한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이

프랜차이즈 월드

2016 Vol.19

KFCEO 교육과정을 가다
제5기 KFCEO 교육과정 입학식 및 소개

협회 NEWS
프랜차이즈 40년사 협회 20년사 발간
조동민 협회장, 경제부총리 표창 수상
여인국 신임 상근부회장 취임

클로즈업
'제37회 프랜차이즈 산업박람회' 성료
마카오 · 필리핀 프랜차이즈 엑스포

핫이슈
해마로푸드서비스(주) 〈맘스터치〉 코스닥 상장
근로조건 자율 준수 노무 교육 실시
제1회 FC인재 · 육성 위원회 장학기금 전달식
한상(韓商)과 국내 기업인 모인 화합의 자리

스포트라이트
프랜차이즈 업계에 부는 바람 '특허'
프랜차이즈 통합상품권 사업설명회 실시
제5기 프랜차이즈지도사과정 입학식 및 성과

회원사 탐방
(주)푸디세이 〈스테이크보스〉
(주)채선당 〈샤브보트〉
리치푸드(주) 〈뉴욕야시장〉

Special Feature
프랜차이즈 기업의 명운 '해외진출'

성공 CEO 열전
(주)호경에프씨 이용재 대표

제38회
부산프랜차이즈산업박람회
2016. 11. 10(목)~11. 12(토) 3일간
The 38th Korea Franchise Business Expo 2016
BEXCO
센텀시티역 1번출구

한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

Steak boss

STEAK
BURGER
RICE
+
BEVERAGE (JUICE&ADE)
CREAM BEER
WINE

TAKE-OUT CUP STEAK

고객이 찾아오는 아이템
고객이 답이다!
지금이 창업적기!

Instagram #스테이크보스 www.steakboss.co.kr

16,669,595 likes

한 통에 담아낸 럭셔리 테이크아웃 스테이크의 대표브랜드 – **스테이크보스!**

스테이크보스는 어떻게 하면 오랫동안 변하지 않는 브랜드를 만들 수 있을까? 를 고민했습니다.

고객이 찾아오는 특별한 아이템은?
고객에게 사랑받는 아이템은?
저희 브랜드와 인연이 있는 사람에게 행복을 줄 수 있는 아이템은?

이 모든 고민의 답을 찾았고 스테이크보스와 인연이 되실 분을 기다립니다.
소자본 창업을 고민하신다면 스테이크보스가 해결해 드리겠습니다.
– Steakboss

STEAK BOSS의 차별화 POINT

1 특허기술적용!

스테이크보스의 원육은
발효숙성 특허기술이 적용된
아무도 흉내낼 수 없는 맛을
자랑합니다.
(특허등록번호 10-1254420호)
블라인드 맛 테스트에서
최고평점을 받은 스테이크보스!
특별한 맛에는 이유가 있습니다.

2 소형매장! 매출은!!

임대료 무서워 하지 마세요.
스테이크보스는 26.4㎡를 기준평수로
하고 있습니다.
고객이 찾아와 먹는 메뉴
대박을 말하진 않겠습니다.
합리적인 유지비와 높은 매출!
시장트랜드를 리드해 가십시요!
(신대방점 일 100만원 매출 / 16.5㎡)

3 경쟁상대가 없다!

외식업이 힘든 이유!
수많은 유사매장이 있기 때문은
아닐까요?
쉽게 접하지 못하는 메뉴
고객이 찾아와 홍보하는 아이템
모든 고객이 나의
홍보/마케터가 됩니다!
고객의 선택이 답이다!

4 창업대출알선

5 유망입지컨설팅

6 최소비용/업종변경

외식프랜차이즈그룹 FOODYSAY 푸디세이 Steak boss

(주)푸디세이
서울시 동작구 남부순환로 2067(사당동) 정석빌딩 4층 전관
Tel. 02.454.9292 Fax. 02.2201.9241

1666.9595

특허청 Korean Intellectual Property Office

K-ip care 한국지식재산보호원

KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association

농식품 상표·디자인 안심보험

농식품 업계의 상표 · 디자인 분쟁!
농식품 상표 · 디자인 안심보험과 함께하세요.

Q 「농식품 상표 · 디자인 안심보험」이란?

해외 수출(예정) 기업을 대상으로 예상치 못한 지재권 분쟁이 발생하였을 때 소요되는 법률비용을 보장하기 위하여, 소송보험의 가입비용(보험료)을 일부 지원하는 사업입니다.

가입안내

신청자격 농식품 수출 중소기업(프랜차이즈 업종 포함)
보장내역 상표, 디자인 관련 분쟁 법률비용 보상
보장지역 아시아(중국포함/국내제외)

보험료	담보	보상한도액	공동부담비율
300만원 중 기업부담 30%	소제기	2천만원	10%
	피소대응	2천만원	

*단, 소제기의 경우, 세관조치 및 행정단속은 1천만원 한도내 보상

보험료의 70% 정부지원

K-ip care 한국지식재산보호원
Tel. 02-2183-5891~3, 5885 / E-mail. insure@koipa.re.kr
www.koipa.re.kr

KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association
Tel. 02-3471-8135~8/ E-mail. minsuk@ikfa.or.kr
www.ikfa.or.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.

동반상생과 창조경제의 든든한 버팀목

KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association
137-673 서울시 서초구 서초대로 248 (서초동, 월헌빌딩 2층)(구: 서울시 서초구 서초동 1553-1)
TEL.02.3471.8135~8 FAX.02.3471.8139
www.ikfa.or.kr

기초고용질서 사업주와 근로자의 약속입니다!

최저임금준수
서면근로계약서 작성
임금체불 방지
주휴수당 지급

고용노동부 | 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association

최저임금
근로자의 최소한의 권리!

최저임금은 얼마인가요?
2016년 최저임금은 시간급 6,030원,
일급으로 환산시 48,240원(8시간 기준),
월급으로 환산 시 1,260,270원(주 40시간 기준)
입니다.

최저임금을 안 지키면?
최저임금액보다 적은 임금을 지급한 경우 3년 이하의 징역 또는 2천만원 이하 벌금에 처해질 수 있으며, 최저임금액 등을 근로자에게 알려주지 않은 경우에도 100만원 이하의 과태료 처분을 받을 수 있습니다.

못 받았다면 어떻게 해야 하나요?
가까운 고용노동청에 신고해주세요.
(전화 1350) 참고로, 사업주와 근로자가 협의한 경우라 하더라도 최저임금 미만으로 시급을 지급하면 처벌대상이 됩니다.

근로계약서
일하기 전, 반드시!

왜 써야하나요?
근로계약서는 임금, 근로시간 등 핵심 근로조건을 명확히 정하는 것으로, 근로자와 사업주 모두의 권리보호를 위해 반드시 필요합니다.

근로계약서를 쓰지 않으면?
사용자가 근로계약을 서면으로 체결하고 이를 교부하지 않으면 500만원 이하 벌금이 부과되며, 만약 기간제 · 단시간근로자인 경우는 500만원 이하의 과태료 처분을 받을 수 있습니다.

어떻게 써야하나요?
근로계약서에는 임금, 근로시간, 휴일, 연차 유급휴가 등의 내용을 명시해야 하며,
고용노동부에서 배포하는 표준근로계약서를 참고하시면 보다 쉽게 쓰실 수 있습니다.

임금
정해진 시기에, 전액을!

임금을 못받았다면?
가까운 지방고용노동관서에 신고해 주세요.
(①사업장 소재지 관할 지방고용노동관서에서 신고접수,
②고용노동부 홈페이지 민원마당에서 신고접수)
또는, 직접 법원에 민사소송을 제기하실 수도 있습니다.
(고용노동부에 체불임금 신고 → 체불금품확인서를 신청 · 발급 → 법률구조공단 무료법률구조신청 또는 직접소송)

체불한 사업주는 어떻게 되나요?
임금을 지급하지 않으면 3년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금을 받을 수 있습니다.
또한, 체불사업주명단 공개 및 신용제제의 대상이 될 수도 있습니다.

주휴수당
받고 계신가요?

주휴수당은....
주 15시간 이상 근무하는 근로자가 1주일 동안 출근한 경우 주 1회 이상의 휴일을 부여하여야 하는데, 이때 유급으로 지급하는 수당이 주휴수당입니다. 주5일, 주40시간 미만 근로자라도 주 15시간 이상 근로하면 시간에 비례하여 지급하여야 합니다.

누가, 얼마나 받을 수 있나요?
1주일에 평균 15시간 이상 근무한 근로자가 대상이 되며, 1일 임금액을 받을 수 있습니다.
예를들어 하루에 8시간씩 근무하는 경우에는 8시간에 대한 임금을 받을 수 있습니다.

주휴수당을 안지키면?
주휴수당을 지급하지 않은 사용자는
근로기준법 제110조(벌칙)에 따라 2년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금을
받을 수 있습니다.

최저임금 TIP!

TIP1. 최저임금 위반 여부를 확인해 보려면?

· 최저임금위원회 홈페이지(www.minimumwage.go.kr) –〉 '나의 임금과 최저임금 비교' 에서 자동계산이 가능합니다.

TIP2. 교육이나 수습근로자는 어떻게 되나요?

· 교육기간에도 최저임금은 동일하게 적용되며, 감액될 수 없습니다. 반면, 1년이상 근로계약을 체결한 경우에 수습기간에는 최저임금을 최대 10% 감액하여 지급할 수 있습니다.(최대 3개월)

근로계약서 TIP!

TIP1. 법에 미달되는 조건으로 계약을 체결했다면?

· 미달되는 해당 조건은 무효가 되고, 근로기준법이 정한 기준이 적용됩니다. 다만, 근로계약 자체가 무효가 되지는 않습니다.

TIP2. 표준근로계약서는 어디에 있나요?

· 고용노동부 홈페이지 → 알림마당 → 알려드립니다 → 표준근로계약서(5종)에 들어가서 다운로드 받으실 수 있습니다.
· 가까운 고용노동청을 방문하셔도 받으실 수 있습니다.

임금 TIP!

TIP1. 소액체당금 지원제도란 무엇인가요?

근로자 생계보장을 위해 체불임금 소송에서 승소한 근로자에게 정부가 우선 밀린 임금(300만원 한도)을 지급하는 제도입니다.

※지급절차: 고용부에 체불임금 신고→체불금품확인서 신청 · 발급
→법률구조공단 무료법률구조신청 또는 직접소송
→판결문 등을 첨부하여 소액체당금
지급청구서를 근로복지공단에 제출)
※대 상: ①퇴직일 기준 6개월 이상 가동된 기업에서 퇴직,
②퇴직 다음 날부터 2년 이내 체불임금 소송 제기,
③확정판결 등을 받은 근로자

TIP2. 체불사업주 명단공개 제도란

체불방지 및 경각심 고취를 위해 임금체불을 한 사업주의 인적 사항을 고용노동부 홈페이지 등을 통해 공개하는 제도입니다.
※대 상: 명단공개 기준일 이전 3년 이내 임금 등 체불로 2회 이상 유죄 확정 및 1년 이내 임금 등의 체불 총액 3천만원 (신용제재 2천만원) 이상인 자

주휴수당 TIP!

TIP1. 주휴수당 계산법은?
· 만약 1주일에 20시간 일하는 사람이 개근했다면?
→ 주휴수당=(20시간/40시간) × 8시간 × 시급

TIP2. 월급을 받는 사람도 주휴수당이 있나요?

· 예, 그렇습니다. 다만, 월급제의 근로자는 이미 월급에 주휴수당이 포함되는 경우가 있으므로 확인이 필요합니다

프랜차이즈 월드 Vol.19

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이

6 윤리강령

9 Letter 조동민 협회장 인사말

Issue & People

10 News Lounge 협회 뉴스와 행사

18 특별기획 프랜차이즈 기업의 명운 '해외진출'

24 핫이슈 Ⅰ 해마로푸드서비스(주) 〈맘스터치〉 코스닥 상장

26 핫이슈 Ⅱ 근로조건 자율 준수 노무 교육 실시

28 핫이슈 Ⅲ 제1회 FC인재 · 육성 위원회 장학기금 전달식

30 핫이슈 Ⅳ 한상(韓商)과 국내 기업인 모인 화합의 자리

32 스포트라이트 Ⅰ 프랜차이즈 업계에 부는 바람 '특허'

35 스포트라이트 Ⅱ 프랜차이즈 통합상품권 사업설명회 실시

38 스포트라이트 Ⅲ 제5기 프랜차이즈지도사과정 입학식 및 성과

40 성공CEO열전 (주)호경에프씨 이용재 대표

44 클로즈업 Ⅰ '제37회 프랜차이즈 산업박람회' 성료

50 클로즈업 Ⅱ 마카오 · 필리핀 프랜차이즈 엑스포 2016

52 KFCEO 교육과정을 가다 제5기 KFCEO 교육과정 입학식 및 수업소개

60 글로벌 성공브랜드 CJ푸드빌(주) 〈뚜레쥬르〉

64 글로벌 트렌드 해외시장 트렌드–말레이시아

66 회원사 탐방 Ⅰ (주)푸디세이 〈스테이크보스〉

68 회원사 탐방 Ⅱ (주)채선당 〈샤브보트〉

70 회원사 탐방 Ⅲ 리치푸드(주) 〈뉴욕야시장〉

[표지 설명]
프랜차이즈산업,
세계 최고를 향한 전진

프랜차이즈산업의 사회적인 위상과 글로벌 프랜차이즈를 통한 세계화는 국내 프랜차이즈산업의 눈부신 발전을 기대하게 하고 있다. 이에 프랜차이즈 본부는 자사의 내실과 함께 가맹점과의 상생을 위해 부단한 노력을 아끼지 않고 있다.

프랜차이즈월드 Vol.19
발행일 2016년 10월
발행인 조동민 한국프랜차이즈산업협회장
발행처 한국프랜차이즈산업협회 서울시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩 2층
전화 02 3471 8135~8 팩스 02 3471 8139
디렉터/전략홍보팀 한수진 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.

Contents

Education & Culture

72 지상강좌 조용근 · 김영갑 · 이성훈 · 장재남

80 CEO LIBRARY (주)바늘이야기 송영예 대표의 추천도서

솟대

땅위에 사는 모든이의 소망을 담아
하늘 높이 올려본다.

하늘보다 더 높은 태양을 향해
더 높이 올려본다.

기다림의 시간이 길고 고통스럽다.
하늘을 원망하기도 한다.

하늘은 인간이 할수 없는것을
기적으로 보여준다.

어둡기만한 하늘속 저편엔
변함없이 우리를 비추고 있는

태양이 있다는 것을 믿고 살자.
희망이 있다는 것을 믿고 살자.

글 · 사진 월간〈창업&프랜차이즈〉DB

News Lounge

82 Brand News 동서남북

84 Brand News 회원사 행사 및 소식

90 Education 교육 일정

95 Membership 신규회원 가입 현황

96 Schedule 협회 일정 및 협회장 동정

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

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

또한 프랜차이즈산업을 국가 성장에 기여하고 부가가치가 높은 산업으로 발전시키기 위해 역량을 집중시켜 가맹본부와 가맹점, 소비자가 함께 동반상생 할 수 있도록 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 제정한다. 이에 세부행동 지침을 마련하여 신뢰를 높이고 프랜차이즈 산업에 대한 인식제고를 통한 회원사의 권익증대에 이바지 하고자 한다.

Ⅰ. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

회원사는 국가 경제 성장에 기여하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.

2. 신뢰와 협동

회원사는 가맹본부와 가맹점간의 상생의 중요성과 필요성을 인식하고 다양한 상생협력 방안 도입 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, 고객의 상생을 통하나 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

Ⅱ. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

가. 회원사는 국가 경제 성장에 기여하고 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.

나. 회원사는 물적, 인적 시스템 구축 강화해 경쟁력을 높이고 수익 개선을 위한 다양한 제도 개선에 적극적으로 앞장선다.

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 상도의에 따라 공정하게 경쟁한다.

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위해 노력한다.

4. 기업의 사회적 책임 이행

가. 회원사는 사회적 책임을 다하고 가격 및 상품의 동질성을 앞세워 지역 간 소비자 후생의 격차를 해소하여 국민 후생 증대에 기여한다.

나. 회원사는 국민들의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.

다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 동참한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 동방성장 시스템을 구축함으로써 공존공영(共存共榮)을 실현하고 조화로운 발전을 추구한다.

나. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.

다. 회원사는 가맹점주의 영업 운영능력을 개선 · 향상시키도록 권장하고 그 능력 향상에 필요한 교육, 훈련을 지속적으로 제공한다.

라. 회원사는 공정하고 투명한 기업문화 환경 조성을 위해 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의견소통을 이끌고 불평, 고충 및 논쟁의 해결에 있어서 신뢰와 선의에 입각해 모든 노력을 기울인다.

Ⅲ. 윤리 · 분쟁조정위원회의 설치

가. 본 윤리강령 및 행동지침의 목적을 효과적으로 달성하고, 회원사 및 고객과의 분쟁을 조정하기 위하여 한국프랜차이즈산업협회 내에 '윤리 분쟁조정위원회'를 설치 · 운영한다.

나. 윤리 분쟁조정위원회의 구성, 운영 및 심의 절차 등에 대한 세부 사항은 별도의 운영기준으로 정한다.

다. 회원사의 윤리강령 관련한 조정 요청이 있을 경우 윤리 분쟁조정위원회는 위원회 규정에 따라 필요한 조치를 취할 수 있다.

2016 제17회 한국 프랜차이즈대상

The 17th Korea Franchise Business Awards 2016

- 목　　적 : 프랜차이즈산업의 발전에 기여한 우수기업 및 가맹점 발굴
- 주최 및 주관 : 한국프랜차이즈산업협회
- 후원(예정) : 산업통상자원부, 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 중앙일보
- 시 상 일 시 : 2016년 12월 9일(금) 11:00

시상의 종류 및 내용 (예정)

- 정 부 포 상 : 대통령 표창, 국무총리 표창, 산업통상자원부장관 표창, 농림축산식품부장관 표창, 식품의약품안전처장 표창
- 기 관 장 상 : 한국프랜차이즈산업협회 회장상, 중앙일보 대표이사상
- 신 청 자 격 : 국내에서 영업중인 국내외 프랜차이즈 가맹본사/가맹점 대통령 표창 및 국무총리 표창은 수공기간 5년 이상 단체이며, 장관 표창은 3년 이상, 그 외 표창은 2년 이상 (단, 신생브랜드 부문은 2년 미만)
- 심 사 비 : 전액무료

문의 및 신청

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

한국프랜차이즈대상 사무국 팀장 민재기, 사원 이보배
TEL. 02.3471.8135~8 / FAX. 02.3471.8139
자세한 사항은 협회 홈페이지(www.ikfa.or.kr)참조

정확한 관점과 냉철한 판단이 필요할 때

천고마비(天高馬肥)의 계절, 가을입니다.
풍요로움과 여유로움으로 물들여질 시기임에도 프랜차이즈산업은 아직 여름 끝자락에 놓인 것 같이 뜨겁습니다. 아직 풀어야 할 숙제들은 물론, 고질적으로 불거져 나오는 문제들의 해결방안을 놓고 열띤 논쟁이 펼쳐지고 있기 때문입니다. 협회장으로서 우리 회원사들을 포함한 산업 종사자들이 조금 더 나은 제반환경과 권익보호를 위해 어떤 정책을 제안하고 적용해야 할지를 고민하고 최우선으로 삼고 있습니다.
그럼에도 요즘 프랜차이즈에 대해 말들이 많습니다. 인식제고를 위해 부단한 노력을 기울이고 있지만, 때 마다 터져 나오는 일부 가맹본부의 불공정 거래 및 '갑질' 행태가 대중들의 입방아에 오르내리며 구설수에 오르는 등 허무한 순간을 겪곤 합니다.

어찌 보면 서민 친화적이면서 밀접한 산업이기에 더욱 부각되고 대중들에게 강하게 각인되는지도 모릅니다. 다만 상생에 기반을 두지 않고 이익만을 좇거나 윤리경영을 펼치지 않는 프랜차이즈 기업들도 분명 존재합니다. 이럴 경우 비판을 겸허하게 받아들이고 개선의지를 보여야 합니다. 악질적인 행태를 일삼는 곳은 시장에서 철퇴되는 것이 맞습니다.
일부가 다수로 둔갑된 이미지 쇄신 및 자정노력의 일환으로 협회에서는 CEO를 대상으로 한 윤리교육을 실시하고 있고, 가맹본부와 가맹점간의 분쟁을 최소화하고 대화를 이끌어 낼 수 있는 창구인 분쟁조정센터를 운영하고 있습니다. 직접적으로 상생협약을 맺는 것을 독려하기도 합니다. 프랜차이즈산업의 순기능 보다 일부의 잘못된 행태들로 가치가 폄하되지 않기 위해서 다각적인 노력을 기울이고 있습니다. 경기 불황에 따른 수익악화로 인해 힘든 고비를 넘기고 있는 프랜차이즈기업들이 경영 외적으로 냉담한 인식과 제반환경들과도 싸워야 한다는 점이 안타깝습니다.

중국이나 미국 캘리포니아 주 등 해외에서 시행중인 1+1 전략을 규제법에 포함시키는 것도 산업의 질적 성장을 위한 방안이 될 수 있습니다. 1개 이상의 직영점을 1년 이상 운영 시에만 가맹사업을 가능하게 해 까다로운 진입조건을 구축하자는 것이 핵심입니다. 시범 매장 역할을 하는 직영점을 운영함으로써 장기간 사업성과 소비자 패턴, 운영 상 미비한 점들을 보완 · 수정해 가맹점들에게 보다 양질의 매뉴얼과 노하우를 전달함으로써 실패확률을 줄일 수 있기 때문입니다.
협회 회원사들 모두 너무 힘든 시기를 겪고 있습니다. 고공비행하고 있는 임대 · 임차료 문제, 과열경쟁에 따른 수익성 악화, 외식시장을 위협하는 편의점, 안정적인 로열티 법제화 미비 등 일일이 열거하기 힘들 정도로 환경이 열악한 것이 사실입니다. 그 중 가장 답답한 것은 '가맹점사업자의 권익보호 및 피해를 막고자 가맹점사업자단체를 구성할 수 있다'는 가맹사업법 제14조2의 신설 내용이 법적인 해석이 아닌 가맹본부를 압박하기 위한 수단으로 오용되거나 맹목적인 흑백논리로 변질되고 있다는 것입니다. 상호간의 협상 및 협의를 통해 부당한 거래가 개선되고 신뢰관계가 형성되도록 만들어진 만큼 의도에 맞는 정확한 판단이 필요합니다.

프랜차이즈산업의 성장동력은 결국 가맹본부의 지속적인 신뢰관계 구축과 가맹점사업자의 영업활성화이며, 공정한 거래질서와 영업방식으로 이뤄져 있습니다. 가맹본사와 가맹점은 계약 관계를 통해 협력하는 것이 특징입니다. 계약서를 작성하고 계약조항과 본부의 운영가치를 보고 자율적으로 선택합니다. 한마디로 노사관계가 아닌 동방상생 비즈니스 모델입니다. 그럼에도 불구하고 가맹본부와 가맹점사업자의 계약 특성 및 프랜차이즈 시스템의 사업방식을 고려하지 않은 채 경영권 침해와 불법 행동들이 벌어진다면 균형 있는 발전, 서비스산업 발전, 국가 경쟁력 강화와 고용 창출 등 순기능의 감소로 이어져 결국에는 또 다른 자영업자의 위축과 국가 경쟁력 약화로도 이어질 수 있습니다.
지금은 가맹본부와 가맹점, 경쟁업체 가릴것 없이 단합해서 경제난을 이겨내는데 의기투합해야 합니다. 절체절명의 위기 속에 놓인 우리 산업의 현실을 많은 프랜차이저들이 공감해주면 좋겠습니다. 정확한 관점과 냉철한 판단으로 한 걸음 더 성장하는 협회와 회원사가 되길 희망합니다.

한국프랜차이즈산업협회 회장 조동민 배상

NEWS LOUNGE

한국프랜차이즈산업협회 2016년 임원 연석회의 개최

한국프랜차이즈산업협회는 지난 7월 7일 경기도 양평군에 위치한 〈죽이야기〉 연수원에서 한국프랜차이즈산업협회 2016년 임원 연석회의를 개최했다. 이날 회의는 수십명의 협회 회원사 CEO들이 참여한 가운데 상반기 사업실적과 하반기 사업계획을 논의하고 프랜차이즈 산업의 위상을 강화하기 위한 정부 인사와의 정기 간담회 계획, 기타 대정부 활동 및 정책사업 계획 등 심도 깊은 논의가 이뤄졌다.

조동민 회장은 지난 6월 30일 진행했던 윤리준수교육 프로그램 등을 통해 프랜차이즈 업계 스스로의 변화가 필요하다는 점을 강조했다. 한편 이날 회의에서는 5대 자문위원으로 위촉된 가현택스 최인용 세무사가 위촉패를 수여받았으며, (주)호경에프씨 이용재 대표가 지난 5월 식품안전의 날 유공자로 선정돼 식품의약품안전처장상 수상도 이뤄졌다.

한국프랜차이즈산업협회, 가맹본부-가맹점간 동반상생 협력 앞장 〈와라와라〉상생협약 체결

〈와라와라〉를 운영하는 (주)에프앤디파트너는 지난 7월 13일 한국프랜차이즈산업협회 희망실에서 가맹본부와 가맹점주의 동반 성장을 위한 상생협약식을 진행했다. 〈와라와라〉 가맹본부와 가맹점주는 동반 성장을 위해 상생협의회를 구성하고 어려운 경기상황을 극복하자는데 뜻을 모았다. 이를 위해 △영업권 보장 △마케팅 △메뉴개발 △교육 등의 영역에서 상생위원회에서 공동으로 논의, 〈와라와라〉의 브랜드 경쟁력 강화를 위해 협력하는 데 합의했다. 조동민 협회장은 "오늘 이 자리는 가맹본부와 가맹점들이 갈등과 배척이 아닌 소통과 협력을 통해 어려움을 헤쳐 나가기 위해 마련된 만큼 매우 의미가 있는 일이다"며 "극단적인 방법을 찾기보다는 서로간의 대화로 내부소통을 원활하게 할 때, 브랜드와 가맹점 모두 생존할 수 있고 비전도 찾을 수 있다"고 강조했다.

한국프랜차이즈산업협회 · 중소기업중앙회 중소기업 현안 정책과제 간담회

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 지난 8월 9일 중소기업중앙회 여의도 본관에서 손문기 식품의약품안전처장과 함께 '중소기업 현안 정책과제' 간담회를 진행했다. 이날 조 회장은 첫 번째 건의자로 나서 프랜차이즈 업계가 현장에서 겪고 있는 애로사항과 '실온제품의 냉장 또는 냉동유통 허용, 냉동제품의 해동품목 확대, 냉동제품을 보조하기 위해 포장되는 실온유통 제품의 합포장 허용' 등을 건의했으며 식품의약품안전처장으로부터 업계의 현실에 맞게 검토해 허용하겠다는 답변을 전달받았다.

한국프랜차이즈산업협회
프랜차이즈 모바일 통합상품권 사업설명회 진행

한국프랜차이즈산업협회는 지난 8월 10일 여의도 전경련회관 에메랄드홀에서 프랜차이즈 모바일 통합상품권 2차 사업설명회를 진행했다. 이날 사업설명회는 약 30여명의 업계 관계자가 참석한 가운데 진행됐으며, 협회에서 주도적으로 진행하는 모바일 통합상품권에 많은 회원사 및 프랜차이즈 기업이 관심을 갖고 있음을 보여줬다.
한편, 프랜차이즈 모바일 상품권은 한국프랜차이즈산업협회가 발행하고 유통사인 거인의어깨네트웍스가 주관하며 KT기프티쇼 발행사인 KT엠하우스가 판매한다.

한국프랜차이즈산업협회
한국프랜차이즈산업협회 초청 키르기스스탄, 베트남 VIP 간담회 오찬

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 지난 8월 18일 경기도 고양시에 위치한 중식당에서 한국프랜차이즈 협력 방안과 친교 확대 방안 등을 논의하고 친목을 다지기 위해 오찬 간담회를 개최했다. 참석자는 키르기스스탄–뚜이션쿨 초토노프 전 주한 키르기스스탄 대사 등 3명, 베트남–돈 트왕 쿤 한국 · 베트남 친선부회장 등 2명, 한국–조동민 회장, 아시아우호재단 최재성 이사장, (주)이바돔 김현호 대표, (주)금탑프랜차이즈 최성수 대표, 한국프랜차이즈산업신문 이진창 사장이 참석했다. 이날 행사는 화기애애한 분위기 속에서 진행됐으며 조동민 회장은 "프랜차이즈기업의 해외진출과 관련해 서로 상호 협조하고 발전적인 관계가 됐으면 좋겠다"고 밝혔다.

한국프랜차이즈산업협회
한국프랜차이즈산업협회 대한민국 국제 관광박람회 참가

한국프랜차이즈산업협회는 지난 8월 18일부터 21일까지 4일간 경기도 고양시 KINTEX 전시장에서 열린 대한민국 국제 관광박람회에 참가했다. 대한민국 국제 관광박람회는 '대한민국의 빛을 밝히다'라는 슬로건으로 약 500여개 부스로 진행되는 국내 최대의 관광박람회이다. 조동민 회장은 18일 개막식에 참가해 자리를 빛냈으며, 행사에는 협회를 비롯한 4개 브랜드(〈스테이크보스〉, 〈이바돔 감자탕〉, 〈커피베이〉, 〈청담동 말자싸롱〉)가 10개 부스 규모로 참가해 각종 홍보 활동을 펼치며 프랜차이즈 브랜드를 널리 알렸다.

NEWS LOUNGE

한국프랜차이즈산업협회 · 미래창조분과위원회
미래창조분과위원회 정기월례행사

한국프랜차이즈산업협회 미래창조분과위원회(청년위원회)가 지난 8월 19일 (주)맥스원이링크 사옥에서 정기월례행사를 진행했다. 행사는 (주)또봉이F&S 최종성 위원장 대행의 개회로 시작됐으며 기존의 위원회 명칭을 '미래창조분과위원회'로 변경했다.
본 행사는 젊은 CEO들의 단순한 모임이 아닌 선진 프랜차이즈를 벤치마킹하고 협회 및 산업의 문제점을 파악해 미래에 대한 대응 전략을 마련하는 등 상생의 가치 실현을 목적으로 진행됐다. 이날은 조동민 회장, 김광철 미래창조분과위원회 고문, 신향숙 여성분과위원회 총무 등도 참석해 미래창조분과위원회의 발전을 독려했다.

한국프랜차이즈산업협회 · 산악회
다섯 번째 산행, '북한산 둘레길'

한국프랜차이즈산업협회 산악회는 지난 8월 20일 올해 다섯 번째 산행으로 서울에 위치한 북한산을 등반했다. 작년까지 8월은 혹서기였기 때문에 등산을 하지 않았지만 이번 등산은 산악회원들의 요청과 선선한 날씨로 둘레길 트레킹을 진행했으며, 조동민 회장을 포함한 16명이 등반해 건강과 친목을 도모하는 자리로 마무리했다.

한국프랜차이즈산업협회
제4기 프랜차이즈 지도사 수료식 진행

한국프랜차이즈산업협회는 지난 8월 20일 서울시 서초구에 위치한 협회 교육장에서 제4기 프랜차이즈 지도사 교육 수료식을 진행했다. 수료 인원은 총 27명으로, 이날 협회 임영태 사무국장이 축사를 진행했으며 조근원 올댓컴퍼니 대표를 포함한 4명이 협회로부터 공로패를 수상했다. 프랜차이즈 지도사 과정 수료자에게는 프랜차이즈 지도사 자격증(자격번호:2013-0068호)이 주어지며 해당 자격증은 한국직업능력개발원에 등록된 민간 자격증이다. 프랜차이즈 지도사 과정을 통해 △프랜차이즈 브랜드 기획 △전략경영 △시스템구축 △매뉴얼 개선 △신사업 타당성분석 △부서별 기능과 역할 △빅데이터를 활용한 상권분석 등의 전문적인 교육이 이뤄졌다. 이번 지도사 교육의 교육생은 총 27명으로 모든 인원이 수료하는 기염을 토했다.

한국프랜차이즈산업협회 · FC인재 · 육성 위원회
제1회 인재 · 육성장학위원회 장학기금 전달식 개최

한국프랜차이즈산업협회는 지난 8월 27일 대치동 세텍 전시장 2층 컨퍼런스룸에서 제1회 인재 · 육성장학위원회 장학기금 전달식을 개최했다. 인재 · 육성장학위원회는 지난해부터 골프대회 등을 통한 장학기금을 마련하고 수 차례의 회의를 통해 장학생 선발 기준을 확립한 뒤 심사를 거쳐 30여명의 장학생을 선발했다.

이번 전달식은 조동민 회장을 비롯해 이명훈 수석부회장, 이재한 인재 · 육성장학위원회장, 연세대 FCEO 김광철 총동문회장 등 협회 임원진과 장학기금을 출원한 프랜차이즈 가맹본부 CEO, 장학생 대표로 나선 주선민 씨 등 장학생 30여명과 학부모들이 대거 참석해 자리를 빛냈다.

한국프랜차이즈산업협회 · 고용노동부
'전자근로계약서 확산 및 기초고용질서 준수 선언식' 진행

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 지난 8월 31일 고용노동부 주최로 서울고용지청에서 '전자근로계약서 확산 및 기초고용질서 준수 선언식'을 진행했다.

이날 행사에는 조동민 회장을 비롯해 고용노동부 이기권 장관, 소상공인연합회 최승재 회장이 참석했으며 업계 인사로는 〈BBQ〉 윤경주 사장, 〈채선당〉 김익수 대표이사, 〈놀부〉 김영철 대표이사, 〈교촌치킨〉 이근갑 대표이사, 〈CJ푸드빌〉 나상천 사업부장, 〈이바돔 감자탕〉 김종수 상무이사가 참석했다. 이외에도 국내 편의점기업 대표이사 및 주요인사와 〈알바몬〉, 〈알바천국〉 대표이사가 참석해 행사를 진행했다.

한국프랜차이즈산업협회 · 대구 · 경북지회
대구 · 경북 제1기 프랜차이즈 지도사과정(전국5기) 개강식

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 1일 대구 달서구에 위치한 대구 · 경북지회에서 대구 · 경북 제1기 프랜차이즈 지도사과정을 개강했다. 이번 프랜차이즈 지도사과정의 개강을 통해 중앙회 중심의 교육이 아닌 지회에서 최초로 교육을 개설하고 실질적으로 운영한다. 이번 과정에서는 교육생 수가 27명으로 중앙회 못지않은 인원이며 대구 · 경북지회 이재백 지회장은 내년에 대구 · 경북 제2기 프랜차이즈 지도사 과정을 열 뜻을 내비치기도 했다. 본 과정은 매주 목요일 총 10주에 걸쳐 진행되며, △담임교수 1:1 컨설팅 시스템 참여기회 제공 △국내 최고 소상공인 지도사 자격증 응시기회 제공 △국내 대표 프랜차이즈 브랜드 성공 경영 전략 분석 세미나 참여 등의 특전이 주어진다.

NEWS LOUNGE

한국프랜차이즈산업협회 · 주류분과위원회
주류분과위원회 정기모임

한국프랜차이즈산업협회 주류분과위원회는 지난 9월 22일 경기도 용인 88CC에서 정기모임을 가졌다. 이날 정기모임에서는 주류분과위원회 위원들뿐만 아니라 여러 정회원들이 참석해 자리를 빛냈다.

주류분과위원회는 매월 넷째 주 목요일마다 정기적인 모임을 가지며 프랜차이즈관련 정보를 공유하고 친목을 도모하고 있다.

한국프랜차이즈협회 · 미래창조분과위원회
KFCEO 4기 동문들과 합동월례회 진행

한국프랜차이즈산업협회 미래창조분과위원회는 지난 9월 23일 월례회를 개최했다.

이번 행사는 미래창조분과위원회와 KFCEO 4기 동문들의 합동월례회로 진행된 것이 특징이다. 성남 남서울CC에서 티업을 가진 후 용인 수지에 위치한 (주)가연푸드의 대표브랜드 〈화동갈비〉를 방문하는 일정을 소화했다. 이날 참석한 60여명의 위원들 및 동문들은 〈화동갈비〉 기업 탐방을 하며 프랜차이즈업계에 대한 정보를 공유하고 서로의 친목을 도모하는 시간을 가졌다.

한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회
다니엘복지원에서 따뜻한 교류의 시간 가져

한국프랜차이즈산업협회 소속 사회봉사위원회는 지난 10월11일 서초구에 위치한 '다니엘복지원'에서 120여명의 아이들에게 식사와 다양한 후원물품을 전달하며 뜻 깊은 시간을 가졌다.

다니엘복지원은 지적장애를 가진 경증장애인들의 생활 터전이다. 제23차로 펼쳐진 이번 봉사활동은 힘든 상황 속에서도 희망을 잃지 않는 이들을 위한 특별한 식사는 물론이고 다양한 후원물품으로 따뜻한 정을 나누며 봉사의 참뜻을 전파했다.

사회봉사위원회 위원장인 (주)채선당 김익수 대표를 비롯해 사회봉사단 20여명이 참여했고 〈채선당〉 · 〈떡담〉 · 〈본죽〉 · 〈파리바게뜨〉 · 〈못된고양이〉 · 〈커피베이〉 · 〈남다른감자탕〉 · 〈셀렉토커피〉 · 〈토프레소〉 · 〈좋은나라〉 · 〈호식이두마리치킨〉 · 〈돈까스클럽〉 · 〈바푸리〉 등이 후원에 동참했다.

