한편, 타인자본의 투자자와 자기자본 투자자를 고려한 경영자 입장의 이익 발생지표인 총자산순이익률(ROA; Return On Assets)이 있으며, 주주의 입장에서 수익성을 평가할 때 타인자본의 적절한 이용은 주주 부의 극대화에 기여하는 상관관계를 가지며 타인자본이 총자산 영업이익률을 상회하는 경우의 부채 사용은 자기자본순이익률을 하락시켜 과대한 부채로 인한 타인자본의 상승은 기업 가치를 하락시킬 수 있다는 척도이다.

기업의 수익성은 자본과 매출, 매출과 이익, 자본과 이익과의 관계를 의미하며 수익성은 총자산순이익률, 총자본 순이익률, 자기자본순이익률, 매출액순이익률, 총자본 영업이익률, 매출 영업이익률 등으로 측정한다(양승필·김홍일, 2008). 또한, 현대의 재무적 사고는 지출을 투자 자본으로 간주하고 투자수익률이 자본비용을 초과하는 경우에 수익성으로 판단한다(Rust·Lemon & Zeithaml, 2004).

영업 투자자본 수익률(ROIC)은 수익창출 활동과 자본수익과 관련된 재정 효율성을 측정하는 척도로 실제 비용지출에 대한 이익과 비용 절감 효과의 실현성을 측정하였다(Watson & Zerfass, 2011). 이에 수익성 측정 척도로 ROA, ROE을

활용하여 경영성과를 반영하는 것보다 ROIC(Return On Invested Capital) 지표를 활용한 수익률이 경쟁력과 성장성의 이익척도로 활용되는 것이 더 유용한 것으로 나타났다(김태호·김학선, 2018).

ROIC는 영업투자자본수익률로써 투자자본대비 이익의 성과를 나타내는 척도로 영업활동을 위한 자산과 영업활동으로 인한 이익을 가지고 해당 기업의 영업활동 수익성을 나타내는 지표이며, 영업활동을 위한 자산을 투자자본이라 하고, 영업활동으로 인한 이익을 영업이익이라 한다(김태호·김학선, 2018). ROIC의 계산식은 아래와 같다.

$$ROIC = \frac{NOPAT(\text{세후영업이익})}{IC(\text{평균영업투자자본})} = \text{매출액세후순영업이익률} \times \text{영업투자자본회전율}$$

$$= \frac{\text{세후순영업이익}}{\text{매출액}} \times \frac{\text{매출액}}{\text{영업투자자본}} = \text{영업수익성} \times \text{영업활동성}$$

*NOPLAT(Net Operating Profit Less Adjusted Taxes) : 세후영업이익
 IC(Invested Capital): 투자자산(투자자본)

수익성 분석을 조직적으로 이해하기 쉬운 방법으로는 ROIC Tree을 활용하며 이는 주요 핵심구성 요소를 분해함으로써 ROIC를 만들어내는 핵심 가치 창출 요소를 추출할 수 있다(김태호·김학선, 2018).

또한, 수익성 지표의 척도로 사용되는 매출수익률(Return On Sales, ROS)은 순이익률이라고도 하며, 매출액에 여러 가지 기타 비용을 모두 제한 뒤 남는 최종이익이 어느 정도인지 살필 수 있으며, 같은 산업 내에 다른 기업과 비교하여 상대적인 수익성 경쟁력을 알아볼 수도 있고 그 산업군에 대해 잘 파악하고 있다면 절대적 경쟁력을 파악할 수도 있을 것이며. 수치는 높을수록 좋다.

자산이익률(Return On Assets; ROA)은 주주의 돈과 채권자에게 돈을 받아 얼마나 효율적으로 자산을 잘 취득하고 잘 활용하고 있는지를 나타내는 지표로 수치는 높을수록 좋다.

자기자본이익률(Return On Equity; ROE)은 기업의 수익성을 나타내는 가장 중요한 지표로서, 모든 비용을 공제하고 순수하게 수익을 계산했을 때 주주가 갖고 있는 지분에 대한 이익발생 정도를 나타낸다. 영업이익률은 일시적

자산 매각이나 금융 손익 등을 제외한 순수한 회사의 영업부문에서 일궈낸 성과로서, 회사의 기본적 제품과 서비스의 질과 경쟁력 및 그 활동을 함에 있어 적절한 간접비용(마케팅 비용 등)의 통제도 잘 이뤄지고 있는지를 나타내며, 영업활동 수익성을 평가하는 종합적이면서도 기본적인 지표로 기업분석에 중요한 수치이다.

수익성 분석은 수년 동안의 수치를 지속적으로 비교해 높았는지 낮았는지, 전체적인 산업의 장기적인 분석이 필요하다. 평균 몇 %의 수치를 보였으며 과거와 현재의 수치는 어떻게 달라졌는지 등을 살펴보아야 한다. 단기적인 시각과 장기적인 시각을 함께 검토해 보아야 효율적으로 사용할 수 있다.



[표 2-3] 수익성 지표

구 분	산 출 식
매출수익률 (ROS, Return On Sales)	$\frac{\text{당기순이익}}{\text{매출액}} \times 100$
총자산순이익률 (ROA, Return On Assets)	$\frac{\text{당기순이익}}{\text{총자산}} \times 100$
자기자본순이익률 (ROE, Return On Equity)	$\frac{\text{당기순이익}}{\text{자기자본}} \times 100$
투자수익률 (ROI, Return On Investment)	$\frac{\text{당기순이익}}{\text{총자본}} \times 100$
영업 투자자본 수익률 (ROIC, Return On Invested Capital)	$\frac{NOPAT(\text{세후영업이익})}{IC(\text{평균영업투자자본})}$
총자본회전율 (Turnover Ratio of Total liabilities and net worth)	$\frac{\text{매출액}}{\text{총자본}} \times 100$
영업이익율 (Rate of Poerationg Profits)	$\frac{\text{영업이익}}{\text{매출액}} \times 100$
매출액순이익률 (PM, Profit Margin)	$\frac{\text{당기순이익}}{\text{매출액}} \times 100$
매출원가율 (Rate of Sales Cost)	$\frac{\text{매출원가}}{\text{매출액}} \times 100$
매출액증가율 (Net Sales Growth Rate)	$\frac{\text{당기순이익} - \text{전기매출액}}{\text{전기매출액}} \times 100$
매출액영업이익율 (POM, Profit Operation Margin)	$\frac{\text{영업이익}}{\text{매출액}} \times 100$

*출처 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

2.3.2. 프랜차이즈 기업과 수익성의 관계

프랜차이즈 기업의 수익 분석은 주로 기업 손익계산서에서 나타나며, 매출액, 매출원가, 매출총이익, 영업이익, 당기순이익 등으로 알 수 있다.

또한, 프랜차이즈산업통계(2020)에서는 계약관련 지표로 총가맹점 수, 가맹 계약 기간(최초, 갱신), 가맹점 증가율, 유지율, 가맹점 수(계약해지, 명의변경) 등이 있다. 기업의 일정 시점에 있어서 재무 상태를 나타내는 재무제표는 재무상태표, 손익계산서, 현금흐름표, 이익잉여금처분계산서가 있으며, 이해관계자에게 결산의 내용을 제공하는 것이다. 재무상태표는 기존의 대차대조표의 명칭이 국제회계기준(IFRS)에 의해 변경된 것으로 기업이 보유한 자산, 부채, 자본에 대해 일정 시점에서의 정보를 나타낸 것이며, 기업경영을 통해 일정 기간의 경영성과를 나타낸 것은 손익계산서이다.

본 연구는 프랜차이즈의 업종별 수익성 지표를 산출하기 위하여 금융감독원의 전자공시시스템(DART)과 공정거래위원회 프랜차이즈 정보공개서에 나타난 자료를 활용하여 재무구조 및 수익성을 반영하였다.

2.3.3. 프랜차이즈 수익성 관련 선행연구

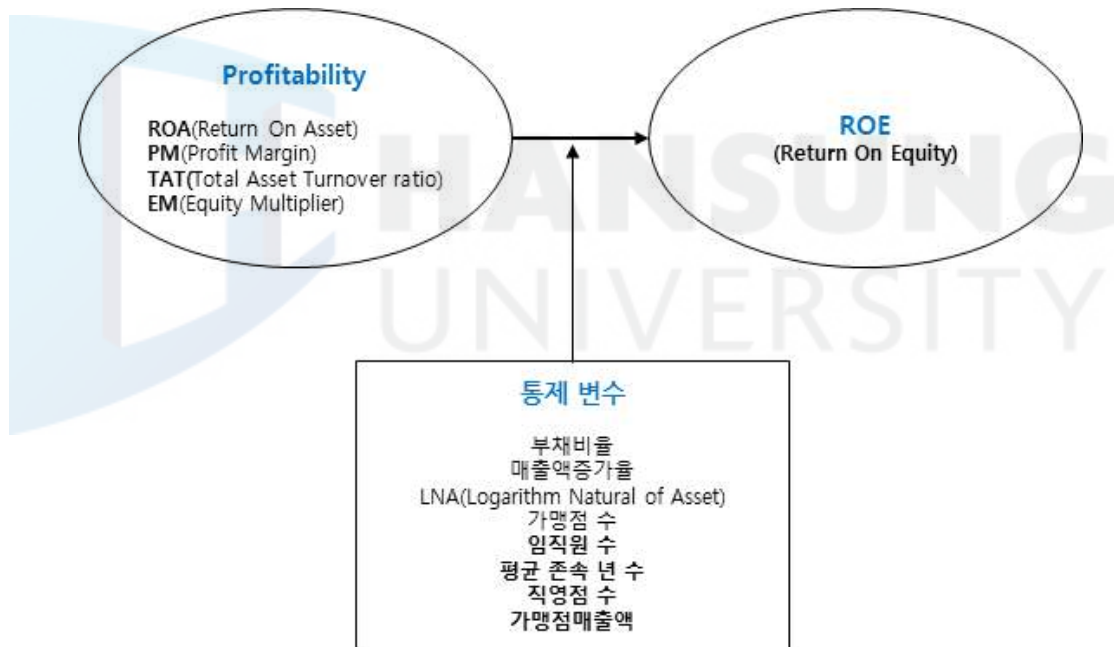
프랜차이즈 수익성과 관련된 국내의 선행연구로는 커피전문점의 ROIC와 ROA, ROE 분석을 통해 경영 효율성을 연구하였다(김태호·김학선, 2018). 김태호·김학선은 시계열 자료를 활용하여 레버리지효과에 따른 영업순환주기와 치킨프랜차이즈 기업의 위험관리행태에 따른 경영성과를 분석에서 경영성과를 높이기 위해서는 투자 증가로 인한 고정비 증가를 변동비로 적정하게 감소와 영업이익의 확보와 금융비용 부담 완화의 재무의사결정에 관하여 연구하였다(김태호·김학선, 2018). 또한 외식 프랜차이즈의 경제적 가치와 재무비율간의 상관관계를 인식하여 기업가치 향상 지표관리에 관한 연구를 하였다(구원일, 2019). 안정적 재무구조와 효율적 영업활동이 외식기업의 생존과 성장이 최적 자본구조를 실현하는 수준의 부채비율과 주주 이익을 고려하는 배당정책 등이 재무 정책에 반영과 수익성을 강화할 수 있는 영업 정책에 관한 연구도 있었다(주병철·김성수·전효진, 2015).

국외의 선행연구에서는 수익성을 매출액, 시장점유율 지표를 사용하여 분석하였으며(Hewett & Bearden, 2001), 매출액, 시장점유율, 조직의 유효성 등으로 수익성을 분석하였다(Morgan·Clark & Gooner, 2002). 투자수익률, 총자산순이익률, 자기자본순이익률 지표로 매출액 증가, 비용감소, 이익률 증가 등을 재무적 수익성과 업무량 감소, 업무시간 감소, 이직율 감소, 인력감소, 시장점유율 증가 등을 비재무적 수익성으로 구분하여 분석하였다(Venkatraman & Ramanujam, 1986). Zahra(1996)는 매출액 증가율로 분석하였으며, 가맹점의 경영성과를 재무적 관점에서 매출액, 영업이익, 투자수익, 자산 활용, 원가절감 등으로 고객 관점에서는 고객만족, 신규고객 확보, 고객지속 보유, 가맹본부 이미지 향상 및 유지, 신속한 고객 대응, 제품의 다양성 등으로 분석하였다(Niven, 2002).

Ⅲ. 연구 설계

3.1. 연구모형

본 연구에서는 프랜차이즈의 업종별 수익성 변수로 ROA, PM, TAT, EM 을 독립변수로, ROE를 종속변수로 설정하였다. 안정성을 나타내는 부채비율 과 자기자본비율, 성장률을 나타내는 매출액 증가율과 총자산증가율과 회사의 규모를 확인할 수 있는 총자산, 총부채, 총자본, 총매출액을 자연로그화 하여 통제변수로 설정한 분석모형은 [그림3-1]과 같다.



[그림 3 -1] 연구 모형

3.2. 표본선정 및 자료수집

3.2.1. 표본선정

본 연구의 표본선정은 프랜차이즈를 기반으로 하는 기업의 가맹본부로 정의하고, 공정거래위원회의 가맹사업거래에 정보공개서를 제출한 가맹본부와 금융감독원의 전자공시시스템, 2017년부터 2021년까지 발행된 프랜차이즈산업통계현황의 자료를 바탕으로 유효한 재무 데이터를 보유한 기업으로 연구 범위로 한정하여 연구 표본기업을 선정하여 연구하였다.

본 연구는 국내 프랜차이즈 기업 중 재무구조, 수익성에 관한 연구를 위해서 수익성 지표인 ROE, ROA, PM, POM을 분석하고 레버리지 지표인 부채비율과 EM, DR을 파악하고 활동성 지표인 TAT을 이용하여 분석하고자 한다. 수익성 분석을 위한 표본선정은 (주)맥세스컨설팅에서 발행한 2020 프랜차이즈산업 통계 현황(FFA, 2021)과 공정거래위원회에 등록된 2020년 기준 프랜차이즈 기업을 대상으로 선정하여 연구를 진행하였다.

정보공개서 상에 나타난 2020년 말 기준 현재 공정거래위원회에 등록된 브랜드는 6,847개(매출액 2조 이상, 데이터 오류 브랜드 제외)이며, 2017년~2019년 3년간 재무상태표, 손익계산서, 이익잉여금 처분계산서, 현금흐름표, 자본변동표 등을 참고하여 매출액이 없는 브랜드 2,050개, 총자산이 없는 브랜드 521개, 사업자등록번호 기준 중복 브랜드 897개, 재무 데이터가 유효하지 않은 기업 1,269개, 재무 데이터 오류 기업 10개를 제거하고 총 2,100개의 기업을 대분류 3개 외식업, 도소매업, 서비스업으로 분류하고, 이를 다시 소분류 42개 업종으로 분류하여 프랜차이즈산업에 대한 전반적인 현황을 분석하였다..

다음으로, 프랜차이즈 가맹본부가 벤치마킹에 활용하기 위한 지표를 산출하기 위해 수익성 가맹본부만을 표본으로 재선정하였으며, 2017년부터 2019년까지 3년간 당기순손실, 영업 손실 발생기업 926개와 자본잠식기업 113개를 제외하고 1,061개의 기업을 다시 재분류 하였다. 그 결과 서비스업종 중 임대업, 배달서비스, 부동산 중개, 이사, 인력 파견업이 제외되었으며, 최종 선정

된 데이터를 기준으로 가맹본부는 총 38개 업종으로 분류되었다. 프랜차이즈 정보공개서와 재무제표를 기반으로 기술통계분석과 상관관계분석, 다중회귀분석 그리고 통제변수를 반영한 위계적 회귀분석을 실시하였다.

3.2.2. 자료수집

본 연구 자료의 수집은 2017년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지의 재무 자료가 2021년 4월 중에 공시된 기업을 금융감독원에서 제공하는 전자공시시스템(Dart)과 프랜차이즈산업통계현황의 기업정보에서 제공하는 프랜차이즈 기업의 재무 자료를 바탕으로 2021년 6월에 수집하여 연구하였다.

공정거래위원회 가맹사업거래의 정보공개서 자료를 바탕으로 프랜차이즈 기업 전체업종을 대상으로 연구하였으며, 2020년 프랜차이즈산업 통계 현황 자료를 수집하여 연구하였다. 2020년 말 기준 정보공개서 상에 나타난 프랜차이즈 가맹본부 중 정보공개서 상에 3년간 재무상태표, 손익계산서, 이익잉여금처분계산서, 현금흐름표, 자본변동표 등을 참고하여 재무 데이터가 확보 가능한 가맹본부의 데이터 자료로 연구를 진행하였다.

3.3. 조작적 정의와 구성

변수에 대한 정의는 개념적 정의와 조작적 정의로 나누며, 개념적 정의(conceptual definition)는 측정하고자 하는 속성을 측정에 앞서서 연구자가 연구의 틀 속에서 의도하는 변수의 의미를 명확히 하는 데 가장 중요한 의미를 갖고 있다. 즉 특정현상을 일반화하여 나타내는 추상적 개념을 사전에 정의된 보편적 언어로 정의하는 것을 의미하며 연구에서 활용되는 주요 용어들을 개념적으로 정의하는 것이다.

조작적 정의(operational definition)는 측정에 앞서 정의된 변수의 개념적 정의를 보다 구체적인 형태로 표현하는 과정인데 이는 실증 검증에 전제되는 관찰 가능성, 즉 측정 가능성과 직결된 정의로 개념에 대한 의미를 지닌 변인

을 어떻게 측정했는지를 밝히는 과정이다. 이는 조사하고자 하는 개념을 경험적, 가시적으로 측정 가능하기 위한 구체적 정의이며, 개념적 정의를 기반으로 검증과정에서 관찰 가능한 실제현상과 연관 지어 측정 가능한 형태로 정의하는 것으로 연구자들이 통일된 내용을 공유하기 위해 연구자가 구체적으로 설명한 정의가 조작적 정의이며, 특정 개념에 대한 조작적 정의는 연구자 사이에 일치하지 않을 가능성이 있다(송지준, 2015).

프랜차이즈 경영성과를 분석은 재무성과 지표를 활용한 Q비율(Tobin's q ratio)에서 ROA, ROE, PM, MV(Market Value), SR(Stock Return) 등이 수익성 지표로 활용되었으며, 듀퐁 항등식에서는 ROE를 통하여 기업의 수익성을 어떻게 창출하였는지를 분석하는 기법으로 ROA, PM, TAT, EM을 활용하였다(Lindenberg & Ross, 1981).

수익성 지표는 일정 기간 기업의 경영성과를 측정하는 비율로 투자된 자본, 자산, 매출 수준에 상응하여 창출한 이익의 정도를 나타내며, 재무상태표 항목과 손익계산서 항목을 동시에 고려하는 혼합비율의 경우에는 재무상태표 항목의 기초 잔액과 기말 잔액을 평균하여 사용한다.

그러므로 본 연구에서는 듀퐁 항등식의 3분해 요소의 경영 수익률과 관계있는 정보공개서 자료를 활용하여 수익성 지표로 연구하였다.

(1) ROA(Return On Asset)

총자산수익률은 당기순이익의 총자산에 대한 비율로 기업의 계획과 실적 간 차이 분석을 통한 경영활동 평가 및 경영전략 수립 등에 많이 사용되며, 수식은 아래와 같다.

$$ROA(\%) = \frac{\text{당기순이익}}{\text{총자산(평균)}} \times 100$$

(2) ROE(Return On Equity)

자기자본 수익률은, 수식은 아래와 같다. 당기순이익의 비율을 나타내는 지표로 자본조달 특성에 따라 동일한 자산 구성하에서도 서로 상이한 결과를 나타내므로 자본 구성과 동시에 고려해야 한다. 이는 주주지분인 자기자본의 투자 효율성을 나타내며 주주 부의 극대화와 관련된 재무비율이며, 수식은 아래와 같다.

$$ROE(\%) = \frac{\text{당기순이익}}{\text{자기자본(평균)}} \times 100$$

(3) PM(Profit Margin)

매출액에 대한 당기순이익의 비율을 나타내는 지표로 영업활동의 성과를 총괄적으로 파악하여 경영내용을 판단할 때 쓰이는 재무비율이며, 수식은 아래와 같다.

$$PM(\%) = \frac{\text{순이익}}{\text{매출액}} \times 100$$

(4) TAT(Total Asset Turnover ratio)

총자산이 1년 동안 몇 번 회전했는가를 나타내는 비율로 기업에 투하한 총자산의 운영효율을 총괄적으로 표시하는 지표로 총자산은 총자본과 같다. 이는 활동성 지표로 활용되는데 본 연구에서는 수익성 지표의 범주로 연구하였으며, 수식은 아래와 같다.

$$TAT(\text{회}) = \frac{\text{매출액}}{\text{총자산(평균)}} \times 100$$

(5) EM(Equity Multiplier)

자기자본에 대한 총자산의 비율을 말하며 부채비율에 1을 더하면 되는데, 이는 기업경영의 안전성과 타인자본에 대한 지불능력, 타인자본 사용에 따른 손익 확대 효과, 자본조달 및 운용, 경영성과를 파악할 수 있으며 레버리지 지표로 활용되는데 본 연구에서는 수익성 지표의 범주로 연구하였으며, 수식은 아래와 같다.

$$EM(\text{배}) = 1 + \text{부채비율} = \frac{(\text{자기자본} + \text{타인자본})}{\text{자기자본}} = \frac{\text{총자산}}{\text{자기자본}}$$

$$DR(\%) = \frac{\text{유동부채} + \text{비유동부채}}{\text{자기자본}} \times 100$$

3.4. 분석 방법

본 연구의 목적인 업종별 수익성 비교를 위해 ROA, PM, TAT, EM을 독립변수로, ROE를 종속변수로 설정하여 부채비율, 매출액 증가율, LNA(총자산), 가맹점 수, 임직원 수, 평균 존속 연수, 직영점수, LS(가맹점 매출액)를

통제변수로 설정한 후 수익성의 영향 관계를 파악하여 중소기업본부의 벤치마킹 자료로 활용하기 위해 SPSS프로그램(version 22.0)을 사용하여 기술통계 분석, 상관관계분석, 다중회귀분석 및 위계적 회귀분석을 실시하였다.

3.3.1. 듀폰 항등식 3분해를 통한 수익성 분석

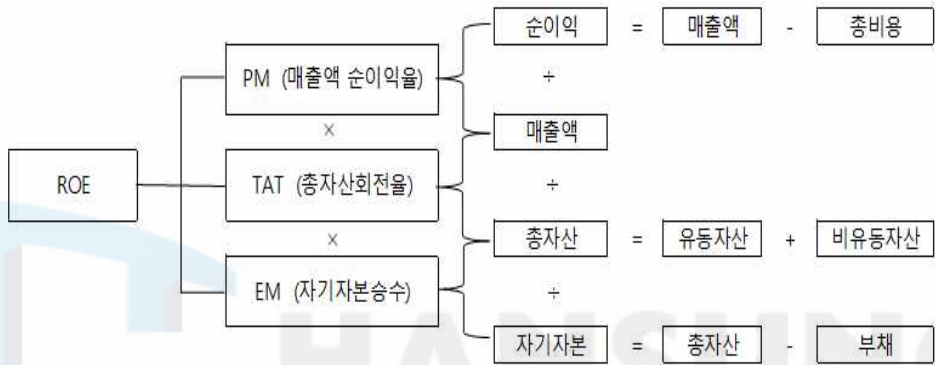
본 연구는 프랜차이즈 가맹본부에 대한 수익성 및 레버리지, 활동성에 영향을 미치는 요인을 수익성 분석에 ROA, ROE, PM, TAT, EM을 듀폰 항등식(DuPont Identity)을 활용하여 분석하였다. 듀폰 항등식은 ROE를 PM, TAT, 레버리지의 EM 3개의 곱의 방정식으로 이를 통한 기업의 이익 창출 분석기법으로 순이익인 높은 기업인가? 자산 운용은 어떻게 효율적으로 사용하고 있는가에 대해 레버리지의 활용도를 분석한다. ROE 분석을 통하여 순이익률은 낮으나 총자산회전율이 높은 박리다매형 기업인지, 순이익률은 높으나 총자산회전율을 낮춘 후 리소매형 기업인가를 파악할 수 있다(김태호·김학선, 2017). 수익성의 대표적인 지표인 ROA를 총자산에 대한 투자수익률이라 하고, ROE는 자기자본에 대한 수익성 지표로 활용하였다. ROE는 해당 지분에의 투자에 대한 효율성에서 목적 적합성에 따라 이용하는 지표는 변화할 수 있으며, 최근 지배구조와 관련해 ROE를 활용하는 빈도가 증가하였다. 또한 패러다임의 변화에 적응할 수 있는 지속적인 성장을 위한 경영전략의 예측 지표로 활용된다(박현정, 2006).

ROE를 변동시키는 요인은 첫째, PM은 기존 제품이나 서비스의 양적 매출 증대나 가격 인상, 환율, 원자재 가격변동에 의한 원가 하락, 원가, 판관비 절약, 새로운 사업에서의 매출 발생, 매출 증대에 따른 레버리지 효과 등으로 변한다.

둘째, TAT는 자산의 효율성과 관련이 있는 것으로 자산 효율성을 개선하기 위해서는 수익성이 낮은 자산은 매각하는 것이 필요하며 재고관리를 효율적으로 해야 하며 물류시스템 투자 등으로 자산의 효율성을 재고하여야 한다. 지나치게 현금을 많이 보유하는 것은 자산회전율을 낮추게 되므로 주주의 가치를 파괴하는 것이 된다.

셋째, EM은 금융비용의 이자가 저금리일 때 차입에 대한 주주의 이익에 도움을 주는 것으로 무 차입 경영보다는 적절한 부채를 사용하여 주주 가치를 상승시

키는 것이 중요하다. 그러나 너무 많은 부채는 경기가 침체 및 불황 시 기업에 위험을 가중하므로 조심해야 한다(김태호·김학선, 2017). ROA와 ROE의 비율 간 차이는 재무 레버리지 효과를 반영한 것으로 부채 부담에 대한 수익의 변화 폭이 증가하여 이익의 큰 변화를 가져오며, 재무 레버리지의 또 다른 요소를 나타낸 것이 듀퍽 항등식이다.



[그림 3-2] DuPont System 에 의한 ROE Chart

3.3.2. 상관관계분석

본 연구의 분석 자료는 2017년~2019년 3년간의 정보공개서 자료를 활용하여 프랜차이즈 기업의 가맹본부에 대한 수익성에 대하여 분석하기 위해 재무 변수들 간의 관련성 정도인 인과관계와 방향을 파악하기 위해서 상관분석을 실시하였다(송지준, 2015).

상관계수란 두 개의 변수 간에 상관 정도를 측정하여 하나의 수치로 표현한 것으로 재무비율 변수간의 얼마나 상관관계가 있는지를 측정하여 -1 ~ +1 사이의 값으로 표현한 것이다. 상관계수가 '1'이면 완전한 양의 상관관계가 있다고 하며, '-1'이면 완전한 음의 상관관계가 있다고 한다. 상

본 연구에서는 상관분석을 정규분포를 이루는 선형관계의 피어슨(Pearsons) 상관분석을 하였다. 또한, 프랜차이즈 업종별 가맹본부의 특성이 가맹예비자에게 업

종 선택 시 정보공개서를 활용하여 업종별, 가맹본부별 가맹점 관리지표 및 경영의 수익성 성과에서 미치는 효과를 정량적으로 실증 분석하여 가맹예비자가 프랜차이즈 업종 선택에서 기존 프랜차이즈의 수익업종을 판단하여 프랜차이즈 업종별 가맹본부의 수익성 분석으로 선택기준을 살펴보는데 이바지하고자 하였다.

3.3.3. 다중회귀 분석

본 연구에서는 프랜차이즈 가맹본부의 수익성에 영향을 미치는 변수에 대한 인과관계를 규명하고자 듀퐁 항등식의 수익성 분해를 통하여 수익성의 영향변수를 규명하기 위한 다중회귀분석을 실시하였다. 선행연구에서는 종속변수로 ROE대신 ROA를 사용했고(양승필·윤대순, 2005), 독립변수로 유동비율, 영업비비율 및 금융비율 등을 사용했다. 다른 연구에서는 ROA보다는 최근 주주 자본주의 하에서는 현실적으로 ROE를 수익성의 대리지표로 보는 것이 더 타당하다고 하여 종속변수로 ROE를 사용해 다중회귀분석 실시하였으며, 독립변수로는 ROA, PM, TAT, EM을 사용하고 자연 로그화하여 기업의 총자산이라는 대리 변수로 사용되었다(박현정,2006). 본 연구에서는 업종별 수익성 비교를 위해 ROA, PM, TAT, EM을 독립변수로, ROE를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

3.3.4. (외생변수 통제) 위계적 회귀분석

외생변수를 통제한 후 ROA, PM, TAT, EM을 독립변수로, ROE를 종속변수로 독립변수가 종속변수에 영향을 미치는지 알아보기 위해 부채비율, 매출액 증가율, LNA(총자산), 가맹점 수, 임직원 수, 평균 존속 연수, 직영점수, LS(가맹점 매출액)를 통제변수로 사용하여 위계적 회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증 분석

4.1. 업종별 프랜차이즈산업 분석

프랜차이즈산업의 규제강화와 코로나 상황에도 불구하고 프랜차이즈 브랜드는 급격히 증가하고 있다. 2020년말 기준으로 프랜차이즈 기업은 5,403개이며, 브랜드는 총 6,847개로 전년 대비 12.4% 증가한 것으로 나타났다. 2020년 9월 직영점 의무화 법안 입법예고 후 등록률이 증가하였으며, 기존 가맹본부에서 한꺼번에 10개 브랜드를 등록하거나 한 개인사업장 60개를 등록하는 사례도 나타났다. 법안의 도입과 보류가 반복되면서 오히려 실제 없는 브랜드 등록을 부추긴 효과로 보고 있기도 하다.

프랜차이즈 전체 브랜드 중 2,368개(34.6%)는 가맹점이 0개로 나타났으며, 981개(14.3%)는 매출이 전혀 없는 것으로 나타났다. 여기서 알 수 있는 것은 가맹 사업 자격 기준이 없어, 예비 창업자가 참고해야 할 정보를 갖추지 못하고 무분별하게 정보공개서만 등록하는 브랜드 수가 상당하며, 등록만 한 실제 가맹 사업을 개시하지 않은 브랜드들이 전체 프랜차이즈산업 규모를 왜곡할 가능성이 있다는 점이다.

