

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이

프랜차이즈 월드

2015 Vol.15

KFCEO 명품과정을 가다

제3기 KFCEO 명품과정 입학식 및 각 주차 수업

핫 이슈

프랜차이즈 산업의 현주소

커지는 신용카드 수수료 인하 움직임

빅 이슈

자영업자도 최대 180일까지 실업급여

스포트라이트

제35회 프랜차이즈산업박람회 성료

성공 CEO 열전

(주)바늘이야기 송영예 대표

글로벌 성공브랜드

본촌인터내셔널 <본촌>

회원사 탐방

(주)가업FC <구이가>

(주)암샘 <암샘>

글로벌 트렌드

글로벌 프랜차이즈 기업들,
해외시장이 해답

Special Feature

‘국가인적자원개발 컨소시엄’ 프로그램 시작

별책부록 100조 프랜차이즈 실태를 보다

www.babos.co.kr
가맹문의 1588-5592

우리동네 감성충전소 Collabo Cafe

babo's

38
바보스
KKULDAK
Mr. 면장

Collabo Cafe

함께하면 휴식이 되는
우리동네 감성 충전소... 바보스

바보스 메뉴는 3,800원부터~

3,800원

버터갈릭포테이토
치즈&고구마볼
스노우카사바칩
그린샐러드

4,900원

가라아케
소세지&포테이토
닭가슴살샐러드
반전조노가리



바보스 전속모델
탤런트 이 훈



Since 1902

캐리어에어컨

캐리어에어컨은 여러분과 함께 나눔을 실천합니다.

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



20m롱편치 허리케인 바람으로 당신의 여름을 시원하게

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

캐리어 '올시즌' 파워 에어컨



핑거플러스

업소용



제습기



4가지 독립 기능을 1대로! 이서진 '올시즌' 파워 에어컨

독립 공기청정: iFD필터(전자해파필터)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 주요 제품은 국내에서 생산됩니다.

■ 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



엄마의 품은 사랑 가득한 세상, 짐보리는 호기심 세상입니다.

사랑하니까 시작하세요, 짐보리 타임!

엄마는 세상에서 가장 훌륭한 선생님.

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

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

짐보리에서 만나는 건 단순한 놀이가 아니라 새로운 세상입니다.

The 36th Korea Franchise Business Expo



2016

제36회 프랜차이즈산업박람회

- 일 시 : 2016. 3. 10(목) ~ 12(토), 3일간
- 장 소 : SETEC(3호선 학여울역 서울무역전시컨벤션센터)
- 문 의 : 한국프랜차이즈산업협회
Tel) 02. 3471. 8135~8



□ 전시품목

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

□ 박람회관련 부대행사

- 창업상담 및 자금지원 안내
- 법무, 세무, 번리, 회계 등 무료법률상담
- 프랜차이즈 창업교육 및 컨퍼런스

프랜차이즈 월드 Vol.15

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이



- 6 윤리강령
- 9 Letter 조동민 회장 권두언

Issue & People

- 10 News Lounge 협회 뉴스와 행사
- 18 핫 이슈 I 프랜차이즈 산업의 현주소는?
- 22 핫 이슈 II 커지는 신용카드 수수료 인하 움직임
- 25 빅 이슈 자영업자도 최대 180일까지 실업급여
- 26 특별기획 '국가인적자원개발 컨소시엄' 프로그램 시작
- 30 성공CEO열전 (주)바늘이자기 송영예 대표
- 34 스포트라이트 제35회 프랜차이즈창업박람회 성료
- 38 KFCEO명품 과정을 가다 KFCEO 명품과정 3기 입학식
- 49 글로벌 성공브랜드 본촌인터내셔널 <본촌>
- 52 글로벌 트렌드 글로벌 프랜차이즈 기업들, 해외시장이 해답
- 60 회원사 탐방 (주)가업FC <구이가>
(주)암샘 <암샘>

프랜차이즈월드 Vol.15

발행일 2015년 10월

발행인 조동민 한국프랜차이즈산업협회장

발행처 한국프랜차이즈산업협회 서울시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩 2층

전화 02 3471 8135~8 팩스 02 3471 8139

디렉터/전략홍보팀 임영태 국장

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.



[표지 설명] 동반성장을 향한 상생

2015년은 협회가 프랜차이즈 업계의 글로벌 진출 원년을 선포한 해로써 각종 분야의 프랜차이즈 분야가 두각을 보이고 있다. 국내 시장 활성화는 물론, 해외진출을 향한 발돋움에도 박차를 가하고 있다. 특히 프랜차이즈 본부와 가맹점간의 동반성장은 이제 자사 브랜드와 각 분야 업종의 위상과 함께 그 가치를 더욱 높이는 데 주력하고 있다. 표지는 프랜차이즈 업계의 동반성장, 상생, 다양한 업종과의 협업 등을 이미지화 했다.

Contents

Education & Culture

- 62 **지상강좌** 한상린 교수 · 최재희 대표 · 나화숙 대표 · 이흥구 대표
- 70 **그곳에 가다** 낭만과 예술이 넘치는 나라 '네덜란드'
- 74 **CEO LIBRARY** (주)이바돔 김현호 대표




질주

멈출 수도 손을 놓을 수도 없다.
경쟁에 들어선 순간
끝을 보거나 아니면 처음부터 시작을 말아야 한다.
어떻게든 떨어져 나가지 않으려고
무조건 달려야 한다.
살기위해 기회를 한번 더 잡기위해
달려야 한다.

글 · 사진 월간<창업&프랜차이즈>DB



News Lounge

- 76 **News Lounge** 동서남북
- 78 **News Lounge** 회원사 행사 및 소식
- 88 **Education** 교육 일정
- 90 **Schedule** 협회 일정 및 협회장 동정
- 92 **Membership** 신규회원 가입 현황



한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2013. 03. 05

전 문

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

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

I. 기본강령

1. 국민의 건강증진 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

II. 행동지침

1. 국민의 건강증진 및 프랜차이즈 산업의 발전

가. 회원사는 국민의 건강증진과 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.

나. 회원사는 국민의 위생과 안전을 최우선으로 생각하며, 국민 건강에 중대한 위해요소가 발생할 경우 필요한 조치를 다하여 개선하도록 노력한다.

다. 회원사는 정확하고 과학적인 정보를 바탕으로 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 지속 노력한다.

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

5. 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.

새로운 도전

징기스칸 전사 500人 육성 프로젝트

KFCEO 명품과정 4기 모집

산업통상자원부와 한국프랜차이즈산업협회는
신성장동력 산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외 진출 및
최고경영자의 경영역량 강화를 위해
[KFCEO 명품과정] 4기를 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.

- 교육 명 KFCEO 명품과정
- 대상 자 프랜차이즈 기업 CEO, 정부, 공공기관의 고위공무원 및 정계, 언론, 법조계 등 각계 전문가
- 모집 인원 50명 내외
- 교육 기간 2016년 3월~6월 (16주간, 매주 월요일 오후 6시~오후 9시)
- 교육 비 500만원(회원사 30% 할인혜택) ※ 식비, 교재비, 문화행사 참가비 포함
- 장 소 서울팔래스호텔(서울특별시 서초구 반포4동)
- 주최 및 주관 산업통상자원부 · (사)한국프랜차이즈산업협회
- 홈페이지 www.edukfa.or.kr
- 문의 한국프랜차이즈산업협회 교육팀(070-7919-4170 담당자: 우호운 대리)

풍성한 결실을 맺고 희망찬 내일을 준비하는 시간이 되길

가을이 깊어가고 있습니다.

하늘이 높아지는 이맘때가 되면 매년 우리는 자연스럽게 지난 시간을 돌아보며 한 해를 돌아보게 됩니다. 개인적으로도 그렇지만, 우리 협회 역시 마찬가지입니다. 올 한 해 우리 협회는 프랜차이즈산업 발전을 위해 나름대로 최선을 다해 열심히 뛰며 다양한 노력을 했지만 아쉬움도 남고 어느 정도 뿌듯함도 느끼게 됩니다.

특히 글로벌 시대에 걸맞는 경쟁력을 갖춘 'K-프랜차이즈' 육성을 통해 세계 각지에 우리 프랜차이즈의 우수성을 알리는 첨병 역할을 감당할 해외진출 전문가 양성을 위해 우리 협회는 다양한 교육사업에 박차를 가하며 부단한 노력을 기울였습니다. 그 결과 시간이 지날수록 점점 많은 분들이 해외진출 전문가 양성을 수료하고 있는데, 조만간 이 교육 수료생들이 세계 전역에서 한류와 'K-프랜차이즈'의 우수성을 전파하게 될 것입니다. 앞으로가 기대되는 이유입니다.

우리 협회는 올해 처음으로 국가인적자원개발컨소시엄 사업으로 진행되는 프랜차이즈 해외 전문인력 양성 프로그램을 시행하기 시작했습니다. 이 프로그램은 프랜차이즈에 특화된 해외진출 교육으로, 해외진출을 희망하는 프랜차이즈 기업에 실질적인 도움이 된다는 평가를 받고 있습니다. 물론 해외진출에 도움이 되는 교육이 없었던 것은 아니지만 프랜차이즈 기업을 위한 특화된 교육은 전무했습니다. 그래서 협회는 해외진출을 희망하는 기업들이 많고, 이들 기업에 실질적인 도움을 주기 위해 프랜차이즈 기업에 특화된 교육으로 국가인적자원개발컨소시엄 프로그램을 구성했습니다. 다행스럽게도 많은 회원사들의 적극적인 협조로 인해 당초 109개 협약기업을 목표로 시작한 사업이 현재까지 220여 개 이상 기업이 협약을 체결했으며, 교육 수료자만 해도 300여 명이 넘는 성과를 거두었습니다. 협회는 이 교육을 좀 더 내실있게 만들기 위해 현재 150개 협약 기업을 대상으로 수요조사를 하고 있습니다. 그 결과를 바탕으로 앞으로는 더욱 수준 높고 다양한 교육을 실시해 교육을 받은 회원사 및 협약기업에게 보다 실질적인 도움을 줄 수 있게 할 것입니다.

우리 협회는 올해 남은 기간도 열심히 뛰면서 회원사들을 위해 존재하고 일하는 협회, 회원사를 생각하고 회원사의 권익에 기여하는 협회가 되고자 노력할 것입니다.

10월 23~24일 경주에서 열리는 '2015경주컨벤션'이 바로 그런 모습을 회원사들께 보여드리는 계기가 될 것입니다. 이번 경주컨벤션은 '한국 프랜차이즈 산업의 세계로, 미래로'라는 타이틀로 다양한 특강과 분임토의를 실시할 예정입니다. 또한 다양한 프로그램을 통해 우리 프랜차이즈산업 종사자들이 화합과 협력, 공감과 소통을 하는 의미있는 자리가 될 것입니다. 뿐만 아니라 우리 프랜차이즈 기업들이 세계에서 인정받고 나아가 한국 프랜차이즈산업이 더욱 발전하는 계기를 만들어 가는 깊이 있는 토론과 나눔의 시간이 될 것입니다. 무엇보다 국내외 프랜차이즈 시장 변화에 능동적으로 대응할 수 있는 핵심역량을 키우고 업계가 한층 성장하는 계기가 될 것이라고 기대합니다. 경주컨벤션에서 나온 이야기들은 추후 협회 회무에 보다 적극적으로 반영하고 실천하겠습니다. 그래서 회원들과 함께 소통하는 협회, 세계 속에 우뚝 선 'K-프랜차이즈'를 만드는데 일익을 담당하는 협회가 되도록 하겠습니다. 더욱 애정을 가지고 지켜보고, 격려해 주십시오. 아무쪼록 회원사 모두 더욱 풍성한 결실을 맺는 시간이 되시길 다시 한 번 기원합니다.



한국프랜차이즈산업협회 회장 **조동민** 배상

NEWS LOUNGE



한국프랜차이즈산업협회 제1회 상생협력경연대회 눈길

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 11일 서울 양재동 aT센터에서 농림축산식품부(장관 이동필)와 대한상공회의소가 주최하고 상생협력 추진본부가 주관하는 '농업과 기업이 함께하는 제1회 상생협력경연대회'에 참석했다. 여인홍 농림축산식품부 차관 등이 참석한 가운데 조동민 한국프랜차이즈산업협회 회장도 참석했다.



한국프랜차이즈산업협회 · 식약처 음식문화개선 및 주방문화개선 회의

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 22일 오후 4시부터 오후 5시까지 오송 식약처에서 음식문화 개선사업 토론회 및 주방문화 개선사업 협의체 회의를 열었다. 이 회의에는 식약처 임영태 국장이 참여해 발전 방향을 논의했다. 주방문화개선 사업은 한국외식업중앙회가 주관해 식품접객업소의 주방에 대한 조리 과정을 외부에서 볼 수 있도록 함으로써 주방관리의 위생 및 안전성에 대한 투명성 확보를 위한 사업이다.



한국프랜차이즈산업협회 · 한국아세아우호재단 워크숍 및 KISU 오픈페스티벌

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 19일 10시 30분부터 오후 8시까지 2015년도 한국아세아우호재단 워크숍 및 KISU 오픈페스티벌을 진행했다. 2015 재한 유학생 네트워크 워크숍 및 KISU(<http://kisu.or.kr>)오픈 행사는 국회 의원회관 대회의실 및 운동장에서 외교부, 한국아시아우호재단 주최로 이루어졌다. 한국아시아우호재단은 다양한 사업으로 아시아 각국의 균형 발전과 우호적 관계 형성에 기여하고 있다.



한국프랜차이즈산업협회 프랜차이즈 국가별 해외진출전략 교육 과정 진행

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 18일 협회 교육장에서 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략(6개국) 과정을 진행했다. 이번 과정은 국가별 프랜차이즈산업 현황을 비롯해 관련 법과 제도를 살펴보고, 유망 진출 도시 상권을 분석한다. 교육은 협회와 협약을 맺은 기업에 재직 중인 직원은 무료로 참여할 수 있으며, 일반기업의 관련 재직자들도 교육 신청이 가능하다.



한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

한국프랜차이즈산업협회 · 새누리당 중소기업 · 소상공인 특별위원회 5차 회의 참석

한국프랜차이즈산업협회 조동민 협회장은 지난 9월 1일 오전 10시에 새누리당 중소기업 · 소상공인 특별위원회 5차 회의에 참석했다. 이날 회의에 특위 민간위원으로 조동민 협회장이 추천되어 회의에 참석했다. 이날 회의에는 김무성 새누리당 대표도 참석해 불필요한 규제에 대한 개선 의지를 드러냈다. 이날 회의는 고질적 규제 완화방안과 중견기업의 성장을 저해하는 법령 · 제도 개선사항에 대해 업계 대표 및 정부관계자들이 모여 해결책을 모색했다.



한국프랜차이즈산업협회 국가인적자원개발컨소시엄 BEST OF CHAMP DAY

한국프랜차이즈산업협회는 국가인적자원개발컨소시엄 BEST OF CHAMP DAY를 맞아 207개 기관을 대상으로 9월 17일부터 18일까지 이틀 동안, 직무교육을 실시했다. 오전 10시부터 18시까지 이틀 동안 진행된 국가인적자원개발컨소시엄 사업은 기업이 한국프랜차이즈산업협회와 컨소시엄을 구성하고 전용 교육장을 활용해 기업에서 필요한 교육훈련을 실시하는 것으로 근로자에게 능력 개발의 기회를, 사업주에게는 최저의 비용으로 핵심인재를 양성해 준다.



한국프랜차이즈산업협회 프랜차이즈산업 실태조사 키포프 미팅 진행

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 16일 협회 회의실에서 프랜차이즈산업 실태조사 키포프 미팅을 진행했다. 이날 미팅에서 프로젝트와 기타 프로젝트 계획 입안에 필요한 기본요소들을 확정 과정을 가졌다. 협회는 이날 미팅으로 앞으로의 시행착오를 줄일 수 있는 첫 단추를 성공적으로 마쳤다.



한국프랜차이즈산업협회 제22기 맥세스 실무형 프랜차이즈 3주차 과정

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 12일 제22기 맥세스 실무형 프랜차이즈 3주차 과정을 맥세스 컨설팅교육장에서 진행했다. 신청인원은 42명으로 18시부터 프랜차이즈 산업인의 자세를 주제로 조동민 한국프랜차이즈산업협회 회장이 특강을 진행했다. 신청자들은 조동민 회장의 특강 중 프랜차이즈산업의 현주소와 시장현황에 귀를 기울였다.

NEWS LOUNGE



한국프랜차이즈산업협회 · 유통산업연합회 조동민 회장, 황규연 산업기반실장 참석 눈길

유통산업연합회 운영위원회가 지난 9월 17일 프레스센터 19층 매화홀에서 열렸다. 조동민 한국프랜차이즈산업협회 회장 및 산업부 황규연 산업기반실장이 참석해 사업계획(안)과 사업결과를 논의했다. 유통산업연합회는 정책·제도 건의, 실태조사·연구, 대·중소 유통업체 및 유통·제조업계간 상생협력, 해외시장 진출 지원, 교육훈련 등 유통산업 전반의 발전을 위한 광범위한 기능을 수행하고 있다.



한국프랜차이즈산업협회 · 한국산업인력공단 국가인적자원개발 컨소시엄 관련 간담회 열려

한국프랜차이즈산업협회는 지난 8월 26일 협회 회의실에서 한국산업인력공단 서울지부 박경란 과장과 국가인적자원개발 컨소시엄 관련해 간담회를 진행했다. 한국산업인력공단은 인적자원 개발 및 수급의 효율화를 도모하고 국민경제의 건전한 발전과 국민복지 증진에 이바지할 목적으로 1982년 3월 18일 한국직업훈련관리공단으로 설립됐다. 주로 국가기술자격관리 사업이 널리 알려져 있으며, 2008년부터 변리사, 회계사, 감정평가사 등 전문자격도 추가 수행한다.



한국프랜차이즈산업협회 제28기 연세대프랜차이즈 CEO과정 참석

연세대학교와 한국프랜차이즈산업협회가 공동으로 주관하는 28기 프랜차이즈 CEO과정 입학식이 지난 9월 5일 2시 교내 상남경영원에서 있었다. 연세대학교 오세조 부총장(국제캠퍼스/경영대교수)의 '프랜차이즈 개념과 전략'이라는 특강을 시작으로 개회사와 환영사가 이어졌으며, 조동민 협회장을 대신해 이명훈 협회수석부회장의 격려사가 있었다. 이어 6개월 간 이어질 수업에 대한 대학 담당자의 과정 소개와 원우들 간의 소개시간을 가졌으며, 기념촬영과 함께 만찬의 시간을 가졌다.



한국프랜차이즈산업협회 〈투어컴〉 200여명 직원교육에 참석해 특강 펼쳐

〈투어컴〉 초청으로 조동민 한국프랜차이즈산업협회 회장이 특강을 했다. 〈투어컴〉 직원 200여 명의 전국(제주포함)지사 임직원 교육이 열리고 있는 유성 유스호스텔에서 지난 9월 8일 오전 11시부터 진행됐다. 〈투어컴〉은 후불제방식의 여행사로 항공권 혹은 에어텔(항공, 숙박)만 따로 후불제를 적용받아 부담 없이 자유여행을 즐기는 방법을 도입해 큰 호응을 얻고 있다.



한국프랜차이즈산업협회 · 라이더협회 전국 배달 종사자들의 안전과 권익 보호 주력

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 11일 한국배달라이더협회(회장 안상수 의원) 창립 발대식에 참여했다. 국회 헌정회관에서 열린 이 행사는 조동민 한국프랜차이즈산업협회 회장을 대신해 박기영 수석부회장이 참석했다. 라이더협회 홍보는 여성벤처협회 자격으로 신향숙 이사가 참석했다. 한국배달라이더협회는 국내 배달 종사자들이 스스로의 안전과 권익을 보호하기 위해 만들어졌다.



한국프랜차이즈산업협회 2015 한국프랜차이즈대상 PT 심사

한국프랜차이즈산업협회는 2015 한국프랜차이즈대상 PT 2일차 심사를 협회 교육장 창조실에서 9월 17일 오전 9시부터 오후 6시 15분까지 진행했다. 한국프랜차이즈대상은 국내 프랜차이즈 산업의 건전한 발전과 경쟁력 향상 · 프랜차이즈 산업인의 자긍심 고취를 위해 매년 시행하고 있는 시상제도이다.



한국프랜차이즈산업협회 2015 한국프랜차이즈대상 현지 실사

한국프랜차이즈산업협회는 2015 한국프랜차이즈대상 현지 실사를 지난 9월 22일부터 10월 5일까지 진행했다. 9월 22일에는 <국수나무>, <원할머니보쌈&족발>과 <못된고양이> 실사가 오후 늦게까지 진행됐다. 또한 9월 23일에는 2015 한국프랜차이즈대상 현지 실사가 <바비박스>, <영렘브란트코리아>와 <피자마루>에서 각각 진행됐다.

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association



한국프랜차이즈산업협회 · 단국대학교 학술정보의 상호교류, 인력교류 등을 위한 산학협력 협약식 체결

한국프랜차이즈산업협회는 단국대학교 경영대학원(원장 송동섭)과 지난 8월 4일 교육협력 및 연구과제의 공동수행, 각종 학술정보의 상호교류, 인력교류 등을 위해서 산학협력 협약식을 체결했다. 이번 협약식은 한국프랜차이즈산업협회(회원사 포함) 임직원들의 대학원 석사학위과정과 최고경영자과정의 입학률 비롯한 교육협력 및 연구분야의 상호교류, 전문 교육훈련 프로그램 개설 및 운영, 산학협력 등을 통하여 심도있는 경영 전문가 양성발전에 기여함을 목적으로 실시됐다.

NEWS LOUNGE

동반 성장과 동반 성공의 계기를 마련하는 제8차 조동민의 프랜차이즈 치맥토크



제8차 조동민의 프랜차이즈 치맥토크가 지난 8월 28일 한국프랜차이즈산업협회 교육장에서 개최됐다. 한국프랜차이즈산업협회 산하 상생협업위원회가 주최하는 치맥토크는 프랜차이즈를 바로 알기 위한 목적으로, 프랜차이즈 사업에 관한 현실적이고 구체적인 정보들을 공유하는 무료행사다. 이번 8차 치맥토크 역시 프랜차이즈에 관심 있는 예비창업자들에게 실질적으로 도움이 되는 내용으로 구성해 뜨거운 반응을 얻었다.

협업과 상생이 성공의 요인

제8차 조동민의 프랜차이즈 치맥토크는 상생협업위원장인 이경희 한국창업전략연구소 소장의 인사로 시작됐다. 이 소장은 협회와 치맥토크에 대한 개괄적인 설명과 함께, “프랜차이즈는 다양한 산업의 네트워크로 이뤄진 만큼 협업과 상생이 중요하다”고 강조했다.

1교시는 베이커리 카페 〈브래덴코〉 3개점을 운영하는 하정평 점주의 강연으로 시작됐다. 무역회사 임원으로 일했던 그는 59세에 처음 창업을 해 현재는 72세다. 그는 컴플레인에 대한 적극적 대처와 직원에 대한 인간적 예우를 가맹점 성공의 중요한 요인으로 꼽았다. 하 점주는 “제빵사가 빵을 정성껏 굽고 아르바이트생이 손님을 친절하게 맞아야 돈을 벌 수 있다. 결국 가맹점 수익은 그들에게 달려있는 것이다. 점주

는 그들이 최적의 환경에서 일할 수 있도록 곳은 일을 도맡아야한다”고 말한다. 또 그는 남은 빵을 기부해서는 안 된다고 전했다. 기부된 빵이 유통되기까지는 2~3일이 걸리며, 이로 인해 빵의 맛이 떨어지거나 상하면 브랜드와 가맹점에 대한 인식이 나빠질 우려가 있기 때문이다. 하 점주의 강연에 이어 〈브래덴코〉 조민수 이사의 창업설명회도 이어졌다. 실질적인 경험의 노하우와 구체적인 정보가 곁들여져 참석자들의 호응을 끌어냈다.

소규모 사업장일수록 노무관리 중요해

2교시는 이금구 노무사의 인사노무관리 강연이 이뤄졌다. 소규모 사업자의 경우 인사노무관리에 대한 지식을 접하기 힘들어 종종 손해를 보



는 경우가 발생한다. 이에 맞춰 이금구 노무사는 반드시 필요한 정보들을 다양한 사례를 통해 전했다. 그는 노무문제의 80%가 소규모 사업장에서 일어난다고, 시급에 주휴수당, 시간외수당, 퇴직금 등의 모든 노무관리가 될 수 있도록 체계를 잡는 것이 중요하다고 전했다. 법률적인 지식을 제공하는 강연인 만큼 참석자의 집중도가 굉장히 높았다.

3교시는 〈아메리카요가〉 4개점을 운영하는 강형순 점주의 노하우를 공개하는 시간이었다. 그는 항공사에서 10여년을 근무한 후, 창업을 했다. 강 점주가 남자임에도 여성전용 요가 프랜차이즈를 선택하게 된 데는 향후 사업시장에 대한 통찰이 있었기 때문이다. 그는 “매출이 아무

리 좋은 매장이라도 결국 가장 중요한 것은 순이익이다. 매출이 올라가면 자연스레 인건비, 재료비 등 고정비가 올라가게 돼서 이익에 큰 변화가 없을 수도 있다. 그러나 요가라는 아이템은 고정비에 큰 변화가 없어서 더 큰 수익을 기대할 수 있다”고 설명했다. 강 점주는 또 소비자는 자기 자신을 위해 돈을 쓰기 때문에, ‘자기애’에 초점을 맞춘 사업이 성공가능성이 있다고 지적한다. 이후 4교시에는 발표자와 참석자 간의 질의응답이 이어졌으며, 강연자들의 주제에 관한 현실적인 질문과 대답이 오갔다. 특히 노무관리에 관한 관심이 뜨거웠으며, 이금구 노무사는 가이드라인을 질문자의 의도에 맞춰 알기 쉽게 제시했다.



경험의 시스템화

마지막은 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장의 창업토크가 진행됐다. 조동민 회장은 프랜차이즈산업의 전반에 관한 이야기를 자신의 경험을 바탕으로 전달했다. 그는 이론도 중요하지만, 경험을 바탕으로 체득한 것을 체계화하는 것이 더 중요하다고 전한다. 특히 경쟁한 프랜차이즈 기업들의 과거를 반추하며, “지금은 엄청나게 성장했지만, 대부분이 과거에는 작은 가게 하나에서 사업을 시작했다. 현장에서 부딪히고 고민해서 시스템을 만들어내다보면 실용성이 있고, 성장가능성도 높아진다”고 설명했다. 또 가맹본부와 가맹점의 ‘잘되면 내 덕, 안되면 네 탓’식의 갈등관계를 꼬집으며, 협회가 이 가운데를 조율하는데 중요한 역할을 해나갈 것이라 강조했다.

조 회장은 외식업 편중 현상으로 인해 임대료도 높아지고 경쟁도 높아지는 부작용을 우려했다. 그는 “창업아이템에 대한 시야를 넓혀야 한다. 서비스업종이 하나의 대안이 될 수도 있다. 다양한 아이템을 통해 창업시장을 다각화시킬수록 전망도 밝아질 것”이라고 지적하며 이에 맞춰 국가가 정책적으로 배려해야 한다고 말한다. 특히 고령화시대가 다가오면서 제 2의 인생을 꿈꾸는 이들이 많아지기 때문에 창업을 허용

하고 지원하는 정책이 반드시 필요하다고 견해를 밝혔다.

조동민 회장의 강연이 끝난 후, 참석자들은 한국프랜차이즈협회 근처의 <기발한치킨> 매장으로 이동해 치맥파티를 가졌다. 조 회장은 참석자들과 이야기를 나누며 창업에 대한 조언을 아끼지 않았다. 한 참석자는 “구체적인 정보를 얻어가는 동시에 파티까지 진행하니 신선하다. 또 협회라고 하면 딱딱하고 어려운 분위기일 것 같았는데, 소탈하고 친근하게 접근해주니 다음 기회에도 참석하고 싶다”고 말했다.



조동민 회장



상생협업위원장 이경희 소장



이금구 노무사



<브랜덴코> 조인수 이사



NEWS LOUNGE

중소기업의 지위를 향상하고, 국민경제의 발전에 기여를! 제3차 중단협 회장단 회의



제3차 중단협 회장단 회의가 지난 8월 25일 코엑스 인터콘티넨탈 아시안라이브에서 오후 6시 30분부터 9시까지 열렸다. 청년 1+ 채용운동, 내수살리기 캠페인, 홈앤쇼핑, 상표권, 특허 등 지식재산권, 공동상표, 물류 등에 대한 안건이 나와 최근의 중소기업이 나아갈 방향, 그리고 역할에 대한 논의가 이뤄졌다.

중요계획 추진 발표

제3차 중단협 회장단 회의는 중단협 회장단, 본회 및 홈앤쇼핑 실무자 등 20명이 모인 이 회의에서 청년 1+ 채용운동, 내수살리기 캠페인, 홈앤쇼핑, 상표권, 특허 등 지식재산권, 공동상표, 물류 등에 대한 안건이

나왔다. 청년 채용에 대해서는 각 단체별로 목표달성을 위해 다양한 노력을 진행하고 있으며, 분기별 실적 점검 등 협조가 필요하다는 의견이 었다. 제2차 내수살리기 캠페인은 중단협 회장단 참석이 요망되며, 추석 장보기 및 사랑나눔 행사는 9월 10일 진행했다. 각 단체별로 내수활성화 관련 진행 중인 사업이 지속적으로 필요하며, 정부는 소비활성화를 위해 경제단체에 추석선물 등 마련 시 지역 농산물을 적극 구입하고, 기업 근로자 휴가 사용 독려할 것 등을 요청했다.

각 기관과 단체 간의 협조 필요

홈앤쇼핑에서는 우수 중소기업제품 적극적 발굴을 위한 별도 인력 운

용 계획에 대해서 의견이 나왔다. 각 단체에서 우수 중소기업제품 발굴 및 추천을 요청하며, 한편 중소기업 홍보를 위한 무료방송 기회를 부여하는 의견을 검토하기로 했다. 제품을 일정시간(20분 내외) 노출을 통해 소비자 반응을 보는 차원이다.

상표권에 대해서도 문제점이 지적됐다. 우수 중소기업제품, 브랜드 등 해외진출 관련 중국 업체가 상표권 등을 미리 등록하여 국내 중소기업 피해 사례가 빈번하다는 얘기다. 특히 중국 조선족이 한국프랜차이즈 150여개를 중국에서 선 등록하는 피해가 컸다고 한다. 이에 중기중앙회가 특허청 등과 협의하여 중소기업(특히 영세기업)의 중국내 특허 및 지재권 등록을 대행하는 방안 마련이 필요하다. 중앙회 노시청 부회장과 협력하여 관련사항을 해소하려는 노력도 필요하다.

업계, 불합리한 제도 등에 대한 관심 요구돼

지식재산권은 중소기업 공동상표가 필요하다는 의견이었다. 그러나 정부 주도 시 실패가능성 높은 만큼 민간 주도가 바람직하다는 의견이었다. 물류센터 필요성은 공감하며, 국내의 우수한 프랜차이즈 시스템 운영 노하우를 접목하면 빠른 활성화가 가능할 것으로 보고 있다. 또한 기타 중소기업 범위기준, 유통분야 불합리한 제도 등에 대한 관심이 필요하며, 프랜차이즈 산업특성을 감안한 매출범위 산정이 필요하다는 의견이 한국프랜차이즈산업협회에서 나왔다. 이밖에 유통사가 원가에도 미치지 못하는 가격으로 판매를 해서 제조업체가 이를 거부하고 납품하지 않으면 오히려 처벌하게 하는 방안도 소상공인연합회에서 나왔다.

청년 살리기 전국적으로 확산 조짐

중단협이 특히 힘을 쏟고 있는 사안은 '청년 1+ 채용운동'이다. 어려운 경제여건에서도 힘을 모아 청년고용 문제를 해결하고 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 범 중소기업 단체가 공동으로 추진하고 있는 이 운동은 지난 4월 30일 중소기업단체협의회가 일자리캠페인 추진을 결의하고, 5월 27일에 청와대 중기인대회에서 중소기업계 일자리창출 추진 계획을 발표했다. 채용목표인원 설정, 채용기업 DB 확보 및 관리, 공동 홍보활동 등을 통해 청년 3만 명 등 총 13만을 명 채용한다는 목표다. "대한민국의 일자리 희망, 300만 중소기업이 만들어갑니다"라는 슬로건 아래 중단협 공동 포스터(2000부), 리플렛(1만 부)가 15개 중소기업 단체에 배포됐다. '청년 1+ 채용운동'은 전국으로 확산할 계획이다. 본회 13개 지역본부장 회의 개최(8.10)를 통해 지자체 등 관련기관과 청년 일자리 창출 업무협약 체결, 지역 중소기업 공동광고 등 추진을 협의할 계획도 있다. 인천(7.16)과 충북 지역은 지자체 등과 MOU 체결을 완료

했으며, 서울도 10월 중 체결 예정이다.

유통 통합플랫폼 구축의 구체적인 계획 논의

중소기업·소상공인 유통 통합플랫폼 구축 계획도 나왔다. 인터넷 오픈마켓 사업자들의 불공정 거래행위 지속되고 있어 입점업체 82.7%가 불공정 거래행위를 경험했다는 보고도 있다. 과도한 비용(광고·부가서비스)과 판매수수료 지불(72.9%), 할인쿠폰 및 판매수수료 차등 적용 등 차별적 취급(51.7%), 타 오픈마켓 입점 방해 등 사업활동 방해(20.1%) 등이다.

앞으로 핀테크 등 비즈니스 모델 확장과 함께 시장규모 성장이 가속화될 전망이고, 온라인 쇼핑몰 업체와 전통 유통업체간의 합종연횡이 이뤄지고 있으며, 다품종 소량생산 제품 판매 비즈니스 플랫폼 구축 요구가 증대되고 있다. 제조업에서 소프트웨어 기반한 유통플랫폼으로 산업 주도권이 이동되고 있으며, 중국사례로는 알리바바(온라인쇼핑몰)와 쑤닝원상(체인유통업체)의 전략적 제휴가 이뤄지는 모습도 볼 수 있다. 업종별 오프라인 기업들이 연합한 B2B 마켓플레이스(연합거래형) 강세가 전망되면서 단순한 구매↔판매의 중개거래형 B2B 마켓플레이스가 쇠퇴하고 거래비용절감 뿐만 아니라 기업간 협업, 협력관계를 지원함으로써 적극적인 가치를 창출할 수 있는 연합거래형으로 전환할 필요성이 있다.

이를 위해 중단협, 조합, 학계, 유통업체, IT 전문가로 구성된 전문가 위원회를 구성·운영해 사업검토 및 체계 구축 논의가 필요하다. 이어 2016년까지 법인설립 T/F를 구성·운영할 계획도 있다.

제4차 중단협 실무위원회 결과

제4차 중단협 실무위원회가 제3차 중단협 회장단 회의에 이어 지난 8월 27일 오후 5시부터 7시까지 한국프랜차이즈협회 2층 제2소회의실에서 개최됐다. 중단협 실무위원, 본회 경제정책본부장 등 9명이 참석한 제4차 중단협 실무위원회의 회의 결과 청년 1+ 채용운동, 내수살리기 캠페인, 중소기업 중심 경제 등에 대한 안건이 나왔다. 실무위원회는 청년 채용운동 실적 파악을 위해 점검방안 마련 필요성을 절감하고 회원사 데이터베이스(Database) 제출 협조를 제공지했다. 또한 내수를 위해 정부 소비활성화 정책에 맞춰 지역 농산물을 추석선물 활용 등을 제안다. 한편 중소기업 중심 경제구조 추진 과정에서 중단협 협력이 필요하다는 데 뜻을 모았다. 토론회 등 개최 시 중단협 공동 개최 검토하고 해외 사례 및 기업 포트폴리오 이론 등 다양한 사항 접목할 필요가 있다는 내용이다.