한국프랜차이즈산업협회, 경제부총리 표창 수상
일자리창출과 서비스산업 발전에 기여 공로 인정

한국프랜차이즈산업협회가 지난 9월 26일 국회 헌정기념관 대강당에서 열린 (사)서비스산업총연합회 창립 4주년 기념행사에서 단체부분 경제부총리 표창을 받았다.

이번 수상은 한국프랜차이즈산업협회가 그동안 일자리 창출과 투자확대를 통해 서비스산업의 발전과 국민경제의 성장잠재력 확충에 기여한 공을 인정받은 것으로 볼 수 있다. 이날 단체부분에선 한국여행업협회, 한국연구개발서비스협회가 함께 수상의 영예를 안았다.

조동민 협회장은 수상자 대표 인사말을 통해 "서비스라는 단어가 국내에서 공짜라는 인식이 워낙 커서 제대로 그 가치를 인정받지 못하거나 폄하되어 발전하는데 많은 애로사항이 있었지만, 꾸준한 자생노력과 해외진출과 같은 경쟁력 강화로 돌파구를 찾으며 지금의 위치에 오른 것에 모든 서비스산업의 종사자들과 기쁨을 함께 나누고 싶다"며 "100조 규모의 프랜차이즈산업 역시 불황이라는 어려움 속에서 힘든 시기를 보내고 있지만, 포기하거나 좌절하지 않고 국가의 新성장동력 산업으로써 역량을 키워나가고 발전을 이루기 위해 끊임없는 투자와 노력을 아끼지 않을 것"이라고 말했다.

한국프랜차이즈산업협회, 여인국 신임 상근부회장 취임
"프랜차이즈 산업 발전에 기여하겠다"

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 5일 신임 상근부회장에 제3기, 4기, 5기 과천시장을 역임한 여인국씨를 임명했다. 여인국 상근부회장은 한국외국어대학교 행정학과, 서울대학교 행정대학원, 미국 미시건대학원 도시계획학과를 졸업하고, 경원대학교 대학원 도시계획학 박사를 수료했다.

여 상근부회장은 제24회 행정고시에 합격 후 행정사무관으로 공직생활을 시작해 환경청 교통부 행정사무관, 건설교통부 국제협력과장, 경기도 건설도시정책국장, 용인시 부시장을 거쳐 2002년부터 2014년까지 과천시장을 역임했다.

또 여인국 상근부회장은 행정전문가로 현재 한국프랜차이즈산업협회가 적극적으로 추진하고 있는 대정부사업은 물론, 프랜차이즈산업의 현안문제에 대해 전방위적 활동을 펼치며, 프랜차이즈산업 발전을 위한 다양한 조언과 함께 정책방향 수립에 기여할 예정이다.

여인국 상근부회장은 취임사를 통해 "행정전문가로 쌓아온 노하우와 네트워크를 한국프랜차이즈산업협회에 적시적소 활용될 수 있게 전방위로 돕겠다"며 "회원사들의 니즈를 반영해 경영상 애로사항을 최소화하고 발전해 나갈 수 있도록 노력해 나가겠다"고 말했다. 또한 100조 규모의 프랜차이즈산업이 국가 발전 동력 산업으로서 높이 평가 받고, 발전해 나가는데 기여하겠다고 포부를 밝혔다.

새로운 상근부회장 선임한 협회는 운영 시스템 강화와 내실 있는 경영 체계 확립을 위해 정진해 나간다는 계획이다.

NEWS LOUNGE

프랜차이즈40년사-협회 20년사 발간 '카운트다운'
편찬위원회 위촉…프랜차이즈의 바이블 역할 기대

한국프랜차이즈산업협회는 지난 8월 10일 한국프랜차이즈산업협회 교육장에서 '프랜차이즈40년사-협회20년사' 발간을 위한 편찬위원회를 개최했다. 협회 창립 20주년을 맞이해 한국 프랜차이즈산업의 40년사의 과거와 현재를 조명하고 협회와 함께한 프랜차이즈산업의 발전상과 성과를 지면과 전자책으로 발간해 회원사와 산업계는 물론 입법부, 행정부처 등 관련 협회 및 단체에도 배포할 예정이다.

편찬위원으로는 학계의 강병오 교수(중앙대), 박주영 교수(숭실대), 오세조 교수(연세대), 이승창 교수(항공대), 이용기 교수(세종대), 최영홍 교수(고려대)가 위촉됐고, 산업계에선 박원휴 대표(체인정보), 서민교 대표(맥세스컨설팅), 이경희 소장(리더스비전), 이상헌 소장(창업경영연구소), 이형석 대표(비즈니스유엔), 장재남 원장(FC산업연구원)이 위촉됐다. 편찬위원장은 오세조 교수가 맡았다.

조동민 협회장은 "방대한 자료들을 분류하고 복원하고 정리한다는 것이 결코 쉬운 작업은 아니었지만 누군가는 반드시 만들어야 할 것이라고 판단했고 프랜차이즈산업의 위상과 정보 수준이 한 단계 상승할 수 있는 계기가 되길 희망한다"며 "프랜차이즈역사책, 꼭 필독해야 할 바이블로 인식되게끔 협회가 지닌 모든 능력치를 쏟아 부을 계획이다"라고 강조했다.

폭염보다 뜨거운 치맥사랑 열기
2016 대구치맥페스티벌 성황리 폐막

2016 대구치맥페스티벌이 '모이자! 치맥의 성지 대구로!'라는 슬로건으로 지난 7월 27일부터 7월 31일까지 5일간 대구시 두류공원 일원에서 개최됐다. 본 페스티벌은 대프리카(대구+아프리카)라는 말이 무색할 정도의 37℃를 웃도는 불볕 더위 속에서도 역대 최다 관람객인 110만명 참가 기록을 세우며, 성황리에 막을 내렸다.

올해 치맥축제는 시민들과 함께 하는 축제로 만들기 위해 사전에 지역 문화 예술인을 대상으로 공연팀을 공개 모집, 축제기간동안 70팀 643명의 시민팀이 공연해 시민 참여형 축제의 새로운 전기를 마련했다. 또 주 행사장인 두류 야구장에서는 한류 문화를 선도하는 씨스타, 피에스타, 매드클라운, 휘성 등 인기 K-POP스타 초청공연과 EDM 파티를 열어 한 여름밤의 낭만은 물론, 참관객들에게 잊지못할 추억을 선사했다.

올해 치맥페스티벌의 차별화된 특징은 엔터테인먼트를 제공하는데 더해 글로벌 비즈니스 기능을 강화한 데 있다. 캐나다, 이탈리아, 중국 등 해외바이어 7개국 12명을 초청해 치맥 축제에 참여한 6개 업체와 함께 수출 상담회를 운영해 국제적인 산업 교류의 기회를 마련했으며, 중소 업체들의 성장을 돕기 위한 지원책도 활발히 펼쳤다. '영챌린지 부스'를 공모하고 〈훈남닭발〉과 〈꼴통닭선생〉 등 2개 업체를 선정, 부스비 면제혜택과 홍보를 지원하는 등의 중소 치킨업체가 대구치맥페스티벌과 함께 성장할 수 있는 기회를 만들었다.

프랜차이즈 업계 전문인력 양성과 발전 기대
한국프랜차이즈산업협회-경희대 경영대학원, 산학협력 MOU체결

한국프랜차이즈산업협회가 지난 8월 26일 경희대학교와 협력해 서비스경영학과(프랜차이즈 MBA)를 개설, 산학제휴 협약을 맺었다. 본 협약은 인력교류, 교육협력, 연구과제 공동 수행 등 양 기관의 상호발전과 시너지 창출을 목적으로 한다.

프랜차이즈 업계 전문인력 수급 기대

한국프랜차이즈산업은 100조원에 이르는 규모, 140만명의 인력이 종사하는 등 놀라운 성장을 이룩하며 한국 대표산업으로 자리매김했다. 최근에는 해외진출에도 활기를 보이며, K-브랜드를 전 세계에 알림과 동시에 새로운 이익 창출의 장을 열고 있다.

더불어 산업의 성장세 만큼 화두에 오르는 것이 프랜차이즈 업계 전문인력의 필요성이다. 프랜차이즈 산업은 사람의 역량이 기업 성공의 핵심 요소라 할 수 있는 제조업 기반의 지식서비스 산업이다. 거대한 규모와 더불어 다양한 모양새와 형태를 갖춰나가고 있기 때문에 전문인력의 수요만큼 공급이 이뤄지지 못하고 있는 상황. 이 속에서 한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 전문인력 수급을 위해 다양한 방안을 마련하고 있다. 그 일환으로 한국프랜차이즈산업협회는 경희대학교 경영대학원과 서울무역전시장 내 VIP룸에서 양해각서(MOU)를 체결했다.

산학협력 MOU로 최상의 시너지 효과

한국프랜차이즈산업협회와 경희대학교 경영대학원은 ▲인력교류 ▲각종 학술 정보의 상호교류 ▲교육 협력 ▲연구과제의 공동 수행 등 산학 협력을 공고히 함으로써 양 기관의 상호발전을 도모하고 시너지를 창출하기로 했다. 이번 MOU체결식에선 대학원 과정으로 서비스경영학과(프랜차이즈 MBA)를 설치하고, 산학제휴협약에 따라 협회 교육장을 강의실로 사용, 경희대학교 경영대학원 서초캠퍼스로 명명한다는 내용이 발표됐다. 또 프랜차이즈 전공과 관련해 협회장 추천에 의거, 입학한 학생의 경우에 한해 매학기 수업료의 30%를 장학금으로 지급한다.

한편 이날 한국프랜차이즈산업협회 조동민 협회장을 비롯해 김용만 명예회장, 이명훈 수석부회장, 이원성 상임부회장, 양진호 부회장과 경희대 김재경 경영대학원장, 대외협력부장 송상호 교수, 안상준 주임교수, 서종민 행정실장 등이 참여했다.

조동민 협회장은 "경희대 경영대학원과의 이번 협약은 산업이 발전하고 위상을 높이는데 큰 역할을 해 줄 것으로 믿고 있다"며 "프랜차이즈산업의 현안을 해결해 나가는데 서로 협력하고 최상의 시너지를 낼 것"이라고 말했다. 이와 함께 상호교류협력 활성화 방안으로 한국프랜차이즈산업협회와 경희대학교 경영대학원은 각각 2명의 전문위원을 위촉하고 위촉장을 수여했다.

프랜차이즈 기업의 명운 '해외진출'

해외 시장에서 성공을 위한 기반 갖춰야 할 때

업계에서는 프랜차이즈 기업들이 가맹점 100여개에 근접하는 순간부터 성공에 도취되는 경우가 많다고 분석한다. 그런 기업의 CEO들은 일시적 성공 궤도 상태에서 보다 많은 매출을 위해 원칙 없는 가맹점 확장에 열을 올리게 된다는 것이다. 또한 자사의 경쟁력과 무관한 분야에 투자를 단행함으로써 회사 부실에 직결되는 우(愚)를 범하기도 한다. 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장이 최근 강조하고 있는 것처럼 프랜차이즈 기업들이 이제 국내에서만 머물지 말고 적극적으로 해외로 시선을 돌려야 할 때다. 좁은 국내 시장보다 가능성 있는 해외 시장에서 블루오션을 찾아야 한다는 이야기다.

해외 진출, 철저한 준비가 급선무

국내 프랜차이즈 브랜드들의 해외진출이 날이 갈수록 활발해지고 있다. 농림축산식품부에 따르면 지난해 기준 해외에 진출한 국내 외식업체는 총 138개로 44개국에서 4656개의 매장을 운영하고 있는 것으로 나타났다. 이는 2014년에 비해 25% 증가한 수치로써 진출 국가도 중국과 미국 편중에서 벗어나 동남아시아, 유럽 등으로 점차 다양해지는 추세다.

이와 관련해 프랜차이즈 기업들의 해외 진출 성공을 위해서는 철저한 사전준비가 필요하다는 의견이 대두되고 있다. 국내 기업들이 역량 있는 해외 파트너사와의 협력을 통해 현지 소비자들의 성향과 입맛 등을 파악한 현지화 전략으로 성공을 거두기도 하지만 진출과 동시에 어려움에 처해 사업을 접는 경우도 속출하고 있기 때문이다. 업계 관계자들은 사전에 얼마나 현지의 소비자들의 성향, 법규, 규제 사항에 대해 조사하고 대책을 세웠는지에 따라 적응 속도가 다르므로 진출 예정 국가에 대해 전문가 수준으로 연구를 해야 한다고 입을 모으고 있다.

〈파리바게뜨〉는 마스터프랜차이즈 대신 직영점 중심의 다점포망을 구축하며 글로벌 시장에서 영역을 넓히고 있다. SPC 그룹에 따르면 현재 해외에 진출한 〈파리바게뜨〉는 총 200여개로 모두 직진출 방식을 택하고 있다. 〈파리바게뜨〉가 이와 같은 방식으로 해외 진출을 꾀하는 건 마스터프랜차이즈 진출이 본사의 부담을 줄일 수 있는 이점은 있지만 해외 매장의 고객서비스나 상품의 품질 및 이미지 유지 등이 용이하지 않음으로써 장기적으로는 손해라는 전략적 판단 때문이다. 〈파리바게뜨〉는 국내에서 판매되는 〈파리바게뜨〉 제품과 같은 퀄리티의 제품을 해외 소비자에게 선보이기 위해 애쓰고 있으며 높은 호응도를 얻고 있다.

〈BBQ〉는 미국, 중국, 동남아시아, 중동 등에서 호평을 받고 있는 글로벌 치킨 브랜드다. 2006년 미국에 진출해 LA와 뉴욕을 중심으로 현재 100여개의 매장을 운영하고 있는 〈BBQ〉는 후라이드 치킨의 본고장에서 담백하고 매콤하면서 깔끔한 맛으로 인기몰이를 하고 있다. 또한 한국인들이 닭다리를 좋아하는 것과 달리 미국인들은 닭가슴살과 윙(날개)을 선호하는 것에 초점을 맞췄고 샌드위치와 샐러드를 식사로 생각하는 미국인들을 위해 치킨샌드위치와 치킨샐러드를 내놓는 등 현지화에 성공했다. 또한 중국에서는 '〈BBQ〉 치맥 세트'가 젊은이들의 새로운 라이프 스타일로 자리 잡는 등 150여개의 매장을 운영하고 있고, 동남아시아, 중동 등에서도 치킨의 명가답게 입지를 다지고 있다.

〈커피베이〉는 미국 시장 공략에 적극적으로 나서고 있다. 〈커피베이〉 측에 따르면 최근 미국 2호점으로 월마트 리버포인트점을 오픈했다. 〈커피베이〉는 앤더슨시에서 오픈을 준비중인 매장을 포함한 총 3개점을 운영하는 과정에서 고객 데이터를 분석하고 운영 매뉴얼을 보다 체계화해 미국 소비자들에게 최상의 메뉴와 서비스를 제공할 계획을 세워두고 있다. 〈커피베이〉는 세계적인 유통 기업인 월마트와 파트너십 계약을 체결한 후 순조롭게 2호점까지 매장을 오픈하게 된 점에 대해 국내에서의 성공 노하우에 철저한 현지화 전략을 꾀한 게 잘 맞아들어가고 있는 것으로 분석하고 있다.

〈놀부〉는 1990년대 초반부터 일찌감치 해외진출을 시작한 노하우를 통해 최근 들어 다시 해외 시장에 눈길을 돌리고 있다. 중국에서는 현지 외식업체와 조인트벤처를 체결하고 합작회사를 설립해 부대찌개로 시장에 성공적으로 진출한 덕분에 상해에서만 10개의 직영점을 운영하고 있다. 중국시장에서의 성공을 바탕으로 〈놀부〉는 일본 현지에도 중국과 마찬가지로 합작법인 형태로 진출해 현지인들을 적극 공략한다는 방침이다. 〈놀부〉 측은 과거의 많은 시도를 통해 노하우를 굳건히 쌓았으므로 앞으로 해외 시장이 제2의 성장을 가져다줄 것으로 자신하고 있다.

중국, 태국 등의 국가에 진출한 데 이어 디저트 강국 일본에 매장을 낸 〈설빙〉도 성공가도를 달리고 있다. 해외 유명 브랜드를 일본 현지에 안착시켜온 엠포리오(EMPORIO)와 마스터프랜차이즈를 체결한 〈설빙〉은 하라주쿠에 〈설빙〉 일본 1호점을 냈다. 오픈 전부터 일본 네티즌 100만명을 대상으로 실시한 설문조사에서 '직접 가서 먹고 싶은 세계의 디저트' 1위로 선정되는 등의 인기를 누린 〈설빙〉 하라주쿠점은 SNS에 3초에 하나씩 사진이 올라올 정도로 디저트를 즐기는 일본 여성고객들 사이에서는 인지도가 매우 높아지고 있다. 〈설빙〉 측은 엠포리오와의 협력으로 도쿄 도내를 포함해 직영점 6개 매장을 오픈하고 2020년까지 50여개 매장으로 확대 운영할 계획을 세워두고 있다.

업계 전문가들은 해외에서 성공적으로 매장을 운영하고 있는 프랜차이즈 브랜드들은 든든한 자본을 통해 직접 진출을 꾀하거나 철저한 현지화, 믿을 만한 파트너와의 상생을 통해 브랜드 인지도를 높여가고 있다고 분석하고 있다. 이러한 성공을 통해 국내 브랜드가 해외에 알려지는 것은 물론이고 우수한 인재의 해외 취업을 통해 일자리를 확장시킴으로써 국내 인적 자원의 해외 진출에도 좋은 결과를 이뤄내는 것으로 평가 받고 있다.

해외 진출 이전에 시스템 확립 필요

ERP(Enterprise Resource Planning)란 기업 내 생산, 물류, 재무, 회계, 영업과 구매, 재고 등 경영 활동 프로세스들을 통합적으로 연계해 관리해주며, 기업에서 발생하는 정보들을 서로 공유하고 새로운 정보의 생성과 빠른 의사결정을 도와주는 전사적자원관리시스템 또는 전사적통합시스템을 말한다. 〈노드스트롬〉 뿐만 아니라 〈월마트〉, 〈스타벅스〉, 〈디즈니랜드〉, 〈맥도널드〉, 〈나이키〉 등의 글로벌 브랜드들은 모두 한 번 이상의 몰락 위기를 경험했지만 ERP 구축을 적극적으로 도입해 재도약을 이뤘다.

업계 전문가들은 글로벌 시장에서 국내 프랜차이즈 기업들이 생존하려면 ERP 구축에 힘을 쏟아야 한다고 조언한다. 아직 소규모 기업이니까 규모를 더 키운 뒤 ERP를 구축해야겠다고 마음 먹는 건 큰 오산이라는 것이다. 성공한 글로벌 브랜드들은 작은 규모일 때부터 ERP 구축을 위해 힘을 쏟았기 때문에 결과적으로 세계적인 기업이 됐다는 게 중론이다. 이에 대해 한 프랜차이즈 전문가는 "프랜차이즈 기업들이 국내 성공을 기반으로 해외에 진출해서도 성공하려면 굳건한 시스템이 필수요소"라며 "ERP 구축을 위해 전사적으로 노력해야 치열한 세계 시장에서 입지를 다져나갈 수 있을 것"이라고 전했다.

프랜차이즈 해외 진출, 고용 늘리는 특효약

최근 들어 국내 기업들의 고용이 눈에 띄게 줄고 있다. 오랜 불황에 더불어 정년 연장의 영향으로 대기업 중 상당수가 신입사원 채용을 줄이고 있다. 과거에 한 해 취업자가 40만명을 넘어섰던 건 호시절의 이야기고 이제는 20만명을 겨우 넘게 됐다는 말들도 들려오고 있다.

경제 전문가들은 우리 나라 산업이 내수보다는 수출을 통해 돌파구를 마련했듯 고용에 있어서도 해외에서 새로운 영역을 찾아야 한다고 조언한다. 구직자들 또한 좁은 국내에서 몇 안 되는 일자리를 가지고 치열한 싸움을 벌이기보다는 글로벌한 영역에서 자신의 적성에 맞는 일자리를 찾아야 한다는 것이다. 이는 최근 들어 국내 프랜차이즈 기업이 국내 시장을 넘어 해외 시장으로 속속 진출하는 것과 궤를 같이 해 염두에 둘 부분이다. 프랜차이즈 기업들이 향후 해외 매장에 국내 대졸자들을 인턴으로 채용하거나 관리자로 파견한다면 좁은 취업의 길이 보다 넓어지는 효과를 누릴 수도 있다.

최근 한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 기업인들과 관련 종사자들을 대상으로 글로벌 프랜차이즈 포럼을 갖고 업체의 해외진출에 대해 의견을 나눴다. 조동민 회장을 비롯해 주요 프랜차이즈 기업 관계자들 및 정관계 인사가 참석한 포럼에서는 프랜차이즈 업체들이 내수 침체 대응전략을 위해 철저한 계획을 세우고 해외진출 전략을 적극 나서야 한다는 공감대가 형성됐다. 이를 위해 진출 예정 국가에 대한 정보 분석과 믿을 만한 네트워킹 파트너를 확보하는 데 심혈을 기울여야 한다는 의견도 제기됐다. 이는 정부 차원의 예산 확보와 지원이 이뤄져야 한다는 게 공통된 제안 사항이다.

중소기업청에 따르면 유망 프랜차이즈 육성 예산은 지난해 15억원에서 올해 24억 5000만원으로 소폭 증가했지만 아직 역부족이라는 게 업계 전문가들의 충고다. 특히 저성장이 고착화되고 있고 경기 역동성 저하, 내수가 무너지는 흐름 속에서 청년고용의 문제가 지속되는 상황에서 우수한 프랜차이즈 기업들의 해외 진출이 가속화된다면 어려운 경기를 진작시키며 고용을 늘리는 데 큰 효과를 볼 수 있을 것으로 예상되고 있다.

이와 관련해 한 프랜차이즈 브랜드 홍보담당자는 "미국이나 일본 같은 프랜차이즈 선진국들이 자국 브랜드들의 해외 진출을 위해 정부 차원에서 힘을 쏟고 있는 부분을 본받을 필요가 있다"면서 "경제 활성화의 측면과 더불어 고용 확대라는 두 마리의 토끼를 잡을 수 있으므로 정부 차원에서 지원 확대에 나서야 한다"고 말했다.

프랜차이즈 기업들의 해외 진출 전략

현재 프랜차이즈 기업들은 자사 브랜드들을 해외에 진출시키는 데 적극적으로 전략을 짜고 있다. 한류의 영향으로 한국 문화에 대한 해외 국가들의 관심이 높아짐에 따라 한국 외식 브랜드 및 기타 브랜드에 대한 관심 또한 증가함으로써 프랜차이즈 기업들에게는 새로운 블루오션을 창출할 수 있는 영역으로 자리잡고 있기 때문이다.

초기 한류에 기댔던 한국 프랜차이즈 기업들은 점차적으로 자사 브랜드만의 장점을 부각시키고 철저한 현지화를 기반으로 고객들의 눈길을 사로잡고자 노력하기 시작했다.

이는 장기적인 성장을 위해서는 브랜드 인지도와 더불어 상품의 매뉴얼, 고객 서비스에 대한 시스템화가 필수라는 것을 깨달았기 때문이다. 익명을 요구한 한 프랜차이즈 치킨업체 관계자는 국내 프랜차이즈 브랜드가 해외 진출할 때 한류 등의 효과를 기대해 전략이 부실하면 그리 오래지 않아 난관에 부딪힐 수 있다고 경고했다. 이는 철저한 시장 분석과 더불어 현지 고객들에게 어필할 수 있는 현지화에 대한 비전, 더불어 독자적인 경영기법이 필수라는 것이다. 그런 요건들을 충족시키지 못하면 처음 해외 진출 시 떠들썩하게 홍보하며 장밋빛 전망을 밝히지만 결과적으로는 사업 축소나 철수에 이르는 기업이 적지 않은 게 현실이다.

해외진출 전문가와 함께 현지화에 주력할 것

이와 관련해 프랜차이즈 전문가들은 해외에서의 프랜차이즈 사업을 전개할 때면 현지 사정에 능통한 전문가나 전문기관의 도움이 필수적이라고 입을 모은다. 또 현지 국가에서 거주하는 한국인들을 사업 대상으로 하는 건 의미가 없으므로 확고한 '현지화(Localization)' 정책을 실현해야 한다는 것이다.

통계에 따르면 해외 진출한 프랜차이즈 기업들이 현지에서 가장 현실적으로 느끼는 장벽이 문화의 차이라고 나타나고 있다. 역으로 말하면 해외에서 성공을 거둔 브랜드들은 현지 소비자들을 대상으로 한 제품이나 서비스의 철저한 현지화에 성공했다는 것이다. 이는 〈맥도널드〉 등 중국 현지에 진출한 미국 패스트푸드 브랜드들이 아침식사를 중시하는 중국인들의 식습관을 반영해 죽 메뉴가 포함된 모닝 세트 개발로 성공을 거둔 점에서도 시사되는 바가 크다.

일본의 경우에도 프랜차이즈 브랜드들의 해외 진출 움직임은 지속되고 있다. 한국보다 프랜차이즈 시장이 발달한 일본 프랜차이즈 브랜드들도 미국이나 유럽 등의 시장은 물론이고 거대한 소비층을 보유한 아시아 시장에 지속적으로 러브콜을 보내고 있다. 최근 일본은 인구 감소로 인해 국내시장이 지속적으로 위축됨에 따라 자국 브랜드들 간의 경쟁이 격화되고 이익창출이 어렵게 되자 동남아 시장에 특히 주목하고 있다. 동남아 지역은 인구가 증가하고 있는 데다가 일본 소비자들의 높은 눈높이에 검증된 서비스로 승부하면 충분히 경쟁력을 확보할 수 있다는 자신감이 더해져 있다.

해외진출, 정부 지원의 필요성과 극복 과제

정부는 한국프랜차이즈산업협회와 대한무역투자진흥공사(KOTRA)를 통해 해외진출을 희망하는 프랜차이즈 사업자들을 적극 지원하고 있다. 특히 한국프랜차이즈산업협회는 매년 전반적인 산업의 동향을 확인할 수 있는 프랜차이즈산업 정책연구 및 실태조사 보고서를 배포하고 있다. 이는 국내 기업 및 관계자가 진출을 원하는 지역이나 산업에 대한 맞춤형 정보를 제공받을 수 있도록 컨설팅 서비스를 제공하고 있는 것이다. 또 해외 박람회, 수출상담회, 해외시장 조사 및 진출 컨설팅, 상표권 분쟁 대응 컨설팅 등 다양한 분야에 대해서 지원사업이 이뤄지고 있어 해외시장 진출을 희망하고 있는 기업들에게 많은 도움이 되고 있다.

KOTRA는 지난 2008년부터 프랜차이즈 해외진출 지원을 주요 사업으로 설정하고 있다. 이는 선도 기업 육성사업 프로그램을 통해 우수 기업들을 지원하고 해외 진출에 필요한 교육 서비스를 제공하는 것을 필두로 해외 진출을 희망하는 국내 브랜드들의 해외 마케팅 지원 등을 하고 있는 것이다.

업계 전문가들은 정부 차원의 지원도 물론 중요하지만 국내 프랜차이즈 브랜드들이 해외에서 성공하기 위해 그 동안 벌어졌던 난점들을 잘 파악해야 한다고 충고하고 있다. 이는 해외의 각 지역마다 다른 법규에 대한 이해도를 높이고 상표 출원에 대해 전략을 세워야 하는 것이다.

협회, 특허청 및 한국지식재산보호원과 보호사업에 적극 지원

한편, 최근 중국 상표브로커의 활동 반경이 '상표 선점 후 판매'에서 선점한 상표를 활용해 '상표도용 소송'의 영역으로 넓어지면서, 우리 기업의 중국 내 사업 활동에 큰 지장을 주고 있다. 상표권은 속지주의 및 선출원주의에 해당하기 때문에, 상표권을 선점 당하게 되면, 권리를 찾아오는 것부터 많은 비용과 오랜 시간이 걸리며, 이에 따라 현지 진출뿐만 아니라, 왜곡으로 인한 브랜드 훼손 등 브랜드의 가치가 중요한 프랜차이즈 기업은 막대한 피해를 볼 수밖에 없다.

이에 한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 기업의 권리를 보호하고, 잃어버린 권리를 회수하기 위해 특허청, 한국지식재산보호원과 함께 △예방컨설팅 △소송보험 △침해실태조사 등 K-브랜드 보호사업을 지원하고 있다.

새로운 브랜드를 준비하고 있거나, 최근에 브랜드를 개설한 가맹본부는 한국지식재산보호원 해외협력팀 추형준 팀장이 마련한 피해예방 전략을 숙지하고, 지원사업을 최대한 활용하여 부당하게 자기 권리를 잃지 않기를 바란다.

글 김성배 팀장 사진 창업&프랜차이즈 DB

특·별·기·고

중국 상표브로커 피해 예방전략

한국지식재산보호원 해외협력팀 **추형준** 팀장

지식재산권이 기업의 핵심 자산이자 무기로 인식되기 시작한 것은 불과 30여년이 되지 않는다. 1980년대만 하더라도 기업의 자산 중 무형자산의 비중은 불과 30%가 되지 않았다. 2000년대 중반 이후 조사된 결과를 보면 기업 자산 중 무형자산의 비중은 80%에 이르게 되며 이중 지식재산권의 비중이 대부분을 차지한다. 과거 선진국이 후발국가 기업을 견제하기 위해 관세장벽 등을 활용했으나, 최근에는 지식재산권이 경쟁기업을 견제하는 수단으로 자리매김하고 있다.
이와 함께 지식재산권 그 자체를 수익 창출의 수단으로 활용하는 주체들이 증가하고 있다. 이러한 주체들은 지식재산권의 권리 분야별로도 다양하게 활동을 하고 있어 기업의 주의가 필요하다. 대표적인 경우가 특허괴물(NPEs : Non-Practicing Entities), 상표브로커(Trademark Broker) 등이 그 예이다. 제조 · 생산 혹은 제품판매에는 관심이 없고 오로지 권리를 선점하여 제조 · 판매 기업을 상대로 거액의 합의금을 요구하는 주체들로 사회적 문제로도 부각되고 있다.

중국 상표브로커 활동과 피해사례

한류는 96년에 드라마를 중심으로 가요, 영화 등 문화 콘텐츠들이 중국 등에 수출되면서 시작됐다. 그리고 2000년대 이후 인터넷의 급속한 발달로 중국 등 아시아 전역에 걸쳐 한국의 문화 콘텐츠가 확산돼 해당 콘텐츠와 연계되는 K-Product의 수출 증가로 이어지게 됐다. 최근에는 K-푸드, K-뷰티 등 한류를 중심으로 한 소비재 상품 등의 판매가 증가하고 있으며, 더불어 K-프랜차이즈 등의 현지화가 확대되고 있다. 2014년 드라마 '별에서 온 그대'의 중국 방영 후 치맥(치킨과 맥주) 열풍이 급격히 발생했다.
이로 인해 국내 치킨 프랜차이즈 업체들의 매출상승과 중국 진출 러시가 줄을 이었다. 하지만 중국에서는 예기치 못했던 문제가 우리기업들을 기다리고 있었다. 바로 상표 무단선점행위를 하는 상표브로커 문제였다. 드라마의 성공으로 중국에 진출한 유명 치킨브랜드 B사, G사는 중국 상해 즈텅루점에 개점을 하고 개점 초 430%의 매출 신장이 발생했다.

※ (상표브로커 K) 심양 소재 상표브로커로, 한국기업 240여개사(350여개 권리) 대해 대량의 피해를 줌

※ 무단 선점한 상표권을 2차적으로 다수의 상표권 매매사이트를 통한 재판매로 추가 피해 발생

[그림1] 중국 상표브로커 피해현황

매출 신장의 효과는 같았으나, B사의 경우와 달리 G사의 경우 '교춘'간판을 내건 치킨집이 오픈하는 등 모방점포가 점차 증가하였지만, 자사 상표의 국문 · 중문 · 영문 상표 표장 등을 중국에서 미리 등록해 천진 시 공상국을 통해 행정단속 등을 실시할 수 있었다. 이를 통해 포장박스 1,000여개, 침해광고홍보물 및 전단지 몰수, 벌금 5000 위안을 부과해 피해 확산을 막을 수 있었다. 만약 G사와 같이 중국에 진출 전 상표를 미리 확보하지 않았다면 결과는 어떠했을까? 선점당한 상표를 사후적으로 회수하거나 무효화시키기 위해서는 많은 시간과 비용이 발생 한다. 또한 그 결과의 성공을 확신할 수 없다. 중국 진출 전 간단한 상표출원만으로 이후 발생하는 거대한 피해를 예방 할 수 있기에 기업은 당장 중국 진출을 하지 않더라도 자사의 상표, 브랜드가 마케팅으로 노출이 되었다면 최대한 빠른 시일 내 중국에 출원을 하는 것을 권하고 싶다.

상표브로커의 다양한 상표 베끼기 전략

상표브로커는 다양한 전략을 통해 한류 브랜드에 대한 권리를 무단잠식하고 있는데, 주요 전략은 다음과 같다. ① 한글 · 영문 · 중문의 결합상표의 형태로 출원 하거나, ② 정식 중문 명칭의 발음이 유사한 형태, 한 글자만 바꿔 출원하는 형태, ③ 로고 형태를 약간씩 변형하여 출원하는 방식, ④ 정식 중문상표가 없는 경우, 자체적으로 중문상표를 만들어 K-브랜드 제품과 결합하여 출원하는 방식, ⑤ 국내기업이 선점하지 못한 한글상표를 출원하는 방식, ⑥ 연관성이 높은 상품 또는 서비스업까지 확장하여 출원하는 방식, ⑦ 이미 출원된 한국 권리자의 출원과 유사한 상표분류까지 확장하여 출원하는 방식, ⑧ 타인을 위한 판매대행

업, 수출입대행업으로 출원을 하는 방식, ⑨ 상표거절결정이 나오더라도 적극적으로 복심 제기를 통해 권리를 취득하는 형태 등 매우 다양한 방법으로 타인의 상표를 무단선점하고 있어 긴밀한 대비가 필요하다.

구분	중국 무단도용(예)	한국 선출원상표(예)	도용되는 방식
한글상표	예감	예감	한글 완전동일 도용
	대구반야월막창	대구반야월막창	중문과 결합한 도용
	膳府 생표 Sempio	생표	중문, 영문과 결합한 도용
	玉流館	옥류관	한자음 변환 도용
한자상표	义敬斋	义敬斋	한자 그대로 도용
영문상표	Nàtuurpop	Natuur POP	영문 그대로 도용
중문상표	好丽友·派	오리온 초코파이	상표도용(예), 실제사례아님

[그림2] 중국 상표브로커 다양한 상표 베끼기

걸리면 죽는다!

일단 상표브로커가 상표를 무단선점하게 되면 법적대응, 권리회수 모두 불확실성이 크다. 중국에서 문제가 발생하면 무단선점당한 상표가 현재 중국 상표국에 출원심사 중인 경우 출원공고(통상 출원일로부터 약 1년 이내) 후 3개월 동안 상표가 등록되지 말아야하는 이유를 들어 이의신청을 해야 한다. 이후에는 상표가 등록된 후 상표에 대한 무효신청을 통해 등록된 상표를 처음부터 없애는 작업을 할 수 있다. 무효신청과 함께 상표는 사용주의를 채택하고 있어 3년간 연속해서 불사용할 경우 사용의 의사가 없는 것으로 간주하여 상표를 취소시킬 수 있다. 물론 상표브로커와 협상을 통해 적정한 범위에서 도용된 상표를 매입하는 방법도 있다. 하지만 상표권 양수는 협상전략을 고려해서 신중하게 접근해야 한다.

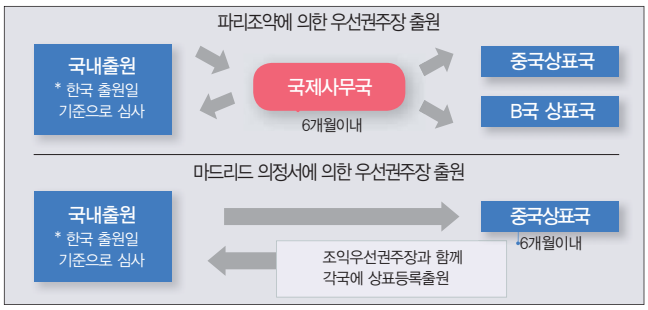
단계	대응 골든타임	대응전략	비 고
1단계	국내 상표출원 후 6개월 이내 '조약출원'	파리조약, 마드리드	(한)특허청
2단계	무단선점 상표 출원공고 후 3개월 이내 '이의신청'	이의신청	(중)상표국
3단계	무단선점 상표 등록공고 이후 '무효 및 취소심판'	무효 · 취소심판	(중)평심위

[그림3] 상표브로커의 무단선점 시 대응전략

상표브로커 예방 및 대응을 위한 제언

반드시 기업이 고안한 상표, 브랜드를 공개할 경우, 한국과 중국에 출원을 하도록 해야 한다. 국내에서 사업수행 증빙자료를 제공하여 이의신청을 한다하더라도 중국에서는 대다수의 한국 기업의 브랜드를 유명(저명)상표는 고사하고 인지도를 가진 상표로조차 바라보지 않는다. 한국에서의 상표, 브랜드의 인지도가 곧 중국으로까지 이어질 것이라는 생각은 하지 말도록 하자.

