

# 2025년 가맹사업 현황 통계 발표

- 가맹본부·브랜드·가맹점 수, 전년도의 정체를 극복하고 안정적 성장 궤도 재진입 -

**※ 주말 엠바고 주의 : 4월 12일(일요일) 낮 12시부터 보도가능 ※**

공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 ‘공정위’)는 가맹본부가 등록한 정보공개서를 토대로 2025년도 가맹사업 현황을 분석·발표했다.\*

\* 가맹본부 및 브랜드 수는 '25년 말 기준이며, 가맹점 수(개·폐점률) 및 평균 매출액(차액가맹금은 '24년 말(정보공개서 내 기재 정보) 기준

## 1. 전체 업종 현황

### <전체 등록 현황>

'25년 말 등록된 정보공개서 기준 전체 가맹본부 수는 9,960개, 영업표지(이하 ‘브랜드’) 수는 13,725개, 가맹점 수는 379,739개로 예년의 성장 추세를 회복하였다.

전년에 비해 가맹본부 수는 13.2%, 브랜드 수는 10.9%, 가맹점 수는 4.0% 증가하였다. 특히 전년 대비 증가율도 각각 12.7%p, 11.3%p, 0.6%p 증가하여 가맹산업의 외형적 성장을 뒷받침했다.

<표 1> 가맹본부·브랜드·가맹점 수 및 증감률

(단위:개, %)

구 분	2024년 (가맹점 수는 2023년)		2025년 (가맹점 수는 2024년)	
	개 수	증감률	개 수	증감률
가맹본부 수	8,802	0.5	9,960	13.2
브랜드 수	12,377	△0.4	13,725	10.9
가맹점 수	365,014	3.4	379,739	4.0

이는 경제 전반의 내수 진작 노력 및 가맹분야 제도개선의 성공적 시장안착에 따른 것으로 해석된다.

### <업종별 등록 현황 및 규모에 따른 브랜드 분포>

업종별로 보면, 브랜드 수는 외식(10.3%), 서비스(12.8%), 도소매(15.2%)의 모든 업종에서 증가했다. 가맹점 수 역시 외식(1.5%), 서비스(9.5%), 도소매(1.5%) 업종 모두에서 전년 대비 증가했다.

업종별 브랜드 수 비중은 외식(79.3%), 서비스(15.9%), 도소매(4.8%) 순이며, 가맹점 수 비중 역시 외식(48.4%), 서비스(33.0%), 도소매(18.6%) 순이다.

한편, 전체 브랜드 중 대규모 브랜드(가맹점 100개 이상)의 비중은 3.6%, 중규모 브랜드(가맹점 10개~99개)의 비중은 21.9%, 소규모 브랜드(가맹점 10개 미만)의 비중은 74.4%로 나타났다.

### <업종별 가맹점 평균 매출액>

'24년 전체 가맹점 평균 매출액은 약 3.7억 원으로 전년(3.5억 원) 대비 4.3% 증가했다. 같은 해 소상공인 평균 매출액 변동\*과 비교할 때, 가맹점 매출은 상대적으로 안정적인 성장세를 유지한 것으로 평가할 수 있다.

\* '24년 소상공인 연간 평균 매출액은 약 1.97억 원으로 전년 1.99억 원보다 소폭 감소(소상공인 실태조사 중부

고물가 시대를 맞아 저가형 프랜차이즈로의 소비 쏠림 현상이 나타나면서 외식 업종의 가맹점 평균 매출액이 가장 크게 증가(6.1%)했고, 서비스(5.7%), 도소매(2.5%) 업종이 뒤를 이었다.

<표 2>

업종별 가맹점 평균 매출액

(단위:백만 원, %)

구분	외식		서비스		도소매		전체	
	평균 매출액	증감률	평균 매출액	증감률	평균 매출액	증감률	평균 매출액	증감률
2023년	331	6.1	186	5.7	556	2.5	354	4.3
2024년	351		196		569		369	

## 2. 세부 업종별 주요 현황

### <외식 업종>

외식 업종 브랜드 수는 10,886개로 전년(9,873개) 대비 10.3% 증가하였고, 가맹점 수는 183,714개로 전년(180,942개) 대비 1.5% 증가했다. 한편, 가맹점 평균 매출액은 3.51억 원으로 전년(3.31억 원) 대비 6.1% 증가했다.

외식업 주요 세부 업종별 가맹점 수는 한식 업종이 43,882개(23.9%)로 가장 많았고, 가맹점 수 증가율 역시 한식 업종이 6.1%로 가장 높았다.

주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액은 대부분 전년 대비 증가했다(피자 8.7%, 한식 8.3%, 커피 8.3%, 치킨 5.2%, 제과제빵 0.7%). 다만, 주점 업종의 가맹점 평균 매출액은 감소(△2.4%)했다.

외식 업종의 ‘가맹점 평균 차액가맹금 지급금액’은 26백만 원으로 전년(23백만 원) 대비 3백만 원 증가(13.0%)했고, ‘가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율<sup>1)</sup>’은 4.4%로 전년(4.2%) 대비 소폭 상승했다.

### <서비스 업종>

서비스 업종 브랜드 수는 2,181개, 가맹점 수는 125,401개로 전년(1,933개, 114,505개) 대비 각각 12.8%, 9.5% 증가했고, 가맹점 평균 매출액은 1.96억 원으로 전년(1.86억 원) 대비 5.7% 증가했다.

서비스업 주요 세부 업종별 가맹점 수는 운송 업종이 49,740개(39.7%)로 가장 많았고, 가맹점 수 증가율 역시 운송 업종이 276.4%로 가장 높았다<sup>2)</sup>.

가맹점 평균 매출액을 보면, 주요 세부 업종 중 교과교육, 외국어교육 업종의 경우 전년 대비 각각 31.8%, 7.9% 증가했으나, 이미용 업종은 전년 대비 1.5% 감소했다.

서비스 업종의 ‘가맹점 평균 차액가맹금 지급금액’은 9백만 원으로 전년(11백만 원) 대비 2백만 원 감소(18.2%)했고, ‘가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율’도 1.2%로 전년(2.1%) 대비 소폭 하락했다.

### <도소매 업종>

도소매 업종 브랜드 수는 658개로 전년(571개) 대비 15.2% 증가했고, 가맹점 수는 70,624개로 전년(69,567개) 대비 1.5% 증가했다. 한편 가맹점 평균 매출액은 5.7억 원으로 전년(5.6억 원) 대비 2.5% 증가했다.

1) 일정 규모 이상의 안정적인 수입이 보장되는 브랜드를 대상으로 통계를 추출하기 위해 가맹점 평균 매출액이 2억 원 이상인 가맹점을 대상으로만 집계함.

2) 이는 '23년에는 '기타 서비스'로 등록되었던 카카오톡블루(상호 ㈜케이엠솔루션)의 정보공개서가 '24년에는 '운송' 업종으로 등록되면서 운송 업종 가맹점 수의 큰 비중을 차지하게 되었기 때문임.

세부 업종별로 보면, 편의점 가맹점 수는 55,927개로 전년(55,711개) 대비 0.4% 증가하여 매년 꾸준히 증가하고 있으나, 화장품 및 농수산물 업종은 각각 957개, 234개로 전년(1,071개, 254개) 대비 10.6%, 7.9% 감소했다.

주요 세부 업종 중 건강식품 및 편의점 업종의 가맹점 평균 매출액은 전년 대비 각각 6.5%, 1.8% 증가했으나, 화장품 및 농수산물 업종은 전년 대비 12.6%, 13.3% 감소했다.

도소매 업종의 ‘가맹점 평균 차액가맹금 지급금액’은 50백만 원으로 전년(47백만 원) 대비 3백만 원 증가(6.4%)했고, ‘가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율’은 1.4%로 전년(1.5%) 대비 소폭 하락했다.

### 3. 시사점 및 향후 계획

’25년 가맹사업 현황을 종합하면, 가맹본부·브랜드·가맹점 수 및 가맹점 평균 매출액이 모두 전년 대비 증가하여 가맹산업의 규모가 양호하게 성장하고 있음이 확인되었다. 특히 그 성장추세가 전년에 비해 가속화되어 가맹분야 제도개선의 성과를 체감할 수 있었다. 다만, 가맹점 평균 차액가맹금 지급금액 역시 증가하여, 과도한 차액가맹금 수취로 인한 분쟁 가능성은 여전히 잔존하는 것으로 보인다. 아울러 일부 업종에서는 가맹점 간 매출액 격차가 벌어지는 등 가맹산업의 장기적 성장기반을 저해하는 양상도 나타났다.

가맹사업의 양적 성장이 일부 가맹점 및 가맹본부에만 편중되지 않고, 시장 전반의 균형있는 발전으로 이어지도록 정책적 지원이 필요한 시점이다. 이에 공정위는 가맹사업 창업·운영·폐업의 전 과정에서 ▲정보공개서 공시제를 도입하고, ▲가맹점주단체와의 협의를 의무화하며, ▲가맹점주의 계약해지권을 명시하는 등 점주 개개인의 경영기반을 안정화하기 위한 노력을 기울일 전망이다. 또한 앞으로도 가맹산업이 당면한 과제를 지속 점검하고, 외형적 확장을 넘어 내실 있는 질적 성장을 이룰 수 있도록 지원할 계획이다.

- <붙임> 1. 가맹사업 현황 통계 세부 내용  
 2. 2025년 가맹사업 세부 업종별 주요 현황  
 3. 세부 업종별 가맹점 수, 신규개점 수, 평균 매출액 상위 5개 업체

담당 부서	기업협력정책관	책임자	과 장	피계림 (044-200-4990)
	가맹거래정책과	담당자	사무관	정서운 (044-200-4993)

# 붙임1

## 가맹사업 현황 통계 세부 내용

### I

### 전체 등록 현황

□ '25년 말 등록된 정보공개서 기준 가맹본부 수는 9,960개, 브랜드 수는 13,725개, 가맹점 수는 379,739개로 전년 대비 모두 증가했다.

\* 가맹본부 및 브랜드 수는 '25년 말 기준이며, 가맹점 수(개·폐점률) 및 평균 매출액(차액가맹금)은 '24년 말(정보공개서 내 기재 정보) 기준 (이하 같다)

○ 가맹본부 수는 전년 대비 13.2% 증가하였고, 브랜드 수 및 가맹점 수도 전년 대비 각각 10.9%, 4.0% 증가한 것으로 나타났다.

○ 특히 가맹 산업이 이례적인 성장 정체를 보였던 '24년 말에 비해 가맹본부 수, 브랜드 수, 가맹점 수 모두 예년의 증가율 수준을 회복했다는 점이 특징적이다.

