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

프랜차이즈월드 2017 NOVEMBER - Vol.27 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자…수출 상담회서 1천만 달러 성과 Korea Franchise Association

프랜차이즈월드

Franchise WORLD

2017 NOVEMBER - Vol.27

Cover Story

협회 자정실천안 **자율규제**로 거듭난다

Theme Information
"**유통기업**도 이제 **IT기업**이라 생각하라"

Guide Post
다점포율로 보는 내년 **프랜차이즈 유망 업종은**

People & Company
스시노백쉐프 이정훈 대표
월남쌈김상사 임장미 대표
연두커피인터내셔날 여선구 대표
송림특수제지 임서현 대표

www.franchiseworld.kr
ISSN 2586-0658 10,000원

KFA Korea Franchise Association 신뢰의 가치로 상생을 실천하다

프랜차이즈 가맹본부를 위한 특가 홍보 패키지

반값할인 날개를 달다

제공 서비스	홍보 내용	단가	추가 서비스
보도자료	언론 홍보 1회(N포털 노출)	25만원	
페이스북 / 인스타그램	페이스북 / 인스타그램 광고 2만 도달 보장 (컨텐츠 기획, 제작 / 링크광고, 슬라이드 광고 중 택1)	40만원	3개월 이상 패키지 서비스 1) 30초 이미지 모션 영상 무료 제작 2) 창업도 메인 배너 1개월 무료 서비스(PC & M)
창업도 배너광고	창업 플랫폼 '창업도' 업종별 카테고리 배너(1개월) (창업도 : 누적 조회수 100만건 / 주간 평균 조회수 1만건)	50만원	
프랜차이즈신문 배너광고	프랜차이즈 관련 신문 메인 배너(1개월)	50만원	홈페이지 제작시 호스팅, 도메인 1년 무료
프랜차이즈신문 보도자료	프랜차이즈 관련 신문 기사 1회	15만원	
	정상가 180만원		

프랜차이즈 가맹본부만을 위한 특가 제안 ~~180만원~~ → **90만원(50% 할인)**

한정 수량 프랜차이즈 홍보 패키지 상품으로 조기 마감될 수 있습니다.

- 부가세별도

문의. 02.865.3658

mail : focus@focuskorea.com

서울특별시 서초구 서초대로42길 51 마노빌딩 6층

www.fcad.co.kr

FC AD 에프씨애드

에프씨애드는 2017년 프랜차이즈산업박람회 공식 홍보대행사로 전년대비 2배 이상의 홍보효과를 올린 프랜차이즈 전문 홍보 대행사입니다.

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

foodtech
(주)푸드테크

배달 프랜차이즈를 위한
"배달앱 1등 POS"를 아십니까?

배달의민족, 요기요, 네이버, 카카오 배달주문이
그대로 POS에 쓰윽!

배달의민족 | 요기요 | NAVER | kakao

DUBAKI CALL 두바퀴콜 | MESH KOREA | barogo | (주)제트콜 Internet Total Solution

실시간 연동하는 국내유일의 배달POS!

BBQ, 교촌, BHC, 굽네, 네네치킨, 피자알볼로등
한국 최고의 배달 프랜차이즈들이 모두 쓰고 있습니다!

www.foodtechkorea.com

늦기 전에 전화하세요! 1600-0096

Korea Franchise Business Awards 2016 대상 KFA 한국프랜차이즈대상

No.1 FRESH COFFEE ToPresso

기존 가맹점 추천율 '88.4%' (14년간 분쟁 건수 '0'건)

100개의 가맹점 확장보다 더 중요한 것은 1개의 가맹점 성공을 위해 최선을 다하는 것이며 내 가족이 운영한다는 생각으로 매장이 더 잘 될 수 있도록 돕는 것이 저희의 핵심 역할이라 생각합니다.

최선의 자세로 고객에게 양질의 메뉴와 공간을 제공하고,
가맹점주에게는 안정적인 수입을 보장하기 위해 오늘도 우리는 고민하며 변화하고 있습니다.

본사의 체계적이고 안정적인 매장관리

개설 지원팀	커피 팩토리 운영팀	물류 지원팀	경영 지원팀	메뉴 개발팀	운영 지원팀	교육 지원팀	마케팅 지원팀	디자인 지원팀	인테리어 지원팀
개설 지원실	물류 지원실		경영 지원실	운영 지원실			디자인 기획실		

전체 인원의 40%

함께하고 싶은 토프레소의 5가지 경쟁력

01 경쟁력 — 자체 로스팅을 통한 신선한 원두 공급
당일배전,당일발송 원칙으로 7일이내 신선한 커피 판매

02 경쟁력 — 전임제도를 통한 안정적인 매장관리
편리한 운영 가능, 지속적인 매장 점검 및 운영 지원

03 경쟁력 — 안정적인 매출
매장 안정화 프로그램 진행, 개별상권 맞춤형, MD, 시즌 마케팅 지원

04 경쟁력 — 고객을 매장으로 다시 이끄는 시그니처 메뉴 개발
꿀 라떼 시리즈 / 딸기 듬뿍 파르페 / 그린 티 애플 사이더

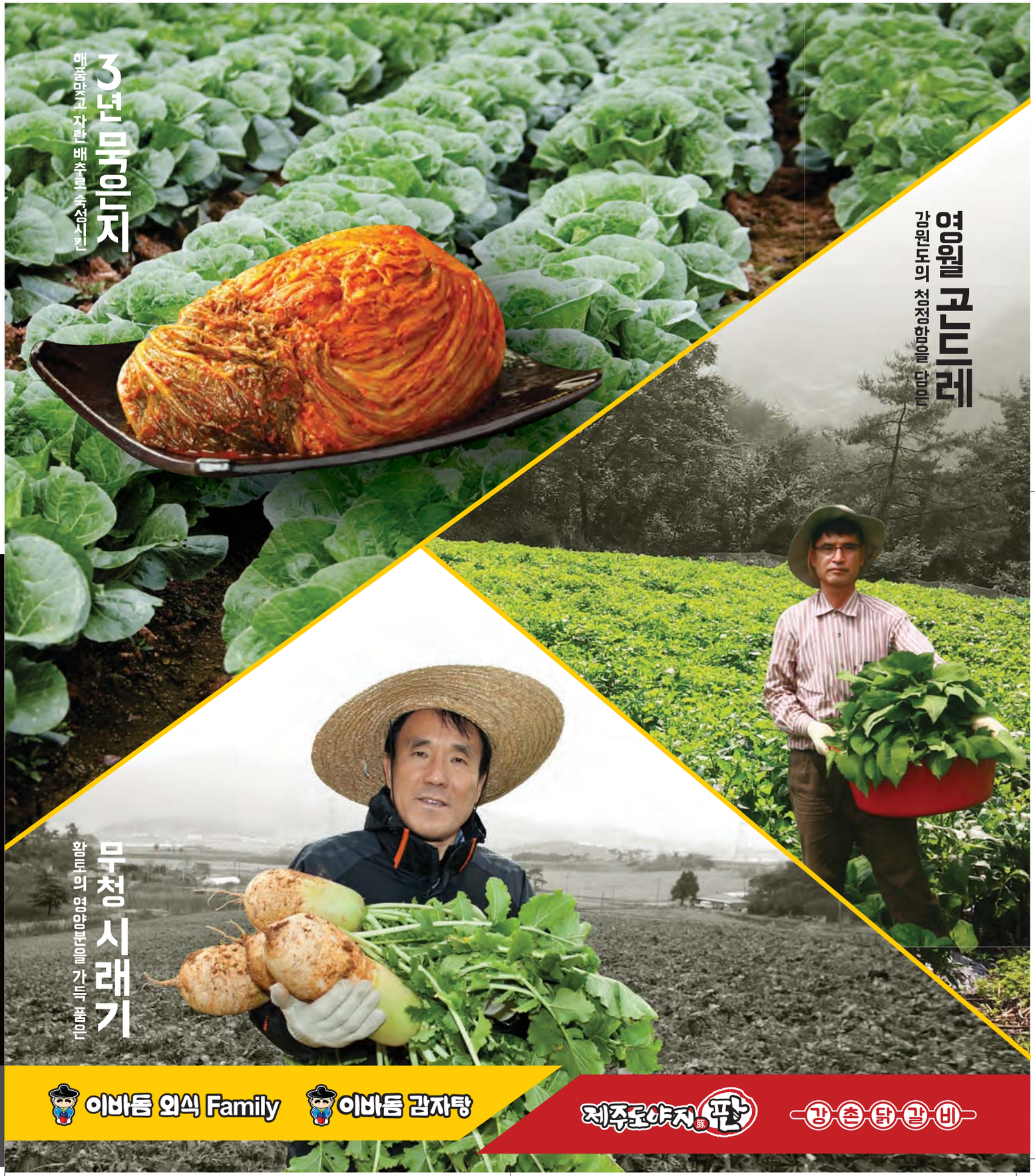
05 경쟁력 — 차별화된 인테리어
안정적이고 편안한 느낌의 모던 빈티지 스타일

창업 및 상담문의 | 02.565.3211

www.topresso.com

백년이 지나도 변하지 않는 **세월의 깊은 맛**은 **우리땅**에서

정성들여 키운 **건강식재료** 덕분입니다.



하파 바른먹거리
웰빙 외식 프랜차이즈와 함께합니다.

바른먹거리 양파
바른먹거리 자색고구마
저당, 저염 방식으로
국내에서 제조된 건강한 곡물과자

웰빙 외식 프랜차이즈
맞춤형 샵인샵 솔루션
설치만 해도 부가 수익이 쑥!!쑥!!

아직 매대 설치 안 하셨어요?

요즘 외식 프랜차이즈 시장은 "하파 샵인샵 솔루션"이 대세!!

외식 프랜차이즈 시장의 새로운 트렌드 - 하파 샵인샵 솔루션

HAPA
주식회사 하파

각종 사무용품/소모비품/생필품/라면/식품/음료 등 최고 75% 할인! www.hapa1.com
프랜차이즈 전문 비즈니스 쇼핑몰 - 하파몰 문의 : 1800-5672

픽,
웃음꽃 피는 밥상마다
PIC 가 있습니다

PULIPCHAE

바른 음식은 사람을 웃게 합니다.
바른 음식은 몸을 이롭게 합니다.
한식뷔페 '풀잎채'에서 맛있는 공간 '사월에',
반찬요리&도시락카페 '마스터키친', 바른 물류 '푸드웨이'까지-
20년 한식 외길로 걸어온 식품기업, PIC.
늘 자연의 진심이 담긴 먹거리를 선사하겠습니다.

자연의 진심을 담은 식품기업, PIC

All That Premium Kroean Food
풀잎채

사월에
SAWOLE

KOREAN STYLE FOODBOX
MASTER KITCHEN

PIC
FOODWAY

코리안바베큐
KOREAN BARBECUE

우수프랜차이즈

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

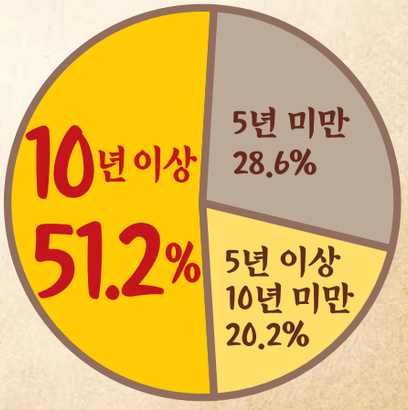
**코리안바베큐의
파트너를 모십니다.**
080-208-9292

원할머니 SINCE 1975 보쌈·족발

사업 안정성 보장!

장수 가맹점 현황

(2017년 8월 31일 ERP 실적 기준)



원앤원(주) 사업설명회

· 일시 : 11월 8일(수) 오후 2시
11월 22일(수) 오후 2시
· 장소 : 원앤원(주) 논현사무소

창업상담
02)3408-2000

참가 특전

창업특강 참석하신 모든 분께
'프랜차이즈 창업의 신' 증정!

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,목동점,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 탑.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.

VIETNAM
FACTORY

CHINA
FACTORY

CHINA FACTORY
KOREA FACTORY
VIETNAM FACTORY

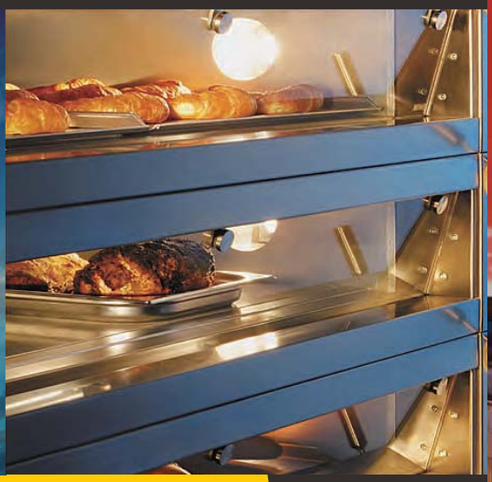
**KTA그룹의 제품은 OEM,ODM형식이 아닌,
중국, 베트남 현지에 직접 공장을
운영하여 빠른 납기와 합리적인 가격으로
제작할 수 있습니다.**

(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

www.tostembakery.com



앞서가는 베이커리를 위한 최적의 베이킹 시스템

토탈베이커리시스템이 함께 합니다.

유럽 최고의 베이커리 전문 브랜드와 함께하는 (주)토탈베이커리시스템은
고객이 원하는 최적의 시스템을 완성하여 드립니다.

고품격 베이커리 시스템을 요구하는 호텔 및 레스토랑, 베이커리, 양산 및 준양산 공장, 학교, 캐터링 등에서 전문적인 기술로 신뢰받는 (주)토탈베이커리시스템이 다양하고 선진화된 최상의 시스템을 제공하여 드리겠습니다.

최신 시스템의 컨설팅에서 부터 설계, 장비까지 완벽하게 제공하여 드리는 토탈베이커리시스템으로 앞서가는 베이커리를 위한 최상의 파트너가 되겠습니다.

Varimixer BEAR ■ 버티컬 믹서 전문 브랜드 (덴마크)			ESCHER mixers ■ 스파이럴 믹서 전문 브랜드(이태리)		
IV DAUB Bakery Machinery ■ 디바이더 라운더 전문 브랜드(네덜란드)			CSC SARTORI THE MECHANICS BEHIND THE FLAVOR ■ 자동디바이더 라운더기 전문 브랜드(이태리)		
SELMI CHOCOLATE MACHINERY ■ 초코렛 제조기 전문 브랜드(이태리)			FRITSCH ■ 페스츄리 및 제빵라인 전문 브랜드(독일)		
POLIN ■ 쿠키데포지터 전문 브랜드(이태리)			MIWE Michael Wenz GmbH ■ 오븐 전문 브랜드(독일)		

NAVER 토탈베이커리시스템

TOSTEM 앞서가는 베이커리의 파트너
(주)토탈베이커리시스템 TOTAL BAKERY SYSTEM Co., LTD

서울시 동작구 노량진로 23가길 16, 5층
Tel. 02)3443-8744(代) Fax. 02)3443-8746

VENIX
Food Service Equipment

PROFESSIONAL COMBI MASTER & BAKERY OVEN

VENICE STYLE, EMOTION & INNOVATION

LA BAGEL · MANOFIN · TOM N TOMS COFFEE · la cuisine · 마망 갸또 · JOE's SANDWICH · CASA DELLA GRILL · PROVENCE BAKERY

■ **커스터마이징 디자인 & 로고**

고객 커스터마이징 상품 제공.

(기계 성능, 오븐 디자인, 로고, 쿠킹레시피 제공)

VENIX는 전세계적으로 오븐 장비와 쿡&칠러(Cook&Chiller) 시장에 탄탄한 경험을 구축하고 있으며, 혁신적인 비즈니스 프로젝트를 지원하는 것을 원칙으로 합니다. 천년의 역사를 가지고 있는 베네치아의 창의력,예술가 정신을 바탕으로 발명, 발견, 국제 무역으로 세계와 소통을 하고 있습니다. 베닉스는 혁신적인 정신 위에 "베네치아 상인들"의 오랜 역사적, 문화적 바탕에 뿌리를 두고 비즈니스를 수행하는 제조 기반의 회사입니다.

|주|베닉스코리아 상담문의 : 02-848-8856

www.venixkorea.com

母樂母樂!
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
김밥의 엄가
김家네
가맹문의 1588-7187
www.gimgane.co.kr

국가대표 식품자동포장기
Enterpack®
enterpack
High Quality Automatic Top Sealing Machine
EHQ-350N
깔끔하게!
안전하게!
편리하게!
식품 포장,판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!
주요 고객사
emart
CU
COSTCO WHOLESALE
Home plus
LOTTE Mart
아워홈
Dole
PARIS CROISSANT
EVERLAND RESORT
THE WESTIN CHOSUN SEOUL
THE SHILLA SEOUL
종가집
대표번호 031-434-9020
www.enterline.co.kr
NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인
NSF
CE
TÜV NORD
GS
GOOD DESIGN
ISO 9001
INNOBIZ
기술혁신형중소기업
Excellent Green-Biz
우수Green-Biz
전기용품안전인증
www.enterline.com

창업!
누구나
할 수 있지만
누구나 성공하진
못합니다!
CHICKEN & BEER & PLATE
치킨이 맛있다!
babo's 바보스
babo's Tap Story
창업문의
1588 5592
외식프랜차이즈그룹 Food & Beverage Franchise Group
FOODYSAY
http://www.babos.co.kr
서울특별시 동작구 사당동 1044-4 정석빌딩 4층 Tel : +82.2.454.9292 Fax : +82.2.2201.9241
JeongSeok B/D 4F, 1044-4, Sadang-dong, Dongjak_gu, Seoul, Korea, 07025

cass
FRESH
cass
FRESH
4.5% ALC./VOL.
500 mL
LAGER BEER
NON PASTEURIZED
ULTIMATE FRESHNESS
카스후레쉬맥주
새로운 모습으로 부딪쳐라!
짜릿하게! 카스
경고:지나친 음주는 뇌졸중, 기억력손상이나 치매를 유발합니다. • 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

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 ISU Foodbill

가맹점 문의 02-586-2994

hite
EXTRA
COLD
HITE
ICE POINT
FILTRATION SYSTEM
hite
EXTRA
COLD
더시원하다
경고: 지나친 음주는 뇌졸중, 간질환 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생위험을 높입니다.

착한 프랜차이즈
THE KIND COMPANY
오니기리와이규동 · 분쟁사례 제로 · 15년 · 가맹사업

착한프랜차이즈 대표 브랜드 밀겨울

밀겨울이 외식 창업의 걱정을 줄여드립니다.

브랜드 경쟁력

- ✓ 유행을 타지않는 대중적인 아이템
- ✓ 인건비 부담 최소화
- ✓ 체계화된 본사 물류 시스템
- ✓ 라면보다 끓이기 쉬운 칼국수
- ✓ 저렴한 창업 개설비용

성공사례

밀겨울 인천 OO점

좋아요 113개

손에 물 한방울 안 묻혀봤어도..!

결혼과 출산으로 경력 단절된 30대 의료전문직 종사자, 8평 C급 상권에서도 일 매출 60-70만원 유지하며 가장 알차게 매장 운영 중. #경력 단절 #C급상권 #주부 #첫 창업

밀겨울 서울 양천구 OO점

좋아요 173개

1천 8백만원 투자로 업종변경 성공

기존 운영하던 외식 프랜차이즈매장에서 2천만원을 투자해 밀겨울로 재창업한 7년차 베테랑 부부! 가장 적은 비용투자로 가장 많은 수익을 내는 매장. #2000만원 #업종변경 #적은 비용

밀겨울 성남 분당 OO점

좋아요 216개

인건비 부담 NO! 2명으로도 충분하다!

외식경험 전무한 점주 1명, 직원 1명, 철저한 2인 운영 고수. 본사 매뉴얼을 철저히 지키고 선불*셀프가 잘 정착되어 인건비에 대한 부담을 낮춤. #2인 운영 #선불 #셀프 #인건비 #둘이서

행복한 한 그릇
밀겨울

가맹문의 02)448-0271

https://3500kalguksu.modoo.at/

Chikinia
CHIKINIA
요리형 치킨의 새로운 이름 치키니아
안 먹어본 사람은 있어도
한번 먹은 사람은 없다는
치키니아
창업문의 : 1522-0334 www.chikinia.com

아직도 CCTV를 영상감시용으로만 사용하고 계신가요?

지능형 영상분석으로 매장운영 효율을 높이는

뷰가드 매장관리 서비스

ADT뷰가드(CCTV) 매장관리 서비스는 영상 모니터링은 물론 방문하는 고객의 수 카운팅 및 매장 내 고객이 선호하는 구역까지 분석할 수 있어 ADT캡스 이용 고객님들의 사업 운영 효율성을 더욱 높여줄 수 있는 안심 서비스 입니다.

- 똑똑한 데이터 분석 및 편리한 기능
- 간편 설치 및 서비스 이용
- 안심 데이터 저장 서비스
- ADT캡스만의 전문관리 서비스

상담 및 가입문의 1588-6400

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

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

또봉이통닭&핫독 통닭 핫독

지금은 1간판 2브랜드가 대세!!

매장은 커도 투자비는 적게 수익률은 높게!

인건비, 월세 변동없이 추가매출 발생

하림 파트너십 체결
하림 닭고기 HACCP인증 국내산 생닭 사용

농림축산식품부장관상

식품의약품안전처장 표창
KFDA 식품의약품안전처

서울시장상 수상
서울특별시

신지식인 인증업체
사) 한국신지식인협회

2016 대한민국 브랜드 파워 대상
KPA
머니투데이

'17 매일경제 선정 100대 프랜차이즈
매일경제 MBN

2016 대한민국 서비스만족 大賞
제1회 소비자가 뽑은 서비스만족대상

또봉이핫독&도넛 현미 핫독

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

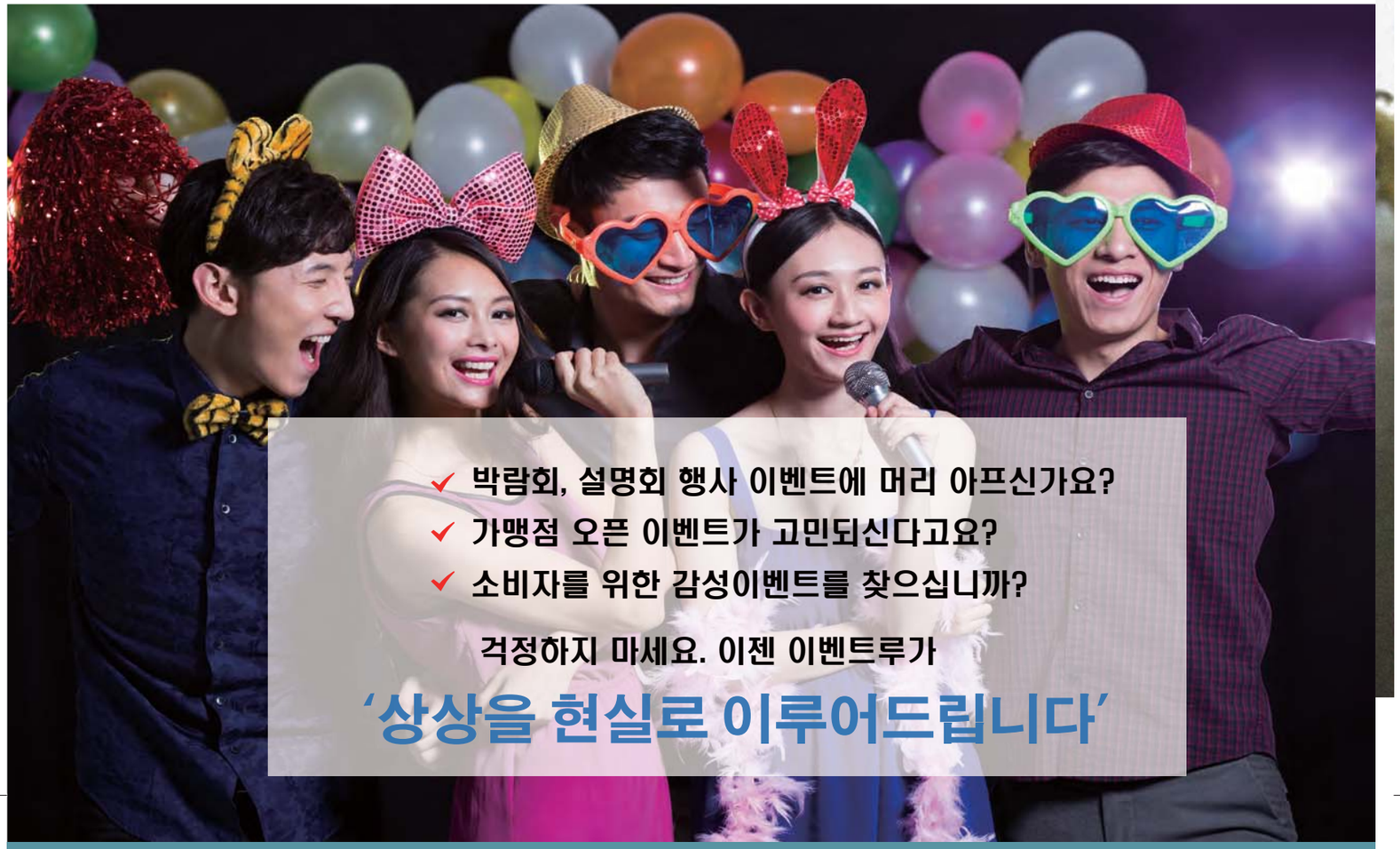
백화점, 지하철 내부, 휴게소
낮은 단가, 높은마진으로
특수 상권에서도 창업 가능!

또봉이 통닭&핫독, 또봉이 핫독&도넛

|업종변경 1899.0489 |창업문의 080.369.3636

사업설명회 매주 화요일 본사
문의전화 031.898.0704

EVENTrue 이벤트 직거래 O2O 플랫폼서비스



✔ 박람회, 설명회 행사 이벤트에 머리 아프신가요?
✔ 가맹점 오픈 이벤트가 고민되신다고요?
✔ 소비자를 위한 감성이벤트를 찾으십니까?

걱정하지 마세요. 이젠 이벤트루가

'상상을 현실로 이루어드립니다'

박람회, 설명회 => 행사 진행요원, 나레이터,MC ,장비임대
가맹점 오픈행사 => 행사도우미, 삐에로, 공연팀, 마술사
기획, 진행, 공연, 연출, 행사 장소, 물품 등 다양한 전문가들이 있습니다.

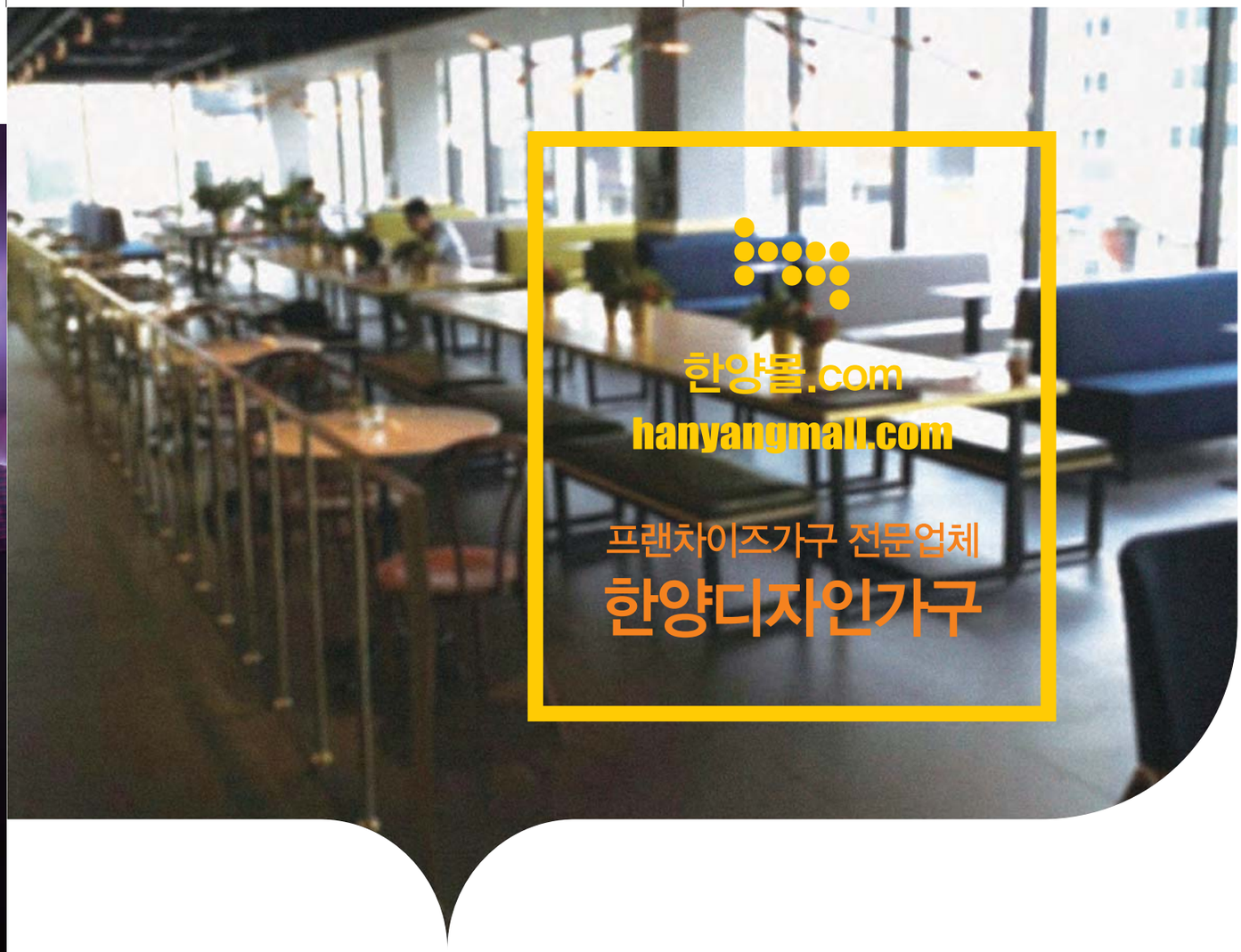
쉽고 빠르게 **합리적인 가격으로 전문가** 를 직접 섭외해보세요!

KAKAO TALK 플러스친구
" 이벤트루 "
친구추가 하세요.^^

✔ 이벤트 요청 글을 통한 역경매 방식!

✔ 행사 가능한 날짜, 장소, 가격 등 조건에 맞게 검색하는 직거래방식

www.eventrue.net 대표번호 1877-1437 이메일 : eventrue@naver.com



한양몰.com
hanyangmall.com

프랜차이즈가구 전문업체
한양디자인가구

▲
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

식품의약품안전청
품목보고번호 2013002021511
국세청 주질감정 적합 승인
알콜 : 11% / 용량 : 750ml

2015 미스코리아 진 이민지

건강을 쉽고 맛있게 즐기는
1879Y 양파와인

와인과 양파, 일본 잡지 "장쾌(壯快)"에 효능 소개

脳と心臓を守る!《タマネギ》のスゴ技大公開
뇌와 심장을 지켜라! 《양파タマネギ》의 효능 대공개

◇タマネギの最新研究 **양파의 최신 연구**
・タマネギたっぷりカレーは活性酸素の害をへらし脳梗塞や心筋梗塞を防ぐ最強食
양파는 활성산소의 피해를 줄이고 뇌경색이랑 심근경색을 방지하(는데) 최강의 식품

소비자가격
₩ 30,000원

- ☑ 간편한 건강와인
- ☑ 장기 보관 가능
- ☑ 건강하고 맛있는 식품

1879 비즈니스
사업 설명회
프리랜서 개인 사업자 모집

매주 **수요일** 오전 10시
1879 피팅센터 교육장

| 신청 |
이보미 대리(010-4884-1879)

교육: 1879 브랜드 소개 및 사업 소개
품목: 1879 브랜드 전 제품
- 골프클럽, 와인, 건강식품

대상: 1879 비즈니스로 고수익 창출을 희망 하시는 분
성별, 경력 관계 없이 열정이 있으면 O.K

無 투자금 · 보증금 · 교육비 비용 일체!! 없습니다.

1879(주) 서울시 서초구 매헌로 16 하이브랜드 패션관 6층 Tel. 1855-1879 www.1879.co.kr

Smart BIG AD

전단지 홍보보다 더 값싸게!!!

TV광고에 가맹점을 홍보할 수 있다!

방송 CF는 이제 대기업만의 전유물이 아닙니다.
대한민국 소상공인들의 법정단체 소상공인연합회가 마련한
IPTV기반 방송광고 홍보지원사업을 통해 우리가 보는 TV에서
우리가게 CF가 방송되는 시대가 열리고 있습니다.

IPTV smart big AD 집행사례

929숯불닭갈비

김포장기패션로데오

신정 정통 샤브샤브

초가한우

웰메이드 인디안

IPTV smart big AD 매체개요

TV를 온라인 광고 매체처럼 유연하게 활용하는 세계최초의 TV광고서비스입니다.

- 원하는 타겟에게만 (읍,면,동단위 송출)
- 원하는 채널의 SB시간에
- 원하는 노출수 만큼만
- 집행된 광고를 노출 건 단위로 집계/과금

IPTV smart big AD 운용 채널 정보

- 프리미엄 채널 30
- 일반 채널 53

TOTAL 83 채널

공식지정업체 (주)동구 DONGGU

상담문의 1800-2690

kobaco 한국방송광고진흥공사 KFME 소상공인연합회 iptv

신뢰의 가치로 상생을 실천하다 프랜차이즈월드
Franchise WORLD
Vol.27

COVER STORY

036 **협회 자정실천안**
자율규제로 거듭난다

SPECIAL REPORT

044 **파리바게뜨 제빵기사, 합자회사로 고용될까**
본사 · 가맹점주 · 협력회사가 공동 출자 추진 중

THE LETTER FROM PRESIDENT

035 박기영 협회장 인사말

THEME INFORMATION

048 **정보공개서 늑장 등록**
'공정위부터 법 지켜야'

052 **유통선진화포럼**
"유통기업도 이제 IT기업이라 생각하라"

054 **2017 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자**
수출 상담회서 1천만 달러 성과

GUIDE POST

056 **2018년 트렌드**
다점포율로 보는 내년 프랜차이즈 유망 업종

062 **글로벌 트렌드**
필리핀 프랜차이즈의 성공을 보장하는 4가지 팁

064 **프랜차이즈 산업이 살 길**
'반성과 혁신을 통해 일자리를 창출하자'

ASSOCIATION NEWS

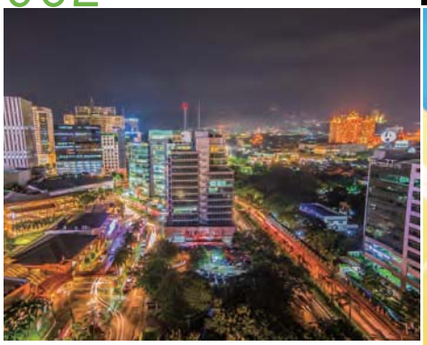
132 **Movements**
협회소식

134 **Membership**
지회소식 / 신규 · 협회회원 현황

138 공정거래위원회 가맹사업 정보공개서

044

062



054

YANKEE CANDLE®

America's best *loved* candle™

업계 최초 전국 가맹점 **150호점** 돌파!

가맹점 연간매출액 **동종업계 1위**

*통계청 2014년 기준 서비스업 부문 조사결과

가맹점 최고 연매출 **9억 1486만원**

*2015년 정보공개서 기준

2개 이상 가맹점 운영 **다점포 비율 31%**

*2016.11월 매경이코노미 '다점포 비율로 알아보는 2017 프랜차이즈 트렌드'

양키캔들 한국공식수입원 (주)아로마무역

창업문의 1544-5885 www.yankeecandle.co.kr

신뢰의 가치로 상생을 실천하다 프랜차이즈월드
Franchise WORLD
Vol.27

PEOPLE & COMPANY

068 **스시노백쉐프 이정훈 대표**
가맹점주 행복이 곧 고객 행복,
착한창업으로 초밥 열풍 잇는다

072 **월남쌈김상사 임장미 대표**
샤브샤브와 구이의 조화,
외식업계에 부는 콜래보레이션을 만나다

076 **연두커피인터내셔날 여선구 대표**
스페셜티 커피로 제3의 시장 연다

080 **송림특수제지 임서현 대표**
냅킨 시장의 춘추전국시대,
품질과 디자인으로 선도한다

BRAND HIGHLIGHT

088 원앤원/더진국/하남돼지집/짐보리/디딤/토프레소/피자알볼로/커브스/커피베이/리맥스 코리아/맘스터치/스시노백쉐프/포차어게인/못된고양이/바비박스

COLUMN

112 **변호사 조은혜**
가맹사업법 개정안과 오너리스크 규제

114 **세무사 최인용**
성공하는 프랜차이즈 동업을 위한 계약은 이렇게

116 **노무사 이금구**
주휴수당 지급 않기로 합의한 후 시급을 높게 지급한 사례

118 **PIB연구소장 김옥기**
바이올렛의 직관력으로 승부하라

120 **가맹거래사 이윤재**
프랜차이즈 사업과 공정위의 정책방향

122 **FC산업연구원 부원장 강준현**
성과 극대화를 위한 온라인 마케팅

124 **FCMBA 교수 김영갑**
목적에 따라 상권분석 방법론이 달라진다

128 **하우M&A경영연구소 대표 안현진**
버거킹 사례를 통해 본 성공적 M&A

130 **블록체인연구소장 연삼흠**
블록체인 ≠ 가상화폐

CULTURE

092 **Literature** 러시아 문호 안톤 체호프
094 **Post Card** Untitled
096 **Travel** 국내 마산 창동예술촌
098 **자미두수** 운명을 바꾸는 신의 선물
100 **Travel** 해외 크루즈여행의 모든 것
102 **Performance** 콜라보(Collabo) M

076

118

102

2016년 글로벌 브랜드 대상

www.dumin.co.kr

새로운 유망 사업

정리수납

성공창업에 덤인이 함께 합니다

Upterior

공간의 가치를 높이다

※ 덤인 가맹사업 설명회

· 시간 : **11월22일(수)** 오후 2시

· 장소 : 덤인 본사 5층 교육장
(서울특별시 서초구 효령로 320 미성빌딩 5층 교육장)

DUMIN 시스템 정리수납 전문기업 덤인

소자본 · 무점포 · 창업비용 : 1,550만원

연봉 1억에 도전하세요

상담전화 : 02-529-0143

KakaoTalk 덤인창업

국제정리수납전문가협회연맹 회원사 (KAPO-덤인(한국), NAPO(미국), APDO(영국), NBPO(네덜란드), JALO(일본), POC(캐나다), ANPOP(브라질)

IFPOA 한국정리수납협회 NAPO National Association of Productivity & Organizing Professionals ANPOP associação nacional de profissionais de organização e produtividade APDO INSTITUTE FOR CHALLENGING DISORGANIZATION JALO Japan Association of Life Organizers nbpo Nederlandse Beroepsvereniging van Professional Organizers POC PROFESSIONAL ORGANIZERS IN CANADA

프랜차이즈월드 제 27호 / 2017년 11월호

발 행 처	한국프랜차이즈산업협회
기획 · 제작	(주)KFN
주 소	서울특별시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩
대표메일	kfn1991@naver.com
광고문의	02-556-7889
보도자료	Webhard(ID:kfn1991, PW:1991)
취재 · 구독문의	02-556-7889 (**구독료** 10,000원/권)
인 쇄	(주)근아인쇄(02-2279-1430)
판매대행	(주)성운도서(031-915-6900)

■ **전국 교보,영풍,알라딘,예스24 등**
온 · 오프라인 서점에서도 구매하실 수 있습니다.

PUBLISHER

회장	박기영 | Park, Ki Young
대표·발행인	이진창 | Lee, Jin Chang
협회/전략홍보실장	박호진 | Park, Ho Jin

EDITORIAL DEPT

국장	홍덕기 | Hong, Deoc Kee
부장	이동한 | Lee, Dong Han
차장	이종철 | Lee, Jong Cheol
차장	김지영 | Kim, Ji Yeong
차장	명한만 | Myeong, Han Ji
차장	하강지 | Ha, Kang Man
팀장	도정은 | Do, Jeong Eun
기자	김은영 | Kim, Eun Young
특임 기자	노승욱 | No, Seung Wook
특임 기자	박서진 | Park, Seo Jin

DESIGN

실장	권동희 | Kwon, Dong Hee

PHOTO

사진기자	이명철 | Lee, Myung Cheol
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	조은혜 | Jo, Eun Hye
변호사	김종무 | Kim, Jong Moo
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
경영학박사	연삼흠 | Yean, Sam Heun

CONSULTATIVE COMMITTEE

고문	김영근 | Kim, Young Keun
수석편집위원	안현진 | Ahn, Hyun Jin
편집위원	김용순 | Kim, Yong Soon
	신향숙 | Shin Hyang Sook
	천선아 | Cheon, Sun A
	이상규 | Lee, Sang Kyu
	이경수 | Lee, Kyung Soo

KFA
Korea Franchise Association

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

다시 태어날 프랜차이즈, 국민 신뢰 회복 초석 되길

한국프랜차이즈산업협회장
박 기 영

프랜차이즈 산업의 재도약을 위해 숨가쁘게 달려온 지난 3달여를 되돌아보니 감회가 새롭습니다. 우리 협회와 업계는 물론 국민까지 함께 진정으로 상생할 수 있는 방안을 모색해 왔고, 그 결과로 지난 10월 27일 공개한 자정실천안에는 많은 프랜차이즈 산업인들의 깊은 고민과 뼈를 깎는 혁신 의지가 담겨 있습니다.

협회는 이번 자정안을 준비하면서 무엇보다도 가맹점사업자의 권익을 보호하는 장치를 더욱 강화하는 것이 최우선이 되어야 한다고 생각했습니다.

이를 위해 현재 10년으로 돼 있는 가맹점사업자의 계약갱신 요구권 행사 기간을 삭제하고 가맹계약 갱신 거절 사유를 정보공개서에 명시하도록 하는 등 가맹점사업자들의 가맹계약 안전성을 높이도록 했습니다.

'갑질 논란'의 핵심인 가맹본부의 보복행위와 유통 폭리를 근절하고 피해 보상을 위한 공제조합을 설립하는 방안 역시 마찬가지의 취지입니다. 협회는 검증 절차를 거쳐 보복행위가 확인된 가맹본부에 대해 시정 요청과 협회 징계, 명단 공개는 물론이고 공정위에 신고하는 방안까지 동원할 것입니다. 필수품목의 선정 및 유통 과정과 관련된 각종 정보들을 투명하게 공개하도록 적극 독려하고 제도화를 추진하는 한편 이를 위반하는 가맹본부에 대해서 마찬가지로 각종 제재 및 신고 방안을 실행할 것입니다.

떼려야 뗄 수 없는 관계인 가맹본부와 가맹점이 함께 '윈-윈'하기 위해서는 근본적으로 양자가 수평적 관계를 바탕으로 한 대화와 협의를 지속적으로 주고 받아야 합니다.

많은 가맹본부에 가맹점주협의회가 구성될 수 있도록 적극 독려하고 이를 바탕으로 가맹점사업자들이 가맹본부와 대등한 위치에서 테이블에 앉을 수 있도록 할 것입니다. 가맹점주협의회를 협회 정회원으로 받아들이기로 한 것 역시 궤를 같이 하는 방안입니다.

무너진 신뢰를 회복하는 일은 결국 우리 프랜차이즈 산업의 중장기적 발전 동력과도 일맥상통합니다. 정기적 윤리교육과 프랜차이즈 상생지수로 윤리경영 트렌드를 이끌고 난립하는 부실 · 미투 가맹본부의 퇴출을 추진하는 한편 프랜차이즈산업발전협의회를 구성해 모든 관련 주체가 중장기적 혁신 방안을 꾸준히 논의하도록 한 것은 이번 자정실천안이 단순히 가맹점사업자 살리기에 그치지 않고 프랜차이즈 산업이 4차 산업 시대의 주역으로 거듭날 수 있는 계기가 되도록 하기 위함입니다.