프랜차이즈산업은 지속적인 성장 기록

“2013년 프랜차이즈 기업 118개 · 브랜드 3511개...전년대비 증가”



지난 10월 5일 여러 언론에서 우리나라 치킨전문점 숫자로 화제가 됐다. 언론들은 일제히 2013년 기준으로 우리나라 치킨 전문점이 3만 6000곳에 달해 전세계 맥도날드 매장 숫자(3만 5429개) 보다 많다고 보도했다. 해당 기사는 KB경영연구소가 KB카드 가맹 개인사업자 중 치킨전문점의 현황을 분석한 자료를 인용한 것이었는데, 내용 중에는 공정거래위원회에 등록된 치킨 전문 프랜차이즈 가맹점 숫자가 2만 2529개를 기록했다는 사실도 보도돼 더욱 관심을 끌었다.

이 같은 치킨 프랜차이즈 가맹점 수는 사실 지난해 연말 통계청이 발표한 '2013년 기준 서비스업부문 조사결과'에서 나온 것이다. 당시 통계청 자료에 따르면, 2013년 현재 교육서비스업을 제외한 우리나라 프랜차이즈 가맹점 숫자는 15만 1000개로 전년대비 2.7%(4000개)가 증가했다. 종사자수는 51만 1000명으로 전년의 48만 6000명에 비해 5.2%(2만 5000명) 증가했으며, 매출액은 37조 6000억원으로 전년(35조 4000억 원)에 비해 6.1%(2조 2000억 원) 정도 늘었다. 특히 편의점, 한식, 제빵·제과의 3개 업종 매출액이 18조 원으로 전체의 47.9%를 차지한 것으로 나타났다.

물론 통계청의 조사는 한국표준산업분류상 11개 산업대분류에 해당하는 사업체(262만 개) 중 표본으로 선정된 약 20만 개 사업체를 대상으로 한 것이기에 프랜차이즈산업 현황을 정확하고 완벽하게 보여준다고 보기는 어렵다. 다만 각 업종별로 어느 정도 규모와 종사자, 매출 차이를 가늠할 수 있는 잣대는 될 수 있을 것으로 보인다.

	2012	2013	증감	증감률(%)
가맹점수(천개)	147.1	151.1	4.0	2.7
종사자수(천명)	486.1	511.2	25.1	5.2
매출원(조원)	35.4	37.6	2.2	6.1

프랜차이즈 주요지표(교육서비스업 제외)

「2014 프랜차이즈산업현황 보고서」 자료

(단위 : 개, 명, 백만원)

업종별	가맹점수(A)	종사자수	매출액(B)	가맹점당 매출액(%)
편의점	25,039	94,735	10,292,895	411.1
한식	20,119	75,279	4,684,942	232.9
제빵 · 제과	8,247	38,025	3,025,950	366.9
피자 · 햄버거	8,542	38,836	2,019,748	236.4
치킨	22,529	52,736	2,455,239	109.0
주점	10,934	27,417	1,392,038	127.3
커피전문점	8,456	36,673	1,334,227	157.8

주요 프랜차이즈 가맹점수, 종사자수 및 매출액

「2014 프랜차이즈산업현황 보고서」 자료

프랜차이즈산업은 성장 중...각종 통계서도 나타나

통계청 자료에서도 보듯 우리나라 프랜차이즈산업은 해가 갈수록 성장세를 기록하고 있다. 비록 과거에 비해 폭발적인 성장은 아니라고 해도 꾸준한 성장가도를 달리고 있는 중이다.

프랜차이즈산업 현황에 대한 보다 현실적이고 정확한 자료는 산업통상자원부가 발표하기로 한 '프랜차이즈 기상도'와 공정거래위원회 가맹정보제공시스템의 공시, 그리고 지난 8월 (주)맥세스컨설팅에서 발표한 '2014 프랜차이즈 산업 현황 보고서'를 통해 알 수 있다.

공정위 가맹정보제공시스템의 공시에 따르면, 우리나라 프랜차이즈 브랜드 숫자는 2010년 2550개에서 2011년 2947개, 2012년 3311개, 2013년 3691개로 늘었으며, 2014년에는 4288에 달했다.

또 프랜차이즈 가맹점 수는 2010년 14만 8719개에서 2011년에는 17만 926개, 2012년 17만 6788개를 거쳐 2013년에는 19만 730개로 급증했다. 지난해에는 19만 4199개로 2010년 대비 30% 가량 증가했다.

공정위 가맹사업거래 사이트에 등록된 정보공개서를 바탕으로 전수조사를 통해 프랜차이즈 산업 현황을 분석한 「2014 프랜차이즈산업현황 보고서」에 따르면, 2014년 4월말까지 정보공개서를 등록한 2880개 기업 3511개 브랜드에 달했다. 이는 2012년 3410개 브랜드, 2762개 기업과 비교할 때 브랜드는 101개, 기업 수도 118개 증가한 수치다.

또 프랜차이즈 기업의 존속 년수는 평균 9.6년, 브랜드 존속 년수는 기업 보다 짧은 평균 7.8년으로 나타났다. 이는 2012년 기업 평균 존속 년수인 10.2년, 브랜드 평균 존속 년수 8.3년 보다 낮아진 수치로 프랜차이즈 기업 및 브랜드의 폐점 주기가 더욱 짧아졌음을 알 수 있었다.

2013년 프랜차이즈 전체 폐점 브랜드 186개를 살펴보면 외식 브랜드의 폐점 수가 132개로 가장 많았으며, 서비스업



가맹점수 (천개)

151 ↑ 2.7%



종사자수 (천명)

511 ↑ 5.2%



매출액 (조원)

37.6 ↑ 6.1%

「2014 프랜차이즈산업현황 보고서」 자료

브랜드의 폐점 수는 33개(17.7%), 도소매업 브랜드 폐점 수는 21개(11.3%)로 나타났다. 프랜차이즈 산업(기업)의 전체 매출액의 경우 2013년 36조 434억 원으로 2012년 38조 8805억 원 보다 다소 감소한 것으로 집계됐으며, 전반적으로 총자산, 총자본, 매출액, 영업이익, 당기순이익 모두 2012년과 2013년 감소세를 보였다. 하지만 평균 현황을 보면 총자산, 총부채, 매출액은 모두 평균매출액 또한 다소 증가세를 보였으며, 총자산, 영업이익, 당기순이익은 2012년과 비슷한 것으로 나타났다.

전체 프랜차이즈 기업의 임직원 수는 15만 9428명으로, 기업당 평균 48.3명이 재직 중인 것으로 나타났다. 또, 브랜드별 평균매장 수는 25.1개로 2012년 25.7개와 비슷한 수준이었다. 참고로 2011년에도 23.6개였다. 브랜드별 신규 개점 수는 4.7개로 2011년의 5.1개, 2012년의 4.8개 보다 감소했다.

외식기업 70.1%, 외식 브랜드 86.1%로 외식업 편중 현상 여전

통상적으로 분류하는 것처럼 외식, 서비스, 도소매업 등 업종별로 보면 외식기업이 1966개로 전체의 70.1%를 기록했다. 다음으로 서비스업이 569개(20.3%), 도소매업이 271개(9.7%)로 나타났다. 브랜드의 경우 외식브랜드가 2417개로 전체의 86.1%를 차지했으며, 다음으로 서비스업이 676개(24.1%), 도소매업은 294개(10.5%) 순이었다. 특히 외식 브랜드 비율은 기존의 통계나 자료에 비해 더욱 높아 외식업 편중 현상이 계속되고 있음을 여실히 보여줬다. 매출의 경우 업종별로는 외식기업이 약 17조 3000억 원을 기록했으며, 서비스업이 약 6조 5000억 원, 도소매업은 약 12조를 기록했다. 기업별 평균 매출액은 외식기업이 약 80억 원, 서비스업은 약 119억 원, 도소매업은 약 357억 원이었다. 이를 통해 도소매업의 기업 규모가 외식, 서비스업보다 상대적으로 큰 것을 알 수 있었다. 업종별 임직원 수는 외식기업이 9만 3490명, 서비스업은 3만 1397명, 도소매업은 3만 2935명으로 나타났다. 업종별 평균 임직원 숫자는 외식기업이 43.6명, 서비스업 54.6명인 반면 도소매업은 125.2명에 달했다. 주목할 것은 업종별 매장 숫자가 외식업, 도소매업의 경우 매년 큰 폭으로 증가하고 있다는 점이었다. 반면 서비스업은 2012년을 기점으로 하락하고 있었다.

가맹점의 경우 역시 모든 업종에서 전반적인 증가세를 기록하고 있는 가운데(서비스업은 2013년 감소세 기록), 특히 외식업의 경우 꾸준한 증가세를 기록하는 와중에 2013년에는 그 증가폭이 커진 것으로 나타났다.

업종별 신규개점 수는 외식업의 경우 매년 비슷한 수준을 유지하고 있는 것으로 파악됐지만 서비스업과 도소매업은 감소세를 기록했다. 하지만 브랜드별로 보면 신규개점은 모든 업종에서 매년 비슷한 수치라는 게 「2014 프랜차이즈산업현황 보고서」의 분석에 의해 알 수 있었다.



「2014 프랜차이즈산업현황 보고서」 자료

기타 외식업이 브랜드의 61%로 최다...패스트푸드, 이·미용은 매출 증가세 최고

정보공개서의 19개 업종분류기준에 따라 브랜드를 구분해 보면 기타 외식업이 2071개(61%)로 가장 많았다. 이어 교육 서비스업이 285개(8.4%)로 그 뒤를 이었으며, 기타서비스 198개(5.8%), 기타도소매(5.6%)의 순이었다.

업종분류별 기업 수도 브랜드와 마찬가지로 기타외식이 1669(59.5%)로 가장 많았으며, 교육서비스 220개(7.8%), 기타서비스 175개(6.3%) 등의 순이었다. 업종분류별로 매출액 증가세가 가장 큰 업종은 패스트푸드, 이·미용 업종으로 전년대비 2013년에 약 3000억 원의 신장세를 기록했다. 또한 주류, 기타도소매, 기타서비스, 화장품, 유아관련, 농수 산 업종 등도 증가세가 눈에 띄게 늘었다. 특히 기타 외식은 12조 7000억 원으로 가장 높은 매출액을 기록했다.

반면 제과제빵, 교육서비스, 건강식품, 컴퓨터 관련 등 업종은 최근 4년간 하락세를 보이고 있었으며, 가장 낮은 매출액을 나타낸 업종은 배달서비스업으로 약 28조 2000억 원이었다. 가맹점 평균매출액의 경우에는 기타 서비스가 30억 4733만 원으로 가장 높았으며, 패스트푸드가 15억 2832만 원, 농수산이 11억 8832만 원, 건강식품 11억 5299만 원 등의 순이었다. 또한 2012년과 비교할 때 자동차관련, 제과·제빵, 농수산 등 일부 업종을 제외하고는 가맹점의 2013년 평균매출액이 다소 감소하는 추세를 보이는 것으로 나타났다.

부정적 인식 속에서도 프랜차이즈는 자영업자의 성장 위한 대안

이 같은 통계 자료들을 통해 비록 사회 저변에 프랜차이즈에 대한 부정적인 인식이 아직 존재하지만 프랜차이즈산업은 지속적인 성장을 하고 있으며, 시간이 갈수록 그 기업 및 브랜드 숫자도 늘고 있음을 알 수 있다.

무엇보다 기업과 브랜드들이 비록 부침은 있지만 전체적으로 보면 모든 업종에서 가맹점들이 꾸준한 증가세를 기록하고 있다는 사실은 프랜차이즈 창업이 상대적으로 안전하고 성공적인 운영을 보장할 수 있다는 그간의 주장을 확인시켜 준다고 해도 과언은 아니다. 많은 프랜차이즈 전문가들은 이 같은 프랜차이즈산업의 꾸준한 성장세에 대해 기존에 비해 교육받은 인력들이 뜻을 가지고 프랜차이즈산업 전 분야에 걸쳐 유입되고 있으며, 과거에 비해 내실있는 가맹사업이 전개되고 있기 때문이라고 보고 있다.

물론 통계에서도 보듯 외식업의 경우 그 비중에 걸맞게 기업과 브랜드 숫자가 많은 만큼 경쟁도 치열하다는 점에서 보다 신중한 접근이 필요하다는 점은 반드시 기억해야 한다는 지적이다.

이와 관련해 조동민 협회장은 “자영업자들이 힘든 이유는 과당 경쟁도 있지만, 상당수는 변화하는 소비자들의 욕구를 충족시켜 주지 못하고 옛날 방식을 고집하기 때문”이라며 “프랜차이즈 기업의 경우 소비자들의 니즈에 민감하며 트렌드를 직시하면서 새로운 시장을 만들고 있어 기존의 낡은 방식으로 운영하는 자영업자들에게는 프랜차이즈로의 전환이 지속가능한 성장의 대안이 될 수도 있다”고 말했다.

카드 수수료 인하 연내 이뤄진다

재계약 기맹점부터 적용될 듯...실제 혜택 보기까지는 시간 걸려

수많은 소상공인들이 한 목소리로 요청했던 신용카드 기맹점에 대한 수수료 인하가 조만간 이뤄질 전망이다. 신용카드 수수료 인하는 그동안 수차례에 걸쳐 논란이 됐지만 신용카드사들이 이런저런 이유를 되며 적극적인 로 나서는지 않거나 부정적인 입장을 견지하면서 평행선을 달리고 있었다. 하지만 지난 10월 7일 국회 정무위원회 금융위원회에 대한 국정감사에서 임종룡 금융위원장이 “카드기맹점 수수료를 인하와 관련한 작업을 최 대한 서두르겠다”고 답변하면서 상황은 180도 달라졌다. 임 위원장의 발언 한마디로 인해 카드사들은 ‘울며 겨 자먹기’ 식으로 신용카드 수수료 인하에 나설 수밖에 없게 됐으며, 이제 카드 수수료 인하는 기정사실화됐다. 남은 것은 과연 인하폭이 어느 정도 되느냐의 문제뿐이다.



카드업계에 따르면, 여신금융협회는 카드사 실무진으로 구성된 TF를 통해 회원사들의 의견을 취합하면서 적격비용 재산정 작업을 진행 중이다. 보통 카드 가맹점의 수수료율을 결정하는 적격비용 재산정에 있어 중요한 것은 자금조달비용이다. 자금조달비용은 적격비용 중 가장 큰 부분을 차지하는 것으로, 기준금리가 대폭 내려가면 자금조달비용 역시 줄어들게 된다. 기준금리는 2012년 1분기 3.25%에서 올해 2분기에는 1.5%까지 낮아졌다. 그만큼 자금조달비용이 줄면서 카드 수수료 인하 여력이 생긴 것이다.

여신금융협회는 당초 올해 안에 적격비용 재산정 결과를 확정할 예정이었지만 이르면 10월 까지 마무리한다는 방침이다. 따라서 빠르면 올해부터 적격비용 재산정 결과 인화된 신용카드 수수료를 적용받을 수 있는 가맹점도 생길 전망이다.

카드 수수료 인하 앞장선 김영환 의원...정무위원장 설득시켜

신용카드 수수료 인화가 가시화된 데에는 새정치민주연합 김영환 의원의 힘이 컸다. '중소기업과 골목상권을 지키는 의원 모임' 대표이기도 한 김 의원은 지난 6월 정무위 회의에서 "신용카드 가맹점 수수료 인하 여건이 마련된 만큼 금융당국이 나서 수수료 인하를 적극 추진해야 한다"고 촉구해 금융위원장의 긍정적인 답변을 끌어낸 바 있다.

김 의원은 또 중소기업중앙회, 외식업중앙회, 대한의사협회, 대한치과의사협회, 대한약사회 등과 연대해 신용카드 수수료 인하를 적극 추진해 왔다. 지난 8월에는 국회에서 신용카드수수료 인하 촉구 기자회견을 열고 "메르스 사태로 인한 중소기업인의 경영 악화가 심각한 상황인데다 기준금리 인하, 카드사 당기순이익의 증가 등 카드수수료 인하 여건이 충분히 조성된 만큼 카드 수수료 일괄 인하 운동을 전개한다"고 밝히기도 했다. 김 의원은 당시 이들 단체들과 함께 현행 2%가 넘는 신용카드 수수료를 1.5% 이하로 일괄 인하하고, 1.5%인 우대수수료도 1.0%까지 낮출 것을 주장했다.

김 의원은 이어 지난 10월 7일 정무위 국정감사에서 기준금리 인하 및 카드사 당기순이익의 증가, 뱅크의 매출액과 당기순이익의 증가를 지적하며 카드 수수료 인하를 거듭 촉구했다.

김 의원은 특히 대형가맹점이 협상력이 높은 관계로 1.7%의 낮은 수수료를 적용받는 실정을 언급하며 "영세가맹점 및 중소기업의 매출액이 대형가맹점의 3분의 1도 안되고 있어 이들 영세·중소 가맹점에 대한 수수료 인하 조치에도 전체 수수료 수익은 5% 정도밖에 줄지 않을 것"이라며 카드사에 부담이 된다는 일각의 우려를 일축했다.

결국 임 위원장으로부터 "인하요인이 있으며 수수료율 반영시 영세가맹점 및 중소기업들을 우대해야 한다는 원칙에 동의한다. 그런 방향으로 검토돼야 한다고 본다"는 답변을 이끌어냈다.

대형가맹점 역차별 논란 사라질지 관심 집중

카드 가맹점 수수료는 3년마다 책정되는 적격비용 산정에 따라서 정해지게 되는데, 현재 카드 수수료율은 2014년 기준으로 신용카드가 평균 2.10%, 직불카드와 선불카드의 평균 수수료는 각각 1.52%와 1.51%이다.

이 중에서 가맹점의 연매출이 3억 원 이하일 경우에는 우대수수료가 적용된다. 연매출 2억 원 이하인 영세가맹점의 경우에는 신용카드 1.5%, 직불카드 1.0%의 수수료율, 연매출 3억 원 이하인 중소기업은 신용카드 2.0%, 직불카드 1.5%의 우대수수료를 적용받고 있다.

이들 영세가맹점과 중소가맹점의 카드 수수료는 금융위원회가 그 대상과 가맹점 수수료율을 직접 결정하고 있다. 따라서 정치권에서 주장하는 영세가맹점 수수료 1.5%를 1.0%로, 중소가맹점 수수료 2.0%를 1.5%로 낮추는 방안이 관철될 수 있을지 관심이 집중되고 있다. 문제는 연매출 3억 원 이상의 일반가맹점인데, 현재 적격비용이 재산정되는 대상이 바로 이들 일반가맹점들이다. 일반가맹점의 경우 현재 2.1~2.7%의 수수료를 적용받고 있으며, 그 중에서도 카드 연매출이 1000억 원 이상인 대형가맹점은 1.7~1.8%의 낮은 수수료를 받고 있다. 대형가맹점이 일반가맹점보다 가맹점 수수료가 낮아 그동안 역차별 논란이 거세게 제기된 이유다.

한편 이번 카드 수수료 인하의 혜택을 가맹점이 실제로 보기까지에는 시일이 걸릴 것으로 보인다. 적격비용 재산정이 확정되더라도 보통 1년 단위인 카드 가맹점 계약의 특성상 재계약 시점부터 새로운 수수료율을 적용받을 가능성이 높기 때문이다.

실제로 한 여신금융협회 관계자는 언론과 인터뷰에서 “적격비용 재산정이 마무리되면 각 카드사에서 가상으로 적용해보고 재계약하는 가맹점부터 순차적으로 적용될 것”이라며 “수수료 인하에 모든 가맹점에 반영되기까지는 적잖은 시일이 필요하다”고 밝힌 바 있다.

소상공인 78.7% “현재보다 0.5%p 이상 인하해야”

중소기업중앙회가 지난 8월 소상공인(소매업, 외식업, 미용업, 수리업 등) 300명을 대상으로 실시한 ‘소상공인 신용카드 수수료 인하추진을 위한 실태조사’에 따르면, 신용카드 수수료는 ‘현재보다 0.5%p 이상 인하하는 것이 적절하다’라고 응답한 비율이 78.7%로 압도적으로 높았다. 이어 ‘0.3%p 인하해야 한다’는 답변이 12.3%로 그 뒤를 이었으며, ‘0.2%p 인하’ 4% 순이었다.

또 현재 연매출 2억 원인 영세가맹점 우대수수료율(1.5%)의 적용 상한선 연매출 기준에 대해 ‘확대가 필요하다’는 응답이 절반수준인 50.7%로 조사됐다. 특히 응답자 중 44.7%는 ‘3억 원으로 확대하는 것이 적절하다’고 답했다. 이와 함께 신용카드 수수료 부담을 완화하기 위한 대책으로는 ▲소액판매시 신용카드 결제 거부 권리 허용(46.3%) ▲우대수수료율(1.5%) 적용 범위 확대(35.0%) ▲금 결제시 가격할인 허용(34.3%) 등이 제기됐다.



자영업자도 최대 180일까지 실업급여

일반 근로자는 부득이한 사유로 퇴직한 경우 실업급여를 받을 수 있지만, 자영업자는 사장님이라는 이유만으로 매출 부진 등으로 가게 문을 닫게 되어 생계가 막막해져도 국가로부터 지원을 받을 수 없다고 생각하는 경우가 많다. 하지만, 고용노동부와

근로복지공단에서는 자영업 사장님들에게도 실업급여와 각종 지원 혜택을 주는 자영업자 고용보험 제도를 운영하고 있다.

자! 그럼 지금부터, 사장님의 든든한 첫 번째 보험 '자영업자 고용보험'에 대해 좀 더 자세히 살펴보자.

Q1. 자영업자가 고용보험에 가입하면 어떤 혜택이 있나?

☞ **첫째**, 부득이한 사정으로 폐업한 경우 가입기간에 따라 선택한 기준보수액의 50%에 상당하는 금액을 최소 90일에서 최대 180일까지 **실업급여**로 받을 수 있다.

☞ **둘째**, 자영업자의 직업능력개발을 위해 고용노동부장관이 정한 훈련과정을 수강하는 경우 **훈련비용**을 지원받을 수 있다.

고용보험에 가입중인 자영업자로서 고용노동부장관이 정한 훈련과정을 수강하는 경우 훈련비용의 100%(음식, 서비스직종의 경우 60%), 1인당 연간 200만원(5년간 300만원) 한도로 지원된다.

또한 훈련수당도 (3시간 미만 9천 원/일, 3시간 이상 18천 원/일 단위로) 지원된다. 실업자 내일배움카드 해당자는 훈련 비용의 50~80%, 1인당 200만원 한도로 지원되며 출석률 80% 이상인 경우 훈련장려금(월 11만 6천 원)도 지원된다.

가입기간	1년~3년	3년~5년	5년~10년	10년 이상
급여일수	90일	120일	150일	180일

* 실제 보험료를 납부한 기간만 피보험기간으로 산정됨

Q2. 가입대상이나 가입기간이 정해져 있다고 하는데...?

☞ 가입대상은 근로자를 사용하지 않거나, 50인 미만의 근로자를 사용하는 자영업자이다. 반드시 사업자등록증상 개업연월일로부터 6개월 이내에 가입신청을 해야 한다.

Q3. 월 보험료는 얼마이고, 실업급여는 얼마를 받을 수 있을까?

☞ 월 보험료와 실업급여액은 자영업자 고용보험 가입 시에 선택한 기준보수액(월)에 따라 결정된다. 기준보수액(월)은 고용노동부장관이 고시하는 5개 등급 중에서 본인의 형편에 따라 선택할 수 있다.

월 보험료는 고용보험 가입일 및 상실일에 따라 일할 계산된다.

실업급여를 받기 위해서는 최소 1년간 보험에 가입해야 하며, 가입기간에 따라 최소 90일에서 최대 180일까지 지급받을 수 있다.

Q4. 자영업을 하다가 바로 취업을 하면 손해일 것 같은데...?

☞ 실업급여를 받지 않고 자영업자에서 임금근로자로 전환된 경우, 실업급여 수급에 불이익이 없도록 하기 위해 자영업자 고용보험에 가입했던 기간을 합산한다. 실업급여 지급일수는 가입한 보험기간에 따라 정해지기 때문에 결과적으로 이로 인한 불이익은 없다.

Q5. 가입신청 및 문의사항은?

☞ 자영업자 고용보험에 가입하려면 근로복지공단으로, 실업급여·직업능력개발 등의 혜택을 받으려면 고용노동부 고용센터로 신청하면 된다.

보다 자세한 내용은 근로복지공단 홈페이지(www.kcomwel.or.kr), 고객지원센터 ☎1588-0075 또는 고용노동부 홈페이지(www.moel.go.kr), 고객상담센터 ☎1350 등을 통해서도 안내받을 수 있다.

등급	기준보수액(월)	보험료(월)	실업급여(월)
1등급	1,540,000원	34,650원	770,000원
2등급	1,730,000원	38,920원	865,000원
3등급	1,920,000원	43,200원	960,000원
4등급	2,110,000원	47,470원	1,055,000원
5등급	2,310,000원	51,970원	1,155,000원



사장님의 경쟁력 향상을 위한 실업급여, 직업능력개발 훈련비용지원!
고용보험이 사장님들에게도 힘이 되어 드리겠습니다.

● 가입은 언제?

사업자등록증상 개업연월일로부터 **6개월 이내**에 가입 가능합니다.

고용노동부 ☎ 1350
근로복지공단 ☎ 1588-0075
www.kcomwel.or.kr

‘국가인적자원개발 컨소시엄’ 회원사 위한 실질적 혜택 제공 위해 마련

향후 수준별 · 직급별 · 업종별
맞춤형 교육 실시를 위해 수요조사 실시 중

한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 해외 전문인력 양성을 위해 ‘국가인적자원개발 컨소시엄’ 사업을 진행하고 있다.

협회가 지난 5월부터 진행하고 있는 ‘국가인적자원개발 컨소시엄(이하 컨소시엄)’은 고용노동부와 산업인력관리공단이 주최하고 협회가 주관을 맡아 올해부터 처음 시작된 사업이다.

협회가 이 사업을 시작한 것은 그동안 해외진출 전문인력 양성을 위한 교육은 코트라, 무역협회, 농수산물유통공사(at) 등에서 시행하고 있었지만 프랜차이즈에 특화된 교육은 전무했기 때문이다. 따라서 프랜차이즈 산업의 양적 · 질적 성장에 걸맞는 교육이 미흡한 현실을 개선해야 한다는 지적이 많았다.

이에 협회에서는 프랜차이즈에 특화된 전문인력 양성 과정을 마련할 필요가 있다는 판단에서 협회가 직접 하나의 창구가 되어 사업을 진행키로 했다. 그리고 고용노동부와 산업인력관리공단의 승인을 얻어 지난 5월부터 본격적인 시행에 돌입했다.



교육 만족도 높고 철저한 관리 특징

컨소시엄 사업은 재직자 역량 향상 교육으로 고용보험에 가입만 되어 있다면 해당 기업의 재직자는 누구나 무료로 수강할 수 있는 것이 특징이다. 물론 협회와 협약을 맺는 것을 전제로 하지만 사실상 모든 기업에 기회가 열려있다고 해도 과언이 아니다.

게다가 프랜차이즈 기업을 위한 전문 특화 교육으로 총 6개 과정을 구성해 진행하는 등 참가자에게 실질적인 도움이 되도록 하고 있다.

협회에 따르면, 올해 처음 시작된 컨소시엄 교육은 현재 6개 과정에 걸쳐 연간 계획의 70% 정도가 진행된 상태다. 또한 풍부한 해외진출 경험을 가진 실무담당자 등 협회가 자체적으로 보유하고 있는 강사 풀을 최대한 활용하고 있으며, 그 외에 변호사 등 전문가 등도 다수 참여해 다양한 필드 경험과 함께 구체적이고 사실적 내용을 전달하고 있다. 특히 변호사의 경우 협회 자문위원을 맡고 있거나 대형 로펌에서 해외 관련 경험을 갖고 있는 이들이 참여하고 있어 실질적인 도움이 되고 있다는 평가를 받고 있다.

컨소시엄 교육은 재직자를 대상으로 최장 4일간 실시되는데, 현재 관련 업무를 하고 있는 경우에는 현업에 지장받지 않도록 교육기간을 2~3일 정도로 단축해 진행하고 있다. 뿐만 아니라 대부분의 프랜차이즈 기업들의 현실상 해외 담당자가 1~3명 정도에 그치는데다 대부분 업무가 많다보니 업무와 중복되지 않은 시간에 참여할 수밖에 없다는 점을 감안해 야간수업으로도 수강할 수 있다.

현재 협약을 체결하지 않은 해외 진출 기업 또는 진출 희망기업은 교육 참여를 하기 위해서는 우선 협약서를 작성해 협약을 체결해야 모든 컨소시엄 교육을 무료로 받을 수 있다. 또 한번 협약 체결한 이후에는 향후 있을 모든 교육에 신청서 작성만으로 참여할 수 있는 장점이 있다.

유익할 것은 교육에 일단 참여하면 출석에 유의해야 한다는 점이다. 출석체크는 핸드폰 QR코드로 하는데 출결이 매우 중요하다. 협회와 협약을 체결한 기업이라도 전체 과정 중 80% 이상은 반드시 수료해야 한다. 만약 2~3일, 최장 4일 동안 진행되는 교육에 참가하기로 한 후 일부만 듣거나 본인에게 필요한 강의만 듣는 경우에는 수료하지 못할 뿐 아니라 '3진아웃제'를 적용받아 나중에는 교육에 참여하지 못할 수도 있다. 이는 타 희망기업에 피해가 될 수 있기 때문에 불가피하게 도입한 방침으로, 궁극적으로는 교육 만족도를 높이기 위한 취지이다.

회원사 위한 실제적인 혜택 제공, 다양한 혜택 많아

컨소시엄 사업은 협회가 회원사에게 보다 실제적인 혜택을 제공하는 측면에서도 의의가 있다. 협회는 이미 회원사를 위해 박람회와 교육 서비스 등을 제공하고 있지만 교육만 해도 유료과정이 대부분이라 실질적인 혜택이 적다는 지적도 있었던 것이 사실이다.

따라서 협회는 이번 컨소시엄 사업을 통해 보다 실질적인 혜택을 제공하는 계기를 마련했다는 점에서 의미가 있다. 무엇보다 컨소시엄이 지속사업인 만큼 앞으로도 모든 교육 과정을 무료로 수강할 수 있다. 뿐만 아니라 산업통상자원부 용역으로 진행된 표준계약서 등 각종 양식과 해외진출 방법 가이드 등 협회가 보유한 각종 자료를 자율적으로 언제든지 볼 수 있는 혜택도 제공된다.

교육 수료 시 협회장 명의의 수료증과 각종 혜택이 제공된다. 게다가 각종 다과와 함께 중식도 제공된다. 이와 관련해 협회 교육 담당자는 “5개 과정이 오전 9시부터 오후 6시까지 이뤄지고 있기 때문에 국비로 중식까지 제공하고 있다”며 “컨소시엄 교육은 강사의 질과 교육시간 관리 등 교육수준 향상에도 신경을 쓴 것은 물론 교육 참가자의 각종 편의 제고 차원에서 식사까지도 원스탑 제공·지원하고 있다”고 설명했다.

컨소시엄에 대한 회원사 반응 매우 좋아

현재 컨소시엄 교육에 대한 회원사의 반응은 매우 긍정적이다. 적잖은 회원사들이 해외진출에 대해 높은 관심을 갖고 있는데다 실무자들의 경우 그동안 해외진출에 있어 성공사례 보다는 실패사례가 많았던 사실을 잘 알고 있기 때문에 체계적인 교육이 필요하다는데 의견을 같이하고 있다. 따라서 무료로 해외진출 관련 고급 정보를 얻을 수 있는 좋은 기회라는 점에서 컨소시엄 교육에 대한 관심은 상당히 높은 편이다.

일각에서는 ‘스텝 바이 스텝(step by step)’으로 수준별·업종별 특성에 맞게 교육이 보다 세부적으로 진행될 필요가 있다는 지적도 있다. 따라서 협회에서는 이 같은 지적을 충분히 반영해 향후 교육에는 이같은 수준별·업종별 특성에 맞는 맞춤형 교육을 실시할 계획이다.

협회 담당자는 “컨소시엄 교육은 수요기업과 협약기업이 있어야 하는 교육”이라며 “앞으로 희망하는 교육이 있을 경우 언제든지 제안만 하면 산업과 수준에 맞는 맞춤형 교육으로 진행 가능하다”고 설명했다.

이 관계자는 이어 “현재 100% 해외진출 전문인력 양성 교육으로 진행하고 있는데, 내년부터는 전체 과정의 70% 정도는 국내 전문인력 양성 교육으로, 나머지 30%는 기존처럼 해외 전문인력 양성 교육으로 진행할 계획”이라며 “교육 과정도 초급, 중급, 고급으로 나눠 수준 및 직급별 맞춤형 교육으로 진행할 예정”이라고 덧붙였다.

협회는 현재 이런 계획 하에 150개 협약기업을 대상으로 수요조사를 실시하고 있으며, 이 조사 결과



를 토대로 내년도 교육방향을 수립할 방침이다. 수요조사에는 올해 교육에 대한 만족도 및 평가도 함께 하고 있으며, 협회 담당자의 방문 조사 중심으로 전문 리서치 회사를 통한 조사도 병행하고 있다.

협회, 프랜차이즈 기업들의 보다 적극적인 활용 당부

협회는 노동부와 함께 실시하는 컨소시엄 사업을 보다 많은 프랜차이즈 기업들이 적극 활용하기를 기대했다. 협회 관계자는 “아직 많은 회원사가 이를 잘 알지 못하는 경우가 많다”며 “협회가 시행하는 컨소시엄 사업에 관심을 가져주길 당부드린다”고 말했다.

그는 이어 “협회의 많은 자료를 활용하지 못하는 분들도 많은데, 협회 홈페이지 등에 좀더 관심을 갖는다면 많은 도움이 될 것”이라며 “CEO 및 실무자 대상 교육에 많이 참여해주길 바란다. 회원사들의 참여가 많아야 협회도 이를 숙지하고 참고해서 회원사를 위한 더 나은 교육과 서비스를 제공할 수 있다”고 덧붙였다.

국가인적자원개발 주도의 컨소시엄 사업

그동안 정부 부처들이 각자 실시하던 각종 교육이 모두 고용노동부로 이관됨에 따라 국가인적자원개발 컨소시엄 사업이 실시됐다. 특히 해외진출 관련 교육은 타 기관들도 일부 실시하고 있었지만 프랜차이즈에 특화된 해외진출 교육은 없었던 만큼 해외진출을 했거나 희망하는 국내 프랜차이즈 기업에 실질적인 도움이 되고, 프랜차이즈산업 발전을 이끌 해외진출 전문인력 양성을 지원하고자 협회가 참가해 만들어 낸 프로그램이다.

따라서 협회에서는 이번 컨소시엄 사업을 통해 회원사에게 보다 실질적인 혜택을 줄 수 있을 것으로 기대하고 있다. 협회는 당초 109개 협약기업을 목표로 했는데, 현재 223개 기업이 협약을 체결한 상태이며, 교육 참여자만 해도 목표 540명 중 현재까지 320여 명이 교육을 수료했을 만큼 호응을 얻고 있다. 협회는 현재 150개 기업을 대상으로 하는 수요조사를 통해 기업들의 니즈를 파악한 후 내년부터는 직급별·수준별·업종별 맞춤형 교육으로 실시할 예정이다.

