한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이

2245/013 45 2015 Vol. 14

KFCEO 명품과정을 가다

제2기 KFCEO 명품과정 수료식 성료

핫 이슈

프랜차이즈 진흥법 개정안 추진 '프랜차이즈 지도사'에 주목하라 협회, 녹색소비자연대와 MOU 체결

스포트라이트

제34회 프랜차이즈산업박람회의 그 뜨거운 현장

성공 CEO 열전

〈크린토피아〉 이범돈 대표 · 〈피자에땅〉 공재기 대표

글로벌 성공브랜드

(주)위두 〈꽁돈 산견실

회원사 탐방

(주)인토외식산업 (주)오피스넥스

힐링 스토리

DMZ 평화통일대장정 후원

Special Feature

한중 FTA 체결

프랜**차이즈** 업계에 미치는 영향





서울특별시와 한국프랜차이즈산업협회는

하절기 에너지 위기를 슬기롭게 극복하고 프랜차이즈 가맹본부와 직ㆍ가맹점에서의 지속적인 에너지 절약활동을 확산시키기 위해 이래와 같이 [한국프랜차이즈 에너지 대상]을 개최하오니, 프랜차이즈 가맹본부와 서울시내 가맹점 등의 많은 관심과 참여를 바랍니다.

개요

신청접수기간: 2015. 6. 24(수) ~ 8. 28(금) 18:00까지

8: ① 점포의 에너지를 효율적으로 관리하고 있는 가맹본부 ② 평가기간 동안(15. 6~8월, 3개월간) 전년도 같은 기간과 비교하여 에너지 사용량을 줄인 점포 (직영점 · 가맹점)에 대해 시상 및 인센티브 부여

【가맹본부】점포 설계 가이드라인, 에너지 관리 매뉴얼 및 친환경 교육 여부 등을 평가해 점포의 에너지를

효율적으로 관리하고 있는 가맹본부 선정, 시상 및 인센티브 부여

포】평가기간 동안(*) 15. 6~8월, 3개월) 전년도 같은 기간과 비교하여 전력 사용량을 줄인 서울지역의 프랜차이즈 점포(직영점·기맹점) 선정, 시상 및 인센티브 부여

참여부문	가맹본부 부문	점포 부문(직영/가맹점)
참여조건	국내에서 영업 중인 국내외 프랜차이즈 가맹본사 중 서울소재 매장이 5개 이상인 기업	서울소재 사업자 등록 1년 이상인 점포
평가대상	점포 에너지의 효율적 관리 노력 17개 본부, 총 5천만원	2015. 6~8월 에너지절약 실천 성과 26개소, 총 5천만원
시상규모	17개 본부, 총 5천만원	26개소, 총 5천만원

참여자격

【가맹본부 부문】사업자등록 필하고 공정거래위원회에 정보공개서가 등록되어 있으며, 공모일 기준 서울소재 점포가 5개 이상인 기업 【점포 부문】서울소재 사업자등록 필하고 가맹본부와 가맹계약을 체결하여 공모일

기준 1년 이상 운영 업소

신청방법

우편 또는 방문접수(협회 홈페이지(ikfa,or,kr) 공지사항에서 신청서 다운로드) -우 편: 서울특별시 서초구 서초대로 248(월헌빌딩 2층) 정책기획팀

- 방문처 : 한국프랜차이즈산업협회(서초역 1번출구 도보 50m)





캐리어에어컨 Carrier

Carrier

- 53

캐리어에어컨은 여러분과 함께 나눔을 실천합니다. 캐리어에어컨은 2011년부터 '행복나눔 N' 캠페인에 참여하며, 판매 수익 중 1%를 기금으로 조성해. 장애인 시설에 지원하고 있습니다. 행복N

20m롱펀치 허리케인 바람으로 당신의 여름을 시원하게

독립 공기청정, 독립 제습, 에어컨, 난방기 4가지 제품을 따로 구매할 필요없이, 1대로 사계절 집안공기를 책임지는

캐리어 '올시즌' 파워 에어컨



업소용

Carrier

4가지 독립 기능을 1대로! 이서진 '올시즌' 파워 에어컨

<mark>독립 공기청정</mark> : ifD필터(전자혜파필터)로 바이러스까지 걸러주며, 자외선 램프 가동시는 제품내부의 바이러스도 제거 독립 제습: 1일 전기료 420원 이내에서 사용 가능 (자사 시험 기준, 1일 8시간 사용 기준, 월 사용량 201~300Kw 가정 기준)

(해당 모델에 한함)

■ 캐리어 홈페이지: www.carrier.co.kr ■ 구입문의: 1588-8855

■ 서비스문의 : 1588-8866

캐리어 에어컨 전문 상담 (프랜차이즈 전문) 문의 및 캐리어 카운셀러 판매원 모집 | 문의 전화:본사 특판영업팀 02-3416-4801



2015년 제16회

프랜차이즈 The 16th Korea

Franchise Business Awards 2015

적: 프랜차이즈산업의 발전에 기여한 우수기업 및 가맹점 발굴

● 주최 및 주관: 한국프랜차이즈산업협회

● 후 원(예정): 산업통상자원부, 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 중앙일보

● 시 상 일 시 : 2015년 12월 3일(목) 11:00

시상의 종류 및 내용 (예정)

● 정 부 포 상 : 대통령 표창, 국무총리 표창, 산업통상자원부장관 표창,

농림축산식품부장관 표창, 식품의약품안전처장 표창

● 기 관 장 상 : 한국프랜차이즈산업협회장 표창, 중앙일보대표이사 표창 ● 신 청 자 격 : 국내에서 영업중인 국내외 프랜차이즈 가맹본사/가맹점

대통령 표창 및 국무총리 표창은 수공기간 5년 이상 단체이며, 장관 표창은 3년 이상, 그 외 표창은 2년 이상 (단, 신생브랜드 부문은 2년 미만)

● 신 청 기 한 : 2015년 9월 8일(화) 18:00 까지

● **심 사 비:** 전액무료

● **신 청 방 법 :** 소정의 신청서와 구비서류를 작성하여 접수.

기한 내에 대상 담당자에게 접수 (방문 또는 우편접수)

문의 및 신청 한국프랜차이즈대상 사무국 팀장 민재기, 사원 이보배

TEL_ 02.3471.8135~8 / FAX_ 02.3471.8139

자세한 사항은 협회 홈페이지(www.ikfa.or.kr)참조











프랜차이즈월드 Vol.14

발행일 2015년 7월 발행인 조동민 한국프랜차이즈산업협회장

발행처 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 도서잡지 윤리강령 · 잡지윤리실천요강을 준수합니다. 이 책에 실린 어떤 내용도 무단복제해서 사용할 수 없습니다.

6 윤리강령

9Letter조동민 회장 권두언

Issue & People

10 News Lounge 협회 뉴스와 행사

 24
 핫이슈 I
 프랜차이즈 진흥법 개정안 추진

 26
 핫이슈 II
 '프랜차이즈 지도사'에 주목하라

32 핫 이슈 Ⅲ 협회 , 녹색소비자연대와 MOU 체결

33 특별기획 한중 FTA , 프랜차이즈 업계에 미치는 영향

37 성공CEO열전 〈크린토피아〉이범돈대표·〈피자에땅〉 공재기대표

43 스포트라이트 프랜차이즈산업박람회 그 뜨거운 현장

47 KFCEO명품 과정을 가다 KFCEO 명품과정 2기 수료식 성료

55 **힐링스토리** DMZ평화통일대장정 후원

글로벌 성공브랜드 (주)위두〈꽁돈 삼겹살〉

64 회원사 탐방 I (주)인토외식 산업

66 회원사 탐방 II (주)오피스넥스



[표지 설명] 프랜차이즈 업계의 페어플레이

프랜차이즈 업계의 성취는 경쟁과 협력의 공존으로 이뤄졌다. 서로 경쟁할수록 내부 의 협력은 단단해지고, 협력할수록 경쟁은 한층 더 치열해진다. 이를 통해 진정으로 가 치 있는 프랜차이즈가 탄생된다. 하나의 브 랜드가 트로피의 영광을 얻는 것은 또 다른 브랜드들이 함께 달려왔기 때문이다. 국내 프랜차이즈가 글로벌 브랜드로 당애가는 시점에서, 협력과 상생의 또 다른 이름은 공 정한 경쟁이라는 것을 표현했다.

Contents

Education & Culture

8 지상강좌 강병오 소장 · 이정희 교수

72 **그곳에 가다** 싱가포르에서 즐기는 오감만족

76 CEO LIBRARY 〈못된고양이〉양진호 대표







대숲에 서서 아픔 한 자락에 마디 하나 등등 소리 나고파 마디 하나 죽림의 시원한 바람소리에 낮은데로 낮은데로 뻗어 작은 생명 올리더니 버팀이 문인 한 사람 키운다. 푸르게푸르게 올리더니 단단한 유연함이 무장 한사람 키운다. TO THE 사그락사그락 시끄러운 맘 눕히고 붓과 활의 꿈으로 여름을 이겨낸다.

News Lounge

78 News Launge 동서남북

82 News Launge 회원사 행사 및 소식

D Education 교육 일정

Schedule 협회 일정 및 협회장 동정 · 신규회원 기입 현황









한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2013, 03, 05

문 전

한국프랜차이즈산업협회 회원사는 윤리경영의 시대적 사명감을 안고 합리적이며 투명한 경영활동과 공정한 거 래질서를 확립함으로써 사회적 책임을 다하는 건전한 프랜차이즈 산업문회를 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.

1. 기본강령

1. 국민의 건강증진 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

II. 행동지침

1. 국민의 건강증진 및 프랜차이즈 산업의 발전

- 가. 회원사는 국민의 건강증진과 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.
- 나. 회원사는 국민의 위생과 안전을 최우선으로 생각하며, 국민 건강에 중대한 위해요소가 발생할 경우 필요 한 조치를 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 준수한
- 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 제공하
- 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 도
- 나. 회원사는 제반 법규를 철저히 준수하며 상도의에 따라 공정하게 경쟁한다.
- 다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.
- 라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무 를 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 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.
- 다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 참여한다.

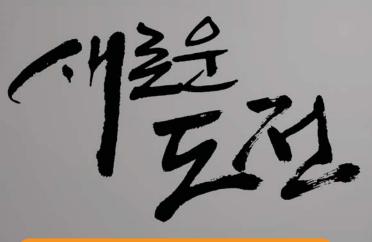
5. 동반상생을 통한 기반 마련

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





징기스칸 전사 500人 육성 프로젝트

3기 모집

산업통상자원부와 한국프랜차이즈산업협회는 신성장동력 산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외 진출 및 최고경영자의 경영역량 강화를 위해 [KFCEO 명품과정] 3기를 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.

- KFCEO 명품과정
- 프랜차이즈 기업 CEO, 정부, 공공기관의 고위공무원 및 정계, 언론, 법조계 등 각계 전문가
- ·교 육 기 간 2015년 9월7일~12월21일(16주간, 매주 월요일 오후 6시~오후 9시)
- 500만원(회원사 30% 할인혜택) ※ 식비, 교재비, 문화행사 참가비 포함
- **소** 서울팔래스호텔(서울특별시 서초구 반포4동)
- •주최 및 주관 산업통상자원부 • (사)한국프랜차이즈산업협회
- ·홈 페 이 지 www.edukfa.or.kr
- 한국프랜차이즈산업협회 교육팀(070-7919-4170 담당자: 우호운 대리)

해외 전문인력 양성을 위해 국가인적자원개발 컨소시엄을 시작합니다

한여름 무더위가 기승을 부리고 있습니다.

우리 프랜차이즈 업계인들은 지난해에 이어 올해에도 매우 힘든 시기를 보내야 했습니다. 특히 올해는 중동호흡기증 후군(MERS)의 급격한 확산 여파로 인해 매출이 급감하면서 그 어느 때보다 힘들었던 분들이 많았을 것입니다. 다행 히 메르스가 진정되면서 경제가 조금씩 회복되고 있다고 하지만, 떨어진 매출과 그로 인한 피해를 만회하느라 정신없

이 바쁜 시간을 보내고 있는 분들이 적지 않으리라 생각합니다. 아무쪼록 빨리 예년의 매출 이상을 회복해 좀 더 편히 일할 수 있게 되기를 바랍니다.

올해 우리 프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 전문 인력 양성을 위해 최선의 노 력을 다하고 있습니다. 프랜차이즈 분야의 전문인력 양성을 위해 다양한 교육 과정을 운영하면서 특히 올해에는 프랜차이즈 지도사 양성 과정을 새롭게 시작 하기도 했습니다. 뿐만 아니라 프랜차이즈의 글로벌 시장 진출을 보다 적극 지 원하고 활성화하기 위해 발 빠르게 고용노동부의 국가인적자원개발컨소시엄 사업에 문을 두드린 결과 하반기부터는 해외진출 전문 인력을 양성하는 맞춤형 교육과 훈련 인프라도 제공하게 되었습니다. 이제 협회와 협약을 체결한 협약 기업의 재직자는 전액 무료로 각종 교육과 훈련 인프라를 활용할 수 있습니다. 우리 협회는 국가인적자원개발컨소시엄 사업으로 진행되는 프랜차이즈 해외 전문인력 양성 프로그램의 내실화를 위해 엄격한 심의를 거쳐 선발된 최고의 전문가들로 강사진을 구성, 교육생들이 강의에 만족할 뿐 아니라 전문성 제고 에 실제적인 도움을 받을 수 있도록 했습니다. 또 국가별 해외진출 전략, 글로 벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략, 해외 박람회 및 전시회 전문가 양 성, 해외 표준 외식경영 교육, 해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어, 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성 등 실무 중심의 다양한 교육을 마련해 개인의 발 전은 물론 프랜차이즈 산업의 발전에도 도움이 되도록 했습니다. 바라기는 회 원사 및 협약기업의 임직원들께서 이번 국가인적자원개발 컨소시엄 사업의 교 육을 십분 활용하시어 기업의 발전은 물론 나아가 프랜차이즈 산업의 발전을 이끄는 주역으로 거듭나는 기회가 되었으면 좋겠습니다. 회원사 및 협약기업의 적극적인 관심과 참여가 꼭 필요합니다.

한국프랜차이즈산업협회는 앞으로도 우리 프랜차이즈산업의 발전과 내실을 튼 튼히 하면서 세계 각지에 'K-프랜차이즈'의 깃발을 방방곡곡 휘날리게 하기 위

해 최선의 노력을 다할 것입니다. 또한 우리 프랜차이즈 기업이 국내외에서 보다 편하고 효율적으로 사업을 전개할 수 있도록 가능한 모든 지원을 아끼지 않을 것입니다. 저는 개인적으로 대한민국 프랜차이즈의 글로벌 진출은 국가의 백년지대계(百年之大計)라는 사명감을 마음 속 깊이 품고 있습니다. 회원사 임직원 여러분께서도 이런 사명감을 가져 주시고, 우리 협회를 믿고 협회와 함께 프랜차이즈 산업을 한 단계 업그레이드하고, 나아가 멋진 프랜차이즈 산업의 미래를 만드는데 동참해 주시기를 다시 한 번 당부 드립니다.

이제 세계가 우리 프랜차이즈 기업의 발걸음에 주목하고 있습니다. 우리 프랜차이즈 산업이 세계적인 글로벌 프랜차 이즈들과 어깨를 나란히 하고, 세계적으로 우리 프랜차이즈가 그 우수성을 인정받는 그 날이 멀지 않았습니다. 앞으 로도 더욱 힘을 내어 우리 프랜차이즈가 세계 속에 우뚝 설 수 있도록 노력해 주실 것을 요청 드리며, 더운 여름 회원 사 임직원 여러분의 건승을 기원합니다. 감사합니다.



NEWS LOUNGE

협회 뉴스와 행사



한국프랜차이즈산업협회 · 고용노동부

컨소시엄 직무 교육

한국프랜차이즈산업협회와 고용노동부가 진행하는 '국가인적자원개발 컨소시엄 교육사업'의 직무교육이 지난 7월 17일 실시됐다. 컨소시엄 교육사업을 담당하는 협회 교육팀은 지난 7월 13일 컨소시엄 허브사업단이 충남 천안 소재의 한국기술교육대학교 제2캠퍼스에서 각 기업 및 단체의 컨소시엄사업 전담자를 대상으로 진행한 'QR코드를 활용한 컨소시엄사업 홍보 설명회'에 참석했다. 이어 17일은 HRD NET활용법에 대한 교육을 받았으며, 회계실무 교육도 진행될 예정이다.



한국프랜차이즈산업협회

컨소시엄 신규 공동훈련센터 간담회

한국프랜차이즈산업협회가 한국산업인력공단 서울지역본부에서 국가인적자원개발 컨소시엄 관련 해 신규공동훈련센터 간담회를 지난 6월 25일에 진행했다. 간담회는 오전 9시 30분부터 3시간 30분 가량 진행됐으며, 컨소시엄 정책방향과 사업에 관한 다양한 논의가 오갔다.



한국프랜차이즈산업협회 · 새누리당

새누리당 소상공인 특별위원회 중견기업 간담회

한국프랜차이즈산업협회의 임직원들이 새누리당 중소기업 소상공인 특별위원회가 개최한 중견기업 간담회에 지난 7월22일 참석했다. 이 간담회는 제 1회 중견기업의 날을 맞아 중견기업이 글로벌 전 문 기업으로 성장할 수 있는 방안 마련을 위한 것이다. 이번 간담회를 통해 중소·중견기업의 성장 사다리 구축을 위해 업계의 애로사항을 경청하고, 제도 개선 방안 등을 논의했다.



한국프랜차이즈산업협회 · 노사발전재단 프랜차이즈기업 노무전략 및 시간선택제 파트너십 교육

한국프랜차이즈산업협회가 '프랜차이즈기업 노무전략 및 시간선택제 파트너십 교육'을 지난 7월 10일 실시했다. 이번 교육은 시간선택제 일자리 확산을 위한 업무협약을 체결한 한국프랜차이즈산업 협회와 고용노동부가 프랜차이즈 업계의 노무전략과 시간선택제 일자리 도입 및 운영에 필요한 정부지원제도, 인사·노무 관리방안 및 우수사례 등을 알리기 위해 실시했다.



한국프랜차이즈산업협회 · 농림축산식품부 농림축산식품부 민관합동 글로벌 외식기업 회의

농식품부 민관합동 글로벌 외식기업 협의체 회의가 양재동 엘타워에서 지난 7월16일에 열렸다. 한 국프랜차이즈산업협회에 소속된 (주)대대에프씨의 〈꿀닭〉은 해외진출 외식기업 식재료 수출사례에 관해 발표했다. 이 협의체는 농식품부 · 산업부 · 외교부 · aT · KOTRA 등 관련부처 · 기관과 외식 업계 · 학계 등에 참여하는 민간전문가들이 함께 외식기업의 해외진출 활성화 방안 마련을 목적으로 지난해 4월 구성됐다.



연세대 프랜차이즈 최고경영자과정(FECEO) 27기 수료식이 지난 27일, 연세대 상남경영원에서 개최됐다. 한국프랜차이 즈협회 조동민 회장도 참석해 "프랜차이즈 사회적 비중이 높아지고 있는 만큼 정직하고 올바른 프랜차이즈의 일꾼으로 거듭나주기를 바란다"며 축사를 남겼다.

한국프랜차이즈산업협회 · 소상공인시장진흥공단 2015 프랜차이즈화 컨설팅 지원사업 사전교육

소상공인시장진흥공단의 '2015프랜차이즈화 컨설팅 지원사업 사전교육'이 한국프 랜차이즈협회 희망실에서 지난 6월 24일에 시행됐다. 프랜차이즈산업 현황과 해 외진출 현황 및 성공사례를 주제로 한국프랜차이즈협회 조동민 회장의 특강이 진행됐으며, 프랜차이즈의 기본 개념 등 프랜차이즈 CEO로서의 기본 소양과 프랜차이즈화 컨설팅 완성도 제고를 위한 사업절차, 유망소상공인 성공사례, 프랜차이즈 시스템에 대한 전반적인 교육이 이뤄졌다.



한국외식정보(주)

창간 30주년 기념만찬

한국외식정보(주) 창간 30주년 기념만찬이 지난 5월 17일 서울 강남구 삼성동 그랜드 인터컨티넨탈 호텔에서 열렸다. '함께 나누는 정, 따뜻한 동행'을 콘셉트로 진행한 이날 기념만찬은 장기 구독자와 정·관·학계·단체·기업 등 500여 명이 참석했다. 이번 행사는 개그맨 정준하의 사회와 함께 진행됐으며, 소프라노 권성순, 가수 권성희, 전미경이 축하공연을 펼쳐 참석자들의 흥을 북돋았다.

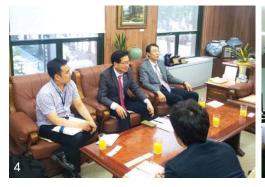
한국프랜차이즈산업협회 10월, 한국프랜차이즈산업협회 워크숍 진행

한국프랜차이즈산업협회가 올해 10월 중 1박 2일의 워크숍을 진행할 예정이다. 추진위원장은 협회 명예회장인 (주)김가네 김용만 회장이며, 자세한 일정은 별도 협의를 통해 조율한다. 경북 경주에서 진행되는 이번 워크숍은 협회 회원사 대표 및 임직원이라면 참가신청을 할 수 있다. 한국프랜차이즈산업협회는 이번 워크숍을 통해 회원들 간 친목도모뿐만 아니라, 프랜 차이즈산업에 관한 포럼 및 세미나를 열어 차후 산업의 발전 방향을 모색하는 유익한 시간을 마련할 예정이다.





















- 1. 2015 한국프랜차이즈경영학회 춘계학술대회가 지난 6월 13일 세종대 광개토관에서 열렸다.
- 2. 한중FTA 기념만찬이 지난 6월 1일 그랜드하얏트호텔 그랜드볼룸에서 진행됐다.
- 3. 〈피자에땅〉의 (주)견지포장 공장 오픈식이 지난 5월 27일 충북 진천군에서 열렸다.
- 4. 식약체(서울청) 식품안전 협의를 위한 회의가 지난 5월 27일 한국프랜차이즈산업협회 회의실에서 진행됐다.
- 5. 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성 괴정이 지난 5월 27일 한국프랜차이즈산업협회 교육장에서 진행됐다.
- 6. 제23차 유통위원회가 '인구구조변화에 따른 소비패턴 및 유통 패러다임 변화'를 주제로 지난 5월 27일에 개최됐다. 연사로는 박형수 통계청장이 참여했으며, 소공동 롯데호텔에서 진행됐다.
- 7 . 제26기 슈퍼바이저 전문가 과정 입학식이 지난 5월 23일 한국프랜차이즈산업협회 교육장에서 열렸다.
- 8. '중소 유망프랜차이즈 육성 3개년 계획'을 주제로 중소 소상공인시장진흥공단 회의가 지난 5월 22일 진행됐다.
- 9 . 고용부 MOU 세부실행 회의가 지난 5월 22일에 열렸다. 고용노동부 산업안전과 심용태 주무관, 한국안전보건공단 서비스재해예방센터 이승국 국장이 참석했다.
- 10. 컨소시엄 허브사업단 운영 컨설팅이 지난 5월 20일 한국프랜차이즈산업협회 회의실에서 진행됐다.

두 협회가 함께 노력해 글로벌 무대 활약하자 한국프랜차이즈산업협회, (사)한국여성벤처협회와 MOU



6월 10일 한국프랜차이즈산업협회는 (사)한국여성벤처협회와 업무협약을 맺고 서로 활발하게 교류하기로 약속했다. 협회 한상만 상근부회장의 사회로 진행된 이날 MOU는 서울 서초동 협회 세미나실에서 열렸다.

여성인력 활용에 선진국 입국 달려있어

이날 업무협약식에서 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 "한국 경제와 한국 프랜차이즈 산업이 잘 발전하려면 여성 인력을 적극적으로 활용해야 한다. 우리 협회 사무국에도 여성 직원들이 꽤 있고 아주 훌륭한 업무 능력을 보여준다"며 "한국프랜차이즈산업협회와 (사)한국여성벤처협의회가 힘을 합쳐 서로 도움이 될 만한 일을 많이 하면 좋겠다"고 말했다

(사)한국여성벤처협회 이영 회장은 "여성기업의 가장 큰 어려운 점은 판로 개척이다. 다른 벤처기업도 판로 확보가 쉽지 않지만 여성벤처기업은 아무래도 인맥이 빨리 넓어지지 않아 시장에 나가도 만나주지 않는 경우가 많다"며 "여성 기업이 쑥쑥 잘 자라야 여성 고용률이 더 높아진다. 특히 육아 등으로 경력이 단절된 여성이 여성벤처 기업에서 재취업하면 생활하면서 얻은 경험이 유용하게 쓰일 수 있다. 한국프랜차이즈산업협회와 화회원사들이 많이 도와주길 기대한다"고 말했다.

(사)한국여성벤처협회는 여성벤처기업간의 협력증진을 위한 순수 민간

협력단체다. 여성벤처기업의 활성화와 건전한 발전을 도모하며 여성벤처기업의 권익보호 및 사회적 인식을 높이는 역할을 한다. 또 여성벤처기업이 뿌리를 내려 건실하게 성장할 수 있는 기반을 조성해 국가 경제발전에 이바지함을 목표로 한다. 여성벤처기업은 지난해 말 기준으로 2393개가 등록됐다. 2007년 501개에서 크게 늘어난 숫자다.

여성벤처 글로벌 도약 돕기로

(사)한국여성벤처협회의 주요 사업은 여성벤처기업의 창업을 돕고 발전하도록 돕는 것들이다. 우선 여성벤처기업의 발굴 및 창업지원 사업에서는, 창업의식을 높여 여성의 사회적 경제적 지위를 높이고 협업 정신으로여성인력의 고용창출에 기여한다. 그리고 여성벤처기업의 애로사항을타개하고 사회적 인지도를 높이고자 정책개선 활동을 병행하고 있다. 여성벤처기업 육성을 위한 조사연구 및 법과 제도를 개선해 여성벤처기업이 안심하고 사업할 수 있는 환경을 만들자는 취지다.

이밖에 여성벤처기업간 정보교류, 네트워크 구성을 하고 각종 정부지원 제도와 입찰, 신기술 동향 등 최신 정보를 공유하는 기능도 무시할 수 없 다. 최근에는 세계화 조류에 따른 횡국가간 협력이 강화되는 추세다.

이영 회장은 "(사)한국여성벤처협회는 수도권에 있는 8개 여대와 협약을 맺고 참신하고 도전적인 아이디어를 가진 대학생들을 선정해 관련 업계로 연수를 보내는 등 창업교육을 하고 있다"며 "앞으로 이 벤처기업들이 투자자금을 마련하고, 선배 벤처인들과 교류하며 지속 성장할 있도록 교류와 화합의 장을 마련할 계획이다. 한국프랜차이즈산업협회도 함께 동참했으면 좋겠다"고 말했다.



대구치맥페스티벌, 세계인의 축제로 나아가자 한국프랜차이즈산업협회 · (사)대구치맥산업협회 MOU 체결



치맥 문화의 활성화를 위해 한국프랜차이즈산업협회와 (사)대구치맥 산업협회가 MOU를 체결했다. 2015 대구치맥페스티벌은 7월 22일부 터 26일까지 5일간 '대구 치맥과 썸타다'라는 주제로 개최돼 치맥 애 호기들의 뜨거운 반응을 불러왔다.

치맥페스티벌 활성화 위해 모여

한국프랜차이즈산업협회는 지난 6월 10일 오전 11시 협회 사무국에서 '2015 대구치맥페스티벌' 활성화를 위해 (사)대구치맥산업협회와 업무 협약서를 체결했다.

이날 협약식에는 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장을 비롯해. 이병 억 명예회장, 김용만 명예회장, (사)대구치맥산업협회 권원강 회장 등 관계자들이 모인 가운데 '2015 대구치맥페스티벌' 활성화를 위한 업무 협약을 맺었다. 양 협회는 이번 협약을 통해 치맥페스티벌 활성화를 통 해 대구 문화관광도시 이미지 제고와 치킨 프랜차이즈산업의 발전을 위해 상호 협력해 나가기로 했다.

세계인의 축제로 도약하자

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 "대구를 본거지로 하는 치킨 2015 대구치맥페스티벌이 7월 22일 오후 7시, 치맥의 성지인 대구 두

가 양산되고, 최근 치킨산업은 중국에 한류 붐까지 일으키고 있다. 이 는 골목의 작은 가게에서 시작된 우리의 토종 치킨산업이 얼마나 대단 한지 잘 보여주는 사례"라며 "오늘 양 협회는 이러한 치킨산업의 브랜 드 가치를 지켜내고 발전시키기 위해 상호 협력을 통해서 치킨 프랜차 이즈산업의 창조적 육성에 더욱 앞장서고, 대구치맥페스티벌이 지역을 넘어 세계인의 축제로 도약할 수 있도록 포석을 마련하게 됐다"고 말했

대구치맥산업협회 권원강 회장은 "치맥페스티벌을 세계적인 축제로 도 약시켜 우리 치킨산업의 우수성을 세계에 알리고자 하는 목표를 가지 고 행사 준비에 박치를 가하고 있다"며 "올해를 도약의 원년으로 생각 하는 중요한 시기에 대한민국 프랜차이즈업체들을 대표하는 한국프랜



차이즈산업협회와의 상호 협력을 위한 협약은 가장 좋은 우군을 만난 것 같아 든든하기 그지없다. 앞으로 한국프랜차이즈산업협회와의 협 조를 통해 수많은 치킨 브랜드가 함께 참여하는 한국의 대표 음식축제 '치맥페스티벌'로 성장시켜 양 협회가 상생 발전할 수 있도록 더욱 노력 할 것"이라고 전했다.

열기 가득한 개막식

프랜차이즈가 급성장하면서 치킨을 주제로 한 '대구치맥페스티벌' 축제 류공원 야구장에서 개막식을 시작으로 성대한 막을 올렸다. 2015 대구

치맥페스티벌에는 85개 업체에서 참여해 163개 부스가 운영됐다.

대사가 대구시 초청으로 참석했고, 한류스타 이민호도 참석해 개막을 축하했다. 개막식은 30분간, 2015 대구치맥페스티벌의 성공 개최를 축 하하는 축제의 장으로 흥겹게 진행됐으며, 대구치맥페스티벌을 알리 기 위해 교촌에서 초청한 5개국 15명의 해외 관광객들에 대한 대구시와 전년도보다 더 나은 모습으로 조직위원회의 방문기념 선물을 전달하는 '웰컴 대구치맥 선물 증정식' 도 가졌다. 개막식에서 이어진 개막콘서트에는 인기가수 바바, 빅플로, EXID. DJ KOO가 무대에 올라 현장을 찾은 15만여 명의 방문객들을 치 맥의 열기로 뜨겁게 달궜다.



대구시를 축제장으로

2015 대구치맥페스티벌은 두류공원 일원을 치킨으로 형상화하여 존 (Zone)별로 행사장을 구성했다. K-POP 초청 등 메인공연과 세계여 자비치발리볼대회, 닭싸움대회가 열린 두류 야구장은 치맥Head Zone, 각종 경연대회와 시민문화 공연이 진행된 2.28주차장은 치맥Heart Zone, 치킨을 테마로 다양한 조형물과 치킨 트릭아트 및 쿨링 시스템을 설치해 가족단위 관람객들에게 색다른 볼거리를 제공할 치킨로드를 조 성한 2.28주차장과 관광정보센터간 거리는 치맥Wing Zone, 치킨산업 홍보관 등 각종 홍보부스와 SBS 드라마 특별전이 들어선 관광정보센터 일대는 치맥Run Zone, 기타 치킨 등 판매부스가 들어서는 야외 음악당 인도를 치맥Hip Zone으로 구성하고 행사장을 운영했다.

두류공원뿐만 아니라 평화시장 닭똥집 골목과 서부시장 프랜차이즈 특 화거리, 이월드와 연계하여 행사장 규모를 확대하였으며, 각 행사장별 로 시음 · 시식 및 할인행사와 버스킹 공연 등을 진행하여 5일 동안 대 구시 곳곳이 치맥페스티벌 축제장이 되도록 했다

평화시장 닭똥집 골목에서는 시음 · 시식행사와 가요제(똥집골목을 열

어라). 동구지역 예술 공연단이 펼치는 컬쳐 콘서트 및 축하 음악회와 개막식에는 평소 치맥을 좋아하는 것으로 알려진 마크 리퍼트 주한미 다양한 내용의 프린지 무대를 운영했으며, 서부시장 프랜차이즈 특화 거리에서는 시음 · 시식행사와 버스킹 공연 및 작은 음악회와 노래자 랑, 페이스페인팅 등의 행사를 진행했다.

(사)대구치맥산업협회에서는 2015 대구치맥페스티벌 행사기간동안 전 년도 관람객들의 불편사항인 물건구입을 위한 긴 대기시간 및 쓰레기 악취문제와 화장실 부족문제를 개선하여 관람객들이 이용에 불편함이 없도록 최선을 다해 행사를 운영했다.





권영진 대구시장과 권 원강 대구치맥페스티벌 조직위원장은 "대구를 5일간 치맥의 열기로 뜨 겁게 달굴 2015 대구치 맥페스티벌은 치킨 프 랜차이즈 산업의 메카 인 대구의 치킨산업을 알리고, 온 세계인이 줄 기는 축제로 발돋움하 기 위해 80만 명 관람객 목표 달성과 더불어 지 역 축제에서 세계 축제 로 도약하는 원년이 되 기 위하여 최선을 다할 계획"이라고 밝혔다.



14 / 15 프랜차이즈 월드 vol. 14

제7차 글로벌 프랜차이즈 포럼

최동규 특허청장 · 최재성 의원 해외특허출원 중요성과 수평적 리더십 강조



한국프랜차이즈산업협회는 6월 29일 서울 반포동 더팔래스서울 호 텔에서 '제7차 글로벌 프래차이즈 포럼'을 열었다. 최동규 특허청장과 최재성 새정치민주연합 국회의원이 각각 해외특허 출원의 중요성과 수평적 리더십에 대해 강의했다.

최동규 특허청장, 한국 프랜차이즈 기업 해외 지식재산권 관리해야

최동규 특허청장은 해외진출을 하는 기업이 특허와 상표권 등 지식재 산권을 미리 확보하지 않아 어려움을 겪는 사례를 소개했다. 최 청장은 "중국을 짝퉁 천국이라고 한다. 중국에서도 짝퉁 문화가 시라져야 진 정으로 발전할 수 있다고 여기고 노력하고 있다. 하지만 한국도 예전에 짝퉁이 많았듯이 하루아침에 없어질 상황은 아니다"라며 "중국에 진출 할 생각이 조금이라도 있으면 미리 지식재산권에 대한 관심을 가져야 한다"고 주문했다. 그는 "치킨만 봐도 동규. 인규 등 갖가지 이름으로 이미 상표 출원이 다 되어있다. 브로커들이 진출 예상 한국 기업을 선 정해서 온갖 비슷한 이름으로 출원을 해놓는다. 따라서 한국 프랜차이 즈 기업은 중국을 비롯한 해외진출을 할 때 지식재산권을 어떻게 행사 할 것인지 미리 전략을 세워야 한다"고 강조했다.

최 청장은 〈하드락카페〉의 선례를 통해 지식재산권의 중요성을 설명했 다. 그는 "한국 사람이 예전에 미국 LA에 갔는데 〈하드락카페〉라는 브 랜드의 점포가 인상 깊었다. 그래서 나도 해봐야지 하고 한국에 상표 〈하드락카페〉가 한국에 진출하려고 보니까 이미 상표가 있었다. 그래

서 어려움을 겪은 사례가 있다"며 "현재 중국은 마치 투망으로 물고기 를 잡듯이 어지간한 한국 업체의 브랜드는 유사 상표까지 다 등록하고 있다. 하루빨리 관심을 가질 필요가 있다"고 덧붙였다.

최재성 의원, 수평적 리더십과 조세정의 필요해

최재성 새정치민주연합 국회의원은 수직적 리더십에서 수평적 리더십 이 필요한 시대라고 주장했다. 최 의원은 "정보의 홍수 속에서 정보 자 체를 기억하는 것보다 어떻게 관리하고 이용할지가 중요한 시대다. 관 련 학위가 없어도 전문가가 될 수 있다. 리먼사태와 세계경제위기를 예 견한 '미네르바 사건'이 좋은 예"라며 "국정 운영에서부터 기업 경영에 이르기까지 수평적 리더십이 필요하다. 정보기술사회는 자신 능력에 따라 예측력과 통찰력을 높일 수 있다. 예를 들면 축구선수 출신이 아 니어도 축구해설을 잘 할 수 있다"고 말했다.

그는 "정말로 서민을 위하고 경제를 살리려면 세금을 제대로 걷고 쓰는 리더십이 필요하다"며 "광범위한 면세 혜택을 주는 30대 기업과 초고 소득층에게 정상세금을 걷어야 한다. 담배세 인상처럼 서민에게 부담 을 지우는 과세는 조세형평성을 무너트린다. 서민만 고통 받고 슈퍼리 치는 건재한 상황이다. 조세정의를 세운 다음에 임시직과 공공주택 위 한 지출 등 진정으로 경제를 살리는 재정운영이 필요하다"고 강조했다.

이정희 교수. "저성장 시대에 글로벌화로 활로 찾아야"

글로벌 포럼의 위원장인 중앙대 경제학부 이정희 교수는 본격적인 저 성장 시대를 맞아 활발한 해외진출만이 살 길이라고 강조했다.

그는 "일본 인구 구조 변화가 한국보다 20년 빠르다. 일본은 생산가능 인구가 줄어들기 시작하면서 저성장 시대가 열렸다. 그런데 한국은 내 년이 생산가능인구 정점이다. 가뜩이나 전염병 '메르스'처럼 악재가 해 마다 터져서 프랜차이즈 기업이 어려움을 겪고 있는데 인구구조의 변 화는 커다란 위협으로 다가올 전망"이라며 "일본의 사례를 보면 아무 리 어려워도 잘하는 기업이 나오더라. 해외시장을 성공적으로 공략한 다면 충분히 발전할 수 있다. 도전성과 혁신성으로 세계시장을 공략하 는 전략이 필요한 시점이다. 다행히 한국프랜차이즈산업협회 조동민 등록을 하고 사업을 벌였다. 그런데 나중에 한미 FTA가 체결됐고 미국 회장과 회원시들이 글로벌 진출에 관심이 많아서 대한민국의 미래를 이끌어갈 수 있을 것이라고 확신한다"고 말했다.