먼저 한국특허청에 상표를 출원하였으나 중국 혹은 기타 국가에 상표를 출원하지 못했다면 한국특허청 상표출원일로부터 6개월 이내라면 '마드리드 의정서 기반 출원'을 통해 잃어버린 시간을 되돌려 보길 추천한다. 해외에 상표를 출원하는 방법은 권리를 받고자 하는 국가에 직접 출원하는 방법과 한국특허청에 출원한 상표를 기초로 6개월 이내 다국으로 상표를 동시다발적으로 출원하는 방법이 있다. 특히 후자의 경우 외국에서의 직접 출원을 놓쳤더라도, 한국특허청 상표출원일로 소급되는 장점이 있다.



[그림4] 파리조약 및 마드리드에 의한 우선권주장 출원

한국특허청은 중국 상표브로커 피해기업을 돕기 위해 다양한 지원을 펼치고 있다. 상표무단선점은 피해기업이 피해사실을 알지 못하는데 더 큰 문제가 있다. 이러한 점을 돕기 위해, 한국지식재산보호원과 중국 IP-DESK를 통해 개별기업이 상표무단선점 피해사실을 접수하게 되면, 무단선점자의 상표보유리스트를 조사하여 또 다른 한국기업의 상표무단도용 피해가 발견되면 관련된 기업에 피해사실을 안내하고 있다. 피해를 안내받은 기업이 도용상표의 권리단계(출원중, 등록완료)에 따라 이의신청, 무효심판청구를 할 수 있도록 컨설팅(K-브랜드 보호컨설팅, 소요비용의 일부지원)을 지원하고 있다.

구분	지 원 내 용	비용	기관
피해상담	ㅇ (피해상담) 기업의 상표브로커 피해사실접수 ㅇ (피해조사) 상표브로커 정보 및 피해권리조사 ㅇ (피해전파) 정보통신매체 통한 피해기업 통보	무료	지식재산 보호원
권리지원	ㅇ (상표출원비용지원) 현지에서 상표 · 디자인 출원 시 발생하는 비용 · 절차 지원	소요비용 50%한도	IP-DESK (KOTRA)
법적대응	ㅇ (지재권 소송보험) 소송으로 인한 법률비용지원 ㅇ (기업 공동대응협의체) 피해기업 공동대응지원 ㅇ (K-브랜드 컨설팅) 분쟁 사전예방 및 침해구제 방안제공	소요비용 80%한도	지식재산 보호원

[그림5] 상표브로커의 피해기업을 위한 지원내용

하지만 이러한 정부의 노력도 한계가 있음을 알리고 싶다. 피해기업의 피해신고가 없을 경우 상표브로커의 무단도용행위를 전방위적으로 알아내는 것은 거의 불가능에 가깝다. 결국 기업은, 특히 중국에 수출, 제조 · 판매 행위를 하며 브랜드를 노출시켜야하는 기업은 반드시 자사의 상표, 브랜드를 중국상표국에서 검색을 하도록 하자. 물론 한글, 중문, 영문 등 다양한 형태로 폭넓게 검색을 해야 한다. 상표브로커는 완전히 동일한 상표 뿐만 아니라 영문, 중문 등이 결합된 상표 혹은 발음을 한자로 옮기는 형태로 도용을 함을 앞서 사례에서도 밝혔기에 그 의미를 이해할 수 있을 것이다. 무엇보다 중요한 것은 상표출원이다. 상표를 빼앗기면 제자리를 찾기까지 너무도 먼 길을 돌아야 하기에 마지막으로 반드시 상표, 브랜드 노출은 권리확보 이후에 해줄 것을 간곡히 당부하며 글을 마친다.

코스닥 상장으로 더 큰 가치 실현

해마로푸드서비스(주) 〈맘스터치〉

〈맘스터치〉는 패스트푸드 브랜드 〈파파이스〉를 시장에서 전개하던 대한제당그룹 자회사인 TS해마로에서 국내에 적합한 버거와 치킨 브랜드를 기획하며 그 시작을 알렸다. 지난 2004년 해마로푸드서비스(주)로 독립해 〈맘스터치〉가 독자적으로 운영된 이래 '엄마의 마음을 담아 만든 정성어린 한 끼 식사'라는 브랜드 가치를 실현하고, 다른 패스트푸드와는 달리 주문이 들어오면 제조하는 시스템으로 폭발적인 성장세를 거듭한 결과 코스닥에 상장되어 업계의 뜨거운 관심을 끌고 있다.

국내 외식업계의 스타 〈맘스터치〉

해마로푸드서비스(주)의 〈맘스터치〉가 지난 10월 6일 오전 코스닥에 상장, 한국거래소 코스닥시장본부에서 코스닥 신규상장 기념식을 가졌다. 외식 브랜드가 코스닥에 입성한 건 〈미스터피자〉에 이어 7년 만으로 한국거래소에 따르면 〈맘스터치〉는 여러 절차를 성공적으로 마친 결과 향후의 행보에 더욱 힘찬 걸음이 예상되고 있다.

〈맘스터치〉는 햄버거와 치킨 등을 판매하는 토종 프랜차이즈 브랜드다. 대량 생산이 주를 이루는 기존 패스트푸드 업계에서 '수제 즉석조리' 방식을 도입해 큰 인기를 끌었다. 덕분에 지난 2012년 300여개에 머물렀던 가맹점이 최근에는 900개를 넘어설 정도로 큰 인기를 누리고 있다. 이러한 영역 확장으로 인해 해마로푸드서비스(주)의 매출액은 전년 대비 87% 급증한 1500여억원, 영업 이익은 31% 늘어난 90여억원을 기록했다. 최근에는 대만과 베트남에 각각 매장을 내는 등 해외에서도 그 입지를 다지고 있어 업계의 비상한 관심이 쏠리고 있다.

외식업계에서는 지난 2007년 생맥주전문점 〈쪼끼쪼끼〉가, 2009년에는 〈미스터피자〉가 증시 입성에 성공한 이래 7년만에 〈맘스터치〉가 코스닥에 상장됨으로써 다른 외식 브랜드들이 후발주자로 나설 준비를 하게 될 것으로 예상하고 있다. 사실 그 동안 몇몇 우수업체들이 기업공개(IPO)를 준비하는 등의 움직임을 보였지만 경기 불황으로 뜻을 접기도 했다. 하지만 〈본죽〉의 '본아이에프'와 〈BBQ〉의 본사인 '제너시스BBQ그룹'의 최근 행보를 보면 후속 상장기업 출현도 기대해볼 만하다.

노력의 결과로 얻은 값진 결실

외식업계에서는 〈맘스터치〉가 코스닥에 상장된 것이 결코 행운이 아니라 노력에 의한 값진 결실로 보는 분위기다. 해마로푸드서비스(주)의 정현식 대표는 〈맘스터치〉를 단순한 패스트푸드 브랜드가 아닌 고객을 존중하고 가맹점주와 상생하는 새로운 가치로 만들어왔다.

정 대표는 고객들이 〈맘스터치〉의 메뉴를 좋아하는 이유는 가격대비 만족도가 높기 때문이라고 자신하고 있다. 맛있으면서 값이 저렴하고 양이 많아 기존 브랜드들에서 얻을 수 없는 만족도를 고객들이 느꼈으므로 현재와 같은 성장세가 거듭될 수 있다는 것이다. 또한 가맹점주들 역시 기존 패스트푸드 브랜드들에 비해 부담 없는 창업투자비용으로 높은 수익을 내고 있고 본사가 가맹점과 동행하는 분위기를 열어줬던 점도 주효한 것으로 알려지고 있다.

메뉴 구성에 있어서도 〈맘스터치〉는 베스트셀러 메뉴인 '싸이버거'로 양이 풍부해 '개념버거', '입찢버거'라는 별칭까지 얻어 입소문을 타고 있는 한편, 버거 이외에도 다양한 치킨 메뉴 등을 곁들여 만족도를 높이고 있다.

〈맘스터치〉 측은 급변하는 트렌드에 대비해 메뉴를 구성함에 있어 항상 회사의 중심을 잡고 개성적인 맛을 추구하고 있다면서 튀김 전용 현미유를 사용하고 늘 신선한 재료들만을 고집하는 등의 노력이 고객들의 지속적인 사랑을 얻을 수 있었던 비결이라고 귀뜸했다. 〈맘스터치〉가 900여개의 가맹점을 보유하고 코스닥에 상장하게 된 것은 결코 우연이나 행운이 아닌 뜨거운 노력의 결실인 셈이다.

국내외로 뻗어가는 〈맘스터치〉의 가치

〈맘스터치〉는 가맹점의 성공이 가맹본사의 성공이라는 원칙을 견지하고 있다. 매장을 오픈하는 것에 치중하고 가맹점 관리에는 소홀히 하는 여타 브랜드들과 달리 가맹점 모든 곳에 올인한다는 각오로 체계적인 서포트를 해줌으로써 성공적으로 시장에 안착시키는 것을 중시하고 있다. 정 대표는 어려운 형편에서 전재산이나 다름없는 투자금으로 〈맘스터치〉를 여는 가맹점주는 가족만큼 가까운 존재라고 생각하며 창업에 실패하지 않도록 체계적인 인프라를 구축하고 교육 시스템 강화, 매출 증대를 위한 노력 등을 통해 가맹본사의 책임을 다하고 있다. 이러한 진심이 가맹점주들은 물론이고 일반 고객에게 인정 받아 코스닥 상장이라는 큰 가치를 실현하게 해준 것이다.

〈맘스터치〉는 국내에서의 성공을 기반으로 해외 시장에서도 승부수를 던지고 있다. 대만에 매장을 낸 데 이어 최근에는 베트남 호치민에 매장을 오픈하는 등 세계인의 입맛을 사로잡기 위해 남다른 행보를 하고 있다. 베트남 1호점 매장에서는 국내 매장의 메뉴와 더불어 베트남인들의 기호를 고려한 다양한 메뉴를 함께 선보이고 있다. 〈맘스터치〉 측은 코스닥 상장으로 인해 회사에 힘이 실린 만큼 국내외에서 보다 독자적인 행보를 거듭해 외식업계를 선도하는 업체로 나아갈 계획을 세워두고 있다.

글 **김성배 팀장** 사진 **창업&프랜차이즈 DB, 업체 제공**

MOM'S TOUCH
CHICKEN & BURGER

근로조건 자율 준수 노무 교육 실시

한국프랜차이즈산업협회, 고용노동부와 고용 안정 위한 노력 힘써

한국프랜차이즈산업협회는 지난 9월 28일 협회 교육장에서 '가맹본부 대상 근로조건 자율준수 노무교육(1차)'을 23개 가맹본부 임직원 45명이 참석한 가운데 성공리에 진행했다. 프랜차이즈 산업이 처한 근로 및 고용환경에 대한 문제점 대부분이 인식 및 정보 부족에 기인하는 바, 이에 대한 산업계의 자율적이며 올바른 고용문화 정착을 위해 11월까지 가맹본부 임직원을 대상으로 총 5회, 가맹점사업자(창업예정자 포함) 대상 총 4회에 걸쳐 노무관리와 시간선택제 일자리 지원제도에 대한 교육을 실시할 예정이다. 또한 고용안정화를 위해 고용노동부와 전자근로계약서 확산 선언식에 동참하는 등 적극적인 활동을 펼치고 있다.

고용에 대한 인식 제고 노력

한국프랜차이즈산업협회가 실시하고 있는 '가맹본부 대상 근로조건 자율준수 노무교육'은 최근 프랜차이즈산업에서 지속적으로 제기되는 근무환경 및 고용환경 등의 문제점을 해결하기 위한 커리큘럼으로 호평을 받고 있다. 고용과 관련한 인식이 부족한 산업 특성을 고려할 때, 법적제재에 앞서 산업의 자율적이며 성숙한 고용 문화 정착을 위한 정책 지원이 필요하다는 의견이 대두되어 교육이 시행된 것이다.

현재 고용노동부는 3대 기초고용질서를 표방하고 있다. 이는 최저임금 준수, 서면근로계약체결, 임금체불 근절을 바탕으로 프랜차이즈 산업의 고용 인식 제고와 효율적인 인적자원관리능력 제고를 위한 정책적 지원이 필요하다는 얘기다. 프랜차이즈 업계는 고용노동부의 '기초고용질서 위반 우려 20개 취약분야'에 포함되는 등 시급한 문제해결이 필요한 상황으로 산업계의 선제적이며 자율적인 자구노력 필요성이 증대되어 왔다. 특히, 편의점, 패스트푸드점, 커피전문점, 제과제빵 매장, 레스토랑 등이 그 범주에 포함되어 있다.

고용노동부 주최, 한국프랜차이즈산업협회 주관으로 시행되는 '가맹본부 대상 근로조건 자율준수 노무교육'은 가맹본사만이 아니라 가맹점까지의 전문적인 인사노무 시스템의 부재로 인한 부작용을 해결하기 위한 전문성 있는 체계를 구축하고 있다.

교육내용은 가맹점 노무관리 개념, 기초고용질서의 의미, 근로계약서, 근로시간, 휴일, 휴게, 휴가, 임금, 징계 및 해고, 4대 보험 및 외국인 관리, 성희롱 예방 및 산업안전, 시간선택제 일자리 지원제도, 가맹본부의 시간선택제 일자리 도입, 가맹점 지원 노무관리, 가맹점 노무관리 시스템 등에 대한 것으로 실질적이고 실용적인 커리큘럼이 될 전망이다.

고용 안정화 위한 프랜차이즈산업협회의 노력

지난해인 2015년 5월 11일 프랜차이즈산업협회는 고용노동부와 기초고용질서 준수, 산업재해 예방, 시간선택제 일자리 확산 등을 위한 MOU를 체결했다. 이번 업무협약은 프랜차이즈 산업의 성숙한 고용문화를 조성하고 프랜차이즈 업계를 지원하기 위해 이뤄졌다.

업무협약식 자리에는 이기권 고용노동부 장관과 나영돈 청년여성고용정책관, 조동민 프랜차이즈산업협회장 등 정관계 인사와 프랜차

이즈 업계 관계자들이 참석해 향후 실천 결의에 나섰다. 또한 선진 프랜차이즈 문화를 배우기 위해 한국을 방문한 40여명의 마카오 투자진흥국 관계자들이 함께 해 의미를 더했다. MOU 체결에 따라 고용노동부는 최저임금 준수, 서면근로계약 체결, 임금체불 근절 등 3대 기초고용질서 준수에 대한 인식 확산을, 프랜차이즈업계는 상생의 가치로 미래 산업의 동력을 이끄는 프랜차이즈 산업 조성을 바라보게 됐다는 평가를 받고 있다.

조동민 프랜차이즈산업협회장은 "고용노동부와 협약을 맺고 교육 사업을 펼치는 것에 대해 정부 정책에 호응하고 발전해나가는 프랜차이즈 시장을 만들어가기 위한 중요한 포석"이라면서 "글로벌 프랜차이즈 브랜드가 육성되려면 고용 안정화에 대한 가치가 분명해야 한다"고 전했다.

또한 대한민국 청년들이 자신만의 꿈을 갖고 동기 부여를 할 수 있도록 프랜차이즈 산업이 앞장서나가야 한다며 자영업자를 위한 안정적인 일자리 창출과 더불어 토종 브랜드의 세계화를 위해 협회 차원에서 노력하겠다는 뜻을 분명히 했다.

프랜차이즈 업계, 전자근로계약서 확산 나선다

한편, 프랜차이즈산업협회는 최근 고용노동부, (주)제너시스비비큐, ㈜교촌, (주)놀부, (주)채선당, (주)CJ푸드빌, (주)이바돔 등 주요기업 관계자들과 함께 '전자근로계약서 확산 선언식'에 나섰다. '약속을 지키는 청년 희망 일터' 캠페인 추진 선포와 '전자근로계약서 활성화를 위한 가이드라인' 또한 발표된 자리로 개별 사업장에 기초고용질서 준수 선언 스티커를 부착하는 캠페인도 진행했다.

'전자근로계약서 활성화를 위한 가이드라인'은 전자근로계약서에 대한 기준을 제시하는 지침서로 관련 법령과 판례 등을 토대로 전자문서를 통한 근로계약 체결, 교부, 부관 등에 명확한 기준을 담고 있어 전자근로계약서 활성화에 큰 도움이 될 것으로 기대되고 있다. 협회는 약 3360개 프랜차이즈 가맹본사 중 대형 프랜차이즈 기업 포함 약 1312개의 가맹본부가 회원사로 등록되어 있어 신속한 업무 추진 배포 및 파급 효과가 가능할 전망이다.

글 **김성배 팀장** 사진 **한국프랜차이즈산업협회 제공**

"가맹본부 대상 근로조건 자율준수 노무교육은 프랜차이즈산업에서 지속적으로 제기되는 근무환경 및 고용환경 등의 문제점을 해결하기 위한 커리큘럼으로 호평을 받고 있다"

제1회 FC인재 · 육성 위원회 장학기금 전달식 가져

대한민국 프랜차이즈산업이 나날이 발전하면서 한국프랜차이즈산업협회는 인재육성에 힘쓰고 있다. 이번 '제1회 FC인재 · 육성 장학위원회 장학기금 전달식'은 차세대 프랜차이즈 전문가를 양성하기 위한 초석으로 가맹본부의 관계자들과 가맹점주의 가족 등에게 장학금을 전달했다.

프랜차이즈산업의 미래를 이끌 희망

프랜차이즈 산업은 단기간 내에 눈부신 발전을 이뤄내고 있다. 앞으로도 그 발전 가능성이 무궁무진한 프랜차이즈산업을 위해 한국프랜차이즈산업협회는 인재 · 육성 장학위원회를 설립해 미래의 프랜차이즈산업을 이끌 인재를 발굴하고 육성하기 위해 힘쓰고 있다.

지난 8월 27일 세텍 컨퍼런스 룸 2층 대회의장에서 실시된 제1회 FC인재 · 육성 장학위원회 장학기금 전달식이 열렸다. 이는 프랜차이즈산업의 발전과 글로벌화를 위한 인재 · 육성의 필요성에 근거해 학업 역량 및 열정이 우수한 인재를 각 분야의 리더로 성장시키고 지원하기 위해 프랜차이즈산업협회가 설립한 FC인재 · 육성위원회에서 마련한 장학금 전달식이다.

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 격려사를 통해 "산업이 발전하고 비전을 갖기 위해선 얼마나 훌륭한 인재들이 열정과 아이디어를 갖고 활동하느냐에 달렸다고 해도 과언이 아닌데 이러한 장학금 조성과 전달식을 통해 좋은 인재들이 많이 발굴되고 영입될 수 있는 계기가 되길 바란다"며 "어려운 시기를 보내고 있는 프랜차이즈 기업이지만, FC인재 육성이라는 의미 있는 취지에 공감해 장학금 조성에 솔선수범해준데 대해 감사한 마음을 전하고 싶다"고 말했다.

또 이재한 장학위원장은 "장학위원회를 뛰어넘어 최종적으로는 장학재단을 설립해 모든 프랜차이즈산업 종사자들에게 꿈과 희망을 전달하고 싶다"고 포부를 밝혔다.

이번 장학금 전달식은 프랜차이즈업계 및 학계 인사들의 엄격한 심사를 거친 고등학생 13명(각 50만원씩), 대학생 17명(각 100만원씩) 등 총 30명이 장학생으로 선발됐다. 선발 기준은 협회 회원사인 가맹본부 직원 자녀 또는 가맹점주 자녀를 대상으로 했다.

한편 장학금 전달식에는 장학위원회 위원들을 포함, 추천기업 대표 및 관계자, 가맹점주, 장학생과 가족 등 총 100여명이 참석해 자리를 빛냈다. 추천기업 대표와 장학금을 받는 인재들이 한자리에 모여 장학증서 수여식을 갖고, 프랜차이즈산업발전과 각 분야에서 필요로 하는 인재가 되도록 더욱 노력하겠다는 장학생 대표의 선서낭독, 단체 사진 촬영 등의 내용으로 진행됐다.

글 **방현민 기자** 사진 **한국프랜차이즈산업협회 DB**

한국프랜차이즈산업협회가 설립한 FC · 인재육성위원회 장학금 전달식

장학생 대표의 선서 낭독 모습

장학생 명단 리스트

(구분: 접수순 / 무순)

순서	회사명	장학생(소속)	장학생(이름)	대표자명
1	(주)바늘이야기	삼육대학교	박세정	송영예 대표
2	(주)마세다린	국제대학교	김진송	정태환 대표
2-1	(주)마세다린	신봉고등학교	한현지	정태환 대표
3	(주)이바돔	부천대학교	김은별	김현호 대표
3-1	(주)이바돔	부천대학교	박성호	김현호 대표
4	(주)오니규	초당대학교	윤유빈	이명훈 대표
5	(주)호경에프씨	경복대학교	김수민	이용재 대표
6	(주)해피푸드	한국방송통신대학교	이종민	김영희 대표
7	(주)김가네	수도여자고등학교	박지원	김용만 대표
8	(주)스카이씨엔에스	세종사이버대학교	이강석	이종훈 대표
9	(주)보하라	안동대학교	신은경	이정열 대표
10	(주)압구정	구미대학교	강민경	박의태 대표
11	(주)이수푸드빌	안산대학교	주소진	이병억 대표
12	(주)FOODSAY	신한대학교	이하연	조동민 대표
13	(주)명동	성남서고등학교	서정원	전주성 대표
13-1	(주)명동	구로고등학교	변현섭	전주성 대표
14	(주)얌샘	송원여자상업고등학교	임채린	김은광 대표
15	(주)이루에프씨	한림예술고등학교	김정수	이문기 대표
15-1	(주)이루에프씨	분당영덕여자고등학교	김채현	이문기 대표
16	(주)가업에프씨	홍익대학교	권태영	배승찬 대표
17	(주)알볼로에프앤씨	인천영종고등학교	김준원	이재욱 대표
17-1	(주)알볼로에프앤씨	청주여자상업고등학교	박은서	이재욱 대표
18	(주)짐월드	수원대학교	주선민	박기영 대표
19	(주)놀부	경복비즈니스고등학교	이지은	김영철 대표
19-1	(주)놀부	충주여자고등학교	박윤정	김영철 대표
20	(주)에땅	한성과학고등학교	이성빈	공재기 대표
20-1	(주)에땅	정명고등학교	서준	공재기 대표
21	(주)TBBC	경복대학교	배하늘빛	이원성 대표
22	(주)일동인터내셔날	이화여자대학교	강수림	정우성 부사장
23	다인F&B	신한대학교	김진주	이재한 대표

'제15차 세계한상대회' 뜨거운 열기 속에 개최!

한상(韓商)과 국내 기업인 모인 화합의 자리

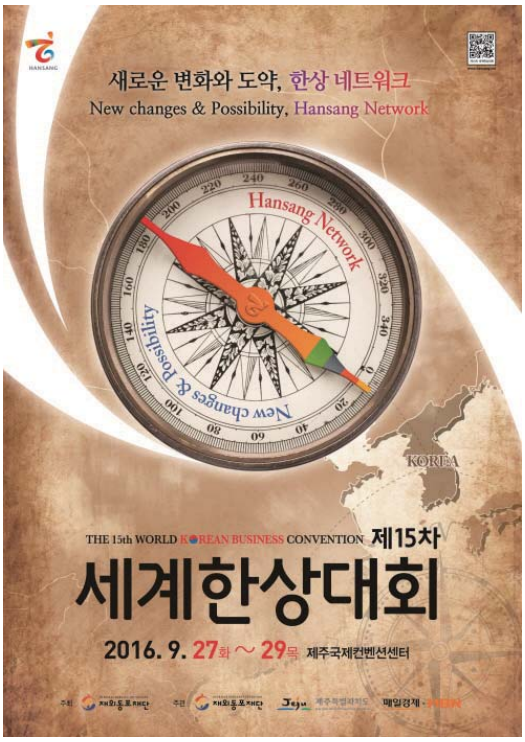
국내 기업과 한상(韓商) 간의 협력을 증진시키고 청년들의 해외 취업을 돕기 위한 '제15차 세계한상대회'가 지난 9월 27일부터 29일까지 제주 서귀포 국제컨벤션센터에서 성공리에 열렸다. '새로운 변화와 도약, 한상 네트워크'라는 슬로건으로 열린 이번 대회에는 전 세계 50개국에서 활약하는 1000여 명의 한상과 국내 중소기업인 등 3500여명이 참가해 눈길을 끌었다.

한상(韓商)과 국내 기업인이 함께 모인 자리

제주도립예술단의 축하공연으로 시작된 개회식에서는 주철기 재외동포재단 이사장의 개회사, 오세영 세계한상대회장의 대회사, 원희룡 제주특별자치도 도지사, 황교안 총리 등의 환영사 및 축사가 이어졌다. 주 이사장은 '제15차 세계한상대회'가 한민족의 결속된 힘을 보여주는 좋은 자리라고 공언하며 이번 대회를 통해 한상 네트워크가 강화되고 한상과 모국 경제계 간의 새로운 비즈니스 기회가 창출되기를 바란다고 말했다.

황교안 총리는 축사를 통해 4차 산업혁명이 일고 있는 세계 경제계에 뿌리내린 한민족 경제인은 모국의 자랑이자 큰 자산이라고 추켜세우며 세계한상대회가 동포기업과 국내 기업 사이에 활발하게 커뮤니케이션이 가능한 행사로 거듭나고 있다고 격려했다. 또한 오준호 카이스트 대외부총장이 '로봇 기술과 미래'를 주제로 기조강연을 진행해 열띤 반응을 얻었다.

이번 대회에서는 '비즈니스 네트워킹 세미나'를 지역 세션, 산업 세션 및 특별 세션으로 세분화해 한상과 국내 기업인들의 정보 교류와 참가자 간 네트워크 구축에 중점을 뒀다는 평가를 받았다. 또한 정용진 신세계 부회장을 비롯해 권영수 LG유플러스 부



회장, 오준호 카이스트 대외부총장, 이강환 서대문자연사 박물관 관장 등 국내 기업인과 학자군들을 대상으로 특별 강연을 펼쳐 호응을 얻었다.

컨벤션센터 3층의 실내 전시장에서는 기업전시회 오프닝 행사도 열렸다. 중소기업 특별관, 아이디어 상품관, 글로벌 식품관, 수출 우수기업관, IT 기업관, 뷰티 및 이미용관, 스타트업관 등 259개 전시 부스가 참관객들의 관심을 끌었다.

효율적이고 실질적인 비즈니스 현장

이번 '제15차 세계한상대회'는 신기술을 중심으로 한 참여 업체에 대한 엄격한 심사를 시행했다. 또한 경쟁력 있는 업체 선정을 통한 상담실적을 제고하고 비즈니스 실적 확대를 위한 프로그램을 운영했다. 이는 동포 경제인 및 단체의 기업전시장 투어 프로그램 운영 강화로 비즈니스 상담기회를 확대하고 '한상기업관' 구성으로 주요 한상기업의 전시회 참여도 제고 및 국내기업과의 현장 비즈니스 상담기회를 확대한 결과로 나타났다.

또한 대회 관계자에 따르면 이번 대회에서는 한상기업의 전시부스 참여 및 제주특별자치도 특화산업에 관심 있는 바이어를 적극적으로 유치했고 지역 개최에 따른 전시회 집객의 어려움에 대비해 지역방송 및 다양한 홍보채널을 통한 우수한 기업 참여 유도 및 행사 참관객을 유치해 효과를 봤다.

'제15차 세계한상대회'는 갖가지 프로그램이 인기를 끌었다. '일대일비즈니스미팅'을 통해 해외초청바이어, 한상 및 국내참가 기업 간 비즈니스 미팅을 주선했고, '한상 비즈니스 플랫폼'을 통해서는 국내외 경제인 상호 간 상생의 발전 도모를 위해 모국투자 활성화 방안 및 프랜차이즈 IR Show 등의 프로그램을 진행했다. 또 다양한 세미나를 통해 참가 기업 및 참관객의 눈과 귀를 여는 효과를 거두기도 했다.

대회에 참석한 한 기업 관계자는 "15회를 맞아 세계한상대회가 점점 기업들을 위한 알찬 자리가 되고 있는 것 같다"면서 "홍보 마케팅에 힘을 쏟아 더욱 많은 기업과 참관객이 소중한 인연과 정보를 얻어갔으면 좋겠다"는 의견을 피력하기도 했다.

미래 비전을 함께 나누다

이번 대회에 참석한 한상(韓商)들은 소외 계층 학생들을 위해 장학금 전달식을 가져 훈훈한 분위기를 연출했다. 이는 자발적으로 모금한 5000만원을 제주지역 탈북 가정과 다문화 가정, 조선족 학생들에게 장학금으로 전달한 것으로 타인을 생각하는 훈훈한 마음을 보여줬다. 대회 관계자는 "한상대회는 비즈니스 통로이기 이전에 사람과 사람이 만나는 자리로 사람이 곧 자산이라는 의미를 보여주고 있다"면서 "장학금 전달식을 통해 한상과 국내 기업인들이 단순히 경제적 가치를 나누는 데 그치지 않고 상생할 수 있는 비전을 나눴다는 데 보람을 느낀다"고 전했다.

한편 '제16차 세계한상대회'는 경남 창원시에서 열릴 예정이다. '한상기'를 받은 박재용 창원시 부시장은 한상대회를 통해 구축한 네트워크는 대한민국이 글로벌 시장에서 위기를 극복하고 미래 비전을 나누는 데 좋은 계기를 마련해왔다면서 창원시는 도전정신과 열정을 지닌 한상 축제를 위해 만반의 준비를 갖출 것이라고 전했다.

글 **김성배 팀장** 사진 **한국프랜차이즈산업협회 제공**

프랜차이즈 업계에 부는 바람 '특허'

경쟁력 강화 및 새로운 시장 확보 위한 R&D 열기 뜨거워

프랜차이즈 업체들이 경쟁력 강화를 위해 '특허'에 전략을 집중시키고 있다. 과거에는 메뉴나 상표 등에 관련한 특허를 취득하는 추세였다면 최근에는 레시피, 용기 등 다양한 영역에서 특허를 강화해 브랜드 경쟁력을 꾀하고 있다. 업계 관계자들은 외식업종의 경우에는 기술력이나 자격증이 필요한 업종에 비해 진입 장벽이 낮아 모방 창업에 의한 피해를 입는 사례가 적지 않으므로 '특허'를 통한 경쟁력 확보가 꾸준히 필요할 것으로 내다보고 있다.

레시피에 '특허'를 입히다

과거 상표나 디자인 등록에 주로 적용되던 특허 열기는 최근 들어 외식업계의 레시피에 집중되고 있는 분위기다. 〈이바돔감자탕〉은 지난 2001년 '특허등뼈찜'을 메뉴로 내놓았다. 이름 그대로 이바돔만의 독특한 비법이 들어간 메뉴로 〈이바돔감자탕〉은 본사가 자체 개발한 천연 소스와 채소, 당면, 새우, 떡 등 다양한 재료가 어우러져 히트 메뉴로 자리잡았다고 밝히고 있다. 맵기 조절이 가능하기 때문에 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 메뉴로 묵은지 등뼈찜과 해물 등뼈찜 등 후속 시리즈 메뉴까지 히트시키는 데 일조하고 있다.

〈김영희 강남동태찜〉은 해물소스 제조 방법과 관련한 특허를 지니고 있다. 2009년 등록된 이 특허 방식은 생선 요리에 사용되는 소스를 분말 형태로 만드는 것으로 전국 어느 매장에서나 소스의 맛을 균일하게 이뤄내고 보관과 유통을 용이하게 만들고 있다. 이를 통해 유통 과정에서 드는 비용을 감소시키고 가맹점주들이 주방에서 편리하게 다양한 메뉴를 만들 수 있게 도우며 최고의 맛을 실현하고 있다.

〈뽕뜨락피자〉는 특허 받은 뽕잎 도우로 소비자들의 입맛을 공략하는데 성공했다. 흔히 패스트푸드로 인식되는 피자에 대한 고정관념을 깨고자 〈뽕뜨락피자〉는 오랜 연구 개발을 통해 양평의 뽕잎과 익산의 쌀을 더해 건강한 뽕잎 도우를 사용하고 있어 주부층으로부터 높은 인기를 구가하고 있다. 또 뽕잎 도우에 신선한 식재료를 토핑해 다양한 맛을 연출해 건강, 신뢰, 믿음의 이미지를 지켜가고 있다.

〈브레댄코〉는 특허 받은 '된장발효종' 빵으로 소비자들의 눈길을 사로잡고 있다. 한국인의 체질에 맞도록 개발된 된장발효종 제조 방식은 지난 2012년에 특허 출원되어 2014년 등록됐다. 프랑스의 '르방'이나 일본의 '주종' 같이 이미 선진국에는 천연발효종이 일상화되어 있는데 〈브레댄코〉는 한국인에게 가장 적합한 천연발효종 재료로 우리 고유의 된장을 선택해 고객들의 호응을 얻어내고 있다. 된장발효종으로 제조된 빵은 풍부한 식이섬유로 소화가 잘 되고 속까지 편안하게 만들어 직장인과 학생들의 입맛을 특히 사로잡았다.

〈피자마루〉는 지난 2008년 기능성 웰빙 피자도우와 제조방법으로 특허를 획득했다. 이 특허 방식을 통해 호밀, 흑미, 조, 수수, 밀 같은 10여개 천연 잡곡에 녹차와 클로렐라를 더해 '특허 그린티 웰빙도우'라는 아이템을 만들어낸 것이다. 섬유질을 다량 함유해 충분한 영양을 공급할 수 있도록 하는 한편, 우리 몸에 유효한 효능을 꾀하는 '한국형 건강피자'를 만들어 경쟁력을 높이고 있다는 평가다.

권리침해 방지 위한 제도적 장치

〈스쿨푸드〉는 매장 내에서 제공되는 장아찌의 제조 방법에 대한 특허를 출원했다. 〈스쿨푸드〉가 특허 출원한 장아찌는 마리, 버터 비빔밥 등 다양한 메뉴에 접목되어 독특한 맛을 내는 핵심 재료다. 〈스쿨푸드〉는 남양주에 제조 공장인 '마리앤푸드시스템'을 직접 운영해 비법이 담긴 장아찌와 소스를 개발 및 관리하고 있다. 장아찌에 쓰이는 무의 수확부터 생산까지 엄선된 공정을 거쳐서 만들어지므로 소비자들의 입맛을 사로잡고 있는 비결이 되고 있다.

〈지호한방삼계탕〉은 한방삼계탕과 해계탕으로 발명특허를 받았다. 한방삼계탕은 전통의 삼계탕 맛에 몸에 좋은 성분으로 베스트셀러를 기록하고 있고 해계탕은 해산물과 채소, 닭고기를 함께 맛볼 수 있는 것은 물론이고 귀한 약초에서 우러나오는 맛이 특징이다. 원가의 부담이 있음에도 불구하고 일반 삼계닭이 아닌 웅추만을 고집하고 있는 한편, 최첨단 R&D 센터 구축을 통해 고객에게 몸에 좋은 최고의 맛을 선보이고 있다. 프랜차이즈 업계의 한 전문가는 "지식재산권인 특허는 브랜드 차별화의 기본이며 권리침해를 방지하는 제도적 장치이므로 업체마다 경쟁력을 갖추기 위해 신경 써야 할 부분"이라면서 "과거에는 상표, 실용신안, 디자인 등 표적물에 국한된 경우가 대부분이었지만 앞으로는 다양한 기술, 기능, 모양과 정서적 기능에 대한 특허의 발전이 필요할 것으로 보이고 업체들의 노력 또한 가속화될 것"이라고 말했다.

기능적인 면에 '특허'를 취득하는 열기

'〈요거베리〉 요거트 메이커'로 인기를 끌고 있는 (주)후스타일은 특허로

집약된 상품을 제시하고 있다. 시중에서 판매하는 일반 우유와 드링킹 요거트를 용기에 넣고 뜨거운 물을 붓기만 하면 쉽게 요거트가 완성되는 대표적 요거트 메이커로 고객들을 사로잡고 있다. 주목할 만한 점은 특허 받은 자연식 에어발효공법으로 숨쉬는 발효틀을 사용한다는 점이다. 뜨거운 물이 용기에 직접 닿지 않고 따뜻한 공기를 순환시켜 요구르트 조직을 손상시키지 않으면서 맛은 더욱 좋게 만들고 있다. 회사 측은 〈요거베리〉 요거트 메이커의 인기에 편승해 모방제품들이 대거 등장하고 있지만 (주)후스타일만의 발효기술 노하우는 쉽게 모방할 수 없다면서 수십 개의 특허 및 상표를 전세계 출원 및 등록을 진행해 우수국산수출제품에 부여되는 무역협회 케이플러스(K+)자격도 획득했다고 전했다.

(주)8푸드는 특허등록을 통해 〈팔색삼겹살〉과 〈콩불〉브랜드의 경쟁력을 더욱 강화하고 있다. '서빙트레이'에 대한 특허와 마늘 추출물을 이용한 콩나물의 재배방법 및 그 방법에 의해 재배된 흑마늘 콩나물 특허를 통해 브랜드 가치 상승 및 차별화된 경쟁력을 확보해 시장 안정성을 꾀하고 있다. (주)8푸드의 '서빙트레이'는 8가지 삼겹살을 동시에 담을 수 있는 전용 트레이로 위생적이면서도 편리해 고객들의 호응을 얻고 있다. 비주얼적인 면에서도 실용적이며 세련된 감각 덕분에 〈팔색삼겹살〉의 가치를 한 단계 업그레이드해준 것으로 호평을 받고 있다. 또한 마늘 추출물을 이용한 콩나물의 재배방법 및 그 방법에 의해 재배된 흑마늘 콩나물 특허는 〈콩불〉을 애용하는 고객들에게 건강을 다시 생각하는 계기를 마련해주고 있어 인기를 모으고 있다.

