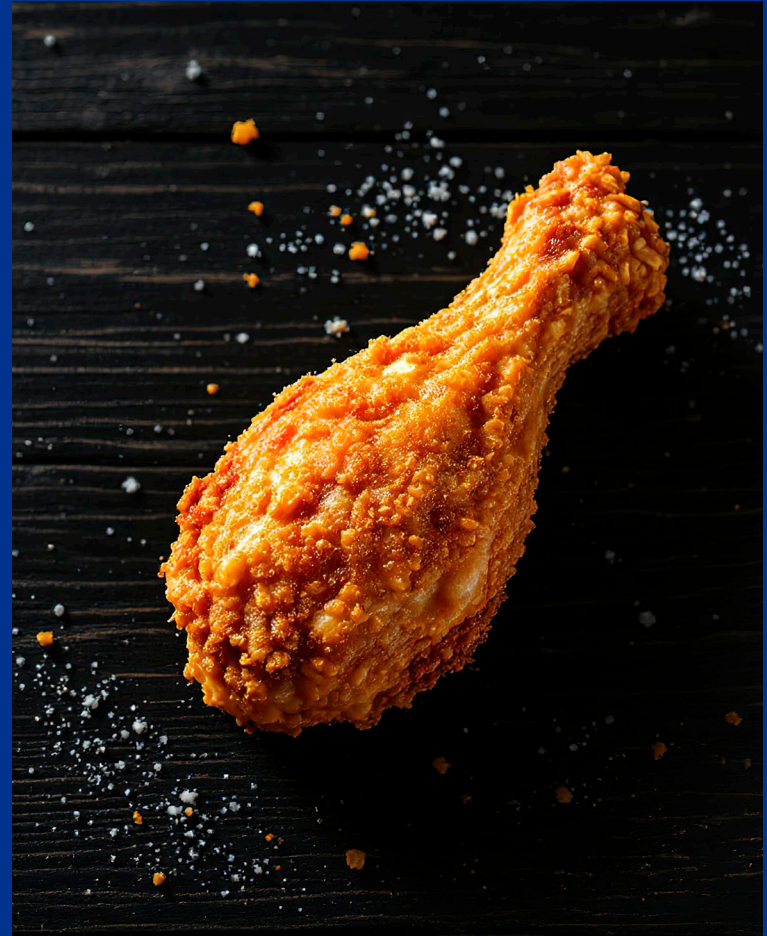


Business Focus

M&A 트렌드로 살펴본 외식 프랜차이즈 시장의 새로운 기회

February 2025

—
삼성KPMG 경제연구원



Contacts

삼성KPMG 경제연구원

김수경
수석연구원
E sookyungkim@kr.kpmg.com

차윤지
책임연구원
E yoonjicha@kr.kpmg.com

이아름
선임연구원
E alee65@kr.kpmg.com

본 보고서는 삼성KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼성KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

Contents

I. 외식 시장 Overview	2
II. 국내 외식 프랜차이즈 시장 현황	8
III. 외식 프랜차이즈 시장 주요 비즈니스 트렌드	15
IV. 외식 프랜차이즈 관련 투자 동향 및 이슈	27
V. 결론 및 시사점	37

외식업 정의 및 범위

외식업은 한국표준산업분류상 ‘음식점 및 주점업’에 해당하며, 식당 내 음식을 직접 조리·제공하는 활동과 테이크아웃(Take-out), 배달, 단체급식 등을 포괄. 보고서에서는 기관 구내식당업 및 출장·이동 음식업을 제외한 업종을 중심으로 살펴봄. 아울러 산업 내 외식 프랜차이즈가 상당 비중을 차지하는 가운데 관련 이슈를 함께 분석

“

외식업은 식당 내에서 음식을 조리·제공하는 활동과 테이크아웃(Take-out) 및 배달, 단체급식 등을 포괄. 본 보고서에서는 기관구내식당업 및 출장 및 이동 음식업을 제외한 일반 음식점업, 기타 음식점업, 주점업 등을 중심으로 분석

아울러 외식업계에서 프랜차이즈 사업의 성장이 지속됨에 따라 관련 이슈를 중심으로 살펴봄

”

외식업 주요 범위

- 외식산업은 한국표준산업분류상의 구분인 ‘음식점 및 주점업’으로 살펴볼 수 있음
- 음식점 및 주점업은接客시설을 갖추고 구내에서 직접 소비할 수 있는 음식을 조리해 제공하는 음식점 운영 산업활동과接客시설을 갖추고 주류, 다과류, 비알코올 음료를 판매하는 산업활동을 일컫음. 이 밖에接客시설 없이 고객이 주문한 음식을 직접 조리하여 배달하거나 연회장 등 행사장에 출장하여 고객이 주문한 음식물을 조리·제공하는 산업활동도 포함

구분		하위 업종	
음식점 및 주점업	음식점업	한식 음식점업	<ul style="list-style-type: none"> • 한식 일반 음식점업 • 한식 면 요리 전문점 • 한식 육류 요리 전문점 • 한식 해산물 요리 전문점
		외국식 음식점업	<ul style="list-style-type: none"> • 중식 음식점업 • 일식 음식점업 • 서양식 음식점업 • 기타 외국식 음식점업
		기관 구내식당업	<ul style="list-style-type: none"> • 기관 구내식당업
		출장 및 이동 음식점업	<ul style="list-style-type: none"> • 출장 음식 서비스업 • 이동 음식점업
		제과점업	<ul style="list-style-type: none"> • 제과점업
		피자, 햄버거 및 치킨 전문점	<ul style="list-style-type: none"> • 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업 • 치킨 전문점
		김밥 및 기타 간이 음식점업	<ul style="list-style-type: none"> • 김밥 및 기타 간이 음식점업 • 간이 음식 포장 판매 전문점
	주점 및 비알코올 음료점업	주점업	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 유흥 주점업 • 생맥주 전문점 • 무도 유흥 주점업 • 기타 주점업
		비알코올 음료점업	<ul style="list-style-type: none"> • 커피 전문점 • 기타 비알코올 음료점업

Source: 통계청 ‘한국표준산업분류’, 삼정KPMG 경제연구원

외식업에 영향을 미치는 요인

외식산업은 인구 통계적 특성, 라이프스타일 변화, 기술 발달 등에 따른 영향을 받음. 1인가구 및 여성경제활동인구 증가 등으로 외식 주요 소비층이 확대될 뿐 아니라 세대별 미식 관련 가치가 세분화되면서 외식업태 전반의 변화가 이어지는 양상. 한편 구인난, 인건비 상승 등으로 푸드테크(FoodTech) 활용이 활성화되면서 외식업계 내 변화 가속화

국내 외식 시장에 영향을 미치는 주요 요인



1 인구 통계적 특성

- 1인가구 증가는 외식업 전반의 수요 증가를 견인
 - 1인가구는 '23년 기준 전체 가구 수의 3분의 1 수준을 초과하는 35.5%에 달하며 주요 가구 형태로 부상
- 여성경제활동참가율 확대는 외식 빈도 상승으로 이어짐
 - 여성경제활동참가율은 꾸준히 상승하는 추세이며, '23년 55.6%로 나타남
- 가계소득 및 소비는 외식업 경기 변동과 밀접한 연관성을 지님
 - 가계소득과 외식비 지출 확대 간 양의 상관관계를 보임

2 라이프스타일 변화

- 소비자 기호 변화에 민감
 - 소비자 기호 변화에 따라 세부 업종별 트렌드 변화 주기가 달라지며, 메뉴 교체 주기가 가속화되는 특징이 있음
- 세대별 가치관, 라이프스타일 등에 따른 영향
 - 연령·세대별 경제력과 라이프스타일이 상이하여 식생활 행태 측면에서 집단별 차이점을 보임. 세대별로 추구하는 미식의 가치가 세분화되면서 외식업태도 함께 변화
 - 글로벌 문화 유입으로 국내 외식 업종이 지속적으로 세분화되고 있음. 미식 관광객 유입 증가에 따른 긍정 영향 기대

3 기술 발달

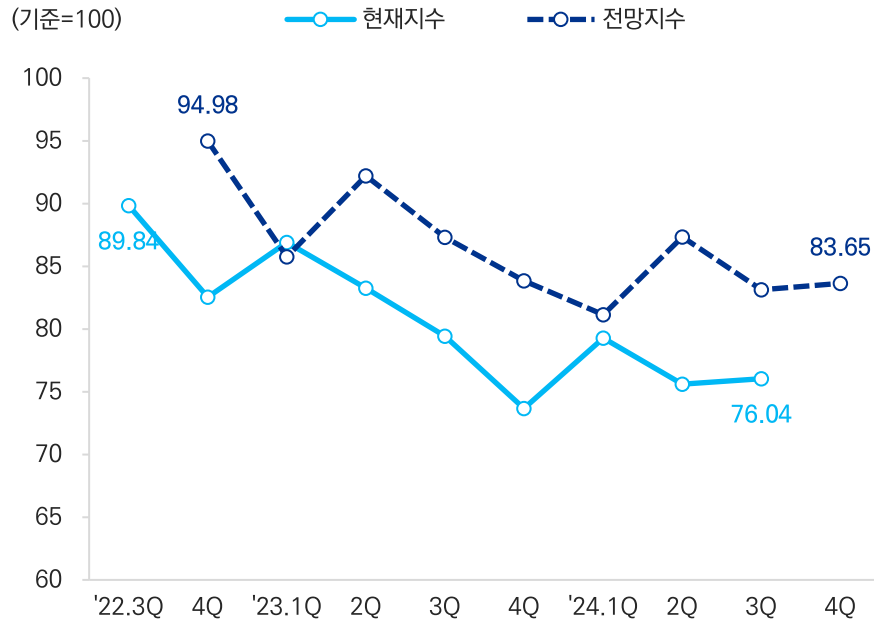
- 구인난·인력난, 인건비 상승, 소비자 경험 중심의 니즈 다변화 등 다양한 요인에 의해 외식업계 내 첨단 기술 활용 필요성이 높아지고 있음
 - 키오스크, 테이블 오더, 스마트 오더, 서빙로봇 등 푸드테크(FoodTech) 도입 활발
 - 서빙뿐만 아니라 조리·생산에 이르기까지 로봇 활용이 가속화되는 추세
 - 푸드테크 활용으로 서비스 방법, 조리 방법 등이 영향을 받으면서 변화 지속

Source: 통계청, 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 시장 현황 – 외식 경기

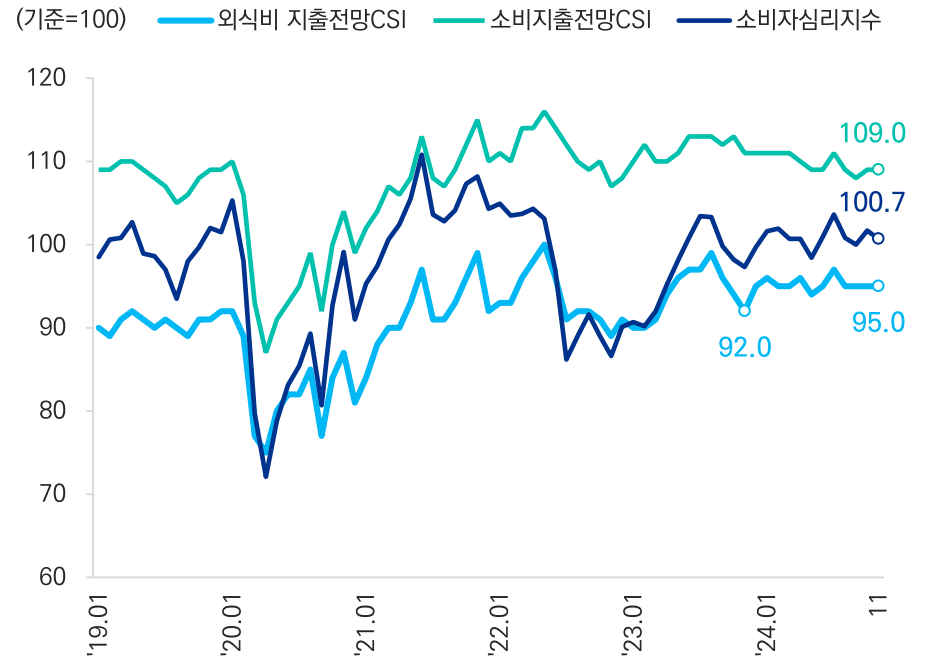
고물가·고금리 등 경기 여건이 갈수록 개선될 것이라는 기대감이 존재하나 여전히 높은 체감물가와 그동안 누적된 물가 상승 요인으로 인해 국내 외식산업경기동향지수는 전반적으로 하락세를 보이고 있음. 소비지출전망, 소비자심리지수는 다소 회복되는 모습이나 외식비 지출전망은 여전히 100보다 낮은 수준이 지속

국내 외식산업경기동향지수 추이



Source: 한국농수산식품유통공사, 삼정KPMG 경제연구원

소비자동향지수 추이

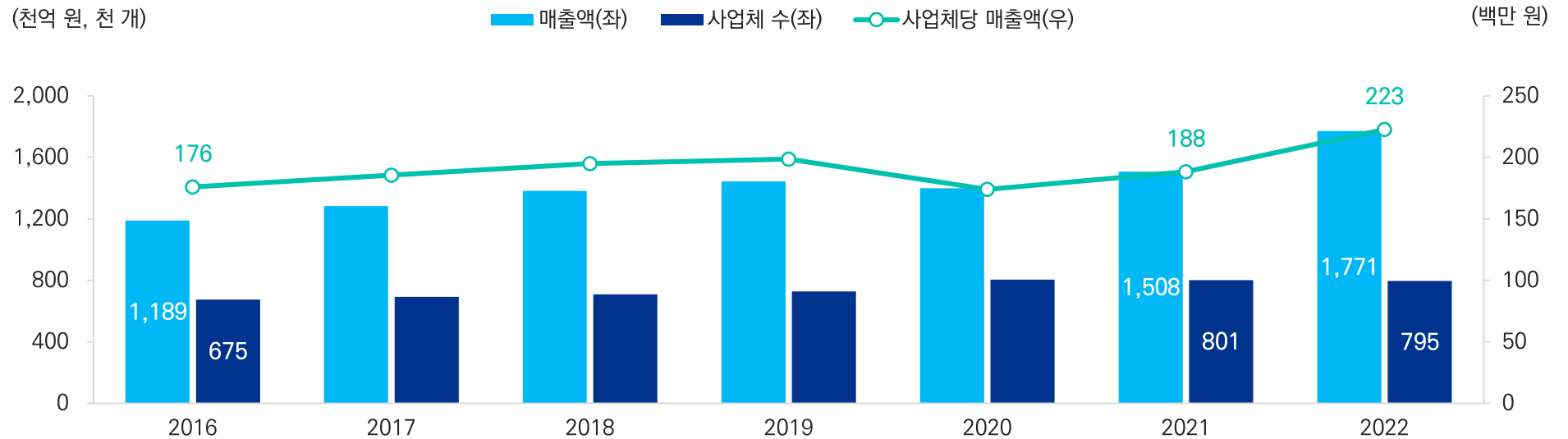


Source: 한국은행, 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 시장 현황 – 매출액 및 사업체 수

국내 외식업계 매출액은 2022년 177조 1,000억 원으로, 2016년부터 2022년까지 연평균 성장률 6.9%를 기록. 2022년 외식 사업체 수는 2016년 대비 17.8% 증가한 79만 5,000개, 사업체당 매출액은 2억 2,270만 원으로 조사됨. 코로나19 여파로 2020년에는 매출액과 사업체당 매출액이 다소 주춤했으나 엔데믹 이후 다시금 회복세가 관찰