□ 이와 같은 증가 추세는 경제 전반의 내수 진작 노력\*과, 가맹분야 제도개선\*\*의 성공적 시장안착이 맞물린 결과로 해석된다.

\* 민생회복 소비쿠폰 발행, 상생페이백을 통한 소비 증가분 환급 등

\*\* '24년에는 직영점 운영 의무화(1+1) 제도 정착 과정에서 브랜드 수가 소폭 감소하였으나, '25년에는 제도 운영이 안정화되면서 다시 본래 증가 추세를 회복한 것으로 보임

□ 한편 가맹사업 관련 평균 매출액은 89.06억 원으로 집계되었으며, 향후 이를 활용하여 가맹사업의 성장 현황을 더욱 세밀히 분석할 수 있을 것으로 기대된다.

<표 1> 연도별 가맹본부·브랜드·가맹점 수 및 증감률

(단위:개, %)

구 분	2021		2022		2023		2024		2025	
	개 수	증감률	개 수	증감률	개 수	증감률	개 수	증감률	개 수	증감률
가맹본부	7,342	31.1	8,183	11.5	8,759	7.0	8,802	0.5	9,960	13.2
브랜드	11,218	58.1	11,844	5.6	12,429	4.9	12,377	△0.4	13,725	10.9
가맹점	335,298	24.0	352,866	5.2	365,014	3.4	379,739	4.0	-	-

### 1. 업종별 가맹본부, 브랜드 수 ('25년 말 기준)

- 전체 가맹본부 수는 모든 업종에서 대폭 증가하였고, 특히 도소매 업종 가맹본부 수는 전년 대비 15.1% 증가했다.
  - 브랜드 수 역시 외식(10.3%), 서비스(12.8%), 도소매(15.2%)의 모든 업종에서 증가하며 유사한 추세를 보였다.
- 업종별 브랜드 수 비중은 전년과 큰 차이가 없었으며, 외식(79.3%), 서비스(15.9%), 도소매(4.8%) 업종 순으로 크게 나타났다.

<표 2>

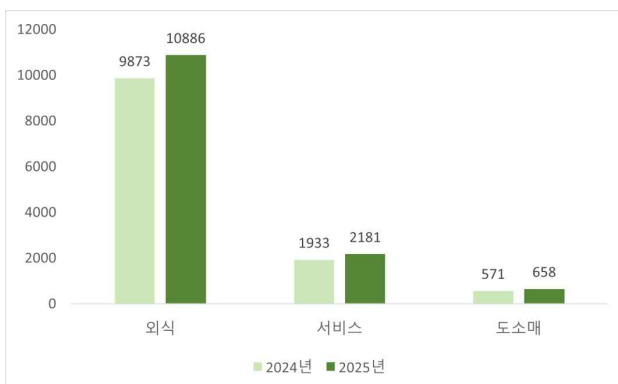
업종별 가맹본부, 브랜드 수 및 증감률

(단위:개, %)

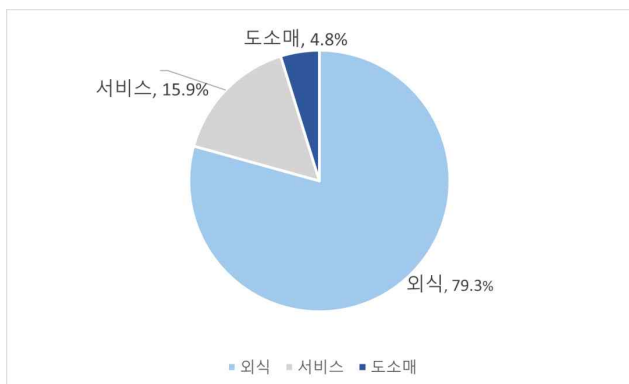
구 분		외식			서비스			도소매			계 (개수)
		개 수	비 중	증감률	개 수	비 중	증감률	개 수	비 중	증감률	
가맹 본부	2023년	6,822	76.2	8.1	1,571	17.6	6.5	550	6.2	△0.7	8,943
	2024년	6,875	76.6	0.8	1,578	17.6	0.4	523	5.8	△4.9	8,976
	2025년	7,694	76.2	11.9	1,806	17.9	14.4	602	6.0	15.1	10,102
브랜드	2023년	9,934	79.9	5.2	1,900	15.3	5.7	595	4.8	△1.7	12,429
	2024년	9,873	79.8	△0.6	1,933	15.6	1.7	571	4.6	△4.0	12,377
	2025년	10,886	79.3	10.3	2,181	15.9	12.8	658	4.8	15.2	13,725

※ 하나의 가맹본부가 2개 이상 업종의 가맹사업을 영위하는 경우가 존재하여, 업종별 가맹본부 수의 합이 전체 가맹본부 수와 상이

<그림 1> 업종별 브랜드 수 증감



<그림 2> 업종별 브랜드 수 비중



## 2. 업종별 가맹점 수 ('24년 말 기준)

□ 가맹점 수도 증가추세를 보였으나, 가맹본부나 브랜드 수에 비하면 상대적으로 증가율\* 상승폭은 낮은 것으로 나타났다.\*\*

\* 가맹본부 수: 0.5%→13.2%, 브랜드 수: △0.4%→10.9%, 가맹점 수: 3.4% → 4.0%

\*\* 이는 ①소비 트렌드 주기가 짧아지면서 하나의 브랜드를 집중적으로 운영하기보다는 다수의 브랜드를 소규모로 운영하는 경우가 많아진 점, ②물가 상승 및 이로 인한 초기부담 심화로 가맹점 창업 기피현상이 나타나는 점 등이 원인으로 분석된다.

○ 서비스 업종 가맹점 수는 전년 대비 9.5% 증가하였고, 외식과 도소매 업종은 각각 1.5%씩 증가하여 모두 전년보다 증가율이 상승했다.

□ 브랜드당 가맹점 수는 도소매(107.3개), 서비스(57.5개), 외식(16.9개) 업종 순으로 도소매 가맹브랜드는 대형화 되어있는 반면, 외식 가맹브랜드는 상대적으로 규모가 영세한 것으로 나타났다.

○ 한편, 세 업종(외식·서비스·도소매) 모두 가맹점 수 증가율보다 브랜드 수 증가율이 더 높아 브랜드당 가맹점 수는 전년 대비 감소했다.

\* 외식: 18.3개 → 16.9개(△7.7%), 서비스: 59.2개 → 57.5개(△2.9%), 도소매: 121.8개 → 107.3개(△11.9%)

□ 업종별 가맹점 수 비중은 외식 업종이 48.4%로 가장 높았으며, 서비스(33.0%), 도소매(18.6%) 업종이 그 뒤를 이었다.

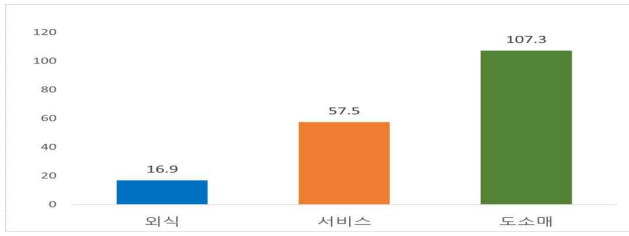
<표 3>

업종별 가맹점 수, 브랜드당 가맹점 수

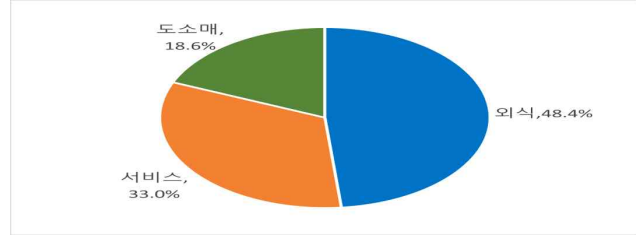
(단위:개, %)

구 분		외식			서비스			도소매			전체 (개수)
		개 수	비 중	증감률	개 수	비 중	증감률	개 수	비 중	증감률	
가맹점 수	2022년	179,923	51.0	7.4	104,134	29.5	3.0	68,809	19.5	3.1	352,866
	2023년	180,942	49.6	0.6	114,505	31.4	10.0	69,567	19.1	1.1	365,014
	2024년	183,714	<b>48.4</b>	<b>1.5</b>	125,401	<b>33.0</b>	<b>9.5</b>	70,624	<b>18.6</b>	<b>1.5</b>	<b>379,739</b>
브랜드당 가맹점수	2023년	18.3개			59.2개			121.8개			29.5개
	2024년	<b>16.9개(△7.7%)</b>			<b>57.5개(△2.9%)</b>			<b>107.3개(△11.9)</b>			<b>27.7개</b>

<그림 3> 브랜드당 가맹점 수



<그림 4> 업종별 가맹점 수 비중



### 3. 업종별 규모에 따른 브랜드 분포 ('24년 말 기준)

□ 전체 브랜드 중 대규모 브랜드(가맹점 100개 이상)의 비중은 3.6%, 중규모 브랜드(가맹점 10개~99개)의 비중은 21.9%, 소규모 브랜드(가맹점 10개 미만)의 비중은 74.4%로 나타났다.

○ 대규모, 중규모 브랜드가 시장에서 차지하는 비중은 전년 대비 감소했고, 소규모 브랜드의 비중은 증가했다.\*

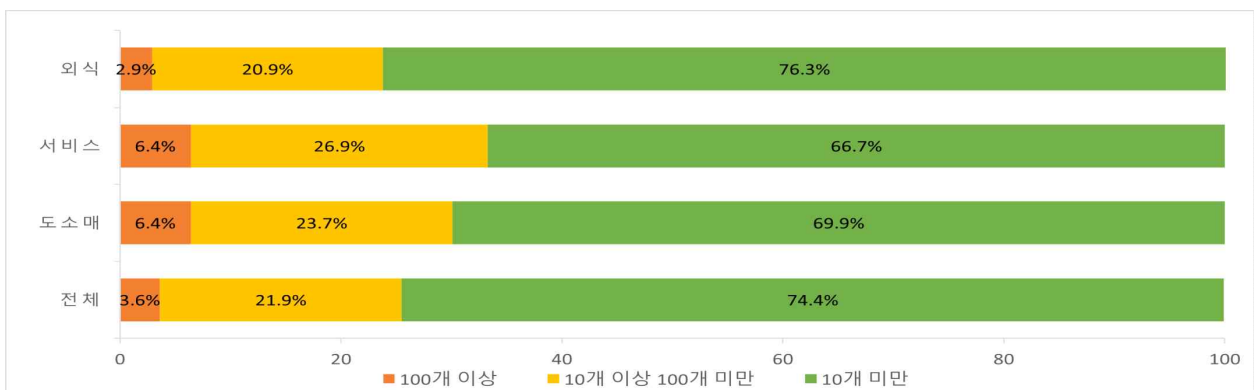
\* 대규모 브랜드 비중: 4.0% → 3.6%, 중규모 브랜드 비중: 23.3% → 21.9%, 소규모 브랜드 비중: 72.7% → 74.4%

<표 4> 업종별 규모에 따른 브랜드 분포 현황

(단위:개, %)

가맹점 수	외식			서비스			도소매			전체		
	개 수	비 중	24년	개 수	비 중	24년	개 수	비 중	24년	개 수	비 중	24년
100개 이상	313	2.9	3.2	140	6.4	7.1	42	6.4	7.5	495	3.6	4.0
10개 ~ 99개	2,270	20.9	22.3	586	26.9	27.6	156	23.7	26.6	3,012	21.9	23.3
10개 미만	8,303	76.3	74.5	1,455	66.7	65.2	460	69.9	65.8	10,218	74.4	72.7
계	10,886	100		2,181	100		658	100		13,725	100	

<그림 5> 업종별 규모에 따른 브랜드 분포 비율



## 4. 업종별 가맹점 평균 매출액 ('24년 말 기준)

□ '24년 전체 가맹점 평균 매출액은 약 3.7억 원으로 전년(3.5억 원) 대비 4.3% 증가하였으며, 업종별로도 모든 업종에서 가맹점 평균 매출액이 증가했다.