〈가르텐비어〉는 맥주를 가장 맛있게 먹는 온도 4℃~6℃로 마지막 한 방울까지 시원하게 마실 수 있는 콘셉트로 화제를 불러일으킨 브랜드다. 냉각테이블 특허기술로 인기를 끌어 맥주 브랜드로 장수하고 있다. 회사 측은 20대 젊은 시절에 방문했던 고객들이 30~40대 어엿한 한 가족의 가장이 된 현재에도 〈가르텐비어〉를 찾아주고 있다고 전했다. 〈가르텐비어〉는 독보적인 냉각테이블 특허 기술을 기반으로 다양한 신 메뉴를 개발해내면서 장수 브랜드로 입지를 다져나가고 있다.

(주)푸디세이의 〈따복따복 닭갈비와 가정식술집〉은 특허 받은 참숯내장불판으로 고객들에게 최고의 메뉴와 서비스를 선보이고 있다. 점심과 저녁에는 차별화된 닭갈비로 저녁 이후에는 가정식술집 콘셉트가 적용돼 A급 상권에서의 매장 활용도 또한 크다는 게 회사 측의 설명이다. 가정식술집이라는 콘셉트처럼 손맛이 강조된 다양한 안주를 즐길 수 있고, 밑반찬을 포함한 다양한 곁찬이 포함된 샐러드바도 정성 어린 조리가 더해져 고객들의 사랑을 독차지하고 있다.

특허획득 활발, 불법 도용조치 시급해

한편 프랜차이즈 업계의 해외진출에 따라 K-프랜차이즈의 글로벌 지식재산권 보호 또한 시급한 것으로 나타났다. 이에 협회는 최근 특허청과 간담회를 개최한 바 있으며 특허청으로부터 모조품 유통과 판매에 대한 단속을 실시할 수 있도록 지원방안을 적극 마련키로 한다는 답변을 들을 수 있었다.

최근 들어 프랜차이즈 업계에서는 단순히 홍보 전략이나 브랜드 콘셉트의 차별화만으로는 경쟁력을 갖기 어려워졌다는 것을 회사 차원에서 절실히 깨닫고 있다. 따라서 앞으로도 특허 획득에 대한 열기는 뜨거워질 전망이다. 업계 전문가들은 프랜차이즈 업체가 특허를 취득함에 있어서는 해당 특허가 실무상에서 쉽게 보호받을 수 있는지 여부를 살펴볼 필요가 있다는 분위기다. 이는 아무리 많은 특허를 취득했다 해도 이러한 특허를 타인이 무단 사용했을 경우 그 불법행위에 관한 증거의 수집이 실무상에서 가능한지, 가능할 경우 난이도는 어느 정도인지 등을 검토해 볼 필요가 있다는 것이다.

업계 한 관계자는 "특허가 보호받기 위해서는 먼저 불법행위에 대한 증거확보가 필수 전제조건이므로 프랜차이즈 업체가 취득하는 특허는 설비, 제품, 재료 등에 관한 특허가 바람직하다"면서 "조리 방법과 같은 특허는 보다 전략적인 고민을 통해 내야 하고 타사 모방을 막기 위해 영업비밀로 보호해 두는 것이 적절할 수도 있다"고 설명했다.

글 **김성배 팀장** 사진 **업체 제공**

프랜차이즈 통합상품권 사업설명회 실시

저렴한 수수료로 가맹점 부담 덜어주는 착한상품권 '토리아토'

국내 프랜차이즈 가맹점에서 사용할 수 있는 통합상품권이 출시된다. 지난 7월 23일 열린 1차 프랜차이즈 통합상품권 사업설명회 실시에 이어 지난 8월 10일에 2차 프랜차이즈 통합상품권 사업설명회가 열렸다. 이 자리는 통합상품권에 대한 다양한 정보 공유를 위해 마련됐으며 통합상품권 소개와 함께 Q&A 시간을 통해 상품권에 관련된 세세한 궁금증까지 풀 수 있는 의미 있는 시간이었다.

통합상품권 정보 공유 위해 사업설명회 가져

'토리아토'라는 이름의 프랜차이즈 상품권이 출시된다. 기존 상품권과는 달리 수수료가 대폭 인하돼 소비자들에게 많은 혜택이 제공되는 이 착한 상품권은 프랜차이즈협회 회원사들 대상으로만 운영된다.

1차 프랜차이즈 통합상품권 사업설명회가 열린 이후, 지난 8월 10일에 열린 2차 사업설명회에서는 국내 프랜차이즈 가맹점에서 사용할 수 있는 통합상품권을 소개하는 동시에 통합상품권을 좀 더 대중적으로 알릴 수 있는 자리였다. 이 행사는 오전 10시 여의도 전경련회관 3층 에메랄드홀에서 개최됐으며, 거인의어깨네트웍스 김형일 대표와 KT엠하우스 문재설 총괄장의 인사말로 시작됐다. 또 거인의어깨네트웍스 황진환 본부장이 사업소개를 진행했다. 프랜차이즈 모바일 상품권은 한국프랜차이즈산업협회가 발행하고 모바일 상품권 유통사인 거인의어깨네트웍스가 주관하며 KT 기프티쇼 발행사인 KT엠하우스가 판매한다.

1. 통합상품권을 소개하기 전, 거인의어깨네트웍스 김형일 대표의 인사말이 있었다.
2. 프랜차이즈 통합상품권 2차 사업설명회는 국내 프랜차이즈 가맹점에서 사용할 수 있는 통합상품권을 소개함과 더불어 통합상품권을 좀 더 대중적으로 알릴 수 있는 자리였다.
3. 통합상품권 소개를 마친 이후, Q&A 시간을 통해 상품권에 관련해 궁금한 사항을 참석자들이 질문하고 사회자가 답변하는 시간을 가졌다.

1

2

3

통합상품권, 지금이 적기다

2015년 기준으로 전체 상품권 시장의 규모는 11조원으로 추정되고 있다. 모바일로 발행되는 상품권은 유통사 포함 약 1조 7000억원 규모로 추정되며 2017년에는 2조원 시장이 될 것으로 예측하고 있는 가운데 지속적으로 상품권 시장이 확대될 전망이다. 이러한 흐름과 함께 배송비용, 손실의 위험 부담 등으로 모바일 시장이 빠르게 확대되고 있다. 아울러 현재 상품권은 백화점, 마트 위주의 유통사 상품권과 구두, 외식, 커피, 도서 등의 개별 상품권이 대부분이며 시장 내 일부 도서, 문화 및 기타 상품권의 사용처로 협회사 일부가 제휴돼 있으나 사용처가 많지 않아 상품권의 활성화가 미비한 상태다. 프랜차이즈 통합상품권은 이러한 문제점을 해소해줄 열쇠로 현재 프랜차이즈 업계에서 이목을 끌고 있다.

뿐만 아니라 맛집, 먹방, 쿡방 등의 외식문화가 발달하고 ICT 기반의 서비스가 점차 발전하면서 기존 배달 불가 브랜드의 전문 배달 업체를 통한 배달 서비스 제공이 활성화되고 있다. 즉, 다양한 생활형 IT 서비스가 확대되는 사회적 트렌드 또한 통합상품권의 여세를 몰아주는 촉매제 역할을 하고 있다.

이러한 흐름에 맞춰 한국프랜차이즈산업협회 주도 하에 가맹점 매출 하락 및 신메뉴 개발 한계 등을 극복하기 위한 컬래버레이션 콘셉트의 브랜드 조합 사업을 진행하고 있는 것. 프랜차이즈 통합상품권은 외식 브랜드 간 결합, 외식과 도 · 소매 브랜드의 결합 등 다양한 형태의 결합을 통한 시너지 창출이 가능할 것으로 전망하고 있다.

1. '토리아토'가 출시된 기념으로 지난 7월 23일에 1차 프랜차이즈 통합상품권 사업설명회가 열렸다.
2. 1차 사업설명회 행사장에 들어가기 전, 행사안내데스크에서 참관객들이 안내를 받고 있다.

장점 많은 상품권, 마케팅에도 주력

착한상품권이라 불리는 이 프랜차이즈 통합상품권은 현 시장 대비 가장 저렴한 수수료를 책정해 가맹점의 부담을 덜어주는 장점을 갖고 있다. 또한 기존 상품권이 프랜차이즈 해당 브랜드나 계열 가맹점에서 사용할 수 있었던 것에 비해 이번에 발행된 통합상품권은 특정한 브랜드 가맹점에서 사용하고 남은 금액을 타 브랜드에서도 사용할 수 있어 편리하다.

현재 한국프랜차이즈산업협회와 거인의어깨네트웍스, 그리고 KT엠하우스는 프랜차이즈 통합상품권을 널리 알리기 위한 마케팅에도 다양한 구상을 펼치고 있다.

우선 사용불가 매장의 안내보다 사용가능 매장 홍보에 주안점을 두고 웹, 모바일 웹의 형태로 추진할 계획이며 프랜차이즈 통합상품권에 '사용 가능 · 불가 매장 정보보기' 랜딩페이지를 연결해 가능 브랜드, 지역별 · 키워드 검색으로 확인 가능하도록 제작 중이며, 오프라인에서는 사용 가능 가맹점에 '인증마크' 스티커를 제공할 예정이다.

또 별도의 앱을 통해 고객에게 지도를 통한 사용가능 매장안내를 실시할 계획이다. 상품권 론칭 시작 시기에는 기존의 발송 수단인 MMS를 통해 진행하고 서비스 확산시기에 맞춰서 다양한 기프티쇼나 CLiP 앱을 적용할 예정이다. 또한 주관사와 판매사가 대표 프랜차이즈 브랜드에 각 1개사를 지정해 제38회 부산프랜차이즈산업박람회에서 상용 서비스를 시연하는 것을 추진하고 있다.

한편, 프랜차이즈 통합상품권은 기타 결제 수단과 연계한 복합결제가 POS 상에서 가능하며 가맹본사 및 가맹점에서의 사용 이력 확인은 POS S/W에서 지원 가능하다. 또한 가맹본사의 직영몰 또는 모바일 앱의 연동 개발을 통해 프랜차이즈 통합상품권을 실시간으로 사용 처리할 수 있으며, 온라인 및 모바일앱에서 할인권 및 쿠폰 · 적립금 등의 부가결제수단을 사용하는 것과 동일하게 프랜차이즈 통합상품권도 부가결제수단에 추가해서 사용할 수 있다.

글 **강민지 기자** 사진 **이현석 팀장**

최고의 프랜차이즈 지도사를 배출하다!

한국프랜차이즈산업협회, 수준 높은 교육 호응 이어져

한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 한국창업경영연구소가 주관하는 프랜차이즈 지도사 자격증(자격번호: 2013-0068호) 교육 과정에 대한 관심이 날이 갈수록 뜨거워지고 있다. 프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정은 한국직업능력개발원에서 시행하는 민간 자격증으로 프랜차이즈 전문가로서 갖춰야 할 브랜드 기획, 시스템 구축, 전략경영, 매뉴얼 개선, 신사업 타당성 분석, 부서별 기능과 역할, 수퍼바이징, 본부&가맹점의 정량분석, 빅데이터 분석기법, ERP구축전략 등의 전문적 영역을 교육함으로써 업계 최고 전문가를 양성하는 국내 최고 프랜차이즈 전문가 자격증 취득 과정이다.

프랜차이즈 업계에 꼭 필요한 교육 과정

프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정이 한국프랜차이즈산업협회의 주도로 성공적으로 열리며 프랜차이즈업계의 경쟁력을 높이고 있다. 해당 과정은 현재 6기 교육을 앞두고 있는데, 1기부터 4기까지는 서초동 한국프랜차이즈산업협회 교육장에서 진행됐고 5기는 대구지회에서 진행된 바 있다.

업계 전문가들은 프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정이 시스템 사업이라고도 불리는 프랜차이즈 업계에 대한 이해도를 높이는 데 공헌하고 있다고 입을 모으고 있다. 프랜차이즈 비즈니스를 하기 위해서는 가맹본부 시스템 구축에서부터 브랜드 기획 및 인큐베이팅, 각종 매뉴얼 구축은 물론이고 사업타당성 분석과 상권 및 점포의 선별 등에 대해서도 전문 역량과 지식을 갖춰야 하는데, 프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정은 바로 그러한 실무를 핵심적으로 교육하기 때문에 실용적이며 업무 적용도가 높다는 것이다.

3기 프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정에 참여한 한 업계 관계자는 "프랜차이즈 기업마다 개별적으로 해당 지식을 쌓고자 노력하거나 필요 인력을 충원하기도 하지만 전문성이 떨어지는 게 문제였다"면서 "프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정을 통해 사업적 전략을 세우고 기초를 튼튼히 해 미래를 내다볼 수 있었던 게 큰 수확"이라고 전했다.

가맹본사와 가맹점주를 살리는 전문성

프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정은 가맹본사의 시스템 확보에 최적화된 교육을 지향한다. 가맹본사의 부실은 고스란히 가맹점 사업자의 피해로 이어진다는 게 업계의 정설이다. 가맹본사의 역량을 믿고 프랜차이즈에 가맹한 사업자의 입장에서는 가맹본사의 전문성과 사업역량이 무엇보다 중요하다. 따라서 가맹본사는 가맹점 사업자와의 신뢰를 생각해서라도 반드시 현장실무에 대한 전문역량을 갖추는데 주력할 필요가 있는데 대다수의 가맹본사는 아직까지 그러한 시스템을 갖출 만한 여건이 마련되지 못하고 있다.

이러한 난점을 극복하기 위해 최근에는 일부 대학과 사설업체들이 프랜차이즈 실무자를 위한 교육과정을 진행하고 있지만 전문성은 물론이고 강사진 확보가 미흡해 실질적인 효과를 얻지 못하고 있다는 게 업계의 전반적인 평이었다. 이런 상황에서 지난 2015년 5월부터 한국프랜차이즈산업협회 주최로 시작된 프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정은 가맹본사의 시스템 확립을 위한 확실한 대안으로 자리매김했다.

한국프랜차이즈산업협회와 한국창업경영연구소는 제 6기 프랜차이즈 지도사 자격증 교육 과정을 위해 F/C산업의 이해와 현실, 가맹사업법과 분쟁사례 분석, 프랜차이즈 본부매뉴얼 · 최적화기법, F/C ERP 운영전략, 브랜드 마케팅 전략실무, 빅데이터를 활용한 상권분석전략, 브랜드 콘셉트기획 실무, 비즈니스 협상 스킬 실무, 가맹점 손익분석 기법 실무, 브랜드 온라인마케팅 최적화기법, 가맹본부 KPI 시스템구축전략, F/C 컨설팅 프로세스실무, F/C성공브랜드 · 경영전략분석발표, 글로벌프랜차이즈 전개전략, 정량지수를 활용한 슈퍼바이징 전략, F/C 브랜드 인큐베이팅 전략, 가맹점 운영진단 실무, 가맹점 운영개선 컨설팅전략 등의 커리큘럼을 마련해 교육생들의 가치를 높여갈 전망이다.

한국프랜차이즈산업협회 교육팀 우호운 대리는 "역량 있는 프랜차이즈 지도사 양성을 위해 한국창업경영연구소와 함께 마련한 교육 과정을 통해 그 동안 많은 업계 전문가들이 양성됐다"면서 "한국프랜차이즈산업협회 차원에서 공신력 있는 자격제도를 활성화해 프랜차이즈 전문가를 양성하고 업계의 발전을 도모한다는 게 지향점"이라고 말했다.

글 **김성배 팀장** 사진 **한국프랜차이즈산업협회 제공**

한국창업경영연구소 **이상헌 소장**

MINI INTERVIEW

Q. 책임 교수로서 교육 과정에 대해 설명한다면.

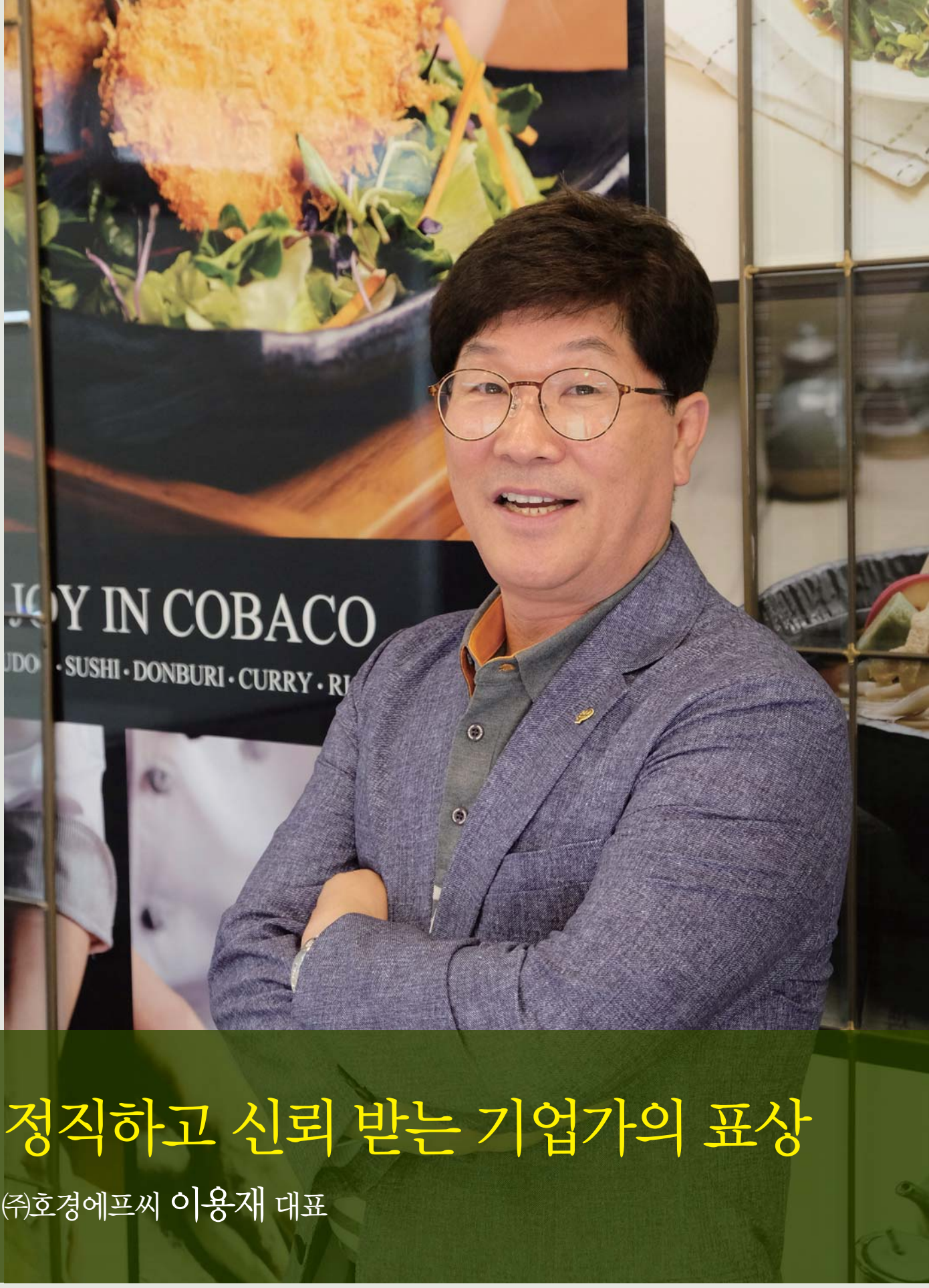
차별화되고 전문적인 프랜차이즈 경영인을 배출하는 국내최고 자격증과정을 위해 책임을 다하고 있다. 한국 프랜차이즈 사업이 40년의 역사를 가지고 있으며 GDP의 약 10%, 고용의 약 4%를 차지할 만큼 성장 동력을 지니고 있다. 따라서 그 어느 때보다도 전문적 지식과 역량을 탑재한 전문가들의 역할과 기능이 필요한 시기다. 프랜차이즈 지도사는 국내 최고의 프랜차이즈 실무 전문가로서 역할을 수행해 산업발전의 초석은 물론 각 브랜드 발전의 원동력이 될 것이라고 확신한다.

Q. 프랜차이즈 지도사 자격증의 전망에 대해 말해달라.

사람이 모든 산업 발전의 초석이다. 향후 프랜차이즈 발전을 위해 프랜차이즈 인력에 대한 리쿠르팅의 기능이 협회를 중심으로 이뤄져야 한다고 생각한다. 우수인력에 대한 리쿠르팅은 미국의 경우와 같이 부문별 고유 사회적 코드번호를 부여해 인력별 경력 관리, 이력관리, 성과관리기능을 탑재해 유능한 인력의 산업 진입과 부실인력 자원의 퇴출을 함께 관리하는 기능이 필요하다. 따라서 프랜차이즈 지도사의 역량과 희소성, 전문성을 고려한 국가 전문 자격증으로의 성장을 준비해야 한다. 그러기 위해 산업인들이 프랜차이즈 지도사 자격증의 소중함과 업계의 기여도를 인정, 자격증의 가치를 발전시키는 노력이 필요하다.

Q. 앞으로의 계획이 있다면?

한국창업경영연구소는 프랜차이즈의 성장을 위해 다양한 전문성을 발휘하는 회사다. 정부 용역과 관련한 교육사업, 국내 브랜드의 M&A와 해외진출을 적극적으로 실천하는 컨설팅사기도 하다. 그런 배경을 바탕으로 프랜차이즈 지도사와 같은 전문적 인력의 중요성을 인지하며 전문가 양성에 최선을 다할 것이다.



정직하고 신뢰 받는 기업가의 표상

㈜호경에프씨 이용재 대표

고객에게는 맛있는 음식을 통한 행복을 제공하고, 가맹점주들에게는 안정된 수익을 제공하는 정직한 프랜차이즈 기업을 지향하는 (주)호경에프씨의 〈코바코〉는 돈가스, 우동, 생선초밥을 기반으로 한 메뉴를 제공하며 장수 브랜드로 자리 잡고 있다. 이용재 대표는 항상 연구하는 자세로 가맹점주를 위한 최고의 시스템을 제공하는 프랜차이즈 기업인으로서 업계에서 덕망이 높은 CEO이다.

전자제품 대리점을 넘어 외식사업에서 찾은 비전

〈코바코〉 이용재 대표는 TV, 에어컨, 가스레인지 등 대형 가전제품을 수입해 판매하는 가전업체 회사에서 사회생활을 시작했다. 국산 브랜드들이 맹위를 떨치기 이전이어서 당시 국내 전자업계는 수입품에 의해 트렌드가 좌지우지 됐고 수입전문 가전업체의 매출 또한 고공행진을 거듭했다고 이 대표는 말한다.

"군에 입대한 이후에도 휴가 때마다 회사를 찾아 일을 하다 부대로 복귀했을 정도로 열심히 했어요. 원래 한 번 시작한 일은 끝까지 최선을 다하고자 하는 생활신조가 있어서 누구보다 땀을 흘렸고, 그런 진심이 받아들여졌는지 동료들이나 회사 대표님도 높이 평가해줬던 것 같아요."

당시 가전업체 대표는 이십대 후반의 청년이었던 이 대표에게 회사를 물려주었다. 특유의 성실성에 믿음을 가졌고 그 누구보다 회사를 잘 경영할 수 있겠다고 여겼던 덕분이었다. 하지만 국내 전자업체들의 성장으로 인해 수입 가전사업은 침체기에 접어들었고 IMF 외환위기로 인해 달러 가치가 급상승하자 변화를 모색해야 했다. 이 대표는 새로운 사업을 구상하던 중 외식 분야에서 가능성을 찾았고 프랜차이즈 사업에서 자신의 비전을 발견했다.

코를 박고 먹을 정도로 맛있는 〈코바코〉

이 대표는 새로운 사업을 위해 시장조사를 하던 중 당시 외식업계에서 인기를 끌던 경양식집에 주목했다. 당시 경양식집은 꽤 큰 규모에 고급스러운 실내인테리어를 특징으로 했지만 이 대표는 일본식 돈가스를 접목시켜 콤팩트한 매장에서 새로운 맛과 품질로 선보이면 고객들이 반응을 보일 것으로 예상했다.

"초기부터 메뉴 개발에 심혈을 기울였어요. 현재 〈코바코〉의 간판메뉴인 돈가스는 국내산 1등급 돼지고기와 한방재료로 만든 특수양념, 자체개발한 빵가루 튀김 옷을 사용해 차별화된 맛으로 경쟁력을 높이고 있어요. 하지만 개발할 당시에는 막막하기만 했죠. 개발을 진행할 때 살펴보니 대부분의 돈가스는 돈육을 두드려서 넓힌 채로 튀기더라구요. 뭔가 다르게 하고 싶었어요. 그래서 〈코바코〉의 돈가스는 육질을 그대로 살리는 제조 방법을 택하게 된 거죠. 빵가루도 다른 데서 사는 게 아니라 저희가 자체 개발한 시스템으로 직접 제조하고 있어 '돈가스의 옷'이라고 불리는 튀김옷이 다른 업체에서는 따라올 수 없는 퀄리티를 자랑해요. 돈가스에 대한 반응이 좋으니까 우동을 개발해서 접목시키고, 초밥을 개발해서 접목시키며 지금에 이른 것 같아요."

현재 〈코바코〉의 매장은 전국적으로 성업 중이다. 파스타를 접목시킨 〈코바코 Plus〉는 현재 3개의 매장이 운영 중인데 〈코바코〉보다 넓고 고급스러운 분위기 속에서 고객들의 발길을 끌어 모으고 있기도 하다.

18년째 접어드는 장수브랜드의 비결

〈코바코〉는 브랜드 론칭 18년째에 접어든 장수 브랜드다. 장수 브랜드를 운영하고 있는 비결에 대해 묻자 이 대표는 그런 비결을 알면 사업하는 걱정이 없겠다고 웃으면서도 브랜드 아이템에 대해 고객에게 인정을 받아야 하고 가맹점주들의 신뢰를 얻어야 한다고 우문현답을 해주었다.

"가맹본사는 일차적으로 가맹점주들을 책임져야 하고 그 매장에 방문하는 고객

“가맹점주들이
최대한의 이윤을 가져갈 수 있도록
노력하고자 하는 초심(初心)을
지켜나가고자 합니다.
그게 곧 신뢰이고
정직이기 때문입니다”

들을 만족시켜야 하는 책임이 있어요. 때문에 사업 모델을 만들 때 가맹점에 리스크가 가지 않도록 아이템 경쟁력, 교육 시스템, 물류 등에 대한 시스템이 확고해야 한다고 생각해요. 또한 매장 오픈 이후에는 본사와 가맹점이 온라인과 오프라인상에서 활발한 네트워크를 형성해야 한다고 강조하는 편이에요. 본사 임직원들은 가맹점에서 매뉴얼이 제대로 지켜지고 있는지, 가맹점주들의 어려움은 무엇인지, 해결책은 무엇인지 끊임없이 고민해야 합니다.

〈코바코〉의 본사 직원들은 입사 후 일정 기간 매장에서 일하게 돼요. 매장에서 벌어지는 모든 일을 습득하고 난 뒤에야 본사 사무실에 책상이 생긴다는 뜻이죠. 본사 차원에서 가맹점을 리딩할 수 있는 역량과 사명감이 있어야 비로소 장수 브랜드로 나아갈 길이 보이지 않을까요?”

이 대표는 〈코바코〉의 직원들이 모두 가맹점 지원과 관련해서는 솔선수범하는 자세를 지니고 있다고 자랑한다. 신입이든 경력직이든 〈코바코〉에 입사하면 물류센터 및 직영점에서 일을 익히기 때문에 가맹점에서 갑자기 일손이 부족하게 되면 곧바로 투입돼 도와주는 분위기가 조성돼 있다는 것이다. 모든 부분에 가맹본사와 가맹점이 하나라는 이 대표의 상생경영 원칙이 적용되고 있는 셈이다.

회사의 시스템이 미래 가치 창출

㈜호경에프씨의 식품개발연구소는 가맹점들의 매출 신장을 위해 때마다 트렌디한 신메뉴를 출시해 업계의 관심을 끌고 있다. 또한 위생적인 첨단 시설을 통해 전국 일일배송이 가능한 물류센터 등의 인프라를 기반으로 가맹점을 적극적으로 지원하고 있다. 회사 측은 전국의 상권에서 최적화된 매장, 고객을 발길을 사로잡는 매장을 확립한다는 원칙에 따라 가맹점의 성공이 가맹본사의 성공이라는 가치를 실현하고 있다.

“얼마 전까지 논란이 됐던 프랜차이즈 가맹본사의 갑질은 저희와는 아무런 상관이 없는 이야기예요. 〈코바코〉는 창업 이후 지금까지 가맹점의 성공을 위해 정책을 펴왔다고 해도 과언이 아니거든요. 가맹점 개설에 있어서도 양적 확대보다는 기존 매장의 성공을 위한 정책에 더 힘을 쏟고 있어요. 오픈 전 철저한 교육, 현장 실습과 더불어 오픈 후 슈퍼바이저의 전문적인 관리, 수익성 진단프로그램에 의한 문제점 파악 및 원가절감 방안 등을 통해 가맹점주가 안심할 수 있는 시스템 제공에 심혈을 기울이고 있어요.”

(주)호경에프씨는 온라인 커뮤니케이션센터와 통합된 모바일 커뮤니케이션 시스템을 도입했다. 이는 본사와 가맹점, 고객이 실시간 커뮤니케이션을 통해 소통할 수 있는 창구를 마련한 것이다. 이를 통해 신속한 업무처리 및 지원이 가능하고 사내 인트라넷인 BSC 시스템과 연계할 수 있어 업무에 있어 효율성이 극대화되고 있다. 결과적으로 가맹점과 고객이 모두 만족할 수 있는 시스템이 마련된 것이다.

〈치키니아〉, 제2브랜드로서의 가능성 多

(주)호경에프씨는 최근 〈치키니아〉를 통해 제2브랜드 육성에 힘을

쏟고 있다. 〈치키니아〉는 기존 치킨 브랜드와는 차별적으로 매장에서 주문 즉시 치킨을 조리하고 소스를 제조하는 요리형 수제 치킨점문점으로서 고객들의 시선을 사로잡고 있다. 〈치키니아〉의 대표 메뉴는 커리크림치킨으로 현재 젊은 고객들의 입맛을 만족시키고 있으며 소스가 독특한 스페셜 치킨류와 대중적인 클래식 치킨류 또한 인기를 끌고 있다.

"사실 제1브랜드의 성공이 가장 중요하다고 생각해요. 섣불리 제2브랜드에 힘을 쏟다가 제1브랜드까지 어려워지는 경우를 많이 봤기 때문이에요. 하지만 저는 〈치키니아〉가 저희 회사의 제2브랜드로 앞으로 성장 가능성이 무궁무진하다고 자신해요. 모든 테이블에 인덕션 레인지를 설치해 고객들이 최적의 온도에서 메뉴를 즐길 수 있는 콘셉트에 대한 반응이 무척 좋아요. 치킨 브랜드의 새로운 영역을 열게 될 거라고 말씀드리고 싶네요."

〈치키니아〉는 매장 콘셉트를 모던한 아메리카 펍 분위기로 실현해 편안하면서도 개성 있는 아메리칸 빈티지 스타일의 감각을 만끽할 수 있다. 현재 20~30대 여성층을 메인 고객으로 하고 있는 〈치키니아〉는 회사 내 호경경영연구소를 통해 창업에 대한 원스톱 상담 및 경영 상담을 지원하고 있으며, 향후 입지 확립을 위한 다양한 활동을 펼쳐나갈 예정이다.

100년을 바라보는 기업, 기업인

이 대표는 (주)호경에프씨를 100년을 기약하는 기업으로 세워가고 싶다고 말한다. 그런 이 대표의 경영 원칙은 '정직'과 '신뢰'다.

정직하지 않고 신뢰 받지 못하면 오래 갈 수 없는 게 인지상정이라는 이 대표는 '처음부터 잘하자'라는 슬로건처럼 사회생활을 시작하며 처음에 품었던 각오를 앞으로 계속 지켜나가겠다고 다짐했다.

"회사 경영을 하다 보면 여기저기서 위기라는 말을 자주 듣게 됩니다. 외식기업의 경우에도 원자재 가격이 오르다 보니 본의 아니게 가맹점에 부담을 줘야 하는 상황을 맞이하게 되는데, 저는 임직원들에게 항상 가맹점주가 최소한의 부담을 지고 가도록 할 것을 강조해요. 본사가 버틸 수 있는 만큼은 버텨주고, 더 이상 가능하지 않을 때 가맹점주들과 상의해서 인상분을 적용하면 그 분들도 본사의 진심을 알아주기 때문이죠. 가맹점주들이 최대한의 이윤을 가져가실 수 있도록 노력하고자 하는 초심을 지켜나가고자 해요. 그게 곧 신뢰이고 정직겠죠. 또한 앞으로도 항상 연구 개발에 힘쓰고 타인과 상생하는 마음가짐으로 100년을 갈 수 있는 회사를 지향하고자 합니다."

글 **김성배 팀장** 사진 **황윤선 기자**

박람회의 새로운 패러다임을 제시하다!

'제37회 프랜차이즈 산업박람회' 성료

한국프랜차이즈산업협회가 지난 8월 25일부터 27일까지 3일간 세텍에서 '2016 제37회 프랜차이즈산업박람회'를 개최했다. 이번 박람회엔 국내 190여 개의 브랜드와 360개 부스가 참가해 다채로운 행사로 참관객들에게 즐거운 시간을 가져다주었다.

새로움 가득한 박람회

경기침체가 지속되는 가운데 창업에 대한 열기는 식을 줄 모르고 있다. 취업보다 창업을 선택하는 젊은 창업자들과, 베이비부머세대의 은퇴 증가로 창업시장은 포화상태가 지속되고 있다. 이럴 때일수록 예비창업자들은 우후죽순 생겨나는 브랜드가 아닌 체계적인 시스템과 상생을 약속하는 가맹본부를 찾아야 한다.

한국프랜차이즈산업협회와 소상공인시장진흥공단이 공동 주최 · 주관하고 산업통상자원부, 농림축산식품부, 식품의약안전처, 특허청이 후원한 '2016 제37회 프랜차이즈산업박람회'는 '성공창업의 해답을 제시하다'라는 슬로건 아래 예비창업자와 일반고객들을 대상으로 창업트렌드와 소비 패턴의 교류, 더 나아가 유망 프랜차이즈 업종을 소개하는 행사로 관람객들을 맞았다. 가맹본부에겐 브랜드를 고객들에게 알리고, 새로운 가족을 맞이할 수 있는 기회를 제공했다.

주목할 점은 다양한 창업특전과 무료교육, 기존 박람회와는 다른 이색적인 행사가 펼쳐졌다는 것이다. 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 "이번 박람회는 다양한 창업 특전과 함께 최고의 강사진이 참여한 무료교육 등 알찬 프로그램이 다수 포진돼 있고, SNS 이벤트 및 대한민국 프랜차이즈 브랜드 크리에이터 모델 콘테스트 등 참관객을 위한 볼거리, 즐길거리도 다채롭게 준비해 차별화시켰다"고 설명했다. 어려운 상황에서 급급한 마음으로 박람회를 보기보단 새로운 시작인 만큼 즐겁게 관람하고 즐길 수 있길 바라는 한국프랜차이즈산업협회의 배려가 돋보이는 박람회였다.

소상공인시장진흥공단 이일규 이사장

더불어민주당 민병두 의원

더불어민주당 전현희 의원

박람회를 알리는 화려한 개막식

지난 8월 25일 오전 11시에 시작된 개막식은 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장, 소상공인시장진흥공단 이일규 이사장, 새누리당 안상수 의원, 이현재 의원, 더불어민주당 민병두 의원, 전현희 의원, 서비스산업총연합회 박경실 회장, 외식산업학회 이대홍 회장, 한국재능기부협회 최세규 회장, 연대 FCEO 총동문회 김광철 총동문회장, 한국편의점산업협회 염규석 상근부회장 등 정부 및 유관기관 인사와 업계 CEO 등 각계각층 인사 100여명이 참석한 가운데 화려한 개막을 알렸다.

"무더운 날씨만큼 창업에 대한 열기가 뜨겁습니다. 프랜차이즈 산업은 이제 국가성장 동력을 이끌고 있습니다. 질적 성장과 양적 성장을 동시에 이뤄내며 이제 세계로 뻗어나가고 있습니다. 이번 박람회는 이런 프랜차이즈산업을 한눈에 살펴보며 유용한 정보를 제공함으로써 창업자들의 선택을 돕는 역할을 충실히 해줄 것으로 확신한다"는 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장의 개회사를 통해 박람회의 시작을 알렸다. 이후 소상공인시장진흥공단 이일규 이사장의 환영사가 이어졌으며 각계각층의 다양한 인사들이 모여 2016 제37회 프랜차이즈산업박람회를 축하하며 산업의 발전을 응원했다.