얇은 살얼음 위를 걷는 것과 같다는 말로 매우 위태로운 지경을 뜻하는 '여리박빙'(如履薄氷)이라는 사자성어를 들어보신 적이 있을 것입니다. 프랜차이즈 산업인 여러분. 현재 무너진 신뢰 속에 여리박빙의 상황에 놓여 있는 우리 프랜차이즈 산업이 미래를 향한 발걸음을 떼기 위해서는 무엇보다도 먼저 바닥을 탄탄히 다져야 합니다. 프랜차이즈 르네상스 시대를 열 수 있도록 많은 산업인들께 자정안에 적극 동참해 주시기를 간곡하게 부탁드립니다.

자율규제로 거듭난다

김상조 공정위원장 긍정적 평가 "자정안 회피하는 가맹본부 세심하게 지켜볼 것"

WRITE 홍덕기 PHOTO 김종백

한국프랜차이즈산업협회(협회장 박기영)가 자율규제를 통해 상생의지가 담긴 자정실천안을 지난 10월 27일 발표했다. 지난 7월말 공정거래위원회(위원장 김상조)와 간담회 자리에서 약속했던 협회 차원의 자정안이다. 곧바로 발족된 프랜차이즈 혁신위원회(위원장 최영홍 · 고려대 교수)가 9차례 회의를 통해 권고안을 만들었고 이를 바탕으로 협회가 국민과 정부 앞에 '변화와 혁신으로 프랜차이즈 산업의 신뢰 회복'을 위한 구체적인 약속을 한 것이다. 발표회에 참석한 김상조 공정위원장도 자정실천안에 대해 긍정적인 평가를 내리며 협회에 힘을 실어 주었다.

1

2

3

4

1 협회 자정안 발표
2 좌로부터 김상조 공정거래위원장, 박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 최영홍 프랜차이즈 혁신위원장
3 김상조 공정거래위원장
4 최영홍 프랜차이즈 혁신위원장

가맹점사업자단체 구성 필수

자정실천안의 목표는 '불공정거래 근절 및 상생을 통한 건전한 가맹시장 조성'이다. 공정위가 지난 7월 중순 발표했던 '가맹분야 불공정 관행 근절대책' 6대과제, 23개 항목과 전체적으로 맥을 같이 하면서 업계 차원의 자율규제가 강화됐다.

△가맹본부-가맹점주의 소통 강화 유도 △유통 폭리의 근절과 로열티 제도 확산 △가맹점주 권익 보장 △건전한 산업 발전 등 4가지 과제는 공정위의 근절대책과 취지와 해법이 유사하다. 법과 정부의 규제가 아닌 업계의 자발적인 혁신으로 해결한다는 차이가 난다.

김상조 공정위원장은 협회의 자정실천안에 대하여 "개혁은 딱딱한 법으로만 이루어지지 않는다. 법과 정부 대책만으로 채우기 어려운 빈자리를 효과적으로 메워주는 의미 있는 개선방안"이라고 평가하며 "앞으로 자정안을 회피하는 가맹본부는 세심하게 지켜보겠다"고 밝혔다.

특히 김 위원장은 100개 이상 가맹점 보유 가맹본부의 가맹점사업단체 구성과 이 단체에 거래조건 협의권 보장, 법률에 보장된 10년이 넘는 계약갱신요구권 행사기간의 무기한 확장, 필수물품 관련 정보공개 강화 등에 높은 점수를 주었다.

협회는 위 과제를 해결하기 위해 '모범규준 실천서약'을 마련해 가맹본부의 동참 서명운동을 전개하고 적극 조정에 나설 예정이다. 협회 요청을 거부할 경우, 자체 징계를 할 뿐 아니라 해당 가맹본부의 명단을 공개하고 사안에 따라 공정거래조정원에 통보하는 등 강력한 실천 의지를 보였다.

협회 역할 변화 강하게 주문

최영홍 혁신위원장은 권고안을 통해 협회의 역할 변화를 강조했고 김 위원장도 뜻을 같이 했다.

최 위원장은 협회 측에 "자율이 멈추는 곳에 타율이 개입하며, 경직된 타율은 산업의 활기를 저해한다"며 "개별 기업차원의 혁신 못지않게 산업차원의 규범과 질서를 새롭게 모색하여야 한다"고 강하게 주문했다.

혁신위는 또 협회에게 '적극적으로 합리적인 입법화 건의를 하라'고 요구했다.

가맹사업 자격 요건 강화(직영점 2곳 1년 이상 경영), 보복행위 금지, 갱신요구권 확대, 준법경영 교육 의무화, 우수프랜차이즈 인증제도 등이 혁신위가 권고한 입법화 안이다.

프랜차이즈 산업을 대표하는 협회는 가맹점사업자의 권익을 보장하고 지속적인 상생기반을 마련하기 위해 상생위원회를 발족하고 가맹본부의 보복행위나 가맹본부와 가맹점사업자 분쟁과 거래 조건 협의 등에 대한 조정 역할을 수행하는 불공정거래 예방센터를 운영할 계획이다.

박기영 협회장은 발표회 직후 가진 기자회견을 통해 "가맹점사업자들의 숙원은 소통이다"며 "협회가 소통 채널이 될 뿐 아니라 가맹본부와 가맹점사업자 간 소통하는 가이드라인을 제시하고 확산시킬 것"이라고 밝혔다.

또 박 협회장은 정률제 로열티제도 확산에 대한 질문에 "로열티제도는 가맹사업의 핵심이고 ABC"라고 정의내린 뒤 "국내 가맹사업은 초기 단계부터 로열티제도가 정착되지 않아 유통마진이 대신 자리잡은 상황이다. 유통마진과 로열티의 혼합형이나 절충형으로 유도하다가 완전한 로열티제도가 정착되도록 노력하겠다"고 약속했다.

자정실천안은'갑질 논란'과 불공정행위로 사회적 비난을 한몸에 받던 프랜차이즈산업을 한 단계 업그레이드할 수 있는 계기가 될 것이라는 평가를 받았다. 이제 방향은 정해졌고 적극적인 실천만 남았다. KFN

계약갱신요구권 행사기간 10년 폐지

상생위원회는 불공정거래 예방 · 보복행위 등 자율 감시…피해보상 위해 공제조합 설립 추진

WRITE 홍덕기 PHOTO 김종백

협회의 자정실천안은 가맹점주와의 소통 강화, 유통 폭리의 근절과 러닝 로열티제도 확산, 가맹점사업자 권익 보장, 건전한 산업 발전 등 4가지 세부 목표로 분류된다. '변하지 않으면 살아 남을 수 없다'는 위기감과 절실함이 깔려 있다. 협회부터 환골탈태해서 가맹본부의 준법경영 및 윤리경영 실천을 적극적으로 유도하겠다는 강력한 의지가 담겨 있다. 각 목표별로 구체적인 실천계획을 살펴보자.

가맹점사업자의 소통 강화

가맹점사업자의 협의권을 보장하는 내용이다.

가맹본부가 가맹점주와 수평적 파트너십을 위해 자발적으로 가맹점사업자단체를 구성토록 유도한다. 우선 100개 이상의 가맹점을 보유한 가맹본부가 가맹점사업자단체를 구성하는 게 1차 목표다. 공정위 가맹사업정보제공시스템에 따르면 지난해 말 기준 100개 이상 가맹점을 보유한 가맹본부는 344곳이다. 향후 1년 이내 가맹점사업자단체가 구성된 가맹본부의 비율을 현재 14%에서 90%로 끌어 올릴 계획이다.

협의회 구성을 고의로 회피하거나 해태하면 협회에서 자체 징계할 예정이다.

가맹본부와 협의회의 대화를 정례화한다. 협의회 구성, 정기적 대화 · 협의 및 거래조건 등에 관한 '모범 규준'을 제시하고 서명운동을 통해 가맹본부의 동참을 유도할 방침이다.

가맹본부가 협의회의 거래조건 협의 요청을 거부할 경우, 협회는 적극적으로 조정에 나선다. 정당한 이유 없이 조정을 회피하면 해당 가맹본부의 명단을 공개하고 공정거래조정원에 통보하는 절차를 밟을 예정이다.

가맹본부 내 준법감시기구 설치를 권고한다. 협회 정관개정을 통해 임원 자격을 가맹본부 내 준법감시기구 설치한 자로 제한하여 이를 강력하게 추진한다.

이와 함께 협회 구성과 성격에서도 변화를 모색했다.

현재 가맹본부 회원 중심인 협회는 가맹점사업자단체도 정회원으로 참여시켜 상호 이해와 신뢰 구축 강화에 노력할 것을 약속했다.

혁신위는 권고안에서 "현재 사회적 이슈가 되고 있는 불공정 거래행위와 불공정 계약에는 가맹본부의 책임이 크다"고 진단한 뒤 "모든 가맹본부는 가맹점사업자와 의사소통을 강화하고 갈등을 예방하기 위한 소통기구와 준법감시기구를 설치할 것"을 강력하게 요구했다.

혁신위는 협회 측에도 가맹점사업자 및 소비자의 불만 해소 시스템과 채널을 도입할 것을 권고했다.

협회는 상생위원회를 발족시켜 불공정거래 예방센터를 운영하고 가맹본부의 보복행위 등을 감시토록 할 방침이다.

유통 폭리의 근절

혁신위는 가맹본부와 가맹점 간 합리적 대가관계 형성을 강조하며 물품 공급에 의한 수익을 투명하게 공개하고 단계적인 정률제 로열티제도 전환을 촉구했다.

자정실천안은 필수물품 최소화를 목표로 삼고 있다. 필수물품은 브랜드 동일성 및 품질유지에 반드시 필요한 품목으로만 제한했다. 전문가 및 소비자단체 등이 참여한 '필수물품 지정 중재위원회'를 신설하여 가맹본부와 가맹점주가 갈등하는 경우 적극 중재에 나선다. 협회 차원의 중재가 어려울 경우, 공정거래조정원, 대한상사중재원 등 전문 기관에 이첩함으로써 성공률을 제고할 방침이다.

필수품목 관련 정보공개도 강화시켰다. 가맹본부로 하여금 필수품목의 공급가격은 물론, 원산지, 제조업체, 특수관계인 관여 여부, 판매장려금 · 리베이트 제공처 등을 정보공개서에 기재토록 했다.

이와 관련하여 허위 · 과장된 정보를 기재한 가맹본부는 상생위원회 심의를 거쳐 회원 자격정지나 제명 등 자체 징계하고 홈페이지와 간행물 등에 그 위반 사실을 공개할 방침이다.

필수물품 정보 공개 강화로 이른바 '숨어있는 가맹금'을 제거하고 투명하고 합리적인 러닝 로열티 제도 확산에 나선다.

로열티 제도의 전환은 양측의 합의를 전제로 한다. 가맹본부는 합리적 수준의 로열티를 부과하며 그 대신 필수물품에는 유통비용(운송료, 창고보관료, 포장비 등)이외의 유통마진을 붙이지 않고, 가맹점사업자는 자신의 매출액을 성실히 보고하여야 하기 때문이다.

혁신위는 러닝 로열티제도에 대하여 "가맹본부와 가맹점이 수익과 함께 위험도 공유하는 제도"라며 "신규와 기존 계약자를 구분하여 신규 계약자는 바로 시행하고, 기존 계약자는 계약갱신할 때 전환하는 것이 바람직하다"고 단계별 로열티제도 적용을 제안했다.

가맹점사업자 권익 보장

가맹점사업자의 계약갱신요구권 행사기간을 폐지한다.

〈가맹사업법〉 제13조 2항은 '가맹점사업자의 계약갱신요구권은 최초 가맹계약기간을 포함한 전체 가맹계약기간이 10년을 초과하지 아니하는 범위 내에서만 행사할 수 있다'라고 규정하고 있다. 계약갱신요구권 행사기간 폐지는 '공정하고 합리적인 특별한 사정'이 없는 한 가맹계약의 지속성을 보장한다는 의미다.

가맹본부가 가맹계약을 일방적으로 해지하거나 불공정 갱신조건을 제시하면, 상생위원회 산하 불공정거래 예방센터에서 분쟁을 조정한다. 분쟁예방 차원에서 '계약갱신분쟁 조정 가이드라인'도 마련할 예정이다.

자정실천안에는 불공정거래 행위 중 사회적으로 지탄을 받는 가맹본부의 보복행위에 대해서는 특별 감시할 계획이 담겨있다.

불공정거래 예방센터는 보복행위에 대한 신고를 받고 연중 모니터링을 실시하며, 현장 방문을 통해 해당 행위 발생여부를 확인한다. 보복행위가 확인되면, 상생위원회의 심의를 거쳐 자체징계할 방침이다.

보복행위 예방을 위하여 그 심각성에 대한 가맹본부의 인식 제고를 위해 연 2회 교육도 마련했다. 또 보복행위로 피해를 입은 가맹점사업자의 손해배상소송 등 법률적인 지원을 할 예정이다.

가맹점사업자의 피해보상에도 앞장선다.

가맹본부의 재정악화로 인한 가맹점의 피해를 방지 · 보상하고, 가맹본부의 열악한 재정과 담보 취약으로 인한 자금조달 및 보증이용의 어려움을 해결하기 위해 '공제조합'을 설립할 계획이다.

건전한 산업 발전

가맹사업의 윤리경영을 확립하기 위하여 윤리교육을 정기화한다.

신규 가맹본부 CEO에게 윤리교육을 실시하고. 기존 가맹본부 임직원들에게 정기적으로 상생경영 의식함양과 갑질 사전예방을 위한 윤리교육을 실시할 예정이다.

중장기적으로 신규 가맹본부 임직원의 윤리교육 이수를 의무화할 것을 입법부 및 당국에 건의할 방침이다.

부실 프랜차이즈 퇴출을 위하여 가맹본부 등록요건 강화를 추진한다.

사업 경험이 없거나 타 브랜드를 모방하는 부실 가맹본부의 난립을 막기 위하여 '2개 이상의 직영점포를 1년 이상 운영한 업체'만 정보공개서를 등록할 수 있도록 입법부에 건의할 예정이다.

이와 함께, '미투 브랜드'에게 사업모델을 모방당한 가맹본부에게 제보받아 관련 법에 따른 대응을 지원할 방침도 세웠다.

프랜차이즈 상생지수를 개발하여 매년 우수 상생 브랜드를 발표한다.

상생지수는 경영부문(기업문화, 윤리경영, 협의회운영 등), 가맹점지원부문(계약의 공정성, 만족수준, 지원정도, 수퍼바이저 운영 등), 운영시스템(물류 · 정보 선진화, 교육훈련체계, 점포개발시스템, 식자재공급 및 재고관리 등), 마케팅부문(광고홍보, 브랜드력 등), 고객만족도 등을 종합적으로 고려하여 개발할 계획이다.

지속적인 혁신방안을 논의하기 위해 가맹본부 가맹점 시민단체 정부 등 관련 주체가 참여하는 '프랜차이즈산업 발전 협의회'를 발족시킬 예정이다.

내년 상반기 주요 기구 설치 예정

협회는 자정실천안에 따라 이행 일정을 발표했다.

모범규준은 내년 2월까지 마련한다. 모범규준은 가맹점주협의회 구성, 거래조건 협의, 필수품목 지정 및 정보공개, 준법감시기구 설치, 계약갱신분쟁 조정 등에 관한 가이드라인이다.

상생위원회 신설, 불공정거래 예방센터, 상생지수 개발, 프랜차이즈산업 발전협의회 설치 등 조직 구성은 내년 상반기 완료할 예정이다.

공제조합 설립은 수요조사와 출자 등 재원 확보에 시간이 소요되므로 2019년 하반기 목표로 삼고 있다.

자정실천안에는 입법화될 제도가 다수 포함되어 있다. 가맹사업 등록요건 강화(2+1제도), 신규 브랜드 CEO 윤리교육 의무화, 계약갱신요구권 확장, 공제조합 설립 등은 〈가맹사업법〉과 동법 시행령의 개정사항이다. 협회는 올해 안에 입법부와 당국에게 위 사항의 입법을 건의할 예정이다. KFN

표1 자정 실천안 내용

추진방향 및 과제

비전 — 변화와 혁신으로 프랜차이즈 산업의 신뢰 회복

미션 — 불공정거래 근절 및 상생을 통한 건전한 가맹시장 조성

1. 가맹점사업자와의 소통 강화

가. 소통 및 문제해결 창구 마련

① 가맹본부의 자발적인 가맹점사업자단체 구성
② 가맹점사업자단체도 협회에 참여하도록 함
③ 가맹본부마다 자체 준법감시기구 설치

나. 가맹점사업자 협의권 보장

① 본부-가맹점사업자단체 간 대화 · 협의 정례화
② 가맹본부가 가맹점사업자단체의 거래조건 협의요청을 부당하게 거부하는 행위 근절

2. 유통 폭리의 근절

가. 합리적 필수물품 지정

① 가맹본부는 반드시 필요한 필수물품만 지정
② 협회 차원 중재로 필수물품 관련 분쟁 해소

나. 필수물품 관련 정보공개 강화

① 필수물품의 원산지, 제조업체 등 공개
② 필수물품 선정기준 공개

다. 로열티 제도의 확산

① 로열티를 통한 투명한 가맹금 징수방식의 도입을 위한 가맹본부-가맹점사업자 간 협의 지원

3. 가맹점사업자 권익 보장

가. 계약갱신 보장

① 가맹점사업자의 현행 10년 계약갱신요구권 폐지
② 부당한 갱신거절행위 근절

나. 보복행위 근절

① 보복행위에 대한 협회의 자율적 감시 · 제재 및 공정위 신고

다. 피해 예방 및 구제수단 확충

① 예상수익 정보 제공으로 인한 피해 예방
② 가맹점사업자 피해보상 공제조합 설립

4. 건전한 산업 발전

가. 윤리경영 확립

① 가맹본부 임직원에 대한 정기적 윤리교육
② 프랜차이즈 상생지수 개발 · 공표

나. 부실 가맹본부 퇴출

① 가맹본부 등록요건 강화(2+1제)
② 브랜드 간 무분별한 모방 행위 근절

다. 지속적인 개혁 추진

① 중장기 혁신방안 논의를 위해 모든 관련주체가 참여하는 프랜차이즈산업발전협의회 구성

추진 기반

— 협회 내 상생위원회 설치
— 상생위원회 산하 불공정거래 예방센터 설치
— 프랜차이즈 '모범규준 실천서약' 마련
— '모범규준 실천서약' 동참 서명운동 전개

표2 세부 추진일정

이행과제	일 정
1. 공정한 거래기준의 마련 및 이행	
1. 프랜차이즈 '모범규준 실천서약' 마련 * (내용) 가맹본부의 ①가맹점사업자단체와의 거래조건 협의 ②자발적 가맹점사업자단체 구성 ③합리적 필수물품 지정 ④필수물품 관련 정보공개 ⑤자체 준법감시기구 설치 등을 위한 가이드라인	~'18. 2월
2. '모범규준 실천서약' 동참 서명운동 전개 * 특히, 100개 이상의 가맹점을 보유한 모든 가맹본부의 동참에 중점을 두고 추진	~'18. 상반기
2. 지속적 상생 기반 마련	
1. 협회 내 '상생위원회' 신설 * 불공정행위 등 적발시, 해당 가맹본부에 자발적 시정을 요청하고, 협회 차원 징계(제명 등) 및 정보공개(홈페이지·간행물 게시 등) 추진	~'18. 상반기
2. 상생위원회 산하 불공정거래 예방센터 설치 * (기능) 가맹본부의 거래조건 협의요청 거부행위, 가맹점사업자에 대한 보복행위, 계약갱신 거절행위 등에 대한 자율적 감시·분쟁조정 → 분쟁조정 가이드라인 및 센터 운영 로드맵 마련	~'18. 상반기
3. '프랜차이즈산업 발전 협의회' 설치 * (기능)중·장기 가맹산업 육성 전략 및 제도 개선방안 논의 ** (구성원) 모든 관련주체: 가맹본부, 가맹점사업자, 학계, 시민단체, 정부 등	~'18. 상반기
4. 프랜차이즈 공제조합 설립 * 수요조사, 출자 등 재원확보를 마친 후 설립절차에 착수	~'19. 하반기
3. 상생문화 확산 유도·홍보	
1. 프랜차이즈 상생지수 개발 * 전문가·시민단체 등이 참여한 연구용역을 통해 상생지수를 개발, 우수 상생 브랜드를 선정	~'17. 하반기
2. 동반상생 캠페인 전개 * 불공정행위 근절, 로열티 제도 확산 등 자정실천안 내용에 관한 캠페인, 공모전, 우수사례발표회 등 전개	상시

변해야 산다 **실천**만이 남았다

박기영 한국프랜차이즈산업협회장

독수리는 70살까지 살 수 있다고 한다. 그러나 70살까지 살기위해서는 40살 정도에 어려운 결정을 해야만 한다. 이 나이가 되면 발톱이 안으로 굽어들고 날개는 얕아지지만 깃털은 두꺼워져 사냥은커녕 날기조차 힘들 정도가 된다. 이때 독수리에겐 2가지 선택만이 남아있다. 죽든지, 아니면 거듭 나든지. 그러나 새로 태어나기 위해서는 목숨을 건 고통이 뒤따른다. 높은 산 둥지에 앉아 무딘 부리를 바위에 쳐서 부서뜨리고 새 부리가 나오게 한다. 날카로운 새 부리가 나오면 오그라진 발톱을 뽑고, 다시 새 발톱이 나오면 낡은 깃털을 뽑아낸다. 새 부리, 날카로운 발톱, 반짝이는 날개를 가진 독수리는 30년을 더 창공을 날 수 있게 되는 것이다.

올해는 프랜차이즈산업이 도입된 지 40년째 되는 해이다. 그동안 일본을 제치고 미국에 이어 세계 2위를 차지할 정도로 눈부신 성장을 했다. IMF로 어려움에 빠진 많은 국민에게 새로운 희망과 재기의 꿈을 갖게 하는 등 그동안 든든한 일자리 창출의 일등공신으로 국민경제에 크게 기여해왔다.
그러나 성공의 길만 보고 달려오다 오만에 빠진 탓인지 '갑질' 논란, 일부 CEO의 사회적 일탈행위 등 여러 문제점이 한꺼번에 터져 나왔고 국민들의 따가운 비난이 쏟아졌다. 산업의 생존이 기로에 섰다. 변화와 선택의 시기가 다가온 것이다.

일부의 잘못으로 전체가 매도당한다는 억울함도 없지 않았지만, 우리는 고통스럽지만 거듭남을 선택했다. 그동안의 잘못된 관행과 행태에 대해 반성하고 새로운 혁신을 약속했다. 외부 전문가들로 혁신위원회를 구성해 객관적 혁신을 주문했다. 지난 3개월 동안 치열한 고민과 논의 끝에 10월 27일 혁신위의 권고의견이 나왔다. 이를 수행하기 위한 자체 '자정실천안'까지 마련해 발표했다. 자정실천안은 관행적, 습관적으로 해 왔던 많은 그동안의 경영에 큰 변화를 요구한다. 추진하는 과정에 많은 어려움과 적지 않은 혼란이 불가피할 것이다. 그러나 협회 회원사들은 이날 아침 전체회의를 열어 혁신위의 권고의견에 대해 논의한 뒤 '권고의견'을 전적으로 수용하기로 결의하고 '자정실천안'도 성실히 추진하기로 다짐했다. 혁신의 불가피성을 잘 알고 있기 때문이다. 불공정거래를 뿌리뽑고 상생을 통해 건전한 가맹시장을 조성하는 등 거듭 날것임을 다시 다짐한다.

혁신은 가죽(革)을 벗겨 두드려서 부드럽고 새롭게(新) 만든다는 의미다. 가죽이 벗겨지는 것 같은 아픔을 견뎌내야 새로워진다.
혁신은 문제를 해결하는 방식의 변화를 통해서 이루어진다. 문제를 해결하는 방식을 바꾸기 위해서는 근본적인 문제 원인을 우선 파악해야한다. 프랜차이즈는 가맹본부와 가맹점사업자 간의 상생과 신뢰를 바탕으로 한다. 이 때문에 자정실천안의 첫 번째 핵심주제로 가맹점사업자와의 소통 강화방안을 잡았다. 그러나 여기서 놓치지 말아야할 것이 가맹본부와 가맹점사업자는 '갑과 을', '사용자와 근로자'의 관계가 아니라 각자 독립적인 사업자라는 것이다. 이런 차원에서 혁신위원회가 권고의견에서 가맹점사업자에게 "사업자로서의 자신의 지위를 인식하고 가맹점사업자단체를 통한 활동에 있어서도 법리적 금도를 지킬 것을 권고"한 것은 시사하는 바가 크다. '유통마진 공개', '집단 휴업권' 등 프랜차이즈 사업모델과 근간을 흔들 수 있는 요구는 자제되어야한다는 것이다.

더욱 중요한 것은 혁신의 목적과 변화의 방향이다. 왜 바뀌어야하고, 어떻게 변해야하냐는 것이다. 프랜차이즈와 가맹사업법의 최종소비자는 국민이다. 관련법 개정 등은 가맹본부도 아닌, 가맹점사업자도 아닌 국민들의 입장에서 이뤄져야한다는 것. 즉 국민들의 경제적 이익과 사회적 편의 등 소비자 권리 증진이 혁신의 목표가 되어야한다. KFN

파리바게뜨 **제빵기사, 합자**회사로 **고용**될까

11월 9일까지 시정조치… 본사 · 가맹점주 · 협력회사가 공동 출자 추진 중

WRITE 홍덕기

파리바게뜨 제빵기사의 직접 고용은 합자회사 설립으로 방향을 틀었다. 파리바게뜨 본사는 고용노동부(이하 고용부)의 제빵기사 5309명 전원을 직접 고용하라는 시정조치에 대해 '직접 고용은 현실적으로 불가하다'는 입장을 고수하며 본사 · 가맹점 · 협력회사가 공동 출자하는 합자회사를 설립하고 제빵기사를 고용하는 대안을 추진 중이다. 이 대안이 법적으로 인정받으려면 제빵기사의 동의가 필요하다. 원래 주어진 기한은 11월 9일까지이지만 서울지방고용노동청이 기한을 한 차례 연장해 주면 12월 14일이 최종 기한이다.

3자 1/3씩 자본금 출자

파리바게뜨는 합자회사 설립을 가장 합리적인 대안으로 추진하고 있다. 본사와 협력회사 그리고 가맹점이 각각 1/3인 약 3억3000만원씩 출자해 자본금이 약 10억원인 합자회사를 설립하고 그 회사에서 제빵기사를 직접고용하겠다는 계획이다.

3자가 관리 운영하는 신설 합자회사가 가맹점과 도급계약을 통해 소속 제빵기사를 공급하면 '불법파견'에서 자유로울 수 있고 그동안 협력회사가 제빵기사 도급계약을 통해 폭리를 취해 왔다는 비난에서도 벗어날 수 있다는 생각이다.

이 합자회사 설립은 가맹점주들이 주도하고 있다. 제안도 이광재 파리바게뜨 가맹점주협의회장이 내놓았고 고용부나 국회 그리고 언론을 통해 그 취지를 설득하는데 앞장서고 있다.

파리바게뜨 본사는 '합리적인 여러 대안을 놓고 고민 중이다'라는 원론적인 주장을 되풀이하고 있고 고용부 발표 초반 기자회견을 여는 등 가장 강하게 반발했던 협력회사들도 입장 표명을 유보하고 있는 상황과 대조적이다.

본사가 제빵기사를 직접고용할 경우 직격탄은 폐업의 기로에 서 있는 협력회사에 떨어지지만 가맹점도 만만치 않은 피해가 예상되기 때문이다.

'소통과 협의 부족'이라며 본사와 대립각을 세웠던 가맹점주협의회도 이번 사안에 대해서는 입장이 같다.

이광재 가맹점주협의회장은 "본사 직원이 점포에 상주한다고 생각해봐라. 본사 감독관이 가맹점에 내려와 빵을 굽는다면 가맹점주들이 편하게 일을 할 수 있겠느냐"라고 반문하며 본사의 직접 고용에 대해 난색을 표했다.

고용부는 합자회사 자체에 대해 반대하지 않는다. 김영주 고용부 장관과 이성기 차관은 파리바게뜨에 '직접 고용'을 고집하지 않고 이해 당사자가 동의하는 합리적이고 상생적인 대안이라면 수용할 의사가 있음을 여러 차례 밝힌 바 있다.

그러나 합자회사 설립과 채용에 관해서는 제빵기사들의 동의가 필요하다. 〈파견근로자보호 등에

관한 법률〉(이하 파견법) 제6조의2 2항은 '파견근로자가 명시적인 반대의사를 표시하거나 대통령령이 정하는 정당한 이유가 있는 경우에는' 해당 파견근로자를 직접 고용할 의무를 지지 않는다라고 규정하고 있다.

고용부의 한 정책실무자는 합자회사 설립안에 대해 "개별 근로자들의 의사가 중요하다. 파리바게뜨의 경우 제빵기사들이 동의한다면 법 규정상 고용부가 반대할 이유가 없다"고 밝힌 뒤 "단 합자회사 설립과 채용은 근로자 개개인의 동의가 반드시 선행되어야 한다."고 강조했다.

결국 칼자루는 제빵기사들이 쥔 셈이다. 국제산업 등 인력공급 협력업체 11곳에 소속되어 가맹점 3400여곳에서 근무 중인 제빵기사 5309명의 손에 달려 있다. 고용부 최초 시정조치 통보에는 5378명이었으나 이중 69명은 적법 파견으로 최종 확인되었다.

본사 · 협력회사 · 가맹점주협의회 등 3자는 전국 순회 설명회를 통해 제빵기사들을 만나 의견을 수렴 중이나 만만치 않은 작업이다.

동의한 제빵기사들은 합자회사, 동의하지 않는 제빵기사들은 본사 소속 등 이원화될 가능성도 있으나 운영 관리가 복잡해져 현실화될 확률은 낮은 편이다.

제빵기사들의 전원 동의를 구하지 못할 경우, 파리바게뜨 본사는 '직접 고용'대신 고용부 시정조치에 대한 가처분신청 등 법적 대응에 나설 가능성도 여전히 남아 있지만 제빵기사 1인당 최대 3000만원 과태료와 검찰 고발 등 후속조치가 두려운 상황이다. (〈파견법〉 시행령에 따르면 3차에 걸쳐 1000만원씩 과태료를 부과한다. 1차 과태료는 제빵기사 1인당 1000만원씩 530억9000만원이고 2차, 3차 같은 액수의 과태료가 추가된다.)

도급과 파견의 모호함 지적

파리바게뜨 '직접 고용' 논란은 프랜차이즈 특성을 이해하지 못한 정책이라는 주장에서부터 정규직 전환이라는 드라이브를 걸고 있는 정부의 노동정책과 관련되어 귀추가 주목되고 있다.

'노동시장의 유연성'을 강조하는 경영계와 '근로자의 권익'을 우선시하는 노동계는 도급과 파견의 기

준을 놓고 끊임없이 대립해 왔다.

기업이 인력을 확보하는 방법에는 크게 3가지가 있다. △근로자를 직접 고용해 지휘 · 명령을 하는 방법 △파견사업자로부터 근로자를 파견 받아 지휘 · 명령을 하는 방법 △도급계약을 통해 하청기업의 노동력을 간접적으로 사용하는 방법 등이다.

근로자의 권리가 강화되고, 사용자에 대한 규제가 크게 증가하자 기업은 근로자를 직접 고용하는 대신 간접고용 형태인 근로자파견계약 또는 도급계약의 방식으로 노동력을 사용하려는 경향을 보이고 있다.

특히 근로자파견은 국내에서 외환위기 직후 기업 운영의 효율성에 대한 논의가 급물살을 타게 되면서 1998년 〈파견근로자 보호 등에 관한 법률〉(이하 파견법)이 만들어지며 법제화됐다. 〈파견법〉은 간접고용 형태인 근로자파견을 합법적으로 허용함과 동시에 파견근로자의 권익을 보호하기 위해 파견대상업종, 파견기간, 파견사업자격 등에 대해 엄격하게 제한한 것이 특징이다.

또 다른 간접고용인 도급은 업무의 완성을 위한 계약(민법 제664조)으로 파견과 다른 점은 근로자의 고용주(하청업체인 협력업체)와 사용 사업주가 다르다는 공통점이 있지만 지휘 · 감독 권한을 협력업체가 가진다는 점이다.

외형상 도급계약이지만 근로자를 하청업체인 협력업체가 아니라 원청업체가 직접 지휘 · 감독하게 되면 '불법 파견'이 된다. 파리바게뜨 제빵기사가 이에 해당된 것이다.

파리바게뜨 가맹점은 본사의 인력공급 협력업체와 도급계약을 통해 제빵기사를 공급받아 왔다. 제빵기사는 현행 〈파견법〉의 파견대상업종이 아니기 때문이다. 도급계약이므로 제빵기사는 가맹점 현장에서 근무하더라도 소속사인 협력업체의 지시 · 감독만 받아야 한다.

고용부는 파리바게뜨 가맹점에서 근무한 제빵기사를 파리바게뜨 본사가 직접 지시 · 감독해 '불법 파견'이라고 규정했다.

현재 '근로자 지위 확인' 소송 진행 중인 삼성전자서비스, 현대 · 기아차 사내하도급 등도 큰 맥락에서는 동일한 사안이다.

삼성전자서비스센터는 100여개 협력업체들과 도급계약을 맺고 있고, 삼성전자서비스센터 수리기사 1만여명은 이들 협력업체 소속이다.

2013년 삼성전자서비스센터 협력업체 소속 수리기사들은 삼성전자서비스를 대상으로 '근로자 지위 확인'소송을 제기했으나 지난 1월 1심에서 패소했다. 최근 기류의 흐름이 바뀐 점을 고려할 때 현재 진행 중인 2심 판결을 기대하는 눈치다.

현대 · 기아차 사내하도급이 불법파견에 해당한다는 판결이 1심과 2심에서 나온 상태로 대법원 판결을 기다리고 있다.

현대 · 기아차 사내하청 근로자들은 지난 2010년 11월 근로자 지위 확인 소송을 냈고 2014년 1심에 이어 올해 2월 항소심에서도 법원은 "직접 생산 공정뿐 아니라 간접 생산 공정에 종사한 근로자들도 실제로는 현대차가 사용 지휘한 것으로 보인다"며 근로자들의 손을 들어주었다.

정치권도 〈파견법〉 개정을 놓고 신경전을 벌이고 있다.

자유한국당과 바른정당은 그동안 현행법이 변화한 다양한 산업형태를 반영하지 못하고 있다며 파견업종 확대와 파견 사유 완화를 주장해왔다.

바른정당 하태경 의원은 〈파견법〉에서 32개 업종으로 제한하고 있는 파견대상업종을 확대해야 한다고 주장하며 개정안을 발의할 계획이다.

반면 더불어민주당과 국민의당, 정의당은 파견 업종을 제한하고, 파견 사유를 더욱 엄격하게 강화하는 내용의 개정안을 경쟁적으로 발의하고 있다.

LG전자서비스와 LG유플러스, 홈플러스 등 대기업들도 삼성전자서비스와 비슷한 계약형태로 인력을 공급받고 있어 불법파견이라는 측면에서 자유롭지 못하다. KFN

정보공개서 늑장 등록 '공정위부터 기본 지켜야'

김선동 의원 · 한국유통법학회 등 법정등록기한 위반 지적 잇달아

WRITE 홍덕기

프랜차이즈의 정보공개서는 가맹사업의 시작이자 끝이라고 할 수 있을 정도로 중요하다. 가맹본부의 매출, 가맹점 현황 등 주요 정보와 함께 가맹금, 필수품목 등 가맹계약의 조건과 운영 등을 상세하게 다루고 있기 때문이다. 〈가맹사업거래의 공정화에 관한 법률〉(이하 가맹사업법)은 가맹사업을 실시하기 위해서 정보공개서 등록을 의무화하고 공정거래위원회는 이를 반드시 공개하라고 규정하고 있다. 최근 정보공개서 등록과 공개 업무를 맡고 있는 공정거래위원회가 정보공개서를 늑장 등록해 개선이 시급하다는 지적이 잇달아 제기되고 있다.

공정위의 프랜차이즈 정보공개서 늑장 등록을 지적한 김선동 의원.

법정 등록 기한 20일 상습적으로 위반

국회 정무위원회 소속 자유한국당 김선동 의원은 지난 10월 초 "공정위로부터 정보공개서 등록업무를 위탁 · 수행하는 공정거래조정원이 프랜차이즈 정보공개서를 상습적으로 늑장 등록하고 있다"며 "예비 가맹점사업자에게 제때 제대로 된 정보를 제공하지 않아 혼란을 야기 시키고 있다"고 지적했다.

매년 실시되는 정보공개서 정기 변경등록을 2014년에는 7월 15일, 2015년과 2016년에는 8월 31일에야 완료했고 올해는 더 지연되어 10월을 넘길 예정이다. 올해 정기 변경등록 신청 마감일은 법인 4월말, 개인사업자 6월말이었다. 법정등록기한은 변경등록 신청일로부터 20일 이내(가맹사업법 시행령 제5조3의 4항)임에도 불구하고 제대로 지켜지지 않고 있다는 것이다.

최근 3년간 변경등록 현황을 살펴보면, 법정등록기한인 20일을 위반하여 처리된 건수는 총 등록건수 1만4308건의 68%인 9792건에 달했다. 등록까지 평균 44일 이상 걸린 셈이다. 지난해에도 총 등록건수 5061건 중 82%인 4156건이 법정기한을 넘겼다.

〈정보공개서 변경등록 현황〉(상시등록 포함) (출처:공정거래조정원)

연 도	총 등록건수	20일 이내 등록	20일 초과 등록	평균 등록일수
2014	4,425	**2,205**	2,220	27
2015	4,822	**1,406**	3,416	43
2016	5,061	**905**	4,156	62
2017	14,308	**4,516**	9,792	44

공정거래조정원은 올해 등록이 예년보다 지연되는 이유로 '가맹점사업자의 면적당 연평균 매출액' 항목의 추가를 들었고 프랜차이즈 브랜드는 증가함에도 불구하고 올해 예산과 인력이 오히려 줄었기 때문이라고 항변했다.

김선동 의원은 "공정위가 가맹점주들의 권익 향상을 위해 법을 개정하고 적극적으로 실행하는 것은 환영할 일이지만, 현 프랜차이즈 공시제도 조차 제대로 관리 감독하지 못하는 상황에서 공개범위만 확대하겠다고 하는 것은 오히려 더 큰 부작용을 가져올 수 있다"고 밝혔다.

안내문 오류...알면서도 수정 안해

한국유통법학회(회장 최영홍)의 2017년 추계학술대회에서도 이와 유사한 주장이 제기됐다. 서민교 맥세스컨설팅 대표는 지난 10월 13일 '주요 유통채널별 규제법의 주요 쟁점'이라는 주제로 열린 학술대회에서 정보공개서 변경등록 시 공개되는 시점이 약 4~10개월 지난 후이므로 개선이 필요하다는 의견을 밝혔다.

정보공개서 늑장 등록은 공개 및 열람이 지연됨을 의미한다.

연도별 재무상황 등 주요 정보를 이듬해 10월에야 간신히 파악할 수 있다는 것은 정보공개서 취지에 반한다는 것이 중론이다. 예비 가맹점사업자들은 관심있는 브랜드 한두 곳의 정보공개서만 검토하는 것이 아니다.

프랜차이즈 박람회에서 만난 한 예비 창업자는 "가맹사업정보시스템에서 원하는 브랜드의 정보공개서가 너무 늦게 공개된다. 경쟁 브랜드도 함께 열람해 비교하고 싶은데 거의 불가능하다"며 "올해 등록된 정보공개서가 힘들다면 지난해 정보공개서라도 참고하고 싶은데 그마

유통법학회 추계학술대회에서 주제 발표를 한 서민교 맥세스컨설팅 대표(왼쪽).

저도 열람할 수 없는 실정이다"라고 불만을 털어놓았다.

유사 업종, 동종 브랜드를 상호 비교해야 하는데 공정위의 정보공개서 늑장 공개가 발목을 잡고 있는 셈이다.

10월 18일 현재 공정거래조정원 웹사이트에 등록된 프랜차이즈 브랜드는 총 5798곳. 정보공개서를 열람하기 위해 해당 브랜드를 클릭하면 정보공개서 대신 "가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 제5조의4 제1항에 따라 개인정보와 영업비밀에 관한 사항을 제외한 후 공개할 예정입니다"라는 안내문이 뜨는 브랜드가 수두룩하다.

이 안내문조차도 오류다. 올해 3월 〈가맹사업법〉 시행령이 개정되면서 이 조항은 삭제됐기 때문이다. 〈가맹사업법〉 제6조2 3항이 맞는 표현이다.

(제6조2(정보공개서 등록 등) ③공정거래위원회는 제1항 또는 제2항에 따라 등록 · 변경등록하거나 신고한 정보공개서를 공개하여야 한다. 다만, 「개인정보 보호법」 제2조제1호에 따른 개인정보와 「부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 영업비밀은 제외한다.〈개정 2013.8.13., 2016.12.20.〉)

공정거래조정원 가맹정보사업팀 관계자는 이 오류를 최근 인정했으나 한달 넘도록 수정하지 않은 상태다.

지난해 12월 〈가맹사업법〉은 공정위의 정보공개서 공개를 '할 수 있다'는 재량사항에서 '해야 한다'는 의무사항으로 개정됐다.

김상조 공정거래위원장은 "세상을 바꾸고 개혁하는데 정보 공개만큼 효과적인 수단은 없다"고 강조하며 프랜차이즈 필수품목 마진 등 공개 정보 범위를 확대하고 있다.

공정위는 프랜차이즈 사업에서 가장 필수적인 정보공개서 등록과 공개라는 기본적인 의무사항부터 지켜야 한다는 목소리가 커지고 있다. KFN

“유통기업도 이제 IT기업이라 생각하라”

유통선진화포럼, 4차 산업혁명 시대를 맞아 생산-유통-물류 간 융합으로 빅뱅 예고

WRITE **홍덕기**

4차 산업혁명은 온라인과 오프라인이 결합된 혁명이다. 이종 기술간 융합을 통해 제조업과 서비스업이 융합된다. 유통산업도 생산-유통-물류 간 협업과 융합으로 산업과 국가간 경계가 무너지고 대대적인 지각 변동이 일어날 전망이다. 기존 시스템과 업계를 완전 재편하는 ‘와해성 기술’(Disruptive Technologies)의 등장으로 새 판이 짜여진다는 이야기다. 지난 10월 12일 서울 여의도 콘래드호텔에서 열린 제10회 유통선진화포럼(파이낸셜뉴스 주최)에서는 4차 산업혁명 시대를 맞아 유통산업의 패러다임 변화를 직시하고 이에 어떻게 대응해야 할 것인가에 대한 진지한 논의가 이어졌다.

‘와해성 기술’이 판도 바꾼다

기조연설을 한 마노지 메논 프로스트&설리번 APAC총괄사장은 4차 산업혁명 시대에 모든 기업은 IT기업화될 것이고 유통산업도 예외가 아니라고 강조했다.

“인공지능 · 모바일 · 사물인터넷 · 3D프린팅 · 드론 등 판도를 바꾸는 ‘와해성 기술’이 유통산업에서 상용화 단계에 접어들고 있다”고 설명한 뒤 “이제 유통산업도 단순 유통기업이 아니라 IT기업이라는 생각을 가져야 한다”고 역설했다.

메논 사장은 향후 유통업계가 나아갈 주요 테마로 △서비스로서의 제품(Product as a Service) △가치 공동 창조(Co-creation of Value) △N=1, R=G(소비자의 수-Number는 1, 자원-Resource

1

는 Global 플랫폼에서 조달) 등 3가지를 제시했다.

'서비스로서의 제품'은 제품을 판매하는 것이 아니라 제품을 서비스로 제공하는 시스템이다. 고객은 제품의 소유권을 확보하는 대신 사용기간 동안 사용료를 지불하고, 제조사나 공급사는 그 기간 동안 유형의 제품과 무형의 서비스를 함께 제공한다. 따라서 제품과 서비스는 고객별 요구에 최적화된 맞춤형이어야 한다.

메논 사장은 개인화된 맞춤형 제품과 서비스를 생산하기 위해서는 가치 공동 창조가 필요하다고 주장했다.

"제품은 기능도 중요하지만 고객의 만족에 방점을 두어야한다"고 전제한 뒤 "기업은 제품 생산단계에서부터 마케팅단계까지 고객을 참여시켜 가치를 함께 만들어 가야한다"고 주문했다. 고객뿐 아니라 유통 네트워크상에 존재하는 이해관계자인 협력회사와 직원들도 공동 창조 작업에 포함시켜야 한다고 강조했다.