국내 외식업 매출액 및 사업체 수 추이



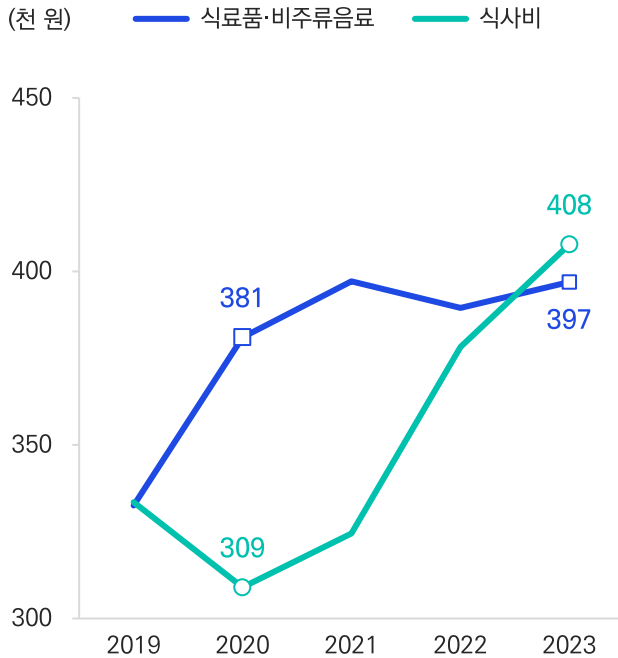
- 국내 외식 시장 매출액은 '22년 전년대비 17.4% 확대된 177조 1,000억 원으로 나타났으며, 사업체 수는 0.7% 줄어든 79만 5,000개로 조사
- 사업체당 매출액은 '22년 2억 2,270만 원으로 전년대비 18.3% 증가

Source: 통계청, 삼정KPMG 경제연구원
 Note: '음식점 및 주점업'의 매출액 및 사업체 수 추이

국내 외식 시장 현황 – 외식 소비 행태

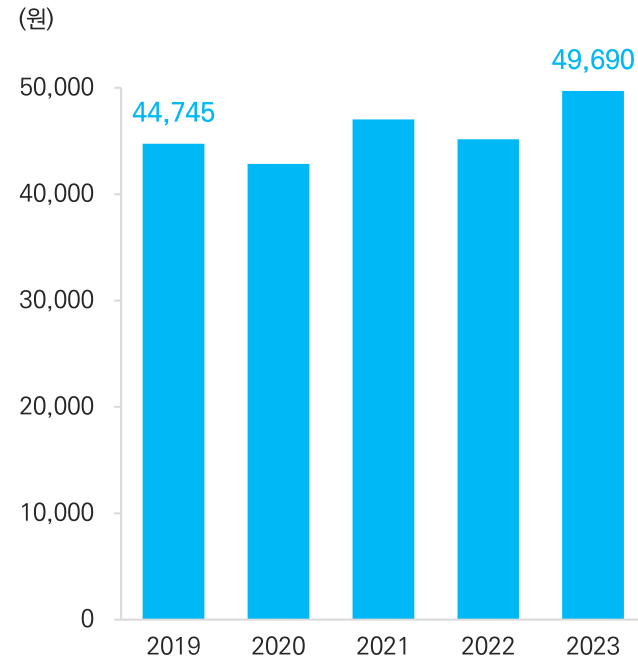
물가 상승, 엔데믹 시대 도래, 배달앱 일상화 등 여러 요인이 맞물리며, 소비자들이 외식에 지출하는 비용이 가파르게 증가. 외식비 지출이 2023년 내식 관련 지출인 식료품·비주류음료 지출을 넘어서며 소비자의 식생활 패턴이 변화하는 양상이 나타남

국내 가구의 월 평균 식생활 관련 지출 추이



Source: 통계청, 삼정KPMG 경제연구원

국내 가구의 1회 평균 외식 비용 추이



Source: 한국농촌경제연구원 '식품소비행태조사', 삼정KPMG 경제연구원

국내 가구의 월 평균 외식비 지출 및 1회 평균 외식 비용이 전반적으로 증가하는 추세

- '23년 국내 가구의 월 평균 외식비 지출은 40만 8,000원으로 '20년 30만 9,000원 대비 10만 원 가량 증가하며 식료품·비주류음료 지출 금액을 넘어서는 모습
 - 물가 상승으로 식재료를 구매하여 직접 집에서 요리하는 가격과 밖에서 사먹는 가격이 크게 차이가 없다는 인식이 외식비 지출 증가 요인 중 하나인 것으로 추정
- 국내 가구의 1회 평균 외식 비용은 '19년 44,745원에서 '23년 49,690원으로 5,000원 가량 증가

Contents

I.	외식 시장 Overview	2
II.	국내 외식 프랜차이즈 시장 현황	8
III.	외식 프랜차이즈 시장 주요 비즈니스 트렌드	15
IV.	외식 프랜차이즈 관련 투자 동향 및 이슈	27
V.	결론 및 시사점	37

II. 국내 외식 프랜차이즈 시장 현황

외식 프랜차이즈 특성

프랜차이즈 브랜드는 표준화된 음식과 서비스를 가맹본부로부터 제공받아 소비자에게 일관된 서비스와 제품 공급이 가능하며, 브랜드 인지도를 활용해 손님을 유인하는 데 유리한 특성

외식 프랜차이즈 특성

개인 브랜드

- 매장만의 확고한 브랜드를 활용해 시장 내 차별점 강조 가능
- 규모에 따라 초기 창업 비용이 적을 수 있으며, 본사에 수수료를 지급하지 않아도 되어 운영 수익에서 이익을 남길 수 있는 여지 존재



외식 프랜차이즈

- 프랜차이즈 사업은 사업 방식을 표준화하여 빠른 사업 성장을 가능하게 하며, 초기 사업 단계에서 비교적 안정적 운영이 가능
 - 메뉴 개발이나 홍보·마케팅, 키오스크 등 기기 도입 측면에서도 가맹본부 지원을 받을 수 있어 가게 운영에 집중 가능
- 프랜차이즈 브랜드는 자영업 대비 운영의 자유도는 낮지만, 브랜드 인지도를 활용해 고객 유인에 유리
- 소비자 입장에서는 지역과 매장에 상관없이 일관된 상품을 이용할 수 있다는 이점이 있음
- 가맹본부 입장에서는 사업 위험 분산, 규모의 경제 실현 등의 장점을 가짐에 따라 상당수 외식 기업들이 프랜차이즈 방식을 성장 전략 중 하나로 활용 중
 - 가맹점주 입장에서는 자영업보다 창업의 위험이 적을 뿐 아니라 소자본으로 안정된 사업 창업이 가능해 리스크가 적은 장점

[참고] 글로벌 주요 프랜차이즈 구분

QSR (Quick Service Restaurant)	Fast Casual	Casual Dining	Fine Dining
<ul style="list-style-type: none"> • 패스트푸드 체인으로도 불리며, 한정된 메뉴를 냉동 식재료를 사용하여 일회용기에 빠르게 제공 • 고객 주문에 신속하게 응대할 수 있도록 단순화·표준화·일원화된 매뉴얼 활용 • 테이크아웃, 배달 등에 최적화 	<ul style="list-style-type: none"> • 냉동 재료보다는 신선한 원재료를 매장에서 직접 조리하여 합리적 가격에 제공. 주문 즉시 조리(Made to order)해서 내는 방식을 추구 • 서비스 측면에서는 패스트푸드 체인과 같이 테이블 서비스를 하지 않는 특징 • 규격화된 매장에 편안하고 캐주얼한 인테리어로 고객 발길 유도. QSR보다는 고급화된 형태 	<ul style="list-style-type: none"> • 가족 외식에 적합한 포맷으로, 테이블 서비스를 통해 음식 서빙 • QSR, 패스트 캐주얼 대비 고품질·고가격 메뉴 중심으로 형성 • 가족 단위가 편안하게 찾을 수 있는 '패밀리 레스토랑'이 해당 	<ul style="list-style-type: none"> • 고품격 있는 서비스·분위기와 함께 수십 만원에 이르는 높은 가격대 식사로 구성. 종업원이 식사 시작부터 마무리에 이르기까지 풀서비스 제공 • 시기별 제철 요리 혹은 셰프가 창의적으로 개발한 요리를 코스별로 내놓는 식당이 다수 포함 • 고급 식자재, 숙련된 인력 유지가 필요하여 운영 비용이 비교적 높음. 아울러 경기 변동에 민감해 수요가 불안정한 특징

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 시장 현황

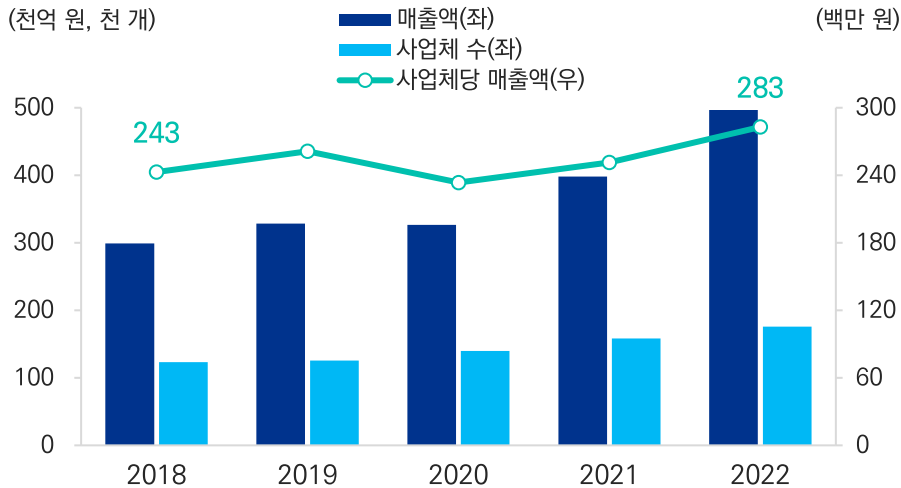
QSR·패스트푸드	패스트 캐주얼	캐주얼 다이닝	파인다이닝
<ul style="list-style-type: none"> • 물가 웃도는 가격 상승에 고객심리 악화, 건강 중시 트렌드 지속 등의 영향으로 패스트푸드 수요 감소세 <ul style="list-style-type: none"> - KFC, 버거킹, 맥도날드, 롯데리아 등 패스트푸드 대표업체들의 매출 부진이 지속 - 국내 주요 패스트푸드 체인은 '정크푸드'라는 이미지를 탈피하기 위해 로컬 식재료를 소싱해 이를 활용한 신메뉴 개발에 박차를 가하고 있음 (예시: 맥도날드 '진주 고추 크림치즈 버거', 롯데리아 '불고기포텐버거' 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 1인가구 증가 및 가성비가 강조된 외식문화 확산에 힘입어 패스트 캐주얼의 비교적 높은 성장세가 지속 <ul style="list-style-type: none"> - 패스트푸드보다는 맛과 질이 보장되면서 빠르고, 캐주얼 다이닝보다는 합리적인 가격이라는 이점을 내세워 소비자 발길 유도 - 패스트 캐주얼 트렌드 확산에 SPC의 셰이크쉍(Shake Shack), 한화갤러리아의 파이브가이즈(Five guys) 등은 신규 출점에 속도 내는 모습 	<ul style="list-style-type: none"> • 패밀리 레스토랑, 주춧하던 침체기 지나 브랜드 리뉴얼로 부흥 조짐 <ul style="list-style-type: none"> - 패밀리 레스토랑은 1990년대 후반부터 2000년대 초중반까지 국내 외식문화를 선도했으나, 이후 참신한 메뉴를 내세운 브랜드가 증가함에 따라 쇠퇴기를 겪음. 그러나 매드포갈릭·빕스(VIPS)·아웃백·애슐리 등 주요 상위업체는 다양한 고객층 확보를 위해 대대적인 브랜드 리뉴얼을 실시하며 재도약 시도 - 한 곳에서 3대의 입맛을 충족하는 다양한 식사 메뉴부터 후식까지 해결할 수 있어 호응 	<ul style="list-style-type: none"> • 넷플릭스 요리 서바이벌 프로그램 '흑백요리사' 신드롬에 힘입어 파인다이닝업계 반사효과 지속 <ul style="list-style-type: none"> - 외식산업 경기는 고물가와 소비 침체로 인한 직격탄을 맞았으나, 넷플릭스 요리 서바이벌 프로그램 '흑백요리사'를 계기로 다시 주목받으며 호황 - 코스 위주로 진행되는 것이 파인다이닝의 일반적인 형태이지만, 급격한 인기 상승에 단품 위주로 주문 가능하며 비싼 원재료 대신 저렴한 대체재를 사용해 가격을 낮춘 메뉴로 소비자 발길을 유도하는 업장이 증가
<p>패스트푸드업계 부진이 이어지는 상황 속 부정적 이미지에서 탈피하기 위해 국내산 식재료 및 한국적인 맛으로 경쟁력 제고 시도</p>	<p>패스트푸드와 캐주얼 다이닝의 장점만을 결합한 패스트 캐주얼 개념의 식당이 시장에서 각광</p>	<p>1·2인 외식 증가와 가성비·개성을 추구하는 수요 증가로 캐주얼 다이닝의 간소화·소형화 경향 관찰</p>	<p>소비자 접근성을 높이기 위해 단품 및 가격대를 소폭 낮춘 메뉴를 개발하며 시장 공략</p>

Source: 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 시장 현황 – 매출액 및 가맹점 수

외식업은 코로나19 팬데믹에 따른 타격이 큰 업종 중 하나임에도 불구하고, 2020년부터 프랜차이즈 사업체 수와 매출액은 꾸준히 증가한 것으로 조사. 국내 외식 프랜차이즈 사업체 수는 2022년 기준 17만 5,600개로 조사된 가운데, 사업체당 매출액은 2022년 전년대비 12.5% 증가한 2억 8,290만 원을 기록

국내 외식 프랜차이즈 시장 매출액 및 사업체 수 추이



- 국내 외식 프랜차이즈 시장 내 사업체 수, 매출액, 사업체당 매출액 모두 안정적 증가세
 - 외식 프랜차이즈 매출액은 '22년 전년대비 24.7% 성장한 49조 6,800억 원으로 조사되었으며, 사업체 수는 17만 5,600개(YoY 10.9%), 사업체당 매출액은 2억 8,290만 원(YoY 12.5%)으로 조사됨

Source: 통계청 '프랜차이즈 조사', 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 업종별 매출액 및 사업체 수 추이

구분	2021			2022		
	매출액 (천억 원)	사업체 수 (천 개)	사업체당 매출액 (백만 원)	매출액 (천억 원)	사업체 수 (천 개)	사업체당 매출액 (백만 원)
한식 음식점업	111	41	273.6	146	45	320.1
치킨 전문점	67	29	232.3	76	29	258.8
커피 전문점	44	25	176.7	59	30	198.1
외국식 음식점업	38	11	329.4	54	14	375.2
피자·햄버거·샌드위치	46	16	291.3	52	17	300.5
분식·김밥	43	19	226.0	49	20	247.8
제과점업	35	8	417.4	38	9	417.6
주점업	15	10	157.6	24	11	225.7
외식 프랜차이즈 합계	398	158	251.5	497	176	282.9

- '22년 기준 한식, 치킨, 커피, 분식업종의 사업체 수가 전체 외식 프랜차이즈의 70% 이상을 차지하며 대중적인 업종으로 나타남
- 업종별 매출액은 '22년 기준 1위가 한식 음식점업, 2위가 치킨 전문점, 3위 커피 전문점순으로 조사

Source: 통계청 '프랜차이즈 조사', 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 시장 주요 플레이어 현황 (1/2)

