

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

짐보리에서 함께 놀아주세요. 애착육아를 시작하세요.





전 세계 45개국 300만여 명 회원이 선택한 글로벌 프리미엄 영유아 놀이 프로그램 집보리와 함께 새로운 미래를 열어갈 비즈니스 파트너를 모집합니다.

상담문의: 02-6714-2220

FIGINGISE WORLD

Cover Story

2018

가맹사업법 시행령 개정안 규개위 통과에 업계 반발

영업비밀 무시한 필수물품 공급가 공개!

협회 가맹사업법 시행령 개정안 헌법소원 대응키로



한국프랜차이즈산업협회 2018 중점 사업

"내실 다지고 외연 넓힌다" 상생 문화 확산 '최우선

ABC 부수인증매체 한국ABC행의

KFA



스페셜티 커피 & 샌드위치 **® BABEANS COFFEE**

17년을 한결같이 프랜차이즈 사업만을 고집해온 대한민국 대표 프랜차이즈

바빈스커피만의 경쟁력

차별화된 먹거리와 스페셜티 커피

가성비 최고의 인테리어

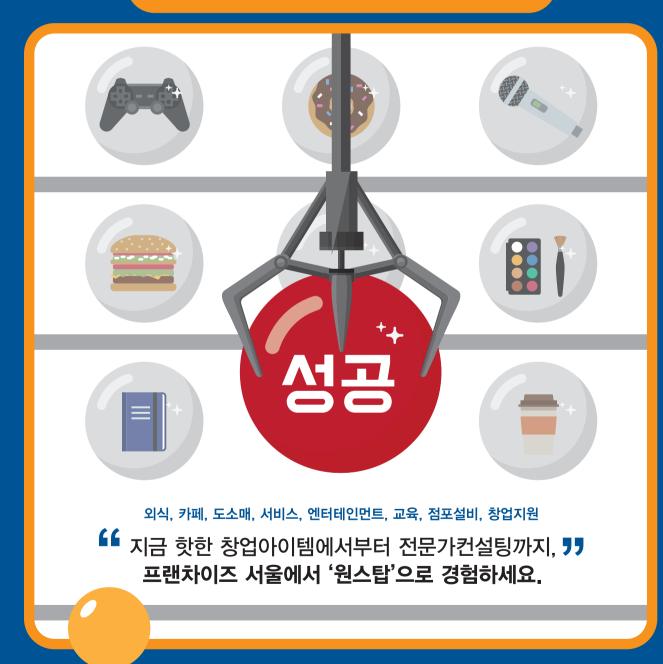
본사-교육센터-오픈매장으로 이어지는 철저한 교육/관리 프로그램

대한민국 최대규모 프랜차이즈 창업 전시회

대화 그런치이즈 서울

03.01(목)-03(토) | 서울 코엑스 1층 A.B홀

○ 창업, 아이템이 고민이라면? ○



프랜차이즈서울



배달 프랜차이즈를 위한 "<mark>배달앱 1등 POS"를 아십니까?</mark>

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



실시간 연동하는 국내유일의 배달POS!

www.foodtechkorea.com

BBO, 교혼, BHC, 굽네, 또래오래, 피자완별로통 한국 최고의 배달 프런차이즈들이 모두 쓰고 있습니다



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



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



亚],

웃음꽃 피는 밥상마다 Pic 가 있습니다



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















오피스디포 본사가 제공하는

임차보증금 지원 프로그램



임차보증금 지원 프로그램이란?

소매시장 진출 시 우수한 상권에서 중대형 매장을 임차하는 것을 지원하기 위해.

✓ 오피스디포 본사에서 임차보증금을 지원하는 프로그램



지원대상

- ✔ 브랜드 전환 또는 2호점 오픈을 희망하는 경우
- ✔ 신규 창업을 희망하는 경우



지원규모

1억 ~ 1.5억 원



지원방식

오피스디포 본사와 임대인이 임대차 계약을 체결한 이후에, 신규 가맹점과 오피스디포 본사가 전대차 계약을 체결하는 방식으로 지원



매장 오픈 가능지역 찾기

심사 및 승인











오피스디포 매장 오픈

오피스디포와 신한은행이 함께하는

신한은행 프랜차이즈론



※신한은행

프랜차이즈론이란?

신한은행과 협약이 체결된 우량 프랜차이즈 본사와 계약하는 가맹점주에게 제공되는 혜택으로서

- ✓ 신규 창업 희망자에게는 창업 자금을.
- ✓ 기존 매장에는 운영 자금을 대출해주는 상품



지원규모

최대 1억 원



적용금리

최저 3.64% (개인 신용도에 따라 변동될 수 있습니다.)



자금용도

✓ 신규가맹점

임차보증금이나 인테리어, 기계&기구 구입비

✓ 기존가맹점

매장 리모델링이나 물품 구매 등과 같은 운영 자금

※ 신한은행 대환대출 상담 프로그램:

프랜차이즈론 협약 체결을 바탕으로, 기존 가맹점 대표에게 현재보다 더 많은 금액 및 더 저렴한 금리로 변경 가능한 대환대출 상담 프로그램을 제공함





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.

사용하다 ■ 버티컬 믹서 전문 브랜드 (덴마크)	Ů.	17.	ESCHER ■ 스파이럴 믹서 전문 브랜드(이태리)		m ^s
DAUB Bakery MacHinery ■디바이더 라운더 전문 브랜드(네덜란드)		W.	CSC SARTORI HE HEDWARDS BRIBES THE FLAVOR 자동디바이더 라운더기 전문 브랜드(이태리)	11,0	THE THE
★★ SELIII IMEGNAÇĂ ■ 초코렛 제조기 전문 브랜드(이태리)	dansar	10	<mark>FRITSCH</mark> ■ 페스츄리 및 제빵라인 전문 브랜드(독일)		
② POLIN ■ 쿠키데포지터 전문 브랜드(이태리)			MIWE Michael Wenz GmbH ■ 오븐 전문 브랜드(독일)		

NAVER 토탈베이커리시스템 ~



PROFESSIONAL COMBI MASTER & BAKERY OVEN



VENICE STYLE, EMOTION & INNOVATION





■ 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



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

창업가구

숙박가구

주 문 제 작

프랜차이즈 카 페 음 식 점 레 스 토 랑 편 집 샵 헤 어 샵

호 텔 모 텔 펜 션 리 조 트 고 시 원 산후조리원 관공서전시장병원원컨벤션연회장인테리어가구

아르푸ShowRoom







주요납품실적

(주)이연(한촌설렁탕)-대학로점,롲데백화점,부평십정점,정서점,가평설악점,남원주점,인천삼산점,신천점 등 (주)지엔에스(BBQ)-서울대공학점,김포학운점,종로본점,대구점,압구정점,법조타운점,해남점,마산점,울진점 등육수당 & 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







प्राच्य हुन् यर ग्रामय द्वा ५७३१७ रमद्राण ६५ ५ ५६६ ५५४ स्व







(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

















기존 가맹점 추천율 '88.4%'



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%











할수있지만 누구나성공하진 못합니다

CHICKEN & BEER & PLATE

MAJOI KOLEN!

babo's

외실택을 F88DYSAY http://www.babos.co.kr

별시 동작구 사당동 1044—4 정석빌딩 4층 Tel : +82,2,454,92 Beok B/D 4F, 1044—4, Sadang—dong, Dongjak_gu, Seoul, K



백년이 지나도 변하지 않는 세월의 깊은 맛은 우리땅에서 정성들여 키운 건강식재료 덕분입니다.







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!

▶총창업비용: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

거성치킨소자본배달전문매장 창업지원이벤트

본사창업비:535만원

서울 시당점 학동점 강남점 서울숲푸르지오점 답십리점 혜화점 미아점 고대종암점 망원점 신림점 영등포점 오류점 당산점 🧗 경기 🖥 김포운양점 소시본동점부천삼정점 부천약대점 양평역점 금정역점 용인죽전점 안양일번가점 파주와동점 범박점 💆 인천 👤 영종하늘도시점 청라점 당하점 간석점 동인천점 기타 부산명지점 부산좌동점 부산대연점 제주노형점 제주아라점 제주연동점 대포항점 대구평화시장점 거제옥포점



가맹점문의 02-586-2994





なべる。アーでは一番人人

갓지어 고슬고슬한 가마솥밥에 보쌈한점…



가마솥밥 보쌈반상

가마솥밥 직화제육반상 가마솥밥 삼겹깍둑찌개반상 가마솥밥 해물된장찌개반상

원앤원(주) 사업설명회

·일시: 3월 07일(수) 오후 2시

3월 28일(수) 오후 2시

· 장소: 원앤원(주) 논현사무소

창업상담 02)3408-2000





창업특강 참석하신 모든 분께 '프랜차이즈 창업의 신' 증정!



원가는 널뛰고 임대료는 내려오는 일이없고 인거비는 대폭 올라갈 예정입니다.

외 식 업

키오스크로 인건비를 줄이거나

봉 사 료

도입을 통해

절세방법

찾을 수 있습니다.



아현택스 대표세무사 최인용

상담문의: 02)555-5025 www.gtax.kr

2018년도 제32기

프랜차이즈CEO과정 모집



상남경영원의 교육 체계는 수평적, 참여적이며 팀 학습의 효과를 높이는 교육방안을 통해 현장에서의 업무 능력 향상과 직결되는 사고능력을 향상하는데 주안점을 두고 있습니다.

우수한 커리큘럼

- 세계적인 교육기관: 2017년 FinancialTimes 72위(국내1위), 최고의 강사진
- 프랜차이즈 업종에 특화 및 실질적 도움이 되는 실무형 강의제공
- 프랜차이즈 글로벌 시장 확대를 위한 업계/학계의 검증된 강사진 배정
- 대학교의 연구 및 교육 경험과 실무경험이 결합하여 균형있는 경영자 교육제공
- 철저한 강의 평가제 시행을 통한 우수 강사 배정

지속가능한 네트워크

- 17년간의 역사와 전통이 있는 프랜차이즈CEO 특화프로그램
- 국내외 다양한 업종에서 활약하고 있는 프랜차이즈 원우들의 네트워크를 활용한 사업의 지속적 성장 확보
- 국내최고의 강사진(교수진 및 외부전문가)과 합습을 통한 교류 및 자문 기회

교윤혜택

- 연세대학교 총장명의의 수료증 수여
- 연세대학교 상남경영원장 명의의 시상 (공로상, 최고영예상 등)
- 연세대학교 경영전문대학원 A/S 특강 초청
- 연세대학교 학술정보원 이용
- 국내 워크샵 지원
- 상남 경영원 객실 이용 할인 혜택
- 간담회 및 다양한 원우회 활동 참여
- 연세대학교 기념품 및 무료 주차권 제공

다양한 행사 기획 및 제공

교육참가자 단합 및 네트워크를 위한 다양한 행사를 기획하여 제공합니다.







프랜차이즈CEO 과정 모집요강

제32기 프랜차이즈 CEO과정 교육과정

교육기간 2018년 3월 21일(수) ~ 6월 27일(수) 교윤일시 매주 수요일 오후 13:30 ~ 17:30

연세대학교 상남경영원(서울 신촌 캠퍼스) 교육장소

교육인원 30명 내외

지원자격 제조, 유통, 외식 및 서비스업의 EO 및 임원

프랜차이즈 본사 대표 및 임원

프랜차 | 즈 본사 창업 희망자 (프랜차이즈 Developer)

전형방법 서류 전형을 통한 수강 능력 심사 후 선착순 입학 결정

지원안내 상남경영원 홈페이지(http://sim.yonsei.ac.kr) 에서 수강신청

합격안내 온라인 지원 후 1주 이내 개별 E-mail 및 SMS 통지 접수기간 2018년 3월 14일(수) 오후 6시까지 (선착순 마감)

등록기간 2018년 3월 16일(금) 오후 6시까지

제출서류 1) 입학지원서 (상남경영원 홈페이지에서 작성)

2) 사진 (지원서 작성 시 파일 첨부)

3) 대표인 경우 사업자등록증 사본 1부. 재직자인 경우 재직증명서 1부

480만원 (강의, 교재, 기념품, 간식 등 교육관련 비용 포함) 등록금 입금계좌 우리은행 126-000091-18-322 (예금주:연세대학교)





28년 전통의 국내 최대 삼계탕 프랜차이즈

지호 한방삼계탕

유행 타지 않고 안정적인 1등 브랜드로 창업하세요!

- 01 28년의 오랜 사업경력 1991년부터 시작된 지호한방삼계탕, 오래된 브랜드일수록 안정적입니다.
- 02 유행을 타지 않는 전통메뉴 '삼계탕' 1~2년안에 사라지는 아이템과는 본질부터 다릅니다
- 03 5년차 이상 장기가맹점 78.5% 오랫동안 안정적으로 사업을 유지하는 것이 중요합니다.
- **특허 받은 한방삼계탕** 메뉴 특허권을 획득하여 누구도 따라할 수 없는 독보적인 삼계탕입니다.
- **5** 초보자도 운영 가능한 손쉬운 창업 식자재를 완/반가공 형태로 공급하여 주방장 없이도 쉽게 운영이 가능합니다.



2017년 한국프랜차이즈대상

국무총리 표창 수상

창업 문의 1599-3339



www.jihofood.com





MALJA SALON L

치킨맥주

저투자 대비 고수익 창출

10평 내외의 평수에서 **빠른 회전률**로 고수익실현가능



<u>초보자도</u> 조리, 운영

<mark>간편한원(ONE)패키지</mark>로 조리및운영가능한 물류시스템













배달&혼술

배달이 가능한 메뉴로 추가수익 창출. **혼술**을즐길수있는

최적화

BAR 형태



www.malja.co.kr 544-0434





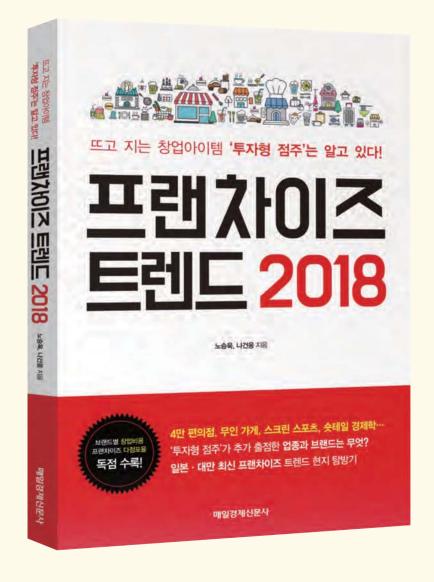


T.1544-8853 F.02-3012-0710 www.kkojisakke.com

2018년 가장 잘 나갈 프랜차이즈는?

대박가게 점주들만 아는 뜨고 지는 창업 아이템 대공개!

- 면적당 매출로 계산한 잘 되는 프랜차이즈
- 내 돈으로 할 만한 프랜차이즈 분석
- 인건비를 줄이는 프랜차이즈 운영법
- 불법 영업이 많은 푸드트럭의 속사정
- 4차산업혁명이 자영업에 끼치는 영향
- 일본, 대만의 프랜차이즈 트렌드는?



올 한 해 프랜차이즈 흥망성쇠와 2018년 유망 프랜차이즈를 알려주는 <프랜차이즈 트렌드 2018>! 이 책의 무기는 창업 전문 기자들이 다년간 쌓아온 데이터인 '다점포율'이다. 다점포율은 점주 한 명이 2개 이상의 점포를 운영하는 것을 반영한 지수로, 자영업자들이 선호하는 브랜드가 무엇인지 쉽게 이해할 수 있다. 다점포율 외에도 브랜드별 창업 비용과 마케팅 기법, 4차 산업혁명시대 창업 아이디어도 제시해 자영업자들에게 보다 다양한 선택지를 제공한다.

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.



세금계산서 관리 + 그룹웨어, 회계관리(구매,물류,인사,노무)



냉동식품 전문회사 **굿프랜즈**가 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.



TEL: 02-2238-8611



WWW.JUYONGKITCHEN.CO.KR



설비 및 주방기기 전문업체 주방기물 파트너!

대한민국 대표 업소용 주방전문 주방기기 주방설비 제작 시공 전문업체







·호텔 ·웨딩홀뷔페 ·병원 ·스시뷔페 ·관공서 ·구내식당 ·골프장 ·한 중 임식 ·학교 ·퓨전식당



(꾸)꾸용키친플러스

JUYONG KITCHEN PLUS

본사 : 서울시 중구 단계로 15간 46 대형반당2층(항회동 1491) 전회:(대 표)07-2238-6611

(선시참)02-2236-6610 (매 삼)07 2738 9612 FAX:02-2238-8614



힘들이지 않고 가ば게! +40yd Umil를 실천시켜 주는 물도클겁

• 1879 고반발 드라이버 • 1879 고반발 우드

초경량, 초탄성 (헤드 본체 타면 "DAT 55초 고반발 일제 티타늄" 골프클럽 무게 최저 240g) 초고비거리 실현 (저중심 설계로 공기저항 최적화, 타격순간 헤드스피드의 최대화) 페어웨이 공략 최적화 (슬라이드와 훅방지, 뒷면 좌우 나사 공법으로 무게와 방향 조정)

1879 비즈니스 사업 설명회 웨생

매주 수요일 오전 10시 1879 피팅센터 교육장

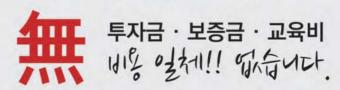
신청 이보미 대리(010-4884-1879) 교육: 1879 브랜드 소개 및 사업 소개

품목: 1879 브랜드 전 제품

- 골프클럽, 와인, 건강식품

대상: 1879 비즈니스로 고수익 창출을 희망 하시는 분

성별, 경력 관계 없이 열정이 있으면 O.K





더드릳페이와 함께 할 새로운 주인공을 모십니다!

Many Pay Service No! Safety, Security Yes! Only one, TheDreamPay



드림존 및 **제휴사** 모집

- ✓ 세계 최초 블록체인 기반 간편결제 서비스
- ✓ 세계 최저 가맹점 수수료 0.5%
- ✓ 빠른 대금 정산(익일 정산 송금)
- ✓ 세계 최초 가상화폐 연동 페이 서비스







• 투게더 캠페인은 탐앤탐스와 함께하는 사람들과의 상생 캠페인입니다.





베로니스 외

품격이 다릅니다! 디테일이 살아있습니다! 창업성공과 공간디자인 창조에 최선을 다하겠습니다.

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

(주)한양디자인가구 / 업소용가구전문점 **NAVER**

한양몰 ▼



COVER STORY 1

042 **가맹사업법 시행령 개정안 규개위 통과** 필수물품 공급가 공개 임박

COVER STORY 2

048 **'제42회 프랜차이즈서울'성료** 코엑스에서 300여개 업체, 600여 부스로 초대형 규모

COVER STORY 3

054 **한국프랜차이즈산업협회 20018 중점 사업**"내실 다지고 외연 넓힌다"
상생 문화 확산 '최우선'

SPECIAL REPORT

058 **'근로시간 단축' 국회 상임위 통과** 사업장 규모별 차등 적용

060 최저임금 인상으로 인한 위기 극복 가이드 중소기맹본부 및 가맹점사업자 위한 정부지원

THE LETTER FROM PRESIDENT

041 박기영 협회장 인사말

THEME INFORMATION

062Government Organ NEWS공정거래위원회 / 식품의약품안전처 / 특허청

GUIDE POST

068 **다양한 맛에 끌린다 '맥주도 와인처럼~'** 수제맥주시장 0.5% 불과···폭풍성장 꿈꾼다

072 **글로벌 트렌드** 프랜차이즈 사업에서 얻은 큰 교훈 3가지

ASSOCIATION NEWS

125 **Movements** 협회소식

128 Membership

지회소식 / 신규 · 협회일정

072

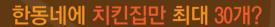












정답은 ☑ 구운치킨이 경쟁력

1+1+1 매출 UP 구조 <

오븐구이 치킨에 후라이드 치킨, 피자까지 가능한 브랜드는 많지 않습니다. 돈치킨은 한 매장에서 오븐구이, 후라이드, 피자를 동시에 판매할 수 있어 소비자 선택의 폭이 넓으며 매출 증대에 도움이 됩니다

오븐기 함부 구매로 창업비용 절감 선호도 높은 오븐구이로 인정적인 매출 모븐구이 지기 대출 UP 무라이트 지기 마늘 하병하되

오븐구이 치킨과는 차별화된 후라이드 치킨만의 레시피 오븐치킨과 후라이드를 한번에 즐기는 브랜드

오븐기 활용으로 치킨 + 피자메뉴 구성 가능 피자로 추가매출 발생

설공 Point !

- ✓ 치킨(오븐치킨,후라이드)+피자등 다양한메뉴, 골라먹는 재미
- ✔ 체계적인 교육, 지원 시스템
- ✓ 안정적인 물류 시스템을 통한 원가 절감

돈치킨과 함께하는 성공 창업 **창업문의** 1577-9238





PEOPLE & COMPANY

076 ㈜**퍼스트에이엔티 백호근 대표** "바빈스커피는 나를 숨 쉬게 만드는 브랜드"

080 ㈜**장스푸드 장조웅 대표** '60계치킨'의 "안심되는 깨끗한 맛"을 증명하는 방법

084 ㈜**압구정 박의태 대표** '돈치킨', 치킨은 요리다!

