

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이

프랜차이즈 월드

2014 Vol.08

파워 인터뷰
윤동진 농림축산식품부 식품산업정책관

진단
프랜차이즈 해외진출지원 사업

회원사 탐방
사과나무(주) 커피베이

글로벌트렌드
한·일프랜차이즈협회 교류단 간담회

클로즈 업
제31회 프랜차이즈산업박람회 성료

Special Feature

글로벌 프랜차이즈 현장분석

Special Interview

(사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장



**놀부에게
좋은점포와 좋은예비창업자를
추천해 주세요!**

 놀부에서 큰 혜택을 드립니다!

- 혜택은 추천하신 점포와 예비 창업자분이 정상적으로 놀부브랜드를 오픈 하였을 때 주어집니다.
 - 50평 이상의 점포와 예비창업자를 추천해 주시면 추천인과 예비창업자 모두에게 더 큰 혜택을 드립니다.
 - 단순 점포 추천 시 별도의 혜택은 없습니다. (추천 점포가 중복될 경우 최초 등록하신 부동산 및 시행사에게 우선권이 주어집니다)
 - 타 브랜드를 운영중이신 점포와 점주님을 추천하여 놀부로 업종전환이 된 경우에도 혜택이 주어집니다.

놀부보쌈 놀부부대찌개&철판구이 담다 놀부유황오리전통구이 놀부방아리갈비 **술집에 장닭!** Chinese to go 차룡 Express ■

(주) **늘보** NBLG www.nbg.co.kr 추천 전화 : 1899-4893

www.babos.co.kr
나맹문의 1588-5592

우리동네 감성충전소 Collabo Cafe

babo's 바보스

3.8
날씨
KKULDAK
Mr. 면장

Collabo Cafe

함께하면 휴식이 되는 우리동네 감성 충전소...바보스

바보스 메뉴는 3,800원부터~

돌부맑은설렁탕담다 강남점
육심담은Nolboo보쌈 강남점
강남 CGV 뒷편 위치)

3,800원

버터갈릭포테이토
치즈&고구마볼
스노우가사바칩
그리샐러드

4,900원

가라아케
소세지&포테이토
닭가슴살샐러드
반겼조노가리



**바보스 전속모델
탤런트 이 훈**



**엄마의 품은 사랑 가득한 세상,
짐보리는 호기심 세상입니다.**

사랑하니까 시작하세요, 짐보리 타임!

엄마는 세상에서 가장 훌륭한 선생님.

아이들은 엄마와 함께 뛰고, 노래하고, 만들고, 그리면서 새로움을 경험합니다.

전세계 50여 개 선진국 엄마들이 선택한 놀이·음악·아트 프로그램 – 짐보리에서 함께 놀아 주세요.

짐보리에서 만나는 건 단순한 놀이가 아니라 새로운 세상입니다.

GYMBOREE Play & MUSIC

NAVER

짐보리

'크린토피아+' 코인워시' 창업의
100% 자신감!

먼저, 1년동안 운영해 보세요!
만족하지 못하신다면 기계 구매 가격을
100% 책임 보상해 드립니다.

'크린토피아+' 코인워시' 오픈 후 1년안에 운영에 만족하지 못할 시에는
크린토피아에서 세탁기&건조기 비용을 구매가 그대로 100% 책임 매입해 드립니다.
이제, 안심하고 창업하세요!

(보상은 1년안에 폐점시 세탁기·건조기 기계비용에 한하여, 정책에 따라 보상 내용이 변경 될 수 있습니다.)

크린토피아+ Coin Wash

크린토피아+ 코인워시는 세탁편의점과 코인빨래방이 한 곳에 있는 크린토피아의 토탈 세탁전문 서비스 브랜드입니다.

대한민국 No.1 세탁전문기업!
중소기업청 주관 프랜차이즈 수준평가에서 2011년~2013년 3년 연속 1등급 브랜드로 선정된 크린토피아가 선보이는 신개념 부부 창업모델입니다.

라이프스타일 변화에 딱 맞는 비즈니스!
싱글 가구, 맞벌이 부부 증가 등 폭발적으로 늘어가고 있는 1~2인 가구의 라이프스타일에 딱 맞는 신개념의 창업모델입니다.

더블 수익구조의 안정된 수익모델!
20년간 수익률이 겸증된 1등 세탁편의점에 무인 코인빨래방을 접목하여 365일 24시간 매출이 발생되는 안정적인 수익구조를 자랑합니다.

빠른 고객 회전율, 24시간 수익 창출!
세탁에서 건조까지 1시간에 완료되는 코인빨래방의 신속한 고객 회전율과 365일 24시간 무인 운영을 통해 높은 수익을 창출합니다.

최대 6천만원까지 창업자금 대출! 창업예상비용 약 9,000만원!
※매장환경에 따라 달라질 수 있습니다. (VAT 별도, 대리점 임차보증금 별도)

창업문의 1577-4560



프랜차이즈 월드 Vol.8

발행일 2014년 4월

발행인 조동민 (사)한국프랜차이즈산업협회장

발행처 (사)한국프랜차이즈산업협회 서울시 서초구 서초대로 248 월현빌딩 2층
전화 02 3471 8135~8 팩스 02 3471 8139

디렉터 전보영 장민수 과장

기획/취재/편집/디자인/창업미디어그룹 월간 <창업&프랜차이즈>

제판/인쇄/성환프린팅

판매가 10,000원

프랜차이즈 월드는 한국 간행물 윤리위원회의 도서접지 윤리강령 · 접두윤리실천요강을 준수합니다.
이 책에 실린 어떤 내용도 무단복제해서 사용할 수 없습니다.

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| 6 | 윤리강령 |
| 9 | Letter “새로운 도약에 앞장서겠습니다” –조동민 회장– |
|
Issue & People | |
| 10 | 브랜드뉴스 |
| 12 | 특별인터뷰 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장 |
| 17 | 기획 글로벌 프랜차이즈 현장 분석 |
| 22 | 진단 프랜차이즈 해외진출지원사업 |
| 26 | 토론회 찬반논쟁 뜨거운 중소기업적합업종제도 |
| 28 | 파워인터뷰 농식품부 식품산업정책 윤동진 국장 |
| 32 | CEO초대석 (주)이원 김진학 회장 |
| 36 | 회원사탐방 사과나무(주) 커피베이 |
| 40 | 글로벌 트렌드 한·일프랜차이즈협회 교류단 간담회 |
| 44 | Close Up 제31회 프랜차이즈산업박람회 성료 |



Education & Culture

- | | | |
|-----------|---------------|---------------------------|
| 50 | 블루오션전략 | 이탈리안 레스토랑 |
| 54 | 자상강좌 | 서민교 · 장재남 · 조용근 · 강기우 |
| 62 | 힐링스토리 | 사회복지단, 다니엘복지원 · 파주보육원을 가다 |
| 66 | 벤치마킹 레시피 | 특별한 레시피 소개 |
| 68 | 그곳에가다 | 아! 바티칸 세상에서 가장 작은 나라 |
| 71 | CEO's Library | |



News Lounge

- | | | |
|-----------|-------------|--|
| 74 | 동서남북 | 프랜차이즈관련 정책 및 이슈 · 동향 |
| 77 | 파워현장 | 협회관련 주요행사 · 산학연 소식 |
| 82 | News Lounge | 협회 뉴스와 행사 · 협회장 동정
회원사 행사 및 소식 · 교육 일정
신규 회원사 명단 |



한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2013. 03. 05

전 문

한국프랜차이즈산업협회 회원사는 윤리경영의 시대적 사명감을 안고 합리적이며 투명한 경영활동과 공정한 거래질서를 확립함으로써 사회적 책임을 다하는 건전한 프랜차이즈 산업문화를 지향한다.

또한 프랜차이즈산업이 국가 신성장 산업으로 발전시키기 위해 최선을 다하며, 기업과 가맹점, 소비자가 함께 상생 할 수 있도록 협력을 도모하기 위해 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 제정한다. 이에 세부 행동 지침을 마련하여 국민건강(행복)증진과 회원사의 권익증대에 이바지 하고자 한다.

I. 기본강령

1. 국민의 건강증진 및 프랜차이즈 산업의 발전

회원사는 국민의 건강증진을 최우선으로 고려하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.

2. 신뢰와 협동

회원사는 상호 신뢰를 바탕으로 식품안전 및 서비스 제공의 질적 향상과 프랜차이즈 산업의 동반성장을 위하여 협력한다.

3. 공정한 경쟁과 거래

회원사는 관련 법규의 철저한 준수를 통하여 공정 경쟁질서 확립 및 자율적 경쟁거래를 수행한다.

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

회원사는 기업 및 가맹점, 고객과의 상생을 통한 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

II. 행동지침

1. 국민의 건강증진 및 프랜차이즈 산업의 발전

가. 회원사는 국민의 건강증진과 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.
나. 회원사는 국민의 위생과 안전을 최우선으로 생각하며, 국민 건강에 중대한 위해요소가 발생할 경우 필요 한 조치를 통하여 개선하도록 노력한다.
다. 회원사는 정확하고 과학적인 정보를 바탕으로 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 지속 노력한다.

2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.
나. 회원사는 어떠한 표현방법에 있어서도 가맹점주가 되고자 하는 고객을 기만하거나 오인하지 않도록 준수한다.
다. 회원사는 다른 기업의 상표, 상호, 회사명, 표어 또는 기업을 식별하는 기타 표지를 모방하지 않는다.
라. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 가맹계약과 관련된 모든 정보를 서면으로 충분하고 정확하게 제공하여야 한다.
마. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 사전공시에 관하여 현법 또는 법률에 규정되어 있는 사항을 충분히 준수하여야 한다.

3. 공정한 경쟁과 거래

가. 회원사는 자유경쟁 원칙에 따라 시장경제질서를 존중하고, 제품과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.
나. 회원사는 제반 법규를 철저히 준수하며 상도의에 따라 공정하게 경쟁한다.
다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.
라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위해 노력한다.

4. 기업의 사회적 책임 이행

가. 회원사는 사회적 책임을 다하여 안전한 서비스 및 제품 제공을 위하여 최선을 다한다.
나. 회원사는 국민들의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.
다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 참여한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

가. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.
나. 회원사는 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의사소통을 통해 동반성장을 이를 수 있도록 적극 노력한다.
다. 회원사는 가맹점주의 운영능력 향상 및 개선을 위해 교육·훈련 등의 서비스를 지속적으로 제공한다.

III. 윤리 · 분쟁조정위원회의 설치

가. 본 윤리강령 및 행동지침의 목적을 효과적으로 달성하고, 회원사 및 고객과의 분쟁을 조정하기 위하여 한국 프랜차이즈산업협회 내에 '윤리 · 분쟁조정위원회'를 설치, 운영한다.
나. 윤리 · 분쟁조정위원회의 구성, 운영 및 심의 절차 등에 대한 세부 사항은 별도의 운영기준으로 정한다.
다. 회원사의 윤리강령과 관련한 조정 요청이 있을 경우 윤리 · 분쟁조정위원회는 위원회 규정에 따라 필요한 조치를 취할 수 있다.

국민피자에서 세계피자로!

국민피자 피자마루가 14억 중국에 진출하였습니다
국민의 입맛을 사로잡은 우리의 피자마루가
이제, 세계인의 입맛을 사로잡겠습니다!



녹차, 클로렐라, 현미 잡곡 등
다양한 천연재료로 만든
특히받은 웨딩 도우



“새로운 도약에 앞장서겠습니다”

만물이 소생하는 계절입니다. 길가에 피어난 형형색색 꽃들의 자태가 가슴 가득 새로운 희망과 활기를 느끼게 합니다. 봄이 되면 우리는 겨우내 쌓인 먼지를 털어내고 환기도 시키면서 대청소를 하곤 합니다. 기분전환도 되고, 작은 변화가 주는 기쁨도 느낄 수 있는 기회입니다.

우리 협회도 이같은 봄맞이를 열심히 하고 있습니다. 그동안 정들었던 농동을 떠나 새롭게 서초동에 보금자리를 만들었기에 더더욱 큰 변화가 생겼습니다. 새로운 '서초동 시대'를 맞아 우리 협회는 새로운 장소에서 새로운 변화와 꿈을 모색하고자 합니다. 우선 새로운 시대에 걸맞는 새로운 위상을 만들고, 그를 통해 더욱 회원사를 위해 존재하며 회원사와 함께하는 협회가 되고자 합니다.

우리 협회의 새로운 보금자리에 와 본 분들도 계시겠지만, 서초동 사무국은 넓은 교육장과 공간을 갖추고 있습니다. 이는 우리 협회의 달라진 위상과 역할에 걸맞는 다양한 교육을 하기 위해 가장 역점을 둔 부분입니다. 앞으로 새로운 교육장에서 해외진출 전략 세미나 등 회원사를 위한 다양한 교육이 이뤄질 것입니다. 회원사께서 좀더 편하고 페적한 환경에서 협회를 이용하실 수 있게 된 것입니다. 협회 이전과 함께 「프랜차이즈 월드」에도 작은 변화가 생겼습니다. 판형을 바꿔 좀더 시인성을 높였으며, 두께도 줄여 소지하기 편하게 만들었습니다. 무엇보다 전문 인력을 투입해 좀더 멋진 협회의 얼굴이 되도록 만들었습니다.

우리 협회는 (사)한국프랜차이즈산업협회라는 이름으로 명칭 변경을 하고 한층 더 새롭게 뛰고 있습니다. 협회의 명칭 변경은 산업통상자원부 등 정부와의 연대를 강화하고, 프랜차이즈 산업을 한단계 더 업그레이드 함으로써 명실상부한 우리나라의 대표 산업으로 자리매김하기 위한 취지 하에 이뤄진 것입니다.

우리나라 프랜차이즈 산업은 매출 100조원, 종사자는 130만 명에 이를 정도로 큰 산업으로 성장했지만 그럼에도 프랜차이즈 전반에 대한 인식은 여전히 저평가돼 있습니다. 무엇보다 제대로 된 최근 통계도 거의 없고, 제대로 훈련받은 전문인력도 많이 부족한 상황입니다. 그러나 보니 프랜차이즈 산업의 부정적인 측면만 강조되고 있습니다. 우리 협회는 이번 명칭 변경을 계기로 이같은 인식을 바꿔나가고자 합니다. 우선 정확한 통계를 만들고, 산업발전에 기여하는 전문인력을 양성하는 중장대한 역할을 더욱 열심히 할 것입니다. 무엇보다 프랜차이즈 산업을 육성할 수 있는 각종 인프라 구축과 우리 프랜차이즈 기업의 해외진출에 앞장서는 협회가 되기 위해 노력할 것입니다.

협회는 지난해 산업통상자원부로부터 20억원의 예산을 지원받아 이같은 사업들을 진행하고 있으며, 올해에도 10억원 이상의 예산이 지원될 예정입니다. 이처럼 정부가 프랜차이즈 산업에 예산을 지원한 것은 프랜차이즈 기업의 가치를 잘 말해 주고 있습니다. 실제 정부 관계자들도 프랜차이즈 기업의 가치와 성장 가능성을 인정하고 있으며, 무엇보다 해외진출시 얻는 효과에 주목하고 있습니다.

이같은 정부의 인식과 자금 지원을 계기로 우리 협회는 프랜차이즈 산업의 위상을 한 단계 업그레이드시키고, 프랜차이즈 기업들의 해외 진출 활성화 및 건실한 기반 구축 등 프랜차이즈 산업 육성을 위한 각종 정책 제안에도 최선을 다할 것입니다.

새 봄을 맞아 협회의 새로운 변화와 힘찬 발걸음이 우리 프랜차이즈 산업의 활력이 될 수 있도록 회원사와 관계 업계 여러분의 적극적인 성원과 동참을 당부 드립니다.

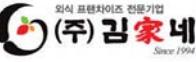
감사합니다.

(사)한국프랜차이즈산업협회 회장 조동민 배상



BRAND NEWS

www.ikfa.or.kr

 <p>제너시스BBQ그룹은 지난달 10일부터 11일까지 1박2일의 일정으로 제주도에서 패밀리(가맹점주), 협력업체, 임직원 부부 및 자녀 5000여명을 초청한 '2014 GENESIS BBQ Family Festival'을 개최했다.</p>	 <p>〈김네네 김밥〉은 3월 세종청사점과 제주이라점에 신규매장을 오픈했다. 올해로 20주년을 맞는 김가네는 2014년을 제 2도약의 원년으로 삼고, 활발한 점포전개를 통해 두각을 나타내고 있다.</p>	 <p>(주)짐월드가 지난달 24일, 서초동에 위치했던 본 시를 논현동으로 확장 이전했다. 건물 내에 〈짐보리〉의 인기 제품과 맥포머스 전시 공간을 마련해 제품들을 한눈에 볼 수 있도록 브랜딩을 강화했다.</p>	 <p>지난 달 3일, 26년간 사랑 받아온 치킨 프랜차이즈 브랜드인 〈멕시카나〉가 매출 1000억 달성, 비전선포식을 개최했다.</p>
 <p>이탈리안 파스타치킨 카페 프랜차이즈 〈빼빼도〉는 지난달 24일 오후 6시부터 분당 정자역에 위치한 본사 교육장에서 '2014년 성공 창업 설명회'를 개최했다.</p>	 <p>〈꼬지마루〉는 4월 산본점, 수택점, 연수점, 호원점 을 신규 오픈했다. 또 창업상담을 하는 예비창업 주에게는 교육비와 인테리어비용 지원, 무이자 창업대출 등 특별한 혜택을 준비했다.</p>	 <p>여성만을 위한 순환운동 〈커브스〉가 청주 울량점, 청원 성주, 청주 금천, 대구 신대 클럽을 오픈한다.</p>	 <p>교촌에프앤비(주)는 지난달 13일 오산 본사에서 청립 23주년을 축하하는 청립기념 행사를 개최했다.</p>
 <p>프리미엄 디저트 카페 프랜차이즈 〈망고식스〉는 지난달 13일, 20일 오후 2시에 서울 본사 아카데미에서 사업 설명회를 개최했다.</p>	 <p>〈와라와라〉는 '불어라 봄바람 즐겨라 와라키스' 이벤트를 진행한다. 5월 13일까지 진행되는 이번 이벤트는 맥시스 메뉴를 먹는 고객들 가운데 추첨을 통해 여행 상품권을 제공하고 있다.</p>	 <p>듀얼 조리기구시스템으로 생고기와 찌개를 한 번에 즐길 수 있는 〈구이가〉에서 문산 스카이라운지 점과 강원 양구점을 오픈했다.</p>	 <p>세계맥주전문점 〈비턴〉이 오는 4월 15일까지 봄 맞이 특가 창업 이벤트를 마련한다. 〈비턴〉은 서울과 수도권에서 창업하는 선착순 5명에게 적게는 몇 백만 원에서부터 많게는 1000만원대까지 매장 크기 및 상황에 따라 실질적인 할인을 적용할 예정이다.</p>
 <p>〈점프노리〉를 운영하는 (주)아이원엔터프라이즈는 〈두마리 아빠통닭〉을 론칭하고 본격적으로 가맹점을 모집한다. 〈두마리 아빠통닭〉은 국내산 신선 육에 곡물 재료로 만든 파우더를 입혀 통째로 튀겨낸 통닭을 주메뉴로 한다.</p>	 <p>〈꼬지사끼〉는 지난달 4일 열린 '2014 한국소비자 만족지수 1위' 인증식에서 프랜차이즈(주점)부문 1위를 수상했다.</p>	 <p>인토외식산업의 〈와바〉는 지난달 29일 와바 여의 도지영점에서 '세계맥주 Beer Talk 오픈하우스 독일판' 행사를 개최했다. 참가자 모두 무료로 맥주의 본고장인 독일의 맥주문화와 역사를 알 수 있도록 했고 맥주 시음회 등을 가졌다.</p>	 <p>한식세계화에 앞장서고 있는 〈불고기브라더스〉는 지난달 18일 중국 충칭(重慶)에 중국 1호 라이선스 매장을 오픈했다.</p>
 <p>〈한촌설렁탕〉은 4월 10일 열린 창업신문 건물에서 사업설명회를 개최했다.</p>	 <p>(주)옥칠암은 '상공의 날' 유공자 포상에서 산업통상자원부 장관 표창을 받았다. 지속적 성장과 매출 증가, 기생점과의 상생 경영으로 사회 발전에 기여한 부분이 인정돼 표창이 수여됐다.</p>	 <p>〈커피그루나루〉는 봄 시즌을 맞아 비타민을 가득 담은 상큼한 과일음료 3종을 출시한다. '제주사랑 한마봉 라떼' '제주시시장 골드키위 라떼' '스프링 자몽 라떼' 총 3종이 출시된다.</p>	 <p>피자헛은 오는 4월 30일까지 '사이드 메뉴 100원' 이벤트를 실시한다. '사이드 메뉴 100원' 이벤트는 라지 피자(팬 제외)를 온라인 또는 모바일로 주문 하면 사이드 메뉴를 100원에 제공하는 이벤트다.</p>
 <p>〈이삭토스트〉는 원주연세대점, 부산아수타워점, 구리수택점, 당진터미널점을 새롭게 오픈했다.</p>	 <p>핸드메이드 니트 시장을 선도하는 국내 최대의 손뜨개 브랜드 〈송영예의 바늘이야기〉는 최근 제주 삼도동에 새로운 점포를 오픈했다.</p>	 <p>〈청담이상〉이 제 2브랜드 〈잇토리〉로 외식시장에 새로운 출사표를 던진다. 〈잇토리〉는 대형 고급 이자끼야와 선술집 형태의 소형 이자끼야가 가진 장점만 융합해 만들어진 새로운 이자끼야 브랜드다.</p>	 <p>〈오드리헵번카페〉가 '2014 서울리빙디자인페어' 주최측으로부터 초청받아 페어에 참가한다. 서울리빙 디자인페어는 국내외 리빙 트렌드를 한 눈에 살펴볼 수 있는 장이다.</p>



(사)한국프랜차이즈산업협회
조동민 회장

프랜차이즈협회에서 프랜차이즈산업협회로 명칭이 변경됐는데 그 의의를 말씀해 주신다면?

협회의 명칭 변화는 프랜차이즈 산업 환경과 향후 산업으로서 올바르게 자리매김하기 위한 취지에서 이뤄진 것입니다. 작년까지는 규제 위주였다면 올해부터는 진통 위주로 정부의 정책 방향이 바뀌고 있습니다. 따라서 같은 정부의 정책 방향을 고려해 공세적·선제적으로 대응할 필요가 있습니다.

사실 프랜차이즈 자체가 현 정부의 창조경제에 부합하는 산업입니다. 프랜차이즈 시스템 자체가 매우 선진적이며, 일자리 창출 및 국가경제와 지역경제에 기여하는 바가 큽니다. 따라서 앞으로 프랜차이즈 산업은 일자리 창출에 기여하며, 창업의 성공률을 높이는 것은 물론 더 나아가 국내 프랜차이즈 브랜드의 글로벌화까지 이뤄내야 할 것입니다. 최근 한류로 인해 한국 문화가 수출되면서 세계적으로 한국 프랜차이즈 브랜드를 선호하는 분위기입니다.



'한국프랜차이즈협회'는 최근 '한국프랜차이즈산업협회'로 명칭을 변경했다. 또한 정부로부터 20억 원 가까운 예산을 지원받아 프랜차이즈 산업 전반의 인프라 구축, 해외진출 지원, 각종 교육 및 컨설팅 등의 사업을 적극적으로 전개하고 있다. 협회 사무실도 강남(서초동)으로 이전하는 등 크고 작은 변화를 통해 조금 더 협회의 역량을 높이기 위해 노력하고 있다. (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장을 만나 최근의 변화와 앞으로의 비전에 대해 들어봤다.

프랜차이즈 산업 大望의 발걸음 '성큼'

– 프랜차이즈산업협회 서초동 시대 개막 –

니다. 한마디로 2014년은 글로벌화에 좋은 시기라고 하겠습니다.

이런 상황에서 협회의 주무관청이 중기청에서 산업통상자원부로 바뀐 것은 큰 의미를 갖는다고 할 수 있습니다. 협회는 프랜차이즈가 하나의 산업으로서 좀더 정당한 평가를 받고, 업그레이드되는 계기가 되도록 하기 위해서는 협회의 역할이 그 어느 때보다도 중요하다는 판단에서 명칭을 변경하게 됐습니다. 또한 산업통상자원부와의 협력을 강화하려는 목적도 있습니다.

협회는 그동안 정부로부터 예산 지원을 받지 못했는데, 결과적으로 지난해 산업통상자원부로부터 20억원의 예산을 지원받았습니다. 이는 그동안 프랜차이즈 산업의 중요성을 지속적으로 설득시켜 이뤄낸 결과지만 정부 역시 프랜차이즈 산업의 가치와 중요성을 인식하기 시작했기에 가능했다고 볼 수 있습니다. 협회는 정부로부터 지원받은 예산으로 각종 DB구축, 글로벌 아이디

어 창업 지원 및 글로벌 인재 육성, 교육·컨설팅, 해외진출 등 업계 발전을 위한 다양한 사업을 진행하고 있습니다. 협회가 산업통상자원부

신하가 되면서 가장 좋은 것은 정책 조율 및 결정이 훨씬 나아졌다는 점입니다. 아무래도 장관급 부처로 격상됐기 때문인 것 같습니다.

협회는 앞으로 달라진 위상에 맞게 협회의 위상을 제고하고 정책을 제시하는 역할에 더욱 힘 쓸 필요가 있습니다.

니다. 2008년 당시가 너무 좋은 기회였는데 아쉬움이 많습니다.

그렇지만 후회만 해서는 안됩니다. 하나씩 순리대로 가야 합니다. 우선 프랜차이즈 산업인으로서 자리매김을 올바로 할 필요가 있습니다. 국내 프랜차이즈 산업은 매출액이 100조를 넘었으며, 종사자 수자만 해도 130만명을 넘어설 정도로 커졌습니다.

가까운 일본의 경우 프랜차이즈 기업의 70% 가량이 자스타에 등록되어 있다는 말을 듣고 너무 부럽기도 하고 대단하다는 생각을 한 적이 있습니다. 반면 우리나라는 아직 제대로 상장된 프랜차이즈 기업이 하나도 없습니다. 이렇게 큰 차이가 나는 것은 인식의 차이 때문이 아닐까 생각합니다. 프랜차이즈 창업이 훨씬 바람직하고 건전한데도 부정적으로 보는 인식이 여전히 남아있으며, 금융 투자자 등은 프랜차이즈에 대해 제대로 투자하는 분위기가 전혀 없는 게 현실입니다.



프랜차이즈산업이 제대로 된 위상을 갖기 위해서는 해결해야 할 과제가 적지 않을 것으로 보이는데, 협회 차원에서 중점적으로 추진할 사항은 어떤 것들이 있습니까?

프랜차이즈 기업에 위협이 되는 요인들이 적지 않습니다. 우선 FTA 등 국제 환경 변화로 인한 변수가 프랜차이즈 기업에 어려움을 안겨주고 있습니다. 이런 환경 변화에 대응하면서 내실을 기하는게 중요합니다. 협회 역시 '산업통상자원부' 산하 단체로 격상된 만큼 그에 걸맞는 역할을 통해 좀더 산업 발전에 기여하고자 합니다.

실제로 업계에서는 동반위 적합업종 지정, 공정위 가맹법 개정, 국회 가맹거래법 개정 절차 등 산업부의 협조를 구할 일이 많은데 예전에 비해 산업부는 협조를 잘해주고 있습니다. 그런 만큼 이제 프랜차이즈 기업들의 노력이 더욱 중요해졌습니다. 회원사를 비롯해 프랜차이즈 기업들이 스스로 자정 노력을 통해 신뢰를 얻어야 합니다. 좀 더 가맹점 입장에서 상식에 입각해서 관계를 설정할 필요도 있습니다. 갈등은 기본적으로 있지만 프랜차이즈의 특성상 가맹본사와 가맹점은 동반 상생 및 상부상조해야 합니다.

또한 프랜차이즈 기업의 해외진출이 중요한 과제로 떠오른 만큼 그를 위한 여러 가지 사업을 중점적으로 추진할 예정입니다. 예를 들어 해외 투자자 빌굴,

해외 IR show 등이 될 것입니다. 특히 계약서의 경우 국가마다 계약서가 다르다는 문제가 있는데, 이를 해결하기 위해 국가별 법률을 연구하고 검토해 표준계약서를 작성할 필요가 있습니다. 협회가 그 역할을 할 것입니다. 이와 함께 앞으로 지속적인 인프라 구축에도 주력할 것입니다. 우선 국내 인프라 산업 구축의 하나로 현재 미흡한 통계 및 분석자료를 만들고 보완하는 일도 추진하고 있습니다. 이를 적극 추진하고 있는데, 5월 중 그 결과물이 나올 것으로 예상하고 있습니다. 가능하다면 앞으로 1년에 한번씩 자료를 낼 계획도 갖고 있습니다.

회원사들이 많이 증가하고 있습니다. 그동안 협회의 노력이 인정받은 결과라고 생각됩니다. 프랜차이즈기업의 경우 CEO의 윤리기준이 매우 중요한 만큼 윤리준수 프로그램을 만들어 운영할 필요가 있습니다. 또한 프랜차이즈시스템 인증제를 도입해 인증을 받지 않으면 가맹사업을 하지 못하도록 할 필요도 있습니다. 무엇보다 프랜차이즈 기업에게는 색다른 기업가 정신이 필요합니다. 법률적 기준을 토대로 가맹사업을 하기 위해서는 더욱 엄격한 기준을 준수해야 합니다. 이를 위해 협회에서는 그 기준이 될 수 있는 프로그램을 마련해 CEO에게 일정 시간의 교육을 수료하도록 했으면 좋겠습니다.



작년에는 180개 기업이 회원사로 신규 가입했습니다. 이는 매우 고무적인 일입니다. 하지만 아직도 협회에 대해 부정적인 시각이 있는 줄 압니다. 회원사들은 물론 아니겠지만, 일부 기업 중에는 회원으로 가입하지 않고 비판만 하는 경우가 있는데 이는 잘못된 행동입니다. 협회가 무엇입니까? 협회가 누구를 위해 존재합니까? 이 글을 읽는 분들 모두 협회라는 단체가 과연 누구를 위한 것인지 생각해 보면 좋겠습니다. 협회를 중심으로 대동단결해야 하는데 프랜차이즈 기업을 운영하는 이들 가운데 협력은 않고 협회가 자기 밥그릇 쟁인다는 식으로 비판만 일삼는 이들을 보면 안타깝습니다.

협회 임원들은 산업을 지키기 위해 희생하고 있습니다. 작년만 해도 얼마나 많은 이슈가 있었습니까. 가맹사업법 개정, 징벌적 손해배상 등 산적한 문제를 협회가 다 풀지 않았습니까. 협회가 조금 부족해도 스스로 돌아보고 협회를 중심으로 협력을 하면 좋겠습니다. 특히 가맹점 100개 정도 이룬 이들은 깊이 생각해 봐야 한다고 봅니다. 혜택은 공유하면서 정작 일은 하지 않고 동참하지 않으려는 마음은 무엇인가 묻고 싶습니다.

협회의 역할이 그 어느 때보다 중요한데 평소

강조하시는 것이 궁금합니다. 제가 협회장이 된 후 지난 1년 3개월 동안 협안이 매우 많았습니다. 그 외에도 저는 항상 직원들에게 회원을 위해 봉사하도록 노력하고 헌신할 것을 요구했습니다. 또한 앞으로 회원사들의 목소리를 모아 더 좋은 환경을 만들어야 한다고 강조하고 있습니다. 개인적으로 '낮은 자리에서 태양을 보겠다'는 신념을 갖고 있습니다. 프랜차이즈 산업의 미래는 태양처럼 밝다고 믿고 있습니다. 겸손하게 회원을 섭기면서 미래의 미션을 주는게 회장의 역할이라고 생각합니다.

이전에 비해 협회의 공신력이 많이 올라갔다는 것을 실감합니다. 대표적인 사례가 박람회 참가입니다. 협회의 행사에 참여하는 업체들이 많아졌습니다. 올해 박람회만 해도 두 달 전 미감됐는데, 여기저기서 참여하겠다는 것은 그만큼 협회가 역할을 잘하고 있다는 방증이 될 수 있을 것입니다.

협회는 앞으로도 외국의 협회와 협력하거나 세계프랜차이즈협회 차원에서 1년에 2회 협안에 대해 토론하고 세계 각국의 흐름을 파악하는 노력을 지속적으로 할 것입니다. 또한 대외적인 활동과 교육도 한층 강화할 것입니다.



협회가 사무실을 이전하는 것도 바로 이같은 이유에서입니다. 사실 그동안 협회의 위치에 문제가 있었습니다. 협회는 교통, 행정, 언론, 정부, 교통의 요지에 위치해야 합니다. 그만큼 많은 일을 하고 있으며, 해야 하기 때문입니다. 개인적으로 이전을 준비하면서 큰 보람을 느꼈습니다. 그동안 농사를 잘 지어서 결실을 얻었기 때문입니다.

끝으로 회원들에게 당부하실 말씀이 있다면 무엇입니까
프랜차이즈산업은 권익이냐, 진흥이냐 두 가지 갈래에 놓여 있습니다. 규제와 부당한 편견, 사업의 자존감 등을 회복하고 고치는 등 상대적으로 방어적인 게 권익이라면, 정책 개발, 네트워크 구축, 자료 제작 등 공세적이고 선점적이며 적극적인 활동은 진흥에 속한다고 할 수 있습니다.

협회는 모든 업무가 다 회원사 및 산업 발전과 육성을 위한 길에 있는 만큼 협회의 존재가치와 근본에 충실해야 합니다. 친목도모와 컨벤션 사업은 물론 프랜차이즈 산업을 알리기 위한 자료 제작도 중요한 만큼 이를 위한 노력도 필요합니다. 참고로 협회는 올해 처음으로 브로셔를 제작했습니다. 회원사는 물론 비회원사도 자료를 보고 참고할 수 있을 것입니다.