2015년도 상반기 임원간담회

조동민 회장. "프랜차이즈산업박람회 및 KFCEO 명품과정 동참 기대"

한국프랜차이즈산업협회는 지난 7월 9일 경기도 광주시에 자리한 (무 회 운영과 각종 사안 등에 대 릉도원〉에서 2015 정기임원회 및 간담회를 가졌다. 이날 간담회는 70 여 명의 임원진이 모인 가운데 2015년 상반기 협회 사업을 정리하고 하반기 치르게 될 사업과 일 앞으로의 시업 방향에 대해 논의하는 시간을 가졌다.

지난 7월 9일 남한산성에서 치러진 한국프래차이즈산업협회의 '2015 정 기임원회 및 간담회'는 조동민 협회장을 비롯해 이병억, 김용만 명예회장 이 자리를 함께 했으며, 이명훈, 박의태, 박기영 수석부회장 등을 비롯해 70여 명의 협회 임원진들이 참석했다. 모처럼 협회 사무실이 아닌 야외 의 화창한 자연 속에서 간담회를 가진 탓인지 임원진들 얼굴에는 서로 화 색이 만연했으며, 회원사간의 돈독한 정도 한층 더하는 듯했다.

임원들이 대부분 참석한 가운데 조동민 회장은 "그동안 협회 박람회는 물론, 각종 행사에 참여해주신 임원진들의 노고에 감사드린다. 아울러 앞으로 협회에서 추진하고자 하는 올 하반기 다양한 사업과 행사에도 임 원진들의 적극적인 참여와 동참을 기대한다"며 "올 하반기 정기 이사회 를 맞아 임원진들 간에도 교류와 친목의 시간이 되길 바란다"고 말했다. 특히 제2기 KFCEO 명품과정은 많은 회원사들의 참여와 소개, 프랜차이 즈 업계인들의 동참으로 성황리에 운영되고 있으며, 제3기를 앞두고 많 은 회원사들의 참여를 독려했다. 한상만 부회장과 임영태 사무국장이 뒤

를 이어 협회 주요 안건에 대해 설명하고. 2015 상반기 세미나, 포럼, 협

한 운영 보고를 가진 뒤, 올 정에 대한 보고를 진행했다. 이날 사회를 맡은 임영태 국 장은 올 하반기에 있을 제16 회 한국프랜차이즈대상과 서 울특별시 한국프랜차이즈 에 너지 대상을 앞두고 협회원사 들의 많은 참여를 독려했다. 아울러 오는 9월부터 12월까 지 진행되는 제3기 KFCEO 명품과정도 많은 회원사들의 참여를 바라며, 여타 프랜차 이즈 본부 및 임직원과 가맹

점에 도움이 될 만한 다양한



교육 프로그램에도 많은 관심을 기울여주기를 당부했다. 2015 상반기 임 원간담회는 12시 점심식사를 시작으로 2시간 가량 진행됐으며, 전 임원 진들이 박수갈채와 함께 공식적인 상반기 임원간담회를 마쳤다.





16 / 17 프랜차이즈 월드 vol. 14

국내 최대 프랜차이즈박람회 조기 매진 임박 9월 3일~5일 제35회 프랜차이즈창업박람회 개최

The 35th Korea Franchise Business Expo 2015 The 25th Korea Franchi

한국프랜차이즈산업협회가 오는 9월 3일부터 5일까지 학여울역 서울무역전시컨벤션센터(SETEC) 전관에서 개최되는 '제35회 프랜차이즈창업박람회' 참가업체를 선착순 모집, 깊은 역사와 국내 최대규모를 자랑하는 박람회로서의 내공을 발휘하며 프랜차이즈 업계의 적극적인 호응을 얻고 있다.

한국프랜차이즈산업협회의 '제35회 프랜차이즈박람회'가 매번 수만 명의 참관객 수를 자랑해오고 있는 가운데, 이번에도 부스 조기 매진 이라는 성과를 기록하는 등 국내 최대 창업 및 프랜차이즈 박람회로 서 손색없는 박람회로 평가받고 있다.

협회는 박람회 부스 판매 개시 2주 만에 70%가 판매되는 성과를 보이며, 조기 매진이 될 것으로 예상돼 회원사들의 발 빠른 참여를 당부했다. 특히 이번 박람회는 협회가 지난 6월 aT센터에서 개최한 '착한박람회'의 취지를 이어가고자 3개의 전시관 중 창의관 한 곳을 기본 부스로만 구성, 경기 불황속에서 가맹본부의 참가 부담을 덜어주는 동반상생·나눔 박람회로 주목받고 있다. 협회는 부스 위치 선점에 대한 공정성을 높이기 위해 온라인 홈페이지(http://kfaexpo.kr)를 통해서만 신청접수를 받아 선착순 마감한다.

아울러 '제35회 프랜차이즈박람회'는 국내외 우수 프랜차이즈 업체 홍보 및 가맹점 유치기회를 제공하고 창업희망자와 창업준비자 등에 대

한 국내 · 외 브랜드 창업제공, 프 랜차이즈 창업 확대를 통한 고용 창출 및 국가 경제에 기여하고 프 랜차이즈 관련 기자재 업체의 유통 경로를 확보하기 위해 마련됐다. 매년 1회씩 진행해 오던 박람회는 지난 6월에 aT센터에서 '착한박람 회'라는 취지로 기본부스만을 제공해 업체 간의 참가부담을 덜어주기도 했다. 전시에 참여하는 업체는

외식 프랜차이즈, 서비스 및 도·소매 프랜차이즈 기업은 물론, 프랜 차이즈 산업 관련 기업들도 참여할 예정이다.

사업기획팀 민재기 차장은 "동반상생과 나눔을 취지로 가맹본부들의 참가 부담을 덜어 주기 위해 기본부스로만 구성한 전시관을 마련한 데에 참가업체들의 호응이 폭발적이다. 어느 때보다 빠른 부스 참가 로 조기 마감이 예상되니 서둘러 신청해 줄 것"을 당부했다.

한편, 프랜차이즈창업박람회는 프랜차이즈 창업 정보와 사업아이템을 수집할 수 있는 국내 최대 규모의 정보 교류의 장이다. 이번 박람회는 산업통상자원부, 농림축산식품부, 고용노동부, 식품의약품안전처, 특허청이 후원예정이며, 한국프랜차이즈산업협회가 주최·주관하다

문의 : 한국프랜차이즈산업협회 02-3471-8135~8 (사업기획팀 민재기 차장)

K—Franchise, 마카오서 신한류 열어 프랜차이즈산업協, 2015마카오프랜차이즈박람회 참가



한국프랜차이즈산업협회는 지난 3일부터 5일까지 마카오 베네시안호 텔에서 개최된 2015마카오프랜차이즈박람회에 참가해 국내 프랜차이 즈 기업들의 현지 진출을 적극 지원했다. 이번 마카오 박람회는 14개국 167개 업체가 참가한 국제박람회로, 국내 기업 8개 가맹본부와 한국관 을 구성해 국내 우수 프랜차이즈 브랜드를 널리 알리는가 하면, 마스터 프랜차이즈 및 업무협약 체결 성사를 이뤄냈다.

한국프랜차이즈산업협회는 지난 7월 3일부터 5일까지 마카오 베네시안 호텔에서 개최된 2015마카오프랜차이즈박람회에 참가, 국내 프랜차이즈 기업들의 현지 진출을 적극 지원했다고 밝혔다.

이번 마카오박람회 참가는 지난 5월 마카오투자진흥국이 협회를 통해 국 내 프랜차이즈산업 현황을 조사하고, 국내 프랜차이즈기업과의 사업 파 트너십 및 투자를 원하는 마카오 중소기업 대표 및 임직원 등으로 구성된 마카오 대표단의 한국 방문을 지원하면서 이뤄졌다.

마카오측은 한국 방문을 계기로 2015마카오프랜차이즈박람회에 한국프 랜차이즈산업협회와 국내 프랜차이즈기업들을 초청, 참가비와 부스를 무료 제공하는 등 파트너십을 맺고 긴밀한 협력 관계를 구축해 나가기로 했다. 2015마카오프랜차이즈박람회는 14개국 167개 업체가 참가한 국제 박람회로 수많은 해외 기업과 바이어들이 사업아이템을 찾기 위해 매년 마카오를 방문하고 있다. 협회는 〈봉구스밥버거〉, 〈셀렉토커피〉, 〈수제갈비〉, 〈스위트몬스터〉, 〈신마포갈매기〉, 〈참다한흑홍삼〉, 〈투어컴〉, 〈한국밥〉 등 8개 가맹본부 와 한국관을 구성해 한국의 우수 프랜차이즈를 알리고 투자 유치에 총력 을 기울여 마스터프랜차이즈를 비롯, 투자 파트너 계약을 위한 업무협약 을 체결하는 등 괄목할 만한 성과를 이뤄냈다

〈한국밥〉은 박람회장에서 중국기업과 마스터프랜차이즈계약을 위한 MOU를 체결했으며,〈셀렉토커피〉는 베네시안 호텔에 가맹점 개설 및 마스터프랜차이즈계약에 대해 협의하기로 했다.〈신마포갈매기〉,〈수제 갈비〉,〈참다한흑홍삼〉은 상담 투자자들과의 교류를 통해 홍콩과 마카 오에 마스터프랜차이즈 계약 및 가맹 개설을 성사시킬 계획이다. 이밖에〈스위트몬스터〉와〈봉구스밥버거〉도 중국과 홍콩의 투자자들로부터 큰 호응을 얻으며 해외 진출에 박치를 가할 예정이다.

마카오투자진흥국 관계자는 "앞으로 한국프랜차이즈산업협회와 꾸준한 관계를 도모하여 마카오 젊은이들에게 한국의 선진화된 프랜차이즈 노하 우를 습득하고, 한국의 프랜차이즈를 창업할 수 있는 기회가 될 수 있도 록 협력합 것"이라고 전했다

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 "협회는 K프랜차이즈가 한류의 또 다른 트렌드가 될 수 있도록 지속적으로 해외 진출사업에 심혈을 기울 일 것"으로 "이번 마카오 성과를 바탕으로 중화 문화권에 한국 브랜드의 입지를 더욱 다지는 계기가 됐다"고 밝혔다



한국프랜차이즈산업협회 · 중소기업중앙회 내수 살리기 추진 지체 가능한 사업. 우선 실천 통해 경제계 전체로 확산 주도

중소기업중앙회가 메르스 여파로 극심한 피해를 입고 있는 소상공인들 의 어려움 해소를 위한 내수 살리기 추진 시업에 대한 구체적 실행계획 에 들어갔다. 이에 한국프랜차이즈산업협회도 적극 동참키로 했다.

다양한 방법으로 내수 살리기 가동

족한 이후 첫 번째 가시적인 조치로 ▲전통시장 활성화를 위한 온누리상 품권 구입 ▲600여 명의 업종별 중소기업대표가 참여하는 중소기업리더 스포럼 정상 개최 ▲하반기 기념품 및 선물용물 조기 구입 등을 통해 약 14억 5000만 원을 조기에 집행함으로써 내수 살리기 운동에 앞장서겠다 히 요청한다"고 밝혔다 고 밝혔다.

이와 함께 13개 지역본부별로 지역 유관기관 · 협동조합 등과 함께 '지역 별 내수 살리기 추진단'구성, 캠페인을 전개키로 하였으며, 중소기업과 협동조합 임직원들에 대해서는 하계 휴가사용 국내에서 보내기와 전통 시장 온누리 상품권 사용 독려 등을 통해 지역 소상공인 살리기에 앞장 서기로 했다

조기 실천과 국민 참여 필요

한편, 중소기업중앙회는 향후 3~4개월이 내수침체 극복을 위한 골든타

임(Golden Time)인 만큼 범중소기업계가 선제적으로 내수 살리기 활동 을 추진하겠다며, 중소기업단체협의회 중심의 '내수살리기추진단'을 출 범한 이후 여성경제인협회, 벤처기업협회, 이노비즈협회, 메인비즈협회 등 중소기업 관련 단체들도 각각 내수 살리기 세부실천방안을 마련 중 에 있다고 밝혔다. 박성택 중소기업중앙회장은 "내수 살리기는 작은 것 중소기업중앙회는 지난 6월 16일 '범중소기업계 내수살리기 추진단'을 발 이라도 조기에 실천하는 것이 중요한 만큼, 중기중앙회 자체적으로 실천 가능한 것부터 우선 시행하기로 했다"며 "이러한 작은 실천이 경제계 전 체로 확산 · 시행되다면 내수 살리기에 큰 동력이 될 수 있고, 나아가 정 부 · 지자체 · 공공기관, 기업 그리고 전 국민의 내수 살리기 동참을 간곡

중소기업중앙회 자체 세부집행계획

- ① 중소기업 리더스포럼 예정대로 진행
- ② 온누리상품권 구입
- ③ 하반기 각종 기념품 등 조기 구입
- ④ 공제기금 홍보물품 제작. 노란우산공제 홍보용품제작
- ⑤ 외국인연수시설비용 선지급
- ⑥ 워크숍 및 직무교육 조기 시행
- ⑦ 사랑나눔행사, 전통시장과 연계 등 통해 7월 중 조기 시행

협회 발행 『외식경영관리사』 대학 교재로 채택 세종사이버대학교 '외식경영관리사 과정' 9월부터 전공 필수 과목

한국프랜차이즈산업협회에서 발행한 『외식경영관리사』가 세종사이버대학교 호텔관광학부 조리산업경영 학과 교재로 채택됐다. 세종사이버대학교의 '외식경영관리사 과정'은 외식산업분야의 외식업 경영을 효율 적으로 운영하도록 독려하고, 식품위생교육을 병행해 외식업 운영 및 관리 업무와 종업을 지도 · 감독하는 '외식경영관리사'를 배출하는 과정이다.

세종사이버대학교는 "외식경영관리사」 교재를 통해 '주방위생안전관리론'이라는 교과목을 진행하며, 전공 필수 과목으로 2015년 2학기에 진행될 예정이다. 이를 통해 외식프랜차이즈 및 식음료 관련 경영전공자 인력양성에 기여하고, 한국프램차이즈산업협회 자격증의 위상은 한층 더 높아질 것으로 판단된다.



협회. 전통시장 활성화를 위한 민·관 협력 방안 모색 프랜차이즈 특구사업을 통한 상생과 화합의 동반성장 모델 제시

경쟁력을 상실해가는 전통시장을 살리기 위해 서울시와 상인연합 회, 한국프랜차이즈산업협회가 함께 전통시장 활성화를 위한 초기 하는 등 정보화 시스템도 구축하고, ▲시장의 특성을 살린 MD를 구 혐의를 진행 중이다. 한국프래치이즈산업협회는 프래치이즈 특구사 업을 통한 동반성장 모델을 제시함으로써 화합을 통한 활성화 방안 화하는 등의 새로운 제안이 포함됐다. 을 모색했다.

획일화된 지원에서 벗어나야

1996년 유통산업법이 전면 개방된 이후 외국인 투자가 허용되고 대 형마트, SSM 등 유통업체의 진출이 자유로워지며 경쟁력을 상실 해갔다. 대부분의 전통시장은 1970년대 이전에 조성돼 편의시설 부 족과 물리적인 노후를 겪으면서 시대의 소비패턴을 따라가지 못하 고 있는 실정이다. 이에 전통시장 활성화를 위해 2002~2007년까지 777개 시장에 2조 원을 투입하며 지원했으나 ▲시장 매출액 및 종사 자 수는 지속적으로 감소하고 있으며 ▲경영주체 부족 등의 문제점 이 계속돼왔다. 이는 시설 현대화 위주의 획일적 지원의 한계점을 여 실히 보여준 것으로, 하향식 지원정책이 고수되며 현장의 목소리가 반영되지 못했다.

한국프랜차이즈산업협회는 이러한 획일화된 지원형태에서 벗어나 자율성 및 다양성을 존중하고 상인회와 시장 상인들의 자발적 참여 및 동의를 통한 전통시장의 활성화를 위해 서울시와 민 · 관 협력 방 안을 제시했다. 협회가 제시한 '프랜차이즈 특구 사업'은 서울시 전통 시장에 프랜차이즈 특구사업을 통해 상품, 먹거리 등을 특화시켜 새 로운 문화를 도입하고 미래 소비주역인 젊은이들의 방문 유도를 통 한 활성화를 모색시킨다는 것이 주요 골자다. 이는 기존의 획일적인 지원을 벗어나 자율적이고 다양성을 추구한 상생과 화합형 모델이라 는 점에 기대가 모아진다.

상생과 화합형 모델, 프랜차이즈 특구사업

프랜차이즈 특구사업은 총괄기관을 서울시로 두고 상인연합회와 한 국프랜차이즈산업협회가 협력하는 가운데 진행되는 것으로, 프랜차 이즈 업체 30~50개 정도가 참여 예정이다. 서울시 전통시장 및 골 목형 시장 내 변두리 상권에 기반시설을 조성하는데 그치지 않고 ▲

IoT(사물인터넷) 기술을 적용한 전통시장 전용 APP을 개발하고 보급 성해 기존상인과의 갈등을 최소화하고 차별화된 제품으로 서로 구역

특히, 동인동 찜갈비골목, 북성로 공구골목 등과 같이 골목마다 특성 을 살려 동일 업종이 모여 집적의 경제를 실현하는 상권의 구역화는 전통시장 기존 상인들의 상권을 보호하고 상생하겠다는 의지가 엿보 여 주목된다. 이러한 제안이 실현된다면 이용객들은 편리하게 전통 시장과 주변 상권을 이용할 수 있고, 전통시장과 프랜차이즈 특구는 구역별 특성에 맞는 마케팅을 도입할 수 있다. 또 보다 활기차고 '젊 은' 시장 분위기가 조성될 수 있다는 것이다.

전통시장과 프랜차이즈의 상생

프랜차이즈 산업은 미래성장산업으로 주목받고 있는 고부가가치 산 업이다. 자영업 비중이 높은 우리 경제구조에서 프랜차이즈는 소상 공인의 안정적인 창업과 일자리 창출에 기여하고 서민경제에도 큰 축을 담당하고 있다. 검증된 프랜차이즈를 모델로 소자본으로 큰 경 험 없이도 창업할 수 있는 기회를 제공하고 전통시장 상인과 프랜차 이즈 본사의 동반성장 협업으로 프랜차이즈 특구 사업은 새로운 활 로가 될 전망이다.

실제로, 1972년 문을 연 대구 서부시장은 상권이 거의 죽어있었으나 이번 프랜차이즈 특화거리 조성 사업으로 서부시장 중심부 62개 점 포 중 59개가 리모델링해〈호식이두마리치킨〉, 〈지코바〉등 프랜차 이즈 7개와 기타 13개 등의 업체가 입점해 상권이 다시 살아났다. 경 쟁이 아니 상생을 바탕으로 한 프랜차이즈 특구 사업이 다양한 콘텐 츠를 접목해 서울시의 전통시장에 다시 활력을 불어넣을 수 있다는 점에서 프랜차이즈 산업은 또 새로운 한걸음을 걷기 시작했다.

20 /21 프랜차이즈 월드 vol. 14

2015년도 제2차 정기이사회

"협회 위상 높이기 위해 회원사들 합심 필요"



한국프랜차이즈산업협회는 지난 6월 16일 협회 사무실에서 '2015년 도 제 2차 정기이사회'를 열었다. 5명의 등기 이사진이 모인 가운데 올 상반기 주요사업실적을 보고하고 하반기 사업계획을 보고하는 자 리였다. '2015년도 제 2차 정기이사회'는 조동민 협회장의 인사말을 시작으로 진행됐다.

2015년도 상·하반기 사업보고 다뤄져

'2015년도 제 2차 정기이사회'에서 조동민 협회장은 인사말에서 "한국 프랜차이즈협회의 발전과 한국 프랜차이즈산업의 발전을 위해 이사진 들의 적극적인 참여와 동참을 바란다"며 "회원시들도 협회와 프래차이 즈 업계의 발전을 위해 많은 관심을 가져주기를 바란다"고 당부했다. 산업협회 등기이사로 구성된 제2차 이사회가 처음 진행됐다. 이사진은 조동민 회장, 이병억 이사, 김용만 이사, 최세규 이사, 이용재 이사, 박 (5000만 원) 등이었다. 박배균 지회장의 전북지회는 제33, 34회 프랜 기영 이사이고 박기영 이사 외에 모든 이사진이 참석했다.

최', '2015년 신년하례식', '제33~34회 프랜차이즈산업박람회 개최', '세 미나, 포럼, 학회 운영 결과', '위원회 및 동호회 활동', '지회 활동', '일 본프랜차이즈협회 정기교류', '중소기업단체협의회', '유통산업연합회', 참가 등이었다 이밖에 대전 · 충남지회의 재발족을 위해 조성대 전 지 '서비스산업총연합회', '프랜차이즈월드 발행', '제33~34회 프랜차이즈 회장과 협의하기로 했다.

산업박람회 홍보', '외화은행 1조원 대출지원사업', '2015년 교육사업', '대 정부 활동', '정부예산(특허청 사업) 현황', '해외진출 지원 활동', '법 안 대응', '가맹점 사업자협의회 대응' 등이었다.

이어서 2015년 하반기 사업계왹 보고와 함께 회원시들의 사업내용 과 관련한 의사개진도 이뤄졌다. 보고 내용은 '이사회 및 임원간담회'. '2015년 회장단 회의', '2015년 나눔의 송년회', '제 35회 프랜차이즈산 업박람회 개최', '2015 한국프랜차이즈산업협회 워크숍', '국회 프랜차 이즈 세미나', '하반기 세미나, 포럼, 학회 운영 계획', '위원회 및 동호회 활동', '2015 글로벌 외식전문가 양성사업', '기상청 예산(날씨경영) 사 업', '외식프랜차이즈 업종 청년취업인턴제 규제개선', '프랜차이즈 가맹 사업 동반상생 도움센터 활동', '프랜차이즈 바로알리기 활동', 'WFC 및 APFC', '프랜차이즈월드 발행', '제 35회 프랜차이즈산업박람회 홍보', '홈페이지 보강 개편', '협회 홍보 강화를 위한 SNS 구축', '외환은행 1조 대출 지원사업', '제 16회 한국프랜차이즈대상', '서울특별시 한국프랜차 이즈 에너지 대상', '2015년 교육사업', '정부예산(산업부&특허청)', '법 안 대응', '프랜차이즈산업방송' 등이었다.

대전 · 충남지회 재발족 협의키로

지회 활동 보고도 이뤄졌다. 신기동 지회장의 부산 · 울산 · 경남지회 는 중앙회 및 부울경남지회 부산박람회 유치 상담(부산상공회의소), 2 기 KFCEO 명품과정 참여(이상규 부회장), 제6차 글로벌 프랜차이즈 포럼 참여(김상곤 사무국장) 등이었다. 이범은 지회장의 대구 · 경북지 회는 2015년 대구 치맥 페스티벌) MOU 체결(6원 10일), 대구 서부시장 프랜차이즈 특화거리 개장식(5월 22일), 대구광역시청 교육예산 확보 차이즈산업박람회 전북지회 회원사 참가, 2기 KFCEO 명품과정 참여 이날 논의된 2015년 상반기 주요 사업실적은 '정기총회 및 이사회 개 (박배균 지회장), 전주시와 한복티셔츠 제작 공동사업 등을 보고했다. 조동대 지회장의 강원지회는 2015년 소상공인창업학교(소상공인시장 진흥공단) 교육제안, 제33회 프랜차이즈산업박람회 강원지회 회원사

KFCEO 명품과정 갈수록 인기

한국프랜차이즈산업협회의 상반기 주요 실적 중에는 지난 3월 19일 CEO 정보교류회가 눈에 띈다. 프랜차이즈의 글로벌화가 큰 화두인 만 큼 일본 프랜차이즈협회에서는 아마모토 요시마사 회장을 비록해 일본 정부 경제산업성 유통정책과 노무라 에이고 과장이 참석하고 〈모스버 거〉、〈코코이찌방야〉、〈커브스재팬〉등 프랜차이즈 업체 대표들이 대 거 참석했다.

성공적으로 끝난 제2기 KFCEO 명품과정도 빼놓을 수 없다. 3월 9일 부터 6월 29일까지 16주간 매주 월요일 저녁에 진행된 과정은 뜨거운 한 우수기업 및 가맹점을 발굴하고, 프랜차이즈산업의 고용창출과 투 반응을 이끌어냈다. 세계 어디에 내놓아도 부족함이 없는 프랜차이즈 CEO 500명을 키워낸다는 목표로 각 분야 최고의 강사진으로 구성했 다. 이처럼 제1기에 이어 제2기 과정이 성공적으로 끝남에 따라 제3기 과정도 성공을 기대할 수 있게 됐다.

하반기 시업 역량 집중하겠다

하반기 주요사업계획도 굵직한 것들이 많다. 우선 협회 회원사들이 구 축한 위원회 중에서 사회봉사위원회의 적극적인 활동이 협회의 위상을 높이고 있다는 평가다. 사회봉사위원회은 소외 계층인 노인이나 장애 인 시설을 찾아 회원사에서 판매하는 물품이나 재능을 대가없이 지속 적으로 제공하여 지역사회의 복지증진과 발전에도 기여함은 물론 프랜 차이즈기업의 이미지 향상에도 기여하고자 만들어졌다. 매월 두 번째 주 화요일에 사회봉사단의 도움을 원하는 모든 곳에서 활동하며 위원 장인 김익수 채선당 대표 등 20여 개 기업이 참여한다.

한편, 하반기에는 2015 글로벌 외식전문가 양성사업이 예정되어 있다. 하고 유공자 포상을 통해 대국민 홍보 및 업계의 노고를 위로 및 격려하 농림축산식품부 지원사업인 글로벌 외식전문가 양성사업은 어학 및 외 식 관련 예비 취업생을 대상으로 중소 외식기업 취업을 연계하는 과정 이다. 국내 거주 외국유학생도 대상이 되며 약 1억 3000만 원의 예산으 회 주관의 각종행사 참가할 수 있는 특전도 있다. 로 오는 9~12월에 교육을 시행할 계획이다.

경영지원실과 협조해 기후산업 유관업종 대상으로 기상정보 활용을 통 사들이 참석했으며 날씨경영인증제도 교육 및 홍보 관련 예산을 협회 점·가맹점) 선정 및 인센티브를 부여한다.

를 통해 집행하도록 협의 중에 있다.

또한 하반기에는 호주프랜차이즈협회(FCA)와 연대를 강화할 예정이 제 33회 프랜차이즈산업박람회 기간에 진행된 제2차 한일프랜차이즈 다. WFC · APFC 회의와 연계해 개최되는 프랜차이즈 컨벤션이 호주 골드코스트에서 오는 10월 11일에 열린다. 협회에서는 회원사 10곳 이 상으로 교류단을 구성하여 컨벤션에 참석할 예정이다.

> 연말 사업으로는 제16회 한국프랜차이즈대상을 빼놓을 수 없다. 12월 3일에 대한상공회의소 국제회의장에서 한국프랜차이즈산업협회 주최 및 주관, 산업통상자원부, 농림축산식품부, 식품의약품안전처 후원으 로 개최된다. 접수마감일이 9월 14일로, 프랜차이즈산업의 발전에 기여



자촉진 등 국가경제발전에 기여한 우수기업 발굴. 업계의 의지를 결집 려는 목적이다. 수상업체는 '2015 한국프랜차이즈대상' 수상 마크 사용 권을 부여하고 협회 홈페이지와 뉴스레터 등 각종 매체에 홍보된다. 협

서울특별시 한국 프랜차이즈 에너지 대상은 하절기 에너지 위기를 슬 한편, 기상청 날씨경영 사업은 기상청 산하 한국기상산업진흥원 날씨 기롭게 극복하고 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점등 일터 및 점포에서의 지속적인 에너지 절약활동을 확산시키기 위한 상이다. 8월 28까지 대 한 날씨경영인증과 컨설팅사업에 대해 협회를 통해 홍보 및 교육 실시 상 기업을 선정하며 친환경 경영활동을 하고 있는 가맹본부와 평가기 한다. 지난 4월 2일에 기상민감 업종대상 날씨경영 설명회에 협회 회원 가 동안 전년도 같은 기간과 비교하여 에너지 사용량을 줄인 점포(직영

22 /23 프랜차이즈 월드 vol. 14

교육기관 설립과 가맹본사 대표 윤리교육 의무화 담겨 협회 추진 프랜차이즈 진흥법 개정안



정부의 프랜차이즈 산업에 대한 규제가 확대됨에 따라 협회는 규제와 지원을 함께 병행함으로써 프랜차이즈 산업이 내실 있게 지속적인 성장을 할 수 있도록 하는 정책에 대한 필요성을 절감하고 있다. 이에 협회는 가맹사업진흥법을 정비해 프랜차이즈 산업에 대한 지원을확대하고 갈수록 성장이 둔화되는 상황을 개선해야 한다는 업계의 의견에 따라 가맹사업진흥법을 조속히 정비하기위해 현재 국회에 계류돼있는 개정안을 발의할 준비에 도입, 현재는 그 준비를 마친 상태다.

프랜차이즈 산업의 균형과 발전, 안정적 성장 기대

프랜차이즈 산업이 지속적인 성장을 거듭하고 프랜차이즈 창업이 창업의 대세로 자리잡아가 면서 대형화된 브랜드들도 증가했다. 이들 대 형 프랜차이즈들의 증가는 한편에서는 프랜차 이즈가 골목 상권의 자영업자를 어렵게 하는 원인 중 하나라는 주장도 나오게 했다. 특히 일 부 프랜차이즈 가맹본부가 우월적 지위를 통해 가맹점주를 힘들게 한다는 이른바 '갑을논쟁'도 발생하면서 정부도 프랜차이즈 산업에 대한 규 제를 확대하는 모습을 보이고 있다.

이처럼 정부가 규제 위주의 정책을 펼치는 가 는 의견이 확산되고 있다.

운데 프랜차이즈 산업이 고용 창출, 지역경제 활성화 등에 기여하는 긍정적인 효과에 주목하며 지원 및 육성의 모습은 줄고 있다는 볼멘 목소리도 들리고 있다. 또한 프랜차이즈 산업에 대한 규제 위주의 정책을 펼치기보다 규제와 지원을 함께 병행함으로써 프랜차이즈 산업이내실 있게 지속적인 성장을 할 수 있도록 하는 정책이 그 어느 때보다 필요하다는 주장도 커지고 있다.

이런 필요성에 따라 최근 가맹사업진흥법을 정비해 프랜차이즈 산업에 대한 지원을 확대하고 갈수록 성장이 둔화되는 상황을 개선해야 한다

한국프랜차이즈산업협회도 2009년 이후 논의가 멈춰 사장된 것이나 마찬가지인 가맹사업진흥법을 조속히 정비하기 위해 현재 국회에 계류돼 있는 개정안을 기반으로 하면서 교육 부분을 추가한 개정안을 발의할 준비에 돌입, 현재는 그 준비를 마친 상태다.

가맹사업 촉진과 경쟁력 강화 지원하는 기반 될 것

지난 2007년 제정된 프랜차이즈 진흥법은 현재까지 3차례 개정된 바 있으며, 현재 홍지만 의원과 정호준 의원이 대표 발의한 개정안이 국회에 제출돼 있다. 이들 개정안들은 6월 임시국회에 상정됐지만. 처리는 미뤄져 9월 정기국회에서 다뤄질 예정이다.

홍지만 의원이 발의한 개정안은 현행 프랜차이즈 진흥법이 가맹사업자의 교육·연수 관련 사업을 추진할 수 있는 근거만 규정하고 있을 뿐구체적인 교육·연수 실시기관에 대해서는 명시하지 않아 체계적인 교육이 제대로 실시되지 않고 있는 상황을 감안해 대학, 연구소, 그 밖의 전문기관을 가맹사업 전문인력 양성기관으로 지정해 필요한 경비를 지원토록 했다.

또한 정부가 가맹사업 창업 촉진을 위한 교육 · 연수 사업, 가맹본부 대표의 직업윤리 향상을 위한 교육 사업, 산업재산권 관련 컨설팅 사업, 해외법령 정보 제공 사업을 추진할 수 있도록 하는 등 가맹사업의 경쟁력 강화를 지원토록 했다.

정호준 의원이 대표발의한 개정안은 프랜차이즈 산업에 대한 실태조사 와 관련해 현재 '실태조사를 할 수 있다'고만 되어 있어 언제 하는지 정해 지지 않은 것을 정기적으로 하고, 그 결과를 공표하도록 했다. 따라 개정 안이 통과될 경우 프랜차이즈 실태조사는 정기조사의 경우 3년마다, 수 시조사는 필요시 하게 될 전망이다.

진흥법, 프랜차이즈 발전 및 활성화 계기 돼

한국프랜차이즈산업협회가 관심 있어 하는 개정안의 핵심은 프랜차이즈 인증 도입과 협회의 법적 단체화다. 또 프랜차이즈 업종의 윤리 준수 프 로그램 마련과 함께 프랜차이즈 본부가 부도 등 위기에 봉착할 경우 가입 기업에 한해 금전적 도움을 줄 수 있는 공제조합 설립도 담고 있다. 특히 협회는 교육기관 설립을 통한 전문인력 양성과 프랜차이즈 윤리교육 의 무화 등이 주관심사다. 프랜차이즈 윤리교육 의무화는 다시 말해 가맹본부 대표의 윤리교육을 의무화하는 것이다. 물론 가맹사업 공정화에 관한 법률(이하 가맹사업법)에도 교육에 관한 규정이 있지만, 이는 대표자를 포함한 모든 직원을 대상으로 하고 있다. 따라서 안타깝게도 현재까지 대표자만을 위한 교육은 전무한 실정이다. 그래서 대표자만을 위한 윤리교육을 의무적으로 실시하는 방안이 마련되도록 노력하고 있다.

물론 일각에서는 프랜차이즈산업 진흥법인데 대표자에게 윤리교육을 의 무화하는 것에 대해 진흥이 아니라 규제라고 받아들일 수도 있는 우려도 있다. 물론 그런 측면도 있는 것을 사실이다. 즉, 진흥을 위한 교육이지만 규제 측면도 약간 있는 셈이다.

하지만 프랜차이즈 스스로 자정 노력을 하며 전문기관을 통해 교육을 실 시한다면 프랜차이즈 기업들의 윤리지수가 높아지고 나아가 프랜차이즈 윤리 관련 환경도 좋아질 것이라는 게 협회의 판단이다. 이는 결국 고객 들의 신뢰로 이어지고 프랜차이즈 산업 전반에 대한 지원과 지지로 연결 될 수 있다는 점을 고려해야 한다.

한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무국장은 "프랜차이즈 진흥법이 없고 규제만 있었다면 규제 일변도로 가게 된다. 대표적인 사례가 다단계나 상 조회사가 있다"며 "프랜차이즈 산업 역시 진흥법이 없었다면 이들 업종 과 비슷한 상황이 될 수도 있지만 다행스럽게도 진흥법이 있어 발전 및 활성화가 될 수 있는 계기와 기반을 갖고 있다"고 말했다.

임 사무국장은 이어 "선진국 역시 프랜차이즈 산업이 성장하는 확실한 근거는 진흥법인 만큼 정부가 그런 프랜차이즈 진흥법을 마련하는데 우 리 프랜차이즈 업계가 좀 더 관심을 가질 필요가 있다"고 말했다.

> 글 **나홍선 부장** 사진 **한국프랜차이즈산업협회DB**







프랜차이즈 사업에 필요한 실무 경험 갖춘

'프랜차이즈 지도사'에 주목하라

프랜차이즈는 시스템 사업이라고도 일컬어질 만큼 프랜차이즈 시스템에 대한 이해는 필수라고 할 수 있다. 따라서 프랜차이즈 비즈니스를 하기 위해서는 가맹본부 시스템 구축에서부터 브랜드 기획 및 인큐베이팅, 각 종 매뉴얼 구축 및 작성은 물론 그 이전에 사업타당성 분석과 상권 · 점포의 선별 등에 대해서도 필요한 전문역량과 지식을 갖춰야 한다. 물론 지금까지 프랜차이즈 기업마다 개별적인 노력으로 이를 갖추거나 필요한인력을 충원하는 방식으로 해결했다. 그 과정에서 일부 프랜차이즈는 주먹구구식 운영으로 비판을 받기도 했다. 문제는 이 같은 프랜차이즈 가맹본사의 문제는 고스란히 가맹점 사업자의 피해로 이어진다는 사실이다. 가맹본부의 역량을 믿고 프랜차이즈에 가맹한 가맹점 사업자의 입장에서는 가맹본부의 전문성과 사업역량이무엇보다 중요한 이유다. 따라서 가맹본부는 가맹점 사업자의 신뢰를 생각해서라도 반드시 현장실무에 대한전문역량을 갖추는데 주력할 필요가 있다.

최근 가맹본부의 역량 강화 및 이를 지원하기 위한 차원에서 프랜차이즈 현장에서 꼭 필요한 각 분이에 걸쳐 최고의 전문기를 양성하는 교육과정이 마련 돼 관심을 끌고 있다. 한국프랜차이즈산업협회가 마련한 프랜차이즈 지도사 과정이 바로 그 중 하나다.





다양한 실무경험과 전문성 보유한 전문가 '프랜차이즈 지도사'

프랜차이즈 산업이 지속적으로 확대되고 있으며, 그 위상도 높아졌지만 종사자들은 산업 전반에 걸쳐 필요한 니즈에 부합할 수 있는 전문성 및 실무능력을 갖추지 못한 채 충원만 되는 기현상이 계속되고 있는 상황이다.

이를 극복하고자 일부 대학과 일부 업체들이 프랜차이즈 실무자를 위한 교육을 하고 있지만 대표성이 부족하고, 강사 풀(Pool)과 전문성 부족으로 실질적인 효과를 얻지 못하고 있다.

이에 실질적이고 다양한 실무경험과 전문성을 보유한 프랜차이즈 지도사를 양성할 필요가 있다는 판단에서 한국프랜차이즈산업협회는 한국창업경영연구소와 함께 이 번 교육을 마련하게 됐다. 무엇보다 이번 교육은 한국프랜차이즈산업협회의 <mark>공신력</mark> 있는 자격제도를 활성화해 프랜차이즈 전문가를 양성하고 나아가 프랜차이즈 업계 의 발전을 도모한다는 취지를 갖고 있다.

