

2014 Ebadom, a Presidential Citation in Korea Franchise Business Awards

2014 한국프랜차이즈대상 대통령 표창 수상



창립 21주년을 맞는 외식문화기업 (주)이바돔이 대통령 표창을 수상했습니다.
고객 여러분께서 보내주신 성원에 깊은 감사를 드립니다. 앞으로도 이바돔의 어원을 지켜가며 정성을 다하는 기업이 되겠습니다.

[“이바돔” 이란? <대접할 음식의 순수 우리말>입니다.]

이바돔 외식 Family

〈온가족의 행복한 외식 문화 공간〉

 이바돔 감자탕 kids&cafe



이바돔 감자탕 키즈앤카페

〈제주흑도야지 숯불구이 전문점〉

이바돔
제주흑도야지
숯불구이전문점



제주흑도야지 숯불구이 전문점

〈해물요리 전문점〉

해물
이바돔
아구찜과
쭈꾸미



해물요리 전문점

“이바돔과 미래를 꿈꾸는
가족점주님을 모십니다”

창업 안내 080-511-2151

www.ebadom.com

항균물티슈 그 이상을 담다!
 나만의 브랜드~
 그안에 담긴 진실한 제품



브랜드 이미지 제작 POINT 4

- 1 자사 브랜드 이미지 UP !
- 2 소비자 만족도 UP !!
- 3 가맹점 신뢰도 UP !!!
- 4 KFA회원사 특별 혜택 부여

업소용물티슈 전문 생산 기업
 (주) 조 은

OEM/상/담/문/의
1566 - 1262

The 15th
Korea
Franchise Business
Awards



2014년 한국프랜차이즈 대상

“**국무총리 표창 수상**”

고객님께서 보내주신
 관심과 사랑으로 큰 상을 받게 되었습니다.

앞으로도 돈까스클럽 임직원 일동은 고객님의 사랑에
 정성으로 보답하겠습니다.
 감사합니다.



김家네



김家네

자연의 마음을
요리에 담다!



김밥, 퓨전 종합 분식 프랜차이즈 업계 최초
국무총리상 수상!

김家네 가맹문의 1588-7187 www.gimgane.co.kr

프랜차이즈 월드 Vol.12

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이



- 6 윤리강령
- 9 Letter 조동민 협회장

Issue & People

- 10 News Lounge 협회 뉴스와 행사
- 14 특별인터뷰 특허청 김영민 청장
- 18 핫 이슈 I (사)한국프랜차이즈산업협회 2015년의 중점 추진사업
- 21 핫 이슈 II 2015년 올미년 달라지는 제도
- 24 핫 이슈 III 특허청, 해외 지재권 보호를 위한 간담회
- 26 핫 이슈 IV 2015년 신년 하례식 개최
- 28 핫 이슈 V 프랜차이즈산업의 2014년 정리
- 31 특별기획 장수 브랜드의 요건 첫 번째는 '원칙에 충실'
- 36 특별좌담회 2015년 프랜차이즈 트렌드
- 42 스포트라이트 I KFCEO 명품과정 졸업식
- 52 스포트라이트 II 2014 나눔 송년회

Franchise

- 57 글로벌 성공브랜드 (주)SPC그룹 (파리바게뜨) · (주)후스타일 (요거베리)
- 62 회원사 탐방 해마로푸드서비스(주) <맘스터치>
- 64 글로벌 트렌드 글로벌 프랜차이즈, 해외로 해외로~

프랜차이즈월드 Vol.12

발행일 2015년 2월

발행인 조동민 (사)한국프랜차이즈산업협회장

발행처 (사)한국프랜차이즈산업협회 서울시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩 2층

전화 02 3471 8135~8 팩스 02 3471 8139

디렉터/전략홍보팀 장민수 과장

기획/취재/편집/디자인/창업미디어그룹 월간<창업&프랜차이즈>

제판/인쇄/(주)신화프린팅코아퍼레이션

판매가 10,000원

프랜차이즈월드는 한국 간행물 윤리위원회의 도서집지 윤리강령 · 집지윤리실천요강을 준수합니다. 이 책에 실린 어떤 내용도 무단복제해서 사용할 수 없습니다.



[표지 설명]

프랜차이즈, 2015년을 비상하라!

다사다난했던 지난 한해, 사회·정치적 사
건에 따라 경제도 영향을 받아 프랜차이즈
업계에도 큰 변화의 바람이 불었다. 이에 업
계는 2015년 다양한 창업 아이템을 갖고 통
세시장을 겨냥하는 등 끊임없는 도약과 비
상을 향해 매진하고 있다. 이에 (사)한국프
랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 업계와 힘
을 모아 업계의 다양한 변화를 발맞춰 프
랜차이즈 산업 발전을 위해 더욱 약진하는
2015년을 향해 용수솜처 보고자 한다.

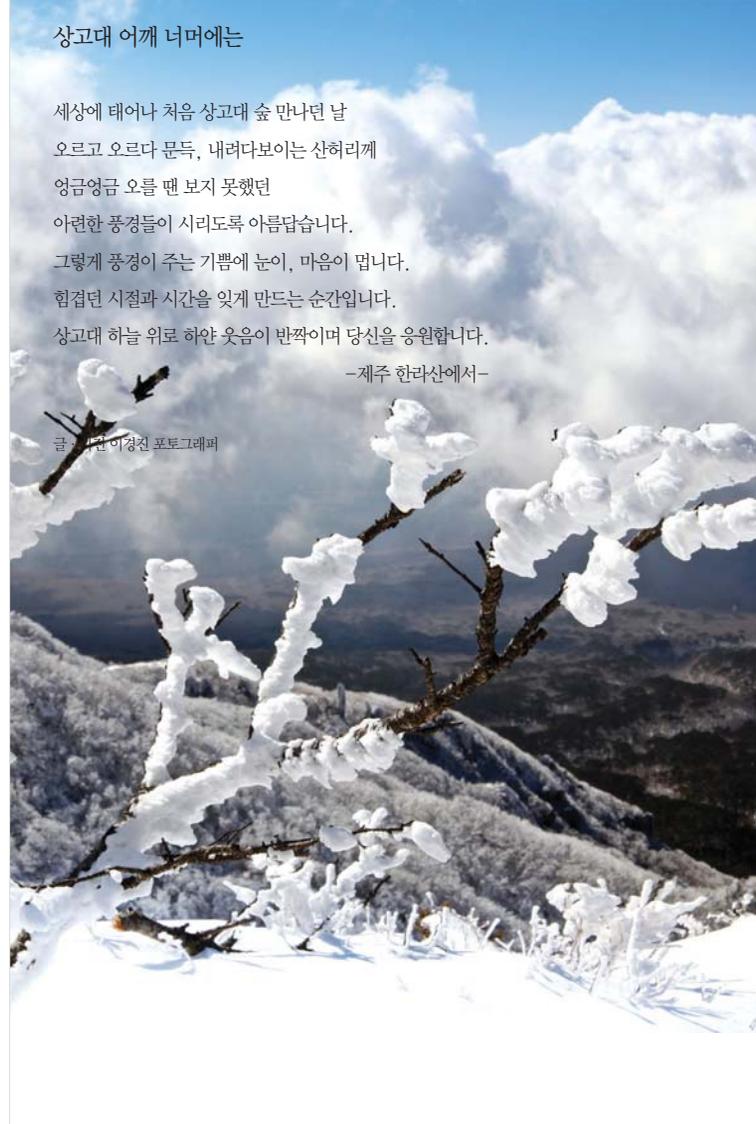
Contents



상고대 어깨 너머에는

세상에 태어나 처음 상고대 숲 만나던 날
오르고 오르다 문득, 내려다보이는 산허리께
영금영금 오를 땀 보지 못했던
아련한 풍경들이 시리도록 아름답습니다.
그렇게 풍경이 주는 기쁨에 눈이, 마음이 멍니다.
힘겹던 시절과 시간을 잊게 만드는 순간입니다.
상고대 하늘 위로 하얀 웃음이 반짝이며 당신을 응원합니다.
-제주 한라산에서-

글: 이경진 이경진 포토그래퍼



Education & Culture

- 68 **지상강좌** 이경희 · 장재남 · 신항철 · 강기우
- 76 **그곳에가다** 세계 3대 폭포 나이아가라 폭포
- 79 **CEO's Library** (주)일승식품 <돈까스클럽> 이규석 대표
「세기의 도전자, 위기의 승부사 정주영-이보, 해봤어?」

News Lounge

- 82 **동서남북** 프랜차이즈관련 정책 및 이슈 · 동향
- 84 **브랜드뉴스** 회원사 행사 및 소식
- 92 **Education** 교육 일정
- 94 **Schedule** 협회 일정 및 협회장 동정 · 신규회원 가입 현황





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

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원은 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

회원은 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 필요한 조치를 다하여 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 되고자하는 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 헌법 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 상도이에 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 다하며 안전한 서비스 및 제품 제공을 위하여 최선을 다한다.
- 나. 회원사는 국민들의 건전한 감사를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.
- 다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 참여한다.

5. 동반성장을 통한 기반 마련

- 가. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.
- 나. 회원사는 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의사소통을 통해 동반성장을 이룰 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.

The 33rd Korea Franchise Business Expo



The 33rd Korea
Franchise Business
Expo 2015

2015

제33회 프랜차이즈산업박람회

- 일 시 : 2015. 3. 19(목) ~ 21(토), 3일간
- 장 소 : SETEC(3호선 학여울역 서울무역전시컨벤션센터)
- 문 의 : (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
- 프랜차이즈 창업교육 및 컨퍼런스

글로벌 프랜차이즈라는 소명 위해 노력하는 2015년 됩시다

2015년 올미년의 희망찬 새해가 밝았습니다.

올해는 양의 해, 그것도 '청양(靑羊)의 해'라고 합니다. 청양에서 '청(靑)'이 뜻하는 푸른 색은 진취적이고 활기차며, 매사에 빠른 속도로 임하는 특징을 가지고 있기에 적극적이고 긍정적인 성격을 의미한다고 합니다. 2015년 청양의 해에는 이같은 해석과 같이 적극적이고 긍정적인 성취와 성공을 하는 해가 되길 희망하는 이들이 많습니다. 우리 한국 프랜차이즈산업협회에 속한 모든 대표님과 직원분들 모두에게도 2015년 한 해가 진취적이고 적극적인 태도로 긍정적인 성과와 성공을 이뤄가시기를 진심으로 바라고 기원합니다.

지난해 우리 프랜차이즈산업인들과 프랜차이즈협회는 참 많은 성과를 만들어 냈습니다. '프랜차이즈산업협회'로 명칭을 변경하면서 프랜차이즈 산업을 한 단계 발전시킬 수 있는 토대를 만들었으며, 산업통상자원부로부터 적극적인 지원과 예산을 이끌어 냈습니다. 그 결과 우리 프랜차이즈산업의 인프라를 구축하고 확대해 나간 것은 물론 세계 속에 'K-프랜차이즈'를 알리는데도 많은 기여를 할 수 있었습니다.

이러한 우리 프랜차이즈 기업들의 도전과 노력은 올해에도 변함없이 계속되고 있습니다. 아마 지난해보다 더욱 발전적이고 좋은 결과들이 많이 생겨날 것이라고 믿어 의심치 않습니다.

개인적으로 우리 프랜차이즈 기업들의 해외진출은 시대적 소명이라고 생각합니다. 지금도 많은 우리 프랜차이즈 기업들이 세계를 누비며 'K-프랜차이즈'의 깃발을 세계 각국에 휘날리고자 노력하고 있는데, 이런 노력이 모여 우리 프랜차이즈 산업의 발전과 세계화에 큰 족적을 남길 것이라고 생각합니다.

올해 우리 프랜차이즈산업은 내실과 성장을 통해 발전을 도모해야 합니다. 동시에 희망찬 소식이 많이 넘쳐나도록 더욱 협력하고 소통해야 합니다. 프랜차이즈 산업은 창조경제시대에 가장 적합한 산업이자 일자리 창출 및 국가 경제 활성화에 가장 큰 기여를 하고 있습니다. 그만큼 갈수록 그 위상과 중요성이 커져 갈 것입니다.

2015년 우리 한국프랜차이즈산업협회는 동반상생의 기치 하에 자영업자의 경쟁력 강화에 주력하면서 지속적인 성장을 하는 산업군이 되도록 더욱 노력할 계획입니다. 또한 우리 프랜차이즈 기업들이 국내 시장을 넘어 해외 시장에 관심을 갖고 세계 방방곡곡에 한국프랜차이즈산업의 깃발을 꽂는 시대적 소명을 가슴에 품는 글로벌 프랜차이즈로 거듭나도록 보다 적극적인 역할을 할 방침입니다.

얼마전 열린 특허청장과의 간담회도 바로 그런 노력의 일환입니다. 앞으로도 우리 협회는 우리 브랜드들이 세계적인 브랜드가 되도록 첨병 역할을 하는데 모든 역량을 집중할 것입니다. 또한 우리 브랜드들의 세계 시장 진출을 위해 지원을 아끼지 않겠습니다.

다시 한번 2015년 한 해가 우리 프랜차이즈산업의 발전과 내실을 튼튼히 하면서 세계로 한걸음 더 나아가는 뜻깊은 한 해가 되기를 소망합니다. 또한 우리 프랜차이즈산업인 모두 그를 위해 한 마음이 되길 기원합니다.

아무쪼록 2015년 새해 복 많이 받으시고, 뜻하신 바 모두 이뤄가시길 기도합니다.

감사합니다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 회장 **조동민** 배상

NEWS LOUNGE



특허청 · (사)한국프랜차이즈산업협회 해외 지재권 보호를 위한 간담회

프랜차이즈 기업의 해외 지재권 보호를 위한 간담회가 지난 1월 22일 팔래스호텔 로얄볼룸에서 오전 11시부터 약 2시간 동안 진행됐다. 이번 간담회를 위해 특허청에서는 특허청장, 산업재산보호지원과장 및 상표심사정책과장 등 총 12명이 참석했으며, (사)한국프랜차이즈산업협회 측에서는 협회장, 수석부회장 등 총 15명이 참석해 해외에서의 국내브랜드 침해피해를 사전에 예방하고 대응을 강화하기 위한 시간을 가졌다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 서비스업종 경기 동향 간담회

협회는 최근 서비스업종 경기 동향 간담회를 업계 관계자들이 모인 가운데 한국은행 강남본부에서 14시부터 진행했다. 간담회는 편의점 협회를 포함해 7개 협력단체가 참여해 서비스 업종의 최근 추세와 앞으로의 흐름에 대한 비전과 전망을 진단해 보는 알찬 시간이 됐다.



농식품부 식품산업정책과, 외식산업진흥과 국산김치 사용 자율표시제 관련 회의

농식품부는 지난 12월 23일 aT센터에서 국산 김치 사용 자율표시제 관련 회의를 개최했다. 식품산업정책과 및 외식산업진흥과의 공동주최로 한국프랜차이즈산업협회, 외식산업협회, 외식업중앙회, 김치협회, 한식재단 등이 참여했다. 이번 회의를 통해 업계는 외식, 급식업체 등을 중심으로 국내산 김치 사용을 확대할 수 있도록 자율표시제를 외식관련협회에서 인증해주는 방안을 마련했다.



특허청 · (사)한국프랜차이즈산업협회 15년 지적재산권 및 상표 회의

특허청에서 개최하는 15년 지적재산권 및 상표 회의가 지난 12월 29일에 진행됐다. 2015년 특허청 사업을 통해 (사)한국프랜차이즈산업협회에서 주력하는 해외 진출 국내프랜차이즈 기업의 상표권 등 지식재산권 보호에 중점을 두고 사업을 추진하겠다고 발표했다.

**유통산업연합회 운영위원회
유통산업발전법 관련 이슈 논의**



2014년 마지막 유통산업연합회 운영위원회가 지난 12월 26일 프레스센터 국화실에서 오전 7시 30분 부터 약 1시간 반 동안 진행됐다. (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장을 포함해 산업부 황규연 실장, 신성필 과장 등이 참석해 한해를 점검하고 최근 유통산업발전법 관련 이슈들에 대해 논의했다.

**(사)한국프랜차이즈산업협회
2014 프랜차이즈산업실태조사 결과발표**



프랜차이즈 정책방안 연구에 관한 2014 프랜차이즈 산업 실태조사 결과발표가 지난 12월 23일 오후 2 시에 사무국에서 진행됐다. 프랜차이즈 산업 실태조사는 국내 프랜차이즈 산업의 급격한 성장에 따른 따라 프랜차이즈 관련 산업 정책 수립과 집행을 위한 산업의 이해도 제고 및 선진화 프랜차이즈 산업발전에 기여할 수 있는 기초 자료를 확보하는 데 그 목적이 있다. 주요 조사 내용으로는 정보공개서 DB구축, 가맹 본부 실태조사 및 가맹점 창·폐업 실태조사 등으로 구성됐다.

**연세대학교 FCEO
26기 프랜차이즈 CEO과정 수료식**



26기 프랜차이즈 CEO과정(27명 수료) 수료식이 지난 12월 20일 연세대학교 상남경영원 싸이퍼러스 룸 2층에서 약 1시간 반 동안 진행됐다. 26기 연세대 FCEO 과정 수료식에는 조동민 협회장이 축사와 협회 공로패를 수여했으며, 참석한 수료자들을 격려했다.

**(사)한국프랜차이즈산업협회
30기 상권분석아카데미 교육**



30기 상권분석 아카데미 교육이 지난 12월 18일부터 이틀간 협회 희망실에서 27명이 참여한 가운데 진행됐다. 시장수요에 비해 현저히 부족한 실무 정통형 상권분석전문가 양성을 목표로 한 이번 교육은 상권 분야에 관해 숙련된 노하우와 실무지식 및 Consulting Method를 제공하고 전문가 및 업계 네트워크, 인프라 구축의 장을 마련하는 자리가 됐다.

NEWS LOUNGE



산업부 · 협회 말레이시아 산업부 현지 조사

산업통상자원부와 (사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 1월 5일부터 9일까지 말레이시아 현지조사를 떠났다. 현지조사는 말레이시아 프랜차이즈 진흥을 위해 설립된 공기업 PNS, 자회사인 Gobria Jean's Coffees 등과 함께 양국 프랜차이즈 육성 프로그램에 대한 미팅을 진행했다.



말레이시아 · 산업부 산업부 · KOTRA 무역관장 미팅

산업통상자원부 권순만 사무관은 지난 1월 5일부터 9일까지 열린 말레이시아 현지조사 기간 중에 KOTRA 말레이시아 무역관장과 미팅을 가지고, 양국의 프랜차이즈 육성에 대한 논의를 가졌다.



말레이시아 · 산업부 프랜차이즈 산업 교류 협력 회의

산업통상자원부는 지난 1월 5일부터 9일까지 열린 말레이시아 현지조사 기간 동안 말레이시아 통상산업(MTIDCC) 주제로 PNS, MFA 등 관련 기관 참석 하에 양국 프랜차이즈 산업 진흥을 위한 교류 협력 회의를 진행했다. 이로써 양국간의 프랜차이즈 관련 육성 방안에 대한 밀도있는 논의가 진행됐다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 노동부 국가인적자원개발지원사업에 제안서 제출

(사)한국프랜차이즈산업협회는 최근 노동부 국가인적자원개발지원사업과 관련한 제안서를 제출했다. 제안서는 100여 개 회원사의 협력 아래 제출 완료됐다. 국가인적자원개발사업은 2013년 ~ 2014년(2년 연속)에 시도되었으나 실패했던 사업으로 한번 사업주관기관으로 승인 받으면 지속 교육기관으로 인정받아 지속사업으로 진행된다. 협회가 올해 주관기관으로 승인 받으면 언제든지 다른 기관 및 회사들을 협력 및 시행기관으로 하부에 둘 수 있다.



충북지회장 이·취임식
최성환 충북지회장 취임

충북지회 지회장 이·취임식이 지난 1월 28일 청주시 상당구 용담동에서 회원들이 모인 가운데 이뤄졌다. 이날 행사에서 최성환 충북지회장이 새로운 충북지회장으로 취임했다. 현재 <일미닭갈비> 외식업체를 운영 중인 최 지회장은 취임 소감을 통해 “지회가 큰 힘을 갖고 있지는 않으나, 교육 및 사회공헌 계획을 구체적으로 시행하고 추진할 계획이다. 또한, 우리가 살아남는 길은 서로 힘을 모아 협력하는 길 뿐이고, 본회에서 많은 지원을 부탁드립니다”며 앞으로의 계획과 포부를 밝혔다.



전북지회장 이·취임식
박배균 전북지회장 취임

전북지회장 이·취임식이 지난 1월 15일 전주시 완산구 씨에나 뷔페 3층에서 열렸으며, 현재 후불제 여행사인 투어컴의 대표이사로서 역임 중인 박배균 전북지회장이 새롭게 전북지회장을 맡게 됐다. 박배균 전북지회장은 취임식을 통해 “가장 시급한 문제는 가맹본부와 가맹점주간의 소통과 화합이다. 이를 위해 다각도의 노력을 아끼지 않겠다”고 말한 뒤 “함께 움직이는 공동체로서의 중요성 인식과 기부, 봉사활동을 통한 사회 환원은 기업인으로서 당연한 자세이며 앞으로 기업의 사회참여를 도모할 것”이라고 밝혔다.

청년위원회 신년회 개최
약 20여 개의 젊은 프랜차이즈 CEO 참석

(사)한국프랜차이즈산업협회의 청년위원회가 지난 1월14일 오후 7시부터 약 2시간 동안 삼성동 <장수가>에서 ‘2015년 청년위원회 신년회’를 갖고, 올해 청년위원회가 협회를 통해 떠나가는 사업에 대한 진지한 논의를 진행했다. 참석인원은 다음과 같다.

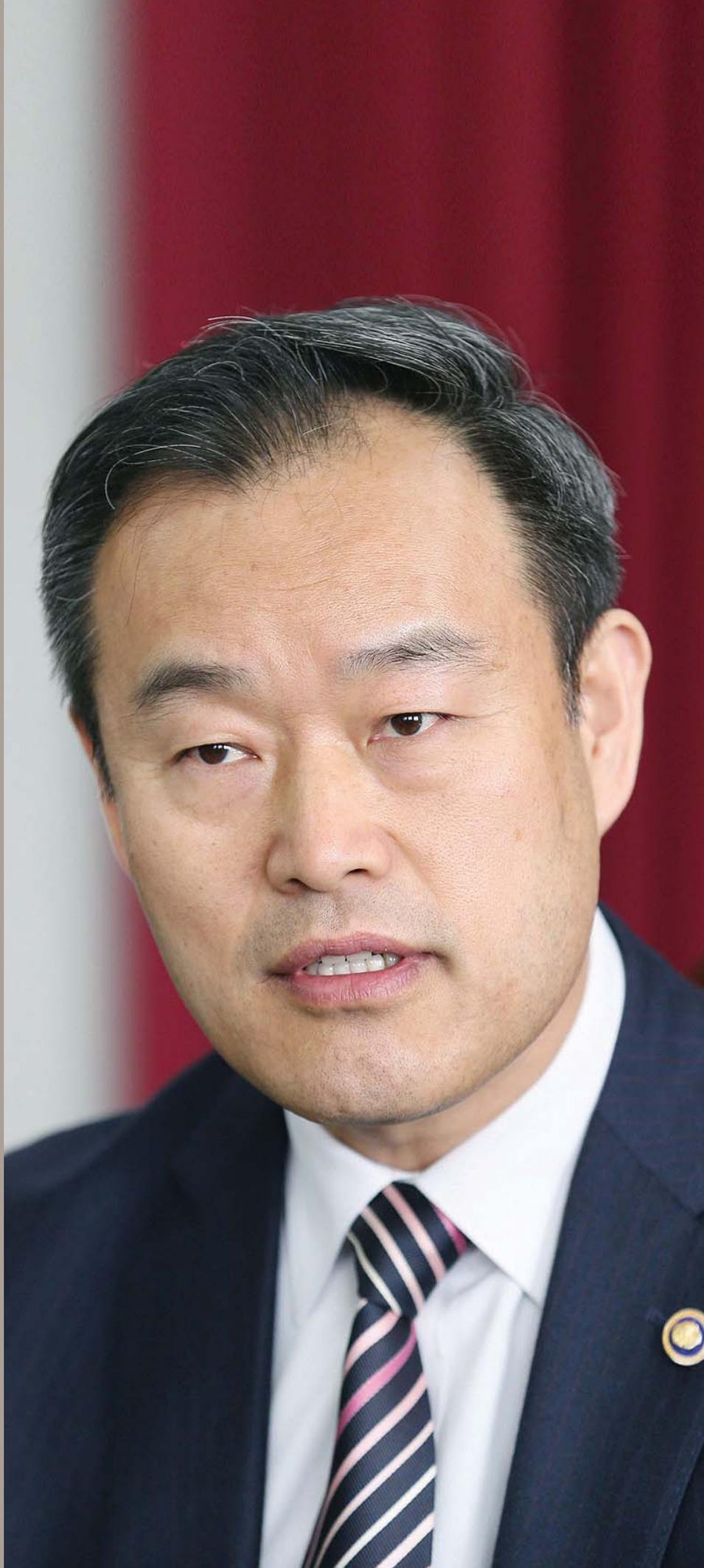


- | | | |
|------------------|-----------------------|----------------|
| 1. 청춘싸롱 손우빈 | 2. 꼬지사캐 김성윤 | 3. 장수가 성현석 |
| 4. 지호한방삼계탕 이영채 | 5. 비회원사 손승환 | 6. 비회원사 김병모 |
| 7. 비회원사 김영일 | 8. 비회원사 이종근 | 9. 프린타운 조재동 |
| 10. 러브팻코리아 최인영 | 11. 피자팩토리 김철민 | 12. 나루가온 차재운 |
| 13. 스카이 씨엔에스 이종훈 | 14. 벨킨스 함지훈 | 15. 번리사 장완수 |
| 16. 콩불 이주연 | 17. 생백주가 맛있데이 이승현 | 18. 토봉이 통닭 최종성 |
| 19. 피자알볼로 이재욱 | 20. 셀렉토 커피 황규연 | 21. 달봉감자 김달헌 |
| 22. 헬로 키티 국일호 | 23. 둘둘치킨 정우성 대표 등이 참석 | |

SPECIAL
INTERVIEW

김영민 특허청장

“특허청은
앞으로도 지식재산권 획득 과정에서
편의 제고와 권리 보호 강화를 통해
우리 기업의 경쟁력을 높이는데
필요한 지원을 아끼지 않겠습니다.
또한 프랜차이즈 산업의 해외 진출 시
'선(先) 상표 확보' 관행이
정착될 수 있도록 맞춤형 지원사업도
적극 추진하겠습니다.”



지난달 22일 서울 팔래스호텔에서 만난 김영민 특허청장은 국내 프랜차이즈산업의 가능성을 높게 평가하며 향후 적극적인 지원을 아끼지 않겠다고 강조했다. 김 청장은 “프랜차이즈는 지적 재산권에 바탕을 둔 지식서비스산업으로 우리 경제에 기여하는 바가 정말 크다고 생각한다”며 “특히 적극적인 해외진출로 우리나라를 세계에 알리는데 기여하고 있는 점은 정부 차원에서도 크게 관심을 가지고 있는 부분”이라고 말했다. 김 청장은 이어 “특허청은 지난해 12월 K-브랜드 보호를 위한 종합대책을 밝힌 바 있다”며 “앞으로 실무진들이 프랜차이즈 산업의 특수성을 감안한 구체적인 지원방안을 마련해 국내 프랜차이즈 산업의 해외진출을 적극 지원하겠다”고 약속했다. 김 청장은 또 기획재정부, 산업통상자원부 등과 협의를 통해 프랜차이즈산업이 필요로 하는 방향의 개선책을 마련하고, 프랜차이즈 기업의 해외 진출에 도움이 되도록 코트라와 협력을 통해 지적재산권 부분에 대한 체계적인 지원을 확고히 구축하겠다고 밝혔다. 김 청장은 이외에도 업체들이 보다 쉽게 지적재산권 관련 제도 및 지원사항을 이해하고 활용할 수 있도록 하는 동시에 국내 프랜차이즈 기업들이 필요로 하는 다양한 정보도 적극 제공할 것이라고 덧붙였다. 뿐만 아니라 기업들이 실무에서 활용할 수 있는 다양한 정보를 매뉴얼 형태로 제공, 기업 비즈니스 현장에 도움이 되도록 하겠다고 말했다. 김영민 특허청장에게 K-브랜드 종합 보호 대책 및 국내 프랜차이즈기업에 대한 구체적인 지원 방침에 대해 들어봤다.

프랜차이즈 해외진출, 맞춤형 지원사업 추진

해외진출 기업 지원 위해 K-브랜드 보호 종합대책 마련 실무진 협의 통해 업종별 특성에 맞는 다양한 지원 추진

특허청은 지난해 K-브랜드 종합 보호 대책을 밝힌 바 있습니다. 구체적으로 어떤 내용이 담겼는지 소개해 주십시오.

특허청이 지난해 12월 밝힌 'K-브랜드 종합 보호 대책'은 ▲우리 브랜드 보호를 위한 지원체계 구축 ▲해외 모조품에 대응하기 위한 종합 지원 체계 마련 ▲해외 상표 브로커 대응 ▲종합지원 센터를 통한 피해상담 및 컨설팅 등을 골자로 하고 있습니다.

대표적인 것이 해외지식재산센터(IP-Desk)를 통한 기업지원 강화를 들 수 있습니다. 특허청은 IP-Desk를 통해 식품, 프랜차이즈, 화장품, 의류, 전자의 5개 산업단체 중심의 상표권 침해현황에 대한 조사를 실시할 방침입니다. 특히 연간 1개사당 1건이었던 침해조사 지원을 3건으로 확대하고, 한도액도 5000달러에서 1만 달러로 상향 조정했습니다. 또한 해외출원, 세관 지재권

등록 지원도 연간 1개사당 4건에서 8건으로 지원을 확대했습니다.

특허청은 지난해 12월부터는 한국지식재산보호협회 내 '지적재산권분쟁대응센터'에 K-브랜드 상담창구를 마련해 지재권 피해사례 접수 및 대응방안을 제시하고 있습니다. 또한 올해부터는 해외지식재산센터(IP-DESK)에서 해외 현지 상표 브로커를 모니터링해 기업에 대응방안을 지원하는 해외 상표 브로커 대응체계도 구축했습니다.

아울러 식음료·의료·화장품 업종 100개사에 수출국가의 현지상황에 맞는 상표개발 지원 및 브랜드 침해 예방 컨설팅 등을 실시하는 'K-브랜드 보호 컨설팅'도 전개할 계획입니다. 특히 중국의 경우 상표상담 및 검색서비스도 제공하고 있으며, 조기에 상표권을 확보하고 유사상품 유통 시 대처하기 위한 해외 모조품 대응 종합지

원 방안을 마련해 불법적인 모조품 근절에 적극 나서고 있습니다.

특허청은 지난 22일 프랜차이즈기업 대표들과 간담회를 처음으로 개최했습니다. 간담회는 프랜차이즈 기업의 해외 진출시 필요한 지재권 보호대책에 대해 소개하고, 해외진출에 열정적인 프랜차이즈 기업 대표들로부터 현장에서 경험하고 느낀 여러 가지 애로사항 및 건의사항을 청취하기 위한 취지로 마련한 자리였습니다만,

네, 그 자리에서 특허청은 업종 단체가 중심이 되는, 업종별 특수성을 감안한 맞춤형 지원대책을 마련하겠다는 방침을 밝혔습니다. 특히 해외 진출 기업에 실질적인 도움을 주기 위해 해외 거점 기능을 강화하고 온라인을 통한 모조품 판매 방지 및 재발 방지를 위해 해외 단속기관과의 교류도 대폭 강화할 방침입니다.



무엇보다 간담회에 참가한 프랜차이즈 기업 CEO들이 해외 진출 과정에서 겪었던 여러가지 애로도 허심탄회하게 말씀하시고, 또 향후 개선 의견들도 많이 얘기해주셔서 정말 의미있는 시간이 됐습니다.

이번 간담회를 계기로 향후 실무진이 모여 세부 실행방안을 마련해 나갈 것입니다. 특히 해외 상표권 확보 지원 및 모조품 단속, 해외 공무원 초청 세미나 및 현지 공무원을 상대로 한 K-브랜드 설명회 개최 등을 지속적으로 실시해 프랜차이즈기업에게 도움이 되도록 할 계획입니다. 또한 프랜차이즈 기업들의 애로사항에 대해서는 상세한 부분을 확인해 도움을 줄 수 있는지 여부를 신속하게 확인하고 최대한 지원이 가능하도록 노력하겠습니다.

프랜차이즈 기업들이 건의한 사항들은 어떤 것들이 있었는지요.

프랜차이즈기업들이 제기한 교포들의 상표권 무단 사용 문제도 기재부, 산업부 등과 협의해 보다 좋은 방향으로 개선할 수 있도록 노력할 것입니다. 또한 사전에 해외진출시 필요한 지적재산권 관련 내용에 대한 매뉴얼을 제공할 필요가 있다는 지적에 따라 프랜차이즈산업에서 이용하기 쉽게 매뉴얼화하는 방안도 적극 추진해 볼 생각입니다.

이와 함께 마케팅도 중요한 만큼 코트라와 협력을 유지하면서 지적권 부분에 대한 지원 서비스도 강화해 나갈 방침입니다. 특히청에서는 무엇보다 앞으로 업체들이 좀더 쉽게 각종 제도 및 지원 등을 접근하고 활용할 수 있는 방법에 대해 고민하고자 합니다. 또 향후 실무진 간담회를 통해 실무 차원의 정보를 다양하고 내실있게 제공할 계획도 갖고 있습니다. 중국과 유명 브랜드 정보를 사전에 제공해 이들 브랜드에 대한

* **트레이드 드레스(Trade Dress)** 색채, 크기, 모양 등 상품이나 서비스의 고유한 이미지를 나타내기 위해 사용된 복합적인 무형 요소를 뜻한다. 우리말로는 상품외장 정도로 번역된다. 기존의 지적재산인 디자인(Design), 상표(Trade Mark)와는 구별되는 개념으로, 디자인이 제품의 기능을 중시한다면 트레이드 드레스는 제품 또는 상품의 장식에 주안을 두는 개념이라고 할 수 있다.

상품 또는 서비스의 종합적인 외형 혹은 이미지를 뜻하는 트레이드 드레스는 한마디로 전체적인 외관 디자인을 보고 특정 브랜드를 떠올릴 수 있다면 그 디자인은 특허나 마천가지라고 볼 수 있다는 것이다. 상품의 포장 또는 용기에서 시작해 점차 서비스의 제공 장소, 인테리어, 특정한 판매기법 등 누가 상품 또는 서비스의 공급자인지 수요자가 한눈에 구별할 정도에 이른 외형 또는 이미지에까지 그 범위가 확장되고 있다.

지원이 이뤄지도록 추진하고 있는 것이 예가 될 수 있을 것 같습니다.

현재 특허청이 해외진출 기업을 위해 지원하고 있는 내용에 대해서도 말씀해 주십시오.

특허청은 국내 지적재산권 보호 정책을 통해 특허 창출을 지원하고 있으며, BM(Business Method) 특허, 식품 특허, 상표·서비스, 영업비밀 등을 보호하기 위한 다각적인 노력을 기울이고 있습니다.

특히 해외진출 기업의 지재권과 관련해 공익변리사 특허상담센터와 분쟁조정위원회를 통해 특허문제와 관련한 권리침해 구조 및 경영컨설팅을 전개하고 있으며, 민사소송도 지원하고 있습니다.

또한 지원센터가 없는 국가의 경우에는 국내에서 컨설팅 및 권리침해 구조에 도움을 드리고 있습니다. 물론 지원센터가 더 많은 국가에 만들어져야 하지만 지원센터를 전 세계에 만들 수 없는 만큼 코트라(대한무역투자진흥공사) 창구를 이용해 지원하는 방법도 적극 강구하고 있습니다.

참고로 특허청에서는 현재 27개 국가의 경우 국가별로 책자를 마련해 제공하고 있습니다. 개별 업종별로는 충분하지 않을 수도 있지만 해당 국가에 대한 지재권 제도 등 여러 가지 정보를 담고 있으니 참고하면 좋을 것입니다. 특허청은 이와 함께 해외 국가별 로펌 정보도 제공하고 있으

며, 해당 국가의 법률 네트워크 활용할 수 있도록 지원하고 있습니다.

이외에도 상표 검색 서비스도 제공하고 있으며, 향후 점차 확대해 나갈 계획입니다. 특히 유럽 상표청과는 MOU를 통해 2400만 건에 달하는 상표정보 검색이 가능한 만큼 관심을 가지고 활용하면 좋을 것 같습니다.

끝으로 프랜차이즈기업에 대한 당부 말씀이 있다면 말씀해 주십시오.

사실 우리나라 지적재산권 제도는 선진국과 큰 차이가 없습니다. 따라서 지재권 보호를 위한 시스템과 제도적 기반은 잘 갖춰져 있다고 할 수 있습니다. 앞으로는 좀 더 범위를 넓혀 활용도를 높이는 방향으로 노력하겠습니다.

간담회에서도 언급했지만 창업투자회사 운영 등의 필요성이 큼니다. 현재 은행권 등 금융지원이 대부분 제조업과 IT 등의 분야에 치중되어 있는 감이 있습니다. 하지만 잘 살펴보면 프랜차이즈 기업에서 활용할 수 있는 제도로 지재권 담보 대출도 있습니다. 최근 <와바>가 산업은행에서 90억 원의 상표권 가치를 인정받은 것이 좋은 사례가 될 수 있을 것입니다.

국내의 경우 디자인에 대한 보호가 취약하다는 지적도 있었습니다. 디자인과 시스템 관련 보호가 필요하다라는 지적은 충분히 고려할 필요가 있다고 봅니다. 앞으로 디자인에 대한 보호가 활성화될 수 있도록 하겠습니다. 물론 독점의 우려도

있는 만큼 영업방식과 *트레이드 드레스(Trade Dress)의 차이를 인정하며 대책을 마련해 나가야 한다고 생각합니다.

참고로 해외진출시 특허보다도 실용신안을 활용하는 방법도 고려할 필요가 있습니다. 특히 중국 경우 특허보다는 실용신안을 활용하는게 좋습니다. 무엇보다 비용도 적게 들며 소요되는 기간이 적음에도 권리행사상 특허와 큰 차이는 없습니다. 중국 진출을 하는 기업이라면 꼭 실용신안을 활용하는 것을 고려해 볼 필요가 있습니다. 최근에는 미국 역시 실용신안제도를 적극 활용하는 방향으로 변경하고 있을 정도입니다.

아무튼 특허청은 프랜차이즈 산업의 특수성을 감안해 보다 더 구체적인 지원방안 마련과 함께 다양한 정보제공은 물론, 다른 기관과도 협의해 프랜차이즈산업이 필요로 하는 방향의 개선책을 마련해 나갈 것입니다. 이로써 프랜차이즈 기업들이 해외 진출에 어려움이 없도록 지적재산권 부분에 대한 체계적인 지원 서비스를 확고히 해 나갈 것을 약속드립니다.

말씀 감사합니다.

