

2025년 국제통상론 발표

프랜차이징 계약 特许经营合同

발표자
20227167 LI JIAQI
20231535 이혜빈

발표일
2025년 12월 1일



목차 目录



- 01 프랜차이징의 개념
(特许经营的概念)
- 02 프랜차이징의 시장현황
(特许经营的市场现状)
- 03 프랜차이징의 종류
(特许经营的种类)
- 04 프랜차이징의 장단점
(特许经营的优缺点)
- 05 프랜차이징의 사례
(特许经营的案例)
- 06 질의 응답
(问答)



프랜차이즈의 개념

프랜차이즈의 개념 (特许经营的概念)



프랜차이징이란?(特许经营的定义)

한 회사(프랜차이저)가 자신의 상표, 영업 노하우, 경영 시스템 등을 다른 독립된 가맹점주(프랜차이지)에게 일정한 대가를 받고 사용할 수 있도록 허락하는 법적 계약

(允许一家公司以一定的代价向其他独立的加盟店主 (连锁店) 使用自己的商标、销售技巧、经营系统等法律合同)



프랜차이징이란?(特许经营的定义)



**프랜차이저,
가맹본부(加盟本部)**

상표 사용 허락, 노하우 전수,
지속적인 지원 및 관리, 원자재 공급
(商标使用许可、传授经验、
持续支援及管理、原材料供应)



로열티 지급, 시스템 준수,
원자재 구매 의무, 비용 및 책임
(专利费支付、系统遵守、
原材料购买义务、费用及责任)



**프랜차이지,
가맹점주(加盟店主)**

프랜차이징이란? - 가맹본부의 조건 (特许经营的定义 - 加盟本部的条件)

- 01 가맹본부가 가맹점주에게 영업표지 사용을 허락
(加盟本部允许加盟店经营者使用营业标志)
- 02 가맹본부는 경영 및 영업활동 등에 대한 지원, 교육, 통제를 지속적으로 수행
(加盟本部持续执行对经营及营业活动等的支援、教育、控制)

프랜차이징이란? - 가맹점주의 조건 (特许经营的定义 - 加盟店主的条件)

01 가맹점주는 일정한 품질기준이나 영업방식에 따라 상품 또는 용역을 판매
(加盟店经营者按照一定的质量标准或营业方式销售商品或劳务)

02 영업표지 사용 및 경영·영업활동 등에 대한 지원·교육에 대가로 가맹금 지급
(以营业标志使用及经营、营业活动等支援、教育为代价支付加盟金)

↳ 가맹본부가 가맹점주에게 도매가격 이상으로 물품을 공급하는 경우도 가맹금 지급에 해당
(加盟本部向加盟店经营者提供高于批发价格的物品的情况也属于支付加盟金)

한국과 해외 프랜차이즈의 수익 구조(韩国和海外特许经营的收益结构)



한국 프랜차이즈
(韩国特许经营权)

로열티가 없거나 낮고,
유통 마진이 주된 수익원
(大部分没有专利费或低,
流通利润是主要收益来源)



글로벌 프랜차이즈
(全球特许经营)

높은 로열티가 주된 수익원
(大部分专利费是主要收益来源)



가맹점주(加盟店主)

라이선싱과 차이점 (与许可经营的差异)



특정 상표만 빌림, 라이선서의 낮은 통제
(只借用特定商标, 许可证控制力低)

VS

운영 시스템 전체 제공, 프랜차이저의 강력한 통제
(整个系统的提供, 特许经营者的强力控制)

