http://kfaexpo.kr/

The 40th Korea Franchise Business Expo 2017 in Busan

The 40th Korea Franchise Business Expo 2017 in Busan

제 40회 부산프랜차이즈산업박람회

2017. 6. 22(목)~24(토) / BEXCO 제 2전시장 4홀
한국프랜차이즈산업협회 중앙회 02)3471-8135~8
한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회 051)761-2066

참가업체 모집중!

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

박람회 관련 부대행사
- 창업상담 및 자금지원 안내
- 법무, 세무, 변리, 회계 등 무료법률상담
- 프랜차이즈 창업교육 및 컨퍼런스

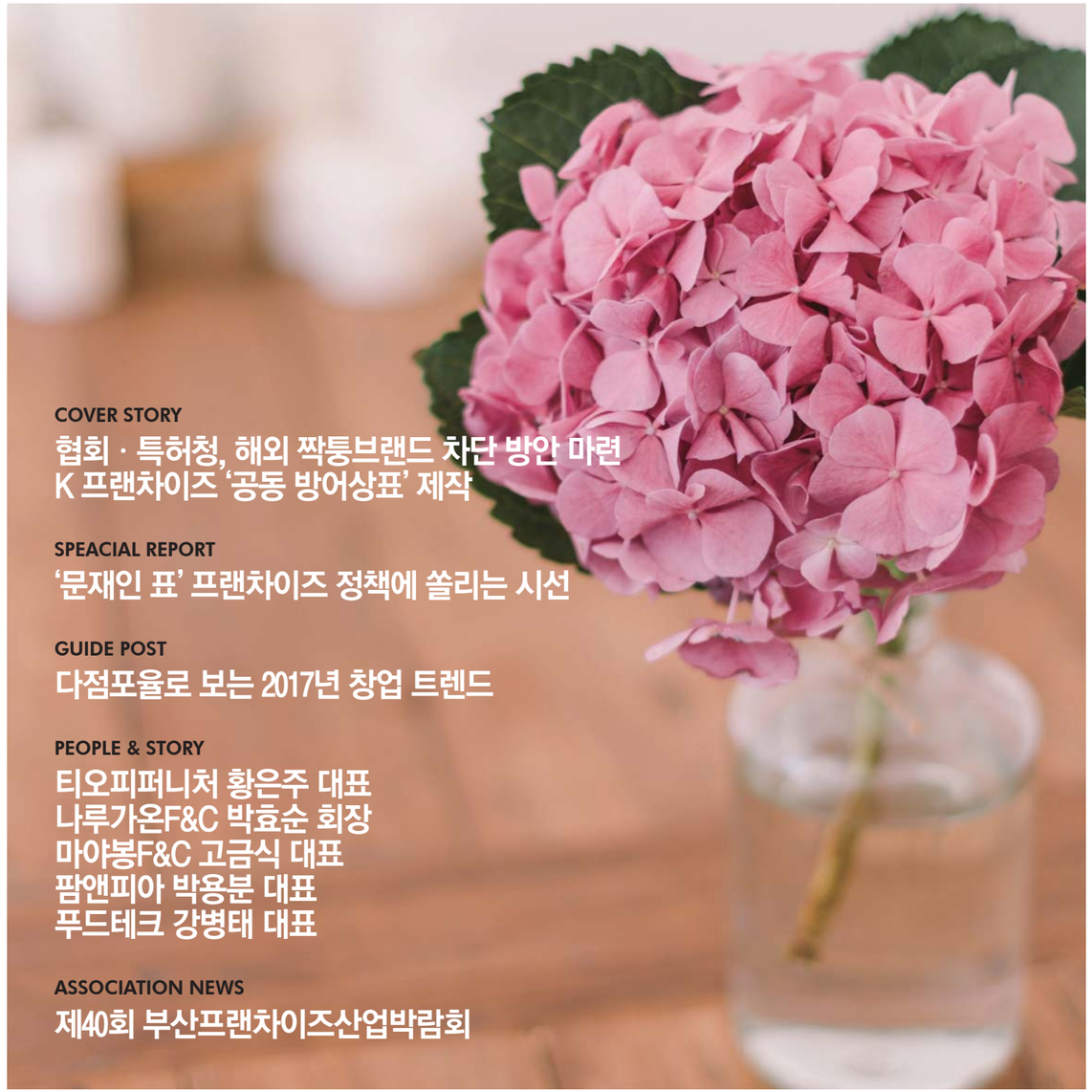
KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association

프랜차이즈월드 2017 JUNE - Vol.23 문재인 정부 일자리 창출, 프랜차이즈가 답이다 Korea Franchise Association

신뢰의 가치로 성장을 나누다

프랜차이즈월드 Franchise WORLD

2017 JUNE - Vol.23



COVER STORY
협회 · 특허청, 해외 짝퉁브랜드 차단 방안 마련
K 프랜차이즈 '공동 방어상표' 제작

SPEACIAL REPORT
'문재인 표' 프랜차이즈 정책에 쏠리는 시선

GUIDE POST
다점포율로 보는 2017년 창업 트렌드

PEOPLE & STORY
티오피퍼니처 황은주 대표
나루가온F&C 박효순 회장
마야봉F&C 고금식 대표
팜앤피아 박용분 대표
푸드테크 강병태 대표

ASSOCIATION NEWS
제40회 부산프랜차이즈산업박람회

KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association

쿵쿵쿵쿵, 흔들흔들
엄마와 놀아야 애착이 자랍니다.

아이는 엄마와의 애착을 통해
자아를 키우고, 세상을 배웁니다.
혼자 놀게 하지 마세요. 짐보리 애착육아를 시작하세요.
엄마와 눈 맞추고, 체온은 느끼고, 함께 바라보는
짐보리 놀이프로그램이 엄마가 꿈꾸는 행복한 아이로 키웁니다.

짐보리에서 함께 놀아주세요. 애착육아를 시작하세요.

GYMBOREE PLAY & MUSIC

25th ANNIVERSARY

전 세계 45개국 300만여 명 회원이 선택한 글로벌 프리미엄 영·유아 놀이 프로그램 짐보리와 함께 새로운 미래를 열어갈 비즈니스 파트너를 모집합니다.

상담문의 : 02-6714-2220

프랜차이즈의 모든것을 담았다!

매장 및 사업장의 환경에 맞게 발전하는 **POS·ERP 전문기업**

18년 노하우
160여 프랜차이즈 브랜드
40,000여 매장

산업통상자원부 장관 賞 수상 기업

SKY C&S
SKY CONSULTING SYSTEM

(주)스카이씨엔에스
ERP / POS / 결제시스템
서울특별시 성동구 성수이로 18길 31 풍림테크원 3층 (성수동2가 273-10)

상담문의 1544-7710
www.skycns.com

ToPresso

지난 14년간 가맹점과의 분쟁 건수 '0'

가맹점주의 만족도 '88.4%'

토프레소를 선택해야 하는 이유!

- 2015 중소기업청 '우수 프랜차이즈' 선정
- '2016 한국 프랜차이즈 대상' 산업통상부장관상 수상
- 당일 주문·당일 로스팅·당일 발송 원칙의 신선한 커피
- 슈퍼바이저의 전담 운영 관리 시스템

창업 및 상담문의 | 02.565.3211

www.topresso.com

100% 천연펄프로 환경친화적이고 인체에 무해한 최고급 펄프원단을 사용하여
식탁의 문화를 선도하는 냅킨을 제조 유통하고 있습니다.

제품의뢰 — 컨설팅 — 디자인 — 인쇄 — 패킹 및 적재 — 납품

주소 : 경기도 고양시 일산동구 은마길63번길7 Tel : 031-977-6810 Fax : 031-977-6825
품목 : 인쇄냅킨, 디너냅킨, 해동지, 테이블밴킨, 핸드타올, 점보롤 E-mail : 7booming@naver.com

송림특수제지

KTA Group FRANCHISE FURNITURE

KTA는 2000년에 설립하여 정직과 신뢰를 바탕으로 한 국내
최대 규모의 프랜차이즈(창업) 가구 주문제작 기업입니다.

창업가구	숙박가구	주문제작
프랜차이즈	호텔	관공서
카페	모텔	전시장
음식점	펜션	병원
레스토랑	리조트	컨벤션
편집샵	고시원	연회장
헤어샵	산후조리원	인테리어가구

아르푸 Show Room

주요납품실적
(주)이연(한촌설렁탕)-대학로점,롯데백화점,부평십정점,정서점,가평설악점,남원주점,인천삼산점,신천점 등
(주)지엔에스(BBQ)-서울대공학점,김포학운점,종로본점,대구점,압구정점,법조타운점,해남점,마산점,울진점 등
육수당 & AtoA & 오븐에빠진닭(오빠닭)-목종제일점,보문점,목동좀,서울대점,종로점,천안점 등
그외 잠실 제2롯데월드 사무공간, 삼성동 코오롱스포츠 직원 쉼터 층별 전체, 캐시슬라이드, 삼성 R&D센터,
경찰공제회 직원 식당, MG손해보험 직원 쉼터, 63빌딩 한화생명 직원 쉼터, 안동요양병원 외 다수

KTA 한국TA | T.O.P 티.오.피. FURNITURE | Arfu 아르푸 | Factory KTA CHINA | Factory KTA VINA

프랜차이즈(창업)가구전문기업

T.O.P FURNITURE FRANCHISE FURNITURE

디자인과 품격, 새로운 가치와 감성이
상업공간과 주거공간에 담길 수 있도록 노력하겠습니다.

KTA그룹의 제품은 OEM,ODM형식이 아닌,
중국, 베트남 현지에 직접 공장을
운영하여 빠른 납기와 합리적인 가격으로
제작할 수 있습니다.

(주)티오피퍼니처

본사) 우.12187 경기도 남양주시 화도읍 녹촌로 106번길 53 (녹촌리 289-4) TEL. 031.595.4070 FAX. 031.594.1083
서울사무실) 우.06044 서울 강남구 학동로11길(논현동) (주)아르푸 TEL. 02.540.1090. FAX. 02. 540.1083

한국여성경제인협회 KOREAN WOMEN ENTREPRENEURS ASSOCIATION
INNOBIZ 기술혁신형중소기업
일자리우수기업
ISO9001 ISO14001
특허청 KOREAN INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE
벤처확인기업 VENTURECOMPANY

코리안바베큐
KOREAN BARBECUE

20년간 정직과 신뢰의 치킨정신으로
대한민국 최고의 롱런브랜드로 이끌다!

**코리안바베큐는 실전 경험을 통한
안정적인 노하우를 바탕으로
독창성과 특유의 기술로 가맹점
매출 향상에 기여하는
독보적인 사업임을 자부합니다.**

전속모델
양 준 혁

**코리안바베큐의
파트너를 모십니다.
080-208-9292**

프랜차이즈 본사사장님! 직원님! 점주님!

꼭 읽어주시어용~! 감사감사^.^

[프랜차이즈 사업 맞춤, 유통 / 판매 솔루션]

하파가 제안하는 외식프랜차이즈 맞춤형 샵인샵 비즈니스

설치만 해도 추가 수입이 팍!팍!

프랜차이즈 사업 컨셉별 맞춤 아이템 제공으로 더 높은 수익을 창출해 보세요.

[점주 회원들을 위한 각종 생필품 판매]

하파몰 사이트에서는 1,000여 종의(음료/식품/과자/라면/숙취/기능성제품)
모든 상품들을 소비자가격 **최고 75% 할인율**로 판매하고 있습니다.

스마트폰 애플리케이션 "하파"를 검색 후 다운로드 하세요.

상담문의 **1800-5672**

주식회사 하파
www.hapa1.com

백년이 지나도 변하지 않는 **세월의 깊은 맛**은 **우리땅**에서
정성들여 키운 **건강식재료** 덕분입니다.

주방뱅크

식당을 오픈하는데, 주방은 어쩌지?

식당을 열다
주방을 담다✓

업소용주방용품 전문쇼핑몰

주방뱅크

업계 1위
대한민국을 대표하는 업소용주방 전문 업체

최대 규모
외식창업에 필요한 5만여가지의 다양한 전문 상품

제품보증 안심쇼핑몰
배송,반품,교환,A/S 걱정하지 마세요.

원스톱서비스
상담부터 오픈까지 쉽고 빠르게 한번에 해결

주방컨설팅까지
국내 최고의 주방전문가의 컨설팅 자문.

사전예약제
| 토요일.공휴일.국경일.365일 매장방문 OK
| 500여평의 대형전시장에 오셔서 직접보고 구매하세요.

주방뱅크 검색

본사 | 서울 중구 퇴계로83길 10-25(대원빌딩전관B1/F1/2F) TEL 02-2237-1914 / FAX 02-2236-5980
주방뱅크 | TEL1544-1336 / 02-2233-5221 FAX 02-2233-5206 E-mail jubangbank@jubangbank.co.kr

또봉이 통닭&핫독

지금은 1간판 2브랜드가 대세!!

매장은 커도 투자비는 적게 수익률은 높게!

인건비, 월세 변동없이 추가매출 발생

파트너쉽 체결 하림 닭고기 HACCP인증 국내산 생닭 사용

농림축산식품부장관상

식품의약품안전처장 표창 KFDA 식품의약품안전처

서울시장상 수상 서울특별시

신지식인 인증업체 한국신지식인협회

2016 대한민국 브랜드 파워 대상 KPA 머니투데이

2017 매일경제 선정 100대 프랜차이즈 매일경제 MBN

서비스만족 大賞 2016 제1회 소비자가 뽑은 서비스만족대상

또봉이 핫독&도넛

국내 최초 자동화 도너츠 튀김기 개발

'또봉이 핫독&도넛'은 또봉이 본사의 **강력한 인프라**와 **물류시스템**,
또봉이 **자체 기술**로 개발된 **국내 최초 전자동 튀김**기를 이용해
점주님들에게는 **인건비 절감**과 **편리성 확보**, 소비자에게는 **퍼포먼스**를 제공하며,
튀김기를 판매가 아닌 **렌탈 형식**으로 지원하여
침체된 경제 불황 속 **매출 증대**에 힘이 되도록 노력하겠습니다.

업종변경

치킨, 닭강정, 분식집등...
치열한 동종업계, 새로운 아이템으로
돌파구 마련!!

로드샵

유동인구가 많은 상권
창업을 하려면 매장이 필요해? NO!
단 3평의 공간만있다면 어디든 OK!

특수상권

백화점, 지하철 내부, 휴게소
낮은 단가, 높은마진으로
특수 상권에서도 창업 가능!

또봉이 통닭&핫독, 또봉이 핫독&도넛

|업종변경 1899.0489 |창업문의 080.369.3636

사업설명회 매주 화요일 본사

문의전화 031.898.0704

가현택스
GTAX ALLIANCE

(주)조세데이터연구소
GTAX ALLIANCE

건강한 기업을 위한
스마트한 세무관리의 시작

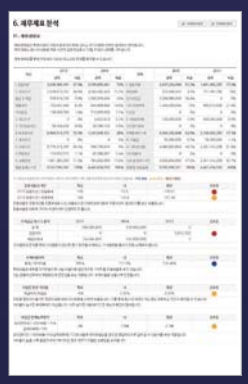
실시간 확인 가능한 나의 사업현황

동종업계와 비교한 **매출분석**, **매입분석**, **인건비분석**, **예상세금** 등을 쉽고 빠르게 파악 할 수 있습니다.
우리 사업이 얼마나 건강하게 잘하고 있는지 **GTAX** SYSTEM을 통해 어디서나 확인 할 수 있습니다.

매출분석

매입분석

인건비분석



예상손익분석

손익계산서

www.gtax.kr
상담문의 : 02)555-5025

Just do eat
Steakboss is Delicious!
http//www.steakboss.co.kr
#스테이크보스
창업문의 1666.9595

경고:지나친 음주는 뇌졸중, 기억력손상이나 치매를 유발합니다. • 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

甘樂 辛樂!
엄마의 사랑이
모락모락 피어납니다!
'엄마의 마음'으로 맛있는 김밥을 만들어 온 김가네
내 가족이 먹는 김밥이란 생각에 신선한 재료를 선별.
건강한 요리법으로 먹거리의 행복을 전하겠다는
굳은 의지와 신념으로 23년간 달려 왔습니다.
김가네는 맛있는 행복, 건강한 맛을
최우선으로 하겠습니다.
좋은 요리에는 엄마의 정성이 있습니다
김家네
가맹문의 1588-7187
www.gimgane.co.kr

후회없는 선택!

주방그릇은 **주용키친플러스**

이윤추구 보다는 사람을 남길 수 있는 인연으로

고객의 입장에서 노력하는 기업

공장 OEM생산으로 원가절감!

대량의 물량확보로 가격 경쟁력을 갖춘 **주방전문기업**입니다.

(주)주용키친플러스

주방설비 및
주방기기 전문업체
http://www.jykp.co.kr

본사 / 전시장 : 서울특별시 중구 난계로15길46 대영빌딩2층 (황학동 1491)

TEL : (본사) 02-2238-8612(代)
(매장) 02-2238-8611(代)
(쇼핑몰) 1600-0601

FAX : (본사) 02-2236-8619
(매장) 02-2238-8614

GEOSUNG CHICKEN

거성치킨

맛있다!

거성치킨 대한민국 최저가 창업지원 이벤트!(홀+배달)

- 인테리어 평당 90만원 (평당150만원→90만원)
- 가맹비 500만원 → 200만원
- 교육비 200만원 →100만원
- 거래보증금 200만원 → 100만원
- 무이자대출 3,000만원
- 월로열티 평생면제!

▶ 총 창업비용 : 3,450만원

거성치킨의 차별화된 경쟁력!

- 상권, 입지, 고객층에 따라 1:1 맞춤식 창업 프로그램 운영
- 물류공급가격 연동제 시스템 운영
- 동종업계 최저수준의 물류공급가격
- 물류센터 1일 배송시스템
- 20년 프랜차이즈 경험과 노하우
- 하자보수 이행증권 의무발행

거성치킨 소자본 배달전문매장 창업 지원 이벤트 본사창업비 : 535만원

서울 사당점 학동점 강남점 서울숲푸르지오점 답십리점 혜화점 미아점 고대종암점 망원점 신림점 영등포점 오류점 당산점 **경기** 김포운양점 소사본동점 부천삼정점 부천약대점 양평역점 금정역점 용인죽전점 안양일번가점 파주와동점 범박점 **인천** 영종하늘도시점 청라점 당하점 간석점 동인천점 **기타** 부산명지점 부산좌동점 부산대연점 제주노형점 제주아라점 제주연동점 대포항점 대구평화시장점 거제옥포점

이수푸드빌 LISU Foodvill

가맹점 문의 02-586-2994

하이트진로
hite
EXTRA
COLD
더 시원하다
EXTRA COLD
HITE
hite
EXTRA
COLD
ICE POINT
FILTRATION SYSTEM
hite
EXTRA
COLD
경고 · 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

오니기리와 이규동

Handmade Rice Ball & Beef Over Rice

FRESH EVERYDAY!

규동이란?

특제 소스에 살짝 데친 소불고기를
밥에 올린 **소고기샤브덮밥**

오니기리란?

즉석에서 바로만들어 더욱 맛있는
프리미엄 **수제삼각김밥**

오니기리와이규동을 선택해야할 이유가 있습니다!

- **안정성** 초보자, 무경험자도 손쉽게 운영가능한 시스템 구축
- **수익성** 30% 식자재 공급으로 원가대비 안정적인 매출수익
- **성장성** 장기성이 검증된 블루오션 아이템
- **브랜드력** 동종업계 NO.1 일등브랜드

한국표준협회 소비자 만족지수

퓨전일식부문 1위 기업 선정

2013. 10. 29 조선일보 발췌

고품질의 신선한 음식을 빠르게 공급하는
패스트 캐주얼 외식문화의 대표주자
동종업계 1위를 자랑하는 오니기리와이규동 입니다.

중국에 이어

홍콩,미국

마스터프랜차이즈 체결

가맹문의

02.598.0290

www.gyudong.com

착한데 맛있다!

노랑통닭

소비자고발 프로그램이 선정한 **착한치킨**

- 전국 27개 대표 프렌차이즈 치킨 중 저나트륨 1위
- 염지제 무첨가 생닭 사용 **전국 248호점 오픈**

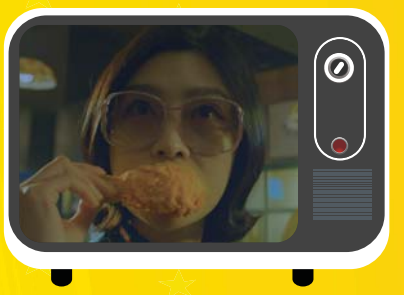
소비자 고발 프로그램이 선정한 착한치킨 저나트륨 1위

2017 한국브랜드만족지수 1위 KSBI KOREA SATISFACTION BRAND INDEX

한국소비자만족지수 1위 KSCI 2017 KOREA SATISFACTION CONSUMER INDEX

한국브랜드만족도
소비자만족도
1위선정

노랑통닭 첫 CF TV 공중파 송출!!



원스톱 창업OK

본사지원 시스템

1:1 맞춤 교육

6천만원대부터 소자본창업 (25평기준)

초보자도, 소규모도 안심! 창업의 든든한 파트너를 만나세요!
대한민국 치킨계를 점령한 노랑통닭이 성공을 약속합니다!

대표번호 1599-2527

노랑통닭

▲
김해 JW웨딩홀
빽다방텔 28카페
토르카페
한채당
수담 한정식
여의도 전경련회관
베로니스 외

*품격*이 다릅니다!
*디테일*이 살아있습니다!
*창업성공*과 *공간디자인 창조*에
*최선*을 다하겠습니다.

디자인 창조와 실용성 창조를 최우선으로 하는
프랜차이즈 가구 전문 – **한양디자인가구**

(주)한양디자인가구 / 업소용가구전문점 **NAVER** 한양몰 ▼ 검색

본사. 서울시 중구 황학동 737 한양빌딩전관(1F/2F/3F) **T.** 02. 2253. 6664 **F.** 02. 2234. 9694 **E.** jglee7659@hanmail.net
공장. 경기도 남양주시 가운동 504-1 **물류사업부.** 02. 2253. 6665

원앤원(주)

성공창업 42년

42년간의 경험으로 다져진 성공창업노하우!
원앤원 성공창업지원센터의 완벽한 창업시스템은 물론
최첨단설비의 생산물류시스템과 체계적인 운영지원까지!
독보적인 안정성을 갖춘 장수브랜드!
원앤원 브랜드의 힘을 지금 바로 경험하세요!

원할머니 SINCE 1975 보쌈·족발 원할머니 국수·보쌈 SINCE1975 수제햄이 맛있는 박가부대

현장체험 창업특강

* 선착순으로 조기 마감될 수 있으니 빠른 신청 바랍니다.

수도권지역

일시: 6월 14일(수) 오후 2시
장소: 원앤원 논현사무소

일시: 6월 28일(수) 오후 2시
장소: 원앤원 논현사무소

참가특전

Special Gift

창업특강 참석하신 모든 분께
'프랜차이즈 창업의 신' 증정!

창업상담 02) 3408-2000

자세한 사항은 검색창에
'원앤원 성공창업지원센터' 검색

수제초밥이 신선하고 맛있는 집

P·R·E·M·I·U·M·H·O·M·E·M·A·D·E·S·U·S·H·I

스시노 BackChef 스시노백쉐프 본점

No.1
Korea Sushi Brand
Leading Company 2017

누구나 쉽게 즐길 수 있는 초밥

주위를 둘러보십시오! 오동주위연 경쟁이 치열한 상황, 지원 · 피자 · 햄버거 · 맥주 등 분점들의 요식업계로 특상해서 어떻게 하면 서민들의 대중음식인 "초밥"을 저렴하고 맛있게 즐길 수 있는 방법에 대해 고민하였습니다.

주방 총책임자(메인 쉐프) 본사 책임 지원!

스시전문점 창업 · 어렵지 않습니다.
주방총책임자 · 창업스시 메인쉐프가 본사 · 가맹점을 방문하고 체험요리 시스템을 운영합니다.

無권리점포 계약 신화! 88호점 달성

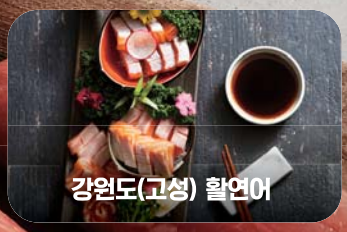
프랜차이즈 업계 최소 무권리 점포 88호점을 돌파하였습니다. 한동안 가기 어려웠고, 타 프랜차이즈가 폐업한 점포만 B급 상권이라 일컬어지는 상권에 입점하여 성공하여 입점 프리미엄 없이 성공하였습니다.

맞춤형 창업 시스템 Series

요식업 최소 경쟁력을 높이기 위해 상권 및 입지 · 창업자 투자비용에 따라 Risk를 줄이고 이윤을 극대화 할 수 있는 스시노백쉐프만의 차별화된 창업시스템!

누구나 쉽게즐기는 초밥

스시노백쉐프는 정통 일식의 깊이있는 맛으로 초밥 매니아는 물론 사시미, 활어와 같이 날것을 싫어하는 분들께서도 즐길 수 있는 메뉴를 준비했습니다.



강원도(고성) 활연어

대한민국을 넘어 아시아에서도 최초로 강원도(고성군)에서 성공한 국내산 활연어를 이제 대한민국 대표 초밥 브랜드인 스시노백쉐프에서 맛나보실 수 있습니다.

생와사비 특제소스

식상한 와사비, 간장소스는 이제 그만!! 부드러운 우유에 진짜 생와사비가 더해지는 알싸한 맛으로 어떤 초밥에도 잘 어울리는 스시노백쉐프만의 생와사비 특제소스를 즐겨보세요.

일본보다 The 신선하고 The 맛있는 스시

수제초밥이 신선하고 맛있는 집,
일본 현지 기술전수가 백쉐프가 선사하는 정통 수제초밥의 眞味!

재료의 퀄리티가 다른 프리미엄 와규 등급으로 만든 와규 스테이크와 장어 한마리가 통째로 들어있는 정통 초밥과 캐주얼 스타일의 콜라보레이션.
귀중한 분들과 함께라면 더욱 스시노백쉐프입니다.

2015년 7월 이후
스시노백쉐프
가맹점
무권리점포 88호점 돌파

예비 창업주들이 가장 궁금해하는 꿀 정보!

프랜차이즈 창업의 진리, 왜 스시노백쉐프일까요?

스시노백쉐프 창업설명회

1899-0836

서울특별시 송파구 중대로12길 64층 전관 [지번주소]가락동 113
본사 업무시간 : 평일 오전 9시 ~ 오후 6시

스시노백쉐프 개별 및 그룹 창업설명회 진행
(개별 및 그룹 사업설명 예약은 본사로 전화주시면 자세히 안내해드리겠습니다.)

일성코퍼레이션, 스시노백쉐프 본사 직접 견학
(직접 오셔서 스시노백쉐프의 모든것을 확인하세요.)

1:1 방문 창업설명 실시
(고객님이 계신 곳에 직접 찾아가 창업상담을 진행합니다.)

① 100% 블루오션 아이템
한 집 건너 하나 있는 치킨, 커피, 고깃집에 그만 투자하십시오! 절대 오래가지 못합니다.

② 주방 총책임자 본사 책임 지원
본사에서 철저한 교육을 이수한 전문쉐프를 파견해드립니다.
걱정 없이 오토 혹은 직접 운영이 가능합니다.

③ 무권리 점포 계약의 신화!
무권리 점포 계약 88호점 돌파!!
무권리 점포에서도 매출이 발생할 수 있는 "스시노백쉐프"만의
특별한 노하우를 통해 전문적이고 체계적인 상권분석과 점포개발로 성공 창업을 도와드립니다.

④ 맞춤형 창업 시스템
자동차에만 3, 5, 7시리즈가 있는 것이 아닙니다.
요식업 최초 경쟁력을 높이기 위해 상권 및 입지에 따라 Risk를 줄이고 이윤을 극대화 시킬 수 있는 차별화된 창업시스템!
소자본 창업인 1시리즈(12평형)부터 대형 매장인 9시리즈(100평형)까지

⑤ 無,無,無,상생의 3無 정책
가맹점주님과 본사의 "상생"을 위하여 계약기간 내 강제적인 인테리어 리뉴얼 無,
광고선전비(PPL,라디오 광고) 점주 부담금 無,
총주방장 책임 지원으로 주방인력 걱정 無

[전국 주요 핵심 상권 건물주 상담 환영합니다]

※ 수도권 및 지방지역 무권리 상권 점포 임대, 백화점 및 대형쇼핑몰 입점 관련, 핵심 상권 내 업종 변경, 전용면적 42.9㎡ 이상

No.1 Korea Sushi Brand Leading Company 2017

일성코퍼레이션
ilsung corporation

서울특별시 송파구 중대로12길 6 | 4층전관 [지번] 송파구 가락동 113
T. 1899-0836 F. 02-948-3634
PC/Mobile. sbchef.co.kr SNS. facebook.com/sbchef2014

SINCE 2002

www.oktoberfest.co.kr

옥토버훼스트 크래프트 비어

- 살아있는 효모의 신선한 맛
- 합리적인 공급 가격
- 푸드와 어울리는 맥주 선택 가능

밀맥주 바이스비어 / 독일남부 스타일의 필스너비어 / 맑고 깔끔한 헬레스라거 / 호밀맥주 로겐비어 / 훈제맥주 라우흐비어 / 쾰른 전통의 쾰쉬 / 흑맥주 둥클레스비어 / 축제용 맥주 메르첸비어 / 알코올 7.5도의 바이스복 / 인디안 페일에일 (5월 출시)

OKTOBERFEST

공급상담 : 02-738-8881

신메뉴!!

매운맛의 절대강자!!
땡초불꽃치킨

신메뉴!!

하림닭고기 안심살로 만든
호식이안심텐더

1688-9922

전국어디서나 치킨 두마리

맛도 두배!
양도 두배!
기쁨도 두배

KRI 한국기록원
대한민국 최다 친인척,
지인 가맹프랜차이즈
한국최고기록 등재

HOSIGI
호식이두마리치킨

99%가 아닌
100%국내산
하림닭 사용!

고객감동과 체인점주님감동
그리고 소외된이웃과 함께!!

호식이두마리치킨은
(주)하림과
함께합니다.

투자대비 매출액 1위-1,866%	소비자만족도 종합1위	업계 최하위권 폐점률-1.6%
공정거래조정원	한국소비자원	공정거래조정원

"1000호점"
남산 서울타워 4층에서도
호식이두마리치킨 치맥을 즐기세요!

가맹문의 : 080-992-9922
NAVER 호식이두마리치킨 검색

선방

스마트한 부동산 통합 온·오프라인 시스템

문의전화 031-733-7331

전국 선방 회원점 공인중개사

전국 회원점 모집

서울특별시

강남구	제일부동산중개법인	02-552-8484
	미라클 공인중개사	02-567-1777
	(주)킴앤김부동산중개	02-3411-8838
강동구	믿음부동산	02-478-1110
	롯데공인중개사무소	02-484-0078
	까치공인중개	02-472-4700
	녹원공인중개사무소	02-477-4478
강북구	이천공인중개사 (미아점)	02-980-2000
	하나공인중개사무소	02-998-9200
	소문난공인중개사무소	02-985-8123
	황금공인부동산	02-906-6700
강서구	마곡대방시티공인중개사사무소	02-3664-6600
광진구	축복부동산	02-455-2272
	복돼지공인중개사	02-456-1003
	동아 공인중개사	02-446-8282
	리치부동산	02-6338-3325
	수 부동산 이수일공인중개사	02-456-7880
구로구	예전공인중개사사무소	02-2617-2444
	세양청마루공인중개사사무소	02-2685-9600
	부자공인중개사사무소	02-3666-9898
	현대공인중개사사무소	02-2611-8899
	명가공인중개사사무소	02-2685-0973
	삼환공인중개사	02-2060-4900
노원구	한빛부동산	02-949-1700
	한신공인중개사사무소	02-933-9933
	정을공인중개사사무소	02-918-0331
	광운대 친절한 부동산	02-909-1088
도봉구	비전 부동산	02-999-2455
동대문구	금강부동산	02-2245-0006
	부동산랜드	02-2212-3000
	보석 공인중개사 사무소	02-2215-8811
	황금부동산	02-959-4488
동작구	신성상떼빌부동산중개사무소	02-842-8700
마포구	으뜸공인중개사사무소	02-712-4824
	투산워브공인중개사사무소	02-333-7040
	서울공인중개사사무소	02-324-5700
	서교 공인중개사 사무소	02-332-2124
	마포공인중개사사무소	02-702-1110
	골드부동산	02-365-8949
	부동산랜드 삼성공인중개사사무소	02-711-0088
	MT공인중개사사무소	02-325-0894
	H에이치스퀘어공인중개사사무소	02-325-0033
	토마토공인중개사사무소	02-3273-8001
	자타부동산	02-713-9100
	대성공인중개사사무소	02-704-7935
	현석제미안공인중개사사무소	02-711-1315
	창대부동산컨설팅	02-322-7997
	세종부동산공인중개사	02-714-8988
	원스톱공인중개사사무소	02-714-8924
	행운공인중개사	02-719-8000
성동구	롯데공인중개사	02-2293-9388
	대우부동산	02-467-7100
	센트라스학사 부동산	02-2296-0014
성북구	굿모닝 부동산	02-955-9300
	행운 공인중개사	02-912-4988
	문정벤처 공인중개사	02-431-9400
	금영부동산	02-408-7049
송파구	송파연합공인중개사무소	02-443-1300
	퀄가부동산	02-449-3344
	삼성부동산	02-413-8989
	새한 공인중개사사무소	02-413-6100
	태양공인중개사사무소	02-400-2001
양천구	청록공인중개사	02-2644-0385
	오성공인중개사	02-2602-0205
용산구	앤디스 공인중개사	02-794-0990
은평구	원공인중개사	02-304-8910
	스타공인중개사	02-351-4533
	꿈꾸는 부자들 공인중개사 사무소	02-384-7777
	현대부동산	02-353-8942
	더행복부동산	02-388-4446
	제일공인중개사	02-303-5809
	대박부동산	02-374-8253
	와산교공인중개사	02-374-8400
	영일공인중개사	02-303-9999
	머스트공인중개사사무소	02-352-5001
	태일 부동산	02-355-6626
	김하정공인중개사	02-372-4525
	엘크루공인중개사	02-357-8828
	래미안공인중개사사무소	02-355-4005
중구	정구대림부동산	02-2252-9600
중랑구	GS자이부동산	02-971-3355
	면목부동산	02-496-8924
	믿음부동산	02-495-5424
	청솔공인중개사	02-2207-0900
	스타공인중개사	02-435-7477
	우연부동산	02-979-1577
	다다부동산	02-6482-6565
	한일부동산	02-2209-3333
	복성공인중개사사무소	02-2209-3100
	삼성부동산	02-2245-0000
종로구	창신부동산	02-762-7400

인천광역시

계양구	한성부동산	032-544-7649
	한신부동산	032-548-4949
	부동산가이드 공인중개사무소	032-555-7000
남구	고려공인중개사사무소	032-422-4477
	휴먼공인중개사사무소	032-424-4980
	골드공인중개사	032-866-9001
	골드공인중개사사무소	032-888-0018
남동구	희망부동산	032-426-6800
	호박공인중개사사무소	032-429-9922
	현대공인중개사	032-432-8888
	은혜공인중개사사무소	010-2638-1591
	777부동산	032-433-0777
	광장부동산	032-442-3800
	태화공인중개사사무소	032-463-8855
	래미안 단지내 부동산	032-468-0660
	일진공인중개사	032-438-3100
	명성공인중개사	032-464-5959
	힐캐슬공인중개사사무소	032-473-4300
	황금부동산	032-424-6800
	행운공인중개사사무소	032-471-2727
	남촌114공인중개사무소	032-473-3114
	소래114공인중개사	032-429-1114
	현대공인중개사 사무소	032-441-4411
	현대공인중개사사무소	032-463-1300
	행복한공인중개사	032-473-3700
	금호공인중개사사무소	032-433-8877
	신현대부동산	032-431-7777
	부동산써브	032-473-3500
	백산공인중개사사무소	032-468-8822
	한국공인중개사사무소	032-462-5588
부평구	현대공인중개사무소	032-521-8811
	금강공인중개사사무소	032-527-3533
	삼성공인중개사 사무소	010-5277-9778
	동산공인중개사사무소	032-428-5544
	하나공인중개사 사무소	032-429-4985
	대성공인중개사	032-507-3500
연수	코리아랜드부동산	032-812-4444
	LBA예송부동산	032-834-8924
	풍림아이원부동산	032-832-1199
	럭키공인중개사사무소	032-821-1500
	솔밭공인중개사사무소	032-228-1212
	가지부동산	032-818-1552
	서해종합부동산	032-822-7777
	탑공인중개사사무소	032-831-5333
	우리공인중개사	032-831-2006

경기도

고양시	반석공인중개사사무소	010-8997-3428
	예스24 공인중개사사무소	02-355-5550
	올랜드부동산	031-905-6565
광명시	성공공인중개사사무소	02-2616-3388
구리시	영진공인중개사무소	031-564-7114
군포시	알파공인중개사무소	031-393-2244
김포시	행복한현대부동산	031-983-4949
	래미안 골드 부동산	031-983-6400
	대원부동산	031-998-8388
	행복한집찾기 공인중개사사무소	031-983-2470
남양주시	행운부동산	031-529-2909
부천시	홍익공개사무소	010-3894-5242
	스피드공인중개사	032-678-1230
	라일락부동산	032-325-0116
	114부동산	032-341-1114
	샘터공인중개사사무소	010-5284-8945
	하늘땅공인중개사	032-348-0020
	좋은자리공인중개사	032-348-8944
	해드림공인중개사	032-345-4234
	도당공인중개사	032-683-3488
	현대공인중개사	032-614-3300
	일등부동산	032-321-9700
성남시	판교효성 부동산	031-8017-4300
	강남부동산	031-735-0011
	OK부동산	02-443-5050
	호반탑공인중개사	02-449-0053
	신구공인중개사	031-733-3233
	중원 공인중개사	031-747-5800
	동아공인중개사	031-736-5588
	미라클부동산	031-749-7444
	주영 공인중개사	031-731-1600
	신흥부동산랜드	031-748-3620
	모란현대공인중개사	031-736-8300
	행복 공인중개사	031-756-7701
수원시	센트럴공인중개사무소	031-222-8338
	호박공인중개사	031-293-4980
	미도공인중개사사무소	031-247-2455
	양지부동산	031-252-5255
	스마일부동산	031-247-2255
	위브하늘채영신부동산	031-255-1255
안양시	다미안공인중개사	031-427-9585
양주시	우리공인중개사무소	031-857-2900
오산시	낙원공인중개사	031-374-4944
파주시	상가 PLUS 부동산 & 컨설팅	031-949-5055
	리치 공인중개사	031-947-8700
평택시	천지 부동산	031-1234-1234
	나이스 공인중개사	031-618-2455
	세종공인중개사	031-663-0095
	송담 1번지 공인중개사	031-684-2949
	상도공인중개사	031-652-2399
화성시	화성1번지 부동산	031-353-4402
	참조은공인중개사무소	031-366-5449
	신안공인중개사사무소	031-353-6611
광주광역시	더키움1공인중개사사무소	062-526-8892
	행복드림부동산중개	062-363-2626
	유탑트윈시티공인중개사사무소	062-382-2750
대구광역시	호박공인중개사	053-964-2002
	대구일등부동산중개	053-965-8300
	신서롯데캐슬	053-964-3002
	해뜰부동산	053-961-9555
	주영공인중개사	053-964-5568
	랜드마크 부동산	053-982-7777
	조율공인중개사사무소	053-746-0066
	대륙공인중개사사무소	053-791-5589
	범어위브공인중개사사무소	053-741-1310
	뉴명가 공인중개사	010-2410-3356
부산광역시	아성기획	051-553-6774
	영삼공인중개사	051-333-0303
	청구공인중개사	051-305-5995
강원도 춘천시	재테크부동산	033-256-3030
전북 전주시	대흥공인중개사	063-225-6497
경북 경산시	대평그린 공인중개사	053-817-8580
	중산파크 부동산	053-801-6888
	이화공인중개사	053-813-1500
	알부자 공인중개사 사무소	053-817-0800
	부동산114	053-817-5114
	꽃과 나무 공인중개사사무소	053-811-1236
	남경공인중개사사무소	053-818-0078

부동산 매물광고의 혁명!

www.sunbang.co.kr

국밥 그 이상의 가치!

한해 오백만명이 다녀간다는 바로 그 핫 플레이스.
사골 육수의 제조방법 특허, 홍차를 이용한 국밥 특허로
한번 가보면 누구라도 반할 수 밖에 없는 세상에 없던 새로운 국밥입니다.

가맹문의 1577-6387

네이버 검색창에 더진국 검색 검색해 보세요!

good
friends
냉동식품 전문회사 굿프랜즈가
귀사와 윈윈하는 성공파트너가 되겠습니다
좋은 친구 (주)굿 프랜즈는
프랜차이즈 회원사가 필요로 하는
모든 상품들을 최고의 품질로 공급할 수 있는 냉동식품 전문회사입니다.
또한 회원사가 필요로 하는 상품들을 공동으로 기획하고
연구 및 공동 개발할 수 있는 검증된 능력을 보유한 기업입니다.
굿프랜즈는 앞으로도 꾸준히 식품의 가치를 창조하고
새로운 영역을 개척하는 표준이 되며,
식생활 문화를 선도하는 기업이 되겠습니다.
굿프랜즈
(주)굿프랜즈 주소: 서울시 송파구 문정동 70-9 문정빌딩6층 대표전화: 070-5073-6817
(주)굿프랜즈의 주요 상품군: 떡갈비류, 만두류, 커틀릿류(돈까스류),치킨류,튀김류,냉동열대과일류,떡류외 상품군
떡갈비류
만두류
커틀릿류(돈까스류)
치킨류
냉동열대과일류
튀김류
빵류

못된고양이

NCAT

NO.1 패션액세서리 전문 프랜차이즈 브랜드

못된고양이

아직도 외식창업을 고집하는
당신에게 드리는 마지막 기회!

투자비는 최소화하고
수 익 은 효율적으로

가성비 창업

당신은 못된고양이 창업에 대하여 얼마나 알고 계십니까?

- 못된고양이가 1991년부터 시작된 브랜드인걸 알고 계십니까? Yes or No
- 액세서리 프랜차이즈 브랜드 최초 2년 연속 프랜차이즈 대상을 수상한 브랜드임을 아십니까? Yes or No
- 액세서리 프랜차이즈 부분 업계 리딩 브랜드란걸 아십니까? Yes or No
- 국내/외 130여 개의 가맹점이 있다는걸 아십니까? [2016.03.09 기준] Yes or No
- 전국 가맹점 평균매출액이 연 472,980,000원 이라는걸 아십니까? [2015.06.12 등록된 정보공개서 기준 추정매출액] Yes or No
- 2개 이상 운영중인 점포의 비중이 전체 가맹점의 30.0% 이상인걸 아십니까? [2015.03.09 기준] Yes or
- 지금 이 시간에도 전국의 가맹점을 직접 방문하여 현장의 소리를 듣는 CEO가 있다는걸 아십니까? Yes
- 못된고양이가 당신이 생각하는 그 어떤 브랜드보다 경쟁사가 적고, 상권 내에서 독보적인 브랜드임을 알고 계십니까? or No
- 그러는 당신은 아직도 창업을 준비하면서 커피, 한식, 분식, 베이커리 창업 아이템만 찾고 계시다는 걸 아십니까? Yes or No

2015 대한민국 창업대상 국무총리상 수상

2016 대상

FCS

2017 매일경제선정 100대 프랜차이즈 100

신한은행 NH농협은행 KEB하나은행
1억원 못된고양이 프랜차이즈론 협약 체결

창업설명문의 : 02)317.8000
www.naughtycat.co.kr

포차어게인
비내리는 길거리 포장마차

나래의 활.력!!이 넘치는 이곳은?

추억의 길거리 포장마차

다~아
드루와앗!
활.력!!!!
포차어게인!!!

포차어게인

비내리는 길거리 포장마차

포차어게인 전속모델
개그우먼 박나래

가맹문의
1544.2292

소상공인진흥공단·중소기업청
스몰비어 최초 2년연속 우수프랜차이즈 선정

MALJA SALON

스몰비어 치킨맥주 말자싸롱

저투자 대비 고수익 창출

10평 내외의 평수에서
빠른 회전률로
고수익 실현 가능

배달 & 혼술 최적화

배달이 가능한 메뉴로
추가 수익 창출,
혼술을 즐길 수 있는
BAR 형태

초보자도 쉽게 조리, 운영

간편한 원(ONE) 패키지로
조리 및 운영 가능한
물류시스템

청담동 말자싸롱 beer

창업 문의 www.malja.co.kr 1544-0434

KUM-TOP
KUM-TOP Co., Ltd
(주) 금·탑·에·프·앤·비

대우종합주방은 고객과의 약속을 최우선하여 한번 맺은 인연을 소중하게 생각합니다.

체인점, 식당, 단체급식, 병원, 호텔, 카페, 커피숍, 주점, 치킨전문점

견적환영 도면 직접 작성하여 주방 설비에서 그릇까지 논스톱 해결해 드립니다.

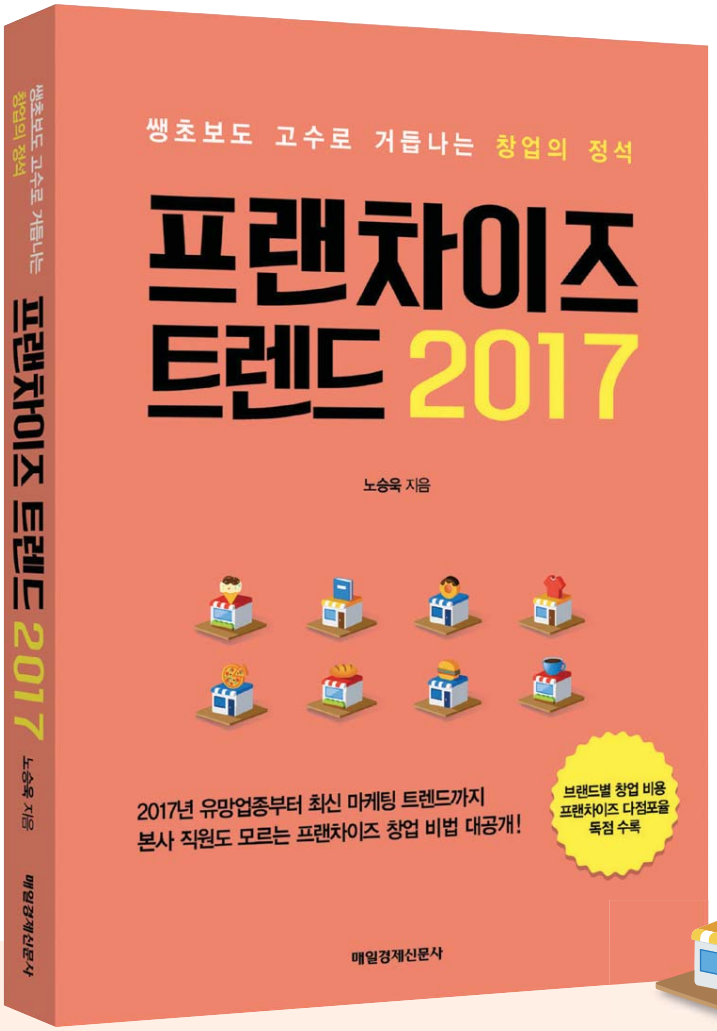
공장직영 우성냉장고, 유니크냉장고, 롯데냉장고, LG냉장고, 삼성냉장고, 간덱기가스렌지, 주방씽크대 등 주방용품 일체 전국배송 설치, 사후 서비스까지~

대우종합주방

사무실 : 서울시 동대문구 난계로 26길 21, 금성빌딩 1층 대우종합주방(신설동)
TEL : (02) 2233-1308(代)
2232-4719
FAX : (02) 2232-4721

공 장 : 경기도 남양주시 화도읍 차산리 273-1
TEL : (02) 2232-4720
webhard : ID : mykitchen PW : 마이키친
E-mail : dwoo11@hanmail.net
http://www.daewookitchen.co.kr

불황 속 창업,
프랜차이즈라면 살아남는다!



프랜차이즈 포화 시대,
대박나는 가게들의 영업 비결?
창업 비용, 전략, 마케팅
노하우 총망라!

프랜차이즈 '옥석 가리기'를 돕는 책, 《프랜차이즈 트렌드 2017》!
수수료만 챙기면 끝인 몇몇 창업 컨설턴트들의 정보와는 깊이가 다르다!
창업전문기자가 직접 조사한 브랜드별 다점포율, 창업비용, 홍보 전략 수록!
프랜차이즈 오픈 전 꼭 알아야 할 모든 정보를 담았다!

노승욱 지음 | 284쪽 | 15,800원 **매일경제신문사**

우리가 진짜다

(주) 디포인덕션

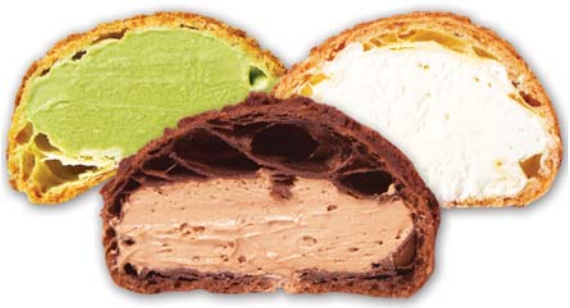
경기도 하남시 검단산로 239 (창우동, 하남벤처센타 503호)
Website : www.dipoinduction.com | E-mail : dipo23@dipoelec.com | TEL : 031-793-5895 | FAX : 031-793-5862

신개념

지금까지 만나본
커피전문점은 잊어라!

비스켓슈카페

HARUSET BISCUIT CHOUX



천연과일로 만든
100% 핸드메이드
비스켓슈

HARUSET GELATO

이탈리아 최고의
몬테비앙코 재료로
만든 캡슐형 젤라또

COFFEE

HARUSET 커피 하루셋

☎가맹문의 1588-0679

기분 좋은 한끼로 행복을 채우세요.

얌샘김밥의 17년 브랜드 스토리.