클 나홍선 부장 사진 특허청 제공



(사)한국프랜차이즈산업협회 2015년의 중점 추진사업

프랜차이즈 세계화 사업 박차, 수출 원년 될 것

지난해 세월호 참사와 함께 프랜차이즈산업의 성장은 그대로 멈췄다고 해도 과언이 아니다. 업종에 따라 차이가 있기는 하지만 올해 역시 시장 전망은 어둡기만 하다. 지난해는 특히 가맹사업법이 개정된 원년이기도 했는데, 무엇보다 예상매출액 서면 제공의무, 가맹점사업자단체 허용 문제가 주요 이슈로 작용했다. 일부 업체는 벌써부터 제공의무를 이행하지 않아 시정명령을 받고 있기도 하다. 중기법상 대기업에 해당하거나 가맹점 100개 이상이면 의무적으로 예상매출액을 서면으로 제공해야만 한다. 그렇지만 지난해 협회가 노력하여 이룬 성과로는 모범거래기준 폐지와 국세청 세금폭탄과 관련, 합리적인 선에서 가맹점에게 큰 무리가 없도록 마무리 지은 것 등이 있다. 아울러 협회의 또 다른 큰 이슈라고 하면 무엇보다도 우리 기업들과 손잡고 K-프랜차이즈 세일즈에 매진한 것이라고 생각한다. <편집자주>

글 임영태 사무총장 사진 김희경 기자

2014년 협회의 가장 큰 변화와 성과를 보다

지난해 협회의 가장 큰 변화로는 우리 협회를 선진국처럼 주무관청을 산업통상자원부로 이전한 것과 업무의 효율성을 고려해 접근성이 뛰어난 곳으로 협회 사무실을 이전한 것이다. 이러한 변화는 실제로 산업의 위상을 높이는데 많은 도움이 되고 있다. 아울러 큰 성과라면, 그동안 식품의약품안전처와 전혀 소통이 없었는데 주방문화개선 사업을 주도적으로 진행하면서 많은 교류가 이뤄지고 있어 외식 프랜차이즈 기업들의 우수한 식품안전관리의 노력을 제대로 알릴 수 있었다고 생각한다. 결과는 나오지 않았지만 2번, 3번의 도전을 준비 중인 식품위생교육전문기관 신청서 접수를 통해 프랜차이즈의 교육의 중요성을 알린 것도 의미가 있었다. 무엇보다 한국 프랜차이즈의 글로벌 가치를 더욱 드높여 한국 프랜차이즈 수출에 박차를 가해 프랜차이즈 수입국에서 수출국으로 변모하는데 많은 기여를 한 것도 하나의 성과이다.

프랜차이즈 세계화 사업과 관련해 올해는 내실을 다져 정말로 돈이 되는 수출 원년의 해가 될 것이다. 이에 따라 해외진출 시 가장 기본적인 상표출원이나 기술특허 등을 보호해 줄 수 있는 지식재

산권보호 지원사업에 주력해 로열티 수입의 기반을 탄실하게 쌓을 수 있도록 적극 지원할 예정이다. 아울러 협회장님 취임 초부터 강조해온 가맹본부와 가맹점의 동반상생과 사회적 기업으로서의 역할을 묵묵히 수행할 것이다. 특히 가맹점이 아닌 독립자영업자를 위한 멘토링 사업도 더욱 확대해 자영업자의 경쟁력 강화에도 도움을 주는 동시에 제1금융권과의 상생협약에 따른 가맹점 금융지원도 꾸준히 전개해 창업은 물론 가맹점 운영에도 도움을 주고자 한다. 올해 역시 묵묵히 소외된 이웃을 찾아 많은 도움을 드릴 생각이다.

해외진출 성과 가시화, 올해도 지원사업 적극 펼 것

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난해에 이어 올해에도 동반상생을 모토로 자영업자들의 경쟁력 강화에 많은 노력을 기울일 것이다. 특히 독립자영업자 멘토단 운영을 통해 자영업자들이 프랜차이즈의 성공 노하우를 전수받아 외국 브랜드들과 당당하게 싸워 이길 수 있도록 자생력을 높여 줄 것이다. 또 프랜차이즈 세계화 사업에도 더욱 박차를 가해 가시적인 성과가 나올 수 있도록 마스



터프랜차이즈 계약서를 비롯해 맞춤형 정보 제공에도 많은 노력을 기울일 계획이다. 국내 프랜차이즈 시장이 그야말로 치열한 가운데, 해외로 눈을 돌려야 할 때이다. 이에 우리 협회는 어느 정도 국내에서 성장한 기업들을 선정해 정부의 예산으로 해외진출을 지원하고 있다. 벌써부터 많은 성과들이 나타나고 있는 가운데, MOU 12건, 계약 8건(마스터, 합작 등 포함)이며, 계약 금액은 1,170,000 달러에 이른다.

지난해에 이어 올해 역시 프랜차이즈 세계화사업을 적극 지원해 나갈 계획이다. 3개국에 대한 해외진출가이드북 출간을 비롯해 해외진출 관련 콘텐츠나 국가별 프랜차이즈 관련법 내용도 계속 업데이트 할 예정이다. 아울러 타당성 및 컨설팅 지원사업도 지난해에 이어 계속 전개한다. 정부의 세계화 지원 사업은 회원사이건 비회원사이건 모두 참여 가능하며, 한국프랜차이즈산업협회의 사이트(www.ikfa.or.kr)를 통해 알찬 정보를 수시로 안내할 계획이다.

2015년 프랜차이즈와 함께 하는 변화들

올해 소비자 생활에 가장 큰 변화는 담뱃값 인상이다. 새해부터 담배를 사기 위해선 1갑당 2000원을 더 내야 하고 금연구역에서는 전자담배도 필 수 없게 된다. 이에 따라 모든 음식점에서의 금연은 기본이며 카페도 기존 흡연석이 아닌 환풍 기능을 갖춘 흡연실에서만 담배를 피울 수 있다. 내년 3월까지 계도기간을 거쳐 4월부터는 적발 시 흡연자는 과태료 10만 원을 내야 한다. 업주는 처음 위반 시 170만 원, 2차 330만 원, 3차 500만 원으로 높아져 흡연자 편의를 따지며 영업하기는 힘들다. 또한 서울시부터 쓰레기봉투 가격이 인상되어 음식물 쓰레기가 많은 외식업체의 부담이 가중되고 있다. 향후 지역 간 차이도 없어질 예정이며 20L 장당 평균 363원이던 쓰레기봉투 가격은 437원으로 통일될 예정이다. 반면, 부담을 덜어주는 것도 있다. 부동산 중개수수료가 이르면 올 초부터 반

값으로 줄어든다. 6억~9억원 구간에서는 0.9%에서 0.5%, 3억~6억원 구간에서는 0.8%에서 0.4%로 수수료율이 낮아져 입차에 의존하는 프랜차이즈 가맹사업자들에게는 희소식이 될 전망이다.

(사)한국프랜차이즈산업협회의 목표와 비전

협회는 먼저 가맹사업 관련법을 재정비할 예정이다. 우선 가맹사업법 일부 개정을 통해 가맹본부의 지식재산권보호를 명문화한다. 특히 지식기반을 매우 중요시하는 서비스업종의 경우 본부가 제공한 노하우를 습득한 가맹점 사업자가 같은 장소에서 동일 업종을 지속하는 것만큼은 경업금지조항을 두어 절대 허용하지 않도록 법 제화해 가맹점이 본부가 보유한 지식재산권을 이용해 동일한 장소에서 경업하는 행위를 근절할 것이다. 아울러 지난해 말 진행했던 가맹사업진흥법을 연초에 바로 의원입법으로 개정해 프랜차이즈 사업을 하는 모든 본부는 윤리교육을 의무적으로 이수하게 해 프랜차이즈산업의 투명성 제고도 기여하도록 할 것이다. 또 올해에 봄, 가을에 걸쳐 2기를 배출할 예정인 KFCEO 명품과정에도 더욱 심혈을 기울여 협회를 구심점으로 많은 회원사들과의 교류를 더욱 증진시켜 나갈 계획이다.

아울러 공정위·국세청·식약처 등과 업계가 머리를 맞대고 현안 문제들을 제안하고 해결해 건강한 프랜차이즈산업 환경 조성에도 노력한다. 예산과 관련해서는 주무관청인 산업통상자원부 외에도 올해부터는 특허청과의 잦은 소통을 통해 해외진출에 따른 상표출원이나 기술특허 등의 예산지원을 이끌어내 브랜드 가치를 더욱 높힐 수 있도록 노력할 계획이다. 고용노동부와 국가인적자원개발 컨소시엄을 통해 운영기관으로 지정받아 보다 많은 회원사들이 글로벌 프랜차이즈로 진출할 수 있도록 더욱 많은 관심과 참여를 이끌어내 유능한 인재양성에 많은 도움을 줄 것으로 기대된다.

HOT Interview

협회, 프랜차이즈산업의 글로벌화를 주도할 것

(사)한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무총장

2014년 프랜차이즈 업계의 지난해를 총평해주신다면?

개정된 가맹사업법이 시행된 원년이었습니다. 예상매출액 제공의무는 가맹점사업자의 역량이나 점포 입지의 변화에 따라 많은 가변성을 내포하고 있음에도 불구하고 업력이 오래된 가맹본부는 성실하게 이행함으로써 가맹점사업자에게 검증된 브랜드로 인정받고 있어 조금씩 자리를 찾아가고 있습니다. 모든 법이 그렇듯 시의적절하게 활용하면 때론 독이 약이 된다는 것을 명심해야 할 것입니다. 지난해 시장현황은 앞서 말씀드린 것처럼 업황이 대단히 좋지 않습니다. 그중에서도 주목할 것은 복고 아이템의 회귀입니다. 김밥을 프리미엄으로 변경하고 기존 정통 비어점에서 스몰비어점으로, 그리고 빙수도 눈꽃빙수로 특화해 디저트 음료로 접목시킨 것도 주목할 만합니다. 우리가 무심코 지나친 것에 보석이 숨어 있었던 것이죠. 또 가맹사업법이 워낙 규제 일변도로 바뀌다보니 가맹개설이 힘들고 개설된 가맹점의 폐점률도 높아지는 것을 우려해 그 어느 해 보다 직영점 개설이 늘었던 것도 특이한 점입니다. 특히 하반기에 두드러졌던 것은 실적부진에 따른 매출 보전의 방안으로 해석됩니다. 이에 따라 투자금액이 그만큼 늘어나 차입경영에 따른 부담이 가중될 것으로 예상됩니다.



협회의 여러 사업계획 가운데 가장 주력 사업은 무엇입니까?

지난해 우리 협회는 창립 이래 처음으로 글로벌 KFCEO 명품과정을 개설해서 52명의 징키스칸 전사를 탄생시켰습니다. 1기 원우회가 발족함으로써 우리 협회의 명품과정의 원우들이 대한민국 프랜차이즈산업의 글로벌화를 주도할 것이라 확신합니다. 1년에 2기씩 100명씩 배출되는 글로벌 전사는 총 500명을 목표로 올해 3월부터 두 번째 기수가 시작되는 만큼 비회원사들도 많은 관심을 갖고 참여해, 회원사 유입은 물론 협회의 구심점 역할을 톡톡히 수행하고 있습니다.

협회가 그 어느 때보다 해외진출 사업에 적극적인 지원을 아끼지 않고 있습니다. 해외진출과 관련해 프랜차이즈 업계 및 회원사에 바라는 점이 있다면?

해외진출에 있어서 많은 전문가들이 지적하듯이 무턱대고 나가면 백전백패입니다. 지피지기도 중요하지만 그보다 더 우선되어야 하는 것은 과연 우리 브랜드가 해외에 나가도 경쟁력이 있는지에 대한 충분한 역량이 있어야 합니다. 또 마스터프랜차이즈 계약을 선호하는 만큼 검증된 파트너를 만나는 것도 매우 중요합니다. 따라서 우리 협회에서 제공하는 마스터프랜차이즈 표준계약서나 국가별 프랜차이즈 관련법, 그리고 문화나 트렌드를 꼼꼼히 따져 보는 것이 매우 중요할 것입니다. 마지막으로 그 나라에 맞는 방식, 즉 현지화 전략도 필요합니다. 소위 정체성을 고집하다가 그 나라의 관습을 무시하게 되는데 특히 향신료 등을 비롯해 할랄 인증 등도 반드시 고려해야 할 것입니다. 그 밖에도 가장 기본적인 것은 상표출원이나 기술특허 등을 통해 브랜드의 지식재산권을 보호하는 것도 꼭 챙겨야 할 사항입니다.

2015년 을미년 달라지는 제도

2015년 을미년 희망찬 한 해가 밝았다. 다사다난했던 2014년을 보내면서 아쉬운 마음이 많았던 사람일수록 2015년 새해 계획을 세우느라 바쁘기 마련이다. 2015년 한 해의 계획을 세우면서 우리 주변에 여러 가지 바뀌는 제도들도 적지 않다. 이들 달라지는 제도들을 하나하나 챙겨보는 것도 작지만 소중한 지혜가 될 수 있다. 특히 사업자라면 더욱 자신에게 해당되는 것에는 어떤 것들이 있는지 살펴보고 미리미리 준비하는 것이 좋다. 다음은 2015년 새해 달라지는 제도를 간추린 것이다. 글 나홍선 부장

모든 음식점·커피전문점 금연 의무화

2015년 1월 1일부터 가장 큰 변화에 직면한 업종은 음식점과 커피전문점 등이다. 모든 음식점과 커피전문점이 면적에 관계없이 금연이 의무화됐기 때문이다.

이에 따라 모든 일반음식점과 휴게음식점, 제과점영업소, 커피전문점 등에서는 별도의 환기 시설을 갖춘 흡연실을 설치하지 않을 경우 흡연을 할 수 없다. 또한 기존의 커피전문점 등에 설치돼 운영되던 '흡연석'에서도 흡연을 할 수 없다. 만약 이를 어기고 흡연을 한 경우 내년 3월까지 계도기간을 거친 후 4월부터는 음식점 이용자에게 10만 원의 과태료가 부과되며, 업주에게도 과태료가 가중 부과된다. 과태료는 1차 170만 원, 2차 330만 원, 3차 500만 원으로 높아져 주의해야 한다.

면세사업자 전자계산서 발급 및 전송 의무화

법인사업자 및 부가가치세 과세사업과 면세사업을 겸하고 있는 개인사업자는 오는 7월 1일 이후 거래분부터는 전자계산서 발급 및 익일까지 발급명세를 국세청에 전송해야 한다. 또 개인사업자 중 직전 과세기간 수입 금액이 10억 원 이상인 경우에도 내년 1월 1일 이후 거래분부터는 전자계산서 발급 및 전송이 의무화된다. 만약 이를 이행하지 않을 경우 공급가액의 0.1~1%의 가산세가 부과된다.

신용카드 포인트 1포인트부터 사용 가능

올해부터 신용카드 포인트를 1점부터 사용할 수 있고, 신용카드 부가서비스 유지 의무 기간이 기존 1년에서 5년으로 늘어났다.

금융위원회는 신용카드사의 최소 적립 포인트 요건을 폐지하면서 종전 '5000포인트 이상 포인트가 적립돼야만 사용 가능하다'는 조항을 삭제했다. 이에 따라 올해부터는 신용카드 포인트가 1포인트만 있어도 사용이 가능하다. 아울러 1년이던 부가서비스 의무 유지기간은 5년까지 확대됐다.

식품 생산현장 종사자의 안전교육 강화

식품안전교육센터를 설립해 올해 4월부터는 식품 생산·제조업체 등 현장 품질관리 담당자에 대한 안전교육을 실시한다.

중소기업 취업청년 과세특례기간 연장

중소기업 취업 청년의 장기근속을 장려하기 위해 병역을 이행한 후 동일 기업에 복직한 경우에는 근로소득세를 감면하는 제도가 연장된다. 만약 취업 일로부터 병역이행 후 복직일까지의 기간이 3년을 경과한 경우에는 복직일이 속하는 달부터 2년이 되는 달까지 감면하고, 기타 경우에는 취업일로부터 5년이 되는 날이 속하는 달까지 감면받을 수 있다.

근로장려금 신청대상 확대

근로장려금 지급대상이 모든 사업자로까지 확대되며, 사업자 중 단순경비율 적용대상자로서 종합소득금액이 본인에 대한 기본공제액(150만 원) 이하인 사업자는 종합소득과세표준 확정신고를 하지 않고 근로장려금만 신청해도 근로장려금을 지급받을 수 있다.

비사업용 토지 등 양도시 추가과세 1년 유예

개인이나 중소기업인 법인이 비사업용 토지 등을 양도시 추가과세 적용이 1년 유예된다. 개인의 경우 올해 기본세율(6~38%)이 적용되고, 중소기업은 양도차익의 10%에 해당하는 추가과세가 올 한 해 동안 적용되지 않는다.

농수산물 의제매입 세액공제 확대

올해 1월 1일부터 개인사업자인 음식점업에 한해 의제매입세액공제 한도가 1억 원 이하는 60%, 1억 원 이상 2억 원 이하는 55%, 2억 원 초과는 45%로 확대됐다. 또한 연간 농수산물 매입액의 75% 이상이 하나의 과세기간에 집중되는 제조업의 경우 1기분·2기분 공제한도를 합산해 적용할 수 있도록 했다.

통관보류 해제 위한 통관담보금 경감

1월 1일부터 상대적으로 담보제공 능력이 부족한 중소기업의 부담을 완화하기 위해 통관담보금이 현행 물품과세가격의 60%에서 40%로 1/3 줄었다.

원산지 거짓표시 재범자에 대한 과징금 제도 도입

2015년 6월 4일부터는 원산지 거짓표시 재범자에 대해 형사처벌과 별도로 위반 금액의 5배 이하의 금액을 과징금으로 부과·징수한다.

자동차 전문 수리업 등의 현금영수증 발급 의무화

자동차 종합 수리업, 자동차 전문 수리업, 자동차 부품 및 내장품 판매업, 전세버스 운송업 및 장의관련 서비스업을 하는 사업자는 오는 5월 1일 이후 거래분부터는 건당 10만 원 이상의 현금을 받을 경우 상대방이 현금영수증 발급을 요청하지 않아도 현금영수증을 발급해야 한다. 따라서 이들 사업자는 4월 30일까지 현금영수증 가맹점으로 가입해야 하며, 만약 5월 이후 현금영수증 발급의무를 위반할 경우 미발급 거래대금의 50%에 상당하는 과태료가 부과된니 유의해야 한다.



우수 디자인 상품의 디자인등록출원 우선 심사

'산업디자인진흥법'에 따라 우수한 디자인으로 선정된 상품은 다른 디자인 등록출원에 우선해 심사를 실시, 신속한 권리화를 지원하게 된다.

상가임차권 강화 및 권리금의 법적 보호

'상가건물임대차보호법' 개정을 통해 환산보증금 규모와 관련없이 모든 임차인에 대해 5년간 계약갱신청구권을 부여하고, 임차인의 권리금을 법으로 규정해 합법화할 방침이다. 아울러 권리금을 명시한 표준계약서를 도입한다.

자동차 주요 정비작업의 시간 당 공임 및 표준정비시간 공개

1월 8일부터 자동차 정비업자는 주요 정비작업에 대한 시간당 공임 및 표준정비시간을 사업장 내에 잘 볼 수 있는 장소에 게시해야 한다. 또, 주요 정비작업 외에는 홈페이지 게시 및 인쇄물을 비치하는 방법으로 공개해야 한다.

혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원

올해부터 혁신형 중소기업에 대한 방송광고 제작비를 50%까지 지원해 준다. 기업당 지원규모는 방송광고 제작비의 50% 범위 내에서 TV광고는 최대 5천만 원까지, 라디오 광고는 최대 500만 원까지다. 특히 기존 방송광고 송출비 할인(최대 70% 할인) 지원과 연계해 제작비와 송출비 모두 지원받을 수 있도록 했다.

혁신형 중소기업이란 벤처기업, 이노비즈기업, 메인비즈기업, 우수 녹색 경영·녹색인증 중소기업, 하이서울 브랜드 기업, P(지식재산) 스타기업 등이다.

최저임금액 시간당 5580원으로 인상

1월 1일부터 최저임금이 시간당 5580원으로 인상됐다. 이를 일급으로 환산하면 8시간 기준 4만 4640원이며, 월급으로 환산하면 주 40시간 기준 월 116만 6220원이다.

최저임금의 적용을 받는 근로자는 근로기준법상 근로자로, 상용근로자 뿐 아니라 임시직, 일용직, 시간제 근로자와 외국인근로자 등 고용형태나 국적에 관계없이 모두 적용된다. 단, 동거하는 친족만을 사용하는 사업과 가사사용인, 정신장애나 신체장애로 근로능력이 현저히 낮아 고용노동부장관의 인가를 받은 자에 대해서는 최저임금을 적용하지 않아도 된다. 또한 수습사용 중인 경우 3개월 이내에는 최저임금액의 10%를 감액(시급 5022원)할 수 있다.

중소기업 범위 기준 전면 개편

중소기업청의 '중소기업 범위 기준'이 전면 개편됨에 따라 기존에는 업종에 따라 근로자, 자본금 또는 매출액 중 2개 기준으로 하던 중소기업의 범위가 3년 평균 매출액으로 단일화됐다.

중개수수료 부담 절반 이하로

이르면 2015년 초부터 6~9억 원의 주택을 사고팔거나 전·월세 비용이 3~6억 원인 집을 임차할 때 부담해야 하는 부동산 중개보수가 현행보다 반 가까이 준다. 주택 매매 거래 시 6~9억 원 미만은 현행 0.9% 이하 협의에서 0.5% 이하로, 전·월세 거래 때 3~6억 원은 0.8% 이하 협의에서 0.4% 이하로 변경된다. 오피스텔의 경우 주거 목적의 일정 설비(부엌, 화장실, 욕실 등)를 갖춘다면 종전 0.9%(이하에서 협의)에서 매매·교환은 0.5% 이하, 임대차는 0.4% 이하로 각각 인하된다.

우수 외식업 지구 지정 요건 완화

올해부터 외식산업 활성화 차원에서 우수 외식업 지구 지정 요건 중 외식산업 관련 자격증 소지자를 보유한 외식업소 비율을 70% 이상에서 40% 이상으로 낮춰졌다. 또 지정요건을 총 매출 규모 및 식재료 구매액에서 외식업소 수를 기준으로 변경됐다. 이에 따라 종전에는 해당 지구내 외식산업 관련 총 매출 규모가 40억 원 이상이거나 외식산업 관련 식재료 구매액이 10억 원 이상이던 것이 해당 지구내 외식업소의 수가 20개소 이상으로 변경됐다.

이와 함께 5개 이상의 특별시와 광역시 등에 지회를 가지도록 한 외식산업 사업자 단체의 인가 요건도 폐지됐다.

민간임대주택 세입자의 전전세 허용

민간임대주택 임차권의 양도 전대기준을 완화한 내용을 담은 임대주택법 시행령 개정안이 시행에 들어가면서 앞으로 민간임대 주택에 입주한 세입자는 집주인의 동의를 얻으면 임차권을 다른 사람에게 넘기거나 전대할 수 있다. 단 국민주택임대금이나 공공택지 지원을 받지 않은 순수 민간임대주택에만 적용된다.

의료기사 등 면허신고제 본격 시행

지난해부터 의료기사 등(임상병리사, 방사선사, 물리치료사, 작업치료사, 치과기사, 치과위생사, 의무기록사, 안경사의 8개 직종)을 대상으로 면허신고제가 시행됨에 따라 모든 의료기사 등은 1월 6일부터 11월 22일까지 각 협회 홈페이지를 통해 그 실태와 취업상황, 보수교육 이수 여부 등을 신고해야 한다. 만약 이를 신고하지 않은 경우 면허 효력정지 처분을 받게 된다.

모든 어린이제품에 대해 안전기준 적합 의무 부과

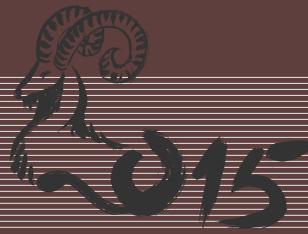
2015년 6월 4일부터는 만 13세 이하의 어린이가 사용하는 모든 어린이 제품이 안전관리대상으로 지정되어 최소한의 안전성이 확인된 제품만 유통판매될 수 있게 된다. 따라서 어린이 제품을 제조·수입·판매하는 사업자는 정부가 정한 공통 안전기준에 적합한 제품만 판매해야 하며, 자체 또는 제3자의 시험을 통해 공통 안전기준에 적합함을 증명하는 서류를 비치해야 한다. 또한 어린이 제품으로 인해 사고가 발생한 경우 해당 제품의 제조·수입자는 48시간 이내에 정부에 사고 내용을 보고해야 한다. 이와 함께 인터넷 쇼핑몰에서도 인증을 받지 않은 불법 어린이 제품의 판매중개, 수입·구매대행행위가 금지되며 위반시 과태료가 부과된다.

중국 농식품 수출 확대를 위한 지원 강화

한중FTA를 계기로 우리 농식품의 수출 확대를 위해 다양한 맞춤형 지원이 추진된다. 우선 대한상의, aT, KREI 등을 중심으로 중국의 성·도시별 수출 잠재품목을 발굴하고, 수출업체의 물류부담 완화 차원에서 청도 물류기지 및 현지 공동물류센터 개소를 운영·지원한다. 또, 중국의 인증·검사 전문 국영기업인 CCI(중국검험인증집단)를 통해 수출자 등록, 중문 라벨 제작 등록에 소요되는 비용의 90%를 지원하고, 중국에 진출하고자 하는 농식품 수출기업에게 상품화 및 마케팅, 법률 자문 등의 지원도 해 준다.



각 지자체별 올해 달라지는 제도들



■ 인천·경기

- **공공근로사업 개편** 인천시는 우선추진 사업으로 청년실업대책 과 중소기업 인력지원, 저소득 주거환경 개선, 공공근로사업장 사 후관리, 행정중합정보화 사업 등 5개 사업을 공공근로사업으로 실시한다.
- **창업실패자 특례보증 제도 신설** 경기도는 창업실패자의 재도 전을 돕는 특례보증 지원제도를 신설한다. 지원대상은 신용회복 절차진행자, 소액채무자, 연체정리자 등으로 총 100억 원 규모로 기업 당 1억 원 이내로 지원이 가능하다.
- **G슈퍼맨 펀드 운영** 경기도는 창업자를 위한 투자 펀드인 G슈퍼 맨 펀드를 4월부터 운영한다. 도는 매년 200억 원 규모(경기도 50 억 원, 민간 150억 원)의 펀드를 조성해 담보가 없어도 아이디어나 기술이 좋은 창업기업에 투자할 계획이다.

■ 대전·충남

- **문화산업펀드 운영** 대전시는 문화산업 육성을 위해 215억 원 규모의 '문화산업펀드'를 운영한다. 모태펀드 150억 원, 시비 43억 원, 민자 22억 원 등이 출자된 이 펀드는 2022년 까지 매출 10억 원 이하 또는 종업원 10명 이하의 영세 문화 콘텐츠 생산기업에 투자하게 된다.
- **통합 서민금융종합지원센터 설치** 대전시는 금융위원회와 함께 오는 6월 시청 2층 민 일실에 통합서민금융종합지원센터를 설치, 운영하기로 했다. 이 센터는 서민을 대상으로 저리 자금 대출, 신용회복 지원, 채무 조정, 불법 시금융 피해 상담 등의 업무를 수행하게 된다.

■ 대구·경북

- **베이비붐 세대 창업학교 운영** 대구시는 베이비붐 세대의 무분별한 창 업 도전에 따른 실패를 막고자 전국 처음으로 맞춤형 창업학교를 운영 한다. 빅데이터 활용한 제조업 예상매출 및 상권 분석 교육, 정기 컨설팅, 특강, 개별상담, 창업 전문사이트 구축 등의 사업을 한다.

■ 전북

- **4050 행복창업 프로젝트 지원** 퇴직 후 경력과 전문성 등을 활용한 창업지 원으로 시니어층 실업 해소 취지에서 추진된다. 창업이론 및 경영기법, 현장실 습, 사후 컨설팅 등을 교육하며, 수료 후 창업 시 특례보증자금으로 최대 3천만 원까지 지원된다.

■ 광주·전남

- **프랜차이즈 가맹본부 설립지원** 광주시내 우수 소상공인 업체를 대상으로 프랜차이즈 시스템 개발 컨설팅, 디자인 개발 등을 지원한다. 시행 첫해인 올해 4개 업체를 선정하고 연차적으로 확대 시행한다.

■ 부산·울산·경남

- **청년창업 특례자금 확대** 부산시는 청년 창업 특례자금 대출 규모를 10억 원에서 20 억 원으로 늘린다. 대출금리는 연 3.47%(변 동)에서 1.5%(고정)로 낮추고 현재 0.8%인 보 증료도 감면해 준다.
- **소상공인 창업·경영안정자금 지원** 경 상남도내 도내에 사업자 등록을 하고 경남 신용보증재단의 신용보증서를 발급받은 소 상공인에게 1억 원 한도, 1년간 연 2% 이하 를 지원한다.

■ 제주

- **중소기업 수출대금 보상 한도 확대** 4월부터 도내 중소기업이 국외 수출을 하는 과정에서 수출대 금을 받지 못하거나 무역 크레임 등의 사유로 피해를 보면 최대 10만 달러까지 보상 받을 수 있다. 종 전에는 5만 달러까지만 보상했다.
- **중소기업육성기금 융자 추천 상한액 폐지** 종전 중소기업육성기금 융자 추천 상한액을 6000억 원 규모로 제한했던 것을 폐지하고, 신청한 기업들에 연중 융자 지원한다. 경영 안정 지원자금 융자 지원 횟수와 기간은 총 3회, 6년으로 늘렸다.

해외 진출 프랜차이즈 브랜드 침해 피해 예방해야

특허청 · (사)한국프랜차이즈산업협회 해외 지재권 보호를 위한 간담회



(사)한국프랜차이즈산업협회와 특허청이 주관한 간담회가 지난 1월 22일 오전 11시 서울팔레스호텔 로얄볼룸에서 열렸다. 이날 간담회는 김영민 특허청장과 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장 등을 비롯해 약 30여 명의 업계 관계자가 참석해 해외에서의 국내브랜드 침해를 막기 위한 대책 마련에 함께 힘쓰기로 했다.

상표권에 대한 인식 강화

(사)한국프랜차이즈산업협회와 특허청이 모여 지난 1월 22일 오전 11시 서울팔레스호텔에서 ‘프랜차이즈 기업의 해외 지재권 보호를 위한 간담회’를 개최했다. 이번 간담회는 김영민 특허청장과 조동민 회장을 비롯해 (주)짐월드 박기영 대표, (주)오니규 이명훈 대표, (주)압구정 박의태 대표, (주)마세다린 정태환 대표, (주)놀부NBG 김준영 대표, (주)이바둑 김현호 대표, (주)대호가 임영서 대표, (주)위두 전영민 대표, (주)야들리에에프앤비 박정근 대표, 교촌에프앤비(주) 이근갑 대표, (주)못된고양이 양진호 대표 등 약 30명의 관계자가 참석했다.

조동민 회장은 “짧은 시간 안에 프랜차이즈 산업이 성장하는 과정 속에서 세간에 왜곡된 인식이 많아져 안타깝다. 프랜차이즈는 창의적 아이

디어를 바탕으로 소자본으로도 기업화로 성장하기에 아주 유용한 방식이며, 최근 글로벌 프랜차이즈가 활성화됨으로써 우리의 지재권을 보호해야하는 시간을 특허청장을 모시고 하게 됐다”며 말문을 열었다. 김영민 특허청장은 “프랜차이즈 산업이 산업발전에 기여한 바가 크다고 생각한다. 최근 한류를 힘입어 우리 브랜드 가치도 높아졌고, 중국에서 우리 기업들의 브랜드를 불법으로 도용하는 사례가 늘고 있어 적절한 대책을 마련하기 위한 자리를 앞으로 마련하겠다”며 인사말을 전했다. 이어 정성창 특허청 산업재산보호지원과장의 ‘K-브랜드 종합 대책’에 관한 프레젠테이션에서 우리 브랜드에 대한 중국에서의 피해 원인으로 상표권에 대한 낮은 인식과 법적 대응을 위한 비용부담 및 현지 정보 부족을 꼽았다. 대응책으로는 상품 무

단 선 등록과 모조품 유통사례를 들어 선 상표 확보의 중요성을 홍보하고 권리 확보 지원 확대 및 해외 지식재산 센터를 이용한 해외 거점 기능을 강화하는 한편 현재 세계 약 20여 개국에 법률적 자문지원 서비스 중이라고 설명했다. 또 법원에 가면 비용부담이 크기 때문에 분쟁으로 가기 전 위원회 제도를 이용하길 권장했다.

법률적, 비용문제가 제일 큰 걸림돌로 작용하기에 해외 관련 협회나 업체에 사전미팅 및 국가적 네트워크 구축을 당부했다. 그리고 외국의 침해 단속 관련 기관 공무원을 정기적으로 초청하여 우리 기업 브랜드에 대해 알리는 자리를 마련하는 등 유대관계가 형성되면 더욱 적극적인 침해 단속이 이루어질 수 있다는 의견을 제시했으며,

등록 서비스, 국내 업체와 해외 변리사들의 네트워크를 이용하는 방안을 강조하기도 했다. 아울러 KOTRA와의 사업을 늘려 지적권 지원이 되도록 특허 전문가를 파견해 교육지원 및 인프라를 구축하고, 이미 구축돼 있는 관련 DB에 접근이 용이하도록 하는 방안도 밝혔다. (주)마세다린 정태환 대표는 “프랜차이즈 산업



(사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장

선 상표 등록 관행 정착과 지원 마련돼야

본격적인 간담회가 자유발언 형식으로 진행되면서 다양한 사례와 의견들이 제시되었다. (주)못된고양이 양진호 대표는 자사브랜드로 해외 진출을 했는데, 한 대기업 관련 중장비업체에서 ‘켓’이라는 단어 사용을 문제 삼아 A4 1000장 분량의 반박내용을 내놓으라고 요구한 사례를 설명하며 “국내 작은 기업들이 대기업에 대응하기가 현실적으로 쉽지 않다”고 애로사항을 토로했다. 이어 그는 “동반성장”에 대한 분위기 속에서 대기업이 중소기업에 도와 상생한 좋은 사례로 남길 기대한다”는 말도 덧붙였다. 이에 대해 김영민 특허청장은 “대응할 방안들을 마련할 것”이라며 약속했다.

또 중국에서 특허출원과 관련해 유사브랜드에 대한 출원이 생각보다 힘들기 때문에 시간과 비용 면에서 유리한 실용신안의 이해가 부족함을 지적하며 홍보의 필요성에 대해 이야기했다. 교촌에프앤비(주) 이근갑 국내사업부분 대표는 “중국에서 유사브랜드가 7건이나 발견되면서 유사상표에 대한 대응비용이 너무 크며 호주 내에서도 유사 브랜드가 영업을 하고 있는 것으로 밝혀졌다”며 어려움을 토로했다. 이어 올림픽 참가국을 대상으로 상표권 출원을 진행 중이며



조동민 협회장 또한 해외 교포들 대상으로 국내 브랜드에 관한 교육을 제안했다. (주)못된고양이 양진호 대표는 작은 회사가 해외진출 시 여러 나라를 관리하기에 비용이 만만치 않아 국내 건만이라도 비용을 낮추고, 외식업뿐만 아니라 도·소매 업체도 신경써주길 당부했고, (주)오니규 이명훈 대표는 지난해 중국에서 어렵게 중국 1호 점을 오픈한 경험담을 이야기했다.

김영민 특허청장, 다각도의 지원 약속

김영민 특허청장은 “제시한 안건에 대해 공감하고, 중국에서는 현지인보다 교포들이 브랜드 도용하는 사례 역시 많은 것으로 안다”며 약 20여 개국 관련한 가이드북 배포와 최근 유럽 상표청과의 MOU체결로 인해 가능해진 유럽 관련 약 2400만 건의 검색서비스 홍보에 힘쓸 것을 다짐했다. 그리고 예방컨설팅 및 국제 상표

은 시스템 산업이며 이 시스템을 위해 비용을 투자해야 국내 브랜드가 해외 경쟁에서 승리할 수 있다”고 강조했다. 김영민 특허청장 역시 시스템 보호에 동참하며 업체들이 쉽게 이해하고 접근이 가능하도록 노력을 약속했고, <와바>의 지원을 통해 가치를 인정받은 선례도 있음을 전했다.

(주)오니규 이명훈 대표는 유사품이 프랜차이즈 산업에 대한 사기꾼 이미지를 양산할 뿐만 아니라 유사 브랜드가 없어지고 나면 관련 직원과 가족들이 어려워지는 현실을 안타까워하기도 했다. 이에 조동민 회장은 ‘시스템 인증제’를 산업부와 연계해 최소한의 시스템을 갖추고 진입하는 방안을 제시했다. 한편, (사)한국프랜차이즈산업협회는 지난해 12월 특허청이 수립한 ‘K-브랜드 종합 보호 대책’에도 참여한 바 있으며, 이번 간담회는 동 대책 관련 후속조치라고 밝혔다. 향후 특허청과 협력하여 K-브랜드 보호 세미나, 피해사례집 및 해외 브랜드 보호 매뉴얼 발간 등을 추진해 나갈 계획이다.

글 이동초 기자 사진 박세웅 팀장

프랜차이즈산업協

김난도 교수

2015 신년하례식 개최

‘2015 트렌드와 프랜차이즈 글로벌 전략’

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 1월 12일 서초구 JW메리어트호텔 그랜드볼룸에서 2015년 신년 하례식을 갖고 새로운 도약을 다짐했다. 이번 신년하례식에서는 프랜차이즈 산업인과 각계 유관 인사 200여명이 모여 2015년을 맞이해 ‘K-프랜차이즈 글로벌 진출’의 성공을 위해 각오를 다짐하는 시간으로 꾸며졌다.



프랜차이즈산업 깃발을 세계 각국에 꽂을 것

(사)한국프랜차이즈산업협회가 개최한 2015년 신년하례식은 프랜차이즈 관련 산업인과 각계 인사가 모인 가운데, ‘K-프랜차이즈 글로벌 진출’과 ‘2015년 트렌드와 프랜차이즈 글로벌 전략’에 대한 의미 있는 시간이 됐다. 신년하례식에서 조동민 회장은 인사말을 통해 “창조경제시대의 일자리 창출은 물론 2015년 동반상생의 기치를 내세워 자영업자의 경쟁력 강화에 주력하는 등 더불어 성장하는 산업 군으로서 앞장서겠다”고 강조했다. 이어 조 회장은 “세계의 프랜차이즈 시장은 경쟁이 치열하다. 국내에 머물기보다 한국 문화의 심장인 프랜차이즈산업의 깃발을 세계 각국에 꽂아야 하는 시대적 소명을 가슴에 품고, 글로벌 프랜차이즈로 거듭나야 한다”고 강조하며 “그 침병 역할의 주역들이 모두 모여 각오를 다지는 이 자리가 올 한해 산업을 더욱 성장시키는 발판이 될 것으로 기대한다”고 말했다.

(주)SPC그룹 · (주)후스타일 ‘글로벌 프랜차이즈 어워드’ 수여

한편 신년하례식에서는 올해 처음으로 글로벌 프랜차이즈 시장을 개척하는데 공로가 큰 기업 (주)SPC그룹과 (주)후스타일에 ‘글로벌 프랜차이즈 어워드’를 수여했다. (주)SPC그룹은 지난 2004년 9월 중국 상하이에 진출한 이래 현재 중국, 미국, 베트남, 싱가포르, 프랑스 등 총 180여 개 점포를 운영 중이다. 지난 7월에는 빵의 본고장인 프랑스에 첫 매장 개설해 한국의 빵을 역수출하는 쾌거를 이루기도 했다. (주)후스타일은 현재 미국, 호주, 콜롬비아, 파라과이, 볼리비아, 리비아, 베네수엘라 등



18개국 200개 매장이 해외에 진출해 있는 등 최근엔 요거트 메이커까지 개발해 해외시장에 본격 수출을 시작했으며, 올해까지 500개점 이상의 점포 진출을 계획하고 있다.