현재 컨소시엄의 전반적인 운영은 운영위원회가 맡고 있다. 운영위원회는 컨소시엄 사업 내 필수사항으로, 15명 내외의 운영위원으로 구성돼 있으며 모든 안건이 운영위원회를 통해 의결되고 있다. 현 한국프랜차이즈산업협회장과 서초고용센터장이 당연직 운영위원이 되며, 회계전문가, HRD 전문가, 협약기업 대표 등도 운영위원으로 참여하고 있다. 특히 협약기업 대표가 운영위원회에 참여하도록 한 것은 현장의 소리를 대신 듣기 위해서다. 운영위원회에서는 현장의 니즈를 파악하고 그에 따라 심사와 협의를 하는데, 특히 컨소시엄 사업이 단순한 교육이 아니라 체계적이고 시스템적으로 운영되도록 예산 및 교육방향을 논의하고 결정하고 있다.

글 나홍선 부장





1인 기업에서 연매출 30억 원 기업 일귀

(주)바늘이야기 송영예 대표

1인 기업으로 시작해 손뜨개 관련 사업으로 연매출 30억 원에 달하는 건실한 기업을 일궈낸 송영예 (주)바늘이야기 대표. 현재 <바늘이야기>라는 브랜드로 운영하는 쇼핑몰과 전국 50개 매장을 보유, 온라인과 오프라인을 아우르는 탄탄한 유통 수익을 올리고 있다. 이에 송영예 대표를 만나 그의 성공 창업과 그의 경영철학을 들어본다.

‘프랜차이즈는 교육사업’ 소신으로 교육 위주 경영 주력

〈바늘이야기〉는 2001년 전국적으로 220개 매장을 보유할 정도로 프랜차이즈사업에 있어서도 한마디로 파죽지세로 성장한 바 있다. 송 대표가 사업자등록을 내고 본격적인 사업을 시작한 것이 1998년이니 손뜨개만으로 3년 만에 220개 매장을 개설한 놀라운 기록이었다. “2000년대 초부터 유럽 등 바느질 관련 사업이 발달한 해외의 대표적인 브랜드와 독점 계약을 맺고 국내에 없었던 독특한 색상과 질감의 실들을 들여와 쇼핑몰에서 판매하다보니 〈바늘이야기〉가 알려지게 됐어요. 그러자 〈바늘이야기〉란 상호가 예쁘다며 같이 쓰자는 사람이 생겼고, 2000년 9월 처음으로 가맹점을 내줬죠. 강원도 원주 분이셨는데 플래카드도 붙이고 지역신문에도 기사를 내면서 열심히 하신 탓에 그 지역에서는 유명해졌고, 그로 인해 생긴 대리점도 한 해에만 여러 개였어요. 당시 매장이 10개쯤 생겼을 때 비로소 약관을 만들었을 정도니 한마디로 프랜차이즈에 대한 개념이 전혀 없었던 거죠.”



하지만 송 대표는 그런 숫자에 만족하지 않았다. 무엇보다 가맹점과의 신뢰가 중요하다는 판단에서 기대에 미치지 못하거나 뜻이 맞지 않는 매장은 과감하게 정리해 나갔다. 그 결과 현재 남은 가맹점은 50개. 비록 숫자로 보면 그리 많지 않지만 이들은 동지이자 동반자라 소위 ‘일당백’은 거뜬히 하고도 남는다는 것이 송 대표의 생각이다.

좋아하던 뜨개질이 사업으로 발전하다

종가집 외머느리로서 평소 요리와 옷에 관심이 많았던 송 대표는 1990년대 초 뜨개질을 배웠다. 시간이 가는 줄도 모를 정도로 흥미를

느낀 송 대표는 1995년 중앙일보에 주부동호회가 소개된 기사를 보고 가입하기 위해 PC통신을 배운 것이 인연이 되어 PC통신(천리안)에 손뜨개 방을 열기도 했다.

방장을 맡아 부모님 어깨 너머로 배운 솜씨로 글을 올리던 송 대표는 좀더 실력을 키우기 위해 아파트 노인정을 찾아다니며 배우는 것도 마다하지 않았으며, PC통신과 인터넷을 찾아가며 정보를 얻고 공유해 나갔다. 점차 작품 의뢰도 들어오기 시작했고, 연재 요청을 받고 잡지에 글도 기고했다. 그런 일련의 과정이 송 대표에게는 일과 가까워지는 계기가 됐다.

당시에는 여행 자유화 이전이라 참고할 만한 외국 서적이 많지 않았다. 송 대표는 1996년 처음으로 유럽에 갔다 신세계를 경험하고 이를 연재를 통해 사람들에게 알렸다. 그녀의 글에 대한 인기가 높아지면서 ‘사업이 되겠구나’하는 생각도 조금씩 생겼다.

남다른 감성과 적극적 노력으로 무역업 시작

사실 송 대표가 사업을 시작한 것은 1998년 IMF로 인해 남편의 사업이 어려워졌기 때문이었다. 불가피하게 일을 시작할 수밖에 없었던 송 대표는 사업자등록을 하고 본격적으로 손뜨개 사업에 뛰어들게 됐다. 처음에는 실을 사달라는 요청을 받고 도움을 주던 수준에서 시작했던 사업이 점차 실과 바늘, 원단, 부자재 등을 직접 사서 보내주는 수준으로 발전했다.

이른바 전자상거래를 시작했던 것이다. 그러다 2000년 5월부터는 무역도 하게 됐다. “당시에는 대부분의 실이 일본 위주의 화려한 원색이 주류였고, 오렌지나 그린 등 파스텔 톤 색상은 거의 없었습니다. 작품을 만들려고 보니 염색도 잘 해주지 않고 해서 아예 실을 유럽에서 가져온 게 무역을 시작한 계기였습니다.”

유럽의 경우 스케일이 굉장히 크고, 니트는 내추럴하고 편했다. 색감이 많이 없어도 멋스러웠다. 반면 일본은 무늬를 많이 넣고 원색 등 다소 화려한 색상이 위주였다. 상대적으로 우리나라 정서에는 유럽의 실이 더 잘 맞는다고 판단한 송 대표는 우리 정서에 맞는 영국 실부터 도입했다. 게다가 여성으로서 감성도 장점으로 작용했다. 당시 남성 위주의 유통이 주였다면 송 대표는 여성으로서의 감성으로 실을 골랐다. 무엇보다 독점 공급했기 때문에 수익구조가 좋았다.

기업 성장의 근간은 ‘교육’...프랜차이즈도 마찬가지

송 대표는 유통과 무역을 통해 회사를 성장시켜 왔지만 기업 성장의 근간은 ‘교육’이라고 강조한다. 특히 프랜차이즈 사업을 하는 과정에서 교육사업이 중심이 돼야 한다는 생각은 확신을 넘어 소신으로 발전했다.

송 대표는 “소비자는 실 하나 사면 그만일 수 있지만 각종 니즈와 클



레임이 발생할 때에는 가르치는 사람의 실력이 무엇보다 중요하다”며 “결국 교육을 통해 제2의 나를 만들어야 한다는 생각을 했다”고 말했다. 송 대표의 생각처럼 한 사람을 교육시키기까지는 최소 3년의 시간이 필요했다. 하지만 돈보다 교육을 위주로 사업을 전개해야겠다는 생각에서 한동안 가맹점 개설의 문을 닫았다. 이 원칙은 지금도 마찬가지다. 송 대표는 현재도 투철한 사명감을 갖고 있는 경우에만 가맹계약을 허용하고 있다. “이런 원칙은 앞으로도 변함이 없을 것입니다. 프랜차이즈는 교육사업인 만큼 교육이 중심이 돼야 한다는 생각에서 가맹점 출점 보다는 홈 클래스, 문화센터 강사 양성이 더 합리적이라고 판단했습니다.”

다양한 교육과정과 교재 발간 통해 저변 확대

이런 송 대표의 소신 때문에 <바늘이야기>는 교육 자체가 일원화된 시스템을 갖추고 있다.

<바늘이야기>에서 운영되는 교육과정만 해도 기초반, 주말반, 대바늘반, 코바늘반, 인형반, 태팅반, 창업반 등 30개에 달한다. 뿐만 아니라 최소한의 약어는 알아야 하기에 붙여와 독어도 배우고 있다. 특히 창업반은 맨 마지막 단계로, 2년 이상 교육을 받은 이들이 수강하고 있다.

“바느질 교육은 2~3년 이상 수강해야 창업이 가능합니다. 창업반의 경우 최소한 2년 이상 교육을 받은 분들인 만큼 거의 달인 수준이라고 해도 무방할 정도로 젊고 똑똑하고 실력이 뛰어납니다. 이런 분들이어야 현장에 나가 가맹점도 낼 수 있고, 교육도 할 수 있죠.”

이와 함께 교육 및 강사 양성을 위한 교재 발간도 지속적으로 추진, 현재까지 16권을 발행했다. 거의 2년에 1권씩 책을 낸 셈인데, 기초적인

교육의 경우 출판물을 활용하고 있을 뿐 아니라 교재발간에는 교육을 수료한 이들도 참여시키고 있다. 그 결과 다양한 응용편도 계속 만들어지고 있어 시간이 갈수록 교재는 더 늘어날 전망이다.

문화서비스 위해 파주에 사옥 마련…문화공간 ‘바람뜰’ 만들어

1인기업으로 시작한 송 대표는 회사의 성장에 걸맞게 고객 서비스를 더욱 강화하고 있다. 창업 17년만에 마련한 파주 사옥에 국내 최대 손뜨개용품 매장을 마련했으며, 전시와 교육을 위한 장소이자 문화서비스 공간인 카페테리아 ‘바람뜰’을 만들었다. ‘<바늘이야기>에 많은 사람들이 모여서 함께 뜨개하는 공간’ 뜻이란 의미와 ‘바람이 머물다가는 뜰’이라는 두 가지 의미를 갖고 있는 바람뜰은 고객에게 공간을 돌려주기 위해 송 대표가 심혈을 기울여 만든 장소다. “한마디로 ‘문화서비스로 가는 길목’이 되고자 했다”는 송 대표는 바람뜰에서 각종 전시회와 문화 공연, 소품 이벤트 등 다양한 이벤트를 계획하고 있다.

“바람뜰은 고객들이 편하게 오가며 즐길 수 있는 공간이자 힐링의 시간을 가질 수 있는 장소입니다. 고객들 스스로 잘하는 것을 공유하고, 참여한 사람들끼리 배우고 소통하는 공간이죠. 이 곳에서 차를 한잔 마시는 것도 문화이며, 고객들이 뜨개실을 사서 뜨개질하는 것도 문화입니다. 손뜨개는 실 하나만 사면 한달 동안 문화를 즐길 수 있는데다 정성과 시간이 고스란히 담긴 작품이 남습니다. 그야말로 ‘생산적인 문화’라고 할 수 있습니다. 손뜨개처럼 생산적인 문화를 제언하고 공유하는 것이 <바늘이야기>의 궁극적 목표가 될 것입니다.

송영에 대표와의 일문 일답

Q. 대표님의 프랜차이즈에 대한 생각이 궁금하다.

A. 프랜차이즈 사업은 교육사업이다. 따라서 결코 교육을 놓으면 안된다. 유통도 물론 중요하지만 교육도 반드시 함께 가야 한다. 다시 말해 교육사업과 유통사업이 결합된 형태가 바람직한 프랜차이즈라고 생각한다.

Q. 교육을 강조하는데, 사실 많은 프랜차이즈의 실정상 가맹점을 대상으로 하는 교육이 쉽지 않은 현실이다. <바늘이야기>는 가맹점에 대한 교육을 어떻게 하고 있나

A. <바늘이야기>는 가맹점 창업까지 최소 2년의 교육을 반드시 수강해야 한다. 뿐만 아니라 가맹점의 경우 1년에 5회 실시하는 교육에 반드시 참석해야 한다. 그 중 1회는 1박2일로 진행되는 워크숍이다. 가맹점이 교육에 참석하는 것은 본사가 개발한 패턴을 무상제공하기 때문도 있지만 무엇보다 소통과 교육의 장이 되기 때문이다. 프랜차이즈는 교육사업이고 교육의 연장선상에 있다는 사실을 가맹점주 모두 잘 알고 있다. 앞으로도 다양한 과정을 만들어 교육사업을 계속 펼쳐갈 계획이며, 향후 교육사업과 서비스 분야에도 집중할 생각이다.

Q. 브랜드 특성상 유통이 핵심인데, 가맹점 숫자는 그리 많은 편은 아니다.

A. <바늘이야기>는 현재 취급품목만 3000여 가지 이상이며, 소품물 매출이 70%, 대리점(가맹점 포함)이 30%다. 즉 소매가 70%로 많고 도매는 30% 정도다. 또 <바늘이야기>와 함께 10년 전부터 <단추이야기> 브랜드도 운영하고 있다. <바늘이야기>의 장점은 무엇보다 재료 유통에 대한 자신감에 있다. 우리가 유통하는 제품은 다른 곳에서는 구할 수 없다. 전 세계 6개 국가의 대표 브랜드와 독점 공급 계약을 체결하고 재료를 공급하기 때문이다. 개인적으로 <바늘이야기>의 가장 큰 경쟁력은 교육받은 가맹점주들이고, 두번째는 제조를 겸하고 있다는 점이다. 특히 가맹점주들은 <바늘이야기>의 차별화된 파워다. 가맹점주들은 자신들이 잘하는 제품을 만들어 직접 가져오거나 사진 찍어 와서 공유하곤 한다. 한마디로 50명이 넘는 디자이너가 있다는 점이 <바늘이야기>의 가장 큰 힘이다.



Q. 프랜차이즈산업 발전을 위한 제언을 한다면

A. 프랜차이즈 업계에는 보면 카피가 성행하고 있다. 자신의 장점과 특성으로 특화된 게 아닌 브랜드만 있는 것 같은 느낌이다. 특히 외식의 경우가 더욱 심하다. 뿐만 아니라 외식 프랜차이즈는 외식사업으로 얻은 수익으로 또 다시 외식을 한다. 개인적으로는 외식사업으로 돈을 벌면 계속 외식을 하기 보다는 문화서비스로 방향을 전환할 필요가 있다고 본다.

Q. 대표님이 생각하는 성공비결이 있다면 무엇이라고 생각하는지

A. 성공했다고 하기엔 부끄럽지만 1인 기업에서 시작해 이렇게 성장할 수 있었던 것은 욕심을 부리지 않고 내 소신대로 간 것이 도움이 됐다. 실제로 현재 판은 내 머릿속의 생각대로 가고 있다. 생각해 온 판, 즉 꿈꾸고 있는 비전대로 성취하는 것 지나치게 크지 않고 작게나마 그 꿈을 실현해 가고자 노력하는 것이 중요하다.

글 나홍선 부장 사진 황윤선 기자

최첨단의 프랜차이즈산업을 꿈꾸는 현장

제35회 프랜차이즈창업박람회 성료

2015 제35회 프랜차이즈창업박람회가 지난 9월 3일부터 5일까지 개최됐다. 정보화시대에 맞춰 프랜차이즈산업이 어떻게 발전하고 있는지를 조망할 수 있었으며, 다양한 아이템과 특전, 혜택을 통해 예비창업자들에게 창업의 기회를 제공했다. 또 창업에 실질적인 도움을 주는 교육을 무료로 실시해 여느 때보다 풍성한 박람회였다는 평이 쏟아져 나왔다. 글 김태환 기자 사진 황윤선 기자



국내 최대 규모로 개최

한국프랜차이즈산업협회와 소상공인시장진흥공단이 공동주최하고, 산업통상자원부, 농림축산식품부, 고용노동부, 식품의약품안전처, 특허청이 후원하는 '2015 제35회 프랜차이즈창업박람회'가 지난 9월 3일부터 5일까지 3일간 SETEC 전관에서 국내 최대 규모로 개최됐다. 2015 제35회 프랜차이즈창업박람회는 재창업을 원하는 소상공인, 운영에 어려움을 겪는 독립자영업자 등 창업시장의 약자는 물론, 청년일

자리와 여성, 중장년을 위한 올바른 창업정보를 제공하고, 시장경제를 활성화하는 대표 일자리창출 축제로 거듭날 계획이다.

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 "서민 경제의 근간이 되는 골목상권과 소상공인을 살리고 동반성장과 상생을 위해 프랜차이즈산업이 중추적 역할을 수행할 수 있도록 박람회를 알차게 준비했다"고 밝히고 "이번 박람회는 예비창업자에게 새로운 브랜드를 접할 수 있는 기회와 양질의 창업정보를 '스마트 모바일'을 기반으로 제공하는 첫 시



1. 이번 박람회는 150여 개 업체가 참가, 200여 개 브랜드를 선보였으며 프랜차이즈 가맹본부 대다수의 자발적 참여로 다양한 창업 특전들이 펼쳐졌다. 2. 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장을 비롯한 업계 인사들이 기념 촬영을 하고 있다. 3. 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장 4. 새누리당 이현재의원 5. 각종 부처 인사와 기업 대표들이 참석해 박람회장을 둘러보고 있다.



도의 장으로서 일자리와 부가가치 창출에 기여하는 국가 경제 활력의 장이 될 것으로 기대된다"고 말했다.

창조경제의 핵심 산업으로 발전

개막 첫 날 오전 10시부터 관람객들이 몰려들기 시작했다. 제 35회 프랜차이즈창업박람회 개막식이 야외세터에서 준비됐으나, 예기치 못하게 소나기가 쏟아졌다. 협회 측은 신속하고 유연히 대처해 실내 로비로 개막식 장소를 옮겼으며, 일정에 차질 없이 개막식이 시작됐다. 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장, 새누리당 이현재 의원, 소상공인시장진흥공단 이일규 이사장을 비롯한 업계 CEO 및 각계인사 100여 명이 참석한 가운데 오전 11시, 버튼식과 함께 성대한 개막을 알렸다.

새누리당 이현재 의원의 축사가 이어졌다. 이 의원은 "제35회 프랜차이즈창업박람회의 개최를 진심으로 축하한다. 프랜차이즈산업은 한 때 오해를 받기도 했지만, 이제는 창조경제의 핵심 일원이다. 소상공인과 자영업자에게 힘이 되고 도와주는 산업이자, 해외진출을 통해 대한민국을 빛내는 산업이 되길 바란다"고 말했다.

뒤이어 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장의 개회사가 있었다. 조 회장은 "이번 박람회는 소상공인시장진흥공단과 함께 한다는 것에 큰 의미가 있다. 프랜차이즈산업은 중견기업의 비중이 크기 때문이다"라고 말하며,

"지금은 스마트·모바일·빅데이터 시대이기 때문에 이를 활용해 창업정보를 확보하는 것이 중요하다. 박람회장에 지역별 업종을 추천하는 슈퍼컴퓨터도 설치했다. 이러한 연구와 발전을 토대로 프랜차이즈산업은 국가의 정당한 평가를 받고 지원받는 산업으로 끊임없이 도약해야한다"고 전한다. 조동민 회장의 개회사가 끝난 후, 테이프커팅과 단채기념촬영이 진행됐으며 협회 임원테 사무국장의 안내를 통해 전시장 순시가 이뤄졌다. 박람회에 참가한 주요업체들을 간략히 소개하고 비전을 제시하는 시간이었다.

다양한 업종 고루 분포대

이번 박람회는 150여 개 업체가 참가, 200여 개 브랜드를 선보였으며 프랜차이즈 가맹본부 대다수의 자발적 참여로 다양한 창업 특전들이 펼쳐졌다. 프랜차이즈 가맹본부들은 가맹비 면제, 기술이전비 지원, 인테리어 지원, 창업비용 무이자대출 등 실속 있는 창업지원책을 박람회 기본 특전으로 제공, 창업 초기 부담감을 덜고 성공적인 창업으로 안착될 수 있도록 적극 후원했다.

이러한 적극적 후원 아래, <바보스>, <크린토피아>, <불소식당>, <돈치킨>, <이바둑감자탕>, <거성치킨>, <커피베이>, <셀렉토키> 등의 부스에 예비창업자들의 발길이 끊이지 않았다. 철저한 준비성으로 날카로운 질문을 던지는 예비창업자들도 있었으며, 이에 맞춰 업체도 신중하고 자세하게 답



변을 내놓는 광경이 목격되기도 했다. 박람회에 참가한 대다수 업체가 외식프랜차이즈였지만, (주)YHB ECO나 (주)대원주방뱅크와 같은 기자재업체들 외 프랜차이즈사업에 도움이 될 만한 식자재업체들도 모습을 보였다. 그 외에는 자세교정, 재활 전문 프랜차이즈인 <닥터이지재활센터>, 수입차 전문 수리 업체 <오토샤인>, 스마트 배달대행 업체 <365집으로> 등이 이색적인 아이템을 선보였다.

주류를 이뤘던 외식프랜차이즈의 경우 업종의 편중현상이 덜한 편이었다. 치킨, 맥주, 피자, 고기, 카페 등의 아이템이 고루 분포됐고, 세분화된 콘셉트에 따라 참가자들이 업체를 선택할 수 있는 폭도 넓었다. 신규 브랜드들 중에서는 네덜란드 팝핑티 전문점 <YOYO>와 빅사이즈 테이크아웃 커피전문점 <카페 게이트> 등이 뜨거운 반응을 얻었다.

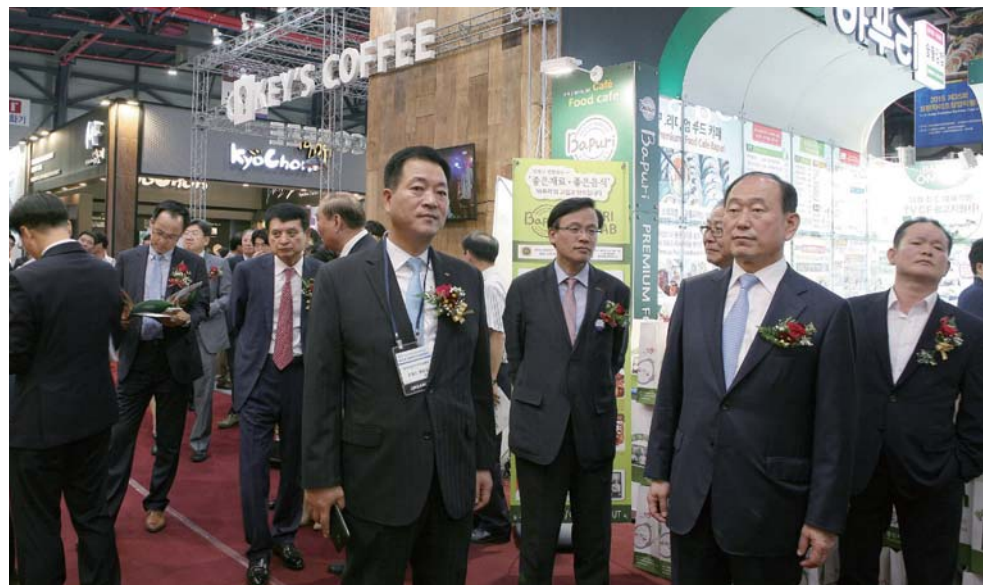
정보화 시대에 맞춰 변모하는 현장

특히 이번 프랜차이즈창업박람회는 동종업계 박람회 중에는 최초로 SK플래닛과 손잡고 비콘서비스(저전력 블루투스를 통한 차세대 스마트폰 근거리통신)를 기반으로 한 스마트 창업을 선보였다. 박람회장을 방문한 참관객 중 시럽(SYRUP)과 OK캐쉬백 어플을 다운받은 스마트폰에 창업 특전 및 브랜드 정보를 전송, 예비창업자에게는 창업 정보의 열람을 손쉽게 하도록 했으며 가맹본부에게는 브랜드 홍보 기회를 제공했다.

이와 함께 박람회장 내에 지역별 업종을 추천해주는 슈퍼컴퓨터가 설치됐다. NICE상권분석서비스를 기반으로 개발된 이 슈퍼컴퓨터는 예비창업자가 프랜차이즈창업을 원하는 지역을 선택하면 해당지역의 뜨는 업종과 관련 프랜차이즈 브랜드를 소개해주는 서비스다. 박람회에 참가한 브랜드라면 예비창업자는 바로 창업 상담이 가능해 상권분석서비스에 대한 재미와 유익함을 더했다. 또 박람회장 로비에는 지식사업부스가 설치돼 노무사업, 가스 요금 절약, 전자문서에 관한 정보를 얻어갈 수 있었으며, 한국공정거래조정원에서 무료법률상담을 진행하고 중소기업청에서 우수브랜드를 추천하기도 했다. 더불어 행사장 내 컨퍼런스룸(미래관 2층)에서는 다양한 창업교육이 이틀간 무료로 진행됐다. 4일은 ▲외식집포 운영의 노하우 ▲프랜차이즈의 상권분석 ▲올바른 프랜차이즈창업에 대해, 5일은 ▲프랜차이즈창업 99% 성공하기 ▲가맹점사업자가 꼭 알아야 할 상가임대차 보호법 ▲소셜미디어를 이용한 마케팅비법에 관한 교육이 이뤄졌다. 많은 예비창업자들이 관심을 가져, 매시간 자리를 꽉 채우거나 뒤에 서서 교육을 들을 정도로 열성적이었다. 강연자들은 성공창업노하우를 과감하게 노출하고, 경쟁력 강화 및 매출 증대 방안을 위한 심도 있는 논의들을 공유했다.



한국프랜차이즈산업협회와 드림라인주식회사의 MOU 체결모습



조동민 협회장이 소상공인시장진흥공단 이일규 이사장 등 주요인사들과 함께 전시장을 둘러보고 있다.

IT기반 구축사업 MOU 체결

3일 오후 2시에는 SETEC VIP접견실에서 한국프랜차이즈산업협회와 드림라인주식회사의 정보통신기반구축 지원사업 협력 관련 MOU가 체결됐다. 이번 MOU는 한국프랜차이즈산업협회와 드림라인 주식회사 간의 협력을 통해 프랜차이즈 산업계의 정보통신 및 네트워크 구축지원을 도모하기 위한 것이다. 협약에 따라 드림라인은 프랜차이즈 업계의 인터넷 전용회선 및 인터넷 전화사업 등 IT 기반 구축을 위한 제반 사업에 우선적으로 참여하게 된다. 이 밖에도 양측은 프랜차이즈 산업의 IT 기반 구축에 활로를 모색할 예정이다.

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 “급변하는 IT 환경 속에서 프랜차이즈 업계가 생존하기 위해서는 IT 인프라 구축은 선택이 아니라 필수이기 때문에 협회 회원사들이 보다 저렴한 비용으로 제반 시스템을 구축하도록 설계했다”며 “그 밖에도 소비자상담을 위한 공동콜센터 운영 등을 통해 중소 프랜차이즈 기업의 고객 서비스에도 지원이 가능한 강력한 IT기반의 프랜차이즈 시스템 구축 지원을 통해 중소 프랜차이즈기업들의 경쟁력 강화에도 많은 도움을 줄 것”이라고 전했다.

김형석 드림라인 대표는 “급변하는 IT시대에 대응하는 전용회선, 인터넷 전화 등 자사의 네트워크 노하우를 활용해 프랜차이즈산업의 IT기반 시스템을 적극 지원할 것”이라고 전했다.

MINI INTERVIEW 박람회 참여 목적과 소감은?



〈바보스〉 장우철 사장

〈바보스〉의 올 하반기 목표는 ‘용단폭격’이다. 이제 100여 개의 매장이 생겨 브랜드 인지도가 높아졌다고 판단해 본격적으로 대중들에게 〈바보스〉를 알릴 계획이다. 그래서 창업상담도 평소보다 더 적극적으로 임하고 있다. 마케팅을 대대적으로 펼쳐 가맹점주들에게 이익이 돌아갈 수 있도록 노력할 것이다.



〈리즈스테이크갤러리〉 이동기 주임

예비창업자들은 소위 ‘품 나’는 업종을 즐겨 찾는다. 〈리즈스테이크갤러리〉는 저렴하면서도 질 좋은 스테이크를 제공하기 때문에 예비창업자들과 소비자들에게 딱 맞는 브랜드다. 부담 없이 즐길 수 있는 패밀리레스토랑이라는 점이 참관객들에게 호소력 있게 다가간 것 같다. 이번 박람회를 계기로 브랜드를 더 발전시켜 나갈 것이다.



〈교촌치킨〉 박정호 팀장

〈교촌치킨〉의 박람회 참여 목적은 브랜드의 장점을 다시금 설명하는 계기를 마련하기 위해서다. 이미 〈교촌치킨〉은 대중들에게 높은 인지도를 가지고 있기에 가맹사업의 확장보다는 브랜드 가치를 확고히 다져나가는 것이 더 중요하다고 판단했다. 또 제2브랜드인 〈엠도씨〉의 서울 오픈에 앞서 가볍게 알릴 기회가 될 수 있을 것 같다.

글로벌 대장정을 향한 세 번째 발걸음

기대감과 설렘이 함께 한 KFCEO 명품과정 입학식



한국프랜차이즈산업협회가 주관·주최하는 제3기 KFCEO 명품과정 입학식이 지난 9월 7일 서울 서초구 반포동 팔래스호텔서울에서 한국창업전략연구소 이경희 소장의 사회로 열렸다. KFCEO명품과정은 세계 어디에 내놓아도 부족함이 없는 프랜차이즈 CEO 500명을 키워낸다는 목표로 각 분야 최고의 강사진으로 구성된 교육과정이다. 교육 인원은 62 명이며 수업은 9월 7일부터 12월 21일까지 16주간 매주 월요일 저녁에 진행된다.

글 최윤영 기자 사진 황윤선 기자, 주현희 기자



1주차

KFCEO 명품과정 입학식 송은영 교수_CEO 이미지 전략

조동민 협회장은 입학식 격려사에서 “KFCEO 명품과정 이 탄생하기까지 주변에서 많은 분들이 도움을 주셨다. 대한민국 프랜차이즈 산업의 진흥을 위한다는 마음으로 모두가 땀을 뭉쳤고, 아직 역사는 짧지만 좋은 전통을 만들어가고 있다”며 “이번에도 경기가 어려운데 많은 분들이 공부하러 오셨다. 나도 단체장 역할 열심히 하겠다. 협회가 다 잘한다고 보지 않지만 다 잘하려고 노력하고 있다”고 말했다.

KFCEO 명품과정 1기 회장인 정현식 (주)해마로푸드서비스 대표는 “차를 타고 이곳으로 오는데 가을 냄새가 부쩍 났다. 이런 좋은 시기에 좋은 분들과 좋은 강의를 함께 듣게 되었으니 좋은 추억을 만들기 바란다. 그리고 다들 KFCEO 명품과정의 원우가 되어 좋은 만남을 이어가자”고 말했다.

KFCEO 명품과정 2기 회장인 김성호 침성대 대표는 “만약 서울대를 가려고 한다면 전철 서울대입구역에서 내려서 버스를 갈아타면 갈 수 있지만, 이 자리는 아무나 올 수 없는 소중한 자리다. KFCEO 명품과정은 앞으로 알리

바바나 코카콜라를 넘어서는 인재가 나오는 역사의 시작”이라고 말했다.

9월 7일 입학식과 함께 진행된 첫 교육은 ‘CEO 이미지 전략’으로 백석대 송은영 교수가 맡았다. 송 교수는 박근혜 대통령이 대선에 나왔을 때 당시 박 후보의 이미지 메이킹을 담당했을 만큼 해당 분야에서 손꼽히는 전문가다. 송 교수는 CEO들이 한 명씩 앞으로 나와서 자기소개를 하면 ‘원포인트 레슨’을 통해 맞춤식 조언을 했다. CEO들은 처음에 어색한 반응을 보였지만 갈수록 적극적인 모습을 보였다. 송 교수는 “인생에서 표정은 아주 중요하다. 일단 내가 표정이 밝아야 상대방도 밝을 수 있다. 내가 표정이 어두운데 상대방이 밝기를 기대하면 안 된다”라며 CEO들의 머리카락 모양을 바꿔주면서 밝은 표정을 주문했다. 그는 “외모가 뛰어난 사람은 보는 사람에게 쾌감을 주지만 그 효과는 오래가지 않는다. 진정한 미인의 표정은 내면에서 나온다. 마음가짐을 어떻게 가져가는가에 따라서 상대방에게 지속적인 호감을 주는 표정을 만들 수 있다”고 강조했다.

1. 조동민 협회장 2. 이경희 소장의 사회로 KFCEO 3기 과정이 시작됐다.
3, 5. 제3기 KFCEO 원우들이 협회 유인물을 보거나 식사를 하며 친목을 도모하고 있다.
4. 송은영 교수





영광된 자리 감사해

(주)김가네 **김용만** 회장

(주)김가네 김용만 회장은 훌륭한 통찰력을 기를 수 있는 시간이 되리라는 기대감을 나타냈다. 그는 “명품은 일반적인 상품과 구분되는 차이가 있다. 상품은 시간이 지나면 가치가 떨어지지만 명품은 시간이 지날수록 가치가 올라간다”며 “오늘 KFCEO 명품과정에 오신 분들을 살펴보니, 앞, 뒤, 옆, 어디를 봐도 좋은 분들만 보인다. 성실하게 교육과정에 임해서 잊지 못할 추억을 만들고 싶다”고 말했다.



미래를 위한 도전

(주)원앤원 **박천희** 대표

(주)원앤원 박천희 대표는 KFCEO 명품과정을 통해서 경영활동에 도움이 되는 지식은 물론이고 삶에 도움이 되는 지혜를 얻고자 한다고 포부를 밝혔다. 그는 “지금은 저성장 시대라고 한다. 앞으로는 고속 성장기와는 전혀 다른 양상의 경영환경이 지속될 전망이다. 따라서 이전과 같은 경영전략으로는 생존할 수 없다”며 “KF-CEO 명품과정은 저성장 시대의 글로벌 경쟁을 슬기롭게 헤쳐나갈 수 있는 도약의 계기가 되리라고 생각한다”고 말했다.



배움에 대한 행복한 자극

노무법인 C&B **강미혜** 부대표

노무법인 C&B 강미혜 부대표는 배움에 관한 최고의 자리에 서게 되었다며 기쁨을 표현했다. 그는 “오늘 최고로 좋은 내용을 배울 수 있는 자리에 오니 학창시절이 떠올랐다. 학창시절 내가 강씨인 데다가 키도 커서 항상 주목을 받게 되었고, 그래서 항상 열심히 하는 모습을 보여주려고 노력했다”며 “KFCEO 명품과정에서도 적극적인 자세로 하나라도 더 배울 수 있도록 힘쓰겠다”고 말했다.

2주차

주철환 교수_벽을 넘어야 별이 된다 김경준 대표_마키아벨리 경영론

2주차 교육은 아주대 문화컨텐츠학과 주철환 교수의 인문학 강연으로 시작됐다. 주 교수는 문화방송 프로듀서로 입사해 ‘우정의 무대’, ‘일요일 일요일 밤에’, ‘테마게임’ 등 참신하고 흥미로운 지상파 프로그램을 연출했고, 국어교사, 문화방송 예능국 차장, 중앙일보 본부장, JTBC 이사 등 다양한 경력을 가진 저명인사다.

주 교수는 밥, 욕, 나이를 잘 먹으라고 주문했다. 그는 “밥 먹는 즐거움을 느끼면 하루에 세 번은 행복하다. 내가 욕을 먹는다는 것은 내가 기대감을 준다는 뜻이다. 거지가 있으면 피해가지 욕하지 않는다”며 “그러므로 다른 사람을 잘 배려하면 즐겁게 나이를 먹을 수 있다. 그러면 삼성가 청와대가 부럽지 않다”고 말했다.

덜로이트 컨설팅 김경준 대표는 마키아벨리의 사상이 단편적으로 소개되는 현실을 지적하면서 그의 철학을 어떻게 경영활동에 접목할 수 있는지를 강의했다.