\* 가맹점 연간 평균 매출액 추이(원): ('22년)3.4억 → ('23년)3.5억 → ('24년)3.7억

○ 같은 해 소상공인 평균 매출액이 약 2.0억 원으로 전년 대비 소폭 감소\*한 것과 비교할 때, 가맹점 매출은 상대적으로 안정적인 성장 추세를 보인 것으로 평가된다.

\* 소상공인 연간 평균 매출액(소상공인 실태조사, 중기부): ('23년)1억 9,900만 원 → ('24년)1억 9,700만 원

□ 고물가 시대를 맞아 저가형 프랜차이즈로의 소비 쏠림 현상이 나타나면서 외식 업종의 가맹점 평균 매출액이 가장 크게 증가(6.1%)하였고, 서비스(5.7%), 도소매(2.5%) 업종이 뒤를 이었다.

<표 5>

업종별 가맹점 연간 평균 매출액

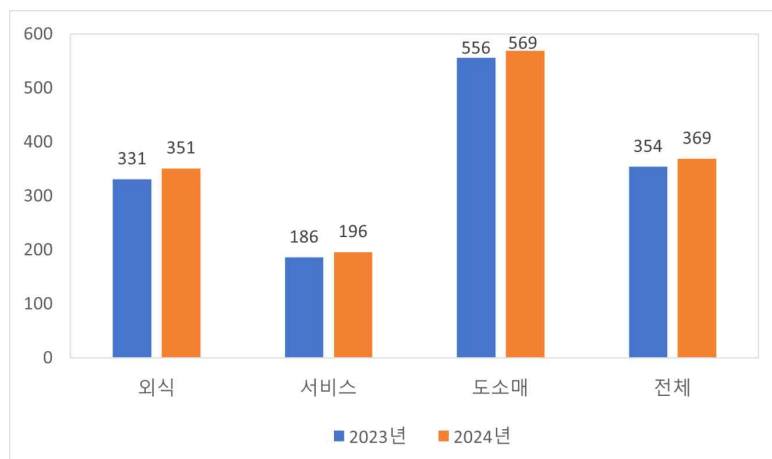
(단위:백만 원, %)

구분	외식		서비스 <sup>3)</sup>		도소매		전체	
	평균 매출액	증감률	평균 매출액	증감률	평균 매출액	증감률	평균 매출액	증감률
2023년	331	6.1	186	5.7	556	2.5	354	4.3
2024년	351		196		569		369	

※ 해당 자료는 정보공개서에 기재된 가맹점 연간 평균 매출액을 가중평균하여 도출(가맹점 미운영 등의 이유로 평균 매출액을 작성하지 않은 브랜드 등은 집계 대상에서 제외)

<그림 6>

업종별 가맹점 평균 매출액(백만 원)



3) 서비스 업종 중 운송 업종의 경우 1개의 가맹점이 1개의 운송 수단을 보유한 개인사업자인 경우와, 여러 대의 운송 수단을 보유한 법인인 경우가 혼재되어 있어 평균 매출액 산정에 적합하지 않은 업종이므로, 집계에서 제외함.

III

세부 업종별 주요 현황

1. 외식 업종

- ◆ 외식 업종 가맹본부 수는 7,694개, 브랜드 수는 10,886개, 가맹점 수는 183,714개로 전년 대비 각각 11.9%, 10.3%, 1.5% 증가했다.
- ◆ 가맹점 평균 매출액은 3.51억 원으로 전년 대비 6.1% 증가했다.
- ◆ 주요 세부 업종별 가맹점 수는 한식 업종이 43,882개(23.9%)로 가장 많았으며, 가맹점 수 증가율도 한식 업종이 6.1%로 가장 높았다.
- ◆ 주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액의 경우 치킨·한식·커피·피자 등 전반적으로 증가하였으나, 주점 업종은 2.4%가량 감소했다.
- ◆ 가맹점 평균 차액가맹금 지급 금액은 26백만 원으로 전년(23백만 원) 대비 3백만 원 증가했다.

가. 업종 현황

- (가맹본부 수) '25년 외식 업종 전체 가맹본부 수는 7,694개로 전년(6,875개) 대비 11.9% 증가하였으며, 가맹본부당 브랜드 수는 약 1.4개로 작년(1.4개)과 동일했다.
- (브랜드 수) '25년 외식 업종의 전체 브랜드 수는 10,886개로 전년(9,873개) 대비 10.3% 증가했다.
  - 주요 세부 업종 중에서는 한식 업종의 브랜드 수가 4,252개로 가장 많았으며, 커피(921개), 치킨(681개), 주점(571개), 제과제빵(342개) 업종이 그 뒤를 이었다.
  - 한식 브랜드 수의 증가율이 가장 높았고(14.9%), 피자 브랜드 수의 증가율이 가장 낮았다(5.0%).

<표 6> 주요 세부 업종별 브랜드 수 (외식 업종) (단위:개, %)

구분	치킨		한식		커피		제과제빵		피자		주점		전체 외식업	
	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률
2023년	669	△2.0	3,556	8.8	886	4.0	294	8.9	240	△1.2	485	7.8	9,934	5.2
2024년	647	△3.3	3,701	4.1	851	△4.0	303	3.1	239	△0.4	523	7.8	9,873	△0.6
2025년	681	5.3	4,252	14.9	921	8.2	342	12.9	251	5.0	571	9.2	10,886	10.3

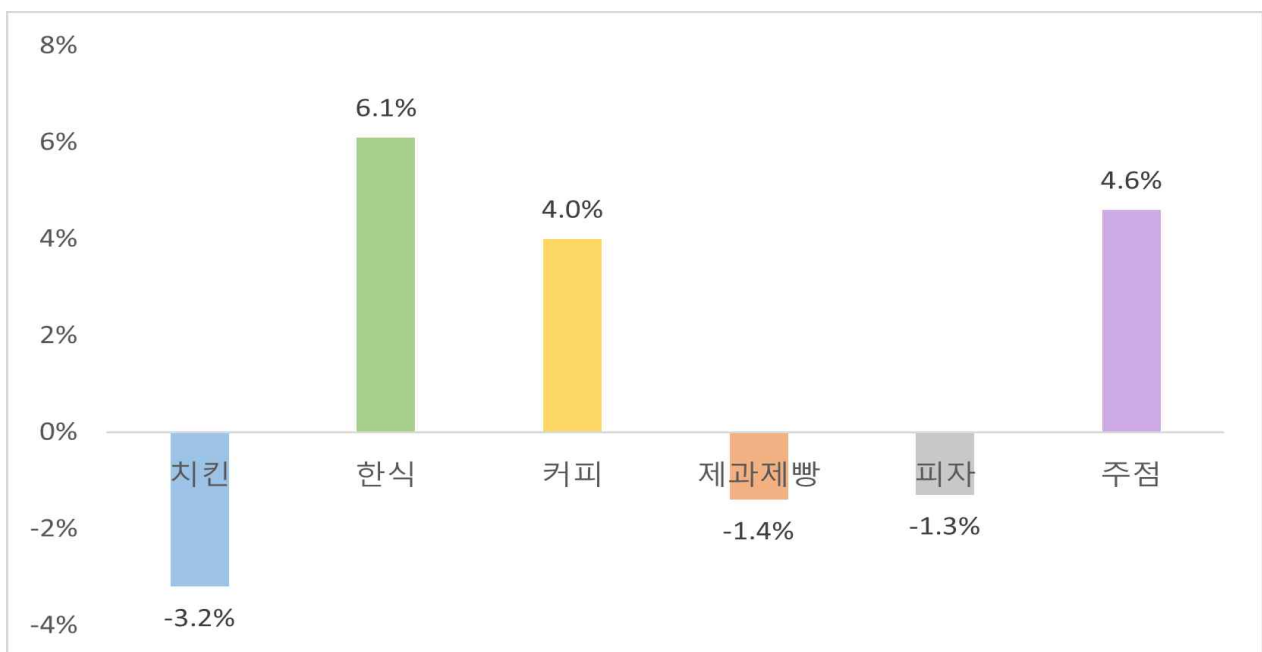
□ (가맹점 수) '24년 외식 업종의 가맹점 수는 총 183,714개로 전년 (180,942개) 대비 1.5% 증가했다.

- 주요 세부 업종 중에서는 한식 업종의 가맹점 수가 43,882개로 23.9%를 차지해 가장 많았으며, 커피(29,101개, 15.8%), 치킨(28,750개, 15.6%), 주점(10,036개, 5.5%), 제과제빵(8,717개, 4.7%) 업종이 그 뒤를 이었다.
- 한식, 주점 업종에서는 가맹점 수가 각각 6.1%, 4.6% 증가했지만, 치킨, 제과제빵 업종에서는 가맹점 수가 각각 3.2%, 1.4% 감소했다.

<표 7> 주요 세부 업종별 가맹점 수 (외식 업종) (단위:개, %)

구분	치킨	한식	커피	제과제빵	피자	주점	전체 외식업	
2022년	29,423	39,868	26,217	8,918	8,403	9,379	179,923	
2023년	29,711	41,353	27,974	8,842	8,091	9,591	180,942	
2024년	28,750	43,882	29,101	8,717	7,986	10,036	183,714	
증감률	23년	1.0	3.7	6.7	△0.9	△3.7	2.3	0.6
	24년	△3.2	6.1	4.0	△1.4	△1.3	4.6	1.5

<그림 7> 주요 세부 업종 가맹점 수 전년 대비 증가율 (외식 업종)



□ (개·폐점률) 전체 외식 업종의 개점률은 18.2%로 전년(21.5%) 대비 소폭 감소한 반면, 폐점률은 15.8%로 전년(14.9%) 대비 소폭 증가했다.