국내 외식업 주요 플레이어별 재무실적 추이

(억 원)

구분	기업명	대표 브랜드	2021		2022		2023		매출액 YoY (2023)	매출액 CAGR (2021~2023)
			매출액	영업이익률	매출액	영업이익률	매출액	영업이익률		
외국식 음식점	씨제이푸드빌(주)	빔스, 더스테이크하우스 등	5,388	0.3%	6,422	2.1%	7,011	3.1%	9.2%	14.1%
	(유)아웃백스테이크하우스코리아	아웃백스테이크하우스	3,928	12.3%	4,110	14.3%	4,576	17.3%	11.3%	7.9%
	(주)이랜드이츠	애슐리, 자연별곡, 피자몰, 로운 등	2,008	-9.7%	2,536	2.4%	3,553	5.0%	40.1%	33.0%
	(주)LF푸드	하코야, 한반12, 모노키친 등	1,132	-3.0%	1,356	2.6%	1,564	3.6%	15.3%	17.5%
	한화푸드테크(주)	워킹온더클라우드, 슈치쿠 등	350	-20.3%	1,037	0.2%	1,216	1.6%	17.3%	86.4%
	(주)엔타스	경복궁, 샷보로	655	3.7%	737	5.2%	1,188	5.1%	61.2%	34.7%
	(주)MFG코리아	매드포갈릭	768	3.5%	992	6.7%	1,038	3.7%	4.6%	16.3%
	(주)신화아이푸드	송도갈비, 청담본갈비, 취흥 등	677	10.2%	856	14.1%	790	13.0%	-7.7%	8.0%
	(주)썬엣푸드	시추안하우스, 모던놀랑, 캐롤스 등	236	2.1%	458	11.8%	605	13.4%	32.1%	60.1%
치킨 전문점	다이닝브랜드그룹(주)	bhc	4,771	32.2%	5,075	27.9%	5,356	22.5%	5.5%	6.0%
	(주)제너시스비비큐	BBQ	3,624	16.8%	4,188	15.3%	4,732	11.7%	13.0%	14.3%
	교촌에프앤비(주)	교촌치킨	4,935	5.7%	4,989	0.6%	4,259	5.6%	-14.6%	-7.1%
	(주)지앤푸드	굽네치킨	2,209	8.4%	2,344	5.0%	2,479	3.3%	5.8%	5.9%
	(주)장스푸드	60계치킨, 스틸라떡볶이 등	335	5.7%	1,257	-2.7%	1,501	4.9%	19.4%	111.7%
	(주)한국일오삼	처갓집치킨	1,074	-	1,264	12.1%	1,412	12.0%	11.7%	14.7%
	(주)아이더스에프앤비	푸라닭	1,726	8.7%	1,638	5.8%	1,402	6.3%	-14.4%	-9.9%
	(주)노랑푸드	노랑통닭	853	12.3%	948	6.2%	973	11.8%	2.6%	6.8%
	(주)지코바	지코바치킨	956	25.7%	849	20.8%	834	21.2%	-1.8%	-6.6%

Source: Cretop, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 별도 기준

국내 외식 프랜차이즈 시장 주요 플레이어 현황 (2/2)

국내 외식업 주요 플레이어별 재무실적 추이

(억 원)

구분	기업명	대표 브랜드	2021		2022		2023		매출액 YoY (2023)	매출액 CAGR (2021~2023)
			매출액	영업이익률	매출액	영업이익률	매출액	영업이익률		
피자·햄버거 등	한국맥도날드(유)	맥도날드	8,679	-3.2%	9,946	-2.8%	11,181	-1.8%	12.4%	13.5%
	(주)비케이알	버거킹, 팀홀튼	6,784	3.7%	7,574	1.0%	7,453	3.2%	-1.6%	4.8%
	(주)맘스터치앤컴퍼니	맘스터치	3,011	12.8%	3,319	14.3%	3,640	15.0%	9.7%	10.0%
	(주)케이에프씨코리아	KFC	2,099	2.2%	2,261	2.7%	2,483	1.2%	9.8%	8.8%
	청오디피케이(주)	도미노피자	2,235	7.1%	2,071	0.5%	2,095	2.4%	1.2%	-3.2%
	한국피자헛(유)	피자헛	966	0.4%	1,020	-0.3%	869	-5.2%	-14.8%	-5.2%
	한국파파존스(주)	파파존스	618	10.2%	665	7.2%	681	6.2%	2.4%	5.0%
	(주)반올림피자	반올림피자	190	37.4%	334	9.3%	538	9.3%	61.1%	68.3%
	(주)고피자	고피자	107	-47.7%	143	-33.6%	158	-36.7%	10.5%	21.5%
	(주)피자스쿨	피자스쿨	79	45.6%	82	37.8%	89	43.8%	8.5%	6.1%
커피 전문점	(주)에스씨케이컴퍼니	스타벅스	23,856	10.0%	25,939	4.7%	29,295	4.8%	12.9%	10.8%
	투썸플레이스(주)	투썸플레이스	-	-	4,282	5.1%	4,801	5.4%	12.1%	-
	(주)앤하우스	메가MGC커피	-	-	1,748	17.7%	3,684	18.8%	110.8%	-
	(주)이디야	이디야커피	2,434	7.8%	2,778	3.6%	2,756	3.0%	-0.8%	6.4%
	엠즈씨드(주)	폴바셋	1,075	6.5%	1,456	10.2%	1,917	4.6%	31.7%	33.5%
	(주)커피빈코리아	커피빈	1,359	-5.7%	1,535	1.6%	1,580	0.9%	2.9%	7.8%
	(주)케이지에프앤비	할리스	1,159	2.5%	1,359	6.3%	1,437	6.3%	5.7%	11.3%
	(주)보나비	아티제	976	-2.0%	1,037	2.1%	1,034	-2.2%	-0.3%	2.9%

Source: Cretop, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 별도 기준

국내 외식 프랜차이즈 시장 내 주요 카테고리별 현황



외국식 음식점

- 경기 침체와 가파르게 상승하는 외식 물가로 인해 다양한 음식을 맛볼 수 있는 밥스, 매드포갈릭, 애슐리, 아웃백스테이크하우스 등 주요 패밀리 레스토랑의 부흥 조짐이 관찰
 - 주요 패밀리 레스토랑은 과거 비싸다는 인식하에 침체기를 겪었으나 샐러드바 메뉴를 내세워 가성비를 강조하며 소비자 유입에 힘쓰고 있음
 - 아울러 주요 패밀리 레스토랑 프랜차이즈는 RMR(Restaurant Meal Replacement) 상품화로 수익 창출에 주력



치킨 전문점

- 치킨 프랜차이즈는 급변하는 식음료 트렌드에 따른 영향이 비교적 적은 편으로, 장기간 견고한 수요를 바탕으로 일정 지위를 수년간 유지 가능한 특성
- 최근 국내뿐만 아니라 K-푸드 붐에 힘입어 K-치킨에 대한 글로벌 소비자들의 호응이 높아지면서 치킨 전문점의 가치가 부각
 - bhc, 교촌, BBQ 등 주요 치킨 전문점 3사는 글로벌 시장 공략을 위해 해외 매장 출점에 주력



피자·햄버거 등

- (피자) 전반적인 피자 시장 정체와 함께 가성비 브랜드가 잇따라 출현함에 따라 주요 피자 브랜드의 부진이 지속
- (햄버거) '16년 셰이크셰(Shake Shack)에 이어 '23년 파이브가이즈(Five Guys) 등 글로벌 햄버거 프랜차이즈들의 한국 진출이 잇따르고 있음
 - 기존 맥도날드·버거킹·롯데리아 등 대형 프랜차이즈와 더불어 맘스터치·노브랜드 등 중소규모 브랜드는 신제품 개발에 힘쓰는 한편 브랜드 리뉴얼을 통해 새로운 경험을 전달하고자 함



커피 전문점

- 최근 커피 프랜차이즈 시장에서는 양극화가 관찰되며 고가-저가 커피 전문점으로 수요가 양분되는 모습
- 과거에는 스타벅스·커피빈·투썸플레이스 등 고가 커피 프랜차이즈들의 시장 장악력이 두드러졌으나, 고물가 속 소비 심리가 위축되면서 가격 경쟁력을 앞세운 저가 커피 프랜차이즈들의 성장세가 지속
 - '24년 초 기준 저가 커피 3대 브랜드(메가커피·컴포즈커피·백다방)의 전체 가맹점 수는 7,000여 개를 돌파



Source: 각 사, 삼정KPMG 경제연구원

Contents

I.	외식 시장 Overview	2
II.	국내 외식 프랜차이즈 시장 현황	8
III.	외식 프랜차이즈 시장 주요 비즈니스 트렌드	15
IV.	외식 프랜차이즈 관련 투자 동향 및 이슈	27
V.	결론 및 시사점	37

변화하는 외식 사업 환경

국내 외식업계 영업 환경 변화 양상과 비즈니스 트렌드



소비자 기호에 크게 좌우되는 외식업의 특성에 따라 외식 기업의 주요 출점 형태 및 메뉴 제공 전략이 다변화되는 등의 트렌드가 관찰됨



Source: 삼정KPMG 경제연구원

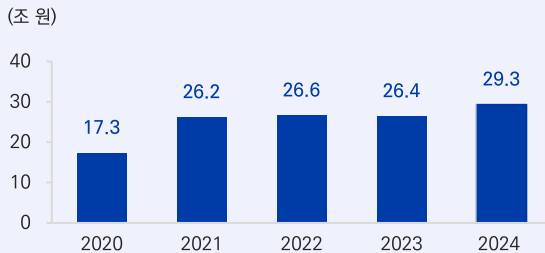
Trend 1. 외식의 내식화 (1/2)

소비자들의 외식 소비 패턴에서 외식의 내식화 양상이 관찰되며 배달·테이크아웃 등 외식 메뉴를 집에서 즐길 수 있도록 하는 푸드 딜리버리 시장 규모가 확대되는 추세

외식의 내식화 - ① 푸드 딜리버리 시장의 확대

- 외식의 내식화로 밖에서 외식으로 먹는 메뉴를 배달·테이크아웃으로 주문해서 집에서 즐기는 소비 패턴 지속
- 온라인 음식 서비스 시장은 엔데믹 여파로 '23년 전년대비 소폭 축소되는 모습이었으나, 배달 외식 선호 기조가 다시 부활하며 '24년 역대 최대 실적을 기록
 - 쿠팡이츠가 '24년 3월 멤버십 회원을 대상으로 '무제한 무료 배달' 서비스를 실시하면서 푸드 딜리버리업체 간 경쟁이 격화. 이에 무료 배달, 가격 할인 등 소비자 혜택이 확대되며 전반적인 이용률 증가

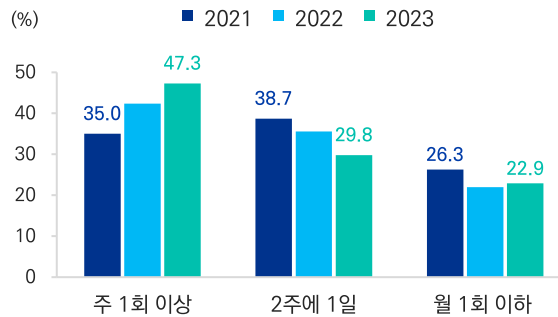
국내 온라인 음식서비스 시장 규모 추이



Source: 통계청, 삼정KPMG 경제연구원

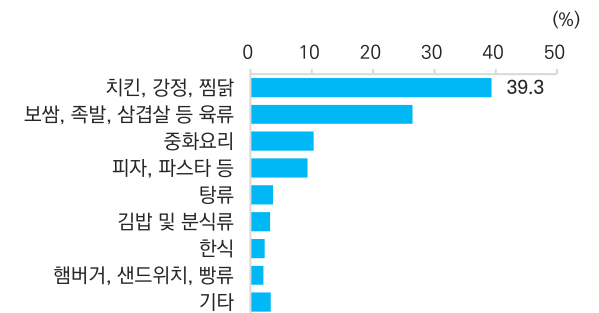
소비자의 배달·테이크아웃 이용 행태

국내 가구의 배달·테이크아웃 이용 빈도 추이



Source: 한국농촌경제연구원 '식품소비행태조사', 삼정KPMG 경제연구원
 Note: 2021년, 2022년 조사 결과는 배달 이용 빈도이며, 2023년은 배달·테이크아웃 이용 빈도임에 유의

국내 가구의 배달·테이크아웃 음식 주 메뉴 (2023)



Source: 한국농촌경제연구원 '식품소비행태조사', 삼정KPMG 경제연구원
 Note1: 1순위 응답 기준
 Note2: 기타는 화·초밥, 디저트·커피·음료류, 채소요리, 이색외국요리 포함

- 배달앱 사용 일상화와 함께 국내 가구의 배달·테이크아웃 외식 이용 빈도 증가
 - 일주일에 1회 이상 배달·테이크아웃을 이용하는 가구의 비중은 '23년 47.3%로, 국내 가구의 절반 가량이 최소 주 1회 배달·테이크아웃 형태의 외식을 즐기고 있는 것으로 추정
 - 응답자 중 39.3%가 주 이용 배달 메뉴로 '치킨, 강정, 찜닭'을 꼽으며, 소비자들은 배달·테이크아웃 메뉴로 치킨, 강정, 찜닭 등 닭 요리를 선호하는 것으로 나타남

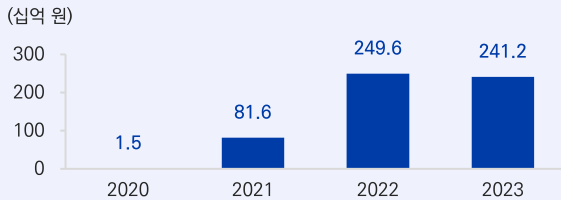
Trend 1. 외식의 내식화 (2/2)

외식의 내식화 흐름과 함께 간편한 조리로 외식 메뉴를 즐길 수 있는 밀키트 제품을 찾는 소비자 증가. 외식업계는 레스토랑 주요 메뉴를 밀키트로 개발해 소비자에게 제공하는 레스토랑 간편식(RMR) 제품으로 새로운 수익 기반 창출을 도모하며 활로 모색

외식의 내식화 - ② 밀키트 시장의 성장

- 외식의 내식화로 RMR·밀키트 등의 제품으로 최소한의 조리로 외식 메뉴를 즐기는 경향이 나타남
 - 물가 상승으로 식재료비가 증가하며 직접 식재료를 구입해 음식을 조리하는 것보다 비용 절감이 가능하다는 이점에 힘입어 밀키트에 대한 수요 증가
 - 1~2인 가구 및 맞벌이 가구 증가로 빠르고 간편한 식사를 선호하는 가구가 늘어나는 가운데, 편리하면서도 소비자에게 요리의 즐거움을 선사하는 밀키트가 새로운 소비 트렌드로 자리매김
- 국내 밀키트 시장 규모는 '22년 2,496억 원으로 전년대비 205.8% 증가. '23년 시장 규모는 2,412억 원으로 전년대비 소폭 축소했으나 '22년 폭발적으로 증가한 데 따른 기저효과가 일부 작용한 결과로 추정