예비창업자를 위한 다양한 혜택

어려운 경기 속에서 자발적 참여도 많겠지만 어쩔 수 없는 선택으로 창업을 하는 예비창업자들이 많다. 이런 예비창업자가 경제적 부담을 덜고 성공적인 창업으로 안착될 수 있도록 이번 박람회에선 프랜차이즈 가맹본부 대다수가 다양한 창업 특전을 펼쳤다. 가맹본부들은 가맹비 면제, 기술이전비 지원, 인테리어

MINI INTERVIEW

(주)이바돔 이중용 부장

집중도 높이는 상담 시스템 구축

경기가 불안정하고 시장의 포화란 이야기가 오가지만 상담이 줄어들진 않았습니다. 오히려 창업에 적극적인 관심을 표현하는 분들이 많이 몰리고 있습니다. 상담을 진행하다보면 잠깐 들러 물어보는 관람객의 비중이 줄고 창업에 진지한 생각을 갖고 방문하는 관람객이 늘어 상담 시간도 길어졌습니다. 그렇기에 (주)이바돔은 상담 후 직영 매장으로 이동해 직접 눈으로 확인할 수 있는 시스템을 구축해 집중도를 높였습니다.

(주)푸디세이 장우철 본부장

창업, 꼼꼼하게 따져봐야 한다

창업 시장에 점점 더 다양한 아이템이 등장하고 트렌드가 빨리 변하다 보니 예비창업자들도 점점 더 꼼꼼해지고 있습니다. 그만큼 창업시장이 전문화되고 있다고 생각합니다. 본사의 입장에서도 꼼꼼한 분들이 점주가 된다면 더 좋습니다. 창업을 고민한다면 매장을 오픈하면 돈을 많이 번다는 이야기보다 본사의 수익률, 자원 등을 면밀하게 따져봐야 합니다. 또 무리해서 매장을 오픈하기보다 자신의 재무 상태에 맞춰 매장을 오픈해야 합니다.

지원, 창업비용 무이자대출 등 실속 있는 창업지원책을 박람회 기본 특전으로 제공했다.

더불어 행사장 내 컨퍼런스룸에선 ▲창업 아이템 업종 선정 방법 ▲PC산업 분석에 따른 창업 절차 및 방법 ▲가맹사업법의 이해 ▲사례로 보는 가맹사업 분쟁유형 및 해결방법 ▲가맹점사업자를 위한 세무 및 노무 ▲실패하지 않는 가맹점 운영 전략 ▲날씨경영 전략 ▲가맹사업법의 이해와 가맹계약 체결 시 주의사항 ▲창업절차 및 상권입지 분석 ▲예비창업자를 위한 프랜차이즈 창업홍보 모바일마케팅 등 성공창업노하우를 공유하고, 경쟁력 강화 및 매출 증대를 위한 심도있고 전문적인 교육들로 예비창업자들에게 도움이 될 방안을 마련했다.

브랜드를 알리는 색다른 홍보 만들다

전통적인 모델 선발대회에서 디지털 시대의 흐름에 발맞춰 온라인 · 오프라인을 넘나드는 '제1회 대한민국 프랜차이즈 브랜드 크리에이터 모델 콘테스트'의 본선 무대가 제37회 프랜차이즈산업박람회 개막과 함께 공개 무대로 펼쳐졌다. 이는 최근 1인 방송이나 인터넷방송 등 누구나 할 수 있는 1인 미디어 서비스가 인기를 끌기에 프랜차이즈산업협회가 1인 미디어 서비스와 브랜드 홍보를 결합한 새로운 홍보 방법을 제시한 것이다.

콘테스트 모델 후보 지원자들은 대회에 참여한 협찬사 매장을 직접 방문해 브랜드를 소재로 한 재미있는 스토리를 구성, 촬영 및 편집하는 까다로운 과정을 거친 후 이벤트 페이지에

(주)장충동왕족발 신정훈 차장

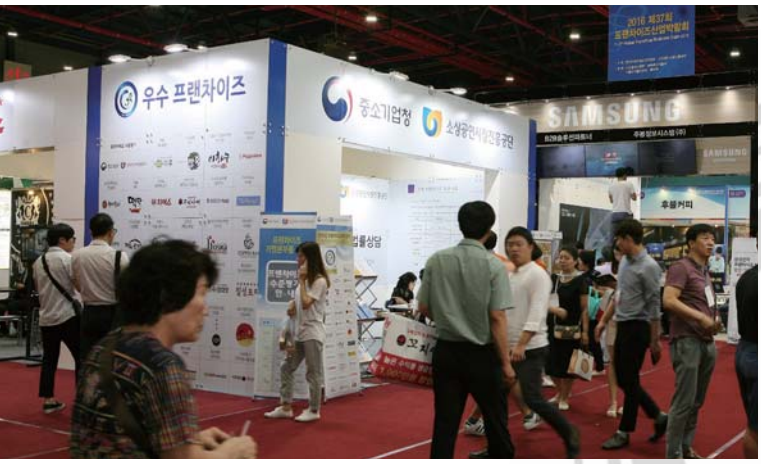
브랜드 선택 기준을 설립해라

요즘 예비창업자들의 관심사는 소자본 창업입니다. 그래서인지 상담을 진행하면서도 창업비용을 많이 물어봅니다. 그리고 동종 업종의 브랜드들이 많아 매우 혼란스러워 합니다. 같은 업종인데도 창업비용은 다 다르니 어떤 브랜드를 선택해야할지 고민하는 예비창업자들이 늘고 있습니다. 그럴 땐 본사의 구조와 여력이 중요합니다. 또 실제 창업 후 본사의 지원 같은 종목에 차이점이 뭔지, 상품의 경쟁력, 맛, 품질, 본사에서 어떤 점으로 소비자를 끌어올 수 있는지 꼼꼼히 살펴야 합니다.

(주)오니규 신정욱 상무

박람회, 새로운 홍보의 장으로

박람회에 찾아오는 관람객의 전체 수는 예전에 비해 줄어든 것 같지만 정말 창업을 위해 찾아오는 분들은 오히려 더 많아진 것 같습니다. 또 관심 있는 만큼 사전조사를 충분히 해오는 예비창업자들의 비중도 크게 늘었습니다. 덕분에 (주)오니규에 관심을 갖고 찾아와주는 관람객이 많아졌습니다. (주)오니규는 브랜드를 더 알리기 위해 홍보에 초점을 맞춰 박람회에 참가했습니다.



응모했고, 온라인 투표와 내부 심사로 총 22명이 본선에 진출했다. 6살난 어린아이부터 방송인, 미스코리아, 싱어송라이터 등 다양한 사람들이 각자의 개성을 살린 톡톡 튀는 영상들로 브랜드를 홍보했고 관람객들의 많은 관심을 받으며 무대를 마무리 지었다.

본선 대회를 통해 선발된 크리에이터 모델들은 각 참여 브랜드들의 브랜드와 온 · 오프라인 전속 크리에이터모델 계약을 맺는가 하면 프랜차이즈산업협회가 주관하는 다양한 활동과 참여브랜드 홍보를 수행하며 다채널시대, 글로벌 크리에이터 시대를 리드하게 될 것으로 기대되고 있다.

공정위 맞춤형 상담 서비스 제공

이번 박람회에서 주목할 만한 다른 것은 공정거래위원회가 가맹희망자들을 상대로 가맹사업법과 제도에 대한 1:1 맞춤형 상담 서비스를 제공했다는 점이다. 법과 제도에 익숙하지 않은 가맹희망자들의 피해예방을 위해 공정위의 무료 법률상담서비스가 절실하다는 가맹점 사업자들의 건의에 따라 공정위는 정보공개서 및 인근 가맹점 현황 문서 제공, 예상매출액 구두 제공 금지 등 프랜차이즈 가맹희망자들이 알아야 할 법과 제도를 설명하는 자리를 마련했다.

이번 상담 서비스는 예비창업자들이 반드시 알아야 할 사항, 가맹사업법 관련 주요 제도 등을 알기 쉽게 설명한 안내책자도 배포했다. 또 가맹본부들도 관련 법령과 제도를 숙지하지 못해 법을 위반하는 경우가 발생하지 않도록 가맹본부들을 대상으로 한 안내책자도 배포했다.

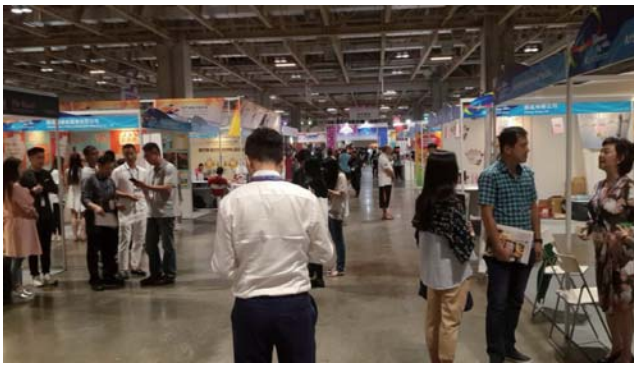
중소기업청 소상공인시장진흥공단 정책홍보관

'중기청 소상공 정책홍보관'에선 이번 박람회의 공동 주최사인 소상공인시장공단이 직접 부스에 참여해 프랜차이즈 가맹본부를 위한 지원사업을 홍보했다. 예비창업자만을 위한 것이 아닌 프랜차이즈 사업을 준비하는 예비 CEO들과 현재 브랜드를 운영 중인 가맹본부들을 위한 혜택을 마련한 것이다. 소상공인시장진흥공단은 프랜차이즈 수준평가와 소상공인 프랜차이즈화 지원사업을 소개하며 기존사업을 체계화시켜 올바른 기업으로 성장해 나갈 수 있는 다양한 혜택을 준비했다. 또 프랜차이즈 수준평가에서 우수한 성적을 거둔 4개 브랜드에 2개의 부스를 지원했다.

글 **방현민 기자** 사진 **황윤선 기자**

마카오 프랜차이즈 엑스포 2016

12개국이 함께하는 프랜차이즈 산업의 글로벌 축제



'마카오 프랜차이즈 엑스포 2016'이 지난 7월 29일~31일까지 총 3일간 마카오 베네시안 리조트 호텔에서 개최됐다. 이날 한국프랜차이즈산업협회는 한국관을 운영하며 한국프랜차이즈 산업과 더불어 국내 기업 홍보를 추진, 유럽과 아시아 등 다양한 국가의 참관객이 방문해 교류에 대한 상담을 요청하는 등 K-프랜차이즈에 대한 뜨거운 관심을 확인하는 현장이었다.

K-프랜차이즈 우수성 알리는 국제 교류의 장

마카오투자진흥국 · 마카오프랜차이즈협회 · 마카오국제브랜드상업협회 · 홍콩프랜차이즈협회 · 대만프랜차이즈협회 등 3개국 6개 협회가 주최하고, 한국프랜차이즈산업협회, 싱가포르프랜차이즈협회, 인도네시아프랜차이즈협회, 말레이시아소매체인협회, 필리핀프랜차이즈협회, 포르투갈프랜차이즈협회가 공동주최한 마카오 프랜차이즈 엑스포 2016은 11개국 168개 업체가 참가한 국제박람회로 수많은 해외 기업과 바이어들이 사업아이템을 찾기 위해 방문, 1만 5000여명의 참관객이 다녀가며 큰 관심을 모았다. 박람회 첫날인 29일은 '인터넷 시대에서 체인 운영과 프랜차이즈 사업의 새로운 시각'이라는 주제로 특별 포럼이 열려, 국가별 시장분석에 대해 알아보고, 각 국가의 패널들이 토론하는 순서로 진행됐다. O2O와 인터넷 그리고 오프라인을 융합한 새로운 프랜차이즈 비즈니스 방안을 논의하고 ▲VIP 바이어 미팅 ▲비즈니스 미팅 ▲세미나 ▲브랜드 컨설팅 등의 부대 행사도 열렸다.

한국프랜차이즈산업협회는 한국관을 구성해 K-프랜차이즈의 우수성을 알리며 투자 유치에 총력을 기울였다. 박람회 3일간 각국의 프랜차이즈 기관 담당자들과 투자자들이 한국관을 찾아 문전성시를 이뤘으며 홍보물이 전량 소진될 정도로 한류에 대한 높은 관심을 엿볼 수 있었다. 더불어 홍콩, 이탈리아, 중국, 포르투갈 등 다양한 국가의 프랜차이즈 관련 기관들이 한국 브랜드의 자국 도입과 자국 브랜드의 한국 진출에 대해 상당한 관심을 보였다.

마카오투자진흥국 관계자는 "앞으로 한국프랜차이즈산업협회와 꾸준한 관계를 도모해 마카오 젊은이들에게 한국의 선진화된 프랜차이즈 노하우를 습득하고, 한국의 프랜차이즈를 창업할 수 있는 기회가 되도록 장기적 협력과 지원을 아끼지 않을것"이라고 전했다.

한편, 마카오 프랜차이즈 엑스포는 2009년 개최 이래 매년 10여개국 160개 업체가 참여하는 6000㎡(약 2만평) 크기의 전시회장에서 열리며 약 1만 5000명의 참관객이 관람하는 국제박람회다.

글 박신원 기자 사진 한국프랜차이즈산업협회 제공

2016 필리핀 프랜차이즈 아시아

아시아를 대표하는 박람회에서 K-프랜차이즈 우뚝 서다

지난 7월 20일~24일까지 필리핀 마닐라에 위치한 SMX Convention Center에서 '2016 필리핀 프랜차이즈 아시아'가 개최됐다. 세계 각국에서 200개 업체 약 500개 브랜드가 참여하는 이 박람회는 약 4만 여명의 참관객이 다녀가며 높은 호응을 이끌어 냈다.

필리핀의 잠재력에 프랜차이즈가 주목하다

'2016 필리핀 프랜차이즈 아시아'는 국내외 200개 업체가 참여하는 1만㎡(약 3000평) 전시회장 규모의 아시아 최대 국제 박람회다.

7월 22일~24일까지 박람회와 컨퍼런스로 나뉘어 진행, 박람회는 7월 22일~24일 3일간, 컨퍼런스가 7월 20~21일 양일간 열렸다.

'2016 필리핀 프랜차이즈 아시아'는 아시아 최대 박람회로, 비즈니스 네트워크 형성과 합작투자 파트너를 만나기 위한 최적의 기회다. 따라서 한국프랜차이즈산업협회는 협회 회원사의 해외 진출 지원의 일환으로 APFC 회원국인 필리핀프랜차이즈협회와 협력해 본 박람회의 한국관을 주관했다. 한국관은 3개 부스로 운영됐으며, 한국프랜차이즈산업과 더불어 국내 참가 기업 홍보를 추진했다. 박람회 기간인 3일내내 한류에 대한 관심만큼 필리핀 현지 관계자들의 K-프랜차이즈에 대한 관심과 문의가 끊이지 않았다.

국제 프랜차이즈 회의가 열린 첫날과 둘째날에는 유명 CEO, CFO, CMO 들이 글로벌화 전략과 글로벌 경쟁력을 키우는 법에 대한 강연을 펼쳤으며, 최근 프랜차이즈 관련 현안에 대한 다양한 주제를 갖고 의견을 공유하는 시간을 가졌다. 더불어 그룹별로 원형 테이블에 앉아 오늘날 프랜차이즈 사업에 대한 최신 이슈에 관해 자유로운 방식으로 의견을 공유하는 소통의 장이 마련됐다. 또 활발한 교류를 위해 프랜차이즈 가맹을 원하거나 향후 마스터프랜차이즈를 원하는 이들을 위한 교육, 비즈니스 매칭 및 네트워킹 세미나가

진행되는 등 커뮤니티 형성도 활발하게 진행됐다. 필리핀은 약 1억 800만명의 인구를 보유한 인구대국으로, 절반 이상이 20대 이하로 구성된 거대 소비시장으로서의 잠재력을 갖춘 국가다. 서비스업이 필리핀산업을 이끌어가는 주요산업이며, 정부는 관광 · 금융 · 프랜차이즈 산업을 통해 고용 해결과 수익창출에 앞장서고 있다. 때문에 필리핀을 향한 프랜차이즈 기업의 국제적 관심은 더욱 두드러지는 양상이다. 이 같은 경쟁에서 우위를 선점하며 K-프랜차이즈 열풍이 일도록 한국프랜차이즈산업협회는 국제 협력과 교류를 마련하며 지속적인 지원을 펼치겠다는 방침이다.

글 박신원 기자 사진 한국프랜차이즈산업협회 제공

글로벌 징기스칸 CEO 양성 항해 시작

-제5기 KFCEO 교육과정 입학식 개최 -

글로벌 프랜차이즈 CEO 양성을 위한 제5기 KFCEO 교육과정이 지난 8월 29일에 전국경제인연합회 컨퍼런스에서 열렸다. 한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 산업통상자원부가 후원하는 이 교육과정은 8월 29일에 열린 입학식을 기점으로 총 16주간 진행될 예정이다. 이경희 한국창업전략연구소장의 사회 아래 개최된 이 행사는 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장의 축사를 비롯해 다양한 프랜차이즈 업계 관계자들의 축하와 새롭게 맞이하는 원우들의 소개로 힘차게 제5기 KFCEO 교육과정의 포문을 열었다.

글 취재팀 사진 이현석 팀장, 황윤선 기자

조동민 협회장이 축사를 하고 있다.

정현식 총동문회장이 축하 인사를 건네고 있다.

입학식

다양한 프랜차이즈 인사들의 축하 이어져

K프랜차이즈를 세계에 확산시킬 글로벌 징키스칸 500인의 CEO 배출이라는 원대한 목표아래 진행되는 제5기 KFCEO 교육과정이 16주간의 항해를 시작했다. 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장의 반가운 축하인사로 이 행사는 즐거운 막을 열었다. "KFCEO 교육과정이 계속 순환하고 진행되고 있는 것에 대견스럽고 진심으로 축하한다. 원래 1기부터 5기까지 60명씩 모집을 하는데 이번에 62명이 입학해 더욱더 기쁘고 감사하다. 예전보다 교수진이 강화되고 강의하는 장소 또한 전경련회관으로 바뀌어 원우들이 좀 더 공부에 집중할 수 있는 분위기가 조성된 것도 의미 있는 일이라 생각된다. 부디 제5기 KFCEO 교육과정이 원우들에게 많은 도움이 될 수 있는 교육과정으로 자리매김해 글로벌 프랜차이즈 산업에 기여할 수 있는 인재들이 많이 배출되기 바란다."

그 외에도 KFCEO 정현식 총동문회장, 연대 FCEO 김광철 총동문회장, 한국프랜차이즈산업협회 이명훈 수석부회장 등 다양한 프랜차이즈 업계 관계자들의 축하인사와 격려사가 이어져 제5기 KFCEO 교육과정의 입학식을 빛냈다.

글로벌 리더십 함양위해 업그레이드된 교육

한류 붐을 타고 해외로 진출하는 프랜차이즈 기업들이 점차 늘어나면서 기업인들의 경영 역량의 강화와 글로벌 리더십의 필요성이 증대됐다. 이러한 트렌드에 발맞춰 세계 속의 한국 프랜차이즈 산업을 위한 글로벌 경영진을 양성하기 위해 창설된 KFCEO 교육과정은 어느덧 5기 교육과정을 창설하게 됐다. KFCEO 교육과정은 글로벌 리더십 함양을 위해 해외 진출에 대한 전략 수립 및 해외 진출 경험 사례를 전달하며 해외 진출 관련 법률 이슈와 쟁점 등에 대한 강의도 진행할 예정이다. 또한 프랜차이즈 CEO 경영 역량을 제고해 4년 이내로 단명하는 국내 프랜차이즈 기업의 지속 가능 성장에 기여할 뿐만 아니라 우수 기업인 육성을 통해 가맹점 성공률을 높이고 좋은 일자리를 많이 만들 수 있는 교육 내용으로 강의를 이어갈 계획이다. 아울러 K 프랜차이즈의 핵심 네트워크를 구축하기 위해 원우 본사 방문을 통한 교류 활동 증대와 교육 사후 지속적인 교류가 가능한 세미나 또한 개최할 예정이다.

제5기 KFCEO 교육과정은 문학, 심리학, 고전, 철학 등의 인문학 분야와 글로벌 경영 리더십, 선진경영 마케팅, 원우 본사 · 공장시설 등의 탐방 프로그램, 국내워크숍 및 해외 벤치마킹, 문화활동, 글로벌포럼 등 다양한 교육 내용으로 진행된다.

반갑게 얼굴 알리며 기분 좋은 첫 걸음

교육은 오는 12월 19일까지 매주 월요일 오후 2시부터 9시까지 진행되며 오후 2시부터 6시까지는 강의, 오후 6시부터 9시까지는 프랜차이즈 기업탐방이 있을 예정이다. 글로벌포럼은 월요일 오후 5시부터 9시까지 총 2회 진행될 계획이다.

특히 매 기수마다 각기 다른 국가를 방문하는 해외연수는 이번에는 베트남이 방문지로 선택됐으며 오는 11월 24일부터 27일까지 3박 4일로 방문할 계획이다. 또한 뮤지컬 〈아이다〉 공연도 원우들과 함께 관람해 돈독한 친목을 쌓을 예정이다.

프랜차이즈 업계 관계자들뿐만 아니라 금융권, 국회의원, 배우 등 다양한 각계각층의 인사들이 참여하는 이번 제5기 교육과정은 원우 소개 시간을 통해 서로의 얼굴을 반갑게 알리고 인사하는 시간을 마련하며 기분 좋은 첫 걸음을 시작했다.

이세진 아나운서

송은영 교수

2주차

송은영 교수, 성공하는 CEO의 이미지 리더십
이세진 아나운서, CEO 커뮤니케이션 스킬

지난 9월 2일 진행됐던 2주차 교육은 경기도 용인의 종소기업중앙회 인력개발원에서 1박 2일 동안 워크숍 형태로 진행됐다. 워크숍은 스페셜 마케팅 MBA, 원우 간담회 등이 진행됐으며 경영자 특강으로 CEO의 이미지메이킹과 커뮤니케이션 스킬에 대한 교육이 이뤄졌다.

먼저 이미지메이킹 센터의 송은영 교수는 성공하는 CEO의 이미지 리더십이란 주제로 강의를 진행했다. '당신 자신은 당신이 만든 최초의 상품이다. 따라서, 당신을 시장에 어떤 상태로 내놓느냐가 매우 중요하다.', '사람들은 당신이 진실로 어떤 사람인지 알지 못한다. 다만 어떤 사람일 것 같다라는 것을 인식할 뿐이다.' 라는 격언을 예로 들며 사람의 첫인상과 이미지를 개인과 기업의 브랜드 가치를 올릴 수 있는 하나의 수단으로 소개했다.

다음으로 이세진 아나운서가 CEO의 커뮤니케이션의 스킬에 관해 강의했다. "리더가 제시하는 멋진 비전에 취해 직원들이 같은 꿈을 꾼다면 직원들은 밤낮을 가리지 않고 목표달성을 위해 청춘을 바칠 수도 있다. 이제 말을 잘하는 것이 특정인의 개별적인 능력으로 치부되던 시대는 갔다. 말하기는 전문성이나 성실성 그 이상으로 중요한 경쟁력이다. 혼자서 열심히 일해 천재성을 발휘하는 것으로 결코 리더십을 완성할 수 없다"며 말하기의 중요성을 일깨워주며 목소리를 다듬는 방법, 대화의 기술을 강의했다.

> "당신 자신은 당신이 만든 최초의 상품이다 따라서, 당신을 시장에 어떤 상태로 내놓느냐가 매우 중요하다"

주철환 교수

박상기 교수

3주차

주철환 교수, 열정이란 무엇인가
박상기 교수, 글로벌 협상론

'제5기 KFCEO 교육과정 ' 3주차 강의가 지난 9월 12일(월) 전경련회관에서 열렸다. 이번 3주차는 추석을 앞둔 원우회원들이 바쁜 일정에도 불구하고 많은 인원이 참석해 눈길을 끌었다.

첫 번째 강의는 아주대학교 문화콘텐츠학과 주철환 교수의 '열정이란 무엇인가'라는 주제로 시작됐다. 주 교수는 "삶에는 중요한 것과 필요한 것이 있다. 또 내가 지켜야 할 것과 버려야 할 것이 있다며 그 리스트를 작성한 뒤에 가장 중요한 것을 지키는 습관을 들여보자"고 설명하며, "불필요한 것을 하지 않고 '정리정돈'만 잘해도 성공할 수 있다"고 강조했다. 주 교수는 또 '열정은 고난을 수반한다'며 행복하려면 자신에게 맞는 옷을 입어야 한다고 강조했다. 즉, 적재, 적소, 적시를 잘 지키고 세상과, 욕망과의 안전거리를 잘 확보해야 한다고 말했다.

이어 두 번째 시간에는 대한민국 대표 협상 트레이너인 네고티스트 박상기 교수의 강의가 이어졌다. 박 교수는 국내 기업은 국제 협상에서 첫 번째 협상에 모든 것을 쏟아 부어 협상이 결렬되거나 유리한 협상을 이끌어내지 못하는 사례가 비일비재하다며, 글로벌 매니저는 상호 커뮤니케이션 능력, 제품의 프리젠테이션 능력, 협상능력 등의 역할이 매우 중요함을 강조했다. 즉, 말만 번지르르하다고 해서 비즈니스 커뮤니케이션이 아니라는 얘기다. 무엇보다 철저한 준비가 요구되며, 비즈니스 파트너의 마음을 움직일 수 있는 랭귀지가 요구되고 있다고 강조했다. 아울러 상대의 관점, 입장, 상황에서 그들이 무엇을 원하는지 제대로 짚어내는 통찰력을 가져야 한다고도 덧붙였다. 강연이 끝난 뒤 KFCEO 교육과정 회원들은 〈국수나무〉, 〈도쿄스테이크〉, 〈화평동〉, 〈하늘나무PC방〉 프랜차이즈 사업을 펴고 있는 해피브릿지협동조합을 방문해 정민섭 대표로부터 회사소개와 함께 본사를 둘러보는 시간을 가졌다.

변명식 교수

어도선 교수

이춘우 교수

4주차

변명식 교수, 프랜차이즈 기업의 윤리
어도선 교수, 기업경영과 봉사의 이해
이춘우 교수, 윤리적 경영의 이슈와 과제

9월 19일에 열린 KFCEO 교육과정 4주차는 윤리 경영을 주제로 첫 번째 강의가 시작됐다. 장안대학교 변명식 교수는 프랜차이즈 기업의 윤리란 주제로 윤리 경영이란 기업경영에서 무엇보다도 윤리, 즉 이익을 추구하는데 투명한 가치관으로 무장하고 공정한 업무를 수행하는 것이라 설명했다. 뇌물이나 부정부패 등을 강력하게 규제하고자 하는 부패라운드의 전개로 국제거래에서 윤리적 기준을 갖춰가는 것이 매우 중요한 과제로 떠오른 만큼 기업들이 시장의 윤리 즉 시장의 질서를 준수하는 동시에 실체로서 권리와 의무를 다해야 한다고 설명했다.

이어서 고려대학교 어도선 교수는 나눔과 배려의 부재 속에서 살고 있는 현시대의 문제점을 지적하며 진정한 나눔과 배려의 실천을 강조했다. 사회적 불평등의 심화는 사회 계층 간 갈등을 불러일으켜 시민사회 붕괴 위험을 초래할 수 있다며 작은 나눔부터 많은 기업들의 나눔 경영을 설명했다. 노블레스 오블리주 정신을 강조하며 나눔의 정신은 미래를 위한 투자라 강조했다.

마지막으로 시울시립대 이춘우 교수는 이제 기업 간의 기술적 평준화가 심화됐기에 윤리적 기업경영을 더욱 강조했다. “현대 사회는 SNS 때문에 조금이라도 윤리를 어긴다면 기업에 큰 타격을 받는다. 문제가 발생한 기업의 제품을 사지 않는 불매운동이 빈번히 발생하고 있다. 기업엔 사회적 기대감이 형성된다. 경영자의 선택은 꼬리가 될 수 있고 평가 대상이 될 수 있다”며 이 교수는 기업들의 비윤리적 경영 사례와 올바른 윤리적 선택 사례를 소개하며 윤리적 경영의 이슈와 CEO가 끌어안아야 할 과제를 소개했다.

> “
> 뇌물이나
> 부정부패 등을
> 강력하게 규제하고자 하는
> 부패라운드의 전개로
> 국제거래에서
> 윤리적 기준을
> 갖춰가는 것이
> 중요한 과제
> ”

5주차

민유식 대표, 프랜차이즈기업 고객경험관리 성공전략
이경희 소장, 프랜차이즈 마케팅

KFCEO 교육과정 5주차 1교시는 미스터리쇼핑 전문기업의 민유식 대표가 국내외사례를 통해 살펴보는 '프랜차이즈기업 고객경험관리 성공전략'을 강의했다. 민 대표는 〈Google〉, 〈GUCCI〉, 〈Cartier〉, 〈Intel〉등 브랜드 아이덴티티를 확고히 하며 오랜 역사를 이어가는 글로벌 기업들이 한결같이 미스터리쇼퍼 제도를 얼마나 중요시하며, 이 제도를 활용해 브랜드의 품격을 유지한다는 사실을 실제 미스터리쇼퍼 컨설팅 사례를 활용해 설명했다.

반면, 아직 국내에서는 미스터리쇼퍼 제도를 활발하게 활용하지 못하고 있는 부분에 대해 안타까움을 전하며 미스터리쇼퍼 제도의 결국은 고객접점관리이고, 고객접점관리야말로 브랜드가 생존을 넘어 역사를 만들어갈 수 있는 핵심임을 설파했다. 더불어 "고객의 소리에 귀기울이지 않으면 브랜드는 병들어간다"고 전하며, "무엇보다 고객의 반응에 촉각을 곤두세우고 브랜드를 관리해 나가야 한다"고 강조했다. 또 미스터리쇼핑을 통해 측정해야 할 사안과 활용방법에 대한 체크리스트를 세세하게 다루며 그날 참석한 협회 회원사 대표들이 강의를 듣고 직접 적용할 수 있도록 실용도 높은 강의를 진행해 호응을 얻었다.

2교시에는 한국창업전략연구소 이경희 소장의 프랜차이즈 마케팅 강의가 이어졌다. 이경희 소장은 영화 '첨밀밀' 영상으로 감성을 자극하며 부드럽게 강의를 시작했다. 이 소장은 오프라인과 모바일, SNS 마케팅 트렌드를 살피는 것과 더불어 전체적으로 쇼핑의 경계가 모호해지는 블러현상에 초점을 맞춰 발빠르게 대응해야 한다고 강조했다. 또 가맹점의 권리를 보장하고, 지속적인 수익창출을 위해 노력하는 모범기업으로 〈채선당〉과 〈꿀닭〉의 예를 들며, "지속성장하는 프랜차이즈 본사가 되기 위해서는 가맹점을 끝까지 책임지고 함께 하겠다는 마인드로 끊임없는 연구와 개발, 서포트가 이뤄져야만 한국 프랜차이즈 산업의 진정한 성장이 이뤄질 것이다"라고 설파했다.

민유식 대표

이경희 소장

KFCEO 교육과정 5기 원우명단 (가나다순)

권오병 대표
(주)빛송푸드 〈인동국밥〉

김병조 대표
(주)푸드미디어그룹 〈밥상머리뉴스〉

김상훈 대표
다우이엘(주)

김순조 대표
(주)SJ컴퍼니

김영복 대표
(주)구슬함박〈구슬함박〉

김용순 편집위원
한국프랜차이즈산업신문

김지영 대표
(주)태일에드

김철민 이사
(주)푸디세이 〈따복따복〉

김태곤 대표
디자인에스알(주)

김태균 대표
티에스시스템(주)

김현간 대표
(주)KMS

김현우 이사
조은주비트산업(주)

김형태 대표
서해DS레저

나현우 이사
(주)미래주방산업

문공현 대표
(주)포스텍

문정원 대표
(주)제이엠월드와이드

박동영 대표
(주)세계로식자재

박문용 대표
(주)오성푸드

박성기 대표
(주)조은터

서용원 대표
(주)라온에프앤비

심우석 지점장
국민은행(학동지점)

안혜숙 대표
레이디플라워

오원현 대표
제이택코리아

오은정 대표
(주)아트크레오 〈렘브란트프리스쿨〉

오일곤 대표
파시드코리아(주)

오훈 대표
(주)크리니트

원현 대표
(주)명일엠에스

유영수 대표
(주)거성문화

윤경주 사장
제네시스BBQ

이규운 대표
(주)코리아푸딩

이동현 회장
ORAC 1879

이명해 상무
교촌에프앤비(주)

이병훈 대표
(주)TH&T

이성대 대표
(주)비추미글래스

이영찬 대표
(주)용마을

이정헌 대표
나이스토탈(주)

이종희 상무
(주)스카이씨앤에스

이준수 대표
(주)오투스페이스 〈아팔〉

임서현 대표
송림특수제지

임영서 대표
(주)대호가 〈죽이야기〉

임채성 대표
농업회사법인 팜앤피아

임화선 대표
치어유니폼

전성훈 대표
(주)가인채

전현희 의원
국회의원

정견진 대표
황도칼국수 〈황도칼국수〉

정동환 배우

정청용 대표
(주)오성종합상사

정태교 대표
(주)굿프렌즈

조성우 대표
(주)오피스넥스

조영록 대표
UK FOOD(주)〈쌀쌀맞은닭〉

조혜진 대표
(주)HDINC

차승희 대표
(주)다미컬렉션

최상업 대표
(주)창화당 〈창화당〉

최성식 대표
(주)미래본 〈하나샵와플〉

최윤혁 대표
황금코다리 〈황금코다리〉

최재우 회계사
한울회계법인

최창우 대표
최가네푸드(주) 〈전설의 치킨〉

하수만 대표
화신영농조합법인 〈아이자백련가〉

허인애 대표
우리기업(주)

황은주 대표
(주)티오피퍼니처 〈Arfu〉

황준 이사
(주)메디치아이앤씨 〈원도우앤스타일〉

■ 제5기 집행부 명단

원우회장	임영서
감　　사	최재우
고　　문	조성우, 이동현, 이영찬, 윤경주
자문위원	김병조, 정동환, 전현희
수석부회장	원현, 김지영
부 회 장	최창우, 권오병, 오일곤, 김현간, 서용원, 이규운
사 무 국	김순조, 조혜진, 차승희, 정태교, 박동영, 이종희
경　　조	안혜숙
골　　프	이병훈
레　　저	나현우
여　　성	임서연
형 아 우	황은주

2020년까지 글로벌 톱10 기업 성장 기대

CJ푸드빌(주) 〈뚜레쥬르〉

CJ푸드빌(주)은 〈빕스〉, 〈비비고〉, 〈뚜레쥬르〉, 〈투썸플레이스〉 등 자체 개발한 독자 브랜드를 바탕으로 외식 · 제과업에 대해 오랜 시간 습득한 노하우와 전문성을 확보하고 있다. 아울러 한국의 식문화를 세계화하기 위해 실질적인 노력을 하고 있는 가운데, 2020년에는 글로벌 TOP 10 외식전문 기업으로 도약한다는 비전으로 해외 사업에 박차를 가하고 있다.

재료부터 엄선한 건강 베이커리 세계 속으로

〈뚜레쥬르〉는 지난 1997년 양산빵이 주를 이루던 프랜차이즈 베이커리 시장에서 '매일 매일 갓 구운 빵'이라는 슬로건 아래 1호점을 론칭, 현재는 전국 1300개 안팎의 점포를 운영하고 있다. 특히, 2012년에는 새롭게 도입한 '재료부터 다른 건강한 베이커리'라는 콘셉트에 부합하는 질 좋은 재료들을 듬뿍 넣는 시리즈 제품 '순시리즈'(순우유, 순치즈, 순꿀, 순땅콩호박 등) 등을 연이어 히트시키며, 고객의 신뢰를 받는 '재료 중심'의 브랜드로 자리매김해오고 있다.

〈뚜레쥬르〉는 2004년 미국에 첫 진출 후 현재 7개국(미국, 중국, 베트남, 인도네시아, 필리핀, 캄보디아, 말레이시아)에 총 190여개 점포를 운영 중이다. 먼저 중국에서는 베이징, 상하이, 광저우 등 6개 주요 도시에는 직영 매장을 운영하고, 11개의 성과 자치구 등 총 16곳에서는 MF(마스터프랜차이즈)로 운영하며, 한국 베이커리로는 가장 많은 지역에 진출해 있다.

미국은 진출 초기 서부에 집중돼있던 매장들이 현재 뉴욕, 뉴저지 주를 중심으로 동부로도 퍼져나가며, 텍사스 주에 매장을 오픈하는 등 남부에도 진출, 미국 전역으로 확장해 가고 있다. 2007년 베트남 진출 후에는 경제 중심지 호치민, 수도 하노이, 최대 산업도시 다낭 등 핵심 요지에 현재 총 30여개 매장을 운영 중이며, 베이커리 브랜드 중 매장 수, 매출 기준 1위를 차지하고 있다. 2011년 인도네시아에 진출 후에는 자카르타, 데포크 등지에 오픈한 매장을 활발히 운영 중이며, 캄보디아는 수도 프놈펜 외 지역에도 첫 진출하는 등 동남아 지역에서도 성과를 이어가고 있다.

중국 요지에 속속 입점해 브랜드력 과시

〈뚜레쥬르〉는 지난해 6월, 중국 제3의 도시 '광저우'에 첫 매장을 오픈하고, 경제 성장률 최상위권 '구이저우성'에 진출하는 등 활약을 보이고 있다. 국내 베이커리 중에서 이 두 지역에 진출한 브랜드는 〈뚜레쥬르〉가 유일, 중국 대륙 내 최다 지역 거점을 확보하게 됐다. 또 같은 해 3월에는 중국 정부가 2000년부터 추진해온 '서부대개발 사업'의 핵심 지역 중 하나이며, 중국의 새로운 국제 무역 도시로 성장할 신장위구르 자치구에 매장을 개설하는 등 중국에서의 고속, 광속 성장을 위해 박차를 가하고 있다.