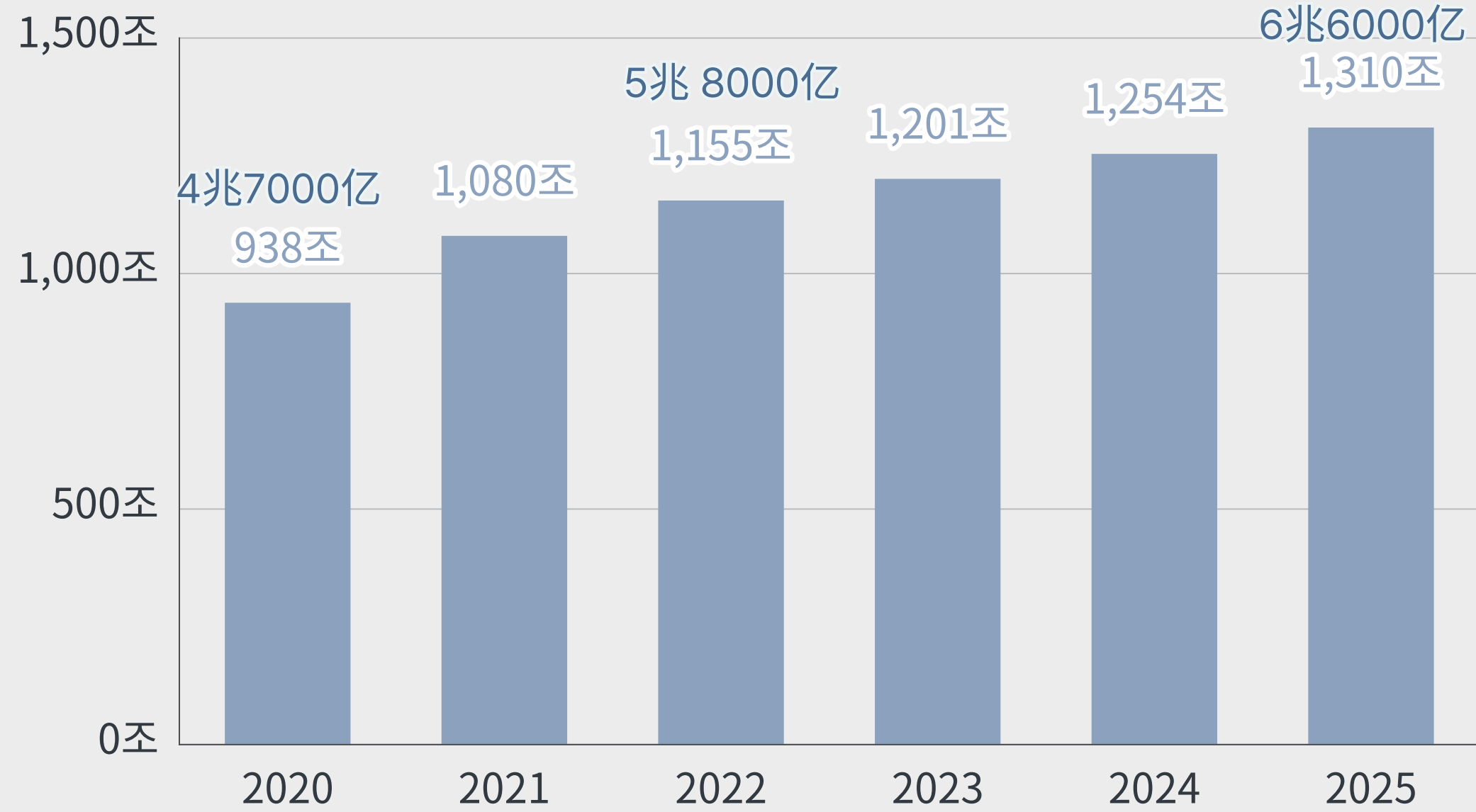


프랜차이징의 시장현황 (特许经营的市场现状)

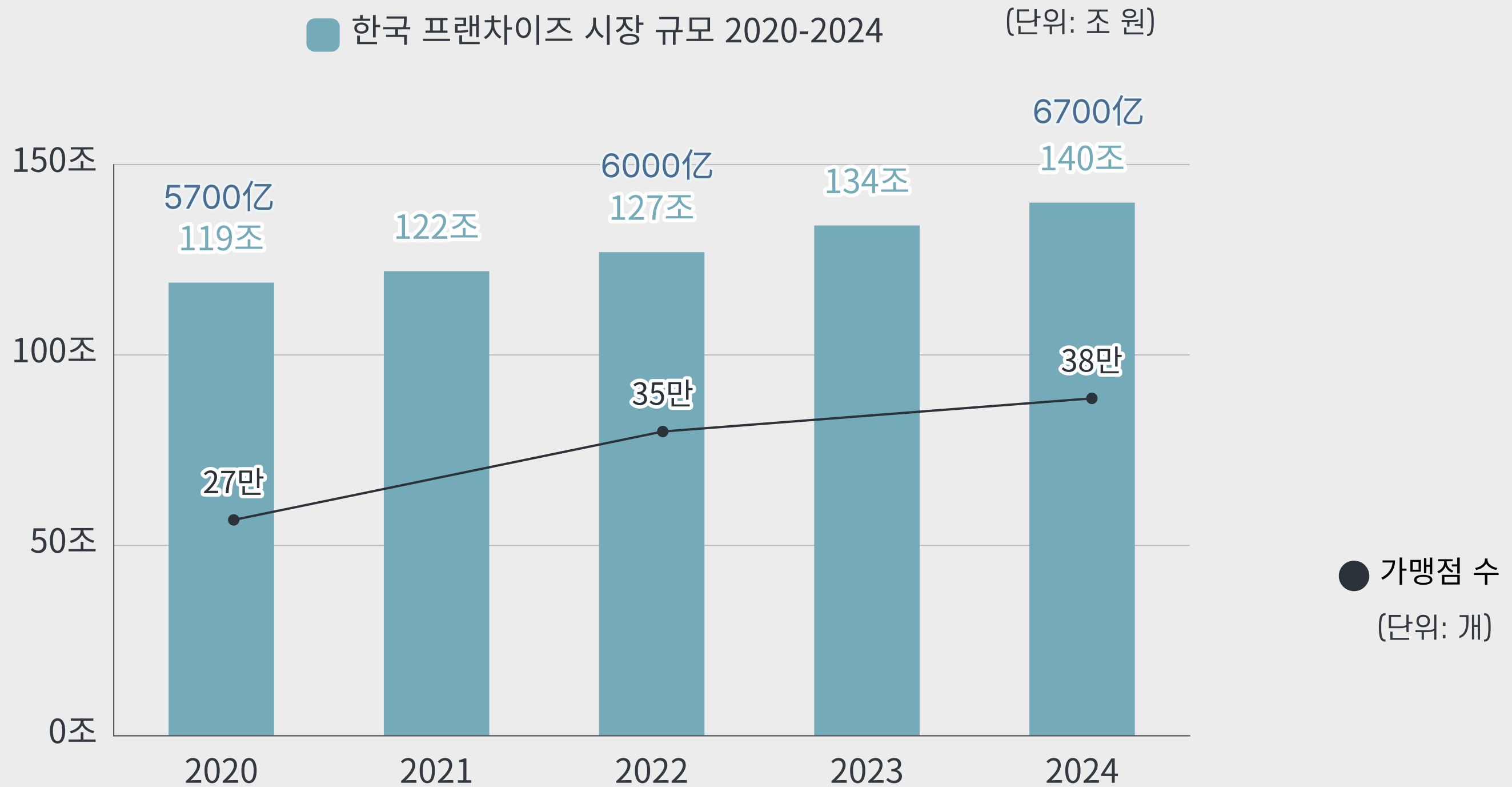
미국 프랜차이즈 시장규모 (美国特许经营市场规模)