오는 5월에는 글로벌 프랜차이즈 컨벤션이 열립니다. 학계, 업계, 정부, 국회 모두 참여하는 이번 컨벤션은 산업 진흥 방안을 모색하는 뜻깊은 자리가 될 것으로 기대합니다. 협회는 경영학 교수들과 프랜차이즈 경영의 기준 원론을 만들어 대학에서 교재로 활용할 수 있도록 할 계획도 있습니다. 이를 통해 좋은 인재가 유입될 수 있도록 할 것입니다. 또한 아직까지도 공무원들의 프랜차이즈에 대한 이해도가 낮은 편인데, 2013년 진행한 실태조사 자료와 프랜차이즈 사업 진흥법 개정을 통해 보다 효율적이고 실용성 높은 정책이 만들어지도록 지속적인 노력을 할 계획입니다.

이외에도 현재 하고 있는 사회봉사활동도 더욱 열심히 할 것이며, 장애인축구단과 고아원 후원에 이어 청소년 및 중·고등학생 대상의 콘서트를 개최, 다문화가정을 위한 교육 프로그램 마련 및 봉사활동도 전개해 나갈 것입니다. 캄보디아, 미얀마 등의 국가에 봉사활동을 계속하면서 산업에 대한 인식의 전환 및 제고를 위해 모든 역량을 기울일 것입니다. 회원사들의 적극적인 참여와 관심을 당부 드립니다.

글 나충선 부장 사진 박세웅 팀장

프랜차이즈 기업의 신성장동력은 ‘해외진출’

한류 열풍 힘입어 해외진출 속속 나서… 100개 브랜드 2100여 개 매장 운영

최근 국내 프랜차이즈기업들의 해외시장 진출이 크게 늘고 있다. 이는 한류 열풍으로 인해 세계적으로 한국의 문화와 제품이 큰 인기를 끌고 있는 상황에서 최근 우리 정부의 각종 규제 등으로 국내 프랜차이즈 환경이 나빠지고 있는 데 따른 것으로 분석된다. 특히 국내 경기침체가 장기화되면서 국내 시장에만 머물기보다는 해외시장에 과감히 도전하는 프랜차이즈 기업들이 늘고 있는 것도 해외진출의 활성화로 이어지고 있다.

외식 기업들이 선두적 역할 담당

해외시장 진출의 선두적인 역할은 외식기업들이 담당했다. 1990년대 초 국내 외식기업들은 중국을 시작으로 해외시장에 눈을 돌리기 시작했다. 1994년 <롯데리아>가 최초로 중국시장에 진출했으며, 1995년에는 <튜다리>가 <토대력>이라는 브랜드로 중국에 진출했다.

외식기업들의 해외진출이 가속화된 것은 IMF 외환위기 이후부터다. 국내 경기가 침체되고 글로벌 기업들의 국내 진출이 증가하면서 과도한 경쟁구도를 피해 해외시장으로 눈을 돌리는 기업들이 증가했다. 여기에 힘을 더한 것이 한류였다. 1993년 TV드라마 ‘질투’가 처음으로 중국으로 수출되면서 시작된 한류는 1997년 ‘사랑이 뭐길래’가 중국에서만 3900만명 이상이 시청하는 등 큰 인기를 끌면서 확산되기 시작했다. 이어 1998년에는 클론, H.O.T 등의 가수들이 중국에서 인기를 끌면서 세계 속에 한국을 알리고, 한국의 연예매니지먼트 산업을 성장시키는 계기가 되었다. 한류 바람이 불기 시작하면서 2002년 이후 <눌보>, <BBQ>, <파리바게트>, <뚜레쥬르> 등의 브랜드들이 중국, 일본, 동남아, 미국 등으로 진출하기 시작했다. 2003년 한식을 소재로 한 드라마 ‘대장금’이 중국은 물론 아시아 전역에서 폭발적인 반응을 얻으면서 중국은 물론 아시아와 전세계로 진출하는 외식기업들이 급격하게 증가하는 계기가 됐다.

해외진출, 2012년 1700개로 급증

국내 외식기업들의 해외진출을 더욱 활성화시킨 것은 2000년대 후반이다. K-POP으로 일컬어지는 한국 가요에 대한 인기는 새로운 한류 바람을 불러 일으켰고, 중국과 일본, 동남아시아를 넘어 전 세계로 확산됐다. 정부 역시 한국 문화에 대한 관심을 지원하기 시작했으며, 한국 음식을 세계에 알리기 위한 노력과 지원을 하기 시작했다. 2009년 ‘한식의 세계화’를 정부 차원에서 추진하는 등 다양한 해외창업지원정책 등이 나오면서 국내 기업들의 해외시장 진출은 급증했다. 실제로 한 통계를 보면 2009년 해외에 진출한 외식업체의 점포수는 990여 개였던 것이 2012년에는 1700여 개로 급증했을 정도다. 해외진출을 한 외식기업들의 숫자 뿐 아니라 해외진출 국가도 다양해졌다. 물론 아직까지 우리 외식기업들이 가장 많이 진출한 국가는 중국이다. 하지만 일본, 태국, 필리핀, 베트남, 인도네시아, 말레이시아 등 아시아 전역을 넘어 미국, 캐나다 등 북미와 영국 등 유럽에도 진출하는 기업들이 속속 생겨났다.

또한 해외진출 업종도 다양해졌다. 과거 햄버거와 베이커리 등 세계적으로 통할 수 있는 브랜드들이 중심이었지만 순두부와 치킨, 닭갈비, 꼬치구이, 삼겹살 등 한국적인 외식문화가 점차 해외시장에 진출했다. 뿐만 아니라 커피, 피자, 분식, 디저트 등 업종이 한층 다양해지고 있다.

한 통계자료에 따르면, 2013년 10월 현재 해외에 진출한 국내 외식 브랜드는 총 100개, 해외 매장 수는 2100여 개에 달한다. 세계적으로 100여 개 이상의 매장을 운영하고 있는 브랜드만 해도 〈투다리〉, 〈BBQ〉, 〈본촌치킨〉, 〈카페베네〉, 〈레드망고〉, 〈요거베리〉, 〈파리파케트〉, 〈뚜레쥬르〉, 〈롯데리아〉 등 9개 브랜드나 된다. 특히 디저트카페 브랜드인 〈레드망고〉는 전세계 19개국에 394개 매장을 운영하고 있다. 이어 〈BBQ〉가 중국, 미국, 스페인 등 10개국에 350여 개 매장이 운영 중이다.



철저한 사전준비와 현지조사는 필수

최근 해외진출을 고려하는 기업들이 급속도로 늘고 있다. 심지어 프랜차이즈 사업 초기부터 글로벌 경영을 염두에 두고 시스템을 구축하고 있는 기업들도 늘고 있다. 이들 기업은 브랜드 론칭 이후 1~2년 사이에 해외진출을 시도하는 경우도 있을 정도다.

전문가들은 한류로 인한 한국 문화에 대한 관심이 높아지면서 자연스럽게 한국 외식업체에 대한 인기도 높아지고 있지만 해외 진출에 나선다고 무조건 성공이 보장되는 것은 아니라고 강조한다. (사)한국프랜차이즈산업협회 글로벌위원회 정책위원장은 “해외 진출 기업들 중에서 준비 부족과 현지인들의 식습관을 고려하지 않은 교포 중심의 애인한 메뉴 운영, 마스터프랜차이즈 비즈니스에 대한 이해 부족으로 발생하는 현지 파트너와의 갈등, 브랜드 상호 · 상표권과 관련한 지적재산권 분쟁, 점포 계약과 관련한 부동산 계약 분쟁 등 해외의 법규나 규제에 대한 이해 부족 등의 이유로 고전을 면치 못하거나 철수한 경우도 종종 있다”며 “철저한 사전준비와 현지 조사를 통해 자사에게 가장 적합한 진출방식을 선택하는게 좋다”고 설명한다.

해외 진출을 희망하는 기업이라면 해외진출시 자사의 상황에 맞는 진출방식을 고민한 후 최적의 방법을 선택하는 게 좋다. 특히 해외 바이어 개발 방법 등에 대한 나름대로의 전략과 세심한 준비는 필수다. 예를 들어 직영점 직접 진출, 마스터프랜차이즈 계약, 합자 투자 등 가능한 여러 가지 방법 중 자사에 맞는 진출 방법을 찾고 그에 따라 차근차근 준비하는 지혜가 필요하다. 그 과정에서 전문가의 자문을 받거나 관련 교육을 받는 것도 하나의 방법이다. 만약 이를 소홀히 할 경우 필요 이상의 비용을 투자해야 하는 것은 물론 힘들게 해외진출을 해놓고도 여러가지 이유로 고전을 하다 결국 사업철수를 해야 한다. 실제로 적잖은 기업이 이같은 실패를 경험해야 했으며, 심지어 일부 대기업 외식 브랜드 역시 마찬가지였다. 해외진출 기업들의 지혜가 필요한 대목이다.

마스터프랜차이즈와 국제 가맹점 선호

현재 국내 프랜차이즈기업들의 해외 진출시 선호하는 방식은 마스터프랜차이즈 계약과 국제 가맹점 진출이다.

마스터프랜차이즈는 국제적으로 프랜차이즈 해외 진출에 있어 정통적인 방식으로 평가받고 있다. 해외 파트너를 찾아 해외 사업권 자체를 현지 기업에 넘기는 방식으로, 초기 계약에 따른 가맹 계약금과 계약기간 동안 매출액의 일정액을 로열티로 보장 받을 수 있다는 장점이 있다. 프랜차이즈 기업 입장에서는 기술 전수와 서비스 등 기본적인 노하우 전수에만 전념하면 되므로 상대적으로 수월하게 해외진출이 가능하다는 장점이 있다. 하지만 현실적으로 한국의 브랜드를 비싼 가맹비와 로열티를 주고 가져야겠다는 해외 기업이 많지 않은게 현실이다. 따라서 국내 프랜차이즈 기업들의 선호도 대비 실제 계약이 이뤄지는 경우는 적은 상황이다.

마스터프랜차이즈 방식은 시기와 업종, 현지 파트너 자질과 의지 등에 성공과 실패가 좌우된다. 따라서 경제력과 운영 능력을 갖춘 현지 파트너를 찾는 노력이 중요하다. 마스터 프랜차이지를 찾는 방법은 주기적으로 개최되는 현지 박람회에 참가하는 방법과 미국에서 열리는 국제프랜차이즈박람회에 참가하는 방법, 현지 KOTRA 무역관에 의뢰하는 방법, 기타 지인을 통하여거나 현지 언론홍보를 통해 찾는 방법 등이 있다.

예를 들어 〈보스바비큐〉의 경우 2011년 싱가포르 유니온사와 마스터프랜차이즈 계약을 체결했으며, 〈꿀닭〉의 경우 인도네시아의 하나밸인도마르가사와 마스터프랜차이즈 계약을 체결한 바 있다. 〈교촌치킨〉도 인도네시아 와하나 그룹, 말레이시아 캄머라이트 그룹, 필리핀 WCGC와 마스터프랜차이즈 계약을 체결하고 동남아시아 시장 진출에 적극 나서고 있으며, 〈벤토랑〉은 중국 북경상식진품찬음관리유한공사와 마스터프랜차이즈 계약을 맺고 본격적인 해외 진출에 나서고 있다.

국제 가맹점 계약을 통한 해외진출도 선호되는 방식이다. 마스터프랜차이즈 방법의 경우 좋은 파트너를 선정하는 데 많은 시간이 걸리는 반면 국제 가맹점은 주로 해외 현지의 교민들이 가맹점 개설을 희망해 진행된다. 이 경우 적은 노력으로 해외에 가맹사업을 시작할 수 있으며, 가맹점 운영이 잘될 경우 현지인의 가맹점 문의가 이어진다는 장점이 있다. 특히 국제 가맹점은 일종의 해외 영업에이전트이자 현지의 전략적인 플래그십 점포의 역할을 한다는 장점을 가진다.

하지만 가맹본부에게는 큰 수익이 나오지 않는데다 해외로 가는 경비 등으로 인해 노하우 전수 및 사후 관리가 어렵다는 단점이 있다. 또한 해외 가맹점이 잘 되지 않을 경우 교민사회에 부정적인 소문이 난다는 것도 참고해야 할 부분이다.

국제 가맹점은 통해 해외진출에 나선 브랜드로는 〈강호동 백정〉이 있다. 〈강호동 백정〉은 2012년 미국 LA에 1호점을 오픈한 이후 워싱턴과 뉴욕 등 6개의 국제 가맹점으로 확산됐다.

초기부터 해외진출… 적합한 방식 선택해야

국제 가맹점 진출과 반대되는 방법이 직영점을 플래그십 스토어로 개점하는 방식이다. 이는 비용이 많이 들고 여러가지 시행착오를 겪을 수밖에 없는데다 각종 법규와 문화의 이해, 물류 라인 개설 등 산적한 문제가 많아 프랜차이즈 기업에게는 매우 부담스러운 방식일 수 있다.

하지만 최근 들어 해외 직영점을 통해 진출을 모색한 후 해외 가맹점 개설이나 마스터프랜차이즈 계약으로 연결하는 점진적인 방식을 이용하는 기업들이 늘고 있다. 〈일미리〉의 경우 중국 주재 경험을 바탕으로 상하이에 해외 직영 1호점을 오픈하고 중국 및 아시아 지역 공략에 나섰다. 〈뚜레쥬르〉 역시 중국의 5개 대표 도시에 직접 진출한 바 있으나 최근 5개 성의 기업과 마스터프랜차이즈 계약을 체결하고 중국 진출을 기속화하고 있다.

합작투자 방법도 여러 기업들이 고려하는 방법 중 하나다. 〈BBQ〉의 경우 중국에 진출할 때 이 방식을 사용했지만 그보다 먼저 국내에 진출한 해외 기업들이 주로 사용했던 방법이었다. 〈피자헛〉과 〈스타벅스〉, 〈코코이찌방〉 등이 대표적인 사례가 될 수 있다. 합작 투자의 경우 파트너 상호간 역할 분담 여부에 따라 성패가 좌우되는 만큼 현지 파트너 선정 및 역할 분담에 신중을 기할 필요가 있다.



세계로 뻗어나가는 대한민국 프랜차이즈

박기영 글로벌위원회 위원장 (주)짐보리 대표



철저한 준비와 정부 지원 활용이 성공적 해외진출 이끈다

(사)한국프랜차이즈산업협회의 글로벌위원회 위원장으로 활동하고 있는 (주)짐보리의 박기영 대표(한국프랜차이즈산업협회 부회장)는 국내 프랜차이즈 업계의 대표적인 '글로벌 전문가'로 일컬어진다. 이전부터 세계프랜차이즈협회(World Franchise Council)와 APFC(Asia Pacific Franchise Confederation)의 협회장과 함께 한국대표로 참석하면서 세계 프랜차이즈 단체의 대표 및 해외 주요기업의 대표들과 교류를 가져왔다.

이를 바탕으로 이번 제31회 프랜차이즈산업박람회 기간 동안 5개 해외기업과의 MOU체결이라는 단시간 내에 소기의 성과를 얻을 수 있었다. 또한, 이번 박람회 기간 동안 '프랜차이즈 해외진출 지원 사업'의 일환으로 해외 10여 개국에서 해외 투자자 50명을 초대해 해외투자자 초청 상담회를 함께 개최했다. '프랜차이즈 해외진출 지원사업'은 국내 프랜차이즈 기업들이 해외 진출 과정에서 시장개척 경험 부족, 현지정보 부족, 전문인력 부족 등으로 인해 겪고 있는 애로사항을 해소해 글로벌 전문기업으로 성장할 수 있도록 지원하는 사업이다. 해외투자자 초청 상담회에 참석한 해외 투자자 50명은 박람회 관람뿐만 아니라 해외진출을 준비하고 있는 국내 10개 업체와 1:1 상담회를 진행했으며 이번 초청 상담회로 국내 브랜드의 인지도 제고 및 해외 투자자와의 교류의 장을 마련하는 계기가 됐다.

현지 고용, 국내 고용 및 현지 취업 등 기대 효과 커

- 박기영 위원장은 "최근 정부가 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출을 적극 지원하고, 해외 바이어 발굴에 적극 나서고 있는 것도 브랜드와 프랜차이즈 시스템의 수출이 갖는 의미를 알기 때문"이라며 "정부의 적극적인 의지와 개별 기업의 노력이 합쳐지고 있어 향후 기대가 크며 특히 한국의 국가 위상 및 브랜드력이 그 어느 때보다 높아져 해외진출에 좋은 인프라가 형성됐다"고 말했다. 그는 또 "프랜차이즈 기업의 해외진출은 각종 기물, 기자재, 현지 고용, 국내 고용 및 현지 취업 등 기대 효과가 큰데다 현지 유학생의 재고용 기회도 상승시킨다"며 "정부가 최근 프랜차이즈 기업의 해외진출을 적극 지원하는 것도 바로 이런 이유"라고 설명했다.

박 위원장은 "준비되지 않은 상태에서 해외로 진출하는 기업도 있는 만큼 좀 더 신중하고 철저한 준비가 필요하다"고 말한데 이어 "정부의 주도 하에 다양하고 적극적인 지원을 받을 수 있음에도 단순히 가맹점 개설만 생각하는 경우도 있다"며 "특히 마스터 프랜차이즈 계약을 위해서는 철저한 준비와 고급화는 필수"라고 강조했다.

철저히 점검하고 MOU 등 한국 방문을 유도해야

박 위원장은 "일부 기업의 경우 계약에 필수요소인 영문, 다국어버전의 카탈로그조차 만들지 않을



뿐만 아니라 부스나 전초기지 등을 저급한 수준으로 운영해 계약 상대방으로 하여금 망설이게 만드는 경우도 있다"며 "사전에 해당 국가 및 지역의 상권, 시세, 경쟁 브랜드 현황 등을 살펴보고 상담하는 준비가 필요하다"고 말했다. 박 위원장에 따르면, 마스터 프랜차이즈 계약 등 현지 파트너와 계약을 할 때 비용을 아끼서는 안 되며, 고급 통역을 준비해야 한다. 또한 모든 준비를 철저히 하고 호텔이나 고급 숙소 등을 잡고 상담하는 지혜도 필요하며, 상대방의 회사 방문 등을 통해 철저히 점검하고 MOU 등의 체결 이후에는 한국 방문을 유도해야 한다. 특히 한국 방문 시 스케줄 관리에서부터 호텔, 통역, 직원 지원 등 최대한의 서비스를 제공함으로써 신뢰를 갖게 하는 것이 바람직하다.

국제 계약서 준비 및 상표권 등 안전장치 마련할 것

이외에도 철저하게 준비된 계약서의 작성, 기본적인 노하우를 중심으로 인테리어 콘셉트와 서비스까지 현지화하고 퓨전화하는 노력, 각종 지원사항에 대한 체계적인 국제 매뉴얼 마련 등도 간과해서는 안 되는 것들이다. 박기영 위원장은 "특히 해외바이어 개발 시 마스터 프랜차이즈의 경우 파트너의 경제력과 해당 업종에 대한 노하우, 마케팅 능력, 상권 입지 개발능력, 정부 및 지자체와의 관계 등을 꼼꼼히 살필 필요가 있다"며 "이와 함께 체계적인 국제 계약서를 준비하고 해외에서 사용할 상표권 등에 대한 안전장치를 철저히 해놓아야 한다"고 조언했다.

박 위원장은 또한 "국제 가맹점 방식의 경우에도 마케팅 능력과 적극적인 의지를 가진 가맹점을 선택할 필요가 있다"며 "특히 <만카페>와 <정일미>에서 알 수 있듯 교포 위주보다는 철저한 현지화를 추진하고 지원하면서 원격지 관리시스템을 구축해 꾸준하게 관리·모니터링 해야 한다"고 말했다.



프랜차이즈 월드 vol. 8



프랜차이즈 해외진출 지원 본격 가동

정부와 협회 프랜차이즈 기업 해외진출 지원 ‘한마음’
맞춤형 종합정보 · 컨설팅 제공, 해외파트너 네트워크 구축

해외진출 전문인력 양성, 세계화 지원기반 구축 등 지원

프랜차이즈기업의 해외진출을 정부 차원에서 지원하기로 힘에 따라 앞으로 그 효과가 더욱 커질 것으로 기대된다. 특히 과거 개별적으로 이뤄지던 해외진출 사업을 정부가 나서 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출을 지원함으로써 해외진출이 더욱 활성화될 것으로 예상된다.

산업통상자원부(이하 산업부)와 (사)한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 국내 프랜차이즈 기업을 글로벌 전문기업으로 육성하기 위한 ‘프랜차이즈 해외진출 지원사업’을 지난 2월부터 본격적으로 추진하고 있다.

‘프랜차이즈 해외진출 지원사업’은 산업부가 지난해 5월 발표한 ‘프랜차이즈 세계화 지원방안’을 구체화한 것으로, 국내 프랜차이즈 기업들이 해외진출 과정에서 시장개척 경험 부족, 현지정보 부족, 전문인력 부족 등으로 인해 겪고 있는 애로사항을 해소해 글로벌 전문기업으로 성장할 수 있도록 지원하는 사업이다.

산업부와 협회는 1차년도 사업(예산 20억원)을 2013년 12월부터 금년 4월까지 완료할 계획이며, 이어 2차년도 사업(예산 10억원)도 세부 집행계획 수립 등을 거쳐 추진할 계획이다.



국내 프랜차이즈 기업 해외진출 지원 통해 글로벌 기업 육성

‘프랜차이즈 해외진출 지원사업’의 주요 내용은 맞춤형 종합정보 및 컨설팅 제공, 해외파트너 네트워크 구축, 해외경영 전문인력 양성, 세계화 지원기반 구축 등이다. 맞춤형 종합정보 제공 사업은 해외 진출에 필요한 현지 시장정보를 종합포털사이트와 모바일 앱으로 서비스하는 것으로, 해외진출 과정에서의 시행착오 최소화와 애로사항 해소를 위해 서비스 산업에 특화된 프랜차이즈 맞춤형 현지 종합정보를 제공할 예정이다. 구체적으로는 시장 · 상권 · 제도 · 문화 등의 정보를 제공하고, 현지 기자단을 활용한 실시간 시장 정보도 제공할 예정이다.

산업부와 협회는 4월까지 종합포털사이트를 구축해 최근 해외진출이 가장 활발한 인도네시아, 태국, 베트남, 필리핀, 말레이시아, 일본 등 6개국에 대한 정보를 우선 서비스할 예정이다. 또 해외진출 포럼도 운영할 예정이다.

산업부와 협회는 특히 국가별 법률과 제도, 문화적 특이성으로 인한 기업 애로사항의 해소를 위해 해외진출 단계별 컨설팅 지원 및 타당성 조사비용을 지원하기로 했다. 국내 프랜차이즈기업의 진출이 많은 3개국에 대해서는 해외 투자, 협력 표준계약서 개발, 보급 등 3종에 대해 컨설팅 자문단을 운영하고 시장분석 · 고객분석 등 해외진출 타당성 평가를 지원할 방침이다.

해외파트너 네트워크 구축을 위해서는 국내 브랜드의 인지도 제고 및 현지 투자자와의 파트너계약(마스터, 합작, 기맹 등)을 위한 교류의장을 마련해 해외진출을 촉진할 계획이다.

구체적으로는 4월 필리핀과 베트남에서 열리는 ‘대한민국 프랜차이즈 IR쇼’에 해외 투자조사단을 파견하고, 5월과 7월 각각 중국과 필리핀에서 열리는 ‘프랜차이즈산업 박람회’에 참가하는 기업의 참가지원도 할 예정이다.





또 3월 서울 세텍(SETEC)에서 열린 '제31회 프랜차이즈산업박람회' 기간 동안 해외 바이어 50명을 초청하는 '해외파트너 초청 상담회'를 열어, 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출 및 투자상담회를 진행했다. 특히 해외진출 및 투자상담회에 참여하는 기업에 대해서는 경영·법률 전문가의 컨설팅을 지원해 해외투자자와의 마스터 프랜차이즈 계약 등 사전·사후 상담 각 단계에서의 시행착오를 최소화시키기에 주력했다.

해외경영 전문인력 양성에 주력

프랜차이즈 해외 전문인력 양성도 적극 추진된다. 협회는 이를 위해 지난 1월 한국창업경영연구소, 리더스비전, 가천대학교를 전문 교육기관으로 선정했으며, 지난 2월 20일부터 상반기 각종 교육과 세미나, 해외연수 과정을 개설해 운영하고 있다.

또한 해외진출 프랜차이즈 시스템의 효율적 운영을 위해 해외파견직원에 대한 인턴 실무교육 등 전문지식 교육을 통해 프랜차이즈 시스템에 대한 기본소양과 현지 법률 및 문화 등에 대한 지식을 갖게 하는 등 해외경영 전문인력을 양성하는데 초점을 둘 방침이다. 이와 함께 해외진출 유망 창업 아이디어 공모전 등 해외진출 유망 아이디어 발굴·사업화도 지원하게 된다.

가맹사업 진흥 위한 기본계획 마련

산업부와 협회는 이외에도 프랜차이즈 세계화를 지원하는 기반 조성도 적극 추진키로 했다. 무엇보다 중요한 것이 기업의 해외진출을 위한 동기부여와 경영지원 및 애로사항 해소를 위한 정책지원 방안이라는 점이라는 인식에 따라 법과 제도를 정비해 가맹사업 진흥을 위한 기본계획을 마련할 방침이다. 또한 각종 실태 조사와 업종별·업체별 창·폐업 현황 및 창업정보 분석들을 제공하는 '창업기상도' 제공을 통해 현실적이고 체계적인 지원 인프라를 구축할 계획이다.



산업부 정만기 산업기반실장은 "제조업 분야에서 세계적인 일류기업들이 나왔듯이 프랜차이즈 산업 분야에서도 금번 '프랜차이즈 해외진출 지원사업'을 발판으로 해외에서 경쟁할 수 있는 우수한 기업들이 많이 나오기를 기대한다"고 밝혔다.

조동민 협회장도 "국내 프랜차이즈 산업의 경쟁 격화로 성장이 제한된 상황에서 이번 해외진출 지원사업은 기업 활동 활성화의 계기가 될 뿐만 아니라 해외의 대표적인 유명 프랜차이즈 기업들이 서비스의 수출을 넘어 문화의 상징으로 자리 잡았듯 우리 기업들도 '프랜차이즈 해외진출 지원사업'을 통해 해외에서 K-팝, K-푸드에 이어 新한류로 K-프랜차이즈가 성공할 수 있도록 지원하겠다"고 말했다.



"프랜차이즈기업들은 그 어느 때보다도 해외진출에 적극적인 모습을 보이며, 속속 결실을 맺고 있다"





찬반 논쟁 뜨거운 중소기업적합업종제도

찬성측 대·중소기업 상생 위한 취지… 제도 보완해야
반대측 시장 자율성 훼손 및 소비자 권리 침해 심각

(사)한국프랜차이즈산업협회(회장 조동민)는 4월 8일 국회의원회관 2층 제2소회의실에서 '중소기업적합업종제도 어디로 가고 있는가?'를 주제로 국회 토론회를 개최했다. 새누리당 홍지만 국회의원실이 주최하고, 국회서민중소기업발전포럼과 (사)한국프랜차이즈산업협회가 후원한 이번 토론회는 중소기업 보호라는 취지로 생긴 중소기업적합업종제도가 적잖은 부작용이 발생되고 있는 상황에서 제도 개선 방향을 모색하고자 마련됐다.

중소기업적합업종, 세계 어디에도 없는 정책 일갈

이날 토론회에서 이동주 중소기업연구원 정책본부장은 '중소기업적합업종제도 개선방안'이라는 주제발표를 통해 외국계 기업과의 역차별성이 존재하고 권고 대상에 중견기업이 포함되는 문제점 등을 언급하며 대기업의 시장진입 유무와 중소기업의 독과점 여부, 이중규제 적용 여부 및 대·중소기업간 경쟁 강도 여부 등을 고려해 적합업종을 선정할 필요가 있다고 지

적했다. 이 본부장은 특히 적합업종 지정이 국내 대기업의 역차별 및 외국계 기업의 시장점식 여부, 고성장산업으로 대·중기간 자율경쟁을 통한 산업발전이 필요한 품목 등에 대해서는 적합업종 지정을 하지 말아야 한다고 강조했다. 이어 현재의 적합업종제도가 시장구조 개입 일변도에서 업종이 처한 상황과 특성에 맞게 다변화될 필요가 있으며, 이해관계자의 의견수렴을 강화하고 소비자 평가단 운영, 재심의 기능 신설 등 보완책 마련도 이뤄져야 한다고 제안했다.

두 번째 주제발표에 나선 김정호 연세대학교 경제대학원 특임교수(프리덤 팩토리 대표)는 중소기업적합업종 제도가 세계 어느 나라에도 없는 정책이라고 지적하며 적합업종 제도를 폐지해야 한다고 주장했다. 김 교수는 "적합업종 제도를 가급적 빨리 폐지해야 하며, 어쩔 수 없이 유지해야 한다면 3년 만기가 되는 업종을 다시 지정하는 일만은 피해야 한다"며 "특히 상생의 공동체인 프랜차이즈는 반드시 제외해야 한다"고 목소리를 높였다. 김 교수는 이외에도 공정거래위원회가 나서 적합업종제도를 무력화시킬 것과 소비자 권익을 가장 중요한 기준으로 삼고 소비자의 이익과 일자리에 미치는 영향을 조사해 존속 여부를 결정해야 한다고 말했다.



적합업종은 상생 위한 것… “제도 보완해야”

이어 2부 순서로는 임채운 서강대학교 교수를 좌장으로 김종주 산업통상자원부 동반성장 팀장, 정영태 동반성장위원회 적합업종지원단장, 유영식 중견기업연합회 상무, 박해철 중소기업중앙회 정책개발1본부장, 이주홍 녹색소비자연대 정책국장, 강창동 한국경제신문 부국장이 토론에 나섰다.

박해철 본부장은 "중기중앙회가 실시한 설문조사 결과 대기업의 확장 및 진입 자체에 따른 경영상 심리적 안정감과 매출 증가 등의 효과가 있는 것으로 나타났다"며 "도입 3년도 경과하지 않은 것을 감안하면 현재까지의 성과가 결코 작다고 할 수 없을 것"이라고 말했다. 박 본부장은 이어 "중소기업단체의 95.5%는 적합업종 재지정을 신청할 예정이거나 신청여부를 검토중인 것으로 조사된 만큼 근거 없는 왜곡으로 제도의 효과 및 취지를 훼손하기보다는 보완 및 발전 방안을 논의해야 한다"고 덧붙였다. 그는 개선 방안으로 적합업종 지정 'Fast Track' 도입, 품목별 권고사항 심사지침 마련과 권고사항에 '대·중기 상시 협의체' 구



성 추가 등의 지정 절차 개선은 물론 이행실태 조사 법제화와 위반시 사업조정 강화 등 사후관리의 개선도 필요하다고 제안했다.

정영태 단장은 "적합업종제도는 법이나 규제가 목적이 아니라 대·중소기업간 상호 이해와 협력에 기반한 상생의 시장질서를 만드는 것을 목적으로 하고 있다"며 "적합업종은 최대 6년이란 기간을 정하고 한시적으로 운영되는 대·중소기업 상생업종"이라고 강조했다. 정 단장은 특히 "적합업종제도에 대한 문제점을 인지하고 있으며, 제도 전반에 대한 개선방안을 검토하고 있다"며 "전·후방 산업에 미친 영향, 제도 시행 이후의 산업구조 변화, 소비자 후생에 미친 영향 등을 고려해 제도 개선방안을 마련할 것"이라고 말했다.

소비자 편의 및 권리 침해 우려

유영식 상무는 "제도의 취지에는 공감하나 산업 및 업종별 시장 특성을 고려하지 않고 품목을 지정하는 것은 문제"라며 "민간 자율에 의해 운영되어야 함에도 법적으로 강제 규제하는 것은 적절하지 않으며, 특히 적합업종에서 중견기업과 대기업의 기준을 명확화하고, 중견기업은 그 대상에서 제외해야 한다"고 주장했다.

강창동 부국장은 "중소기업적합업종 제도는 프랜차이즈의 경우 시장의 경쟁질서를 왜곡시키고, 가맹본부의 기업가 정신을 훼손할 뿐 아니라 가맹점사업자와 가맹회원자의 영업자유

를 제한하는 등 많은 피해를 발생시키고 있다"며 "전문기업으로 성장한 중견기업의 성장 동기 저해는 물론 현법상 기본권을 침해할 가능성도 크다"고 비판했다. 강 부국장은 특히 거리제한의 문제점을 다양한 사례를 통해 지적하며 소비자의 선택권을 침해하고 나아가 소비자 후생을 저해하는 문제점을 강하게 비판했다. 이주홍 정책국장 역시 "제도 자체와 경제민주화 방향에는 공감하지만 소비자 주권의 보호와 권익은 고려하고 있는지 의문"이라며 "자칫 중소자영업자의 품질 및 서비스 개선 노력을 감소시켜 시장경쟁력 약화 및 소비자 후생 악화로 이어질 여지가 있다"고 지적했다. 이 국장은 "특히 거리제한의 경우 접근 용이성 및 접근 편의성 감소로 소비자의 불편을 초래할 여지가 있어 유의해야 한다"며 "동네 상점 및 자영업자들이 경쟁력을 갖추고 동반성장할 수 있는 보다 근본적인 정책적 지원을 마련할 필요가 있다"고 말했다.

한편 이날 토론회에 대해 조동민 협회장은 "올해 하반기 적합업종 제조업 권고 기간 만료 및 재지정 시점에서 적합업종 존폐 논란으로 대·중소기업 간 대립이 심화되고 있는 상황에서 대·중소기업 간 자발적 상생 방안 마련을 위한 토대를 마련하고자 토론회를 준비했다"며 "서로가 동반상생할 수 있는 합리적인 방안이 도출되는 계기가 되었다고 본다"고 말했다.