김 대표는 “마키아벨리는 마키아벨리스트가 아니다. 일반적으로 마키아벨리즘은 이기적이며 교활하고 도덕적으로 잘못된 행위를 정당화하는 관념 체계로 사용된다. 그러나 실제 마키아벨리의 사상은 전혀 다른 얘기”라며 “국가라는 공익을 위해서 수단과 도덕적 선악에 관계없이 효율성을 우선시하는 공리주의적 사고”라고 말했다.

그는 “리더는 도덕을 외치는 선생님이 아니다. 리더의 임무는 공동체를 안전하게 유지하고 번영시키는 것이다. 그렇다고 자신의 이익을 공동체의 미래와 바꾸는 리더는 가장 용렬한 자다. 지도자는 대중을 천국으로 이끌기 위해서 지옥으로 가는 길을 숙지해야 한다”고 강조했다.



1. 김경준 대표 2. 주철환 교수

3, 4, 5. 제3기 KFCEO 명품과정 2주차에는 주철환 교수의 <벽을 넘어야 별이 된다>, 김경준 대표의 <마키아벨리 경영론> 강연이 진행됐으며 원우들은 진지한 모습으로 강연에 귀를 기울였다.





1. 이경미 교수 2. 이경미 교수가 <신뢰회복을 위한 마케팅 전략>에 대해 열린 강의를 하고 있다.

3 주차

이경미 교수_신뢰회복을 위한 마케팅 전략 안유화 박사_중국 시장 변화와 우리의 대응 방안

서울대 이경미 교수는 고객이 기업을 신뢰하지 않는 시대가 왔으며 기업이 고객을 설득하려고 하면 고객은 방어적 자세를 취한다고 현 시대의 마케팅 포인트를 설명했다. 이 교수는 “지금은 마케팅3.0의 시대다. 마케팅1.0 시대에는 물건을 잘 만들면 팔렸다. 마케팅2.0 시대에는 어떻게 고객을 설득할지를 고민했다. 마케팅3.0 시대는 고객과 협력하고 고객이 판매활동에 참여하도록 배려해야 한다”고 말했다. 그는 “기업이 아무리 TV광고를 열심히 해도 고객은 그 광고를 끝까지 보지 않는다”며 “노골적인 브랜드 제시를 자제하고 사용자들간의 대화의 장을 만들어 주는 파티 플래너의 역할이 필요하다”고 강조했다.

한국자본시장연구원 안유화 박사는 앞으로 중국을 생산 공장이 아닌 거대한 소비시장으로 바라보아야 한다고 주문했다. 그는 “중국은 이제 저렴한 노동력을 바탕으로 합리적인 가격의 제품을 생산하는 시대를 벗어났다. 그런 생산 시스템은 동남아로 옮겨가고 있다”며 “가까운 미래에 중국은 미국을 넘어서는 세계 최대의 소비시장으로 떠오를 전망이다. 한국 프랜차이즈 기업도 중국 시장을 제패하면 세계 최고가 될 수 있다. 지금부터 중국을 무조건 연구해야 한다”고 말했다.



3. 안유화 박사 4. 안유화 박사에 3기 KFCEO 원우들이 강연에 귀를 기울이고 있다.



4주차

김성수 교수_세계화의 전략적 인사관리 구윤철 국장_프랜차이즈, 글로벌 시대 해외진출 지원정책

제 16차 글로벌프랜차이즈 포럼이 지난 10월 5일 ‘글로벌 프랜차이즈 지원정책과 조직경쟁력 강화’를 주제로 열렸다. 이날 포럼은 KFCEO 3기 원우회는 물론, 협회 회원사 및 프랜차이즈 업계 관계자들이 참석해 눈길을 끌었다. 서울대학교 김성수 교수는 ‘운영중심의 인사관리와 전략적 인사관리’에 대해 설명하며 전략적 인사 관리 지원에 대해 강조했다. 특히 전략적 인사관리는 인사가 전략을 지원하는 것으로 수립된 전략의 원활한 수행을 위해 인사전략을 수립하고 집행해야 하며, 전통적인 전략적 인사관리 이론을 설명했다. 이는 논리적이고 비용 효과적인 측면이 있으나 기술과 경쟁환경이 급변해 바른 전략을 알지 못하거나 전략을 급히 변경해야 하는 경우가 있다고 설명했다.

또 기존 전략의 지원 역할을 하는 수준의 인사는 조직에 기여할 수 있는 가능성이 크게 제한되고 있다고 설명했다. 이에 지원적 인사관리는 반응적이며, 기업 간 경쟁에서 뒤쳐질 수 있음을 피력, 인사가 전략지원 역할을 넘어 전략을 선호하는 역할에 대해 강조했다. 이는 인재에 대한 선제적 투자로 조직역량을 구축하고 예측하지 못한 경쟁 환경의 변화에 대처할 수 있는 인적자본과 조직역량 구축, 조직에 스피드, 실행력, 혁신력을 제공하는데 주력하게 된다고 강조했다. 아울러 삼성의 전략적 인사관리를 예로 들며 경영지원과 경영선도에 대한 비교를 통해 향후 프랜차이즈 CEO들이 어떤 인사관리에 주력해야 하는지 되돌아보게 만드는 시간을 가졌다.

해외 경영 전문인력 양성에도 지원 아끼지 않아야

한편, 기획재정부 예산실 구윤철 국장은 ‘프랜차이즈, 글로벌 시대 해외진출 지원정책’을 주제로 한국경제의 현황과 2016년 예산안, 해외진출전략 등 향후 정책방향에 대해 설명했다. 구 국장은 2016년 예산안은 경제 활력 제고, 구조개혁을 통한 체질 개선 뒷받침의 기본방향을 설명하고 내년에는 청년희망, 경제혁신, 문화융성, 민생안정 등에 투자를 중점적으로 진행할 것이라고 강조했다. 특히 프랜차이즈 해외진출에 대해 맞춤형 현지 정보와 컨설팅을 제공해 해외진출에 주력하고 있으며, 프랜차이즈 업계 또한 진출 대상 국가의 법령, 제도, 문화 정보 지속 구축 및 제공에 대한 연구와 관심도 아끼지 말아야 할 것을 주문했다.

아울러 해외 파트너 투자 네트워크 구축을 위한 해외박람회 참가지원과 경영지원 자문단, 해외투자자 상담회 등 현지 투자자와의 교류확대와 파트너 계약 교류기회 마련, 박람회 참가 지원 등을 설명하며 향후에도 지원을 위해 힘을 쏟을 것을 강조했다. 이를 위해 해외 경영 전문인력 양성에도 주력해 해외진출 촉진과 성공적인 정책을 위해 교육 인프라 구축의 필요성을 강조했다. 이 외에도 해외진출 사례 보급과 표준계약서 보급 등의 개발도 시급함을 피력했다.

진출전략 로드맵 컨설팅 및 지원센터 설치 지원

아울러 2015년 프랜차이즈 해외진출 사업은 해외진출 초보 기업 기반 조성을 위해 기본적인 진출전략 로드맵과 제공을 통한 컨설팅 제공사업을 폈으며, 해외 프랜차이즈 밀착지원을 위해 코트라 해외 무역관에 ‘프랜차이즈 해외지원센터’를 설치하는 등 밀착지원에 주력했다. 즉, 1:1컨설팅 전문가를 매칭해 멘토기업 발굴을 통한 Pin-Point 상담과 지적재산권 출원 지원, 해외파트너 발굴과 계약이 성사될 때까지 행정 및 조사 업무 대행 등의 지원사업을 펴왔다고 설명했다. 또 북경 및 싱가포르에도 지원센터를 개설해 각 센터별 7개사를 지원하기도 했다. 향후에도 해외바이어 초청 상담회와 현지 미니 박람회, 한류스타 마케팅 등 해외 마케팅 지원사업을 주력, 해외파트너 10개사 및 국내 기업 30개사를 초청 상담할 계획이며 현지 북경에서 미니 박람회를 개최해 해외 파트너 100개사, 국내 기업 30개사를 지원할 생각이다. 아울러 한류스타를 활용한 광고, 마케팅 자금도 지원해 각종 드라마 PPL 홍보지원과 팬사인회, 매거진 광고 등도 펴나간다. 또 국내 프랜차이즈 기업 IR 및 1:1 비즈니스 상담회 개최를 통해 지원을 아끼지 않을 생각이다.

향후 정책방향 또한 코트라 프랜차이즈 전담창구 개설, 박람회 참가지원, DB구축 온라인 정보제공 등에 주력하며, 지역전문가 양성, 해외 현지화 지원, 경영실태조사 및 서비스 품질관리 등에 주력해 글로벌 전문가를 양성하는 등 프랜차이즈 현지화 지원에 아끼지 않을 관심을 약속했다. 이에 따라 프랜차이즈 업계 CEO들도 업계의 어려움을 토로하며, 정부의 아낌없는 지원과 정책을 주문했고, 구윤철 국장은 향후 프랜차이즈 업계에도 많은 관심을 기울여 글로벌 프랜차이즈의 위상을 높일 수 있도록 지원하겠다고 답했다.

1. 김성수 교수 2. 구윤철 국장
3. 협회 회원사 및 KFCEO 명품과정 3기 원우들이

‘글로벌 프랜차이즈 지원정책과 조직경쟁력 강화’ 표를 경청하고 있다.



공연도 보고 동기도 만나고 '일석이조네' 'KFCEO 과정' 3기 원우모임

명품CEO 아카데미 'KFCEO 과정' 3기 원우들이 10월 8일 오후 7시 30분 서초동 DS홀에서 문화행사로 '복화술사 안재우의 MAMA Show'를 관람했다. '복화술사 안재우의 MAMA Show'는 '놀라운 대회 스타킹'등에서 복화술을 선보여 박수 갈채를 받은 복화술사 안재우의 스탠딩코미디쇼다.

이날 공연 관람은 3기 원우인 (주)에드컴 이진창 대표의 제안으로 이루어졌다. 이진창 대표는 자신이 운영하는 DS홀에서 진행되는 공연의 관람 기회를 원우들에게 제공해 즐거운 시간을 함께했다. 그는 "공부도 좋지만 재미 있는 공연으로 쉬어가는 시간을 마련해도 좋을 것 같습니다. 특히 40~50대 여성들에게 위안과 기쁨이 될 내용이라 즐거울 겁니다"라며 마마쇼를 설명했다.

원우회 회장 송영예 (주)바늘이야기 대표는 "공연도 재밌을 것 같고 동기들과 함께하는 시간이라 더욱 기대됩니다"라고 기대평을 했다. 강미혜 노무법인 C&B 부대표는 "2개월 전 봤는데 원우들과 함께 보면 또 느낌이 다를 것 같습니다"라고 소감을 미리 전했다. 방수남 농부식품 대표는 "안내문을 보니 재밌겠다"라고, 김광선 사세통상 대표는 "힐링 시간이 될 것"이라고, 전유향 월남쌈김상사 이사장은 "울다웃다 나온다고 소문났더라"라면서 공연에 대한 기대를 전했다.

공연 시간이 임박하면서 속속 모인 원우들은 매달 보는 얼굴임에도 더욱 반갑게 인사를 나누며 공연에 대한 기대를 드러냈다. 7시 30분에 시작한 공연에서 안재우는 복화술이 어떤 것인지에 대한 설명으로 공연에 대한 이해를 도왔다. 이어 주부 대표 강여사가 남편들에게 토크편지를 날리면서 크게 웃을 수 있는 재미를 선사했다. 공연 관람은 물론 원우들과 함께할 수 있는 유쾌한 시간이었다.



명품CEO 아카데미 'KFCEO 과정' 3기 원우들이 10월 8일 오후 7시 30분 서초동 DS홀에서 문화행사로 '복화술사 안재우의 MAMA Show'를 관람하기 위해 앞서 포즈를 취했다.



- 1, 2. <김기녀> 김용만 회장(위) 및 3기 원우들이 강연을 경청하고 있다.
3. 김형철 교수는 CEO는 일을 나누어주는 사람이며, 책임을 스스로 지고 명령하기 보다는 질문하는 CEO가 되어야 함을 주문했다.
4. 제3기 KFCEO 김남철 사무국장이 '원우의 밤'사회를 보고 있다.

5주차

김형철 교수_인문학적 상상력과 창조경영 리더십 원우회 밤 '세계다, 세계다, 3기다' 캐치프레이즈 내걸어



연세대학교 철학과 김형철 교수는 <인문학적 상상력과 창조경영 리더십>을 통해 철학하는 CEO가 되어야 할 것을 주문했다. 그는 특정 영화의 주요 장면을 통해 CEO의 선택과 원칙에 대한 이야기를 주제로 재미있는 수업을 진행해 나가 많은 프랜차이즈 CEO들로부터 뜨거운 반응을 불러왔다. 특히 그는 프랜차이즈 CEO들에게 소수의 목소리를 듣는 자세가 중요하며, 리더가 소수의 목소리를 들으면 절대 문제가 생기지 않는다고 강조했다. 훌륭한 리더는 최선을 다할 것을 강조하며 그것도 안 되면 자신을 희생하는 정신 또한 갖는 것이 CEO의 중요한 역할이라며, 손해인 줄 알면서도 행동하는 CEO가 되어야 함을 강조했다.

아울러 그는 성공하는 CEO는 첫째 약속을 지키며, 둘째는 신용을 얻어야 하며, 셋째는 파트너가 어떻게 하면 잘 될 것인가만 연구하면 된다고, 눈앞에 보이는 자신만의 이익보다는 상대에게 어떻게 하면 도움이 될 수 있을까를 고민해 나간다면 주변에 사람이 모일 수밖에 없다고 강조했다. 이에 대한 다양한 사례를 든 그는 '생각이 바뀌면 조직이 바뀐다'며, CEO는 일을 나누어주는 사람이며, 책임을 스스로 지고, 명령을 하기 보다는 질문하는 CEO가 되어야 함을 주문했다.

김 교수의 열띤 강연이 끝나고 KFCEO 제3기는 '원우의 밤'을 갖고 송영예 회장의 인사말을 들었다. (주)바늘이야기 송영예 대표는 "3기 회장으로서 어떤 기수보다 친목과 화합이 잘 되는 기수로 만들어 나가기 위해 열심히 노력해 나갈 것"이라며, "이는 각 부문의 임원들과 원우들의 많은 관심과 협조, 아끼지 않는 지원이 있어야 가능하다"며 많은 참여를 당부했다. 이어 KFCEO 3기는 김남철 사무국장 사회로, 조직도 구성과 반편성 등에 대한 논의를 거친 뒤 3기 캐치프레이즈를 만들기 위해 원우들과 다양한 의견을 조율했다. 다수결에 의해 캐치프레이즈를 확정했는데, 캐치프레이즈는 '세계다, 세계다, 3기다'로 정하고 향후 KFCEO 명품과정에 대한 원우들의 발전과 친목을 도모하기로 했다.

KFCEO 명품과정 3기 원우명단 (가나다순)



김미혜 부대표
노무법인 C&B



고금식 대표
(주)마이뱅크 <블이저런> <봉인버거>



구성희 대표
(주)태종에프디 <우리민>



김광선 대표
(주)사세통상



김규철 이사
(주)건우



김남철 대표
(주)제일풍은솔루션



김득수 상무
SFO(주) <파리 바게트> 외 다수



김상희 대표
(주)덕안엔터프라이즈 <에스팩>



김승룡 본부장
(주)음식점닥터 <수제김밥>



김웅만 회장
(주)강가네 <김가네> <지킨방앗간> <보죽당>



김원경 대표
아이윙공칠



김진태 대표
(주)엠앤엠디자인



김의영 대표
(주)피아노리브레 <피아노리브레>



김종래 이사
(주)에릭스도자기 <에릭스도자기>



김주봉 사장
아이벤처 <아이코코>, <힐링키즈>, <아이힐링>



나경숙 대표
세영수산업



노철래 국회의원(경기 광주시)
새누리당



백건욱 대표
(주)케이디블루프랜차이즈 <시프부대찌개> <투릉드>



박미경 대표
(주)포시에스오



박민철 기자
문화일보



박상욱 대표
대우종합주방



박성운 대표
(주)대성산업



박인중 대표
(주)보현비 <블로만숏볼바비큐>



박천희 대표
원앤원(주) <원원마니보쌈족발> <박기부대찌개>



방수남 대표
농부식품



손석우 대표
(주)성김과농 <The진국 수육국밥>



승경덕 대표
(주)간지포장



승예 대표
(주)비늘이야기 <비늘이야기>



신봉섭 상무
더 팰레스 호텔 서울



심우열 대표
(주)미딩FC <6이브런치>



오덕근 대표
(주)서울에프앤비 <7메이먼트리>



오웅서 대표
(주)디디에프앤비 <디디치킨> <오롯이닭개장>



윤도훈 대표
블랙몬스터 <블랙몬스터> <투쓰리에프앤비>



윤중희 대표
(주)메리카요가 <아메리카요가>



이광호 대표
(주)외골레토시카고피자 <리골레토 시카고피자>



이구성 지점장
국민은행 동춘남지점



이기복 대표
상상나라 <상상나라> (EVEREST) <WOLD DRAFT>



이명훈 대표
(주)오나규 <오나규TM와이비유동> (원즈데이즈몰러)



이성 대표
(주)원음 <별밤지그노래연습장>



이용재 대표
(주)로경에프씨 <코바코>



이재희 대표
(주)인창코퍼레이션 <백두대간> <H-OE>



이정수 대표
대한푸드콤 <공포> <01> <CJ (공급)>



이정수 사무총장
한국기후환경네트워크



이종훈 대표
광진기획



이진창 대표
(주)에드콤출판스 <한국프랜차이즈산업신문>



임경훈 대표
(주)이플러스 <스플러스>



임마숙 대표
(주)아로마무역 <영키앤들>



전상복 대표
대성T&D



전유향 이사장
(주)엘랜드에프씨 <엘남캠강상사>



정경자 대표
(주)담인 <담인>



정미옥 부장
(주)새하심 <모닝하임>



정연화 대표
헤세디아 <스튜디오>



정준무 대표
(주)화광코리아



조상호 대표
세무법인 두리



최성진 대표
(주)그래미 <여명 808> <그래미 옥향>



최우성 대표
브랜더스디자인



최윤석 부사장
RE/MAX KOREA



최인용 사무사
가전세무법인 <gbx>



한병학 대표
(주)송림푸드 <소스토리>



홍기량 이사
(주)휴름 <호미빙>



홍수현 대표
(주)브레덴코 <브레덴코>

■ 제3기 집행부 명단

원 우 회 장	송영예
고 문	이명훈, 김용만, 이용재, 심우열, 박천희, 이재희
수 석 부 회 장	고금식, 박인중, 임마숙, 구성희
부 회 장	손석우, 정준무, 김승룡, 최윤석, 손석우, 나경숙, 정연화, 오덕근, 오응서, 박성운, 홍수연, 이성, 한병학, 윤종혁, 이정수, 방수남, 김추봉, 윤도훈, 홍기량, 송경덕, 김상희, 이기복, 정경자
분 과 위 원 장	전유향, 임경훈, 김광선, 전상복
총 무 국	김남철, 최인용, 이규성, 강미혜
자 문 위 원	노천래, 박민철, 신봉섭, 이진창, 조상호
이 사	박건욱, 김원태, 김원경, 김득수, 김규철, 최우성, 정미옥, 이정수, 최성진, 김종래, 이종훈, 이광호, 김의영, 박상욱



본촌인터내셔널 <본촌>

글로벌 시장에서 치킨으로 한국의 맛을 널리 알리다

국내 프랜차이즈업계가 해외시장으로의 진출이 활발한 가운데 해외에서 두각을 보이는 기업들이 롤모델이 되고 있다. 그 가운데 본촌인터내셔널 서진덕 대표의 업계의 위감이 되고 있다. <본촌> 치킨으로 8개국 160여개 점포가 진출해 있는 본촌인터내셔널은 최근엔 동부산권 최대 규모의 명륜산업단지에 소스제조공장을 확장 이전해 보다 공격적인 영업을 펴나가고 있다. 한국의 프라이드 치킨과 양념치킨에 대한 세계인들의 선호도가 높은 상황에서 끊임없는 개발과 연구, 초심을 잃지 않은 열정으로 국내 보다는 해외에서 인정해주는 본촌인터내셔널, 서진덕 대표를 만나 글로벌 시장 진출 배경과 시장에서 성공하기까지의 어려움과 자신감, 그리고 향후 해외진출에 높은 야심을 가진 국내 프랜차이즈 기업들에게 비전을 제시해 본다.





“
서진덕 대표는
치킨 조리법을 연구하면서
한국식 치킨에 의미를 부여하며,
두 번 튀기는 방법을 통해
겉은 매우 바삭바삭하면서도
속은 육즙으로 꽉 찬
프라이드 치킨을
만드는 법을 연구해왔다.
”

〈본촌〉 맛과 품질에 사활을 걸다

미국, 필리핀, 태국, 인도네시아, 싱가포르, 캄보디아 등 8개국 160여개 국가에서 한국식 치킨을 널리 알리고 있는 본촌인터내셔널은 외식업 경력 20여년의 이력을 자랑하는 서진덕 대표의 작품이다. 수많은 국내 프랜차이즈 기업들이 해외진출에서 수많은 시행착오를 거쳤듯 그 역시 단박에 성공의 반열에 오른 건 아니었다. 그가 외식업에 입문한 것은 20여 년 전으로 거슬러 올라간다. 처음에 곰탕전문점의 매니저로 일하기 시작한 그는 점포 사장과 함께 새벽시장을 함께 보면서 재료를 선별하는 일, 거래처와 협상하는 일, 음식을 내고 고객을 맞는 일에 대해 배우면서 외식업에 대한 열정을 하나씩 불려일으키기 시작한다. 이것이 현재의 그를 만든 원동력이라고 말하는 서진덕 대표. 그는 2002년 한국의 내로라하는 해안도시인 부산에 첫 번째 매장인 치킨전문점 〈본촌〉 문을 연다. 〈본촌〉은 ‘내 고향’을 의미하는 것으로 부산, 즉 한국에 있는 회사의 뿌리에 대한 경의의 표현이라고 한다. 브랜드의 이름처럼 품질, 서비스, 맛에서도 고향을 잃지 않는 마음으로 제품을, 브랜드를 만들고자 했던 것이다. 〈본촌〉은 치킨의 맛에 대해 전 세계적으로 널리 알려진 만큼 그 맛과 품질에 자신감을 가지고 있다.

국내시장에서 해외시장으로 눈을 돌리다

서 대표는 치킨 조리법을 연구하면서 한국식 치킨에 의미를 부여하며, 두 번 튀기는 방법을 통해 겉은 매우 바삭바삭하면서도 속은 육즙으로 꽉 찬 프라이드 치킨을 만드는 법을 연구해왔다. 여기에 〈본촌〉만의 무기가 필요하다고 생각, 소스 개발에 집중 연구를 해나간다. 2년여의 노력 끝에 서 대표는 프라이드치킨 조리법과 소스를 완성시켰고, 이는 한국의 깊고 강렬한 맛을 머금은 〈본촌〉이 세계로 뻗어나가는 시발점이 된다. 하지만, 그렇게 되기까지는 녹록치 않는 수업을 역시 톡톡히 치러야 했다. 한때 8년 동안 닭갈비전문점을 운영한 그였지만, 치킨전문점은 또 다른 분야였다고 한다. 초창기엔 들쭉날쭉한 치킨 맛으로 고객들에게 외면받기가 일쑤였으며, 2년 동안 1억3000여 만 원을 까먹을 정도로 메뉴개발에 시행착오가 많았다. 하다못해 소스에 발리는 닭의 면적 때문에 닭 사이즈까지 연구했다고 할 정도로 집요하게 〈본촌〉만의 맛을 개발하는데 주력했다. 그렇게 〈본촌〉의 맛은 국내에 20여개 가맹점까지 유치할 정도로 인정받아 승승장구를 해나간다. 하지만, 2003년 조류독감 파동으로 대중들에게 치킨이 외면을 받자, 그는 도저히 한국에서 치킨전문점을 끌고 갈 자신감을 잃었다고 했다. 그는 더 넓은 해외시장으로의 진출을 계획한다. 해외진출을 위해 하나하나 다시 맛에 대한 재점검을 하고 준비를 해나갔다. 하지만 그는 안전한 한인시장 보다는 장기적인 안목으로 봤을 때 현지 시장에 비전을 보고, 현지화에 주력한다. 2006년 5월 미국 뉴욕주 플러싱에 매장을 연 그는 2000년 말까지는 소스공급 계약에만 주력하며 일일이 발품을 팔며 거래처를 다니며 자신이 개발한 소스가 제대로 시장에서 안주하는지 끊임없는 시장조사를 아끼지 않았다.



미국진출, 본격적인 프랜차이즈 사업 행보

그의 치킨 맛에 대한 끊임없는 연구개발과 고집스러움은 점차 시간이 흐르면서 효력을 발생하기 시작했다. <본촌> 치킨의 맛을 본 고객들이 블로그나 SNS 등에 올리면서 순식간에 그 맛이 인기몰이에 들어갔고, 급기야 2007년에는 미국 북동부지역을 중심으로 버지니아, 뉴저지, 뉴욕 등에 6개 매장을 더 오픈한다. 본격적인 프랜차이즈 사업의 행보를 걸기 시작한 것이다.

점포가 해외에서 순식간에 늘어났지만, 그는 여전히 고집하는 것이 한 가지 있다. <본촌>의 파트너가 되기 위해서는 오너가 직접 주방 일을 배워야 한다는 것. 프랜차이즈의 본질상, 가맹점주가 곧 운영자가 되어야 하기에 매장의 모든 일을 직접 챙기는 것은 기본이라고 생각하기 때문이다. 그렇게 하지 않으면 <본촌>만의 맛과 서비스의 일관성이 무너지기 때문이다.

그는 자신이 직접 가맹점에 발품을 팔며, 점포 오픈 후의 관리에도 주력해 나갔다. 어느 정도 점포를 오픈하고 나면 초심을 잃을 수밖에 없기에 이러한 긴장감을 늦추지 않기 위해서 대표는 매우 간간하게 점포 관리를 해나갔다. 가맹점포에 들어가 직접 주방문을 열어본다거나 매장내의 청결 등 엄격한 관리를 유지할 수 있도록 주력했다. 그의 이 같은 운영과 관리는 미국 컬럼비아대학교 비즈니스스쿨의 케이스스터디 사례로 소개될 정도로 유명세를 타기도 했다.

글로벌 진출, 초심과 끊임없는 연구개발 관건

서 대표는 여기에서 머물지 않았다. 현지에 걸맞게 점심메뉴를 위한 메뉴개발도 끊임없이 해나갔다. 그는 미국 CIA(Culinary Institute of America)와 MOU를 맺어 끊임없는 메뉴개발에 주력했고, 치킨 외에도 20여 가지의 메뉴를 개발해 현지인들의 입맛에 맞는 메뉴 역시 추가로 접목했다. 예를 들면 본촌치킨 외에도 미국에서는 떡볶이, 필리핀은 잡채, 인도네시아는 컴비빔밥 등이 인기몰이를 하고 있다.

<본촌>의 미국에서의 성공적인 안착은 싱가포르, 태국, 인도네시아, 필리핀으로의 진출에 성공하기에 이른다. 향후에는 바레인, 미얀마, 베트남, 호주, 뉴질랜드 등 새로운 국가에 대한 진출도 속속 전개해 나갈 생각이다. 아울러 서 대표는 지난 2013년에는 부산에 <본촌>해운대점을 재 오픈했으며, 공장도 확장 이전하는 등 쾌속질주를 해오고 있다.

브랜드의 맛과 품질은 물론, 지속적인 가맹점 관리의 기본은 오늘날 <본촌>이 최고의 맛과 점포로 인정받는데 한 몫을 톡톡히 하는데 일등공신이 됐다. 때문에 서진덕 대표는 앞으로 “현재에 안주하지 않고 끊임없이 제품 연구개발은 물론, <본촌>의 더 큰 미래를 위해 지속적인 발전을 모색해 나갈 것”이라며 국내 프랜차이즈 기업 역시 자사 브랜드의 정체성을 잘 살려 끊임없는 연구개발과 초심을 잃지 않고 세계 시장에서 승승장구하길 기대했다.

글로벌 프랜차이즈 기업들, 해외시장이 해답

현지애 맞는 아이템 및 신제품 · 식자재 조달 등이 관건

동남아 지역으로 프랜차이즈 브랜드들이 속속 진출하고 있는 가운데 방글라데시가 국내 프랜차이즈 기업이 진출하기에 좋은 국가로 떠오르고 있다. 외식 수요의 증가와 한국의 식습관과 유사한 점, 해외프랜차이즈 도입 초기 단계 등이 좋은 예다. 아울러 일본도 외식 프랜차이즈 기업들이 아시아 신흥국을 중심으로 세계시장 공략에 보다 적극적인 행보를 보이고 있다. 아울러 중국 프랜차이즈경영협회가 2014년 프랜차이즈 100대 기업을 발표, 자국 내 프랜차이즈 성향을 분석했다. 분석 결과에 따르면 중국 프랜차이즈의 경우 슈퍼마켓, 편의점의 경영상황이 백화점 대비 양호한 것으로 나타났으며, 전체 75개 기업이 온라인 판매를 개시하고 모바일 쇼핑이 빠르게 증가하고 있는 것으로 나타나 이를 기반으로 한 중국으로의 진출도 모색해 볼 만하다.

방글라데시

프랜차이즈 진출 호기 도시화 급진전에 따른 핵가족화로 외식 문화 확산 추세

방글라데시는 소득 증가 등에 따른 외식 수요 확대 추세로 최근 프랜차이즈가 급성장하고 있다. 방글라데시의 인구는 1억 7000만 명에 달하며, 2013년 기준 1인당 GDP가 1000달러를 돌파했다. 특히 도시화가 급진전하면서 핵가족화에 따른 외식문화 확산을 촉진하고 있는 상태다.

외식업 중심으로 활발한 진출 초기 단계

방글라데시 현지 기업은 해외 프랜차이즈 수입으로 새로운 문화에 발 빠르게 대응하고 있다. 방글라데시에는 〈피자헛〉, 〈KFC〉, 〈피자인〉, 〈난도스〉 등이 2000년대 말부터 진출하기 시작했으며, 최근 〈글로리아진스〉(호주, 커피), 〈Fish&Co〉(싱가포르, 해산물), 〈크리스피크림〉(미국, 도넛), 〈스바로〉(미국, 피자) 등도 새롭게 진출하는 등 해외 프랜차이즈 기업의 진출이 확대되고 있다.

현재 방글라데시 내 한국 프랜차이즈 기업으로는 제네시스 〈BBQ〉가 라이선스 판매 형태로 2013년부터 진출한 바 있다. 뿐만 아니라 동남아시아에 이은 새로운 시장 발굴의 일환으로 서남아시아 지역에 주목한 기업들이 외식업을 중심으로 활발하게 사업을 진행하고 있는 중이다. 한국 외식기업의 방글라데시 진출 여건을 보면 우선 외식 수요가 증가하고 있으며, 강한 양념 등 한국 식습관과의 유사한 점, 경쟁 해외 프랜차이즈의 진출이 초기단계라는 점, 안전한 식품에 대한 인식이 커지고 있다는 점 등에서 매우 유리한 측면이 많다. 또한 저렴한 인건비도 유리한 부분이다. 반면 높은 토지 가격 및 임대료, 냉장·냉동 물류시스템(Cold Chain)의 결여로 식자재 품질 관리가 어려운 점, 식품류에 대한 고관세 및 한류의 영향이 미미한 것은 불리한 부분이다.

따라서 한국 기업이 진출할 경우 외식업 운영 및 식자재 수입, 관리에 따르는 어려움을 감안할 때 현지 단독 투자는 신중할 필요가 있다. 당분간은 라이선스 판매 및 자재 공급 형태가 가장 현실적인 방안으로 판단된다.

식자재 관리 부담이 작은 품목이 유리해

한국 기업 진출 시 고려할 입지로는 외국인 많이 거주하는 굴산-바나나 지역 또는 현지인들의 도심인 단몬디 지역이 가장 유력할 것으로 예상된다. 특히 외국 프랜차이즈 매장은 단순히 식사를 하는 것 외에 여가공간으로서의 의미를 갖고 있으며, 음식과 서비스, 시설이 우수한 매장에서 높은 비용을 치를 용의가 있는 고객층이 두터운 만큼 이들을 겨냥할 필요가 있다. 실제로 최근 진출한 프랜차이즈들의 경우에도 매장의 분위기 자체를 고급 레스토랑에 가깝게 조성하고, 테이블까지 서비스를 직접 하는 경우가 대부분이다.

무엇보다 중요한 것은 식자재 수입 및 관리에 신경을 써야 한다는 사실이다. 냉장물류 시스템의 결여, 통관 절차의 지연, 고온 다습한 기후에 쉽게 변질될 가능성이 있는 식자재를 해외로부터 공급하는데 커다란 제약이 되고 있기 때문이다. 따라서 현 단계에서 진출하는 프랜차이즈는 식자재 현지 조달이 가능한 품목(치킨 등)이나 카페와 같이 식자재 관리 부담이 상대적으로 작은 품목이 바람직한 상황이다.

외식업 이외에 진출이 유망한 프랜차이즈로는 화장품을 들 수 있다. 여성의 사회 진출 확대, 서구식 미에 대한 인식 상승 등으로 인해 이를 겨냥한 화장품 프랜차이즈가 진출한다면 인기를 끌 가능성이 크다.

아울러 동남아와 달리 이슬람 국가인 방글라데시는 한류의 영향이 별로 없어 안테나숍 등의 설치 및 현지 프로모션을 통해 제품을 홍보하는 전략이 반드시 필요하다.

(자료원 : 현지 관련업계 인터뷰 및 KOTRA 다카 무역관 자료 종합)

방글라데시 소득 지표 추이

(단위 : %, 달러, 백만 명)

지 표	2011	2012	2013	2014	2015
GDP 성장률	6.5	6.3	6.1	6.2	6.4
1인당 GDP	858	916	1033	1179	1309
인구	153	155	157	158	160

자료원 : IMF 2014년 9월

일본

해외시장 잡기에 나선 日 외식 프랜차이즈 내수 시장 한계 돌파...아시아 신흥국 중심 진출 가속화

일본 외식 프랜차이즈의 해외 진출이 가속화되고 있다. 일본 푸드서비스협회와 KOTRA 도쿄 무역관 등에 따르면, 일본 외식 프랜차이즈들은 인구 감소로 인해 일본 국내시장이 지속적으로 축소되면서 고객 확보 경쟁이 격화되고 있으며, 그 결과 내수시장만으로는 이익창출이 어려운 상황에 직면하고 있다.

동남아시아 지역으로의 진출을 꾀하다

일본푸드서비스협회에 따르면 일본 외식시장은 양식 패스트푸드 매출 감소세가 계속되면서 시장 전체에 영향을 미친 결과 2015년 4월 매출은 전년 동월 대비 -2.7%를 기록했다. 특히 양식 패스트푸드 매출은 15.5%가 감소했다. 물론 패스트푸드, 패밀리레스토랑, 이자카야, 카페 등으로 대표되는 전체 외식산업 점포 수는 미미한 변동이 있지만, 매출은 감소세를 기록하고 있다.

특히 2014년 소비세 인상에도 불구하고 소비성향 감소 영향이 거의 없었던 외식산업이 2014년 여름의 기후 악화, 중국산 닭고기 식자재 문제 등으로 마이너스를 기록한 이후 이같은 감소세가 지속되고 있는 상황이다. 대표적인 사례인 이자카야(일본식 선술집)의 경우 가처분소득의 감소, 음주 기회의 변화 등 라이프 스타일의 변화로 도태되면서 저조한 상태다.