2010년 70여개의 매장을 운영하던 한 프랜차이즈 회사의 대표는 심각한 고민에 빠졌다. 평소 식자재 원가율에 대해 가맹점주와 고객사이의 외줄타기라고 생각할 정도로 심각하게 관리해 왔는데 기존 본사 사옥에서 자체 생산하던 양으로는 늘어나는 매장의 식자재를 모두 공급하기에 한계를 느낀 것이다. 문제는 다른 업체들 처럼 OEM으로 식자재를 공급하면 유통단계가 늘어나 가맹점주나 고객 모두 피해를 볼 수 있다는 것이다. 이 때 경기도 파주에 위치한 3,667㎡ 규모의 LG 디스플레이 협력업체 공장이 경매로 나왔다. 프랜차이즈의 대표는 망설임 없이 공장을 인수해 자체 대량생산이 가능해졌다. 이 결정은 당시 업계에서 이슈가 되었는데 70여개 매장을 운영하는 업체가 대량생산을 위해 공장을 운영하는 경우가 거의 없었기 때문이다. 또한 물류마진을 낮추기 위해 당시 주를 이루던 위탁물류를 3자 물류로 바꿨다. 당시에는 무모하다고 여겨졌던 이 결정은 이 회사가 2001년 창업해 2017년 현재 130여개 매장을 운영하게 된 원동력이 되었다. '얌샘김밥'과 '얌샘'매장을 운영중인 ㈜얌샘의 이야기이다.

얌샘김밥의 사례는 최근 프랜차이즈 시장의 현실과 비교해 볼 때 특별한 의미를 갖는다. 대왕 카스테라의 이슈 이후 언론에서 프랜차이즈 브랜드들의 무리한 확장과 관리소홀, 가맹본사의 갑질 논란 등이 보도되었다. 물론 일부 브랜드들의 이야기이긴 하지만 전체적인 프랜차이즈 창업시장이 위기에 봉착한 것도 있다. 가맹본사들의 난립으로 한정적인 외식업계 수요가 여러 업체들에 분산되었고 유행성 브랜드의 증가와 유사브랜드의 증가는 브랜드의 수명 감소에 큰 영향을 미쳤다. 준비없이 가맹사업을 시작해 가맹점 관리가 가맹점 확장속도를 못따라가는 경우도 종종 발생한다. 그 결과 브랜드의 평균 수명은 3년, 프랜차이즈 가맹사업본부의 수명이 5년 미만이라는 결과가 발생했다.

2001년 작은 김밥집으로 시작한 얌샘김밥의 성장은 주목할 만 하다. 위의 사례에서 보는 바와 같이 얌샘김밥은 안정적으로 장기간 운영할 수 있는 프랜차이즈 시스템을 구축하는데 노력해왔다. 프랜차이즈 사업을 위해 2005년부터 육가공과 식품제조 가공에 대한 영업을 인가받고 2006년 가맹사업을 시작한 것은 가맹사업에 대한 준비가 그만큼 철저했다는 의미이다. 1~2년 내에 급격한 확장보다 시장 트랜드에 맞는 메뉴 개발과 리뉴얼로 꾸준하게 경쟁력을 유지하며 확장해 온 것도 제대로된 프랜차이즈 사업을 하려는 얌샘김밥의 의가 엿보인다. 그 결과 2016년 산업통상자원부 장관상을 받았고 김밥프랜차이즈 분야에서 세계 일류상품으로 선정되었다.

가맹본사와 가맹점주간의 갈등과 관련해서도 얌샘김밥은 자유롭다. 2006년 이후 10년동안 가맹사업을 하면서 단 한 건의 분쟁도 발생하지 않았다. 최근 가맹본사와 점주간의 갈등은 식자재 원가와 인테리어비용에서 비롯된 경우가 많은데 얌샘김밥은 식자재를 자체생산해 본사가 원가율 인상을 통제할 수 있으며 그간의 노하우로 원가율 하락을 위한 노력을 꾸준히 한 결과 6월까지 현재 지금도 업계 최저수준인 37%에서 35%수준으로 내릴 예정이다. 인테리어 비용과 관련해서도 최근 시공 노하우의 축적과 끊임없는 원가 하락 노력으로 3.3㎡당 125만원(15평 기준)까지 내려갔다. 얌샘 가맹사업팀 임종익 차장은 "투명해야 할 프랜차이즈 창업비용에 시장교란으로 거품이 많이 끼어 있는데 얌샘김밥은 투명하게 공개해 프랜차이즈의 정도를 걷고자 노력하고 있다. 10월부터 시행되는 가맹사업법 개정안을 고려했을 때 이러한 얌샘김밥의 노력이 더욱 확산되 건강한 프랜차이즈 창업시장이 되기를 바란다" 고 전했다.

한편 얌샘김밥은 매달 정기적으로 이루어지는 사업설명회와 더불어 6월 한정 프로모션으로 얌샘김밥 역대 최고인 1,300만원(15평기준)의 창업비용 할인이 이루어 진다. 프로모션에 대한 자세한 내용은 얌샘김밥 본사로 창업상담이 가능하다.

문의 1644-3378. **yumsem.com**

신뢰의 가치로 성장을 나누다 프랜차이즈월드
Franchise WORLD
Vol.23

COVER STORY

046 협회 · 특허청, 해외 짝퉁브랜드 차단 방안 마련
K-프랜차이즈 '공동 방어상표' 제작
중국 상표브로커 상표무단선점 피해 및 대응 사례
중국 상표무단선점 대응법

SPECIAL REPORT

054 '문재인 표' 프랜차이즈 정책에 쏠리는 시선
새로운 정부출범과 공정거래위원회 그리고
프랜차이즈

058 당류 및 나트륨 저감 운동
프랜차이즈 업계도 적극적으로 동참 예정

060 외식업에 요구되는 건강
알레르기 유발 재료명, GMO, 칼로리 표기

THEME INFORMATION

064 드라마&영화 속, 그 프랜차이즈 Part 3
놀부부대찌개, 홍익궁중전통육개장 &
조마루감자탕

068 정부 추진 이익공유제
가맹본부 이익 공유, 정부 · 국회 관련 논의 한창

PRESIDENT'S LETTER

044 박기영 협회장 인사말

PUBLISHER'S LETTER

045 발행인 조동민 회장 인사말

GUIDE POST

090 다점포율로 보는 2017년 창업 트렌드
점주가 만족하는 브랜드를 찾아라

094 노승욱 기자의 눈
文정부 일자리 창출, 프랜차이즈가 답이다

096 김영국 계명대 교수 논문
프랜차이즈 창업에 대한 정보공개서 제도
개선방안 연구

ASSOCIATION NEWS

130 Hot Issue1
제40회 부산프랜차이즈산업박람회

132 Hot Issue2
제6기 KFCEO 10~13주차 과정

134 Hot Issue3
프랜차이즈전문 강사 모집

136 Movement
협회소식

140 Membership
신규 · 협력회원 현황 윤리강령

090

060

130

튀어야 산다!

창업도,

비슷해 보이는 수많은 브랜드 중
당신은 소비자에게 어떤 브랜드로 기억되고 싶나요?
잠깐의 인기를 넘어 오래오래 사랑 받는 브랜드로,
광고를 통해 한 걸음 더 도약하세요.

27년 광고전문가 KFN애드콤이
귀사의 사업성공을 도와드리겠습니다.

광고제작 TVCM | RCM | CM-SONG | PPL | 인쇄광고(신문,잡지 등) | 옥외광고(버스,지하철,야립 등)
광고교육 KFN애드콤만의 '찾아가는 광고전문교육 서비스' 무료 제공
문의전화 02-501-2141 | **광고전문교육 신청** 02-556-5280

KFN ADCOM Since 1991

신뢰의 가치로 성장을 나누다 프랜차이즈월드
Franchise WORLD
Vol.23

PEOPLE & COMPANY

070 (주)티오피퍼니처 황은주 대표
프랜차이즈 브랜드 아이덴티티를 지켜주는 가구
074 나루가온F&C 박효순 회장
성공의 조건과 성공의 이유
078 마야봉F&C 고금식 대표이사
클래식한 아이템과 트렌디한 마케팅의 조화
082 팜앤피아 박용분 대표
설립 5년 · 연매출 200억, 초고속 성장 농산물유통기업
086 푸드테크 강병태 대표
주문에서 배달까지, O2O 배달전문 플랫폼 POS

BRAND HIGHLIGHT

102 호식이두마리치킨 / 이바돔감자탕 / 코바코 / 토프레소 / 청담동말자싸롱 / 더진국 / 포차어게인 / 스시노백쉐프

RELATIONSHIP

104 코웨이 이해선 대표 (사)한국마케팅협회 신임 회장 취임 / 한국외식업중앙회 2017 정기총회 / 한국프랜차이즈법률세무연구원, 프랜차이즈법률연구회 출범 / 연세대FCEO '제14회 총동문회장배 골프대회'

COLUMN

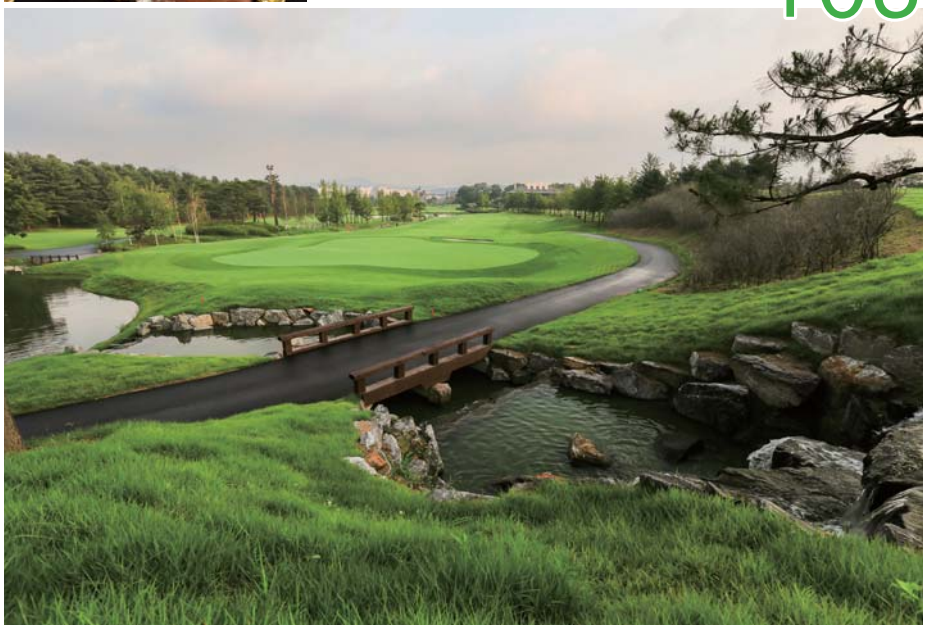
120 컨설팅학박사 이상헌
글로벌 브랜드 성장 위한 프랜차이즈 지도사 역할의 중요성
122 변호사 김선진
인근 가맹점 현황 문서 미제공으로 인한 가맹금의 반환
124 노무사 이금구
프랜차이즈 노무관리
126 세무사 최인용
프랜차이즈 본사의 가맹점 오픈 시 현금흐름 유의사항
128 PIB연구소장 김옥기
즐거움을 주는 인테리어 컬러, 오렌지

CULTURE

106 Country Club 레이크우드 컨트리클럽
Literature 톨스토이의 아내와 춘원 이광수의 아내 Part 1
Book 서정자 에세이, 〈바람이 달다〉
Travel Korea 제15회 퇴촌 토마토축제
Food 쿡하면 뚝딱
Interior 장사 잘 되는 풍수 인테리어
Travel 캘리포니아, 이색 건축물 탐방 여행

070

106



126

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

신뢰의 가치로 성장을 나누다 프랜차이즈월드
Franchise WORLD
Vol.23

수국은 진심과 변덕이라는, 상반된 두 단어를 동시에 꽃말로 지니고 있다. 이상하다고 여겨질지 모르지만, 여기에는 의미가 있다. 진심을 담아 지켜봐주면 그 어떤 꽃보다도 오래 아름답게 꽃을 피우는 것이 수국이지만, 살펴 주지 않으면 금세 말라버릴 정도로 변덕을 부린다는 것. 프랜차이즈 사업 역시도 이 수국과 마찬가지일 것이다. 지속적으로 진심을 담아 지켜본다면 영광의 길로, 그렇지 않았을 때에는 쇠락의 길로 접어들게 될 것이기 때문이다.

www.kfnews.kr
프랜차이즈월드 제 23호 / 2017년 6월호

발행처 한국프랜차이즈산업협회
기획 · 제작 (주)KFN애드콤
주소 서울특별시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩 2층
인쇄 (주)근아인쇄
대표메일 kfn1991@naver.com
광고문의 02-556-7889
보도자료 Webhard(ID:kfn1991, PW:1991)
취재 · 구독문의 02-556-7889 (구독료10,000원/권)

PUBLISHER

발행인 · 회장	조동민 / Jo, Dong Min
편집인 · 사장	이진창 / Lee, Jin Chang
협회/전략홍보실장	박호진 / Park, Ho Jin

EDITORIAL DEPT

부장	이동한 / Lee, Dong Han
차장	김종백 / Kim, Jong Baek
팀장	도정은 / Do, Jeong Eun
기자	김은영 / Kim, Eun Young
특임 기자	노승욱 / No, Seung Wook
특임 기자	박서진 / Park, Seo Jin
특임 기자	이경수 / Lee, Kyung Soo
특임 기자	허지영 / Heo, Ji Young

DESIGN

실장	김현영 / Kim, Hyun Young

PHOTO

사진기자	김동하 / Kim, Dong Ha

CORRESPONDENT

강원/기자	손준기 / Son, Jun Ki
광주 · 전남/기자	박내연 / Park, Nae Yeon
대구 · 경북/기자	권오하 / Kwon, Oha
대전 · 충남/기자	박경원 / Park. Kyung Won
부산 · 울산 · 경남/기자	남구만 / Nam, Gu Man
전북/기자	고재경 / Ko, Jae Kyung
충북/기자	박성희 / Park, Sung Hee

CONTRIBUTORS

컨설팅학박사	이상헌 / Lee, Sang Hun
가맹거래사	이윤재 / Lee, Yoon Jae
변호사	김선진 / Kim, Sun Jin
노무사	이금구 / Lee, Geum Gu
세무사	최인용 / Choi, In Yong
PIB연구소장	김옥기 / Kim, Ok Gi
화가	서정자 / Seo, Jung Ja
명철학원장	김동환 / Kim, Dong Hwan

CONSULTATIVE COMMITTEE

고문	김영근 / Kim, Young Keun
이사	조한영 / Jo, Han Young
편집위원	김용순 / Kim, Yong Soon
	신향숙 / Shin Hyang Sook
	천선아 / Cheon, Sun A

한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

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

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.

위기를 기회로 삼아 성장하는 프랜차이즈산업

한국프랜차이즈산업협회장
박 기 영

새 정부가 출범했습니다. 지난해 겨울부터 우리를 옥죄였던 정치, 사회적 혼란이 마침표를 찍었습니다. 경제에서 가장 나쁜 요인이 불확실성(不確實性)이라고 합니다. 또 경제는 심리라고 합니다. 오랫동안 우리 경제를 어둡게 덮고 있던 먹구름이 마침내 걷혔습니다. 불확실성으로 인한 불안심리가 제거됨에 따라 새 출발을 준비할 때입니다. 항상 새 출발은 기대감과 설렘을 갖게 합니다. 그러나 현실은 결코 밝지만은 않습니다. 여전히 한치 앞을 내다볼 수 없을 정도로 깜깜하기만 합니다. 국내. 외 경제연구소가 내놓은 경제 보고서는 앞으로 한국 경제가 상당기간 침체를 면치 못할 것이라는 전망을 내놓고 있습니다. 새 정부의 능력과 정책에 기대를 걸어보지만 녹록치 않은 것이 현실입니다. 지난 몇 년 사이 우리 기업의 경쟁력과 국가의 성장 잠재력이 중국, 일본 등 경쟁국에 비해 눈에 띌 정도로 크게 떨어졌기 때문입니다. 이미 우리 경제가 장기 저성장단계로 접어들어 상당기간 침체가 지속되고 자칫하면 위기에 빠질 가능성이 높다는 전망마저 나오고 있습니다.

지금 우리 경제의 가장 큰 화두는 일자리 창출과 4차 산업입니다. 인공지능(AI) 기술 등의 발달로 갈수록 일거리는 줄어들 수밖에 없을 것입니다. 지구촌 저편에서 누군가가 만들어낸 아이디어 하나가 순식간에 전 세계를 뒤 흔드는 세상입니다. 전 세계가 지식과 기술 서비스 기반의 비즈니스 모델을 놓고 소리 없는 전쟁을 벌이고 있는 것입니다.

이럴 때 일수록 우리 경제의 구원투수가 필요합니다. 일자리를 만들고 고용을 지켜줄 파수꾼을 찾아야합니다. 프랜차이즈산업은 지식 서비스 기반의 비즈니스 모델입니다. '상생과 상조'를 기본 개념으로 창출된 프랜차이즈의 특유의 시스템은 21세기에 가장 적합한 비즈니스모델이라는 평가입니다. 또한 프랜차이즈는 국가적 위기에 강한 산업입니다. 한국 프랜차이즈의 역사는 약 40년이지만, 실질적으로 산업이 본격적으로 발전하기 시작한 것은 한국 경제가 큰 수렁에 빠지게 된 IMF 시기 직후였습니다. 수많은 사람들이 직장을 잃고 사업이 도산에 처해 어려움을 겪고 있을 때, 프랜차이즈산업이 많은 사람들에게 일자리를 제공했습니다.

그동안 한국 프랜차이즈산업은 자영업 경쟁력 제고와 일자리 창출, 해외진출을 통한 국가 경쟁력을 강화시키는 기여했습니다. 140만의 고용 창출과 매출 100조의 산업으로 커나갔습니다. 국가 경제에 긍정적인 효과를 발휘하고 있는 중요한 산업분야로 성장한 것입니다. 이러한 프랜차이즈 산업을 효과적이면서도 건실한 방향으로 발전 육성시키는 것이야말로 불황의 파고에서 취업문제로 어려움을 겪고 있는 청년과 은퇴자의 일자리를 해결할 수 있는 효과적인 방법일 것입니다.

한류(韓流) 열풍으로 'K-프랜차이즈'에 대한 세계의 관심이 불기 시작했습니다. 미국의 프랜차이즈 역사는 100년이 넘습니다. 우리 프랜차이즈는 겨우 40년입니다. 우리는 그동안 세계를 놀라게 할 정도의 압축 성장 기적을 만들었습니다. 한국 문화와 먹거리에 대한 세계인의 관심과 사랑을 지금처럼 만들고 지속시켜 나간다면 '맥도널드', 'KFC' 등을 능가하는 세계적인 프랜차이즈 브랜드를 만들어 나갈 수 있을 것입니다. 이미 미국, 중국, 동남아 등지에 진출한 여러 'K-프랜차이즈' 브랜드들로부터 그 가능성을 확인한 바 있습니다.

위기를 기회로 삼아 성장해온 것이 한국프랜차이즈산업의 자랑스러운 역사입니다. 이제는 프랜차이즈산업인 전체가 힘과 지혜를 합쳐 새로운 역사를 세계 각국에서 써 나갈 때입니다.

일자리 창출의 보고(寶庫)인 한국프랜차이즈산업

프랜차이즈월드 발행인
조 동 민

새 정권이 국민의 큰 기대 속에 힘차게 출범했습니다. 대통령 탄핵사태로 장기간 국가지도력 부재(不在)라는 최악의 경험까지 했던 국민들은 이제 빠른 시일 내에 국정이 정상화되길 희망하고 있습니다. 새로운 지도력이 그동안 국정 공백이 빚은 불안심리를 치유하고 희망을 불러 일으켜주었으면 하는 바람입니다.

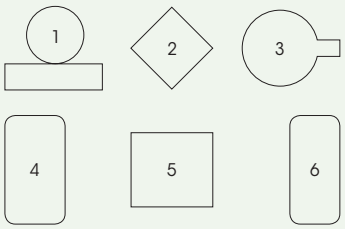
이번 대통령 선거에서 최대 이슈는 역시 경제였습니다. 사드(THAAD)사태, 북한 핵 등 안보 현안도 넘쳐났지만 여론조사를 보면 국민들의 관심은 어떤 후보가 많은 일자리를 만들 수 있는 능력이 있는 지를 최우선인 것으로 나타났습니다. 그만큼 좋은 일자리가 줄어들고 삶이 팍팍해졌다는 반증(反證)일 것입니다. 일자리는 기업이 만듭니다. 물론 개인이 독립자영업을 하거나 정부가 공공 일자리를 제공할 수 있지만 예산 등 여러 이유로 한계가 있습니다. 역시 일자리를 통한 고용창출은 기업의 역할이자 몫입니다. 정부의 역할은 기업들의 경제활동을 자유롭게 펼쳐 일자리를 늘릴 수 있도록 정책적으로, 제도적으로 도와주어야합니다.
프랜차이즈산업은 일자리 및 고용 창출의 보고(寶庫)입니다. 1년에 150조 매출을 기록한 국내 최대 기업 삼성의 임직원은 9만5천명에 불과합니다. 그러나 국내 프랜차이즈업계는 전체 100조 매출을 하고 있지만 근무 중인 종업원 수는 100만 명에 달하고 있습니다. 무려 10배나 많은 고용을 만들어내고 있는 것입니다. 또 한 조사결과에 따르면 프랜차이즈 외식업 가맹점 85,430개의 평균 종사자수는 3.09명으로 나타났습니다. 이는 비가맹점 500,867개의 평균 종사자수 2.68명에 비해 높은 수치입니다. 가맹본부 당 평균 임직원도 54.9명으로 신규 고용창출 효과가 매우 높습니다. 프랜차이즈 실태조사에 따르면 2015년 현재 프랜차이즈 가맹본부에서 일하는 임직원은 80.3만 명에 달하고 있습니다.
더욱이 프랜차이즈 산업 규모가 빠르게 성장하고 다양해짐에 따라 新업종과 새로운 직업군이 창출되고 있습니다. 이는 청년실업문제와 은퇴 및 퇴직자의 일자리 고용문제를 일정부분 해소시키는데 큰 역할하고 있습니다. 그만큼 프랜차이즈산업이 우리 경제에 끼친 기여도와 영향력은 다른 어떤 산업에 뒤지지 않을 정도로 중요하고 큽니다.
그럼에도 불구하고 일부 프랜차이즈 기업의 그릇된 행태로 프랜차이즈산업을 바라보는 여론의 시선이 따가운 것이 사실입니다. 몇몇 언론은 이미 오래전에 발생했던 사건까지 재탕, 삼탕 식으로 보도하며 이를 부추기고 있습니다. 정치권은 이른바 '경제민주화'라는 명목으로 각종 규제악법을 쏟아내고 있습니다. 지난 3월 국회를 통과한 가맹사업법 '징벌적 손해배상제' 외에도 무려 19개에 달하는 개정안이 국회에 상정되어있습니다. 그 내용을 보면 하나같이 프랜차이즈산업를 옥죄는 것입니다. 학계와 전문가들도 무더기 규제악법으로 프랜차이즈산업이 고사할 수 있다고 우려하고 있습니다. 프랜차이즈산업이 이처럼 매도당하는 데에는 과거 우리의 잘못된 시스템과 관행에 큰 원인이 있다는 것을 인정합니다. 반성하고 바꾸려고 노력하고 있습니다. 그러나 일부를 전체로 일반화하고, 과거 관행을 이른바 '갑질'로 싸잡아 매도하는 것은 자제되고 시정되어야할 것입니다.
일자리 창출의 보고인 프랜차이즈산업이 우리 경제의 구원투수이자 파수꾼으로써 역량과 역할을 펼쳐 나갈 수 있도록 언론과 정부, 그리고 입법부의 인식전환을 위해 프랜차이즈산업인의 적극적인 협조가 그 어느때 보다도 필요한 시점입니다.

‘K 프랜차이즈’ 공동 브랜드 개발 해외 짝퉁브랜드를 차단한다

- 협회, 특허청과 함께 해외 ‘공동 방어상표’ 제작

한국프랜차이즈산업협회와 정부가 중국, 동남아 등지에서 한국 프랜차이즈 기업의 ‘K 프랜차이즈' 브랜드를 그대로 베껴 영업하는, 일명 해외 ‘짝퉁업체’로 인한 우리 기업들의 해외 지적재산권 피해를 막기 위해 ‘공동방어상표’ 개발에 나섰다.

WRITE **박호진, 김종백**



1 스위스 화장품협회의 공동방어상표
2 태국상무부 국제무역촉진부에서 주관하여 전 세계에서 운영되고 있는 태국 레스토랑에 대한 오리지널 출처표시
3 아프리카 패션업종의 공동방어상표
4 스위스 화장품업종의 공동방어상표
5 태국요식업종의 공동방어상표
6 이탈리아 식품업종의 공동방어상표

해외 짝퉁업체로 인한 국내 프랜차이즈기업들의 피해는 어제 오늘의 일이 아니지만 중국 등 해당국가의 무관심과 사실상 무대책으로 갈수록 확산되고 있다. 2016년 정부에 접수된 상표 무단선점 및 모방상표로 인한 피해사례를 보면 프랜차이즈기업이 467건으로 가장 많고 식품 250건, 화장품 145건 등으로 프랜차이즈업체의 피해가 가장 심각한 것으로 나타났다.

'설빙', '주커피' 등 국내기업 피해 커져

국내 유명 빙수카페 '설빙', 커피브랜드 '주커피'는 중국 현지에서 간판, 종업원 복장, 인테리어 등을 그대로 베껴 영업하는 '짝퉁업체'로 인해 매출액의 감소 및 현지 소비자 오인혼동에 따른 브랜드 이미지 하락 피해를 겪고 있다. 국내 프랜차이즈 업체 A社는 중국 진출을 준비하던 중 상표브로커에 의해 자사의 상표가 무단선점된 사실을 뒤늦게 알게 되었다. 현지 중국 법원에 선등록 상표에 대한 무효심판을 추진 중이지만 해결되기 전까지는 현지에서 영업을 할 수 없어 속만 태우고 있다.

공동 방어상표 제작으로, 브랜드 식별력 향상

이에 한국프랜차이즈산업협회와 특허청이 공동으로 해외 현지에서 우리기업의 무단 상표선점 및 유사브랜드 대한 피해를 예방하고 한류 브랜드의 식별력을 보호하기 위해 'K-브랜드 보호 공동 방어상표 제작'을 추진하기로 했다. 정부가 직접 국가 공동 브랜드를 개발하기로 한 이유는 그동안 이의신청, 무효심판 등 법률적 대응을 진행해 왔지만 결과가 나오기까지 장시간이 소요되어 법적문제가 해결되기까지 기업의 현지 진출 지연, 짝퉁 매장 성업에 따른 신뢰도 하락 등 2차적 피해가 발생하고 있는 실정이기 때문이다. 이에 따라 중국, 동남아 지역을 대상으로 소비재 업종 브랜드에 특화된 공동 방어상표를 제작하여 현지에서 인지도가 부족한 한류 브랜드의 식별력을 향상할 수 있도록 지원하기로 한 것이다.

스위스와 태국 등 이미 널리 활용되고 있어

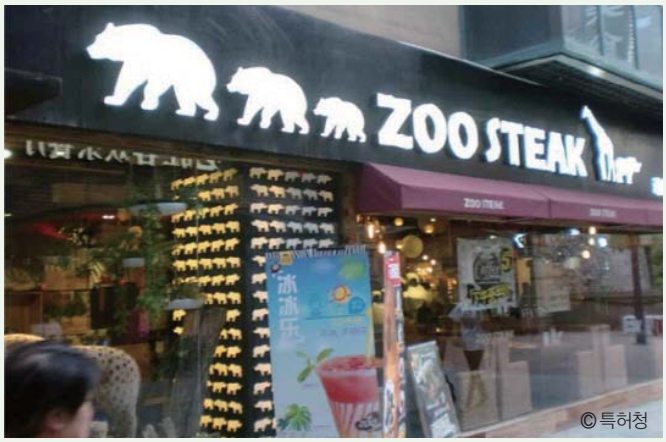
이미 스위스와 태국에서는 공동 방어상표 부착을 통해 자국에서 생산된 제품에 대한 정품인증, 출처표시 등 오인혼동을 예방함과 동시에 품질에 대한 소비자의 신뢰를 도모하는데 널리 활용하고 있다. 해외 진출한 태국 레스토랑 약 15,000여개 중 1,300여 곳이 태국 공동 상표을 사용 중일정도로 인기가 높다.

정부, 지원 확대 계획

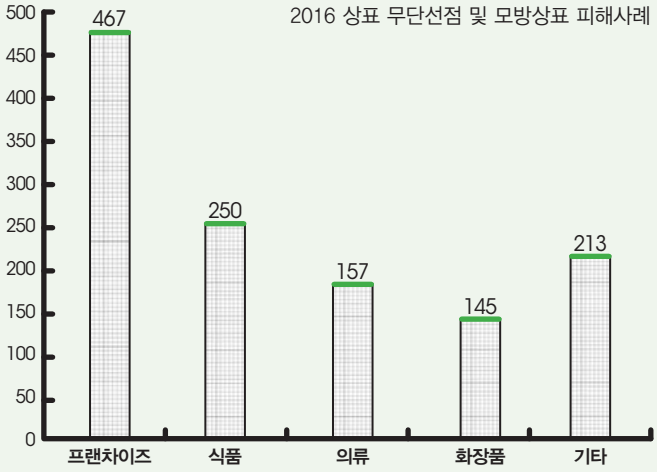
정부는 지난 해 중국에서 상표관련 피해가 가장 빈번했던 프랜차이즈 업종을 우선 선정하여 공동 방어상표를 시범 지원하고 이후 화장품, 식품, 완구, 의류 등 소비자 업종 전반으로 지원을 확대한다는 계획이다. 특허청이 보호식별력을 위해 국어, 영어, 중국어, 기타 현지어를 활용, 눈에 띄는 CI를 디자인하고 출원하여 개발할 예정이다. 이후 한국프랜차이즈협회가 상표 사용을 희망하는 기업을 모집, 선정평가하고 인증 · 관리 등 업무를 담당하게 된다.

지적재산권 피해 줄일 수 있는 현실적 방안

공동방어상표 사용업체는 자사 홈페이지에 병기하거나 식당 입구에 간판 등의 형태로 공동방어상표(CI)를 각 업체의 브랜드와 병기하는 방식으로 활용할 수있다. 공동방어상표를 병행하여 사용하면 현지 소비자들이 한국브랜드와 모방브랜드와의 변별력이 높아져 오인혼동으로 인한 우리 기업들의 지적재산권 피해를 현실적으로 줄일 수 있을 것으로 기대된다. KFA



국내 커피 브랜드 zoo coffee의 상표를 베낀 중국 정저주의 스테이크가게



① 중국 상표브로커 상표 무단선점 피해

- '설빙' 사례 대표적...

중국 짝퉁 설빙 카페

설빙은 2014년 한류 드라마 '피노키오'의 성공을 통해 중국 첫 진출을 이뤄냈다. 그 후 중국 상해 1호점을 시작으로 본격적으로 중국 진출을 추진했지만 현지에서의 상표권 미확보 및 유사 영업 행위에 대한 대처 미흡 등으로 원활한 현지 진출에 큰 어려움이 발생했다. 대부분의 해외 진출 우리 기업에게 관행처럼 발생하는 '선 진출 후 등록' 인식 때문이었다. 실제로 중국 상하이 중심가 쇼핑몰에는 한국에서 자주 보던 빙수 카페가 몇몇 눈에 띈다. 이들 카페는 간판 뿐 아니라 종업원 복장, 고객 대기용 진동벨, 냅킨까지 설빙의 부자재를 그대로 베껴서 영업을 하고 있는 경우가 대부분이다. 심지어 상표권까지 선점해 우리 기업의 해외 진출을 방해하는가 하면 이들 짝퉁업체 중 몇몇은 중국에서 가맹점 모집까지 하는 사례도 발견되고 있다.

하지만 중국 상표법의 엄격하고 경직된 선출원주의 원칙 때문에 이러한 짝퉁 카페가 성업하고 있더라도 상표권을 찾아오는 것이 쉽지 않은 실정이다.

기업형 상표브로커 피해

국내에서 요식업으로 유명한 전문 프랜차이즈 A사는 전국에 150개가 넘는 매장을 운영하고 있는 기업이다. 최근 A사는 한류의 인기가 중국을 중심으로 확산 조짐을 보이자 중국 시장을 거점으로 글로벌 브랜드로 도약하기 위해 해외 진출을 본격적으로 준비하기 시작했다. 중국에서 인기 높은 국내 유명 연예인이 등장하는 여러 한류 드라마에 간접광고를 제공하는 등 중국 진출을 위한 박차를 가하던 중, 중국 유명 상표브로커 B에게 한글명칭, 영문명칭, 중문명칭으로 상표를 선점당한 사실을 알게 됐다. 이중 한글과 영문 부분은 A사가 사용하는 오리지널 로고와 글씨체 및 도형이 완전히 동일했다. 또한 중문부분은 상표브로커가 자체적으로 네이밍한 중문을 결합한 것으로 확인됐다.

다행히 A사의 경우 자체적으로 중문 브랜드를 제작해 '한글+중문' 형태로 출원을 완료해 놓은 상태였다. 하지만 영문 부분에 대한 상표브로커의 무단 선점에 대해 이의신청을 진행하는 등 현재까지도 상표권 회복에 많은 시간과 노력을 기울이고 있다.

상기 사진은 특정기사와 관련없음

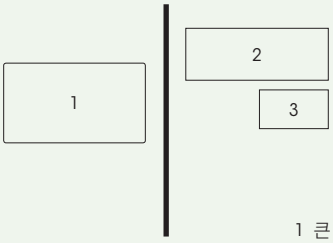
현지 에이전트 또는 협력업체형 상표브로커 피해

국내 유명 의료기기 업체 B사는 세계 70여개 국가에 의료기기 제품을 수출하고 있는 중견기업이다. 특히, 중국에 2007년 법인 설립을 시작으로 홍콩, 대만, 미국, 유럽, 동남아 각국에 이르기까지 글로벌 기업으로서의 면모를 갖추어 가고 있는 굴지의 의료기기 전문 업체다.

그 중 중국시장은 B사에 매우 중요한 시장으로 사업초기부터 공을 들여왔었는데, 중국에 법인을 설립할 당시 현지 법인의 직원이었던 G에 의하여 B사의 상표를 무단 선점 당했다. 당시 G는 B사의 중국 진출과 동시에 상표출원이 신속히 이루어지지 않은 것을 알고 B사의 상표를 자신의 명의로 출원하여 등록받았다.

이후 G는 B사의 중국법인에서 퇴사하여 독자적으로 의료기기 유통 관련 회사를 설립하고 B업체의 제품을 그대로 모방한 제품을 제조, 판매하면서 자신이 한국의 B사의 정식 라이선스를 받은 업체인 것으로 홍보하는 등 B사의 중국 시장을 잠식해 오고 있었다.

B사는 현재 G를 상대로 중국에서 상표 무효선고 청구를 진행하고 있지만, G는 무효 청구가 시작된 이후 B사의 상표 디자인이나 색상 등의 형태를 차용하여 약간의 변형을 주거나 자신의 고유 브랜드를 섞어 사용하는 방법으로 상표를 지속적으로 침해하고 있는 상태다.



1 큰 피해를 입은 중국 설빙 짝퉁 브랜드와의 비교
2 한 의료기기 업체도 브로커 피해를 입었다
3 아모레 퍼시픽 짝퉁 브랜드

현지 소매상형 상표브로커 피해

한국의 중견 화장품 업체 C는 한류 열풍에 힘입어 중국 시장 진출을 다각도로 모색하고 있었다. 특히, 중국의 20~30대 젊은 여성들이 한국의 화장품에 열광하고 있고 이들 20~30대 초반의 여성을 타깃으로 한 기존의 대기업 화장품 브랜드들이 중국에서 큰 성공을 거두자 이 회사도 중국의 20대 여성을 타깃으로 한 새로운 브랜드 S를 기획하게 됐다.

S브랜드 론칭 준비를 마치고 국내 출시 전 C사는 한국에 S브랜드에 대한 상표출원을 마쳤다. 그리고, 국내에서 먼저 대대적인 론칭을 하고 한 달 뒤 중국에도 S브랜드를 상표출원했다.

하지만 그해 말 C사는 중국 상표국으로부터 S 상표출원에 대한 거절 결정을 받았다. 이유는 S브랜드와 완전히 동일한 상표가 C사의 상표출원 보름 전에 이미 중국 상표국에 출원되었기 때문이다. 선출원주의 원칙상 먼저 출원한 자가 상표를 등록받기 때문에 C사의 출원은 거절될 수 밖에 없었다. 원인을 알고 보니 중국 상표국에 먼저 출원된 상표는 중국 산동성에서 한국화장품을 전문적으로 수입해서 판매하는 중국 판매상이었다. 이 중국 판매상은 한국에 새롭게 S브랜드가 론칭되었다는 것을 신제품 뉴스를 통해 보자마자 그날로 바로 중국 상표국에 S브랜드를 출원했던 것이다. 결국 C사는 S브랜드 제품을 중국에 출시도 못해보고 오랜 기간의 분쟁에 시달리게 됐다.

② 중국 상표브로커 상표 무단선점의 대응 사례

- 공동으로 무효선고 청구 진행 등

중국 내 이미 상당한 인지도가 있음을 근거로 무효선고 청구

한국의 중견 화장품 E사는 중국에 자신들의 상표가 다수의 상표브로커에 의해 선점되어 있다는 사실을 알게 됐다. E사는 중국에서 상표 출원을 하였으나 상표브로커의 선등록상표로 인하여 출원이 거절되는 상황을 맞게 됐다.

마땅히 주장할 선권리가 없는 상황에다가 상표브로커가 선점한 상표는 문자만으로 구성된 상표라 선저작권을 주장할 수도 없었다. 하지만, E사는 그 당시 이미 중국 알리바바나 Tmall에 입점하여 마스크팩을 인기리에 판매하고 있었으며, 마스크팩 분야 판매순위 20위권 내에 진입하였을 뿐 아니라 중국 TV홈쇼핑에도 진출한 바가 있었다. E사는 이처럼 **중국 내에 상당한 인지도가 있음을 근거로 삼아 상표브로커의 상표권에 대하여 무효선고를 청구했다.**

동일 상표브로커에게 선점 당한 여러 기업의 공동 무효 선고 청구

한국 프랜차이즈 기업들은 최근 중국의 특정 브로커에게 500여건의 상표 선점을 당하는 초유의 사태를 맞이한 바 있다. 이에 프랜차이즈 기업들은 한국지식재산보호원과 함께 특정 브로커에게 선점 당한 기업을 모아 공동으로 무효선고 청구를 진행하고 있다.

하지만, 해당 기업들 모두 중국에 본격적으로 진출한 기업이 아니기 때문에 중국에서의 선사용 사실 및 인지도를 입증할 수 없었다. 그럼에도 특정 브로커가 **한국 기업의 상표들만 500여건을 선점한 악의적인 의도를 부각시켜 '제44조 기타 부정당한 수단으로 등록받은 상표에 해당한다'는 이유로 무효선고를 청구**, 공동으로 대응하고 있다.

일부 미사용 상품류에 대한 불사용 취소신청

한국의 중견 식품업체 ㈜천일식품은 본격적인 중국 진출을 앞두고 중국에 상표 출원을 하려던 중 한자 '千一'이 제30류에 등록돼 있는 것을 알게 됐다.

선점 상표의 등록일이 2006년이었는데 중국 포털 사이트에서 해당 상표의 사용 여부를 조사해 본 결과, 실제 일부 상품에 대하여 사용은 하고 있으나 천일식품이 중국에 수출하고자 하는 '면류' 제품에 대해서는 사용하고 있지 않음을 파악, 불사용 취소신청으로 대응하기로 결정했다.

이에 **천일식품은 불사용 취소신청을 제기했고 지난해 10월 불사용 취소신청 승소 결정을 받았다.**

협상을 통한 치킨 프랜차이즈 기업 F사의 상표권 회수

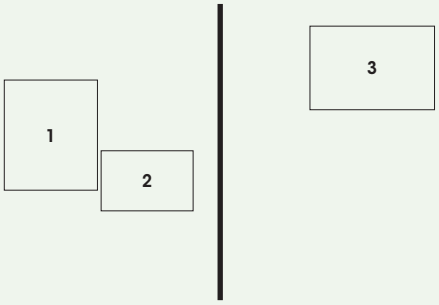
국내 유명 치킨 프랜차이즈 기업 F사는 중국 진출을 위해 한글 상표의 중국 출원을 2015년 3월에 진행했으나, 그 과정에서 상표가 선점 당한 것을 알게 됐다. F사는 해당 상표브로커가 한국 프랜차이즈 기업들의 상표를 집중적으로 무단 선점하고 있는 악의적 상표브로커임을 확인하여 한국지식재산보호원을 통해 K-브랜드 보호 컨설팅을 신청했다.

컨설팅을 통해 상표권 양수에 대한 협상을 진행하였는데, **중요한 점은 상표권 양수 협상만 진행한 것이 아니라 이의신청을 동시 제기하고 대체 상표를 고안하여 출원하는 방법을 병행해 진행했다는 부분이다.**

상표권 양수를 하기 위한 목적으로 아무런 전략 없이 진행을 하다가는 상표브로커가 높은 양도 금액을 요구할 수 있기 때문에, 적절한 법률대응 및 대체상표 출원을 함께 진행하는 것이 상대방에게 심리적 압박을 가하는 효과적인 수단이 될 수 있다고 판단했기 때문이다.

컨설팅 결과 1차 양수 협상은 실패했지만 수차례 협상 시도를 통해 선점 상표의 출원을 취하하고 양도 금액을 지급하는 것으로 마무리 될 수 있었다.

이에 **F사는 선점 상표 출원을 취하시키고 자사의 한글상표를 출원함으로써 안정적 중국 진출의 기반을 마련했다.**



1 중국 내 상당한 인지도가 있음을 근거로 삼아 상표브로커의 상표권에 대하여 무효선고를 청구했다.

2 한국기업의 상표들만 악의적으로 선점한 의도를 부각, 공동 무효선고 청구

3 치킨 프랜차이즈 F사는 상표권 양수 협상과 이의신청을 병행 성공적으로 중국진출의 기반을 마련했다.

상표브로커 대응을 위한 정부지원 사업

❶ 상표브로커 피해상담

대상 해외 상표브로커 피해 발생 기업

주요내용 권리 침해 상담 및 정부지원 사업 연계

신청방법

Ⓣ 02-2183-5894, 6 한국지식재산보호원 해외협력팀

Ⓦ www.ip-navi.or.kr 국제 지재권 분쟁 정보 포털

❷ 분쟁대응 컨설팅

이의신청 상표브로커의 권리화 방지를 위한 법적 논리 구성지원

협상전략 상표권 회수를 위한 전문가 전략구성 지원

회피전략 중문 브랜드 네이밍 지원

Ⓣ 02-2183-5871~9 한국지식재산보호원 분쟁예방팀

❸ 지재권 분쟁 공동대응

이의신청 상표브로커가 무단선점하여 출원한 권리에 대해 공동 대응지원

무효심판 상표브로커에 의해 등록된 권리에 대해 공동 대응지원

Ⓣ 02-2183-5895,8 한국지식재산보호원 해외협력팀

❹ 상표 권리화 지원

ID-DESK 설치국가에서의 상표, 디자인 출원시 소요되는 비용지원

Ⓣ 02-3460-3357~8 KOTRA 해외지재권보호사업단

③ 중국에서 상표 무단선점 이렇게 대응하세요!

- 중국 상표브로커 피해 급증…"신속 · 정확한 대응법 숙지해야"

최근 중국 및 ASEAN을 중심으로 한류의 인기가 확산됨에 따라 상표 브로커의 상표 무단 선점 및 미투 (Me too) 브랜드 사용 등 상표권 침해로 인한 기업의 피해가 증가하고 있다. 특히 중국에서 상표브로커의 상표 선점이 크게 증가하고 있는 것으로 나타나고 있으며, 이러한 상표권 무단 선점은 해외 진출을 위한 우리나라 기업의 금전적 손해 뿐 아니라 어렵게 쌓은 한류의 좋은 이미지, 신뢰도 하락까지 야기하는 주요 요인이 되고 있다.

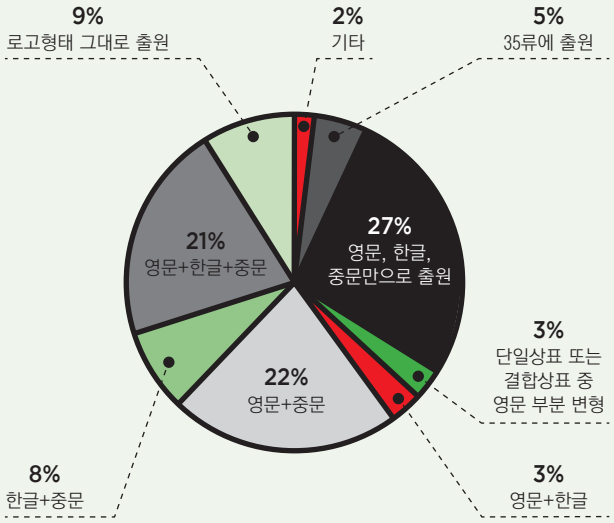
상표브로커란?

상표브로커는 타 업체의 인지도 높은 상표 또는 신규 상표를 먼저 출원 · 등록하여 원 권리자나 제3자에게 이를 되팔아 부당한 경제적 이득을 취하고자 하는 자를 뜻한다. 크게 ▲기업형 상표브로커 ▲현지 에이전트 또는 협력업체형 상표브로커 ▲현지 소매상형 상표브로커로 나뉜다. 기업형 상표브로커는 한국기업의 브랜드를 대량으로 선점 출원하여 상표권 매매 수익을 올리는 전형적인 악의적 유형의 브로커를 가리킨다. 외식 · 패션 · 뷰티 분야에서 이들 상표브로커들에 의하여 선점된 우리 기업 브랜드의 규모만 해도 현재까지 1,200여건이 넘는 것으로 확인되고 있다. 최근에는 이미 등록된 상표라 하더라도 이를 변형하거나 중문(中文) 등을 결합해 출원할 뿐 아니라 거절결정에 대한 불복심판이나 소송까지도 제기하는 등 매우 지능화되고 적극적인 형태로 진화하고 있다.

현지 에이전트 또는 협력업체형 상표브로커는 중국의 현지 에이전트나 협력업체가 상표를 악의적으로 선점한 주체인 경우를 말한다. 중국에 진출하면서 미처 중국에 상표출원을 해놓지 않은 상태에서 중국 시장 진출, 현지 법인 설립 등을 추진하는 경우에 많이 발생한다. 또는 중국 진출을 모색하는 동안 중국 거래처에서 상표를 먼저 출원해 금전적 이익을 요구하며 접근하는 경우도 있다.

현지 소매상형 상표브로커는 중국에서 한국 제품들을 전문적으로 취급하는 소매상들이 한국의 상표들을 무단으로 선출원하는 유형이다. 한국 기업들이 중국 상표권 확보에 느슨하다는 점을 악용, 한국 제품들의 정보를 접한 중국 소매상들이 한국 신제품 브랜드의 출시와 거의 동시에 등록 가능성 여부를 따지지도 않고 바로 중국에 출원하는 경우다. 미리 중국 상표출원을 해놓지 않았다면 이러한 중국 소매상들에게 상표를 선점당하게 되며, 특히 이 경우는 여러 상표 선점 유형 중 가장 상표를 되찾아오기 힘든 유형으로 각별한 주의가 필요하다.

***중국 상표브로커의 중국 상표출원 유형**



발견 시기 별 대응 방법은?

중국 상표브로커의 무단 상표 선점에 따른 우리 기업의 피해는 지난해 기준 724개사, 피해 상표 총 1232개 규모로 보고되고 있다. 지난해 기준 총 46개의 상표브로커가 식별된 상황이며 K-브랜드 상담센터에 접수된 상표 무단 선등록 피해 상담만 243건으로 전체 지재권 분쟁 관련 상담의 48%에 달한다. 따라서 중국 진출에 관심을 두고 있는 기업들은 이 같은 피해를 당했을 경우 치밀하고 정확한 대응법을 반드시 숙지하고 있어야 한다.

발견 시기별로 대응 방법을 나누어 보면, 우선 한국에 상표 출원을 완료하고 6개월이 경과되지 않은 경우 조약에 의한 우선권 제도를 활용해 중국에 신속한 출원을 진행할 수 있다. 이 경우 조약 우선권 혜택에 따른 선출원주의 원칙상 우리 브랜드는 중국에서의 출원일을 한국에서의 출원일로 인정받아 상표브로커의 상표 등록을 저지시키고 우리 브랜드의 중국 상표권을 확보할 수 있다.

한국 출원 6개월이 경과됐으나 상표브로커의 상표 출원이 진행 중인 경우 우선 출원 공고를 확인하는 작업이 필요하다. 이 경우는 중국 상표브로커의 출원을 무력화시키면서 중국 상표권을 바로 획득하기 어렵기 때문에 상표브로커의 상표출원이 출원공고되어 이의신청을 할 수 있는 기간(3개월)이 확보되기를 기다려야 한다. 식별력(제11조), 저명상표 혼동(제13조), 선출원주의(제31조), 일정한 영향력 있는 상표 보호(제32조 후단) 등 여러 이의신청 사유가 규정돼 있다.

한국 출원 6개월이 경과되고 상표브로커의 상표 출원도 완료된 경우에는 이미 상표브로커의 선점 상표 권리화가 마무리된 단계다. 따라서 이의신청은 제기할 수 없고 상표권의 무효선고를 청구하는 무효 심판을 제기해야 한다. 가장 강력하고 효과적인 수단이므로 상표권 매매 협상과 병행해 압박하는 수단으로도 쓰인다. 다만 이의신청보다는 비용이 많이 들고 기간도 오래 걸리며, 5년의 제척 기간이 적용되기 때문에 상표브로커의 상표 등록이 완료된 후 5년이 지나면 사실상 빼앗긴 상표권을 찾아오기가 불가능하다.