현장에서 필요한 분야별 전문 컨설턴트 육성에 초점

'프랜차이즈 지도사'는 한국직업능력개발원에서 등록된 민간 등록 자격증으로, 프랜 차이즈 전문가로서 갖춰야 할 프랜차이즈 브랜드 기획 및 전략경영, 시스템 구축, 매뉴얼 작성, 사업타당성 분석과 가맹점 운영진단 및 개선, 슈퍼바이징 등 프랜차이즈 본사의 부서별 기능 및 역할 등 실제 프랜차이즈 사업 현장에서 필요한 분야 전반에 걸쳐 관련 분야의 최고 전문가(프랜차이즈 지도사)를 양성하는 교육이다.

프랜차이즈 비즈니스의 분야별 전문영역에 대한 교육을 통해 프랜차이즈 업계에서 인정받는 최고의 전문가를 양성, 배출하는 것을 목표로 하는 만큼 교육의 중점은 산 업현장에서 필요한 실무형 전문 컨설턴트를 육성하고 지속적인 교육을 시키는 것이다. 특히 프랜차이즈 본사와 가맹점의 경영진단 및 개선, 운영전략 등에 대한 교육을 통해 가맹본사의 사업을 지원하고 컨설팅할 수 있는 역량을 갖추도록 하는데 초점을 두고 있다.

따라서 교육 과정 역시 프랜차이즈 비즈니스 플랜 작성에서부터 인큐베이팅, 사업 활성화에 이르기까지 프랜차이즈 사업 전반에 걸친 세부 과목마다 필요한 이론 및 실습 교육을 실시하는 '프랜차이즈 특화 교육 커리큘럼'으로 구성했다. 또한 다양한 툴을 이용한 워크숍과 팀 위주의 전문 커리큘럼, 다양한 업종 컨설팅 사례 공유 및 프로젝트 참여 기회를 제공하는 사후관리 프로그램도 운영해 효과를 극대화할 수 있게 했다.







교육 수료생에게는 다양한 혜택부여

이와 함께 교육 수료생에게는 다양한 실질적인 혜택과 특전도 제공된다. 우선 '프랜차이즈 지도사' 인증자격과 함께 한국프랜차이즈산업협회 인증의 프랜차이즈 컨설턴트 자격, 한 국소상공인컨설팅협회 소속 컨설턴트 활동 자격이 주어진다. 또한 프랜차이즈 시스템 컨 설팅과 담임교수의 1:1컨설팅에 참여할 수 있는 기회도 제공되며, 프랜차이즈 브랜드 인큐 베이팅 컨설팅에도 참여할 수 있다. 이외에도 각종 컨설팅 자료 열람 및 연구기회가 제공 되며, '소상공인지도사' 자격증 시험 응시 기회도 부여된다.

만약 필요한 역량을 갖췄다고 판단될 경우에는 프랜차이즈교육 프로그램의 전문강사로 활동할 기회도 제공받을 수 있으며, 프랜차이즈 기업내 취업시 본사와 연계해 취업을 자 원하는 혜택도 주어진다.





프랜차이즈 지도사 과정은 실제 프랜차이즈 사업 현장에서 필요한 분야 전반에 걸쳐 최고 전문가를 양성하는 교육이다.

협회의 다양한 인력 풀과 교육 인프라가 장점

- 이 교육을 주관하는 이상헌 한국창업경영연구소장은 프랜차이즈 지도사 교육은 다섯가지 장점이 있다고 설명했다.
- ① 협회의 다양한 인력 풀로 구성된 검증된 자문위원단을 포함해 강사진을 구성, 프랜차이즈 산업의 이론과 현장 실무를 잘 아는 전문기를 통해 교육의 완성도를 기했다.
- ② 협회의 교육장을 비롯해 교육에 적합한 맞춤형 시설과 다년간 프랜차이즈 관련 교육을 진행한 노하우가 있어 안정적인 교육 운영이 가능하다.
- ③ 회원사, 정부, 학계 등 다양한 인적 네트워크를 보유, 교육의 완성도와 수준이 높기 때 문에 수강생들의 만족도도 매우 높다.
- ④ 교육 이후의 다양한 프로그램과 진로 모색 등의 기회도 많아 여러 가지 파생효과도 가
- ⑤ 무엇보다 교육생 확보에 있어서도 협회의 공신력이 큰 도움이 되며, 이론은 물론 현장 의 실무능력을 배양하는데 실질적인 도움이 되는 다양한 네트워크와 현장 실습 기회 를 제공할 수 있어 실무자의 역량 강화나 전문성 제도에도 큰 도움이 될 수 있다.

'상권분석 전문가 과정'도 성황리에 진행돼

사실 한국프랜차이즈산업협회가 실시하는 전문가 양성 교육은 이뿐 아니다. 이마 프랜차 이즈 최고전문기를 양성하기 위한 취지로 운영하는 '프랜차이즈 최고전문가 과정', 시장 수요에 비해 현저히 부족한 실무형 정통 상권분석 전문가를 양성하는 '상권분석 전문가 과 정' 등도 성황리에 진행되고 있다.

지금까지 교육이 프랜차이즈 대표 및 임직원 등 프랜차이즈 구성원들을 위한 과정이었다











지도사 고격과정 수를

후원 : (사)한국소상공인컨설팅협회



면 점차 상권분석 전문가, 프랜차이즈 전문가 등 차별화된 전문성을 바탕으로 프랜차이즈 산업 전반의 질적 향상을 주도할 수 있는 전문가 를 양성하는 교육으로도 확장되고 있는 셈이다. 이는 명실상부 교육사 업이라로도 일컬어지는 프랜차이즈 산업의 특성상 당연하다는 것이 많은 프랜차이즈산업 관계자들의 공통된 의견이다.

32명의 지도시들 수료식 성료

지난 7월 25일에는 프랜차이즈 지도사 과정 1기의 자격증 시험 및 수 료식이 있었다. 오후 1시부터 2시 30분까지는 원우들이 시험을 치렀 다. 수험생들은 조용한 분위기 아래 모두 신중하게 시험에 임했고, 시 험을 끝낸 원우들은 구두로 답을 맞춰보기도 했다. 이번 과정을 총괄 한 한국창업경영연구소 이상헌 소장은 "문제가 꽤 까다로웠을 것이 다. 합격률은 55%를 예상한다"며 원우들에게 격려를 보냈다.

프랜차이즈 지도사 과정 1기는 20명의 강사가 총 22개 과목을 진행했 고, 9주 동안 매주 토요일마다 32명의 원우들이 참석해 과정을 충실히 수료했다. 이번 과정에서는 프랜차이즈 산업에 관한 이론을 전달했을 뿐만 아니라, 원우들의 업체를 직접 방문해 인큐베이팅하는 등 실질적 이고 구체적인 혜택의 기회가 제공됐다.

이 날 오후 2시 30분부터는 수료식이 진행됐다. 한국프랜차이즈협회 한상만 상근 부회장은 "이번 프랜차이즈 지도사 과정 1기는 프랜차이 즈 산업의 발전을 위해 이상헌 소장과 고심해서 만든 과정이다. 강사 진과 커리큘럼의 차별화를 시도하기 위해 많은 노력을 했다. 다소 아 쉬웠던 점들은 2, 3기를 거치며 더욱 보강해나갈 것이니 선배로서 많 은 도움을 달라. 여러분의 열정을 높이 사며, 여기서 배운 이론을 적극 활용해 프랜차이즈 산업에 기여하자"며 축사를 보냈다.

이상헌 소장은 이번 지도사 과정의 발전을 위해 필요한 3가지 요소를 꼽았다. 첫 번째는 1기 원우회장인 (주)또봉이F&S의 최종성 대표를 중심으로 원우들 간 꾸준히 교류하며, 자부심을 가지는 것. 두 번째는 우수한 강사진과 전문성 있는 교육, 마지막으로는 한국프랜차이즈협 회와 한국창업경영연구소가 원우들에게 양질의 서비스를 지속적으로 제공하는 것이다.

팀별 발표 통해 최종 결실 맺어

수료식이 끝난 후, 팀별 발표가 이어졌다. 1조가 다룬 프랜차이즈 브 랜드는 〈맘스터치〉다. 〈맘스터치〉의 성공 요인으로는 가격 대비 고품 질의 상품을 제공해 소비자들로부터 '입찢버거', '개념버거' 등의 명칭 을 얻은 것을 꼽았다. 또 제조·물류·구매 시스템이 자체적으로 이뤄 져있으며, 수평적인 사내 문화와 직원을 신뢰하는 대표의 태도 등을 높게 평가했다.



는 콘셉트와 질 좋은 상품을 합리적인 가격에 제공한 점을 성공 요인 으로 분석했다. 〈다이소〉 물류센터의 첨단 자동화 시스템도 큰 장점 으로 꼽혔다.

마지막으로는 1기 원우 SLB코리아 정주백 대표의 샌드위치 브랜드 고 강조한다. 인 〈멜랑제〉에 대한 분석도 이어졌다. 이들은 쌀을 주식으로 하던 문 이 소장은 팀별 발표에 대한 격려와 조언과 함께. "워우들의 교류가 화에서 빵이나 대체 탄수화물의 비중이 서서히 높아지면서 샌드위치 시장이 확대될 것으로 판단했다. 브랜드의 발전을 위해 20~30대층 을 타깃으로 잡을 것과, 고객 대응 매뉴얼을 개선할 것을 지적했다. 3팀의 발표에 따른 이 소장의 피드백이 있었다. 〈맘스터치〉의 성장 전략을 분석한 1조를 칭찬하며. "브랜드 아이덴티티가 중요한 만큼.

2조는 〈다이소〉를 다뤘으며, 국내 최초 '균일가 생활용품 브랜드'라 매장만 봐도 브랜드 스토리텔링을 느낄 수 있어야 한다"고 말했다. 또 2조가 발표한 〈다이소〉를 언급하며 "무조건적인 가격인하는 더 이상 소비자에게 통하지 않는다. 품질이 보증돼야만 소비한다"고 저 적했고, 브랜드 발전을 위해서는 디테일을 잡아내는 것이 중요하다

> 중요하다. 1기라는 자부심을 가지고 자체적으로 소통하고 활동할 것 을 기대한다"고 전하며 제1기 프랜차이즈지도사 과정 수료식을 마무

> > 글 나홍선 부장, 김태환 기자 사진 황윤선 기자, 한국프랜차이즈산업협회DB

◈ 제1회 프랜차이즈 지도사 합격자 명단

	수험번호	성 명	소 속
1	15-01-002	강 은 주	(주)애드지오
2	15-01-004	곽 희 용	개인
3	15-01-005	권 민 지	더꼬치
4	15-01-007	김 영 동	애니원애프엔씨
5	15-01-008	김 응 석	태현티디에스
6	15-01-015	반 선 영	지어 보이 어프
7	15-01-018	신 현 철	(주)마세다린
8	15-01-019	유 현 승	프메이아복(주)
9	15-01-020	이 무 성	성화C&M
10	15-01-021	이 재 용	(주)채선당
11	15-01-022	이 종 남	(주 <u>)</u> 놀부
12	15-01-023	이 학 성	Mports
13	15-01-025	정 우 성	(주)일동인터네쇼날
14	15-01-026	정 주 백	(주)SLB Korea
15	15-01-029	조 영 주	(주)본이이에프
16	15-01-030	조 향 미	(주)천성푸드
17	15-01-031	최 종 성	(주)또봉이F&S
18	15-01-032	최 준 영	지어지비어피
19	15-01-033	하 승 모	새 롬부동 산
20	15-01-035	황 제 영	(주)아모제

"제1기 프랜차이즈지도사 과정 보람"

〈더 꼬치〉 **권민지** 대표 (제1기 합격자)



〈더 꼬치〉 권민지 대표는 6년 전 우연치 않게 집 근처 상가를 얻 어 〈더 꼬치〉 브랜드를 론칭했 다. 물류업을 하는 지인 공장에 서 꼬치를 공급받기로 하고, 온 가족이 참여해 점포 문을 열었 다. 처음부터 대박집으로 입소 문 나면서 가맹점을 내달라는 예 비창업자들이 생겨나기 시작, 본격적인 프랜차이즈 사업을 전 개하고 있다.

"좀 더 준비된 가맹본부와 본점을 운영하고 싶은 마음이 간절하던 터 에 아버지께서 프랜차이즈 지도사 과정을 추천해주셨습니다. 이 과정 을 통해 여러 가지 분야를 알 수 있었고, 큰 그림을 그릴 수 있게 됐습 니다. 무엇보다 사업하면서 고민이 많았던 마케팅과 홍보에 대한 교 육을 통해 앞으로 어떻게 해야 할지 방향을 잡을 수 있었습니다. 하지 만, 지식보다 더 소중한 것은 아무래도 다양한 분야에 계신 원우들과 의 만남이 아닐까 생각합니다." 수업 중 가장 인상 깊은 강의는 SNS 를 통한 마케팅 기법이었다는 그는 현재 블로그를 중심으로 진행하는 마케팅을 페이스북, 인스타그램, 카카오스토리 등을 접목시켜 보다 적극적으로 SNS 마케팅을 펼치고자 한다. 권 대표는 또 이 과정을 통 해 막연하게 열심히 하기보다는 성과지향적목표관리(KPI)를 통해 (더 꼬치〉가 한 단계 도약하는 발판을 마련할 생각이다.

"현재 (더 꼬치)가 얼만큼의 경쟁력이 있는가, 물류체계 및 자원은 효 율적으로 이뤄지고 있는가. 현재 각 매장에서 근무하는 직원의 만족도 및 근무태도는 적합한가 등의 내용들을 심층적으로 파악할 것입니다. 단위사업장별 전략수립, 자원관리, 평가 및 보상에 이르는 일련의 관 리활동을 유기적으로 적용해 장기적으로 〈더 꼬치〉 프랜차이즈 사업이 활발해 질 수 있도록 할 것입니다." 체계적이지 않는 무분별한 프랜차 이즈는 언제 무너질지 모르는 모래성 같은 존재라고 생각한다는 권 대 표. 그는 지금까지 배운 내용을 토대로 초보창업자들에게 신뢰받을 수 있는 체계적인 본부를 운영하는 것이 목표다

"프랜차이즈지도사, 기업운영에 도움"

성화 코스메틱 이무성 대표 (제1기 합격자)

화장품 B2B 사업을 하고 있는 성화 코스메틱 대표 이무성 대표 는 피부관리숍, 네일숍, 헤어숍 등 전문가용 화장품을 제조 및 유통하고 있다. 하반기에는 '에 스틱에이지(AesticAge)'라는 자사 브랜드도 출시 예정인 그는 평소 프랜차이즈에 많은 관심을 가져오다가 이번 프랜차이즈 지 도사 과정을 듣게 됐다.



"화장품업계에도 프랜차이즈 브

랜드들이 많이 있습니다. 때문에 프랜차이즈에 대한 관심이 많았고, 무엇보다 배움의 가장 큰 유익은 '깨달음'이라고 생각합니다. 모르던 것에 대해서, 혹은 알았지만 놓치거나 실천하지 못했던 것들에 대해서 '아!' 이거였구나!' 하며 깨닫는 것이 가장 크다고 생각합니다."

이무성 대표는 이 과정을 통해 배움이 주는 유익을 값어치로 계산할 수는 없지만, 자신의 수준과 스타일을 알지 못하면 그 수많은 배움의 무게에 생각이 짓눌릴 수 있다고 판단, 일상의 과업으로 돌아가 가장 중요한 것 3가지만 정하고, 단계별로 실천해 볼 생각이란다.

그는 또 "기맹본부와 기맹점, 공급업체와 고객과의 '상호의존적 관계' 를 FC시스템으로 풀어주신 세종대학교 한규철 교수님, 기맹본부보다 는 '예비창업자'의 관점에서 출점전략을 풀어주신 한국사업연구소 나 대석 소장님, 마지막으로 두 번에 걸쳐 가장 뜨거운 강의를 해주신 경 희대학교 이상헌 교수님의 강의는 핵심적이고 실무적인 내용을 넘어 서 강사의 열정과 에너지가 수강자의 태도와 생각을 바꾸기에 충분했 다"며 이 시간을 빌어 감사의 마음도 전하기도 한다.

그는 수료 후에도 그동안 배웠던 것을 성화 코스메틱을 운영하는 데에 도 현실적으로 적용시키고 실천해나갈 생각이다. "이곳에서 만난 다양 한 조직 환경 속에서 과업을 극복하고 성취해나가는 소중한 원우들과 의 풍성한 교류를 바탕으로 지속적으로 프랜차이즈 지도사의 다음 기 수의 원우들과도 함께 할 생각입니다"라며 의미있고 보람된 시간이었 다고 말했다.

30 /31

ISSUE Ⅰ 핫 이슈 Ⅲ ISSUE Ⅰ 항 이슈 Ⅲ ISSUE Ⅰ ISSUE □ ISSUE

프랜차이즈산업協, 녹색소비자연대와 MOU 체결

우리 사회의 다양한 분야 에 걸쳐 소비자들을 상대하 는 직군들에 근무하는 이들 은 소비자들의 각종 목소리 로 인해 정작 자신들의 정신 건강은 지키지 못하는 경우 가 많다. 특히 소비자들로부 터 자주 불편, 불만과 항의 를 듣는 전화 상담원, 콜센 터 등 소비자와 기업이 만나 는 접점에서 근무하는 이들 은 종종 큰 정신적 상처를 받는 경우가 빈번하게 발생 한다. 이 같은 감정노동자를 위해 시민단체, 학계, 기업 등 다양한 분야가 힘을 합해 좀더 건강하고 바람직한 근 로환경 및 소비문화를 조성 하기 위한 자리가 지난 7월 10일 마련됐다.

감정노동을 생각하는 기업 및 소비문화 조성 위한 협약식 체결

안전보건공단과 노동단체, 사업자단체, 소비자단체, 전문가 및 학계 등으로 구성된 '감정노동을 생각하는 기업 및 소비문화 전국협의회(이하 감정노동전국협의회)'는 지난 7월 10일 다양한 분야의 단체 및 기관, 사업체 단체 등과 협약을 맺고 감정노동 문제 해결을 위해 범국민적 노력을 다할 것을 다짐했다. 강전노동저국현의회가 주침하고 고유노동부와 아저보건공다의 호원으로 열리 이번 '강전노동 저국 캠페

감정노동전국협의회가 주최하고 고용노동부와 안전보건공단의 후원으로 열린 이번 '감정노동 전국 캠페인 발대식 및 감정노동을 생각하는 기업 및 소비문화 조성을 위한 공동협약식'에서는 지난해 협약 체결기관과 올해 협약식 참여기관 등 총 21개 기관·단체가 참여했다.

특히 한국프랜차이즈산업협회도 이날 협약식에서 기업 및 사업주단체 대표로 참석, 앞으로 감정노동자들을 위한 기업 및 소비문화 조성에 적극적인 역할을 하기로 다짐했다.

함께 노력해 문화를 바꾸는 계기가 되길 '희망'

이날 협약식에서 이성환 녹색소비자연대 공동대표는 개회사를 통해 "그동안 짧은 기간에도 불구하고 감정노동자를 위한 각종 노력에 큰 성과가 있었다"며 "이번 협약식을 계기로 감정노동자를 우리 이웃으로 생각하고 다같이 인간답게 잘사는 길이 만들어졌으면 좋겠다"고 밝혔다.

최현철 안전보건공단 교육안전문화이사는 인사말에서 "감정노동자들의 경우 주로 서비스 및 판매 분야에 종사하고 있으며, 그 인원만 해도 700만 명이 넘는 상황이라 피해사례도 확산되고 있다"며 "이런 상황에서 이번 협약식 체결은 큰 의미가 있고 적절한 시점이라고 생각한다"고 말했다. 최 이사는 이어 "감정 노동자 문제의 해결을 위해 근로자, 사업주, 시민 등 우리 사회 모든 구성원이 노력할 때"라며 "전문가로 구성된 협의회에 거는 기대가 매우 크며, 협의회가 앞으로 문제해결에 적극 나서달라"고 주문했다.

조 대표는 또 "감정노동을 생각하는 소비자와 기업의 행복한 동행 캠페인 표어를 '정정하자(정중하게 대우하고, 정당하게 요구하자)'로 정하고 10종의 포스터를 제작해 전국 지자체와 철도 등에 게재했다"며 "앞으로 지역 단위에서 100회 정도의 캠페인을 전개할 예정이며, 감정노동 홈페이지(www.감정노동.kr) 활성화 및 온라인 기자단 등 온라인 캠페인도 전개할 것"이라고 설명했다. 조 대표는 특히 "올해 목표는 개별 기업과의 적극적 MOU 체결"이라며 "지역 단위의 다양한 캠페인 통해 소비자에게 더 많이 홍보하고 확산할 것"이라고 강조했다.

정혜선 회장은 "감정노동이 문제화되면서 이를 해결하기 위해 서포터즈 활동을 시작했다"며 "과거에는 사업주 대상이었다면 이제는 근로자 대상으로 각종 컨설팅을 실시하고 있다"고 말했다. 정 회장은 "서포

터즈는 사업주 인식 변화, 근로 자 스스로 자신을 관리할 수 있는 힐링 프로그램을 제공하고 있다"며 "올해는 서포터즈 운영 및 우수사례 발굴 및 발표 통해 더많은 사업장에 확산하는게 목표이며, 그를 위한 인프라 구축에도 노력할 방침"이라고 밝혔다.

글 **나홍선 부장** 사진 **주현희 사진기자**

프랜차이즈 업계에 미치는 영향

한중 FTA 체결.

서비스업이 최대 수혜 예상…외식 · 커피 · 미용 프랜차이즈 인기

지난 6월 1일 한국과 중국이 한-중 자유 무역협정(FTA) 협정문에 정식 서명을 함 에 따라 협상 시작 3년 만에 한중 FTA가 체결됐다. 한중 FTA는 한뉴질랜드 FTA, 한베트남 FTA에 이어 체결되는 것으로, 산업통상자원부는 지난 6월 4일 이들 3개 FTA 비준 동의안을 국회에 제출했다. 이 에 따라 국회 절차가 완료되면 조만간 이 들 3개 국가와의 FTA가 발효될 예정이다. 이들 3개 국가와의 FTA는 국내 산업 전 반에 많은 영향을 미칠 전망이다. 특히 우 리나라의 최대 교역 상대국인 중국과의 FTA는 더욱 큰 영향을 미칠 것으로 예상 된다.



글로벌 기업 및 중국 기업들의 한국 투자 늘 것

대외경제연구원 등 6개 연구기관이 FTA 발표에 따른 산업별 영향을 분석한 결과에 따르면, 한중 FTA 발효 후 10년간 실질 국내총생산(GDP)은 2.28% 추가 성징하고, 소비자 후생은 약 146억 달러가 늘어날 것으로 전망됐다. 또 5만 3805개의 새로운 일자리 창출 등의 효과도 있을 것으로 기대됐다. 또 무역수지도 20년 평균 4억 3300만 달러 개선될 것으로 추산됐으며, 서비스 시장 개방, 무역장벽 해소, 투자유치 활성화 등을 고려하면 실제 우리 경제에 미치는 긍정적 영향은 더욱 클 것으로 예상됐다.

삼성경제연구소도 한중 FTA로 인해 GDP가 272% 증가하고, 총수출 및 총수입 증가율도 각 각 4.28%, 4.93%로 기존 FTA 대비 2배 이상 증가할 것으로 추정했다.

한중 FTA 체결은 우리 기업의 중국시장 진출 기회 확대에도 도움이 될 전망이다. 먼저 양국 간 관세 인하 및 철폐로 우리 중소기업의 중국 시장 진출이 본격화될 전망이며, 서비스 산업의 개방도 확대될 전망이다. 특히 패션 · 회장품 · 생활가전 · 고급식품 등 주요 소비재 품목의 수출이 늘어날 것으로 정부는 기대했다.

하나금융그룹이 발표한 '한중 FTA 체결에 따른 주요 산업 영향' 보고서에 따르면, 한중 FTA 로 인해 한국은 1만 1272개(수입액 736억 4000만 달러), 중국은 7428개 품목(수입액 1417억 5000만 달러)에 대해 20년내 순차적으로 관세를 철폐하게 됨에 따라 향후 무역관계가 더욱 활발해질 것으로 전망된다. 한중 FTA로 연간 관세 절감액만 해도 54억 4000만 달러에 달할 것으로 예상된다.

이에 따라 한·중 FTA를 활용하고자 하는 글로벌 기업 및 중국 기업들의 한국 투자도 늘어 날 것으로 전망된다. 한중 FTA로 인해 중국내 한국 투자기업의 이익보호를 위한 제도적 기반도 구축될 것으로 기대되며, 중국에 진출했던 우리 기업 중 국내로 다시 되돌아오는 유턴 현상도 발생할 가능성도 높아진다. 결과적으로 일자리 창출 효과로 이어질 수 있을 것으로 기대되고 있다.

각종 서비스, 투자 등 중요 사안 제도개선 소극적 우려

반면 우려되는 측면도 있다. 우선 정유제품, 석유화학제품 등 제조업 분야 생산은 발효 후 20년 평균 1조 3900억 원 증가할 것으로 예상된 반면, 특히 농림수산업의 경우 값싼 중국 농수산물의 수입 증가로 인해 국내 농림업의 경우 발효 후 20년간 평균 77억 원, 수산물은 104억 원 가량 생산이 감소할 전망이다.



[표1] 한-중 FTA의 관세 철폐 기간별 제품수 및 수입액

구분	관세철폐	한국		중국			
		제품 수	수입액	금액비중	제품 수	수입액	금액비중
일반품목	즉시	61,08	418.5	51.8	1,649	733.7	44.0
	5년내	1,433	31.0	3.8	1,679	58.3	3.5
	10년내	2,149	173.3	21.4	2,518	312.5	18.7
민감품목	15년내	1,106	79.5	9.8	1,108	219.2	13.1
	20년내	476	34.1	4.2	474	93.75	5.6
	부분감축	87	23.0	2.8	129	100/1	6.0
초민감품목	관세할당	21	6.0	0.7	0	0.0	0.0
	양허제외	852	43.0	5.3	637	149.9	9.0
총 계		12,232	808.4	100	8,194	1,667.5	200

자료 : 산업통상자원부

이처럼 가장 큰 영향을 받는 농수산업 등 1차 산업의 피해를 막기 위해 정부는 일부 품목은 관세양허에서 제외하고, 이들 산업군을 FTA 기금 지원 대상에 포함시키거나 경쟁력 강화 종합대책을 발표하는 등 대책 마련에 주력하고 있다.

특히 우려가 되는 부분은 각종 서비스, 투자 등 중요한 핵심 사안에 대해 중국이 제도개선에 소극적이어서 기대한 효과가 나오기 어려울 수도 있다는 점이다.

앞서 언급한 하나금융그룹의 보고서에서도 한중간 분업구조 및 글로벌 경쟁관계 변화를 고려할 경우 한중 FTA가 한국의 무역구조에 미치는 실질적 영향은 제한적이라고 내다봤다. 보고서는 중국의 무역구조가 한 국산 소재, 부품을 이용한 단순가공 무역 중심의 수출 구조에서 소재와 부품의 지급률 향상을 통한 자국내 소비 중심의 일반 무역으로 변화한 상태여서 한국이 우수한 소재, 부품의 수출이 크게 늘지는 않을 것으로 전망했다. 오히려 생산 거점이 중국에서 동남아, 중남미로 이전하고 있는 만큼 중국과의 무역효과는 낮아질 가능성이 높다고 예상했다.

또한 한중 FTA의 경우 즉시 관세 철폐 또는 조기 철폐 품목수가 상대적으로 작아 개방도가 낮은 점도 문제 점으로 지적했다.

한국 프랜차이즈의 진출 및 관련 업종 교역 크게 늘 것

각종 보고서에 따르면 한중 FTA로 인해 기술력이 필요한 기계 및 부품, 장비업종과 화장품, 음식료, 유통 등 소비재 관련 업종은 긍정적인 효과가 기대되고 있다. 반면 중국의 시장 지배력과 가격경쟁력이 우월한 철강, 섬유, 비금속광물, 타이어 업종은 국내 시장이 잠식될 우려가 높다. 특히 국내 서비스 산업의 대중국 진출이 더욱 활발해질 것으로 전망되고 있다. 산업연구원의 분석에 따르면, 한중 FTA 체결로 서비스업 매출이 단기적으로는 5%, 장기적으로는 6.7% 정도 늘어날 것으로 예상된다. 고용창출 효과 역시 53만~73만 명 정도로 전망된다.

서비스 산업을 업종별로 보면, 관광 및 운송 서비스, 전자상거래, 문화콘텐츠, IT서비스, 건설엔지니어링, 음식숙박업 분야 등의 개방 수준이 매우 높을 것으로 예상되고 있다.

대표적으로 '한류' 열풍에 따라 음반제작 및 배급, 영화상영 및 배급 등 문화콘텐츠 기업의 진출이 활발해질 전 망인데, 이들 기업들은 중국의 소득수준 향상으로 큰 FTA 효괴를 누릴 수 있을 것으로 기대되고 있다.

이처럼 서비스 분야가 한중 FTA의 수혜분야로 평가되는데다 중국의 소득 및 소비 수준이 높아진 결과 한국 프 랜차이즈 기업의 중국 진출도 더욱 활발해질 전망이다. 특히 프랜차이즈의 경우 아무 조건 없이 개방됐기 때문 에 한국 프랜차이즈의 진출 및 관련 업종의 교역이 크게 늘어날 것으로 예상된다.

산업통상자원부 관계자는 "한중 FTA에서 프랜차이즈의 경우 조건 없이 개방하기로 한 만큼 모든 제한이나 외국 인에 대한 차별을 없애야 한다"며 "프랜차이즈 기업의 중국 진출이 활성화되고 교역이 훨씬 좋아지게 되면서 진 출 인력도 증기할 것으로 기대된다"고 말했다.

이 관계자는 "프랜차이즈의 적극적인 진출이 이뤄질 것으로 기대되기에 향후 관련 서비스와 교육도 늘게 될 것으로 본다"며 "만약 시장진입을 못하게 하거나 사업 과정에 애로가 있을 경우 언제든지 산업부에 말해 달라"고 덧붙였다.

중국 진출, 외식 · 커피 · 미용 관련 프랜차이즈 각광

실제로 KOTRA 및 중국기업 등에 따르면, 한중 FTA로 인해 우리 프랜차이즈 기업의 중국 진출에 호기가 마련될 것이라는 전망이 많다. KOTRA 대련무역관이 발표한 자료에서도 중국 동북3성의 관문이라 할 수 있는 항구도시 대련이 국내 프랜차이즈의 중국 진출에 있어 적격지라며 외식, 커피, 미용 관련 프랜차이즈가 각광을 받고 있다고 강조했다. KOTRA 대련무역관에 따르면, 인구 670만 명을 보유한 소비도시인 대련은 한국 음식 및 문화에 대한 수용도가 높고, 지리적으로 관련 식자재 및 제품 조달에 유리한 장점이 있다. 또한 최근 구매력이 향상되면서 외식업, 커피전문점, 미용업 등이 각광을 받고 있는 상태다. 외식업의 경우 고기구이, 전통한식, 퓨전 레스토랑, 치맥, 떡볶이 등이 한류 드라마의 영향으로 크게 환영받고 있으며, 일부 한식 고기구이 식당은 주중 주말을 불문하고 대기표를 받아 20분 이상은 기다려야 순서가 돌아올 정도로 인기를 끌고 있다.

프랜차이즈 월드 vol. 14 35

[표2] 한-중 FTA에 따른 관세 철폐 기간별 주요 품목

관세철폐기간	한 국	중 국
즉시	원유, 나프타, 음양기기, 반도체제조장비, 의약품	제트유, L형강, 스텐레스열연강판, 플라스틱금형, 플라스틱소재
5년내	플라스틱, 금속절삭기계, 의료기기, 제트유	항공기부품, 유선통신기기부품, 반도체제조장비, 이온교환수지
10년내	냉장고, 세탁기, 화장품	냉장고, 에어컨, 에틸렌, 냉연강판, 전지레인지, 밥솥, 고흡수성수지
15년내	타이어, 휘발유, 배합사료, 참치, 연육	나프타, 아스팔트, 윤활유, TV카메라부품, 금형, 안경렌즈
20년내	편직제의류, 축전지, 자동차부품, 화훼, 맥주	ABS수지, 도료, 차량용축전지, 가정용정수기, 콘텍트랜즈
부분감축	조미료, 소스, 조제땅콩, 냉동꽃게, 건조다시마, 면직물	리듐이온축전지, 선박용엔진, 음향기기부품, 화장품, 샴푸, 린스
관세할당	대두, 참깨, 팥	_
양허제외	쌀, 고추, 마늘, 배추, 인삼, 사과, 배, 감귤, 냉동조기	파라자일렌, 테레프탈산, 에틸렌글리콜, 굴삭기

자료 : 산업통상자원부

커피전문점의 경우에도 소비수준 향상과 커피문화에 대한 동경이 맞물려 일부 국내 브랜드의 경우 시내 우수상권 매장은 물론 대중교통 접근이 어려운 해변가 매장까지도 평일 오후에는 고객 착석률이 70%에 달할 정도다.

미용실과 고급 피부관리실 등 미용업도 회원제로 운영되는 고급 매장의 경우 즐겨 찾는 이들이 늘고 있으며, 미용서비스와 더불어 화장품 및 미용관련 제품 판매, 미용관리 학원 운영 등 다양한 포트폴리오로 높은 수익창출이 가능할 것으로 전망된다.

능력 있는 중국 파트너 발굴 통해 상생할 것

이처럼 한국 프랜차이즈 기업이 중국 진출이 크게 증기할 것으로 예상되는 기운데, 한국 프랜차이즈가 중국시장에서 성공하기 위해서는 중국 현지 파트너와의 관계가 더욱 중요해질 것이라는 지적도 나오고 있다.

일반적으로 해외에서 프랜차이즈 시업을 성공적으로 하기 위해서는 한국 본사와 현지 파트너가 함께 노력해야 하는 경우가 대부분이기 때문이다. 실제로 중국 진출이 10년 이상 된 한 피자 브랜드의 경우 상권이 활성화되지 못한 곳에 개점한 경우에도 성공적인 매장 운영을 할 정도로 서비스 만족도가 브랜드 인지도가 높다. 이는 프랜차이즈의 장점을 살리면서 현지 파트너와 의 장기적이고도 긴밀한 파트너십을 통해 중국 소비자들의 기호에 맞는 메뉴와 서비스를 지속적으로 발전시켜 온 결과로 전해 진다.

KOTRA 선양 무역관 김성훈 과장도 "해외서 프랜차이즈 사업이 성공하려면 그 무엇보다 현지 파트너와의 관계가 중요하다"며 "특히 한국 프랜차이즈 기업이 중국시장에서 성공하기 위해서는 본사의 아이템과 시스템, 사업추진 노력과 함께 중국 파트너의 중국 소비자에 대한 트렌드 파악 및 현지시장 적용이 적절하게 조회될 필요가 있다"고 말했다.

김 과장은 또 "중국은 90년대부터 이미 글로벌 프랜차이즈들이 진출해 왔으며, 그에 맞서 중국 토종 프랜차이즈들이 성장해 온 시장이므로 그들만의 성공 방정식과 노하우가 있다"며 "능력 있는 중국 파트너 발굴을 통해 그들의 의견을 적극 수용해 상생해야 한다"고 덧붙였다. 김 과장은 이어 "중국 내 법인설립에 있어서도 중국인 명의의 현지 자회사 설립 등의 편법은 금물"이라며 "적법한 파트너를 발굴해 적법한 절차대로 해야 하며, 법인 설립 이후에도 가맹점 계약 및 시공, 직원 채용 등 많은 사항들에 대해 대비해야 한다"고 말했다.

김 과장은 끝으로 "한류는 소비 트렌드가 아니라 특정 연령층이 한국 문화에 열광하는데서 발생한 일종의 유행"이라며 "이러한 한류를 중국 내 일정한 소비 트렌드로 정착시키기 위한 노력이 더욱 필요한 시점"이라고 밝혔다.



프랜차이즈업의 모범을 보여주다

(주)크린토피아이범돈대표

〈크린토피아〉는 이전까지 누구도 성공하지 못한 세탁업 프랜차이즈의 모범이라는 점에서 특별하다. 프랜차이즈로 운영하는 세탁소가 선진 시장에는 많이 있었지만 한국은 그렇지 않았다. 이범돈 대표는 과감하게 세탁 비용을 파격적으로 낮추고, 지나가는 사람의 시선을 끌고자 가격파괴 서비스의 대표 품목인 와이셔츠를 잘 보이게 걸도록 했다. 이제 이 대표는 기존 〈크린토피아〉 세탁 서비스에 코인 세탁을 결합한 서비스로 한 단계 더 도약을 꿈꾸고 있다.

창업 열풍을 주도한 신개념 세탁

〈크린토피아〉는 이범택 (주)크린토피아 회장이 1986년에 세운 염색·섬유 가공회사 '보고실업'에서 출발했다. 그 노하우를 바탕으로 1992년 크린토 피아 사업부를 신설한 것이 첫 단추가 됐다. 활발한 선진국의 세탁프랜차 이즈 산업을 보며 동생 이범돈 대표는 다니던 공기업을 그만두고 〈크린토 피아〉에 자리를 잡았다.

당시 기존 세탁소들은 요즘에 비하면 서비스가 형편없었다. 그런데도 서 사물로 영업권을 암묵적으로 보장하는 방법으로 경쟁을 피해갔다. 이 대표는 려운 "2000가구가 사는 큰 아파트 단지에는 보통 세탁소가 3~4개 있었다. 그 리는 런데 아파트 입주자회나 부녀회에 선물을 쥐가면서 동별로 고객을 독점하다. 고했다. 그러면 그 동은 경비원이 정해진 세탁소 배달원만 들어오도록 통제하는 것이다. 그러니 어떻게 잘 높은 서비스가 제공되겠나"라고 말했다. 1인사실 당시 세탁소의 서비스는 배달 위주였다. 직접 세탁소를 찾아가면 언제 문을 열고 닫는지, 언제 세탁물을 가지러 오면 되는지조차 명확하게 알다면 려주지 않을 정도로 대충 운영하곤 했다.