김남도 교수, '그대의 작은 꿈들을 카운트하라'

신년하례식이 끝난 후에는 대한민국 청춘들의 멘토이자 트렌드 연구자로 유명한 김남도 서울대학교 소비자학과 교수의 '2015 트렌드와 프랜차이즈 글로벌 전략'에 대한 강연이 진행됐다.

이날 포럼에서 김남도 교수는 2015년 트렌드인 1인 가구, 고령화 등의 형태에서 소비자들이 어떻게 변모하는지 연구해야 한다고 설명한 뒤, 변화하는 환경에 적응하지 못하는 곳에서 실패를 겪는다며 현대의 실패는 경쟁자에게 패배하는 것이 아니며, 소비자는 사고 싶은 10가지에서 하고 싶은 10가지로 바뀌고 있으며, 경험의 가치가 중요해지고 있다고 강조했다.

특히 그는 지난 2014년 트렌드로 여행상품, 명량, 빙수전문점, 에어쿠션화장품, 스냅팩 열풍, 의리캠페인, 컬러버레이션 가요, 타요버스, 탄산수 증가 등이 열풍이었다고 전했다. 이는 소비가치의 지각변동이 예고되고 있다며, 소비자들의 작은 행동을 관찰하면서 그 속에서 해결되지 않는 숨은 니즈를 파악해야 한다고 강조했다. 아울러 유통채널이 갈수록 다양하고 복잡한 만큼, 자사 브랜드와 적합하게 어울리는 광고 및 채널을 찾아야 할 것인지를 고민해야 한다고 조언했다. 이외에도 김 교수는 2015년 트렌드로 '그대의 작은 꿈들을 카운트하라 COUNT SHEEP'에 대한 내용을 순차적으로 소개했다. 즉, 2015년은 햄릿증후군, 감각의 향연, 옴니채널 전쟁, 증거중독, 꼬리, 몸통을 흔들다, 일상을 자랑하다, 치고 빠지기, 럭셔리 끝 평범, 우리 할머니가 달라졌어요, 숨은 골목찾기 등에 초점을 두고 소비 트렌드를 전망해 업계 종사자들에게 큰 감흥을 불러일으켰다.

글 처음지 기자 사진 박세웅 팀장



한국프랜차이즈산업협회 신년하례식에 참석한 인사들이 신년 축하 떡케이크 커팅식을 가졌으며(상)
 조동민 협회장이 인사말을 전하고 있다(하)
 김남도 교수의 강연 모습(좌)

프랜차이즈산업의 2014년 정리

2014년은 세계 속에 'K-프랜차이즈' 깃발 휘날린 해

다사다난했던 2014년 한 해 프랜차이즈산업협회는 다양한 변화를 시도했으며, 그 결과 크고 작은 여러 가지 성과를 만들어냈다. 특히 산업통상자원부 등 정부 지원에 힘입어 세계 속에 'K-프랜차이즈'를 널리 알린 것은 괄목할 만한 성과로 손꼽힌다. 지난 2014년 한 해를 돌아보며, 우리 프랜차이즈산업의 현주소를 의미가 크다고 할 수 있다. 2014년 한 해의 프랜차이즈산업의 주요 이슈들을 되돌아봤다.

해외진출 활성화로 세계에 'K-프랜차이즈' 알리다

(사)한국프랜차이즈산업협회는 산업통상자원부로부터 적극적인 지원을 이끌어 내며 지난해 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출 활성화를 견인했다. 협회가 프랜차이즈 세계화 지원 차원에서 전개한 사업으로 대표적인 것은 ▲맞춤형 현지 정보 및 종합컨설팅 ▲해외파트너 투자 네트워크 구축 ▲해외경영 전문인력 양성 등이다. 맞춤형 현지정보 및 종합컨설팅 제공 사업은 국내 프랜차이즈 기업의 해외 진출 과정에서의 애로사항 및 시행착오를 최소화하기 위해 국가별 특성을 반영한 종합정보를 맞춤형으로 제공해 해외진출을 돕기 위해 진행됐다. 해외파트너 투자 네트워크 구축 사업은 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출을 촉진하기 위해 국내 브랜드의 인지도 제고 및 현지 투자자와의 파트너 계약(마스터, 합작, 가맹 등)을 위한 교류의 장을 마련해주는 사업으로, 해외 박람회 참가 지원과 경영·법률 자문단 운영 등이 대표적이다. 해외경영 전문인력 양성 사업은 해외 진출시 필요한 기본 소양과 전문적인 내용에 대한 교육과 세미나를 통해 프랜차이즈 기업의 성공적인 해외진출을 지원하는 사업으로 해외진출 세미나 등 다양한 교육 프로그램으로 진행됐다.

협회 이전으로 '서초동 시대' 개막

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난해 4월, 6년간의 광진구 능동시대를 마감하고 새롭게 서초동에 등지를 틀며 '서초동 시대'의 막을 열었다. 새로 이전한 협회 사무국은 238㎡(72평) 규모의 2층 사무공간과 337㎡(102평) 규모의 지하 1층 교육장을 갖춰 이전보다 쾌적한 환경에서 효율적인 운영이 가능해졌다. 특히 교통의 요지인 서초동에서 보다 대외적인 활동과 교육을 강화할 수 있게 되어 프랜차이즈 산업 발전을 선도하고 대한민국 고용과 성장의 성공신화를 창조하자는 조동민 회장의 발언처럼 프랜차이즈산업 발전의 견인차 역할을 톡톡히 해가고 있다.

프랜차이즈산업 대표하는 (사)한국프랜차이즈산업협회로 재탄생

한국의 프랜차이즈산업을 대표하는 단체인 (사)한국프랜차이즈협회는 지난해 '(사)한국프랜차이즈산업협회'로 명칭을 변경했다. 이는 프랜차이즈가 하나의 산업으로서 좀더 정당한 평가를 받고, 업그레이드되는 계기가 되도록 하기 위해서 그 어느 때보다 협회의 역할이 중요하다는 판단에서 추진됐다. 또한 산업통상자원부와와의 협력을 강화하기 위한 의미도 있다. 프랜차이즈산업협회로의 명칭 변경은 무엇보다 변화하는 프랜차이즈 산업 환경과 향후 산업으로서 올바른 자리매김을 하기 위한 취지에서 이뤄진 것으로, 향후 명실상부한 프랜차이즈 산업 전반을 대표하고, 나아가 프랜차이즈산업 발전을 견인하겠다는 의지를 분명히 한 계기





가 됐다.

명칭 변경과 함께 관할 기관도 중기청에서 산업통상자원부로 변경됐는데, 산자부로부터 20억 원 이상의 예산을 지원받아 프랜차이즈 산업 전반의 인프라 구축, 해외진출 지원 사업, 각종 교육 및 컨설팅 등의 사업을 적극적으로 전개한 것도 바로 이같은 노력의 결과로 평가 받고 있다.

뜨거운 성원 얻은 'KFCEO 명품과정'

지난해 한류 바람을 타고 국내 프랜차이즈 산업의 글로벌 시장 진출이 활성화되면서 이를 지원하기 위해 프랜차이즈산업협회는 'KFCEO 명품과정'을 개설했다. 프랜차이즈산업협회가 주최하고 산업통상자원부가 후원한 이 과정에는 한국을 대표하는 프랜차이즈 브랜드들의 CEO가 대거 참여했으며, 국내 산업과 문화를 선도하는 최정상급 오피니언 리더들이 다수 강사로 참여했다.

KFCEO 명품과정은 글로벌 시장에 걸맞는 프랜차이즈 CEO를 양성하고 국내 프랜차이즈 산업 대표들의 역량 강화를 위한 취지에 걸맞게 참가한 CEO들에게 전문적인 경영정보의 교류 및 협업의 기회를 제공했을 뿐 아니라 나아가 국내 프랜차이즈 산업이 한 단계 성숙하는 데에도 적잖은 도움이 됐다는 평가를 받았다.

청년의 열정과 패기를 모은 '청년위원회' 발족

협회는 지난해 9월 20~30대 프랜차이즈 청년 CEO로 구성된 청년위원회(위원장 손우빈) 발대식을 개최했다. 몇 차례의 준비모임을 거쳐 만들어진 청년위원회는 청년 CEO들이 차세대 CEO로서 프랜차이즈 산업의 경쟁력 강화 및 발전을 주도하는 역할을 할 수 있는 기회를 제공하는데 도움이 될 것으로 기대되고 있다. 청년위원회 소속 청년 CEO들 역시 젊음의 패기와 열정으로 향후 프랜차이즈산업 발전에 앞장설 것을 다짐하는 등 청년위원회의 본격적인 활동에 관심이 집중되고 있다.

프랜차이즈산업박람회의 성공적 개최

협회는 지난해 두 차례에 걸쳐 '프랜차이즈산업박람회'를 성공적으로 개최했다. 프랜차이즈산업박람회는 프랜차이즈 산업의 현 주소를 한 자리에서 확인할 수 있는 좋은 기회이자 프랜차이즈 기업에게는 기업홍보와 가맹점 유치 기회를 주고, 창업 희망자에게 창업 정보를 제공하는 뜻깊은 행사다. 매년 봄, 가을에 열리는 프랜차이즈산업박람회는 명실상부 국내 프랜차이즈산업을 대표하는 최고의 박람회로 인정받고 있으며, 횡수를 거듭할수록 참가 업체와 브랜드도 증가하고 있다. 특히 창업희망자에게 실질적인 도움을 제공하고 자영업자를 살리는데 도움을 주기 위해 여러 창업전문가들의 생생한 강의와 세미나 등 내실있는 부대행사도 함께 마련돼 관람객들이 만족한 박람회로 인정받고 있다.

이웃에게 희망 전한 나눔의 송년회

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 12월 22일 새로운 송년회를 마련해 주목을 받았다. 기존의 일반적인 송년회 대신 '밥퍼나눔운동본부'와 함께 나눔의 봉사활동을 전개하는 송년회는 단순히 우리 프랜차이즈산업인끼리 만나는 대신 우리 주변의 이웃을 돌아보고 그들에게 따뜻한 사랑을 전하며 '우리는 하나'라는 결속감을 갖는 뜻깊은 시간이었다. 특히 프랜차이즈산업이 국가 경제에 미치는 영향을 보다 널리 알리고, 사회에 기여하는 새로운 프랜차이즈산업의 위상을 만들어 2015년 새해에는 보다 희망적인 모습으로 더 활발한 활동을 전개 하자는 의지를 다진 시간이었다는 평가다.

징기스칸 전사 500人 육성 프로젝트 「KFCEO 명품과정」 2기 모집

산업통상자원부와 (사)한국프랜차이즈산업협회는
신성장동력 산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외진출 및
최고경영자의 경영역량 강화를 위해
「KFCEO 명품과정」 2기를 모집합니다.

프랜차이즈 산업의 경영환경에 발맞춰
경영자들이 전략적인 비즈니스 네트워크를 형성하고,
미래에 대한 꿈과 비전을 가질 수 있도록 차별화된 「KFCEO 명품과정」을 운영합니다.

국내 최고 수준의 커리큘럼과 강사진으로 구성해 우리 산업 최고 경영자들에게
필요한 지식은 물론, 인적 네트워킹의 기회까지 제공해 한 단계 더 진일보하여
타 과정과는 차별화된 산업계 및 학계를 아우르는
최고의 K프랜차이즈 「KFCEO 명품과정」으로 여러분을 초대합니다.
역량있는 CEO들의 많은 관심을 바랍니다.

- 교육명 : 「KFCEO 명품과정」
- 대상자 : 프랜차이즈 기업 CEO
- 모집인원 : 50명 내외
- 교육기간 : 2015년 3월 9일~6월 29일 (16주간, 매주 월요일 18:00~21:00)
- 교육비 : 500만원(회원사 30% 할인혜택) ※ 원우회비, 식비, 교재비, 문화행사 참가비 포함
- 장소 : 서울 팔래스 호텔 (서울특별시 서초구 반포4동)
- 주최 및 주관 : 산업통상자원부 · (사)한국프랜차이즈산업협회
- 홈페이지 : www.edukfa.or.kr
- 문의 : (사)한국프랜차이즈산업협회 교육원(070-7919-4170 담당자: 민병석 사원)

※ 성원에 힘입어 조기 마감되었습니다.

새로운 콘셉트 개발 및 브랜드 리뉴얼 등을 통해 인지도 제고

장수 브랜드의 요건 첫 번째는 '일찍이 충실'

기업의 경영자라면 누구나 오랜 기간 장수하는 기업을 꿈꾸기 마련이다. 아무리 경기가 어렵고 국내외 경제 상황이 나쁘다고 해도 기업 경영자가 남다른 생존 전략과 차별화를 통해 경쟁력을 높이고자 노력하는 것이 바로 이런 이유에서다. 물론 이같은 바람이 생각처럼 쉽지 않다. 적잖은 기업들이 창업 후 3~5년을 넘지 못하고 폐업이라는 눈물 어린 선택을 하게 된다. 10년 이상 운영하는 기업들은 극히 드문 것이 현실이다. 실제로 통계청에 따르면, 2013년 기준 창업 1년 이내 폐업률은 18.5%, 3년 이내 폐업률이 46.9%인 것으로 나타났다. 창업 이후 3년을 넘기는 기업이 절반을 갇신히 넘기는 수준이다. 이에 본지는 국내 장수브랜드들을 통해 대한 전략을 모색해 보기로 한다.



이바돔

김家네



국내 현실은 10년 이상 운영기업이 극히 드물고 3년 이내의 폐업률이 높은 냉엄한 현실이다. 프랜차이즈 기업 역시 마찬가지다. 특히 충분한 자금력과 규모를 갖추지 못한 채 시작한 프랜차이즈 기업들은 더더욱 장수하지 못하는 경우가 많다. 심지어 프랜차이즈 창업이 창업의 주요 트렌드로 자리잡고, 각종 컨설팅과 교육 등으로 인해 과거에 비해 쉽게 프랜차이즈 본사 만들기에 나서면서 프랜차이즈 기업의 기본도 갖추지 못한 상태에서 사업을 시작하는 기업도 적지 않을 정도다. 그러다 보니 프랜차이즈의 평균 수명은 4~6년 정도로 다른 산업에 비해 매우 짧은 실정이다. 따라서 프랜차이즈 기업의 경우 다른 어느 산업보다도 더욱 장수 기업이 되기 위한 전략을 수립하는 것이 매우 어려우면서도 중차대한 과제라고 할 수 있다.

창업 후 3년을 넘기는 기업이 절반을 간신히 넘기는 상황에서 장수 기업으로 거듭나기 위해 기업 경영자는 어떤 전략을 세워야 할까? 물론 쉽지 않은 숙제임에 틀림없다. 하지만 10년 이상 장수하며 성공적인 가맹사업을 펼치고 있는 프랜차이즈 업체를 눈여겨 본다면 좋은 지혜를 얻을 수 있을 것이다. 이들은 현실에 안주하지 않고 새로운 아이디어를 끊임없이 생산해 경쟁우위를 확보해 왔으며 탄탄한 시스템 아래 지속적으로 투자를 해오고 있다. 뿐만 아니라 기업이 정신에 입각한 기업경영을 통해 긍정적인 이미지를 확고히 하고 있는 경우도 많다.

국내 프랜차이즈산업에서 장수 브랜드들로 평가받는 브랜드들은 모두 차별화된 전략 수립에 많은 노력을 기울였다. 우선 체계적인 물류 시스템 등 시스템 구축을 위해 노력했으며, 위기관리 시스템 등 운영 노하우의 차별화에 주력했다. 또한 브랜드에 대한 이미지 관리 및 가맹점 관리에도 결코 소홀하지 않았으며, 꾸준한 연구개발에도 투자를 아끼지 않았다. 이와 함께 지속적으로 브랜드 콘셉트를 재정립하고 발전시켰으며, 사회공헌활동 등 기업가정신에 입각한 기업 경영에도 신경썼다. 이와 관련해 창업전문가들 역시 무엇보다 체계적인 경영 시스템과 같이 오랜 기간 쌓아 온 노하우가 무엇보다 중요하다고 강조했다.

이경희 한국창업전략연구소 소장은 “불황기에는 프랜차이즈 업계 전체가 위축되고 가맹점 실적도 급락하는 등 어려움을 겪지만 위기관리 시스템과 같이 오랜 기간 쌓아온 노하우가 탄탄한 장수 브랜드들의 매출을 꾸준히 올리고 있다”며 “장수 브랜드들은 오랜 기간 사업을 지속하면서 대중성과 안정성을 검증받았기 때문에 소비자들의 선호도가 크게 변하지 않는 장점이 있다”고 말했다.

이 소장은 이어 “장수 브랜드의 경우 이미 시장에서 검증된 아이টে으로써 안정적인 수입확보가 가능한 장점이 있다”며 “장수 브랜드가 되기 위해서는 지속적으로 차별화할 수 있는 전략에 각별히 신경을 써야 한다”고 강조했다.

사례로 보는 장수 브랜드의 요건

장수 브랜드들의 공통점 중 가장 두드러진 특징은 무엇보다 원칙에 충실했다는 사실이다. 장수 브

KyöChon 1991



랜드들은 모두 장기간 직영점을 성공적으로 운영한 노하우를 가맹점에 잘 전수시키면서 체계적이고 효율적인 물류 시스템을 구축해 놓고 있는 등 프랜차이즈의 기본을 결코 간과하지 않았다. 그 과정에서 특히 가맹점 및 직원에 대한 체계적인 교육을 꾸준히 실시하는 것은 물론 지속적인 연구 개발을 통해 새로운 가치를 창출하는 노력을 끊임없이 계속했다.

원칙에 충실한 브랜드가 차별화 성공했다

20년 역사의 <이바둑 감자탕>은 직영점 운영의 노하우를 가맹점에 잘 접목시켜 가맹점의 안정적인 수익성을 유지하는 프랜차이즈 시스템의 기본을 잘 준수하고 있는 대표적인 장수 브랜드다. <이바둑 감자탕>은 외식업체로서 농산물 현지 직거래를 통해 최상급 원재료를 사용하고, 크린콜드 시스템을 통해 품질관리에 만전을 기하고 있다. 특히 21년 전 물류유통회사로 시작한 본사의 오랜 경험과 노하우가 전국의 가맹점에 고스란히 전달되고 있는 것이 특징이다. 최첨단 클린시스템을 갖춘 생산물류센터를 통해 가맹점과 소비자들에게 안전한 식재료만을 공급하고, 20년 노하우의 묵은지 저장시스템, 표준화된 양념 베이스, 철저한 위생관리 등 체계적인 자체 물류시스템은 <이바둑 감자탕>이 오랜 기간 고객의 변함없는 사랑을 받은 최고의 비결이다. 여기에 로컬 매니저와 총괄 담당자로 이뤄진 책임배송제를 운영, 지역 담당자의 직접 배송시스템을 통해 물류센터에서 매장까지 신속하고 안전하게 배송함으로써 가맹점의 만족도를 대폭 높인 것도 20년을 이어온 원칙인 셈이다. <이바둑 감자탕>의 또 다른 원칙은 가맹점의 성공적인 운영을 지원하는 체계적이고 실제적인 교육을 꾸준히 실시하는 것이다. 이바둑 아카데미를 통해 실제 매장과 같은 조건에서 조리, 매장관리, 서비스 교육 등을 직접 체험하고 배울 수 있는 교육시스템과 전문강사의 체계적이고 세심한 교육은 가맹점주에게 최적의 경험을 할 수 있는 비결이 되고 있다. 프리미엄 김밥 전문점 <김가네>는 가맹점 관리에 만전을 기한 경우다. <김가네>는 하나의 가맹점당 영업, 슈퍼바이저(SV), 교육강사(MV) 등 3명이 한 조가 되어 가맹점의 매출 향상과 영업의 편의를 위해 꾸준한 관리를 지속했다. 그같은 노력이 가맹점의 만족도를 높인 비결로 작용했음은 주지의 사실이다.

새로운 콘셉트의 지속적인 생산도 중요한 요건

김밥의 대명사가 된 프리미엄 김밥 전문점 <김가네>는 지난 1994년 대학로에서 시작한 이후 국내 최고의 김밥브랜드로 성장하기까지 꾸준히 고객에게 김밥의 가치를 새롭게 제시했다. 브랜드에 대한 새로운 콘셉트를 꾸준히 만들어 나간 것도 바로 이런 가치 제시를 위한 노력이다. <김가네>는 우선 중앙집중식 조리센터와 가맹점에 안전하고 신선하게 공급하는 물류 직배송 시스템을 갖춰 신선한 재료를 신속하게 공급함으로써 기존 김밥 전문점과는 완전히 다르다는 인식을 갖게 했다. 여기에 프리미엄 김밥의 이미지를 확실히 하기 위해 안도산 김, 태백의 친환경 양계농장에서 키운 달걀 등 고품질 식재료를 사용해 차별화했다. 특히 업계 최초로 쌀눈을 첨가한 청정미로 밥을 지어 고객에게 제공한 것도 프리미엄 김밥이라는 새로운 가치를 고객에게 전달하기 위한 노력이었다. 1991년 구미의 '교촌통닭'을 모태로 시작한 <교촌치킨>도 '치킨의 고급화, 전문화, 차별화'를 슬로건으로 브랜드 이미지를 만들어 나갔다. 특히 마스터지(Masstige) 트렌드에 발맞춰 프리미엄 치킨 전

babo's



문점이라는 포지셔닝을 하고 신선한 고품질 재료를 사용해 정성껏 만든 요리로 소비자들의 인기를 얻었다.

〈교촌치킨〉은 이후에도 고객의 건강을 가장 먼저 생각하며, '건강한 맛'을 위한 끊임없는 연구를 계속했다. 무엇보다 건강한 맛의 핵심은 좋은 재료에 있다고 보고 유채씨에서 압출한 카놀라유를 비롯해 소스에 사용되는 모든 재료를 국내산 천연재료만 사용했다. 모든 제품에 MSG를 사용하지 않고, 치킨 무에는 빙초산, 사카린 나트륨을 일절 첨가하지 않는 등 3무(無) 정책을 고집했으며, 발효 간장, 홍고추, 꿀로 만든 치킨 소스 등 좋은 재료로만 만들었다.

특히 〈교촌치킨〉은 튀김 옷과 양념의 끈적함이 덜한 마늘간장소스, 다리·날개 등 부분육 도입, 치킨 무 플라스틱 용기와 쇼핑백 개발, 천연펄프 포장박스 등 상당 부분을 업계 최초로 도입해 차별화된 서비스 혁신을 이뤘다.

앞서 언급한 〈이바돔 감자탕〉 역시 새로운 트렌드에 걸맞게 카페식 인테리어와 아기자기한 소품, 다양한 비즈니스룸과 가족고객을 배려한 대형 놀이방 등을 운영하며 충성고객을 만드는데 성공했다. 특히 업계 최초로 매장 내 어린이 대형 놀이방인 '키즈랜드'를 설치해 명실상부한 가족외식 문화 공간이라는 콘셉트를 만든 것은 이바돔 감자탕만의 차별화 전략으로 평가받고 있다.

브랜드 리뉴얼을 통해 새로운 콘셉트 만들어

장수 브랜드 중에는 전면적인 브랜드 리뉴얼을 통해 브랜드에 대한 새롭고 긍정적인 콘셉트를 만들어 브랜드에 대한 가치와 연속성을 높인 경우도 많다.

대표적인 사례로 꼽을 수 있는 것이 프리미엄 오븐구이 치킨전문점 〈돈치킨〉이다. 〈돈치킨〉은 젊은 층을 타깃으로 브랜드 리뉴얼을 단행해 긍정적인 이미지를 만들고 고객들의 호응을 이끌어 내는데 성공했다. 〈돈치킨〉의 로고타입은 열정을 콘셉트로 한 돈키호테를 이미지화하고, 사무실 인테리어 디자인을 비롯해 브로셔, 가맹점 인테리어 콘셉트까지 모두 리뉴얼했다. 그 결과 기존의 〈돈치킨〉 이미지와 인테리어가 무겁고 나이 들어 보였다면 새로운 이미지는 산뜻하고 열정적이라는 평가를 받고 있다.

특히 〈돈치킨〉이 핵심적인 브랜드 경쟁력으로 '맛'을 내세우고 있는 만큼 국내산 치킨만 고집하는 품질 우선주의, 최신식 첨단 시스템을 활용한 염지 및 계육 절단기법, 소스 및 파우더 개발에 대한 열정을 표현하기 위해 자신의 신념을 무대포적으로 추진하는 '열정의 화신' 돈키호테를 캐릭터화하는 디자인 혁신을 단행했다.

또한 30~40대 고객층의 비중이 상대적으로 높다는 점에 착안, 젊은 고객층을 겨냥한 매운맛과 치즈의 조화를 담은 치즈 볶담 메뉴를 선보여 주목을 받기도 했다.

〈김가네〉도 새로운 브랜드 콘셉트를 정립함으로써 브랜드를 새롭게 만드는데 성공한 사례로 볼 수 있다. '자연'을 담은 음식이라는 콘셉트로 〈김가네〉 김밥의 프리미엄 이미지를 자연과 연계해 강조하면서 무엇보다 좋은 재료를 사용하는 원조 이미지를 담는데 노력했다. 이를 위해 다양한 신제품을 지속적으로 출시하고 인테리어 디자인을 리뉴얼하는 한편 새로운 철학을 알리기 위한 다양한 이벤트와 마케팅 활동을 전개했다.



프리미엄 스몰비어 <바보스>도 새로움을 담기 위해 아예 브랜드까지 리뉴얼한 사례이다. 17년 역사의 바비큐 치킨 <바비큐보스>를 시대 흐름에 맞는 새로운 사업 모델로 전환하고 브랜드 <바비큐보스>의 약어인 <바보스>로 변경했다.

뿐만 아니라 <바보스>의 콘셉트도 지속적으로 변화시켰다. 사업 초기에는 스몰비어, 닭강정, 아시아 안주들 요리의 콜라보레이션 모델로 선보였다면, 이후에는 중견 육가공기업의 노하우를 반영해 지속적으로 치킨메뉴를 늘리면서 '치킨이 맛있는 프리미엄 스몰비어'라는 브랜드 콘셉트로 진화시켜 나갔다. 또한 꾸준한 연구개발을 통해 다양하고 경쟁력있는 치킨메뉴를 지속적으로 출시, 가맹점의 높은 매출을 유지시켜 나갔다.

꾸준한 메뉴 개발로 새로운 브랜드 이미지 구축

<죽이야기>의 경우 새로운 메뉴 개발을 통해서 끊임없이 새로움을 추구하면서 발전을 거듭하는 경우이다. <죽이야기>는 죽이라는 메뉴에 갇히지 않고 자연의 맛을 담은 산채도시락 메뉴를 출시하는가 하면 몸에 약이 되는 보양죽의 개발, 불참치나 치킨테리야끼, 강된장 비빔밥 등 밥 메뉴의 추가, 시루빵이나 자연애플쥬스 등 카페 메뉴의 보완 등을 통해 지속적으로 새로움에 도전했다.

<이바둑 감자탕>도 전통 음식의 계승과 연구 개발, 신메뉴의 효율적 조리를 위한 기구개발 등 끊임 없는 연구개발에 노력을 아끼지 않았다.

사회에 공헌하는 기업가정신도 갖춰야

<이바둑 감자탕>은 '사회적 책임경영'을 기업의 중요한 가치로 설정하고 사회적 책임을 다하기 위해 노력하는 브랜드다. <이바둑 감자탕>의 대표적인 사회공헌 활동인 '행복나눔 감자탕' 프로젝트는 <이바둑 감자탕> 본사로 들어온 대학생들의 진심 어린 요청으로 시작됐는데, 빛으로 시작한 가게의 경영 악화로 대출금 상환은 물론 생계까지 어려운 영세 동종 자영업자를 돕는 프로젝트로 <이바둑 감자탕>에 대한 긍정적인 이미지를 형성하는 일등공신이 되고 있다. 이외에도 지역단체 성금 기부 등 다양한 사회공헌 활동을 활발하게 전개하고 있는 <이바둑 감자탕>은 기업가정신을 잘 실천한 사례로 손꼽히고 있다.

글 나홍선 부장 사진 박세웅 팀장, (사)한국프랜차이즈산업협회DB



창업시장과 프랜차이즈 업계 기상예보 2015년 프랜차이즈 트렌드

참석 : 창업코리아 강병오 대표
(주)굿파트너비즈 컨설팅 김성수 대표
한국사업연구소 나대석 소장
맥세스실행컨설팅 서민교 대표
한국창업경영연구소 이상헌 소장
(주)창업e닷컴 이인호 대표

진행 : (사)한국프랜차이즈산업협회 양정석 정책연구소장

장소 : (사)한국프랜차이즈산업협회 교육장



한국사업연구소 나대석 소장



한국창업경영연구소 이상헌 소장



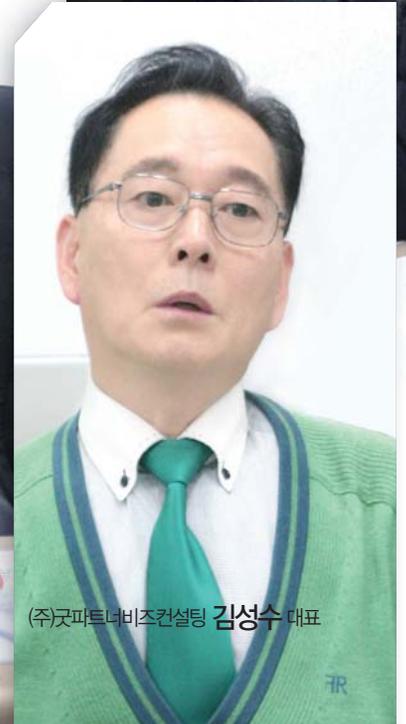
맥세스실행컨설팅 서민교 대표



창업코리아 강병오 대표



(주)창업e닷컴 이인호 대표



(주)굿파트너비즈컨설팅 김성수 대표

다사다난했던 지난 한해, 사회·정치적 사건에 따라 경제도 영향을 받아 프랜차이즈 업계 역시 큰 변화의 바람이 불었다. 트렌드를 따라 앞 다투어 창업했던 아이템들이 틈새시장을 찾아 급격히 성장했으나 지속성을 갖지 못해 주춤하고, 소비동향이 다양하게 변화하는 등 빠르게 변화하는 프랜차이즈 창업시장의 면면을 볼 수 있는 한 해였다. 프랜차이즈 업계와 예비창업자들은 연초가 되자 새로운 트렌드와 비즈니스 모델을 분석하여 불황을 극복하고자 주력하고 있다. 이번 좌담회는 이런 창업 현실을 염려하고 프랜차이즈 업계의 발전을 위해 늘 동분서주하는 전문가들이 모여 최대 관심사인 '2015년 프랜차이즈 트렌드'라는 주제로 사뭇 진지한 이야기를 나누었다.



양정석 정책연구소장

2014년 프랜차이즈 업계를 돌아보며

진행(양정석 소장) : 안녕하십니까? <프랜차이즈 월드> 12호 특별 기획으로 이번 좌담회를 마련해 '2015년 프랜차이즈 트렌드'라는 주제를 가지고 여러 전문가들의 의견을 듣고자 합니다. 본격적으로 2015년 트렌드에 대한 이야기를 나누기 전에 2014년 창업 및 프랜차이즈 업계 전반적인 시장 현황을 어떻게 진단하고 계신지 들어보도록 하겠습니다.

강병오 대표 : 똑똑해지는 소비자들과 까다로움과 공급자들의 과다경쟁에 의해 창업자들이 이종고를 겪고 있는 시장 현실에서 프랜차이즈 업계는 제품과 서비스 측면에서 좀 더 치밀한 전략이 요구됩니다. 작년 한해 이런 부분을 감안해 복합적인 서비스를 제공한 업체들이 약진했으나, 여전히 고충은 해소되지 않자 해외로 진출하기 시작한 것 같습니다. 이런 흐름에 무작정 휘둘러 따라갈 것이 아니라 구체적인 전략에 대한 고민이 지금 시점에 더 중요한 과제인 것 같습니다.

김성수 대표 : 작년 하반기 복고 열풍과 장수 시대에 접어들면서 시장이 전문가에게 인정받은 옛것과 웰빙을 선호하여 고급화된 농산식품 브랜드도 선전하고 있습니다. 이에 따라 어떤 분야보다 웰빙 먹거리가 강세였고, 다양한 연령과 지역을 초월하는 스마트 시대의 흐름에서 마케팅 역시 집단이 아닌 개인을 향한 미세한 접근으로 변화하고 있는 것 같습니다. 이런 시도를 통해 국내 소비자들의 합리적 소비와 비합리적 소비의 양면성을 스마트하게 짚어낼 필요가 있죠.

나대석 소장 : 작년 한 해는 불황과 안타까운 사회적·국가적 사건이 많아 소비가 위축되고, 자제되는 분위기 속에 소상공인이나 가맹점주들이 고전을 면치 못해 음식점 매출은 30~40% 하락했습니다. 또한 일자리 창출을 위한 정부의 청년창업, 여성창업 지원의 대부분이었던 판매업은 해외 직구 패션 상품을 제외하고는 모두 불황을 겪었다고 볼 수 있습니다. 반면 여성을 주 고객으로 하는 프랜차이즈 미용실, 네일 아트, 이색 노래방, 애견카페 등의 서비스업은 평년도 매출을 달성했습니다.

서민교 대표 : 관련 자료에 따르면 일본이 2014년 기준 1264개인데 비해 한국은 등록 브랜드 수가 4288개(본부 수로는 3482개)에 이를 만큼 많습니다. 프랜차이즈 본사를 설립하는 기준이 부재한 상태에서 무분별하게 본사가 설립되다 보니 여러 가지 조건들이 충족되지 않은 채 가맹점이 만들어지고 실패하는 경우가 생기게 된 것입니다. 다양한 문제가 양산되고, 방향을 잃은 업계 상생을 도모할 수 있는 법과 규제의 필요성을 여실히 보여준 한 해였던 것 같습니다.

이상현 소장 : 2014년은 전반적으로 4대 경상비(원부재, TAX, 인건비, 임대료) 등이 오르면서 투자대비 수익성(순이익)이 나오지 않은 우울한 한 해였습니다. 트렌드 면에서는 빈익빈 부익부 소비 형태에 따라 '실속과 '프리미엄' 브랜드가 대칭구조로 공존하여 브랜드의 정체와 쓸림현상이 극대화 된 것 같습니다.

이인호 대표 : 2014년 창업시장은 전반적으로 굉장히 어려웠지만 다행히도 작년 정부 정책이나 지원 시스템들은 점차 규제에서 지원의 방향으로 가고 있음을 알 수 있었습니다. 작년은 특히 창업 희망자들이 늘어나는 추세였고, 점차 창업자의 학력이 높아짐에 따라 창업 교육 수요가 증가했습니다. 이런 속에서 틈새시장을 공략해 나온 업종들의 약진이나, 해외로 판로를 찾아 선전하는 모습 등은 긍정적으로 볼 수 있으나, 수익성이나 지속성이 취약한 업종의 매물이 많이 나오기도 했습니다. 종합하자면, 전반적으로 창업수요는 늘어났지만 창업자들이 가야할 길을 잘 보지 못하고 헤매는 한 해였다고 봅니다.

타산지석 2014 프랜차이즈 트렌드

진행(양정석 소장) : 지난해 유난히 이슈가 되었던 아이템들이 있었는데, 경기 불황과 함께 소자본 창업을 위한 스몰비어의 활약이 여전했는가 하면, 커피전문점의 끊임없는 론칭과 개점, 빙수전문점, 프리미엄 분식전문점 등의 시장이 두각을 나타냈습니다. 그렇다면 지난해 업종별 트렌드가 이슈가 된 배경은 어디에 있으며, 이들 시장은 또 어떻게 분석하고 계시는지요? 더불어 이들이 지속적인 성



강병오 대표(좌) · 김성수 대표(우)

장을 하기 위해서는 어떤 노력들이 필요한지 말씀해주시죠.

이인호 대표 : 말씀하신 스몰비어, 커피전문점 등의 업종들이 기존에 독자적인 브랜드 하나의 아이টে만으로 가기에 취약하다고 봅니다. 업종 내 경쟁 과열로 사업성과 매출이 떨어지자 니치마켓 형태의 계절 공략 아이টে 많이 나오고 있습니다. 하지만 스몰비어, 빙수 등과 같은 아이টে들 역시 독자성과 지속성이 부족하기 때문에 작년 연말에 들어서 수익에 대한 불안감으로 주춤하고 있는 것을 볼 수 있습니다. 올해는 전혀 새로운 것을 개발해 나가는 힘들지만 각 회사들이 취약 부분을 보완하기 위해 다양화하고 기존의 것에 새로움을 더하는 복합적 형태로 가는 노력들이 나오지 않을까 생각됩니다.

이상현 소장 : 2014년은 안정과 수익이 양날의 검으로 움직였고, 실속과 프리미엄이라는 소비자의 소비 지향점에 대한 대응 아이টে와 가격정책 브랜드, 그리고 복합 형태가 트렌드였습니다. 그 배경에는 여성의 사회생활 인구와 1인 가구 증가와 같은 사회적 이슈가 생활지원 업종에 대한 소비 지향적 분위기를 조성하는 것으로 보입니다. 언급됐던 스몰비어와 빙수는 수익성이 낮거나 계절성에 따른 융합형태를 추구하지만 수익과 성장의 애로

가 나타났습니다. 이들이 지속적으로 시장을 선점하기 위해서는 프랜차이즈 본사의 윤리경영, 진입장벽 제정 등이 필요하며 브랜드의 가치를 높일 수 있는 방안도 마련해야 합니다. 협회를 중심으로 정부지원과 관리의 통합이 필요하다고 봅니다.

서민교 대표 : 트렌드라는 말이 많이 사용하고 있는데, 구체적인 계획과 연구 없이 트렌드를 따르다보니 쉽게 창업하지만 지속적으로 나아가지 못하는 것 같습니다. 이제는 트렌드보다는 제대로 된 비즈니스 모델을 만들어서 론칭하는데 포커스를 맞춰야 한다고 생각합니다.

중요한 것이 교육부분인데, 지금은 매년 1개의 비즈니스 모델이 뜨면 그것으로 산발적인 창업 교육이 발생하고 거기서 동질화 현상이 일어나 트렌드를 만드는 것 같습니다. 이제는 아프면 병원에 가야하는 것처럼 예비창업자에 대한 맞춤형 진단과 교육을 전문적으로 깊어줄 수 있는 공신력 있는 체계가 마련돼야 할 것 입니다. 트렌드에 너무 치중해 몰리는 현상을 완화하고 보완하는 것이 가장 중요한 과제가 아닌가 생각합니다.

나대석 소장 : 프랜차이즈를 포함한 국내 소자본 창업 분야는 1988년부터 유행 업종이 해마다 20개씩 나타났고, 2014년에도 많은 신사업이 등장했습니다. 신사업은 2년 후에 성공 시 유망업종으로, 실패하면 유행 업종으로 분류되는데, 이것을 선별하는 것과 결과에 대한 책임은 예비창업자에게 있습니다. 다만, 아무리 유행 업종이고 성숙기에 접어든 아이টে이라도 프랜차이즈 본사는 그 브랜드가 소멸하지 않도록 신 소비자층을 형성할 수 있는 아이টে와 상권에 대한 전문가 분석을 바탕으로 대비해야 합니다. 상권별, 입지 조건별 환경을 조정함으로써 다시 브랜드를 살릴 수도 있다고 봅니다.