○ 주요 세부 업종 중에서는 한식 업종의 개점률(27.5%) 및 폐점률(21.0%)이 가장 높게 나타났다.

<표 8> 주요 세부 업종별 개·폐점률 (외식 업종) (단위:%, %p)

구분		치킨	한식	커피	제과제빵	피자	주점	전체 외식업
개점률	2023년	13.6	32.0	19.0	11.9	13.2	21.3	21.5
	2024년	11.7	27.5	16.5	9.5	11.7	18.8	18.2
	증감(%p)	△1.9	△4.5	△2.5	△2.4	△1.5	△2.5	△3.3
폐점률	2023년	12.1	19.0	9.8	9.5	13.1	14.2	14.9
	2024년	12.0	21.0	9.3	10.3	12.3	15.3	15.8
	증감(%p)	△0.1	2.0	△0.5	0.8	△0.8	1.1	0.4

※ 개점률 = 해당 업종의 당해년도 신규개점 가맹점 수 / 해당 업종의 당해년도 말 기준 가맹점 수  
 폐점률 = 해당 업종의 당해년도 계약종료·해지 가맹점 수 / 해당 업종의 당해년도 말 기준 가맹점 수

□ (분포) 외식 업종 전체에서 대규모 브랜드(가맹점 100개 이상)의 비중은 2.9%, 중규모 브랜드(가맹점 10개~99개)의 비중은 20.9%, 소규모 브랜드(가맹점 10개 미만)의 비중은 76.3%로 나타났다.

○ 주요 세부 업종 중에서는 치킨, 피자 업종에서 대규모 브랜드의 비중이 각각 7.9%, 7.6%로 비교적 높게 나타났다.

<표 9> 가맹점 수 기준 주요 세부 업종별 브랜드 수 분포 (외식 업종) (단위:개, %)

가맹점수	치킨			한식			커피			제과제빵			피자			전체 외식업		
	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년
100개 이상	54	7.9	8.5	76	1.8	1.9	44	4.8	5.3	9	2.6	3.0	19	7.6	7.5	313	2.9	3.2
10개 ~99개	167	24.5	28.1	792	18.6	20.0	185	20.1	21.4	73	21.3	23.1	73	29.1	30.5	2,270	20.9	22.3
10개 미만	460	67.5	63.4	3,384	79.6	78.1	692	73.3	73.3	260	76.0	73.9	159	63.3	61.9	8,303	76.3	74.5
계	681	100		4,252	100		921	100		342	100		251	100		10,886	100	

## 나. 가맹점 평균 매출액

□ (현황) '24년 외식 업종의 가맹점 평균 매출액은 약 3.51억 원으로 전년(3.31억 원) 대비 6.1% 증가했다.

- 주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액은 대부분 전년 대비 증가하였지만, 주점 업종은 가맹점 평균 매출액이 감소(△2.4%)했다.

<표 10> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액 (외식 업종) (단위:백만 원, %)

구분	치킨	한식	커피	제과제빵	피자	주점	외식업 전체
2023년	312	357	234	473	300	320	331
2024년	328	386	254	476	326	312	351
증감률	5.2	8.3	8.3	0.7	8.7	△2.4	6.1

※ 해당 자료는 정보공개서에 기재된 가맹점 연간 평균 매출액을 가중평균하여 도출(가맹점 미운영 등의 이유로 평균 매출액을 작성하지 않은 브랜드 등은 집계 대상에서 제외)

□ (분포) 가맹점 평균 매출액이 3억 원 이상인 브랜드 비중은 44.6%로 전년 대비 2.6%p 증가했으며, 가맹점 평균 매출액이 1억 원 미만인 브랜드 비중은 13.2%로 전년 대비 1.9%p 감소했다.

- 주요 세부 업종별로 보면 한식 업종은 가맹점 평균 매출액이 큰 브랜드의 비중이 상대적으로 높았고, 커피, 치킨 업종은 가맹점 평균 매출액이 낮은 브랜드의 비중이 상대적으로 높았다.

<표 11> 가맹점 평균 매출액 기준 주요 세부 업종별 브랜드 수 분포 (외식 업종)

(단위:개, %)

가맹점 평균 매출액	치킨			한식			커피			제과제빵			피자			전체 외식업		
	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년
3억 이상	68	21.7	20.4	883	57.5	54.8	64	15.5	13.1	49	33.3	33.3	36	29.0	28.0	1,951	44.6	42.0
2억 ~ 3억	71	22.7	24.1	274	17.8	18.0	74	17.9	19.6	27	18.4	19.7	35	28.2	28.0	889	20.3	20.4
1억 ~ 2억	116	37.1	33.2	185	12.0	13.9	178	43.1	41.6	52	35.4	30.3	41	33.1	28.8	957	21.9	22.5
1억 미만	58	18.5	22.3	194	12.6	13.3	97	23.5	25.7	19	12.9	16.7	12	9.7	15.2	577	13.2	15.1
계	313	100		1,536	100		413	100		147	100		124	100		4,374	100	

## 다. 가맹점 평균 차액가맹금

(참고) 차액가맹금이란?

- 차액가맹금은 가맹점사업자가 가맹본부로부터 공급받는 상품·원재료·부재료·정착물·설비 및 원자재의 가격 또는 부동산의 임차료에 대하여 가맹본부에 정기적으로 또는 비정기적으로 지급하는 대가 중 적정한 도매가격을 넘는 대가로 일종의 유통마진

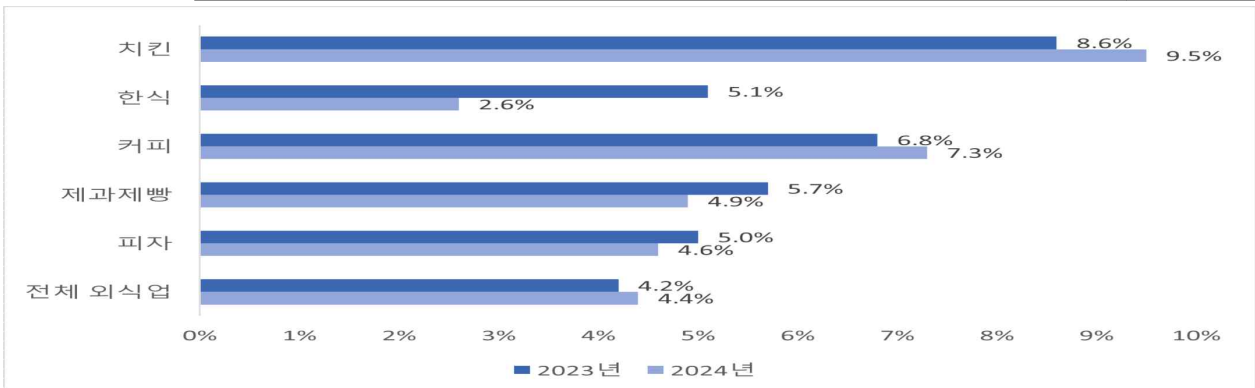
- '24년 외식 업종의 '가맹점 평균 차액가맹금 지급금액'은 26백만 원으로 전년(23백만 원) 대비 3백만 원 증가했고, '가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율'도 4.4%로 전년(4.2%) 대비 소폭 상승했다.
- 주요 세부 업종별 가맹점 평균 차액가맹금은 치킨 업종이 41백만 원으로 가장 높았으며, 제과제빵(30백만 원), 커피(26백만 원), 피자(24백만 원), 한식(20백만 원) 업종이 그 뒤를 이었다.
- '가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율'도 마찬가지로 치킨 업종이 9.5%로 가장 높았으며, 커피(7.3%), 제과제빵(4.9%), 피자(4.6%), 한식(2.6%) 업종이 그 뒤를 이었다.

<표 12> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 차액가맹금<sup>4)</sup> (외식 업종)

(단위:백만 원, %)

		치킨	한식	커피	제과제빵	피자	전체 외식업
지급 금액	23년	35	22	22	23	21	23
	24년	41	20	26	30	24	26
지급 비율	23년	8.6	5.1	6.8	5.7	5.0	4.2
	24년	9.5	2.6	7.3	4.9	4.6	4.4

<그림 8> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액 대비 차액가맹금 비율 변화 (외식 업종)



4) 일정 규모 이상의 안정적인 수입이 보장되는 브랜드를 대상으로 통계를 추출하기 위해 가맹점 평균 매출액이 2억 원 이상인 가맹점을 대상으로만 집계함.



□ (가맹점 수) '24년 서비스 업종의 가맹점 수는 총 125,401개로 전년 (114,505개) 대비 9.5% 증가했다.

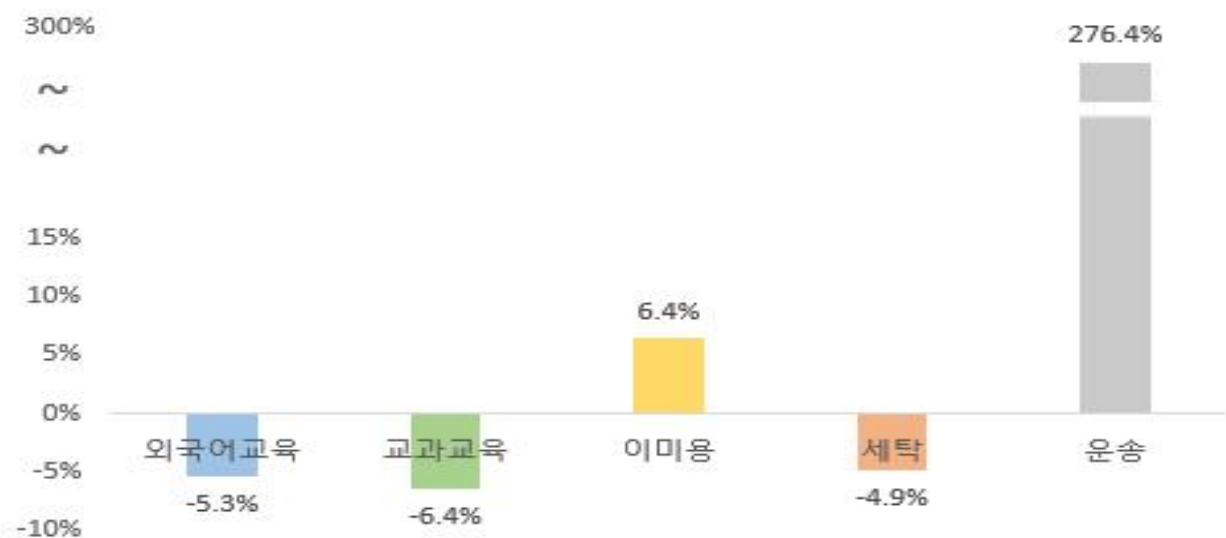
- 특히 운송 업종의 가맹점 수가 49,740개로 39.7%를 차지해 가장 많았으며, 외국어교육(15,144개, 12.1%), 교과교육(9,523개, 7.6%), 이미용(5,590개, 4.5%), 세탁(4,297개, 12.4%) 업종이 그 뒤를 이었다.
- 외국어교육 및 교과교육 업종은 가맹점 수가 감소하였으나, 이미용·운송·세탁 업종은 가맹점 수가 증가하였으며, 특히 운송 업종은 276.4%의 큰 증가율을 기록했다).