그리고 N=1, R=G 이론을 소개했다. 이 이론은 세계적 석학인 프라할라드 교수와 크리슈난 교수(미시간대 로스경영대학원)의 공저 〈새로운 혁신의 시대〉에 처음 소개되었던 마케팅 이론이다. 소비자는 단 한 명이라는 생각으로, 개별 소비자가 느낄 수 있는 독특한 경험을 제공해야하고, 전 세계의 공급자와 파트너들 간의 네트워크를 통하여 자원을 얻어야 한다는 것이다.

신뢰없는 네트워킹은 사상누각

이어 강연에 나선 오세조 연세대 경영학과 교수는 '하이테크-하이터치'를 강조했다. 기술적으로 뛰어난 제품을 만드는 것은 기본이고 감성적으로 접근해야 한다는 의미다.

오 교수는 "4차 산업혁명 시대의 핵심은 결국 네트워킹이며, 네트워크는 일종의 파트너십"이라며 "상호 신뢰할 수 없는 파트너십은 사상누각이고 윈윈할 수 있는 상생구조를 갖추지 않으면 네트워킹할 수 없다"고 주장했다.

오 교수는 또 토종 글로벌 플랫폼 육성이 시급하다고 지적했다.

"산업간 경계와 국가간 경계가 무너지고 아마존 · 구글 등 글로벌 업체들과 치열한 경쟁을 해야 할 것"이라고 예측하고 "늦은 감이 있지만 지금이라도 글로벌 플랫폼 설립을 추진하는데 정부와 기업이 힘을 모아야 한다"고 강조했다.

이날 김상조 공정거래위원장은 축사를 통해 "상생은 강자가 약자를 배려하는 단순한 시혜 차원의 문제가 아니라, 강자 자신이 더욱 발전적으로 존속해 나가기 위한 생존 차원의 문제"라며 "유통기업들도 납품업체들과 협력하여 혁신적인 상품 및 기술개발에 보다 많은 관심을 가져달라"고 당부했다. KFN

1 유통선진화포럼 현장.
2 유통선진화포럼에서 기조연설을 한 마노지 메논 프로스트&설리번 APAC총괄사장.
3 유통선진화포럼에서 강연하고 있는 오세조 연세대 경영학과 교수.(사진: 파이낸셜뉴스 제공)

2

3

수출 상담회서 1천만 달러 성과

'2017 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자'…동남아·중국 등 해외진출 지원

WRITE **김종백**

국내 프랜차이즈 기업들과 해외 파트너들이 만나 해외 진출 전략을 논의하는 의미 있는 자리가 마련됐다.

지난 10월 12일 KOTRA(대한무역투자진흥공사)와 소상공인시장진흥공단은 서울 삼성동 그랜드인터콘티넨탈호텔에서 '2017 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자'를 개최했다.

산업통상자원부와 중소벤처기업부가 주최하고 KOTRA와 소상공인시장진흥공단이 주관한 이번 행사는 국내 프랜차이즈 기업들이 동남아와 중국 등 해외 각국으로 진출하는 데에 도움을 주기 위해 마련된 자리다.

1:1 비즈니스 상담회에 92개사 참여

행사의 일환으로 진행된 1:1 비즈니스 상담회에는 외식 · 서비스 · 도소매 등 국내기업 92개사가 상담에 참여해 해외파트너를 통한 마스터 및 합작투자 진출을 타진했다. KOTRA는 실제 이번 상담회를 통해 홍콩파트너 스프라우츠와 국내기업 케이씨컴퍼니의 계약을 비롯해 총 1천만달러의 진출 성과가 있었다고 밝혔다.

1

1 '2017 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 포럼'에서 박기영 한국프랜차이즈산업협회장이 각국 변호사들의 토론을 진행하고 있다.
2 (왼쪽부터) 김영화 청담러닝 대표, 진따나 폰락싸마니 태국 에듀파크 CEO, 제프 키패트릭 호주 핀그룹 디렉터, 노화봉 소상공인시장진흥공단 본부장, 조경태 국회 기획재정위원회 위원장, 김재홍 KOTRA 사장, 권대수 중소벤처기업부 소상공인 정책관, 박기영 한국프랜차이즈산업협회 회장, 바룬 주네자 인도 코딩젠 디렉터, 이만재 놀부 대표
3 박기영 협회장이 베이커&맥킨지 소속 각국 변호사들의 발표에 앞서 토론 취지와 주제를 설명하고 있다.
4 참석자들이 통역기를 통해 영어로 진행되고 있는 토론을 경청하고 있다.

프랜차이즈 산업 현주소와 전망을 공유하기 위한 '글로벌 프랜차이즈 비즈니스 포럼 2017'도 함께 진행됐다. 〈프랜차이즈 트렌드와 기회〉라는 주제로 진행된 주제 발표 시간에 손건일 한국IBM 전무는 "4차 산업혁명의 주요기술인 AI(인공지능)가 프랜차이즈 브랜드 경쟁력을 좌우하는데 큰 영향을 줄 것"이라고 전했다. 김만기 랴오닝하이리더투자개발 대표는 우리 프랜차이즈 기업이 가장 많이 진출한 중국시장의 경우 "중국을 잘 아는 기업과 모르는 기업의 10년 후를 상상해보라"며 제품 및 서비스 현지화의 중요성을 강조했다.

"각국 현지 정보 생생하게 전달"

2번째 순서로 진행된 〈동남아 유망 시장 프랜차이즈〉 토론 시간은 좌장을 맡은 박기영 한국프랜차이즈산업협회장의 진행 하에 국내 프랜차이즈 산업과 동남아 유망 시장들의 프랜차이즈 산업 현황을 진단하고 각국의 법규 현황 비교와 진출 성공 사례 등 관련 정보를 공유하는 유익한 시간으로 꾸며졌다.

또한 베이커&맥킨지 국제로펌에 소속된 각국의 변호사들이 패널로 참석, 3시간에 걸쳐 태국, 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 싱가포르, 태국, 필리핀 등 현지 프랜차이즈 산업 정책 및 정보를 소개하며 투자 유치를 홍보하기도 했다.

▲각국의 프랜차이즈 산업 현황 ▲프랜차이즈 법률과 규제 개요 ▲상표권 ▲프랜차이즈 계약서 작성 시 유의사항 ▲프랜차이즈 계약의 종료 ▲주요 이슈 및 사례로 보는 대응 전략의 순으로 진행됐으며, 각국 변호사들은 국내에서 쉽게 접할 수 없는 현지의 프랜차이즈 관련 정보를 생생하게 전달하며 참석자들의 큰 호응을 얻었다.

북미 · 유럽 등 선진시장서도 큰 관심

한편 이번 행사에는 국내 프랜차이즈 핵심기업 관계자 총 250여명과 해외 유망 프랜차이즈 마스터 파트너 59개사가 참여했으며, 지역별로 중국(20개), 동남아(17개), CIS(5개)같은 기존 신흥시장뿐만 아니라, 북미(4개), 일본(4개), 대양주(4개), 유럽(3개) 등 선진시장에서도 우리 프랜차이즈에 관심을 보였다.

김재홍 KOTRA 사장은 "포화상태인 국내 내수시장의 돌파구를 찾고 경쟁력을 제고하기 위해서는 6.8%에 불과한 우리 프랜차이즈의 해외진출을 적극 확대해야 한다"면서 "이번 행사가 우리 프랜차이즈 기업이 해외시장 공략을 위해 필요한 정보와 사업기회를 동시에 얻는 유익한 장이 될 것으로 기대한다"고 밝혔다. KFN

다점포율로 보는 내년 프랜차이즈 유망 업종은

디저트·생활용품은 뜨고… 편의점·외식은 지고

WRITE 노승욱 특임기자

창업 시장 트렌드를 확인할 수 있는 지표는 무엇일까. 주요 브랜드의 기존 점주들은 과연 얼마나 만족하고 있을까. 이런 고민 끝에 기자가 고안한 게 '다(多)점포율'이다. 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.

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 브랜드로 판단되니 점포를 여럿 늘려서 수익을 극대화하려는 전략이다. 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. 다만, 다점포율 변화를 보고 시장 트렌드 변동을 읽어내는 참고자료로 활용하는 것이 바람직하다.

국내 주요 프랜차이즈 다점포율 변화

〈표-2018년 프랜차이즈 다점포율〉

* 2014년부터 20개 업종 80여 개 브랜드 다점포율 4년째 조사

구분	상호	전체점포	직영점	가맹점	다점포	2018 다점포율	2017 다점포율	2016 다점포율	2015 다점포율	증감
편의점	CU	1만2085	137	1만1948	3689	30.9	37	40.9	39.9	– 6.1
	GS25	1만2065	134	1만1931	3720	31.2	31.3	34.7	31.8	– 0.1
	세븐일레븐	9099	109	8990	2911	32.4	25.4	24.4	20.1	7
	미니스톱	2420	65	2355	553	23.5	26.2	23.3	20.9	– 2.7
	이마트24	2330	114	2216	162	7.3	7.8	7.1	1	– 0.5
피자	파파존스	123	38	85	45	52.9	54.4	49.2	–	– 1.5
	피자알볼로	270	11	259	81	31.3	27.1	–	–	4.2
	도미노피자	440	110	330	비공개	비공개	비공개	38.9	36.7	추후
	미스터피자	337	20	317	68	21.5	24.5	32	40.1	– 3
	피자헛	322	0	322	89	27.6	27.5	9.5	37.1	0.1
커피	이디야커피	2052	9	2043	568	27.8	33.6	29.2	27.8	– 5.8
	마노핀	43	28	15	6	40	40	22.2	–	0
	엔제리너스	793	103	690	162	23.5	46.4	27.5	29.8	– 22.9
	파스쿠찌	439	39	400	50	12.5	12.6	16.1	–	– 0.1
	탐앤탐스	448	55	393	31	7.9	8.9	11.2	17.4	– 1
	투썸플레이스	904	53	851	64	7.5	8.6	9.6	–	– 1.1
	요거프레소	792	0	792	0	0	1.3	1	–	– 1.3
	커피베이	447	4	443	4	0.9	0.5	1.7	0.5	0.4
	커피랑도서관	43	5	38	6	15.8	11.1	–	–	4.7
	셀렉토커피	204	1	203	4	2	1.5	–	–	0.5
	드롭탑	219	6	212	23	10.8	11.3	–	–	– 0.5
	빽다방	541	3	538	97	18	비공개	–	–	–
저가쥬스	쥬씨	795	5	790	56	7.1	17.5	–	–	– 10.4
외식	하남돼지집	208	9	199	62	31.2	40	43.3	–	– 8.8
	한촌설렁탕	76	8	68	23	33.8	36.7	36.7	–	– 2.9
	포메인	134	1	133	40	30.1	31.8	32.5	–	– 1.7
	본죽&비빔밥카페	214	7	207	12	5.8	17.4	13	9.3	
	본죽	1170	3	1167	80	6.9	2.8	13	9.3	
	본도시락	286	4	282	24	8.5	9.6	10.3	7.7	– 1.1
	오니기리와이규동	93	2	91	2	2.2	2.8	–	–	– 0.6
	유가네닭갈비	143	2	141	36	25.5	24.8	14.4	추후기재	0.7
	큰맘할매순대국	390	0	390	50	12.8	–	–	20.6	–
	원할머니보쌈	262	5	257	47	18.3	10.7	18.2	13.5	7.6
	박가부대찌개	144	2	142	8	5.6	3.2			2.4
	그램그램	220	0	220	0	0	–	–	–	–
	에머이	79	5	74	40	54.1	–	–	–	–
	두끼떡볶이	127	1	126	3	2.4	–	–	–	–
패스트푸드	롯데리아	1357	135	1222	278	22.7	24.6	26.5	28.2	– 1.9
	써브웨이	282	0	282	31	11	16.4	12.6	10.8	– 5.4
	파파이스	94	15	79	6	7.6	9	10.4	8.3	– 1.4
	KFC	205	205	0	0	0	0	0	0	0
	버거킹	294	205	89	10	11.2	비공개	비공개	4.3	–
	맘스터치	1061	0	1061	70	6.6	6.6	–	–	0
생활용품	양키캔들	142	17	125	49	39.2	37	31	16.3	2.2
	다이소	1,200	750	450	55	12.2	12.4	14.1	6.3	– 0.2
디저트	던킨도너츠	724	175	549	80	14.6	8.5	14.1	–	6.1
	스무디킹	109	29	80	26	32.5	15.6	–	15.4	16.9
	설빙	441	7	434	49	11.3	4.8	5.7	–	6.5
	배스킨라빈스	1316	90	1226	50	4.1	3.8	3.2	–	0.3
	오가다	92	14	78	12	15.4	15.4	–	–	0
도시락	본도시락	286	4	282	24	8.5	9.6	10.3	7.7	– 1.1
	한솥	692	5	687	28	4.1	6.3	8.4	7.5	– 2.2
빵	브레댄코	72	5	67	17	25.4	32.8	26.9	24	– 7.4
	뚜레쥬르	1336	16	1320	110	8.3	7.8	8	9	0.5
	파리바게뜨	3440	47	3393	400	11.8	6.7	6.8	6.9	5.1
주점	생활맥주	96	6	90	8	8.9	–	–	–	–
	청담동말자싸롱	250	4	246	6	2.4	9.2	–	–	– 6.8
김밥	김가네	435	1	434	43	9.9	7.1	7.5	5.6	2.8
	바르다김선생	181	4	177	19	10.7	5.5	3.6	–	5.2
치킨	교촌치킨	1015	0	1015	12	1.2	1.6	7.7	7.4	– 0.4
	BHC치킨	1450	0	1450	80	5.5	6.5	3.4	3.2	– 1
	굽네치킨	993	1	992	0	0	0	0	0	0
	호식이두마리치킨*	940	2	938	44	4.7	0	–	–	4.7
	BBQ(근사치)	1490	16	1474	165	11.2	2.8	10.2	9.8	8.4
세탁	크린토피아	2565	87	2407	71	2.9	4.1	1.1	0.9	– 1.2
떡볶이	신전떡볶이	565	8	557	50	9	–	–	–	–
	죠스떡볶이	285	1	284	11	3.9	3.2	3.5	7.9	0.7
	국대떡볶이	80	4	76	2	2.6	0	0	1.9	2.6
문구	모닝글로리	305	4	301	6	2	2	2	1.9	0
프리미엄독서실	토즈스터디센터	299	8	291	25	8.6	16.6	24.4	–	– 8
	온더데스크	71	1	70	11	15.7	16.3	18.2	–	– 0.6
	그린램프라이브러리	31	7	24	9	37.5	47.6	–	–	– 10.1
힐링카페	미스터힐링	64	1	63	13	20.6	11.4	–	–	9.2
코인노래방	슈퍼스타	53	0	53	4	7.5	–	–	–	–
	세븐스타	105	1	104	4	3.8	–	–	–	–
스크린야구	리얼야구존	178	4	174	40	23	14.3	–	–	8.7
	스트라이크존	136	3	133	36	27.1	33.3	–	–	– 6.2
모텔	야놀자	127	7	120	38	31.7	31.1	20	–	0.6
	여기어때	20	1	19	6	31.6	–	–	–	–

* 가족 포함 기준
2017년 3분기 말 기준

자료:각 사

저가주스에 밀리던 설빙 · 스무디킹 등 반격

2017년에 점주들로부터 '앙코르'를 가장 많이 받은 프랜차이즈는 어디일까. 결론부터 얘기하면 업종별로 디저트, 김밥, 생활용품, 스크린야구, 힐링카페 등은 뜨고, 편의점, 피자, 커피전문점, 외식, 패스트푸드, 주점, 저가주스 등은 지는 흐름이다. 다점포율이 감소한 업종이 증가한 업종보다 훨씬 많다는 점에서, 자영업 시장 전반에 위기감이 엿보인다.

디저트 업종에선 배스킨라빈스, 던킨도너츠, 스무디킹, 설빙의 다점포율이 올랐다. 최근 디저트 시장의 급성장을 단적으로 보여주는 장면이다.

특히, 설빙은 '왕의 귀환'이 따로 없다. 2016년 쥬씨, 쥬스식스 등 저가주스의 등장으로 여름 디저트 시장에서 가성비에 밀려 고전했는데, 2017년 저가주스 시장이 위축되면서 다시 인기를 얻고 있다. 멜론, 복숭아 등 여름 과일을 이용한 훌륭한 신메뉴와 수년째 이어지는 역대급 무더위도 한몫했다는 평가다.

스무디킹도 한동안 다점포율이 15~16%대로 정체 상태였는데 이번에 32.5%로 두 배 이상 급등했다. 다양한 가맹점 지원 제도를 통해 가맹점과 신뢰 관계가 구축된 것이 주효했다는 게 회사 설명이다. 스무디킹 관계자는 "스무디킹은 매출이 안 나오거나 뜻밖의 사고를 당한 가맹점에 대해 신규 인테리어 비용 등 각종 지원을 한다. 일례로 동탄 메타폴리스에 화재가 났을 때 가맹점은 직접적인 화재 피해는 없었지만, 화재 점검으로 인해 한 달간 영업에 차질을 빚어 물품 등 다양한 지원을 했다. 디저트 시장 확대에 따른 수혜도 물론 영향을 미쳤다"고 전했다.

한방차 전문 카페 오가다도 다점포율은 15.4%로 전년과 똑같았지만 내용은 더 좋아졌다. 가맹점과 다점포가 각각 65개, 10개에서 78개, 12개로 함께 늘어 다점포율이 유지됐다. 오가다는 같은 기간 직영점도 13개에서 14개로 1개 늘었다. 본사도 사업 전망을 밝게 보고 직접 투자를 늘렸다는 얘기다. 최승윤 오가다 대표는 "직영점의 또 다른 기능은 인재 육성이다. 오가다는 슈퍼바이저는 물론, 다른 부서 직원들도 웬만하면 직영점 출신을 뽑는다. 현장에서 직접 고객을 상대해봐야 점주들에게 제대로 된 조언을 해줄 수 있기 때문"이라며 "가맹으로 임대차 계약이 안되는 특수상권이나 수수료가 높은 매장에 홍보 목적으로 안테나샵을 출점하는 것도 직영점이 많은 이유 중 하나"라고 말했다.

'한국인의 영원한 간편식' 김밥도 주요 브랜드인 김가네(7.1%→9.9%)와 바르다 김선생(5.5%→10.7%)의 다점포율이 모두 올랐다. 김가네는 가맹점과 다점포가 425개, 30개에서 434개, 43개로 각각 9개, 13개 늘어 순조로운 성장세를 보였다. 반면, 바르다 김선생은 다점포는 증가했지만(10개→19개) 가맹점이 다소 줄어(182개→177개) 상대적으로 다점포율이 급등했다. 생계형 점주는 일부 폐점하고 투자형 점주는 추가 출점한 것으로 보인다.

힐링카페 1위 '미스터힐링'은 다점포율이 11.4%에서 20.6%로 2배 가까이 급등했다. 가맹점이 35개에서 63개로 2배 가량 느는 동안, 다점포는 4개에서 13개로 3배 이상 급증한 덕분이다. 힐링카페는 그간 소셜커머스 등에서 B2C 고객을 상대로 영업했지만, 앞으로는 B2B 영업을 더 강화한다는 복안이다. 이상목 미스터힐링 대표는 "힐링은 내 돈으로 하기 보다는 남이 선물해 줄 때 더 기분이 좋다. 때문에 대기업들이 직원들에 대한 복지 선물로 미스터힐링 이용권을 나눠주도록 기업 상대 영업에 힘을 쏟고 있다. 실제 내로라하는 대기업과 공기업을 상대로 성과가 나고 있다. 최근 미스터힐링 전용 휴식문화상품권을 출시한 것도 같은 맥락이다. 휴식전문기업으로서 '힐링을 선물하는 문화'를 만들어 나갈 것"이라고 전했다.

스크린야구 시장도 다점포가 급증했다. 다점포율만 보면 리얼야구존은 8.7%포인트 증가(14.3%→23%)하고 스트라이크존은 6.2%포인트 감소(33.3%→27.1%)한 것으로 집계된다. 그러나 여기에는 착시 현상이 있다. 스트라이크존은 다점포가 27개에서 36개로 9개 늘어난 반면, 같은 기간 가맹점이 92개에서 133개로 41개나 급증했다. 즉, 스트라이크존 가맹점 증가 속도가 다점포의 그것보다 빨라 상대적으로 다점포율이 감소한 것. 반면, 리얼야구존은 가맹점이 126개에서 174개로 48개 급증했고, 이 중 다점포는 18개에서 40개로 2배 이상 증가해 다점포율도 급등했다.

'시장 전망 어둡다' 편의점주들 점포 정리

다음은 다점포율이 감소한 브랜드다. 기존 점주들이 시장 전망을 어둡게 보고 점포를 정리한 것으로 해석된다.

편의점은 세븐일레븐을 제외한 4사가 모두 다점포율이 급감했다. 특히, 1만개 이상 점포로 업계 1위, 2위인 CU와 GS25는 전년에 이어 연속으로 다점포율이 줄었다. GS25는 31.3%에서 31.2%로 0.1% 감소하는 데 그쳤지만, CU는 37%에서 30.9%로 6.1%포인트나 급감했다. 미니스톱과 이마트24도 전년 대비 각각 2.7%포인트, 0.5%포인트 감소했다. 편의점은 5사 모두 가맹점이 급증하고 있는 데도 기존 점주들은 가게를 정리하고 있다는 점에서 창업 전망에 빨간불이 켜졌다는 평가다.

피자와 외식업도 고전을 면치 못했다. 피자는 미스터피자와 파파존스의

다점포율이 각각 3%포인트, 1.5%포인트 감소했다. 피자는 가격대가 2만원대 이상으로 높고 양도 많아 1인 가구 증가 트렌드의 수혜를 보지 못하는 대표 업종으로 꼽힌다. 단, 피자알볼로는 27.1%에서 31.3%로 4.2%포인트 늘어 눈길을 끈다. 이재욱 피자알볼로 대표는 "가성비 트렌드가 위세를 떨칠 때 프리미엄 수제피자 전략을 채택한 역발상이 효과를 본 것 같다"고 자랑했다.

2015년에 뜨거웠던 프리미엄 독서실은 2016년에 이어 2017년에도 다점포율이 확연한 감소세를 보였다. 그린램프라이브러리가 10.1%포인트(47.6%→37.5%), 토즈스터디센터가 8%포인트(16.6%→8.6%) 줄었다.

외식업도 대부분 마이너스다. 그나마 원할머니보쌈과 박가부대찌개, 유가네닭갈비가 선방했다. 다점포율이 각각 전년 대비 7.6%포인트, 2.4%포인트, 1.1%포인트 늘어 18.3%, 5.6%, 25.9%를 기록했다.

원할머니보쌈과 박가부대찌개는 원앤원주식회사가 운영한다. 보쌈, 부대찌개는 너무 익숙한 먹거리여서 자칫 고루해 보이기 쉬운데, 최근 신논현역 먹자골목에 '원래족발' 등 신규 브랜드를 내며 적극적인 마케팅을 벌인 게 주효했다는 평가다. 유가네닭갈비도 닭갈비 업계 1위 브랜드로서 꾸준한 네임밸류를 유지하고 있는 데다, 인기 배우 임시완 씨를 2017년 전속모델로 발탁하는 등 마케팅에 공을 들인 보람이 있었다. 유가네닭갈비 관계자는 "어려운 외식 환경을 고려해 브랜드 홍보를 위한 마케팅비는 점주 분담금 없이 본사가 전액 부담한다"고 귀띔했다.

한편, 다점포율이 전년과 대동소이한 업종도 여럿 있다. 세탁, 문구, 떡볶이, 도시락, 치킨, 모텔 등은 다점포율이 전년 대비 다소 늘거나 줄었지만 변동폭은 2%포인트 안팎에 그쳤다.

모텔의 경우 여기어때는 2017년에 가맹사업을 본격화해 비교 대상이 없고, 야놀자는 전년 대비 다점포율이 0.6%포인트 상승했을 뿐이다. 최근 숙박앱의 성매매와 부정 후기 삭제 논란이 이어지자 추가 출점을 자제하고 내실 다지기에 돌입한 결과다. 이수진 야놀자 대표는 "지금도 기존 점주들의 추가 출점 문의가 잇따르지만 모두 보류하고 있다. 성급한 사세 확장보다는 원래 목표였던 모텔 시장 양성화가 더 급선무라 판단했기 때문"이라고 설명했다. 실제 야놀자는 다점포는 38개로 전년과 동일했고, 가맹점만 113개에서 120개로 7개만 늘렸다.

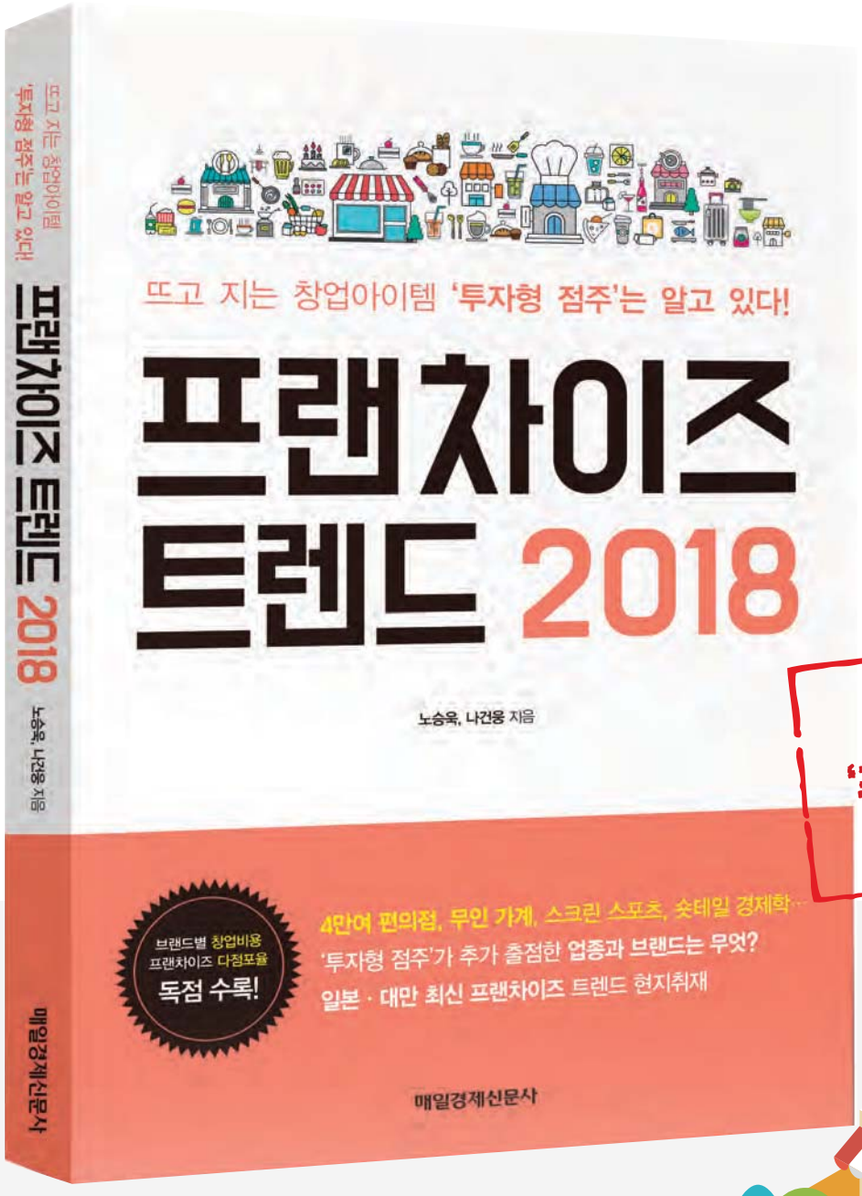
가맹점수보다 질적 지표 찾아야

전문가들은 단순 가맹점수보다는 기존 점주들의 투자 흐름을 엿볼 수 있는 다점포율을 참고해서 창업하는 게 바람직하다고 권한다. 단순 점포 수로만 경쟁하는 현행 방식은 출점 경쟁을 과열시켜 점주 수익성을 떨어뜨리기 때문이다.

강병오 FC창업코리아 대표(창업학 박사)는 "상장사는 분기별로 실적을 발표하고 주가도 매일 공개된다. 그러나 프랜차이즈는 상장사가 거의 없어 1년에 한 번 발표되는 정보공개서가 거의 유일한 비교 잣대다. 그것도 전년 정보공개서가 이듬해 7~8월에 늦게 공개돼 시의성이 떨어진다. 이런 이유에서 어느 브랜드가 점포 수가 많은지로 업계 순위가 매겨져온 것"이라며 "그러나 이는 소모적인 출점 경쟁으로 이어져 점주에게 오히려 피해를 준다. 면적당 매출이나 다점포율 비교를 통해 어디가 장사를 더 잘했는지로 비교하는 게 바람직하다"고 조언했다. KFN

프랜차이즈 '다점포'를 지닌 투자형 점주,

그들만이 알고 있는 뜨고 지는 창업 아이템은?



★★★★★
'프랜차이즈 다점포율' 독점 공개!

· 면적당 매출로 보는 '가장 장사 잘한 프랜차이즈'는?
· 로드숍 지고 특수상권(공항 · 지하철 · 복합 쇼핑몰) 뜬다
· 스크린야구 · 방탈출 · VR…자영업에 부는 4차 산업혁명
· 최저임금 인상에 이색자판기 봇물…대박 열쇠는 '입지'

노승욱, 나건웅 지음 | 15,000원

아름다운 인재의 샘
가천대학교

가천대학교 경영대학원 2018학년도 전기

글로벌 프랜차이즈 전공

석사학위과정 모집요강

프랜차이즈 기본을 이해하고,
이를 바탕으로 국내시장과 해외시장을
균형감 있게 공부하는
국내 유일의 프랜차이즈 전공 석사과정입니다.

● 전공 소개

프랜차이즈 석사과정은 프랜차이즈 개론과 경영, 시스템 구축 및 국내시장전략, 해외시장 진출 등에 필요한 원리와 실무에 대해서 폭넓은 이해와 연구를 통해 프랜차이즈 전문가의 자질을 함양하는 과정이다.

● 교육 목표

1. 프랜차이즈 시스템 구축과 운영 및 실무를 겸비한 전문가 양성
2. 프랜차이즈 경영전략과 협상 및 계약, 마케팅 등 전문지식을 갖춘 전문가 육성
3. 글로벌 시장에서 프랜차이즈 창업 및 실전에 적용하는 프랜차이즈 경영 지식과 능력을 갖춘 글로벌 기업가 양성

● 졸업 후 진로 및 혜택

1. 진로 및 전망
- 서비스업, 유통업, 외식업 등 국내외 기업과 유관기관의 프랜차이즈 전문가
- 글로벌 경영을 희망하는 시스템과 네트워크 구축 등 기업가 및 컨설턴트로 활동

2. 혜택과 특전 - 한국프랜차이즈산업협회장 추천 장학금 혜택
- 전문가 네트워크 구성(교수진과 네트워크/원우회 활동)

● 교과 편성

프랜차이즈 경영론, 프랜차이즈 경영세미나, 상권 및 입지분석론, 가맹사업 관련 법제, 프랜차이즈 마케팅, 수퍼바이징 이론과 실무 글로벌FC, 시장분석론, 글로벌 협상론, 글로벌FC 전략론, 글로벌FC 계약론

● 모집 요강

1. 모집학과(전공)
석사학위과정(글로벌프랜차이즈 전공, 5학기제 : 2년6개월)

2. 모집인원 : 석사학위과정 00명

3. 응시자격
가. 국내외 대학 학사학위 소지자
나. 2018년 2월 졸업예정자
다. 기타 법령에 의한 자격 인정자

4. 원서접수
가. 기간 : 11월13일(월) ~ 12월17일(금)
나. 접수 : 경영대학원행정실(가천관 801호)

5. 전형일시 및 합격자발표, 등록기간 : 개별통보(전형방법 : 서류심사 및 면접)

6. 제출서류
가. 입학원서(대학원 소정양식) 1통
나. 학업계획서(본 대학원 소정양식) 1통
다. 개인정보의 수집 · 이용 및 제3자 제공에 관한 동의서(본 대학원 소정양식) 1부
라. 대학졸업증명서(졸업예정증명서) 및 전학년 성적증명서 각 1통
※외국대학출신자는 한국 소재 해당국 대사관에서 인증한 공증번역본 추가제출
마. 사진(반명함판 3x4) 2장, 재직증명서 1통(장학금 해당자)

● 장학금

등록금의 30% 감면
- 가천학원 졸업생(전문대학, 평생교육원 포함)
- 공공기관 직원
- 본교 자매결연기관 재직자 및 졸업생
- 교육계 종사자(유치원 초, 1중, 1고 및 대학원 교직원), 원우회장
- **(사)한국프랜차이즈산업협회장 추천 장학금 30% 혜택**

● 기타

가. 전형료 : 40,000원(입금계좌 : 신한은행 140-009-171781, 가천대학교)
※ 반드시 지원자 본인 명의로 입금하여야 함.
나. 제출서류는 반환되지 않음.
다. 수업일정 : 전공수업 : 격주 토요일 오전 10:00 ~ 오후 6시(월 2회)
선수/공통과목 - 온라인수업
라. 기타 자세한 사항은 홈페이지를 참고하거나 본 대학원 행정실로 문의바람

- **홈페이지 : http://www.gachon.ac.kr/major2/mana/**
- **TEL : 031-750-5026, 8648**
- **FAX : 031-750-5027**
- **유상목 교수 : franon@naver.com, 휴대폰 010-3503-4285**

필리핀 프랜차이즈의 성공을 보장하는 4가지 팁

출처: Franchise Philippines

필리핀에서 프랜차이즈를 소유하고 운영하면 의심할 여지없이 사업에 성공할 수 있다. 증거가 필요하다면 주위를 둘러보라. 친숙한 브랜드들이 이웃 곳곳에서 나타나고 있다는 것을 알고 있는가? 이 새로운 사업들이 프랜차이즈 사업이다.

필리핀 프랜차이즈 사업은 규모와 형태에 있어서 아주 다양하다. 현재 이 나라에서 가장 인기 있는 프랜차이즈는 식당, 키오스크 매점, 바, 카페, 제과점 및 식품점과 같은 식품 프랜차이즈다. 이 사업은 전체 프랜차이즈의 약 41%를 차지한다. 서비스 기반사업(인쇄점, 콜센터, 교육훈련 프랜차이즈 등)과 소매 프랜차이즈가 전체의 각각 약 32%와 27%를 차지한다.

PROFILE

COMPILE **유상목**

現 FranOn Corporation 대표
現 ㈜미스터힐링 상임고문
現 프랜차이즈산업연구원 전문위원

前 ㈜김가네 기획실장
前 (사)한국프랜차이즈협회 사무총장
前 세계프랜차이즈총회 서울대회 사무국장

프랜차이즈 사업 인기에 영향 미치는 요인들

왜 갑자기 프랜차이즈가 실행 가능한 비즈니스 모델이 되었을까? 대부분의 필리핀 사람들은 여러 가지 이유로 프랜차이즈 사업에 뛰어 들고 있는데, 그 이유는 이 사업 모델이 위험이 적고 성공률이 높기 때문이다. 프랜차이즈 사업은 실무 교육에서부터 사업 운영에 이르기까지 비즈니스 실행을 위한 검증된 공식을 제공함으로써 실패의 가능성을 혁신적으로 줄여준다. 가맹본부는 비즈니스 위험을 최소화하고 성공 가능성을 높이기 위해서 가맹점사업자가 알아야 할 모든 영업 비밀을 공유한다.

바로 알아 볼 수 있는 어떤 브랜드를 보유하면 타깃 시장을 포착하는 데 도움이 된다. 어떤 제품이 타깃 고객이 잘 아는 브랜드일까? 잘 알려진 브랜드 또는 알려지지 않거나 덜 알려진 브랜드의 제품일까? 등에 대한 아이디어를 얻게 된다.

또한 가맹본부는 사업 운영에 필요한 모든 자료를 저렴한 비용으로 제공한다. 믿을 수 있는 공급업체 및 제조업체의 모든 것을 대량 구매하므로 제품 구매처나 공급원의 안정성 및 가격 변동에 대해 걱정할 필요가 없다. 사실 이 기능만으로도 많은 시간과 비용을 절약할 수 있을 뿐만 아니라 수년 동안 원활하게 사업을 할 수 있다.

위치에 따라 비즈니스가 성공할 확률이 결정되므로 가맹본부는 상권과 입지를 파악하는 데 가장 적합한 곳을 선택하는 데 도움을 준다. 그리고 시간의 흐름에 따라 제품이나 서비스가 발전할 수 있도록 제품 개발과 광고를 처리하게 된다.

마닐라의 Robinsons 백화점

유기적인 관계에 있는 가맹본부의 적극적인 협력

프랜차이즈 사업은 혼자 하는 것이 아니다. 가맹본부는 가맹점주 편이 되어 언제나 도움을 준다. 어쨌든 가맹점주의 사업이 바로 그들 사업이다. 가맹점 쪽에 문제가 발생하면 가맹본부도 영향을 받게 된다.

이제는 이 비즈니스 모델이 얼마나 효과적인지 알게 되었으므로 이제 필리핀 프랜차이즈 사업에 직접 투자 할 수 있다. 좋다! 결국 프랜차이즈 사업은 경제에 긍정적인 영향을 미친다. 믿을 만한 자료에 따르면, 프랜차이즈 사업은 필리핀 GDP의 약 66억달러(약 5%) 정도 차지하고 약 백만 명의 필리핀인에게 일자리를 제공한다. 따라서 프랜차이즈 사업에서 큰 성과를 거두고 프랜차이즈가 올바른 비즈니스 모델이라는 결론을 내리고 성공 가능성을 높일 수 있는 아래의 팁을 따르라.

도전 · 협력 · 마케팅 그리고 모니터링

도전하라

독창성 있는 필리핀 비즈니스를 운영하려면 창의력과 인내가 필수다. 절대로 실패로 실망시키지 마라. 이것이 당신이 도전하고 더 나은 현명한 사람이 될 수 있음을 증명할 수 있는 기회라고 생각하라.

가맹본부와 협력하라

가맹본부와 상호 이익이 되는 관계를 형성하면 가맹점과 본부 모두에게 훌륭한 결과를 가져다 줄 것이다. 본부와 대립하지 말고 본부와 함께 일하라.

비즈니스를 마케팅하는데 최선을 다하라

선택한 틈새시장에서 선두 자격을 얻는 한 가지 확실한 방법은 효과적이고 열정적으로 마케팅하는 것이다. 고객과 좋은 관계를 구축하면 더 많은 판매가 이루어질 것이다.

비즈니스를 모니터링하라

위의 모든 제안을 따르면 더 많은 판매가 이루어질 것이므로 다음으로 해야 할 일은 현금 흐름을 모니터링하는 것이다. 실제로 사업이 어디로 가고 있는지를 알 수 있도록 모니터링을 첫날부터 해야 한다.

프랜차이즈를 시작할 준비가 됐나요? 누군가 앞서가기 전에 먼저 기회를 잡기 바랍니다! KFN

‘반성과 혁신을 통해 일자리를 창출하자’

18년 전, 창업당시 가장 큰 자부심은 ‘창업은 애국’이라는 말이었다. 지금도 이 나라는 일자리 창출에 골머리를 앓고 있다. 청년창업부터 시니어창업까지 정부의 모든 지원정책의 시작과 끝은 일자리 창출이다. 촛불혁명으로 정권을 창출한 새 정부의 주요 국정목표도 ‘일자리 창출’이다.

하지만 아이러니하게도 새 정부 공정거래위원회 밥상에 가장 먼저 오른 건 프랜차이즈 산업이다. 한해 100조원 매출과 약 80만명의 고용인원만 생각하면 정부는 프랜차이즈 산업의 성장을 위해 발 벗고 지원하고 나서야 할 판인데 말이다.

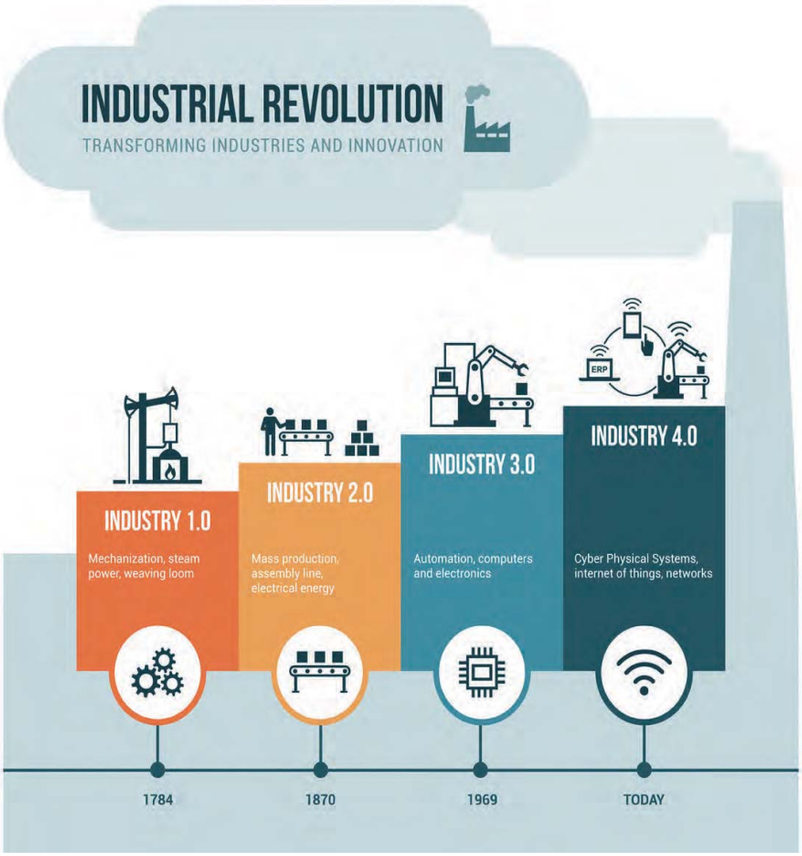
프랜차이즈 업계가 사회적 화두가 된 것은 최근 몇 년 사이 대한민국의 적폐 가운데 하나로 꼽히는 ‘갑질논란’이 프랜차이즈 본사와 오너의 횡포 또는 가맹점주들과의 불화로 불거져 나왔기 때문이다. 국민의 공분을 살만한 일들이 꼬리에 꼬리를 물고 봇물처럼 터져 나왔다. 프랜차이즈협회의 회원사들은 몇몇 업체들만의 이야기가 산업전반의 이야기인 듯 확대재생산되었다고 억울해 할 수도 있겠다. 아무튼 공정거래위의 눈으로 볼 때는 재벌도 대기업도 아닌, 프랜차이즈 산업 분야가 가장 수술이 시급했던 적폐였던 모양이다.

PROFILE

WRITE 천선아

(주)드림미즈 대표이사
프랜차이즈산업협회 이사
여성벤처기업협회 선도벤처 멘토
전남대학교 대학원 철학 석사 졸

천선아 / 주)드림미즈 www.dreammiz.com H.P
010-3229-8467 Tel 02-3668-9711



양적 성장에 따른 치열한 경쟁

실제로 우리나라 프랜차이즈산업 규모는 2016년 기준으로 가맹본부 숫자만 4300여개, 2011년 2400여개와 비교할 때 5년 만에 배 가까이 성장했다. 브랜드 숫자로는 거의 3천여개에서 5천여개 이상으로 78.9% 증가했다. 산업자체는 폭발적으로 성장하고 있는 데 반해 업종은 외식업에 편중되어 있고 가맹본부와 가맹점 모두 영세한 곳이 많다. 양적 성장 한쪽에서는 가맹본부와 가맹점주에 대한 분란이 끊이지 않았다. 외향적으로는 이러한 분란의 근본적인 원인은 경기침체와 더불어 지나치게 많은 업체들의 경쟁 때문이다. 하지만 올 상반기 줄줄이 언론으로 인해 드러난 프랜차이즈 본사와 오너의 '갑질' 횡포는 국민들의 공분을 사기에 충분했다. 몇몇 대형 프랜차이즈 또는 몰상식한 누군가 때문에 산업 자체가 입은 손실도 크지만, 결국 그 손해는 해당 가맹점들의 매출하락으로 이어졌다는 것이다. '을'의 눈물을 더 이상 외면해서는 안된다는 국민정서를 배경으로 공정위는 프랜차이즈 산업에 대한 법 개정을 대대적으로 손보는 중이고, 프랜차이즈 협회는 어떻게든 상생의 길을 모색 중이다.