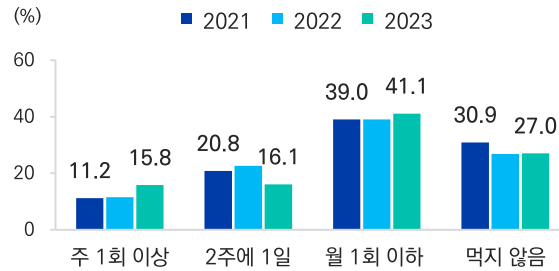
국내 밀키트 시장 규모 추이



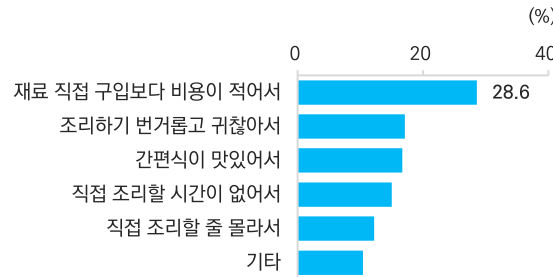
Source: 식품의약품안전처, 삼정KPMG 경제연구원

소비자의 간편식 이용 형태

국내 가구의 간편조리세트(밀키트) 이용 빈도 추이



간편식 구입 이유 (2023)



Source: 한국농촌경제연구원 '식품소비행태조사', 삼정KPMG 경제연구원

RMR 시장 확대

RMR(Restaurant Meal Replacement)은 레스토랑 간편식을 의미. 유명 식당 및 셰프의 레시피를 간편하게 집에서 즐길 수 있도록 밀키트화한 것으로, 외식과 밀키트를 합친 개념

레스토랑 수준의 맛, 고물가 시대 합리적 가격, 간편한 조리법 등으로 RMR에 대한 소비자 선호도가 증가. 이에 외식업계는 자체적으로 혹은 유통업계, 식품업계와 협업하여 RMR 제품을 개발하며 새로운 수익 기반 창출

외식 외식산업에서는 프랜차이즈업계를 중심으로 대표 메뉴를 RMR 제품으로 출시하여 소비자 접근성 제고 및 수익성 강화

예시) 빙스 - 오리지널 폭립, 푸라담 - 달콤 순살강정

유통 × 외식 유통업계는 유명 맛집 및 대형 프랜차이즈 외식 기업과 협업하여 RMR 제품을 개발하고 PB 브랜드 출시·독점 판매 등으로 차별화 도모

예시) 이마트 피코크 - 조선호텔, 홈플러스 - 투다리, 농부

식품 × 외식 밀키트 제조 기술을 보유하고 있는 식품제조업계와 외식업계가 제휴하여 RMR 제품을 개발·출시

예시) 프레시지 - 위커히호텔앤드리조트, 아워홈 - 사보텐

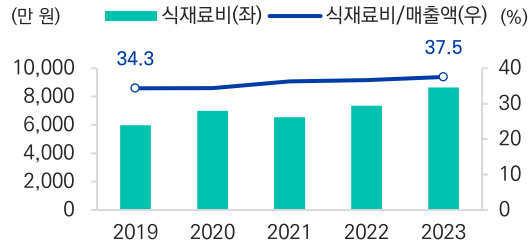
Source: 한국농수산식품유통공사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 2. 외식업체 운영비용 증가

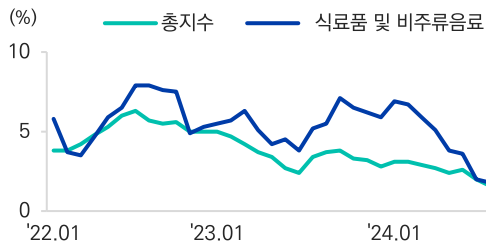
물가 상승으로 인한 식재료비 구입 비용 및 배달앱 사용 비용 증가 등 외식업 운영에 필요한 각종 비용이 늘어나며 외식업체의 수익성 확보에 다소 제약이 따르는 상황. 다만 최근 물가 안정 추세가 이어지고 외식업체·배달앱 상생안이 마련되는 등 경영 여건이 개선되는 조짐이 나타남에 따라 외식업체 부담이 일부 해소될 것으로 기대

외식업체 식재료비 상승 현황

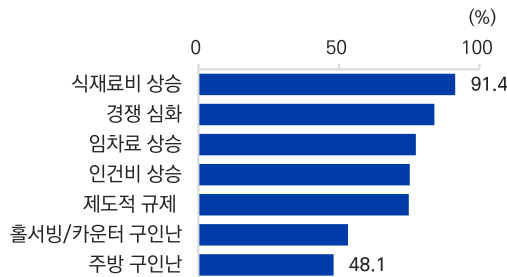
외식업체 식재료비 지출 추이



물가상승률 추이

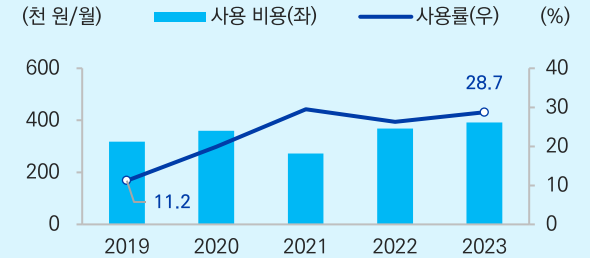


외식업체 경영 애로사항 조사(2023)



- 외식업체들은 식재료비 상승 및 경쟁 심화로 경영상 어려움을 겪는 경우가 다수인 것으로 조사됨
 - 식재료비 상승으로 인해 어려움을 느낀다고 응답한 비중은 91.4%에 달하는 것으로 나타남
 - 매출액 대비 식재료비 비중은 '19년 34.4%에서 '23년 37.5%로 증가
 - 식품 물가 상승률은 2024년 하반기 들어 둔화되는 모습이나 누적된 물가 상승으로 인한 식재료비 부담이 외식업체에게 부담으로 작용

외식업체 배달앱 사용 현황



- 외식업체 배달앱 이용률 확대와 함께 배달앱 사용 비용도 전반적으로 증가하는 추세
 - 배달앱 이용률은 '19년 11.2%에서 '23년 28.7%로 17.5%p 증가. 배달앱 월 평균 사용 비용은 지속적인 상승 추세로 2023년 39만 2천 원으로 나타남
*코로나19 시기 상생을 위한 배달 수수료 인하로 '21년 일시적으로 사용 비용 감소 발생
- 국내 배달앱 시장 내 중개수수료 관련 배달앱 업체와 입점 외식업체 간 갈등 지속
 - 이에 정부 주도로 배달앱 상생협의체를 마련하고 배달 수수료 인하 등을 논의하였으며, '24년 11월 거래액에 따른 차등 수수료 적용을 골자로 하는 상생안 발표

Source: 한국농촌경제연구원 '외식업체 경영실태조사', 한국은행, 삼성KPMG 경제연구원

Source: 한국농촌경제연구원 '외식업체 경영실태조사', 언론보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원

Trend 3. 고물가 시대 속 부상하는 가성비 프랜차이즈

외식 물가 상승세로 소비자들의 외식 지출 자제 기조가 이어지자 외식 프랜차이즈는 이에 대응하기 위해 무한리필·뷔페, 저가 커피 등의 업종 강화에 속도 내고 있음

고물가 영향 확대

- 고물가로 인해 소비자 사이에서 외식비를 아끼려는 경향이 지속
 - 팬데믹 이후 외식 물가 상승 흐름이 지속, '22년 들어 외식 물가의 가파른 상승세가 이어지며 '22년 9월에는 9.0%를 기록, '24년 11월 외식 물가는 여전히 전체 소비자 물가 상승률(1.5%)보다 높은 2.9%로 나타남

외식 물가상승률 추이

연도	총지수 (%)	외식 (%)
'19.01	~1	~1
'20.01	~1	~1
'21.01	~1	~1
'22.01	~1	~1
'22.09	~1	9.0
'23.01	~1	~1
'24.01	~1	~1
'24.11	1.5	2.9

고물가 시대 속 초가성비, 무한리필, 뷔페 등의 업종이 주목받으며 성장

고물가에 번지는 가성비 먹거리 바람

무한리필·뷔페	저가 커피	반값 치킨·피자
<p>무한리필·뷔페</p> <ul style="list-style-type: none"> 20여 년 전 인기를 끌던 무한리필 식당과 중저가 뷔페가 외식비 상승에 부활. 무한리필·뷔페는 합리적 가격에 식사와 디저트, 음료까지 가능해 고물가 시대 특수를 누리고 있음 	<p>저가 커피</p> <ul style="list-style-type: none"> 고가↔저가로 소비가 양분됨에 따라 기존 스타벅스·커피빈 등 고가 프랜차이즈가 장악하고 있던 커피 시장 내 가격 경쟁력을 내세운 저가 커피 브랜드의 약진이 두드러짐 	<p>반값 치킨·피자</p> <ul style="list-style-type: none"> 고물가로 1만 원대 초가성비 피자·치킨 선호 현상이 뚜렷해지며 가성비를 앞세운 브랜드들의 가맹점 수가 ↑
<p>CJ푸드빌</p> <ul style="list-style-type: none"> CJ푸드빌에서 운영하는 'vip스(VIPS)'는 맥주·와인 등 주류 무제한을 차별화로 내세우고 있는 가운데 '23년 매출은 전년대비 13% 확대 <p>이랜드이츠</p> <ul style="list-style-type: none"> 이랜드이츠는 대표 중저가 뷔페 프랜차이즈 '애슐리퀸츠', '자연별곡'과 무한리필 프랜차이즈 '로온 사브샤브' 등을 운영 중이며 '24년 상반기 매출액이 전년동기대비 각각 69%, 32%, 35% 확대 <p>두끼</p> <ul style="list-style-type: none"> 떡볶이·피자 등 특정 메뉴에 특화된 뷔페가 부상 중. 두끼는 일정 금액에 무제한 떡볶이를 먹을 수 있는 떡볶이 뷔페로 소비자 발길을 끌고 있음 	<p>메가MGC커피</p> <ul style="list-style-type: none"> 저가 커피 매장의 급속한 확산 추세가 이어지는 가운데, 메가커피 매장 수는 '19년 800여 개에서 '24년 3,000개를 넘어서는 등 확장 속도 <p>컴포즈커피</p> <ul style="list-style-type: none"> 컴포즈커피는 '24년 8월 필리핀 기반 대규모 외식그룹 졸리비푸드즈(Jollibee Foods)와 국내외 사모펀드에 매각되며 저가 커피 시장의 성장성을 입증 <p>백다방</p> <ul style="list-style-type: none"> 공정거래위원회에 따르면 '23년 백다방 매장 수는 1,452개로 전년대비 17.9% 증가. 백다방은 모회사 더본코리아의 핵심 캐시카우(Cash Cow)로 자리잡음 	<p>백보이피자</p> <ul style="list-style-type: none"> 더본코리아의 가성비 피자 브랜드 백보이피자는 '21년 본격 가맹사업 시작 후 '24년 상반기 기준 가맹점이 250개를 돌파하며 성장세 <p>이마트·롯데마트·홈플러스</p> <ul style="list-style-type: none"> 대형마트 3사는 반값 치킨에 이어 피자, 초밥으로 가성비 품목을 확대하는 등 대형마트 간 초저가 먹거리 경쟁이 심화 <p>호식이두마리치킨·가마치통닭·노랑통닭</p> <ul style="list-style-type: none"> 치킨·피자 가격이 3만 원에 육박하는 가운데, 호식이두마리치킨·가마치통닭·노랑통닭 등은 2만 원 이하의 저렴한 가격을 경쟁력으로 내세워 가맹점 수를 늘리는 데 속도

Source: 한국은행, 삼정KPMG 경제연구원

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 4. 외식업으로 번지는 커스터마이징(Customizing) 트렌드

소비자들의 취향이 다양화되고 개성이 중시되다 보니 ‘나만의 메뉴’를 만들어 먹는 커스터마이징 레시피가 주목받고 있음. 디저트·카페를 넘어 김밥 등 분식집, 치킨 전문점에 이르기까지 소비자가 원하는 새로운 조합을 제공하기 위해 커스터마이징 메뉴를 지원하는 외식 프랜차이즈가 증가하는 추세

외식업으로 스며드는 커스터마이징

- 커스터마이징(Customizing)은 소비자의 개별 욕구와 취향에 맞게 제품을 맞춤 제작하는 서비스로, 최근 커스터마이징 트렌드가 외식업으로 스며드는 모습
 - 적지 않은 소비자가 모디슈머(Modisumer)로 변모함에 따라 외식 시장 내 변화 관찰. 모디슈머란, 영단어 ‘Modify(수정하다)’와 ‘Consumer(소비자)’의 합성어로 제조업체에서 제시한 기존 방식이 아닌, 자신만의 방식으로 제품을 재창조하여 즐기는 소비자를 뜻함
- 외식업체들은 재료와 토핑 등을 소비자가 직접 선택할 수 있도록 구현한 메뉴를 마련하며 대응 중

<참고> 토핑경제

- 기성 제품에 소비자가 원하는 토핑을 추가해 본인 취향에 맞춰 상품을 특화하는 것을 의미
- 토핑경제를 통해 1)소비자 맞춤형 경험 및 다양성 제공, 2)고객 충성도 및 만족도 증대 등의 이점이 있음

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

주요 외식업체들의 커스터마이징 메뉴 제공 사례

업종 구분	브랜드명	내용
커피 전문점	스타벅스	• 스타벅스는 소비자 기호에 따라 시럽이나 우유, 자바칩 등의 토핑을 추가하거나 뺄 수 있는 커스텀 주문 서비스를 지향. 스타벅스에서 제공하는 선택지를 모두 조합하여 제조 가능한 음료 17만 개에 달하는 것으로 알려짐
커피 전문점	이디야 커피	• 커피음료 시장에서도 여러 종류의 음료를 섞어 새로운 맛을 만드는 ‘블렌딩’ 메뉴가 인기를 끌면서 아이스티에 에스프레소 샷을 추가한 ‘아샷추’, 아이스티에 망고를 추가한 ‘아망추’ 등 다양한 블렌딩 레시피를 기반으로 한 신메뉴를 론칭
디저트 전문점	요아정	• 요아정은 10여 종의 과일과 30여 종의 과자 토핑, 소스 등 다양한 선택지를 통해 소비자들이 나만의 조합을 만들 수 있는 요거트 아이스크림을 제공
분식업	김가네	• 김밥·분식 프랜차이즈 김가네는 ‘23년 말 ‘나만의 김밥’을 만들 수 있는 팝업스토어로 인기를 끈 바 있음. 소비자별로 먹고 싶은 재료를 골라 담으면 직원이 해당 재료로 김밥 혹은 보울로 만들어주는 콘셉트를 제시
피자·햄버거·샌드위치 전문점	써브웨이	• 써브웨이는 빵, 채소, 토핑, 소스 등 샌드위치에 들어가는 모든 재료를 주문자가 직접 선택할 수 있도록 한 고유의 커스터마이징 서비스를 주요 비즈니스 전략으로 내세우고 있음
피자·햄버거·샌드위치 전문점	슈퍼두퍼	• 다이닝브랜드그룹인 선보인 버거 전문점 ‘슈퍼두퍼’는 ‘23년 8월부터 다양한 토핑을 추가해 개성 있는 햄버거를 즐길 수 있도록 ‘애드온(Add-on)’ 옵션을 제공 중
치킨 전문점	윙스탑	• ‘22년 한국에 론칭한 글로벌 치킨 프랜차이즈 윙스탑은 윙, 봉, 순살, 텐더 등 치킨 부위별로 플레이버(Flavor, 맛)를 커스터마이징할 수 있도록 제시

Source: 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

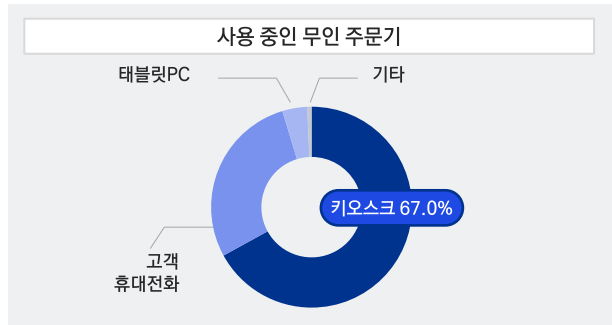
Trend 5. 외식업 내 푸드테크 활용 확산 (1/2)