088 ㈜**맥스원이링크 황규연 대표** '셀렉토커피' 스페셜티 프랜차이즈

BRAND HIGHLIGHT

092 파리크라상/멕시카나/디딤/베베쿡/하남돼지 집/원앤원/달콤커피/하이프랜차이즈/오피스 디포/계절밥상/큰맘할매순대국/더진국/바푸 리포/랄라블라/김가네/못된고양이

COLUMN

108 세무사 최인용

106 **변호사 조우성** 특허보다 훨씬 중요한 영업비밀(2)

프랜차이즈 본사의 접대비 처리방법 110 **가맹거래사 이윤재**

가맹본사의 필수품목 강제행위와 차액가맹금

112 **FC산업연구원장 장재남** 국내 가맹본부들의 슈퍼바이징 현황

114 **노무사 신항철** 최저임금 고민, 일자리 안정자금으로 해결하자

116 회계사 김상운 프랜차이즈 가맹비, 사용료, 인테리어 비용 등에 대한 회계 및 세무처리

118 **경영연구소장 안현진** 키워드를 통해 본 2018년 마케팅 트렌드

120 **라움 대표 이상권** 공간에 대한 이해와 인테리어&리모델링 계획

122 **블록체인연구소장 연삼흠** 일본의 지급결제 시스템 실험 사례



076



CULTURE

096 Post Card 바람이 달다 Art is life

098 **Travel** 국내 강원 강릉 · 평창

100 **Travel** 해외 테이스트 워싱턴(Taste Washington)

102 **Performance** 연극 〈닭쿠우스〉

104 **Travel** 여행과 관광의 사이에서 Part 2/2





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 동태점 강당 동태정소로나 가당면 상담서비스 02)412-3375



<u>프랜차이즈월드</u> 제 31호 / 2018년 3월호

발 행 처 한국프랜차이즈산업협회

기획·제작 (주)KFN(한국프랜차이즈산업신문)

주 소 서울특별시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩

대 표 메 일 kfn1991@naver.com

광 고 문 의 02-556-7889

보 도 자 료 Webhard(ID:kfn1991, PW:1991) 취재·구독문의 02-556-7889 (구독료 10,000원/권)

인 쇄 (주)근아인쇄(02-2279-1430)

판 매 대 행 (주)성운도서(031-915-6900)

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

PUBLISHER

회장 박기영 | Park, Ki Young 발행·편집인 이진창 | Lee, Jin Chang 협회/대외협력실장 박호진 | Park, Ho Jin

EDITORIAL DEPT

부장 이동한 | Lee, Dong Han 차장 이종철 | Lee, Jong Cheol 차장 명한만 | Myeong, Han Man 차장 김지영 | Kim, Ji Yeong 기자 김은영 | Kim, Eun Young 기자 신원식 | Shin, Won Sik 특임 기자 노승욱 | No, Seung Wook 박서진 | Park, Seo Jin 특임 기자

DESIGN

실장 권동희 | Kwon, Dong Hee

PHOTO

 사진기자
 이명철 | Lee, Myung Cheol

 사진기자
 김동하 | Kim, Dong Ha

 사진기자
 조주현 | Jo, Ju Hyun

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

FC 산업연구원장 장재남 | Jang, Je Nam 조우성 | Jo, Woo Sung 변호사 회계사 김상운 | Kim, Sang Woon 세무사 최인용 | Choi, In Yong 신항춘 | Shin, Hang Choon 노무사 가맹거래사 이윤재 | Lee, Yoon Jae 경영학박사 연삼흠 | Yean, Sam Heun 명철학원장 김동환 | Kim, Dong Hwan 화가 서정자 | Seo, Jung Ja

CONSULTATIVE COMMITTEE

편집주간 김영인 | Kim, Young In 수석편집위원 안현진 | Ahn, Hyun Jin 편집위원 신향숙 | Shin Hyang Sook 김용순 | Kim, Yong Soon 이상규 | Lee, Sang Kyu



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

필수품목 공급가격 공개, 기업 활동 위축 우려

한국프래차이즈산업협회장 박 フ

울잠을 자던 동물이 깨어난다는 경칩(驚蟄)이 성큼 다가왔습니다. 지 루했던 겨우내 웅크렸던 많은 사람들이 몸을 펴고 따뜻한 봄을 맞이할 준비에 설레는 시기입니다.

하지만 프랜차이즈 산업을 뒤덮고 있는 한파는 물러날 기미가 보이지 않는 것 같습니다. 협회가 자정실천안을 마련하고 업계가 잇단 상생협 약을 체결하며 새롭게 태어나기 위한 노력을 이어가는 이 시점에도 정 부와 국회의 규제는 오히려 더욱 우리 산업을 옥죄는 것 같아 가슴이 답답하기만 합니다.

가장 대표적인 규제가 바로 필수품목 공급가격을 사실상 공개하라는 가맹사업법 시행령 개정안입니다. 공정위는 가맹본부가 가맹점에 공 급하는 필수물품 가격의 상하한선을 정보공개서에 기재하도록 하는 개 정안을 입법예고했습니다. 이어 지난 2월 23일 규제개혁위원회 심의 에서 중위값 등의 대안으로 수정권고 결정이 내려짐으로써 사실상의 품목별 공급가 공개가 눈 앞으로 다가왔습니다

품목들의 가격을 공개하도록 하는 것은 기업의 영업활동을 위축시키 고 영업 비밀을 침해하는 심각한 반시장경제적 정책입니다. 품목별 원 가가 공개되는 업종은 그 어디에도 없으며 이는 만국공통의 일입니다. 가뜩이나 영세 가맹본부가 많은 프랜차이즈 산업에서 공급가 공개는 최저임금 인상에 이어 또 하나의 치명타가 될 것입니다.

더욱이 우려스러운 것은 이 개정안이 우리 산업의 근간을 흔들 수 있는 정책이라는 점입니다. 가맹본부가 가맹점사업자에게 물품을 공급하는 수 많은 장점을 지닌 프랜차이즈 산업을 둘러싼 소모적인 논란이 더 이 가격은 엄밀히 말하면 가맹본부의 원가가 아닙니다. 바로 오늘도 치열 상은 없기를 간절히 바랍니다.

연이은 한파가 끝나지 않을 것 같던 2월이 어느새 가고 봄이 되어 겨 하게 하루를 보내고 있는 생계형 가맹점사업자들의 원가입니다. 가맹 점사업자들의 정보 비대칭을 해소하겠다며 가맹점사업자들의 원가를 공개하라는 것은 이치에 맞지 않습니다.

> 정작 공개 대상인 예비 창업자는 '을'이 아닙니다. 많은 소비자들이 가 맹점에도 왜곡된 비난을 보낼 것이고 이는 결국 가맹점사업자의 정당 한 수익활동 위축과 국민의 후생 감소를 불러올 것입니다. 도대체 누 구를 위한 정책인지 되묻지 않을 수 없습니다.

> 마이크로소프트(MS)가 전 세계에서 수 십만원에 윈도 시리즈를 팔고 있지만 단순한 제작 및 배포 비용은 몇 백원에 불과하다고 합니다. 하 지만 어느 누구도 MS가 폭리를 취한다고 보지 않습니다. 많은 수고와 비용을 들여 경쟁 업체가 창출할 수 없는 유형과 무형의 가치를 창출해 낸 점이 인정되고 있기 때문입니다. 프랜차이즈 가맹본부도 그 크기는 MS에 미치지 못하겠지만 연구 개발과 브랜드 가치 창출. 고유의 노하 우가 담긴 제품과 시스템을 위해 많은 노력을 들이고 있습니다. 왜 이 러한 가맹본부의 노력은 인정받지 않고 단지 폭리로 비춰지는 것인지 안타까울 뿐입니다.

> 경칩은 한 해의 농사를 준비하는 중요한 절기였습니다. 우리 조상들 은 경칩에 흙일을 하면 탈이 없다는 믿음으로 벽을 바르고 담을 쌓았 으며, 경칩에 난 보리싹을 보면 그 해 농사의 성패를 예측할 수 있었다 고 합니다. 많은 가맹본부들 역시 올 한해 농사를 잘 짓기 위해 준비를 해야 하는 시기임에도 정부의 잇단 압박에 혼란이 가중되고 있습니다.



필수물품 공급가 공개 임박…"영업 비밀 침해" 반발 거세 가맹사업법 시행령 개정안 규개위 통과…위헌 소지 등 논란 여전

협회 가맹사업법 시행령 개정안에 헌법소원 결정

WRITE 편집부 · PHOTO 프랜차이즈 월드 DB

공정거래위원회(위원장 김상조. 이하 공정위)가 프랜차이즈 업계와 학계 등의 거센 반대에도 필수품목 공급가격의 상·하한선 등을 공개하는 정책을 강행했다. 국무총리실 규제개혁위원회는 지난 2월 23일 공정위가 입법예고한 가맹사업법 시행령 개정안(이하 개정안)을 일부 수정권고 형식으로 통과시켰다. 이번 규개위를 통과한 개정안은 향후 법제처 심사와 차관회의 · 국무회의를 거치면 확정되면 내년부터 시행될 예정이다.

협회는 법제처 심사 등에 다시 반대의견을 개진하고 향후 결과에 따라 위헌 법률소 송을 제기등 법적조치를 적극 검토할 방침이다.

그동안 진행되었던 가맹사업법 개정안의 진행과정과 법안의 문제점을 집중 조명한다.

공정위는 지난해 9월 13일 개정안을 입법예고한 후 업계 의견을 수렴, 일부 조항을 조정한 후 지난 2월 12일 규개위에 최종안을 제출했다. 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 규개위 심의 전 32쪽 분량의 의견서를 제출하고 심의에도 참여해 업계 의견을 피력했다.





하템 자키 세계프랜차이즈협회 (WFC) 사무국장

"필수물품 공급가 공개 위험"

하템 자키 세계프랜차이즈협회 사무국장은 지난 3월 1일 서울 코엑스에서 개막한 '제 42회 프랜차 이즈 서울' 기자간담회를 통해 현재 한국 정부의 규제 기조가 위험하다는 생각을 밝혔다.

그는 최근 필수물품 공급가격을 공개하는 가맹 사업법 시행령 개정안에 대한 의견을 묻는 질문 에 "매우 위험할 수 있는 조치이며 프랜차이즈 콘 셉트와 영업비밀에 관련된 것을 대중에 공개한 다면 문제가 될 가능성이 있다"고 설명했다.

이어 "특히 경쟁회사에서 구매단가, 공급단가 등을 알 수 있는 것은 자율적 경쟁에 위배되며 거의 모든 나라에서도 그렇다. 정부에서 과보호하는 것은 좋지 않다"면서 "유사한 사례가 있었던 중국과 말레이시아에는 아예 글로벌 기업이 진출하지 않거나 정부를 상대로 소송하는 일도 있었다"고 설명했다.

그는 마지막으로 "프랜차이즈 본사는 가맹점들 이 잘 되기를 바라며 상생할 수밖에 없는 구조"라 면서 "한국 정부는 협회 등 업계의 의견을 경청하 고 협의하는 것이 바람직하다"는 바람을 남겼다. 하지만 규개위는 필수물품 품목별 공급가격 상·하한을 정보공개서에 기재하도록 한 조항에 대해서만 상·하한 대신 '중위값 또는 영업비밀을 침해하지 않는 범위'로 수정하는 조건으로 의결하고 나머지 조항은 공정위 안을 그대로 의결했다.

협회는 공정위 입법예고안이 규개위 제출안으로 수정되는 과정에서 업계 의견을 강력하게 전달하면서 적지 않은 성과를 거둔 바 있다. 하지만 결국 핵심인 필수물품 공급가 관련 정보가 품목별로 공개되는 안을 유지시킨 규개위의 결정은 수용하기 힘들다는 입장이다. 이에 따라 협회는 지난 2월 28일 정기 대의원총회에서 해당 사안을 논의, 향후 헌법소원으로 대응하기로 결정했다. 협회 관계자는 "규개위를 거치면서 상하한선 규정이 중위값으로 변경되기는 했지만 큰 차이가 없다"면서 "필수물품 공급가격 관련 정보를 품목별로 정보공개서에 기재하도록 하는 것은 영업비밀을 공개하라는 것으로써 위헌 소지가 있다는 것이 프랜차이즈 산업인들과 협회의 입장이며 이사회와 대의원총회를 통해 헌법소원으로 대응하기로 했다"고 말했다.

[신설] 필수물품 관련 정보공개 확대 I - 품목별 공급가 공개 정당한가?

별표1 (정보공개서의 기재 사항) 제6호 가목

- 1) 필수품목, 필수품목별 차액가맹금 수취 여부, 필수품목별 직전연도 공급가격의 상·하한
- → 규개위 수정권고: 공급가 상·하한선을 중위값 등의 대안으로 대체할 것

가장 큰 반발을 사고 있는 조항이다. 공정위는 입법예고안 및 규개위 제출안에서 필수물 품의 품목별 공급가 상·하한선을 정보공개서에 기재하도록 했다. 하지만 이는 가맹본부의 영업비밀이자 가맹점에 오히려 독이 되는 조항으로 시장경제 원칙과 프랜차이즈 산업을 왜곡할 것이라는 우려가 쏟아졌다.

필수물품 품목별 공급가 관련 정보는 비공지성, 경제적 유용성, 비밀관리성을 지니는 기술상 · 경영상의 정보로 정의하고 있는 부정경쟁방지법상 영업비밀이다.

협회는 규개위 제출 의견서에서 ▲불특정 다수인에게 알려져 있지 않기 때문에 보유자를 통하지 아니하고는 그 정보를 통상 입수할 수 없고(비공지성) ▲비용 절감 등 각종 노하우가 반영된 것으로서 독립된 경제적 가치를 가지며(경제적 유용성) ▲가맹본부가 오랜기간 동안 상당한 노력 및 시간을 들여 공급가격 및 영업이익을 책정하였고, 경쟁 가맹본부에 대한 유출을 엄격히 금지하는 등 내부적으로 비밀로 관리되어 왔다는 점(비밀관리성) 등에서 해당 정보가 영업비밀이라고 설명했다.

다수의 대법원 및 하급심 판례 역시 구매단가, 생산단가 등 '사업자의 비용 및 영업이익에 관한 경영상 정보'는 부정경쟁방지법이 보호하는 영업비밀에 해당한다는 입장을 확고히 한 바 있다. (대법원 2011. 7. 28. 선고 2010도9652 판결, 부산지방법원 2008. 6. 5. 선고 2007노4229판결, 수원지방법원 2013, 10. 2, 선고 2013카합281 판결(확정) 등)

특히 필수물품 공급단가는 가맹점사업자들의 매입단가로서 가맹점사업자들의 영업비밀 이기도 하다. 가맹점사업자의 원가가 공개되는 셈인데 이는 오히려 도입 취지와 달리 가 맹점사업자의 정당한 이익을 침해할 소지가 크다는 것이 중론이다.

이밖에 경쟁사와의 담합이 촉진될 우려나 공정위가 제시하고 있는 개념인 차액가맹금은 가맹본부의 이윤과 다른 개념이기 때문에 가맹희망자에게 왜곡된 정보를 제공할 우려, 해외에서도 유사 사례가 없는 점 등도 문제점으로 꼽히고 있다. 협회 및 업계가 꾸준히 문제를 제기하면서 통상적으로 정부안에 대해 원안 의결을 하는 규개위 심의에서 이례적으로 '중위값 등의 대안으로 수정할 것'이 권고됐다. 다만 결국 핵심인 품목별 가격 정보 기재가 유지된다는 점에서 우려는 여전하다. 협회는 규개위 심의이후 법제처 심사와 국무회의 의결로 이어지는 일련의 과정에서 품목별 정보 공개가 철회되지 않을 경우 위헌 소송 등 법적 조치까지 검토하고 있다.

[신설] 필수물품 관련 정보공개 확대 II - 정체불명 용어 '차액가맹금' 혼란 키운다

별표1 (정보공개서의 기재 사항) 제5호 가목

- 2) 필수품목 중 차액가맹금과 관련한 다음 사항 (가맹본부가 직접 제조·생산하여 공급하는 품목은 생략 가능)
- 가) 직전 사업연도의 가맹점사업자 1인당 평균 차액가맹금 지급금액
- 나) 직전 사업연도의 가맹점사업자 1인당 매출액 대비 차액가맹금 지급금액의 비율

공정위는 개정안에서 차액가맹금을 '필수품목에 대한 대가 중 적정한 도매가격을 넘는 대가'로 규정했다. 이 단어는 입법예고 당시에는 존재하지 않는 단어였지만 지난해 말 공정위가 "많은 가맹점사업자들이 가맹본부의 유통마진이 가맹금이라는 것을 모르고 있다"고 밝히면서 급조한 신조어다. 가맹점사업자가 필수품목을 구매할 경우 가맹본부에 발생하는 차액을 가맹금으로 본 셈이다.

하지만 '도매가격을 넘는 금액이 차액가맹금'이라는 식의 정의는 납득하기 어렵다. 협회는 의견서에서 "필수 품목의 원매가 차액을 적정한 도매가격을 넘는 '가맹금'으로 간주하





지난해 제40회 부산프랜차이즈산업박람회에서 예비 창업자들이 창업 상담을 받고 있다

는 것은 옳지 않으며 가맹금은 단순히 가맹본부가 구입한 매입단가와 매출단가의 차액인 매출이익과 동일하지 않다"고 지적했다.

협회는 "필수품목 공급마진은 (개정안의 취지처럼) 단순한 매입단가와 가맹점공급가격의 차액이 아니고, 가맹본부의 직·간접원가가 포함된 사업원가와 가맹점공급가격의 차액"이라면서 "현 개정안의 차액가맹금의 정의는 각종 사업원가를 도외시한 것이자 매입단가를 낮추기 위한 가맹본부의 노력이 전혀 감안되지 않은 부당한 것이며, 실제 가맹본부가 취하는 영업이익과도 전혀 동떨어진 접근방식"이라고 강조했다.

즉, 필수품목 차액을 그대로 가맹금으로 간주하는 것은 옳지 않고, 오히려 실제로 매입 단가를 낮추기 위해 많은 노력을 한 가맹본부가 오히려 폭리를 취하는 가맹본부로 여겨 질 위험성이 있는 등 이미 예상매출액 및 예상수익과 관련한 정보를 받고 있는 예비창업 자에게 올바른 정보를 제공하는 것이 아니라는 주장이다. 또한 영세 가맹본부의 경우 연간 수 백회에 이르는 거래 행위에 대해 매번 도매 가격을 산정할 여력이 없다는 점도 문제로 꼽힌다.

다만 협회와 업계가 꾸준히 부당 의견을 개진하면서 입법예고 당시와 달리 규개위 제출 안에는 가맹본부가 직접 제조하는 필수물품 관련 정보는 생략할 수 있도록 완화됐다. 이에 대해 김상조 위원장은 지난 1월 협회가 주최한 CEO 조찬 간담회에서 "가맹본부가 직접 제조하는 상품은 차익을 계산하기가 어렵기 때문에 준수할 수 없는 조항이라 이 부분을 제외하기로 했다"고 그 배경을 밝힌 바 있다. 하지만 "가맹본부의 노하우가 반영됐다는 점에서 직접 제조 품목과 OEM 품목이 성질상 거의 차이가 없기 때문에 OEM 품목도 제외해야 한다"는 협회 주장은 결국 규개위 심의에서 받아들여지지 않았다.

아울러 업계 전문가들은 차액가맹금의 부정적 뉘앙스에도 우려를 표하고 있다. 세종대 FCMBA 이성훈 주임교수는 "가맹본부가 유통마진을 가맹금으로 수취하는 것이 폭리를 취한다고 보고 있다"며 이 용어를 수 차례 비판한 바 있다. 실제 대부분의 언론이 차액가 맹금 현황 관련 발표 이후 단순히 차액가맹금 수취 자체가 가맹본부가 폭리라는 논조를 담은 기사를 쏟아냈다.

더욱이 최근 공정위는 업계에서 널리 통용되는 '필수물품'이라는 용어조차도 마치 필요 성과 무관하게 구입을 강제하는 듯한 느낌을 주는 '구입요구품목'이라는 신조어로 대체 하고 있다. 주무 부처가 프랜차이즈 산업을 바라보는 시각 자체가 우려스럽다는 목소리 가 나오는 이유다.

[신설] 점포환경개선 비용지급절차 개선

〈제13조의2〉 점포환경개선 비용부담의 범위 및 절차

⑥ 가맹점사업자가 가맹본부 또는 지정자를 통해 점포환경개선을 한 경우, 가맹본 부부담액 지급 청구가 없더라도 가맹본부가 개선 종료 90일 이내에 부담액을 지급.

현행 시행령에는 가맹본부의 요구에 따라 가맹점사업자가 점포환경개선을 한 경우 가맹점사업자가 가맹본부에 점포환경개선 비용을 청구하면 청구일로부터 90일 이내에 가맹본부 부담액을 지급하도록 규정하고 있다. (점포의 이전·확장 수반시 40%, 미수반시 20%)

하지만 점포환경개선이 가맹본부 또는 가맹본부 지정업체를 통해 이뤄질 경우 가맹본부 가 이미 공사비용을 인지하고 있다고 볼 수 있기 때문에, 공사가 완료되면 지급청구 여부 와 상관 없이 이를 바로 가맹점사업자가 청구한 날로 의제하고 이를 명확히 규정함으로

써 가맹점사업자가 더욱 빨리 부담금을 받을 수 있도록 했다는 것이 공정위의 설명이다. 공정위 입법예고안과 규개위 제출안이 동일하게 유지되었으며, 업계 및 협회에서는 현실적으로 가맹본부가 비용 및 완료 시점을 인지하는 것이 어렵다는 점에서 '가맹본부가 청구 안내를 하되 분담액 지급 방법과 기한 등에 대해 가맹점사업자와 합의에 따라 달리 할수 있다'는 것이 더욱 타당하다는 대안을 제시했지만 결국 원안 그대로 통과됐다.

[신설] 필수물품 관련 특수관계인 정보 공개 의무화

별표1 (정보공개서의 기재 사항) 제6호 가목

2) 필수물품과 관련하여 가맹본부의 특수관계인이 경제적 이득을 취하고 있는 경우해당 특수관계인 관련 정보(명칭, 관계, 상품·용역, 매출 등 경제적 이득의 내용 등. 정확한 금액 산정이 어려울 경우 추정된 금액임을 밝히고 상하한 표시)

현행 시행령에는 가맹본부의 특수관계인이 가맹사업 과정에 참여하면서 얻는 경제적 이익 관련 정보가 제공되고 있지 않다. 공정위는 이에 가맹본부가 특수관계인의 이익을 유도할 우려가 있다고 보고 특수관계인의 명칭과 가맹본부와의 관계, 관련 상품 · 용역, 직전 사업연도 매출액 및 가맹사업 관련 매출액을 기재하도록 했다.

하지만 ▲계열 관계의 회사 내부 거래는 원칙적 허용, 악용시 예외적 금지의 사항이고 ▲ 공개 대상 정보가 특수관계인의 과도한 이익 수취나 부당한 지원 여부와는 직접적인 관련이 없는 정보이며 ▲통행세 거래 및 부당지원행위의 경우 공정거래법상 규율이 가능함에도 일반인으로 하여금 위법한 거래로 오인시켜 갈등을 조장할 위험이 있고 ▲가맹사업법의 위임 범위를 넘어 위법하며 ▲특수관계인의 가맹사업과 관련한 매출액을 정확히 알기 어려워 왜곡된 정보가 제공될 수 있다는 점 등이 문제점으로 꼽힌다.

다만 입법예고 당시의 안에는 특수관계인의 직전사업연도 매출액을 기재하도록 되어 있었으나 협회 및 업계의 의견이 반영되는 과정에서 '특수관계인에게 귀속된 경제적 이득', '추정된 금액', '상·하한 표시' 등의 내용이 포함되면서, 매출액 전부가 아닌 가맹사업 관련 매출액만 기재되도록 완화됐다.

[신설] 판매장려금 정보공개사항 확대

별표1 (정보공개서의 기재 사항) 제6호 가목

필수품목을 공급하는 3) 가맹본부 또는 4)가맹본부의 특수관계인이 업체로부터 경제적 이득을 얻는 경우 관련 정보. (명칭, 경제적 이득의 내용—판매장려금, 리베이트 등 명칭과 무관하게 합계액 기재)

공정위는 입법예고 당시 가맹본부 또는 가맹본부 특수관계인이 필수품목을 가맹점에 공급하는 과정에서 수령하는 판매장려금 및 리베이트 등이 공급가와 밀접한 관련이 있음에 도 관련 정보가 제공되지 않기 때문에 이를 기재하도록 했다. 현행 시행령에서는 '가맹본부가 특정 거래상대방과 거래하도록 요구하는 경우'에만 기재하도록 하고 있다.