〈크린토피아〉는 기본적으로 배달을 하지 않는 세탁업 프랜차이즈로 시작했다. 이 방법은 한 번 단골이 되면 계속 고객을 유지할 수 있는 장점이 있지만, 그전에 고객을 점포로 끌어들여야 한다는 전제 조건이 있었다. 고심끝에 이 대표는 가격파괴 와이셔츠 세탁 서비스로 고객을 유혹하기로 결정했다. 창업 23년이 지난 지금도 〈크린토피아〉의 와이셔츠 한 벌 세탁과 다림질 가격은 고작 990원이다. 이 대표는 "사업을 처음 시작했을 때 기존 세탁소에서 와이셔츠 한 벌을 세탁하려면 2500원 정도를 요구했다. 대졸 신입사원 월급이 40만 원 정도에 불과한 시절이다. 당시〈크린토피아〉는 와이셔츠 한 벌을 세탁하는데 500원만 받았다"고 말했다.

시스템화로 프랜차이즈 장점 극대화

프랜차이즈 사업의 장점은 서비스 및 관리 시스템의 표준화, 효율화다. 개인 사업자가 혼자서 브랜드의 정체성을 구축하고 마케팅을 벌이고 운영 시스템을 잘 만들기가 어려운 까닭이다. 그렇다면 프랜차이즈로서 〈크린토피아〉만의 경쟁력은 어디서 나오는 것일까.



매장에서 점주가 고객을 응대하고 물건을 접수하면 세탁전문가가 있는 지사로 이동한다. 전국 127개 지사에서 각 매장마다 하루에 3번씩 배송이 이뤄지므로 약간의 추가요금을 내면 당일 세탁도 가능하다. 세탁 후 옷을 다리는 과정의 상당 부분에 프레스 기계를 이용하기 때문에 빠르고 정확하다

1인 가구 증가에 주목

사실 당시 세탁소의 서비스는 배달 위주였다. 직접 세탁소를 찾아가면 언 이 대표는 트렌드에 민감한 사람이다. 매일 아침 여러 종이매체를 살피고 제 문을 열고 닫는지, 언제 세탁물을 가지러 오면 되는지조차 명확하게 알 다양한 사람을 만나고 많은 경험을 하려고 노력한다. 그 때문인지 〈크린토 려주지 않을 정도로 대충 운영하곤 했다. 피아〉는 최근에 변화된 라이프 스타일까지 고려해 일반 빨래 외에 이불과 것 린토피아〉는 기본적으로 배달을 하지 않는 세탁업 프랜차이즈로 시작 커튼, 운동화, 구두, 명품 핸드백 세탁까지 고객의 편의를 충족시키기 위한 했다. 이 방법은 한 번 단골이 되면 계속 고객을 유지할 수 있는 장점이 있 서비스를 제공하고 있다.

또한 이 대표는 일찌감치 증가하는 1인 가구에 주목했다. "덩치 큰 가전제 품들이 소형화되고 1인용 소포장 식품이 늘어나는 것을 눈여겨봤습니다. 가사노동시간을 최대한 절약하고 대신 여가를 즐길 수 있도록 돕는 생활 토털 서비스 산업이 발달할 것으로 예상했지요."

이 대표는 이러한 믿음 아래 2009년 멀티숍 '크린토피아+코인워시' 시스템을 도입했다. 이는 기존 〈크린토피아〉의 서비스를 제공하면서 24시간 무인 영업이 가능한 코인빨래방의 장점을 결합한 토털 세탁전문점이다.

단순히 셀프로 운영되는 코인빨래방이 갈수록 늘어나고 있지만, 고객이 직접 세탁을 하며 시간을 소비하는 불편함이 있다. 또, 관리하는 사람이 상주하지 않아 고객이 원하는 맞춤 서비스를 받기 어려운 단점도 있다. 그래서 크린토피아+코인워시는 일정한 추가요금을 내면 직원이 직접 세탁을 해주는 대행 서비스를 한다. 일반 가정에서 세탁하기에 번거로운 이불이나 커튼 같은 대형 세탁물을 알아서 처리해주므로 고객 입장에서 아주 편리하다.





소통으로 가맹점 이익 향상

〈크린토피아〉설립 초기부터 현재까지 가장 중요하게 생각하고 있는 것은 가맹점주와의 상생이다. 〈크린토피아〉는 선진 시장에서 프랜차이즈 기업의 수익구조인 '러닝 로열티' 제도를 도입했다. 그는 "매출의 1.5%만 로열티로 받고 있다. 추가적인 이윤은 남기지 않는다. 장기적으로 함께 상생하고 오래가기 위한 제도"라고 말했다. 정상적인 영업활동을 통해서만 가맹본부가 이익을 남기기 때문에 진정한 상생이 이뤄질 수 있는 원동력이 된다는 뜻이다. 게다가 가맹점주들에게 카드수수료의 50%를 지원해주고 있다. 카드결제를 활성화해 고객도 늘리고 가맹점 부담도 줄여주자는 취지다. 또 마케팅 비용을 가맹점에게 전가하지 않는다.

이 대표는 "세탁업은 물론이고 국내 프랜차이즈 전체로 봐도 가맹본부가 가맹점의 카드수수료까지 지원해주는 곳은 거의 없다"며 "많은 창업자가 대박을 꿈꾸다가 쪽박을 치는 경우가 많은 게 현실이다. 꼼꼼하게 들여다보면 〈크린토피아〉만큼 창업 성공률이 높은 브랜드가 드물다"고 강조했다. 또한 〈크린토피아〉는 '건의사항'이라는 온라인 공간을 만들어 가맹점주가 가맹본부에 원하는 점을 적을 수 있는 소통의 장을 만들었다. 올라온 의견들은 실시간으로 담당직원들이 확인해 답변 및 응대는 하루가 채 지나지 않는다. 이렇게 빠른 응대를 하는 이유는 고객이 〈크린토피아〉를 경험하는 첫 접점이 점주이며, 점주와의 빠른 소통이 더 나은 고객응대와 서비스 품질의 향상을 이끌어 낼 수 있다고 생각하기 때문이다.

믿고 창업하는 〈크린토피아〉

창업비용이 저렴하고, 일이 고되지 않고, 위험성까지 적다면 그 프랜차이즈는 성공할 것이다. 〈크린토피아〉는 일단 가맹점에서 세탁을 하지 않으므로 복잡한 설비가 필요 없다. 또 같은 이유로 일손을 덜게 된다. 〈크린토피아〉의 가맹점주들은 다른 외식 프랜차이즈와 달리 늦은 시간대나 일요일까지 영업하지 않아도 된다. 그런데도 〈크린토피아〉 가맹점의 성공률은 다른 프랜차이즈보다 훨씬 높다.

〈크린토피아〉점포의 평균마진율은 38,5%로 업계 최고 수준을 자랑한다. 분기별로 실시하는 서비스 평가에서 높은 등급을 받은 가맹점은 더 높은 마진율을 받을 수 있다. 창업에 관련된 특전도 있다. 전단지, 사은품, 현수막, 자석스티커, 명함 등 초도물품 지원은 기보이고 기업은했과 연계해 4000만 원까지 저금리 대축까지 받을 수 있다. 여기

원은 기본이고 기업은행과 연계해 4000만 원까지 저금리 대출까지 받을 수 있다. 여기에다가 소상공인시장진흥공단이 선정하는 프랜차이즈 수준 평가에서 1등급에 속해 다양한 연계지원을 받을 수 있다. 자세한 내용은 지역별 소상공인지원센터로 문의하면 된다. 점포 크기는 실평수 19.83㎡(6평) 이상이면 오픈 가능하고 크린토피아+코인워시는 59.50㎡(18평) 이상이다. 멀티숍에 들어가는 세탁기와 건조기는 GIRBAU라는 브랜드로 본사가 스페인에 있으며 상업용 세탁기 세계 4대 브랜드 중에 하나다. 〈크린토피아〉가 맹본부가 다른 경쟁사에 비해 대량구매를 할 수 있으므로 합리적인 설치비용을 유지한다. 내구성이 좋아서 평균 10~15년간 사용할 수 있다.

각종 이벤트도 있다. 크리닝데이는 매주 수요일에 세탁요금의 7%를 할인하는 정책이다. 또 결혼기념일이나 생일을 등록하면 기념일 앞뒤로 1주일간 세탁요금 20%를 깎아준다. 매주 수요일과 토요일은 이불 세탁하는 날이라고 해서 침구류 세탁요금 30%를 할인한 다. 단 할인 이벤트는 원래 저렴한 요금을 받는 와이셔츠 등 일부 품목은 제외된다.

이 대표는 '세상을 깨끗하게! 생활을 풍요롭게!'라는 비전으로 고객의 편리하고 풍요로운 삶에 기여한다는 마음을 이어갈 계획이라며 "고객의 사랑과 관심이 대한민국 대표 세탁서비스 기업으로 자랄 수 있게 했다는 믿음으로, 고객의 삶을 질적으로 향상시키는 가치를 추구한다. 끊임없는 열정과 노력으로 편리한 삶, 행복한 삶의 동반자로 고객과 함께할 예정" 이라고 말했다.

이 대표에 따르면 〈크린토피아〉의 성장세는 계속될 전망이다. 그는 "개인 세탁소가 아직도 2만 8000개가 남아있어 〈크린토피아〉가 적어도 3500개까지는 무리 없이 성장하리라고 본다"며 "게다가 코인워시 매장은 더 적으므로 전망이 아주 밝다"라고 말했다.

글 최윤영 기자 사진 황윤선 기자, (주)크린토피아 제공





가족, 직원, 고객을 넘어 소통하다 (주)에땅 공재기 회장

(주)에땅 공재기 회장은 소통의 '달인'이다. 그의 소통 대상은 직원이나 업무로 만나는 사람들에게 국한되지 않는다. 가 족부터 시작해 집 앞에서 만나는 경비 및 미화 인력까지 나이와 직급을 가리지 않는다. 한국프랜차이즈산업협회가 만든 KFCEO 명품과정 2기생이기도 한 공 회장은 연배와 업력을 떠나 항상 먼저 다가가 인사하고 소통한다. 이런 노력으로 (주) 에땅은 〈피자에땅〉에 이어 〈오븐에 빠진 닭〉 등 5개 브랜드를 시장에 안착시키고 있다.

외국 브랜드 틈새 뚫은 도전

공 회장이 만든 첫 브랜드 〈피자에땅〉은 합리적인 가격에 뛰어난 맛으로 **열정과 패기로 무장한 퇴직칭업** 고객들의 좋은 반응을 얻었다. 사업을 시작하기 전부터 젊은 사람들이 / 그간 (주)에땅이 이룬 성과는 공 회장의 열정이 큰 몫을 차지한다. 그는 피자를 좋아하는 모습을 보고 피자 시장이 커지겠다고 판단한 것이 적중 CEO인 자신부터 솔선수범하고 소통해야 회사를 잘 이끌 수 있다는 철학 했다. 특히 공 회장의 자녀들과 그 또래가 피자를 즐겼다는 점에서 장기 을 가졌다. 일단 자신부터 매일 새로운 모습으로 발전해야 직원들이 따 적으로 오래갈 수 있는 브랜드가 되리라고 생각했다.

그러나 사업은 항상 순탄하지만은 않았다. 특히 IMF 외환위기는 모든 자부심을 느낄 수 있다는 얘기다. 조에 들어갔다. 모두가 힘든 상황이 벌어진 것이다.

공 회장은 "어떻게 돌파구를 열까 고민하다가 국내 최초로 피자 하나를 시장의 흐름을 읽는다. 홍대 상권처럼 젊은 층이 많이 오거나, 동대문처 주문하면 하나를 더 주는 '원 플러스 원' 서비스를 시작했다. 지금은 일반 럼 외국인 관광객이 많이 오는 곳에서 그들의 취향과 패턴을 분석한다. 화된 마케팅 기법이지만 당시에는 혁신적인 아이디어였다. 그래서 특허 모든 아이디어는 책상에 가만히 앉아서 나올 수 없고 현장 속으로 파고 로 등록하려고 했는데 눈에 보이는 제품이나 상표가 아니라 출원이 안 들어야 나온다고 생각해서다. 그는 "이렇게 일정한 원칙을 통해 이것을 됐다"며 "다른 업체들이 따라할 수 있다는 생각에 약간 실망했지만, 모방 지키고자 고군분투하고, 서로의 삶에 충실하고 자부심을 가지면 사업도 업체가 따라오지 못하도록 품질로 승부한다는 결정을 내렸다"고 회상했다. 저절로 잘 된다"고 설명했다. 현재 (주)에땅은 합리적인 가격으로 맛있게 먹을 수 있는 외식 브랜드 그는 입소문 난 가게에 가서 그저 음식을 먹어보는 것으로 끝내지 않는 5개를 운영하고 있다. 〈피자에땅〉, 구운 치킨 〈오븐에 빠진 닭〉, 족발전 문점〈본능족으로〉, 프리미엄 분식점〈투핑거스〉, 일식〈돈돈부리부리〉, 꾸준히 소비할만한 지속가능한 아이템을 찾으려고 시도한다.

식 피자는 토핑이 풍부하고 빵의 식 가맹점주 교육에 최선

라오고, 가맹점주 그리고 협력업체와 (주)에땅을 이용하는 고객들까지

산업에서 소비를 줄어들게 했고 2000년대 들어서는 본격적인 저성장 기 그는 매일 오전 5시에 일어나 피트니스와 수영, 조킹, 사우나를 하며 체 력을 다진다. 일을 마치고 퇴근하면 집으로 가지 않고 여러 상권을 돌며

다. 무엇을 배울지 꼼꼼하게 살펴보고 젊은 고객이 부모 세대가 되어도

공 회장의 이런 노력 덕분에 (주)에땅의 직원들도 언제나 열정을 잃지 않 이 (주)에땅의 브랜 는다. 남들이 쉬는 시간에 바쁘게 움직일 때가 많은 프랜차이즈 기업의 업무는 긴장의 연속이다. 다들 바쁘고 그렇기 때문에 남을 배려하기가 (주)에땅은 최근 한 쉽지 않은 것이 현실이다. 이런 가운데 CEO가 먼저 나서서 활발한 모습 을 보여주면 조직 전체가 원기 회복을 하는 계기로 삼을 수 있다.

공 회장의 열정은 군인으로 일했던 시절의 영향을 크게 받았다. 특전사 로 복무하기도 했고 포병장교로 지휘계통을 익히기도 했다. 또 베트남전 에 참전해 직접 전쟁을 체험하는 특별한 경험도 있다. 마치 전쟁과도 같 은 외식 프랜차이즈 산업에서 그의 열정이 빛날 수 있는 것도 군 생활의 경험이 밑바탕이 됐다. (주)에땅을 이끌고 가면서 창업을 후회할 정도로 위기를 맞기도 했지만 다시 일어서 오늘의 위상을 정립한 것은 그만의 피자는 원류인 유 열정과 패기 덕분이라고 볼 수 있다.

이처럼 음식을 만드는 정신을 강조했기에 거기서 거기라는 인식이 있었 던 치킨 시장에서 성공할 수 있었다. 공 회장은 "치킨 시장에 진출하겠다 고 하니 많은 직원들이 반대했다. 하지만 치킨은 피자보다 4배 큰 시장 자와 거리가 있는 이었다. 오븐에 굽는 방식을 채용해 다른 방향으로 가고, 정성을 담아 팔 형태를 띤다. 한국 면 충분히 기회가 있다고 봤다"고 말했다.

(주)에땅은 가맹점주가 점포를 운영할 때 기술적인 요소보다 일을 대하 는 자세를 강조한다. 일부 업체는 마치 자신들과 가맹계약을 하면 무조 에 잘 들어맞는다 건 잘 될 수 있다는 식으로 홍보한다. 하지만 그렇게 사업을 벌이면 나중 는 평가를 받고 있 에 큰 문제가 발생한다고 여긴다.

공 회장은 "〈피자에땅〉 같은 경우는 널리 알려진 브랜드라 너무 큰 기대



를 하고 오는 분들이 가끔 있다"며 "이런 분들에게는 매장 운영이 결 매출이 떨어지는 시기에 오히려 급성장할 수 있었다. 코 쉽지 않다고 말해준다. 마음을 다잡고 하지 않으면 기대만큼 이루 기 어려운 창업시장의 현실을 직시해야 한다"고 말했다.

그는 "국내 외식시장은 경쟁이 치열하다. 피자와 치킨이 대표적인 <mark>경 (주)에땅은 직원들에게 능력을 빨리 키워야 한다고</mark> 주문하지 않는다. 쟁시장이지만 시장 수요가 있으므로 열심히 노력하면 기회가 있다" 대신에 배려와 소통, 품격을 갖춘 직원이 되도록 이끌어준다. 공 회 며 "성공하려면 남들도 나만큼 열심히 한다고 생각하고 사업에 임해 장은 모두가 쉽게 뛰어드는 피자와 치킨 시장에서도 시장 자체가 크 야 한다. 칼질 같은 기술적인 능력은 익숙해지면 다 할 수 있다. 사업 기 때문에 해볼만 하다고 여긴다. 시장이 포화상태에 이르러 경쟁이 을 하다보면 위기가 닥치게 마련이다. 위기가 오면 초심<mark>으로 돌아가 최열한 상황에서도 차별화로 좋은 결과를 내는 업체</mark>가 나오기 때문 왜 이 사업을 하는지를 생각해보면 좋다. 그저 돈만 바라고 사업을 하면 장기적인 발전 방향을 잡기 어렵다"고 강조했다.

IMF 외환위기 때 '원 플러스 원' 전략을 펼 때도 관건은 피자의 품격 을 유지하는 것이었다. 음식은 사람이 만들기 때문에 정성이 중요하 다고 봤기 때문이다. 당시 피자 하나를 더 준다고 하자 일부 경쟁업 체와 고객들은 품질에 의문을 제기하기도 했다. 그런 의문을 씻어내 기 위해서라도 피자의 품격 유지는 중요했다. 이를 위해 가맹점주들 로 정성들여 음식을 만들면 고객도 알아준다. 그래서 (주)에땅은 좋 에게 가맹본부의 정신을 강조하고 교육을 강화했기에 다른 업체들은



배려와 소통이 성장 비결

특히 〈피자에땅〉의 성공은 순수 국내 브랜드가 외국 브랜드가 선점 한 상황에서 성장했다는 점에서 큰 의미가 있다. 토종 브랜드이기 때 문에 로열티 부담을 덜 수 있었고 합리적인 가격을 취하면서도 품질 을 유지하는 원동력이 되었다.

또 정성도 빼놓을 수 없다. 공 회장은 "우리 가족이 먹는다는 생각으 은 재료만 고집하며 값싼 재료와 타협하지 않는다. 음식은 단순한 제 품이 아니라 먹으면서 정성을 느끼는 교감의 대상"이라고 말했다.

그는 "경쟁이 심한 시장에서 차별화의 포인트는 트렌드를 읽는 것이 전부가 아니다. 소비자의 입맛뿐만 아니라 마음을 읽어야 한다. 그렇 게 하려면 꾸준한 성실성으로 시장을 관찰해야 한다. 치밀한 시장분 석, 고객의 니즈 파악, 그리고 부단한 연구와 개발이 요구된다. 그렇 게만 한다면 선도기업이 있어도 두려울 것이 없다"고 설명했다.

(주)에땅은 해외진출의 초석을 닦고자 충남 천안시에 3만 3057㎡(1만 평) 넓이의 최첨단 물류센터를 준비하고 있다. 올해 하반기 중에 가 동을 시작할 신규 물류센터는 국내시장의 물류 시스템의 효율을 한 발 더 앞서가게 하는 시금석이 될 전망이다.

공 회장은 "고객의 사랑으로 성장한 우리 회사가 사회에 보답해야 한 다고 생각한다. 우선은 더 사업을 단단하게 해서 일자리를 많이 만들 고 청년실업을 해소하는데 도움을 주고 싶다"며 "내가 서울 영등포의 작은 피자가게에서 창업한 만큼 새롭게 창업하는 사람들도 도와주려 고 한다. 청년창업을 지원해 이들이 희망을 되찾을 수 있게 하고 (주) 에땅보다 더 사회에 도움을 주는 기업이 많이 나오길 바란다"고 강조

글 **최윤영 기자** 사진 **주현희 기자**

제34회 프랜차이즈산업박람회

"우리농산물과 함께해요"

제34회 프랜차이즈산업박람회가 '우리 농산물과 함께해요'라는 주제로 지난 6월 11일 양재동 aT센터에서 3일간 개최됐다. 이 날 박람회는 한국프랜차이즈산업협회가 주최·주관하고 농림축산식품부, 산업통상자원부, 식품의약품안전처에서 후원한 가운데 1만 5000여 명의 참 관객이 다녀갔다. 또 프랜차이즈 브랜드뿐만 아니라, 각종 식품업체와 우리농산물 관련 기업 등 다양한 업체의 참여와 질 높은 창업 교육으 로 예비창업자들이 업계의 동향을 파악할 수 있는 좋은 기회가 됐다. 글 김태환 기자 사진 황윤선 기자



내실 있는 구성

전국을 강타하고 있는 메르스로 인해 박람회 참여율이 저조할 것이라 는 우려가 있었으나, 창업 열기는 매우 뜨거웠다. 협회는 메르스 방지 를 위해 전시장 입구에 손 소독기와 열 감지 카메라를 설치하는 등 만 전을 기한 가운데 박람회 준비를 철저히 했다. 한국프랜차이즈산업협 회 조동민 회장은 박람회장 구석구석을 살피며 "메르스로 인해 방문 객이 저조할 것 같았으나, 많은 예비창업자 분들이 찾아주셔서 놀라 할 수 있는 기회가 됐다.

울 따름"이라며 소감을 전했다.

이번 박람회는 80여 개 기업이 180여 개 부스로 참여했으며, 소자본 창업을 비롯해 1인 가구, 실버 창업 등 최근 성장세를 보이는 트렌드 를 파악할 수 있다. 협회는 인테리어 부스를 기본 부스로 통일해 브랜 드 간의 이미지 격차를 줄였다. 이를 통해 참가업체는 부스비용을 경 감시키고, 예비창업자들에게는 브랜드 선택 시 보다 객관적으로 판단 ISSUE I 스포트라이트





박람회는 오후 12시를 넘어서자 어느 하나 잠잠한 곳 없이 참가업체들의 부스는 상담 열기로 가득 찼다. 에비참업자들에게도 다양한 업종이 고루 분포된 만큼 참업 시장의 트레드를 폭넓게 파악할 수 있는 시간이 됐다.

프랜차이즈 브랜드는 〈꿀닭〉, 〈돈치킨〉, 〈티바두마리치킨〉 등 다양한 치킨 브랜드가 참가해 예비창업자들의 시선을 끌며 여전한 강세를 보였다. 또 (주)디포인덕션, (주)대원주방뱅크, (주)와이에이치비에코 등의 기자재업체가 참여해 프랜차이즈 업체에서 사용할 수 있는 기기들을 선보였다. 특히 (주)몸날 부스에서는 'G3페라리 화덕피자오븐'으로 5분 만에 만든 피자를 선보이며 사람들의 이목을 끌었다. (주)맥세스컨설팅은 창업 컨설팅기업으로 참가해 예비창업자들이게 색다른 정보를 제공했다. 또한 다양한업체들이 자신들의 주력메뉴를 시식할 수 있도록 해 박람회 방문객들이줄을 서는 광경도 펼쳐졌다.

이번 박람회에 참여한 프랜차이즈 업체들 반 이상이 다양한 창업특전을 실시해 눈길을 끌기도 했다. 〈바보스〉는 박람회 기간 중 우선권청약대금신 청서 작성자에게 월세 1개월을 지원하고, 개점 시 전속모델이 1일간 방문해 홍보하는 혜택을 줬으며, 〈불소식당〉은 박람회 특전기간 동안 계약하는 예비가맹점주에게 무이자 및 무담보 7000만 ~1억 원까지 대출지원을했다. 이외 다양한 업체들도 기자재 지원, 가맹비, 교육비 면제 등의 다양한 지원책을 내걸었다.

정보와 지식의 공유

오후 12시를 넘어서자 어느 하나 잠잠한 곳 없이 참가업체들의 부스는 상 이템 선정 및 효율적인 점포 운영 ▲소셜미 담 열기로 가득 찼다. 예비창업자들도 다양한 업종이 고루 분포된 만큼 창 창업자가 꼭 알아야 할 내용들로 구성됐다.







업 시장의 트렌드를 폭넓게 파악할 수 있었다. 〈커피베이〉와〈셀렉토커피〉,〈카페코나퀸즈〉,〈Cafe AmazingGrace〉등 카페 브랜드들은 자신들만의 신선한 원두에 대한 정보를 충실히 제공하고 흥미로운 이벤트를 실시해 상 담자들을 끌어왔다. 박람회장 입구에 위치한〈불소식당〉,〈바보스〉,〈꿀닭〉,〈신마포갈매기〉,〈뽕뜨락피자〉등은 높은 브랜드 인지도로 많은 예비창업 자들이 관심을 갖고 부스를 방문하기도 했다. 특히〈뽕뜨락피자〉의(주)웰 빙을만드는사람들은〈쌀로요리한닭〉이라는 신규 치킨 브랜드를 소개했으며,〈신마포갈매기〉의(유)디딤푸드는〈미술관〉이라는 독특한 주점 브랜드를 신규 론칭 해 자신들의 시장을 넓혀가는 추세를 보였다. 리엠에이치 컴퍼니는〈오니기리와이규동〉대신〈리즈스테이크갤러리〉라는 제2브랜드를 내세우며 합리적 가격의 품질 좋은 스테이크로 스테이크 시장의 대중화를 이루겠다는 포부를 밝혔다.

이번 박람회에서는 참관객들에 한해 무료로 창업 교육을 실시해 다양한 '정보'뿐만 아니라 '지식'까지 전달했다. 전시장 내 마련한 교육장에서 전시 기간 내내 하루 3개씩 90분 강의가 진행됐으며, 지난 5월 개정된 상가임 대차보호법 시행에 따라 가맹점 사업자가 꼭 알아야 할 내용을 짚어주는 ▲가맹점사업자가 꼭 알아야 할 상가임대차보호법 ▲외식점포 운영의 노하우 ▲프랜차이즈의 상권분석 ▲프랜차이즈창업 성공과 실패 사례 ▲아이템 선정 및 효율적인 점포 운영 ▲소셜미디어를 이용한 마케팅 비법 등 창업자가 꼭 알아야 할 내용들로 구성됐다.



MOU 체결식에는 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장과 농림축산식품부 여인홍 차관, 양재승 전남 해남군 부군수, (주)사과나무 백진성 대표 등 업계의 다양한 인사들이 참석했다.

강사는 한국창업전략연구소 이경희 소장, 한누리창업연구소 박경환 소장, 맥세스컨설팅 서민교 대표, 창업피아 이홍구 대표, 법무법인 인의 김선진 변호사, FC랜드 강기우 대표 등 업계에 내로라하는 전문가와 지식인들로 구성돼 예비창업자가 필수적으로 알아야 하면서도 현실적으로 활용할 수 있는 내용들을 명쾌하게 전달했다. 매 시간마다 교육장의 자리가 꽉 차 뒤에 서서 강의를 듣는 사람들이 있을 정도로 반응이 뜨거웠다.

국산 농산물 소비확대 위한 MOU 체결

박람회 첫 날인 11일 오후 2시 30분에는 한국프랜차이즈산업협회 와 농림축산식품부가 우리 농식품 소비 확대를 촉진하는 상생협력 MOU를 체결했다. 이번 MOU 체결식에는 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장과 농림축산식품부 여인홍 차관, 양재승 전남해남군 부군수, (주)사과나무 백진성 대표 등 업계의 다양한 인사들이 참석했다

이번 상생 협약을 통해 협회는 회원사로 하여금 국산 농산물 소비·취급 물량 확대, 지자체와의 협업을 통한 지역경제 활성화에 적극 나서고, 농식품부는 우수 농산물의 산지, 생산자 정보 등을 제공해 우리 농산물의 수요 촉진을 위해 노력한다. 협회와 농식품부는 상설협의체를 구성해 협력사항을 구체화하고, 지속가능한 상생 비즈니스 모델 발굴을 위해 함께 노력하기로 했다.

아울리, 이 날 농업과 프랜차이즈 업계와의 실질적인 상생의 성과를 내기 위해 해남군과 〈커피베이〉가 해남군의 우수 농산물을 활용한 신제품 개발 등의 내용을 담은 상생 업무협약을 맺었다. 해남군은 고구마 등 지역 농특산물의 안정적 공급, 품질 향상 등 생산지도, 관리 등을 적극 지원하며, 〈커피베이〉는 해남군에서 생산되는 프리미엄급 원료를 사용하여 신상품을 개발하고, 본점 및 가맹점을 활용, 전국적인 판로 확대를 지원키로 했다.

MINI INTERVIEW 박람회 참여 목적과 소감은?



(주)대대에프씨 김성국 이사

메르스 여파에도 불구하고 생각보다 방문객이 많았다. 입장료가 무료이며 창업 교육을 실시하는 등 혜택이 많 아서 참가율이 높은 배경이 된 것 같다. 한편으로는 현 재 경기가 많이 안 좋다는 생각도 한다. 경기가 안 좋은 만큼 안정적으로 창업할 수 있는 프랜차이즈를 더 많 이 찾기 때문이다.



리엠에이치컴퍼니 김은혜 차장

이번 박람회는 협회에서 기본 부스로 브랜드 간 격차 없이 최대한 통일감 있게 구성한다는 점이 마음에 들어 신규 브랜드 〈리즈스테이크갤러리〉로 참기했다. 스테이크는 고가의 음식이라는 편견이 있었지만, 저렴한 가격구성을 본 예비청업자들이 흥미를 갖고 질문하는 경우가 많았다. 반응도 좋고 소득까지 있는 박람회였다.



(주)것투비 **유재차**팀장

(주)굿투비는 (불소식당)의 이미지 홍보를 위해 참가한 다는 생각이 컸지만, 이와 달리 상담을 원하는 참관객들이 상당히 많았다. 이전에 참가했던 박람회에서는 맛 있는 것을 먹거나 가볍게 구경하기 위해 방문한 분들이 많아 아쉬운 측면이 있었으나, 이번 박람회에는 정말 사업을 하고자 하는 분들이 오셔서 실속 있는 박람회였던 것 같다.

프랜차이즈 월드 vol. 14 4 / **4**5



정부에서도 적극 지원할 것

랜드홀에서는 'K-푸드 글로벌 전략 포럼'이 열렸다. 이번 포럼은 동아일보와 채널A의 주최로 개최됐으며, '한국 외식 · 식품산업 글로벌 진출을 통한 상생 발전 시례'를 주제로 강연, 정책발표, 시례발표 등 풍성한 내용으로 구성됐 다. 포럼은 동아일보 황호택 논설주간의 개회사로 시작됐으며. 농림축산식 품부 이동필 장관, 새정치민주연합 김우남 의원, 새누리당 김용태 의원의 축 사가 있었다.

기조강연으로는 (주)이야기가있는외식공간 오진권 대표이사가 ▲K-푸드 해 제로 발표가 진행됐으며, 이마트 민영선 식품본부 신선식품담당 상무, 농심 외진출: '타겟팅과 스토리텔링이 답이다'를 주제로 진행했다. 오진권 대표이 사는 한국음식의 해외진출 성공시례를 통해, 간편하게 먹을 수 있는 식사와 레스토랑 음식을 구분해서 적재적소에 활용해야한다는 점을 강조하고 성공 할만한 아이템을 소개했다. 이어서는 농림축산식품부 이주명 식품산업 정책 관의 정책발표가 있었다. K-푸드 글로벌 전략을 중심으로 2015년 식품 외 식 산업의 정책 방향을 구체적으로 제시했다. 이 정책관은 "전 세계의 식품산 업 규모는 정보기술, 자동차 산업을 합한 것보다 성장 가능성이 크나, 이를 지원할 인프라가 부족하다"며 정부가 K-푸드의 해외진출을 적극 지원하겠다 고 밝혔다.

글로벌 한식은 어떻게 가능한가

'K-푸드 해외진출 전략' 발표에서는 ▲CJ 식품산업 글로벌 진출전략: 한국 식품산업의 활로 'Global' ▲위두의 한식 세계화 : 꽁돈 해외진출 시례 ▲청 년 CEO의 해외진출 성공스토리: 60만 번의 기회가 진행됐으며, 구체적 사 례와 방법론을 제시해 참석자의 호응을 얻었다. CJ제일제당 김정호 전략기 획실장은 CJ의 식품사업이 해외로 진출하면서 어떤 성과를 얻었고, 또 이를 통해 어떤 점을 깨달았는지 구체적으로 전달했다.

그는 "국내 수입산 열풍으로 인해 수입 제품이 대형마트에 전진 배치되며 국 내 제조시를 위협한다. 그러나 한식 기반의 식품은 수입제품이 따라올 수 없

는 독보적 분이다"라며 여전히 해외진출 아이템으로써 건재하다고 설명했다 프랜차이즈산업박람회의 열기가 뜨거웠던 지난 6월 11일, 양재 aT센터 그 또한 국가별 식문화에 대한 심도 있는 연구를 통해 한식이 자연스럽게 해외의 밥상으로 침투하도록 해야 한다고 강조했다.

기업과 국내 농축수산시장의 상생

'K-푸드 상생 전략'에서는 국내 농축수산물 시장과의 상생을 통해 식품산업 을 발전시키는 방안에 대해 발표했다. ▲국산의 힘: 우리 농축수산물의 자생 력을 기르다 ▲상생 프로젝트: 국산 수미감자를 활용한 감자스낵 개발을 주 이정근 경영기획실 상무가 발표자로 나섰다.

이마트 민 상무는 '국산의 힘 프로젝트'를 통해 국내 우수한 농 · 어부를 발굴 하고 판로, 디자인, 컨설팅, 마케팅을 지원하고 있다며, 농 어부들은 생산 에만 집중할 수 있고 이마트 입장에서는 질 좋은 생산물을 소비자에게 전달할 수 있을 것이라고 강조했다. 이어 농심 이 상무는 "농심만이 국산 감자로만 감자스낵을 만든다"며 "앞으로 국산 농축산물 사용제품을 확대하고 해외 수 출까지 노릴 것"이라고 말했다

박람회 통해 시너지 효과 일으켜

마지막 특별 강연으로는 미국 장모김치 로린 전 CEO의 ▲K-푸드 마케팅의 문화적 관점: 미국시장에 고추장 뿌리 내리기. 세종사이버대학교 외식산업 프랜차이즈학과 이희열 교수의 ▲16억 할랄 시장 공략을 위한, K-푸드 진출 전략이 진행됐다. 마케팅의 관점으로 K-푸드 해외진출 전략을 논하고. 할랄 시장의 문화적 특이성을 상세히 알아보는 시간이 됐다.

이번 K-푸드 글로벌 전략 포럼은 제34회 프랜차이즈산업박람회와 시너지 효과를 일으키며, 프랜차이즈 기업인들이 보다 장기적이면서도 폭넓은 관점 으로 시장을 바라볼 수 있는 계기를 제공했다는 평을 얻었다.

글로벌 대장정을 향한 두 번째 발걸음

평생 간직할 추억 만든 KFCEO 명품과정 수료식



최고 경영자들의 해외진출 경영 역량강회를 위한 KFCEO 명품과정이 16주간의 모든 일정을 마치고 6월 29일 서울 반포동 더팔래스서울 호텔에서 수료식을 열었다. 한국프랜차이즈사업협회가 주관한 이 과정은 협회 회원들뿐 아니 라 많은 프랜차이즈 CEO들에게 주목을 받으며 시작해 벌써 제2기가 수료했다. 현재 제3기 모집에도 상당한 관심과 참여가 있는 상황이며, 추후 전략적인 비즈니스 네트워크를 형성할 수 있도록 원우회도 발족했다. 본 과정은 이론 수업뿐 아니라 워크숍 등 다양한 활동을 통해 체험하고 실천하도록 구성됐다. 올해 상반기 프랜차이즈 업계는 그 어느 때보다 바쁘고 힘든 시간을 보냈지만 이런 환경 속에서도 배움을 향한 원우들의 열정을 막을 수는 없었다. 모 든 과정을 마치고 글로벌 진출을 선언한 CEO들의 수료식 현장을 찾았다.

글 최윤영 기자 사진 박세웅 팀장, 황윤선 기자

46 /47 프랜차이즈 월드 vol. 14

KFCEO 명품과정을 가다



. 홍석우 상임고문

2. 홍석우 상임고문은 모든 사람들을 존중하면서 살면 언젠가 도움을 받게 된다고 말했다.

12_{주차}

홍석우 상임고문, 어느 구름에서 비가 내릴지 모른다 박주영 교수, 프랜차이즈 성장전략

지식경제부 장관을 지냈던 홍석우 AT커니코리아 상임고문은 상대방을 존중하는 문화가 선진 사회를 만든다고 강조했다. 그는 부하직원이 상사의 권위 때문에 복중하지 않고 진심으로 따르도록 소통해야 한다고 주문했다. 홍 고문은 "진정으로 직장에서 잘 소통하는 리더는 가족과도 잘 소통한다. 부하직원은 잘 따르는 것 같은데 사춘 기에 접어든 자녀가 잘 안 따른다면 심각하게 생각해 봐야 한다. 자신이 잘 소통하지 못한다는 신호일 수 있다. 부하직원이 겉으로 잘 따르는 것처럼 보이지만 사실은 마지못해 수긍하고 있을지도 모른다"며 "소통을 항상 생각하며 일해야 한다. 「카네기 인간관계론」 같은 좋은 책을 회사 책상에 놓아두고 일하면 틈날 때마다 내용이 떠올라서 좋다"라고 말했다.

한국프랜차이즈학회장을 맡고 있는 박주영 숭실대 교수는 상생하는 프랜차이즈 기업이 잘 된다는 통계적 분석결 과를 보여줬다. 박 교수 연구팀은 방대한 자료를 모아서 한국 프랜차이즈 기업의 현황을 조사했다. 분석결과, 가 맹점이 늘어나는 것과 가맹본부의 수익은 큰 관련이 없었다. 매출이 늘어나긴 했지만 순익은 생각만큼 늘어나지 않았다. 반대로 가맹점이 늘어나면 가맹점포당 수익률이 떨어지고 가맹점주와 가맹본부 간의 법적 소송이 눈에 띄게 늘어났다. 박 교수는 "수익성을 높이려고 인력을 줄이는 결정 역시 그리 큰 효과를 보지 못한다. 영화 '에린 브로코비치'에서처럼 새고 있는 비용을 찾아서 생산성을 높이는 노력이 더 중요하다"고 말했다.

3 박주영 교수 4 박주영 교수는 가맹본부와 가맹점이 함께 잘되는 길을 찾으라고 주문했다.