■ 미국 프랜차이즈 시장 규모 2020-2025 (단위: 조 원)



한국 프랜차이즈 시장 규모 (韩国特许经营市场规模)



참고: 한국은 통계 집계가 1~2년 늦어서 2023-2025년은 추세치이거나 아직 확정 발표 전
 注: 韩国统计晚1~2年, 2023~2025年呈趋势值或尚未确定公布



프랜차이즈의 종류 (特许经营的种类)

단일 점포 계약(单店合同)



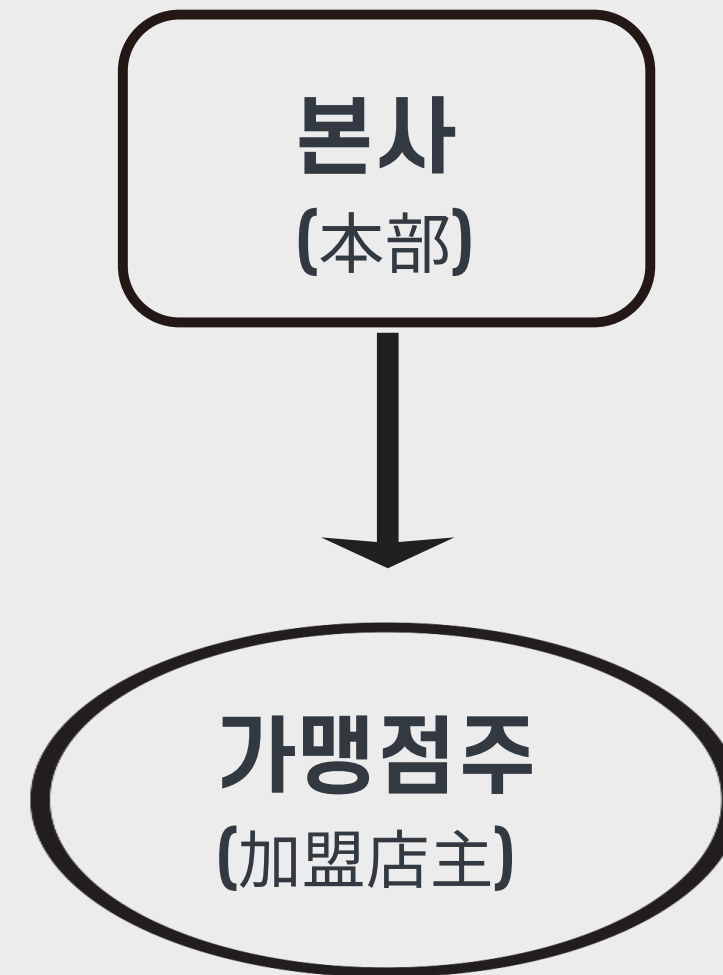
한국



luckin coffee