2020년 신규등록 브랜드는 1,837개이며, 폐업브랜드는 1,077개로 나타났다. 신규 등록한 1,837개 브랜드 중 한식은 30.5%, 기타 외식 10.7%, 치킨 6.0%, 분식 6.8%로 나타났으며, 서비스업종 중 기타서비스(독서실, 스터디카페, 공유오피스 등)의 신규등록이 증가한 것으로 나타났다. 특히 기타 외국식(베트남,태국음식 등)과 주점(레틀, 미들비어, 제주 컨셉)업종의 등록이 증가하였으며, 배달형 디저트커피, 배달형 분식, 피자 업종 등이 급격히 증가하고 있다.

2020년 전체 프랜차이즈 산업 규모를 살펴보면, 본사 총 매출은 53.3조로 나타났으며, 전체 브랜드 가맹점의 연간 총매출액은 (가맹점 수*연평균매출액) 추정=64.4조로 총 177조를 형성하고 있다. 이러한 상황에도 프랜차이즈 기업 중 임직원 1명 이하인 기업이 31.9%로 프랜차이즈 본사로서의 시스템을 갖추지 못한 기업이 상당수이다. 또한 전체 브랜드 중 직영점이 없는 브랜드

드가 61.6%를 차지하고 있으며 이는, 본부 고유의 노하우 없이 가맹 사업을 운영하는 브랜드 수가 상당한 비율을 차지하고 있음을 나타낸다. 가맹본부의 자격 제한이 없는 경우 노하우를 전수 받을 수 없는 가맹점주 및 건전한 가맹본부의 피해증가가 우려되는 수준이다.

프랜차이즈의 업종별 브랜드 수를 살펴보면 외식업의 비중이 76.7%로 국내 프랜차이즈산업의 양적 성장을 주도하고 있으며, 한식이 1,722개(25.1%)로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 기타외식이 924개, 치킨이 467개, 분식이 408개 브랜드 순으로 나타났다. 서비스업은 기타서비스가 279개, 도소매업은 기타도소매가 195개를 차지하고 있다.

이중 외식업브랜드의 증감 현황은 [그림 4-1]과 같다

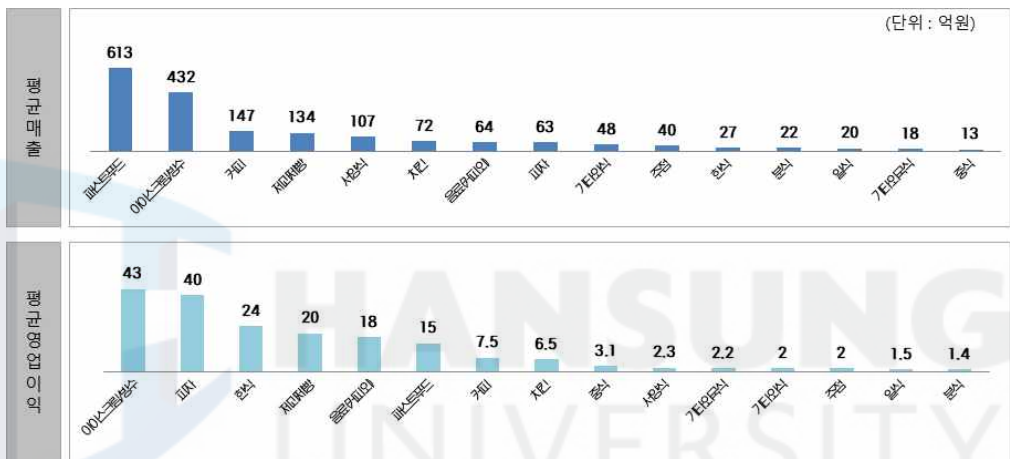


[그림 4-1] 외식업 브랜드 증감 현황

업종별 존속 연수는 3년 미만인 브랜드가 전체의 50.7%를 차지하고 있으며 대분류별로 구분해 보면 도소매업이 6.2년, 서비스업이 5.6년 외식업이 4.1년으로 나타났다. 전체 브랜드 중 20년 이상 사업을 영위한 브랜드는 2.1%에 불과했다. 42개의 세부 업종별로 살펴보면 존속 연수가 가장 긴 업종은 약국으로 16년으로 나타났고, 이사업종이 12년으로 그 다음을 이었다. 대부분 도소매업종에서 존속 연수가 길게 나타났으며, 외식업종 중에서는 아이스크림/빙수업이 6.5년으로 가장 긴 것으로 나타났다.

가맹본부의 업종별 평균 매출액을 살펴보면 큰 폭으로 증가한 업종은 패스트푸드, 커피, 주점, 운송, 임대 업종 등이 있으며, 아이스크림/빙수, 음료(커피외), 약국, 종합소매점의 매출액은 전년 대비 감소한 것으로 나타났다. 상세 업종별 평균 매출이 가장 높은 업종은 편의점으로 6,102억 원으로 나타났고 그 다음을 건강식품이 1,032억 원으로 뒤따르고 있다. 외식업종 중 아이스크림/빙수, 음료(커피외), 제과제빵, 중식의 매출액은 감소한 것으로 나타났다.

업종별 가맹본부의 평균 매출액과 평균 영업이익은 [그림 4-2]와 같다.



[그림 4-2] 업종별 가맹본부 평균 매출액 현황

최근 3년간 가맹점 평균 매출액은 정체되고 있는 실정이며, 물가 상승률, 인건비 상승률을 감안할 때 가맹점의 수익구조는 점점 악화할 것으로 보인다.

세부 업종별 가맹점 연평균매출액은 종합소매점, 숙박, 부동산 중개 등이 높게 나타났으며, 커피, 아이스크림, 음료 등 계절에 따른 매출 편차가 높은 업종들의 가맹점 평균 매출액이 매우 저조하게 나타났다.

점포 수가 가장 많은 업종은 편의점으로 1,244개로 나타났고, 약국 651개, 교육교과 192개 순으로 도소매업종과 서비스업종이 외식업에 비해 높게 나타났다.

프랜차이즈 기업의 진단척도의 한 방안으로 계약종료, 계약해지, 명의변경 수의 합을 신규개점과 비교하여 신규개점의 수가 높을 경우 성장, 유사할 경우 정체, 낮을 경우 쇠퇴한다고 판단하기도 하며, 도소매 업종의 폐점수의 증

가로 외식업종이나 서비스업종에 비해 향후의 사업 운영에 대한 어려움이 예상되어 진다.

존속 연수에 따른 개점률, 폐점률을 비교해 보면, 외식업은 존속 연수 3~5년 미만인 시점에서 폐점률이 개점률을 초과하는 것으로 나타나 서비스업이나 도소매업이 5~7년 미만 시점에서 폐점률이 우위가 되는 것을 보았을 때 위험률이 더 높다고 예측할 수 있다.

[표 4-1] 업종별 개점률 및 폐점률 현황

존속 연 수	외식		서비스		도소매	
	개점률	폐점률	개점률	폐점률	개점률	폐점률
3년 미만	80.10%	12.00%	77.70%	7.00%	85.40%	3.50%
3~5년 미만	30.10%	37.50%	29.00%	15.30%	26.30%	24.80%
5~7년 미만	20.00%	31.80%	17.60%	18.10%	15.70%	19.90%
7~10년 미만	13.50%	32.90%	11.30%	22.30%	10.70%	23.20%
10~15년 미만	8.90%	26.40%	9.00%	22.80%	6.80%	27.10%
15~20년 미만	8.20%	21.10%	6.50%	21.10%	4.30%	21.00%
20년 이상	7.30%	15.00%	6.50%	10.80%	6.70%	10.40%

※ 출처 : 2020 프랜차이즈 산업현황

4.2. 프랜차이즈기업의 업종별 수익성 영향 요인 분석

프랜차이즈 기업의 수익성 및 활동성을 분석한 결과 2019년 평균 매출액이 높은 업종은 기타도소매업, 편의점, 기타외식, 패스트푸드, 제과제빵업의 순으로 나타났다. 화장품업의 당기순이익은 -7천9백만 원으로 수익성이 현저하게 역 성장하였으며, 자동차관련업과 종합소매점 또한 당기순이익 및 수익성에서 역성장을 보이는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT가 높게 나타난 업종을 살펴보면 편의점이 2.83회, PC방이 2.26회, 기타외식이 2.16회, 치킨이 2.03회로 높은 지표를 나타내고 있으며, 오락업종, 이사업종, 건강식품업, 스포츠관련, 유아관련(교육외)업은 0.8회 미만으로 낮은 지표를 나타내고 있다. 이는 2019년 당해 연도 자료이므로, 상세 수익성 추이에 관심이 사료된

다.

프랜차이즈 기업 특성 상 자산규모가 적더라도 가맹본부 경쟁력이 큰 기업의 경우는 매출을 창출할 수 있는 역량이 높기 때문에 활동성 비율이 높게 나타날 수 있다. 숙박업의 경우는 업종평균 매출액은 1억1천3백만 원으로 크지 않지만, ROA 5.57%, PM 2.36%이며 활동성 지표인 TAT는 2.37회로 수익성과 활동성 비율이 높게 나타나 효율성에 대한 기업적인 지표 확인이 필요한 것으로 사료된다. 프랜차이즈 기업의 업종별 재무 현황은 [표 4-2]와 같다.



[표 4-2] 프랜차이즈 기업의 업종별 재무 현황

업종	매출액	당기순이익	총자산	수익성		활동성
				PM	ROA	TAT
(건강)식품	1,638	143	2,339	8.71%	6.27%	0.72
농수산물	76	1	37	1.79%	3.92%	2.19
의류/패션	76	5	75	6.69%	7.81%	1.17
편의점	6,848	76	2,612	1.11%	3.15%	2.83
화장품	1,364	-29	1,205	-5.79%	-6.85%	1.18
기타도소매	8,125	96	4,601	1.18%	2.20%	1.86
안경	198	18	186	9.23%	10.14%	1.10
약국	13	0	10	-2.35%	-3.09%	1.32
종합소매점	357	-4	373	-1.23%	-1.31%	1.06
교육(교과)	759	37	649	4.90%	5.90%	1.20
교육(외국어)	736	16	805	2.11%	1.99%	0.94
기타교육	512	-5	367	-1.01%	-1.41%	1.39
배달	0	0	0	-3.42%	-3.65%	1.07
스포츠관련	335	0	460	-0.08%	-0.06%	0.77
유아관련(교육외)	237	10	334	4.39%	3.41%	0.78
이미용	266	41	326	15.34%	13.05%	0.85
자동차관련	696	-7	770	-0.99%	-0.90%	0.92
PC방	83	0	38	0.38%	0.86%	2.26
기타서비스	470	7	465	1.39%	1.58%	1.14
반려동물관련	113	5	102	4.00%	5.93%	1.48
부동산중개	1	0	1	0.38%	0.72%	1.87
세탁	433	17	286	3.86%	7.19%	1.86
숙박	113	3	58	2.36%	5.57%	2.37
오락	21	0	35	1.07%	0.66%	0.61
운송	6	0	6	0.39%	0.36%	0.93
이사	7	0	10	0.00%	0.00%	0.69
인력파견	4	0	2	-10.92%	-21.44%	1.96
제과제빵	2,993	44	2,433	1.46%	1.87%	1.28
주점	283	20	216	7.02%	9.75%	1.39
패스트푸드	3,028	14	2,235	0.48%	0.70%	1.47
피자	463	50	419	10.91%	12.02%	1.10
기타외국식	136	2	74	1.23%	2.30%	1.87
기타외식	3,145	44	1,502	1.41%	3.06%	2.16
분식	593	19	352	3.16%	5.53%	1.75
서양식	104	3	93	2.90%	3.37%	1.16
아이스크림/빙수	949	55	874	5.80%	6.71%	1.16
음료(커피외)	238	23	155	9.66%	15.38%	1.59
일식	259	12	285	4.74%	4.66%	0.98
중식	55	4	36	6.36%	10.44%	1.64
치킨	2,785	128	1,428	4.59%	9.33%	2.03
커피	1,121	44	978	3.88%	4.84%	1.25
한식	2,092	43	1,390	2.05%	3.22%	1.57

※ 출처 : 2021 프랜차이즈 산업통계 연구자 재구성

자산 규모 및 재무구조에서는 자산은 자본과 부채의 합으로 구성되며, 기업운영에 중요한 부분을 차지하고 있다. 자산규모(기업 규모)의 선행연구를 살펴보면, 기업 규모는 원가의 대칭성을 강화하는 역할로 기업 관리의 효율성과 투자유치에 영향을 미치며 경영자의 효율적 관리가 가능할 것이라는 분석하였으며(김태호·김학선, 2018), 기업 규모가 기업 존립에 영향을 미칠 수 있는 중요요인으로 제시하였다(김주은, 2016). 또한, 중소기업의 경우 기업 규모, 매출액 성장률, 신용평점이 재고자산회전 변화율에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났음을 제시하였고(이지혜·김판수, 2015) 기업 규모가 작을수록 도산 확률이 높아지는 것으로 제시하였다(이계원, 1993). 해외 선행연구에서는 한국기업의 도산예측 모델에서 기업 규모, 총자산회전율, 누적 수익성, 재무구조의 4개의 변수를 사용하여 k-score모형을 제시하였으며(Altman, 1994), 기업이 얼마나 오래 성장할 수 있는지를 알 수 있는 척도인 Gibrat 법칙은 기업성장률과 기업 규모 간의 음(-)의 상관관계를 보여 Gibrat 법칙이 성립되지 않음을 보여주었다(Mansfield, 1962). 이러한 선행연구 결과 자산규모가 기업의 부실 여부를 판단하는 데 중요한 변수로 나타났다.

본 연구 기업의 2,100개 가맹본부의 42개 업종을 분석한 결과 평균 자산은 6억8천1백만 원이며, 기타 도소매업종과 제과제빵업종이 가장 높게 나타났다. 이는 타 업종에 비하여 재고 보유가 매출액의 규모에 영향을 미치는 도소매업종과 보유 기자재의 가격이 높은 업종에서 나타나는 현상으로 분석되었다. 업종의 특성상 초기 투자자금과 직영점이 많은 업종의 경우 자산규모가 크게 나타났다.

가맹본부의 재무 건전성을 알아보기 위해 업종별 가맹본부의 자본구조 및 자기자본 비율을 통하여 자기자본 잠식현황을 분석하였다. 업종별 분석현황을 살펴보면, 자본잠식 업종은 부동산중개, 숙박업종으로 나타났다.

이는 가맹본부의 재무구조가 취약한 것으로 가맹본부의 표본을 유추 해석하여 소자본 창업자의 업종과 가맹본부에 보다 신증을 기하여야 한다는 것으로 판단되며 자산과 부채가 높은 업종은 기타도소매업과 편의점 업종으로 분석되었다.

[표 4-3] 프랜차이즈 기업 업종별 자산·부채·자본 현황

(단위: 천원)

업종	자산	부채	자본
(건강)식품	2,339,439	324,730	2,014,709
농수산물	36,580	21,984	14,597
의류/패션	75,181	44,978	30,203
편의점	2,612,298	1,892,851	719,447
화장품	1,204,588	527,514	677,074
기타도소매	4,601,110	2,395,528	2,205,581
안경	186,323	75,863	110,460
약국	9,724	9,322	401
종합소매점	373,210	153,328	219,882
교육(교과)	648,645	306,282	342,364
교육(외국어)	804,940	456,637	348,304
기타교육	367,153	177,900	189,253
배달	487	222	265
스포츠관련	460,231	241,080	219,152
유아관련(교육외)	334,233	180,036	154,197
이미용	326,482	132,256	194,226
자동차관련	769,592	367,269	402,323
PC방	37,788	22,708	15,080
기타서비스	465,314	239,163	226,151
반려동물관련	101,958	61,415	40,542
부동산중개	705	1,009	- 304
세탁	286,218	186,590	99,628
숙박	57,762	64,150	- 6,388
오락	34,927	23,793	11,134
운송	6,056	3,995	2,061
이사	10,049	3,734	6,315
인력파견	1,952	1,738	214
제과제빵	2,432,602	1,550,729	881,872
주점	216,456	128,650	87,806
패스트푸드	2,234,703	1,499,483	735,220
피자	418,914	134,693	284,221
기타외국식	74,012	43,760	30,252
기타외식	1,502,293	883,872	618,421
분식	351,557	236,448	115,109
서양식	92,738	48,831	43,907
아이스크림/빙수	874,462	276,375	598,086
음료(커피외)	155,251	82,878	72,373
일식	285,192	110,885	174,308
중식	36,101	19,684	16,418
치킨	1,427,850	710,481	717,369
커피	977,827	644,543	333,283
한식	1,389,751	811,520	578,231
평균	681,492	359,498	321,994

※ 출처 : 2021 프랜차이즈 산업통계 연구자 재구성

4.3. 수익성 변동 원인 분석

4.3.1. 프랜차이즈기업의 업종별 수익성 분석

듀퐁 항등식은 수익성 대표 척도로 ROE와 원천요소인 영업효율성을 나타내는 PM, 자산이용의 효율성을 나타내는 TAT, 재무레버리지를 나타내는 EM으로 분해할 수 있다. 수익성 원천요소를 영업과 자산이용, 자본구조로 분해하여 프랜차이즈 기업경영의 수익성에 대한 유용한 정보를 제공하는 것이다. 프랜차이즈 기업 중 2017년~2019년까지 영업이익이 나타나며, 자본잠식이 없는 수익성 기업을 대상으로 듀퐁 항등식을 활용한 38개 업종을 연도별로 분해한 결과는 [표 4-4]와 같다.

[표 4-4] 업종별 3개년 수익성 추세 (단위: %, 회, 배)

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
1	(건강)식품	2019	7.14%	8.19%	10.48%	0.68	1.15
		2018	7.16%	8.50%	10.65%	0.67	1.19
		2017	6.55%	7.87%	10.41%	0.63	1.20
		평균	6.95%	8.19%	10.52%	0.66	1.18
2	농수산물	2019	3.45%	8.32%	1.65%	2.09	2.41
		2018	5.15%	12.38%	2.27%	2.27	2.40
		2017	3.98%	10.12%	1.66%	2.40	2.54
		평균	4.19%	10.27%	1.86%	2.25	2.45
3	의류/패션	2019	8.34%	19.16%	7.62%	1.09	2.30
		2018	8.55%	17.89%	6.59%	1.30	2.09
		2017	8.69%	18.92%	6.47%	1.34	2.18
		평균	8.53%	18.65%	6.89%	1.25	2.19
4	편의점	2019	1.63%	5.32%	0.61%	2.68	3.26
		2018	3.19%	8.82%	1.13%	2.83	2.76
		2017	3.21%	9.25%	1.13%	2.84	2.88
		평균	2.68%	7.80%	0.96%	2.78	2.97
5	화장품	2019	0.92%	1.49%	1.25%	0.73	1.62
		2018	3.67%	5.65%	4.20%	0.87	1.54
		2017	3.38%	4.98%	3.36%	1.00	1.48
		평균	2.66%	4.04%	2.94%	0.87	1.54
6	안경	2019	13.46%	19.30%	12.96%	1.04	1.43
		2018	16.03%	24.49%	12.14%	1.32	1.53
		2017	30.21%	57.86%	14.80%	2.04	1.92
		평균	19.90%	33.88%	13.30%	1.47	1.63
7	약국	2019	1.92%	6.08%	1.54%	1.25	3.17
		2018	1.99%	6.24%	1.61%	1.24	3.13
		2017	1.91%	5.50%	1.50%	1.27	2.89
		평균	1.94%	5.94%	1.55%	1.25	3.06
8	종합소매점	2019	5.19%	19.10%	2.28%	2.28	3.68

		2018	7.06%	20.61%	3.02%	2.34	2.92
		2017	8.42%	19.62%	3.32%	2.54	2.33
		평균	6.89%	19.78%	2.87%	2.39	2.98
9	기타도소매	2019	5.34%	12.06%	1.92%	2.78	2.26
		2018	8.40%	18.24%	2.79%	3.01	2.17
		2017	11.77%	27.69%	3.50%	3.36	2.35
		평균	8.50%	19.33%	2.74%	3.05	2.26
도소매평균		2019	5.27%	11.00%	4.48%	1.62	2.36
		2018	6.80%	13.65%	4.93%	1.76	2.19
		2017	8.68%	17.98%	5.13%	1.94	2.20
		평균	6.91%	14.21%	4.85%	1.77	2.25
10	교육(교과)	2019	10.85%	17.64%	10.07%	1.08	1.63
		2018	11.65%	18.48%	10.84%	1.07	1.59
		2017	4.12%	6.14%	4.22%	0.98	1.49
		평균	8.87%	14.09%	8.38%	1.04	1.57
11	교육(외국어)	2019	11.96%	20.76%	12.64%	0.95	1.74
		2018	7.22%	11.57%	7.30%	0.99	1.60
		2017	7.61%	12.65%	7.77%	0.98	1.66
		평균	8.93%	14.99%	9.24%	0.97	1.67
12	기타교육	2019	11.58%	20.02%	9.62%	1.20	1.73
		2018	11.23%	20.38%	9.03%	1.24	1.81
		2017	11.86%	23.10%	8.65%	1.37	1.95
		평균	11.56%	21.17%	9.10%	1.27	1.83
13	스포츠관련	2019	7.25%	10.41%	8.51%	0.85	1.44
		2018	9.19%	12.29%	11.38%	0.81	1.34
		2017	34.29%	49.10%	39.54%	0.87	1.43
		평균	16.91%	23.94%	19.81%	0.84	1.40
14	유아관련(교육 외)	2019	7.69%	15.94%	6.04%	1.27	2.07
		2018	8.69%	15.91%	6.01%	1.45	1.83
		2017	3.81%	6.62%	2.20%	1.73	1.74
		평균	6.73%	12.82%	4.75%	1.48	1.88
15	이미용	2019	17.38%	24.47%	23.94%	0.73	1.41
		2018	22.78%	32.80%	26.57%	0.86	1.44
		2017	33.63%	50.91%	26.76%	1.26	1.51
		평균	24.60%	36.06%	25.76%	0.95	1.45
16	자동차관련	2019	4.37%	6.41%	4.81%	0.91	1.46
		2018	1.41%	2.09%	1.44%	0.98	1.49
		2017	1.35%	2.11%	1.38%	0.98	1.56
		평균	2.38%	3.54%	2.54%	0.96	1.50
17	PC방	2019	12.93%	35.12%	5.41%	2.39	2.72
		2018	18.29%	62.05%	5.15%	3.55	3.39
		2017	13.12%	47.35%	2.46%	5.34	3.61
		평균	14.78%	48.17%	4.34%	3.76	3.24
18	반려동물관련	2019	2.64%	10.40%	1.66%	1.59	3.94
		2018	8.65%	35.36%	5.09%	1.70	4.09
		2017	12.73%	56.00%	5.46%	2.33	4.40
		평균	8.01%	33.92%	4.07%	1.87	4.14
19	세탁	2019	7.63%	22.35%	4.03%	1.89	2.93
		2018	9.28%	33.55%	4.81%	1.93	3.61
		2017	4.59%	20.92%	3.02%	1.52	4.55
		평균	7.17%	25.61%	3.95%	1.78	3.70
20	숙박	2019	14.96%	28.93%	9.55%	1.57	1.93
		2018	0.15%	0.33%	0.07%	2.29	2.12

		2017	8.99%	26.16%	5.00%	1.80	2.91
		평균	8.03%	18.47%	4.87%	1.88	2.32
21	오락	2019	1.29%	2.62%	0.98%	1.32	2.04
		2018	5.59%	12.24%	4.15%	1.35	2.19
		2017	6.66%	15.39%	4.23%	1.57	2.31
		평균	4.51%	10.08%	3.12%	1.41	2.18
22	운송	2019	3.97%	4.54%	3.87%	1.03	1.14
		2018	24.37%	29.54%	16.62%	1.47	1.21
		2017	26.84%	35.06%	13.93%	1.93	1.31
		평균	18.40%	23.05%	11.48%	1.47	1.22
23	기타서비스	2019	12.07%	33.22%	9.79%	1.23	2.75
		2018	12.82%	33.92%	8.68%	1.48	2.65
		2017	14.98%	34.31%	9.12%	1.64	2.29
		평균	13.29%	33.82%	9.20%	1.45	2.56
서비스평균		2019	9.04%	18.06%	7.92%	1.29	2.07
		2018	10.81%	22.89%	8.37%	1.51	2.17
		2017	13.19%	27.56%	9.55%	1.74	2.34
		평균	11.01%	22.84%	8.61%	1.51	2.19
24	제과제빵	2019	0.99%	2.07%	0.80%	1.23	2.10
		2018	0.92%	1.81%	0.70%	1.31	1.98
		2017	3.44%	6.50%	2.37%	1.45	1.89
		평균	1.78%	3.46%	1.29%	1.33	1.99
25	주점	2019	27.56%	42.49%	19.43%	1.42	1.54
		2018	15.30%	24.70%	10.00%	1.53	1.61
		2017	13.38%	22.18%	8.34%	1.61	1.66
		평균	18.74%	29.79%	12.59%	1.52	1.60
26	패스트푸드	2019	0.67%	1.41%	0.34%	1.95	2.12
		2018	1.27%	2.43%	0.61%	2.09	1.92
		2017	3.66%	6.81%	1.72%	2.13	1.86
		평균	1.86%	3.55%	0.89%	2.06	1.97
27	피자	2019	9.92%	14.64%	9.47%	1.05	1.47
		2018	11.26%	17.22%	9.69%	1.16	1.53
		2017	17.29%	26.64%	12.61%	1.37	1.54
		평균	12.83%	19.50%	10.59%	1.19	1.51
28	분식	2019	8.15%	23.69%	5.59%	1.46	2.91
		2018	8.91%	26.26%	5.99%	1.49	2.95
		2017	7.40%	22.30%	4.74%	1.56	3.01
		평균	8.15%	24.08%	5.44%	1.50	2.96
29	서양식	2019	8.15%	11.19%	6.67%	1.22	1.37
		2018	11.42%	16.40%	8.17%	1.40	1.44
		2017	14.21%	22.14%	9.47%	1.50	1.56
		평균	11.26%	16.58%	8.10%	1.37	1.46
30	아이스크림/빙수	2019	6.81%	9.22%	6.18%	1.10	1.35
		2018	7.81%	10.45%	6.62%	1.18	1.34
		2017	7.01%	9.54%	6.18%	1.13	1.36
		평균	7.21%	9.73%	6.33%	1.14	1.35
31	음료(커피외)	2019	28.45%	54.29%	16.77%	1.70	1.91
		2018	16.67%	36.62%	12.38%	1.35	2.20
		2017	7.77%	15.18%	6.80%	1.14	1.95
		평균	17.63%	35.36%	11.98%	1.39	2.02
32	일식	2019	8.97%	17.93%	6.04%	1.49	2.00
		2018	13.41%	28.34%	7.94%	1.69	2.11
		2017	18.76%	46.06%	10.58%	1.77	2.46

		평균	13.71%	30.78%	8.19%	1.65	2.19
33	중식	2019	11.49%	26.50%	7.44%	1.54	2.31
		2018	9.33%	23.61%	5.55%	1.68	2.53
		2017	12.43%	32.64%	6.52%	1.91	2.63
		평균	11.08%	27.58%	6.50%	1.71	2.49
34	치킨	2019	14.02%	26.47%	6.99%	2.01	1.89
		2018	14.66%	30.20%	7.49%	1.96	2.06
		2017	16.71%	36.62%	8.15%	2.05	2.19
		평균	15.13%	31.10%	7.54%	2.00	2.05
35	커피	2019	10.85%	21.24%	7.28%	1.49	1.96
		2018	10.43%	19.43%	5.86%	1.78	1.86
		2017	11.66%	22.15%	6.43%	1.81	1.90
		평균	10.98%	20.94%	6.53%	1.69	1.91
36	한식	2019	8.46%	17.15%	5.43%	1.56	2.03
		2018	10.20%	19.97%	5.99%	1.70	1.96
		2017	10.83%	21.59%	5.67%	1.91	1.99
		평균	9.83%	19.57%	5.70%	1.72	1.99
37	기타외국식	2019	10.20%	21.27%	4.97%	2.05	2.09
		2018	14.21%	33.62%	5.43%	2.62	2.37
		2017	17.65%	50.85%	5.81%	3.04	2.88
		평균	14.02%	35.25%	5.40%	2.57	2.44
38	기타외식	2019	5.97%	14.03%	2.74%	2.18	2.35
		2018	6.05%	15.13%	2.85%	2.12	2.50
		2017	6.42%	16.19%	3.02%	2.13	2.52
		평균	6.15%	15.12%	2.87%	2.14	2.46
외식업평균		2019	10.71%	20.24%	7.08%	1.56	1.96
		2018	10.12%	20.41%	6.35%	1.67	2.02
		2017	11.24%	23.83%	6.56%	1.77	2.09
		평균	10.69%	21.49%	6.66%	1.67	2.03
전체 평균		2019	8.81%	17.25%	6.77%	1.48	2.09
		2018	9.59%	19.72%	6.76%	1.63	2.12
		2017	11.35%	23.82%	7.32%	1.80	2.21
		평균	9.92%	20.26%	6.95%	1.63	2.14

※ 출처 : 2021 프랜차이즈 산업통계 연구자 재구성

두풍 향등식을 이용하여 프랜차이즈 가맹본부의 3년간의 ROE를 분석한 결과 2017년 23.82%, 2018년 19.72%, 2019년 17.25%로 ROE는 점차 감소하는 추세를 나타내고 있으며, ROA 또한 2017년 11.35%, 2018년 19.59%, 2019년 8.81%로 지속 감소하였다. PM은 2017년 7.32%, 2018년 6.76, 2019년 6.77%로 3년간 -0.55% 감소하였다. TAT는 2017년 1.8회, 2018년 1.63회, 2019년 1.48회로 나타났으며, EM은 2017년 2.21배, 2018년 2.12배, 2019년 2.09배로 전체적인 감소세를 보이고 있다. 이는 지속적인 경기침체와 인건비 상승, 소비심리 부진, 동종업의 경쟁 심화 등이 요인으로 분석된다.