외식업계 내 키오스크, 테이블 오더, 원격 웨이팅 등 무인화 솔루션 도입이 확대되는 모습. 이들 기술을 활용할 경우, 인력난 해소나 인건비 절감을 꾀할 수 있어 각광

키오스크·테이블 오더 등 무인 주문기 도입 확대



- #### 키오스크
- 무인 주문기를 사용 중인 국내 외식업체 중 67.0%가 키오스크를 사용하는 것으로 조사
 - 프랜차이즈 외식업체의 키오스크 사용 비중은 71.8%로 비교적 높은 것으로 나타남



- #### 테이블 오더
- 테이블 오더는 식당 테이블에 설치된 단말기 화면을 고객이 직접 눌러 메뉴를 주문하고 결제까지 할 수 있는 시스템으로, 테이블 오더 시장에 다양한 플랫폼업체가 뛰어들면서 경쟁 격화


기업명	사업 내용
티오더	태블릿 기반 테이블 오더를 음식점 및 호텔·리조트 등에 도입. QR 주문 서비스로 확대
KT	자사 인터넷·와이파이 서비스를 연계한 테이블 오더 서비스 '하이오더'를 '23년 출시
야놀자에프앤비 솔루션	QR코드를 통해 주문부터 간편결제까지 가능한 '야오더' 운영
배달의민족	테이블 오더와 QR 주문이 가능한 '배민오더' 출시. 배민 앱과 연동
토스플레이스	QR 주문 방식의 테이블 오더 운영. 토스결제 시스템과 연동

Source: 한국농촌경제연구원 '2023 외식업체 경영실태 조사 보고서'(2024.04), 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원


줄서는 시간을 줄여줄 원격 웨이팅 앱

맛집 앞에서 기약 없이 기다리는 시간이 아까워 웨이팅 애플리케이션을 통해 원격 줄서기 하는 소비자 증가


주요 웨이팅 앱 현황



테이블링
테이블링은 '22년 기준 MAU 115만 명, 회원 300만 명을 확보. 앱 내 유료 재화 '폭탄'을 사용해 원격 줄서기나 순서 미루기 등의 기능을 사용할 수 있도록 함



캐치테이블
'22년 말 웨이팅 서비스를 론칭. 캐치테이블은 웨이팅의 세분화를 차별점으로 내세움. 단순 연락처·인원 등록 방식이 아닌, 홀·룸 및 포장 여부를 선택할 수 있도록 함



나우웨이팅
야놀자에프앤비 솔루션이 '20년 인수한 나우버싱의 '나우웨이팅'은 손님들이 줄 서지 않고도 카카오톡으로 입장 순서를 알 수 있도록 안내해주는 서비스

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 5. 외식업 내 푸드테크 활용 확산 (2/2)

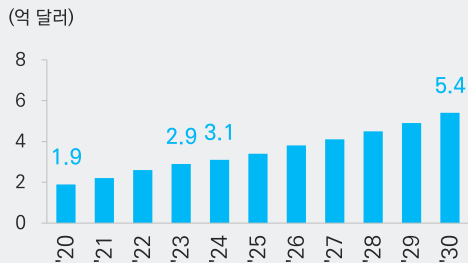
맛·안전·인건비 등을 고려해 푸드테크(FoodTech)·푸드로봇(Food Robot) 도입에 나서는 외식 프랜차이즈가 증가하고 있음. 소규모 카페나 레스토랑 등에서의 키오스크 주문이 일상화된 데 이어 홀과 주방 내 서빙과 조리를 담당하는 로봇 도입이 빠르게 확산 중. 외식업계는 푸드테크 도입을 통해 인건비를 줄이는 한편 매장 운영의 효율화를 도모

푸드로봇 Overview

푸드로봇(Food Robot)

- 푸드로봇에는 조리로봇, 서빙로봇, 배달로봇 등이 포함
- 푸드로봇은 버거 패티를 뒤집거나 튀김을 튀기거나 피자 도우를 만들고 커피를 제조하는 역할을 함. 푸드로봇은 일정 속도로 정확하게 일처리가 가능하여 활용 추세가 높아지고 있음

글로벌 푸드로봇(Food Robot) 시장 규모 및 전망



Source: Statista, 삼정KPMG 경제연구원

국내 푸드로봇 및 푸드테크 활용 외식 프랜차이즈 사례

주 문 및 조 리		<ul style="list-style-type: none"> • 다이닝브랜드그룹의 bhc치킨은 '23년 튀김 요리용 제조로봇 '튀봇(튀김로봇)'의 시범 운영을 시작하였고, '24년 3월에는 LG전자와 함께 튀봇 유통을 위한 공동사업 추진에 관한 업무협약을 체결, 전국 매장 내 도입을 가속화. 튀봇은 bhc치킨과 LG전자 사내벤처가 공동으로 개발한 튀김 요리용 제조 로봇으로, 반죽된 재료를 기계에 올리면 자동으로 트레이를 움직여 조리하는 방식으로 운영
		<ul style="list-style-type: none"> • 롯데GRS에서 운영하는 롯데리아는 '24년 10월 자동 튀김 로봇 '보글봇'을 활용해 감자튀김 등을 제조 개시했으며 보글봇 도입 매장을 점진적으로 확대할 계획. 보글봇 도입을 통해 작업자의 동선을 줄여 조리 과정을 단축하고 기름이 튀는 부상 등도 예방하는 효과를 얻고 있는 가운데, '25년 1월에는 패티 자동화 로봇 '알파그릴' 도입 계획을 발표
		<ul style="list-style-type: none"> • 1인 1피자 콘셉트를 내세우고 있는 프랜차이즈 고피자는 피자 조리 과정 전반의 자동화를 가능하게 하는 기술을 자체 개발. 도우 자동화 생산이 가능한 '파베이크도우'부터 한 시간에 100판의 피자를 생산할 수 있는 자동화덕 '고븐(Goven)', 피자 토핑을 위한 '시 스마트 토핑 테이블' 등을 개발하여 피자 오퍼레이션의 혁신 주도
		<ul style="list-style-type: none"> • 아워홈은 로봇 제조 전문 기업 브릴스, 한국생산기술연구원, 한국식품연구원과 업무협약을 체결하고 AI(인공지능) 기반 '감자 탈피 로봇' 개발에 착수. 기존 감자 껍질 제거 공정은 원물 세척부터 탈피 작업이 수작업으로 이뤄져 왔으나 농산물 자동 탈피 로봇을 도입하면 노동 시간 감소, 농산물 폐기율 축소, 제품 품질 향상 등에 효과적일 것으로 예상
서 빙		<ul style="list-style-type: none"> • '24년 6월 오픈한 한 매장에 주방과 카운터 사이에 제품을 신속하고 안전하게 전달하는 컨베이어벨트를 도입. 맘스터치는 컨베이어벨트 도입으로 고객 대기 시간을 줄이는 등 운영 효율화
		<ul style="list-style-type: none"> • 풀무원푸드앤컬처는 공학 식음시설 내 컨베이어벨트 서빙 시스템 '플레이보6-에어레일'을 도입. 고객이 각 테이블에 설치된 태블릿을 통해 메뉴를 주문하면 음식이 컨베이어벨트 서빙 시스템의 레일을 통해 고객 테이블까지 도착하는 방식

Source: 각 사, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Trend 6. K-푸드와 함께 글로벌 시장 진출 확대 (1/3)

글로벌 시장에서 한국 음식의 인기 및 인지도가 상승하는 가운데 한국 음식의 잠재력이 타 외국 음식 대비 높은 것으로 평가되는 상황. 2023년 외국인 최선호 한식 메뉴로 한국식 치킨, 라면, 김치, 비빔밥, 불고기 등이 꼽힘에 따라 한국식 치킨, 비빔밥, 불고기 등을 주 메뉴로 하는 국내 외식업체의 해외 진출 기회가 확대될 것으로 기대

K-외식의 글로벌 확장 가능성

- K-콘텐츠 인기와 더불어 K-푸드의 글로벌 위상이 높아지며, 글로벌 외식 시장에서 한식의 영향력이 증가하고 한국식 음식점의 글로벌 진출 기회가 확대
 - 한국 드라마, 영화, 유튜브 등 다양한 경로를 통해 한국 음식을 접한 해외 소비자들은 한국 음식 문화에 대해 관심을 가지고 적극적으로 소비하고자 하는 경향을 보임
 - 미식의 도시 뉴욕에서 '24년 미쉐린 가이드 별을 획득한 한식당은 11곳으로 조사되며, 미국 내 한식당 최초로 미쉐린 3스타를 받은 레스토랑 등장
- 한식에 대한 인지도가 지속적으로 상승하는 추세
 - 해외에 거주하는 외국인 소비자 대상 한식 인지도 조사 결과 한식에 대해 알고 있다고 응답한 소비자는 '19년 54.6%에서 '23년 60.0%로 상승

한식 인지도 추이

	2019	2020	2021	2022	2023
한식 인지도	54.6%	57.4%	55.9%	57.6%	60.0%

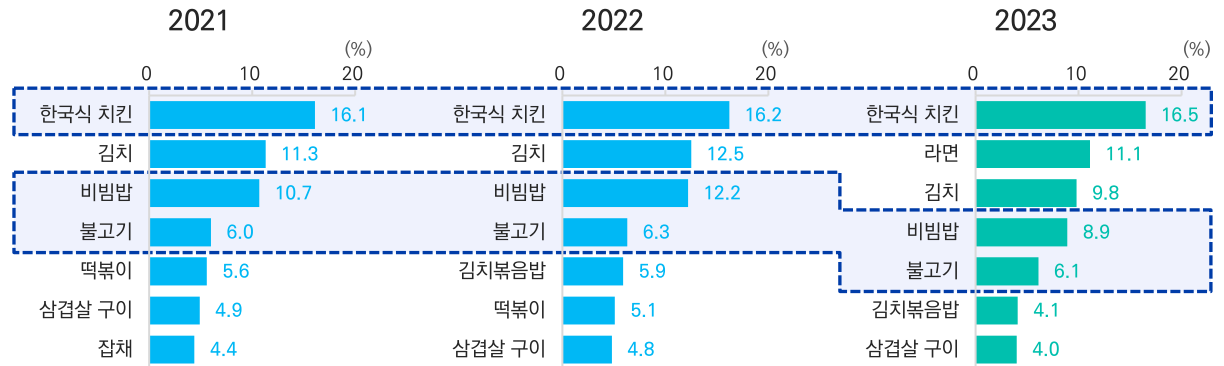
Source: 농림축산식품부 '2023 해외 한식 소비자 조사', 삼정KPMG 경제연구원 재구성

Note: 한식에 대한 질문에 해외 거주 외국인 소비자가 '알고 있는 편이다', '알고 있다', '매우 잘 알고 있다'고 응답한 비율

외국 음식 잠재력 지수*

	일본 음식	한국 음식	이탈리아 음식	미국 음식	중국 음식	태국 음식	멕시코 음식	스페인 음식	인도 음식	프랑스 음식	베트남 음식
잠재력 지수	69.5	67.1	66.4	65.7	64.5	59.9	59.8	57.7	57.3	56.8	55.0

최선호 한식 메뉴



Source: 농림축산식품부 '2023 해외 한식 소비자 조사', 삼정KPMG 경제연구원 재구성

Note*: '각 외국 음식을 가장 잘 나타낸 문장은 무엇입니까?' 질문에 대한 설문 조사 결과를 바탕으로 농림축산식품부에서 100점 만점 기준으로 지수 산출

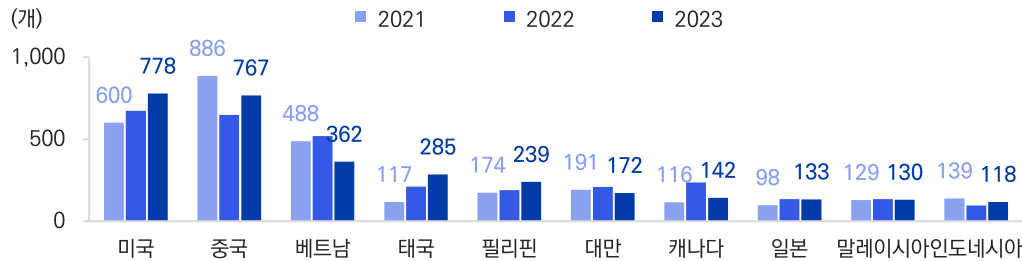
Note: 16개 국 18개 해외 도시에 거주 중인 20~59세 현지인을 대상으로 조사

Trend 6. K-푸드와 함께 글로벌 시장 진출 확대 (2/3)

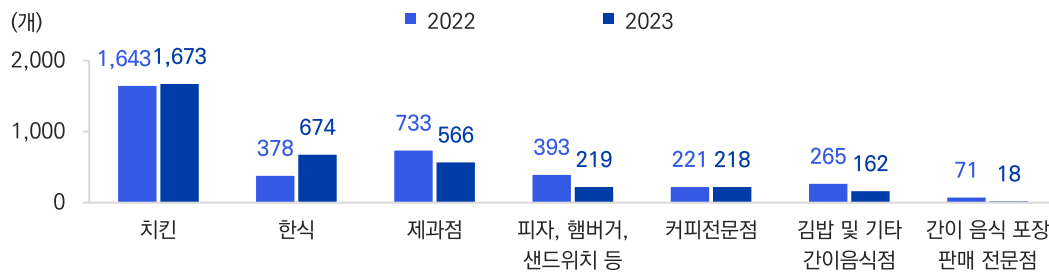
국내 주요 외식업체의 진출 국가를 살펴보면 주요 해외 시장으로 꼽히던 중국, 베트남 등지로의 진출이 감소하고 미국, 태국 진출이 늘어나는 등 진출 국가 다변화 흐름이 관찰됨. 한편, 해외 진출을 가장 활발히 하고 있는 업종은 치킨, 한식, 제과점순으로 나타남

국내 주요 외식업체 해외 진출 현황

주요 국가별 해외 진출 현황 (매장 수 기준)



주요 업종별 해외 진출 현황 (매장 수 기준)



Source: 농림축산식품부 '2023년 외식기업 해외진출 실태조사'(2024.08), 삼성KPMG 경제연구원 재구성

[참고] 주요 해외 진출 사업 유형

마스터 프랜차이즈

해외 파트너에게 특정 국가·지역 내에서 해당 영업표지와 노하우를 사용하여 독자적인 가맹사업을 할 수 있는 권리를 부여하고, 이에 대한 대가로 가맹금을 수령하며 지속적으로 경영지원 및 감독 수행

국제 가맹점 진출

한 국가의 특정 지역에 대하여 일정 기간 동안 개인 또는 법인에게 프랜차이즈 계약을 통하여 점포를 운영하도록 하는 방식

직접 직영점 진출

현지에 직영점이나 가맹점을 두고 본사가 직접 운영하는 형태. 건설 및 운영에 대한 모든 비용과 책임을 본사가 부담

기술 전수(라이선스)

현지 파트너에게 영업에 필요한 기술을 전수하고, 상호 및 운영방식을 사용하도록 허가. 본사는 경영·영업 방식에 관여하지 않는 방식

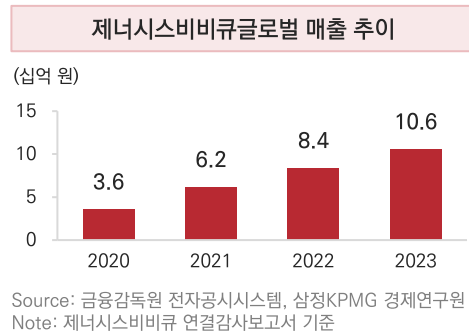
Trend 6. K-푸드와 함께 글로벌 시장 진출 확대 (3/3) – Case Study