기업의 사회적 역할 필요성

이 와중에 지난 10월 연휴 기간 동안 청와대발 뉴스로 화제에 오른 치킨 브랜드가 있다. '또봉이통닭'이다. 영부인 김정숙 여사가 국군의 날 기념식 후 군장병들과의 식사시간에 또봉이통닭 230마리를 선물한 것이다. 이 기사를 게재한 대부분의 언론매체는 김정숙 여사가 또봉이통닭을 선택한 이유에 주목했다. 바로 '착한 기업' 이미지다. 즉 기업의 사회적 역할로 높은 평가를 받았기 때문이라고 분석했다. 또봉이통닭은 서민물가 안정을 위해 치킨값을 인하하거나, 새 정부 최우선 국정과제인 일자리 창출에 발 벗고 나섰기 때문이라는 것. 그리고 얼마되지 않아 또봉이통닭은 현역 군장병이 휴가증과 신분증을 제시하면 50%를 할인해주는 이벤트를 열어 언론 지면을 장식했다.

또봉이통닭의 착한 기업 이미지가 마케팅 활동 차원에서 만들어진 것인지, 기업이나 오너가 지향하는 가치인지는 확실치 않다. 다만 하루아침에 뚝딱뚝딱 TV나 언론 광고를 통해서 만들어진 것은 아니라는 점이다. 치킨 가격인상으로 인한 소비자들 불만을 읽어내려는 노력, 일자리 창출에 대한 국민적 관심에 무자본 창업으로 부응하고 군장병 할인이벤트에는 가맹점의 손실을 보전해주는 그러한 배려들을 통해 변화하는 사회와 시장을 반영한 결과라는 점에서 분명 평가할만한 일이다.

모바일 인터넷의 영향력 인식해야

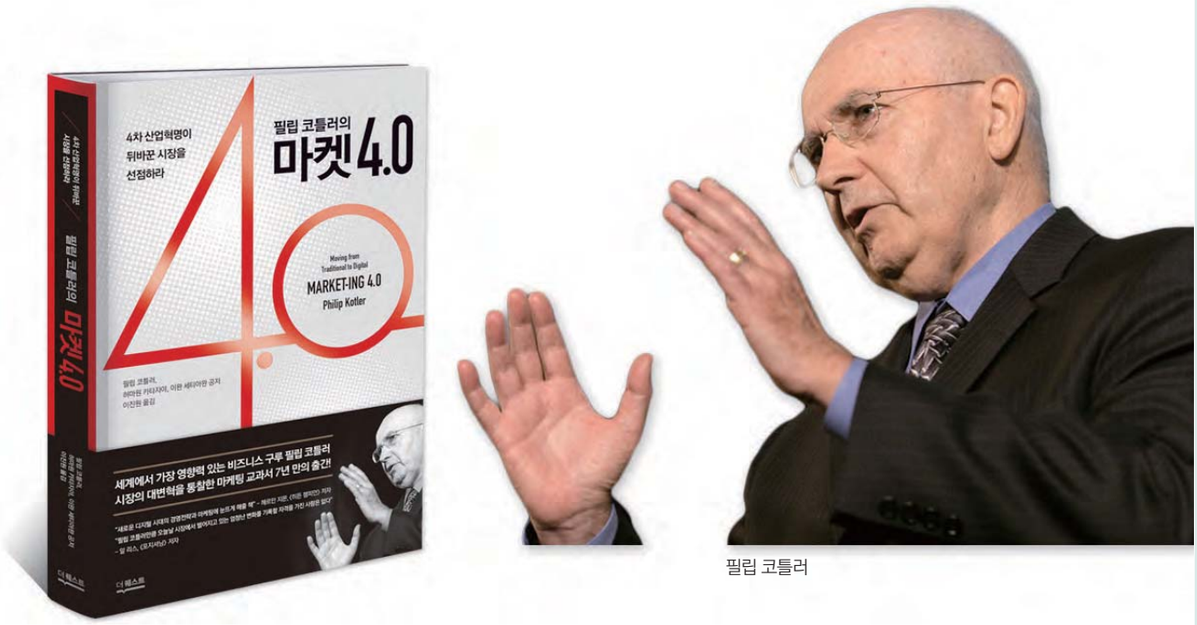
"오늘날 우리는 완전히 새로운 세상에 살고 있다. 우리가 알고 있던 힘의 구조는 극적인 변화를 겪고 있다."

우리나라의 정치사회의 현 단면을 말하는 것처럼 들리는 이 이야기는 필립 코틀러가 마켓 4.0에서 한 말이다. 필립 코틀러는 "이제 힘은 특별한 개인이 아닌 사회집단이 갖고 있다."라고 말한다.

"수평적·포용적·사회적 힘이 수직적·배타적·개별적 힘을 누르는 세상에서 고객 커뮤니티는 이전 어느 때보다 강력한 힘을 갖게 됐다. 그들은 이제 더 크게 목소리를 내고 있으며, 대기업이나 대형브랜드를 두려워하지 않는다."

과거에 기업들은 보통 다양한 광고 매체를 통해서 자신들의 메시지를 알렸다. 필립 코틀러는 그러나 인터넷과 모바일 시장에서는 이러한 접근법은 더 이상 통하지 않는다고 말한다. 앞으로는 거짓 주장을 하고 엉터리 제품을 만드는 기업은 살아남지 못한다고 단언하고 있다. 투명한 디지털 세계에서는 결함을 은폐하거나 고객 불만을 고립시키기가 실질적으로 불가능하기 때문이라는 것. 실제로 우리는 최근 몇 년 사이 이러한 일들을 눈앞에서 확인하고 있다.

이제 소비자들은 어디를 가든 강력하고 인터넷이 가능한 모바일을 들고 다닐 수 있다. 모바일과 인터넷 사용은 뚜렷한 영향력을 발휘한다. 그들은 언제나 연결되어 있으며 모바일은 사람들의 삶을 관리하는 플랫폼이 되어 가고 있다.



필립 코틀러

실제로 필립 코틀러의 이야기는 현재 대한민국의 현실과 맞닿아 있다. IT 강국인 대한민국은 그 어느 사회보다 더 투명하고 정의에 대한 갈망이 크다. 당연한 것처럼 여겼던 기득권층의 '관행'은 '갑질'로 적폐청산의 대상이 되었다. 대한민국 최고의 글로벌기업인 삼성 오너와 현직 대통령이 임기도 마치지 못한 채 법정에 앉아 있는 모습을 TV에서 보고 있지 않은가?

1년 전만 해도 여당이었던 현 야당은 정치보복이라고 우겨대지만, 국민 50% 이상은 적폐청산이라고 생각하는 일들이 지금 일어나고 있다.

가죽을 벗겨내는 아픔 이겨내야

바다가 썩는 것을 막아 주는 건 '소금'
인생이 썩는 것을 막아 주는 건 '조금'

카피라이터 정철의 저서 〈꼰대 김철수〉에 나오는 대목이다. 바다 속 소금은 불과 3%지만 그 소금이 바다가 썩는 것을 막아준다고 한다. 인생이 썩지 않으려면 욕심을 조금만, 집착을 조금만, 주장을, 권위를, 조금만 내려놓으면 된단다.

위기는 기회다. 떡 본김에 제사 지내고 넘어진 김에 쉬어간다는 말도 있는 것처럼 위기를 점프업 단계로 전환하기 위해선 꼭 필요한 것들이 있다.

그 첫 번째가 '내부 반성'이다. 꼭 필요하다. 소비자가, 시장이 바뀌고 있는데 무엇이 문제인지 내부 문제를 들여다보지 않으면 어디서 발목 잡힐지 모른다.

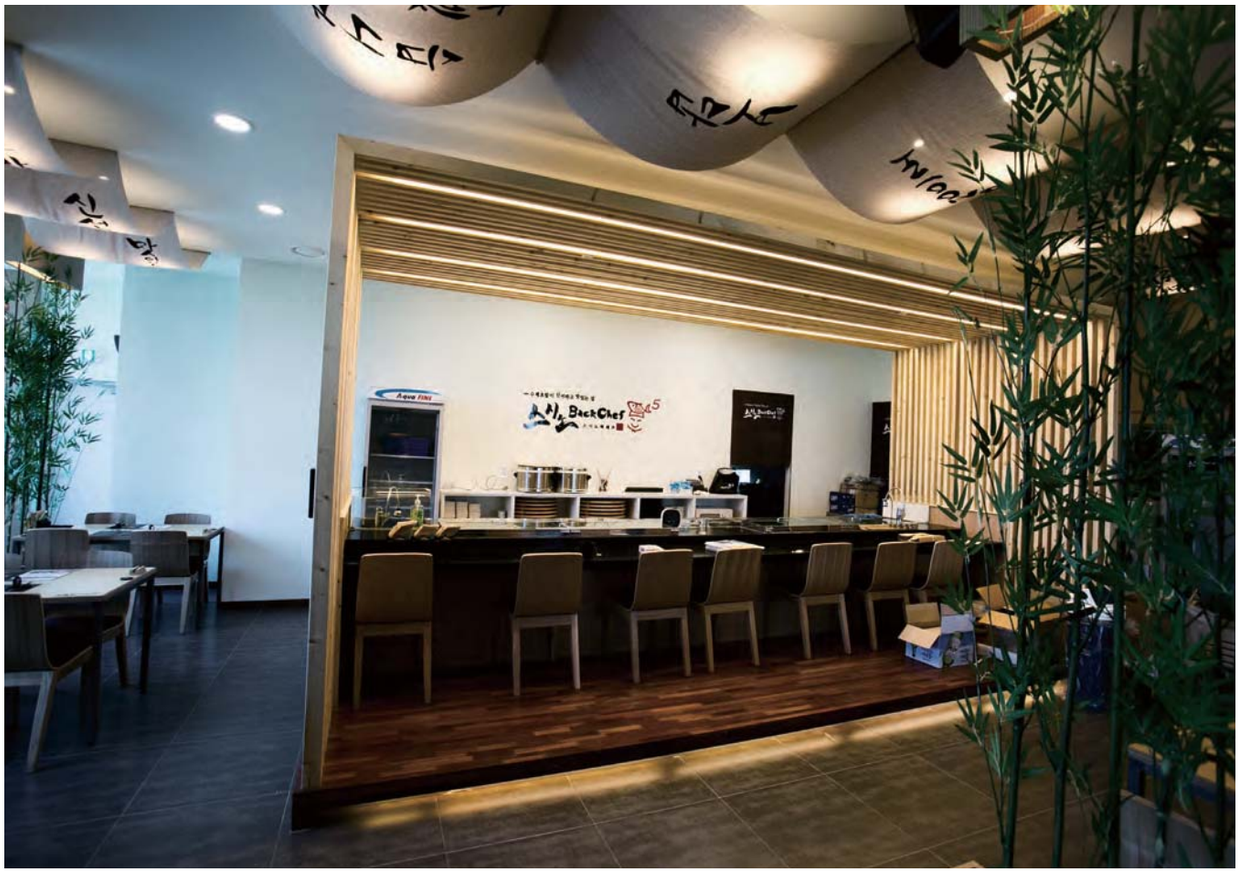
두 번째는 '혁신'이다, 마켓 4.0의 시장에 적응하고 생존을 위해 반드시 필요한 과정이다. '혁신'의 혁은 가죽 혁(革)이다. 가죽을 벗겨내는 아픔 없이는 결코 성공을 기약할 수 없다.

너나없이 지금까지 잘해왔더라도, 성장하는 모든 기업은 끊임없는 내부 반성과 혁신이 필요하다. 반성과 혁신에 성공한 기업만이 살아남고, 그 비율이 고작 30%일 뿐이라는데 쉽지 않은 일이다. 정부가 아닌, 자발적 혁신을 통해 4차 산업혁명에 접어드는 사회를 이끌어 가는 프랜차이즈 산업의 생존력을 담보하길 바란다. KFN

Since 2011

가맹점주 행복이 곧 고객 행복, 착한창업으로 초밥 열풍 잇는다

WRITE · PHOTO **이종철**



스시노백쉐프 이정훈 대표

외식업계에서 웰빙은 가장 강력한 트렌드로 완전히 자리매김했다. 웰빙에 가장 잘 어울리는 아이템의 하나는 초밥인데, 외식사업을 펼치는 프랜차이즈는 수천개에 이르지만 의외로 초밥을 주 메뉴로 한 곳은 많지 않다. 그런 가운데 입소문을 타고 90여개가 넘는 초밥 프랜차이즈가 있어 주목을 끈다. ㈜일성코퍼레이션의 수제초밥 브랜드 스시노백쉐프가 그 주인공이다.

초밥은 수제, 가격은 합리적이어야 제맛

이정훈 대표는 수많은 외식 프랜차이즈 업계에서 초밥 브랜드가 자리잡기 힘든 이유를 셰프 시스템에서 찾는다. 제대로 된 초밥을 위해서는 냉동초밥, 기계초밥이 아니라 신선한 재료로 셰프가 직접 손으로 하나하나 만들어야 한다는 것이 기본 상식이다. 여타 프랜차이즈처럼 반조리 상태로 가맹점에게 제공하기 어려운 것이 수제초밥이다.

"여러 가지 이유가 있겠지만 수제초밥 프랜차이즈에서는 가맹점 수가 30개를 넘어서면 셰프를 구하지 못해 가맹점 확대에 어려움을 겪는 일이 많았습니다. 프랜차이즈 사업에서는 가맹점마다 동일한 맛을 구현해낼 수 있어야 하는데, 모든 가맹점마다 전문 셰프를 조달하기가 쉽지 않았던 거죠. 그래서 우리는 2012년에 전북 전주시에 첫 매장(전북도청점)을 연 다음, 직영점 체제로 9개를 운영하면서 전문 셰프 교육 시스템과 프랜차이즈 매뉴얼을 집중적으로 만들었습니다. 3년 동안 매년 10억원씩 투자했으니 총 30억원 정도가 들었죠."

이밖에 이 대표는 대학교와 학원들을 찾아가 산학협력 관계를 맺고 학생들에게 일식의 매력을 소개하는 일에 힘을 쏟았다. 동원스시아카데미와 양해각서(MOU)를 체결하고 교육비 50%를 부담하는 조건으로 학생들이 커리큘럼 수료 후 스시노백쉐프에 입사할 수 있도록 했다. 이러한 각고의 노력 끝에 50여명의 셰프를 확보하고 2015년 2월에 본격적으로 가맹 사업을 시작했다. 그리고 '수제초밥이 신선하고 맛있는 집'으로 고객들에게 차츰차츰 알려지면서 2년여 기간이 지난 지금 업계 1위의 초밥 프랜차이즈로 성장했다.

"날것을 싫어하거나 일식에 거부감을 느끼는 고객들의 입맛도 고려한 대중적이고 한국화된 콘셉트로 메뉴를 구성하고, 합리적인 가격으로 정통 일식집에서 받아볼 수 있는 서비스를 얻을 수 있도록 한 것이 주효했습니다. 이제는 초밥도 삼겹살이나 치킨처럼 누구나 쉽게 즐길 수 있다는 것을 보여준 것이죠. 초밥에 익숙하지 않은 고객들도 우리가 개발한 특별 메뉴(와규스테이크초밥, 장어한마리초밥)와 특제소스(生고추냉이와 우유로 만든 크림소스)를 맛보고는 일식에 관심이 생겼다고 말할 정도랍니다."

점주, 직원, 고객이 모두 만족

본래 마케팅 기획과 영업에 관심이 많았던 이 대표는 자연스레 프랜차이즈 산업에 대해서도 호기심을 가지고 배워나갔다. 20대 때 벌써 갈매기살 프랜차이즈 가맹점을 4년간 운영했고, 뒤이어 족발 전문 프랜차이즈 가맹점도 4년간 운영하며 가맹 사업의 성공 가능성과 고객 입장에서의 셀링 포인트에 대해 연구했다. 그 결과로 탄생한 것이 스시노백쉐프다.

"웰빙 열풍을 타고 건강한 음식에 대한 니즈가 강해졌는데, 그에 가장 적합한 업종이 초밥이라 생각했습니다. 저 역시 생선을 좋아하기도 했고, 이제는 초밥도 일반인에게 대중적으로 다가가는 노력이 필요하다고 판단했어요. 더구나 남이 잘 하지 않는 분야이기도 했으니 시장에 진입해 확실한 콘셉트로 자리잡는다면 충분히 성공할 수 있겠다고 확신했죠."

많은 고민 끝에 수제초밥으로 아이템을 정한 그는, 이를 구체적으로 실현시켜줄 셰프를 찾아다녔다. 스스로 정보를 찾기도 했지만 여러 사람들의 추천을 통해 셰프를 만나기도 했다. 그러나 저렴한 가격대에 정통 수제초밥을 제공한다는 취지에 대해 고개를 가로젓는 셰프가 대부분이었다. 그러던 어느 날 학창 시절 친구 중에 열여덟살부터 일식을 만들어온 전문 셰프가 있다는 것을 알게 돼, 그 길로 친구를 찾아가 많은 이야기를 전하기 시작했다.

"유비가 제갈공명을 발탁할 때 삼고초려를 했다는데, 저는 오고초려는 한 것 같아요. 집에도 방문해 친구 가족들을 직접 설득하기도 했고요. 그런 노력에 친구도 마음을 다잡고 함께 사업을 하기로 했죠. 그가 바로 R&D센터를 이끌고 있는 마스터 셰프 백승성 이사입니다."

스시노백쉐프의 전국 가맹점에서 일하고 있는 셰프는 현재 130여명에 이른다. 이들이 특별하게 보이는 이유 중 하나는 본사에서 셰프를 직접 고용해 가맹점에 공급하는 형태라는 점이다.

점주 입장에서 볼 때 임금 외 4대보험, 퇴직금에 대한 부담이 줄고, 셰프가 아프거나 개인사정으로 출근이 어려운 경우에는 본사에서 긴급 대체 인원을 공급해주니 참으로 반가운 일이 아닐 수 없다.

일반적인 독립 점포라면 점주가 직접 셰프를 고용하기 위해 들어가는 돈과 시간적 노력, 그리고 나와 함께할 수 있는 사람인지 판단하기 어려웠던 문제를 해결해주고 있다.

이 때문에 점주로서는 주방에 대해 크게 신경 쓸 필요 없이 고객 서비스에 집중할 수 있어 만족도가 높다. 고객도 가맹점마다 동일한 품질의 초밥과 일식을 즐길 수 있으니 금상첨화인 것이다. 한편으로 셰프들도 직영점 지분 투자를 할 수 있도록 한 '우리 함께 갑시다(We go together)' 제도를 통해 일정기간 뒤 직접 점주가 될 수 있게 했다. 그 덕분에 셰프들의 이직률이 매우 낮다.

"예전에 타 가맹점을 운영해보니 본사든 가맹점이든, 또 직원이든 한쪽이 무너지면 절대 오래갈 수 없다는 것을 느꼈습니다. 점주들은 불필요한 비용을 쓰지 않고 고객 접대에 집중하게 하고, 직원은 고용 불안을 겪지 않도록 하는 것이 필요하다고 생각했죠. 그래서 스시노백쉐프는 철저하게 점주와 직원 중심으로 매뉴얼을 설계했어요. 그것이 우리의 성공 비결입니다."

항상 연구하고 생각하는 프랜차이즈 될 것

최근 스시노백쉐프는 점주와 본사가 효율적으로 소통하고, 예비창업자에게 올바른 창업정보를 전달하기 위한 목적으로 '공정창업 플레이스 더매칭'과 업무협약(MOU)을 체결했다. 더매칭은 창업을 꿈꾸는 사람들의 성향과 적성이 모두 다른데, 창업정보는 극히 제한적인 것밖에는 얻을 수 없다는 점을 착안해 개발된 서비스다. 이 대표는 "예비창업자들이 자신의 적성을 정확히 진단할 수 있게 된다면 실패율을 줄일 수 있을 것이고, 본사와 슈퍼바이저의 성향도 파악할 수 있어 큰 도움이 될 것"이라고 말한다.

"누구나 창업 과정에서는 실패에 대한 두려움이 크게 느껴집니다. 그래서 이들의 리스크를 최소화하고 성공적으로 가맹점을 운영할 수 있도록 돕고자 더매칭과 업무협약을 체결하게 됐습니다. 가맹점과 상생할 수 있는 착한 프랜차이즈여야만 꾸준한 성장을 담보할 수 있다고 생각합니다. 우리에게는 본사와 가맹점과의 갑을관계란 있을 수 없어요."

향후 스시노백쉐프는 세계에 내놓을 만한 한국적인 가치를 담은 메뉴개발에 주력할 계획이다. 지금까지 수제초밥의 대중화라는 무기로 성장했다면, 앞으로는 이에 더해 스시노백쉐프의 색깔이자 한국의 가치인 '코리안 스시 & 롤'을 전파하는 것이다.

"수제초밥과 대중화 코드는 점차 한계에 다다를 것이라고 봅니다. 우리에게는 내년이 바로 위기일 수 있고요. 그래서 우리만의 색깔이 있는 메뉴를 개발하고 론칭해 국내 시장에서 인정받고, 점진적으로는 해외 시장에 노크해 볼 생각입니다. 초밥이 반드시 일본만의 것이 아니라는 것을 보여주고 싶어요. 초밥에 대한 새로운 아이디어 발굴과 연구를 통해 고객에게 항상 만족을 주는 메뉴를 지속적으로 선보일 것입니다." KFN

namssamkim SALADBAR restaurant

샤브샤브와 **구이**의 조화,
외식업계에 부는 **콜래보레이션**을 만나다

WRITE · PHOTO **이종철**

월남쌈김상사 임장미 대표

건강을 생각하면서 맛도 포기할 수 없다면 정답은 콜래보레이션이다. 근래에 월남쌈과 샤브샤브, 구이를 한 번에 즐길 수 있는 독특한 시스템으로 각광받고 있는 곳이 있다. 직장인 회식과 가족 모임은 물론, 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 '월남쌈김상사'가 바로 그곳이다.

웰빙 넘어 힐링…베트남 요리의 트렌드 주도

베트남 요리는 최근 각광받고 있는 제3세계 음식으로 구분된다. 2000년대 중후반 국내에 들어와 외식업계에 새로운 바람을 불러일으키면서 여러 브랜드가 생겨났다. 당시만 해도 베트남 요리는 유행을 타고 들어온 아이템이라는 생각이었지만, 수년이 지나 시장 안착에 성공하면서 지금은 지속가능한 외식 아이템으로 인정받고 있다.

임장미 대표는 "사계절 매출이 꾸준하다는 점이 특징인데다, 베트남 요리에 대한 마니아 고객도 꽤 두텁다"고 말한다.

"외식업계가 웰빙푸드를 넘어 힐링푸드로 진화하는 요즘, 시대적인 트렌드가 가장 적합한 것이 베트남 요리 전문점입니다. 밀가루와 기름진 음식에 익숙해진 입맛도 식상해질 때가 된 거죠."

월남쌈김상사는 크게 세 가지 특징에서 차별성을 가진다. 먼저 1만원대의 저렴한 가격(1만5500~1만7500원)으로 질 좋은 호주산 소고기와 우삼겹(미국산), 돈삼겹(칠레산) 고기를 무한리필로 마음껏 즐길 수 있고, 깻잎 · 비트 · 숙주 · 적채소 · 호박 · 버섯 등 월남쌈과 쌀국수에 넣을 수 있는 30여 가지의 신선한 야채를 무한리필로 먹을 수 있다. 또한 소고기는 샤브샤브로, 우삼겹과 돈삼겹은 구워먹을 수 있도록 하고, 입맛을 당기는 중독성 있는 소스(월남장 소스, 수키소스, 피시소스 등)와 육수로 맛까지 사로잡았다.

고객 중에는 회식 때 온 다음 가족과 다시 오는 경우가 많은데, 그래서인지 30~50대 직장인 비중이 높다. 그런가하면 샤브샤브와 야채를 선호하는 여성들도 주 고객층으로 자리잡고 있다고 한다.

"육질이 우수한 호주산 소고기와 칠레산 삼겹살을 제공하고, 한국인에게 거부감 없는 쌀을 주원료로 한 쌀국수, 신선한 야채를 즐길 수 있어 남녀노소 누구에게나 반가운 곳이죠. 처음 먹을 때부터 마지막 젓가락을 놓는 끝까지 맛있다고 자부해요. 이런 최상의 맛을 저렴한 가격으로 만나볼 수 있어 고객들의 반응이 좋습니다."

유머러스한 브랜드명, 고객 기억 속으로 '쏙쏙'

2007년 충남 천안에서 처음 문을 열고 맛집으로 인정받으며 지역을 평정한 월남쌈김상사는 2009년 본격적으로 프랜차이즈 사업을 시작했다. 지난 10월에는 서울에 입성해 서울 송파구 문정동에 직영점을 오픈했다. 현재까지 가맹점 수는 29개(10월 25일 기준)로 곧 30개를 눈앞에 두고 있다.

"처음부터 가맹점을 빠르게 확대시키기보다는, 가맹점 하나하나를 직영점 형태로 하여 해당 지역의 맛집으로 성장시키고 점주에게 전수하는 방식으로 경영해왔습니다. 전수할 때는 영업비용이나 부가적인 기타 비용을 전가시키지 않고 순수 투자비용만 받았죠. 속도는 느리더라도 가맹점이 확실히 자리매김할 수 있도록 하는 데에 주안점을 뒀습니다. 고객이 직접 고기를 굽고 야채를 담아가는 시스템이기 때문에 주방과 접객 인력이 많을 필요가 없어요. 아무리 큰 매장이더라도 주방은 2~3명, 홀도 3명이면 충분합니다."

본점이 천안에 있는 터라 매일 서울로 출근하는 것이 고단할 텐데도 임 대표는 "지방에서 시작해 서울로 입성한 케이스라 나름 보람과 기대가 크다"며 함박 웃는다. 서울의 서울문정직영점(서울 송파구 법원로 11길 25, 02-6281-9249)을 잘 성장시켜 서울 제패의 교두보로 만들겠다는 것이 임 대표의 각오다.

월남쌈김상사 임장미대표(왼쪽)와 전유향이사장

"지방에 비해 서울은 모든 비용이 높아요. 점포 비용만 해도 3~5배까지 차이가 나죠. 하지만 본사 이사장님과 항상 이야기를 나누면서 꼭 서울로 진출해 우리의 경쟁력을 증명해보자고 했어요. 아직은 오픈 초기이지만 고객들이 맛있게 드시고 재방문해주는 것을 보면서 우리의 선택이 틀리지 않았구나 생각하고 있습니다."

그런데 '월남쌈김상사'라는 유머러스하고 유쾌한 이름은 어떻게 지어졌을까? 고객들에게 무언가 이야깃거리가 될 만한 것이 없을까 고민하다가 임영성 회장이 '김상사'를 제안했을 때 가족들 모두 무릎을 치며 찬성했다. 김추자 씨의 노래 〈월남에서 돌아온 김상사〉를 떠올리게 하면서 재미있기도 하고, 월남쌈이 베트남에서 들어온 것이라 정체성도 맞는데다 두고두고 잊히지 않을 이름이란 생각이었다.

"실제로 천안에서는 지역방송에 나갈 광고로 만들기도 했고, 그 덕분인지 기억해주는 분들이 많았어요. 매장에 오시는 단골고객 중에는 예전에 베트남으로 파병된 군인 가족도 있었고, 몇몇 분은 '가족 중에 베트남 파병 군인이 있느냐'고 묻기도 했죠. 다양한 세대의 고객들이 자연스레 당시 이야기, 베트남 이야기를 하며 식사하는 모습이 자주 보이곤 해요. 사실은 우리 가족 중에 파병 군인은 없지만, 고객들에게 이야깃거리를 줄 수 있으니 전략이 통한 거죠(웃음)."

'가화만사성'이 '사업만사성'

흔히 창업의 3요소를 자금과 아이템, 상권이라고 말한다. 여기에 두 가지를 더해 수익성, 트렌드로 다섯 가지 조건을 채운다. 그런데 월남쌈김상사는 추가로 하나를 더해 창업 성공 전략이라 설명한다. 바로 가족이다.

"가족은 가장 가까이 있는 협력자이자 동반자입니다. 창업을 준비하는 분들이 어려워하는 것 중 하나가 가족을 설득하는 일이죠. 우리는 이 점에서 본보기가 된다고 생각해요. 온 가족이 이 사업을 하고 있으니까요."

"가화만사성(家和萬事成)이 사업만사성(事業萬事成)이라고 생각해요. 우리는 집에서도 사업 이야기를 많이 하고, 또 각자 솔직하게 느낀 것을 가감 없이 털어놔요. 다른 사람이 이 자리에 있다면 아마도 허심탄회하게 이야기하기가 조금은 어렵지 않을까 싶어요. 물론 가족이라도 서로가 서로를 동등한 입장으로 인정해줘야 합니다. 가족 사업의 힘은 각자의 생각을 존중해주고 각 업무에서 맡은 바 최선을 다하는 것에서 나오고, 그래야 시너지가 발휘됩니다."

근래에 임 대표는 가족처럼 오래가는 브랜드, 점주와 고객이 즐겁고 행복한 브랜드로 키우기 위해 많은 고민을 하고 있다. 유행을 타고 반짝했다가 금방 사라지는 브랜드가 아니라 모두에게 사랑받는 브랜드가 되기 위해 무엇을 해야 하는지 생각하는 것이다.

"국내에서 우선 인정받는 힐링푸드 브랜드가 되어야겠죠. 단단하게 한 단계씩 오르며 기반을 다지고 나아갈 계획입니다. 오랫동안 중국에서 생활한 경험도 있고, 동남아시아 시장도 조사한 바 있어 앞으로 우리 스타일로 만든 베트남 요리를 성공적으로 진출시키는 꿈도 가지고 있어요. 여기에 전적으로 의지하는 우리 가족들의 힘이 있으니 월남쌈김상사의 미래를 기대하셔도 좋을 거라고 생각합니다. 궁극적으로 모든 점주들과 고객들에게 믿음을 주는 브랜드로 오래도록 함께했으면 좋겠습니다." KFN

스페셜티 커피로 제3의 시장 연다

WRITE · PHOTO **이종철**

연두커피인터내셔날 여선구 대표

커피는 우리 일상에서 가장 사랑받는 음료다. 프리미엄 커피는 물론 저가 커피 시장 역시 급성장했고, 이제는 어느 정도 안정기, 정비기에 들어섰다는 평가가 주를 이룬다. 이때 프리미엄 퀄리티를 지향하면서 합리적인 가격을 무기로 등장한 곳이 '연두커피'다. 고가 시장과 저가 시장의 중간을 파고들며 합리성을 따지는 사람들의 주목을 받고 있는 연두커피의 여선구 대표를 만나봤다.

성숙기 접어든 시장, 서서히 분화 시작

한국인이 가장 많이 선택하는 음료인 커피는 매년마다 시장 규모를 갱신하며 급성장하고 있다. 판매 시장 규모로 볼 때 2016년은 6조4천억원 수준으로, 2014년의 4조9천억원에 비해 30% 이상 성장했다. 한국인의 연간 소비량도 349잔(2015년)으로, 전 국민이 거의 하루에 한 잔씩 커피를 마시는 셈이다. 이러한 시장 성장에는 커피전문점이 큰 영향을 미치고 있는데, 전체 판매 시장 비중도 커피전문점이 약 4조원(62.5%)을 차지한 것으로 나타났다.(농림축산식품부, 2017. 5. 24 〈커피류 시장 보고서〉) 시장이 성숙되어가는 만큼 기존의 고급 고가의 커피를 즐기는 수요층과 저가의 커피를 마시는 수요층 사이에 프리미엄 품질을 고집하면서도 합리적인 가격을 찾는 수요층이 생겨나고 있다. 여선구 대표에 따르면 이 현상은 어느 정도 안정기에 접어든 커피 시장이 점차 분화되어 가는 것으로써, 소비자 기호에 따른 수요층이 개별적으로 만들어지는 과정이다. 그의 말대로 '소비자가 더욱 똑똑해지는 것'이다.

"한국 소비자에게 품질은 절대 포기할 수 없는 조건입니다. 거기에 합리적인 가격이라면 흔히 말하는 '대세'가 될 수 있죠. 프리미엄 커피 시장과 저가 커피 시장은 존속하되 산업 정비가 진행되고 있는 와중이라고 생각합니다."

1999년 스타벅스가 한국에 진출한 이후 몇 개의 커피 전문점 브랜드가 대도시를 중심으로 확산되어 나갔고, 2000년대 후반에는 새로운 국내 브랜드들이 시장 규모를 키웠다. 커피의 대중화와 맞물려 커피전문점 창업 열풍을 일으키기 시작한 것이다.

"많은 노고를 들이지 않고도 예쁜 커피전문점을 창업할 수 있다는 것에 대중들이 혹했고, 이른바 묻지마 창업이 창업 시장을 강타했죠. 미투 브랜드가 수백 개에 이를 정도로 수많은 프랜차이즈가 생겨났어요. 거기에 커피만으로는 변별력이 없으니 베이커리, 케이크, 빙수 등 디저트를 추가해 카페 창업으로 나뉘었고, 그 결과 지금은 전국에 대략 4만여 개의 카페가 있는 커피나라가 됐지요. 여기에 편의점과 마트에서 판매하는 커피 제품도 있으니 커피에 대한 국민적인 관심과 애호가 어마어마하다고 볼 수 있습니다."

품질 · 가격 모두 포기하지 않는 소비자

커피의 소비가 계속 증가하고 있기에 커피 시장을 둘러싼 쟁탈전은 점입가경이다. 어느덧 시장은 과당경쟁이라 할 만큼 주의 신호가 켜졌고, 점차 합리성을 따지는 소비자들의 취향을 고려할 때 조정기에 접어든 기존 시장 여건을 극복할 제3의 돌파구가 필요하다. 이때 주목받게 된 것이 연두커피다.

연두커피는 스페셜티 커피와 콜드브루 커피 등의 커피제품을 생산, 유통하는 기업으로, 프랜차이즈 브랜드 '드립앤더치'를 함께 운영하고 있다. 드립앤더치는 현재 7개의 가맹점을 유지하고 있는데, 여선구 대표

는 가맹점 모집보다는 프랜차이즈 기업, 개인카페, 유통업체 등에 고품질의 원두커피와 콜드브루 커피를 공급하는 데에 더 큰 비중을 두고 있다. 여선구 대표는 스페셜티 커피와 콜드브루 커피로 B2B 시장을 공략할 계획이다.

"2002년에 로스터리숍 'Joe House Coffee'를 열고 커피 사업을 시작했습니다. 로스터리숍이 흔치 않던 시기였는데, 그때부터 커피업계 관계자들과 착실한 관계를 쌓아왔어요. 주로 기업과 소매점들을 상대해왔고, 가맹점을 빠르게 늘려 성장하겠다는 생각은 처음부터 없었습니다. 종합 커피제조 · 유통기업으로서 전 과정을 아우르는 공력을 가지는 것이 연두커피의 꿈이었어요."

연두커피가 기업 시장과 소매 시장에서 성과를 높이고 있는 이유는 고품질의 원두를 합리적인 가격으로 제공하고 있기 때문이다. 연두커피가 수입하는 커피 생두는 미국스페셜티커피협회(SCAA)에서 85점 이상을 획득한 생두만 고집한다. 여선구 대표가 직접 10여년간 해외 커피 생산지를 물색하면서 선택한 커피를 취급하고 있고, 최고 수준의 로스팅 노하우와 기술력을 갖췄기에 시장에서는 연두커피의 이름을 보증수표처럼 인정하고 있다. 최근에는 소비자들의 관심을 끌고 있는 드립커피용 원두와 콜드브루 커피를 공급하면서 많은 고객들의 선택을 받고 있다.

"커피 본연의 향과 맛을 즐길 수 있는 드립커피와 콜드브루는 아직 시장 규모가 작아요. 때문에 대기업들이 주력 제품으로 진출하기에는 아직 시간적 여력이 있는 셈이죠. 앞으로는 비슷비슷하게 블랜딩된 아메리카노에 만족하지 못하는 소비자들이 드립커피와 콜드브루로 전향할 가능성이 높다고 봅니다. 따라서 품질 좋은 원두를 제대로 취급할 수 있는 브랜드를 고르는 것이 프랜차이즈 기업이나 창업자들에게 화두가 될 겁니다."

예비 커피 사업가에게 노하우 제공

여선구 대표의 목표는 분명하다. 품질 좋고 합리적인 가격의 커피를 보다 많은 소비자들에게 공급하는 것, 프랜차이즈 점포는 물론 개인카페와 편의점, 백화점과 마트에 이르기까지 다양한 고객이 만족하는 커피 제품을 만드는 것이다. 한편으로 좋은 커피를 고객에게 제공하고자 하는 기업 시장(B2B)을 공략하려는 복안을 갖고 있다. 연두커피가 직접 프랜차이즈 사업을 주도하는 것이 아니라 각 기업의 특성에 맞게 메뉴개발과 커피원두 공급, 서비스 전략과 노하우 세팅 등 재료-기계-교육-개발을 아우르는 종합적인 컨설팅을 제공한다는 것이다.

"커피를 사업화하는 단계에서 적어도 몇 번의 시행착오를 겪게 되는데, 연두커피와 함께한다면 그러한 리스크를 확실히 줄일 수 있다고 자신합니다. 기술개발 협력, 다양한 메뉴들과의 콜라보레이션, SHOP-IN-SHOP 등 다양한 형태로 도입이 가능합니다. 시행착오를 줄이고 롱런할 수 있는 노하우를 제공해드릴 수도 있죠. '커피로 맺은 인연, 소중히 하자'는 연두의 의미처럼, 연두커피와 연을 맺은 고객들이 모두 성공할 수 있도록 견마지로의 마음으로 최선을 다하겠습니다."

커피는 음료나 음식만이 아니라 하나의 문화라고 말하는 여선구 대표. 커피와 문화가 만나는 접점에서 항상 고민하고 최상의 커피를 내어놓는 자세로 성실함과 진실함을 다하겠다는 것이 그의 각오다. KFN

MVG

냅킨 시장의 춘추전국시대, 품질과 디자인으로 선도한다

WRITE · PHOTO **이종철**

송림특수제지

송림특수제지 임서현 대표

1995년 설립 이래 냅킨 전문 제조기업의 한 길을 걸어온 송림특수제지는, 지난 2015년 임서현 대표를 새로운 수장으로 맞아 비전을 일신하고 재도약의 전기를 마련했다. 2년여 간 재정비를 통해 기업 분위기를 새롭게 한 송림특수제지를 찾아가 품질 일등주의, 디자인 제일주의에 대한 이야기를 들어봤다.

늘 가까이 있기에 위생은 더욱 완전무결하게

송림특수제지는 냅킨 제조에 있어 우수한 경쟁력을 확보한 기업이다. 엄선된 고급 재료를 청결한 공정에서 제작해 위생에 민감한 고객의 니즈를 충족시키고, 세련된 디자인으로 감성적인 만족도까지 높였다. 주문에서 상담, 디자인 시안과 제작, 그리고 납품까지 체계적인 과정을 통해 완전무결한 프로세스를 자랑하고 있다. "비록 사람들의 큰 주목을 받지는 못하지만 외식업은 물론 병원과 숙박업소, 가정에서도 없어서는 안 될 존재이기 때문에 항상 최고 품질의 냅킨만 만든다는 생각으로 임하고 있다"는 것이 임서현 대표의 말이다.

"냅킨 제조 시장에는 수십 개의 업체가 난립해 있습니다. 하지만 우리는 설립 이후로 쭉 냅킨을 전문으로 만들어왔기 때문에 기술력과 노하우에서 앞서 있어요. 물론 시장 규모 자체가 작기 때문에 점진적으로 제조 품목을 늘려나갈 계획입니다. 점보롤,페이퍼타올 등 생산 체제를 갖췄고, 고품질의 종이 제품을 만들기 위해 다양한 아이디어를 염두에 두고 있습니다."

임 대표는 "냅킨의 기본은 사용성, 디자인, 인쇄 품질 등 여러 가지가 있겠지만 무엇보다 중요한 것은 위생"이라고 강조한다.

"송림특수제지가 친환경적이고 인체에 무해한 최고급 천연펄프만을 사용하는 이유도 위생에 있습니다. 피부에 직접 닿는 제품이기 때문에 '내가 사용하는 냅킨, 내가 만든다'는 생각으로 원료 공급에서부터 생산, 포장까지 위생을 우선시합니다. 고객의 주문에 따라 로고, 문구를 삽입할 때도 품질이 우수한 냅킨은 깨끗하고 선명하게 인쇄됩니다. 송림특수제지가 오랫동안 고객들에게 사랑받을 수 있었던 것은 이러한 철저한 위생 관리 덕분이었죠."

강력한 리더십으로 냅킨 제조의 최강자를 꿈꾼다

업계는 물론 외식업종 관계자들 사이에서 임 대표는 조용하지만 당찬 여성 기업인으로 통한다. 이전에 패션업계에서 20여 년 종사하며 디자인에 관한 잔뼈가 굵은 그가 2015년 송림특수제지를 인수했을 때, 주변인들 중에는 의아해하는 경우가 많았다. 그러나 1년여 동안 과감한 조직개편과 프로세스 개선을 통해 빠른 기간에 기업 체질을 강화시키자 놀라운 시선으로 바라보며 의구심을 거두게 됐다.

"인수 후 지켜보니 회사가 오랜 기간 안정적으로만 유지되면서 타성에 젖어 있는 것 같았어요. 매출은 답보 상태로 뚜렷한 활로가 보이지 않고, 내부적으로는 익숙한 것, 안전한 것 위주로 반복적인 업무만 하고 있어 '이래서는 안 되겠다' 생각했죠. 생산부 직원들과 1:1면담과 끊임없는 교육을 통하여 반복적 학습과 여러번 변화의 기회를 통하여 개선이 되기 시작했죠"

그렇게 정예의 인원들로 조직이 꾸려진 지금, 14명의 직원이 임 대표와 함께하고 있다. 조직력이 강화되자 송림특수제지에 대해 내심 불안해하던 고객사들도 안심하고 거래를 맡겼다. 임 대표의 취임 초기에 재정비 기간을 거쳤지만 500여 개에 이르는 고객사들 중에 이탈한 고객사는 한

곳도 없을 정도다.

"지난 9월에 회사 인수 이래 최고의 매출 실적을 올렸어요. 조직이 안정화 된 만큼 보다 강한 회사를 만들어 업계를 선도하는 리더가 되려고 합니다."

제품력으로 인정받는 냅킨 만들 것

임 대표가 취임한 이래 송림특수제지는 제품력에 있어 크게 발전했다는 평가를 받는다. 패션업계 출신답게 냅킨 디자인이 훨씬 세련되어졌고, 디테일한 부분까지 완성도가 높아졌다. 까다로운 고객이 수 차례 디자인 수정 · 보완을 요청해도 마다하지 않는다. 타 냅킨에서 종종 발견되는 인쇄면 번짐 현상이나 잉크가 입술에 묻는 등 품질 불량으로 컴플레인을 거는 고객사도 없다고 한다. 그가 수차례 강조한 '품질 일등주의', '디자인 제일주의'가 맞아떨어진 것이다.

"여러 냅킨 업체들이 우리를 따라오지 못하는 것이 품질과 디자인이라 생각합니다. 이 두 가지는 우리의 강점이자 자존심으로, 향후에도 절대 추격을 허용하지 않을 겁니다."

냅킨은 서너 종으로 크기가 규격화 되어 있고, 고객사들의 디자인 의뢰도 단순한 편이다. 그래서인지 남들과 차별화되는 냅킨을 만들기란 의외로 쉽지 않다. 따라서 디자인적인 감각을 발휘해 더욱 정교하게, 때로는 보다 변화를 주어 새로운 시안을 제안하기도 한다. 모 프랜차이즈 기업에서 냅킨 제작 의뢰가 들어왔을 때, 20여 종의 냅킨 디자인 시안을 제안하자 해당 관계자가 행복한 비명을 질렀을 정도다.

"타 경쟁사와 다른 아이디어와 디자인으로 우리만의 아이덴티티를 보여줄 수 있어야 궁극적으로 고객들의 선택을 받는다고 생각합니다. 냅킨으로서의 기능만이 아닌, 디자인 소품으로도 인정받을 수 있는 제품을 만들고 싶어요."