<표 14> 주요 세부 업종별 가맹점 수 (서비스 업종)

(단위:개, %)

구분	외국어교육	교과교육	이미용	세탁	운송	전체 서비스업	
2022년	16,429	10,532	5,262	3,944	27,523	104,134	
2023년	15,991	10,171	5,252	4,096	13,214	114,505	
2024년	15,144	9,523	5,590	4,297	49,740	125,401	
증감률	23년	△2.7	△3.4	△0.2	3.9	△52.0	10.0
	24년	△5.3	△6.4	6.4	4.9	276.4	9.5

<그림 9> 세부 업종 가맹점 수 전년 대비 증감률 (서비스 업종)



5) 이는 '23년에는 '기타 서비스'로 등록되었던 카카오T블루(상호 ㈜케이엠솔루션)의 정보공개서가 '24년에는 '운송' 업종으로 등록되면서 운송 업종 가맹점 수의 큰 비중을 차지하게 되었기 때문이다.

□ (개·폐점률) 전체 서비스 업종의 개점률은 19.2%로 전년(23.4%) 대비 4.2%p 감소했고, 폐점률은 9.3%로 전년(8.7%) 대비 0.6%p 증가했다.

○ 주요 세부 업종 중에서는 운송 업종에서 개점률(28.0%)이, 교과교육 업종에서 폐점률(16.4%)이 가장 높게 나타났다.

<표 15> **주요 세부 업종별 개·폐점률 (서비스 업종)** (단위:%, %p)

구분	외국어교육	교과교육	이미용	세탁	운송	전체 서비스업	
개점률	2023년	12.9	18.4	13.9	9.5	44.0	23.4
	2024년	11.3	15.2	13.1	12.4	<b>28.0</b>	<b>19.2</b>
	증감(%p)	△1.6	△3.2	△0.8	2.9	△15.9	△4.2
폐점률	2023년	12.4	23.2	8.7	5.1	4.3	8.7
	2024년	11.9	16.4	8.6	6.1	<b>8.9</b>	<b>9.3</b>
	증감(%p)	△0.5	△6.8	△0.1	1.0	4.6	0.6

※ 개점률 = 해당 업종의 당해년도 신규개점 가맹점 수 / 해당 업종의 당해년도 말 기준 가맹점 수  
 폐점률 = 해당 업종의 당해년도 계약종료·해지 가맹점 수 / 해당 업종의 당해년도 말 기준 가맹점 수

□ (분포) 서비스 업종 전체에서 대규모 브랜드(가맹점 100개 이상)의 비중은 6.4%, 중규모 브랜드(가맹점 10개~99개)의 비중은 26.9%, 소규모 브랜드(가맹점 10개 미만)의 비중은 66.7%로 나타났다.

○ 주요 세부 업종 중에서는 교과교육(18.0%), 외국어교육(15.6%) 업종의 대규모 브랜드 비중이 높았고, 이미용 업종의 소규모 브랜드 비중이 70.4%로 가장 높았다.

<표 16> **가맹점 수 기준 주요 세부 업종별 브랜드 수 분포 (서비스 업종)** (단위:개, %)

가맹점수	외국어교육			교과교육			이미용			세탁			운송			전체 서비스업		
	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년
100개 이상	24	<b>15.6</b>	17.6	16	<b>18.0</b>	20.3	13	3.9	4.4	4	12.1	17.2	6	14.6	13.9	140	<b>6.4</b>	7.1
10개 ~ 99개	45	29.2	32.4	34	38.2	36.7	86	25.7	26.9	10	30.3	27.6	7	17.1	19.4	586	<b>26.9</b>	27.6
10개 미만	85	55.2	50.0	39	43.8	43.0	236	<b>70.4</b>	68.7	19	57.6	55.2	28	68.3	66.7	1455	<b>66.7</b>	65.2
계	154	100		89	100		335	100		33	100		41	100		<b>2188</b>	100	

## 나. 가맹점 평균 매출액

□ (현황) '24년 서비스 업종의 가맹점 평균 매출액은 약 1.96억 원으로 전년(1.86억 원) 대비 5.7% 증가했다.

- 주요 세부 서비스 업종 중 교과교육, 외국어교육 업종의 가맹점 평균 매출액은 각각 31.8%<sup>6)</sup>, 7.9% 증가했으나, 이미용 업종의 경우 전년 대비 1.5% 감소했다.

<표 17> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액<sup>7)</sup> (서비스 업종)

(단위:백만 원, %)

구분	외국어교육	교과교육	이미용	세탁	전체 서비스업
2023년	106	74	389	101	186
2024년	114	97	383	101	196
증감률	7.9	31.8	△1.5	0.0	5.7

※ 해당 자료는 정보공개서에 기재된 가맹점 연간 평균 매출액을 가중평균하여 도출(가맹점 미운영 등의 이유로 평균 매출액을 작성하지 않은 브랜드 등은 집계 대상에서 제외)

□ (분포) 가맹점 평균 매출액이 3억 원 이상인 브랜드 비중은 27.0%로 전년 대비 0.9%p 증가했으며, 가맹점 평균 매출액이 1억 원 미만인 브랜드 비중은 37.6%로 전년 대비 2.8%p 감소했다.

- 주요 세부 업종별로 보면 이미용, 외국어교육 업종은 가맹점 평균 매출액이 높은 브랜드의 비중이 상대적으로 높게 나타났고, 세탁 업종은 대부분의 브랜드가 가맹점 평균 매출액이 1억 원 미만으로 나타났다.

<표 18> 가맹점 평균 매출액 기준 주요 세부 업종별 브랜드 수 분포 (서비스 업종)

(단위:개, %)

가맹점 평균 매출액	외국어교육			교과교육			이미용			세탁			전체 서비스업		
	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년
3억 이상	26	30.2	29.3	18	33.3	26.7	70	45.8	45.7	1	4.8	0.0	257	27.0	26.1
2억 ~ 3억	13	15.1	10.7	4	7.4	11.1	24	15.7	19.4	0	0.0	0.0	118	12.4	12.8
1억 ~ 2억	13	15.1	17.3	11	20.4	15.6	24	15.7	14.0	2	9.5	13.3	218	22.9	20.7
1억 미만	34	39.5	42.7	21	38.9	46.7	35	22.9	20.9	18	85.7	86.7	358	37.6	40.4
계	86	100.0		54	100.0		153	100.0		21	100.0		951	100.0	

6) 교과교육 업종에서 유난히 높은 증가율을 보이는 이유는 2025년 교과교육 업종의 가맹점 평균 매출액 상위 10개 브랜드 중 3개 브랜드가 2024년에 개시되어 2024년 가맹점 평균 매출액이 0으로 처리되었기 때문임.

7) 서비스 업종 중 운송 업종의 경우 1개의 가맹점이 1개의 운송 수단을 보유한 개인사업자인 경우와, 여러 대의 운송 수단을 보유한 법인인 경우가 혼재되어 있어 평균 매출액 산정에 적합하지 않은 업종이므로, 집계에서 제외함.

## 다. 가맹점 평균 차액가맹금

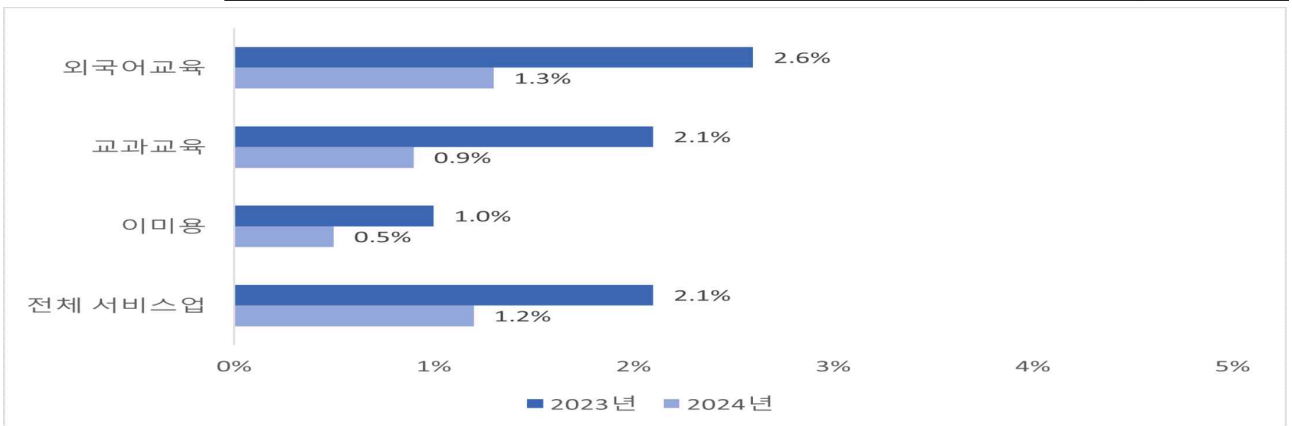
- '24년 서비스 업종의 '가맹점 평균 차액가맹금 지급금액'은 9백만 원으로 전년(11백만 원) 대비 2백만 원 감소했고, '가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율'도 1.2%로 전년(2.1%) 대비 소폭 하락했다.
- 주요 세부 업종별 가맹점 평균 차액가맹금은 외국어교육 업종이 14백만 원으로 가장 높았으며, 교과교육(7백만 원), 이미용(4백만 원) 업종이 그 뒤를 이었다.
  - '가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율'도 마찬가지로 외국어교육 업종이 1.3%로 가장 높았으며, 교과교육(0.9%), 이미용(0.5%) 업종이 그 뒤를 이었다.

<표 19> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 차액가맹금<sup>8)</sup> (서비스 업종)

(단위:백만 원, %)

		외국어교육	교과교육	이미용	전체 서비스업
지급 금액	23년	19	7	4	11
	24년	14	7	4	9
지급 비율	23년	2.6	2.1	1.0	2.1
	24년	1.3	0.9	0.5	1.2

<그림 10> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액 대비 차액가맹금 비율 변화 (서비스 업종)



8) 일정 규모 이상의 안정적인 수입이 보장되는 브랜드를 대상으로 통계를 추출하기 위해 가맹점 평균 매출액이 2억 원 이상인 가맹점을 대상으로만 집계함(세탁 업종은 2억 원 이상인 가맹점이 없어 제외함).