김성수 대표 : 최근 소득보다 가치를 따지는 성향과 감성과 이성이 교차하는 합리적·비합리적 소비의 충돌로 인해 프랜차이즈 업계들이 변화하고 있습니다. 쏟아지는 프리미엄 아이টে들은 품질에 따른 가격의 진실성과 신뢰성에 대해 소비자들로부터 냉정한 심판을 받고 있습니다. 이것은 브랜

“ 전문적인 비즈니스 로드맵과 장기전략이 꼭 필요하며 브랜드 가치를 키워야 ”

“ 진정성을 원하는 소비자에 부응하기 위해 신뢰할 수 있는 기업브랜드 구축이 필요합니다 ”



김성수 대표

이인호 대표

드에 상관없이 가치가 높은 제품을 구매하겠다는 것인데, 브랜드는 없지만 가치를 높인 제품을 제공하는 것이 창업의 성공을 높일 수 있는 한 방안이 될 것 같습니다. 또 한 가지 중요한 화두는 업종보다는 운영 형태의 변형입니다. 앞서서도 말씀하신 바와 같이 싱글 소비가 대세인데, 유럽은 현재 1인 테이블이 2~4인 테이블보다 많습니다. 국내 시장도 그저 많이 팔기 위한 형태보다는 소비자들의 니즈를 충족할 수 있는 운영방안을 마련해야 할 것입니다.

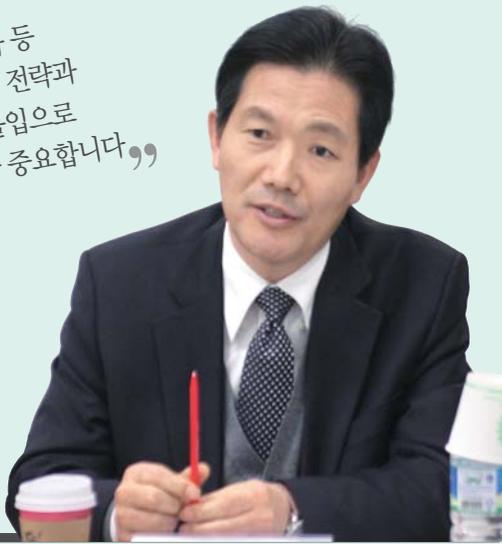
강병오 대표 : 창업시장에서 소비자들이 끊임없이 저가를 요구하자 업체들이 객단가를 내리는 전략을 시도하는 분위기 속에서 창업하기 편한 스몰비어가 유행했으나 소비수요가 약해 수그러들고 있으며, 최근 비어에서와 인으로 넘어가는 추세가 보이는데, 여기에 대한 대응책이 필요할 것 같습니다. 커피전문점은 이제 20~30대에서 40~50대로 넘어가는 현상이 보여 올해 새로운 형태로 붐이 일어나지 않을까 기대해봅니다. 빙수와 같은 유행을 타는 계절성 중소 브랜드들, 스몰비어와 커피전문점도 마찬가지로 독특한 전략과 소비자 공략법, 품질 높은 상품 개발, 각 가맹점에 대한 분석에 따른 맞춤형 상품 개발에 각 본사들은 유념해야 합니다.

새로운 트렌드에 대한 분석과 대비는 필수

진행(양정석 소장) : 네, 여러분들의 좋은 말씀 잘 들었습니다. 이제 본격적으로 2015년 창업 시장 전망 및 프랜차이즈 트렌드를 짚어보겠습니다. 외식, 서비스 등 업종이나 업태별로 올해 강세를 띠 분야가 있는지, 그리고 기존의 아이템을 좀 더 업그레이드할 수 있는 좋은 대안에 대해 말씀해주시기 바랍니다.

서민교 대표 : 본사에서 비즈니스모델을 어떻게 만드느냐에 따라 트렌드가 달라지겠지만, 2015년에 제가 주목하는 부분은 프랜차이즈의 장기적 생존을 위한 카테고리 킬러 만들기, 융·복합과는 조금 다른 의미의 윈스톱 쇼

“슬림화 등
마이뉴스 전략과
집중, 몰입으로
역량강화가 중요합니다.”



서민교 대표

핑, 가격은 그대로 두고 품질을 향상시키거나 품질을 유지하고 가격을 낮추는 Upscale 전략, 콜라보레이션, 일본의 이누끼 방식을 이용한 창업 등입니다. 카테고리 킬러는 향후 3년간 꾸준히 나올 것으로 보이며, 콜라보레이션은 단순히 트렌드에 따라 아이템을 바꿔가는 것이 아닌, 소비자의 기호와 다양한 변수를 커버할 수 있는 아이템에 대한 연구가 돼야 할 것입니다. 창업 시 많은 비용을 절감할 수 있는 ‘이누끼 방식(점포 내외관을 그대로 둔채 매입하거나 임대해 개점하는 방식)’은 이제 국내에서도 주요한 이슈가 될 것으로 봅니다.



이상현 소장(좌) · 이인호 대표(우)

이상현 소장 : 매년 트렌드 강의를 하지만 혁혁한 변화란 없기 때문에 내용은 크게 달라지지는 않을 것 같습니다. 제가 생각하는 2015년 트렌드는 경기 상황에 대비한 합리적 가격과 표적 고객을 공략한 아이템, 계속 언급되는 건강과 환경을 주 모델로 한 다양한 아이템, 시니어라는 절대적 수요를 가진 복고 아이템 등입니다. 이에 대해 각 본사들에서는 여러 가지 변화가 있을텐데요, 우선 빅데이터를 활용한 상권분석과 소비기여도 등에 대한 발빠른 파악, 그리고 조직의 경량화가 그것입니다. 영업부를 슈퍼바이저와 통폐합하는 현상이 많이 일어날 것으로 보입니다. 브랜드 사이클이 점점 짧아지기 때문에 운영을 통한 수익보다는 개설을 통한 수익을 추구할 것으로 보입니다.

이인호 대표 : 최근 창업 시장의 측면에서 보면 정부의 지원 정책이 강화되면서 창업 교육에 대한 수요가 많아졌고, 특히 해외 진출에도 예산이 많이 반영되어 창업 여건은 좋아질 것으로 보입니다. 창업자 측면에서 올해는 신규보다 리모델링 창업이 많아질 것으로 보여 각 프랜차이즈 본부는 이 부분을 감안해야 합니다. 대부분 생계업종으로 몰려 경쟁이 심화되고 모방하는 형태가 지속될 것입니다. 업종은 아무래도 핵가족화, 실버, 맞벌이 등 때문에 50대 이상 창업자들이 경력을 활용한 커리어-서비스 쪽으로 아이템을 가지고 들어와 하반기에는 서비스도 강세를 보이지 않을까 싶습니다. 외식보다는 서비스 아이템이 좀 더 늘지 않을까요? 국내 프랜차이즈의 기



“본사를 해외로 이전하는 글로벌 경영 사례 나왔으면,,”

나대석 소장

서인교 대표

강병오 대표

존 브랜드들은 예년과 같이 경직된 사고로 기준을 답습하거나 신생 틈새 사업을 벤치마킹하여 갈 것으로 예상됩니다. 그러다보니 프랜차이즈 이미지의 매력이 떨어져 개인 창업이 활성화될지도 모른다는 우려가 듭니다.

강병오 대표 : 저는 혼자해서 실패할 확률이 높은 독립창업보다는 본사의 도움을 받을 수 있는 프랜차이즈가 낫다고 봅니다. 그래서 본사의 역할이 중요한데, 브랜드의 방향을 전환하고 창의적인 상품을 내야 합니다. 아무래도 작년 상황이 꽤 어려웠기 때문에 올해는 새로운 것이 많이 나올 것으로 기대되며 40~50대 여성을 타깃으로 하는 업종들이 상당히 많아질 것입니다. 또한 창업희망자 중 여성 비율이 점점 늘어나면서 여기에 맞춘 창업상품이 많이 나오고 업그레이드된 전통 외식이 점차 확대될 것으로 보입니다.

김성수 대표 : 좀 거시적으로 이야기를 해보자면, 사회는 이제 갑을 관계나 집단보다는 공생하는 작은 집단으로 가는 키워드가 부상하고 있습니다. 프랜차이즈도 이 부분을 감안하여 가야 합니다. 레드오션에서 과열된 경쟁의 반열에 오를 것이 아니라 업종을 확대하는 것이 바람직하며, 단편적인 것보다는 산업의 재편 개념으로 통련하는 업종의 개발이 새로운 화두가 될 것입니다. 미국에서 지금 로컬푸드가 트렌드화되고 있는데, 외식만 치중할 것이 아니라 이런 흐름을 빨리 캐치하여 대기업이 선점하기 전에 이제 프랜차이즈가 먼저 선점하는 자세도 취할 시기인 것 같습니다.

나대석 소장 : 소비자 창업분야는 1인 소비문화가 태동하고 있습니다. 또한 이제 글로벌 시대의 프랜차이즈 월드컵 예선전을 치르는 원년이 될 것입니다. 이에 대비해 경쟁과 상생의 시스템과 마케팅 체제가 준비되어야 하며 수출뿐 아니라 국내 외국인 수요자를 타깃으로 한 아이টে에도 관심을 보여야 할 것입니다. 업종에 대한 전망을 날씨로 말씀 드리자면, 외식업은 한정식, 사브사브 전문점, 치킨카페 등이 전반적으로 목표 매출을 달성하여 지역경제가 활성화되는 '맑음'으로 봅니다. 소매업은 시니어들이 쉽게 창업할 수 있는 아이টে를 예의주시하되 과포화 업종이라는 것을 염두하여 플랫폼 시스템 가맹점으로 창업하는 전략을 통해 '흐린 뒤 맑음'을 기대할 수 있습니다. 서비스업은 국민소득이 증가할수록 패션, 문화, 업무 등 다양한 분

야가 등장하고 소비수요가 늘어 네일, 두피관리, 명품대여업 등은 '맑을 것'으로 예상됩니다.

이인호 대표 : 모두 긍정적으로 보고 있네요.

김성수 대표 : 아무래도 재편하고 새롭게 나아가는데 기대를 걸어보는 거죠. (웃음)

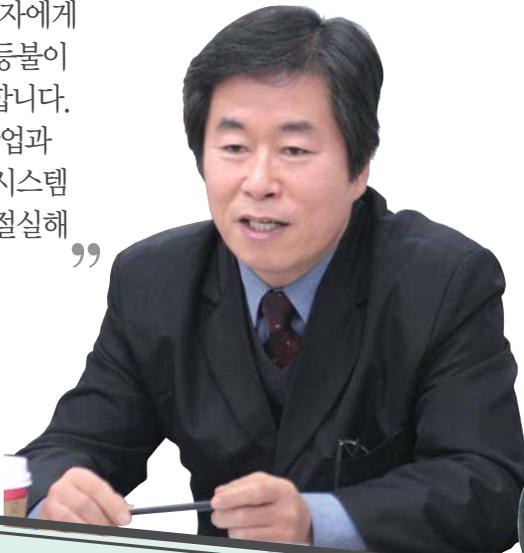
진행(양정석 소장) : 2015년 프랜차이즈 시장 트렌드를 고려하여 프랜차이즈 본부의 전략에 대해 당부 사항을 부탁드립니다.

서인교 대표 : 기존 성공사례를 보고 다브랜드 전략을 펴는 업체도 있는데, 다브랜드라고 해서 모두 성장성과 수익성이 좋지는 않습니다. 지난해 업계의 어려움을 침울했던 사회적 분위기 탓으로 돌리지만, 사실은 현실과 흐름에 대해 너무 방만하지 않았는가 하는 생각도 듭니다. 올해는 본사가 가맹점만 늘리려는 욕심은 버리고, 자성하여 마이너스 전략을 펴야할 때인 것 같습니다. 제대로 분석하여 브랜드를 빼고, 집중하여 슬림화하고 역량을 갖춰야 합니다. 희망적인 전망만 믿고 가서는 연말에 결코 웃을 수 없겠지요.

나대석 소장 : 본부는 예비창업자에게 희망의 등불이 되어야 합니다. 가맹본사 성패의 갈림길은 신규 가맹점에 있다고 봅니다. 국내 예비창업자의 정보 습득력은 세계 최고 수준인 반면, 개인 판단의 실수가 잦아 부정적 결과를 맞기도 합니다. 본부는 이런 예비창업자의 눈높이에 맞춰 고전적 업종이나 낙후된 아이টে를 버리고 신선하고 지역상권의 특성에 맞는 아이টে를 개발하여 브랜드를 출시해야 할 것입니다. 교육과 체험을 통한 예비창업자 맞춤형 시스템 도입에 대한 부분도 함께 고려한다면 긍정적인 효과를 기대할 것 같습니다.

김성수 대표 : 프랜차이즈 사업에 종사하는 CEO들도 이제 소기업, 중견기업, 대기업까지 바라보고 가기 위해서는 사회적 기여도도 염두에 두는 기업이 정신을 높여야 합니다. 단순히 가맹점만 넓히려고 하지 말고, 제대로

“본사는 예비창업자에게 희망의 등불이 되어야 합니다. 예비창업과 맞춤형 시스템 연구가 절실해”



나대석 소장

“본사의 성장과 존재의 기반은 점주. 공생과 지속성장 위한 연구 필요할 것”



이상현 소장

된 분석과 집중을 통해 초지일관의 자세로 장인정신을 키워나가는 것이 중요한 것 같습니다. 또한 경제나 경영을 주도하는 것은 국가나 기업이 아니라 소비자입니다. 진정성을 원하는 소비자들의 심판 앞에 진정한 소비자 지향이 무엇인지 돌아켜볼 필요가 있습니다. 다 중요하지만 궁극적으로 사람의 마음을 읽고 공감을 불러내는 본사가 되어 지속적으로 프랜차이즈 사업 자체의 신뢰도를 높이는 자정 기능을 강구해야 한다는 의미입니다. '매출 얼마 달성 기업'보다는 20년, 30년, 100년으로 가는 기업을 만드는 것을 받아들여야 할 때입니다.

강병오 대표 : 말씀하신대로, 본사는 좀 더 치밀해야 합니다. 몰입하고 집중하다보면 차별화를 일으킬 수 있죠. 똑똑한 소비자들은 그 차이점을 분명 알아볼 것입니다. 경기 타격을 하기 이전에 가맹점과 호흡하고 소통하는 시간을 갖는 것이 중요합니다. 지금 국내는 외식 업종이 선전하고 있지만, 자본적으로 여유가 되는 본사들은 향후 5년을 내다보면서 업종개발에 나서야 할 시점이라고 생각합니다. 2015년에는 좋은 아이템이 있다면 본사를 해외로 이전하는 등 그런 모범적인 선례를 남기는 본사들이 많이 나왔으면 좋겠습니다. 창업인턴제도 고려해보면 좋겠습니다.

이인호 대표 : 개인적으로 현장에서 창업자들과 매일 부딪히며 느끼는 것이지만 프랜차이즈 본사에 대한 시각은 대체로 부정적입니다. 본부가 창업자들에게 신뢰를 줄 수 있는 방법을 강구해야 합니다. 제대로 된 사업계획서도 갖추지 않은 본사들이 많은데, 전문적인 비즈니스 로드맵과 장기 전략을 꼭 가지고 있어야 합니다. 그리고 시스템도 좋지만 퀄리티를 떨어뜨리지 않도록 경쟁력을 높여야 합니다. 이제는 본부 수익보다 가맹점 수익을 더 만들어 브랜드의 가치와 파워를 높여야 합니다. 다른 이야기입니다만, 현재 프랜차이즈가 규모도 크고 고용창출 효과도 내지만 일부 업체 때문인지 정부의 시각이 부정적이고 벤처에 비해 투자 받기도 어렵습니다. 벤처기업 정책처럼 정부에서 프랜차이즈산업에 대해서도 더욱 관심을 가져주어야 할 것 같습니다.

이상현 소장 : 본사의 성장과 존재의 기반은 점주라고 생각합니다. 올해는

본사들이 점주를 위한 지원 시스템을 강화하는 쪽으로 나아갔으면 좋겠습니다. 교육 시스템의 보완과 판로에 대한 지원, 공생과 지속성장 등 본사가 통렬하는 여러 가지 방법들을 '다르게 생각'하고 모색하길 바랍니다.

진행(양정석 소장) : 네. 여러 전문가분들의 이런 열려와 진단으로 프랜차이즈 업계가 많은 도움을 얻어 좋은 성과 있는 한해가 되길 기대해 봅니다. 어려운 시간 내주시고, 장시간 좋은 말씀 나눠주셔서 감사합니다. 그럼 이상으로 2015년 프랜차이즈 트렌드에 대한 좌담회를 마치겠습니다.

정리 차은지 기자 사진 김희경 기자



글로벌 대장정을 향한 첫 행군

아쉬움과 기대감이 교차하는 KFCEO 명품과정 수료식



최고 경영자들의 해외진출 경영 역량강화를 위한 KFCEO 명품과정이 16주간의 모든 일정을 마치고 지난 1월 26일 강남 팔래스 호텔에서 수료식을 거행했다. 2014년 10월 (사)한국프랜차이즈산업협회와 산업통상자원부가 지원한 이 과정은 협회 회원들뿐 아니라 많은 프랜차이즈 CEO들에게 주목을 받으며 시작해 벌써 제1기가 수료했다. 현재 2기 모집에도 상당한 관심과 참여가 눈에 띄었고 추후 전략적인 비즈니스 네트워크를 형성할 수 있도록 원우회도 발족했다.

본 과정은 이론 수업뿐 아니라 워크숍과 벤치마킹 등 다양한 활동을 통해 체험하고 실천하도록 구성되어 참여도를 높였다. 지난해 하반기 프랜차이즈 업계는 그 어느 때보다 바쁘고 힘든 시간을 보냈지만, 이런 환경 속에서도 배움을 향한 원우들의 열정을 막을 수는 없었다. 모든 과정을 마치고 글로벌 진출을 앞둔 CEO들의 들뜬 수료식 현장에 함께 했다.

글 차은지 기자 사진 박세웅 팀장, (사)한국프랜차이즈산업협회 제공



김경호 교수의 강연 모습(위)과 김성희 교수와 원우들이 포즈를 취했다.(우상단)



10주차

김성희 교수 **창조적 결정의 기술**
김경호 교수 **경영자의 자기표현과 호감의 법칙**

KFCEO 명품과정 10주차 1교시가 원우들의 열띤 참여 속에 시작되었다. 1교시 강의는 KAIST 산업공학과 및 경영정보학과 교수를 역임하고 있는 김성희 교수가 맡았다. 경영자들이 느끼는 의사결정 시의 불안감을 화두로 꺼내며 ‘결정의 기술’에 대한 강의가 시작됐다. 김 교수는 불확실성에 대한 결과가 실패로 돌아왔을 때, 이 경험은 보수적인 대안의 직관적 결정을 하게 되기에 논리적인 사고가 곧 창조적인 사고를 만든다고 강의를 이어나갔다. “고수하는 것은 직관이지만, 바꾸는 것은 논리”라며 늘 논리적인 근거를 제시하고, 좋은 직관을 정당화하기 위해 시간과 노력을 소모하지 말 것을 권고했다.

2교시는 이화여대 이미지 컨설턴트 자격과정 주임교수인 김경호 교수의 ‘경영자의 자기표현과 호감의 법칙’ 강의를 이어졌다. 김 교수는 ‘이미지 메이킹’을 정의하며 강의를 시작했다. ‘내적, 외적, 사회적’ 이미지 메이킹은 자기 성취·생산성 및 고객만족으로 이어지기 때문에 중요하다고 역설하며, 관련한 이미지 형성요소, 추구성향, 호감도 등과 관련한 이론을 설명했다. 강의 중 이미지에 가장 영향을 많이 미친다는 첫인상과 열등감에 대해서 설명하며 이에 대한 테스트를 진행해 체감을 높였다.

11주차

이경미 교수 **변화한 시장 : 새로운 마케팅 전략**
김오곤 교수 **1일 건강학교 : 황금알 같은 건강재테크**

1교시는 ‘변화한 시장 : 새로운 마케팅 전략’이라는 주제로 서울대학교 이경미 교수가 강의를 했다. 시작부터 다양한 통계 자료를 소개하며 국내 기업의 신뢰도 저하와 소비자의 회의와 가속되는 불신에 대해 화두를 던지자 원우들은 현실을 체감하며 강의에 몰입했다. 이 교수는 ‘신뢰 형성의 동인을 찾자’며 P&G사의 사례를 들어 새로운 마케팅 접근과 심도 있는 브랜드 창조에 대해 강조했다. 이어 과거에 거래관계 지향적이었던 시장이 참여와 협력으로 변화하고 있으므로, 소비자의 입장에서 브랜드의 의미를 가지 있게 만들어 나가야 한다고 설명했다.

2교시는 등장부터 맛깔 나는 입담으로 좌중을 사로잡은 한의사 김오곤 교수의 강의가 이어졌다. 그는 ‘황금알 같은 건강재테크 : 100세까지 생산적 인간으로’라는 주제를 가지고 자신만의 스타일을 발휘하며 강의를 진행했다. ‘건강이 재산이다.





단국대 정연승 교수



김안장 오종남 고문

13주차

**정연승 교수 전략적 서비스 마케팅
오종남 고문 세계 속의 한국, 지도자의 시대적 소명**

1교시 강의는 단국대 정연승 교수가 맡았다. 정 교수는 고객이 브랜드 전체를 평가하는 '결정적 시간 MOT(moment of truth)'를 설명하며 서비스 마케팅의 기초적인 이론을 설명해 나가기 시작했다. 그는 초반에 고객과 기업의 상호작용으로 이뤄지는 서비스의 무형성, 이질성 등의 독특한 성격과 각 특성에 따른 대응전략을 설명하고, 서비스 마케팅과 서비스 포지셔닝의 중요성과 실천 방법에 대해서도 언급했다.

그는 서비스 문화의 개발 및 유지, 새로운 제품·서비스·마케팅 활동의 도입을 내부 마케팅의 목표로 잡으라고 강조하고, "좋은 내부 마케팅 상품을 개발하고, 직원의 역할과 중요성을 인식하는데서 이 모든 것이 시작한다"고 말했다. 또 이를 실천하기 위한 방안으로 '갈등·스트레스 관리, 적소에 배치할 줄 아는 인사, 직원에 동기부여, 교육과 훈련 실시, 경영지원과 내부 커뮤니케이션 강화' 등을 들었다.



15주차

**이재환 대표이사 지속가능 경영을 위한 성장관리
최동주 회장 企業革新의 길, 창의경영에서 찾다**

강의 첫 시간은 동국대학교 기술지주회사의 이재환 대표이사가 CEO라면 누구나 주목할 만한 '지속가능 경영을 위한 성장관리'라는 주제를 가지고 강연했다. 그는 고대 그리스 스파르타, 코린토, 아테네의 흥망성쇠를 언급하며, 영국의 역사가 토인비의 '도전과 응전'이 경영의 지속성과 성장의 중요한 이슈라고 말했다. 모든 사업은 성장의 한계가 있으며, '다르게 생각하기'를 통해 새로운 문제를 직면하고, 끝없이 노력하여 대응하는 것이 중요하다고 설명했다. 한편, 그는 경영이념은 CEO가 작은 것 하나라도 체화하는 것이 기업의 영속성에 있어 특허보다 중요한 것이라고 역설했다. 손자의 '전성불복(똑같은 싸움은 없다)'을 인용하며 단점도 장점으로 전환할 수 있는 능력을 키우라는 당부도 잊지 않았다.

2교시는 현대건설부터 현대아파트까지 현대의 역사를 함께 걸었던 최동주 회장의 '기업혁신과 창의경영'을 주제로 강의를 진행했다. 그는 강의 서두에 프랜차이즈의 과제를 던지고 '프랜차이즈 사업은 상생과 국가의 아젠다'라며 가족경영 체제와 전문성의 중요도를 설명했다. 이를 바탕으로 CEO들을 잠 못 이루게 하는 3가지 주제로 '세계화, 경쟁과 성공, 혁신'을 들며 점진적 진화의 시대에서 프랜차이즈는 미래경영의 화두이며 창의경영을 통한 발전을 도모해야 한다고 말했다. 산업화와 정보화를 거쳐 서바이벌 소사이어티에 이르러 이제는 드림 소사이어티를 향해 가고 있는 변화를 읽어 '예측 불가능한 리스크'까지도 준비해야 한다고 말했다.



이재환 대표이사(좌)와 최동주 회장(우)이 오랜 기업경영의 연륜에서 나온 기업경영을 위한 성장과 혁신 창의 경영에 대해 열띤 강연을 하고 있다.



징기스칸 선발대, 상해에 가다 제1기 KFCEO 명품과정 상해 벤치마킹 스케치

15주차 교육을 마친 제1기 KFCEO 명품과정 원우들은 지난 1월23일부터 25일까지 3일간 상해 벤치마킹을 떠났다. 상해 벤치마킹은 KFCEO 명품과정 원우들이 중국 역사 문화 체험을 통한 중국 경제와 시장을 이해하고 중국 프랜차이즈 시장 조사를 하는데 목적을 두었다. 이를 발판으로 글로벌 마케팅 또는 상해 진출 계획을 구체화 시킬 예정이다. 이들은 첫날부터 상해 푸둥에 도착해 상권을 탐방하고 상해 칭푸 까르푸 쉬징점에 진출한 국내 브랜드 이바돔에서 식사를 하는 등 시장 조사와 벤치마킹에 열을 올렸다. 이튿날도 코트라 무역관을 방문하여 특강을 듣는 것을 시작으로 코리안 쇼핑물 설명회, 한인 타운 상가 상권 설명회, 중국 외식 프랜차이즈 업체를 방문하는 등 바쁜 일정을 소화했다. 본 과정이 해외진출 역량강화를 목적으로 하고 있어 참여한 CEO들의 관심도 남달랐다. 마지막 날까지 유기농 친환경 농산물 생산업체를 방문하는 등 짧은 시간이지만 중국 상권과 시장, 문화 등을 이해하고 파악하기 위해 집중했으며 빠듯한 일정에도 시종일관 즐겁게 참여했다. 이번 벤치마킹 참여자들은 글로벌 진출을 위한 계획 수립과 실행에 많은 도움이 될 것 같으며 만족했다.



16주차

박영숙 교수 미래예측 트렌드와 새로운 미래를 위한 준비



KFCEO 명품과정 마지막 강의는 박영숙 교수가 다양한 미래 아이템을 소개했다. 박 교수는 프랜차이즈는 의식뿐만 아니라 이제 세계적으로 렌트와 광고를 비롯한 서비스 산업으로 변화하고 있다고 말했다. '파리 Smart city'등을 예로 들며 고령화 사회, 에코 사회를 추구하는 현 트렌드에 맞춰 발전하고 있는 다양한 사업을 소개하고, 미래적 트렌드와 국내 CEO들이 나아가야 할 방향을 제시했다. 그녀가 소개하는 사업에는 '생태프린터'와 같은 생태사업, 'AI가 쓰는 소설'과 같은 자동화 창작 및 미디어 사업, '배양육 패티', '물과 각종 영양소를 배합하여 만든 우유 Muufri' 등 새로운 아이템을 소개해 원우들의 관심을 끌었다. 현재 드론을 활용한 wifi 산업, 서비스 사업 등을 실행중인 실 사례도 사진 자료를 통해 접하도록 했다. 그녀는 영국은 이미 피자, 햄버거 등의 배달 서비스를 드론으로 활용하고 있다며 드론을 활용한 국내 서비스 사업의 활성화를 예고했다. 3D 프린터로 음식을 만드는 기술 때문에 외식업도 자동화될 것이고, 위협받을 수 있다는 소식은 외식업에 종사하는 CEO들의 이목을 끌며 웃음을 자아냈다. 흥미로운 강의에 즐겁게 집중한 원우들의 박수 속에 박 교수는 '미래 산업에 기반이 될 다양한 아이템을 통해 CEO들이 글로벌 기업을 육성하는데 많은 도움이 되길 바란다'며 강의를 마쳤다.



KFCEO 명품과정, 글로벌 CEO 배출

'최고 경영자들의 해외진출 경영 역량강화를 도모하고 글로벌 핵심인재 500명 이상을 배출하는 것'을 목표로 두고 야심차게 시작한 KFCEO 명품과정. 어느덧 4개월 가량의 과정을 모두 종료하고 첫 수료생을 배출했다. 한류를 바탕으로 확산되는 글로벌 시장으로의 관심과 지지가 본 과정에 그대로 스며, 차별화된 커리큘럼과 국내 최정상급 강사진들이 포진한 본 강의는 대내외적으로 좋은 평가를 받았다. 특히 교육에 참여한 한국을 대표하는 CEO들의 반응이 매우 긍정적이고 만족도가 높았고, 2기 모집은 이미 90% 정도 완료되어 본 과정의 질적 수준과 필요성을 체감할 수 있었다.

수료식은 박영숙 세계미래포럼 대표의 16주차 마지막 강의로 시작되었다. 현재에 안주하면 기업이 영속성을 가질 수 없다는 것을 잘 알기에, 미래 트렌드가 될 여러 아이템을 살피며 뜻 깊은 시간을 가졌다. 강의 후 모든 원우들이 준비된 수료 가운으로 갈아입고, 지난 교육 과정과 원우들의 모습이 담긴 가슴 뭉클한 동영상 시청으로 본격적인 식이 거행됐다. 이어 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 협회장이 눈시울을 붉히며 "500명의 원우가 될 때까지 1기가 초석을 깔아 국가와 산업 안에서 존망받고, 더욱 많은 글로벌 CEO들이 나올 수 있도록 지원을 아끼지 않겠다"며 축사를 하자 원우회장인 해마로푸드서비스(주) <맘스터치> 정현식 대표이사가 "각 분야 최고 CEO들과 함께 해 뜻깊었고, 사회와 국가에 기여하는 산업인이 되도록 원우회도 노력하겠다"고 답사를 전했다.





조동민 협회장(우)은 원우회에 후원금 5000만원을 전달했으며(상) 정현식 원우회장(좌)은 협회에 2500만원을 기탁했다(하).

협회, 원우회에 5000만 원 기탁

축사와 감사 후 협회는 원우회에 후원금 5000만 원을 전달했다. 적극적인 참여와 개근한 원우에게는 상패 전달식이 있었는데, ▲공로상/ (주)삼성수산의 심우용 대표이사, 해마로푸드서비스(주) 정현식 대표이사 등 3인 ▲개근상/ (주)레쎬 김지은 대표이사, (주)삼성수산 심우용 대표이사, (주)리더스비전 이경희 대표이사, (주)스마트원홀딩스 이원복 대표이사, (주)라이스파이 임철준 대표이사, (주)전라도푸드F&C 전광현 대표이사, (주)벨킨스 함지훈 본부장 등 7인 ▲MVP상/ (주)못된고양이 양진호 대표이사, (주)스마트원홀딩스 이원복 대표이사, (주)전라도푸드F&C 전광현 대표이사, (주)벨킨스 함지훈 본부장 등 4인이 수상했다. 또한 KOTRA에서 지식서비스사업단 전병석 단장이 참석해 KOTRA 사장을 대신해 수여한 KOTRA사장상인 해외진출 유공 표창은 (주)에스에이노베이션 이상운 대표가 받았다. 또, 원우 한 명 한 명 호명하여 수료증 및 수료패를 수여하여 의미를 더했다.

제1기 원우회는 이에 화답하는 마음으로 '프랜차이즈 산업 발전기금' 2천500만원을 협회에 전달하고, 원우회 집행부 분과위원회 ▲경조회위원장 (주)대원주방뱅크 강동원 대표이사 ▲골프위원장 다인브라더(주) 이재한 대표이사, 골프총무 (주)벨킨스 함지훈 본부장 ▲산악위원장 (주)라이스파이 임철준 대표이사 ▲여성위원장 나루가온에프앤씨(주) 박표순 대표이사 ▲협업위원장 (주)리더스비전 이경희 대표이사 등 각 회장들에게도 위촉장을 전했다. 또 그간 함께 수고해준 교육 담당자들을 위한 선물을 준비해 감동을 더했다. 수료식은 원우회가 협회에 프랜차이즈 발전기금 2500만 원을 전달하고 모든 순서를 마쳤다. 수료증과 수료패, 그리고 서로에게 쓴 롤링페이퍼를 든 원우들은 마치 졸업하는 학생으로 돌아간 것처럼 들뜬 표정으로 삼삼오오 기념촬영을 했다. 수료증을 진지하게 읽으며 밝게 웃는 원우도 눈에 띄었다. 당초 예상보다 높은 출석률과 참여도를 보여준 제1기 수료생인 총 52명 명품 CEO들의 글로벌 시장을 향한 앞으로의 행보가 기대된다.

글로벌 CEO 500명 탄생 위한 첫 신호탄 감격

(사)한국프랜차이즈산업협회 **조동민** 회장

KFCEO 명품과정 제1기 수료식 소감은 어떠신가요?

2014년 지난 한 해 하반기 프랜차이즈 업계도 많이 힘들었는데, 바쁘신 와중에도 16주간 주경야독했던 CEO 여러분들의 수료식을 보니 감개무량합니다. (사)한국프랜차이즈산업협회의 KFCEO 명품과정 제1기는 단순히 과정을 수료하는 것으로 정의할 수 없는 상당한 의미가 있습니다. 제1기 CEO분들은 앞으로 500인의 CEO들을 배출할 본 과정의 초석이자 상징이라고 할 수 있습니다. 제기를 바탕으로 500인 육성까지 새로운 신화와 전통을 만들어갈 수 있도록 협회도 지원을 아끼지 않을 것입니다.

KFCEO 명품과정 제1기 원우회에게 전하고 싶은 말씀이 있으시다면?

KFCEO 명품과정 제1기 원우회는 수료식으로 끝나는 것이 아니라, 앞으로 본 과정을 통해 육성될 CEO들의 선배로서 잘 이끌어 나가주시리라 믿습니다. 원우회가 지속적으로 교류하여 지식정보를 나누고 새로운 트렌드를 선도하는 협력의 장이 되길 바랍니다. 본 과정 제1기 원우회는 프랜차이즈 산업과 글로벌을 이끄는 전사들이 되어서 모범을 보이고 많은 CEO들과 업계의 중추적 역할을 할 것으로 기대됩니다.

KFCEO 명품과정의 총평과 2기 운영계획은 어떻게 진행되고 있습니까?

2014년 10월에 개강한 KFCEO 명품과정은 자타공인의 질 높은 강의였으나 그 내용을 숙지하고 질의응답까지 하기에 1시간은 촉박한 시간이라고 봅니다. 2기에는 이런 점을 감안하여 커리큘럼과 시간 안배를 좀 더 세밀하게 고려하고 더욱 질 높은 강의를 될 수 있도록 준비하고 있습니다. 1기 원우들을 대상으로 취합한 각 강의별 만족도 평가를 바탕으로 이미 커리큘럼을 보완하였고, 2기는 90% 모집이 되었으며 순조롭게 준비되고 있습니다.

마지막으로 아직 신청하지 않은 프랜차이즈 CEO들에게 KFCEO 명품과정을 소개해주신다면?

프랜차이즈는 트렌드에 민감한 지식서비스 기반사업입니다. 본사 CEO가 지속적으로 공부하고 정보를 얻지 못하면 업계에서 살아남기 어렵습니다. 그 전에는 본사 CEO들 간 소통의 장이 거의 전무했으나, 이제는 본 과정을 통해 CEO들이 함께 공부하고, 정보와 지식·노하우를 공유하며 친목을 도모해 협력할 수 있는 장이 생겼습니다. 협회는 본 과정에 자부심을 가지고 CEO들의 교육과 협력을 통해 산업·국가 발전에 이바지할 것입니다. 글로벌 시대에 함께 할 CEO분들의 많은 관심과 적극적인 참여를 권장합니다.



제1기 원우회장으로서의 책임감 느껴

해마로푸드서비스(주) 정현식 대표이사

KFCEO 명품과정 원우회 제1기 원우회 회장으로 선출된 해마로푸드서비스(주) 정현식 대표이사는 수료 소감을 다음과 같이 밝혔다. “글로벌 프랜차이즈 역량강화를 위한 KFCEO 명품과정에 참여한지 약 4개월 정도 되었는데, 참 섭섭하면서도 뿌듯합니다. 이 과정으로 많은 배움을 얻은 우리 원우들 모두 고생하셨고, 각 분야에서 더욱 더 발전하시길 바랍니다. 우리 원우회는 앞으로 계속해서 상호 간에 많은 도움을 주고 서로 가르치고 배우는 교류의 장으로 나아갈 것이며, 이런 귀한 과정을 준비한 협회에도 깊은 감사의 말씀을 전하고 싶습니다. 협회 회원들 모두가 본 과정에 참여하여 저희 원우회가 앞으로도 더욱 성장하길 바랍니다. 1기 원우회를 바탕으로 우리 CEO들과 프랜차이즈 본사가 산업 발전에 기여하도록 노력해야하기 때문에 원우회장이라는 자리가 영광스럽고 또 한 편으로 책임이 막중하게 느껴집니다. 더 많은 CEO분들이 이 과정을 눈여겨보시고 많이 참여하여 우리 원우회와 함께 했으면 좋겠습니다.”

그는 상해 벤치마킹 참여도도 70%가 넘었다며 바쁜 시간 속에도 최선을 다해 열정을 보인 원우들과 가족 같은 분위기를 자랑했다. 이어 원우들에게 ‘앞으로도 바쁘더라도 원우회 안에서의 끈을 놓지 말고 함께 나아가자’고 말했다. 1기 원우회는 원우회장을 필두로 역할을 분담하여 집행부를 꾸렸고, 상조회·취미공유소모임·협업위원회 등 각 분과 위원회를 두어 희노애락을 같이하고 지속적으로 나아겠다는 포부를 밝혔다.



KFCEO 명품과정 MVP 영광

(주)못된고양이 양진호 대표이사

“강의가 너무 재미있고 유익해서 열심히 참여했을 뿐인데, MVP까지 되어 참 행복합니다.”

MVP 중에서도 1등의 영예를 안은 (주)못된고양이 양진호 대표는 주마등처럼 스쳐가는 지난 과정을 떠올리며 행복감을 표현했다. 인상 깊은 강의를 꼽아보라고 하자 어느 것 하나 기억에 남지 않는 것이 없으며 많은 분들에게 본 과정을 적극 추천하고 싶다고 다음과 같이 수료 소감을 밝혔다.

“처음에는 일하면서 강의를 들으러 온다는 게 참 힘들었는데, 그만큼 보람 있는 시간이어서 열심히 출석했습니다. 비슷한 강의는 많지만 프랜차이즈 CEO들을 위한 맞춤형 과정이 생겨서 좋습니다. 무엇보다 이론에 치중하지 않고, 실천할 수 있는 솔루션을 제공한다는 점에서 본 과정의 메리트가 있는 것 같습니다. 저는 강의 중에서 아이디어를 얻기도 했거든요. 더 많은 CEO분들이 함께 해서 원우회도 발전시켜 나가면 좋겠습니다.”



상생을 위한 소통의 시간 됐다

(주)웰빙을만드는사람들 명정길 대표이사

(주)웰빙을만드는사람들의 명정길 대표는 본 과정에서 좋은 사람을 많이 만날 수 있었다는 점을 가장 큰 장점으로 꼽았다. “업종은 다르지만 같은 일을 하는 사람들 간의 교류와 소통의 길이 생겼던 것 같아 기쁩니다. 강연 내용도 알차고 실속 있어 좋은 사람들과 더불어 즐겁게 배울 수 있었던 것 같습니다. 무엇보다 강의와 교류가 업무적으로 많은 도움이 되어 큰 의미가 있었고, 프랜차이즈 본사가 상생을 위해 함께 연구하는 시간을 원우회를 통해 가질 수 있다는 것이 든든합니다.” 이어 그는 “원우회가 더욱 활성화돼 공유·소통·교류의 장이 되길 바란다”고 말했다.