한국식 치킨 브랜드 BBQ는 외국인 소비자들의 한국식 치킨에 대한 선호도 증가에 힘입어 미국을 중심으로 적극적으로 해외 비즈니스를 전개 중. 즉석 떡볶이 전문점 두끼는 현지화 및 커스터마이징이 용이한 메뉴 특성에 기대어 철저한 현지화 전략을 바탕으로 해외 시장 공략

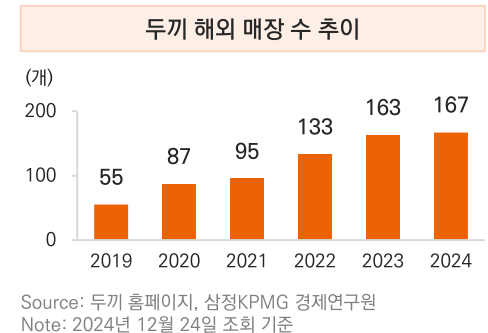
[Case Study] 외식업체 해외 진출 사례



- 한국식 치킨 브랜드 'BBQ'는 57개 국에서 700여 개 매장을 운영. 미국을 포함한 북중미 지역과 동남아시아 지역에 활발하게 진출
 - 미국 뉴욕 맨해튼 지역을 시작으로 뉴저지, 워싱턴, 텍사스, 캘리포니아 등 주요 지역에 빠른 속도로 매장 수를 늘리며 미국 시장 적극 공략. 미국 내 K-치킨의 인기가 상승하며 CBS, NBC 방송에 소개되는 등 미국 시장에 성공적으로 안착하는 모습
 - 미국의 경우 법인을 설립하여 직접 운영하고 있으며, 그 외 지역은 대부분 마스터 프랜차이즈 형식으로 진출
- BBQ의 해외 사업을 지원하는 법인 제너시스비비큐글로벌의 매출은 빠른 속도로 증가하는 추세
 - 제너시스비비큐글로벌은 해외 가맹점에 소스 등의 상품을 공급하고 해외 가맹점 매출의 일부를 로열티 등으로 수취
 - '23년 BBQ 글로벌 매출은 106억 원으로 전년대비 26.3% 증가



- 즉석 떡볶이 전문점 '두끼'는 대만, 베트남 등 동남아시아 지역을 중심으로 해외 비즈니스를 전개하고 있으며, '24년 말 기준 11개 국에서 167개 해외 매장을 운영 중
 - 두끼의 해외 매장 수는 '20년 87개에서 '24년 167개로 2배 가량 증가하였으며, 향후에는 북미, 유럽 등지로 해외 진출을 확대해 나갈 계획
 - 두끼는 해외 파트너사가 전권을 가지고 국가별 상황에 맞게 유연하게 운영하도록 하는 마스터 프랜차이즈 형식으로 해외에 진출. 한국 본사는 해외 수익 일부를 로열티로 받고 있으며, 떡, 어묵, 소스 등 일부 식재료를 납품하고 대금 수취
- 철저한 현지화 전략을 바탕으로 떡볶이 및 사이드 메뉴를 현지 입맛에 맞게 변형
 - 떡 식감에 익숙하지 않은 외국인 성향에 맞춰 면발처럼 먹을 수 있는 누들떡을 개발하고, 크랩 튀김, 완자, 고수 등 현지 식재료 및 사이드 메뉴로 소비자에게 친숙감 부여



Source: 농림축산식품부 '외식기업 해외진출 사례집', DBR, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

Contents

I.	외식 시장 Overview	2
II.	국내 외식 프랜차이즈 시장 현황	8
III.	외식 프랜차이즈 시장 주요 비즈니스 트렌드	15
IV.	외식 프랜차이즈 관련 투자 동향 및 이슈	27
V.	결론 및 시사점	37

국내 외식 프랜차이즈 Deal Trends

국내외에서 버거, 맥주, 커피 등 다양한 F&B(외식) 매물이 쏟아지고 있지만, 장기간 새 주인을 찾지 못하는 브랜드가 적지 않음. 그러나 대중들의 선호가 높은 유명 프랜차이즈 혹은 해외 진출 가능성 등 추가 성장 여력을 보유한 프랜차이즈에 대한 투자자들의 관심이 지속적으로 이어지며 딜(Deal)이 성사되는 추세

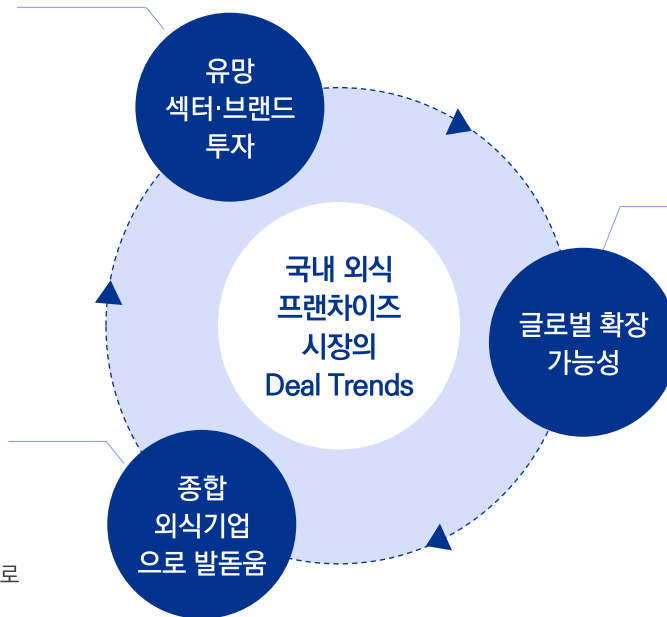
국내 외식 프랜차이즈 시장 M&A 트렌드

유망 섹터·브랜드 중심의 딜 성사

- ✓ (가성비 브랜드) F&B(식음료) 시장 내 양극화 현상이 심화되며 불확실성이 고조되는 가운데, 역전할머니맥주, 명륜진사갈비 등 가성비를 앞세운 브랜드들이 밸류업 여지가 있다는 평가에 투자자의 관심이 쏠리며 딜(Deal)이 성사
- ✓ (햄버거·치킨·피자 등) 급변하는 외식 트렌드 변화에 민감하지 않은 카테고리 중심으로 M&A가 지속

종합외식기업으로 확장하는 움직임

- ✓ 국내 외식 시장 내 입지를 빠르게 확대하기 위해 식품·외식 기업은 경쟁력 있는 외식 프랜차이즈 브랜드를 선별하여 인수하고 있음. 다양한 카테고리에서 성장동력을 확보하며 종합외식기업으로 도약 시도
- ✓ 다양한 외식 브랜드를 확보함으로써 기업은 국가·카테고리·가격대별로 포트폴리오를 분산시킬 수 있으며, 동시에 자사 소유 외식 브랜드 간 운영 시너지를 창출 가능한 이점이 있음



해외 진출 가능성이 높은 브랜드의 높은 가치(Value) 부각







- ✓ 해외 진출 시 빠르게 스케일업(Scale-up)할 수 있는 회사의 가치가 부각
- ✓ 최근 글로벌 내 K-푸드가 각광받으면서 해외 시장 공략이 용이한 한국식 치킨·디저트 등의 메뉴를 보유한 프랜차이즈에도 함께 이목이 집중

Source: 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 Deal Trends – ① 유망 섹터·브랜드 투자 (1/2)

F&B 시장 내 양극화가 심화됨에 따라 확장성 높은 가성비 브랜드 중심의 딜 추진이 지속. 투자자들은 엑시트를 염두에 두고 단기간에 밸류 상승이 가능하거나, 가맹점 수를 늘릴 여력이 있는지 등을 검토하여 자본을 투자

(1) 가성비 프랜차이즈 관련 Deal 추진 현황

(좌) 인수 주체	(우) 인수 대상				
 <p>프리미어파트너스·보라티알</p>	 <p>메가커피</p>	 <p>티티유프라이빗에쿼티</p>	 <p>PSP F&D</p>	 <p>케이스톤파트너스</p>	 <p>역전FnC</p>
<ul style="list-style-type: none"> 프리미어파트너스와 유럽 식자재 수입·유통 사업을 전문적으로 전개하는 보라티알은 '21년 저가 커피 핵심 브랜드 중 하나인 메가커피를 인수 <ul style="list-style-type: none"> 메가커피는 국내 저가 커피 시장을 선도하는 업체로 자리매김 보라티알은 프리미어파트너스와 SPC(특수목적회사) 엠지씨홀딩스를 통해 '21년 메가커피 지분 100%를 약 1,400억 원에 인수하였으며, 이후 지배구조가 개편됨에 따라 보라티알 관계사인 우윤파트너스가 58.6%를 소유하고, 프리미어파트너스가 41.4% 지분을 소유하는 구조로 전환됨 		<ul style="list-style-type: none"> 국내 사모펀드 운용사 티티유프라이빗에쿼티(TTU PE)가 맥주 프랜차이즈 브랜드 '크라운호프'를 운영하는 PSP F&D를 인수 <ul style="list-style-type: none"> TTU PE는 주요 맥주 프랜차이즈 중 하나인 크라운호프의 성장성을 높게 평가하여 약 440억 원에 인수 PSP F&D는 크라운호프를 포함해 이자카야토리, 금복주류 등의 프랜차이즈를 운영하는 외식업체 		<ul style="list-style-type: none"> 국내 사모펀드 운용사 케이스톤파트너스는 '22년 맥주 프랜차이즈 '역전할머니맥주'를 운영하는 역전FnC를 1,450억 원에 인수 '16년 설립된 역전할머니맥주는 MZ세대 소비자 사이에서 가성비 뛰어난 안주로 인기를 끌고 있음 <ul style="list-style-type: none"> 역전할머니맥주 가맹점은 '17년 65개에서 '22년 기준 800여 개를 돌파한 것으로 나타났으며, 케이스톤파트너스에 인수된 이후 추가 출점을 거듭하여 '24년 초 기준 900개를 넘어서는 등 성장세 지속 	

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 Deal Trends – ① 유망 섹터·브랜드 투자 (2/2)

최근 국내외 투자자들은 치킨, 햄버거, 피자 관련 프랜차이즈를 F&B 유망 섹터로 보고 자본 투자를 단행 중. 투자자들은 트렌드 변화에 비교적 덜 민감하며 남녀노소 불문 선호도가 크게 나뉘지 않고, 간편하게 먹을 수 있을 뿐만 아니라 특색 있는 메뉴로 차별화가 용이하다는 점에 주목하고 해당 섹터에 투자를 지속하는 것으로 풀이

(2) 치킨·햄버거·피자 등 유망 섹터에 눈독

햄버거

하일랜드에쿼티파트너스 소유 샐러디, 다운타운어 인수

- 사모펀드 하일랜드에쿼티파트너스는 '23년 샐러디 프랜차이즈 '샐러디'를 인수한 데 이어 경쟁력 강화를 위한 볼트온 목적하에 '24년 말 샐러디를 통해 수제버거 브랜드 '다운타운어' 지분 80%를 확보
 - 다운타운어는 '16년 설립된 수제버거 브랜드로 'Fast & Premium'을 내세워 빠르고 편하게 먹을 수 있도록 서비스를 제공해왔음
- 샐러디는 샐러디 프랜차이즈 상위업체로, 기존 샐러디의 매장 운영 노하우와 밸류체인을 활용해 다운타운어 기업 가치 제고에 힘쓸 계획

오케스트라PE, KFC코리아 인수

- 오케스트라PE는 KFC코리아에 대해 햄버거 수요에 대한 안정성 및 프랜차이즈 사업모델로의 전환을 업사이드로 보고 투자한 것으로 보임
 - KFC코리아는 기존 직영점 체제를 유지해왔으나, 이번 인수로 양브랜드(YUM! Brands)가 오케스트라PE에 프랜차이즈 사업 전환을 허가함에 따라 가맹사업을 통한 매장 수 확대에 속도 낼 것으로 예상

치킨

큐캐피탈·코스톤아시아, 노랑통닭 인수

- 큐캐피탈파트너스와 코스톤아시아는 '20년 중견 치킨 프랜차이즈 노랑통닭을 700억 원에 인수한 가운데, 가맹점 수를 늘리며 안정적 성장을 견인
 - 노랑통닭은 '09년 부산의 어느 한 매장으로 출발해 카레 맛이 가미된 독특한 맛을 앞세워 수도권으로 확장해왔음
 - bhc, 교촌치킨 등 주요 브랜드 대비 후발주자이나 차별화된 조리법에 기반한 맛과 가격 경쟁력을 내세워 성장
- 노랑통닭은 큐캐피탈·코스톤아시아에 인수된 이후 지속 성장하여 '23년 매출액 973억 원을 달성한 데 이어 EBITDA 127억 원(13.1%)으로 높은 수익성을 유지하며 성장
 - 가맹점 수 기준 치킨 프랜차이즈 순위 '14년 41위 → '20년 15위 → '24년 10위 내 진입

피자

오케스트라PE, 반올림·오구쌀피자 인수

- 오케스트라PE는 '21년 11월 반올림피자를 인수한 가운데, '24년 12월에는 오구쌀피자를 운영하는 피자 프랜차이즈 오구본가 주식 전량을 인수하여 볼트온(Bolt-on) 투자를 단행
 - 이번 인수로 기존 360개 반올림피자 가맹점에 더해 370여 개 오구쌀피자 가맹점을 추가로 확보함에 따라 두 브랜드 매장 수 총 730여 개로 집계. 피자스쿨(900여 개)에 이어 총 매장 수 기준 업계 2위로 올라섬
 - 반올림피자는 오케스트라PE 인수 이후 지속적인 투자를 통해 외형성장을 이뤄냄
 - *매출액 '21년 190억 원→'23년 538억 원
- 반올림피자는 오케스트라PE에 인수된 이후 피자 주 재료인 도우, 피자소스, 갈릭소스, 고구마 무스 등의 생산을 내재화. 공장에서 생산된 재료를 가맹점에 자체적으로 공급하며 수익성 개선을 시도 중. 반올림피자는 오구쌀피자에도 이를 접목하여 외형성장과 비용구조 효율화에 나설 계획

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 Deal Trends – ② 글로벌 확장 가능성

UCK파트너스는 지난 2014년 인수한 공차를 글로벌 프랜차이즈로 성장시키며 투자원금대비 5배 가량의 차익을 얻은 바 있음. F&B 프랜차이즈 시장에서 글로벌 확장 가능성이 기업 가치를 높이는 데 중요한 요소로 꼽히는 가운데, UCK파트너스는 그동안 축적한 글로벌 네트워크와 노하우를 설빙과 테라로사에 적용하여 성과를 실현할 것을 목표

UCK파트너스 Case Study

공차 Exit 사례

인수

- UCK파트너스는 '14년 총 710억 원을 투자해 공차코리아 지분 70%를 확보
- 이후 '16년 대만 본사 경영권을 확보하여 회사를 확장

사업 확장

- 이후 한국, 일본, 대만 3개 법인 통합 후, 전 세계 17개 국에 매장을 둔 글로벌 프랜차이즈로 도약
- 매장 및 서비스 규격화, 신제품 개발, 마케팅 강화 등으로 내실 강화

투자회수

- '19년 미국계 사모펀드 TA어소시에이츠에 회사를 매각하여 3,500억 원을 회수한 가운데, 시세차익 약 2,800억 원을 거렸으며 투자원금대비 5배 가량의 성과를 달성

1 설빙 인수 (2023.08)