13_{주차}

황종현 본부장, 먹거리 소비 트렌드 변화 김승래 대표, 위기의 경제시대를 극복할 마하경영

CEO 특강으로 진행된 13주차 강의는 황종현 동원에프앤비 본부장과 김승래 창조경영아카데미 대표가 진행했다. 황 본부장은 한국 인구구조의 변화에 따라 앞으로 1인 가구를 위한 시장이 커진다고 설명했다. 소형주택, 소형가전, 간편식, 자기개발 관련 사업이 인기를 모으게 될 것이며 이는 한국뿐만 아니라 세계적으로 공통적인 현상이라고 했다. 글로벌 트렌드를 보면 미국은 아침식사 시장과 바이럴 마케팅의 중요성이 커지고 있다. 중국은 식품안전성에 대한 관심이 높아져 건강식 시장에 전망이 있다. 일본은 편의점 중심으로 즉석식품 개발이 치열해 새로운 부가가치를 만들어내고 있다고 진단했다.

김승래 창조경영이카데미 대표는 혁신기업에서 창조기업으로 거듭나야 한다고 강조했다. 그는 "지금까지의 성과가 앞으로의 성 공을 보장하지 않는다"며 "지금 가진 것을 과감하게 포기하더라도 더 큰 미래를 바라보는 파괴적 혁신, 창조적 혁신이 필요하다" 고 주장했다. 김 대표는 "오케스트라가 지금 고객층만 보면 자립할 수 있을까 의문을 품을 수 있다. 하지만 지금까지 오케스트라 에 관심을 두지 않았던 고객들을 끌어들일 생각을 해야 한다. 스토리텔링, 고객참여, 유머가 있으면 충분히 할 수 있다"고 말했다.





1. 황종현 본부장 2. 김승래 대표 3~5. KFCEO 2기 회원들이 국내 먹거리 소비트렌드 변화 와 위기를 극복할 미하경영에 대한 강연을 진지하게 경청하고 있다.













1 . 광병호 소장은 진정한 창조경영을 위해 각 기업의 절대기치를 찾으라고 주문했다. 2 . 정형수 작가는 임진왜란에서의 류성룡이 만들어낸 업적을 드라마로 재조명했다.

1. 김형철 연세대 교수는 자신이 손해보는 쪽으로 결정하면 주변에 사람이 모인다고 설명했다. 2. 김형철 연세대 교수

김형철 교수, 가치 있는 삶을 사는 지혜

김형철 연세대 철학과 교수는 리더가 갖춰야 할 철학을 설명했다. 위기 상황에서 리더가 탁월한 리더십을 발휘하려면 평소에 리더십을 갈고 닦아야 한다. 위기가 다가 온 순간에는 당황하게 되고 정상적인 의사결정이 어려워지기 때문이다. 희생이 따라야 한다면 리더는 더욱 고민에 빠지지만 정답은 없다. 어떤 선택을 하던 그 선택은 리더의 몫이며 이때 리더는 나중에 조직 내에 어떤 분위기가 조성될지 고려해야 한다. 많은 경우에 이성적 판단만으로 문제가 해결되지 않는다. 모든 조직원이 감성을 끌어내도록 유도해야 한다. 그래서 리더는 고독하고 어렵다.

김 교수는 자기를 희생하는 리더가 되라고 주문했다. 그는 "결정을 내릴 때는 자신이 손해보는 쪽을 선택하라. 상대방의 처지에서 생각하면 어떤 사람과 어울리겠나. 자신의 이익을 먼저 생각하면 상대방이 손해를 보게 되고 자연히 서로 떨어지게 된다"며 "생각이 조직을 바꾼다. 사람이 아무리 물갈이되어도 소용없다. 골이 아닌 어시스트를 높게 평가하는 조직이 천당이다"고 말했다. 또 "부하직원들이 답답한가. 당신이 그들을 뽑았다. 화를 내는 순간 모두가 아첨꾼으로 바뀐다. 화를 풀만한 다른 곳을 찾아라"고 강조했다.









3 ~ 6. 14주차 강의를 마친 원우들이 수료식에 사용할 '롤링 페이퍼'를 적고있다.



3. 공병호 소장 4. 정형수 작가

공병호 소장, 프랜차이즈 경영환경 변화와 혁신 방안 정형수 작가. 류성룡 그는 어떤 사람이었나.

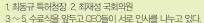
공병호 경영연구소장은 구성원들이 몰입하도록 배려해야 창조경영을 할 수 있다고 강조했다. 위니아만도는 기존 가전기업들이 놓친 시장인 김치냉장고에 집중해 전체 매출의 80%를 채웠다. 하나의 히트상품으로 회사의 구조를 바꾼사례다. 온라인 장터의 개념을 현실로 만든 '이베이'의 사업모델도 창조경영의 좋은 사례다. 공 소장은 "창조경영의 주역은 사람이다. 창조경영이 활발해지려면 몰입이 필요하다. 창의적인 발상을 할 수 있는 시간과 여유를 줘야 한다"며 "실패에 엄격한 잣대를 들이대면 안 된다. 창조적 결과의 상당 부분은 시행착오에서 나온다"고 설명했다.

정형수 작가는 임진왜란을 충실히 기록한 징비록의 저자 류성룡의 삶을 강의했다. 그는 "사극 '징비록'은 전형적인 영웅의 일대기를 담지 않았다는 점에서 의미가 있고 그래서 큰 흥행을 하리라고 기대하지 않는다"며 "영웅 드라마는 현실에서 이루어지지 않는 판타지를 제공한다. 이른바 주인공 보정을 받는데 항상 운이 따라주고 목숨을 잃을 위기에도 살아난다. 그러니 CEO들은 영웅들을 따라하면 안 된다"고 말했다. 정 작가에 따르면 류성룡은 현실적 이상주의자다. 지배층이 당쟁에 열중할 때 그는 차분히 임진왜란에 대비했다. 류성룡은 선조를 한심하게 보고 전쟁이 끝나고 나서 은퇴한 뒤에는 왕의 부름에 답장조차 하지 않았다. 하지만 재직 중에는 구국을 위해 기꺼이 선조가 가장 믿는 신하가 되어줬다. 또, 전시라는 점을 이용해 양반에게 세금과 병역을 부과하는 혁명적인 개혁을 한 인물이다.















최동규 특허청장, 해외특허 출원의 중요성 최재성 국회의원. 수평적 리더십과 조세정의

최동규 특허청장은 해외진출을 하는 기업이 특허와 상표권 등 지적재산권을 미리 확보하지 않아 어려움을 겪는 사례를 소개했다. 최 청장은 "중국을 짝퉁 천국이라고 한다. 중국에서도 짝퉁 문화가 사라져야 진정으로 발전할 수 있다고 여기고 노력하고 있다. 하지만 한국도 예전에 짝퉁이 많았듯이 하루아침에 없어질 상황은 아니다"라며 "중국에 진출할 생각이 조금이라도 있으면 미리 지적재산권 에 대한 관심을 가져야 한다"고 주문했다. 그는 "치킨만 봐도 동규, 인규 등 갖가지 이름으로 이미 상표 출원이 다 되어있다. 브로커 들이 진출 예상 한국 기업을 선정해서 온갖 비슷한 이름으로 출원을 해놓는다. 따라서 한국 프랜차이즈 기업은 중국을 비롯한 해외 진출을 할 때 지적새산권을 어떻게 행사할 것인지 미리 전략을 세워야 한다"고 강조했다.

최재성 새정치민주연합 국회의원은 수직적 리더십에서 수평적 리더십이 필요한 시대라고 주장했다. 최 의원은 "정보의 홍수 속에서 정보 자체를 기억하는 것보다 어떻게 관리하고 이용할지가 중요한 시대다. 관련 학위가 없어도 전문가가 될 수 있고 리먼사태와 세 계경제위기를 예견했던 '미네르바 사건'이 좋은 예"라며 "국정 운영에서부터 기업 경영에 이르기까지 수평적 리더십이 필요하다. 정 보기술사회 속에서는 자신 능력에 따라 예측력과 통찰력을 높일 수 있다. 예를 들면 축구선수 출신이 아니어도 축구해설을 잘 할 수 있다"고 말했다. 그는 "정말로 서민을 위하고 경제를 살리려면 세금을 제대로 걷고 쓰는 리더십이 필요하다"며 "광범위한 면세 혜택 을 주는 30대 기업과 초고소득층에게 정상세금 걷어야 한다. 담배세 인상처럼 서민에게 부담을 전가하는 과세는 조세형평성을 무너 트린다. 서민만 고통 받고 슈퍼리치는 건재한 상황이다. 조세정의를 세운 다음에 임시직과 공공주택 위한 지출 등 진정으로 경제를 살리는 재정운영이 필요하다"고 강조했다.







 $1\sim$ 6. 제2기 원우들은 수료 소감을 말하고 기념 사진을 찍는 시간을 가졌다.

KFCEO 명품과정, 글로벌 CEO 배출

대한민국 프랜차이즈 CEO들의 해외진출 역량 강화를 도모하고 글로벌 징기스칸 핵심인재 500명을 배출하는 목표로 야심차게 시작한 KFCEO 명품과정이 두 번째 수료생을 배출했다. 최고의 강의를 제공한다는 목표로 국내 정상급의 강사진과 커리큘럼을 구성했다. 이런 노력은 제2기 CEO들의 뜨거운 참여와 활동으로 이어졌고 3기 모집도 원활하게 이뤄질 전망이다.

수료식은 6월 29일 서울 반포동 더팔레스서울 호텔에서 열렸다. 첫 순서는 최동규 특허청장과 최재성 국회의원의 강의였다. 최 특허청장 은 "해외진출 예상기업은 해당 국가에 미리 특허와 상표등록을 하라"고 말했다. 최 의원은 "정보기술사회에서는 수직적 리더십이 아닌 수 평적 리더십이 필요하다"고 말했다. 강의 후 원우들은 수료식 복장으로 갈아입고 지난 교육과정을 담은 영상을 보며 서로 축하했다. 수료 식에서 한국프래차이즈산업협회 조동민 회장은 "2기 과정이 주마등처럼 지나갔다. KFCEO 명품과정을 만들면서 잘 돼야 한다는 책임감 때문에 마음이 조마조마했다. 다행히 잘 된 것 같아 만족한다"고 말했다.

제2기 원우회장 (주)첨성대 김성호 대표는 "인연이 맺어지려면 억겁의 세월이 필요하다는데 정작 추억의 시간은 너무나 짧은 느낌이다. 1컵의 기간이 43억 년이 넘는다고 하는데 지구의 나이와 비슷하다. 이 컵이 쌓여야 인연이 생기고 친구가 되고 가족이 된다더라. 우리는 16주간 함께 했으니 보통 인연이 아니다. 서로 사랑하고 이해하고 양보해 인연을 이어가자"고 말했다. 최재성 새정치민주연합 국회의원은 "정치인은 행사에 늦게 오고 일찍 가는 게 미덕이라 하더라. 나는 오늘 반대로 하기로 했다. 그만큼 이 자리가 소중하다고 생각한다. 이게 바로 디지털 시대의 행동 패턴"이라고 말했다.

KFCEO 명품과정 제2기 수상자는 다음과 같다.

MVP: 이종훈(스카이씨엔에스) / 임명장: 김성호 원우회장(첨성대), 김익수 수석부회장(채선당), 송명의 수석부회장(고래푸드), 이범돈 수석부회장(크린토피아) / 우수상: 공재기(에땅), 류태영(화승물류), 박배균(투어컴), 이상규(바로에프에스), 정인식(정인에프씨) / 공로 패: 공재기(에땅), 김성주(씨피케이푸드), 김성호(첨성대), 박의태(압구정), 배동성(방송인), 이문기(이루에프씨), 이병억(이수푸드빌), 이 종훈(스카이씨엔에스), 전병진(엔터라인)







52 /53 프랜차이즈 월드 vol. 14

271 KFCEO

글로벌 CEO 500명 탄생 위한 두 번째 신호탄

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장

KFCEO 명품과정 제2기 수료식 소감은 어떠신가요?

올해 상반기 경기침체와 전염병 '메르스' 등으로 프랜차이즈 업계도 많이 힘들었습니다. 그런데도 16주간 열심히 했던 CEO분들의 수료식을 접하니 감개무량합니다. 한국프랜차이즈산업협회가 하는 KFCEO 명품과정은 단순히 과정을 수료하는 것 이상으로 상당한 의미가 있습니다. 제2기 여러분은 앞으로 500인의 글로벌 프랜차이즈 징기스칸을 배출하는 초석이자 상징입니다. 제1기 생을 이어주고 앞으로 제3기, 제4기가 계속 활성화될 수 있는 연결고리 역할로 위대한 전통을 만들어가도록 당부합니다. 협회도 지원을 아끼지 않겠습니다.

KFCEO 명품과정 제2기 원우회에게 전하고 싶은 말씀이 있으시다면?

KFCEO 명품과정을 만들면서 조마조마한 느낌이 들었습니다. 잘 되어야 한다는 책임감이 어깨를 눌렀는데 다행히 잘 된 것 같아 만족합니다. 최재성 새정치민주연합 국회의원을 비록한 여러 분들이 예산을 만들어주셨고 협회와 프랜차이즈 CEO들이 노력해 여기까지 왔다고 생각합니다. 앞으로 본 과정을 통해 육성될 CEO들이 지속적으로 교류해 정보와 지혜를 공유하고 새로운 트렌드를 이끌어가는 협력과 화합의 장이 되길 바랍니다. 그래서 한국 프랜차이즈 산업이 글로벌 무대에서 중추적인 역할을 하는 계기가 열리면 좋겠습니다.

KFCEO 명품과정의 총평과 제3기 운영계획은 어떻게 진행되고 있습니까?

제2기 KFCEO 명품과정의 여러 강의를 직접 들어보니 시대정신을 읽을 수 있었습니다. KFCEO 명품과정은 자타공인 최고의 강의로 구성했고 앞으로도 그럴 것입니다. 벌써부터 제3기 모집에 대한 문의가 들어오고 있습니다. 열심히 준비해서 최고의 자리를 만들겠습니다.

마지막으로 아직 신청하지 않은 프랜차이즈 CEO들에게 KFCEO 명품과정을 소개하신다면?

프랜차이즈산업은 트렌드에 민감한 지식기반 서비스산업입니다. 따라서 리더가 끊임없이 공부하고 변화를 주도하지 않으면 살아남기 어렵습니다. KFCEO 명품과정은 프랜차이즈 산업의 최전선에 있는 CEO들이 정보와 지식을 공유하는 성공적인 장을 만들어가고 있습니다. 협회에서도 책임감을 갖고 대한민국의 발전에 기여하겠습니다. 글로벌 지식정보사회를 함께 열어갈 CEO분들의 관심과 참여를 부탁합니다.

■ 제2기 원우회장의 책임 느껴

(주)첨성대 **김성호** 대표

KFCEO 명품과정 제2기 원우회 회장으로 원우들간의 단합에 큰 기여를 한 (주)첨성대 김성호 대표는 다음과 같은 수료 소감을 밝혔다. "약 4개월간 글로벌 프랜차이즈 산업을 이끌어갈 징기스칸을 배출하는 명품과정 2기를 마쳤는데 참 뿌듯합니다. 한편으로는 이제 끝났다고 하니 아쉬운 감도 있습니다. 하지만 우리 원우들은 수료식 이후에도 평생 만남을 이어갈 것이며 각 분야에서 더욱더 빛을 내리라고 확신합니다. 우리 원우회는 서로 배우고 교류하는 장을 계속 열어갈 것이며 평생의 인연을 맺어준 한국프랜차이즈산업협회에도 깊은 감사를 드립니다. 명품과정이 앞으로 계속 발전해서 많은 프랜차이즈 CEO 분들이 글로벌 산업 역군으로 거듭나기를 기원합니다."

그는 바쁜 시간을 쪼개 최선을 다해 수업에 참석하는 열정을 보인 원우들에게 감사를 표현했다. 김 대표는 "뜻하지 않게 전염병 '메르스'가 발생하는 바람에 해외탐방을 하지 못했지만, 대신에 국내에 서 가진 모임이 더 즐겁고 유익한 자리가 됐습니다. 사업이 동반자를 넘어 삶의 동반자가 될 우리 원우님들께 감사드립니다"라고 밝게 웃었다.



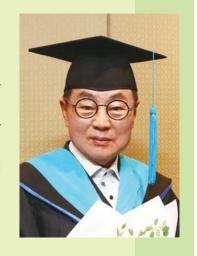
■ 영광된 자리 감사해

(주)에땅 공재기 회장

"피와 살이 되는 강의라서 빠지지 않고 참석했고 오늘 수료식에 서게 되어 참 기쁩니다."

(주)에땅의 공재기 회장은 지난 강의를 떠올리며 행복감을 표현했다. 가장 인상 깊은 강의가 따로 없을 정도로 모든 강의가 알찼다며 주변의 많은 사람들에게 KFCEO 명품과정을 권하고 싶다고 수료 소감을 밝혔다.

공 회장은 "프랜차이즈 기업의 리더로 일하다보면 일정이 바쁠 때도 있지만 보람 있는 시간을 놓칠 수 없다는 생각에 열심히 출석했다. 강의를 들으면서 경영 활동은 물론이고 삶에 도움이 되는 지혜를 얻을 수 있었다"고 말했다.



■ 미래를 위한 도전

(주)장수산업 **김정수** 부사장

"세상은 하루가 다르게 달라집니다. 〈장수돌침대〉도 유비쿼터스 환경에 맞춰서 사물인터넷을 도입하고 있습니다. 침 대와 몸이 마치 하나가 된 것처럼 유기적으로 대화하는 시스템입니다. 멀리 떨어진 곳에서도 침대와 의사소통할 수 있습니다. 이제 침대는 단순한 가구가 아니라 삶의 일부입니다. 이런 관점을 KFCEO 명품과정에서 얻었다고 생각합니다."

(주)장수산업의 김정수 부사장은 기존 사업을 처음부터 재발견하라는 통찰력을 배운 덕분에 (주)장수산업이 미래를 향한 도전을 할 수 있게 됐다고 수료 소감을 밝혔다.

■ 강의내용 벅찬 감동

후불제 여행사 투어컴(주) 박배균 대표

"최고의 통찰력을 전달받을 수 있는 명품 강의였습니다. 위대한 문학작품을 접할 때 느껴지는 벅찬 감동이 생겼습니다. 프랜차이즈 CEO라면 꼭 들어야 하는 교육과정이라고 생각합니다."

(주)투어컴의 박배균 대표는 시대변화의 맥을 짚어준 강의가 많아 인상 깊었다고 전하며 원우회를 통해 감동을 이어나 가고 싶다고 수료 소감을 밝혔다. 그는 배운 점을 잘 활용해 (주)투어컴이 글로벌 리딩기업으로 도약하도록 이끌어가고 싶다는 포부를 말했다.





■ 배움에 대한 행복한 자극

(주)에스앤큐플러스 오종환 대표

"우리는 배우지 않으면 관성에 빠져서 잘못된 방향으로 나갈 수 있습니다. KFCEO 명품과정은 제가 의식적, 무의식적으로 가졌던 편견을 고치고 올바른 가치관을 만들도록 큰 힘이 되었습니다. 〈토프레소〉도 덕분에 옳은 방향으로 발전할 듯 합니다."

(주)에스앤큐플러스의 오종환 대표는 CEO에게 양질의 강의와 좋은 사람들과의 만남은 행복한 자극이라고 수료 소감을 말했다.

KFCEO 명품과정 ♥기 원우명단(স나대순)



(주)에땅 〈피자에땅〉, 〈오빠닭〉





(주)데어리랜드



김대근 때로이사 (주)조은세상에프씨 〈화통집〉, 〈나노갈매기〉



김동규대표이사 (주)좋은나라



김범호 전무이사 SPO(주) 〈파리바게뜨〉, 〈던킨도너츠〉



한양디자인기구



이정열대표이사 (주)보하라〈남다른감자탕〉



이종훈때때 (주)스카이씨엔에스〈포스마스터〉〈ERP마스터〉



성화식품(주) 〈락꼬꼬〉



(주)스트릿츄러스〈스트릿츄러스〉



김성용때표이사 (주)동원홈푸드



김성윤때피아 (주)에쓰와이프랜차이즈 〈꼬지사께〉, 〈엘리팝〉



김성주대표이사 (주)씨피케이푸드시스템



김성호때때 (주)참성대, (주)한식구 〈옛날농장〉



김영철전무이사 (주)**놀부**〈놀부보쌈〉,〈놀부부대찌개〉



김익수 대표이사 (주)채선당 〈채선당〉







세무법인 가은



해피브릿지협동조합 〈국수나무〉





김일도 때마사 일도씨패밀리 〈일도씨닭갈비〉, 〈일도씨찜닭



김정수 부사장 (주)장수산업〈장수돌침대〉



김종무 대표변호사 법무법인 한림



김종섭때피이사



김행석 변호사 법무법인 정률



노영민때때 새롬에프에스(주)



현진그린밀(주)



정영희 때마이사 (주)통인서비스마스터 〈통인익스프레스〉



정인식 때프이사 (주)정인에프씨 〈더블더블〉





장지골 〈산농채〉



류경선 때프이사 (주)화동갈비, (주)가연푸드 〈화동갈비〉



류정기 뷔사장 (주)에스에프씨 〈샤브향〉



류태영대표이사



마경선때때 (주)일진냉동플랜트



박배균대표이사 후불제 여행사 **투어컴(주)**



박의태 대표이사 (주)압구정 〈돈치킨〉



(주)디포인덕션



(주)맥스원이링크〈셀렉토커피〉, 〈시즌아이PC방〉



황주홍 국회의원 새정치민주연합



법무법인(유한) 화우







송명의 때프이사



염성자 대표FSR



오종환대표이사



우정욱 본부장



(주)이수푸드빌〈거성치킨〉



■ 제2기 집행부 명단

원우회장	김성호
고 문	공재기, 김성주, 박의태, 이병억, 전병진, 조동민, 황 주홍
감 사	김종섭, 김 동규
수석부회장	김익수, 송명의, 이범돈
부 회 장	김낙규, 김범호, 김영철, 김정수, 노영민, 마경선, 이경희, 이재곤, 이창우, 정수철, 정영희, 정인식, 진형규
분과위원회	골프위원(회장: 전병진 / 총무: 장완수,황규연), 경조위원회(김동규), 협업위원회(이경희) 산악위원회(회장: 정인식 / 총무: 김일도),여성위원회(정영희)
총 무(국장, 차장)	사무국장: 이종훈 / 사무차장: 우정욱, 재무국장: 이문기 / 재무차장: 손우빈
자문위원	김종무, 김행석, 황현주
이 사	김기환, 김대근, 김성용, 김성윤, 김일도, 류경선, 류정기, 류태영, 박배균 배동성, 염성자, 오종환, 이명복, 이상규, 이정열, 이창한, 장완수, 정민섭, 정시용, 정 연, 주형국, 허진숙, 황규연



이경희때마사 (주)리더스비전〈한국창업전략연구소〉



(주)글로벌비전코리아

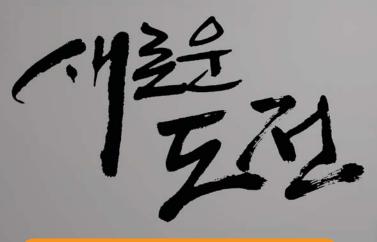


이범돈때때 (주)크린토피아〈크린토피아〉



이상규 때교이사 (주)바로에프에스 〈그린하노이〉

56 /57 프랜차이즈 월드 vol. 14



징기스칸 전사 500人 육성 프로젝트

KFCEO 명품과정 3기 모집

산업통상자원부와 한국프랜차이즈산업협회는 신성장동력 산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외 진출 및 최고경영자의 경영역량 강화를 위해 [KFCEO 명품과정] 3기를 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.

- ·교 육 명 KFCEO 명품과정
- ·대 상 자 프랜차이즈 기업 CEO. 정부. 공공기관의 고위공무원 및 정계. 언론. 법조계 등 각계 전문가
- **모 집 인 원** 50명 내 9
- ·교 육 기 간 2015년 9월7일~12월21일(16주간, 매주 월요일 오후 6시~오후 9시)
- •교 육 비 500만원(회원사 30% **할인혜택)** ※ 식비, 교재비, 문화행사 참가비 포함
- - 소 서울팔래스호텔(서울특별시 서초구 반포4동) ·
- •주최 및 주관
- 산업통상자원부 (사)한국프랜차이즈산업협회
- ·홈 페 이 지
- www.edukfa.or.kr
- •무 의
- 한국프랜차이즈산업협회 교육팀(070-7919-4170 담당자: 우호운 대리)

철저한 전략과 신뢰 쌓는 것이 관건



(주)위두 〈꽁돈 삼겹살〉 글로벌 진출에 성공적인 안착

국내 프랜차이즈 기업들의 글로벌 진출이 활발하다. 삼겹살전문 프랜차이즈 〈꽁돈 삼겹살〉을 운영하는 (주)위두는 동남아 진출 경험을 바탕으로 미국 등지에도 활발히 해외진출을 펴오고 있는 가운데, 현지 매장 운영도 성공적으로 운영하고 있는 것으로 나타났다. 글로벌 프랜차이즈 기업의 반열에 올라 활발한 해외 진출 사업을 펴고 있는 (주)위두 전영민 대표, 그는 국내 기업들에게 해외 진출 멘토역할을 톡톡히 해오며, 보다 적극적인 마인드로 해외시장에 도전할 것을 주문했다.

협회 박람회, '해외투자자 초청상담회' 성과

(주)위두 〈꽁돈 삼겹살〉이 지난 2012년 aT센터를 통해 싱가포르에 있는 제이피 페퍼다인그룹과 마스터프랜차이즈 계약을 맺고, 현재 싱가포르에 4개점이 진출한데 이어 〈K푸드익스프레스〉 2개점까지 오픈해 총 6개점을 운영 중이다. 중국 중경에도 1개점이 진출했고, 광동과 화동지역에는 현재 입지 선정 중이며, 북경도 이미 마스터프랜차이즈가 계약된 상태다. 이 외 에도 홍콩, 마카오, 필리핀 등도 속속 마스터프랜차이즈를 맺은 상태며, 미 국도 주별로 법인 설립중이거나 계약이 진행 중이다. 싱가포르의 경우 계 약 1년 만에 마리나 베이샌즈 마리나 스퀘어 쇼핑센터에 〈꽁돈 삼겹살〉 1호점을 입점 시킨 뒤 2호점은 싱가포르 중앙지구에 있는 사프라 토아파요 에 입점해 한국의 삼겹살 맛을 전하고 있다. 각각 149m²(45평), 165m²(50 평) 규모로 오픈한 〈꽁돈 삼겹살〉은 지난 2010년부터 꾸준히 해외박람회 를 준비해온 결실로 현재 좋은 반응을 얻고 있다. 제이피 페퍼다인그룹은 연 매출액 181억 원 규모의 중견 외식기업으로 싱가포르 내에 외식 브랜드 를 운영하고 있다. 특히 베트남 진출은 올 초 제31회 프랜차이즈산업박람 회에서 (주)위두와 베트남 외식기업 픽호아가 마스터프랜차이즈 MOU를 체결해 성사됐다. (주)위두 전영민 대표는 "베트남과의 체결식은 박람회 기 간에 열린 해외 투자자 초청 상담회를 통해 국내 기업과 해외 바이어 간 성 공적인 투자 상담이 이뤄진 결과로, 적은 시간과 비용으로 상담이 이뤄져 정말 좋은 기회의 장이 됐다"고 한다.





1. 싱가포르 마스터프랜차이즈 계약 2. 베트남 MOU

〈꽁돈 삼겹살〉·〈K푸드익스프레스〉 한류의 중심에 서다

(주)위두는 마스터프랜차이즈 MOU를 통해 〈꽁돈 삼겹살〉 브랜드를 3개월 이내에 베트남 호치민의 쇼핑몰에 입점 시키며, 2년 안에 30개 직영가맹점을 오픈할 계획이다. 베트남의 픽호아 뷰반롱 대표는 "해외 투자자 초청 상담회를 통해 한국 기업 을 만나 훌륭한 사업 기회를 갖게 돼 기쁘다. 앞으로 우리는 같은 목적과 같은 철학으로 사업을 성공적으로 이끌어 나갈 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다. 한편, (주)위두는 중국 상해에 3곳이 현재 공사 중이며, 인근 화동지역에는 30개점이 계약 하면서 동시에 오픈을 준비 중이라고 밝혔다. 〈꽁돈 삼겹살〉에 이어 〈K푸드익스프레스〉도 해외에서 좋은 반응을 보이고 있 는 가운데, 100여 가지 이상의 메뉴를 개발해 해외에서 반응이 좋은 메뉴를 선정해 매장에서 선보일 예정이다. 특히 〈K푸드 익스프레스〉는 즉석 떡볶이와 돌판비빔밥이 인기를 모으는 가운데, 13개국에 이미 상표등록을 해놓은 상태다. 〈K푸드익스프 레스〉는 현재 국내에 홍대점과 명동점 2개점을 운영하고 있으며, 국내보다는 해외시장을 주력으로 진출할 계획이다. 최근에 는 〈K짬뽕〉 신규 브랜드를 론칭해 국내에서 인기몰이를 하고 있으며, 중국 상해에서도 이미 러브콜을 받은 상태다.

바이어와의 지속적인 커뮤니케이션으로 '신뢰' 쌓아

전 대표는 한국의 중소기업들에게 과감하게 해외시장에 도전하라고 주문한다. '한국음식', '한류'야말로 해외시장에서 충분한 경쟁력을 가지기 때문이다. 하지만, 수많은 바이어들을 만나는 동안 실패사례도 많았다고 한다. 100곳 중 2~3곳만 계약이 이뤄지는 것이 현실이기 때문이다. 그만큼 서로 브랜드와 기업, 서로간의 철학 등이 맞는지도 중요하다고 강조한다. 그는 또 "해외 바이어의 경우 국내 기업을 선정할 때 먼저 서류. CEO. 기업을 보고 계약 하는 것도 특징적이었다. 이 세 가지가 검증 되면 한국에 방문해 점포를 보고 확신을 가지게 되고 바로 계약이 이뤄진다"고 한다.

많은 성공과 실패 사례 가운데 그가 깨달은 것은 기업의 영향력이나 브랜드력 보다는 서로간의 문화와 이해관계, 기업인의 마인드와 철학 등 사람과 사람과의 관계가 매우 중시하게 작용하고 있음을 알 수 있었다. 때문에 짧은 시간에 성급하게 진행 하기 보다는 오랜 기간 동안 서로를 알아가는 시간을 많이 갖고, 서로를 위해 안전한 해외진출을 도모할 것을 주문했다. 장기 간 현지 기업이 원하는 콘셉트가 자사 브랜드의 아이템과 맞는지, 또 국내 브랜드가 진출을 도모하고자 하는 지향점과 해외 기업과 맞는지도 잘 살펴야 한다고. 이런 오랜 기간 동안의 타진과 서로의 관계가 해외진출에 대한 실패를 최대한 줄일 수 있 었다고 한다.

전 대표는 또 "해외 기업이 우리 브랜드를 보고 왔지만, 이들과 함께 한국의 여러 브랜드를 접 해보고 시장조사를 하다 보면, 그들이 우리와 잘 맞는지 혹은 우리 보다는 다른 브랜드가 더 잘 맞겠다는 판단이 설 때도 있다. 그럴 때는 그들이 잘 할 수 있는 분야의 브랜드를 추천해 주기도 한다"며, 그만큼 바이어들과의 충분한 커뮤니케이션을 강조했다.



KFooDExpress

정상적인 계약과 로열티, 지속적인 관리와 진출 도모

(주)위두의 또 다른 성공비결은 해외진출 시 음식과 관련된 기본 소 스에서부터 불판이나 식기류 등에 이르기까지 모든 공산품을 본사 에서 납품하는 것이다. 〈꽁돈 삼겹살〉이 브랜드 로고뿐만 아니라. 수저나 컵 등에 이르기까지 모든 제품을 한국 제품으로 구비해 현 지인들로부터 각광받고 있다. 특히 한국의 조리 인력을 직접 현지 점포에 파견해 그곳에서 안정적인 운영을 도모할 수 있도록 돕는 것이 최대의 강점으로 작용했다. 브랜드의 정체성을 그대로 유지할 수 있기에 현지에서도 이를 매우 만족스러워하는 분위기다. 물론, 한국 브랜드 콘셉트 그대로 고기 품질과 매장 분위기도 고스란히

담아내 그들에게 한국 방식의 모던함과 편안함을 제공하는데 성공적인 안 착을 보이고 있는 것으로 보인다. 현지인들에게는 고기전문점에서만이 볼 수 있는 쌈을 싸먹는 모습이나 닥트 및 후드와 같은 것들은 현지인들에게 는 호기심을 발동하게 해 새로운 문화를 즐기는 분위기라고 한다.

이 외에도 한식을 제공하다 보니, 현지에서 나지 않는 채소나 나물 등을 직 접 공수해가서 농산물 수출에 대한 예상치 않은 시너지를 낳기도 한다. 전 대표는 "많은 국내 기업들이 초창기에 요구되는 지속적인 투자나 여러 가 지 현지 상황에 맞는 식자재 및 제품개발 등에 부담을 느껴 포기하는 사례 도 많다"며, "국내 기업들이 처음엔 힘들지만 정상적인 계약과 충분한 로 열티 및 계약조건으로 진출한다면, 제대로 된 유영을 도모할 수 있을 것" 이라며, 해외진출은 어려운 가운데에도 포기하지 말며, 절대 승산 있는 게 임임을 강조했다. 많은 프랜차이즈 기업들이 정상적인 계약을 통한 충분한 계약금과 로열티를 받지 않아 지속적인 관리와 진출에 어려움을 낳고 있다 는 지적이다. 한편, 전 대표는 해외진출에 있어서 가장 중요한 것을 파트너 로 꼽았고, 두 번째, 세 번째도 파트너임을 강조한다.

해외진출 '처려놓은 밥상' 적극 도전할 것

(주) 위두는 동남아 진출 경험에서 성공적으로 운영할 수 있는 가장 큰 비결 이 국내 조리 인력을 현지에 파견해 상주시키는 방법이 주효한 효과를 나 타냈다며, 현지 점포 운영과 관리는 물론, 해외 인력수출에도 좋은 성과를 거두고 있다는 설명이다.





1. 싱가포르 마리나베이〈꽁돈삼겹살〉 2. 전영민(주)위투 대표 3. 중국〈꽁돈삼겹살〉

특히 그는 해외진출은 많은 비용이 들고 위험부담이 있지만, 그만큼 가치 있는 경험이며, 여전히 '한류'의 붐이 지속되는 한 국내 중소 프랜차이즈 박람회 참석과 해외 바이어와의 인적 네트워크를 통해 수년 동안 관계를 기업들이 도전해 볼만한 무대임을 강조한다. 그 어떤 환경 보다 현재 동 남아에 부는 '한류' 열풍은 국내 기업들이 안착할 수 있는 더할 수 없는 지 부별화된 이미지 전략이 해외에서도 적절하게 받아들여졌으며, 꾸준하고 원군으로 작용하기 때문이다. 전 대표는 덧붙여 "결코 해외에서 브랜드력 에서는 강조하고 있으며, 무엇보다 한류에 대한 인기는 '차려놓은 밥상'이 기로 해외진출국과의 꾸준한 신뢰를 쌓으면서 동반자적인 입장에서 해외 라고 해도 과언이 아닐 것"이라며 국내 프랜차이즈 기업들의 활발한 해외 진출을 도모할 수 있기를 기대했다. 진출을 기대했다. (주)위두는 5~6년 전부터 꾸준히 해외진출을 타진해오

면서, 브랜드에 대한 인지도가 낮아 다소 어려움은 있었지만 꾸준히 해외 지속해와 이를 극복할 수 있었다. 무엇보다 브랜드의 다양한 메뉴개발과 진솔한 커뮤니케이션 역시 브랜드에 대한 진정성을 인정받는데 어필할 을 보고 브랜드를 도입하지도 않는다. 그 기업과 CEO의 경영철학을 현지 수 있었다. 아울러 국내 프랜차이즈 기업들 역시, 자사만의 경쟁력을 무

글 임나경 편집국장 사진 주현희 기자, (주)위두 제공

프랜차이즈 월드 vol. 14 60 /61

"너희의 힘찬 한걸음을 응원해"

한국프랜차이즈산업협회 'DMZ평화통일대장정' 후원

정전 60주년을 맞아 평화와 통일의식을 기반으로 대학생들에게 도전의식을 일깨워주기 위해 시작된 '엄홍길 대장과 함께하는 2015 DMZ평화통일대장정'이 그 3번째 걸음을 내딛었다. 이에 한국프랜차이즈산업협회와 프랜차이즈 브랜드들이 힘찬 청년들의 도전을 응원하고 긴 장정에 지치지 않도록 사기를 충전해줄 음식을 후원하며 함께 했다. 단발성 사회봉사로 끝나지 않고, 폭넓은 후원을 통해 한국프랜차이즈산업협회와 이들 브랜드는 사회와 더욱 상생하는 방향을 찾아가겠다는 의지가 영보였다.



협회 회원사, 2015 DMZ 평화통일대장정 지원

엄홍길휴먼재단이 주관하고 (주)밀레가 후원하는 휴전선길 횡단 프로젝트 '2015 DMZ 평화통일대장정'이 지난 7월 실시돼 한국프랜 차이즈산업협회 회원들의 후원이 잇따라 눈길을 끈다. 2013년 정전 60주년을 맞아 시작된 이 프로젝트는 3년차로 많은 대학생들에 게 의지와 도전의식을 심어주고 평화와 통일에 대해 다시금 생각할 수 있는 계기를 마련해왔다. 한국프랜차이즈산업협회와 여러 프 랜차이즈 업체들은 작년에 이어 올해도 이들의 발걸음에 힘을 실어줄 다양한 먹거리를 제공해 화제가 됐다.

특히 이번 대장정은 광복 70주년을 기념하는 의미로 지난 7월 11일, 이들 대장정 참여자들은 광화문 광장에 모여 제3회 DMZ평화통 일대장정 발대식을 가졌다. 15박 16일의 긴 여정을 준비하는 이들의 의지는 고성 통일전망대를 시작으로 인제, 양구, 화천, 철원, 연천, 파주를 거쳐 임진각 평화누리까지 이어졌다. 산악인 엄홍길 대장과 체력테스트 및 면접 등을 통해 선발된 110여 명의 대학생들이 이들 원정에 참여해 km마다 일정 기금을 적립하며 최근 지진 피해로 고통 받는 네팔을 돕기 위한 성금을 마련하기도 했다. 대장정이 끝난 7월 25일에는 임진각 평화누리에서 완주식을 가지며 완주증도 수여해 의미를 더했다.