### 3. 도소매 업종

- ◆ 전체 도소매 업종의 가맹본부 수는 602개, 브랜드 수는 658개, 가맹점 수는 70,624개로 전년 대비 각각 15.1%, 15.2%, 1.5% 증가했다.
- ◆ 가맹점 평균 매출액은 5.7억 원으로 전년 대비 2.5% 증가했다.
- ◆ 주요 세부 업종 중 편의점 업종의 경우 가맹점 수가 지속 증가하는 반면 화장품, 농수산물 업종의 가맹점 수는 지속 감소\*하는 것으로 나타났다.
  - \* 편의점 업종: ('22년)55,043개 → ('23년)55,711개 → ('24년)55,927개
  - 화장품 업종: ('22년)1,356개 → ('23년)1,071개 → ('24년)957개
  - 농수산물 업종: ('22년)313개 → ('23년)254개 → ('24년)234개
- ◆ 주요 세부 업종 중 건강식품 및 편의점 업종은 가맹점 평균 매출액이 증가(65%, 18%)했으나, 농수산물 및 화장품 업종은 가맹점 평균 매출액이 감소(△13.3%, △12.6%)했다.
- ◆ 가맹점 평균 차액가맹금 지급 금액은 50백만 원으로 전년(47백만 원) 대비 3백만 원 증가했다.

#### 가. 업종 현황

- (가맹본부 수) '25년 도소매 업종의 전체 가맹본부 수는 602개로 전년(523개) 대비 15.1% 증가했으며, 가맹본부당 브랜드 수는 약 1.1개로 작년과 동일했다.
- (브랜드 수) '25년 도소매 업종의 전체 브랜드 수는 658개로 전년(571개) 대비 15.2% 증가했다.
  - 주요 세부 업종 중에서는 편의점 업종의 브랜드 수가 43개로 가장 많았으며, 농수산물(38개), 건강식품(27개), 화장품(16개) 업종이 그 뒤를 이었다.
  - 주요 세부 업종 중 건강식품 업종만 브랜드 수가 전년 대비 감소했고, 농수산물 업종은 전년 대비 31.0% 증가하여 가장 높은 증가율을 기록했다.

<표 20> 주요 세부 업종별 브랜드 수 (도소매 업종)

(단위:개, %)

구분	편의점		화장품		건강식품		농수산물		전체 도소매업	
	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률
2023년	41	0.0	16	△20.0	29	△14.7	39	2.6	595	△1.7
2024년	39	△4.9	15	△6.3	30	3.4	29	△25.6	571	△4.0
2025년	43	10.3	16	6.7	27	△10.0	38	31.0	658	15.2

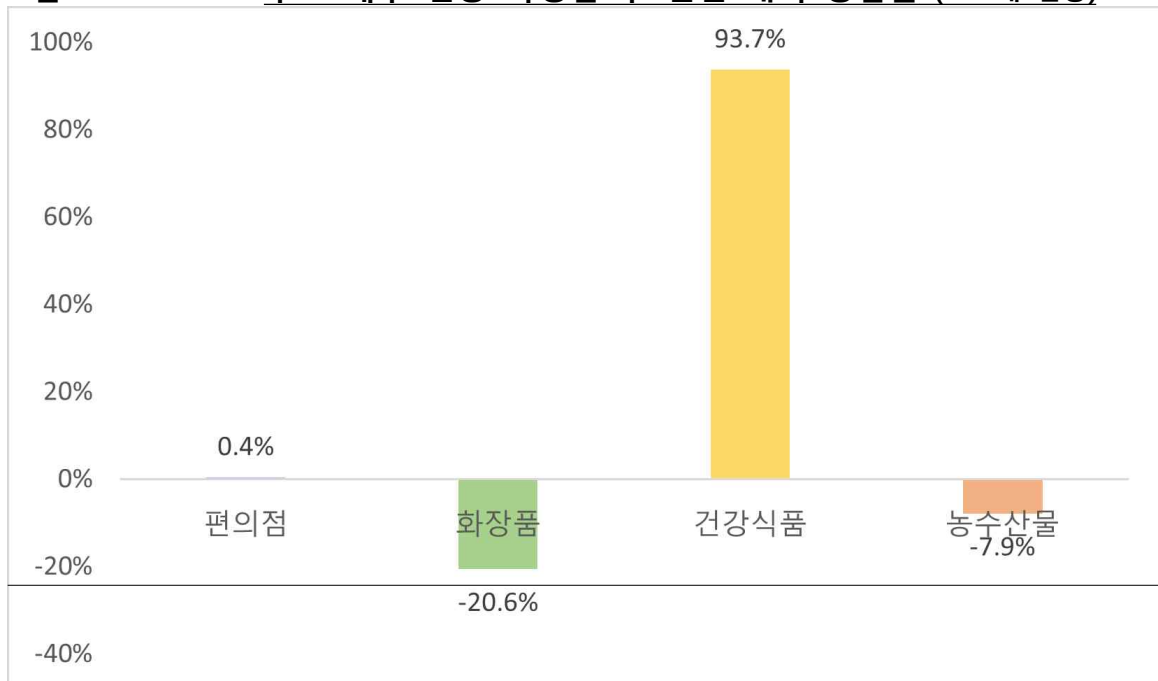
□ (가맹점 수) '24년 도소매 업종의 가맹점 수는 총 70,624개로 전년(69,567개) 대비 1.5% 증가했다.

- 주요 세부 업종 중에서는 편의점 업종의 가맹점 수가 55,927개로 절대 다수(79.2%)를 차지하였으며, 화장품(957개, 1.4%), 건강식품(1,827개, 2.6%), 농수산물(234개, 0.3%) 업종이 그 뒤를 이었다.
- 화장품, 농수산물 업종의 가맹점 수는 지속 감소하는 반면, 건강식품, 편의점 업종의 가맹점 수는 지속 증가하는 것으로 나타났으며, 특히 건강식품 업종은 93.7%의 높은 증가율을 기록했다<sup>9)</sup>.

<표 21> 주요 세부 업종별 가맹점 수 (도소매 업종) (단위:개, %)

구분	편의점	화장품	건강식품	농수산물	전체 도소매업	
2022년	55,043	1,356	969	313	68,809	
2023년	55,711	1,071	943	254	69,567	
2024년	55,927	957	1,827	234	70,624	
증감률	23년	1.2	△21.0	△2.7	△18.8	1.1
	24년	0.4	△10.6	93.7	△7.9	1.5

<그림 11> 주요 세부 업종 가맹점 수 전년 대비 증감률 (도소매 업종)



9) 이는 '24년 약국 업종으로 등록되었던 유평의 정보공개서가 '25년에는 건강식품 업종으로 등록되면서 건강식품 업종 가맹점 수의 큰 부분을 차지하게 되었기 때문이다.

□ (개·폐점률) 전체 도소매 업종의 개점률은 9.5%로 전년(12.2%) 대비 2.7%p 감소했고, 폐점률은 8.6%로 전년(8.2%) 대비 0.4%p 증가한 것으로 나타났다.

○ 개점률은 주요 도소매 업종 중 화장품 업종이 3.8%로 가장 낮게 나타났으며, 폐점률은 농수산물 업종이 19.7%로 가장 높게 나타났다.

<표 22> 주요 세부 업종별 개·폐점률 (도소매 업종) (단위:%, %p)

구분		편의점	화장품	건강식품	농수산물	전체 도소매업
개점률	2023년	11.2	2.8	1.7	9.1	12.2
	2024년	8.3	3.8	4.3	6.8	9.5
	증감(%p)	△2.9	1.0	2.6	△2.3	△2.7
폐점률	2023년	7.2	28.0	1.7	15.4	8.2
	2024년	7.7	15.9	1.3	19.7	8.6
	증감(%p)	0.5	△12.1	△0.4	4.3	0.4

※ 개점률 = 해당 업종의 당해년도 신규개점 가맹점 수 / 해당 업종의 당해년도 말 기준 가맹점 수  
 폐점률 = 해당 업종의 당해년도 계약종료·해지 가맹점 수 / 해당 업종의 당해년도 말 기준 가맹점 수

□ (분포) 도소매 업종 전체에서 대규모 브랜드(가맹점 100개 이상)의 비중은 6.4%, 중규모 브랜드(가맹점 10개~99개)의 비중은 23.7%, 소규모 브랜드(가맹점 10개 미만)의 비중은 69.9%로 나타났다.

○ 주요 세부 업종별로 보면 편의점(23.3%), 화장품(12.5%) 업종의 경우 대규모 브랜드의 비중이 평균(6.4%)보다 크게 높았고, 건강식품(7.4%), 농수산물(0%)의 경우 그 비중이 상대적으로 낮게 나타났다.

<표 23> 가맹점 수 기준 주요 세부 업종별 브랜드 수 분포 (도소매 업종) (단위:개, %)

가맹점수	편의점			화장품			건강식품			농수산물			전체 도소매업		
	개수	비중	23년	개수	비중	23년	개수	비중	23년	개수	비중	23년	개수	비중	23년
100개 이상	10	23.3	23.1	2	12.5	20.0	2	7.4	3.3	0	0.0	0.0	42	6.4	7.5
10개 ~99개	11	25.6	30.8	10	62.5	53.3	4	14.8	13.3	7	18.4	24.1	156	23.7	26.6
10개 미만	22	51.2	46.2	4	25.0	26.7	21	77.8	83.3	31	81.6	75.9	460	69.9	65.8
계	43	100		16	100		27	100		38	100		658	100	

## 나. 가맹점 평균 매출액

□ (현황) '24년 도소매 업종 가맹점 평균 매출액은 약 5.7억 원으로 전년(5.6억 원) 대비 2.5% 증가했다.

- 이는 편의점(1.8%) 및 건강식품(6.5%) 업종의 가맹점 평균 매출액 상승에 기인한 것으로, 화장품(△12.6%), 농수산물(△13.3%) 등 다른 주요 세부 업종은 가맹점 평균 매출액이 감소했다.