인수 대상	구분	사업 내용
설빙	설립연도	• 2013년
	인수 개요	• '23년 8월 '코리안 디저트 카페'를 표방하는 국내 1위 빙수 프랜차이즈 설빙 인수
	매장전개 현황	• 국내 600여 개 매장 보유 • 미국, 중국, 일본 등 10여 개 국가에 진출

- ▶ 설빙은 미국, 중국, 일본, 호주 등 10여 개 국가에 진출한 상황. UCK파트너스는 해외 사업 확장을 설빙의 업사이드로 보고, 향후 국가별 현지 사정에 맞는 맞춤 전략을 통해 해외 시장 공략에 박차를 가할 계획
- ▶ UCK파트너스는 신메뉴 개발 등을 통해 점포당 매출을 높인 뒤, 중장기적으로 해외 프랜차이즈 사업을 통해 글로벌 브랜드로 키울 방침

2 테라로사 인수 (2024.05)

인수 대상	구분	사업 내용
TERAROSA	설립연도	• '02년 커피 제조 판매로 시작하여 '05년 개업
	인수 개요	• '21년 11월 (주)학산 지분 37%를 650억 원에 인수. '24년 5월 지분 13%를 추가 인수
	매장전개 현황	• '24년 5월 기준 국내 20여 개 점포를 보유

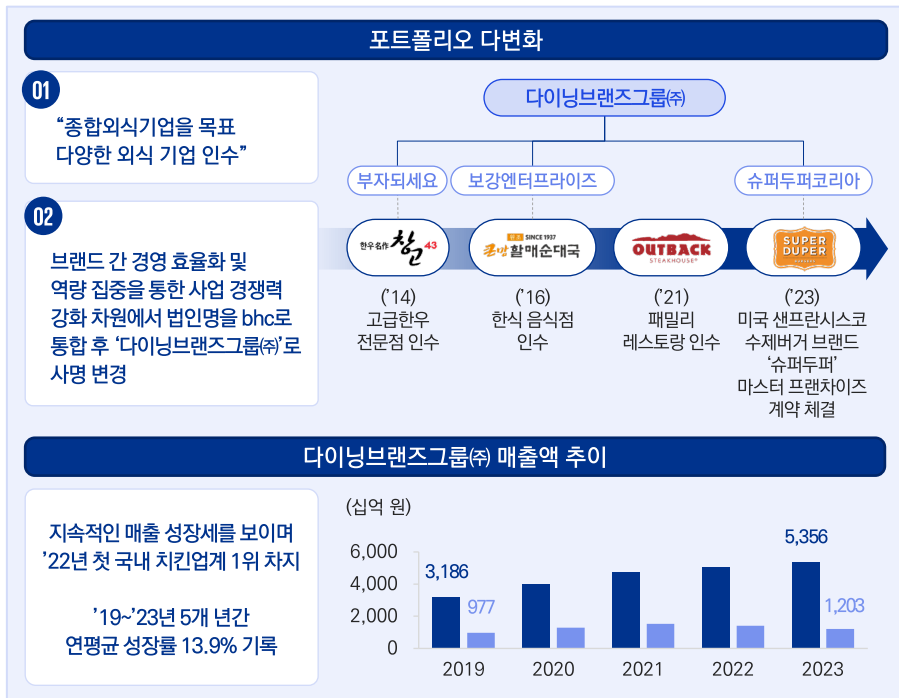
- ▶ UCK파트너스는 '21년 말 테라로사 인수 이후 스페셜티 원두 소싱 - 제조 - 유통(B2C-B2B)까지 밸류체인 전 단계를 내재화하며 성장을 지속
- ▶ '24년 5월, 테라로사 지분 13%를 추가 확보함에 따라 총 지분율이 50.1%로 확대
- ▶ UCK파트너스는 국내에서 전개하는 매장수를 늘리는 한편 초콜릿 등의 신사업 및 해외 진출에 나서며 밸류업 목표. '24년 내 프랑스를 시작으로 글로벌 진출 강화 예정

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 Deal Trends – ③ 종합외식기업으로 확장

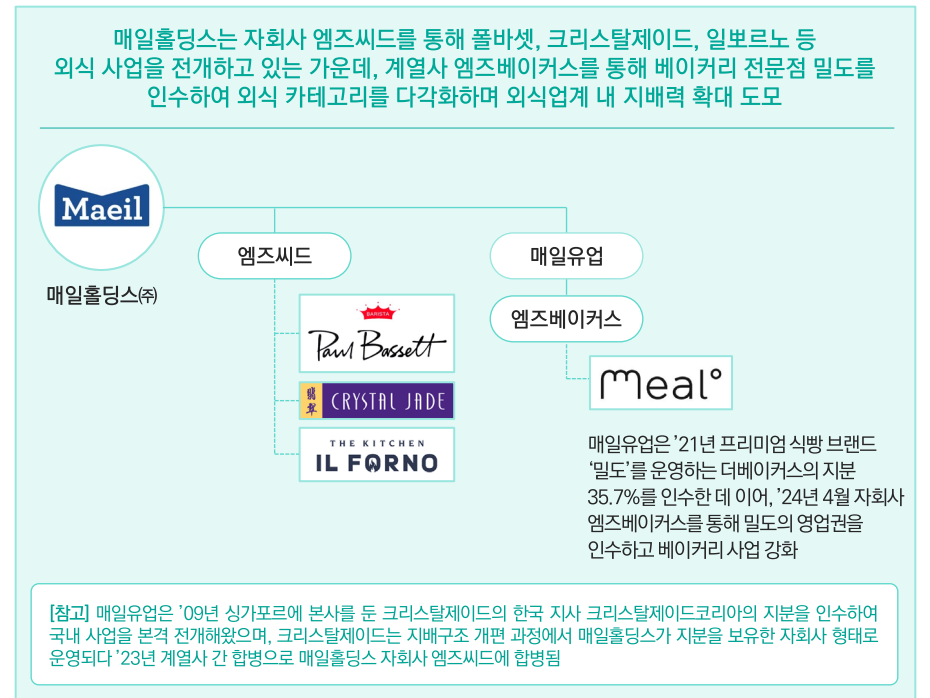
식품·외식 기업은 신사업을 통한 수익 구조 다변화 및 경쟁력 강화를 위해 M&A로 다양한 외식 프랜차이즈 브랜드 인수를 지속. 주요 기업은 다양한 외식 브랜드 인수를 통해 종합외식기업으로 도약하며 업계 내 지배력을 확대하고자 함

bhc: 치킨·한식·수제버거·패밀리 레스토랑 등 포트폴리오 확장



Source: 금융감독원 전자공시시스템, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원
Note: 각 사 매출액은 별도 기준

매일홀딩스: 외식 사업 다각화



Source: 금융감독원 전자공시시스템, 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

[Case Study] 졸리비푸즈(Jollibee Foods)

필리핀 기업 졸리비푸즈는 공격적인 M&A를 통해 전 세계로 비즈니스 영역을 넓히고 패스트푸드 중심에서 커피 전문점 등으로 브랜드 포트폴리오를 다변화하며 글로벌 종합 외식 기업으로 도약

졸리비푸즈(Jollibee Foods) Overview

졸리비푸즈(Jollibee Foods)는?

- 1975년 아이스크림 가게에서 시작해 필리핀의 대표 패스트푸드 브랜드가 된 '졸리비(Jollibee)'를 보유한 필리핀의 외식 기업으로 필리핀 전역에 700여 개의 졸리비 매장을 보유하며 '필리핀의 맥도날드'로 불림
- M&A를 통해 해외 외식 브랜드를 적극적으로 인수하며 글로벌로 비즈니스 영역을 확장하였으며, 19개 외식 브랜드를 가지고 전 세계 32개 국에 9,500여 개 매장을 보유한 글로벌 종합 외식 기업으로 성장

졸리비푸즈 실적 추이

(백만 달러) 매출액(좌) 영업이익률(우) (%)

연도	매출액 (백만 달러)	영업이익률 (%)
'14	1.5	15
'15	1.8	15
'16	2.0	15
'17	2.5	15
'18	3.0	15
'19	3.5	15
'20	3.0	10
'21	3.5	15
'22	4.0	15
'23	4.5	15
'24	5.0	15
'25	5.5	15
'26	6.0	15

졸리비푸즈(Jollibee Foods) 주요 Deal



'15.10



'17.03



'18.12



'19.07



'24.07



'24.11

졸리비푸즈는 미국 햄버거 프랜차이즈 '스매시버거(Smashburger)'의 지분을 세 차례에 걸쳐 매수하며 자사가 주력하는 패스트푸드 비즈니스 영역을 글로벌로 확장. '15년 스매시버거의 지분 40%를 1억 25만 달러에 사들인 데 이어, '17년 1억 달러를 추가 투자하여 45%의 지분을 확보하고, '18년 잔여 지분 15%를 사들이며 지분 100% 확보

졸리비푸즈는 베트남 프랜차이즈업체 비엠타이(Viet Thai)와 함께 미래셋PE 컨소시엄이 보유한 커피 프랜차이즈 '커피빈 앤 티 리프(The Coffee Bean & Tea Leaf)'의 지분을 3억 5,000만 달러에 전량 매수하며 글로벌 커피 프랜차이즈를 자사 포트폴리오에 추가. 매수한 지분의 80%를 졸리비푸즈가 방식이며, 졸리비푸즈의 인수는 자회사 졸리비 월드와이드가 싱가포르에 설립한 지주회사 자바벤처스(Java Ventures)를 통해 이루어짐

졸리비푸즈는 자회사 졸리비 월드와이드(Jollibee Worldwide Pte Ltd)를 통해 한국 저가 커피 프랜차이즈 '컴포즈커피'의 지분 70%를 인수하며 한국 커피 프랜차이즈 시장 진출. 기존에 보유하던 '커피빈 앤 티 리프'에 더해 저가 커피 프랜차이즈를 포트폴리오에 추가하면서 졸리비푸즈는 가격대별 커피 전문점 포트폴리오를 구축하고 커피 전문점 비즈니스 경쟁력 강화 도모

졸리비푸즈는 '24년 미쉐린 스타를 보유하고 있는 홍콩 덤섬 프랜차이즈 '팀호완(Tim Ho Wan)'의 잔여 지분을 사들이며 팀호완의 소유권과 경영권을 완전히 인수. 졸리비푸즈는 자회사인 싱가포르 사모펀드 타이탄다이닝(Titan Dining)을 통해 '18년부터 수차례에 걸쳐 팀호완에 투자를 단행해 온 가운데, 해당 딜로 투자를 마무리하고 완전히 소유권을 확보하여 향후 더욱 공격적으로 비즈니스를 전개할 것으로 기대

Source: S&P Capital IQ, Jollibee Foods Corporation, 언론보도 종합, ThomsonOne Refinitiv, PitchBook(2025.01), 삼성KPMG 경제연구원
 Note: 졸리비푸즈 실적 2024~2026년 수치는 전망치

[참고] 외식 프랜차이즈 관련 투자 현황 – 국내 (1/2)

국내 외식 프랜차이즈 관련 주요 Deal List (2021~2024)

외식 브랜드	회사명	매수 주체	시점	금액 (억 원)	내용
다운타운너	(주)GFFG	하일랜드 에쿼티파트너스	'24.12	n/a	• 사모펀드 하일랜드에쿼티파트너스가 바이아웃(Buy out) 포트폴리오인 샐러디를 통해 다운타운너 지분 80% 인수. 하일랜드에쿼티파트너스는 다운타운너 경영권 인수를 통해 외식 분야 포트폴리오 가맹사업을 확대함으로써 샐러디 자체 경쟁력 강화 시도
오구쌀피자	(주)오구본가	오케스트라PE	'24.12	100	• 오구쌀피자는 5,900원 피자로 저렴한 가격대에 포지셔닝하고 있는 가성비 브랜드로, 쌀 도우를 사용하는 것이 특징. 오케스트라PE는 기존 '21년 인수한 반올림피자를 보유하고 있는 가운데, 오구쌀피자 인수를 통해 식자재를 통합적으로 공급함으로써 규모의 경제를 도모하고자 함
명륜진사갈비	(주)명륜당	포레스트파트너스	'24.11	1,600	• 사모펀드 포레스트파트너스는 무한리필 양념돼지갈비로 유명한 명륜진사갈비 운영사 명륜당을 1,600억 원에 인수할 계획을 밝힘
매드포갈릭	(주)엠에프지코리아	임마누엘코퍼레이션	'24.09	500	• 임마누엘코퍼레이션이 국내 패밀리 레스토랑 매드포갈릭을 운영 중인 MFG코리아 지분 100% 인수
한국맥도날드	한국맥도날드(유)	Kamal Al Mana (카타르)	'24.09	n/a	• 한국맥도날드 본사 미국 맥도날드는 카타르의 카말 알 마나(Kamal Al Mana)와 전략적 파트너십을 체결. 카말 알 마나는 미국맥도날드에 로열티를 지급하고 한국에서 전 매장을 운영할 권리를 받음
요아정	(주)트리리언즈	삼화식품	'24.07	400	• 요거트아이스크림의정식(요아정) 운영사 트리리언즈는 '아라라 치킨'을 운영하는 삼화식품에 경영권을 400억 원에 매각
컴포즈커피	(주)JM커피그룹	Jollibee Foods (필리핀)	'24.08	3,300	• 필리핀 외식 프랜차이즈 기업 줄리비푸즈(Jollibee Foods)는 저가 커피 관련 핵심 브랜드 중 하나인 컴포즈커피 경영권을 확보. 줄리비월드와이드가 컴포즈커피 지분 70%를 2억 3,800만 달러(약 3,300억 원)에 인수했고 엘리케이션PE가 지분 25%, 줄리비 산하 사모펀드 타이단다닝이가 지분 5%를 취득

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 인수 금액은 추정치 포함

[참고] 외식 프랜차이즈 관련 투자 현황 – 국내 (2/2)

국내 외식 프랜차이즈 관련 주요 Deal List (2021~2024)

외식 브랜드	회사명	매수 주체	시점	금액 (억 원)	내용
테라로사	(주)학산	UCK파트너스	'24.05	n/a	• UCK파트너스는 커피 전문점 브랜드 테라로사(Terarosa)를 운영하는 학산 지분 13%를 추가 인수하여 총 50.1%의 지분을 갖게 되었으며, 이를 통해 경영권을 확보. 이번 딜을 계기로 국내 점포 확장과 더불어 해외 진출, 초콜릿 신사업 등을 적극 추진하고자 함
김순례 순살치킨강정	(주)인푸드	앤리치	'24.01	n/a	• 직화구이 프랜차이즈 '고돼지'를 보유한 앤리치가 치킨 시장에 진입하고자 '김순례 순살치킨강정'을 운영하는 인푸드와 합병
한와담	(주)호박패밀리	LIG	'23.11	300	• LIG그룹은 숙성한우 전문점 한와담 등을 보유한 종합 외식전문기업 호박패밀리를 인수. LIG는 계열사 휴세코의 식음료사업부문을 분할해 호박패밀리와 합병, F&B 사업을 영위하는 독립법인을 출범시킬 계획으로 이번 인수를 계기로 외식 사업의 본격적 확장을 목표
설빙	(주)설빙	UCK파트너스	'23.08	1,300	• UCK파트너스는 1,300억 원을 투자해 빙수 전문 디저트 카페 '설빙' 지분 100%를 인수. '14년 밀크티 전문점 '공차'를 인수, '19년 성공적으로 엑시트(Exit)한 바 있으며, 공차로 쌓은 노하우를 설빙에 적용하여 중장기적으로 글로벌 프랜차이즈로 성장시킬 계획
KFC코리아	(주)KFC코리아	오케스트라PE	'23.01	550	• 국내 사모펀드 운용사 오케스트라PE는 KFC의 글로벌 운영사 암브랜드(YUM! Brands)와 컨소시엄을 구성하여 KFC코리아를 인수. 국내 사모펀드 운용사 오케스트라PE는 KG그룹으로부터 KFC코리아 지분 100%를 인수하는 계약을 체결하였으며 암브랜드는 KFC코리아의 가맹사업 운영을 허락하는 동시에, 오케스트라 PE 펀드의 LP로 참여
역전할머니맥주	(주)역전FnC	케이스톤파트너스	'22.05	1,450	• 사모펀드 케이스톤파트너스는 가성비 브랜드 역전할머니맥주를 운영하는 역전FnC 지분 100%를 인수
반올림피자	(주)반올림피자	오케스트라PE	'21.11	550	• 오케스트라PE는 국내 딜리버리 피자 브랜드 '반올림피자'를 운영하는 반올림식품을 인수. 반올림피자는 대구에서 창업하여 입소문으로 전국 프랜차이즈 브랜드로 성장
효도치킨 브루클린더버거조인트	네오아티잔(주)	UCK파트너스	'21.03	300	• 글로벌 사모펀드 운용사 유니스캐피탈의 한국법인 UCK파트너스(구 유니스캐피탈코리아)는 '21년 초 외식 전문 기업 네오아티잔으로부터 F&B 브랜드 수제버거 브랜드 브루클린더버거조인트와 치킨 전문 브랜드 효도치킨을 약 300억 원에 인수하는 계약을 체결