입법예고 당시 공정위는 업체별, 품목별로 그 내용을 기재하도록 했지만 품목별 정보 제공은 부당하다는 협회 및 업계 의견이 반영되면서 규개위 제출안에는 총액을 기재하는 것으로 완화됐다. 하지만 할인 등을 통해 오히려 공급가를 낮출 수 있는 장점이 있음에도





'리베이트' 라는 용어가 주는 부정적 어감 때문에 예비 창업자가 위법 또는 부당한 부분으로 볼 여지가 있어 논란이 남아 있다.

[개정 · 신설] 다른 유통채널 정보공개사항 확대

별표1 (정보공개서의 기재 사항) 제6호 마목

- 5) 가맹본부가 가맹점사업자의 영업지역 내에서 대면 방식으로 또는
- 6) 가맹본부가 온라인 등 비대면 방식으로 가맹점사업자 판매 또는 유사 상품 \cdot 용역을 공급하는 경우 관련 내용

현행 시행령에는 '그 밖에 영업지역에 관한 내용'으로 되어 있는 부분이 구체화됐다. 공정 위는 향후 영업환경에 대한 가맹희망자의 예측능력을 제고하고 분쟁 소지를 막기 위해, 가맹본부가 가맹점사업자가 판매하는 상품ㆍ용역과 동일 또는 유사한 상품ㆍ용역을 다른 다양한 유통 채널을 통해 공급하는 경우 이에 관한 사항을 기재하도록 했다고 밝혔다. 입법예고 당시에는 특수관계인을 포함하여 미래에 대한 공급계획까지 기재하도록 했으나 공급 계획의 정도에 대한 기준이 전혀 없고 영업비밀에 해당하는 특수관계인의 정보까지 파악하기 어렵다는 협회 및 업계의 의견이 반영되면서 규개위 제출안에는 가맹본부 현황만 기재하도록 완화됐다. 다만 ▲유사 업종의 의미가 불분명한 것처럼 불명확한 개념이 남용되어 있다는 점 ▲온라인 공급은 영업지역과 상관 없으며 오히려 오프라인과 경쟁해야 소비자에게 바람직하다는 점 ▲유통 채널은 영업 비밀인 점 등의 주장은 받아들여지지 않았다. 【召】

번호	구 분	시행령 개정 입법예고안 (2017.9.13.)	공정위 완화안 (2018.1.5.) (=규개위 제출안(2018.2.12))	규개위 심의결과 (2018.2.23.)
1		필수품목을 통한가맹금 수취여부 기재		
2	필수품목 관련	필수품목을 통한 가맹점사업자 평균가맹금 지급규모 기재	본부 직접생산품목 기재 제외 (OEM, 공산품 공개는 유지)	공정위 안대로 의결
3	 정보공개사항	가맹점 매출액 대비		
4	확대	필수품목별 공급가격 상·하한 기재	(원안유지)	 원안대로 의결 단, 상·하한 대신 평균 중위값 기재
\$	특수관계인 관련 정보공개 의무화	특수관계인의 - 관련 상품 및 용역 - 직전사업연도 전체 매출액 - 직전사업연도 가맹사업관련 매출액	특수관계인의 -주요 상품 3개이내만 기재 -특수관계인의 직전연도 전체 매출액기재는 제외	
6	판매장려금 정보공개사항 확대	판매장려금 관련 업체별, 품목별로직전년도 수취 합 계액 기재	-업체별, 품목별기재는 제외 (→총액 기재로 대체)	공정위 안대로 의결
7	다른유통채널 정보공개사항 확대	 동일 또는 유사한 상품ㆍ용역을 다른 유통채널을 통해 공급하는 현황 기재 향후 공급계획도 기재 	-향후 공급계획 기재는 제외	
8	점포환경개선 비용지급절차 개선	-현행은 가맹점사업자의 지급청구일 로부터 90일이내 지급 → 지급청구여부와 관계없이 공사가 끝난 날로부터 90일이내 지급	(원안유지)	

가맹사업법 시행령 개정안 경과

국내 최초 ·최대의 국제 박람회 '제42회 프랜차이즈서울' 성료

"450개 국내ㆍ해외 브랜드 한 곳에"

- 세계 16개국 50개 업체 참여
- 세계 최초 프랜차이즈 국제 박람회
- 국내외 전문가 세미나 어우러진 축제의 장

WRITE 편집부 · PHOTO 김동하

한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영·이하 협회)가 주최하 의 폭을 크게 넓혔다. 또한 각국의 해외 바이어들과의 비즈니 고 ㈜코엑스, 리드엑시비션스코리아(이하 리드社)가 주관하는 스 미팅을 상시 운영하여 해외 진출에 관심을 두고 있는 가맹 국내 최초이자 역대 최대의 국제 프랜차이즈 박람회 '제42회 본부들에도 좋은 기회를 제공했다. 프랜차이즈서울'이 성황리에 막을 내렸다.

'제42회 프랜차이즈서울'은 산업통상자원부, 공정거래위원회, 어 세계 프랜차이즈 산업을 이끌어 나갈 수 있는 국제 프랜차 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 특허청이 후원하며, 3월 이즈 박람회로 거듭나도록 상호 협력을 다짐하는 업무협약 1~3일 코엑스 1층 A · B홀(18.378m²)에서 300여개 업체. (MOU) 체결식을 가졌다. 450여개 브랜드, 600여개 부스 규모로 열렸다.

서 만나기 힘들었던 다양한 해외 브랜드들의 참여로 사전예약 사 공동 유치 및 성공개최를 위한 다방면의 협력을 다짐했다. 이 조기 마감되는 등 예비 창업자들의 뜨거운 관심을 모았다. 특히 WFC(세계프랜차이즈협회) 본부 및 주요국 프랜차이즈 - 변보경 대표이사, 리드사 손주범 대표이사, 하템 자키 WFC사 협회와 세계 16개국 50여개 업체가 참가하는 해외 프랜차이 모국장 등 해외 프랜차이즈협회 임원 등 70여명의 국내외 귀 즈관(International Zone)을 통해 국내 예비 창업자들의 선택 빈들이 참석해 박람회의 성공과 발전을 기원했다.

한편 협회와 코엑스, 리드壯는 프랜차이즈서울이 아시아를 넘

박기영 회장과 코엑스 변보경 대표이사, 리드엑시비션스코리 이번 박람회는 압도적인 접근성 및 규모와 더불어 그간 국내에 아 손주범 대표이사는 체결식을 통해 프랜차이즈서울의 참가 개막식에는 박기영 회장 등 협회 임원진 · 회원사들과 코엑스







- **1** 하템 자키 WFC 사무국장
- 2 박기영 한국프랜차이즈산업협회장

"창의와 혁신의 DNA로 국가 경제 활성화와 일자리 창출 이뤄내자"

박기영 회장은 개회사를 통해 "'제42회 프랜차이즈서울'은 명실상부한 국제 프랜차이즈 박람회로 도약하는 자리"라면서 "올해 여건은 여전히 지난해와 마찬가지로 녹록치 않지만 수 차례의 위기를 극복해 온 우리 프랜차이즈 산업은 창의와 혁신의 DNA로 국가 경제 활성화와 일자리 창출, 'K-프랜차이즈'를 이뤄낼 것으로 확신한다"고 말했다.

이동욱 산업통상자원부 중견기업정책관은 "40년 역사의 프랜차이즈 산업은 쉼 없는 혁신과 변화로 매출 100조원의 산업으로 우뚝 성장했고 국민 경제에도 크게 기여하고 있다"면서 "최근 구조적 문제와 부정적 인식으로 성장이 정체되고 있지만 오히려 혁신의 계기로 삼아 4차 산업혁명 시대의 선도적 역할을 할 수 있기를 기대한다"며 축하의 뜻을 전했다.

하템 자키(Hatem Zaki) 세계프랜차이즈협회(World Franchise Council·WFC) 사무국장은 축사에서 "프랜차이즈는 국가의 일자리 창출과 국내총생산에 기여하는 아주 중요한 산업"이라면서 "이번 제42회 프랜차이즈서울을 통해 혁신이 프랜차이즈 비즈니스 모델의 핵심이 될 것"이라고 말했다.

'역대 최대 규모'…내로라하는 브랜드 총출동

역대 최대 규모로 개최된 제42회 프랜차이즈서울에는 국내에서 내로라하는 브랜드들이 대거 참여했으며, 특히 최근 꾸준히 확산되고 있는 서비스 · 도소매 프랜차이즈의 도약이 눈길을 끌었다.

▲글로벌 영유아 놀이 프로그램 '짐보리 플레이앤뮤직'(한국짐보리 ㈜짐월드)를 비롯 ▲커브스 ▲월드크리닝 ▲양키캔들 등 인기 브랜드들과 물론이고 ▲국내 최초 드론 플랫폼 서비스 '드론군단' ▲전문가 심리 상담을 받을 수 있는 '힐링카페 멘토'





▲추억의 오락실 '짱오락실' ▲반려동물 셀프워시 '마이리틀프렌드' 등 신선한 아이디어로 무장한 유망 브랜드들이 예비 창업자들을 맞았다.

국내 시장을 선도하는 대표 외식 프랜차이즈들도 일제히 참가했다. 지난해 코스닥 시장에 상장한 ▲㈜해마로푸드서비스의 맘스터치 · 붐바타 ▲㈜디딤의 미술관 · 고 래식당과 ▲김가네 ▲코리안바베큐 ▲돈까스클럽 ▲파파존스 ▲또래오래 ▲원할 머니보쌈족발 · 박가부대찌개 ▲코바코 ▲이바돔감자탕 ▲채선당 등 유명 외식 브랜드들이 대거 참가했다.

창업에 필수적인 각종 부대설비(▲한샘 ▲주방뱅크 등), 식자재(▲하나로마트), 결제·포스 e-Biz, 창업자금 상담, 창업 컨설팅 부스도 마련돼 '원스톱 창업 쇼핑'을 제공했으며, ▲경기도 공정거래지원센터 ▲한국공정거래조정원 등 공공기관도 부스를 통해 예비 창업자들과의 상담 창구를 마련했다.

이동욱 산업통상자원부 중견기업정책관

해외 프랜차이즈관에서 다양한 해외 브랜드 만난다

해외 프랜차이즈관에 참여한 세계 16개국 50여개 업체 및 해외 프랜차이즈협회 부스는 '제42회 프랜차이즈서울'을 명실상부한 국내 최초 · 최대의 국제 프랜차이즈 박람회로 이끌었다는 평가다.

▲대만 버블티 카페 Kong Fu Cha ▲홍콩 교육 브랜드 Jolly Kingdom ▲싱가포르 빙수 · 디저트 맛집으로 유명한 미향원(Mei Heong Yuen Dessert) ▲태국 커피숍 브랜드 Café Amazon ▲중국 훠궈 브랜드 Little Sheep Hot Pot(샤오훼이양) 등 해외에서 이미 글로벌 프랜차이즈로 자리잡은 유수의 브랜드들이 우리나라 예비 창업자들을 만났다.

특히 WFC(세계프랜차이즈협회) 본부와 이집트, 필리핀, 인도, 중국, 싱가포르 등 해외 프랜차이즈협회와 8개국 50여명의 해외 바이어들은 박람회 기간 동안 해외 진출에 관





1 박람회장을 둘러보고 있는 내외 귀빈들

2 김상조 위원장과 박기영 협회장

심을 갖고 있는 프랜차이즈 업체 및 예비창업자들과 만나 발전적인 정보는 나누었다.

공정위, "협회에서 의견을 내면 성실히 검토하겠다"

개막 둘째 날인 3월 2일, 김상조 공정거래위원장은 박람회장을 찾아 산업인들의 목소리를 듣는 시간을 가졌다. 김상조 위원장은 "공정위는 담합 문제가 아니라면 시장 가격 결정에 개입하는 일이 없을 것"이라고 말하며, 프랜차이즈 본사의 가격 책정 문제에 있어서는 기존보다 유연한 모습을 보였다.

하지만 최근 이슈가 되고 있는 원가 공개 문제에 있어서는 변함없는 스탠스를 보였다. 한국프랜차이즈산업 협회의 박기영 회장은 "원가 공개는 산업 전체를 흔들 수 있는 심각한 사안"이라며 "공청회나 토론회 등을 통해 깊이 있는 논의가 필요하다"고 건의했다.

김 위원장은 "협회에서 의견을 내면 성실히 검토하겠다"면서도 "다만 가맹본부와 가맹점 사이의 이해 관계를 조정해야 하는 당국의 입장이 있으니 잘 협의해 우리 현실에 맞는 합리적 수준으로 이 문제가 결정되도록 노력하겠다"고 말했다. 하지만 과거 대규모 유통업체들의 판매수수료 공개 과정을 언급하며 공정위 입장에는 큰 변화가 없음을 시사했다. 김 위원장은 "2010년대 초반 대규모 유통업에서도 판매수수료 공개 때문에 비슷한 논란이 있었다"며 "그때도 어려움이 있었지만 제도 정착되면서 유통업 발전의 계기가 됐다는 평가를 받는다"고 밝혔다.

국내외 프랜차이즈 트렌드와 미래 전략은?

업계 최고 권위자들의 국내외 프랜차이즈 트렌드와 미래 전략에 대한 기조 강연 세







미나는 프랜차이즈 산업에 대한 이해도를 높이고 산업인들의 중장기적 전략 수립에 큰 도움을 주었다.

기조 강연 세미나는 B홀 세미나룸에서 개막일과 다음 날 이틀 동안 진행돼 유료 강 연으로 꾸며졌다.

3월 1일에는 세계 프랜차이즈 동향에 대해 오후 2시부터 4시까지 ▲하템 자키 WFC 사무국장의 〈세계 프랜차이즈 업계의 트렌드와 미래 전략〉▲한국프랜차이즈산업 협회 미국서부지회 자문위원 이요한 미국 변호사의 〈미국 프랜차이즈 업계의 현재와 미래〉▲한국프랜차이즈산업협회 사무총장의〈한국 프랜차이즈 업계의 트렌드와 나아갈 방향〉이 차례로 이어졌다.

3월 2일에는 프랜차이즈의 미래와 변화에 대해 오후 1시부터 3시 15분까지 ▲김왕 고용노동부 근로기준정책관의 〈최저임금 인상에 따른 기업의 대응과 해외 우수 사례〉 ▲ 이동욱 SK텔레콤 부장의 〈프랜차이즈 '4차 산업' 변화와 '빅데이터' 활용〉이 이어졌다.

'해외 시장 전략' 전문가 세미나 관심

전시장 중앙 센트럴 스테이지에서는 해외 프랜차이즈 협회 · 업체 관계자들의 무료 세미나와 유망 프랜차이즈 창업 설명회가 이어졌다. 특히 국내에서 거의 들을 기회 가 없는 해외 프랜차이즈 관계자들의 해외 시장 소개 및 진출 전략 등의 강연은 참 가업체 관계자들과 예비 창업자들 모두에게 소중한 기회가 됐다.

주요 세미나로 3월 1일에는 ▲Troy Franklin 세계프랜차이즈협회(WFC) 최고운영 책임자의 〈해외 프랜차이즈 브랜드의 한국 런칭〉, ▲Alex DePase 글로벌프랜차이 즈익스체인지 CEO·창업자의 〈성공하는 미국 프랜차이즈 찾는 방법〉, ▲Mr.Vasil Gazizurlin 탑프랜차이즈 CEO·창업자의 〈이머징 마켓에서 프랜차이즈 성공하는 방법〉가 이어졌다.



기조강연 중인 한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무총장





무료 창업 교육을 하고 있는 이금구 노무사

3월 2일에는 ▲Rash Magdy 이집트프랜차이즈협회(EFDA) 사무국장의 〈이집트 프랜차이즈 산업시장 소개〉 ▲Mr.Richard Sanz 필리핀프랜차이즈협회(PFA) 회 장의 〈필리핀 프랜차이즈 투자 안내〉 ▲Alex Garland 얼엔터프라이즈 이사의 〈미 국 유명 외식 프랜차이즈 소개〉가 진행됐다.

이밖에 3월 2일 ▲유상목 가천대 경영대학원 교수의 〈한국에서의 프랜차이즈 확장 방안〉 ▲우리은행의 〈창업인들이 알아야 할 세무 상식〉도 예비 창업자들의 눈과 귀를 사로잡았다.

'이론 · 실무 겸비' 풍성한 무료 창업 교육

컨설팅, 가맹본부, 노무법인 등 업계 전문가들이 직접 들려주는 무료 창업 교육은 박람회 기간 동안 계속 진행됐으며 예비 창업자들에게 필요한 올바른 정보를 전달했다. 주요 강연으로 3월 1일 ▲이홍구 창업피아 대표의 〈미투브랜드는 NO, 올바른 프랜차이즈 본사 선별 노하우〉▲이정훈 ㈜일성코퍼레이션 대표(스시노백쉐프)의 〈성공 CEO 사례〉가, 3월 2일에는 ▲윤태운 공정거래위원회 가맹거래과 사무관의 〈예비 가맹점주를 위한 불공정거래 피해 예방교육〉▲권영산 오앤이외 식창업컨설팅 대표의 〈아는 만큼 보이는 예비점주를 위한 상권분석과 상가건물임대차보호법〉이, 3월 3일에는 ▲박승룡 로버스트컨설팅 대표의 〈창업희망자를위한 가맹계약 체결 전 준비 및 확인사항〉 13~15시 등이 진행됐다. ▲이금구 노무사(노무법인 C&B)는 3일 동안 〈노무분쟁 예방전략 1~3〉시리즈를 진행했다.

한편 압도적인 접근성 및 규모와 그간 국내에서 만나기 힘들었던 다양한 해외 브랜 드들의 참여로 많은 화제를 뿌린 '제42회 프랜차이즈서울'에는 휴일을 맞아 개막일 부터 수많은 참관객들로 성황을 이뤘다. [[13]]

한국프랜차이즈산업협회 올해 중점 사업은?

"내실 다지고 외연 넓힌다"…

상생 문화 확산 '최우선'

WRITE 편집부 · PHOTO 프랜차이즈 월드 DB

의원을 선임했다.

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 지난 2월 28일 서초동 협회 대회의실에서 올해 첫 이사회 및 대의원총회를 개최하고 올해 사업계획을 확정했다. 또한 대의원총회에서 지난해 사업결산과 올해 사업계획 예산, 대의원 해임 및 선 임안을 의결한 뒤 지난해 사업실적 및 올해 사업계획, 가맹사업법 시행령 개정안 이슈 등을 보고하고 협회 현안에 대해 소통하는 시간을 가졌다. 아울러 이날 협회는 이사회 및 대의원총회 의결을 통해 신규 부회장 및 이사, 대



신규 부회장 선임 명단					
대표자	소속				
정민섭	해피브릿지협동조합				
김은광	(주) 얌샘				
최성수	㈜금탑프랜차이즈				
한윤교	㈜가르텐				

신규 이사 선임 명단				
대표자	소 속			
권순창	㈜이비가푸드			
이영환	(주)에브릿			
박건욱	㈜케이더블유프랜차이즈			
오은정	㈜아트크레오			
장성식	㈜피엠피코퍼레이션			
윤석제	㈜유씨			
장조웅	㈜장스푸드			
박종현	㈜빅스타푸드			
오훈	㈜크리니트			

신규 대의원 선임 명단					
대표자	소 속				
한윤교	㈜가르텐(충남대전세종지회장)				
이옥진	(주)지호				
정경자	㈜덤인				
오은정	㈜아트크레오				
이종근	㈜에스엘에프앤비				
한경민	㈜한경기획				



동반상생 구현을 통한 사회인식 제고

우선 협회는 지난해 발표한 자정실천안을 성실히 수행해 나감으로써 상생 문화를 확산 하고 국민들의 신뢰를 회복해 나간다.

구체적으로 상생위원회를 신설해 불공정행위를 적발할 경우 해당 가맹본부에 자발적인 시정을 요청하고 협회 차원의 징계와 정보공개를 추진한다. 또한 상생위원회 산하에 불공정거래예방센터를 개설해 각종 조정, 중재 및 감시 역할을 전담할 계획이다. 또한 상생문화 확산을 위해 다양한 캠페인을 벌여 산업인들의 상생 인식을 제고하고 산업의 선진화와 사회 전반에 퍼진 불신 분위기를 쇄신한다. 박람회 및 교육, 보도자료, 우수 사례 홍보 등으로 러닝 로열티 제도 확산 캠페인을 벌이고 동반상생 우수사례집 발간과 심포지엄 및 포럼, 윤리교육 등으로 업계의 적극적인 동참을 유도한다.

아울러 프랜차이즈 상생지수를 개발해 가맹본부와 가맹점주 \cdot 협력업체 간의 공정한 평가를 반영하고 적극적으로 활용해 나간다는 방침이다. 이밖에 협회 및 산업에 대한 언론 홍보 강화, 사회공헌 활동 지속 등도 추진된다.

'프랜차이즈서울·부산' 국제박람회 개최

올해 협회 목적사업 중 가장 큰 변화를 겪는 분야는 박람회다. 협회가 지난해까지 41회에 걸쳐 개최해 온 프랜차이즈산업박람회는 올해부터는 코엑스 · 리드엑시비션스코리아와 함께 개최하는 '프랜차이즈서울'로 새롭게 태어난다. 3월 1일부터 3일까지 열리는 제42회 프랜차이즈서울은 규모를 두 배 가까이 늘리고 해외 브랜드 참여를 대폭 강화해아시아를 대표하는 국제 프랜차이즈 박람회로 개최된다. 이어 10월 18일부터 20일까지 '제43회 프랜차이즈서울'이 개최되며 11월 29일에서 12월 1일까지 부산 벡스코에서 '제44회 프랜차이즈부산'이 열린다.

프랜차이즈 산업의 위상을 제고하기 위한 한국프랜차이즈산업의 날 기념식 개최도 추

진된다. 이는 국가 경제를 책임지는 대부분의 타 업종들이 별도의 기념일을 지정하고 행사를 통해 산업인들의 자긍심을 고취하고 있음에도 현재 프랜차이즈 업종에는 유사 사례가 없다는 인식에서다. 기간과 방법, 내용 등에 대한 계획을 수립하여 큰 의미와 성과를 낼 수 있도록 정부 및 업계와의 소통을 이어나갈 예정이다.

이밖에 협회는 업계의 해외 진출을 돕기 위한 교두보를 마련하기 위해 지난해까지 KOTRA가 진행해 온 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자를 함께 진행하는 방안을 추진하는 한편, 특허청 및 한국지식재산보호원과 공동으로 F&B 공동방어상표를 보급함으로써 국내 브랜드를 보호하고 유관 단체들과의 긴밀한 교류도 이어나간다.