瑞幸咖啡 · 重新无限

중국

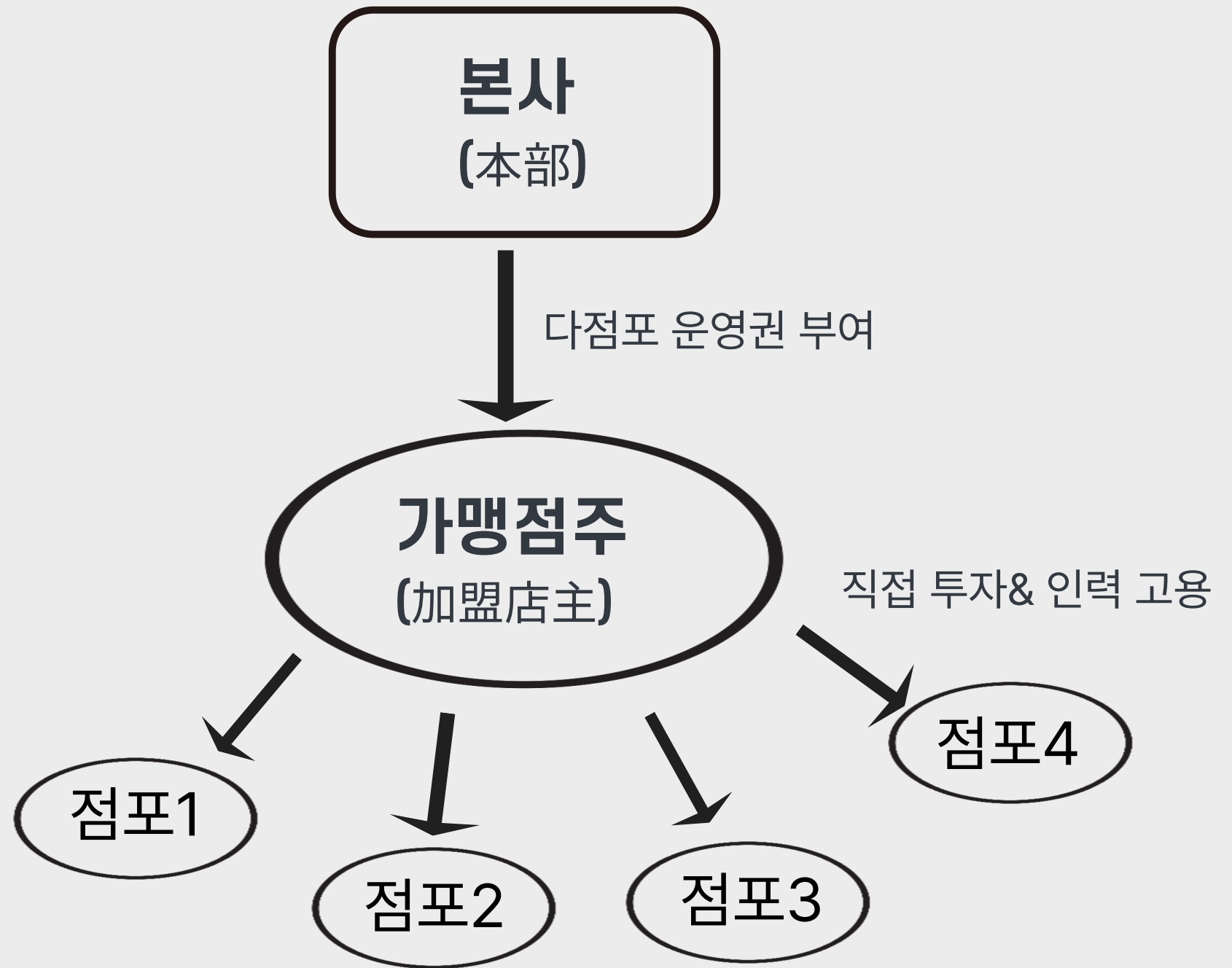
직접 가맹/단일 점포 계약 (直接加盟/单店合同)



다점포 계약 (多店舗合同)



다점포 계약 (多店舗合同)



마스터 프랜차이징(总特许经营)



마스터 프랜차이징
(总特许经营)

본사
(本部)

사업 운영권 양도

현지 파트너
서브 가맹본부 역할
(現地合伙人)

서브 가맹 계약

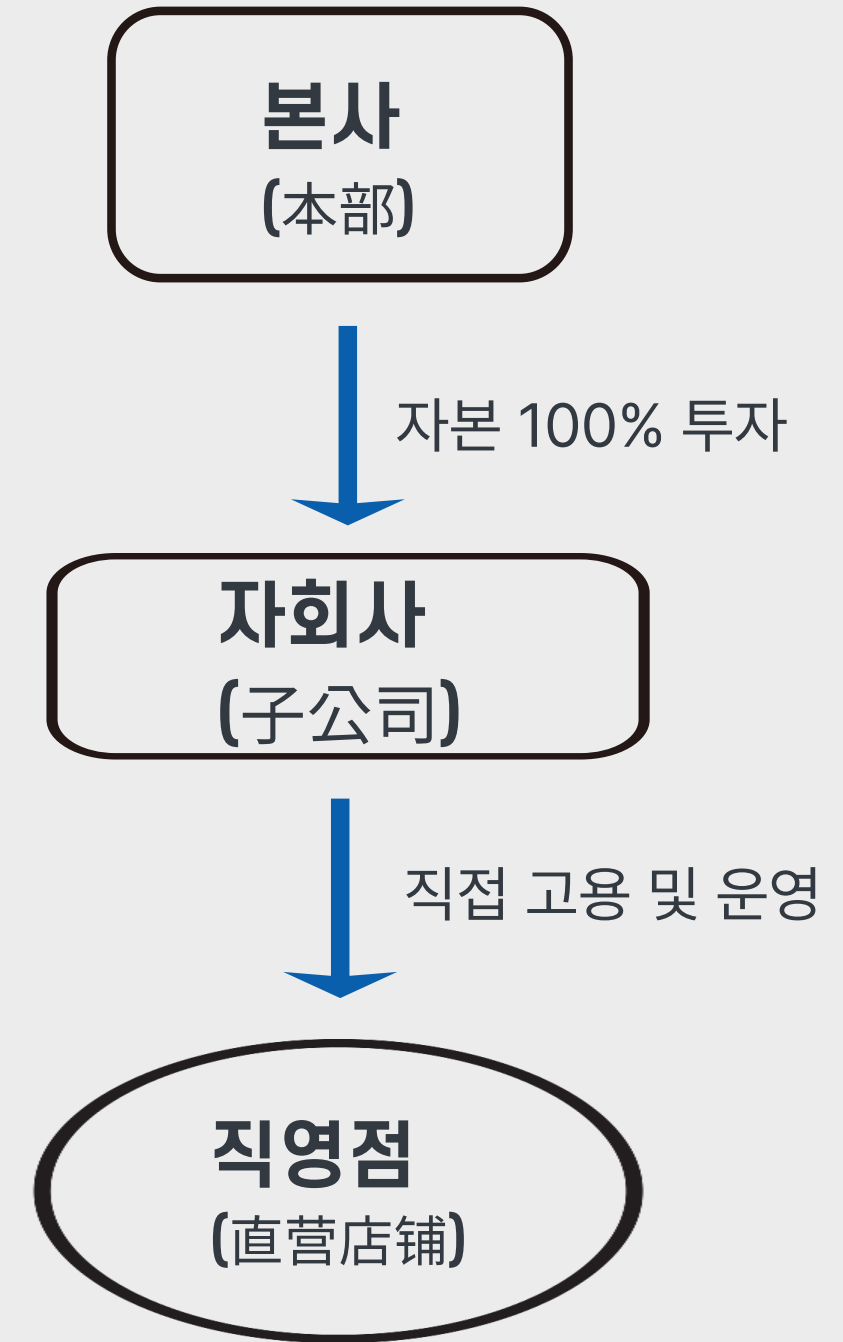
가맹점주
(加盟店主)