2018년은 우리의 해! 성공을 약속한다

임 대표에게 2018년은 새로운 성장의 원년이다. 2년 동안 성장을 위한 탄탄한 준비 과정을 거치는 만큼 기대감이 크다. 조직 구성은 성공적으로 마무리했기에 대외적으로 눈을 돌려 외형을 강화하는 데에 더욱 힘쓸 계획이다. 우선 품질과 환경에 관련된 인증을 취득할 수 있도록 하고, 특허 출원에 특허등록 진행중이다 . 고객에게 신뢰를 줄 수 있는 것이라면 무엇이든 하겠다는 것이 임 대표의 복안이다.

"송림특수제지만의 냅킨을 개발해서 기계제작 중에 있는 기계가 연초에 들어올 계획에 있고 크라프트냅킨 포장박스를 제작해 인터넷판매와 B2C시장진출도 염두에 두고 있어요"

새로운 기계를 도입하여 생산자동화와 공정의 최적화를 위해 마케팅부서와 생산현장의 관리자 간의 협업을 통하여 개선과 실행을 반복하며 최대한 리스크 줄이기에 힘쓰며 고객사들의 다양한 요구에 대응할 수 있도록 하고 있습니다

대부분의 산업계가 불경기라지만 "이럴 때일수록 시야를 길게 보고 내실을 닦아야 한다"고 말하는 임 대표. 자기 역량 강화 없이는 위기를 넘을 수 없고 성장을 담보할 수 없다는 그의 말이 명징하게 기억되는 인터뷰였다. KFN

수제초밥이 신선하고 맛있는 집
PREMIUM HOMEMADE SUSHI

스시노 BackChef 스시노백쉐프

No.1
Korea Sushi Brand
Leading Company 2017

누구나 쉽게 즐길 수 있는 초밥

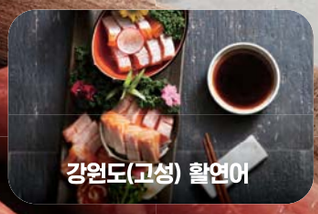
주방 총책임자(메인 쉐프) 본사 책임 지원!

無권리점포 계약 신화! 888호점 달성

맞춤형 창업 시스템 Series

누구나 쉽게즐기는 초밥

스시노백쉐프는 정통 일식의 깊이있는 맛으로 초밥 매니아는 물론 사시미, 회어와 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 만나보실 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 기술전수자 백쉐프가 선사하는 정통 수제초밥의 真味!

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 888호점 돌파

예비 창업주들이 가장 궁금해하는 꿀팁 정보!

프랜차이즈 창업의 진리, 왜 스시노백쉐프일까요?

스시노백쉐프 창업설명회 1899-0836

서울특별시 송파구 중대로12길64층 전관 (지번주소)가락동 113
본사 업무시간 : 평일 오전9시 ~ 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 888호점 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

송파의 새로운 명소!

야채가 싱싱하고 고기가 푸짐한 집!

월남쌈김상사

소고기+우삼겹+돈삼겹+야채 무한리필 샐러드바

송파문정점 T. 02)6281-9249

서울시 송파구 법원로11길 25 (H비지니스파크 B동 205호)

커피에 대한 모든 솔루션을 제공합니다.

비용분석 | 유기농커피 | 원두커피 | 더치커피(콜드브루)

BtoB | BtoC | OEM, ODM | 원가분석 | 커피 메뉴 컨설팅

귀사의 문의를 설레는 마음으로 기다립니다. 연두커피 검색

1599-3422 | www.yeondoocoffee.co.kr | 대표이사 여선구

경기도 고양시 덕양구 통일로 140 삼송테크노밸리 A동 B225호(3호선 삼송역 도보10분)

유기가공식품 (ORGANIC) 농림축산식품부
에코리더스 인증원
인증번호:제87-8-14호

식품안전관리인증 HACCP 식품의약품안전처

www.songlimpaper.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, 테이블냅킨, 핸드타올, 점보롤 E-mail : 7booming@naver.com

송림특수제지

원앤원, '제12회 청계천 은빛 사랑나눔' 성료

40여 년 전통의 대한민국 대표 외식문화 기업으로 '행복 가득한 식탁'을 만들어가는 원앤원㈜(대표 박천희)가 10월 19일 서울 중구 유락종합사회복지관에서 지역 내 어르신 180명과 함께 진행한 '제12회 청계천 은빛 사랑나눔'을 성황리에 마쳤다. 원앤원은 청계천8가에서 시작한 작고 소박한 보쌈집 시절부터 한결같이 원할머니보쌈 · 족발을 찾아 준 어르신들에게 보답하고자 '마음 함께 나누어요'라는 슬로건 아래 지난 2005년부터 매년 유락종합사회복지관이 주최하는 청계천 은빛 사랑나눔을 후원하고 있다. 이번 사랑나눔 행사는 원앤원㈜의 박천희 대표의 인사말로 시작해 어르신들께 쌀 4kg 200포와 한과 양갱 400세트를 전달하는 시간을 가졌다. 또한 임직원 20여 명은 원할머니 본가에서 출발해 서울 황학동과 신당동 지역 어르신들의 집을 직접 방문해 기부한 쌀과 한과, 양갱을 배달하며 사랑나눔을 실천했다.

돈까스클럽, 겨울맞이 '피자세트 할인이벤트' 진행

유러피안 패밀리 레스토랑 돈까스클럽(대표 이규석)이 다가오는 겨울을 맞아 '피자세트 할인 이벤트'를 진행한다. 이번 이벤트는 12월 31일까지 '스테이크 피자'와 '토마토 미트 스파게티'를 세트로 구성하여 기존 2만5800원에서 할인된 가격 2만2900원으로 한정 판매한다. 이번 세트 메뉴는 따뜻한 연말을 위한 돈까스클럽 시그니처 메뉴인 스테이크 피자와 아이들이 좋아하는 토마토 미트 스파게티로 구성됐다. 앞으로도 돈까스클럽은 강점인 화덕피자의 적극적인 홍보를 위해 피자세트 할인 행사를 꾸준히 진행할 예정이다.

더진국, 신메뉴 8종 출시

㈜섬김과나눔(대표 손석우)의 대표 수육국밥 브랜드 '더진국'이 8가지의 메뉴를 새롭게 출시한다. 이번에 출시하는 메뉴는 '옛날전통순대국', '매운치즈보쌈', '해물매운치즈보쌈', '문어순대볶음', '백순대 볶음', '문어국밥', '문어 물냉면', '문어 비빔냉면' 등 총 8가지다. 일반적인 보쌈에서 벗어나 매콤한 양념소스와 고소한 치즈가 곁들여진 '매운치즈보쌈', 오일소스파스타를 연상케 하는 '백순대 볶음', 기존 더진국의 대표메뉴인 수육국밥과 냉면에 문어를 추가하여 식감과 영양 모두를 잡은 '문어 국밥', '문어 물/비빔냉면' 등. 이번에 새롭게 출시한 신 메뉴들은 빠르게 변하는 고객들의 입맛을 잡을 뿐만 아니라 나아가 업계 트렌드를 선도하겠다는 더진국의 의지를 느낄 수 있다. 이번에 출시되는 신 메뉴들은 더진국 매장에서 만나볼 수 있다.

하남돼지집, 이태원 다이닝바 예약률 40% 증가

하남에프앤비(대표 장보환)가 지난 7월 새롭게 선보인 '하남돼지집 이태원 다이닝바'에 예약 손님 비중이 늘고 있다. 하남돼지집에 따르면 8월말부터 네이버 매장 검색 시 예약 버튼이 노출, 손쉽게 예약할 수 있는 서비스를 시작한 이후 진행 한 달 간 예약률이 전 달에 비해 약 40% 높아졌다고 밝혔다. 또한 예약 고객들의 남녀성비와 연령대를 분석한 결과 여성 고객이 78%로 압도적으로 많았으며, 연령대는 여성은 20~30대, 남성은 30~40대 고객 비중이 높은 것으로 나타났다. 하남돼지집 이태원 다이닝바 매장에 예약률과 여성 고객이 늘어난 비결로는 고깃집 같지 않은 고급스러운 인테리어와 한돈을 이용한 다양한 요리를 꼽을 수 있다. 여기에 고깃집 특유의 냄새 제거 및 스타일링 기능을 가진 트롬스타일러를 배치한 세심한 배려도 고객들을 만족시키는데 한 몫하고 있다.

짐보리, 창립 25주년 맞아 사회공헌 캠페인 'Play Your Dream' 개최

글로벌 영 · 유아 놀이 프로그램 및 프리미엄 교구를 개발 및 유통하는 한국짐보리㈜짐월드(대표 박기영, 이하 짐보리)가 지난 10월 13일 창립 25주년을 맞아 사회공헌 캠페인 'Play Your Dream'의 첫 프로젝트 '토이드림카' 출발식을 진행했다. 이번 기념행사에는 박기영 대표이사를 포함한 임직원 100여 명이 참석하여 짐보리의 새로운 사회공헌활동인 'Play Your Dream' 캠페인 출범식을 갖고, 아동학대예방사업을 전개하고 있는 중앙아동보호전문기관과 토이드림카 프로젝트의 업무 협약식을 진행했다. 또한 전국의 아동보호전문기관에서 운영하는 약 55개의 쉼터 및 아동보호전문센터를 찾아 신체 발달과 정서적 안정, 창의력 증진에 도움을 주는 자사의 교구 · 완구를 전달했다.

디딤, '미술관' 가맹점 65호점 돌파

㈜디딤(대표 이범택)이 운영하는 주점 프랜차이즈 '미술관'이 최근 65호점을 돌파했다. 미술관은 7080년대 복고풍 분위기 속에서 다양한 요리를 즐길 수 있는 이색 주점으로 가성비 높은 메뉴와 다양한 음식을 통해 폭 넓은 고객층을 확보하고 있는 주점 프랜차이즈다. 미술관은 독특한 콘셉트와 맛있는 메뉴들을 필두로 수도권뿐만 아니라 충청도, 전라도 등 전국 각지에서 매장을 잇따라 오픈하며 빠르게 가맹점이 늘고 있다. 미술관은 철저한 상권 및 입지분석을 통해 먹자골목, 주거단지와 음식점, 술집 등 맛집이 즐비한 상권을 선택, 보다 많은 고객들이 매장을 방문할 수 있도록 오픈 지역을 선정하고 있다. 최근 오픈한 파주금촌점은 주변이 아파트단지로 둘러싸인 주거단지 내 상권에 위치해 접근성을 높였다. 매 분기마다 트렌드와 대중성을 반영한 신메뉴를 개발하는 미술관은 트렌디한 20~30대 고객부터 옛 추억을 느끼려는 30~40대 고객의 취향까지 모두 잡으며 계속해서 매장을 늘려나갈 계획이다.

토프레소, 달콤하고 부드러운 겨울 신메뉴 출시

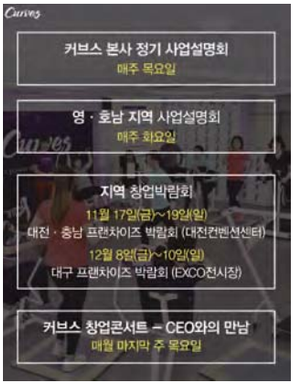
14년 전통 국내 순수 커피 브랜드 토프레소(대표 오종환)가 달콤하고 부드러운 2017년 겨울 신메뉴를 새롭게 출시했다. 겨울 신메뉴는 ▲헤이즐넛 핫 초콜릿 ▲헤이즐넛 카페 모카 ▲아몬드 비엔나 커피 3종으로 구성됐다. 이번 출시된 '헤이즐넛 핫 초콜릿'과 '헤이즐넛 카페 모카'는 헤이즐넛과 초콜릿의 만남으로 달콤하고 부드럽게 즐길 수 있으며 진한 초콜릿을 그윽한 헤이즐넛 향이 감싸 더욱 깊고 풍성한 맛을 선사한다. '아몬드 비엔나 커피'는 뜨겁고 진한 아메리카노에 부드러운 텍스쳐의 아몬드 크림이 올려진 커피 메뉴로 최근 커피 시장의 트렌드를 적극 반영한 제품이다. 신메뉴 3종 모두 높은 퀄리티 대비 합리적인 가격으로 책정되었으며, 아몬드 비엔나 커피는 따뜻한 음료로만 제공된다.

피자알볼로, '빛나라 영화제' 개최

수제피자 전문 브랜드 피자알볼로(대표 이재욱)가 하반기 신메뉴인 '빛나라세트' 출시를 기념해 '빛나라 영화제'를 개최한다. '빛나라 영화제'는 세상의 빛나는 순간들을 간직하고 공유하고자 기획된 프로젝트로 10월 23일부터 11월 30일까지 진행된다. 참여 방법은 빛나는 순간에 있거나, 빛나는 순간을 위해 열심히 노력하는 지인 혹은 가족을 응원하는 감동 영상을 만들어 네이버 플레이리그나 인스타그램에 업로드하면 된다. 인스타그램의 경우 '#빛나라피자, #빛나라영화제, #피자알볼로' 세 개의 해시태그를 함께 올려야 응모가 가능하다. 영상을 올린 참가자 중 내부 심사 및 '좋아요' 개수를 합산, 1등부터 4등까지 시상한다. 1등(1명)에게는 500만원을, 2~4등까지는 각각 300만원(1명), 100만원(2명), 50만원(3명)의 상금이 주어지며 특별상에 해당하는 10명에게는 빛나라피자 시식권 2매를 전달할 예정이다. 시상식은 12월 8일 오후 2시에 진행된다. 피자알볼로는 최근 출시한 신메뉴 '빛나라세트'가 빛나는 순간을 위해 홀로 열심히 노력하는 청년이나 빛나는 순간에 있는 사람들을 응원하는 메시지를 담은 만큼 이에 걸맞은 다양한 프로모션을 진행 중이다.

커브스, 성공의 또 다른 주인공 찾아 지역 예비 창업자 찾아간다

세계 최대 여성전용 피트니스 프랜차이즈 커브스코리아(대표 김재영, 이하 커브스)가 국내 가맹점 377호점을 돌파했다. 사업의 특성과 창업자의 여건을 서로 파악하며 구체적으로 소통할 자리가 필요하다. 커브스는 사업의 특성과 창업자의 여건을 서로 파악하며 구체적으로 소통하기 위한 자리로 정기 사업설명회를 시행하고 있다. 정기 사업설명회는 매주 목요일 서울 양재동 소재 본사에서 열린다. 매월 마지막 주 목요일은 '커브스 창업콘서트 – CEO와의 만남'에서 커브스 CEO로부터 커브스의 역사와 비전을 듣고 질의응답 또한 가능한 간담회 형식의 특별한 설명회를 갖는다. 정기 사업설명회 참가가 어려운 지방의 예비 창업자에게도 커브스 '성공 창업'의 기회가 열려 있다. 커브스 영 · 호남 지역 사업설명회가 매주 화요일에 열린다. 또한 커브스는 11월과 12월에 각각 대전 · 충남과 대구 지역에서 프랜차이즈 박람회에 참가한다.



커피베이, '가을이 왔구마'…달콤하고 부드러운 고구마 신메뉴 출시

사과나무㈜(대표 백진성)의 카페 프랜차이즈 '커피베이(COFFEEBAY)'가 특유의 달콤한 풍미와 부드러운 식감, 영양이 풍부한 식품인 군고구마를 가을 신메뉴 주제로 삼아 '고구마 라떼'와 '사이드 메뉴 2종'을 출시했다. 가을 신메뉴 중 '라떼 구마'는 바삭한 파이 토핑과 아몬드의 고소함을 더한 스페셜 고구마 라떼이며, '버터구마'는 고소한 버터와 군고구마의 달콤함이 어우러진 고구마 디저트, '크림이구마'는 부드러운 휘핑크림과 함께 맛있게 즐길 수 있는 고구마 디저트다.

리맥스코리아(RE/MAX KOREA), 선진 부동산 창업 및 경영 전문가 과정 개설

리맥스코리아(대표 신희성)가 오는 11월14일부터 12월12일까지 '선진 부동산 창업 및 경영 전문가 과정'을 주 1회 진행한다. 이번 과정은 선진 부동산 시장의 시스템과 솔루션을 제공하는 교육 과정이다. 중개업소 창업 희망자 및 새로운 도약을 모색하는 중개업소 현 대표 등이 대상이다. 특히 이 과정은 지식전달형 교육이 아닌 양방향 참여 수업으로 딱딱한 이론 중심의 강의 대신 강사와 수강자의 소통을 강화했다. 선진 시장의 운영 솔루션, 효율적인 브랜드 전략, 차별적인 마케팅 기법 등 구체적인 실전 사례를 중심으로 진행할 계획이다.

맘스터치, '치즈범벅 치즈감자' 한 달 한정판매

맘스터치(대표 정현식)가 달콤하고 짭짤한 치즈 토핑이 가득 얹어진 감자튀김을 출시해 단 한 달간만 한정 판매한다. 맘스터치는 10월 24일 공식 페이스북 등을 통해 신제품 '치즈감자'의 출시 소식을 알렸다. 이번 출시된 치즈감자는 깊고 진한 딥치즈 소스가 맘스터치 특유의 도톰한 감자튀김 위에 잔뜩 뿌려져 있는 메뉴다. 고소하면서도 짭짤한 오리지널 치즈의 맛을 느낄 수 있는 것이 특징이다. 치즈감자는 2500원이며 11월 26일까지만 맛볼 수 있는 한정판 메뉴다. 맘스터치 전국 21개 매장에서만 맛볼 수 있는 신상 '치즈감자'는 강서구청점, 방이점, 건대점, 수유점, 관악대학동점 등 서울지역 10개 매장과 경기지역 11개 매장에서 만나볼 수 있다.

스시노백쉐프, 스마트콘 모바일상품권 '기프티카드' 출시

누구나 쉽게 즐기는 초밥 스시노백쉐프(대표 이정훈)가 카카오톡 선물하기에 스마트콘 모바일상품권 '기프티카드'를 출시했다. 스시노백쉐프는 누구나 즐길 수 있는 초밥을 한국인의 입맛에 맞게 각각의 코스별로 콘셉트화시켜 고급 레스토랑, 정통 일식집에서나 받아볼 수 있는 코스를 부담 없는 가격으로 즐길 수 있도록 제공한다. 스시노백쉐프의 메뉴는 일식조리경력 15년의 현 스시노백쉐프 총괄수석 백승성 쉐프가 개발했고, 브랜드 네임도 백 쉐프의 초밥집이다. 이번에 출시한 스시노백쉐프의 금액권은 잔액관리도 가능하며 매장에서 메뉴를 자유롭게 선택해 사용하는 시스템으로 각자의 입맛에 맞춰 주문할 수 있어 편리하다. 또한 스시노백쉐프 상품권으로 스시 식사권을 선물할 수도 있다.

포차어게인, 특별혜택 사업설명회 개최

이색 테마 주점 프랜차이즈 포차어게인(대표 배승찬)이 10월 17일 오후 1시 서울 강서구 마곡서로에 위치한 가업에프씨 창업연구소에서 사업설명회를 개최했다. 포차어게인은 1980년대 비 내리는 날 포장마차 안팎의 풍경을 재현한 각종 장치들과 인테리어, 그리고 그 시절 향수를 불러일으키는 메뉴 구성으로 젊은층과 중장년층 모두에게 좋은 반응을 얻고 있는 테마형 주점 브랜드다. 특히 최근에는 69메뉴(6900원 메뉴), 89메뉴(8900원 메뉴)등 저렴하지만 질 좋은 실속 있는 메뉴를 추가함으로써 상권에 관계없이 높은 호응을 이끌어내고 있다. 이번 사업설명회는 회사소개와 주점창업 시장의 현황, 포차어게인 성공 요인 분석, 개별 상담의 순서로 진행됐으며 공신력 있는 자료를 바탕으로 주점 창업 트렌드에 관한 전반적인 분석을 진행하여 주점 창업에 관심 있는 예비 창업주들에게 큰 호응을 얻었다. 포차어게인의 사업설명회는 매월 진행되며 참석자들 중 가맹점 계약을 체결하는 창업주에 대해 특별한 혜택이 제공된다.

못된고양이, 장식 양말 출시…발목으로 시선강탈

못된고양이(대표 양진호)가 가을 시즌 패션 아이템 '장식 양말'을 출시했다. 이번에 선보인 장식 양말은 긴 기장으로 발목까지 따뜻하게 감싸주는 동시에 시선을 집중시키는 포인트로 귀여운 이미지까지 나타낼 수 있는 패션 아이템이다. 발목 부분에는 캐릭터와 퍼, 비즈 등 다양한 소재와 모양을 적용한 디테일로 포인트를 나타냈고 색상 또한 다양하게 구성돼 선택의 폭을 넓혔다. 가격은 3000원부터 5000원까지 구성돼 있다. 또한 장식 양말은 보온성과 패션성을 모두 만족시킬 수 있어 실용적이며 스니커즈, 로퍼, 구두 등 어떠한 신발과도 매치하기에 좋은 아이템이다.

바비박스, 가을철 입맛 돋울 토핑밥 · 스낵 등 다양한 신메뉴 선보여

캐주얼한식 토핑밥&수제도시락 바비박스(대표 신정화)가 가을맞이 토핑밥 2종과 스낵 3종 등 다양한 신메뉴를 선보였다. 이번 바비박스의 신메뉴는 가을철 입맛을 돋울 수 있는 간편하게 즐길 수 있는 토핑밥과 가을 소풍에 어울리는 스낵 등으로 구성한 게 특징이다. 토핑밥 2종에는 가을철을 맞아 신선한 오징어를 바비박스 특제소스로 볶아 집밥의 맛을 살린 '오징어볶음덮밥'과 육즙 가득 호주산 소고기와 부드러운 버터를 동시에 즐기는 환상적인 '소고기장조림버터밥'과 스낵 3종에는 프리미엄급 튀김의 '모둠튀김세트'와 생선살과 새우살이 꽉 찬 '오션프라이', 바삭하게 튀긴 떡과 프리미엄 소시지를 함께 즐길 수 있는 '바비소떡' 으로 다양하게 마련했다. 또한 신메뉴 출시를 기념으로 10월 23일부터 '나를 찍어줘' 인증샷 이벤트도 진행한다. 바비박스 가을 신메뉴와 함께하는 인증샷을 찍어 SNS 공유하면 추첨을 통해 모바일상품권, 간편국 2종세트, 직밥 혼수안주세트를 증정한다. KFN

여배우의 말에 끌려 사할린 여행을 결심한 러시아 문호 **안톤 체호프**

사할린의 체호프 마을과 철로.

'러시아의 단편 작가이자 극작가인 문호 안톤 체호프(1860~1904)가 사할린에서 최고의 문화 아이콘으로 자리잡고 있었다는 이야기를 한 일이 있다. 사할린이 체호프를 그처럼 앞세우는 이유는 그가 1890년 시베리아를 방문한 후 펴낸 책 〈사할린 섬〉이 유형지였던 사할린에 미친 긍정적인 영향 때문이다. 체호프는 당시 모스크바를 출발해 두 달 20일에 걸쳐 시베리아를 횡단해 사할린 섬에 도착했다. 목숨을 건 여행이었다. 더구나 그는 불치의 병으로 여겨졌던 폐결핵에 걸려있는 상태였다. 그는 사할린에 석달간 머물며 많은 유형수들과 주민들을 만나고 실태조사 카드를 만들었다. 카드가 1만장이라고도 하고 8천장이라고도 한다. 쉬지 않고 사람들을 만나고 다닌 것이다. 그리고는 배를 타고 동남아와 인도양을 돌아 수에즈 운하, 흑해를 거쳐 모스크바로 귀환했다. 모스크바에서 육로로 주로 기차, 마차를 타고, 최종 구간에서 배를 타고 사할린까지 가는데 81일이 걸린데 비해, 오직 선박만으로 귀로에 걸린 날은 56일이었다. 그 당시 바닷길이 육로보다 얼마나 빠른가를 보여주고 있다.

한 여배우로부터 들은 흥미로운 사할린 이야기

그러면 체호프는 어디에서 어떤 자극을 받아 사할린 행을 결심하게 됐을까? 체호프가 사할린 행을 결심하게 된 가장 큰 동기는 여배우 클레오파트라 카라트이기나와의 만남에서 비롯됐다는 것이 정설이다.

체호프는 사할린으로 출발하기 열달 전 쯤인 1889년 6월, 바로 위의 형 니콜라이의 죽음을 겪은 후 동생 이반을 데리고 흑해 연안 크림 반도의 얄타로 여행을 떠났다. 그런데 당시 흑해의 항구 도시 오데사에서는 모스크바 말르이 극장이 순회공연 중이었다. 체호프는 그 소식을 듣고 오데사로 가서 말르이 극장의 공연을 보았다. 그리고 여기에서 여배우 클레오파트라 카라트이기나를 만난다.

클레오파트라 카라트이기나는 한해전인 1888년 이르쿠츠크와 극동 지역을 돌며 공연했고, 사할린 남단의 코르사코프까지 갔었다. 카라트이기나의 시베리아와 사할린에 관한 흥미진진한 이야기는 체호프에게 커다란 자극으로 다가왔다. 체호프는 사할린에 가기로 마음을 먹고 준비에 들어간다.

곤차로프의 《전함 팔라다》

체호프는 사할린으로 출발하기에 앞서 사할린에 관한 많은 자료와 서적을 찾아 읽었다. 그 가운데 주의 깊게 읽은 책이 이반 알렉산드로비치 곤차로프(1812~1891)가 쓴 〈전함 팔라다〉였다. 19세기 러시아의 저명한 작가 중 한사람인 곤차로프는 40세 때인 1852년 10월 제독 뿌짜진의 비서로 전함 팔라다호를 타고 세계 일주 항해를 떠난다. 팔라다호의 항해 목적은 극동의 국가들과 통상교섭을 하는 것이었다. 팔라다호는 상트페테르부르크를 출발, 발틱해를 지나 영국과 프랑스 사이의 해협을 거쳐 적도를 넘어갔다. 그리고 아프리카 남단을 돌아 인도양으로 들어가 극동으로 향했다. 아직 수에즈 운하가 개통되지 않았을 때였다.

팔라다호에는 400명 이상의 해군이 승선해 있었으며, 아시아에서 중국, 일본, 필리핀, 조선 등을 오가며 교섭을 벌였다.

그리고는 동해를 지나 북으로 올라가 러시아 본토와 사할린 사이의 타타르 해협을 지나 오호츠크해의 해안까지 갔다. 곤차로프는 이곳에서 배에서 내려 시베리아를 횡단해 1855년 2월 상트페테르부르크로 귀환했다. 그 후 1858년 여행기 〈전함 팔라다〉를 출간했다.

이상한 모자 쓴 조선인

〈전함 팔라다〉에는 조선에 대한 이야기도 적지 않게 실려있다. 팔라다호는 1854년 4~5월 우리나라 남해의 거문도와 동해안 여러곳에 들렀다. 이

때 곤차로프도 해군들과 함께 육지에 올라가 조선사람들을 만났다. 1854년이면 조선 말기 철종 때다.
곤차로프는 조선인들의 모습과 관습 등을 기록으로 남겼다. 유럽인의 시각으로 본 조선인의 모습이 그 속에 있다. 백의민족인 우리나라 사람들이 입고 있는 옷이 마치 수의(시체에 입히는 옷) 같다는 등 흥미로운 대목들이 많다.

"자그마한 만의 생기 없는 바닷물 위 여기저기에 조선인의 농가들이 다닥다닥 붙어 있다. 보이는 것은 초가지붕뿐이고, 드물게 군데군데 주민들이 왔다 갔다 하고 있다. 모두들 마치 수의를 입은 것처럼 흰옷을 입고 있다. 마침내 우리는 극동에 속한 맨 마지막 민족을 보게 되었다.

조선은 정치적인 측면에서 독립국이라 부를 수 있다. 조선은 자신의 군주가 통치하고, 국가의 일을 스스로 결정하며, 자신의 언어를 가지고 있다. 하지만 조선의 군주들은 왕위에 오를 때 중국 황제의 승인을 받는다. 이 승인 하나로도 조선의 중국에 대한 종속이 잘 나타난다. 그리고 중국에 대한 종속을 알 수 있는 또 다른 사실은 중국 황제에게 새해 축하를 하기 위해 매년 200명에 달하는 사람들이 중국에 다녀온다는 것이다. 이것은 자기 집에 살고 있는 독립한 아들이 아버지의 집에 의존하는 것과 비슷해 보인다." (전함 팔라다, 398쪽, 문준일 옮김, 동북아역사재단, 2014)

조선의 양반들이 쓰고 다니던 갓에 대한 다음과 같은 세밀한 묘사도 있다.
"가장 놀라운 것은 모자 종류였다. 그들은 머리를 유구인들처럼 사방에서 우리로 빗어 올려 하나로 묶었고(상투 튼 것을 말함), 그 위에 모자를 썼다. 이런 모자라니! 모자의 꼭대기는 너무 좁아서 하나로 묶은 머리채를 겨우 가릴 뿐인데 반해 챙은 마치 우산처럼 넓었다. 이 모자들은 갈대 같은 것으로 만들었고(실제로는 말총 즉 말꼬리털이다), 마치 머리카락처럼 촘촘히 엮어져 있다. 그리고 실제로 머리카락과 비슷해 보이기도 한다. 더욱이 모자는 검은색이다. 그들이 왜 이런 모자를 쓰는지 추측하기 힘들었다. 그 모자들은 투명하고 내비쳐서 머리를 비와 햇빛, 먼지로부터 보호해주지 못한다. 게다가 여러 다른 형태와 종류의 모자들이 많이 있다. 피나무 껍질로 만든 것도 있고, 바다 식물로 만든 고깔모자도 있다." (전함 팔라다, 400쪽)

사할린 유즈노사할린스크에 있는 한인문화회관

PROFILE

WRITE **이정식**

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

현대를 사는 많은 한국인들도 우리 조상들이 쓰고 다니던 비나 햇빛을 막아주지도 못하는 머리 위에 얹어 쓰는 모자인 갓의 실용성에 의문을 많이 갖고 있는 것이 사실이다. 그런 의문을 진작에 곤차로프가 그의 저서를 통해 제기했던 것이다.
체호프는 미국의 여행가이며 극동 연구가인 조지 캐넌(1845~1924)의 저서인 〈시베리아와 유형제도〉도 열심히 읽었던 것으로 전해진다. 조지 캐넌은 한때는 러시아의 유형제도를 비교적 좋게 평가한 사람이었으나 그가 직접 시베리아의 유형소를 둘러 본 후에는 시각이 바뀌었다. 1885년에 출간한 〈시베리아의 유형제도〉에 그가 목격한 시베리아 유형소의 모습들이 담겨있다. 체호프가 사할린 섬으로 출발하기 5년 전이다.

사할린 한인에 대한 최초의 기록이 담긴 《사할린 섬》

사할린의 한인에 대한 최초의 기록이 담긴 책이 체호프가 사할린에 다녀와서 쓴 책 〈사할린 섬〉이라는 사실은 많이 알려져있다.
책 속의 기록은 매우 간단하다. 체호프가 사할린에 갔을 때인 1890년 7월, 사할린 남부 서쪽 해안 마을 마우카(현재 이름은 홀름스크)에서 세묘노프라는 러시아 상인이 다시마 채취사업을 하고 있었는데, 중국인 한국인 러시아인들이 거기에서 일하고 있었다는 내용이다. 또한 책 뒤쪽의 주석에 1880년의 자료에 마우카 주민의 구성이 유대인 3명, 러시아 군인 7명, 그리고 한국인, 아이누인, 중국인 등 700명이라는 것이다. 한국인의 숫자에 대해서는 구체적으로 나와 있지 않다.
사할린의 전체 인구는 1905년 일본이 러일전쟁에 이겨 북위 50도 이남의 사할린 남부를 점령한 후부터 급격히 늘기 시작했으며, 한인들의 숫자는 태평양 전쟁이 시작된 1941년 무렵부터 크게 증가한다. 주로 광부로 강제징용되었다. 1945년 종전시 사할린 한인의 수는 4만 3천명에 달했다. 패전 후 일본은 자국민만 귀환시키고 한인은 배에 태우지 않았다. 그것이 사할린 한인들의 한(恨)이 되었다. 남북으로 갈린 조국도 사할린 동포들을 오랫동안 챙기지 못했다. 현재 사할린에는 2만 5천명의 동포가 살고 있다. KFN

알림: 국내 최대 여성지 〈우먼센스〉에서는 바이칼BK투어와 함께 2018년 2월 16일부터 23일까지 7박 8일 일정으로 '시베리아 횡단열차로 가는 얼음왕국 바이칼 탐방여행'을 진행한다. 문의 및 신청은 바이칼 BK투어 02-1661-3585

SEO JEONG JA

서정자 화가

경남 통영 출생
홍익대학교 미술대학원 수료
서울미술협회회원
씨올회회원, ICA회원, 홍미회원
저서 〈바람이 달다〉 (2017 지식공감)

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.

개인전

2017
제11회 개인전 Kalakriti art gallery Hyderabad.
The Cultural center of Vijayawada (India)

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)

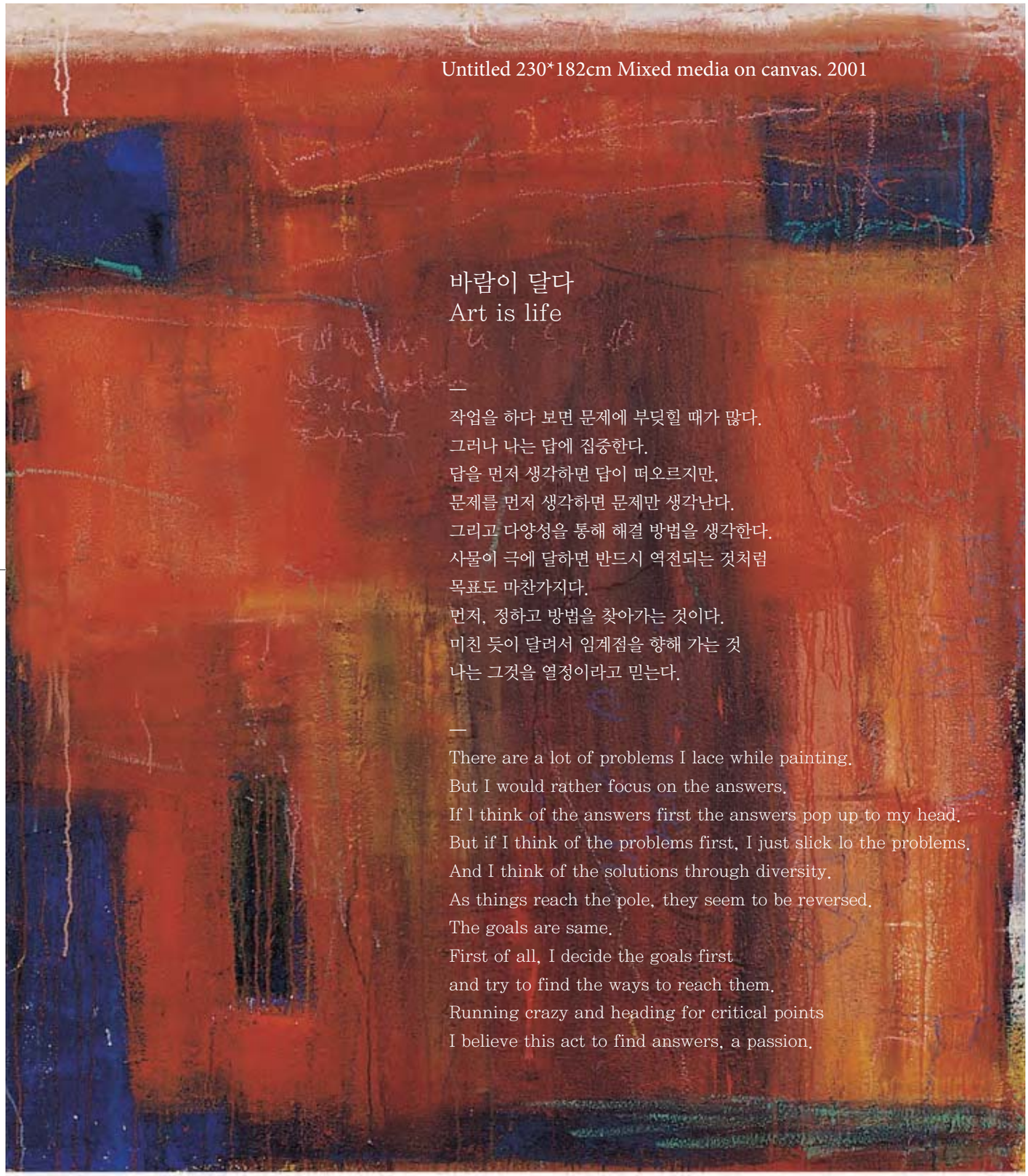
2006
제 5회 개인전(키미갤러리, 서울)

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)



Untitled 230*182cm Mixed media on canvas. 2001

바람이 달다
Art is life

—

작업을 하다 보면 문제에 부딪힐 때가 많다.
그러나 나는 답에 집중한다.
답을 먼저 생각하면 답이 떠오르지만,
문제를 먼저 생각하면 문제만 생각난다.
그리고 다양성을 통해 해결 방법을 생각한다.
사물이 극에 달하면 반드시 역전되는 것처럼
목표도 마찬가지다.
먼저, 정하고 방법을 찾아가는 것이다.
미친 듯이 달려서 임계점을 향해 가는 것
나는 그것을 열정이라고 믿는다.

—

There are a lot of problems I lace while painting.
But I would rather focus on the answers.
If l think of the answers first the answers pop up to my head.
But if I think of the problems first, I just slick lo the problems.
And I think of the solutions through diversity.
As things reach the pole, they seem to be reversed.
The goals are same.
First of all, I decide the goals first
and try to find the ways to reach them.
Running crazy and heading for critical points
I believe this act to find answers, a passion.

황량한 상점가에서 활력 넘치는 예술촌으로
마산 창동예술촌

창동 도시 재생 사업을 시작한 2011년. 도심의 인구 유입을 회복하고, 노후화된 상권을 재생하기 위한 사업에 정부와 창원시가 540여억원을 쏟아부었다. 이로 인해 창동은 눈에 띄게 달라졌다. 지역의 젊은 예술가들이 빈 점포에 둥지를 틀면서 거리 풍경이 바뀌었다.

잊힐 뻔한 거리를 되살린 일등 공신은 지역 예술가들이다. 창원시는 빈 점포 50여개에 예술인을 무상으로 입주시키고, 그들이 작업할 수 있도록 지원했다.

먼저 마산 출신 세계적 조각가 문신 선생을 재조명하는 '문신예술골목'이 만들어졌다. 뒤이어 예술의 도시 마산을 증언하는 '마산예술흔적골목'이 조성됐다. 여기에 예술가의 창작 공간과 상가를 융합한 '에꼴드창동골목'이 더해졌다. 2012년 세 골목을 합해 '창동예술촌' 간판을 달았다.

창동예술촌 골목을 걷다 보면 다양한 벽화와 조형물을 만난다. 각종 공방과 아틀리에 유리창

너머로 작업하는 모습을 지켜보는 재미가 쏠쏠하다. 이들이 만든 작품도 구입할 수 있다. 나이 지긋한 화가의 수채화, 젊은 작가의 실험적인 작품 등을 전시하는 갤러리도 많다. 물감이 묻은 앞치마를 두르고 다니는 화가의 모습이 골목에 낭만을 더한다.

부림시장-벽화마을-수산시장 명물코스

창동예술촌 아래는 부림시장이다. 화분 받침에 떡볶이를 담아주는 '6.25떡볶이'가 이곳의 명물이다. 창동예술촌에서 무료로 대여하는 한복을 차려입은 여행객이 골목을 누비는 모습이 창동의 부활을 실감케 한다.

창동예술촌에서 시작한 마산 예술 여행은 창원시립마산문신미술관으로 이어진다. 문신은 1960~1970년대 프랑스 파리를 주 무대로 왕성하게 활동했으며, 대칭의 미를 살린 추상 조각으로 생명과 우주의 원리를 완성도 높게 표현했다는 평가를 받았다. 문신 선생의 작품도 좋지만, 전시관 아래로 내려다보이는 시내와 마산항의 전경이 시원하다.

성호동과 추산동 일대 산동네에는 가고파꼬부랑길벽화마을이 있다. 마을 외벽에는 다양한 그림이 그려졌다. 알록달록한 벽화를 따라 걷다 보면 우울한 기분이 스르르 풀리는 기분이다.

동성동·남성동·신포동 일원에 있는 마산수산시장은 마산 맛의 원천이다. 매일 아침 마산 앞바다와 통영, 거제 등지에서 갓 잡은 횟감과 각종 해산물이 이곳으로 모여든다. 떠들썩한 시장을 걷다 보면 마산 사람의 정과 심성을 엿볼 수 있다. KFN

당일 여행 코스

창동예술촌→창원시립마산문신미술

1박 2일 여행 코스

첫째 날 창동예술촌→창원시립마산문신미술관

둘째 날 마산수산시장→가고파꼬부랑길벽화마을

축제와 행사 정보

- **마산가고파국화축제 :** 2017년 10월 25일~11월 8일, 마산장어거리 앞, 055)225-2341

식당 정보

- **고향아구찜** : 아귀찜, 마산합포구 오동남길, 055)242-0500
- **진짜초가집원조아구찜** : 아귀찜, 마산합포구 오동남3길, 055)246-0427
- **광포복집 :** 복국, 마산합포구 오동동10길, 055)242-3308
- **고려횟집 :** 초밥, 마산합포구 동서북16길, 055)246-3677
- **해안선횟집 :** 장어구이, 마산합포구 수산2길, 055)222-1771,
- **고려당 :** 꿀빵, 마산합포구 동서북10길, 055)243-0011
- **6·25떡볶이 :** 떡볶이, 마산합포구 동서북12길, 055)247-4830

대중교통 정보

[기차] 서울역-마산역, KTX 하루 10~11회(05:05~22:15) 운행, 약 3시간 소요.

[버스] 서울-마산, 서울고속버스터미널에서 20~25분 간격(06:05~다음 날 01:00) 운행, 약 4시간 소요. 동서울종합터미널에서 하루 10회(07:10~22:00) 운행, 약 4시간 30분 소요.

자료 제공: 한국관광공사
사진촬영: 최갑수

‘자미두수(紫微斗數)’, 운명을 바꾸는 신의 선물

- 이번호부터는 장사 잘되는 ‘풍수인테리어’와 ‘자미두수(紫微斗數), 운명을 바꾸는 신의 선물’ 편을 격월로 연재하게 됩니다.

우리는 살아가면서 수많은 역경과 기회, 선택의 순간을 경험하게 된다. 하루에도 수백번 수천번의 결정을 내리며, 짧은 순간에도 수만가지의 생각과 결정이 행동으로 이어지고 그 행동의 결과에 따라 예측한 대로 때로는 예측 못한 의외의 결과를 얻고, 그 결과를 기반으로 다음 의사결정과 선택을 한다. 그 하루가 모여 한달, 일년, 십년, 평생 즉 인생을 만들어 내는 것이다.

모든 사람이 자신이 소원하고 예측하는 대로 일이 이뤄졌으면 오죽 좋을까마는 거의 대부분 자신이 예측하지 못한 방향으로 인생이 흘러간다.

