

정책연구
2018-06

자영업 경영상황의 동태적 변화 분석

홍민기 · 오상봉

한국노동연구원

목 차

요 약	i
제1장 서 론	(홍민기) 1
제1절 연구의 목적	1
제2절 보고서의 구성	2
제2장 자영업 경영상황의 변화	(오상봉) 4
제1절 서 론	4
제2절 환경 변화	5
1. 인구 및 가구구조의 변화에 따른 소비패턴 변화	5
2. 소비위축에 따른 매출기반의 축소	7
3. 사업방식의 변화에 따른 이익기반의 축소	8
제3절 분석의 개요	11
1. 자영업의 정의	11
2. 데이터	12
3. 분석 내용	15
제4절 분석결과	17
1. 자영업의 구성 변화	17
2. 자영업의 경영상황 변화	21
3. 프랜차이즈 자영업의 경영상황 변화	31
제5절 소 결	43
제3장 자영업자 경영 실태조사	(홍민기) 45

제1절 서 론	45
제2절 조사 개요	46
1. 조사 개요	46
2. 경제총조사와 비교	47
제3절 업종별 영업정보 분석	51
제4절 비용의 분석	54
제5절 임대료	56
제6절 근로자 수와 최저임금	67
제7절 소 결	72
 제4장 요약 및 결론	(홍민기 · 오상봉) 75
제1절 요 약	75
제2절 결 론	77
 참고문헌	79
 [부 록]	80

표 목 차

<표 2- 1> 경제총조사 원자료 제공범위	14
<표 2- 2> 분석에 이용한 사업체 수	14
<표 2- 3> 업종별 주사업과 부사업에 대한 조사방식 및 제공 정보 ...	15
<표 2- 4> 업종 및 규모별 사업체 비중(2010년)	17
<표 2- 5> 업종 및 규모별 사업체 비중(2015년)	18
<표 2- 6> 온라인 거래 비중	20
<표 2- 7> 프랜차이즈 가맹점의 수 및 규모(종사자 수)별 비중 변화	20
<표 2- 8> 프랜차이즈 규모별 가맹률의 변화	21
<표 2- 9> 영업이익	22
<표 2-10> 매출액	24
<표 2-11> 영업이익률	25
<표 2-12> 매출액 대비 매출원가의 비중	28
<표 2-13> 매출액 대비 판매관리비의 비중	29
<표 2-14> 매출액 대비 인건비의 비중	31
<표 2-15> 매출액 대비 임차료의 비중	31
<표 2-16> 프랜차이즈 가맹여부별 영업이익	34
<표 2-17> 프랜차이즈 가맹여부별 매출액	36
<표 2-18> 프랜차이즈 가맹여부별 영업이익률	37
<표 2-19> 프랜차이즈 가맹여부별 매출액 대비 매출원가의 비중 ...	39
<표 2-20> 프랜차이즈 가맹여부별 매출액 대비 판매관리비의 비중 ...	40
<표 2-21> 프랜차이즈 가맹여부별 매출액 대비 인건비의 비중	41
<표 2-22> 프랜차이즈 가맹여부별 매출액 대비 임차료의 비중	42
<표 3- 1> 자영업 경영 실태조사의 업종, 지역별 표본 수	46

<표 3- 2> 종사자 수 분포(무급가족 종사자 포함)	47
<표 3- 3> 음식업과 소매업의 지역 분포: 2015년 경제총조사	48
<표 3- 4> 경제총조사와 실태조사의 지역별 분포 비교	49
<표 3- 5> 음식업의 종사자 수 비교: 경제총조사와 실태조사	49
<표 3- 6> 소매업의 종사자 수 비교: 경제총조사와 실태조사	50
<표 3- 7> 업종별 매출액, 영업비용, 영업이익	51
<표 3- 8> 프랜차이즈와 일반 사업체의 경영상태	52
<표 3- 9> 고용주와 자영자의 경영상태	53
<표 3-10> 고용주와 자영자의 영업이익 분포	53
<표 3-11> 영업비용 항목별 금액	55
<표 3-12> 영업비용 항목별 비중	55
<표 3-13> 영업비용 항목별 비중: 비율을 별도로 질문한 결과	56
<표 3-14> 건물의 계약 형태의 분포	57
<표 3-15> 건물 연면적의 분포	57
<표 3-16> 임차건물의 면적 분포	58
<표 3-17> 임차건물 보증금의 분포	58
<표 3-18> 단위면적(평) 보증금, 월세, 권리금	59
<표 3-19> 단위면적(평)당 임차료(월세)와 환산임대료	60
<표 3-20> 사업장 상권별 단위면적당 전환임대료	62
<표 3-21> 임대료와 전환임대료가 영업비용에 미치는 영향	62
<표 3-22> 조사방법에 따른 비용항목별 비중	63
<표 3-23> 단위면적당 전환임대료 회귀분석 결과	65
<표 3-24> 근로자 수 분포(무급가족 종사자 제외)	67
<표 3-25> 최저임금 영향 근로자의 비율	67
<표 3-26> 사회보험 가입 근로자의 비중	68
<표 3-27> 최저임금 인상에 대한 대응 방식: 중복응답 가능	69
<표 3-28> 최저임금 인상에 대한 고용주의 대응 방식: 중복응답 가능	70

그림목차

[그림 2-1] 가구의 고령화	6
[그림 2-2] 가구원수별 가구 비중	6
[그림 2-3] 소비지출 추이	7
[그림 2-4] 소득 대비 자산축적과 부채상환 지출 비중 추이	8
[그림 2-5] 온라인 판매 증가 추이	9
[그림 2-6] 프랜차이즈 가맹점 수의 증가	10
[그림 2-7] 영업이익률	26
[그림 2-8] 가맹 여부별 매장 면적 비교(2015년)	32
[그림 3-1] 영업이익 로그값의 분포	52
[그림 3-2] 프랜차이즈와 일반 사업체의 영업이익 로그값 분포	52
[그림 3-3] 단위면적당 환산임대료의 분포	60
[그림 3-4] 단위면적당 월세와 환산임대료의 관계	61

요 약

1. 자영업 경영상황의 변화

2010년 이전부터 자영업과 관련된 환경은 빠르게 변하고 있었다. 가구구조의 급격한 변화, 매출기반의 약화, 새로운 사업방식의 확산으로 자영업 경영의 불확실성이 갈수록 커지고 있다. 그러나 우리는 우리의 현실을 정확히 알지 못하고 있다. 본 보고서에서는 2010년과 2015년 사이에 자영업의 경영상황 변화에 대한 객관적인 정량적 분석 결과를 제시하였다.

자영업의 경영환경을 결정하는 가장 기본적인 사회적 변화는 인구고령화와 1인 가구의 급격한 증가일 것이다. 이는 사회 전체 매출 규모에도 영향을 미치겠지만 필요한 사업에 대한 수요도 변화시킨다. 단기적으로 자영업에 가장 중요한 영향을 미치는 것은 가구의 소비지출이다. 2015년까지 지난 10년간 소득 대비 비주거 소비지출 비중이 5%포인트나 하락하였다. 이런 환경에서 자영업의 경영상황이 좋아지기는 현실적으로 어려울 것이다. 경영방식의 변화도 급격히 진행되고 있다. 전자상거래를 이용한 상품 및 서비스의 판매가 폭발적으로 증가하고, 프랜차이즈 방식의 자영업이 빠르게 확산되고 있다. 이러한 경영방식은 자영업의 시작을 쉽게 하지만 장기적으로 비용 증가의 요인으로 작용할 수도 있다.

2010년에서 2015년 사이에 자영업 구성에 상당한 변화가 발견된다. 2010년만 해도 고용원이 없는 자영업자가 약 60%였는데 5년 사이에 약 4%포인트나 줄어들었고 대신 고용원이 있는 자영업자가 늘어났다. 소매업과 음식점업의 경우 이러한 변화는 프랜차이즈의 증가 및 프랜차이즈에서 고용원이 있는 자영업자 비중의 증가와도 관련이 있을 것으로 보인다. 5인 미만 고용원이 있는 사업체의 가맹

율은 20%에 육박하고 5인 이상 사업체의 1/3 이상이 가맹점이다. 업종별로도 자영업 구성에 약간의 변화가 있었는데 대체로 지난 5년간의 수요 변화에 따른 증감으로 보인다.

2010년 이후 5년간 영업이익은 16.8% 하락하였다. 이 기간 동안 영업이익이 적은 고용원이 없는 자영업자의 비중이 줄어들지 않았다면 하락률은 더 높았을 것이다. 이 기간 동안 경제가 15.9% 성장하였다는 점을 감안하면 자영업의 상대적 상황 악화는 더욱 심각하다고 할 수 있을 것이다. 영업이익 악화된 것은 경제성장률 정도로 증가해야 할 매출액이 별로 증가하지 않았고 영업이익률이 크게 하락하였기 때문이다. 영업이익률 하락에는 매출원가 비중과 판매관리비 비중의 증가가 모두 영향을 미쳤다. 특히 전체 자영업의 50%를 차지하는 도매·소매업과 숙박·음식점업의 경우에는 매출원가 비중의 증가가 압도적인 영향을 끼쳤다.

소매업과 음식점업 프랜차이즈 가맹점의 영업이익은 비가맹점에 비해 다소 높지만 이는 주로 가맹점의 규모가 비가맹점에 비해 크기 때문이므로 사실상 가맹점과 비가맹점 사이의 영업이익의 차이는 거의 없는 것으로 보인다. 영업이익 가맹점의 사업장 면적별 매출은 비가맹점의 2배에 이르는데 영업이익이 비슷하다는 것은 영업이익률의 하락이 컸음을 의미한다. 2010년부터 2015년까지 가맹 소매점과 음식점의 영업이익은 36.5%와 25.2% 하락하였다. 이는 비가맹점도 비슷하다. 가맹 소매점과 음식점의 매출액은 64.0%와 44.6% 증가하였다. 5년간 구성 변화가 상당했다고 하더라도 가맹점의 매출액 증가율은 매우 높은 수준이며 비가맹점과 비교하더라도 매우 빠르다. 매출액이 이렇게 증가하였음에도 영업이익이 하락하였다는 것은 영업이익률 하락이 매우 컸다는 것을 의미한다. 매출원가 비중의 상승이 영업이익률 하락의 하나의 원인으로 보이지만 매우 큰 영업이익률 하락을 설명하기에는 모자란다. 가맹본점에서 홍보비 등을 더 강제한 것이 추가적인 비용구조의 악화 요인이 아닌가 의심된다.

정리하자면, 자영업 영업이익 하락은 매우 심각한 것이며 여기에

는 매출액 증가의 정체와 비용구조 악화가 동시에 작용한 것으로 보인다. 매출액 증가의 정체는 가구의 소득 대비 저축을 제외한 가처분소득의 비중이 줄어드는 환경에서 개선되기 어려워 보인다. 이러한 상황에서 자영업 경영상황 악화를 완화하기 위해서는 비용구조 개선을 위한 정부의 정책적 개입이 필요하다고 판단된다. 특히 점점 비중이 커지고 있는 프랜차이즈 가맹사업에 대한 정부의 적극적인 정책 개입의 중요성이 크다고 판단된다.

2. 자영업자 경영 실태조사

2018년 6월에 서울, 대전, 대구 지역 소매업과 음식업의 소규모 사업장을 위주로 실태조사를 하였다. 서울 1,033개, 대전 421개, 대구 546개 총 2,000개의 표본조사를 실시하였다. 자영업 경영 실태에 대해서는 통계청의 도소매업조사, 서비스업조사 등에서 조사하고 있다. 본 연구에서 수행한 조사에서는 대표성을 가진 조사를 목표로 하고 있지 않다. 이번에 실시된 실태조사는 업종, 지역, 규모에서 매우 특정한 부분만 대상으로 한 것이다. 업종은 음식업과 소매업으로 국한되었고, 지역은 서울, 대전, 대구로 국한되었으며, 규모는 2인 이하 사업체를 집중적으로 조사하였다.

이번에 실시된 실태조사의 표본은 대표성이 전혀 없기 때문에 조사 결과를 일반화할 수 없다. 이번 실태조사는 그동안 대표성이 있는 조사에서 비율이 매우 낮았던 영세사업체를 과대 대표하였다. 이번 실태조사는 대표성이 없지만 영세사업체에 대해서는 좀 더 정밀한 정보를 줄 수 있다.

이 실태조사에서는 여러가지 기존의 자영업자 조사에서 몰랐던 정보 이외에 임대료나 최저임금과 관련된 사항을 추가적으로 조사하여 기존의 조사에서 알 수 없었던 정보를 추가적으로 파악하고자 하였다.

몇 가지 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 종업원이 있는 고용주의 영업이익은 양극화되어 있고, 종업원이 없는 자영자의 영업이익은 매우 적다.

둘째, 영업비용의 각 항목에 대해 금액을 조사하고 이에 근거해서 항목별 비중을 계산한 결과와 영업비용 항목의 비중을 직접 조사한 결과를 비교하여 보았다. 영업비용 항목별로 금액을 적도록 한 것이 객관적인 수치에 가깝다고 할 수 있고, 영업비용 각 항목의 비중을 직접 답한 결과는 주관적인 감각이 많이 반영되었다고 볼 수 있다. 자영업자들은 재료매입비가 영업비용에서 차지하는 비중을 과소평가하는 반면, 인건비의 비중을 과대평가하는 경향이 나타난다. 인건비 부담을 실제보다 더 크게 생각하는 경향은 최저임금 인상의 효과에 대한 반응에 반영될 가능성이 있다.

셋째, 권리금과 보증금을 월세로 환산하고 이를 실제 월세와 더해서 '환산임대료'를 계산하고 이를 월세와 비교하여 보았다. 환산임대료는 월세에 비례한다. 환산임대료를 월세에 회귀분석한 결과 R^2 은 0.984이다. 보증금과 권리금이 있어서 월세가 임대료를 잘 반영하지 못할 수도 있다는 우려가 있다. 하지만 실태조사 결과에 따르면, 월세가 환산임대료의 거의 대부분을 설명하고 있다. 월세와 환산임대료는 지역별, 종류별 전환율을 잘 고려할 경우 서로 충분히 대체하여 사용할 수 있는 정보이다.

넷째, 임대료 영향을 회귀분석한 결과를 보면, 다른 조건이 동일하다면, 지역과 상권은 임대료에 매우 큰 영향을 준다. 그리고 유흥상업지에 위치한다는 것은 일반상업지에 비해 임대료를 43.4% 높이는 요인이 된다. 반면 저밀도 주거지에 있으면 임대료가 14.9% 감소한다. 프랜차이즈 사업체의 임대료는 일반(비프랜차이즈) 사업체의 임대료에 비해, 다른 조건이 일정하다면, 35.5% 높다. 임차면적이 늘어나면 단위면적당 임대료는 감소한다. 임대료에도 규모의 경제가 작동한다.

다섯째, 최저임금 인상에 대해 사업체에서 매우 다양한 방식으로 대응하였음을 알 수 있었다. 최저임금 인상에 따라 근로자 수를 조

정하였다는 응답을 분석한 결과 상관관계를 인과관계로 혼동한 결과일 가능성이 높다는 것을 알 수 있었다. 경기상황, 사업체의 경쟁 조건, 경영상황 등이 사업체의 대응에 영향을 미칠 수 있기 때문에 각 요소의 역할을 조심스럽게 구분하여 살펴볼 필요가 있다. 최저 임금 인상에 대해 본사가 지원금을 증가한다거나 가맹수수료를 감면하는 방식으로 지원하는 경우는 프랜차이즈 사업체에서도 매우 극소수에 불과하였다. 최저임금이 인상되는 상황에 대해 본사는 부담을 전혀 지지 않고 대책과 부담을 거의 가맹점이 홀로 감당하고 있다.

제 1 장 서 론

제1절 연구의 목적

본 연구에서는 자영업자의 경영상태를 파악하고자 한다. 본 연구는 2016년 자영업의 경영상황을 파악한 연구의 후속편에 해당한다. 이병희 외(2016) 연구에서는 전국사업체조사, 국세통계, 경제활동인구조사를 이용하여 자영업자의 상황을 분석한 바 있다. 파악된 결과를 요약하면 다음과 같다.

개인사업체에서 고용원 없는 자영자가 62%, 1~4인 고용주가 28%, 5인 이상 고용주가 10%를 차지한다. 업종별 자영업체의 비중을 보면, 소매, 음식, 운수가 많은 비중을 차지한다.

자영업이 직면하고 있는 경영환경의 변화는 크게 세 가지로 요약된다. 첫째는 수요구조의 변화이다. 가구의 소비 성향이 최근 감소하는 추세인데, 이에는 고용과 사업의 불안정성 증가, 기대수명 증가, 주거비 증가가 요인으로 작용하였다. 한편으로 대출의 증가는 주거관련 이자지출의 증가로 이어지고 있다. 그리고 저출산·고령화와 가구구조의 변화가 수요구조를 변화시키고 있다. 1인과 2인 가구가 증가하고 4인 가구의 비중은 급감하고 있다.

두번째로 경쟁이 심화되고 있다. 대기업이 서비스업에 진출하고 영역

을 확장하면서 대형종합소매업(대형마트, 아울렛, 백화점)과 기업형 슈퍼마켓(ssm)이 확대되고 있다. 2013년 요식업이 중소기업 적합업종으로 지정되기는 하였지만 경쟁 심화를 막기에는 역부족이다. 그리고 전자상거래(인터넷, tv홈쇼핑)가 늘어나면서 자영업 시장이 위축되고 있다.

세번째, 프랜차이즈가 확대되고 있다. 프랜차이즈 확대는 특히 커피전문점과 편의점 가맹점을 통해 이루어지고 있다. 편의점 가맹점은 2008년 금융위기 이후 2배 이상 증가하여 2014년에는 2만 6천 개가 되었다. 프랜차이즈가 늘어나면서 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」과 같은 법제도의 중요성도 늘어나고 있다.

자영업자의 경영상황은 서비스업조사, 도소매업조사, 전문과학기술서비스업조사를 통해 분석할 수 있다. 자영업 사업체의 영업이익률은 2007~14년 사이에 악화되었다. 특히 도소매업과 음식업에서 악화되는 정도가 심하다. 자영업체의 영업이익에 인건비가 포함되어 있어서, 자영업자의 영업이익률(이윤/매출)이 고용주보다 높다.

그리고, 고용주 자영업체에서는 인건비/매출액 비중이 상승하였다. 실제 임차료 부담은 보증금에 대한 이자비용과 월세를 합친 것인데 기존의 조사에서는 월세만 포함되어 있어서 임차료 부담을 과소평가하는 경향이 있다. 임차료/매출액 비중은 약간 감소하였다. 임차료가 0인 경우(자기 사업장)를 제외하고 보면, 임차료 비중 변화가 없는 것으로 나타난다. 영업이익이 잘 되는 사업체에서 임차료가 상승하는 것으로 보인다. 도소매는 매출원가 비중이 매우 높다. 도소매에서는 매출원가가 증가가 이익률 하락에 기여한 것으로 보인다.

제2절 보고서의 구성

제2장에서는 경제총조사 2010년과 2015년 자료를 이용하여 경영상황의 변화 양상을 살펴본다. 제2장에서는 먼저 자영업의 경영상황과 관련된 환경이 어떻게 바뀌고 있는지를 살펴보고 이어서 본 연구의 분석 대상을 어

떻게 정의하고, 이용한 데이터는 어떻게 만들었고 분석은 어떻게 할 것인지를 간단히 설명한다. 다음으로 자영업 경영상황과 관련된 분석 결과가 이어진다. 자영업의 업종·규모별 비중이 어떻게 바뀌었고, 영업이익은 얼마나 변했으며, 어떤 주요 항목들이 영업이익의 변화를 이끌었는지 등을 살펴본다. 마지막으로 연구 내용을 정리한다.

제3장에서는 2016년 자영업자 경영상태에 대해 소규모 사업장을 대상으로 실태조사를 실시한 결과를 보고한다. 마지막으로 제4장에서는 연구 결과를 요약하고 시사점에 대해 설명한다.

제2장

자영업 경영상황의 변화

제1절 서론

자영업과 관련된 보도가 거의 매일 방송과 신문에 보도되고 있다. 보도 내용은 자영업의 어려운 경영상황이나 그 이유에 대한 사례가 주를 이룬다. 사례를 살피는 것이 상황의 파악에 도움이 될 수 있지만 자영업의 객관적인 상황을 보여주는 양적 지표에 기반하지 않는다면 이것은 현실을 호도하게 될 수도 있다.

자영업에 대한 정량적 분석 결과들이 조금씩 발표되고 있지만 자영업의 경영상황을 객관적으로 보여주는 연구는 거의 없다. 본 보고서는 경영 상황과 관련된 다양한 양적 지표를 이용하여 자영업의 경영상황에 대한 객관적인 분석결과를 제시하고자 한다. 분석하고자 하는 현재 시점은 2015년이며 비교시점은 2010년으로 한다. 즉, 2010년과 비교해서 2015년 상황이 어떠한지를 살펴보고자 한다.

이 장의 구성은 다음과 같다. 먼저 자영업의 경영상황과 관련된 환경이 어떻게 바뀌고 있는지를 살펴본다. 이어서 본 연구의 분석 대상을 어떻게 정의하고, 이용한 데이터는 어떻게 만들었고, 분석은 어떻게 할 것인지를 간단히 설명한다. 다음으로 자영업 경영상황과 관련된 분석 결과가 이어진다. 자영업의 업종·규모별 비중이 어떻게 바뀌었고, 영업이익은 얼마

나 변했으며, 어떤 주요 항목들이 영업이익의 변화를 이끌었는지 등을 살펴본다. 프랜차이즈 가맹점의 경영상황도 추가적으로 살펴본다. 마지막으로 연구 내용을 정리한다.

본 연구에서는 경제총조사 2010년과 2015년을 이용하였다. 전수조사 자료를 이용함으로써 샘플조사 자료를 이용한 이병희 외(2016)보다 더 신뢰할 수 있는 결과를 제시할 수 있으리라 기대한다.

제2절 환경 변화

자영업의 경영성과는 매출과 비용에 의해 결정된다. 본 절에서는 매출과 비용에 영향을 미치는 최근의 주요 환경 변화에 대해 살펴보도록 한다. 본 연구의 분석 대상 기간이 2010년에서 2015년이기 때문에 2015년까지의 환경 변화를 주로 살핀다.

1. 인구 및 가구구조의 변화에 따른 소비패턴 변화

자영업의 매출은 개인 또는 가구의 소비지출에 의해서 발생한다. 그런데 인구 및 가구구조는 소비지출 규모 및 패턴에 크게 영향을 미친다. 인구구조의 고령화는 고령자를 위한 상품 및 서비스에 대한 수요 비중 증가와 그 이외 상품 및 서비스에 대한 수요 비중의 감소를 의미한다. 노령연금의 소득대체율이 높은 경우에는 고령화가 소비증가로 이어질 가능성이 높지만 한국의 경우에는 이에 해당하지 않는 것으로 보인다. 따라서 고령화가 자영업의 전반적인 매출증가에 기여하는지는 추가적인 검토가 필요하다.

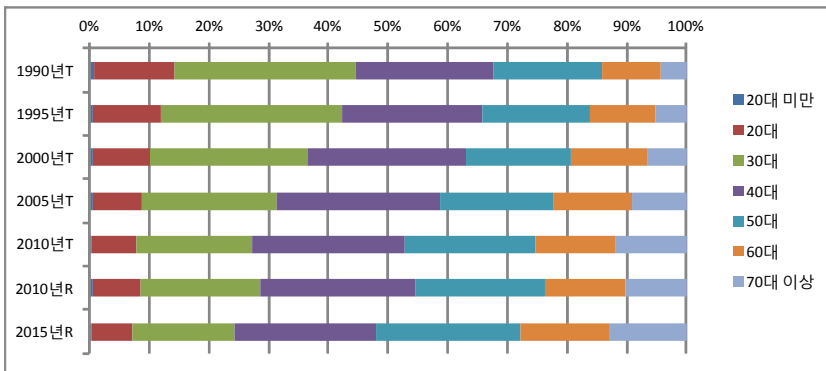
일반적으로 소비 단위는 가구이기 때문에 가구구조의 변화 또한 자영업 매출구조 변화에 크게 영향을 미치게 된다. 한국의 경우 1980년에만 해도 전체의 70%를 차지하던 4인 가구가 2015년에는 전체의 25%대까지 떨어졌고 그 빈 자리를 3인 이하 가구가 차지하게 되었다. 특히 1인 가구

6 자영업 경영상황의 동태적 변화 분석

비중의 증가가 두드러진다. 1인 가구의 증가가 전체 자영업 매출에 어떤 영향을 끼칠지는 아직 확실치 않지만, 1인 가구의 소비가 많은 소량포장 제품이나 즉석식품의 판매가 계속 늘어날 것은 거의 확실하다. 주거비가 증가하다 소비지출이 줄어들게 될 가능성이 클 것이다. 그러나 아직까지는 경제력이 있는 30~50대 1인 가구의 비중이 상당히 높아서 1인 가구의 소비지출이 전체 소비지출보다 높은 수준을 유지하고 있다.