글 나충선 부장 사진 박세웅 팀장



‘농업–외식업 상생 마리아주’ 위한 프랜차이즈에 당부

윤동진

농림축산식품부 식품산업정책관

“앞으로 식품분야의 불합리한 규제와 관행을 없애고 농산물 직거래 인프라 구축, 외식서비스 향상 및 외식기업에 대한 객관적이고 신뢰할 수 있는 정보 제공을 통해 식품과 외식산업 진흥에 도움이 되게끔 할 것입니다.” 윤동진 농림축산식품부 식품산업정책관은 지난달 27일 발표된 ‘신(新)식품정책’과 관련해 이같이 강조했다.

윤 정책관은 특히 식품 및 외식기업이 사회적 책임을 해결하고 농업 발전을 이끌 수 있도록 이들 기업에 대한 지원을 강화하겠다고 밝혔다. 이와 함께 프랜차이즈의 경우 그 특성상 둥치고 연합함으로써 힘 이 생기는 만큼 정부 정책의 파트너로서 적극적인 역할을 해 줄 것을 당부하기도 했다. 아울러 ‘프랜차이즈 월드’는 정부의 식품정책을 총괄하고 지휘하는 윤동진 농림축산식품부 식품산업정책관을 만나 신식품정책과 외식산업 발전에 대한 자세한 이야기를 들어봤다.

Q. 지난 2월 17일 식품산업정책관으로 부임하셨는데, 식품산업 정책을 총괄하는 국장으로서 소감을 부탁드립니다.

식품산업정책관 부임 전에 농산물 유통구조 개선 업무를 담당했는데, 로컬 푸드 등 신유통 비중 확대, 채소가격 가격 안정 등 일정 부분 성과를 거두기도 했습니다. 하지만 이같은 노력에도 불구하고, 금년 초 양파, 감자, 배추 등 공급 과잉으로 가격 급락 등으로 농가에 어려움이 발생하고 있습니다. 결국 우리 농업이 지속 가능한 성장을 하기 위해서는 농산물의 대량 수요처인 식품·외식산업이 제 역할을 할 수 있도록 정부가 노력하는 것이 매우 중요하다는 것을 절감했습니다.

저는 부임 즉시 식품업계, 연구기관, 농민단체, 수출단체 등 관계자 여러분께 식품산업정책관으로서 약속을 전달한 바 있습니다. 우선 식품분야에 있는 불합리한 규제와 관행을 없애는데 앞장설 계획입니다. 이를 위해 관계 부처간 협력을 강화하면서 현장과의 소통을 강화해 어려움을 적극 발굴하겠습니다. 또한, 로컬 푸드에 기초해 지역 경제 활성화를 위해 지역 중심의 식품산업 발전에 역점을 두고, 생산·유통·소비가 분절되지 않은 공급망 구축으로 국민 모두에게 실질적인 도움이 될 수 있도록 최선을 다할 계획입니다.



INTERVIEW



Q. 최근 정부는 현재 150조원 수준인 식품산업의 규모를 2017년까지 200조원으로 확대하기 위한 ‘신(新)식품정책’을 발표했습니다.

식품산업은 생산·가공·유통·소비 등 전 단계에 걸쳐 관련 분야에 경제적 효과가 있는 국가 기초산업일 뿐만 아니라, 국민의 일상생활 및 건강·안전에도 직결되는 중요 사안입니다. 이번에 발표한 ‘신식품정책 추진계획’은 그 동안 식품산업 진흥 위주의 정책에서 진일보하여, 국민의 식생활과 영양, 안전까지 포괄하는 종합 정책이라 할 수 있습니다. 新식품정책은 ‘바른 먹을거리, 건강한 국민, 산업의 도약’을 비전으로, 국민 식생활 및 영양 개선, 농식품 품질관리 및 안전관리, 국산 농산물의 수요 확대, 식품산업의 글로벌 경쟁력 제고, 외식산업 선진화 및 한식의 진흥, 정책 추진기반 조성 등 7개 분야 35개 과제로 구성되어 있습니다. 식품산업진흥과 식생활·영양, 농식품 안전을 포함한 ‘푸드 시스템’ 관점에서 추진하다 보니 농림축산식품부 외 보건복지부, 식품의약품안전처, 해양수산부, 문화체육관광부 등 식품과 관련된 부처간 협력관계가 무엇보다 중요합니다. 이를 위해 ‘新식품정책’ 관계 부처가 참여하는 ‘신식품정책협의회’를 오는 6월에 구성, 이번 정책이 원활하게 추진되어 당초 목표가 달성될 수 있도록 노력할 계획입니다.

Q. ‘신식품정책’ 가운데 ‘외식산업 선진화와 한식 진흥’에 대한 내용에 대해 업계가 주목하고 있습니다. 이 정책에 대해 좀더 구체적인 설명을 부탁 드립니다.

경제수준 향상, 라이프스타일 변화 등에 따라 외식에 대한 수요와 소비자 기대 수준은 높아지고 있으나, 이를 충족하지 못하고 있다는 지적입니다. 또 음식점 소개하는 정보에 대한 신뢰도도 낮습니다. 이런 문제를 개선해 우리 외식업이 더욱 성장하고 소비자 수요를 충족하도록 하기 위해서는 외식서비스 수준 향상을 향상시키고 음식점과 관련한 정보의 비대칭성을 개선하는 것입니다. 먼저, 외식업계가 자발적으로 서비스 개선에 노력할 수 있도록 서비스 현장을 제정하고, 외식서비스 인증제를 추진할 계획입니다. 그리고 프랑스에서 시작된 음식점 평가방식인 ‘마슈랭가이드’처럼 민간이 주도하는 객관적이고 신뢰도가 높은 음식점 평가방식을 도입해 소비자들에게 우수 음식점에 대한 정보를 제공하고 국내 음식점의 수준을 향상시키는 데 기여하고자 합니다.

한편 지금까지 정책 방향이 한식을 해외에 알리는데 중점을 두었는데, 앞으로는 국내의 기반을 다지면서, 해외로 확산시키는 것을 병행해 나갈 것입니다. 궁중음식, 향토음식 등 특색 있는 우리음식을 발굴해 관광 상품으로 발전시켜 나갈 것입니다. 한식과 관련한 해외시장 조사 및 정보 제공 기능을 강화해 우리 외식기업의 해외진출을 촉진하고, 해외 유명 요리학교에 한식강좌 개설을 확대해 제대로 된 우리 음식을 알리는데 중점을 둘 계획입니다. 또 우리 식문화의 우수성을 세계에 알리기 위해 ‘김치와 김장문화’에 이어 '(가칭)한식과 한식문화'를 유네스코 세계유산으로 등재하기 위한 사전 준비 및 연구를 추진합니다. 이외에도 앞으로 외식 및 한식산업이 새로운 일자리와 부가가치를 창출하는 성장 동력으로 역할을 할 수 있도록 지속적으로 정책을 보완 발전시켜 나갈 것입니다.

Q. 농가와 외식산업, 프랜차이즈기업과의 연관관계도 중요한데, 이들의 관계가 어떻게 발전해야 하는지에 대해 조언을 해 주십시오.

외식과 관련한 표현 중에 ‘마리아주(mariage)’라는 것이 있습니다. 음료(특히, 와인)과 음식의 궁합을 의미하며, 마리아주가 좋아야 식사를 잘 했다고 하지요. 농업과 외식업의 관계도 마리아주에 비유할 수 있을 것입니다. 과거에 우리는 배부르기 위해 음식을 섭취하였으나, 지금은 맛과 함께 안전과 건강을 중시하는 쪽으로 변화하고 있고 로컬푸드의 중요성이 증가하고 있습니다. 외식업체들도 음식의 맛을 높이는 것과 함께 안전하고 믿을 수 있는 우리 농산물 사용을 통해 고객의 요구에 적극적으로 대응해야 할 때입니다. 반대로 우리 농업인들은 더 좋은 품질의 농산물과 식재료를 경쟁력 있는 가격으로 공급하기 위해



INTERVIEW



서 노력해야 할 것입니다.

이를 위해 정부는 농산물의 생산단계에서 품질을 높이고 가격경쟁력을 향상시키기 위한 노력을 꾸준히 해오고 있습니다. 또 외식업체와 산지를 연결시키기 위한 식자재 박람회를 서울 및 각 지역에서 개최하고, 사이버 거래 활성화 및 거점 물류센터 건립 등을 추진하고 있습니다. 이미 많은 프랜차이즈기업에서 산지 직거래를 통해 식자재를 구입하고 있는 것으로 압니다. 앞으로도 프랜차이즈 기업이 국산 식재료를 사용해 음식의 맛과 영양을 높이고, 서비스도 개선해 소비자의 만족도를 높이는 '농업-외식업 상생 마리아주'가 실현되도록 농업인, 외식업체, 정부가 함께 노력해야 할 것입니다.

Q. 조류인플루엔자와 양파 가격 폭락 등 농가와 외식업체 및 프랜차이즈 기업들이 많은 어려움을 겪었습니다. 이를 해결하기 위한 정부의 정책이 있다면 무엇입니까?

조류인플루엔자 발생으로 축산 농가는 물론 외식업체도 어려움을 겪고 있는 것으로입니다. 이러한 어려움을 줄이기 위해 법정부적으로 시중에 유통되는 닭·오리고기의 안전성 등 정확한 정보를 제공하기 위해 대대적인 홍보를 추진하고 있으며, 생산자단체와 연계해 할인행사 등 다양한 소비촉진 행사도 진행 중입니다. 무엇보다 조류인플루엔자가 조속한 시일 내로 종식될 수 있도록 각고의 노력을 기울이면서 법정부 차원에서 이를 예방하는 근본적인 방안을 마련할 계획입니다.

또한 양파 가격 폭락으로 어려움을 겪는 농가를 지원하기 위한 소비촉진 행사와 같이 농업과 외식산업이 상생하고 협력할 수 있는 방안들이 지속적으로 나와야 한다고 생각합니다. 농식품부는 양파를 비롯한 우리 농산물의 공급 과잉 문제 해결을 위해서는 외식업체의 소비 확대가 매우 효과적이라고 판단하여, 외식업체와 산지농협을 연결하고, 사이버 거래소를 통한 직거래를 확대하고 있습니다. 양파만 해도 대량으로 구매하는 프랜차이즈기업에게 좀더 저렴한 가격에 공급될 수 있도록 하고 있으며, 외식업체에서 소비촉진 홍보에 참여하고자 하는 경우에는 각종 홍보자료를 제공하고 판매촉진 행사를 지원하기 위한 협의가 진행되고 있습니다. 프랜차이즈 기업들도 농협, aT 등 관련 기관과 함께 협력하여 과잉 농산물의 지속적인 소비 확대를 위해 적극적으로 협조해 주시기 바랍니다.

Q. 한류열풍으로 인해 외식프랜차이즈 기업들도 해외진출에 두각을 보이고 있습니다. 한식 세계화를 위한 외식프랜차이즈 지원 정책 또한 많은 관심이 기대되는데요. 이에 대한 지원정책에 대한 비전을 말씀해 주십시오.

한류 열풍이 거센 중국과 동남아시아 지역에 가보면 확실히 우리 외식프랜차이즈 기업들의 진출이 눈에 띄게 늘어났다는 것을 알 수 있습니다. 정부에서는 해외 진출하는 기업들의 시행착오를 줄이고 보다 빠른 해외시장 적응을 돋기 위해 해외 진출 주요 거점 도시의 소비 형태나 경제 규모, 경쟁 강도 등 외식시장 상황 분석 결과를 정기적으로 제공하고 있는데요. 앞으로 이런 기능을 더욱 강화할 계획입니다. 국내 외식기업의 진출 수요가 많은 지역을 중심으로 추진해온 해외 외식프랜차이즈 박람회 참가 지원도 더욱 확대해 나가겠습니다. 또한 외식기업의 해외 진출을 뒷받침하기 위해 정부, 유관기관, 민간 기업, 전문가 등으로 구성된 '민·관 글로벌 외식

협의체'를 구성해 외식기업의 해외 진출에 필요한 정보 제공, 애로 요인 발굴 및 개선을 통해 외식기업의 해외 진출을 지원해 나가도록 하겠습니다. 이를 통해 우리 식품 및 관련 산업의 수출 확대를 기대해 봅니다.

Q. 외식산업진흥정책에 따라 업계가 고무돼있는 가운데 외식산업 및 외식프랜차이즈 기업들이 경쟁력을 갖기 위한 방안에 대해 말씀해 주신다면

우리나라 외식업은 진입장벽이 거의 존재하지 않는 완전경쟁시장에 갑갑다고 봅니다. 현재 60여만개의 음식점이 있으며 1년에 19만 개가 창업하고 비슷한 숫자가 폐업을 하며, 개업 후 5년 안에 90%가 문을 닫는 실정입니다. 이러한 외식산업의 현실에 있어서 경쟁력은 곧 생존의 문제입니다. 정부에서는 우리 외식업의 경쟁력 향상을 위해서 역량강화 교육, 해외진출 지원, 불합리한 제도 개선 및 각종 정보제공을 위해 노력하고 있습니다만, 무엇보다 중요한 것은 외식기업들의 자발적인 노력일 것입니다. 특히 프랜차이즈 기업들의 윤리교육, 프랜차이즈법 준수 등과 같은 자체적인 자정활동을 통한 대국민 이미지 개선이 필요합니다.

Q. 외식산업 및 프랜차이즈 기업들의 해외진출 시 행착오를 줄이고 보다 나은 결실을 맺기 위한 방안은 무엇이 있을지 조언 부탁드립니다.

제가 부임해서 우리 외식업체로부터 해외에 진출했다가 실패한 사례를 많이 들었습니다. 이런 실패사례들의 공통적인 부분은 진출하고자 하는 해외시장에 대해서 정확히 몰랐다는 것입니다. 단순히 K-팝 등 한류가 확산되고 있으니 진출해보자 경우도 꽤 있었던 것 같습니다. 정확한 시장조사, 전문가 컨설팅 등을 통해서 타당성을 확인하고 상품 개발 등 현지화 전략도 병행이 되어야 할 것입니다.

정부도 해외 진출 외식기업들의 시행착오를 줄이고 보다 빠른 해외시장 적응을 돋기 위해 해당 지역의 소비형태나 경제 규모, 경쟁 강도 등 외식시장 상황 분석 결과를 제공하는데 더욱 초점을 둘 것입니다. 특히, 개별 기업이 자체적으로 시장조사가 어려운 국가에 경우에는 정부의 역할이 더욱 중요할 것으로 봅니다.

Q. 외식프랜차이즈 기업들의 발전을 위해 관련 종사자들에게 당부하고 싶으신 말씀이 있다면

외식산업은 우리나라 국민의 벽을거리의 절반을 책임지고 있는 매우 중요

한 산업입니다. 국민 식생활, 일자리 창출, 농산물 소비 및 식문화 등 우리나라의 경제·사회 전반적으로 그 영향력이 실로 대단하다고 생각합니다. 이런 중요한 분야의 한축을 담당하고 계신 외식프랜차이즈 기업 여러분들의 노고에 감사와 격려의 말씀을 드립니다. 앞으로도 우리 외식산업이 더욱 발전할 수 있도록 경영 및 서비스 개선, 외식문화 선진화 등을 위해 더욱 더 노력해 주시기를 부탁드리며, 정부도 외식업체의 고견에 더욱 귀를 기울이도록 하겠습니다.

말씀 감사합니다.



“가맹점은 내게 자식이자 애인입니다”

(주)이원 김진학 회장

우리나라의 프랜차이즈 역사를 이야기할 때 빠지지 않는 브랜드 중 하나가 바로 〈투다리〉다. 국내 최초의 꼬치구이 전문 브랜드 〈투다리〉를 만든 (주)이원의 김진학 회장은 1987년 당시 낙후되었던 국내 외식문화를 새롭게 정립시키는데 큰 기여를 했다. 지금까지 27년 동안 외식업계의 대표 브랜드로서 국내 외식산업을 선도하고 있는 김진학 회장은 일찌감치 중국 시장 진출에 성공하며 해외진출에도 앞장섰다.



어려움 속, 틈틈이 공부하며 훗날 기약

김진학 회장은 1987년 만 39세의 나이에 〈투다리〉를 시작했다. 37세 때부터 직장생활만으로는 한계가 있다는 생각을 한 그는 마침 다닌 회사에서 기술 요청 차원에서 일본에 갔다가 꼬치구이를 알게 됐다. 일본에서 성업중인 꼬치구이 업소를 본 그는 괜찮은 아이템이라 생각을 하고 창업에 도전했다.

김 회장은 〈투다리〉 이전에도 사업에 도전했다 실패한 경험이 있다. 포항제철을 다니며 학력 차별로 인한 한계를 느끼던 그는 젊은이들에게 필요한 가구를 만들어 판매하는 사업을 시작했다. 기술자를 스카우트하고 쓰레기장을 치워 천막을 세우고 장롱을 만들었다. 하지만 열악한 환경과 기술자의 안일한 태도로 인해 제품의 하자가 발생하고 결국 사업을 접어야 했다. 사업실패로 급여의 1/3을 이자로 내야 하는 암울한 상황에 처했지만 그는 결코 좌절하지 않았다. 어려운 환경에도 틈틈이 공부하며 훗날을 기약했다.

“지금 생각해도 그때는 정말 무모했다”는 김 회장은 그래도 이런 경험이 나중에는 도움이 됐다고 당시를 회고했다.

실패를 통해 교훈을 얻다

김 회장이 처음 〈투다리〉를 만든 당시에는 프랜차이즈에 대한 개념이 거의 없던 시기였다. 사업 조직화, 시스템화에 대한 생각이 거의 전무하던 시기에 그것도 외식업을 프랜차이즈로 할 생각을 하게 된 것 역시 일본을 다녀오면서부터였다. 일본에서 프랜차이즈의 개념과 조직도를 본 김 회장은 일본 기업을 롤모델로 삼아 프랜차이즈를 시작했다.

“지금 생각하면 정말 무모할 정도였습니다. 1개 점포의 성공도 자신하기 전에 프랜차이즈의 개념과 방식을 생각하고 추진했으니까요. 점포 개설, 지사 운영 및 관리를 점포 만들면서부터 조금씩 발전시켜 나갔습니다.”



그로부터 26년여의 시간이 지난 지금, 프랜차이즈 산업은 큰 발전을 이뤘다. 산업 규모도 비교하기 조차 어려울 정도로 커졌으며, 사회적인 인식도 많이 달라졌다. 하지만 일각에서는 여전히 프랜차이즈를 돈 벌고 성공하기 위한 수단이자 방식으로 보는 시각이 존재한다. 김 회장은 이같은 인식이 가장 큰 문제라고 지적한다.

김 회장의 경우에도 처음에는 성공을 위해 프랜차이즈를 시작한 측면도 없지 않았다고 한다. 하지만 막상 〈투다리〉를 시작하니 여러가지 어려운 점이 많이 생겼다. 무엇보다 초기 점포 매출이 기대보다 좋지 않아 마음 고생을 많이 해야 했다. 점포 10개 중 5개 정도만 성공적인 매출을 기록했을 뿐 나머지 절반은 매출 부진으로 어려움을 겪었다.

김 회장이 그런 위기를 극복할 수 있었던 비결은 〈투다리〉는 내게 어떤 존재인가라는 자문을 수없이 하고 그 대답을 끊임없이 찾는 노력 때문이었다. 김 회장은 “〈투다리〉는 내게 피붙이이면서 가장 아껴야 할 애인과 같다”는 결론을 내렸다”며 “결국 자식과 애인처럼 대하려고 노력했으며, 그런 노력이 지금의 〈투다리〉를 만들었다”고 한다.

이처럼 김 회장은 가맹점을 마치 자식과 애인처럼 생각하고 행동했다. 가맹점이 어려움을 겪을 때는 망설임 없이 뛰어들어 견져내고자 애썼으며, 조금이라도 예쁘게 만들고 더 나은 상태를 만들고자 노력했다.

“프랜차이즈 본사 입장에서 자신이 해야 할 일은 자명합니다. 가맹점을 위해 필요하다면 뭐든 한다는 생각이 중요합니다. 만약 본사가 이런 자세로 가맹점을 대한다면 그 결과가 어떻게 될까는 긴 말이 필요 없습니다. 제 자신도 이런 마음으로 열정적으로 가맹점을 대해 왔습니다. 지금도 그 때를 생각하면 가슴이 뛰니까요.”

김 회장은 특히 프랜차이즈를 돈벌이로 생각하는 자세는 절대 버려야 한다고 거듭 강조한다.

“돈벌이로 생각하고 언제든지 짐쌀 수 있다는 생각을 하면 결국 그렇게 됩니다. 무책임한 자세는 결국 실패하게 돼 있습니다.”

열정으로 일군 프랜차이즈 사업

이처럼 일찌감치 〈투다리〉를 프랜차이즈로 사업을 전개한 김진학 회장의 전략은 유효했다. 물론 여러가지 어려움도 있었지만 현재 전국적으로 가맹점 1800개라는 숫자에서 알 수 있듯 국내 프랜차이즈를 대표하는 브랜드로 성장했다. 김 회장 역시 사업 초기에는 어려움이 많았다. 자본도 부족했지만 처음부터 공장을 만들어 제품을 공급하고 지속적인 제품 개발을 위해 노력했다. 물론 10호점까지 가는게 힘들었으며, 더 해야 하는지 여부를 놓고 고민도 많았다. 수익도 없는데 자금을 더 투자해야 하고 조직도 갖춰야 하는게 만만치 않았다. 하지만 실패를 두려워하지 않는 도전정신으로 어려움을 뛰어넘을 수 있었다.

두 번째 위기는 〈투다리〉가 큰 성장을 이룬 뒤 찾아왔다. 김 회장은 “자만했기 때문”이라고 평가했다. 일본의 지인들에게 꼬치구이의 수명을 문의하니 의외로 오래 가지 않을 것이라는 답변이 나왔고, 그래서 〈투다리〉의 경영을 전문 경영인에게 맡기고 다른 사업을 시작했다. 그런데 2년 만에 500개의 가맹점이 없어지는 결과를 맞고 가슴이 덜컥 내려앉았다.

“당시만 해도 책임과 의무보다는 돈을 벌려는 욕심이 컸습니다. 그런 욕심의 결과가 가맹점 500개 감소로 돌아왔습니다. 그때부터 다급한 마음에 서울을 시작으로 가맹점을 돌기 시작했는데 이유가 보이더군요. 가맹점들의 위생 및 청결 상태가 극히 불량했습니다.” 김 회장은 〈투다리〉의 혁신을 표방하고 전 직원에게 119 구급대 익을 입혀 가맹점의 환경 개선에 나섰다. 3개팀으로 나눠 6개월 동안 하나씩 바꿔 나갔다. 그 다음해에도 ‘대혁신’을 캐치프레이즈로 내걸고 가맹점을 고급화하는 노력을 했다. 점장 교육을 강화하고 전 직원들에게 유니폼을 입히는 등 혁신적인 노력을 3년 동안 실행했다. 그 결과 3년후 다시 1800개 가맹점으로 회복했으며, 사무실 분위기도 긍정적이고 활기가 넘치게 바뀌었다.

“그 때 돈을 벌려고만 하면 안된다는 사실을 깨달았습니다. 자기 욕심만 챙기면 안되며 고마운 마음을 전해야 다시 돌아온다는 사실을 알게 됐습니다. 그런 마음으로 하니 ‘사업이 이런 것인구나’라는 것을 새삼 느끼게 됐습니다.”



김 회장의 이런 노력은 가맹점의 신뢰로 돌아왔다. 그가 ‘무엇을 해 줄까’를 생각하니 가맹점주들과의 유대관계가 더욱 깊어졌다. 지금은 김 회장이 방문한다는 소식이 들리면 음식을 장만하고 기다릴 정도의 관계까지 됐다. “가장 큰 보람 이자 기쁨”이라는 김 회장은 “한번 만들었으면 끝까지 책임과 의무를 다하는 자세를 가져야 한다”고 말했다.

일찌감치 해외진출 나서 글로벌화 추진

〈투다리〉는 해외진출 역시 빨랐다. 당시 중국이 문호를 개방하기 시작할 때였다. 중국 진출 가능성을 타진하기 위해 중국에 가보니 중국에도 꼬치문화가 있었다. 그래서 우리 꼬치문화를 갖고 가자는 생각을 하게 됐으며, 관공서 식당을 빌려 〈투다리〉의 꼬치를 중국인들에게 맛보게 했다. 아이들의 좋은 반응을 보고 충분히 승산이 있겠다고 판단한 김 회장은 중국 청도에 1호점을 개설했다. 한국의 콘셉트 그대로 만든 중국 1호점은 얼마 되지 않아 중국 전역에 소문이 나게 됐고, 결국 100여 개로 확산되는 놀라운 결과를 가져왔다.

하지만 1년 정도 지나면서 조금씩 문제가 발생하기 시작했다. 우선 중국에는 전문점이라는 인식이 없었으며, 매장이 넓고 메뉴가 다양해야 했다. 그래서 중국인의 정서에 맞게 콘셉트를 변경하고 리뉴얼 작업을 한 것이 대히트를 쳤다.

“중국 진출에 성공한 것이 별써 19년 전이다”며 “그동안 정말 부침이 많았다”고 한다.

김 회장은 기본적으로 돈이 있어서 투자한 게 아니었다. 말 그대로 집을 줄여 자금을 마련해 투자했으며, 중국에서도 마찬가지로 중고 기계를 가져가 생산공장을 설립하는 등 많은 투자금 없이 성공을 일궈냈다.

“사업이라는게 큰 돈 가지고 하는게 아니다”는 김 회장은 “사업에서 성공하려면 위기에서 돌파구를 찾고 무에서 유를 만들기 위해 끊임없이 노력하는게 중요하다”고 말했다.

김 회장은 특히 “중국의 경우 관시(關係), 즉 인간관계를 중시하는 만큼 돈으로 해서는 결코 성공하지 못한다”며 “돈만으로는 진정한 의미의 관시가 이뤄지지 않는다는 사실을 기억할 필요가 있다”고 조언했다.

〈투다리〉 의미를 찾는 노력이 성공 비결됐다

김 회장은 자신의 성공 비결에 대해서는 “지나온 날보다 더 열심히 살려고 노력했을 뿐”이라고 한다. 좀더 나은 삶을 위해 열심히 노력하다 보니 현재의 위치에 오게 됐다는 그는 일본어 공부, 사업실패 등 모든 것이 디딤돌이 됐다고 설명했다. 당시에는 아프고 슬펐지만 그런 경험이 현재를 만든 계기가 됐다는 설명이다. 실제로 김 회장은 사업실패에 좌절하지 않고 직장생활 틈틈이 공무원 시험을 준비, 35세 때 7급 공무원 시험에 합격하기도 했다.

당시 상공부(지금의 산업통상자원부)에서 공직생활을 하기도 한 그는 주변의 만류에도 불구하고 인천도시가스로 이직을 결정했다. 이직 이후 첫 직장에서 익힌 일본어 실력이 빛을 보게 됐다. 일본을 갈 수 있는 기회가 생겼고, 결국 〈투다리〉 창업으로 이어졌기 때문이다.

김 회장의 경영철학 역시 유별나지 않다. ‘정도(正道)를 걸어야 한다’는 평소 신념 그대로 (주)이원의 경영이념 역시 ‘정도(正道)’로 정했다. 무엇보다 ‘기본의 실천’을 가장 큰 사명으로 생각하며 법을 준수하고 상식을 존중하며, 양심에 부끄럽지 않아야 한다는 정신으로 일해왔고, 앞으로 그렇게 일하는 것을 목표로 하고 있다. 그런 김 회장이기에 창업 때부터 지금까지 ‘투다리는 내게 무엇인가’라는 질문에 답하기 위해 하나님도 더 하려고 노력을 계속하고 있다.

새로운 혁신 통해 신뢰받는 기업 만들 터

〈투다리〉는 최근 TV광고를 처음으로 시작했다. 다른 기업들이 하는 것처럼 유명한 텐스타를 선택하기보다는 많은 이들에게 호평을 받고 있는 올랄라세션을 선택한 것도 김 회장의 평소 경영철학에 기인한 것이라는 지나친 해석이 될까.

사실 김 회장은 “광고비가 있다면 그것 역시 점포 지원에 쓰는게 맞다”는 생각을 줄곧 해 왔다. 하지만 최근 그것만이 능사가 아니라는 생각을 하게 됐다. 지금도 많이 알려졌지만 더 많은 소비자들에게 〈투다리〉를 알리는 것이 가맹점을 위한 길이 될 수 있다는 생각에서다.

김진학 회장은 지금까지 매년 그 해의 계획을 수립하되 기본은 가맹점에게 어떤 것을 줄 것인가에 초점을 맞춰왔다. 따라서 지금까지 그랬던 것처럼 앞으로도 기존 점포의 개선과 긍정적인 변화를 만드는 것 외에는 특별한 계획을 갖고 있지 않다.

개인적인 비전 역시 마찬가지다. “평소 건강한 체질이라 잘 아프지도 않는다”며 밝은 미소를 짓는 그는 “가맹점들을 순회할 때 ‘고맙습니다’는 말을 듣고 손 한번 꼭 잡아주는 그런 관계가 되길 기대한다”며 “그렇게 만들어야 하는데 그럴려면 아마 10~20년은 더 살아야 할 것 같다”고 말했다.

글 니ਊ선 부장 사진 박세웅 팀장





사과나무(주) 커피베이

'꿈을 복는 커피전문점'이란 슬로건을 내세우고 있는 <커피베이>. 2010년 론칭해 지금까지 가맹점 200여개를 훌쩍 넘는 등 파죽지세의 성장세를 보이고 있다. 브랜드 기획 당시부터 소자본 창업을 콘셉트로 한 <커피베이>는 가맹점 수익률 극대화를 통해 본사와의 상생을 도모한다. <커피베이> 백진성 대표는 가맹점 1000개 오픈을 목표로 하고 있으며, 스타벅스와 같은 세계적 기업의 반열에 오르는 게 꿈이다.

소자본창업자의 마음을 쟁취

지난 2010년 12월 평택에 <커피베이> 1호점이 오픈했다. 그 후 2년 뒤에는 100호점을 돌파하고, 현재는 200호점을 돌파하며 가파른 성장을 보이고 있다. 이미 포화상태라는 커피시장에서 그간 소외됐던 소자본창업자들에 주목한 것이 주효했다는 평이다. 더욱이 <커피베이> 백진성 대표는 성실함을 바탕으로 지난 2005년, PC방 프랜차이즈 <비타민PC방>을 인수해 국내 1위 자리에 올려놓는 수완을 발휘한 바 있다. 이것이 <커피베이>가 성장하는데 있어 최고의 지지기반이 되었음은 물론이다. <커피베이> 1호점 역시 <비타민PC방> 창업을 고려 중이던 가맹점주에 의해 태어났다. 당시 <비타민PC방>에서 속인숍 형태로 전문점 수준의 원두커피를 판매하던 경험과 노하우가 있었기에 가능한 일이었다.

<커피베이>는 대형 점포보다 중소형 규모의 수익성에 초점을 두고 B급 상권에서 적은 임대료의 소규모 매장을 지향한다. 예비창업자는 여전히 전환창업자보다 신규창업자가 많지만 <커피베이> 창업자 가운데는 편의점에서 전환하는 사례가 많다. 백 대표는 "전환 비용이 350~400만원 선이라 인기를 얻는 것 같다"며 "향후엔 <비타민PC방>과 <커피베이>의 시너지 효과를 위해 동일 상권에 입점해 제휴마케팅을 펼칠 계획이다"고 밝혔다.



카페 창업자들의 꿈을 복다



FRANCHISE 회원사 티방

가맹점 문의 1644-1157
www.coffee-bay.co.krCOFFEE BAY
COFFEE & BAKERY

신학대점

COFFEE BAY
COFFEE & BAKERY

꽃을 놓는 거야 꽃은 예

**커피베이커피 <커피베이>**

<커피베이>는 수익재창출 차원에서 디저트에 초점을 맞췄다. 그러나 디저트 시장도 이미 포화상태, 백 대표는 무엇을 할 것인가가 가장 큰 고민이었다. 초기엔 허니브레드 등 기존 커피브랜드에서 취급하는 제품과 동일하게 구성했다. 이후 샌드위치 메뉴를 추가하는 등 점차 <커피베이>만의 베이커리 구색을 갖췄고, 3~6개월 간격으로 신메뉴를 출시해 판매가 저조한 메뉴와 교체하고 있다. 백 대표는 조만간 기존의 간식이나 브런치 개념이 아닌 한 끼 식사가 될 수 있도록 구성한 메뉴를 출시한다고 밝혔다. 이는 곧 객단가를 높여 점주 수익을 보완하고 한 번 더 도약 할 수 있을 것이라고 전망했다.

<커피베이>는 100호점 달성을 기념해 가맹비와 보증금, 교육비를 면제해주고, 2012년 한국프랜차이즈 대상에 선정돼 최대 5000만원까지 창업자금을 무이자 지원하는 행사도 벌였다. 백 대표는 “<커피베이>의 예비창업자 70~80%는 30~40대 여성이다. 그런데 대부분이 ‘나와 커피는 잘 맞는다’고 생각한다. 그러나 커피시장은 그 어떤 업종보다 치열하다. 커피를 좋아한다고 해서 성공한다는 보장은 없다. 준비 없이 설불리 뛰어들면 결국 실패의 쓴잔을 들이키게 된다”고 예비창업자들에게 조언한다.

이제는 확장보다 내실 다질 때

<커피베이>는 론칭 초기부터 지금까지 가맹비, 보증금, 교육비를 면제해주는 ‘3무정책’을 유지하고 있다.