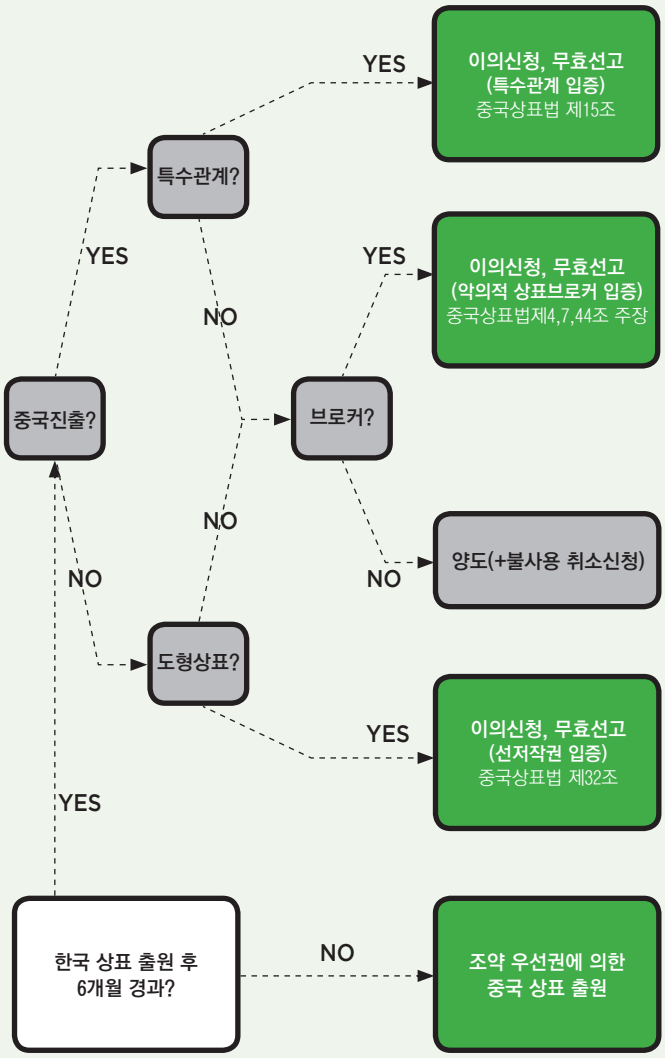
기타 대응 방법

이밖에 상표브로커가 상표를 선점만 해놓고 실제 이를 사용하지 않고 있다면 불사용 취소심판이라는 제도를 활용할 수 있다. 중국 상표법에 따르면 상표권의 등록일로부터 3년 이상 불사용되고 있는 상태가 지속될 경우 불사용 취소 신청이 가능하며 반드시 동시에 자신의 상표를 출원(거절됐더라도 재출원 권장)하는 것이 바람직하다.

하지만 이 경우는 중국 진출을 모색하는 기업이 최근 권리를 침해당했을 경우 조속한 해결을 기대하기 어렵다는 맹점이 있다. 이처럼 중국 진출이 시급하여 시간이 소요되는 법률대응만으로 해결할 수 없는 경우에는 상표브로커와의 상표권 양도협상을 진행하게 되는데 역시 중요한 것은 상표브로커의 심리적 부담을 가중시키기 위해 앞서 언급한 각종 법률대응을 병행, 부담을 최소화하는 전략이 필요하다는 점이다.

아울러 이마저도 효과가 없을 경우 중문 브랜드를 활용한 대체 상표 제작 및 권리화 전략이 요구된다. 이후 법률 대응과 양도 협상이 해결된 경우 영문과 한글 브랜드를 함께 사용하는 방법을 활용할 수 있다. KFA

***한국 기업의 상황별 상표브로커 대응 전략**



WRITE **김종백**

‘문재인 표’ 프랜차이즈 정책에 쏠리는 시선

가맹점 사업자 살리기에 방점 기대 · 우려 엇갈려

‘나라다운 나라’를 기치로 출범한 문재인 정부가 취임 초반의 혼선을 딛고 서서히 자리를 잡아가고 있다. 이에 따라 그간 문재인 대통령이 대선 후보 시절 내세웠던 공약들의 구체적인 실행 방향 역시 윤곽을 드러내고 있다. 특히 프랜차이즈 산업인들의 시선은 출범 초기부터 가맹사업 분야에 대한 정책에 집중하고 있는 정부 및 여당으로 쏠리는 모양새다.

◆김상조 “가맹사업 불공정 해소에 집중할 것”

최근 ‘재벌 저격수’의 대표 주자 격인 한성대 김상조 교수가 공정거래위원장에 내정된 후 쏟아내는 발언들을 살펴보면 결국 문재인 정부의 가맹사업 정책은 ‘갑을 병폐 해소’로 귀결된다. 지난 5월 18일 김상조 교수는 “취임하게 되면 초반에 가맹 · 대리점 불공정 거래 문제 해결에 집중할 것”이라면서 “정확한 실태 파악 이후 문제에 접근하려고 한다”고 밝힌 바 있다. 지난해 사회 문제로 대두된 일부 가맹본부의 ‘갑질 논란’을 시스템적으로 예방할 수 있는 장치를 마련하겠다는 의미다.

구체적으로 김상조 교수가 더불어민주당 박용진 의원실에 제출한 청문회 답변 자료에 따르면 가맹본부의 보복 금지와 광역지방자치단체와의 협업 추진, 구매 필수 물품 실태조사가 거론되고 있는 것으로 나타났다.

가맹본부의 보복 금지 조치는 현재 하도급법에 원청의 보복 금지 조항이 규정돼 있지만 가맹사업법에는 관련 규정이 없어 도입이 거의 확실시되는 부분이다. 앞서 이미 ‘징벌적 손해배상제’가 포함된 가맹사업법 개정안이 유사한 논리로 국회 문턱을 넘은 바 있다. 일부 가맹본부가 본부의 위법행위를 신고하거나 본부와의 분쟁을 조정신청하는 가맹점 사업자에게 보복 조치하는 것을 막겠다는 취지다.

구매 필수 물품 실태조사 역시 가맹점 사업자의 권익을 보호하기 위한 수단 중 하나로 논의되고 있다. 일부 가맹본부가 과도한 마진을 챙긴다는 지적이 나오면서 공정위가 이에 대한 조사를 벌이고 불공정한 관행이 있다면 시정하겠다는 취지다.

이 경우 소극적이던 가맹점 사업자들의 분쟁조정 신청은 큰 폭으로 증가할 것으로 예상된다. 한정된 인력을 지닌 공정위가 늘어나는 업무량을 감당하기 힘들기 때문에 공정위와 광역지자체가 분쟁 조정 및 조사 관련 업무를 분담, 신속한 구제를 유도하는 방안이 함께 거론되고 있다.

◆국회 · 정부도 가맹점 사업자 살리기 동참

공정위를 넘어 국회와 정부 차원에서는 조금 더 큰 틀에서 논의를 진행하고 있다. 가맹사업자 단체신고제, 초과이익공유제, 최저임금 1만원 인상 등이다. 일단 지난 5월 26일 문재인 정부의 인수위원회 격인 국정기획자문위원회는 가맹사업자 단체 신고제 등 가맹점의 협상력을 강화하기 위한 조치를 하기로 했다고 밝혔다. 가맹사업자 단체 신고제는 가맹점주들이 ‘xxxx 가맹점 사업자 협의회’ 등의 사업자 단체를 구성해 공정위에 신고하면 가맹본부가 정당한 사유 없이 효력을 부정할 수 없도록 하는 제도다.

앞서 2013년 가맹점 사업자의 단체구성권이 도입됐고 현행법상 가맹점 사업자 단체는 가맹본부와 가맹계약의 변경 등 거래조건에 대한 협의를 요청할 수 있다. 하지만 일부 가맹본부가 가맹점 사업자 단체의 효력을 인정하지 않거나 협의를 거부하는 일이 종종 발생, 정치권에서 가맹점 사업자 단체의 협의권을 보장해야 한다는 지적이 나왔다. 신고제 도입은 가맹점 사업자 단체 구성이 더욱 활성화되는 계기가 될 것으로 전망된다. 공정위가 신고증을 제출한 단체의 법적인 지위를 보장하고, 가맹본부는 가맹점 사업자 단체의 정당한 협의 요청을 거절할 수 없도록 해 가맹점 사업자들의 손을 들어주겠다는 취지로 풀이된다.

이밖에 더불어민주당 강창일 의원은 지난 5월 16일 가맹사업 분야에 초과이익공유제를 도입

▲ 최근 '재벌 저격수'의 대표 주자 격인 한성대 김상조 교수가 공정거래위원장에 내정된 후 쏟아내는 발언들을 살펴보면 결국 문재인 정부의 가맹사업 정책은 '갑을 병폐 해소'로 귀결된다. 지난 5월 18일 김상조 내정자는 "취임하게 되면 초반에 가맹 · 대리점 불공정 거래 문제 해결에 집중할 것"이라면서 "정확한 실태 파악 이후 문제에 접근하려고 한다"고 밝힌 바 있다.

하는 가맹사업진흥법 개정안을 대표발의했다. 다만 해외에서 주로 대기업과 하청업체 간에 적용되는 초과이익공유제를 가맹사업 분야에 적용시키는 것은 지나치다는 의견이나 시장 경제의 근간을 흔드는 사회주의적 정책이라는 우려도 만만치 않아 국회 통과 여부는 미지수다.

◆'최저임금 1만원 공약' 시행 여부 촉각

아울러 가맹사업 정책은 아니지만 '최저임금 1만원'으로 대표되는 노동개혁안 역시 프랜차이즈 업계에 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 특히 최저임금 1만원 인상 여부는 가맹본부뿐 아니라 가맹점 사업자들에게도 초미의 관심사다. 문재인 대통령은 후보 시절 2020년까지 최저임금을 단계적으로 1만원까지 인상하겠다고 약속했다. 현재 6470원인 최저임금이 연평균 15.7% 가량 인상돼야 하는데 이는 예년 인상률의 두 배에 달한다. 문재인 정부는 최저임금 1만원 인상 공약을 이행하겠다는 방침을 밝힌 바 있다.

다만 이 경우 주로 생계형 자영업자들이 대부분인 프랜차이즈 업계는 큰 타격을 입을 것으로 예상된다. 업계에 따르면 최저임금 1만원 인상안이 현실화될 경우 프랜차이즈 가맹본부의 수익은 최대 10.3% 감소하는 것은 물론 종업원 1인당 100만원 이상의 월 급여 인상이 필요해 영세 가맹점 사업자들의 생존권을 크게 위협할 수 있다는 우려를 내놓고 있다.

특히 인건비 상승분은 통상적으로 가맹점 사업자가 전액 감내하는 부분이다. 후보 시절부터 공약 수립시 일자리 창출에 방점을 찍고 취임 후에도 업무지시 1호로 일자리위원회를 구성, 위원장을 스스로 맡을 만큼 일자리 창출을 최우선시하고 있는 문재인 정부가 가장 큰 일자리 창출 효과를 지닌 프랜차이즈 산업의 인건비 부담을 가중시키는 방안을 실행에 옮길 경우 역효과를 부를 것이라는 지적이 나오는 이유다.

◆"신뢰 회복 계기" vs "과도한 가맹본부 때리기" 엇갈려

문재인 정부의 가맹사업 정책이 윤곽을 드러내면서 대체적으로 프랜차이즈 업계에서는 기대와 우려가 엇갈리고 있다. 관련 규정 정비를 통해 바닥까지 추락한 프랜차이즈 산업의 이미지가 다시 국민들의 신뢰를 얻을 수 있을 것이라는 기대도 나오지만 대체적으로는 가맹점 사업자와 동등한 입장에서 계약을 이행하는 가맹본부만을 지나치게 규제함으로써 산업이 왜곡되고 일자리 창출 등 다양한 순기능이 저해될 것이라는 우려가 공존하는 모습이다.

프랜차이즈 업계의 한 관계자는 "일부 업체의 갑질로 프랜차이즈 산업에 대한 인식이 크게 부정적인 상황인데 합리적 실태조사를 통해 명확한 제재 기준 마련이 이뤄진다면 이는 오히려 프랜차이즈 산업의 투명성을 제고하는 계기가 될 수 있을 것"이라는 바람을 나타냈다.

반면 한 프랜차이즈 가맹본부 관계자는 "이미 정책 수립시부터 일부 가맹본부의 경우만 가지고 가맹점 사업자 전체를 을로 규정, 마치 기업과 노조의 관계처럼 치부하는 것은 가맹본부 입장에서 억울한 일"이라면서 "잘못된 부분을 시정하는 것은 당연한 일이지만 가맹본부에 대한 규제만 연일 나오는 상황인데 누가 적극적으로 가맹사업에 나서겠느냐"고 말했다. 그는 "정책 수립 과정에서 가맹본부 입장을 수렴하는 절차는 거의 생략된 채 가맹점 사업자 측의 입장만 반영되고 있는데 이는 일자리 창출이라는 큰 순기능을 지닌 프랜차이즈 산업의 성장을 오히려 저해하는 일"이라고 덧붙였다. KFA

WRITE **이윤재** (한국프랜차이즈법률원 대표)

새로운 정부출범과 공정거래위원회 ! 그리고 프랜차이즈

2017년 5월 18일 한국공정거래조정원에서 김상조 공정거래위원장 후보자가 기자간담회를 열었다. 주요 내용은 '재벌개혁'과 '골목상권 문제 해결 및 가맹점 등 자영업자의 삶의 문제가 되는 요소들'이었다.

김 위원장 후보자는 4대 그룹 사안에 대해서는 재량권 범위 내에서 좀 더 엄격한 기준으로 평가하겠다고 밝혔고 임기 초반에는 가맹본부의 불공정거래 등 골목상권 문제 해결에 총력을 다하는 등 공정질서 확립을 통한 민생 개선 정책에 최우순 순위를 둘 것이라고 강조했다. 다만 가맹점 등 골목상권 문제는 많은 이해관계자가 걸려있고 정확한 '팩트파인딩'(사실확인)이 안되면 의욕만 앞선 잘못된 정책이 나올 수 있다며 정확한 실태 파악을 먼저 시행하겠다고 덧붙였다.

1. 새로운 정권과 공정거래위원회의 방향은?

국민의 한사람 그리고 프랜차이즈 업계에 몸담고 있는 사람이라면 누구나 앞으로 펼쳐질 정부와 공정거래위원회의 정책이 궁금할 것이다. 하지만 어느 누구도 이러한 물음에 명확히 답하기는 어려울 것이다.

그러나 공정거래위원회의 수장으로 거론되는 후보자가 걸어온 경력과 첫 간담회에서 보여준 모습, 그리고 관련법 개정 및 법안의 흐름을 볼 때 '경제민주화'라는 큰 틀에서 공정거래분야의 변화는 명확할 것으로 보인다. 그렇게 되면 공정거래위원회의 역할이 커질 것이고, 역할이 커진다는 것은 해당 산업에 어떤 식으로든 영향력이 미칠 것을 의미한다.

2.'프랜차이즈 산업'에 미칠 영향은?

그렇다면 변화라는 것이 어떤 형태로 나타날 것이며, 이 변화는 과연 프랜차이즈 산업에 긍정적인 변화인 것인가?

먼저 가맹사업법 등 법안의 개정을 통한 변화가 있을 것이다. 가맹사업법은 최근 지속적으로 수차례 개정을 거쳐 지난 2017년 3월 30일에도 국회 본회의 의결이 되었고, 현재도 많은 개정안이 법사위에 올라가 있는 상황이다. 앞으로도 추가로 충분히 개정안 의결 및 추가 개정안이 나올 수 있는 상황이다.

지금까지의 흐름으로 볼 때 가맹점 사업자나 가맹희망자에게 발생할 가능성이 있는 피해나 손해를 예방하거나 이를 배상받을 수 있는 법적인 절차나 요건 및 법적장치가 구체화 될 것으로 추측된다.

정책적으로는 서류에 그치던 조사 및 심사가 실질적으로 강화될 것이라 생각된다. 김 위원장이 '팩트 파인딩'에 대해서 언급한 만큼 기존에 공정위에서 진행하던 서면실태 조사를 강화하고 조사 결과의 배포에서 그치지 않고 처벌까지 이를 수 있다.

또한 정보공개서상의 내용을 심사하거나 해당내용을 실태 점검을 함에 있어서 정부의 변화가 예상이 된다. 2016년 12월에 개정되어 현재 시행중인 가맹사업법 '제6조의3', '제6조의4' 의 경우 정보공개서의 등록거부 사유 및 등록취소사유를 구체화 하였고, 이를 반영하여 현재 한국공정거래조정원 및 공정거래위원회에서 등록거부 및 취소가 이루어지고 있다. 이미 정보공개서 정기변경등록 접수기간이 지났지만 앞으로 한국공정거래조정원의 보완요청이 있을 수 있고 서류상 제출한 자료와 실제가 다른 경우 이에 대한 실태조사가 이루어질 수 있음을 염두에 두어야 할 것이다.

대기업에 대한 엄격한 기준 또한 프랜차이즈 대기업에도 예외는 아닐 것이다. 그러나 전체 3800여개 가맹본부 중 대기업이 적은 프랜차이즈 현실을 감안할 때 이로 인한 변화가 얼마나 클지는 지켜보아야 할 듯하다. 오히려 중소기업이 많은 프랜차이즈 산업 현실을 감안할 때 중소기

지난 3월 국회 헌정기념관 리더스포럼에
참석한 한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무총장(왼쪽)이
프랜차이즈 업계의 목소리를 전하고 있다

업 지원 차원에서 정부의 제도적 지원 또한 늘 수 있으므로 긍정적인 변화도 예상할 수 있다.

3. 이 시점에서 프랜차이즈 본부는?

이 글을 읽고 있는 수많은 프랜차이즈 업계에 계신 독자분들은 각자의 영역에서 프랜차이즈 전문가라 생각한다. 이러한 전문가들이 이 글을 읽고 있음에 겸손한 자세로 앞으로의 당부를 드릴까 한다.

당부는 '원칙'을 지키라는 것이다. 너무나 어려우면서도 단순한 진리라고 생각한다. 가맹사업법에 기반한 정확한 정보공개서와 정확한 가맹계약서에 공을 들이고, 가맹점 사업자와의 계약체결 전부터 운영과정, 계약 종료시에 법적 절차에 따라 정당하게 운영을 하시라 말씀드리고 싶다. 다른 분야와 다르게 프랜차이즈 가맹사업은 가맹사업법과 정부가 그 기준을 간결하고 명확하게 제시하고 있다. 특히 가맹사업법은 다른 상행위에 관련된 법들에 비하여 명확한 제정 목적이 있기에 이를 위반 시 법적, 행정적 처벌 수위가 점차 강화될 수 있다. 공정위의 역사를 보건대 정권의 경제정책 방향과 궤를 같이하는 만큼 앞으로 공정위에 실릴 힘의 무게는 그 어느 때보다 무거울 것으로 보인다.그렇다고 모든 본사가 '착한 사마리아 인'이 되어 이윤창출을 극단적으로 줄이라는 것이 아니다. '상생의 길'을 가보자는 것이다. 이것이 트렌드이고, 이렇게 하지 않으면 오래가지 못한다는 것을 우리는 이미 알고 있다. 다행히도 대부분은 잘 실천하고 있다. 이제 이러한 건전한 가맹본부에게 기회가 열리고 있다고 볼 수 있다.

4. 가맹본부에게 바랍니다!

김상조 공정거래위원장 후보자가 가져올 변화의 결과를 속단하기는 어렵다. 다만 이것 하나는 확실하다. 가맹사업법에 어긋나는 가맹본부의 운영은 관련법의 제제에서 벗어나기 어려울 것이라는 것이다. 물론 정부 규제의 칼날에서 운이 좋아서 빗겨갈 수는 있을 수 있다. 그러나 누군가는 그 대가를 치를 것이고 그것이 누가 될지는 아무도 모른다.

겁을 주는 것이 아니다. '성장'을 하지 말라는 것도 아니다. '원칙'을 지키자는 것이다. 정부의 정책 방향에 흔들리지 않을 원칙을 가지고 상생의 길을 걸어 나가는 것이 프랜차이즈 기업 백년대계의 시작점이고, 지금 그 점 위에 우리가 서 있다. KFA

이윤재
한국프랜차이즈법률원 대표

現)한국프랜차이즈 법률원 대표/가맹거래사
(공정거래위원회 등록 제 290호)
前)한국공정거래조정원 정보공개서 등록관
2015년 가맹거래사 합격자 실수연수 강사
(대한가맹거래사협회)
2013-2014 가맹거래사 1차 및 2차 시험 강사
(갈라파고스법학원)

WRITE **이동한**

당류 및 나트륨 저감 운동 프랜차이즈 업계도 적극적으로 동참 예정

식품의약품안전처(이하 식약처)는 고혈압, 심혈관계 • 신장 질환 등을 유발하는 나트륨 과잉 섭취를 줄이기 위해 가공식품제조, 음식조리 및 소비자 섭취 등 모든 단계에서 나트륨 섭취량 저감 추진이 필요하다고 밝히면서, 국내 나트륨 섭취량이 WHO 권고량의 2배~2.2배에 달해 위험 수준이라고 경고했다.

또한 나트륨 과잉섭취와 관련된 4대 만성질환 진료비가 전체의 15.1%를 차지하여, 4대 질환 보험급여 규모 및 환자가 빠르게 증가하고 있다고 밝혔다.

특히 식약처는 특히 나트륨 저감화 활동의 빠르고 지속적인 추진과 성과를 극대화하기 위해서 프랜차이즈 가맹본부 시스템과 개발된 저감화 모델을 활용하면서 더욱 효과적으로 확산시킬 방안을 마련하고 있다.

이 계획은 나트륨 저감화 활동의 조기성과 극대화를 위해 프랜차이즈 가맹본부가 저감화 활동 추진의 주체로 충분한 역할을 수행할 수 있도록 도움을 주는 것이다. 식약처는 지난 2010년부터 '나트륨 섭취 줄이기 운동'을 비롯해, 우리 국민의 나트륨 섭취를 줄이기 위한 다양한 노력을 기울여 왔다. 특히 국민이 나트륨 섭취 줄이기를 실천할 수 있는 체험 · 실천 프로그램을 제공하고, 식품업체들이 맛과 품질은 유지하면서 나트륨 함량을 줄인 식품을 개발 · 제조할 수 있도록 가이드라인 · 레시피 등의 기술을 지원하고, 학교 · 회사 · 군대 급식에서도 나트륨 섭취를 줄일 수 있도록 캠페인을 펼쳤다.

그 결과 실제로 우리 국민의 하루 평균 나트륨 섭취가 캠페인을 시작하던 2010년 하루 4878mg에서 지속적으로 감소해 4년 만에 하루 3890mg으로 20%가 줄어들었다. 오는 2020년까지는 하루 평균 나트륨 섭취량을 3500mg 이하로 줄이려고 노력하고 있다.

당류도 국민이 하루에 섭취하는 평균 섭취량이 2010년 71g에서 2014년 76g으로 꾸준히 늘어나고 있어 관리가 필요하다는 논의가 있다. 특히 어린이와 청소년의 경우에는 당류 섭취량이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높았고, 당류 섭취량 증가도 2010년 하루 68g에서 2014년 82g으로 크게 증가하고 있어 특히 관심을 기울일 필요가 있다. 왜냐하면 어린이 · 청소년기에는 단맛에 길들여지면 성인이 되어서도 당류를 과잉 섭취할 확률이 높아지고, 비만 등으로 이어질 우려가 있어 올바른 식습관 형성을 위한 조기 교육이 매우 중요하기 때문이다.

우리 국민의 주요 당류 급원식품은 다른 나라와 마찬가지로 탄산음료나 과일 · 채소 음료류, 커피류 등이며, 1인가구 · 맞벌이 가구 증가 등으로 인해 식문화가 변하면서 외식이나 간편식 등의 외식을 통한 당류 섭취가 지속적으로 증가하고 있다.

식약처는 이러한 식문화 변화에 대응하기 위해 '제1차 당류 저감 종합계획'을 내놓았다. 제1차 당류 저감 종합계획은 2020년까지 가공식품을 통한 당류 섭취비율을 1일 총 에너지 섭취량의 10% 이내로 줄이는 것이 목표이다. 쉽게 말해 하루 총 2000kcal를 섭취하는 성인의 경우 3g인 각설탕을 16개에서 17개 정도 먹는 수준으로 유지하는 것이다.

주요 내용으로는 국민 개개인의 식습관과 인식을 개선하고, 당류를 줄인 식품을 선택할 수 있는 환경을 조성하며, 당류 저감 정책을 추진할 수 있는 법적 · 제도적 기반 마련 등을 들 수 있다. 무엇보다 국민이 덜 달게 먹는 건강한 식습관을 형성할 수 있도록 주요 당류 급원 식품, 식사행태 등 당류 섭취패턴을 파악 · 분석하여, 어린이 · 청소년 · 성인 등 연령별 섭취 특성을 반영한 교육과 홍보가 필요하다.

아울러 외식 프랜차이즈 업체 등 식품업체들이 자율적 당류 저감 목표를 설정하고, 지속적으로 당류 함량을 낮춘 제품을 개발할 수 있도록 유도하며, 기술 지원을 해 줄 계획을 세우고 있다. 최근 들어서는 외식업계는 정부의 당류 및 나트륨 섭취 줄이기에 적극 동참하고 있다. KFA

나트륨 섭취를 줄이려면!

❶ 나트륨이 적은식품을 선택해요.

영양표시에서 → 나트륨 함량 확인하기

❷ 소금 대신에 천연향신료를 사용해요.

❸ 국, 탕, 찌개의 국물을 적게 먹어요.

❹ 신선한 채소, 우유를 충분히 먹어요.

❺ 외식 시 '싱겁게'와 '소스를 따로 주세요' 라고 주문하세요.

당류 섭취를 줄이려면!

❶ 탄산음료 대신 물을 마셔요.

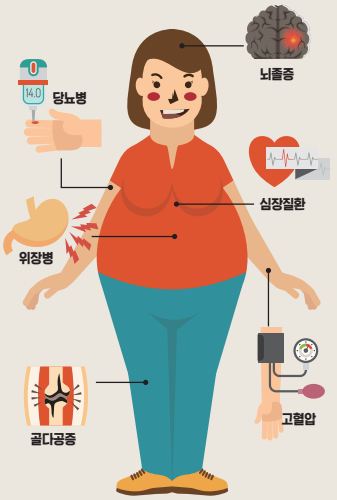
❷ 선식품을 이용해요.

❸ 후식은 달지 않게 드세요.

❹ 설탕대신 양파, 파로 단맛을 내세요.

❺ 우리아이의 음식, 단맛을 줄여주세요.

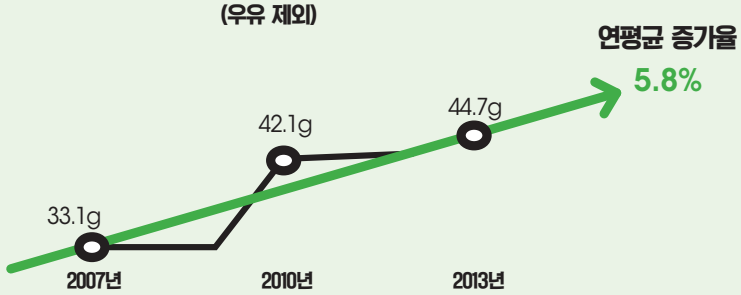
왜 줄여야 할까요?



나트륨 과다 섭취 시 문제점
뇌졸중, 고혈압, 위장병, 골다공증

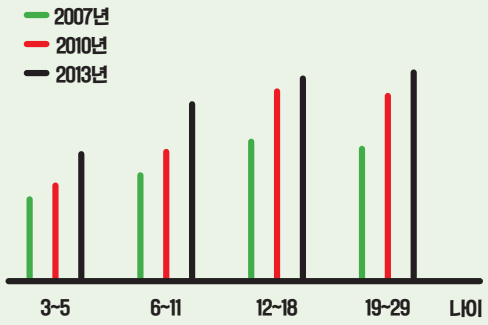
당류 과다 섭취 시 문제점
비만, 당뇨병, 심장질환

가공식품 통한 국민 하루 평균 당류 섭취량 (우유 제외)

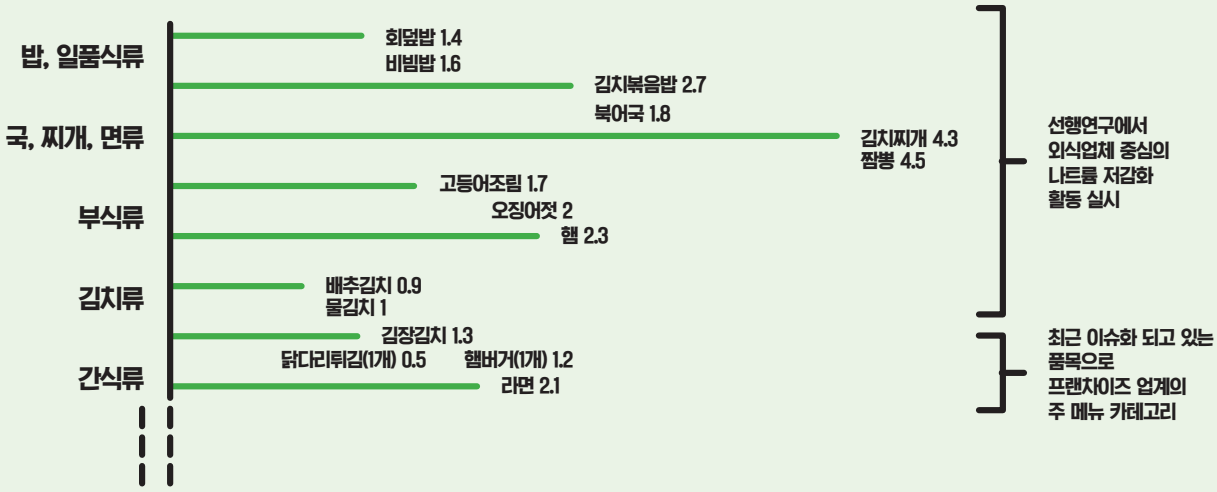


자료 식품의약품안전처

가공식품을 통한 어린이~청년층 당류 섭취량 추이(g)



메뉴별 소금 함량 (단위g)



WRITE **이동한**

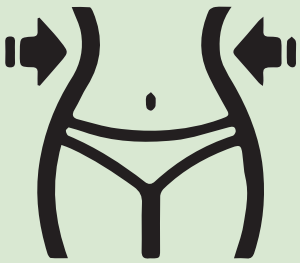
외식업에 요구되는 건강 알레르기 유발 재료명, GMO, 칼로리 표기

패스트푸드의 강점은 무엇일까? 이미 그 이름에서 유추할 수 있듯이, 쉽고 빠르게 먹을 수 있다는 점이다. 하지만 패스트푸드를 소비자가 선택하기 위해서는 단지 '빠르고 간편하다'는 어드밴티지만으로 부족하다. 빠르고 간편하지만 동시에 '맛'이 있어야 한다. 물론 가격도 저렴해야 하고 말이다.

그렇다. 여기까지는 너무나도 당연한 요구다. 음식의 기본은 '맛'이다. 패스트푸드는 그 맛에 속도의 개념을 더한 것이다.

대신 포기하는 것은 '건강'. 패스트푸드를 겨냥해서 '슬로푸드'라는 말까지 나왔을 정도다. 건강한 음식을 먹자는 의견의 대명사처럼 슬로푸드라는 말을 쓴 것이다. 하지만 패스트푸드를 제공하는 쪽, 그리고 소비자는 이미 익숙해진 '속도'도 포기하지 못했지만, '건강'도 포기할 수가 없었다.

그래서 현재의 우리는 패스트푸드에 건강을 입히려 끊임없이 노력을 하고 있다. 제도를 만드는 것으로 말이다. 고칼로리 음식에 대한 경고로 '칼로리 표기 의무', 유전자변형식품에 대한 저항감에서 생긴 'GMO 표기 의무', 알레르기 유발 억제를 위한 '알레르기 유발 재료명 표기 의무' 그리고 당류 및 나트륨 저감을 위한 해당 표기 의무까지 말이다.



당류 및 나트륨 저감 운동

앞서 식약처에서 당류 및 나트륨 저감 운동을 하고 있는 것보다 더해, 미국은 좀 더 적극적으로 '설탕과의 전쟁'에 나서고 있다. 오는 2018년 하반기부터 미국 내 모든 식품에 붙은 영양성분표에는 '첨가당'을 의무적으로 표시해야 한다. 첨가당은 식품에 포함된 천연당 외에 단맛을 더 내기 위해 들어간 설탕을 가리킨다. 이번 결정으로 식품업계는 제품에 포함된 당분을 천연당과 첨가당으로 구분하고 각각의 함량을 표시해야 한다. 또 FDA는 그 양이 하루 권장량의 몇 퍼센트(%)에 해당하는지 명기할 것을 주문했다. 이전까지 영양성분표에는 당분의 총 함량만 표기돼 있었다. 또한 나트륨 저감 부분에 있어서도 뉴욕시는 2015년부터 15개 이상의 매장을 운영하는 식당체인에 대해 연방 식품의약청(FDA)의 1일 나트륨 권장량을 초과하는 메뉴에 경고 표시를 의무화하고 있다. 이에 따라 권장량을 초과하는 소금 함유량이 포함된 음식의 경우 삼각형 테두리와 소금 그릇 모양의 경고그림을 표기하고 있는 것.

'알레르기 유발' 원재료명 표시

당류 및 나트륨 저감 운동 이외에 알레르기 유발 재료 표시제도 역시 패스트푸드의 건강화

Allergy Advice For allergens, including cereals containing gluten, see ingredients in **bold**.

Origin Made in UK using British Pork for Co-operative Group Ltd., Manchester M60 0AG.
www.co-operativefood.co.uk
UK HU 200 EC

Nutrition

Typical Values	per 100g	per 2 sausages (approx. 133g)		Reference Intake Average adult	Reference Intake per serving
Energy value	990 kJ	1330 kJ		8400 kJ	16 %
(kcal	240 kcal	320 kcal)		2000 kcal	
Fat	19.0 g	25.3 g	High	70 g	37 %
(of which Saturates	6.9 g	9.2 g)	High	20 g	46 %
Carbohydrate	1.9 g	2.5 g		260 g	1 %
(of which Sugars	1.5 g	2.0 g)	Low	90 g	3 %
Fibre	1.3 g	1.7 g			
Protein	14.6 g	19.5 g		50 g	39 %
Salt	1.2 g	1.6 g	Med	6 g	26 %

Reference intake of an average adult (8400kJ/ 2000kcal)

3 Servings

Advice **Storage -** Keep in fridge and consume within 2 days of opening. Do not exceed the Use By date.
Home Freezing - Freeze on day of purchase and use within 1 month. Defrost overnight in a refrigerator. Defrost thoroughly before cooking and use within 24 hours.

Caution Care should be taken when cooking

Rinse before recycling.

occasionally during cooking.

12-15 mins.

Pre-heat oven and remove all packaging. Place sausages in the centre of the oven on a wire rack. After 15 minutes remove from the oven and turn. Cook for a further 15 minutes.

Conventional Oven		Fan Oven	
Temp. Mark 7 220°C 425°F	30 mins.	Temp. Mark 6 200°C 400°F	30 mins.

Food Safety - Ensure food is piping hot throughout by following the cooking guidelines given. Always wash work surfaces, cutting boards, utensils and hands before and after preparing food.

Freedom Food
* Only the pork in this product comes from farms approved by Freedom Food to strict RSPCA welfare standards. www.freedomfood.co.uk

Packaged in a protective atmosphere.

알레르기 유발 식품 재료명 표시 예 ▶
지난 5월 30일을 기점으로 국내에 100개 점포 이상을 운영하는 어린이 기호식품 취급 프랜차이즈 업체는 알레르기 유발 식품의 원재료명을 반드시 표시해야 하도록 정했다.

작전 중 하나다. 지난 5월 30일을 기점으로 국내에 100개 점포 이상을 운영하는 어린이 기호식품 취급 프랜차이즈 업체는 알레르기 유발 식품의 원재료명을 반드시 표시해야 하도록 정했다.

식품의약품안전처는 '어린이 기호식품 등의 알레르기 유발 식품 표시기준 및 방법'을 제정, 고시하고, 시행에 들어갔다. 제정 고시에 따라 △제과 · 제빵류 △아이스크림류 △햄버거, 피자 등을 취급하는 식품접객영업자 중 직영점과 가맹점을 포함한 점포수가 100개 이상인 경우 난류(가금류에 한한다), 우유, 메밀, 땅콩, 대두, 밀, 고등어, 게, 새우, 돼지고기, 복숭아, 토마토, 아황산류(이를 첨가하여 최종제품에 SO_2로 10㎎/㎏ 이상 함유한 경우에 한함), 호두, 닭고기, 쇠고기, 오징어, 조개류(굴, 전복, 홍합 포함)와 같은 알레르기 유발 식품을 사용 또는 함유하면 해당 원재료명을 표시해야 한다. 알레르기 유발 식품을 표시하려는 경우에는 사용 또는 함유한 양과 관계없이 그 원재료명으로 표시해야 한다.

매장에서 해당 식품을 조리 · 판매하는 경우에는 메뉴 등의 제품명이나 가격표시 주변에 해당 원재료명을 표시하거나 알레르기 유발 식품 정보를 책자 및 포스터 등에 일괄 표시해 소비자의 눈에 잘 띄는 장소에 비치하고, 알레르기 유발 식품 정보를 비치하고 있음을 알리는 표시를 해야 한다. 홈페이지 등 온라인을 통해 식품을 주문받아 배달하는 경우에는 해당 홈페이지의 제품명이나 가격표시 주변에 해당 원재료명을 표시해야 한다. 전화를 통해 식품을 주문받아 배달하는 경우에는 알레르기 유발 원재료명이 표시된 리플릿, 스티커 등을 함께 제공해야 한다.

다만 전국에 약 10만개가 넘는 커피전문점은 이번 대상에서 제외됐다. 해당 법안이 '어린이 기호식품'으로 한정돼 있고 커피전문점은 어린이 기호식품을 제조, 판매하는 업체가 아니라 의무 대상에서 빠진 것이다.

유전자변형식품 GMO 표기

GMO 표기도 '알레르기 유발' 원재료명 표시와 같은 선상에서 이해할 수 있다.

지난해 논란이 됐던, 대형 할인점 및 햄버거 체인점의 유전자변형작물(GMO) 가공식품 대량 수입 뉴스. 이 뉴스는 식품의약품안전처 자료에 의하면 2013년부터 2016년 3월까지 GMO 가공식품을 수입한 기업 리스트에 코스트코 코리아와 버거킹을 운영하는 BKR이 수입량 1, 2위를 각각 차지했다는 것을 내용으로 했다.

이로 인해 GMO에 대한 경각심이 높아졌고, 2017년 식약처는 GMO 표시 확대 시행에 나섰다. 식약처는 식품의 GMO 표시 범위를 유전자변형 DNA 또는 단백질이 남아 있는 주요 원재료(많이 사용된 5순위)에 한정했던 기존의 기준에서 모든 원재료로 확대하는 것을 골자로 한 '유전자변형식품등의 표시기준'을 시행했다. 이 개정의 근거에 대해 식약처 측은 "식품위생법 제12조의2, 건강기능식품에 관한 법률 제17조의2에 따라 유전자변형식품등의 표시 범위를 유전자변형 DNA가 남아 있는 식품으로 확대해 소비자에게 정확한 정보를 제공하기 위함"이었다고 밝혔다.

그러나 식약처는 개정안의 내용에 "고도의 정제로 유전자변형 DNA(단백질)가 남아 있지 않은 식용유, 간장, 당류 등은 현행과 같이 GMO 표시 대상에서 제외한다"고 밝혀 논란을 이끌었다. 가공 후 DNA검출 여부를 따져 표기 여부를 결정하는 것이 아니라 식품 안전에 대해서는 국민들에게 모든 정보를 공개해야 한다는 것이 우려의 의견이다.

미국의 경우를 보자면, 버몬트주(州)가 처음 GMO 표시제를 도입한데 이어 2015년부터 식품제조사나 수입업체는 GMO 또는 GMO를 0.9% 이상 포함한 식품에 의무적

으로 해당 사실을 표기해야 했다. GMO식품에는 'NATURAL', 'NATURALLY MADE', 'NATURALLY GROWN', 'ALL NATURAL' 등 자연적으로 생산됐다는 표기를 할 수 없다.

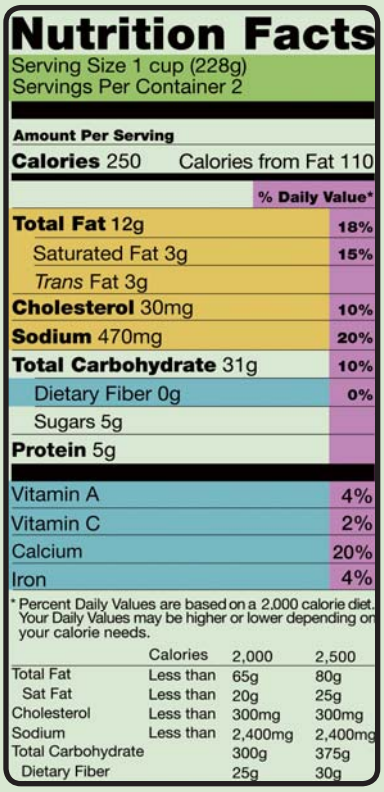
칼로리 표기 의무화

현재 미국에서 가장 논란이 되고 있는 식당 메뉴 칼로리 표기 의무화 역시 조만간 우리도 미국과 같은 수준으로 오를 가능성이 높다. 미국의 경우 일부 지역에서만 시행중인 체인 식당의 메뉴 칼로리 표기 의무화 규정이 5월1일부터 전국으로 확대됐다.

이 규정에 따르면 20개 이상의 체인 혹은 직영점을 가진 음식을 제공하는 업체는 메뉴 이름 혹은 가격 옆에 칼로리를 표기해야만 한다. 식당들은 새 규정 시행으로 매상 하락을 우려하고 있다. 우리나라 역시 프랜차이즈 업계에서는 2008년부터 시범사업으로 롯데리아, 맥도날드, KFC, 버거킹, 파파이스 등 5개 업소가 표기를 시작했으며, 현재도 자율 영양표시제도를 실시하고 있어 많은 외식 프랜차이즈 업체들이 칼로리 표시를 하고 있다. 다만 강제성은 없다. 현재 의무적으로 칼로리 표기를 해야 하는 곳은 어린이 식생활안전관리특별법에 따라, 직영점과 가맹점을 포함한 점포 수가 100개 이상인 프랜차이즈 업체로서 빙과류, 제과제빵, 햄버거, 피자의 경우, 칼로리를 의무로 고시해야 한다. 하지만 점차적으로 확대하는 방향으로 여론이 흐르고 있으며, 미국의 이번 시행 조치도 있어, 국내에서의 의무 영양표시제도의 가속화가 예상된다.

영양성분 표기 방법의 성실성

소비자의 알권리를 위한 의무 표기 사항의 지정도 중요하지만, 알레르기 유발 재료, GMO, 칼로리를 포함해서 소비자에게 최소한의 그리고 가장 필수적인 정보를 주는 영양성분 및 정보 제공 표시를 정확하고 효율적으로 알리는 것도 중요하다. 칼로리 표기의 경우, 많은 제과업체들이 편법을 사용해 이를 오인하도록 유

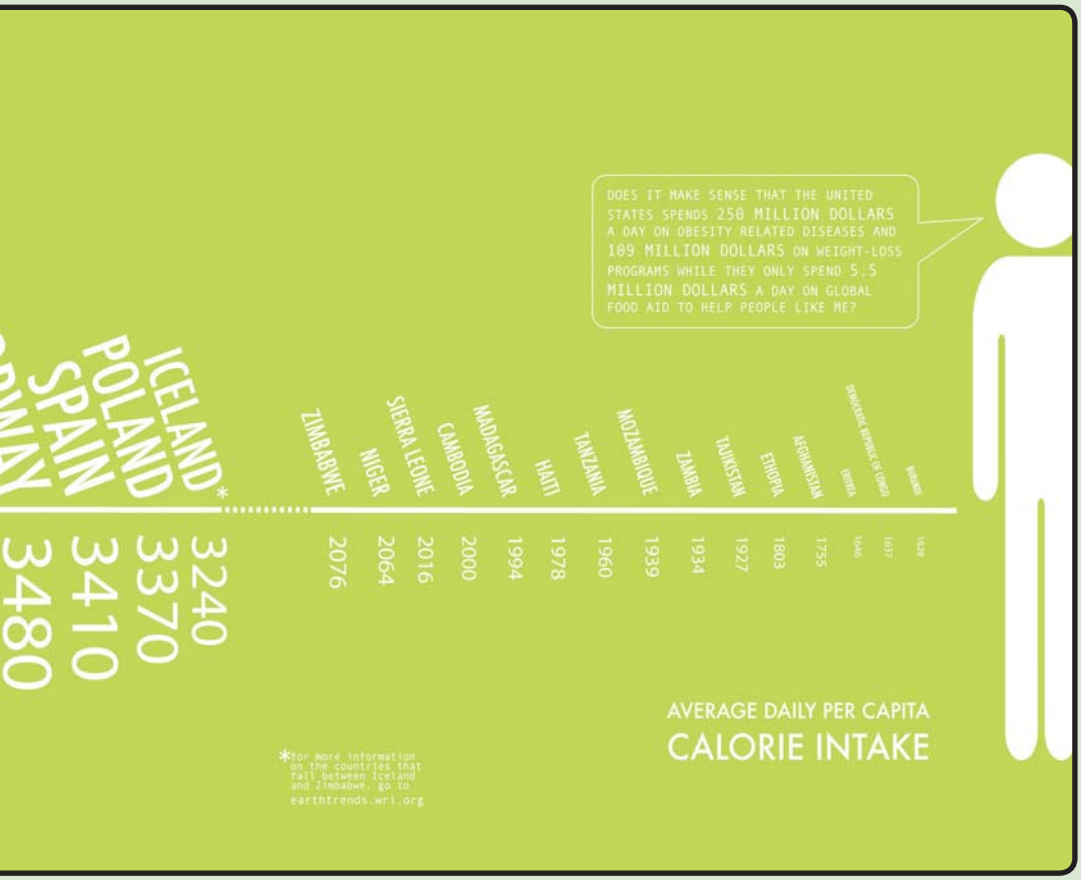


Nutrition Facts
Serving Size 1 cup (228g)
Servings Per Container 2

Amount Per Serving	
Calories 250	Calories from Fat 110
	% Daily Value*
Total Fat 12g	18%
Saturated Fat 3g	15%
Trans Fat 3g	
Cholesterol 30mg	10%
Sodium 470mg	20%
Total Carbohydrate 31g	10%
Dietary Fiber 0g	0%
Sugars 5g	
Protein 5g	
Vitamin A	4%
Vitamin C	2%
Calcium	20%
Iron	4%

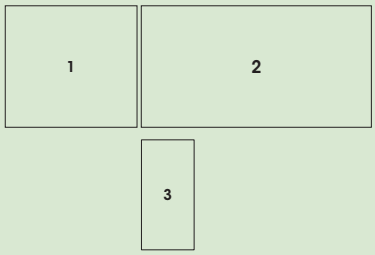
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs.

	Calories	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g



도하는 표기법을 사용하고 있다. 그 중 하나가 과영양 식품의 1회 '제공량 쪼개기'다. 나트륨 설탕 등이 가득하고 열량이 높은 제품의 경우 1회 제공량을 쪼개 소비자들의 과잉섭취에 대한 경계심을 낮추는 행태가 적지 않다. 1봉지로 구성된 제품에 1회 제공량을 1/2봉지로 정하는 등의 편법을 사용하는 것이다. 더 큰 문제는 같은 제조사라 하더라도 1회 제공량의 중량이 두 배 가까이 차이가 나는 경우도 있다는 것이다. 제품에 대한 정보를 담은 영양성분 표기가 아예 없는 경우도 많다. 영양성분을 의무적으로 표시해야 하는 대상은 100개 유형으로 전체의 1/3에 불과하다. 편의점에서 판매되는 도시락, 어묵, 두부, 소스류, 다류 등은 의무 표시 대상이 아니기 때문에 자율적으로 표시하고 있는 상황이다.

또한 식품접객업(휴게음식점)으로 등록된 커피 전문점, 영화관에서 먹는 팝콘 등도 영양성분 표시 의무 대상이 아니기 때문에 자율 표기 형태로 운영되고 있다.



1 유전자변형식품 로고
2 각국의 1일 섭취 칼로리
3 영양성분 표기예

이해할 수 있는 성분 표시

이 같은 요구에 가장 적확한 움직임이 바로 '클린라벨'이다. 지난 호에서 다룬 바 있는 이 제도는 유럽과 북미 지역에서 시작돼 국내에서도 빠르게 확산되고 있다. 가장 기본이 되는 원칙은 '명확한 성분 표기'다. 이와 더불어 더 과학적인 접근 방법도 있다. 식품 라벨에는 우리가 먹는 식품의 재료와 성분이 명확하고 투명하게 적혀 있어야 하지만 현재는 일부 정보만 보여준다. 와인에는 최대 200가지 첨가물이 합법적으로 들어갈 수 있다. 이 중에는 화학적 소독제인 디멘틀 디카보디네이트DIMETHYL DICARBONATE, 어류의 부레 등 언뜻 납득하기 힘든 성분도 있다. 무엇보다 이들 성분은 라벨에 표기할 필요가 없다. 와인 한 병에 사실은 수십 가지 성분이 들어있지만 라벨 성분표에는 '포도'만 명기된다. 물리적으로 모든 함량 성분을 표기하기도 어렵다. 이런 어려움을 해결하는 기술적 방법 중 하나는 식품에 대한 방대한 정보가 담긴 데이터베이스를 구축하는 것이다. 세이지 프로젝트Sage Project가 대표적인데, 샘 슬로버가 기획하고 개발했다. 웹이나 모바일 앱으로 접속해 식품 성분을 확인할 수 있는 클라우드 서비스를 지향한다. 슬로버는 "모바일 앱은 바코드와 QR 코드 기능을 이용해 제품을 자동으로 검색할 수 있다. 또 성분 데이터베이스에 (식품 제조업체가 주장하거나 라벨에 표기된 성분이 아닌) 제품에 실제 들어있는 성분이 정확히 반영되도록 별도의 검사를 할 계획도 있다"라고 말했다.

IPIIT라는 앱도 있다. iOS와 안드로이드용 앱으로, 바코드를 이용해 식품에 대한 정보를 확인할 수 있다. 또 알레르기, 식이요법, 선호도와 관련된 정보를 추가하는 방법으로 개인화 기능을 제공한다. 제품을 스캔 했을 때 녹색등이 표시되면 섭취해도 좋다는 의미다.소비자가 요구하는 정보를 제조사는 성실하게 표기하는 것이 옳다. 그것을 성실하게 표기하지 않는다는 것은 반대로 말하자면 표기했을 경우 스스로가 불리하다는 것을 자인하는 것이나 마찬가지다. 또한 표기 방법에 있어서도 마찬가지다. 표기를 '요식행위'로 선택하는 제조사를 소비자 입장에서는 피할 필요가 있다. 패스트푸드, 이제는 안전하고 건강하게 먹을 때다. KFA

드라마 속 프랜차이즈

WRITE 도정은 | PHOTO 방송화면 캡처 | RESOURCES 브랜드 공식 블로그

부대찌개
SINCE 1987

놀부부대찌개

jtbc금토드라마 《맨투맨》

초특급 한류스타 여운광(박성웅)과 위장 잠입하여 그를 경호하는 국정원 최정예 고스트 요원 김설우(박해진)를 둘러싼 숨은 맨(Man)들의 좌충우돌 활약상을 유쾌하게 그린 비공식 스파이 로맨스 드라마. '태양의 후예'의 김원석 작가와 '리멤버-아들의 전쟁'의 이창민 PD가 제작진으로 참여해 화제가 되었다. '놀부'는 외식 프랜차이즈 가맹본사 중에 손에 꼽을 정도로 인지도가 높지 않을까. 놀부보쌈이나 놀부부대찌개라는 브랜드는 한 번이라도 들어봤음 직하다. 그도 그럴 것이 놀부가 올해로 창립 30주년을 맞이했다고 한다. 빠르게 변화하는 외식 시장 트렌드 속에서 꾸준히 30년 동안 가맹사업을 해왔다는 것.