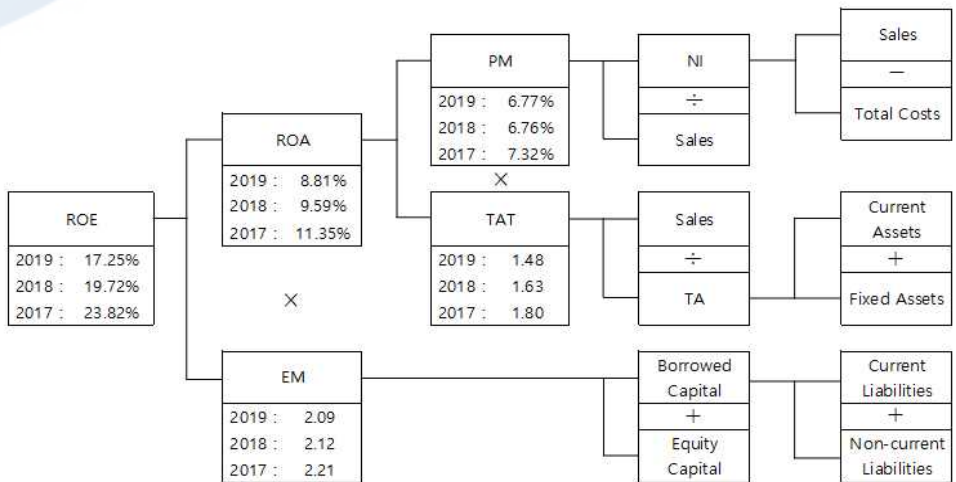
업종별로 상세히 살펴보면 자기자본의 효율성을 높여 주주 이익의 극대화과 관

련된 ROE는 전체 평균 20.26%로 나타났으며, 30% 이상으로 높게 나타난 업종은 PC방 48.17%, 이미용 36.06%, 음료(커피외) 35.36%, 기타외국식 35.25%, 반려동물관련 33.92%, 안경 33.88%, 기타서비스 33.82%, 치킨 31.10%, 일식 30.78%의 순으로 높게 나타났다. 반면에 10% 미만으로 낮게 나타난 업종은 아이스크림/빙수 9.73%, 건강식품 8.19%, 편의점 7.08%, 약국 5.94%, 화장품 4.04%, 패스트푸드 3.55%, 자동차관련 3.54%, 제과제빵 3.46% 순이었다.

기업이 투자한 총자산의 운영효율을 나타내는 활동성 지표인 TAT 전체 평균은 1.63회로 나타났으며, 2.0 이상 높게 나타난 업종은 PC 방 3.76회, 기타도소매 3.05회, 편의점 2.78회, 기타외국식 2.57회, 종합소매점 2.39회, 농수산물 2.25회, 기타외식 2.14회, 패스트푸드 2.06회, 치킨 2회로 활동성이 높은 업종으로 나타났다으며, 1.0 이하로 나타난 업종은 건강식품 0.66회, 스포츠관련 0.84회, 화장품 0.87회, 이미용 0.95회, 자동차관련 0.96회, 교육(외국어) 0.97회로 나타났다.

자기자본에 대한 총자산의 비율을 나타내는 EM의 전체 평균은 2.14배이며 3.0 이상으로 나타난 업종은 반려동물관련 4.14배, 세탁 3.7배, PC방 3.24배, 약국 3.06배로 안전성이 높은 업종으로 해석되며, 이는 부채에 대한 자기자본 승수가 높은 업종이기 때문이다.

프랜차이즈 기업의 평균 ROE 변동추이는 [그림 4-3]에서 볼 수 있다.



[그림 4-3] 프랜차이즈 기업의 평균 ROE 변동추이

4.4. 업종별 프랜차이즈 기업 수익성 추이 분석

4.4.1. 건강식품

건강식품업종의 경우 2019년 총 매출액은 16억3천8백만 원으로 나타났으며, 당기순 이익은 1억4천3백만 원이다.

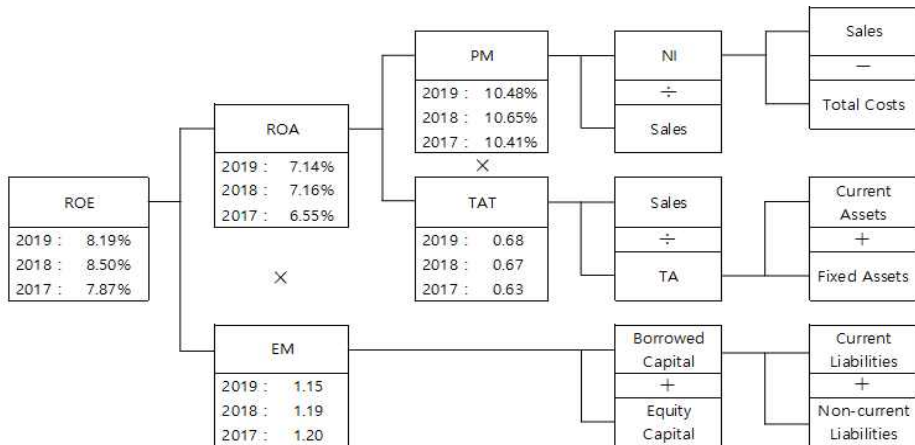
수익성 지표 중 ROA는 6.55%, ROE는 8.19%, PM은 10.52%로 나타났다. 또한 ROA, ROE, PM의 경우 3년간 증감을 반복하는 추세를 보이고 있으며 활동성을 나타내는 지표에서는 TAT는 0.66배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.18회로 나타났다. 건강식품 업종에서의 특징을 살펴보면 레버리지 지표의 부채비율이 3년간 평균 16.62%로 프랜차이즈 평균 112.78%에 비해 매우 낮은 수준이며, 전체업종 중 가장 낮은 수준으로 나타났다. 이는 자기자본 운영의 효율성이 높은 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 건강식품업종의 수익성 추이는 [표 4-5]와 같다.

[표 4-5] 건강식품업종 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
1	(건강)식품	2019	7.14%	8.19%	10.48%	0.68	1.15
		2018	7.16%	8.50%	10.65%	0.67	1.19
		2017	6.55%	7.87%	10.41%	0.63	1.20
		평균	6.95%	8.19%	10.52%	0.66	1.18

ROE에 대한 건강식품 업종의 변동추이는 [그림 4-4]와 같다.



[그림 4-4] 건강식품업종 ROE 변동추이

4.4.2. 농수산물

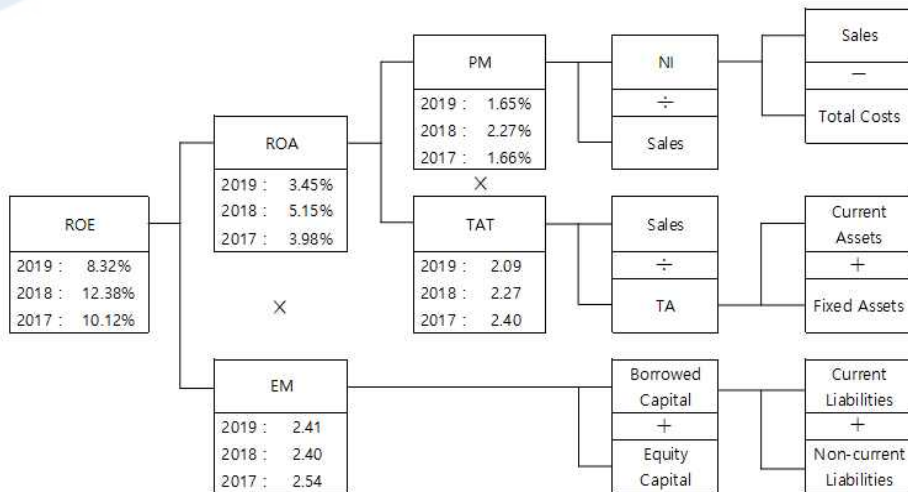
농수산물업종의 총매출액은 7천6백만 원, 당기순이익 1천만 원으로 나타났다. 수익성 지표는 일정 기간 기업의 경영성과를 측정하는 비율로 투자된 자본 및 자산, 매출 수준에 상응하여 창출한 이익의 정도를 나타내는데 ROA는 4.19%, ROE는 10.27%, PM은 1.86%로 나타났다. 또한 ROA, ROE, PM의 경우 2018년이 가장 높게 나타났으며, 활동성을 볼 수 있는 기업에 투자된 자산, 자본이 활발하게 운용되는 것을 나타내는 지표인 TAT는 2.25배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.45회로 나타났다. 농수산물 업종의 경우 매출액에 비해 활동성 지표가 높아 총자산의 운영효율이 높은 것이 특징으로 나타났다. 농수산물 제품의 특성상 회전율이 높아 활동성에 반영된 것으로 보인다.

본 연구대상 기업에 대한 농수산물업종의 수익성 추이는 [표 4-6]과 같다.

[표 4-6] 농수산물업종 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
2	농수산물	2019	3.45%	8.32%	1.65%	2.09	2.41
		2018	5.15%	12.38%	2.27%	2.27	2.40
		2017	3.98%	10.12%	1.66%	2.40	2.54
		평균	4.19%	10.27%	1.86%	2.25	2.45

ROE에 대한 농수산물업종의 변동추이는 [그림 4-5]와 같다.



[그림 4-5] 농수산물업종 ROE 변동추이

4.4.3. 의류·패션

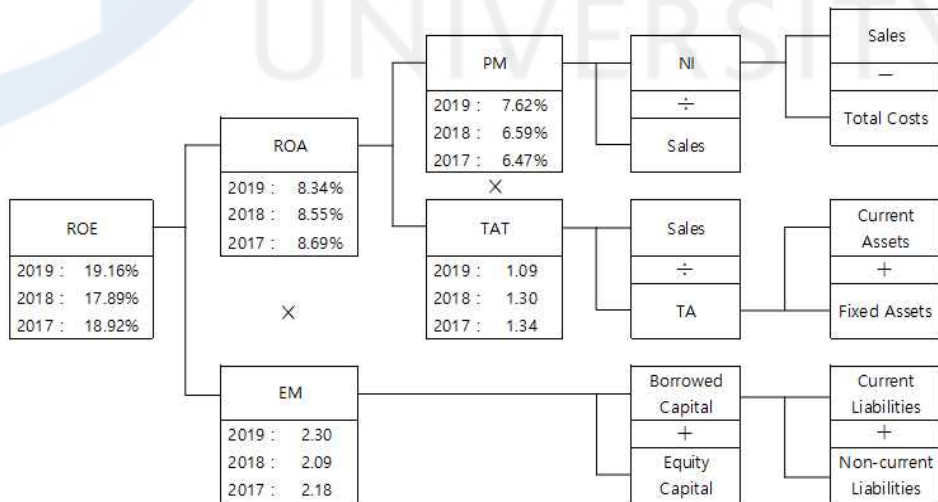
의류·패션업종의 경우 2019년 총매출액은 7천6백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 5천만 원이다.

수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 8.53%, ROE는 18.65%, PM은 6.89%로 나타났다. ROE의 경우 2019년이 19.16%로 가장 높게 나타났으며, PM도 점차 증가하는 추세를 보인다. 활동성 지표인 TAT는 1.25배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.19회로 나타났다. 의류·패션업종에서의 특징을 살펴보면 ROA는 3년간 다소 감소하였으나, ROE는 점차 증가한 것으로 나타나 자기자본의 투자효율이 나아지는 것으로 나타났다.

본 연구대상 기업에 대한 의류·패션업종의 수익성 추이는 [표 4-7]과 같다.

[표 4-7] 의류·패션업종 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
3	의류/패션	2019	8.34%	19.16%	7.62%	1.09	2.30
		2018	8.55%	17.89%	6.59%	1.30	2.09
		2017	8.69%	18.92%	6.47%	1.34	2.18
		평균	8.53%	18.65%	6.89%	1.25	2.19



[그림 4-6] 의류·패션업종의 ROE 변동추이

ROE에 대한 의류·패션업종의 변동추이는 [그림 4-6]과 같다.

4.4.4. 편의점

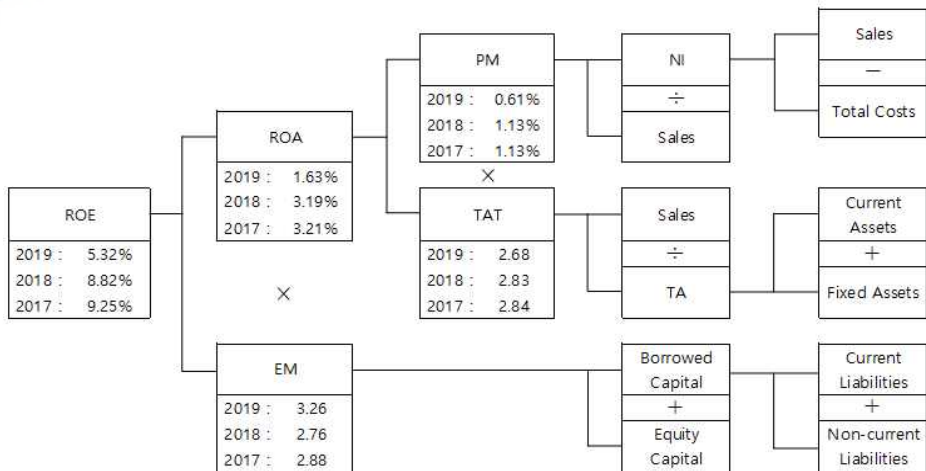
편의점업종의 경우 2019년 총매출액은 68억4천8백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 7천6백만 원이다.

수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 2.68%, ROE는 7.80%, PM은 0.96%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년부터 2019년까지 점차 감소추세를 보이는 것으로 나타났으며, 특히 2019년도에 현격한 감소추세를 나타내고 있다. 한편 활동성 지표인 TAT는 2.78배이며, 재무 레버리지의 EM은 3.26회로 나타났다. 전체업종 중 매출액 2위를 차지하고 있지만, 다년간의 과다 출점으로 인해 편의점 시장 간의 경쟁이 격화되고 신규점에 의한 성장도 어려워져 수익성이 저하된 것으로 볼 수 있으며, 최저임금의 가파른 인상 또한 수익성에 큰 지장을 준 것으로 보인다.

본 연구대상 기업에 대한 편의점업종의 수익성 추이는 [표 4-8]과 같다.

[표 4-8] 편의점업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
4	편의점	2019	1.63%	5.32%	0.61%	2.68	3.26
		2018	3.19%	8.82%	1.13%	2.83	2.76
		2017	3.21%	9.25%	1.13%	2.84	2.88
		평균	2.68%	7.80%	0.96%	2.78	2.97



[그림 4-7] 편의점업종의 ROE 변동추이

ROE에 대한 편의점업종의 변동추이는 [그림 4-7]과 같다.

4.4.5. 화장품

화장품업종의 경우 2019년 총매출액은 13억6천4백만 원으로 나타났으며, 당 기준손실은 2천9백만 원이다.

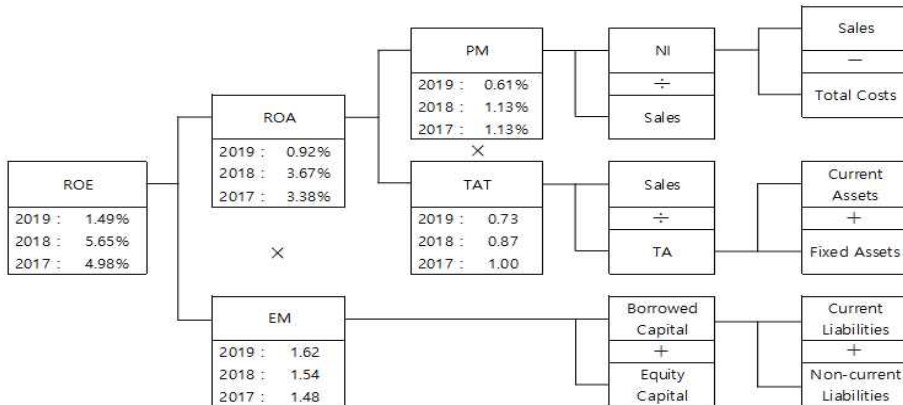
연구대상 기업의 수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 2.68%, ROE는 4.04%, PM은 02.94%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년부터 2019년까지 점차 감소추세를 보이는 것으로 나타났으며, 특히 2019년도에 현격한 감소추세를 나타내고 있다. 한편 활동성 지표인 TAT는 0.87배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.54회로 나타났다. 화장품업종은 3개년 평균 개점률이 2.6%인 반면 폐점률이 33%로 전체업종 중 폐점률이 가장 높은 업종으로 나타났으며, 2017~2018년간 중국 시장 진출을 통해 업계 성장률이 47%로 높았던 반면, 2019년 한중 외교 경색으로 화장품 시장 정체가 있었으나, 온라인 유통의 확대 로 알리바바, 쇼피 등을 통한 해외시장 진입으로 향후 성장을 기대하고 있다.

본 연구대상 기업에 대한 화장품업종의 수익성 추이는 [표 4-9]와 같다.

[표 4-9] 화장품업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
5	화장품	2019	0.92%	1.49%	1.25%	0.73	1.62
		2018	3.67%	5.65%	4.20%	0.87	1.54
		2017	3.38%	4.98%	3.36%	1.00	1.48
		평균	2.66%	4.04%	2.94%	0.87	1.54

ROE에 대한 화장품업종의 변동추이는 [그림 4-8]과 같다.



[그림 4-8] 화장품업종의 ROE 변동추이

4.4.6. 안경

안경업종의 경우 2019년 총매출액은 1억9천8백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 1천8백만 원이다.

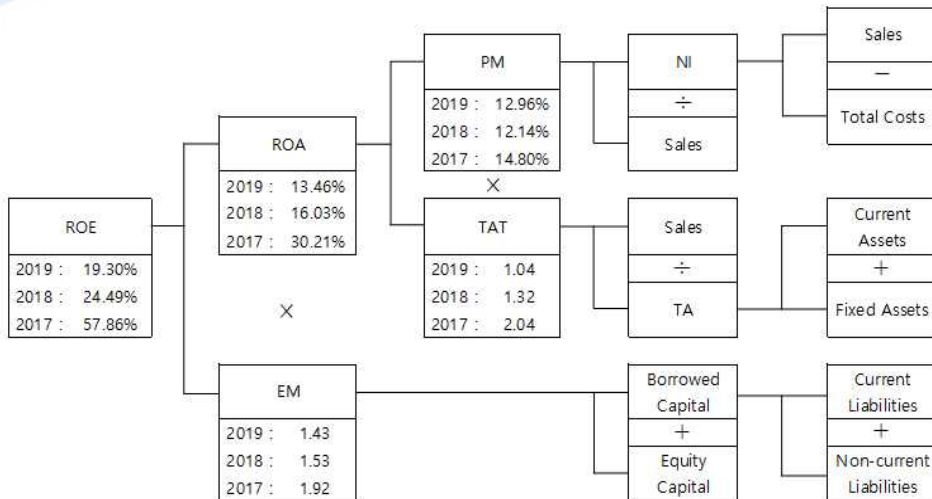
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 19.90%, ROE는 33.88%, PM은 13.30%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 점차 감소하는 것으로 나타났으며, 활동성 지표인 TAT는 1.47배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.63회로 나타났다. 안경업종에서의 특징을 살펴보면 활동성 지표 수치에 비해 재무 지표의 수치가 타업종대비 높게 나타났으며, 이는 자산이나 자기자본 대비 경영활동에 대한 투자효율이 높은 업종으로 볼 수 있다. 다만, 2017년에서 2018년에 수익지표가 현격히 감소한 것으로 나타났다.

본 연구대상 기업에 대한 안경업종의 수익성 추이는 [표 4-10]과 같다.

[표 4-10] 안경업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
6	안경	2019	13.46%	19.30%	12.96%	1.04	1.43
		2018	16.03%	24.49%	12.14%	1.32	1.53
		2017	30.21%	57.86%	14.80%	2.04	1.92
		평균	19.90%	33.88%	13.30%	1.47	1.63

ROE에 대한 안경업종의 변동추이는 [그림 4-9]와 같다.



[그림 4-9] 안경업종의 ROE 변동추이

4.4.7. 약국

약국업종의 경우 2019년 총매출액은 1천3백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 12만 원에 그쳤다.

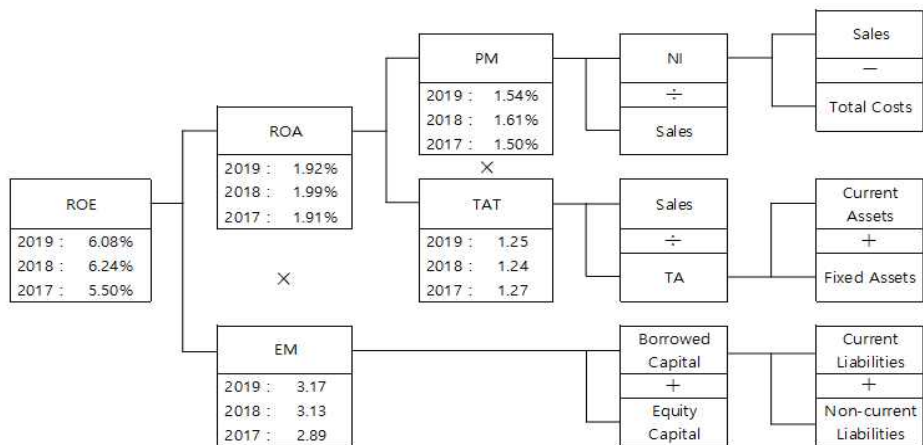
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 1.94%, ROE는 5.94%, PM은 1.55%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 변동의 폭이 거의 없는 것으로 나타났으며, 활동성 지표인 TAT는 1.25배이며, 재무레버리지의 EM은 3.06회로 나타났다. 약국업종에서의 특징을 살펴보면 재무수익성 지표 수치는 매우 낮게 나타나고 있으나, 자기자본에 대한 총자산 비율인 EM의 수치가 타업종대비 높게 나타났으며, 이는 타인자본 사용에 따른 손익이 높고, 자본의 조달 및 운영에 관련된 효율이 높은 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 약국업종의 수익성 추이는 [표 4-11]과 같다.

[표 4-11] 약국업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
7	약국	2019	1.92%	6.08%	1.54%	1.25	3.17
		2018	1.99%	6.24%	1.61%	1.24	3.13
		2017	1.91%	5.50%	1.50%	1.27	2.89
		평균	1.94%	5.94%	1.55%	1.25	3.06

ROE에 대한 안경업종의 변동추이는 [그림 4-10]과 같다.



[그림 4-10] 약국업종의 ROE 변동추이

4.4.8. 종합소매점

종합소매점업종의 경우 2019년 총매출액은 3억5천7백만 원으로 나타났으며, 당기순손실은 4백만 원이다.

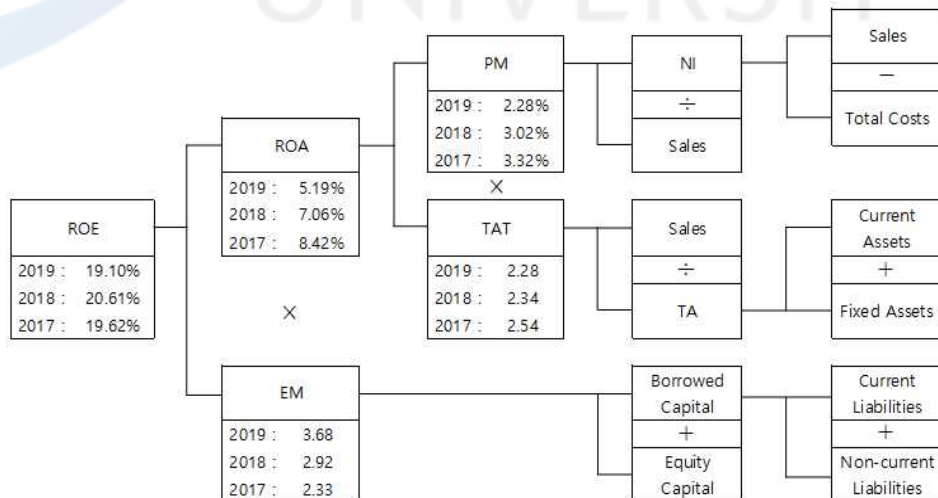
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 6.89%, ROE는 19.78%, PM은 2.87%로 나타났다. ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 점차 감소하는 것으로 나타났으며, ROE의 경우 높은 지표를 보인다. 활동성 지표인 TAT는 2.39배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.98회로 나타났다. 종합소매업종에서의 특징을 살펴보면 총자산 수익률은 낮지만 자기자본 수익률은 높게 나타나, 자기자본의 투자 효율성이 높은 업종으로 주주의 수익이 극대화되는 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 종합소매점업종의 수익성 추이는 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 종합소매점업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROAN	ROE	PM	TAT	EM
8	종합소매점	2019	5.19%	19.10%	2.28%	2.28	3.68
		2018	7.06%	20.61%	3.02%	2.34	2.92
		2017	8.42%	19.62%	3.32%	2.54	2.33
		평균	6.89%	19.78%	2.87%	2.39	2.98

ROE에 대한 안경업종의 변동추이는 [그림 4-11]과 같다.



[그림 4-11] 안경업종의 ROE 변동추이

4.4.9. 기타도소매

기타도소매업종의 경우 2019년 총매출액은 81억2천5백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 9천 6백만 원으로 나타났다.

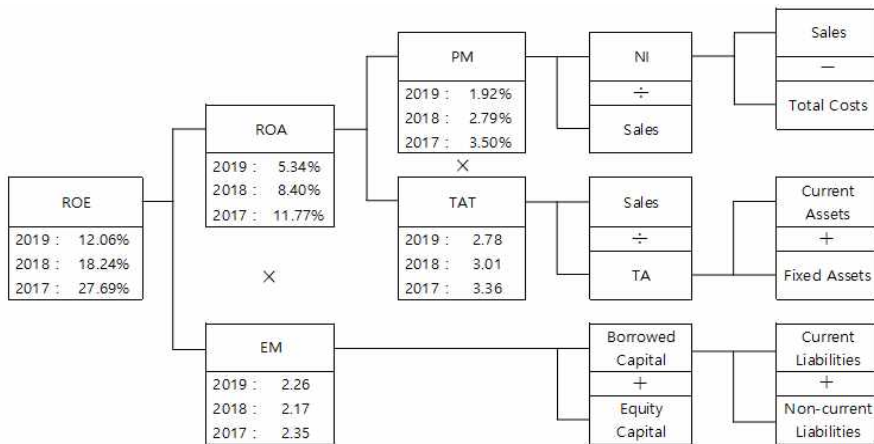
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 8.50%, ROE는 19.33%, PM은 2.74%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속해서 감소하는 것으로 나타났으며, 활동성 지표인 TAT는 3.05배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.26회로 나타났다. 기타도소매업종에서의 특징을 살펴보면 업종별 총매출액이 가장 높은 업종으로 다이소, CU, 세븐일레븐 등 가맹점 수가 많은 업종이 주를 이루고 있기 때문에, 전반적인 재무 규모가 크고, ROE가 높은 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 기타도소매업종의 수익성 추이는 [표 4-13]과 같다.

[표 4-13] 기타도소매업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
9	기타도소매	2019	5.34%	12.06%	1.92%	2.78	2.26
		2018	8.40%	18.24%	2.79%	3.01	2.17
		2017	11.77%	27.69%	3.50%	3.36	2.35
		평균	8.50%	19.33%	2.74%	3.05	2.26

ROE에 대한 기타도소매업종의 변동추이는 [그림 4-12]와 같다.



[그림 4-12] 기타도소매업종의 ROE 변동추이

4.4.10. 교육(교과)

교육(교과)업종의 경우 2019년 총매출액은 7억5천9백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 3천7백만 원이다.

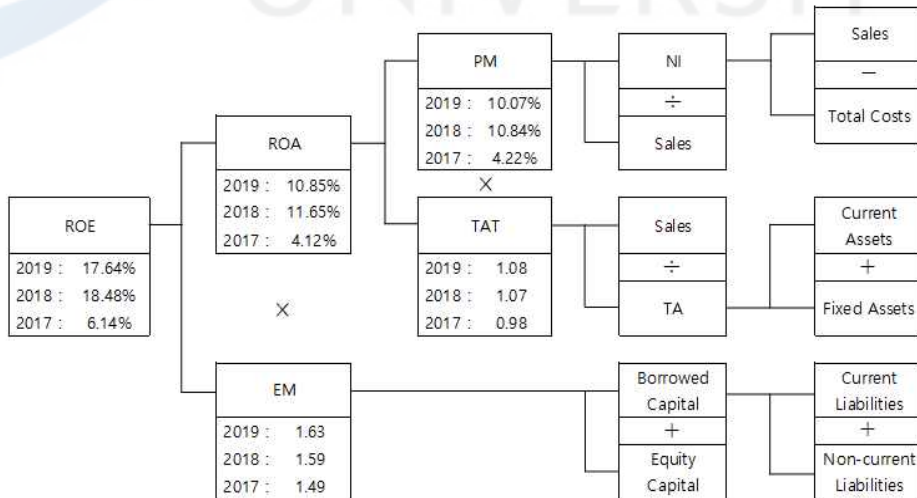
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 8.87%, ROE는 14.09%, PM은 8.38%로 나타났다. ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 점차 증가하는 것으로 나타났으며, ROE의 경우 높은 지표를 보인다. 활동성 지표인 TAT는 1.04배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.57회로 나타났다. 교육(교과)업종에서의 특징을 살펴보면 총자산 수익률은 낮은 반면 자기자본 수익률은 높게 나타나, 자기자본의 투자 효율성이 높은 업종으로 주주의 수익이 극대화되는 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 교육(교과)업종의 수익성 추이는 [표 4-14]와 같다.

[표 4-14] 교육(교과)업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
10	교육(교과)	2019	10.85%	17.64%	10.07%	1.08	1.63
		2018	11.65%	18.48%	10.84%	1.07	1.59
		2017	4.12%	6.14%	4.22%	0.98	1.49
		평균	8.87%	14.09%	8.38%	1.04	1.57

ROE에 대한 교육(교과)업종의 변동추이는 [그림 4-13]과 같다.