다르게 생각할 수 있는 시간돼 기뻐

(주)알볼로에프앤씨 이재욱 대표이사

“형식보다는 실무에 적용할 수 있는 지식을 많이 얻은 것 같습니다. 이전에 가지고 있던 고정관념이나 편견을 좀 내려놓고 돌아볼 수 있는 시간이었습니다. 프랜차이즈 CEO라면 꼭 들어야 하는 교육과정이라고 생각합니다. 훌륭한 CEO 분들과 함께 해서 참 좋았고 교류를 통해 많이 배웠습니다. 앞으로도 원우회에 참여하여 나누는 시간을 더 많이 갖고 싶습니다.” (주)알볼로에프앤씨 이재욱 대표는 경제 흐름을 짚어준 강의가 가장 인상 깊었다고 꼽으며 더욱 이런 배움의 장이 확장될 수 있길 기대한다고 수료 소감을 말했다.

KFCEO 명품과정 1기 원우명단 (가나다순)



강동원 대표이사
(주)대원저축은행



고경진 전무이사
(주)늘부NBG (늘부보쌈),
(늘부부대찌개) 등



김광철 대표이사
(주)새이침 (모닝하임 행정인두),
(신입직장대덕칼미) 등



김금자 대표이사
(주)빅도리야스 <군노리>



김선진 변호사
법무법인 인의



김영희 대표이사
(주)해피푸드 <김영희 강남 동태캠>



김원천
(주)원우푸드 <치킨뱅크>



김은광
(주)완샘 (완쌈)



김정국 본부장
국민은행 영동지역



김지은 대표이사
(주)레베 <레베코리아>, <레베에이즈>



김창도 대표이사
(주)에스에프씨 <사브랑>



김철호 대표이사
본이이에프(주) <분죽>



김현호 대표이사
(주)이비들 <이비들김지캠>



나상균 대표이사
(주)쵸스푸드 <쵸스떡볶이>, <버르다 김선생>



명정길 대표이사
(주)벨빙올만드는사람들 <홍트릭피자>



문태규 자정장
국민은행 <국민은행 아시아선수촌 자정>



박기영 대표이사
(주)정말드 <정보리>



박훈수 대표이사
나루기온에프앤씨(주) <나루기온>



배승찬 대표이사
(주)기업에프씨 <구이1기>



백진성 대표이사
사과나무(주) <COFFEE BAY>



상보구 본부장
오비맥(주)



성현석 대표이사
장수가 <장수기>



신항숙 대표이사
(주)에플엔유 <389플리워>



신희성 대표이사
(주)리맥스코리아 <FE/MAX (리/맥스)>



심우영 대표이사
(주)삼성수산



양진호 대표이사
(주)도핀고양이 <도핀고양이>



유충열 대표이사
(주)비맥스엔앤씨



윤천연 대표이사
(주)제이엔터프라이즈 <엔조이필드>



이경희 대표이사
(주)리더스비전 부설 한국창업전략연구소



이규석 대표이사
(주)일식식품 <든카스 클럽>



이안간 대표이사
교촌에프앤비(주) 국내사업부 <교촌치킨>



이범택 대표이사
(주)디핀푸드 <아보 길매기>



이상연 대표이사
(주)에스에프이노베이션 <스콜푸드>



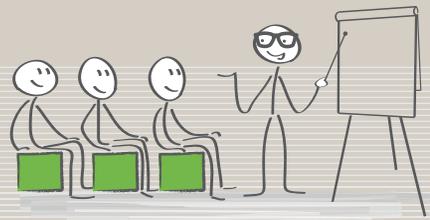
이승현 대표이사
(주)팀웍엔비 <생맥주기및잇드>



이원준 대표이사
(주)푸드존 <피자미루>



이원복 대표이사
(주)스마트유희링스, ㈜스마트유희링스파, 스마트 유희링트라 <동강시스타 유희링스파, 헬스케어산업>



이재욱 대표이사
(주)일글로벌에프앤씨 (피자일글로벌)



이재한 대표이사
다인브라더즈 (우봉리 토종순대국)



이주연 부사장
(주)8푸드 <발색삼겹살>, <공분>



이중연 대표이사
(주)AS건축사사무소 <AS건축사사무소>



임철준 대표이사
(주)라이스파이 <떡담>



장순옥 대표이사
(주)장수산업 <장수돌침대>



정광현 대표이사
(주)진리도푸드F&C (우기 양평해장국)



정우성 부사장
(주)일동인테리어 <물들치킨>



정현식 대표이사
해미로푸드서비스(주) <임스타터>



조동민 협회장
(주)한국프랜차이즈산업협회
(주)데이에프씨 (이보스), <골뎀>



진홍률 교수
서울대학교 의과대학
(이비인후과 www.dodoriin.co.kr)



최성수 대표이사
(주)금탑프랜차이즈 <청담동 말자싸롱>, <레비바나나>



한혁규 변호사
법률사무소 도연



함지훈 본부장
(주)벨킨스 <벨킨스>



홍지만 국회의원
제19대 국회의원

■ 제1기 집행부 명단

고문	박기영, 조동민, 홍지만
원우회장	정현식
감사	이근갑, 문태규
수석부회장	김현호, 심우용, 이규석
부회장	강동원, 김광철, 김금자, 김영희, 김원천, 김창도, 김철호 박효순, 명정길, 이경희, 이영준, 이재한, 임철준, 장순옥, 정관현
분과위원회	강동원(경조회위원장), 이재한(골프위원장 / 총무: 함지훈) 임철준(산악위원장), 박효순(여성위원장), 이경희(협업위원장)
총무(재무간사)	이원복(사무국장), 배승찬(사무차장), 김지은(재무국장), 이범택(재무차장)
자문위원	김선진, 김정국, 이주연, 진홍률, 한혁규
이사	고경진, 김은광, 나상균, 백진성, 상보규, 성현석, 신향숙, 신희성, 양진호, 유충열 윤정연, 이상윤, 이승현, 이재욱, 이주연, 정우성, 최성수, 함지훈

프랜차이즈산업협 나눔 송년회 실천

‘프랜차이즈산업인의 밤’ ... 글로벌 프랜차이즈 다짐



(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 12월 22일 30여 개 회사 CEO 및 임직원 300여 명과 함께 ‘사랑의 밥 퍼주기’ 봉사활동을 펼치며 연말연시 따뜻한 온정을 나눴다. 협회는 서울 동대문구 답십리동에 소재한 ‘밥 퍼나눔운동본부’에서 1000여 명의 독거노인, 노숙자, 장애인에게 정성껏 마련한 음식과 선물을 제공하는 봉사활동을 펴며 나눔 송년회를 진행했다. 이날 봉사활동에는 프랜차이즈산업 주무부처인 산업통상자원부 이인호 창의산업정책관을 비롯한 직원들도 동참해 자리를 더욱 빛냈다. 아울러 같은 날 오후 6시에는 서울 양재동 소재 The-K호텔 컨벤션센터 크리스탈볼룸에서 송년회 공식행사를 갖고, 지난해 수고한 이들의 노고를 치하하고 축하했다.





조동민 협회장을 중심으로 회원사 CEO 및 임직원 300여 명이 훈훈한 봉사활동에 참여했다.



소외이웃 1000명에 사랑의 밥 퍼주기 봉사

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 12월 22일 '함께하면 행복합니다'란 주제로 '2014년 나눔의 송년회'를 개최했다. 이번 송년회는 기존의 일반적인 송년회와 달리 회원사간 친목 및 화합을 도모하고 주변의 소외된 이웃에게 따뜻한 사랑의 손길을 전하는 의미있는 시간이 됐다.

오전에 열린 1부 '나눔의 봉사활동'에서는 밥퍼나눔운동본부와 함께 소외된 이웃에게 따뜻한 한 끼 식사를 대접했으며, 후원품도 전달했다. 후원품은 20여 개 프랜차이즈 기업들이 닭강정, 떡, 만두, 김밥, 쌀, 삼겹살, 설렁탕, 샤브샤브, 육개장, 빵, 치킨, 피자, 죽, 라면, 주스, 양말, 휴지, 샴푸 등 각종 음식과 성품을 밥퍼나눔운동본부에 전달했다.

아울러 300여 명의 프랜차이즈 기업 임직원과 산업부 관계자는 소외 이웃들의 식사 대접을 위해 손발을 걷어붙이고 봉사에 나섰다. 앞치마를 두른 CEO들은 배식부터 식사 서빙, 설거지, 식당 청소 등에 일일이 참여하며 이웃 어르신을 위한 나눔을 실천했다.

조동민 협회장은 "매년 맞이하는 연말이지만 국내의 어려운 경제상황을 감안해 우리만이 아닌 모두가 함께 하는 송년회를 준비했다"면서 "국내 전반의 화두였던 동반상생의 가치를 사회 곳곳의 어려운 이웃에게도 그대로 실천하자는 마음으로 '사랑의 밥 퍼주기' 행사를 계

획했다"고 말했다. 바쁜 국경에도 불구하고 기꺼이 봉사활동에 동참한 산업통상자원부 이인호 창의산업정책관은 "프랜차이즈 업계 임직원들이 소외층을 보듬고 어려운 이웃들에게 힘과 용기를 주는 나눔의 행사에 함께 하게 되어 큰 보람을 느꼈다"며 "프랜차이즈 업계가 지속적인 봉사활동으로 소비자들로부터 더욱 신뢰 받는 산업으로 발전하길 기대한다"고 소감을 밝혔다.

협회, 프랜차이즈산업인 K-프랜차이즈 깃발 한 마음

한편 봉사활동을 마친 협회는 서울 양재동 The-K호텔 컨벤션센터 크리스탈볼룸에서 2014년 한해를 되돌아보며, 산업 종사자 간의 단



각계 분야에서 프랜차이즈산업 발전에 기여한 기업과 개인의 공로를 치하하는 시상식을 가졌다.



합을 위해 '프랜차이즈산업인의 밤' 공식행사를 갖고, 지난해 수고한 이들의 노고를 치하하고 축하했다. 송년회 행사에서 신상훈 특킹스피치 대표이사는 펀(Fun) 경영과 마인드 전환의 중요성에 대해 강연했다.

조동민 협회장은 이날 송년회에서 "우리나라의 프랜차이즈 역사는 길지 않지만 그동안 일자리 창출의 역군으로서 많은 활약을 했다"며 "지금까지는 프랜차이즈산업인의 역할에 대한 정당한 평가를 받지 못했지만 이제는 상황이 많이 달라졌다. 정부 차원에서도 다양한 배려와 지원을 하고 있어 이 자리를 빌어 감사드린다"고 말했다.

조 회장은 이어 "한류의 명성이 깔려있는 중국과 동남아시아에 K-프랜차이즈의 깃발을 꽂아야 한다"며 "글로벌 프랜차이즈를

위한 노력이 내년에도 많이 나오길 기대한다"고 당부했다.

그는 또 "브랜드 수입국가에서 수출국가로 발전한 만큼 지식서비스 기반 확대에 더욱 가열차게 노력할 것"이라고 덧붙였다.

이인호 산업통상자원부 차의산업정책관은 축사를 통해 "올 한해 프랜차이즈산업 발전을 위해 노력해 준 데 대해 진심으로 감사드립니다"며 "올해 정말 어려운 한해였는데 그 시기를 잘 버텨준 것에 대해 대단하다고 생각한다"고 말했다. 이 국장은 이어 "예산 배정 과정에서 프랜차이즈에 대한 부정적 인식이 많이 없어진 것을 확인했다"면서 "내년 사업 예산에서도 프랜차이즈의 고용창출 효과에 대한 인식이 확산되고 있는데 이는 전적으로 프랜차이즈산업인의 노고 때문"이라고 치하한 뒤, "그러나 아직 갈 길이 멀다. 내수시장이 포화되어 눈을 해외로 돌려야 한다. 아울러 가맹점과 본



'프랜차이즈산업인의 밤'에서는 김가네(주) 명예회장인 김용만 회장이 건배 제의를 한데 이어 흥겨운 시간을 가졌다.



조동민	(주)대대FC (닭강정 1,000인분)	부회장	장
남중현	(주)그래미 (여명 808 150박스)	부회장	김
이동재	알파유통(주) (문구세트 250개, 고무 세트 50개)	부회장	최
박기영	(주)점월드 (점식 맥포먼스)	지회장	정
이영훈	(주)오나 (49인치 TV 100대)	이사	유
박의태	(주)압구정 (압구정 1개)	이사	전
이법돈	(주)크린도 (탁이용권 100)	이사	정
김철호	본아이에프(주) (100)	이사	김
문윤봉		이사	이
김익수		이사	임
김준영		이사	박
조상호		이사	여
정문목		이사	임
김광철		특별이사	김
심우창		특별이사	김
김영희		특별이사	장

(주)디떼 김영일 대표(우)가 프랜차이즈산업 발전과 이미지 개선에 기여한 공을 인정받아 산업통상자원부장관상을 표창받았다.



부, 소비자 3자 모두 윈윈하는 협력모델을 지향하고 정립해야 한다"고 당부했다. 아울러 그런 노력이 있을 때 프랜차이즈의 긍정적 효과에 대한 인식이 사회 전반에 더욱 확산될 것이라는 조언도 잊지 않았다.

(주)디떼, 산업통상자원부장관상 표창 눈길

한편 이날 행사에서는 프랜차이즈산업 발전에 공헌이 큰 프랜차이즈산업인에 대한 표창도 있었다. (주)디떼(대표 김영일)는 신시장 개척과 사회봉사활동으로 프랜차이즈산업 발전과 이미지 개선에 기여한 공을 인정받아 산업통상자원부장관상을 표창 받았다. 본아이에프(주)(대표이사 김철호), 이레푸드시스템(주)(대표이사 최중성), (주)푸드존(대표이사 이영준)은 외식프랜차이즈산업 발

전에 대한 공로로 농림축산식품부장관 표창을 수상했다. 이밖에도 협회는 소상공인시장진흥공단 표창 및 공로패, 감사패를 시상하며 산업 발전에 헌신한 관계자들을 치하했다.

이 자리에서 조동민 회장은 "어려운 국내 경기와 산업에 대한 규제 여건 속에서도 산업발전을 위해 최선을 다한 업계 임직원들의 노고에 감사하다"며 "협회는 정부의 지원 아래 내년은 국내 토종 프랜차이즈 브랜드 수출국으로의 비전을 품고 해외 진출에 박차를 가할 것이다. 국익창출의 모범 모델로서 프랜차이즈산업의 저력을 보여줄 수 있도록 산업인이 함께 글로벌 K-프랜차이즈 시대를 열어가자"고 말했다.

글 나홍선 부장 사진 박세웅 팀장, 김희경 기자



'프랜차이즈산업인의 밤'의 모든 행사가 끝난 뒤에는 레크리에이션 및 경품추첨으로 즐거운 시간을 가졌다.

※ 한국프랜차이즈산업협회 2014 나눔 송년회 후원기업 (가나다순)

- (주)대대FC 닭강정(1,000인분)
- (주)라이스파이 떡, 만두(각 1,000인분)
- (주)뚝뚝고양이 양말(1,000개)
- (주)비피알 김밥(300줄)
- (주)에플앤유 대형(화분)
- (주)에프앤디파트너 쌀(680kg)
- (주)오니규 쌀(300kg)
- (주)위두 삼겹살(111인분)
- (주)이연에프엔씨 한촌설량탕(1,000인분)
- (주)좋은나라 휴지(50박스)
- (주)쥬스푸드 김밥(500줄)
- (주)참이맛 육개장 간편 포장팩(100개)
- (주)채선당 사브사브 (1,000인분)
- (주)토마토디앤씨 블루클림삼푸(100개)
- (주)파리크라상 빵(1,000개)
- (주)푸드존 피자(100판)
- (주)핸디페이 라면(24박스)
- 교촌에프엔비(주) 치킨(1,000인분)
- 본아이에프(주) 본죽(100인분)
- 해피릿지협동조합 오렌지주스(1,000개)
- 호식이두마리치킨 치킨(1,000인분)

15th
KOREA FRANCHISE
BUSINESS AWARDS
2014 한국프랜차이즈대상



2014 한국프랜차이즈대상

대한민국 프랜차이즈 산업! 그 중심에 당신이 있습니다.

대통령 표창

<p>국무총리 표창</p> <p>김가네</p> <p>(주)김가네 / gimgane.co.kr</p>	<p>은 가족의 행복한 외식 문화 공간</p> <p>이바돔 감자탕</p> <p>(주)이바돔 / ebadom.com</p>	<p>국무총리 표창</p> <p>돈까스클럽</p> <p>(주)일승식품 / tonkatsuclub.co.kr</p>
---	---	---

산업통상자원부장관 표창

<p>외식업 / 평양치킨</p> <p>(주)프랜푸드 / codd.co.kr</p>	<p>외식업 / 지호한방삼계탕</p> <p>(주)지호 / jihofood.com</p>	<p>도소매 / 오피스마트</p> <p>(주)오피스디포코리아 / officedepot.co.kr</p>	<p>도소매 / 못된고양이</p> <p>(주)못된고양이 / naughtycat.co.kr</p>	<p>서비스 / 시즌이PC방</p> <p>(주)섹스원이링크 / season1.co.kr</p>	<p>동반성장 / 피자알볼로</p> <p>(주)알볼로에프앤씨 / pizzaalvolo.co.kr</p>	<p>개인공로 / 김철용 대표</p> <p>(주)핀엔아이 / funbeerking.com</p>
---	--	---	---	--	---	---

농림축산식품부장관 표창

<p>COFFEE BAY</p> <p>외식업 / 커피베이</p> <p>(주)사과나무 / coffee-bay.co.kr</p>	<p>KKULDAK</p> <p>해외진출 / 콩닭</p> <p>(주)데데에프씨 / kkuldak.co.kr</p>
---	---

식품의약품안전처장 표창

<p>동반성장 / 꼬노리</p> <p>(주)빅토리이스 / ikku.co.kr</p>	<p>신생브랜드 / 육대장</p> <p>(주)육대장 / yukdaejang.com</p>	<p>신생브랜드 / 바푸리</p> <p>(주)비피알 / BAPURI.co.kr</p>
--	---	---

한국프랜차이즈산업협회 회장상

<p>외식업 / 뽕뜨락 피자</p> <p>(주)일승푸드서비스 / bbongdak.com</p>	<p>외식업 / 국수나무</p> <p>(주)해피브릿지푸드조합 / namuya.co.kr</p>	<p>외식업 / 김영희 주방 동태캠</p> <p>(주)해피푸드 / e-happyfood.com</p>	<p>신생브랜드 / 셀렉토커피</p> <p>(주)섹스원이링크 / selecto.co.kr</p>	<p>신생브랜드 / 러브렛 멀티펫샵</p> <p>(주)러브렛코리아 / luvpetkorea.com</p>
--	--	--	---	--

중앙일보 대표이사상

<p>동반성장 / 채선당</p> <p>(주)채선당 / bramc.chaesundang.co.kr</p>	<p>동반성장 / 치어스</p> <p>(주)치어스 / cheerskorea.com</p>	<p>동반성장 / 다사랑</p> <p>(주)다사랑 / idasarang.com</p>	<p>연구개발 및 정보화 / 꼬지사캐</p> <p>(주)에프와이프엔지스 / kkojisakae.com</p>	<p>해외진출 / 셰프의국수면</p> <p>(주)비인에프씨 / chefguksoo.co.kr</p>
---	---	---	--	---

(사)한국프랜차이즈산업협회는 40만 가맹점사업자와 124만 산업종사자의 대표단체입니다.



社團 한국프랜차이즈산업협회
法人 Korea Franchise Association

137-873 서울시 서초구 서초대로 248(서초동, 월린빌딩 2층)(구:서울시 서초구 서초동 1553-1)
TEL. 02)3471-8135~8 FAX. 02-3471-8139 http://www.ikfa.or.kr

‘글로벌 프랜차이즈 어워드’ 쾌거

(주)SPC그룹 <파리바게뜨> · (주)후스타일 <요거베리>



‘글로벌 프랜차이즈 어워드’를 수상한 (주)후스타일 김진석 대표(좌)와 (주)SPC그룹 김범호 전무(우)가 조동민 협회장(중앙)과 포즈를 취했다.

국내 토종 외식 브랜드들이 해외시장에서 두각을 보이며 글로벌 시장에서의 활약이 대단하다. (사)한국프랜차이즈산업 협회는 지난 1월 12일 JW메리어트 호텔 그랜드볼룸에서 ‘2015년 신년하례식’을 갖고, 프랜차이즈 기업 CEO, 학계, 기타 관계자 200여명이 참석한 가운데 글로벌 프랜차이즈 시장을 개척하는데 공로가 큰 기업에게 ‘글로벌 프랜차이즈 어워드’를 수여했다. 시상식에서 (주)SPC그룹의 <파리바게뜨>와 (주)후스타일의 <요거베리> 등 2개 업체가 수상의 영예를 안았다. 이들 기업은 일찍이 해외시장에 뛰어들어 두각을 나타내고 있으며, 현지에서 맹활약 중이다. 이에 <파리바게뜨>와 <요거베리>의 글로벌 시장 진출 현황과 해외시장 성공전략을 살펴보았다.

글 임나경 편집국장 사진 박세웅 팀장, (주)SPC그룹 · (주)후스타일 제공



2020년 세계 제과제빵 1위 기업 목표

(주)SPC그룹 <파리바게뜨>

국내 토종 제과브랜드 <파리바게뜨>는 지난 2004년 9월 중국 상하이 진출 이래 2014년 말 현재 중국, 미국, 베트남, 싱가포르, 프랑스 등 총 180여 개 점포를 운영 중이다. 특히 중국은 올해로 진출 10년을 넘어선 가운데 지난 2012년 8월에 100호점을 돌파해 오는 2020년까지 북미, 중동 지역 등에도 진출해 세계 제과제빵 1위 기업을 목표로 한다는 그림을 그리고 있다. SPC그룹 글로벌 전략의 핵심은 고급화, 다양화, 현지화로, 프리미엄 브랜드로 차별화를 통해 고객들로부터 신뢰도를 높여나갔으며, 현지 고객들의 입맛에 맞는 제품을 만들어 세계적인 글로벌 브랜드로 자리매김하고 있다.



<파리바게뜨>의 해외시장 성공 전략

<파리바게뜨>의 미국시장 성공전략은 첫째 제품의 다양성과 품질이다. 미국 시장의 기존 베이커리가 판매하는 품목이 평균 100종류 이하인 것에 비해 <파리바게뜨>의 경우 300종 이상의 품목을 취급한다. 둘째는 고객의 편리를 고려한 새로운 콘셉트의 점포 운영이다. 즉, 국내에서는 익숙하지만, 현지에선 낯선 판매 콘셉트인 쟁반과 집게를 이용한 '셀프' 선택시스템이 현지인들에게 편리하면서도 신선하게 다가왔다. 셋째는 현지 문화에 맞는 조직운영이다. 국내에서 <파리바게뜨> 근무 경험이 있는 본사의 인력과 미국 현지 사정과 문화에 정통한 현지 인력의 조화가 잘 이루어진 운영이 성공요인의 하나로 볼 수 있다. 한국 본사의 경영 노하우와 제품을 시장상황에 맞게 실현한 것이 성공의 한 요인이 됐다.

<파리바게뜨>는 2002년 미국에 현지 법인을 설립하고 2005년에는 LA한인타운에 <파리바게뜨> 1호점 문을 열고 캘리포니아와 뉴욕을 중심으로 현재 37개 매장을 운영 중이다. 특히 맨허튼 주류상권 공략을 위해 거점전략을 펴고, 권역별 핵심 상권을 동시에 공략해 브랜드 인지도를 높이고, 확장을 위한 거점을 확보하는 진출 전략을 펴나갔다.

철저한 현지화 전략과 독특한 마케팅 기법 눈길

한편 중국시장은 중국사업 시작 전에 충분한 현지 시장 조사와 진출 전략을 세워나간 점이다. 즉, 1990년대 중반부터 중국 현지에 직원들을 파견해 수년 동안 식음료와 외식시장은 물론 상권에 대한 철저한 조사와 분석을 진행, 사전에 치밀한 진출 전략을 마련했던 것이 첫 번째 성공요인이다. 두 번째는 브랜드 인지도 제고를 위해 지속적으로 노력을 했다는 것이다. <파리바게뜨>는 중국 소비자들의 마음을 얻기 위해 사업 초기부터 다양하고 효과있는 마케팅과 이벤트 활동을 진행했는데, 2005년부터 브랜드 인지도를 높이고 친숙하게 다가가기 위해 고객들이 직접 참여하는 케이크 교실 행사를 500회 이상 진행했다거나 HSBC국제골프대회, F-1 경기대회 등 대형행사의 파트너로 참여해 지속적으로 브랜드의 인지도를 높이기 위해 주력했다. 특히 베이징올림픽 정식공급상, 그리고 AAA (신뢰, 품질, 서비스 우수 기업) 브랜드의 수



상은 <파리바게뜨>가 현지인들의 믿음과 신뢰를 얻는데 중요한 역할을 했다. 세 번째는 현지화 전략으로 유연한 변화와 대응을 펴나갔다. 현지화(로컬라이제이션) 전략은 많은 한국 기업들이 중국시장에서 취약한 부분이다. 그런 점에서 <파리바게뜨>는 현지인들의 기호와 선호도를 치밀하게 분석해 현지화 제품을 출시하고, 독특한 마케팅 기법을 펼쳐보임으로써 가장 효과적으로 소비자들의 마음을 얻은 셈이다.

동남아 거점에서부터 유럽 시장진출 교두보 마련

이 외에도 <파리바게뜨>는 2012년 9월 싱가포르의 핵심 상권 오차드로드에 파리바게뜨 위즈마점을 열어 국내 베이커리 최초로 싱가포르에 진출한 이래 총 4개 매장을 운영하고 있다. 특히, 2014년 2월에는 세계적인 허브공항인 싱가포르 창이국제공항에 점포를 열었으며, 동남아 경제의 허브 역할을 톡톡히 해 동남아시아 주변 국가들로 진출을 확대하기 위한 교두보로서 큰 의미를 가지고 있다. 또 2012년 3월에는 베트남 호찌민 시에 <파리바게뜨> 베트남 1호점 까오탕점을 선보인 데 이어 같은 해 12월까지 하노이 등 주요도시에도 매장을 열었다. 베트남은 <파리바게뜨>의 동남아 시장 진출 첫 국가로 동남아 시장 공략의 거점이 될 것으로 보여진다. 이 외에도 2014년 7월, <파리바게뜨>가 국내 최초로 프랑스 파리에 진출, 빵의 본고장인 유럽에 진출했다는 것이 큰 시사점이 되고 있다. 70여 년간 쌓아온 제빵 전문성과 26년간 파리바게뜨를 운영하며 축적한 유럽식 제빵 기술 및 베이커리 운영 노하우, 연간 500억 원에 이르는 적극적인 R&D 투자 등이 어우러져 이뤄낸 결실이다. 빵이 주시인 프랑스인들은 자부심이 높아 미국, 일본 등 제빵 선진국의 기업들도 아직까지 해내지 못한 일로 매우 시사하는 바가 크다. 이에 따라 SPC그룹은 프랑스 파리 사틀레즈를 글로벌 플래그십 스토어로 운영, 유럽을 비롯해 캐나다 등 범프랑스 문화권 시장 진출의 교두보로 삼겠다는 복안이다.



전략과 실행력으로 이끈 글로벌 브랜드

(주)후스타일 <요거베리>

요거트전문점 브랜드 <요거베리>는 원재료인 요거트 파우더를 제조해 국내외 가맹점에 공급하는 비즈니스에서 최근엔 요거트 메이커를 개발해 프랜차이즈 업계를 깜짝 놀라게 하고 있다. <요거베리>는 국내 프랜차이즈 브랜드와는 달리 다양한 사업 영역을 확대해 가며 해외진출에 박차를 가하고 있다. (주)후스타일 김진석 대표는 일찍이 요거트 전문점 붐이 일 때, 이 시장 역시 트렌드에 의해 시장이 포화상태가 될 것임을 예견하고 해외시장으로 일찍부터 눈을 돌려 글로벌 시장을 선점했다.

글로벌 요거트 전문브랜드로 성장하다

(주)후스타일은 국내 시장 보다는 해외진출에 두각을 보이며 활발한 점포전개를 해오고 있는 기업으로 잘 알려져 있다. 자사 제품의 경쟁력을 가지기 위해 수입 제품이 아닌 자사 원료 제품을 오래전부터 개발해 브랜드 경쟁력을 쌓아왔다. 포화상태의 치열한 국내 창업시장 보다는 해외시장에 눈을 돌려 병렬 확장 방식의 해외진출 전략을 펴 세계 최대 요거트 전문점으로 당당히 성장, 업계의 부러움을 한 몸에 사고 있다. <요거베리>는 프랜차이즈 브랜드뿐만 아니라 카페 원료의 글로벌 소싱 및 개발 전문기업, 유산균 기술력을 통한 바이오 전문기업, 요거트 메이커 개발, 제2브랜드 등의 꾸준한 연구 개발을 통해 전략적인 시장 전개를 해오고 있다. 이 회사는 특허등록 1건, 브랜드 출원 25건, 브랜드 등록 27건, 최근 3년 연속 매출액 및 IP자산 100% 이상을 성장했으며 향후 3년간 상표 및 특허 추가확보 계획만 해도 약 35건 이상이 예상되고 있다. 이 외에도 서울산업진흥원, 코트라, 한국무역협회, 중소기업청, 한국농수산물유통공사, 서울시 등으로부터 차세대 수출기업 및 글로벌브랜드로 선정되는 등 각종 어워드를 수상해왔다. 이에 2014년 프랜차이즈 신년하례식에서 글로벌 프랜차이즈 시장을 개척하는데 공로가 큰 기업에게 수여하는 '글로벌 프랜차이즈 어워드'를 수상했다.

프랜차이즈에서 원료 및 요거트 메이커 생산까지

<요거베리>는 최근 '요거베리 요거트 메이커'를 개발해 전기가 필요 없는 자연식 요구르트 제조기를 개발, 주부들로부터 폭발적인 반응을 불러왔다. 홈쇼핑 방송 35분 만에 매진 사례를 불러일으키는 등 월 40~50억 원의 매출 기업을 토하고 있다. 제품은 국내에서는 처음으로 개발된 제품으로 지난 3년간 이 회사가 수천 번의 발효 실패를 거쳐 개발한 자연발효 방식의 요구르트 발효기다. 기존 요거트 메이커의 단점이던 성능, 편리성, 디자인 등을 고려해 주부들로부터 폭발적인 반응이다. 급기야 전국의 이마트까지 입점하며, 올해는 중국과 미국 등 세계 시장으로도 수출이 가시화 될 전망이다. 뿐만 아니다. (주)후스타일은 <아임요> 브랜드로 뛰어난 맛과 품질의 제품을 합리적인 가격에 제공한다는 목표로 유통과 사용, 보존 방식까지 고려한 카페에 특화된 원재료를 개발해 시장을 선점해나가고 있다. 단순히 맛 좋은 제품 판매가 아닌, 품질과 안전을 위한 신뢰성, 선진적인 유통 시스템을 통해 주문부터 생산, 출하, 사





후 서비스의 모든 공정을 체계적으로 관리해 나간다. 이 회사가 이렇듯 눈에 띄는 성장을 일궈올 수 있었던 배경은 제품 개발에 집중, 경쟁력을 키워 온 데 기인한다. 치열한 프랜차이즈 시장에서 트렌드에 휩쓸리지 않고 장기적인 비전을 갖고 꾸준히 연구개발에 주력해 결과다.

프랜차이즈, 유통 비즈니스 모델 비전 있을 것

(주)후스타일 <요거베리>는 현재 미국, 호주, 콜롬비아, 파라과이, 볼리비아, 리비아, 베네수엘라 등 18개국 200개 매장이 해외에 진출해 있으며, 프랜차이즈 기업의 롤 모델이 되고 있다. <요거베리>의 해외시장 공략은 좀 더 전략적이다. 중동이나 동남아 2세들이 미국에 유학 왔다가 비전 있는 아이템과 브랜드를 도입해 자국에서 사업을 펼치는 성공케이스를 분석하고 이를 적극 공략했던 것. 이들에게 자사 브랜드가 알려질 수 있도록 전략적인 접근공략도 세웠다. 타깃 국가를 정해 먼저 집중적으로 시장을 공략해 입점한 뒤, 주변 국가로 확산될 수 있는 거점영업방식을 통해 점포 전개를 해나간 것이다.

(주)후스타일은 <요거베리>의 해외점포 전개와 함께 요거베리 요거트 메이커 역시 해외시장을 적극 공략하고 있다. 중국, 미국, 두바이 등만 해도 올해 120만개 이상의 제품을 수출해 300~400억 원의 매출을 기대하고 있다. 올해까지 세계적으로 500개점 이상의 점포를 전개해 나간 뒤, 1000개점 매장이 진출한 시점에서 한국에서 직영점 사업을 본격 가동한다는 복안이다. 이렇듯 글로벌 요거트 브랜드로 성장하기 위한 수순을 차곡차곡 밟아나가고 있다. (주)후스타일 김진석 대표는 국내 기업들이 해외진출을 함에 있어서 상표권 확보 시급과 파트너의 역량을 검증하는 작업이 매우 중요하다는 귀띔이다. 아울러 프랜차이즈 기업들도 점포 전개에만 사활을 걸기 보단 제품 생산과 물류, 유통 등으로의 비즈니스 모델 개발에도 주력해 브랜드 경쟁력을 키우는 것이 중요하다고 강조한다.





해마로푸드서비스(주)
HAIMARROW FOOD SERVICE CO., LTD.



치킨과 버거로 새로운 가치 만든

맘스터치

일반적인 치킨전문점과 달리 치킨과 햄버거를 결합시킨 매장은 맥도날드, 롯데리아 등 대형 패스트푸드 브랜드들과 경쟁을 할 수 밖에 없다. 그런 탓에 창업자들 입장에서는 쉽게 이런 아이템을 선택하기 어렵다. 하지만 치킨과 햄버거로 <맥도날드>, <롯데리아>, <KFC> 등과 당당히 경쟁하는 브랜드가 있다. 심지어 이들 대형 브랜드와 경쟁해 승리를 인정받고 있다. 바로 <맘스터치>가 그 주인공이다. <맘스터치>가 이처럼 경쟁력을 갖고 있는 이유는 매장별 매출이 매우 높다는 점이다. 별다른 광고나 홍보를 하지 않음에도 창업 문의가 이뤄지고, 가맹점이 계속 생겨나는 이유다.

동네 상권 1위 전략으로 새로운 가치 제공

<맘스터치>를 운영하는 해마로푸드서비스(주)의 정 현식 대표는 젊었을 때부터 사업에 관심이 많았다. <베스킨라빈스> 사업을 시작으로 2차례 이상 창업했다 실패도 맛본 적이 있는 정 대표는 <파파이스>에서 10년 가량 근무한 경험을 토대로 <맘스터치>를 만들었다.

지난 2004년 시작한 <맘스터치>는 현재 전국적으로 550개 매장을 보유하고 있을 정도로 크게 성장했다. 그 성장 배경에는 정 대표의 남다른 전략이 있었다. <맘스터치>는 동종업계 경쟁자인 <맥도날드>, <롯데리아>는 물론 기타 수제 햄버거 및 치킨 브랜드들과 다른 가치를 제공하는데 주력했다. 특히 대형화를 추구한 타 브랜드들과 달리 작은 동네 상권에서 1위를 차지하는 전략으로 각 가정과 주택가 틈새시장을 공략했다. 뿐만 아니라 주문 즉시 조리를 시작하는 방식과 조미료를 넣지 않고, 트랜스지방이 전혀 없는 기름을 사용했다. 또 신선한 야채를 곁들인 치킨과 입맛에 따라 골라 먹을 수 있는 다양한 수제버거 메뉴를 저렴한 가격에 제공했다. 그 결과 고객들에게 '맘스터치'는 싸고 맛있다는 새로운 가치를 제공하는데 성공했다.

프랜차이즈는 서민 위한 최고의 시스템

정 대표는 평소 프랜차이즈는 중산층 이하, 심지어 저소득층이나 사회적 약자들이 먹고 살 수 있도록 하는데 기여해야 한다는 소신을 갖고 있었다. "프랜차이즈는 사회적 약자를 자영업을 통해 중산층으로 만드는 역할처럼 국가가 미처 하지 못하는 일을 하는





순기능이 있습니다. 그런 까닭에 프랜차이즈 본사의 최종적인 사회적 책임은 가맹점이 먹고 살게 해주는 것이어야 합니다. 돈이 없더라도 성실한 사람이라면 먹고 살 수 있게 해주는 역할을 프랜차이즈가 해야 합니다.”

정 대표는 한 명이라도 똑바로 하면 살린다는 생각으로 차별화를 만들고 새로운 가치를 만드는 데 노력했다. 그런 노력이 신문광고나 가맹점 모집광고를 전혀 하지 않았음에도 <맘스터치> 매장은 장사가 잘 된다는 소문이 나면서 가맹점이 속속 생겨나는 비결로 작용했다.

현재 <맘스터치>의 힘을 단적으로 보여주는 수치가 바로 가맹점 숫자와 매장당 이익율이다. 맘스터치는 전반적으로 경기침체가 가중되고 있는 2013년과 2014년에만 각각 120개, 200개의 가맹점이 신규 오픈했다. 매장당 전체 이익도 전체적으로 20% 이상 증가했으며, 전체 매출은 160% 가량 신장했다.

고정비 줄이고 효율적 시스템으로 경쟁

치킨이라는 레드 오션에서 ‘치킨과 버거’라는 아이টে서 이처럼 승승장구하는 브랜드가 된 데는 무엇보다 원칙에 충실했던 것이 주효했다. 정 대표는 대기업 패스트푸드는 창업비가 높아 많은 고객이 방문하도록 해야 하며, 많이 벌어야 하는 반면 <맘스터치>는 적게 투자해 적게 벌더라도 작게 가야 한다고 생각했다. 그래서 ‘<맘스터치>만의 방식으로 한다면 비록 다윗과 골리앗의 싸움이라도 이길 수 있다’는 생각으로 월 300~500만 원을 벌수 있도록 시스템을 만들었다. 그 이상이 되면 매장 최고의 가치인 QSC(품질, 서비스, 청결)에서 무리가 생긴다는 판단에 따른 것이었다.

“본사는 시스템을 파는 것입니다. <맥도날드>와 <롯데리아>가 월 매출 8000만~1억2000만 원으로 시스템을 맞추지만 <맘스터치>는 서민용이라 그렇게 할 수 없습니다. 대로에 가면 많은 금액을 투자해야 하고 많은 고객이 방문하도록 하고, 많이 벌어야 하기에 광고, 홍보를 많이 할 수밖에 없습니다. 결국 많은 고객들에게 패스트푸드 서비스를 제공할 수밖에 없는 것이죠.”

<맘스터치>는 대신 맛으로 승부했으며, A급 상권 대신 B급 상권을 선택했다. 철저하게 서민 중심으로 타깃을 정하고, 인건비 부담을 최소화해 부부만으로도 운영할 수 있도록 만들었다.

본사 또한 경쟁력있는 물류 시스템으로 제품의 품질을 유지하는데 주력했다. 그 결과 이제는 가맹점의 전체 매출이 너무 높아 청결에서 문제가 발생할 가능성이 높게 되었다.

경영자는 지속적인 가치 제공에 관심 가져야

정현식 대표는 프랜차이즈 경영자들에게 고객에게 지속적으로 가치를 제공하는 것에 보다 관심을 갖고 고민할 필요가 있다고 당부했다. 또한 고객에게 분명히 보여줄 수 있는 통계에도 보다 관심을 가져야 한다고 조언했다.