드라마 맨투맨에 노출되는 놀부부대찌개 뷔페 매장은 여자 주인공인 차도하(김민정)의 절친한 친구 박송이(김보미)가 운영하는 가게로 나온다. 이 곳에서 주인공들은 먹고 떠들고 울고 웃는다. 이건 마치 현실 속 우리들(?) 같은 모습. 놀부부대찌개 뷔페는 기존과 전혀 다른 콘셉트의 부대찌개 매장이다. 1인 9900원이면 다양한 사리를 무제한으로 먹을 수 있어 가성비 굿이다. 또한 매장 내 샐러드 바가 있어 음료와 샐러드, 햄, 떡, 면, 야채 등 부대찌개 사리를 자유롭게 선택할 수 있다.

*가맹상담문의
www.nolboo.co.kr
창업전략연구소 》 온라인상담
1899-4893

홍익전통육개장

MBC일일드라마 《훈장 오순남》

서당의 여자 훈장으로, 종갓집 며느리이던 한 여자가 갑자기 모든 것을 잃은 뒤 딸의 꿈을 대신 이루는 이야기를 담은 드라마. 배우 박시은과 구본승의 안방 복귀작으로 기대를 모았다. 주인공 오순남(박시은)은 서당 '적현재'를 찾는 아이들 곁에서 어조사처럼 살고자 하는 여자 훈장님이다. 그러던 어느 날 순남의 모든 것인 적현재가 무너지고 분신인 딸 준영마저 억울하게 세상을 떠나고 만다. 순남의 전부를 앗아간 사람 같지 않은 사람들. 이에 순남은 복수와 가치 사이에서 끝없이 고뇌하고 갈등한다.

'홍익궁중전통육개장'은 가맹점 매출 증대 방안으로 드라마 제작지원을 결정하게 되었다. 앞서 '돌아온 황금복', '돌아와요 아저씨' 등 다른 드라마들을 통해 노출되어 시청자들과 가맹점주들에게 호평을 받아 이번 훈장 오순남 제작 지원에도 기대가 모아진다.

*가맹상담문의
http://hongikfood.co.kr/
창업안내 》 개설상담

조마루감자탕

OCN토일드라마 《터널》

조마루 감자탕

1980년대 여성 연쇄 살인사건의 범인을 찾다 2016년으로 타임 슬립한 형사가 과거와 현재의 연결고리를 발견하며 다시 시작된 30년 전 연쇄살인 사건을 해결해나가는 범죄 스릴러 드라마. 1986년 여성 연쇄 살인 사건을 수사하는 열혈형사 박광호(최진혁)는 의문의 터널에서 마주친 범인을 쫓다 습격을 당해 쓰러진다. 깨어나 보니 '싸가지 갑'인 형사 김선재(윤현민)와 연쇄살인범 연구자인 괴짜 심리학 교수 신재이(이유영)가 있는 30년 후의 2016년이다.

감자탕 전문 프랜차이즈 브랜드 '조마루감자탕'은 1988년부터 시작해 경기도 부천시 원미구에서 '조마루뼈다귀'로 이름을 알리기 시작, 현재는 전국 300여 개 가맹점이 있다. 창업자인 이영복 회장은 부천으로 이사를 온 후 거래처 할머니에게 식당 인수를 권유받아 감자탕 사업을 처음 시작했다고 한다. 사람이 무척 붐비던 맛집이었는데 이후 1년 넘게 음식 개발을 위한 수고를 더했다. 근로자들과 택시기사님들에게 맛을 보이며 장단점을 보완해 만든 것이 오늘의 조마루감자탕이라고. 드라마 터널 형사들의 회식장소가 바로 조마루감자탕. 실제 운영되고 있는 조마루감자탕 봉천점에서 촬영이 이뤄졌다고 한다. 술 한잔 하면서 뼈다귀를 잡고 씹고 뜯고 맛보고 즐기는 배우들의 모습을 보니 군침이 절로 난다. 그리고 이 곳 조마루감자탕 봉천점에는 어린이들을 위한 어린이놀이방도 있다. 가족 단위 프로외식러들에 대한 배려가 돋보인다. (어른 이놀이방도 만들어줬으면)

*가맹상담문의
www.jomaru.co.kr
가맹점마당 》 창업정보 》 가맹상담문의

"가맹본부 이익 공유"… 업계 "실효성 의문" 한 목소리

"기준 초과분 돌려주면 지원"…지원 미비, 산업 왜곡 등 우려 커져

WRITE **김종백** | PHOTO **김동하**

지난 2월 중소기업청 산하 소상공인시장진흥공단이 개최한 '2017 중소 프랜차이즈 지원사업 설명회'

국회 및 정부가 프랜차이즈 산업의 각종 병폐를 해결하기 위해 머리를 싸매고 있는 가운데, 최근 대상 사업자를 선정하고 본격적으로 첫 발을 뗀 이익공유형 모델에 대한 관심이 모아지고 있다. 지난 5월 7일 중소기업청은 가맹본부와 가맹점 간 공정거래 문화의 확산과 정착을 위해 사업성 및 이익공유 가능성이 높은 6개 사업자를 이익공유형 프랜차이즈 육성사업 대상자로 선정하고 추가 사업자를 모집한다고 밝혔다.

중소기업청이 추진하는 이익공유형 프랜차이즈 모델은 가맹본부의 이익 중 가맹본부가 설정한 목표를 초과하는 이익분을 가맹점 사업자와 공유하는 것을 기본 취지로 논의되고 있는 모델이다. 일부 가맹본부가 부당한 계약을 통해 이익을 지나치게 많이 가져가고 있어 가맹본부와 가맹점 간의 협력적인 거래관계가 절실하다는 국회 및 정부의 문제의식 속에서 올해 '2017년 중소 프랜차이즈 지원사업'에 처음으로 포함됐다.

중소기업청 모델은 가맹본부가 일정 기간 사업의 운영 결과로 발생하는 이익의 배당 방식에 대해 가맹계약서에 '이익공유 계약항목'으로 명시하고 출자비율과 이용실적 등에 따라 가맹점 사업자에게 기준액을 초과한 이익을 배당하는 파트너십 형태를 취하고 있다.

형태는 크게 ▲페이백형 ▲시설 지원형 ▲가맹점 장학제도 지원형으로 나뉜다. 페이백형은 가맹본부의 매출 대부분을 차지하고 있는 식자재와 기자재, 물류 매출을 활용해 가맹본부가 매출액의 일정비율을 가맹점에 지급하는 형태다. 시설 지원형은 가맹본부가 가맹점 사업자에게 영업을 위한 주요 설비 무상임대와 노후시설 개선 등을 지원하는 형태이며, 가맹점 장학제도 지원형은 가맹본부가 가맹사업을 통해 얻은 수익의 일정비율을 가맹점 사업자에게 장학사업 등을 통해 지원하는 경우다. 선정된 사업자는 기존 프랜차이즈의 전환 운영 및 신규 설립으로 이익을 공유하고 대신 중소기업청으로부터 최대 1억원 한도로 지원을 받게 된다. 올해 10억원을 관련 예산으로 책정한 중소기업청은 이번에 선정된 까레몽협동조합, 한국로봇과학교육협동조합, 파랑새협동조합, 와플대학, ㈜이건테크(셀세모), 일호협동조합 등 6개 사업자에 대해 시스템 구축, 모바일 웹 홈페이지 개발 등을 지원하고 5개 사업자를 추가로 선정한다는 방침이다.

정부의 움직임과 함께 국회에서도 유사한 논의가 이뤄지고 있다. 더불어민주당 강창일 의원은 5월 18일 대표발의한 '가맹사업진흥법 개정안'에서 프랜차이즈 사업 분야에 초과이익공유제를 도입하고 산업통상자원부장관의 초과이익공유제 확산 추진본부 설치, 초과이익공유제에 대한 연구 · 조사, 국내외 우수사례의 발굴 · 확산, 초과이익공유제 도입 가맹본부에 대한 교육 · 컨설팅 사업 추진 등의 내용을 포함했다. 역시 프랜차이즈 업계의 상생발전을 통해 가맹본부와 가맹점 사업자간의 발전적 관계 확립을 목표로 한다.

◀ 소상공인시장진흥공단 관계자가 이익공유형 프랜차이즈 모델과 관련된 내용을 설명하고 있다.
▼ 지난 3월 세텍에서 열린 제39회 프랜차이즈산업박람회 모습.

▲ 지난 4월 열린 글로벌 프랜차이즈리더스포럼에서 숭실대 박주영 교수가 제도적 문제점을 지적하고 있다.

업계 반응은? "실효성 의문"...반발 움직임도

다만 프랜차이즈 업계는 이 같은 국회 및 정부의 움직임이 크게 실효성을 지니기 힘들다고 보고 대체적으로 향후 확산 가능성에도 의문을 보내고 있다.

중소기업청이 추진하고 있는 이익공유형 프랜차이즈 모델 도입은 기존 프랜차이즈 가맹본부의 이익공유형 전환과 신규 이익공유형 가맹본부 설립을 포함하고 있다. 하지만 제도 확산을 촉진하기 위해서는 아무래도 기존 중견 및 대형 프랜차이즈들의 적극적인 전환이 필수적임에도 불구하고 최대 1억원에 불과한 지원책은 이들의 동참을 끌어내기 어려운 수준이다. 프랜차이즈 산업의 상생 문화 확산 바람을 불러 일으키겠다는 목표를 내세웠지만 미풍에 그칠 것이라는 전망이 더 우세하다는 얘기다. 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장 역시 이에 대해 "제도의 목적이 수단과 합치하느냐에 대한 판단 여부를 떠나, 이익 공유라는 개념이 아직 정립되지 않아 애매모호한 점이 있고 지원 한도도 최대 1억원에 불과해 가맹본부들이 얼마나 동참할 것인지 의문"이라는 입장을 밝힌 바 있다.

여기에 국회의 초과이익공유제 도입 논의는 최근 들어 징벌적 손해배상제 도입 등 규제로 일관하고 있는 정부의 영향으로 크게 위축되고 있는 프랜차이즈 가맹본부들에 또 한번 직격탄을 날리는 한편 자칫 시장경제의 근간을 흔들 수 있는 위험한 발상이라는 지적도 제기된다.

한 프랜차이즈 가맹본부 관계자는 "기본적으로 가맹본부와 가맹점 사업자가 사업자간의 자유롭고 합법적인 계약을 맺었고, 양자가 계약의 이행을 위해 노력함으로써 정당한 이익을 가져가는 것이 프랜차이즈의 기본 정신인데 초과이익공유를 법제화할 경우 가맹본부의 적극적인 사업의지가 꺾일 것은 불보듯 뻔한 일"이라면서 "이는 각 경제주체가 각자의 이익을 위해 일한다는 작동원리를 바탕으로 하는 시장경제를 훼손하는 것은 물론 사회주의적 발상으로 비춰질 수 있는 소지마저 다분하다"고 반발했다.

그는 "또한 이 같은 논의는 가맹본부와 가맹점 사업자가 기본적으로 동등한 입장의 사업자임에도 마치 가맹본부가 갑인 것처럼 수평적 관계를 왜곡시켜 프랜차이즈 산업에 대한 부정적 인식을 더욱 키울 것"이라는 우려를 덧붙이기도 했다. KFA

프랜차이즈 브랜드 아이덴티티를 지켜주는 가구

(주)티오피퍼니처 황은주 대표

"OEM 방식에서는 자체 디자인을 보호하기 어렵습니다. 타업체가 주문제작하고 있는 생산품이라도 '그대로 만들어 달라'고 요청하는 쪽이 있다면, 공장 측에서는 만들어 주는 게 보통입니다. OEM 방식에서는 디자인 보호란 불가능에 가깝죠.

WRITE 이동한 | PHOTO 김동하

고용노동부장관으로부터
'이달의 기능한국인' 상을 수여받는 한국T.A의
강명훈 대표와 티오피퍼니처 황은주 대표

프랜차이즈 가맹본부가 가맹점 인테리어 가구 선택에 있어서 고민해야 하는 부분은 무엇일까? 물론 첫 번째는 가격이다. 예비 가맹점주의 입장에서 보자면 초기비용이 올라가는 것이 가장 큰 부담이다. 그리고 이점을 배려하지 않는 가맹본부를 좋은 프랜차이저라고 말하기는 힘들 다. 당연히 가격만을 선택의 기준으로 삼을 수는 없다. 디자인도 업종과 어울려야 하고, 품질과 기능성도 보장돼야 한다.

여기에서 더 욕심을 내자면, 해당 가구가 프랜차이즈 브랜드의 아이덴티티를 지켜줄 수 있도록 유일한 디자인이라면 더욱 좋을 것이다.

프랜차이즈에 특화된 가구, 그것을 정확하게 만족시켜주는 것이 바로 티오피퍼니처라고 황은주 대표는 말한다. 제작주문임에도 불구하고 빠르게 납품을 받을 수 있는 것은 물론, 합리적 가격과 퀄리티 보장도 기본이다.

"일단 회사를 방문 해달라고 말씀드립니다. 상담 후 견적을 내드리면 그것으로 쉽게 비교할 수 있으니까요. 그만큼 가격을 포함해서 전체적으로 자신 있다는 말씀입니다. 특히 본사에 아르푸 전시관도 따로 마련돼 있기 때문에 카탈로그가 아닌 실제 디스플레이된 제품을 보고 결정하실 수 있습니다."

끊임없는 연구 · 개발로 이룬 디자인 실적

"프랜차이즈 및 창업 가구 제조 전문 업체인 티오피퍼니처가 다른 기업과 차별화하는 가장 중요한 요소는 끊임없는 연구와 개발입니다. 실용적이고 미려한 가구를 디자인하기 위해 연구원이 늘 연구를 하고 정기적으로 포럼을 개최하여 연구결과를 발표하고 신제품 개발에 신속하게 적용하고 있습니다."

황은주 대표가 티오피퍼니처의 가장 큰 장점으로 첫번째로 내세운 것은 회사의 디자인력이다. 단순히 노력했다는 말이 아니라, 말레이시아 가구전시회 디자인부분 은상 수상, 디자인등록누적 45건, 상표등록 누적 5건, 해외상표등록 4건 출원 등 눈에 보이는 실적(2015년 기준)을 지속적으로 쌓고 있다.

항상 새로운 디자인을 연구 · 개발하여 예술적 디자인과 높은 품질로 국내는 물론, 글로벌시장으로 진출하고 있는 티오피퍼니처는, 중국 상해 전시와 베트남 전시를 일년에 두 번씩하고 있으며, 호주 · 일본 · 싱가폴 등 해외 15개국에 수출하고 있다.

또한 티오피퍼니처는 동종업계를 선도하는 기업으로 체계적인 가구 제조 프로세스에 따른 생산공정으로 불량 제품을 최소화하고 있으며, 고객 만족을 실현하기 위해 유통과정을 최소화하고 생산원가를 최대한 절감하기 위해 노력하고 있다. 또한 물류 데이터베이스 관리와 운영시스템 관리를 통해 안전한 물류시스템을 구축하고 있기도 하다.

제품 경쟁력을 담보하는 해외 직영 공장

티오피퍼니처는 해외 직영공장으로 KTA VINA(베트남)과 KTA CHINA(중국)을 두고 있다. 이렇게 중국과 베트남 직영 공장을 두고 있다는 점은 티오피퍼니처의 제품에 대한 만족도를 높일 수 있는 가장 큰 조건 중 하나다. 일단 OEM 생산 방식에 비교해, 가격경쟁력이 높으며, 특수주문 등이 가능하다는 장점이 있다. 문제 해결이 즉각적으로 이루어진다는 것 또한 직영 공장의 장점이다. 여기에 OEM 방식에서는 불가능한 '디자인의 보호'도 가능하다.

"OEM 방식에서는 자체 디자인을 보호하기 어렵습니다. 타업체가 주문제작하고 있는 생산품이라도 '그대로 만들어 달라'고 요청하는 쪽이 있다면, 공장 측에서는 만들어 주는 게 보통입니다. OEM 방식에서는 디자인 보호란 불가능에 가깝죠."

하지만 티오피퍼니처의 경우 직영 공장을 통하기 때문에 프랜차이즈와 같이 인테리어 자체가 브랜드의 아이덴티티를 담보하는 경우, 요구 시 철저하게 디자인 보호를 해주고 있다.

	KTA VINA(베트남)	KTA CHINA(중국)
부지	100,000 m²	13,500 m²
직원수	151명	90명
연간 생산능력	250컨테이너(40ft)	180컨테이너(40ft)
연간 매출액	$3,900,000	$2,540,000
주력품목	목재의자, 테이블 등	목재의자, 테이블 등

프랜차이즈 인테리어 가구의 마진률

"많은 프랜차이즈 업체들이 인테리어 업체 선정에 있어서 점주들에게 선택권을 주는 것에서 알 수 있듯이 가맹본부가 인테리어로 마진을 남기는 일은 하지 않고 있다고 보는 게 옳습니다. 저 스스로가 인테리어 관련 업종에 있고, 프랜차이즈 본부와 일도 같이 했기 때문에 이 부분은 확실하게 말씀드릴 수 있어요. 다만 프랜차이즈 본부가 인테리어 업체에 인테리어 전반을 맡기는 것에는 부정적입니다."

황 대표는 프랜차이즈 대표가 인테리어 관련 기본 시스템을 알지 못하면 안 된다고 강변한다. 그것이 가맹점주들에게 부담을 주는 결과가 될 수도 있기 때문이라는 것이 이유다.

"보통 인테리어업자들에게 가구 부분까지 모두 맡기는 경우가 있습니다. 하지만 이 경우 인테리어 업자가 가구에서 마진을 남길 가능성이 있죠. 심지어 프랜차이즈 본사 직원인 가구 담당자가 가구 업체와 관계를 갖고 사익을 추구하는 경우도 있기 때문에, 업체 선정에 있어서는 대표님들이 직접 신경을 쓰셔야 합니다. 아시겠지만 이렇게 생긴 손실액은 차후 예비 창업자들이 지어야 할 부담이니까요."

강조되는 약속의 중요성

티오피퍼니처는 기성 제품도 판매하고 있지만, 주문 생산이 기본이다. 이를 위해 회사는 항상 스탠바이 상태로 준비돼 있다. "너무도 당연한 말입니다만 약속을 가장 중요시 여깁니다. 납기일을 어긴다는 것은 상상도 하지 못해요. 심지어 5일 걸릴 일이라도, 고객의 사정이 생기면 3일에도 맞춰드립니다."합리적인 가격과 높은 품질까지 갖춘 제품을 제공하는 티오피퍼니처의 또 다른 고객과의 약속은 A/S다. 한국 공장과 해외 직영 공장을 이용한 빠른 사후 처리는 티오피퍼니처의 자랑. 지방이라도 회사 차로 방문하여 제품의 문제점을 해결한다.

나눔의 미학으로

황은주 대표가 기본적으로 가지고 있는 인생철학은 '아름다운 관계의 구성'에 있다고 보인다. 발주처와 제작자의 아름다운 관계를 위해, 제품의 가격에서부터 디자인, 품질, 납기, A/S까지 그 무엇 하나에도 소홀함이 없다. 뿐만이 아니다. 사회구성원으로서의 아름다운 관계를 유지하기 위해 정기적으로 경기동부희망케어에 매년 1600만원과 연 2회 쌀(4,000kg) 기부 등 나눔행사에도 소홀하지 않는다. 지난해 YTN "생각이 바뀌는 의자"에 적지 않은 금액을 제작 지원한 것도 같은 의미다. 교양프로그램에 중소기업이 제작지원을 하는 경우가 많지 않음에도, 좋은 뜻이라고 생각해 선뜻 쾌척했다.

지난해에 제 50회 '납세자의 날' 철탑 산업 훈장 수상 역시, 사회구성원으로서의 본분을 다한 좋은 사례라고 할 수 있을 것이다. 한편 지난 5월 19일 티오피퍼니처의 모기업인 한국T.A의 강명훈 대표는 고용노동부와 한국산업인력공단이 수여하는 '이달의 기능한국인'으로 선정됐다. 2006년 8월부터 시작한 이달의 기능한국인 선정 제도는 10년 이상 산업체 현장실무 숙련기술 경력이 있는 사람 중 사회적으로 성공한 기능인을 선정 · 포상하는 제도로, 고용노동부장관이 참석해 직접 수여한다. KFA

◆ 티오피퍼니처 주요 실적 현황

1. 호텔

부산 힐튼호텔 가구제작 / 한양대학교 가구제작 /신촌 미라보 관광호텔 가구납품 / 서울 프레지던트 호텔가구제작 / 유성관광 호텔 증축분 가구납품 / 온양 제일프라자 호텔가구제작 / 이천 미란다 호텔 가구납품 / 순천 에코그라드 호텔 가구제작 / 에머랄드 관광호텔 가구납품 / 프리마호텔 객실 및 영업장 가구제작 / 대구 늘봄예식장 가구납품 / 안양 소그노호텔 객실가구제작 / 김천 그랜드호텔 가구납품 / 보광 휘닉스파크 영업장 가구제작 / 대구 그랜드 관광호텔 가구제작 / 여의도 LG트윈타워 가구제작 / 광주 리전트 관광호텔 가구제작 / 오색 그린야드 호텔 영업장 가구제작 / 광주 맨하탄 관광호텔 가구제작 / 동해 이스턴 관광호텔 객실 및 영업장 가구제작 / 오크벨리 영업장 객실가구 납품 / 동해이스턴 관광호텔 객실가구제작 / 여수 비치 관광호텔 가구제작 / 산요수 골프 클럽하우스 가구납품 / 설악파크 관광호텔 가구제작 / 디큐브 일식당 가구납품 / 낙산비치 호텔 가구납품 / 인천 마리나 호텔 객실가구 납품

2. 프랜차이즈

- ㈜이연 / 한촌설렁탕 대학로점, 롯데백화점, 제주도점, 부평십정점, 정서점, 옥수점, 가평설악점, 남원주점, 동두천점, 인천삼산점, 인천학의점, 면목동점, 용산 아이파크점, 원주 터미널점, 수원권선점, 신천점 외 다수, 전국 지점 대응 중
- ㈜지엔에스 / BBQ치킨 서울대 공학점, 김포 학운점, 양주점, 고창본점, 종로본점, 대구점, 배곶랜드마크점, 법조타운점, 광주치평점, 압구정점, 삼척대명콘도점, 위례 신도시점, 비비큐 충성관점, 용인 동천점, 영종도점, 해남점, 진도점, 광양점, 창원점, 마산점, 목포점, 영월점, 횡성점, 속초점, 강릉점, 울산점 울진점, 영덕점 외 다수, 전국 지점 대응 중
- 육수당 & AtoA & 오븐에빠진닭(오빠닭) 목동제일점, 보문점, 목동점, 신림역점, 건대점, 장안점, 서울대점, 종로점, 천안점 외 다수, 전국 지점 대응 중

3. 이외 관공서, 학교, 브랜드 업체, 숙박 시설 등 다수

◆회사 주요 연혁

2000.02 한국TA 설립(남양주시 성생공단)
2006.08 중국 광동성 동관공장 설립
2008.08 제13회 경기 중소기업대상 수상
2013.10 베트남 공장 설립
2014.06 강남 논현동 직영매장 오픈 브랜드 Arfu런칭
2015.12 매출 200억 달성
2016.02 YTN "생각이 바뀌는 의자" 제작 지원
2016.03 "철탑산업훈장" 수훈
2017.05 고용노동부장관 "이달의 기능한국인" 시상

경기도 남양주시 화도읍 녹촌로 106번길 53
T 031-595-4070

1 티오피퍼니처 아르푸 전시관 전경
2 제품 C333

성공의 조건과 성공의 이유

나루가온F&C 박효순 회장

"워렌 버핏(Warren Buffett)의 성공을 위한 조언 중 하나는 '평판을 잃지 말 것, 인격을 쌓을 것'입니다. 돈을 잃을 수는 있으나, 평판을 잃을 여유는 없다는 것이죠.

특히 프랜차이즈와 같이 브랜드 이미지가 중요한 사업에서 평판의 중요성은 아무리 강조해도 지나침이 없을 것이라고 박효순 회장은 말한다.

WRITE **이동한** | PHOTO **김동하**

"주변 인물 중 가장 투자하고 싶은 대상을 선택해보세요. 아마도 누군가는 대상의 능력을 보고 선택할 수도 있을 것이고, 외모를 보고 선택할 수도 있을 것입니다. 하지만 의외로 많은 사람은 투자 대상마저도 인격적으로 완성된 사람을 선택하는 경우가 많아요. 반대로 가장 투자하고 싶지 않은 사람을 선택하라고 하면 그러한 경향은 더욱 드라마틱하게 드러나죠. 경제력이 없거나 지식이 떨어지는 사람보다, 신뢰할 수 없고, 이기적이고 오만하며 독선적이고 신용이 없는 사람은 누구에게도 투자 대상으로 선택되지 못합니다."

"그런데 신기하게도 말이죠. 인격을 갖춰 성공을 거둔 사람은 그 성공의 끝을 '도덕적 의무와 책무'로 귀결시키는 경우가 많아요. 기존의 노블리스오블리제NOBLESSE OBLIGE가 권력자들의 주의를 환기시키기 위한 단어였다면, 현대 자본주의시스템 안에서의 노블리스오블리제는 필연에 가깝게 된 것이죠."

6개 직영매장을 운영하고 있는 나루가온F&C가 본격적인 프랜차이즈 사업을 준비하고 있는 이유도 박효순 회장의 이 '노블리스오블리제論'과 연결돼 있다.

프랜차이즈, 요리연구가와 사업가의 사이

처음 오픈 시기부터 광장동의 나루가온은 미식가들의 음식에 대한 호평으로 유명세를 탄다. 전통음식요리연구가로서 그의 입지를 보면 당연한 결과라고 할 수 있을 것이다. 더구나 위치적으로도 여유로운 식사를 가능케 하는 한강 전경VIEW까지 더해 손님이 몰려 매장은 항상 성황을 이뤘다.

"요리연구가로서 많은 분들이 맛있게 식사를 하시는 모습을 보는 것보다 즐거운 일은 없을 것입니다. 하지만 즐거운 만큼 고민거리도 생기기 시작했어요." 그의 성공을 보고, 프랜차이지(가맹점)를 달라고 하는 사람들이 지속적으로 찾아왔던 것이다. 사업가적인 마인드라기보다는 본업인 요리연구가로서의 입장에서 시작한 나루가온이었기에 박효순 회장은 거절을 거듭했다.

"하지만 그 중에서 정말 절실해 보이는 분들이 계셔서, 결국엔 마음이 꺾여 3군데 정도 프랜차이지로 내주게 됐어요."

그런데 그것이 또 박 회장의 마음을 아프게 한다. 요리연구가로서의 입장이 있다 보니, 가맹점들과 트러블이 생기기 시작한 것. 가장 큰 문제가 맛과 퀄리티였다. 아무래도 박 회장의 마음과는 다르게 사업적 마인드로 접근한 점주들은 싼 재료와 인건비 삭감에 대한 유혹을 버리기 힘들었고, 그것은 맛과 퀄리티의 하락으로 나타났다.

"그걸 보는 게 너무 힘들었습니다. 결국에는 해당 프랜차이지들의 비용을 다 처리해 주고 사업권을 되돌려 받았습니다."

성공의 이유를 위한 완벽한 준비

이 같은 경험 때문에 더 이상 프랜차이즈에 대한 관심이 사라질 법도 하지만 박효순 회장은 최근 다시 프랜차이즈 사업을 준비하기 시작했다. 개인적으로 꿈꾸고 있던 계획 때문. 이 '성공의 이유'로 박 회장은 본격적으로 프랜차이즈를 위한 준비 단계에 돌입한다. 특히 첫 번째 아픈 경험이 준비 부족이 원인이라는 자책으로 인해, 원래 FM인 그의 성격과 부합하게 그 준비는 더욱 철저해졌다.

우선은 직영점 수를 늘리는 것부터 시작했다. 가맹점의 경우에는 미리 보았듯이 관리에 어려움이 있었기 때문에 우선은 직영점을 통해 운영에 대한 이해를 시작한 것이다. 단지 하나의 직영점 뿐이 아니었다. 백화점에 입점하는 브랜드 '리원' 4개 점과 본점 그리고 최근 오픈한 광

장동가온 명동성당점까지 총 6개의 직영점을 운영하면서 노하우를 쌓아온 것이다.

직영점을 늘리면서 체계적인 시스템을 쌓았다. 각 매장별 품질 차이를 줄이기 위해 물류도 시작하고, 남양주에 식품공장도 설립했다. 공장에서 만든 제품들은 각 매장 뿐 아니라 하나로 마트, 학교 급식 제품으로도 제공되고 있다. 최고의 재료로 만들고 있기 때문에, 여기서 만든 만두는 전국에서 가장 비싸지만 가장 맛있는 만두로 알려져 있다. 단가를 낮춰달라는 요구를 받기도 했지만, 앞서 말했듯이 전통요리연구가라는 스스로의 입장 상 타협할 수가 없었다.

"소스로 제품을 만드는 것은 요리연구가가 할 수 있는 영역이 아니라고 생각합니다. 그쪽으로 발을 디디는 순간 요리연구가라는 타이틀은 스스로 버려야 한다고 생각합니다."

영업 없는 영업

그런데 여기서 의문점이 생긴다. 이렇게 사업가적 마인드가 적은 박 회장이 어떻게 그렇게 직영점을 늘릴 수 있었는가?

"실제로 그 부분을 의아하게 생각하시는 분들이 많아요. 그럴 때 마다 저는 오히려 제가 사업가적 마인드가 없었기 때문에 가능했다고 대답합니다. '영업을 하지 않아서 영업적으로 성과를 얻었다'는 것입니다."

박효순 회장에 따르면 지난 4월 오픈한 명동 직영점의 경우가 대표적이다. 남들은 어떤 선을 대서라도 들어가고 싶어 하는 자리겠지만, 박 회장은 오히려 명동성당으로부터 역제안이 들어와서 시작하게 된 직영점이다. 명동성당 측은 신중하게 명동성당에 걸맞은 음식점을 찾다가 광장동가온이라는 브랜드를 추천 받았고, 그 이후 나루가온 쪽에 연락을 해서 이루어진 결과가 광장동가온 명동직영점이다.

"지난해 초에 첫 제안이 왔어요. 파격적인 조건이었죠. 상권에 맞지 않게 초저가로 책정된 임대료에 외장 인테리어까지 직접 손을 봐주셨을 정도니까요. 오히려 해당 제안에 고민을 한 건 저희 쪽이었고요. 결국 브랜드 이미지와도 부합해서 결정을 내리고 오픈을 하게 되기까지 1년이 넘게 걸렸죠." 백화점에 입점하는 '리원' 브랜드 역시 현대백화점의 제안으로 입점하게 된 케이스다. 백화점에서도 최저수수료 등의 파격적인 제안으로 들어가게 됐다고.

안전하고 품격있는 먹거리야 말로 최고의 영업활동이라는 박 회장의 말이 힘을 얻는 대목이다.

맛있는 마케팅과 안전한 마케팅

기술했듯이 기본적으로 박효순 회장의 마인드는 "진정한 영업은 영업을 하지 않는 것"이라는 입장이다. 그렇기 때문에 마케팅도 특별한 것이 없다. 빵집은 빵이 맛있으면 되고, 음식점은 음식이 맛이 있으면 된다는 것. "기본에 충실하면 나머지는 자연스럽게 따라오는 것"이라고 말한다. 2013년 설립한 남양주 식품공장은 설립한 같은 해 말 식품의약품안전처로부터 위해요소중점관리기준(HACCP · 해썹) 인증을 받았다. "안전한 먹거리, 믿을 수 있는 제품을 만드는 것, 이보다 더 진정성 있는 마케팅이 어디에 있겠어요?"라고 박 회장은 말한다.

광장동가온 명동성당점

참고로 해썹은 식품의 원료에서부터 제조, 유통 단계의 전 과정에서 발생 가능한 위해 요소를 분석해 사전에 제거하는 식품안전관리 제도로 심사기준이 까다롭기로 유명하다. 나루가온F&C는 위생사고의 사전 예방을 위해 식재료를 직접 엄선해 구매하는 시스템을 갖추고 있으며, 직원들의 위생교육과 위생관리도 철저히 하고 있다.

이외에는 전통요리연구가로서 TV에 출연하는 것이 마케팅이라면 마케팅이다. "TV에 출연하고 있기는 합니다. 영업적인 측면이라기보다는 주변 지인의 부탁을 거절하지 못하는 것이지만요."라고 박 회장은 웃으며 대답한다. JTBC 주말드라마 '달래된장국' 제작지원을 하게 된 것도 같은 이유에서다. "지인의 부탁으로, 만두를 주제로 한 드라마이기에, 제 스토리를 차용하고 싶다고 하셔서, 그러는 김에 제작지원까지 했어요. 전통 수제만두의 진실된 재료를 알릴 수 있다는 판단에서였지요. 결국은 딸한테 원망만 들었지만요." 해당 드라마 스토리 상 딸이 미성년자일 때 혼전임신을 하는 내용으로 나와서, 졸지에 주변에 '날라리 딸'로 오해를 받았던 것이다. 그 이외에는 TV조선 '살림9단의 만물상' 등 정보제공 프로그램에는 출연하지만 맛집 소개 예능에는 출연하지 않는다고. "앞서 말씀 드렸듯이 영업 목적으로 방송에 출연하는 게 아니니까요. 매장에 유명인이 오셔도 사인이나 사진 요청은 하지 않아요. 식사를 편하게 대접하는 게 저희의 사명이니까요."

준비된 프랜차이저

이렇게 본사 이외에 직영점을 운영하면서 배울 수 있었던 것은, 대량 유통 시 품질 유지 및 물류, 유통 및 인사 관리에 대한 경험도 있지만, 무엇보다 중요한 것은 직영점의 입장 등 다른 입장을 이해할 수 있었다는 점이다. 직영점의 경우 사업자가 본사와 같지만, 운영 등 세부 문제로 들어가면 가맹점과 같이 영업부분에 있어서 입장의 차이가 나온다. 그 마음

을 이해할 수 있었던 점이 가장 큰 소득 중 하나다. "모든 사람이 나와 같을 수는 없어요. 물론 맛과 퀄리티 유지라는 저의 목표도 달성해야 하지만, 영업적 이익을 위해 노력하는 가맹점의 입장도 이해해야 합니다. 그리고 이해를 했으면 그에 대한 배려가 있어야 한다는 것도 깨달았어요."

박효순 회장은 이런 이해를 바탕으로 조만간 본격적으로 가맹점을 모집하고 프랜차이즈 본사로서의 활동을 시작 할 예정이다. 이미 팀을 구성을 마쳤으며, 브랜드 라인업과 그에 따른 메뉴 구성도 재정비했다. 우선 브랜드는 3가지로 구분된다. 나루국밥과 나루국시를 주메뉴로 하는 15평에서 30평 미만의 소규모 창업 브랜드. 그리고 중형 브랜드로 현재 백화점에 입점돼 있는 '리원' 브랜드. 마지막으로 80~100평형 규모의 대형 브랜드로 광장동가온 브랜드를 선보일 예정이다.

"프랜차이즈를 준비하면서 가장 힘들었던 것은 말했듯이 음식 맛을 타협해야 한다는 점이었습니다. 요리연구가로서 이것이 가장 마음을 아프게 했죠. 하지만 6개의 본점 및 직영점을 운영하면서 쌓은 노하우로 최대한 스스로가 가진 고유의 맛을 찾아 모두에게 인정받을 수 있도록 준비했습니다."

성공의 이유, 사회공헌활동

노블리스오블리제論을 비롯해서 지속적으로 박효순 회장이 언급하는 '성공의 이유'는 바로 그가 몸담고 있는 한국피해자지원협회(KOVA, 이하 코바)에서 찾을 수 있다. 박효순 회장은 한때 동부지방법원과 검찰청에서 분쟁조정 위원으로서 일을 한 적이 있다. 당시 박 회장의 분쟁 사건의 합의율이 90%에 달했고, 이것으로 검찰총장상까지 받았다. 보람찬 일이었지만 이때 알게 된 부조리함에 항상 마음이 아팠다.

"가해자에게는 교정 · 교화 프로그램, 사회복귀 프로그램이 있습니다. 그런데 피해자를 위한 프로그램이 있나요? 실제로 범죄자는 사회 복귀 후 성공할 수 있는 여건을 피해자보다 쉽게 만들 수 있습니다. 더구나 하나의 범죄가 일어나면 그로 인한 피해자는 기하급수적으로 늘어납니다. 직접 피해를 당한 당사자뿐만 아니라, 직계 가족, 친지와 그 주변인까지 영향이 미치죠. 다시 일어서기 힘든 상황인 피해자들이 너무 많습니다."

이 같은 부조리한 상황을 인식한 박 회장은 '코바'를 만들어 전문적인 교육과 상담, 치료와 재활을 제공할 수 있는 인력을 구성하고, 그들이 상처를 치유하고 사회에 정상적으로 나갈 수 있도록 구체적 도움을 줄 수 있는 시스템을 확보했다.

처음 17명으로 시작한 코바는 현재 전국 20개 지부에 교육기관과 피해회복을 지원하는 전문가 집단을 구성하는 등 3만명의 인원이 참여하고 있다. 여기에는 심리학박사, 상담학박사는 물론 관련 전공 출신 전문가 집단을 두고 피해 상담사를 꾸준히 양성하고 있다.

여기에 박효순 회장은 피해자들에게 경제적 자립의 기회를 주고 싶다는 소망을 더했다. 나루가온F&C를 통해 이런 피해자들이 창업 등 경제활동을 을 할 수 있는 기회를 주고 싶다는 것. "범죄 피해자분들이 받은 큰 상처. 이 상처를 잊고, 금간 흔적 없이 살 수는 없을 것입니다. 다만 저의 작은 노력으로 이들이 일상에 최대한 가깝게 복귀해 살 수 있도록 기반을 마련해 드리고 싶은 것이 저의 소망입니다."

이처럼 나루가온F&C는 박 회장의 요리연구가로서의 자아실현을 위한 도구이기도 하지만, 그 개인적 성공이 사회적 공헌으로 변모할 수 있도록 도와주는 매개체로서의 역할도 담당하고 있다. 나루가온F&C의 성공에 미식가만이 아닌 사회 각층의 관심이 쏟아지는 이유다. KFA

클래식한 아이템과 트렌디한 마케팅의 조화 '봉이치킨'

마야봉F&C 고금식 대표

"봉이치킨은 초기부터 인테리어와 집기비용에 본사 마진을 거의 두지 않았다. 가성비 좋은 매장을 개설하여 경기불황을 극복하고 성공적인 창업이 가능하도록 적극적으로 지원해온 것이다. 그렇기 때문에 청년창업, 여성소자본창업, 1인창업 아이템으로도 적합하다는 평가를 꾸준히 들어왔다.

WRITE 이동한 | PHOTO 김동하

〈봉이치킨〉의 마야봉F&C가 6월 중순 사옥이전을 하며 제2의 도약을 준비하고 있다. 이번 사옥 이전과 더불어 마야봉F&C는 새로 연구소를 신설하여 제품 품질 향상과 메뉴 개발에 힘을 주고 있다. 기존에도 메뉴의 독창적인 경쟁력을 무기로 하고 있던 봉이치킨은 이번 사옥 이전으로, 더욱 강력해진 메뉴 아이템을 선보이며 품질 향상에 힘쓸 예정이다. 또한 신사옥 위치가 고속도로 근처라는 지리적 이점을 이용하여 옥외 광고탑을 설치하고, 리브랜드도 준비하는 등 브랜드 이미지 제고에 박차를 가할 계획이다.

"봉이치킨의 경우 일찌감치 골목 상권을 겨냥하며 빠르게 성장했습니다. 주거지와 가까운 상권에 주목한 것이죠. 경기 불황으로 소비가 줄어든 상황에서 소비자와 접점을 늘여 경쟁력을 강화하고, 임대료 등 예비창업주의 투자비용을 줄여 장기적으로 지속가능한 영업구조를 만들었던 것이었습니다."
고금식 대표는 최근 창업 트랜드로 여겨지는 소자본 창업 및 창업다이어트에 대한 요구를 봉이치킨을 통해 이미 실현하고 있었다고 말한다. 소자본 창업을 원하는 가맹점사업자들의 요구와 가성비를 바라는 소비자들의 바람을 모두 만족시키기 위해 탄생한 브랜드가 바로 봉이치킨이라는 것.

위험부담을 줄여주는 창업 아이템

고금식 대표는 "외식업계 경쟁이 치열해진 상황에서 대규모 메인 상권 매장은 위험부담에 비해 실속을 얻기 힘듭니다. 그렇기 때문에 내부 전문가 검토 후 성공 가능성이 높게 나타나지 않으면 예비창업자에게 절대 권하지 않습니다."라고 말한다.

투자에 있어서 위험부담을 줄이는 것이 중요하다는 것. 봉이치킨은 싸고 맛있으면서도 타제품과의 차별성도 있는 등 아이템 안정성이 높지만, 소규모 투자에 좀 더 적합한 브랜드이기 때문에 고비용 투자는 적극 권장하지는 않는다고 한다.

"철저하게 테이크아웃과 매장 홀판매 위주로 승부하고 있습니다. 배달은 고려의 대상 밖입니다. 프랜차이즈월드 5월호에도 나왔듯이 배달앱 비용과 배달대행비용에만 4000원 가까운 비용이 추가됩니다. 한 마리에 9천원도 하지 않는 봉이치킨 메뉴의 50%에 가까운 비용을 배달비용으로 추가하는 것은, 저렴하게 즐길 수 있도록 준비한 봉이치킨의 컨셉과도 어긋납니다."

봉이치킨의 창업 다이어트

특히 봉이치킨은 초기부터 인테리어와 집기비용에 본사 마진을 거의 두지 않았다. 가성비 좋은 매장을 개설하여 경기불황을 극복하고 성공적인 창업이 가능하도록 적극적으로 지원해온 것이다. 그렇기 때문에 청년창업, 여성소자본창업, 1인창업 아이템으로도 적합하다는 평가를 꾸준히 들어왔다. 심지어 기존 치킨집에서 봉이치킨으로 전환할 시에는 기존 집기 등을 그대로 사용가능하게 했으며, 간판교체비 등 실비부담만으로 창업할 수 있도록 하기도 했다.

현재도 봉이치킨은 10평 기준 1800만원이라는 저렴한 창업비용을 통해 예비창업자의 부담을 덜어주고 있으며, 여기에 인테리어 시공기간 또한 일주일 밖에 소요시키지 않아 투자비회수에 드는 기간을 줄여주고 있다.

2년간의 연구개발 끝 옛날통닭 맛 구현

봉이치킨을 대하는 소비자들은 우선 합리적인 가격(1마리 8500원, 2마리 16000원) 때문에 브랜드 접근성이 편하다고 평가한다. 물론 맛을 얘기하지 않을 수는 없다. 봉이치킨은 옛날통닭의 맛을 구현하기 위해서 연구개발 끝에 가마솥에서 통째로 튀기는 방식을 선택했다. 또 화려하고 비싼 포장 팩 대신 질 좋은 국내산 생닭과 기름에 더 투자하고 염지나 소스에 들어가는 재료와 배합률에 특별히 신경 써 어릴 적 먹었던 고소하고 차진 닭고기 맛을 구현하는 데 주력했다. 앞서 말했듯이 봉이치킨의 가장 큰 특징은 옛날 방식대로 큼직한 가마솥에 국내산 생닭을 통째로 튀긴 후 즉석에서 잘라내는 것이다. 닭은 두 번에 걸쳐 튀기는데 염지한 상태의 닭을 1차로 튀긴 후 실온에 뒀다가 주문이 들어오면 한 번 더 튀겨낸다. 1차 초벌을 통해 쫀득한 육질을 유지하고 2차 튀기는 과정에선 겉이 바삭하게 익어 식감이 다채롭다. 특히 70여 가지의 재료를 배합한 양념으로 하루 이상 염지 숙성해 누린내를 없애면서 각 재료들의 은은한 맛이 골고루 배어, 별도 양념 없이 튀기기만 해도 고소하고 짭짤한 맛을 내도록 했다. 치킨과 함께 식용유에도 남다른 기준을 갖고 있다. 주식회사 대상과 공동 개발한 봉이전용유를 사용하여 더욱 고소한 맛을 내고 있으며, 매일 기름을 전량 교체하도록 하고 있다. 더구나 하루 판매량이 100마리가 넘어갈 경우 한번 더 교체하도록 하여 항상 신선하고 깔끔한 맛을 유지하고 있다. 이렇게 철저하게 맛과 퀄리티를 추구한 결과 봉이치킨은 옛날치킨 브랜드로서는 최초로 해외진출에 성공하기도 했다. 2016년 미국 플러싱과 캄보디아에 해외 지사 설립을 시작으로 본격적인 해외진출에 나선 것. 고금식 대표는 현재도 중국과 일본, 베트남에도 수시로 방문해 시장조사를 진행하고 있다.

가맹점사업자들에게 더 자주 더 가까이

앞서 보았듯이 예비 창업자가 프랜차이즈 브랜드를 선택할 때 고려돼야 될 사항은 창업비용, 제품의 품질, 맛, 가격 그리고 본사에 대한 믿음 등

1	2	3

1 봉이치킨은 10평 기준 1800만원이라는 저렴한 창업비용을 통해 예비창업자의 부담을 덜어주고 있으며, 여기에 인테리어 시공 기간 또한 일주일 밖에 소요시키지 않아 투자비회수에 드는 기간을 줄여주고 있다.

2 옛날통닭의 맛을 구현하기 위해서 연구개발 끝에 가마솥에서 통째로 튀기는 방식을 선택했다.

3 가장 큰 특징은 옛날 방식대로 큼직한 가마솥에 국내산 생닭을 통째로 튀긴 후 즉석에서 잘라내는 것이다.

여러가지가 있다. 그리고 이 모든 것들을 만족시키는 브랜드를 선택하는 것이 예비창업자가 할 일이다. 하지만 이외에도 프랜차이즈 예비창업자가 놓치기 쉬운 또 하나의 브랜드 선택 기준이 있다. 바로 가맹본부의 가맹점 관리 시스템이다. 프랜차이즈 창업자의 경우 대부분 첫 창업인 경우가 많기 때문에, 가맹점에게 가맹본부 슈퍼바이저의 역할은 절대적이라고 할 만큼 크다. 고금식 대표는 이 문제를 해결하기 위해 제3자 물류 방식이 아니라 직원을 이용해 직접 가맹점에 물류를 배달하는 방식을 사용하고 있다. 그리고 이 직원들이 슈퍼바이저의 역할을 하도록 하는 것. 그렇기 때문에 봉이치킨의 경우 다른 브랜드에 비해 훨씬 자주 가맹본부가 가맹점사업자들의 고충 및 의견을 듣고 도움을 줄 수 있는 것이다. KFA

◆ 봉이치킨의 동네

부천지역에만 10여개 가맹점 운집

봉이치킨의 가맹점 상황을 보면 이상하게도 부천지역에 가맹점이 몰려 있는 것을 볼 수 있다. 부천 중동, 상동지역에만 체인점 10여개가 운영 중인 것. 여기에는 특별한 사연이 있었다.

"이 스토리는 수원에서 시작합니다. 어느날 한 어르신께서 아드님에게 10평 짜리 매장을 내주고 싶다며 문의를 해오셨습니다. 물론 저희는 평소와 다름없이 철저한 조사를 거친 후 컨설팅을 진행하여, 수원에 매장을 오픈하시도록 도움을 드렸죠."

그 후 10개월의 시간이 흐르고 그 어르신은 다시 고금식 대표를 찾아왔다. 어르신의 아드님이자 새로운 가맹점주는 열심히 운영을 했던지, 불과 10개월 만에 통장에 8천만원 가까이나 모으게 됐다고.

"단지 10평 짜리 매장에서 그만한 수익이 나오자, 어르신께서도 직접 운영을 해보고 싶으셨던 것이었습니다. 우선 안양 지역에서 매장을 시작하셨는데, 생각보다 더 좋은 결과를 내셨죠. 이것으로 봉이치킨이라는 브랜드에 대한 믿음이 확고해지신 그 어르신은 이후 부천 상동 메인상권에 5억원 가까이를 지출하시며 본격적인 투자를 하셨습니다."

이 매장 역시도 결과는 대박. 일매출 3~400만원을 찍는 등 승승장구하게 된다. 그리고 이렇게 대박을 낸 매장의 소문과 그 어르신의 봉이치킨에 대한 '칭찬 영업'으로 이후 부천에만 12개의 매장이 열리게 된 것.

◆ 고금식 대표 주요 수상 내역

2016 지역경제 발전 유공 표창 / 경기도지사 수여
2016 한국프랜차이즈산업협회 제5대 이사
2015 사단법인 한국사회적일자리개발원과 장애인 및 사회적 취약계층을 위한 일자리 개발 및 창출 사업 협력 추진
2015 한국프랜차이즈산업협회 공로패
2015 연대FCEO 총동문회 27기 회장 역임
2015 제3기 KFCEO 수료
2014~2015 국제와이즈맨 한국중부지구 경기지방 고산 클럽 회장 공로패

설립 5년 연매출 200억 초고속 성장 농산물 유통기업

팜앤피아 박용분 대표

"사람이 전부다. '경영의 신'으로 추앙받는 마쓰시타전기산업창업주 마쓰시타 고노스케가 한 말이라고 해요. 사업은 사람을 중심으로 발전해 가며, 그 성패는 적절한 사람을 얻고 쓰는 것과 밀접하게 연관돼 있다는 것이죠.

무척 공감하는 말입니다. 의미하는 바가 조금 다를지는 모르지만, 현재의 팜앤피아가 실제로 '사람(직원)이 없었다면 시작하지 못했을 일이었고, 사람(동료, 거례처)이 없었다면 이만큼 키울 수 없었을 것'이거든요.