◆직접 · 위탁 교육으로 산업 역량 강화 주력

협회는 올해 직접 시행 교육으로 2015년부터 고용노동부·한국산업인력공단으로부터 승인받은 〈국가인적자원개발 컨소시엄〉사업과〈사업주 노동법 교육지원사업〉을, 외부 위탁 교육으로〈FC 슈퍼바이저 전문가 과정〉,〈FC 최고전문가 과정〉,〈법률 심포지엄〉(이상 프랜차이즈산업연구원 주관)을 운영한다.

〈국가인적자원개발 컨소시엄〉사업은 협회와 교육 관련 협약을 체결한 기업의 재직근로자들을 대상으로 전액 무료로 진행되며 올해 총 17개 과정 45회차가 예정되어 있다. 브랜드 사업성 분석, 브랜드 기획, 광고마케팅, 가맹영업, 세무/인사 등 프랜차이즈 전분야를 망라함으로써 실무자들의 역량을 키우고 산업 발전에 이바지한다는 계획이다. 〈사업주 노동법 교육지원사업〉은 고용노동부가 주최 · 주관하는 사업으로, 올해 2월부터 10월까지 가맹본부, 가맹점사업자, 예비창업자 등을 대상으로 진행한다. 교육 내용





은 교육 대상에 따른 맞춤 교육으로 진행되며, 예비창업자 및 가맹점임직원들을 대상으로는 최저임금과 주휴수당의 개념, 근로계약서 작성 실무 등을, 가맹본부 임직원 대상으로는 근로계약 관리, 노무관리, 노무분쟁에 따른 인건비 부담 예방 등을 교육하여 노동법에 대한 산업인들의 인식을 제고한다.

이밖에 슈퍼바이저 실무 능력을 평가하는 〈프랜차이즈 슈퍼바이저 자격인증〉, 외식업 종사 역량을 인증하는 〈외식경영관리사 자격인증〉, 지난해 새롭게 민간자격등록을 마 친 〈프랜차이즈 컨설턴트 자격인증〉 등의 자격인증제를 운영한다.

회원사 지원 및 안정적 성장기반 강화

지난해 김상조 공정거래위원장이 협회 회원사 여부에 따라 모니터링 정도를 달리 할 수도 있다고 언급함에 따라 협회는 올해 협회 회원사임을 대외적으로 알릴 수 있는 협회 인증제를 추진해 나갈 예정이다. 인증 마크를 만들어 무료 배포하고 회원사들이 온 \cdot 오 프라인으로 게시하도록 유도함으로써 회원사들의 소속감을 고취하고 대외적으로 협회 이미지를 제고해 나갈 예정이다.

또한 협회 커뮤니케이션위원회는 홍보 기능이 취약한 중소 회원사를 위해 협회 소식 및 브랜드 홍보 자료를 언론 취재기자에게 전달해 주는 브랜드 모바일 앱을 개발하여 연중 상시 운영하고 있다. 각 본부 홍보 담당자가 관리자에게 보도자료를 보내 주면 관리자 가 앱을 설치한 취재기자들에게 스마트폰 알림으로 신속하게 전송하는 시스템으로 최 소한도의 추가적인 노력으로 언론홍보 부담을 경감시키는 방법이다.

협회 역할을 강화하기 위한 분과위원회 체제는 올해 총 10개 분과위원회로 운영된다. ▲글로벌진출추진위원회(위원장 정현식), ▲박람회위원회(위원장 이원성), ▲회원서비스위원회(위원장 김태환), ▲사회봉사위원회(위원장 김익수), ▲FC시스템개선위원회(위원장 이재한), ▲교육위원회(교육위원회), ▲커뮤니케이션위원회(위원장 추광식), ▲여성위원회(위원장 장순옥), ▲청년강소기업위원회(위원장 최성수)에 ▲구성 예정인상생위원회가 더해질 예정이다. 협회는 지난 1월 전체 위원회 간담회를 개최한 바 있으며 전담 간사 지원과 정기 간담회 등을 통해 소통하고 위원회 활성화를 적극 지원한다. 이밖에 3월중 홈페이지 개편을 통해 모바일 버전을 강화함으로써 협회 홈페이지에 대한 접근성을 크게 높이고, 신입 회원사와의 간담회, 지회 순회방문 격려 등으로 협회 조직의 단합을 도모하는 방안도 추진된다. 【四四

'근로시간 단축' 국회 상임위 통과 사업장 규모별 차등 적용

- 주 68시간에서 주52시간으로 제한
- '공휴일도 유급휴일' 명문화, 음식·숙박업 근로시간 특례업종 제외

WRITE 편집부 · PHOTO 프랜차이즈 월드 DB

19대 국회 때인 지난 2013년 6월부터 국회에서 논의돼 온 근로시간 단축 논의가 5년 만에 마무리됐다. 지난 2월 27일 국회 환경노동위원회(이하 환노위)는 전날부터 새벽까지 이어진 협상 끝에 근로기준법 개정안을 통과시켰다.

이에 따라 앞으로는 토 · 일요일을 포함한 주 7일의 근로시간이 52시간으로 제한된다. 개정 안은 국회 법제사법위원회를 거쳐 본회의를 통과하여 최종적으로 확정되었다.

특히 5인 미만 사업장은 이번 개정안 적용대상에서 제외됨에도 불구하고 근로시간 특례시간 업종에서 외식업과 숙박업, 주점업 등이 제외되면서 최저임금 대폭 인상과 정부 규제로 시름하고 있는 프랜차이즈 업계에는 또 하나의 악재로 작동할 것으로 전망된다.



'근로시간 단축' 근로기준법 개정안 주요 내용

구 분	내 용	규모별	적 용 시 기
근로시간 단축	'주 7일 52시간' 명문화 (휴일 포함 주7일 근로일로정의)	300인 이상 50~299인 5~49인	2018.7.1 2020.1.1 2021.7.1
	특별연장근로 8시간 추가 허용	30인 미만	2021.7.1~ 2022.12.31
휴일근무수당	현행 유지 (연장+휴일 중복 불인정) 휴 일근무수당 - 8시간 이내 통상임금 150% - 8시간 초과 통상임금 200%		
반공서 휴일 규정 민간에 도입 (공휴일 유급휴일 명문화)		300인 이상 30~299인 5~30인	2020.1.1 2021.1.1 2022.1.1
트웨어즈 중 Å	현행 26개에서 5개로 대폭 축소 (음식·숙박업·주점업 제외)	300인 이상	2019.7.1
득데답용 국소	특례업종 축소 존치 업종 연속휴식시간 최소 11시간 보장		2018.9.1

근로시간, 휴일 포함 주 52시간 제한

이번 개정안부터 1주일을 휴일을 포함한 7일이라는 문구가 명문화된다. 기존 고용노동부 행정해석은 근로기준법상 1주일을 5일로 보고 평일의 연장근로와 주말의 휴일근로를 별개로 간주해 주 최대 노동시간을 총 68 시간 (평일 40시간+연장근로 12시간+휴일 16시간)으로 봤다.

하지만 이제 휴일 근무도 연장 근로로 포함되기 때문에 휴일 근무까지 포함해도 총 52시간으로 근로시간이 제한되며 휴일 포함 주 52시간 이상 근무를 시키는 사업장은 위법이다.

다만 환노위는 일부 보완책을 마련해 갑작스러운 충격을 대비하기로 했다. 우선 기업 규모에 따라 적용 시기를 차등화하는 방안이다. 3년 동안 1 년 반 주기로 ▲종업원 300인 이상 사업장은 오는 7월 1일부터 ▲50인 ~299인 사업장은 2020년 1월 1일부터, ▲5인~49인 이상 사업장은 2021 년 7월 1일부터 적용된다.

또한 30인 미만의 소규모 사업장은 유예 기간 종료 시점인 2021년 7월 부터 2022년 12월 31일까지 1년 6개월 동안 주 8시간의 특별연장근로시 간이 한시적으로 허용된다. 부칙으로 한시적 허용기간까지 탄력근로시 간제도의 확대적용을 논의한다는 내용도 담겼다.

휴일근로 수당 현행대로…공휴일 유급휴일 명문화

휴일근로 중복할증이 무산되면서 휴일근로수당은 현행대로 유지된다. 서비스 업종 및 소기업 등 휴일 근로가 불가피한 업종이 많아 수당 부담 이 지나치다는 점을 호소해 온 경영계의 주장이 받아들여졌다. 이에 따라 휴일 근로 수당은 현행대로 8시간 이내의 경우 통상임금의 150%, 8 시간 이상은 200%를 지급해야 한다.

다만 '관공서 공휴일에 관한 규정'이 민간에 전격 도입되면서 공무원에

게만 적용되던 공휴일이 민간 부문에도 유급휴일로 적용된다. 현행 근로 기준법은 유급휴일로 주휴일(일요일)과 노동절만 규정하고 있다. ▲300 인 이상 사업장은 2020년 1월1일부터 ▲30~299인 사업장은 2021년 1월1일부터 조면 도입키로 했다.

음식업 · 숙박업 · 주점업 특례업종 제외 '시름'

이밖에 노사 합의에 따라 법적 연장근로시간 이상으로 일을 할 수 있도록 규정돼 있는 근로시간 특례업종의 업종 수를 현행 26개에서 ▲육상운송업(하위 업종인 노선버스업은 제외) ▲수상운송업 ▲항공운송업 ▲기 타운송서비스업 ▲보건업 등 총 5개로 대폭 축소해 무제한 근로가 가능한 업종을 줄였다.

제외된 21개 업종 중 300인 이상 사업장은 2019년 7월 1일부터 적용된다. 존치된 5개 업종에는 연속휴식시간이 최소 11시간 보장되는 보완책이 개 정안에 포함됐다. 이는 올해 9월 1일부터 시행된다.

특히 제외된 21개 업종에는 음식업, 숙박업, 주점업 등도 포함돼 있어 적지 않은 프랜차이즈 가맹본부들에도 여파가 미칠 것으로 보인다. 기본적으로 상시 근로자 5인 미만 업종이 많은 외식업 프랜차이즈의 경우 이번 개정안이 적용되지는 않지만, 중규모 이상의 점포를 콘셉트로 잡고 있는 브랜드의 가맹점들은 직격탄을 맞을 수밖에 없다는 지적이다.

더욱이 수 많은 업체들이 얽혀 있는 산업 특성을 생각해 볼때 이번 근로 시간 단축이 품목별 원가 상승의 요인이 될 가능성도 적지 않다. 결국 이 는 직원 감축, 서비스 축소 등으로 이어지면서 소비자 후생이 줄어들 것 이라는 불만의 목소리가 나오고 있다. 경영계 역시 관공서 공휴일 규정 의 민간 적용, 특례 업종 축소, 탄력적 근로시간제 개선의 부재 등에 아 쉬움을 표하고 있다. [277]



최저임금 인상으로 인한 위기 극복 가이드

중소가맹본부 및 가맹점사업자 위한 정부지원 알아보기

WRITE **편집부**

최근 프리미엄 독서실이 성장하고 있는 가운데 가맹사업이 아닌 사하지만 프랜차이즈가 아니다. 이 브랜드들의 독서실 사업자는 인테리어나 창업컨설팅 업체로 프리미엄 독서실 지점을 확장하는 가맹사업 계약을 맺지 않았기 때문에 〈가맹사업거래의 공정화에 업체들이 있어 예비창업자들의 주의가 요구된다. 관한 법률〉(이하 가맹사업법) 상의 보호를 받을 수 없다. 프랜차

어썸팩토리, 온더데스크, 스터디엔 등 프리미엄 독서실은 정보공 개서를 등록하지 않아 가맹사업을 영위할 수 없는 업체. 이 3개 독서실 브랜드의 겉모양은 동일 상호를 사용해 프랜차이즈와 유 사하지만 프랜차이즈가 아니다. 이 브랜드들의 독서실 사업자는 가맹사업 계약을 맺지 않았기 때문에 〈가맹사업거래의 공정화에 관한 법률〉(이하 가맹사업법) 상의 보호를 받을 수 없다. 프랜차이즈 사업을 펼치고 있는 업계 1위 토즈스터디센터를 비롯해 작심독서실, 아카데미라운지 등의 독서실 가맹점주들과 대비되는 대목이다.

일자리 안정자금 지원(고용노동부)

일자리 안정자금은 최저임금 인상에 따른 소상공인 . 영세중소기업의 인건비 부담 완화를 위해 정부가 사업주에게 근로자 1인당 월 13만원, 단시 간근로자 등은 근로시간에 비례해 임금 인상분을 지원해 주는 사업이다. 월보수 190만원 미만 근로자를 1개월 이상 고용하고 있는 30인 미만 고용 주는 일자리 안정자금 홈페이지와 지역 내 4대 보험 공단 및 고용노동부, 읍 면 동주민센터 등에서 온 . 오프라인으로 신청할 수 있다.

- 취지: 18년 최저임금 인상에 따른 소상공인(가맹점사업자)과 영세 중소가맹본부의 경영부담을 완화하고, 노동자의 고용불안을 해소하 기 위해 사업체에게 인건비를 지원

- **지원대상**: 근로자 30인 미만 사업장 사업체 / 월평균 보수액 190만 원 미만, 1개월 이상 고용시

- 지원금액: 월 3만~13만원(근로시간별 차등 지급) - 지원 대상 여부 확인 및 신청: http://jobfunds.or.kr/ - 문의: 근로복지공단 1588-0075 / 고용센터 국번 없이 1350

두루누리 사회보험료 지원 확대 (보건복지부, 고용노동부)

두루누리 사업은 소규모 사업장에서 일하는 근로자의 사회보험료(고 용보험, 국민연금) 일부를 국가가 지원하는 사업으로 사회보험 사각 지대 해소를 위해 2012년 7월부터 시행되고 있다.

두루누리 지원을 통해 이전에는 고용보험 피보험자 수 10인 미만 사업장의 월 급여 140만원 미만 근로자의 경우 신규가입자는 보험료의 60%, 기존가입자는 보험료의 40%를 지원받을 수 있었다. 그러나 이제는 지원기준이 10인 미만 사업장의 월 급여 190만원 미만 근로자로 확대되고, 신규가입자의 경우 고용보험 · 국민연금 보험료의 80%를 지원하며, 특히 5인 미만 사업장의 경우 동 보험료의 90%를 지원한다하는 것으로 확대됐다.

- 취지: 10인 미만 소규모 사업장 사업주와 소속 근로자 양측의 사회 보험료(고용보험, 국민연금) 일부를 지원하던 것을 확대 시행함으로써 사회보험 가입 부담을 덜고 사각지대를 해소.
- 내용: 기준보수 월 190만원 미만 / 5인 미만 사업장 신규 가입자 지원 90% (5~10인 미만 80%) ※ 기 가입자 지원 40%
- ※ 근로자가 해당 사업장에 건강보험 직장가입자로 신규가입하여 일 자리 안정자금을 지원받는 경우 건강보험료도 50% 경감(2018년 한시) - 4대 보험 신규 가입시 2년간 세액공제 (10인 미만 고용기업 보험료 부담액의 50%)
- 지원 대상 여부 확인 및 신청: http://insurancesupport.or.kr
- 문의: 근로복지공단 1588-0075 / 국민연금공단 국번 없이 1355

상가 보증금 · 임대료 부담 완화(법무부)

영세 상인을 위해 상가임대료 인상률 상한이 현행 9%에서 5%로 인하된 다. 또 인상 제한 조치를 적용받는 대상도 전체 임차인의 95% 수준으로 늘어난다. 상가임대료 인상률 상한은 2002년 12%로 정해졌다가 2008년 9%로 낮아진 이래 변동이 없었다. 법무부 측은 "물가상승률과 임대차 시장 동향, 전반적인 경기 상황 등을 고려해 현행 9%의 절반 수준인 5% 로 상한을 인하했다"고 말했다.

- 취지: 상가 임차인의 임대료 부담을 낮춰 경영상 애로 해소
- 상가임대차법 시행령 개정으로 보증금 · 임대료 인상률 상한 9%->5% 축소(1,26 시행 예정)
- 환산보증금 기준액을 지역에 따라 50% 인상해 상가임대차법의 보호 범위 확대(전체 임차인의 95%)
- 계약갱신청구권 행사기간 5년에서 10년으로 연장(국회 계류 중)

의제매입세액 공제율 한시적 상향(기획재정부)

자영업자의 다수를 차지하는 영세음식점업자에 대한 면세농산물 의제 매입세액제가 확대된다.

기획재정부에 따르면, 개인음식업자 가운데 연매출 4억원 이하인 자의 면세농산물 등 의제매입세액 공제율을 현행 8/108에서 9/109로 향후 2 년간(2018~2019) 상향조정키로 했다.

- 취지: 농·수·축산물 등의 가격 상승으로 음식점업 등을 운영하는 사업자의 경영난이 가중되고 있어 면세농산물 등에 대한 부가가치세 공 제를 2년간(18~19년) 한시적으로 상향
- 내용: 기존 8/108(7,4%) -> 9/109(8,25%) 상향(개인 음식사업자 중 연매출 4억원 이하 사업자)

카드 수수료 인하 추진 (금융위원회, 2018년 7월 예정)

소액결제가 잦은 소상공인들의 부담 완화를 위해 오는 7월부터 카드수 수료 부과방식이 개선된다. 밴(Van)수수료 부과방식을 기존 정액제에서 정률제로 바꿀 계획이다. 카드수수료는 신용카드사가 가져가는 수수료 와 결제시스템을 관리하는 밴사가 가져가는 수수료로 나뉜다.

밴 수수료는 현재 건당 약 100원이지만 7월부터 결제금액의 약 0.2%로 - 문의·신청: IBK기업은행 고객센터 1566-2566, 1588-2588

바뀐다.

제도 개선으로 혜택을 받는 가맹점은 약 10만개며 가맹점당 평균 0.3% 포인트(연간 270만원)의 카드수수료율 인하 효과가 기대된다.

- 취지: 아르바이트 고용이 많아 최저임금 인상 부담이 크고 소액 결제 가 많은 영세 소매업종의 카드 수수료 부담을 낮추는 방안.
- 내용: 카드사가 내는 밴(VAN) 수수료를 정액제에서 정률제로 전환(결제 1건당 95원 -> 결제금액의 0.2%)하여 카드사의 카드 수수료 인하를 유도.
- **카드 수수료 인하시 연 평균 0.3%p(약 200만~300만원) 절감 예상 ※영세·중소 가맹점 카드 우대수수료율 인하 방안 마련(18년 11월 예 정 19년 1월 시행)

소상공인 전용 신용카드(중소벤처기업부 제안)

소상공인과 영세 자영업자의 카드수수료 부담을 낮추기 위한 '소상공 인 전용 신용카드' 도입이 추진된다. 카드수수료 인하 정책의 연장선으 로 소상공인 전용카드 도입을 추진하고 있다. 소상공인 전용카드는 소 상공인이 카드 거래를 할 경우 수수료를 대폭 낮추고. 줄어든 카드회사 의 이익만큼 공적자금으로 보전하는 방식이다.

- 취지: 카드 수수료 인하 정책의 연장선으로 소상공인이 카드로 거 래할 경우의 수수료를 대폭 낮추는 대신 정부 공적 자금으로 카드사의 손실을 보전.

영세 중소 가맹점 온라인 카드수수료 인하 (더불어민주당 제안)

영세 소상공인들의 온라인 판매에 대해서도 카드수수료를 인하해 주 는 정책이 도입된다. 온라인으로 제품을 판매하는 영세 소상공인들이 0.8%~1.3%의 우대수수료율을 적용받을 수 있도록 하는 것이다.

- 취지: 여신전문금융업법상 영세 중소 가맹점 카드수수료 우대 기준 이 온라인 결제에 적용되지 않아 온라인 업자가 오프라인 업자보다 비 싼 수수료를 부담하고 있는 상황을 개선

소상공인 대출 부담 완화(금융위원회, IBK기업은행)

소상공인의 자금 부담을 덜어주기 위해 2조4천억원 규모의 융자 · 보 증이 시행된다.

정부는 기업은행을 통해 1조원 규모 초저금리 대출 프로그램을 신설했 다. 업력 7년 이내 소상공인과 창업 · 중소기업을 대상으로 최소 1년간 대출 실행 시점의 기준금리로 대출해주고, 1년 후 고용 유지 여부에 따 라 대출금리를 조정하는 프로그램이다. 대출 한도는 소상공인 5천만원. 창업 · 중소기업 2억원이다.

- 취지: 소상공인의 금융 비용 절감을 위한 초저금리 대출 지원 확대 - 내용
- 고용 유지 시 신용등급에 상관없이 낮은 금리(1.95%)를 제공하는 상품 출시(18.2월 초)
- 소상공인 해내리 대출: 기존 소상공인 특별지원 대출에서 금리 최대 1.3%p, 보증료 최대 1%p 추가 인하한 대출 상품. (상시 노동자 10명 미만 소상공인 대상)

2017년 분쟁 조정 3035건 처리, 피해 구제 성과 947억 원 일반불공정거래 및 가맹사업거래 분쟁 각각 78%, 43% 증가

한국공정거래조정원(원장 배진철, 이하 조정원)은 2017년 한 해 조정 신청 3354건을 접수하여 3035건을 처리했다. 조정 성립률은 87%다. 조정이 성립된 1470건의 피해 구제 성과(피해 구제액·절약된 소송 비용)는 약 947억 원이다.



분쟁 조정 접수 · 처리 현황

2017년 한 해 접수 건수는 3354건으로 2016년(2,433건) 대비 38% 증가했고, 처리 건수 역시 3035건으로 전년(2,239건) 대비 36% 증가했다.

분야별 접수 내역을 살펴보면 일반불공정거래 분야가 전년(540건)보다 79% 증가한 964건이 접수되었고, 가맹사업거래 분야가 전년(593건)보다 31% 증가한 779건, 하도급거래 분야가 전년(1143건)보다 24% 증가한 1416건, 약관 133건, 대규모유통업거래 35건, 대리점거래 27건, 분야별 처리 내역은 일반 불공정거래 분야가 전년(482건)보다 78% 증가한 858건을 처리하였고, 가맹사업거래 분야가 전년(523건)보다 43% 증가한 750건, 하도급거래 분야가 전년(1088건)보다 16% 증가한 1267건, 약관 120건, 대규모유통업거래 34건, 대리점거래 6건을 각각 처리했다.

- 2017년 분쟁 조정 접수 · 처리 현황

(단위: 건, %)

7 H	접수 현황			처리 현황		
구 분	2016년	2017년	증가율	2016년	2017년	증가율
합 계	2433	3354	38	2239	3035	36
일반불공정거래	540	964	79	482	858	78
가맹사업거래	593	779	31	523	750	43
하도급거래	1143	1416	24	1088	1267	16
대규모유통업거래	42	35	△17	36	34	△6
약 관	115	133	16	110	120	9
대리점거래	-	27	-	-	6	-

평균 사건 처리 기간은 44일로 전년(35일)보다 늘어났으나 법정 기간인 60일보다 빠른 기간 내에 사건을 처리했다. 또한 1470건의 조정 성립을 통해 전년 대비 4% 증가한 약 947억 원의 피해 구제 성과를 거두었다. 한편 조정원은 분쟁 조정 상담 콜센터(1588-1490) 운영을 통해 전년(1만163건)보다 27% 증가한 1만2943건의 민원 상담을 수행했다.