2015 A1321 DM Z SOLOBER 1691

프랜차이즈 기업들의 상생 의지 돋보여

한편 이들이 휴전선길 350km를 걷는 동안 한국프랜차이즈산업협회와 여러 회원사들이 음식을 후원하며 이들의 도전을 응원했다. 10일부터 시작된 정주중 7월 14일에는 (주)오니규(대표 이명훈)의 〈오니기리와이규동〉이 더위를 날려줄 시원한 냉우동을 후원했다. 여기에 이어 16일에는 〈떡담〉(대표 임철준)이 허기진 배를 채워주고 목을 축일 떡과 식혜를 후원했다. 사회 봉사에도 꾸준히 참여해온 〈떡담〉은 이번 행사에도 아낌없는 후원을 통해 젊은 원정대원들에게 힘을 주었다. 20일에는 〈죠스떡볶이〉(대표 나상균)가이열치열 떡볶이와 튀김으로, 23일 〈호식이두마리치킨〉(대표 최호식)이 국내 대표 간식 치킨과 콜라로, 24일 〈꿀닭〉(대표 조동민)이 지친 청년들에게 힘을 불어넣을 특별한 치킨으로 각각 후원했다.

한국프랜차이즈산업협회의 사회봉사단으로 활동하고 있는 이들 브랜드는 단발성 사회활동이 아닌 다방면에서 손길이 필요한 곳이면 항상 준비된 자 세로 임하고 있다. 특히 이번 제3회 DMZ평화통일대장정을 후원한 업체들 은 협회 사회봉사활동에도 꾸준히 참석하고 있어 눈길을 끈다. 이들 브랜 드의 이번 후원은 힘든 경쟁사회 속 청년들에게 희망을 심어준다는데 그 의 미가 깊다.

엄홍길휴먼재단의 강현호 과장은 "하루 20~30km의 행군이 생각보다 굉장히 힘든데, 지친 청년들에게 한국프랜차이즈산업협회와 회원사 분들의 간식 후원은 큰 힘이 된다. 재단 차원에서도 간식을 준비하긴 하지만 치킨, 피자, 냉우동, 떡 등과 같은 별미는 힘든 가운데 웃음을 주는 이벤트가 되기도한다. 매번 간식이 제공될 때마다 원정대의 반응은 폭발적이다. 작년에 이어 올해도 기꺼이 참여해주신 분들께 감사드린다"고 전했다.

DMZ평화통일대장정에 참여하는 이들은 모두 대학생. 최근 경기침체와 장기화되고 있는 청년실업 등의 다양한 문제들을 협회 차원에서뿐만 아니라 많은 프랜차이즈 브랜드가 관심을 가지고 논의하고 있다. 그런 관점에서 이번 후원은 단지 간식 후원에서 끝나는 것이 아니라 보다 나은 미래를 만들어가고, 희망하며 힘차게 첫 도전을 내딛는 이들과 함께하겠다는 의지를 나타낸 것. 앞으로도 한국프랜차이즈산업협회와 프랜차이즈 브랜드들이 수행할 활발한 사회적 상생활동이 더욱 기대되는 대목이다.

글 **차은지 기자** 자료제공 **엄홍길휴먼재단**





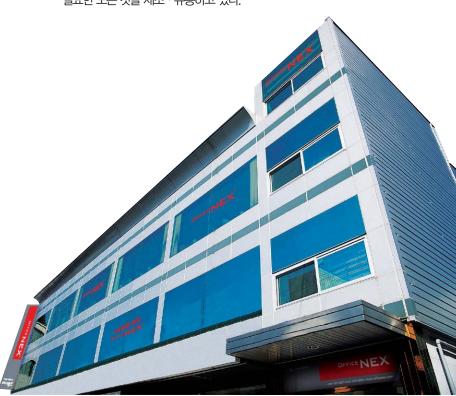




'오피스의 다음세상' 위한 차별화된 가치에 주력

사무용품 전문몰 (주)오피스넥스

《오피스넥스》(OFFICENEX)는 사무실을 뜻하는 'OFFICE'와 '가까운, 다음의, 진보적인' 등의 뜻을 가진 'NEXT'의 합성어로, 차세대 사무실 또는 다가오는 오피스문화를 창조해 나가겠다는 의지를 담고 있다. 전국 10만 기업이 신뢰하는 사무용품 전문몰 《오피스넥스》는 지난 2000년 설립 이후 인터넷 쇼핑몰, 넥스MRO, 전국 판매장 등 다양하고 특화된 온 · 오프라인의 유통채널을 통해 사무용품은 물론 다양한 부가서비스에 이르기까지 사무공간 및 오피스에 필요한 모든 것을 제조 · 유통하고 있다.



공동물류, 공동구매, 공동마케팅으로 차별화

〈오피스넥스〉는 브랜드의 핵심 가치를 '차별화'에 두 고 차별화된 가치를 제공하는 것을 목표로 하고 있 다. 이 같은 〈오피스넥스〉의 경영철학을 잘 표현해 주는 문구가 'We Supply Differences'다. 〈오피스넥 스〉 관계자는 "이는〈오피스넥스〉 경영의 가장 핵 심이 되는 정신이며, 모든 〈오피스넥스〉인의 사고 와 행동을 규정하는 가치"라고 설명한다 〈오피스 넥스〉만의 차별화된 장점은 공동물류, 공동구매, 공 동마케팅을 들 수 있다. 〈오피스넥스〉는 업계 최초 인터넷쇼핑몰 후불제, 고객 주문내역의 자동전송으 로 신속한 배송서비스를 실현했으며, 업계 최초로 'ISO 9001' 인증을 획득하는 등 새로운 경영모델을 지속적으로 제시했다. 또 중간유통단계를 없앤 가맹 점과 제조사간 직거래를 통해 매입 경쟁력도 확보함 으로써 고객, 회사, 제조사 모두 상생할 수 있는 방 법을 만드는데도 앞장섰다. 기본적으로 전국 매장의 공동마케팅을 진행하며, 특히 올해는 공격적인 홍보 를 통해 브랜드 인지도를 높이는데 주력한다. 대표 적인 사례가 전속모델 계약, 한국프로야구 넥센 히 어로즈 스폰서 광고. 네이버 및 다음의 키워드 광고. 김포·김해공항 광고, 전광판 광고 등이다. 이처럼 〈오피스넥스〉는 다양한 홍보수단을 활용해 가맹점 매출 향상을 위해 역량을 집중하고 있다.



온 · 오프라인 다채로운 이벤트 활발

종합 사무용품 프랜차이즈 (주) 〈오피스넥 스〉의 조종관 대표는 업계 처음으로 후불제 온라인 쇼핑몰 운영과 독특한 포스시스템 도입 등 혁신적 아이디어로 (주)〈오피스넥 스〉를 창업 14년만에 업계 정상으로 이끌었 다. 조 대표는 이러한 공로로 대통령 표창. 국민총리 표창 등 굵직굵직한 상도 많이 수 상한 바 있다. 본사의 몸집불리기를 지양하 고, 대신 가맹점과의 신뢰관계를 유지하는 것을 경영철학으로 삼고 있는 〈오피스넥스〉 는 경영 시 출고상품의 원가나 본사 운영비 등 회사의 모든 자료는 점포와 공유하고 있 으며, 매 분기별로 전국의 가맹점주들을 초 대해 회의를 진행한다. 또 정기적으로 워크 숍을 통해 회사의 정책 결정에 관한 의견도 수렴하고 있다

특히〈오피스넥스〉만의 차별화 채널인 '넥스MRO'는 기업의 모든 부서에서 필요한 용품과 서비스를 기업내에서 자체적으로 구매하고 관리하던 방식에서 탈피, 기업에 맞는구매·관리시스템을 제공해구매에 필요한 비용과 시간을 줄이는 통합구매 대행 서비스다.〈오피스넥스〉는 현재 이를 각가맹점에 별도의 비용 없이 무상으로 제공하고있다. 또매일매일 똑같은 일상에 지쳐있는 직장인들에게 작은 위안을 주기 위해 각시즌별 테마이벤트를 마련, 직장인들의 리플레쉬(Refresh)한 휴식도 지원한다. 대표적인 사례로는 공연관람이벤트 등 다채로운문화공연이벤트를 들수 있다. 이와 관련해〈오피스넥스〉 조종관 대표는 "앞으로도 직

장인들의 문화생활 영위를 위한 다양한 이 벤트를 진행할 예정"이라며 "더 나아가 온·오프라인에서도 다채로운 고객 이벤트 를 통해 고객에게 한발 더 나아가는 〈오피 스넥스〉가 될 것"이라고 강조했다.

영업구역 보장, 점포당 매출 업계 1위

〈오피스넥스〉는 현재 전국적으로 40여 개 의 가맹점이 운영되고 있는데, 업계 최대의 영업구역을 보장하고 있어 각 점포당 연간 매출은 업계 1위를 유지하고 있다(2015년 정보공개서 기준) 가맹점 개설시 필요 비용 은 50평 기준으로 2억 5000만 원 정도다. 〈오피스넥스〉는 신규매장 오픈 시 본사의 전문 인력을 배치해 가맹점 경영 및 전산교 육을 실시해주고 있으며, 초도상품 진열 등 의 다양한 지원을 통해 쉽고 효율적인 운영 을 지원하고 있다. 뿐만 아니라 가맹점의 경 영을 지원하기 위해 전문 서비스 컨설턴트 를 통한 교육프로그램 제작 및 서비스 현장 코칭 등의 교육을 실시하고 있다. 이를 통해 고객과의 접점에 있는 전국의 모든 가맹점 직원들에게 서비스 마인드를 교육함으로써 고객 중심의 서비스를 실천하고 있다. 〈오 피스넥스〉는 이와 함께 다양한 노하우가 담 겨있는 〈오피스넥스〉 자체제작 포스 프로그 램도 제공, 가맹점주들의 매장 운영에 큰 도 움을 주고 있다. 또한 나라장터, 학교장터 등 온라인 입찰 업무 등 본사 담당직원이 직 접 교육 및 업무를 지원함으로써 효과적인 매장 운영 및 매출 제고를 돕고 있다.



Mini Interview

(주)오피스넥스 **조종관** 대표

"경영에 있어 가장 중요한 것은 가맹점과의 신뢰관계"

한국프랜차이즈산업협회 회원사로도 활동하고 있는 〈오 피스넥스〉는 협회에 가입하니 40여 개 가맹점의 권익을 보호하고 업계의 다양한 정보를 공유해 빠르게 변하는 고객의 니즈를 파악할 수 있는 장점이 있다고 설명한다. 그는 "각 업체와의 협업을 통해 고객에게 더 좋은 서비스를 만들어 줄 수 있는 계기도 얻을 수 있으며, 특히 협회에서 제공하는 양질의 교육을 통해 직원들의 역량을 향상시킬 수 있었다"고 말한다. 조 대표는 앞으로도 전국의각 가맹점들을 보다 내실 있고 튼튼하게 만드는 노력이무엇보다 중요하다며, 직원들의 투철한 서비스마인드 고취, 철저한 매장관리, 다각의 마케팅으로 브랜드 인지도를 쌓아가고 가맹점들 간 특유의 단결력으로 어려운 시장상황을 타개해 나갈 것이라고 강조했다. 그는 또 "직원들이 현재 맡은 직무에 대해 '자신이 전문가라는 의식'을가져야 한다. 〈오피스넥스〉의 프로 마인드(pro-mind)를 가지 것은 다브하고 시다"고 말해다

아울러 조 대표는 "항상 함께하고 있는 기맹점주들께 감사하며 앞으로도 국내 사무용품 토종 브랜드로 롱런할 수있는 〈오피스넥스〉를 만들어 나가겠다"며, "프랜차이즈산업협회 회원들도 국제화시대를 맞이해 국내 경쟁 뿐 아니라 해외의 경쟁 또한 거세지고 있는 추세에 경쟁보다는 상생으로 윈윈할 수 있는 동지처럼 협력하고 협의해야할 것"이라고 말했다.

글 **나홍선 부장** 사진 **(주)오피스넥스 제공**

프랜차이즈 월드 vol. 14 64 / **65**











새로운 비어하우스 문화를 개척하다

(주)인토외식산업 (구름공방)

크래프트비어 시장에서 프랜차이즈 탭하우스 〈와바〉로 오랫동안 사랑받으며 15년째 문화를 선도하는 (주)인토외식산업. 2014년, 또 한 번 〈구름공방〉이라는 새로운 비어하우스 문화 개척에 앞장섰다. 낮에는 카페로, 밤에는 아기자기한 인테리어 디자인과 이탈리안 요리를 맥주와 함께 즐길 수 있다는 차별화된 전략으로 비어하우스의 새로운 문화를 제시하고 있다. 약 20여 개 점포가 문을면 〈구름공방〉은 서두르지 않으며 가맹점과의 신뢰를 구축하고 있다.



따뜻한 인테리어 속 확실한 전략

지난 2014년 〈구름공방〉은 론칭 전, 시장분석부 터 시작해 현재까지의 생생한 브랜드 탄생기가 블 로그에서 공개되며 소비자와 가맹점주의 이목을 끌었다. '소통을 만드는 펍'이라는 브랜드 콘셉트 에 부합하게 말뿐 아닌 소통을 실천한 것이다. 무 엇보다 스몰비어나 미들비어에서 벗어나 명확한 타깃을 설정하고 틈새 콘셉트를 찾아냈다. 〈구름 공방〉이 사랑받는 큰 이유 중 하나인 인테리어는 빈티지와 따뜻함으로 많은 20~30대 여성 고객들 의 마음을 사로잡았다. 저녁 이전까지는 고급스러 운 브런치 카페 또는 레스토랑으로 운영하고, 저 녁시간부터는 맥주와 함께 즐길 수 있는 다이닝 펍으로 변신하는 차별화 전략이 적중한 것이다. 이효복 대표는 "처음부터 카페 콘셉트가 있었던 것은 아니지만, 인테리어를 끝내고 나니까 낮에 도 고객을 유치할 수 있다는 자신감이 있었고 브 런치로도 손색없는 메뉴 역시 한 몫을 했습니다" 라고 말한다. 오픈 후 당초 예상했던 타깃층이 아 닌 〈구름공방〉의 주고객층이 '젊은 엄마'들이었다 는 것에 놀랐다고 한다. 주부들은 건전한 분위기 속 아이들과 함께 즐길만한 공간이 많지 않기 때 문에, 〈구름공방〉의 아기자기한 인테리어와 메뉴 콘셉트가 그들의 욕구를 충족했던 것 굳이 술이

아니더라도 가벼운 식사가 가능해 일반 맥줏집에서는 손님이 드문 6~7시에도 커피를 마시던 손님들이 자연스럽게 맥주손님으로 바뀌며 자리를 채운다.

엄선된 메뉴를 맛있고 합리적이게

낮과 밤 모두 즐길 수 있는 카페형 다이닝 펍이 라는 콘셉트에 맞게 기획 단계에서부터 합리적 인 가격대의 고품질 요리를 엄선하고 레시피 는 만들기 쉽도록 점주를 배려했다. 이탈리안 요리는 많이 대중화된 데다가 저렴한 가격으 로 재료를 구입할 수 있을 정도로 장벽이 낮아 졌기에 샐러드와 피자 개발에 집중했고. 이는 여성 고객들의 코드에 정확하게 부합했다. 자 체 개발한 '불고기로메인피자'는 불고기를 샐러 드와 함께 도우에 싸먹을 수 있도록 재미를 더 해 인기를 끌고 있다. 또 '구름 크림떡볶이', '구 름 크림파스타' 등의 메뉴에는 이름에도 색깔 을 입혀 선호도를 높였다. 맛뿐 아니라 담음새 를 비롯해 메뉴의 비주얼에도 신경을 많이 쓰 며 '카메라에 담고 싶은 인테리어와 음식'에 주 력해 젊은 소비자의 심리를 꿰뚫었다. '치맥'보 다 조금 더 고급스럽게 이탈리안 피자와 함께 맥주를 즐기는 '피맥'문화를 권장하며 제공하는 더치커피가 들어간 '더치크림생맥주' 역시 좋은 반응을 불러오고 있다. 시작한지 오래되지 않 은 브랜드임에도 15년이라는 본사의 탭하우스

경력을 〈구름공방〉에 노련하게 녹아내고 있다. 수작업의 느낌을 살린 고급스러운 인테리어와 고급화된 메뉴를 가벼운 다이닝펍에서 저렴한 가격으로 즐길 수 있어 고객들 사이에서는 문 화적인 보급력이 큰 편이다. 이와 같이 〈구름 공방〉은 가맹점수를 늘리거나 외식 사업에 국 한되어 매출에 주력하기보다는 새로운 문화를 선도하는데 주렴하고 있다.

소통의 공간으로 만들어가다

'맥주 거품을 만드는 공방'이라는 뜻의 〈구름공 방〉은 과거 취하도록 마시고 불편한 문화를 만 들었던 음주문화에서 벗어나 펍을 좀 더 건전 하고 어른들이 꿈을 꿀 수 있는 공간으로 만들 어 나가고자 한다. 밝은 인테리어와 정성이 담 긴 소품들은 자연스럽게 소통할 수 있는 공간 을 연출한다. 인테리어를 보면서 고객들이 스 토리를 만들어 나갈 수 있게끔 방향을 잡은 것 이다. 〈구름공방〉 자체가 낮에는 카페형, 밤에 는 펍이 되기 때문에 가맹점마다 그 지역의 특 성이나 고객 성향에 따라 부각되는 스타일이 다르다. 과천점의 경우 카페형 스타일을 최적 화해 고객 만족도를 높였다. 낮에 카페로 응용 하자는 의견은 점주들이 먼저 요청한 경우도 있었고. 본사는 점주들과 주변 전문가들의 의 견에 귀 기울이고 운영부터 '소통'으로 이끌고 자 했다.

한편, 〈구름공방〉은 성남시중독관리통합지원 센터에 정신건강증진사업에 정기 기탁을 진행하고 있다. 매장이 속한 사회로의 소통과 기여도 중요하기 때문. 문화를 만들어 나가기 위해 잘못된 것은 바로잡고 새로운 시작을 열겠다는 브랜드의 의지가 실천되고 있는 곳이 바로〈구름공방〉이다. 아직은 시작단계인 브랜드지만 숙성된 기업의 '맛'이 이곳의 음식을 더욱 맛있게 하고, 많은 이들의 마음을 움직이며, 소통속에서 새로운 문화를 만들어 나가고자 한다.

글 **차은지 기자** 사진 **창업미디어그룹 D**B



Lecture Note ·

■ 프랜차이즈의 글로벌화는■ 왜 필요한가

국내 프랜차이즈기업들이 최근 몇년 전부터 해외 진출이 크게 증가하고 있고, 아직까지 해외 진출을 하지 않은 기업들도 해외 시장에 대한 관심이 높아지고 있다. 1990년대 말 MF 외환위기 이후 창업이 증가하면서 프랜차이즈 시장이 급속히 성장해 왔고, 이러한 성장과 함께 프랜차이즈는 국내에서 하나의 산업으로자리 매김까지 할 정도로 발전해 왔다. 국내 프랜차이즈 산업 시장이 글로벌화하는 배경과 그 필요성에 대해 살펴보자.



중앙대학교 경제학부 교수 이정희 교수

한국프랜차이즈산업협회 글로벌프랜차이즈 포럼 위원장을 역임하고 있는 그는 미국 오클라호마주립 대 박사과정을 밟은 뒤, 중앙대 경제학부 교수로 있다. 이 교수는 그 밖에 공정거래위원회 기업거래정 책 자문위원, 공정가래위원회 유통협약평가위원, 공정거래조정원 대규모유통업거래분쟁조정협의회 위원, 동식품부 국민공감 농정위원회 식품소비분과위원장, 대중소기업협력재단 수위탁분쟁조정협의회 위원, 동반성장위원회 유원장등을 역임했다.



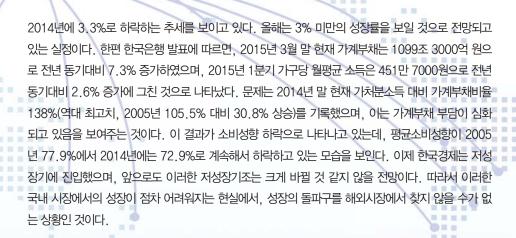
프랜차이즈의 글로벌화, 그 동기

그 동안의 프랜차이즈산업의 성장을 되돌아보면, 짧은 기간에 걸쳐 빠른 성장을 이루면서 일자리 창출과 확대 등으로 국가경제에 크게 이바지했다. 국내시장에서 빠르게 성장하면서 외형을 확대해 가던 프랜차이즈기업들이 2000년대 후반부터 사업의 영역을 해외시장으로 넓히며 프랜차이즈의 글로벌화가 시작됐다고 할 수 있다. 2000년대 중후반에는 소수의 기업 중심으로 해외시장 진출이 이뤄졌으나, 최근에는 글로벌화 대열에 합류하는 기업들이 확대되면서 그 수가 증가하고 있다. 왜 프랜차이즈기업들은 해외시장으로 눈을 돌리며 글로벌화에 적극적인 자세를 보이고 있는가?

유통서비스기업들이 해외시장으로 시업 영역을 확대하면서 글로벌화에 앞장서는 것에는 주요한 몇 가지 동기가 있다. 유통서비스기업의 글로벌화 동기를 크게 짚어보자면 ▲국내시장의 포화 및 성장정체 ▲국내시장의 정부규제 증대 ▲규모를 경제를 위한 성장의 불가피함 ▲FTA 증대로 인한 자유화 확대 ▲신규시장의 시장잠재성을 들 수 있다. 현재 국내 프랜차이즈기업들이 해외로 진출하는 동기도 이와 같은 주요 동기들로 설명될 수 있을 것이다.

국내 프랜차이즈 시장의 포화

국내 창업시장은 퇴직근로자 증가 등에 따른 창업 수요 증대에 따라 꾸준한 성장을 이어왔다. 그러나 이러한 서비스 분야에서의 창업 증가는 자영업 비중의 증대와 함께 자영업의 경쟁 심화를 불러왔고, 자영업에서 중요한 비중을 차지하고 있는 프랜차이즈 비즈니스에서의 경쟁 역시 치열해졌다. 한편, 국내 내수경기의 침체가 지속되면서 프랜차이즈산업계의 어려움이 커지고 있는 것이 현실이다. 국내 경제성장률 변화 추이를 살펴보면, 1990년 9.3%에서 2000년에 8.8%, 2010년에 6.3%, 그리고 지난해인



FTA를 통한 잠재성 있는 신흥 시장으로

한아세안 FTA, 한중 FTA 등 FTA 확대에 따른 성장 잠재성이 있는 신흥시장에서의 사업 기회가 높아 지는 것도 프랜차이즈기업들의 글로벌화의 주요 동기가 되고 있다. 정부는 앞으로의 성장 돌파구를 해외 수출 확대를 통해 얻고자 하고 있어서, FTA 확대는 계속해서 이어질 것으로 보인다. 이에 더하여 전세계적으로 불고 있는 한류바람 또한 국내 프랜차이즈기업들의 글로벌화에 기회가 되고 있다. 현재 해외에 진출하고 있는 프랜차이즈기업들의 업종을 보면, 대부분이 외식업이며 이들은 문화와 연관성이 높고, 특히 한류바람의 효과를 가장 많이 볼 수 있을 것으로 기대된다. 이러한 배경을 바탕으로 프랜차이즈기업들의 글로벌화는 지속될 전망이다.

글로벌화를 위해 필요한 것들

세계적으로 유통서비스의 글로벌화 트렌드와 그 동기로 볼 때, 국내 프랜차이즈기업들의 글로벌화 역 시 불가피할 것으로 보인다. 이는 선택보다는 거대한 트렌드다. 글로벌화 트렌드에서 국내 프랜차이즈 업계는 국내 시장에서 글로벌화에 적응하는 수동적 자세나 추세에 대응하는 소극적 해외 시장으로 진출이 아닌 보다 능동적 글로벌화에 앞장서야 할 것이다. 그러기 위해서는 먼저, 글로벌 시장에 대한 깊이 있는 이해가 필요하다. 해외 시장의 소비, 제도, 문화, 소득, 교육수준, 인력수급 등 프랜차이즈 비즈 니스에 영향을 미칠 수 있는 요소들에 대한 이해가 충분히 이뤄져야 한다. 추진 주체인 프랜차이즈 기업들의 글로벌화에 대한 인식과 자세도 중요하지만 개별기업의 힘으로는 한계가 있기에 정부의 역할이 매우 중요하다. 정부는 정책적으로 프랜차이즈기업들이 필요로 하는 시장정보를 공급할 수 있어야 하고, 글로벌화를 추진하는 인재양성을 지원해야 한다. 그 동안은 국내에서 큰 성장과 성과를 보였다면, 이제 이러한 성장을 발판으로 세계시장으로 발돋움해 〈맥도날드〉, 〈스타벅스〉와 같은 글로벌 프랜차이즈기업들과 어깨를 맞댈 수 있기를 기대하고 희망한다.

┃ 프랜차이즈 산업의┃ 화식열전(貨殖列傳)을 기대한다

'세상의 이치를 알면 인간의 이치를 알고, 인간의 이치를 알면 자연히 돈 의 이치도 아는 것이 된다. 따라서 이 이치를 모른다면 아무리 돈이 많 아도 항상 부족하게 살 수밖에 없는 것이다.' 서마천의 「사기열전(史記列 傳)」 70권 중 69권 「화식열전(貨殖列 傳)」에 수록되어 있는 말이다. 화식 열전은 춘추(春秋) 말부터 한(漢)나 라 초까지 상공업으로 재산을 모은 부자 52명의 이야기를 담아 놓은 책 이다. 여기서 화식은 재물을 모은다 는 의미다. 「화식열전」을 통해 프랜 차이즈 산업의 방향을 바라보자.



중앙대 산업창업경영대학원 글로벌프랜차이즈학과장 강병오 박사

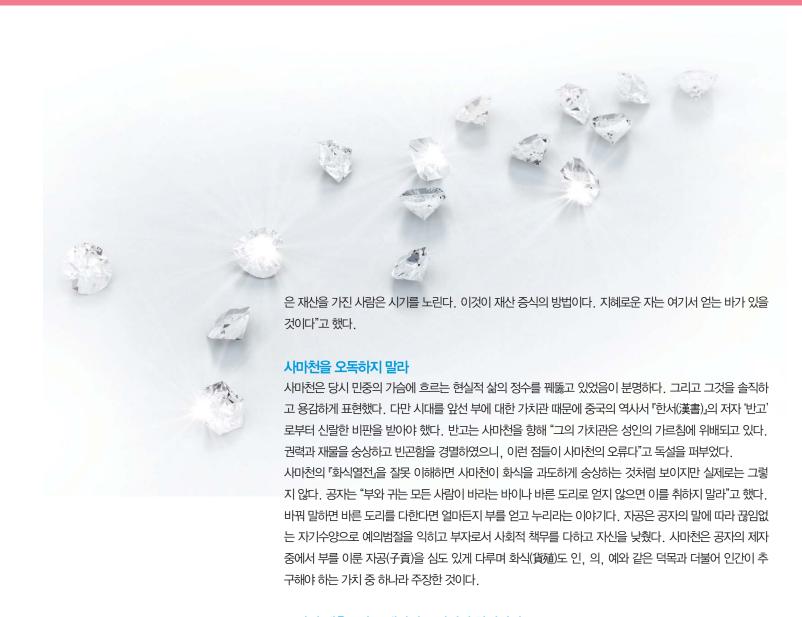
중앙대학교 대학원 창업학 박사로 2011년부터 제1 대 한국창업포럼 회장을 맡았고, 한국프랜차이즈협 회 자문위원, 한국창업경영인대상 심사위원, 한국프 랜차이즈대상 심사위원으로 있었으며, 창업코리아 대표이사다.



사마천의 「화식열전」, 부(富)를 말하다

사마천은 「화식열전」에서 '부를 얻는 데는 직업이 따로 있는 것이 아니며, 물건의 주인이 고정되어 있는 것도 아니다. 사업능력이 있는 자에게는 부가 집중되고, 우매한 자에게는 부가 흩어진다. 천금의 부자는 한 도시를 지배하는 성주에 비길만하고, 수만금을 가진 부호는 왕자와 즐거움을 같이 한다. 그들이야말로 무관(無冠)의 제후(諸侯)라 할 만하지 않은가? 부자가 되고자 하는 것은 인간의 본성으로 배우지 않아도 스스로 알게 되는 것이다. 따라서 집이 가난하고 부모님은 연로 하시고 처자식은 밥도 제대로 먹을 형편이 되지 못하며, 명절이 되어도 조상에게 제사 지내거나 술자리를 마련할 돈도 없는 주제에 스스로 부끄러워하지도 않는다면 그런 인간들에게는 더 이상할 말이 없다'고 역설했다.

사마천이 살았던 한나라는 공자의 가르침을 좇아 공부하는 선비들이 세상의 중심에서 나라를 경영하던 시대였다. 농사는 하늘의 뜻에 따르는 경건한 노동으로 여겨진 반면, 상업은 천한 일로 여겨졌으며, 관리나 학자가 돈을 밝히는 것을 추하게 여겼다. 그러나 사마천은 오랜 기간 인간과 세상의 이치를 관찰하고 직관적인 결론에 도달했다. 그는 당시 부자들의 이야기를 하면서 중농억상 (重農抑商)의 가치관에서 벗어나 중상주의적인 논리를 폈다. 사마천은 부(富)를 사람이 추구해야하는 덕목의 일환으로 보았던 것이다. 그리고 그는 인간이 '부를 추구하는 것(貨殖)'은 자연의 이치라며 "가진 게 없는 사람은 노동을 하고, 약간의 재물이 있는 사람은 머리를 써서 경쟁하고, 많



무관의 제후들과 프랜차이즈 산업의 화식열전

사마천은 「화식열전」에서 "천하가 희희낙락하는 것은 모두가 이익을 위해 모였기 때문이고, 천하가 흙먼지가 일 정도로 소란스러운 것은 모두 이익을 찾아 떠나기 때문"이라고 했다. 프랜차이즈 사업의 본질도 비슷한 것 같다. 이익을 위해 가맹본부와 가맹점주, 그리고 소비자가 모여드는 것이 바로 프랜차이즈 사업인 것이다. 그동안 우리나라의 프랜차이즈 산업은 성장을 거듭하며 많은 문제점도 나타났고, 이를 법과 제도적으로 보완하면서 질적으로도 크게 발전해왔다. 이제 프랜차이즈 산업의 완성도를 높이기 위한 마지막 변화의 시점에 와 있다는 느낌이다.

필자의 생각으로는 우리나라 프랜차이즈 CEO들은 사마천이 말한 '무관(無冠)의 제후(諸侯)'에 딱 맞는 것 같다. 대부분 자수성가로 성공한 사람들로 만나보면 하나같이 나름대로의 경제 및 경영 논리로 무장하고 있다. 그 논리는 정통적인 경제 및 경영 이론과 흡사하지만, 때로는 경제학과 경영학을 새롭게 재해석 할 수 있는 것도 있어서 속으로 많이 놀라기도 한다. 그들은 더 큰 시장에서도 크게 성공했을 것이라고 생각한다. 사마천은 자연지험(自然之驗: '보이지 않는 손'과 같은 개념)에 의해 부(富)를 축적할 수 있는 물건 값이 관문 (시장)에서 이뤄지며, 재화는 흐르는 물처럼 유동된다고 했다. 부자들이 화식(貨殖)에 성공한 비결은 힘이 아니라 순리라는 것이다. 국내 프랜차이즈 산업을 이끌고 있는 '무관(無冠)의 제후(諸侯)'들도 이 순리를 따른다면 프랜차이즈 산업의 화식열전을 기대해볼 만도 할 것이다.



도시 국가 여행을 선호하는 사람에게 싱가포르는 여행지 1순위로 꼽힌다. 편리한 대중교통, 깨끗하고 안전한 도시 등이 매력적이기 때문이다. 하지만 다양한 저가항공이 운항하고 있는 홍콩이나 태국과는 달리 아직도 싱가포르는 비행기 요금이 상대적으로 높은 편에 속한다. 하지만 쾌적한 도시 환경과 대중교통이 잘 되어 있어 많은 여행자들이 꾸준히 찾는 도시이기도 하다. 세계적으로도 손꼽히는 건물이자 호텔인 마리나 베이 샌즈(MBS), 다양한 사파리 그리고 맛있는 칠리 크랩까지 싱가포르의 다양한 매력을 오감을 통해 느껴보자.

누구나 꿈꾸는 호텔, 마리나 베이 샌즈

어떤 나라를 갔을 때 가장 가고 싶은 곳이 호텔이라면 어 떨까? 싱가포르에서 마리나 베이 샌즈는 여행 자체를 의 미한다. 늘 체크인하는 사람들로 붐비는 마리나 베이 샌 즈는 넓고 높은 로비에서부터 압도적인 인상을 준다. 외 부만큼이나 독특한 디자인으로 구성된 내부 인테리어 역 시 다른 호텔과 비교하기 어렵다. 시내 한가운데 위치해 있어 다른 관광지를 가기에 편리한 것은 물론 싱가포르의 또다른 랜드 마크인 가든스 바이 더 베이와도 연결되어 있다. 비수기에도 1박에 50만 원을 전후하는 높은 가격임



에도 불구하고 늘 풀북을 자랑하는 이유는 바로 옥상 수영장 때문이다. 싱가포르의 랜드마크이자 싱가포르 강에서 가장 눈에 띄는 높은 건물 꼭대기에서 수영을 하고 일광욕을 할 수 있다는 장점으로 많은 사람들이 마리나 베이 샌즈를 찾는 것이다(호텔에 숙박하지 않으면 수영장에 들어갈 수 없다).



마리나 베이 샌즈는 독특한 건축학적인 의미를 가지고 있는 데다가 1층에는 예술품과 매력적인 쇼핑몰들이 이어져 있다. 또 옥상에는 전망대가 있어 싱가포르의 전경을 감상할 수 있기 때문에 호텔에 묵지 않아도 싱가포르 여행에서 마리나 베이 샌즈 방문은 필수다. 건물 위에 떠 있는 배 모양의 마리나 베이 샌즈를 싱가포르 강에서 보는 것도 빠지지 않는 코스이기도 하다. 마리나 베이 샌즈 외에도 최고급 호텔들이 시내와 대규모 테마파크인 센토사 섬에 위치해 쇼핑, 휴양, 관광 등 여행의 목적에 따라 숙박을 정할 수 있다.

■ 싱가포르 국가정보

명칭 Republic of Singapore

위치 동남아시아

기후 열대성기후

수도 싱가포르 (Singapore)

언어 말레이어, 영어, 중국어

인구 약 556만 명

구성 중국인 77%, 말레이인 14%, 인도인

종교 불교 43%, 이슬람교 15%, 도교

싱가포르 정부 www,gov,sg



잊을 수 없는 그 맛. 매콤한 칠리 크랩

싱가포르에 가면 반드시 먹어봐야 하는 음식은 바로 칠리 크랩. 싱가포르인들에게도 인기 있기 때문에 매장은 늘 사람들로 북적북적하다. 먹기 좋게 잘 발라져 나오는 칠리 크랩은 우리나라 사람들이 먹기에는 그렇게 '칠리'하지 않지만, 매콤한 양념의 맛과 함께 게살을 맛볼 수 있어 인기 있다. 칠리 크랩 외에도 다른 메뉴들을 함께 맛볼 수 있으며, 선물용 칠리 크랩 양념도 있기 때문에 기념 선물로도 인기가 높다. 귀국한 후 싱가포르 여행을 떠올리면서 먹을수 있도록 넉넉하게 사는 것도 좋다.

칠리 크랩은 이스트 코스트 시푸드 센터의 점보 레스토랑에서 맛보는 것이 정석이다. 시푸드 센터 안에는 여러 칠리 크랩 매장들이 있지만 늘 점보 레스토랑만 붐비는데, 그만큼 맛으로 검증받은 곳이기도 하다.대중교통으로는 찾아가기 어렵기 때문에 여유가 된다면 택시를 타고 본점으로 찾아가 특유의 분위기를 느껴보자. 해변을 배경으로 칠리 크랩 전문점들이 모여 있는 곳에서 많은 사람들과 함께 식사를 하는 것은 특별한 경험이 될 것이다. 이스트 코스트 시푸드 센터를 가기 어렵다면 차선으로 선택할 수 있는 곳은 클락키 리버사이드 점과 리버워 크점. 시내에서 접근성이 좋고 바로 앞에 싱가포르 강이 있는 리버사이드 점은 저녁 시간에는 예약조차 불가할 수 있으므로, 최소 일주일 전에는 예약하는 것이 좋다.



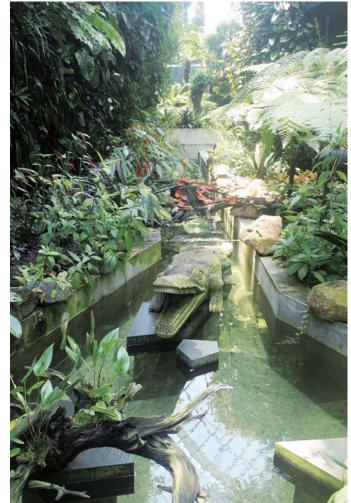


프랜치이즈 월드 vol. 14 72 / **73**





싱가포르 관광지의 특징은 인공적으로 자연의 볼거리를 만 든다는 점이다. 마치 영화 〈아바타〉에 들어간 것 같은 기분 을 갖게 하는 가든스 바이 더 베이는 다양한 식물과 자연물을 비롯해 인공 폭포까지 즐길 수 있는 곳이다. 마리나 베이 샌 즈와 이어져 있는 구름다리를 건너 가면 전경을 한눈에 볼 수 있으며, 각각의 특징을 가진 여러 공간으로 구성되어 있다. 뜨거운 태양도 이겨낼 수 있을 만큼 멋진 수퍼트리 그로브는 16층 높이의 야외 정원으로, 보행자 도로가 있어 아찔한 산책 을 즐길 수 있다. 플라워 돔은 지중해 지역의 식물과 꽃들을 만날 수 있으며, 월드 오브 플랜트에서는 흔히 볼 수 없는 열 대 식물도 만날 수 있다. 세계에서 가장 높은 실내 폭포가 있 는 클라우드 포레스트는 무더위를 식힐 수 있는 최고의 스팟 이다. 이밖에도 다양한 공간에서 각종 식물과 매력적인 조형 물들을 마음껏 구경할 수 있어 관광은 물론 교육적인 효과도 매우 높다. 식물원을 좋아했던 사람은 물론 좋아하지 않았던 사람들조차 감동을 받을 만큼 알차게 꾸며져 있다.