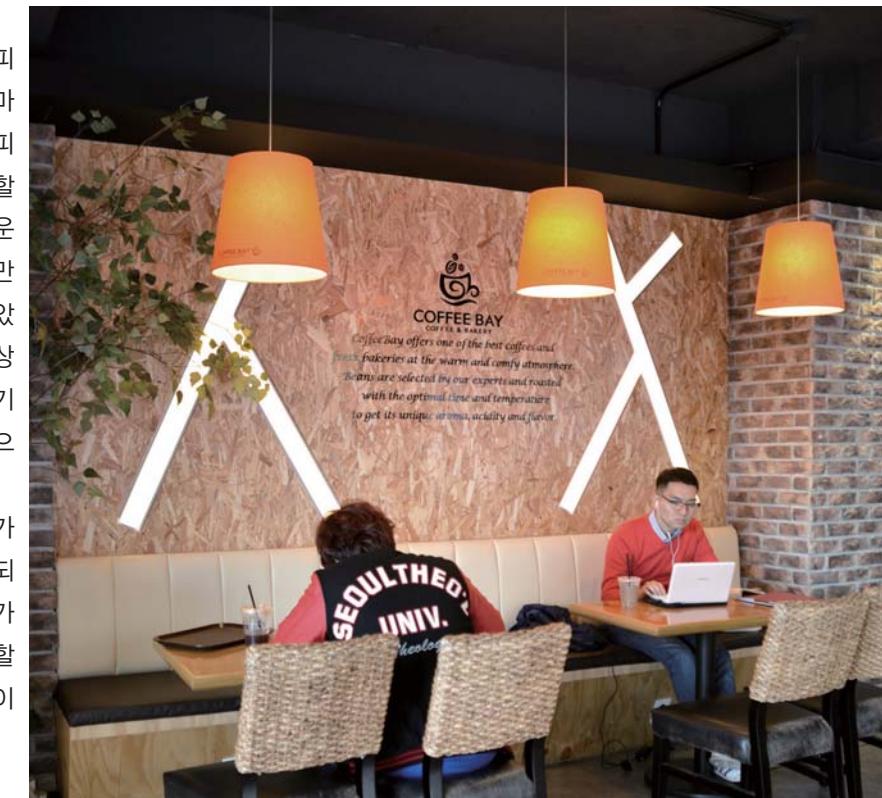
이는 빠르게 브랜드 인지도를 높여, 전혀 검증되지 않았던 <커피베이>를 믿어준 초기 가맹점주들에 게 보답하고자 한다는 의미를 담고 있다. 이 같은 노력에 기인해 최근에는 330m²(100평) 이상의 대형 매장도 속속 등장하고 있다. 그만큼 시장에서 경쟁력을 인정받았다는 의미다. 이에 따라 본사는 점차 확장보다 기존 가맹점 관리 · 점검 측면으로 포커스를 옮기고 있다. 백 대표는 “당사는 분기 별로 내부 리서치를 시행하며 <커피베이>라는 브랜드의 가치를 보다 넓 정하게 판단해 점검하고 나이가야할 방향을 지속적으로 체크하고 있다”고 말한다.

<커피베이는> 특히 물류시스템이 타사 대비 최대 강점으로 꼽힌다. 대기업 물류업체와 제휴를 맺고 주 3회 직배송을 고집하며 가맹점주가 겪을 불편을 최소화하고 있다. 최근에는 배송업체를 교체하며 물류시스템을 대폭 보강했다. 그 과정에서 물류비용이 높아졌지만 납품원가는 동일하게 책정했다. 그만큼 가맹점 수익을 지키는 데에 주안점을 두고 있다.

1000개 가맹점이 개설된다 해도 욕심 부리지 않을 것이라고 굳게 다짐하는 백 대표. 그는 “프랜차이즈 사업을 통해 타인의 인생을 바꿔줄 수 있다는 것에 큰 보람을 느낀다. 앞으로도 초심을 잊지 않겠다”고 덧붙였다. 또 <커피베이>를 해외로 수출하는 세계적인 브랜드로 성장시키고자 더욱 노력하겠다는 각오다.



백진성 대표

**꿈이 이뤄지는 카페**

<커피베이> 상도점

<커피베이> 상도점은 문을 연지 이제 1년이 됐지만 마치 오래된 동네 카페같은 묘한 안정감이 흐른다. 김석일 점주의 커피, 사람, 공간에 대한 애정이 35평 정도 구석구석에 녹아있는 이유다. 때로는 인근 송실대 학생들의 스터디 공간, 때로는 레고 동호회 회원들의 아지트, 때로는 주부 고객들의 휴식공간으로 틈바꿈하는 곳. 바로 <커피베이> 상도점이다.

11살의 꿈이 만든 카페

“11살 때부터 카페를 하는 게 꿈이었어요.” 김석일 점주는 자칭 커피 마니아다. 유년 시절부터 커피향을 무척 좋아해 아버지가 커피를 마실 때마다 군침만 삼켰다던 그. 고등학생 때부터는 본격적으로 커피를 입에 ‘달고 살’ 정도였다. 그런 그는 커피와 함께 마음을 ‘힐링’할 수 있는 개인 카페를 하는 게 꿈이었다. 하지만 초보 창업이기에 운영 면에서 안정적인 프랜차이즈 브랜드를 물색하기 시작했다. 커피만으로 성공하기는 어렵다는 판단에 사이드메뉴에 강한 브랜드를 찾았고 그때 그의 눈에 띈 것이 <커피베이>였다. 특히 상담을 진행한 이후 상무이사의 진심이 담긴 친절함은 창업을 결심한 결정적인 계기가 됐다. 마치 ‘삼촌이 조카를 위해 팔 걷어붙이고 나서준다는 느낌’으로 물심양면으로 지원을 아끼지 않는 모습에 신뢰를 얻었다.

본사 직원에 대한 신뢰는 오픈 이후에도 이어졌다. “새벽에 보일러가 고장난 적이 있었어요. 다음날이 주말인데 영업이 어려운 상황이 되자 발만 동동 굴렀죠. 근데 다행히 담당 슈퍼바이저인 정상우 대리가 새벽에도 연락을 받고 한달음에 달려와줬고, 아침께 정상영업을 할 수 있도록 처리해줬죠.” 그는 이처럼 <커피베이>를 통해 맛은 인연이 소중하다.

‘저지먼트 데이’ 등 톡톡 트는 마케팅으로 승부

김 점주는 온라인 광고기획자, 레고 크리에이터라는 직업을 가진 사람답게 톡톡 트는 운영으로 오픈 3개월만에 많은 단골을 확보했다. “오픈하고 며칠 뒤가 화이트데이였어요. 그래서 사탕을 명함과 함께 포장해서 인근을 돌아다니며 일일이 나눠줬어요.” 뿐만 아니라 얼마 전에는 ‘저지먼트 데이’를 정해 일요일에 ‘저지’를 입고 오면 커피를 할인해주는 행사를 진행해 젊은 고객들에게 큰 호응을 얻었다. 그는 이런 이벤트를 통해 사람들로 하여금 ‘다음에는 무슨 이벤트를 할까?’라고 궁금증을 유발시킨다.

그는 커피 마니아답게 최상의 커피 맛을 내는 데도 심혈을 기울인다. 자신과 고객의 입맛을 모두 충족시키기 위해 그라인딩에서부터 추출시 물 떨어지는 속도까지 단 하나의 과정도 허투루 하지 않는 것. 점차 <커피베이>가 추구하는 맛을 찾아가고 있는 것 같다”고 말하는 그는 “아메리카노 한 잔에 2500원으로 저렴하지만 맛과 서비스는 해외 커피 브랜드 수준을 뛰어넘는 점포를 만들고 싶다”고 당찬 포부를 밝힌다. 이에 더해 가능하다면 위층까지 확장해 전문보육 사가 있는 키즈카페를 만들고 싶다. 그래서 일하는 부모들이 안심하고 아이를 맡길 수 있는 공간을 만들고 싶다며 아이를 가진 아빠다운 계획도 전한다.

한·일프랜차이즈협회 교류단 간담회 프랜차이즈 정보교류와 해외진출 교두보

(사)한국프랜차이즈산업협회 글로벌위원회는 최근 한·일간 프랜차이즈산업을 통한 민간 교류를 위해 한·일프랜차이즈협회 CEO교류단과 함께 일본프랜차이즈 사무국을 방문했다. 이날 열린 간담회는 각국의 프랜차이즈 시장의 현황과 현안 등을 짚어보고, 프랜차이즈산업의 공동발전과 상호 협력 관계를 구축하는 의미있는 자리로 마련됐다. 아울러 교류단은 '도쿄 프랜차이즈' 박람회에도 참석해 일본의 프랜차이즈산업의 트렌드와 비즈니스 정보를 교환했다. 각 기업들은 글로벌 프랜차이즈 기업을 방문해 성공적인 해외진출 해법과 함께 기업간의 정보 교류의 시간을 가졌다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 글로벌위원회는 조동민 회장을 비롯, 20여개 국내 기맹본부 CEO들과 함께 일본프랜차이즈협회를 방문했다.

양국 협회의 민간교류 활성화 신호탄

'K-프랜차이즈'가 민간 외교를 펼치며 해외진출에 박차를 가하고 있다. (사)한국프랜차이즈산업협회는 한·일간 프랜차이즈 사업을 통한 민간교류를 촉진하고, 양국의 공동 발전 및 상호 협력 관계를 구축하기 위해 한·일프랜차이즈협회 CEO교류단을 구성했다. 지난 3월 5일부터 7일까지 일본 도쿄에서 이뤄진 이번 교류 간담회는 (사)한국프랜차이즈산업협회 글로벌위원회 박기영 위원장(주)집월드 대표)을 단장으로 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장과 20여개 국내 기맹본부 CEO들이 참석했으며, 일본프랜차이즈협회 아마모토 요시마사 회장을 비롯해 10여개 일본 기맹본부 CEO 간 교류할 수 있는 뜻 깊은 자리를 가졌다. 양국의 협회장은 인사말을 통해 각 국가의 내수시장 침체를 돌파할 수 있는 방법은 글로벌 프랜차이즈업계의 중흥이라고 입을 모았다. (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 "프랜차이즈산업은 한국에서도 일자리 창출과 부가가치가 높은 산업으로 현 정부의 창조경제에 부합하고 있다"며 국내 프랜차이즈산업은 정부의 관심과 지원을 받고 있지만 아직은 미흡한 실정이라고 말했다. 따라서 이번 민간 교류를 통해 정책적 지원에 대한 선진 방안들을 모색하고 긴밀한 경제 협력이 이뤄져 대한민국 프랜차이즈산업이 국내 경제 활성화의 견인 차가 될 것으로 기대한다고 밝혔다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 글로벌위원회는 박람회 참석과 함께 교류단 간담회는 물론 일본 유수의 프랜차이즈 기업을 들려왔다.

일본 프랜차이즈산업의 현주소

일본프랜차이즈협회는 1972년도에 창립해 430여개 가맹본부를 회원사로 둔 일본 프랜차이즈산업의 대표기관이다. 일본프랜차이즈협회에 따르면 일본 프랜차이즈는 2013년 말 기준 50여개의 프랜차이즈 브랜드가 해외 진출을 통해 세계 곳곳에서 두각을 나타내고 있다고 밝혔다. 아마모토 요시마사 회장은 "일본은 일반 자영업자보다 프랜차이즈 가맹점의 성공률이 월등히 높고, 이런 순기능 때문에 프랜차이즈 가맹점이 지속적으로 증가하고 있다"고 설명했다. 일본의 프랜차이즈산업은 국가적으로도 자국의 프랜차이즈를 육성시키기 위한 체계적인 지원을 받고 있다. 일본 협회 관계자는 일본 프랜차이즈산업의 현황에 대해 "프랜차이즈 시장은 매출이 22조 2287억엔, 체인 수가 281체인, 총 점포 수가 24만 5223개"라며 프랜차이즈산업을 세 가지 업종으로 나누어 관리하고 있다고 설명했다. 여기에는 소매업과 외식업, 그리고 서비스업으로 나뉘고, 특별히 소매업 분야에 CVS(편의점)가 포함돼 있다. 현재 (사)한국프랜차이즈산업협회에 편의점이 포함되지 않은 것과 다른 점이다.

한국 프랜차이즈산업의 동향

2부에서 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 국내 프랜차이즈산업의 전반적인 현황에 대해 설명하며 협회가 가진 최고의 역량을 발휘해 여러 난관을 해결하고 있다고 덧붙였다. "한국 프랜차이즈 산업구도에 대해 설왕설래하는데 프랜차이즈산업을 보면 '정보공개서 등록제도'라는 것이 있다. 브랜드 수가 2013년 기준으로 3700개 정도인데, 이는 일본보다 더 많은 숫자"라며 일본보다 브랜드 숫자가 월등히 많은 이유를 덧붙였다. 한국에서는 프랜차이즈(가맹점)사업을 하든 안하든 정보공개서를 만드는 경향이 있다. 가맹점이 하나도 없더라도 정보공개서를 만들기 때문이다. 현재 한국프랜차이즈산업협회에서는 주로 가맹점 수 20개 이상을 보유한 기업들 위주로 관리하고 있으며 그 수는 1200개 정도다. 한편 한국에서는 CVS, 즉 편의점은 별도의 협회가 따로 있다고 설명했다.





프랜차이즈산업의 난관 극복 의지 드러내

2012년 한국에서는 대통령 선거가 있었다. 선거철마다 포퓰리즘 공약은 늘 있어 왔지만, 최근 불거진 대기업과 하청업체 간의 갑을 논쟁이 같이 맞물려 여러 규제들이 생겨나게 됐다. 이에 조동민 회장은 “프랜차이즈산업은 본부나 가맹점 어느 하나만 잘 된다고 해서 성공할 수 있는 산업군이 아니다. 반드시 본부도 잘돼야 하고 가맹점도 잘돼야만 살아남을 수 있다”며 프랜차이즈 본부들이 맞고 있는 상황에 대해서도 언급했다. 최근 한국 정치권에서는 골목상권이라든지 소상공인들의 표를 의식해 여러가지 무차별적 규제를 논의하기 시작했고, 성급하게 만들어진 법안들은 선량한 프랜차이즈본부에게 피해를 끼칠 수 있다는 우려가 불거졌다. 이런 비대칭적인 가맹법 개정에 협회가 어떻게 대응했는지도 설명했다. 분명 본부의 지위를 이용해 가맹점주들에게 심각한 피해를 끼친 사례가 있었다. 협회 입장에서도 그 부분을 충분히 인정하고 과오를 돌이키지 않도록 노력하고 있다. 이를 균절하기 위해서는 규제가 반드시 필요하다. 그는 “천편일률적인 기준을 적용하면 안된다. 예를 들어 동반성장위원회에서 정한 외식업계의 대기업분류 기준은 다른 산업군의 기준에 비해 더 엄격한 면이 많다”며 지난해 1월부터 5월까지의 협회차원의 대응을 통한 개선사례들을 덧붙여 설명했다.



한·일프랜차이즈협회 교류단은 이번 간담회를 통해 양국의 프랜차이즈 정보 및 비즈니스 교류가 더욱 활발해지기를 기대했다.

한국 프랜차이즈 인재 육성

조동민 회장은 또 프랜차이즈 업계에 대한 세간의 관심들이 늘어나면서 언론과 학계 그리고 정부의 도움이 확대되고 있는 것을 설명했다. 정치권과 언론, 학계 등을 지속적으로 만나며 소통한 것이 주효했으며, 지금까지 프랜차이즈협회가 정부로부터 예산 지원을 받은 경우가 없지만 이번 예산지원을 통해 산적한 업무처리에 고삐를 당길 것이라는 설명이다. 이밖에도 앞으로 통계인프라 구축, 글로벌 진출 사업, 인재육성 등 시행중인 사업들에 대해 발표했다.

국내에는 아직 프랜차이즈 전문 대학이 없다. 프랜차이즈산업의 저변 확대를 위해서는 대학에서 경영학 전공자들이 프랜차이즈산업을 이해하고 프랜차이즈 시장으로 올 수 있는 인프라 구성이 시급하다. 이와 관련해 협회는 현재 대학과 연계해 프랜차이즈 MBA석사과정 4곳, 박사과정 2곳을 개설하는 것에 협력했음을 전달했다. 이에 일본 측은 “대학과 연계한 후임양성은 일본에서도 아직 시도하지 못한 좋은 시도”라며 협회의 다각적인 활동에 놀라움을 금치 못했다.



한·일프랜차이즈협회 교류단은 각국의 프랜차이즈 현황과 발전과정, 향후 비전에 대해 논의했다.

협회 간의 상호 발전 약속

“한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 협회에 배정된 예산의 75%는 해외 진출기업들을 위해 사용될 것”이라고 밝힌 뒤 해외진출 사업을 적극 도와 해외시장에서 선도할 수 있는 기업들이 많아질 것을 기대한다고 밝혔다. 일본 협회 측은 “일본의 프랜차이즈 비즈니스는 1972년부터 시작해 올해로 42년째를 맞고 있다. 오늘의 정보교류로 앞으로 다가올 양국의 비즈니스 교류가 더욱 활발해지길 바란다”고 회답했다. 이번 한·일 프랜차이즈협회 CEO교류단 방문은 양국간의 프랜차이즈 시장현황을 짚어보는 의미 있는 시간이 됐다. 아울러 협회 및 민간기업들 간의 교류로 인해 해외진출의 교두보 역할을 담당할 것으로 기대가 모아지고 있다.



150여개 업체 250여 브랜드 축제의 장 제31회 프랜차이즈산업박람회



지난 3월 20일부터 22일까지 3일간 제31회 프랜차이즈산업박람회가 서울 세텍(SETEC)에서 열렸다. (사)한국프랜차이즈산업협회가 주최·주관하고, 산업통상자원부와 농림축산식품부, 식품의약품안전처가 후원한 이번 박람회는 250여 브랜드가 총 출동해 풍성한 볼거리를 만들었다. 글 홍성완 기자 사진 박세웅 팀장, 김희경 기자

프랜차이즈 대표 박람회

제31회 프랜차이즈산업박람회는 어느때 보다도 최단기간에 360개 부스가 성황리에 매진되는 성과를 기록하며 그 기대감이 한층 증폭됐다. 총 3개관에서 250여개의 브랜드가 참가했다. 특히 이번 박람회는 국내 내수 시장의 침체와 프랜차이즈산업에 대한 각종 규제를 타파하기 위한 신규 프랜차이즈 브랜드의 참가율이 강세를 보였다. 그로 인해 창의적인 창업 트렌드를 한눈에 파악하는 것은 물론, 예비창업자들에게 신규 브랜드로 초기 시장 선점 효과를 누릴 수 있는 기회도 제공했다.

150여개 업체의 250여 브랜드가 참가한 이번 박람회의 개막식에서는 박람회 기간에 열리는 해외 투자 초청 상담회를 위해 한국을 방문한 10개국 36개 업체의 해외 바이어가 참여해 자리를 더욱 풍성하게 빛냈다. 또한 200여명의 각계 인사와 산업인들이 참석해 프랜차이즈산업박람회의 위용을 느낄 수 있는 자리가 됐다.



박람회 개막식에는 200여명의 각계 인사와 업계인들이 참석해 자리를 빛냈다. 조동민 회장을 비롯해 최재성 의원(민주당), 이현재 의원(새누리당), 홍의락 의원(민주당), 홍지만 의원(새누리당) 등의 축하 인사말이 이어졌다.(좌측으로부터)



“다양한 업종,
다양한 브랜드,
다양한 볼거리가 가득~”





“150여개 업체,
250여개 브랜드들과
예비창업인들의 풍성한 축제의 장~”



미니인터뷰

기시적인 성과 기대

(사)한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무국장

기준 박람회와 다르게 15개국 바이어들과 함께 이틀간 1:1 매칭 상담이 이뤄지는 자리다. 각 기업들의 비즈니스 파트너가 정해진 상태로 상담이 이뤄지고 3개 업체가 이미 MOU를 체결했다. 기시적인 성과가 기대된다.



해외 투자를 만들 수 있는 기회

(사)한국프랜차이즈협회 이해진 과장

이번 박람회에서 해외투자상담관을 운영함으로 많은 해외 투자를 만들 수 있는 기회가 되길 바란다. 이제 시작하는 단계로 전체적인 프랜차이즈 산업을 생각해서 법률적인 인프라구축도 함께 실행하고 있다. 프랜차이즈 산업의 해외진출로 한걸음 더 나아가는 기회가 되길 바란다.



“해외투자자
초청 상담회는
중소프랜차이즈
기업들에게
해외진출의 활로를
열어주는
좋은 기회가 됐다”



국내에서 해외바이어들과 만남

이번 박람회의 큰 특징은 해외 진출을 희망하는 국내 프랜차이즈를 위해 해외 바이어와 1:1 면담이 가능한 ‘해외 투자자 초청 상담회’가 함께 열렸다는 것이다. 세텍 창의관에서 20일 오후부터 21일 오전까지 열린 상담회에 많은 업체들이 참여했으며, 아시아권의 한류열풍으로 해외업체들의 관심도 잇달았다.

미국, 중국, 일본, 말레이시아 등 14개국 50여명의 해외 바이어와 함께 다각도의 투자 상담이 이뤄져 큰 호응을 이끌어냈다는 분석이다. 외국에 나가 많은 업체를 알아봐야 하는 어려움을 해외와 국내업체 간 커뮤니케이션이 가능하도록 했다는 것이 눈에 띠는 성과다. 또 4개의 MOU 체결식을 통해 직접적인 성과를 확인할 수 있는 기회도 마련됐다. 상담회의 한 관계자는 “포화상태에 이른 국내시장에서 이제는 해외로 눈을 돌릴 수밖에 없는 실정”이라며 이번 상담회의 필요성을 피력했다.

이와 관련해 (사)한국프랜차이즈산업협회의 조동민 회장은 “K-프랜차이즈가 전세계적 브랜드로 발돋움하는 성공의 장이 되길 기대한다”고 말했다.



세텍 미래관 2층 컨퍼런스룸에서는 ‘창조경제 성장동력 마스터프랜차이즈 양해각서 체결식’이 진행됐다. (위로부터 대대에프씨, 이지코파리에스, 태영F&B)

프랜차이즈 법률심포지엄

올해 프랜차이즈산업에서 가장 큰 이슈는 2월 14일부터 발효된 개정 가맹법이다. 프랜차이즈 업계에서는 아직 이 부분에 대한 이해가 부족하다는 판단이 주를 이룬다. 개정 가맹법의 주요 내용과 방향, 예상매출산정방식 등 제도변화에 따른 가맹본부의 대응전략에 관한 심도있는 법률심포지엄도 함께 열렸다. 21일에 열린 세텍 별관 컨벤션홀에서 1시부터 4시간동안 열린 이번 심포지엄을 통해 가맹본부가 대응할 방향에 대한 구체적인 방법도 함께 다뤄 의미가 깊었다. 한편 개막식에는 새누리당 이현재 의원과 민주당 최재성 의원 등 국회의원과 협회의 명예회장들의 축사가 이어져 프랜차이즈산업박람회의 위용과 정통성, 그리고 앞으로 더 많은 발전과 기대를 확인할 수 있는 자리가 됐다.

미니인터뷰

꾸준하게 박람회에 참석할 예정

(주)에프앤디파트너 조대성 주임

〈와라와라〉브랜드로 박람회에 참여한 건 오랜만이다. 이번 박람회에서 호응도가 상당히 높았고 성과가 있었다. 매달 창업설명회를 진행하며 계획하고 있는데 이번 박람회를 통해 홍보할 수 있는 자리가 됐다. 내실을 다지는 시간을 갖고 이제 본격적인 가맹사업을 펼쳐려 하고 있다. 다음 박람회 때는 지방에도 많은 홍보를 했으면 좋겠다.



독립부스를 많이 운영해 퀄리티가 더 높아지길

(주)디떼 에스프레소 최경현 본부장

박람회를 통해 많은 성과가 있었다. 예비창업자들은 창업초기가 힘든데 박람회를 통해 인간비와 임대료를 6개월간 50% 지원하는 등의 회사정책을 홍보할 수 있었다. 다음 박람회 때는 독립부스를 더 많이 늘려줬으면 하는 바람도 있다.

상담자들이 많이 늘었다

(주)대대FC 최진미 팀장

상담자들이 많이 늘어서 홍보와 함께 많은 성과가 있었다고 본다. 참관객들이 사식코너에 많이 참여해 줄이 늘어섰는데 대기 안내선을 만들지 않아 죄송한 마음이 들었다. 다음에는 보완하도록 하겠다.

박람회를 해외관광상품과 연계시켰으면

(주)레비스인터내셔널 고용석 전무이사

프랜차이즈 본사들의 제2브랜드가 많이 나온 것 같아 불거리가 많았다. 이번 박람회를 통해 큰 성과를 거뒀고 업종 전환 문의가 상당히 많았다. 다음 박람회 때는 부스가 더 많이 설치됐으면 좋겠고 해외에도 적극적으로 홍보해 하나의 관광상품으로 발전하면 좋겠다.

쓰레기를 줄일 수 있는 박람회가 되길

(주)치어스 김범석 이사

전에 비해 신규브랜드가 많이 나온 것 같다. 특히 스타마케팅이 많았던 것 같은데 박람회에 스타마케팅을 적극 활용하는 부분이 트렌드가 돼 가는 것 같다.

박람회를 통한 홍보효과가 크다고 본다. 한편으로 박람회에 참여하는 시식업체들이 쓰레기를 줄일 수 있는 방법에 대해 다같이 생각해 보면 좋겠다.

이탈리안 레스토랑 프랜차이즈로 꽃 피우다

이탈리아 요리는 전 세계적으로 가장 대중적인 음식 가운데 하나로서 그 인기만큼이나 창업시장에서의 전쟁도 치열하다. 그러나 이탈리안 레스토랑은 전문 조리인력이 필요하기 때문에 일반창업자들은 쉽게 접근하지 못했던 것이 현실이다. 모든 가맹점이 동일한 맛을 내는 것을 첫 손가락에 꼽는 프랜차이즈 업체 역시 이탈리안 레스토랑 사업분야에서는 지지부진 할 수밖에 없었다. 하지만 이탈리아 요리의 레시피가 평준화되면서 이탈리안 레스토랑 프랜차이즈 업체가 부쩍 늘어났다. 철저한 매뉴얼화 등으로 오너셰프가 될 수 있는 토대를 마련해 전문 셰프 의존도를 최소화 하거나 본사 차원에서 양성한 전문 셰프 파견시스템 등으로 일반 창업자들도 쉽게 접근할 수 있게 했다. 창업비용도 저가, 중·고가 등으로 전략을 달리하는 여러 브랜드가 생겨나 선택의 폭도 넓어지고 있다.



누구나 오너셰프가 되다

(주)꼬레뱅  ITALIAN FOOD & WINE BISTRO
BONAPPETIT

자동화 시스템으로 경영지원

수많은 이탈리안 레스토랑에서 와인을 취급하고 있지만 소믈리에를 고용하지 않는 곳이 많다. 이에 (주)꼬레뱅 조동천 대표는 유비쿼터스 기술을 접목한 와인인식기를 2011년 이후 오픈한 전 매장에 도입했다. “바코드만 대면 원산지부터 포도의 품종, 숙성방법, 빈티지 등을 알 수 있고 자신에게 맞는 취향의 와인, 그와 어울리는 음식 등을 한 눈에 알 수 있다. 이를 통해 최대 1/3가량 인건비 절약효과가 발생한다.”

‘고객 자동인식 시스템’은 보다 앞선 고객관리를 가능하게 도와준다. 더불어 실시간 와인 재고관리, 직원 근태관리, 와인, 주방, 홀서빙 등의 직원 실무교육 등도 프로그램화해 전반적인 레스토랑 운영 상황을 한눈에 파악할 수 있게 했다. 이탈리안 레스토랑은 주방장이 매우 중요한 업종 가운데 하나다. <보나베피>는 시행착오를 거친 끝에 누구나 기본교육만 이수하면 충분히 <보나베피>만의 맛을 재현할 수 있을 정도로 체계화시켰다.

와인과 함께한 새로운 도전

특히 <보나베피>에서만 맛볼 수 있는 전용와인이 마니아층 사이에서 인기다. 가격도 4~5만원대부터 준비된 총 10여종 가운데 ‘마리아 메를로’, ‘알케오 네로 달볼라’, ‘뽀르까 리제르바’, ‘아마이나 피노누아’ 등이 좋은 평가를 얻고 있다.

대기업 임원으로 일했던 조 대표는 퇴사 후 2년동안 와인 사업을 위한 전문 지식과 경험을 쌓기 위해 와인 아카데미를 다니고 프랑스, 이탈리아 등지를 방문해 현지 시장조사를 했다. 그리고 2005년 (주)꼬레뱅을 설립해 와인유통사업으로 업계에 진출하고 꼬레뱅 스위트, 꼬레뱅 드라이 와인을 개발하기에 이른다. 하지만 저장관리가 미숙했던 당시 어느 여름날 전기가 나간 줄 모르고 이를간 방치해 8000만원 규모의 와인이 끓어 전량 폐기하는 사건이 발생했다. 큰 타격이었지만 동시에 큰 공부가 됐다. 이내 유통의 리스크를 버리고 레스토랑으로 사업의 영역을 확장, 그렇게 <보나베피>가 탄생했다.



고급스런 분위기와 캐주얼 겸비

(주)일마지오F&B  IL MAZZIO
PASTA & PIZZA

고객을 향한 일편단심

2009년 3월 압구정에 문을 연 <일마지오>는 2010년 10월 프랜차이즈사업을 시작했다. 그 후 10개월만에 전국 5대 광역시에 13개, 2년만에 25개를 오픈하는 기염을 토했다. <일마지오>는 고객을 최우선으로 생각한다. 현재 메인이벤트로 자리잡은 피자 무한리필서비스도 원래는 한시적으로 시행한 고객 감사 이벤트였다. (주)일마지오F&B 정준희 대표는 “당시 고객들의 반응은 정말 폭발적이었다. 이에 화답하고 고객에게 한 발 더 다가서고자 하는 의미를 담았다”고 말한다.

고객에 대한 배려도 잊지 않았다. 정 대표는 빨간색, 흰색, 초록색으로 이루어진 이탈리아 국기모양의 박스를 제작해 각 테이블마다 비치했다. 자동차 신호에 빗대어 빨간색은 정지, 초록색은 계속이라는 의미로 해당 색상을 위로 향해 올려놓으면 직원이 알아서 서빙 해준다. 이로 인해 고객은 물론 직원 입장에서도 고객의 눈치를 살펴야 하는 수고를 덜었다.

헬퍼시스템, 초보창업자에 큰 호응

<일마지오>의 가장 큰 강점은 헬퍼시스템이다. 8명으로 구성된 전문 인력이 오픈 가맹점과 결원이 생긴 가맹점에 조리, 인력관리, 매장 운영 등을 지원하는 체계로, 초보창업자에게 큰 호응을 얻고 있다. 점포입지선정과 인테리어, 홍보마케팅 또한 적극 지원한다. 이탈리아 국기 색을 도입해 현지의 작은 카페테리아를 연상케 하는 인테리어는 고급스런 분위기와 캐주얼함을 겸비했다.

입지는 B급 상권에 2층 이상을 지향한다. 철저히 임대료를 낮춰 가맹점 주의 수익을 증대키 위한 조치다. 또한 1년에 두 번 전국 관리자와 매니저급 직원들을 대상으로 메뉴 콘테스트와 해외연수 겸 현지 레스토랑 투어를 하는 등 지속적인 투자를 아끼지 않는다. 가맹점 수의 증대를 위해 최근 일부매장에서 시험적으로 피자배달도 시작했다. “가맹점 수 보다는 본사의 내실이 탄탄해야 한다고 생각한다. 그동안은 내실을 다지는 기간이었다면 이제는 점차 가맹점 확장에 나설 계획이다.”



소자본 '고품격 창업'

(주)엔아이에프앤씨



점주가 곧 오너셰프

〈널리〉의 채혁 이사는 단골을 확보하기까지 베틸 수 있는 기반으로 '오너 셰프'가 되길 원한다고 밝힌다. 이 때문에 〈널리〉를 창업하기 위해선 최소 3개월 가량의 현장교육을 포함해 최대 6개월 정도 주방에서의 숙련이 요구된다. 이같이 까다로운 조건으로 인해 예비창업자 50%가 낙방하지만 끝내 벼텨낸 점주들은 안정적인 운영을 이어가고 있다. 〈널리〉는 도제방식을 고집한다. 즉, 점주 스스로가 점포에서 소스부터 피를 까지 직접 만들 어내야 한다는 뜻이다. 그래야 언제 발생할지 모르는 상황에 순발력 있는 대처가 가능하다는 것. 이를 위해 가맹사업을 시작한 2010년, 모든 레시피를 문서화했다. 반면 대체자가 없기 때문에 휴식을 취하기가 어렵다는 애로사항에 대한 대처방안도 마련했다. 'FC매니저 제도'가 그것이다. 〈널리〉 본사는 항상 대체인력을 두어 인력이 부족하거나 숙달되지 못한 점주, 급한 사정이 생겨 점포를 비워야 하는 점주들을 대신해준다.

희망을 찾아 함께 합니다

〈널리〉는 33~99m²(10~30평) 사이로 소규모 창업이 가능하다. 따라서 본인의 노력여하에 따라 소자본으로도 충분히 '고품격창업'을 할 수 있다. (주)엔아이에프앤씨 조우신 대표는 일본 신주쿠에서 외식업을 운영한 경험을 바탕으로 〈널리〉를 론칭했다. 조 대표는 창립 때부터 함께한 10명의 직원들을 위해 13개 직영점을 오픈했다. 대부분 주방출신이었던 그들은 그곳에서 매니지먼트, 컨설팅, 입지·상권분석, 영업 등의 능력을 키움으로써 사무직으로 전환했다.

조 대표는 본사의 수익보다 가맹점이 우선이다. 가맹점주 전용 온라인 쇼핑몰 역할을 하는 'NI센터'도 이같은 마음에서 탄생했다.

〈널리〉 가맹점주는 이벤트 배너 등을 배포받는 방식이 아니라 NI센터에서 원하는 것을 직접 보고 판단한 후 구매할 수 있도록 했다. 또 원하는 점주는 한정적으로 사업도 허용한다. '망하는 것이 두려워 만든 콘셉트'라고 당당히 밝히는 채 이사는 순수 외식프랜차이즈 업체로서 모든 오너셰프와 함께 더불어 일할 수 있기를 바란다.