분야별 사건 처리 내역 및 분쟁 조정 유형

분야별 분쟁 조정 처리 사건은 일반불공정거래 858건, 가맹사업거래 750건, 하도급거래 1267건, 대규모유통업거래 34건, 약관 120건, 대리점거래 6건이다. 일반불공정거래 분야는 총 858건 중 거래상 지위를 남용한 불이익제공행위가 309건(36.0%)으로 가장 많았고, 거래 거절 130건, 사업활동 방해 46건 등의 순이다.

- 일반불공정거래 분야 주요 분쟁 조정 신청 취지 현황

(단위: 건, %)

신청 취지	처리 건수	비중
거래상 지위 남용 불이익제공	309	36
거래거절	130	15.2
사업활동방해	46	5.4

가맹사업거래 분야는 총 750건 중 정보공개서 미제공 행위가 124건(16.5%)으로 가장 많았고, 허위·과장 정보 제공 행위 105건, 부당한 손해 배상 의무 부담 38건, 부당한 계약 해지 33건 등의 순이다.

- 가맹사업거래 분야 주요 분쟁 조정 신청 취지 현황

(단위: 건, %)

신청 취지	처리 건수	비중
정보공개서 미제공행위	124	16.5
허위・과장 정보제공행위	105	14
부당한 손해배상의무 부담	38	5.1
부당한 계약 해지	33	4.4

하도급거래 분야는 총 1267건 중 하도급 대금 미지급 행위가 908건(71.7%)으로 가장 많았고, 부당한 하도급 대금 결정 101건, 부당한 위탁 취소 74건, 하도급 대금 부당 감액 39건 등의 순이다.

- 하도급거래 분야 주요 분쟁 조정 신청 취지 현황

(단위: 건, %)

신청 취지	처리 건수	비중
하도급대금 미지급	908	71.7
부당한 하도급대금 결정	101	8
부당한 위탁취소	74	5.8
하도급대금 부당감액	39	3.1

약관 분야는 총 120건 중 과도한 손해배상액의 예정이 79건(65.8%)으로 가장 많았고, 사업자의 부당한 계약 해제 · 해지권의 제한 13건 등이 있었다. 대규모유통업거래 분야는 매장 설비 비용의 미보상 행위, 판매 촉진 비용 부담 전가 행위 등이 있었다. 2017년부터 업무를 시작한 대리점거래 분야는 거래상 지위를 남용한 불이익 제공 행위가 있었다.

- 2017년 분야별 세부 사건 접수 및 처리 현황

(단위: 건)

			조정 절차 완료			
구분	접수	접수 처리 (C+D)	성 립	불성립	계	조정절차 중지 * (D)
			(A)	(B)	(C=A+B)	. (=/
합 계	3354	3035	1470	227	1697	1338
일반불공정거래	964	858	389	42	431	427
가맹사업거래	779	750	465	60	525	225
하도급거래	1,416	1,267	528	122	650	617
대규모유통업거래	35	34	15	2	17	17
약 관	133	120	71	1	72	48
대리점거래	27	6	2	_	2	4

^{*} 신청취하. 소제기. 각하 등

분쟁 조정 분야 사건접수 및 처리 건수 크게 증가

2017년 분쟁 조정 관련 주요 특징으로는, 일반불공정거래, 가맹사업거래 및 하도급거래 등 조정 원의 주요 분쟁 조정 분야 사건의 접수 및 처리 건수가 크게 증가했다는 점이다.

- 일반불공정거래 분야 주요 분쟁 조정 신청 취지 현황

(단위: 건 %)

78	접수	현황	처리 현황		
구 분	건수	증가율*	건수	증가율*	
일반불공정거래	964	79	858	78	
가맹사업거래	779	31	750	43	
하도급거래	1,416	24	1,267	16	

^{*} 증가율은 전년 대비 증가율

특히, 소상공인 및 영세 사업자가 주로 분쟁 조정을 신청하는 일반불공 정거래 분야 및 가맹사업거래 분야의 사건 접수 건수가 전년 대비 각각 79%(540건→964건), 31%(593건→779건) 증가했는데, 2017년 상반기에 비해 하반기의 분쟁 조정 사건 접수가 크게 증가했다.

이는 새 정부 출범 이후 경제 사회적 약자 보호가 강조되는 분위기 속에서 골목 상권 등 국민 일상 경제 생활에서 발생하는 불공정 거래 행위관련 분쟁을 해결하고자 하는 수요가 증가한 것으로 보인다.

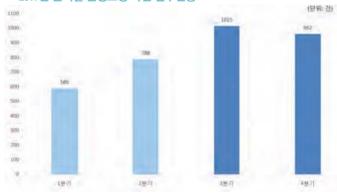
이 밖에도 조정원의 처리 건수 증가와 더불어 조정이 성립된 건수도 큰 폭으로 증가했는데, 2017년 전체 사건 처리 건수는 전년 대비 36%(2239 건→3035건) 증가한 반면, 조정이 성립된 사건 수는 전년 대비 61%(914 건→1470건)나 증가했다. 이는 조정원이 직원 대상 교육 및 분쟁 조정 관련 세미나 개최 등을 통해 내부 조정 역량을 강화한 점과 아울러 최근 공정거래 질서에 대한 사회적 인식이 제고됨에 따라 피신청인 사업자들이 적극적으로 조정에 참여하는 점에 기인한 것으로 보인다.

또한 성립 사건 수가 크게 증가하였음에도 조정 성립을 통한 피해 구제 성과는 약 947억 원으로 전년(913억 원) 대비 4% 소폭 증가했는데, 이는 주로 소액 사건들이 많이 접수 · 처리되었음에 기인한다. 평균 사건 처리 기간은 44일로 전년(35일)보다 늘어났는데, 분쟁조정 사건 접수 · 처리 건수 증가와 더불어 분쟁 조정 절차의 내실화에 따른 것으로 보인다.

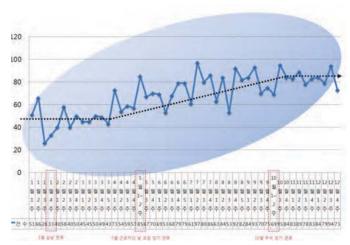
한편, 가맹사업거래 분야의 분쟁 조정 신청 취지를 살펴보면 정보공개서 미제공 행위가 전년 대비 14%(109건→124건) 증가했으며 허위·과장 정보 제공 행위 역시 전년 대비 28%(82건→105건) 증가했다. 이는 가맹희망자가 가맹본부와 가맹계약을 체결하는 단계에서 가맹본부로 부터 제대로 된 정보를 제공받지 못해 분쟁이 발생하는 경우가 빈번하다는 것을 의미한다. 따라서 가맹희망자는 가맹 계약 체결 전 가맹본부로부터 정보공개서를 제공받아 이를 꼼꼼히 검토한 후 신중하게 가맹계약을 체결한다면 추후 분쟁 발생을 줄일 수 있다.

또한, 하도급거래 분야의 분쟁 조정 신청 취지를 살펴보면 하도급대금 미지급 행위가 전체 하도급거래 분쟁의 대부분(72%)을 차지하고 있어 하도급 대금 지급 관련 분쟁이 수급 사업자들의 가장 큰 애로사항으로 파악되었다. 특히 원사업자와 분쟁이 발생했을 때 계약서 등 계약 사실을 증명할 자료가 부족할 경우 수급 사업자가 피해를 구제받기 곤란할수 있으므로 수급 사업자는 하도급 계약 체결 시 반드시 서면 계약서를 작성해야 하며, 원사업자와 분쟁이 발생하였을 경우 조정원에 분쟁 조정을 신청하면 무료로 신속하게 도움을 받을 수 있다.

- 2017년 분기별 분쟁조정 사건 접수현황



- 2017년 주단위 분쟁조정 사건 접수 현황



프랜차이즈 외식업체 사용 식재료 제조업체 점검

73곳 점검 결과 11곳 영업정지 등 행정 조치



– 위반 업체 사진







- 1 무표시 오리 포장육 및 해당 원료를 사용한 훈제오리 제품 압류
- 2 유통기한 경과 원료를 사용하여 제조한 소스류 제품 압류 조치
- 3 유통기한 경과 원료를 사용하여 제조한 소스류 제품 압류 조치

식품의약품안전처(처장 류영진)는 최근 프랜차이즈 외식업체에 식재료를 납품하는 제조·가공업체 73곳을 점검한 결과. 11곳을 적발하고 행정조치 하였다고 밝혔다.

이번 점검은 최근 외식 문화가 확산되면서 우리 국민이 많이 이용하는 외식업체에 대한 식품안전 관리를 강화하기 위해 프랜차이즈 업체에서 사용하는 식재료 제조업체를 대상으로 실시하였다.

주요 위반 내용은 ▲자가품질검사 미실시(3곳) ▲품목제조 보고 위반(2곳) ▲무표시 축산물 제조•판매•사용 위반(3곳) ▲영업자 준수사항 위반(2곳) ▲유통기한 경과 제품 사용(1곳)이다.

충북 음성군 소재 OO업체는 유통기한, 도축장명 등이 전혀 표시되지 않은 포장육(오리)을 사용하여 '훈제오리'(햄류) 제품을 제조하다 적발되었다(무표시 오리 포장육 7,680kg, 무표시 포장육을 사용한 훈제오리 제품 334kg 압류).

또한 추적조사를 통해 무표시 포장육(오리)을 제조한 식육포장처리업체 1곳과 식육판매업체 1곳도 함께 적발하였다.

경기도 성남시 소재 OO업체는 '제육볶음밥용소스'와 '밀면육수베이스' 제품(소스류)을 제조하면서 유통기한이 경과한(최소 11일~최대 138일) 원료인 청양고춧가루와 닭뼈추출물을 사용하다 적발되었다. 유통기한 경과 원료를 사용한 밀면육수베이스 1,030kg, 제육볶음밥용소스 375kg 압류).

식약처는 앞으로도 생활환경 및 식습관 변화에 따라 국민들이 많이 소비하는 식품에 대한 사전 안 전관리를 강화하여 안전한 식품이 공급·유통 될 수 있도록 노력할 것이라고 밝혔다.

아울러 국민들이 식품 관련 불법 행위를 목격하거나 불량식품으로 의심되는 제품은 불량식품 신고 전화 1399 또는 민원상담 전화 110으로 신고하여 줄 것을 당부하였다.

- 위반 업체 현황

연 번	업종	업체명	소재지	위반내용
1	식품제조 가공업	㈜에프비신영 제2공장	경기 성남시 중원구 갈마치로	유통기한 경과 제품 사용 식품 제조
2	식품제조 가공업	주식회사 천명푸드	경기 화성시 장안면 수정로	품목제조 미보고
3	축산물 가공업	㈜유라에프에스	충북 음성군 대소면 대동로	무표시 축산물 사용 및 보관 /유통기한 경과 축산물 폐기용 미표시
4	축산물 가공업	주식회사 푸드스토리	경기 광주시 초월읍 산수로	원료수불부 미작성 /자가품질검사 미실시
5	축산물 가공업	립엔푸드	충북 진천군 덕산면 가신길	자가품질검사 미실시
6	축산물 가공업	㈜한산에프앤지	충북 음성군 맹동면 맹동산단로	자가품질검사 미실시
7	축산물 가공업	조은식품(주	충북 청주시 서원구 죽암도원로	자가품질검사 미실시
8	축산물 가공업	㈜더쉐프	경기 남양주시 오남읍 양지로	종업원 위생교육 미실시
9	축산물 가공업	㈜근영푸드	경기 부천시 오정구 고리울로	품목제조 미보고
10	식육포장 처리업	다미축산	충북 진천군 덕산면 가신길	무표시 축산물(포장육) 제조
11	축산물 판매업	다모아영농조합법인	충북 진천군 덕산면 가신길	무표시 축산물(포장육) 판매

중소·벤처·스타트업 아이디어

무임승차행위 철퇴

부정경쟁방지법 조사 · 시정권고 권한부여 후

첫사례

앞으로 중소, 벤처, 스타트업 등 사회적 약자의 아이디어를 침해하는 부정경쟁행위(상품형태 및 영업 외관 모방)에 대해 제품 생산 및 판매중지를 포함한 시정권고 등 강력한 조치가 시행된다. 특허청(청장 성윤모)은 아이디어 무임승차 행위를 차단하기 위해 이같은 내용을 담은 부정경쟁방지법을 개정해 시행(17.7)에 들어갔고, 부정경쟁행위 중 '상품형태 모방행위'에 대한 첫 사례조사(17.9~11)에 착수해 조사한 결과를 발표했다.



특허청은 ㈜이그니스가 먼저 개발한 상품을 모방해 제작. 판매한 ㈜엄마사랑에게 해당상품의 생산 · 판매를 중지할 것을 시정권고 조치했다. 또한 해당상품을 매입해 판매한 홈플러스에게 판매 중지를 시정 권고했다. 이그니스는 16년 9월 '랩노쉬'라는 식사 대용식 상품을 판매했다. 엄마사랑은 17년 8월부터 이그니스의 상품형태를 모방한 '식사에 반하다'라는 제품을 생산 판매했다.

특허청은 이같은 행위가 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률*(부정경쟁방지법)에서 정한 상 품형태를 모방한 부정경쟁행위에 해당한다고 판단하고 조치를 내렸다.

법 개정 후 처음으로 상품형태를 모방해 판매한 기업과, 이를 매입해 판매한 대형마트에 생산 및 판매중지를 권고했고, 시정권고일로부터 30일 이내의 시정기한이 지난 후에도 이행하지 않으면 경찰 · 검찰 등 수사기관에 고발조치한다.

특허청은 앞으로도 상품형태 모방행위 등에 대한 단속조사도 강화해 나가기로 했다. 상품형태 모 방행위로 인한 스타트업, 중소기업 등의 피해를 예방하기 위해 조사 전담 인력도 확충할 계획이다. 이를 전담할 인력 3명을 충원(18.3)하고, 형태모방 신고건수 및 업계현황을 고려해 추가증원도 추진 할 계획이다.

또한 상품형태 모방행위가 많은 식품 · 의류 등 특정산업 분야에 대한 기획 및 직권조사도 추진하고, 상품형태 모방행위 신고센터(18.1)도 본격 운영해 부정경쟁행위로 피해를 입은 기업을 구제할 예정 이다

김대만 특허청 차장은 "상품형태 모방행위는 비용과 노력 없이 선행개발자의 시장 선점으로 인한 이익을 훼손하고 선행개발자의 이익에 무임승차하는 부정당한 행위"라며 "정부는 앞으로도 강력한 의지를 가지고 지속적으로 단속을 강화해 나갈 계획"이라고 밝혔다.

또한 "이번 시정권고가 식품업계의 미투(Me-Too) 상품 등 시장에 만연해 있는 상품형태 모방행위가 줄어드는 계기가 될 것으로 기대한다"며 "상품형태 모방행위뿐만 아니라 영업외관 모방, 아이디어 탈취 등 다양한 형태의 부정경쟁행위에 대한 정부의 확고한 근절의지"라고 강조했다.

지재권 분쟁 공동대응 우수전략 발표회 개최

구상권 청구 사례 및 공동 지재권 분쟁현안 해결 위한 우수전략 소개

특허청이 한국지식재산보호원과 함께 이러한 지원 성과와 우수사례를 공유하기 위해 JW 메리어트 호텔에서 지재권분쟁 공동대응 우수전략 발표회를 개최했다. 이번 발표회에서는 완제품사의 분쟁 문제로 납품사들에 발생한 구상권 청구를 슬기롭게 해결한 사례, 높은 라이선스료를 요구하는 권리 자를 상대로 요율감소를 이끌어 내기 위한 대응 등 공동 지재권 분쟁현안을 효과적으로 해결하기 위한 우수전략을 소개했다.





국내 요식업 프랜차이즈 업체 J사는 한류열풍에 힘입어 중국에 진출하였으나, 이미 상표가 무단선점 당했다는 사실을 알게 되었다. 이에 J사는 K씨가 악의적인 상표브로커라는 것을 효과적으로 주장하기 위해 동일한 피해를 입은 기업들과 공동대응 협의체를 구성하였고, 협의체는 공통피해증거, 공동탄원서 등을 제출하여 악의성을 입증하는데 성공하여 4개 상표에 대해 무효선고를 받아냈다.

의료기기 제조 및 판매 업체인 H사는 높은 기술력을 바탕으로 중국진출을 이루었으나, 위조 상품 발생이 상품가치 하락 및 판매이익 감소로 이어져 어려움을 겪었다. 이에 동일 위험에 노출된 동종업체와 협의체를 구성하여 중국 공안 현지 행정단속 및 온라인 단속을 수행함으로써 업체 이익감소를 최소화하고 피해보상을 위한 발판을 마련하였다.

이들은 모두 특허청(청장 성윤모)이 2014년부터 실시하고 있는 '지재권분쟁 공동대응 지원사업'을 통해 분쟁을 해결한 사례이다.

사업에 참여했던 기업관계자는 "기업들이 모여 협의체를 구성함으로써 개별적 대응에 비해 비용을 절감하고, 피해기업 간 단체행동 등을 통해 피해입증이 용이하였다."고 말하며 공동대응의 중요성을 강조하였다. [[[12]]]

다양한 맛에 끌린다 '맥주도 와인처럼~' 수제맥주시장 0.5% 불과… 폭풍성장 꿈꾼다

WRITE 노승욱 특임기자

다양한 맥주맛을 찾는 소비자가 많아지면서 수제맥주 시장이 활기를 띠고 있다. 정부의 잇따른 규제 완화에 생산 시설과 유통 채널이 갈수록 확장되며 시장이 급성장하는 분위기다. 수제 맥주 전문 프랜차이즈도 인기를 끌며 유망 창업 아이템으로 각광받는다. 수제맥주 시장 현황과 전망, 프랜차이즈별 포지셔닝 전략을 짚어봤다.







규제 완화 · 유통 채널 확대…급성장하는 수제맥주

국내 수제맥주 시장 역사는 2000년대 초반으로 거슬러 올라간다. 2002년 월드컵을 개최하면서 외국인들이 마실 만한 맥주가 없다고 생각한 정부 는 수제맥주 시장을 키우기 위해 영업장에서 직접 맥주를 만들어 팔 수 있 는 '브루펍(Brewpub)' 허가를 내줬다. 브루펍은 한때 150여개까지 늘었다. 그러나 브루펍은 매장 내에서만 양조와 판매가 가능할 뿐, 일반 맥주 공 장처럼 외부 유통은 허락되지 않았다. '규모의 경제'를 달성할 수 없게 된 브루펍들은 결국 하나둘 문을 닫았고 2014년에는 45개만이 살아남았다. 꺼져가던 수제맥주 시장의 불씨를 되살린 건 2014년 주세법 개정이다. 업 계의 숙원 과제였던 외부 유통 허용은 물론, 중소 브루어리 설립 기준 완 화, 세율 인하 등 관련 규제 빗장이 크게 풀렸다. 수제맥주를 맛보기 위해 브루펍이 몰려 있는 이태원에 가야 하는 번거로움이 사라진 것이다. 올 4월부터는 슈퍼마켓이나 편의점에서도 수제맥주 판매가 가능해진다. 주 류 유통도 현재는 종합주류도매업자만 할 수 있지만 올 8월부터는 특정 주류도매업자도 가능해질 예정이다. 이처럼 유통 채널과 경로가 확대되 면 소비자 접점이 크게 넓어져 수제맥주 시장이 더욱 급팽창할 전망이다. 물론 시장 규모로 보면 여전히 갈 길이 멀다. 업계에 따르면 국내 수제맥 주 시장 규모는 200억원 안팎, 약 4조원에 달하는 일반 맥주 시장의 0.5% 에 불과하다. 소주(약 2조원), 와인(약 5000억원) 시장과 비교해도 한참 부 족하다. 업계에서 아직도 수제맥주 시장을 '극초창기'로 보고 성장 가능성 을 높이 평가하는 배경이다. 수제맥주 열풍의 진원지인 미국은 전체 맥 주 시장에서 수제맥주의 비중이 20%에 달한다. 이를 감안하면 국내 수제 맥주 시장이 10년 안에 100배 성장할 것이란 전망도 나온다. 정효성 브롱 스 공동대표는 "2014년 3월 1호점을 오픈할 때는 이태원과 강남 지역 외 에는 수제맥주에 대해 아는 이가 거의 없었다. 2016년 들어 서서히 붐이 일기 시작했지만 아직도 서울이나 지방 거점 도시 외에는 매장도 몇 없 고 소비자들도 잘 모른다. 사업 초기에는 광주나 전주에서 서울까지 올라와 마시는 맥주 애호가도 있었다. 그만큼 성장 가능성이 크다는 얘기"라고 말했다.

상황이 이렇자 대기업과 프랜차이즈도 잇따라 수제맥주 시장에 뛰어들고 있다. 2014년 8월 롯데주류의 '클라우드 비어스테이션'을 필두로 신세계백 화점(데블스도어), SPC(그릭슈바인), 진주햄(수제맥주 브루어리 카브루인수) 등이 대표적이다. 이들이 수제맥주의 '대동맥'이라면 '모세혈관' 역할을 하는 건 프랜차이즈다. 15~30평 규모의 주점 형태로 골목상권에서 소비자 접점을 형성하며 수제맥주 맛을 전하고 있다. 업계에 따르면 수제맥주 가맹점은 지난해에만 100여개가 생겨났고, 올해는 그 이상 늘어날 전망이다. 수제맥주를 생산하는 양조장도 불과 2년 만에 50여개에서 80여개로 크게 늘었다. 이는 최근 주류 시장이 침체된 가운데 거둔 성과여서 더욱 괄목할 만하다. 통계청에 따르면 지난해 1월부터 11월까지 음식점 및 주점업 생산은 전년 동기 대비 3.1% 감소했다. 2000년 관련 통계가집계되기 시작한 이후 가장 큰 감소 폭이었다. 소비자들이 과거보다 술은 덜 마셔도 수제맥주는 더 마신다고 볼 수 있는 대목이다.

수제맥주 으뜸과 버금 생활맥주 vs 브롱스

수제맥주 프랜차이즈의 선봉장은 생활맥주와 브롱스다. 2018년 2월 현재 각각 130개, 60개 이상 가맹점을 거느리고 있다. 이어 크래프트한스, 바오밥, 할리비어가 가맹점 20~40여개를 운영하며 뒤를 좇고 있다. 임상진 생활맥주 대표는 "영업팀도 없고 창업설명회도 안 했는데 지난해 한 해동안에만 62개 가맹점이 문을 열었다. 요즘도 가맹점 개설 문의가 매일 4~5건씩들어온다. 적극적으로 가맹점 모집에 나섰다면 지금쯤 300개도 넘었을 것"이라며 "지속적이고 안정적인 성장을 위해 점주들과 상생에 신경쓰며 신중하게 가맹점을 늘리려 한다"고 말했다.