[그림 2-1] 가구의 고령화

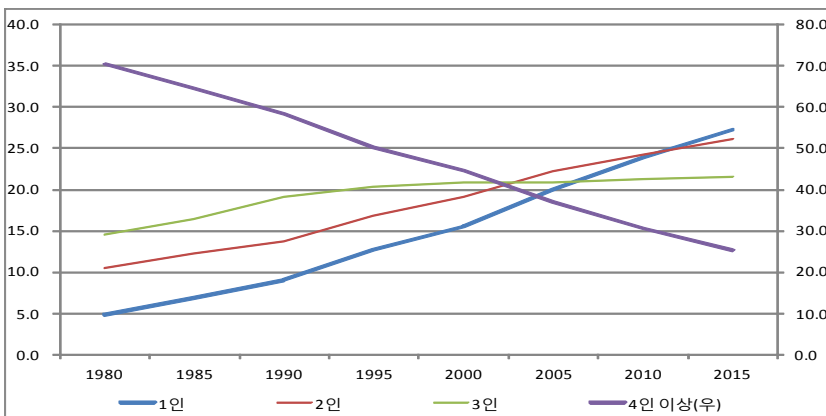
(단위: %)



주: T는 전통적 현장조사방식, R은 행정자료를 활용한 등록 센서스 방식을 의미.
자료: 이병희 외(2016), p.36.

[그림 2-2] 가구원수별 가구 비중

(단위: %)

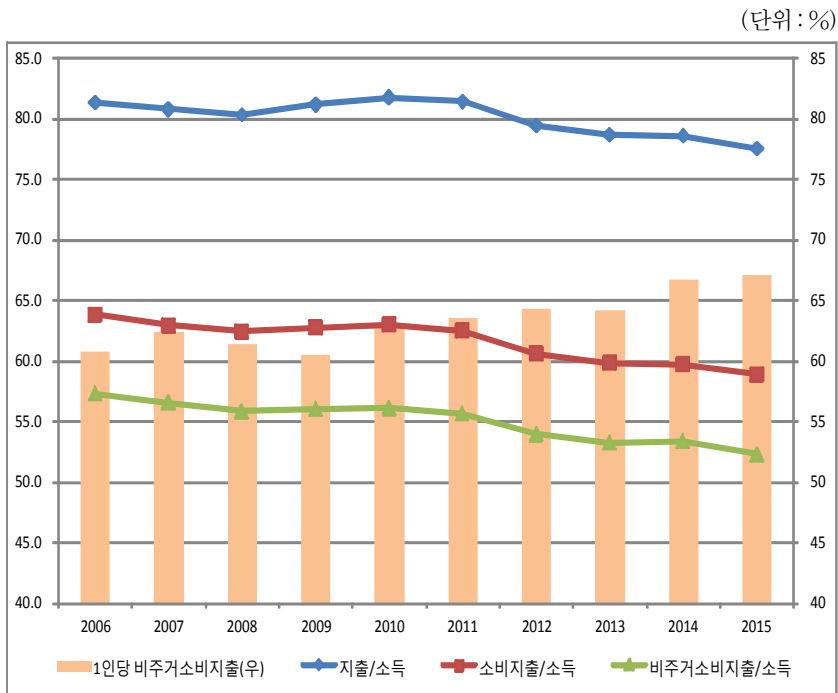


자료: 이병희 외(2016), p.37.

2. 소비위축에 따른 매출기반의 축소

자영업과 관련된 대부분의 환경적 요소는 최종적으로 소비지출을 통해 자영업에 영향을 미치게 된다. 그런데 최근 소득 대비 소비지출의 비중은 지속적으로 하락하고 있다. 2015년 이전 10년간 우리나라 가구의 소비지출 변화를 보면 1인당 비주거 소비지출의 절대 금액은 증가하였지만 소득 대비 비주거 소비지출의 비중은 5%나 하락하였다. 이렇게 비주거 소비지출 비중이 하락하면 자영업의 매출이 증가하더라도 그 증가속도가 경제 전체적인 소득의 증가를 따라가지 못하게 됨에 따라 자영업자의 상대적 소득 수준은 하락할 가능성이 높아진다.

[그림 2-3] 소비지출 추이

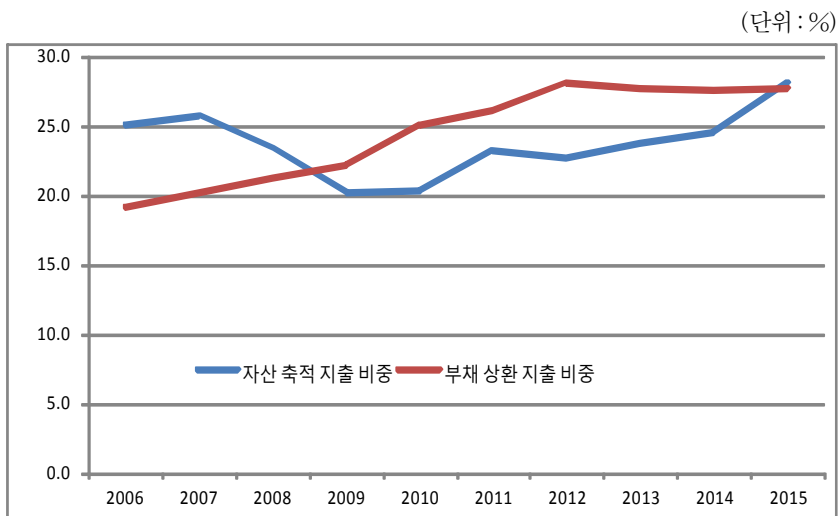


주: 1) 2010년 기준 실질금액.

2) 소비지출=지출-비소비지출. 비소비지출은 경상조세, 비경상조세, 연금, 사회보장, 이자 및 부담금, 가구간 이전, 비영리단체로 이전을 포함.

자료: 이병희 외(2016), p.34.

[그림 2-4] 소득 대비 자산축적과 부채상환 지출 비중 추이



자료: 오상봉(2017), p.168.

가구구조의 변화, 즉 구성변화가 비주거 소비지출 비중의 하락에 크게 영향을 미치지 않았을까 의심할 수도 있을 것이다. 그러나, 현실은 그렇지 않은 것 같다. 1인 가구의 소비성향은 다른 가구에 비해서 매우 높고 지난 10년간 소비지출의 비중이 줄어들지 않았다. 전체 소비지출을 줄이는 것은 2인 이상 가구의 소비지출 비중의 하락이다. 특히 비중이 꾸준히 증가하고 있는 3인 가구의 소비지출 비중은 급격히 하락하였다. 이러한 하락의 가장 큰 원인은 자산축적이나 부채상환을 위한 저축의 증가로 보인다. 소득 대비 부채상환 지출은 지난 10년간 꾸준히 증가하였으며, 금융위기 이후에는 자산축적을 위한 지출의 비중이 크게 증가하였다. 물론 3인 이상 가구의 소비지출 비중 감소에는 사교육비의 증가도 영향을 주었을 것으로 추측된다.

3. 사업방식의 변화에 따른 이익기반의 축소

새로운 사업방식은 자영업의 비용구조에 영향을 미치게 된다. 그 중 온라인 거래와 프랜차이즈가 지난 10여 년간 빠르게 확산되었으며, 이는 자

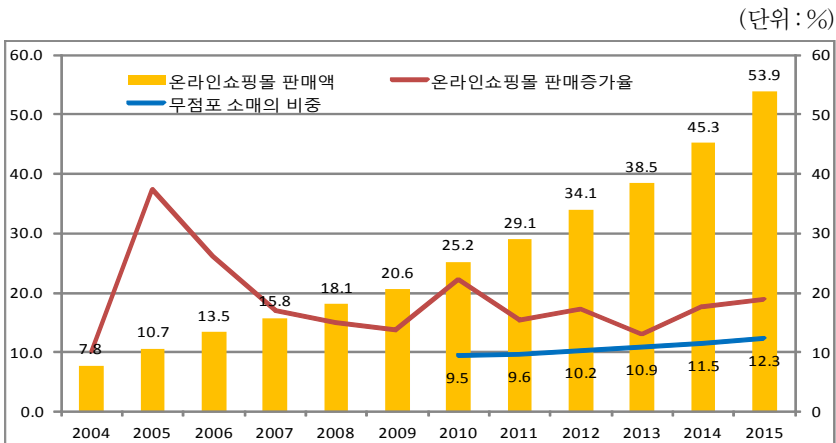
영업의 비용구조에 크게 영향을 미쳤을 것으로 보인다.

가. 온라인 거래의 확대

상품 구매나 서비스 예약에서 온라인 거래가 차지하는 비중은 지난 10여 년간 급격히 높아졌다. 온라인 판매액은 지난 10여 년간 매년 약 20%씩 성장하여 2015년에는 50조 원을 넘었으며, 2017년에는 78조 원에 이른다. 스마트폰의 보급과 함께 시작된 모바일 거래는 2015년에 전체 온라인 거래의 50%를 넘어선 이후 2017년에는 거의 63%에 이를 정도로 구매방식의 표준으로 자리잡아 가고 있다.

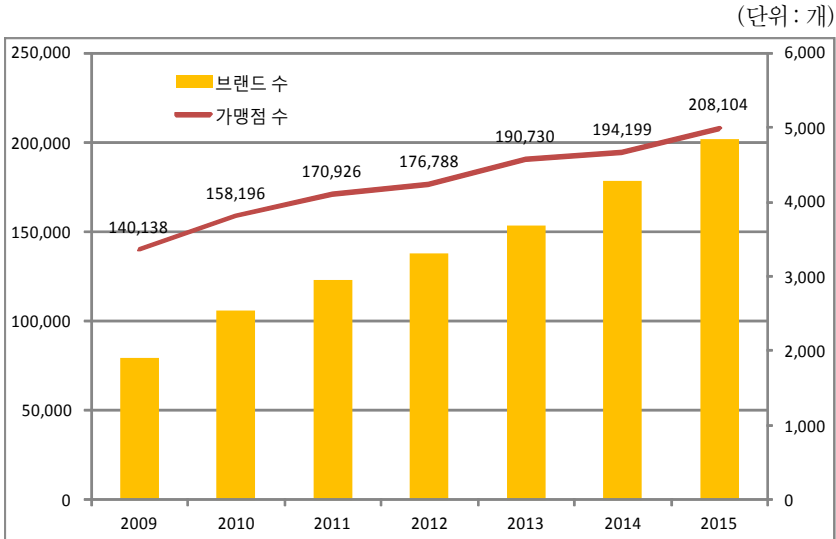
문제는 온라인 거래에서 발생하는 비용이다. 일반적으로 판매자와 구매자가 오프라인에서 직접 만나서 거래하기보다는 잘 알려진 플랫폼을 매개로 거래가 이루어진다. 이럴 경우에 중간에 거래를 매개해 준 플랫폼은 수수료를 받게 된다. 물론 이 수수료 지출로 광고비 지출을 줄일 수 있기 때문에 판매자 입장에서 득이 될 수도 있다. 또한 과거의 약탈적 수수료율이 10% 내외로 인하됨으로써 과거에 비해 수수료 부담이 상당히 줄어들었다. 그럼에도 판매액의 10% 내외에 해당하는 수수료는 부담스러운 비용임에 틀림없을 것이다.

[그림 2-5] 온라인 판매 증가 추이



자료: 이병희 외(2016), p.40.

〔그림 2-6〕 프랜차이즈 가맹점 수의 증가



주: 2010년 이전에는 가맹점과 직영점을 합한 수임.

자료: 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr).

대부분의 온라인 거래는 카드 거래를 동반한다. 이 경우에 기존의 카드 수수료 외에 지불중개사(PG)에게 추가적으로 비용을 지불해야 한다. 전통적인 거래에서는 발생하지 않았을 비용이다. 결제서비스에 대한 대가이기 때문에 부당하다고 할 수는 없지만, 매출액의 3%가 넘는 결제 비용이 부담스러운 것은 사실일 것이다.

나. 프랜차이즈 가맹점의 확대

온라인 거래는 상품이나 서비스의 판매 채널만을 바꾸지만 프랜차이즈는 사업방식 전체를 바꾸게 된다. 프랜차이즈는 가맹점 사업자가 가맹본점의 영업표지를 사용하면서 가맹본점의 통제 아래 일정한 품질의 상품 또는 서비스를 주어진 영업방식으로 제공하는 사업을 말한다. 가맹점은 영업표지의 사용, 품질과 영업방식에 대한 지원에 대한 대가를 가맹본점에 지급해야 한다. 임금노동시장에 양질의 일자리 부재와 베이비붐 세대의 대량 은퇴와 맞물리면서 경험이 부족한 사람이 이를 극복하고 자영업

을 시작할 수 있는 프랜차이즈를 선택하면서 프랜차이즈 가맹점의 수는 지난 10여 년간 빠르게 늘어났다.

프랜차이즈 가맹점은 경험과 노하우가 부족한 사람이 안정적으로 자영업을 시작할 수 있도록 하고 광고비를 절약할 수 있게 하는 장점이 있다. 이러한 장점에도 불구하고 프랜차이즈 사업 방식은 자영업자의 전체적인 비용을 증가시킬 수도 있다. 주요 요인은 경영 노하우에 대한 대가로 지급하는 로열티보다는 일정한 품질 유지를 이유로 강제되는 필수구매물품이나 가맹점의 의지와 상관없이 기획되고 집행 내역이 불투명한 광고비 같은 것 때문이다. 이러한 이유로 프랜차이즈 가맹점은 비가맹점에 비해 매출이 훨씬 높음에도 불구하고 매출액 영업이익률은 더 낮다. 영업이익의 절대금액은 가맹점이 비가맹점보다 약간 높는데, 이는 가맹점이 비가맹점보다 좋은 곳에 입지하고 있는 영향으로 볼 수도 있다. 경제 전체의 자영업 매출이 주어진 상황에서, 가맹점의 높은 매출과 낮은 영업이익률은 비가맹점의 매출 감소와 영업이익 감소로 이어지게 될 가능성이 높다. 다시 말해 전체 자영업의 영업이익은 줄어들 가능성이 높다는 것이다.

제3절 분석의 개요

1. 자영업의 정의

자영업에 대한 정의는 자영업자에 초점을 맞출 것인가 자영업체에 초점을 맞출 것인가에 따라 달라진다. 자영업을 영위하는 사업자에 초점을 맞춘다면 자영업은 종사상 지위가 비임금근로자 또는 (고용원이 있는 또는 고용원이 없는) 자영업자가 될 것이다. 이러한 개념에 따르면 자영업의 반대는 임금근로가 될 것이다. 자영업이 행해지는 사업체에 초점을 맞춘다면 자영업은 개인이 직접 경영하는 개인사업체인 자영업체가 될 것이다. 자영업의 반대는 법인이 될 것이다.

어디에 초점을 맞출 것인가는 정책의 관심사나 연구주제에 따라 달라질 것이다. 예를 들어 고령가구의 부채에 자영업의 증가가 얼마나 기여하였는지를 본다면 자영업자에 초점을 맞추는 것이 더 적절할 것이다. 그런데 본 장의 연구주제는 경영상황이기 때문에 자영업체에 초점을 맞추고자 한다.

본 장에서는 자영업에 대한 정의로 다른 연구에서 많이 이용되는 개인사업체와 조금 달리하고자 한다. 법적인 실체와 달리 실질적으로 개인이 직접 경영하고 사업체의 성과가 그 개인에 귀속되는 사업체를 최대한 포함시키고자 한다. 개인사업체는 당연히 자영사업체이다. 그러나 규모가 매우 큰 사업체를 자영업 정책의 정책대상으로 보기 힘든 측면이 있어서 종사자 수가 50인 미만인 개인사업체로 제한한다. 여기에 소규모 법인을 추가하고자 한다. 대부분의 소규모 법인의 경우에 형식적으로 지분이 분산되어 있다 하더라도 실질적으로는 사업체를 경영하는 개인이 모든 지분을 소유하고 있으며 경영성과 대부분은 그 개인에게 귀속되는 것으로 보이기 때문이다. 여기서는 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」을 참조하여 법인의 경우에는 10인 미만의 사업체로 제한한다.¹⁾

2. 데이터

자영업체의 경영상황을 분석하기 위해서는 손익계산서나 이와 유사한 정보를 제공하는 자료가 필요하다. 외부감사를 받는 규모가 큰 사업체의 경우에는 손익계산서가 제공되겠지만 본 보고서의 분석대상인 자영업체의 경우 외부감사를 받을 가능성이 거의 없다. 이 경우에 영세한 자영업체에 대한 최소한의 경영정보를 제공하는 다른 데이터가 필요하다. 통계청에서 매년 시행하는 도소매업조사나 서비스업조사가 대표적인 예이다. 또한 통계청에서는 5년에 한 번씩 시행하는 경제총조사도 이용

1) 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」에서는 광업, 제조업, 건설업, 운수업의 경우 10인 미만의 사업체, 나머지 업종의 경우 5인 미만의 사업체를 소상공인으로 정의하고 있다. 본 장에서는 업종에 따라 자영업체의 기준이 되는 종사자 수를 달리하지 않고 10인 미만으로 통일하였다.

할 수 있다.²⁾

도소매업조사와 서비스업조사는 표본조사이며 매년 시행하지만 경제총조사를 시행하는 해에는 건너뛰다. 반면 경제총조사는 전수조사이며 5년에 한 번씩 시행한다. 본 장에서는 자영업체의 경영상황을 좀 더 신뢰성 있게 파악하기 위해 전수조사인 경제총조사를 이용한다. 매년 경영상황의 변화를 볼 수는 없지만 지난 5년간의 변화를 확인할 수 있는 것으로 충분하다고 판단한다. 여기서는 경제총조사 2010년과 경제총조사 2015년을 이용한다.

그런데 5년의 시차를 두고 시행된 조사여서 조사내용이 일치하지 않는다. 따라서 조사표를 확인하면서 두 총조사에서 제공하는 정보가 같아지도록 조정하였다. 어떠한 조정을 하였는지 설명하기 전에 이용한 데이터를 어떻게 만들었는지 간단히 설명하고자 한다. <표 2-1>은 통계청에서 제공하는 업종과 행정구역의 최소단위이다.³⁾ 본 연구의 경우 행정구역에 비해 업종에 대한 자세한 정보가 필요하여 2010년의 경우 시도단위의 세세분류업종을, 2015년의 경우 시군구단위의 세세분류업종을 선택하였다. 통계청은 개별 사업체의 식별을 막기 위해서 이러한 지역 및 업종 단위에 2개 이하의 사업체만 존재하는 경우 이 지역-업종 단위의 사업체 정보를 제공하지 않는다. 이러한 이유로 2010년에는 0.1%, 2015년에는 2.33%의 사업체 정보가 제공되지 않는다.⁴⁾⁵⁾ 정보가 제공되는 전체 사업체 중 자영업이 아닌 사업체 약 10%가 분석에서 제외된다. 2010년의 경우 89.25%, 2015년의 경우 89.45%가 50인 미만 개인사업체이거나 10인 미만 법인이다. 본 연구는 조사연도에 매출액이 있는 사업체만 실제로 영업을 하는 것으로 보고 분석대상으로 삼았다. 대부분이 영업을 하는 것으로 파악되었는데, 2010년의 경우 99.74%, 2015년의 경우 99.92%가 매출액이 0보다 컸다. 따

2) 경제총조사는 2011년에 처음 시행되었으며(경제총조사, 2010), 그 이전에는 서비스업총조사와 산업총조사(광공업 대상)가 별도로 시행되었다.

3) 업종이 자세하면 행정구역을 자세히 알 수 없으며 행정구역을 자세히 알고 싶으면 업종을 자세히 알 수 없다.

4) 2010년에 비해 2015년에 더 자세한 지역-업종 정보를 제공하여 사업체의 수가 2개 이하가 되는 지역-업종 단위가 많아지게 된 것으로 보인다.

5) 그러나 이렇게 제외되는 사업체는 대부분 규모가 큰 사업체일 것이기 때문에 본 연구에서는 문제되지 않을 것으로 보인다.

〈표 2-1〉 경제총조사 원자료 제공범위

		행정구역		
		전국·시도	시군구	읍면동
업종	2010	세세분류	소분류	중분류
	2015	세세분류	세세분류	중분류

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 정리.

〈표 2-2〉 분석에 이용한 사업체 수

(단위: 개)

2010 (3,355,470)	3,352,237	3,233		정보 미제공
		2,991,820	360,417	비 자영업
			7,887	매출 무
			2,983,933	분석대상
2015 (3,874,295)	3,783,931	90,364		정보 미제공
		3,384,821	399,110	비 자영업
			2,759	매출 무
			3,382,062	분석대상

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

라서 통계청에서 본 보고서와 동일한 분류기준으로 분석한 결과를 발표한다 하더라도 다소 차이가 있을 수 있음에 유념하기 바란다.

2010년 경제총조사의 경우 5인 미만 사업체에 대해서는 별도의 조사표로 조사하였는데 간단한 경영정보만을 제공한다. 이에 반해 2015년 경제총조사는 규모에 상관없이 하나의 조사표를 사용하여 5인 미만 사업체에 대해서도 비교적 자세한 정보를 제공한다. 5인 이상 사업체의 경우 두 총조사의 정보는 비슷하다. 본 연구의 주요 대상은 소규모 사업체이기 때문에 2010년 5인 미만 사업체에 대해서 제공되는 정보로 모든 정보를 조정하여 이용하였다. 그런데 통계청에서 제공되는 정보의 한계로 인해 두 가지 사항에 대해서는 임의로 조정하였다. 먼저 2010년 10인 이상 광제조업에 대해서는 주사업에 대해서만 비용항목이 제공되고 있다. 부사업까지 합한 비용항목의 값을 구하기 위해 주사업과 부사업의 비용 구성비율이 동일하다고 가정하였다. 두 번째로 2010년 전 업종과 2015년 광제조업

〈표 2-3〉 업종별 주사업과 부사업에 대한 조사방식 및 제공 정보

		조사표 종류		
		광제조업		광제조업 이외의 업종
		10인 미만	10인 이상	
종사자 수	2010	따로 조사 (총종사자 수 제공)		따로 조사
	2015			통합조사
매출액	2010	따로 조사 (총매출 제공)		따로 조사 (총매출 제공)
	2015			
비용 항목	2010	통합 조사		통합조사
	2015	통합 조사	따로 조사 (주사업만 제공 ¹⁾)	

주: 1) 전체 영업비용은 제공됨.

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 정리.

의 경우 주사업에 대해서만 종사상 지위별 종사자 수가 제공된다. 여기에 대해서 부사업의 종사상 지위별 종사자 비율이 주사업과 같다고 가정하였다.

3. 분석 내용

본 연구에서는 2010년과 2015년 사이에 여러 가지 경영지표의 변화를 봄으로써 5년간 자영업체의 경영상황이 얼마나 변했는지를 살펴본다. 가장 중요한 경영지표로 영업이익을 제시한다. 영업이익은 매출액과 영업이익률(영업이익/매출액)의 곱으로 표시할 수 있다. 따라서 영업이익률의 변화의 이유를 매출액의 변화와 영업이익률의 변화로 나누어서 살펴본다. 영업이익률은 다시 매출액 대비 매출원가의 비중과 매출액 대비 판매관리비의 비중의 선형식으로 표시할 수 있다. 여기서는 영업이익률의 변화가 이 두 항목 중 어느 항목의 변화에서 주로 비롯되었는지 살핀다. 마지막으로 판매관리비는 여러 영업비용 항목들의 합이다. 따라서 매출액 대비 판매관리비 비중의 변화 이유를 몇 가지 주요 항목의 변화에서 찾아보고자 한다.

$$\begin{aligned}
 \text{영업이익} &= \text{매출액} \times \frac{\text{영업이익}}{\text{매출액}} \\
 &= \text{매출액} \times \frac{\text{매출액} - [\text{매출원가} + \text{판매관리비}]}{\text{매출액}} \\
 &= \text{매출액} \times \left[1 - \frac{\text{매출원가}}{\text{매출액}} - \frac{\text{판매관리비}}{\text{매출액}} \right]
 \end{aligned}$$

각 경영지표의 변화를 살필 때 증감보다는 증감률을 제시하였다. 이유는 다음과 같다. 각 지표는 규모 또는 업종별로 각기 다른 생산구조에서 비롯되었다. 따라서 어떤 지표가 규모에 따라 구조적으로 매우 다른 값을 가질 수밖에 없다. 이 경우 증감으로 서로 다른 규모에 대한 지표의 변화를 비교하는 것보다 증감률을 비교하는 것이 적절할 것이다. 예를 들어, A규모의 매출액은 100원이고 B규모의 매출액은 1,000원인데, A규모의 매출액이 100원 증가하고 B규모의 매출액이 200원 증가하였다고 하자. 이 경우에 B의 매출액 증가액이 더 크다고 B의 경영상황이 A보다 더 호전되었다고 하기보다는 A의 매출액이 100% 증가하여 20% 증가한 B보다 더 호전되었다고 하는 것이 더 합리적인 것이다.

매출액 대비 영업비용 항목의 비율을 제시할 때 항목의 성격에 따라 분석대상 사업체를 제한한다. 예를 들어 인건비를 살필 때는 임금근로자가 있는 사업체만을 분석대상으로 하고, 임차료의 역할을 살필 때는 사업장을 임차한 사업체만을 대상으로 한다.

영업이익률이 상하위 5%에 해당하는 사업체를 제외하고 통계치를 구하였다. 자영업체는 규모가 작는데, 규모가 작은 사업체의 경우 경영지표로 이용되는 비율값이 특이치에 매우 크게 영향을 받기 때문이다. 특이치를 제거하지 않을 경우 특이한 상황에 놓인 몇 개의 사업체 때문에 전체의 비율이 상식에서 크게 벗어나는 값이 나오기도 한다. 경영지표에 대한 그래프를 그릴 때는 추가적으로 해당지표 기준으로 상하위 5%에 해당하는 사업체를 제외하였다.