프랜차이즈 월드 vol. 8

중·고가 전략으로 승부수

(주)해리코리아



25년의 노하우를 결집

〈카페파스타〉는 전문주방장이 필요하지 않다. 매니저급 인력만 구성하면 충분히 소화해낼 수 있을 만큼 메뉴가 간편하다. 김철윤 대표는 "피자는 사실 50~60대 중장년층도 충분히 만들 수 있을 만큼 쉽다. 그 외 메뉴들도 조리과정을 동영상으로 담아 언제든 보고 따라할 수 있게 해 부담감을 줄였다"며 노하우를 공개한다.

파스타는 9000~1만5000원대, 피자는 1만5000~2만원대로 중·고가 정책을 펴고 있다. "저가는 수요층이 한정돼 있어 대중적이라 볼 수 없다. 점주의 수익적인 측면에서도 원가의 압박에 부대김을 느낄 수밖에 없다. 또 질 낮은 분위기의 콘셉트는 장수할 수 없다. 이제는 가격대비 서비스와 품질에서 동시만족, 그 이상을 실현해야 한다."

〈카페파스타〉는 원목을 베이스로 한 편안한 분위기에 벽돌 등을 접목한 빈티지 느낌을 추가하고 세련미를 더해 여성고객은 물론 남녀노소 누구나 편안하게 즐기기에 충분하다.

장사명장 프로그램 이수 등 알찬 교육과정

〈카페파스타〉 가맹을 희망하는 예비창업자는 고된 교육일정을 감내해야 한다. 창업 전 장사명장 프로그램을 40시간 이수해야 하고 주방 실장은 9일 일정에 추가적으로 2주간 현장 교육을 이수해야 한다. 김 대표는 "우후죽순 가맹점을 늘릴 계획은 없다"며 다수의 점포보다 모든 점포의 안정화에 주력하고 있다. 아무리 좋은 아이템이라도 적합한 입지와 메뉴, 사람들이 다 맞아야 한다는 의미. 이를 위해 (주)해리코리아는 시험제도를 도입해 합격자에게만 가맹권 등을 부여할 방침이라고 밝혔다. 김 대표는 과다한 투자비용으로 회수가 불가능한 경우를 대비해 다방면으로 꼼꼼히 따져야 한다고 말한다.

최근 10년 사이 피자와 파스타를 선호하는 경향이 매우 높아졌고, 이는 더욱 커질 것이라는 전망이다. 김 대표는 (주)해리코리아를 당대 세계 10대 프랜차이즈 회사로 만들겠다는 포부를 밝히며 〈카페파스타〉가 그 일환으로서 한 축을 담당할 것이라는 자신감을 내비쳤다.



Tip. 1

나의 품격을 높여줄 이탈리아 와인 3選

어떤 음식에도 잘 어울리는 '플라네타 플룸바고'

시칠리아 와인의 위상을 일으켜 세운 와이너리 '플라네타'의 대표 와인으로 시칠리아 대표 토속품종인 '네로 디볼라' 단일품종으로 만들어졌다. '플룸바고'란 빈야드 주변의 숲속에서 피는 보라색 야생화의 이름에서 따왔다. 아란치오 호수 근처의 오래된 빈야드에서 생산되며 부드러운 탄닌과 절묘한 타이밍의 오크 숙성으로 만들어진 풍미가 예술적이다.



싱글 남성들의 비밀무기 '바바 로제타'

이탈리아 북서부 아스티 지역에서 생산되는 독특한 야생장미향을 지닌 '말바시아' 품종으로 만든 로제 와인이다. 일명 '사랑을 부르는 와인'으로 오래전부터 카톨릭의 성찬주로 사용된 바 있다. 바바 가문은 세계에서 손꼽히는 로제 스파클링의 명가로 4대에 걸친 그들만의 노하우로 알콜 도수를 낮추고 달콤한 맛은 더욱 높인 '로제타'를 생산하는데 성공했다.



편견의 벽을 허물어뜨린 '메디치 에르메테 콘체르토'

'메디치 에르메테'는 이탈리아의 음악, 패션, 자동차, 음식 등의 유명세를 떨치고 있는 에밀리아 로마냐 지역에 위치한 와이너리다. 4대에 걸친 110여년의 역사를 자랑하는 '람부르스코'의 대가라 할 수 있다. '메디치 에르메테 콘체르토'는 짙은 루비빛과 아름다운 핑크빛 거품이 매력적인 세미-스파클링 와인으로, 전 세계적으로 '람부르스코-크라'라는 비아냥을 듣던 '람부르스코' 품종을 당대 최고의 자리에 오르게 한 장본인이다.



Tip. 2

알고 먹으면 더욱 맛있는 '파스타'

우리나라에서 파스타 붐이 일기 시작한 데에는 지난 2010년 방영된 드라마의 영향이 크다. 그 이전엔 파스타의 면 종류 가운데 하나인 '스파게티'가 파스타의 대명사처럼 불렸고 메뉴 역시 '카르보나라' 또는 '토마토소스 스파게티' 정도가 일반적이었다. 파스타 요리 가운데 가장 기본이면서 대표적인 메뉴 '알리오 올리오'는 드라마의 특혜를 가장 많이 받았다.

파스타는 밀가루를 달걀에 반죽해 만든 식품인 동시에 이를 원료로 만들어진 요리의 총칭으로 쓰인다. 14세기 초 이탈리아 탐험가 마르코 폴로가 중국에서 이탈리아로 전했다는 설과 로마제국 때 남아도는 밀을 파스타로 만든 다음 건조시켜 저장했다는 기록이 있다. 파스타는 모양에 따라 '스파게티', '마카로니', '펜네', '팔리아렐레', '링귀네', '라자냐' 등 150여 가지가 넘는다. 파스타요리는 미트소스를 사용한 '볼로냐식'과 토마토소스를 사용한 '나폴리식', 계란 노른자와 베이컨, 파메르산 치즈를 사용한 '카르보나라', 올리브오일과 모시조개를 사용한 '봉골레', 마늘과 고추 그리고 올리브오일만으로 볶아낸 '알리오 올리오' 등이 있다. 또한 쌀과 각종 소스를 볶은 리조토 요리도 많은 사랑을 받고 있다.





맥스컨설팅
서민교 대표

맥스컨설팅 서민교대표(경영학 박사)는 프랜차이즈 컨설팅전문가로 현재 (사)한국프랜차이즈산업협회의 정책위원과 자문위원을 역임하고 있다. 프랜차이즈 본사의 시스템 구축에 필요한 실무를 종합적으로 컨설팅하며 프랜차이즈 업계에 필요한 인재 양성에도 주력하고 있다. 저서로는 「프랜차이즈 경영론」 「가맹점 창업을 위한 프랜차이즈 시스템 실무」 「글로벌 마케팅」 등이 있다.

프랜차이즈 시스템 구축에 따라 성패 좌우할 것

국내 프랜차이즈 기업은 프랜차이즈 사업의 성공 사례와 성장 잠재력을 경험하며, 프랜차이즈 사업을 꿈꾸는 사람이 늘고 있으나, 설부른 창업으로 1~2년 이내 휴·폐업이 속출함으로써, 영속할 수 있는 우수한 프랜차이즈기업 구축을 위한 체계적인 경영시스템 구축이 절실히 필요하다.

프랜차이즈 브랜드 지난해 480개 폐점

공정거래위원회 정보공개서에 등록돼 있는 브랜드 수는 3770개(본사 수 2678개)다. 하지만 지난 해에도 480여개의 브랜드가 폐점했다. 한 해에도 무수히 많은 브랜드가 생겨났지만 2차 고객인 소비자에게 외면을 받은 채 소리 소문 없이 사라진 셈이다.

지난 해 KB국민은행이 조사한 데이터에도 최근 10년간 창업한 자영업자 100명 중 75명이 휴·폐업을 했으며, 창업 3년 후에는 47%가 휴·폐업을 한 것으로 나타났다.

선진 프랜차이즈 시스템 경영을 이끌고 있는 일본의 프랜차이즈 산업과 비교할 경우 국내 프랜차이즈 가맹점 폐점의 이유를 단순한 경기 침체와 소비자 심리 위축으로 단정짓기에는 어폐가 있다. 일본 프랜차이즈 체인협회(2012년 기준)가 조사한 자료를 살펴보면, 1286개의 프랜차이즈 본사가 현존하고 있으며, 24만 5263개의 가맹점이 성업 중이다. 전체 산업 매출 규모 역시 22조 2287억엔에 달한다.

일본은 프랜차이즈 본사 체인 수 대비 가맹점수가 지속적으로 늘고 있는 반면, 국내 프랜차이즈의 경우 본사와 브랜드가 함께 생겨났다가 함께 지는 양상을 보인다.

이는 프랜차이즈 시스템 구축과 매뉴얼 정착화를 통해 안정적으로 가맹사업을 하고 있는 일본의 프랜차이즈 본사와 비교해 볼 때 국내 프랜차이즈 본사 시스템이 보다 체계적이고 과학적으로 재구축돼야 한다는 점을 입증하는 것이다.



프랜차이즈 가맹사업기간별 휴·폐업률

가맹사업기간	휴·폐업	생존	전체
1년 이하	42	50	92
	45.7%	54.3%	100%
2~3년	84	141	225
	37.3%	62.7%	100%
4~5년	35	103	138
	25%	74.6%	100%
6~8년	22	95	127
	18.8%	81.2%	100%
9~11년	11	45	56
	19.6%	80.4%	100%
12년 이상	12	125	139
	10.4%	89.9%	100%
전체	208	569	767
	27.1%	74.2%	100%

자료: 산업통상자원부, 종소유통업 발전을 위한 연구(2011)

사업기간 1년 이하 가맹본사 휴·폐업률 42% 즉, 초기 프랜차이즈 경영시스템을 잘 구축하지 못하면 사업 실패율이 그만큼 높아진다는 것을 알 수 있다. 프랜차이즈 사업 특성상 그 성장성과 성공 가능성이 아무리 높아도, 그 가능성을 현실화시키는 원천에 대해 배워야함을 숙지해야 할 것이다.

반드시 구축해야 하는 프랜차이즈 시스템

최근 공정거래위원회는 프랜차이즈기업의 예상 매출액 서면제공 및 정보공개서 제공 제도의 내실화를 통해 가맹본부의 허위 과장 정보제공이 감소함으로써 가맹점 사업자가 안심하고 창업할 수 있는 환경을 조성하는데 주력하고 있다. 또 점포환경 개선 비용분담 기준이 마련돼 기맹본부와 기맹점간 점포환경 개선에 따른 이익과 비용부담의 균형을 도모할 수 있게 되고, 가맹점의 인테리어 비용부담이 완화되는 효과가 예상되는 등 가맹사업법의 조기 정착과 가맹분야 불공정행위 근절을 위한 대규모 서면실태조사도 올해 안에 시행 될 것으로 보인다. 이에 프랜차이즈기업은 가맹사업법 개정에 따라 자영기맹점과 프랜차이즈 기업의 역할과 책임을 철저히 지켜야 함은 물론, 가맹점 성공의 열쇠를 쥐고 있는 프랜차이즈 기업의 의무와 책임, 역할과 권한에 대한 길잡이가 필요할 것으로 기대된다.

예상매출 의무제공과 영업지역 설정 의무화와 같은 공정위 법제정의 경우엔 규제가 아니라 프랜차이즈 기업이라면 반드시 구축해야 하는 프랜차이즈 시스템인데 인식을 못하는 기업이 대다수다. 따라서 이런 고질적인 문제를 해결하고 영세한 가맹점 양산을 막기 위해서는 제대로 된 경영 시스템을 구축해야 할 것으로 보인다.



프랜차이즈산업연구원
장재남 원장

프랜차이즈산업연구원 장재남 원장은 경희대학교 경영학부 교수, 한국프랜차이즈학회 이사, 사)한국프랜차이즈산업협회 자문위원장을 역임하고 있다. 저서로는 「프랜차이즈 슈퍼바이징」, 「프랜차이즈 가맹본부 창업」 등이 있다. 또한 정부 및 민간기업 연구용역을 수행한 다수의 실적이 있다.



한국 프랜차이즈기업들이여! 나가자 세계로, 전파하자 한국문화

국내 프랜차이즈 기업의 경쟁이 치열해짐에 따라 해외로 눈을 돌리는 프랜차이즈 기업들의 행보가 활기를 띠고 있다. 프랜차이즈 본 고장에서 'MADE IN KOREA' 열풍이 거세지고 브랜드 경쟁력도 그 어느 때 보다 거세다. 이 가운데 국내 프랜차이즈 기업들은 해외에 진출하기 위한 철저한 준비와 그동안 국내에서 축적한 역량을 세계적 수준에 맞도록 자체 정비를 해나가야 할 것이다.



K-Franchise의 선두주자 K-Food

한국 프랜차이즈기업들은 요즘 국내에서 기를 제대로 푸지 못하고 있다. 골목상권을 침해한다는 인식이 팽배해 있고, 올 2월부터 개정기방법 시행으로 본연의 사업인 시장개척은 뒷전이고 법 규정에 따르기 위한 행정업무로 힘들어하고 있다. 이런 가운데 해외로 눈을 돌린 기업들의 진출 소식이 매일 들려온다. 한식, 베이커리, 커피, 치킨 브랜드들이 프랜차이즈 본고장에서 'MADE IN KOREA'를 알리고 있기 때문이다.

대한민국의 핸드폰이 전 세계인들의 대표적인 소통수단으로 확산되고, 우리의 자동차가 세계 곳곳의 길거리를 누비며, 우리의 음악과 춤이 세계인의 마음을 사로잡는가 하면 K-Franchise의 선두주자인 K-Food가 현지인의 입맛을 사로잡기 시작했다.

역량 갖춰 글로벌 시장 노크할 것

이제 우리 프랜차이즈 중소기업도 지금까지 축적된 역량과 능력을 세계적 수준에 맞도록 자체 정비를 통해서 글로벌 시장을 노크해야 할 시점에 와 있다. 동남아시아의 하브국가로 성장하고 있는 말레이시아는 원자재 수출 및 공산품 수출국가에서 고소득 국가로 탈바꿈하기 위해서 국가 프랜차이즈 발전 청사진을 발표하고 프랜차이즈산업 발전을 위한 각종 진흥책을 쓰고 있다. 그 주된 내용으로 2020년까지 프랜차이즈산업을 GDP의 9.4%까지 달성한다는 계획을 발표했다.

새로운 고용창출의 기회, 고용유발산업

이제 우리 K-Franchise가 본격적으로 수출대열에 가세한다면, 2020년 대한민국 수출목표인 2조 달러 시대를 여는 커다란 기폭제가 될 것으로 기대한다. 일반적으로 제품의 수출로 인한 생산과 고용에 미치는 낙수효과와 고용창출력은 계속 떨어지는 추세이나, K-Franchise는 국내의 경우 한개 기맹점이 새로 생기면 4~5명의 신규 고용이 창출되는 고용효과가 높은 산업으로서, 새로운 고용창출의 기회로 활용할 수 있는 고용유발산업인 것이다. 특히, 청년실업 문제로 유동인력이 적절히 활용되지 못하고 있는 대한민국으로서는 강력한 프랜차이즈산업 지원정책을 등에 업고 K-Franchise를 통해서 국가 창조경제와 프랜차이즈산업의 획기적인 발전을 동시에 실현할 수 있기를 간절히 기대한다.



세무법인 석성
조용근 회장

세무법인 석성의 조용근 회장은 기획재정부 세제발전 심의위원, 법제처 국민법제관, 서울고등·검찰청 항고심사위원 등으로 활동하고 있다. 국세청 개청과 함께 9급부터 시작한 그는 36년간 공직생활을 하며 대전지방 국세청장까지 역임했다. 또한 2011년까지 4년간 조세전문가 단체인 한국세무사회 회장을 맡았다.



“매출이나 지출비용에 대해서는 반드시 증빙을 갖춰야”

증빙서류는 다른 사람이 알아서 쟁겨줄 수 없으므로 사업자 자신이 쟁겨야 한다. 증빙서류를 갖춰놓지 않으면 실제 지출된 비용도 세법상 비용으로 인정받지 못해 기장을 하지 않은 경우보다 더 많은 세금을 낼 수도 있다. 장부는 경리직원이나 세무대리인에게 맡겨도 되지만, 증빙서류는 다른 사람이 알아서 쟁겨줄 수 없으므로 사업자 자신이 그때 그때 쟁겨야 한다.



Q. 강원도 평창에서 펜션업을 하는 A씨는 이번에 관할 세무서로부터 부가가치세 경정조사를 받았다. 이 과정에서 펜션 예약계좌에 입금된 금액과 실제 신고한 매출액과의 차이가 발생한 금액에 대해서는 매출누락으로 간주하겠다고 한다. 그러나 사실 확인 결과 이 차이금액은 예약 취소자에게 현금으로 환불한 금액이 대부분이다. 이 경우 매출을 신고 누락한 사실이 아님을 어떻게 입증할까 고민이다.

A. 매출누락이나 가공경비 없이 성실하게 신고한 사업자이거나 아니면 매출액을 줄여 신고함으로써 세금을 누락한 사업자이거나 세무서로부터 안내문이 나오거나 조사가 나올 경우에는 무조건 겁이 날 경우가 있다. 사실 성실하게 신고한 사업자의 경우 무슨 문제가 있겠는가 싶지만 가끔은 사전에 갖춰야 할 증빙을 갖추지 못해 낭패를 보는 경우가 많다. 상기 A씨의 경우도 마찬가지다. 만약 A씨가 사업용 계좌에 입금된 예약금액을 현금으로 인출하여 아무런 증빙 없이 그냥 예약 취소자에게 현금으로 돌려줬을 경우, 실제 속박이 이뤄지지 않았으므로 입금된 금액은 매출과 관련 없는 금액인데도 단순히 통장에 입금된 사실만으로 매출 누락 혐의를 받는 것은 매우 억울하다.

물론 예약 취소자에 대한 인적사항을 기록했다면 한명, 한명에게 실제 취소된 사실을 확인할 수도 있으나 상세한 인적사항이나 연락처가 없다면 낭패일 수밖에 없다.

따라서 이런 경우는 반드시 예약 취소자에 대한 현금 환불시 환불금에 대한 영수증을 구비할 필요가 있다. 조금은 귀찮더라도 환불이 이루어질 때마다 환불영수증을 갖춰 놓았다면 이번과 같은 경우는 쉽게 소명이 가능하였을 것이다.

소득세 측면에서 영수증 등 증빙을 구비하는 것은 더욱 중요하다. 사실 소득세를 신고하는 경우에는 실제소득을 정확히 계산하기 위해서 영수증 등 증빙자료에 의해 거래사실을 장부에 기록해야 하고 장부에 기록된 내용에 의거 실제 소득을 계산하여 소득세를 신고하는데 이 경우 장부에 기록된 내용이 사실인지 아닌지는 증빙서류에 의거 판단한다.

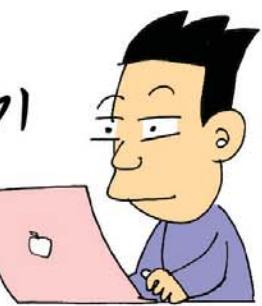
따라서 증빙서류를 갖춰놓지 않으면 실제 지출된 비용도 세법상 비용으로 인정받지 못해 기장을 하지 않은 경우보다 더 많은 세금을 낼 수도 있다. 장부는 경리직원이나 세무대리인에게 맡겨도 되지만, 증빙서류는 다른 사람이 알아서 쟁겨줄 수 없으므로 사업자 자신이 그때그때 쟁겨야 한다.

증빙서류를 제때 쟁겨놓지 않고 나중에 지출금액에 맞추기 위하여 허위의 증빙서류를 만들어 놓는다거나 금액을 부풀려놓으면 실제 지출내용과 맞지 않으므로 이 또한 비용으로 인정받지 못한다. 따라서 증빙서류는 비용이 지출될 때마다 쟁겨놓는 것이 좋다.

아울러 사업자가 사업과 관련해 다른 사업자로부터 재화 또는 용역을 제공받고 그 대가를 지급하는 경우에는 반드시 세금 계산서나 계산서 또는 신용카드매출전표 등 정규 영수증을 받아야 한다. 특히 일정규모 이상의 사업자가 정규영수증을 수취하지 않는 경우에는 증빙불비에 대한 가산세를 부과 받을 수도 있다.

증빙서류는 신고기간 종료일부터 부과저척기간을 감안해 최소한 5년간은 보관해야 함을 유의하자.

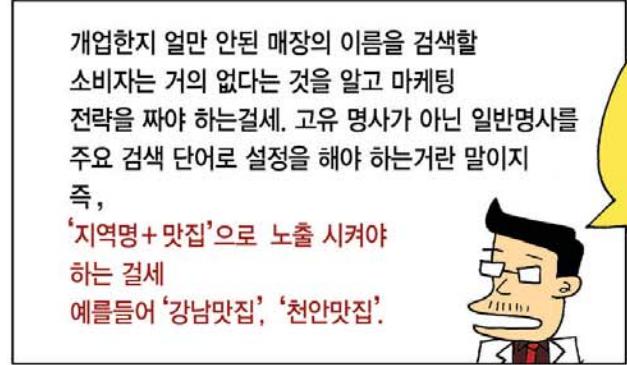
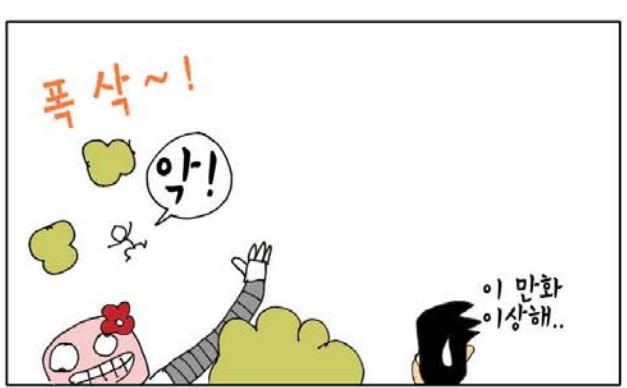
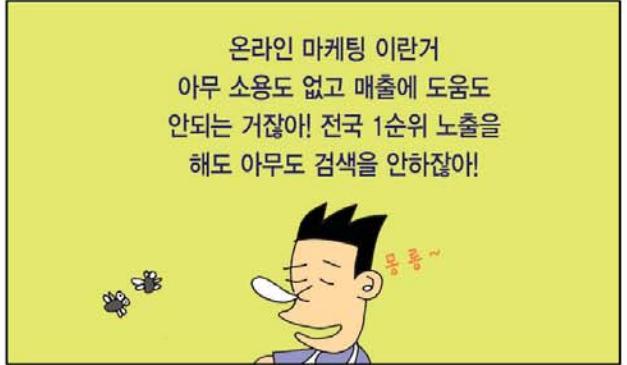
달용이의 좌충우돌 마케팅 이야기



글.그림 강기우 (에프씨랜드 대표이사)



(주)에프씨랜드 강기우 대표는 와식 및 프랜차이즈 사업의 온라인 마케팅 전문가다. 다년간 프랜차이즈 현장 경험과 함께 온라인 뿐만 아니라 오프라인과 연계한 매체 믹스전략을 펴 브랜드 론칭과 가맹점 확대에 지대한 영향력을 미치고 있다. (주)에프씨랜드는 온라인 마케팅과 같은 특정 분야 외에도 홈페이지 제작, 온라인 홍보 및 마케팅 전략 서비스를 해오고 있다.



<다음 호에 계속>

“나눔으로 즐거움을 함께해요”

3월, ‘사회봉사단’ 다니엘복지원을 가다



(사)한국프랜차이즈산업협회 사회봉사단은 지난 3월 11일 서울 서초구에 위치한 다니엘복지원을 방문했다. 매월 자원봉사활동을 통해 나눔을 실천하는 회원들과 그 안에서 마음의 치유를 얻는 이들의 모습을 담아봤다.

당연히 해야 하는 일이라며 한사코 손사래를 치며 묵묵히 아이들에게 제공할 음식을 정성껏 준비하는 (사)한국프랜차이즈산업협회 사회봉사단 회원들의 모습 속에서 즐거움과 행복감이 물씬 느껴졌다. 사회봉사단은 매월 자원봉사활동을 펴고 있으며, 이번에는 다니엘복지원을 방문했다.

다니엘복지원은 지적장애(IQ70이하)를 가진 경증장애인 100명(남자)이 생활하는 시설로 1955년에 설립돼 현재까지 운영되고 있다. 복지원은 이들을 보호하는 역할 뿐만 아니라 상담, 교육, 의료, 심리, 사회, 직업재활을 통해 자립심을 키워 사회구성원으로서의 삶을 살아갈 수 있도록 하는 목적을 갖고 운영되는 곳이다. 인사성 바르고 해맑게 웃는 순수한 그들을 향해 웃음으로 마주하며 봉사하는 협회원들과 직원들의 모습은 그 어떤 아름다운 풍경보다 값진 모습이었다.

다니엘복지원의 이아미 원장은 “후원해주시는 분들 덕분에 복지원을 운영 할 수 있다. 요즘 경기가 어려운데도 불구하고 항상 도와주셔서 감사하다”며 “소중한 시간을 내서 온다는 것이 쉽지 않은데 우리 친구들을 사랑하는 마음이 없다면 불가능할 것이다”라는 말로 고마움을 전했다.



프랜차이즈 월드 vol. 8



MINI INTERVIEW

“우리가 더욱 힐링되는 시간”

김익수 (사)한국프랜차이즈산업협회 봉사위원회 위원장

“협회는 지난해부터 봉사활동을 하고 있으며, 올해는 더 많은 봉사 활동을 다니려고 한다. 그저 보여주는 것이 아닌 시간이 지날수록 우리들 스스로가 마음이 따뜻해진다. 봉사활동을 통해 오히려 우리가 힐링되는 느낌을 받는다. 협회 사회봉사단 뿐만 아니라 회원사가 아니라도 많은 업체들이 이런 시간들을 가졌으면 좋겠다.”



김익수 봉사위원회 위원장
(주)채선당 대표

“함께 나누는 기쁨 자주 갖길”

임현민 (주)압구정에프앤에스 경영기획본부장

“오랜기간 치킨사업을 해온 (주)압구정에프앤에스 회장은 사회에 환원하려는 의지가 강하다. 봉사활동을 할 기회가 없었는데 이렇게 자리를 만들어줘서 고마운 마음이 든다. 기회가 되는대로 봉사활동에 참여하고 모두가 함께 나누는 기쁨을 자주 누렸으면 좋겠다.”



임현민 본부장

“회원사 간 하나된 마음 확인해”

김동규 (주)좋은나라 대표

“지난해 초부터 협회 봉사활동에 참여하고 있다. 우연한 기회로 자원봉사 활동에 참여하게 됐는데, 보람되고 아이들과 함께 시간을 보내는 것이 좋다. 이런 기회를 많이 마련하려는 협회와 참여하려는 회원사들 간의 하나된 마음이 서로를 생각할 수 있는 기회가 되는 것 같아 또 다른 의미가 있다고 생각한다.”



김동규 대표

▣ 후원내역

- 현금 지원(채선당 지원) – 현금 50만원 지원 및 현장 봉사
- 떡 및 만두 서비스(떡담 지원) – 떡과 만두 150인분 지원
- 죽 서비스(본아이에프 지원) – 죽 100인분 지원
- 치킨 서비스(압구정에프엔에스 지원) – 치킨 150인분 지원
- 빵 및 우유 서비스(파리바게뜨 지원) – 각 100개 지원
- 각종 휴지류 기부(좋은나라) – 50만원 상당
- 피자 지원(돈까스클럽) – 피자 20판 지원
- 피자 지원(뽕뜨락피자) – 피자 30판 지원
- 다과 서비스(협회 지원) – 150명 다과 및 음료 지원

▣ 참석자

- 김익수 사회봉사위원회 위원장 외 사회봉사단 20여명 참여
- 아동보육시설 120여명 및 관계자



이아미 원장



날마다 자라는 나무, 웃음꽃 피다

4월, '파주보육원' 봉사현장을 가다

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 4월 8일 파주에 위치한 파주보육원을 찾았다. 누구보다 큰 사랑을 받으며 아름다운 열매를 맺기 위해 자라나는 어린 나무들을 만난 그들의 모습을 담아 봤다.

파주 법원읍에 위치한 파주보육원은 개천다리가 입구역할을 하고 있다. 졸졸 흐르는 물소리와 작은 산을 등지고 나무들과 어우러진 모습, 그리고 아이들의 밝은 웃음소리 가운데 평화롭게 일광욕을 즐기고 있는 고양이까지……. 평온해 보이는 이곳에 70여명의 아이들이 선생님들의 보살핌 속에 자라고 있다. (사)한국프랜차이즈산업협회는 이 아름다운 곳에 후원물품과 음식을 한아름 들고 방문해 아이들과 즐거운 시간을 가지고 끊임없는 웃음꽃을 피웠다.

파주보육원은 1958년에 기독교 정신을 바탕으로 설립됐으며, 나눔과 섬김, 성장의 핵심철학으로 아이들을 양육하고 가르치는 곳이다. 바로 이곳이 김익수 봉사위원장과 협회 가족들은 밝은 표정 속에 아이들을 만나 저녁시간에 맞춰 음식을 나눠주면서 훈훈함을 더했다.

대부분의 아이들은 신생아 시절부터 파주보육원 선생님들의 보살핌 속에서 자랐다고 한다. 보육원에서 아이들과 20년을 함께 한 전수진 사무국장은 “외곽 저소득층 밀집지역에 위치해 있어 걱정이 많았지만 비교적 많은 분들의 후원을 받아 늘 감사하게 생각하며 아이들에게 많은 부분을 해줄 수 있다”고 전했다.

파주보육원에는 정기적으로 300명 정도 봉사활동을 해오는 이들이 있지만, 1:1원칙에 따라 후원자들과 1:1로 포커스를 맞추고 교육을 진행하기 위해서는 더 많은 봉사자들의 후원이 필요하다. 협회의 회원사뿐만 아니라 프랜차이즈산업계의 더 많은 도움이 필요한 이유이기도 하다.

※ 오는 5월 17일(토)에도 봉사활동이 예정돼 있으니 회원사들의 많은 관심을 바랍니다

글 홍성완 기자 사진 박세웅 팀장, 김희경 기자



MINI INTERVIEW

호식이두마리치킨 박경우 서울사업본부장

상생경영의 가치를 사회 곳곳의 어려운 이웃에게 실천하고자 하는 마음으로 봉사활동에 참여하고 있다. 다같이 함께 갈 수 있도록 소외계층을 보듬고 이들에게 힘과 용기를 줄 수 있는 봉사활동에 회원사들과 함께 동참하게 돼 매우 기쁘게 생각한다. 앞으로도 더불어 살아가는 사회를 만드는 프랜차이즈 기업이 되도록 노력할 것이다.

- 후/원/사
- 식사 150인분
- 떡담–떡
- 본죽–죽
- 파리버게뜨–빵
- 돈까스클럽–식사제공
- 호식이두마리치킨–식사제공
- 채선당–금일봉
- 좋은나라–휴지류 50만원상당
- 크린토피아–세탁봉사
- 블루클럽–이발

I · N · V · I · T · A · T · I · O · N

2014년 한국프랜차이즈경영학회 세미나에 초대합니다!

한국프랜차이즈경영학회 회원과 임원 여러분!

학문과 산업의 지속적인 교류를 추진해온 프랜차이즈경영학회에서 프랜차이즈 산업 현장의 생생한 목소리를 듣고자 프랜차이즈 산업인 초청 특강을 개최합니다.

(사)한국프랜차이즈산업협회 이명훈 부회장님을 초대하였습니다.

프랜차이즈 산업 현장의 CEO로서 역동적으로 기업을 경영하고 있는 이명훈 부회장님의 이번 특강은 프랜차이즈 기업경영과 산업을 조망하는데 소중한 정보가 될 것입니다.

좋은 정보를 공유하고 학회원 간의 교류의 시간을 가질 수 있도록 꼭 참석하시어 자리를 빛내주시기 바랍니다.

(사)한국프랜차이즈경영학회
회장 이용기 배상

행 사	2014 한국프랜차이즈경영학회 세미나
일 시	2014년 4월 24일 (목요일) 저녁 7시~9시
장 소	세종대학교 충무관 B1층 강의실
주 제	프랜차이즈 산업과 현대인의 직업관
강 사	이명훈 (사)한국프랜차이즈산업협회 상임부회장, (주)오니규 회장
주최	(사)한국프랜차이즈경영학회 / 세종대학교 경영전문대학원 FCMBA
후원	(사)한국프랜차이즈산업협회

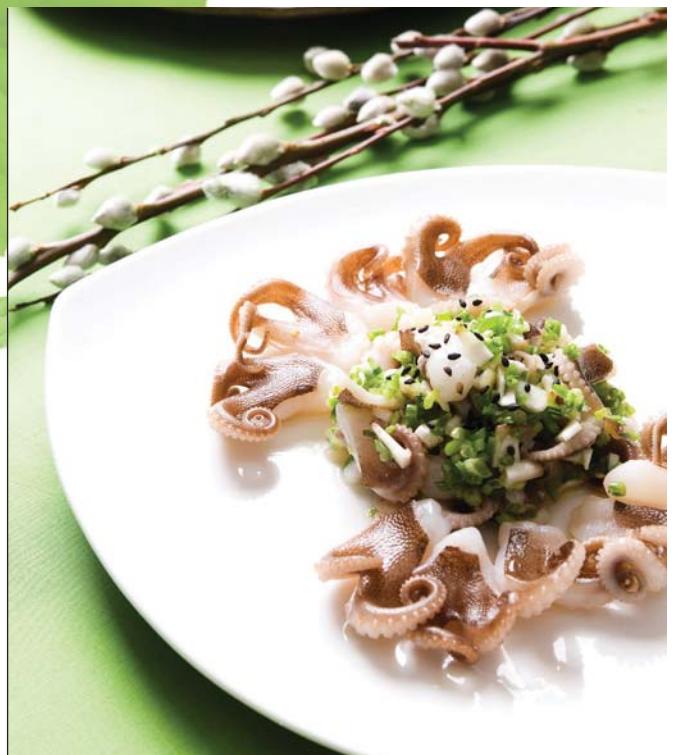
KSFM (사)한국프랜차이즈경영학회
The Korean Society for Franchise Management

KFA 社團 한국프랜차이즈산업협회
法人 Korea Franchise Association

봄, 당신에게 주고 싶은 세 가지 메뉴 이야기

‘주꾸미’, ‘바지락’, ‘멍게’

나른한 봄, 사라진 입맛을 되찾기 위해 자연스레 봄나물을 찾는다. 하지만 봄나물로도 원가 채워지지 않는다면, 올 봄에는 제철 해산물은 어떨까? 맛뿐만 아니라 영양까지 풍부한 ‘주꾸미’, ‘바지락’, ‘멍게’가 그 역할을 대신할 것이다. 좋은 식재료를 어떻게 조리하느냐에 따라 그 음식의 영양과 맛이 좌우되는데, 지금부터 이 세 가지 재료를 특별한 조리법으로 재탄생시켜 보자! 상상한 해산물로 재탄생 된 세 가지 요리에서 나른한 입맛도 살리고 점포 메뉴개발에 필요한 아이디어도 내보자.