이처럼 인구 감소로 내수시장이 축소되고 있는데다 다양한 원인으로 인해 성장의 한계상황에 직면한 일본 시장의 현실을 목도한 일본 외식업체들은 일본과 달리 인구 증가와 경제성장으로 거대한 소비층을 형성하고 있는 유망시장인 동남아시아 지역으로의 진출을 꾀하고 있다.

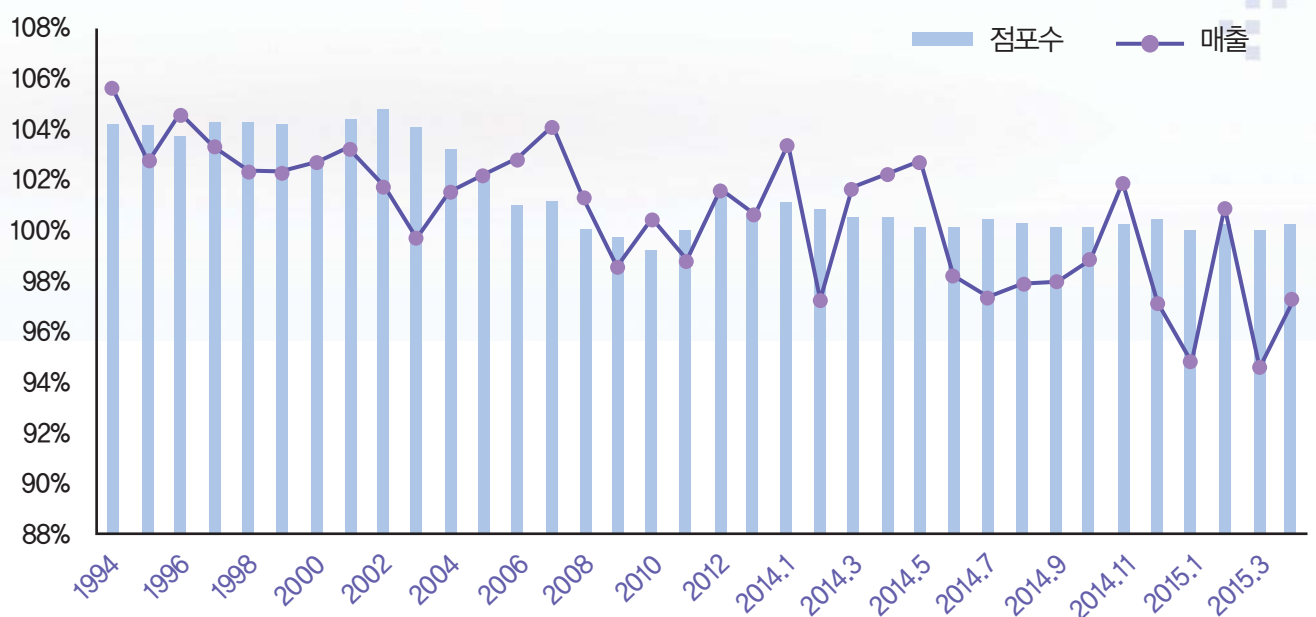
신흥국을 중심으로 공격적인 행보 나서

일본 소비자들의 높은 눈높이 수준에서 검증된 맛으로 이들 지역에서 승부하려는 경향이 늘고 있으며, 특히 외식 프랜차이즈의 경우 이들 지역의 아시아 신흥국을 중심으로 세계시장 공략에 보다 적극적인 행보를 보이고 있는 중이다.

현재 동남아시아 시장을 적극 공략하고 있는 대표적인 외식 프랜차이즈로는 <요시노야>(吉野家), <토리도루>(TORIDOLL), <아마타로>(甘太郎) 등을 들 수 있다.

규동(쇠고기덮밥)전문점 <요시노야>는 10년 전에 말레이시아에 진출했으나 매출 부진으로 2009년 철수한 경험이 있다. 하지만 최근 급격한 경제성장 및 인구증가 등으로 시장이 확대될 것으로 보고 말레이시아 시장 진출에 재도전했다. 지난 5월 새로 점포를 오픈한 이후 향후 3년 이내 20개 점포, 5년 이후에는 100개 점포 달성을 목표로 하고 있다.

<토리도루>는 사누끼우동 프랜차이즈 <마루가메제면>(丸亀製麺)으로 말레이시아에 2개 점포를 오픈해 2020년까지 10개 점포 전개를 목표로 하고 있다. 또 인도네시아에도 닭꼬치 프랜차이즈 <토리도루>를 5월에 오픈해 2020년까지 10개 점포로 확대할 계획이다. 이들 두 브랜드는 해외에서 두 자리수의 성장을 전망하고 있으며, 영업 전개를 더욱 가속화하고 있는 중이다.



외식산업 시장규모 증감을 추이

자료원 : 일본푸드서비스협회

현지 인력 및 외국인 유학생 채용에 주목

〈아마타로〉는 이자카야(일본 술집) 영업을 전개하는 콜로와이드(COLOWID)는 일본 문화에 대해 비교적 관대한 대만으로 확대하고, 산하 기업인 레인즈인터내셔널이 운영하는 〈샤브샤브 온야채〉(しゃぶしゃぶ溫野菜)의 점포를 현재 2개에서 2019년 3월까지 25개로 늘릴 계획이다. 〈아마타로〉는 현지 인기몰이로 점포 수를 늘려 영업을 해도 채산성이 충분한 것으로 판단하고 있으며, 해외 진출을 위해 태국·베트남에서 현지 채용 계획을 수립하는 한편 일본에서의 음식점 운영 노하우를 습득해 해외 점포 확대의 견인차 역할을 하도록 유도하고 있다. 또한, 일본 유학생도 다수 채용해 식자재 조달, 신제품 개발, 현지 생산 농가와의 교섭, 유통 등을 담당하도록 하고 있다.

이들 사례에서 알 수 있는 일본 외식 프랜차이즈의 해외진출 전략도 눈에 띄는 대목이다.

일본 외식 프랜차이즈들은 신속한 해외 전개를 뒷받침해 주는 것이 인재 채용이라는 점에 착안, 외식업계 세계 진출의 활력이 되는 현지 인력 및 외국인 유학생 채용에 주목하고 있다. 특히 원재료 조달, 신제품 개발, 유통 등에 인력을 배치해 해외 점포를 확대하는 전략에 주목하고 있는 점은 우리 프랜차이즈 기업들도 적극적인 벤치마킹이 필요한 부분이다.

(자료원: Fuji Sankei Business (NIKKEI BUSINESS DAILY), 일본푸드서비스협회, KOTRA 도쿄 무역관 자료 종합)



World Report

中, 프랜차이즈 100대 기업 발표

중국 프랜차이즈경영협회가 2014년 프랜차이즈 100대 기업을 발표했다.

중국 프랜차이즈경영협회는 2014년 중국의 프랜차이즈 전체 매출액은 2.1조 위안으로 전년 대비 5.1% 증가했지만, 매출액 증가율은 하락했다고 밝혔다.

중국 프랜차이즈경영협회는 또 점포 수의 증가율도 4.2%로 하락했으며, 취업 수도 지난해 대비 0.3% 감소하며 처음으로 마이너스 증가를 기록했다고 덧붙였다. 중국 프랜차이즈경영협회에 따르면, 중국의 프랜차이즈 전체 매출액 증가율은 2010년 21%에 달하던 것이 2011년에는 12%로 낮아졌으며, 2012년 10.8%, 2013년 9.9%, 2014년 5.1%로 점차 낮아지고 있다. 2014년 점포 수 증가율도 4.2%로 예년에 비해 하락했으며, 취업 수도 지난해 대비 0.3% 감소하는 등 전체적으로 마이너스 증가를 기록했다. 중국 프랜차이즈의 경우 슈퍼마켓, 편의점의 경영상황이 백화점 대비 양호한 것으로 나타났으며, 전체 75개 기업이 온라인 판매를 개시하고 모바일 쇼핑이 빠르게 증가하고 있는 것으로 확인됐다. 또한 외자기업의 매출액 및 점포 수는 각각 4.7%, 13.9% 증가(주로 패스트푸드, 편의점, 전문점의 점포 수 증가로 인한 결과로 분석된다)했으며, 내자기업의 매출액과 점포 수는 각각 5.2%, 2.9% 증가했다.

중 국

프랜차이즈 외식업 시장 분석 및 최근 동향

성장하는 중국 외식산업에 브랜드 경쟁도 치열

중국은 예로부터 식문화를 매우 중시해 왔으며, 현재에도 외식업이 중국 3차산업의 지주산업으로 평가받고 있다. 통계를 보더라도 외식산업은 중국 소비시장 중 증가세와 성장세가 가장 뚜렷한 산업으로, 2013년 중국 외식산업 매출액은 전년(2012년) 동기대비 11.2% 성장을 기록하고 있다. 이처럼 중국 외식산업은 18년 연속 두 자리 수 성장률을 기록했을 뿐 아니라 향후 17% 이상의 성장률을 유지할 것으로 보여 산업 전망은 매우 밝다.

최근에는 소비 패턴과 특성이 점차 다양해지면서 외식업 내 그룹화, 브랜드화, 산업화, 글로벌화, 현대화가 점점 가속화되고 있다. 또한 프랜차이즈 기업의 규모 확대 추세도 뚜렷해지고 있다.

현재 중국 외식산업계에서 프랜차이즈화는 상당히 활성화돼 있는 상태다. 2013년 기준으로 중국 외식산업 100대 기업 중 41%가 직영 방식이나 혹은 도급경영 방식을 채택했으며, 59%의 기업이 직영+가맹 형태의 경영방식을 채택했을 정도로 프랜차이즈 시스템이 대세로 자리잡고 있다.

대표적인 중식 패스트푸드 브랜드만 보더라도 <상하이 룽화지>, <정저우 홍가오량>, <우한 차이린지 러칸면>, <라오통청 펌우피>, <스지메이탕빠오>, <텐진 거우부리빠오즈>, <윈난 귀차오미셴>, <란저우 니우러우다오야오면>과 <니우러우라면>, <닝보 차신탕위엔>, <타이완 펌우장다양> 등 수 많은 종류의 지역 브랜드가 존재하고 있다. 이들 브랜드들은 값이 비교적 저렴하고 다양한 맛을 자랑하고 있다.

반면 중국 프랜차이즈 외식기업들의 경우 기업 이미지 관리 및 경영전략상의 문제가 있으며, 음식의 결모습과 맛에만 지나치게 신경 쓴 나머지 직원 서비스 교육 등 일명 '소프트 지표' 관리에는 소홀하다는 단점이 있다. 특히 관리가 규범화 혹은 표준화돼 있지 않은 상태라는 점도 한계점으로 작용하고 있다.

발전하는 중국 외식산업... '저탄소 외식산업'이 뜬다

중국 외식산업은 더욱 치열한 외식 브랜드의 경쟁이 전개될 전망이다. 실제로 기존의 단순 가격경쟁에서 메뉴 경쟁, 브랜드 이미지 경쟁, 문화 경쟁에 이르기까지 경쟁의 폭이 점점 넓어지고 있는 추세다. 따라서 외식업체는 만족스러운 한 끼 식사 제공을 통해 소비자들의 생리적인 욕구뿐만 아니라 심리적인 욕구까지 동시에 만족시

켜야 하는 상황이 됐다.

게다가 기업의 브랜드가치 경쟁도 점차 치열해지는 양상을 보이고 있다. 최근에는 현지 지역 중심에서 대외적으로, 소도시에서 중·대도시로, 동부 연안지역에서 중서부 내륙지역으로 발전이 확대되고 있어 브랜드가치 제고는 중요한 과제가 되고 있다.

이같은 상황에서 각광받는 분야가 '저탄소 외식산업'이다. 중국의 저탄소 경제정책 추진에 따라, 외식산업 또한 친환경이라는 새로운 도전에 직면하고 있는데 따른 것이다. 외식산업의 친환경 저탄소 성장은 에너지자원 사용을 대폭 절감할 수 있을 뿐만 아니라 소비자들에게 더욱 안심하고 식사를 즐길 수 있는 분위기를 제공할 것으로 분석된다. 문제는 외식업체의 인력 부족이 산업 발전을 저해하는 요소로 작용하고 있다는 사실이다. 통계에 따르면 현재 외식산업 종사자 수는 2200만 명에 달하며, 신규 취업자 수는 100만 명 이상인 것으로 나타나고 있다. 반면 외식업체는 급여 인상, 복지후생 개선 등 노력에도 불구하고 오랫동안 인력 부족에 시달리고 있다.

이와 함께 식품가공센터 및 물류배송기지의 역할이 점차 중요해지고 있는 상황이지만 아직까지 충분히 활용도가 높지 않은 점도 개선할 점이다. 현재 다수 프랜차이즈 외식업체는 식품가공센터와 물류배송기지를 보유하고 있으나 가공품목이 다양하지 않으며 대부분은 아직 매장에서 최종 완성되고 있는 수준이다.

중국 진출 시 철저한 관리 통해 2, 3선 도시 진출해야

1선 도시는 경쟁이 치열하며 운영비용이 많이 들어 리스크가 큰 반면 2, 3선 도시는 아직 시장이 비교적 넓으며 외식프랜차이즈가 진출할 경우 성공 확률이 높은 편이다.

따라서 우리 외식 프랜차이즈가 중국에 진출할 경우 이들 시장을 공략하면서 브랜드 측에서는 반드시 제품 출시에서부터 기업문화, 서비스 등 여러 방면에 걸쳐 더욱 엄격하게 관리할 필요가 있다.

또한, 중국 사업을 위해서는 반드시 일정 경제규모 이상을 갖춰야 하며, 가맹 프로젝트 역시 그룹화 돼야 브랜드 효과가 나타날 수 있다는 점도 유념할 필요가 있다.

자료 중국가맹망, 라이천망, 황예조신, 지식연구데이 터연구센터 및
KOTRA 다롄 무역관 자료 종합
정리 나홍선 부장

◆ 중국의 주요 브랜드

브랜드

브랜드 특성

사 진

〈시자더만두〉



다렌 〈시자더만두〉는 2002년 창립 이래 고객들에게 엄선된 재료로 매장에서 직접 빚고 찐 맛있는 만두를 선보이고 있음. 2013년 기준 중국 7개 성 50여 개 도시에 체인점 약 300곳을 보유하고 있음. 소비자들의 호평을 얻고 있을 뿐 아니라 도심 멀티플렉스 상업지구 및 프랜차이즈 마켓 내 다수 입점해 있음.



〈통더라이사브사브〉



다렌 〈통더라이사브사브〉는 2006년에 창립된 특색 있는 사브사브 프랜차이즈점으로, 손님들에게 주방을 투명하게 공개하고 있음.

현재 통더라이 영업 네트워크는 이미 중국 내 50여 개 도시에 걸쳐 진출해있으며, 336곳의 프랜차이즈 점을 보유하고 있음. 연간 손님 수는 2500만 명에 달해 현재 중국 사브사브 음식점 업계의 명실상부한 선도 브랜드로 자리잡음.



〈서래갈매기〉



〈서래갈매기〉는 한국 유명 숯불구이 프랜차이즈 브랜드로, 갈매기살 부위를 주요 메뉴로 하며 한국 현지에는 이미 200여 개의 점포가 있음.

2013년 7월 중국 상하이에 처음 진출한 〈서래갈매기〉는 현재까지 베이징, 산둥, 랴오닝, 홍콩, 장쑤, 저장, 허난, 후베이 등지에 진출해 있음.

〈서래갈매기〉는 돼지고기, 쇠고기 구이 및 다양한 한식 메뉴로 남녀노소 모두가 좋아할 만한 맛과 서비스를 제공하고 있음.



〈마시다떡볶이사브사브〉



다렌 〈마시다떡볶이사브사브〉는 2010년 창립됐으며 한국 떡볶이 요리를 위주로 선보이고 있음. 전통 수공방식으로 만든 떡볶이로 한국 고유의 맛을 살려 많은 고객들의 사랑을 받고 있음. 현재 중국 전국에 걸쳐 직영점 20여 곳, 프랜차이즈점 30여 곳과 물류 배송센터 한 곳이 있으며, 직원 수는 100여 명임.





정도를 걷는 정통 고깃집

(주)가업에프씨 <구이가>

본격적인 저성장 시대에 크게 흥하는 산업분야가 별로 없지만 <구이가>는 레드오션이라는 고기구이 업종에서 견조한 성장을 거듭하는 업계의 '기린'이다. 8년여의 업력을 쌓아오면서 해마다 거의 150%씩 성장해왔다. 그렇다고 매장 숫자에만 급급한 것도 아니다. 오히려 <구이가>의 성장은 평범한 진리를 지켜왔기에 있을 수 있었다고 자평한다. 고객과 함께 하는 기업이라는 정도를 걸어왔고 또 앞으로도 그 길을 벗어나지 않겠다는 <구이가>의 다짐은 계속될 것이다.

편안한 가격과 분위기

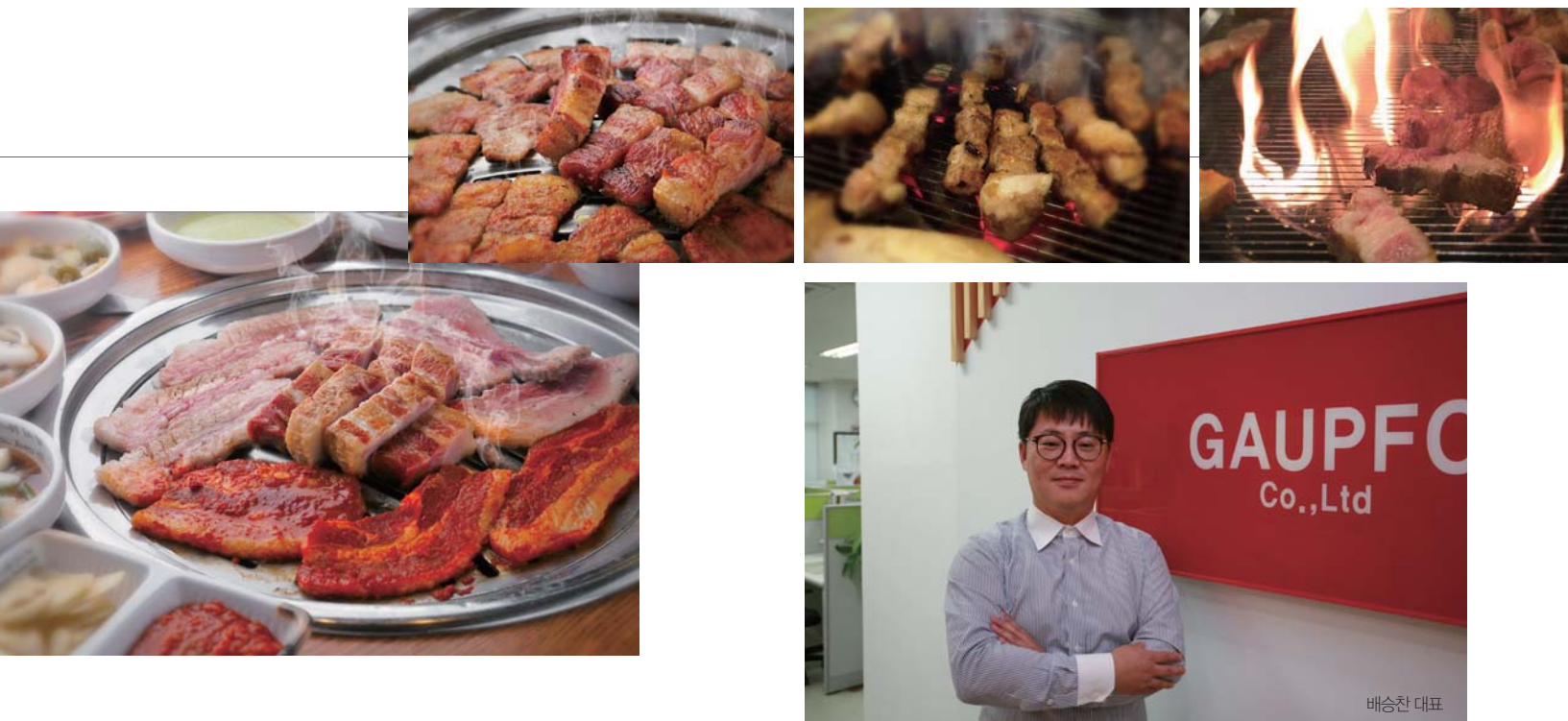
<구이가>는 가격 면에서 젊은 층에게 어필할 수 있고, 안락한 분위기는 40대 이상의 고객에게 좋은 이미지를 심어주고 있다. 요즘 <구이가>의 인테리어는 원목을 주로 사용하고 나무의 결을 그대로 살려 안락하고 편안한 분위기를 연출한다. 처음 <구이가>가 추구한 분위기는 시골 잔치집에서 고기를 먹는 편안함이었다. 최근 들어서 <구이가>의 콘셉트는 세련된 도시형 카페 분위기로 나아가고 있다. 가족들과 연인들이 멋스럽게 즐길 수 있는 공간을 연출해보자는 시도다. 노출형 콘크리트로 빈티지하게 도시적인 분위기를 함께 제공해 고객들이 즐거운 분위기에서 음식을 먹을 수 있도록 준비했다.

<구이가> 매장의 또 다른 특징 중 하나는 고기와 찌개를 한 번에 먹을 수 있는 듀얼 조리 테이블이다. 고기를 굽는 숯불로스터와 다른 요리를 할 수 있는 가스버너가 한 자리에 있어서 고기를 먹으면서 찌개와 달걀프라이 등을 함께 즐길 수 있다.

직가공-직배송의 선진화된 유통시스템

<구이가>의 합리적인 가격과 편리한 물류지원은 창업 초기부터 전용 가공공장을 세웠기에 가능했다. 과감한 투자에는 위험이 따를 수 있지만 가장 기본적인 물류 시스템부터 갖추겠다는 철학이 있었기 때문이다. 덕분에 <구이가>는 원육의 위생 가공 및 조리, 포장에 마친 원팩 메뉴를 가맹점에 공급한다. 각 가맹점에서는 이를 받아 손님 테이블에 서비스만 하면 되므로 인건비 부담을 줄일 수 있다. 따라서 육절기 같은 기계를 사용할 일이 없다. 줄어든 주방 공간에 테이블을 더 놓을 수 있으므로 매출에 큰 도움이 된다. 직영 가공공장에서는 육류 전문가가 직접 원육을 검수한 후 위생적인 가공 및 포장을 하므로 믿을





수 있다. 언제나 최상의 상태로 식재료가 가맹점에 공급되므로 안정적인 공급가격을 유지하고 항상 일정한 맛을 유지하는 커다란 경쟁력이 생겼다. 내년에는 돼지농장까지 직접 경영할 계획을 갖고 있다.

체계적인 창업지원

〈구이가〉는 올해 창립 10주년을 기념해 파격적인 창업 지원 혜택을 마련했다. 창업 지원 이벤트의 일환으로 신규 창업자에게 생삼겹살 1000인분을 무상 지원하는 파격 혜택을 제공한다. 이를 매출가로 환산하면 약 1000만 원에 해당되는 파격적인 혜택이다. 본사가 육가공부터 가맹점으로의 유통까지 직접 운영하고 있는 〈구이가〉의 생삼겹살은 뛰어난 맛과 신선도를 자랑하는 대표적인 인기메뉴다. 창업 자금 마련을 위한 혜택도 있다. 외환은행과의 창업대출 MOU 체결을 통해 창업자금 및 운영자금대출은 최대 1억 5000만 원, 무이자 창업 대출은 최대 5000만 원으로 총 최대 2억 원까지 지원한다. 가맹본부가 각종 이벤트를 벌여서 가맹점을 지원사격하는 일도 열심이다. 페이스북 페이지(www.facebook.com/92gaa)를 통해 ‘좋아요’ 이벤트와 댓글 이벤트, 동영상 퀴즈 등 다양한 이벤트를 꾸준히 전개해 왔다. 최근에는 거의 매주 1회씩 고객들에게 선물을 주는 이벤트를 벌인다. 매 이벤트마다 당첨자 추첨은 ‘미니 로또’ 방식으로 진행한다. 공정성과 투명성을 위해 이 과정은 빠짐없

이 영상으로 기록되며, 이 영상은 페이스북 페이지에도 공유돼 응모한 고객에게 이벤트의 재미를 더해준다.

〈구이가〉는 그 동안 메뉴를 무료로 증정 또는 할인해주는 페이스북 ‘좋아요’ 이벤트와 함께 댓글 추첨을 통해 워터파크 이용권 또는 구이가 상품권을 증정하는 댓글 이벤트, 재미있는 동영상 속에 담긴 퀴즈 이벤트 등을 정기적으로 펼쳐왔다.

해외진출 시동

〈구이가〉는 최근 적극적인 해외시장 진출을 꾀하고 있다. 지난 8월 말에는 산업통상자원부가 주최하고 KOTRA 주관으로 역대 최대 규모로 진행된 ‘2015 상하이 한류박람회(KBEE)’에 참가해 합작파트너를 만났다. 배승찬 대표가 상하이에서 온 합작 투자자인 ‘빈센트 청’을 비롯한 관계자들을 만나서 파트너 계약을 체결했다. 중화경제권의 중심지 상하이에 진출한 것을 계기로 향후 중국은 물론 다른 나라 진출에도 더욱 박차를 가할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 상하이 〈구이가〉 첫 매장은 내년 초 오픈 예정이며 쑤저우와 광저우에도 빠른 시일 내 매장을 오픈할 방침이다. 배 대표는 “중국 진출을 위해 지난 1년 간 계속 중국을 드나들며 준비해온 결과, 상하이에 첫발을 내딛게 되었다”며 “상하이는 세계적인 경제도시이자 다채롭고 풍부한 음식 문화가 즐비한 곳이기 때문에 상하이 진출

에 의미가 크다. 중국 속 한류를 선보이기 위해서 해외에서도 한국 매장의 콘셉트의 골격을 유지할 계획”이라고 말했다.

사회공헌도 한 발 내딛다

이제 〈구이가〉는 사회공헌 활동에도 열심이다. 대표적인 사례가 ‘든든창고’ 프로젝트다. 든든창고는 〈구이가〉 페이스북 페이지에서 거의 매주 진행되는 이벤트에 본사 직원이 당첨될 경우 당첨된 구이가 외식 상품권은 지정된 장소에 놓아 필요한 사람이 가져가는 방식이다. 누군가에게 작지만 든든한 한 끼를 선물함으로써 서로 따뜻한 정을 나누고자 하는 취지로 마련됐다. 여기서 지정된 장소란 지하철 물품 보관함이다. 간식을 넣어 두고 SNS에 비밀번호를 남겨 필요한 사람이 가져갈 수 있도록 한 ‘달콤창고’ 운동과 비슷한 방식이다. 보관 장소와 비밀번호는 〈구이가〉 페이스북 페이지를 통해 공개되며, 든든창고를 이용한 고객은 구이가 페이스북 페이지에 인증 사진이나 댓글로 수령했다는 메시지를 남기면 된다.

배 대표는 “누군가를 위한 따뜻한 나눔으로 기쁨을 함께 하고자 든든창고를 만들게 되었다”며 “작은 이벤트 하나를 진행하더라도 기업 이념에 따라 정직하고 믿음을 줄 수 있는 모습을 보일 것”이라고 말했다. 이어서 “처음 구이가 페이스북 페이지를 시작할 때와 이벤트를 진행할 때 가졌던 마음을 잊지 않고 유지하기 위해 고객의 소리 하나하나에 귀 기울이며 반영하고 있다. 무엇보다 공정하고 객관적으로 운영하고자 노력하고 있다”고 덧붙였다.

글 최윤영 기자
사진 (주)가업에프씨 제공



분식전문점에서 프리미엄 김밥전문점으로의 행군

(주)암샘 <암샘김밥>

지난달 3~5일까지 열린 서울 강남구 대치동에 소재한 SETEC에서 열린 제 35회 프랜차이즈창업박람회에는 유망프랜차이즈 브랜드들이 대거 참여한 가운데, <암샘김밥>이 리뉴얼 브랜드로 참관객들은 물론, 예비창업인들의 뜨거운 관심을 받았다. (주)암샘은 현재 전국적으로 100여개를 보유하고 있는 브랜드로 기존 분식에서 향후에는 프리미엄김밥 전문점 프랜차이즈로 새롭게 선을 보이며 본격 프랜차이즈 시장에 가세하고 나섰다.

프리미엄 김밥전문점

표방한 '기분 좋은 한 끼'

(주)암샘은 15년 내공을 자랑하는 분식전문점 프랜차이즈로 당초 '세상에서 가장 맛있는 김밥'이라는 캐치프레이즈를 내걸고 시장에서 탄탄한 운영능력을 보여왔다. 15년간 고객과 가맹점주들의 굳건한 신뢰를 가져온 <암샘>분식이 지난 9월 본격 <암샘김밥>으로 브랜드 콘셉트를 변경, 오픈하고 각종 창업 및 프랜차이즈 박람회에서 선을 보이고 있다.

예비창업자들을 대상으로 1:1 맞춤상담을 통해 리뉴얼 브랜드를 소개한 <암샘김밥>은 일단 로고에서 김밥의 속재료와 김, 밥을 형상화했으며 점포는 깔끔하고 모던한 스타일에 맞는 콘셉트로 변화를 모색했다. 엄마가 만들어준 김밥을 기분좋은 공간에서 즐기는 듯한 콘셉트로 한껏 자연주의를 표방하고 나섰다. (주)암샘은 일부 트렌디한 프랜차이즈 브랜드들이 단시간 내에 급성장해오는 모습과는 달리, 오랜 기간 동안 고객과 예비창업자들의 신뢰를 받아오며, 현재까지 100개점이 문을 열고 운영 중이다. 김은광 대표는 "15년 동안 급성장할 수 있었던 시기는 분명 있었다. 하지만 우리는 더 탄탄한 브랜드 구축을 위한 위명업으로 생각하고 무리한 점포전개를 하지 않았다. 그리고 최근 프리미엄 김밥전문점 시장이 어느 정도 안정적으로 형성되는 것을 접하고 본격 프리미엄 김밥전문점으로 선회했다"며, 올 연말까지 리뉴얼 브랜드를 안착시킨





김은광 대표

뒤, 내년에는 신규 점포와 기존 <암샘>의 리뉴얼을 통한 점포전개가 활발할 것으로 기대했다.

전문점 뛰어넘는 제품 퀄리티, 다양한 고객층이 강점

(주)암샘은 직영점이 5개 있을 때부터 본사 물류 센터 구축을 위해 주력해왔으며, 내부 R&D팀은 물론, 전국의 김밥 달인들을 불러 모아 정기적으로 대회를 개최해왔으며, 다양하고 특색 있는 <암샘>만의 김밥을 선보이며 내공을 쌓아왔다. 특히 <암샘>은 기존 분식전문점과는 확연한 차이를 두어 김밥 외에도 돈가스, 오므라이스, 돈부리, 누들, 한식 등 전문점을 뛰어넘는 품질로 역량을 다져왔다. 때문에 암샘을 잘 아는 마니아층은 <암샘>의 맛과 품질에 있어서 만큼은 높은 신뢰도를 가지고 있다.

종합분식에서 프리미엄 김밥전문점인 <암샘 김밥>으로 변신을 꾀한 (주)암샘은 브랜드의 BI, 디자인, 인테리어 등 전체적인 콘셉트를 리뉴얼하고 고객들에게 '기분 좋은 한 끼'를 제공한다는 콘셉트로 직장인과 젊은층은 물론 가족고객에 이르기까지 다양한 연령층을

공략하고 있다.

메뉴의 경우 8가지 메뉴군과 사이드 메뉴 등 60~70가지에서 50여 가지로 줄이고 10가지 김밥메뉴에 더 공을 들인 것이 눈길을 끈다. 특히 메가김밥(6500원)은 벌써부터 <암샘 김밥>의 트레이드마크가 될 정도로 인기를 모으고 있으며, 날치알톡톡김밥(3500원), 불낙김밥(4500원), 너비아니김밥(3500원) 등 다양한 김밥이 젊은층의 입맛을 사로잡는다. 이 외에서 기존 <암샘> 분식이 선보였던 돈가스 및 함박, 면류와 식사류도 프리미엄을 자랑하는 메뉴로 손색이 없다.

소비자 관점의 사고, 기업가 정신으로 사업 발전시켜야

(주)암샘은 본사 설립부터 물류공장의 중요성을 인식하고 직접 제조 및 생산시설을 완비해오는 등 프랜차이즈 시스템의 필요성을 강조해왔다. 그렇다 보니 (주)암샘은 자사에서 직접 생산한 제품이 경쟁력을 갖게 됐고, 물류에 대한 통제도 원활하게 이뤄질 수 있었다. 한편, 2001년 9월에 문을 연 <암샘> 1호점이 지금도 운영되고 있는데, 15년 가까이 시간이 흘렀지만, 현재 매출이 월등히 높

을 정도로 (주)암샘은 꾸준한 발전을 해오며, 고객 니즈에 부응해왔다.

즉, 자체 R&D에서 메뉴 및 식재료 개발에 꾸준히 주력하며, 제조·생산 등 프랜차이즈 시스템을 극대화시켜 매출 및 브랜드 안정화를 이룰 수 있었던 것이다. 탄탄한 물류는 단연, 가맹점들의 제품 퀄리티를 가져왔고 가격적인 경쟁력 또한 매출 상승요인으로 작용했다. 이렇듯 메뉴 다양성, 꾸준한 메뉴개발로 인한 단골 고객 확보, 제조 및 생산 시스템에 따른 물류 및 가격 경쟁력이 현재의 (주)암샘을 굳건하게 해놓았다.

김 대표는 "분식전문점이지만 메뉴, 콘셉트, 인테리어 등의 변화에 적극 대처해왔다. 큰 변화는 아니지만 조금씩 꾸준히 진화를 꾀해 왔는데, 이런 사소한 차이가 브랜드의 경쟁력을 가져왔다"는 설명이다. 소비자들의 경우 분식전문점에 대한 기대치가 높지 않아 주어진 조건 안에서 보다 세심한 서비스를 주력해왔던 것이 현재의 <암샘>이 고객들에게 사랑받는 이유로 분석된다. 아울러 김 대표는 최근 협회에서 프랜차이즈 사업을 떠는 후배들의 경우, 소비자 관점에서 시장을 빨리 읽고 발 빠른 준비를 해오는 것을 보면 감탄스럽다며, 여기에 기업가 정신을 유지해 사업을 발전시켜 나가길 기대한다고 주문했다.

글 임나경 편집국장
사진 주현희 기자

|| 옴니채널(Omni-channel) 유통의 확산과 소비자 행동의 변화

우리가 매일 식당에 가서 식사를 하고 점포에 들어가 상품을 구매하듯이 쇼핑은 우리의 일상생활에서 매우 중요한 부분을 차지하고 있다. 제품과 서비스를 생산하는 기업과 최종 소비자 사이에는 유통이라는 중간 단계가 자리 잡고 있으며, 지난 수십 년간 기술의 발달과 소비자 욕구 및 사회 환경의 변화는 유통의 모습을 바꾸어놓고 있다.



한양대학교 경영학부
한상린 교수

고려대학교 경영학과를 졸업하고 미국 뉴욕주립대학교에서 MBA와 펜실베이니아주립대학교에서 경영학 박사학위를 취득했다. 그의 연구와 관심분야는 유통관리와 B2B마케팅, 신제품 전략, 하이테크 마케팅 등이다. 지금까지 국내외의 주요 학술지에 100여 편의 논문을 발표하는 등 활발한 연구 활동을 수행하고 있으며, 한국유통학회 회장을 지낸 바 있다. 한양대학교 '베스트 티처(BEST TEACHER)' 상을 수상하기도 했으며, 현재 한양대학교 경영학부 교수로 재직하고 있다.