돈이 되는 건 '투자형 점주'들이 먼저 아는 법, 프랜차이즈 다점포 점주들 나 인지도가 높아지며 요즘은 대학가나 주택가에도 진출, 요즘은 고객층 의 동향을 봐도 맥주 시장 흐름이 기존 생맥주 중심의 스몰비어에서 수 이 20~60대에 이를 만큼 다양해졌다는 설명이다. 임상진 대표는 "생활맥 제맥주로 넘어가고 있음이 뚜렷이 확인된다. 스몰비어의 대표주자인 '봉 구비어'는 다점포 점주가 복수로 운영하는 가맹점수가 2015년 82개였다. 2016년에는 83개로 1개 늘어나는 데 그쳤고 2017년에는 아예 자료 공개를 거부했다. 스몰비어 열풍이 지나가고 주점 업황도 안 좋으니 기존 점주들 이 '점포 정리'에 나섰음을 시사한다.

반면 수제맥주 프랜차이즈는 가맹점을 여럿 운영하는 다점포 점주가 오 대량 생산을 통한 박리다매 전략을 취하는 브롱스는 때문에 수제맥주를 히려 늘고 있다. 생활맥주는 다점포 점주 7명이 각 2개씩 총 14개의 가맹 점을 운영하고 있고. 일부는 조만간 3호점도 출점할 계획이다. 브롱스는 다점포 점주가 1명이지만 충성도가 상당하다. 서울 강북에서 이디야를 6 개까지 출점했던 이 점주는 최근 이디야를 2개로 줄이는 대신 브롱스를 4 개나 열었다. 지난해 상반기까지 2개를 해보고 장사가 잘 되니 하반기에 2개를 더 늘렸다. 황복동 브롱스 공동대표는 "가맹점 60여개 중 절반 이상 인 38개가 지난해 문을 열었다. 이들이 투자자금을 회수하는 시기가 되면 다점포 출점이 더욱 늘어날 것이다. 지금도 추가 출점을 문의해오는 점주 가 5명 이상 있다"고 전했다.

수제맥주 프랜차이즈 시장의 선두주자인 생활맥주와 브롱스는 서로 다 른 전략으로 차별화를 꾀하고 있다. 일단 가격대부터 다르다. 생활맥주 가 한 잔당(500ml 기준) 6000~7000원이라면 브롱스는 4000~5000원대로 보 다 저렴하다. 생활맥주가 프리미엄 이미지로 '수제맥주계의 스타벅스'에 가깝다면, 브롱스는 가성비와 박리다매를 앞세운 '수제맥주계의 이디야' 를 표방한다. 대신 매장 크기는 생활맥주(보통 15~20평)보다 브롱스(보통 25~30평)가 더 크다. 단, 두 브랜드 모두 테이블 단가는 3만5000원 안팎으 로 비슷한 편이다. 직영점이나 주요 오피스 상권은 테이블 단가가 4만~5 만원까지도 올라간다고.

임상진 대표는 "맛과 품질을 고려하면 잔당 6000~7000원은 점주와 고객. 양조장 모두가 만족할 수 있는 최적의 가격이다. 우리와 비슷한 수준의 수제맥주를 이태워 경리단길에선 8000~9000원에 판다 가격 경쟁에 너 무 치우치면 맥주맛이 떨어질 수 있어 적정 가격을 지키려 한다"고 말했 다. 정현성 브롱스 공동대표는 "마진을 최소화하는 대신 박리다매를 해 서 수제맥주를 합리적 가격으로 제공하는 게 목적이다. 사업 초기에는 맥주에서 마진이 거의 남지 않을 정도였다. 그래도 대학생들에겐 비싸 게 느껴질 테니 매일 오후 5~7시에는 수제맥주 1잔에 2500원에 파는 '해 피 아워(happy hour)'를 운영한다. 이디야가 저렴한 가격으로 커피 대중 화에 앞장선 것처럼 브롱스도 수제맥주 시장에서 그런 역할을 하고 싶 다"고 전했다

맥주가 저렴한 덕분일까. 브롱스는 25~35세 젊은 직장인들이 즐겨 찾는 다. 황복동 공동대표는 "브롱스 매출에서 수제맥주와 안주가 차지하는 비중은 7:3 정도다. 18인치 큰 피자를 조각 단위로 4000원에 파는데 반응 이 좋다. 초기에는 혼자 와서 피자 1~2조각 시켜서 맥주 4~5잔씩 마시고 가는 1인 고객이 많았다. 요즘은 단체 고객들로 북적이니까 1인 고객은 전보다 줄었다. 늘 혼자 오던 고객이 '나만의 아지트를 잃었다'며 섭섭해 하기도 했다"고 귀띔했다.

생활맥주도 30대 직장인 남성을 타겟으로 여의도에 1호점을 냈다. 그러

주 만큼 고객층이 넓은 브랜드는 없을 것이다. 심지어 논밭이 옆에 보이 는 지방 상권에 출점한 매장도 잘 된다. 특히 메인 안주인 치킨은 웬만한 치킨집보다 맛있다고 소문이 자자하다. 배달앱에 치킨 카테고리에도 입 점해 가맹점당 일평균 10건 정도 치킨 배달을 한다. 이 때문에 생활맥주 가 치킨 프랜차이즈인 줄 아는 이들도 있다"고 말했다.

공급받는 양조장이 4개 뿐이다. 반면 생활맥주는 무려 22개에 달할 만큼 공급망이 넓다. 취급하는 수제맥주는 총 23종, 이 중 점주들이 매장 상황 에 따라 7~10가지를 골라 판매한다. 가령 주택가는 대중적인 취향의 '강남 페일에일'을, 수제맥주 소비 수준이 높은 서래마을, 상수동, 여의도 등 번 화가는 톡 쏘는 맛의 '사워 에일'이나 '레드 IPA', '하와이안 골든에일' 등을 파는 식이다. 한 달에 한 번씩 메뉴를 바꾸는 점주도 있다.

임상진 대표는 "지난해 양조장을 인수해 직접 생산 방식을 고려한 적도 있



다. 맥주의 품질과 생산량 관리의 편의성 측면에선 직접 생산 방식이 더 낫다. 그러나 개성있는 양조장들이 계속 생겨나고 있고 이들의 판로 개척에도 도움이 될 수 있다는 생각에 여러 양조장들과 협업하는 방식을 선택했다. 양조장과 함께 메뉴 개발 실험을 꾸준히 하고 있다. 현재 개발에 성공한 단독 메뉴도 11개나 된다. 이건 생활맥주에서만 맛볼 수 있어 고객들의 충성도가 매우 높은 편이다"라고 자랑했다.

영세 양조장 키우고 종량세 개정해야

수제맥주 시장은 앞으로도 계속 순항할 수 있을까. 전문가들의 대답은 '그렇다'다. 소비자 취향 다변화에 따라 당분간 성장이 계속될 것이란 전 망이다. 노태정 앙스모멍 총괄 소믈리에는 "수제맥주는 최근 주류업계에서 굉장히 대세다. 이런 흐름은 향후 최소 3~5년 이상 지속될 것이다"라고 내다봤다.

단, 미국처럼 수제맥주 시장 점유율이 20%에 달하려면 몇 가지 풀어야할 과제가 있다.





우선 현재 대부분 영세한 규모의 양조장들이 대형화돼야 한다. 업계에 따르면 국내 양조장은 약 80여개에 달하지만 전국적인 유통망을 가진 곳은 거의 없는 형편이다. 생산량도 적어 전국에서 쏟아지는 주문량을 맞추려면 맥주 성수기인 여름은 물론, 비수기인 겨울에도 하루 12시간 넘게 기계를 돌려야 한다. 또 이 중 대부분은 수제맥주 생산 단계에서 효모 필터링을 하지 않는 것으로 알려진다. 필터링을 하면 양이 줄고 관련 설비 구축 비용도 부담스럽기 때문이다. 업계 관계자는 "필터링을 하지 않으면 맥주병 안에서 발효가 계속 진행된다. 그럼 같은 맥주라도 개봉 시기에 따라 맛이 달라질 수 있다. 물론 지금은 수제맥주 생산량 대비 수요가 많고회전율이 높아 맛이 변하는 경우는 거의 없다. 그러나 향후 시장이 커지고 대량 유통을 하게 되면 엄격한 품질 관리를 위해 필터링이 필요한 시점이 올 것"이라고 말했다.

수제맥주 과세 기준을 현행 생산원가에서 생산량으로 바꿔야 한다는 목소리도 높다. 이인호 파이루스 대표는 "과세표준에 재료비, 설비비, 감가상각비 등 직접원가는 물론 인건비, 임대료 등 간접원가까지 포함된다. 생산량(종량세)이 아닌, 생산원가(종가세)에 세금을 매기다 보니 생산량이 적은 중소업체가 대기업보다 더 세금을 많이 내는 기형적인 구조"라며 "때문에 땅값이 비싼 서울에 브루어리를 들여놓는 건 자살행위나 마찬가지"라고 토로했다. 차보윤 마이크로브루어리협회장(장앤크래프트맥주공장장)도 "중소 수제맥주 업체들이 병입 판매를 하지 않는 이유는 세금때문이다. OB나 하이트는 대량생산을 통해 병입 원가를 낮출 수 있지만중소업체는 그렇지 못하다"며 주세법 개정을 촉구했다. [1727]

다양한 맥주맛 선호에 수입맥주 시장 확대 (자료:공정거래위원회)

가정용 소비 맥주 중 수입맥주 비중

이마트 53.2%, 롯데마트 51.1% (2017년 기준)

수입주류 중 맥주 비중

70% 이상 (2017년 물량 기준)

올해 완화되는 수제맥주 규제 (자료:공정거래위원회)

* 제조시설 기준 완화

900kl → 1440kl

- 소규모 맥주사업자 제조시설(담금 및 저장조) 연간 생산량 상한 (2월 주세법 시행령 개정)

* 소매점 유통 허용

제조 \cdot 영업장에서만 판매 가능 \rightarrow 타 영업장 유통 \cdot 판매 가능 대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등 소매점 판매 가능 (2월 주세법 시행령 개정)

* 유통 경로 다양화

종합주류도매상만 이용 가능 \rightarrow 특정주류도매상도 이용 가능 (8월 주세법 시행령 개정)

프랜차이즈 사업에서 얻은 큰 교훈 3가지 업계 채팅 마스터 3명에게 묻다

Image credit: juststock | Getty Images 출처: Entrepreneur

프랜차이즈에 대한 조언을 원하는가? 프랜차이즈 사업을 하는 누군가와 대화하라. 프랜차 이즈 팟캐스터들은 특히 귀중한 통찰력을 가지고 있다. 그들은 자신의 경험을 팟캐스트 방 송에 가져오고, 프랜차이즈 사업에서 최고의 생각들로 정기적인 대화를 통해 교훈을 얻는다. 그래서 우리는 업계의 채팅 마스터 중 3명에게 지난 몇 년간 배운 가장 귀중한 교훈에 대해 서 질문을 했다.



COMPILE 유상목

現 FranOn Corporation 대표 現 가천대 경영대학원 글로벌 프랜차이즈 교수 現 프랜차이즈산업연구원 전문위원

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





Tom Scarda



╨운

콘셉트만이 아니라 **시장을 고려**하라

Franchise Academy 쇼호스트인 Tom Scarda는 초창기부터 사업운이 좋았다.

그는 2000년 뉴욕시에서 Maui Wowi 프랜차이즈 사업을 시작했으며, 5년 후 그는 41세의 나이에 은퇴할 만큼 돈을 받고 Maui Wowi를 팔았다.

"하지만 나는 거기에서 배운 것이 아무것도 없었다"라고 그는 말했다. 그런 다음 2006년에 Super Suppers 프랜차이즈를 샀다. 이 회사는 기본 콘셉트가 a food-prep area(사전에 음식을 준비하는 사업)이었다. 즉 사람들이 직접 음식을 대량으로 만들어서 냉동시키고 집으로 가져가서 며칠 동안 가족들이 먹을 수 있도록 장만하는 사업이었다.

나중에 Scarda는 프랜차이즈 사업에 대한 진정한 교훈을 얻었다.

"우리에게는 어린 아이들이 있었고, 제 아내는 일을 하고 있었다. 우리는 이 사업이 엄마들에게 가장 좋은 사업일 것이라고 생각했다. 그러나 19개월 만에 우리는 사업을 접었다."

그 가맹본부는 2011년에 사업을 중단했다. 문제가 무엇일까? Super Suppers는 대부분의 부모에게 너무 생소한 서비스를 제공하고 있었다.

"우리는 사람들의 습관을 바꾸려면 많은 시간과 돈, 마케팅이 필요하다는 교훈을 얻게 되었다." 이제 Scarda는 예비가맹점 희망자에게 너무 빨리 사업에 뛰어 들지 말도록 종종 주의를 준다. "많은 사람들이 잘못된 이유로 프랜차이즈 사업을 시작한다. 그들은 음식을 좋아하거나 프랜차이즈에 너무 관심이 많다"고 그는 말한다.

"사람들은 그들이 사는 곳에서 경쟁이 많지 않다고 생각하기 때문에 그 사업을 한다. 즉 '마을에 X, Y, Z 프랜차이즈가 없기 때문이다.' 그래서 그 마을에 가장 적합할 수가 있지만 마을 사람들에게는 그렇지 않을 수도 있다. 사람들은 저에게 '저곳에서 가장 멋진 프랜차이즈가 뭐죠?'라고 묻는다. 당신은 보통 유행하기 때문에 그 곳에서 사업을 하고 싶어한다. 또는 사람들은 유명한 브랜드를 가지는 것이 중요하다고 생각한다. 그러나 그 브랜드를 이미 알고 있다면 좋은 위치는 모두 사라지고 없을 것이다. 어떤 점에서 그것은 당신의 라이프스타일에 맞는 좋은 주식을 고르는 것과 같다."

핵심 교훈 한 프랜차이즈 그 자체뿐만 아니라 그 프랜차이즈 주변의 모든 것을 고려하세요. 아무도 제2의 Super Supper가 되기를 원하지 않습니다.

John P. Hayes

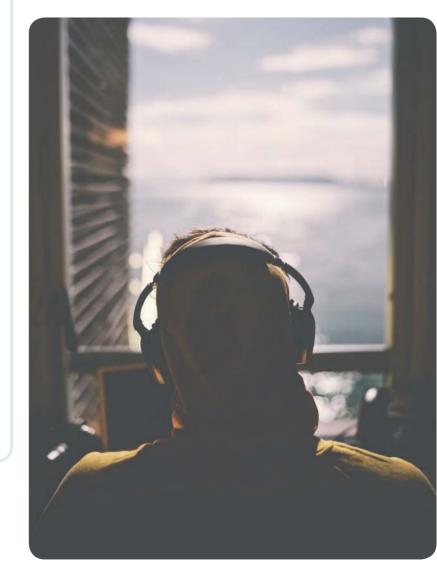
교후 너 **자신**을 **극복**하라



존 P. 헤이즈(John P. Hayes)는 같은 말을 반복해서 듣는다. 즉 사람들은 직장을 그만두고 그의 사장을 피하고 싶어하는데, 가맹사업을 하면 가맹본부에 협조를 해야 하기 때문에 프랜차이즈 사업하기를 원하지 않는다고 말한다. "ABC 프랜차이즈를 사면 ABC 방식으로 해야하고, 그래서 그렇게 하고 싶지 않습니다"라고 그들은 말할 것이다. 그리고 그는 대답한다. "그게 문제야."

Hayes는 프랜차이즈 코치이자 저자이자 Home Vestors의 전 최고 경영자다. 알려진 바와 같이 그는 "WEWEB Ugly Houses", "How to Buy a Franchise" 쇼를 진행한다(당신은 이것이 무엇을 의미하는 것인지 짐작할 수 있는가?). 그는 또한 27년 동안 미국프랜차이즈 협회(International Franchise Association) 전시회에서 프랜차이즈 사업계약을 하는 기본에 관한 과목을 가르쳤다. 그리고 그 시간에 그는 ABC 프랜차이즈 방식으로 일을 하고 싶지 않은 사람들에게 일관된 메시지를 전했다.

"나는 사람들에게 왜 사업을 접는지를 알려주는 데 많은 시간을 투자했다. 그들은 시스템이 없기 때문에 성공적인 비즈니스를 하기 위해 무엇을 해야 할지 모른다. 그러나 성공적인 프랜차이즈 브랜드는 훌륭한 시스템을 갖추고 있으며, 가맹점사업자들은 가맹본부가 요구하는 모든 것을 잘 따르는 것이 좋다. 그래서 무릎을 꿇고 이익과 성공으로이끄는 시스템을 제공하는 가맹본부에 대해서 기도하는 것이 좋다." 결론적으로 헤이즈는 "당신이 다른 사람의 방식을 따라 하고 싶지 않다면, 계속 당신의 방식대로 하라. 가맹본부들은 당신을 위해 그들의 방식을 바꾸지 않을 것이다. 당신이 해야 할 첫 번째 도전은 당신이 통제라고 생각하는 생각을 포기하는 것이다."





Paul Segreto

교우 손을 더럽힐 까봐 두려워하지 마라



팟캐스트 Franchise Today를 위해서 Paul Segreto는 지난 8년간 프랜차이즈를 성공적으로 운영한 사람들과 이야기를 나누었다. 그러나 요즘 그의 마음속에 자리 잡고 있는 대화는 지미존스 구메이샌드위치(Jimmy John 's Gourmet Sandwiches)의 창립자 Jimmy John Liautaud와 함께 한 것이었다. 이들은 비즈니스가 흔들리기 시작할 때 해야 할 일에 대해 큰 통찰력을 가지고 있었다.

"지미 존(Jimmy John)의 이야기는 그가 200개 점포까지 열었는데 그 중 170개는 가맹점으로 운영되었으나 그 대부분이 가맹본부의 방식에 따라서 운영되지 않고 있었다"라고 프랜차이즈 컨설팅회사 Franchise Foundry의 CEO Segreto는 말한다.

Liautaud는 새로운 매장을 열면 성공이 오는 것이 아니라는 것을 알고 있었다. 그것은 바로 고객에 대한 서비스에서 나오는 것이다. 그리고 그것은 바로 그의 가맹점주들에게 뿌리를 내리게 하는데 필요로 했던 모든 것이다.

"당신이 가게 문 안으로 들어가면 가맹점주가 인사를 한다. 샌드위치를 주문하면 샌드위치가 만들어 진다. 게다가 그들은 진정한 배달시스템을 갖춘 유일한 [패스트푸드 레스토랑] 중 하나다. 그들은 *Uber Eats와 같은 제3자 시스템을 통해 제품을 제공하지 않았다"고 세그레토는 말한다.

다시 말해 가맹사업은 가맹점을 많이 오픈하면 성공하는 것이 아니라, 고객서비스가 제대로 이루어지도록 가맹점주에게 가맹시스템이 충실 하게 전달되도록 엄청난 노력을 해야 성공할 수 있는 것이다. [[77]]

Uber Eats 미국 캘리포니아주 샌프란시스코에서 우버 테크놀로지가 시작한 온라인 음식 주문 및 배달 플랫폼이다. 전 세계 수십 개 도시의 식당들과 파트너십을 맺고 있다. 스마트폰/태블릿 애플리케이션을 통해 또는 웹사이트를 통해 주문할 수 있다. 이 웹사이트는 30분 이하의 배달 시간을 고집한다. 우버이츠 애플리케이션은 구글 플레이에서 1000만 건 이상의 다운로드를 기록하였고, 4.2점을 받았다.



2018 식품의약품 안전처장 표창 '바빈스커피' ㈜퍼스트에이엔티 **백호근** 대표



WRITE 신원식 · PHOTO 이명철



브런치. 원래는 아침과 점심 사이에 먹는 아점을 뜻하지만 한국에서는 커 피와 함께 즐기는 가벼운 식사로 통한다. 브런치 문화가 국내에서 자리를 잡으면서 '브런치 카페'를 내세우는 곳도 많이 늘었다. 이러한 브런치 카페의 시작점에는 바빈스커피가 있었다. 음식점 경영을 하던 노하우를 카페에 접목시킨 것이 큰 호응을 얻은 것이다. 덕분에 지금은 카페에 더 집중하고 있다는 백호근 대표. 세컨드 브랜드를 성공시키기 어려운 한국 사회에서 세컨드 브랜드로 큰 성공을 거둔 이유가 무엇일지 이야기를 들어보았다.

분식 사업자가 커피를 만났을 때

"예전에는 잠을 잘 못 잘까봐 커피를 한 잔도 못 마셨어요. 반대로 저희 집사람은 커피를 정말 좋아했고요. 그 덕분에 옆에서 커피를 살짝 마시게 된 것이 제가 커피를 접하게 된 계기입니다. 그런데 알고 보니 커피가 오해와 다르게 몸에 좋은 성분도 많더라고요. 맛도 향도 다양해 매일 먹어도 질리지 않는 점도 좋았고요. 지금은 오히려 하루에 커피 세 잔을 마시지 않으면 잠을 못 잘 정도로 커피 애호가가 되었습니다."

커피를 만나기 전의 백호근 대표는 PC방과 분식으로 승승장구하던 사람이었다. 그가 운영하던 퓨전 분식 브랜드 한우동은 공항에서 여전히 높은 매출을 기록하고 있다. 가맹점 수도 적지 않다. 그만큼 사업을 크게 성공시킨 백호근 대표가 커피에 관심을 가지게 되면서 새롭게 시작한 것이 바로 바빈스커피다.

프랜차이즈 업계에서 세컨드 브랜드는 흔하지만 메인만큼 성공한 세컨 드 브랜드는 흔하지 않다. 하지만 바빈스커피는 다르다. 이미 백호근 대표가 처음에 선보인 한우동, 존앤존 PC방보다 더 좋은 성적을 거두고 있다. '형 만한 아우'를 넘어 '형보다 잘 하는 아우'가 된 셈이다.

그가 세컨드 브랜드인 바빈스커피를 성공시킨 전략은 '가장 잘 하는 것 과의 결합'이었다. 백호근 대표는 분식 프랜차이즈를 운영하고 있었기에 자연스럽게 사람들이 식사 후 무엇을 하는지에 관심을 가지게 됐다. 관 찰 결과, 많은 사람들이 식사 후 카페를 선택한다는 것을 알았다.

"사회적으로 카페는 식사 전후에 가는 곳이라는 인식이 크더라고요. 그런데 '카페도 음식을 파는 곳인데, 여기서 식사도 함께 즐길 수 있지 않을까?'라는 생각을 했습니다. 그래서 저는 '식사와 함께 즐기는 카페'를 떠올렸죠. 처음에는 분식과 카페를 결합시켜 봤습니다. 메뉴에 많은 변화가 있었죠. 그런 과정을 거치면서 지금의 바빈스가 만들어졌습니다."