제4절 분석결과

1. 자영업의 구성 변화

분석에 포함된 사업체는 각 연도별로 3백만 개 내외이다. 그 가운데 도매·소매업과 음식·숙박업이 차지하는 비중이 약 50%이고, 협회단체·수리·기타개인서비스업까지 포함하면 약 60%에 이른다. 개인택시나 개인용달이 많은 운수업과 전체 사업체 수가 많은 제조업까지 합하면 약 80%에 이른다.

〈표 2-4〉 업종 및 규모별 사업체 비중(2010년)

	전체		규모별				
			고용원 무	고용원 유			기타 종사자 유
	수	비중		<5	<10	≥10	
전 체	2,983,933	100.0	60.0	28.8	7.6	1.9	1.7
제조업	281,484	9.4	41.0	33.3	17.8	7.1	0.8
건설업	74,110	2.5	37.7	35.2	22.2	2.4	2.6
도매·소매업	846,656	28.4	63.0	29.3	5.7	0.5	1.5
운수업	335,537	11.2	97.9	1.5	0.2	0.1	0.3
숙박·음식점	627,822	21.0	53.6	38.4	5.2	1.0	1.7
출판·영상·방송통 신·정보	15,853	0.5	17.3	48.4	28.3	3.2	2.8
금융·보험	11,987	0.4	25.1	28.2	31.6	0.2	14.8
부동산·임대	101,383	3.4	68.8	20.5	4.3	0.3	6.1
전문·과학·기술	57,023	1.9	24.7	47.5	24.1	2.4	1.3
시설관리·사업지원	26,399	0.9	30.3	45.2	14.6	5.3	4.7
교육	138,319	4.6	50.3	34.2	8.9	3.1	3.4
보건·사회복지	83,195	2.8	2.0	54.6	29.1	12.8	1.4
예술·스포츠·여가	97,334	3.3	66.4	29.9	2.1	0.4	1.1
협회단체·수리·기 타개인	281,561	9.4	79.0	16.5	2.1	0.9	1.5
기타 ¹⁾	5,270	0.2					

주: 1) 기타는 농·임·어업, 광업, 전기·가스·증기업, 수도·하수폐기물·원료재
생업을 포함함.

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

〈표 2-5〉 업종 및 규모별 사업체 비중(2015년)

	전체		규모별 비율				
			고용원 무	고용원 유			기타 종사자 유
	수	비중		<5	<10	≥10	
전 체	3,382,062	100.0	56.3	29.1	10.6	1.8	2.2
제조업	326,404	9.7	36.9	35.2	22.5	4.3	1.1
건설업	108,302	3.2	29.7	40.5	25.0	2.0	2.9
도매·소매업	968,166	28.6	57.8	31.7	7.6	0.5	2.4
운수업	364,093	10.8	97.1	1.9	0.6	0.1	0.3
숙박·음식점	699,283	20.7	53.5	33.4	9.8	1.4	1.9
출판·영상·방송통신·정보	27,796	0.8	19.4	51.5	24.7	1.5	2.9
금융·보험	14,253	0.4	18.2	30.0	34.0	0.3	17.5
부동산·임대	117,786	3.5	59.0	28.9	6.1	0.3	5.7
전문·과학·기술	79,894	2.4	22.2	50.8	23.5	2.0	1.6
시설관리·사업지원	36,932	1.1	29.3	44.8	17.5	4.8	3.6
교육	144,130	4.3	51.7	31.9	9.4	3.0	4.0
보건·사회복지	102,265	3.0	2.0	43.7	37.3	14.7	2.3
예술·스포츠·여가	90,591	2.7	64.8	27.4	5.5	0.7	1.6
협회단체·수리·기타개인	295,655	8.7	78.9	15.0	3.3	1.0	1.8
기타 ¹⁾	6,512	0.2					

주: 1) 기타는 농·임·어업, 광업, 전기·가스·증기업, 수도·하수폐기물·원료재생업을 포함함.

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

규모별로 보면, 임금근로자를 고용하고 있지 않은 사업체가 약 60%이며, 임금근로자가 있는 사업체 중에서 종사자 수가 5인 미만인 사업체가 약 30%이고, 나머지 10%가 5인 이상 사업체이다. 기타종사자가 있는 사업체도 2% 내외에 해당되지만 본 보고서에서는 주요 관심대상이 아니다. 기타종사자는 특수형태근로종사자(이하 특고) 등을 의미하는데, 특고에게는 임금이 지급되지 않고 그들을 수용할 사업장이 필요치 않기 때문에 이들을 고용하고 있는 사업체의 경영지표에는 왜곡이 발생할 수 있다. 참고로 분석에 포함된 법인의 비중은 2010년에 5%, 2015년에 8%이다.

지난 5년간 규모별 비중의 변화는 상당한 것으로 보인다. 고용원이 없는 자영업자가 약 4%나 감소하였다. 이러한 변화에는 프랜차이즈의 영향도 일부 있는 것으로 추측되는데, 프랜차이즈에 관해서는 뒤에서 다시 다루기로 한다. 업종별 비중 변화는 그리 크지는 않지만, 상품이나 서비스에 대한 수요 변화가 반영된 결과로 약간의 변화가 나타난다. 서비스에 대한 수요가 늘어난 보건·사회복지업의 비중은 높아졌지만, 수요 감소로 경영 여건이 좋지 않은 운수업이나 협회단체·수리·기타개인서비스업의 비중은 줄어들었다. 건설 붐에 따라 건설업의 비중도 증가하였다. 제조업의 비중 증가도 눈에 띈다.

온라인 거래여부와 프랜차이즈 여부에 대해서는 몇 개 업종에 대해서만 정보가 제공된다. 도매·소매업, 음식·숙박업, 수도·하수폐기물처리·원료재생업, 부동산·임대업, 사업시설관리·사업지원업, 교육업(학교 제외), 예술·스포츠여가관련업, 협회단체·수리·기타개인서비스업(협회·단체 제외)에 대해서 2010년과 2015년 모두 온라인거래 여부에 대한 정보가 제공된다. 2010년에 추가적으로 몇 개 업종에 온라인 거래여부 정보가 제공되지만 분석에서 제외하였다. 프랜차이즈 여부의 경우 2015년에 많은 업종에 대해 정보가 제공되지만 2010년과 2015년 모두 정보가 제공되는 업종은 소매업과 음식업뿐이다. 따라서 온라인 거래여부와 프랜차이즈 여부와 관련된 분석은 이 두 업종에 대해서만 수행한다.

온라인 거래 규모와 관련해서는 온라인 거래를 하는 것으로 응답한 사업체를 매출 비중이 10% 미만, 10% 이상이지만 50% 미만, 50% 이상인 사업체로 구분하였다. 첫 번째는 온라인 거래를 시작하거나 보조적으로 이용하는 사업체이고, 두 번째는 온라인 거래가 중요하지만 주요 사업방식은 아니며, 세 번째는 온라인 거래가 주요 사업방식인 사업체로 고려하였다. 5년 사이에 온라인 거래 사업체의 비중이 늘었지만 그 비중이 여전히 2%에 미치지 못하는 실정이다. 이는 최근 온라인 매출의 빠른 성장과는 잘 어울리지 않는 결과이다. 본 연구에서는 온라인 거래를 주요 사업방식으로 하는 사업체의 비중이 조금 늘었다는 정도만 확인하고 추가적인 분석을 시도하지 않는다.

〈표 2-6〉 온라인 거래 비중

		전체		규모별 온라인 거래 비중				
				고용원 무	고용원 유			기타 종사자 유
		가맹점 수	이용 률		<5	<10	≥10	
2010	<10%	5,803	0.3	0.1	0.4	1.1	0.8	0.4
	<50%	13,828	0.7	0.4	0.9	2.1	1.7	1.2
	≥50%	18,358	0.9	0.5	1.2	2.7	2.1	1.1
2015	<10%	4,161	0.2	0.1	0.3	0.5	0.4	0.2
	<50%	13,431	0.6	0.4	0.7	1.1	1.1	0.7
	≥50%	27,736	1.2	1.0	1.4	1.8	1.2	1.2

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

〈표 2-7〉 프랜차이즈 가맹점의 수 및 규모(종사자 수)별 비중 변화

	전체 가맹점 수	가맹점의 규모별 비중				
		고용원 무	고용원 유			기타 종사자 유
			<5	<10	≥10	
2010	123,212	40.2	46.6	10.3	2.0	1.0
2015	164,829	29.8	44.2	21.2	2.7	2.0

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

프랜차이즈의 경우 상당한 변화가 있었던 것으로 보인다. 우선 가맹점 수가 5년 사이에 크게 증가하였다. 규모별 분포도 상당히 달라졌다. 고용원이 없는 자영업자는 40%에서 30%로 10%포인트 줄어들었고 대신 5~9인이 10%에서 21%로 11%포인트 증가하였다.

전체 자영업 중 프랜차이즈 가맹점은 2010년 10.4%에서 2015년 12.8%로 2.4%포인트 증가하였다. 전체 가맹점의 증가도 작지 않지만, 어떤 규모의 경우에는 5년간 가맹점의 변화가 매우 크다. 2010년에는 5인 이상 사업체의 1/4만 프랜차이즈 가맹점이었지만 2015년에는 1/3 이상으로 늘어났다. 이는 자영업대책, 특히 임금근로자를 고용하고 있는 사업체에 대한 자영업대책으로 프랜차이즈 관련 정책이 과거보다 훨씬 중요해졌음을 시사한다.

〈표 2-8〉 프랜차이즈 규모별 가맹률의 변화

	전체 가맹률	가맹점의 규모별 가맹률				
		고용원 무	고용원 유			기타 종사자 유
			<5	<10	≥10	
2010	10.4	6.7	15.4	24.8	26.4	7.2
2015	12.8	6.5	18.6	34.6	36.2	12.9

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

2. 자영업의 경영상황 변화

경영상황의 변화를 파악하기 위해서 영업이익의 변화를 먼저 살펴보도록 한다. 그런데 본격적인 분석결과를 제시하기 전에 결과의 해석상 주의해야 할 것에 대해서 간단히 언급하고자 한다. 경영상황의 호전이나 악화 여부는 영업이익의 증감만으로 이야기할 수 없다. 실질금액으로 영업이익이 변하지 않았다는 것은 자영업자의 구매력이 변하지 않았다는 것을 의미한다. 그런데 만약 실질 경제성장으로 경제 구성원들의 평균적인 구매력이 향상되고 있다면, 구매력이 유지되는 정도의 상황은 다른 경제 구성원들에 비해 상황이 나빠졌다는 것을 의미한다. 따라서 자영업자 경영상황의 호전 여부는 실질영업이익 증감률이 경제성장을 이상인지 여부로 판단하는 것이 적절할 것이다.

2015년 자영업체의 평균적인 영업이익은 3천4백만 원이다. 고용원이 없는 자영업체는 1천6백만 원에 그치며 고용원이 있는 5인 미만 자영업체도 3천8백만 원이다. 업종별로 크게 차이가 있는 것으로 보이지만, 업종별로 사업체 구성의 차이를 고려하면 그 차이는 크지 않을 것으로 보인다. 특히 대부분 업종에서 고용원이 없는 자영업체는 1천5백만 원 내외의 영업이익을 남겼다.

2010년과 2015년 사이에 영업이익은 16.8% 감소하였다. 영업이익이 적은 고용원이 없는 자영업자의 비중이 줄어들지 않았다면 영업이익을 더 감소하였을 것이다. 5년간 경제가 15.9% 실질 성장하였다는 점을 감안하면 그 기간 동안 경영상황은 매우 심각하게 악화되었음을 알 수 있다. 규모별로 보면, 고용원이 없는 자영업체에 비해 고용원이 있는 자영업체의

〈표 2-9〉 영업이익

(단위: 백만 원, %)

	영업이익(2015)					영업이익 증감률				
	전체	자영	<5	<10	≥10	전체	자영	<5	<10	≥10
전 체	34	16	38	96	168	-16.8	-15.5	-28.2	-25.6	-16.1
제조업	54	18	44	98	205	-25.7	-19.2	-28.7	-31.6	-10.7
건설업	45	18	37	86	91	-4.9	-18.4	-23.8	12.3	-34.0
도매·소매업	34	17	41	117	166	-30.9	-34.0	-44.0	-26.8	-27.7
숙박·음식점	22	15	23	44	103	-19.8	-1.8	-33.3	-37.1	-31.8
출판·영상·방송	25	13	17	44	139	-43.9	-40.7	-54.5	-28.0	2.9
통신·정보										
금융·보험	179	17	77	413	115	-30.9	-6.3	-26.7	-37.8	56.4
부동산·임대	52	18	72	280	308	37.4	27.9	11.5	-9.7	25.6
전문·과학·기술	43	16	36	73	166	-4.9	-8.0	-10.4	1.7	9.2
시설관리·사업지원	24	15	21	38	57	-12.8	1.4	-4.8	-28.7	-11.0
교육	21	13	21	38	84	-27.0	-25.9	-28.5	-26.6	-18.3
보건·사회복지	108	8	77	104	226	9.8	-38.3	13.1	0.5	-0.4
예술·스포츠·여가	20	15	23	49	93	-10.6	-9.4	-16.8	-45.9	-29.1
협회단체·수리·기타개인	19	14	27	63	127	-0.9	10.6	-22.0	-19.8	-12.4

주: 영업이익 증감률은 2015년 기준 실질소득으로 계산한 2010년 영업이익과 2015년 영업이익의 증가율을 계산한 것임.

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

경영상황이 더욱 심각하게 악화되었다. 업종별로 보면 경영상황 변화의 편차가 상당히 크다. 전체 자영업체의 50%를 차지하는 도매·소매업과 숙박·음식점업만 보면, 숙박·음식점업은 19.8% 감소하였지만 도매·소매업은 30.9%나 줄어들었다.

자영업체의 경영상황이 변함없는 수준으로 달성되는 가장 상식적인 상황은 매출액이 경제가 성장하는 정도로 증가하고 영업이익률은 변화가 없는 것일 것이다. 매출액 대비 매출원가와 매출액 대비 판매관리비와 같은 비용구조에 변화가 없으면 영업이익률은 변하지 않는다. 만약 매출액이 경제의 성장속도보다 더디게 증가하거나 비용구조가 악화될 경우에 영업이익은 감소할 수 있다. 아래에서는 매출액과 비용구조 중 어떤 것이 영업이익의 하락에 영향을 미쳤는지 살펴해보도록 한다. 먼저 매출액부터 살펴보자.

2015년 기준 자영업 전체 매출액의 평균값은 2억 9천8백만 원이다. 당연한 사실이지만 규모별로 상당한 편차를 보이는데 고용원이 없는 자영업자는 6천4백만 원밖에 되지 않는 반면, 5인 미만 고용원이 있는 자영업자는 3억 6천4백만 원이다. 생산구조의 차이로 업종별 매출액의 편차는 상당히 심한데, 매출원가의 비중이 높은 도매·소매업은 5억 원이 넘는 반면, 고정비와 인건비 외에 비용이 크게 발생하지 않는 예술·스포츠·여가와 같은 업종은 1억 원이 되지 않는다. 업종 간 매출액의 구조적 차이로 업종의 구성만 변하게 되어도 전체 매출액은 변하게 되지만, 앞의 <표 2-4>와 <표 2-5>를 볼 때 그 영향이 크지는 않았을 것으로 판단된다. 그렇다면 2010년과 2015년 사이에 매출액은 얼마나 증가하였을까?

5년간 자영업 전체 매출액은 실질금액으로 8.5% 증가하였다. 그런데 만약 규모별 사업체 구성의 변화가 없었다면 매출 증가율은 8.5%보다도 낮았을 것이다. 앞에서 고용원이 없는 사업체가 줄어들고 고용원이 있는 사업체가 늘어났음을 확인한 바 있다. 구성 변화의 효과가 없을 때 매출액의 변화는 규모별 매출액 변화를 살핍으로써 간접적으로 확인할 수 있다. 규모별로 보면, 고용원이 없는 자영업체는 전체보다 약간 높은 8.9% 증가하였고, 5인 미만 고용원이 있는 자영업체는 6.3%, 그 이상은 감소하였다. 8.9%의 매출액 증가율은 5년간의 실질 경제성장률 15.9%에 절반에 그치는 것이다.

업종별로 살펴보면 업종별로 매출액의 변화가 매우 상이함을 확인할 수 있다. 예를 들어 도매·소매업의 매출액은 6.5% 증가하였지만 제조업은 6% 감소하였다. 반면 숙박·음식점업은 34.0%나 증가하였으며 협회단체·수리·기타개인서비스업도 27.1% 증가하였다. 각 업종의 규모별 매출액 증가율은 매우 상이한 양상을 보인다.

다음으로 영업이익률을 살펴보자. 2015년의 자영업의 영업이익률은 평균 29.0%이다. 영업이익률은 사업주 및 가족종사자의 인건비가 비용으로 처리되지 않기 때문에 고용원이 없는 자영업체의 영업이익률이 가장 높고 규모가 커질수록 영업이익률이 하락하는 것처럼 보이게 된다. 고용원이 없는 자영업체의 영업이익률은 37.6%, 고용원이 있는 5인 미만은 19.4%, 5~9인은 13.6%이다.⁶⁾ 업종별 매출 및 비용구조의 차이로 업종별

영업이익률은 상당히 차이를 보인다. 예를 들어 상품을 구매해 추가적인 처리과정이 거의 없이 판매하는 도매·소매업의 경우 매출액은 높지만 영업이익률이 상대적으로 낮고 상품 구매 없이 중개서비스만 주로 하는 부동산·임대업의 경우 매출액은 낮지만 영업이익률은 매우 높다.

〈표 2-10〉 매출액

(단위: 백만 원, %)

	매출액(2015)					매출액 증감률				
	전체	자영	<5	<10	≥10	전체	자영	<5	<10	≥10
전 체	298	64	364	1,145	1,332	8.5	8.9	6.3	-17.4	-10.5
제조업	479	79	373	1,007	2,007	-6.0	15.1	5.3	-14.5	-5.2
건설업	527	84	415	1,213	891	3.1	31.5	-10.0	-6.1	-18.6
도매·소매업	504	114	664	2,532	3,118	6.5	6.6	-4.6	-17.7	-0.5
숙박·음식점	124	52	140	369	827	34.0	28.5	26.8	6.3	-0.6
출판·영상·방송 통신·정보	420	63	302	904	1,305	-25.1	-38.4	-28.6	-12.1	11.3
금융·보험	2811	43	924	6,513	615	-6.2	-0.1	-16.7	-14.1	11.3
부동산·임대	239	35	318	1,731	1,122	19.7	28.1	-17.7	-21.3	0.3
전문·과학·기술	306	65	244	614	919	-4.3	35.3	-12.7	-1.6	23.4
시설관리·사업 지원	290	54	256	703	602	-12.4	-12.4	-14.7	-25.5	14.1
교육	101	28	87	263	820	13.4	-5.1	9.0	18.2	43.4
보건·사회복지	379	28	229	349	959	13.2	-15.2	16.7	-2.0	4.0
예술·스포츠·여 가	76	43	101	260	539	20.3	13.4	20.5	-34.8	-12.3
협회단체·수리· 기타개인	70	32	132	429	853	27.1	20.2	23.5	9.9	16.9

주: 매출액 증감률은 2015년 기준 실질소득으로 계산한 2010년 매출액과 2015년 매출액의 증가율을 계산한 것임.

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

- 6) 사업주와 가족종사자의 수를 통제하고 종사자 규모가 영업이익률에 미치는 효과를 추정해보면, 규모가 적을수록 영업이익률이 높게 나오지는 않는다.

〈표 2-11〉 영업이익률

	영업이익률(2015)					영업이익률 증감률				
	전체	자영	<5	<10	>=10	전체	자영	<5	<10	>=10
전 체	29.0	37.6	19.4	13.6	13.5	-16.2	-8.4	-30.3	-13.5	-12.2
제조업	21.0	32.0	16.5	12.1	10.6	-23.7	-21.1	-28.1	-5.5	-5.2
건설업	17.5	30.3	14.3	8.3	12.2	-29.2	-25.7	-27.6	18.9	-14.3
도매·소매업	19.0	24.5	12.3	7.6	8.0	-27.2	-20.7	-37.6	-12.6	-22.3
숙박·음식점	26.4	32.3	21.1	14.1	12.8	-23.8	-14.5	-35.5	-33.4	-30.3
출판·영상·방송 통신·정보	8.3	23.1	5.9	2.0	8.8	-31.4	-20.5	-48.0	-44.6	-22.5
금융·보험	17.7	47.3	16.1	7.9	13.1	-22.1	-11.5	-3.2	-5.9	-9.6
부동산·임대	43.7	53.2	30.2	16.2	23.4	-0.5	6.4	1.9	13.1	10.1
전문·과학·기술	20.0	31.1	17.6	15.2	18.1	-24.4	-23.6	-27.6	-11.5	-9.7
시설관리·사업 지원	20.6	41.2	13.3	7.9	11.1	0.4	-5.4	17.5	65.5	-14.7
교육	38.5	49.4	31.4	17.8	11.7	-19.5	-18.6	-20.8	-27.4	-36.3
보건·사회복지	25.9	26.5	30.4	24.2	17.9	-11.7	-29.9	-9.1	-4.0	-11.9
예술·스포츠· 여가	34.1	38.2	27.7	20.9	16.3	-15.3	-12.4	-19.4	-13.1	-20.2
협회단체·수리· 기타개인	45.5	50.8	27.4	16.5	14.9	-8.5	-5.1	-26.6	-24.0	-24.6

주: 규모 및 업종별 영업이익률과 영업이익률 증감은 해당 규모 또는 업종에 속한 사업체의 영업이익률과 영업이익률 증감의 평균값임. 예를 들어 자영자의 영업이익률은 모든 자영자의 영업이익률의 평균값이지, 모든 자영자의 영업이익을 모든 자영자의 매출액으로 나눈 값이 아님.

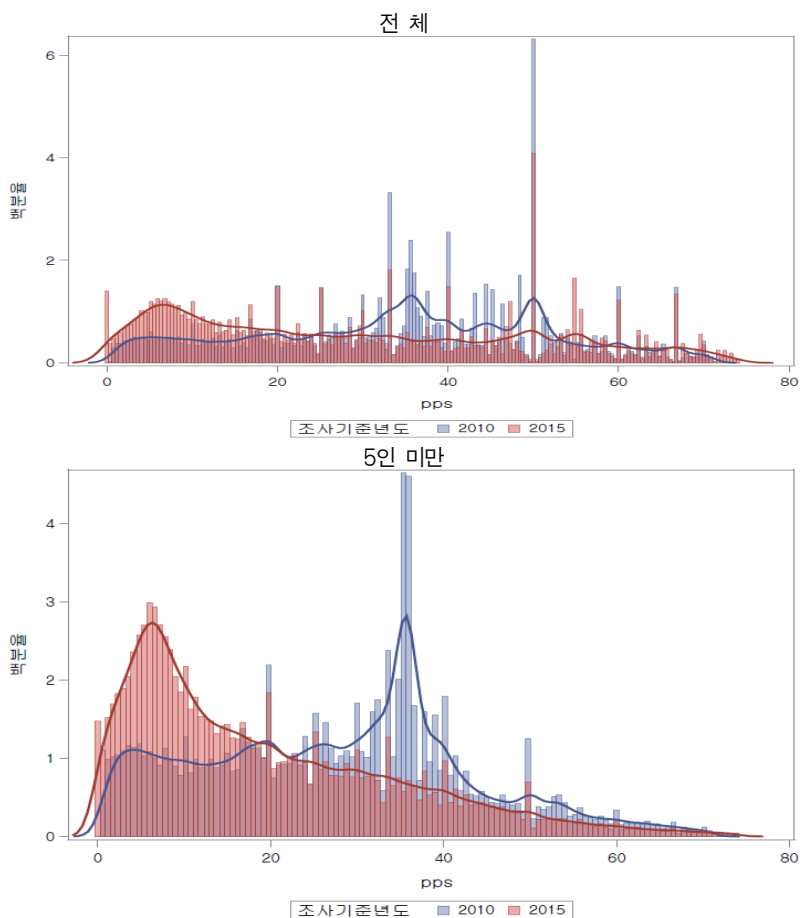
자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

2010년과 비교해서 2015년의 영업이익률은 16.2% 하락하였다. 이 기간 동안 영업이익률이 높은 고용원이 없는 자영업자의 비중이 줄고 영업이익률이 낮은 고용원이 있는 자영업자의 비중이 크게 늘어난 구성 변화가 있었기 때문에 이 효과를 제외한다면 영업이익률의 하락폭은 다소 줄어들 것이다. 구성 변화 효과를 제거한 영업이익률의 변화는 규모별 영업이익률의 변화를 통해서 확인할 수 있다. 규모별 영업이익률의 증감률을 살펴보면, 모든 규모에서 영업이익률은 10% 내외로 하락하였으며, 특히 고용원이 있는 5인 미만 사업체의 영업이익률은 30.3% 하락하였다. 이는 구성효과를 고려하더라도 2010년부터 2015년까지 5년간 영업이익률은 적어도 10% 정도는 하락하였다는 것을 의미하며, 영업이익률 하락은 영업이

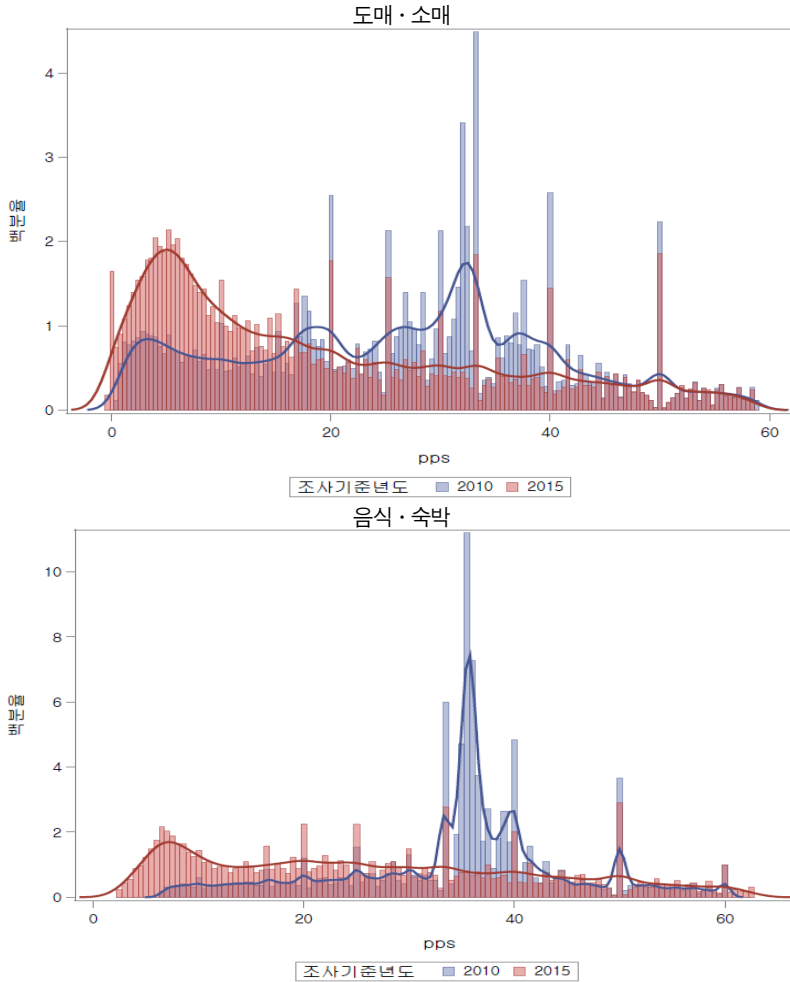
익의 감소에 상당히 기여했다는 결론을 내릴 수 있다.