특히 지난 9월에는 중국 상하이 핵심상권인 난징시루(南京西路)에 〈비비고 · 뚜레쥬르〉 복합화 콘셉트 매장을 열어 눈길을 끌고 있다. 〈비비고〉는 지난해 밀라노 엑스포에서 호평을 받은 바 있는 한식 메뉴를 해외에 처음으로 확대 적용했으며, 〈뚜레쥬르〉는 글로벌 가능성 테스트를 위한 '주스바' 코너를 숍인숍 형태로 마련해 차별화를 기했다.

〈뚜레쥬르〉와 〈비비고〉 매장이 자리한 복합몰 '징안케리센터(Jing An Kerry Centre)'는 상하이 상권 중 소비력이 상위권에 들 정도로 경쟁력 있는 난징시루에 위치한다. 이곳은 상하이 지하철 2 · 7호선이 지나는, 유동인구가 많고 주변 오피스와 주거지 등이 밀집해 있는 지역으로 눈길을 끈다. CJ푸드빌(주)는 상하이 메인 상권에 2개 브랜드 매장을 복합화 콘셉트로 입점시켜, 상하이를 거점으로 브랜드 인지도를 대폭 상승시켜 나갈 계획이다. 이 회사 관계자는 "CJ푸드빌(주)는 〈빕스〉, 〈비비고〉, 〈뚜레쥬르〉 등 자체 개발한 독자 브랜드를 바탕으로 외식 · 제과업에 대해 오랜 시간 습득한 노하우와 전문성을 확보하고 있다. 또 한국의 식문화를 세계화하기 위해 실질적인 노력을 하고 있는 유일한 기업"임을 강조했다.

아카데미 개설 등 전문인력 양성에도 주력

이 외에도 베트남 〈뚜레쥬르〉는 오토바이 발렛 서비스 등 공급자 중심의 서비스에서 소비자 중심의 서비스와 프리미엄 제품들로 큰 호응을 얻고 있다. 2012년부터 베이커리 브랜드 중 매장 수, 매출 기준 1위를 유지하고 있을 정도로 인기를 끌고 있으며, 고급화 바람에 맞춰 2014년 3월 베이징에 오픈한 〈뚜레쥬르 브랑제리 & 비스트로〉는 오픈 이래 지속적으로 중국 〈뚜레쥬르〉 매출 1위를 고수하고 있다. 이처럼 〈뚜레쥬르〉는 프리미엄 건강 베이커리라는 브랜드 이미

지로 해외 고객들의 마음을 사로잡고 있다.

CJ푸드빌(주)는 2013년 9월, 한국국제협력단(KOICA)과 협력하는 글로벌 사회 공헌 프로그램의 일환으로 베트남 응에안성 지역에 위치한 한 · 베 기술학교에 CJ제과제빵학과를 오픈하기도 했다. 지역 사회에 선진 제과제빵 기술을 정착시켜 지역사회 소득향상과 발전에 이바지하기 위해 이 같은 활동에 동참해왔으며, 인도네시아와 중국에도 CJ제과제빵학과를 설립해왔다. 특히 중국 베이징 랜드마크인 왕징 소호에 '베이징 아카데미'를 개설해 중국 전역에 걸쳐 급증하는 매장 운영을 도모하기 위한 전문인력 양성에도 주력하고 있다.

〈뚜레쥬르〉는 지난 2014년 1월부터 〈별그대〉 열풍과 함께 전속 모델인 김수현의 중국 내 인기에 힘입어 베이징과 상하이 매출이 최대 70% 가까이 상승하는 등 한류의 실질적 영향을 과시하기도 했다. 당시 현지 고객들은 하루 종일 김수현 전신 사진 입간판 앞에서 기념사진을 찍고 매장에 들러 빵과 케이크를 구입하는 등 한류 열풍을 그대로 보여주기도 했다.

R&D와 메뉴개발, 매뉴얼 등 해외 전수

〈뚜레쥬르〉는 지난 2004년 미국 캘리포니아 주 LA 인근 노스리지에 자리잡은 밸리(Valley)점을 열고 해외에 첫 진출한 바 있다. CJ제일제당의 오랜 제분 기술을 바탕으로 만들어진 차별화된 베이커리 브랜드인 만큼 건강한 한국의 빵 제품들을 해외에서도 알리고자 해외 진출을 시작한 것이다. 아울러, 연매출 수십조원 규모의 세계적인 F&B(food & beverage)기업인 〈맥도널드〉, 〈스타벅스〉, 〈Yum〉이 한국에서도 나와야 하는 만큼, CJ푸드빌(주)는 식문화 사업에 전문성을 가진 CJ그룹의 일원으로서 해외 사업 투자를 지속하고 큰 사명감을 갖고 있다고 밝혔다. 특히 CJ푸드빌(주)는 해외 진출 시 해당 국가의 시장 상황과 사회 경제 문화 등을 아울러 철저한 사전 조사를 거쳐 진행해오고 있다. 중국의 경우, 광활한 영토 안에 지역, 성(省) 마다 각기 다른 특성과 문화를 가진 점을 고려해 직영, 마스터프랜차이즈(MF) 등 다양하고 유연한 운영 방식을 적용하고 있다.

CJ푸드빌(주)는 현재 국내의 R&D와 메뉴개발, 매뉴얼 등의 역량을 해외로 그대로 전수하고 있다. 다만 국내로부터 국산 식재료의 높은 물류 비용 등이 애로사항이다. 이에 중장기적으로 더욱 많은 매장을 출점할 시 현지에 센트럴키친을 세우는 계획도 검토 중이다. 국내 우수 인력의 노하우와 역량 이전 부분에 있어서는 지난해 8월 오픈한 CJ푸드빌(주)는 베이징아카데미가 큰 힘이 될 것으로 기대하고 있으며, 이를 시작으로 교육 인프라를 안정적으로 제공해 마스터프랜차이즈사와의 협력 및 점포 운영 능력이 더욱 향상될 것으로 전망하고 있다.

한국 브랜드, 글로벌 외식 사업 활성화 적기

CJ푸드빌(주)는 현재 해외 10개국에 〈뚜레쥬르〉, 〈비비고〉, 〈빕스〉, 〈투썸플레이스〉의 4개 브랜드로 진출한 가운데, 2020년에는 진출국을 15개국으로 확대해나간다. 매장 수 또한 현재 290여 개에서 3600개로 늘릴 계획으로, 글로벌 톱10 외식전문기업으로 성장한다는 방침이다. CJ푸드빌(주)는 여러 나라가 해외 진출 전략에서 중요하나, 특히 중국과 미국의 경우 상대적으로 가능성을 크게 보고 있다. 시기적으로 한류와 연계시켜 글로벌 외식 사업을 활성화시킬 수 있는 적기라고 생각하고 해외진출에 주력하고 있다.

이 회사 관계자는 해외 진출 선두 기업으로 후발 기업들에게 "제조업과 달리 외식 및 서비스업은 문화적으로 다가가는 사업인 만큼 해외 진출 및 성공이 쉽지 않다. 확고한 믿음과 전략이 필요하며 한식 세계화와 같은 사명감도 있어야 한다"고 강조한 뒤 "현재 다양한 F&B 브랜드들이 중국, 미국 등은 물론 동남아 주요국가와 중동 지역까지 활발한 진출을 하고 있어 한국 브랜드들이 더욱 위상을 떨칠 수 있을 것으로 기대하고 있다"고 설명했다.

아울러 해외진출국에 대한 정부의 다양한 지원정책을 기대하고 있으며, 국가가 지원하는 해외 인턴 프로그램이나 현지 기업 투자 유치 등의 기회가 뒤따라야 한다고 강조했다. 또 비자 규정 때문에 짧은 기간 내 다시 본국에 돌아와야 하는 등 현지에서 업무의 연속성이 보장이 안돼, 나라간 비자 규정 협의 지원의 필요성, 외식산업 진흥을 위한 규제완화 등 실질적인 지원책이 요구되고 있다고 설명했다.

글 임나경 편집국장 사진 업체 제공

한류로 성공 가능성 높은 외식 시장

철저한 현지화와 다양한 마케팅 전략으로 국내 브랜드 승승장구

말레이시아는 한류로 인해 대한민국에 대한 호감이 높고 외식 비율이 높아 국내 외식 브랜드들이 성공할 수 있는 기반을 갖추고 있다. 최근 국내 치킨 및 디저트 브랜드들이 말레이시아를 새로운 블루오션으로 만들기 위해 현지 진출을 가속화하고 있다.

말레이시아

외식문화 발달, 한류 붐, 높아진 성공 가능성

지난 2015년 외교부 조사 결과, 우리나라에 호감을 느끼는 국민이 가장 많은 나라로 말레이시아가 1위(72.7%)에 뽑혔다. 이는 말레이시아 현지에서 부는 K-POP, 한국 드라마 및 예능 열풍이 일시적인 현상이 아님을 입증하는 것이다. 현지 최대 K-POP 페이스북 커뮤니티인 Malaysian KPOP fans는 6만명 이상의 회원이 활동하고 있으며, 최근 쿠알라룸푸르에서 진행된 한국 제품의 론칭 행사의 경우 탤런트 이광수 씨가 참석한다는 소식을 듣고 수천 명의 팬들로 인산인해를 이뤄 관계자들을 놀라게 했다.

이와 같은 한류 열풍으로 인해 말레이시아인들은 자연스럽게 한국의 문화와 음식에 대해 관심을 갖게 됐다는 게 현지 전문가들의 분석이다. 이를 기회로 삼은 한국 프랜차이즈 브랜드들의 진출 또한 가속화되고 있는 상황에서 적지 않은 기업들은 한류를 이용한 마케팅 및 현지 사정을 고려한 진출 전략으로 성장세를 이어나가고 있다.

말레이시아인은 집에서 식사하는 빈도만큼 외식을 하며 현재 배달 문화까지 점점 더 활성화돼 가는 중이다. 최근 현지 보도에 따르면 말레이시아인의 64%는 하루에 한 끼 외식을 하며 나머지도 집에서 식사를 하는 경우 12.5%는 밖에서 사다가 먹는 것으로 분석되고 있다. 이 정도 비율이면 두 끼 중 한 끼를 밖에서 해결한다는 미국과 별 차이가 없는 수준이어서 국내 프랜차이즈 브랜드의 성공 가능성은 그만큼 높아지고 있다.

말레이시아 육류 소비량

(단위: Metric Ton)

종류	2012년	2013년	2014년
소고기	181,479	201,556	210,166
양고기	24,384	28,767	34,935
돼지고기	228,531	228,023	229,752
닭고기(오리 포함)	1,301,480	1,390,660	1,427,080

자료원: Department of Veterinary Malaysia

현지 문화 이해한 치킨업체 승승장구

말레이시아의 국교는 이슬람교로 돼지고기 섭취가 금지되어 있다. 이 때문에 저렴한 가격과 다양한 레시피로 인해 닭고기 섭취량이 많아 다른 곳에 비해 월등한 치킨 선호도를 보이고 있고 총 섭취량 또한 지속적으로 상승하고 있는 상황이다.

현재 말레이시아 현지에는 〈꿀닭〉, 〈교촌치킨〉, 〈BBQ〉, 〈치르치르〉 등의 치킨 브랜드들이 진출해 현지인들의 입맛을 사로잡고 있다. 해당 업체들은 각기 국내와는 다르게 현지인의 입맛에 맞는 다양한 메뉴 운영으로 큰 인기를 얻고 있다. 이는 치킨 메뉴만을 중점적으로 판매하고 있는 한국 매장과 차별적으로 밥이나 찌개류를 제공하는 메뉴 다변화의 정책으로 한류에 젖어들고 싶은 현지인들의 뜨거운 호응을 얻어내고 있는 것이다.

또한 말레이시아에 진출한 치킨업체들은 한류스타를 광고모델로 내세워 한류 팬 대상 홍보 극대화를 통해 입소문을 내고 있다. 이를 통해 말레이시아인들은 브랜드에 친근해져 매장 접근이 쉬워지고, 직접 맛을 본 메뉴에 반해 높은 매출을 이루게 하는 선순환 구조를 장착하게 하고 있다. 현지 문화를 이해한 치킨업체들의 전략과 한류의 만남이 말레이시아에서 국내 치킨업체들의 성장을 돕고 있는 셈이다.

디저트 브랜드에게 찾아온 블루오션

말레이시아에는 현재 〈스트릿츄러스〉, 〈설빙〉, 〈지팡이 아이스크림〉, 〈드롭탑〉, 〈망고식스〉 등의 브랜드들이 매장을 오픈했거나 마스터프랜차이즈 등의 계약을 맺고 현지 진출을 위해 애쓰고 있다. 말레이시아는 사계절이 섭씨 35~37℃를 오가는 기후(낮 기준)로 인해 연중 수시로 아이스크림이나 차가운 음료를 찾는 고객이 많아 국내 디저트 브랜드들이 치열한 국내 시장을 벗어나 도전하기 안성맞춤인, 디저트업계의 블루오션으로 불릴 수 있는 국가로 지목되고 있다.

현지 전문가들은 말레이시아 아이스크림 시장이 2009년부터 2014년부터 연평균 7%의 성장률을 보이고 있었다면서 앞으로도 지속적인 시장 확대가 가능할 것으로 내다보고 있다. 국내 브랜드들은 현지 고객들이 선호할 만한 맛과 디자인을 고안하는 등 현지 시장 안착을 위해 다방면의 마케팅 전략을 세우고 있어 앞으로도 성장세가 예상된다.

2009~2019년 말레이시아 아이스크림 시장 규모

(단위: 백만 달러, %)

연도	총계	Off Trade	On Trade
2009년	217.6	140.4	77.2
2014년	303.7	195.7	108
2019년	388.6	249.9	138.7
2009~2014년 연평균 성장률	6.9	6.9	7
2014~2019년 연평균 성장률(예상)	5.1	5	5.1

* 주: 오프 트레이드; 슈퍼마켓, 면세점 등 판매시장 / 온 트레이드; 레스토랑, 바, 호텔 등 소비시장

자료원: marketresearch

내 손안에 작은 레스토랑

(주)푸디세이 〈스테이크보스〉

〈스테이크보스〉는 소자본 창업의 목적이자 이유인 가맹점주의 생계를 위한 고민과 배려가 녹아든 브랜드다. 트렌디한 아이템, 합리적인 가격으로 가치와 합리성을 중시하는 고객들의 요구를 적중함은 물론, 본사의 마진을 줄여서라도 가맹점의 안정적 수익을 확보하는 노마진 물류 정책을 펼치는 등 말이 아닌 행동으로 가맹점을 향한 마음을 보여주고 있다. 2달 만에 10개 가맹점을 오픈하고 가맹문의가 쇄도하는 등 예비창업자들의 반응도 폭발적이다.

(주)푸디세이 서성원 대표이사

론칭 2달만에 10개 가맹점 오픈

"같은 아이템도 누가 하느냐에 따라 천차만별입니다. 마치 내가 한 밥맛과 어머니가 한 밥맛이 다르듯이. 테이크아웃 스테이크를 전문으로 하는 브랜드들이 속속 늘고 있지만, 같은 테이크아웃 스테이크라도 누가 만드느냐 어떤 본사가 운영하느냐에 따라 천지 차이입니다."

30년간 외식 경영의 길을 걸어온 (주)푸디세이의 자부심이 느껴지는 대목이다.

지난 7월 론칭한 〈스테이크보스〉는 직영으로 운영되고 있는 이수점, 신천점, 신대방점 등 3개 점포가 성공적인 안착을 보이며 소자본 창업에 화제 브랜드로 떠오르고 있다. 론칭 한 달만에 SBS 생활경제에 보도, MBC 파워 매거진에 '문 연지 한 달도 채 되지 않아 문전성시를 이루는 집'으로 소개되며 〈스테이크보스〉를 향한 관심은 한 층 더 끓어 올랐다. 그리고 현재 론칭 2달만에 사당점, 등촌점, 평촌점, 광명 하안점, 의정부점, 인하대점 등 각지에서 10개 점포를 오픈하며 가맹사업의 화려한 스타트를 끊고 있다.

특수 제작한 불판에서 주문 즉시 갓 구워낸 비프스테이크와 채소, 후렌치후라이 그리고 음료까지 한 컵에 다 담아냈음에도 가격은 7900원. 스테이크가 양질의 쇠고기임을 감안한다면 남는게 있을까 싶을 정도로 저렴한 가격이다. 이 가격대가 가능한 데는 〈스테이크보스〉를 론칭한 (주)푸디세이의 30년 운영 노하우 및 물류 기반, 그리고 가맹점의 안착을 지원하는 노마진 물류정책이 있다.

생계를 해결하는 브랜드

회사 관계자는 "〈스테이크보스〉는 갓 태어난 신생아 브랜드이기에 아직까지는 큰 구매력을 확보할 수 없습니다. 그래서 본사는 마진 없는 물류를 공급할 예정입니다. 적정량의 가맹점이 전개되기까지 노마진 정책을 이어갈 것입니다. 가맹점의 생존이 우선이기 때문입니다" 라고 설명한다. 합리적인 가격과 양질의 아이템 제공으로 고객을 확보하면서도, 가맹점의 이익은 최우선으로 보장해야 한다는 본사의 철학이 담긴 정책이다. 브랜드가 자리 잡기까지 손실과 투자는 모두 본사에서 감당할 것이라는 각오다. 대박을 말하진 않겠다. 그러나 먹고 사는 근본적인 생계 문제를 해결하는 브랜드가 되는 것이 〈스테이크보스〉의 목표이기에 실천할 수 있는 발상이다.

〈스테이크보스〉는 기준 평수 26.4㎡(8평)으로 초기 진입장벽을 낮췄으며, 지속 가능한 점포를 만들기 위해 임대료가 가급적 낮은 B급 이하의 상권을 중심으로 점포를 전개하며 가능성을 입증하고 있다. 현재 이수점, 신대방점, 신천점 등 서울 3개 직영점에서 평균 일 매출 80만원, 최고 150만원의 안정적인 매출을 보이는데, 직영점의 위치가 주택가, B급상권 변두리 등임을 고려한다면 만족스러운 결과다. 〈스테이크보스〉의 곽환기 부장은 "초기 창업비용보다 무서운 것이 매장 임대료, 인건비, 권리금입니다. 임대료가 비싼 A급 상권에 위치하면 매출은 잘 나올 수밖에 없습니다. 그러나 높은 임대료와 권리금을 감당하면서 점포 운영이 얼마나 지속 가능한지는 미지수입니다. 이 모든 부담이 결국 가맹점주들에게 돌아갑니다"라며 직영 3호점을 비교적 열악한 입지에 마련한 것에 대한 이유를 설명했다.

가맹점주 모두를 마케팅 전문가로

〈스테이크보스〉 가맹본부는 가맹점 론칭 전 가맹점주의 마케팅 능력 향상을 위한 특별한 프로그램, '공짜로 하는 마케팅 프로모션'을 진행하고 있다. 전단지나 신문을 활용한 오프라인에서 온라인 중심으로 이동하는 마케팅 흐름에 발맞출 수 있도록 블로그, SNS 및 홈페이지 개설 방법, SNS 마케팅 활용 방법 등을 상세히 지도한다.

실례로 월요일에 고객 방문이 줄 경우 월요일 한정 할인 혜택을 제공하는 것 등 매출이 저조한 요일에는 어떤 마케팅을 펼쳐야 하는지, 점포 상황과 고객 성향에 맞춘 전략을 강조한다. 굳이 광고나 홍보에 비용을 들이지 않고도 마음껏 실천 할 수 있는 자체적인 마케팅 운용 능력을 키우는 것이다. 실제로 본사 직영점에서도 각 지역별 특성에 맞춘 마케팅을 펼치고 있는데, 유흥상권인 신천점에선 하나 사면 하나 더 주는 '1+1 마케팅'을 펼쳐 호응을 얻었고, 인스타그램에 〈스테이크보스〉 사진을 찍어 등록하면 점장이 윙크를 해주는 '윙크 이벤트'로 재미를 선사했다.

신대방점은 공원에서 운동하는 고객들이 많고, 이 경우 간단한 식사와 가벼운 맥주 한잔을 원하는 수요를 감안해 음료 가격에 맥주를 제공하는 프로모션을 펼친다. 이런 맞춤형 전략은 가치와 합리성을 따지는 고객들을 불러 모으며 점포 운영에 윤활유가 되고 있다. 반응도 효과도 쏠쏠한 마케팅 노하우를 공유하는 것을 넘어, 전 가맹점주가 스스로 마케팅 전문가가 될 수 있도록 지원하겠다는 그들의 지침이 더욱 색다르고 강한 〈스테이크보스〉를 만드는 원동력임에 틀림없다.

글 박신원 기자
사진 황윤선 기자, (주)푸디세이 제공

혁신을 가져온 1인 샤브전문점

(주)채선당 〈샤브보트〉

제37회 프랜차이즈산업박람회에서 (주)채선당의 〈샤브보트〉가 예비창업자들의 시선을 한 몸에 받았다.
1인 샤브전문점으로 고객들에게 선을 보인 〈샤브보트〉가 가맹사업에 대한 자신감을 갖게 된 것.
13년 샤브샤브전문점의 내공으로 개발된 〈샤브보트〉는 예비창업자들의 안정적인 창업과 수익을 담보로 한 올 하반기 창업 시장의 핫이슈로 떠오르고 있다.

(주)채선당 김익수 대표이사

13년 내공이 집결된 신개념 창업 아이템

국내 샤브전문점 가운데 1등 프랜차이즈 브랜드로 자리매김하고 있는 〈채선당〉이 1인 샤브전문점 〈샤브보트〉를 론칭, 예비창업자들과 고객들에게 인기몰이 중이다.
(주)채선당은 올 초 나홀로족을 위해 혼자서도 샤브샤브를 즐길 수 있는 〈샤브보트〉를 론칭해 업계의 이목을 집중시킨 바 있다. 친환경 채소와 호주 청정우를 사용한 1인 샤브샤브로 건강한 식사를

혼자 즐기기에 최적화했다. 그동안 샤브샤브는 아이템 특성상 1인이 즐기기에는 부담스러운 면이 많았으나 최근에는 혼자서도 식사를 즐기는 고객층이 늘어남에 따라 1인 샤브 전문점인 〈샤브보트〉를 선보여 〈채선당〉의 내공을 제대로 보여주고 있다.

(주)채선당 김익수 대표는 "1인 가구의 소비 트렌드에 주목하며, 고객 니즈를 위해 끊임없는 변화와 혁신을 아끼지 않고 있다. 즉, 혼자서도 샤브샤브를 즐길 수 있는 1인 샤브 전문점 〈샤브보트〉를 지난 3월에 론칭하고 고객 반응을 살피고 있는데, 다행히 좋은 반응이다"라고 말했다.

특히 업계의 장기불황이 지속되는 가운데 〈샤브보트〉는 기존 중대형 매장과 차별화 된 66~99m²(20~30평)의 소형모델로, 〈채선당〉의 13년 운영노하우가 집결된 신개념 창업 아이템이다. 건강한 먹거리를 표방하는 〈샤브보트〉는 2~3인이 운영 가능한 청년 및 부부 창업의 새로운 성공모델로 자리매김할 것으로 기대하고 있다.

식재료의 신선함과 다양한 맛으로 승부

(주)채선당은 1년 전부터 싱글라이프 스타일을 겨냥한 창업 아이템으로 빠른 회전율을 보이며, 백화점이나 마트 등 특수상권에 입점하기에도 적합한 브랜드 개발에 주력해왔다. 주방도 오픈 주방으로 위생조리와 안심 먹거리에 대한 자부심을 내보인다. 또 U자형 바(Bar) 형태로 인건비 절감은 물론 손쉬운 접객서비스를 할 수 있도록 개발했다. 아울러 체계적인 운영에 따른 편리한 메뉴 준비와 제공, 운영은 근무 인력의 최소화와 별도의 전문 조리사 없이도 손쉬운 운영을 가능토록 했다.

메뉴 구성도 기존 육수와는 달리 〈채선당〉 육수에 가쓰오부시로 더욱 깊은 맛을 낸 '소고기샤브', 생토마토와 바질의 이국적인 맛과 한국의 얼큰한 맛을 가미한 '소고기토마토샤브', 몸에 좋은 강황을 넣어 국수와 죽을 함께 즐길 수 있는 '소고기 커리샤브' 등 3가지 육수를 선택할 수 있다. 소스도 칠리, 땅콩, 해물간장 소스 등 3가지를 구비해 구미에 따라 즐길 수 있다. 채소는 배추, 버섯, 호박, 당근 등 8가지 종류의 100% 친환경 채소로 제공한다. 이 외에도 첨가물 없는 생소면, 호주산 쇠고기 목심 등으로 메뉴를 구성해 식재료의 신선함을 더했다. 무엇보다 다양하고 새로운 육수 맛으로 일반적인 샤브샤브와 다른 차별화 된 맛을 제공해 남녀노소의 입맛을 저격하고 있다.

특수상권에서 로드숍으로 속속 진출

〈사브보트〉의 운영시스템은 창업 환경이 갈수록 어려워짐에 따라 원부자재, 임대료, 인건비 등에 대한 절감차원에서 획기적이다. 접객 서비스부터 퇴식까지 1명의 직원이 모두 소화할 수 있는 시스템과 바(Bar) 안쪽에서 고객 테이블까지 모두 커버할 수 있는 동선은 소자본 창업자들을 위한 맞춤형 창업을 지향하고 있기 때문이다.

오직 예비가맹점주를 위해 개발된 1인 샤브 전문점 〈샤브보트〉는 자체 통합물류센터와 친환경채소 전용농장을 운영해 안정적인 물류를 공급하고 있다. 특히 콜드체인시스템 배송관리에 의한 매장 직배송, 호주산 청정우와 100% 친환경 채소 및 매장에서 필요한 모든 식재료의 안정적인 공급을 책임진다.

(주)채선당 〈샤브보트〉는 강남의 백화점 상권 내에 입점해 3개월간의 시범운영을 통해 모든 시행착오를 거쳐 안정적인 운영에 돌입했다. 즉, 백화점과 같은 특수상권에서는 이미 검증이 끝난데 이어 향후에는 로드숍 진출도 속속 전개해 나간다. 특히 지난 8월 창업박람회를 통해 예비창업자들을 만났고, 벌써부터 가맹문의로 예비창업자들의 관심을 한 몸에 받고 있다. 〈샤브보트〉는 올해 말까지 공격적인 점포 전개를 이어가며, 〈채선당〉으로 다져진 내공을 〈샤브보트〉를 통해 십분 발휘할 것으로 기대된다.

글 강민지 기자

사진 황윤선 기자, (주)채선당 제공

뉴욕의 개성을 메뉴로 바꾼

리치푸드(주) 〈뉴욕야시장〉

생각만 해도 가슴이 뛰는 도시 뉴욕. 오래 전부터 꿈과 희망의 도시로 상징되는 뉴욕은 전 세계에서 살 곳을 찾아 온 여러 민족들이 섞여 살기 때문에 다양한 문화가 만들어졌고, 매달 푸드축제가 열리면서 푸짐하고 다양한 먹거리를 자랑한다. 리치푸드(주)의 〈뉴욕야시장〉은 이런 뉴욕의 분위기를 잘 살려 편안하면서도 부담 없이 즐길 수 있는 분위기를 만들었다.

리치푸드(주) 여영주 대표

외식업에 강한 브랜드, 리치푸드(주)

지난 6월 〈뉴욕야시장〉을 론칭한 리치푸드(주)는 〈피쉬앤그릴〉, 〈치르치르〉, 〈짚동가리쌩주〉 등의 브랜드를 운영하고 있는 14년차 중견 프랜차이즈 기업이다. 알찬 브랜드들로 그동안 성공적인 운영을 해왔기 때문에 새로운 브랜드를 만들고 발전시켜나가는 것이 여느 브랜드와는 다르다. "아무래도 외식업을 오랫동안 한 경험이 있기 때문에 본사 성향 자체가 메뉴 부분에 매우 강합니다. 저

를 비롯해 대부분의 본사 직원이 주방 경험이 있어서 고객의 입맛에 그리고 시장의 입맛에 잘 맞는 메뉴를 만들기도 하고요. 그래서인지 〈뉴욕야시장〉을 론칭한 후에도 어렵지 않게 신메뉴를 만들었고 좋은 반응을 얻고 있어요. 10월에 출시된 신메뉴는 베트남 음식 위주로 가을 느낌으로 출시됐고, 연말을 대비한 플레이트 위주의 신메뉴도 거의 다 준비가 됐습니다." 리치푸드(주)는 〈뉴욕야시장〉의 첫 번째 강점을 메뉴로 꼽는다. 특히 가장 많은 인기를 얻고 있는 '핑거 스테이크'는 스테이크와 야채를 또띠아에 쌈을 싸서 먹는 메뉴로 맛있으면서도 고객의 흥미를 유발한다.

볼거리, 즐길거리를 만들면 SNS는 자동

〈뉴욕야시장〉의 성공에 가장 기여한 것은 바로 SNS다. 매장 오픈 이벤트로 〈뉴욕야시장〉이 선택한 것은 독특함이었다. 어디서도 하지 않는 이벤트를 하고 싶었기 때문에 뉴욕의 타임스퀘어처럼 '자유의 여신상'을 코스프레한 '자유 언니'와 목적지까지 태워다주는 인력거 서비스를 제공했다. 이들을 보면서 매장에 들어오지 않는 사람들까지도 스마트폰 카메라를 꺼냈고, 절로 입소문이 나서 〈뉴욕야시장〉은 더욱 입소문을 얻을 수 있었다. 실제로 이용한 고객들 역시 마찬가지였다. 부담스럽지 않은 가격으로 다양한 메뉴들을 즐길 수 있는 데다가 맛은 물론 비주얼까지 뛰어나 고객들은 만족해하며 또 다시 스마트폰 카메라를 꺼내들었다. 덕분에 특별한 마케팅 비용을 들이지 않고 전국적으로 소문이 날 수 있었고, 수도권이 아닌 지역에서도 가맹문의가 들어왔다. "〈피쉬앤그릴〉이나 〈치르치르〉를 오랫동안 운영하신 가맹점주들과 이야기를 나누면 역시 메뉴가 가장 중요하다는 결론을 얻을 수 있어요. 예전에 비해 매출이 떨어진 건 사실이지만 그래도 살아남을 수 있는 것은 결국 메뉴의 힘입니다. 〈뉴욕야시장〉 역시 개성 있으면서도 맛있는 메뉴를 만들었기 때문에 빠르게 발전할 수 있었다고 생각합니다."

개성과 장점이 분명한 브랜드

기존의 스몰비어나 포차 브랜드와 〈뉴욕야시장〉은 다르다. 합리적인 가격에 맛있는 메뉴를 제공하고 있으며, 분위기 역시 편안하면서도 다른 브랜드가 따라하기 어려운 개성을 갖고 있다. 또 직영점인 홍대점의 경우는 점심부터 매장을 오픈해 반응을 지켜보고 있다. "주점이라고 해서 꼭 늦게까지 매장을 운영할 필요는 없습니다. 오히려 고정비용만 더 많이 나가서 점주 입장에서는 손해를 볼 수도 있거든요. 이런 부분을 감안해서 영업시간을 이동시키면 상권에 따라 기대 이상의 매출이 나올 수도 있어요. 이렇게 유연성을 갖고 브랜드를 운영하는 것도 〈뉴욕야시장〉이 점주님에게 고객들에게 인기를 얻는 이유 중 하나라고 생각합니다."

덕분에 국내에서도 이제 시작단계인 〈뉴욕야시장〉은 벌써부터 중국에 진출했다. 중국 천진에 새로 오픈하는 쇼핑몰에 10월 내에 입점해 오픈하게 된 것이다. 다년간 중국 진출을 하면서 가진 노하우가 있었기 때문에 어렵지 않게 했지만, 론칭한 지 얼마 안 된 브랜드가 벌써 해외에서까지 인정받은 것이기도 하다. 국내와 해외 모두 빠른 발전이 이뤄지고 있는 〈뉴욕야시장〉이 맞는 첫 번째 겨울이 신메뉴만큼이나 따뜻하고 알차길 기대해 본다.

글 조주연 팀장
사진 황윤선 기자, 업체 제공

폐업 시, 세금신고는 나중에 반드시 해야

요즘처럼 경기가 어려운 시장 상황 속에서 중소기업들의 폐업이 눈에 띄게 늘고 있다. 사업하면서 부도 등으로 인한 폐업을 하게 된다 해도 세금신고를 반드시 해야 한다. 그렇지 않으면 자칫 거액의 세금을 부과하게 되기 때문이다. 폐업 시, 세금을 납부할 능력이 되지 않는다 해도 신고만이라도 해야 추후 불이익을 막을 수 있다.

세무법인 석성
조용근 회장 (전 대전지방국세청장)

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

Q. 프랜차이즈업을 운영하던 A씨는 경기불황에 따른 사업의 부도로 사업을 그만두게 됐다. 갑작스런 부도에다 채권자들로 인해 도피생활을 하느라 폐업에 따른 세금신고를 전혀 하지 못했다. 그 이후, 몇 년간 각고의 노력 끝에 재기에 성공해 사업을 재개하고자 했으나, 관할세무서에 거액의 세금이 체납돼 있어 세금납부에 대한 부담으로 본인명의로 사업자등록도 못하고 재산취득 및 금융거래에 제한을 받는 등 피해가 이만저만이 아니었다.
적자를 본 사업인데도 불구하고 폐업을 할 때 세금신고 등을 제 때 하지 않았다는 이유로 세금이 과다하게 부과됐다고 하는데 어찌된 영문인지 궁금하다.

A. 일반적으로 사업자가 사업에 부도가 나면 폐업신고 및 세금신고를 등한시하는 경우가 많다. 물론 사업의 적자에다 경황이 없어 그럴 수 있지만 사업을 폐업하면서 세금신고를 소홀히 하게 되면 정상적으로 신고한 경우에 비해 훨씬 많은 세금을 부과받을 수 있는데 그 이유는 과세관청에서 아래와 같이 과세하기 때문이다.

① 부가가치세의 경우

사업을 하면서 발생시킨 자료(세금계산서 등)는 모두 국세청 컴퓨터에 입력돼 관리되고 있다. 그러므로 신고를 하지 않거나 적게 신고한 경우에는 그 내역이 모두 전산으로 출력되어 나온다. 그러면 세무서에서는 이를 근거로 세금을 부과하는데, 매출자료는 그대로 10% 과세하는 반면 매입자료는 매입세금계산서합계표를 제출하지 않았으므로 매입세액을 공제해주지 않는다.

만약 매출자료는 없고 매입자료만 있는 경우에는 매입자료 금액을 전부 판매한 것으로 간주해 과세를 한다. 따라서 신고를 하지 않으면 신고한 경우에 비해 부가가치세 부담세액이 대폭 늘어난다.

② 소득세 또는 법인세의 경우

소득세 또는 법인세의 경우는 부가가치세 과세자료를 기준으로 추계과세를 하는데 사업에 적자가 났더라도 그 사실을 인정받지 못하며, 세액공제 등도 받지 못하므로 정상적으로 장부에 의거해 신고한 경우보다 세부담이 크게 늘어날 수밖에 없다. 더군다나 법인세의 경우는 추계소득금액을 전부 대표이사에게 상여처분 하므로 법인소득에 대한 법인세뿐만 아니라 법인대표자에게도 소득세가 부과되므로 불이익이 이만저만 큰 게 아니다.

상기와 같이 세금상의 불이익을 받아 세금이 체납되면 본인 명의로 사업자등록을 신청하거나 재산을 취득하기가 사실상 어려워지는데, 그 이유는 체납자가 사업자등록을 신청하면 사업자등록을 교부하기 전에 사업자금 및 임차보증금 등에 대해 압류를 할 수 있으며, 재산을 취득하더라도 체납자 소유의 재산이 확인되면 즉시 압류해 공매처분 할 수 있기 때문이다. 또한 체납세액이 일정금액 이상이 되면 출국금지 또는 여권발급이 제한되며, 신용정보기관에 명단이 통보돼 금융거래에 제한을 받을 수도 있다.

사업의 부도 등으로 폐업을 하면서 세금신고를 하지 않으면 위와 같이 거액의 세금을 억울하게 부과 받을 수 있다. 또 세금 체납으로 인한 불이익도 매우 크므로 비록 그럴만한 마음의 여유가 없더라도 반드시 세금신고는 챙겨서 하는 것이 좋다. 세금을 납부할 능력이 되지 않는다 하더라도 신고만이라도 해야 한다. 그래야 무신고가산세, 부가가치세, 매입세액불공제와 같은 불이익을 당하지 않는다.

프랜차이즈 기업을 위한 상권분석시스템 구축 방안

향후 상권분석시스템은 프랜차이즈 기업의 경영정보시스템(MIS, Management Information System)을 구성하는 하부 시스템 중 가장 중요한 위치를 차지하게 될 것이 확실하다. 그 이유는 상권의 개념이 〈그림 1〉과 같이 변하고 있기 때문이다.

한양사이버대학교 대학원 외식프랜차이즈MBA
김영갑 교수

김영갑 교수는 한양사이버대학교 대학원 외식프랜차이즈 MBA 교수이자, 한양사이버대학교 호텔관광외식경영학과 교수로 있다. 한국외식경영학회 부회장으로 있으면서 한국농수산식품유통공사 경영자문위원으로도 활동하며, 상권분석, 외식창업 및 마케팅, 메뉴관리, 프랜차이즈경영 등을 다루고 있다. 저서로는 「외식사업창업론」, 「카페창업론」, 「상권분석론」, 「외식마케팅」, 「음식점마케팅」, 「외식메뉴관리론」, 「미스터리쇼핑」, 「창업성공을 위한 상권분석」 등이 있다.