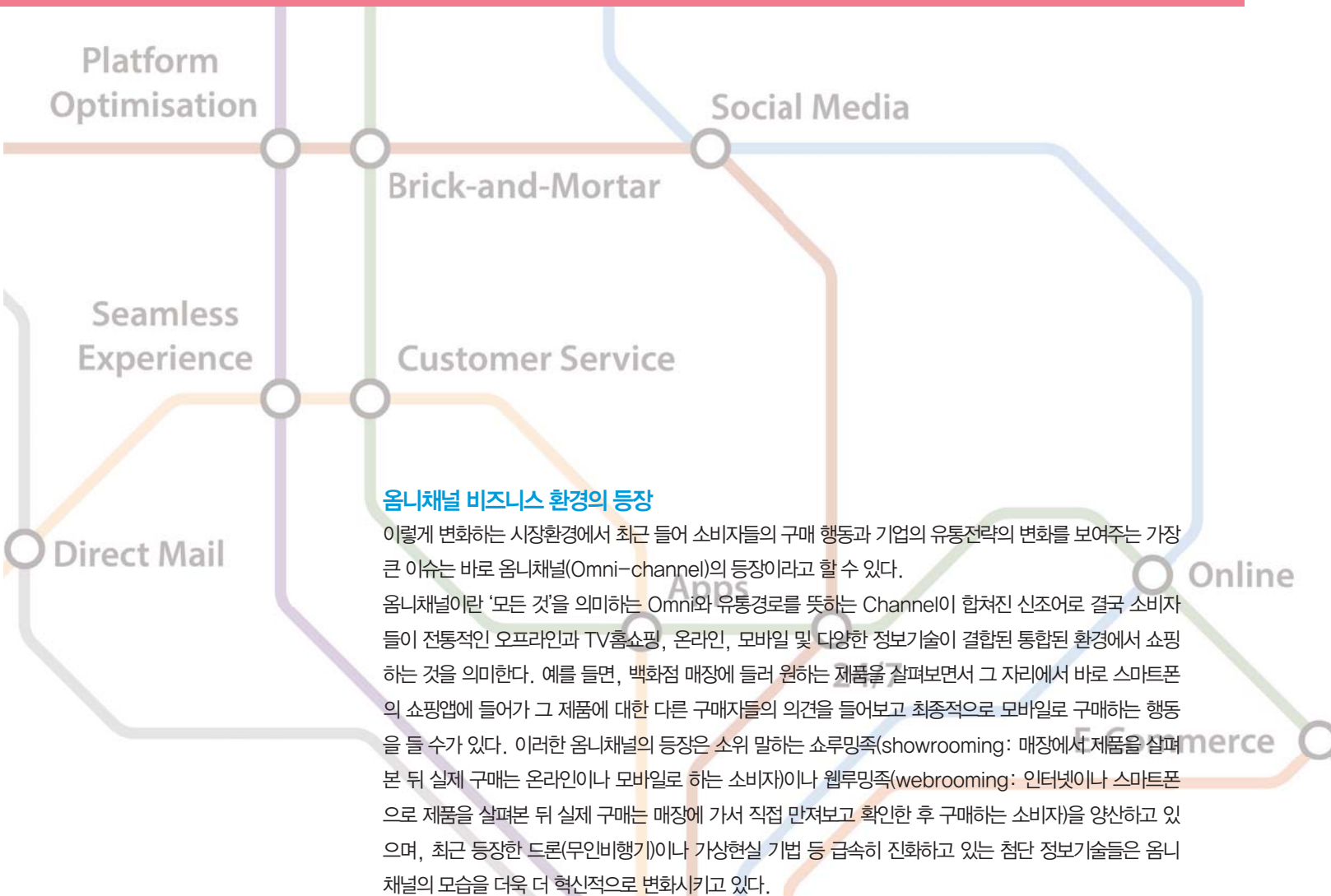


인터넷에서 모바일 유통으로

소비자들의 행동과 쇼핑 활동이 끊임없이 변화해오고 있다. 그때그때 필요한 물건을 집 근처에서 가정주부가 구매하던 쇼핑방식은 온 가족이 주말에 나들이 겸 마트에 가서 열흘 이상 필요한 물건들을 카트에 가득 담아 가지고 오는 모습으로 바뀌었으며, 새롭게 등장한 인터넷 유통은 언제 어디서건 누구나 컴퓨터 앞에만 있으면 24시간 아무 때나 원하는 물건을 주문하고 집에서 받아볼 수 있는 혁신적인 변화의 모습을 보여주었다.

유통 환경에서의 21세기는 이렇게 소위 말하는 오프라인 유통과 온라인 유통의 성장으로 시작되었으며, 전 세계적으로 오프라인 유통을 대표하는 월마트(Wal-Mart)와 온라인 유통을 대표하는 아마존(Amazon.com)이라는 거대 기업을 탄생 시켰다.

최근 들어 첨단 정보통신 기술의 발달과 스마트폰의 급속한 확산은 이제 또 다시 소비자들의 생활 양식을 혁신적으로 바꾸어 놓고 있다. 대표적인 변화는 모바일 유통의 성장인데 올해 약 45조 원 정도로 예상되는 인터넷 쇼핑 시장의 29% 정도를 스마트폰을 통한 모바일 쇼핑이 차지할 것으로 예상되고 있다(참고: 한국온라인쇼핑협회 자료). 이제 우리나라 유통과 소비자 쇼핑 행동을 이끌 어가는 견인차는 바로 모바일 유통이 되고 있는 것이다.



옴니채널 비즈니스 환경의 등장

이렇게 변화하는 시장환경에서 최근 들어 소비자들의 구매 행동과 기업의 유통전략의 변화를 보여주는 가장 큰 이슈는 바로 옴니채널(Omni-channel)의 등장이라고 할 수 있다.

옴니채널이란 '모든 것'을 의미하는 Omni와 유통경로를 뜻하는 Channel이 합쳐진 신조어로 결국 소비자들이 전통적인 오프라인과 TV홈쇼핑, 온라인, 모바일 및 다양한 정보기술이 결합된 통합된 환경에서 쇼핑하는 것을 의미한다. 예를 들면, 백화점 매장에 들러 원하는 제품을 살펴보고 그 자리에서 바로 스마트폰의 쇼핑앱에 들어가 그 제품에 대한 다른 구매자들의 의견을 들어보고 최종적으로 모바일로 구매하는 행동을 들 수가 있다. 이러한 옴니채널의 등장은 소위 말하는 쇼루밍족(showrooming: 매장에서 제품을 살펴본 뒤 실제 구매는 온라인이나 모바일로 하는 소비자)이나 웹루밍족(webrooming: 인터넷이나 스마트폰으로 제품을 살펴본 뒤 실제 구매는 매장에 가서 직접 만져보고 확인한 후 구매하는 소비자)을 양산하고 있으며, 최근 등장한 드론(무인비행기)이나 가상현실 기법 등 급속히 진화하고 있는 첨단 정보기술들은 옴니채널의 모습을 더욱 더 혁신적으로 변화시키고 있다.

프랜차이즈, 새로운 유통 시대 도래할 것

국내의 많은 기업들도 이러한 전 세계적인 유통환경의 변화와 소비자 행동의 변화를 예측하고 옴니채널 비즈니스 환경에 많은 투자를 하고 있으며 이를 기반으로 더 많은 고객을 끌어들이고 나아가 시장의 변화를 주도하려는 시도를 하고 있다. 해외 시장에서도 예를 들어 어느 세계적인 패스트패션 유통기업의 경우, 첨단 가상현실 기법을 활용해 매장에 들른 고객이 옷을 직접 입어보지 않고도 현실과 거의 똑같이 보이는 화면상에서 다양한 배경(예: 사무실, 길거리, 해변, 산 등)을 바탕으로 자신에게 가장 잘 어울리는 옷을 선택할 수 있는 쇼핑 환경을 만들고 있다. 미국 아마존은 특별 회원(Amazon prime member)의 경우 주문한 상품을 구매자의 집 앞마당에 드론(무인비행기)으로 신속하게 바로 배달해주는 서비스를 시도하고 있으며, 아마존 대쉬(Amazon Dash)라는 조그만 무선 버튼을 집안의 자주 쓰는 제품 곳곳에 부착해 버튼을 누르기만 하면 자동으로 스마트폰을 통해 주문이 되는 편리한 서비스를 선보이고 있다.

프랜차이즈 사업의 대표적인 업종이라 할 수 있는 외식업의 경우에도 최근에 비콘(Beacon)이라는 정보기기를 활용해 고객을 유치하고 고객 서비스를 제공하는 모습이 확산되고 있다. 비콘이란 조그만 무선 센서기인데 이것을 식당에 설치해 주변을 지나가는 사람들의 스마트폰에 바로 할인쿠폰을 날려 식당으로 유도하고 식당 안에서 메뉴를 보고 주문하거나 최종 결제 서비스까지 비콘을 통해 그 자리에서 모든 것이 이뤄지는 편리한 서비스를 제공할 수 있게 된다.

바야흐로 새로운 유통의 시대가 도래하고 있으며 소비자들의 쇼핑 방식과 생활양식의 변화는 앞으로도 더욱 더 진화하게 될 것이다.

신규 프랜차이즈의 가맹점 모집전략

경험이 없는 초보창업자들이 가장 선호하는 것이 바로 프랜차이즈 가맹 창업이다. 실패에 대한 불안감 또는 성공에 대한 불확실성 등으로 고민하는 예비창업자들이 창업환경이나 아이템, 창업자금, 상권의 특성에 따른 여러 변수가 작용하는 창업을 독자적으로 직접 시도하기보다는 가맹비나 기타 비용지불을 감안하더라도 실패나 불안감을 독립점포형태의 창업보다 상당부분 줄일 수 있기 때문이다. 이러한 배경으로 프랜차이즈 산업의 2015년 현주소는 20여만 가맹점에 4400여 브랜드, 300여 가맹 본부가 활동할 정도로 성장했다.



한국창업컨설팅Group
최재희 대표

(사)한국소자본창업컨설팅협회 회장을 거쳐 연합창업지원센터소장, 소상공인진흥원 이사, 산업자원부 서비스 품질인증제도 심사위원, 배재대학교 관광경영학부 외식급식경영학과 외래교수로 활동하고 있다. 저서로는 「창업 전문가가 가르쳐주는 소자본 창업 어떻게 할까요?」 「손님 모이는 가게 따로 있다」 「창업 고수들이 알려주는 창업 성공마인드」 「창업 첫걸음」 등이 있다.



꿈과 희망의 프랜차이즈 산업

외환위기 이후의 창업시장은 최소 10년 이상 언론의 관심을 많이 받아 왔지만 자영업이 포화상태로 인식되면서 예비창업자들의 관심에서도 조금씩 멀어져가는 느낌이다. 부침현상이 심한 창업시장에서 자리매김을 하지 못하고 실패로 또 다시 좌절하는 사례들이 많이 다뤄졌기 때문이라 여겨진다. 창업자와 마찬가지로 성공한 프랜차이즈 CEO가 되기 위해 도전하는 기업가나 브랜드들도 소리 소문 없이 사라진 경우도 다반사였다.

창업컨설턴트로 20여 년 간 활동해온 필자가 느끼는 경제상황은 한 번도 경기가 제대로 풀리거나 회복되어 본적이 없었다고 생각된다. 기업 환경도 언제는 정부에서 “프랜차이즈 육성이다” “미래 산업의 성장 동력이다”를 외치더니 공정거래다. 갑을의 문제로, 규제일변도로 정책도 바뀌었다. 어느 장단에 춤을 추어야 할지 프랜차이즈 기업가들도 혼란스러워 하기는 마찬가지다. 그럼에도 불구하고 프랜차이즈 산업이 꾸준히 성장하고 소비자들에게 사랑받는 브랜드가 되어 별도의 가맹영업을 하지 않아도 잘 굴러가는 기업들이 수없이 탄생했다. 성공한 프랜차이즈 CEO. 그들은 하나같이 경제가 가장 어려울 때, 사업 환경이 가장 좋지 않다는 외환위기 이후 대부분 맨주먹이나 소자본으로 창업을 시도했다. 그리고 단기간에 연간 매출액을 수백억 원 이상으로 올렸고, 수천억 원의 자산가들이 탄생됐다. 첼포세대가 판치고 있는 요즘을 희망을 가지고 프랜차이즈 사업에 도전하는 젊은 청년사업가들에게 꿈과 희망을 던져주는 긍정적인 면이기도 하다.

가맹점 없는 브랜드가 1200여개

요즘은 새로 프랜차이즈 사업에 도전하는 이들의 환경은 어떻게? 정보공개서에 등록된 브랜드 중 가맹점이 한 개도 없는 브랜드가 1200개가 있으며, 가맹점이 하나인 브랜드가 400여개가 된다. 이들 브랜드는 어떤 방식으로 가맹점을 늘려갈까? 가맹점 모집활동으로 광고, 인터넷마케팅, 모바일, 언론홍보, 박람회 참여, 사업설명회 개최, 영업사원을 통한 발품영업 등 다양한 방법으로 프랜차이즈 비즈니스를 전개해 나갈 것이다.



효과 없는 프로모션

알고 지내던 중견 프랜차이즈 기업의 경영자들을 만나보면 예산을 들여 광고, 박람회 등 다양한 접근을 시도해도 좀처럼 효과가 나지 않는다는 것이 현실이라고 한다. 효과가 나지 않는다고 광고나 언론홍보를 게을리할 수도 없으니 진퇴양난의 어려움이 있다고 말한다.

이러한 문제가 생긴 원인을 살펴보면 가맹점을 희망하는 예비점주들이 현명해졌고 정보에 대한 접근성이 쉬워졌다는 점을 들 수 있다. 컴퓨터를 통한 인터넷 검색을 넘어서 손바닥 안에 있는 모바일로 원하는 정보에 한층 더 가까이 갈수 있고, SNS를 통해 나름대로 비교하고 분석하는 환경이 시장을 변화시켰기 때문이다. 신규 브랜드와는 달리 기존 중견 브랜드들은 프랜차이즈 시스템이나 기업운영 노-하우가 축적되어 있을 뿐 아니라 기업을 성장시킨 CEO의 역량이나 기업가마인드가 잘 정립되어 있는 것은 당연하다. 가맹점모집도 기존의 가맹점 관리만 잘해도 약간의 노력만 기울인다면 저절로 가맹점 모집이 된다. 브랜딩이 되어 있다는 것은 이미 광고나 언론홍보, 가맹점 관리 등을 통해 자본과 노력이 많이 투자되었다는 것을 의미한다.

신설 프랜차이즈의 효과적인 가맹점 모집활동은?

자본력은 가맹점 모집이라는 목표를 조기에 달성시켜 줄 수 있는 수단이다. 이제 출발하는 신설 브랜드의 경우 자본력이 있다면 다양한 마케팅 활동을 전개할 수 있겠지만 그렇지 못한 경우가 대부분이다.

대박점포 하나로 가맹사업을 전개하는 경우, 첫째 다른 상권에서도 대박점포가 될 가능성이 있는 것인지 점검하고 매뉴얼화 시켜야 한다. 상품화된 프랜차이즈 모델은 예비점주의 입장에서 가맹비를 포함한 창업투자비용에 적합하고 가치가 충분해야 한다.

둘째, 예비점주에게 지속적으로 관리를 해주고 지원해준다는 믿음을 줄 수 있어야 한다. 여기에는 문서로 된 지원체계가 중요한 것이 아니라 지속적으로 본부와 가맹점이 소통할 수 있는 신뢰관계를 구축하는 것이 예비점주에게 더 중요하기 때문이다.

셋째, 온·오프 커뮤니티 활동이 활발해야 한다. 온라인은 홈페이지, 모바일웹, SNS 등의 운영을 통해 끊임 없이 쌍방향 소통을 해야 한다. 오프라인은 협회활동, 프랜차이즈 사업자 소모임 등의 다양한 활동을 통해 사업가의 긍정적인 이미지를 구축하고 정보교류를 하는 등의 활동을 통해 가맹점 모집활동을 전개해야 한다.

최소한 위에서 언급한 세 가지가 부실하다면 다른 어떤 언론홍보나 전문영업자를 통한 프로모션 활동도 그 성과는 기대 이하로 나타날 수밖에 없다. 물론 계약 성사의 확률을 높일 수 있는 노-하우도 터득해야 하는 것도 필수다. 결론적으로 프랜차이즈 사업전개의 원론적인 기초에 충실하고 끊임없이 연구하고 체험해 시행착오를 줄여나가는 것이 가장 빨리 가맹점을 늘려가는 길이다.

빨리 가는 길과 오래 가는 길

한국 기업의 비전을 살펴보면 글로벌 00대 기업, 매출 XX 등등의 구체적인 수치가 돋보인다. 얼마나 빠른 시간 내에, 얼마나 많이 확장하고 벌어들였는지 하는 양적 성장이 기업의 자랑거리가 된다. 하지만 그 자랑스러운 성과가 직원과 그들의 협력업체, 지역사회, 고객의 자발적 행동과 참여, 열광과 호응을 이끌어내는지에 대해서는 말을 아낀다. 이 시점에서 우리는 영속하는 기업에 대해 한번쯤 생각해 보자.



프랜차이즈전략컨설팅그룹 아이콘스
나화숙 대표

한국프랜차이즈산업협회 정책위원으로 있는 프랜차이즈전략컨설팅그룹 '아이콘스' 나화숙 대표는 국내 프랜차이즈 업계의 비즈니스 모델의 체계와 정립을 위한 컨설턴트로서 업계에서 활발하게 활동하고 있다.



기업의 지속 가능성을 위한 파트너십

요즘 시대에 '알리바바(Alibaba)'를 아라비안나이트의 주인공으로 먼저 기억하는 이들이 얼마나 될까? 중국의 영향력이 커지는 만큼 중국의 대표적 전자상거래 기업 알리바바는 설하 속 주인공이 아니라 글로벌 IT 기업의 대명사가 되고 있다. 알리바바그룹 창업 10주년 기념식에서 CEO 마윈(馬雲)이 밝힌 비전은 매우 인상적이었다.

'최소 2101년까지 102년 이상 살아남아, 그것이 '알리바바의 유산(legacy)'이 되게 하겠노라'는 것이다. 수십 년간 계속 혁신하고 창의적이어야만 살아남는 것이고 그것이 진짜 어려운 것이라며, 글로벌 스탠더드를 만들어 알리바바가 오래 살아남는 기업의 본보기를 보여주고 싶다고 밝혔다. 그리고 그 목표를 위한 구체적인 방법에 대해 언급한 것이 파트너십이다. 기업과 사회의 지속 가능성을 위해 파트너십이 기업의 중심에 서도록 하고, 알리바바의 파트너십 시스템을 이번 세기의 시스템으로 만들고 싶다고 밝히며, 이것을 '기업의 발전 철학에 대한 문제'라고 했더니 경탄을 금할 수 없다.

오래도록 영속하는 회사

기업의 지속가능성을 열망하는 기업가가 마윈만은 아니다. 어떤 기업을 시작했다가 매각이나 기업 공개를 통해 현금이나 채기려고 애쓰면서 자신을 '기업가'라고 부르는 이들을 나는 몹시 경멸한다. 그들은 사업에서 가장 힘든 일, 즉 진정한 기업을 세우는 데 필요한 일을 할 의향이 없는 사람



들이다. 한두 세대 후에도 여전히 무언가를 표상하는 회사를 구축해야 한다. 단순히 돈을 버는 기업이 아니라 영속하는 기업을 구축해야 한다.”

혁신과 창의적 산물의 아이콘인 애플의 스티브 잡스가 그의 자서전에서 밝힌 ‘오래도록 영속하는 회사’에 대한 갈망이다. 대한상공회의소에 따르면 우리나라 상장기업의 평균 수명은 32.9년이라고 한다. 미국 경제전문지 포브스도 글로벌 100대 기업의 평균 수명이 약 30년에 불과하다고 했다. 세계적 컨설팅업체 맥킨지가 밝힌 전망은 더 우울하다. 1935년에 90년에 이르렀던 기업의 평균 수명이 1995년에는 22년으로 짧아졌고, 2015년 오늘날에는 갈수록 더 단축돼 평균 15년이 될 것으로 전망했다. 이러니 마윈이 밝힌 102년이라는 영속 기업으로서의 목표가 얼마나 아무지고 원대한 것이란 말인가. 빨리 가는 길보다 적어도 3대를 내다보는 오래 가는 길을 비전으로 삼는 기업이 주주가치에 연연하는 경영성과보다는 파트너십을 우선하겠다는 것 또한 자극히 당연한 길일 것이다.

오래 가는 길에 대한 비전 세울 것

장수기업이 많은 나라로 단연 손꼽히는 게 일본이다. 2012년 기준으로 200년 이상 된 장수 기업 수만 해도 3937개로 서 뒤따르는 독일(1805개)과 영국(467개)보다도 압도적으로 많다. 일본 장수기업의 공통점으로 언급되는 4가지가 바로 “명확한 기업이념과 경영원칙을 세워 반드시 준수하고, 장기적 관점에서 기업을 경영하며, 전통을 중시하면서도 혁신을 추구하고, 종업원을 소중히 여기는 것”이라고 한다. 일본 호세이대학 쿠보타 쇼우이치 교수의 분석이다.

매일경제신문이 선정한 ‘매경 100대 프랜차이즈’ 기업 리스트를 보면 상위 100대 기업의 리스트는 변화가 크지 않다. 그만큼 국내 프랜차이즈 산업과 기업의 역사도 뿌리를 내리고 있음을 알 수 있다. 그러나 향후 10년, 20년, 30년 후엔 어떻게 될까? 과연 한국 프랜차이즈 기업인들 중에 누가 지속가능성에 대해 고민하고 있을까?

사회공헌활동을 강조하며 가맹점과 직원을 가족처럼 여기고, 고객만을 위한다는 프랜차이즈 기업은 많다. 문제는 그렇게 표방하는 것과 달리 상반된 행보를 보이는 기업이 많다는 것이다. 우리 사회는 거짓과 위선을 유독 못견뎌한다. 아예 말을 말든가, 말을 했으면 책임을 지라는 심리가 강하다. 꾸준히 진득하게 자신이 표방하는 바를 실천해가는 진정성이 없으면 소비자의 분노는 더욱 커진다. 국내 존경할 만한 족적을 보여온 프랜차이즈 기업들이 그 동안 내세웠던 가치들과 다른 일로 세간의 이슈가 되는 일이 있다. 부당하다는 업계의 불멘소리를 심분 이해할 수도 있지만, 갑의 횡포라고 여론은 피할 수 없다. 그러나 어쩌랴, 그것이 소비자가 프랜차이즈 기업에 보내는 시선인 것을.

상생을 외치던 기업이 상생과는 다른 일로 논란이 될 때면, 빨리 가는 길보다 오래 가는 길이 얼마나 중요한지 다시 생각하게 된다. 역사와 전통을 자랑하는 훌륭한 프랜차이즈 기업인들이 오래 가는 길에 대한 비전을 다투듯 내놓기 바라는 마음이다.

2015년 창업시장 현황 및 2016년 창업시장 전망

2015년이 이제 두 달 밖에 남지 않았다. '다사다난(多事多難)'이라는 말이 이토록 가슴에 와 닿는 해가 있었을까. 지난해 세월호 사고로 인한 자영업의 어려움이 어느 정도 회복될 때쯤, 세상에 메르스의 공포에 휩싸였고 사람들이 모이는 자리에는 발길을 끊었다. 공연장, 음식점, 카페, 심지어 종교시설에까지 그 여파는 생각 이상으로 컸다. 다행히 지금은 큰 사건 사고가 터졌던 이전 상황으로 회복되고 있다. 2015년 한 해 창업시장은 어땠을까? 올 한 해 창업시장을 정리하고 내년을 전망해 보자.



창업피아
이홍구 대표

창업 컨설팅업무와 프랜차이즈 인큐베이팅을 주 업무로 하고 있으며, 상권현장을 일일이 발로 뛰면서 얻은 현장 실무경험을 바탕으로 올바른 창업컨설팅을 수행하고자 한다. 이 외에도 SBS CNBC '소상공인 성공 비법' 패널, SBS CNBC '특목 창업 다이어리' 패널, SBS '창업의 모든 것' 패널 등 다양한 창업방송을 통해서 창업 토론회서비스를 해오고 있다.

작년 한 해, 주점 시장을 이끌었던 스몰비어가 올 한 해도 가맹사업에 박차를 가했다. 하지만 아이টে을 비슷하게 따라한 업체들이 말 그대로 '우후죽순'으로 늘어나면서 과도한 경쟁을 하였다. 그 때문일까 '광풍' 수준이었던 스몰비어의 인기는 한 풀 꺾이는 상황이다. 공정거래위원회 가맹사업거래 홈페이지에서 '비어'라는 키워드로 가맹사업자 조회를 해 보니 58개의 브랜드가 검색됐다. 이 가운데, 스몰비어라고 추정되는 맥주전문점이 무려 30개 가까이 추정됐다. 과연 이 중 얼마나 많은 업체가 소비자들과 가맹점주들의 사랑을 받으며 오래 지속될까. 스몰주류는 소자본창업자들에게 앞으로도 인기를 끌 수밖에 없는 아이템이다. 다만 나만의 차별화된 전략으로 시장을 공략해야 할 것이다.

프리미엄김밥전문점의 인기는 계속되다

빅데이터를 통해서 김밥의 숫자를 파악해 보았다. 공정거래위원회 등록된 프랜차이즈 중에서 '김밥'이라는 단어로 검색을 해 보니 무려 49개의 브랜드가 노출됐고, 대형 포털사이트에서 김밥집이 얼마나 많은지 검색해 봤더니 무려 1만 7000여 개의 김밥전문점이 쏟아져 나왔다. 간판에 김밥이라는 단어가 포함되지 않은 김밥전문점까지 합하면 그 수는 더욱 많을 것으로 보인다. 지역별로는 고루 분포. 서울, 경기, 인천이 약 48%정도, 나머지 지역이 50%로 지역별 인구수에 맞게 고루 분포됐다. 이 가운데, 프랜차이즈 브랜드 중에서도 가장 활발하게 가맹사업을 전개하는 곳은 7~8개 정도로 추산된다. 각 업체들마다 자신만의 강점을 내세우며 소비자들을 공략하고 있는데, 공통점은 이 모든 브랜드가 건강이라는 키워드로 귀결이 되고 있다는 점이다. 앞으로도 프리미엄 김밥시장의 전망이 밝게 내다보이는 부분이다.

콜라보레이션의 시대

콜라보레이션은 이제 여러 업종에서 시도되는 트렌드다. 피자과 짜뽕, 자동차 전시장과 커피전문점, 피자과 주꾸미 등 한식, 중식, 양식, 심지어 서비스업과 판매업 등이 다양한 방법으로 융합되고 있다. 이는 서로 원하는 음식의 스타일이 다른 소비층을 확보하는 측면에서 긍정적으로 받아들여진다. 밥집과 술집을 절묘하게 결합시키는 아이템을 개발하는 것도 관심을 두었다. 앞으로도 이러한 콜라보레이션은 활발하게 전개될 전망이다.

피자전문점의 변신

3.5센티미터의 치즈 두께를 자랑하는 이른바 <사카고피자>가 피자시장을 뜨겁게 달군바 있다. 이 브랜드는 일부 프랜차이즈 업체에서 공격적인 마케팅을 통해 시장을 확대해 나가고 있고, 각 핵심 상권과 좋은 입지에 출점하면서 소비자들과 예비창업자의 이목을 집중시키고 있다. 다른 피자전문점과는 달리 배달을 하지 않고 피자 이용객을 매장으로 이끌어내어 주류까지 판매해 추가매출을 올리는 영업방법을 택하고 있다. 아직까지는 젊은층에게만 각광받고 있지만 빠른 시간 안에 이슈가 된 만큼 쉽게 가리אות을 수도 있으니, 본사의 지속적인 메뉴개발과 서비스기법을 개발해야 할 것이다.



2016년 창업시장 전망

* 복고아이템의 등장

과거 한 때 유행했던 아이템이나 대중적인 아이템을 세련화시킨 업그레이드 버전이 시장에서 각광받을 전망이다. 최근 인기를 끌었던 업종에서 힌트를 얻어 보자. 팔빙수전문점은 원래 예전부터 한국 사람들이 좋아했던 전통 디저트 음식이다. 얼음을 거칠게 갈아서 만든 팔빙수에서 우유로 눈꽃 모양을 갈아서 미숫가루를 뚝뚝 뿌리고 쫄깃한 인절미를 몇 개 올린 것에 불과하다. 하지만 대박은 그 작은 차별에서 터졌다. 버블티도 마찬가지. 10여 년 전에 세상에 나왔다가 사라진 아이템이 많은 소비자들에게 뜨거운 사랑을 받을지 누가 알았을까. 그렇다면 우리 과거에 반짝 아이템으로 인기를 끌었던 음식과 대중아이템 속에서 차별화를 찾아 아이템을 발견해 볼 수 있다. 자, 감이 오지 않는가.

* 드라이에이징 돼지고기 전문점

쇠고기에만 적용 시켰던 드라이에이징의 숙성기법을 돼지고기에 적용시켜 큰 반향을 일으키고 있다. 최근 현대식 인테리어와 파iting 넘치는 서비스로 인기를 끌고 있는 돼지고기전문점은 여기서 더 나아가 '숙성'이라는 키워드를 찾아내 그 숙성된 근고기를 손님 앞에서 잘라주는 퍼포먼스를 보여준다. 또한 숙성으로 인한 감칠맛 나는 고기는 당분간 돼지고기전문점 시장에서 각광을 받을 것이다. 앞으로도 고기전문점의 변화는 지속될 것으로 보인다. 숨어있는 1인치를 찾아내자.

* 과일음료전문점

커피전문점에만 집중됐던 음료시장이 과일이나 건강음료를 특화한 과일음료 전문점에서의 발전이 예상된다. 소비자는 기존 음식에서 업그레이드 된 것을 원한다. 생과일을 직접 갈아 피부와 미용, 건강에 좋은 메뉴를 개발하고 마케팅을 공격적으로 전개한다면 대한민국 음료시장을 석권할 가능성이 있다. 다만, 가성비가 높아야 하고 과일주스전문점이라고 해서 커피고객을 무시하면 큰 실수를 범하게 될 수 있다는 것을 명심하자.

* 프리미엄 도시락 전문점

〈한솔도시락〉, 〈본도시락〉, 〈토마토도시락〉 등 과거의 도시락에서 한 단계 넘어서 프리미엄 도시락전문점이 시장에서 인기를 끌었다. 하지만 가격은 프리미엄급인데도 평범한 매장 이미지와 브랜드 아이덴티티에서 크게 벗어나질 못하고 있다. 똑같은 상품을 재래시장과 백화점에서 판매한다고 가정했을 때 어느 쪽이 더 높은 가격을 받을 수 있을까. 올 4월 도시락 시장에 혜성처럼 등장해 벌써 4개의 직영점을 확보하며 빠른 행보를 보이는 글로벌 도시락 전문점이 있다. 이 곳을 가보면 온통 핑크색 인테리어에 깨끗하고 세련된 디자인이 여심을 한 눈에 사로잡는다. '도시락집' 아이템을 의심할 정도로 예쁜 인테리어가 특징. 보기 좋은 떡이 먹기 좋다. 품질과 가격에 맞는 디자인을 설계하는 것이 중요하다. 프리미엄 도시락 시장이 서서히 형성될 것으로 전망된다.

* 가성비가 높은 프리미엄급 창업아이템

전 업종에 걸쳐 프리미엄급 소비를 지향하는 고객들을 공략할 아이템들이 등장하게 될 것이다. 2016년의 창업시장을 요약하면, 복고, 프리미엄, 가성비로 정리할 수 있겠다.



네덜란드 낭만과 예술이 넘치는 나라

풍차와 운하로 대표되는 네덜란드는 약 1700만 명의 인구가 사는 작은 나라다. 하지만 세계 20위 안에 드는 경제대국으로 수도인 암스테르담을 비롯하여 여러 도시에서 서유럽과 북유럽의 분위기를 함께 느낄 수 있어 매력적인 여행지다. 또 로맨틱하고 아름다운 운하와 인상적인 박물관들이 곳곳에 있어 수많은 관광객들에게 사랑받는 나라이기도 하다. 또 조선 시대 박연, 하멜 등의 네덜란드인이 우리나라에 온 적이 있고, 국사를 배울 때 빠지지 않는 헤이그 밀사 사건도 있어 우리나라와도 친근한 편이다. 아름다운 자연과 유서 깊은 문화가 함께 어우러져 네덜란드의 인기는 꾸준히 이어지고 있다.

문화와 낭만이 가득, 'Amsterdam'

유럽의 북서부에 위치한 네덜란드는 깨끗한 느낌의 북유럽과 다양한 유적지가 많은 서유럽의 장점을 두 가지 모두 가진 훌륭한 관광지다. 일반적으로는 수도인 암스테르담이 제일 잘 알려져 있지만, 잘 정비된 철도를 이용해 다른 도시들도 방문해 본다면 네덜란드의 매력을 제대로 느낄 수 있다.

'I Amsterdam'이라는 재미있는 표현으로 홍보되고 있는 암스테르담 여행의 시작은 센트럴 역. 다른 도시는 물론 유럽 내 여러 나라로 이동할 수 있는 역사는 큰 편이며, 유럽의 각 도시로 떠나고 도착하는 이들로 인해 늘 분주하다. 역에서

나오면 시내 곳곳으로 갈 수 있는 다양한 트램 노선이 있다. 시내를 관통하는 트램은 도로로 달리 기 때문에 시티투어 버스가 부럽지 않을 정도. 특히 2번과 5번 트램을 타면 암스테르담의 대표 명소들을 둘러볼 수 있기 때문에 여행자들에게 많은 사랑을 받고 있다.

암스테르담에는 다양한 관광지가 많이 있지만, 그중에서도 가장 많은 인기를 얻는 곳은 바로 반 고흐 미술관. 평소에도 한 시간 이상은 줄을 서야 입장권을 살 수 있기 때문에 가능하면 홈페이지에서 원하는 날짜와 시간을 예약 및 결제하는 것이 좋다. 규모는 크지 않지만 반 고흐의 수많은 작품들을 자유롭게 관람할 수 있어 반 고흐의





■ 네덜란드 국가정보

명칭 Kingdom of the Netherlands

수도 암스테르담(Amsterdam)

언어 네덜란드어

인구 약 1700만 명

종교 가톨릭 28%, 신교 18%, 기타 10%, 무교 44%

관광청 www.holland.com



매력에 흠뻑 빠질 수 있다. 1층에 있는 아트 숍에서는 반 고흐의 그림을 응용한 다양한 기념품을 구입할 수 있으며, 카페에서는 부담 없는 가격으로 간단하게 식사도 즐길 수 있다.

이밖에도 '안네의 일기'의 안네 가족이 살던 집, 네덜란드의 미술사를 한눈에 볼 수 있는 국립중앙미술관, 맥주가 만들어지는 과정을 보고 마음껏 시음할 수 있는 하이네켄 박물관, 거리 공연을 마음껏 볼 수 있는 돔 광장 등이 암스테르담의 대표적인 명소이다. 하지만 아름다운 운하를 보면서 걸거나 유람선을 타는 것, 그리고 길가에 면해 있는 작은 펍에서 시원한 생맥주 한 잔을 하는 것도 암스테르담의 분위기를 느끼기에는 충분하다.





‘마두로담’에는 네덜란드의 명소들을 1/25의 크기로 축소한 미니어처들이 있는데, 실제와 똑같이 만들어져 있어 재미있다.