업종별 영업이익률의 증감률을 살펴보면 전체 자영업의 50%를 차지하는 도매·소매업과 숙박·음식점업의 영업이익률이 크게 하락한 것을 확인할 수 있다. 이 두 업종에서도 고용원이 있는 5인 미만 사업체의 영업이익률이 크게 하락하였는데, 37.6%와 35.5% 하락하였다. 도매·소매업과 숙박·음식점업의 영업이익률 하락은 [그림 2-7]에서도 확인 가능하다. 두 업종 모두에서 영업이익률이 높은 사업체의 비중은 줄고 낮은 사업체의 비중이 하락하였다.

[그림 2-7] 영업이익률



〔그림 2-7〕의 계속



자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

영업이익률 하락의 이유를 더 자세히 알아보기 위해 비용구조의 변화를 살펴보자. 먼저 매출액 대비 매출원가의 비중(이하 매출원가 비중)과 매출액 대비 판매관리비의 비중(이하 판매관리비 비중)에 대해서 더 자세히 살펴본 후, 판매관리비의 세부항목에 대해서도 추가적으로 확인한다.

매출원가 비중은 37.8%이며 판매관리비 비중은 32.4%이다. 규모가 커지면 매출원가 비중과 판매관리비 비중이 모두 증가하는 경향을 보인다.

작은 사업체의 판매관리비 비중이 낮은 것은 사업주와 가족종사자의 인건비가 판매관리비에 포함되지 않기 때문이다. 업종별로 보면 매출원가 비중이 높은 업종은 판매관리비 비중은 낮고 매출원가 비중이 낮은 업종은 판매관리비 비중이 높다. 이는 지극히 당연한 결과이다. 매출원가 비중이 높은 업종은 원자재를 거의 가공하지 않고 판매하기 때문인데 매출액이 높아지게 된다. 이 경우에 판매관리비가 다른 업종과 비슷하게 들어가더라도 매출액이 높기 때문에 판매관리비 비중은 낮아지게 된다. 도매·소매업이 대표적인 경우이다.

〈표 2-12〉 매출액 대비 매출원가의 비중

(단위: %)

	매출원가 비중(2015)					매출원가 비중 증감률				
	전체	자영	<5	<10	≥10	전체	자영	<5	<10	≥10
전 체	37.8	34.5	43.3	41.9	30.2	7.9	0.6	19.4	9.8	-9.8
제조업	52.4	46.4	56.7	57.9	41.6	23.4	24.6	29.9	15.4	-13.5
건설업	46.0	46.3	46.1	45.5	54.5	19.6	18.0	22.2	18.6	35.6
도매·소매업	63.3	60.1	67.0	70.1	70.7	15.0	14.3	15.5	5.5	11.2
숙박·음식점	41.8	41.1	42.7	43.1	41.2	21.6	19.1	26.1	17.2	5.2
출판·영상·방송 통신·정보	18.7	25.9	16.5	17.4	30.5	13.5	-7.2	12.2	49.8	18.2
금융·보험	24.1	12.2	17.7	33.1	9.1	-12.0	10.3	-36.0	-16.3	16.1
부동산·임대	6.2	5.5	6.8	11.0	14.3	22.3	18.0	0.2	80.4	26.5
전문·과학·기술	13.4	21.8	11.6	9.6	9.5	-2.1	-11.9	-1.9	48.0	16.6
시설관리·사업 지원	14.2	18.4	11.5	13.9	17.7	22.7	-6.4	37.8	84.3	134.8
교육	6.5	8.0	4.8	3.9	8.0	6.2	22.3	-12.3	-31.8	-5.8
보건·사회복지	8.7	12.6	7.6	9.0	10.4	-44.3	-24.8	-57.9	-30.0	-13.5
예술·스포츠· 여가	14.9	16.2	13.0	9.9	6.3	9.5	12.4	9.7	-15.9	-35.9
협회단체·수리· 기타개인	21.6	20.8	25.1	26.3	22.7	18.3	17.6	22.1	16.0	29.4

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

2010년 이후 5년간 매출원가 비중은 평균 7.4% 증가하였고, 판매관리비 비중은 평균 6.4% 증가하였다. 그런데 사업체 규모별로 보면 상당히 다른 양상을 보인다. 매출원가 비중은 고용원이 없는 자영업자의 경우 거의 변화가 없었지만 10인 미만 고용원이 있는 자영업자의 경우 10% 내외로 증가하였다. 반면 판매관리비 비중은 고용원이 없는 자영업자의 경우 10.2% 증가하였지만 고용원이 있는 자영업자의 경우 큰 변화가 없다.

업종별로 보면 매출원가 비중은 거의 전 업종에서 증가하였지만 판매관리비 비중은 업종에 따라 상당히 다른 양상을 보인다. 도매·소매업, 숙박·음식점업, 협회단체·수리·기타개인서비스업, 제조업과 같은 주요 업종의 경우에는 매출원가 비중이 크게 증가하였지만 판매관리비 비

〈표 2-13〉 매출액 대비 판매관리비의 비중

(단위: %)

	판매관리비 비중(2015)					판매관리비 비중 증감률				
	전체	자영	<5	<10	≥10	전체	자영	<5	<10	≥10
전체	32.4	27.2	36.5	44.0	55.9	6.8	10.2	1.4	-4.6	9.4
제조업	25.8	20.3	26.2	29.9	47.8	-13.7	-8.5	-21.7	-19.4	17.3
건설업	36.4	23.3	39.5	46.1	33.2	-0.9	17.0	-6.9	-15.5	-27.2
도매·소매업	15.5	13.3	18.3	20.0	16.9	-18.2	-19.1	-18.4	-19.6	-35.2
숙박·음식점	31.7	26.5	36.1	42.8	46.1	2.3	-4.5	7.9	1.6	8.2
출판·영상·방송 통신·정보	68.1	48.1	72.0	75.8	59.7	-0.2	13.6	2.3	-6.1	-4.3
금융·보험	58.1	40.5	66.1	58.9	77.8	17.3	14.2	19.9	13.9	2.6
부동산·임대	50.0	41.3	62.8	72.5	62.2	-1.6	-8.8	-0.6	-7.9	-7.3
전문·과학·기술	65.6	46.5	69.6	74.2	72.1	10.5	34.7	9.9	-1.9	0.6
시설관리·사업 지원	63.6	40.0	72.6	76.5	70.9	-1.8	9.0	-3.3	-8.9	-10.2
교육	55.0	42.6	63.8	78.3	80.3	19.4	30.1	16.2	12.3	9.7
보건·사회복지	65.4	60.9	62.0	66.8	71.7	18.8	34.0	27.8	7.8	6.0
예술·스포츠· 여가	51.0	45.6	59.2	69.3	77.4	10.5	8.6	10.2	7.7	11.0
협회단체·수리· 기타개인	32.9	28.3	47.5	57.1	62.3	2.6	-1.4	12.6	2.8	-0.5

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

중은 감소하거나 거의 변하지 않았다. 이는 전체적으로 매출원가 비중만큼이나 판매관리비 비중 증가가 영업이익률 하락에 미치는 영향이 컸지만 주요 업종만 보면 매출원가 비중 증가의 영향이 압도적이었던 것으로 보인다.

마지막으로 판매관리비 비중 증가의 이유를 확인하기 위해 판매관리비의 주요 구성요소인 인건비와 임차료를 추가적으로 검토한다. 고용원이 없는 자영업체의 경우 인건비 지출이 없기 때문에 인건비 비중의 분석에는 제외하였다.⁷⁾

5인 미만 자영업체의 매출액 대비 인건비의 비중(인건비 비중)은 21.0%이며 5~9인은 28.3%, 10인 이상은 38.5%이다. 매출액 대비 임차료의 비중(임차료 비중)은 12.7%인데 규모가 커지면 임차료 비중은 낮아지는 경향이 있다. 업종별로 보면, 판매관리비 비중이 낮은 도매·소매업의 인건비 비중과 임차료 비중이 낮고, 그 반대인 협회단체·수리·기타개인 서비스업의 경우 둘 모두 높다. 입지가 덜 중요한 제조업에 비해 다른 업종의 임차료 비중이 더 높다. 도매·소매업의 임차료 비중이 높지 않게 나오는 입지가 덜 중요한 도매업의 영향이며 소매업의 임차료 비중은 10.9%이다.

2010년부터 2015년 사이에 임차료 비중에는 거의 변화가 없지만 인건비 비중은 상당히 증가하였다. 인건비 비중은 5인 미만 자영업체의 경우에는 25.6%로 크게 증가하였고 5인 미만 자영업체의 경우에는 15% 내외로 상승하였다. 규모에 따라 제조업과 다른 업종의 인건비 비중이 상이하게 변화하였는데, 5인 미만의 경우 제조업 인건비 비중은 상대적으로 덜 증가하였지만 다른 업종의 비중은 크게 증가하였다. 임차료 비중은 고용원이 없는 자영업체에서 크게 증가하였고 나머지 규모에서는 감소하거나 약간만 증가하였다. 다만, 제조업을 제외한 모든 업종에서 고용원이 없는 자영업의 임차료 비중은 10% 이상 증가하였다.

판매관리비 비중에 영향을 미치는 비용항목이 다양하게 있지만, 인건비와 임차료만으로 한정해서 판매관리비 비중 증가의 이유를 정리하면

7) 실제로는 연중 일시적으로 임금근로자를 고용한 경우가 있기 때문에 인건비가 발생하는 경우가 간혹 있지만 의미가 없는 값이다.

〈표 2-14〉 매출액 대비 인건비의 비중

	인건비 비중(2015)					인건비 비중 증감률				
	전체	자영	<5	<10	≥10	전체	자영	<5	<10	≥10
전 체			21.0	28.3	38.5			24.6	14.6	16.9
제조업			20.9	26.7	31.1			12.9	26.9	21.7
도매·소매업			13.0	13.6	18.5			32.2	25.3	11.5
숙박·음식점			19.1	24.5	26.9			39.4	7.3	9.1
협회단체·수리·기타개인			25.6	35.5	44.2			32.7	16.1	11.6

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

〈표 2-15〉 매출액 대비 임차료의 비중

	임차료 비중(2015)					임차료 비중 증감률				
	전체	자영	<5	<10	≥10	전체	자영	<5	<10	≥10
전 체	12.7	16.5	9.4	6.0	5.4	1.0	8.6	-6.5	4.7	2.4
제조업	8.0	13.2	6.0	3.6	2.4	-14.9	-10.3	-11.9	15.2	7.7
도매·소매업	8.9	11.8	5.7	3.1	3.0	0.4	11.6	-13.5	9.8	5.1
숙박·음식점	13.8	15.8	12.0	9.8	8.4	9.6	15.8	4.4	-5.0	-9.4
협회단체·수리·기타개인	19.1	20.4	14.6	9.4	7.0	10.5	12.8	1.4	-2.6	-12.5

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

다음과 같다. 고용원이 없는 자영업체의 경우에는 임차료 비중 증가의 영향이 크며, 고용원이 있는 자영업체의 경우에는 임차료보다는 인건비 비중 증가의 영향이 크다.

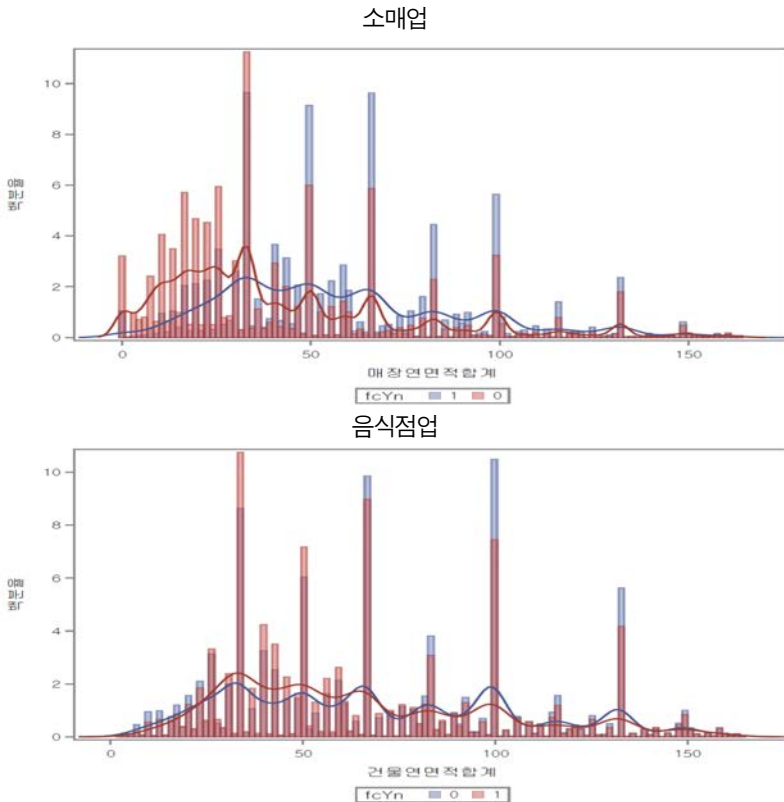
3. 프랜차이즈 자영업의 경영상황 변화

본 소절에서는 프랜차이즈 가맹점의 경영상황 변화를 비가맹점과 비교하여 제시한다. 2010년 경제총조사에 가맹점 정보가 있는 업종이 소매업과 음식점업밖에 없어서 이 업종들을 분석대상으로 한다. 종사자 규모 및 사업장 면적별 경영상황의 변화도 제시한다.

사업장 면적별 정보를 제시하는 이유는 종사자 규모별 비교만으로 부족하다고 판단하기 때문이다. 가맹점의 경우 입지나 사업장 면적, 영업시

간 등에 제약이 많아 종사자 수만을 기준으로 비교하는 것이 왜곡된 정보를 줄 수 있기 때문이다. 예를 들어, 33m² 내외의 편의점의 종사자 수는 그보다 2~3배 면적의 개인 슈퍼마켓의 종사자 수와 비슷할 것으로 보이는데, 이 둘의 경영지표를 수평적으로 비교하는 것이 부적절할 수도 있다. 편의점의 경영지표를 비슷한 면적의 개인 슈퍼마켓의 경영지표와 비교한 결과를 동시에 제시하여 이러한 약점을 보완하고자 한다. 참고로 가맹점과 비가맹점의 사업장 면적 분포는 상당한 차이를 보인다. 특히 소매업의 경우 그 차이가 매우 크다. 비가맹점의 경우 33m² 미만의 아주 작은 매장의 비중이 매우 높지만 가맹점은 그렇지 않다.

(그림 2-8) 가맹 여부별 매장 면적 비교(2015년)



주: 소매업은 상품 진열 및 판매에 직접 사용하는 면적만 포함.
 자료: 통계청, 「경제총조사」 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

프랜차이즈 가맹 소매점의 영업이익은 3천만 원으로 비가맹점에 비해 다소 높다. 그런데 이러한 차이는 가맹점의 규모가 크기 때문으로 보인다. 영업이익이 낮은 고용원이 없는 자영업체의 비중이 비가맹점의 경우 64.8%에 이르지만 가맹점의 경우 18.7%밖에 되지 않는다. 고용원이 없는 자영업체의 경우에만 가맹점의 영업이익이 비가맹점보다 4백만 원 높고 나머지 규모에서는 모두 낮다. 사업장 면적을 기준으로 비교해보면 33㎡ 미만의 경우에는 가맹점의 영업이익이 1천1백만 원 높고 그 이상의 면적에서는 가맹점과 비가맹점 사이에 영업이익의 차이가 크지 않다. 한가지 특이한 것은 가맹점과 비가맹점 모두 사업장 면적에 따른 영업이익의 차이가 크지 않다는 것이다. 특히 가맹점의 경우 99㎡ 미만에서는 영업이익이 거의 같다.

음식점의 경우 소매점에 비해 영업이익이 더 낮다. 가맹 음식점의 영업이익은 2천5백만 원으로 비가맹점에 비해 5백만 원 더 높다. 이러한 차이에 규모에 따른 가맹점과 비가맹점의 비중 차이의 영향이 다소 있는 것으로 보인다. 고용원이 없는 자영업이나 5인 미만 고용원이 있는 자영업의 경우에는 영업이익이 3백만 원과 1백만 원 더 높지만 그 이상 규모에서는 더 낮다. 그러나 사업장 면적별 가맹점과 비가맹점의 영업이익을 비교해보면, 소매업과 같이 가맹점의 영업이익이 더 높으며, 특히 33~99㎡ 규모에서도 차이가 다소 크다. 음식점업의 경우에도 규모에 따른 영업이익의 차이가 크지 않다.

2010년과 2015년 사이에 가맹 소매점과 비가맹 소매점의 영업이익은 36.5%와 30.8% 감소하였다. 종사자 수와 사업장 면적을 기준으로 보더라도 영업이익률 감소는 전체와 크게 다르지 않다. 다만 면적별로 보면 10~30㎡ 규모 가맹 사업체의 영업이익률 감소가 비가맹 사업체에 비해 훨씬 큰 반면, 10㎡ 미만 등 다른 규모에서는 가맹 사업체의 영업이익 하락률은 비가맹 사업체에 비해 약간 낮다.

5년간 가맹 음식점과 비가맹 음식점의 영업이익은 21.4%와 25.2% 하락하였다. 고용원이 없는 자영업자나 10㎡ 미만 사업체만 예외적으로 크게 하락하지 않았다. 가맹 음식점이 비가맹 음식점에 비해 영업이익률 하락이 더 심각한 것은 모든 종사자 수와 사업장 면적에서도 확인된다.

2010년부터 2015년까지 소매점과 음식점의 영업이익 하락은 상당하였 으며 가맹점이 비가맹에 비해 더 크게 하락하였다.

가맹 소매점의 매출액은 4억 7천만 원으로 비가맹점에 비해 약 2억 원 더 높다. 이러한 차이는 종사자 수별로 비교하면 잘 드러나지 않지만 사업장 면적별로 보면 확연하다. 모든 사업장 면적에서 가맹점이 비가맹점에 비해 매출액이 상당히 더 높으며 66㎡ 미만에서는 가맹점의 매출액이 비가맹점의 2배 이상이다.

〈표 2-16〉 프랜차이즈 가맹여부별 영업이익

(단위: %, 백만 원, %)

		사업체 비중(2015)			영업이익(2015)			영업이익 증감률		
		전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹
소 매 업	전 체	100.0	100.0	100.0	25	24	30	-30.8	-30.3	-36.5
	자영자	64.8	68.9	18.7	15	15	19	-28.9	-27.0	-38.1
	<5인	27.1	24.8	52.8	34	34	28	-46.8	-47.2	-47.1
	<10인	5.6	4.0	23.3	83	99	43	-34.4	-30.6	-39.9
	≥10인	0.5	0.4	0.7	152	155	132	-37.6	-38.2	-20.1
	<10평	40.2	42.2	17.5	18	17	28	-20.9	-21.8	-13.2
	<20평	30.6	29.8	39.5	22	22	26	-28.5	-27.6	-38.2
	<30평	12.5	11.7	22.2	28	28	28	-36.0	-34.8	-45.8
	<50평	8.7	8.2	13.7	34	34	37	-38.5	-39.4	-35.9
	≥50평	8.0	8.1	7.1	50	49	55	-37.0	-38.0	-23.7
음 식 점 업	전 체	100.0	100.0	100.0	21	20	25	-21.1	-21.4	-25.2
	자영자	52.5	56.2	34.6	14	14	17	-2.1	-0.7	-11.8
	<5인	34.0	32.6	40.4	22	22	23	-34.7	-34.4	-38.7
	<10인	10.2	8.0	20.4	42	43	38	-38.5	-37.5	-40.8
	≥10인	1.5	1.0	3.6	98	120	66	-32.7	-26.2	-40.3
	<10평	13.7	14.0	12.4	15	14	18	3.1	5.9	-7.6
	<20평	29.0	27.6	35.4	17	16	21	-9.1	-7.0	-18.4
	<30평	20.7	20.9	19.6	19	18	25	-22.0	-20.3	-31.6
	<50평	21.4	22.1	17.9	23	22	29	-29.1	-29.0	-36.2
	≥50평	15.2	15.3	14.8	34	33	37	-29.6	-29.3	-38.4

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

음식점업의 경우에는 가맹점의 매출액이 1억 9천1백만 원으로 비가맹점보다 7천6백만 원 더 높다. 이러한 차이는 종사자 수나 사업장 면적을 기준으로 비교해 봐도 확인할 수 있다. 특히 사업장 면적 기준 가맹점과 비가맹점의 매출액 차이는 전체의 차이보다 더 두드러진다. 165㎡ 미만의 경우 가맹점의 매출액이 2배 이상이거나 약 2배에 이른다.

같은 사업장 크기의 소매점 및 음식점 가맹점의 매출액이 비가맹점에 비해 2배에 이르는 이유는 가맹본점의 경영노하우 전수와 적극적 홍보, 평판 등이 종합적으로 작용한 것으로 보이지만, 가맹점이 입지가 좋은 곳에 위치한 것도 상당히 영향을 미쳤을 것으로 보인다. 나중에 살펴겠지만 평균적으로 가맹점의 임차료는 같은 규모 비가맹점에 비해 높다.

2010년부터 2015년 사이에 가맹 소매점의 매출액 증가율은 64.0%로 비가맹점의 증가율 22.7%보다 훨씬 높다. 이러한 매출액 증가율에는 고용원이 없는 자영업자가 줄고 규모가 큰 자영업자가 증가한 영향이 상당히 있기 때문에 과장된 측면이 있을 수 있다. 종사자 수와 사업장 면적별 매출액 증가율은 전체 매출액 증가율에 대한 다소 다른 해석이 가능하도록 하는데, 종사자 수별 매출액 증가율은 전체 매출액 증가율이 상당히 과장된 측면이 있다는 것을 의미하지만 사업장 면적별 매출액 증가율은 전체 매출액 증가율이 사실에 가깝다는 것을 시사한다. 이러한 차이에도 불구하고 가맹 소매점의 매출액이 비가맹점에 비해 상당히 빠르게 증가했음은 확실하다. 특히, 10㎡ 미만을 제외한 모든 규모에서 가맹 소매점의 매출액이 비가맹점보다 2배 이상 빠르게 증가하였다.

가맹 음식점의 매출액은 5년간 44.6% 증가하였으며, 이 증가율은 비가맹점에 비해 약 25% 높다. 종사자 수 및 사업장 면적별 매출액도 대체로 크게 증가하였고, 가맹점이 비가맹점에 비해 빠르게 증가하였다.