<표 24> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액 (도소매 업종)

(단위:백만 원, %)

구분	편의점	화장품	건강식품	농수산물	전체 도소매업	
2022년	560	193	516	306	537	
2023년	568	230	457	301	556	
2024년	578	201	487	261	<b>569</b>	
증감률	23년	1.4	19.2	△11.5	△1.7	3.5
	24년	<b>1.8</b>	<b>△12.6</b>	<b>6.5</b>	<b>△13.3</b>	<b>2.5</b>

※ 해당 자료는 정보공개서에 기재된 가맹점 연간 평균 매출액을 가중평균하여 도출(가맹점 미운영 등의 이유로 평균 매출액을 작성하지 않은 브랜드 등은 집계 대상에서 제외)

□ (분포) 가맹점 평균 매출액이 3억 원 이상인 브랜드 비중은 34.2%로 전년 대비 0.9%p 증가했으며, 가맹점 평균 매출액이 1억 원 미만인 브랜드 비중은 28.4%로 전년 대비 1.4%p 증가했다.

<표 25> 가맹점 평균 매출액 기준 주요 세부 업종별 브랜드 수 분포 (도소매 업종)

(단위:개, %)

가맹점 평균 매출액	편의점			화장품			건강식품			농수산물			전체 도소매업		
	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년	개수	비중	24년
3억 이상	5	23.8	23.8	3	23.1	36.4	2	33.3	28.6	2	16.7	27.3	94	<b>34.2</b>	<b>33.3</b>
2억 ~ 3억	2	9.5	14.3	4	30.8	36.4	2	33.3	28.6	2	16.7	27.3	39	14.2	16.3
1억 ~ 2억	7	33.3	33.3	5	38.5	27.3	1	16.7	14.3	3	25.0	27.3	64	23.3	23.4
1억 미만	7	33.3	28.6	1	7.7	0.0	1	16.7	28.6	5	41.7	18.2	78	<b>28.4</b>	<b>27.0</b>
계	21	100.0		13	100.0		6	100.0		12	100.0		275	100.0	

## 다. 가맹점 평균 차액가맹금

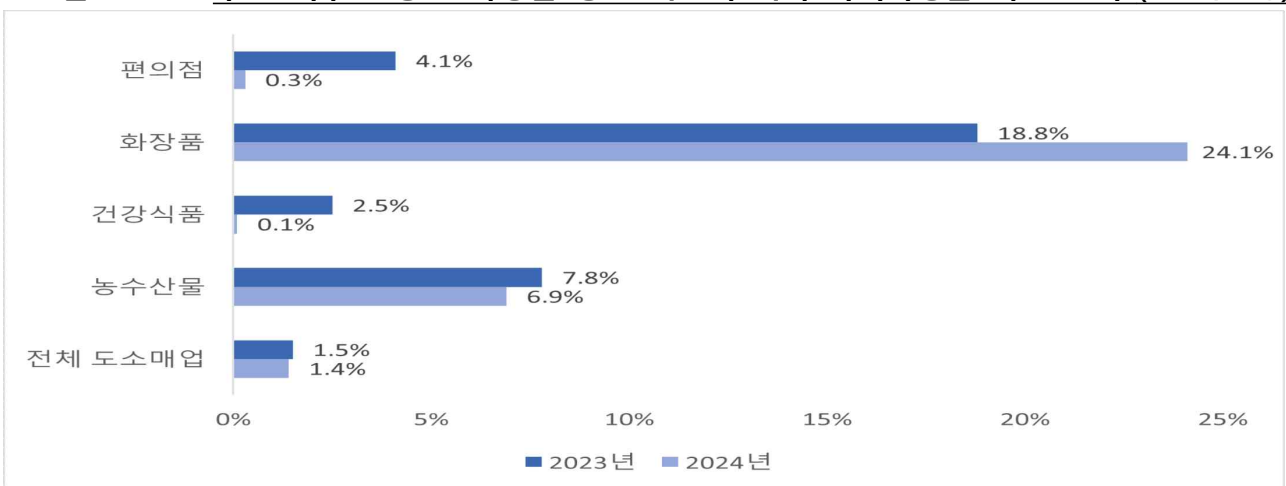
- '24년 도소매 업종의 '가맹점 평균 차액가맹금 지급금액'은 50백만 원으로 전년(47백만 원) 대비 3백만 원 증가했고, '가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율'은 1.4%로 전년(1.5%) 대비 소폭 하락했다.
- 주요 세부 업종별 가맹점 평균 차액가맹금은 화장품 업종이 60백만 원으로 가장 높았으며, 농수산물(49백만 원), 편의점(18백만 원), 건강식품(11백만 원) 업종이 그 뒤를 이었다.
  - '가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율'도 마찬가지로 화장품 업종이 24.1%로 가장 높았으며, 농수산물(6.9%), 편의점(0.3%), 건강식품(0.1%) 업종이 그 뒤를 이었다.

<표 26> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 차액가맹금<sup>10)</sup> (도소매 업종)

(단위:백만 원, %)

		편의점	화장품	건강식품	농수산물	전체 도소매업
지급 금액	23년	18	44	11	39	47
	24년	18	60	11	49	50
지급 비율	23년	4.1	18.8	2.5	7.8	1.5
	24년	0.3	24.1	0.1	6.9	1.4

<그림 12> 주요 세부 업종별 가맹점 평균 매출액 대비 차액가맹금 비율 변화 (도소매 업종)



10) 일정 규모 이상의 안정적인 수입이 보장되는 브랜드를 대상으로 통계를 추출하기 위해 가맹점 평균 매출액이 2억 원 이상인 가맹점을 대상으로만 집계함.

## &lt;'25년 가맹사업 시장의 주요 특징 및 시사점&gt;

① 가맹본부·브랜드 수·가맹점 수로 본 전체 가맹산업 규모는 증가하였으며, 그 증가 추세는 전년에 비해 가속화되었다.

- 가맹본부·브랜드·가맹점 수 모두 증가율이 전년보다 증가했고 특히 가맹본부 수는 최근 4년 중 가장 높은 증가율을 보였다.

\* 가맹본부: <sup>(22년)</sup>8,183개(11.5%) → <sup>(23년)</sup>8,759개(7.0%) → <sup>(24년)</sup>8,802개(0.5%) → <sup>(25년)</sup>9,960개(13.2%)

브랜드: <sup>(22년)</sup>11,844개(5.6%) → <sup>(23년)</sup>12,429개(4.9%) → <sup>(24년)</sup>12,377개(△0.4%) → <sup>(25년)</sup>13,725개(10.9%)

가맹점: <sup>(21년)</sup>335,298개(24.0%) → <sup>(22년)</sup>352,867개(5.2%) → <sup>(23년)</sup>365,014개(3.4%) → <sup>(24년)</sup>379,739개(4.0%)

- 이는 ▲경제 전반의 내수 진작 노력과, ▲직영점 운영 의무화 등 가맹분야 제도개선의 성공적 시장안착이 복합적으로 작용한 결과로 보인다.

② 가맹점 평균 매출액은 외식·도소매·서비스 업종 모두에서 증가\*하였으나, 일부 업종에서는 가맹점별 수익 구조의 양극화 현상도 함께 나타났다.

\* 가맹점 평균 매출액 증가율: 외식 업종 6.1%, 서비스 업종 5.7%, 도소매 업종 2.5% 순

- '24년 소상공인 평균 매출액(약 2.0억 원)이 전년 대비 소폭 감소한 가운데, 가맹점 평균 매출액(약 3.7억 원)은 전년 대비 4.3% 증가하여 상대적으로 양호한 성장세를 보였다.

- 다만, 도소매 업종에서는 가맹점 평균 매출액이 3억 원 이상인 브랜드 비중과 1억 원 미만인 브랜드 비중이 함께 증가\*하여, 가맹점 간 매출액 격차 역시 심화된 것으로 나타났다.

\* 3억 원 이상인 브랜드 비중 <sup>(24년)</sup>33.3% → <sup>(25년)</sup>34.2%, 1억 원 미만인 브랜드 비중 <sup>(24년)</sup>27.0% → <sup>(25년)</sup>28.4%

- 특히, 외식·서비스·도소매 업종 모두에서 가맹점 개점률은 감소하고 폐점률은 증가하였다는 점에서, 가맹사업 창업환경이 점차 열악해지고, 가맹점 운영 단계에서도 어려움을 겪는 가맹점이 늘어나고 있는 것으로 보인다.

③ 필수품목 제도와 관련하여 개정법 시행 초기에는 유의미한 성과\*가 나타났으나, '25년에는 업종별 '가맹점 평균 차액가맹금 지급금액'이 오히려 증가하여 제도개선 효과가 다소 정체되었다.

\* '24년 외식 업종의 '가맹점 평균 차액가맹금 지급금액(28백만 원→23백만 원)'과 '가맹점 평균 매출액 대비 가맹점 평균 차액가맹금 비율(4.4%→4.2%)'이 모두 전년 대비 감소

- 외식, 도소매 업종의 가맹점 평균 차액가맹금 지급금액은 각각 26백만 원, 50백만 원으로 전년 대비 3백만 원씩 증가했다.

- 다만, 가맹본부 중 '차액가맹금만 수취'하는 비중은 22.9%로 전년 대비 1.8%p 감소하고, '로열티와 차액가맹금을 병행 수취'하는 비중은 38.6%로 전년 대비 1.9%p 증가하는 등 계속가맹금 수취방법이 로열티 중심으로 전환되는 긍정적인 흐름 역시 포착되었다.

\* '25.12.31. 보도자료(2025년 가맹분야 실태조사 결과 발표) 참고

### <향후 계획>

□ 가맹산업의 양적 성장이 개별 가맹점의 경영 여건 개선으로까지 이어질 수 있도록, 가맹점 간 수익 격차와 경영환경의 불확실성을 해소하기 위한 정책적 보완이 필요할 것으로 판단된다.

○ 이에 공정위는 가맹점주 권익 강화 종합 대책의 일환으로 ▲정보공개서를 사전심사 없이 제공하는 정보공개서 공사제\*를 도입하고, ▲「상법」 규정을 구체화한 가맹점주의 계약해지권을 「가맹사업법」에 명시\*\*하는 등 가맹희망자가 시장에 안정적으로 진입하고 한계점주가 원활하게 폐업할 수 있도록 지원할 계획이다.

\* (현행) 등록기관 심사 전 정보공개서 제공 불가→(개정) 심사 없이 정보공개서 신속 공사제공(사후점검)

\*\* (현행) 본부의 계약해지 남용만을 제한→(개정) 점주의 계약해지권을 명시하여 위약금 부담 경감

○ 아울러 과도한 차액가맹금 수취 관행을 개선하고자 개정된 필수품목 제도가 제대로 시행되고 있는지 지속적으로 점검하고, 가맹분야의 불공정거래행위에 대한 점주 대응력을 높이기 위해 가맹점주단체 등록제 도입 및 협의 의무화\*를 추진하고 있다.