주꾸미 본연의 맛을 뽑내다

주꾸미 카르파초

주꾸미는 3~5월의 산란기를 앞두고 알이 가득 차고 맛이 좋아 ‘봄 주꾸미’로 최고의 대접을 받는다. 맛도 좋고, 칼로리가 낮으며 우리 몸에 꼭 필요한 필수 아미노산이 풍부해 인기가 높다. 특히 불포화 지방산과 DHA를 함유하고 있으며, 간장의 해독기능 강화, 혈중 콜레스테롤치 감소 등에도 좋은 것으로 알려져 있다.

주꾸미 요리는 막걸리, 소주, 맥주 등 주종을 가릴 것 없이 모두 잘 어울린다. 특히나 <주꾸미 카르파초>는 주꾸미 본연의 맛을 가장 많이 살리면서 퓨전으로 만들어져 와인과 곁들이기에도 안성맞춤이다.

○ 재료

주꾸미 5마리, 표고버섯 3개, 청고추 2개, 홍고추 1개, 쪽파 3뿌리, 미나리 5뿌리, 검정깨 약간

소스 : 오렌지주스 150ml, 포도씨오일, 식초 1/2컵, 설탕 2큰술, 소금 약간, 통깨 1큰술, 레몬즙 2큰술.

○ 만드는 법

1. 주꾸미는 손질해 데쳐낸 후 다리, 몸통, 머리를 먹기 좋게 잘라준다.
2. 쪽파와 미나리, 표고버섯은 송송 썰어주고 청고추와 홍고추는 다져준다.
3. 소스 재료는 분량대로 잘 섞어 준비해 둔다.
4. 블에 2의 손질해 놓은 재료를 담고 준비해 놓은 소스를 넣어 잘 섞어준다.
5. 접시에 다리를 돌려 담고, 몸통, 머리, 표고버섯을 소스에 버무려준 후 접시 가운데에 담아주고 위에 검정깨를 뿌려내면 완성이다.



바지락, 일본을 품다

바지락 오코노미야키

필수 아미노산이 풍부한 건강재료인 바지락은 4월부터 산란기에 접어드는 6월까지 가장 맛이 좋다. 필수 아미노산은 체내에서 자연 생성되는 물질이 아니기 때문에 음식을 통해 섭취해야 한다. 특히 바지락에는 노약자, 임산부, 어린이 등에게 꼭 필요한 철분과 아연이 풍부하다. 바지락을 작은 조각으로만 봐왔다면 큰 오산이다. 그 작은 알맹이에 엄청난 영양소들이 들어 있기 때문이다. 이 바지락이 오코노미야키와 만나 상상 그 이상의 맛을 품게 된다. <바지락 오코노미야키>로 일본의 맛과 영양 두 마리 토끼를 다 잡아보는 게 어떨까?

○ 재료

양배추 1/6통, 파프리카, 양파 1개, 마요네즈, 당근 1/7개, 데리야끼소스, 실파 2~3뿌리, 가쯔오부시, 바지락 1봉지, 베이컨 1줄, 부침가루 1컵, 계란 1개

○ 만드는 법

1. 물 100cc에 계란 한 개와 부침가루 1컵을 넣고 잘 저어준 뒤 소금, 후추 간을 한다.
2. 양배추, 양파, 당근, 피망을 채 썰어 반죽에 섞어준다.
3. 실파는 송송 썰고, 베이컨도 0.5cm정도 너비로 썰어 준비한다.
4. 3에 바지락과 밀가루, 아채, 계란을 섞어 반죽을 만들어 팬에서 굽는다.
5. 4에 실파와 마요네즈, 데리야끼소스, 가쯔오부시를 올린다.



봄내음, 바다 향을 만나다

멍게무쌈말이

멍게는 ‘우렁쉥이’라고 불리며, 지방질이 거의 없어 해삼, 해파리와 함께 3대 저칼로리 해산물로 꼽힌다. 멍게는 껍질 색이 붉고 단단한데, 속살은 오랜지색에 바다향이 난다. 멍게에는 노화를 방지하는 타우린과 숙취에 좋다고 알려진 신티올 성분이 함유돼 있으며 인슐린 분비 촉진으로 당뇨에 좋고 감기, 친식 및 기관지에 효과가 있다. 멍게는 싱싱한 것을 날로 먹는 것이 대부분이다. 아직 멍게를 이용한 요리가 다양하지 않기 때문이다. 새로운 멍게 요리를 만들어 다양한 맛을 즐겨보자! <멍게무쌈말이>는 무쌈과 야채 그리고 멍게가 더해져 남녀노소 모두의 입맛을 사로잡을 것이다.

○ 재료

멍게, 오이 1/4개, 당근 1/6개, 홍고추 1/2개, 사과 1/4개, 무쌈무, 물 3컵, 설탕 3큰술, 식초 5큰술, 소금 3/4큰술) 깻잎, 무순,

고추장들깨 소스 : 고추장, 유자청, 들깨가루, 호박가루, 칫잎티백 약간

유자청 소스 : 유자청, 칫잎티백, 식초, 설탕, 소금

○ 만드는 법

1. 무를 얇게 썰어 단총물에 담궈 하루정도 실온에 놓아둔다.
2. 멍게의 껍질과 내장을 제거한 뒤 길쭉하게 썰어서 준비해둔다.
3. 오이와 당근은 껍질을 벗기고 곱게 채 썰어 준비하고 홍고추는 물에 담가 씨를 제거해 멍게와 같은 길이로 채 썰어 준다.
4. 고추장들깨 소스와 유자청 소스에 들어가는 재료들을 모두 넣고 소스를 만든다.
5. 절인 무에 길쭉하게 썬 멍게와 손질한 야채, 사과, 무순을 넣고 돌돌 말아 뒤에 이쑤시개를 꽂아 소스와 곁들여 그릇에 담는다.

아! 바티칸 세상에서 가장 작은 나라



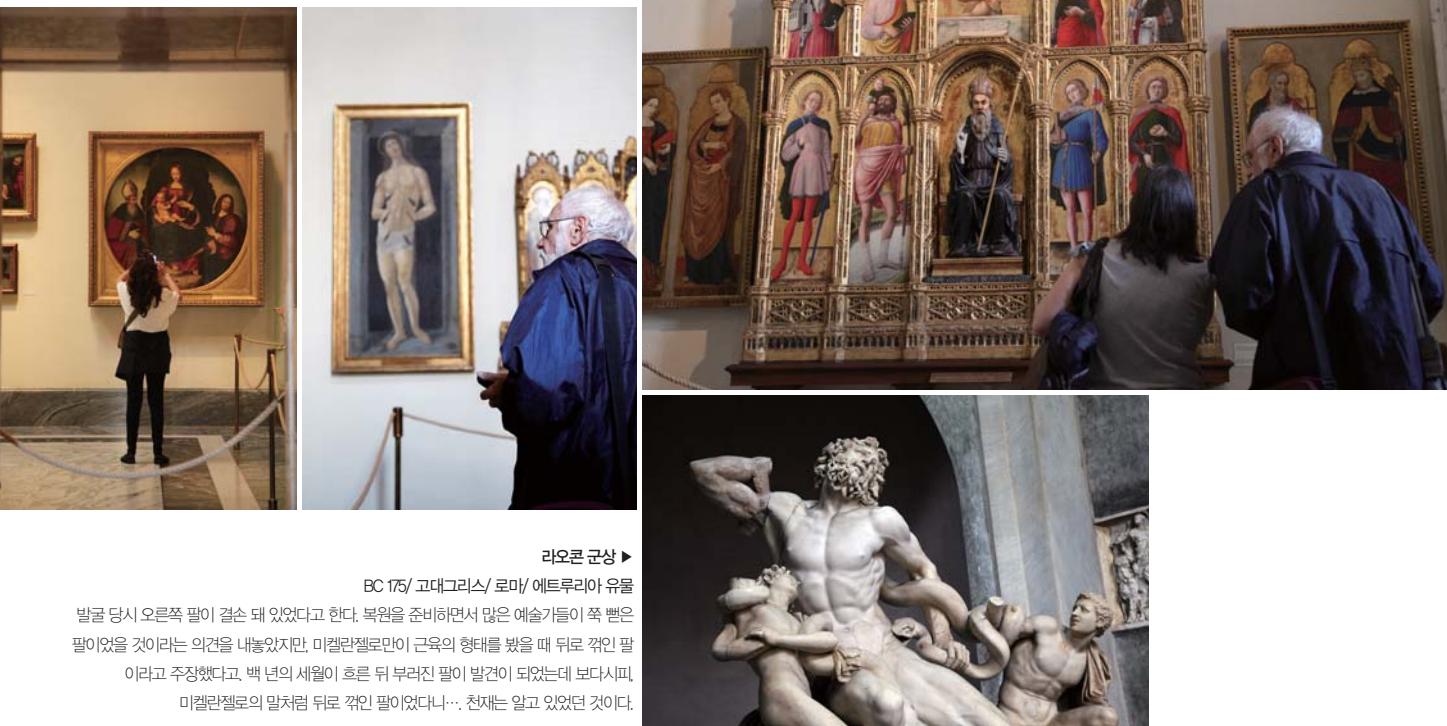
매년 중국 오지여행을 떠나곤 한다. 하지만, 여기에 소개하고자 하는 곳은 최근 떠났던 바티칸에 대해 이야기해보고자 한다. 여행을 하면서 오지여행을 먼저 다녔던 것이 얼마나 큰 축복이고 감사였는지, 비로소 실감했다. 한 시대를 살면서 우리는 참으로 다른 세계에서 살고 있음을 알게됐다. 때문에 여행이란 일상을 탈출하는 것이 아닌, 좀 더 새로워진 나를 만나는 통로임이 분명하다. 글·사진 이경진 포토그래퍼

경복궁의 1.3배, 인구 830여명을 가진 나라

8월이면 교황이 우리나라에 방문한다. 그래서일까? 바티칸에 대해 좀 더 궁금증이 일었던 것은. 세상에서 가장 작은 나라, 바티칸. 이탈리아 로마 북서부에 위치한 교황을 원수로 하는 독립국으로 2012년 기준, 836명의 인구를 가진 바티칸은 우리나라 경복궁의 1.3배밖에 되지 않는다. 하지만, 독자적인 통신, 금융기관, 화폐, 방송국, 군대 등을 모두 보유하고 있다. 재미 있는 것은 이탈리아의 수도인 로마의 한 가운데 위치해 있다는 것이다. 때문에 많은 이들이 이탈리아의 도시쯤으로 착각하기도 한다. 물론, 바티칸은 원래 이탈리아의 한 도시였다. 정치적인 이유로 이탈리아 수상이었던 무솔리니와 맷은 '라테란 협약'에 따라 독립된 것이다. 또 바티칸 박물관은 루브르 박물관, 영국 박물관과 함께 세계 3대 박물관으로 손꼽힌다. 나라 전체가 박물관인 이곳은 그야말로 예술의 전당이 아닐까?

수많은 천재들이 남긴 살아있는 예술작품

세계 가톨릭인들의 성지인 바티칸은 독립된 작은 국가로 종교와 예술의 역사가 고스란히 남아, 세월의 때도 눈치채지 못할 정도로 그 어떤 경계도 찾을 수 없었다. 해발 3000m가 넘는 고산 오지에서 보았던 티베트인들의 삶이자 정신세계의 모든 것, 라마불교의 종교 예술과는 규모나 느낌은 크게 달랐지만, 인간에게 전하려는 신의 뜻은 크게 다르지 않은 듯하다. 천재들이 남기고 간 수많은 예술들이 어제 남긴 작품들처럼 살아있었다. 미술관 곳곳에서 많은 관람객들은 도슨트로부터 작품에 얹힌 이야기들을 들으며 하나라도 놓치지 않겠다는 듯 일사불란하게 움직인다. 그들을 물끄러미 바라보다가 명작들 속에 관람객들을 녹여내 하나의 피사체로 담아본다.



라오콘 군상 ▶

BC 175/ 고대그리스/ 로마/ 에트루리아 유물
발굴 당시 오른쪽 팔이 결손돼 있었다고 한다. 복원을 준비하면서 많은 예술가들이 쭉 뻗은
팔이었을 것이라는 의견을 내놓았지만, 미켈란젤로만이 교육의 형태를 봤을 때 뒤로 꺾인 팔
이라고 주장했다고. 백 년의 세월이 흐른 뒤 부러진 팔이 발견이 되었는데 보다시피
미켈란젤로의 말처럼 뒤로 꺾인 팔이었다나… 천재는 알고 있었던 것이다.



가 저 높은 천장에 누워 그렸을 천지창조를 올려다보며, 환영을 떠올려본다. 봇을 들고 내려다보는 그와 눈이 마. 주. 쳤. 다!

교황 율리우스 2세가 조각가인 미켈란젤로한테 그림을 부탁했고, 미켈란젤로는 수락 조건으로 어떤 그림을 그리든 간섭하지 말 것과 작품을 완성하기 전까지 그 어느 누구도 들어오지 말 것을 주문했다. 그렇게 그려낸 그의 최초의 회화작품이다.

산피에트로대성당 입구 유리관에 있는 '자비를 베푸소서' 피에타 상. 미켈란젤로가 로마에 머물던 25세 때 작품으로 다비드 상 이전 작품이라고 한다. 구겨진 옷자락의 주름을 보라~ 그저 대리석을 주물렀다는 표현 밖에 할 말이 없다. 마리아가 어깨에 두른 띠에 MICHEL AGELVS. BONAROTVS. FLORENT. FACIEBAT '페렌체인 미켈란젤로 부오나로티 제작'이라 새겨져 있는데 유일하게 자신의 이름을 새긴 작품이다. 훗날 매우 후회 했다는 이야기가 전해진다.



다비드상, 모세상과 더불어 그의 3대 걸작 중 하나가 이곳에 있다. 하지만 안타깝게도 한 정신병자가 휘두른 망치에 손상을 입어 유리 너머에 있다. 이제는 가까이에서 볼 수 없다. 인류 문명의 태동을 시작으로 종교 안에서 정신과 예술이 탄생했음을 부인할 수 없다. 나는 아직 믿음이라는 진실조차 어디서 왔는지 의심하며 그들만의 어떤 의식의 과정을 바라보며 '피식' 웃음이 먼저 나오지만 천재들이 깨어놓은 걸작들 앞에 서면, 나의 무지와는 분명 다른 세상이 존재했음을 믿게 된다. 이제 바티칸을 떠난다. 아침 7시부터 저녁 7시가 훌쩍 넘는 시간까지 바티칸에서 무엇을 보았는지, 무엇을 생각했는지…,

그저 미켈란젤로, 그를 만나 행복했다.

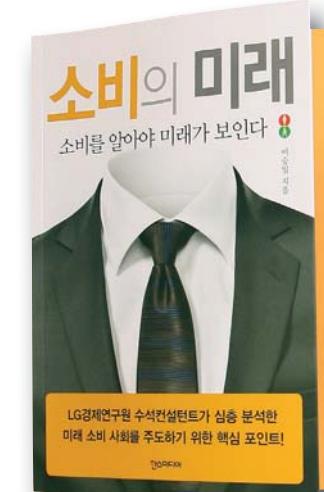


피에타 (Pieta) ▲
미켈란젤로 (1499년~1509년 제작)

지도의 방 천장화 (1578~1580년 완성) ▶
이탈리아 지역의 40개 성당을 지역별로 벽 양쪽에 지도를 그려놓은 방이다.
사람들에 떠밀려 움직이다 보니 사진 찍기가 수월치 않다.

아라찌의 복도 천장화 ▶▶

조각처럼 보이지만 명함법을 이용한 입체 그림이다. 한참을 올려다봤다. 아무리 봐도 조각같다.



「소비의 미래」

25년 경력의 LG경제연구원 수석컨설턴트가 미래 소비 사회를 주도하기 위한 핵심 포인트를 정리했다. 내용은 크게 '소비 사회는 어디서부터 시작되었는가', '소비 사회를 발전시키는 힘', '소비 수요를 창조하는 패턴', '미래 소비를 주도하기 위한 기 포인트'로 구성돼 있다. '소비'라는 요소에 대한 본질적 탐구에서 시작해 기업의 입장에서 미래에 어떻게 대처해 나가야 할 것인가는 실용적 해답으로 마무리된다.

이승일 지음/ 한스미디어/ 1만6000원



「일이 훨씬 편해지는 정리의 정석」

지금 나를 둘러싸고 있는 것들을 한번 둘러보자. 눈에 보이는 것에 마음도 가기 마련. 자신에게 더 중요하고 가치있는 것들과 그렇지 않은 것들을 구분해 물리적이거나 정신적인 공간에 있어서도 그만큼 차이를 두고 정리해야 한다. 정리의 효과는 생각보다 크다. 정리는 단순히 공간이 넓어지거나 깔끔해지는 효과를 내지만, 갈수록 '목표 달성'까지 미치는 마법을 발휘한다.

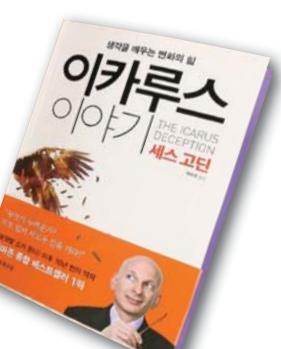
조세형 지음 /흐름출판/ 1만3000원



「불안 권하는 대한민국, 소비자들의 마음을 읽는다」

종합리서치 기업 '마크로밀엠브레인'은 2013년 한국사회에서 세대 갈등의 두 축인 50대의 '돈'에 대한 태도와 20대의 '직장'에 대한 생각을 조사했다. 2013년 한 해 대다수 한국 사람들의 심리를 자비한 것은 불안, 그 중에서도 단연 경제적 불안이었다. 이 책은 경제적 불안, 직접적으로는 현금 부족을 겪는 소비자들은 이 문제를 어떻게 인식하고, 어떤 방식으로 해결해나가려고 할지 총 101쪽으로 구성된 조사결과에서 살펴봤다.

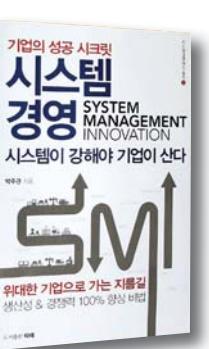
마크로밀엠브레인 컨텐츠사업부 지음/
지식나마드/ 1만9500원



「이카루스 이야기」

자신의 일관된 주장을 바꾸는 것에는 큰 용기가 필요하다. 'Remarkable'이란 표어와 함께 '마케팅 전재'라고 불리는 세스 고딘은 지난 10년 동안 자신에게 준 안락함을 과감히 버리겠다고 선언했다. 세스 고딘은 "지금은 관계 형성, 정보 공유 등을 통해 모든 것이 연결되는 연결 경제의 시대이며, 이 시대를 살아가기 위해선 스스로의 한계에 감히 있으면 안 된다"고 이야기한다.

세스 고딘 지음 · 박세연 옮김/
한국경제신문사/ 1만5000원



「시스템경영」

시스템경영이란 무엇인가? 27년간 경영컨설팅을 수행해 온 저자 박주관 박사는 그 동안의 경영 컨설팅 경험을 바탕으로 글로벌기업 환경과 무한경쟁시대의 기업이 살아남는 길은 바로 '시스템경영'임을 강조한다. 경영 혁신을 통해 업무를 표준화, 시스템화하여 체계적으로 수행하는 방법, 핵심 업무, 지원업무의 질과 스피드를 제고시키는 동시에 생산성과 임직원 핵심역량을 강화시키는 고효율 자율경영 시스템 기법에 대해 상세히 설명한다.

박주관 지음/ 도서출판 티리/ 1만7000원

CEO's LIBRARY

최근 바람회를 통해서 브랜드의 인기를 실감하게 된 본사들이 많다.
생각보다 많은 예비창업자들에게 지금보다 더 좋은 브랜드를 제공하기 위해 밤낮없이 노력하고 있을 CEO들에게 몇 가지 책을 추천한다.



제일공조(주) 프랜차이즈 솔루션

성공 프랜차이즈를 위한 고품격 외식 문화공간

공간의 품격과 효율성 까지 만족시켜주는 프랜차이즈 솔루션
제일공조가 한차원 앞선 서비스를 제공하겠습니다.



News Lounge

협회 News & 업계 동향

프랜차이즈관련 정책 및 이슈 · 동향

협회관련 주요행사 · 산학연 소식

협회 뉴스와 행사

협회장 동정

교육 일정

회원사 행사 및 소식

신규 회원사 명단

NEWS LOUNGE

동서남북

쌀로 만든 죽과 누룽지도 원산지 표시 대상

음식점 표시대상 20개로 확대… 콩, 오징어, 꽂게, 조기도 원산지 표시

가공식품 사용원료의 원산지 표시가 확대되고 수입산의 표시 규정이 강화되는 등 농수산물의 원산지 표시제도가 개선된다.

농림축산식품부(장관 이동필)와 해양수산부(장관 이주영)는 원산지표시 위반사례가 지속적으로 발생하는 상황에서 소비자의 알권리 차원에서 원산지 표시제도에 대한 종합적인 개선방안을 마련해 단계적으로 추진한다고 밝혔다.

농림축산식품부에 따르면, 소비자의 알권리 확대를 위한 원산지 표시강화 차원에서 가공식품의 사용원료 원산지 표시수를 현행 배합비율이 높은 순서 2가지에서 3가지로 확대한다. 또 가공식품 사용원료의 원산지가 연 평균 3개국 이상 변경시 원산지를 수입산으로 표시하던 현행규정을 수입산 표시 옆에 수입국가명을 모두 병기하는 것으로 강화된다.

이와 함께 음식점의 표시대상품목을 현행 16개에서 20개로 확대, 콩(두부, 콩국수, 콩비지에 한함), 오징어, 꽂게, 조기도 원산지 표시를 해야 한다. 또한 쌀로 만든 죽과 누룽지도 원산지 표시대상으로 포함되며, 화훼류(절화류에 한함)와 염장품에 사용되는 식염을 원산지 표시대상 품목에 추가된다.

효율적 원산지표시제 정착을 위한 제도개선 차원에서 음식점의 원산지 표시판 위치를 소비자가 잘 보이는 곳에서 게시판 옆이나 밑 또는 주출입구, 출입 후 정면으로 명확하게 규정했다. 또한 거짓표시로 2년간 2회이상 적발될 경우 형사처벌 외에 과징금을 부과하는 제도도 도입하기로 했다.

이번 원산지 표시제도 개선안은 올해 관련 법규 개정을 거쳐 내년부터 단계적으로 시행될 예정이다.

〈음식점 원산지 표시방법 개선〉

〈현행〉

○ 모든 메뉴판 및 게시판에 표시

* 메뉴판과 게시판 중 한 종류만 사용할 경우 사용하는 것만 표시가능

○ 원산지 표시판 사용시 메뉴판 및 게시판 표시 생략가능

○ 원산지 표시판 : 소비자가 잘보이는 곳에 부착

* 표시판 21cm×29cm, 글자크기 30포인트

〈개선안〉

○ 실내에 있는 모든 게시판에 표시(원칙). 단, 게시판이 없을 경우 메뉴판이나 원산지표시판에 표시 가능

- 게시판과 메뉴판을 모두 사용 시 모두 표시

○ 좌동

- 단, 각 방에는 게시판 또는 원산지 표시판을 각각 부착해야 하며, 부착이 어려울 경우 타 위치의 원산지 표시판 부착여부에 상관없이 원산지 표시가 된 메뉴판을 필히 제공

○ 원산지 표시판

- 게시판 있는 경우 : 가장 큰 게시판 바로 옆이나 밑에 부착

- 게시판 없는 경우 : 주 출입구 출입후 정면에 부착

* 표시판 42cm×58cm, 글자크기 60포인트

〈음식점 원산지 표시대상 용도구분 개선〉

〈현행〉

○ 돼지고기 : 구이용, 탕용, 찜용 또는 튀김용으로 조리

* 돼지고기 찌개 : 표시 용도명에 없어 표시대상 여부 혼란

* 짜장면 : 돼지고기 소량 들어가나 표시대상 여부 불명확

〈개선안〉

○ 돼지고기 : 모든 용도로 조리, 단 소량으로 들어가고 음식 명칭에 없는 원료로 사용되는 품목 제외

* 돼지고기 찌개 · 탕 · 구이 · 볶음 · 데침 등 : 모두 표시 대상

* 짜장면 : 돼지고기 소량 들어가고 음식명칭에 돼지고기가 없으므로 표시대상 아님

정부, 식품산업의 글로벌 경쟁력 제고 나서

음식점평가시스템 도입 및 음식관광 인프라 확충 추진

농림축산식품부(장관 이동필)는 3월 27일 국무총리가 주재하는 국가정책조정회의에 '국민 행복시대를 여는 新식품정책'을 상정 · 보고했다.

농식품부의 이번 계획은 한 · 중 FTA 등 본격화되는 시장개방에 대응해

우리 식품산업의 체질을 근본적으로 개선하기 위한 것으로, 작년 7월부터 전문가 등의 다양한 여론을 심층적으로 수렴해 마련됐다.

농식품부에 따르면, 新식품정책은 '바른 먹거리, 건강한 국민, 산업의 도약을 비전으로 △국민 식생활 및 영양 개선 △농식품 품질관리 및 안전 관리 △국산 농산물의 수요 확대 △식품산업의 글로벌 경쟁력 제고 △ 외식산업 선진화 및 한식의 진흥 △정책 추진기반 조성 등 7개 분야 35개 과제로 구성됐다.

우선 농식품 인증표시제에 대한 소비자 신뢰를 강화하기 위해 표준규격품 이외에 포장 유통되는 모든 농산물에 대해 품목, 원산지, 생산자 정보 등을 의무표시하는 등 기본정보표시제를 단계적으로 도입키로 했다. 또 소비자 식별력과 시장 차별화 효과 증대를 위해 2015년부터 11종에 이르는 농식품인증제를 6종으로 단순화 할 예정이다.

〈현행〉 친환경수산물, 무항생제, 무농약, 유기농, GAP, HACCP, 전통식품품질, 수산물품질, 전통주, 식품명인지정, 지리적 표시

〈개선안〉 친환경농수산물, 유기농, 안전관리인증, 우수식품인증, 식품명인지정, 지리적 표시(6종)

이와 함께 가공식품과 음식점의 원산지표시 대상품목을 확대하면서, 2년 이내에 2회 이상 위반한 자에 대해서는 징벌적 과징금을 부과하도록 제도를 개선할 계획이다.

정부는 또 우리 농식품 수출시장의 개척을 위해 해외 각국의 시장정보를 정밀 분석해 품목별 · 국가별 맞춤형 수출전략을 올해 4월까지 수립할 방침이다. 더불어 민관합동의 수출개척협의회를 활성화해 국내외 애로사항을 적극 발굴 · 해소하고, 2016년 하반기부터 기업체 입주가 시작되는 국가식품클러스터는 우리 농식품의 수출거점이 되도록 품질안전, 기능성평가, 패키징 등 3대 R&D센터를 2016년까지 구축 완료하고 국내외 식품업체를 대상으로 투자유치 활동을 펼칠 예정이다.

외식산업 서비스 수준 향상 및 한식 진흥 추진

외식산업 서비스수준 향상 및 한식의 진흥도 적극 추진된다.

정부는 민간 자율로 외식서비스현장 제정 · 확산 및 자율실천을 유도해 나가고, 올해 말까지 외식 서비스인증제를 도입할 계획이다. 또한, 프랑스의 '미슐랭가이드'나 미국의 '자갓서베이'의 사례를 참고하여 민간 기반의 음식점평가시스템 도입 방안을 올해까지 마련할 예정이다.

우리 한식의 진흥을 위해 해외 유명 요리학교에서 한식 강좌 개설을 현재 3개에서 2017년에는 8개로 확대하고, 해외 한식당협의체를 활성화하면서 한식의 유네스코 세계유산 등재를 추진해 나갈 계획도 마련했다. 이와 함께 궁중음식, 사찰음식 등 우수한 고유음식을 발굴 · 자원화하고 전통음식 체험프로그램 확대, 문화관광해설사 양성 등 음식관광의 인프라를 확충할 예정이다.

한편 정부는 이번 정책이 체감하는 성과를 내도록 수요자 중심으로 정책 인프라를 강화해 나갈 예정이다. 특히 소비자의 수요를 반영하기 위해 식품 소비량통계를 신설하고, 다양한 농식품 분류를 체계화하기 위해 농식품 국가표준분류코드를 2015년부터 본격적으로 개발할 계획이다. 또한 분야별 · 직종별 현장 수요를 반영한 맞춤형 교육 훈련 프로그램을 개발(2014년)하고, 식품기업의 현장 애로사항을 해소하기 위한 맞춤형 R&D 지원체계를 구축해 나갈 예정이다.

이와 함께 식품의 원료사용에서 표시 광고에 이르기까지 식품 · 외식분야의 규제를 발굴하고 개선해 가기 위한 민관합동 협의체를 올해 4월부터 운영해 나갈 예정이다.



NEWS LOUNGE

동서남북

파워현장

정부 중소기업 범위 매출액 기준으로 단일화

**외식 · 서비스는 매출 400억원 이하만, 중기 · 제조업은 1500억원
협회 “외식 · 서비스업도 1500억원으로 상향해야”**

정부가 중소기업 범위를 3년 평균 매출액만을 기준으로 변경한다. 이같은 정부의 중소기업 범위 기준의 전면 개편이 향후 프랜차이즈산업에 어떤 영향을 미칠지 벌써부터 관심이 집중되고 있다. 정부는 지난해 12월 열린 제28차 경제관계장관회의에서 중소기업의 범위를 3년 평균 매출액만으로 규정하는 내용의 개편안을 확정했다. 이에 따라 근로자, 자본금 등 생산요소 투입 규모는 중소기업 범위를 정하는 기준에서 제외된다.

정부는 특히 중소기업의 범위와 관련해 업종의 특성을 반영한 업종별 매출액 기준을 설정했다. 이에 따라 전기장비, 의복, 가방 · 신발, 펄프 · 종이, 1차금속, 가구 등 6개 제조업은 3년 평균 매출액이 1500억원까지가 중소기업에 해당된다. 만약 그 이상일 경우 상시근로자수가 300명 미만이거나 자본금이 80억원 미만이라도 더 이상 중소기업이 될 수 없다.

정부는 또 현장 애로사항 해소 차원에서 M&A의 경우 중견—중소기업간 M&A의 대상이 되는 피인수 중소기업에게 유예기간을 부여하되, 기술 혁신형 중소기업에 한정하도록 했다. 창업기업의 경우에도 독립성 요건이 강화된 점을 반영해 창업 1년 이내 기준을 초과하더라도 3년간의 졸업 유예를 인정키로 했다. 단, 창업 및 폐업, 합병 등의 경우 관계기업 여부는 전년도 자료가 아닌 해당 시점을 기준으로 산정토록 했다.

이같은 개편안은 올해 상반기까지 개편방안을 마련한 뒤 2015년부터 시행될 예정이다. 하지만 이 개편안을 놓고 정부와 업계의 반응이 확연하게 다른 상황이다.

프랜차이즈업계 “매출액 400억은 현실 무시한 것”

하지만 이같은 정부의 입장은 프랜차이즈산업 등 현장의 목소리는 크게 차이가 있다. 정작 산업계에서는 이같은 정부의 개편안이 현실을 무시한 처사라고 비판하고 있다.

(사)한국프랜차이즈산업협회(회장 조동민)의 경우에도 중기청이 발표한 ‘중소기업 범위제도 개편 방안’에 대해 반대 입장을 분명히 하면서 업종별로 매출액 기준을 차등화 한 차별정책을 즉시 재검토해 줄 것을 촉구했다.

협회에 따르면, 47년만에 전면 개편되는 중소기업 범위 기준을 매출액

으로 단일화 하는 것은 공감하지만, 업종별로 매출액 기준에 차등을 둔 것은 일부 업종이 성장할 수 있는 가능성을 무참히 짓밟을 수 있는 위험에 있다. 따라서 협회는 이같은 정부의 방침이 오히려 창조경제를 역행하는 일이라고 비판하며 수용 불가 방침을 분명히 했다. 협회는 특히 외식 프랜차이즈산업은 제조와 서비스에 대한 의존도가 높은 복합다각적인 산업으로서 창출할 수 있는 부가가치산업이 다양한데, 한 업종으로 국한되어 매출액 규제를 받는다면 이는 곧 프랜차이즈산업을 죽이는 결과라고 규탄했다.

조동민 회장은 “이번 개편방안을 적용할 경우 외식업과 서비스업이 주종을 이루는 프랜차이즈기업은 매출액 400억원만 넘으면 현행 매출 5조원의 대기업과 동일시돼 정부의 정책지침이 단절된다”며 “국내 경제의 견인축을 담당하는 100조원 산업인 프랜차이즈에 대한 이해가 전혀 없이 산업이 홀대당하는 것이 안타깝다”고 지적했다. 조 회장은 특히 “개편방안이 그대로 추진될 경우 외식 프랜차이즈산업은 중견기업 성장을 거부하는 피터팬 증후군을 더욱 가속화시키고, 결국엔 정부의 민생안정과 일자리 창출 노력에 부합하지 못하는 결과를 초래할 것”이라고 성토했다.