가맹점이 비가맹점에 비해 매출액이 상당히 더 높음에도 영업이익이 비슷하다는 것은 가맹점의 영업이익률이 비가맹점에 비해 상당히 낮을 것임을 의미한다. 실제로 가맹 소매점의 영업이익률은 10.8%로 비가맹점의 23.7%의 절반도 되지 않는다. 종사자 수를 기준으로 보면 구성 차이의 효과가 줄어들면서 가맹점과 비가맹점의 영업이익률 차이가 2배보다는 훨씬 줄어들게 된다. 그런데 사업장 면적을 기준으로 보면 대체로 가

〈표 2-17〉 프랜차이즈 가맹여부별 매출액

(단위: %, 백만 원, %)

		사업체 비중(2015)			매출액(2015)			매출액 증감률		
		전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹
소 매 업	전 체	100.0	100.0	100.0	283	268	470	26.7	22.7	64.0
	자영자	64.8	68.9	18.7	80	80	144	7.0	9.3	3.4
	<5인	27.1	24.8	52.8	441	446	413	7.3	4.3	36.0
	<10인	5.6	4.0	23.3	1,623	1,950	800	-5.8	-4.5	40.9
	≥10인	0.5	0.4	0.7	3,389	3,497	2,438	14.2	14.1	28.0
	<10평	40.2	42.2	17.5	146	136	338	36.4	29.4	101.1
	<20평	30.6	29.8	39.5	212	184	396	33.8	23.4	70.2
	<30평	12.5	11.7	22.2	340	320	473	27.5	22.6	56.5
	<50평	8.7	8.2	13.7	463	438	586	16.4	8.3	65.5
	≥50평	8.0	8.1	7.1	1,016	1,020	962	4.1	1.2	72.7
음 식 점 업	전 체	100.0	100.0	100.0	128	115	191	35.3	29.8	44.6
	자영자	52.5	56.2	34.6	54	50	75	30.1	29.1	31.4
	<5인	34.0	32.6	40.4	141	134	167	27.8	26.1	27.0
	<10인	10.2	8.0	20.4	371	379	357	6.7	7.4	7.4
	≥10인	1.5	1.0	3.6	825	956	642	-0.5	4.9	-1.7
	<10평	13.7	14.0	12.4	58	49	102	45.0	37.5	65.1
	<20평	29.0	27.6	35.4	78	66	125	38.5	33.8	42.2
	<30평	20.7	20.9	19.6	108	92	189	33.3	29.2	33.9
	<50평	21.4	22.1	17.9	146	131	240	31.1	27.4	30.4
	≥50평	15.2	15.3	14.8	298	280	373	33.8	32.9	25.3

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

맹점의 영업이익률은 비가맹점의 절반이 되지 않는다. 가맹 음식점의 영업이익률은 19.2%로 비가맹점의 26.5%보다 다소 낮다. 종사자 수나 사업장 면적별로도 거의 일관되게 이러한 차이가 관찰된다.

매출액이 빠르게 증가하였음에도 영업이익이 하락하였다는 것은 영업이익률이 크게 하락하였다는 것을 의미한다. 특히 가맹점의 경우 매출액이 훨씬 빠르게 증가하였음에도 영업이익이 감소하였기 때문에 영업이익률의 감소율이 더 높을 수밖에 없다. 실제로 2010년과 2015년 사이에 가맹 소매점의 영업이익률은 48.8% 하락하여 비가맹점의 22.0%보다 훨씬 심각한 변화이다. 종사자 수나 사업장 면적별로 살펴보더라도 이러한 차

〈표 2-18〉 프랜차이즈 가맹여부별 영업이익률

(단위: %)

		사업체 비중(2015)			영업이익률(2015)			영업이익률 증감률		
		전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹
소매업	전 체	100.0	100.0	100.0	22.5	23.7	10.8	-24.7	-22.0	-48.8
	자영자	64.8	68.9	18.7	27.2	28.0	17.5	-17.9	-16.1	-32.5
	<5인	27.1	24.8	52.8	14.3	14.8	10.2	-37.5	-36.6	-48.1
	<10인	5.6	4.0	23.3	8.8	8.7	7.3	-23.2	-18.2	-48.4
	≥10인	0.5	0.4	0.7	7.7	7.6	7.9	-34.9	-36.0	-32.0
	<10평	40.2	42.2	17.5	27.0	27.4	14.2	-18.0	-17.2	-42.6
	<20평	30.6	29.8	39.5	22.9	24.5	11.0	-24.6	-21.4	-49.3
	<30평	12.5	11.7	22.2	19.0	20.6	9.6	-30.3	-26.9	-52.1
	<50평	8.7	8.2	13.7	16.3	17.3	9.6	-35.5	-33.7	-50.2
	≥50평	8.0	8.1	7.1	11.9	12.1	8.8	-42.6	-42.0	-51.9
음식점업	전 체	100.0	100.0	100.0	25.1	26.5	19.2	-25.4	-22.4	-37.9
	자영자	52.5	56.2	34.6	30.8	31.8	25.4	-15.6	-13.5	-27.0
	<5인	34.0	32.6	40.4	20.3	20.9	17.9	-36.7	-35.6	-41.3
	<10인	10.2	8.0	20.4	13.5	13.5	12.8	-34.7	-35.2	-35.7
	≥10인	1.5	1.0	3.6	12.3	12.6	11.3	-31.1	-29.9	-34.4
	<10평	13.7	14.0	12.4	32.8	34.8	24.1	-12.1	-7.8	-30.7
	<20평	29.0	27.6	35.4	28.6	30.4	22.4	-19.1	-15.8	-31.3
	<30평	20.7	20.9	19.6	25.2	26.8	18.9	-25.8	-22.6	-37.1
	<50평	21.4	22.1	17.9	21.8	22.8	16.0	-32.5	-30.5	-44.2
	≥50평	15.2	15.3	14.8	16.2	17.0	12.6	-42.8	-41.0	-49.4

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

이는 유지된다. 지난 5년간 가맹 음식점의 영업이익률의 하락률은 37.9%로 비가맹점의 22.4%보다 높다.

비가맹점에 비해 큰 가맹점의 영업이익률 하락률의 이유에 대해서 더 자세히 살펴보도록 하자. 먼저 매출액 대비 매출원가의 비중(이하 매출원가 비중)과 매출액 대비 판매관리비의 비중(이하 판매관리비 비중)을 살펴보자.

가맹 소매점의 매출원가 비중은 65.0%로 비가맹 소매점의 58.2%보다 약 7%포인트 높다. 종사자 수별로 보면 전체 매출원가 비중의 차이는 고용원이 없는 비가맹 소매점의 매출원가 비중이 낮은 영향이며 고용원이

있는 사업체의 매출원가 비중은 가맹여부에 따라 크게 차이나지 않는다. 그러나 사업장 면적을 기준으로 보면 99㎡ 미만의 경우 가맹 소매점의 매출원가 비중이 5%포인트 이상 높다. 가맹 소매점의 판매관리비 비중은 22.0%로 비가맹 소매점보다 5.4%포인트 높다. 종사자 수별로 보면 고용원이 있는 자영업체의 경우 가맹 소매점의 판매관리비 비중이 비가맹점에 비해 더 높다. 사업장 면적별로 보면 가맹점의 판매관리비 비중이 비가맹점에 비해 거의 일정하게 더 높다. 가맹 소매점의 영업이익률이 비가맹 소매점보다 낮은 데에는 매출원가 비중과 판매관리비 비중 모두가 중요하게 영향을 끼친 것으로 보인다.

가맹 음식점의 매출원가 비중은 47.7%로 비가맹점의 43.2%보다 4.5%포인트 더 높다. 이러한 차이는 종사자 수 및 사업장 면적별로 살펴보다도 비슷하게 발견된다. 가맹 음식점의 판매관리비 비중은 32.9%로 비가맹점에 비해 2.6%포인트 더 높다. 종사자 수별로 보면 가맹점의 판매관리비 비중이 비가맹점보다 뚜렷이 더 높은 경우는 발견되지 않는다. 그럼에도 전체 가맹점의 판매관리비 비중이 더 높은 것은 판매관리비 비중이 낮은 고용원이 없는 자영업체 비중에 있어서 가맹점이 비가맹점보다 훨씬 낮기 때문이다. 사업장 면적별로 보면 66㎡ 이상에서만 가맹점의 판매관리비 비중이 더 높다. 가맹음식점의 영업이익률이 다소 낮은 것은 판매관리비 비중의 영향도 있지만 매출원가 비중의 영향이 큰 것으로 보인다.

2010년부터 2015년 사이에 가맹 소매점의 매출원가 비중 증가율은 비가맹점과 비슷한 13.9%이다. 종사자 수와 사업장 면적별로 보면 고용원이 없거나 33㎡ 미만인 경우에만 가맹점의 매출원가 비중 증가율이 다소 높은 편이며 나머지의 경우에는 그 반대이다. 가맹 소매점의 판매관리비 비중 증가율은 비가맹점과 상당히 대비된다. 비가맹점의 판매관리비 비중은 상당히 감소(13.4% 감소)하였는데 가맹점의 비중은 거의 변화가 없다. 종사자 수별로 보면 고용원이 없는 자영업체의 경우에만 가맹점의 관리비 비중이 상당히 감소하였고 나머지는 별로 변하지 않았다. 이는 비가맹점의 경우 전 규모에서 판매관리비 비중이 크게 하락한 것과 대비된다. 사업장 면적별로 보더라도 가맹점과 비가맹점의 판매관리비 비중의 변화

는 상당히 대비된다.

가맹 소매점의 영업이익률 하락에는 판매관리비 비중보다는 매출원가 비중의 증가의 영향이 크다. 그러나 비가맹점에 비해 영업이익률 하락이 훨씬 더 큰 것에는 판매관리비 비중 정체의 영향이 더 큰 것으로 볼 수 있을 것이다.

2010년부터 2015년까지 가맹 음식점의 매출원가 비중 증가율은 22.0%로 비가맹점과 비슷하다. 종사자 수나 사업장 면적별로 보면 대부분의 경우에 가맹점의 매출원가 비중의 증가율이 다소 더 높다. 가맹 음식점 판매관리비 비중은 9.9% 증가하였다. 이는 비가맹점의 0.5% 하락과 대비된다. 고용원이 없는 자영업체를 제외한 모든 종사자 수와 사업장 면적에서 판매관리비 비중이 다소 상승하였다.

〈표 2-19〉 프랜차이즈 가맹여부별 매출액 대비 매출원가의 비중

(단위: %)

		매출원가 비중(2015)			매출원가 비중 증감률		
		전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹
소 매 업	전 체	59.0	58.2	65.0	15.9	15.4	13.9
	자영자	56.6	55.9	65.6	14.2	13.1	16.5
	<5인	62.6	62.6	64.6	18.8	20.0	13.8
	<10인	66.4	67.9	64.7	5.1	6.2	6.1
	≥10인	71.2	71.9	66.9	13.7	14.9	6.7
	<10평	54.8	54.5	61.5	14.6	14.3	18.5
	<20평	58.3	57.3	65.5	16.4	15.7	15.1
	<30평	62.3	61.6	66.2	16.2	16.3	12.3
	<50평	64.7	64.5	65.8	16.9	17.6	11.5
	≥50평	69.5	69.8	65.5	15.7	16.1	10.3
음 식 점 업	전 체	44.0	43.2	47.7	22.3	21.5	22.0
	자영자	43.7	42.6	50.7	19.6	18.1	26.8
	<5인	44.6	43.9	46.9	26.9	26.9	24.5
	<10인	44.7	44.8	44.9	18.2	21.0	11.0
	≥10인	42.6	42.1	43.5	5.4	6.5	2.7
	<10평	39.8	38.1	47.4	13.7	10.5	25.0
	<20평	43.0	41.4	48.9	20.6	18.8	24.7
	<30평	44.6	43.6	48.7	25.1	24.0	23.6
	<50평	45.7	45.5	46.9	26.7	27.2	20.8
	≥50평	46.0	46.3	43.9	21.6	23.3	10.0

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

〈표 2-20〉 프랜차이즈 가맹여부별 매출액 대비 판매관리비의 비중

(단위: %)

		판매관리비 비중(2015)			판매관리비 비중 증감률		
		전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹
소매업	전체	17.0	16.6	22.0	-11.9	-13.4	1.1
	자영자	15.1	15.0	14.5	-12.6	-12.8	-18.6
	<5인	21.0	20.6	23.1	-13.4	-15.6	-2.0
	<10인	21.1	18.9	26.1	-16.8	-25.7	5.5
	≥10인	17.1	16.1	22.6	-33.1	-37.2	-12.0
	<10평	17.0	16.8	22.2	-12.1	-12.6	-5.2
	<20평	17.4	16.9	21.5	-10.7	-12.5	0.6
	<30평	16.9	16.1	21.9	-11.6	-14.6	4.0
	<50평	17.0	16.3	22.3	-12.3	-14.3	3.0
	≥50평	16.1	15.5	23.0	-16.6	-18.5	3.4
음식점업	전체	30.7	30.3	32.9	1.3	-0.5	9.9
	자영자	25.4	25.5	23.6	-6.1	-6.2	-6.4
	<5인	35.0	35.0	35.1	6.8	6.5	10.1
	<10인	41.8	41.7	42.3	0.6	-1.2	6.7
	≥10인	45.2	45.3	45.2	8.0	6.5	11.9
	<10평	27.4	27.1	28.2	-1.4	-2.7	3.3
	<20평	28.2	28.1	28.5	-2.5	-3.2	1.2
	<30평	30.0	29.5	32.3	-1.0	-2.4	5.7
	<50평	32.3	31.6	37.0	2.4	0.5	14.0
	≥50평	37.7	36.5	43.4	11.2	8.8	23.3

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

가맹 음식점의 영업이익률 하락에는 매출원가 비중뿐만 아니라 판매관리비 비중의 상승의 영향이 있다. 그러나 비가맹점보다 영업이익률 하락이 더 큰 것은 판매관리비 비중의 영향이 더 큰 것으로 보인다.

마지막으로 판매관리비의 주요 항목인 인건비와 임차료에 대해 간단히 살펴보자. 종사자 수별로 보면 가맹 소매점과 음식점 모두 인건비 비중이 비가맹점보다 다소 낮지만, 사업장 면적별로 보면 가맹점이 비가맹점보다 높다. 사업장 면적별 가맹점과 비가맹점의 매출액의 차이를 고려한다면 가맹점의 인건비 비중이 비가맹점보다 크게 낮지 않다는 것은 동일한 면적의 가맹점이 비가맹점보다 인건비를 더 많이 쓰고 있다는 것을 의미

한다. 가맹 소매업과 음식점업의 임차료는 비가맹점에 비해 다소 낮다. 이는 종사자 수나 사업장 면적별 비중에서도 비슷하게 확인된다. 그러나 동일한 사업장 크기에서 가맹점의 임차료 비중이 비가맹점보다 다소 낮다는 것이 임차료가 낮다는 것을 의미하지 않는다. 동일 면적에서 가맹점의 매출이 비가맹점의 2배에 이르기 때문에 이 정도의 차이는 가맹점의 임차료가 비가맹점보다 훨씬 높다는 것을 의미한다.

〈표 2-21〉 프랜차이즈 가맹여부별 매출액 대비 인건비의 비중

(단위 : %)

		인건비 비중(2015)			인건비 비중 증감률		
		전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹
소매업	전체						
	자영자						
	<5인	14.5	14.9	11.3	38.7	41.5	12.3
	<10인	14.7	15.2	13.0	24.4	28.9	7.8
	≥10인	16.4	16.6	14.5	0.8	0.8	-3.4
	<10평	3.9	3.6	10.5	67.1	63.2	66.7
	<20평	5.0	4.5	9.1	70.2	71.4	38.2
	<30평	5.9	5.4	9.3	54.5	57.5	29.4
	<50평	6.6	6.1	9.2	52.9	57.8	24.7
	≥50평	7.5	7.2	10.7	52.8	54.1	39.1
음식점업	전체						
	자영자						
	<5인	18.9	19.5	16.6	39.0	40.9	36.5
	<10인	24.3	25.2	22.6	7.0	7.3	10.1
	≥10인	26.7	27.7	25.3	8.7	8.5	12.9
	<10평	4.7	4.0	8.2	39.8	28.3	81.7
	<20평	6.4	5.7	9.0	28.2	21.7	45.2
	<30평	9.1	8.4	12.3	30.2	26.7	38.1
	<50평	11.8	11.1	15.6	34.6	31.1	46.5
	≥50평	17.1	16.4	19.9	43.0	41.2	45.5

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

2010년부터 2015년까지 가맹점과 비가맹점 모두 인건비 비중은 상당히 상승한 것으로 보인다. 소매업의 경우 가맹점의 증가율이 더 낮지만 음식점업의 경우 가맹점의 증가율이 더 높다. 임차료 비중은 비가맹점의 경우 증가하였으나 가맹점의 경우 크게 하락하거나 거의 변화가 없다. 인건비와 임차료만 보면 가맹점의 판매관리비 비중의 증가율이 비가맹점보다 높을 이유가 없다. 이것은 인건비나 임차료가 아닌 다른 판매관리비 항목이 가맹점과 비가맹점 사이에 다르게 변했기 때문일 가능성이 높다. 가맹본점에서 광고비와 같은 추가적인 비용을 부담시킨 결과가 아닌지 의심된다.

〈표 2-22〉 프랜차이즈 가맹여부별 매출액 대비 임차료의 비중

(단위: %)

		임차료 비중(2015)			임차료 비중 증감률		
		전체	비가맹	가맹	전체	비가맹	가맹
소매업	전체	10.9	11.2	7.0	3.4	5.4	-28.8
	자영자	13.2	13.1	11.4	13.1	12.7	-8.7
	<5인	7.5	7.6	6.5	-12.2	-10.1	-27.1
	<10인	4.8	4.4	5.2	-4.3	0.0	-22.6
	≥10인	3.6	3.4	4.7	0.8	2.2	-15.0
	<10평	11.7	11.9	8.0	3.2	4.6	-33.9
	<20평	11.4	11.9	7.2	5.4	9.0	-28.5
	<30평	9.7	10.2	6.5	1.6	5.9	-28.1
	<50평	9.0	9.5	6.4	-1.1	3.6	-28.5
	≥50평	7.7	7.7	7.0	-7.8	-6.1	-24.8
음식점업	전체	13.5	13.7	12.4	8.1	10.1	0.8
	자영자	15.4	15.6	14.3	14.7	15.8	7.9
	<5인	11.7	11.6	12.0	2.7	2.8	1.9
	<10인	9.7	9.2	10.6	-5.6	-8.9	-0.9
	≥10인	8.4	7.8	9.2	-9.3	-15.2	-2.8
	<10평	15.0	15.3	13.2	13.7	15.5	3.8
	<20평	14.0	14.4	12.5	10.4	13.0	1.6
	<30평	13.3	13.6	11.9	7.5	9.8	-1.1
	<50평	12.7	12.8	11.9	5.3	6.8	-1.3
	≥50평	11.7	11.7	12.4	1.8	1.2	4.3

자료: 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료를 사용해서 필자 분석.

제5절 소 결

2010년 이전부터 자영업과 관련된 환경은 빠르게 변하고 있었다. 소득 대비 지출의 비중이 크게 하락하면서 매출기반은 상당히 축소되었고, 새로운 사업방식의 확산으로 이익기반도 약화되고 있다. 인구 및 가구구조의 급격한 변화는 오늘의 양지를 내일의 음지로, 오늘의 음지를 내일의 양지로 바꾸고 있다. 이러한 변화 속에서 자영업의 경영에 불확실성이 커지고, 이익을 내기가 더욱 어렵게 되어가고 있다. 그러나 우리는 우리의 현실을 정확히 알지 못하고 있다. 본 보고서에서는 2010년과 2015년 사이에 자영업의 경영상황 변화에 대한 객관적인 정량적 분석 결과를 제시하였다.

2010년에서 2015년 사이에 자영업 구성에 상당한 변화가 발견된다. 고용원이 없는 자영업자가 줄고 고용원이 있는 자영업자가 늘어났다. 소매업과 음식점업에 한정해서 보면 이러한 변화는 프랜차이즈의 증가 및 프랜차이즈에서 고용원이 있는 자영업자 비중의 급격한 증가와도 관련이 있을 것으로 보인다. 5인 미만 고용원이 있는 사업체의 가맹률은 20%에 육박하고 5인 이상 사업체의 1/3 이상이 가맹점이다.

영업이익은 2010년 이후 5년간 16.8% 하락하였다. 이 기간 동안 영업 이익이 낮은 고용원이 없는 자영업체의 비중이 4%나 증가했고 경제가 15.9% 성장했던 것까지 감안하면 자영업 경영상황의 악화는 매우 심각했다. 매출액이 경제성장률만큼 증가하고 비용구조가 동일했다면 경영상황이 이전과 같았겠지만, 매출액은 더디게 증가했고 비용구조는 상당히 악화되었다. 매출액은 8.5% 증가하여 경제성장률 15.9%에 한참 못 미쳤고, 영업이익률은 8.5% 하락하였다. 영업이익률은 매출원가와 판매관리비 모두가 매출액에 비해 빨리 증가하면서 하락한 것이다. 다만, 전체 자영업체의 50%를 차지하는 도매·소매업과 숙박·음식점업만 보면 매출원가 상승의 영향이 절대적이었다.

가맹점은 비가맹점에 비해 다음과 같은 특징을 갖고 있다. 영업이익이

약간 더 높은데, 이것은 매출액은 거의 2배에 달하지만 영업이익률이 거의 절반밖에 되지 않은 것의 결과이다. 이 글에서 확인한 2010년 이후 5년간 가맹 소매점과 음식점의 경영상황 변화는 다음과 같다. 가맹 소매점과 음식점의 영업이익은 36.5%와 25.2% 하락하였다. 매출액은 64.0%와 44.6% 상승한 반면, 영업이익률은 48.8%와 30.7% 하락하였다. 매출이 매우 크게 증가하였음에도 이를 넘어서는 비용구조 악화가 발생하면서 가맹점의 영업이익이 하락한 것이다. 영업이익률 하락에는 매출원가 비중이 증가한 영향도 있지만 비가맹점에 비해 빠르게 증가한 판매관리비 비중의 영향도 큰 것으로 보인다.

자영업 경영악화를 반전시킬 확실한 정책은 없는 것으로 보인다. 만약 가구의 자산축적이나 부채 감소를 위한 저축의 증가가 더딘 매출액 증가의 원인이라면 현재의 주택가격이 유지되는 한 개선의 가능성은 낮아 보인다. 매출액 감소와 가구의 소비지출성향 하락의 원인에 대한 세밀한 분석이 더 필요하다고 판단된다. 매출원가와 관련해서는 정책개입의 여지가 많지는 않아 보이지만 프랜차이즈의 경우에는 상황이 다르다고 판단된다. 가맹점의 매출원가 비중이 비가맹점에 비해 5%포인트 내외 더 높다는 것은 가맹본점에서 비정상적인 필수물품구매를 강제했기 때문으로 보인다. 이에 대한 제도적 보완 및 현실적 집행이 이루어지기를 기대한다. 판매관리비 비중의 증가와 관련해서는 최근에 여러 제도 개편이 이루어졌다. 이에 대한 평가 및 보완도 필요하지만 좀 더 구조적인 측면에 대한 취약점을 보완하고 관행을 개선하는 노력이 필요하다고 판단된다. 프랜차이즈와 관련해서는 추가적인 가능성이 있다고 판단되는데, 가맹계약이 협력적 관계로 발전할 수 있기를 기대한다.

제 3 장

자영업자 경영 실태조사

제1절 서 론

2018년 6월에 서울, 대전, 대구 지역 소매업과 음식업의 소규모 사업장을 위주로 실태조사를 하였다. 자영업 경영 실태에 대해서는 통계청에서도 소매업조사, 서비스업조사 등에서 조사하고 있다. 본 연구에서 수행한 조사에서는 대표성을 가진 조사를 목표로 하고 있지 않다. 이 실태조사에서는 기존의 자영업자 조사에서 물었던 정보 이외에 임대료나 최저임금과 관련된 사항을 추가적으로 조사하여 기존의 조사에서 알 수 없었던 정보를 추가적으로 파악하고자 하였다.

한국의 임대계약에는 임대료 외에도 권리금이나 보증금이 포함된다는 특수성이 있다. 기존의 자영업 조사에서는 월 임대료에 대해서만 조사를 하였지만 이번 실태조사에서는 계약형태, 기간, 권리금, 보증금에 대해서도 조사를 하여, 기존의 조사를 보완하고자 하였다. 그리고 경영 비용에 대해 금액을 적는 방법과 전체 매출에서 각 비용 항목이 차지하는 비중을 적도록 하는 방법을 비교하여 자영업자가 비용 항목을 인식하는 방식에 대해서도 비교할 수 있도록 하였다.

다음 절에서는 이번 실태조사 방식에 대해 설명하고 경제총조사와 비교한다. 이후에는 실태조사 결과에 대해 보고한다.

제2절 조사 개요

1. 조사 개요

2018년 6월에 서울, 대전, 대구 지역 소매업과 음식업의 소규모 사업장을 위주로 조사를 하였다. 서울 1,033개, 대전 421개, 대구 546개 총 2,000개의 표본조사를 실시하였다.

소매업은 음식료품 및 담배 소매업(472), 가전제품 및 정보통신장비 소매업(473), 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업(474), 기타 생활용품(475), 문화, 오락, 여가용품 소매업(476), 연료, 기타상품, 무점포 소매업(477~479) 6개 소업종으로 구분하여 조사하였다. 음식업은 음식점업(561)과 비알코올 음료점업(5622) 2개로 나누어 조사하였다.

자영업 경영 실태에 대해서는 통계청에서 도소매업조사, 서비스업조사 등에서 조사하고 있다. 본 연구에서 수행한 조사에서는 대표성을 가진 조사를 목표로 하고 있지 않다.