사회적으로 성공한 사람을 외적으로 보면 아무런 걱정이 없어 보이지만 옛말에 ‘만석꾼은 만가지 고민이 있고 천석꾼은 천가지 고민이 있다’하지 않는가? 세상에 걱정 없는

PROFILE

WRITE **김동환**

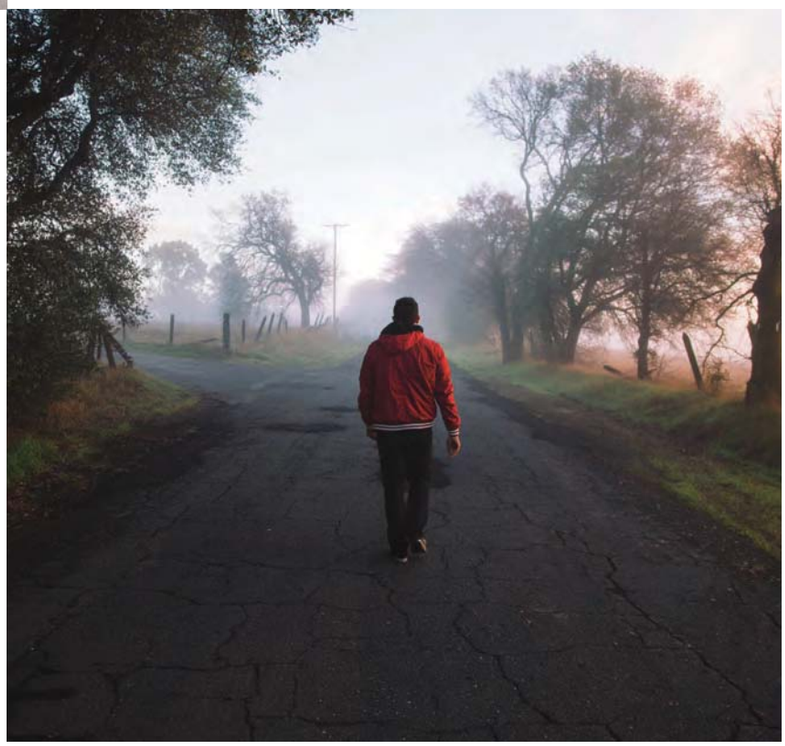
‘운명(運命)의 등불을 밝히다’ 명(命) 철학원 원장
– ‘자미두수’와 ‘풍수인테리어’ 전문가
– 국내외 유수기업 및 브랜드 기업운명컨설팅

풍수인테리어 및 운명컨설팅 상담
T 010-6205-2780

사람이 어디 있으랴, 크면 큰 대로 작으면 작은 대로 자신만의 고민과 갈등, 어려움은 누구나 있다.
예로부터 모든 인간의 마음에는 불안과 미래에 대한 두려움이 항상 존재해 왔다. 특히 현대 문명이 정착되기 이전에는 지금보다 훨씬 더 많은 전쟁과 생존문제가 상존했었다. 수없이 많은 전쟁으로 인한 극도의 고통과 두려움이 많은 사람들에게 존재했었다. 특히 끝없는 전쟁과 생존 사이에서 미래의 변화를 예측하는 일은 매우 중요한 일 중 하나였음은 자명한 일이다.
미래를 예측하고 변화를 활용하는 지혜가 어느 때 보다 필요한 시기였다.

특히 생사존망을 좌우하는 전쟁에서 그 결과를 예측하고 전세를 뒤집을 수 있는 전략과 대비를 위해서 모든 수단과 방법을 동원해야 했다. 삼국지에 그 유명한 적벽대전에서 제갈량의 동남풍이 조조의 대군을 물리치는 극적인 설명이 굳이 없어도 미래의 순간을 예측한다는 것은 아주 중요한 문제였다.
나라를 다스리는 황제로부터 평범한 서민까지 자신의 미래와 앞날에 대한 궁금증과 두려움은 인간이 존재하는 한 고민하게 되는 부분인 것이다. 그래서 수천년 동안 많은 사람들은 다양한 형태로 미래를 예측하고 운명을 예견하는 각종의 학문과 술수를 연구하고 경험해 왔다.

크게 이러한 운명을 살피는 학술과 방법을 다섯 가지로 분류 할 수 있다.



첫째 명(命).
자연의 법칙을 인간에 적용하여 개인의 특성과 장단점, 성격, 기질, 운명의 크기를 비롯한 개인의 모든 속성을 파악하고 시간에 따른 길흉화복(吉凶禍福)을 추론하는 학술이다. 사주명리학, 칠정사여, 자미두수 등이 그러한 분야다.

둘째 복(卜).
미래의 길흉화복(吉凶禍福)을 알기 위해 점(占)을 치는 학술로, 점(占)은 주로 당면한 사건의 향방과 길흉의 해답을 찾는 일회성이 강한 의문에 답을 위한 학술이다. 육효, 기문둔갑, 육임, 매화역수 등이 있다.

셋째 상(相).
자연의 현상과 유형으로 나타난 형상(形象)을 통해 길흉화복을 추론하는 학술. 풍수, 관상, 수상 등 외적, 내적으로 드러나 있는 형상을 기준으로 미래를 추론하는 학술이 여기에 해당한다.

넷째 의(醫).
우주와 변화와 자연의 법칙을 인체에 대입하여 질병을 연구하고 치료하는 학술로, 한의학, 침구술, 한약 등이 분야에 해당한다.

다섯째 산(山).
인간이 자연의 변화 원리에 따라 자신을 개발하고 정진하며 건강하게 하는 학술이다. 기공, 단전호흡, 명상, 요가, 기도, 부적, 수련 등이 여기에 해당한다.

이 다섯 가지 분야는 유교 문화권에 해당한 동양에서는 인간으로 삶을 영위하기 위한 기본적인 학술과 교양으로 동양의 많은 정치가와 학술가 사이에는 기본교양이었다.
그 중 첫번째 명(命)에 해당하는 부분이 가장 크게 인생과 운명, 그리고 미래를 통찰 할 수 있는 최고의 분야에 속한다고 말 할 수 있는데, 그 명(命)을 연구하는 학술 중에서도 '귀신의 뒷 그림자도 알 수 있는 비법'으로 구전되고 있는 유명한 학술이 바로 자미두수((紫微斗數)다.

자미두수(紫微斗數)는 바로 이러한 예측불허의 인간의 운명과 미래를 추론하고 예측하는 수천년의 관찰과 우주질서와 에너지의 변화를 경험과 혜안으로 밝혀놓은 신의 눈과 같은 등불이 되는 학문이다.
필자는 이러한 신묘한 '자미두수(紫微斗數)'를 바탕으로 많은 사람들이 당면한 문제와 고민해결, 운명을 바꾸는 놀라운 수많은 경험과 해법을 제시한 사례가 많다.
앞으로 자미두수의 놀라운 학술을 통해 어려운 결정과 고민, 삶과 운명을 지혜롭게 풀고 성공하는 운명으로 바꾸는 방법과 지식과 사례를 연재할 예정이다. KFM

크루즈여행의 모든 것

근래에 휴가에 대한 긍정적 인식이 늘고 있는 추세라서 이제는 직장인들도 회사에 눈치 보지 않고 장기 휴가를 제대로 보내려하는 이들이 증가하고 있다. 그 중에서도 크루즈여행을 즐기려는 국내 여행객들도 늘고 있다. 크루즈 여행시장에는 약 30개 이상의 선사가 약 300척 가까운 크루즈선을 전 세계에 운항하고 있다. 연 평균 전세계 크루즈 여행객만도 2천만명이 넘으며 매년 10%씩 여행객이 늘어나고 있다.

크루즈여행은 배만 타고 다니기 때문에 지루할 것이라고 생각하는 분들도 있다. 그리고 크루즈여행은 은퇴 후에 나이 들어서 부부가 여유롭게 하는 것이라고 잘못 생각하기도 하고 또한 크루즈여행을 하려면 영어도 잘해야 하고 댄스(춤)도 잘 춰야 제대로 즐길 수 있다고 생각한다. 이 모두가 크루즈여행을 해보지도 않은 사람들의 입에서 나온 괜한 오해이다. 그러나 막상 크루즈여행을 해 보면 이 모든 말이 거짓에 불과하다는 것을 금방 깨닫게 된다.

WRITE **여운봉(경영학박사)**

PROFILE

현) **(주)보스톤경영컨설팅 대표이사**
현) **서울디지털대학 겸임교수**
경제·금융·자산관리 전문가
대기업/대학 강연 및 저술·출간, 방송활동 중

이동과 숙박의 불편함을 해소

3~6개국을 7박 8일 동안 버스를 타고 하는 육지여행을 경험해보신 분들이 크루즈여행을 통해서 더더욱 크루즈여행의 묘미에 푹 빠져들게 되어 여러차례 크루즈여행만을 고집해서 다니는 분들이 필자 주변에도 더러 있다.

일단 크루즈여행은 일반 버스여행에서 가장 번거로웠던 것, 즉 호텔이 매일매일 바뀌고 또 여행이 끝날 때까지 반복해서 짐을 싸다가 풀다가 하는 일이 없어서 좋다. 크루즈여행에서는 선실에 체크인하는 날, 짐을 한번만 풀어놓으면 하선하는 날에 짐을 챙겨서 배에서 내리면 된다. 또 잠자는 동안에도 배가 이동하므로 다음날 아침 일찍 깨어보면 새로운 관광지에 도착해 있게 된다. 아침에 일어나 느긋하게 조식을 먹고 관광지에 하선해서 오후 늦게까지 여유롭게 관광지에서 하루 종일 마음껏 시간에 구애받지 않고 여행을 즐길 수 있다는 점이 일반 버스여행과의 가장 큰 차이점이자 큰 매력이다.

크루즈 자체가 또 하나의 여행

또한 일반적으로 수천명이 승선하는 하나의 큰 도시에 버금가는 크루즈선에서의 24시간은 매일이 다른 일상이자 여행이다. 아침 바다를 보며 잠에서 깨고, 하선하지 않는 날에는 수영장과 자쿠지에서 시간을 보낼 수도 있다. 또 수평선으로 저물어가는 노을을 바라보다가 밤바다의 품에서 잠드는 하루하루는 잊히지 않는 꿀맛이다.

선내에서 제공하는 세계 각국의 음식을 맛보고 쇼핑과 스파, 선내 카페나 야외무대에서 수시로 벌어지는 음악연주나 가수들의 노래, 카지노 등에서 바쁜 시간을 보내게 된다. 밤이 되면 사랑하는 사람들과 야외 데크에서 여유롭게 술 한 잔을 기울이고 선내 극장으로 브로드웨이급의 뛰어난 무대 연출과 함께 신나는 음악과 춤이 곁들여진 다양한 뮤지컬 공연을 매일 밤 관람할 수 있다.

24시간 식사와 간식, 공연, 쇼 등 모두가 무료이므로 얼마든지 즐길 수 있다. 어린 아이를 동반한 부모들은 어린이들을 돌봐주는 선내 놀이방이 있어서 오전에 놀이방에 맡겨 놓으면 전문 스태프와 함께하는 2세부터 12세 아이들을 위한 체험 프로그램에 참가할 수 있다. 아이들은 세계 각국에서 모인 어린이들과 영어나 손짓발짓으로 서로 소통하며 즐길 수 있는 경험을 갖게 되어 좋은 경험이 된다.

크루즈선에는 농구, 배구, 축구를 할 수 있는 운동장과 바다를 바라보며 하는 암벽등반, 미니 골프장, 실내/야외 수영장, 대형 체스판, 탁구, 당구, 전자오락기 등 실내 및 야외에서 즐길 수 있는 것들이 많아 가족단위 승객들에게 인기가 많고 모든 승객이 대부분 무료로 이용할 수 있다.

지역별 여행 시기 알아야

크루즈여행 지역은 크게 알래스카, 캐러비안, 지중해, 북유럽, 아시아, 세계일주 크루즈로 구분되며 각각의 크루즈는 지역에 따라 여행시기가 정해져 있다. 이중 일반적으로 소위 죽기 전까지 해봐야 할 세계 3대 크루즈 여행 지역은 지중해, 알래스카, 캐러비안 지역 크루즈다. 지중해 크루즈는 1년 중 언제든지 여행이 가능하지만, 알래스카 크루즈만큼은 5월에서 9월 달까지만 여행이 가능하다. 이 중에서도 호수와 같이 잔잔한 바다를 항해하는 지중해지역의 크루즈는 크루즈를 꿈꾸는 여행객들에게는 단연 최고로 여겨진다. 그 다음이 눈에 녹아들어 올 듯한 풍광을 가져다주는 알래스카 크루즈와 전 세계에서 가장 큰 크루즈 선박으로 알려진 '얼루이호'를 타고 미국에서 출발하는 캐러비안 크루즈다.

크루즈여행을 효율적으로 즐기려면, 가능하다면 크루즈선사에 직접 로그인해서 예약하면 국내여행사 상품대비 절반가격으로 가능하다. 세계에서 대형 크루즈선사 중 하나인 로얄캐러비안크루즈 선사는 한국말로 된 홈페이지(www.rccl.kr)도 제공하고 있다. 물론 선사를 통해 예약할 경우 가격이 엄청나게 저렴한 대신 가이드나 인솔자가 없으며, 항공권은 본인이 예약해야한다. 이때 출항지 항구에 출항 2시간 전까지 도착해서 데스크에 가서 승선절차를 따르면 된다. 국내 주요 여행사에도 가이드가 따라 붙고 모든 옵션이 포함된 1천만원대의 고급 크루즈여행상품도 있지만 가이드나 인솔자 없이 순수히 크루즈여행과 항공편을 묶어서 300만원대에 내놓고 있기도 한다. 하지만 그보다는 여행객 스스로 직접 크루즈 선사홈페이지를 통해 크루즈선과 항공편을 스스로 예약하면 100만원 이상을 절약할 수 있다. 또한 최근 국내에서도 가입자가 늘고 있는 미국 유료회원제 여행클럽인 드림트립스(www.dreamtrips.com)에 가입해서 크루즈선사 가격보다 더 저렴하고 유리하게 크루즈여행을 즐기는 여행객들도 늘고 있는 추세다. KFN

클래식의 화려한 일탈!
콜라보(Collabo) M

공연명 Collabo M

일 시 2017년 11월 9일(목)~11일(토) / 평일 19시30분, 토요일 17시

장 소 세종 M씨어터

연 주

Collabo 1.

피아니스트 김태형의 이베리아 (PIANO×FADO)

- 피아니스트 김태형, 배우 김석훈, 메조소프라노 김정미, 플라멩코 댄서 롤라장, 카를로스J

Collabo 1 김태형

Collabo 1 까를로스J

Collabo 1-롤라 장

Collabo 2.

플루티스트 최나경의 재즈 센세이션 (FLUTE×JAZZ)

- 플루티스트 최나경, 전용준트리오(전용준, 김대호, 김영진)

Collabo 2 최나경

Collabo 2 전용준

Collabo 3.

테너 김세일의 겨울 나그네 (VOICE×DANCE)

– 테너 김세일, 현대무용가 안남근, 피아니스트 김성진

Collabo 3 김세일

Collabo 3 안남근

2017년 가을, 서로 다른 색깔의 옷을 입고, 같은 길을 걸어가는 이들이 만나 '예술'이라는 하나의 세계를 만든다. 서로 다른 감각의 촉을 세우지만, 결국 관객들에게 전할 단 한 가지는 바로 '감동'.

세종문화회관(사장 이승엽)의 세종 M씨어터 10주년을 기념해 국내 최정상 클래식 아티스트들의 화려한 일탈이 펼쳐진다. 플루티스트 최나경, 피아니스트 김태형, 테너 김세일이 그 주인공. 주로 클래식 무대에서만 만날 수 있었던 국내 최정상의 아티스트들이 파두, 플라멩코, 재즈. 현대 무용 등 새로운 장르와의 결합에 도전한다.

올 가을 장르와 장르 사이, 경계와 결합 사이의 폭발적인 시너지와 새로운 틀로 관객들의 시선을 사로잡을 세 팀의 무대 열전! 전에도 없었고 앞으로도 없을 단 한 번의 뜨거운 콜라보레이션, 〈콜라보(Collabo) M〉에서 만나볼 수 있다.

M1 – 스페인 플라멩코와 포르투갈 파두, 화려한 리듬에 얹어내는 천상의 피아노 선율

지난 9월, 제 18회 트리에스테 국제 실내악 콩쿠르에서 우승을 차지해 세계의 이목을 끈 트리오 가온의 리더, 피아니스트 김태형. 내재된 강인함과 빛나는 해석이 돋보이는 그가 또 한번의 조화와 화합의 무대를 선보인다. 〈콜라보 M〉의 첫 번째 무대로 포르투갈과 스페인 음악과의 콜라보레이션으로 관객들을 찾아간다.

파두와 스페인 가곡의 가슴 저리는 가사를 배우 김석훈의 낭독에 이어 메조소프라노 김정미가 노래하고, 여기에 더해지는 플라멩코 댄스는 〈콜라보 M〉에서만 만나볼 수 있는 무대로, 이 가을을 더욱 뜨겁고 화려하게 수놓을 것이다.

일시 : 2017년 11월 9일(목) 19시30분

M2 – 재즈의 계절, 스산한 마음을 따스하게 어루만져줄 달콤한 클래식 재즈의 향연

신시내티 심포니, 비엔나 심포니 등 세계 명문 오케스트라를 비롯, 세계 무대를 종횡무진하고 있는 플루트의 뮤즈, 최나경이 전용준 밴드와 함께 재즈에 도전한다. 우리에게 익숙한 크라이슬러 〈사랑의 인사〉, 라벨 〈쿠프랭의 무덤〉 등 클래식 곡을 재즈로 편곡하는 한편, 〈Autumn leaves(고엽)〉, 〈Take 5〉, 〈Birdland〉 등의 많은 사랑을 받고 있는 재즈 명곡을 플루트로 연주하는 콜라보레이션 무대를 펼친다.

일시 : 2017년 11월 10일(금) 19시30분

M3 – 소리로 빚어내고 몸으로 표현하는 감각의 축제!

슈베르트의 슬프고도 아름다운 연가곡 〈겨울 나그네〉가 국내 최초로 현대무용을 만나 새로운 에너지를 뿜어낸다. 유럽 오라토리오 무대에서 활약하는 유일한 동양인 에반겔리스트(복음사가)이자 미성의 리트 가수로 사랑 받는 테너 김세일, '댄싱 9'이 배출해낸 마성의 댄서 안남근이 만나 파격적인 무대를 예고한다. 우리에게 익숙한 보리수 등이 수록되어 있는 〈겨울 나그네〉는 사랑에 실패한 한 청년이 삶의 희망을 잃고 떠난 방랑의 길에서 겪는 괴로움을 담고 있다. 소리로 듣고 눈으로 보는 새로운 슈베르트의 겨울 나그네 전곡 무대는 깊어가는 가을 〈콜라보 M〉에서만 만날 수 있는 최고의 무대가 될 것이다. KFN

일시 : 2017년 11월 11일(토) 17시

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.
(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

원가는 널뛰고
임대료는 내려오는 일이없고
인건비는 대폭 올라갈 예정입니다.

외 식 업

키오스크로 인건비를 줄이거나

봉 사 료

도입을 통해

절세방법

찾을 수 있습니다.

가현택스 대표세무사 최인용

상담문의 : 02)555-5025 www.gtax.kr

Smart Franchise | Supervisor | Waiting | Take-out 메신저 | 고객관리(CRM) | 1544-4612

스마트프랜차이즈

'스마트프랜차이즈'는 프랜차이즈 본사, 가맹점, 공급자 모두가
언제 어디서나 편리하게 수발주 부터 서로간의 소통까지 운영에 필요한 부분을
한 공간에서 쉽고 빠르게 사용할 수 있는 소프트웨어 입니다.

수발주 + 영업관리 + 생산관리 + 재고관리

미수금관리 + 반품관리 + 수익분석 + 매출분석

세금계산서 관리 + 그룹웨어, 회계관리(구매,물류,인사,노무)

SECUPRIME
(주)씨큐프라임

공식인증대리점 (주)제일좋은솔루션
대표이사:김남철 Tel.1899-1271 | HP. 010-5304-6307 | Fax. 031-922-3868 | e-mail:kimnch3@hanmail.net
경기도 고양시 일산서구 덕이로 292번길 34-28

2016 매일경제신문 100대 프랜차이즈 선정 100

2013, 2014, 2015, 2016년 **4년 연속**
한국프랜차이즈 100대 기업 선정

김영희 강남 동태찜

마음까지 담았습니다

건강하고 행복한 맛, 고객의 마음까지도 소중히 여기는 김영희 강남동태찜

김영희 강남동태찜의 역사는 곧 국내 동태찜, 동태요리의 역사입니다.
30년간의 노력과 노하우는 차곡차곡 쌓여 더나은 브랜드, 메뉴로 탄생됩니다.
김영희 강남동태찜은 늘 새로운 메뉴, 식문화를 제시하고자 합니다.
그 원동력은 바로 정통성입니다. 시간으로 빚어진 정통성, 한발 한발 내딛은
지난 30년간의 발자취는 누구도 흉내낼 수 없는 것입니다.
저희는 가족의 건강을 생각합니다. 건강한 식재료, 신선한 해물이 주는
건강하고 행복한 맛, 고객의 마음까지도 소중히 여기는 기업
김영희 강남동태찜입니다.

김영희 강남 동태찜 김영희 동태찜&코다리냉면

전국 1:1출장 방문 상담 서비스 02)412-3375

전국 **130개 가맹점**이 **안정적 매출**을 올리고 있는 **김영희 강남 동태찜 • 김영희 동태찜&코다리냉면**

2015, 2016년 신규 오픈점 양산신도시점, 통영점, 나주혁신도시점, 충남도청점, 마포공덕점, 대전테크노밸리점, 충주점, 안동옥동점, 창용팔용점, 종로점, 세종대평점, 화서점, 동탄점, 경산점, 하동점, 원지점, 대소점, 오송점, 쌍촌점, 경산점, 신연산점, 동해점, 용당점

25년 기술축적의 노하우 · 용역 없는 100% 자체 기술자 · 투명한 원가 산출 · 연중무휴 완벽한 A/S

프랜차이즈 주방기기 · 설비 · 닥트시공 전문기업

“최고보다 최선을 다하는 기업”

조은주비트산업㈜

급변하는 외식시장 환경, 고급화 · 차별화할 수 있는
최상의 설계 시공제작 및 사후 관리 서비스

〈지식서비스 최우수기업〉 선정

‘신창조인 인증식 및 한국재능나눔대상’

〈서울중소기업청 표창〉

***주요 회사 실적**

- 스타벅스커피코리아, CJ푸드빌, SPC, 파파이스, 롯데리아, 하오커 지정 협력업체
- 그외 대기업, 호텔, 병원, 학교, 은행, 외식업체 등 133개 업체

***믿을 만한 설비 시공 파트너**
주방기기, 위생설비, 급배기닥트 등
통합 주방설비 설계 · 제작 · 시공 및 A/S

본사 서울시 동대문구 용두동 118-52 덕영빌딩 4층 **공장** 서울시 동대문구 용두동 118-17
TEL 02)926-3501~2 / **FAX** 02)926-3503

JOEUN JUBIT

못된고양이

NCAT

NO.1 패션액세서리 전문 프랜차이즈 브랜드

못된고양이

아직도 의식창업을 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? Y 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

선방

스마트한 부동산 통합 온·오프라인 시스템

문의전화 031-733-7331

전국 선방 회원점 공인중개사

서울특별시

강남구	제일부동산중개법인	02-552-8484
	미라클 공인중개사	02-567-1777
	(주)광맨킴부동산중개	02-3411-8838
강동구	임임부동산	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
관진구	축복부동산	02-455-2272
	복돼지공인중개사	02-456-1003
	동아공인중개사	02-446-8282
	리치부동산	02-6338-3325
	수 부동산 이수일공인중개사	02-456-7880
구로구	엑전공인중개사사무소	02-2617-2444
	세양빌마루공인중개사사무소	02-2685-9600
	부자공인중개사사무소	02-3666-9898
	현대공인중개사사무소	02-2611-8899
	명가공인중개사사무소	02-2685-0973
	상한공인중개사	02-2060-4900
노원구	한빛부동산	02-949-1700
	한신공인중개사사무소	02-933-9933
	청솔공인중개사사무소	02-918-0331
	골든매 친절한 부동산	02-909-1088
도봉구	비전부동산	02-999-2455
동대문구	공감부동산	02-2245-0006
	부동산랜드	02-2212-3000
	보석공인중개사 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
	서교공인중개사 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
	자락부동산	02-713-9100
	대성공인중개사사무소	02-704-7935
	현석해미안공인중개사사무소	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
	행운공인중개사	02-912-4988
송파구	문정벤처 공인중개사	02-431-9400
	금영부동산	02-408-7049
	송파엣홈공인중개사무소	02-443-1300
	월가부동산	02-449-3344
	삼성부동산	02-413-8989
	세한공인중개사사무소	02-413-6100
	태영공인중개사무소	02-400-2001
양천구	청록공인중개사	02-2644-0385
	오성공인중개사	02-2602-0205
용산구	엔디스 공인중개사	02-794-0990
은평구	원공인중개사	02-304-8910
	스타공인중개사	02-351-4533
	공주는 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
	김학정공인중개사	02-372-4525
	엘크루공인중개사	02-357-8828
	래미안공인중개사사무소	02-355-4005
중구	청구대림부동산	02-2252-9600
중랑구	GS자이부동산	02-971-3355
	면목부동산	02-496-8924
	광물부동산	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	032-463-8655
	래미안 단지내 부동산	032-468-0660
	일진공인중개사	032-438-3100
	명성공인중개사	032-464-5959
	힐개발공인중개사사무소	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
	골조공인중개사사무소	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
서구	코리아랜드부동산	032-812-4444
	LBA에승부동산	032-834-8924
	동림아이원부동산	032-832-1199
	럭키공인중개사사무소	032-821-1500
	을발공인중개사사무소	032-228-1212
	가좌부동산	032-818-1551
	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	홈익공개사무소	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	탄교효성 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	다미한공인중개사	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
	송당 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
	핸드마크 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
	영상공인중개사	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
	홈과 나무 공인중개사사무소	053-811-1236
	남경공인중개사사무소	053-818-0078

www.sunbang.co.kr

에덴낙원 전경

천국을 사모하는 성도들의 안식처, 에 덴 낙 원

생각해보셨나요?

본향을 사모하는 성도의 삶은 어떤지,
경건하고 구별된 성도의 죽음은 어떤지, 생각해보셨나요?

에덴낙원은 가장 귀한 유산인 신앙을 남기고 천국에 이르기를 소망하는 성도들을 위한 구별된 안식처입니다.

교회 예배당과 함께 늘 고인을 기억하는 **부활소망안식처(봉안당)**와 교회 안 뜰 화장한 유골을 뿌려 안장하는 **부활소망가든(산골장)**

어린아이부터 할아버지, 할머니가 함께 부활신앙을 이야기하는 곳,
혼합종교같은 세상방식의 문화에서 벗어나
바른 성경적 신앙공동체 모습을 통해 복음의 회복이 일어나는 곳,
에덴낙원입니다.

자세한 내용은 에덴낙원으로 문의바랍니다.

부활교회

부활소망안식처

부활소망가든

네이버, 다음 검색창에 '**에덴낙원**'을 검색하세요.

NAVER 에덴낙원 검색 Daum 에덴낙원 검색

www.edenparadise.co.kr

재단법인 에덴낙원선교회

경기도 이천시 마장면 서이천로 449-81(롯데프리미엄 아울렛에서 5분) **T.** 031-645-9191 **F.** 031-633-8993

가맹사업법 개정안과 오너리스크 규제

올해 4월경 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 가맹사업법이라고 함)이 개정되면서 징벌적 손해배상제도가 도입되었고, 이는 지난 10월 19일부터 시행되기 시작했다. 이에 따라 가맹본부들은 징벌적 손해배상의 대상 중 하나인 허위·과장정보 제공 행위 관련 예비창업자에게 제공하는 예상매출액 산정서가 추후 허위·과장정보 제공 행위가 될 가능성이 없는지를 살피는 등 대책을 강구하는데 여념이 없다.
(징벌적 손해배상제도 외에도 가맹계약서 제공 시점에 관하여도 법의 개정이 있었는데, 가맹계약서 역시 정보공개서와 같이 가맹계약 체결 전 14일 전에 제공하여야 하므로(기존에는 가맹계약 체결 전날까지 제공) 이 점 역시 놓쳐서는 안 될 것이다.)

PROFILE

WRITE **조은혜**

법무법인 혜 파트너 변호사

제52회 사법시험 합격(2010, 사법연수원 42기)
서울지방변호사회 중소기업고문변호사
사단법인 한국프랜차이즈산업협회 고문변호사
행정심판 국선대리인
서울지방노동위원회 법률구조대리인
서울중앙지방법원 상근조정위원

그런데 현재 20대 국회 계류 중인 발의된 가맹사업법 개정안 내용(총 34개의 개정안이 발의됨) 및 이와 발맞추고 있는 공정위가 7월 18일 경 발표한 '가맹분야 불공정 관행 근절 대책(6대 과제 23개 세부과제)'이나, 9월 13일 경 입법예고한 '가맹사업법 시행령 입법예고' 등에 비추어보면, 많은 전문가들은 앞으로도 가맹본부에 대한 규제를 더욱 강화하는 방향으로 가맹사업법 개정이 계속될 것으로 보고 있다.

지금까지 개정된 내용들은 해당 내용의 분쟁이 많이 발생함에 따라 이를 사후적으로 규제하는 측면이 컸던 것도 사실이고, 현재 국회에 계류 중인 개정안 역시 대부분 특정 분쟁 사안에서 출발하고 있어 법의 개정과는 별개로 개정내용을 음미하고 가맹본부가 미리 분쟁을 예방할 수 있는 부분은 없는지 살펴볼 필요가 있으며, 이와 관련하여 특히 이슈가 되고 있는 오너리스크 규제 관련 개정안 내용을 살펴보고자 한다.

가맹본부 책임으로 가맹점사업자에 손해 발생

최근 특정 가맹본사 대표자, 임원의 부도덕함, 범죄행위, 개인 가정사 등으로 가맹점의 매출에 악영향을 미치는 사례가 다수 발생함에 따라 국회 개정안(2017. 6. 20.자 김관영 등 법률안, 2017. 7. 7.자 이양수 등 법률안, 2017. 8. 4.자 유동수 등 법률안, 2017. 8. 16.자 이찬열 등 법률안의 총 4개 법률안)은 앞 다투어 오너리스크 규제에 대한 개정안을 내놓고 있다.

개정안의 내용은 주로, **가맹사업법 제5조 가맹본부의 준수사항에 '가맹사업 이미지를 훼손하는 등 가맹점사업자에게 손해를 끼칠 수 있는 행위의 금지' 항목을 추가하는 방향으로, 또한 가맹계약서 필수기재사항에 '가맹본부 측 귀책사유로 가맹점사업자에게 손해 발생한 경우 그 배상에 관한 사항'을 포함**하도록 하는 것이다.

이는 피해를 입은 가맹점주들이 현행법상 권리구제를 받기가 어려운 점을 고려하여 민사상 손해배상청구권의 법적 근거(채무불이행책임 내지 불법(위법)행위책임)를 마련하고자 하는 취지로 보인다.

즉, 현행 민법상 손해배상청구를 하기 위해서는 적어도 당사자 간 약정한 계약의 위반요소가 있거나 아니면 법위반요소가 있어야 하는데, 현재 통용되고 있는 가맹계약서 상에는 위와 같은 오너리스크에 관한 법적 책임의 내용이 없으며, 이에 관한 명시적인 가맹사업법 규정도 없다.

또한, 상법상 규정된 이사의 회사 내지 제3자에 대한 책임의 경우 이사가 고의 또는 중대한 과실로 인하여 그 임무를 해태한 때 손해를 배상하도록 되어 있어 회사 대표자 내지 임원의 임무해태행위가 아닌 업무와 무관하게 발생하는 오너리스크의 경우 상법상 이사의 책임 규정으로 이를 구제하기가 어렵다.

일부 공감…일반회사들과 형평성 문제 대두

한편, 위와 같은 국회의 개정논의에 발맞추어 최근 공정위 역시 2017년 7월경 '가맹분야 불공정 관행 근절 대책'을 발표하였는데, 해당 내용에 따르면 가맹본부, 임원의 위법, 부도덕한 행위 등으로 발생한 손해를 가맹점주가 배상받을 수 있도록 가맹계약서에 배상 책임을 의무적으로 기재하도록 할 것이라고 하여 위 국회 개정안 내용과 대동소이한 내용임을 알 수 있다.

가맹사업에서 해당 브랜드 상표(서비스표)를 관리할 의무는 그 본질적 측면인 점, 그리고 일시적이기는 하나 실제 가맹점사업자의 피해가 막대한 점을 고려할 때 그 제도적 취지에 공감되는 면은 없지 않으나, 다른 일반회사들과의 형평성(예를 들어 상법의 경우 이사의 책임부담과 관련하여 이사의 위법행위로 인하여 회사가 손해를 입고 결과적으로 주주의 경제적 이익이 침해되는 손해는 간접적인 손해에 불과하여 인과관계가 인정되지 않는다고 보아 손해배상책임을 인정하지 않는 것이 판례의 일관된 태도다), 손해금액의 산정 문제 등을 고려할 때 구체적인 경우를 일반화하는 것이 꼭 바람직하지는 않을 것이라고 본다.

이는 가맹사업법은 그 자체로 가맹본부와 가맹점 사업자 사이의 공정한 관계의 토대를 마련한다는 순기능적 측면이 있으나, 2013년 예상매출액 산정서 제공 의무, 부당한 영업지역 침해 금지, 부당한 점포개선환경개선 금지 등 개정, 2017년 징벌적 손해배상 제도 도입 등 개정내용을 바라볼 때 그 개정 방향이 가맹본부와 가맹점사업자의 갈등과 분쟁을 오히려 확대시킬 수 있으며, 규제 일변도의 정책이 프랜차이즈산업의 역기능을 부각하여 프랜차이즈산업 전반의 활력을 저하시키는 경향도 있어 우려되는 면이 크기 때문에 더욱 그러하다. KFN

성공하는 **프랜차이즈 동업**을 위한 **계약**은 이렇게

옛말에 동업은 아버지와도 하지 말라는 말이 있다. 그럼에도 불구하고 자금의 부족문제, 기술의 부족 등으로 많은 가맹점들이 동업을 한다. 최근 가맹점들은 부족한 부분을 동업을 통해 초기 자본을 모아 복수의 가맹점을 오픈하는 메가 프랜차이지로 성장하기도 한다. 동업을 하는 것을 고민하는 가맹점주라면 사업의 라이프 사이클을 이해하고 면밀한 동업계약서 작성을 하는 것이 바람직하다. 동업 기업의 시작부터 마무리까지 유의해야 할 사항을 살펴본다.

PROFILE

WRITE **최인용**

가현택스 대표 세무사
(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사
연세대학교 법무대학원 조세법 전공
국세청 조사요원 강의
프랜차이즈 협회 자문세무사
마곡지주협의회, 하남미사지구지주협의회 자문세무사

1. 지분의 결정

프랜차이즈를 하기 위해 자본과 운영 등이 결합할 때, 지분이나 이익분배비율의 결정은 어떻게 하는 것이 좋은가? 지분의 결정은 당사자 간의 협의로 결정되는 것이지만, 사업에 열정과 시간을 더 많이 투자하는 사람이 더 많은 지분이나 이익분배비율을 갖는 것이 바람직하다. 또 지분 등은 한번 정해지면 유지되어야 하지만, 이익의 크기나 기간 등을 정해 일정 조건의 경우 변동 조건을 달아 놓는 것도 생각해 볼 필요가 있다.

2. 책임과 권한의 명확화

프랜차이즈 동업 기업은 같은 업무를 하는 것보다 다른 업무를 하는 업무의 범위와 책임관계를 명확히 해 놓는 것이 좋다. 이는 사업의 상황에 따라 수시 변동할 수 있으므로 계약으로 하는 것보다 끊임없는 소통을 통해 바로잡아 나가는 것이 바람직하다.

특히 지분이 많은 투자자의 영향력으로 인해 동업관계에 있는 운영자의 의사결정권이 흔들리고 소통이 안 된다면, 동업은 지속되기 어려울 수 있다.

3. 지분관계의 변동조건

지분관계가 변동이 될 수 있는 위험한 사항에 대해서는 미리 의논을 하여 계약을 확실히 해 놓는 것이 좋다. 프랜차이즈 점포를 하면서 다른 일들을 하게 되는 겸업금지 의무에 관한 사항, 동업의 지속기간 및 근속기간과 연장의 조건, 주식의 양도에 대한 금지 조항, 회사를 떠날 때에 지분 조건 등은 동업계약서 내에 반드시 들어가는 것이 바람직하다.

4. 투명회계와 성과의 배분

투명한 회계와 성과의 배분은 동업의 필수적인 요건이다. 투명한 회계와 성과의 배분이 이뤄지지 않는다면, 동업은 반드시 깨질 수밖에 없다. 성과의 배분은 지분의 비율대로 하는 것이 일반적이다. 그러나 일정요건의 핵심 직원에 대한 성과의 배분 등은 지분과 관계 없이도 할 수 있다. 특히 가맹점 실적이 예상한 기준수익의 이상과 이하일 때 추가적인 수익배분 조건 등이 있다면 운영 동업자의 노력을 더 이끌어 낼 수도 있다.

5. 동업계약의 종료와 정리

동업계약은 종료될 수 있다. 협의에 의한 계약 종료도 있지만 우발적인 사고로 종료가 되기도 한다. 계약의 종료시점에서 문제가 되는 것은 잔여재산의 분배다. 프랜차이즈 동업의 정리도 자금이 있어야 가능하다. 자금마련을 하는 방법은 영업을 정리하면서 할 수도 있지만, 동업자 중 한명이 사업을 계속하는 경우에는 나가는 동업자의 투자 자금 등을 마련해 주어야 한다. 사업의 자금을 마련하는 것은 개인기업의 법인전환 등을 통한 영업권의 평가를 이용하는 방법과 이를 금융자산 등으로 미리 준비하는 방법 등을 통해 자금마련을 할 수 있다. 동업자를 일시적으로 직원으로 등록하여 퇴직금으로 비용처리를 하는 방법도 가능하다. KFN

성공하는 동업을 위한 계약서 작성 시 유의사항

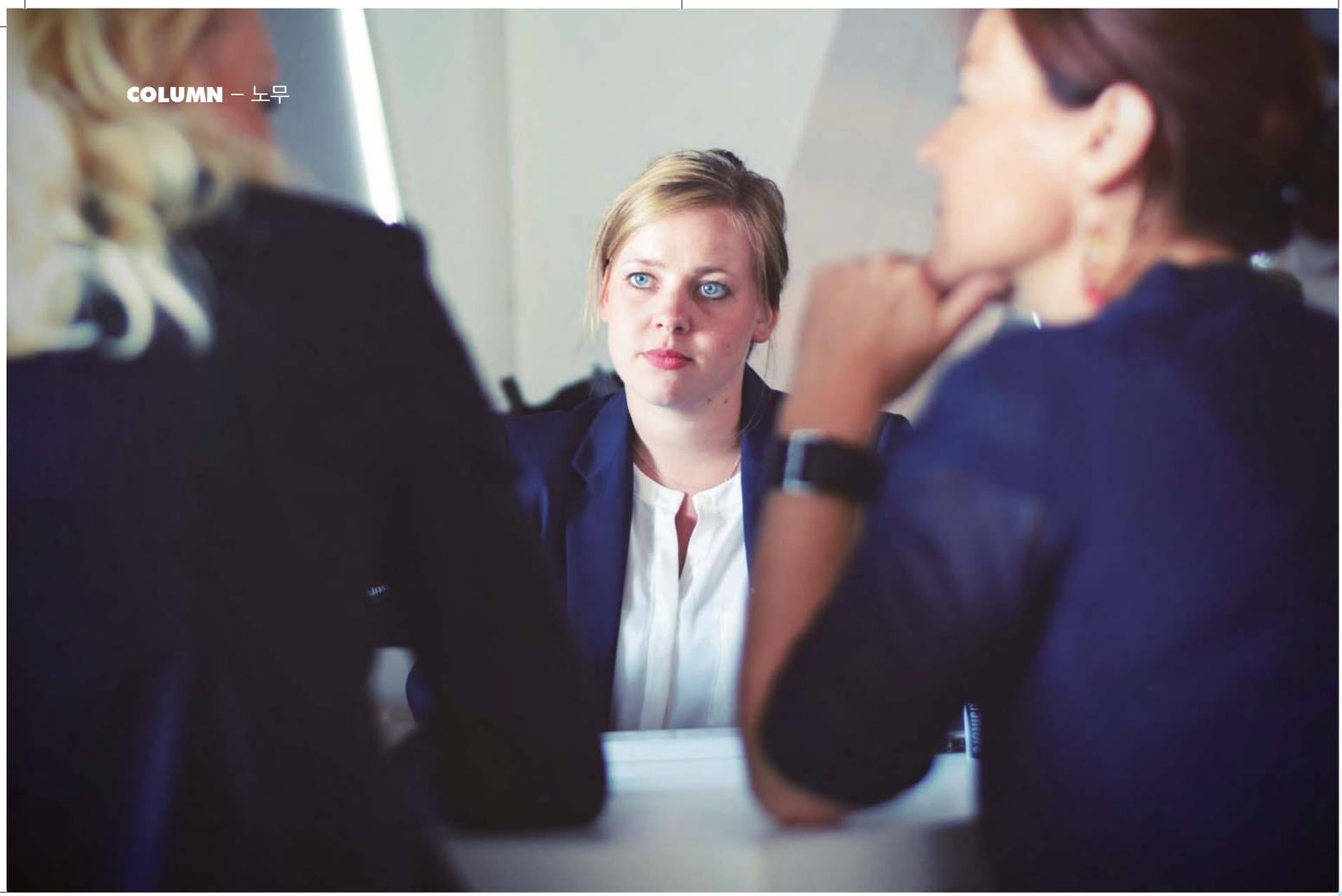
1. 지분의 결정
- 지분의 결정은 협의로 결정한다.
- 시간투자와 열정에 따른 지분의 변동조건 고려

2. 책임과 권한의 명확화
- 대주주의 독단적 의사결정에 유의
- CTO, CMO, COO 등의 의사결정권 존중

3. 지분관계의 변동조건
- 겸업금지 등의 조건
- 동업자 주식 양도 금지의 조건, 퇴사 시 양수조건

4. 투명회계와 성과의 배분
- 투명회계와 정산은 동업의 필수적인 요건임
- 기준수익 이상과 이하의 경우 수익분배변동

5. 동업계약의 종료와 정리
- 동업계약의 종료 시의 리스크 자금마련
- 상표권, 영업권 등의 활용가능



주휴수당 지급 않기로 합의한 후 시급을 높게 지급한 사례

1. 주휴수당의 고용노동부 진정사건

가맹점에서 발생하는 노무분쟁 사례 중에서 가장 많이 발생하는 것이 주휴수당이다. 근로기준법 제55조[휴일]에서 '사용자는 근로자에게 1주일에 평균 1회 이상의 유급휴일을 주어야 한다'고 규정하고 있다. 즉, 근로자에게 임금을 지급할 때 1주일에 1회는 유급으로 휴일을 주어야 하며, 근로자가 쉬는 휴일에도 급여를 지급해야 한다는 의미다.

2. 주휴수당의 지급 요건

(1) 주 소정 근로일을 만근한 경우

주 소정근로일이라 함은 사용자와 근로자가 1주일에 며칠 근무하기로 정한 경우, 그 정한 근로일이 소정근로일이다. 예를 들어 1주일에 4일을 근무하기로 정한 경우 주 소정근로일은 4일이 되며, 소정 근로일인 4일을 근무한 경우에 주휴일이 발생한다. 따라서 1일이라도 결근을 한 경우에는 주휴일이 발생하지 않는다. 주 소정근로일은 통상적으로 근로계약을 체결할 때 정하게 되며, 시급제로 임금을 정하고 근로계약서에 소정 근로일을 정하지 않은 경우에는 1주간의 근로시간이 15시간 이상이면 주휴수당을 지급해야 한다.

(2) 월급제, 일급제, 시급제의 주휴수당 계산

월급제는 통상적으로 월 급여에 주휴수당이 포함되어 있다. 시급 6470원을 기준으로 주휴수당이 포함된 월 급여는 [(1일 8시간 X 주 5일 + 주휴일 8시간) X 52주 + 8시간 / 12개월]을 기준으로 월 근로시간은 209시간이 되며, 시급 6470원에 209시간을 곱한 135만2230원이 월급여가 된다.