농치기 아쉬운 아름다운 소도시들

‘풍차 마을’이라는 애칭으로 잘 알려진 잔세스칸스는 풍차를 구경하고 싶어하는 관광객들이 찾는 1순위 관광지. 하지만 700기 이상의 풍차가 있던 예전과 달리 지금은 4기의 풍차만 남아 있어 아쉬운 느낌을 준다. 그렇지만 강가에 있는 치즈 공장과 나막신 공장을 방문해 치즈와 나막신이 만들어지는 과정을 살펴보면서 인상적인 기념품을 살 수도 있다. 특히 나막신 공장에서는 다양한 종류의 나막신을 구매할 수도 있으며, 공정 과정을 자세하게 볼 수 있어 흥미롭다. 역에서 마을로 들어가는 길에는 큰 배가 지날 때 개폐되는 다리가 있는데, 다리가 열리고 닫히는 과정을 보는 것도 재미있다. 세계적인 캐릭터 ‘미피’의 고향이기도 한 위트레흐트는 교회와 수도원을 중

심으로 중세의 모습이 남아 있어 매우 아름다운 도시다. 현대적인 위트레흐트 역과 중세적인 느낌의 구시가를 동시에 느낄 수 있다는 것도 매력적이다. 17세기에 개교한 대학이 있어 거리를 오가는 대학생들의 모습을 보는 것도 색다른 재미다. 위트레흐트에서 가장 인상적인 곳은 돔 교회로, 네덜란드에서 가장 오래된 고딕 양식으로 지어졌으며 꼭대기까지 가려면 465개의 계단을 올라야 한다. 중세 풍경을 그린 그림같이 아름다운 도시로, 산책하는 것만으로 충분할 정도. 네덜란드 정치의 중심지인 헤이그는 우리에게도 이준 열사로 유명하다. 차이나타운 인근에 있는 이준 열사 기념관은 한국인이자면 대부분 방문하는 도시로, 크지는 않지만 당시 분위기를 느낄 수 있어 추천한다. 전 대통령들의





휘호와 이곳을 방문한 한국인 여행자들의 방명록을 보는 것도 또다른 재미다. 시간이 없어 네덜란드 곳곳을 돌아보지 못했다면 헤이그 내에 있는 마두로담을 방문하는 것도 좋다. 네덜란드의 명소들을 1/25의 크기로 축소한 미니어처들이 있는데, 실제와 똑같이 만들어져 있어 재미있다. 여름에는 야간 개장을 하며, 아이들을 동반한 가족 단위의 방문객들이 방문하는 편이다. 친절하면서도 영어에 능통한 네덜란드인들, 교통의 40%를 차지하는 자전거 그리고 작지만 볼거리가 많은 네덜란드의 도시들을 방문하다 보면 런던, 파리, 로마 등 늘 회자되는 서유럽의 유명 관광지와는 또다른 매력과 분위기를 느낄 수 있을 것이다.

글·사진 조주연 기자



CEO's LIBRARY



〈이바둑감자탕〉 김현호 대표는 지난 20여 년간 브랜드 고급화에 성공하고, 외식문화의 변화를 주도해 온 인물이다. 흔한 감자탕으로 새로운 프랜차이즈 시스템을 만들며, 온 가족이 즐겨 찾을 수 있는 공간을 위해 국내에서는 처음으로 감자탕 매장에서 키즈존을 접목하는 등 가족 외식문화 공간을 만들어낸 장본인이다. 실패 없는 성공이 없듯, 그 역시 지금의 성공 이전엔 숱한 고생을 거쳐 지금에 이른다.

그는 평소 자신이 독서를 즐기는 것에서 그치지 않고, 회사 내에 직원들이 독서를 편하게 할 수 있도록 별도 공간을 마련하는 등 독서권장에 주력해왔다. 그의 사무실 한쪽 벽면은 책장으로 가득 차 있는데, “독서는 획일적인 사고를 없애고 전진할 수 있는 가치관을 만들어 준다”며 책 읽기의 중요성을 강조하고 있다. 그런 그가 프랜차이즈 성공 CEO의 성공과 실패 이야기를 담은 『성공을 위한 실패Ⅲ』을 추천한다.

다독 CEO, (주)이바둑 김현호 대표의 추천도서

성공 CEO 11인의 경영과 지혜 읽기 『성공을 위한 실패Ⅲ』

『성공을 위한 실패Ⅲ』은 월간〈창업&프랜차이즈〉대표 이덕철 저자가 프랜차이즈 업계의 성공 CEO 11인을 만나 그들의 성공과 실패의 이야기를 담은 책이다. 프랜차이즈 업계에 종사하는 선배들이 소상공인에서 프랜차이즈 CEO가 되기까지, 혹은 그들만의 필살기 브랜드를 키워내며 좌절과 실패에 이은 성공을 향한 이야기를 리얼하게 담았다. 특히 30년 언론사에 몸담아오며, 20년 가까이 프랜차이즈 분야를 어깨너머로 보아온 저자의 날카로운 시선과 상대방을 예리하게 분석, 관찰한 그의 속살 같은 내밀하면서도 감칠맛 나는 표현력 또한 이 책을 읽는 묘미다.

『성공을 위한 실패Ⅲ』에 실린 프랜차이즈 업계 및 관련 CEO들은 이들이 국내 소상공인에서 탄탄한 프랜차이즈 브랜드가 되기까지, 혹은 세계를 무대로 글로벌 프랜차이즈 기업을 향해 나아가는 여정이 담겨있다. 특히 눈에 띄는 것은 한국프랜차이즈산업협회 명예회장인 (주)김가네 김용만 회장의 경영과 지혜의 행간을 읽는 대목이 있는데, 다시 한 번 프랜차이즈 업계의 산증인의 담담하면서도 내용 깊은 경영이야기를 만날 수 있어서 반가웠다. 초창기 협회 설립의 산파 역할을 맡은 것은 물론, 20년 전 불모지였던 김밥전문점으로 프랜차이즈의 대성공은 물론, 지금까지도 업계의 롤 모델이 되고 있는 브랜드의 내공을 읽을 수 있어서 좋았다. 프랜차이즈 업계 선배와 동료, 후배들의 이야기가 담긴 이 책은 현재 창업을 하고자 하는 이들이나, 창업인, 수많은 프랜차이즈 본사와 가맹점주들에게 한번쯤 자신을 되돌아보게 하고, 이들이 점포 운영, 나아가 기업을 경영하는데 큰 지침이 될 것으로 보여진다. 더불어 CEO들의 특징을 잘 꼬집어내 표현한 캐리커처와 어록, 한 줄 포워딩은 이 책을 읽는 또 다른 재미다.



김현호 대표

News Lounge

협회 News & 업계 동향

동서남북

회원사 행사 및 소식

교육 일정

협회 일정 및 협회장 동정

신규 회원 가입 현황

NEWS LOUNGE

소상공인시장진흥공단, 2015 신사업 아이디어 설명회 개최

중소기업청(청장 한정화)과 소상공인시장진흥공단(이사장 이일규)은 10월 23일까지 『2015 신사업 아이디어 설명회』를 개최해 일반인들에게 생소한 신사업 아이디어 개념 등에 대한 지속적인 강의와 함께 신사업 아이템에 대한 정보를 집중적으로 제공한다. 『2015 신사업 아이디어 설명회』는 국내·외 새로운 사업 아이디어를 발굴, 보급해 예비창업자 및 소상공인들에게 다양한 분야의 사업기회를 제공하고자 마련됐다. 설명회는 서울, 부산, 대전, 경기(일산), 강원(춘천), 전남(여수) 등 전국 6개 지역에서 열리며, 참가 대상은 창업에 관심 있는 사람이라면 누구나 참여가능하다.

소상공인 대상, 서울, 부산, 대전, 경기, 강원, 전남 등 전국 6회 개최

창업에 관심을 가진 소상공인들에게 국내·외 유망 신사업 아이디어에 대한 새로운 정보로 아이디어 창출에 도움이 될 것으로 보인다. 『2015 신사업 아이디어 설명회』는 아직 일반인에게 생소한 신사업 아이디어 개념 등에 대한 강의와 신규 발굴된 다양한 신사업 아이디어 정보를 집중적으로 제공한다. 아울러 창업에 성공한 선배 CEO의 창업노하우와 신사업 아이디어 등 사업화 성공 사례 특강도 함께 열린다. 설명회 현장에는 창업전문가에게 1:1로 상담을 받을 수 있는 현장 창업 상담소를 마련해 창업 및 경영에 애로를 겪고 있는 예비창업자와 소상공인들이 전문가의 조언을 얻을 수 있다. 아울러 사업화에 성공한 신사업 아이디어를 직접 체험해 볼 수 있는 체험부스도 운영된다. 특강의 내용은 성공창업 비법 및 기업가 정신을 주제로 소상공인 분야에서 창업해 성공한 사례를 통해 성공창업 비법 및 사업가 마인드를 소개하며, 성공 가능성이 있는 참신한 신사업 아이디어의 개념 및 사례를 소개하는 시간도 갖는다. 아울러 사업 사업화 지원 수혜자 가운데 성공적으로 사업을 운영하고 있는 업체 대표의 사례 발표도 이어진다. 세부 프로그램과 개최일시와 장소는 다음 표와 같다.

■ 지역별 개최일시 및 장소

지 역	일 시	장 소
강 원 (춘 천)	15. 9. 15 (화) 14:00~18:00	한림성심대학교 관광레저센터
대 전	15. 9. 22 (화) 14:00~18:00	소상공인시장진흥공단 대전 교육장(혁신실)
부 산	15. 10. 8 (목) 14:00~18:00	부산상공회의소 2층 상의홀
서 울	15. 10. 14 (수) 14:00~18:00	aT센터 1전시관 5층 그랜드홀
경 기 (일 산)	15. 10. 22 (목) 14:00~18:00	KINTEX 제1전시장 이벤트홀(204호)
전 남 (여 수)	15. 10. 23 (금) 14:00~18:00	여수EXPO 세미나실2

■ 세부 프로그램

시 간	주 요 내 용	비 고
14:00~14:02	개회식	사회자
14:02~14:10	인사말씀 및 축하	공단
14:10~15:40	특강 I (성공창업 비법 및 기업가정신)	창업업체 대표 등
15:40~16:30	특강 II (신사업 아이디어 소개)	창업전문가
16:30~16:45	Coffee Break	-
16:45~17:45	신사업 아이디어 창업 성공사례 발표(2~3명)	신사업 사업화 지원 수혜자
17:45~17:55	공단 지원사업 설명	공단
17:55~18:00	폐회	사회자

부대행사로 현장 창업상담소를 운영해 소상공인 창업 및 애로사항과 자금 활용 방안 등 전문가 1:1 매칭 현장 창업상담이 이루어진다. 또 신사업 아이디어 체험부스 운영을 통해 신사업 아이디어로 창업한 업체의 아이템과 아이디어를 체험해 볼 수 있는 체험부스도 운영하며, 유망 신사업 아이디어 판넬 등도 전시한다. 이에 따라 신사업 아이디어에 대한 인지도 확산을 위해 발굴된 신사업 아이디어와 사업화 지원 사례를 한 눈에 들여다 볼 수 있는 시간이 될 것으로 보인다. 설명회는 별도 신청이나 참가비는 없으며 누구나 참석이 가능하다. 참석자 전원에게는 「2016 소상공인 창업 이런 아이템에 주목하라」 책자를 무료로 제공한다.

문의 소상공인시장진흥공단 컨설팅지원실(042-363-7834~5)

BRAND NEWS



교촌에프앤비(주) ‘2015 교촌 레드 산악자전거대회’ 기념 이벤트

교촌에프앤비(주)가 10월 4일까지 ‘2015 교촌 레드 산악자전거대회’ 개최 축하메시지 이벤트를 진행했다. 이번 이벤트는 ‘2015 교촌 레드 산악자전거대회’ 개최를 기념해 진행된 것으로, 교촌 홈페이지 이벤트 페이지에서 축하 메시지를 남긴 104명에게 다양한 경품을 제공했다. 당첨자 1등(2명)에게는 자전거 트레일러를, 2등(22명)에게는 자전거 헬멧, 3등(80명)에게는 레드 오리진 드림 교환권을 선물로 제공했다.



(주)늘부 〈늘부옛날통닭〉 홍보 영상 80만뷰 돌파

(주)늘부는 복고풍 가마솥 치킨 전문점 〈늘부옛날통닭〉에서 지난 9월 1일 공개한 홍보 영상 〈이연복의 그것이 알고 싶닭〉이 3주 만에 80만 조회수를 돌파했다고 밝혔다. 〈이연복의 그것이 알고 싶닭〉은 일명 이연복 치킨으로 불리는 ‘간풍치킨’과 ‘현미잡쌀치킨’ 출시를 기념해 제작한 패러디 영상이다. 교양 프로그램 PD, 중국집 배달부, 통닭집 사장, 교수로 변신한 이연복 셰프의 코믹한 연기와 입맛을 돋우는 신메뉴의 비주얼로 온라인상에서 크게 화제를 모으고 있다.



비알코리아(주) 〈던킨도너츠〉 SPC그룹 창립 70주년 프로모션

SPC그룹의 비알코리아가 운영하는 〈던킨도너츠〉는 10월 1일부터 10월 9일까지 SPC그룹 창립 70주년을 맞이해 선보이는 기념제품을 특별한 가격으로 제공하는 프로모션을 진행했다. 이번 프로모션은 SPC그룹 창립 70주년을 기념해 고객들의 성원에 보답하고자 진행되는 행사로, 〈던킨도너츠〉의 10월 이달의 도넛(DOM; Donut of the Month) 4종과 슈퍼곡물이 함유되어 더욱 건강하게 즐길 수 있는 ‘아침곡물라떼’를 기존 가격보다 20% 할인된 합리적인 가격으로 만나볼 수 있는 행사다.



본아이에프(주) 신규 브랜드 〈본설령탕〉 론칭

〈분죽〉, 〈분도시락〉으로 유명한 외식 프랜차이즈 기업 본아이에프(주)가 신규 브랜드 〈본설령탕〉을 새롭게 론칭했다. 〈본설령탕〉은 본아이에프(주)가 10년 이상 다수의 한식 전문 브랜드를 운영하며 쌓아온 역량과 노하우를 집약해 선보이는 설령탕 브랜드다. 현대적이고 편안한 공간에서 즐기는 ‘모두 올바른 프리미엄 설령탕’이라는 콘셉트 아래 본아이에프(주)의 대표 설령탕 브랜드로 자리매김해 나간다는 방침이다.



(주)맥스원이링크 〈셀렉토커피〉 ‘2016 셀렉토 다이어리’를 출시

5가지 아메리카노라는 콘셉트의 커피프랜차이즈 〈셀렉토커피〉가 일러스트레이터 ‘파이(PIE)’와 아트 콜라보레이션을 진행, ‘2016 셀렉토 다이어리’를 출시한다. 이번 다이어리는 올리브영 우영차 패키지, 두산 브랜드스토리 웹툰 등을 디자인한 일러스트레이터 ‘파이’와 공동 작업한 것으로, 〈셀렉토커피〉의 심볼마크이자 5가지 아메리카노를 상징하는 5개의 별을 테마로 했다. 또 12개의 별자리 일러스트를 삽입해 브랜드 아이덴티티를 감성적으로 표현했다.



(주)마세다린
〈가마로강정〉 ‘로드FC 026’ 퀴즈 이벤트

〈가마로강정〉과 로드FC가 10월 9일 서울 장충체육관에서 열리는 ‘로드FC 026’ 개최를 기념해 이벤트를 진행했다. 이번 이벤트는 ‘로드FC 최초로 열리는 조남진과 송민중의 통합 타이틀전 체급’을 맞이하는 퀴즈 이벤트다. 이벤트는 로드FC의 공식 SNS(www.facebook.com/roadfightingchampionship)에서 진행된다. 정답을 맞히는 참여자 중 추첨을 통해서 1만 4000원 상당(1인 2매)의 〈가마로강정〉 상품권을 제공한다.



(주)카페베네
〈카페베네〉 베트남 세 번째 매장 가맹 1호점 오픈

복합문화공간을 추구하는 커피전문점 〈카페베네〉가 베트남의 경제 중심지 호찌민에 베트남 3호점이자 첫 가맹점 ‘SC 비보시티점’을 개점해 팡파레를 올렸다. 호찌민 시(市) 7군의 SC 비보시티몰 1층에 입점한 〈카페베네〉는 총 297.5㎡(90평) 규모로, 유려피안 빈티지 풍의 인테리어를 도입해 특유의 감성을 유지했다. 특히 쇼핑몰 내에서 유일하게 테라스를 설치해 고객들이 편안하게 쉴 수 있는 공간을 완성했다.



원앤원(주)
〈원할머니보쌈·죽발〉 ‘2015 베이비부머 요리교실’ 진행

〈원할머니보쌈·죽발〉을 운영하는 원앤원주식회사가 지난 9월 24일 남양주시 ‘베이비부머 요리교실’에 창업 및 현장체험 교육을 지원했다. 남양주시청이 주최하고 남양주요리학원이 주관하는 ‘베이비부머 요리교실’은 만 40세 이상 남양주시민을 대상으로 은퇴 후 자립을 돕는 교육프로그램이다. 원앤원(주)는 24일 6회 교육과정에서 상권 및 입지분석, 식재료 절감 및 인적관리 노하우, 부대찌개 조리실습, 〈원할머니보쌈·죽발〉 본사 현장 견학 등을 지원했다.



사과나무(주)
〈커피베이〉 2000원 대 스페셜 샌드위치 3종 출시

커피전문점 〈커피베이〉에서 가을 나들이를 떠나는 고객들을 위한 스페셜 샌드위치 3종을 선보였다. 소시지 콘치즈 샌드위치는 모짜렐라 치즈와 콘샐러드, 소시지가 함께 들어있어 든든한 간식으로 좋다. 스위트 크래미 샌드위치는 맛살과 코울슬로 드레싱으로 신선한 맛을 즐길 수 있는 것이 특징이다. 콘 샐러드 샌드위치는 톡톡 씹히는 옥수수콘과 야채가 함께 어우러져 여성들의 입맛을 공략한다. 스페셜 샌드위치는 2300~2500원이라는 합리적인 가격으로 출시되었다.



에스알에스코리아(주)
〈KFC〉 신메뉴 ‘스모키 와일드 치킨버거’출시

치킨 전문 브랜드 〈KFC〉는 숯불향이 살아있는 ‘스모키 와일드 치킨버거’를 새롭게 출시했다. 이번에 선보이는 신메뉴 ‘스.와.치버거’는 100%순닭가슴살빅패티와 치즈, 양상추 등 신선한 재료가 다양하고 풍성하게 담긴 버거다. 〈KFC〉는 이번 신제품 출시를 기념해 다양한 할인 이벤트를 진행한다. 10월 15일까지 매장을 방문한 고객들은 스.와.치버거와 콜라, 뿌띠첼로 푸짐하게 구성된 ‘스.와.치 버거스페셜 콤보’를 3900원에 즐길 수 있다.

BRAND NEWS



(주)이수푸드빌 〈거성치킨〉 제35회 프랜차이즈창업박람회 참가

치킨 프랜차이즈 브랜드 〈거성치킨〉이 지난 9월 3일부터 5일까지 서울무역전시시장(SETEC)에서 열린 '제35회 프랜차이즈창업박람회'에 참가해 예비창업자들에게 실질적인 도움이 되는 창업 노하우들을 전수해 큰 호응을 얻었다고 밝혔다. 프랜차이즈창업박람회가 열린 3일간 〈거성치킨〉은 프랜차이즈 창업에 관심이 있는 참가자들을 대상으로 자세한 창업과정과 노하우를 전달했으며, 다양한 프랜차이즈 창업지원 혜택도 내놓아 눈길을 끌었다.



NC리테일그룹 〈뭇된고양이〉 '프랜차이즈 지원사업' 대상 기업 선정

국내 액세서리 프랜차이즈 업계 1위 기업 NC리테일그룹의 〈뭇된고양이〉가 특허청 주관 '2015 프랜차이즈 및 신제품 출시 예정 기업을 위한 IP 컨설팅 지원사업' 대상 기업으로 선정됐다. 〈뭇된고양이〉는 유망 강소 및 중소기업에 대상으로 종합적 지식재산권을 보호해주고 토털아이덴티티 구축을 지원하기 위해 정부에서 시행 중인 컨설팅 지원 사업의 대상 기업으로 최근 선정됐다고 밝혔다.



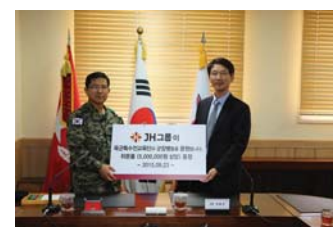
(주)에땅 〈피자에땅〉 목운중 학생 초청 직무 체험 실시

서울시 양천구 소재 목운중학교 학생들이 지난 9월 23일 〈피자에땅〉 본사를 방문했다. 〈피자에땅〉은 청소년들에게 식품분야의 진로를 알려주기 위해 직무체험 프로그램을 마련했다. 〈피자에땅〉 본사를 찾은 목운중학교 학생들은 피자의 생산과 유통, 조리과정을 직접 체험했다. 또 공개기 〈피자에땅〉 회장과 학생들과의 만남도 이뤄졌다. 직무 체험에 참가한 학생은 "평소 먹었던 피자의 생산과정을 듣고 직접 만들 수 있어 재미있었다. 직무 체험 프로그램을 통해 식품 관련 회사에 대해 관심이 생겼다"고 말했다.



(주)SY프랜차이즈 〈꼬지사계〉 '행복나눔기부콘서트' 개최

(주)SY프랜차이즈가 10월 24일(토) 오후 5시에 경기도 광주 곤지암 도자공원 야외공연장에서 '행복나눔기부콘서트'를 개최한다. 사회복지기금마련을 위한 이번 '제1회 행복나눔기부콘서트'는 울랄라세션, 박해경, 밤바노, 박상철, 식스밤, 베드키즈 등이 출연해 흥겨운 연주와 춤, 노래로 축제의 자리를 마련할 예정이다. '행복나눔기부콘서트'는 (주)SY프랜차이즈와 JCI 광주 청년회의소에서 공동 주최하며, 광주시와 C&M경동방송, 사회복지공동모금회에서 후원한다.



JH그룹 JH그룹, 특수전교육단 장병 자원 위한 MOU 체결

외식프랜차이즈기업 JH그룹과 특수전교육단이 지난 9월 23일 경기도 광주에 위치한 특수전교육단 회의실에서 기간장병 대상 창업교육 및 조리교육 등 기타 지원을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. JH그룹과 특수전교육단이 맺은 이번 MOU에 따라 특수전교육단은 JH그룹에 병영체험 및 안보교육 등을 지원할 계획이며 JH그룹은 기간장병을 대상으로 창업교육, 조리교육 등과 함께 다양한 강연회를 제공할 계획이다.



TOUS les JOURS

(주)CJ푸드빌
〈뚜레쥬르〉 돈가스 · 샐러드 샌드위치 신제품 출시

(주)CJ푸드빌 〈뚜레쥬르〉는 가을 나들이족을 겨냥해 돈가스 · 샐러드를 활용한 샌드위치 신제품을 출시한다고 최근 밝혔다. 이번에 선보인 ‘돈가스 정식 샌드위치’는 돈가스와 양배추 샐러드를 넣고 돈가스 소스를 곁들인 제품이다. ‘에그&감자 사라다 샌드위치’도 함께 출시했으며, 베이컨과 햄, 로메인에 파르마산 치즈를 눈처럼 뿌린 ‘스노우치즈 햄&베이컨 샌드위치’와 게맛살, 햄과 치즈 등을 넣은 ‘고소담백 크래미 샌드위치’도 선보였다.



(주)대대FC
〈바보스〉 페이스북 이벤트 진행

미들비어 전문점 〈바보스〉가 홍보 영상 오픈을 기념해 페이스북 이벤트를 진행한다. 10월 1일부터 시작한 이번 이벤트는 바보스 공식 페이스북(www.facebook.com/babosbeer)에서 10월 11일까지 진행됐다. 많은 소비자들이 〈바보스〉 페이지 ‘좋아요’를 누르고 〈바보스〉 홍보 영상을 본인의 타임라인에 공유해 활발한 참여가 이루어졌다. 이벤트에 참여한 신청자들 중 @친구태그가 많은 댓글, 재미있는 응원 메시지 등을 추첨해 〈빔스〉 샐러드바 상품권 · SK주유 상품권 등 다양한 기프티콘을 제공했다.



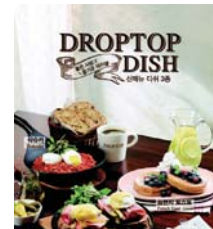
(주)이바돔
‘이바돔 22주년 기념 VIP 초청 창업 투어’ 진행

외식 기업 (주)이바돔이 지난 9월 18일부터 19일까지 ‘이바돔 22주년 기념 VIP 초청 창업 투어’를 진행했다. 〈이바돔〉 VIP 초청 창업투어는 (주)이바돔 본사 시설 견학 및 설명과 이바돔 매장에서 〈이바돔〉 메뉴 시식 등으로 진행됐다. 투어에 참가한 후 9월 말까지 이바돔 창업 계약을 진행하는 사람에게는 창업 특전을 제공하기도 했다.



(주)조스푸드
〈조스푸드〉 지방순회 사업설명회 개최

〈조스푸드〉가 지방의 예비창업자들을 위해 지방 순회 사업설명회를 개최했다. (주)조스푸드는 사업설명회를 들을 수 있는 기회가 적은 지방 예비창업자들에게 〈조스푸드〉의 브랜드인 〈조스떡볶이〉와 〈바르다김선생〉의 가맹 창업 관련 정보를 편리하게 제공하고, 지방 가맹개설 활성화를 위해 지방 순회 사업설명회를 마련했다. 사업설명회는 지난 9월 16일 부산을 시작으로 17일 대구 · 23일 광주 · 24일 대전의 순으로 진행돼 좋은 반응을 불러모았다.



(주)다도글로벌
〈드롭탑〉 커피와 잘 어울리는 식사대용식 3종 출시

〈드롭탑〉이 식사대용으로 가볍게 즐길 수 있는 디쉬를 선보인다. 디쉬는 에그베네딕트, 프렌치토스트, 삭슈카 3종으로 전 세계 각 나라의 대표 메뉴로 구성돼 있다. 에그베네딕트는 영국의 대표 메뉴로 고소한 곡물빵 위에 토마토와 햄, 그리고 수란을 얹은 뒤 〈드롭탑〉의 머스터드를 더했다. 프렌치토스트는 프랑스 대표 메뉴로 시나몬을 더한 부드러운 토스트빵에 블루베리와 생크림을 얹었다. 삭슈카는 이스라엘 대표 메뉴로 채소를 넣은 토마토소스에 부드러운 베이컨과 수란을 넣어 고소한 곡물 빵과 함께 곁들여 먹는 메뉴로 재탄생 시켰다.

BRAND NEWS



(주)김가네 〈김가네〉 부산창업박람회 참가

〈김가네〉가 지난 9월 10일부터 3일간 벡스코에서 열리는 제18회 부산창업박람회에 참가했다. 전국적인 유명세에도 불구하고 다른 지역에 비해 부산 경북지역에서 인지도가 낮은 탓에 브랜드를 널리 알리기 위해 지속적으로 부산창업박람회에 참여하고 있다. 〈김가네〉는 부산창업박람회 열기를 이어 예비창업자들을 대상으로 9월 16일 오후 2시, KTX 부산역 회의실 201호 해운대룸에서 창업피아 이흥구 대표와 공동으로 '실패하지 않는 성공 창업세미나'를 개최했다.



(주)제너시스 〈BBQ〉 매출 신장 위한 술개 프로젝트 출범

프랜차이즈 그룹 제너시스 〈BBQ〉가 매출 신장 및 패밀리 복지 프로그램 실시를 위한 'BBQ술개 프로젝트'를 출범시켰다. 지난 9월 14일 치킨대학에서 진행된 출범식에서 패밀리 대표 45명과 임직원들은 매출 최대화를 달성하기 위해 'QCS(Quality, Cleaness, Service) 와의 전쟁'을 선포해 우수한 품질과 서비스를 고객에게 제공할 것을 약속했다. 매출 상위 패밀리가 저조한 매출을 보이는 패밀리를 지도해주는 '패밀리 멘토링', 패밀리 간 상호 모니터링이 가능한 '패밀리 모니터링 제도' 등도 함께 도입해 화제를 모았다.



(주)오니규 〈오니기리와이규동〉 '늘근도독이야기' 초대 이벤트 펼쳐

(주)오니규 〈오니기리와이규동〉이 지난 8월 25~30일까지 '늘근도독이야기' 초대 이벤트를 펼쳤다. 연극 초대 이벤트는 〈오니기리와이규동〉 페이지에 '좋아요'를 클릭하거나 게시물에 '좋아요'나 '공유하기'를 클릭하면 바로 응모가 이뤄지는 방식이다. 또 이벤트 게시물에 친구들을 태그하면 바로 이벤트에 참여가 이루어졌다. 친구를 많이 태그할수록 당첨확률이 높았던 이번 행사는 많은 네티즌들의 참여가 이루어졌으며, '늘근도독이야기' 연극과 함께 더운 여름을 통쾌한 웃음으로 날려버리는 시간이 됐다.



(주)채선당 〈채선당〉 샤브미인 5기 모집

〈채선당〉은 '샤브미인' 5기를 모집하고 있다. 모집 대상은 샤브샤브를 즐기는 기혼 여성으로 9월 25일부터 10월 4일까지 모집하며, 결과 발표는 10월 8일에 개별 연락으로 진행한다. 활동기간은 10월 14일부터 12월 9일까지 총 8주 동안이다. '샤브미인'은 채선당과 함께 웰블라이프를 만들어가는 아름다운 여성이란 뜻으로, 〈채선당〉의 홍보대사가 된다.



(주)농협목우촌 〈도래오래〉 신메뉴 스윗새우치킨 출시

〈도래오래〉가 지난 9월 3일 신메뉴를 출시했다. 새우와 치킨의 짜릿한 만남, 〈도래오래〉 신메뉴 스윗새우치킨이다. 스윗새우치킨은 통통한 새우와 쫄쫄쫄쫄한 떡이 어니언소스와 함께 한 입 가득 어우러지는 프리미엄 고급치킨이다. 평소에 새우와 치킨을 좋아한다면 꼭 선택해야 하는 메뉴다.



(주)집월드
〈집보리〉 중국 신세계백화점에 단독 매장 오픈

맥포머스를 개발·유통하는 한국집보리집월드(이하 집월드)는 중국 상하이에 위치한 신세계백화점에 단독 매장을 오픈했다고 지난 9월 30일 밝혔다. 맥포머스는 지난 해 중국 최대 홈쇼핑 채널 동방CJ에서 ‘맥포머스 미라클브레인’을 론칭한 것을 필두로 올해 5월에는 ‘2015 북경 국제 완구&유아용품 박람회’에 참가하는 등 중국 시장 공략에 박차를 가하고 있다. 이번 상하이 신세계백화점 입점은 맥포머스 자체적으로도 최초의 단독 매장 출점이며, 전 세계적으로도 자석교구가 단독 매장으로 오픈을 하는 것은 최초라는 점에서 매우 큰 의미를 갖는다.



(주)파리크라상
〈파리바게뜨〉 한국민속촌과 협업 추석선물세트 공개

SPC그룹은 한가위를 맞아 한국민속촌과의 협업 제품을 비롯해 다양한 콘셉트의 추석선물세트를 출시했다. 〈파리바게뜨〉는 한국민속촌과 콜라보레이션을 통해 ‘고운 찹쌀떡세트’와 ‘고운 찹쌀떡&약과세트’ 2종을 선보였다. 제품 패키지에는 우리 선조들이 귀한 손님에게 특별한 간식으로 대접했던 조선시대 찹쌀떡에 대한 스토리텔링을 담아, 먹는 재미뿐만 아니라 보는 재미까지 더했다. 가격은 각각 1만3000원, 1만4000원이다.



(주)신라외식개발
〈티바두마리치킨〉 팔이 없는 착한 이벤트 눈길

〈티바두마리치킨〉이 올 가을 팔이 없는 푸짐한 이벤트를 실시한다. 이번 이벤트는 천고마비의 계절을 맞아 〈티바두마리치킨〉이 위티 앱과 함께 준비한 가을 이벤트로 팔이 없는 착한 이벤트로 눈길을 끈다. 9월 24일부터 오는 10월 23일까지 펼치는 이번 행사는 플레이어스 토어나 앱스토어에서 위티 앱을 설치하거나 메인 페이지의 ‘티바 이벤트 응모’ 버튼을 클릭하거나 지급 받은 쿠폰번호를 입력해 경품 즉석 확인을 하면 된다. 1등은 아이폰6 에어2(1명)과 2등은 어벤저스 피규어(10명), 3등은 EXID아이스템블러(10명), 4등은 〈티바두마리치킨〉 모바일 상품권(28명)을 제공하며 이벤트 응모 전원에게는 슈퍼츄스를 제공한다.



(주)하남에프앤비
〈하남돼지집〉 할인 티켓 이벤트

〈하남돼지집〉이 위메프를 통해 할인 티켓 이벤트를 진행했다. 1만 5000원 자유이용권을 33% 할인한 1만 원에 구매할 수 있는 티켓으로, 이 행사는 〈하남돼지집〉 19개 가맹점에서 진행, 사용할 수 있다. 할인 티켓은 전 메뉴를 이용할 수 있으며, 주류 이용은 불가능하다. 한정 기간인 9월 3일까지 소진하지 않으면 차액은 소멸되며 환불은 불가능하다고 관계자는 밝혔다.



(주)크린토피아
〈크린토피아〉 11번가 ‘반값 할인 세탁권’ 판매

세탁 전문 프랜차이즈 〈크린토피아〉가 오픈마켓 11번가 쇼킹딜을 통해 ‘반값 할인 세탁권’을 한정 판매했다. ‘반값 할인 세탁권’ 판매 이벤트는 추석을 맞아 파격적인 가격으로 소비자들에게 〈크린토피아〉의 대표적인 세탁 서비스 품목 4종을 간편하게 이용할 수 있도록 마련됐다. ‘반값 할인 세탁권’은 11번가 쇼킹딜을 통해 지난 9월 14일부터 18일까지 닷새 동안 판매되며, 품목을 선택하고 결제하면 할인 세탁권이 MMS로 전송된다. 〈크린토피아〉 세탁편의점에서 세탁물 접수 시 모바일 세탁권을 보여주면 할인 가격이 적용된다.

BRAND NEWS



(주)편앤아이 〈편비어킹〉‘더 폰’ 영화 이벤트

〈편비어킹〉이 문화이벤트로 영화 ‘더 폰’을 택했다. HBS TV를 통해 영화 및 뮤지컬 예고편을 사진으로 찍어 #1771으로 보내면 추첨을 통해 영화 또는 뮤지컬 예매권 1인 2매권을 보내준다. 이벤트 기간은 9월 24일부터 10월 15일까지로, 이벤트 매장은 〈편비어킹〉 방송이 진행되는 점포이며 당첨자는 문자로 통보한다.



장수돌침대(주) 〈장수돌침대〉코리아 블랙프라이데이 참여

기능성 온열침대 제조 전문회사인 장수돌침대(주)는 본사 직영 아울렛 매장에서 10월 1일부터 18일까지 ‘코리아 블랙프라이데이’를 시작했다. 특별히 폭신폭신한 솿토불침대를 싱글 한 모델에 한하여 60% 세일한다. 현재 돌침대, 흙침대, 솿침대, 황토침대, 옷토불침대, 옥침대, 히말라야연옥침대, 맥반석침대, 황옥침대, 특허상품인 한지흙침대, 솿침대, 에어보일러침대, 에어침대, 온수침대, 온수매트 등 다양한 건강침대를 판매 중이며 작게는 30%, 크게는 50%까지 세일한다.