WRITE **이동한** | PHOTO **김동하**

프랜차이즈 운영비 다이어트 노하우

인건비 절감을 위한 가장 좋은 방법. 박용분 대표는 팜앤피아를 만나는 것이 가장 믿을 수 있는 선택이라고 자신한다.

실제로 프랜차이즈 창업자들이 가장 부담스러워하는 것은 무엇일까? 경기불황이 장기화되면서부터 소자본 창업이 주류를 이루고 있는 현재, 예비창업자들은 초기투자비용 보다 인건비를 더 부담스러워 하기 시작했다. 소자본 창업에서는 직원 하나를 더 쓰는 것 만으로 인건비 지출 퍼센트가 비약적으로 높아지기 때문이다.

팜앤피아는 모든 농산물이 진공, 세척, 절단된 상태로 배송된다. 물론 소포장도 가능하다. 이것이 의미하는 바는 간단하다. 외식 프랜차이즈 가맹점에서 필수적으로 들여야 할 재료 손질 등으로 인한 주방 인건비를 비약적으로 줄일 수 있다는 것이다. 현재 프랜차이즈 가맹본부로서는 엔타스, 이바돔, 맘스터치가 팜앤피아와 계약이 체결돼 있으며, 가맹점주들의 부담을 비약적으로 줄여 주었다는 평가를 받고 있다. 요리 중 재료손질 공정이 사라지는 것만으로 현장에서의 인력부담은 급격하게 낮아진다. 문제는 인건비와 가격의 상쇄가 있을 정도로 가격메리트가 있는가? 그리고 믿을 수 있을 정도의 안전성이 보장돼 있는가? 정도다.

직접 생산을 통한 독보적인 가격경쟁력

물론 가격메리트 부분이나 위생 안전성이 보장돼 있지 않다면 이 이야기를 꺼낼 필요가 없었을 것이다.

팜앤피아는 감자, 고구마, 연근, 우엉 등 근채류, 양상추, 양배추, 미니양배추, 샐러리 등 양채류, 밤호박, 오이맛고추 등 과채류, 친환경 콜라비 등 여러 종류의 채소류를 소포장해 공급한다. 양파, 대파, 피망 등은 세척한 다음 사용하기 좋게 절단해 포장해 공급하고 있다.

원료는 민감한 제품의 경우에는 직접 재배하고 있으며, 그 외에도 산지와 직거래로 연중 안정적으로 물량을 공급할 수 있다.

특히 주요작물의 경우에는 이천에서 직접 재배를 하기 때문에 재배농가와 계약하는 업체에 비해 가격경쟁력이 뛰어난 것은 당연하다.

당연히 직접재배와 직거래를 통해 신선도와 퀄리티도 확보돼 있다. 문제는 그 퀄리티와 신선도를 안전하게 유지할 수 있느냐다.

식품안전, NSF 인증으로 확인

이는 팜앤피아를 직접 찾아보면 해결되는 의구심일 것이다. 팜앤피아를 찾은 이들이 처음 갖는 이미지는 비슷하다. 외부적으로 봤을 때는 깔끔한 가공회사라는 느낌. 하지만 내부로 들어서는 순간부터 그 이미지는 급변한다. 일단 온도유지와 청결에 히스테릭하다고 할 정도의 관리를 한다. 대부분 닫혀있고, 사람이 드나들기 위해 잠깐 열리는 문에도 에어커튼으로 이중 보완을 해 실내 온도를 유지한다. 심지어 사무실로 입장하는 것이었음에도 불구하고 실내화로 갈아 신어야 할 정도로, 청결 문제에 심각한 관리를 유지하고 있다.

총 40억원을 투자해 신축한 공장은 대지 2000평, 건평 800평 규모며, 1층은 전처리 가공실, 세척실, 포장실, 저온창고 등 생산시설이 있고, 2층은 사무실, 실험실, 샘플실, 교육실, 휴게실, 체육실 등이 있다.

특히 눈여겨 볼 곳은 1층으로, 손세정기, 진공흡입기, 장화 세척기와 소독기 등이 갖춰진 위생전실, 버블세척기, 수동세척기, 오존살균기 등을 갖춘 세척실, 절단기, 쵸핑머신, 탈수기 등을 갖춘 가공실, 금속탐지기, X-ray 투시기 등을 갖춘 포장실, 자동포장기, 냉장창고 등으로 구획되어 있다.

현재 이 공장은 친환경농산물 취급자 인증을 받았으며, GAP 우수관리시설 인증과 HACCP 지정까지 받았다. 또한 PCR 검사기를 도입하여 안정성에 대한 검사를 더욱 철저히 하고 있다. 가장 중요하고 까다로운

심사인 NSF도 매년 심사를 받아 통과하고 있다. 이 심사는 시설 내 벌레, 이물, 먼지 검사까지 할 정도여서, 직원 위생교육을 매달 하지 않고는 통과할 수 없는 극악의 난이도를 지닌 위생검사다.
현재 팜앤피아 대부분의 생산 물량은 코스트코, GS리테일, 롯데마트 등 대형 유통업체에 납품이 되고 있으며, 품목을 다양화해 외식프 랜차이즈 등으로 판매영역을 확대하고 있다.

'사람이 전부'인 경영

사람이 전부다. "일본에서 '경영의 신'으로 추앙받는 마쓰시타전기산업(현 파나소닉) 창업주 마쓰시타 고노스케가 한 말이라고 해요. 사업은 사람을 중심으로 발전해가며, 그 성패는 적절한 사람을 얻고 쓰는 것과 밀접하게 연관돼 있다는 것이죠. 무척 공감하는 말입니다. 의미하는 바가 조금 다를지는 모르지만, 현재의 팜앤피아가 실제로 '사람(직원)이 없었다면 시작하지 못했을 일이었고, 사람(동료, 거래처)이 없었다면 이만큼 키울 수 없었을 것'이거든요."
팜앤피아 박용분 대표는 자신이 아닌 자신 주변의 사람들이 팜앤피아를 만들고 키웠다고 말한다.
2012년 12월 직원 포함 5명이 함께 사업을 시작한 박용분 대표는, 당시 200평 규모의 작은 공장 시절을 회상했다. 모든 상황이 힘들기만 했던 상황이었지만 농산물유통 전문가들로 이루어진 직원들과 밝은 미래를 꿈꿀 수 있었던 즐거운 추억이다. 다만 시설 문제로 온도 관리 등 선도관리에 어려움이 많았다고. 경쟁력을 키우기 위해 생산 현장의 시스템이 가장 중요하다는 생각이 들어서 2015년 공장을 신축할 때 작업하면서 애로를 겪었던 모든 문제를 해소할 수 있도록 체크해 반영했다고 한다. 경력 있는 인물들이 모인 소수정예의 회사다 보니 규모는 작아도, 노하우는 넘쳐 엔타스, GS리테일, 코스트코홀세일에까지 납품하며 차근차근 실적을 쌓아갔다. "회사설립을 하고 나자. 스스로 공부가 부족하다는 생각이 계속 들더군요. 그래서 aT 교육원CEO과정을 들어갔습니다. 들어가서 보니 수업 자체의 중요성도 절감했지만, 그에 못지 않게 사람과의 만남을 통해 얻는 배움도 무시할 수 없었습니다. 프랜차이즈 업계와의 관계가 정립된 것도 당시 aT 교육원에서 만난 인연들께서 제안해주신 것이었어요."
박용분 대표는 회사를 단시간 안에 이렇게 키울 수 있었던 것에 대해 말하며 또 한번 '사람'의 중요성을 강조했다. "물론 현재 회사 사람(직원)의 중요성은 더할 나위 없죠. 직원들의 의견은 언제나 경청합니다. 시식, 시장조사, 디자인, 포장 등 모든 의견교환이 쉽게 이루어집니다. 특히 생물을 다루고 있는 저희의 경우, 빠른 의견 접수와 피드백이 없으면 안되죠." '사람이 전부다'라고 박 대표가 강조하는 이유다.

최고의 농산물 유통 전문회사로 성장 중

팜앤피아라는 이름은, 농산물 공급, 자연주의 이미지인 Farm과 이상향을 의미하는 Utopia를 결합한 의미로 지어졌다. 로고 중앙의 &는 바람개비 모양을 형상화하여 새로운 바람을 만들어 내겠다는 의지를 표현했다.

팜앤피아 전경

2020년까지 대한민국 최고의 농산물 유통 전문회사로 성장하겠다는 비전을 갖고 있다는 팜앤피아는, 현재 설립 5년차, 연매출 200억 대의 기업으로 성장한 초고속 성장 기업이다. 2012년 농업회사법인 팜앤피아(주)가 설립됐으며, 같은 해 엔타스와 계약한다. 이듬해인 2013년 코스트코홀세일과 이마트 에브리데이 입점했으며, 2014년부터 신세계백화점(광주)에 입점하고 매출 120억원을 달성했다. 그리고 2015년 신사옥 준공(경기도 이천)을 기점으로 수입유통 부문까지 진출하며 매출 135억원을 달성했다. 현재는 해마로 푸드 및 이바돔감자탕 등 프랜차이즈 가맹본부와 계약을 체결하고, 롯데마트와도 계약을 성공시키며 매출 200억원을 달성한 상태다. 특히 지난해에 팜앤피아 박용분 대표이사는 "한국벤처농업대학" 교육과정에서 우수한 성적으로 졸업하여, 농림수산식품부 장관상을 수상하기도 했다.

또한 박용분 대표가 공부를 위해 인연을 맺은 aT와는 aT FOOD드림 행복나눔단 업무협약을 체결함으로써 아름답게 인연을 이어가고 있다. aT FOOD드림 행복나눔단'은 이 업무협약을 통해 신선 · 가공 식품을 매월 지정된 복지단체에 기부하고 있다. KFA

45ft 트레일러 배송차량
팜앤피아는 배송 시에도 제품의 완벽한 신선도 유지를 위해 45ft 트레일러 배송차량을 이용하고 있다.
써모킹 냉장 · 냉동기가 탑재돼 있는 45ft 트레일러 차량은 코스트코 기준 팔레트가 24개가 적재된다.

아그들아! 푸드테크 "백년(100년) 기업" 배달한다! 기다려라

주문에서 배달까지, O2O 배달전문 플랫폼 POS

푸드테크 강병태 대표

"배달시장은 갈수록 폭발적으로 성장할 것입니다. 1~2인 가구 증대와 스마트폰 사용 때문에 시장이 예상을 뛰어넘게 커질 것이 분명합니다. 최근 네이버, 카카오까지 배달시장에 뛰어들었습니다. 배달시장의 폭발력을 본 것이죠. 이들 대형 포탈업체가 자체적인 POS개발을 포기했습니다. 대신 저희와 전략적 제휴를 맺고 직접 투자도 했습니다. 저희가 국내에서 유일하게 '주문에서 배달까지 가능한' 통합 POS를 선점하고 있기 때문입니다.

WRITE 박호진 | PHOTO 김동하

중견기업 경영 넘기고 벤처창업으로 새 출발
배달전문 통합시스템으로 명품 POS

15년 넘게 운영하던 회사를 분리하여 벤처 스타트업Start-up기업인 푸드테크www.foodtechkorea.com를 창업한 강병태 대표(55)는 자신감이 넘쳐났다. 자신이 직접 땀 흘려 개발한 배달전문 POS(점포 판매관리 시스템) 프로그램에 대한 자부심이 있기 때문이다. 치킨 프랜차이즈 브랜드 가맹점 사이에선 푸드테크 POS는 명품으로 불린다. 주문, 결제, 배달 등 영업에 필요한 모든 것을 이 회사 POS 하나로 한 눈에 볼 수 있기 때문이다. 종전에는 배달영업을 하려면 배달앱, 결제 POS, 배달대행 앱, PC, 전화 등 최소한 5개 이상의 기기를 지켜봐야 했다. 바쁠 때는 여러 채널에서 밀려오는 주문을 받기위해 정신이 없었다. 불편하기 짝이 없고 인건비도 많이 들었다.

국내 POS업계는 시장이 거칠고 경쟁이 치열하기로 유명하다. VAN사(소액결제대행사)들이 POS 시장을 좌지우지하고 POS프로그램 개발업체는 그야말로 VAN사의 하청업체에 그쳤다. 2008년 금융 리스크 관리 프로그램업체인 유니타스를 운영하던 강 대표는 VAN사들이 수수료를 받을 수 없어 관심을 기울이지 않았던 배달에 주목했다.

강 대표는 "중소기업이 기존 시장을 뚫기 위해서는 특화(特化)된 분야부터 들어가는 방법밖에 없다. 철저하게 오투오O2O:ONLINE TO OFFLINE 배달전문 플랫폼에 집중했다"고 강조했다. 배달이 많은 치킨 매장에 맞춰 프로그램을 개발했다. 기존 POS가 결제만 하는 수단이었다면, 유니타스 제품은 결제와 주문, 배송까지 전 과정을 POS 기기 하나로 처리할 수 있는 것에 집중했다.

현재 배달의 민족 · 요기요 등 6개 배달앱 업체와 제트콜 · 바로고 등 7개 배달대행 업체가 푸드테크 배달 POS에 연동되어 있다. 지난 3월부터 배달시장에 뛰어든 네이버, 카카오는 전략적 제휴를 맺어 소비자들이 이들 포털사이트에서 식당을 검색, 배달주문을 하면 푸드테크 POS에 자동 연동된다.

foodtech
(주)푸드테크
주문에서
대한민국 NO1. 푸드테크 중개 플랫폼
김 다 정

잘 안다는 생각이
가장 위험하다.

"가맹점주의 불편해소가 최고 개발전략" 강병태 대표, 직접 프랜차이즈점 열고 오토바이 배달하며 실태파악

"저와 회사의 미션MISSION은 어떻게 하던지 프랜차이즈 가맹점주를 편하게 만드는 것입니다. 가맹점주들이 배달영업을 하면서 불편한 점을 파악, 해결책을 반영해 배달전문 POS를 개발했습니다."

강 대표는 배달전문 업주들의 실생활을 직접 체험하고 불편함을 파악하기 위해 아예 프랜차이즈 매장을 하기로 했다. 2016년 고객사인 스쿨푸드가 가맹전문점을 모집하자 직접 목동에 가맹점을 문 열었다. 요리도 배우고 면허를 딴 뒤 직접 오토바이를 타고 배달까지 나섰다. 배달현장을 직접 체험하면서 가맹점주들이 겪는 어려움이 무엇인지를 파악하고 개선점을 찾아냈다.

그렇게 도입한 제도가 '원콜ONE CALL 시스템'. 지금까지는 점주들이 POS 문제가 생길 때마다 담당 회사에 따로 따로 연락해야 했다. 그러나 푸드테크는 자신들이 설치한 프로그램 문제뿐 아니라 딴 회사업체 제품인 하드웨어 문제까지 전화 한 통화면 즉시 해결해 주었다.

치킨 배달이 새벽까지 이뤄지고 있는 점을 고려해 새벽 3시까지 AS센터를 운영, 사용업주들의 문제들을 해결해준다. 서울 본사를 포함해 제주 등 전국 8개 지역에 설치된 센터에서 원격관리 등 365일 종합상황실을 운영하고 인력도 16명이나 배치했다. 다른 POS사들은 엄두도 못 낼 정도의 과감한 투자를 한 것이다. 지금까지 기술개발 및 시스템 구축에 투자한 돈만도 200억에 가깝다. 이 때문에 계속 적자를 기록했고 올해 들어서야 흑자로 전환될 것으로 기대하고 있다.

치킨 브랜드 70% 등 배달 시장 석권

가맹점주들 사이에 입소문이 돌자, 가맹점주들이 가맹본부에게 다른 POS 제품을 거부하고 유니타스 POS를 설치할 것을 요구하기까지 했다. 2008년 제너시스(BBQ)를 시작으로 현재는 네네치킨, 굽네치킨 등 국내 프랜차이즈 치킨 브랜드의 70% 가량, 약 10,000여개 가맹점업소에서 이 제품을 사용하고 있다. 치킨 배달시장을 석권한 것이다. 지금은 치킨, 피자뿐 아니라 배달영업을 시작하는 한식업체까지 영역이 점차 늘어나고 있다. 현재 우리나라 외식시장은 160조, 이 가운데 배달시장은 15조 규모로 10% 정도에 불과하다. 그러나 2010년 이후 배달의 민족, 요기요 등 배달 앱이 퍼지면서 시장이 커지기 시작했고 앞으로 성장 폭이 늘어날 것이 명약관화하다. 강 대표가 매출 100억대의 안정적인 유니타스에서 POS사업을 분리, 창업하고 아예 전념하기로 한 이유다.

강 대표는 "가장 열악한 업종에 도움이 되고자 시작했는데 스마트폰이 보급되면서 갑자기 배달 시장이 예상을 뛰어넘게 성장했습니다. 덕분에 배달전문 POS분야를 선점하게 됐고 현재로선 경쟁자도 없습니다"고 환하게 웃었다.

IT 프로그램 개발자 출신인 강 대표는 국내 최초의 프로그램 기술을 여럿 개발했다. 개발 아이디어는 고객으로부터 얻었다. '전자서명기', '이마트 단품관리시스템' 개발한 프로그램과 사업아이템인 '코인 디스펜서COIN DISPENSOR', '금융리스크관리시스템'도 고객과 대화하다가 얻은 것이다. 배달전문 POS도 고객이었던 치킨 프랜차이즈 대표가 말한 '온라인 주문을 하려면 POS통합이 돼야하는데 엉망이다'라는 불만에서 시작됐다.

강 대표, "특화된 틈새시장에서 1등 되겠다"

경영철학에 대해 물어보자 강 대표는 서슴없이 답했다. "우리가 잘 할 수 있는 작은 시장을 찾아 특화된 기술개발로 마켓 셰어(Market share)를 늘려나가 1등 기업이 되는 것입니다." 철저한 틈새시장, 니치 마켓Niche market 전략이다. 자금과 자본 등 여러 요소를 고려해 여건에 벅찬 큰 시장보다는 작은 시장에서 아무도 따라오지 못하는 기술력으로 1등하는 강소기업이 되겠다는 것이다.

(주)푸드테크가 1인 가구와 스마트폰이 만든 O2O 시대의 개막이 가져다 준 호기를 활용해 앞으로 어떤 기업으로 성장할지 벌써 궁금하다. KFA

스크린야구장 스트라이크존

다점포율로 보는 2017년 창업 트렌드

점주가 만족하는 브랜드를 찾아라

WRITE **노승욱**

프랜차이즈 창업을 할 때 고려할 사항은 한두 가지가 아니다. 창업 자금과 업종, 입지 등도 중요하지만 어느 브랜드의 프랜차이즈를 선택할 것인가도 심히 고민된다. 문제는 어느 브랜드가 잘되는지를 알 수 있을 만한 정보가 부족하다는 것이다. 국내 프랜차이즈는 대부분 비상장사여서 주가처럼 기업가치를 비교할 만한 지표가 없다. 그렇다고 공정거래위원회가 제공하는 정보공개서상의 매출이나 가맹점당 평균 매출, 폐점률 등을 참고하자니 허점이 너무 많다. 정보공개서는 직전연도 정보가 이듬해 7~8월에나 발표된다. 즉 2017년 6~7월까지는 2015년 말 기준 자료만 확인 가능하다. 빠르면 6개월만에도 트렌드가 바뀌는 시장임을 감안하면 시의성이 아쉬울 수밖에 없다.

가맹점수도 점주 만족도를 그대로 보여주기에는 일부 한계가 있다. 1개 점포만 경영하는 일반 점주는 대개 '생계형 점주'가 많다. 때문에 장사가 잘 안 돼도 생계를 위해 근근이 버티며 '한계 점포' 또는 '좀비 점포'로 유지하기 쉽다. 하지만 이런 사정을 모르는 예비창업자들은 가맹점수가 줄지 않으면 그저 '장사가 예전만큼 잘되나 보다' 오해할 수 있다. 가맹점수가 중장기적인 트렌드는 반영해도 당장 최근의 변화를 반영하기에는 '시차'가 있다는 얘기다.

창업 시장 트렌드를 가장 잘 반영할 수 있는 지표는 없을까. 주요 브랜드의 기존 점주들은 과연 얼마나 만족하고 있을까. 이런 고민 끝에 기자가 고안한 게 '다(多)점포율'이다. 80여 개 주요 프랜차이즈의 '다점포율'을 보면 점주 만족도에 대한 대략적인 윤곽이 드러난다.

다점포율, 점주 만족도 보여주는 지표

다점포율이란 프랜차이즈의 전체 가맹점 중 점주 한 명이 2개 이상 다(多)점포를 거느리는 경우의 수다. 1개 점포를 해보고 꽤나 만족스러우니 같은 브랜드의 점포를 추가 출점했을 터. 따라서 다점포율이 높을수록 해당 브랜드에 대한 점주들의 만족도나 신뢰도가 높다고 볼만하다. 다점포율은 전체 가맹점포수 대비 다점포수(점주가 복수 점포를 거느린 경우의 총합) 비율로 계산했다. 가령 전체 가맹점이 100개인 프랜차이즈에서 A점주가 2개 점, B점주가 3개 점, 나머지 점주 95명이 각 1개 점씩 운영 중이라면 이 프랜차이즈의 다점포율은 5/100=5%가 된다. 직영점은 계산에서 제외했다.

일반 점주가 '생계형 점주'라면 다점포 점주는 '투자형 점주'에 가깝다.

구분	상호	전체 점포	직영점	가맹점	다점포	2017 다점포율	2016 다점포율	2015 다점포율	증감
편의점	CU	1만 509	110	1만 339	3,825	37	40.9	39.9	-3.9
	GS25	1만 362	110	1만 252	3,214	31.3	34.7	31.8	-3.4
	미니스톱	2,317	63	2,254	590	26.2	23.3	20.9	2.9
	세븐일레븐	8,405	90	8,315	2,108	25.4	24.4	20.1	1
	위드미	1,536	9	1,527	119	7.8	7.1	1	0.7
피자	파파존스	107	39	68	37	54.4	49.2	-	5.2
	피자헛	334	0	334	92	27.5	9.5	37.1	18
	피자알볼로	250	10	240	65	27.1	-	-	-
	미스터피자	390	19	371	91	24.5	32	40.1	-7.5
	도미노피자	426	102	324	비공개	비공개	38.9	36.7	-
커피	엔제리너스	889	96	793	368	46.4	27.5	29.8	18.9
	마노핀	55	40	15	6	40	22.2	-	17.8
	이디야커피	1,786	7	1,779	598	33.6	29.2	27.8	4.4
	카페베네	850	23	827	123	14.9	비공개	6.9	-
	파스쿠찌	407	42	365	46	12.6	16.1	-	-3.5
	드롭탑	220	7	213	24	11.3	-	-	-
	커피랑도서관	21	3	18	2	11.1	-	-	-
	탐앤탐스	462	57	405	36	8.9	11.2	17.4	-2.3
	투썸플레이스	758	48	710	61	8.6	9.6	-	-1
	셀렉토커피	137	1	136	2	1.5	-	-	-
	요거프레소	786	0	786	10	1.3	1	-	0.3
	커피베이	413	5	408	2	0.5	1.7	0.5	-1.2
	더카페	196	7	189	비공개	비공개	-	-	-
	백다방	513	2	511	비공개	비공개	-	-	-
저가 주스	쥬씨*	814	4	810	약 142	17.5	-	-	-
	커피식스미니	429	1	208	16	7.5	-	-	-
	쥬스식스		1	219					
외식	놀부*	990	21	969	440	45.4	45.4	40.8	0
	하남돼지집	190	10	180	72	40	43.3	-	-3.3
	한촌설렁탕	65	5	60	22	36.7	36.7	-	0
	포메인	134	2	132	42	31.8	32.5	-	-0.7

구분	상호	전체 점포	직영점	가맹점	다점포	2017 다점포율	2016 다점포율	2015 다점포율	증감
외식	이바돔*	170	27	143	30	21	22.8	-	-1.8
	본죽&비빔밥 카페	170	4	168	234	17.4	13	9.3	4.4
	본죽	1,177	2	1,175					
	원할머니보쌈*	246	3	243	26	10.7	18.2	13.5	-
	박가부대찌개*	126	2	124	4	3.2			
	오니기리와 아규동	147	3	144	4	2.8	-	-	-
	코코이찌방야	24	21	3	0	-	-	-	-
	더본코리아	780	14	766	비공개	비공개	43.2	-	-
패스트푸드	롯데리아	1,316	127	1,189	292	24.6	26.5	28.2	-1.9
	써브웨이	189	0	189	31	16.4	12.6	10.8	3.8
	파파이스	127	16	111	10	9	10.4	8.3	-1.4
	맘스터치	970	0	970	64	6.6	-	-	-
	KFC	215	215	0	-	-	-	4.3	-
	버거킹	253	188	65	비공개	비공개	-	-	-
생활용품	양키캔들	150	15	135	50	37	31	16.3	6
	다이소	1,106	706	410	51	12.4	14.1	6.3	-1.7
디저트	옥루몽	19	0	19	5	26.3	4.5	-	21.8
	공차	390	71	319	74	23.2	25.6	17.6	-2.4
	던킨도너츠	821	145	655	56	8.5	14.1	-	-5.6
	설빙	466	7	459	22	4.8	5.7	-	-0.9
	배스킨라빈스 31	1,106	80	1,116	42	3.8	3.2	-	0.6
	디저트39	140	0	140	2	1.4	-	-	-
간편식	본도시락	233	3	230	22	9.6	10.3	7.7	-0.7
	한솥도시락	668	5	663	42	6.3	8.4	7.5	-2.1
빵	브레댄코	65	4	61	20	32.8	26.9	24	5.9
	뚜레쥬르	1,303	14	1,289	100	7.8	8	9	-0.2
	파리바게뜨	3,355	39	3,400	227	6.7	6.8	6.9	-0.1
주점	봉구비어	754	7	747	83	11.1	11	6.9	0.1
	청담동 말자싸롱	200	5	195	18	9.2	-	-	-
김밥	김가네	426	1	425	30	7.1	7.5	5.6	-0.4

구분	상호	전체 점포	직영점	가맹점	다점포	2017 다점포율	2016 다점포율	2015 다점포율	증감
김밥	바푸리	230	0	230	15	6.5	6.8	-	-0.3
	비르다김선생	185	3	182	10	5.5	3.6	-	1.9
	가마솥김밥	20	1	19	0	0	0	-	0
치킨	페리카나**	1,203	0	1,203	152	12.6	12.4	12.3	0.2
	BBQ	1,480	30	1,450	110	7.6	10.2	9.8	-2.6
	BHC치킨	1,370	0	1,370	89	6.5	3.4	3.2	3.1
	교촌치킨**	1,015	0	1,015	16	1.6	7.7	7.4	-6.1
	굽네치킨	939	0	939	0	0	0	0	-
	호식이 두마리치킨**	1,002	2	1,000	51	0	-	-	-
세탁	크린토피아**	2,445	112	2,242	91	4.1	1.1	0.9	3
떡볶이	아딸	780	0	780	104	13.3	13.8	13.3	-0.5
	죠스떡볶이**	311	2	309	10	3.2	3.5	7.9	-0.3
	국대떡볶이	88	4	84	0	0	0	1.9	0
문구	모닝글로리	305	4	301	6	2	2	1.9	0
프리미엄 독서실	그린램프 라이브러리	21	21	-	10	47.6	-	-	-
	토즈스터디 센터	198	5	193	32	16.6	24.4	-	-7.8
	온더데스크	50	1	49	8	16.3	18.2	-	-1.9
힐링카페	미스터힐링	36	1	35	4	11.4	-	-	-
만화카페	놀숲	102	-	102	2	2	-	-	-
스크린야구	스트라이크존	94	2	92	27	29.3	-	-	-
	리얼야구존	128	2	126	18	14.3	-	-	-
모텔	아늠자모텔	121	8	113	38	34	20	-	14

표1 다점포율로 보는 트렌드 – 다점포율

일반 점주보다 자본력과 정보력, 본사와의 협상력 등이 월등히 높고 시장 트렌드에도 관심이 많다. 다점포 점주는 사업 전망에 따라 언제든 점포를 늘리거나 줄이며 시장 트렌드에 탄력적으로 대응한다. 다점포율이 프랜차이즈 시장의 트렌드를 더 잘 보여주는 지표로 주목받는 이유다.

최근 국내 프랜차이즈 산업 규모가 커지고 다점포를 거느리는 점주들도 늘어나면서 그 중요성이 점점 커지고 있다. 실제 같은 브랜드 점포를 2개, 3개, 심지어 10개 이상 운영하는 다점포 점주들이 적잖다. 트렌드에 맞는 알짜 브랜드라면 점포를 여럿 늘려서 수익을 극대화하려는 전략일 테다. 특히 요즘은 소비자들이 검증된 프랜차이즈 브랜드를 선호하고, 점포가 여럿이더라도 '풀오토(Full-auto)'로 운영할 수 있게 시스템이 발달했다. 전문가들이 갈수록 다점포 점주가 많아질 것으로 내다보는 배경이다.

물론 다점포율도 약점은 있다. 점주 만족도와는 별개로 업종 특성이나 본사 출점 전략에 따라 다점포 출점이 제한되는 경우도 적지 않기 때문이다. 새마을식당, 한신포차 등을 운영하는 더본코리아가 대표적인 경우다. 더본코리아는 "2호점 개설에 대해 엄격히 평가, 제한하고 있기 때문에 그 수가 극비 미비한 상황"이라고 밝혔다. 굽네치킨도 "창업 초기에는 다점포가 많았지만 요즘은 일부러 안 내주는 추세다. 두 개 이상 점포를 운영하면 집중력이 흩어져 매출이 떨어지는 사례가 발생했기 때문"이라고 전했다. 따라서 다점포율이 낮다고 무조건 수익성이나 점주 만족도가 낮다고 보긴 어렵다.

다점포율이 높다고 마냥 좋게 보는 것도 위험하다. 성장기를 거치며 다점포율이 급증했지만 이제는 포화 상태인 업종일 가능성도 있다. 편의점과 커피전문점 등이 대표적인 예다. 이들은 풀오토 운영이 쉽고 시장 트렌드에도 부합해 지난 수년간 다점포율이 급증했다. 신규 점주도 점포를 열고 기존 점주도 점포를 늘리니 시장이 포화되기 마련. 점포당 수익성이 예전 같지 못할 테니 환상은 버리자. 다만 다점포율 변화를 보고 시장 트렌드 변동을 읽어내는 참고자료로 활용하는 것이 바람직하다.

2014년부터 3년째 조사…20개 업종 80여 개 브랜드 다점포율은?

기자는 2014년, 2015년, 2016년 말 3차례에 걸쳐 총 20여개 업종 80여 개 브랜드의 다점포율을 조사했다(표 참조). 그 결과 업종 내 매출 순위가 높은 브랜드일수록 다점포율도 높은 것으로 나타났다. 다점포율과 점주 만족도가 어느 정도 비례 관계에 있음을 시사하는 대목이다. 점주들로부터 '앙코르'를 가장 많이 받은 프랜차이즈는 어디일까. 업종별로는 중가 커피, 스크린야구, 모텔 등이 뜨고, 편의점, 고가 커피, 외식업 등은 주춤했다. 가성비와 경험 소비 트렌드가 지속돼 관련 프랜차이즈가 수혜를 입고, 시장이 포화됐거나 화제성이 떨어진 먹거리 업종은 고전 중인 것으로 풀이된다.

업종별로 자세히 살펴보자. 먼저 편의점. 편의점은 상위 브랜드의 다점포율이 감소한 게 눈에 띈다. 2015년 말 조사에선 편의점 5사 모두 다점포율이 증가했었다. 특히 2014년 대비 각각 1,500여 개씩 점포가 늘어난 CU와 GS25는 신규 점포와 다점포(기존 점주의 추가 출점)가 절반씩 차지했다. 1인 가구 증가 트렌드를 타고 신규 점주와 기존 점주 모두 점포를 늘렸단 얘기다. 2016년엔 달랐다. 양사는 2015년 대비

각각 1,000여 개씩 점포가 늘어났지만(2016년 9월 말 기준) 이는 대부분 신규 점포였다. 다점포는 GS25는 27개 증가(2015년 말 3,187개→2016년 9월 말 3,214개)하는 데 그쳤고 CU는 오히려 5개 감소(3,830개→3,825개)했다. 같은 기간 세븐일레븐, 미니스톱, 위드미의 다점포가 모두 크게 증가한 것과 대조된다.

점포수가 가장 많은 상위 2사의 다점포율 감소는 의미심장하다. CU와 GS25의 기존 점주들이 편의점 시장 업황을 안 좋게 보고 더 이상 추가 출점을 안 했다는 해석이 나온다. 편의점이 3만 개를 돌파하며 제기된 시장 포화 우려를 뒷받침한다. 업계 관계자는 "편의점은 창업비용이 적고 풀오토 운영이 수월해 업황만 좋으면 얼마든지 다점포 점주가 돼 수익을 극대화하기 쉽다. 실제 10개 이상 편의점을 운영하는 경우도 적잖다"며 "그럼에도 CU와 GS25의 다점포가 줄었거나 정체됐다는 건 부정적인 신호로 보인다. 상반기에 양 사가 1만 개 점포 최초 돌파를 위해 무리한 출점 경쟁을 벌인 것도 원인으로 작용했을 것"이라고 말했다.

편의점 중 다점포율이 가장 많이 늘어난 건 미니스톱이다. 새로 생긴 가맹점 125개 중 94개(75.2%)가 다점포였다. 신규 창업은 많지 않아도, 기존 점주들의 추가 출점은 잇따라 '외유내강'이란 평가다. 미니스톱 관계자는 "소프트 아이스크림 등 즉석 먹거리로 차별화한 전략이 효과를 봤다. 먹거리로 인한 추가 매출이 생겨 점주 만족도가 높아진 것 같다. 또 즉석 먹거리를 팔려면 주방 · 테이블 등이 들어가야 돼 매장이 커야 한다. 그래서 25평 이상 출점을 유도했는데, 이것도 최근 매장 대형화 트렌드와 부합했다"고 자랑했다.

외식 업종에선 본죽&비빔밥카페가 두각을 나타냈다. 2015년 13%에서 2016년 17.4%로 다점포율이 4.4%포인트 증가했다. 하이브리드 매장(이종 업종을 더한 복합매장) 전략이 먹혔다는 평가다. 이 회사 관계자는 "캐주얼 한식 카페인 본죽&비빔밥카페는 건강식인 죽과 영양식인 비빔밥 메뉴를 한 그릇에 담아 선보이며 균형 잡힌 한 끼 식사를 제공하고 있다. 다양한 메뉴와 한상차림의 구성, 밝은 매장 분위기로 기존 한식당과 차별화해 인기가 높다"고 자랑했다.

신흥 프랜차이즈 업종 중에선 스크린야구장의 성장이 눈에 띈다. 업계 1 · 2위인 리얼야구존(14.3%)과 스트라이크존(33.3%) 모두 비교적 높은 다점포율을 보였다. 출범한 지 1년 남짓된 신생 업종이고 창업비용도 5억 원 안팎으로 비싼데도 전체 점포수를 각각 128개, 50개까지 늘렸다. 숙박앱 야놀자의 모텔 프랜차이즈 사업도 속도를 내는 모습이다. 신규 점포와 다점포수가 각각 29개, 16개 늘어 다점포율이 31.1%가 됐다. 2015년(20%)보다 11.1%포인트 늘었다. 야놀자 관계자는 "매출 대비 수익률이 요식업에 비해 2.5배 이상 높다. 브랜드 인지도도 숙박앱 시장 성장과 함께 꾸준히 커지고 있다"고 말했다.

편의점 포화 '빨간불'…이디야 · 본죽 · 야놀자 강세

커피전문점 업종에선 이디야의 강세가 이어졌다. 2015년보다 신규 점포가 199개 늘었고, 이 중 136개(68.3%)가 다점포였다. 미니스톱처럼 신규 창업보다 기존 점주의 추가 출점이 두드러졌다. 이에 대해 이디야 측은 "다점포 증가는 본사의 특정한 노력으로 이룰 수 있는 게 아니다. '장사가 될 만한 곳에만 가맹점을 연다'는 원칙을 확고히 지킨 게 비결이라면 비결"이라고 밝혔다. 반면 파스쿠찌(-2.5%포인트), 탐앤탐스(-2.3%포인트), 투썸플레이스(-1%포인트) 등 대형 커피전문점들의 다점포율은 소폭 하락했다. 가성비 트렌드에 부합하지 못한 때문으로 풀이된다.

다점포율 표를 유심히 본 독자라면 대형 커피전문점이 불황이란 설명에 고개를 갸우뚱할 수 있겠다. 대형 커피전문점업계 1 · 2위인 엔제리너스와 카페베네는 다점포율이 2015년보다 2배 가량 급증했기 때문이다. 그러나 오해하지 마시라. 여기엔 다점포율의 '착시 현상'이 숨어있다. 다점포율은 다점포수/가맹점수다. 가맹점수가 감소하면 다점포수가 그대로거나 조금만 늘어도 다점포율이 급증한 것처럼 보인다. 실제 엔제리너스와 카페베네도 2015년보다 전체 가맹점수가 줄었다. 이 과정에서 기존 가맹점이 폐업해 싸게 나온 매물을 다른 점주가 저렴하게 양수해 다점포수가 증가, 전반적으로 다점포율이 급증한 것이다.

카페베네 관계자는 "2016년의 다점포는 대부분 성공한 가맹점이 문 닫은 가맹점을 양수해 점포를 늘린 경우다. 다점포 점주들은 완전히 새로운 매장을 추가 출점하기보다는 기존 매장 인수를 선호하는 편이다. 실제로 '다른 가맹점이 싸게 나오면 알려달라'는 문의가 종종 들어온다"고 전했다. 엔제리너스 관계자도 "기존 점주가 다른 가맹점이나 직영점을 양도받아 점포를 늘리는 경우가 좀 있다"고 말했다.

기존 점주가 망한 점주의 점포를 싸게 거둬들여 다점포를 늘리는 건 다점포율이 높아져도 결코 긍정적으로 평가할 수 없다. 상권이 좋거나 경영 노하우가 아주 뛰어난 일부 점주만 이익을 보게 되기 때문이다. 이런 다점포율 착시 현상은 가맹점수가 감소해 침체기로 들어서는 업종에서 이런 일이 자주 발생한다. 대형 커피전문점 외에 팥빙수전문점과 프리미엄 김밥 시장도 그랬다.

다점포율 '착시'주의보…옥루몽 · 카페베네, 망한 점포 헐값 인수 잇따라

팥빙수전문점 2위 브랜드인 옥루몽 사례는 엔제리너스나 카페베네보다 더 극적이다. 다점포율이 4%에서 26.3%로 1년 만에 7배나 급증했다. 다점포가 2개에서 5개로 증가하는 동안 가맹점이 44개에서 19개로 반 토막 났기 때문이다. 역시 카페베네처럼 그나마 장사가 좀 되는 기존 점주가 다른 점포를 헐값에 인수한 결과다. 김남형 옥루몽 대표는 "2016년 여름 저가주스 열풍으로 비교적 가격대가 높은 팥빙수전문점들의 경쟁력이 크게 약해졌다. 적자폭이 너무 커져 직영점 2개도 권리금 없이 기존 점주에게 넘겨야 했다"고 전했다. 실제 설빙도 가맹점수와 다점포수가 모두 줄어 낮아진 점주 만족도를 반영했다.

바르다김선생도 마찬가지다. 1년 전보다 다점포가 3개 늘어난 반면 가맹점은 10개나 줄었다. 프리미엄 김밥 브랜드 중 유일하게 소폭 증가했지만 전체 가맹점이 감소했다는 점에서 역시 긍정적으로 평가하기 어렵다. 프랜차이즈는 가맹점과 다점포가 함께 늘어나는 게 가장 바람직하다. 그래야 신규 점주(외부 이해관계자)와 기존 점주(내부 이해관계자) 모두 그 브랜드를 높이 평가했다고 볼 수 있기 때문이다.

다점포율 착시 현상은 그 역도 성립한다. 즉 가맹점수와 다점포수 모두 늘었는데 다점포율이 줄어든 경우다. 신규 점포가 다점포보다 상대적으

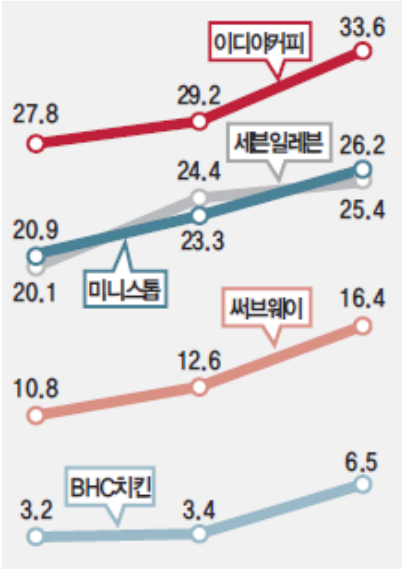


표2 다점포율로 보는 트렌드 – 2년 연속 다점포율 증가한 브랜드

로 많이 증가한 때문이다. 다이소, 하남돼지집, 본도시락, 이바돔감자탕이 그런 예다. 하남돼지집 관계자는 "가맹점의 월평균 매출은 7,300만원으로 프랜차이즈 브랜드 중 최상위권에 해당한다. 순수익도 월 매출의 최대 20%에 달한다"며 "가맹점의 안정적인 매장 운영을 위해 교육, 마케팅, 홍보 등 여러 분야에서 투자를 계속 늘려가고 있다"고 말했다.

치킨 · 떡볶이 · 김밥 등 전통 먹거리 업종 주춤.
업종 · 브랜드 간 경쟁 심화 방증

치킨 · 떡볶이 · 김밥 등 한국인의 전통 요깃거리 업종은 불안한 줄타기를 이어가고 있다. 업종 내 1등 브랜드도 다점포율이 거의 늘지 않아 성장 정체 우려를 낳는다. 다점포율 하락폭이 크지 않다고 안심하긴 이르다. 기존 점주의 이탈(폐점)이 줄었다기보단 가맹점수 자체가 감소해 다점포율 하락을 상쇄했기 때문이다. 예비창업자나 기존 점주 모두 시장 진입을 주저하는 분위기가 읽힌다.

치킨 시장에선 BBQ(10.2%→2.8%)와 교촌치킨(7.7%→1.6%) 모두 다점포율이 크게 줄었다. 교촌치킨은 신규 가맹점이 15개 늘었지만 다점포수는 61개나 감소해 상대적으로 하락폭이 컸다. 페리카나의 다점포는 22개 그대로였지만 가맹점이 22개 줄었다. 1인 가구 증가와 배달앱 영향으로 전체 치킨전문점 시장은 계속 성장하고 있지만, 브랜드 간 경쟁이 치열해지면서 식상한 느낌의 고전(古典) 브랜드들이 고전(苦戰)중인 것으로 분석된다. 업계 관계자는 "치킨 시장 포화 상태에 대한 우려의 목소리가 나온 지는 꽤 오래됐다. 무리하게 신규 출점을 권하기보단 폐점률을 낮게 관리하는 방식으로 전략을 선회하는 브랜드들이 늘고 있다"고 분위기를 전했다.

단, BHC는 군계일학이다. 2015년보다 가맹점이 170개 늘어난 가운데 다점포도 48개 증가해 2016년 다점포율(6.4%)이 전년 대비 3.1%포인트 상승했다. 이는 신제품 히트 효과 덕분으로 풀이된다. BHC 관계자는 "2015년에 나온 뿌링클, 맛초킹에 이어 맵스터, 커리퀸도 좋은 반응을 얻으면서 가맹점 매출이 늘고 있다"고 자랑했다.

떡볶이 시장도 웃지 못했다. 업계 1 · 2위인 아딸과 죠스떡볶이의 가맹점과 다점포가 모두 줄었다. 2015년 말 다점포율이 '제로(0)'였던 국대떡볶이는 2016년 말에도 기존 점주의 추가 출점이 없었다. 김밥 시장도 분위기가 그저 그렇다. 2015년과 2016년 말 다점포율이 대동소이하거나 소폭 줄었다. 2014년 하반기 '프리미엄 김밥'이란 새로운 이미지로 주목을 받았지만 2년이 지나면서 화제성이 떨어졌다는 분석이다.

패스트푸드도 브랜드 간 차이가 뚜렷했다. 롯데리아와 파파이스는 다점포율이 각각 1.9%포인트, 1.4%포인트 줄어든 반면, 써브웨이는 3.8%포인트 증가했다. 2016년에 이어 2년 연속 증가다. 웰빙 트렌드로 패스트푸드 업종이 침체된 가운데, 상대적으로 건강식을 추구하는 써브웨이가 선방한 것으로 보인다. 써브웨이 관계자는 "써브웨이는 햄버거나 베이커리와 업종이 다소 겹치지만 완전히 같은 콘셉트의 경쟁 브랜드가 없다. 2013년부터 가맹사업을 본격화해 급성장하는 비결"이라며 "경영 노하우가 있는 점주가 추가 출점하는 게 더 승산이 있다고 보고 점주를 위한 세미나를 따로 열 만큼 다점포를 장려하고 있다. 2017년엔 다점포율이 더 증가할 것으로 본다"고 자랑했다.

2015년에 뜨거웠던 프리미엄 독서실 창업 열풍도 점주들 사이에선 차츰 잦아드는 분위기다. 업계 1위 토즈스터디센터 기존 점주의 추가 출점은 지난 1년간 단 한 건에 불과했다. 다점포율도 2015년 24.2%에서 2016년 말 16.6%로 떨어졌다. 온더데스크, 아카데미라운지 등 유사 브랜드가 급증하면서 시장이 포화기에 접어든 때문으로 풀이된다.

주목할 점은 그린램프라이브러리의 높은 다점포율이다. 47.6%로 모든 업종을 통틀어 가장 높은 수치다. 단 이 회사는 기존 프랜차이즈와 운영 방식이 퍽 다르다. 점주는 투자만 하고 운영은 본사가 대신 한다. 즉 소유와 경영을 분리한 것이다. 이동준 그린램프라이브러리 대표는 "프리미엄 독서실의 경쟁 요소를 더 이상 공간에 국한하지 않는다. 단순 공간 임대가 아닌 '서비스'에 눈을 돌려야 한다. 우리는 학생의 공부 시간을 집계하며 업계 최초로 '관리형 독서실'을 표방했다. 여기에 운영은 본사가 매니저를 파견해 직영으로 하면서 점주에게 일정한 확정 수익을 제공하는 수익 모델도 점주 부담이 적어 인기가 높다"고 자평했다. KFA

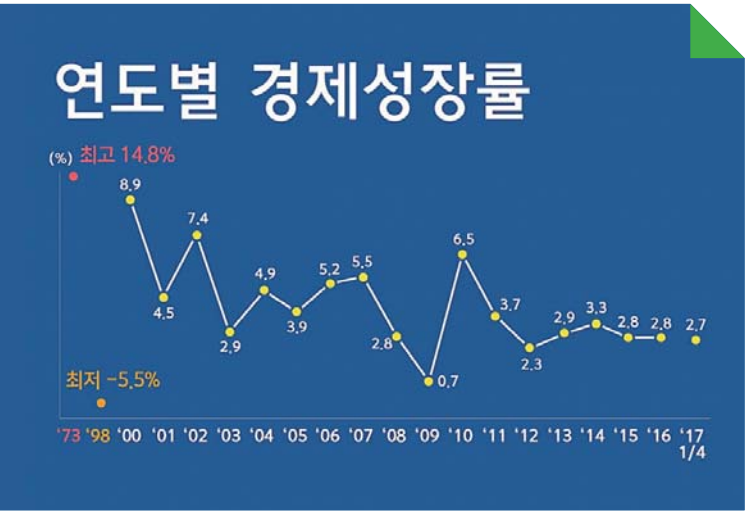
프랜차이즈 다점포율 ?

프랜차이즈의 전체 가맹점 중 점주 한 명이 2개 이상 점포를 낸 '다(多)점포'의 비중. 첫 번째 점포에 만족한 뒤 같은 브랜드의 점포를 추가 출점한 것이므로, 다점포율이 높을수록 일반적으로 해당 브랜드에 대한 점주들 만족도가 높다고 볼 수 있다.

文정부 일자리 창출, 프랜차이즈가 답이다

WRITE **노승욱** (자료 : 청와대 홈페이지)

새 시대에 대한 국민들의 열망을 안고 문재인 정부가 출범했다. 새 정부가 어느 정책보다 중점을 두고 추진하려는 정책은 바로 '일자리 창출'이다. 문재인 대통령은 집무실에 일자리 상황판까지 설치해 청년실업률 등 18개 지표를 실시간 체크한다고 한다. 비정규직의 정규직화, 대기업 고용 확대 등이 단적인 예다. 물론 이런 정책들도 좋지만, 프랜차이즈 창업 지원도 일자리 창출의 대안이 될 수 있음을 강조하고 싶다.



박근혜 정부는 지난 5년간 벤처와 독립 자영업 창업을 우선적으로 지원하는 정책을 폈다. 지역 거점별로 대기업이 운영하는 창조경제혁신센터를 짓고 벤처 육성에만 수조원대의 예산을 투입했다. 자영업자 · 소상공인 지원 사업에도 매년 2~3조원씩 예산을 썼다. 그러나 결과적으로 이 정책들은 실패한 것으로 평가된다.

일단 벤처(venture)는 '모험'이란 뜻처럼, 100명 중에 겨우 몇 명만 성공하는 시장이다. 10명 중 9명 이상은 실패한다. 특히 우리나라는 아직 벤처가 성공할 수 있는 생태계가 성숙되지 않아 성공 확률은 더 떨어진다. 벤처가 엑시트(exit, 자금 회수)하려면 대기업에 인수되거나 IPO(기업공개)를 해야 한다. 그러나 우리나라는 대기업이 벤처를 인수하기보다는 사업부를 새로 꾸려 직접 시장에 진출하기를 선호한다. IPO도 아직 이익이 나지 않는다는 이유로 번번이 무산되기 일쑤다. 대기업과 금융당국이 벤처의 미래 가능성을 보고 투자하지 않고, '부자 몸조심'에 바쁜 상황에서 벤처 정책이 성공하기는 쉽지 않다.

독립 창업 중심 자영업 지원 정책도 효과가 미미했다. 소상공인연합회가 지난해 말 정부의 소상공인 지원제도나 정책에 대한 체감도 조사를 실시한 결과, 사업체 3000곳 중 48.1%가 '체감하지 못한다'고 응답했다. '체감한다'는 응답은 11.1%에 그쳤다. 식자재비 · 인건비 · 임차료 등 각종 비용은 갈수록 높아지는데, 특별한 기술이나 아이템없이 창업에 뛰어들었다가 실패하는 자영업자가 적잖을 것으로 우려된다.