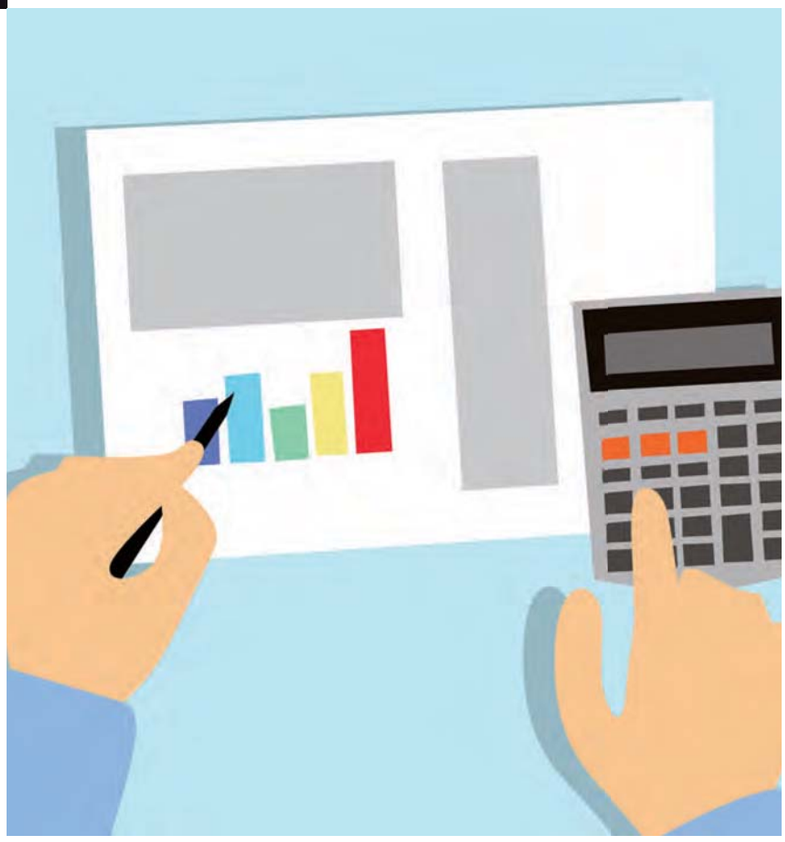
일급제와 시급제는 1일 근로시간이 8시간인 경우에는 6470원 X 8 시간 = 5만1760원이며, 시급제로 1주간의 근로시간이 15시간이 넘는 경우에는 (1주간의 근로시간 / 40시간) X 시급 X 8시간으로 주휴수당을 계산하면 된다.

(3) 퇴사자의 경우 주휴수당

퇴사자는 마지막 주 주휴수당이 발생하지 않는다. 주휴수당은 1주간의 소정 근로일을 만근한 경우 1주 동안 근로로 인한 피로를 해소하고 그 다음 근로를 준비하기 위하여 부여하는 것이므로, 근로자가 퇴사를 하는 경우에는 그 다음 근로가 예정되어 있지 않기 때문에 주휴수당이 발생하지 않는다.

3. 주휴수당을 지급하지 않기로 합의한 경우

사업주와 근로자가 최저시급인 6470원보다 높은 시급 7500원을 지급하기로 하고, 주휴수당을 지급하지 않겠다거나 시급에 주휴수당이 포함되어 있다고 근로계약을 작성하였더라도 근로자가 퇴사 후에 주휴수당을 지급해 달라고 하면 사업주는 근로자에게 주휴수당을 지급해야 한다. 근로기준법은 사용자가 근로자에게 지급해야할 임금, 법정수당 등 근로조건을 정하고 있으며, 근로조건은 법으로 정한 최저 기준이므로, 사용자와 근로자가 합의를 하였다고 하더라도 최저기준 미만으로 근로조건을 정한 것은 무효가 되며, 무효로 된 근로조건은 근로기준법에서 정한 기준에 따르도록 하고 있다. 주휴수당과 관련한 노무분쟁이 발생하면 사용자는 최저시급 이상으로 시급을 지불했음에도 불구하고 추가로 주휴수당을 지급하라는 고용노동부의 판단에 하소연을 하는 경우가 많이 있으나 소용이 없다.



4. 시급에 주휴수당을 포함하여 지급하는 경우

주휴수당을 1주 단위로 계산하여 급여를 지급하는 것이 번거롭고 급여계산의 편의를 위하여 시급에 주휴수당을 포함하여 지급하는 경우가 많다. 이 경우 시급에 주휴수당이 포함되어 있다는 것을 근로계약서 및 임금대장에 명확하게 표시되어야 한다. 구두 상으로 시급에 주휴수당이 포함되어 있다거나 근로계약서에 시급에 주휴수당이 포함되어 있다는 단순한 문구만으로는 인정을 받지 못한다. 시급 7500원을 지급하는 경우 기본시급 6470원과 주휴수당을 포함한 금액이라는 것을 근로계약서에 명시하고, 임금대장에 해당 월의 임금 중에서 주휴수당이 얼마가 포함되어 지급되었다는 것이 있어야 한다. 시급 6470원인 경우 주휴수당은 1294원이며, 7500원에 주휴수당이 포함되어 있다면 그 차액인 1070원은 기 지급한 주휴수당으로 인정을 받을 수 있다. KFN

PROFILE

WRITE **이금구**

노무법인 C&B 대표
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

1991년 제3회 공인노무사 자격 취득(시행처 노동부)
2012년 전국소상공인단체연합회 고문
2015년 (사)한국소상인단체연합회 고문
2016년 GS25, 프랜차이즈 노무관리 시스템 도입
T 1544-8323 E www.franhr.com

바이올렛의 직관력으로 승부하라

기업 CEO분들을 모시고 강의 진행을 하던 중 보라색 타이를 연출하신 분께 질문을 던졌다. "예쁜 컬러를 하셨네요. 사모님이 골라 주셨나요?" 보통 바이올렛 타이를 하시는 분들이 흔하지 않기에 던진 질문이었다. "아닙니다. 제가 보라색을 좋아합니다. 안 어울립니까?" 겸연쩍게 웃으시며 되물어 보신다. "잘 어울리세요. 뭔가 아이디어도 많으시고 자유로움이 느껴지네요. 감성적이면서도 위엄 있어 보입니다." 아주 진하지도 연하지도 않은 무늬 없는 솔리드 타이가 그런 느낌을 주었다. 그분은 놀라시며 "타이 컬러만으로 제 성격이 보이나 봅니다. 실제로 그런 성향을 추구합니다" 라고 환한 미소로 화답해 주셨다.

컬러는 감성이다. 내가 어떤 색을 선택했느냐는 무의식에서 말하는 자신인 것이다.

오늘 얘기할 바이올렛은 많은 분들이 독특함의 컬러로, 평범하지 않은, 약간의 부정적인 생각을 가지고 있다. 예술가 컬러라고들 한다.

바이올렛은 무지개 컬러 중 가장 위의 색이며 빨강과 파랑이 더해진 색으로, 섞인 비율에 따라 다르게 느껴진다. 우리나라에서는 순수하게 '보라' 라는 이름이며 '자주'라고도 얘기를 한다. 서양에서 라틴어로 비올라(Viola:'제비꽃'의 뜻)라고도 한다.

PROFILE

WRITE 김옥기

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

T 02-542-5355
W blog.naver.com/pibkok

현대카드 퍼플 · 화장품 안나수이 등 대표 사례

기업마케팅에서도 보라색은 많이 쓰이는데 그 대표적인 예는 그리스 신화에 나오는 여신 헤라에서 영감을 얻은 '헤라' 화장품이다. 김태희의 고급스럽고 우아한 이미지와 바이올렛 컬러가 가진 아름답고 신비한 매력의 느낌을 주어 바르면 나도 우아할 것 같은 연상이미지를 준다.

현대카드 또한 빼놓을 수가 없다. 국내 상위 5%를 위한 연봉 1억원이 넘는 분들을 위한 바이올렛 컬러의 고귀함을 브랜드화시킨 상품이다. 명도를 좀 낮게 하여 모던함과 귀족적인 느낌을 갖도록 한 것이다.

현대백화점 자스민 고객(VIP)들도 현대카드 '더 퍼플'(THE PURPLE)과 같은 브랜드 이미지를 추구한 것이다. 같은 컬러로 다른 느낌을 주는 '안나수이' 화장품의 바이올렛 컬러. 신비하고 묘한 매력을 주는 느낌으로 마니아를 형성한 케이스이다. 현대카드가 고귀함의 대표라면 안나수이는 화려함과 독특함으로 여성적이며 로맨틱한 성숙미를 가미한 소녀를 연상케 한다.

이렇듯 바이올렛 컬러 안에서도 명도나 채도의 조절로 연상 이미지가 다르게 느껴진다. 하나의 컬러 안에서도 여러 가지 의미들이 있기 때문이다. 보라색은 왕족의 색이기도 하다. 사실 과거에 조개에서 채취해 얻은 염료라 비싸고 공급이 어려웠다고 한다. 그러기에 고대 로마시대엔 황실 전용품의 컬러였다. 사극 〈선덕여왕〉에서 고현정(미실 역)의 의상이 바이올렛이었는데 왕이 되고 싶은 욕심과 허영심이 잘 표현된 의상이었다는 생각이 든다. 부정적인 느낌의 바이올렛의 미는 허영과 욕심의 키워드가 있으므로 바이올렛이 좋아질 때는 혹시 부정성에 사로잡히지는 않았는지 체크해 보자.

또 바이올렛은 우아하며 자유분방하고 독창성을 지닌 직관력의 대표적인 컬러라고 볼 수 있다. 뭔가 아이디어나 영감을 얻고 싶을 때, 또는 특별하게 무언가를 선택하려 할 때나 마음의 변화가 생길 때도 바이올렛이 끌리기도 한다. 영성하고도 관련이 있어 종교적이나 무언가 특별의식에 많이 쓰이는 것도 이 때문이다. 직관력을 많이 쓰고자 하는 미래를 예언하는 분들 의상이나 인테리어에도 많이 쓰이는 이유가 이 때문이라 하겠다.

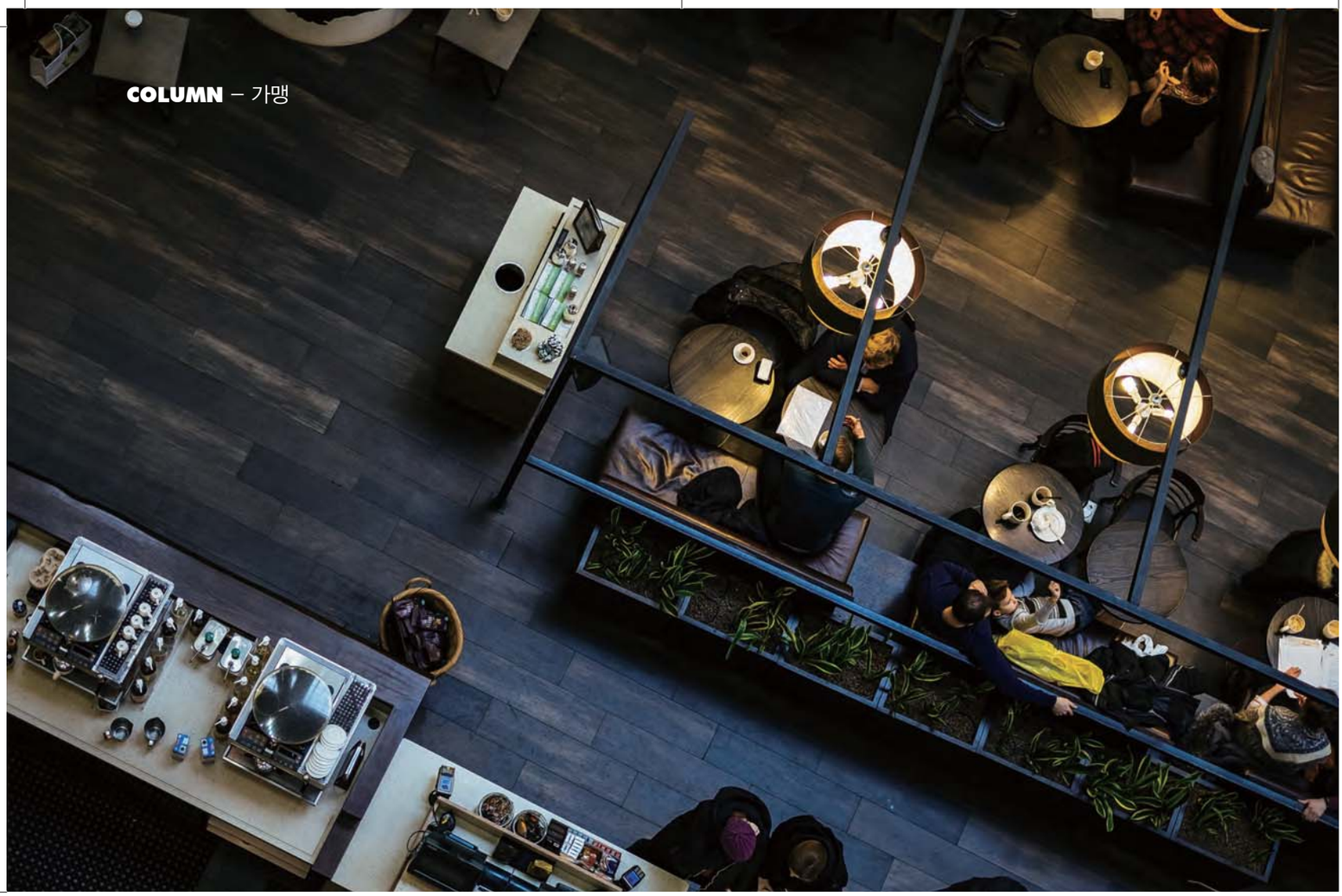
보색관계 옐로우 활용하면 효과적

바이올렛의 긍정적인 의미들을 다시 살펴보면 힐링, 봉사, 깊은 영성의 컬러다. 바이올렛이 잘 표현되면 갖고 있는 직관력으로 자신감 넘치는 비즈니스를 할 수 있으며 조직을 잘 이끄는 사업가로서 성공할 수 있다. 재발견과 성장이 뛰어난 것이 컬러 특성이기에 타인과의 소통에 있어서도 감각적이며 배려와 봉사로 많은 인기를 누리는 사람들이 많은 편이다.

부정적인 면이 부각되면 우울하거나 극단적인 생각에 사로잡혀 두려움, 자기불신이 커지게 되어 깊은 고뇌에 빠지기 쉽다. 현실보다는 이상에 사로잡혀 비현실적인 삶을 살게 되므로 현실에서 물질에 고통을 겪는 수도 있다.

밸런싱을 잘 잡는 게 중요한데 보색으로는 옐로우가 있다. 옐로우는 기쁨과 자신감, 지식의 대표 컬러이기에 바이올렛과 옐로우의 적절한 스타일 배색이나 소품을 활용하기를 적극 권하고 싶다.

자신이 가진 직관력으로 승부하고 싶을 때 끌리는 바이올렛을 몸에 지녀 컬러 파장의 힘을 한껏 발휘해 보자. 단, 바이올렛은 면적을 너무 많이 쓰지 않는 게 좋다는 사실은 꼭 기억해두자. 그럴 땐 옐로우의 꽃이나 소품을 사용하도록 하자. KFN



프랜차이즈 사업과 공정위의 정책방향

지난 9월 중순 국회에서 가맹점 갑질근절 정책간담회가 있었다. 국회의원, 공정거래위원장 등 정부관계자들과 프랜차이즈 업계 관계자들이 모인 자리였다. 그간 유례없는 프랜차이즈 산업에 대한 국민적 관심에 힘입어 정부와 국회 또한 무언가 변화를 모색하지 않을 수 없기에 이러한 자리가 마련되었다 생각된다. 이러한 자리가 있기 전에 정부와 프랜차이즈 업계 간 다수의 피드백이 있었고 그 절충점을 찾아 가는 과정의 하나가 아닌가 생각되었다.

PROFILE

WRITE **이윤재**

現)한국프랜차이즈 법률원 대표/가맹거래사
(공정거래위원회 등록 제 290호 가맹거래사)

前) 한국공정거래조정원 정보공개서 등록관
가맹거래사 합격자 실무수습 및 연수 전문강사(대한가맹거래사협회)
가맹거래사 1차 및 2차 시험 강사(갈라파고스법학원)
이디야 등 다수의 프랜차이즈 자문위원 역임
Ⓣ 010-7411-6551 / 02)3412-6551/6552
Ⓔ koreafclaw@hanmail.net
Ⓗ www.koreafclaw.co.kr

공정위의 입장

공정위의 입장이 이 글을 읽는 독자를 포함한 프랜차이즈 산업에 종사하는 사람 모두가 가장 궁금해 하는 부분일 것이다. 감히 필자가 공정위의 입장을 100%로 예견하기는 어렵겠지만, 최소한 그간의 행보와 발표 및 보도자료, 관련 기관에서 실무를 한 경험을 토대로 어느 정도 예측할 수는 있다고 생각한다.

현재 계류 중인 개정안의 상당수가 '가맹점사업자 및 창업희망자의 가맹본사에 대한 정보력 강화' '본사와의 협상력 강화' '집행력 강화'에 초점을 두고 있기에, 이를 중심으로 정책방향성을 이야기해보고자 한다.

'가맹점사업자 및 창업희망자의 가맹본사에 대한 정보력 강화'

이러한 큰 틀에서 정보공개서에 공개할 내용 다각화로 아래와 같은 정책방향이 나온다.

① 필수물품 의무기재사항 확대 ② 리베이트 관련 사항 정보공개 ③ 특수관계인 관련 사항 정보공개 ④ 외식업종 필수물품 마진 공개

또한 지난 3월에 개정된 허위과장정보제공행위에 대한 징벌적 손해배상과 10월에 입법예고 중인 정보공개서 기재사항과 관련한 시행령, 입법계류중인 정보공개서 미등록업체 신고제 등 다양한 개정안들도 이와 맥락을 같이 한다고 생각한다.

'본사와의 협상력 강화'

이러한 목적은 위에 언급한 정보력과도 연결이 된다. 정보가 있어야 본사와의 협상할 여지가 생길 것이고 정보가 있더라도 협상력의 강화가 없다면 무용지물이니 이를 강화하자는 의도라 보인다.

아래 정책도 이를 보여주는 예다.

① 가맹금 조정가능한 거래환경 조성 ② 가맹점사업자단체 법적 지위 강화 ③ 판촉행사 가맹점주 사전동의 의무화 ④ 보복조치 금지제도 마련

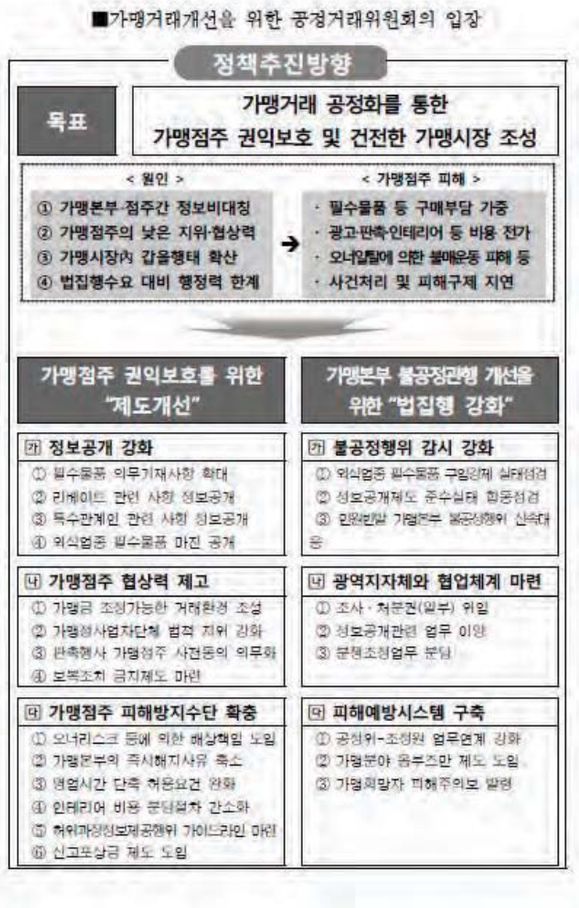
이는 단결권, 단체교섭권, 단체행동권 같은 소위 말하는 노동3권과 유사한 형태의 '가맹3권'의 법제화 및 보복조치금지법 및 이에 대한 징벌적 손해배상 등 여러 개정안을 통해 그 방향이 보이는 바다.

'집행력 강화'

필자가 특히 주목하고 있고 여러 차례 언급하고 있는 부분이다. 필자는 최근의 프랜차이즈에 대한 국민적 관심과 수많은 개정안을 바라보며, 법의 개정도 프랜차이즈 환경에 미칠 영향이 크겠지만, 정부가 원칙적으로 법집행을 좀 더 철저히 한다면 현재 시행중인 법만으로도 엄청난 파장이 있으리라 생각해왔다.

불공정거래행위 감시 및 규제 강화, 광역지자체와 협업체계 마련, 피해예방시스템 구축 등이 그러한 실현일 것이다. 특히 지방자치제와 협업은

■가맹거래개선을 위한 공정거래위원회의 입장



실질적으로 규제를 하는 인력이 늘어남을 의미하기에 한정적인 공정위의 인력을 보충하는 역할을 할 것이므로 가맹사업법의 집행에 큰 영향을 미칠 것이라 생각한다.

본사가 나아갈 길 !

이 시점에서 프랜차이즈 가맹본사는 어찌해야 할 것인가? 우선 가장 기본적인 정보공개서 및 가맹계약서의 정비가 필요할 것이다. 개정되는 가맹사업법 및 시행령에 근거한 정보공개서와 가맹계약서의 작성 및 재정비를 하여야 하며, 이에 대한 충분한 이해가 그 어느 때보다 필요한 때이다. 특히 가맹사업법의 경우 가맹계약단계부터 운영, 해지에 이르기까지 절차에 관한 규정 위반으로 분쟁에 이르는 경우가 많으므로 이를 염두에 두고 예비창업자 및 가맹점사업자와의 관계에 유의할 필요가 있을 것이다. KFN

성과 극대화를 위한 온라인 마케팅

"블로그를 운영해볼까요?", "페이스북이 나을까요?", "인스타그램이 좋다던데..." 현장에서 많이 듣게 되는 온라인 마케팅에 관한 질문들이다.
이러한 채널 선택에 대한 고민은 온라인상의 홍보와 마케팅에 대하여 고민할 때 가장 먼저 생각하게 되는 것이지만, 사실 가장 늦게 정해야 하는 것이 옳다.
브랜드 콘셉트와 전략, 타깃 등이 명확히 정의되지 않은 상태에서 정해진 도구(Tool)의 선택은 자칫 잘못된 방향으로 갈 위험이 크기 때문이다.
그렇다면 올바른 방향성을 가지고 탄탄한 온라인 마케팅의 토대를 구축하기 위해서는 어떠한 프로세스가 필요한지 알아보도록 하자.

PROFILE

WRITE **강준현**

프랜차이즈산업연구원 부원장
온라인마케팅연구소 소장
한국프랜차이즈전문가포럼 사무국장

fcforum@naver.com

소비자와 예비창업자는 프랜차이즈 가맹본부가 잡아야 할 '두 마리 토끼'다. 어느 하나도 놓칠 수 없는 두 타깃을 어떻게 하면 효과적으로 잡을 수 있을까. 가맹본부는 늘 고민하고 또 고민한다.

프랜차이즈 가맹본부의 온라인 마케팅은 이러한 고민으로부터 시작된다. 가맹본부의 인지도 상승과 이미지 제고, 소비자 증가와 매출 증대, 그로 인한 가맹 희망자들의 상담 유입과 가맹점 계약 체결, 온라인 마케팅을 통해 충분히 이룰 수 있는 성과들이다. 하지만 체계 없는 주먹구구식의 실행을 한다면, 원하는 목표를 이루기 어려울 뿐만 아니라, 헛된 비용 지출을 감수해야 할 수도 있다. 그러므로 온라인 마케팅의 실행에 앞서 체계적인 프로세스의 점검이 필요하다.

브랜드 정체성 명확히 규정해야

기획 단계에서 가장 우선시 되어야 할 것은 운영 채널 선정이 아닌, 브랜드의 정체성(Identity)을 명확히 파악하고 규정짓는 일이다. 우리 브랜드만의 컬러는 무엇인지, 어떤 콘셉트와 전략으로 브랜드를 알릴 것인지에 대한 정확한 진단을 자체적으로 내리지 못한다면 이후 실행 단계에서 흔들리거나 원점으로 돌아 올 경우가 생길 수 있다.

그 다음으로는 타깃을 정하는 일이다.

가맹본부의 타깃이라 함은 우리의 제품이나 서비스를 사용하는 소비자와 가맹점주가 되어 줄 예비창업자, 두 타깃을 말한다. 타깃의 연령, 직업, 관심사 등의 특성이 파악되어야지만 어디(채널)에서 어떻게 이야기

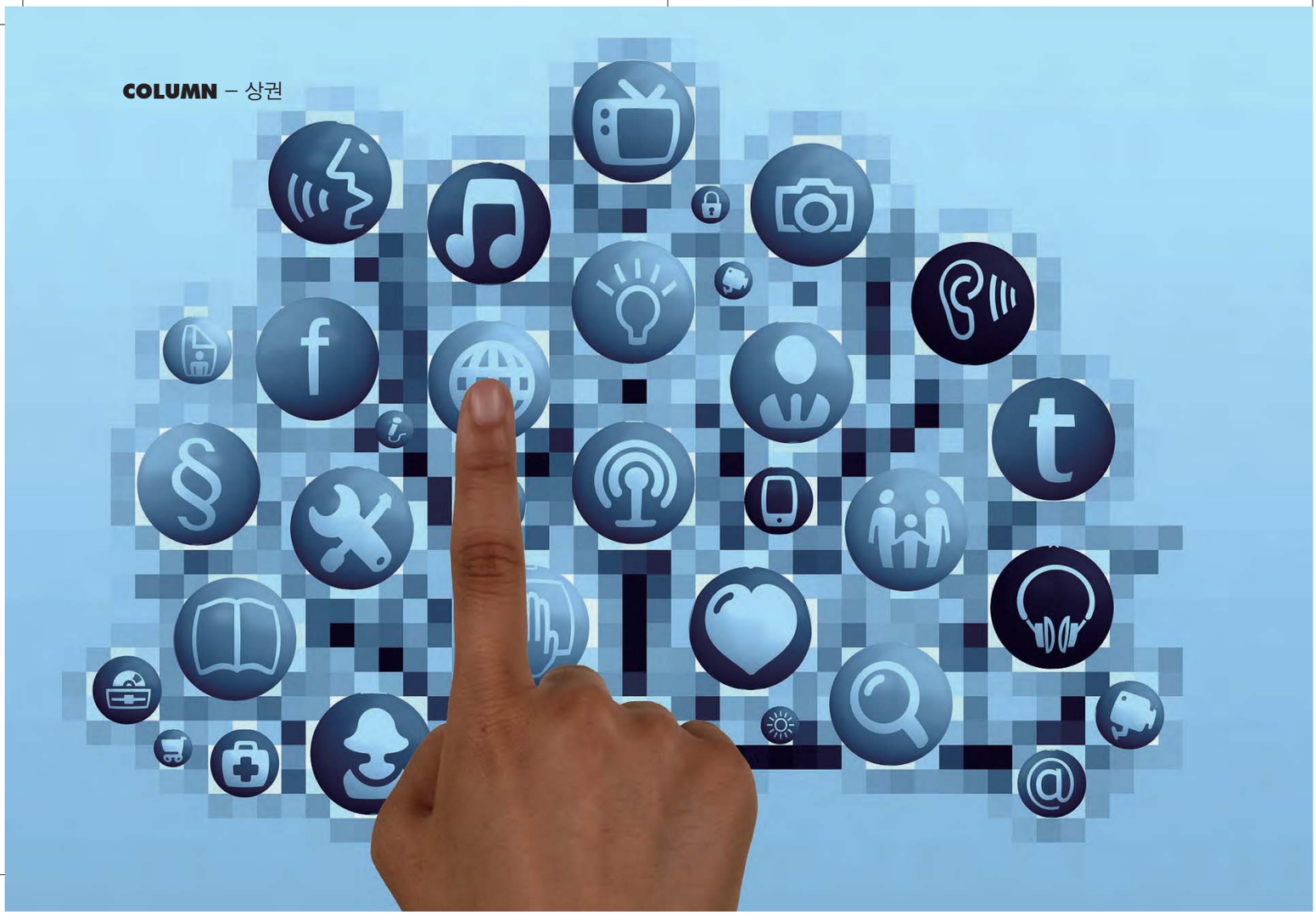
(콘텐츠) 할 것인가를 결정할 수 있다. 여성과 남성, 십대와 사십대가 각각 선호하는 온라인 채널과 콘텐츠는 분명 다르기 때문이다.

브랜딩 전략과 타깃이 정해지면, 이제 그에 맞는 채널 혹은 도구를 선택해야 한다. 우리 브랜드의 특성상 어떠한 마케팅 툴이 적합한지, 우리의 고객층은 주로 어떠한 SNS채널을 사용하는지 등등의 여러 가지 요소들을 분석하고 비교하여 가장 적합하고 최적화된 운영 시스템을 구축하여야 한다. 또한 채널별 특성과 기능을 파악하여 검색 시 노출을 우선시 할지, 공유와 확산을 중요시 할지 등의 활용방법에 따른 도구 선정도 중요하게 고려되어야 할 요소 중 하나다. 예를 들어, 예비창업자들이 궁금해하는 기존 가맹점주들의 성공이야기를 스토리텔링으로 풀어내 검색 포털 상에 노출시키는 것은 블로그 포스팅을 활용하고, 그러한 콘텐츠를 공유하고 확산시키는 것은 페이스북을 활용하는 것 등이다.

채널별 특성 따라 컨텐츠 달라야

브랜드 콘셉트, 타깃과 채널의 선정이 결정되고 나면 우리 브랜드가 말하고자 하는 이야기, 즉 메시지와 콘텐츠를 어떻게 표현하고 전달할 것인지에 대한 고민이 필요하다.

콘텐츠의 구성은 글, 이미지, 음악, 영상 등을 활용하여 효과적인 메시지를 전달하는 것이 중요하며 무엇보다도 브랜드 콘셉트가 녹아 있어야 한다. 소비자 대상의 콘텐츠에는 브랜드의 장점과 차별화, 구매 시 이익과 가치에 대한 메시지를 전달해야 하며, 가맹희망자 대상의 콘텐츠에는 가맹점 수익률, 시장 내 경쟁력, 창업성공사례 등 예비창업자가 가지는 궁금한 부분들을 명쾌하게 풀어내 줄 수 있어야 한다. 또한 가맹점 모집 온라인 마케팅에서 브랜드 창업의 장점을 부각시키는 것도 중요하지만, 예비창업자의 불안 요인(가맹본부의 상생정책, 미흡한 지원, 구인난 등)을 해소시켜줄 수 있는 해결방안을 제시 하는 것도 가맹희망자를 증대할 수 있는 좋은 콘텐츠가 될 수 있다. 이처럼 가맹본부의 온라인 마케팅은 소비자뿐 아니라 예비창업자들까지 고려해야 하는 복잡하고 어려운 작업으로 여겨질 수 있으나, 제시한 프로세스를 기반으로 한 체계적이고 순차적인 전략으로 꾸준히 실행해 나간다면 반드시 '두 마리 토끼'를 모두 잡을 수 있는 좋은 결과를 얻을 수 있으리라 확신한다. KFN



목적에 따라 상권분석 방법론이 달라진다

상권에 대한 관심이 높아지면서 어떻게 상권분석을 해야 하는지에 대한 질문도 많아지고 있다. 일단 상권분석을 하는 방법을 정의하기 위해서 선행되어야 하는 일이 있다. 바로 목적을 규정하는 일이다. 어떤 목적으로 상권분석을 하느냐에 따라서 방법론도 다르게 적용해야 하기 때문이다. 따라서 상권분석의 유형을 기준으로 상권분석의 목적을 살펴보도록 한다.

WRITE **김영갑**

한양사이버대학교 외식프랜차이즈MBA 교수

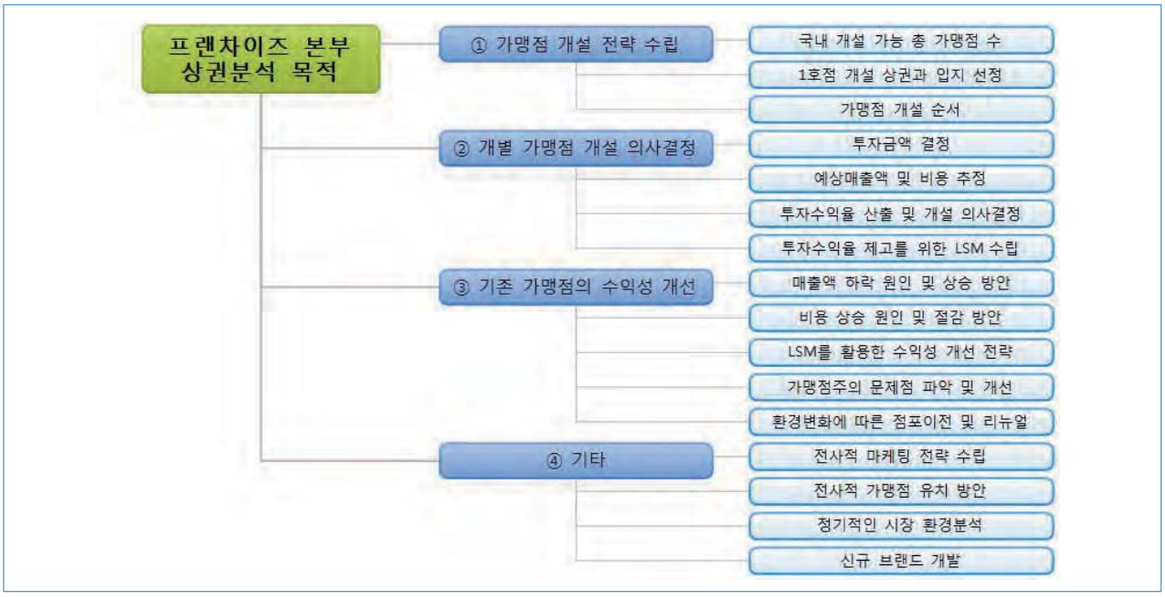
한양사이버대학교 호텔조리외식경영학과 교수
한양사이버대학교 대학원 외식프랜차이즈 MBA 주임교수
한양사이버대학교 상권분석전문가 과정 지도교수
부산, 창원 부동산·상권분석전문가 과정 지도교수
한양사이버대학교 외식사업콘센터 과정 지도교수
사단법인 일자리창출진흥원 원장
www.facebook.com/webkim2

기업은 상권분석을 어떤 용도로 사용할까?

상권분석이 체계화되고 현장의 활용도가 높아지면서 다양한 분야로 확산되고 있다. 상권분석의 중요성이 가장 크게 부각되는 분야로 창업부문을 들 수 있다. 프랜차이즈 본부는 직영점 개설 및 가맹점의 개설을 위해 상권분석을 활용한다. 기존 점포의 경우 영업부진을 탈피하기 위한 목적으로 상권분석을 활용할 수 있다. 프랜차이즈 가맹점이 초기에는 상당히 높은 수준의 매출을 달성하다 시간이 지남에 따라 매출이 하락하는 경우를 많이 볼 수 있다. 본부는 왜 이런 현상이 일어나는지를 평가하고 해결할 수 있어야 한다. 이때 가장 필요한 것이 상권분석이다. 그 외에도 마케팅 전략 수립, 가맹점 유치, 정기적인 환경분석, 신규 브랜드 개발 등을 위하여 상권분석을 활용할 수 있다. 이러한 내용을 구체적으로 정리하면 〈그림 1〉과 같다.

〈그림 1〉 상권분석의 목적

출처 : 김영갑(2017). 상권분석 전문가 과정 강의노트

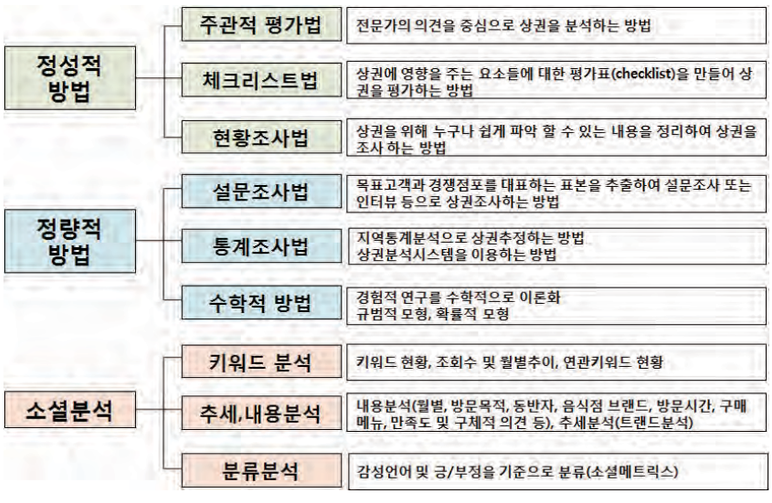


상권분석 어떤 방법으로 해야 하나?

상권분석을 '상권분석시스템으로 하는 것'이라고 오해하는 경우가 많다. 전문가임을 자처하는 사람들 중에서도 상권분석시스템을 이용하여 상권의 현황을 파악하는 정도를 상권분석이라고 하는 경우도 있다. 그 반대로 상권분석은 무조건 현장에 가서 유형의 건물과 유동인구를 카운팅해야 한다고 주장하는 이도 많다. 빅데이터 시대가 되면서 상권분석 방법론은 매우 다양하게 발전하고 있다. 현재 상권분석을 위해서 활용하는 방법은 〈그림 2〉에서 보는 바와 같이 크게 3가지로 분류가 가능하고, 세부적으로는 최소 9가지가 있다. 여기서 제시하는 방법 이외에도 얼마든지 상권분석을 위한 도구는 존재한다.

〈그림 2〉 상권분석 방법론

출처 : 김영갑(2017). 상권분석 전문가 과정 강의노트



첫째, 정성적 분석법을 살펴본다. 주관적 평가법이란 '경험이 많은 전문가의 의견을 중심으로 상권을 분석하는 방법'이다. 체크리스트법은 '상권에 영향을 주는 변수에 대한 평가표를 만들고 이를 활용하여 상권을 분석하는 방법'이다. 현황조사법은 '상권에 영향을 주는 변수에 대한 현황표를 만들고 이를 채워나가는 방법'이다.

둘째, 정량적 분석법은 설문조사법, 통계조사법, 수학적 방법이 있다. 설문조사법은 '상권을 대표하는 표본을 대상으로 설문조사와 인터뷰를 통해 상권을 분석하는 방법'이다. 통계조사법은 '상권분석시스템에서 제공하는 상권관련 통계수치를 이용하는 방법'이다. 물론 시스템이 아닌 다른 출처의 통계수치를 활용하는 것을 포함한다. 수학적 방법은 '경험적 연구를 통해 검증된 인과관계를 이용하여 회귀식과 같은 수학식을 개발하는 방법'을 의미한다. 외식업체에 누적된 통계자료와 수학식을 이용하여 원하는 결과값을 과학적으로 도출할 수 있다.

셋째, 소셜분석은 SNS에서 회자되는 내용을 이용하여 상권을 분석하는 방법으로 키워드분석, 추세분석, 내용분석, 분류 분석 등이 있다. 키워드분석은 '포털사이트의 키워드 현황, 키워드별 조회수 및 월별 추이, 연관키워드 현황에서 상권과 관련된 내용을 분석하는 방법'이다. 내용분석은 SNS의 내용을 월별, 방문목적, 동반자, 음식점 브랜드, 방문시간, 구매 메뉴, 만족도 및 구체적 의견 등에서 상권과 관련된 내용을 분석하는 방법이다. 추세분석(트렌드분석)은 포털사이트의 키워드 검색수를 시계열로 분석하여 미래를 예측하는 방법이다. 분류분석은 SNS의 내용 중 상권과 관련된 내용을 감성언어 및 긍/부정을 기준으로 분류하여 분석하는 방법을 뜻한다.

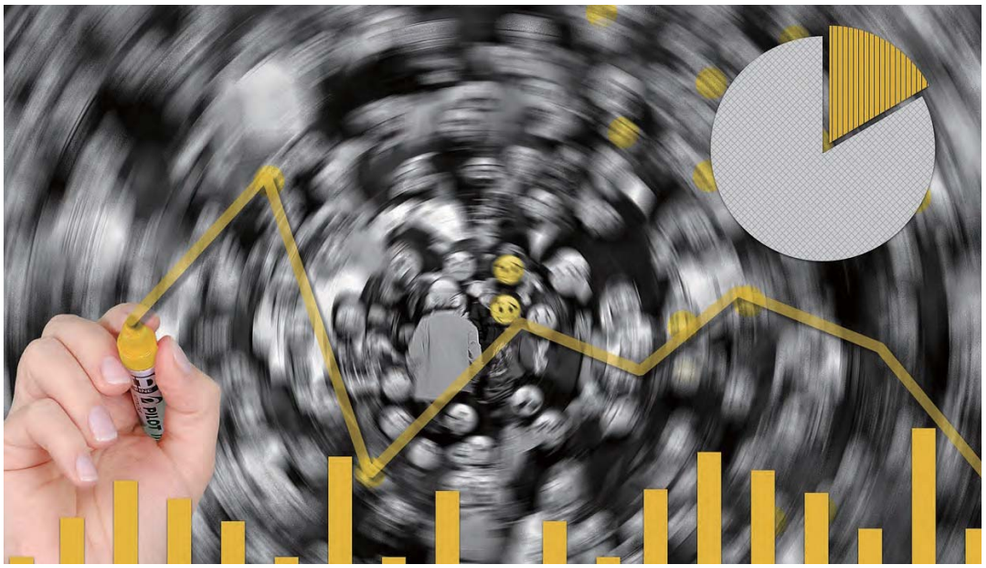
실제로 현장에서 상권분석을 할 때는 특정한 분석법을 집중적으로 사용하기 보다는 9가지 방법을 종합적, 유기적으로 활용하여 분석하는 것이 권장된다. 특히 자신의 분석 목적에 따라서 어떤 방법론이 가장 적합한지에 대한 나름의 실증이 필요하다.

상권정보시스템 어떻게 활용해야 좋을까?

다양한 상권분석 방법이 존재함에도 불구하고 편의상 상권정보시스템(또는 상권분석시스템)을 주로 이용하는 경우가 많다. 이는 통계적 분석법의 일환으로 개발된 상권정보시스템이 누구나 쉽게 사용할 수 있게 설계되었다는 점과 현황이 일목요연하게 정리가 되어 있기 때문이라고 볼 수 있다. 무엇보다도 가장 큰 매력은 무료로 사용이 가능하다는 점이다. 물론 유료 서비스도 존재한다.

그런데 상권분석이 편의성에만 목표를 두고 이루어진다면 결과가 어떻게 나타나겠는가? 상권분석을 하는 과정에서 분석자가 유의해야 할 내용과 상권분석의 지향점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 많은 상권정보시스템이 상권의 현황을 보여주기는 하지만 구체적으로 어떤 행동을 해야 하는지 알려주지 못하고 있다. 예를 들면 매출이 낮은 사업자가 열심히 지역과 업종을 선택하고 분석 버튼을 눌



러도 어떤 행동을 해야 매출이 올라가는지 알려주는 시스템은 찾기가 어렵다. 구체적으로는 상권의 평균매출액과 타 상권의 평균매출액을 비교하여 매출이 더 높은 상권을 보여주는 수준에 그친다.
둘째, 창업자가 특정지역에서 업종을 선택하면, 밀집도가 높으니 창업을 조심하라는 행동 방침을 알려주는 경우도 있다. 하지만 밀집도가 높으면 위험하고, 밀집도가 낮으면 유리하다고 단언하기 힘들다. 전략적 측면에서 보면 동일업종의 밀집도가 높은 경우 소비자의 유입력이 더 커지는 경우가 비일비재하다. 즉 상권은 획일적인 단일 변수로 설명이 어려운 경우가 많다는 점을 상기해야 한다.
셋째, 상권정보시스템에서 어떤 지역을 선택했을 때, 창업을 하면 좋을 업종을 추천하고 특정 브랜드까지 추천하는 서비스가 존재한다. 그런데 이 서비스는 창업자가 창업을 위해 지출한 투자금을 상회하는 이익이 가능한지는 알려주지 못한다. 우리가 상권분석시스템을 통해 알고 싶은 것은 투자수익률이 어느 정도 되는지에 대한 정보이다. 즉 창업자가 지불하게 될 비용을 상회하는 이익의 여부가 중요한 결과이다

상권분석은 단순히 통계를 집계하여 정리하고 보여주는 수준에 그쳐서는 곤란하다. 어떤 활동을 해야 원하는 매출액과 이익을 얻을 수 있는지, 그 활동은 실제로 사업자가 직접 실천 가능한 것인지, 만약 실천이 가능하다면 비용 또는 투자 대비 이익은 얼마나 되는지를 알 수 있어야 한다. 물론 단기적으로 이런 상권분석방법의 완성을 기대하기는 어려워 보인다. 그럼에도 불구하고 이런 비전을 가지고 상권분석을 바라보는 자세는 항상 견지해야 한다. 그래야 중장기적으로 성과가 나타나지 않을까.