*파리바게트 : 동남아 시장

직접 진출 (直接进入市场)



직접 진출
(直接进入)



*파리바게트 : 중국 시장



프랜차이즈의 장단점 (特许经营的优缺点)



프랜차이징의 장점(프랜차이저 입장에서) (特许经营的优点--特许人立场)

신속한 확장 및 시장 점유율 향상
快速扩张及提高市场占有率

투자 위험 감소
降低投资风险

지속적인 수익 창출
持续的收入来源

브랜드 영향력 확대
扩大品牌影响力



프랜차이징의 장점(프랜차이지 입장에서) (特许经营的优点--加盟商立场)

기존 브랜드와 명성 활용
利用现有品牌和声誉

운영 위험 감소
降低经营风险

종합적인 지원 및 지도 받음
获得全面的支持和指导

규모의 경제 효과 누림
享受规模效益



프랜차이징의 단점(프랜차이저 입장에서) (特许经营的缺点--特许人立场)

품질 통제와 일관된 관리의
어려움
质量控制与统一管理的挑战

브랜드 명성 공동 책임 위험
品牌声誉共担风险

전략적 유연성과 혁신 제한
战略灵活性与创新受限

핵심 노하우 유실 및 경쟁 위험
核心模式流失与竞争风险



프랜차이징의 단점(프랜차이지 입장에서) (特许经营的缺点--加盟商立场)

초기 및 지속적 비용 부담
初期及持续费用高昂

경영 자율성과 유연성 제한
经营自主权与灵活性受限

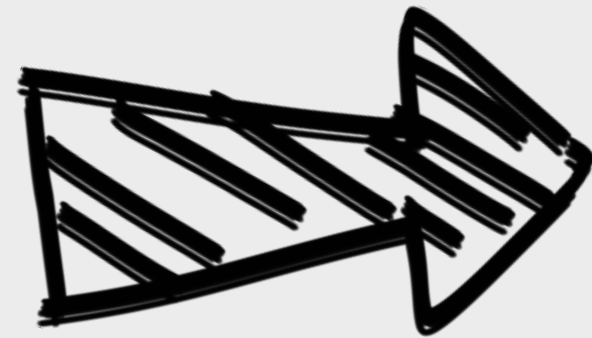
**본사의 전략적 결정과
위험에 따른 영향**
受总部战略决策及风险的牵连

장기 계약의 구속과 철장 장애
长期合同束缚与退出障碍



프랜차이즈의 사례 (特许经营的案例)

맥도날드의 한국 진출 (麦当劳进军韩国市场)



회사 소유 => 마스터 프랜차이징
由直营转向特许经营



맥도날드의 한국 진출 (麦当劳进军韩国市场)