이런 상황에서 독립 창업보다 더 전문적인 경영 시스템을 갖춘 프랜차이즈가 대안이 될 수 있다.

프랜차이즈는 국내 자영업 시장의 한 축을 담당하며 일자리 창출에 공헌하고 있다. 대기업에서 구조 조정돼 쏟아져 나오는 비자발적 실업자들을 거두는 데 가장 큰 역할을 하는 것도 바로 프랜차이즈 업계다. 별다른 기술이나 아이템없이도 프랜차이즈 본사가 쌓은 전문 노하우를 빌려 누구나 손쉽게 창업할 수 있기 때문이다.

실제 프랜차이즈는 독립 창업보다 생존율은 물론, 일자리 창출 효과 면에서 월등하다. 서울시에 따르면, 2011~2014년 간 독립 점포와 프랜차이즈 점포의 3년 생존율 차이는 각각 58.4%, 73%로 역시 프랜차이즈가 훨씬 높았다. 또 한국프랜차이즈산업협회에 따르면, 프랜차이즈 가맹점과 브랜드가 1개 늘어날 때마다 고용 창출 효과는 각각 평균 4.3명, 417명씩 늘어나는 것으로 조사됐다. 지난 2016년 한 해 동안 가맹점수가 2700여개 증가했으니 총 1만1600여 개의 일자리가 새로 생긴 셈이다. 신규 고용 창출 효과는 물론, 고용 유지(창업 안정성) 측면에서도 프랜차이즈가 매우 효과적임을 보여준다. 프랜차이즈는 일반 창업보다 교육, 규제 등 정부 감독과 관리가 더 용이하단 장점도 있다.

물론 국내 프랜차이즈 산업에 대한 세간의 인식이 그리 좋지 못한 건 사실이다. 프랜차이즈 본사의 갑질과 과대포장된 창업 비용, 잦은 트렌드 변화, '미투' 및 '먹튀' 브랜드 난립 등 1세대 프랜차이즈 업체들이 내보인 오점도 상당하다. 그러나 일부 프랜차이즈 업체들의 잘못을 이유로 프랜차이즈 산업의 순기능 자체를 외면하는 건 바람직하지 않다. 프랜차이즈의 고용 창출, 자영업 전문화 · 시스템화, 생존율 제고 등의 장점은 살리면서 갑질이나 먹튀 등의 행위에 대해선 강력하게 단속, 계도하는 투트랙 전략이 필요하다.

현재 프랜차이즈 산업에 대한 정 · 관계의 관심은 매우 부족하다. 지난 박근혜 정부에서 산업통상자원부는 프랜차이즈 산업 육성 예산을 기존 20억 원에서 0원으로 아예 없애며 산업 자체를 외면했다. 이번 19대 대선에서 5명의 대선 후보들도 6회에 걸친 TV토론회에서 자영업이나 프랜차이즈 산업에 대한 언급이 거의 없었다. 오늘날 영세 자영업자들 중심의 가계부채가 한국경제의 뇌관으로 꼽히는 점을 감안하면 우려스러운 대목이 아닐 수 없다.

그나마 문재인 대통령은 전문가들의 자영업 부문 대선 후보 공약 평가에서 안철수 후보와 함께 비교적 높은 평가를 받았다. **중소벤처기업부를 설치해 1996년 중소기업청 신설 이후 21년 만에 확대 개편하는 것을 필두로, '젠트리피케이션 방지법 제정', '공무원 복지 포인트 30% 온누리상품권으로 지급', '복합쇼핑몰 입지 · 영업 제한 도입' 등의 정책을 약속했다.** 벤처, 소상공인, 자영업자 등에 대한 관심이 역대 어느 정부보다 높은 것 같아 반갑다. 여기에 프랜차이즈 산업 육성 및 선진화 정책도 함께 추진한다면 자영업 시장을 살리면서 일자리도 창출할 수 있을 것이다. 문재인 정부의 임기가 끝나는 5년 후에는 대한민국이 '자영업 강국'으로 거듭나 있기를 간절히 바란다. KFA

프랜차이즈 창업에 대한 **정보공개서 제도 개선방안 연구**

A Study on improvement of information disclosure system in startup of Franchise

WRITE **김영국**

PROFILE

계명대학교 글로벌창업대학원 벤처창업학과 교수
DGB금융그룹 DLF홍콩법인장(대표이사)
한국은행 객원연구원, 한국경제신문TESAT연구소장

경북대, 지식경제부 평가위원, 고위공무원(옴부즈만),
산학군관에서 35년여 재직하는 등
글로벌산학군관융합전문가 및 Saxophonist로 알려져 있다.
『시사경영의 이해』, 『실전재무관리』 등 16권 저서와
《은행의 인터넷뱅킹 소비자만족에 관한 실증연구》 등 20여편 논문이 있다.

이 논문은 '2017년 춘계학술대회'에서 유일하게 우수논문상을 수상한 김영국 계명대 교수의 두 편의 논문 중 하나다. 김 교수는 이 학술대회에서 '프랜차이즈 창업에 대한 정보공개서 제도 개선방안에 관한 연구(A Study on improvement of information disclosure system in startup of Franchise)'와 '한국 경제자유구역의 창업지원제도에 관한 연구(A study on Start-Up support system of Free Economic Zone in Korea)'라는 주제로 창업관련 논문 2편을 각각 발표했다.

이번 호에서는 그 중 '프랜차이즈 창업에 대한 정보공개서 제도 개선방안에 관한 연구'를 지면 관계 상 발췌 · 편집된 내용을 소개한다. 수상논문은 4차 산업혁명 시대의 도래에 따른 한국 프랜차이즈 창업에 대한 정보공개서 제도의 개선방안으로 다섯 가지의 전략적 대안과 시사점을 제시했다. 특히, 한국의 프랜차이즈 정보공개서 제도에 대한 실무적인 이해와 프랜차이즈 창업가, 공정거래위원회와 가맹회사, 가맹본부 등 프랜차이즈 관계기관과 실무자 등에게 정보공개서 제도 개선을 위한 새로운 이정표를 제시했다는 점에서 학술적 가치뿐만 아니라, 관계기관과 동종업계 및 창업자들에게 실무적인 활용도 및 공헌도가 상당히 높다는 평가를 받았다.

국내의 프랜차이즈 창업은 2014년 기준 가맹본부의 총 매출액은 50조 992억 원으로 집계되었다(산업통상자원부, 2016). 공정거래위원회에 등록된 정보공개서 현황을 살펴보면 2012년 2,678개, 2013년 2,973개, 2014년 3,482개, 2015년 3,910개, 2016년 4,268개로 매년 증가하고 있으며, 프랜차이즈는 외식업, 도 · 소매업, 서비스업으로 구분된다. (공정거래위원회 가맹사업거래, 2017).

프랜차이즈 산업이 거대해지면서, 그에 대한 반대급부로 가맹본부의 불공정한 사례가 빈번히 발생하며 사회적 문제로 대두된다. 이에 공정거래위원회는 프랜차이즈를 관리 · 감독하는 정부기관으로서 가맹사업법이 제정된 이후 2008년에 가맹사업법에 대한 규정을 대대적으로 신설 및 개정하면서 상기의 문제점들을 해결하기 위해 노력하였다.

이 논문에서는 가맹사업법상 정보공개서에 대한 이론적 배경을 살펴보고, 제3장을 통해 공정거래위원회에서 가맹사업법상 규정하고 있는 현행 정보공개서 제도를 중심으로 검토를 통한 문제점을 도출해 보고자한다. 또한 제4장에서는 도출된 문제점에 대한 토론과 개선방안을 통해 정보공개서 제도의 효율화방안을 제시하고자 한다. 이를 통해서 안정적인 프랜차이즈 창업의 활성화와 공정한 가맹사업 시장의 질서 확립에 조금이라도 도움이 될 수 있기를 기대한다.

구분		정보공개서 제도	공시 제도
등록(공시)의무		O	
등록(공시)방법	전자시스템	O	
	방문	O	X
	우편	O	X
표준작성문서(양식)		O	
관련 자료제출		O	△
강제규정	정기변경 등록(공시) 1회/년	O	
	분기변경 등록(공시)		
	수시변경 등록(공시)		
업무 처리기간	등록신청	30일 이내	즉시 처리
	재등록신청	2개월 이내	즉시 처리
	변경등록신청	20일	즉시 처리
	변경신고	3일	즉시 처리
열람 및 제공 방식 (관련자)	전자시스템을 통한 제공	O	O
	직접제공		X
	전자문서로 제공		X
	내용증명우편 제공		X
관련자 제공의무		O	X
과태료		O	
과징금		O	X

표1 정보공개서 제도와 공시제도 비교

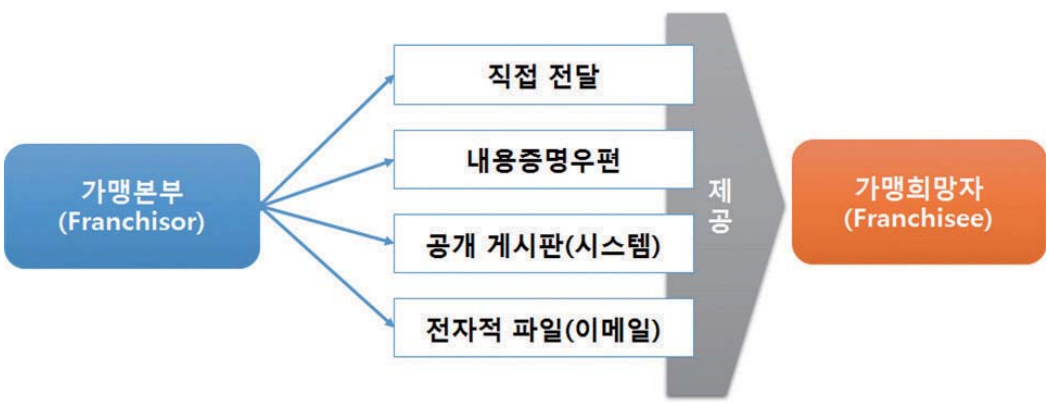


그림1 정보공개서 제공 방법

그림2 전자공시 시스템

정보공개서 제공의무

가맹본부는 정보공개서를 등록 또는 변경등록 한 경우 가맹희망자에게 해당 정보공개서를 제공함에 있어서 제공시점을 객관적으로 확인할 수 있도록 조치하여야 한다. 해당 제공방법은 **그림1** 과 같다.

또한 가맹본부는 가맹희망자에게 정보공개서를 제공한 이후 가맹계약 체결 전 중요사항이 변경된 경우 가맹희망자에게 변경된 내용을 위의 제시된 방법 중 선택하여 지체 없이 통지하여야 한다.

또한 가맹본부는 정보공개서 제공시 가맹희망자가 희망하는 장래 점포 예정지에서 가장 인접한 가맹점 10개를 선정하여 상호, 소재지 및 전화번호가 기재된 문서를 함께 제공하여야 한다(소재선, 류석희, 2014). 다만, 가맹본부는 정보공개서를 제공할 때 장래 점포 예정지가 확정되어 있지 않은 경우에는 해당 정포 예정지가 확정될 때 가맹희망자에게 즉시 제공하여야 한다.

정보공개서 제도와 공시제도

가맹사업법과 공정거래법의 취지와 성격은 다르다. 하지만 그 유사성에 한정하여 살펴본 가맹사업법상 정보공개서 제도와 공정거래법상 공시제도 등을 비교분석하여 검토해 보았다. **표1**에서와 같이 가맹사업법상 정보공개서 제도와 공정거래법상 공시제도는 대부분 유사성이 있음을 알 수 있다. 공정거래위원회는 공정거래법과 가맹사업법을 통해서 명칭은 다르나 일반인(가맹희망자)이 해당 기업의 정보를 쉽게 확인할 수 있도록 등록(공시)의무를 규정하고 있다. 이는 일반인(가맹희망자)이 시장에 대한 이해와 공정거래위원회의 시장 감시를 위한 장치로 해석되며(류석희, 소재선, 2013), 해당 기업에 대한 필요한 정보를 제공하는 것에 주목적이 있다.

특히 프랜차이즈 창업에 대하여 잘 알지 못하는 상황에서 가맹희망자가 리스크를 최소화 할 수 있는 대책 방안으로 해당 가맹본부의 정보를 한눈에 볼 수 있도록 정비한 정보공개서 제도를 도입하였으나, 가맹희망자가 해당 정보공개서의 내용을 정확히 이해할 수는 있는 가에 대해서는 의구심이 든다. 또한 이를 위해 가맹사업법에서는 변호사 또는 가맹거래사를 통해서 검토 받을 수 있음을 규정하고는 있으나 관련 비용발생 및 방문 등의 어려움으로 쉽게 접근하지 못하고 있다.

공정거래위원회는 '금융감독원 전자공시시스템(http://dart.fss.or.kr/)을 통해서 해당 공시업무를 처리할 수 있도록 시스템 이 구축되어 있다. 또한 가맹사업법상 정보공개서는 앞에서 살펴본 **그림1**의 가맹사업정보제공시스템과 우편, 방문 등의 방법으로 제출할 수 있도록 규정하고 있으며, 전자공시 제도에 비하여 다양한 방법에 의한 제출을 제시하고 있다.

내용의 변경등록(공시) 및 업무처리 기간

공시제도의 경우 전자공시시스템을 통해서 업무처리가 진행되기 때문에 해당 처리기간만을 준수하여 시스템에 등록만 하면 즉시 업무처리가 완료된다. 그러나 정보공개서의 경우 정기변경등록을 하는 경우 20일 정도의 업무처리기간이 필요하며, 심사시 가맹본부의 서류 미제출 또는 내용의 오류 등이 발생한 경우 업무처리기간이 추가된다. 또한 정기변경등록의 경우 최종 심사를 통해서 합격한 경우에 한하여 정보공개서 등록증을 제공하고 있어 해당 정보공개서 등록증을 받지 못할 경우 영업허가증을 받지 못한 것과 같은 결과가 되므로 가맹희망자에게 불편을 줄 수도 있다.

생각건대, 위에서 살펴본 공시제도와 같이 가맹본부가 가맹사업정보제공시스템에 정보공개서의 해당 내용을 직접 입력하게 한 후 즉시 반영조치를 하고 '사후점검'을 통해서 문제가 발생한 경우 시정조치 또는 과

태료 등의 행정처분 조치를 취하는 것이 실무적으로 필요하다고 보며, 3회 이상 행정처분 등을 받은 경우 가맹사업유치 제한 또는 정보공개서 등록취소 등의 처분을 하는 것이 공정한 가맹사업의 질서를 확립하는데 도움이 될 것이라 판단된다.

국가명	규제명	규제기관	정보공개서 제공기간	정보공개서 등록제 여부	비고
미국	프랜차이즈 규칙	연방거래 위원회	14일	14개주에서 실시	캘리포니아, 뉴욕 등
일본	중소소매 상업진흥법 프랜차이즈 고시	경제산업성 공정거래 위원회	계약 체결 전	X	
캐나다	일부 주법	주당국	14일	X	
호주	프랜차이즈 관행규정	경쟁소비자 위원회	14일	X	
중국	상업특허경 영관리방법	상무부	30일	가맹본부 등록제	미등록 시 가맹사업 불가
한국	가맹사업법	공정거래위 원회	14일(7일)	가맹본부 등록제	미등록 시 가맹사업 불가 (적용배제 규정적용 시 예외)

표2 해외 정보공개서 제도 비교 (출처:한국프랜차이즈산업협회)

열람 및 제공방식과 관련자 제공 의무(해외비교)

정보공개서 및 공시에 관한 사항은 해당 시스템을 통해서 언제든지 열람을 할 수 있다. 다만, 공시제도의 경우 열람을 희망하는 자가 해당 전자공시시스템에 방문하여 열람을 하거나 저장 또는 출력을 할 수 있도록 하고 있다. 그러나 정보공개서의 경우 가맹본부의 영리를 위한 직접적인 가맹계약체결까지를 목적으로 하고 있기 때문에 가맹본부는 가맹희망자에게 가맹본부의 정보공개서를 제공하는 규정을 두었다.

위의 **표2**와 같이 해외의 정보공개서 제도를 정리해 볼 수 있으며, 국내와 같이 정보공개서 등록을 실시하고 있는 나라는 중국이며, 미국의 경우 50개주의 30%인 14개주에서 실시하고 있고, 일본, 캐나다, 호주의 경우 정보공개서는 작성하되 등록을 요하지는 않고 있다(Anthony J. Marks, 2008; Gerald C. Wells & Dennis E. Wieczorek, 2007; Philip F. Zeidman, 2008; Harold Brown, 1994; 小塚莊一郎, 2002; 川越憲治, 2001; 김종우, 2013; 염규석, 2013).

대표적 선진국에서의 정보공개서 등록을 의무화하지 않고 있다는 것은 계약자유의 원칙과 시장논리에 자율성을 맡긴 것이라고 본다. 특히 중국의 경우 프랜차이즈 창업에 대한 규제를 강화(이데일리, 2007)하면서 해당 정보공개서를 등록하지 않았다면 프랜차이즈 창업을 할 수 없도록 하고 있다. 이는 국내의 가맹사업법에도 부합되나 가맹사업법 제3조에 따른 적용배제규정에 해당되는 경우 일부 완화하여 프랜차이즈 창업을 할 수 있도록 하고 있다.

그림3과 같이 정보공개서 제도와 공시 제도는 유사성이 있는 제도임을 살펴보았고, 정보공개서는 프랜차이즈 창업에서 중요한 비중을 차지하고 있다는 점을 알 수 있었다. 다만 동일한 관리 · 감독 기관인 공정거래위원회는 정보공개서 제도를 '사전점검'을 통한 '등록제도'로 관리하고,

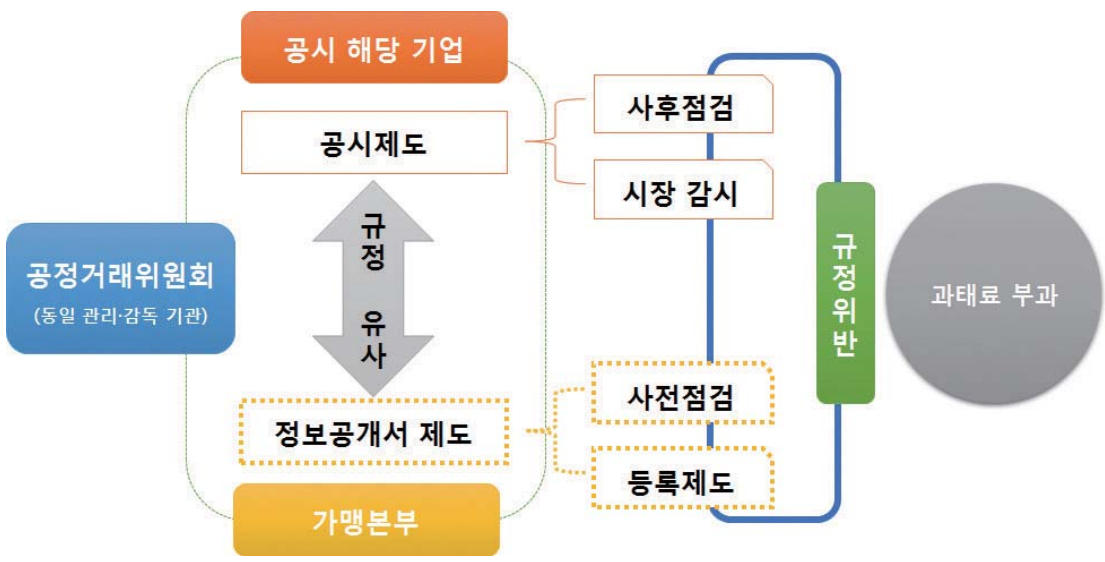


그림3 공시 제도와 정보공개서 제도 비교

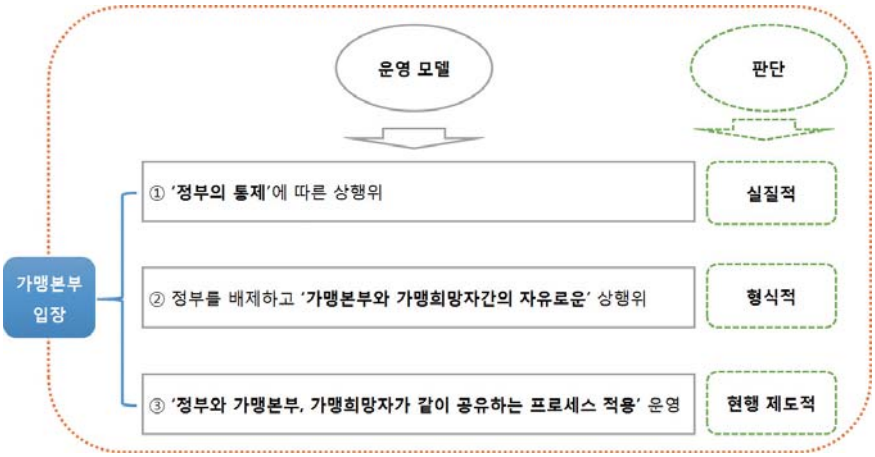


그림4 가맹본부 입장에서의 프랜차이즈 창업 운영 모델 및 판단

공시 제도는 '사후점검'을 통한 '시장 감시'제도로 관리하고 있다는 점에서 차이가 있었다. 또한 각각의 제도를 위반한 경우 관련 항목에 따라 과태료를 부과하는 방식의 행정처분에 관한 규정을 통해 통제하고 있다. 따라서 공정거래위원회는 가맹본부의 정보공개서 제도에 대한 부담을 최소화하되 가맹본부의 책임에 대한 부분을 강화하는 방안을 수립하는 것이 필요하다고 판단된다.

고민해야 할 가맹본부의 프랜차이즈 창업 운영 모델

해외의 프랜차이즈 제도와 같이 정보공개서 등록 제도를 요하지 않는 방법으로 ① 국내 프랜차이즈 창업을 운영하도록 할 경우 어떠한 문제가 발생할 것인가? ② 꼭 정보공개서 등록제도가 필요한 것인가? ③ 과거와 같이 정보공개서를 작성하되 가맹본부가 가맹희망자에게 제공하도록 하고 정보공개서를 제공하지 않았을 경우 처리방법은 없는가? ④ 가맹본부가 허위로 작성된 정보공개서를 제공하여 가맹희망자에게 손해가 발생한 경우 해결방법은 없는가? 등의 다양한 의문이 생긴다.

가맹사업법은 각각의 해당 규정에 따라 상법, 민법, 공정거래법, 약관규제법, 지식재산권법, 부정경쟁방지법 등 다양한 법률이 혼합되어 있다. 가맹사업법 제1조에서는 "가맹사업의 공정한 거래질서를 확립하고 가맹본부와 가맹점사업자가 대등한 지위에서 상호보완적으로 균형 있게 발전하도록 함으로써 소비자 복지의 증진과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함"을 목적으로 하고 있는데 이는 사회적 시장경제질서를 구현하기 위한 중요한 목표를 제시하고 있는 것이다. 또한 프랜차이즈 창업은 영리를 추구하는 상거래이며, 민법상 계약체결의 자유가 있다.

위의 질문과 함께 가맹본부의 입장에서 제시해본 그림을 통해서 살펴보면 ① 정부의 통제에 따른 상행위를 하여야 하는 것인지, ② 정부를 배제하고 가맹본부와 가맹희망자 간의 자유로운 상행위를 하여야 하는 것인지, ③ 정부와 가맹본부, 가맹희망자(가맹점사업자)가 같이 공유하는 프로세스를 적용하여 운영하여야 하는 것인지를 판단하여야 하는데 이는 매우 어렵다. 현행 가맹사업법을 기초로 가맹본부의 프랜차이즈 창업 운영 모델을 판단해 볼 경우 실질적으로는 ①에 해당하고, 형식적으로는 ②에 해당하며, 최근 가맹사업법이 개정되면서 ③에 근접한 모델로 변화되고 있는 것으로 보이나 실제로는 정부의 통제에 따른 운영 모델이 국내의 프랜차이즈 창업이라고 생각된다. 이와 관련하여 최영홍 교수는 "프랜차이즈 시장의 양대 축인 가맹본부와 가맹점은 상생관계가 기본인데, 정치권은 이를 갑을관계 또는 노사관계로 규정하고 규제의 칼날을 들이대고 있다"며 "경제민주화와 반기업 정서를 배경으로 분쟁의 불씨를 제공하는 정치권의 입법행위가 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점의 동반 몰락을 초래할 수 있다"고 주장하였다(한국경제, 2017). 개인적으로도 해당 주장에 대하여 동의하는 입장이다.

과도한 규제, 숨 쉴 구멍 없어

최근 국회에서는 가맹본부가 잘못된 정보를 제공한 사실 등이 발생한 경우 최대 3배의 징벌적 손해배상을 하도록 하는 '징벌적 손해배상제도'를 통과시켰다. 이뿐만 아니라 현재 국회에 계류 중인 '가맹사업법 규제안' 중 정보공개서에 관한 사항을 살펴보면 ① 정보공개서 미등록 계약체결에 대한 신고포상금 신설 ② 정보공개서 등록 시 거부 · 내용변경요구 및 취소사유 추가 ③ 정보공개서등록 등의 업무를 지자체 이관 등의 내용이 주를 이룬다. 이외에도 각주를 통해서 기재한 사항을 함께 확인해볼 때 가맹점사업자의 입장도 중요하지만 가맹본부의 입장에서는 숨 쉴 구멍이 없어 프랜차이즈 창업의 원 취지가 퇴색될 가능성이 높다고 판단된다. 이렇듯 정부의 규제가 중립적이지 않고 가맹본부의 일방적 강제규정으로 확대되도록 규제할 경우 향후 가맹본부는 자신의 영업표지와 노하우를 가맹점이 아닌 직영점에 한정하여 운영함으로써 구매가격의 상승을 부추기거나 가맹점 개설이 아닌 노하우만을 전수해주고 비용을 받는 방식으로의 변화 등도 예측된다.

현재 국회에 계류 중인 규제안의 내용은 대부분 현행 가맹사업법상 존재하는 규정에서 강한 규제로 변경을 할 뿐 상호 어떠한 이익을 기대하기란 어렵다고 판단되며, 특히 정보공개서 등록 및 조사권 등의 업무를 공정거래위원회가 아닌 지자체로 이관한다하여 현재의 프랜차이즈 창업에 대한 제도적 문제가 쉽게 해결될 사안이 아님을 인정하여야 한다.

정보공개서 제도 개선방안

그러므로 공정거래위원회는 단계적으로 가맹사업법을 개선하는데 노력하여야 할 것인바, 프랜차이즈 창업과 관련하여 가장 이슈가 되고 있는 정보공개서의 제도부터 개선하는 것이 바람직하다고 생각되는바 앞에서도 설명한 바를 중심으로 다음과 같이 개선방안을 제시하고자 한다.

첫째, 정보공개서 등록제도는 현행과 같이 가맹본부가 최초 정보공개서를 등록할 경우 공정거래위원회로부터 적격여부심사를 통과한 경우에 한하여 정보공개서 등록증과 등록번호를 발급한다.

둘째, 정보공개서의 기재사항을 현실에 맞도록 개정하여 가맹희망자 및 가맹점사업자가 내용을 쉽게 이해하고 파악할 수 있도록 내용을 정비한다(가맹희망자 등을 대상으로 필요한 정보에 대한 사항을 조사하여 반영).

셋째, 공정거래위원회의 '가맹사업정보제공시스템'을 '(가칭)가맹사업정보공시시스템'으로 개선하여 가맹본부가 공정거래위원회로부터 발급받은 등록번호를 통해서 현행과 같은 정보공개서 문서 및 양식에 작성하는 것이 아닌 '전자공시시스템'과 동일한 방식으로 가맹본부(또는 변호사, 가맹거래사)가 '(가칭)가맹사업정보 공시시스템'에 직접 입력하고 관련 자료를 제출하여 등록을 완료하여 해당 시스템에 즉시 반영될 수 있도록 한다.

넷째, 작성의 오류 등으로 수정해야하는 상황이 발생한 경우 '수정에 대한 기준절차'를 규정하여 변경할 수 있도록 하되, 수정할 수 있는 횟수 등을 제한한다.

다섯째, 현행 정기변경등록, 분기변경등록, 수시변경등록의 명칭을 정기공시, 분기공시, 수시공시 등으로 변경하여 가맹본부의 자율성을 부여하되 허위기재 등의 문제 발생 시 현재와 같이 과태료 등의 책임을 지도록 하면 될 것이다.

즉, 정보공개서 등록 제도를 공시제도와 같이 전자적으로 해당 시스템에 직접입력하고 완료를 누르면 해당 내용이 시스템에 즉시 반영되도록 하는 것이다. 이를 통해서 프랜차이즈 창업을 희망하는 가맹희망자들의 불만이었던 가맹본부의 정보공개서 정기변경등록 등의 업데이트가 지연되어 가맹사업의 판단에 필요한 최신 정보를 확인할 수 없어 불편하다는 문제를 적극 해결할 수 있고(머니투데이, 2016), 가맹본부의 신뢰성을 구축할 수 있어 프랜차이즈 창업의 활성화에 긍정적인 효과를 기대해 볼 수 있다. 또한 정보공개서 등록에 따른 검토와 관련하여 소수 인원으로 구성된 한국공정거래조정원과 공정거래위원회의 담당자가 가맹본부 전체의 정보공개서를 검토한다는 것은 많은 노동력을 요구하고 시간의 한정 등으로 비효율적이다. 따라서 '정보공개서 등록제도'가 '정보공개서 공시제도'로 변경되어 운영될 경우 전자공시 제도와 같이 '사후점검'과 '시장 감시'만을 하더라도 효율적인 결과와 프랜차이즈 창업의 변화에 기준이 될 수 있다고 생각된다. KFA

회원사 5월 소식 REPORT 도정은

호식이두마리치킨, 상록보육원과 '행복나눔행사' 가져

'상생경영'의 대표기업 호식이두마리치킨(회장 최호식)이 5월 가정의달을 기념하여 20일 성동구 서울숲 일원에서 사업본부와 지역본부 임직원들이 함께한 가운데 상록보육원생들과 함께 '행복나눔걷기대회'를 진행했다. 이날 행사에서는 임직원들과 보육원생들이 다양한 이벤트와 게임을 하며 즐거운 시간을 함께 했다. 또한 직접 조리한 호식이치킨을 함께 먹고, 선물과 치킨교환권 100장 등을 사랑의 성품으로 전달하기도 했다. '고객감동과 체인점주님 감동 그리고 소외된 이웃과 함께'를 핵심가치로 하는 호식이두마리치킨은 지금껏 추구해온 것처럼 앞으로도 변함없는 사회공헌활동을 진행하며 상생의 의미를 더해간다는 다짐을 전했다.

코바코, '코바코먹고 푸켓여행가자~!' 이벤트 진행

돈가스 대표 브랜드 코바코(대표 이용재)에서 5월 15일부터 6월 30까지 '코바코먹고 푸켓여행가자~!' 이벤트를 진행한다. 코바코에서 코바코 메뉴를 먹고 인증샷을 전송하면 이벤트에 응모할 수 있다. 추첨을 통해 1등에 당첨되면 '푸켓 2인 항공권과 호텔 숙박권'이 제공된다. 뿐만 아니라 2등은 럭셔리 풀빌라펜션 1박권(1명), 3등은 캐리비안베이 2인 이용권(5명), 4등은 플라밍고 대형튜브(30명), 5등은 영화 티켓 2매(400명)의 행운을 받아볼 수 있다. 이번 이벤트를 통해 코바코는 고객들에게 뜻밖의 즐거움을 주는 것뿐만 아니라 가맹점 매출 및 브랜드 인지도 향상의 두 마리 토끼를 다 잡을 것으로 기대를 모으고 있다.

이바돔감자탕, 배달의민족 입점

온 가족의 행복한 외식문화공간 '이바돔감자탕'(대표 김현호)이 올 하반기 배달 마케팅을 강화한다. 배달 활성화를 위해 이바돔감자탕은 국내 대표적인 배달 어플리케이션 '배달의민족'과 B2B 계약을 체결하고 지난 15일 입점을 완료했다. 이바돔감자탕에 최적화된 찜/탕 카테고리와 프랜차이즈 카테고리에서 검색할 수 있으며, 이바돔이 자랑하는 명품 감자탕과 묵은지 감자탕 등 감자탕 메뉴와 특허등뼈찜, 콤보찜 등 다양한 찜메뉴를 집에서도 편안하게 즐길 수 있다. 또한 이바돔은 배달의민족 입점 기념 SNS 이벤트를 진행한다. '#이바돔배달' 해시태그와 함께 배달 사진을 본인의 SNS에 게시해 응모하면 추첨을 통해 푸짐한 상품을 증정한다.

토프레소, '제15회 서울프랜차이즈 창업박람회' 참가

커피 프랜차이즈 '토프레소'(대표 오종환)가 오는 6월 8일부터 10일까지 사흘 간 학여울역 SETEC전시관에서 열리는 '제15회 서울프랜차이즈창업박람회'에 참가한다. 이번 박람회에서 토프레소는 홈페이지를 통해 사전신청을 한 사람들에게 선착순으로 박람회 초대권(1인 2매)을 증정한다. 그리고 이들 중 박람회장 내 토프레소 부스를 찾아 상담을 받은 관람객을 대상으로 추첨을 통해 토프레소 모바일 상품권과 새로 출시되는 텀블러를 증정할 계획이다. 또한 토프레소는 박람회 기간 동안 일 2회(오전 11시 30분, 오후 2시) 신메뉴 시음 이벤트를 진행한다.

청담동말자싸롱, 100% 과육 이용한 한라봉 생맥주 출시

㈜금탑에프앤비(대표 최성수)의 대표 브랜드 '청담동말자싸롱'이 한라봉 생맥주를 런칭했다. 이번 런칭한 청담동말자싸롱의 한라봉 생맥주는 제주 자연영농조합법인과 한라봉 공급 관련 계약을 체결하여 산지 생산된 과육이 살아있는 100% 한라봉 퓨레를 사용했다. 그래서 맥주의 쓴맛을 줄이고 한라봉 고유의 새콤하면서 달콤한 맛을 한껏 살린 과일생맥주다. 최근 진행한 프로모션에서 특히 젊은 여성층에게 폭발적인 인기를 끌고 있다. 뿐만 아니라 ㈜금탑에프앤비의 카페 브랜드인 '말자네약속다방'에서도 한라봉 퓨레를 이용한 음료를 런칭할 계획이다.

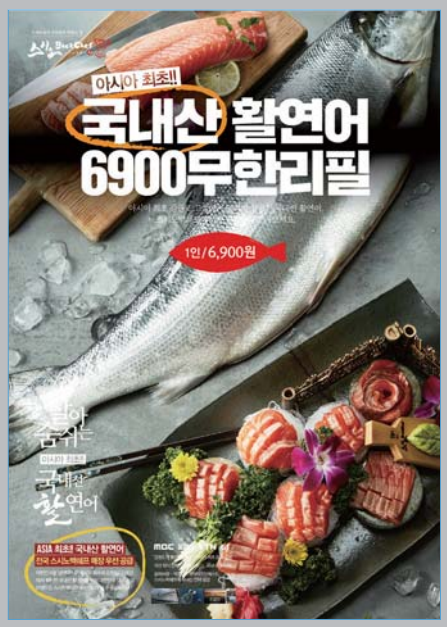
더진국 신 메뉴 8종 출시

㈜섬김과나눔(대표 손석우)의 대표 브랜드인 '더진국'이 8가지의 메뉴를 새롭게 출시한다. 이번 출시하는 더진국의 새로운 메뉴는 ▲철판두부김치 ▲매운불고기 ▲찜닭잡채 ▲수육무침 ▲낙지주먹밥 ▲직화닭갈비 ▲오코노미만두 ▲꽃빵튀김 총 8가지다. 한국인의 입맛에 맞춰 새롭게 개발한 이번 메뉴들은 치킨 1마리 가격보다 저렴한 가격으로 다양한 메뉴를 즐길 수 있는 가성비를 자랑한다. 6월부터 '강남역점', '모란역점', '구성점' 등 3개 매장에서 처음 선보이며, 곧 더진국의 모든 매장에서도 만나볼 수 있다.

포차어게인, '제15회 서울프랜차이즈창업박람회' 참가

'비 내리는 길거리 포장마차'를 표방한 실내포차 프랜차이즈 포차어게인(대표 배승찬)이 6월 8일부터 10일까지 서울무역전시장(SETEC)에서 개최되는 '제15회 서울프랜차이즈창업박람회'에 참가해 창업 상담을 제공한다. 포차어게인은 브랜드 론칭 1년 만에 빠른 속도로 가맹점 규모를 넓혀 최근 100호점 돌파를 눈앞에 두고 있다. 포차어게인의 매력은 '7080 길거리'의 분위기에 특허 출원을 마친 '비 내리는 처마'를 통해 빗소리를 들으며 편안하게 즐기는 포장마차의 낭만을 느낄 수 있다는 것이다. 포차어게인은 이번 박람회에 본사 창업 전문가를 배치, 다양하고 폭넓은 창업 혜택을 제공해 수도권 가맹사업에 더욱 박차를 가할 계획이다.

스시노백쉐프, 신메뉴 '국내산활연어' 무한리필



지난해 강원도 고성에서 아시아 최초로 연어 양식에 성공한 스시노백쉐프(대표 이정훈)가 드디어 기존 수입산 연어가 아닌 싱싱한 국내산 연어 메뉴를 선보였다. '국내산활연어'는 오프라인 매장에서는 독점적으로 스시노백쉐프만이 공급받고 있기 때문에 레어 아이템으로서 바이럴 마케팅을 통해 선풍적인 반응과 인기를 얻고 있다. 이에 스시노백쉐프는 현재 일부 매장에서만 테스트 중인 국내산활연어 메뉴를 빠른 시일 내 전체 매장에서 판매할 계획이다.

유관단체 5월 소식 REPORT 김종백

코웨이 이해선 대표 ㈔한국마케팅협회 신임 회장 취임

"글로벌 시대의 마케터로서 해야 할 일에 최선 다할 것"

5월 19일 산업통상자원부 산하 비영리 사단법인인 한국마케팅협회(이사장 김길환)가 마케팅 최고경영자 조찬회인 '제46회 굿모닝컨퍼런스'와 함께 이해선 신임 회장 취임식을 진행했다.

강남 노보텔에서 열린 이날 취임식에는 한국마케팅협회 원대연 명예회장과 대한민국마케팅위원회 서진우 위원장을 비롯한 임직원 및 회원들과 중앙대학교 김창수 총장 등 내외빈 150여명이 참석해 축하의 뜻을 함께 했다.

아모레퍼시픽 부사장과 CJ오쇼핑 대표, CJ제일제당 공동대표를 역임한 이해선 신임 회장은 코웨이 주식회사 대표를 맡고 있다. 이해선 신임 회장의 모교이기도 한 중앙대 김창수 총장이 축사를 통해 환영의 뜻을 전했고 원대연 명예회장이 위촉패를 수여했다.

이해선 신임 회장은 취임사를 통해 "한국마케팅협회의 신임회장으로 취임하게 되어 매우 기쁘다"며 "글로벌시대의 마케터로서 해야 할 일에 최선을 다하겠다"는 소감을 밝혔다.

한편 취임식에 이어 진행된 제46회 굿모닝컨퍼런스는 문화기획가이자 가치기업 류스 류재현 대표와 세종대학교 경영학과 우종필 교수의 명강연으로 꾸며졌다.

류재현 대표는 〈월디페 10년, 생존기획을 말하다〉라는 주제로 젊은층의 열광적인 지지를 얻고 있는 '월드DJ페스티벌'이 현재의 위치에 이르기까지 류 대표가 노력했던 과정을 상세히 설명해 많은 관심을 얻었다. 우종필 교수는 이어 〈4차산업과 빅데이터 : 미래는 예측이 가능할까?〉라는 주제로 이미 실생활에 깊게 파고든 빅데이터 전략을 마케팅에도 받아들여야 한다고 강조했다.

㈔한국외식업중앙회 제갈창균 회장 26대 중앙회장으로 재선출

2017 정기총회... 지난해 실적 보고 및 회장선임안 등 의결

(사)한국외식업중앙회(회장 제갈창균)가 정기총회를 열어 제갈창균 회장의 26대 중앙회장 선출 등 주요 안건을 처리하고 대의원들간의 결속을 다지는 자리를 마련했다.

5월 22일 한국외식업중앙회는 서울 여의도 63컨벤션센터 그랜드볼룸에서 '한국외식업중앙회 2017 제52회 정기총회'를 열었다.

이날 정기총회에는 460여명의 한국외식업중앙회 대의원들과 더불어 더불어민주당 양승조 의원, 국민의당 장병완 의원(국회 산자위원장), 더불어민주당 이상직 전 의원 등 정관계 인사들과 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장 등 총 500여명에 달하는 내외빈들이 참여해 축하의 뜻을 함께 했다.

한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장은 축사를 통해 "대단한 카리스마와 협회에 대한 진심어린 마음을 가지신 제갈창균 회장님께서 앞으로도 한국외식업중앙회를 잘 이끌어 가시리라 믿어 의심치 않는다"는 덕담을 건넸다.

단독후보로 출마해 다시 4년간의 회장 임기를 수행하게 된 한국외식업중앙회 제갈창균 회장은 수락사를 통해 "지난 4년 동안 많은 정책을 이끌어 냈지만 여전히 현안 해결에 대한 욕심이 남아 재선에 도전하게 됐다"면서 "'하면 한다'는 악바리 근성으로 더욱 강하게 붙을 수 있는 투사가 되겠다"고 밝혔다.

연세대FCEO '제14회 총동문회장배 골프대회

150여명 원우 모여…참여 · 배려 · 나눔 슬로건 빛난 화합의 장

1400여명에 달하는 최고의 총동문회 네트워크를 자랑하는 연세대학교 프랜차이즈 최고경영자과정(이하 연대FCEO · 총동문회장 김광철)가 주관하고 한국프랜차이즈산업협회가 후원한 '제14회 2017 연세대 FCEO 총동문회장배 골프대회'가 5월 29일 경기도 양주시 레이크우드CC에서 열렸다.

특히 이번 골프대회는 2002년 출범한 1기부터 현재 재학중인 31기까지 전 기수 원우들을 대상으로 선착순 참여 신청을 받은 끝에 150여명이 참가, 진정한 화합의 자리로 거듭났다. 하이트진로와 PAYCO도 대회를 후원, 참가자들이 친목과 우애를 다지는 데에 일조했다.

연대FCEO 총동문회 김광철 회장은 "국내외 불안한 경기와 열악한 상황에서 동문들이 프랜차이즈 산업의 발전에 기여하고, 동문간의 우애를 돈독히 다질 수 있는 자리를 마련했다"고 말했다.

한국프랜차이즈법률세무연구원, 프랜차이즈법률연구회 출범

"프랜차이즈 산업의 올바른 법제환경 확립을 위해 힘쓸 것"

5월 14일 한국프랜차이즈법률세무연구원 및 한국프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 프랜차이즈산업의 올바른 법제환경을 확립을 위해 프랜차이즈법률연구회를 출범했다.

연구원은 이를 통해 ▲가맹사업법 · 가맹사업진흥법 등 관련법에 대한 상시적인 연구 ▲가맹본부와 가맹점사업자간의 법률적 이슈에 대한 연구 ▲프랜차이즈 관련 법률 심포지엄 · 세미나 · 교육 · 간담회 수행 ▲정부나 관련 단체의 법률적 자문 · 상담 및 연구 ▲프랜차이즈기업과 가맹점사업자단체들에 대한 자문 및 상담을 수행하여 프랜차이즈산업의 올바른 법제환경을 확립에 힘쓸 계획이다.

이날 출범식에는 프랜차이즈산업연구원 장재남 원장과 법무법인 화우 김재춘 변호사, 법률사무소 대림 하명진 변호사, 법률사무소 조은혜 변호사, 법무법인 호율 배선경 변호사, 법무법인 케이 한상현 변호사, 법률사무소 숲 송윤 변호사, 한국가맹거래법률원 홍미미 가맹거래사 등이 참석해 지속적이고 정기적인 연구활동을 다짐했다.

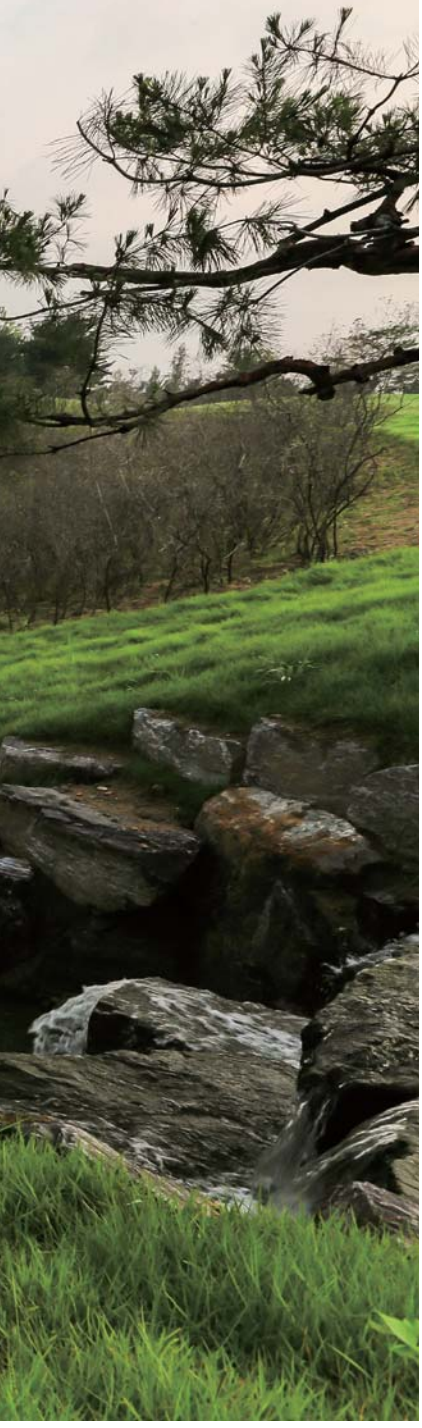
이어 2부 간담회에는 원앤원㈜ 박천희 대표와 ㈜해리코리아 김철윤 대표가 참석해 프랜차이즈산업 법률환경의 개선방안에 대한 논의를 이어갔다.

프랜차이즈법률연구회 측은 "향후 매 회 관련기관이나 단체, 가맹본부를 대표하는 패널을 초청하여 간담회를 개최하고 업계의 다양한 입장과 시각을 청취하여 업계발전에 기여할 것"이라고 밝혔다.

LAKEWOOD
COUNTRY CLUB

46년 전통의 명문, 레이크우드 컨트리클럽 3년간 이루어진 대대적 코스 리뉴얼로 새로움 더해

LAKEWOOD Country Club



멋진 코스와 함께 46년 전통까지 갖춘 골프클럽이 있다. 바로 경기도 양주에 위치한 레이크우드CC다. 레이크우드CC는 1972년 '로얄'이라는 이름으로 문을 열었다. 이곳은 리츠칼튼 호텔을 모기업으로 하는 명문 골프클럽으로, 현재 회원제 27홀과 대중제 9홀, 총 36홀로 클럽하우스 약 3,000평 규모를 자랑하고 있다. 특히 레이크우드는 2012년부터 3년간 코스리뉴얼을 진행, 완전히 새로운 골프장으로 탈바꿈했다. 광사 IC 개통으로 강남에서 30분대 거리로 근접성이 더욱 좋아진 점도 자랑. 코스도 매력적이다. 레이크코스는 페어웨이가 넓고 벙커가 적어 호쾌한 라운드를 펼칠 수 있다. 또한 스트레이트 홀이 많고 코스의 굴곡과 홀 사이 거리가 짧아 워킹을 선호하는 골퍼들에게 최상의 코스다. 우드 코스는 전장 6,200m의 현대식 코스로서 천보산 자락(해발 고저 차이가 30m 불과)의 계곡과 계류를 조화롭게 조성하여 싱글 핸디캡 골퍼들도 워킹에 매료되어 재미난 라운드를 할 수 있는 코스로 유명하다. 특히 북코스 1번 홀의 티잉그라운드 주변에 위치한 클럽하우스는 지하 1층과 지상 3층 규모의 유럽형 시설로서, 호수 위에 유유히 떠 있는 '웅장한 유럽의 古城'을 모티브로 하여 레이크우드의 이름에서 느껴지듯 '물', '나무', '돌' 3가지 자연을 그대로 끌어들여 생명이 살아 숨쉬는 편안함과 아늑함을 살려냈다는 평을 받고 있다. 세계적인 디자인컨설팅사 데니스톤Denniston사와 국내 AI사의 합작 설계와 리츠칼튼호텔을 지었던 두산산업개발이 시공을 맡아 '수면 위의 클럽하우스'라는 이국적인 '작품'이 완성됐다. 클럽하우스 주변에는 4개의 폭포가 있어 운치를 더한다.KFA

레이크우드 **www.**lakewood.co.kr

톨스토이의 아내와 춘원 이광수의 아내 Part 1

– 작품 활동에 대한 내조와 갈등, 유사점 많아

WRITE **이정식** (서울문화사 대표)

톨스토이의 가출과 『유정』 주인공 최석의 가출

춘원 이광수(1892~1950)의 소설 〈유정〉의 배경은 시베리아의 바이칼 호수다. 주인공 〈최석〉이 집을 나와 바이칼호 인근 시베리아의 산림 속에서 생을 마감하는 것으로 소설은 끝난다.

최석이 가출한 이유는 히스테릭한 부인 때문이다. 남편과 어려서 데려다 키운 남편 친구의 딸 남정임과의 사이를 의심한 나머지 부인은 남편 최석이 해선 안 될 부정한 짓을 저질렀다고 동네방네 소문을 내며 난리를 피운다.

부인의 이 같은 행위로 인해 최석은 결국 사회적으로 매도를 당하고, 교장직을 사임한 후 죽기 위해 시베리아로 들어간다.

소설 『유정』 속에서의 이 같은 최석 부인의 모습과 최석의 가출, 그리고 죽음은 아내 소피아(1844~1919)와의 갈등으로 인해 야스나야 폴라냐의 집에서 가출했다가 시골 간이역 아스타포보에서 죽음을 맞이하는 톨스토이(1828~1910)의 최후를 떠올리게 한다.

이광수의 작품들에서 때때로 톨스토이의 흔적이 보이는 것은 그가 중학 시절부터 톨스토이를 사숙(私淑: 직접 가르침은 안 받았으나 스스로 그 사람의 덕을 사모하고 본받아서 도나 학문을 닦음)했다고 할 수 있을 정도로 철저한 톨스토이주의자였기 때문으로 보인다.