조 회장은 이어 “도 · 소매업, 외식업, 서비스업은 그동안 경제성장 과정에서 제조업 위주의 불균형 성장전략에 따라 세제, 재정, 금융, 인프라 등 제반 영역에서 역차별을 받아 오면서 제조업은 글로벌 경쟁력을 갖춘 기업이 탄생한 반면, 외식산업이나 서비스업의 경우는 세계 무대에서 경쟁할 수 있는 기업이 전무하다시피 한 것이 현실”이라며 “외식산업과 서비스산업의 성장 가능성에 대해 정부가 바라보는 시각에 문제가 있다”고 비판했다.

조 회장은 끝으로 “세계적으로 한국의 외식산업과 서비스산업이 K-푸드, 코리안 뷰티, K-Culture로 열풍을 일으키고 있는 상황에서 중소기업 범위에 부딪혀 오히려 관련 산업이 퇴보한다면 창조경제의 실현은 기대할 수 없다”며 “한국도 <맥도날드>, <버거킹> 같은 세계적인 기업이 탄생하려면 외식산업과 서비스 산업의 성장동력을 무시하지 말고, 외식 산업과 서비스업도 제조업과 같은 1500억원으로 매출액 기준을 상향해야 한다”고 강조했다.

2014년 (사)한국프랜차이즈산업협회 이사회 및 정기총회

지난 2월 27일 (사)한국프랜차이즈산업협회 이사회 및 정기총회가 열렸다. 이번 총회는 2013년도 사업실적 및 결산 의결과 (사)한국프랜차이즈협회 자산 포괄 양도 의결에 대한 부의 안건을 시작으로 진행됐으며, 약 150여 명의 회원사가 의결에 참여했다.

새로운 시작을 알리다

협회 정기이사회에서는 2014년 상반기 사업계획 보고가 있었다. 의결주문은 (사)한국프랜차이즈산업협회 2014년 상반기 사업계획보고를 원안대로 승인하는 사안이었으며 제안 사유는 정관 제28조에 의거해 협회의 2014년 상반기 사업계획을 보고하고 승인을 받고자 함이었다. 올해 ‘2014(사)한국프랜차이즈산업협회 정기총회’가 갖는 의미는 남달랐다. 중소기업청에서 산업통상자원부로 주무관청이 이전되고 처음 갖는 정기총회이기 때문이다.

150여 명의 회원사가 의결에 참여해 ‘2013년도 사업실적 및 결산’과 ‘(사)한국프랜차이즈협회 자산 포괄 양도’에 관한 안건을 다뤘다. 개회선언과 성원보고에 이어 간단한 국민의례 후 조동민 회장의 인사로 시작된 총회는 임영태 사무국장의 진행으로 이뤄졌다. 2개의 안건 중 첫 번째로 2013년도 주요사업 실적과 주요행사 실적을 알리고 이와 관련한 결산 보고가 이어졌으며 이의 없이 통과됐다. 이어 주무관청이 이전됨에 따라 ‘(사)한국프랜차이즈산업협회’로 인적 · 물적 자산 등의 포괄양도에 관한 두 번째 안건도 원안대로 이의 없이 통과됐으며 기존 ‘(사)한국프랜차이즈협회’의 정통성을 이어가기로 했다.

마지막으로 협회는 3월 중순 경 서초구 종로학원빌딩으로 협회 주사무소 이전이 확정되었다며 회원사들의 혼돈이 없도록 양해를 구하고, 프랜차이즈산업박람회 등에 관한 공지사항을 알린 후 폐회선언을 끝으로 총회를 마쳤다.



NEWS LOUNGE

파워현장



프랜차이즈산업協, 필리핀프랜차이즈 협회와 MOU

양국의 프랜차이즈산업 세계화 발전 도모

(사)한국프랜차이즈산업협회는 4월 15일 한국과 필리핀 양국의 프랜차이즈산업 발전과 해외 투자 협력 강화를 위해 필리핀프랜차이즈협회(회장 Elizabeth 'Yvette' Pardo-Orbeta)와 업무 협약을 위한 MOU를 체결했다.

협회는 정부의 프랜차이즈 해외 진출 지원사업의 일환으로 지난 14일부터 18일까지 필리핀과 베트남에 투자 조사단 및 사절단 파견 사업 수행 중에 이번 협약이 체결됐다고 밝혔다.

협약식은 필리핀을 방문한 첫째 날인 14일, 마닐라에 소재한 샹그릴라 호텔에서 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장, 필리핀프랜차이즈협회 엘리자베스 이벳 파르도-오르베타(Elizabeth Yvette Pardo-Orbeta) 회장과 양국의 프랜차이즈 기업가들이 모인 자리에서 이뤄졌다.

양 협회는 이번 MOU를 통해 글로벌 시대 양국의 프랜차이즈산업이 세계로 뻗어나갈 수 있도록 양국의 기업들이 한국과 필리핀으로 진출 시 양국의 박람회 및 해외투자자 초청 상담회 참가를 적극 지원하고, 각종 참가 혜택과 홍보를 다방면으로 제공할 계획이다.

필리핀프랜차이즈협회 엘리자베스 이벳 파르도-오르베타 회장은 “필리핀인들이 무척 사랑하고 있는 한국 문화가 한국의 프랜차이즈를 통해 더욱 번성하길 바란다”며 “필리핀 프랜차이즈의 한국 진출을 통해 우리의 문화도 알릴 수 있는 계기가 되길 바란다”고 전했다.

한국프랜차이즈협회 조동민 회장은 “두 협회의 교류로 국내 업체의 해외 시장 개척 및 브랜드 인지도 제고에 도움이 되길 바라며, 특히 이번 협약이 국내 기업의 동남아 시장 진출의 교두보가 되길 바란다”고 말했다.



“Buy Korea Franchise! 한국의 프랜차이즈 사세요!”

국내 프랜차이즈 기업들, 필리핀 · 베트남서 IR쇼 진행

(사)한국프랜차이즈산업협회는 정부의 프랜차이즈 해외 진출 지원사업의 일환으로 14일부터 18일까지 투자 조사단 및 사절단 파견 사업을 진행했다.

투자 조사단 및 사절단 파견 사업은 국내 프랜차이즈 기업들의 해외 시장 진출을 적극적으로 돋기 위해 해외 현지 IR쇼(기업설명회) 개최와 해외 시찰 등을 지원하는 사업이다. 이번 파견 국가는 한류의 영향으로 국가 이미지가 상승 중인 동남아시아권에서 국내 기업들이 해외 진출국으로 선호하는 필리핀과 베트남이 선정됐다. 파견 기업은 지난 3월 공정한 심사를 통해 선정된 국내 프랜차이즈 기업 9곳이다. (주)놀부NBG<놀부 부대찌개 · 놀부 항아리갈비>, (주)닥터스<닥터스>, (주)대대FC<꼴닭>, (유)디딤푸드<新마포갈매기>, (주)라이스파이<떡집>, (주)미스터피자<미스터피자>, (주)야들리애F&C<야들리애치킨>, (주)이바돔<이바돔감자탕>, (주)제선당<제선당>, (주)나나순

참가기업들은 지난 15일 마닐라 파사이에 위치한 샹그릴라 호텔(Shangri-la Hotel)과 18일 호치민 뉴월드살곤 호텔(New world Salgon Hotel)에서 바이어 100여명을 대상으로 IR쇼를 개최, 기업 소개 및 주력 브랜드 홍보에 나서고 1:1 투자 상담회를 실시했다.

그밖에 참가기업들은 코트라가 주관하는 현지 전략 세미나를 통해 현지 시장 조사, 프랜차이즈산업 동향, 나라별 프랜차이즈 법률 강연 등에도 참여했다. 아울러 필리핀과 베트남에서 현지화 전략을 통해 프랜차이즈사업에 성공한 <불고기브라더스>와 <뚜레쥬르>의 사업 노하우를 듣는 시간도 마련된다. 한편, 프랜차이즈 해외진출 지원사업은 산업통상자원부가 국내 프랜차이즈 기업들이 해외진출 과정에서 시장개척 경험 부족, 현지정보 부족, 전문인력 부족 등으로 인해 겪고 있는 애로사항을 해소해 글로벌 전문기업으로 성장할 수 있도록 지원하는 사업이다.

산업부와 한국프랜차이즈산업협회는 1차년도 프랜차이즈 해외 진출 지원 사업을 2013년 12월부터 금년 4월까지 완료할 계획이며, 이어서 2차년도 사업도 세부 집행계획 수립 등을 거쳐 추진할 계획이다.

NEWS LOUNGE

파워현장



청년기업가 육성을 위한 프랜차이즈 아이디어 공모전

수상자에게 사업화 컨설팅 등 다양한 특전 제공

(사)한국프랜차이즈산업협회가 프랜차이즈 청년기업가 육성을 위한 '제6회 우수 아이디어 공모전'을 개최했다.

올해로 6회째인 이번 공모전은 프랜차이즈 시스템 구축 아이디어, 프랜차이즈 아이디어로 인한 신규 일자리 창출 모델 제시, 프랜차이즈 신규 사업모델, 프랜차이즈 도소매, 유통, 서비스, 외식 등 전 부문을 주제로 참신한 아이디어를 모집한다. 참가 대상은 프랜차이즈에 관심이 있는 만 40세 미만의 청년이면 개인 또는 팀으로 누구나 참여 가능하다.

제안된 아이디어는 창의성과 시장성 및 기술성 등의 사업화 가능성을 중심으로 지정된 평가표에 의해 심사하는 1차 서류전형과 2차 PT발표를 통해 당선작을 선정한다. 신청접수는 오는 4월 15일까지 공식홈페이지(www.fcidea.co.kr) 및 협회 홈페이지(www.ikfa.or.kr)에서 양식을 다운받아 작성한 후 이메일(fcidea@ikfa.or.kr)로 접수하면 되며, 심사결과는 4월 30일 발표된다.

대상에게는 산업통상자원부 장관상과 상금 500만원, 전문컨설팅사를 통한 2000만원 상당의 프랜차이즈 조직화, 사업화를 위한 사업계획서 제작지원 컨설팅이 지원된다. 또한 최우수상 2건에는 한국프랜차이즈 산업협회장 표창상과 상금 150만원, 1000만원 상당의 컨설팅 지원, 우수상 2건에는 협회 표창상과 상금 100만원, 500만원 상당의 컨설팅 지원이 주어진다. 이외에도 모든 수상자에게는 세종대학교 경영전문대학원 프랜차이즈 석사과정에 입학추천 및 장학금 30%와 협회 회원사 입사 지원서 추천서가 발급되는 특전이 주어진다.

한편 협회는 앞으로도 국내 프랜차이즈산업의 발전을 위한 박람회 개최, 공모전 개최 등 여러가지 사업을 통해 국민들에게 프랜차이즈에 대한 홍보를 이어갈 예정이다. 특히 프랜차이즈 청년기업가 육성 우수 아이디어 공모전은 일회성에 그치지 않고 매년 진행해 국민들의 참신하고 다양한 아이디어가 실제 현장에서 실현될 수 있게 지원할 방침이다.



국내 최초 4년제 대학과정 '외식프랜차이즈경영학과'

(사)한국프랜차이즈산업협회와 신한대학교 MOU 체결… 실무형 전문가 양성

대한민국 최초로 4년제 대학교에 외식프랜차이즈경영학과가 신설될 예정이다.

(사)한국프랜차이즈산업협회는 신한대학교(구. 신흥대학교)와 지난해 산학협력 양해각서(MOU)를 체결하고 국내 최초로 4년제 대학과정인 '외식프랜차이즈경영학과'를 신설하기로 합의했다. 2년제 신흥대학교에서 2014년 4년제 통합대학교로 승격된 신한대학교는 국내 최초로 4년제 정규학위과정인 '외식프랜차이즈경영학과'를 개설, 경쟁력을 갖춘 외식프랜차이즈 전문가를 양성하는 역할을 하게 된다.

신한대에 따르면, 교육부로부터 '2014 평생학습중심대학'으로 선정돼 산업체 근무자를 위한 '외식프랜차이즈경영학과'를 정규학위과정(계약학과) 형태로 모집해 운영한다. 교육내용은 4년제 학위과정을 기본으로 외식프랜차이즈 전공 과목을 중점 편성해 체계적인 이론과 식음료 실무, 실습, 현장교육을 통한 실무형 전문 인력 양성에 중점을 두게 된다. 특히 다양한 교육혜택 및 장학금 지원 등 많은 혜택이 제공될 것이라는게 신한대 측의 설명이다.

신한대 이대홍 교수는 "이번 산학협력 업무협약(MOU)체결은 프랜차이즈산업 인재육성은 물론, 나아가 한식의 세계화를 바탕으로 글로벌 외식산업 발전에 기여할 외식전문가를 양성할 수 있는 좋은 계기가 될 것"이라고 밝혔다.

한편 신한대와 (사)한국프랜차이즈산업협회는 이번 외식프랜차이즈경영학과 개설을 계기로 향후 공동으로 정책개발 및 연구사업을 실시하는 등 외식프랜차이즈산업 육성을 위해 협력키로 했다.

NEWS LOUNGE

협회 뉴스와 행사



(사)한국프랜차이즈산업협회

2014 소비트렌드와 프랜차이즈 글로벌전략 포럼 개최

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 1월 15일 서초구 반포동 팔래스호텔 별관 그랜드볼룸에서 ‘2014 트렌드와 프랜차이즈 글로벌전략’이라는 주제로 조찬 포럼을 개최했다. 포럼은 대한민국 청춘 멘토이자 트렌드 연구자로 유명한 김난도 서울대 소비자학과 교수와 한국프랜차이즈학회장 박주영 숭실대 벤처중소기업학과 교수가 연사로 나섰다. 포럼의 시작을 연 서울대 김난도 교수는 ‘트렌드 코리아 2014’라는 주제로 올해 시장을 주도할 10대 소비 트렌드에 대해 소개했다. 이어진 연사에서는 숭실대 박주영 교수가 ‘프랜차이즈 해외진출 방법론’을 주제로 강연해 국내 프랜차이즈 시장의 경쟁 심화로 새로운 시장인 해외시장 진출의 필요성과 그 방법론을 강조했다.

프랜차이즈 TV

모바일 버전 TV 앱 출시로 업계 이슈 한눈에

다양한 프랜차이즈 정책과 창업 정보가 수록된 ‘프랜차이즈 TV 앱’이 출시됐다. 이 애플리케이션은 다양한 프랜차이즈 창업 정보를 실시간으로 접할 수 있어 예비창업자와 프랜차이즈업계 종사자들에게 많은 도움이 되고 있다.

‘프랜차이즈 TV 앱’은 지난해 10월 개국한 프랜차이즈산업 전문방송 ‘프랜차이즈 TV’의 모바일 버전으로 뉴스, 프로그램, 인터뷰, CF 등의 4가지 카테고리로 구성됐다. 특히 ‘프랜차이즈 뉴스투데이’는 언론매체에 보도된 프랜차이즈 관련 뉴스들이 자동 스크랩돼 한눈에 주요 이슈들을 살펴볼 수 있다.

매주 협회의 공지사항을 비롯한 프랜차이즈 업계 소식과 정부의 정책 동향을 파악할 수 있으며, 프랜차이즈 CEO들의 창업 노하우와 숨겨진 경영이야기 등을 볼 수 있다.

현재 프랜차이즈TV 앱은 ‘안드로이드마켓’이나 ‘구글스토어’에서 무료로 다운 받을 수 있다.



(사)한국프랜차이즈산업연구원

제22기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정

(사)한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 (주)프랜차이즈산업연구원이 주관하는 제 22기 ‘프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정’이 2월 8일 서울 서초구 반포동에 위치한 프랜차이즈산업연구원 교육장에서 개설돼 운영 중이다. 국내 유일의 슈퍼바이저 양성 교육과정으로 총 10주에 걸쳐 진행되는 이번 교육 과정은 이론과 실무 능력을 갖춘 각 분야 전문가 13명이 이끌어 가고 있다. 주입식 교육을 벗어나 현장에서 일어나는 실제 사례를 토대로 교육생들이 상호 정보공유를 통해 문제를 해결할 수 있는 능력 배양을 목적으로 실무현장에 바로 적용할 수 있는 과정으로 구성돼 있다. 교육은 오는 4월 19일까지 진행되며 매주 토요일 오후 1시부터 6시까지 운영되고 있고 수료자에게는 협회장 명의 수료증이 수여된다. 또한 올해 12월에 시행될 슈퍼바이저 자격시험에 대한 응시자격도 부여된다.

프랜차이즈전문 전문교육프로그램

15기 프랜차이즈 최고전문가 과정 실시

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 2월 27일 ‘프랜차이즈 최고전문가 과정’을 서초구 반포동 프랜차이즈산업연구원에서 실시했다.

프랜차이즈전문 교육프로그램인 ‘프랜차이즈 최고 전문가 과정’은 프랜차이즈에 대한 이해와 프랜차이즈시스템 구축과 운영, 가맹본부의 경영과 커뮤니케이션 전략, 슈퍼바이징과 가맹점과의 생산적 관계를 통한 경영 노하우와 워크숍, 국내 및 해외 연수와 세미나 등 현장 노하우를 체험할 수 있는 과정으로 구성됐다. 이번 교육과정은 프랜차이즈기업의 CEO와 임직원, 가맹본부 창업 예정자나 프랜차이즈 관련 기업 취업희망자, 프랜차이즈 시스템 구축을 원하는 기업체 임직원을 교육대상으로 한다.

교육 이수자에게는 (사)한국프랜차이즈산업협회장 명의의 수료증이 수여되며 교육상 총동문회인 한국프랜차이즈 전문가포럼에 소속돼 우수기업탐방, 세미나, 체육대회 등 다양한 활동을 전개할 수 있다.



NEWS LOUNGE

협회 뉴스와 행사



맥세스실행컨설팅

19기 맥세스 실무형 프랜차이즈 과정

(사)한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 맥세스실행컨설팅이 주관하는 '제19기 맥세스 실무형 프랜차이즈 과정'이 지난달 22일부터 종로구 관철동 맥세스 실행컨설팅 교육장에서 진행됐다. 실무형 프랜차이즈 전문가를 육성하기 위한 이번 교육은 현장 중심의 커리큘럼과 실무경험에 풍부한 전문 강사진으로 구성됐다. 교육 수강시에는 선진 프랜차이즈 본사 시스템 열람 기회와 전문 컨설팅센터의 무료 방문 컨설팅 등의 특혜가 제공된다.

교육과정 동안 출석, 과정별 과제, 팀프로젝트, 자격시험 등의 과정을 이수하게 되면 프랜차이즈 경영사 민간 자격증 시험 응시 자격이 주어진다. 이번 교육의 특징은 '팀별 프로젝트'로 업무 역량을 집중 강화시키기 위해 프랜차이즈 시스템을 분석, 이슈를 이끌어내고 이에 따른 미션을 완수하는 과정이다.

(사)한국프랜차이즈산업협회는 "전문화된 교육을 받기 위해 검증된 교육기관 선정이 무엇보다 중요하다"며 "본 교육을 수료한 710여 명의 교육생들이 현장에서 최고의 업무 성과를 내고 있다"고 전했다.

산업통상자원부

프랜차이즈 해외진출 지원사업 본격화



산업통상자원부와 (사)한국프랜차이즈산업협회는 국내 프랜차이즈 기업을 글로벌 전문기업으로 육성하기 위한 '프랜차이즈 해외진출 지원사업'이 본격적으로 추진된다고 밝혔다.

'프랜차이즈 해외진출 지원사업'은 산업부가 지난해 5월 발표한 '프랜차이즈 세계화 지원방안'을 구체화한 것으로, 국내 프랜차이즈 기업들이 해외진출 과정에서 시장개척 경험 부족과 현지 정보 부족, 전문인력 부족 등의 어려움을 해소해 글로벌 전문기업으로 성장할 수 있도록 지원하는 사업이다.

산업부와 협회는 1차 사업(예산 20억원)을 2013년 12월부터 금년 4월까지 완료할 계획이며, 2차 사업(예산 10억원)도 세부집행 계획수립 등을 거쳐 추진할 계획이다.



(사)한국프랜차이즈산업협회

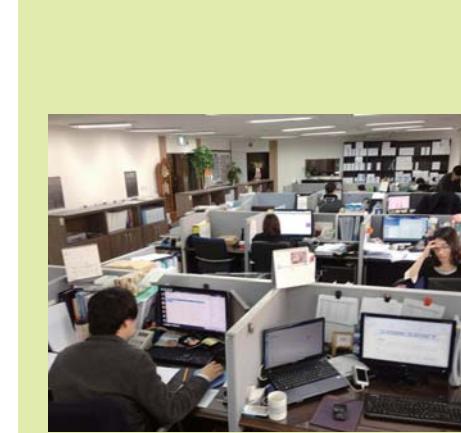
해외 투자협력 강화를 위한 투자조사단·사절단 파견

(사)한국프랜차이즈산업협회는 정부예산이 투입되는 '프랜차이즈 해외진출 지원사업'에 참여할 프랜차이즈 업체를 모집한다. 해외 파트너 네트워크 구축을 위해 추진되는 사절단 파견은 오는 4월 14~18일까지 베트남(호치민)과 필리핀(마닐라)에서 펼쳐지는 IR쇼에 참가하기 위함이다. 참가 기업에게는 IR쇼 참가비의 50%와 현지 통역사, 홍보 영상, 촬영, 브로셔 제작 등을 지원한다. 프랜차이즈 해외진출 지원 사업은 지난달 28일까지 신청서를 접수받고 공정거래위원회에 정보공개서를 등록한 국내 가맹본부 기업을 대상으로 이뤄졌다.



한국프랜차이즈산업협회가 구단주로 있는 청각장애인 축구단 FITF 명예로운 '페어플레이상' 수상

한국풋살연맹이 주최한 '현대해상 2013-14 FK리그'에서 한국프랜차이즈산업협회가 구단주로 있는 청각장애인 축구단 FITF가 '페어플레이상'을 수상했다. FITF는 지난 2013년 11월부터 2014년 3월까지 개최된 현대해상 2013-14 FK리그에 참가해 일반인을 상대로 첫 프로리그 풋살 경기를 펼쳤다. 총 15게임을 치르면서 FITF는 1승 14패로 최하위의 성적을 냈지만, 리그에 참가한 12개 팀 중 FITF 선수들은 단 한 명도 레드카드를 받지 않았을 정도로 깨끗한 경기 매너를 보이며 타 선수들의 모범을 보여줬다. FITF 주장 위원준 선수는 "일반인 프로리그 시합을 뛰면서 실력의 벽이 높아 어려움이 있었다. 하지만 경기를 포기하지 않고 최선을 다해 임했고, 페어플레이상까지 받게 돼 기쁘다"는 소감을 전했다. 시상식은 지난 3월 23일 강원도 영월군 스포츠파크에서 열렸으며, 수상자로 선정된 FITF는 트로피와 상금 200만원을 수여받았다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 사무국 이전

오는 4월 29일 오후 5시 현판식 개최 "많이들 오셔서 함께 해주세요"

(사)한국프랜차이즈산업협회의 사무국이 지난 3월 24일 광진구 능동에서 서초구 서초동으로 확장 이전했다. 새로운 보금자리로 터를 옮긴 협회 사무국은 "프랜차이즈산업 발전을 선도해 대한민국 고용과 성장의 성공신화를 창조하고, 글로벌 프랜차이즈의 성공 견인에 한 걸음 더 나아가겠다는 협회의 의지를 반영한 것이다"라고 밝혔다.

서초역 1번 출구에서 50m 거리에 있는 서초동 사무국은 2층에는 238m²(72평)의 사무공간과 337m²(102평)의 지하1층 교육장으로 이뤄져 있다.

협회는 오는 4월 29일 오후 5시 서초동 사무국에서 주요 임원 및 회원사, 초청인사 등을 초대해 이전식 및 현판식을 개최할 예정이다.

사무국 주소 : 서울시 서초구 서초대로 248(서초동, 월현빌딩 2층)

News Lounge

협회 일정 및 협회장 동정

* 2013년 12월 December

- 2일 제2회 주점 세미나 및 발대식 기맹사업 진흥법 개정 법률 검토 회의
 3일 나눔의 행사 장소 답사, 프랜차이즈산업 진흥 기반 조성 연구사업 관련 회의(공공투자연구소), 프랜차이즈 세계화 사업
 4일 통계청 회의, 프랜차이즈산업연구회, (사)한국프랜차이즈산업협회 준비위원회(기정)
 5일 서비스산업정책포럼, 2013 대한민국 김치문화축제 참가
 6일 여성원우회 식사
 7일 제3기 상권마케팅 지도사 과정 수료식
 9일 세종시 농식품부 aT용역 최종보고회
 10일 언론사 오찬, 윤리위원회 조찬모임, 맥세스 컨설팅 송년모임, OB 프랜차이즈 CEO 교육 및 송년모임
 11일 프랜차이즈 R&D 사업 회의, 사업안전공단 미팅
 12일 13년도 창업교육 마무리 및 14년도 창업교육 워크숍, 부산지회 이취임식 참석
 13일 매일경제 조찬 포럼, 여성경제인모임 송년회, 월간 외식경영 조동민회장 인터뷰
 14일 제2회 외식경영관리사 자격증 시험, FITF팀 풋살 경기, 제18기 맥세스 실무형 프랜차이즈 과정 수료식
 15일 아시아우호재단 행사 축사
 16일 GFC 글로벌 자문위원회, 코트라 서비스 문두스 간담회
 17일 국세청 건의문 제출 및 의원실 회의 참석
 18일 2013 한국프랜차이즈협회 송년회, 여성분과위원회 오찬, 유통산업연합회 운영위원회, 소상공인기본법 제정안 공청회 참석
 19일 대구경북지회 송년회, 윤상직 산업통상자원부 장관 초청 조찬간담회, 유통산업연합회 13년 aT교육 최종평가회
 20일 (사)한국프랜차이즈 산업협회 준비위원회 회의, 연대 CEO총동문회장 이취임식
 21일 제7회 프랜차이즈 수퍼바이저 자격증 1차 시험, 제24기 연대CEO 수료식
 23일 코트라 자식서비스사업단 단장 회의, 세종대 호텔외식관광 FOF학과 회의 참여
 24일 산업부 현장 방문
 26일 고문 및 회장단 송년만찬, 프랜차이즈 인프라 구축 사업 PT평가, 충북지회 송년회
 27일 프랜차이즈 인프라 사업 PT평가, 국회 간담회
 28일 제7회 프랜차이즈 수퍼바이저 자격증 2차 시험
 30일 서비스산업총연합회 송년회

* 2014년 1월 January

- 2일 프랜차이즈산업 세계화 사업 미팅, 프랜차이즈 우수 아이디어 공모전/ 사회적 기업 사업 미팅
 3일 해외 박람회 실무자 미팅
 4일 2014년 사업계획 회의
 6일 프랜차이즈산업협회 임시총회, 프랜차이즈 세계화사업 평가위원회, 2014년 신년인사회 초청
 7일 현아시아 우호재단 미팅
 8일 국정원 방문 참석
 9일 2014년 프랜차이즈 산업 신년 간담회, 도로명주소 토론간담회
 10일 교육 기관 선정 세부 조정 회의
 11일 인프라 구축사업 전체 워크숍
 13일 월간 창업&프랜차이즈 신년 인터뷰, 해외진출 타당성 조사 지원 사업 우선협상대상자 협의
 14일 언론사 데스크 간담회, 해외 진출 타당성 조사 지원 사업 우선협상대상자 협의, FITF팀 미팅
 15일 프랜차이즈 CEO 조찬포럼(강의&MOU체결) 및 신년 하례식, 신년 지회 간담회
 16일 서울지방국세청 간담회, 동반위 음식업종 미팅, 외식프랜차이즈안전연구원 추진위 회의, 프랜차이즈 산업연구회
 17일 한국은행 간담회, 세종시 농식품부 외식 전문인력 양성 사업 개편방안 회의
 18일 구단주회 및 FITF FK리그 10차전(서울v피파)
 19일 신향숙 대표 출판기념회
 20일 (주)쏘울푸드코리아와의 MOU체결
 21일 프랜차이즈산업 인프라 사업 최종 협의, 2014년 사업 협의(aT), 정병국의원 출판기념회, 기금분과위원회 AI대책 긴급회의
 22일 유통사업연합회 '14년도 사업 실무 회의, 삼성생명 멘토링 프로그램, 프랜차이즈산업 인프라 연구 협의,
 23일 공정위_협약절차기준 제정 설명회 참석, FITF팀 미팅, KOTRA미팅
 24일 기맹사업진흥법 연구 진행 회의, aT 신년교례회, 프랜차이즈산업 인프라 연구 협의(마스터 플랜),
 FITF팀 장애인일자리센터 방문, 홍자민 의원실 미팅, 중소기업미래경영원 설립 행사
 25일 2014년도 산업통상자원부 R&D사업 통합설명회, 음원 저작권법 개정, 장효선 겸 문화원 개원 행사 참석
 26일 소상공인신문 인터뷰, 무역협회 서비스 분야 회의
 27일 한국은행 경기본부 업계동향 미팅, 한국아시아우호재단과의 'The Book' 행사 미팅, 해외 진출 유통업계 간담회
 28일 (주)아들리아에프엔씨 MF 계약식

* 2014년 2월 February

- 3일 동국대학교 인액터스 업무협약식
 4일 산업부 인프라 정책 사업, 세계화 지원사업 진행 점검 회의, 서울대학교 보건대학원 식품 및 외식산업 보건 최고경영자과정 졸사
 5일 한국경제 프랜차이즈 리더스 포럼, 공정거래 상생협약 실무회의(정책간담회), 유통산업연합회 운영위원회 참석
 6일 공정거래위원회 미팅, 농림수산식품부 미팅, 여성분과위원회 임원진 긴급회의
 7일 멘토링 관련 삼성생명 미팅, 대한상공회의소 유통위원회 제20차 본회의 참석, 외환은행 9팀 미팅, 임원 골프 왕중왕전(골프회 해외투어), 창업기상도 진행사항 점검 회의
 8일 제22기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 입학식
 10일 프랜차이즈세계화 사업 2차 심사위원회, 식품음료신문 신년대담, 온라인 마케팅 3기 입학식, 팔레스호텔과의 MOU체결식
 11일 프랜차이즈산업연구회, 부울경 지회 총회 및 업무 협약식, 해외 파트너 투자 네트워크 구축 사업 관련 KOTRA 미팅, aT직거래, 신규 팀장 미팅, 경영 법률 자문단 사업 회의, 매경 100대 프랜차이즈 인증서 수여식
 12일 카리스마통합ERP PT, MBN m-마니 정원진 국장 미팅, 정부 사업 우선 협상 대상자 미팅
 13일 KOTRA 디자인·브랜드팀 미팅
 14일 윤리위원회 회의
 15일 프랜차이즈 인프라구축사업 연구협의, 유통학회 학술대회
 17일 신임 유통학회장 방문, 피자팩토리 김길민 대표 미팅, 요기요 나제원 대표 미팅, 식약처 간담회
 18일 저축은행중앙회 미팅
 19일 세종대 프랜차이즈 컨설턴트 자격증 수여식, 소상공인·전통시장 지원사업 설명회, 맞춤형 종합정보 NICE알앤씨 미팅
 20일 교육기관 현지 실사, 상반기 국회 세미나 협의
 21일 프랜차이즈 인프라 사업 세부연구책임자 미팅, 회장님 홍보 브로셔 제작용 스튜디오 사진촬영, 언론사 오찬
 22일 제19기 맥세스 실무형 프랜차이즈 과정 입학식
 23일 FITF 15리운드 경기 참석 및 촬영
 24일 외식경영학회, 한국경제 미팅
 25일 해외투자자 초청 상담회 관련 호텔 방문, 박람회 참가업체 사전설명회, 정책위원회
 26일 김기현 새누리당 정책위원장 초청 조찬간담회, 푸드존 MF계약 조인식
 27일 제15기 프랜차이즈 최고전문가 과정 입학식, 협회 정기총회, 산업 협회 총회, 프랜차이즈협회 이사회, 프랜차이즈산업박람회 이춘 OF촬영
 28일 언론사 미팅

* 2014년 3월 March

- 2일 FITF 16리운드 경기
 3일 해외진출 성공실파사례 자문단 방문, 대원 종합 주방 확장 이전식
 4일 머니투데이 성장 사다리 포럼 참석, 프랜차이즈 인프라 구축사업 중간평가
 5일 한·일 프랜차이즈 CEO교류단 일본 프랜차이즈 협회 초청 방문, 이인제 의원 출판 기념회, 언론사 미팅, 식약처 간담회
 6일 한·일 프랜차이즈 CEO교류단 일본 프랜차이즈 협회 초청 방문, 사회봉사 미팅
 7일 한·일 프랜차이즈 CEO교류단 일본 프랜차이즈 협회 초청 방문, 전문인력 양성교육 사업책임자 간담회, 프랜차이즈월드 편집 미팅, 범률신포지엄 및 SV자격증 미팅
 8일 제25기 연대CEO과정 입학식, 한·이란 경제 포럼
 9일 한·이란 경제 포럼
 10일 프랜차이즈산업연구회, 한·이란 경제 포럼, 여성분과위원회 선진기업 팀방, 식약처 외식유관기관 실무팀장회의
 11일 8차 봉사활동, 프랜차이즈 세계화사업 3차 심사위원회, aT식재료 직거래 사업 협의, 글로벌 프랜차이즈 컨벤션 포럼 쭉오프 미팅, 한·이란 경제 포럼
 12일 온라인 마케팅 3기 수료식, CEO조찬 포럼, 한·이란 경제 포럼, 서비스업 해외진출 선도기업 육성사업 선정위원회 및 FC 세계화사업 미팅, 더 캠-인도네시아 마스터프랜차이즈 체결식
 13일 MBN 프랜차이즈소 실무 미팅, 인프라구축 세부연구 협의, 인프라 구축 사업 마스터플랜 중간보고 및 점검회의, 프랜차이즈월드 제작 실무 미팅
 14일 표준계약서 개발·보급 미팅, 해외협력을 위한 투자조사단 및 사절단 심사, 경영법률자문단 운영사업 우선협상, 프랜차이즈 청년기업가 육성사업 우선협상
 15일 한국프랜차이즈산악회, 마스터플랜&법령 정비 방안 마련 미팅
 17일 우수 아이디어 공모전 라디오광고 CM 제작 미팅, 프랜차이즈월드 개편호 회장님 인터뷰
 18일 외식산업인의 날 기념행사, 소상공인 손톱 밀 가시 및 애로사항 실무자 회의, 글로벌 프랜차이즈 컨벤션 포럼 미팅, 기업애로 실태조사 기맹본사 FGJ 참석
 19일 언론사 오찬, 기업애로 실태조사 기맹본사·기맹사업자 FGJ 참석
 20일 제31회 프랜차이즈산업박람회, 장병환 민주당 정책위원장 초청 조찬간담회, 언론사 인터뷰
 21일 제31회 프랜차이즈산업박람회, 제10회 프랜차이즈 법률심포지엄, 식약처 회의, 유통학회 박람회장 방문
 22일 제31회 프랜차이즈산업박람회
 25일 정책위원회
 26일 이바돔 물류센터 기공식, 농림부 실장 주재 회의, 언론사 오찬, 기업애로 실태조사 기맹점사업자 FGJ, aT외식산업전문인력양성교육 사업설명회
 27일 제2회 유통산업포럼 참석
 28일 유통산업연합회 실무위원회, 독립 자영업자 멘토링 프로그램 미팅, 맞춤형 종합정보제공 중간 보고회
 31일 해외진출 성공실파사례 자문단 2차 회의

NEWS LOUNGE

회원사 행사 및 소식

**(주)마세다린****<가마로강정> 우수기맹점주와 푸켓여행**

(주)마세다린의 닭강정 브랜드 <가마로강정>은 최근 우수 가맹점주들과 함께 푸켓 여행을 다녀왔다. 지난 2월 13일부터 17일까지 진행된 행사는 닭강정 1위 브랜드가 되기까지 육체적, 정신적으로 피곤했을 <가마로강정> 가맹점주들을 위한 사은행사로 기획됐다.