〈표 3-1〉 자영업 경영 실태조사의 업종, 지역별 표본 수

(단위: 개)

업종/지역	전체	서울	대전	대구
음식료품 및 담배 소매업(472)	249	127	51	71
가전제품 및 정보통신장비 소매업(473)	249	126	54	69
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업(474)	348	175	73	100
기타 생활용품(475)	225	98	72	55
문화, 오락, 여가용품 소매업(476)	52	38	5	9
연료, 기타상품, 무점포 소매업(477~479)	100	61	1	38
음식점업(561)	548	283	118	147
비알코올 음료점업(5,622)	229	125	47	57
전 체	2,000	1,033	421	546

〈표 3-2〉 종사자 수 분포(무급가족 종사자 포함)

(단위: 회, %)

종사자 수	전 체		프랜차이즈	일반 사업체
	빈도	비중	비중	비중
자영자	702	35.1	15.8	38.7
1인 종사	802	40.1	36.6	40.8
2인 종사	232	11.6	18.6	10.3
3인 종사	118	5.9	12.0	4.8
4인 이상 종사	146	7.3	17.0	5.5
평균 종사자(명)		1.10	1.78	0.97

업종을 분석할 때 업종별 관측치의 크기를 고려하여 업종을 6개(식품 소매업, 전자소매업, 의류소매업, 기타소매업(기타 생활용품, 문화, 오락, 여가용품, 연료, 기타상품 소매업), 음식업, 커피음료업(비알코올 음료업 점))로 다시 구분하였다.

조사 사업체 가운데 고용원 없는 자영자가 전체의 35.1%를 차지한다. 무급가족 종사자를 포함하여 1인을 고용한 사업체는 40.1%이다. 2인, 3인, 4인 이상을 고용한 사업체는 각각 11.6%, 5.9%, 7.3%이다. 고용주를 제외한 평균 종사자 수는 1.1명이다.

프랜차이즈 사업체의 평균 종사자 수는 1.78명으로 일반 사업체 0.97명보다 많다. 이번 조사에 포함된 프랜차이즈 사업체에서 사업주 혼자 사업을 운영하는 경우는 15.8%로 일반 사업체(비프랜차이즈)의 38.7%에 비해 적다. 프랜차이즈와 일반 사업체 모두 사업주 외에 1인을 고용한 경우가 36.6%와 40.8%로 가장 많다. 3인 이상을 고용한 경우는 프랜차이즈 사업체가 29.0%이고 일반 사업체는 10.3%이다.

2. 경제총조사와 비교

실태조사의 특성을 2015년 경제총조사와 비교하여 보았다. 2015년 경제총조사에서 음식업과 소매업의 지역 분포를 보면, 서울 지역이 전체 음

식업과 소매업의 18.5% 정도를 차지하고 있다. 대구는 약 5%, 대전은 약 3%를 차지하고 있다.

실태조사를 하였던 서울, 대전, 대구 지역을 전체 지역으로 간주하고 지역별 분포를 비교하여 보았다. 음식업의 경우, 서울 지역의 비중이 경제총조사에서는 70.2%인 반면, 실태조사에서는 51.1%를 차지하였다. 대전의 비중은 경제총조사에서 11.3%, 실태조사에서는 20.9%이다. 대구의 비중은 경제총조사에서 18.5%, 실태조사에서는 28.0%이다. 소매업의 경우 조사별 지역 분포는 음식업과 유사하다. 실태조사에서는 서울 지역을 과소대표하고 대전과 대구 지역을 과대대표하고 있다.

〈표 3-3〉 음식업과 소매업의 지역 분포 : 2015년 경제총조사

(단위: 개, %)

	음식업		소매업	
	사업체 수	분포	사업체 수	분포
서울	119,714	18.2	125,334	19.0
부산	47,049	7.2	51,284	7.8
대구	31,576	4.8	34,978	5.3
인천	30,948	4.7	30,717	4.7
광주	17,905	2.7	20,821	3.2
대전	19,220	2.9	20,464	3.1
울산	16,688	2.5	14,306	2.2
세종	2,287	0.4	1,672	0.3
경기	132,311	20.1	127,183	19.3
강원	29,350	4.5	25,117	3.8
충북	23,707	3.6	22,087	3.3
충남	30,118	4.6	30,299	4.6
전북	23,661	3.6	29,965	4.5
전남	26,882	4.1	30,243	4.6
경북	42,816	6.5	39,921	6.0
경남	51,231	7.8	45,432	6.9
제주	11,623	1.8	10,938	1.7
전 체	657,086	100.0	660,761	100.0

〈표 3-4〉 경제총조사와 실태조사의 지역별 분포 비교

(단위: %)

	음식업		소매업	
	경제총조사	실태조사	경제총조사	실태조사
서울	70.2	51.1	69.3	52.5
대전	11.3	20.9	19.3	21.2
대구	18.5	28.0	11.3	26.3
전 체	100	100	100	100

〈표 3-5〉 음식업의 종사자 수 비교 : 경제총조사와 실태조사

(단위: 회, %)

종사자 수	경제총조사		실태조사		배율
	빈도 수	비율	빈도 수	비율	
		(1)		(2)	(2)/(1)
0	42,545	6.5	519	42.4	6.6
1	3,373	0.5	508	41.5	81.5
2	4,830	0.7	99	8.1	10.9
3	4,825	0.7	45	3.7	5.0
4	601,513	91.5	52	4.3	0.0
전 체	657,086	100.0	1,223	100.0	1.0

주: 종사자 수 0은 종업원 없는 자영자를 가리킴.

경제총조사와 실태조사에서 종사자 수를 비교하였다. 음식업의 경우, 경제총조사에서 종업원이 없는 자영자가 6.5%를 차지하고, 4인 이상을 고용한 사업체가 91.5%를 차지한다. 1~3인 사업체는 각각 1% 미만을 차지한다. 실태조사에서는 자영자가 42.4%를 차지하고, 1인 사업체가 41.5%를 차지한다. 4인 이상 사업체는 4.3%에 불과하다. 실태조사는 매우 영세한 사업체를 집중적으로 조사하였다. 음식업의 경우 특히 1인 사업체가 많이 조사되었다.

〈표 3-6〉 소매업의 종사자 수 비교 : 경제총조사와 실태조사

(단위: 회, %)

종사자 수	경제총조사		실태조사		배율
	빈도 수	비율	빈도 수	비율	
		(1)		(2)	(2)/(1)
0	8,895	1.4	183	23.6	16.7
1	19,827	3.2	294	37.8	12.0
2	19,850	3.2	133	17.1	5.4
3	18,915	3.0	73	9.4	3.1
4	562,102	89.3	94	12.1	0.1
전 체	629,589	100.0	777	100.0	1.0

주: 종사자 수 0은 종업원 없는 자영자를 가리킴.

소매업의 경우에도 음식업과 마찬가지로 실태조사에서는 매우 영세한 사업체를 많이 조사하였다. 소매업에서 종업원 없는 사업체는 경제총조사에서 1.4%만을 차지하지만 실태조사에서는 16.7%를 차지한다. 1인 종사 사업체는 3.2%와 12.0%로 차이가 난다. 4인 이상을 고용한 사업체는 경제총조사에서 89.3%를 차지하는 반면, 실태조사에서는 0.1%에 불과하다.

이번에 실시된 실태조사는 업종, 지역, 규모에서 매우 특정한 부분만 대상으로 한 것이다. 업종은 음식업과 소매업으로 국한되었고, 지역은 서울, 대전, 대구로 국한되었고, 규모는 2인 이하 사업체를 집중적으로 조사하였다.

이번에 실시된 실태조사의 표본은 대표성이 전혀 없기 때문에 조사 결과를 일반화할 수 없다. 이번 실태조사는 그동안 대표성이 있는 조사에서 비율이 매우 낮았던 영세사업체를 과대대표하였다. 이번 실태조사가 대표성이 전혀 없지만 영세사업체에 대해서는 좀 더 정밀한 정보를 줄 수 있다.

제3절 업종별 영업정보 분석

조사업체 매출액의 평균은 월 1,954만 원이다. 식품소매(2,442만 원)와 기타소매(2,326만 원), 전자소매(2,112만 원)업에서 매출액이 많다. 의류소매(1,512만 원)와 커피음료업의 매출액이 적다.

대체로 보아, 음식업에 비해 소매업의 매출과 영업비용이 큰 편이다. 업종의 매출액이 크면 영업비용도 크다. 이에 따라 영업이익은 매출액에 비례하지 않는다. 의류소매업은 매출액이 다른 업종에 비해 적은 편이지만 영업비용도 적어서 영업이익은 월평균 294만 원으로 업종 가운데 가장 높다. 전자소매업과 음식업은 매출액과 영업비용이 중간 정도이고 영업비용도 중간 정도이다. 식품소매업은 매출액이 매우 높지만 영업비용도 높아서 영업이익은 업종 가운데 낮은 편이다. 커피음료업은 매출과 영업비용이 가장 낮는데 영업이익도 업종 가운데 가장 낮다.

평균 영업이익이 크면 표준오차도 큰 경향이 있다. 평균적으로 수익성이 높을수록 수익성의 편차도 크다는 것이다. 사업의 일반적인 속성이다.

〈표 3-7〉 업종별 매출액, 영업비용, 영업이익

(단위: 만 원/월)

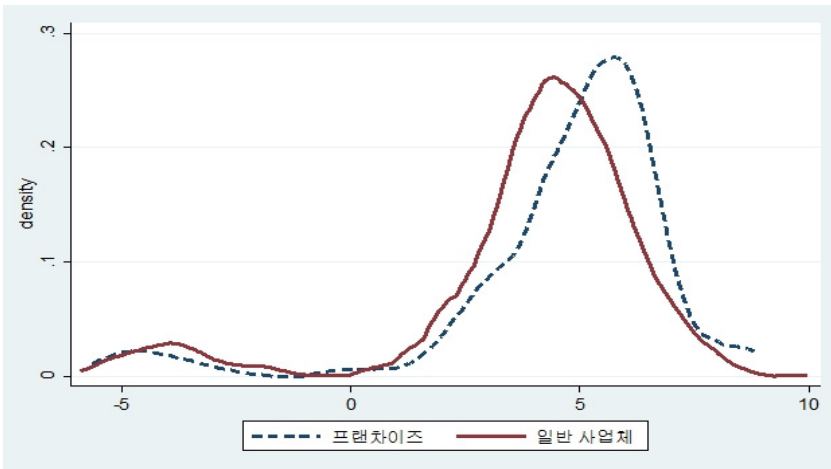
	매출액	영업비용	영업이익
식품소매	2,442(551) 1	1,915(287) 2	198(28) 5
전자소매	2,112(106) 3	1,925(99) 3	261(37) 2
의류소매	1,512(81) 5	1,345(68) 5	294(48) 1
기타소매	2,326(232) 2	2,065(213) 1	240(29) 4
음식업	1,960(118) 4	1,708(87) 4	260(40) 3
커피음료업	1,295(73) 6	1,140(62) 6	195(22) 6
전 체	1,954(90)	1,700(62)	247(16)

주: 괄호 안은 평균의 표준오차임.

[그림 3-1] 영업을의 로그값의 분포



[그림 3-2] 프랜차이즈와 일반 사업체의 영업을의 로그값 분포



〈표 3-8〉 프랜차이즈와 일반 사업체의 경영상태

(단위: 만 원/월)

	일반		프랜차이즈	
매출	1,836.1	105	2,579.6	113.5
영업비용	1,582.3	70.7	2,324.3	103.1
영업이윤	219.4	16.6	392.4	49.1

주: 일반 사업체 1,683개(84.2%), 프랜차이즈 317개(15.9%).

프랜차이즈와 일반 사업체(비프랜차이즈)의 경영상태를 비교해 보았다. 이 조사에서 프랜차이즈는 317개로 전체 조사 사업체의 15.9%를 차지한다. 프랜차이즈 사업체의 매출액은 월평균 2,580만 원으로 일반 사업체의 월평균 매출액 1,836만 원보다 1.4배 많다. 프랜차이즈의 영업비용은 월평균 2,324만 원으로 일반 사업체의 1,582만 원보다 1.5배 정도 많다. 프랜차이즈 사업체의 월평균 영업이익은 392만 원으로 일반 사업체 219만 원보다 1.8배 정도 많다. 프랜차이즈 사업체의 평균 매출, 영업비용, 영업이익 모두 일반 사업체보다 많다.

프랜차이즈의 평균 영업이익이 일반 사업체보다 많은 것이 몇몇 사업체의 영업이익이 매우 높아서 평균값을 높인 결과가 아니다. [그림 3-2]에서 보이듯이 프랜차이즈 영업이익 분포의 형태는 일반 사업체 분포의 형태와 크게 다르지 않으며, 단지 평균값에서 차이가 난다.

〈표 3-9〉 고용주와 자영자의 경영상태

(단위: 만 원/월)

	고용주		자영자	
매출	3,154.3	224.4	1,226.0	37.8
영업비용	2,711.2	147.1	1,086.7	34.0
영업이윤	407.3	38.1	149.6	10.6

주: 고용주 7,55명, 자영자 1,245명.

〈표 3-10〉 고용주와 자영자의 영업이익 분포

(단위: %)

	고용주	자영자	전체
0 미만	6.2	6.3	6.3
100만 원 미만	35.9	57.6	49.4
200만 원 미만	16.2	15.8	16.0
200만 원 이상	41.7	20.2	28.4
전 체	100.0	100.0	100.0

자영업자의 경영상태를 고용주(고용원이 있는 자영업자)와 자영자(고용원이 없는 자영업자)로 나누어 살펴보았다. 고용원이 있는 자영 사업체는 고용원이 없는 자영 사업체에 비해 규모가 크다. 고용주의 매출액은 월평균 3,154만 원으로 자영자의 1,226만 원에 비해 2.6배 크다. 고용주와 자영자의 영업비용은 월평균 2,711만 원과 1,086만 원으로 2.5배 차이가 난다. 고용주의 영업이익은 월평균 407만 원으로 자영자의 150만 원에 비해 2.7배 크다.

고용주의 자영자의 영업이익의 분포를 좀 더 자세히 살펴보았다. 고용주 가운데 영업이익이 100만 원 이하인 경우는 42.1%이고, 영업이익이 200만 원 이상인 경우는 41.7%이다. 고용주의 영업이익은 양극화되어 있다. 자영자 가운데 영업이익이 월 100만 원 이하인 경우는 63.9%이다. 200만 원 이상 수익을 얻는 자영자는 20.2%에 불과하다.

고용주와 자영자를 통틀어서 영업이익이 월 200만 원을 넘는 경우는 28.4%이다. 고용주의 영업이익은 양극화되어 있고, 자영자의 영업이익은 매우 적다.

제4절 비용의 분석

영업비용에 대해서는 두 가지 방식으로 조사하였다. 하나는 영업비용 각 항목(재료매입비, 인건비, 임차료, 카드수수료, 세금과 공과, 기타비용)마다 금액을 조사하였다. 그리고 다른 한편으로 각 영업비용 항목이 전체 영업비용에서 차지하는 비중을 조사하였다.

먼저 영업비용 항목별 금액을 조사한 결과를 살펴본다. 전체 영업비용은 평균 월 1,700만 원이다. 이 가운데 재료구입비가 평균 1,050만 원으로 전체 영업비용의 61.8%를 차지한다. 다음으로 인건비가 평균 405만 원으로 전체 영업비용의 23.8%를 차지한다. 카드수수료, 세금과 공과, 기타비용은 각각 평균 32만 원, 45만 원, 42만 원으로 전체 비용의 1.9%, 2.7%, 2.5%를 차지한다. 영업비용의 임차료에는 임차건물에 대한 월세만 포함되

〈표 3-11〉 영업비용 항목별 금액

(단위: 만 원/월)

	식품 소매	전자 소매	의류 소매	기타 소매	음식업	커피 음료업	평균
재료매입비	1,251	1,252	863	1,455	920	541	1,050
인건비	453	424	270	366	505	367	405
임차료	101	138	118	114	145	130	126
카드수수료	35	25	27	35	36	27	32
세금과 공과	42	46	33	47	54	43	45
기타비용	34	42	33	50	49	34	42
전 체	1,915	1,925	1,345	2,066	1,708	1,140	1,700

〈표 3-12〉 영업비용 항목별 비중

(단위: %)

	식품 소매	전자 소매	의류 소매	기타 소매	음식업	커피 음료업	평균
재료매입비	65.3	65.0	64.2	70.4	53.8	47.4	61.8
인건비	23.6	22.0	20.0	17.7	29.6	32.2	23.8
임차료	5.3	7.2	8.8	5.5	8.5	11.4	7.4
카드수수료	1.8	1.3	2.0	1.7	2.1	2.3	1.9
세금과 공과	2.2	2.4	2.5	2.3	3.2	3.7	2.7
기타비용	1.8	2.2	2.5	2.4	2.9	3.0	2.5
전 체	100						

며, 보증금이나 권리금은 포함되지 않는다.

전체 영업비용에서 재료매입비가 차지하는 비중은 음식업에 비해 소매업에서 더 높다. 소매업에서 재료매입비의 비중은 65%를 넘는 반면, 음식업에서는 50% 정도이다. 음식업과 커피음료업에서는 재료매입비의 비중이 약간 낮은 대신 인건비의 비중이 소매업에 비해 약간 높다. 카드수수료, 세금과 공과, 기타비용이 차지하는 비중은 업종별로 크게 차이가 나지 않는다.

〈표 3-13〉 영업비용 항목별 비중 : 비율을 별도로 질문한 결과

(단위: 만 원/월)

	식품 소매	전자 소매	의류 소매	기타 소매	음식업	커피 음료업	평균
재료매입비	57.7	57.3	56.4	56.8	49.8	42.3	53.3
인건비	26.7	26.3	25.7	26.5	30.9	35.3	28.6
임차료	8.2	9.2	9.6	8.4	10.5	13.2	9.8
카드수수료	1.6	1.3	1.8	1.6	2.0	2.3	1.8
세금과 공과	3.2	2.8	3.2	3.2	3.7	4.1	3.4
기타비용	2.7	2.6	3.0	3.5	3.1	3.1	3.1

영업비용의 각 항목에 대해 금액을 조사하고 이에 근거해서 항목별 비중을 계산한 결과와 영업비용 항목의 비중을 직접 조사한 결과를 비교하여 보았다.

재료매입비, 인건비가 차지하는 비중은 이 두 가지 조사방식에서 차이가 났다. 전체 영업비용에서 재료매입비가 차지하는 비중은, 금액을 조사하여 비중을 계산한 경우 61.8%였고, 비중을 직접 답하게 한 경우 53.3%였다. 인건비의 비중은 23.8%와 28.6%로 차이가 발생하였다. 임차료, 카드수수료, 세금과 공과, 기타비용은 두 조사 결과가 크게 다르지 않았다.

영업비용 항목별로 금액을 적도록 한 것이 객관적인 수치에 가깝다고 할 수 있고, 영업비용 각 항목의 비중을 직접 답한 결과는 주관적인 감각이 많이 반영되었다고 볼 수 있다. 자영업자들은 재료매입비가 영업비용에서 차지하는 비중을 과소평가하는 반면, 인건비의 비중을 과대평가하는 경향이 나타난다. 이러한 경향은 소매업에서 조금 더 강하게 나타난다. 인건비 부담을 실제보다 더 크게 생각하는 경향은 최저임금 인상의 효과에 대한 반응에 반영될 가능성이 있다.

제5절 임대료

이 조사에서는 사업체 건물의 계약 형태에 대해 물었다. 임차건물이

〈표 3-14〉 건물의 계약 형태의 분포

(단위: %)

	전체	지역		
		서울특별시	대전광역시	대구광역시
관측치	(2000)	(1033)	(421)	(546)
1) 본인 소유	10.0	6.5	20.2	8.6
2) 임차건물	89.4	92.7	79.1	90.8
3) 무상	0.7	0.8	0.7	0.5
전 체	100.0	100.0	100.0	100.0

〈표 3-15〉 건물 연면적의 분포

(단위: %, 평)

	소유	임차	무상	전체
관측치(개)	(199)	(1787)	(14)	(2000)
1) 10평 미만	28.1	31.6	71.4	31.6
2) 10~20평 미만	35.7	39.1		38.5
3) 20~30평 미만	20.1	14.6	21.4	15.2
4) 30평 이상	16.1	14.7	7.1	14.8
전 체	100.0	100.0	100.0	100.0
평균 면적(평)	17.76	17.22	10.04	17.2

전체의 89.4%로 가장 큰 비중을 차지하였고, 본인 소유는 10%, 무상은 0.7%를 차지하였다. 지역별로 임차건물의 비중은 서울과 대구와 같이 큰 도시에서는 90%를 초과하였고, 대전에서는 약 80%를 차지하였다. 대전에서는 대신 본인 소유가 20%를 차지하였다. 도시 규모에 비례하여 임차의 비중도 늘어난다.

조사된 자영업자 사업체 건물의 연면적은 평균 17.2평이다. 건물의 분포로 보면 10~20평이 38.5%로 가장 많았고, 다음으로 10평 미만이 31.6%를 차지하였다. 20평 이상인 경우는 약 30%이다.

소유건물의 평균 면적은 17.8평으로 임차건물의 평균 면적 17.2평에 비해 약간 컸지만 큰 차이는 나지 않는다. 분포로 보아도 소유건물과 임대 건물의 면적은 큰 차이가 나지 않는다. 예를 들어, 10~20평 규모의 건물은 소유건물의 35.7%, 임차건물의 39.1%를 차지한다. 20평 이상 규모의 건물은 소유건물의 36.2%, 임차건물의 29.3%를 차지한다. 소유건물이 임차건물보다 약간 큰 경향이 있지만 차이가 크지 않다. 전체적으로 이번 조사에서는 20평 미만의 작은 사업체가 많이 표본에 포함되었다.

〈표 3-16〉 임차건물의 면적 분포

(단위: %)

	전체	지역		
		서울특별시	대전광역시	대구광역시
1) 10평 미만	31.6	35.8	26.7	26.8
2) 10~20평 미만	39.1	41.3	42.3	32.5
3) 20~30평 미만	14.6	12.8	14.4	18.1
4) 30평 이상	14.7	9.9	16.5	22.6
5) 무응답	0.1	0.1		
전 체	100.0	100.0	100.0	100.0
[평균: 평]	17.2	14.9	18.0	21.3

〈표 3-17〉 임차건물 보증금의 분포

(단위: %)

	전체	지역		
		서울특별시	대전광역시	대구광역시
1) 1천만 원 미만	20.3	11.9	38.2	22.2
2) 2천만 원 미만	24.4	25.1	20.7	25.8
3) 3천만 원 미만	23.4	27.6	16.2	20.9
4) 5천만 원 미만	17.2	20.3	13.1	14.3
5) 5천만 원 이상	14.9	15.1	11.9	16.8
전 체	100.0	100.0	100.0	100.0
보증금 평균(만 원)	2,366	2,515	1,786	2,532

〈표 3-18〉 단위면적(평) 보증금, 월세, 권리금

	보증금		월세		권리금	
서울	237.3	181.6	14.7	22.3	248.3	347.9
대전	163.3	141.7	6.2	4.1	113.0	159.5
대구	201.0	354.3	9.8	13.3	152.0	228.6
전 체	213.5	238.9	11.7	18.2	204.2	304.0

주: 괄호 안은 표준편차임.

조사업체 가운데 임차건물의 보증금은 평균 2,366만 원이다. 보증금 평균값을 지역별로 보면 대구 2,532만 원, 서울 2,515만 원, 대전 1,786만 원이다. 보증금이 5천만 원 이상인 사업체의 비중은 대구에서 16.8%로서 서울 15.1%보다 높다.

대구 지역의 보증금이 서울보다 많은 것은 임대 면적이 넓기 때문이다. 대구 지역 임대 면적은 평균 21.3평으로 서울의 14.9평보다 넓다. 대전 지역의 임대 면적은 평균 18.0평으로 서울과 대구의 중간이지만 임차건물의 보증금은 서울이나 대구에 비해 낮다.

보증금, 월세, 권리금은 면적에 비례하므로 면적당 금액으로 비교를 하는 것이 타당하다.

단위면적(평)당 보증금, 월세, 권리금을 계산하여 보았다. 단위면적당 보증금은 서울 237만 원, 대구 201만 원, 대전 163만 원으로 도시 규모에 비례한다. 단위면적당 월세는 서울 14.7만 원, 대구 9.8만 원, 대전 6.2만 원이다. 단위면적당 권리금은 서울 248만 원, 대구 152만 원, 대전 113만 원이다.

서울 지역의 단위면적당 보증금, 월세, 권리금은 대전에 비해 1.5배, 2.4배, 2.2배 높고, 대구에 비해 1.2배, 1.5배, 1.6배 높다. 서울 지역은 타 지역에 비해 권리금과 월세가 높은 편이다. 보증금, 월세, 권리금은 지역상권의 수요에 비례하여 증가하지만, 상업용 건물의 가치는 보증금보다는 월세나 권리금에 크게 반영되고 있음을 알 수 있다.