톨스토이는 엄청난 영지를 가진 부유한 귀족(백작)이었으나 말년에 토지사유제도의 폐지를 주장하면서 자신의 땅을 비롯한 전 재산을 농민 등에게 나눠주려고 했고 소피아는 극력 반대했다. "재산을 모두 다 나눠주면 남은 가족은 어떻게 사느냐"는 거였다. 같은 부부간의 갈등이지만 이광수 소설 『유정』 속의 갈등과는 성격이 다른 갈등이다.

소피아를 비난하지 말라

그러한 갈등 상황 속에서 톨스토이가 몰래 집을 나왔다가 며칠만에 죽었기 때문에 소피아는 종종 악처로 비판의 대상이 되기도 한다.

필자가 지난 5월초 톨스토이의 생가이며 영지가 있는, 모스크바에서 남쪽으로 약 200km가량 떨어진 야스나야 폴라냐를 찾아갔을 때 그곳의 러시아인 여성 안내자는 톨스토이 저택 내부를 둘러 본 후 숲속에 있는 묘소로 가기에 앞서 한참동안 톨스토이 가출 당시 소피아의 입장에 대해 설명했다. 안내자는, 소피아를 악처로 보고 욕해서는 안된다면서, "그녀는 여자로서 아내로서 또 자녀들의 어머니로서 그럴 수밖에 없었다"고 소피아의 입장을 두둔하는데 많은 시간을 할애했다.

소피아는 톨스토이와의 사이에 13명의 아이를 낳았고(이중 8명만 성장함), 톨스토이가 『전쟁과 평화』를 쓸 때 7번이나 정서를 하는 등 평생 톨스토이의 작품 활동을 헌신적으로 도왔다. 그러나 톨스토이가 말년에 요구했던 전 재산의 포기는 받아들일 수 없었던 것이다.

비석 하나 없는 톨스토이 무덤

세 개의 크고 작은 호수가 있는 야스나야 폴라냐의 거대한 톨스토이 영지에는 따뜻한 봄볕 속에 연두색 솜털 같은 초봄의 푸르름이 한창 피어오르고 있었다.

그곳의 5월초의 풍경은 기온 등이 우리나라의 4월초와 비슷한 듯 했다. 나무 가지에는 그제야 겨우 파르스름한 새 순이 돋아나고 있다.

톨스토이의 무덤은 저택에서 10분 남짓 걸리는 영지 안의 숲 속에 있었다. 가는 길에는 중간 중간 화살 표지가 서있었으나 정작 무덤 앞에는 손가락 굵기 정도의 나뭇가지를 휘어 공원의 꽃밭에서 흔히 보는 반원형의 낮은 울타리를 쳐 놓았을 뿐 비석이고 뭐고 아무 표시도 없었다. 파란 잔디에 덮인 길다란 관모양의 직육면체 흙더미가 무덤임을 말해주고 있을 뿐이었다.

톨스토이 사망 초기에는 무덤 주위에 나지막한 나무 울타리가 쳐져있었다고 하는데 언제부터인가 지금과 같은 모습을 하고 있다.

부인 소피아의 무덤은 영지 인근 코차코프스키의 톨스토이 가족 묘지에 따로 있다고 한다.

톨스토이 영지에서 특이했던 것은 나무로 만든 모든 방향 안내 화살 표지에 러시아어·영어 등과 함께 동양어로는 한글이 유일하게 표기되어 있었다는 것이다.

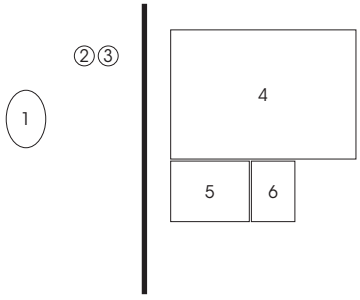
그렇게 된 이유는 삼성전자가 지난 2003년 톨스토이 탄생 175주년을 맞아 레프 톨스토이 박물관과 함께 '톨스토이 문학상'을 제정하고 이후 꾸준히 후원해 온 인연 때문이라고 했다. 표지판은 영지 내에 한두 개가 아니다. 한국인 방문객으로서는 기분 좋은 일이었다. 인터넷으로 불과 수년전(1912년)의 표지판 사진을 보니 러시아어와 영어뿐이었다. 한글이 들어 있는 나무 표지판으로 바뀐 것은 오래되지 않은 일인 듯하였다.

'톨스토이 문학상'은 제정된 이후 러시아 최고 권위의 문학상 중 하나가 되었다.KFA

톨스토이와 춘원

필자 프로필

CBS 사장
뉴스1 사장, 부회장
청주대 신문방송학과 객원교수
사단법인 월드하모니 이사장
예술의 전당 비상임이사(현)
충무아트센터 비상임 이사(현)
안중근 의사 홍보대사(현)
(주)서울문화사 사장(현)



1 젊은 소피아
2 춘원 이광수
3 젊은 톨스토이
4 바이칼호 풍경
5 톨스토이 무덤
6 톨스토이 석상과 필자

러시아 인문강좌 & 문학기행

《우먼센스》에서 6월과 7월 두 차례에 걸쳐
'러시아문학' 인문강좌와
10월 '러시아 문학기행'을 진행한다.

1. 러시아 문학의 자취를 찾아서
6월 27일(화) 오후3시
이현우 한림대 교수
(러시아 문학 전문가,서평가)

2.러시아 문학의 뿌리, 시베리아
7월 18일(화) 오후3시
이정식 서울문화사 사장

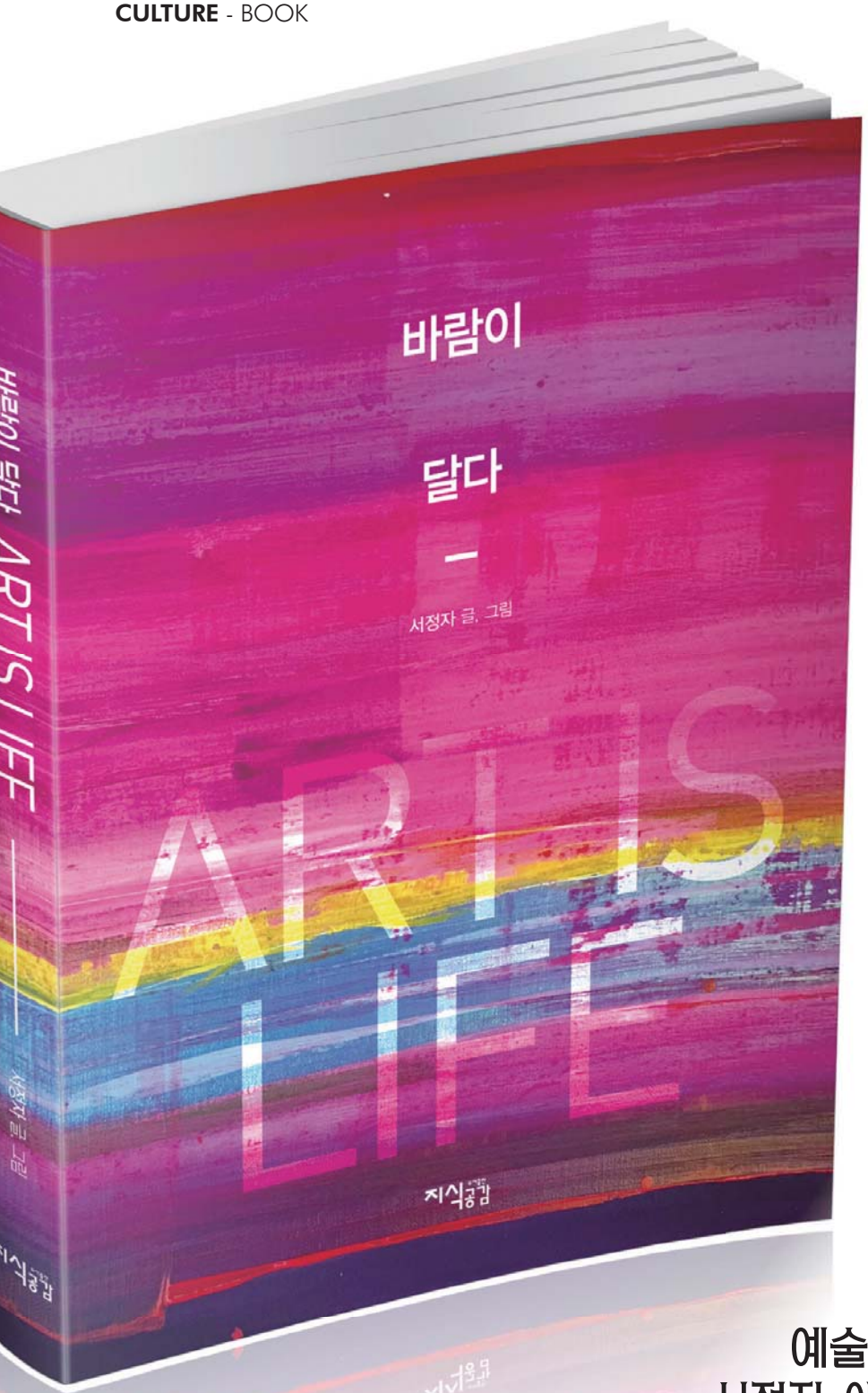
Ⓦ 서울문화사 별관(용산,시사저널 빌딩) 강당
*사전 신청 시 수강료 무료
Ⓣ 02-799-9343

---

1. 가을 바이칼 여행
10월 2일~ 9일(7박 8일 추석 연휴)

2. 러시아 문학기행
푸시킨, 도스토옙스키, 톨스토이, 체호프 등
러시아 문호들의 발자취를 찾아가는 여행.
10월 20일~ 27일(7박8일)

Ⓣ 바이칼 BK투어 02-1661-3585



작업실에서 우두커니,
조용하게 그냥 앉아 있는 시간이 많다.
딱히 뭘 하지도 않지만,
온전히 나를 비우면서
필요 없는 생각을 버리는 시간.
그 시간은 나에게 무척 중요한 시간이다.

– 『바람이 달다』 본문 中

예술을 통한 영혼의 치유
서정자 에세이, 『바람이 달다』

『바람이 달다』는 화가 서정자의 그림과 글이며 작업하면서 느꼈던 일상의 언어들로 채워졌다. 오랜 시간 그림이라는 원시적인 프리즘을 통해서 봄, 여름, 가을, 겨울이 스며있다. 삶이 지치고 힘이 들 때, 나를 위로해준 예술은 영혼의 치유제다. 비록 우리의 삶이 늘 따뜻한 봄날처럼 맑을 수는 없을지라도 때론 비바람 불고 시린 날 오랜 친구의 낡은 노트를 펼쳐본 것처럼 위로와 희망이 되고 싶다. 그대에게 달콤한 한 줄기 바람을 전한다.

서정자 『바람이 달다』

Healing 46 x 53cm Acrylic on canvas 2012

서정자 화가

경남 통영 출생
홍익대학교 미술대학원 수료
서울미술협회회원
씨올회회원, ICA회원, 홍미회원

서정자 작가는 지금까지 10회의 개인전을 개최했으며, 올가을 하이데라바드(인도)에서 11번째 개인전 준비를 하고 있다. 100회 이상 그룹전에 참여했으며, 이문열의 〈우리들의 일그러진 영웅〉 외 장단편집 6권, 정영희의 〈아프로디테의 숲〉, 시몬 드 보봐르의 〈편안한 죽음〉의 표지에서도 작가의 작품을 만날 수 있다. 홍익대학교 미술교육원, 연세대학교사회교육원, 전경련 IMI 국제 경영원, 교보생명, 전경련 하계포럼 등에서 특강을 진행했으며, 법원 공무원 연수원, 예뿌리 민속박물관, 자유컨트리클럽, (주)아이스테크, 코인, 스페인대사관, 동부센트레빌, 인도대사공관 등에 작품이 소장돼 있다.

도서출판 지식공감에서 출판된 〈바람이 달다〉는 서정자 작가의 영혼이 깃든 내면의 작품 세계를 독자와 같이 이야기하고 있다. 작가의 그림과 글은 우리에게 대화를 시도한다. 오묘함을 넘어 현묘함이 느껴지는 그녀의 그림을 보고 있자면 독자는 자연스레 사색에 잠긴다.

작품을 만들며 나온 그녀의 생각은 순수한 민낯으로 우리에게 말을 건다. 너무도 순수하기에 오히려 우리가 마주보지 못하고 부끄러워진다. 작품에 대한 끝없는 열정과 고뇌를 담담하게 토로하는 글은 우리 가슴에 따뜻한 위로를 전한다.

흔히 우리는 책에 대해서 이야기할 때 작가의 인생이 투영된 것이라고 이야기한다. 그러한 면에서 이 책보다 더 뛰어난 책은 없을 것이다. 붓과 함께한 인생을 가감 없이 당당하게 말하는 작가의 당당함에 매력을 느끼며 작품을 만듦에 대한 진지함과 여린 감성에 박수를 쳐주고 싶다. 『바람이 달다』는 그녀의 작품 세계를 이해시켜주고 뽐내는 책일 뿐만 아니라 '서정자'라는 작가에게 빠져들게 만드는 책이다.KFA

개인전

2016
제 10회 개인전(ABLE FINE ART Gallery, 뉴욕)

2015
제 9회 개인전(미술세계갤러리, 서울)

2012
제 8회 개인전(노암갤러리, 서울)

2010
제 7회 개인전(Scola Art Center, Beijing China)

2010
제 6회 개인전(관훈갤러리, 서울)

2006
제 5회 개인전(키미갤러리, 서울)

2004
제 4회 개인전(BoA Art Gallery, Canada Vancouver)

2002
제 3회 개인전(관훈갤러리, 서울)

2001
제 2회 개인전(관훈갤러리, 서울)

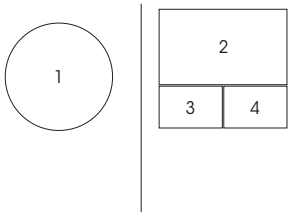
1999
제 1회 개인전(인사갤러리, 서울)

"제15회 퇴촌 토마토축제" 토마토 200t 한자리에

팔당호반 청정지역에서 생산된 토마토를 맛보고 체험도 할 수 있는 제15회 퇴촌 토마토축제가 오는 6월 16일 경기도 광주시 퇴촌면 공설운동장에서 개막한다.

광주시는 18일까지 사흘간 열리는 축제를 위해 퇴촌면과 남종면 일대 7개 작목반에서 생산한 토마토 4만 상자(상자당 5㎏) 200t을 준비한다. 행사장에 오면 토마토를 직접 수확하고 토마토를 이용한 각종 체험과 상설 행사를 즐길 수 있다. 토마토 국수 무료시식 행사, 품종 전시회와 품평회, 토마토 높이 쌓기와 던지기, 요리경연 대회, 먹거리 장터, 축하공연 등이 마련된다. 축제에서 인기가 좋은 토마토 풀장은 2곳에서 운영된다. 하루 4t의 토마토를 풀장에 채워 체험객을 맞는다. 행사장에서는 퇴촌 토마토를 시중보다 20% 가량 싼값에 살 수 있고 택배 서비스를 이용할 수도 있다. 축제장 주변에는 경안 생태습지공원, 팔당 물안개공원, 팔당 전망대, 30여 개의 붕어찜 전문 음식점이 모여 있는 남종 분원마을 등 들러볼 곳이 많다.KFA

퇴촌 토마토축제



1 제15회 퇴촌 토마토축제 포스터
2 토마토야 놀자(풀장)
3 2016년 제14회 토마토축제 도우만들기대회
4 2016년 제14회 토마토축제 외국어 체험센터

토마토축제 프로그램

❶ 토마토야 놀자(3일간)
2017.6.16.(금)~6.18.(일)
행사장내 체험존
(현장 참가신청)
1일 400명(예정)
토마토가 가득한 토마토 풀장 체험

❷ 황금토마토를 찾아라
6.17(토) 13:00~13:30
6.18(일) 13:00~13:30
토마토 안에 보물지를 넣어서
상품(금3돈)을 받는 이벤트

❸ 토마토 가요제
2017.6.17.(토) 19:00
행사장 메인무대
홈페이지 신청(2017.5.1~5.31)
예선 6.16.(금) 12:00
참가자격 제한없음/충원시 마감

❹ 장은아의 작은콘서트
2017.6.16.(금) 20:30부터
행사장 메인무대
통기타의 선율과 함께하는
'장은아와 사월과오월'의 공연

주관 토마토 축제위원회

오늘 뭐 먹지?
"쿡하면 뚝딱"

대한민국 주부들의 매일, 어쩌면 평생의 고민, '오늘 뭐해먹지?'
혼밥족, 자취생들의 고민, '한끼 어떻게 해결하지?'
'요리는 자신 없고, 시간도 부족하고,
그렇다고 아무거나 먹을 수는 없고...'
'뚝딱'되는 괜찮은 요리 없을까? 라는 생각을 무의식중에라도 한번쯤 해본 사람들이라면 수협의 '쿡하면 뚝딱'시리즈 출시는 단연 희소식이다.

자료제공 **수협중앙회 쇼핑몰**

쿡하면 뚝딱

속풀이에 굿!
한끼 해결 굿! 김탕!

1

2

소스까지 다 들었어!
멸치볶음~

우리아이 영양간식!
굴크로켓~

3

1

쿡하면 뚝딱 김탕

이보다 간편할 순 없다! 작은 김블록에 뜨거운 물만 부으면 완성. 그야말로 쿡하면 뚝딱. 이름은 김탕이지만 몸에 좋은 해삼, 전복까지 들어있어 간편히 먹고도 건강해지는 느낌.

컨셉 우리바다가 주는 건강한 한 끼
특징 언제, 어디서나 뜨거운 물만 있으면 든든한 한 끼!
국내산 김과 전복, 해삼을 넣어 속풀이에 최고
규격 국컵(블록10g),밥컵(블록10g+건조밥 20g),블록세트(블록5입)

2

쿡하면 뚝딱 멸치볶음

누구나 쉽게 도전하지만 제대로 맛내기는 은근 까다로운 국민반찬 멸치볶음, 이제 소스와 견과류까지 친절하게 동봉된 쿡하면 뚝딱시리즈 출시로 보장된 맛으로 누구나 쉽게 만들 수 있게 됐다.

컨셉 바다로부터 얻은 간편 집밥 레시피
특징 다른 재료 없이 4분이면 조리 부담, 반찬 걱정 끝!
엄마의 맛있는 멸치볶음을 간편하게!
규격 1봉(진공포장 세멸치 100g, 특제소스 40g, 아몬드, 참깨믹스 4g)

3

쿡하면 뚝딱 굴크로켓

청정 남해바다의 굴이 듬뿍~들어있는 영양만점 굴크로켓. 달궈진 기름에 지글지글 3분이면 뚝딱 완성! 아이 간식으로, 어른 술안주로도 손색없는 센스갑 아이템.

컨셉 겉은 바사삭 속은 촉촉하고 담백한 영양 듬뿍 굴크로켓
특징 청정해역 남해바다에서 자란 굴을 넣은 건강한 영양간식! 아이들은 간식, 아빠는 술안주로! 우리 가족 웰빙 크로켓!
규격 400g(40g × 10개)

장사 잘 되는 풍수 인테리어

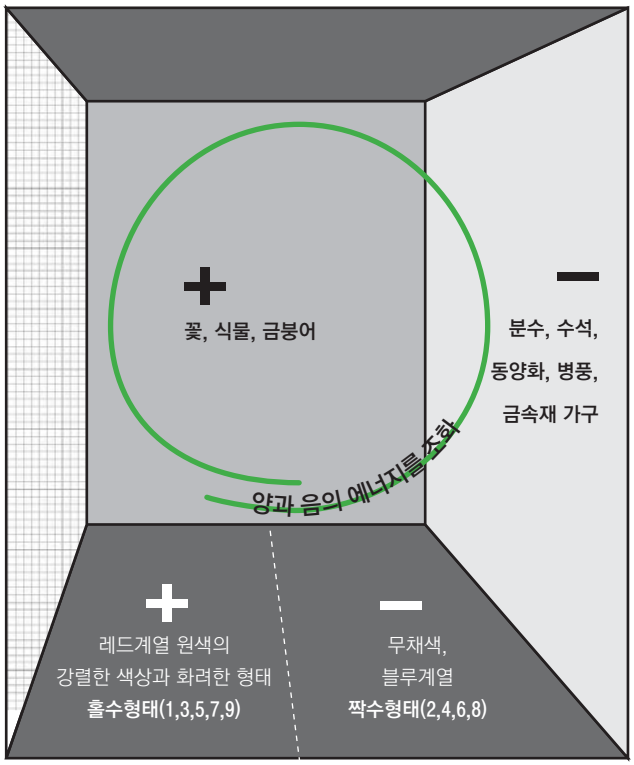
풍수(風水)란 무릇 우주환경학(宇宙環境學)이라 말 할 수 있다. 세상의 모든 만물에는 에너지가 있다. 각각의 고유한 성질과 에너지가 있고, 그것이 미치는 영향이 있다. 하물며 우리가 의지해서 살아가는 땅과 하늘 그리고 각 공간마다 얼마나 많은 에너지가 복합적으로 연계되어 있을까. 휴대폰에서 나오는 전자기파, 땅에서 올라오는 지자기파, 수맥파, 공기의 유체역학에서 오는 에너지파동, 사람마다 발산하는 생체에너지 등등 복잡하고 미묘하게 얽혀져 있는 것이 우리가 사는 공간이자 환경이다.

WRITE **김동환**

PROFILE

'명(命) 철학원' 원장
국내최초의 운명경영전략가(기업과 개인)
'자미두수'와 '풍수인테리어' 전문가
국내외 유수기업 및 브랜드 기업경영전략컨설팅
T 010-6205-2780

풍수 인테리어



풍수란 바로 이러한 복잡다단 미묘한 공간의 에너지를 효율적으로 이용하고 재배치함으로써 그 공간에 생활하는 사람들의 건강과 행운을 불러올 수 있는 방법을 수 천 년에 걸쳐 실험하고 이해하고 탐구함으로써 얻어진 결과이다. 예를 들어 산에는 앞면과 뒷면이 있다. 산의 앞면은 태양의 풍부한 일조량과 적당한 습도, 기온, 수분, 토양 등이 조화를 이루며 자연스럽게 만물이 다양한 형태의 생육 활동을 하게 되어 숲을 이루고 많은 동식물이 살아가는 좋은 환경이 된다. 반면 산의 뒷면은 적은 일조량과 그늘로 인해 바위가 많고, 습하거나, 건조하고 춥고, 바람이 강해 척박한 환경을 이루게 된다.

그 곳에서는 당연히 좋은 숲이나 생육이 뛰어난 동식물을 찾기 어렵다. 이와 같이 풍수는 환경학인 것이다. 눈에 보이지는 않지만 존재하는 다양한 에너지를 조화롭게 활용하는 것이다. 산소가 풍부하고 음이온이 많은 바다와 산에서 같은 양의 격한 운동과 음주를 해도 도시에서 하는 것 보다 훨씬 덜 피로함을 모든 사람은 본능적으로 느끼고 안다. 이것이 보이지는 않지만 존재하는 공간의 에너지인 것이다. 우주를 보면 텅빈 공간의 어둠만이 존재하는 것 같다. 하지만 그 무중력의 공간에서 수많은 기체에너지와 행성들의 중력이 작용하며 일정한 법칙을 갖고 자전과 공전을 한다. 각각의 행성에서 뿜어내는 자기장 역시 굉장하다. 태양의 흑점 활동으로 인한 자기파도 매우 많은 영향을 미친다. 이러한 보이지 않는 에너지와 보이는 에너지를 같이 관찰하고 평가해서 우리에게 행운을 불러일으키는 에너지로 변화 시키는 공간으로 재창출하는 것이 풍수의 본질이자 그 핵심이다.

장사가 잘 되게 하는 풍수 인테리어

풍수학에서는 형기론(形氣論)이 있다. 즉 생긴 모양에 따른 에너지가 있다고 보는 것이다. 공격적으로 생긴 모양의 형상에는 공격적인 에너지가 나온다. 예를 들면 뱀, 독수리, 칼 등은 뾰족하고 날카롭게 생겨있고 그 것은 양(陽)의 에너지를 가진다. 그 에너지는 발산하고 성장하며 진취적이고 주도적으로 이끄는 에너지를 가지고 있다는 말이다. 사람의 관상에서도 흔히 범죄형으로 보는 인상을 눈이 작고 찢어져 있으며 얼굴이 각지고 마른 얼굴을 좋게 평가하지 않는 것처럼 반대로 부드럽고 잔잔하며 수렴하고 축적하는 에너지를 발산하는 것이 바로 음(陰)의 에너지를 가진 형상들이다. 둥근 얼굴, 눈매, 둥근 자갈, 능선이 부드럽고 얕은 산 등 이 두 가지 에너지 중에 사람들은 어떤 에너지를 좋아할까? 사람들이 좋아하는 에너지를 만들면 당연히 그 가게에는 사람들이 자연스럽게 모이게 되고 사람이 모이면 당연히 장사는 잘 되는 것이다. 사람을 끌어 모으는 가게 그리고 그 가게에서 기분이 좋아지게 만들어 주면 당연히 장사와 사업을 잘 될 수밖에 없는 것이다.

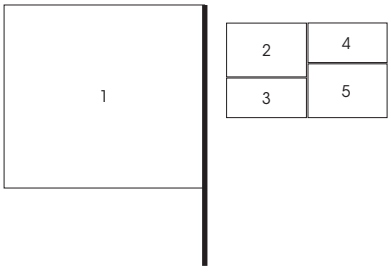
사람을 끌어 모으는 풍수 인테리어

먼저 자신의 가게를 살펴봐야 한다. 가게를 둘러싼 환경과 교통, 소리, 위치 등에 따라 양(陽)의 에너지가 많은 활발하고 역동적이며 유동인구와 움직임이 많고 자동차등이 빈번하게 지나가는 위치인지, 또는 한적하고 그늘져 있으며 낮은 위치에 있는 가게인지 그것을 관찰하면 나의 가게 위치가 양(陽)의 기운을 발산하는 장소인지 음(陰)의 기운을 발산하는 장소인지 알 수 있다. 그리고 그 장소의 환경에 맞는 조화로운 풍수 에너지를 재배치해야 한다. 양(陽)의 기운이 많은 자리에는 음(陰)의 에너지를 보완해야 하며, 반대로 음(陰)의 에너지가 많은 자리에는 양(陽)의 에너지로 보완을 해야 한다. **양(陽) 에너지를 가진 물질은 대부분 원색의 강렬한 색상과 화려함이 있고, 대부분 홀수(1,3,5,7,9 등)의 형태로 존재한다. 색상은 붉은색, 노란색,주황색 등 주로 레드계열의 강렬한 원색들이다. 음(陰)의 에너지를 가진 물질은 반대로 블루, 그레이, 블랙 등 무채색에 가까운 블루계열의 색상이라 할 수 있으며 대부분 짝수로 존재 한다.** 따라서 자신의 가게 위치나 생활하는 공간에 음과 양의 에너지를 적당하게 배치하는 것이다. **양의 에너지를 지닌 화려한 원색의 색상으로 벽면을 장식하거나 꽃이나 식물, 금붕어 등 역동적이면서 화려한 양의 에너지를 가진 기물이나 장식을 활용할 수도 있고, 분수나 수석, 동양화, 병풍, 금속재 가구 등을 활용해 음의 에너지를 조화롭게 배치할 수도 있다. 돈 버는 풍수 인테리어 핵심이 바로 이것이다.** 음양의 조화, 자신의 가게 위치나 사무실 등의 환경을 먼저 평가하고 그 뒤에 자신 운영하는 가게나 생활하는 환경에 적당한 에너지를 재배치하는 것이다. 이 작은 변화를 시작으로 운명을 바꾸는 일이 시작되는 것이다. KFA

캘리포니아 이색 건축물 탐방 여행

캘리포니아 관광청은 다가오는 여름 휴가 시즌을 겨냥, 색다른 여행 경험을 찾는 여행객들을 위해 캘리포니아에서만 만나볼 수 있는 이색 건축물들을 소개한다.

CALIFORNIA



1 월트 디즈니 콘서트 홀 WALT DISNEY CONCERT HALL

로스앤젤레스 다운타운에 위치한 월트 디즈니 홀은 유명 건축가 프랭크 게리Frank Gehry가 설계한 것으로, 범선, 활짝 핀 꽃 모양 등에 비유될 정도로 이색적인 외관을 자랑한다. 이곳의 메인 홀은 화려한 외관만큼 매혹적인 디자인으로 잘 알려져 있으며 LA필하모닉 등 다양한 문화예술 공연이 이곳에서 개최된다.

2 카탈리나 카지노 CATALINA CASINO

카탈리나 섬 아발론 항구 북쪽 끝에 위치한 카탈리나 카지노는 독특한 원형 건물로 이뤄져 있다. 1919년 카탈리나 섬을 사들인 전 시카고 컵스 야구단 구단주인 윌리엄 리글리 주니어는 이곳에 카지노를 건설하고, 화려한 파티와 공연을 주최하곤 했다. 현재도 이 전통을 이어 색다른 댄스 파티와 공연 등의 예술 행사가 이곳에서 열린다.

3 써니랜드 SUNNYLANDS

팜스프링스에 위치한 써니랜드는 원래 출판계의 거물이자 영국 주재 미국 대사를 지낸 월터 애넌버그와 그의 부인 레노어가 거주하던 저택이었다. 당시 이 부부가 살던 저택은 근 현대의 걸작이라 일컬어질 정도로 뛰어난 외관을 자랑하며, 현재는 세계 최고의 인상주의 미술 작품들 및 모네, 피카소, 반 고흐 및 기타 예술가들의 작품들이 전시되는 미술관으로 변모했다.

4 선다이얼 브릿지 SUNDIAL BRIDGE

북부 캘리포니아 레딩Redding 지역에 위치한 터틀 베이 학습 공원 Turtle Bay Exploration Park에 건설된 선다이얼 브릿지는 유명한 스페인 건축가 산티아고 칼라트라바Santiago Calatrava가 설계한 보행자용 다리다. 해시계 모양을 본뜬 이색적인 이 다리의 길이는 총 213미터로, 해시계 바늘 역할인 하얀 탑이 다리 위에 높게 솟아 있다. 창의적이면서도 독특한 외관과 설계방식으로 인정받은 현대 건축물 중 하나로 평가 받고 있다.

5 주 의사당 CALIFORNIA'S STATE CAPITOL

새크라멘토에 위치한 캘리포니아 주 의사당 건물은 1869년에 건설되었으며 워싱턴 D.C.에 있는 미 의회 의사당의 외관과 매우 흡사하다. 주 의사당 박물관 내에는 미국 내전에 사용되었던 깃발 및 기타 군용 수집품, 전 상원위원들이 보유하고 있던 예술품들이 전시되어 있다. KFA

글로벌 브랜드 성장 위한 프랜차이즈 지도사 역할의 중요성

세계적으로 프랜차이즈 산업은 국가경쟁력의 기반으로 성장하고 있다. 브랜드 경쟁력이 기간산업의 경쟁력이기 때문이다. 수많은 브랜드 중 국가를 대표하거나, 세계인의 소비지향성을 증가시키는 다국적 브랜드의 힘이 국가경제의 핵심으로 자리 잡고 있는 현실이다.

PROFILE

WRITE **이상헌**

(사)한국소상공인컨설팅협회 회장 / 컨설팅학 박사
세종대 유통산업대학원 겸임교수
경희대 프랜차이즈컨설팅 MBA 책임교수
(사)한국창업학회 부회장
(사)한국유통경영학회 자문위원
한국프랜차이즈산업협회 자문단장
소상공인시장진흥공단 / 창업진흥원 창업자문 • 정책위원
한국프랜차이즈대상 / 한국창업경영대상 심사위원
산업자원부 / 중기청 / 교과부 / 창업경진대회 심사위원
산업자원부 / 여성가족부 / 보훈처 / 고용노동부 자문위원
서울시 / 제주특별자치도 정책개발 연구위원
창업방송진행자 / 창업칼럼리스트

맥도널드, 스타벅스, 버거킹, 피자헛, 타코벨은 소비자들이 매일, 혹은 자주 즐겨찾는 브랜드들이다. 브랜드의 국적은 중요치 않다. 단지 무엇을 제공하고, 서비스 만족도가 어떠냐에 따라 충성고객이 증가할 뿐이다. 그렇다면 우리나라의 토종브랜드 중 세계인들의 충성도가 우수한 프랜차이즈는 어떤 브랜드가 있을까? 40여년의 프랜차이즈 산업의 역사를 갖고 있는 한국브랜드 중 이제야 겨우 몇 개의 국가에서만 몇몇 브랜드가 자리를 잡고 있을 뿐이다.

이유가 무엇일까?

다국적 브랜드의 명성과 성장을 지속하는 브랜드와 국내 브랜드의 차이는 전문성과 차별성 그리고 규격화의 차이다. 또한 국가적 지원을 통한 세계적 브랜드로의 성장환경이라 할 수 있다. 프랜차이즈산업은 이제 한 국가에서만 확장하는 사업이 아닌 글로벌을 추구하는 브랜드사업의 꽃이라 할 수 있다.

인적 인프라를 위한 시스템과 교육 필요

프랜차이즈는 시스템과 교육사업이다. 시스템과 매뉴얼을 운영하는 주체는 사람이다. 즉 전문성을 체계적으로 탑재한 인력이 산업발전의 근간임을 의미한다. 성장한 브랜드의 공통적 특징을 분석해보면 브랜드기획, 마케팅, 빅데이터 분석기법, 표적고객분석 등을 전략적으로 전개한다는 공통점을 찾을 수 있다.

그동안의 브랜드 성장전략기획자는 현장에서 오래 근무한 경험자가 최적인력이라 했다. 하지만 단계별 성장전략의 세부적 기획과 실행력이 부족함에 따라 브랜드가 단명하는 패착을 반복하고 있다.

전문인력이 프랜차이즈의 핵심

현재 한국프랜차이즈산업협회에서는 많은 전문적 실무교육을 진행하고 있다. 결국 프랜차이즈는 전문인력이 핵심이다. 국내 최고의 프랜차이즈 전문가 집단이 프랜차이즈 지도사들이다. 글로벌 브랜드가 되기 위해선 반드시 사업전개전략과 진출방식의 현지화는 기본이다.

IFA(International Franchise Association)는 세계 프랜차이즈 협회다. 우리나라도 10여년 전에 가입하여 주도적 선도국가로써의 역할을 하고 있다. 특히 아시아권에서는 세계프랜차이즈대회를 개최할 정도로 산업의 성장성을 인정받고 있다.

하지만 산업의 성장규모에 비해 글로벌로 성장한 브랜드는 미흡한 실정이다. 이제는 우리 브랜드의 글로벌화가 필요하다. 글로벌 전문가를 육성해야 하는 목적이다.

수치분석능력이 경쟁력의 근간

빅데이터를 활용한 통계분석을 통한 전략기획이 성장동력이다. 프랜차이즈 지도사는 반드시 수치분석에 의한 실행기획과 실행력이 필수다. 국가별 성장동력을 프랜차이즈 산업이 주도하고 있다.

현재 국내 브랜드가 약 30여개국으로 진출하여 다양한 업종에서 움직이고 있다. 그만큼 한국 프랜차이즈의 경쟁력을 갖추어가는 과정이라는 반증이기도 하다. 특히 동남아권에선 한류를 중심으로 K-POP, K-CULTURE, K-FOOD, K-LIFE등 다양한 한류가 한국을 대표하는 산업으로 발전하고 있다.

그중 프랜차이즈 브랜드들의 약진도 다양한 업종이나 업태로 발전하고 있다. 하지만 전문성을 갖춘 인재들인 전문가들의 역할이 그 어느때보다 필요한 시기다. 그 중심에 프랜차이즈 지도사가 핵심인력으로 자리하고 있다.

프랜차이즈는 유통산업의 최상위 시스템

유통산업은 제조업과 서비스업의 매개적 연관 사업으로 소비자의 만족도를 유지 발전시키는데 절대적 브랜드 가치를 가져야 한다. 요즘 대부분 소비자들의 브랜드 충성소비가 증가하고 있음에 따라, 소비의 절대적 가치를 가지고 있는 브랜드는 소비성향의 목적이라 할 수 있고, 또한 브랜드 사업이란 프랜차이즈사업을 의미한다.

그만큼 국가 경제에 중요한 부분임을 인지하고 전문가에 대한 투자와 지원이 절실하다.KFA

인근 가맹점 현황 문서 미제공으로 인한 가맹금의 반환

인테리어 시설비 및 상품대금, 교육비, 로열티도 돌려줘야 해

PC방 브랜드를 운영하는 A 가맹본부는 OO점 가맹점주와 가맹계약을 체결하면서 정보공개서를 가맹계약 체결일 14일 전에 제공하였다. 그런데 계약 후 2달 정도가 지나 인테리어 공사가 마무리되고 오픈이 얼마 남지 않은 시점에서 가맹점주가 내용증명을 통하여 가맹계약을 유지할 생각이 없다고 하면서 가맹금을 돌려 달라고 하였다. 또한 그 이 이유는 계약체결 당시에 인근 가맹점 현황문서를 제공하지 아니하였기 때문이라고 한다. 이러한 상황에서 가맹본부는 가맹점주에게 가맹금을 돌려주어야 하는가? 돌려주어야 한다면 그 범위는 어디까지 인가?(초기 가맹비는 면제해준 상태)

PROFILE

WRITE **김선진** 변호사

숭실대학교 프랜차이즈 경영학 석사 졸업
숭실대학교 프랜차이즈 경영학 박사 수료
한국프랜차이즈산업협회 고문 변호사
한국프랜차이즈 학회 이사
(전)프랜차이즈 수준평가 위원
서경대, 동국대학교 프랜차이즈 법률 강의
프랜차이즈 본사 사내 강의 출강(파리바게뜨 등)

인근가맹점 현황문서 제공의 중요성

가맹계약을 체결하기 위해서는 정보공개서를 제공해야 하며, 미제공시에는 가맹금을 반환해야 한다는 것은 이제는 거의 상식적인 내용이 되었다. 하지만 약 1페이지에 불과한 인근가맹점 현황문서를 제공해야 하며, 미제공시에는 정보공개서 미제공과 같은 불이익을 당할 수 있다는 것은 의외로 많은 가맹본부들이 모르고 있다. 또한 정보공개서와 인근가맹점현황문서 미제공시에 반환되는 금액의 범위에 대해서도 '초기에 받은 가맹비만 돌려주면 된다'라고 잘못 알고 있는 경우도 있다.

위와 같은 오해는 한편으로는 인근 가맹점 현황문서가 정보공개서에 비해 워낙 중요하지 않게 취급되어 온 측면도 있고, 또한 가맹비의 반환과 관련하여 마치 '초기 가맹비를 면제해 주면 돌려줄 것이 없는' 것처럼 판단되어 왔던 관행에 기인한 측면도 있다. 그러나 가맹사업법에 따르면 해당 범위는 이보다 훨씬 광범위하며 이미 법원에서도 그에 따라 판결을 내리고 있는 바 주의할 필요가 있다.

일단 법률에 따르면 인근가맹점 현황문서를 제공한지 14일이 경과하지 않으면 가맹계약을 체결하거나 가맹금을 수령할 수 없으며 (제7조 제3항), 이를 위반하는 경우에는 가맹점사업자가 4개월 이내에 서면으로 가맹금의 반환을 청구할 수 있다(제10조 제1항)고 나타난 바, 위 사례에서 PC방 가맹본부는 가맹점주에게 가맹금을 돌려주어야 한다.

인테리어 시설비 및 상품대금, 교육비, 로열티도 돌려줘야 해

인근가맹점 현황문서를 미제공하였을 경우 반환해야 하는 가맹금의 범위는 어디까지 인가? 이는 정보공개서 미제공의 경우에도 동일하게 발생하는 문제다. 최근까지도 가맹본부 중에는 설사 정보공개서를 제공하지 아니하였다 하더라도 초기 가맹비를 면제해 주면 돌려 줄 것이 없다고 생각하여 이 문제를 대수롭지 않게 생각하는 경우가 있다. 또한 과거의 조정이나 재판결과도 이와 크게 다르지 않은 경우가 많았다. 그러나 이제는 사정이 달라졌다.

먼저 가맹사업법 제10조 1,2항에 따르면 가맹계약의 체결 경위, 금전이나 그 밖에 지급된 대가의 성격, 가맹계약기간, 계약이행기간, 가맹사업당사자의 귀책정도 등을 고려하여 '가맹금'을 돌려주도록 하고 있다. 그런데 '가맹금의 개념'이 문제이다.

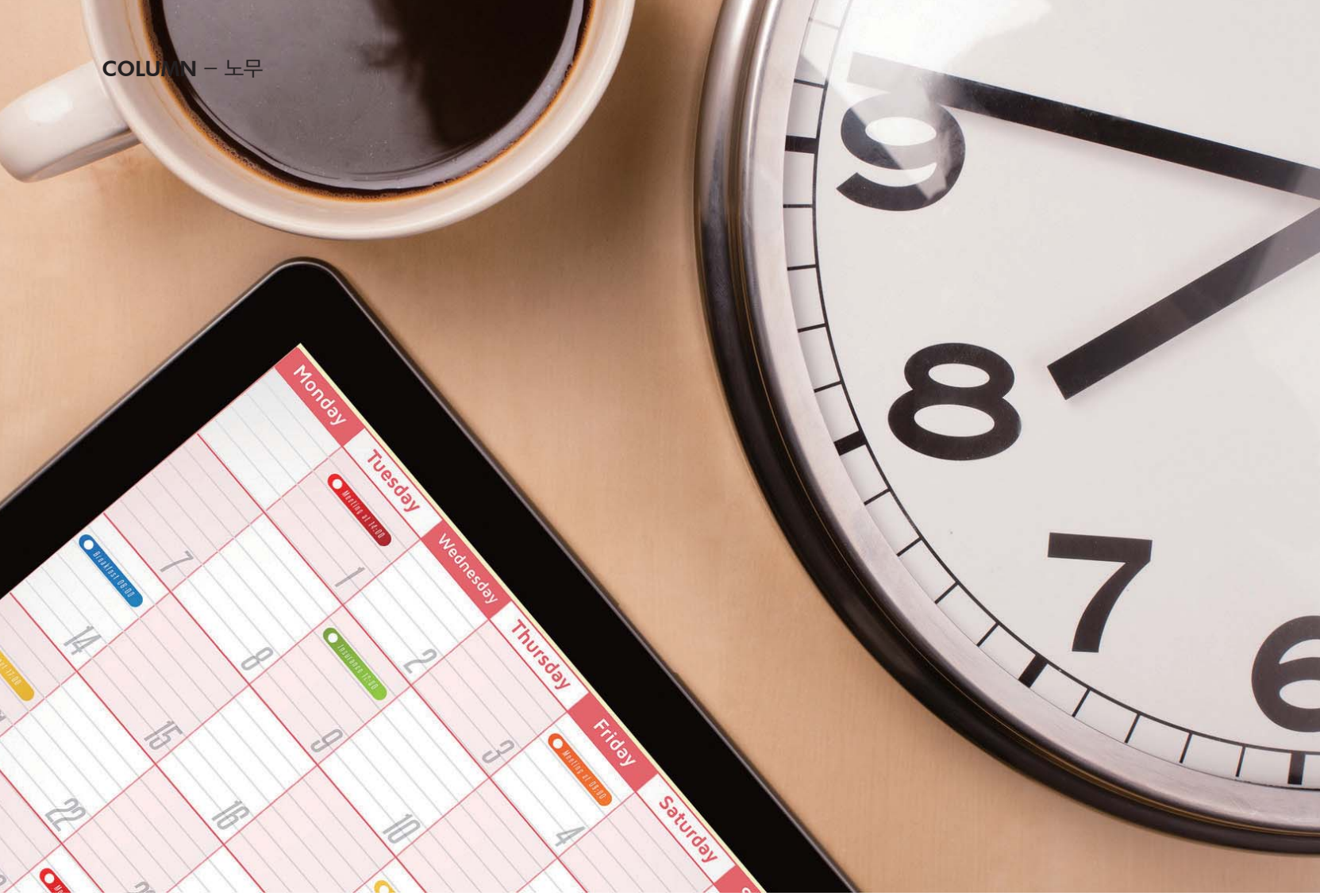
가맹사업법 제2조 제6호에 따르면 가맹금은 ①가입비 ②보증금 ③인테리어 기타 시설비, 상품대금 ④기타 교육비 혹은 로열티 등으로 이루어져 있다. 그 중 ①은 우리가 흔히 '가맹비'라고 부르는 것이다. 일반적으로는 위 항목 중 ①②정도 돌려주면 되는 것으로 알고 있으나, 정작 중요한 것은 ③④의 경우에도 반환항목에 해당한다는 점이다.

특히 위 사례와 같이 인테리어 공사를 마치고 각종 집기까지 모두 공급된 상황에서 가맹금을 반환하게 되면 ③과 관련하여 인테리어 마진, 집기마진, 초도상품 마진을 모두 돌려 줘야 하는 문제가 발생한다. 따라서 그 금액이 예상과는 달리 매우 커지는 것이다. 또한 초기 개설마진 의존도가 높은 PC방, 커피 브랜드의 경우에는 마진의 대부분을 돌려주게 되어 수개월 동안 고생하고서 얻은 것은 전혀 없는 황당한 상황을 마주 하게 되는 것이다. 뿐만 아니라 해당 재판 과정에서 영업비밀인 인테리어와 집기 마진 등이 밝혀지게 되는 곤란한 상황도 발생하게 된다.

실제 소송 사례에서는 인테리어 및 집기 비용과 관련하여 가맹본부가 지급받은 인테리어 시설비 등에서 하도급 업체 혹은 물품공급업체에 지급한 대금을 공제한 금액을 마진으로 보고 이를 반환하라는 판결을 하였다.

이와 같은 소송을 당하게 되면 외식브랜드의 경우에는 식자재 마진을 공개해야 하는 문제점도 발생할 수 있는 심각한 문제점이 발생한다.

따라서 가맹본부는 정보공개서와 더불어 인근 가맹점 현황문서를 반드시 제공하도록 담당자들에게 주의를 환기시켜야 할 것이다. 뿐만 아니라 최근에는 정보공개서 및 인근가맹점 수령확인증의 양식조차도 엄격히 정하고 있으며 그에 벗어나는 경우에는 제공사실을 인정하지 않고 있으니 수령확인증의 구비에도 만전을 기하여야 할 것이다.KFA



프랜차이즈 노무관리

PROFILE

WRITE **이금구**

노무법인 C&B www.franhr.com **대표**
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

1991년 제3회 공인노무사 자격 취득(시행처 노동부)
1999년 인천경영자협회 컨설팅 사업부 설립 및 인천경영자협회 고문
2001년 일본 Sanken 그룹과 인사노무관리 컨설팅 회사 설립
2003년 노무법인 C&B 대표, 사단법인 한국외국기업협회 고문
2005년 금속산업사용자협의회 대표 (산별 중앙교섭 대표 금속산업사용자협의회 사무국 운영)
2006년 4대 보험 무료 업무대행 시스템 구축 (3만개 기업 업무 위탁, 노무법인 C&B 인천사무소 오픈)
2009년 3월 매경인터넷의 "매경인사노무" 서비스 개시
2009년 10월 국민은행 기업 고객 인사노무지원 센터 "KB인사노무지원" 서비스 개시
2011년 (사)장기요양기관정보나눔회 고문, (사)한국인재파견협회 고문
2012년 전국소상공인단체연합회 고문
2014년 11,000개 사업장 사무 위탁 관리
2015년 (사)한국소상인단체연합회 고문
2016년 GS25, 프랜차이즈 노무관리 시스템 도입

1. 근로계약서

직원 채용 시에 가장 먼저 근로계약서를 작성해야 한다. 근로계약서 서면 작성과 교부의무를 위반한 경우 500만원 이하의 벌금에 해당한다. 근로계약서에는 임금, 근로시간, 근로일, 휴일, 휴가, 휴게시간 등 법적 필수 요건이 명시되어야 하며, 필수요건이 누락되어 있거나, 교부를 하지 않는 경우에도 법 위반이 될 수 있다. 실제 법 위반인 경우 근로자 1인당 50만원 내외로 벌금이 부과된다.

2. 최저임금

임금은 사용자와 근로자가 자율적으로 정하는 것이 원칙이지만, 최저임금법에서는 사용자는 근로자에게 최저임금액 이상의 임금을 지급하도록 의무화하고 있으며, 이를 위반한 경우 3년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금에 해당한다. 2017년도의 최저시급은 6,470원, 일급은 51,760원, 월급여는 1,532,230원이다. 근로계약 기간이 1년 이상이고, 수습기간(3개월)을 정한 경우에는 수습기간 동안 최저임금의 90%를 지급할 수 있다.

6,470원/hr

3. 근로시간

근로기준법에서 정하고 있는 법정 근로시간은 1일 8시간, 1주 40시간이며, 당사자간의 합의가 있는 경우 1주 12시간까지 연장근로가 가능하다. 법정 근로시간을 초과하는 경우 시간외 근로수당과 오후 10시부터 익일 06시까지의 근로시간에 대해서는 야간근로수당으로 가산 임금(50%)을 지급해야 한다. 다만, 상시 근로자수가 5인 미만 사업장은 시간외 및 야간근로에 대한 가산수당을 지급하지 않아도 된다.

40hr/week

4. 휴게시간

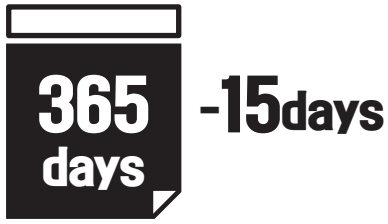
근로시간 4시간에 대하여 30분, 8시간에 대하여 1시간의 휴게시간을 근로시간 도중에 주어야 한다. 이를 위반한 경우 2년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 해당한다.

5. 주휴일

사용자는 근로자에게 1주일에 평균 1회 이상의 유급휴일을 주어야 한다, 이를 위반한 경우 2년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 해당한다. 아르바이트 등 시간제 근로자를 많이 고용하고 있는 가맹점의 경우 1주간의 근로시간이 15시간 이상이면 주휴수당을 지급하여야 한다. 주휴수당의 계산은 1주간의 총 근로시간(40시간을 초과하면 40시간이 최대한도)/40시간X시급X8시간으로 계산한다. 다만, 1주간의 근로시간이 15시간 미만인 경우 주휴수당이 발생하지 않는다.