\* (현행) 가맹점사업자단체가 임의로 구성·운영→(개정) 가맹점사업자단체를 공정위에 등록하고, 가맹본부에는 일정 기준·절차에 따라 협의에 응할 의무 부과

## 붙임2

# 2025년 가맹사업 세부 업종별 주요 현황

〈표 1〉 프랜차이즈 업종 구분

업종	세부 업종
외식업 (15개)	한식, 분식, 중식, 일식, 서양식, 기타 외국식, 치킨, 피자, 커피, 음료(커피 외), 아이스크림/빙수, 패스트푸드, 제과제빵, 주점, 기타 외식
서비스업 (22개)	교육(교과), 교육(외국어), 기타 교육, 유아 관련(교육 외), 유아 관련, 스포츠 관련, 이미용, 자동차 관련, PC방, 부동산 중개, 임대, 숙박, 오락, 배달, 안경, 세탁, 이사, 운송, 반려동물 관련, 약국, 인력파견, 기타 서비스
도소매업 (7개)	편의점, 의류·패션, 화장품, 농수산물, 건강식품, 종합소매점, 기타 도소매

〈표 2〉 주요 외식 업종 현황

구분	치킨	한식	커피	제과제빵	피자	주점
가맹점 수	28,750개	43,882개	29,101개	8,717개	7,986개	10,036개
브랜드 수	681개	4,252개	921개	342개	251개	571개
개점률	11.7%	27.5%	16.5%	9.5%	11.7%	18.8%
폐점률	12.0%	21.0%	9.3%	10.3%	12.3%	15.3%
가맹점 평균 매출액	328백만 원	386백만 원	254백만 원	476백만 원	326백만 원	312백만 원

※ 가맹본부 및 브랜드 수는 '25년 말 기준으로, 가맹점 수(개·폐점률) 및 평균 매출액은 '24년 말(정보공개서 내 기재 정보) 기준 (이하 같다)

〈표 3〉 주요 서비스 업종 현황

구분	외국어교육	교과교육	이미용	세탁	운송
가맹점 수	15,144개	9,523개	5,590개	4,297개	49,740개
브랜드 수	154개	89개	335개	33개	41개
개점률	11.3%	15.2%	13.1%	12.4%	28.0%
폐점률	11.9%	16.4%	8.6%	6.1%	8.9%
가맹점 평균 매출액	114백만 원	97백만 원	383백만 원	101백만 원	-

〈표 4〉 주요 도소매 업종 현황

구분	편의점	화장품	건강식품	농수산물
가맹점 수	55,927개	957개	1,827개	234개
브랜드 수	43개	16개	27개	38개
개점률	8.3%	3.8%	4.3%	6.8%
폐점률	7.7%	15.9%	1.3%	19.7%
가맹점 평균 매출액	578백만 원	201백만 원	487백만 원	261백만 원

### 붙임3

## 세부 업종별 가맹점 수, 신규개점 수, 평균 매출액 상위 5개 업체

### 1. 외식 업종

(단위:개, 천 원, 24년 말 기준)

구분	가맹점 수		신규개점 수		가맹점 평균 매출액		
	순위	브랜드	수치	브랜드	수치	브랜드	수치
치킨	1	비비큐(BBQ)	2,316	비비큐(BBQ)	216	교촌치킨	727,264
	2	비에이치씨(BHC)	2,228	노랑통닭	171	청년치킨	609,694
	3	교촌치킨	1,361	가마치통닭	121	비에이치씨(BHC)	529,724
	4	처갓집양념치킨	1,254	기영이숯불두마리치킨	106	다사랑	529,385
	5	굽네치킨	1,154	자담치킨	98	후라이드 참 잘하는집	525,842
한식	1	본죽&비빔밥	1,150	일품양평해장국	176	샤브올데이	3,608,627
	2	한솔	811	따띠삼겹	161	소플러스	2,624,065
	3	명륜진사갈비	606	본죽&비빔밥	152	샤브20	2,477,226
	4	두점	603	마장동 고기집	149	담가 화로구이	2,010,833
	5	땅스부대찌개	593	고기듬뿍국물두루치기	138	청기와타운	1,808,186
커피	1	메가엠지씨커피 (MEGA MGC COFFEE)	3,325	메가엠지씨커피 (MEGA MGC COFFEE)	657	투썸플레이스	571,726
	2	컴포즈커피 (COMPOSE COFFEE)	2,649	컴포즈커피 (COMPOSE COFFEE)	311	에이바우트커피	445,888
	3	이디야커피	2,562	빽다방	286	PLUS 82(플러스 82)	423,838
	4	빽다방	1,712	텐퍼센트스페셜티커피	206	파스쿠찌	403,244
	5	투썸플레이스	1,510	더벤티	173	백억커피	392,279
제과 제빵	1	파리바게뜨	3,327	뚜레쥬르	76	삼송빵집	769,320
	2	뚜레쥬르	1,307	파리바게뜨	52	파리바게뜨	705,571
	3	던킨/던킨도너츠	616	화이트리에	42	화이트리에	690,346
	4	명랑시대살핫도그	480	아이엠도넛(lamDonut)	35	롤링핀	609,871
	5	앤티앤스	197	던킨/던킨도너츠	34	뚜레쥬르	579,594
피자	1	피자스쿨	628	피나치공	101	노모어피자	1,045,639
	2	피나치공	562	노모어피자	78	도미노피자	730,953
	3	피자마루	498	프레드피자	61	서오름피자	713,236
	4	도미노피자	373	빽보이피자	49	탐나는피자	645,854
	5	반올림피자	365	반올림피자	38	번쩍피자	636,435

## 2. 서비스 업종

(단위:개, 천 원, 24년 말 기준)

구분	가맹점 수		신규개점 수		가맹점 평균 매출액		
	업종	순위	브랜드	수치	브랜드	수치	브랜드
교육 (교과)	1	스마트해법수학	1,900	미래엔수학	396	유투엠(U2M)	357,425
	2	미래엔수학	1,491	스마트해법수학	232	소마사고력수학	260,564
	3	기탄사고력교실	1,083	비상 딱풀리는수학	201	장원교육	143,090
	4	빨간펜 수학의 달인	786	기탄사고력교실	139	비상IVYTZ(아이비츠)	124,654
	5	셀파우등생교실	723	엠베스트SE	90	미래엔수학	98,458
교육 (외국어)	1	뮤엠영어	1,849	미래엔영어	298	에이프릴어학원	813,188
	2	삼성영어셀레나	1,625	삼성영어셀레나	207	이아이(IE) 고려대학교 영어교육 프로그램	257,800
	3	스마트해법영어	1,457	스마트해법영어	168	파머스영어	205,240
	4	미래엔영어	1,355	뮤엠영어	123	윤선생영어교실	99,105
	5	잉글리시아이(englishye)	1,227	링키영어	121	프렌잉글리시	74,683
이미용	1	리안	452	에이바헤어	109	차홍룸(Chahongroom)	1,824,580
	2	세이프존	332	리안	37	리차드프로헤어	1,713,184
	3	블루클럽	323	나이스가이	34	준오헤어	1,613,147
	4	에이바헤어	320	보그(VOG)	21	아이디헤어	1,294,811
	5	나이스가이	259	블루클럽	18	마끼에	1,094,966
세탁	1	크린토피아	3,052	크린토피아	307	크린토피아	115,822
	2	월드크리닝	475	월드크리닝	51	월드크리닝	94,454
	3	크린에이드	271	위시엔조이 멤버스	50	크린에이드	46,624
	4	위니아24크린샵	112	새로클린	35	-	-
	5	크린워드	90	HOTEL-LAUNDRY 호텔렌드리	27	-	-
운송 <sup>11)</sup>	1	카카오T블루 (kakaoTblue)	29,754	카카오T블루 (kakaoTblue)	5,994	-	-
	2	Uber Taxi (우버택시)	10,074	네모택시 (NEMO TAXI)	4,304	-	-
	3	네모택시 (NEMO TAXI)	4,265	Uber Taxi (우버택시)	2,942	-	-
	4	카카오T블루	4,005	카카오T블루	451	-	-
	5	인천콜	1,118	인천콜	169	-	-

11) 서비스 업종 중 운송 업종의 경우 1개의 가맹점이 1개의 운송 수단을 보유한 개인사업자인 경우와, 여러 대의 운송 수단을 보유한 법인인 경우가 혼재되어 있어 평균 매출액 산정에 적합하지 않은 업종이므로, 집계에서 제외함.

### 3. 도소매 업종

(단위:개, 천 원, 24년 말 기준)

구분		가맹점 수		신규개점 수		가맹점 평균 매출액		
업종	순위	브랜드	수치	브랜드	수치	브랜드	수치	
편의점	1	씨유(CU)	18,255	GS25	1,785	GS25	643,718	
	2	GS25	17,989	씨유(CU)	1,592	씨유(CU)	633,837	
	3	세븐일레븐	12,081	세븐일레븐	519	세븐일레븐	511,210	
	4	이마트24(emart24)	5,895	이마트24(emart24)	422	이마트24(emart24)	451,496	
	5	씨스페이스24(CPACE24)	337	씨스페이스24(CSPACE24)	79	-	-	
화장품	1	아리따움	372	루미노셀	20	이니스프리(innisfree)	223,401	
	2	이니스프리(innisfree)	190	더샘	9	토니모리	201,063	
	3	토니모리	97	미샤	홀리카홀리카	2	아리따움	189,696
	4	미샤	89			미샤	130,962	
	5	더샘	46	네이처리퍼블릭(NATUREREPUBLIC)		1	-	-
(건강)식품	1	옵티마	879	옵티마	28	정관장	567,475	
	2	정관장	751	롤리폴리캔디	26	-	-	
	3	한삼인	66	장봐주는언니	10	-	-	
	4	롤리폴리캔디	60	시즌글라스(SEASONGLASS)	9	-	-	
	5	시즌글라스(SEASONGLASS)	47	해콩	3	-	-	
농산물	1	바닷물만남콩야: 두부야	88	바닷물만남콩야: 두부야	4	총각네야채가게	597,215	
	2	총각네야채가게	37	화월청과 로즈애플(ROSE APPLE) 잘말린건너가 농촌이야기	2	아지야과일가게	574,954	
	3	에코한마음	31			화월청과	291,573	
	4	아지야과일가게	15			바닷물만남콩야: 두부야	185,221	
	5	로즈애플(ROSE APPLE)	12			에코한마음	170,093	

※ 소수의 가맹점으로 높은 매출액을 얻는 브랜드까지 순위에 포함하여 발표할 경우 통계의 객관성이 저해되므로, 가맹점 평균 매출액 순위는 '가맹점 수가 해당 업종 평균 이상인 브랜드'만을 대상으로 하여 선정함. 이에 세탁, 편의점, 화장품, (건강)식품 업종은 위 조건을 만족하는 브랜드의 순위만을 기재하고, 나머지는 공란으로 처리함.