——회사 소유 => 마스터 프랜차이징 从直营转向特许经营

회사 소유 - 고위험, 고비용
直营模式——高风险,高成本



- 높은 자본 투입
资本投入高
- 높은 운영 비용
运营成本高
- 느린 시장 민첩성
市场反应慢

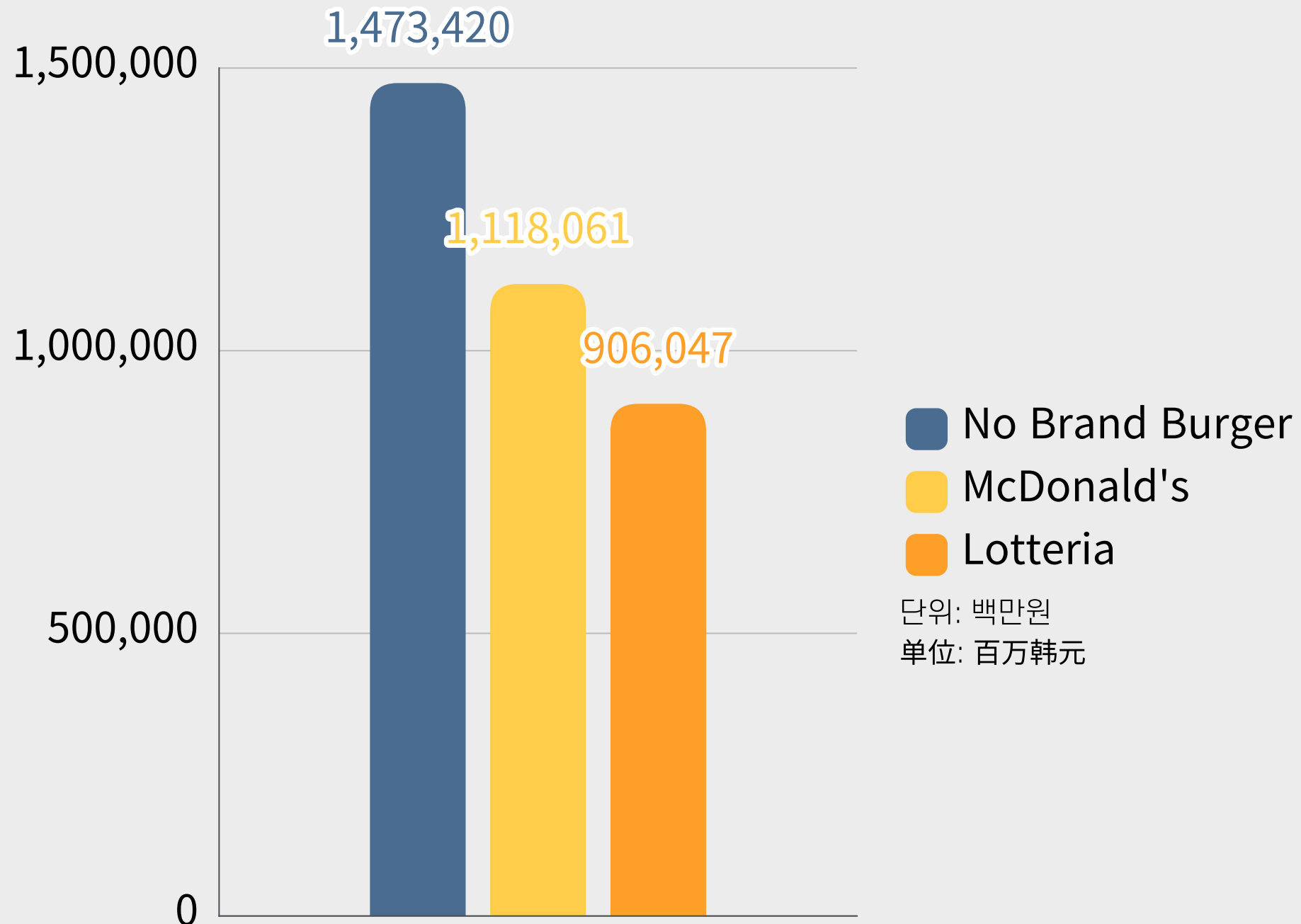


마스터 프랜차이징 - 경량 자산, 고효율
总特许经营 - 轻资产、高效率

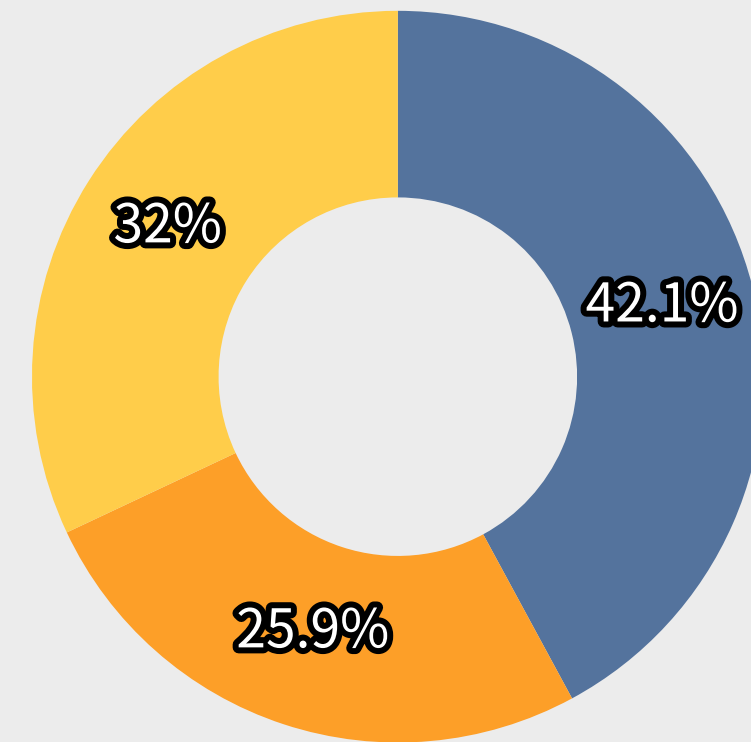


- 자본 투입 및 위험 분산
资本投入转移
- 안정적인 수익 확보
稳定收入来源
- 현지화 및 민첩성 극대화
加速本地化

맥도날드의 한국 시장현황(麦当劳韩国市场现状)



한국내 프랜차이즈 순위 매출: 배스트 푸드 2023년 기준
韩国特许经营销售额排名:快餐种类 (2023年数据)