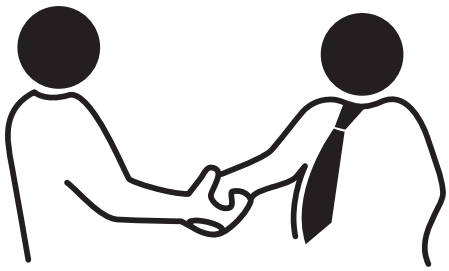
6. 퇴직금 및 연차수당

근속기간이 1년 이상인 경우 30일분의 평균임금을 퇴직금으로 지급하여야 하며, 근속기간 1년 중에서 출근일이 80% 이상인 경우에는 15일의 연차유급휴가를 주어야 한다. 이를 위반한 경우에는 2년 이하의 징역 또는 1천 만원 이항의 벌금에 해당한다. 다만, 상시 근로자수가 5인 미만인 경우에는 연차휴가가 없으며, 1주간의 소정 근로시간이 15시간 미만인 경우에는 퇴직금 계산 시 근속기간에서 제외된다.



7. 4대 보험

국민연금(9%), 건강보험(6.03%), 장기요양보험(건강보험의 6.55%), 고용보험(사업주 0.9%, 근로자 0.65%) 산재보험(1.08%)은 의무적으로 가입하여야 하며, 사업주는 근로자에게 임금을 지급할 때 근로자가 부담해야 될 보험료를 원천징수한 후 보험료를 납부할 의무가 있다. 근로자가 보험에 가입을 하지 않겠다고 하더라도 사업주는 근로자가 부담해야 될 보험료까지 추징을 받을 수 있다. 산재보험은 근로자의 재직기간이나 근무시간 등에 관계없이 가입을 하여야 하며, 보험료는 사업주가 전액을 부담한다. 국민연금, 건강보험, 고용보험은 근무기간이 1개월 이상, 월 근무시간이 60시간 이상, 월 근로일이 8일 이상인 경우에는 가입을 해야 한다. 고용보험은 근로시간이 60시간 미만이더라도 3개월 이상 근무하면 가입을 해야 한다. 직원에게 지급되는 임금은 매월 국세청에 신고를 하고 있으며, 국세청에 신고된 인건비 내역은 공단과 자료를 공유하고 있기 때문에 4대보험에 미 가입 되어있는 경우 공단으로부터 추징을 받게 된다.KFA



프랜차이즈 본사의 가맹점 오픈 시 현금흐름 유의사항

프랜차이즈 본사는 성공적인 사업 방식의 무한 자기복제를 통해 성장한다. 따라서 성공한 가맹점을 계속 늘려가는 것이 중요하다. 가맹점을 오픈할 때 가맹점은 비교적 많은 비용을 부담할 수 있다. 현금흐름의 중요함은, 오픈 시 매장 오픈을 위한 권리금에 대한 처리, 가족의 자금을 이용 시 증여의 문제 그리고 현금흐름의 체크에 대한 부분을 면밀히 검토하여 주는 것이 바람직하다.

PROFILE

WRITE **최인용**

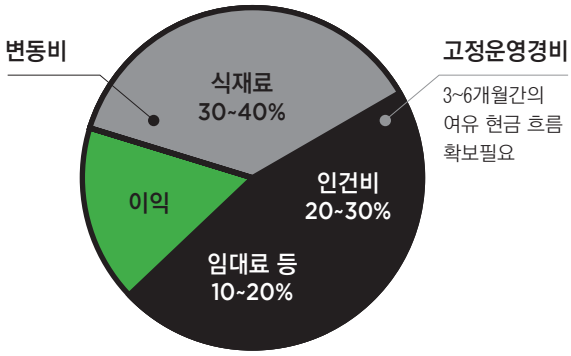
가현택스 대표세무사
(전)**세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사**

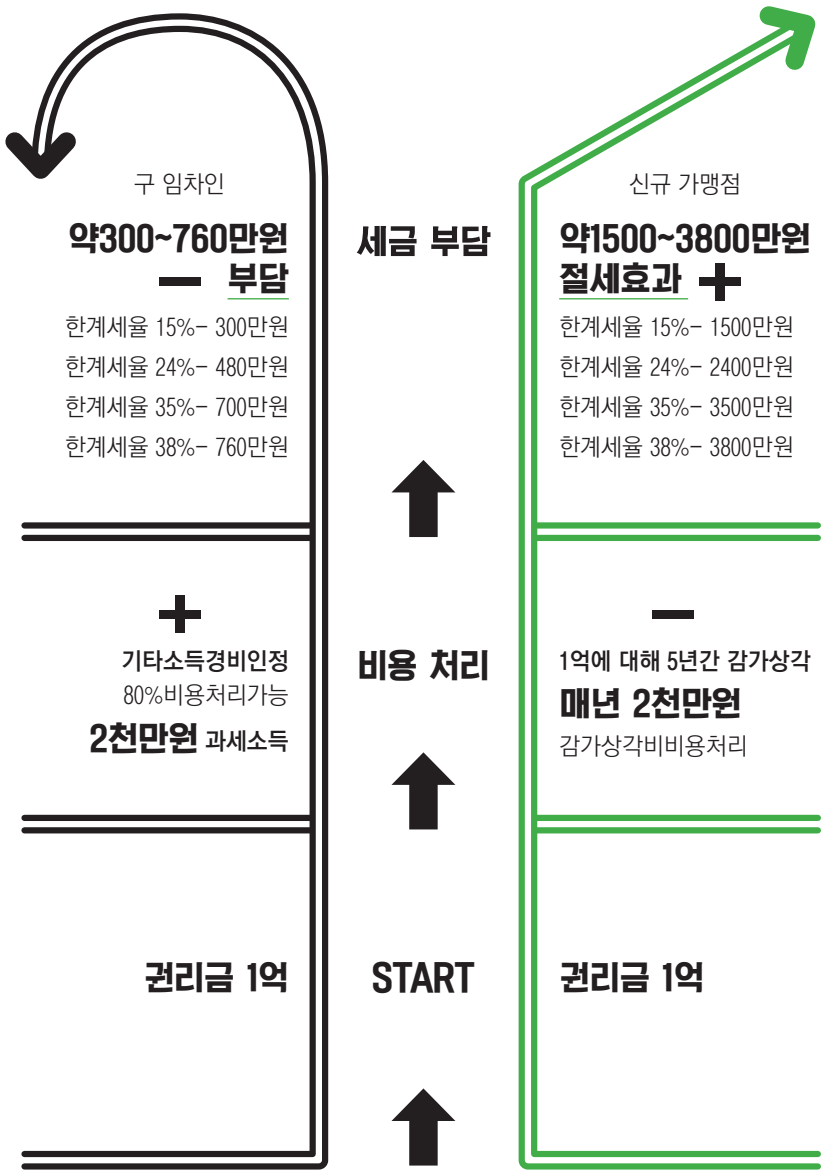
연세대학교 법무대학원 조세법전공
국세청 조사요원 강의
한국프랜차이즈산업협회 자문세무사
마곡지주협의회, 하남미사지구지주협의회 자문세무사
동탄 2기신도시, 검단신도시 삼성증권 자문세무사
용인지방공사 토지보상팀 자문세무사
『친절한 쇼핑몰 세무 & 재무 가이드.E비즈북스』
『세금과 법률을 이용한 재테크.농협실무교재』
『모르고 받으면 손해 보는 토지보상 절세의 비법.코리아베스트』
『기업의 재무관리와 절세 가이드』
T 02-555-5025, E gtax@gtax.kr

프랜차이즈 가맹점의 초기 현금흐름 체크

프랜차이즈 가맹점들이 잘 되기 위해서는 최소 3개월에서 6개월 정도의 고정운영경비를 준비하는 것이 필요하다.
그렇다면 운영경비는 어느 정도 일까? 운영경비는 인건비와 임대료처럼 고정적으로 들어가는 비용이라고 할 수 있다. 요식프랜차이즈의 경우 식재료는 대략 30~40% 수준이 된다. 인건비는 20~30% 수준이고, 임대료와 기타 경비는 10~20%선이다. 따라서 식재료를 제외한 인건비와 임대료 등 고정운영경비는 30%~50%선이 될 것이다.
궁극적으로 본사는 이러한 고정비율을 줄여주도록 설계를 해야 할 것이지만, 가맹점도 이에 대한 현금흐름을 비축해 놓는 것이 중요하다.

***총 매출액의 구성**





가맹점 오픈 시 권리금 문제

가맹점을 오픈하면서 가장 많이 들어가는 비용중의 하나가 바로 권리금의 문제다. 권리금이 없는 매장을 들어가면 좋지만, 대부분의 경우 권리금을 주게 된다. 문제는 권리금을 받는 전임차인은 수익신고를 하지 않으려고 하기 때문에 권리금을 주는 신규 가맹점이 비용처리를 받지 못하는 데 있다.
신규 가맹점이 권리금을 비용처리 못하게 되면 얼마나 손해를 볼까? 권리금을 1억원 정도 지급한 신규창업자는 감가상각으로 매년 2천만원씩 비용처리를 할 수 있다. 이때 가맹점의 소득구간에 따라 세율이 24%에 적용된다면, 약 2400만원의 소득세를 더 부담하게 된다.

그러나 권리금을 받은 구 임차인은 전체 권리금중 80%가 비용으로 인정된다. 즉, 1억을 받아도 8천만원은 비용으로 인정되므로 실제 세금부담은 크지 않다. 따라서 **신규 오픈하는 가맹점이 불이익을 받지 않도록 권리금 신고를 할 수 있도록 하여 주는 것이 바람직하다.**

전체적으로 가맹점의 오픈 시에는 특히 현금흐름의 체크가 매우 중요하다. 왜냐하면 창업자금이 부족하여 가족들에게 빌려오는 경우에는 증여의 문제가 생길 수 있기 때문이다. 세법에서는 창업을 지원해주기 위한 창업자금 증여제도를 통해서 5억까지 증여세를 내지 않는 절세방법 있다. 물론 일정 요건은 필요하다. 가맹점의 현금 흐름까지 관리해주는 가맹본사는 시장에서 더욱 신뢰를 얻어갈 것이다.KFA

즐거움을 주는 인테리어 컬러

- Orange Color
즐거운 식사 공간에 적합...

PROFILE

WRITE 김옥기 소장

퍼스널이미지브랜딩(PIB)연구소장
숭실경영대학원 퍼스널이미지경영 겸임교수
노루 홈데코레이터 (인테리어 컬러컨설팅)
일본 NPO 퍼스널컬러 인증강사

T 02-555-5025
W blog.naver.com/pibkok

요즘엔 전체적인 인테리어보다 컬러로 인테리어 한 부분을 통해 고객과 소통하고자 하는 고객사가 많이 늘고 있다.
브랜드 컬러 컨셉부터 매장 분위기까지 전체적인 메인컬러를 잡는 일은 그리 쉬운 작업이 아니다.
오너의 마인드와 고객층 타깃에 따라 컬러 컨셉이 정해지는데 컬러는 작은 차이의 배색에도 전혀 다른 이미지가 연출되기에 사전에 충분한 미팅이 필요하다.

얼마 전 컬러 컨설팅을 의뢰한 한 사장님의 이야기다. 1년 사이에 맛집으로 소문이 나면서 고객이 점점 늘고 있었지만, 시간이 흐를수록 가게에 앉아 식사를 하는 분들께 자꾸만 미안하다는 생각과 함께 사장님도 의욕이 떨어진다고 하셨다. 고객보다는 매장이 사장님의 마음에 들지 않는 게 문제였다. 그곳은 주조색이 검정과 회색의 인테리어였고, 포인트가 옐로우였다. 하지만 다른 색이 많이 들어가 산만한 느낌이 들었다.
컬러 컨설팅 후 사장님의 성향컬러가 고객중심의 오렌지와 그린성향 컬러였고, 고객층 또한 가족 단위의 고객층이 많음을 고려해 전면적인 컬러 수정 작업에 들어갔다. 업종의 특성과 고객층, 그리고 가장 오랜 시간을 계시는 사장님을 위한 메인컬러는 오렌지로 잡고, 베이지계열과 흰색계열의 배색을 조합하여 밝으면서도 즐거운 시간을 만들 수 있게 컬러 컨셉을 잡았다. 그 후 사장님은 자부심으로 표정도 한층 밝아지고 적극적이 됐다. 고객들께 서비스하는 시간이 무척 즐거워졌다는 것.
단순하게 보기 좋은 컬러 배색을 잡는 것 보다는 사장님의 성향, 주변 상권, 업종, 고객층에 따라 컬러를 사용하는 것은 매우 중요하다. 매상과 직결되기 때문이다.

오렌지는 즐겁게 식사 할 수 있는 공간에 좋으며, 화이트와 함께 연출하면 세련되고 현대적인 감각을 느낄 수 있다. 주의해야 하는 것은 채도가 높은 선명한 오렌지는 인테리어 전체색보다는 포인트로 사용하는 것이 좋다. 자칫 잘못하면 부담스러울 수 있기 때문이다. 모든 것은 과하면 독이 된다는 것을 잊지 말아야 한다. 그렇다면 이외에 오렌지가 어떤 심리적 의미를 지니고 있는지 살펴보자.

오렌지의 긍정성을 보자면 주변을 밝게 해주고 행복한 기분을 느낄 수 있게 하는 파장을 지니고 있다. 그 즐거움으로 헌신과 융통성을 가지고 주변과 소통하는 커뮤니케이션의 컬러며, 사려 깊고 분석적이므로 주변으로부터 신뢰받는 사람이라고 평가를 받을 수 있다.
오렌지는 레드와 옐로우가 결합된 컬러다. 이 두 컬러의 요소도 함께 지니고 있어 삶에 대한 열정과 인내심이 강해 어떤 일을 할 때 자신의 파워를 발휘해 성취감을 맛 볼 수 있는 파워 컬러다.
그러나 부정으로 끌릴 때에는 감정적 육체적으로 쇼크 상태라 겁에 질려있거나 지쳐서 자신밖에 모르는 욕심이 생길 때 끌리기 때문에 결정장애나 우유부단, 지나치게 의존적이 되어버리기도 한다. 이럴 땐 부주의 하고 경솔한 행동을 보이기 쉽다. 이럴 땐 보색인 블루계열 컬러파장으로 안정성을 높이는 것이 중요하다.
개인적으로 생활 속에서 오렌지 컬러를 쓸 때는 에너지가 딸린다고 생각 될 때나 지칠 때 혹은 일 때문에 지혜나 파워가 필요할 때, 오렌지 파장 주변에서 긍정요소로 가까이 해보자. 오렌지 소품도 좋고 아로마 향으로는 장이나 배앓이, 소화기능에 좋은 오렌지스윗 오일을 추천한다. 마음에 밝은 빛을 주고 자신감과 활력을 넣어서 올 여름 에너지 넘치게 생활할 수 있도록 도와줄 것이다.

오렌지는 긍정적인 에너지를 전달하기에 좋은 색이다. 그러기에 인간관계에서 소극적인 분들에게 사교적으로 접근 가능할 수 있도록 타이나 스카프 등 소품을 권유하기도 한다.
음식점에서 오렌지가 자주 쓰이는 이유는 신진대사를 활발하게 하여 소화기능에 좋기 때문이다. 식욕과 소화작용에 좋은 컬러로 스트레스로 인한 우울증이나 신경과민한 분들에게 추천드린다.KFA

김옥기 소장 **blog.**naver.com/pibkok

동북아의 허브 부산에서 만나는 프랜차이즈산업박람회

제40회 부산프랜차이즈산업박람회 6월 22~24일 부산 BEXCO 개최

REPORT **김종백** | PHOTO **김동하**

한국프랜차이즈산업협회 및 부산 · 울산 · 경남지회(이하 부울경지회 · 지회장 신영호)가 공동으로 주최 · 주관하는 제40회 부산프랜차이즈산업박람회가 6월 22일부터 24일까지 부산 BEXCO 제2전시장 4홀(A&B&C)에서 출격할 채비를 갖추고 있다. 제40회 부산프랜차이즈산업박람회는 깊은 역사와 국내 최대 규모를 자랑하는 대한민국 대표 프랜차이즈 박람회로 자리매김한 '프랜차이즈산업박람회'가 지난해 11월에 이어 다시 한 번 지방인 부산으로 무대를 옮겨 개최하는 자리다. 산업통상자원부, 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 특허청, 부산경제진흥원, KNN부산경남방송이 후원 예정이다. 박람회 부스는 100여개 업체, 140여개 브랜드, 214개 부스가 참여할 예정이다.

특히 이번 박람회는 다양한 먹거리로 유명한 부산 · 울산 · 경남 지역 프랜차이즈 업체들이 대거 참여해 업계는 물론 예비 창업자들 사이에서도 뜨거운 관심을 모으고 있다. 명실상부한 우리나라 제2의 도시 부산을 비롯해 같은 문화권인 울산과 경남 지역의 인구를 합하면 800만 명을 훌쩍 넘는 만큼 아직 수도권에 진출하지 못한 부울경 지역 고유의 먹거리들이 상당하다. 부산 지역 프랜차이즈 가맹본부는 270여개, 브랜드 수는 340여개에 육박한다. 이처럼 이번 박람회는 전국적인 다양한 프랜차이즈 트렌드 및 유망 창업 업종을 살펴볼 수 있는 자리가 될 것으로 기대되고 있다. 또한 프랜차이즈 창업 확대를 통해, 조선 · 해운업의 부진으로 어려움을 겪고 있는 부울경 지역의 경제 활성화와 일자리 창출에도 기여할 것으로 전망된다.

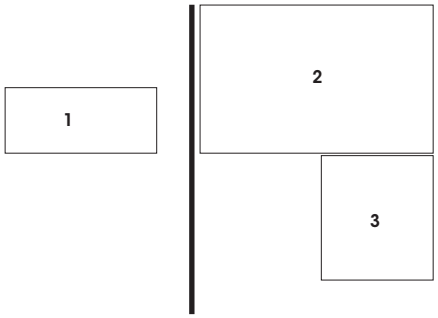
부울경지회는 경제 활성화 가맹본부의 소재지가 영남지역인 기업에 다양한 지원과 혜택을 제공할 예정이다.

여기에 이번 박람회에 참가하는 한국프랜차이즈산업협회 회원사는 ▲프랜차이즈본부 구축에 대한 노하우 공유 및 전문 교육 ▲정부지원사업 연계 ▲공동 마케팅 ▲공동 가맹점 관리 ▲공동 사업설명회 ▲해외진출 공동사업추진 ▲박람회 참석할인 ▲프랜차이즈 전문기업 노하우 교육 등 다양한 혜택을 받을 수 있다.

지난해 11월 처음으로 지방에서 열린 제38회 부산프랜차이즈산업박람회는 참여업체와 관람객들로부터 높은 점수를 받은 바 있다.

창업 관련 정보를 상대적으로 접하기 힘든 지방 예비 창업자들의 발길이 끊임없이 이어졌고, 타 지역 트렌드를 몸으로 접하기 힘든 프랜차이즈 가맹본부 실무자들에게는 단비와도 같았다는 평이다. 전시장 내 부스 곳곳에서는 상담하기 위한 예비 창업자들이 줄을 이었고 일부 브랜드에서 진행하는 이벤트가 순식간에 종료되기도 했다.

이에 다시 한 번 부산에서 개최되는 이번 박람회에 대한 관심도 뜨겁다. 수도권 및 타 지역을 주 무대로 하는 프랜차이즈 업체들과 많은 지역 프랜차이즈 업체들이 함께 참가해 지역별 한계를 뛰어 넘어 창업 정보와 사업 아이템을 수집할 수 있는 정보 교류의 장이 열릴 것으로 전망된다. 창업상담과 자금지원 안내, 법무 · 세무 · 변리 · 회계 등 무료 법률상담, 프랜차이즈 창업교육 및 컨퍼런스 등 예비 창업자들을 위한 과정도 마련된다.KFA



1 2016 제 38회 부산프랜차이즈산업박람회 개회식

2 38회 박람회 전시관 내부

3 부산광역시 해운대구 APEC로 부산전시컨밴션 센터BEXCO전시관 외관

한국프랜차이즈산업협회 제6기 KFCEO 10~13주차 과정

K-프랜차이즈 글로벌 리더의 요람

REPORT **김종백** | PHOTO **김동하**

10 WEEK

최영홍 회장 〈프랜차이즈 법률의 이해〉
박기영 회장 〈한국프랜차이즈산업협회의 미션과 올바른 프랜차이즈 산업의 길〉

5월 8일 10주차 교육과정이 100조 프랜차이즈 산업을 진두지휘하고 있는 한국프랜차이즈산업협회에서 진행됐다. 특히 이날 과정은 그간 주 교육장소로 활용돼 온 전국경제인연합회 컨퍼런스를 벗어나 프랜차이즈 산업의 총본산인 한국프랜차이즈산업협회에서 진행됨으로써 원우들과 협회의 친밀감을 높이고 원활한 소통을 도모, 그 의미를 더했다.
한국유통법학회 최영홍 회장은 프랜차이즈의 법적 기본 개념과 가맹사업법의 기초 및 관련 이슈를 폭넓게 다뤘다. 최영홍 회장은 특히 현 가맹사업법 및 개정안의 문제점, 가맹본부들이 새 환경을 맞아 취해야 할 대응책 등을 제시, 원우들의 뜨거운 관심을 얻었다.
한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장은 대내외적 위기에 처한 프랜차이즈 산업이 나아가야 할 방향과 협회 운영의 청사진을 제시했다. 특히 박기영 회장은 징벌적 손해배상제 등 규제 일변도의 정책으로 혼란스러운 현 상황에서 신뢰의 힘만이 이 상황을 타개할 수 있는 해결책이라며 기본으로 돌아가야 할 때라고 설명했다.

11 WEEK

서영수 대표 〈서영수의 돈이 되는 차 이야기〉
임춘성 교수 〈초연결시대와 멋진신세계 매개하라〉

5월 15일 한국프랜차이즈산업협회는 11주차 교육을 통해 프랜차이즈 산업인들이 다음 세대를 맞이하기 위한 채비에 대한 강연을 진행했다.
티월드 서영수 대표는 프랜차이즈 시장의 한 축으로 자리매김하고 있는 커피 아이템을 향후 차 산업이 대체할 수 있을 것으로 보고 차 산업에 대한 안목을 미리 키울 것을 주문했다. 그는 중국과 미국, 영국 등 역사적으로 차를 사랑한 국가에서 일어났던 다양한 에피소드를 재미있게 풀어내 집중도를 높이는 한편, 향후 차 산업의 성장 가능성에 주목하고 미리 시장을 선점해야 한다고 강조했다. 연세대 정보산업공학과 임춘성 교수는 "현재 이미 세계적 기업들이 아무것도 제조하지 않는 시대가 왔다"면서 "새로운 시대는 매개의 전성시대이며 생산과 소유가 아닌 연결과 통제가 새로운 패러다임이 될 것"이라고 예측했다.
그는 기본적으로 연결과 매개로 이루어지는 프랜차이즈 산업 역시 생산과 연결, 소유와 통제, 매개와 피매개에서 선택해야 하는 상황이 올 것이라고 덧붙였다.

최영홍 회장
박기영 회장

임춘성 교수
서영수 대표

12 WEEK

5월 22일 12주차 교육은 통해 빅데이터의 중요성, 음식의 역사, 미국 프랜차이즈 시장의 특성 등을 다루는 시간으로 꾸며졌다.

세종대 우종필 교수는 이미 실생활에 깊게 파고든 빅데이터 전략의 종류를 소개하고 실제 적용된 사례를 설명했다. 우 교수는 "브렉시트, 역대 미국 대선 결과는 물론 올해 대한민국 대선 결과까지 빅데이터 분석을 통해 예측이 가능했다"고 설명하고 원우들과 체험하는 시간을 가져 큰 호응을 얻기도 했다.

세종대 홍익희 교수는 인류의 역사와 함께 해 온 음식의 역사를 흥미롭게 풀어냈다. 그는 "조리법의 발전, 농업혁명, 먹거리 확보를 위한 전쟁 등 음식의 역사는 인류의 역사와 밀접하게 맞닿아 있다"면서 밀과 보리 등 일상 생활에 자연스럽게 녹아 있는 많은 식품들에 얽힌 역사적 스토리를 소개했다.

요거트랜드 존 칼슨 부사장은 100년 역사를 자랑하는 미국의 프랜차이즈 시장에서 우리나라 프랜차이즈 산업이 배워야 할 점을 전했다. 존 칼슨 부사장은 특히 가맹점 사업자들과 가맹본부의 신뢰가 중요하다고 강조했다. 그는 "아주 중요한 것은 양 쪽에서 믿음의 관계가 성립되지 않을 경우 가맹점 사업자들이 자리잡는 것이 매우 힘들어지기 마련"이라면서 "가맹본부와 가맹점 사업자들은 서로에게 최대한 솔직하게 접근해야 한다"고 강조했다.

우종필 교수 〈4차 산업혁명과 빅데이터〉
홍익희 교수 〈세상을 바꾼 음식 이야기〉
존 칼슨 부사장 〈존 칼슨의 프랜차이즈 이야기〉

13 WEEK

6기 KFCEO 교육과정 태국 해외 워크숍

6기 KFCEO 13주차 교육은 5월 25일부터 29일까지 태국 현지 워크숍으로 진행됐다. 30여년 전부터 해외 프랜차이즈를 받아들이기 시작한 태국 프랜차이즈 산업은 500여개 업체가 9만여개 매장을 운영하고 있고 시장 규모가 80억 달러에 육박한다. 6기 원우들 등 34명은 세계적인 관광대국이자 프랜차이즈의 천국으로 불리는 인구 7천여 만명의 태국을 방문해 현지 진출 관련 정보를 직접 체득함으로써 해외 진출 역량을 강화하는 한편 원우들 간의 결속력을 다졌다.

원우들은 수도 방콕에서 태국 현지 법무법인 대표의 특별 강연을 통해 태국 현지 프랜차이즈 관련 법률적 이슈를 익히고 태국 대표 토종 프랜차이즈 업체인 MK 레스토랑을 탐방했다. 또한 지난 2010년 태국 방콕에 진출한 탐앤탐스의 파타야 매장을 방문하고 번화가를 돌아보며 현지 프랜차이즈 현황을 둘러보는 시간을 가졌다.KFA

프랜차이즈전문 강사 모집,
협회 교육 우선 선임

마케팅, 슈퍼바이저, 해외진출 등 프랜차이즈 전문가 공.개.모.집

한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈산업 발전을 위해서는 전문인력 양성이 시급하다고 보고 이를 담당할 '프랜차이즈 전문강사'를 공개모집한다.

협회는 가맹사업진흥법의 교육기관 지정과 관련해 지난 4월 산업통상자원부로부터 '가맹사업 교육.연수 및 전문인력 양성 위탁업무 수행기관'으로 지정받음에 따라(관보. 제2017-49호) 체계적인 교육시스템 구축을 위해 '프랜차이즈 전임강사제'를 도입하기로 했다.
이를 위해 협회는 마케팅, 상권분석, 세무, 해외진출, 슈퍼바이저, CS, 인테리어 등 프랜차이즈산업에 필요한 분야별 전문가들을 공개 모집, '프랜차이즈 전문강사'를 선발할 예정이다.

선발된 '전문강사'는 협회장 명의의 위촉장을 받은 뒤 협회가 실시하는 각종 교육사업에 우선적으로 강사로 선임되며 '한국프랜차이즈산업협회 전임 강사'명칭을 대내외적으로 사용할 수 있게 된다. 또 협회와 함께 교육내용, 방법 등을 사전 설계하여 전문화, 체계화된 교육프로그램을 개발하는 등 협회가 추진하는 각종 교육사업에 적극 참여하게 된다.
또 협회는 홈페이지에 선발된 전임강사 프로필을 게재하고 교육내용을 평가,우수 강사를 선발하여 표창하고 협회자문위원으로도 위촉할 예정이다.
여인국 협회상근부회장은 "'전문강사제'를 도입하여 전문성과 사명감을 갖춘 우수한 전문 강사들을 발굴해, 협회 교육의 신뢰도를 높이고 교육과정을 효과적으로 운영할 계획이다"고 밝혔다.
'프랜차이즈 전문강사'모집은 협회 홈페이지www.ikfa.or.kr를 통해 신청서를 접수하거나 협회 자문위원등 전문가들의 추천방식 등으로 진행된다. 그밖에 KFCEO 과정에 참여할 전문강사도 접수할 수 있다.

2017 KFA 전임강사 공개모집

공모개요

사 업 명	2017년 KFA 전임강사 공모
주최 · 주관	한국프랜차이즈산업협회
모집분야	프랜차이즈 관련 기획, 마케팅, 온라인마케팅, 법률, 브랜딩, 사업계획, 상권분석, 세무, 슈퍼바이저, 영업, 인테리어, 해외진출, 협상, CS, MFB 등 * 신규분야 제안가능
지원방법	한국프랜차이즈산업협회 홈페이지 (www.ikfa.or.kr) 공지사항 참조 * 위촉대상자 개별 고지

전임강사 혜택

- 협회장명의 위촉장 수여 및 확인서 발급
- 협회 교육 전임강사 우선 선임
- 협회 홈페이지 전임강사 프로필 게재
- 협회 교육장이용료 20% 할인 및 장비사용료 무료
- 우수 강사 표창 및 연속 수상 시 자문위원 후보 등록

신청서류

- 전임강사등록신청서 및 개인정보수집이용제공동의서
- 학위증명서, 경력증명서, 강의경력증명서, 재직증명서, 자격증사본, 사업자 등록증 등 기타 제출희망 자료

※ 문의 : 교육팀 박혜진 팀장 070-7919-4145

한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

협회 소식 REPORT 김종백

한국프랜차이즈산업협회 사회봉사委, 강남드림빌 후원 및 봉사활동

27차 '함께하면 행복합니다'…저녁 배식 및 후원금 · 후원품 전달

한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회(위원장 김익수)가 27차 '함께하면 행복합니다' 봉사활동을 벌였다.

5월 23일 한국프랜차이즈산업협회 임직원과 사회봉사단원들은 서울 강남구 강남드림빌을 찾아 80여명의 아이들에게 저녁 식사를 배식하고 후원금 및 후원품을 전달했다. 이날 봉사활동에는 한국프랜차이즈산업협회 여인국 상근부회장을 비롯한 임직원들과 사회봉사위원회 김익수 위원장 및 오종환 부위원장 등 사회봉사단들이 참여해 봉사 활동을 진행했다. 또한 후원금 전달(채선당)과 함께 쿠키(토프레소), 죽(본죽), 양말(못된고양이), 미니파운드 케이크 및 주스류(커피베이), 에그타르트(셀렉토커피), 휴지류(좋은나라), 피자(피자마루), 김밥(바푸리김밥), 탄산음료(보헤미안스파클링워터), 치킨(60계치킨), 색칠공부세트 및 수건(대한결핵협회) 등도 제공했다.

서울아산병원-한국프랜차이즈산업협회 건강검진 협약 체결

협회 회원사 CEO 및 임직원들에게 다양한 혜택 제공

한국프랜차이즈산업협회가 회원사들의 건강 증진과 보건 복지 향상을 위해 서울아산병원과 손을 잡았다. 5월 25일 한국프랜차이즈산업협회는 서울아산병원과 '한국프랜차이즈산업협회-서울아산병원 건강검진 제휴 협약식'을 열었다. 이날 협약식에는 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장과 이규석 수석부회장, 송영예 수석부회장, 이영존 부회장, 최종성 미래창조분과위원장, 여인국 상근부회장 등 협회 측 관계자와 서울아산병원 건강검진센터 최재원 소장 등 아산병원 측 관계자가 참석해 협력 의지를 다졌다. 박기영 회장은 "대한민국 최고의 병원인 서울아산병원과 우리 협회가 협약을 체결하게 돼 매우 기쁘다"면서 "이번 협약을 계기로 회원사들의 건강 증진은 물론이고 의료 상식 수준도 더욱 업그레이드될 수 있을 것"이라고 화답했다.

한국프랜차이즈산업협회 여성분과委 정기 모임

클래식 3D 뮤직 아트쇼 '비발디아노-거울의 도시' 관람

한국프랜차이즈산업협회 여성분과위원회(위원장 장순옥)가 5월 정기 모임을 맞아 클래식 미디어아트 콘서트 〈비발디아노-거울의 도시〉를 관람하고 친목을 다졌다. 5월 12일 한국프랜차이즈산업협회 여성분과위원회는 서울 종로구 세종문화회관에서 클래식과 미디어아트의 환상적인 만남으로 전세계를 사로잡은 〈비발디아노-거울의 도시〉를 함께 관람하는 문화 행사를 진행했다. 이번 모임에는 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장과 여성분과위원회 장순옥 위원장, 콘서트를 주최 · 주관한 ㈜에스와이코마드 강선영 대표 등이 참석해 자리를 빛냈다. 〈비발디아노-거울의 도시〉는 세종문화회관 대극장에서 아시아 최초로 공연됐으며, 한국인이 가장 사랑하는 클래식 합주곡인 비발디의 '사계'를 중심으로 한 클래식 연주에 3D미디어아트, 현대 무용 등을 결합한 신개념 융복합 공연이다.

한국프랜차이즈산업협회 골프 월례회

렉스필드C.C서 50여명 참석…태종에프디 구성회 대표 우승

5월 3일 한국프랜차이즈산업협회 산하 골프회(회장 조동민)가 회원들과 함께 경기도 여주시 렉스필드C.C에서 5월 정기 골프 월례회를 진행했다. 이 자리에는 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장과 조동민 명예회장을 비롯, 50여명에 달하는 협회 분과 위원회 임원단과 골프회 회원들, 내외 귀빈들이 참석해 화창한 날씨를 만끽하며 서로 소통을 나눴다. 이번 월례회에서는 태종에프디 구성회 대표가 우승을 차지하는 기쁨을 누렸다. 채선당 김익수 대표가 메달리스트 상을 수상한 가운데 롱기스트에 여성 부문 치어유니폼 임화선 대표, 남성 부문 두영종합식품 류호범 대표, 니어리스트에 태풍에프앤비 김태환 대표가 선정됐다. 행운상은 세무법인 석성 조용근 회장이, 이글상은 한국프랜차이즈산업신문 이진창 사장이 수상했다.

한국프랜차이즈산업협회 미래창조委 정기 월례회

코미디언 조혜련 씨 특별 강연 통해 역량 강화 및 친목 도모

한국프랜차이즈산업협회 미래창조분과위원회(위원장 최종성)가 5월 정기 월례회를 통해 CEO들간의 역량 강화를 꾀하고 친목을 다졌다.

5월 25일 한국프랜차이즈산업협회는 협회 창조실에서 '2017년도 미래창조분과위원회 정기 월례 행사'를 진행했다. 이날 월례회에는 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장과 미래창조분과위원회 최종성 위원장을 비롯, 30여명의 청년 CEO들이 참석해 자리를 빛냈다. 특별 초청 강사로는 코미디언 조혜련 씨가 나서 새로운 도전을 두려워 하지 않았던 자신의 인생 스토리를 바탕으로 CEO들에게 삶을 대하는 자세에 대한 화두를 던졌다. 특히 조혜련 씨는 국내 톱 코미디언답게 강연 내내 재치있는 입담과 청중을 휘어잡는 카리스마로 큰 호응을 얻었다.

협회 산악회, 소백산에서 정기산행

죽령에서 연화봉, 희방사까지…풍성하고 뜻 깊은 모임 가져

5월 20일 한국프랜차이즈산업협회 산악회(회장 정인기, 대장 여선구, 총무 김남철)가 5월 정기산행으로 토요일 소백산 산행을 가졌다. 이번 산행은 죽령에서 연화봉 그리고 희방사까지 총 4시간 30분이 소요되는 코스로 희방계곡과 희방사를 트래킹하며 풍기온천과 인삼체험도 함께 진행했다. 계절의 여왕이라 불리는 5월의 산행인 만큼 많은 회원들의 참여가 이뤄져 더욱 풍성하고 뜻 깊은 모임으로 진행됐다. 소백산은 예로부터 신성시되어온 산으로 삼국시대에는 신라 · 백제 · 고구려 3국의 국경을 이루어 수많은 역사적 애환과 문화유산을 지니고 있으며, 부석사를 비롯한 수많은 문화유산들이 산재하고 있다.

제32기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 입학식

5월 27일~7월 29일 10주간 일정 '첫 발'

한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 주관하는 '제32기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정'이 5월 27일 입학식을 갖고 힘찬 출발을 알렸다. 이번 입학식에는 한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무총장, 프랜차이즈산업연구원 강준현 부원장 등 내외 귀빈과 프랜차이즈 가맹본부 실무자 및 임원들, 슈퍼바이저로서의 새로운 도약을 다짐한 32기 원우들이 참여해 자리를 빛냈다. 32기 과정은 7월 29일까지 10주간의 일정으로 진행된다. 또한 수료생들은 슈퍼바이저 자격증 시험 응시 자격을 부여받는 한편 한국프랜차이즈산업협회장 명의의 수료증을 수여받게 된다.

지회 소식 REPORT 도정은

대구경북지회 소식

지회장 : 이재백

2017년 상반기 선진기업탐방 연수

10일 '가마로강정'과 '사바사바치킨'의 가맹본사인 ㈜마세다린(대표 정태환)을 방문해 CEO 간담회 및 특강을 갖고 하남스타필드 내 외식문화 트렌드를 탐방했다.

5월 정기봉사활동

23일 피자빙고 상인점에서 가정의 달을 기념하여 아이들과 미니액자 만들기 및 피자 시식회 봉사활동을 가졌다. 이날 행사는 여성분과위원회 위원장인 ㈜미식주 이경숙 대표와 간사인 더기진국밥 김창숙 대표가 진행했으며, 장소 및 음식협찬은 대구경북지회장인 ㈜신성마을 이재백 대표가 맡았다.

제14기 프랜차이즈사관학교 SNS홍보마케팅과정 수료식

11일 매주 목요일 진행됐던 교육과정을 성공리에 마치는 수료식을 국제평생교육원에서 개최했다.

FC사관학교 일본 후쿠오카 외식산업 연수

15일부터 18일까지 나흘간 일본 후쿠오카를 방문해 일본 외식 프랜차이즈산업의 현황 및 트렌드를 살펴보고 서일본 식품산업 창업전을 참관했다. 일본 외식전문 컨설턴트의 특강을 진행, 글로벌 진출을 계획하는 한국 프랜차이즈 가맹본사들에게 의미 있는 시간을 가졌다.

대구경북광고산업협회 업무협약식

22일 동심각 한정식에서 대구경북광고산업협회와 업무협약을 맺고 앞으로 두 협회 간 상호 발전과 사업 운영에 있어 더욱 발전적인 협력을 다짐했다.

부산울산경남지회 소식

지회장 : 신영호

FC 영업전략 교육

5월 23일 부산울산경남지회에서
프랜차이즈 출점전략을 주제로 세미나 운영 전략과
사업설명회를 진행했다.

회원사 직원 교육

5월 23일 회원사 직원들을 대상으로 FC영업전략 강사를
초청해 슈퍼바이저를 위한 영업전략 이용에 관한
교육을 진행했다.

등산회 모임

4월 23일 등산위원회(회장 정재광)가
금정산 산행을 하며 정기 등산 모임을 가졌다.

골프회 모임

5월 11일 골프위원회(회장 조희곤)가 베이사이드CC에서
정기 골프 모임을 가졌다.

한국프랜차이즈산업협회

신규 · 협력회원 현황

2017 05

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	신청일
정회원	㈜크리니트	크리니트	도소매업	오훈	2017.05.24
	㈜7번가사람들	7번가피자	제조업	양명덕	2017.05.24
협력회원	브랜드뉴스룸	브랜드뉴스룸	서비스업	전우진	2017.04.24

한국프랜차이즈산업협회

6월~7월 교육 일정 안내

2017 06

교 육 명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 가맹본부 핵심전략		
기 간	6월 14일(수)~15일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자, 경영지원 부서장, 운영총괄 부서장, 부분별 부서장

목 적 : 프랜차이즈 산업의 연도별 사업계획을 체계적으로 확립하고 가맹사업의 실적과 원인 및 문제점을 파악하여 프랜차이즈 사업 전략 방향과 방침을 수립할 수 있도록 지향하고자 함.

혜 택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
※교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

2017 06

교 육 명	[국가인적자원개발 컨소시엄] MFB 협상 전문가 양성		
기 간	6월 28일(수)~29일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자. 해외진출 관련 업무수행 또는 수행예정자

목 적 : Master Franchise Business 협상 실무에 대한 이해 및 현업에 적용 가능한 학습을 운영하며, 이해관계에 따라 발생하는 갈등에 대한 비즈니스 측면의 관리를 대응할 수 있도록 하고자 함

혜 택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
※교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

2017 07

교 육 명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 가맹본부 서비스 마스터		
기 간	7월 5일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자, 사내강사, 가맹점 관리자 등
목 적 : 우수한 서비스 교육을 통해 기업의 서비스를 향상시키고 곧, 가맹점의 서비스로 이어질 수 있도록 제고하고자 함.
혜 택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
※교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

2017 07

교 육 명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 가맹본부 브랜드 개발전략		
기 간	7월 11일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 부산지회
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자, 기획부, R&D, 구매부, 운영관리
목 적 : 프랜차이즈 가맹본부의 브랜드 정체성을 이해하고 차별적 브랜딩 전략과 기획을 수립하며 브랜드의 시각적 경쟁력을 향상시킬 수 있도록 도모하고자 함.
혜 택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
※교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

2017 07

교 육 명	김영갑 교수와 함께하는 '상권분석 중급 실무과정'		
기 간	7월 18일(화)~19일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	회원사(30만원) / 비회원사(55만원)

교육대상 : 프랜차이즈 본부장 및 점포개발자, 예비창업희망자, 상가컨설턴트 취업희망자, 입지상권 분석가, 부동산학 전공 대학생 및 대학원생, 건설사, 은행, 증권, 보험사 실무자 부동산 커뮤니티 회원 등
목 적 : 프랜차이즈 본부와 가맹점의 상생을 위한 점표개발 및 점포 경영, 점포 마케팅을 위한 능력을 중급수준으로 키우고자 함.
혜 택 : ※교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

회원사 혜택 / 회원가입 신청서

한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 산업발전과 회원의 권익 향상을 위해 설립되었으며
이를 위한 각종 사업을 진행하고 있습니다.
· WFC(세계프랜차이즈이사회) 정회원 · APFC(아시아태평양프랜차이즈이사회) 정회원사입니다.

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! **프랜차이즈 산업인의 권익 대변** 한국프랜차이즈산업협회에 가입된 모든 회원사는 가맹사업진흥법과 가맹사업법으로부터 철저한 보호를 받을 수 있습니다	성공 창업의 요람! **프랜차이즈산업박람회 참가** 국내 최대 규모 프랜차이즈산업박람회! 부스 참가 시 10%의 할인 혜택을 드립니다.
해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! **산업시찰 및 해외진출 지원** 프랜차이즈 가맹본부의 글로벌한 영업 확장을 위해 해외 진출 사업을 통한 다각적인 지원을 도와드립니다.	프랜차이즈 전문가를 향한 **프랜차이즈 실무교육** 가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육, 프랜차이즈지도사, 슈퍼바이저 전문가, 외식경영관리사, 맥세스 실무형 과정 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다
가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 **법률·세무·자문 및 정책 정보제공** 피해 및 분쟁 발생 시, 또는 법률 · 세무 자문과 정책 정보가 필요한 회원사에게 변호사, 회계사, 세무사 등 자문위원과의 상담 기회를 제공합니다.	최고경영자(CEO)대상 **윤리준수교육 프로그램** 프랜차이즈 산업의 위상을 높이고 최고경영자(CEO) 수준을 향상시키는 것은 물론 글로벌시대에 맞는 윤리경영의식을 함양시켜 드립니다.
학사 및 석사 **장학금등 학위 과정 혜택** 협회인재육성장학, 가천대 글로벌프랜차이즈학 석사학위과정 장학금혜택, 세종대 FC MBA과정, 서경대 · 신흥대 직장인 학사과정, 기타 최고위 과정(연세대 FCEO 과정 추천) 등의 등록 혜택을 받을 수 있습니다.	CEO포럼, 법률 세미나 등 **포럼·세미나·컨벤션 행사 참가** 정기 프랜차이즈 전망세미나, 프랜차이즈 법률 심포지엄, 성공창업전략 세미나, 프랜차이즈 해외진출 세미나 등 다양하고 알찬 행사에 참가할 수 있습니다
새로운 홍보 플랫폼 **홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보** 프랜차이즈의 미래를 위한 희망의 전파! 각종 회원사 홍보, 인터뷰 및 행사 정보를 협회 홈페이지 및 각종 매체와 공유 할 수 있습니다.	300명 수용 가능한 **교육장 임대** 사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는 협회 교육장을 20% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다 · 4시간 이상 기준
각종 규제 개선 건의 **대정부 정책 건의** 가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등 법안 제정 및 개정에 적극 참여할 수 있습니다.	프랜차이즈산업협회 지정업체 **B2B 사업 혜택** 프랜차이즈협회의 지정 업체인 사무용품, 꽃배달서비스, 배달앱, 복지몰 등에서 각종 서비스를 저렴하게 이용할 수 있습니다.
프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 **친목 프로그램 참가** 임원사 정기 골프회, 정회원 · 협력회원을 위한 산악회, 체육대회, 송년회, 봉사활동 등 따뜻한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다	프랜차이즈산업협회 가맹점주를 위한 **국민은행, 외환은행 대출서비스 혜택** 협회 회원사 대상 전용 대출 상품을 제공합니다. (최저금리 연 3.5% 16. 08.08일자 신용1등급 기준) * 개인 신용 등급에 따라 차이 발생

☎ **회원가입 관련문의:** Tel. 02)3471-8135~8, 070-7919-4155(직통)
※ **KFA 홈페이지:** http://www.ikfa.or.kr / **주소:** 서울특별시 서초구 서초대로 248(서초동, 월헌빌딩 2F, B1)

신 청 인 정 보

☐ 정회원 ☐ 협력회원

사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전화번호	
	브랜드명		휴대전화 (대표자)	
	대표자명		팩 스	
	대표자 (주민등록번호)		이메일 (대표자)	
회사주소				
홈페이지			업 종	
담당직원	이름 :	Tel :	가입경로	☐ 홈페이지 ☐ 추천인( ) ☐ 기타( )
계좌정보	☐ 개인 / ☐ 법인통장		출금일자	매월 ☐ 5일 / ☐ 14일 / ☐ 28일
회사명			계좌번호	
대표자명			주민등록번호 (사업자등록번호)	
월납입액	금 원 (₩)		협회계좌번호	국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주: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 예금 잔액(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 결정되며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 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 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.

모든 약관동의 (☐ 동 의 / ☐ 미 동 의)

[관련문의] Tel)070-7919-4155 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서
[협회연락처] Tel)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)hm@ikfa.or.kr 주소)서울시 서초구 서초대로 248(월헌빌딩 2층) 우)06647

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

신청일자 201 년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 : (인)

Global Medical Complex 서울아산병원

세계의학의 리더로서 Global Standard를 실현해 나갑니다.

서울아산병원은 현대그룹 설립자인 아산 정주영회장이 1989년 6월 '우리사회의 가장 불우한 이웃을 돕는다'는 설립이념 아래 건립되어 끊임없는 연구개발과 임상진료에 대한 아낌없는 투자로 세계적 수준의 의료성과를 달성해 왔습니다. 최고의 의료수준과 첨단 의료장비를 갖추고 선진외국의 의료와 어깨를 나란히 하면서 우리나라의 의료발전을 이끌고 있습니다.

- 1일 평균 외래환자 11,000여명
- 연간 고난도 수술 58,000여건 시행
- 장기이식수술 국내 최대 시행, 간이식 세계 최고 수준
- 한국에서 암 수술 가장 많이 하는 병원
- 최근 5년간 5대 암 수술 가장 많이 한 병원
- 주요 30대 질환 수술 최대 시행

- 한국에서 가장 존경받는 병원 : 한국능률협회컨설팅
- 고객이 가장 추천하는 병원 1위 : 한국능률협회컨설팅
- 의료기관평가 최상위 병원 선정 : 보건복지부
- 종합병원 부문 해외환자유치 대상 : 보건복지부
- 메디컬코리아 대상 : 한국경제신문
- 글로벌고객만족도(GCSI) 1위 : 일본능률협회컨설팅

명품건강검진의 글로벌 리더 서울아산병원 건강증진센터

서울아산병원 건강증진센터는 최고의 의료진과 최적의 의료서비스를 갖춘 글로벌 리더로서 프리미엄 건강검진 및 암 조기진단 시스템 등 건강검진의 발전을 선도하며 명실상부 국내 최고수준의 건강검진센터로써 명성을 얻고 있습니다.

서울아산병원 건강증진센터가 대한민국 No.1인 이유!

- 연 500여명 암 진단, 조기 암 발견율 세계 최고를 자랑합니다.
- '머리부터 발끝'까지 맞춤형 건강검진으로 고객의 건강을 책임집니다.
- 건강검진에서 외래진료까지 One-Stop Service를 제공합니다.
- 국내유일 건강검진센터 전용 프리미엄 병동을 운영합니다.

서울아산병원 건강증진센터
Asan Medical Center Health Screening & Promotion Center

서울특별시 송파구 올림픽로 43길 88 서울아산병원 신관 4층 건강증진센터
Tel. 02-3010-5000 Fax.02-3010-7022 Homepage. http://health.amc.seoul.kr

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 2층X구 : 서울시 서초구 서초동 1553-1)
TEL.02.3471.8135~8 FAX.02.3471.8139
www.ikfa.or.kr

한국 프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

13명의 산 · 학 · 연 전문가들이 집필한
프랜차이즈 최초의 역사교과서가 탄생했습니다

한국프랜차이즈산업의 40년!
KFA창립 20년의 역사!

한국프랜차이즈산업의 과거와 현재를 총망라한

프랜차이즈 바이블

대학교 경영학과 필독서! 프랜차이즈 가맹본사 필독서!
프랜차이즈 창업자의 필독서! 프랜차이즈 산업인의 필독서!

부록 – 프랜차이즈 관련법
– 2016년 12월 현재, KFA 회원사 정보 수록

한시적으로 회원사 특가로 제공합니다

₩150,000 → ₩100,000

●**편찬위원장** – 연세대학교 교수(오세조), ●**위원 – 학계:**중앙대학교 교수(강병오), 숭실대학교 교수(박주영), 고려대학교 교수 (최영홍),
●**위원 – 산업계:** 체인정보 대표(박원휴), 맥세스컨설팅 대표(서민교), 비즈니스유엔 원장(이형석),
●**연구소(원) –** 창업전략연구소 소장(이경희), 창영경영연구소 소장(이상헌), 프랜차이즈산업연구원 원장(장재남)
●**법률감수 –** 법무법인 한림 김종무 변호사, 법무법인 혜 조은혜 변호사 ●**PM –** 푸드미디어그룹 김병조 대표

구입문의 KFA 여혜민 팀장(070–7919–4155) / **단체구입환영**

신뢰의 가치로 성장을 나누겠습니다!

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