“고객은 가치를 원합니다. 프랜차이즈는 그런 고객들에게 가치를 제공하는 것이 되어야 합니다. 음식은 철저히 과학적이고 수학입니다. 고객에게 새로운 가치를 지속적으로 제공해 주지 못하면 안됩니다.”

<맘스터치> 역시 기존 수제버거와 달리 싸이버거 등으로 새로운 가치를 만들어 갔으며, 특히 가격 경쟁력을 높여 새로운 가치를 창출했다.

뿐만 아니라 브랜드의 경쟁력을 높이는 데도 최선을 다했다.

“프랜차이즈 브랜드의 진정한 가치를 알고 싶다면 매장 당 평균 매출 그래프를 살펴봐야 합니다. 매장 당 매출이 꾸준히 올라간다는 것은 곧 정말로 사업이 잘 되고 있다는 의미입니다. 가맹점 수가 많아져서 전체 매출이 늘어나고 있다 해도 실제로 매장당 매출액이 떨어지고 있다면 점주들에게 바람직하다고 보기는 어렵습니다.”

정 대표는 끝으로 프랜차이즈 경영자들이 끝까지 포기하지 않아야 한다고 강조했다.

그는 “컵에 물을 100% 채운다고 넘치지 않습니다. 그 이상 채워야 합니다”라며 “보통 100%까지 투자하고 노력하다 포기하는 경우가 많은데 죽기 아니면 까무러치기로 해야 합니다”라는 말로 후배 프랜차이즈 경영자들의 분발과 건투를 당부했다.

글 나홍선 부장 사진 박세웅 팀장



글로벌 프랜차이즈, 해외로 해외로 ~



국내 프랜차이즈 기업들의 해외진출이 가시화 되고 있는 가운데, 베트남과 중국 등으로의 시장진출도 부쩍 활기를 띠고 있다. 특히 베트남은 지난해 12월 한-베트남 FTA 협상이 타결되면서 더욱 많은 관심의 대상이 되고 있다. 향후 우리 기업들의 대 베트남 수출이 큰 폭으로 늘어날 것으로 전망되며, 중국 역시 소비 시장이 확산되면서 우리 기업들의 진출이 확대될 전망이다. 특히 우리나라와 문화적 유사성이 강한 중국은 한국에 대한 우호적 의식이 깔려있어 밝은 시장 전망이 기대된다. 한편, 전통적인 창업빈국으로 평가받는 일본이 침체된 창업 분위기에 활력을 불어넣기 위해 인간힘을 쏟고 있다. 아베노믹스 이후 실직자의 창업 준비단계의 생활·소득불안 해소와 함께 국가 창업특구 지정 등 일련의 창업활성화 대책을 통해 창업빈국 탈출을 도모하고 있다.

창업률 2배 높여 창업대국 만든다 실업 후 창업준비자 실업급여 지급 및 국가 창업특구 지정

일본

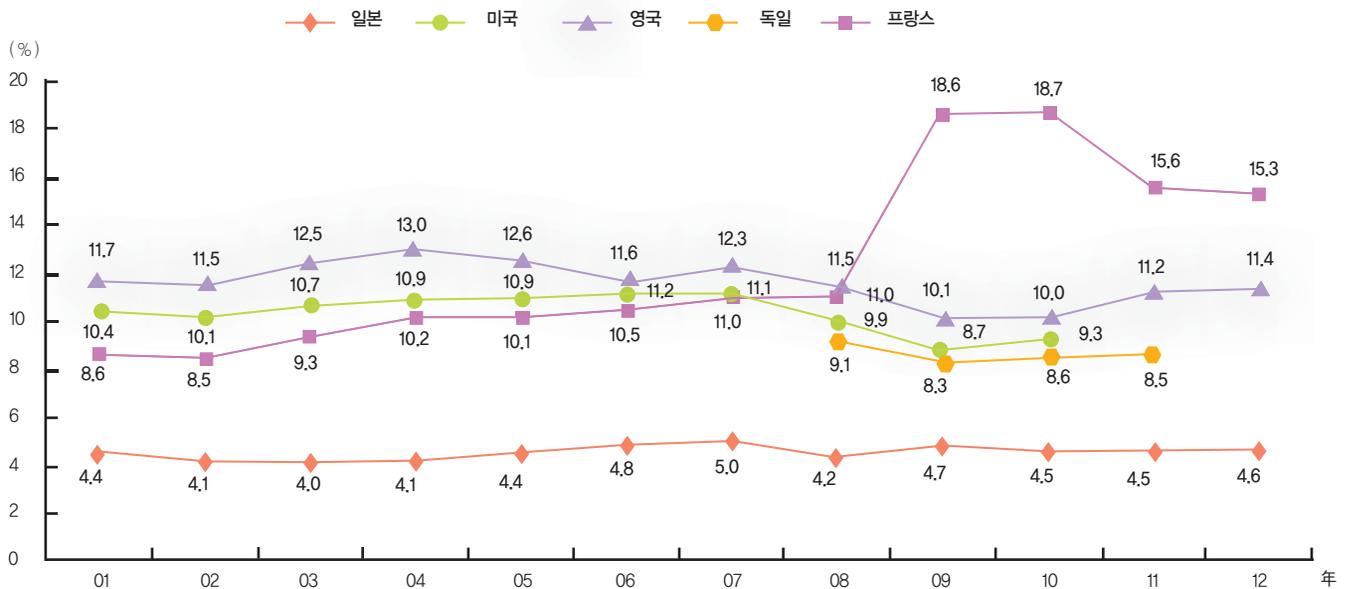
열악한 일본 창업 시장 점점 떨어져

일본은 창업 희망자의 지속적인 감소와 젊은층의 창업 외면 현상으로 세계 최저 수준의 창업률을 기록하고 있다. 일본의 2012년 창업률은 4.6%로, 프랑스(15.3%)·영국(11.4%)·미국(9.3%, 10년 기준)·독일(8.5%, 11년 기준) 등 주요 경쟁국의 절반 또는 그 이하에 머물고 있다.

자영업 희망비율 역시 낮은 창업가 정신으로 인해 미국의 44.8%, 프랑스의 57.0%에 그치고 있다. 2012년 기준 창업자수는 22만 명으로, 77만 명 이상이 창업하는 한국과 비교할 때 매우 저조한 실정이다. 창업환경 또한 매우 열악한 실정이다.

세계은행에서 조사한 바에 따르면, 창업절차, 시간, 비용 등 창업환경도 전체 189개국 중 종합순위 120위(OECD 34개국 중 31위)로 경제규모 등을 고려했을 때 매우 열악한 것으로 나타났다. 이처럼 일본의 창업 희망자가 크게 감소한 것은 1997년 이후 산업 구조조정 및 장기 경기침체 등의 영향 때문으로 파악된다. 특히 20~30대 젊은층의 비율 감소가 두드러지는 것은 소득 감소, 불안정한 생활, 사업실패 우려 등에 기인하며, 최근 물질과 출세에 관심이 없는 사토리 세대가 불리는 일본 젊은 층의 성향이 한몫한 것으로 보인다. 더욱 심각한 문제는 향후 줄어드는 인구구조를 감안할 경우 이 같은 창업률이 더욱 떨어질 것으로 예상된다는 사실이다.

■ 주요국의 창업률 추이



자료 : 일본 후생노동성 「고용보험 사업 연보」(연도기준)

창업 후 생활 안정 등 구체적 대응책 마련

일본 중소기업청은 창업률이 낮은 이유를 창업 후 생활과 소득에 대한 불안정, 낮은 창업의식, 창업에 관련된 비용 및 절차로 분류하고 각 부문별로 구체적인 대응책을 제시했다.

우선 일본재흥전략 발표 이후 창업에 관심 있는 사람이 실제 창업을 할 가능성을 높이고 창업 후 생활·소득의 불안정을 개선하기 위해 기존의 경영자 보증 지침, 소규모 기업 공제 제도를 장려하고, 실업 후 창업하더라도 준비과정에서 실업급여를 지속적으로 지급하는 등 창업 안정망을 확충하도록 했다. 또한 본업에 이익이 상반되지 않거나 본업에 지장을 주지 않는 경우 겸업·부업을 적극 장려해 본격적인 창업을 위한 도움단계 기간으로 활용토록 했다.

두 번째로 6개 국가 창업특구를 지정하고 후쿠오카시를 창업거점으로 선정, 고용 등 규제개혁과 스타트업 육성 등 창업열기를 전국으로 확산함으로써 본격적인 창업 활성화를 유도하고 있다.

이와 함께 창업의식 개선 차원에서 초등교육단계에서부터 전기, 체험담, 사회경험 같은 형태로 창업가와의 접점을 마련하고, 중·고등 교육단계에서는 인턴십, 금융, 마케팅 등의 실무교육을 실시하도록 했다. 특히 '고위험 고수익'이라는 극단적 이분법 개선을 위해 무점포·최소비용 창업과 자아실현 등을 목적으로 하는 '작은 창업'을 언론과 행정을 통해 적극 홍보하고 있다.

창업 준비 단계에서 창업에 따른 비용과 절차 문제로 창업을 포기하는 사례를 막고 창업 관련 비용 및 절차를 감소하기 위해 기존 기업이 갖 창업한 기업을 지원해 창업초기단계의 부담을 덜어주는 분위기를 확대해 나갈 계획이다. 또한 창업 스킴 등을 통해 선배 창업가가 후배 창업가를 성장시키는 구조를 만들고, 민간과 전문가, 기관이 삼위일체가 되어 창업희망자에 대한 지원을 하는 시스템도 적극 추진키로 했다.



베트남

한-베FTA 타결로 우리 기업 진출 확산 한국 분식 관련 프랜차이즈 인기

지난해 12월 10일 한-베트남 FTA 협상이 타결되면서 베트남 시장에 대한 관심이 커지고 있다. 특히 한-베 FTA 체결로 관세인하 효과가 클 것으로 예상돼 앞으로 우리 기업들의 대베트남 수출이 큰 폭으로 늘어날 것으로 전망되고 있다. 현재 롯데, 이마트 등 대형 유통업체들이 베트남 진출 및 매장 확대를 적극 추진하고 있으며, 대형 홈쇼핑 업체들도 베트남 시장 진출을 추진하고 있는 것으로 알려지고 있다. 이처럼 유통업체들의 베트남 진출이 한층 강화되면서 향후 베트남은 우리 기업의 최대 관심 시장으로 부상할 가능성도 크다. 베트남 시장 관련 전문가들은 외식 등 우리 프랜차이즈 기업들의 진출도 더욱 활성화될 것으로 예상하고 있다. 이미 <뚜레쥬르>와 <파리바게뜨>, <커피빈>과 <카페베네> 등이 호치민에 진출해 영업 중이며, <롯데리아>는 매장 200개를 돌파했을 정도로 인기를 얻고 있다. 또한 호치민 시내에는 요즘 김밥과 떡볶이, 라면 등을 현지화한 <김치김치>라는 한국 분식집 체인이 생겨나 주목을 끌고 있는 것으로 알려지고 있다. 이 브랜드는 호치민에만 가게가 7~8곳으로 늘어났을 정도로 인기를 끌고 있는 상태다. 이외에도 한국계 안경체인인 <SKY옵틱스>도 현지 시장에서 매장을 적극 늘려가고 있다. 이처럼 주목받는 베트남 시장과 관련해 최근 발표된 KOTRA의 자료를 발췌해 소개한다.

한-베트남 FTA 협상타결로 그동안 우리기업의 생산기지로만 인식되어 왔던 베트남이 유망시장으로 떠올랐다. 우리 간판 수출 품목인 냉장고, 세탁기, 에어컨, LCD/LED TV 등 고급 가전제품을 비롯하여 일부 자동차 부품, 화물차용 타이어 등이 특혜관세를 받으며 베트남에 상륙하게 될 예정이다. 특히, 화장품, 전기밥솥, 믹서기, 전기다리미 등 우리 중소기업 제품이 관세인하로 인해 가격경쟁력을 제고하며 약진할 전망이다. 베트남에서는 최근 한류 인기로 한국산 소비재 수요가 급격히 늘고 있음에도 높은 관세율로 중국이나 동남아 제품에 비해 시장을 확대하는데 많은 제약이 있어 왔다. 또한 최근 우리나라 대기업의 소매유통 체인이 베트남에 속속 진출하면서 한국산 소형가전을 수입해 현지에 판매하는 전략을 세웠으나 이 또한 높은 관세로 가로막혀 있었던 것으로 알려졌다. 화장품 역시 마찬가지였다. 하지만 이제는 한류스타가 홍보하는 'Made in Korea' 제품을 명품처럼 다루는 베트남 젊은 여성들에게 보다 저렴하고 다양한 한국 제품과 상품이 다가갈 수 있게 됐다. 특히 소득이 높아지고 교육받은 엘리트층이 두터워지면서 베트남 보육시장에 고급화 바람이 불고 있는 중이다. 베트남은 연간 100만 명 이상의 신생아가 태어날 뿐 아니라, 중국산 등 저가 제품에 대한 불신이 커져 앞으로 한국제품을 찾는 베트남 젊은 엄마들이 늘어날 것으로 전망되고 있다.

베트남 바이어들 역시 이번 FTA를 활용해 한국산 수입을 늘릴 움직임이다. KOTRA가 최근 베트남 바이어 166명을 대상으로 조사한 바에 따르면, FTA 관세인하가 이루어지면 수입을 확대하겠다는 응답자가 95%에 달했다. 이 중 10% 이상 수입을 늘리겠다고 응답한 비율도 37%나 되는 것으로 나타났다. 이유를 묻는 질문에는 83%의 응답자가 관세인하로 한국산 제품가격이 하락할 것이기 때문이라고 대답했다. 반면, 한국기업들이 일방적으로 가격을 큰 폭으로 올리거나, 경쟁사에게 이중가격을 제시하는 등의 좋지 않은 관행이 있다는 점을 지적하며, 앞으로 시장확대를 위해서는 현지 파트너와 상생협력하는 모습을 보여야 할 것이라는 뼈아픈 충고도 적지 않았다. 또한 현지의 높은 한류인기가 최고의 마케팅 무기가 되고 있는 만큼, 지속성장가능한 한류콘텐츠 개발을 주문하기도 했다. 현재 베트남에 투자진출한 우리기업은 약 3000개로 추산되며, 이들은 대부분 베트남 내수시장보다



는 아세안, 미국, 유럽 등 제3국 시장을 겨냥한 현지 생산체제를 구축하고 있다. 한국으로부터 수입하는 수출용 원부자재는 이미 무관세 혜택을 받고 있어 FTA 관세인하의 이익은 직접적으로 누릴 수 없으나, 양국간 교역확대로 현지에서 한국제품 인기가 높아지면, 이에 따라 현지 비즈니스 여건도 크게 개선될 것으로 보인다. 특히, 인근 다른 아세안 국가들에게까지 한국제품의 인기가 확대되면, 이를 바탕으로 아세안시장도 동시에 공략할 수 있는 포석이 될 수 있다.

윤원석 KOTRA 정보통상지원본부장은 “베트남은 아직 1인당 소득이 3000달러 정도지만 소비시장의 성장속도는 놀라울 정도이며, 소비패턴이 고급화되면서 대형 쇼핑몰, 유명 프랜차이즈 등이 속속 들어서고 있다”고 소개하면서, 명품 소비에 돈을 아끼지 않는 고소득층이 있는 반면, 대다수 소비자들은 아직도 가격을 가장 중요한 구매요소로 꼽고 있다며 이에 맞는 맞춤형 마케팅 전략이 필요할 것이라고 강조했다.

도시개발로 대형상권 형성 예상 한국 브랜드 유치 경쟁도 치열

중국 허난성

중국 중부 시장의 중심인 허난성은 인구가 1억 600만 명에 달해 내수·유통시장의 잠재력이 매우 큰 곳이다. 특히 2013년 1인당 GDP가 1만 달러를 넘어선 중국의 물류허브인 정저우를 비롯해 위성도시인 카이펑, 뤼양, 쉬창 등을 중심으로 소비시장이 확산되면서 우리 기업들의 진출이 확대될 것으로 기대되는 지역이다. 또한 우리나라와 문화적 유사성이 강해 한국에 대해 우호적인 의식이 깔려있는 점도 주목할 만한 부분이다. 허난성의 프랜차이즈 시장을 보면 소비규모에 비해 외국 브랜드의 진출이 적은 편이다. 하지만 <할리스>와 <뚜레쥬르> 등 우리나라 브랜드는 현지에서 선풍적인 인기를 끌고 있으며, 조선족 동포가 운영하는 한류 관련 브랜드도 인기가 높다. 향후 허난성의 도시개발에 따라 대형 상권이 형성될 것으로 기대되고 있으며, 특히 한국 브랜드를 유치하려는 경쟁도 치열해 국산 프랜차이즈에 대한 수요가 많은 편이다.

윤효준 KOTRA 중국지역본부장은 “최근 허난성을 비롯한 중국 2~3선 도시들은 소비규모가 크게 늘어나고 있으며, 지리적 측면에서 인근 도시로의 확장이 유리하다는 점에서 크게 주목받고 있다”며 “이들 내륙도시는 향후 3~4년 내에 시장 경쟁이 심화될 것으로 예상되는 만큼 시장진출을 고려하고 있다면 지금이 적기”라고 강조했다.

허난성 진출 주요 대형 유통기업의 거점과 운영현황

이름	거점도시	운영형태
따상그룹	라오닝성 다렌	허난성 포함 중국전역 200여 개 매장 보유, 백화점, 할인점, 수퍼
데니스그룹	허난성 정저우	대중투자 18년 동안 허난성만 공략, 정저우, 뤼양, 안양 등에 100여 개 매장 보유, 백화점, 할인점, 수퍼, 편의점 등
팡둥라이 그룹	허난성 쉬창	백화점, 가전, 수퍼 등으로 허난성 쉬창을 중심으로 인근 신상 등지에 30여 개의 대형 유통체인망 구축

자료 : 현지 언론자료 및 BAIDU백과 등 종합

한국창업전략연구소 이경희 소장의 업종변경 전략 포인트!

업종변경이 곧 매출회복의 보증수표가 될 수는 없다. 주변 지인들의 말을 듣고 일명 '반짝 아이템'이라고 불리는 업종으로 갈아탔다가 얼마 지나지 않아 문을 닫는 사례를 주변에서 쉽게 볼 수 있다. 기존에 운영하며 연마된 노하우와 확보된 단골고객을 잃게 될 수도 있기 때문에 업종전환을 고려하고 있다면, 신규 창업 못지 않게 신중을 기해야 한다. 업종변경에 대해 좀 더 살펴보자.



한국창업전략연구소
이경희 소장

한국창업전략연구소 이경희 소장 프랜차이즈 및 창업, 유통 및 마케팅 컨설턴트로 활동해왔으며 (사)한국프랜차이즈산업협회 자문위원이다. 세종사이버대 겸임교수, 국가보훈처 자문위원 및 여성부 창업멘토 등을 역임했다. 삼성, 현대, 쌍용 등 각종 기업과 연세대, 인양대, 한양대, 성신여대, 동국대 등에서 창업강좌 및 프로그램을 운영해왔으며, 각종 방송과 언론 등에서 창업 칼럼니스트 및 패널로 활동 중이다. 저서로 「탈밸러리맨 유망사업정보」, 「맛있는 요리」, 「돈되는 창업」, 「실버정책과 창업」 외 다수가 있다.

사업의 전환 포인트를 잘 포착하는 것이 가장 중요

업종변경에서 선행돼야 할 것은 사업에 대한 실패요인 분석이다. 자기경쟁력 부재에서 비롯된 패인이면 먼저 경쟁력을 확보한 다음 업종전환을 시도하는 것이 바람직하다. 또한 운영 중인 점포의 최소 3년간의 매출액을 월별로 분석해 매출 곡선이 하향세를 나타내고 있다면 과감하게 업종 전환을 결정해야 한다. 재투자 금액의 한계를 정확히 정하는 것도 필요하다. 투자해 놓은 비용이 아까워서, 혹시나 하는 마음으로 미래를 접지 못한 채 매장을 끝까지 잡고 가는 경우는 최악의 상황을 초래할 수도 있다.

해당지역의 상권 재조사는 필수!

아무리 상권이 좋아도 업종과 어울리지 않는 자리가 있다. 새로 하고자 하는 업종의 타깃 고객층과 상권 입지조건이 잘 어울려야 한다. 자신이 하려는 업종에 적절한 유동인구나 배후인구가 있는지 다시 한 번 더 점검해보자. 상권은 해당 점포의 시장 규모에 해당한다. 발품을 팔아 인근 부동산중개업자에게 인구 수, 세대 수, 교통여건, 재개발 등 변경된 상권의 특이사항 등을 반드시 파악해야 한다.

변경하고자 하는 업종의 동향과 틈새시장 등 다양한 정보 수집은 기본!

업종변경 결정을 내렸다면 6개월 이상의 충분한 시간을 갖고 업종정보를 수집해야 한다. 특히 신규 외식 아이템에 대한 정보의 경우 창업박람회나 식품전시회, 창업 설명회 등 다양한 루트를 통해 얻을 수 있다. 특히 독립창업자의 경우, 자신이 하고자 하는 업종을 운영하고 있는 매장을 방문해 직접 눈으로 수익성을 확인 하는 등 실제적인 정보 습득이 요구된다.



법적 안정성도 반드시 체크!

업종변경 시 사업자등록을 하기 전에 사업자는 반드시 허가·등록·신고 등의 절차를 밟아야한다. 허가·등록·신고 절차는 시·군·구청 등 지방자치단체가 담당하는 경우가 많고 일부는 중앙행정기관에서 직접 취급하거나 관련 협회 등에서 위탁 업무로 처리하는 경우도 있다.

일반 음식점의 경우 생활하수로 인한 오염원 배출 등의 이유로 정화조 용량 등 시설 기준을 갖춰 영업 신고를 해야 한다. 만약 용량이 부족할 경우에는 영업신고증 발급을 받지 못하게 되는 경우가 있기 때문이다.

인테리어 리뉴얼 포인트

인테리어 변경의 경우 가장 유념해야 할 점은 동일한 투자로 최대의 효과를 거두는 것. 독립창업의 경우 매장 규모가 크다면 급급적 인테리어 업체에 의뢰해서 맡기는 게 안전하다. 중소형 점포의 경우 인테리어 회사에 공사를 의뢰하지 않고 창업자가 직접 시설을 감리한다면 인테리어 비용을 30% 가량 절약할 수 있다. 단, 매장 실측, 도면작업, 전기배선, 조명설치 등 각 공정에서 항목별로 거래처와 협의를 잘해서 적당한 가격을 선정하는 것이 중요하다.

특히 점포 전면에 좀 더 신경을 써보자. 기존 매장에서 새롭게 옷을 갈아입은 경우이기 때문에 포인트는 고객이 바깥에서 봤을 때 해당 점포의 성격을 명확하게 알 수 있어야 한다는 것. 점포 내부가 훤히 들여다보이도록 하거나 눈에 띄는 개성 있고 큰 간판을 효과적으로 배치하면 점포 성격을 명확히 하는데 도움이 된다.

바뀐 새 얼굴을 알리는 첫 걸음, 오픈 마케팅

업종을 바꾼 후 영업 시작을 알리는 오픈 행사는 그 점포에 대한 첫 이미지를 좌우할 뿐 아니라 상권 내 고객들에게 가장 관심을 집중시킬 수 있는 기회이므로 사업 성패에서는 무엇보다 중요하게 여겨진다.

외식업종별로 편차는 있지만 오픈 마케팅 진행 시 드는 비용은 전단지 제작, 행사도우미, 현수막 제작 및 POP 가격, 무료시식 등을 포함해 적게는 수십만 원대부터 많게는 백만 원대를 훌쩍 뛰어넘을 수도 있다. 불황이 깊어진 최근에는 시끌벅적한 홍보보다는 '실속형 마케팅'으로 바뀌는 추세다. 과감한 무료시식권 배포는 물론 오픈 당일 방문고객 무료음식 제공, 오픈 반액할인 이벤트, 오픈일 파격할인 후 하루하루 가격을 정규판 매가까지 올리는 계단식 가격전략에서 가두 시식회까지 유형도 다양하다.

하지만 주의할 점은 정식 오픈 전 리허설 기간을 반드시 가져야 한다는 것. 업무가 손에 익지 않은 상태로 영업을 시작하면 여러 가지 서비스 실수가 일어나서 오히려 고객들에게 나쁜 인상을 줄 수도 있기 때문이다. 오픈 첫날은 직원들 간의 손발이 맞지 않을 수 있으므로 재고가 남더라도 판매량을 넉넉히 준비하고 근무자 수도 평상시의 1.5배가량 더 여유 있게 준비해야 서비스 실수를 막을 수 있다.



필리핀 프랜차이즈 시장의 현황과 진출전략

필리핀은 한국 인구의 두 배가 훨씬 넘는 약 1억 1000만 명으로 든든한 내수 시장을 갖고 있으며 전체 인구 중에서 24세 이하 인구가 53%를 차지하고 있어 성장 잠재력도 크다.



프랜차이즈산업연구원
장재남 원장

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

인구 1억 1000만 명, 안정된 내수시장

이러한 가운데 국내 프랜차이즈 기업들이 필리핀 진출에 앞서 점검해봐야 할 부분은 없는지 살펴보았다. 필리핀의 경제는 안정된 내수시장 덕분에 동남아시아의 다른 국가보다 높은 경제 안정성을 보여주면서 지난 2007년 이후 6%대의 견실한 성장세를 유지하고 있다. 특히 골드만삭스, 무디스, 국제통화기금(IMF) 등은 오는 2015년까지 지속적으로 6%이상의 성장세를 유지할 것으로 내다보고 있다. 필리핀의 소비시장은 대체로 저가를 구매하고자 하는 성향이 강하지만, 브랜드를 선호하며 가치추구 소비를 하는 소득상위 25% 내의 중상·상류층이 있어 소득격차에 따라 양극화된 두 개의 시장이 상존하고 있다. 최근 몇 년간 필리핀 경제의 성장 동력은 필리핀 해외근로자의 본국 송금, 콜 센터를 중심으로 데이터 입력, 소프트웨어 개발 등 BPO(Business Process Outsourcing) 산업에서 나오고 있다.

프랜차이즈 시장이 성숙기에 접어드는 2015년

필리핀 프랜차이즈 산업은 최근 10년간 외형적으로 급격한 성장세를 보였다. 전체 가맹본부 수는 지난 2000년 598개에서 2013년 1330개로 2.2배 성장했으며, 전체 매출액도 2000년 30억 달러(美 달러 기준)에서 2013년 135억 달러로 4.5배 증가해 시장 규모가 크게 늘어났다. 업종별로는 가족·친구와 함께 파티나 식사를 즐기는 등 외식 선호도가 높은 편이기에 외식 부문이 전체 필리핀 프랜차이즈 시장의 42%를 차지하며 중심을 이룬다. 필리핀 국민들은 일상적으로 패스트푸드를 자주 먹고, 특히 주 소비층인 여성의 경우 베이커리·카페 선호도가 가장 높다.

필리핀의 대표 현지 프랜차이즈 기업인 <졸리비>(Jollibee) 그룹이 현지 시장 점유율 42%를 차지하고 있으며, 외국계인 <맥도날드>(10%), <피자헛>(5%)이 2, 3위를 차지하고 있다. <졸리비>와 같은 필리핀 현지 프랜차이즈 기업으로는 망이나살(Mang Inasal), 차우킹(Chowking), 그린위치(Greenwich) 등이 활약하고 있다. 필리핀 프랜차이즈협회(PFA)에 따르면, 필리핀 프랜차이즈 산업은 현재 성장세를 유지하면서 2015년에는 성숙기에 접어들 것으로 예상하고 있다.

성공키워드는 쇼핑몰

필리핀 상권의 주요 특성은 현지 소비자들이 쇼핑을 할 때 쇼핑몰을 애용한다는 점이다. 남녀노소 가릴 것 없이 필리핀 소비자들은 그들의 일상생활에 필요한 물품들을 쇼핑몰에서 구매하고 있으며, '몰 오브 아시아(Mall of Asia)'나 '그린벨트(Greenbelt)' 같은 대형 쇼핑몰에서는 음식을 먹고, 물건을 사고, 영화를 보는 등 필리핀 국민의 생활의 중심을 이루고 있다.

일반적으로 필리핀에서 프랜차이즈 상권 진입 순서는 대도시인 마닐라 시티, 케존 시티, 마카티, 그리고 다바오 등 주요 도시에서 시작해, 일로일로, 칼로우칸, 세부, 카가안데오르 등 2차 주요 도시로 고려해 볼 수 있다.

필리핀 프랜차이즈 입지 선정 전략을 세우기 위해서는 현지에서 성공한 <졸리비>와 <맥도날드>를 참고

하는 것이 좋다. 필리핀 1위 프랜차이즈 업체인 <졸리비>의 경우, <맥도날드>의 입점지역을 벤치마킹해 성공했다. 실제로 현지 <졸리비> 매장의 대부분은 <맥도날드> 매장 옆에 위치해 있다. 하지만 한국 프랜차이즈 브랜드는 현지에서 자본력 및 인지도가 낮으므로 먼저 소핑몰에 입점하는 것이 초기 진출의 리스크를 낮출 수 있다.

경쟁력 있는 파트너를 선정

최근 한국 프랜차이즈 기업의 필리핀 진출 사례를 보면 아직까지는 가시적인 성공사례는 찾기 힘들다. 최근 <본촌치킨>이 필리핀에 매장 70개를 개설하면서 성공했지만, 이는 한국 프랜차이즈 시스템으로 성공했다기보다는 한국식 아이템을 미국식 시스템으로 성공시킨 사례일 뿐이다.

해외 진출 실패를 최소화하기 위해 해외시장 진출 시 해당국가의 파트너에 라이선스를 제공하거나 합작투자를 하는 경우가 흔하다. 한국과 필리핀은 문화적으로 상이하므로 현지의 파트너를 통해 리스크를 줄이는 것이 필요하다. 최근 필리핀 프랜차이즈 사례를 보면, △강력한 합작투자 △믿음직한 프랜차이즈 파트너가 가장 중요한 성공요소로 꼽히고 있다. 필리핀에서 파트너가 중요한 이유는 일반적으로 사업 초기에 직면하는 다양한 문제 때문이다. 실제로 현지문화 이해 부족, 정보 및 인적 인프라 부족 등으로 실패한 사례가 많다. 이를 극복하기 위해 프랜차이즈 경험과 이해가 풍부한 파트너를 구하는 것은 중요하다.

필리핀 소비자를 고려한 현지화 사례

필리핀에서 <맥도날드>를 제치고 <졸리비>가 성공을 거둘 수 있게 된 가장 큰 이유는 필리핀 국민들의 입맛에 맞는 메뉴 개발 때문이다. <맥도날드>는 표준화된 제품을 만들어 규모의 경제를 꾀하고 전 세계 고객들의 입맛을 사로잡은 반면, <졸리비>는 필리핀인들의 독특한 입맛에 맞춰 제품을 개발했기 때문에 현지 시장에서 더 큰 경쟁력을 가질 수 있게 되었다. 이에 대응하기 위해 필리핀 <맥도날드>가 필리핀인들의 식사행태를 관찰하여 밥과 치킨을 적용한 치킨 맥도(Chicken Mcd) 메뉴를 개발한 결과, 전체 매출의 30%를 차지할 정도로 크게 히트를 했다.

한국 브랜드인 <본촌치킨>은 필리핀의 젊은 직장인들을 타겟으로 하여 메뉴를 구성하고 가격 부담을 줄였다. 또한 매운맛은 줄이고 단맛과 짠맛, 그리고 바삭한 식감으로 타 프랜차이즈와 차별화시켜 현지인들의 입맛을 매혹시키고 있다.



소규모 사업장, 채용 시부터 퇴직 시까지 노무관리 방안

어느 날, A사업장 사장에게 3개월 전에 1년간 근무하고 퇴사한 직원으로부터 연락이 왔습니다.

“사장님, 제가 근무한 1년 동안 받지 못한 연장근로수당을 이번달 말까지 지급해주세요. 그렇지 않으면 고용노동부에 진정을 제기할 겁니다.”

그러나 A사업장은 임금대장을 따로 작성하지 않았고, 당시 연장근로수당까지 포함하여 200만 원을 지급하기로 구두계약만 했는데 이를 증명할 서류가 없자 난감합니다.



삼성 노무법인 공인노무사
신항철 대표

삼성 노무법인 공인노무사 신항철 대표는 건국대학교 최고경영자과정과 한국노동연구원 노사관계고위지도자 과정, 전국경제인연합회 국제경영원 최고지도자 과정을 수료했다. 현 (사)한국프랜차이즈산업협회의 자문위원과 200여개 다양한 업종의 기업에서 활발한 자문활동을 하고 있다.

임금대장 작성의무

근로기준법 제48조는 사용자에게 근로자별로 임금대장을 작성하도록 의무를 부과하고 있습니다. 임금대장의 작성을 필요로 하는 이유는 첫째, 국가의 감독기관이 각 사업장의 근로자의 근로조건을 수시로 용이하게 파악할 수 있고, 둘째, 근로의 실적과 지급임금과의 관계를 명확하게 기록함으로써 사용자뿐만 아니라 근로자에게도 근로와 그 대가인 임금에 대한 인식을 깊게 하는 데 있습니다.

즉, 임금대장은 국가의 감독행정기관에 있어서도 필요한 것이며, 사용자에게 있어서는 노무관리를 위한 자료가 되고, 근로자에게 있어서는 자신이 받는 임금액을 명확하게 인식하는 데 도움됩니다. 특히 위 사례와 같이, 임금과 관련하여 노사분쟁이 생긴 경우에는 이를 증명할 수 있는 임금대장이 꼭 필요합니다.



임금대장 작성 방법 및 기재사항

임금대장은 사업의 종류와 규모를 불문하고 각 사업장별로 작성해야 하는데, 만일 하나의 회사에 여러 현장 또는 지점 등이 있는 경우에는 각 사업장마다 임금대장을 작성해야 합니다. 임금대장에 기재하여야 할 사항은 다음과 같습니다.



- ① 성명
- ② 주민등록번호
- ③ 고용 연월일
- ④ 종사하는 업무
- ⑤ 임금 및 가족수당의 계산기초가 되는 사항
- ⑥ 근로일 수
- ⑦ 근로시간 수
- ⑧ 연장근로, 야간근로 또는 휴일근로를 시킨 경우에는 그 시간 수
- ⑨ 기본급, 수당, 그 밖의 임금의 내역별 금액(통화 외의 것으로 지급된 임금이 있는 경우에는 그 품명 및 수량과 평가총액)
- ⑩ 법령 또는 단체협약 규정에 따라 임금의 일부를 공제한 경우에는 그 금액

위의 사례와 같이 연장근로수당을 월 임금에 포함해 지급하기로 했다면, 이러한 사항을 근로계약서에도 명시하고, 임금대장에도 '연장근로수당'이라는 이름으로 금액이 나눠져 표기해야 합니다.

임금대장의 서식과 보존기간

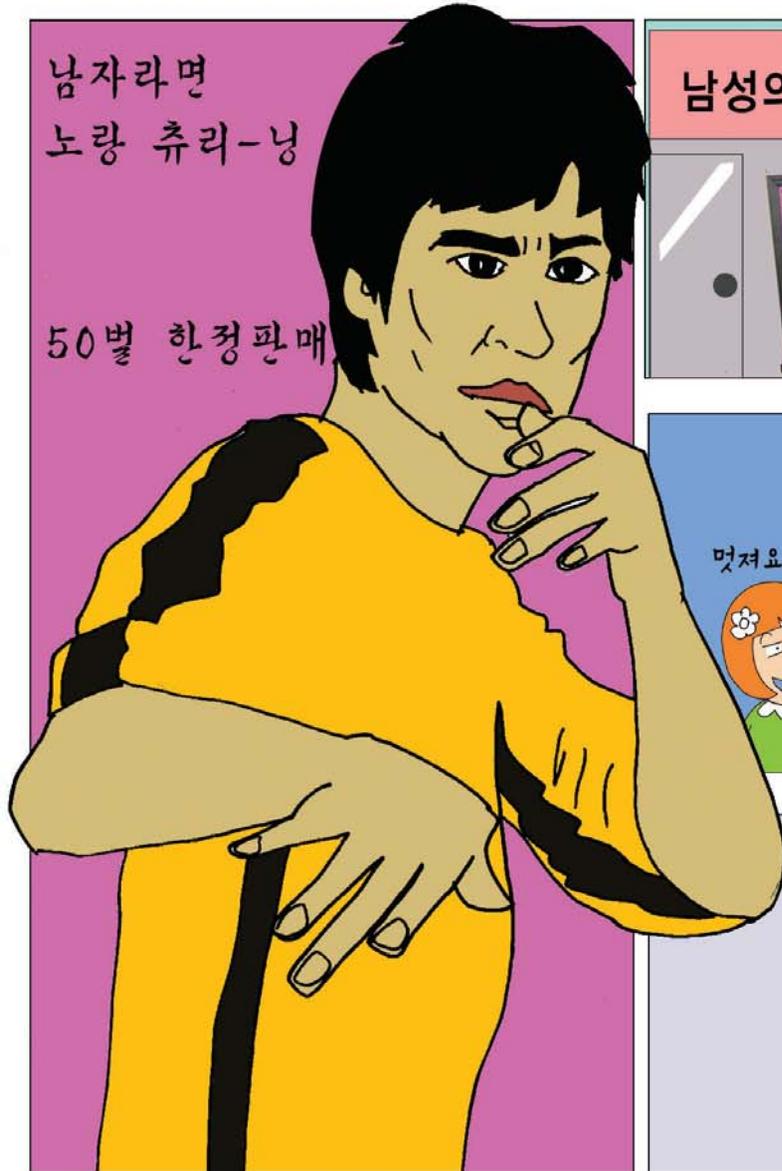
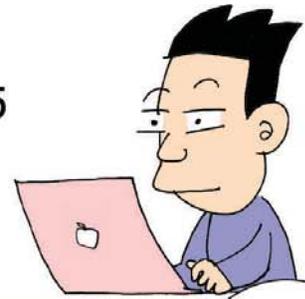
임금대장은 고용노동부장관이 고시하는 서식이 정해져있지만, 필요한 경우에는 근로자명부와 통합하거나 그 서식을 사업장별로 변형하여 사용하여도 무방합니다.

한편, 임금대장은 근로자별로 '최후의 기입을 한 날'로부터 3년간 보존해야 하고, 만일 사용자가 임금대장을 작성치 않았거나, 법에서 정하는 기재사항을 기입하지 않은 경우에는 500만 원 이하의 과태료가 부과되니 임금대장 미작성으로 인한 불이익을 입지 않도록 관리가 필요합니다.



달용이의 좌충우돌 마케팅 이야기 -5

글 · 그림 강기우





마케팅 교육 아카데미 펌프MBA 강기우 대표원장 2006년 프랜차이즈 온라인 마케팅 기업 에프씨랜드를 설립한 이래 바비큐보스, 한국타이어, 유학네트, 토마토김밥 등 국내 브랜드 100개 이상의 온라인 마케팅을 진행 중이다. 다양한 전략 전술로 한국 온라인 마케팅을 업그레이드하고 있다. 현재 서경대학교 프랜차이즈학과 외래교수로도 활동 중이다. (www.pumpmba.com)



매달 1회 재능기부 강연

강기우 마케팅 콘서트

www.pumpmba.com



이러한 방식을 한마디로 쇼룸링 (Show rooming)이라고 하네.

SHOW ROOMING

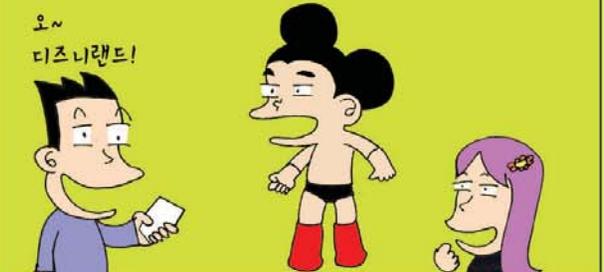
: 제품정보는 오프라인에서 실제 구매는 온라인에서



옴니 채널(omni channel)이라는 단어도 이와 비슷한 단어죠 박사님!