Source: 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Note: 인수 금액은 추정치 포함

[참고] 외식 프랜차이즈 관련 투자 현황 – 글로벌

글로벌 외식 프랜차이즈 관련 주요 Deal List

투자 대상 외식 브랜드	투자자	공시일	금액 (백만 달러)	내용
Jersey Mike's Subs (미국)	Blackstone (미국)	'24.11	n/a	• Blackstone은 미국 내 샌드위치로 유명한 패스트 캐주얼 분야 프랜차이즈 Jersey Mike's Subs다수 지분을 인수하는 계약을 체결. Blackstone은 Jersey Mike's Subs와 파트너십을 체결한 뒤 미국 시장 전반 및 해외 확장을 가속화하고 디지털 혁신을 위한 지속적인 투자를 지원하고자 함
Red Lobster (미국)	RL Investment Holdings (미국)	'24.09	n/a	• 미국 유명 해산물 레스토랑 체인 Red Lobster는 Blue Torch Capital, Fortress Investment Group 등의 지원을 받는 RL Investment Holdings에 인수됨
Playa Bowls (미국)	Sycamore Partners (미국)	'24.08	n/a	• 미국의 Sycamore Partners는 Tamarix Equity Partners 및 기타 투자자로부터 빠르게 확장 중인 아시아볼 프랜차이즈 Playa Bowls를 인수. Playa Bowls는 '14년 설립 이후 미국 내 22개 주에 걸쳐 250개 매장을 보유하고 있으며 아시아볼·슈퍼퍼루트볼 관련 다양하고 건강한 메뉴를 제공
Insomnia Cookies (미국)	Verinvest (독일)·Mistral Equity Partners (미국) 등	'24.07	227	• 전 세계적으로 노드 체인을 거느리고 있는 Krispy Kreme은 자사가 보유하고 있던 쿠키 딜리버리 체인 Insomnia Cookies 지분 대다수를 Verinvest와 Mistral Equity Partners에 매각. Verinvest 등 투자자는 이번 딜을 계기로 Insomnia Cookies의 미국 및 글로벌 시장 내 성장에 박차를 가할 계획
Tropical Smoothie Cafe (미국)	Blackstone (미국)	'24.06	2,000	• 여러 외식 프랜차이즈 인수를 통해 브랜드들의 성장을 성공적으로 이끈 바 있는 Blackstone은 패스트 캐주얼 부문 스무디·주스 선도 프랜차이즈 Tropical Smoothie Cafe를 인수. Blackstone은 이번 딜을 통해 고품질 제품을 제공할 수 있도록 지원하는 한편 전국적 사업 확장을 가속화하는 데 힘을 계획
Subway (미국)	Roark Capital Group (미국)	'24.04	9,550	• 미국 사모펀드 운용사 Roark Capital은 미국 대표 샌드위치 프랜차이즈 Subway를 약 96억 달러에 인수. Subway는 현재 미국 중심으로 운영되는 가운데, 로아크캐피털은 이번 인수를 계기로 중국 등 글로벌 시장 확장 계획을 밝힘
Joe & the Juice (덴마크)	General Atlantic (미국)	'23.12	n/a	• 미국의 General Atlantic은 스웨덴 투자회사 Valedo Partners로부터 신선주스·샌드위치를 판매하는 Joe & the Juice 지분 대다수를 확보. General Atlantic은 건강한 음식에 대한 글로벌 고객 수요가 확대되는 상황 속 Joe & the Juice의 추가 성장 가능성을 보고 투자한 것으로 분석. 이번 계기로 해외 프랜차이즈 파트너십을 강화 목표
Wetzel's Pretzels (미국)	MTY Food Group (캐나다)	'22.12	210	• 캐나다 내 수십 개 레스토랑 체인을 운영 중인 MTY Food Group은 CenterOak Partners로부터 Wetzel's Pretzels를 인수. Wetzel's Pretzels는 스낵 카테고리 부문의 QSR을 운영하는 주체임. 이번 인수를 통해 MTY Food Group은 아이스크림 체인 Cold Stone Creamery를 비롯해 요거트 아이스크림 체인 Pinkberry, 피자 전문점 Papa Murphy's를 함께 확보하게 됨

Source: PitchBook(2025.02), 언론보도 종합, 삼정KPMG 경제연구원

Contents

I.	외식 시장 Overview	2
II.	국내 외식 프랜차이즈 시장 현황	8
III.	외식 프랜차이즈 시장 주요 비즈니스 트렌드	15
IV.	외식 프랜차이즈 관련 투자 동향 및 이슈	27
V.	결론 및 시사점	37

외식 프랜차이즈 시장 환경 변화와 기업의 도전 과제

외식 경영 환경 변화

고물가 지속에 따른 체감물가 상승으로 가성비 중심의 소비 패턴이 관찰. 아울러 개인화된 외식 경험 추구 트렌드 확산으로 소비자들은 자신의 취향대로 메뉴를 재조합 할 수 있는 옵션을 선호하는 경향

경기 불황 및 물가 상승에 따라 외식업계 내 운영 효율화 중요도 확대. 운영비 부담이 가중되면서 외식 프랜차이즈의 경우 가맹점주의 수익성 및 지속가능성이 주요 이슈로 부상

글로벌 프랜차이즈의 국내 외식 시장 유입이 지속되며 경쟁 강도가 심화됨에 따라 경쟁력 강화가 중요한 시점. 한편 K-푸드에 대한 세계적인 관심이 고조되면서 해외 시장 개척의 중요성이 부각

외식 프랜차이즈 기업의 도전 과제

- ✓ 가성비 추구하고 취향 파편화 소비 성향이 동시에 관찰되면서 가성비 외식 브랜드와 커스터마이징이 가능한 콘셉트를 가진 브랜드를 중심으로 안정적인 성장세 기대. 외식 프랜차이즈 업체들은 개별 소비자의 다양화되는 취향·니즈에 대응할 수 있도록 브랜드 이미지 및 콘셉트 개발을 통해 소비자의 발길을 유도해야 함
- ✓ 1:2인가구 비중 확대 및 소비자들의 라이프스타일 변화 등으로 외식의 내식화가 보편화되는 등 식품 제조와 외식 간 업역 경계가 모호해지고 있음. 이에 외식 기업들은 자사 브랜드를 활용한 RMR(Restaurant Meal Replacement) 제품 개발 등에 나서며 새로운 매출 기반을 확보 가능
- ✓ 최근 외식 시장 내 인건비 상승에 따른 어려움이 가중되는 만큼, 효율적 운영이 가능한 프랜차이즈가 비교적 유리한 위치 선점 가능. 배달앱 프로모션 경쟁 등 운영 비용의 증가로 인해 자본력을 갖추고 있거나, 기업화되어 탁월한 운영 역량을 갖춘 프랜차이즈 중심의 성장세가 지속될 전망
- ✓ 갈수록 늘어나는 인건비 부담과 구인난에 따른 어려움을 일부 해소하기 위해 푸드테크를 활용한 매장 환경 효율화를 검토할 필요. 기업들은 효율적 운영이 가능하도록 키오스크, 테이블 오더, 푸드로봇(Food Robot) 등 푸드테크 도입하여 주방과 홀의 프로세스를 간소화하거나 자동화를 시도해야 할 것
- ✓ 전 세계적으로 K-푸드에 대한 관심이 고조됨에 따라 글로벌 시장 내 국내 외식 브랜드에 대한 마스터 프랜차이즈 요청이 증가하는 상황이며, 이는 국내 기업의 스케일업(Scale-up) 기회로 작용할 전망. 마스터 프랜차이즈 형태의 경우 현지 파트너사 역량, 브랜드 이미지, 서비스 퀄리티 등에 의해 경영 실적이 좌우되는 경향이 있으므로 외식업체는 해외 진출 시 현지 유통사 등 전문성 있는 업체와의 마스터 프랜차이즈 계약을 선제적으로 확보하여 시장 선점 기회 마련 필요
- ✓ 성공적인 해외 진출을 위해서는 단기적·중장기적 전략 마련이 중요. 단기적으로는 1)국내 기업들은 유명 연예인·인플루언서와의 협업 통한 마케팅을 전개하거나 2)SNS 내 사용자 참여를 유도하는 한편 브랜드 인지도를 높이고 긍정적 브랜드 이미지를 구축해야 함. 중장기적으로는 맛과 서비스 현지화가 필수적인 가운데, 기업들은 국내에서 사용하던 원자재의 글로벌 소싱을 고려하고, 제품·서비스 전반을 지속적으로 개발할 필요

Source: 삼정KPMG 경제연구원

국내 외식 프랜차이즈 시장의 투자 방향성

국내 외식 프랜차이즈 시장 내 투자 전략은?

<p>01</p> <p>중장기적·구조적 관점에서 외식업 투자 검토 필요</p>	<p>02</p> <p>외식업 유망 섹터를 고려하여 전략적으로 투자</p>	<p>03</p> <p>세컨더리 세일 등 자사에 적합한 다양한 엑시트(Exit) 플랜 고려</p>	<p>04</p> <p>외식업체·사모펀드 각자의 역량 발휘하여 시너지 창출</p>
<p>외식업은 인구통계학적, 사회, 문화, 경제적 측면에서 중장기적으로 성장 잠재력이 존재하는 시장이며, 투자자들은 외식업에 대한 지속적인 모니터링과 함께 M&A 매물에 촉각을 세울 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> - 최근 국내 외식업의 지속 성장에 대한 우려의 목소리가 커지고 있으나, 외식업은 장기적으로 보았을 때 안정적인 성장 가능성이 있다는 이점 보유 - 소비자들은 경기 불황기에도 합리적인 외식 소비에 대해 고민하는 경향을 보이며, 이에 외식업은 불황기에도 수요가 지속적으로 발생하고 성장 잠재력이 있는 산업으로 평가됨 - 특히 최근에는 외식 시장에도 가성비 중심의 소비 패턴이 확산되는 경향으로, 가성비를 강조한 외식 프랜차이즈가 타 세그먼트 대비 안정적인 것으로 보임 	<p>투자자들은 투자 기업 현황에 대한 정확한 진단을 바탕으로 전략적 투자를 결정하는 동시에 외식업 하위 유망 섹터를 선별·검토</p> <ul style="list-style-type: none"> - 투자자는 M&A 추진 이전에 프랜차이즈 본사와 가맹점 사이의 공정계약 여부 등 레스토랑 경영 전반에 대해 진단해야 하며, 시스템 체계화로 인한 수익 증대 가능성과 신시장으로의 확대 가능성, 경영 효율화로 볼 수 있는 효과 등을 정확하게 판단하는 육식 가리기가 필수적 - 국내 M&A 매물 중 캐시플로(Cash Flow)가 안정적인 곳을 선별하는 동시에 ①트렌드 변화에 민감하지 않은 카테고리(ex. 치킨), ②운영비 부담에 효율적 대응이 가능한 브랜드, ③해외 진출 가능성이 높은 카테고리 등에 주안점을 두고 성장성 높은 브랜드를 찾는 해안이 요구됨. 아울러 외식업 하위 섹터 중 특히 각광받고 있는 패스트 캐주얼 등 유망 섹터 선별 필요 	<p>투자 시 기업 가치를 올리는 동시에 차익을 거둘 수 있도록 다양한 투자금 회수 전략을 염두에 두고 투자할 것</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사모펀드는 타 사모펀드에게 자사가 보유했던 지분을 재매각하는 세컨더리 세일(Secondary Sale) 등으로 투자금 회수 가능 - 세컨더리 세일 외 기업공개(IPO) 등 다양한 방식으로 엑시트를 고려 <p>Case: 아웃백스테이크하우스</p> <ul style="list-style-type: none"> • 스카이라이프는 '16년 580억 원에 인수한 아웃백을 '21년 투자금의 4배가 넘는 2,700억 원에 MBK파트너스가 운영하는 bhc그룹에 매각 <p>Case: 더본코리아</p> <ul style="list-style-type: none"> • 수년간 F&B 프랜차이즈업계 내 상장에 대한 우려가 있었으나 '24년 7월 IPO를 마무리하며 코스피 시장에 안착 	<p>사업 시너지를 낼 수 있도록 전략적 투자자(SI)와 재무적 투자자(FI)가 컨소시엄을 구성하여 함께 투자하는 방안을 검토 가능</p> <p>Case: 메가커피</p> <ul style="list-style-type: none"> • 보라티알(SI)과 프리미어파트너스(FI)가 메가커피를 함께 인수. 보라티알은 식자재 유통업체로, 메가커피 역시 보라티알의 주요 고객임 <p>Case: KFC코리아</p> <ul style="list-style-type: none"> • 오케스트라의 KFC코리아 인수 목적 펀드에 KFC의 로열티를 보유하고 있는 암브랜즈가 LP로 참여. 한국 KFC의 가맹사업 전환을 통한 Upside를 확보 <p>Case: 요아징</p> <ul style="list-style-type: none"> • 삼화식품(아라치 치킨 운영사)은 퀴버인베스트먼트, 제이앤드파트너스와 함께 요아징 인수

Source: 삼정KPMG 경제연구원

Business Contacts

외식산업 전문팀

Deal Advisory

박영걸 전무 T 02-2112-0749 E younggulpark@kr.kpmg.com	정도영 상무 T 02-2112-0184 E doyoungchung@kr.kpmg.com	김수진 상무 T 02-2112-7678 E skim223@kr.kpmg.com
---	---	--

Audit

신장훈 소비재·유통산업 리더, 부대표 T 02-2112-0808 E jshin@kr.kpmg.com	한상일 부대표 T 02-2112-0832 E sangilhan@kr.kpmg.com	이용호 부대표 T 02-2112-0677 E yongholee@kr.kpmg.com	이종우 전무 T 02-2112-0648 E jongwoolee@kr.kpmg.com	박정수 전무 T 02-2112-0326 E jungsoopark@kr.kpmg.com
정창길 전무 T 02-2112-0246 E chaggiiljung@kr.kpmg.com	박관중 전무 T 02-2112-7403 E kwanjongpark@kr.kpmg.com	정현진 전무 T 02-2112-0827 E hchung@kr.kpmg.com	김시우 전무 T 02-2112-0893 E siwookim@kr.kpmg.com	

home.kpmg/kr

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2025 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.