No Brand Burger Lotteria
McDonald's

한국내 패스트 푸드 업종 프랜차이즈 TOP3 매출 점유율
韩国特许经营业种快餐市场前三销售额市场占有率



맥도날드의 한국 진출 (麦当劳进军韩国市场)



한국맥도날드, '한국의 맛' 메뉴 판매 3,000만 개 돌파

2025-09-30

- 업계 대표 '로코노미' 모델로 정착 ... 작년까지 617억 원 규모 사회적 가치 창출, 수급 농산물 1,000톤 넘어

성공적인 현지화 및 '한국의 맛' 프로젝트
深度本地化和“韩国味道”项目

맥도날드의 한국 진출 (麦当劳进军韩国市场)



익산 고구마 모짜렐라 버거
益山红薯马苏里拉汉堡



한라봉 칠러
汉拿峰冰沙

현지 식재료 및 특화된 메뉴 개발 本地食材与特色菜单

맥도날드의 한국 진출 (麦当劳进军韩国市场)



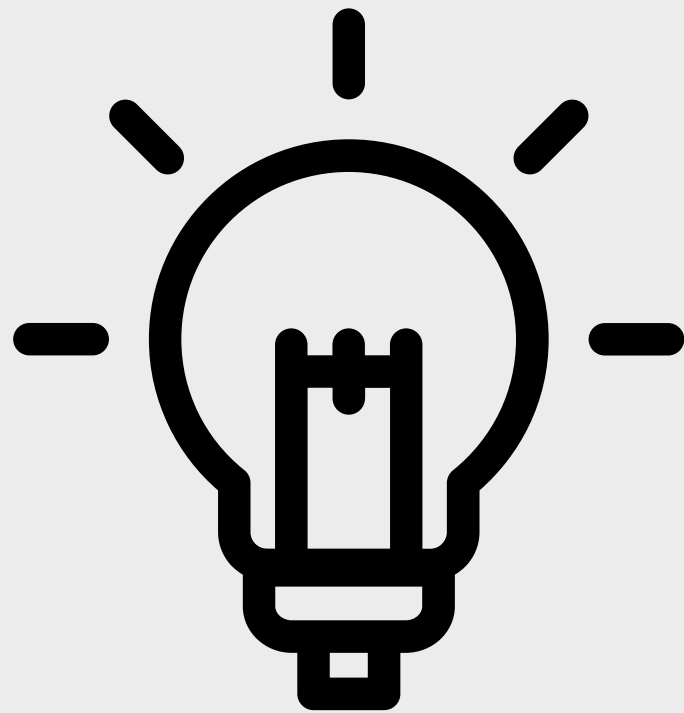
'더 BTS 세트' 인기에...한국 맥도날드 너깃 판매량 3.8배 급증



문화 및 트렌드 결합, 젊은 소비자 유치
结合文化与当下潮流,吸引年轻消费者



맥도날드의 한국 진출이 주는 프랜차이징 교훈 (麦当劳进军韩国市场的特许经营经验)



01 구조적 유연성 结构的灵活性

시장 상황에 따라 직영 =>>DL 모델로 유연하게 전환 가능
根据市场情况从直营灵活过渡到总特许经营模式

02 현지 전문성 활용 发挥本地优势

DL 파트너를 통해 현지 시장 지식 및 운영 노하우 극대화
通过分销合作伙伴,最大限度运用本地市场知识

03 브랜드 가치 보존 维护品牌价值

글로벌 표준(맛, 품질)은 유지하되, 현지 메뉴로 시장 수용도 확대
通过本地化菜单扩大市场接受度的同时,保持全球标准(口味,质量)

버거킹의 중국 진출 실패 요인 (汉堡王在中国市场的失败)