권리금과 보증금까지 고려하여 환산임대료를 계산하여 보았다. 먼저, 권리금과 보증금에 지역별 전환율을 적용하여 월세로 환산한다. 지역별 전환율은 ‘상업용부동산 임대동향조사’의 2018년 2/4분기 소규모 상가의 지역별 전환율을 적용하였다. 전환율은 서울 9.0%, 대전 9.4%, 대구 6.9%

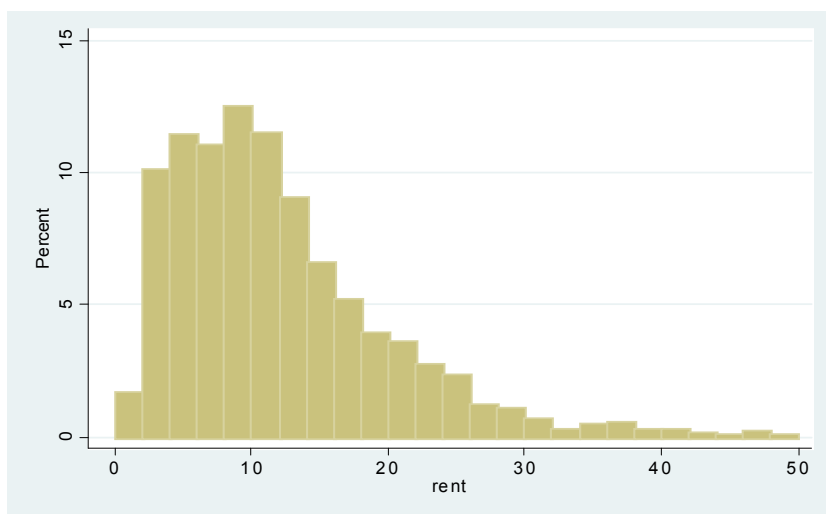
이다. 다음으로, 전환권리금과 보증금에 실제 월세와 더해서 ‘환산임대료’를 계산하였다. 즉,

$$\text{환산임대료} = (\text{권리금} + \text{보증금}) / 12 \times \text{전환율} + \text{월세}$$

단위면적당 환산임대료는 평균 14.1만 원으로 월세 11.7만 원에 비해 1.2배 크다. 서울 지역의 환산임대료는 17.6만 원으로 월세 14.7만 원보다 1.2배 크다. 대전과 대구 지역의 환산임대료는 월세보다 각각 1.25배, 1.18배 크다. 환산임대료/월세 비율은 전환율에 비례한다.

(그림 3-3) 단위면적당 환산임대료의 분포

(단위: %)

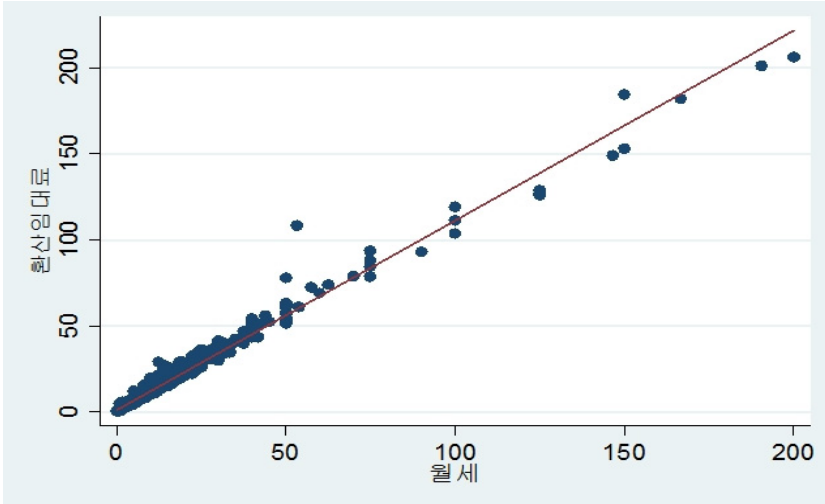


〈표 3-19〉 단위면적(평)당 임차료(월세)와 환산임대료

(단위: 만 원/월)

	월세		환산임대료		비율	전환율
서울	14.7	22.3	17.6	23.3	1.20	9.0
대전	6.2	4.1	7.7	5.0	1.25	9.4
대구	9.8	13.3	11.5	15.5	1.18	6.9
전 체	11.7	18.2	14.1	19.5	1.20	

〔그림 3-4〕 단위면적당 월세와 환산임대료의 관계



환산임대료는 월세에 정비례한다. 환산임대료를 월세에 회귀분석한 결과 R^2 은 0.984이다. 보증금과 권리금이 있어서 월세가 임대료를 잘 반영하지 못할 수도 있다는 우려가 있다. 하지만 실태조사 결과를 보면, 월세가 환산임대료의 거의 대부분을 설명하고 있음을 알 수 있다. 월세와 환산임대료는 지역별, 종류별 전환율을 잘 고려할 경우 서로 충분히 대체하여 사용할 수 있는 정보이다.

사업장 상권별로 단위면적당 전환임대료를 살펴보았다. 유흥상업지의 전환임대료가 26.3만 원으로 가장 높다. 특히 서울 지역 유흥상업지 전환임대료는 단위면적당 37.8만 원으로 다른 상권에 비해 3배 정도 높다. 다음으로 역세권의 전환임대료가 단위면적당 18.7만 원으로 높다. 서울 지역에서는 역세권의 임대료가 높고, 나머지 지역의 임대료는 크게 차이가 나지 않는다. 고밀도 주거지역, 저밀도 주거지역, 오피스, 일반상업지역, 재래시장의 전환임대료는 13만~14만 원 수준에 있다.

서울에서는 유흥상업지역과 역세권의 전환임대료가 다른 상권에 비해 크게 높아서 상권별 편차가 크다. 대전과 대구에서는 상권에 따라 임대료의 편차가 적다. 상권별 수요의 집중도가 서울에서 매우 높고, 대전과 대구에서는 높지 않다는 것을 알 수 있다.

〈표 3-20〉 사업장 상권별 단위면적당 전환임대료

(단위: 만 원/월)

	서울	대전	대구	전체
고밀도주거	15.9	10.7	10.6	12.9
저밀도주거	15.2	6.6	5.8	12.5
대학학원	14.8	6.0	9.5	9.7
역세권	21.1	10.8	9.6	18.7
오피스	12.9	7.2	.	12.5
유흥상업	37.8	12.2	12.0	26.3
일반상업	17.6	7.7	12.6	13.9
재래시장	17.2	6.9	10.9	13.6
기타	.	16.1	35.7	31.3
전 체	17.6	7.7	11.5	14.1

〈표 3-21〉 임대료와 전환임대료가 영업비용에 미치는 영향

	임대료(월세)				전환임대료			
	서울	대전	대구	전체	서울	대전	대구	전체
금액(만 원)	143.4	69.6	137.7	126.3	205.4	111.0	170.9	178.3
비중(%)	8.5	6.5	6.2	7.4	11.7	10.0	7.6	10.2

전환임대료로 임대료 조사를 대체하였을 경우 영업비용에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보았다. 여기서 전환임대료는 앞에서 계산한 단위면적당 임대료에 임차건물의 연면적을 곱하여 산출하였다.

영업비용 항목 가운데 조사된 임대료는 보증금과 권리금은 제외하고 매달 내는 월세만 응답한 것이다. 이 월세는 평균 126.3만 원이다. 보증금과 권리금까지 포함하여 계산한 전환임대료는 평균 178.3만 원으로 월세에 비해 41.1% 증가한다. 월세가 전체 영업비용에서 차지하는 비중은 7.4%로 조사되었는데, 전환임대료로 보면 비중은 10.2%로 증가한다. 앞서 비용항목에서 비중을 답하도록 한 조사 결과에서 임대료의 비중을 평균 9.8%라고 응답하였다. 임대료의 정확한 값을 조사하여 임대료가 비용

〈표 3-22〉 조사방법에 따른 비용항목별 비중

(단위: %)

항목/조사방법	월세만 임차료에 포함	전환임대료를 임차료에 포함	비중을 직접 응답
재료매입비	61.8	59.9	53.3
인건비	23.8	23.1	28.6
임차료	7.4	10.2	9.8
카드수수료	1.9	1.8	1.8
세금과 공과	2.7	2.6	3.4
기타비용	2.5	2.4	3.1

에서 차지하는 비용을 계산한 결과가 7.4%였는데, 비용항목에서 비중을 응답하도록 한 결과가 9.8%로 전환임대료로 계산한 결과에 근접하였다. 자영업자가 각 항목이 비용에서 차지하는 비중을 응답할 때, 매달 내는 월세뿐만 아니라 보증금과 권리금의 기회비용까지 감안하여 응답한 결과라고 해석할 수 있다. 전환임대료로 계산하면 서울 지역에서 임대료가 비용에서 차지하는 비중은 11.7%이다.

조사방법에 따라 비용 항목별 비중이 어떻게 다른지 살펴보았다. 월세만 임차료에 포함한 경우, 전환임대료를 임차료에 포함한 경우, 각 항목별 비중을 직접 응답한 경우를 비교하였다. 앞에서 설명한 바와 같이, 전환임대료를 임대료로 간주한 경우 임차료의 비중은 10.2%로 비중을 직접 응답한 경우 9.8%와 비슷하였다.

조사방법에 따라 비중이 차이가 난 항목은 재료매입비와 인건비이다. 월세만 임차료에 포함한 경우 재료매입비의 비중은 61.8%, 인건비의 비중은 23.8%이고 이 비중들은 전환임대료로 계산한 경우 59.9%, 23.1%와 크게 차이가 나지 않았다. 반면, 비중을 직접 응답하게 한 경우 재료매입비의 비중은 53.3%로 줄어들고, 인건비의 비중은 28.6%로 증가한다.

전환임대료를 임차료에 포함한 경우가 보증금과 권리금의 기회비용까지 감안하여 계산하였기 때문에 경제학적 비용에 가깝다고 할 수 있다. 비중을 직접 응답하게 한 경우 임차료의 비중은 이 경제학적 비용에 가까웠지만, 인건비가 비용에서 차지하는 비중을 과대평가한다.

단위면적당 전환임대료의 로그값을 종속변수로 하여 여러 가지 변수들에 회귀분석하여 임대료에 영향을 주는 요인들을 분석하였다. 회귀식 (1)에서는 사업장 위치, 상권을 설명변수로 설정하였다. 분석 결과, 대로변에 비해 사거리 코너는 임대료가 통계적으로 유의미하게 높고, 골목은 임대료가 낮다. 상권으로 보면, 일반상업지에 비해 유흥상업지와 역세권의 임대료가 유의미하게 높고, 대학 및 학원 지역의 임대료가 유의미하게 낮다.

회귀식 (2)에서는 사업장 위치, 상권 외에 소재지(서울/대전/대구)와 사업장 층수(1층/2층/3층)를 설명변수로 추가하였다. 분석 결과, 대전에 비해 서울의 임대료는 매우 높고, 대구의 임대료도 높다. 사업장 층수는 다른 변수들은 통제한 상태에서 유의미하게 임대료에 영향을 미치지 않는다.

회귀식 (3)에서는 사업장 위치, 상권, 소재지, 사업장 층수 외에 업종, 프랜차이즈 여부, 임차면적의 로그값을 설명변수에 포함하였다. 설명변수를 추가하였을 경우, 상권과 소재지에 대한 계수값의 통계적 유의미성은 변화하지 않았지만, 사업장 위치에 대한 통계적 유의성은 변화하였다. 상권이나 소재지는 그 자체로 임대료에 대한 독립적인 설명력을 가지고 있는 것으로 해석된다.

설명변수를 많이 포함한 회귀식 (3)을 중심으로 임대료 영향 회귀분석 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 다른 조건이 동일하다면, 지역과 상권은 임대료에 매우 큰 영향을 준다. 서울과 대구에 있는 사업체의 임대료는, 다른 조건이 동일하다면, 대전 지역에 비해 각각 68.8%, 19.9% 높다.

다른 조건이 동일하다면, 유흥상업지 위치는 일반상업지에 비해 임대료를 43.3% 높이는 요인이 된다. 반면 저밀도 주거지에 있으면 임대료가 14.9% 감소한다.

다른 조건을 통제하였을 경우 고밀도 주거지, 대학 학원, 역세권, 오피스, 재래시장에 위치하는 것은 일반상업지에 위치하는 것과 비교하여 임대료에 통계적으로 유의미한 차이를 발생시키지 않는다. 역세권 위치는 소재지를 통제하지 않았을 경우에는 임대료를 높이는 요인인 것처럼 보이지만 소재지를 통제하면 통계적 유의성이 사라진다. 역세권 위치는 대

〈표 3-23〉 단위면적당 전환임대료 회귀분석 결과

사업장 위치(대로변)	(1)	(2)	(3)
사거리코너	0.197(2.31)*	0.123(1.54)	0.086(1.26)
작은 도로변	-0.074(-1.65)	-0.077(-1.88)	-0.071(-2.01)*
골목	-0.177(-3.45)*	-0.280(-6.04)*	-0.287(-7.04)*
기타	0.248(1.96)*	0.450(3.93)*	0.138(1.39)
상권(일반상업지)			
고밀도 주거지	-0.003(-0.04)	0.034(0.51)	0.000(0.00)
저밀도 주거지	0.007(0.13)	-0.118(-2.39)*	-0.149(-3.54)*
대학 학원	-0.334(-3.07)*	-0.107(-1.08)	0.088(1.03)
역세권	0.253(2.47)*	0.007(0.08)	0.036(0.46)
오피스	0.005(0.05)	-0.272(-2.49)*	-0.087(-0.93)
유흥상업지	0.412(4.22)*	0.360(4.08)	0.433(5.71)*
채래시장	0.081(1.68)	0.075(1.72)	-0.039(-1.00)
기타	0.757(2.87)*	0.897(3.77)*	0.892(4.39)*
소재지(대전)			
서울		0.775(17.64)*	0.688(18.25)*
대구		0.169(3.43)*	0.199(4.71)*
사업장 층수(2층)			
1층		0.043(0.33)	-0.010(-0.09)
3층		0.096(0.55)	-0.105(-0.70)
업종(기타생활소매)			
음식료품소매			0.080(1.37)
가전제품소매			0.064(1.10)
의복신발소매			-0.015(-0.28)
문화오락소매			-0.016(-0.17)
연료무점포소매			0.086(1.08)
음식업			-0.030(-0.58)
커피음료업			0.033(0.55)
프랜차이즈=1			0.355(9.23)*
임차면적 ln			-0.503(-24.54)*
상수	2.330(63.78)*	1.880(14.15)*	3.214(24.11)*
조정 R^2	0.041	0.353	0.441
관측치	1780		

주: 괄호 안은 t값임.

도시와 상관관계가 매우 높다. 서울이나 대구 지역처럼 도시규모가 클수록 역세권이 증가한다. 대도시에 위치한다는 것이 임대료에 큰 영향을 미치는 것이지 역세권 자체로는 임대료를 높이지 않는다.

둘째, 사업장의 위치가 임대료에 영향을 미친다. 다른 조건이 동일하다면, 대로변에 비해 작은 도로변의 임대료는 7.1% 낮고, 골목의 임대료는 28.7% 낮다. 수요가 많은 대로변에 위치하면 임대료가 높다.

셋째, 다른 조건이 동일하다면 사업장 층수는 임대료에 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않는다. 통상적으로 1층의 임대료가 다른 층의 임대료에 비해 높다고 생각한다. 하지만 회귀분석 결과에 따르면, 소재지, 상권, 사업장 위치가 임대료에 유의미한 영향을 미치는 반면 층수는 유의미한 영향을 미치지 않는다. 다만, 통계적으로 유의하지는 않지만 3층 이상이 되면 임대료가 낮을 가능성이 있다.

넷째, 다른 조건이 동일하다면 업종은 임대료에 영향을 미치지 않는다. 사업장 위치, 상권, 소재지 등은 수요의 밀집도를 나타내는 지표이다. 수요의 밀집도가 높다는 것을 나타내는 지표에 비례하여 임대료가 높다. 반면, 업종처럼 공급하는 재화나 서비스의 성질은 임대료에 유의미한 영향을 미치지 않는다. 임대료를 책정할 때 어떤 품목을 공급하는가는 고려하지 않는다는 것을 의미한다.

다섯째, 프랜차이즈 사업체의 임대료는 일반(비프랜차이즈) 사업체의 임대료에 비해, 다른 조건이 일정하다면, 35.5% 높다. 임대료를 책정할 때 업종처럼 임차자의 공급 물품의 성격을 임대료에 반영하지는 않지만 프랜차이즈 여부를 반영하는 것처럼 보인다.

여섯째, 임차면적이 늘어나면 단위면적당 임대료는 감소한다. 임차면적이 1% 증가하면 단위면적당 임대료는 0.5% 감소한다. 임대료에도 규모의 경제가 작동한다. 임차면적이 크면 상대적으로 영세사업장에 비해 사업 경쟁력이 높기 마련인데 여기에 더해 단위면적당 평균 임대료를 줄여서 단위 비용을 감소하는 효과도 있다. 규모가 큰 사업체가 여러 가지 면에서 영세사업체보다 유리하다.

제6절 근로자 수와 최저임금

무급가족 종사자를 제외할 경우 이번 조사 사업체의 임금근로자 수는 평균 0.71명이다. 프랜차이즈에서 평균 1.45명, 일반 사업체에서 0.57명의 임금근로자를 고용하고 있다.

〈표 3-24〉 근로자 수 분포(무급가족 종사자 제외)

(단위: 명)

	전체		프랜차이즈	일반 사업체
근로자 수	빈도	비중		
없음	1245	62.3	33.1	67.7
1명	392	19.6	28.1	18.0
2명	163	8.2	13.3	7.2
3명	97	4.9	12.0	3.5
4명 이상	103	5.2	13.6	3.6
평균	2,000	0.71	1.45	0.57

〈표 3-25〉 최저임금 영향 근로자의 비율

(단위: %)

최저임금 적용 근로자 수	없음	1명	2명	3명	4명+	합계
1명	29.1	70.9				100
2명	31.9	7.4	60.7			100
3명	24.7	8.2	11.3	55.7		100
4명 이상	20.4	4.9	7.8	5.8	61.2	100
전 체	72.8	15.2	5.9	3.0	3.2	100

근로자 가운데 최저임금의 영향을 받고 있는 근로자의 비율을 살펴본다. 이번 조사에서는 최저임금 영향 근로자를 일용 근로자의 경우 시급 8,000원 이하, 상용이나 임시근로자의 경우 월급이 150만 원 이하인 근로자로 정의하였다.

〈표 3-26〉 사회보험 가입 근로자의 비중

(단위: %)

사회보험 가입 근로자 수	없음	1명	2명	3명	4명+	합계
1명	80.1	19.9				100
2명	60.1	14.7	25.2			100
3명	50.5	11.3	15.5	22.7		100
4명 이상	35.9	8.7	13.6	4.9	36.9	100
전 체	87.2	6.1	3.5	1.4	1.9	100

고용된 근로자 모두가 최저임금 적용을 받는 경우는 1인 고용 사업체의 70.9%, 2인 고용 사업체의 60.7%, 3인 고용 사업체의 55.7%, 4명 이상 고용 사업체의 61.2%를 차지한다. 1인, 2인, 3인, 4인 이상 고용 사업체에서 최저임금 적용 근로자가 없는 경우는 각각 29.1%, 31.9%, 24.7%, 20.4%이다. 최저임금 수준의 근로자만 고용을 하는 경우가 압도적으로 많고, 그다음으로 최저임금 수준의 근로자를 전혀 고용하지 않는 경우가 많았다. 최저임금 수준의 근로자를 일부 고용하고, 최저임금보다 높은 임금을 받는 근로자를 일부 고용하여 혼합하는 경우는 가장 빈도가 낮았다. 근로자를 고용하는데 임금 수준을 달리하려면 일하는 방식이나 숙련에서 차이가 나야 한다. 적은 수의 근로자를 고용하는 자영업에서는 근로자 간 일하는 방식이나 숙련에서 차이가 나는 경우가 적을 수밖에 없다. 이를 반영하여 비슷한 수준의 임금을 받는 근로자를 고용하는 경향이 강하게 나타난다.

사회보험에 가입한 근로자에 대해 조사하였다. 이 조사에 포함된 사업체에서 고용된 근로자 가운데 사회보험에 가입된 근로자는 37.9%이다. 고용된 임금근로자 가운데 사회보험에 가입하지 않은 비중은 1인 고용, 2인 고용, 3인 고용 사업체의 80.1%, 60.1%, 50.5%를 차지하였다. 4명 이상 고용한 사업체에서는 4명 이상이 사회보험에 가입한 경우가 36.9%였고, 아무도 가입하지 않은 경우가 35.9%로 비슷하였다.

〈표 3-27〉 최저임금 인상에 대한 대응 방식 : 중복응답 가능

(단위: %)

	전체 사업체	고용주	자영자
근로시간 조정	12.7	29.8	2.2
최저임금 적용 근로자 임금인상	10.6	25.7	1.4
근로자 수 조정	14.7	25.8	8.0
근로방식 조정	4.4	7.8	2.2
인건비 외 비용조정	4.2	8.3	1.7
생산물 가격조정	3.0	3.7	2.6
본사의 지원	0.2	0.3	0.1
변동사항 없음	68.5	39.9	85.9
표본 수	2,000	755	1,245

주: 본사의 지원은 본사로부터 받는 지원금 증가 혹은 가맹수수료 감면을 의미함.

고용 규모가 작을수록 고용된 근로자가 모두 사회보험에 가입하지 않는 비중이 높다. 반대로 규모가 커질수록 근로자가 사회보험에 가입할 비율이 증가한다. 고용된 근로자가 모두 사회보험에 가입하였거나 한 명도 사회보험에 가입하지 않은 경우가 압도적으로 많다. 고용된 근로자의 일부만 사회보험에 가입한 경우는 적다. 사회보험 가입이 근로자에게 부여된 선택 결과라기보다는 대체로 사업주의 선택 결과임을 보여준다.

2018년 최저임금 인상에 대한 대응 방식을 조사하였다. 가능한 대응 방식이 서로 배타적인 것이 아니어서 중복 응답이 가능하도록 조사하였다.

최저임금 인상에 대해 변동사항이 없다고 응답한 경우가 전체 조사 사업체의 68.5%를 차지하였다. 고용원이 없는 자영자의 85.9%, 고용원이 있는 고용주의 39.9%가 변동사항이 없다고 응답하였다. 고용원이 있는 고용주의 60%는 최저임금 인상에 대해 어떤 방식으로든 대응을 하였다.

최저임금 인상에 대해 근로자 수나 근로시간을 조정하여 대응한 경우가 각각 14.7%와 12.7%로 나타났다. 근로방식 변경, 인건비 외 비용조정, 생산물 가격조정을 통해 대응한 경우는 각각 4.4%, 4.2%, 3.0%로 조사되었다. 본사가 지원금을 늘리거나 가맹수수료를 감면한 경우는 조사 사업체의 0.2%에 불과하였다.

〈표 3-28〉 최저임금 인상에 대한 고용주의 대응 방식 : 중복응답 가능

(단위: %)

	전체	최저임금 적용 근로자 유무		프랜차이즈 유무	
		없음	있음	아님	예
근로시간 조정	29.8	18.5	34.2	27.6	35.4
최저임금 적용 근로자 임금인상	25.7	14.2	30.1	23.8	30.7
근로자 수 조정	25.8	18.5	28.7	24.1	30.2
근로방식 조정	7.8	6.6	8.3	6.6	10.8
인건비 외 비용조정	8.3	5.7	9.4	7.6	10.4
생산물 가격조정	3.7	3.8	3.7	4.4	1.9
본사의 지원	0.3	0.5	0.2	0.2	0.5
변동사항 없음	39.9	56.9	33.3	42.9	32.1
표본 수	755	211	544	543	212

주: 본사의 지원은 본사로부터 받는 지원금 증가 혹은 가맹수수료 감면을 의미함.

최저임금 인상에 대한 대응은 최저임금 적용 근로자가 있는 경우와 없는 경우 달리 나타날 것이므로 이를 구분하여 살펴보았다.

먼저, 최저임금 인상에 대해 고용원이 있는 고용주의 대응 방식을 최저임금 적용 근로자 유무에 따라 나누어 살펴보았다. 최저임금 적용 근로자가 없는 사업체에서 특별한 대응을 하지 않았다는 응답이 56.9%를 차지한다. 반면 최저임금 적용 근로자가 있는 사업체에서 변동사항이 없었다는 응답은 33.3%를 차지한다. 최저임금 적용 근로자가 있는 사업체에서 적극적으로 최저임금 인상에 대응을 하였다.

최저임금 적용 근로자가 있는 사업체에서 최저임금 인상에 대응하는 방식으로는 근로시간 조정이 34.2%로 가장 많았고, 근로자 수 조정이 28.7%로 그다음이었다. 인건비 외 비용조정을 하거나(9.4%), 근로방식을 조정하거나(8.3%), 생산물 가격조정을 하는 경우(3.7%)도 있었다. 최저임금 인상에 대해 사업체에서 매우 다양한 방식으로 대응하였음을 알 수 있다.

최저임금 인상에 대해 근로자 수를 조정한 사업체는 최저임금 적용 근로자가 없는 사업체에서도 18.5%를 차지하였다. 이에 대해서는 두 가지 해석이 가능하다.

첫째, 작년에 최저임금 적용 근로자가 있었는데 최저임금 인상에 따라 최저임금 적용 근로자를 모두 해고하여 최저임금 적용 근로자가 없을 수 있다. 이번 조사에서는 2017년 근로자 고용 상황에 대해 묻지 않아서 정확하게 판단할 수 없지만 이러한 해석이 가능한지 유추해볼 수 있다. 2018년 현재 최저임금 적용을 받는 근로자가 없는 고용주가 최저임금 인상 때문에 고용을 조정하였다고 응답하였다면, 최저임금 수준 이상의 임금을 받는 근로자는 해고하지 않고 최저임금 적용을 받는 근로자만 해고하였을 경우가 이에 해당한다. 이러한 상황이 가능하려면 먼저 최저임금 적용을 받는 근로자와 최저임금 이상의 임금을 받는 근로자가 함께 고용되어 있어야 한다. 그런데 앞에서 보았듯이, 고용주가 근로자를 고용할 때 최저임금 적용 근로자만을 고용하거나 최저임금 수준 이상을 받는 근로자만을 고용하는 비율이 매우 높고, 두 종류의 근로자를 혼합하여 고용하는 경우는 매우 적다. 그리고 최저임금 인상에 따라 임금이 높은 최저임금 수준 이상의 임금 근로자는 해고하지 않고 최저임금 적용 근로자만 해고하여야 위와 같은 상황이 발생한다. 이러한 가능성은 거의 없다고 보아도 무방하다.