이번 행사를 위해 <가마로강정>은 총 210개 가맹점 가운데 청결(QSC) 실사를 통해 4개 매장을 선발, 점주들이 가족과 함께 편한 여행을 즐길 수 있도록 3박 5일의 일정 동안 본사 수퍼바이저가 매장을 대리 운영해 주기도 했다.

(주)마세다린 박동근 기획부장은 “<가마로강정>이 있기까지 고객들과 점주들의 노고가 컸지만 정작 점주들을 위한 행사는 부족했기에 이런 행사를 마련하게 됐다”며 “이를 계기로 상품품질과 서비스, 청결관리에 대한 중요성을 강조하고 가맹점주들과 소통을 위한 행사를 강화해 나갈 계획”이라고 전했다.

(주)채선당**<채선당> 제 3차 정기 상생협의회 개최**

외식 프랜차이즈기업 (주)채선당이 3월 13일 노원구 상계동 본사 교육센터에서 3차 상생협의회를 진행했다.

<채선당> 가맹관리본부는 상생협의회 개최에 앞서 전국 가맹점주를 대상으로 지난해 12월과 올해 1월에 ‘2014년 동반성장을 위한 설문조사’를 실시하고, 이 결과를 바탕으로 3차 상생협의회의 주요 안건을 구성했다. 이번 3차 상생협의회는 2014년 가족점 점주 교육 시행과 메뉴변경 및 운영방안, 본사정책 등 3가지의 기본 안전에 대한 토의와 2014년 출시예정인 신메뉴에 대한 시식 및 평가를 진행하는 등 현장중심형 체험 및 평가 활동으로 진행됐다.

(주)채선당 상생협의회는 2013년 6월 처음 발족 된 이후 3회째를 맞이했으며, 이번 상생협의회에는 지난 2차 회의 결과에 따라 가족점 상생협의회 구성 인원을 기존 10인에서 20인으로 확대해 가족점 점주들의 높은 참여 열기를 확인하는 자리가 됐다.

**교촌에프앤비(주)****<교촌치킨> 중국 치맥 열풍으로 상해점 매출 300% 증가**

<교촌치킨> 상해 즈팅루점이 오픈한 지 1년도 되지 않아 세배 이상의 매출 증가를 기록했다고 밝혔다. 교촌에프앤비(주)는 드라마 ‘별에서 온 그대’의 영향과 중국 내에서 맛보기 힘든 교촌만의 독특한 맛의 치킨 소스를 인기 비결로 분석했다. 드라마에서 등장한 ‘치맥’으로 인해 늦은 밤에 치맥을 사러 뛰어나가는 사람들이 많아졌다는 후문이다.

상해 즈팅루점 고객은 오픈 초기, 중국인과 한국인의 비율이 비슷했지만 현재는 9:1의 비율로 중국 손님들이 압도적으로 높다. 매장의 인기메뉴는 교촌 허니 시리즈로 평소 달콤한 맛의 음식을 주로 접하는 상해 사람들에게 많은 사랑을 받고 있다.

한편 <교촌치킨>은 상해 유명 인터넷 사이트 ‘상하이 와우’에서 선정한 ‘상해인이 좋아하는 간식메뉴 베스트 50’에 포함되기도 했으며, 12간지를 대표하는 맛집을 선정하는 흥미로운 기사에서 닭을 대표하는 음식점으로 소개되기도 했다.

한국중고육상경기연맹**‘성모척관병원’과 진료협약식 체결**

프리미엄 레스此基础上 <치어스>의 정한 대표가 회장으로 활동 중인 ‘한국중고육상경기연맹’이 ‘성모척관병원’과 지역사회 안녕 및 의료 발전에 이바지하기 위한 진료협약식을 지난 3월 19일 수원 장안구 정자동 성모척관병원 로비에서 체결했다.

이번 협약식은 연맹 및 한국중고육상경기선수에 대한 진료의뢰, 진료 및 운영에 대한 자문, 기타 협조가 필요한 사항 제공 등 상호 협력 관계를 구축하는 계기가 돼 한국중고육상발전에 큰 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

정한 회장은 “운동은 부상을 함께 할 수밖에 없는 상황에서 진료협약을 통한 성모척관병원의 도움으로 정확한 진단을 받고 치료를 받게 됐다”며 “선수들이 전문적인 재활치료에 대한 부담 없이 운동에만 전념할 수 있는 환경을 조성하게 돼 기쁘다”라고 밝혔다.



NEWS LOUNGE

회원사 행사 및 소식

(주)놀부NBG

한식코스요리 레스토랑 <오색찬연> 오픈



외식전문기업 (주)놀부NBG가 지난달 13일 고품격 한정식 레스토랑 <오색찬연>을 론칭했다. 노원구 하계동에 첫 매장을 오픈한 <오색찬연>은 놀부만의 노하우를 담은 프리미엄 한식 브랜드다. 국내에서 몇 안되는 대형 정통 한식 코스요리 레스토랑으로 한정식 코스요리에서 쉽게 접할 수 없는 유황오리를 즐길 수 있다는 점이 특징이다.

웅장하고 고품스러운 5층 한옥 건물에 강북 최대규모 1983.47m²(600평)를 자랑하는 실내는 전실이 룸으로 구성돼 있어 독립된 공간 구성과 아늑한 분위기로 편안한 식사가 가능하다. 또한 드라마 촬영 장소로도 각광받고 있으며 각종 모임 장소로 예약문의가 쇄도하고 있다.

<오색찬연>은 이번 오픈을 기념해 '샤브샤브 런치코스(1인)'와 '웰빙 유황오리 한상차림(3~4인)'의 20% 할인 이벤트를 매장에서 진행하고 있다.

(주)김가네

새로운 브랜드 <치킨방앗간> 가맹사업 전개

외식프랜차이즈 전문기업 (주)김가네의 새로운 브랜드 <치킨방앗간>이 가맹사업을 본격적으로 전개한다. <치킨방앗간>은 활기차고 생기있는 인테리어와 주문 즉시 조리하는 다양한 치킨 메뉴, 합리적인 가격, 품질 및 위생관리가 돋보이는 브랜드로 알려졌다.

(주)김가네는 5월 중 <치킨방앗간> 직영 2호점 오픈과 함께 가맹사업을 확장하며 연내 30호점 오픈을 목표로 하고 있다. 지난달 열린 프랜차이즈산업박람회에도 참여해 많은 관심을 받은 <치킨방앗간>은 배달형 가맹점과 카페형 가맹점을 운영해 맞춤형 창업을 전개할 예정으로 알려졌다. <치킨방앗간>의 인테리어 비용은 3.3m²(1평)당 170만원이며 총 예상비용은 33m²(10평)기준 점포비용 제외 3700만원선이다. 또한 선착순 30명 계약자에 한해 가맹비 500만원 면제와 교육비 100만원 지원, 로열티 3년간 면제, 인테리어 3.3m²(1평)당 20만원 지원, 마케팅 지원 등 다양한 창업 지원 혜택을 제공한다.



비알코리아(주)

<베스킨라빈스> 봄맞이 아이스크림 케이크 10종 선봬



<베스킨라빈스>는 따뜻한 봄을 닮은 화사한 아이스크림 케이크 10종을 새롭게 선보였다. 대표 제품으로 '별 가득 숲 속 케이크'와 '해피캐슬'이 있다. 이들 케이크는 파스텔 색감의 아이스크림 케이크로 봄 느낌이 물씬 느껴지게 한다. 또한 워터컷 기술로 탄생한 입체적인 디자인과 다양한 맛, 화려한 색을 가진 다채로운 듀얼 미니바이트가 특징이다.

지난달 화이트데이를 맞아 여러가지 프로모션을 진행한 <베스킨라빈스>는 아이스크림 케이크를 구매하면 시크릿 뷰티박스를 2000원에 증정하는 프로모션을 진행했으며, 더욱 특별한 선물을 준비하려는 이들을 위해 31가지 아이스크림을 맛볼 수 있는 '31 BOX'를 준비했다.

(주)이안에프앤비

<꼬지마루> 소자본 창업자들을 위한 창업지원 특별 혜택

경기불황으로 인한 소자본 창업 아이템이 각광 받고 있는 가운데 (주)이안에프앤비에서 운영하는 꼬지마루 전문점 <꼬지마루>에서 예비창업자를 위해 창업 지원 특별혜택을 시행하고 있다. 창업지원 특별혜택은 창업에 부담이 많은 예비창업자들에게 개설시 발생하는 교육비 200만원을 지원해준다. 인테리어 비용은 3.3m²(1평)당 10만원을 할인해주며 지역에 따라 상이하지만 무이자 창업대출을 최대 2000만원까지 선착순으로 제공하고 있다.

본사 자체 물류 시스템을 통해 낮은 단가에 물류를 공급받을 수 있어 수익률이 높은 게 장점인 <꼬지마루>는 눈에 보이는 단기적인 매출보다는 창업 이후에도 지속적이고 안정적인 수익구조 창출을 위해 전사적인 지원시스템을 강화하고 있다. 창업관련 문의는 홈페이지(www.cozymaru.com)를 참고하거나 전화(080-719-5252)로 문의하면 된다.



NEWS LOUNGE

회원사 행사 및 소식



(주)대호가

<죽이야기> 중국에 이어 일본까지 진출

프랜차이즈 죽전문점 <죽이야기>가 중국 22호점 강소성무석점 오픈을 앞두고 있으며 일본에도 가맹점을 개설했다.

아시아의 한류바람을 타고 해외시장으로 발빠르게 진출하고 있는 <죽이야기>는 탄탄한 브랜드 경쟁력을 내세워 성공적인 해외가맹 사업을 이어가고 있다. 중국 20호 매장인 <죽이야기> 길림용정점 오픈 후, 21호점 길림도문점과 22호점 강소성무석점이 오픈을 앞두고 있어 글로벌 프랜차이즈의 입지를 굳혀가고 있다. 또한 중국에 이어 일본에도 <죽이야기> 마츠모토점을 오픈해 일본진출을 본격적으로 알렸다.

<죽이야기> 관계자는 “<죽이야기>는 전통음식의 현대화에 앞장서며 선진화된 외식문화를 만들어 나가고 있다”며, “앞으로도 철저한 현지조사와 브랜드 경쟁력 강화를 통해 더욱 다양한 해외시장에 진출하겠다”고 밝혔다.

▶ 길림용정점 오픈 사진

사과나무(주)

<커피베이> 무료 바리스타 체험 개최

지난 3월 28일 <커피베이>가 ‘창업자를 위한 무료 바리스타 체험 시즌10’을 개최했다. 커피전문점 창업을 희망하는 예비창업자들에게 미리 커피전문점 운영을 경험할 기회를 주고자 마련된 이 프로그램은 커피전문점 창업을 준비하는 이들에게 많은 인기를 얻으며 꾸준하게 진행되고 있다. 바리스타 프로그램은 커피베이 아카데미 전문 바리스타들의 커피이론과 실기를 모두 익힐 수 있도록 제작한 커리큘럼을 통해 배운다.

수업 내용은 커피의 역사와 원두 감별법 등의 이론수업과 에스프레소 머신 마스터, 커피 메뉴 만들기 등 실습수업으로 이뤄진다. 실제로 ‘무료 바리스타 체험’ 프로그램을 수강한 후에 매장을 오픈한 가맹점주들은 <커피베이>의 창업지원 프로그램 덕분에 막연함에서 오는 시행착오를 최대한 줄일 수 있었다고 전한다.



(주)카페베네

<카페베네> 초코악마빙수 10만개 돌파



복합문화공간을 추구하는 (주)카페베네는 지난 3월 초에 선보인 ‘초코악마빙수’가 보름만에 누적 판매량 10만개를 돌파했다고 최근 밝혔다. 이는 빙수를 취급하지 않는 특수점을 제외한 전국 900여개 <카페베네> 매장에서 하루 평균 7개 이상 팔린 것으로, 본격적인 여름이 다가오기 전부터 빠른 판매량 증가를 보이고 있다. <카페베네>는 기존에 5월 여름 시즌 대표 신메뉴로 빙수를 선보이던 것과 달리 올해는 처음으로 3월 신메뉴에 빙수를 포함시켜 업계 가장 먼저 빙수 판매를 개시해 소비자들의 관심을 끌었다. 또한 축구라는 콘셉트를 적용한 재미있는 모양으로 시작적인 흥미까지 이끌어 내며 인기몰이에 나섰다.

<카페베네> 관계자는 “시즌에 한 발 앞서 다른 브랜드와는 차별화된 콘셉트를 신메뉴에 접목하고, 맛과 보는 즐거움을 함께 경험할 수 있도록 메뉴 디자인에 심혈을 기울인 것이 인기 요인으로 보인다”고 밝혔다.

(주)지엔푸드

<94번가> 본격적인 가맹사업 전개

<굽네치킨>을 운영하는 (주)지엔푸드는 맥주전문점 <94street>(이하 94번가)의 가맹사업을 본격적으로 전개하고 있다.

저온숙성 저장고를 사용해 차별성을 갖는 <94번가>는 급속냉각기를 사용해 시원하게 마시는 일반적인 방식과 비교해 맥주 본연의 맛을 느낄 수 있게 한다. 2012년 7월 선릉역에 직영점을 오픈해 운영해 오며, 그동안 쌓아온 <굽네치킨>의 노하우와 직영점을 운영한 경험을 바탕으로 성공을 자신향하고 있다.

모던한 인테리어와 <굽네치킨>만의 치킨요리와 노하우로 분위기와 맛으로 유명세를 타며 가맹사업을 전개하기 전부터 3개 가맹점을 오픈했다.

본격적인 가맹사업을 펼치며 빠르게 매장 수가 늘어나는 것으로 많은 예비창업자들의 관심을 받고 있는 <94번가>는 매월 첫째 주와 셋째 주 목요일에 사업 설명회를 진행하고 있다. 또한 설명회를 통해 가맹비와 교육비 면제 등 다양한 혜택도 제공한다.



NEWS LOUNGE

회원사 행사 및 소식



(주)이바돔 전남 영광 생산물류센터 기공식 개최

(주)이바돔이 지난 3월 26일, 전남 영광 대마 전기자동차산업단지에 조성되는 '이바돔 생산물류센터' 기공식을 열었다. 3만3057m²의 대규모 부지에 건설되는 생산물류센터는 연구소, 개발실, 김치를 포함한 각종 절임식품 생산시설, 저장시설 등을 갖춘 전략적 기지로 활용된다. (주)이바돔은 2015년 완공을 목표로 하며, 총 500억원을 투자했다.

이를 바탕으로 안전한 먹거리에 가격 경쟁력을 갖춰 전국 매장에 안정적으로 제공할 수 있게 된 (주)이바돔은 향후 중국, 미국 등 해외 진출 시 연구개발을 통한 제품 및 브랜드 경쟁력을 확보한다는 전략이다.

이날 기공식은 (주)이바돔의 김현호 대표를 비롯해 다양한 정계 및 지자체 인사와 협력사 관계자 350여명이 참석해 협약식 체결 및 커팅식 순으로 진행됐다. 김 대표는 "영광 생산물류센터는 미래 성장동력인 외식문화콘텐츠 사업의 기점이 되며, 한식의 세계화에 이바지하게 될 것"이라고 전했다.



(주)지엔푸드 '행복나눔人' 수상

〈굽네치킨〉을 운영하는 (주)지엔푸드가 지난 3월 31일 서울 프레지던트호텔에서 보건복지부 주최로 열린 '2014년 제1회 행복나눔人' 시상식에서 보건복지부장관상을 수상했다. (주)지엔푸드는 나눔실천과 이웃사랑을 통한 행복한 사회를 만드는데 기여한 공로를 인정받았다. 지난 2008년부터 김포시 관내 고등학교에 재학 중인 학생들을 선정해 매년 60명에게 장학금을 후원해왔고 누적 후원금이 약 8억원에 달한다.

홍경호 대표는 "지속적으로 지역복지에 관심을 가지고 따뜻한 나눔문화를 조성하기 위해 노력해왔다"며, "수상을 하게 되어 기쁘게 생각하며 앞으로 복지 시각지대에 있는 주변 이웃에게 더 큰 관심을 기울 계획"이라고 말했다. 한편, '행복나눔人'은 나눔을 실천해 사회적 귀감이 된 시민 및 기업을 적극 발굴하고 시상함으로써 나눔문화를 확산하기 위한 것으로, 이날 시상식에서 개인 수상자와 한국제분, 동해화력발전처, 대우인터내셔널, MBC무한도전팀 등의 단체가 수상했다.



4월 · 5월

EDUCATION

제27기 상권분석 전문가 과정

기간 4. 10(목) ~ 11(금)

교육장소 서울 서초구 서초대로 248 월현빌딩 B1층

교육인원 30명(선착순 모집)

비용 회원사 15만원, 비회원사 18만원(VAT별도)

교육 대상 : 프랜차이즈 본부장 및 점포개발자, 예비창업자, 상가컨설턴트 취업 희망자 등

목적 : 상업용 부동산의 시장 환경 이해와 상권분석의 전문지식 습득과 과학적 이론, 경험적 실무 중심의 상권과 입지조건 분석기법을 전수

혜택 : ※교재 및 다과 무료 제공. ※다양한 프랜차이즈 정보 제공
※(사)한국프랜차이즈산업협회장 명의 수료증 발급.

제6기 외식점포 인테리어 실무형 과정

기간 5. 13(화) ~ 14(수)

교육장소 서울 서초구 서초대로 248 월현빌딩 B1층

교육인원 30명(선착순 모집)

비용 회원사 15만원, 비회원사 18만원(VAT별도)

교육 대상 : 프랜차이즈 인테리어 실무자, 예비창업자, 인테리어 업체 취업희망자, 업종전환 희망자

목적 : 업종에 맞는 인테리어 실무를 학습하여 매출향상 및 전문가 육성

혜택 : ※교재 및 다과 무료 제공. ※다양한 프랜차이즈 정보 제공
※(사)한국프랜차이즈산업협회장 명의 수료증 발급.

제5기 외식경영관리사 전문가 과정

기간 4. 22(화) ~ 24(목)

교육장소 서울 서초구 서초대로 248 월현빌딩 B1층

교육인원 30명(선착순 모집)

비용 협회에 문의

교육 대상 : 외식업 프랜차이즈 임직원, 예비창업희망자, 외식업 프랜차이즈 취업희망자.

목적 : 외식산업을 이끌어 갈 전문 경영인 양성.

혜택 : ※교재 및 다과 무료 제공. ※다양한 프랜차이즈 정보 제공
※(사)한국프랜차이즈산업협회장 명의 수료증 발급.

제8기 소셜미디어 홍보마케팅 과정

기간 5. 28(수) ~ 29(목)

교육장소 서울 서초구 서초대로 248 월현빌딩 B1층

교육인원 30명(선착순 모집)

비용 회원사 15만원, 비회원사 18만원(VAT별도)

교육 대상 : 프랜차이즈업계 CEO, 소상공인, 가맹본부 CEO, 가맹점주, 예비창업자 홍보마케팅에 관심 있는 일반인 및 직장인, 임직원

목적 : 어려움을 겪고 있는 홍보마케팅 분야를 세분화 된 이론교육과 체계적인 실습을 통해 어려움을 극복하고 직무능력을 향상시키고자 함.

혜택 : ※교재 및 다과 무료 제공. ※다양한 프랜차이즈 정보 제공
※(사)한국프랜차이즈산업협회장 명의 수료증 발급.

NEWS LOUNGE

신규회원사 명단

정회원

업체명	브랜드	업종	대표자	가입일
(주)한스앤컴퍼니	한스텔리	서비스업	김세준	2013.10.04
(주)마루에프앤씨	인마루	도소매업	김기돈	2013.10.28
청구경희한의원	청구경희한의원	서비스업	이원복	2013.11.01
에스엔에스컴퍼니	서기안국	도소매업	이성민	2013.11.04
(주)이노티안경체인	이노티안경	도소매업	채경영	2013.11.05
한국키즈테마파크연구소(주)	키즈카페 어린왕자	서비스업	김소영	2013.11.05
(주)다하누곰탕	다하누곰탕	서비스업	최계경	2013.11.14
(주)비케이이에프엔비	침치애난, 꼬뎅마루	서비스업	이우진	2013.11.18
한국물물교환결제시스템(주)	Extrade Card	서비스업	김현수	2013.11.19
(주)사보르웨이	스시웨이·스시도리	도소매업	최진수	2013.11.20
(주)에브릿	소담애	서비스업	이영환	2013.11.27
(주)에이엔	AN ADC Program	도소매업	이옥순	2013.12.02
(주)제주줄짜	줄서서먹는짜장	도소매업	정진화	2013.12.23
(주)디떼 에스프레소	디에떼 에스프레소	도소매업	김영일	2013.12.24
(주)아소비교육	아소비공부방	제조업	박시연	2013.12.27
또봉이통닭	또봉이통닭	외식업	최종성	2013.12.31
올바른기맹거래사무소		서비스업	강성민	2014.01.02
샘토몽클닭갈비	샘토몽클닭갈비	도소매업	김상미	2014.01.06
(주)조스푸드	조스떡볶이	도소매업	나상균	2014.01.16
(주)신화	강남곱창이야기	외식업	이신화	2014.01.16
(주)작은거인들	최군맥주	도소매업	최원석	2014.01.24
(주)세븐하베스트	통큰할매도중순대국, 세이7데이	도소매업	이성진	2014.01.28
(주)아이비스글로벌	아이비스 PC방	서비스업	박상욱	2014.01.28
(주)주원산오리	주원산오리	도소매업	이우진	2014.01.28
(주)러브코리아	러브펫	도소매업	최인영	2014.01.29
(주)토마토디앤씨	블루클럽	서비스업	박대성	2014.02.03
(주)일동인터내쇼날	둘둘치킨	외식업	옹옥화	2014.02.03
(주)산너남촌	산너남촌	제조업	박종철	2014.02.05
제이티아이씨푸드(주)	생선지존 진땡이	도소매업	박미숙	2014.02.10
(주)소담푸드	시오도매	제조업	박소담	2014.02.10
(주)제호	한방삼계탕	제조업	이우진	2014.02.13
(주)오투스페이스	아딸	도소매업	이경수	2014.02.14
(주)꼬꼬에프엔비	맛닭꼬	외식업	인치수	2014.02.14
세양	choin chep mevotork	서비스업	조병무	2014.02.14
(주)대교	눈높이	서비스업	조영완	2014.02.25
(주)고향에프에스		도소매업	표진영	2014.02.27

준회원

(주)씨엠이	콤콤콤	도소매업	송정희	2013.10.29
(주)육대장	육대장	도매업	최형욱, 이진수	2013.10.29
(주)하늘푸드시스템	하늘메밀	도소매업	김태훈	2013.10.31
(주)어디리	어디리	도소매업	신경철	2013.12.30
(주)맛의도가	모노모노	서비스업	이종순	2014.01.21
스마트베리	Smart berry	서비스업	유영길	2014.01.27
토토로의 숲	토토로의 숲	제조업	박상복	2014.03.10

특별회원

남광불산		도소매업	김은숙	2013.10.25
(주)디자인다온		서비스업	정희경	2013.11.19
(주)태방파텍		제조업	정희국	2013.11.29
한성에프에스(주)		도소매업	전장수	2014.01.23
(주)스카이씨엔에스		도소매업	이종훈	2014.01.27
(주)더블유에스개발	팔레스호텔	음식및숙박업	신봉섭상무	2014.01.31
마실		서비스업	최은영	2014.02.05
(주)콜피아		서비스업	김경화	2014.02.20
디올레드(주)		제조업	고진호	2014.02.27
(주)레쎄		서비스업	김지은	2014.03.10

2014 한국프랜차이즈산업협회 글로벌컨벤션(제주)

한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 CEO를 대상으로 '2014 한국프랜차이즈산업협회 글로벌컨벤션'을 다음과 같이 개최하고자 하오니 프랜차이즈 업계 CEO분들의 적극적인 참여를 부탁드립니다.

■ 행 사 명 : 2014 한국프랜차이즈산업협회 글로벌컨벤션(제주)

■ 취 지 : 국내외 유명강사 초청 강연을 통한 학습과 회원들간의 분임토의를 통한 업계 정보공유 및 단합의 장 제공, 글로벌진출전략과 고용창출을 통한 내수경기 활성화 방안 연구

■ 초청강사(선택제)

* 강사의 사정에 따라 변경될 수 있습니다.

강사명	강사 소개	강사명	강사 소개
1 사쿠라다 아쓰시	일본 모스버거 대표	7 김난도 교수	서울대 생활과학대학 소비자학과
2 조 엘링저 (Joe Erlinger)	한국 맥도날드 대표	8 박용후 대표	'관점을 디자인하라' 저자
3 김재윤 의원	새정치민주연합 국회의원	9 윤홍근 회장	(주)제너시스 회장
4 현정택 부의장	국민경제자문회의 부의장	10 조상호 대표	SPC 사장, 비알코리아 대표이사
5 박병원 회장	서비스산업총연합회장, 전국은행연합회장	11 엄홍길 대장	엄홍길휴먼재단 대표, 산악인
6 남승우 사장	풀무원홀딩스 대표이사 사장	12 박진영 대표	J.Y.P 대표

■ 일 시 : 2014년 5월 23(금)~25(일) 2박 3일

■ 장 소 : 제주 해비치호텔 리조트

■ 참가대상 : 회원사 CEO 및 정·관·학계 인사

• 도소매 유통, 서비스, 외식 프랜차이즈 대표브랜드 250여명과 유관 정부관계자, 학계, 언론 등 유관분야 50여명 초청

■ 진행순서

일 시	행사명	내용 및 진행
1일차(5/23 금)	10:10 출발(OZ)	
	등록	방 배정, 의류 지급
	중식	
오후	특별강연	3강 진행
	만찬	공식 Openning 행사
	분임토의	
2일차(5/24 토)	오전	특별강연 2강 진행
	오후	특별강연 2강 진행
	만찬	분임토의, 성공사례, 우수아이디어 공모 발표 및 시상
3일차(5/24 일)	오전	단합의 장 경품행사 외
	폐회식	퇴실, 기념촬영
	중식	올레길
18:00	귀경(OZ)	

■ 문 의 : 정책연구소장 양정석(02-3471-8135~8)

■ 참 가 비 : 500,000원/人(전체예산 중 일부 개인부담 및 나머지 협회 지원)

■ 신청방법 : FAX나 이메일 회신 (첨부양식 FAX : 02-3471-8139, 이메일 : jessyang1@naver.com)

한중프랜차이즈CEO교류단

중국프랜차이즈협회 방문

(사)한국프랜차이즈산업협회에서는 한국과 중국 양국 프랜차이즈협회 간 교류를 통한 정보교류와 협력관계 구축 및 민간외교를 위한 한중프랜차이즈CEO교류단 활동을 시작하였습니다. 협회와 중국프랜차이즈협회(CCFA, China Chain Store & Franchise Association, 中國간 공식교류를 시작하는 자리에 협회 임원사 대표님들의 많은 참여를 바랍니다.

행사명

한중프랜차이즈CEO교류단 교류회

행사 목적

- 한중간 프랜차이즈교류를 통한 정보교류
- 한중 FCEO간 교류를 통한 우호증진
- 프랜차이즈산업을 통한 한중 민간외교 역할
- 한중 프랜차이즈산업 간의 협력관계 구축을 통한 한식세계화에 기여

주요 사업

- 양국간 프랜차이즈CEO 교류행사 주최
- 한중간 프랜차이즈정보 교류회(좌담회) 주최
- 한중간 프랜차이즈교류를 통한 브랜드교환 및 브랜드정책 지원서비스 구축
- 국내의 중국 진출기업(브랜드)을 위한 중국 협력 네트워크 구축

장소

중국 북경

인원

30명

방문 일정

- 2014년 5월8일(목)~10일(토), 2014년 5월8일(목)~11일(일) 중 택일
- 5월 8일 : 중국프랜차이즈협회 방문 프랜차이즈정보교류좌담 및 중국 프랜차이즈업체 견학, 친목 연회(만찬)
- 5월 9일 : 북경국제프랜차이즈 전시회 참관
- 5월 10일, 11일 : 북경 상권 견학 및 자유시간

참여신청 안내

- 참가신청서는 협회 홈페이지(www.ikfa.or.kr) 공지사항 게시판(242번)에 첨부양식에 따라 기재 후 팩스 또는 이메일 접수

참가비

- (골프 미포함)
 - ① 5월 8일(목) ~ 10일(토), 2박3일 - 81만원(VAT 포함)
 - ② 5월 8일(목) ~ 11일(일), 3박4일 - 105만원(VAT 포함)
- (골프 포함, 캐디피 · 골프시 중식 미포함)
 - 5월 8일(목) ~ 11일(일), 3박4일 - 126만원(VAT 포함)

문의 · 접수

- 입금 계좌 : 우리은행 1005-780-667701 예금주 : (주)하리카 디렉스 여행
- (사)한국프랜차이즈산업협회 전략홍보팀장 양정석 (070-7919-4146)

국내 최대 업소주방용품 1위 쇼핑몰

외식창업 성공파트너 주방뱅크

국내유명 프랜차이즈 200여 업체 납품



주방뱅크 ▾

검색

www.jubangbank.co.kr
더욱 다양한 상품을 보실 수 있습니다.



모바일 쇼핑몰
OPEN



프랜차이즈, 단체급식, 해외납품 전문기업

ISO 9001 / ISO 14001 인증기업

OK | 주|대원주|방뱅크



50%

**본사와 공동투자로
안정성, 수익성
확실히 보장!**



부족한 자금은 본사에서 책임집니다!

하나. 본사에서 창업자금의 50%를 공동투자하겠습니다.

둘. 운영은 점주님, 관리는 본사가 책임지겠습니다.

셋. 최소 생계자금을 급여보장제로 해결하겠습니다.

부부 운영시 월 350만원 보장(추가이익 공동분배)

넷. 만족하실때 언제든 인수 가능합니다!!!



가·맹·문·의·전·화
1577-9238



Magic Gold

국가대표 식기세척기

- 실속있는 가격
- 간편한 조작 디스플레이
- 심플한 디자인
- 국내최고 대포물살

세계최초
전면 DOOR에 위치한
디스플레이어
좁은 공간에 설치하여도
편리한 조작



도어타입



MG-2012M



MG-2012MH



MG-2012S



MG-2013M



MG-2012RC



MG-2012UC



MG-55



MG-100

팩컨베아타입

언더카운트타입

제빙기

magicgold.kr

주소: 경기도 성남시 분당구 석운동 60-1 전화: 031-8016-0904 팩스: 031-8017-0904

최고의 제품을 저가의 가격으로

전국 어디든 설치 관리하도록 하겠습니다.

전국 1566-4313

The 32nd Korea Franchise Business Expo



2014

제32회 프랜차이즈산업박람회

- 일 시 : 2014. 9. 25(목) ~ 27(토), 3일간
- 장 소 : SETEC(3호선 학여울역 서울무역전시컨벤션센터)
- 참가문의 : (사)한국프랜차이즈산업협회

Tel. 02.3471.8135~8



□ 전시품목

- 프랜차이즈산업 신규 브랜드 개발업체
- 외식, 서비스, 도소매 등 프랜차이즈 가맹본사 브랜드
- 프랜차이즈산업 지원 중소기업체
- 한식관련 브랜드 및 제품
- 주방용품, 인테리어, 디자인, 인터넷, e-BIZ 관련 상품

□ 박람회관련 부대행사

- 창업상담 및 자금지원 안내
- 법무, 세무, 변리, 회계 등 무료법률상담
- 참가기업 사업설명회
- 프랜차이즈 창업교육 및 컨퍼런스