성가포르의 새로운 랜드 마크가 되고 있다. 낮에 도 아름답지만 야경이 특히 아름답기 때문에 현지 인들이 추천하는 최고의 스팟. 숙소가 멀지 않다면 낮과 밤 각각 한 번씩 가보는 것도 좋다.

녹지를 지키고 싶어하는 싱가포르는 다양한 삼림 공원을 가지고 있다. 그중 순게이 불로 습지보호공원은 시내에서 조금 떨어져 있지만 한적하게 자연을 즐길 수 있어 관광객보다는 현지인들이 더 많이찾고 있다. 입장료도 저렴하며 각각 특징을 가진세 가지 코스로 습지보호공원을 둘러볼 수 있다.계절에 따라 볼 수 있는 식물과 동물이 조금씩 다른데, 자연을 공부할 수 있다는 점에서 가족 단위여행객에게 더욱 좋다

싱가포르의 가장 큰 장점은 관광지를 만들어간다는 점이다. 한 번 여행했다 하더라도 몇 년 뒤 새로운 스팟, 새로운 아이템이 만들어지는 곳이 바로 싱가포르이기 때문이다. 인공적으로 만든 곳들이 명소가 되면서 많은 관광객들의 눈길을 사로잡고, 철저하게 계획적으로 만든 각 도시의 구역들은 그 자체만으로도 이름을 높인다. 그리고 그 연속성이 놀랍도록 철저하고 완벽하다. 외국인들에게 자랑할 만한 랜드마크는 만들어간다는 것을 보여주는 나라, 그것이 바로 싱가포르의 가장 큰 장점이자 매력일 것이다.

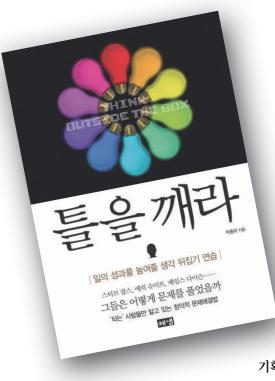
글·사진 **조주연 기자**











Vol.14호 CEO'S Library에서는 23년의 패션 액세서리 노하우로 트렌드 최첨 단에 서 있는 (주)못된고양이의 양진호 대표가 추천하는 「틀을 깨라」를 소개한다. (주)못된고양이는 1991년 액세서리 판매로 종로와 명동 등 국내 주요상권 소매점 판매율 1위를 달성한 것을 기반으로 2008년 〈못된고양이〉 브랜드를 론칭했다. 최근 한류의 인기에 따라 영화나 드라마 속 배우나 가수가착용한 액세서리에 대한 관심도 높아지는 가운데, 〈못된고양이〉역시 급변하는 트렌드 시장을 발 빠르게 따라잡으며 국내외 100여 개의 가맹점과함께하고 있다. 〈못된고양이〉는 차별화된 제품을 생산하기 위해 매 시즌

기획단계에서부터 세심한 노력을 기울이고 있다. 이에 액세서리 업계 최초로 ISO 9001 인증하는 등 품질에 있어서는 최상을 유지하고자 철저하고 체계적인 관리에 힘쓰며 세계적인 브랜드로 도약하기 위해 모든 준비를 마쳤다.

멋을 아는 CEO, 〈못된고양이〉 **양진호 대표**의 추천도서

물음표를 던지고 느낌표를 만들어라

빠르게 변화하는 프랜차이즈 산업 시장에서 남들과 차별화하기 위해서 필요한 것은 바로 '틀을 깨는 것'이라고 생각한다. 사실 우리가 가지고 있는 고정관념과 사회통념을 깨는 것은 쉬운 일이 아니다. 새로운 틀을 향해 나아가는 일에는 기존 세계의 저항과 투기가 따르기 마련이다. 〈못된고양이〉라는 브랜드를 프랜차이즈화 하는데 나 역시 대단한 용기가 필요했다. 수없이 던져지는 물음표 앞에 자신 있게 대답할 수 있는 것은 몇 안됐다. 하지만 그 도전은 결코 헛된 것이 아니었고, 틀을 깨는 것은 기존 세계와의 싸움이 아니라 고립된 내 자신과의 싸움이라는 것을 깨달았다. 지금 우리가 살고 있는 시대는 지식의 유통기한이 점점 짧아지고, 한 가지의 정답이 존재하는 문제는 없다. 스티브 잡스, 에릭 슈미트 같은 사람들은 언제나 예상을 뒤엎는 아이디어와 실행력으로 우리를 놀라게 하지 않았는가. '틀을 깨라」, 이 책은 박종하 창의력 연구소 소장이 다수 기업과 학교에서 창의력 멘토로 활동하며 집필한 책으로, 기존에 딱딱한 이론서가 아닌 다양한 사례를 통해 새롭게 문제에 접근하는 방법을 알려준다. 기존의 틀에 대해 나는 더 이상 객관적이고 통계적인 대답을 하는 대신 '왜?'라는 질문을 역으로 할 수 있게 됐다.

이책의 마지막 부분에 가면 '어제의 틀을 깨라', '어제와 다른 오늘을 살아라', '안 되는 이유를 찾지 말고 되는 방법을 만들자'라는 말이 나온다. 쉬운 말들이지만 막상 사업을 하며 실전과 마주하면 이렇게 할 용기가 생기지 않는다. 하지만, 일상에서부터 틀을 깨는 연습을 해나간 다면, 기존의 틀을 깨고 통쾌하고 창의적인 나의 새로운 선택이 결과를 바꾸고, 이를 통해 끝 없이 발전하고 변화하는 기업을 만들 수 있다는 자신감이 생길 것이다. 프랜차이즈 산업인들이 이 책을 읽고 새로운 변화를 향해 함께 나아가길 바란다.





공정거래위원장, 기맹점사업자 대표들 현장 목소리 청취 오는 9월 3일, 박람회 참관 후 가맹본사 대표들과도 간담회 예정

정재찬 공정거래위원장은 지난 7월 10일 대전상공회의소에서 주요 중요하지만 가맹본부와 가맹점간의 상생협력이 더욱 중요하다고 강 속하게 진행해 법과 원칙에 따라 엄중조치 하겠다는 의지를 밝혔다. 시행 계획을 밝혔다.

업종별 가맹점사업자 대표 10여 명과 간담회를 개최했다. 이번 간담 조하면서, 공정위는 상생협력이 확산되도록 가맹사업의 특성을 충분 **회에서 공정거래위원장은 일부 외식업종 기맹본부의 부당한 비용전** 히 반영한 가맹분야 상생협약 평가기준을 8월 중에 개정키로 했다. 또 가 등 불공정행위에 대한 조사가 마무리 단계에 있으며, 최대한 신 한 편의점에 특화된 편의점분야 표준가맹계약서도 제정해 올해 10월

가맹분야 상생협약 평가기준 8월중 개정키로

공정거래위원회는 지난 10일 대전상공회의소에서 정재찬 공정거래위 원장을 비롯해 주요 업종별 가맹점사업자 대표 11명과 기업거래정책 국장, 대전사무소장, 가맹거래과장 등이 자리를 함께 한 가운데, 가맹 사업자 현장 간담회를 마련했다. 간담회는 편의점, 패스트푸드 등 8 개 주요 업종의 가맹점사업자 대표들이 가맹점을 운영하면서 현장에 서 겪는 애로사항을 청취하고. 이를 가맹거래분야 정책수립 및 법집 행에 반영하기 위해 마련된 자리다.

정 위원장은 간담회 모두발언에서 지난해 2월 시행된 점포환경개선 강요 금지, 부당한 영업시간 구속 금지 등의 새로운 제도들이 현장에 서 잘 정착되어 가맹분야의 공정한 거래질서가 확립되는 것이 중요하 다고 강조했다. 이를 위해 지난 상반기에 실시한 일부 외식업종 가맹 본부의 부당한 비용전가 등 불공정행위에 대한 조사가 마무리 단계에 있으며, 최대한 신속하게 진행해 법과 원칙에 따라 엄중조치 하겠다 는 의지를 밝혔다.

아울러, 가맹사업의 공정거래질서 확립을 위해서는 엄정한 법집행도

정책 수립 및 법집행 과정에 적극 반영할 것

가맹점사업자 대표들은 이 자리에서 신고나 민원 제기 등이 보다 자 유롭게 이뤄지도록 익명성 확보방안을 마련해줄것과 가맹본부의 불 공정행위에 대한 공정위의 정기적인 모니터링 등을 건의했다. 그 외 에 계약을 갱신하는 과정에서 영업지역을 축소하는 문제와 가맹계약 서상 모호한 부분이 발생하지 않도록 해달라는 요청 등이 있었다. 이에 정 위원장은 가맹점사업자 대표들이 전달한 건의사항을 관련 정 책 수립 및 법집행 과정에 적극 반영하겠다고 약속하면서, 신고인 보 호를 위해 익명성 보호방안을 다각도로 강구해 시행중이므로 공정위 에 적극 신고해 줄 것을 당부했다. 이에 프랜차이즈 업계는 물론, 본 부는 이러한 가맹점사업자의 요구와 공정거래위원회의 의지를 인식 하고 보다 정도 있는 프랜차이즈 사업을 펴나가야 할 것으로 보인다. 아울러 정재찬 공정거래위원장은 오는 9월 3일, 프랜차이즈산업박람 회 참관후 가맹본사 대표들과도 간담회를 개최. 가맹본사 대표들의 목소리도 청취해 상생에도 적극 나설 예정이다.

기맹사업 시장현황

구분	2010	2011	2012	2013	2014
가맹본부수	2,042	2,405	2,678	2,973	3,482
브랜드수	2,550	2,947	3,311	3,691	4,288
가맹점수 ¹⁾	148,719	170,926	176,788	190,730	194,199
직영점수1)	9,477	10,155	11,326	12,619	12,869

^{*} 출처 : 공정위 가맹정보제공시스템 (2008, 8월부터 등록 시작)

1) 기맹점수 · 직영점 수는 해당 년도 등록된 기맹본부의 전년도 기맹점 수 및 직영점 수임 (예를 들어 2010년도 기맹점 수 148,719개는 2009. 12월 현재 기맹본부 2,042개 소속 2009년말 기준 기맹점 수임)

* **종사자 수**는 100.1만명(2008년) → 132.7만명(2011년)으로 추산(산업부 자료 참조)

전체 자영업자 중 프랜차이즈 가맹점의 비율

(2010년말 기준, 단위: 천개, %)

구분	전업종	음식업	소매업
개인사업체 수(a) ¹⁾	2,563	586	616
가맹점 수(b)	148	85	37
프랜차이즈화 비율(b/a)	5.8	14.6	6.1

* 출처 : 통계청 경제총조사

1) 법인(단체포함)이 아닌 개인 경영 개인사업체 중 종사자수 5인 이하 개인사업체 수임

- − 전체 자영업자(5인 이하 개인사업체) 중 프랜차이즈 기맹점 수가 차지하는 비율은 5.8%(14만 8000개/256만 3000개, 2010년 말 기준)
- 음식업종의 프랜차이즈화 비율은 14.6%로 타 업종에 비해 높고, 음식업에서도 치킨전문점(74.8%), 유사음식점(피자·햄버거등(66.6%) 제과점업(423%)의 프랜차이즈율이 높음

업종별 기맹본부 · 기맹점 수 추이

구 분		2012	2013	2014
71041414	외식업	1,810(67.5%)	2,089 (70.3%)	2,521 (72,4%)
	서비스업	513(19,2%)	601 (20,2%)	648 (18.6%)
가맹본부수	도 · 소매업	355(13.3%)	283 (9.5%)	313 (9.0%)
	전체	2,678(100%)	2,973 (100%)	3,482 (100%)
	외식업	2,246(67.8%)	2,623 (71.1%)	3,142 (73.3%)
브랜드수	서비스업	631(19.1%)	743 (20.1%)	793 (18.5%)
브벤트구	도·소매업	434(13.1%)	325 (8.8%)	353 (8,2%)
	전체	3,311(100%)	3,691 (100%)	4,288 (100%)
	외식업	72,903(41.3%)	84,046 (44.1%)	88,953 (45.8%)
가맹점수	서비스업	60,535(34.2%)	65,107 (34,1%)	61,374 (31.6%)
/löäT	도 · 소매업	43,350(24,5%)	41,577 (21.8%)	43,872 (22.6%)
	전체	176,788(100%)	190,730 (100%)	194,199 (100%)
	외식업	3,235(28.6%)	3,959 (31,4%)	4,432 (34.4%)
직영점수	서비스업	3,251(28.7%)	3,006 (23.8%)	2,534 (19.7%)
	도 · 소매업	4,840(42.7%)	5,654 (44.8%)	5,903 (45.9%)
	전체	11,326(100%)	12,619 (100%)	12,869 (100%)

^{*} 출처: 공정거래위원회 정보공개서 등록기준

국내 가맹분야 매출액

업종	2005년 추정(조원)	2008년 추정(조원)	2011년 추정(조원)	2008년 대비 2011년 증감률
외식업	24.07(39.3%)	40.17(52.0%)	40.61(51.9%)	1,1%
소매업1	34.13(55.7%)	28.02(36.2%)	23.21(29.7%)	-17,2%
서비스업	3,11(5,0%)	9.12(11.8%)	14.44(18.4%)	58.3%
계	61,31(100%)	77,31(100%)	78.26(100%)	1.2%

^{*} 주1 식품소매업 포함

* 출처 : 2008년 이전 매출자료는 산업부의 용역보고서 '2008년 프랜차이즈업 현황 및 발전방안 연구', 2011년 매출자료는 산업부의 용역보고서 '2011 유통산업실태보고서'

** 매출액 추정방식: 기맹본부 매출액과 기맹점 매출액 합계액에서 기맹점 매출액 일부가 기맹본부 매출액과 이중 계산되는 효과를 제거하는 방식으로 추정

*** 2011 유통산업실태보고서는 기맹본부 매출액과 기맹점 매출액을 합하여 산출하되, 기맹점 매출액 일부가 기맹본부 매출액과 이중 계산되는 효과를 제거하기 위해 조 사된 기맹본부 납입금 비율(편의점 50.6%, 나머지 프랜차이즈 38.9%)을 비탕으로 각각 49.4%, 61,1%를 기맹점 매출로 추정하여 계산함. 따라서 2008년 조사와는 기맹점 매 출추정이 상이하므로(2008년은 일괄 70%로 계산함) 두 통계를 비교 시에는 참고용으로만 활용

78 /**79** 프랜차이즈 월드 vol. 14

BRAND NEWS



(주)대대FC

〈바보스〉 신메뉴 발표회 · 감사이벤트 실시

〈바보스〉가 전국 가맹점을 대상으로 신메뉴 발표회를 실시했다. 또 본사 치원에서 대고객 매장 포스팅 이벤트를 장려하고 포스팅 시 무조건 〈바보스〉 상품권을 지급한다. 그와 더불어 1987치킨감사이벤트도 함께 진행했다. 빠르게 다가오는 무더위에 대응해 일찍 여름 신메뉴를 선보이며 시장에서 독보적인 위치를 선점한다는 계획이다. 브랜드 리뉴얼도함께 병행하며, 새롭게 진화하는 콜라보레이션 미들비어 선두주자로서 더욱 고급화된 모습을 보여주겠다고 한다.



(<mark>주)제너시스</mark> 〈BBQ〉 옛날통닭 출시

《BBQ》에서 향수를 불러일으키는 '옛날통닭'을 출시했다. 《BBQ》의 신제품 옛날통닭은 엑스트라버진 올리브유로 바삭하게 튀긴 통닭을 〈BBQ〉 특제 통다리 소스를 발라 한 번 더 구워냈기 때문에 일반 통닭보다 2배이상 바삭한 맛을 자랑한다. 노릇노릇한 껍질이 남녀노소 가리지 않고 입맛을 자극하며, 야외에서 바비큐를 즐기는 듯한 불 맛까지 느낄 수 있는 메뉴다. 《BBQ》는 60~70년대 전국적으로 인기를 끌던 옛날식 통닭을 재현해 그때 그 시절의 추억을 되살리며, 치킨 시장의 복고열풍을 이끌겠다는 각오다.



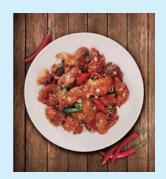
(<mark>주)오니규</mark> 〈오니기리와이규동〉 카카오톡 브랜드관 입점

《오니기리와이규동》이 카카오톡의 모바일 상품권 '키카오톡 선물하기' 브랜드관에 입점했다. 《오니기리와이규동》의 모바일 쿠폰은 카카오톡 선물하기 페이지 브랜드관 외식ㆍ뷔페ㆍ프랜차이즈 탭에서 《오니기리와이규동》을 선택하거나, 페이지 상단의 찾기를 통해 확인할 수 있다. 이번 입점을 통해 구매 가능한 모바일 쿠폰 메뉴는 총 14가지이며, 선물하기 입점 기념으로 오는 21일까지 냉모밀ㆍ고소한 멸치 오니기리 등 일부 인기 품목을 20% 할인한 가격에 구매할 수 있다.



(주)크린토피아 〈크린토피아〉 청개구리 세일 이벤트

〈크린토피아〉가 여름철 본격적인 무더위에 앞서 계절을 역행하는 이색 세일 이벤트를 진행했다. 이벤트는 6월 22일부터 6일간 진행된 '청개구리 세일'은 점퍼, 코트, 스웨터류와 기능성 아웃도어, 기죽 · 모피류 등 겨울옷 세탁 시 세탁비의 20%를 할인해주는 이벤트다. 세탁 시기를 놓친 겨울 의류나 추위가 가시지 않은 봄철까지 입었던 아웃도어의류 등을 세탁하기에 제격이었다는 평이다.



(<mark>주)이수푸드빌</mark> 〈거성치킨〉 오픈지원혜택 실시

〈거성치킨〉이 예비창업자들을 위한 다양한 혜택으로 창업지원에 나섰다. 〈거성치킨〉은 소자본 창업을 꿈꾸는 예비창업자들을 위해 가맹비 500만 원을 면제해주는 혜택을 제공한다. 또한 인테리어 평당 20만 원을 할인해준다. 이는 20평 기준 시 약 400만 원의 혜택을 받을수 있는 내용으로 실속 있는 창업을 가능케 한다. 이와 더불어 최대 3000만 원 무이자 대출혜택도 제공한다. 〈거성치킨〉은 합리적인 생산 체제를 바탕으로 철저한 재고관리와 완벽한물류 시스템을 구축하고 있어 경제적인 유영이 가능하다.



(주)카페베네

〈카페베네〉 건국대 GTEP과 커피문화 수출 협약

〈카페베네〉가 건국대학교 지역특화무역전문가양성사업단(GTEP, 단장 유광현)과 대한민국 커피문화 수출을 위한 업무 협약을 체결했다. 이번 업무 협약을 통해〈카페베네〉는 건국대 GTEP과 함께 대한민국 커피문화 수출을 목표로, 성공적인 해외 시장 안착과 글로벌 인재 육성에 나선다. 건국대 GTEP은 글로벌 무역전문가 양성을 목적으로 산업통상자원부에서 주관하고, 한국무역협회에서 위탁 운영하는 산학 협동 비즈니스프로그램이다. 국제 환경의 급격한 변화 속에서 실무지식과 현장경험을 접목해 맞춤형무역인력을 육성하고 있다.



(<mark>주)김가네</mark> 〈김가네〉 프랜차이즈 소비자대상 수상

외식 프랜차이즈〈김가네〉가 지난 6월 1일 여의도 국회헌정기념관에서 열린 '2015 대한민국 소비자대상 시상식'에서 소비자 브랜드부문 대상을 수상했다. 한국소비자협회가 주관하는 '대한민국 소비자대상'은 소비자 권익보호와주권확립, 소비자 삶의 질 향상을 위해 노력한 개인 및 기업, 단체를 발굴해소비자에게 올바른 선택의 기회를 제시하고 있다. 이에 소비자 권익을 위한정책을 확산하기 위해소비자브랜드, 소비자입법, 소비자권익, 소비자행정,소비자경영으로 나눠 매년 시상해오고 있다.



(<mark>주)짐월드</mark> 〈짐보리〉 비즈니스 파트너 모집

(주) 짐월드가 〈짐보리〉센터를 운영할 프랜차이즈 비즈니스 파트너를 모집한다. 〈짐보리〉프랜차이즈 비즈니스 파트너는 서울, 경기, 충청, 부산, 경남 지역을 대상으로 모집하며, 2015년 내 계약체결 시 가맹비 인하 및 센터 오픈 홍보·마케팅비 지원 등 신규 가맹혜택을 부여할 예정이다. 또한 신규 비즈니스 파트너는 미국 본사 프로그램 턴키 (Turn-key) 방식 공급, 체계적인 프랜차이즈 교육 및 교사 교육 시스템 제공 등 본사의 다양한 지원을 받을 수 있다.



교촌에프앤비(주) 〈교촌치킨〉 소외계층 쌀 보내기 운동 후원

《교촌치킨》이 (사)한국재능기부협회가 주관하는 '소외계층 쌀 보내기 운동'에 후원금을 전달했다. 이번 기부는 (사)한국재능기부협회가 주관하는 재능기부 21번째 행사인 '소외계층 쌀 보내기 운동'에 동참한 것으로 100구좌(1구좌당 2만 9000원)을 후원금으로 전달했다. 이번 후원금을 통해 구매한 쌀은 경상북도 칠곡군 왜간읍사무소로 전달해 소외계층에게 전달된다. 《교촌치킨》은 기업이념인 '나눔'을 전파하기 위해 원자재 출고량 1kg당 20원씩 적립하여 사회공헌기금을 조성해 소외계층을 위한 다양한 사회공헌 활동을 꾸준히 실천해 오고 있다.



(주)놀부

제1회 나만의 한식 레시피 공모전 시상식

(주)놀부가 6월 24일 성남 본사에서 '제1회 나만의 한식레시피 공모전' 시상식을 개최했다. (주)놀부가 주최하고 한식재단이 후원한 이번 공모전은 지난 3월 16일부터 5월 22일까지 전국 고등학생, 대학생을 대상으로 진행됐으며, 보쌈과 부대찌개에 이색 아이디어를 더한 레시피를 주제로 선정했다. 대상 300만 원, 금상 50만 원, 특별상 30만 원의 상금과 함께 트로피, 상패를 부상으로 수여했다. 더불어 학생들의 소중한 레시피를 향후 실제 메뉴로 출시하는 안도 긍정 검토할 계획이다.

프랜차이즈 월드 vol. 14 80 /81

BRAND NEWS



(<mark>주)맥스원이링크</mark> 〈셀렉토커피〉창업특전 프로모션 대공개

〈셀렉토커피〉가 6월 30일 무료 창업설명회를 개최했다. 3無혜택, 무이자대출, 평형별 추가혜택 등의 창업특전 프로모션을 공개했다. 먼저 200호점까지 가맹비, 교육비, 보증금 등 약 1300만 원 상당의 금액을 전액 본사 지원하여, 창업비용을 크게 낮췄다. 또 외환은행과 MOU를 체결해 무이자대출을 지원하고, 창업 시 부족한 비용에 대한 부담도 크게 낮췄다. 최대 5000만 원까지 무이자대출이 가능하다. 30평 이상 개설시 사계절 인기메뉴인 눈꽃빙수를 제조할 수 있는 눈꽃빙삭기와 냉난방기기까지 지원한다.



사과나무(주)

〈커피베이〉 하와이안 아이스 먹고, 후아유 보틀 받자

〈커피베이〉가 신메뉴 '하와이안 아이스'와 한정판 '후아유 보틀'을 5900 원에 판매하는 이벤트를 진행했다. 〈커피베이〉는 KBS드라마 '후아유' 제작지원을 기념해 신 메뉴인 '하와이안 아이스(레인보우, 블루, 선샤 인)'를 출시하고, 해당 메뉴를 주문하는 고객에게 특별 제작한 한정판 '후아유 보틀'까지 5900원에 제공했다. 6월 17일부터 3일간 〈커피베이〉 모든 가맹점에서 진행됐으며, 선착순 2만 명에게만 판매했다.



(<mark>주)채선당</mark> 〈채선당〉여름맞이 명품 이벤트 실시

〈채선당〉이 고객감사 특별 경품이벤트를 진행한다. '〈채선당〉명품 이벤트'는 오는 7월 26일까지 진행되며, 총 520명을 추첨하여 다양한 경품을 제공한다. 1등(10명)에게는 300만 원 상당의 루이비통백을, 2등 (10명)에게는 하나투어 여행 상품권, 3등(500명)에게는 모바일 영화예 매권이 주어진다. 참여 방법은 〈채선당〉매장에서 식사를 한 후, 응모권을 작성해 실내에 비치된 응모함에 넣으면 된다. 당첨 발표는 8월 중순〈채선당〉홈페이지에서 확인이 가능하며, 당첨자에게는 추후 개별통보될 예정이다.



(주)파리크라상 〈파리바게뜨〉 The 맛있는 프랑스빵 530만 개 판매

〈파리바게뜨〉가 지난 4월 2일 출시한 'The 맛있는 프랑스빵'시리즈가 2 개월 만에 530만 개 판매를 돌파했다. 〈파리바게뜨〉의 프랑스빵 제품들은 전년 동기 대비 매출을 약 70% 끌어올리며 상반기 히트상품으로 자리매김하고 있다. 프랑스 본토의 맛을 그대로 재현한 'The 맛있는 프랑스빵' 제품 11종은 '프랑스빵은 건강에 좋지만 맛은 덜하다'는 고정관념을 깨고 소비자가 프랑스빵을 더욱 맛있고 친숙하게 즐길 수 있도록 〈파리바게뜨〉가 진심과 기술력을 담은 제품이다.



본아이에프(주) 〈본도시락〉 가정간편식 출시

〈본도시락〉은 집밥 및 간편한 가정 대용식 시장이 확대되는 추세에 발맞춰 자사의 인기 반찬 메뉴를 가정간편식 제품으로 출시했다. 이번에 출시된〈본도시락〉가정간편식은 인기메뉴인 버섯불고기도시락, 제육쌈밥도시락, 부추제육볶음도시락 등에 활용되는 반찬 중, 버섯불고기와 부추제육볶음 2가지 종류를 반찬 메뉴로 판매한다. 배즙으로 달콤한 맛을 더한 버섯불고기(200g)는 6500원이며, 식욕을 돋우는 매콤한 감칠맛에 신선한 부추가 어우러진 부추제육볶음(200g)은 5500원에 가정간편식 제품으로 선보인다.



H그룹

〈치어스〉 창업설명회 개최

패밀리레스토랑 겸 맥주집〈치어스〉가 지난 6월 24일 성남시 정자동 본사에서 창업설명회를 열었다. '불황을 극복하는 성공창업 노하우'를 주제로 〈치어스〉만의 차별화된 콘셉트를 비롯해 프랜차이즈 트렌드 분석, 시장 경쟁력, 가맹점 운영 노하우, 본사지원 시스템 등에 대해 설명했다. 〈치어스〉는 ▲상권분석 보호 시스템 ▲실전교육 시스템 ▲매장관리 시스템 ▲전국물류 지원 시스템 ▲메뉴개발 지원 시스템 ▲마케팅 지원 시스템 등을 통해 창업을 지원하고 있다.



비알코리아(주) 비알코리아(주) 소비자중심경영(CCM) 인증 3연속 획득

비알코리아(주)가 소비자중심경영(CCM) 인증을 3연속 획득했다. 소비자중심경영(CCM)이란 한국소비자원이 평가하고 공정거래위원회에서 인증하는 제도로 기업의 경영 활동을 소비자 중심으로 구성하고, 지속적으로 개선이 이루어지고 있는지의 여부를 평가하는 제도다. 비알코리아(주)는 2013년 소비자중심경영(CCM) 재인증에 이어 2년마다 실시되는 인증 평가에 3연속 획득과 더불어 우수사례 발표기업으로 선정됐다. 비알코리아(주)는 이번 인증을 통해 소비자 중심 경영 확산에 앞장서고 있음을 입증했다



(주)하남에프앤비 〈하남돼지집〉 '종로직영점' 오픈

〈하남돼지집〉이 지난 6월 23일 서울의 중심인 종로구 관철동에서 종로 직영점 오픈식을 가졌다. 이날 오픈식에는 하남시 이현재 국회의원을 비롯 한돈자조금관리위원회 이병규 위원장,〈하남돼지집〉장보환 대표 등 70여 명이 참석한 가운데 성공기원 고사식을 비롯 오픈 기념 행사 및 매장 투어 순으로 진행됐다.〈하남돼지집〉장보환 대표는 "최고의 맛과 서비스는 물론 새로운 즐거움을 찾을 수 있는 복합 외식 공간이 될 수 있도록 노력할 것"이라며 포부를 밝혔다.



(주)바인에프씨 (주)바인에프씨 제4회 태화나눔 골프대회 참가 봉사활동

〈셰프의국수N육개장〉브랜드를 운영하고 있는 (주)바인에프씨가 지난 6월 1일 마포장애인 종합복지관에서 주관하고, 데니스골프클럽(구베스트밸리골프클럽)에서 진행된 '아름다운도전! 제4회 태화나눔 골프대회'의 서포터로 참가해 실제 가맹점에서 판매되고 있는 '얼큰육개장'과 '사골육개장' 500인분을 참가자 전원과 진행요원들에서 무상 제공했다. (주)바인에프씨는 제2회 태화나눔 골프대회부터 서포터로 참가해 이번에 진행된 제4회 대회까지 식사 제공 봉사를 하고 있다.



(<mark>주)마세다린</mark> (주)마세다린 로드FC 파이터들과 스폰서 계약

(주)마세다린은 지난달 28일 경기도 용인시 수지구에 위치한 본사에서 난딘 에르덴, 김형수와 스폰서 계약을 체결했다. 이번 스폰서 계약으로 후원을 받게 된 김형수와 난딘 에르덴은 훈련에만 전념할 수 있게 됐다. 두 선수 모두 (주)마세다린의 후원에 감사하며 더욱 열심히 훈련해서 좋은 경기력으로 보답하겠다는 각오다. 김형수의 체육관 관장인 김대환 해설위원은 "(주)마세다린의 정태환 대표는 '재능은 있는데 사정이어렵고 집안이 어려운 선수들을 돕고 싶다'고 말씀했다. 정말 감사드리고, 더욱 열심히 해야겠다"고 말했다.

프랜차이즈 월드 vol. 14 82 /83

BRAND NEWS



(주)이바돔

(주)이바돔 영월군과 MOU 체결

(주)이바돔이 강원도 영월군, 영월산채연합회와 업무협약(MOU)을 체결했다. 영월지역 농특산물 판매 활성화를 위해 체결한 이번 MOU는 지난 6월 12일 인천 부평의 (주)이바돔 본사에서 김현호 대표와 박선규 영월군 군수, 허준영 영월산채연합회 회장 등 관계자 20명이 참석한 가운데열렸다. (주)이바돔은 이번 협약으로 전국 매장에 수급되는 곤드레 등청정 식재료를 안정적으로 수급 받을 수 있게 됐다. 영월군, 영월산채연합회는 영월 산채 사업의 안정적 운영기반 구축과 지역 소득원 창출에보다 나은 기대를 할 수 있을 것으로 보인다.



(<mark>주)농협목우촌</mark> 〈또래오래〉 리얼핫양념치킨 출시

《또래오래》에서 차원이 다른 매운 맛을 제공할 〈또래오래〉 신제품 '리얼핫양념치킨'을 출시했다. '리얼핫양념치킨'은 〈또래오래〉 대표메뉴인 핫양념치킨의 매운 맛을 한층 업그레이드시켜 핫 마니아들을 위해 출시된 제품으로, 국내산 닭고기만을 원료육으로 사용하고 청양고추를 듬뿍 첨가해 알짜한 맛이 일품인 제품이다. 또 다른 신제품 '아삭아삭샐러드'는 양상추, 적근대, 로메인, 당근 등 신선한 채소들에 흑임자드레싱을 곁들인 제품으로 치킨과 더불어 간편하게 먹을 수 있도록 구성됐다.



(주)호식이두마리치킨 (주)호식이두마리치킨 강남사옥 입주

〈호식이두마리치킨〉은 6월 17일 서울 논현동 HOSIGI타워에서 각계 인사와 축하객 300여 명이 참석한 가운데 서울강남사옥 입주식을 가졌다. 현재 850여 개 가맹점을 운영 중인 〈호식이두마리치킨〉은 새로 입주한 HOSIGI타워에서 수도권 시장을 본격적으로 공략할 계획이다. 공격적인 경영으로 수도권 가맹점 관리와 경영기획, 브랜드 혁신 등 주요업무를 수행하게 된다. 이 날 〈호식이두마리치킨〉 최호식 회장은 "초읽기에 들어간 해외 흑자진출을 위한 컨트롤 타워 역할을 하게 될 것"이라고 밝혔다.



장수돌침대(주) 〈장수돌침대〉 와이파이 접목한 침대 출시

〈장수돌침대〉가 팩토링 대형 아울렛 매장 세일 이벤트를 진행한다. 현재 아울렛 매장에서는 싱글옥돌침대를 89만 원에 구매할 수 있으며, 그외의 각종 건강침대도 모델에 따라 30~50% 할인된 가격에 만날 수 있다. 〈장수돌침대〉 특허상품인 옻칠한지숯침대는 원적외선, 음이온, 살균, 항균에 탁월한 효과가 있으며, 숯의 어두운 색상을 싫어하는 고객들을 위해 한지로 수작업 마감을 하여 평안하고 부드러운 색상을 자랑하고 있다.



(<mark>주)펀앤아이</mark> 〈펀비어킹〉 여름 신메뉴 출시

프랜차이즈 비어카페〈펀비어킹〉이 여름을 맞아 시원한 맥주와 환상적인 조합을 자랑하는 신메뉴를 출시했다. 이번에 출시한 메뉴는 총 3가지로 치킨과 과일샐러드를 즐길 수 있는 반반메뉴, 먹는 재미가 쏠쏠한 스노윙치킨, 쫄깃한 맛이 일품인 북어포다. 반반메뉴는 치킨과 과일샐러드 그리고 시원한 아이스크림을 동시에 즐길 수 있다는 게 특징이다. 치킨은 모든 치킨 메뉴 중 선택이 가능하다. 입맛과 취향대로 DIY해서 먹을 수 있다는 점에 고객들의 만족도가 높으며, 먹는 재미가 쏠쏠하다는 게 공통된 평가다.



(<mark>주)CJ푸드빌</mark> 〈뚜레쥬르〉마카롱 아이스크림 출시

〈뚜레쥬르〉가 여름 디저트 '마카롱 아이스크림'을 출시했다. 전국 매장에 출시하는 마카롱 아이스크림은 쫀득한 마카롱과 부드러운 아이스크림을 동시에 즐길 수 있어 여성들의 선호도가 높은 디저트로, '스트로베리&바닐라'와 '초코&바닐라' 2종이다. 딸기&바닐라, 초코&바닐라의 두 가지 맛 마카롱 사이에 각각 딸기와 초코맛 아이스크림을 넣어 완성한 깜찍한 비주얼이 특징이다. 특히 아몬드 분말을 넣어 만들어 쫀득한 마카롱 특유의 식감도 느낄 수 있다.



(<mark>주)비피알</mark> 〈바푸리〉 국무총리상 수상, 신사옥 준공

2015 한국창업대상에서 〈바푸리〉는 국무총리상을 수상했다. 〈바푸리〉 는 계절별 신메뉴 개발, 가맹점별 및 품목별 매출 분석 자료제공, 부진 한 가맹점 홍보지원, 우수가맹점 포상금 지급 등 다방면에서 그 우수 성을 인정받아 이번 국무총리상을 수상했다. 또한 이에 더욱 나은 서 비스 제공을 위해 신사옥 확장 준공을 진행한다. 〈바푸리〉의 신사옥은 부지를 추가 매입해 건평 1만 4876m²(4500평)의 확장 준공으로 진행 한다. 이에 따라 더욱 좋은 재료와 음식을 소비자에게 제공하고 브랜 드의 가치를 키워나갈 것으로 예상된다.



(주)다도글로벌 〈드롭탑〉 과일주스 5종 출시

〈드롭탑〉이 지난 6월 22일 과일주스 5종을 출시했다. 〈드롭탑〉이 이번에 선보이는 과일주스는 토마토, 오자몽(오렌지+자몽), 바나나, 딸기, 딸기바나나 주스 5종으로 여름철 기력 보충에 도움이 되는 과일을 얼음과 함께 갈아 시원하고 달콤한 맛이 특징이다. 특히 토마토, 오자몽, 바나나 주스는 생과일을 통째로 사용해 재료 본연의 맛과 영양을 살렸다. 〈드롭탑〉한지영 마케팅본부장은 "올 여름 많은 고객 분들이 드롭탑과일주스와 함께 더위와 피로를 덜고 활기찬 여름을 즐기시기를 바란다"고 전했다.



(<mark>주)빅토리어스</mark> 〈꾼노리〉 '올 뉴 꾼노리 신메뉴' 출시

〈꾼노리〉가 '올 뉴 꾼노리'라는 콘셉트로 6종에 이르는 신메뉴를 엄선해 선보였다. 이번에 출시된 신메뉴는 '엘레강스까망베르샐러드', '크런치치킨&상큼샐러드', '꾼버라이어티타워콤보', '불닭품은빠네', '끕이다른 정통오돌뼈볶음', '샤브계곡&우삼겹별곡' 등 총 6종이다. 6가지 메뉴 모두 독특하게 만들어졌으며, 새롭지 않은 메뉴가 없다는 것이 특징이다. 〈꾼노리〉메뉴개발 셰프는 "모든 연령이 선호하면서 새로움과 신선함을 줄 수 있는 메뉴를 개발하는데 주안점을 뒀다"고 밝혔다.