음식점 경영을 오래 했던 만큼 좋은 품질의 음식을 제공하는 것은 어렵지 않았다. 다음 과제는 커피였다. 바빈스커피는 음식만큼 뛰어난 커피를 제공하기 위해 고민을 했다. 그러기 위해서는 커피 시장을 차근차근 분석할 필요가 있었다.

"우리가 살기 어려울 때는 커피를 일종의 각성제처럼 생각하고 마시기만 하는 음료에 불과했었거든요. 그런데 지금은 커피 특유의 향과 풍미를 즐기는 사람들이 늘어나면서 '즐기는 문화'로 변하고 있습니다. 저는 커피 시장이 이렇게 변할 거라고 이미 예상하고 있었습니다. 그래서 5년 전부터 사람들이 '즐기기 위한' 커피를 제공하기 위해 방법을 모색했죠. 아마 '루왁 커피'를 프랜차이즈로 대중화시킨 것도 저희가 처음일 거예요. 덕분에 어디 가서도 결코 지지 않는 최고급 원두로 좋은 품질의 커피를 제공할 수 있게 되었죠. 지금 스페셜티 커피가 각광받으면서 많은 곳에서 스페셜티 커피를 판매하고 있습니다. 그런데 스페셜티 커피 투샷을 2800원이란 저렴한 값에 판매하는 곳은 유일했습니다. 아마 그 덕에 저희가 원조 스페셜티 커피 전문점으로 이름을 알리면서 스페셜티 대중화를 이끌어낸 것이라 생각합니다."

"5점 만점에 4점"

물론 바빈스커피가 스페셜티 커피를 저렴하게 파는 것은 결코 원두 품질이 떨어지기 때문이 아니다. 여기에는 백호근 대표가 오랜 기간 사업을 하면서 배운 것이 고스란히 녹아 있다. 그 중에서도 자신을 지탱해준 가족들, 특히 자녀들에게 부끄러운 아버지가 되지 않으려는 그의 가치관이기업 경영에 그대로 반영된 결과물이다.

"저는 가맹점과 최대한 좋은 사이를 유지하고 있습니다. 가맹점과 본부 사이를 1점부터 5점까지 책정한다고 가정하면 4점 줄 수 있을 거예요. 사



실 가맹점 수가 많고 저마다 환경이 달라 요구하는 점이 다르다보니 모 든 이야기를 들어줄 수는 없거든요. 그래서 5점이라고 말하면 솔직히 거 짓말일 것 같습니다. 그래도 4점을 줄 수 있는 이유는 제가 결코 본부와 가맹점이 갑을 관계가 아니라고 생각하기 때문입니다. 점주들은 많은 카 페들 중에서 바빈스가 좋아서 우리를 선택해준 거잖아요. 그 선택의 결 과로 상생 관계를 맺게 되었고요. 그래서 최대한 가맹점 요구는 잘 듣고 자 귀를 기울이고 있습니다. 점주들과 연락도 자주 하는 편인데 70% 이 상의 점주들은 저희 본부를 만족스럽게 생각하고 있습니다."

요즘 가장 이슈가 되고 있는 최저 시급에 관해서도 질문하자 여러 번 고 민한 흔적이 묻어 있는 대답이 돌아왔다. 커피를 저렴한 값에 제공하고 자 하는 기업 이념에 따라 아직 제품 가격을 올리지 않았지만 점주들의 인상 요구가 많이 오고 있는 상황이라고 한다. 이에 희망하는 가맹점에 한해 가격 인상을 허가하기로 결정했다.

"커피가 생각보다 인건비가 많이 들어가는 종목이에요. 대신 저희가 최 대한 협의를 해서 공급하는 것들 중 줄일 수 있는 것은 최대한 줄이고자 하고 있습니다. 대표적으로 브랜드 로고를 박은 냅킨을 줄이거나 하는 식이죠. 요즘 시대에 굳이 필요하진 않다고 생각했거든요. 그 외에도 본 부가 마진을 줄여 가맹점과 함께 할 수 있는 방안을 모색하고 있습니다. 어려울 땐 함께 어려워야한다고 생각하거든요."

바빈스커피의 성장 전략

바빈스커피가 성장세를 이어 나가자 백호근 대표는 한 가지에 집중하기 로 결정했다. 사업에 관해 많은 생각을 해봤지만 결국 '하나를 확실하게 하는 것'이 최고라는 결론을 내린 것이다. 그래서 고민 끝에 다른 브랜드 사업을 잠시 쉬고 바빈스커피를 주력으로 내세우기로 했다.

그 시작은 사옥 이전이었다. 일산에 위치했던 사옥을 커피 주 소비층인 젊은 직장인들이 많은 상암동으로 옮겼다. 이사 후 생각보다 많은 것이 바뀌었다고 한다.

"우선 사옥을 옮기고 가장 눈에 띄게 변한 것이 사업설명회 참가자가 많 이 늘었다는 점입니다. 아무래도 접근성이 좋아진 게 한몫한 것 같아요. 덕분에 가맹 계약을 다섯 건이나 체결했습니다. 인재 선택 폭이 넓어진 점도 있습니다. 내부 분위기도 한층 밝아져서 앞으로 더욱 발전할 것 같 은 느낌이 드네요."

창업 비용도 대폭 절감했다. 백호근 대표는 "프랜차이즈는 아무래도 생 계를 위해 창업하는 사람들이 많을 수밖에 없습니다. 그래서 예전에 25 평까지는 해야 창업을 허가했던 정책을 바꾸고 8평 남짓한 매장에도 입 점 허가를 주고 있죠. 3천만원대 소자본으로 창업할 수 있도록 하는 방 법을 마련한 것입니다"라고 밝혔다.

그렇게 정해진 목표가 올해 60개 이상의 가맹점을 오픈하겠다는 것이다. 이에 "많은 숫자는 아니라서 금방 가능할 것"이라고 자신감을 보였다. 이 어 "오랜 시간 사업을 하며 얻은 경험과 노하우가 있어 가뿐하게 완수해 보이겠다"라며 올해 각오를 다시 한 번 다졌다.







비 없이 무리하게 해외 사업을 진행했다가 오히려 손해만 본 사례를 많 이 접했다고 한다. 그래서 바빈스는 준비 없이 몸집을 키우는 것보다는 차근차근 준비를 확실히 한 후 해외 진출을 하고 싶다고 전했다. 외국에 서도 마스터프랜차이지 문의가 오고 있지만 일단 계약과 상표 등록만 마 치고 해외 진출 기반 닦기에 전념하고자 보류한 상태다.

또한 새로운 브랜드도 준비하고 있다. 바빈스 커피에 주력하느라 잠시 미뤘던 분식 사업을 리브랜드하는 것이다. 브랜드 이름도 여우김밥으로 새롭게 바꿨다. 새로운 도약을 준비하는 바빈스커피 백호근 대표의 향 후 행보가 기대된다.

"이제는 바빈스커피를 세컨드 브랜드라고 생각하지 않습니다. 바빈스커피 는 저를 겸손하게 만들어 주는 브랜드가 되었죠. 나아가서 나를 계속 숨 쉬 게 만드는 브랜드입니다. 만약 가맹점이 하나라도 남아있다면 저는 바빈스 해외 진출에도 확고한 철학이 담겨 있었다. 이미 주변에서 제대로 된 준 를 놓지 않을 계획입니다. 그게 제가 살아 있을 이유가 될 테니까요." [[[#]]



2018 **식품의약품 안전처장** 표창 '60계 치킨' ㈜장스푸드 **장조웅** 대표



WRITE **이동한** · PHOTO **조주현**



치킨브랜드 〈60계치킨〉을 선보이는 ㈜장스푸드(대표 장조웅)가 식품의약품 안전처로부터 우수한 식품안전관리 역량을 인정받았다. '2018 한국 프랜차 이즈산업협회 신년 하례식'에서 식품의약품안전처장 표창을 수상한 것.

"오픈형 주방과 60계치킨 전 매장 주방의 CCTV 실시간 공개, 매일 새 기름으로 60마리만 튀겨 판매하는 등 안전한 먹거리 제공에 앞장섰다는 점에서 공로를 인정받아 수상한 것으로 알고 있습니다."

장조웅 대표는 "먹거리 안전에 대한 문제는 숨기지 않고 일반에 드러내야만 개선될 수 있다고 생각했습니다"라고 하면서 "저희처럼 하는 것만이 정답은 아니겠지만, 60계치킨은 고객이 안심할 수 있는 먹거리를 제공하는 방법으로 이런 기준점도 있다는 것을 제시했다는 점에서 의미가 있다고 생각합니다"라고 말했다.



'아이가 있는 풍경'을 위한 맛

현재 전국 162개 가맹점을 운영 중인 60계치킨의 시작은 불과 2년 전으로 돌아간다. 장조웅 대표는 그 자신이 치킨을 너무도 좋아했다. 호감은 관심을 만들고, 관심은 통찰을 이끈다. 장 대표가 치킨 시장에 대한 문제점을 발견할 수 있었던 이유다.

"쉽게 눈치 채실 수 있겠지만, 아이들이 좋아함에도 불구하고 햄버거가게 나 돈가스집과는 달리 치킨가게에는 아이의 모습이 보이지 않습니다. 술 을 팔기 때문이죠. 그렇다면 아이들은 어디서 치킨을 먹을까요? 바로 배 달을 통해서입니다."

전 세계 맥도날드 매장 수보다 국내 치킨집이 더 많다는 통계가 있다. 그 많은 수의 치킨가게가 존재 가능한 것은 치킨에 있어서만큼은 배달시장이 무척 크기 때문이다. 그리고 배달중심 치킨집을 통해서 아이들은 치킨을 먹는다.

"그런데 배달 중심 치킨집은 위생적으로 열악한 곳이 많습니다. 매장 중심이 아니기 때문에 위생이나 청결에 그만큼 신경을 쓰지 않는 것이죠. 동네작은 치킨집을 둘러보면 바로 공감할 수 있을 겁니다."

자신의 아이들을 생각하며 장 대표는 스스로 가게를 냈다. 60계치킨의 시작이다.

"아이들이 먹을 음식이기 때문에 우선은 **깨끗한 음식을 만들자**는 생각을 했습니다."

깨끗한 기름을 사용케 하는 법

"처음 사업을 시작하기 위해 시장조사를 하러 여러 치킨집과 프랜차이 즈 매장을 찾아다니면서 깜짝 놀랐습니다. 단순히 위생뿐 아니라 대부분 업계에서 사용한 기름을 정제하여 재사용을 하더군요. 내 아이에게 먹일 수 있을까라는 자문 끝에 결국은 깨끗한 기름을 사용하는 것을 우선으로 삼기로 했습니다."

장조웅 대표는 연구하던 중 치킨의 튀기는 개수에 따라 기름의 산가 상태가 변하고, 식약청이 허용하는 2.5의 산가 기준이 닭 90마리 정도의 양이

적정선인 것을 알았다. 하지만 연속적으로 조리를 하는 것이 아니기 때문에, 좀 더 엄격하게 스스로 기준을 세워, 기름의 색상이 변하기 시작하는 60마리를 조리한 후에는 기름을 바꾸기로 정한다.

"가맹점에 따라 하루 60마리를 판매하지 못하는 경우도 있습니다. 여기서의 문제는 하루 지난 기름도 사용하기가 꺼려진다는 점입니다. 기름을 보관하는 보관통이나 기름통에 뚜껑이 완전 밀폐되지 못하면 벌레들이 기름통으로 빠질 수도 있으니까요."

이에 장 대표는 닭 60마리 조리를 완료하지 못해도 다음날이 되면 완전 새 기름으로 교체하기로 했다고 덧붙였다. 물론 가맹점 입장에서는 기름 값에 대한 부담이 생길 수 있다. 물론 이에 대한 대응책은 마련됐다. 그것도 파격적으로

매일 교체할 식용유를 점주들에게 무상으로 지급한 것. 60계치킨은 2016년 말부터 '1마리를 팔더라도 기름은 매일 갈아야 한다'는 규칙을 가맹점주들이 쉽게 지킬 수 있도록 '식용유 무상 지급' 서비스를 이어가고 있다. 전국 모든 매장에 매일 새 기름 1통씩을 무상으로 지급하고 있어 가맹점주는 비용 부담 없이 매일 새 기름으로 교체할 수 있다.

"본사가 수익적인 부분을 조금만 양보하면, 점주님들이 비용 때문에 규칙을 지킬지 말지를 고민하는 시간에 고객 응대에 더욱 노력할 것이라는 믿음이 있었습니다. 또 본사입장에서 부담스럽더라도 깨끗하고 건강한 맛이 소비자들에게 알려지면 자연스럽게 판매량도 늘어나고 가맹점의 매출은 증대될 것이며 당연히 본사도 같이 성장 발전할 것이고 말이죠."

고객의 신뢰를 얻는 법

"누구나 '깨끗한 기름을 사용한다', '신선한 재료만 사용한다', '위생관리를 철저히 한다'라고 홍보합니다. 하지만 고객의 신뢰는 말로써 얻을 수 있는 것이 아닙니다."

장대표는 말로만 깨끗한 치킨이 아니라 눈으로 깨끗함을 보여드리고 싶었다고 말한다. 그래서 유일하게 국내 최초로 전 매장의 주방을 CCTV로 공개했다. 365일, 24시간 내내 그 언제라도 '60계 어플'을 통해서 조리

과정과 위생상태를 파악할 수 있도록 한 것. 매장이 영업을 하지 않는 시간에도 누구라도 어플을 설치하기만 하면 전매장의 현재 주방 상태를 확인할 수 있다.

"실제로 CCTV를 보시고 믿음이 간다며 주문해 주시는 고객들이 굉장히 많습니다. 특히 아이를 키우시는 부모님들은, 60계치킨의 전 메뉴가 국내산 신선육만 사용하고 있기도 하기 때문에 믿고 먹일 수 있는 치킨이라고 칭찬해 주시고 있습니다."

이러한 60계치킨의 꾸준한 노력은 최근 수상한 '식품의약품안전처장 표 창' 이전에도, '대한민국 고객만족 브랜드대상', '제2회 소비자가 뽑은 서 비스고객만족대상' 등을 수상하며 인정을 받아왔다.

전 매장 메뉴에 정성을 넣는 법

장조웅 대표는 처음 60계치킨을 만들고 호평이 이어지자 순식간에 13개 까지 직영점을 늘렸다. 물론 처음부터 앞서 기술한 모든 콘셉트는 적용하고 있었다.

"그런데 어느 순간부터인가 조금씩 컴플레인이 들어오더군요. 이유를 찾아봤는데, 결국은 저 스스로가 문제였습니다. 모든 매장을 완벽하게 관리할 수가 없었던 것입니다. 개인적인 생각이지만 공산품을 취급하는 편의점 같은 경우엔 한 명의 오너가 여러 매장을 관리할 수 있다고 생각합니다만, 음식을 만드는 곳이라면 여러 매장을 관리하는 게 어렵다고 생각했습니다. 맛에서 차이가 나더군요. 그래서 직영점을 더 늘려야겠다는 기존의계획을 접고, 프랜차이즈 사업을 결심하게 됐습니다. 60계치킨에 필요한것은 매출을 올려줄 '직원'이 아니라, 정성과 성의를 가지고 매장을 운영해



안심하고 먹는 맛있는 치킨 60계! 실시간 CCTV 앱을 통해 확인하세요!





줄 '오너'가 필요하다는 것을 깨달은 것이죠."

이런 장 대표의 소신은 프랜차이즈 본사로서는 파격적이게도 메가프랜 차이지를 불허하는 규칙으로 정해졌다. 여러 매장을 운영하다보면 그만 큼 정성과 성의가 덜 들어가게 되고, 그것은 브랜드의 방향성과 어긋난다 는 판단인 것이다.

정성껏 응대하고 음식에 성의를 담는 것, 그것이 곧 60계치킨의 또 다른 특징이라고 장 대표는 말한다.

본사가 가맹점을 돕는 방법

60계치킨은 양재동 본사에 메뉴개발팀을 두고 지속적으로 신메뉴를 선보이는 등 맛에 대한 노력도 결코 게을리 하지 않고 있다. 이것은 가맹본부로서 가맹점을 돕는 가장 좋은 방법이다. 물론 이외에도 60계치킨이 가지고 있는 가맹점을 위한 도움은 여러 가지가 있다.

"2016년 봄 쯤이었습니다. 아직 가맹 사업을 하지 않고 있던 시점이었는데. 어떻게 알고 오셨는지 가맹점을 내고 싶다고 문의가 왔습니다. 그분의 절실 함에 결국 설득이 돼서 가맹점을 내드렸는데. 몇 달 후 장사가 잘 안된다고 연락을 해오시더군요. 상권부터 여러 가지 문제가 있었지만, 어떻게든 도 움을 드리고 싶었습니다. 그래서 제가 직접 그곳으로 갔습니다. 그리고 그 일대의 가게와 PC방 점포들을 순차적으로 돌았습니다. 아르바이트생이라 고 스스로를 소개하면서 한 백여 군데를 돈 것 같아요. 그렇게 동네 마케팅 을 직접 했습니다. 그리고 다시 점주님을 모시고 또 갔죠. 그렇게 가게 이 름을 알리고 서비스로 한 마리씩 닭도 돌리고 하는데, 3일 정도가 걸렸습니 다. 결과요? 물론 대성공이었죠. 지금은 너무 잘되고 있는 가맹점입니다." 이 일은 장 대표로 하여금 배달 치킨브랜드에게 있어서 동네 마케팅의 중 요성을 다시 한 번 절감케 하는 계기가 됐다. 동네에서 처음 들어본 브랜드 가 가장 높은 매출을 올리는 매장이 될 수 있을까가 궁금했지만, 결론적으 로 보면 치킨은 브랜드의 싸움 이외의 것이 있다는 결론을 장 대표는 냈다. 그래서 60계치킨은 본사가 하는 마케팅 이외에 가맹점을 위한 마케팅으로 지역 봉사 마케팅을 꾸준히 하고 있다. 지역 고아원이나 양로원을 섭외해 서 점주가 계속 봉사를 하게 하는 것이다. 본사는 매달 여기에 들어가는 닭 일체를 지원한다. 지역사회를 돌보고 상생을 실천하는 동네 마케팅으로 가 맹점의 매출에도 가시적인 도움을 준다는 평가를 받고 있다.

그 외에 60계치킨은 배달의 민족 할인 마케팅도 전부 본사부담으로 진행하고 있으며, 가맹점의 부담을 줄여주기 위해 필수 품목 수도 최소한으로 줄였다. 국산 식재료만 사용한다면, 계육과 소스 등을 제외하고 점주가 직접 선택할 수 있다. [1737]

홈페이지: http://www.60chicken.co.kr 문의전화: 02-6011-7042



2018 **식품의약품 안전처장** 표창 '돈치킨' ㈜압구정 **박의태** 대표



WRITE 안현진 · PHOTO 조주현



직원, 가맹점주, 고객… 지금까지 우리와 관련된 누구와도 다툼 없이 '돈치킨'을 키워왔다. 한번 인연을 맺은 사람과는 평생을 함께 한다는 신념으로 앞으로도 사업에 매진하겠다.

"프랜차이즈 사업이 넘쳐나는 지금, 알차고 진실하게 다가가기 위해서는 어떻게 해야할지 수없이 고민하고 고민했습니다. 고민의 결론은 누가 뭐래도 사람이었습니다. 무엇을 하든 사람 중시가 가장 먼저이자 정직하게 대하여야 모든 것이 따라온다는 결론이었습니다." ㈜압구정 박의태 대표는 사람이 가장 중요하다고 강조했다. 그래야 조금 속도가 느려도 오래, 멀리 갈 수 있다고…

2018년 새해에 식품의약품안전처장상을 수상한 '돈치킨' 프랜차이즈 운영사인 주식회 사 압구정의 박의태 대표를 만나 수상 소감과 새해 소망을 들어보는 자리를 가졌다. 박대표는 "상을 받는 것은 기쁜 일이지만 앞으로 더욱 잘 하라는 격려의 의미라고 받아 들입니다."라고 수상 소감을 밝혔다.

APGUJEONG

Upblazing A1 Franchise Group

전세계 2000호점 목표

2018년 새해 각오와 포부에 대해 질문하자 "5년 전부터 해외 시장을 노크 하기 시작했습니다. 중국에는 17개 매장을 운영하고 있는데 사드 영향으 로 작년 한해 동안 정말 힘들었습니다. 위생과 공무원이 영업시간에 매장 에 와서 위생검열을 하는 등 다양한 형태로 영업을 방해하는 통에 제대로 영업을 할 수 없는 상황이었어요. 중국 사업의 침체를 잊게 해준 것은 3년 전 진출한 베트남 시장이었습니다. 현재 9개 매장을 운영하고 있고 4개 매 장은 오픈을 준비하고 있는데 잘 되는 매장은 월 매출이 8천만원에서 1억 원까지 올라와요. 치킨 가격도 우리 나라와 거의 비슷하게 한 마리 만4천 원을 받는데도 장사가 잘 되는 날은 매장이 12회전까지 하니 정말 눈코 뜰 새 없는 거죠. 돈치킨이 베트남 시장에 안착한 데에는 메뉴를 현지화하지 않은 역발상이 큰 역할을 했습니다. 대부분 프랜차이즈들이 현지인의 입 맛에 맞게 메뉴를 구성하고 맛에도 변화를 주는데 우리는 철저하게 한국의 맛을 그대로 고집해서 소스, 파우더 모두 한국에서 제조한 것을 현지 매장 에서 그대로 사용합니다. 베트남 사람들이 경험해 보지 못한 한국의 오븐 구이 치킨 맛에 길들여지자 말 그대로 대박이 난 거죠. 베트남 시장에서 안 정적인 사업을 하게 되니까 국내 다른 프랜차이즈에서도 '돈치킨'을 롤모

델로 삼아 사업 성공 비결을 연구하고 있다고 합니다. 베트남에는 올해 30 호점까지 오픈할 계획을 가지고 있습니다. 베트남을 동남아 시장 교두보로 삼아 태국, 캄보디아, 라오스, 미얀마, 말레이시아, 인도네시아 등으로 사업을 확장하여 전세계 2000호점 개점을 목표로 세웠습니다. 2018년을 해외 시장에 본격 진출하는 원년으로 삼아 힘차게 도약할 겁니다."라고 답했다.

맛에 대한 돈키호테와 같은 열정

주식회사 압구정이라는 법인명이 특이하다고 하자, 박의태 대표는 "처음 '압구정김밥'이라는 프리미엄 김밥 브랜드를 만든 것이 계기가 되었습니다. 1995년에 브랜드를 론칭했는데, 당시 일반적인 김밥 브랜드의 김밥이 500원 정도였는데 압구정김밥의 김밥은 2500원이었으니 프리미엄 김밥으로서 고급 이미지가 필요했고 그 당시 오렌지족들의 주무대인압구정이라는 동네 이름을 브랜드에 접목하면 좋겠다는 아이디어를 그대로 브랜드화한 것이 지금까지 법인명으로 이어져 오고 있습니다"라고 설명한다. 흔히 압구정동에서 사업을 시작한 것이라고 생각하는데그건 아니란다.