[그림 4-13] 교육(교과)업종의 ROE 변동추이

4.4.11. 교육외국어

교육외국어업종의 경우 2019년 총매출액은 7억3천6백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 1천6백만 원이다.

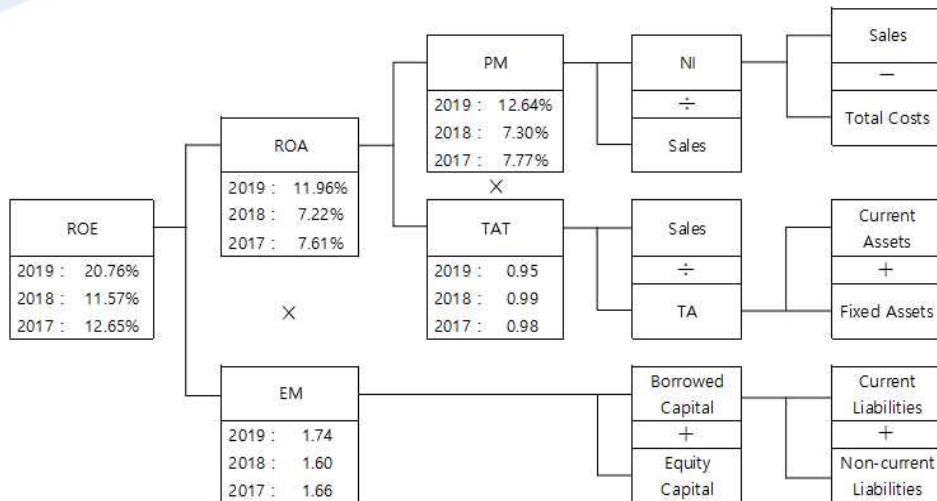
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 8.93%, ROE는 14.99%, PM은 9.24%로 나타났다. ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 점차 증가하는 것으로 나타났으며, ROE의 경우 높은 지표를 보인다. 활동성 지표인 TAT는 0.97배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.67회로 나타났다. 교육외국어업종에서의 특징을 살펴보면 교육(교과)업종과 비슷한 양상을 나타내며, 총자산 수익률은 낮은 반면 자기자본 수익률은 높게 나타나, 자기자본의 투자 효율성이 높은 업종으로 주주의 수익이 높은 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 교육외국어업종의 수익성 추이는 [표 4-15]와 같다.

[표 4-15] 교육외국어업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
11	교육(외국어)	2019	11.96%	20.76%	12.64%	0.95	1.74
		2018	7.22%	11.57%	7.30%	0.99	1.60
		2017	7.61%	12.65%	7.77%	0.98	1.66
		평균	8.93%	14.99%	9.24%	0.97	1.67

ROE에 대한 교육외국어업종의 변동추이는 [그림 4-14]와 같다.



[그림 4-14] 교육외국어업종의 ROE 변동추이

4.4.12. 기타교육

기타교육업종의 경우 2019년 총매출액은 5억1천2백만 원으로 나타났으며, 당기순손실은 5백만 원이다.

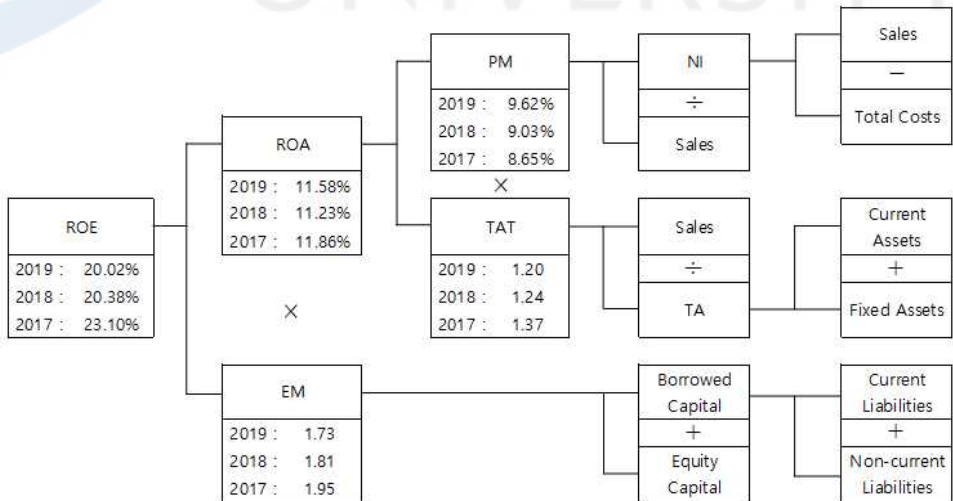
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 11.56%, ROE는 21.17%, PM은 9.10%로 나타났다. ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 소폭 감소하는 것으로 나타났으며, 교육업종에서는 가장 높은 지표를 보인다. 활동성 지표인 TAT는 1.27배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.83회로 나타났다. 기타교육업종에서의 특징을 살펴보면 교육업종 중에는 모든 지표가 가장 높게 나타났으며, 3개년 추이 변동의 폭이 작은 안정적인 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 기타교육업종의 수익성 추이는 [표 4-16]과 같다.

[표 4-16] 기타교육업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
12	기타교육	2019	11.58%	20.02%	9.62%	1.20	1.73
		2018	11.23%	20.38%	9.03%	1.24	1.81
		2017	11.86%	23.10%	8.65%	1.37	1.95
		평균	11.56%	21.17%	9.10%	1.27	1.83

ROE에 대한 기타교육업종의 변동추이는 [그림 4-15]와 같다.



[그림 4-15] 기타교육업종의 ROE 변동추이

4.4.13. 스포츠관련

스포츠관련업종의 경우 2019년 총매출액은 3억5천5백만 원으로 나타났으며, 당기순손실은 27만 원이다.

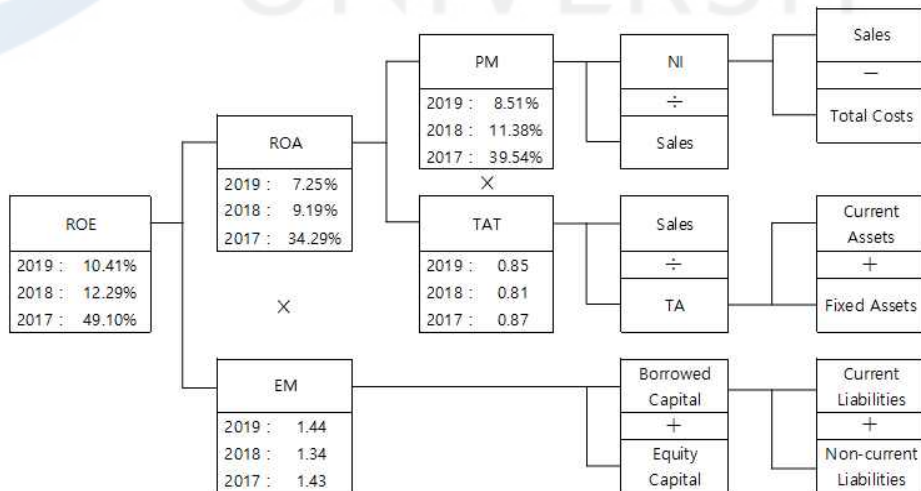
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 16.91%, ROE는 23.94%, PM은 19.81%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 급격하게 감소하는 것으로 나타났으며, 2019년도에 현저하게 낮은 지표를 보인다. 활동성 지표인 TAT는 0.84배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.40회로 나타났다. 스포츠관련업종의 특징을 보면 매출액이 높진 않지만 재무 관련 수익성 지표가 평균 대비 높게 나타났으며, 타 업종 대비 활동성 지표가 낮은 업종으로 볼 수 있다

본 연구대상 기업에 대한 스포츠관련업종의 수익성 추이는 [표 4-17]과 같다.

[표 4-17] 스포츠관련업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
13	스포츠관련	2019	7.25%	10.41%	8.51%	0.85	1.44
		2018	9.19%	12.29%	11.38%	0.81	1.34
		2017	34.29%	49.10%	39.54%	0.87	1.43
		평균	16.91%	23.94%	19.81%	0.84	1.40

ROE에 대한 스포츠관련업종의 변동추이는 [그림 4-16]과 같다.



[그림 4-16] 스포츠관련업종의 ROE 변동추이

4.4.14. 유아관련(교육외)

유아관련(교육외)업종의 경우 2019년 총매출액은 2억3천7백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 1천만 원이다.

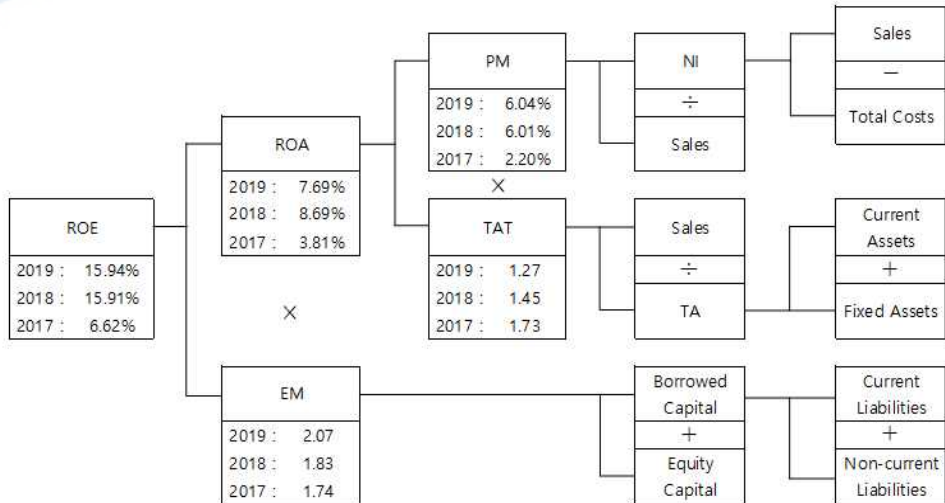
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 6.73%, ROE는 12.82%, PM은 4.75%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 점차 증가하는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.48배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.88회로 나타났다. 유아관련(교육외)업종의 특징을 보면 현재 매출액이 높진 않지만 재무 관련 수익성 지표가 점차 높아지는 것으로 나타났으며, EM 지수가 높아지는 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 유아관련(교육외)업종의 수익성 추이는 [표 4-18]과 같다.

[표 4-18] 유아관련(교육외)업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
14	유아관련(교육외)	2019	7.69%	15.94%	6.04%	1.27	2.07
		2018	8.69%	15.91%	6.01%	1.45	1.83
		2017	3.81%	6.62%	2.20%	1.73	1.74
		평균	6.73%	12.82%	4.75%	1.48	1.88

ROE에 대한 유아교육(교육외)관련업종의 변동추이는 [그림 4-17]과 같다.



[그림 4-17] 유아교육(교육외)관련업종의 ROE 변동추이

4.4.15. 이미용

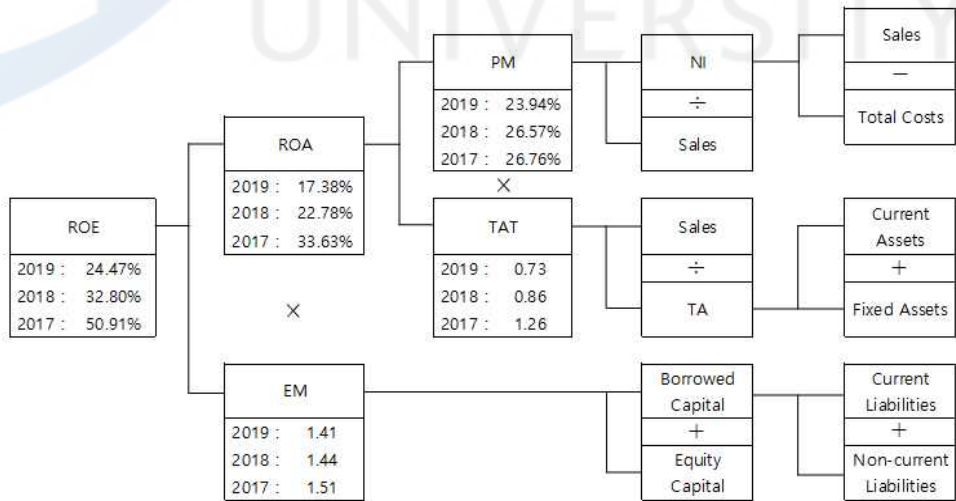
이미용업종의 경우 2019년 총매출액은 2억6천6백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 4천1백만 원이다.

수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 24.6%, ROE는 36.06%, PM은 25.76%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 소폭 감소하는 것으로 나타났으며, 활동성 지표인 TAT는 0.95배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.45회로 나타났다. 이미용업종의 특징을 살펴보면 전 업종 중 매출액에 대한 당기순이익의 비율을 나타내는 지표인 PM(Profit Margin)이 전체업종 중 가장 높게 나타나 타업종에 비해 이익률이 높은 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 이미용업종의 수익성 추이는 [표 4-19]와 같다.

[표 4-19] 이미용업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
15	이미용	2019	17.38%	24.47%	23.94%	0.73	1.41
		2018	22.78%	32.80%	26.57%	0.86	1.44
		2017	33.63%	50.91%	26.76%	1.26	1.51
		평균	24.60%	36.06%	25.76%	0.95	1.45



[그림 4-18] 이미용업종의 ROE 변동추이

ROE에 대한 이미용업종의 변동추이는 [그림 4-18]과 같다.

4.4.16. 자동차관련

자동차관련업종의 경우 2019년 총매출액은 6억9천6백만 원으로 나타났으며, 당기순손실은 7백만 원이다.

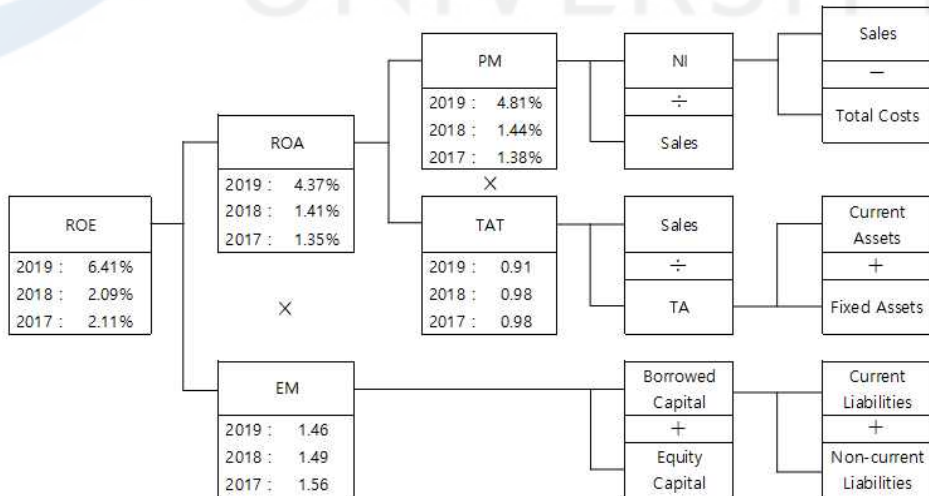
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 2.38%, ROE는 3.54%, PM은 2.54%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 증가하는 것으로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 증가하는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 0.96배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.50회로 나타났다. 자동차관련업종의 특징을 살펴보면 2018년 대비 2019년도에 전 업종 중 수익성 지표의 증가율이 가장 높은 업종으로 성장 가능성이 높은 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 자동차관련업종의 수익성 추이는 [표 4-20]과 같다.

[표 4-20] 자동차관련업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
16	자동차관련	2019	4.37%	6.41%	4.81%	0.91	1.46
		2018	1.41%	2.09%	1.44%	0.98	1.49
		2017	1.35%	2.11%	1.38%	0.98	1.56
		평균	2.38%	3.54%	2.54%	0.96	1.50

ROE에 대한 자동차관련업종의 변동추이는 [그림 4-19]와 같다.



[그림 4-19] 자동차관련업종의 ROE 변동추이

4.4.17. PC방

PC방업종의 경우 2019년 총매출액은 8천3백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 31만 원이다.

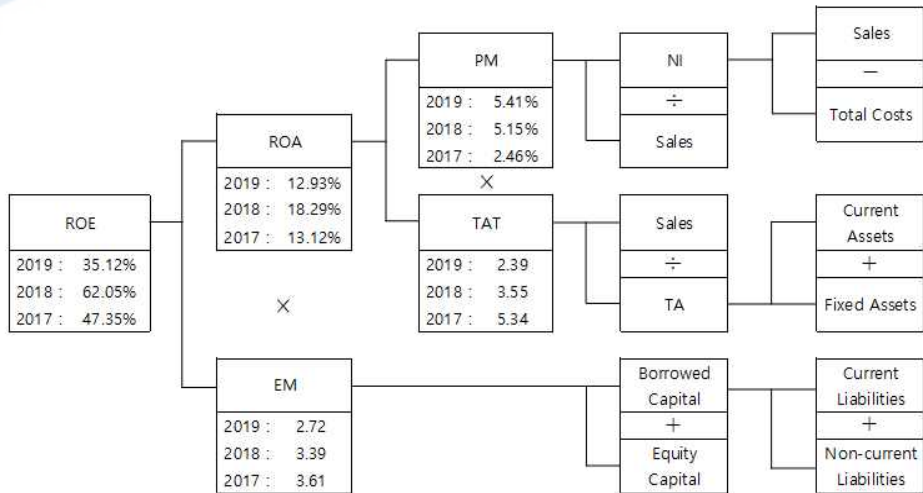
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 14.78%, ROE는 48.17%, PM은 4.34%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2018년까지 증가하는 것으로 나타났으며, 2019년도에 다시 하락한 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 3.76배이며, 재무 레버리지의 EM은 3.24회로 나타났다. PC방업종의 특징을 살펴보면 3년 평균 ROE가 업종평균인 20.26%보다 25%가량 높게 나타나 전 업종 중 자기자본의 투자효율이 가장 높은 업종으로 나타났다. 반면 2019년 이후 하락하고 있기에 주의 관심이 필요할 것으로 사료된다.

본 연구대상 기업에 대한 PC방업종의 수익성 추이는 [표 4-21]과 같다.

[표 4-21] PC방업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
17	PC방	2019	12.93%	35.12%	5.41%	2.39	2.72
		2018	18.29%	62.05%	5.15%	3.55	3.39
		2017	13.12%	47.35%	2.46%	5.34	3.61
		평균	14.78%	48.17%	4.34%	3.76	3.24

ROE에 대한 PC방업종의 변동추이는 [그림 4-20]과 같다.



[그림 4-20] PC방업종의 ROE 변동추이

4.4.18. 반려동물관련

반려동물관련업종의 경우 2019년 총매출액은 1억1천3백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 5백만 원이다.

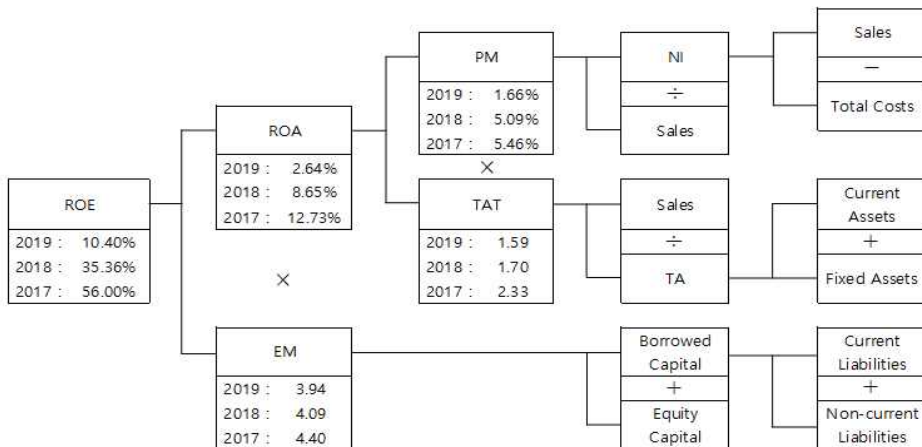
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 8.01%, ROE는 33.92%, PM은 4.07%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 현격하게 하락하는 것으로 나타났으며, 2019년도에 가장 낮은 수치로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.87배이며, 재무 레버리지의 EM은 4.14회로 나타났다. 반려동물관련업종의 특징을 살펴보면 자기자본에 대한 총자산 비율인 EM의 수치가 타업종대비 높게 나타났으며, 이는 타인자본 사용에 따른 손익이 높고, 자본의 조달 및 운영에 관련된 효율이 높은 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 반려동물관련업종의 수익성 추이는 [표 4-22]와 같다.

[표 4-22] 반려동물관련업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
18	반려동물관련	2019	2.64%	10.40%	1.66%	1.59	3.94
		2018	8.65%	35.36%	5.09%	1.70	4.09
		2017	12.73%	56.00%	5.46%	2.33	4.40
		평균	8.01%	33.92%	4.07%	1.87	4.14

ROE에 대한 반려동물관련업종의 변동추이는 [그림 4-21]과 같다.



[그림 4-21] 반려동물관련업종의 ROE 변동추이

4.4.19. 세탁

세탁업종의 경우 2019년 총매출액은 4억3천3백만 원으로 나타났으며, 당기 순이익은 1천7백만 원이다.

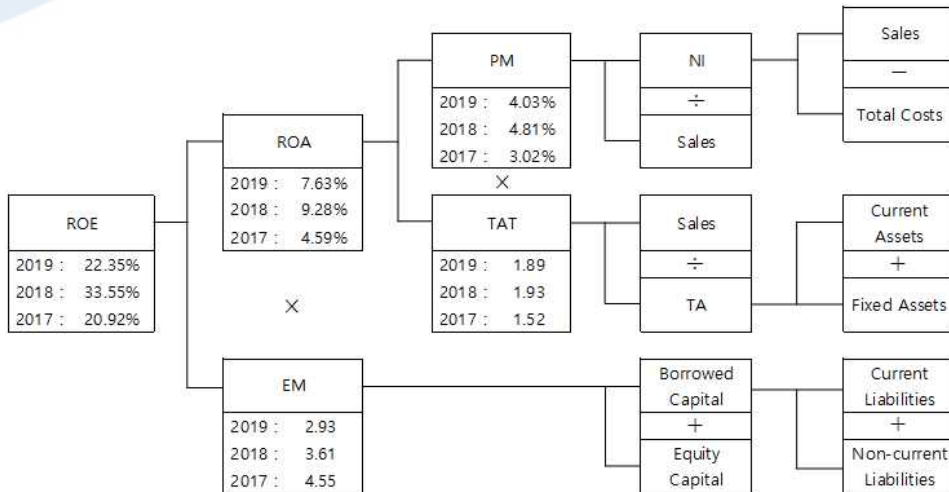
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 7.17%, ROE는 25.61%, PM은 3.95%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2018년까지 증가하는 것으로 나타났으며, 2019년도에 다시 하락하는 수치로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.78배이며, 재무 레버리지의 EM은 3.7회로 나타났다. 세탁업종의 특징을 살펴보면 2017년부터 2019년까지 연간 1억씩 매출이 성장하였으며 당기순이익 또한 증가하고 있다. 다만 규모 성장과 비교해 수익성 변동추이가 낮아지고 있으므로 경쟁이 심화되는 높은 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 세탁업종의 수익성 추이는 [표 4-23]과 같다.

[표 4-23] 세탁업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
19	세탁	2019	7.63%	22.35%	4.03%	1.89	2.93
		2018	9.28%	33.55%	4.81%	1.93	3.61
		2017	4.59%	20.92%	3.02%	1.52	4.55
		평균	7.17%	25.61%	3.95%	1.78	3.70

ROE에 대한 세탁업종의 변동추이는 [그림 4-22]와 같다.



[그림 4-22] 세탁업종의 ROE 변동추이

4.4.20. 숙박

숙박업종의 경우 2019년 총매출액은 1억1천3백만 원으로 나타났으며, 당기 순이익은 3백만 원이다.

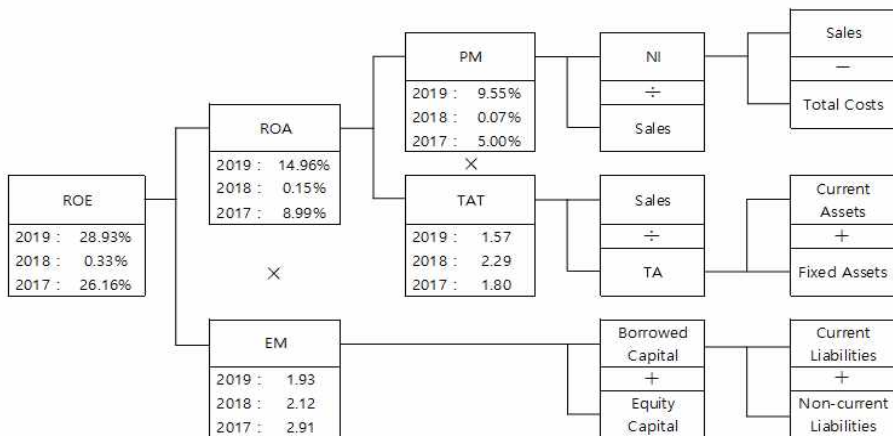
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 8.03%, ROE는 18.47%, PM은 4.87%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2018년까지 감소하는 것으로 나타났으며, 2019년도에 대폭 증가하는 수치로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.88배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.32회로 나타났다. 숙박업종의 특징을 살펴보면 2019년도에 3개의 프랜차이즈 가맹본부가 등록되었으며, ROE가 점차 증가하는 것으로 보아 수익성이 증가하고 있는 업종으로 볼 수 있다. 다만, 비중이 높은 일부 유명 프랜차이즈로 인해 왜곡될 수 있는 수익성 지표에 대한 관찰이 필요하다.

본 연구대상 기업에 대한 숙박업종의 수익성 추이는 [표 4-24]와 같다.

[표 4-24] 숙박업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
20	숙박	2019	14.96%	28.93%	9.55%	1.57	1.93
		2018	0.15%	0.33%	0.07%	2.29	2.12
		2017	8.99%	26.16%	5.00%	1.80	2.91
		평균	8.03%	18.47%	4.87%	1.88	2.32

ROE에 대한 숙박업종의 변동추이는 [그림 4-23]과 같다.



[그림 4-23] 숙박업종의 ROE 변동추이

4.4.21. 오락

오락업종의 경우 2019년 총매출액은 2천1백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 22만 원이다.

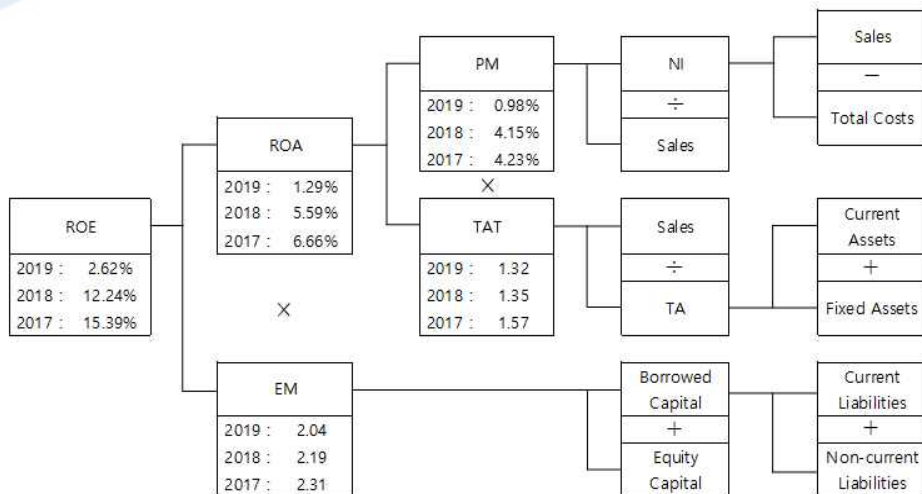
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 4.51%, ROE는 10.08%, PM은 3.12%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속 감소하는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.41배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.18회로 나타났다. 오락업종의 특징을 살펴보면 모든 수익성 관련 지표가 하락하고 있으며, 활동성 지표도 감소하고 있으므로, 매출이나 이익액의 증가로 업종에 대한 지표를 왜곡 해석하지 않도록 주의가 필요하다. 전반적인 수익성 감소에 대한 대비가 필요한 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 오락업종의 수익성 추이는 [표 4-25]와 같다.

[표 4-25] 오락업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
21	오락	2019	1.29%	2.62%	0.98%	1.32	2.04
		2018	5.59%	12.24%	4.15%	1.35	2.19
		2017	6.66%	15.39%	4.23%	1.57	2.31
		평균	4.51%	10.08%	3.12%	1.41	2.18

ROE에 대한 오락업종의 변동추이는 [그림 4-24]와 같다.



[그림 4-24] 오락업종의 ROE 변동추이

4.4.22. 운송

운송업종의 경우 2019년 총매출액은 6백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 2만 원이다.

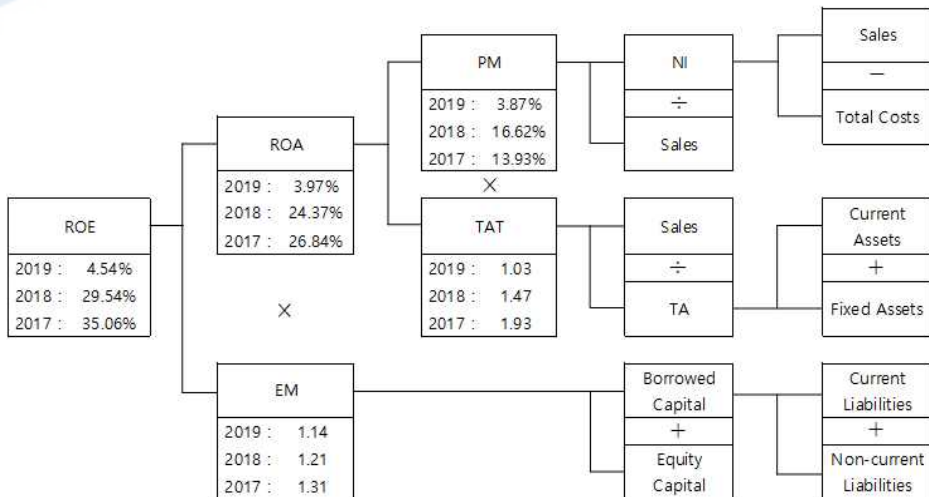
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 18.40%, ROE는 23.05%, PM은 11.48%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속 감소하는 것으로 나타났으며, 특히 2019년도에 대폭 하락하였다. 활동성 지표인 TAT는 1.47배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.22회로 나타났다. 운송업종의 특징을 살펴보면 2019년도에 우버택시, 반반택시, 나비콜 등이 가맹사업에 진출하면서, 전체적인 규모는 성장한 것으로 나타났으나 전반적인 수익성 감소에 관한 내용을 확인하고 대비가 필요한 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 운송업종의 수익성 추이는 [표 4-26]과 같다.