이제 매장도 이에 대한 대비를 하지 않으면 안되는 시기가 온 것이지.





누군가 한 번쯤은 꼭 가보고 싶어 하는 그곳 세계 3대 폭포 나이아가라 폭포



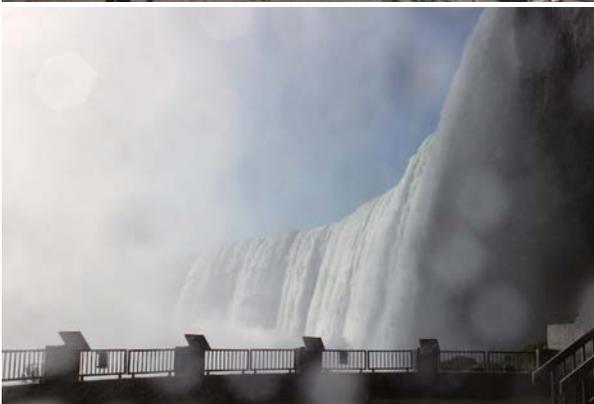
아프리카의 빅토리아 폭포(Victoria Falls), 남아메리카의 이구아수 폭포(Iguazu Falls)와 함께 미국과 캐나다 사이에 있는 나이아가라 폭포(Niagara Falls)는 세계 3대 폭포로 손꼽힌다. 나이아가라 폭포만을 보기 위해 미국을 방문하는 사람은 흔치 않겠지만, 세계 3대 폭포답게 '천둥소리'라는 뜻의 나이아가라 폭포는 장엄한 모습과 다양한 액티비티로 남녀노소 모두에게 충분히 즐거운 여행을 만들어준다.

북아메리카 제1의 폭포, 나이아가라 폭포

세계 3대 폭포라는 말에서 가장 먼저 떠오르는 곳은 바로 나이아가라 폭포이다. 나이아가라 폭포는 상대적으로 흔히 가기 어려운 두 폭포와 달리 미국과 캐나다에서 볼 수 있어 친근하다. 또 패키지 및 자유여행으로도 많이 가는 코스이기 때문에 다른 두 폭포에 비해 여러 가지 선택사항을 두고 갈 수 있어 편리한 편이다.

나이아가라 폭포는 미국의 고트 섬과 캐나다의 온타리오 주 사이에 있는 폭포로, 높이 약 53m, 너비 약 790m에 이르는 거대한 폭포이다. 폭포의 중앙을 국경선이 통과하고 있기 때문에 높은 곳에서 보는 풍경도 매우 인상적이다. 한때는 세계 제1의 폭포로 명성을 떨치기도 했지만, 이구아수 폭포와 빅토리아 폭포가 알려진 이후에는 3개 폭포 중 가장 작은 편에 속해 북아메리카 제1의 폭포로 불리는 데 그치고 있다.

이름난 관광지답게 폭포의 주변은 공원화되어 있으며, 겨울을 제외하면 만으로 2일 정도는 즐길 수 있는 다양한 액티비티가 있다. 전 세계에서 여행객이 오는 만큼 늘 사람들로 북적대며, 유람선을 탈 수 없는 겨울에도 또 다른 모습으로 장관인 폭포를 보기 위해 많은 여행객들이 찾는다.





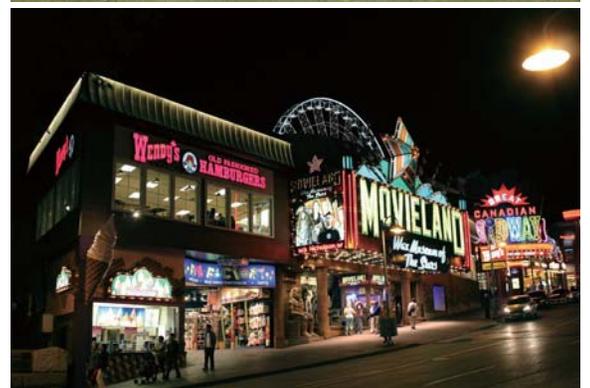
더 인상적으로, 더 경제적으로 폭포 즐기기

나이아가라 폭포는 미국과 캐나다에서 모두 볼 수 있지만, 캐나다 쪽에서 나이아가라 폭포를 제대로 볼 수 있기 때문에 가능하다면 캐나다에서 즐기는 것이 좋다. 실제로 캐나다 쪽에 호텔, 레스토랑 등이 더 많으며, 관광객들 역시 더 많이 찾는 편이다.

유명 관광지인 만큼 나이아가라 폭포를 가는 방법은 여러 가지다. 고속버스, 자동차 렌탈 등의 방법도 있지만, 비행기를 타고 미국 버팔로 공항에서 나이아가라 폭포로 가는 것이 가장 빠르다. ESTA 등의 미국 관광비자만 사전에 준비한다면 미국에서 캐나다로 입국하고 다시 미국으로 출국하는 것은 어렵지 않다. 호텔 역시 뷰와 종류가 캐나다 쪽이 더 다양하다. 캐나다와 미국을 이어주는 레인보우 브릿지에서 보는 폭포의 모습도 인상적이며, 육로로 국경을 넘는 것도 국내에서는 할 수 없는 경험이기 때문에 특별하다.

폭포를 즐길 수 있는 방법 중 가장 럭셔리한 방법은 헬기 투어. 15~20분 정도의 짧은 투어지만, 땅에서는 즐길 수 없기 때문에 여유가 있고 색다른 절경을 보고 싶다면 추천할 만하다. 경제적으로 즐기고 싶다면 어드벤처 패스(Adventure Pass)를 구입하는 것이 좋다. 어드벤처 패스에는 나이아가라 폭포를 가장 가까에서 볼 수 있는 유람선 안개 속의 숙녀 호(Maid of the Mist Journey)와 폭포 뒤에서 거센 물줄기를 감상할 수 있는 폭포 뒤로의 여행(Journey Behind the Falls), 4D 영상으로 나이아가라 폭포를 가볍게 체험할 수 있는 나이아가라 퓨리(Niagara's Fury) 그리고 폭포 주변을 주행하는 We Go 버스를 이틀 동안 즐길 수 있는 버스이용권이 포함된다.





360 레스토랑에서 즐기는 특별한 절경

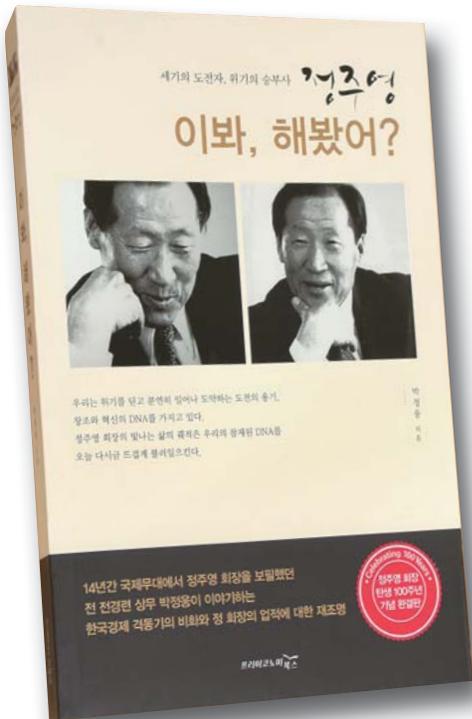
폭포를 좀 더 분위기 있게 즐기는 있는 방법은 CN 타워에 올라가는 것이다. 유료 전망대도 있지만 식사와 함께 뷰를 즐길 수 있는 레스토랑을 추천한다. 그중 360도로 회전하는 360 레스토랑은 폭포 주변을 모두 둘러볼 수 있어 로맨틱하면서도 특별한 경험이 될 수 있다. 메뉴의 가격은 저렴하다고는 할 수 없지만, 창의적이면서도 고급스럽기 때문에 지불할 만한 가치가 있다. 한 끼 정도 제대로 된 요리를 맛보면서 나이아가라 주변 풍경까지 마음껏 감상하는 것도 있을 수 없는 추억이 될 것이다. 야경도 멋지지만 낮에 본다면 폭포 주변까지 머릿속에 담아올 수 있을 만큼 또렷한 기억을 남길 수 있다. 꼭 가보고 싶다면 예약은 필수.

어두워지고 난 후의 조명이 켜진 폭포는 또다른 볼거리다. 화려하지는 않지만 폭포 그 자체의 장엄함으로 인해 독특한 감흥을 준다. 다운타운이라고 할 수 있는 중심부에는 관람차 스카이 휠과 카지노를 비롯해 밤늦게까지 다양한 즐길거리와 맛집이 즐비하며, 외곽으로 나가면 활인 쇼핑몰까지 있다. 세계에서도 손꼽히는 자연의 아름다움 그리고 조화롭게 구성된 다양한 볼거리는 앞으로도 오랫동안 나이아가라 폭포를 버킷 리스트의 상위권에 올려놓을 것이다.

글 · 사진 조주연 기자

나이아가라 폭포 : <http://www.niagara-usa.com>
CN 타워 : <http://www.cntower.ca/en-ca/360-restaurant>

CEO'S LIBRARY



Vol.12호 CEO's Library에서는 따뜻한 마음으로 기업을 이끌어 나가는 기업인 (주)일승식품의 이규석 대표가 추천하는 「세기의 도전자, 위기의 승부사 정주영-이봐, 해봤어?」를 소개한다. (주)일승식품은 프리미엄 외식 브랜드 <돈까스클럽>으로 2013년 한국프랜차이즈대상 산업통상자원부장관 표창, 2014년 한국프랜차이즈대상 국무총리 표창, 2014 창업경영인대상 산업통상자원부장관 표창, 미래창조과학부장관 표창 등을 수상하며 승승장구하고 있다. 이 대표는 가맹점 폐점률과 분쟁사례진수 0%를 자랑하는 One-stop 외식전문 카테고리 매장으로 <돈까스클럽>을 이끌어 나가 각 프랜차이즈를 국내 100년 전통의 명소로 만들기 위해 노력하고 있다.

다독 CEO, (주)일승식품 <돈까스클럽> 이규석 대표의 추천도서

지치고 막막하지만 포기할 수 없는 이들에게 전하는 메시지 「세기의 도전자, 위기의 승부사 정주영-이봐, 해봤어?」

최근 경제 불황과 격변의 창업 시장 속에서 많은 CEO들이 어려움을 겪고 있다. 살아가면서 누구나 한번쯤 '포기'하고 싶어질 때가 있지만, 자신을 믿고 따라주는 직원들과 피땀 어린 회사를 보며 더욱 막중한 책임감에 CEO들은 포기를 삼킨다. 이럴 때마다 CEO는 어디에 하소연을 하며 또 누구에게 조언을 들어야 할지 막막하다. 「세기의 도전자, 위기의 승부사 정주영-이봐, 해봤어?」의 저자인 전 전경련 박정웅 상무는 이런 고충을 알았는지, 세기의 도전자이자 위기의 승부사인 정주영의 일대기를 통해 극복의 키워드를 짚어준다.

저자는 한국경제 격동기에 14년간 국제무대에서 정주영 회장을 보필했다. 그만큼 생생한 정 회장의 일대기에서 현재 한국경제를 이끌어 나가는 이들이라면 누구나 공감할 수 있고, 「기업가 정신」과 「삶의 노하우」를 전수받을 수 있다. 또, 우리나라 대동맥 경부고속도로 건설, 글로벌 파워를 보여준 현대조선소, 신군부시대까지 드라마틱한 현대사를 마치 옆에서 보는 것처럼 볼 수 있어서 책의 두께가 무색하게 단숨에 읽어버리게 된다. 88올림픽 유치에 대한 직관, 석유파동을 극복한 중동 건설 진출 결정 등 결정적인 그의 선택과 포부는 지금 이 시대 경제 주축들이 닮고 싶어하는 모습이 아닌가 싶다.

진정한 기업가 정신은 CEO의 능력이나 결과물만 놓고 생각할 수 있는 것이 아니다. 가장 중요한 「인간성」을 늘 놓치지 말아야 한다. 책에서 저자는 「인간 정주영」을 조명하고 우리가 마냥 역사 속에서 만나는 낯선 기업인이 아닌, 하나의 사람이자 국민으로, 자신의 모습을 투영할 수 있도록 정 회장의 낱말을 소개했다. 「왕은 하늘이 내린다」는 말이 있는데, 어떤 조직의 수장이건 「하늘이 내린 사람처럼 살피고 최선을 다해 능력을 펼치라」는 뜻이라고 생각한다. 창조와 혁신은 단지 정 회장 같은 뛰어난 인재에서 끝나는 것이 아니라, 도전하고 포기하지 않는 누구나 할 수 있다는 용기를 이 책에서 찾을 수 있을 것이다.



이규석 대표



“이렇게
활용해 보세요!”

프랜차이즈 관련 및 기타 교육 프랜차이즈 본사 사업설명회 주최 프랜차이즈 가맹점주 교육 & 워크샵

(사) 한국프랜차이즈산업협회 교육장



이사회, 정기총회,
대형세미나, 사업설명회



이사회, 정기총회,
대형세미나, 사업설명회



이사회, 정기총회,
대형세미나, 사업설명회



강연, 미니세미나,
사업설명회, 워크샵



스터디, 기획회의,
동아리회의



스터디, 동아리회의,
기획회의, 기업면접



그룹토의, 미니세미나,
직무교육, 사업설명회



소규모 세미나,
분임토의, 창업상담



휴게실

제공 가능 부가서비스



1. 첨단 기자재 임대서비스
- 빔프로젝터, 노트북, 마이크(음향)



2. 행사 음식 맞춤 서비스
- 도시락 맞춤, 다과 세팅, 커피세팅 서비스



3. 행사 기획미팅 지원서비스
- 기획미팅 장소 제공



4. 행사 맞춤형 서비스
- 현수막 제작, 사진촬영, 공간장식,
추첨 이벤트, SNS 홍보, 진행자·강사 소개,
SNS 홍보영상물제작

교육장 이용문의

상담문의: 02-446-0012



KFA 교육장 사용 예약 QR

이메일 문의 :
resewise@gmail.com

온라인 신청 :
QR코드 스캔후 접속

예약 페이지 :
www.seminarroom.co.kr

가맹사업을 지원하는 KFA 교육장! 즐거움을 드리는 레세 교육지원 서비스!

News Lounge

협회 News & 업계 동향

프랜차이즈관련 정책 및 이슈 · 동향

회원사 행사 및 소식

교육 일정

협회 일정 및 협회장 동정

신규 회원 가입 현황

NEWS LOUNGE

(사)한국프랜차이즈산업협회, '15년 상반기 WFC 회의 개최 대한민국, 미국, 호주, 영국, 캐나다, 중국 등 32개 국가 참여



(사)한국프랜차이즈산업협회가 지난 2월 13일부터 18일까지 미국 라스베이거스에서 열린 2015년 상반기 WFC회의를 마치고 돌아왔다. '15년 상반기 WFC 회의는 대한민국을 비롯해 아르헨티나, 호주, 브라질, 영국, 캐나다, 중국 등 WFC 32개 국가가 참여한 가운데 성황리에 이뤄졌다. 협회는 해마로푸드서비스(주) 정현식 대표(협회 부회장)와 협회 정책기획팀 이혜진 과장이 참석했으며, 6일간의 일정을 성공적으로 마무리 했다.

'15년 상반기 WFC 회의 기간 동안 논의된 내용은 가맹본부와 가맹점 사업자 사이의 관계를 방해하는 정부의 제재에 대한 WFC 공동 선언문 안건 통과, 전 세계 프랜차이즈 데이터 공유, 그 외 각국 프랜차이즈 관련 현안에 대한 내용이 거론됐다.

아울러 IFA's Convention 관련 내용도 안건으로 나와 행사 내용에 대한 밀도 있는 회의가 이루어졌다. IFA's Convention은 매년 개최되는 가장 크고 오래된 국제 프랜차이즈 컨벤션으로 올해로 55회를 맞이하며, 최고의 스피커, 프랜차이즈 전문가, 3500명의 프랜차이즈 리더들과의 네트워킹 기회를 제공할 것으로 보인다.

또한 프랜차이즈 최고경영자 코스인 ICFE의 스페셜 세션을 포함해 250여 개에 달하는 프랜차이즈산업 공급회사의 쇼케이스, 리더십 컨퍼런스 등이 개최될 전망이다. 한편, WFC, APFC 하반기 회의는 오는 10월 호주에서 개최될 예정이다.

WFC 회의 참여국가 (총 32개 국가)

아르헨티나, 호주, 브라질, 영국, 캐나다, 중국, 크로아티아, 체코, 이집트, 유럽연합, 핀란드, 프랑스, 독일, 과테말라, 헝가리, 인도네시아, 이탈리아, 한국, 레바논, 말레이시아, 멕시코, 네덜란드, 뉴질랜드, 필리핀, 포르투갈, 러시아, 싱가포르, 남아프리카, 스웨덴, 대만, 터키, 미국

수입과일 및 커피브랜드 한국 5위안으로 비싸 스타벅스, 칠레산 와인 한국이 가장 비싸



〈스타벅스〉의 아메리카노가 한국이 가장 비싼 것으로 나타났다. (사)소비자시민모임(회장 김자혜)은 2014년 상반기(6월)와 하반기(10월) 두 차례에 걸쳐 미국, 일본, 중국, 영국, 프랑스, 호주 등 세계 13개국 주요도시에서 농축산물 및 가공식품, 25개 품목 42개 제품의 국제물가조사를 실시했다. 13개국 주요도시에서 25개 품목 42개 제품에 대한 국제물가 조사 결과 바나나, 체리, 오렌지 등 수입 과일 9개 품목 모두 한국이 13개국 중 상위(비싼 순) 5위 안에 드는 것으로 나타났다. 〈스타벅스〉 커피 아메리카노는 한국이 가장 비싼 것으로 나타났고, 카페라떼는 2위, 스타벅스 원두도 3위로 비싼 것으로 나타났다. 칠레산 와인(몬테스알파 까르네소비농)은 13개 국가 중 한국이 가장 비싼 것으로 나타났고, 하이네켄 맥주는 2위, 버드와이저 맥주는 3위로 비싼 것으로 조사됐다. 수입생수 4개 제품 중 2개 제품(볼빅, 아쿠아판나)은 한국이 상위 5위안에 들었고, 2개 제품(에비앙, 피지)은 한국이 6위, 탄산수 2개 제품(케틀슈타이너, 산펠레그리노) 모두 한국이 2위로 비싼 것으로 나타났다. 미닛메이드 오렌지주스(1.5L), 흰우유(1L), 펍시콜라(1.5L) 모두 13개국 중 상위(비싼 순으로) 3위로 나타났고, 코라콜라(1.5L)는 4위로 나타났다. 국내산 쇠고기 등심과 국내산 돼지고기 삼겹살은 13개 국가 중 가장 비싼 것으로 나타났고, 수입 쇠고기 등심(호주산)은 3위로 비싼 것으로 조사됐다. 조사 대상 국가는 2014년 세계경제순위, OECD 가입여부, 한국과

의 FTA 발효 등을 고려하여 13개 국가를 선정했다. 조사 대상 매장(유통업체)은 백화점, 대형마트(전문점), 일반슈퍼마켓 등 유통매장 유형별 1곳, 총 3곳을 선정, 유통매장을 직접 방문하여 소비자 판매가격을 조사했다. 이번 조사에 따라 FTA 체결 등으로 국내 소비자 가격이 인하 될 것으로 기대했으나, 실제로는 FTA 관세 인하 효과가 소비자에게 직접 미치지 못하고 있는 것으로 나타났다. 이에 FTA 체결로 인한 관세 인하 및 수입 물량 증가 및 환율 인하로 등으로 인한 수입 가격 인하 등의 혜택이 최종 소비자에게 직접 돌아 갈 수 있도록 유통 구조개선 등의 제도 개선이 필요할 전망이다. 특히 미국산 체리의 경우 2012년 FTA발효 직후에는 가격이 인하됐으나, 2013년 이후에는 오히려 가격이 인상된 것으로 조사됐다. 수입 과일을 포함한 수입 농산물의 경우 복잡한 유통구조를 거치면서 유통 마진이 높아지고 이는 최종 가격 상승 요인으로 작용되기 때문에 이에 대한 개선이 필요할 것으로 보인다. 또한 국제물가 조사 결과, 국내 커피 소비가 증가하고 커피 수입 물량이 계속해서 증가하고 있음에도 불구하고 커피 가격이 계속해서 상승하고 있는 것으로 나타났다. 수입 와인, 수입 맥주, 올리브오일, 치즈 등의 국내 판매 가격이 해외 다른 국가에 비해 비싼 것으로 나타나고 있다. 이에 소비자시민모임 관계자는 “국내 가격이 비싼 수입 제품에 대한 가격인하 노력이 필요하다”며 “이를 위한 수입·유통 구조개선 등의 대책 마련이 시급하다”고 말했다.

BRAND NEWS



(주)못된고양이 〈못된고양이〉 2015년 해외진출 본격 가동

지난해 한국프랜차이즈대상 시상식에서 산업부장관상을 수상한 〈못된고양이〉가 2015년에는 해외 진출을 보다 가속화할 전망이다. 미국의 뉴욕과 LA는 물론 중국과 일본에도 본격 진출을 앞두고 있는 〈못된고양이〉는 본사 조직을 강화하고 가맹점 교육 등 프랜차이즈 시스템을 다지는 데 주력하고 있다. 이를 위해 전문 컨설팅을 받거나 역량강화를 위한 교육시스템을 구축하는 등 세계적인 액세서리 브랜드로 발돋움하기 위한 물밑 작업을 한창 진행 중이다.



(주)김가네 동절기 스페셜 신메뉴 3종 출시

(주)김가네가 매년 정기적으로 펼치는 신메뉴 개발을 통해 고객들의 방문률을 높이고 있는 가운데 2015 동절기 스페셜 신메뉴 3종을 출시했다. 〈김가네〉 신메뉴는 쫄득한 감자옹심이와 쌀떡볶이가 푸짐하게 어우러진 매크롬달콤 '옹심이쌀떡볶이', 감자옹심이와 쫄깃한 면발이 들어간 시원한 쇠고기 칼국수인 '옹심이칼국수', 얼큰한 육개장과 칼국수를 함께 즐길 수 있는 일석이조 메뉴인 '육개장칼국수' 등 3종이다. 새롭게 선보인 메뉴는 고객 모니터링 및 가맹점주 설문조사, 메뉴테스트 등 다양한 선호도 조사를 바탕으로 트렌드와 대중성을 갖춘 자체개발 메뉴로 구성됐다.



(주)짐월드 한국집보리 '맥포머스 인벤터' 프로그램 론칭

글로벌 놀이·음악·아트 프로그램 기업인 한국집보리 (주)짐월드가 수학 창의 교구 '맥포머스'를 활용한 창의력 클래스 '맥포머스 프로그램'의 신규 프로그램 '맥포머스 인벤터'를 선보였다. 맥포머스 인벤터 프로그램은 기존 맥포머스 프로그램을 이용하는 연령대보다 조금 더 높은 연령대인 56개월~7세 어린이를 대상으로 하는 클래스다. 기존 맥포머스 수업에서 다루는 6가지 유아 수학 탐구 영역뿐 아니라 실생활 중심의 주제를 과학적인 방법으로 해결하는 과정을 통해 새로운 정보를 획득할 수 있어 보다 다양한 프로그램 선택이 가능하다.



(주)커브스코리아 '커브스 앱' 출시 기념 리뷰 이벤트 진행

여성만을 위한 30분 순환운동 여성전용 피트니스 프랜차이즈 〈커브스〉가 '커브스 앱'을 출시했다. 커브스 앱은 체형측정결과를 실시간으로 확인할 수 있는 나의 건강기록을 비롯해 다양한 기능을 선보여 회원들의 편의를 도울 예정이다. 커브스 앱은 회원 정보와 건강기록은 물론 매달 클럽에서 측정하는 체형분석결과를 실시간으로 확인할 수 있다. 칼로리 계산기 기능은 섭취한 음식물의 칼로리를 계산해 바로 확인할 수 있으며, 자신만의 생리 주기표를 만들 수 있어 예정일을 알 수 있고 운동 시 불편한 날을 확인할 수 있는 등 다양한 기능이 탑재돼 있다.



해마로푸드서비스(주) 한입에 쏘옥, 팝콘 만두 4가지 맛 출시

즉석조리한 수제버거로 성장가도를 달리고 있는 〈맘스터치〉가 최근 〈팝콘만두〉를 출시했다. 커리, 오리지널, 핫칠리, 어니언치즈 맛으로 구성된 이번 제품은 고단백 저칼로리로 다이어트에 좋은 닭가슴살을 사용해 담백하게 즐길 수 있다. 신제품은 전국 맘스터치 매장에서 찾아볼 수 있으며, '팝콘만두 커리'(3000원), '팝콘만두 오리지널'(2500원), '팝콘만두 핫칠리'(3000원), '팝콘만두 어니언치즈'(3000원) 등 다채로운 맛을 선보이고 있다. 닭고기의 원산지는 모두 국내산이며, 제품 구매 시 종이팩에 제공되며 일부 매장은 제외될 수 있다.



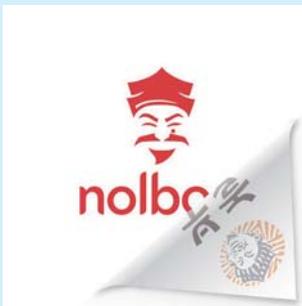
교촌에프앤비(주)
〈교촌치킨〉 3300여벌 소외계층 위해 기증

좋은 재료 바른 먹거리를 선도하는 교촌에프앤비(주)는 지난달 14일 9000만 원 상당의 의류 불용자산을 서울사회복지모금회(이하 사랑의 열매)에 기증했다고 밝혔다. 이날 전달된 물품은 유니폼 리뉴얼에 따라 발생된 동계점퍼, 티셔츠 등의 불용자산으로 총 3300여벌에 달한다. 기증된 물품은 사랑의 열매를 통해 따뜻한 의류가 필요한 소외된 이웃에게 전달 될 예정이다. 한편, 〈교촌치킨〉은 기업이념인 ‘나눔’을 전파하기 위해 원자재 출고량 1kg당 10원씩 적립하여 사회공헌기금을 조성해 소외계층을 위한 다양한 사회공헌 활동을 꾸준히 실천해 오고 있다.



비알코리아(주)
〈던킨도너츠〉 ‘프로도&네오 커플 세트’ 프로모션

〈던킨도너츠〉가 ‘프로도 핫초코’의 인기에 힘입어 ‘프로도&네오 커플 세트’ 프로모션을 지난 1월 12일부터 31일까지 진행했다. ‘프로도&네오 커플 세트’는 카카오프렌즈 캐릭터 ‘프로도’ 모양의 컵에 제공하는 핫초코와 ‘네오’ 캐릭터 모양의 도넛 팩에 도넛 3종(딸기우유 필드, 초코우유 필드, 밀크링)을 담아 함께 제공했다. 권장소비자가격은 5900원으로, 소비자들은 이번 프로모션을 통해 900원의 할인 혜택을 누릴 수 있다. ‘프로도 핫초코’ 컵은 총 6종, ‘네오’ 도넛 팩은 총 2종으로 소비자들에게 랜덤으로 제공됐다.



(주)놀부NBG
CI 교체 ‘글로벌 종합외식전문기업’으로의 DNA 강화

종합전문외식기업 (주)놀부NBG가 2015년 ‘글로벌 종합외식전문기업’으로의 힘찬 도약을 위해 기업이미지를 교체했다. 창립 28년을 맞은 놀부는 지난 10년간 사용한 아이덴티티를 과감히 버리고 세련된 새 기업이미지(CI)를 발표했다. 이는 올해를 “Destructive Revolution(파괴적인 혁신)”의 원년으로 지정해 보다 큰 역량의 글로벌 종합 외식전문기업으로 발돋움하겠다는 놀부의 강한 의지가 담겨있다.



(주)카페베네
〈카페베네〉 ‘이웃사랑맘 캠페인’ 진행

〈카페베네〉가 연말을 맞아 어려운 이웃에게 따뜻한 사랑을 전하는 ‘카페베네 이웃사랑맘 캠페인’을 진행했다. 12월 한 달 동안 〈카페베네〉 임직원과 청년봉사단은 함께 매주 주말마다 이웃 사랑 봉사활동에 나섰다. 또 지난 12월 6일(토)에는 서울 청량리역 근처의 밥퍼나눔운동본부를 찾아 노숙인 및 독거노인 점심 무료 배식활동에 참여해 따뜻한 커피 200잔을 후식으로 제공했으며, 7일(일)에는 경기도 용인에 위치한 장애인복지시설 생수사랑회를 방문해 월동용 땀감 전달 및 봉사활동을 실시했다.



(주)마세다린
닭강정 테이크아웃 1위 〈가마로강정〉

국내 닭강정 1위 기업을 자부하는 (주)마세다린은 12년의 치킨 프랜차이즈 전문 기업으로, 업계에서는 〈가마로강정〉이 지난 2년간 작은 규모의 매장으로도 월 매출 3000만 원 이상의 고 매출을 올리고 있다고 전했다. 특히 획기적인 인건비 절감시스템과 폭 넓은 고객층을 확보하고 있어 안정적인 수익창출이 가능한 2015년 유망창업 아이템으로 선정됐다. 〈가마로강정〉 홈페이지(www.gamaro.co.kr)에서는 실제 가맹점주의 생생한 운영스토리를 다루고 있으며, 사업설명회 신청도 가능하다.

BRAND NEWS



(주)세나클 카페 <세나클> 2015년 중국 100호점 목표

<세나클>은 중국 호북성 (주)수어만팅코스메틱(Wuhan Xuemanting Cosmetic Co., Ltd)과 함께 (사)한국프랜차이즈협회에서 중국 호북성 마스터 프랜차이즈 진출 확대를 위한 양해각서(MOU)를 체결했다. 이후 본격적인 사업이 진행돼 2014년 12월 6일 중국 호북성 무한 무상중원국제광장 1층 출입구에 130평으로 성황리에 오픈했다. 또한 2015년 4월 무한시에 가맹 2개점의 추가 오픈을 준비하는 현지 교육인력이 국내에서 교육 중에 있다.



(주)비알코리아 맛 '순수(秀)우유 아이스크림' 출시!

<베스킨라빈스>가 유기농 우유로 만들어 깨끗한 맛을 느낄 수 있는 1월 이달의 맛(FOM; Flavor of the Month) '순수(秀)우유 아이스크림'을 출시했다. 1월 이달의 맛인 '순수(秀)우유 아이스크림'은 설목장 유기농 우유로 만들어 더욱 신선하고 깨끗한 맛의 밀크 아이스크림이다. '순수(秀)우유 아이스크림' 권장소비자가격은 싱글레귤러 기준 2800원이다. <베스킨라빈스>는 1월 한달 간 이달의 맛 출시를 기념하여 '순수(秀)우유 아이스크림' 싱글레귤러 구매 시 기존 가격에서 500원 할인된 2300원에 제공하는 할인 혜택을 제공했다.



(주)웰빙을 만드는 사람들 <빵뜨락피자> '창업 오디션' 예비창업자 지원 나서

<빵뜨락피자>가 최근 예비창업자들을 대상으로 대대적인 창업지원 프로그램을 진행했다. 이번 창업오디션 '피자 창업의 神'은 피자창업에 대한 꿈과 열정이 있는 예비창업자들에게 창업 자금 마련에 대한 부담감을 줄여주고 피자 창업 성공의 노하우도 나눠주는 취지에서 기획됐다. 1년여에 걸쳐 총 28명의 대상자를 선정해 1인 당 7000만 원 상당의 창업비용(임대료 제외)을 지원하는 총 20억 원 규모의 대대적인 창업 지원 프로젝트로 배달업체 및 기타 창업 유경험자에게는 가산점을 부여, 내 가게 마련의 꿈을 꾸던 많은 청년 창업자들에게 특히 큰 기회로 작용할 것이라 기대된다.



(주)치어스 정한 대표이사 '연세경영자상' 수상

(주)치어스 정한 대표이사가 연세대학교 경영전문대학원 총동창회가 주관하는 '연세경영자상'에 선정돼 '제34회 연세경영인의 밤' 행사에서 수상했다고 밝혔다. 정한 대표는 현재 연세대 경영전문대학원 FCEO 과정 6대 총동문회장과 지난 4월에 연세대 미래교육원이 20년 만에 발족한 총동문회 초대 총동문회장으로 선임됐다. 정한 대표는 "이번 수상의 의미는 동문과 프랜차이즈 산업발전과 육상 주니어 우수선수 발굴에 더 봉사하고 노력하라는 뜻으로 여기고 맡은 바 책임을 다하겠다"고 전했다.



(주)채선당 겨울 시즌메뉴 '대게'와 '새조개' 출시

(주)채선당이 겨울 시즌 메뉴로 <채선당SHABU>의 '새조개샤브샤브'와 <채선당PLUS>의 '너도대게샤브'를 각각 출시했다. 겨울철 국민들에게 큰 사랑을 받고 있는 수산물 '너도대게'와 '새조개'를 활용한 샤브샤브 메뉴를 개발한 것이다. <채선당SHABU>의 겨울메뉴 '새조개샤브샤브'를 지난해 12월 12일부터 전국 300여개의 <채선당SHABU>매장에서 맛볼 수 있게 됐다. (주)채선당 관계자는 "고급수산물로 알려진 대게와 새조개를 합리적 가격으로 풍성하게 즐길 수 있도록 해 고객들에게 보다 큰 즐거움과 만족감을 선사하고자 한다"고 전했다.



(주)제이앤티
한국의 컵밥, 싱가포르 진출한다

한국의 글로벌 외식기업 (주)제이앤티가 말레이시아, 독일, 인도네시아, 홍콩에 이어 동남아 외식시장의 최대 관문인 싱가포르에 진출한다. (주)제이앤티의 컵푸드 브랜드 <더컵>은 지난달 9일 (사)한국프랜차이즈산업협회에서 싱가포르 피자전문브랜드 캐네디언241(Canadian241)을 운영하는 기업가 Mrs.용(YONG YOKE MUI KELLLY)과 마스터프랜차이즈 계약식을 성사시켰다. 이번 <더컵>의 마스터프랜차이즈 계약은 (주)한국프랜차이즈산업협회 주관으로 지난 10월 16일부터 18일까지 '2014 싱가포르 프랜차이즈박람회' 현장에서 MOU를 체결 후 맺는 정식 계약식이었다.



사과나무(주)
<커피베이> 해외진출 중국 매년 10개 이상 오픈

<커피베이>는 지난 12월 21일 중국 샤브샤브 브랜드인 리틀 핫 래빗(Little Hot Rabbit)과 중국 광둥성 및 섬서성 지역에 가맹사업을 할 수 있는 마스터프랜차이즈 계약을 체결했다. <커피베이>와 리틀 핫 래빗은 2013년 10월부터 꾸준한 미팅과 방문을 이어가며 신중히 논의했으며, 마스터프랜차이즈 계약을 성사시켰다. <커피베이>는 리틀 핫 래빗을 통해 중국 상업 중심지, 메인 스트리트 중심지로 100명 이상의 대형 매장을 오픈할 예정이며, 2015년 3월 중국 2호점을 열게 된다.



(주)오니규
<오니기리와이규동> 중국에 1호점 진출

한국 토종브랜드 <오니기리와이규동>이 중국 베이징에 1호점을 오픈했다. 중국 베이징 1호점은 기본 메뉴 라인을 유지하되 현지화에 초점을 두고 있다. 모든 재료는 현지에서 직접 조달해 조리, 현지인들의 입맛에 맞췄다. 이를 위해 본사 조리 R&D팀이 중국 현지 파트너에 메뉴 개발 및 교육을 전수했고, 인테리어팀도 베이징 소비자들의 특성과 점포 규모 등을 감안하여 매장을 디자인했다. <오니기리와이규동> 관계자는 "베이징을 거점으로 텐진 등으로 진출하며 사업을 확장할 계획"이라고 밝혔다. <오니기리와이규동>은 중국 사업이 안정 궤도에 올라서면 필리핀, 말레이시아, 싱가포르 등 동남아 지역에도 진출한다는 계획이다.



(주)크린토피아
<크린토피아> '2015 의기양양 페스티벌' 진행

<크린토피아>는 2015년 양띠의 해를 맞아 고객들에게 실속 혜택을 제공하는 '2015 의기양양 페스티벌'을 지난달 21일까지 진행했다. 이벤트는 매장에서 2만 원 이상 결제 시 새해 달력을 증정하는 것으로, 달력에는 2015년 한 해 동안 <크린토피아> 매장에서 사용할 수 있는 쿠폰 3종(1만 3000원 상당)이 들어있다. 또한 달력에 할인 쿠폰까지 더해 1석 2조의 혜택을 누릴 수 있어 경제적이다. 행사 참여 시 기존 상품권 사용 및 할인, 타 쿠폰 사용 금액은 제외되며 1인 1회 증정, 3만 장 한정으로 조기 소진될 수 있다.



본아이에프(주)
'아침엔 본죽' 2개 이상 구입 시 하루견과 무료 증정

<본죽>이 2015년 새해를 맞아 '아침엔 본죽' 구매 고객을 대상으로 '하루견과'를 증정했다. 이번 이벤트는 전국 1200여 개 <본죽> 가맹점에서 지난 1월 31일(토)까지 진행됐으며, '아침엔 본죽'을 2개 이상 구입하는 고객에게 땅콩, 잣 등 견과류가 골고루 들어간 하루견과를 선착순 제공했다. 한편 <본죽>은 '통단팥죽', '꿀호박죽', '한우사골죽', '누룽지담죽'까지 총 4종의 '아침엔 본죽'을 판매하고 있다.

BRAND NEWS



(주)SFC 〈샤브향〉 2015년은 업계 1위 확고히 할 것

〈샤브향〉은 2월 200호점 오픈을 앞두고 2015년 경영계획과 목표를 밝혔다. 〈샤브향〉은 2008년 론칭 후 2011년 100호점을 돌파하는 등 현재까지 꾸준히 성장해오고 있다. 질적 성장을 도모해 온 〈샤브향〉의 가맹점 수는 타 브랜드에 뒤지지만 가맹점주 수익률 부문 1위 자리를 지키며 재계약과 추가계약이 많은 브랜드다. 〈샤브향〉 김창도 대표는 “〈샤브향〉은 올해 가맹점주 수익률 부문 1위 자리는 물론, 가맹점주가 돈 버는 프랜차이즈라는 이미지를 이어가며 2월 200호점 돌파에 이어 2년 내 가맹점 300호점 오픈을 목표로 할 것”이라고 말했다.



(주)SPC그룹 〈파리바게뜨〉 전무후무 올레멤버십 혜택

〈파리바게뜨〉가 오는 2월 28일까지 ‘전무후무 올레멤버십 신규 제휴 혜택’을 진행한다. 전무후무 올레멤버십은 포인트 차감 할인을 VIP 회원은 최대 15%, 일반 회원은 최대 10%까지 할인하는 혜택이다. 포인트 차감 사용은 1일 1회로 제한하며, 매주 화요일 VIP는 20% 할인, 일반회원은 15%할인을 받을 수 있다. 해피포인트 추가 혜택은 결제금액의 0.5%를 적립할 수 있다.