경쟁사의 압도적 규모와 브랜드 파워 竞争对手的巨大规模与品牌影响力



1954년 미국 마이애미에서 설립
2005년 중국시장 진출
1954年创始于美国迈阿密
2005年进入中国市场



1990년 중국시장 진출,
버거킹보다 15년 앞서
1990年进入中国市场,
比汉堡王早15年

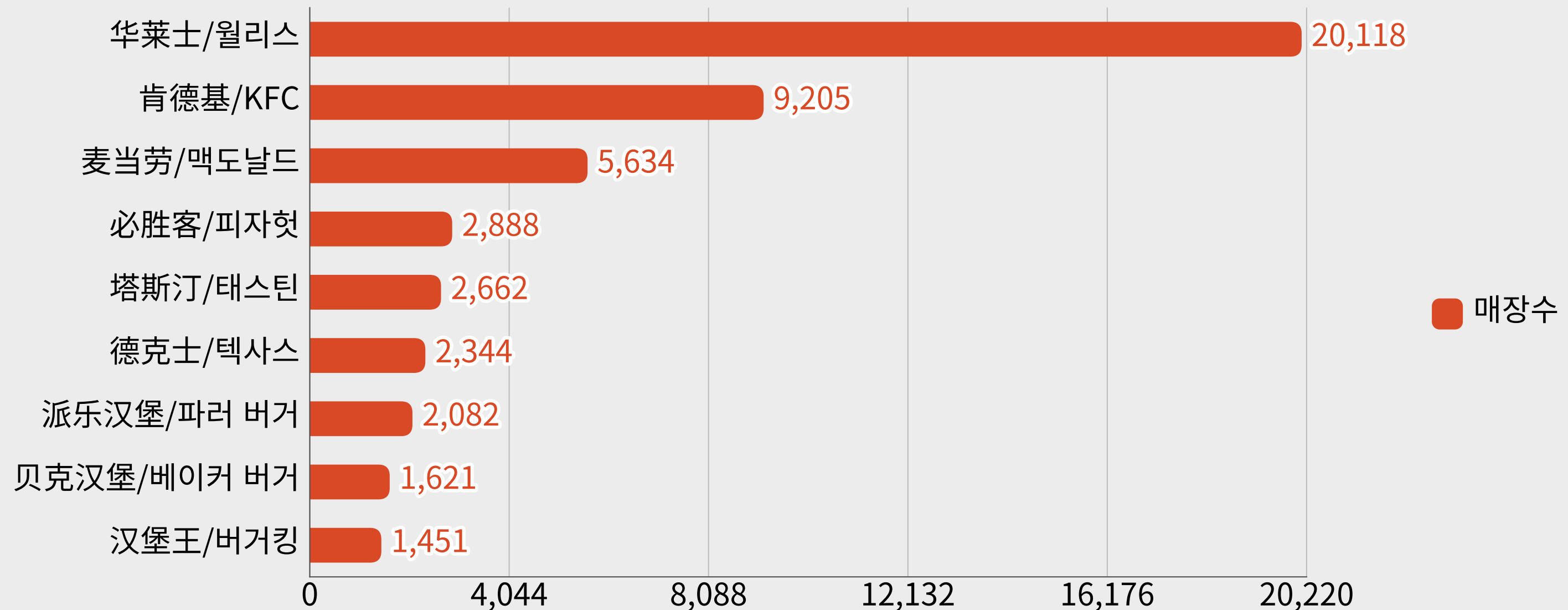


1987년 중국시장 진출,
1994년 매장 수 28개
1987年进入中国市场,
1994年已有28家门店

버거킹의 중국 진출 실패 요인 (汉堡王在中国市场的失败)

현지 브랜드와의 극심한 경쟁 与本土品牌的激烈竞争

2023년 중국 일부 서양식 패스트푸드 브랜드 개요 2023年中国部分西式快餐品牌概况



버거킹의 중국 진출 실패 요인 (汉堡王在中国市场的失败)

중국 시장 현지화 부진 中国市场本土化不足



태스틴의 '중국식 불에 굽는 버거 번'
塔斯汀特色现烤汉堡胚



KFC 중국식 아침 메뉴 :죽, 만두 등
肯德基推出中式早餐:粥、包子等

버거킹의 중국 진출 실패 요인 (汉堡王在中国市场的失败)

프랜차이징 모델의 부작용: 식품 안전 위기 特许模式的副作用: 食品安全危机

配送临期、劣质食材! 汉堡王被加盟商曝“经营黑幕”

가맹점이 폭로한 버거킹의 '운영 부정': 신선도 낮은 식자재 유통!

报道称，汉堡王配送的食材存在很大问题。汉堡王一加盟商告诉媒体记者，品牌方送来的很多蔬菜都是不新鲜甚至腐烂的，有的西红柿都发霉了，冻肉饼送过来很多都稀碎了，就连送来的巧克力都是临期的。

2024년, 가맹점 폭로: "신선하지 않은 채소, 썩은 토마토, 곰팡이 핀 고기 패티"



응답자 제공한 버거킹
공급업체가 공급한 채소 사진
受访者供图

버거킹의 중국 진출 실패 요인 (汉堡王在中国市场的失败)

일부 가맹점의 실수 & 프랜차이징+ 원가 통제 + 외부 공급망의 필연적 결과
部分门店的失误 & 特许经营模式+成本控制+外包供应链的必然结果

자체 공급망 미보유 → 물류 업체에 의존 → 품질 관리의 약화
无自建供应链→依赖分销商→品质管理弱化



사고 발생 → 사과 및 개별 점포 정리 → 근본적인 시스템 개혁 없음 → 재발
事发 → 道歉 & 整顿涉事门店 → 无系统性改革 → 再发

버거킹의 중국 진출 실패 요인 (汉堡王在中国市场的失败)

최종 결과 最终结果



브랜드 이미지 손상
品牌形象严重受损



소비자 신뢰도 하락
消费者信任度崩塌



질의 응답 (問答)



감사합니다.

감사합니다.

谢谢。

谢谢。

출처



<https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/franchise-market-108346>

[https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?
csmSeq=647&ccfNo=1&cciNo=1&cnpClsNo=1](https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?csmSeq=647&ccfNo=1&cciNo=1&cnpClsNo=1)

[https://www.researchgate.net/publication/391902647_Franchise_Market_Projected_to
_Surpass_250_Billion_by_2031](https://www.researchgate.net/publication/391902647_Franchise_Market_Projected_to_Surpass_250_Billion_by_2031)

<https://blog.naver.com/anykcmblog/223993424010>

<https://www.mcdonalds.co.kr/kor/press/detail/622/2>

<https://biz.newdaily.co.kr/site/data/html/2022/06/21/2022062100271.html>

https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_29472445

<https://news.tf.co.kr/read/economy/1864017.htm>