가맹 본부가 자체 개발한 상권분석시스템은 반드시 필요할까?

답부터 이야기하면, 프랜차이즈 본부라면 가맹점의 규모와 관계없이 무조건 상권분석시스템을 갖추어야 한다. 다만 이것이 고가의 서버와 직접 개발한 소프트웨어 등의 시스템을 의미하는 것은 아니다. 시스템이 꼭 컴퓨터에 의해서 작동해야 한다는 고정관념을 가질 필요는 없다. 프랜차이즈 본부는 상권분석이라는 이름으로 직영점이나 가맹점을 개설하기 위하여 다양한 과정을 거치고 변수를 조사한 후, 의사결정을 해야 된다. 그리고 이렇게 개설된 점포가 상권분석으로 예측한 성과(투자금액, 매출액, 비용 등)를 잘 실현하고 있는지 점검해야 한다. 만약 상권분석 예측치와 실제 성과치가 다르다면 원인을 파악하고 향후 개설하는 점포의 선정에 반영해야 한다.
이와 같은 과정을 반복하다보면, 프랜차이즈 본부는 자연스럽게 상권과 입지를 선택할 때 활용가능한 자료와 합리적인 체계를 구축할 수 있게 된다. 만약 이런 과정이 착실하게 진행되기만 한다면, 가맹점의 수가 늘어날수록 가맹본부의 상권분석 능력과 재무적 수치에 대한 예측력은 정확해질 것이다. 자연스럽게 프랜차이즈 본부에는 상권분석시스템이 만들어지게 된다. KFN

버거킹 사례를 통해 본 성공적 M&A

우리가 잘 아는 햄버거 프랜차이즈 버거킹은 미국 플로리다 데이토나비치에서 1953년 처음 '인스타-버거킹'이라는 이름으로 세상에 소개되었다. 브랜드가 세상에 나온 후 각 지역별 프랜차이즈 사업권을 별도의 사업자에게 팔고 자율권도 주었는데 이 때 마이애미 사업권을 매수한 제임스 맥라모어와 데이비드 에거스턴은 고장이 잦은 인스타브로일러 대신 직화 가스 그릴을 사용하여 육즙이 풍부하고 불맛이 나는 패티를 만들고 제공하면서 인스타를 뺀 '버거킹'이라는 브랜드를 사용하였고 결국 경영 악화로 어려워진 '인스타-버거킹' 본사를 1959년에 인수하여 프랜차이즈의 브랜드를 '버거킹'으로 개명했다.

인수 당시 40개에 불과했던 매장 수는 직화 구이 방식의 패티 맛 차별화로 8년 만에 274개로 늘어났다. 이러한 비약적 발전에 결정적 역할을 한 것은 기존 햄버거 프랜차이즈보다 획기적으로 큰 110g의 패티를 사용한 '와퍼'의 탄생이었다. 창업자들은 이러한 성공을 바탕으로 1967년 사업권을 대형제과회사인 필스버리에 매각했다. 이후 몇번의 M&A를 통해 버거킹의 주인이 바뀌었고 결국 경영 악화에 빠진 버거킹을 2010년 인수한 법인은 3G 캐피탈이라는 브라질 사모펀드였다.

PROFILE

WRITE **안현진**

서울대학교 경영대학 경영학과 졸업
서울대학교 경영대학원 졸업

(주)쌍방울트라이그룹 상근 감사 역임
(주)올댓아이스 창업 및 사장 역임
하우M&A경영연구소 대표(현)

3G 캐피탈 인수 후 급성장

2010년 인수 당시 7억 달러의 부채를 가지고 있던 버거킹을 다시 확고한 햄버거 프랜차이즈 2위 자리에 올려 놓은 3G 캐피탈의 오너는 호르헤 파울루 레만 회장이다. 브라질 최고의 부호이자 워렌 버핏이 인정한 몇 안 되는 M&A 전문가다. 그는 브라질과 스위스 테니스 국가대표를 한 특이한 이력의 소유자이며, 고향이 그리워서 하버드 대학을 3년 만에 졸업한 괴짜이기도 하다. 그는 케첩으로 유명한 하인즈와 세계 최대 맥주 회사 안호이저부시를 인수하고 모든 인수 법인을 매수할 당시보다 기업 가치를 현격히 올려놓는 성과를 보여주었다.

그는 버거킹을 인수한 직후 월스트리트 금융맨 출신의 29살 대니얼 슈워츠를 인수 기업에 파견하였고 2013년 32살인 슈워츠를 버거킹의 CEO로 임명하였다.

회사 경영 경험이 없는 대니얼 슈워츠가 버거킹의 수장이 되었을 때 대부분의 사람들은 저 새파란 젊은 친구가 거대한 프랜차이즈를 제대로 정상화할 수 있을까라는 의심의 눈초리를 보냈다. 그러나 모든 이들의 우려와 달리 슈워츠는 2012년 46억달러였던 기업 가치를 2014년 90억달러로 올려 놓아 기업의 가치는 나이나 경험으로 향상시키는 것이 아니라는 사실을 몸으로 증명했다.

대니얼 슈워츠, 비용 절감에 온힘

슈워츠는 CEO가 되자 가장 먼저 버거킹의 주방으로 달려갔다. 주문을 받고 패티를 구워 햄버거를 만들고 화장실 청소도 직접 했다. 현장 경험을 통해 그가 가장 먼저 한 것은 수십 가지 메뉴를 단순화시킨 것이다. 어떤 소스와 토핑이 들어가야 하는지도 헷갈렸던 주방이 효율적으로 돌아가면서 버거킹은 수익성 개선을 도모할 수 있었다.

그리고 슈워츠가 주목한 것은 비용 절감이다. 회사가 소유하고 있던 제트기를 매각하고 매년 이탈리아에서 개최하던 100만달러가 들어가는 초호화 파티를 없앴다. 회사에서 사용하는 사소한 비품 하나에도 비용 최소화 원칙을 적용했고 스스로 임원에게 주어지는 모든 특권을 거부하고 직원들에게 "회삿돈을 내 돈처럼 쓰라"고 강조했다. 비용 절감을 위해 대규모 구조조정도 단행했다. 2만8천명의 직원을 감원했다. 그리고 직영점 1300개를 71개로 줄여 비용 절감을 통한 드라마틱한 경영성과 제고를 이뤄냈다.

이러한 노력으로 버거킹은 러시아 등 새로운 나라에 매장을 오픈하면서 4년 만에 21%의 매장수 증가를 가져왔고 2014년 캐나다의 커피&도넛 브랜드 팀홀튼을 인수하고 올해 치킨 브랜드 파파이스까지 인수하여 패스트푸드업계 3위로 올라섰다.

모든 업종이 그렇겠지만 프랜차이즈 업종에서도 모든 문제와 해답은 현장에 있다는 점과 비용 절감과 구조 조정을 효율적으로 했을 때 경영 성과 개선을 가져올 수 있다는 평범한 진리를 버거킹 M&A 사례를 통해 알 수 있다. KFN

블록체인 ≠ 가상화폐

블록체인(Block Chain)은 비트코인 등 가상 화폐의 기본이 되는 기술이다. 하지만 블록체인이 곧 가상화폐는 아니다. 처음 블록체인이라는 단어가 등장했을 때 가상화폐의 등장도 같이 시작했기에 우리는 자칫 블록체인이 곧 가상화폐고, 가상화폐가 곧 블록체인으로 혼동하고 살고 있다.

하지만 그럼에도 불구하고 주목할 것은 단어의 혼동이 아니다. 블록체인이 지금 도래하고 있는 4차산업혁명시대에 전 산업에 미칠 영향에 대해서 조심스럽게 접근하고, 그에 맞게 현명하게 대처하는 통찰력이 필요하다. 블록체인은 다양한 분야에 응용되어 사회를 바꾸는 핵심기술이 될 수 있다고 생각한다. 특히 국가, 학교, 연구기관, 기업체에서 한 목소리로 이를 이야기하기에 더욱 주목할 필요가 있다.

본 칼럼을 통해서 프랜차이즈 시장에 미칠 블록체인 기술을 조심스럽게 전망하고 그에 맞는 현명한 준비를 할 수 있도록 지속적으로 정보를 공유할 계획이다.

PROFILE

WRITE **연삼흠**

경영학 박사
(주)드림니다 대표이사
블록체인연구소 연구소장
단국대학교 경영대학원 자산관리 교수

thedreampay@gmail.com

내용 조작 힘들고 투명성 뛰어나

먼저, 블록체인의 본질적인 특징에 대해 알아보자.

첫째는 블록(Block)은 시간별로 정렬돼 있다. 거래 기록이 '블록'이라는 단위로 정리돼 시간별로 이어져 있는 것이 블록체인의 특징이다. 한 블록에는 앞의 블록과 뒤의 블록이 연결되는 연결 정보가 포함돼 있으며, 앞 블록의 내용을 변경하면 뒤에 이어지는 모든 블록을 다시 생성해야 한다. 따라서 과거 블록의 내용을 변경하면 뒤에 이어지는 모든 블록을 다시 생성해야 한다. 따라서 과거 블록의 내용을 조작하는 것은 어렵다. 자녀들의 레고(블록)를 보면 금방 이해가 될 것이다.

반대로 과거의 어느 시점에 거래 기록이 존재한다면 그것은 그 시점에 거래가 이루어졌다는 것을 객관적으로 알 수 있어 결과적으로 거래의 기록들이 Time Line에 맞게 기록이 되는 기술이다. 이런 특징이 프랜차이즈 운영에서 흥미롭게 접근해야 할 사항이다. 모든 가맹점의 거래 기록들이 지금도 나름의 전산망으로 정리되고 있지만 블록체인으로 구성한다면 중장기적인 안정성 확보 차원에서 대리점 확산이나 신뢰도에 중요하게 영향을 미칠 수 있다.

둘째는 분산형 원장 구조다. 블록체인은 분산형 원장 구조이며, 그 블록체인 네트워크에 참가한 모든 사람이 모든 거래 기록을 기록한 원장을 소유한다. 그렇기 때문에 거래의 투명성이 높다는 것이 특징 중 하나다. 또한 거래 기록을 관리하는 거대한 중앙 시스템이 필요 없다는 점도 중요하다. 중앙 시스템이 필요 없다는 것을 가지고, 곧 거래 비용을 절감시킨다고 이해하는 것은 무리가 있다. 마치 컴퓨터의 등장으로 종이산업이 쇠퇴기로 접어들 것이라고 예상하는 것과 마찬가지다. 마지막에 거래 기록을 블록체인에 추가한다면 네트워크에 참가하고 있는 모든 사람으로부터 그 타당성을 검증받아야 하기 때문에 부정 거래를 방지할 수 있다는 것도 중요한 점이다.

물론 블록체인은 지금도 발전 중인 기술이며, 이런 특징이 완벽하게 담보되고 있는지에 대해서는 논란의 여지가 있다. 과거 우리에게 인터넷이 다가올 때 회사에서는 대표 이메일을 만들어서 사용을 하였는데, 지금은 누구나 이메일 주소를 가지고 있는 게 당연한 것처럼, 우리들에게 블록체인은 인정하든 부정하든 우리 곁으로 다가오고 있다. 그리고 지금도 다양한 응용 사례가 만들어지고 있기 때문에 위에서 설명한 특징을 벗어난 응용 사례가 등장할 가능성도 있다. 하지만 여기서 소개하는 응용 사례는 위의 특징에서 벗어나지 않는다. 블록체인 기술은 핀테크 산업에서 발 빠르고 폭넓게 응용되고 있다.

시스템 기반 네트워크…확장 가능성 기대

블록체인 기술을 처음 고안한 사람은 사토시 나카모토라는 익명 개발자다. 그는 2008년 10월 31일 암호화 기술 커뮤니티 메인에 '비트코인:P2P 전자 화폐 시스템'이라는 논문을 올렸다. 여기서 그는 비트코인을 "전적으로 거래 당사자 사이에서만 오가는 전자화폐"라고 소개하고 "P2P(Peer to Peer) 네트워크를 이용해 이중지불을 막는다"라고 설명했다.

P2P 네트워크를 통해 이중지불을 막는데 쓰이는 기술이 바로 블록체인이다. 신용이 아니라 시스템에 기반한 네트워크를 구성한 덕에 제3자가 거래를 보증하지 않아도 거래 당사자끼리 가치를 교환할 수 있다는 구상이었다. 혁신적인 시스템이지만 당시에는 누구도 주목하지 않았다. 사토시 나카모토는 두 달쯤 지난 2009년 1월 3일 가상화폐 비트코인을 선보임으로써 논문 속 내용을 직접 구현해 보였다.

블록체인은 P2P 네트워크의 한계를 뛰어 넘는다. 사실 별 것 아닌 것 같지만, P2P 네트워크상에서 블록체인을 만들어 거래장부의 무결성을 입증하는 구조는 엄청난 가능성을 열어 보이는 시초가 되었다.

P2P(Peer to Peer)란 인터넷에서 사용자끼리 직접 연결돼 데이터를 주고받는다는 얘기다. P2P 네트워크는 일대일 또는 서버-클라이언트로 연결된 게 아니라 수많은 사용자가 거미줄처럼 서로 얽히고설킨 네트워크를 일컫는다. 토렌트나 소리바다가 P2P로 데이터를 주고받는 대표적인 서비스다.

해외에는 벌써 많은 금융기관이 블록체인 기술을 응용해 금융 서비스를 혁신하려고 연구를 시작했다. 스타트업이 먼저 뛰어들어 혁신적인 서비스를 만들며 블록체인의 유용성을 보여준 덕이다. 하지만 한국에는 아직 블록체인에 관한 사업을 벌이는 금융기관이 없다. 물론 관련법이 정비되지 않은 점도 있지만, 블록체인 기술을 가상화폐의 기술로 인식해 부정의 시각을 가지고 있는 것도 사실이다. 그러나 IT 강국인 대한민국에서 해당 기술의 올바른 이해와 육성을 통해 새로운 일자리 창출과 글로벌 경쟁력을 높여 현재 해외에 비해 이해도도 낮고 가상화폐에 기존 시장이 잠식될 지도 모른다는 불안감을 떨쳐 버릴 수도 있을 것이다.

블록체인은 클라우드 사물인터넷시대(IoT)에 늘어나는 시스템 비용을 절감할 수 있는 획기적인 기술 중 하나가 될 수 있으리라 생각한다. 가상화폐의 대명사가 된 비트코인의 근간이 되는 기술이 블록체인 기술이다. 블록체인은 핀테크(Fin tech)뿐 아니라 여러 분야에서 활용성이 기대되는 기술이다. 개인전력판매, 문서공증, 수출입분야 등 다양한 곳에서 블록체인을 도입하기 위한 연구를 시작하고 있으며, 이미 실용화된 서비스다.

다음 칼럼에는 구체적으로 블록체인의 응용기술들을 현재 시점에서 소개를 하고, 구체적으로 산업에서 어떻게 활용될 수 있는지 고민해 보는 시간들로 구성하겠다. 프랜차이즈 관계자들이 앞서서 4차 산업혁명시대에 블록체인을 활용한 경쟁력 있는 비즈니스모델을 발굴하여 국가산업 발전에 지팡이 역할을 할 수 있기를 바란다. KFN

협회 소식 REPORT 김종백

“국민과 가까워지는 프랜차이즈 위해 노력”

10월 1일 취임한 김동수 협회 상근부회장

“국민과 가까워지는 프랜차이즈 산업이 되도록 노력하겠습니다.”

김동수 전 동해안권경제자유구역청장(61)이 한국프랜차이즈산업협회의 신임 상근부회장으로 지난 10월 1일 취임했다.

김 상근부회장은 취임하자마자 10월 27일 프랜차이즈 혁신위원회가 내놓은 권고안에 따라 자정실천안을 발표하는 작업을 진두지휘했다.

“앞으로 자정안을 어떻게 실천하느냐가 중요합니다. 가맹본부와 가맹점사업자가 상생하는 프랜차이즈 산업 선진화를 구현하는데 앞장서겠습니다.”

온화한 성품의 김 상근부회장은 관료출신이다. 1956년 강원 강릉시에서 출생해 경기고와 서울대 무역학과를 졸업하고 미국 미시간대학교에서 경제학 석사, 숭실대에서 무역학 박사학위를 취득했다.

1980년 제24회 행정고시에 합격, 총무처 행정사무관으로 공직 생활을 시작한 뒤 산업자원부 수출과장, 수입과장, 감사관으로 근무했고 이후 국무총리실 산업심의관을 거쳐 지식경제부에서 투자정책관, 주력산업정책관 등을 역임했다.

이어 2010년부터 3년간 섬유산업연합회 상근부회장을 지냈고, 2013년 동해안권경제자유구역청 초대 청장으로 임명돼 동해안권의 경제자유구역 개발, 국내 · 외 투자유치, 복합관광산업 유치 등 다양한 성과를 남기고 3년의 임기를 마쳤다.

공직기간 동안 무역과 자본재 산업 업무에 종사해 온 김 상근부회장은 프랜차이즈 산업에 대해 “프랜차이즈는 정체되어 있지 않고 나날이 진화를 하고 있는 분야라 관심을 가졌던 산업”이라며 “협회 회원사에게 다양하고 질 높은 서비스를 제공하고 회원사의 사업 성장과 산업 발전에 기여하겠습니다”라고 다짐했다.

프랜차이즈 해외진출에 대한 지원 계획을 묻자 “산업부, 농림부 등 관련 부처의 적극적인 협조를 받아 맛과 서비스의 한류 열풍을 이어나갈 예정입니다”라며 “우선 내년부터 국내 중심이었던 프랜차이즈박람회를 글로벌화된 박람회로 키울 계획”이라고 답했다.

‘2017 제18회 한국프랜차이즈대상’ 12월 7일 개최

대통령표창 수여하는 최고 권위 시상식… 올해부터 ‘동반상생’ 항목 추가

산업통상자원부(장관 백운규)와 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하고 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 중앙일보가 후원하는 ‘2017 제18회 한국프랜차이즈대상’이 오는 12월 7일 개최된다.

국내 프랜차이즈 산업의 건전한 발전과 경쟁력 제고를 위해 2000년부터 매년 개최되는 한국프랜차이즈대상은 프랜차이즈 산업의 위상을 드높이고 산업 종사자들의 사기를 진작하는 데에 크게 기여해 왔으며, 특히 프랜차이즈 관련 시상 중 유일하게 대통령표창과 국무총리표창을 수여하는 최고 권위의 시상으로 자리매김해왔다.

시상 부문은 업종별 부문(외식/도소매/서비스)과 특별부문(동반성장/연구개발 및 정보화/해외진출/신생브랜드), 개인공로 유공자 부문, 가맹점 부문 등 크게 네 부문이다. 각 항목에서 뛰어난 성과를 내고 프랜차이즈 산업 발전에 기여한 가맹본부 및 가맹점 등에 대통령 표창과 국무총리 표창을 비롯, 산업통상자원부장관표창, 농림축산식품부장관표창, 식품의약품안전처장 표창, 한국프랜차이즈산업협회장상, 중앙일보 사장상 등의 포상이 수여된다.

특히 올해부터는 전 부문의 평가표에 ‘불공정 거래 행위의 사전예방 및 감시시스템 운영’ 및 ‘동반상생’ 관련 항목이 추가되면서 가맹본부와 가맹점의 동반성장을 위한 노력의 중요성이 더욱 커졌다는 점이 가장 큰 특징이다. 일부 가맹본부들의 일탈 행위가 사회적 차원으로 확산되면서 상생의 중요성이 그 어느 때보다 커진 점을 적극 반영하고 시상의 권위와 신뢰성을 높이기 위한 결정이다.

지난 10월 13일 접수를 마감한 협회는 23일까지 진행된 심사위원회(위원장 이승창 한국프랜차이즈학회장)의 심사를 통과한 수상자들을 대상으로 정부 심사 및 협의를 거쳐 12월 7일 시상식을 개최할 예정이다.

“FC가맹본부 핵심인재 양성과정” 수료식

국가인적개발컨소시엄교육 일환…이론 · 실무 총망라한 8주간 과정 ‘유종의 미’

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 시행하는 ‘국가인적자원개발컨소시엄’ 교육의 일환으로 8주간 진행된 ‘FC가맹본부 핵심인재 양성과정’ 수료식이 지난 9월 29일 열렸다.

협회 교육장에서 열린 이날 수료식에는 협회 임영태 사무총장이 수료증을 전하고 20여명의 수료생들에게 감사와 격려의 뜻을 전했다.

2015년부터 협회가 시행하고 있는 국가인적자원개발컨소시엄 교육은 실무자들에게 무료 교육 훈련을 제공, 재직자들의 직무 능력 향상과 기업이 요구하는 전문기술인력의 효율적 양성을 지원하는 프로그램이다.

이 중 이번에 수료식을 진행한 ‘FC가맹본부 핵심인재 양성과정’은 ▲프랜차이즈 시스템의 이해와 특징 파악 ▲프랜차이즈 시스템 구축 학습 및 실무 적용 ▲사업화 전략 수립 및 가맹점 모집 등을 목표로 지난 8월 11일부터 8주간의 커리큘럼을 소화했다.

80% 이상 출석한 교육생들은 한국프랜차이즈산업협회 협회장 명의의 수료증을 수여받게 되며, 서울 서초동 협회 교육장에서 진행되는 교육에 참가 시 교재, 중식, 다과 등도 함께 무료로 제공된다.

지회 소식 REPORT 도정은

대구경북지회 소식

지회장 : 이재백

10월 정기 봉사활동

대구경북지회는 10월 18일 대구 북구 대구시민체육관에서 열린 제38회 흰지팡이날 기념행사 '대구시각장애인의 한마음 대축제 – 마음의 빛으로 그리는 아름다운 세상 만들기'에서 시각장애인을 위해 닭강정 무료 시식회와 도시락을 제공했다. 이날 봉사활동에는 회원사 22개 업체가 참가했다.

*후원 및 지원 : 땅땅치킨(닭강정 200kg, 차량), 닥엔돈스(차량), 동양D&P(포장용기), 이재백 지회장 외 24명(현금)

*참석자 : 이재백 지회장, 이진기 수석부회장, 옥재석 부회장, 조용환 부회장, 박한균 사무총장, 김길우 재무이사, 박경보 변호사, 우재성 대표, 이경숙 대표, 유재현 대표, 김창숙 대표, 김도아 대표, 김병관 대표, 이규준 대표, 우문호 대표, 류미숙 대표, 오현세 대표, 윤영희 대표, 전상구 대표, 박연섭 대표, 박초연 대표, 권오하 홍보팀장, 자원봉사자 박지환 학생 등

후반기 선진기업 탐방

10월 20일 광주전남지회를 방문, '2017 후반기 선진기업 탐방' 행사를 진행했다. 이번 선진기업탐방은 광주지역의 특색에 맞는 기업을 방문하고 대구경북지회와 광주전남지회가 교류하는 소통의 시간을 가졌다. 이번 행사는 회원사 20개 업체가 참석했다.

*탐방기업 : 한국프랜차이즈산업협회 광주전남지회(시루연, 람바다, 낭만공작소, 광주양림마을, 순창고추장축제, 복어잡는사람들)

*참석자 : 이재백 지회장, 김길우 재무이사, 박한균 사무총장, 박태동 이사, 유재현 대표, 김병관 대표, 우문호 대표, 김도아 대표, 엄진수 대표, 박초연 대표, 김창숙 대표, 이규준 대표, 류미숙 대표, 김충옥 노무사, 윤종근 대표, 백승윤 대표, 조영진 대표, 이용석 대표, 권오하 홍보팀장 등

11월 슈퍼바이저 전문가과정 개강

11월 10일부터 진행되는 '슈퍼바이저 전문가과정'을 통해 16일 팔공산 서봉에서 4시간 코스 트레킹이 열린다. 프랜차이즈 본부의 핵심인 슈퍼바이저 전문교육 과정은 대구경북지회가 주최하는 교육으로 프로그램은 프랜차이즈 이론과 실무능력을 갖춘 각 분야 전문가들이 국내 최고 수준의 커리큘럼을 기본으로 강의한다. *일정 : 매주 금요일 오후2시~6시(6주간)

부산울산경남지회 소식

지회장 : 신영호

11월 정기월례회 및 무료 공개 세미나

7일 오후 2시부터 협회 강의실에서 무료 공개 세미나 교육이 진행된다. 이번 공개 세미나 주제는 2018년 프랜차이즈산업 트렌드 분석과 방향성이다. 세미나 교육 후 정리 월례회를 개최한다.

부산 프랜차이즈 해외진출지원사업

부산광역시가 부산디자인센터 및 부산창조경제혁신센터와 함께 주최 · 주관하는 부산 프랜차이즈 해외진출지원사업(베트남 현지 유통MD 교류회)에 회원사 9개사가 참가했다. 베트남 현지 시장조사와 현황파악, 현지 유통전문MD 및 투자파트너와의 상담 등을 진행하며 부산지역 프랜차이즈사들의 해외진출을 가속화시키는데 큰 몫을 했다.

월례회 및 회원사들을 위한 특별 강의 진행

부산울산경남지회는 10월 정기월례회를 가진 후 회원사들을 위한 특별한 강의를 진행했다. 김승래 교수의 '4차 산업혁명시대의 이해와 대응방안', 이근갑 교촌치킨 전 대표의 'FC 성공전략' 그리고 FC 성공과정교육 – 스피치노하우 강의까지 프랜차이즈 산업인들을 위한 명강의들은 회원사들의 큰 호응을 얻었다.

11월 정기 등산회 및 송년회 개최

한국프랜차이즈산업협회 신규 · 협력회원 현황

2017 10

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	신청일
정회원	㈜미라크	피에스타(FIESTA) PC방	서비스업	김동찬	2017.10.12

한국프랜차이즈산업협회 11월~12월 교육 일정 안내

2017 11

교 육 명	[국가인적자원개발 컨소시엄] 빅데이터 상권분석 전략 수립		
기 간	11월 8일(수)~9일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자 점포개발 담당자, 마케팅 담당자, 데이터 분석자
목 적 : 빅데이터의 정보로 상권과 마케팅을 활용하고, 현업 적용 사례 분석을 통해 활용방안을 이해 할 수 있도록 하고자 함
혜 택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람 ※교재 무료 제공, 수료증 발급

2017 11

교 육 명	[2017 프랜차이즈 교육지원사업] 가맹본부 절세전략		
기 간	11월 9일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	50명	비용	국비지원 무료교육 (가맹본부 임직원)

교육대상 : 가맹본부 임직원 등
목 적 : 프랜차이즈 회계 기본과 특징을 이해하고 기업의 절세 및 세금감면 실무 능력을 함양
혜 택 : 교재 무료 제공, 수료증 발급, 1:1 전문가 상담

2017 11

교 육 명	[2017 프랜차이즈 교육지원사업] 개정 가맹사업법 및 노무관리 교육		
기 간	11월 14일(화)	교육장소	대전광역시 (장소 확정 시 협회 홈페이지에 공지 예정)
교육인원	30명	비용	국비지원 무료교육 (가맹본부 임직원)

교육대상 : 가맹본부 임직원 등
목 적 : 개정 가맹사업법에 대한 이해와 효과적인 노무관리를 통한 가맹본부의 내실있는 가맹사업 운영 지원
혜 택 : 교재 무료 제공, 수료증 발급, 1:1 전문가 상담

2017 11

교 육 명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 가맹상담 스피치 노하우		
기 간	11월 15일(수)~16일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자영업부, 슈퍼바이저, 고객응대 담당자
목 적 : 영업 상담의 노하우와 프랜차이즈 가맹상담의 체계적인 방법을 이해하여 프랜차이즈 산업에 이바지 하고자 함
혜 택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람 ※교재 무료 제공, 수료증 발급

2017 11

교 육 명	[2017 프랜차이즈 교육지원사업] 개정 가맹사업법 및 노무관리 교육		
기 간	11월 16일(목)	교육장소	원주상공회의소 (강원도 원주시 우산동)
교육인원	30명	비용	국비지원 무료교육 (가맹본부 임직원)

교육대상 : 가맹본부 임직원 등
목 적 : 개정 가맹사업법에 대한 이해와 효과적인 노무관리를 통한 가맹본부의 내실있는 가맹사업 운영 지원
혜 택 : 교재 무료 제공, 수료증 발급, 1:1 전문가 상담

2017 12

교 육 명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 가맹본부 브랜드 개발전략		
기 간	12월 7일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자, 기획부, R&D, 구매부, 운영관리
목 적 : 브랜드 개발을 위한 identity 기획을 이해하고 경쟁력 있는 브랜드 개발 프로세스와 차별화 전략을 구축할 수 있는 능력을 함양
혜 택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람 ※교재 무료 제공, 수료증 발급

2017 12

교 육 명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 본사가 필히 알아야 할 세무		
기 간	12월 13일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자경영지원 담당자, 회계 담당자, 경영총괄 부서장
목 적 : 프랜차이즈 회계 기본과 특징을 이해하고 기업의 절세 및 세금감면 실무 능력을 함양
혜 택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람 ※교재 무료 제공, 수료증 발급

공정거래위원회 가맹사업 정보공개서 2017년 **9월** 신규등록

번호	상호	영업표지	등록번호	등록일	업종
1	달콤짬뽕	달콤짬뽕	20171029	2017-09-05	기타 서비스
2	제이디푸드시스템	D4:D57 한량	20171030	2017-09-05	농수산물
3	주식회사 아이오로라	스포키즈	20171031	2017-09-05	기타 외식
4	㈜롤로코리아	롤로코리아	20171032	2017-09-05	기타 외식
5	태곤커뮤니케이션	호갱양꼬치	20171033	2017-09-05	주점
6	피에스피에프앤디(주)	삼육공	20171034	2017-09-05	기타 외식
7	주식회사 반디푸드빌	쓰리드랍	20171035	2017-09-05	기타 외식
8	(주)드림에이치엔비	영자클럽(O:Ja Club)	20171036	2017-09-05	화장품
9	(주)대유위니아서비스	위니아24크린샵	20171037	2017-09-05	세탁
10	(주)베트남쌀롱	베트남쌀롱	20171038	2017-09-05	기타 외국식
11	(주)바론에프앤비	크랩잭(Crab Jack)	20171039	2017-09-05	서양식
12	국민푸드	국민닭발	20171040	2017-09-05	기타 외식
13	샤랄랄라 키즈카페	샤랄랄라(Shalallalla)	20171041	2017-09-05	기타 서비스
14	지혜마루	몬테소리 KIDS'수	20171042	2017-09-05	기타 교육
15	(주)클라우드게이트	레전드히어로즈	20171043	2017-09-05	스포츠 관련
16	(주)굿투비	감성찜닭	20171044	2017-09-05	기타 외식
17	리아리또	리아리또	20171045	2017-09-05	서양식
18	랩스컴퍼니	랩스휘트니스	20171046	2017-09-05	스포츠 관련
19	메이우드	베리어스시가	20171047	2017-09-05	기타도소매
20	카리 분당정자카페점	카리	20171048	2017-09-05	기타 외국식
21	(주)식빵공장	식빵공장	20171049	2017-09-05	제과제빵
22	더나은F&D	육산	20171050	2017-09-05	기타 외식
23	(주)오늘와인	오늘,와인한잔	20171051	2017-09-05	주점
24	자미한미용학원	자미한	20171052	2017-09-05	이미용
25	스마트짐	스마트짐(smartgym)	20171053	2017-09-06	스포츠 관련
26	(주)같이할래	더메이즈(THE maze)	20171054	2017-09-06	기타 서비스
27	(주)같이할래	더메이즈VR(THE maze VR)	20171055	2017-09-06	기타 서비스
28	(주)놀부	놀부반상	20171056	2017-09-06	한식
29	(주)놀부	만면희색	20171057	2017-09-06	한식
30	(주)창화당	창화당	20171058	2017-09-06	기타 외식
31	(주)우성호재	임착한아강발	20171059	2017-09-06	기타 외식
32	마초F&B	빨간마초닭발	20171060	2017-09-06	기타 외식
33	(주) 몬스터컴퍼니	와플몬스터	20171061	2017-09-06	제과제빵
34	(주)일센치	신성식육식당	20171062	2017-09-07	기타 외식
35	(주)쉐어드림패밀리	언니들의 아지트	20171063	2017-09-07	기타 서비스
36	(주)지에프지씨	BURGERS	20171064	2017-09-07	제과제빵
37	엑스칼리버	엑스칼리버	20171065	2017-09-07	기타도소매
38	(주)코지에프앤비	블랙스퀘어커피	20171066	2017-09-07	커피
39	푸드로	남다른대구막창	20171067	2017-09-07	기타 외식
40	브레드랩	브레드랩	20171068	2017-09-07	제과제빵
41	호키태권도(주)	호키태권도	20171069	2017-09-07	기타 교육
42	(주)맛담	남기남 부대찌개	20171070	2017-09-08	한식
43	쿠잉에프엔씨 (Cooing F&C)	미스코다리 미스터황태	20171071	2017-09-08	한식
44	코레아경양식	코레아경양식	20171072	2017-09-08	한식
45	(주)두둑한행복	착한전복	20171073	2017-09-08	한식
46	(주)두둑한행복	오코다리	20171074	2017-09-08	한식
47	(주)에버그린	팔공티	20171075	2017-09-08	음료(커피 외)
48	(주)다이안옵티칼	파리클라스	20171076	2017-09-14	안경
49	동양인력	동양인력	20171077	2017-09-14	기타 서비스
50	(주)플래뮤	플래뮤 아트 라이브러리	20171078	2017-09-15	기타 교육
51	성공인터내셔널(주)	화풍주락 종로1번가	20171079	2017-09-15	주점
52	성공인터내셔널(주)	5969치킨	20171080	2017-09-15	치킨
53	성공인터내셔널(주)	판타스틱엠(Fantastic M)	20171081	2017-09-15	기타 서비스
54	(주)다다컬쳐	환공어가	20171083	2017-09-15	일식
55	(주)서현에프엠씨	쉬멍	20171084	2017-09-15	한식
56	(주)바론에프앤비	나무꾼	20171085	2017-09-15	반려동물 관련
57	나무꾼	냠냠불삼겹	20171086	2017-09-15	한식
58	(주)냠냠테라스	부부요리단	20171087	2017-09-15	한식
59	부부요리단	가츠몽	20171088	2017-09-15	일식
60	(주)가츠몽	아이센스리그PC방	20171089	2017-09-15	PC방
61	㈜아이센스에프앤비	스시림	20171090	2017-09-15	일식
62	푸드엔조이컨설팅	경성주방	20171090	2017-09-15	한식

번호	상호	영업표지	등록번호	등록일	업종
63	㈜원더브라더스(Wonder Brothers)	원더볼즈 플레이파크	20171111	2017-09-21	유아 관련 (교육 외)
64	(주)대호가	육회이야기	20171112	2017-09-21	기타 외식
65	자이언트 아처리리얼양궁카페	자이언트 아처리리얼양궁카페	20171113	2017-09-21	스포츠 관련
66	(주)청담푸드디자인	청담미역	20171114	2017-09-21	한식
67	Cooperative F&C (쿠퍼레이티브에프앤씨)	밥FULL	20171115	2017-09-21	한식
68	(주)디플레이스	디플레이스(DPLACE)	20171116	2017-09-21	기타 교육
69	이스퀘어 영 엔지니어스 프랜차이징 엘티디	이스퀘어 영 엔지니어스 (E-SquareYoung Engineers)	20171117	2017-09-25	기타 교육
70	홍대쌀국수	홍대쌀국수	20171118	2017-09-25	기타 외국식
71	더진코리아(주)	더진동해동태탕	20171119	2017-09-25	한식
72	(주)어판왕	어사출또	20171120	2017-09-25	기타 외식
73	나이스고기뷔페	나이스고기뷔페	20171121	2017-09-25	기타 외식
74	(주)에스디푸드빙고샵	빙고샵	20171122	2017-09-25	기타도소매
75	(주)피에프에스	배달5삼겹	20171123	2017-09-25	기타 외식
76	(주)피에프에스	여우주막	20171124	2017-09-25	주점
77	행복미디어	중고폰 브라더스	20171125	2017-09-26	기타도소매
78	(주)예우	예지현(YEZIHYUN)	20171126	2017-09-26	중식
79	맛깡패버거	맛깡패버거	20171127	2017-09-26	패스트푸드
80	(주)푸드머스	푸드머스(Health & Care)	20171128	2017-09-26	기타도소매
81	(주)에잇디	에잇디 시티카페	20171129	2017-09-26	음료 (커피 외)
82	유달리본점	유달리	20171130	2017-09-26	음료 (커피 외)
83	돌삼닭(본점)	돌삼닭	20171131	2017-09-26	기타 외식
84	주식회사 라플란드	여자커피	20171132	2017-09-28	커피
85	(주)황금태	황금태	20171133	2017-09-28	한식
86	더캠트사업본부	코딩놀자	20171134	2017-09-28	기타 교육
87	(주)앤쿡	서민갈비	20171135	2017-09-28	한식
88	산해들에프앤비	한고집북국	20171136	2017-09-28	한식
89	(주)착한맘	착한맘치킨&수제버거	20171137	2017-09-28	치킨
90	(주)그린아일랜드	제주석갈비	20171138	2017-09-28	기타 외식
91	(주)정담터	카토멘	20171139	2017-09-28	분식
92	비에이블 스터디 카페	비에이블스터디카페	20171140	2017-09-28	커피
93	(주)윈도우샤인	윈도우샤인	20171141	2017-09-28	기타 서비스
94	(주)핑거네일투고	핑거네일투고	20171142	2017-09-28	이미용
95	부리또 인	부리또 인	20171143	2017-09-28	기타 외국식
96	㈜핵가족	핵볶이키친	20171144	2017-09-28	분식
97	최고김밥	최고김밥	20171145	2017-09-28	분식
98	(주)하늘푸드시스템	마약보쌈족발	20171146	2017-09-28	기타 외식
99	(주)오리엔탈푸드코리아	분짜라임	20171147	2017-09-29	기타 외국식
100	(주)아주푸드	닭강정 맛 가격에 반하다	20171148	2017-09-29	치킨
101	(주)태산유통	큰통치킨	20171149	2017-09-29	치킨
102	(주)프레쥬퀸	훔친갈비	20171150	2017-09-29	한식
103	(주)스타피쉬코리아	식빵이맛있는집 네모	20171151	2017-09-29	제과제빵
104	더 케이 웰니스	시원하오	20171132	2017-09-28	이미용
105	(주)포니모니뮤직	포니모니피아노	20171133	2017-09-28	기타 교육
106	(주)포니모니뮤직	포니모니뮤지컬	20171134	2017-09-28	기타 교육
107	피앤피키친 (P&P KITCHEN)	피앤피키친 (P&P KITCHEN)	20171135	2017-09-28	피자
108	(주)준영알엔디	애플돈까스	20171136	2017-09-28	서양식
109	카페인중독(가맹본부)	카페인중독	20171137	2017-09-28	커피
110	젠틀포크전포점	젠틀포크	20171138	2017-09-28	한식
111	(주)통구	통구 지하철알뜰폰	20171139	2017-09-28	기타도소매
112	티앤엠디(T&MD)	새마을담뱃잎	20171140	2017-09-28	기타도소매
113	(주)한결엔터프라이즈	전통맛집 할매순대국	20171141	2017-09-28	한식
114	하와이새우트럭	하와이새우트럭	20171142	2017-09-28	기타 외국식
115	크래프트웍스 프랜차이즈 유한회사	크래프트웍스 오리지널 탭하우스	20171143	2017-09-28	주점
116	(주)푸드클럽	삼국시대 감자탕	20171144	2017-09-28	한식
117	파워푸드(유)	명장식당	20171145	2017-09-28	기타 외식
118	두성씨엔엠	담찬	20171146	2017-09-28	기타도소매
119	Kahala Franchising, L.L.C.	콜드스톤크리머리(Cold StoneCreamery)	20171147	2017-09-29	아이스크림/빙수
120	에스씨에프앤비	살롱드코코	20171148	2017-09-29	주점
121	푸드테이너	바비큐BOX	20171149	2017-09-29	기타 외식
122	(주)이랜드파크	페르케노	20171150	2017-09-29	아이스크림/빙수
123	C&Y 컴퍼니	더오리 1987	20171151	2017-09-29	한식

KFA 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 통한 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 시스템을 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 동반성장 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.

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)

회원사 혜택 / 회원가입 신청서

신 청 인 정 보

☐ 정회원 ☐ 협력회원

사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전 화 번 호	
	브 랜 드 명		휴 대 전 화 (대표자)	
	대 표 자 명		팩 스	
	대 표 자 (주민등록번호)		이 메 일 (대표자)	
회 사 주 소				
홈 페 이 지			업 종	
담 당 직 원	이름 :	Tel :	가 입 경 로	☐ 홈페이지 ☐ 추천인( ) ☐ 기타( )
계 좌 정 보	☐ 개인 / ☐ 법인통장		출 금 일 자	매월 ☐ 5일 / ☐ 14일 / ☐ 28일
회 사 명			계 좌 번 호	
대 표 자 명			주민등록번호 (사업자등록번호)	
월 납 입 액	금 원 (₩)		협 회 계 좌 번 호	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)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

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 과정" 수강혜택
4 홈페이지 및 잡지 / 신문등 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 20% 할인
12 각종 규제 개선 건의 및 대정부 정책 건의
13 B2B 서비스혜택
14 프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 기회 제공
15 가맹점주를 위한 은행 대출서비스 혜택

● 회원가입문의

한국프랜차이즈산업협회 기업지원팀(직통)

070. 7919 4155

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

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 "

신뢰의 가치로 상생을 실천하다 KFA 한국프랜차이즈산업협회 06647 서울시 서초구 서초대로 248, 월헌빌딩 2층 (서초동 1553-1번지 2층) www.ikfa.or.kr
TEL. 02.3471.8135~8 FAX. 02.3471.8139

KFA
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 상생을 실천하다 KFA 한국프랜차이즈산업협회
06647 서울시 서초구 서초대로 248, 월현빌딩 2층 (서초동 1553–1번지 2층) www.ikfa.or.kr
TEL. 02.3471.8135~8 FAX. 02.3471.8139

월간 **Franchise WORLD** 프랜차이즈월드

정기구독 안내

프랜차이즈월드는 150만 한국프랜차이즈산업인들의 현장 및 활동상을 탐사 기획하고 산업에 대한 정부 정책 수립에 대응하며, 프랜차이즈산업인들 상호 간에 유기적인 소통의 장으로 회원사를 널리 알리는 협회 공식월간지입니다.

■ 전국 교보,영풍,알라딘,예스24 등 온,오프라인 서점에서도 구매하실 수 있습니다.

구독료 안내

1년 구독료 **100,000원** / 2년 구독료 **160,000원**을 아래 계좌로 입금하신 후 **전화 (02)556-7889**, 팩스 **(02)556-5281**로 받으실 주소를 알려주십시오.

값 : **1권 10,000원 / ㈜KFN애드콤 /** 입금계좌 : **우리은행 1005-200-477949**
하나은행 389-910002-30504

광고단가 안내 *부가세별도

구분	유형	금액	수량	크기 (가로×세로/mm)
A	표 2	350만원	1면	전면컬러 226×296 (300dpi해상도의 ai,psd파일)
B	표 2 대면	300만원	1면	
C	표 3	300만원	1면	
D	표 4	500만원	1면	
E	표 3 대면	250만원	1면	
F	목차 대면	250만원	1면	
G	내지 앞쪽	200만원	1면	
H	내지 뒷쪽	150만원	1면	

청약내용
❶ 5회+1 ❷ 10회+3
(단, 선입금)

※ A, B, C, D는 별도협의
※ 서비스는 내지 게재(G 또는 H)

프랜차이즈월드 정기구독 신청서

구독기간	201 년 월부터 □ **1년**(100,000원) / □ **2년**(160,000원)	구독부수	_____ 부	구독료	_____ 원
성명					
회사명					
연락처					
주소					

* 정기구독 신청서를 작성하여 전화(02)556-7889 또는 팩스(02)556-5281로 연락주십시오.
* 입금 후 kfn1991@naver.com로 사업자등록증 사본을 보내주시면 계산서를 발급해드립니다.
* 광고주는 정기구독 1년 무료

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