환경 변화에 따른 상권의 자연스러운 변화

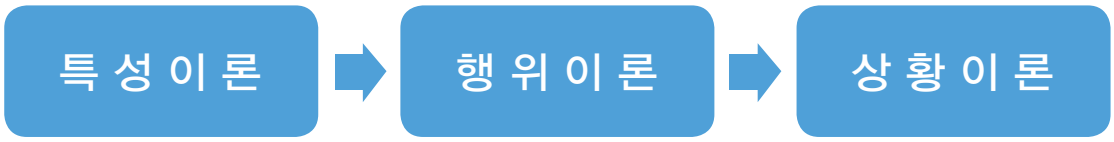
과거의 상권은 '지형지세, 건물의 상태, 유동인구'와 같이 정태적 요소로 구성된 개념이었다. 그러나 경영환경이 변화하면서 상권은 '자사, 경쟁사, 소비자'와 같이 동태적 요소로 구성된 개념으로 변하고 있다. 특히 제품과 서비스를 동시에 판매하는 프랜차이즈 기업의 경우는 이런 변화에 더욱 민감하게 반응해야 하는 대상이다.

출처: 창업성공을 위한 상권분석(김영갑)

〈그림 1〉 상권 개념의 변화

상권특성에 따른 상황이론으로의 발전

상권의 개념이 변화하면서 상권분석 이론도 자연스럽게 변하고 있다. 〈그림 2〉는 상권분석 이론이 특성이론에서 상황이론으로 발전하고 있음을 보여준다. 즉 과거에는 좋은 상권과 나쁜 상권이 구분돼 있었지만 지금은 상권특성을 잘 파악하고 상황에 적응하면 어떤 상권에서든 성공할 수 있다고 주장한다. 예를 들면 지형지세가 나쁘고 건물도 허름하며 유동인구가 전혀 없는 외딴 곳의 점포에 고객들이 줄을 서서 몇 시간씩 기다리는 광경을 발견하기는 어렵지 않다. 이런 모습은 특성이론으로는 설명이 불가능하다. 상황이론에 의해서만 설명할 수 있다.



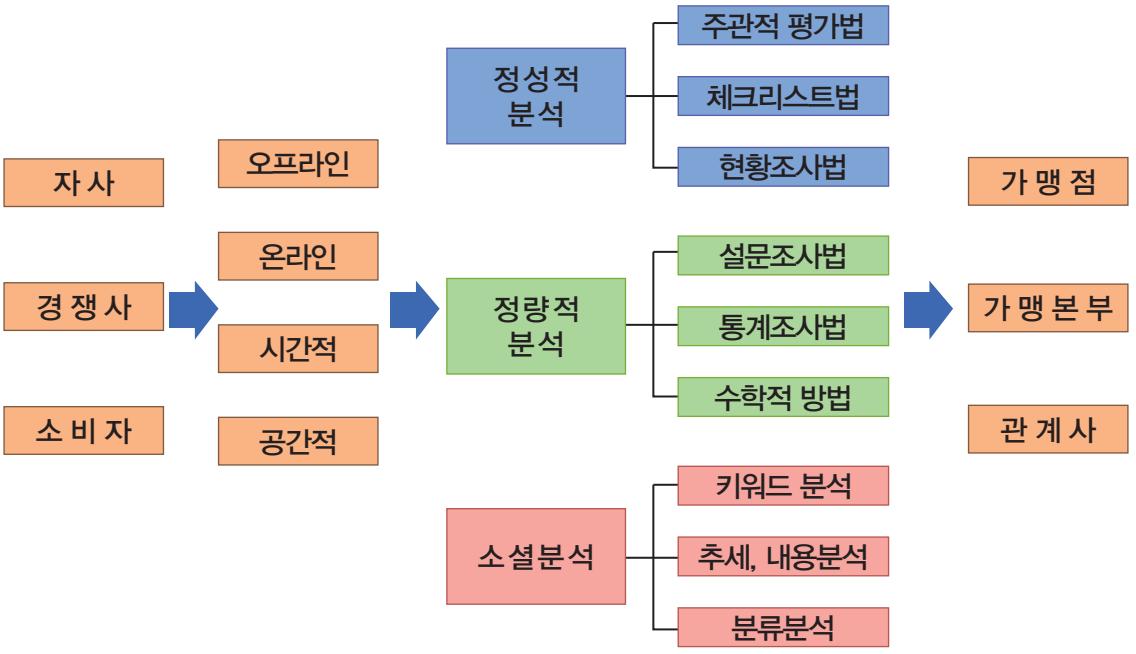
출처 : 상권분석전문가과정(김영갑)

〈그림 2〉 상권이론의 발전과정

안정적 지원 위한 상권분석시스템 구축할 것

과거에는 상권분석이 점포개설부서에서 가맹점을 개설하기 위해 단편적이고 일시적으로 수행하는 업무에 불과했다. 그러나 지금은 상권분석의 역할이 매우 다양하고 광범위하다. 이제 상권분석은 가맹사업을 위한 사전분석부터 가맹점 개설이후 가맹본부와 가맹점의 유지발전을 위해 지속적으로 관련 자료를 수집하고 분석해 프랜차이즈 기업의 모든 부서에 정보를 제공하는 역할을 해야 하는 위치에 있다.

이와 같이 프랜차이즈 기업의 경쟁력 강화를 위한 체계적인 상권분석을 위해서는 〈그림 3〉과 같은 시스템을 갖춰야 한다. 프랜차이즈 가맹본부는 '자사 · 경쟁사 · 소비자'를 대상으로 '온 · 오프라인 · 시간적 · 공간적 자료'를 수집하여 '정성적 · 정량적 · 소셜 분석'을 함으로써 '가맹점 · 가맹본부 · 관계사'를 위한 '점포개설 · 마케팅 · 물류 · 경영관리 · 슈퍼바이징 · 재무관리' 업무 등에서 전략적 선택을 쉽고 안정적으로 할 수 있게 지원하는 상권분석시스템을 구축해야 한다.



출처 : 상권분석전문가과정(김영갑)

〈그림3〉 프랜차이즈 기업을 위한 상권분석시스템 구성도

부당한 거래조건의 변경

다음은 가맹본부와 가맹점사업자 간의 분쟁 사례 결과다. 분쟁조정협의회는 "양 당사자는 이 사건 가맹계약을 해지하고, 가맹본부 B사는 가맹점사업자 A씨에게 3700만원을 지급한다"는 내용으로 조정 권고했다. 이는 가맹사업법 제23조 제3항 제1호에 따른 조정절차로 실례를 살펴보자.

세종대학교 경영전문대학원 FCMBA
이성훈 주임교수(경영학 박사, 가맹거래사)

프랜차이즈 컨설팅전문가로서 프랜차이즈 업무의 표준화 및 체계화를 위한 시스템 구축과 프랜차이즈 전사적 계약관리(ECM)를 개발한다. 아울러 프랜차이즈 기업의 시스템 경영과 각종 분쟁 발생과 외부환경에 대한 적극적인 대응, 프랜차이즈 본부의 경쟁력을 강화하는데 주력하고 있다.

가맹점사업자, 가맹계약 중도해지와 손해배상금 지급 요구

가맹점사업자 A씨는 제과제빵 가맹본부인 B사와 2010년 2월경 계약기간 2년, 가맹금 1500만원으로 하는 가맹계약을 체결했다. B사는 2012년 2월경 기존의 '매일 배송제'를 '주 6일 배송제(일요일 배송중지)'로 변경 · 시행했고, 2013년 5월경 제품주문가능 시간을 변경하는 내용의 새로운 주문제도(본래 빵류, 상품류, 원부재료, 단, 케이크는 이틀 전 오후 10시, 생크림 케이크, 선물류는 하루 전 오후 5시, 냉동생지, 아이스류는 하루 전 정오까지 주문하는 시스템이었으나, 빵, 원부재료, 냉동생지, 아이스류 등 전 제품의 주문을 이틀 전 정오까지 마감하고, 월요일 출고분의 경우 3일 전인 금요일 정오까지 마감하도록 주문 시스템이 변경됐다)를 시행했다.

한편, 가맹본부 B사는 2013년 2월경 '00카드 보너스 포인트' 관련 제휴정책 사업을, 2013년 3월경 도서상품권 관련 제휴정책 사업을, 2013년 7월경 '00카드' 관련 제휴정책 사업을, 2013년 5월 말경 케이크 택배사업을 각각 중단했다.

가맹점사업자 A씨는 가맹본부인 B사를 상대로 폐점 강요, 부당한 거래조건 변경 등의 거래상 지위 남용 행위를 중지하거나, 이 사건 가맹계약을 중도해지 하고 손해배상금을 지급할 것을 요구하는 분쟁조정을 신청했다.

일방적인 변경은 거래상 지위 남용한 행위

가맹사업법에서 정한 가맹본부의 불공정거래행위의 유형에서 '거래상 지위의 남용'은 구입강제와 부당한 강요, 부당한 계약조항의 설정 또는 변경, 경영의 간섭, 판매목표 강제, 불이익 제공 등을 열거하여 규제하고 있다. 본 사건은 가맹본부가 거래상 지위를 이용하여 부당하게 계약조항을 변경해 종전의 거래조건보다 뚜렷하게 가맹점사업자에게 불리한 계약조항으로 변경하였느냐의 여부와 가맹점사업자에게 불이익을 주었느냐의 여부라고 볼 수 있다.

가맹본부는 경영정책상, 효율적인 물류시스템을 구축해 가맹점이 안정적이고 효율적으로 물류공급을 받아 판매를 할 수 있도록 지원하는 것을 주요 업무로 하고 있다. 또한 다양한 프로모션 제도를 도입 운영함으로써 소비자들에게 혜택을 주어 가맹점의 영업이 활성화될 수 있도록 마케팅 활동을 해야 한다. 그런데 본 사건에서 가맹본부는 가맹점의 효율성과 영업 활성화 보다는 가맹본부의 효율성과 수익성 등을 우선적으로 고려한 정책을 수립함으로써 가맹점사업자에게 기존의 거래방식과 프로모션 지원에서 후퇴한 조건을 적용받을 수밖에 없는 상황에 처하게 했다. 따라서 비록 경영상의 어려움이라는 현실적인 가맹본부 운영의 문제가 있다할지라도 가맹점에게 중요한 관심영역인 물류공급시스템과 프로모션 제휴 시스템의 일방적인 변경은 거래상 지위를 남용한 행위에 해당한다고 볼 수 있다.

보다 생산적인 방법을 통해 문제 해결해야

가맹본부가 경영정책상 중요한 거래조건을 변경할 경우 사전에 충분히 가맹점사업자의 이해와 동의를 구하고 가맹점사업자의 불편을 최소화하는 정책을 개발해 시행하려는 노력이 부족한 것으로 판단된다. 경영상의 어려움을 해소하기 위한 방법으로 가맹점의 권리와 이익을 침해한다면 이는 전체 프랜차이즈 시스템에 부정적인 영향을 미쳐 프랜차이즈 사업 자체를 위태롭게 할 수 있다. 따라서 가맹본부는 경영상의 어려움을 극복하기 위한 방법으로 가장 손쉬운 방법인 어려움의 가맹점에게로의 전가보다는 보다 생산적인 다양한 방법을 통해 문제를 창의적으로 해결하려는 자세가 필요하다.

한편, 가맹점사업자는 자신의 이익도 중요하지만 브랜드를 공유하는 전체 가맹점과 이를 운영하는 가맹본부의 다양한 시각과 문제점을 공유하고 합리적인 프랜차이즈 시스템이 효율적으로 운영될 수 있도록 협조해야 할 의무가 있다. 무조건적인 요구 보다는 가맹본부의 경영정책과 어려움을 이해하고 이를 개선하기 위한 노력에 동참함으로써 전체 프랜차이즈 시스템이 성장해야 자신의 가맹점도 동반 성장할 수 있다는 인식과 자세를 가질 필요가 있다.

프랜차이즈사업의 새로운 도약은 교육과 훈련에서부터

프랜차이즈 사업이 갈수록 복잡해지고 있다. 좋은 상품만 있다고 해서 저절로 팔리는 시대도 아니고, 널리 알려진 브랜드라고 해서 가맹점 모집이 쉽게 되는 것도 아니다. 하지만 경쟁은 더욱 치열하고 관련법과 규제는 갈수록 강화되고 있는 반면, 예비창업자는 점점 똑똑해지고 있으며 가맹점사업자들의 조직화와 대외적인 목소리는 더욱 커지고 있다.

프랜차이즈산업연구원
장재남 원장(경영학박사)

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

임직원 가맹점사업자, 가맹점 직원들의 교육과 훈련

많은 가맹본부 CEO들이 프랜차이즈사업에 대한 회의감을 느끼는 것도 무리는 아니다. 그렇다고 어렵게 시작한 프랜차이즈사업을 포기할 수도 없다. 가맹본부의 사업포기는 곧 가맹점사업자의 실패로 이어지기 때문이다. 지금 가맹본부들이 안고 있는 문제들과 원인들이 모두 같지는 않겠지만 공통적으로 해당되는 가장 효과적인 해결 방법 중의 하나가 교육과 훈련 강화이다. 프랜차이즈 사업에 있어서 교육 및 훈련은 매우 중요하다. 맥도날드를 세계적인 기업으로 이끈 레이크록은 그의 자서전에서 프랜차이즈사업의 성공은 첫째도 교육, 둘째도 교육, 셋째도 교육이라고 했다.

모든 교육훈련 프로그램 목적은 행동과 태도의 변화와 더불어 강한 유대감 그리고 업무의 생산성을 높이기 위함이다. 자신의 사업성공을 위해 선택한 프랜차이즈 방식에 대해 잘 알지 못하거나 잘못 알고 있는데 스스로 상생과 협력을 위해 참여하고 노력하기란 결코 쉽지 않다. 직원이 할 업무에 대해 제대로 알지 못하는데 높은 생산성을 기대하거나 본사가 몇 년에 걸쳐 구축한 프랜차이즈시스템을 제대로 교육과 훈련도 받지 않았는데 시스템의 동일성을 유지하고, 높은 매출과 이익을 기대한다는 것은 불가능한 일이다. 그런데도 대부분의 가맹본부들은 CEO를 비롯해 임직원, 가맹점사업자나 가맹점 직원들에 대한 교육과 훈련을 등한시 하고 있다.

교육과 훈련에 대한 책임 회피, 본부의 책임 커

특히 가맹점사업자에 대한 교육과 훈련은 오픈 시 이뤄지는 교육과 훈련을 제외하면 거의 이뤄지지 않고 있다. 더욱이 고객을 대상으로 제품을 판매하고 브랜드 이미지를 전달하는 중요한 기능을 담당하는 가맹점 직원에 대한 교육과 훈련은 전무하다시피하다.

교육과 훈련을 제대로 받지 않는 가맹점사업자나 가맹점 직원의 행동과 태도로 인한 수많은 실수나 부정적 결과는 가맹점주나 직원의 능력이나 마인드 부족 때문이 아니라 교육과 훈련에 대한 책임을 회피한 본부의 책임이 더 크다. 가맹본부 CEO를 제외한 모든 임직원이나 가맹점사업자, 가맹점 직원은 해당 사업이나 업무에서 만큼은 초보자기 때문에 이들을 준비된 사업가나 능숙한 숙련가로 만들기 위한 교육과 훈련은 너무나 당연하다.

직면한 가맹본부의 문제 해결을 넘어 새로운 도약을 위한 가장 효과적인 방법은 임직원과 가맹점사업자 그리고 가맹점 직원을 위한 교육과 훈련의 시작이다.

교육과 훈련은 지속적이어야 한다

가맹본부의 교육 및 훈련 프로그램이 교육대상자의 행동이나 태도의 변화를 가져오기 위해서는 첫째, 교육 및 훈련 프로그램을 잘 설계해야 한다. 특히 교육대상자들의 연령, 교육적 배경, 성별 그리고 교육대상자들의 직무분석, 가맹본부의 전략, 기존 가맹점사업자와 직원 및 고객의 불만사항, 교육대상자들의 기대와 요구 등을 파악하는 것이 중요하다. 둘째, 교육 및 훈련 받는 내용이 잘 기억되게 해야 한다. 셋째, 모든 교육훈련, 정보, 교육자료 및 강의안 등이 교육생의 요구에 잘 부합돼야 한다. 교육받는 사람은 교육 및 훈련 프로그램이 자신들의 요구에 부합되지 않는다고 생각하면 의욕을 상실한다. 넷째, 교육생들이 배우기를 원하고 배울 수 있는 준비가 돼 있어야 하며, 배우고자 하는 이유가 있어야 한다. 가맹본부 임직원 및 가맹점사업자와 가맹점 직원들이 배우고자 하는 동기부여가 되어 있거나 목적의식이 강해야만 교육 및 훈련의 효과가 높다. 동기부여를 높이기 위해서는 강의실, 교재, 강사와 강의진행 등이 교육생에게 적합해야 한다. 다섯째, 교육 및 훈련이 교육생들과 의사소통을 하면서 진행돼야 한다.

교육 및 훈련 진행자나 강사의 일방적인 진행보다는 발표나 토론, 팀별 과제 수행 등 어떤 형태라도 쌍방향 커뮤니케이션이 포함돼 있어야 한다. 마지막 요소는 교육 및 훈련에 대한 지속적인 피드백(Feedback)을 해야 한다. 교육 및 훈련 담당자는 교육생들이 잘 프로그램을 따라오는지, 진행속도는 적절한지에 대해 수시로 파악해야 한다. 강사를 통해 교육생들을 평가해야 하며, 교육생들을 통해 강사와 교육 및 훈련 프로그램을 평가해야 한다. 평가방법은 질문이나 설문지 또는 교육 및 훈련 평가시트 등이 효과적이다. 그러나 가장 중요한 것은 교육과 훈련이 지속적이어야 한다는 점과 경영자도 함께 교육과 훈련을 받아야 한다는 것이다.

CEO's LIBRARY

1인 기업에서 연매출 30억원의 기업으로 일궈낸 (주)바늘이야기 송영예 대표. 그는 현재 〈바늘이야기〉 쇼핑몰과 전국 50개 매장을 보유해오며, 온라인과 오프라인을 아우르는 탄탄한 유통 수익을 올리고 있다. 1인 기업으로 시작해 2000년 9월 본격적으로 프랜차이즈 사업을 시작, 3년 만에 220여개 매장까지 늘리며 놀라운 행보를 보여 왔다. 당시 국내에는 없던 독특한 색상과 질감의 실들을 들여와 경쟁력을 갖고 프랜차이즈 사업을 전개해 나갔으며, 교육사업에도 주력해 현재까지 3000여명의 교육생과 500여명의 '손뜨게 디자이너'를 양성해 오기도 했다. 현재는 본사와 가맹점간의 신뢰를 중시하는 가맹점만 과감히 선택하고, 진정한 동지이자, 동반자로서 상생과 성공창업의 길을 제시하고 있다.

(주)바늘이야기 **송영예 대표**의 추천도서

조직을 움직이는 리더는 1%가 다르다! 『리더의 격』

『리더의 격』은 진정한 리더십의 의미에 대한 핵심과 함께 리더의 품격에 관해 서술한 행동 지침서다. 저자는 누구나 잘 알고 있다고 착각하는 기존 리더십에 대한 관념을 뛰어넘어 이제는 한 단계 더 높은 '격'을 갖춘 리더십이 필요하다고 강조한다. '리더의 격'이란 단지 뛰어난 능력이나 지식, 사람들 위에 군림하는 것이 아닌, 인간으로서의 인성과 품격을 갖추고, 올곧은 가치관과 긍정적 영향력을 자연스럽게 전파하는 것을 말한다. 즉, 내면의 힘으로 변화를 주도하는 리더십이 바로 저자가 말하는 '격 있는 리더'의 모습이다.

이는 프랜차이즈산업인들에게 무엇보다 중요한 덕목이 아닐 수 없다. 저자는 '훌륭한 리더가 될 자질과 잠재력은 누구나 갖추고 있다'고 말한다. 문제는 자각과 깨어남, 행동과 실천, 그리고 변화에 있다는 것. 자신을 제대로 알고, 자신의 내면의 목소리를 듣고, 자신의 사고의 패턴과 행동의 패턴 중에서 어떤 점들이 오류를 일으키고 있었는지를 깨닫고 고쳐 나가야할 때다. 그러다 보면 실천하는 리더십, 오류와 과오를 짚어내고 수정해나가는 리더십을 통해 리더의 격을 올릴 수 있을 것으로 보인다. 그만큼 성숙된 프랜차이즈 CEO의 격은 우리 산업의 격을 한 차원 높이는 바로미터가 되지 않을까?

송영예 대표

News Lounge

협회 News & 업계 동향

동서남북

회원사 행사 및 소식

교육 일정

신규 회원 가입 현황

협회 일정 및 협회장 동정

NEWS LOUNGE

가맹점 최다 〈이디야커피〉, 폐점률은 〈카페베네〉가 최고
공정거래조정원, 10개 상위 커피 브랜드 주요 정보 비교 분석

한국공정거래조정원은 공정거래위원회에 정보공개서를 등록한 커피프랜차이즈 중 작년 기준 가맹점 수 상위 10개 브랜드를 선정, 주요 정보를 비교분석해 지난달 9월 19일 발표했다.

공정거래조정원은 2015년 기준 가맹점 수, 가맹점 증감추이, 가맹점 연평균 매출액 등을 비교 분석해 상위 10개 커피 브랜들의 일반 현황을 파악했다. 비교대상 브랜드는 〈이디야커피〉, 〈카페베네〉, 〈엔제리너스〉, 〈요거프레소〉, 〈투썸플레이스〉, 〈커피베이〉, 〈빽다방〉, 〈할리스커피〉, 〈탐앤탐스〉, 〈파스쿠찌〉 등 10곳이다. 〈스타벅스〉는 직영점만 운영해 제외됐다.

가맹점 수는 〈이디야커피〉가 1577개로 가장 많았다. 반면 가맹점 증가율과 가맹점 신규개점률은 〈빽다방〉이, 가맹점 폐점률은 〈카페베네〉가 가장 높았다. 특히 〈빽다방〉의 가맹점 수는 2014년 24개에서 2015년 412개로 대폭 증가했으며, 약 94%의 가맹점이 2015년에 신규개점 된 것으로 밝혀졌다.

가맹점 연평균 매출액은 〈투썸플레이스〉가 가맹점의 연평균 매출액 약 4억 8289만원으로 가장 높았다. 이는 〈투썸플레이스〉가 대체로 타 브랜드의 가맹점에 비해 매장 면적이 넓기 때문인 것으로 공정거래조정원은 분석했다. 그 근거로 〈투썸플레이스〉, 〈카페베네〉, 〈엔제리너스〉, 〈파스쿠찌〉와 같이 가맹점 면적이 대체로 130㎡(39평)를 넘는 브랜드의 가맹점 연평균 매출액은 모두 3억원 이상이며, 가맹점 면적이 30㎡(9평) 이하인 〈요거프레소〉와 〈커피베이〉는 약 1억원 가량인 것으로 파악됐다.

창업초기 투자금은 〈투썸플레이스〉가 최초 가맹금(가맹금, 교육비, 보증금 등) 2915만원, 인테리어, 설비 및 집기 등 비용은 2억 8771만원으로 영업 전 부담금액이 가장 높았다. 이는 〈투썸플레이스〉의 가맹금이 비교적 높고, 상대적으로 넓은 평균 매장면적(약 148.7㎡(45평))때문인 것으로 파악된다. 반면 상대적으로 소형매장(약 26.4㎡(8평))이 주를 이루는 〈커피베이〉는 인테리어 등 비용이 4169만원으로 가장 낮은 창업비용이 들었다. 또 각 브랜드의 면적당 인테리어 비용은 초저가 마케팅을 펼치고 있는 〈빽다방〉이 805만원으로 가장 높아 의외의 결과라는 반응이다. 반면 〈파스쿠찌〉가 490만원으로 가장 저렴했다.

(단위: 개, %, 천원, ㎡)

브랜드	가맹점수	가맹점 증가율	가맹점 신규개점률	가맹점 폐점률	가맹점 연평균매출액	인테리어 비용 산정 기준면적
이디야커피	1,577	27.1	22.3	1.3	239,845	49.6
카페베네	821	△7.3	7.8	14.6	308,207*	132.2
엔제리너스	813	△2.4	5.7	7.9	329,019	132.2
요거프레소	768	22.3	24.5	7.7	111,082	26.4
투썸플레이스	633	17.9	19.4	5.0	482,889	148.7
커피베이	415	33.0	33.3	11.3	102,001	26.4
빽다방	412	1,616.7	94.2	0.2	288,635**	33.0
할리스커피	361	5.9	13.7	8.6	351,209	99.1
탐앤탐스	357	△0.3	9.1	9.4	미산정***	99.1
파스쿠찌	353	11.0	14.1	4.6	369,301*	132.2

* 부가세 포함 금액
** 〈빽다방〉은 가맹본부가 가맹점에 공급하는 원재료 등 금액으로 가맹점 매출액을 추정하는 방식
*** 〈탐앤탐스〉는 가맹점 매출액을 파악하지 않음

가맹사업법 시행령 9월 30일 부터 시행
광고 · 판촉집행내역 통보, 정보공개서 기재사항 개선 등

공정거래위원회

가맹본부의 가맹점사업자에 대한 광고 · 판촉행사 집행 내역 통보의 세부절차를 규정하고, 정보공개서 변경등록 제도를 보완하는 내용 등을 주요골자로 하는 가맹사업법 시행령 개정안이 지난 9월 27일 국무회의를 통과해 9월 30일부터 시행됐다.

광고 · 판촉비용 집행내역 통보

개정 가맹사업법에서 가맹본부가 가맹점사업자의 비용으로 실시한 광고 · 판촉행사의 집행내역을 가맹점사업자에게 통보하도록 하고, 가맹점 사업자기 이를 열람할 수 있도록 함에 따라 법에서 위임한 대로 통보 · 열람을 위한 구체적 시기 · 방법 · 절차를 다음과 같이 규정했다.

가맹본부는 사업연도 종료 후 3개월 이내 해당 연도에 실시한 ①광고 · 판촉 행사의 명칭 · 내용 · 실시기간, ②광고 · 판촉을 위해 가맹점사업자로부터 지급받은 총액, ③광고 · 판촉 행사별 집행비용 및 가맹점사업자 부담 총액을 통보해야 한다.

아울러, 가맹점사업자가 집행내용의 열람을 요구하는 경우 가맹본부는 일시 · 장소를 정해 이를 열람할 수 있도록 해야 한다.

정보공개서 등록 및 제공절차 개선

종전 시행령상 가맹본부가 정보공개서를 변경 등록한 경우 가맹점사업자에게 15일 이내에 통보하고, 이를 통지받은 가맹점사업자가 변경된 정보공개서를 요구하면 15일 이내에 제공토록 규정을 삭제했다. 정보공개서는 가맹희망자에게 제공되는 것으로 정보공개서 변경이 기존 가맹점사업자의 계약내용에 미치는 영향이 없고 모든 정보공개서는 대국민 공개되고 있어, 통보 등의 실익이 없음으로 삭제됐다.

가맹본부가 정보공개서 변경등록 또는 변경신고를 하는 경우 가맹사업 정보시스템을 통해 온라인으로도 신청이 가능하도록 근거 규정을 마련했다.

정보공개서 기재사항 개선

종전 시행령에서는 가맹점 점포 면적에 대한 고려 없이 가맹점당 평균 매출액과 평균 인테리어 비용만 정보공개서 기재사항으로 정하고 있는바 가맹본부별 정확한 비교가 어려워 이를 개선했다.

개정시행령에서는 정보공개서에 가맹점의 ①매장 전용 면적 3.3㎡(1평)당 연간 평균 매출액,②매장 전용 면적 3.3㎡(1평)당 실내 장식(인테리어) · 설비 비용, ③해당 가맹사업 업종을 새로이 기재토록 했다.

광고 · 판촉행사 집행 내역의 공개로 가맹본부의 광고 · 판촉행사운영이 투명해지고 점포 면적 기준으로 매출액이나 창업비용 비교가 가능해져 가맹희망자들의 합리적 선택에 도움이 될 것으로 기대된다.

BRAND NEWS

(주)김가네
〈김가네〉 제3회 레시피 공모전 진행

〈김가네〉가 최근 제3회 레시피 공모전을 진행했다. 참가자격은 개인 또는 팀으로 누구나 참여가 가능하며 〈김가네〉 홈페이지에서 양식을 내려 받아 접수하면 된다. 접수된 레시피는 조리가 어렵지 않으면서 참신한 메뉴, 〈김가네〉브랜드에 잘 부합되는 메뉴 등을 평가해 〈김가네〉 연구개발부에서 직접 테스트 후 수상자를 가린다. 최우수상 1팀(또는 개인)에게는 백화점 상품권 100만원의 시상이 주어지며, 입상작들 모두에게 백화점 상품권과 외식상품권이 주어진다.

(주)제너시스 BBQ
〈BBQ〉 창사 21주년 기념행사 개최

〈BBQ〉가 9월 1일 창사 21주년을 맞아 전 임직원과 〈BBQ〉 패밀리(가맹점)가 참석한 가운데 경기도 이천에 위치한 치킨대학에서 창사 21주년 축하 기념행사를 가졌다. 이날 전 임직원은 치킨대학에 모여 기념행사를 진행했으며 '〈BBQ〉 최우수 패밀리 어워즈'를 열어 〈BBQ〉 패밀리에게 감사의 마음을 전했다. 〈BBQ〉 최우수 패밀리 어워즈에서는 제주삼무공원점, 김해삼계점, 삼척점 등 20여개의 매장이 우수 패밀리상을 수상했다.

(주)짐월드
'맥포머스 브레인 마스터' 출시 기념 이벤트 진행

(주)짐월드가 '맥포머스 브레인 마스터' 출시를 앞두고 카카오스토리를 통해 사전 홍보 이벤트를 진행했다. 맥포머스 신제품 '맥포머스 브레인 마스터'는 △총 300pcs의 자석피스 및 액세서리 △맥포머스 디럭스 세트 인기 아이템 총 망라 △엔진워치, 미니트레인 등 신규 액세서리 강화 △단계별 학습과 놀이가 가능한 콘텐츠로 구성된 가이드북 제공 △수학활동북 및 부모를 위한 가이드북 제공 등으로 구성됐다. 이벤트 참여자 중 추첨을 통해 맥포머스 브레인 마스터를 비롯한 다양한 경품을 제공했다.

(주)일성코퍼레이션
〈스시노백쉐프〉 '롯데홈쇼핑' 라이브방송 첫 론칭

(주)일성코퍼레이션은 10월 12일, 초밥 프랜차이즈 브랜드 〈스시노백쉐프〉를 롯데홈쇼핑 라이브 방송을 통해 첫 론칭했다. 12일 오후 11시 50분부터 70분간 롯데홈쇼핑 라이브 방송을 통해 〈스시노백쉐프〉 가맹사업 창업주 모집 방송을 실시했으며, 창업주 예산, 입지, 환경에 따라 직접 선택할 수 있는 시리즈 설명과 함께 직접 수제초밥의 다양한 메뉴도 시연했다. 이번 방송에서는 프랜차이즈 시장에서의 경쟁력과 창업주가 기술 없이도 본사에서 총 주방장을 책임 · 공급해 창업할 수 있는 시스템에 대한 정보를 설명했다.

(주)해리코리아
자영업 창업아카데미 진행

(주)해리코리아가 자영업 창업아카데미를 진행했다. 이번 자영업 창업아카데미는 10월 6일 오후 2시, FI장사사관학교에서 열렸다. 행사 참가 접수는 원활한 강의 진행을 위해 선착순으로 이뤄지고 있으며, 참가비용은 무료다. 이 행사에서 강의를 담당할 (주)해리코리아 김철윤 대표는 30만원의 자본금으로 32번 장사를 준비한 이력의 창업시장 전문가로, 이번 아카데미를 통해 현장에서 적용 가능한 노하우를 전할 예정이다.

(주)참이맛
대한민국 국제요리경연대회에서 은상 수상

국내 한식 프랜차이즈 (주)참이맛의 R&D팀이 2016년 대한민국 국제요리경연대회 전시경연부문 종목에서 은상을 수상하는 쾌거를 이뤄냈다. 이번 대회에는 국제요리경연부문, 라이브경연부문, 전시경연부문, 테이블서비스경연부문, 테이블세팅경연부문 등 총 5개 부문에 400여팀이 참가해 열띤 경연을 펼쳤으며, (주)참이맛 R&D팀은 전시경연부문에서 은상을 수상했다. 관계자는 "참이맛 R&D팀의 이번 수상은 젊은 열정과 아이디어, 그리고 끊임없이 노력하여 이뤄낸 성과"라고 전했다.

(주)채선당
〈샤브보트〉 대학로점 오픈 기념 '캐시백 이벤트' 진행

(주)채선당이 〈샤브보트〉대학로점 오픈을 기념해 '캐시백 이벤트'를 진행했다. 한 달간 진행된 이번 이벤트는 〈샤브보트〉 대학로점에서 식사 후 결제금액을 터칭으로 적립하면 자동 응모되는 방식으로 진행됐다. 무작위로 추첨된 당첨자 10명에게는 이벤트 기간 중 〈샤브보트〉에서 식사한 금액만큼 100% 현금으로 지급했다. (주)채선당 관계자는 "장기 불황으로 부담되는 외식비를 지원하기 위해 캐시백 이벤트를 마련했다"고 말했다.

(주)카페베네
10월 한달간 군인에게 특정 커피 반값 제공

커피전문점 〈카페베네〉가 국군의 날을 맞아 10월 한달간 군장병에게 커피 음료인 '카라멜 마끼아또'를 반값에 제공한다. 전국 〈카페베네〉 매장(일부 특수매장 제외)에서 여군 · 남군 관계없이 모든 군인에게 5100원짜리 카라멜 마끼아또를 50% 할인된 2500원에 판매한다. 특히 군인 신분을 확인할 수 있게 군복을 착용하거나 신분증 · 휴가증 등을 지참하면 본인을 포함한 동반 고객 모두가 동일한 혜택을 얻을 수 있다.

본아이에프(주)
〈본죽〉 수능 50일 앞둔 수험생들에게 '불낙죽' 전달

본아이에프(주) 〈본죽〉이 2017학년도 대학수학능력시험을 50일 앞두고 고3 수험생들에게 '불낙죽'을 전달했다. 이번 행사는 서울 종로구 필운동에 위치한 배화여자고등학교를 방문해 불낙죽을 선물하는 방식으로 진행됐다. 또한 합격의 기운을 담은 응원의 메시지도 함께 전했다. 본아이에프(주) 관계자는 "수능 50일을 앞두고 수험생들의 건강관리에 좋은 영양식을 선물하고자 불낙죽 선물 행사를 진행하게 됐다"고 말했다.

(주)인토외식산업
〈와바〉 하이브리드전략으로 신개념 맥주바 선보여

새로운 하이브리드 전략을 수립하고 있는 〈와바〉가 한국프랜차이즈산업협회가 주관하는 '제37회 프랜차이즈산업박람회'에 참가해, 시간대별 콘셉트변경 아이템을 소개했다. 〈와바〉에서는 낮시간에 매출이 저조한 '주점창업'의 한계를 뛰어넘기 위해 낮 시간을 겨냥한 아이템을 접목시켜 매출 증진 효과를 보고 있다. 〈와바〉 관계자는 "2001년 세계맥주전문점 〈와바〉 1호점을 시작으로 다양한 프랜차이즈 노하우를 소개하게 됐다"라며 "초보 창업의 걱정과 문제를 현장에서 상담을 통해 도움을 주고 있다"고 말했다.

BRAND NEWS

(주)놀부
세스코와 업무협약(MOU) 체결

(주)놀부가 세스코와 업무협약을 체결했다. 이번 업무협약은 놀부 가맹점의 효율적인 위생 관리와 서비스 향상을 위해 마련됐다.
(주)놀부는 전국 직영점 및 가맹점의 위생 진단부터 해충 방제, 식품 안전 등 전반적인 품질과 서비스에 대해 세스코와 적극적으로 협력할 계획이다. 또한 세스코 식품안전 컨설턴트가 매월 놀부 매장을 방문하고, 첨단 모니터링 장비와 진단 도구로 원재료부터 설비, 조리도구, 종업원의 개인위생까지 체계적으로 점검하고 컨설팅을 제공할 예정이다.

해마로푸드서비스(주)
〈맘스터치〉 '경제부총리 표창' 수상

버거&치킨 프랜차이즈 〈맘스터치〉가 지난 9월 26일 서비스산업 발전에 대한 공로를 인정받아 경제부총리 표창을 수상했다.
서비스산업총연합회 주최로 국회 헌정기념관에서 열린 이번 행사에서 〈맘스터치〉는 일자리 창출과 투자 확대를 통해 서비스산업의 발전과 경제 성장 잠재력 확대에 기여한 점을 높게 평가받으며 수상의 영예를 안았다. 〈맘스터치〉는 '빠르게, 올바르게'라는 원칙 아래 좋은 품질의 신선하고 맛있는 버거&치킨을 제공하며 현재 전국 약 919개의 매장을 운영 중이다.