둘째, 최저임금 인상과 근로자 수 조정 간의 상관관계를 인과관계로 오인하였을 수 있다. 최저임금 적용 근로자가 없는 사업체에서 근로자 수를 조정하였는데 이를 최저임금 때문에 조정하였다고 판단할 수 있다. 위의 첫 번째 가설의 가능성이 거의 없다고 보면, 이 두 번째 가설의 가능성이 높다.

최저임금 적용 근로자가 없는 사업체에서 최저임금 인상이 원인이 되어 근로자 수를 조정하였을 가능성은 매우 낮고, 근로자 수 조정의 원인을 최저임금이라고 오인하였을 가능성이 높다. 최저임금 적용 근로자가 있는 사업체에서 최저임금 인상에 따라 근로자 수를 조정하였다는 응답도 상관관계를 인과관계로 혼동한 결과일 가능성이 높다. 따라서, 사업주가 최저임금 인상에 따라 고용 조정을 하였다는 응답에 의존하여 최저임

금의 고용효과를 판단하면 잘못된 결과를 얻을 수 있다.

최저임금 인상에 대해 최저임금 적용 근로자의 임금을 높였다는 비중은 최저임금 적용 근로자가 있는 사업체에서도 30.1%에 불과하였다. 법적인 강제에도 불구하고 최저임금 인상에 따르지 않는 사업체가 많이 있을 수 있음을 보여준다.

최저임금 인상에 대한 대응 방식이 프랜차이즈 사업체와 일반 사업체가 얼마나 다른지 살펴보았다. 변동사항이 없다는 응답이 프랜차이즈 사업체의 32.1%, 일반 사업체의 42.9%를 차지하였다. 프랜차이즈 사업체가 보다 적극적으로 대응하였음을 알 수 있다. 근로시간, 근로자 수, 근로방식, 인건비 외 비용 등 거의 모든 대응 방식에서 프랜차이즈 사업체의 대응 비율이 높았다. 다만 프랜차이즈 사업체에서 생산물 가격을 조정하는 비율이 1.9%로 일반 사업체 4.4%에 비해 낮았다. 프랜차이즈 사업체에서 독자적으로 생산물 가격을 결정할 수 없기 때문인 것으로 보인다.

최저임금 인상에 대해 본사가 지원금을 증가한다거나 가맹수수료를 감면하는 방식으로 지원하는 경우는 프랜차이즈 사업체에서도 0.5%에 불과하였다. 최저임금이 인상되는 상황에 대해 본사는 부담을 전혀 지지 않고 대책과 부담을 거의 가맹점이 홀로 감당하고 있다.

제7절 소 결

2018년 6월에 서울, 대전, 대구 지역 소매업과 음식업의 소규모 사업장을 위주로 실태조사를 하였다. 서울 1,033개, 대전 421개, 대구 546개 총 2,000개의 표본조사를 실시하였다. 자영업 경영 실태에 대해서는 통계청에서 도소매업조사, 서비스업조사 등에서 조사하고 있다. 본 연구에서 수행한 조사에서는 대표성을 가진 조사를 목표로 하고 있지 않다. 이번에 실시된 실태조사는 업종, 지역, 규모에서 매우 특정한 부분만 대상으로 한 것이다. 업종은 음식업과 소매업으로 국한되었고, 지역은 서울, 대전, 대구로 국한되었으며 규모는 2인 이하 사업체를 집중적으로 조사하였다.

이번에 실시된 실태조사의 표본은 대표성이 전혀 없기 때문에 조사 결과를 일반화할 수 없다. 이번 실태조사는 그동안 대표성이 있는 조사에서 비율이 매우 낮았던 영세사업체를 과대대표하였다. 이번 실태조사가 대표성이 전혀 없지만 영세사업체에 대해서는 좀 더 정밀한 정보를 줄 수 있다.

이 실태조사에서는 기존의 자영업자조사에서 물었던 정보 이외에 임대료나 최저임금과 관련된 사항을 추가적으로 조사하여 기존의 조사에서 알 수 없었던 정보를 추가적으로 파악하고자 하였다.

몇 가지 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 종업원이 있는 고용주의 영업이익은 양극화되어 있고, 종업원이 없는 자영업자의 영업이익은 매우 적다.

둘째, 영업비용의 각 항목에 대해 금액을 조사하고 이에 근거해서 항목별 비중을 계산한 결과와 영업비용 항목의 비중을 직접 조사한 결과를 비교하여 보았다. 영업비용 항목별로 금액을 적도록 한 것이 객관적인 수치에 가깝다고 할 수 있고, 영업비용 각 항목의 비중을 직접 답한 결과는 주관적인 감각이 많이 반영되었다고 볼 수 있다. 자영업자들은 재료매입비가 영업비용에서 차지하는 비중을 과소평가하는 반면, 인건비의 비중을 과대평가하는 경향이 나타난다. 인건비 부담을 실제보다 더 크게 생각하는 경향은 최저임금 인상의 효과에 대한 반응에 반영될 가능성이 있다.

셋째, 권리금과 보증금을 월세로 환산하고 이를 실제 월세와 더해서 '환산임대료'를 계산하고 이를 월세와 비교하여 보았다. 환산임대료는 월세에 비례한다. 환산임대료를 월세에 회귀분석한 결과 R^2 은 0.984이다. 보증금과 권리금이 있어서 월세가 임대료를 잘 반영하지 못할 수도 있다는 우려가 있다. 하지만 실태조사 결과에 따르면, 월세가 환산임대료의 거의 대부분을 설명하고 있다. 월세와 환산임대료는 지역별, 종류별 전환율을 잘 고려할 경우 서로 충분히 대체하여 사용할 수 있는 정보이다.

넷째, 임대료 영향을 회귀분석한 결과를 보면, 지역과 상권이 임대료에 매우 큰 영향을 준다. 그리고 유흥상업지에 위치한다는 것은 일반상업지에 비해 임대료를 43.4% 높이는 요인이 된다. 반면 저밀도 주거지에 있으면 임대료가 14.9% 감소한다. 프랜차이즈 사업체의 임대료는 일반(비프

랜차이즈) 사업체의 임대료에 비해, 다른 조건이 일정하다면, 35.5% 높다. 임차면적이 늘어나면 단위면적당 임대료는 감소한다. 임대료에도 규모의 경제가 작동한다.

다섯째, 최저임금 인상에 대해 사업체에서 매우 다양한 방식으로 대응하였음을 알 수 있었다. 최저임금 인상에 따라 근로자 수를 조정하였다는 응답을 분석한 결과 상관관계를 인과관계로 혼동한 결과일 가능성이 높다는 것을 알 수 있었다. 사업주가 최저임금 인상에 따라 고용 조정을 하였다는 응답에 의존하여 최저임금의 고용효과를 판단하면 잘못된 결과를 얻을 수 있다. 최저임금 인상에 대해 본사가 지원금을 증가한다거나 가맹 수수료를 감면하는 방식으로 지원하는 경우는 프랜차이즈 사업체에서도 매우 극소수에 불과하였다. 최저임금이 인상되는 상황에 대해 본사는 부담을 전혀 지지 않고 대책과 부담을 거의 가맹점이 홀로 감당하고 있다.

제 4 장

요약 및 결론

제1절 요약

본 연구에서는 자영업자의 경영상태를 분석하였다. 제2장에서는 2010년과 2015년 사이에 자영업의 경영상황 변화에 대한 객관적인 정량적 분석 결과를 제시하였다. 결과를 요약하면 다음과 같다.

자영업의 경영환경을 결정하는 가장 기본적인 사회적 변화는 인구고령화와 1인 가구의 급격한 증가이다. 이는 사회 전체 매출 규모에도 영향을 미치겠지만 필요한 사업에 대한 수요도 변화시킨다. 단기적으로 자영업에 가장 중요한 영향을 미치는 것은 가구의 소비지출이다. 2015년까지 지난 10년간 소득 대비 비주거 소비지출 비중이 5%포인트나 하락하였다. 이런 환경에서 자영업의 경영상황이 좋아지기는 현실적으로 어렵다. 경영방식의 변화도 급격히 진행되고 있다. 전자상거래를 이용한 상품 및 서비스의 판매가 폭발적으로 증가하고, 프랜차이즈 방식의 자영업이 빠르게 확산되고 있다. 이러한 경영방식은 자영업의 시작을 쉽게 하지만 장기적으로 비용 증가의 요인으로 작용할 수도 있다.

2010년에서 2015년 사이에 자영업 구성에 상당한 변화가 발견된다. 2010년에만 해도 고용원이 없는 자영업자가 약 60%였는데 5년 사이에 약 4%포인트나 줄어들었고 대신 고용원이 있는 자영업자가 늘어났다. 소매

업과 음식점업의 경우 이러한 변화는 프랜차이즈의 증가 및 프랜차이즈에서 고용원이 있는 자영업자 비중의 증가와도 관련이 있을 것으로 보인다. 5인 미만 고용원이 있는 사업체의 가맹률은 20%에 육박하고 5인 이상 사업체의 1/3 이상이 가맹점이다. 업종별로도 자영업 구성에 약간의 변화가 있었는데 대체로 지난 5년간의 수요 변화에 따른 증감으로 보인다.

2010년 이후 5년간 영업이익은 16.8% 하락하였다. 이 기간 동안 영업이익이 적은 고용원이 없는 자영업자의 비중이 줄어들지 않았다면 하락률은 더 높았을 것이다. 이 기간 동안 경제가 15.9% 성장하였다는 점을 감안하면 자영업의 상대적 상황 악화는 더욱 심각하다고 할 수 있을 것이다. 영업이익 악화된 것은 경제성장을 정도로 증가해야 할 매출액이 별로 증가하지 않았고 영업이익률이 크게 하락하였기 때문이다.

2010년부터 2015년까지 가맹 소매점과 음식점의 영업이익은 36.5%과 25.2% 하락하였다. 이는 비가맹점과 비슷하다. 가맹 소매점과 음식점의 매출액은 64.0%와 44.6% 증가하였다. 5년간 구성 변화가 상당했다고 하더라도 가맹점의 매출액 증가율은 매우 높은 수준이며 비가맹점과 비교하더라도 매우 빠르다. 매출액이 이렇게 증가하였음에도 영업이익이 하락하였다는 것은 영업이익률 하락이 매우 컸다는 것을 의미한다. 가맹본점에서 홍보비 등을 더 강제한 것이 비용구조 악화의 요인 중 하나가 아닌가 의심된다.

제3장에서는 실태조사 결과를 보고하였다. 2018년 6월에 서울, 대전, 대구 지역 소매업과 음식점의 소규모 사업장을 위주로 실태조사를 하였다. 서울 1,033개, 대전 421개, 대구 546개 총 2,000개의 표본조사를 실시하였다. 이번에 실시된 실태조사는 업종, 지역, 규모에서 매우 특정한 부분만 대상으로 한 것이다. 업종은 음식업과 소매업으로 국한되었고, 지역은 서울, 대전, 대구로 국한되었으며, 규모는 2인 이하 사업체를 집중적으로 조사하였다.

이 실태조사에서는 여러가지 기존의 자영업자조사에서 물었던 정보 이외에 임대료나 최저임금과 관련된 사항을 조사하여 기존의 조사에서 알 수 없었던 정보를 추가적으로 파악하고자 하였다. 몇 가지 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 종업원이 있는 고용주의 영업이익은 양극화되어 있고, 종업원이 없는 자영업자의 영업이익은 매우 적다.

둘째, 영업비용의 각 항목에 대해 금액을 조사하고 이에 근거해서 항목별 비중을 계산한 결과와 영업비용 항목의 비중을 직접 조사한 결과를 비교하여 보았다. 자영업자들은 재료매입비가 영업비용에서 차지하는 비중을 과소평가하는 반면, 인건비의 비중을 과대평가하는 경향이 나타난다. 인건비 부담을 실제보다 더 크게 생각하는 경향은 최저임금 인상의 효과에 대한 반응에 반영될 가능성이 있다.

셋째, 권리금과 보증금을 월세로 환산하고 이를 실제 월세와 더해서 ‘환산임대료’를 계산하고 이를 월세와 비교하여 보았다. 환산임대료는 월세에 비례한다. 보증금과 권리금이 있어서 월세가 임대료를 잘 반영하지 못할 수도 있다는 우려가 있다. 하지만 실태조사 결과에 따르면, 월세가 환산임대료의 거의 대부분을 설명하고 있다. 월세와 환산임대료는 지역별, 종류별 전환율을 잘 고려할 경우 서로 충분히 대체하여 사용할 수 있는 정보이다.

넷째, 임대료 영향을 회귀분석한 결과를 보면, 다른 조건이 동일하다면, 지역과 상권은 임대료에 매우 큰 영향을 준다. 그리고 유흥상업지에 위치한다는 것은 일반상업지에 비해 임대료를 높이는 요인이 된다. 반면 저밀도 주거지에 있으면 임대료가 감소한다. 프랜차이즈 사업체의 임대료는 일반(비프랜차이즈) 사업체의 임대료에 비해 높다. 임차면적이 늘어나면 단위면적당 임대료는 감소한다. 임대료에도 규모의 경제가 작동한다.

다섯째, 최저임금 인상에 대해 사업체에서 매우 다양한 방식으로 대응하였음을 알 수 있었다.

제2절 결 론

본 연구에서는 2015년까지 5년간의 경영상황 변화만을 보여주고 있다. 매출증가율이 낮은 원인이 무엇인지, 매출원가는 매출에 비해 왜 이렇게

빠르게 증가하는지, 판매관리비 중 문제가 있는 것은 없는지에 대한 심도 있는 검토가 앞으로 필요할 것이다. 또한 정책담당자의 입장에서는 현재의 영업이익률 하락이 일시적인지 또는 장기적인지에 대해 검토하고, 검토 결과에 기초해서 지원을 우선으로 할 것인지 사회적 보호를 강화할 것 인지를 고민해야 할 것이다.

마지막으로 지적하고 싶은 것은 소매업과 음식점업만 볼 때 전체 자영업에서 프랜차이즈는 주요 영업방식이 되었다는 점이다. 가맹본점과 가맹점 사이의 관계가 일방이 다른 일방을 이용하는 것이 아닌 상호 이득을 볼 수 있도록 제도적 장치를 정비하고 지속적으로 관리해야 할 것이다.

실태조사 분석을 통해 최저임금 인상에 따라 근로자 수를 조정하였다는 응답을 분석한 결과 상관관계를 인과관계로 혼동한 결과일 가능성이 매우 높다는 것을 알 수 있었다. 사업주가 최저임금 인상에 따라 고용 조정을 하였다는 응답과 최저임금의 실제 고용효과는 다를 수 있음을 의미한다. 경기상황, 사업체의 경쟁 조건, 경영상황 등이 사업체의 대응에 영향을 미칠 수 있기 때문에 각 요소의 역할을 조심스럽게 구분하여 살펴볼 필요가 있다.

최저임금 인상에 대해 본사가 지원금을 증가한다거나 가맹수수료를 감면하는 방식으로 지원하는 경우는 프랜차이즈 사업체에서도 매우 극소수에 불과하였다. 최저임금이 인상되는 상황에 대해 본사는 부담을 전혀 지지 않고 대책과 부담을 거의 가맹점이 홀로 감당하고 있다. 본사와 가맹점의 관계를 좀 더 균등하게 만드는 노력이 필요하다.

마지막으로 실태조사의 한계에 대해 지적하고자 한다. 자영업 경영실태에 대해서는 통계청에서 도소매업조사, 서비스업조사 등에서 조사하고 있다. 본 연구에서 수행한 조사에서는 대표성을 가진 조사를 목표로 하고 있지 않다. 이번에 실시된 실태조사의 표본은 대표성이 전혀 없기 때문에 조사 결과를 일반화할 수 없다. 이번 실태조사는 영세사업체를 과대대표하였다. 이번 실태조사 결과는 대표성이 있는 다른 조사 결과에 대해 보완적인 정보를 주는 것으로 해석되어야 한다.

참고문헌

- 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr).
- 오상봉(2017), 「우리나라 자영업 현황 분석: 경영상황을 중심으로」, 『한국
고용노사관계학회 2017년 하계학술대회』, 한국고용노사관계학회.
- 이병희·박찬임·오상봉·강병구·김숙경(2016), 『자영업자 문제와 사회
적 보호』, 한국노동연구원.
- 통계청, 「경제총조사」 2010년, 2015년 원자료.

[부 록]

자영업자 경영 실태조사

안녕하십니까?

본 설문을 수행하고 있는 한국노동연구원은 노동관계 연구분석 및 노동정책 개발과 관련된 연구를 담당하고 있는 정부출연 연구기관입니다. 본 연구원에서는 소매 및 음식점 업종의 세부 실태를 파악하기 위하여 해당 업종의 자영업자 대상 경영 실태조사를 실시하고 있습니다. 여러 가지로 바쁘시겠지만, 정부의 효율적인 자영업자 육성 정책 수립을 위해 많은 협조를 부탁드립니다. 본 설문조사에 응답하신 내용은 연구 목적에만 사용됩니다. 또한, 통계법(제33조)에 의해 비밀이 보장되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항에 빠짐없이 응답해 주시기를 부탁드립니다.

감사합니다.

2018. 6.

- ※ 설문은 총 00페이지이며, 특별한 안내문이 없는 한 모든 설문에 답해 주십시오.
- ※ 별도 표기가 되어 있지 않은 문항은 2018년 기준으로 답변을 부탁드립니다. 별도 기준이 명시되어 있는 문항은 해당 기준에 맞추어 응답해 주시기 바랍니다.
- ※ 설문은 사업장 기준으로 응답해 주시기 바랍니다.
- ※ 작성에 대한 기준이 있는 경우는 각 문항 아래에 있는 **【작성기준】**을 참고해서 기재해 주시기 바랍니다.

■ 조사원 직접 입력

SQ. 본 설문 이전 몇 가지 기초정보에 대해 작성 후 본 설문을 응답해주시기 바랍니다.

1) 사업주 확인	귀하께서는 사업주이십니까? ① 네 ② 아니오 → 설문 종료		
2) 소재지	① 서울특별시 ② 대전광역시 ③ 대구광역시	3) 상세 주소	구 동
4) 사업장 층 수	① 1층 ② 2층 ③ 3층 이상		
5) 사업장 위치	① 시거리 코너 ② 대로변 ③ 작은 도로변 ④ 골목 ⑤ 기타()		
6) 사업장 상권 분류(중복응답 가능)	① 고밀도 주거지 ② 저밀도 주거지 ③ 대학 및 학원가 ④ 역세권 ⑤ 오피스 ⑥ 유흥상업지 ⑦ 일반상업지 ⑧ 재래시장 ⑨ 기타		
7) 업종	소매업	① 음식료품 및 담배 소매업 : 슈퍼마켓, 체인화 편의점 등	
		② 가전제품 및 정보통신장비 소매업 :	
		③ 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	
		④ 기타 생활용품	
		⑤ 문화, 오락, 여가용품 소매업	
		⑥ 연료, 기타상품, 무점포 소매업	
	음식점	⑦ 음식점업	
업	⑧ 비알코올 음료점업 : 커피 등 비알코올 음료점(주점 제외)		

Part1. 사업장 기본 정보

Q1. 귀사의 일반적인 사항을 알아보기 위한 질문입니다. 각 항목에 대해
응답해 주십시오.

1) 사업체명			2) 대표자명		
3) 대표자 성별	① 여성	② 남성	4) 사업체 설립연월	년	월
5) 사업체 소재지	(시/도)			(구/군)	
6) 조직형태	① 개인사업체	② 회사법인 → 6-1) 응답	③ 회사 이외 법인 → 6-1) 응답	④ 비법인단체	
	6-1) 법인구분	① 단독사업체 ② 본사 및 본점 ③ 지점(사), 영업소 등			
7) 프랜차이즈 가맹 여부	① 가맹 사업체 아님 ② 가맹점 ③ 가맹본부 ④ 직영점				
8) 영업시간	시작 : _____시 /24시기준				
	종료 : _____시 /24시기준				

Q2. 귀사의 연간영업 개월 수는 몇 개월입니까? [2017년 기준]

연간 ()개월

- 【작성기준】 a. 한달 정상 영업일수의 1/2 이상을 영업한 경우 1개월로 계산함
b. 설립 후 1년 미만의 사업체는 최근 3개월 기준으로 4배수를 함
(ex: 최근 3개월 중 2개월 영업하였으면, 연간 8개월 영업)

Q3. 귀사의 정기 휴무일수는 월 평균 몇 일입니까?

- ① 휴무일 없음 ② 월 1일 ③ 월 2~3일
④ 월 4~5일 ⑤ 월 6~7일 ⑥ 월 8일 이상

Q4. 귀 사업체의 건물의 계약 형태는 무엇입니까?

- ① 본인 소유 (소유건물 연면적 평) → Q6로 이동
② 임차건물 (임차건물 연면적 평)
③ 무상 (무상 연면적 평) → Q6로 이동

【작성기준】 단위는 제곱미터이며, 1평은 3.3제곱미터입니다. 임대해준 면적은 제외입니다.

Q5. [임차건물 응답자 대상] 건물 임차 비용에 대하여 응답해 주십시오.

1) 보증금	2) 월세	3) (이미 지불한) 권리금	4) 임대계약기간
_____만 원	_____만 원	_____만 원	_____년 _____개월

【작성기준】 보증금 없는 월세인 경우 보증금은 0 입력 / 전세일 경우 월세는 0 입력

Part2. 사업장 영업정보

Q6. 귀사의 2018년 기준 월 평균 매출액 및 영업비용, 영업이익 등 경영 현황에 대하여 응답해 주십시오.

구분	내용	금액					비율
		억	천만	백만	십만	만원	
1) 매출액	2018년 월 평균 매출액						
2) 영업비용	2018년 월 평균 영업비용 (①~⑥까지 비용의 총합)						100%
① 재료매입비	판매물품, 식자재 등 구입비용						%
② 인건비	본인 및 모든 근로자들의 임금						%
③ 임차료(월세)	사업 목적으로 임차한 건물, 토지 등의 임차료						%
④ 카드수수료	카드결제 시 발생하는 수수료						%
⑤ 세금과공과	각종 세금과 공과금						%
⑥ 기타비용	감가상각비, 대손상각비, 기타						%
3) 영업이익	영업이익 = 매출액 - 영업비용						

【작성기준】 2018년 기준 월 평균 금액으로 응답

Q7. 2018년 현재 귀사의 종사자 현황에 대해 응답하여 주십시오.

구분	종사자 수	최저임금 적용 근로자 수 (작성기준 참고)	사회보험 가입 근로자 수
1) 사업주(사업주 근로여부)	명		
2) 무급가족종사자	명		
3) 상용근로자(정규직)	명	명	명
4) 임시근로자(비정규직)	명	명	명
5) 일용근로자(비정규직)	명	명	명
합계	명	명	명

- 【작성기준】 a. 무급가족종사자: 가족이나 친인척으로 임금을 받지 않는 종사자
b. 상용근로자: 1년 이상 고용계약을 맺었거나, 고용 계약이 없어도 상여금을 받으면서 1년 이상 고용이 안정된 근로자
c. 임시근로자: 계약기간이 1년 미만인 근로자
d. 일용근로자: 1일 혹은 시간단위로 임금을 받는 근로자
e. 최저임금 적용 근로자: 일용 근로자의 경우 시급 8,000원, 상용이나 임시근로자의 경우 월급 150만 원 이하인 근로자

Q8. 귀사에서 올해 최저임금 인상 후 어떻게 하셨습니까? [중복 응답 가능]

- ① 근로시간 조정 ② 최저임금 적용 근로자 임금 인상
- ③ 근로자 수 조정 ④ 근로방식 조정
- ⑤ 인건비 이외 비용 조정 ⑥ 생산물 가격 조정
- ⑦ 본사로부터 받는 지원금 증가 혹은 가맹 수수료 감면
- ⑧ 변동사항 없음

Part3. 사업주 정보

Q10. 사업주의 연령은 몇 세이십니까? 만 세

Q11. 사업주의 학력은 어떻게 되십니까?

- ① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 전문대 졸업
- ④ 대학교 졸업 ⑤ 대학원 졸업

Q12. 사업주께서는 이 사업을 시작하기 전에 임금 근로 일자리에서 5년 이상 일하신 경험이 있으십니까?

- ① 예 ② 아니오

Q13. 이번 사업을 포함하여 최근 5년 동안 총 몇 번의 사업을 하셨습니까? 총 회

(ex: 첫 번째 사업이라면 ‘1회’ 입력으로 최소 1이상 응답)

● 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다. ●

◆ 執筆陣

- 홍민기(한국노동연구원 선임연구위원)
- 오상봉(한국노동연구원 연구위원)

자영업 경영상황의 동태적 변화 분석

- | | |
|-----------|--|
| ▪ 발행연월일 | 2018년 12월 24일 인쇄
2018년 12월 28일 발행 |
| ▪ 발 행 인 | 배 규 식 |
| ▪ 발 행 처 | 한국노동연구원
30147 세종특별자치시 시청대로 370
세종국책연구단지 경제정책동
☎ 대표 (044) 287-6080 Fax (044) 287-6089 |
| ▪ 조판 · 인쇄 | 도서출판 창보 (02) 2272-6997 |
| ▪ 등 록 일 자 | 1988년 9월 13일 |
| ▪ 등 록 번 호 | 제13-155호 |

© 한국노동연구원 2018 정가 5,000원

ISBN 979-11-260-0251-1