[표 4-26] 운송업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
22	운송	2019	3.97%	4.54%	3.87%	1.03	1.14
		2018	24.37%	29.54%	16.62%	1.47	1.21
		2017	26.84%	35.06%	13.93%	1.93	1.31
		평균	18.40%	23.05%	11.48%	1.47	1.22

ROE에 대한 운송업종의 변동추이는 [그림 4-25]와 같다.



[그림 4-25] 운송업종의 ROE 변동추이

4.4.23. 기타서비스

기타서비스업종의 경우 2019년 총매출액은 4억7천만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 7백만 원이다.

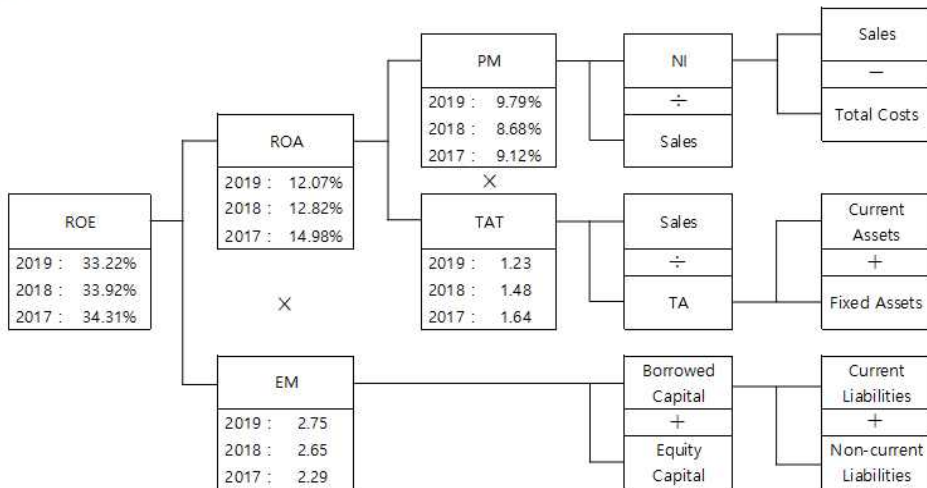
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 13.29%, ROE는 33.82%, PM은 9.20%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 거의 비슷하게 유지되고 있는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.45배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.56회로 나타났다. 기타서비스업종의 특징을 살펴보면 서비스업종 중에서는 자동차관련업종, 교육서비스 업종 다음으로 높은 매출을 보이고 있으며, ROE가 높음에도 3년간 거의 비슷하게 유지되고 있는 안정적인 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 기타서비스업종의 수익성 추이는 [표 4-27]과 같다.

[표 4-27] 기타서비스업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
23	기타서비스	2019	12.07%	33.22%	9.79%	1.23	2.75
		2018	12.82%	33.92%	8.68%	1.48	2.65
		2017	14.98%	34.31%	9.12%	1.64	2.29
		평균	13.29%	33.82%	9.20%	1.45	2.56

ROE에 대한 기타서비스업종의 변동추이는 [그림 4-26]과 같다.



[그림 4-26] 기타서비스업종의 ROE 변동추이

4.4.24. 제과제빵

제과제빵업종의 경우 2019년 총매출액은 29억9천3백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 4천4백만 원이다.

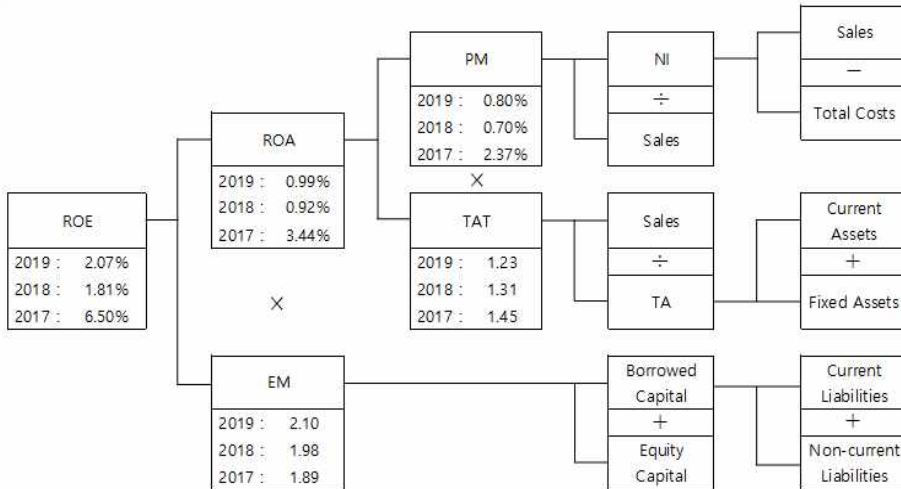
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 1.78%, ROE는 3.46%, PM은 1.29%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2018년까지 감소하다가 2019년 소폭 성장한 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.33배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.99회로 나타났다. 제과제빵업종의 특징을 살펴보면 2018년도까지 외식업종 중에서는 가장 높은 매출액을 나타내었으나, 2019년도에는 기타외식업종과 패스트푸드 다음으로 매출액이 감소한 업종이다. 매출 규모에 비해 수익성 관련 지표는 평균 대비 매우 낮은 업종으로 나타난다.

본 연구대상 기업에 대한 제과제빵업종의 수익성 추이는 [표 4-28]과 같다.

[표 4-28] 제과제빵업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
24	제과제빵	2019	0.99%	2.07%	0.80%	1.23	2.10
		2018	0.92%	1.81%	0.70%	1.31	1.98
		2017	3.44%	6.50%	2.37%	1.45	1.89
		평균	1.78%	3.46%	1.29%	1.33	1.99

ROE에 대한 제과제빵업종의 변동추이는 [그림 4-27]과 같다.



[그림 4-27] 제과제빵업종의 ROE 변동추이

4.4.25. 주점

주점업종의 경우 2019년 총매출액은 2억8천3백만 원으로 나타났으며, 당기 순이익은 2천만 원이다.

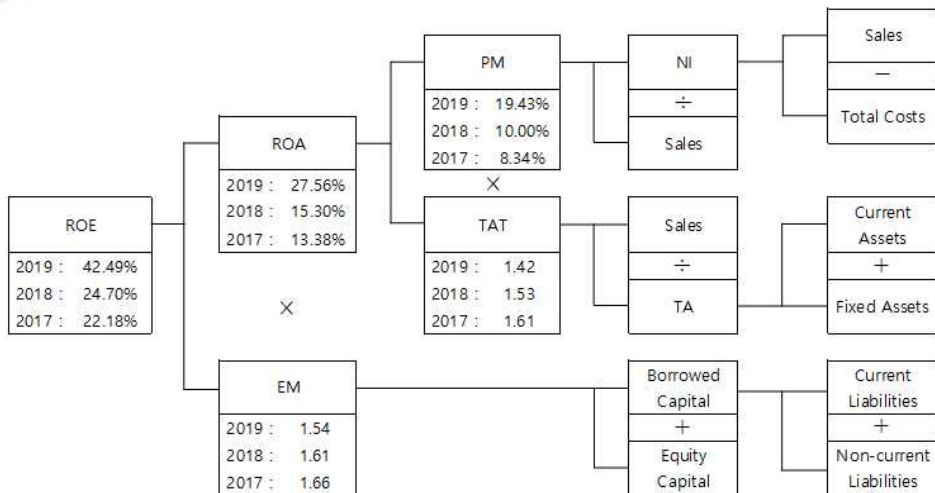
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 18.74%, ROE는 29.79%, PM은 12.59%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속 증가하고 있으며, 특히 2019년에 대폭 성장한 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.52배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.60회로 나타났다. 주점업종의 특징을 살펴보면 ROA, ROE, PM이 모두 업종의 평균보다 높게 나타났으며, 활동성 대비 재무적 수익성이 높아 효율적인 업종으로 볼 수 있으며, 매출액, 영업이익, 당기 순이익이 점차 증가하고 있는 업종으로 나타난다.

본 연구대상 기업에 대한 주점업종의 수익성 추이는 [표 4-29]와 같다.

[표 4-29] 주점업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
25	주점	2019	27.56%	42.49%	19.43%	1.42	1.54
		2018	15.30%	24.70%	10.00%	1.53	1.61
		2017	13.38%	22.18%	8.34%	1.61	1.66
		평균	18.74%	29.79%	12.59%	1.52	1.60

ROE에 대한 주점업종의 변동추이는 [그림 4-28]과 같다.



[그림 4-28] 주점업종의 ROE 변동추이

4.4.26. 패스트푸드

패스트푸드업종의 경우 2019년 총매출액은 30억2천8백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 1천4백만 원이다.

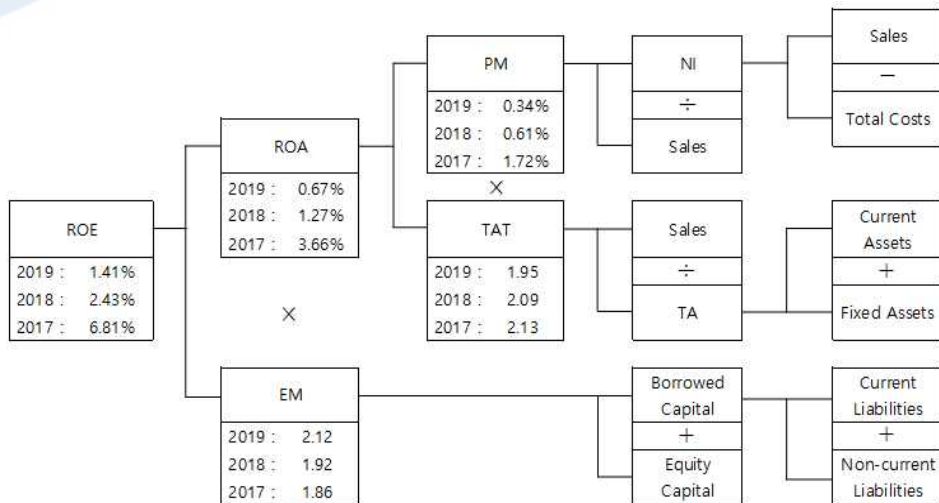
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 1.86%, ROE는 3.55%, PM은 0.89%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속 감소하고 있으며, 수익성 감소로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 2.06배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.97회로 나타났다. 패스트푸드업종의 특징을 살펴보면 매출 규모에 대비하여 수익성 관련 지수가 모두 업종평균 대비 낮게 나타나 비효율적인 업종으로 나타났다.

본 연구대상 기업에 대한 패스트푸드업종의 수익성 추이는 [표 4-30]과 같다.

[표 4-30] 패스트푸드업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
26	패스트푸드	2019	0.67%	1.41%	0.34%	1.95	2.12
		2018	1.27%	2.43%	0.61%	2.09	1.92
		2017	3.66%	6.81%	1.72%	2.13	1.86
		평균	1.86%	3.55%	0.89%	2.06	1.97

ROE에 대한 주점업종의 변동추이는 [그림 4-29]와 같다.



[그림 4-29] 패스트푸드업종의 ROE 변동추이

4.4.27. 피자

피자업종의 경우 2019년 총매출액은 4억6천3백만 원으로 나타났으며, 당기 순이익은 5천만 원이다.

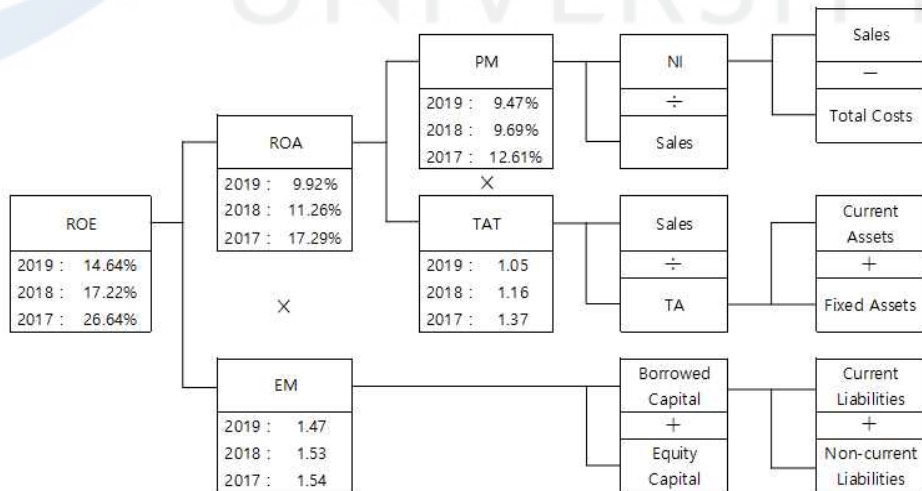
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 12.83%, ROE는 19.50%, PM은 10.59%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속 감소하고 있으며, 수익성 감소로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.19배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.51회로 나타났다. 피자업종의 특징을 살펴보면 매출액에 비하여 당기순이익이 높은 업종이며, 활동성에 비해 수익성이 높아 효율적인 업종으로 나타났다.

본 연구대상 기업에 대한 피자업종의 수익성 추이는 [표 4-31]과 같다.

[표 4-31] 피자업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
27	피자	2019	9.92%	14.64%	9.47%	1.05	1.47
		2018	11.26%	17.22%	9.69%	1.16	1.53
		2017	17.29%	26.64%	12.61%	1.37	1.54
		평균	12.83%	19.50%	10.59%	1.19	1.51

ROE에 대한 피자업종의 변동추이는 [그림 4-30]과 같다.



[그림 4-30] 피자업종의 ROE 변동추이

4.4.28. 분식

분식업종의 경우 2019년 총매출액은 5억9천3백만 원으로 나타났으며, 당기 순이익은 1천9백만 원이다.

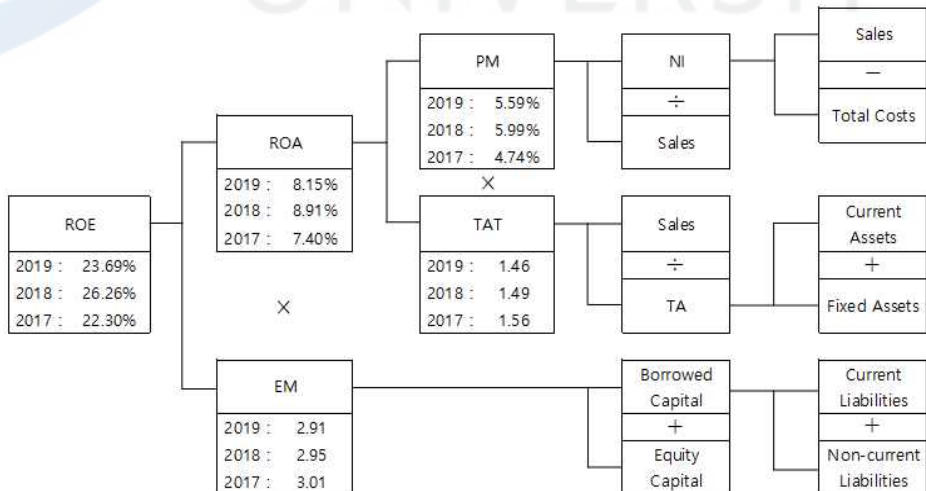
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 8.15%, ROE는 24.08%, PM은 5.44%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2018년까지 증가하였으나, 2019년 다시 소폭 감소로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.50배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.96회로 나타났다. 분식 업종의 특징을 살펴보면 총자산수익률에 비하여 자기자본 수익률이 높은 업종으로, 자기자본의 투자 효율성이 높은 업종으로 나타났다. 또한 자본을 효율적으로 운영하고 있는 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 분식업종의 수익성 추이는 [표 4-32]와 같다.

[표 4-32] 분식업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
28	분식	2019	8.15%	23.69%	5.59%	1.46	2.91
		2018	8.91%	26.26%	5.99%	1.49	2.95
		2017	7.40%	22.30%	4.74%	1.56	3.01
		평균	8.15%	24.08%	5.44%	1.50	2.96

ROE에 대한 분식업종의 변동추이는 [그림 4-31]과 같다.



[그림 4-31] 피자업종의 ROE 변동추이

4.4.29. 서양식

서양식업종의 경우 2019년 총매출액은 1억4백만 원으로 나타났으며, 당기순 이익은 3백만 원이다.

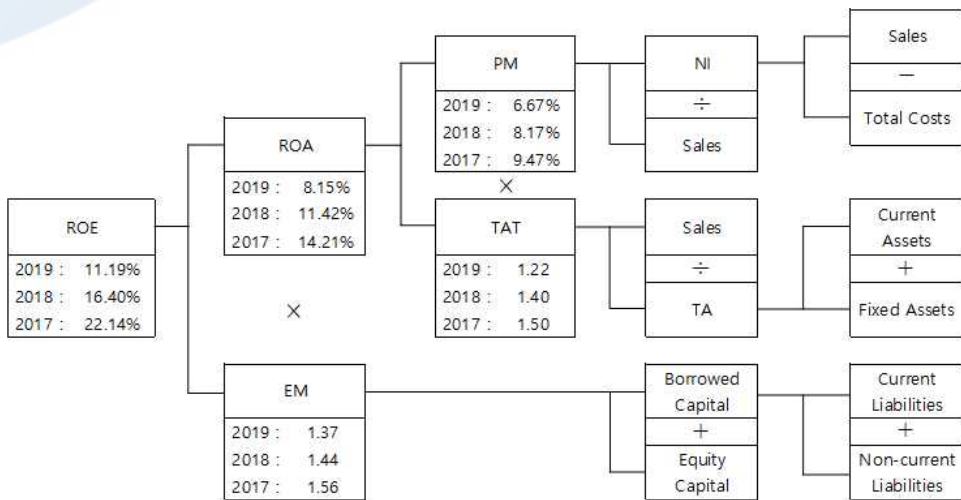
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 11.26%, ROE는 16.58%, PM은 8.10%로 나타났다. ROA, ROE, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속 감소하는 것으로 나타났으며, 활동성 지표인 TAT는 1.37배이고, 재무 레버리지의 EM은 1.46회로 나타났다. 서양식업종의 특징을 살펴보면 업종별 평균과 비교하여 총 자산 회전율과 자본 운용 지수에 비해 재무 수익성 지표가 높은 것으로 나타나 영업 활동과 경영활동이 활발한 업종으로 나타났다.

본 연구대상 기업에 대한 서양식업종의 수익성 추이는 [표 4-33]과 같다.

[표 4-33] 서양식업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
29	서양식	2019	8.15%	11.19%	6.67%	1.22	1.37
		2018	11.42%	16.40%	8.17%	1.40	1.44
		2017	14.21%	22.14%	9.47%	1.50	1.56
		평균	11.26%	16.58%	8.10%	1.37	1.46

ROE에 대한 분식업종의 변동추이는 [그림 4-32]와 같다.



[그림 4-32] 서양식업종의 ROE 변동추이

4.4.30. 아이스크림/빙수

아이스크림/빙수업종의 경우 2019년 총매출액은 9억4천9백만 원으로 나타났다으며, 당기순이익은 5천 5백만 원으로 나타났다.

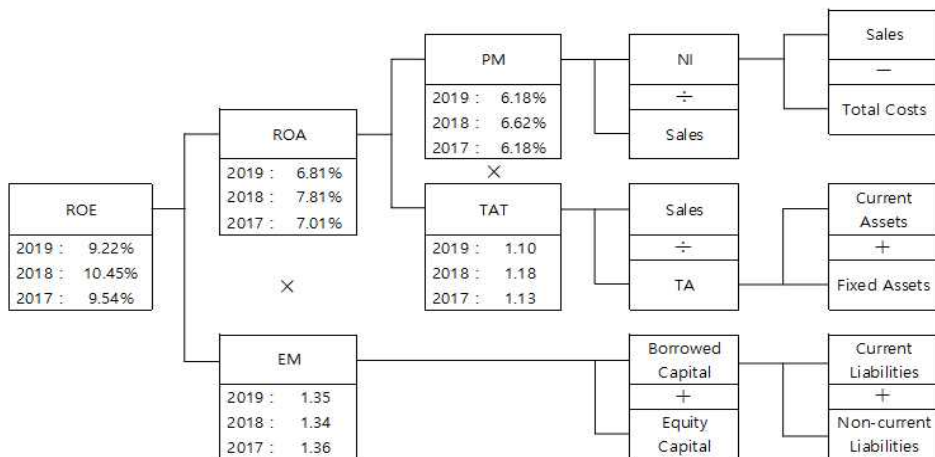
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 7.21%, ROE는 9.73%, PM은 6.33%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2018년까지 증가하였으나 2019년 다시 감소하는 것으로 나타났으며, 활동성 지표인 TAT는 1.14 배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.35회로 나타났다. 아이스크림/빙수업종에서의 특징을 살펴보면 업종별 총 매출 증가율이 건강식품 다음으로 가장 높은 업종으로 매출액에 대한 당기순이익의 비율 변동이 크지 않은 업종으로, 타업종대비 안정적인 수익률을 유지하고 있는 것으로 나타났다.

본 연구대상 기업에 대한 아이스크림/빙수업종의 수익성 추이는 [표 4-34]와 같다.

[표 4-34] 아이스크림/빙수업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
30	아이스크림/ 빙수	2019	6.81%	9.22%	6.18%	1.10	1.35
		2018	7.81%	10.45%	6.62%	1.18	1.34
		2017	7.01%	9.54%	6.18%	1.13	1.36
		평균	7.21%	9.73%	6.33%	1.14	1.35

ROE에 대한 아이스크림/빙수업종의 변동추이는 [그림 4-33]과 같다.



[그림 4-33] 아이스크림/빙수업종의 ROE 변동추이

4.4.31. 음료(커피 외)

음료(커피 외)업종의 경우 2019년 총매출액은 2억3천8백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 2천3백만 원으로 나타났다.

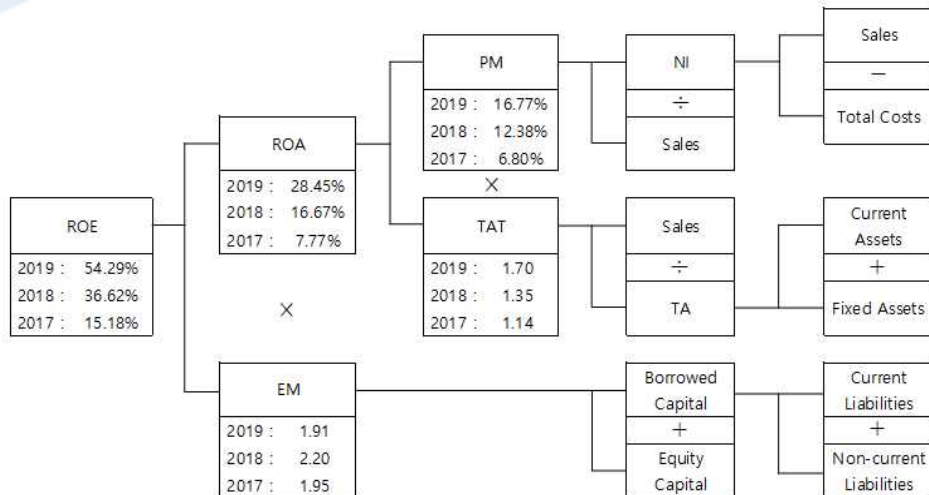
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 17.63%, ROE는 35.36%, PM은 11.98%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 큰 폭으로 증가하는 것으로 나타났으며, 활동성 지표인 TAT는 1.39배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.02회로 나타났다. 음료(커피 외)업종에서의 특징을 살펴보면 2019년도 ROE가 업종별 분류 중 가장 높게 나타났으며, 이는 자기자본의 투자 효율성이 높아 주주의 이익을 극대화 시키는 업종으로 나타났다.

본 연구대상 기업에 대한 음료(커피외)업종의 수익성 추이는 [표 4-35]와 같다.

[표 4-35] 음료(커피외)업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
31	음료(커피외)	2019	28.45%	54.29%	16.77%	1.70	1.91
		2018	16.67%	36.62%	12.38%	1.35	2.20
		2017	7.77%	15.18%	6.80%	1.14	1.95
		평균	17.63%	35.36%	11.98%	1.39	2.02

ROE에 대한 음료(커피외)업종의 변동추이는 [그림 4-34]와 같다.



[그림 4-34] 음료(커피외)업종의 ROE 변동추이

4.4.32. 일식

일식업종의 경우 2019년 총매출액은 2억5천9백만 원으로 나타났으며, 당 기준이익은 1천2백만 원으로 나타났다.

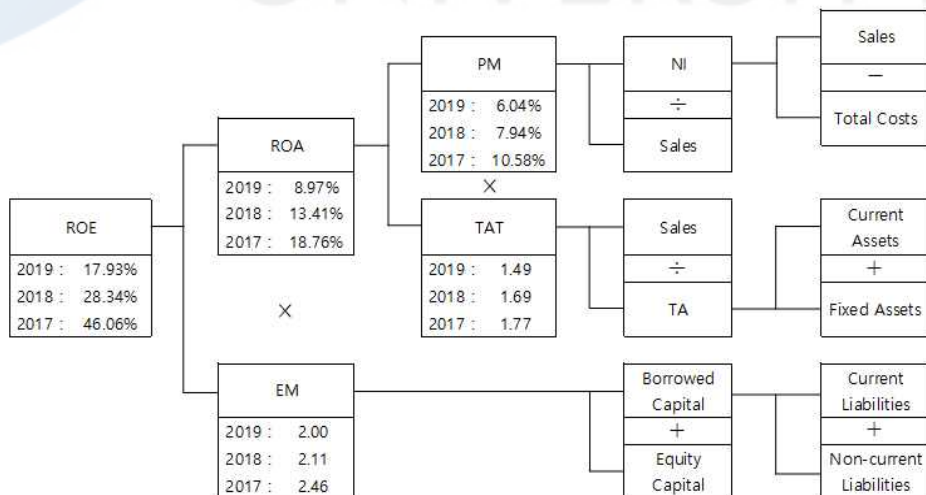
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 13.71%, ROE는 30.78%, PM은 8.19%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 큰 폭으로 감소하는 것으로 나타났으며, 활동성 지표인 TAT는 1.65배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.19회로 나타났다. 일식업종에서의 특징을 살펴보면 2019년 도 ROE가 큰 폭으로 감소한 것으로 나타났으며, 이는 자기자본의 투자 효율성이 급격하게 낮아지고 있는 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 일식업종의 수익성 추이는 [표 4-36]과 같다.

[표 4-36] 일식업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
32	일식	2019	8.97%	17.93%	6.04%	1.49	2.00
		2018	13.41%	28.34%	7.94%	1.69	2.11
		2017	18.76%	46.06%	10.58%	1.77	2.46
		평균	13.71%	30.78%	8.19%	1.65	2.19

ROE에 대한 일식업종의 변동추이는 [그림 4-35]와 같다.



[그림 4-35] 일식업종의 ROE 변동추이

4.4.33. 중식

중식업종의 경우 2019년 총매출액은 5천5백만 원으로 나타났으며, 당기순 이익은 4백만 원으로 나타났다.

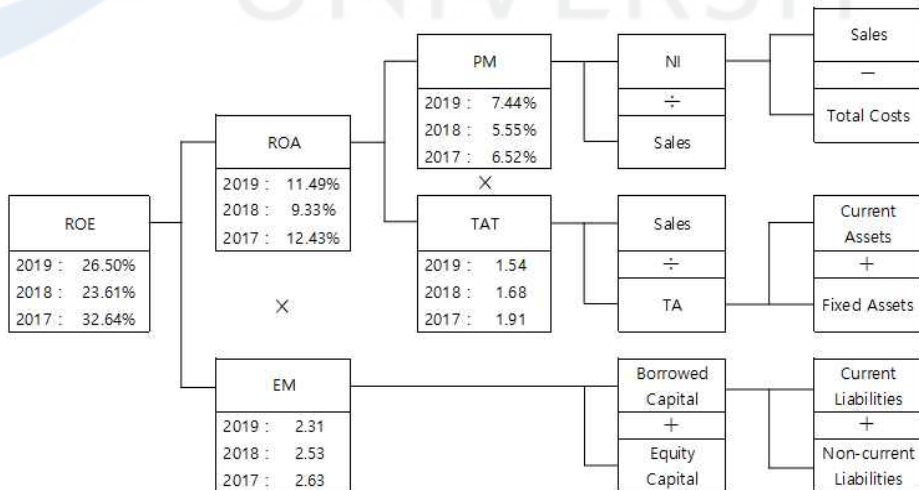
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 11.08%, ROE는 27.58%, PM은 6.50%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2018년까지는 감소하는 것으로 나타났으나, 2019년 다시 증가세로 돌아섰다. 활동성 지표인 TAT는 1.71배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.49회로 나타났다. 중식업종에서의 특징을 살펴보면 외식업종 중 자산, 부채, 자본이 가장 작은 업종으로 나타났으며, 이는 소규모 소자본으로 운영되고 있는 업종으로 볼 수 있다.

본 연구대상 기업에 대한 중식업종의 수익성 추이는 [표 4-37]과 같다.

[표 4-37] 중식업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
33	중식	2019	11.49%	26.50%	7.44%	1.54	2.31
		2018	9.33%	23.61%	5.55%	1.68	2.53
		2017	12.43%	32.64%	6.52%	1.91	2.63
		평균	11.08%	27.58%	6.50%	1.71	2.49

ROE에 대한 중식업종의 변동추이는 [그림 4-36]과 같다.



[그림 4-36] 중식업종의 ROE 변동추이

4.4.34. 치킨

치킨업종의 경우 2019년 총매출액은 27억8천5백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 1억2천8백만 원으로 나타났다.