원앤원(주)

원앤원(주) 카카오톡 선물하기 20% 할인

원앤원(주)가 카카오톡 선물하기에 입점해 있는〈원할머니보쌈·족발〉과〈박가부대찌개〉모바일 상품권을 20% 할인된 가격으로 구입할 수 있는 이벤트를 실시했다. 원앤원(주) 관계자는 "무더운 여름 고객들이 더욱 저렴한 가격으로 쉽고 간편하게〈원할머니보쌈·족발〉과〈박가부대찌개〉를 맛볼 수 있도록 이번 이벤트를 진행하게 됐다"며, "앞으로도 더욱 많은 고객들이 친숙하게 매장을 이용할 수 있도록 노력할 것"이라고 전했다.

프랜차이즈 월드 vol. 14 84 / 85

BRAND NEWS



(<mark>주)못된고양이</mark> 〈못된고양이〉 양진호 대표 국무총리상 수상

〈못된고양이〉의 양진호 대표가 지난 6월 11일 롯데호텔에서 열린 제 12회 대한민국 창업대상에서 액세서리 업계 최초로 국무총리상을 수상했다. 대한민국 창업대상은 급변하는 산업 환경에서 창의적인 발상과 탁월한 경영활동으로 국내 산업 활성화 및 경제발전에 기여한 창업인을 선정해 포상하는 제도다. 올해 처음 신설된 국무총리상은 산업통산자원부장관상에서 한 단계 격상된 상이다. 국무총리상을 수상한〈못된고양이〉는 외식업이 다수인 프랜차이즈 시장에서 액세서리라는 색다른 아이템으로 시장 활성화에 기여한 점이 높은 평가를 받았다.



(<mark>주)웰빙을 만드는 사람들</mark> (주)웰빙을 만드는 사람들 〈쌀로 요리한 닭〉 론칭

(주)웰빙을 만드는 사람들에서 오랜 기획과 준비 끝에 프리미엄 스타일리쉬 치킨펍〈쌀로 요리한 닭〉을 홍대에 론칭했다.〈쌀로 요리한 닭〉은 가볍고 편한 분위기에서 두바이 하야트호텔 출신 셰프가 만들어내는 스타일리시한 치킨메뉴와 정통수제맥주를 즐길 수 있는 콘셉트다.〈쌀로 요리한 닭〉은 우리쌀과 뽕잎의 멀티그레인이 함유된 건강한 재료로 치킨파우더를 만든다. 특히 야자수열매로 만든 천연 식물성유인 팜올레인과 HACCP인증을 받은 시설에서 제조된 100% 국내 신선 냉장육만을 사용하고 있다.



(<mark>주)압구정</mark> 〈돈치킨〉 사업설명회 개최

《돈치킨》이 지난 6월 25일 본사 사옥에서 사업설명회를 개최했다. 이번 설명회에서는 카페형 치킨전문점인 《돈치킨펍》이 주목을 끌었다. 《돈치킨펍》은 중국 베이징에서 크게 성공을 거둔 《돈치킨》 싼리툰점의 카페형 인테리어를 모티브로 해 세련된 디자인으로 꾸며졌다. 기존인기메뉴인 오븐구이 외에도 프라이드 메뉴를 가미해 고객층을 넓혔으며, 디지털 사인을 활용하는 마케팅을 진행하고 있다. 특히 검정과 회색을 주제로 한 고급스러운 인테리어는 아늑함과 모던함, 품격을 고루갖췄다는 평가를 얻고 있다.



(<mark>주)가업에프씨</mark> 〈구이가〉 나눔경영대상 수상

(주)가업에프씨의 유망프랜차이즈 브랜드 정통삼겸살 전문점 〈구이가〉가 지난 6월 11일, 소공동 롯데호텔 에메랄드룸에서 진행된 제12회 대한민국창업대상 시상식에서 나눔경영부문 중소기업청장상을 수상했다고 말했다. 〈구이가〉는 기업의 사회적 책임을 다하기 위한지속적인 사회 공헌 활동으로 더불어 사는 삶을 실천하고, 경제 발전에 남다른 기여를 한 점이 인정을 받아 이번 나눔경영대상을 수상한 것으로 알려졌다.



(주)기발한사람들 〈기발한치킨〉SBS 드라마 '가면' 제작지원

〈기발한치킨〉이 SBS 수목드라마 '가면' 제작지원을 하고 있다. '가면'은 자신의 신분을 숨기고 재벌가의 며느리가 된 여주인공, 아무 조건없이 사랑하는 여자를 지켜주는 남주인공, 그리고 여주인공의 실체를 밝히려는 자와 숨기려는 자, 그리고 이미 알고 있는 자 등 네 남녀가 저택이라는 한 공간에 생활하면서 벌어지는 경쟁과 암투, 음모와 복수, 미스터리를 그린다. 제작지원에 나서는 〈기발한치킨〉은 일명 '손호준치킨'으로 불리우며 치킨프랜차이즈 업체로 이름을 알리고 있다.



(주)푸드죤 〈피자마루〉 고객감사 할인이벤트 진행

최근 시카고피자 6종을 출시해 큰 인기를 끌고 있는 〈피자마루〉가 고객감사 할인 이벤트를 진행했다. 〈피자마루〉의 이번 이벤트는 시카고피자에 대한 고객들의 호응에 보답하기 위해 기획됐다. 시카고피자 라인 중 가장 인기 있는 '치즈마니아(오리지널)'와 '리얼 시카고(오리지널)' 피자 구입 시 2000원을 할인 받을 수 있으며, 〈피자마루〉 전국 600여 개 매장에서 지난 6월 5일부터 18일까지 2주간 진행했다. 〈피자마루〉의 시카고피자는 흑미 도우와 함께 다양한 토핑을 곁들인 메뉴다.



(주)또봉이에프앤에스 〈또봉이통닭〉 5행시 이벤트 당첨자 시상

《또봉이통닭》이 창립 3주년을 맞아 진행 된 '〈또봉이통닭〉 5행시공모 전' 이벤트에 대한 당첨자 발표를 진행하고 10년 무료 이용권을 전달했다. 〈또봉이통닭〉으로 5행시를 지어 당선된 장원 1명에게 10년 간 매주한 마리씩 통닭을 먹을 수 있는 무료 상품권을 증정하며, 당선작은 로고송 가사로 사용할 계획이며 부장원 2명에게는 3년 간 매주한 마리씩, 장려상 3명에게는 1년 간 매주한 마리씩 통닭을 무료로 즐길 수 있는 상품권을 증정했다.



<mark>(주)커브스코리아</mark> 〈커브스〉 가맹 지원 프로그램 실시

〈커브스〉에서 가맹 지원 프로그램 '점프업 30'을 운영한다. '점프업 30'은 지속적인 교육과 클럽 방문 지원을 통하여 클럽의 매출 향상을 돕는 1:1 과외식 밀착 교육 프로그램이다. 1년에 2회 부진 클럽을 선정하여인사, 운동 지도, 세일즈, 마케팅 등의 매출 부진 사유를 분석하고 문제점을 개선해 매출 신장을 이끌어 낸다. 이 프로그램에 참여한 클럽들은시행 전 대비 약 30%의 매출 상승효과를 나타냈다. 현재 3월부터 시작해 7월 말까지 '점프업 30' 3기를 시행 중에 있다.



(<mark>주)아로마무역</mark> 〈양키캔들〉 캔들워머 가격 대폭 인하

〈양키캔들〉전국 매장에서 '캔들워머' 정품의 가격을 인하한다. 캔들워머 '스크롤' 2종은 7만 5000원에서 5만 5000원으로, '허리케인' 3종은 6만 9000원에서 4만 5000원으로 각각 인하했고, 오는 7월 1일부터 전국 150개 '양키캔들' 매장에서 인하된 가격으로 판매를 진행한다. '캔들워머'는 할로겐 전구의 열을 이용해 캔들의 향을 효과적으로 발향시키는 상품으로 실내 조명, 홈데코 인테리어 소품으로 활용 가능하다. 미국 '캔들워머사'에서 특허를 받은 독자적 상품으로 지난 2010년 ㈜아로마무역을 통해 국내에 공식 수업됐다.



(<mark>주)금탑프랜차이즈</mark> 〈청담동말자싸롱〉 동원 홈푸드와 MOU 체결

스몰비어 전문브랜드 〈청담동말자싸롱〉은 지난 6월 24일 서초구 양재 동에 위치한 동원산업빌딩 동원그룹 본사에서 식자재 공급 업체인 '동원 홈푸드'와 업무협약을 체결한 것으로 알려졌다. 이번 동원홈푸드와 의 협약을 통해 〈청담동말자싸롱〉의 전국 200여 개 매장에 신선한 재료를 공급할 계획이다. 〈청담동말자싸롱〉은 국내산 생감자를 사용하는 것은 물론 기존 스몰비어와 차별화된 메뉴를 끊임없이 선보이고 있다. 또가맹점주들과의 끊임없는 소통을 통해 지속적인 성장 중이다.

프랜차이즈 월드 vol. 14 86 / **87**

RRAND NEWS



(주)에스엘에프엔비 〈킹콩부대찌개〉 킹콩사리면 출시

〈킹콩부대찌개〉가 검은콩이 들어간 킹콩사리면을 출시했다. (주)팔도 중앙연구소와 〈킹콩부대찌개〉 연구진이 공동 개발한 킹콩사리면은 검 정콩 분말을 넣어 면에서 검정입자를 확인할 수 있다는 게 특징이다. 몸 에 좋은 검정콩 분말을 함유하고 있어 건강을 생각하는 요즘 외식 트렌 드에 부합한다는 평가다. 오랜 연구 끝에 개발한 만큼, 전체적으로 맛의 풍미를 높여준다. 킹콩사리면은 일반 라면에 비해 국물이 잘 배어들고, 면발이 덜 퍼지는 것이 특징이다.



(주)호경에프씨 〈코바코〉 7월 창업설명회

창립 16주년을 맞은 〈코바코〉가 7월 9, 11, 16, 23일 오전 11시 강서구 내 발산동 본사에서 창업설명회를 개최했다. 이번 창업설명회에서는 초보 창업자들의 문제점과 성공 사례를 중점으로 다뤘으며, '프랜차이즈 트 렌드 분석', '시장 경쟁력', '가맹점 운영 노하우', '본사지원 시스템' 등에 대해 설명했다. 〈코바코〉는 적셔 먹는 돈가스와 김치찌개돈가스 등으로 꾸준한 호응을 얻고 있으며, 돈가스·파스타·라이스전문점 〈코바코 플러스〉는 〈코바코〉의 프리미엄 타입으로, 눈꽃크림돈가스와 눈꽃까르 보나라 파스타 등으로 인기를 얻고 있다.



(주)고레벳 〈보나베띠〉 신메뉴 이벤트

패밀리레스토랑 창업 프랜차이즈 〈보나베띠〉가 신메뉴 이벤트를 진행

했다. 〈보나베띠〉 공식 페이스북을 통해 〈보나베띠〉에 바라는 점을 댓 글로 남기면, 2015년 〈보나베띠〉의 핫한 신메뉴 '찰보리 리조또'와 '부 채살스테이크' 또는 '블랙범 파스타' 무료쿠폰을 준다. 또 추첨을 통해 20명에게 〈보나베띠〉 충무로점 1인 디너뷔페 이용권을 증정한다. 무료 쿠폰은 1인 1매 쿠폰 발송으로 포스코점, 롯데월드점, 〈보나베띠〉 직영 점에서만 사용가능하다.



(주)한우리열린교육

〈한우리독서토론논술〉 사진 공모전 개최

〈한우리독서토론논술〉에서 '책과 삶-일상'을 주제로 '제6회 한우리 사 진 공모전'을 개최한다. 이번 공모전은 책과 함께하는 일상의 순간을 표 현한 사진이면 누구나 출품할 수 있으며, 접수는 7월 20일부터 8월 31 일까지 〈한우리독서토론논술〉 홈페이지 내 사진공모전 페이지에서 가 능하다. 대상 1명, 금상 1명, 은상 2명 등 총 22명을 선정해 450만 원 상당의 상금 및 상품을 수여한다. 또한 수상작은 한우리 영등포 신사옥 1층 '책과 삶' 서점 카페에 전시되며, 한우리독서토론논술 2016년 캘린 더에 삽입된다.



(주)오피스넥스 〈오피스넥스〉 취준생 응원 이벤트

사무용품 전문몰 〈오피스넥스〉는 공식 페이스북을 오픈하며 대한민국 취업준비생 응원 댓 글 이벤트를 진행했다. 이번 이벤트는 7월 17일까지 진행됐으며, 〈오피스넥스〉 공식 페이 스북(www.facebook.com/officenexl)에서 면접 동영상을 시청 후 영상 속 면접자에게 선 배로서 조언, 칭찬의 댓글을 남기는 형식이다. 댓글을 올린 신청자 중 추첨을 통해 화장품 세트(10만 원 상당), 스타벅스 상품권(3만 원), 스낵 상품(1만 원 상당) 등의 선물을 증정했



〈한솥도시락〉 '점보새우프리미엄' 출시

〈한솥도시락〉이 창립 22주년에 맞춰 국내에서 가장 큰 점보새우가 들어있는 '점보새우프리미 엄' 도시락을 출시했다. 함께 출시한 신메뉴는 점보새우후라이, 고등어데리야끼, 제육볶음, 치 킨가라아게, 샐러드 등이다. 특히 가격이 1만 2000원인 점보새우는 국내에서 출시한 새우프라 이 제품 중 가장 큰 것으로 기존 새우 살 중량보다 5배 많아 육질이 탱탱하고 식감이 쫄깃한 특 제 상품으로 한솥도시락이 1년간 준비를 통해 산지에 특별 주문한 점이 특징이다.



(주)죠스푸드 〈죠스떡볶이〉 클린 캠페인 실시

〈죠스떡볶이〉가 안전하고 위생적인 먹거리를 위한 클린(Clean) 캠페인 의 일환에서 노후화 된 전국 매장 100곳의 환경 개선을 지원했다. 클린 (Clean) 캠페인은 올해로 브랜드 론칭 8주년을 맞은 〈죠스떡볶이〉가 노 후화된 매장의 환경을 개선함으로써 깨끗하고 위생적인 서비스 제공을 위해 마련됐다. 자체 매장평가지수인 QSC(품질 · 서비스 · 청결)를 통해 가맹점을 관리하고 있는데, 청결 지수 항목 점수를 기준으로 우선 선정 된 100개 가맹점을 대상으로 이번 캠페인을 시행했다.



(주)한국인삼공사 〈정관장〉 수험생을 위한 제품 출시

〈정관장〉은 최근 수험생의 체력관리를 위한 홍삼 제품인 '아이패스 파 위'를 출시했다. 아이패스 파워는 시험기간 등 단기간의 수험생 체력관 리에 적합한 제품으로 피로개선에 도움을 주는 〈정관장〉 홍삼 농축액 에 녹용, 황기 등의 천연 소재와 비타민 등이 조화를 이룬 드링크 제품 이다. 특히 홍삼의 향에 민감한 청소년들을 위해 7가지 베리농축액으로 맛을 더했으며 시험기간과 같은 단기 섭취에 알맞도록 2주 분의 액상 병 형태로 출시해 휴대와 섭취의 편리함을 강조했다.



(주)8푸드 〈콩불〉'고기냉면' 출시

(주)8푸드의 대표브랜드 〈콩불〉이 여름을 겨냥해 기존 냉모밀과 더불 어 여름 신메뉴인 '고기냉면'을 오는 출시했다. 고기냉면은 시원한 냉 면 위에 특제소스로 버무려 볶은 돼지고기를 올린 메뉴로 기존 냉면과 차별성을 둬 냉면으로는 시원함을 고기로 포만감을 느낄 수 있도록 했 다. 〈콩불〉관계자는 "부드러운 고기와 시원한 냉면은 무더위에 지친 고객들에게 최적의 음식"이라며 "앞으로 고객 건강과 행복한 음식을 제공하겠다는 일념으로 최선의 노력을 다할 것"이라고 말했다.



(주)MPK그룹 〈미스터피자〉 '프린트베이커리' 판매

(주)MPK그룹이 유명작가의 원화를 디지털판화 형태로 재현해 합리적 인 가격에 판매하는 '프린트베이커리' 사업을 시작한다. 서울 옥션과 제 휴해 '프린트베이커리' 작품을 방배동 본사 지하 1층에서 전시 판매한다. 김환기, 장욱진 등 대가들뿐 아니라 강영민, 아트놈, 윤병락, 찰스장, 하 태임 등 200여 명의 작가 작품을 리미티드 에디션으로 제작해 선보이고 있으며, 현재까지 제작된 작품은 231종이다. 작품마다 한정수량으로 제 작되며 판매가격은 점당 9만 원에서 400만 원이다.

88 /89 프랜차이즈 월드 vol. 14

NEWS LOUNGE

EDUCATION

8월 · 9월

[국가인적자원개발 컨소시엄] 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성 (1회차)		
기 간	2015년 8월 11일(화)~12일(수)	
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)	
비용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)	
목 적	해외 진출기업의 사례를 분석하여 해외시장에 진출하는 신규 프랜차이즈 기업의 리스크를 최소화하고, 효과적인 해외 전시 · 박람회 역량 배양	

[국가인적자원개발 컨소시엄] 해외 표준 외식경영 교육 (1회차)		
기 간	2015년 8월 25일(화)~27일(목)	
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)	
비용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)	
목 적	해외로 진출하는 외식프랜차이즈 기업의 식품위생 및 기맹점 관리 시스템 운영 역량을 강화하고, 표준화된 경영 관리 방안 제시를 통해 글로벌 시장에서의 성공적인 정착 지원	

18기 프랜차이즈 최고전문가 과정		
기 간 교육장소	2015년 8월 27일(목)~12월 3일(목) 한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)	
비 용 교육 양전	200만 원	
목 적	가맹본부의 경쟁력 강화와 프랜차이즈 산업의 질적 성장을 위한 역량 있는 프랜차이즈 최고전문가 양성	

22기 실무형 프랜차이즈 과정		
71 7L	204년 후 0위 2001년 2 42위 4001년 1	
기간	2015년 8월 29일(토)~12월 19일(토)	
교육장소	맥세스실행컨설팅(종로구 관철동)	
비용	195만 원	
목 적	기맹본부 및 기맹점의 경쟁력 강화와 프랜차이즈 산업의 질적 성장을 위한 역량 있는 프랜차이즈전문가 양성	

[국가인적자원개발 켠	선소시엄] 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략 (2회차)
기 간	2015년 9월 3일(목)~4일(금)
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
비용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	프랜차이즈 기업의 글로벌 브랜드 이미지 구축을 위한 국가별 홍보 전략과 계획을 수립하고, 소셜미디어를 활용한 홍보마케팅 전략과 실전 기법을 통해 가맹본부의 브랜드 경쟁력 강화

28기 연세대학교 프랜차이즈 CEO과정

기 간	2015년 9월 5일(토)~12월 19일(토)
교육장소	연세대학교 상남경영원(서대문구 신촌동)
비용	480만 원
목 적	프랜차이즈 업종 종사자들의 핵심역량 강화

3기 K프랜차이즈 명품CEO 과정

기 간	2015년 9월 7일(월)~12월 21일(월)
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
비 용	500만 원
목 적	최고경영자들의 해외진출 경영 역량 강화와 전략적 비즈니스 네트워크 형성, 세계의 프랜차이즈 시장을 선도할 500인의 프랜차이즈 CEO 양성

[국가인적자원개발 컨소시엄] 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략 (3회차)

기 간	2015년 9월 15일(화)~18일(금)
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	프랜차이즈 해외 진출 과정에서 발생하는 시행착오를 최소화하기 위하여 국가별 특이성을 반영한 맞춤형 교육을 통해 해외 전략경영 전문가 양성

34기 상권분석 전문가 과정

기 간	2015년 9월 23일(수)~24일(목)
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
비용	회원사 20만 원, 비회원사 22만 원
목 적	상업용 부동산의 시장 환경 이해와 상권분석의 전문지식을 습득하고 과학적 이론과 경험적 실무중심으로 상권과 입주조건 분석기법을 전수

News Lounge

협회 일정 및 협회장 동정

SCHEDULE

* 2015년 5월 **May**

1일 교육장 벽체 및 시설장비 공사, K브랜드 보호 컨설팅 지원사업 심사

2일 한국조리학회 춘계세미나

6일 간세이가쿠인대학 교수단 방문

7일 유통산업연합회 총회, 아태소매업자대회 관련 간담회, 사회봉사&여성&청년위원회 간담회, 중소기업단체 실무협의회

8일 코트라 일류화사업 관련 회의, 〈바보스〉 사업설명회, G마켓 사업제안 미팅

11일 한국프랜차이즈산업협회-고용노동부 '시간선택제 일자리 관련' MOU 체결, 마카오투자진흥국 study trip,

[국인] 프랜차이즈국기별 해외진출전략(회차), 연세대 FCEO 총동문 회장배 골프대회, 2015서울대학교 보건대학원(AMPFR) 총동문회장배 불우이웃돕기 자선 골프 챌린지

12일 마카오투자진흥국 study trip, [국인] 프랜차이즈국기별 해외진출전럑(1회차), 16차 사회봉사

제9회 대한민국 프랜차이즈CEO포럼, 전통시장활성화 관련 미팅

13일 마카오투자진흥국 study trip. [국인] 프랜차이즈국가별 해외진출전략(1회차)

14일 마카오투자진흥국 study trip. [국인] 프랜차이즈국가별 해외진출전략(1회차)

15일 마카오투자진흥국 study trip 폐회식, 에너지절약 상가부문 회의

16일 제27기 연세대 FCEO과정 협회장 특강, [산악회] 충북 괴산군 도명산

18일 연세대학교 생활환경대학원 FMP 총동문회장배 골프대회, 홍콩무역발전국 회의, 제6차 글로벌프랜차이즈포럼,

제2차 산업분과위원회 정례회의, 농업계와 기업 간 상생협력 확산을 위한 유관기관 간담회

19일 홍콩무역발전국 방문, 서울시청 에너지시민협력 회의, 중소기업 옴부즈만지원단 회의

20일 컨소시엄 허브사업단 운영 컨설팅, 〈뽕뜨락피자〉 신규브랜드 론칭 행사

21일 KFCEO 명품과정 1기&2기 회장단 미팅

22일 고용부 MOU 세부실행 회의, 소상공인시장진흥공단 회의, 대구 서부시장 프랜차이즈 특화거리 개장식

23일 제26기 슈퍼바이저 전문가 과정 입학식

26일 제5회 정책위원회, 기상산업진흥원 회의, KFCEO명품과정 2기 단합대회

27일 [국인] 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성(1회차), 제23차 유통위원회, 식약체(서울청) 식품안전 협의,

피자에땅 견지포장 공장 오픈식

28일 [국인] 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성(1회차), KFCEO명품과정 1기 월례회의, 특허청 미팅, KFCEO 명품과정 1기 월례회의, 산업부 · 농식품부 미팅

29일 [국인] 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성(1회차), 상표권 관련 중국업체 초청 미팅 서울시 한국프랜차이즈 에너지대상 관련 세부 협의

30일 프랜차이즈 지도사 과정 입학식



2015 서울대학교 보건대한원 AMPFR

* 2015년 6월 **June**

제34회 프랜차이즈산업박람회 사전설명회, 제3차 산업분과위원회 정례회의, 한중FTA 기념만찬

2일 소상공인연합회 간담회, 중소기업단체협의회 회의

3일 서울시 전통시장건 협의

5일 지자체 산지 농산물 유통 활성화 관련 MOU 체결 협의

8일 KFCEO명품과정 2기 CEO특강, 라이스파이 복합직영매장 오픈식

일 여성벤처협회 MOU, 한국프랜차이즈산업협회-(사)대구치맥산업협회 MOU 체결

11일 2015 제34회 프랜차이즈산업박람회, 제17기 프랜차이즈 최고 전문가 과정 수료식, 매일경제TV 포럼 '제3회 대한민국 100년 구상', 녹색소비자연대 MOU체결식

3일 2015 제34회 프랜차이즈산업박람회, 2015 한국프랜차이즈경영학회 춘계학술대회

15일 농식품부, 메르스 긴급 간담회

일 〈호식이두마리치킨〉 서울 강남사옥 입주식, 상반기 이사회, 중단협 내수살리기 추진단 출범식

마카오박람회 관련 참가업체 간담회

2015 제34회 프랜차이즈산업박람회

17일 경영학회 한아세안 포럼, 인적자원개발 교재개발연구 미팅

8일 제35회 프랜차이즈산업박람회 참가기업 모집, 국민권익위원회 제도개선과 미팅

비산업부분 온실가스 감축 컨설팅 사업 관련 회의

20일 제21기 맥세스실무형 프랜차이즈과정 수료식, 협회 산악회(용화산)

22일 KFCEO명품과정 1기 월례회

23일 제35회 프랜차이즈산업박람회 참가기업 모집. [국인] 프랜차이즈 국기별 해외진출전략(2회차)

24일 [국인]프랜차이즈 국기별 해외진출전략(2회차), 소상공인 특강, 프랜차이즈경영학회 이사회

25일 [국인] 프랜차이즈 국가별 해외진출전략(2회차), aT글로벌 외식전문가 양성사업 PT. [컨소시엄] 신규 공동훈련센터 간담회

26일 [국인] 프랜차이즈 국가별 해외진출전략(2회차), aT농산물 사이버몰 관련 회의

27일 27기 연세대학교 FCEO 과정 수료식

29일 KFCEO명품과정 2기 졸업식 & 제7차 글로벌프랜차이즈포럼







News Lounge 협회 일정 및 협회장 동정

* 2015년 7월 **July**

5일 [국인] 해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어(1회차), 공동구매 활성화 자문회

[국인] 해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어(1회차), 국내 전시회 지원사업 개편방안 간담회, 국내 전시회 지원사업 개편방안 간담회

마카오 박람회

마카오 박람회

마카오 박람회

제48회 산업안전보건의날 기념식

제33기 상권분석 전문가 과정

제33기 상권분석 전문가 과정

임원간담회

녹색소비자연대 MOU 체결식, 프랜차이즈기업 노무전략 및 시간선택제 파트너십

[국인] 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성(2회차), DMZ평화통일대장정

[국인] 해외 진출을 위한 기맹본부 핵심인재 양성(2회차)

[국인] 해외 진출을 위한 기맹본부 핵심인재 양성(2회차), DMZ평화통일대장정

DMZ평화통일대장정 20일

DMZ평화통일대장정, 2015 대구치맥페스티벌 개최, 새누리당 중소기업 특별위원회 간담회 참석 22일

24일 DMZ평화통일대장정

프랜차이즈지도사 과정 수료식

KFCEO명품 1기 월례회 27일

[국인] 글로벌프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅전략(1회차)

[국인] 글로벌프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅전략(1회차)





NEWS LOUNGE LA 회원 가입 현황

신규 회원 가입 현황

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	신청일
	㈜글로벌비전코리아	단거판다, 스노우후르츠	도소매업	이명복	2015,01,06
	㈜전진인터내셔널	일품양평해장국	서비스업	이권효	2015,01,06
	디비에프앤비	달봉감자	도소매업	김달헌	2015,01,08
	㈜다온에프앤씨	바비박스	외식업	신정화	2015.01,15
	㈜케이비티	토스트굽는사람들	제조업	조성대	2015,01,23
	㈜파리클라라컴퍼니	파리클라라	서비스업	서근남	2015,01,23
	㈜크래들코리아	책 읽어주는 도서관	서비스업	최성민	2015,01,28
	㈜한창이앤피	황금소	서비스업	김현숙	2015,01,28
	피에스피에프앤디	땡잡았다, 땡주막	도소매업	박상용	2015,01,29
	㈜루앤비	카페루앤비, 플램폼엘	서비스업	이용숙	2015,02,05
정회원	㈜가연푸드	화동갈비	외식업	류경선	2015.02.09
	㈜이루에프씨	땡큐맘치킨, 톰파이브	도소매업	이문기	2015,02,12
	㈜리즈푸드	압구정리김밥	외식업	이은림	2015,02,13
	㈜음식점닥터	수제갈비	서비스업	이혜주	2015,03,16
	㈜전국장어마을	만판장	외식업	안상영	2015,05,28
	(주)부자이웃	봉구스밥버거	외식업	오세린	2015,06,02
	㈜웰빙푸드에프씨	월남쌈김상사	외식업	임영성	2015,06,15
	마/봉F&C	봉이치킨, 봉킨버거	외식업	고금식	2015,06,19
	㈜도들샘	오레시피	서비스업	노태욱	2015.06.23
	㈜디엠프랜차이즈	준의 대포차	외식업	김동준	2015,06,26
	㈜센트온	에코미스트	도소매업	김진구	2015,07,13

협력회원

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	신청일
	디자인쿡박스	디자인쿡박스	서비스	김제현	2015.01.06
	㈜에이씨알텍		제조업	정수철	2015,01,09
	동희㈜		제조업	김종섭	2015,01,27
	㈜데어리랜드		제조업	김낙규	2015,01,28
	㈜일진냉동플랜트		제조업	마경선	2015,01,30
	㈜서울에프앤비		제조업	오덕근	2015,01,30
협력회원	법무법인(유한)화우		서비스업	황현주	2015,02,13
	노무법인씨엔비	노무법인씨엔비	서비스업	강미혜 부대표	2015,02,25
	새롬에프앤비㈜		서비스업	노영민	2015,02,25
	안암법무사사무소	안암법무사사무소	서비스업	하정우	2015,03,03
	동원F&B		제조업	안영후	2015,05,07
	㈜에스와이코마드		서비스업	강선영	2015,07,26
	㈜사세통상		제조업	김광선	2015.07.07

94 /95 프랜차이즈 월드 vol. 14



한국프랜차이즈산업협회 교육장 대관 SERVICE

::: 작은 회의도 컨퍼런스가 된다! :::



















교육장 구성: 희망실 1(70~90명) | 희망실 2 (35~40명) | 상생실(20~25명) | 창조실(25~30명)

프랜차이즈 관련 및 기타교육 프랜차이즈 본사 사업설명회 주최 프랜차이즈 기맹점주 교육 & 워크샵



이사회의, 정기총회, 대형/미니세미나, 기획회의, 스터디, 강연, 워크샵, 직무교육, 그룹토의, 창업상담 등.



교육장 이용문의

● 상담문의 : 02.3471.8135~8 (내선2번)

● 이메일문의 : master@ikfa.or.kr

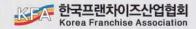
"가맹사업을 지원하는 KFA세미나실!! 즐거움을 드리는 한국프랜차이즈산업협회 "



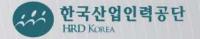
국내 프랜차이즈기업의 해외 진출 도우미!! 프랜차이즈 해외 진출에 현장실무 전문일력을 양성합니다.

● 교육일정

순서	과 목 명	교 육 기 간	인원	장소
1	프랜차이즈 국가별 해외진출 전략 (3~4회차)	3회차: 09월 15일 ~ 09월 18일 4회차: 11월 10일 ~ 11월 13일 각오후 6시~오후 10시	50명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장
2	글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략 (1~2회차)	1회차: 07월 28일 ~ 07월 29일 2회차: 09월 03일 ~ 09월 04일 각오전에~오후에(중식제공)	30명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장
3	프랜차이즈 해외박람회 및 전시회 전문가 양성 (1~2회차)	1회차: 08월 11일 ~ 08월 12일 2회차: 10월 06일 ~ 10월 07일 각오후 1시~오후(시(석식제공)	45명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장
4	해외 표준 외식경영 교육 (1~2회차)	1회차: 08월 25일 ~ 08월 27일 2회차: 12월 01일 ~ 12월 03일 각오전에~오후에(중식제공)	20명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장
5	해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어 (2회차)	2회차: 11월 25일 ~ 11월 26일 각오전에~오후에(중식제공)	30명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장
6	해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어 (1~3회차)	3회차: 10월 27일 ~ 10월 29일 각오전에~오후에(중식제공)	30명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장







Walking Towards a Brighter Future Together

홀로 걷는 '나'보다 함께 뛰는 '우리'가 밝은 미래를 만듭니다. 여러분이라는 든든한 지원군으로 더욱 더 발전하는 미래로 도약합니다.





한국프랜차이즈산업협회 회원사 가입혜택

- 글로벌 프랜차이즈 진출 지원.
- 2 해외진출 컨설팅 지원
- 프랜차이즈 최고위 과정 "KFCEO 명품과정" 수강혜택
- 홈페이지 및 프랜차이즈TV 미디어 홍보
- 프랜차이즈 산업인의 권익 대변
- 프랜차이즈 산업 박람회 참가비 10% 할인
- 학사 및 석사, 장학금 등의 학위 과정 혜택
- 8 포럼/세미나/컨벤션 행사 참가 기획 제공
- 9 프랜차이즈 실무교육 정보제공 및 수강료 할인
- 10 법률/세무 자문/정책정보 제공 및 컨설팅
- 11 협회 교육장 임대 25% 할인
- 12 각종 규제 개선 건의 및 대정부 정책 건의
- 13 B2B 꽃배달 서비스 혜택
- 14 프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 기회 제공
- 15 가맹점주를 위한 외환은행 대출 서비스 혜택
- 16 프랜차이즈 가맹 창업지원
- 17 가맹분쟁 신고센터 운영

회원가입문의

한국프랜차이즈산업협회 기업지원팀 02.3471.8135~8 추정원 국장 010.7712.3331

* 회원사 혜택 및 자세한 가입 절차는 협회 홈페이지(www.ikta.or.kr)를 참조하세요.



외환은행 프랜차이즈 창업/운영 대출은 한국프랜차이 조산업협회 회원사를 위해 탄생되었습니다.

외환은행 프랜차이즈 매일매일 부자대출

뱅은 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

사업기간 3개월 이상. 5개사 카드대출 대금 결제계좌를 외환은행 계좌로 지정한 가맹점

업종, 고객의 신용도, 영업실적 등에 따라 최고 2억원까지

최저 연 4.4% (2014.9.5.기준) (3개월변동/당행신용등급에 따라 변동)

대출금액	매일 납부 원리금	1년간 상환금액	적용금리
5천만원	19,700	5백만원	역 4 4%
1억원	39,400	1천만원	(금융채 연동
2억원	78,800	2천만원	3개월 변동금리)

예) 대출금리 4.4% 적용시 대출금액별 매일 납부원리금

취급후 1년 (연장포함 10년)

사업자등록증 사본, 대표자 신분증, 신용카드 매출액 확인서(VAN사 확인), 주민등록등본, 납세증명서(국세·지방세), 상가임대차계약서 등

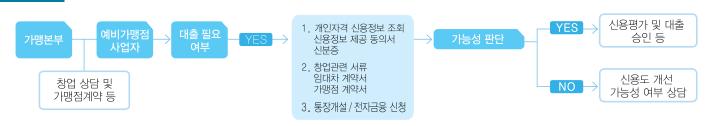
중도상환수수료, 신용평가 수수료: 면제

• 부대비용

인지세, 기타비용으로 당행 내규 및 인지세법 등의 적용에 따라 차등 적용

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

외환은행 프랜차이즈 창업대출 절차



※ 프랜차이즈 가맹금 예치서비스 시행

"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

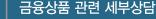
• 가맹 본부일 경우

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

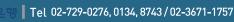
한국프랜차이즈산업협회 기업지원팀



T 02-3471-8135~8, 070-7919-4153, 4163









오프라인/온라인/모바일 Shop의 성공전략을 한자리에서!

KSHOP

EXPO & CONFERENCE

2015. **9**. **2**_(Wed) ~ **4**_(Fri), KINTEX

옴니채널 유통환경에서의 온, 오프라인 매장 성공전략

참관대상

매장을 보유, 운영하는 모든 대형 유통사, 매장 점주, 리테일 전문가, 예비창업자

국가대표 식기세척기

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

전면 DOOR에 위치한 디스플레이어

좁은 공간에 설치하여도 편리한 조작



특허출원: 10-2014-0096154





Magicgold-mini

세계최초 분리형 세척기

특허출원: 10-2015-0025639

- 일체형 임펠러 적용(세척,행굼 일원화)
- 협소한 공간에 적합
- 일반 콘센터 사용가능(단독사용 권장)
- Rinse Box를 3m이상 이격 설치가능
- 립스틱등 유지분해에 탁월



도어타입

실속형 식기세척기





알뜰한 식기세척기





홀전용 식기세척기



랙컨베어타입





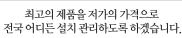
언더카운트타입 제빙기





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

magicgold.kr



전국 1566-4313

프랜차이즈 기업의 혁신적 매출증대를 위한

빅데이터 리서치솔루션

<u>프랜차이즈산업연구원이 함께 합니다.</u>

고객만족 통합솔루션

(+Big Data)

브랜드관리 솔루션

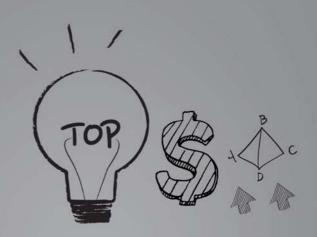
(+Big Data)

신제품개발 솔루션

(+Big Data)

통합 솔루션

(+고객만족+브랜드관리)



BUSINESS

¿ Quality

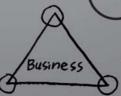
B

RESEARCH - strategy

20:00

0/0

00 (4)





마켓센싱으로 변화를 선도

해당 산업의 변화를 감지하고 사람들이 무엇을 생각하는지 실시간으로 분석 연관검색어로 알아본 소비자의 숨겨진 니즈 분석 빅데이터로 본 브랜드 정보 탐색/분석 소비자 카테고리 분석 마케팅 인사이트 도출



성공하는 서비스

프랜차이즈 가치를 전달하도록 가맹점 서비스를 평가하고, 고객 측면에서 서비스역량 평가 후 경쟁력 강화 서비스 품질 조사 | 고객접점 진단 및 분석 | 가맹점주 만족도 조사



성공하는 상품 개발

고객의 욕구를 충족할 수 있는 상품을 과학적인 조사를 근거하여 성공확률을 높임 신상품 개발 조사 | 상품 컨셉 | 디자인 컨셉 | ß 컨셉 | 광고 컨셉



서비스 성과 조사

프랜차이즈 기업의 마케팅, 고객만족, 브랜드, 점포이미지를 과학적 조사를 근거로 기업의 성과를 파악하고 Insight 획득 브랜드/상품 이미지 조사 | 가격-가치 조사 | 고객 만족도 조사 | 관계-품질 조사 | 재방문 의도 조사 | 브랜드 인지도 및 브랜드 품질 조사 | 점포이미자 및 애호도 조사



BigData Research

과학적 조사 분석과 결과를 중시 세상을 변화시키는 힘! 혁신의 동반자 소통하고 함께 호흡하는 엄격한 리서치 분석



www.ifis.co.kr