또봉이F&S(주) 〈또봉이통닭〉10월 13일, 20일 창업설명회 개최

옛날통닭의 선두주자 〈또봉이통닭〉이 오는 10월 창업설명회를 개최한다. 오는 13일과 20일 오전 11시부터 오후 1시까지 한국프랜차이즈산업협회에서 가맹점 돌파 기념의 〈또봉이통닭〉사업의 비밀을 제공한다. 또 20일에는 〈또봉이통닭〉전남광주지사에서 손봉채 전남광주지사가 사업설명회를 개최한다. 이 외에도 〈또봉이통닭〉은 10월에만도 10개 점포를 오픈하는 등 480개 점포를 돌파하는 기염을 토해 업계의 부러움을 사고 있다.



(주)빅토리아스 〈곤노리〉범계역점 약속장소로 주목

〈곤노리〉범계역점은 외식과 쇼핑을 즐기는 수많은 인파들로 밤낮 구분없이 북새통을 이루고 있는 상권의 특성이 잘 반영 되어 이른 저녁부터 각종 모임 술자리와 데이트 약속 장소로 큰 사랑을 받고 있다. 범계역에는 국내 유명 주점들이 즐비하게 들어서 있지만, 단체석에서부터 4인석에 이르기까지 프라이빗한 다양한 크기의 캐주얼 룸 타입의 테이블이 완비된 곳은 인근에서는 〈곤노리〉범계역점이 유일하다. 덕분에 남녀노소를 불문하고 각종 모임은 물론 단체모임의 명소로도 각광 받고 있다는 소식이다.



도드람양돈농협 〈도드람〉〈본래순대〉‘제2회 한돈데이’ 특별 이벤트

도드람양돈농협은 제2회 한돈데이를 맞아 ‘도드람한돈 무료 시식 이벤트’와 ‘본래순대 할인 이벤트’ 등 다양한 이벤트를 진행해 의미있는 행사를 가졌다. 올해로 2회째를 맞는 한돈데이는 한돈자조금이 소비자들과 한돈을 나누는 기쁨을 함께 하기 위해 제정한 날로, 숫자배열이 돼지코 모양(1001)을 연상시키는 10월 1일이 한돈데일로 제정됐다. 이번 무료 시식 이벤트는 10월 1일부터 4일까지 4일간 진행돼 소비자들의 한돈에 대한 인식을 제고하는데 일조했다는 평이다.



(주)비피알
〈바पुर리〉 신메뉴 김밥 출시

이웃사랑을 몸소 실천하는 사회적 기업 〈바पुर리〉는 2015년 추계 신메뉴로 스펀김밥, 불닭 훈제김밥을 출시한다. 일반 햄을 싫어하는 고객들에게 스펀을 원재료로 사용하였으며, 훈제 닭가슴살 김밥을 리뉴얼하여 매콤한 맛으로 탄생한 불닭 훈제김밥 또한 큰 인기를 끌어 모을 것으로 예상된다. 또한 한가위를 맞이해 고객 감사 이벤트로 〈바पुर리〉 전 가맹점에서는 10월 5일 ~ 10월 14일까지 열흘 동안 새로 출시한 숯불 고기만두를 50% 할인해서 판매할 예정이다.



(주)원우푸드
〈치킨뱅이〉 특급 이벤트야!

〈치킨뱅이〉가 지난 8월 한 달간 여름이벤트를 펼쳐 고객들의 뜨거운 반응을 불러왔다. 〈치킨뱅이〉가 야심차게 기획한 특급 이벤트는 '나 콩꼬또 치킨뱅이 콩꼬또'를 이용해 동영상을 올려 귀엽거나 혹은 웃긴 콘셉트로 많은 사람들의 추천을 받은 고객에게 아이패드와 자전거 경품을 내걸었다. 아울러 〈치킨뱅이〉 트위터를 팔로우하거나 이벤트 글을 RT한 경우, 페이스북에서 〈치킨뱅이〉 페이지를 '좋아요'를 누르고 글을 공유한 이들에게도 아이패드(1명), 자전거(1명), 백화점 상품권 10만원권(3명) 등을 제공해 눈길을 끌었다.



(주)웰빙을 만드는 사람들
〈뽕뜨락피자〉 '맛있는 서포터즈' 제 5기 모집

〈뽕뜨락피자〉가 '맛있는 서포터즈' 제 5기를 모집한다. 지난 9월 24일부터 10월 7일까지, 이름과 연락처, 주소, 활동포부, 운영중인 SNS 주소를 〈뽕뜨락피자〉 블로그에 비밀 댓글로 작성해야 한다. 서포터즈는 신메뉴 개발 과정에 참여할 수 있으며 모델관련 상품 제공, 우수 서포터즈를 선정해 피자식권을 제공한다.



(주)호식이두마리치킨
〈호식이두마리치킨〉 캐릭터 공모전

〈호식이두마리치킨〉에서 캐릭터 디자인 공모를 했다. 공모주제는 〈호식이두마리치킨〉 캐릭터 디자인으로 지난 9월 1일부터 9월 15일까지였다. 9월 24일 개별통보 및 이메일 발송으로 당선자를 알렸으며, 공모내용은 〈호식이두마리치킨〉 캐릭터 디자인을 가장 잘 표현한 작품, 그리고 공모작품과 함께 〈호식이두마리치킨〉 캐릭터 이름을 함께 작성하는 것이다. 대상~본상 수상작의 작품과 당선자는 2016 〈호식이두마리치킨〉 캘린더에 게재된다.



(주)커브스코리아
〈커브스〉 '2015 커브스 해피투게더'

여성전용 피트니스 프랜차이즈 〈커브스〉가 지난 9월 30일까지 '2015 커브스 해피투게더' 전국 프로모션을 진행했다. 이번 전국 프로모션에서는 경상 울산 지역을 시작으로 전라, 제주, 충청, 경기, 서울 등 전국 20개 지역에서 로드쇼가 펼쳐진다. 로드쇼에서는 LET 차량으로 〈커브스〉 홍보 영상을 상영하고, 전국 주요 지역에서 고객들을 대상으로 다양한 이벤트가 펼쳐질 예정이다. 에어볼 속 〈커브스〉를 잡아라 이벤트를 통해 〈커브스〉 상품을 선물하고, 〈커브스〉 포토존에서 사진을 찍어 〈커브스〉 커뮤니티에 올린 20명을 선정해 〈커브스〉 vip 이용권을 제공한다.

BRAND NEWS



(주)아로마무역 〈양키캔들〉 국무총리 표창 이어 장관 표창까지

글로벌 프리미엄 브랜드 〈양키캔들〉이 국가생산성대상 장관 표창을 수상했다. 〈양키캔들〉 한국공식수입원 (주)아로마무역은 지난 9월 9일 코엑스 오디토리움에서 열린 '제39회 국가생산성대회'에서 생산성 강소기업 부문 '산업통상자원부장관 표창'을 수상했다. 국제 경쟁력 강화, 국가 경제 발전 기여도, 생산성 향상 부문 등 까다로운 심사과정을 거쳐 선정하는 시상으로 〈양키캔들〉은 첫 출전임에도 불구하고 '산업통상자원부 장관 표창'을 차지하는 영예를 안았다.



(주)압구정 〈돈치킨〉 '부탁해요, 엄마'의 제작 지원

프리미엄 오븐구이 〈돈치킨〉이 최근 방영된 KBS 2TV 새 주말연속극 '부탁해요, 엄마'의 제작 지원에 나섰다. 〈돈치킨〉은 드라마 '부탁해요, 엄마'의 제작 지원을 통해 다양한 마케팅 지원으로 활용할 예정이다. 드라마 속에 등장하는 〈돈치킨〉의 제품과 매장을 통해 고객들을 겨냥할 계획이다. 이와 함께 〈돈치킨〉은 제품의 우수성과 본사인 (주)압구정의 탄탄함을 효과적으로 보여주면서 창업 시장 개척 준비에도 발 빠르게 움직이고 있다.



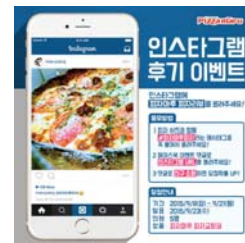
(주)지호 〈지호한방삼계탕〉 삼계탕 데이 페스티벌 실시

(주)지호 〈지호한방삼계탕〉이 10월 3일부터 2016년 3월 30일까지 '삼구탕 삼계탕 데이 페스티벌'을 펼친다. 삼계탕 데이 페스티벌은 매월 3일, 9일, 10일, 20일, 30일을 삼계탕 데일로 정해 해당 날짜에 삼계탕을 구매한 고객에게 할인쿠폰을 제공한다. 〈지호한방삼계탕〉 직영점에서 실시하는 이번 행사는 따뜻한 국물이 생각나는 환절기와 겨울에 고객들의 든든한 한 끼를 책임져줄 것으로 보인다. 〈지호한방삼계탕〉은 국내에서는 처음으로 삼계탕 육수 발명 특허를 받을 만큼 맛에 특화된 육수 베이스를 이용, 맛에서 만큼은 월등히 뛰어난 브랜드로 정평이 난 브랜드다.



(주)가업에프씨 〈구이가〉 외식상품권 기념 이벤트

정통삼겹살 전문점 〈구이가〉는 모바일 홈페이지 오픈 기념으로 외식상품권을 제공하는 이벤트를 진행했다. 지난 9월 30일까지 진행된 이벤트는 〈구이가〉 모바일 홈페이지에서 가장 먹고 싶은 고기 메뉴를 캡처한 후, 〈구이가〉 페이스북 페이지 해당 게시물에 댓글로 사진을 첨부하고 같이 먹고 싶은 친구를 태그하는 방식이다. 미니 로또 방식으로 당첨자 5명을 추첨해 먹고 싶은 메뉴 3인분 가격에 해당하는 〈구이가〉 외식 상품권을 제공했다. 당첨자는 10월 1일 〈구이가〉 페이스북 페이지에서 추첨 과정 영상과 함께 발표했다.



(주)푸드존 〈피자마루〉 인스타그램 이벤트

프리미엄 피자 프랜차이즈 브랜드인 〈피자마루〉가 인스타그램 이벤트를 지난 9월 21일까지 진행했다. 인스타그램에 〈피자마루〉 피자리뷰 이벤트는 피자사진과 함께 #피자마루피자 해시태그를 꼭 붙여서 업로드 한 후 페이스북 페이지에 댓글로 인스타그램 URL 작성하는 방식이다. 당첨자에게는 〈피자마루〉 피자교환권을 제공했다.



(주)금탑프랜차이즈
〈청담동말자싸롱〉 가맹점 고려 24시간 당직제도 운영

(주)금탑프랜차이즈에서 운영하는 스몰비어 전문 브랜드 〈청담동말자싸롱〉이 국내 프랜차이즈 가맹본부 최초로 주말과 휴일까지 24시간 당직제도를 운영한다. 〈청담동말자싸롱〉은 24시간 당직제도를 운영하면서 창업에 처음 도전한 초보 창업자들에게 닥친 다급한 문제를 해결했다. SNS와 앱을 이용해 실시간으로 가맹본부 임직원과 전 가맹점주 간의 원활한 소통으로 안정적인 운영과 고충 해결에도 적극적으로 나서고 있다.



(주)오피스넥스
〈오피스넥스〉 소셜커머스형 적립금몰 넥스커머스 오픈

사무용품 전문 판매점인 〈오피스넥스〉는 업계 최초로 소셜커머스 형태의 적립금몰을 오픈하여 사용고객에게 적립금을 활용하는 방법을 제안했다. 〈오피스넥스〉는 고객들의 다양한 적립금 사용 니즈를 위해 〈넥스커머스〉(폐쇄몰) 적립금몰을 만들어 사무용품으로 국한되어 있던 판매 경로를 다양한 상품(패션/뷰티, 푸드/리빙, 유아동, 가전/디지털, 스포츠, 여행/레저)으로 넓혀갈 예정이다.



(주)호경에프씨
〈코바코〉 외식브랜드대상 '리딩기업대상' 영예

머니투데이가 주최하는 '2015 대한민국 리딩기업대상 시상식'이 지난 8월 25일 오후 서울 중구 프레스센터에서 열렸다. 이번 행사에서 (주)호경에프씨 이용재 대표가 외식브랜드대상을 수상했다. (주)호경에프씨는 돈가스·우동·초밥 전문점 〈코바코〉를 운영하는 업체로, 16년이란 업력을 통해 돈가스 업계 리딩기업으로 자리 잡았다. 프랜차이즈 부문 최고 영예인 한국프랜차이즈 대상 '국무총리표창'을 받기도 했다. 특히 가맹점 관리에서 '갑'과 '을'을 떠나 상생 관계를 유지하고 있다.



(주)한국인삼공사
〈정관장〉 추석맞이 '당일배송' 서비스 실시

KGC인삼공사는 추석을 맞아 택배 종료 이후에도 〈정관장〉 홍삼을 무료로 당일 배송을 해주는 '당일신청, 당일배송' 서비스를 추석 연휴 전 날인 25일까지 실시했다. '당일신청, 당일배송' 서비스는 택배 접수가 종료돼 선물을 전달하기 어려운 고객들을 위해 진행하는 서비스로, 20만 원 이상 〈정관장〉 홍삼 제품을 구매 시 전국 정관장 직영점과 가맹점에서 신청받았다. 백화점을 비롯한 유통업체의 택배는 마감됐지만 고객들의 편의를 위해 자체 유통망을 통한 당일신청, 당일배송 서비스를 준비했다.



(주)한솔
〈한솔도시락〉 카페라떼 증정 이벤트

〈한솔도시락〉이 프리미엄도시락을 구매하면 찬차마요 카페라떼를 증정하는 이벤트를 진행한다. 행사기간은 10월 7일부터 11월 30일까지다. 점보새우프리미엄, 매화도시락, 개나리도시락, 진달래도시락 등 프리미엄도시락을 구매하면 1000원 상당의 찬차마요, 카페라떼 200ml를 증정하는 행사다.

**(주)MPK그룹****〈미스터피자〉 '날씬한 특가 썬 피자' 5종 출시**

MPK그룹의 〈미스터피자〉가 합리적인 가격으로 즐길 수 있는 날씬한 특가 썬(Thin)피자 5종을 출시했다. 3종은 매콤한 페퍼로니의 맛을 가득 느낄 수 있는 '페퍼로니피자'와 10월 제철을 맞은 달콤한 고구마가 듬뿍 올려진 '스위트포테이토피자', 갈릭디핑소스와 모짜렐라 치즈를 듬뿍 채워 부드럽고 고소한 풍미를 자랑하는 '갈릭치즈피자'로 가격은 각각 9900원이다.

**(주)참이맛****〈참이맛감자탕〉 '밤을 걷는 선비' 제작지원 이벤트!**

〈참이맛감자탕〉을 운영하고 있는 (주)참이맛 홈페이지가 리뉴얼했다. 홈페이지는 시원시원한 비주얼과 깔끔하게 정리된 사이트로 보다 보기 쉬운 인터페이스와 웹 호환성을 갖추어 빠르고 편리하게 볼 수 있도록 제작돼 눈길을 끈다. 아울러 이를 기념해 (주)참이맛은 MBC 수목드라마 '밤을 걷는 선비'를 보고 드라마 속 〈참이맛〉을 찾는 이벤트를 실시하고 있다. 추첨을 통해 마이보틀병 100명, 〈스타벅스〉 아메리카노 50명 쿠폰을 제공한다.

**(주)인토외식산업****〈와인탑하우스〉 수제맥주 및 신메뉴 출시**

이탈리안푸드& 수제맥주인 크래프트비어 전문점 〈와인탑하우스〉가 2015년 신메뉴를 최근 출시하고 활발한 고객몰이를 하고 있다. 〈와인탑하우스〉는 세계맥주 라인업에 맥주 트렌드인 수제맥주를 대량 추가한 가운데, 스컬핑IPA, 난카시 오티스 등 평소 접하기 쉽지 않은 수제맥주 7종을 필두로 블랑쉬 드 나무르, 로슈포르8 등 6종의 프리미엄리얼맥주를 추가해 고객들이 보다 새롭고 신선한 맥주를 즐길 수 있게 됐다.

**(주)꼬레벵****〈보나베띠〉 와인 아카데미**

이탈리안레스토랑 프랜차이즈 브랜드 〈보나베띠〉가 일반 고객을 대상으로 와인의 기초부터 예절 서비스까지 섭렵할 수 있는 와인 아카데미를 진행한다. 아카데미는 와인전문 이탈리아레스토랑 〈보나베띠〉 대표의 노하우로 와인과 지식, 웃음과 행복이 함께 하는 와인 아카데미 과정을 통해 인류가 마시기 시작한 최초의 술 와인의 긴 역사와 깊은 맛의 모든 것을 배우는 전문가 과정이다. 아카데미는 와인 기초심화반부터 와인비즈니스반으로 나뉘는데, 기초심화반은 매주 첫째주 화요일, 비즈니스반은 매주 수요일 총 4주 과정으로 진행된다.

**(주)에스엘에프앤비****〈킹콩부대찌개〉 공식 인스타그램 팔로우 이벤트**

〈킹콩부대찌개〉가 인스타그램 이벤트를 9월 15일부터 30일까지 진행했다. 인스타그램 앱에 접속하고, ID @kingkongbudaee 검색한 후 킹콩부대찌개 인스타그램 '팔로우' 버튼을 눌러 응모하는 방식이다. 당첨 상품은 〈킹콩부대찌개〉 시식 티켓 3만원권을 총 50명에게 전달한다. 시식 티켓은 전국에 있는 〈킹콩부대찌개〉 매장에서 사용 가능하다.



한국프랜차이즈산업협회 교육장 대관 SERVICE

::: 작은 회의도 컨퍼런스가 된다! :::



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

교육장 활용 1

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



교육장 활용 2

이사회, 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”

NEWS LOUNGE

8월 · 9월

[국가인적자원개발 컨소시엄] 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성 (2회차)

기 간	2015년 10월 27일(화)~28일(수)
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
비 용	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 벤치마킹 외식 점포 인테리어 (2회차)

기 간	2015년 11월 10일(화)~11일(수)
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	해외로 진출하는 외식프랜차이즈 기업의 식품위생 및 가맹점 관리 시스템 운영 역량을 강화하고, 표준화된 경영 관리 방안 제시를 통해 글로벌 시장에서의 성공적인 정착 지원

18기 프랜차이즈 최고전문가 과정

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

22기 실무형 프랜차이즈 과정

기 간	2015년 8월 29일(토)~12월 19일(토)
교육장소	맥세스실행컨설팅(종로구 관철동)
비 용	195만 원
목 적	가맹본부 및 가맹점의 경쟁력 강화와 프랜차이즈 산업의 질적 성장을 위한 역량 있는 프랜차이즈전문가 양성

[국가인적자원개발 컨소시엄] 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략 (4회차)

기 간	2015년 11월 24일(화)~27일(목)
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
비 용	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 (2회차)

기 간	2015년 12월 1일(화)~3일(목)
교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	해외로 진출하는 외식프랜차이즈 기업의 식품위생 및 가맹점 관리 시스템 운영 역량을 강화하고, 표준화된 경영 관리 방안 제시를 통해 글로벌 시장에서의 성공적인 정착 지원

28기 연세대학교 프랜차이즈 CEO과정

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

37기 KFCEO 명품과정

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

News Lounge

협회 일정 및 협회장 동정

* 2015년 8월 August

- 1일 제26기 슈퍼바이저전문가 과정 수료식
- 4일 단국대학교 경영대학원과 MOU 체결
하남복합단지 컨소시엄 관련 미팅
- 5일 국가인적자원개발 컨소시엄 교육 직무연수(컨소시엄 훈련 수요조사 및 분석기법)
한국지식재산전략원 회의
경주컨벤션 관련 2차 회의
- 6일 국가인적자원개발 컨소시엄 교육 직무연수(컨소시엄 훈련 수요조사 및 분석기법)
- 7일 국가인적자원개발 컨소시엄 교육 직무연수(컨소시엄 훈련 수요조사 및 분석기법)
한국은행 간담회(서비스업종 동향)
프랜차이즈산업 실태조사 제안PT
- 10일 세계일류상품 선정 관련 회의
서울시 프랜차이즈 에너지대상 관련 회의
- 11일 제35회 프랜차이즈창업박람회 사전설명회
투자설명회 참가기업 평가회의
- 13일 숭실대학원 MOU
- 18일 [국인] 프랜차이즈해외박람회 및 전시회 전문가 양성 교육
경주컨벤션 3차 회의
2015 한국프랜차이즈대상 행자부 미팅
- 19일 [국인] 프랜차이즈해외박람회 및 전시회 전문가 양성 교육
- 20일 중국 대련특구지역 DD-Port 사업설명회
(주)오니규 사업설명회
- 24일 [국인] 전략분야 신규 전담인력 입문과정 교육
- 25일 중소기업단체협의회 3차 회장단 회의
[국인] 해외 표준 외식경영 교육(1회차)
[국인] 전략분야 신규 전담인력 입문과정 교육
포시에스 MOU체결 회의
정책위원회 회의
중소기업단체협의회 3차 회장단 회의
- 26일 <또봉이통닭> 사업설명회
컨소시엄 한국산업인력공단 모니터링&간담회
[국인] 해외 표준 외식경영 교육(1회차)
세계한상대회 관련 회의
- 27일 [국인] 해외 표준 외식경영 교육(1회차)
제18기 프랜차이즈 최고 전문가 과정 입학식
2015 한국프랜차이즈대상 심사위원회 사전 간담회
- 28일 프랜차이즈 치맥토코
한국프랜차이즈대상 정부 협의
민간자격증 관리자 연수 교육
[국인] 프랜차이즈국가별 해외진출 전략(3회차)
- 29일 제22기 맥세스 실무형 프랜차이즈과정 입학식



SCHEDULE

* 2015년 9월 *September*

September

31일	K-Brand 사업운영 간담회	[국인] 프랜차이즈국가별 해외진출 전략(3회차)
1일	새누리당 중소기업/소상공인 특별위원회 5차 회의	2015 한국프랜차이즈대상 PT심사
2일	4차 컨벤션 운영 회의	2015 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사
3일	2015 제35회 프랜차이즈창업박람회 [국인] 글로벌프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅전략 (2회차)	[국인] 프랜차이즈국가별 해외진출 전략(3회차)
4일	2015 제35회 프랜차이즈창업박람회 [국인] 글로벌프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅전략 (2회차)	2015 한국프랜차이즈대상 PT심사
5일	2015 제35회 프랜차이즈창업박람회 제28기 연대FCEO 과정 입학식	유통위원회 부위원장단 저녁만찬
7일	제3기 KFCEO 명품과정 입학식	유통산업연합회 운영위원회
8일	2015 한국프랜차이즈대상 공모 마감 세계한상대회 관련 회의 〈투어컴〉 초청 조동민 협회장 특강 국가인적자원 컨소시엄 협약기업 수요조사	컨소시엄 전담자 교육
9일	2015 한국프랜차이즈대상 서류심사 특허청 침해조사단 파견 2015 한국프랜차이즈대상 정보공개서 평가 국가인적자원 컨소시엄 협약기업 수요조사	18일 2015 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사 [국인] 프랜차이즈국가별 해외진출 전략(3회차)
10일	제34기 상권분석 전문가 과정 교육 특허청 침해조사단 파견 2015 한국프랜차이즈대상 서류심사 전통시장 장보기 행사 국가인적자원 컨소시엄 협약기업 수요조사	컨소시엄 전담자 교육 중소기업단체협의회 실무자회의
11일	제34기 상권분석 전문가 과정 교육 특허청 침해조사단 파견 5차 경주컨벤션 TF회의 유통산업연합회 실무위원회 국가인적자원 컨소시엄 협약기업 수요조사 한국배달라이더협회 발대식 2015 상생협력경연대회	19일 2015 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사 2015 재한유학생 네트워크 워크숍
12일	맥세스 프랜차이즈과정 특강	20일 2015 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사
14일	국가인적자원 컨소시엄 협약기업 수요조사 서울시 에너지대상관련 서류접수 결과보고	21일 2015 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사
15일	2015 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사 [국인] 프랜차이즈국가별 해외진출 전략(3회차)	22일 2015 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사
16일	국가인적자원 컨소시엄 협약기업 수요조사 2015 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사	서울시 프랜차이즈 에너지대상 1차 서류심사
		23일 2015 한국프랜차이즈대상 현지실사 심사
		홍콩무역발전국 회의
		음식문화 개선사업 토론회 및 주방문화 개선사업
		협업체 회의
		24일 2015 한국프랜차이즈대상 현지실사 심사
		25일 2015 한국프랜차이즈대상 현지실사 심사
		26일 2015 한국프랜차이즈대상 현지실사 심사
		27일 2015 한국프랜차이즈대상 현지실사 심사
		28일 2015 한국프랜차이즈대상 현지실사 심사
		29일 2015 한국프랜차이즈대상 현지실사 심사
		30일 2015 한국프랜차이즈대상 현지실사 심사

NEWS LOUNGE

신규회원 현황

구분	업 체 명	브랜드명	업 종	대 표 자	신 청 일
정 회 원	(주)글로벌비전코리아	단거판다, 스노우후르츠	도소매업	이명복	2015. 01. 06
	(주)전진인터내셔널	일품양평해장국	서비스업	이권효	2015. 01. 06
	디비에프앤비	달봉감자	도소매업	김달현	2015. 01. 08
	(주)다온에프앤씨	바비박스	외식업	신정화	2015. 01. 15
	(주)케이비티	토스트굽는사람들	제조업	조성대	2015. 01. 23
	(주)크래들코리아	책 읽어주는 도서관	서비스업	최성민	2015. 01. 28
	피에스피에프앤디	땡잡았다, 땡주막	도소매업	박상용	2015. 01. 29
	(주)루앤비	카페루앤비, 플랜폼엘	서비스업	이용숙	2015. 02. 05
	(주)가연푸드	화동갈비	외식업	류경선	2015. 02. 09
	(주)이루에프씨	땡큐맘치킨, 토포이브	도소매업	이문기	2015. 02. 12
	(주)음식점닥터	수제갈비	서비스업	이혜주	2015. 03. 16
	(주)전국장어마을	만판장	외식업	안상영	2015. 05. 28
	(주)부자이웃	봉구스밥버거	외식업	오세린	2015. 06. 02
	(주)웰빙푸드에프씨	월남쌈김상사	외식업	임영성	2015. 06. 15
	마야봉F&C	봉이치킨, 봉킨버거	외식업	고금식	2015. 06. 19
	(주)도들샘	오레시피	서비스업	노태욱	2015. 06. 23
	(주)디엠프랜차이즈	준의 대포차	외식업	김동준	2015. 06. 26
	한국하겐다즈	하겐다즈	도소매업	서홍표	2015. 07. 10
	(주)센트온	에코미스트	도소매업	김진구	2015. 07. 13
	바른창업주식회사	순남시래기	외식업	김영선	2015. 07. 17
	훈비네식품	훈비네김	제조업	이정숙	2015. 08. 06
	주식회사 엔조이굿	이초굿	서비스업	황정섭	2015. 08. 13
	(주)케이더블유프랜차이즈	쉐프의부대찌개	도소매업	박건욱	2015. 08. 26
	(주)미당에프씨	하이브런치	도소매업	김홍민	2015. 08. 31
	(주)티엠홀딩스	제퍼커피, 쇼부	외식업	김명환	2015. 09. 01
	(주)디디에프앤비	디디치킨, 아웃이	도소매업	오응서	2015. 09. 02

준회원 현황

구분	업 체 명	브랜드명	업 종	대 표 자	신 청 일
준회원	(주)파리클라컴퍼니	파리클라라	서비스업	서근남	2015. 01. 23
	(주)한창이앤피	황금소	서비스업	김현숙	2015. 01. 28
	(주)리즈푸드	압구정리김밥	외식업	이은림	2015. 02. 13
	아초원	아초원	외식업	장보화	2015. 08. 12

협력회원

구분	업 체 명	브랜드명	업 종	대 표 자	신 청 일
협력회원	디자인룩박스	디자인룩박스	서비스	김제현	2015. 01. 06
	(주)에이씨알텍		제조업	정수철	2015. 01. 09
	동희(주)		제조업	김종섭	2015. 01. 27
	(주)데어리랜드		제조업	김낙규	2015. 01. 28
	(주)일진냉동플랜트		제조업	마경선	2015. 01. 30
	(주)서울에프앤비		제조업	오덕근	2015. 01. 30
	법무법인(유한)화우		서비스업	황현주	2015. 02. 13
	노무법인씨엔비	노무법인씨엔비	서비스업	강미혜 부대표	2015. 02. 25
	새롬에프앤비(주)		서비스업	노영민	2015. 02. 25
	안암법무사사무소	안암법무사사무소	서비스업	하정우	2015. 03. 03
	동원F&B	동원F&B	제조업	안영후	2015. 05. 07
	(주)에스와이코마드		서비스업	강선영	2015. 07. 06
	(주)사세통상	사세	제조업	김광선	2015. 07. 07
	(주)포시에스	OZ Report, OZ e-Form	서비스업	박미경	2015. 07. 17
	(주)엔터라인	Enterpack	제조업	전병진	2015. 07. 20
	(주)세이프무역	투스카로라	도소매업	안태국	2015. 07. 23
	(주)포스코디	포스코디	도소매업	조선영	2015. 08. 07
	(주)에릭스	에릭스도자기, 힐링요	제조업	김종래	2015. 08. 20
	(주)대성산업		도소매업	박성운	2015. 08. 21
	세명수산(유)		서비스업	나경숙	2015. 09. 01
	(주)프리엠환경		서비스업	이남수	2015. 09. 01



국가인적자원개발 컨소시엄 안내

BUSINESS

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

● 교육일정

과 목 명	교 육 기 간	인원	장소
해외 표준 외식경영 교육 (1~2회차)	1회차 : 08월 25일 ~ 08월 27일 2회차 : 12월 01일 ~ 12월 03일 각 오전 9시~오후 6시 (중식제공)	20명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장
해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어 (2회차)	2회차 : 11월 25일 ~ 11월 26일 각 오전 9시~오후 6시 (중식제공)	30명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장
해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어 (1~3회차)	3회차 : 10월 27일 ~ 10월 29일 각 오전 9시~오후 6시 (중식제공)	30명	한국 프랜차이즈 산업협회 교육장

문의 : 한국프랜차이즈산업협회 김호진 사원 02,3471.8135~8 (내선2번)

프랜차이즈 기업의
혁신적 매출증대를 위한

빅데이터 리서치솔루션

프랜차이즈산업연구원이 함께 합니다.

고객만족
통합솔루션

(+Big Data)

브랜드관리
솔루션

(+Big Data)

신제품개발
솔루션

(+Big Data)

통합
솔루션

(+고객만족+브랜드관리)

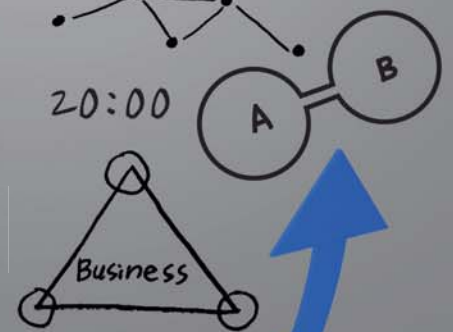


BUSINESS

RESEARCH ← Strategy ^{Quality}

%

20:00



BIG DATA

마케팅으로 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



SERVICE
DELIVERY

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



INTERNAL
MARKETING

성공하는 상품 개발

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



EXTERNAL
MARKETING

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 |
점포이미지 및 애호도 조사

BigData Research

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



프랜차이즈산업연구원
The Institute for Franchise Industry Studies

www.ifis.co.kr



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

- 1 글로벌 프랜차이즈 진출 지원
- 2 해외진출 컨설팅 지원
- 3 프랜차이즈 최고위 과정 "KFCEO 명품과정" 수강혜택
- 4 홈페이지 및 프랜차이즈TV 미디어 홍보
- 5 프랜차이즈 산업인의 권익 대변
- 6 프랜차이즈 산업 박람회 참가비 10% 할인
- 7 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 경영지원팀(직통)

070. 7919. 4159

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



한국프랜차이즈산업협회
회원사만을 위한

특별한 금융상품 탄생!

외환은행 프랜차이즈 창업/운영 대출은 한국프랜차이즈산업협회 회원사를 위해 탄생되었습니다.

01

외환은행 프랜차이즈 매일매일 부자대출

외환은행은 프랜차이즈 가맹점주님을 대상으로 무보증 무담보의 신용대출 상품을 운영하고 있습니다.

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

• 대출대상

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

• 대출한도

업종, 고객의 신용도, 영업실적 등에 따라 최고 2억원까지

• 대출금리

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

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

예) 대출금리 4.4% 적용시 대출금액별 매일 납부원리금

• 대출기간

취급후 1년 (연장포함 10년)

• 필요서류

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

• 기타

중도상환수수료, 신용평가 수수료 : 면제

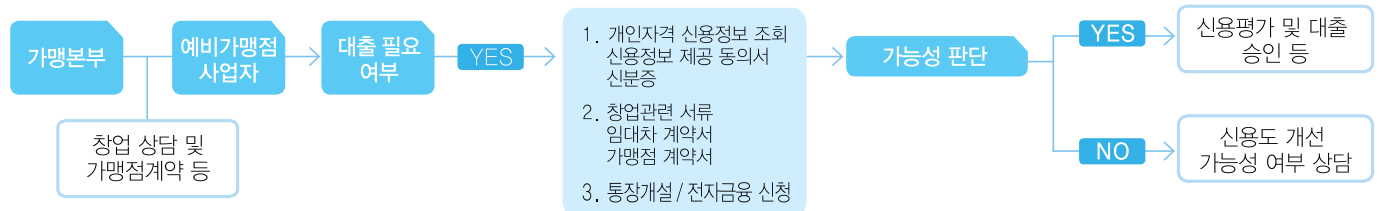
• 부대비용

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

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

02

외환은행 프랜차이즈 창업대출 절차



※ 프랜차이즈 가맹금 예치서비스 시행

03

“한국프랜차이즈산업협회의 금융상품을 이용하고 싶다면?”

• 가맹점사업자일 경우

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

• 가맹 본부일 경우

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

한국프랜차이즈산업협회 경영지원팀



한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

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

금융상품 관련 세부상담



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



성공을 향한 첫걸음, ‘맥세스컨설팅’과 함께!

맥세스컨설팅은?

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

맥세스컨설팅은?

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

고객 여러분의
성공을 보장합니다.



국가대표 식기세척기

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

전면 DOOR에 위치한
디스플레이어
좁은 공간에 설치하여도
편리한 조작



특허출원 : 10-2014-0096154



매직골드 Magic Gold

Magicgold-mini 세계최초 분리형 세척기

특허출원 : 10-2015-0025639

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



도어타입

랙컨베어타입

언더카운트타입

제빙기



실속형 식기세척기

MG-2012M



온수기가 필요없는
식기세척기

MG-2012MH



일괄형 식기세척기

MG-2012S



홀전용 식기세척기

MG-2013M



실시간 대용량 세척으로
적합한 식기세척기

MG-2012RC



부스타

DYT-4000



베이커리 커피숍
테이블형

MG-2012UC



MG-55



MG-100



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

magicgold.kr

최고의 제품을 저가의 가격으로
전국 어디든 설치 관리하도록 하겠습니다.

전국 **1566-4313**



튼튼한

사장님의 첫번째 보험

자영업자 고용보험

사장님도 실업급여, 직업능력개발훈련비
지원혜택을 누릴 수 있습니다.

 **자영업자 고용보험**이 사장님께 힘이 되어 드리겠습니다.

- 50인 미만 근로자를 사용하는 자영업자라면 누구나
- 사업자등록증상 **개업연월일로부터 6개월내**에 가입할 수 있습니다.
- 50인 미만 근로자를 사용하는 사업주는 중·소기업 산재보험에도 가입할 수 있습니다.

| 가입문의 | 근로복지공단 1588-0075