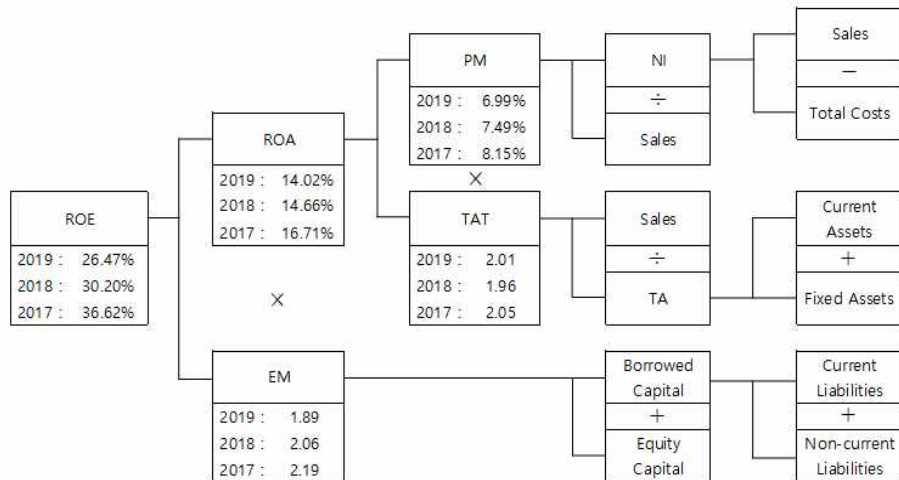
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 15.13%, ROE는 31.10%, PM은 7.54%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속적으로 감소하는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 2.00배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.05회로 나타났다. 치킨업종에서의 특징을 살펴보면 총매출액의 규모도 크지만, ROE와 ROA, PM 모두 업종별 평균보다 높게 나타났으며, 활동성 지표도 2배로 나타나 수많은 경쟁에도 불구하고 수익성에 대한 지속성을 기대할 수 있는 업종으로 사료 된다.

본 연구대상 기업에 대한 치킨업종의 수익성 추이는 [표 4-38]과 같다.

[표 4-38] 치킨업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
34	치킨	2019	14.02%	26.47%	6.99%	2.01	1.89
		2018	14.66%	30.20%	7.49%	1.96	2.06
		2017	16.71%	36.62%	8.15%	2.05	2.19
		평균	15.13%	31.10%	7.54%	2.00	2.05

ROE에 대한 치킨업종의 변동추이는 [그림 4-37]과 같다.



[그림 4-37] 치킨업종의 ROE 변동추이

4.4.35. 커피

커피업종의 경우 2019년 총매출액은 11억2천1백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 4천4백만 원으로 나타났다.

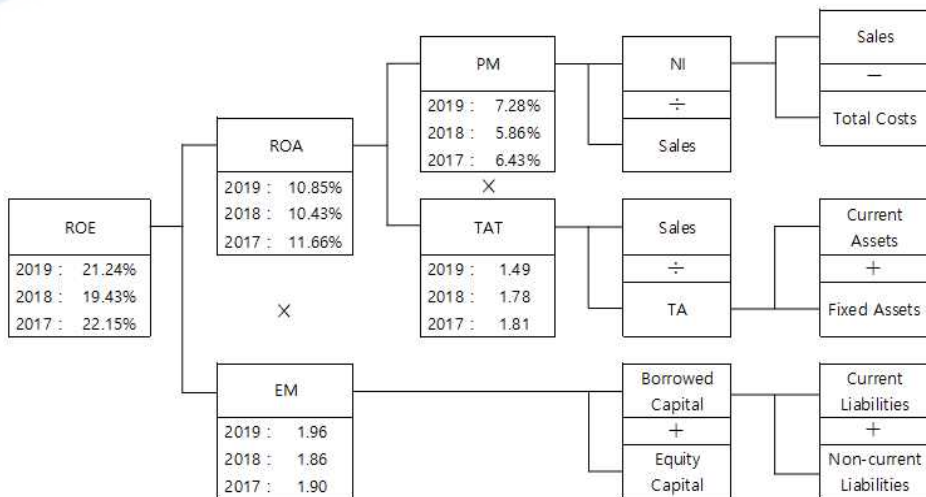
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 10.98%, ROE는 20.94%, PM은 6.53%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2018년까지 감소하는 것으로 나타났으나, 2019년 소폭 증가하였다. 활동성 지표인 TAT는 1.69배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.91회로 나타났다. 커피 업종에서의 특징을 살펴보면 경기침체 및 인건비 상승 등 경제 여건의 악화로 전반적인 외식업의 수익성이 낮아지고 있음에도 수익성의 상승 요인을 나타낸 업종으로 아직 성장을 기대할 수 있는 업종으로 사료 된다.

본 연구대상 기업에 대한 커피업종의 수익성 추이는 [표 4-39]와 같다.

[표 4-39] 커피업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROAN	ROE	PM	TAT	EM
35	커피	2019	10.85%	21.24%	7.28%	1.49	1.96
		2018	10.43%	19.43%	5.86%	1.78	1.86
		2017	11.66%	22.15%	6.43%	1.81	1.90
		평균	10.98%	20.94%	6.53%	1.69	1.91

ROE에 대한 커피업종의 변동추이는 [그림 4-38]과 같다.



[그림 4-38] 커피업종의 ROE 변동추이

4.4.36. 한식

한식업종의 경우 2019년 총매출액은 20억9천2백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 4천3백만 원으로 나타났다.

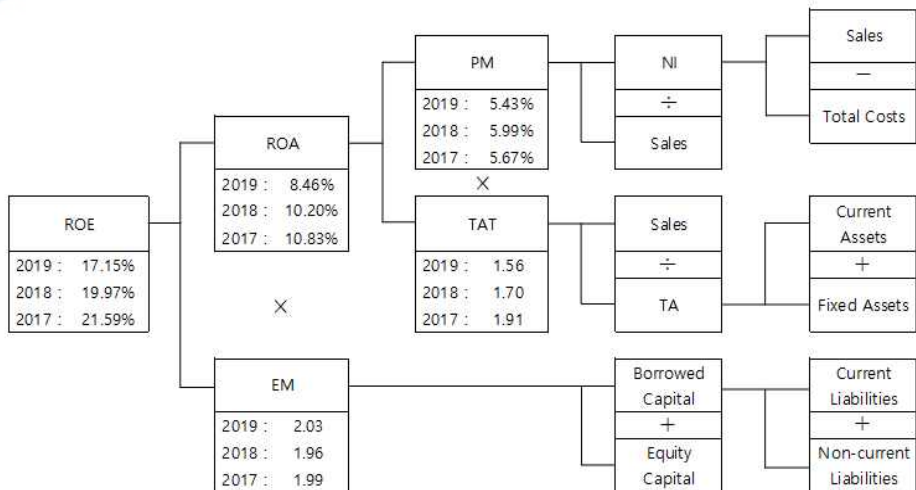
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 9.83%, ROE는 19.57%, PM은 5.70%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속적으로 감소하는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 1.72배이며, 재무 레버리지의 EM은 1.99회로 나타났다. 한식업종에서의 특징을 살펴보면 전반적인 수익성 관련 요율이 감소하였고 활동성도 낮아진 것으로 나타났으나, EM 회수만 소폭 상승한 것으로 나타났다.

본 연구대상 기업에 대한 한식 업종의 수익성 추이는 [표 4-40]과 같다.

[표 4-40] 한식 업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
36	한식	2019	8.46%	17.15%	5.43%	1.56	2.03
		2018	10.20%	19.97%	5.99%	1.70	1.96
		2017	10.83%	21.59%	5.67%	1.91	1.99
		평균	9.83%	19.57%	5.70%	1.72	1.99

ROE에 대한 한식업종의 변동추이는 [그림 4-39]와 같다.



[그림 4-39] 한식업종의 ROE 변동추이

4.4.37. 기타외국식

기타외국식업종의 경우 2019년 총매출액은 1억3천6백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 2백만 원으로 나타났다.

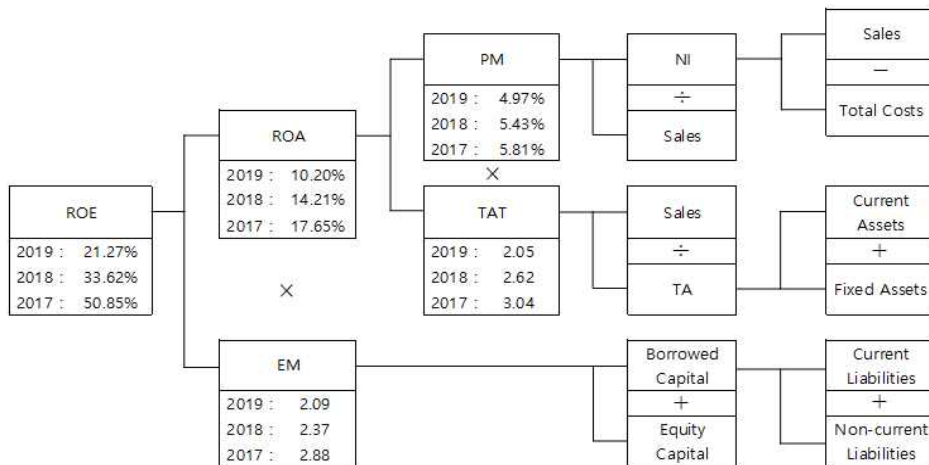
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 14.02%, ROE는 35.25%, PM은 5.40%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속적으로 감소하는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 2.57배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.44회로 나타났다. 기타외국식업종에서의 특징을 살펴보면 매출액과 당기순이익이 높지는 않으나 전반적으로 수익성 높은 것으로 나타났으며, 활동성과 EM이 업종평균보다 높은 것으로 나타나 향후 지속적인 성장이 있을 것으로 기대되는 업종으로 사료된다.

본 연구대상 기업에 대한 기타외국식업종의 수익성 추이는 [표 4-41]과 같다.

[표 4-41] 기타외국식업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
37	기타외국식	2019	10.20%	21.27%	4.97%	2.05	2.09
		2018	14.21%	33.62%	5.43%	2.62	2.37
		2017	17.65%	50.85%	5.81%	3.04	2.88
		평균	14.02%	35.25%	5.40%	2.57	2.44

ROE에 대한 기타외국식업종의 변동추이는 [그림 4-40]과 같다.



[그림 4-40] 기타외국식업종의 ROE 변동추이

4.4.38. 기타외식

기타외식업종의 경우 2019년 총매출액은 31억4천5백만 원으로 나타났으며, 당기순이익은 4천4백만 원으로 나타났다.

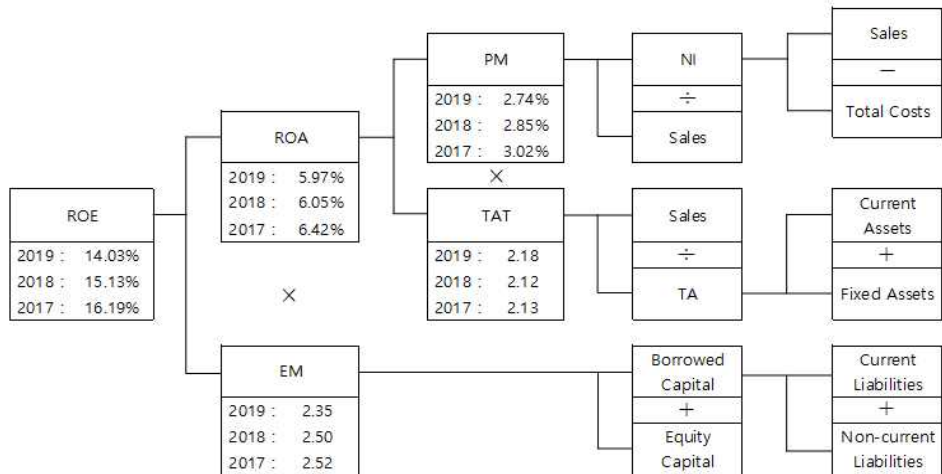
수익성 지표 3개년 평균값은 ROA는 6.15%, ROE는 15.12%, PM은 2.87%로 나타났다. ROE와 ROA, PM의 경우 2017년~2019년까지 지속적으로 감소하는 것으로 나타났다. 활동성 지표인 TAT는 2.14배이며, 재무 레버리지의 EM은 2.46회로 나타났다. 기타외식업종에서의 특징을 살펴보면 매출액은 외식업종 분야에서 가장 높게 나타나고 있으나, 전반적으로 수익성 높지 않은 것으로 나타났으며, 활동성과 EM은 업종평균보다 높은 것으로 나타나 향후 성장 방향에 대한 고민이 필요한 업종으로 사료된다.

본 연구대상 기업에 대한 기타외식업종의 수익성 추이는 [표 4-42]와 같다.

[표 4-42] 기타외식업종의 수익성 추이

NO	업종	년도	ROA	ROE	PM	TAT	EM
38	기타외식	2019	5.97%	14.03%	2.74%	2.18	2.35
		2018	6.05%	15.13%	2.85%	2.12	2.50
		2017	6.42%	16.19%	3.02%	2.13	2.52
		평균	6.15%	15.12%	2.87%	2.14	2.46

ROE에 대한 기타외국식업종의 변동추이는 [그림 4-41]과 같다.



[그림 4-41] 기타외식업종의 ROE 변동추이

4.5. 기술 통계량 분석

본 연구에서 프랜차이즈의 업종별 가맹본부의 경영 수익성을 분석하기 위해서 2017년부터 2019년까지 3개년 간 평균 자료를 활용하여 38개 업종에 대한 표본의 특성을 분석하였다.

분석 자료에서 프랜차이즈의 업종별 가맹본부의 ROA는 최소 1.8%부터 최대 24.6%에 분포되어 있으며 평균값은 9.9%이다.

ROE는 최소 3.5%부터 최대 48.2%에 분포되어 있으며 평균값은 20.2%이다. PM은 최소 0.9%부터 최대 25.8%에 분포되어 있으며 평균값은 6.9%이다. TAT는 최소 0.66회부터 최대 3.76회에 분포되어 있으며 평균값은 1.65회이다. EM은 최소 1.18배부터 최대 4.14배에 분포되어 있으며 평균값은 2.15배이다. 수익성 비율에서 ROE가 평균 20.2%로 가장 크게 나타났다.

본 연구의 38개 업종의 가맹본부의 3년간 재무 자료 데이터를 통하여 도출된 데이터의 기술 통계량은 [표 4-43]에 나타내었다.

[표 4-43] 데이터의 기술 통계량

	최소값	최대값	평균	표준 편차	N
ROA	1.8%	24.6%	9.9%	5.6%	38
ROE	3.5%	48.2%	20.2%	11.1%	38
PM	0.9%	25.8%	6.9%	5.2%	38
TAT	0.66	3.76	1.65	0.65	38
EM	1.18	4.14	2.15	0.70	38
유효한 N(목록별)					38

4.6. 프랜차이즈 수익성에 미치는 영향 요인

4.6.1. 상관관계분석

4.6.1.1. 수익성 영향 재무 변수들 간의 상관관계분석

상관관계(Correlation)는 한 변수(요인)의 변화에 따른 다른 변수(요인)의 변화 정도와 방향을 예측하는 분석기법으로 상관계수는 등간척도 이상의 두 변수 중에서 한 변수의 변화가 다른 변수의 변화에 따라 어떤 변화가 일어나는지를 보여주는 지표이다(송지준, 2015). 상관계수의 특징은 변수간의 관계의 방향성으로 +는 양의 선형관계(Positive Correlation) 와 -는 음의 선형관계(Negative Correlation)를 나타내며, 상관관계의 형태와 상관관계의 정도를 하나의 수치로 요약해 주는 지수로써 상관계수(Correlation coefficient)가 ± 0.9 이상일 때 상관관계가 아주 높다, $\pm 0.4 \sim 0.7$ 상관관계가 있다, $\pm 0.2 \sim 0.4$ 일 때는 상관관계가 있으나 낮다라고 한다(노경섭, 2015).

Pearson의 상관관계는 두 변수가 등간척도 이상이며, 변수의 선형관계의 강도와 방향을 분석하는 것으로, 적어도 하나의 변수가 정상분포를 이루어야 하며 사례가 적을수록 신뢰도는 떨어지며 상관계수는 r 로 표현하고, $p\text{값} \leq$ (유의수준)는 상관관계가 통계적으로 유의하다라고 하며, $p\text{값} >$ (유의수준)은 상관관계가 통계적으로 유의하지 않다라고 한다(송지준, 2015). Spearman의 상관관계는 독립변수와 종속변수가 서열척도일 경우 사용되며, 데이터의 등간성이 의문시되거나 변수들의 분포가 극단적일 때 사용한다(송지준, 2015).

본 연구에서는 SPSS 22.0을 활용하여 각 변수들 간의 Pearson의 상관관계를 분석하여 [표 4-44]에 나타내었다.

[표 4-44] 재무 변수들 간의 상관관계분석

	ROA	ROE	PM	TAT	EM
ROA	1	.810**	.844**	-.030	-.257
ROE	.810**	1	.479**	.368*	.294
PM	.844**	.479**	1	-.444**	-.486**
TAT	-.030	.368*	-.444**	1	.605**
EM	-.257	.294	-.486**	.605**	1

** . 상관이 0.01 수준에서 유의합니다(양쪽).

* . 상관이 0.05 수준에서 유의합니다(양쪽).

본 연구의 수익성에 영향을 끼치는 재무 변수들 간의 상관관계 분석에서 ROA는 ROE와 PM과 양의 유의한 상관관계를 나타내었다. 이는 ROA가 높으며 ROE가 높아지는 정비례 관계이며, PM이 높아지면 ROE가 높아진다는 것으로 PM을 활용하여 수익성을 높일 것인지, ROA를 활용하여 효율성을 높일 것인지에 대한 지표로서 본 연구에서는 수익성과 효율성을 적절하게 운영되고 있음을 나타내었다.

ROE는 ROA, PM 및 TAT와 유의한 상관관계를 나타내었다. 이는 ROE(자기 자본 순이익률)이 높으면 PM과 TAT의 레버리지가 효율적으로 활용되고 있음을 나타내었다. PM은 ROA와 높은 상관관계를 나타내었으며, TAT, EM과는 유의한 음의 상관관계를 나타냈다. 이는 PM이 높으면 ROA와 ROE에 직접적으로 반영되는 정비례 관계를 보이는 것을 의미한다.

TAT는 ROE, EM 상관관계를 나타내었다. 이는 TAT가 높으면 EM과 ROE가 증가하는 것으로 나타났다. EM은 $1 + \text{부채비율}$ 을 나타내는 수식과 같이 ROE, TAT와 과 유의한 상관관계를 나타내었으며, 이는 재무 레버리지효과를 잘 활용하여 수익성을 창출하고 있는 것을 나타내었다.

4.6.1.2. 통제변수의 상관관계분석

통제 변수 간의 관련성의 정도와 방향을 파악한 결과 부채비율은 매출액 증가율과 양의 상관관계를 나타내었다. 기업 자산의 증가는 가맹점 수, 임직원 수,

평균 존속 연수, 직영점수, 가맹점 매출액과 강한 양의 상관관계를 나타냈다.

가맹점 수는 당연히 자산증가에 영향을 미치고, 평균 존속 연수와 가맹점 매출액에도 양의 상관관계를 나타내었다. 임직원 수는 자산의 증가와 직영점 수에 당연히 영향을 미치며, 평균 존속 연수의 경우 자산의 증가와 가맹점 수, 가맹점 매출액과 양의 상관관계를 나타내었다.

직영점 수는 자산의 증가와 임직원 수에 양의 상관관계를 나타내었다.

가맹점 매출액은 총자산증가율과 강한 양의 상관관계를 나타냈으며, 가맹점 수와 평균 존속 연수와도 양의 상관관계를 나타내었다.

통제변수 간의 상관관계를 분석하여 아래 [표 4-45]에 나타내었다.

[표 4-45] 통제변수들 간의 상관관계분석

	부채 비율	매출액 증가율	LNA(총 자산)	가맹점 수	임직원 수	평균 존속 연수	직영점 수	LNS (가맹점 매출액)
부채비율	1	.495**	-.299	.042	-.019	-.043	.072	-.093
매출액 증가율	.495**	1	-.018	-.032	-.037	-.032	-.030	.233
LNA(총 자산)	-.299	-.018	1	.549**	.545**	.413**	.478**	.765**
가맹점 수	.042	-.032	.549**	1	.268	.686**	.276	.412*
임직원 수	-.019	-.037	.545**	.268	1	.319	.880**	.281
평균 존속 연수	-.043	-.032	.413**	.686**	.319	1	.271	.339*
직영점수	.072	-.030	.478**	.276	.880**	.271	1	.276
LNS (가맹점매출액)	-.093	.233	.765**	.412*	.281	.339*	.276	1

** . 상관이 0.01 수준에서 유의합니다(양쪽).

* . 상관이 0.05 수준에서 유의합니다(양쪽).

4.6.2. 다중회귀 분석

다중회귀분석은 1개의 종속변수와 여러 개의 독립변수 사이의 선형 함수

관계를 밝히는 통계적 기법으로 변수 간의 영향 정도와 예측에 이용되며 변수 간의 서로 관련성과 관련성이 있다면 얼마나 밀접하게 관련이 있는가를 나타낸다. 또한 종속변수에 대한 독립변수들로부터 설명하기 위하여 모형을 설정하고 그 모형이 적합한지를 검정하여 그 모형을 통하여 추론과 예측을 수행한다. 다중회귀분석 시 고려해야 할 사항은 변수 간의 독립성을 검정하기 위하여 다중공선성이 존재하는지를 파악하는 것으로 분산팽창요인(VIF: Variance Inflation Factor)값을 제시한다. VIF 값이 10($R^2 = 0.9$) 이상일 경우 심각한 다중공선성의 문제가 있으며 VIF 값이 5이상일 경우에도 신중하게 다중공선성을 검토해야 할 것이다(송지준, 2015). 본 연구에서는 독립변수와 종속변수 간에 다중공선성 문제가 발생하지 않아 원래의 연구목적에 부합되게 다중회귀분석을 실시하였다.

본 연구에서는 독립변수가 2개 이상으로 독립변수인 ROA, PM, TAT, EM이 종속변수인 ROE에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 입력방식은 엔터 방식을 적용했다. [표 4-46]의 모형 요약에서 잔차(residual)에 대한 상관관계를 알아보기 위한 Durbin-Waston의 값이 1.643으로 Durbin-Waston을 판단하는 통계량 기준 값이 정상 분포곡선을 나타내는 2에 가까울수록 자기상관관계가 약하고, 0에 가까울수록 양(+)의 상관관계 혹은 4에 가까울수록 음(-)의 상관관계가 있음을 의미하여 회귀모형의 부적합함을 나타낸다. Durbin-Waston의 값은 $1.28 < D-W < 2.35$ 내의 값이 가장 적당하며, 이 범위 내의 값을 나타낸 경우 잔차들 간에 상관관계가 없다는 것을 의미하므로 회귀모형에 가깝다고 할 수 있다(노경섭, 2016).

ROE에 영향을 주는 변수들 간의 다중회귀분석 모형에서 독립변수와 종속변수 간의 설명력을 나타내는 R^2 (결정계수) = .943으로 94.0%의 설명력을 나타냈으며, 조정된 결정계수 Adjusted R^2 = .936(93.6%)로 나타났다. 이는 독립변수인 ROA, PM, TAT, EM이 종속변수인 ROE에 대한 전체설명력을 나타내고 있다.

[표 4-46] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형 요약

모형	R ²	조정된 R ²	F변화량	유의수준 F 변화량	Durbin-Watson
1	.943 ^a	.936	135.323	.000	1.643

a. 예측변수: (상수), ROA, PM, TAT, EM

b. 종속 변수: ROE

[표 4-47]의 분산분석표에서 F값은 135.323, 유의확률은 .000 < .05으로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있음을 확인하였다.

[표 4-47] 독립변수와 종속변수(ROE)간 분산분석^a

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의확률
1	회귀분석	4284.624	4	1071.156	135.323	.000 ^b
	잔차	261.213	33	7.916	.	.
	총계	4545.837	37	.	.	.

a. 종속 변수: ROE

b. 예측변수: (상수), ROA, PM, TAT, EM

또한 [표 4-48]의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.744 ~ 8.937로 VIF가 10.0 미만의 값으로 독립변수 간 다중공선성이 없는 것으로 나타나 독립변수의 독립성이 확보되었다(최창호, 2018).

[표 4-48] 독립변수와 종속변수(ROE)간 계수^a

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의 확률	공선성 통계	
		B	표준 오차	β			허용 오차	VIF
1	(상수)	-13.729	2.379	.	-5.770	.000	.	.
	ROA	2.293	.220	1.166	10.443	.000	.140	7.163
	PM	-.612	.269	-.284	-2.277	.029	.112	8.937
	TAT	.037	1.233	.002	.030	.976	.329	3.043
	EM	7.147	.867	.454	8.248	.000	.573	1.744

a. 종속 변수: ROE

전체업종에 대한 다중회귀분석 결과 ROA의 t값은 10.443(p= .000), EM의 t값은 8.248으로 종속변수 ROE에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. PM의 경우 통계적으로는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, TAT는 종속변수 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 다중회귀분석 결과에 대한 요약은 [4-49]과 같다.

[표 4-49] 독립변수와 종속변수 (ROE)간 다중회귀 분석 결과 요약

모형	B	β	t	유의확률	VIF
(상수)	-13.729	.	-5.770	.000	.
ROA	2.293	1.166	10.443	.000	7.163
PM	-.612	-.284	-2.277	.029	8.937
TAT	.037	.002	.030	.976	3.043
EM	7.147	.454	8.248	.000	1.744

$R^2=.943$, 조정된 $R^2=.936$, $F=135.323$ ($p<.000$), Durbin-Watson=1.643

종속변수 : ROE

4.6.3. (외생변수 통제) 위계적 회귀분석

4.6.3.1 전체업종의 위계적 회귀분석

외생변수를 통제한 후 독립변수인 ROA, PM, TAT, EM이 종속변수인 ROE에 영향을 미치는지 알아보기 위해 프랜차이즈 특성 중 부채비율, 매출액증가율, LNA(총자산), 가맹점수, 임직원수, 평균준속년수, 직영점수, LNA(가맹점매출액)를 통제변수로 사용하여 전체업종에 대한 위계적 회귀분석을 실시하였다. [모형1]은 부채비율, 매출액 증가율, LNA(총자산), 가맹점수, 임직원수, 평균준속년수, 직영점수, LNA(가맹점매출액)를 통제변수로 투입하여 ROE에 미치는 영향을 파악하였고 [모형2]는 독립변수 ROA, PM, TAT, EM을 추가 투입하여 외생변수 통제 후에도 ROA, PM, TAT, EM이 ROE에 영향을 미치는지 알아보았다. 분석 결과, [모형1] $F=2.774(p<.05)$, [모형2] $F=17.525(p<.001)$ 로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. [모형1]의 $R^2=0.451$, [모형2] $R^2=0.901$ 으로 R 제곱 변화량이 0.450 증가하였다. R제곱 F 변화량($F=26.262$)에 따른 유의확률 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의하게 독립변수가 종속변수를 설명하였다. 또한 다중공선성 확인결과 적합한 결과를 나

타났다. [모형2] ROA의 회귀 계수 검정 결과, $t=4.574$, $p=0.000$ 으로 ROA가 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ROA $\beta = 0.745$ 로 ROA가 증가하면 ROE도 증가하였다. EM의 회귀 계수 검정 결과는, $t=3.315$, $p=0.003$ 으로 EM이 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. EM $\beta = 0.281$ 로 EM이 증가하면 ROE도 증가하는 것으로 나타났다. 독립변수 중 PM과 TAT는 외생변수 투입 시 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 전체업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-50]와 같다.

[표 4-50] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 요약

변수	모형1				모형2			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)
(상수)	137.875	40.077		3.440**	-2.374	34.177		-.069
부채비율	-.016	.011	-.234	-1.421	-.003	.007	-.044	-.466
매출액증가율	.238	.190	.265	1.253	.077	.091	.085	.844
LNA(총자산)	-8.497	3.132	-.607	-2.713*	-.474	2.371	-.034	-.200
가맹점수	.032	.044	.139	.730	.011	.025	.046	.430
임직원수	.617	.235	.568	2.627*	.103	.126	.095	.820
평균존속년수	-.401	.794	-.099	-.505	-.065	.386	-.016	-.169
직영점수	.394	1.146	.053	.344	-.633	.564	-.085	-1.124
LNS(가맹점매출액)	.431	.484	.151	.890	.174	.225	.061	.773
ROA					.949	.207	.745	4.574***
PM					.268	.264	.128	1.016
TAT					3.030	2.195	.205	1.380
EM					4.259	1.285	.281	3.315**
F(p)	2.774*				17.525***			
R^2	0.451				0.901			

adj. R^2	0.289	0.850
------------	-------	-------

a. 종속 변수: ROE

4.6.3.2 대분류 업종의 위계적 회귀분석

대분류 업종에 따른 차이 분석을 위해 외식업종, 도소매업종, 서비스업종으로 분류하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. 외생변수를 통제한 후 독립변수인 ROA, PM, TAT, EM이 종속변수인 ROE에 영향을 미치는지 알아보기 위해 프랜차이즈 특성 중 부채비율, 매출액증가율, LNA(총자산), 가맹점수, 임직원수, 평균존속년수, 직영점수, LNA(가맹점매출액)를 통제변수로 사용하여 각 업종에 대한 위계적 회귀분석을 추가로 실시하였다.

외식업종 분석 결과, [모형1] $F=56.870(p<.001)$, [모형2] $F=78.835(p<.001)$ 으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. [모형1]의 $R^2=0.361$, [모형2] $R^2=0.541$ 로 R 제곱 변화량이 0.180 증가하였다. R제곱 F변화량($F=78.866$)에 따른 유의확률 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의하게 독립변수가 종속변수를 설명하였다. 또한 다중공선성 확인결과 적합한 결과를 나타냈다. [모형2] ROA의 회귀 계수 검정 결과, $t=2.408$, $p=0.016$ 으로 ROA가 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ROA $\beta=0.124$ 로 ROA가 증가하면 ROE도 증가하였다. PM의 회귀 계수 검정 결과, $t=7.151$, $p=0.000$ 으로 PM $\beta=0.247$ 로 PM이 증가하면 ROE도 증가하였다. TAT의 회귀 계수 검정 결과, $t=4.161$, $p=0.000$ 으로 TAT $\beta=0.197$ 로 TAT가 증가하면 ROE도 증가하였다. EM의 회귀 계수 검정 결과는, $t=10.899$, $p=0.000$ 으로 EM이 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. EM $\beta=0.362$ 로 EM이 증가하면 ROE도 증가하는 것으로 나타났다. 외식업종에서는 외생변수 투입 시 모든 독립변수가 ROE에 유의한 영향을 미치며, 그중 EM이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외식업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-51]과 같다.