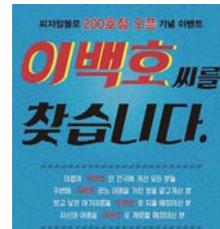
(주)꼬레뱅 〈보나베피〉 와인아카데미 개설해 눈길

〈보나베피〉가 지난 1월 와인아카데미를 개설해 눈길을 끌었다. 이 회사는 사내직원 및 외부인을 대상으로 하는 4주 과정의 〈보나베피〉 와인아카데미를 서울 충무로 티마크 호텔 1층에 교육장을 마련하고 개설했다. 강의 1주차는 와인의 특성과 코르크 마개 오픈, 2주차는 양조과정, 3주차는 와인 테스팅, 4주차는 조동천 대표가 와인의 전반적인 내용 등을 진행해 와인에 대한 기본 상식을 제공한다.



(주)대대에프씨 〈바보스〉 2015년 첫 사업설명회 성황리에 개최

(주)대대에프씨 〈바보스〉가 지난 1월 23일 영창점에서 사업설명회를 성황리에 마쳤다. 사업 설명회는 체험창업(점주체험프로그램) 설명 및 접수와 성공창업의 필수 조건으로 진행됐으며, 특전으로는 참석자 계약 시 주방물품을 일부 지원(350만원)해 눈길을 끌었다. 아울러 회사 관계자는 “2015년 첫 사업설명회인 감성 충전소 〈바보스〉는 예비창업자에게 성공 창업의 꿈을 지원하고 있다”며, 많은 관심을 기대했다.



(주)알블로F&C 〈피자알블로〉 ‘이백호씨를 찾습니다’ 이벤트

〈피자알블로〉가 200호점 돌파 기념으로 ‘이백호씨를 찾습니다’라는 독특한 슬로건으로 전국의 ‘이백호’라는 이름을 가진 고객을 대상으로 이벤트를 개최했다. 행사는 지난 1월 15일부터 2월 4일까지 진행한 행사로 자신의 이름이 ‘이백호’인 사람은 지인 최대 3명과 함께 매장에 방문하면 〈피자알블로〉 수제 피자과 맥주를 즐길 수 있는 이벤트다.



(주)이수푸드빌
〈거성치킨〉 남은 치킨 맛있게 먹는 비밀 노하우 이벤트

〈거성치킨〉이 지난 2월 2일부터 오는 22일까지 '남은 치킨을 대하는 당신의 자세'라는 주제로 이벤트를 개최한다. 이벤트는 남아있는 치킨을 먹을 수 있는 자신만의 노하우를 〈거성치킨〉 공식 블로그에 비공개 댓글로 남기면 된다. 경품은 〈스타벅스〉 아메리카노 기프트콘을 20명에게 제공하며 당첨자 발표는 23일 홈페이지를 통해 발표한다.



제너시스그룹
〈BBQ〉 티몬, BBQ치즐링+콜라1.25L 3000원 할인

〈BBQ〉가 티몬에서 BBQ치즐링+콜라1.25L를 오는 2월 18일까지 3000원을 할인하는 이벤트를 진행한다. 이번 신 메뉴 첫 프로모션으로 진행되는 BBQ 신메뉴 할인 행사는 치킨 주문 시 콜라를 제공하며, 전국 지점 어디서나 배달이 가능하다. 이번 행사는 선착순 쿠폰 1만5000매가 한정, 판매되며 2만500원에서 5% 할인된 1만9500원으로 판매된다.



(주)이지코퍼레이션
〈반딧불이〉 10주년 기념 천연 수제비누 증정

〈반딧불이〉가 창업 10주년을 기념으로 천연 수제비누를 증정한다고 밝혔다. 〈반딧불이〉는 올해 창업 10주년을 맞아 40만 원 이상 고객에게 4만원 상당의 천연 수제비누 1박스를 제공한다. 반딧비누는 일체의 화학물질이 함유돼 있지 않은 제품으로 시공을 받은 해당 가맹점을 통해 제공받을 수 있다.



(주)에프앤디파트너
〈와라와라〉 사진 찍고 생맥주 1인잔 무료 이벤트

〈와라와라〉 종각1호점이 이전 오픈기념 이벤트를 개최했다. 행사는 종각 1호점 현수막 사진을 찍어오는 고객들에게 생맥주(300ml)를 무료로 제공하는 행사를 펼쳤다. 1인 1잔이 제공되는 이 행사는 금요일과 토요일을 제외하고 매장을 찾은 이들에게 맥주를 제공했으며, 요일마다 색다른 테마로 꾸며 고객을 맞이했다.



(주)해피푸드
〈김영희강남동태집〉 가맹점주 조리교육 펼쳐

〈김영희강남동태집〉이 지난 1월 오픈한 노랑진 점에서 조리교육을 진행했다. 담당점주와 담당SV가 함께 교육한 이번 현장에서는 매장 오픈 전 확실한 조리이해를 통해 동태집의 맛을 전하기 위한 노력이 엿보였다. 〈김영희강남동태집〉은 업종변경 및 재창업을 희망하는 영세사업자들을 대상으로 '더불어 대박내기' 행사도 꾸준히 펴오고 있다.

BRAND NEWS



(주)이지에프앤비
실질적인 혜택과 톡톡 지원 <비어스탑> 가족 모집

(주)이지에프앤비가 소자본으로 성공창업을 꿈꾸는 예비창업자를 응원하고 실질적인 도움이 되고자 프리미엄 스몰비어 <비어스탑> 개설시 파격적인 톡톡 혜택 3가지를 선착순 10호점까지 제공한다고 지난 1월 12일 밝혔다. 첫째, 가맹계약 시 가맹사업자가 가맹본부에 지불하는 가맹비 전액을 무료로 진행한다. 둘째, 이론과 조리교육 및 매장 실습할 때 발생하는 모든 교육비를 받지 않는다. 셋째, 오픈 후 1개월간 점주가 매장운영 시 전문 인력이 밀착 지원한다. 소자본성공창업을 위해 홈페이지(beerstop.kr)를 참고하거나 무료 상담전화(080-723-7080)로 문의하면 된다.



(주)푸드존
<피자마루> '장밋빛 연인들' 제작지원 PPL

<피자마루>가 MBC 주말드라마 '장밋빛 연인들'을 제작지원하며 인지도를 넓히고 있다. 그린티 웰빙도우로 건강에 좋은 피자전문점을 표방하는 <피자마루>는 12가지 곡물로 만든 도우와 자연산치즈로 품질향상을 추구하며, 드라마산업에도 지원을 넓히고 있다. 아울러 최근에는 주인공 배우 한선화가 스태프들에게 <피자마루>로 깜짝 간식 선물해 눈길을 끌었다.

(주)이안에프앤비
<꼬지마루> 따끈한 탕과 얼큰한 요리에 직장인들 유혹



(주)이안에프앤비에서 운영 중인 한국식 수작 프리미엄 꼬치구이 전문점 <꼬지마루>가 합리적인 가격대의 맛과 세련된 매장의 멋을 즐길 수 있는 주점으로 최근 각광 받고 있다. <꼬지마루>는 한국식 꼬치구이 주점으로 우리 입맛에 맞는 수작 프리미엄 꼬치를 세련된 분위기 속에서 즐길 수 있는 신개념의 꼬치구이 주점으로 매콤하고 뜨끈한 국물요리 및 맛있는 꼬치구이까지 다양한 안주와 함께 즐길 수 있다. 한편, 한국식 수작 프리미엄 꼬치구이전문점 <꼬지마루>의 창업관련 궁금한 사항은 홈페이지(www.cozymaru.com)나 무료전화(080-719-5252)로 문의하면 된다.



(주)SY프랜차이즈
우수프랜차이즈지정 기념 창업비용 총 3억원 규모 지원

숯불꼬치구이전문점 <꼬지사계>가 우수프랜차이즈 지정을 기념해 예비창업자들에게 총 3억원 규모의 파격적인 창업할인혜택지원을 한다고 밝혔다. 중소기업청과 소상공인시장진흥공단이 주관하는 2014 프랜차이즈 수준평가에서 높은 점수를 획득하며, 이자카야 프랜차이즈로는 유일하게 우수프랜차이즈로 선정됐다. 꼬지사계의 (주)SY프랜차이즈 김성운 대표는 "장기화되는 경기침체와 잘못된 창업으로 인해 폐점을 이 증가하고 있어 매우 안타깝게 생각하고 있다"며 "무거운 예비창업자들의 마음의 짐을 조금 이나마 줄여 드리고 싶었다"라고 전했다.



(주)굿투비
<불소식당> 신학기 장학금 이벤트

<불소식당>이 신학기 이벤트를 2월 28일까지 각 매장에서 진행한다. 이 행사는 학생자녀와 함께 방문하는 고객을 대상으로 진행하는 이벤트로 가족사랑 이벤트 응모권으로 응모가 가능하다. 당첨자 발표는 오는 3월 15일 개별 연락 및 홈페이지를 통해서 확인가능하다. 1등 당첨자 1명에게는 1학기 대학등록금, 2등 3명에게는 가족사진 촬영권, 3등 100명에게는 <불소식당> 시식티켓을 제공한다. 자세한 사항은 홈페이지(www.bullso.co.kr)에서 확인 가능하다.



(주)아로마무역
〈양키캔들〉 매월 '이달의 향'을 선정해 25% 할인

〈양키캔들〉이 매월 '이달의 향'을 선정해 25% 할인한다. 〈양키캔들〉 한국공식수입원 (주)아로마무역은 시즌에 어울리는 '이달의 향'을 매월 선정해 25% 할인한다고 지난달 14일 밝혔다. 1월에는 '유칼립투스'를 선정해 자캔들, 보티브, 타트, 티라이트 등 전 품목을 할인했다. '이달의 향' 유칼립투스는 전국 140여 개의 〈양키캔들〉 매장에서 구입이 가능하며, 지난 19일부터 23일까지 5일간 진행됐다.



장수돌침대(주)
〈장수돌침대〉 2015 신년 이벤트 진행

〈장수돌침대〉가 2015년 을미년을 맞아 신년 이벤트를 1월 한 달 동안 진행했다. 행사기간 중 〈장수돌침대〉를 구입한 모든 고객에게 돌침대전용패드, 가죽베개와 침대턱패드를 사은품으로 증정했다. 한편, 〈장수돌침대〉는 지난 20여 년 동안 돌침대로 시작해 옥돌침대, 맥반석침대, 황토석침대, 해주옥침대, 히말라야 연옥침대, 솟침대, 옷한지 흙침대, 옷한지 솟침대 등 다양한 건강 침대를 전문으로 제조·판매하며 고객들로부터 큰 사랑을 받고 있다.



(주)이바돔
제주돈육가공 전문업체 '정록'과 MOU체결

지난 12월 8일 외식문화컨텐츠기업 (주)이바돔은 제주돈육가공 전문업체 '정록'과 MOU협정을 체결했다. 이바돔 인천 본사에서 진행된 이번 협정식에서 양사는 전문 인력 접촉과 정보 교류에 적극 임해 우호관계를 증진하고, 양사 간의 운영 및 경영 활동에 대한 자문 지원에 상호 협조하기로 약정했다. 특히, 육가공, 유통, 외식업 전문가들로 구성된 양사는 이번 협정으로 제주특별자치도 지역 발전과 양사 간의 상생 및 가치경영을 도모하기 위해 호혜적 차원의 협력 관계를 구축함으로써 양사 간의 상호발전과 사회적 가치기여에 목적을 둔다.



(주)BPR
2014 하반기 바푸리 사랑나눔 행사

2014년 하반기 바푸리 사랑 나눔 장학금 수여 및 사랑의 쌀 전달식이 지난 1월 13일 (주)BPR 창업 교육실에서 진행됐다. 바푸리 사랑 나눔 행사는 어려운 이웃과 희망을 꿈꾸는 장학 어린이들에게 행복을 나누는 자발적인 봉사활동으로써 다양한 사회공헌을 전대하여 기업의 사회적 책임을 다하는 데 앞장서고 있다. 이날 행사에는 일산 식사점, 인천 산곡점, 경기 광주 이마트점 대표들이 직접 추천한 장학 어린이와 학부모, 가맹점 대표, 본사 직원들이 함께해 지역사회와 소통하며 따뜻한 정을 나누는 시간이 됐다.



(주)압구정
〈돈치킨〉 50%할인 이벤트

〈돈치킨〉이 2015년 신 메뉴 출시기념 매장이벤트를 지난 1월 5일부터 2월 5일까지 한 달간 진행했다. 〈돈치킨〉의 풍성한 치킨 신 메뉴를 겨울 시즌메뉴와 함께 즐길 수 있는 행사로써 오븐순살토마토치킨 혹은 오븐순살크림치킨 주문 시 겨울시즌메뉴(해물누룽지탕 혹은 해물짬뽕탕)를 50%할인하는 행사로 진행됐다.

NEWS LOUNGE

3월 · 4월

제8기 FC 가맹본부 핵심인재 양성과정	제6기 외식경영 관리자 전문가 과정
기 간 2015년 3월 31일(화) ~ 4월 2일(목)	기 간 2015년 3월 31일(화) ~ 5일(목)
교육장소 (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)	교육장소 (사)한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
비 용 회원사 18만 원, 비회원사 20만 원(부가세별도)	비 용 회원사 20만 원, 비회원사 22만 원(부가세별도)
목 적 업종에 맞는 인테리어 실무를 학습하여 매출향상에 기여	목 적 고객의 건강을 위한 외식경영과 안전한 식품을 제공하기 위한 전문가 양성

제2기 KFCEO 명품과정	제21기 맥세스 실무형 프랜차이즈 과정
기 간 2015년 3월9일~6월 29일	기 간 2015년 3월 7일(토) ~ 6월 20일(토) (총 15주)
교육장소 서울 팰라스 호텔	교육장소 (주)맥세스 교육장
비 용 500만 원 (회원사 30% 할인혜택)	비 용 195만 원
목 적 신성장동력산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외진출 및 최고경영자의 경영역량 강화와 경영자들의 전략적인 비즈니스 네트워크를 형성하고자 함.	목 적 프랜차이즈에 대한 전문성 및 실무능력을 배양시켜 실무형 프랜차이즈 전문가 육성

제2기 프랜차이즈 가맹점 성공전략	제8기 가맹본부 핵심인재 양성과정
<p>기 간 2015년 3월 26일(목)</p> <p>교육장소 (사)한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)</p> <p>비 용 회원사 2만 원, 비회원사 3만 원(부가세별도)</p> <p>목 적 가맹점을 대상으로 한 전문화된 교육으로 안정되고 지속가능한 프랜차이즈 시스템을 지원하며 프랜차이즈 시스템의 건강한 발전에 기여</p>	<p>기 간 2015년 3월 31일(화) ~ 4월 2일(목)</p> <p>교육장소 (사)한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)</p> <p>비 용 회원사 20만 원, 비회원사 22만 원</p> <p>목 적 프랜차이즈 가맹본부의 핵심 인재 양성 현장에서 겪는 현장관리 생산성 향상 기술 개발 등 실무 교육</p>
제6기 외식경영관리사 전문가 과정	제7기 외식점포 인테리어
<p>기 간 4월 7일(화) ~ 9일(목)</p> <p>교육장소 (사)한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)</p> <p>비 용 회원사 18만 원, 비회원사 20만 원</p> <p>목 적 고객의 건강을 위해 외식경영과 안전한 식품을 제공하기 위한 전문가 양성 자체적인 위생관리 가능</p>	<p>기 간 4월 15일(수) ~ 16일(목)</p> <p>교육장소 (사)한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)</p> <p>비 용 회원사 18만 원, 비회원사 20만 원</p> <p>목 적 업종에 맞는 인테리어 실무를 학습하여 매출향상에 도움</p>
제32기 상권분석 아카데미	
<p>기 간 4월 22일(수) ~ 23일(목)</p> <p>교육장소 (사)한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)</p> <p>비 용 회원사 18만 원, 비회원사 20만 원</p> <p>목 적 상업용 부동산의 시장 환경 이해와 상권분석의 전문지식 습득 과학적 이론 + 경험적 실무중심의 상권과 입주조건 분석기법을 전수</p>	

* 2014년 11월 *November*

November

- 1일 프랜차이즈경영학회 추계학술대회, 협회장님 연세대학교 강의
- 3일 KFCEO 명품 과정 5주차
- 6일 실전 점포개발(내 점포 구하기)과정 1일차, 2014 프랜차이즈산업 실태조사 중간보고회, 직업능력개발원 교육 컨소시엄 현장 컨설팅, 특허청 해외 상표권 등록지원사업회의
- 7일 프랜차이즈 해외진출 국가별 전략 세미나
- 10일 KFCEO 명품 과정 6주차, 연대FCEO 총동문회장배 골프대회, 유등산업연합회 홈페이지 구축사업 최종보고회
- 11일 실전 점포개발(내 점포 구하기)과정 2일차, 13차 사회봉사, 한국아시아우호재단 회의, 산업위 예산 심의
- 13일 실전 점포개발(내 점포 구하기)과정 3일차, 청년위원회 미팅
- 14일 15년 산업부 예산 예결위 심의 대비 회의
- 15일 외식경영학회 추계학술 대회
- 17일 중국, 대만 프랜차이즈 시장조사(산업부 정책연구, 한국-인도 비즈니스 협력 포럼, 제33회, 제34회 프랜차이즈 산업 박람회 협의
- 18일 실전 점포개발(내 점포 구하기)과정 4일차, K프랜차이즈 쇼케이스 in 상해&대련, 국방대학원 강의, 한국-인도 비즈니스 협력 포럼 중국, 대만 프랜차이즈 시장조사(산업부 정책연구), 한국아시아우호재단 미팅, 송년회 밥퍼 나눔행사 사전 미팅
- 19일 K프랜차이즈 쇼케이스 in 상해&대련, 중국, 대만 프랜차이즈 시장조사(산업부 정책연구) KFCEO 명품과정 문화행사, 한국-인도 비즈니스 협력 포럼, 제33회, 제34회 프랜차이즈산업박람회 계약 미팅
- 20일 실전 점포개발(내 점포 구하기)과정 5일차, K프랜차이즈 쇼케이스 in 상해&대련, 한국-인도 비즈니스 협력 포럼 중국, 대만 프랜차이즈 시장조사(산업부 정책연구), 라오스 코라오그룹 협약 및 사전답사
- 21일 K프랜차이즈 쇼케이스 in 상해&대련, 중국, 대만 프랜차이즈 시장조사(산업부 정책연구) 한국-인도 비즈니스 협력 포럼, 라오스 코라오그룹 협약 및 사전답사
- 22일 K프랜차이즈 쇼케이스 in 상해&대련, 중국, 대만 프랜차이즈 시장조사(산업부 정책연구), 라오스 코라오그룹 협약 및 사전답사
- 23일 라오스 코라오그룹 협약 및 사전답사
- 25일 실전 점포개발(내 점포 구하기) 과정 6일차, 정책위원회 회의, 베트남 유등·물류 담당 공무원 대상 간담회 가맹사업진흥법 회의, 제6기 FC가맹본부 핵심인재 양성과정, 농식품부 국내산 김치 사용 확대회의
- 26일 농식품부 간담회, 제6기 FC가맹본부 핵심인재 양성과정, 2014 전국소상공인대회 2014 후원야회 '사랑이 사람을 키웁니다', 중국 IP-DESK 현지 조사 및 협의
- 27일 실전 점포개발(내 점포 구하기)과정 7일차, 제6기 FC가맹본부 핵심인재 양성과정, 중국 IP-DESK 현지 조사 및 협의 한국디자인진흥원 미팅
- 28일 KFCEO 명품과정 워크샵, 중국 IP-DESK 현지 조사 및 협의, 해외진출 타당성 조사 회의
- 29일 KFCEO 명품과정 워크샵, 11월 정기 산악회, 프랜차이즈학회 추계학술대회

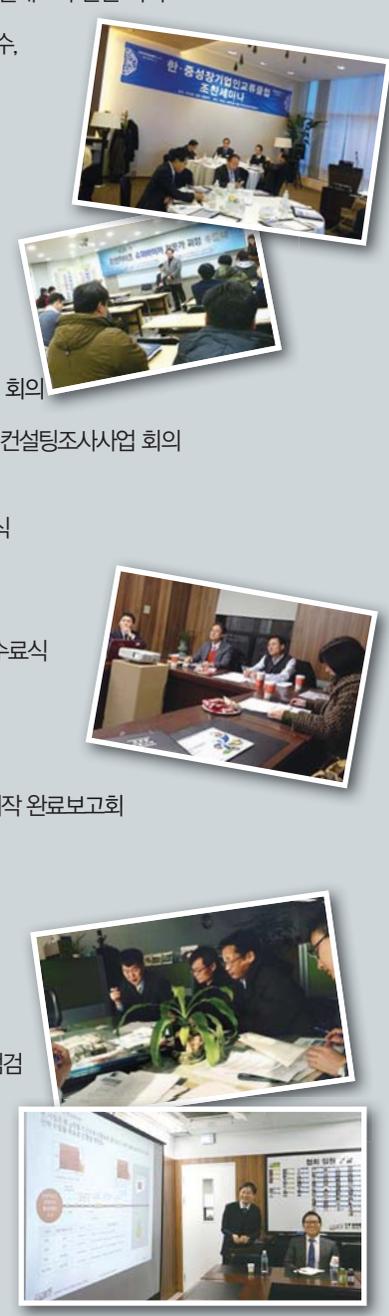


SCHEDULE

December

* 2014년 12월 *December*

- 1일 송년회 2부 행사 관련 미팅
- 2일 산업부 정부지원예산(안) 국회 상정, (주)해마로푸드서비스 물류센터 준공식, 프랜차이즈산업 실태조사 관련 회의
- 3일 한식재단 한식협의회 2차 회의, 유통위원회 제22차 본회의, 식약처 위생교육전문기관 서류접수, 농식품부 국내산김치 사용 확대회의
- 4일 K-Franchise 홈페이지 회의
- 5일 맞춤형 종합정보제공 해외 3개국 조사 결과보고회
- 6일 한국도예협회 창립5주년 기념행사
- 7일 한아시아재단 유학생 행사
- 8일 KFCEO 명품과정 10주차
- 9일 고문단 및 회장단 송년모임, 더덕 마스터프랜차이즈 계약 체결식, 협회 회원사 유치 홍보TF팀 회의
- 10일 프랜차이즈산업 정책 및 조사사업 종료, 2회 한중기업인 교류 조찬세미나, 해외진출 타당성·컨설팅조사사업 회의, 2014 나눔송년회(청량리 밥퍼 나눔운동본부) 행사 미팅
- 11일 서비스산업총연합회 서비스산업규제개선 대 토론회, 16기 프랜차이즈 최고전문가 과정 수료식, 부울경지회 나눔,봉사 후원의 밤, 프랜차이즈 최고전문가 과정 송년회, 정승 식약처장 면담, 2015년 금융사업 관련 회의, 언론중재위원회 언론분쟁 교육
- 13일 제24기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 수료식, 제20기 맥세스 실무형 프랜차이즈과정 수료식
- 15일 연세대 FCEO 송년의 밤, KFCEO 명품과정 11주차
- 16일 세계일류상품 육성사업 지원제도 설명회, 새누리당 중소기업특별위원회 출범식
- 17일 리스스테이크갤러리 오픈식, 소상공인시장진흥공단 시상식, K-Franchise 홈페이지 콘텐츠 제작 완료보고회
- 18일 30기 상권분석 전문가 과정
- 19일 30기 상권분석 전문가 과정, 대구 경북지회 송년회
- 20일 제8기 FC슈퍼바이저 자격시험(1차), 제 26기 연세대 FCEO 수료식
- 22일 2014 나눔송년회, 맞춤형 종합정보 제공 결과 보고회
- 23일 한국프랜차이즈산업협회 사무국 송년회, 2014년 실태조사 사업평가, 국가보조금 집행 사전 점검, 2014 대한민국마케팅대상 시상식, 국산김치 사용 자율표시제 관련 회의
- 26일 마스터프랜차이즈 표준계약서 결과보고회, 유통산업연합회 운영위원회 개최
- 27일 제8기 FC슈퍼바이저 자격시험(2차)
- 29일 KFCEO 명품과정 13주차
- 31일 마스터프랜차이즈 표준계약서 결과보고회



협회 일정 및 협회장 동정

* 2015년 1월 *January*

January

- 5일 산업부 말레이시아 현지 조사, KFCEO 명품과정 신년회
- 6일 산업부 말레이시아 현지 조사
- 7일 서비스산업총연합회 신년회, 산업부 말레이시아 현지 조사
- 8일 가칭 '2015 외식프랜차이즈박람회' 관련 미팅, 해외 3개국 조사 내용 발표, 산업부 말레이시아 현지 조사
- 9일 산업부 말레이시아 현지 조사
- 12일 2015 신년하례식 및 제4차 글로벌 프랜차이즈포럼, 3차 글로벌외식기업협의회 회의, KFCEO 명품과정 14주차
- 13일 프랜차이즈 가맹점 성공전략
- 14일 청년위원회 신년회
- 15일 전북지회장 이취임식, 감사원 국가보조금 주관기관 특별감사
- 16일 감사원 국가보조금 주관기관 특별감사
- 19일 KFCEO 명품과정 15주차, 감사원 국가보조금 주관기관 특별감사
- 20일 감사원 국가보조금 주관기관 특별감사, 대만/싱가포르 결과 보고 회의
- 21일 감사원 국가보조금 주관기관 특별감사, 2015 프랜차이즈 트렌드 좌담회
- 22일 특허청 간담회
- 23일 KFCEO 명품과정 졸업여행, 한국은행 서비스업종 경기동향 간담회
- 24일 한국외식산업경영학회 학술대회, KFCEO 명품과정 졸업여행
- 25일 KFCEO 명품과정 졸업여행
- 26일 KFCEO 명품과정 16주차
- 27일 제7기 FC 가맹본부 핵심인재 양성과정, 특허청 브리핑, 15년도 제회 정책위원회, 유통위원회 위원장 및 부위원장단 만찬
- 28일 제7기 FC 가맹본부 핵심인재 양성과정, 농림부 예산 관련 미팅, 충북지회 지회장 이취임식, 서울대 외식과정 취임식
- 29일 제7기 FC 가맹본부 핵심인재 양성과정, 경기도 생활체육회 협업 상담
- 30일 '15년 산업부 예산 보고, 연세대 외식과정 김순금 이사 회장 취임, C-Festival 관련 미팅



NEWS LOUNGE

..... 신규 회원 가입 현황

신규 회원 가입 현황

	업체명	브랜드명	업종	대표자	신청일	비고
정회원	장수에프앤비(주)	장수가	서비스업	정현정	2014.09.16	
	(주)한경기획	봉구비어	도소매업	한경민	2014.09.17	
	(주)현진푸드빌	요거프레소	외식업	김종열	2014.10.07	
	(주)김명자	김명자낙지마당	외식업	신재원	2014.10.27	
	(주)덤인	덤인	서비스	정경자	2014.10.29	
	(주)라이온에프지	까사밍고	도소매업	박대순	2014.11.21	
	(주)부농에프앤에스	부농	도소매업	강상희	2014.11.26	
	(주)영원외식산업	국민전통갈비	제조업	이윤호	2014.12.02	
	(주)에당	피자에당, 오븐에빠진닭	외식업	공재기	2014.12.19	
	(주)글로벌비전코리아	단거판다, 스노우후루츠	도소매업	이명복	2015.01.06	
	(주)전진인터내셔널	일품양평해장국	서비스업	이권호	2015.01.06	
	디비에프앤비	달봉감자	도소매업	김달현	2015.01.08	
	(주)다온에프앤씨	바비박스	외식업	신정화	2015.01.15	
	(주)케이비티	토스트굽는사람들	제조업	조성대	2015.01.23	
	준회원	(주)크래들코리아	책 읽어주는 도서관	서비스업	최성민	2015.01.28
(주)피에스피에프앤디		땡잡았다, 땡주막	도소매업	박상용	2015.01.29	
(주)씨웍스엠앤씨		씨웍스엠앤씨	도소매업	유충열	2014.09.25	
(주)더밥스코리아		엠엔스타 노래뮤비방	서비스업	양승우	2014.09.25	
스트릿츄러스		스트릿츄러스	도소매업	소상우	2014.10.20	
(주)츄름		호미빙	도소매업	유상무	2014.12.22	
(주)씨드앤너츠		씨드앤너츠	서비스업	문현철	2014.12.24	
(주)파리클라라컴퍼니		파리클라라	서비스업	서근남	2015.01.23	
(주)한창이앤피		황금소	서비스업	김현숙	2015.01.28	

협력회원

업체명	업종	대표자	신청일	비고
(주)페이뱅크	서비스업	박상권	2014.09.27	
JAS	서비스업	이종연	2014.09.29	
이안국제특허	서비스업	장완수	2014.12.12	
디자인큐박스	서비스업	김제현	2015.01.06	
(주)에이씨알텍	제조업	정수철	2015.01.09	
동희(주)	제조업	김종섭	2015.01.27	
(주)데어리랜드	제조업	김낙규	2015.01.28	
(주)일진생동플랜트	제조업	마경선	2015.01.30	
(주)서울에프앤비	도소매업	오덕근	2015.01.30	

제8회 슈퍼바이저 자격인증 합격자

순번	성명	업체명	순번	성명	업체명
1	고준희	(주)부자이웃	14	윤나래	개인
2	김도균	케이지푸드시스템	15	우석진	김가네
3	김미지	개인	16	임성욱	세종대학교
4	김영민	(주)빅투	17	장원석	(주)음식점닥터
5	김우진	개인	18	정유진	(주)부자이웃
6	김지만	(주)에브릿	19	정창석	인천도시공사
7	김춘구	(주)부자이웃	20	조주혁	(주)빅투
8	박기석	(주)빅투	21	조창기	(주)빅투
9	박진우	(주)거성푸드	22	주진상	(주)부자이웃
10	서인혜	개인	23	최나영	(주)아들리에 에프앤씨
11	양정민	(주)부자이웃	24	황영환	개인
12	오광현	(주)지오프라토	25	김미란	개인
13	오석	(주)부자이웃	26	이우성	에이트론(주)



매직골드 Magic Gold

국가대표 식기세척기

업소용 **mini** 세척기 탄생

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

특
허
출
원



MG-2012M

특허출원

10-2014-0096154

세계최초
전면 DOOR에 위치한
디스플레이
좁은 공간에 설치하여도
편리한 조작

세계 최초 상·하
분리형 세척기

- ° Café, Hof 등 협소한 매장에 적합.
- ° 벽면, 싱크대 설치가능. (공간확보 유리)
- ° 저전력으로 콘센트 직접연결
- # 별도의 전원 송압 공사 해방. (2.5Kw)



모델명	Magicgold-mini	
구 분	Cleaning Box	Rinse Box
제품규격	600(W) x 490(D) x 500(h)	443(W) x 443(D) x 370(h)
형식/탱크용량	Door Type(150)	밀폐형(270)
최대전력/전압	2.5Kw / 220V 60Hz	
사용세제	고농축형 저발포성고온 작용세제, 린스	



도어타입

랙컨베이어타입

언더카운트타입

제빙기



실속형 식기세척기

MG-2012M



온수기가 필요없는 식기세척기

MG-2012MH



알뜰한 식기세척기

MG-2012S



출전용 식기세척기

MG-2013M



실시간 대용량 세척으로
적당한 식기세척기

MG-2012RC



베이커리 커피숍 테이블형

MG-2012UC



55kg

MG-55



100kg

MG-100

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



한국프랜차이즈산업협회
회원사만을 위한

특별한 금융상품 탄생!

외환은행 프랜차이즈 창업/운영 대출은 (사)한국프랜차이즈산업협회 회원사를 위해 탄생되었습니다.

01 외환은행 프랜차이즈 매일매일 부자대출

외환은행은 프랜차이즈 가맹점주님을 대상으로 무보증 무담보의 신용대출 상품을 운영하고 있습니다.

최고 2억원, 최저 연 4.4% (2014.9.5.기준/ 당행 신용등급 1등급 기준) 저렴한 금리 제공, 일일상환으로 부담없는 대출상환

- **대출대상**
사업기간 3개월 이상, 5개사 카드대출 대금 결제계좌를 외환은행 계좌로 지정한 가맹점
- **대출한도**
업종, 고객의 신용도, 영업실적 등에 따라 최고 2억원까지
- **대출금리**
최저 연 4.4% (2014.9.5. 기준) (3개월변동/당행신용등급에 따라 변동)

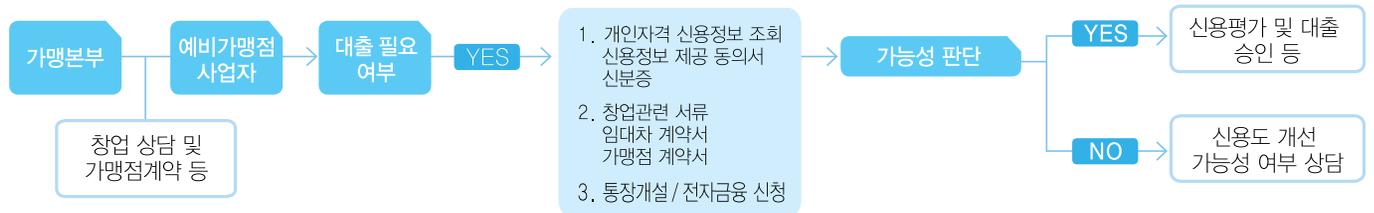
대출금액	매일 납부 원리금	1년간 상환금액	적용금리
5천만원	19,700	5백만원	연 4.4%
1억원	39,400	1천만원	(금융채 연동 3개월 변동금리)
2억원	78,800	2천만원	

예) 대출금리 4.4% 적용시 대출금액별 매일 납부원리금

- **대출기간**
취급후 1년 (연장포함 10년)
- **필요서류**
사업자등록증 사본, 대표자 신분증, 신용카드 매출액 확인서(VAN사 확인), 주민등록등본, 납세증명서(국세·지방세), 상가임대차계약서 등
- **기타**
중도상환수수료, 신용평가 수수료 : 면제
- **부대비용**
인지세, 기타비용으로 당행 내규 및 인지세법 등의 적용에 따라 차등 적용

※ 당행의 여신관련 제규정에 따른 부적격자는 대출이 제한될 수 있으며, 대출만기 경과 후 미상환사는 은행의 여신거래 약관에 따라 처리됩니다. 본 내용은 정보의 주요 내용만을 간추린 것으로 구체적인 거래나 정보에 대하여는 별도 문의

02 외환은행 프랜차이즈 창업대출 절차



※ 프랜차이즈 가맹금 예치서비스 시행

03 “한국프랜차이즈산업협회의 금융상품을 이용하고 싶다면?”

• 가맹점사업자일 경우

1. 한국프랜차이즈산업협회의 회원사 여부 파악 (각 가맹본사에 직접 문의)
2. (회원사라면) 외환은행 지점에 문의 (회원사가 아니라면) 가맹본사가 직접 협회에 문의

• 가맹 본부일 경우

1. 한국프랜차이즈산업협회에 직접문의(기업지원팀)
2. 협회 담당자의 안내에 따름
3. 외환은행 상품담당자와 미팅(또는 통화)
4. 별도 협의

(사)한국프랜차이즈산업협회 기업지원팀

KFA 社團 한국프랜차이즈산업협회
法人 Korea Franchise Associatio

서울특별시 서초구 서초대로 248 (2F, B1)
T 02-3471-8135-8, 070-7919-4153, 4163
F 02-3471-8139 www.ikfa.or.kr

금융상품 관련 세부상담

KEB 외환은행 | Tel 02-729-0276, 0134, 8743 / 02-3671-1757



Organization

손발이 맞아야 열리는 열쇠와 자물쇠처럼
팀웍이란 이름의 아름다운 에너지를 보여드리겠습니다

Creative Design Group

HOBACOM

hobak & company

호박앤컴퍼니(주)

서울시 강남구 논현로 826(신사동) 이가빌딩 6층

T 02.512.4556 F 02.549.7748

E hobakzzang@daum.net

www.withhobak.com



Business Area

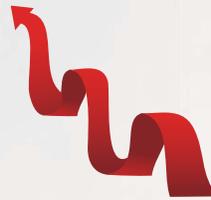
커뮤니케이션 그룹 호박 & 컴퍼니는
마케팅 & 리서치, 기획, 제작, 매체 등 각 PART가
오직 귀사의 성공적인 커뮤니케이션을 위하여 존재합니다



성공을 향한 첫걸음, ‘맥세스컨설팅’과 함께!

맥세스컨설팅은?

- 국내 최초·최고의 프랜차이즈 시스템(경영시스템)구축 컨설팅 기업
- 실무형 프랜차이즈 과정, 프랜차이즈 CEO 과정 SV School 등을 운영하는 프랜차이즈 전문 교육기관
- 프랜차이즈 ERP 솔루션 제공



맥세스컨설팅은?

- ✓ 보다 신속하게
- ✓ 보다 간단하게
- ✓ 보다 만족스럽게
- ✓ 보다 혁신적으로
- ✓ 보다 확실하게

고객 여러분의
성공을 보장합니다.



프랜차이즈 기업 경영자 및 임원의 전문성 제고와 역량강화를 위한 이론과 실무

2015 프랜차이즈 최고전문가 과정 모집

모집 요강

교육기간 : 17기 3월5일~6월11일(15주),
교육시간 : 매주 목요일 오후 2시~7시(5hr) / 15주 과정
교육대상 : 가맹본부 대표 및 임원, 경영실무자, 가맹본부 창업 준비자
 변호사 등 가맹사업에 시너지를 기대하는 전문직업인
교육장소 : 프랜차이즈산업연구원 Hall(서초구 반포동, 논현역 4번출구)

모듈별 주요 과목

Module I. Franchising에 대한 이해
프랜차이즈의 창업과 경영 / 국내외 프랜차이즈산업 전망과 경영전략 /
해외 프랜차이즈산업 동향 / 프랜차이즈 관련 법률 및 사례

Module II. 프랜차이즈시스템 구축과 운영전략
프랜차이즈 시스템의 이해와 사례분석 / BI컨셉 도출과 브랜딩 전략 /
상품의 표준화·단순화·전문화 전략 / 효과적인 구매 및 물류시스템 /
서비스 프로세스화와 서비스 품질향상 / 상표권 및 지적재산권 /
매뉴얼에 대한 이해와 적용 / 임직원 및 가맹점주 교육·훈련 방법

Module III. 가맹본부 경영과 커뮤니케이션 전략
안정적 수익구조 설계 / 효과적인 상권분석 모델링 기법 /
프랜차이즈 세무시스템 / SNS 100% 활용하기 /
조직관리 리더십과 커뮤니케이션 / 전문가과정 동문기업 투어

Module IV. 슈퍼바이징과 가맹점의 생산적 Relationship
슈퍼바이징 시스템과 가맹점과의 가맹점과의 생산적 관계 구축 /
가맹점 노무관리 / 가맹점 문제점 파악 및 체크방법 /
가맹점의 점포 마케팅 전략 / 가맹점 경영수치 분석 및 성과관리 /
이미지메이킹 / 팀별 연구결과 발표 및 토론

혜택 및 특전

한국프랜차이즈산업협회 회장 명의 수료증 수여
최고전문가과정 총 동문회인 「프랜차이즈전문가포럼」 가입
다양한 인적네트워크 구축
워크샵 및 동문기업 방문
분야별 전문가 초빙강연
강의 교재 및 실습 템플릿 제공
가맹사업 관련 정보제공 및 자료 열람

교육 문의 및 참가신청

프랜차이즈산업연구원 교육팀 권재두 대리 02-2233-4777

사례중심의 이론교육 40%
실습중심의 실무교육 60%

▶ 프랜차이즈산업연구원 연구자료 및
컨설팅 자료 열람 ▶ 지도교수의 상담



< 입학식 >



< 워크샵 >



< 동문기업 견학 >



< 총동문회 송년회 >



< 교육생 보고서 >