(주)에땅
(주)에땅 해피브릿지협동조합과 MOU체결

지난 9월 5일 (주)에땅이 해피브릿지협동조합과 함께 프랜차이즈 제반 업무에 관한 정보 공유 및 협력을 위한 업무협약을 체결했다. 협약식에는 (주)에땅 공재기 회장과 해피브릿지협동조합 정민섭 외식대표 등이 참석했다. 세부내용으로는 프랜차이즈 운영과 관련된 제반 업무에 대한 정보 공유 협력, 양 사 종사자 역량 강화 및 네트워크 활성화, 브랜드간 공동 마케팅 운영 협력 등이 있다.

(주)호식이두마리치킨
〈호식이두마리치킨〉 1000호점 오픈

상생경영에 앞장서고 있는 〈호식이두마리치킨〉이 창립 17년 만에 가맹점 1000호점을 돌파했다. 서울 강남 HOSIGI타워 본사를 비롯해 서울, 대구, 부산 등 3개 사업본부와 전국 8개 지역본부를 운영하는 전국구 치킨 프랜차이즈 대표브랜드로 성장했다. 또한 이번 1000호점 오픈을 기념해 전 임직원이 함께 청량리 밥퍼나눔운동본부에서 사랑의 쌀 1000포 기증식과 사랑나눔 봉사활동을 실시했다.

(주)치어스
맛 · 청결 · 분위기 내세워 '일산 덕이점' 개점

생맥주 전문 프랜차이즈인 프리미엄 레스펍 〈치어스〉가 일산덕이점을 새롭게 열었다. 경기도 고양시 일산서구에 위치한 일산덕이점은 132㎡(40여평) 규모와 기존 프리미엄 레스펍 〈치어스〉의 가장 큰 특징인 고급스럽고 편안한 인테리어와 탁 트인 내부 설계로 가족 단위 고객들이 이용하기 편안하도록 설계됐다. 특히 덕이 도시 개발구역 아파트 상권 내 위치하고 있어 접근성이 좋다는 게 가장 큰 장점이다.

원앤원(주)
제11회 '청계천 은빛 한마당' 후원

원앤원(주)은 지난 9월 29일 서울 중구 소재의 유락종합사회복지관이 주최하는 '제11회 청계천 은빛 한마당'을 후원했다. 청계천 은빛 한마당은 서울 황학동과 신당동 지역 어르신을 모시고 복지관에서 진행된 나눔 행사다. 원앤원(주)은 기업 이념인 '행복 나눔' 활동의 일환으로 매년 청계천 은빛 한마당을 후원하고 있다. 원앤원(주) 관계자는 "어르신들이 이번 청계천 은빛 한마당에서 맛있는 보쌈과 함께 즐거운 시간을 보내셨으면 좋겠다"고 전했다.

(주)웰빙을 만드는 사람들
〈뽕뜨락피자〉 모바일 홈페이지 오픈

인기 드라마 제작지원, 웰빙피자 등으로 브랜드 인지도가 높은 〈뽕뜨락피자〉가 모바일 홈페이지를 오픈했다. 모바일 홈페이지는 스마트폰이나 태블릿PC에 최적화 되어 어디에서든 간편하게 이용할 수 있다는 게 특징이다. (주)웰빙을 만드는 사람들 측은 모바일 홈페이지 오픈으로 고객들의 이용 편의성이 크게 높아질 것으로 보고 있다. 모바일 홈페이지는 〈뽕뜨락피자〉의 중요한 공지사항을 볼 수 있는 것은 물론, 메뉴와 매장 찾기, 이벤트 등도 쉽게 확인할 수 있다.

(주)라이스파이
〈메고지고카페〉 드라마 '여자의 비밀' 제작지원

(주)라이스파이의 쌀을 이용한 색다른 디저트카페 〈메고지고카페〉가 드라마 제작 지원에 나선다. 〈메고지고카페〉는 브랜드 인지도 확대를 위해 현재 인기리에 방영되고 있는 KBS2 드라마 '여자의 비밀'에 장소 협찬 등 제작 지원을 하고 있다. 〈메고지고카페〉는 본점인 서초점과 최근 오픈 한 정자점에서 촬영이 진행될 수 있도록 장소를 협찬하며, 본사인 (주)라이스파이가 개발한 현장에서 직접 떡을 쪄내는 떡차도 촬영 지원을 하고 있다.

(주)압구정
〈돈치킨〉 스팀오븐에 구운 저칼로리 건강치킨 '눈길'

'레드오션 시장'이라 불리는 치킨업계에서 전국 320개가 넘는 매장을 운영하고 있는 〈돈치킨〉은 기름에 튀기는 형식의 치킨에서 벗어나 고급 스팀 오븐을 사용해 치킨 시장을 선도하고 있다. 100% 국내산 냉장육만 사용하며 11호 닭(1050~1150g)을 사용해 경쟁사 치킨과 비교했을 때 양이 푸짐한 것이 특징이다. 무엇보다 기름기를 쏙 뺀 치킨 맛이 일품이다. 주문 후 15분 내 조리해 신선한 육즙을 보존하고 자체 개발한 소스로 양념한 계육을 오븐에 구워 풍부한 육즙의 맛을 느낄 수 있다.

교촌에프앤비(주)
'교남소망의집'에 치킨 100인분 제공

교촌에프앤비(주)가 10월 10일(월) 서울 강서구에 위치한 교남소망의집에서 '행복나눔 시식행사'를 진행했다. 교촌 임직원들로 구성된 나눔봉사단은 현장에서 직접 치킨을 조리한 살살치킨 100인분을 제공하고, 사이드 메뉴인 웨지감자와 샐러드를 비롯해 음료도 함께 전달했다. 교촌에프앤비(주) FC사업본부 유혜선 주임은 "날씨가 부쩍 쌀쌀해지고 있는 시기에 어려운 이웃과 교촌치킨을 나눌 수 있어 뜻 깊은 시간이었다"며 "앞으로도 나눔을 실천할 수 있는 활동에 꾸준하게 참여할 계획"이라고 말했다.

BRAND NEWS

(주)엔캣
새 인테리어 콘셉트 도입

〈못된고양이〉가 블랙&화이트를 메인 컬러로 하는 새로운 인테리어 콘셉트를 신규 매장에 도입한다. 〈못된고양이〉는 이수역 직영점을 새로운 콘셉트에 대한 테스트 매장으로 운영한 결과 고객 반응과 매출 향상, 제품 주목도 면에서 긍정적인 결론을 얻어 신규 매장부터 새로운 콘셉트의 인테리어를 적용키로 했다. 〈못된고양이〉의 기존 매장 인테리어가 주 타깃층인 10~20대 여성들을 겨냥, 핑크를 메인 컬러로 한 귀여운 분위기가 특징이었다면 블랙&화이트의 새로운 인테리어는 심플하고 세련된 느낌이 특징이다.

(주)지호
〈지호한방삼계탕〉 10월 사업설명회 12일 개최

(주)지호는 10월 12일(수) 오후 2시 하남 본사에서 사업설명회를 개최했다. 특급호텔 조리부 총책임자 및 대학교 호텔조리과 교수를 역임한 이지호 회장의 지휘 아래 메뉴 연구 개발에 힘쓰고 있다.
자체 운영 중인 R&D센터에서 메뉴를 반가공 처리, 원팩으로 가맹점에 공급해 주방장 없이 단순조리 만으로 고객에게 삼계탕을 제공하고 있다. (주)지호의 이경수 팀장은 "HACCP 인증을 받은 자체 R&D센터에서 1차 가공을 한 식자재를 공급해 매장에서 초보자도 쉽게 운영 가능하다"고 밝혔다.

(주)커브스코리아
〈커브스〉 온라인회원권 인기

(주)커브스코리아에서 판매되는 온라인회원권이 화제다. 온라인회원권은 〈커브스〉 클럽에서 운동할 수 있는 한 달 이용권으로 절찬리에 판매했다. 온라인회원권의 최대 장점은 착한 가격. 가격은 9만 9000원으로 기존 회원가 대비 저렴하게 책정됐다. 한편 〈커브스〉는 유산소운동, 근력운동, 스트레칭이 30분 안에 끝나는 순환운동 프로그램이다. 유압식 저항기구로 자신의 체력에 맞게 운동할 수 있어 전 연령대가 즐길 수 있다.

(주)하림
'지역경제 활성화' 대통령 훈장

닭고기 전문기업인 (주)하림은 9월 29일 '지역경제 활성화' 공로로 대통령 훈장(동탑산업훈장)을 받았다. (주)하림은 대규모 시설투자 유치와 새 일자리 창출로 지역인재의 경제활동 참여를 유도하고 중국, 미국, 유럽연합에 삼계탕 수출을 위한 주도적 역할을 인정받았다고 설명했다. (주)하림은 전북 도내 대학에 채용박람회, 현장실습, 회사 소개 특강 등으로 인재 양성에도 기여했다.

(주)죠스푸드
〈죠스떡볶이〉 미국상공회의소 주최 노동절 행사 지원

〈죠스떡볶이〉가 최근 미사리 경정공원에서 열린 레이버데이 피크닉 행사에 참가했다. 레이버데이 피크닉은 한국에서 사업하고 있는 미국 기업들을 대표하는 사단법인 성격의 경제 단체인 주한미국상공회의소가 주최, 다양한 음식과 이벤트를 제공하는 미국 노동절 행사다. 〈죠스떡볶이〉는 이번 행사에서 주방 시스템이 탑재된 죠스카를 현장에 동원해, 주한미국상공회의소 회원 및 후원 기업 임직원 및 가족 약 3500여명에게 현장에서 직접 만든 떡볶이를 무료로 제공했다.

(주)대호가
〈죽이야기〉 베트남 진출, 해외 개척 '박차'

〈죽이야기〉가 최근 베트남에서 마스터프랜차이즈 계약을 체결, 해외 진출에 박차를 가하고 있다. 〈죽이야기〉를 운영하는 (주)대호가는 10월 11일 베트남에서 마스터프랜차이즈 계약을 체결, 5번째 국가로의 해외 진출이 성사됐다. (주)대호가 측은 "베트남 국민들이 죽을 좋아하기 때문에 죽을 전략품목으로 판매할 계획"이라고 밝혔다. 또한 인도네시아 · 필리핀 진출을 준비하고 있으며 향후 중동지역 진출 계획도 갖고 있다고 덧붙였다.

MPK그룹
중국서 날개 단 〈미스터피자〉 국경절 연휴에 '30억원' 매출

〈미스터피자〉가 중국에서 국경절 연휴를 맞아 30억원 매출을 돌파하며 최고 기록을 세웠다. MPK그룹은 〈미스터피자〉가 지난 10월 1일부터 7일까지 중국 국경절 연휴기간동안 130개 현지 매장에서 30억 7000만원의 매출을 기록했다고 밝혔다. 이는 지난해 국경절 연휴 매출 25억 8000만원보다 20% 가량 증가한 실적이다. 특히 산서성 태원점의 경우 국경절 연휴 동안 일평균 1000만원이 넘는 7400만원의 매출로 중국 내 점포 중 가장 많은 매출을 기록했다.

또봉이에프앤에스(주)
〈또봉이통닭〉 '2016 기술보증기금 벤처기업인증' 획득

'옛날통닭' 프랜차이즈 브랜드 〈또봉이통닭〉이 최근 '2016 기술보증기금 벤처기업인증'을 획득했다. 벤처기업인증은 보유 기술, 성장 가능성, 혁신 능력 등 까다로운 평가 기준에 부합하는 기업에 인증을 부여하는데, 〈또봉이통닭〉은 성장 가능성 등에서 높은 평가를 받았다. 실제로 〈또봉이통닭〉은 △고용창출 증대 △지속적인 성장(매출) △튀김기 특허 △연구전담부서 운영 △〈또봉이통닭〉 비전(성장가능성) 등이 벤처기업 인증 획득에 긍정적으로 작용했다.

(주)금탑F&B
〈청담동 말자싸롱〉 치맥 전문점으로 변경하고 매출 '5%' 상승

〈청담동 말자싸롱〉이 최근 스몰비어에서 치킨 맥주 전문점으로 콘셉트를 변경한 후 단기간 내 매출 상승을 기록했다. 〈청담동 말자싸롱〉은 최근 '맛있는 맥주와 치킨을 다양하게 즐길 수 있는 맥주 전문점'으로 변화를 꾀하며 치킨 신메뉴를 다량 선보인 결과, 매장 당 객단가가 상승해 지난 2개월 간 치킨 메뉴의 매출은 10%, 전체 매출은 5% 증가했다. 콘셉트 변경에 맞춰 메뉴도 '마늘간장순살치킨', '허니순살치킨' 등 한국인에 입맛에 맞는 치킨들로 개편하고, 맥주 안주로 간편하게 즐길 수 있는 순살치킨으로 메뉴 라인업을 확장했다.

SPC그룹
〈파리바게뜨〉 30돌 맞아 글로벌 브랜드로 도약에 박차

베이커리 문화를 대중화시키는 데 성공하며 '국민 빵집'으로 자리잡은 제빵 프랜차이즈 〈파리바게뜨〉가 오는 17일 창립 30주년을 맞는다. 〈파리바게뜨〉는 30돌을 기점으로 해외 가맹점 사업에 박차를 가한다는 계획이다. SPC그룹에 따르면 〈파리바게뜨〉는 2030년까지 20개 나라에 진출해 중국과 미국에서만 2000개 이상의 매장을 열 계획이다. 〈파리바게뜨〉는 2004년 처음으로 해외에 진출, 미국 맨해튼(2010년)과 프랑스 파리(2014년)를 비롯해 중국, 싱가포르, 베트남 등 5개국 주요 도시에 240개가 넘는 매장을 운영 중이다.

NEWS LOUNGE

10월~12월

가맹본사를 위한 프랜차이즈 성공과정

기 간	2016년 10월 6일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	20명	비 용	무료
목 적	가맹사업법, 가맹점 모집전략, 부진점포 매출활성화 전략 등의 교육을 통한 프랜차이즈 산업인력 역량강화		
교육대상	프랜차이즈 본사를 운영중인 CEO 및 임직원		
혜 택	※ 교재 증정 ※ 1:1 상담		

제30기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정

기 간	2016년 10월 8일(토)~12월 10일(토)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	40명	비 용	회원사 99만원, 비회원사 100만원
목 적	슈퍼바이저로서의 자질과 역할, 컨설팅 능력 함양과 프랜차이즈 시스템의 이해, 점포 마케팅 전략 구축		
교육대상	가맹본부 대표 및 임원, 가맹본부 창업 준비자, 프랜차이즈 본사 슈퍼바이저, 예비 슈퍼바이저, 프랜차이즈 관련학부		
혜 택	※ 슈퍼바이저 자격증 응시 자격 부여 ※ 한국프랜차이즈산업협회장 명의 수료증 제공 ※ 교재/다과 무료 제공		

제6기 프랜차이즈 지도사 과정

기 간	2016년 10월 8일(토)~12월 17일(토)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	30명	비 용	회원사 135만원, 비회원사 150만원
목 적	프랜차이즈의 전반적인 내용을 통해서 프랜차이즈 업계의 최고 전문가를 양성 및 배출		
교육대상	프랜차이즈 가맹본부의 CEO 및 임직원, 예비 프랜차이즈 CEO 또는 가맹본부에 취업을 희망하는 대학생과 일반인		
혜 택	※ 한국프랜차이즈산업협회 회장의 수료증 ※ 프랜차이즈 지도사 자격증 응시 자격 수여 ※ 국내 50여 FC 브랜드 컨설팅 자료 열람		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략 과정(5회차)

기 간	2016년 10월 11일(화)~10월 12일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 전북지회 교육장
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	글로벌 해외 마케팅에 필요한 단계별 주요 실무지식을 학습해 현업 적용 능력과 응용력에 대한 기술 습득을 최우선적으로 학습		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 전략 자사도입과 활용 실무(5회차)

기 간	2016년 10월 14일(금), 10월 22일(토)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 전북지회 교육장
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	세계적인 수준의 기업으로 성장할 수 있도록 현업에 적용 가능하고 성과에 영향을 미칠 수 있는 재직자의 역량강화 교육 실시		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 마스터프랜차이즈 비즈니스 협상 전문가 과정(3회차)

기 간	2016년 10월 15일(토), 10월 22일(토)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	15명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	마스터프랜차이즈 비즈니스 협상 실무에 대한 이해 및 현업에 적용 가능한 학습을 운영하며, 이해관계에 따라 발생하는 갈등에 대한 비즈니스 측면의 관리를 대응 할 수 있도록 하고자 함		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

예비창업자를 위한 프랜차이즈 기본이론 과정

기 간	2016년 10월 18일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	70명	비 용	무료
목 적	가맹사업법, 가맹점 모집전략, 부진점포 매출활성화 전략 등의 교육을 통한 프랜차이즈 산업인력 역량강화		
교육대상	프랜차이즈 본사를 운영 중인 CEO 및 임직원		
혜 택	※ 교재 증정 ※ 1:1 상담		

가맹점사업자를 위한 프랜차이즈 실무과정

기 간	2016년 10월 18일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 전북지회 교육장
인 원	40명	비 용	무료
목 적	가맹사업법, 가맹점 모집전략, 부진점포 매출활성화 전략 등의 교육을 통한 프랜차이즈 산업인력 역량강화		
교육대상	프랜차이즈 본사를 운영 중인 CEO 및 임직원		
혜 택	※ 교재 증정 ※ 1:1 상담		

NEWS LOUNGE

10월~12월

[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 해외진출 선진국 Case Study 패키지 과정 (2회차)

기 간	2016년 10월 19일(수)~10월 20일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	20명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	미국, 일본, Mainland China(대만, 홍콩, 마카오), 동남아(싱가포르, 말레이시아, 태국) 진출 전략으로 국내 FC 기업들이 양적 성장을 할 수 있도록 방향성 제시		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

가맹본사를 위한 프랜차이즈 성공과정

기 간	2016년 10월 19일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 전북지회 교육장
인 원	20명	비 용	무료
목 적	가맹사업법, 가맹점 모집전략, 부진점포 매출활성화 전략 등의 교육을 통한 프랜차이즈 산업인력 역량강화		
교육대상	프랜차이즈 본사를 운영 중인 CEO 및 임직원		
혜 택	※ 교재 증정 ※ 1:1 상담		

매출증대를 위한 스토리텔링 홍보전략 과정

기 간	2016년 10월 27일(목)~11월 17일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	20명	비 용	회원사 27만원, 비회원사 30만원
목 적	최근 국내외에서 성공한 프랜차이즈 기업의 홍보 전략을 통해서 자사의 스토리텔링을 구축하고 바이럴 마케팅을 학습하고자 함		
교육대상	프랜차이즈 기업을 운영중인 CEO, 임원 및 사원, 스토리텔링에 관심 있는 자		
혜 택	※ 전문가 및 업계 네트워크와 인프라 구축의 장 마련 ※ 수료증 수여 및 동문회 결성		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(6회차)

기 간	2016년 11월 2일(수)~11월 3일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	해외 진출 기업 실무자(재직자)의 종합적인 정보(맞춤형 실무 교육) 국가별 산업, 인사, 노무 등을 제공하여 해외 진출 시 기초적인 학습 운영을 지원하고, 내 · 외부 환경 분석 및 사업 분석 결과를 반영한 사전교육 제시		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(5회차)

기 간	11월 8일(화)~11월 10일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	프랜차이즈 해외 진출 기업의 고숙련자를 양성하기 위한 전문 교육으로 경영전략과 핵심 지식을 습득하고 응용할 수 있도록 실무형 교육 제시		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

예비창업자를 위한 프랜차이즈 기본이론 과정

기 간	2016년 11월 10일(목)	교육장소	부산 벡스코 제2전시장
인 원	70명	비 용	무료
목 적	가맹사업법, 아이템 선정, 입지분석, 마케팅 등의 교육을 통한 프랜차이즈 산업인력 역량강화		
교육대상	프랜차이즈 가맹점 예비창업자		
혜 택	※ 교재 증정 ※ 1:1 상담		

상권분석과 빅데이터 전문가 과정

기 간	2016년 11월 14일(월)~11월 15일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	20명	비 용	회원사 20만원, 비회원사 25만원
목 적	사업용 부동산의 시장 환경 이해와 상권분석 전문지식 습득, 과학적 이론 및 경험적 실무 중심의 상권과 입지조건, 분석기법 전수, 상권분석 프로그램의 사용법 및 각 프로그램별 장단점 이해		
교육대상	프랜차이즈 가맹본부의 CEO 및 임직원, 예비 프랜차이즈 CEO 또는 가맹본부에 취업을 희망하는 대학생과 일반인		
혜 택	※ 한국프랜차이즈산업협회 회장의 수료증		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 전략 자사도입과 활용 실무(6회차)

기 간	2016년 11월 16일(수)~11월 17일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	세계적인 수준의 기업으로 성장할 수 있도록 현업에 적용 가능하고 성과에 영향을 미칠 수 있는 재직자의 역량강화 교육 실시		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

NEWS LOUNGE EDUCATION

10월~12월

가맹점사업자를 위한 프랜차이즈 실무과정

기 간	2016년 11월 24일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	40명	비 용	무료
목 적	가맹사업법, 절세전략, 마케팅 등의 교육을 통한 프랜차이즈 산업인력 역량강화		
교육대상	프랜차이즈 본사를 운영 중인 CEO 및 임직원		
혜 택	※ 교재 증정 ※ 1:1 상담		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략 과정(6회차)

기 간	2016년 11월 30일(수)~12월 1일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	글로벌 해외 마케팅에 필요한 단계별 주요 실무지식을 학습하여 현업 적용 능력과 응용력에 대한 기술 습득을 최우선적으로 학습		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(6회차)

기 간	12월 13일(화)~12월 15일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	프랜차이즈 해외 진출 기업의 고숙련자를 양성하기 위한 전문 교육으로 경영전략과 핵심 지식을 습득하고 응용할 수 있도록 실무형 교육 제시		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 해외진출 선진국 Case Study 패키지 과정 (3회차)

기 간	2016년 12월 20일(화)~12월 21일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	20명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
목 적	미국, 일본, Mainland China(대만, 홍콩, 마카오), 동남아(싱가포르, 말레이시아, 태국) 진출 전략으로 국내 FC 기업들이 양적 성장을 할 수 있도록 방향성 제시		
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가폴) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

신규회원 현황

구분	업 체 명	브랜드명	업 종	대 표 자	신 청 일
정회원	(주)쥬씨	JUICY(쥬씨)	도매업	윤석제	2016. 07. 07
	(주)코리아푸딩	돈통마늘보쌈	도소매업	이규운	2016. 07. 08
	(주)메디치아이앤씨	윈도우앤스타일	소매업	이 은	2016. 08. 01
	엔씨엔터(주)	슈퍼스타코인 노래연습장	서비스업	이미경	2016. 08. 05
	(주)J&K 패밀리	곱창고	도매업	정재환	2016. 08. 16
	(주)구슬함박	구슬함박	음식업	김영복	2016. 08. 18
	(주)떼루와	떼루와	도매업	이용훈	2016. 08. 18
	(주)아모레퍼시픽	아리따움	도소매업	서경배 · 심상배	2016. 08. 31
	(주)유케이푸드	쌀쌀맞은닭	도매업	이상희	2016. 09. 08

협력회원

구분	업 체 명	브랜드명	업 종	대 표 자	신 청 일
협력회원	(주)하파	보헤미안스파클링	도매업	추광식	2016. 07. 08
	(주)플레이통	플레이통	서비스업	최상길	2016. 07. 28
	디자인에스알(주)	디자인에스알	건축업	김태곤	2016. 08. 02
	조은주비트산업(주)	조은주비트	제조업	김종국	2016. 08. 04
	송림특수제지	송림특수제지	제조업	임서현	2016. 08. 11
	(주)피에스미트	피에스미트	도소매업	박성원	2016. 09. 23

News Lounge

협회 일정 및 협회장 동정

2016년 07월 *July*

7일 2016 한국프랜차이즈대상 정부 부처기관 협의
2016 임원연석회의 개최

8일 '행정자치부 장관 초청 중소기업계 간담회' 진행
소상공인시장진흥공단 프랜차이즈 교육지원사업 위탁 용역 착수계획 및 수행계획서 제출

11일 2016 쇼핑문화축제 및 포상관련 미팅

12일 DMZ 평화통일대장정 후원(호식이두마리치킨)

14일 [기본이론과정]프랜차이즈 교육 지원사업
국세청 주류배달건 협조 미팅
제1회 협회장배 골프대회 해단식 및 장학기금 전달식
DMZ 평화통일대장정 후원(오니기리와 이규동)

15일 유통산업연합회 우수상품할인전 개최 회의

16일 [컨소시엄]Master Franchise Business 협상 전문가 과정(2회차)
[실무과정]프랜차이즈 교육 지원사업

18일 식품의약품안전처 '나트륨 저감화 사업'관련 미팅
DMZ 평화통일대장정 후원(떡담)

20일 [컨소시엄]FC 해외진출 선진국(유망) Case Study 패키지 과정(20일~22일)
식품의약품안전처 위생등급, 주방문화개선 협의체회의
DMZ 평화통일대장정 후원(돈까스클럽)

22일 필리핀 프랜차이즈 박람회 참가(22일~24일)
'크리에이터 모델 콘테스트' 대회 관련 미팅
DMZ 평화통일대장정 후원(푸디세이)

23일 [컨소시엄]Master Franchise Business 협상 전문가 과정(2회차)
여성분과위원회 '수납전문가 2급 과정' 교육(23일~24일)

25일 스마트프랜차이즈 모바일 ERP 시연
프랜차이즈 교육지원사업 이러닝콘텐츠개발 Kick-off 회의

26일 치맥페스티벌 해외 바이어 방문(26일~29일)

27일 프랜차이즈 통합 모바일 상품권 1차 사업설명회

28일 주류분과위원회 골프행사

29일 마카오 프랜차이즈 박람회 참가(29일~31일)

30일 제29기 FC슈퍼바이저 전문가 과정 수료식

2016년 08월 *August*

1일 KBS tnt팀 다큐 제작 회의

3일 제1회 장학위원회 회의

4일 고용노동부 교육사업 회의

8일 제37회 프랜차이즈산업박람회 사전설명회

9일 [컨소시엄]실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(9일~10일)
천호식품 중국복합쇼핑몰 관련 미팅
식품의약품안전처장 초청 중소기업인 간담회

10일 한국경제TV 협회 촬영
프랜차이즈 모바일 통합상품권 2차 사업설명회
프랜차이즈40년-KFA20년사 발간 편찬위원회 회의
2016 한국프랜차이즈대상 사전심사위원회

12일 SBS생활경제 협회장 인터뷰

17일 2016 대한민국 국제 관광박람회 참가(17일~21일)

18일 키르기스스탄, 베트남 VIP 간담회
K-브랜드 공동대응협의체 실무자 미팅

19일 미래창조분과위 월례회

20일 협회 산악회(북한산 둘레길)
제4기 프랜차이즈 지도사 과정 수료식

22일 제1회 장학위원회 2차 회의

23일 [컨소시엄]글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략 과정(23일~26일)
한류브랜드 대표 협의회 업무협약식

24일 중국 쇼핑몰 입점관련 천호식품 미팅

25일 제37회 프랜차이즈산업박람회(25일~27일)
[기본이론과정]프랜차이즈 교육 지원사업
제20기 프랜차이즈 최고전문가 과정 입학식

26일 경희대 대학원 MOU 체결식
[CEO멘토링과정]프랜차이즈 교육 지원사업
[실무과정]프랜차이즈 교육 지원사업

27일 제1회 프랜차이즈 인재육성 장학기금 전달식
[CEO멘토링과정]프랜차이즈 교육 지원사업
[기본이론과정]프랜차이즈 교육 지원사업
제24기 맥세스 실무형과정 입학식

29일 제5기 KFCEO과정 입학식
말레이시아 대사관 상무관 미팅

30일 제38기 상권분석과 빅데이터 전문가 과정(30일~31일)
[성공과정]프랜차이즈 교육 지원사업

31일 고용노동부 기초고용질서 준수 서약식
e-러닝 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장 강연 촬영

■ 2016년 09월 *September*

September

1일 대구 · 경북지회 프랜차이즈지도사 1기 입학식
K브랜드 보호지원사업 공동협의체 중간보고
전북지회 최고 경영자 과정 입학식

2일 제5기 KFCEO과정 국내 워크숍(2일~3일)
제2회 농식품 상생협력 경연대회

5일 고용노동부 기초고용질서 위탁사업 관련 미팅

6일 [성공과정]프랜차이즈 교육 지원사업
제2차 장학위원회 회의
제3차 정책위원회

7일 프랜차이즈40년-KFA20년사 발간 편찬위원회 2차회의
나트륨, 당류 저감화사업관련 식약처 회의
프랜차이즈 모바일 통합상품권 실무자 회의
브릿지경제 조동민 회장 인터뷰

8일 2016 한국프랜차이즈대상 서류평가(8일~9일)
프랜차이즈에너지대상 하반기 사업추진방향 회의

9일 공동대응협의체(상표브로커 대응) 실무자 회의

13일 미국 비즈니스 관련 미팅

14일 추석(14일~19일)

19일 2016 한국프랜차이즈대상 가맹점주 만족도 조사(19일~27일)
법무법인 동인 회의

20일 소상공인시장진흥공단 프랜차이즈사업 모듈개발 Kick off 회의

21일 2016 한국프랜차이즈대상 PT 심사(21~22일)
K 브랜드 보호지원사업 – 공동대응협의체 미팅
식품의약품안전처 '프랜차이즈 기업 나트륨 제감화 사업' 제안 PT

22일 [컨소시엄]글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략 과정(22일~23일)
[컨소시엄]Best of Champ Day(22일~23일)
주류분과위원회 월례행사
축산물 유통 발전 대책 협의 회의

23일 미래창조분과위원회 월례행사

25일 e-러닝 이바돔감자탕 김현호대표 강연 촬영

26일 경제부총리 표창 시상식

27일 [실무과정]프랜차이즈교육지원사업
제15차 세계한상대회(27일~29일)

28일 [고용노동부]가맹본부 임직원 대상 노무교육 1차

29일 2016 한국프랜차이즈대상 현지실사심사(29일~10월 10일)

30일 한류대표브랜드협의회 해외 공동 진출방안 토론회

■ 2016년 10월 *October*

October

6일 [성공과정]프랜차이즈 교육 지원사업
제1기 연세대 글로벌유통 최고위 과정 조동민 회장 강의
공동대응협의회 PT심사
제1기 연세대 글로벌유통 최고위과정 조동민 회장 강연

7일 말레이시아 산업통상자원부 장관 회의

8일 제30기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 입학식
제6기 프랜차이즈 지도사 과정 입학식

10일 [CEO멘토링과정] 프랜차이즈 교육 지원사업
한류대표브랜드 협의회 오찬 간담회

11일 프랜차이즈 40년 – KFA20년사 발간 편찬의원회 3차 회의
23차 사회봉사
나트륨 저감화사업 착수보고
고용노동부 정책 미팅

회 원 가 입 신 청 서

☐ 정회원 ☐ 준회원 ☐ 특별회원

신 청 인 정 보				
사 진 (3㎝×4㎝)	회 사 명		전화번호	
	브랜드명		휴대전화 (대표자)	
	대표자명		팩스	
	대표자 (주민등록번호)		이메일 (대표자)	
회사주소				
홈페이지		업 종		
담당직원	이름: Tel: 이메일:	가입경로	☐홈페이지 ☐추천인( ) ☐기타( )	
계좌정보	**☐개인 / ☐법인통장**	**출금일자**	**매월 ☐5일 / ☐14일 / ☐28일**	
회 사 명		계좌번호		
대표자명		주민등록번호 (사업자등록번호)		
월납입액	금 원(₩)	협회 계좌번호	* 국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주:(사)한국프랜차이즈산업협회	

【CMS 출금이체 약관】

1. 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오.
2. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정서의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다.
3. 출금이체 지정계좌의 예금잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다.
4. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다.
5. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되어지며, 수납기관으로부터 사전통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다.
6. 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다.
7. 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 합니다.
8. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다.
9. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다.
10. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다.

【금융거래정보의 제공 동의서】

본 신청과 관련하여 본인은 다음 금융거래정보(거래은행명, 계좌번호)를 출금이체의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지신청하는 시점까지 상기 수납기관에 제공하는 것에 대하여 「금융실명거래 및 비밀보장에 관한 긴급제정경제명령」의 규정에 따라 동의합니다.

【개인정보의 제공 동의서】

위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.

모든 약관동의(☐ 동의 / ☐ 미동의)

[구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서

[협회연락처] Te)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)master@ikfa.or.kr 주소)서울시 서초구 서초대로 248(월헌빌딩 2층)

상기 본인은 사단법인 한국프랜차이즈산업협회 정관 제7조에 의거
위와 같이 회원으로 가입하고자 신청합니다.

20 년 월 일

회 사 명 :
대 표 자 : (인)

한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

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

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

교육장 이용문의

- 상담문의 :
  02.3471.8135~8
  (내선2번)
- 이메일문의 :
  master@ikfa.or.kr

"가맹사업을 지원하는 **KFA세미나실!!** 즐거움을 드리는 **한국프랜차이즈산업협회** "

동반상생과 창조경제의 든든한 버팀목

KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association
137-673 서울시 서초대로 246 (서초동, 월헌빌딩 2층)(구: 서울시 서초구 서초동 1553-1)
TEL.02.3471.8135~8 FAX.02.3471.8139
www.ikfa.or.kr

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) ›

BIG DATA

마켓센싱으로 변화를 선도

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

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

IFIS 프랜차이즈산업연구원
The Institute for Franchise Industry Studies
www.ifis.co.kr

참관객 모집중!

2016 The 38th Korea Franchise Business Expo

The 38th Korea Franchise Business Expo 2016

국내최고의 박람회
제38회 부산프랜차이즈산업박람회
참관객大모집

다양한 업종, 다양한 브랜드,
창업 페스티발로 초대합니다!

행사개요

- 행 사 명 : 2016 제38회 부산프랜차이즈산업박람회
  The 38th Korea Franchise Business Expo 2016
- 기 간 : 2016. 11. 10(목) ~ 11.12(토)
- 장 소 : BEXCO (부산광역시 해운대구 우동 소재)
- 주최 및 주관 : 한국프랜차이즈산업협회 중앙회 · 한국프랜차이즈산업협회 부울경지회
- 후 원(예정) : 산업통상자원부, 농림축산식품부, 부산경제진흥원, KNN

참가규모 및 문의

- 140여 브랜드, 210여개 부스
- 박람회 홈페이지(www.ikfaexpo.kr)에서 참가신청 가능합니다.
- 문의 : 한국프랜차이즈산업협회 중앙회
  02.3471.8135~8 / 내선 3
  한국프랜차이즈산업협회 부울경지회
  051.761.2066

한국프랜차이즈산업협회는 40만 가맹점사업자와
124만 산업종사자의 대표단체입니다.

KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association www.ikfa.or.kr
137-673 서울시 서초구 서초대로 248 (서초동, 월헌빌딩 2층)(구:서울시 서초구 서초동 1553-1)
TEL.02.3471.8135~8 FAX.02.3471.8139

국제 지재권 분쟁대응 지원사업

K-ip care
한국지식재산보호원
Korea Intellectual property Protection Agency

● 국제 지재권 분쟁 예방 컨설팅 ☎ 02.2183.5871~9

K-브랜드 보호 컨설팅 해외진출(예정) 우리기업의 상표, 디자인의 보호를 위한 분쟁 사전예방 및 침해구제 방안 제공

● K-브랜드 보호 기반 구축 ☎ 02.2183.5894~6

해외 상표브로커 피해규제 상담 초동대응 상담, 분쟁 심화 사건 협상 지원 및 현지 IP-DESK와 연계 서비스 제공

중국 알리바바 온라인 모조품 유통 대응 지원 중국 진출(예정)인 우리 기업의 모조품 유통정보를 모니터링 하고 해당 URL 대리신고 및 삭제지원

● 기업간 협의체 구축 및 공동대응 ☎ 02.2183.5894~6

기업간 협의체 공동대응을 통한 우리기업의 해외 지재권 보호

● 지재권 소송보험 ☎ 02.2183.5891~3

지재권 분쟁간 기업의 경제적 손실 예방을 위한 지재권 소송보험 가입 지원

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

● 해외 IP-DESK ☎ 02.3460.3351~3

-. 지재권 상담 지원 해외 IP-DESK 전담인력을 통해 현지 IP제도, 정책소개, 상표·출원등록절차, 지재권 침해·피침해 구제방법등 지재권 관련 상담

-. 상표·디자인 출원 지원 현지에서 상표·디자인 출원 시 발생하는 비용·절차지원

-. 세관 지재권 등록 지원 현지 등록된 지재권을 해당 국가 세관에 등록 시 발생하는 비용·절차 지원

-. 피침해 실태조사 및 단속지원 현지에서 발생하는 지재권 피침해에 대한 실태조사와 행정구제에 따른 비용·절차 지원
해외 시장에서 우리 기업이 모조품 유통방지 등 국제 지재권 보호를 위한 피침해 조사 및 행정구제 절차 지원

-. 침해감정서 작성 지원 분쟁대응을 위한 침해감정서(Opinion Letter)작성 지원
-. 경고장 수령 또는 소송피소 시점에서의 지재권 침해여부 판단
-. 분쟁대응 시 무효성 및 침해/비침해 판단

-. 법률자문 지원 해외 진출에 따른 지재권 분쟁 등에 대해 현지에서 신속한 초동대응이 가능하도록 현지 지재권 전문가를 통한 법률자문 지원

특허청
Korean Intellectual Property Office