[표 4-51] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 :
외식업종

변수	모형1				모형2			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)
(상수)	360.066	42.161	.	8.540	-50.327	48.916	.	-1.029
부채비율	.088	.005	.530	18.777	.053	.005	.316	9.588
매출액 증가율	.351	.090	.111	3.879	.097	.078	.031	1.243
LNA(총자산)	-23.454	3.244	-.250	-7.229	-3.227	3.329	-.034	-.969
가맹점수	.085	.030	.105	2.861	.000	.026	.000	-.007
임직원수	-.002	.019	-.003	-.097	.011	.016	.019	.670
평균존속년수	-.534	.987	-.018	-.541	.543	.848	.018	.641
직영점수	.739	.758	.031	.975	.291	.647	.012	.450
LNS(가맹점매출액)	-.543	.794	-.022	-.684	.110	.677	.004	.162
ROA					.701	.291	.124	2.408*
PM					6.085	.851	.247	7.151***
TAT					10.611	2.550	.197	4.161***
EM					9.806	.900	.362	10.899***
F(p)	56.870***				78.866***			
R^2	0.361				0.541			
adj. R^2	0.354				0.534			

a. 종속 변수: ROE

도소매업종 분석 결과, [모형1] $F=1.873(.05 < p)$ 통계량의 유의확률 p 값이 0.05보다 크게 나타나 통제변수가 투입된 상태에서 독립변수가 종속변수를 설명하지 못하므로 위계적 회귀분석은 종료하였다. 도소매업종의 독립변수와 종속변수(ROE)간 영향을 요약하면 [표 4-52]와 같다.

[표 4-52] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형요약 : 도소매업종

모형	R ²	조정된 R ²	F변화량	유의수준 F 변화량	Durbin-Watson
1	.170	.079	1.873	.077	
2	.822	.790	62.937	.000	2.229

a. 예측변수: (상수), LNS(가맹점매출액), 매출액증가율, 직영점수, 가맹점수, 부채비율, 평균존속년수, LNA(총자산), 임직원수
 b. 종속 변수: ROE

서비스업종 분석 결과, [모형1] F=7.408(p<.001), [모형2] F=14.982 (p<.001)으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. [모형1]의 R²=0.279, [모형2] R²=0.547으로 R 제곱 변화량이 0.242 증가하였다. R제곱 F변화량 (F=21.998)에 따른 유의확률 p=0.000으로 통계적으로 유의하게 독립변수가 종속변수를 설명하였다. 또한 다중공선성 확인결과 적합한 결과를 나타냈다. [모형2] ROA의 회귀 계수 검정 결과, t=4.293, p=0.000으로 ROA가 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ROA β=0.619로 ROA가 증가하면 ROE도 증가하였다. EM의 회귀 계수 검정 결과는, t=3.315, p=0.000으로 EM이 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. EM β=0.281로 EM이 증가하면 ROE도 증가하는 것으로 나타났다. 독립변수 중 PM과 TAT는 외생변수 투입 시 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 서비스 업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-53]와 같다.

[표 4-53] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 서비스 업종

변수	모형1				모형2			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)
(상수)	129.561	42.559	.	3.044**	-1.142	41.664	.	-.027
부채비율	.030	.012	.179	2.565*	-.056	.016	-.336	-3.485**
매출액증가율	.783	.142	.401	5.492***	.454	.125	.232	3.629***
LNA(총자산)	-7.509	3.051	-.222	-2.461*	-1.153	2.966	-.034	-.389

가맹점수	.009	.015	.046	.571	.004	.012	.020	.317
임직원수	.013	.035	.032	.356	-.015	.029	-.037	-.511
평균존속년수	-.135	.850	-.013	-.159	.211	.688	.020	.307
직영점수	-.173	.474	-.030	-.364	-.048	.388	-.008	-.123
LNS(가맹점매출액)	-.059	.578	-.007	-.102	.024	.469	.003	.052
ROA					1.727	.402	.619	4.293***
PM					.000	.696	.000	-.001
TAT					-.559	2.764	-.024	-.202
EM					10.006	1.552	.625	6.449***
F(p)	7.408***			21.998***				
R^2	0.279			0.547				
adj. R^2	0.242			0.510				

a. 종속 변수: ROE

4.6.3.3 소분류 업종의 위계적 회귀분석

좀 더 자세한 업종별 차이를 분석하기 위해 세분화된 업종 중 통계적으로 유의한 표본기업수를 보유한 8개 업종인 주점업종, 커피업종, 치킨업종, 분식업종, 한식업종, 기타외식업종, 이미용업종, 기타도소매업종에 대해서도 회귀분석을 실시하였다. 외생변수를 통제한 후 독립변수인 ROA, PM, TAT, EM 이 종속변수인 ROE에 영향을 미치는지 분석해 보았다. 프랜차이즈 특성 중 부채비율, 매출액증가율, LNA(총자산), 가맹점수, 임직원수, 평균존속년수, 직영점수, LNA(가맹점매출액)를 통제변수로 사용하여 각 업종에 대한 위계적 회귀분석을 추가로 실시하였다.

첫번째로 주점업종의 경우 표본기업 수는 41업체이며, 분석 결과 [모형1] $F=7.408(p<.001)$, [모형2] $F=14.982(p<.001)$ 으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. 주점업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-54]와 같다.

[표 4-54] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형 요약 : 주점업종

모형	R ²	조정된 R ²	F변화량	유의수준 F 변화량	Durbin-Watson
1	.388	.235	2.632	.029	
2	.957	.939	92.688	.000	1.903

a. 예측변수: (상수), LNS(가맹점매출액), 매출액증가율, 직영점수, 가맹점수, 부채비율, 평균존속년수, LNA(총자산), 임직원수
 b. 종속 변수: ROE

[모형1]의 $R^2=0.388$, [모형2] $R^2=0.957$ 으로 R 제곱 변화량이 0.569 증가하였다. R제곱 F변화량($F=92.688$)에 따른 유의확률 $p=0.000$ 으로 통제변수 투입 후 독립변수가 종속변수를 설명하는데 통계적으로 유의하다고 할 수 있다. 그러나, [모형1], [모형2] 모두 공차(TOL)는 0.1이상이었으나, ROA, TAT, EM의 VIF가 10이상으로 변수들 간의 다중공선성 문제로 위계적 회귀 분석을 종료하였다. 따라서 주점 업종의 경우 외생변수 투입 시 모든 독립변수가 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

두번째로 커피업종의 경우 표본기업 수는 51업체이며, 분석 결과 [모형1] $F=0.671(.05 < p)$ 통계량의 유의확률 p 값이 0.05보다 크게 나타나 통제변수가 투입된 상태에서 독립변수가 종속변수를 설명하지 못하므로 위계적 회귀분석은 종료하였다. 커피업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-55]와 같다.

[표 4-55] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형 요약 : 커피업종

모형	R ²	조정된 R ²	F변화량	유의수준 F 변화량	Durbin-Watson
1	.121	.047	.722	.671	
2	.631	.515	13.157	.000	1.895

a. 예측변수: (상수), LNS(가맹점매출액), 매출액증가율, 직영점수, 가맹점수, 부채비율, 평균존속년수, LNA(총자산), 임직원수
 b. 종속 변수: ROE

세번째로 치킨업종의 경우 표본기업 수는 98업체이며, 분석 결과 [모형1] $F=0.365(.05 < p)$ 통계량의 유의확률 p 값이 0.05보다 크게 나타나 통제변수가

투입된 상태에서 독립변수가 종속변수를 설명하지 못하므로 위계적 회귀분석은 종료하였다. 치킨업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-56]와 같다.

[표 4-56] 독립변수와 종속변수(ROE)간 모형 요약^a : 치킨업종

모형	R ²	조정된 R ²	F변화량	유의수준 F 변화량	Durbin-Watson
1	.092	.009	1.109	.365	
2	.703	.661	43.267	.000	2.294

a. 예측변수: (상수), LNS(가맹점매출액), 매출액증가율, 직영점수, 가맹점수, 부채비율, 평균존속년수, LNA(총자산), 임직원수
b. 종속 변수: ROE

네 번째로 분식업종 분석 결과, [모형1] F=2.620(p<.05), [모형2] F=4.999(p<.001)으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. [모형1]의 R²=0.323, [모형2] R²=0.600으로 R 제곱 변화량이 0.277 증가하였다. R 제곱 F변화량(F=6.931)에 따른 유의확률 p=0.000으로 통계적으로 유의하게 독립변수가 종속변수를 설명하였다. 또한 다중공선성 확인결과 적합한 결과를 나타냈다. [모형2] TAT의 회귀 계수 검정 결과, t=1.832, p=0.074으로 TAT가 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. TAT β=0.368로 TAT가 증가하면 ROE도 증가하였다. EM의 회귀 계수 검정 결과는, t=4.332, p=0.000으로 EM이 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. EM β=0.603으로 EM이 증가하면 ROE도 증가하는 것으로 나타났다. 독립변수 중 ROA과 PM은 외생변수 투입 시 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 분식업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-57]와 같다.

[표 4-57] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 분식업종

변수	모형1				모형2			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)

(상수)	366.924	256.383	.	1.431	-199.127	330.748	.	-.602
부채비율	-.130	.077	-.220	-1.683	-.050	.077	-.085	-.646
매출액증가율	2.311	.670	.489	3.448**	.187	.728	.040	.256
LNA(총자산)	-21.688	20.821	-.208	-1.042	2.726	23.882	.026	.114
가맹점수	.234	.212	.181	1.100	.141	.186	.109	.757
임직원수	.217	.979	.037	.222	.003	.848	.001	.004
평균존속년수	-4.119	4.842	-.128	-.851	-1.094	3.961	-.034	-.276
직영점수	-5.172	10.096	-.068	-.512	-5.516	8.161	-.072	-.676
LNS(가맹점매출액)	3.158	3.530	.128	.895	2.422	2.875	.098	.842
ROA					.366	1.559	.052	.235
PM					3.516	4.451	.118	.790
TAT					24.050	13.128	.368	1.832*
EM					36.138	8.341	.603	4.332***
F(p)	2.620*				6.931***			
R^2	.323				.600			
adj. R^2	.200				.480			

a. 종속 변수: ROE

다섯 번째로 한식업종의 경우 표본기업 수가 261업체로 분석 결과, [모형 1] $F=4.478(p<.001)$, [모형2] $F=24.818(p<.001)$ 으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. [모형1]의 $R^2=0.124$, [모형2] $R^2=0.546$ 으로 R 제공 변화량이 0.421 증가하였다. R제공 F변화량($F=57.471$)에 따른 유의확률 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의하게 독립변수가 종속변수를 설명하였다. 또한 다중공선성 확인결과 적합한 결과를 나타냈다. [모형2] PM의 회귀 계수 검정 결과, $t=10.199$, $p=0.000$ 으로 PM이 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. PM $\beta=0.608$ 로 PM이 증가하면 ROE도 증가하였다. TAT의 회귀 계수 검정 결과, $t=2.898$, $p=0.004$ 으로 TAT가 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. TAT $\beta=0.267$ 로 TAT가 증가하면

ROE도 증가하였다. EM의 회귀 계수 검정 결과는, $t=5.183$, $p=0.000$ 으로 EM이 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. EM $\beta = 0.266$ 으로 EM이 증가하면 ROE도 증가하는 것으로 나타났다. 독립변수 중 ROA는 외생변수 투입 시 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 한식업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-58]와 같다.

[표 4-58] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 :

한식 업종

변수	모형1				모형2			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)
(상수)	402.869	77.465	.	5.201***	-156.447	80.467	.	-1.944
부채비율	.020	.007	.172	2.889**	.008	.006	.069	1.354
매출액증가율	.063	.176	.022	.356	-.125	.129	-.043	-.967
LNA(총자산)	-24.438	6.250	-.288	-3.910***	5.703	5.655	.067	1.008
가맹점수	.182	.139	.090	1.313	-.147	.105	-.072	-1.400
임직원수	-.004	.131	-.002	-.034	-.016	.096	-.008	-.166
평균존속년수	-.175	1.886	-.006	-.093	-.153	1.377	-.005	-.111
직영점수	4.393	5.239	.055	.839	5.904	3.821	.073	1.545
LNS(가맹점매출액)	-2.137	1.437	-.103	-1.486	-1.592	1.049	-.077	-1.518
ROA					.288	.407	.065	.708
PM					11.775	1.155	.608	10.199***
TAT					10.721	3.699	.257	2.898**
EM					5.862	1.131	.266	5.183***
F(p)	4.478***				57.471***			
R^2	.124				.546			
adj. R^2	.097				.524			

a. 종속 변수: ROE

여섯 번째로 기타외식업종의 경우 표본기업 수가 167업체로 분석 결과,

[모형1] $F=234.699(p<.001)$, [모형2] $F=207.848(p<.001)$ 으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. [모형1]의 $R^2=0.922$, [모형2] $R^2=0.942$ 로 R 제곱 변화량이 0.020 증가하였다. R제곱 F변화량($F=12.877$)에 따른 유의확률 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의하게 독립변수가 종속변수를 설명하였다. 또한 다중공선성 확인결과 적합한 결과를 나타냈다. [모형2] ROA의 회귀 계수 검정 결과, $t=2.611$, $p=0.010$ 으로 ROA가 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ROA $\beta=0.132$ 로 ROA가 증가하면 ROE도 증가하였다. 독립변수 중 PM, TAT, EM은 외생변수 투입 시 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 기타외식업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-59]와 같다.

[표 4-59] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 :
기타외식업종

변수	모형1				모형2			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)
(상수)	353.134	59.702	.	5.915***	19.643	77.847	.	.252
부채비율	.187	.005	.922	39.857***	.203	.012	1.003	17.253***
매출액증가율	-.015	.192	-.002	-.078	-.096	.169	-.012	-.567
LNA(총자산)	-24.656	4.557	-.146	-5.411***	-4.206	5.120	-.025	-.821
가맹점수	.155	.118	.033	1.317	.071	.104	.015	.683
임직원수	.066	.041	.040	1.632	.019	.037	.011	.506
평균존속년수	-2.051	1.623	-.031	-1.263	-.374	1.481	-.006	-.252
직영점수	1.413	1.333	.025	1.061	.631	1.177	.011	.536
LNS(가맹점매출액)	.282	1.014	.007	.278	.109	.897	.003	.122
ROA					1.275	.489	.132	2.611*
PM					1.596	1.813	.032	.880
TAT					2.787	4.473	.026	.623
EM					-3.114	2.364	-.075	-1.317
F(p)	234.699***				12.877***			

R^2	.922	.942
adj. R^2	.918	.937

a. 종속 변수: ROE

일곱 번째로 이미용업종의 경우 표본기업 수가 36업체로 분석 결과, [모형 1] $F=2.774$ ($p<.05$), [모형2] $F=17.525$ ($p<.001$)으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. [모형1]의 $R^2=0.451$, [모형2] $R^2=0.901$ 로 R 제곱 변화량이 0.450 증가하였다. R제곱 F변화량($F=26.262$)에 따른 유의확률 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의하게 독립변수가 종속변수를 설명하였다. 또한 다중공선성 확인결과 적합한 결과를 나타냈다. [모형2] ROA의 회귀 계수 검정 결과, $t=4.574$, $p=0.000$ 으로 ROA가 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ROA $\beta=0.745$ 로 ROA가 증가하면 ROE도 증가하였다. EM의 회귀 계수 검정 결과, $t=3.315$, $p=0.003$ 으로 EM은 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. EM $\beta=0.745$ 로 EM이 증가하면 ROE도 증가하였다. 독립변수 중 PM, TAT는 외생변수 투입 시 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이미용업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-60]와 같다.

[표 4-60] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 : 이미용업종

변수	모형1				모형2			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)
(상수)	137.875	40.077	.	3.440**	-2.374	34.177	.	-0.69
부채비율	-.016	.011	-.234	-1.421	-.003	.007	-.044	-.466
매출액증가율	.238	.190	.265	1.253	.077	.091	.085	.844
LNA(총자산)	-8.497	3.132	-.607	-2.713*	-.474	2.371	-.034	-.200
가맹점수	.032	.044	.139	.730	.011	.025	.046	.430
임직원수	.617	.235	.568	2.627*	.103	.126	.095	.820
평균종속년수	-.401	.794	-.099	-.505	-.065	.386	-.016	-.169

직영점수	.394	1.146	.053	.344	-.633	.564	-.085	-1.124
LNS(가맹점매출액)	.431	.484	.151	.890	.174	.225	.061	.773
ROA					.949	.207	.745	4.574***
PM					.268	.264	.128	1.016
TAT					3.030	2.195	.205	1.380
EM					4.259	1.285	.281	3.315**
F(p)	2.774*				26.262***			
R^2	0.451				0.901			
adj. R^2	0.289				0.859			

a. 종속 변수: ROE

마지막으로 기타도소매업종의 경우 표본기업 수가 36업체로 분석 결과, [모형1] $F=2.867(p<.05)$, [모형2] $F=36.273(p<.001)$ 으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. [모형1]의 $R^2=0.459$, [모형2] $R^2=0.950$ 로 R 제곱 변화량이 0.491 증가하였다. R제곱 F변화량($F=56.196$)에 따른 유의확률 $p=0.000$ 으로 통계적으로 유의하게 독립변수가 종속변수를 설명하였다. 또한 다중공선성 확인결과 적합한 결과를 나타냈다. [모형2] ROA의 회귀 계수 검정 결과, $t=7.493$, $p=0.000$ 으로 ROA가 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. ROA $\beta=0.857$ 로 ROA가 증가하면 ROE도 증가하였다. TAT의 회귀 계수 검정 결과, $t=-0.722$, $p=0.003$ 으로 TAT는 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. TAT $\beta=-0.440$ 으로 TAT가 감소하면 ROE는 증가하는 것으로 나타났다. EM의 회귀 계수 검정 결과, $t=8.817$, $p=0.000$ 으로 EM은 ROE에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. EM $\beta=1.229$ 로 EM이 증가하면 ROE도 증가하였다. 독립변수 중 PM은 외생변수 투입 시 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 기타도소매업종의 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향을 요약하면 [표 4-61]와 같다.

전체 회귀분석 결과를 요약해 보면 도소매 전체 업종과, 세부 업종 중 커

[표 4-61] 프랜차이즈 특성 통제 후 ROA, EM, PM, TAT가 ROE에 미치는 영향 :
기타도소매업종

변수	모형1				모형2			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)
(상수)	22.573	37.480	.	.602	-8.574	13.156	.	-.652
부채비율	.043	.012	.538	3.570**	-.034	.011	-.428	-3.201**
매출액증가율	.439	.205	.320	2.142*	.031	.079	.023	.398
LNA(총자산)	-.874	2.553	-.069	-.342	-.595	.876	-.047	-.679
가맹점수	.005	.038	.021	.133	-.014	.013	-.058	-1.112
임직원수	.013	.020	1.112	.639	-.007	.007	-.627	-1.009
평균존속년수	.535	.466	.188	1.149	-.097	.182	-.034	-.530
직영점수	-.181	.279	-1.133	-.650	.102	.100	.640	1.020
LNS(가맹점매출액)	-.182	.568	-.057	-.321	-.062	.189	-.019	-.327
ROA					2.901	.387	.857	7.493***
PM					-1.500	.447	-.363	-3.355**
TAT					-.334	.462	-.044	-.722
EM					11.166	1.266	1.229	8.817***
F(p)	2.867*				56.196***			
R^2	.459				.950			
adj. R^2	.299				0924			

a. 종속 변수: ROE

피와 치킨업종은 회귀모형이 적합하지 않게 나타났으며 한식업종의 경우 통제변수를 투입 후에도 ROA를 제외한 PM, TAT, EM 모두 ROE에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기타도소매업종의 경우 TAT를 제외한, ROA, PM, EM이 모두 통제변수 투입 후에도 ROE에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전체 회귀분석결과 요약은 [표 4-62]와 같다.

[표 4-62] 회귀분석결과 요약

구 분	표본기업수	통제변수 반영 전			
		ROA	PM	TAT	EM
전체업종	β	1.166***	-0.284*	0.002	0.454***
	1,061	유의	유의	영향없음	유의
구 분	표본기업수	통제변수 반영 후			
		ROA	PM	TAT	EM
전체업종	β	0.745***	0.128	0.205	.281**
	1,061	유의	영향없음	영향없음	유의
외식	β	0.124*	0.247***	0.197***	.362***
	816	유의	유의	유의	유의
도소매	β	0.597	-0.053	0.028	1.324
	82	전체유의하지 않아 영향없음			
서비스	β	0.619***	0.000	-0.024	0.625***
	163	유의	영향없음	영향없음	유의
주 점	β	0.902***	0.066	0.053	-0.063
	41	전체유의하지 않아 영향없음			
커피	β	0.241	0.563	0.226	0.266
	51	전체유의하지 않아 영향없음			
치킨	β	0.764	0.046	-0.164	1.462
	98	전체유의하지 않아 영향없음			
분식	β	0.052	0.118	0.368	0.603***
	53	영향없음	영향없음	영향없음	유의
한식	β	0.065	0.608***	0.257**	0.266***
	261	영향없음	유의	유의	유의
기타 외식	β	0.132*	0.032	0.026	0.075
	167	유의	영향없음	영향없음	영향없음
이미용	β	0.745***	0.128	0.205	0.281**
	36	유의	영향없음	영향없음	유의
기타도소매	β	0.857***	-0.363**	-0.044	1.229***
	36	유의	유의	영향없음	유의

V. 결론 및 시사점

5.1. 연구 결과 요약

본 연구는 프랜차이즈 기업의 가맹본부에 대하여 2017년부터 2020년까지 정보공개서를 등록하고 운영 중인 기업을 대상으로 실시하였다. 최종 선정된 표본기업을 기준으로 가맹본부는 총 38개 업종으로 분류하였다. 표본기업의 정보공개서와 재무제표를 기반으로 기술통계분석과 상관관계분석, 다중회귀분석 그리고 통제변수를 반영한 위계적 회귀분석을 실시하였다.

분석 결과를 요약하여 보면 다음과 같다. 먼저 매출액을 살펴보면 업종별 가맹본부 매출액은 외식업종만 증가하였으며, 외식업종 중 매출액이 큰 쪽으로 증가한 업종은 패스트푸드, 커피, 주점이다. 아이스크림/빙수, 음료(커피외), 약국, 종합소매점은 전년 대비 매출액이 크게 감소했다. 하지만 매출은 증가하였으나, 외식업의 경우 서비스업종이나 도소매업종에 비해 평균 2년 정도 존속 연수가 짧은 것으로 나타났다. 따라서 외식업종의 경우 가맹본부의 브랜드 경영 현황에 대한 정보를 더욱 예민하게 접근할 필요성이 있다.

다음으로 2017년부터 2019년 3개년 간 순수익을 유지한 가맹본부의 듀퐁향등식 수익성 추세와 평균 ROE 변동 추이로 분석한 결과로 업종별 특징을 살펴보면, 이미용 업종은 순이익률은 높으나 총자산회전율이 낮은 대표적인 후리소매형 업종으로 나타났으며, PC방 업종은 순이익률은 낮으나, 총자산회전율이 높은 대표적인 박리다매형 업종으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 수익률 향상을 위해 이미용 업종의 경우 브랜드 충성도를 높이는 점에 중점적 관리가 필요하며, PC방의 경우 가맹점을 늘리는 것에 중점을 둔 전략이 반영되어야 할 것이다. 음료(커피외)업종과 반려동물관련업종은 ROE가 업종 평균보다 1.7배 높게 나타나 수익성이 높은 업종으로 분석되었고 효율성에 따라 음료(커피외)업종은 후리소매형으로 반려동물관련업종은 박리다매형으로 각각 다르게 나타났다. 한편 기타외국식업종의 경우 TAT가 전체업종 중 두 번째로 높으면서 ROE가 높게 나타나, 박리다매형 업종으로서 총자산회전율이 높은 업종으로 분석되었다. 총자산회전율이 높다는 것은 기업이 보유한 자

원을 효율적으로 활용하고 있다는 의미이기도 하다. 이처럼 각각의 업종별로 다른 수익성 분석 결과가 나타나므로 업종별 가맹본부 비율 지표를 활용하여 업종에 적합한 경영전략을 반영하여야 한다.

자기자본의 효율성을 높여 이익의 성장률을 결정짓는 요인인 ROE의 전체 평균은 20.26%로 나타났으며, 특히 높게 나타난 PC방(48.17%), 이미용(36.06%) 업종의 경우 수익성이 좋으며 새로운 신규 가맹점이 증가하는 것으로 볼 수 있다. 반면에 업종의 포화나 전문성 반영으로 신규 가맹점의 개설이 어려워져 ROE가 낮게 나타난 자동차관련(3.54%), 제과제빵(3.46%)업종의 수익성 지표를 살펴보면 타업종대비 PM이 현저히 낮게 나타나 원가관리를 통한 이익구조의 개선이 필요하다. 자기자본에 대한 총자산의 비율을 나타내는 EM의 전체 평균은 2.14배이며 높게 나타난 업종은 반려동물관련 (4.14배), 세탁(3.70배)업종으로 이는 부채비율이 높다는 것을 의미하며 당기순이익에 차입 경영에 따른 금융비용 증가와도 높은 영향 관계를 나타낸다. 향후 가맹본부는 자본구조와 관련하여 더욱 신중한 의사결정과 이를 반영한 경영전략이 필요하다.

기업이 투자한 총자산의 운영효율을 나타내는 활동성 지표인 TAT의 전체 평균은 1.63회로 나타났으며, 가장 높게 나타난 업종은 PC방(3.76회)으로 이는 경쟁은 치열하고, 이익은 적은 소자본 형태의 사업으로 향후 판매이익을 확보할 수 있는 경영전략 구축이 필요하다. 한편 TAT가 낮은 건강식품(0.66회), 스포츠관련(0.84회) 업종은 회전율이 낮기 때문에 객 단가가 판매이익에 중요한 요소로 반영되며 입지, 상권선정 시 타겟 고객층에 대한 충분한 분석이 필요하다.

전체 회귀분석에 관한 내용을 요약해 살펴보면, 도소매 전체업종과 세부 업종 중 커피와 치킨업종은 회귀모형이 적합하지 않게 나타나 통제변수인 프랜차이즈 특성들이 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 대분류 별로 살펴보면, 외식업종과 서비스업종의 경우 EM의 베타 값이 가장 크게 나타났으며, 이는 자본의 효율적인 관리가 매우 중요하며, 부채 관리가 수익성에 가장 많은 영향을 미치는 요인이라고 할 수 있다. 외식업종의 경우 모든 독립변수가 통제변수 반영 후에도 ROE에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 자산의 효율적인 운영을 통해 영업이익을 관리하고 경영전략을 구축

할 때 가맹점 증가에 따른 임직원 관리와 가맹점 매출 관리에 관한 요인들에 대해서도 고려해야 할 것이다. 서비스업종의 경우는 ROA와 EM만이 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스업종의 경우 외식업종과 비교하여 EM이 수익성에 미치는 영향이 더 높게 나타나 수익성이 높은 가맹본부를 선택하고자 하는 예비 가맹점주들은 자본에 대한 구성 및 재무비용에 대해 자세히 검토하여야 한다.

세부 업종의 특징을 살펴보면 한식업종의 경우 통제변수를 투입 후에도 ROA를 제외한 PM, TAT, EM 모두 ROE에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 다양한 프랜차이즈의 특성들이 수익성에 영향을 미치고 있음을 나타내며, 한식업종의 가맹본부들은 수익성을 극대화할 수 있는 경영전략에 이러한 요인들을 반영하여야 한다. 기타도소매업종의 경우 TAT를 제외한, ROA, PM, EM이 모두 통제변수 투입 후에도 ROE에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 재고관리, 보관창고 등 자산의 효율적 운용에 대한 관리가 필요할 것으로 분석할 수 있다.

전체적으로 통제변수투입 후 ROE에 미치는 영향이 업종별로 차이가 있고, 통계적으로 유의한 영향을 미치는 항목이 다르므로 업종의 특성에 따른 수익률 관리가 다를 수 있음을 학술적으로 검증하였다.

5.2. 연구의 시사점

5.2.1. 학문적 시사점

국내 프랜차이즈 가맹본부의 경영 수익성은 경기침체와 코로나19 팬데믹으로 인해 2020년과 2021년에는 더욱 어려운 상황에 처해 있다. 비대면 거래를 할 수 있는 온라인 판매 도소매업종 및 배달을 포함하고 있는 외식업의 경우를 제외하면 대부분이 정체 또는 심각한 매출 하락으로 존폐위기를 맞고 있는 실정이다. 프랜차이즈의 가맹본부 입장에서는 매출 증대를 통한 수익률 확보를 위해서 모바일 거래 확대에 따른 온라인 주문 대응 방안을 구축하고 무분별한 가맹점 확보보다는 향후 경영 안정성을 고려한 내실 향상 경영전략

을 구축해야 한다. 그러한 방안으로 가맹점과 상생하여 성장할 수 있는 브랜드를 개발하고, 정확한 정보 분석을 통한 데이터를 경영에 접목할 시점이라고 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 프랜차이즈 가맹본부의 경영전략에 활용할 수 있도록 데이터를 기반으로 한 가맹본부의 수익성 분석에 관하여 연구하였다.

선행연구에서 재무적 수익성에 관한 연구로 듀퐁항등식의 ROE를 활용한 연구는 많이 진행되고 있으나, 정보공개서를 기반으로 한 프랜차이즈 전체업종별의 수익성에 대한 비교연구는 미미한 실정이다. 특히, 타 산업과 비교하여 회계 재무 정보가 부족한 프랜차이즈 가맹본부의 재무적 특성에 대한 수익성 영향 관계를 실증적으로 분석한 연구 또한 미미하다. 이는 프랜차이즈 가맹본부 중 매출 10억 원 미만의 기업이 55.8%로 대부분 영세한 기업 위주이며, 매출 2억 미만의 본사가 전체의 27.8%로 초기 프랜차이즈 기업이 많은 비중을 차지하고 있어 객관적으로 신뢰할 수 있는 회계자료의 수집이 어렵기 때문이다. 본 연구에서는 프랜차이즈 가맹본부의 정보공개서를 바탕으로 3개년 동안 수익을 유지한 38개 업종을 중심으로 수익성의 영향 관계를 연구하여 각 업종별 ROA, ROE, PM, TAT, EM 대한 실증적 결과를 제시함으로써 학문적, 실무적 논거를 확보하며 프랜차이즈 중소가맹본부에 대한 수익성 재무 지표에 대한 벤치마킹 할 수 있는 근거를 제시하였다. 또한, 프랜차이즈 창업자들이 업종을 선택할 때 경영 수익성 요인을 파악할 수 있는 정보를 제시하고, 가맹본부는 업종의 특성을 반영하여 경영 수익성을 창출할 수 있도록 기여하는데 의의가 있다.

전체업종에 대한 다중회귀 분석 결과, ROA와 PM 및 EM은 ROE에 영향을 미치는 독립변수로 유의한 결과를 나타내었다. 다음으로, 외생변수를 통제 한 후 독립변수 ROA, PM, TAT, EM이 ROE에 영향을 미치는지 알아보기 위해 프랜차이즈 특성 중 부채비율, 매출액 증가율, LNA(총자산), 가맹점수, 임직원수, 평균존속년수, 직영점수, LNS(가맹점매출액)를 통제변수로 사용하여 전체업종에 대한 위계적 회귀분석을 실시한 결과 ROA와 EM만이 ROE에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 ROA와 EM은 통제변수로 반영된 프랜차이즈 특성들이 ROE 증가에 영향을 미치는 것으로 나타나 다양

한 특성을 경영전략에 반영할 필요성을 제시하였다. 선행연구에서 치킨업종만을 대상으로 분석한 내용에서는 통제변수로 가맹점 수를 투입하여 가맹점 수가 PM, TXT, EM이 ROE에 영향을 미칠 때, 수익성을 향상시키는 요인으로 가맹점 수가 존재하는 것으로 해석하였으나, 본 연구에서는 전체 업종을 대상으로 더욱 다양한 통제변수로 유의한 결과를 나타내었다.

대분류인 외식업, 도소매, 서비스업종에 대해서는 동일한 통제변수를 투입하여 외생변수 통제 후 독립변수가 종속변수를 설명하는 데 통계적으로 유의한 항목을 도출한 결과, 외식업의 경우 ROA, PM, TAT, EM 모두 ROE에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스업종의 경우 ROA와 EM만이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 도소매 업종의 경우 모형의 F 변화량 값이 유의확률보다 크게 나타나, 통제변수 투입 후에는 모든 독립변수가 ROE에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

세부 업종의 경우에도 표본기업 수가 통계적으로 유의한 결과를 도출할 수 있는 30업체 이상이 되는 주점업종, 커피업종, 치킨업종, 분식업종, 한식업종, 기타외식업종, 이미용업종, 기타도소매 업종을 위계적 회귀 분석한 결과 유의한 영향을 미치는 독립변수가 업종에 따라 다르며, 영향도를 분석할 수 있는 베타 값도 모두 다르게 나타났다.

이에 본 연구의 학문적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 프랜차이즈 가맹본부의 수익성 재무 지표는 업종별로 상이할 수 있다는 결론을 도출하였다. 또한, 프랜차이즈에 가맹하고자 하는 예비 가맹점주에게 주는 정보는 업종별 특성에 따른 수익구조에 대하여 반영하여 제공하는 것이 필요하다.

둘째, 기존 선행연구는 설문지 중심과 프랜차이즈 기업에 대한 회계정보를 활용한 수익성을 실증 분석한 결과를 제시함으로써 일부 업종에 대한 한계점이 존재하였으나, 본 연구는 전체 정보공개서 데이터를 활용하여 업종별로 분류하였으며 업종별로 차이가 있고 수익성에 유의한 영향을 미치는 항목이 다르게 나타난 결과를 제시하였다. 이를 통해 데이터 중심으로 분석한 결과로 비율 분석과 함께 수익성에 영향을 미치는 프랜차이즈 특성과의 관계요소를 파악했다는 데 의의가 있다.

셋째, 3년간 수익을 창출한 프랜차이즈 가맹본부의 듀퐁항등식 분해 요소를 세분화된 업종으로 추이와 평균을 도출하였으며 성장 가맹본부의 벤치마킹 지표를 업종별로 파악했다는 데 의의가 있다.

5.2.2. 실무적 시사점

본 연구의 실무적인 시사점은 첫째, 프랜차이즈 업종별 수익성 활성화 요인을 도출하여 건강한 가맹본부 창업 육성의 기반을 마련하였다.. 2019년 독립자영업자의 폐업률은 86.9%로 최근 3년 동안 지속해서 증가하고 있으며, 반면 프랜차이즈 가맹점 폐업률의 경우 2019년 65.8%로, 독립자영업자의 폐업률보다 21.1% 더 낮게 나타났다. 사업성 측면으로 보면 일반 독립자영업자 보다는 프랜차이즈 가맹점을 활성화하는 것이 필요하다고 볼 수 있다. 프랜차이즈 가맹점의 창업 육성이 강화되려면, 건강한 가맹본부의 창업 육성을 통해 본부 성장의 토대를 확장해 나아가야 한다.

둘째, 가맹본부의 브랜드별 재무 데이터 등록의 필요성을 제시하였다. 예비 창업자들의 경우 정보공개서를 통한 가맹본부의 규모, 재무구조, 수익성 등을 판단하게 되는데, 3개 이상의 브랜드를 가진 가맹본부의 수는 282개이며, 이중 1개 본부가 29개의 브랜드를 보유하고 있는 곳도 있다. 서로 다른 29개 브랜드의 가맹본부 재무제표가 모두 동일하게 공시되는 것은 브랜드를 선택하여 창업하는 창업자에게 수익이 나지 않는 브랜드를 선택할 수도 있는 판단의 착오를 일으킬 우려가 있다. 또한, 한 가맹본부의 브랜드 보유 수가 3개 이상으로 늘어날 때부터 가맹본부의 영업이익이 감소하기 시작하기 때문에 운영역량에 대한 평가에도 차등이 있을 것이다. 이는 가맹본부의 정보를 파악하고자 제공되는 정보공개서의 의미를 하락시키는 요인이 될 수 있기에 브랜드별로 재무 데이터를 분리하여 정보를 제공할 수 있는 제도적인 방안이 구축되어야 할 것이다.

셋째, 프랜차이즈 가맹본부가 예비 가맹점주들에게 데이터에 기반한 수익성 재무 정보를 제공해야 하는 근거를 제시하였다. 일부 가맹본부의 경우 예비 가맹점주들에게 유명인을 활용하여 지명도를 이용한 영업으로 정보의 비대칭에 있는 예비 가맹점주를 현혹하는 사례도 발생하고 있다. 따라서, 이러한 정

보의 오류를 감소시키기 위해 향후 프랜차이즈의 가맹본부에서는 실데이터를 기반으로 한 수익성 분석 및 업종별 특성에 적합한 업종별 표준 수익성 정보 제공을 할 수 있어야 한다.

마지막으로 본 연구에서 업종별 수익성에 영향을 미치는 특성으로 나타난 요인들의 차이를 이해하고 각 업종별 특성에 적합한 재무 지표 및 수익 도출 방안을 성장기반에 있는 프랜차이즈 가맹본부의 전략에 적용하는 것에 의의를 둔다. 최근 코로나19 팬데믹으로 인한 Take-out, 배달문화의 확산에 대응할 수 있는 경영전략으로 회전을 향상하여 이익률을 극대화하고 자산 효율성을 향상시킬 수 있는 데이터 기반의 분석을 적극적으로 반영하여야 할 것이다. 또한, 수익성 향상을 위해 ROE 향상에 대한 경영전략을 구축하고, 자기자본비율 및 부채비율을 효율적으로 관리하는 방안에 주력해야 할 것이다. 본 연구는 프랜차이즈의 가맹본부의 수익성 영향 요인 분석을 통해 업종별 지수를 파악하고 벤치마킹의 정보를 제공하기 위해 우수한 운영을 하고 있는 가맹본부의 업종별 특성에 따른 재무 지표를 제시하였다. 이는 데이터 수집이 가능한 최근 3년간의 손실이 없는 프랜차이즈 기업을 대상으로 연구한 결과로 프랜차이즈 업종별 차이와 가맹본부의 특성 및 경영 수익성 간의 관계에 반영되는 특성에 대해 중·소 프랜차이즈 기업의 벤치마킹 자료 활용과 예비 가맹사업자의 브랜드 및 가맹본부 선택에 정보의 비대칭성을 해결할 수 있을 것으로 사료된다. 또한 수익성에 영향을 미치는 프랜차이즈 특성에 대해 향후 경영전략에 도움이 되는 정보를 업종별로 제공했다는 데 의의가 있다.

5.3. 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구는 프랜차이즈 가맹본부의 업종별 재무 상태, 가맹점수, 부채비율, 가맹점 매출액 등 다양한 분석에도 불구하고 일반화시키는 데 한계를 지니며, 재무제표에 의한 수익성 분석으로 영업 외적인 상황과 업종별 기업을 일반화시키는데 한계점이 있다. 또한, 그러나 분석의 한계에도 불구하고 각 업종별 대표성이 있는 브랜드를 업종으로 선택하고 가맹본부에 관한 연구를 진행하였기에 실무에 적용함에 있어서는 가능할 것으로 사료된다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 프랜차이즈 정보공개서의 자료를 중심으로 2017년~2019년 3년간 재무 자료의 38개 업종별 1,061개 프랜차이즈 기업을 중심으로 수익성 분석이 이루어졌다. 연구표본 기간이 3년에 한정되어 제한적이며, 2020년 신규 등록된 기업의 재무 정보 미등록으로 인해 기업 전체의 재무 정보를 파악하는 데는 어려움이 있다. 이는 공시되지 않는 기업의 재무 정보와 정보공개서를 바탕으로 제공되는 회계정보가 한정적이며, 추이 현상 분석으로는 다소 짧은 기간인 점이다.

둘째, 본 연구는 정보공개서 자료의 업종별 재무 수익성 지표 산출을 바탕으로 업종별 벤치마킹 지수 제공까지 이루어졌지만 한 프랜차이즈 기업이 여러 브랜드를 보유하는 경우에 대한 자산 및 부채·자본 분석이 브랜드 별로 추산되지 못한 제약으로 용이하게 수익성에 대한 분석이 되지 못한 점이다. 여러 브랜드를 보유한 기업의 경우 업종 구분에 재무정보가 분리되지 않은 탓에 어려움이 있으나 본 연구에서는 로우데이터(raw data)에서 매출액이 가장 높은 업종을 주요 업종으로 선정하여 연구하였다. 이는 정보공개서에 나타난 재무제표로 기업에 대한 심층적인 경영성과를 분석하기에는 모든 내용을 충분히 반영하기 어려운 문제점이 있으며 향후 정보공개서에 각 브랜드별 자산, 부채, 자본 등 데이터가 제공되어야 할 것이다.

셋째, 국내 전체업종을 대상으로 한 수익성 분석 관련 선행연구 부재로 인해 다양한 통계분석과의 비교가 여의치 못하였다. 선행연구는 주로 외식기업 및 일부 프랜차이즈 기업에 대한 분석이 주를 이루고 있으며, 가맹본부에 관한 연구도

미흡한 실정으로 전체업종별 분석은 전무한 실정이다. 본 연구는 전체업종에 대한 가맹본부 수익성 분석에 의의를 두고 있다.

넷째, 본 연구의 분석은 코로나19 팬데믹 이전의 현황이므로, 이후 업계의 큰 변화에 대해 반영할 수 없는 까닭에 연구의 분석을 예측하여 일반화시키는 데에는 한계가 있다.

따라서 향후 연구에서는 코로나 19 팬데믹 영향이 프랜차이즈 기업에 반영된 2020년~2021년과, 위드 코로나 시대로 맞게 될 2022년 이후 변모하는 프랜차이즈 기업의 시계열 자료를 활용하여 업종별, 규모별 회귀분석, 효율성 분석, 수익성 요인 등에 대해 프랜차이즈 기업 측면과 더불어 가맹점과 가맹본부 간의 다양한 연구가 활발히 이루어지길 바란다.



참 고 문 헌

1. 국내문헌

구월일(2019). 외식기업의 타인자본비용과 재무레버리지도와의 관련성. 관광레저연구, 31(1), 279-293.

고진철(2000). 한국외식산업의 중국시장 진출방안에 관한 연구. 박사학위논문, 경희대학교 대학원.

공정거래위원회(2019). <http://www.ftc.go.kr/>.

공정거래위원회(2021), “2020년 기준 가맹시장현황 분석 발표”, 03.05. <http://franchise.ftc.go.kr>

권수영·문보영(2009). 기업수명주기 하에서 자기자본이익률의 구성요소와 미래수익성 및 가치 관련성. 경영학연구, 38(5), 1213-1249.

김길선·안관영(2012). 가맹본부의 관리적 특성이 창업 가맹점주의 공정성 인지도에 미치는 효과. 벤처창업연구, 7(2), 157-165.

김윤석 (2019), 프랜차이즈 업종별 효율성 분석 및 폐업예측 연구, 박사학위논문, 서울시립대학교 대학원.

김주영, 유보미 (2013), 프랜차이즈 시스템의 발전 단계에 따른 특성 연구, 유통연구, 18(1), 25-55.

김창봉 and 박원순. (2018). 외식 프랜차이즈 가맹본부의 지원시스템이 가맹점 신뢰와 재무적 성과 그리고 다점포 운영의도에 미치는 영향에 관한 연구. 벤처창업연구, 13(5), 87-102.

김태호 (2019), 프랜차이즈 기업의 업종별 경영수익성과 영향요인에 관한 연구: 외식프랜차이즈 정보공개서를 중심으로, 박사학위논문, 경성대학교 대학원.

- 김태호·김학선(2018). ROIC (영업투하자본율) Tree 와 ROA, ROE를 활용한 커피프랜차이즈 기업의 수익성에 관한 연구, *Culinary Science & Hospitality Research*, 24(1), 130-139.
- 김태호·김학선(2017). 듀퐁 향등식을 활용한 식자재유통기업의 재무성과분석에 관한 연구. 석사학위논문, 경성대학교 대학원
- 김태호·김학선(2017b). 시계열 자료를 활용한 치킨 프랜차이즈 기업의 레버리지 효과에 따른 영업순환주기에 관한 연구, *관광학연구*. 41(4), 151-170.
- 김창봉·박원순. (2018). 외식 프랜차이즈 가맹본부의 지원시스템이 가맹점 신뢰와 재무적 성과 그리고 다점포 운영의도에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 13(5), 87-102.
- 국제프랜차이즈협회(2018). <https://www.franchise.org/>
- 노경섭. (2016). 특허 라이선스 계약에서 라이선시 보호의검토시 고려사항: 라이선서의 파산 또는 특허권 양도의 경우 . *산업재산권*, 49, 85-145.
- 류석희·김영국(2017). 프랜차이즈 창업에 대한 정보공개서 제도 개선방안 연구. *한국창업학회지*, 12, 281-302.
- 류석희 and 소재선. (2016). 가맹사업법 교육이수제도의 도입. *재산법연구*, 33(1), 275-301.
- 맹수석·정영교(2017). 가맹사업의 법적 분쟁과 효율적 규제 방안. *경제법연구*, 16(1), 235-256. 박성진·박경도·이호택(2018). 프랜차이즈 가맹본부에 대한 지각된 전환비용이 가맹점의 관계
- 박두영 (2020), 메타프론티어를 활용한 커피전문점 가맹본부의 효율성 및 생산성 분석, 박사학위논문, 한성대학교 대학원
- 박주영(2020), “프랜차이즈 연구에 관한 종합적 고찰 및 향후 연구 제언 : 프랜차이즈 저널 학회지를 중심으로”, *프랜차이즈저널*, 6(1), 80-115.
- 박상익(2009), “국내 프랜차이즈 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”,

- 벤처창업연구, 4(1), 89-111.
- 박현정(2006). 외자기업 영향력 확대에 대한 중국의 대응과 정책 전망. 대외경제정책연구원, 5.
- 서민교, 권민희, 김문명(2020), 프랜차이즈 산업통계현황. 버리커뮤니케이션
- 성백순. (2016). 생존프랜차이즈 브랜드와 폐업 프랜차이즈 브랜드의 차이 분석:정보공개서 등록기준 기타외식을 중심으로. 외식경영연구, 19(5), 235-253.
- 성백순, 김주현(2017). 가맹본부 특성이 브랜드 인지도 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 프랜차이즈저널, 3(1), 22-54.
- 송지준(2015). SPSS/AMOS 통계분석방법. 서울; 21세기사.
- 식품유통연감(2018). 식품저널 편집부. 서울: 식품저널.
- 신봉섭 and 김현. (2018). 프랜차이즈 수준평가제도와 참여업체의 경영성과에 관한 연구 -2010년~2014년 참여 업체를 중심으로-. 외식경영연구, 21(2), 117-136.
- 신창훈·김울성·김철민(2000). 프랜차이즈 가맹점 재계약의도의 결정요인에 관한 연구. 마케팅관리연구, 5(2), 79-101.
- 양승필·윤대순. (2005). 외식사업체의 재무특성변수와 수익성간의 영향관계 연구. 『외식경영연구』, 8, 273-293.
- 우미나, 구철모 (2016). 외식 프랜차이즈 기업의 무형자원과 유형자원이 성과에 미치는 영향: 자원기반이론을 중심으로, 서비스경영학회지, 17(2), 291-312.
- 우대일, 이창주, 우종필 (2014). 프랜차이즈 계약 결정요인에 관한 연구: 정보공개서를 바탕으로, 프랜차이즈경영연구, 4(2), 143-160.
- 유익수 (2018). 외식 프랜차이즈 가맹본부 특성과 경영성과간의관계 연구 : 가맹점 관리지표의 매개효과, 박사학위논문, 송실대학교 대학원.
- 유익수 and 최문수 (2017). 프랜차이즈 가맹본부 특성과 경영성과 간의 연

- 구: 가맹점 재무자료의 매개효과를 통하여. 경영교육연구, 32(6), 531-560.
- 윤인철 (2011). 프랜차이즈 지원서비스가 가맹점 경영성과 및 만족도에 미치는 영향, 경영교육연구, 26(3), 477-500
- 이상석. (2018). 외식 프랜차이즈 가맹본부 CEO의 기업가정신과 성과 간에 강점과 기회요인의 매개효과 분석. 벤처창업연구, 13(1), 131-143.
- 이은지, 조철호 (2013). 프랜차이즈 가맹본부의 특성과 성과간의 종단적 연구: 정보공개서 분석을 중심으로, 대한경영학회지, 26(8), 2185-2209.
- 이계원(1993). 회계정보에 의한 기업부실예측과 시장반응. 회계학연구, 49-77.
- 이병주(2020). 외식기업의 가맹점 조절초점이 경영성과에 미치는 영향 : 본부 통제방법의 조절효과를 중심으로, 박사학위논문, 경기대학교 대학원
- 이지혜·김판수·최영근(2015). 기업특성이 재고자산회전 변화율에 미치는 영향. 『한국생산관리 학회지』, 26, 209-224.
- 이용 (2010). 외식프랜차이즈기업 특성에 관한 연구: 정보공개서 분석을 중심으로, 석사학위논문, 경희대학교 관광대학원.
- 유익수·최문수(2017). 프랜차이즈 가맹본부 특성과 경영성과 간의 연구. 경영교육연구, 32, 531-560.
- 윤선미(2019). 커피전문점의 지속가능경영, 지속가능성, 그리고 기업성과의 관계연구. 호텔경영 학연구 28(2), 53-72.
- 윤인철 (2011), 프랜차이즈 지원서비스가 가맹점 경영성과 및 만족도에 미치는 영향, 경영교육연구, 26(3), 477-500
- 이민호 (2016). 조직간 시민행동이 관계품질과 가맹점 및 가맹본부의 성과에 미치는 영향. 기업경영연구, 23(5), 159-175.
- 이상엽·박병화·김명준(2016). 가맹점과 비가맹점 간의 비교 분석을 통한 프랜

- 차이즈 산업의 실 태에 관한 연구. 관광레저연구, 28(1), 347-364.
- 이은지·조철호(2013). 프랜차이즈 가맹본부의 특성과 성과간의 종단적 연구. 대한경영학회지, 26(8), 2185-2209.
- 이용 (2010), 외식프랜차이즈기업 특성에 관한 연구: 정보공개서 분석을 중심으로, 석사학위논문, 경희대학교 관광대학원.
- 장준석(2017). 프랜차이즈 가맹본부의 프로모션활동이 가맹점의 신뢰와 경영 성과에 미치는 영향연구 : 외식산업을 중심으로, 박사학위논문, 안양대학교 대학원
- 정휘영·이장희(2012). 자산 공정가치 평가에 따른 자기자본 수익률의 추가설 명력에 관한 실증적 연구. 『기업경영연구 (구 동림경영연구)』, 43, 71-91.
- 조기정 (2008). 신생 프랜차이즈 기업의 성공요인에 관한 연구: 외식 프랜차이즈 예스3300을 중심으로, 석사학위논문, 호서대학교 글로벌창업대학원.
- 조동민 (2017). 프랜차이즈 가맹점주의 공정성 인식이 브랜드 충성도에 미치는 영향 : 관계몰입의 매개효과를 중심으로, 박사학위논문, 남서울대학교 대학원
- 주병철·김성수·전효진(2015). Higgins 모형을 활용한 외식기업의 재무자료 분석과 성장률에 관한 연구, 관광연구저널, 29(3), 123-138.
- 최채봉·이상석(2017). 국내 외식 프랜차이즈의 창업을 위한 SWOT 요인의 중요도에 관한 연구, 벤처창업연구, 12(5), 141-162.
- 한국공정거래위원회 가맹사업거래(2016). <http://franchise.ftc.go.kr>
- 한국공정거래조정원(2019). <http://www.kofair.or.kr/goMain.do>
- 한국식품유통연감(2018). 2018 식품유통연감. 서울; 식품저널.
- 한국프랜차이즈협회(2018). <http://www.ikfa.or.kr/>
- 현대경제연구원(2009), “베이비붐 세대의 은퇴와 정책적 대응방안”, VIP

REPORT, 407;2-3.



2. 국외문헌

- Altman, E. I., Eom, Y. H., & Kim, D. W. (1994). Distress classification of Korean firms.
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., & Fahy, J. (1993). Sustainable competitive advantage in service industries: a conceptual model and research propositions. *Journal of marketing*, 57(4), 83-99.
- Bonoma, Thomas V. & Clark, Bruce. H. (1988), *Marketing performance assessment*, Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 185-195.
- Chauvin, K. W., & Hirschey, M. (1993). Advertising, R&D expenditures and the market value of the firm. *Financial management*, 128-140.
- Doutt J. T. (1984), Comparative productive performance in fast-food retail distribution, *Journal of Retailing*, 60, 98-106.
- Donthu, N., & Yoo, B. (1998). Retail productivity assessment using data envelopment analysis. *Journal of retailing*, 74(1), 89-105.
- Drucker, P. (2012). *The practice of management*. Routledge.
- Berman, K., & Knight, J. (2013). *Financial intelligence, revised edition: A manager's guide to knowing what the numbers really mean*. Harvard Business Review Press.
- Hajdini, I., & Windsperger, J. (2019). Contractual restraints and performance in franchise networks. *Industrial Marketing Management*, 82, 96-105.
- Hewett, Kelly & William O. Bearden (2001), Dependence, trust, and relational behavior on the part of foreign subsidiary marketing

- operations: Implications for managing global marketing operations, *Journal of Marketing*, 65(October), 51–66
- IFA(2018). <https://www.franchise.org/>
- JFA(2018). <http://www.jfa-fc.or.jp.k.ek.hp.transer.com/>
- Iwata, H., & Okada, K. (2011). How does environmental performance affect financial performance? Evidence from Japanese manufacturing firms. *Ecological Economics*, 70(9), 1691–1700.
- Mansfield, E. (1962). Entry, Gibrat's law, innovation, and the growth of firms. *The American economic review*, 52(5), 1023–1051.
- Mehmetoglu, M., & Altinay, L. (2006). Examination of grounded theory analysis with an application to hospitality research. *International Journal of Hospitality Management*, 25(1), 12–33.
- Morgan, N. A., Clark, B. H., & Gooner, R. (2002). Marketing productivity, marketing audits, and systems for marketing performance assessment: integrating multiple perspectives. *Journal of Business Research*, 55(5), 363–375.
- Niven, P. R. (2002). *Balanced scorecard step-by-step: Maximizing performance and maintaining results*. John Wiley & Sons.
- Rust, R. T., Lemon, K. N., & Zeithaml, V. A. (2004). Return on marketing: Using customer equity to focus marketing strategy. *Journal of marketing*, 68(1), 109–127.
- Sadeh, F., & Kacker, M. (2018). Quality signaling through ex-ante voluntary information disclosure in entrepreneurial networks: Evidence from franchising. *Small Business Economics*, 50(4), 729–748.
- Shane, S. A. and Spell. C. (1998), Factors for new franchise success,

- Sloan Management Review, 39(3), 43–50.
- Shane, Scott A. and M. Foo (1999), New firm survival : Institutional explanations for new franchisor mortality, *Management Science*, 142–159.
- Shane, S. A. (2005), *From ice cream to the internet: Using franchising to drive the growth and profits of your company*, London: PEARSON Prentice Hall.
- Susanty, A., Hartini, S., Puspitasari, D., & Arsiwi, P. (2015). Measuring efficiency of using resource in the production process of making stamped-batik: a DEA approach. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), 318.
- Stern , L. W. & A. I. El-Ansary(1988). *Marketing Channels*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall INC., 407–408.
- Vdovichen, V., & Voroniatnikov, O. (2019). Franchise Agreement In Romania As A Form To Provide Economic Efficiency Of Business Activity. *Baltic Journal of Economic Studies*, 5(1), 27–32.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of management review*, 11(4), 801–814.
- Watson, A., Stanworth, J., Healeas, S., Purdy, D., & Stanworth, C. (2005). Retail franchising: an intellectual capital perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(1), 25–34.
- Watson, T., & Zerfass, A. (2011). Return on Investment in Public Relations: A critique of concepts used by practitioners from the perspectives of communication and management sciences. *PRism*,

8, 1-14.

- Wright, O., & Winzar, H. (2014). Franchise system investment disclosure: signaling value to prospective franchisees. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(3), 365-377.
- Zahra, S. A. (1996). Technology strategy and new venture performance: a study of corporate-sponsored and independent biotechnology ventures. *Journal of business venturing*, 11(4), 289-321.
- Yavas U. and G. Habib (1987), Correlates of franchise satisfaction : The case of Saudi Car Dealers, *IJPD and MM*, 17(3), 46-55.



ABSTRACT

A Study on the Profitability Factors of Franchise Companies by Industry

–Focus on Data Analysis of Franchise Disclosure Document–

Kang, Kun-Myong

Major in Smart Convergence Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

Graduate School, Hansung University

Franchises are representative strategies that maximize the efficiency of business operations and help companies expand their size, continuing to grow and continue to pay attention. The economic growth rate, which has continued to decline since 2017, is set to fall more sharply in 2020 and 2021 due to the recent COVID-19 pandemic. Despite the economic downturn and sales decline, the franchise industry continues to grow in size from 2017 to 2019. The purpose of this study is to analyze the relationship of profitability impact on these franchise industries, identify various causes that affect them, improve the efficiency of franchise companies' management improvement in the future, and provide fundamental information on management strategies for the growth of small and medium-sized franchises. In this study, an analysis of the profitability creation of domestic franchise companies was conducted using the DuPont identity technique using financial performance

indicators. In order to find out whether independent variables ROA, PM, TAT, and EM affect ROE, which are dependent variables, hierarchical regression analysis was conducted for all industries using debt ratio, sales growth rate, LNA (total assets), number of affiliates, average number of employees, direct management score, and LNS (affiliate sales) as control variables. Through this, it laid the foundation for differentiating each industry and establishing an efficient management strategy for franchise companies. Franchise headquarters registered with the Fair Trade Commission were classified into 38 industries, and descriptive statistical analysis, correlation analysis, multiple regression analysis, and hierarchical regression analysis were conducted based on three years of information disclosure and financial statements from 2017 to 2019. For statistical analysis, the "SPSS 22.0" statistical processing program was used. As a result of this study, the franchise headquarters that generated profits from 2017 to 2019 were classified into 38 industries, and profitability trends and ROE fluctuation indicators were presented. In addition, when various franchise characteristics influenced profitability, there were differences by industry, and through this, it contributed to reflecting in the establishment of management strategies suitable for each industry. Academic implications through the research results were first concluded that the profitability financial indicators of franchise headquarters may differ by industry. Second, it is meaningful that the ratio of financial indicators at the franchise headquarters was analyzed centering on ROE and the factors related to franchise characteristics that affect profitability based on data were identified by industry. Third, it is meaningful that the trends and averages were derived by classifying the decomposition factors of the franchise franchise headquarters' Dupont port, which generated profits for three years, and benchmarking indicators of small and medium-sized franchise headquarters were identified by industry. First, the implications from the practical aspect were to derive factors to revitalize profitability

for each franchise industry to lay the foundation for fostering healthy franchise headquarters start-ups. Second, the necessity of registering financial data for each brand of the franchise headquarters was presented. Third, the franchise headquarters presented grounds for providing data-based profitability financial information to prospective franchisees. Finally, this study is meaningful in understanding the differences in profitability influencing factors of franchise headquarters by industry and applying financial indicators and profit derivation measures suitable for each industry to the strategy of franchise headquarters based on growth. However, since this study is a pre-COVID-19 pandemic situation, there is a limit to predicting and generalizing the analysis of the study because it cannot reflect major changes in the industry, and although financial statements have been used for three years, there are differences in research samples. We hope that various studies will be actively conducted on regression analysis, efficiency analysis, and profitability factors by industry and scale using longitudinal time series data from 2020 to 2021, which had an important impact on the industry due to the COVID-19 pandemic, and 2022 with COVID-19.

【Key words】 franchise, franchise industry, DuPont identity, profitability factors, management profitability