'돈치킨'이라는 브랜드의 의미에 대해서도 물어보았다. 박 대표는 "돈치킨'의 '돈'은 돈키호테에서 따온 거예요. 돈키호테와 같은 열정을 가지고 오로지 닭에 대한 연구에 매진해 왔어요. 그러다 보니 지금은 수많은 치킨 브랜드 중에서도 맛으로는 최고라는 자부심이 있어요. '치킨은 요리다'라는 광고 카피를 사용할 정도로 맛으로는 누구에게도 뒤지고 싶은 생각이 없습니다. 그리고 우리는 오븐에 구운 닭으로 고객의 건강까지 생각하니 말 그대로 최고의 치킨이라고 자부합니다."라고 힘주어 말했다. 정말 치킨에 대한 열정이 대단한 사람이라는 느낌이 강하게 들었다.



시락 중심의 경영철한

그리고 박 대표가 늘 강조하는 것이 있다. 바로 '사람'이다. 결국 모든 일 은 사람이 하는데 사람과의 인연을 소중히 여기지 않으면 절대 사업에서 성공할 수 없다고 단언한다. 직원들에게는 늘 자율을 강조한다. 누가 시 켜서 하는 일은 좋은 결과를 낼 수 없다고 생각한단다. 모든 직원들이 스 스로가 주인이라는 의식을 가지고 즐겁게 일할 때 비로소 회사도 발전하 고 직원들도 성취감을 얻을 수 있다는 것이 그의 지론이다. 그래서 그는 직원들에게 출퇴근 시간에 대해서도, 휴가를 쓰는 것도 자율적으로 할 수 있도록 하고 있다고 한다.

가맹점주와의 관계도 마찬가지다. 국내에만 '돈치킨' 가맹점이 267개가 있다. 지금까지 10년 넘게 사업을 해오면서 단 한번도 가맹점주와 대립 하고 다퉈본 적이 없단다. 직원들이 가맹점주가 불합리한 요구를 한다 고 할 때에도 그는 가맹점주의 편에 서서 요구를 최대한 수용해왔다. 슈 퍼바이저들에게는 최대한 자주 가맹점을 방문하라고 강조한다. 심지어 놀 때에도 가맹점에 가서 놀라고 한단다. 그러다 보니 가맹점주들의 요 구에 바로바로 대응할 수 있게 되었다. 그래서 가맹점 수가 아직 많지 않지만 한번 인연을 맺은 가맹점주들은 오랫동안 함께 하고 있다. 한번 인연 맺은 사람과는 평생을 같이 간다는 그의 평소 신념이 그대로 반영 된 결과다.

최근 프랜차이즈업계의 어려움에 대한 견해를 물었다. 박 대표는 "최저 임금의 인상은 가맹점주들의 부담을 가중시켜서 오히려 키오스크 등 인 원을 감축할 수 있는 설비들을 도입하게 만들어 고용주와 종업원 누구 에게도 도움이 안 되는 측면도 있어 보입니다. 공정위의 각종 규제도 필 요한 것은 맞지만 너무 지나치게 되면 프랜차이즈 본사의 사업 의지를 꺾게 되는 부작용도 있으니 적절한 수준을 잘 유지하는 것이 중요하다 고 생각합니다. 모든 일이 다 그렇듯이 당근과 채찍의 적절한 사용이 전 제되어야 모든 업계 종사자들이 행복해 질 수 있다고 봅니다."라고 견 해를 밝혔다.

신규 브랜드 론칭

박의태 대표는 ㈜압구정과 ㈜한울 두 개의 법인을 운영하고 있다. '돈치 킨'과 '압구정 부대찌개&닭갈비' 등 프랜차이즈를 운영하는 법인이 ㈜ 압구정이고 김천에 있는 제조공장을 운영하는 법인은 ㈜한울이다. 김 천 공장을 별도의 법인으로 운영하고 있는 이유는 공장에서 생산하는 육류 중 일부는 다른 브랜드의 프랜차이즈에도 납품을 하고 특히 치킨 무는 여러 브랜드에 납품을 하고 있어서 별도의 법인으로 운영하는 것 이 맞다고 생각했다.

㈜압구정은 '돈치킨' 외에 '압구정 부대찌개&닭갈비'와 '압구정 양갈비양 꼬치'라는 브랜드도 신규 론칭하여 운영하고 있다. 각각 2개씩의 매장이 있는데 최근 두 개의 브랜드를 통합하는 작업을 하고 있다. 가맹점주들 이 보다 효율적으로 매장을 운영하기 위해서 필요하다는 판단이 들어서 인터뷰를 하면서 박의태 대표는 참 따뜻한 사람이라는 생각이 들었다. 다. 4개 매장 브랜드 교체 작업에만 약 1억원이 들어가는데 전액 본사에 서 부담하기로 했다. 박의태 대표는 그렇게 하는 것이 신규 브랜드를 키 "한번 인연 맺은 사람과는 평생을 함께 하려고 노력합니다." [[[47]]





우는데 가장 좋은 방법이라는 판단을 하고 그대로 밀어붙였다.

올해가 ㈜압구정이 돈치킨이라는 브랜드를 론칭한 지 벌써 12년째가 되 는 해다. 10년이면 강산도 변한다는데 10년이 넘는 세월 동안 한 브랜드 를 튼튼하게 키워오는 것이 쉬운 일이 아니었음은 분명하다. 그 시간 동 안 사람의 소중함을 잊지 않고 모든 인연 맺은 사람들과의 신의를 지키 면서 브랜드를 지켜온 박의태 대표의 뚝심에 고개가 숙여진다. 그런 그 가 본격적으로 해외 시장을 공략하겠다고 선언한 2018년부터 앞으로의 10년, 20년이 더욱 기대되는 것은 어찌 보면 당연한 일이다.

그가 했던 말이 계속 뇌리에 남는다.



제18회 한국프랜차이즈대상 산업통상자원부장관 표창 '셀렉토 커피' ㈜ 맥스원이링크 **황규연** 대표





WRITE 신원식 · PHOTO 조주현

커피를 즐기는 시선이 많이 달라졌다. '커피콩에서 나오는 다 같은 커피'라는 인식이 강했던 예전에 비해 '브랜드 맛'으로 커피를 소비하는 사람들이 증가한 것이다. 여기서 말하는 '브랜드'란 커피 전문점의 브랜드가 아니라 원두 산지를 뜻한다. 이제는 맛과 향으로 원두를 구별할 수 있는 커피 애호가들의 수도 제법 늘었다. 이런 소비자들은 카페에 가서도 아메리 카노를 주문하기 전에 원두부터 체크한다. 변화하는 커피 시장을 일찍이 파악한 셀렉토커 피는 세계에서 손꼽히는 프리미엄 원두 5가지를 준비해두고 시대 변화를 기다리고 있었다.



COFFEE

selecto를 select해서 selecto

'셀렉토커피'란 이름을 들으면 영어의 셀렉트(Select)에서 따온 것임을 금방 알 수 있다. 그런데 그것만이 아니었다. 다소 생소하지만 여기에는 스페인어가 들어가 있다고 한다. '엄선된'을 뜻하는 셀렉토(selecto)가 바로 그것이다. 즉, '엄선된 커피를 선택해서 마실 수 있는 카페'라는 이름을 가지고 있는 셈이다.

실제로 셀렉토커피는 세계에서 단 7%만 생산되는 스페셜티 5종류 중 하나를 선택할 수 있다는 것만으로 커피 마니아들 사이에서는 이미 입소문을 탔다. 하지만 원두 선택에도 신중을 기하는 사람들이 많아진 요즘, 이것만으로 셀렉토커피의 특별함을 논할 순 없다. 셀렉토가 더 특별한이유는 여기에 있다.

먼저 가격 경쟁력이다. 셀렉토커피는 취향에 맞춘 원두를 선택해 직접 바리스타가 내려주는 프리미엄 커피를 지향한다. 그런데 가격은 다른 프랜차이즈보다 저렴하다. 여기에는 황규연 대표만의 철학과 비결이 숨 어 있었다.

"저렴한 비용에 고품질 커피를 제공하기 위해선 무엇보다 유통구조를 혁신적으로 바꾸는 게 중요하다고 생각했습니다. 그래서 현지 무역에 힘을 쓰고 있었죠. 저희가 가장 자랑하는 메뉴인 '하 와이안 코나'만 봐도 이 노력이 얼마나 담겨 있는지 알 수 있어요. '하와이안 코나'는 하와이에서 생산되는 원두인데 세계 3대 프리미엄 커피 중 하나로 꼽힐 만큼 유명한 녀석 이죠. 그만큼 시중에서는 비싸게 유통되고 있습니다. 저희가 이런 프리미엄 커피를 저렴하게 선보일 수 있는 이유는 코

나 농장과 관계를 맺고 있는 덕분인데요. 원두를 수입해 습기와 온도가 자동으로 조절되는 그린빈 보관소에서 로스팅 직전까지 보관해 신선한 커피를 합리적인 원가에 맞출 수 있는 것이죠. 다른 원두도 비슷한 방법으로 유통 마진을 줄이고자 노력하고 있습니다. 그래서 현지 무역이 가능한 인재를 지속적으로 채용하는 중입니다."

여기에 코나 커피 판매 수익금 일부를 기부에 쓰고 있는 점도 눈길을 끈다. 이는 셀렉토커피를 통해 사회 전반에 착한 기부 문화가 퍼지기 바라는 황 대표의 개인적인 바람에서 나온 선행이다.

"굿네이버스와 협약을 맺고 아이들에게 우유를 보내주고 있었습니다. 그래서 더더욱 코나 커피를 저희 주력 메뉴로 밀고 있죠. 비싸다는 인식 이 있던 스페셜티를 널리 알리는 일과 함께 기부도 할 수 있다는 점이 저 희 커피가 가진 최고의 매력이 아닌가 싶어요."

연구개발 및 정보화로 산업통상자원부장관 표창을 받기까지

커피에 관한 철학이 확고한 황규연 대표가 커피의 매력에 빠지

게 된 계기는 바로 PC방에 있었다. 황 대표는 군 복무 시절 컴퓨터를 공부했고, 전역 후 자연스럽게 네트워크 설비 아르바이트를 시작했다. 그러던 어느 날, 마침 취직도 어려운 시대이니 지금 하고 있는 일을 사업화하면 어 떻겠냐는 제안을 받았다고 한다.

초기에는 전단지를 만들어 주변에 돌리는 일부터 시작했다. 놀랍게도 그것만으로 나름의 수요가 생겼고, 몇

년 후에는 소소하게 관리하는 매장만 50개가 넘었다. 그리고 누군가 프 랜차이즈에 대한 정보를 줘서 2005년에 법인을 설립하고 PC방 프랜차이즈를 시작하게 된 것이다.

당시만 해도 PC방에 대한 이미지는 그다지 밝은 편은 아니었다. 어두 운 조명에 환기도 잘 안 되고. 흡연 시설도 마련되지 않아 담배 연기가





자욱했다. 이에 황 대표는 이런 이미지에서 벗어나고자 노력했다. 그 일 환이 PC방에 미니 카페를 넣는 시도였다. 이것이 황 대표의 첫 커피 사업인 셈이다.

"원래 잘 하던 컴퓨터 관련이 아니라 커피라는 생소한 분야를 다시 공부하는 거니까 아무래도 할 일이 많더라고요. 먼저 바리스타와 로스팅 자격증을 취득했습니다. 동시에 사업을 위해 현재 커피 시장에서 찾아보기 힘든 차별성을 찾기 위해 직접 발로 뛰어 다녔어요. 그 결과 커피 산업 전망과 소비자 취향을 연구하면서 저만의 사업 계획서를 만들게 되었죠. 그 결과물이 바로 셀렉토커피입니다."

비록 걷는 길이 커피로 바뀌었지만, 그렇다고 컴퓨터 관련 일을 손에서 놓은 것은 아니다. 자신의 강점인 컴퓨터를 셀렉토커피에 연결시킨 것이다. 그 결과 연구개발 및 정보화 부분으로 산업통상자원부장관 표창을 받게 되었다.

그 비결은 FIS보드 시스템에 있다. FIS는 프랜차이즈 인포메이션 시스템의 약자로 가맹점 데이터를 회사 중앙 컴퓨터로 전송해 데이터로 만들고 이를 토대로 가맹점이 겪고 있는 문제를 즉각적으로 진단할 수 있게 하는 시스템이다.

"일반적으로 가맹점 관리는 '이래서 안 된다'라는 추론에 기반을 둔 경우가 많습니다. 저는 가맹점이 점주들의 생계와 직접적인 연관이 있는 것이기 때문에 추측보다는 문제를 분석할 수 있는 능력이 필요하다고 생각했습니다."

최고가 아닌, 차이를

라이벌이 있냐는 질문에 황규연 대표는 당황하지 않고 "없다"고 답했다. 상투적인 대답이라고 생각하는 찰나 이어진 말은 그가 얼마나 운영에 확고한 신념을 가지고 있는지 알 수 있는 믿음직스러운 말이었다.

"저는 늘 직원들에게 강조합니다. '최고가 되는 것이 아니라, 차이를 만들라'고요. 실제로 저희는 다양한 시스템에서 이미 다른 업계와 많은 차이를 보이고 있습니다. 앞서 말했던 농장 관리 시스템도 그 일환이죠. 앞으로도 경쟁보다는 우리만의 색깔을 계속 강조하고 싶습니다. 물론 지금도 풀어야 할 숙제는 많습니다. 다른 업계보다 치열하고 변화무쌍하게돌아가는 것이 커피 업계니까요. 어찌됐든 변화에 잘 적응하는 것이 가장 중요한 숙제라고 생각합니다."

그래서 셀렉토커피는 현재 마스터 프랜차이지로 중국 쑤저우에 진출해 있지만 당분간은 해외보다는 국내에서 내실을 다지고 싶다고 한다. 현 재 중국 매장은 최대한 관리 위주로 돌리고 있으며 신규 출점은 자제하 는 중이다. 해외에 눈길을 돌릴 시간에 국내 스페셜티 보급에 더욱 앞장 서겠다는 취지다.

"앞으로 스페셜티 전문 기업이 들어오면 위기가 되지 않겠냐고 우려하는 분들이 많아요. 그런데 저는 오히려 그 기업들 덕분에 스페셜티 커피시장이 더욱 성장하지 않을까 기대하고 있습니다. 거기에는 당연히 저희셀렉토 커피가 함께 해야죠." [[[[2]]]

파리크라상 55억 원 기부한 '용산공예관' 개관

SPC그룹 계열사 파리크라상이 건축비 55억 원 전액을 기부한 '용산공예관'이 완공되었다. '용산공예관'은 용산구와 파리크라상이 추진한 민관협력사업으로 지하 1층부터 3층까지는 파리크라상이 운영하는 주차장이 자리 잡고, 1층은 공예품 판매장이 들어선다. 2층은 전문 공예가들의 공방으로 채워져 있다. 3층은 일반인을 대상으로 공예 교육을 진행하는 '공예 배움터'와 분야별 공방 5개실이 있다. 4층에는 다목적실과 야외공연장을 마련했다.

SPC그룹 관계자는 "'용산공예관'은 어르신과 청년을 아우르는 공공 일자리를 창출하고, 주차문제도 해결하는 등 지역사회에 기여할 수 있을 것"이라며 "각종 문화시설이 즐비한 한남동에 전통문화가 공존하는 새로운 트렌드를 형성할 것으로 기대한다"라고 전했다.





멕시카나. 워너워 팬 사인회 성료... 신제품 발표도 함께

치킨 프랜차이즈 멕시카나가 2월 6일 잠실 롯데타워에서 전속모델인 워너원 팬 사인회를 개최했다. 이번 팬 사인회는 멕시카나 치킨 구매 고객들에게 감사의 의미를 전하고자 마련된행사다. 팬 사인회 응모자 중 추첨을 통해 110명을 선발했다.

특히 이번 팬 사인회에서는 신메뉴 출시를 발표하는 시간을 함께 진행해 눈길을 끈다. 워너 원 팬 사인회 당첨자들을 대상으로 무료 시식과 제품 품평회를 함께 진행한 것이다. 이날 발표된 멕시카나 신메뉴는 '오징어 짬뽕 치킨'으로 농심의 오징어 짬뽕 라면과 협업을 통해 만들어진 제품이다. '오징어 짬뽕 치킨'은 오징어 풍미와 치킨 감칠맛이 어우러진 맛에

매운 맛까지 더해져 독특한 맛을 자아내는 것이 특징이다.

디딤 미술관, KBS 드라마 '라디오로맨스' 제작 지원

외식 전문기업 ㈜디딤이 운영하는 주점 프랜차이즈 미술관이 KBS 드라마 '라디오로맨스' 제작 지원을 한다. 미술 관은 7080년대 복고풍 분위기 속에서 다양한 요리를 즐길 수 있는 이색 주점이다. 독특하고 이색적인 분위기로 최근 수도권은 물론 충청, 호남 지역 등 전국 각지에 매장이 잇따라 오픈하고 있다고 알려졌다.

KBS 드라마 '라디오로맨스'는 라디오 방송국을 배경으로 벌어지는 이야기를 다루는 로맨틱 코미디 드라마로 미술 관은 주인공들의 아지트로 노출될 예정이다.

디딤 관계자는 "드라마의 발랄하고 유쾌한 분위기와 미술관의 감성이 잘 어울릴 것 같아 제작 지원을 결정했다. PPL을 계기로 브랜드 인지도가 더욱 높아질 것으로 기대한다"고 전했다.





베베쿡, 맞춤형 배달 이유식으로 고객 편의 향상

배달이유식 프랜차이즈 ㈜베베쿡이 2018년에는 자사 어플리케이션 '베베쿡'과 홈페이지 업그레이드 개편을 진행해 고객 편의 향상을 도모하겠다고 다짐했다. 이를 통해 기존 베베쿡이 제공하는 식단 기반 일일 배송을 식단 매니저를 통해 고객 맞춤형으로 강화시킨다. 구체적으로는 식단 매니저를 통해 고객이 식단에 따라 배송일 또는 배송지, 이유식 단계 등을 조정할 수 있도록 고객 주문 서비스 기능을 향상시키는 것이다. 이에 일과 육아를 병행하는 사람들이 더욱 쉽고 간편하게 이유식을 이용할 수 있게 될 것으로 보인다. 또한 고객 신뢰도 강화 차원에서 연 2회 공장 견학을 통해 투명하게 생산 시설을 공개하는 '베베쿡 팩토리 견학' 프로그램도 진행한다.

하남돼지집. 회원 관리 서비스 '단골 플러스' 실시

하남에프앤비가 운영하는 삼겹살 프랜차이즈 하남돼지집이 고객 관리 일환으로 '단골 플러스' 시스템을 도입한다. '단골 플러스'는 결제 금액에 따라 포인트를 적립해주고, 적립금을 현금처럼 사용할 수 있도록 한 회원 관리 서비스이다. 결제 금액의 3%를 적립해주고 5,000포인트 이상 적립 시 1,000포인트 단위로 현금처럼 사용할 수 있도록 할 방침이다.

하남돼지집 관계자는 "매장을 자주 찾아와주시는 충성 고객에게는 추가 혜택을 드리고, 매장을 처음 찾아주시는 고객도 충성 고객으로 만들기 위해 단골플러스 시스템을 도입하게 되었다"라며 "가맹점 사장님들도 고객 관리와 단골 마케팅을 보다 쉽게 할 수 있어 고객과 사장님모두가 만족할 것으로 기대한다"라고 전했다.





원할머니 보쌈 · 족발, 김준현과 함께하는 '원할머니 팬쌈회' 진행

원앤원㈜이 운영하는 '원할머니 보쌈‧족발'이 자사 모델 김준현과 함께 2월 23일 '원할머니 팬쌈회'를 진행했다. 약 300명 이상이 참석한 이번 행사는 '따뜻하게 지켜줄게' 광고 캠페인 일환으로 마련된 행사로, 원앤원 브랜드 고객들에게 개그맨 김준현과 원앤원 홍보단 '원 서포터즈'들이 직접 보쌈을 먹여주고 핫팩을 나눠주며 훈훈함을 자아냈다.

원할머니 보쌈 · 족발 마케팅 담당자는 "'팬쌈회'라고 하는 이색적인 행사에 우선 많은 사람들이 관심을 가져주었고 고객들과 직접 소통할 수 있어 기뻤다. 3월에 진행할 광고 캠페인도 사전에 홍보할수 있어 효과도 좋았다"라며 소회를 밝혔다.

달콤커피, 업계 최초 로봇 카페 'b;eat' 출시

㈜달콤의 커피 프랜차이즈 달콤커피가 업계 최초로 로봇 카페 'b;eat by dal.komm COFFEE(이하 비트)'를 출시한다. '비트'는 4차 산업혁명의 핵심인 로봇 기술에 다날의 결제서비스와 달콤커피의 비즈니스 노하우를 집약한 로봇카페다. 기존 카페와 달리 공간 활용도와 고효율 매장운영을 통해 성공적인 운영이 가능한 것이 특징이다.

한편 달콤커피는 독창적인 기술력과 경쟁력을 확보하기 위해 2건의 특허를 확보했다. 또한 4차 산업 서비스 제공을 위한 조직을 구성해 독자적인 기술력 확보에 총력을 기울인다. 아울러 달콤커피는 날씨와 고객에 따라 비트가 메뉴를 추천하는 인공지능 특허 등 2건을 새롭게 추가할 예정이다.





프랜차이즈 가맹점 창업 플랫폼 '하이프랜차이즈' 오픈

프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 예비 창업자 스스로 가맹 사업에 대해 이해할수 있도록 프랜차이즈 창업 플랫폼인 하이프랜차이즈를 선보였다. 하이프랜차이즈는 서울 역세권을 중심으로 25미만 평수에 대해 권리금, 보증금, 임대료를 파악할수 있도록 정보를 제공하는 '점포 임대비용'을 비롯해 예비 창업자들이 프랜차이즈 창업을하기 위해 반드시 알아야 할 내용을 중심으로 66개의 정보를 질의&응답으로 설명하는 '가맹 창업 이해' 등 창업을 앞둔 사람들에게 꼭 필요한 콘텐츠로 구성되어 있다.한편 하이프랜차이즈는 예비 창업자를 대상으로 무료 교육 및 체험 프로그램 등 서비스를 더욱 확대할 계획이라고 밝혔다.

오피스디포 2018년 첫 직영점, 청계천에 오픈

오피스디포가 서울 청계천 광통교 앞에 매장을 오픈했다. 새로 오픈한 청계천점은 기존 무교점을 이전한 것으로, 라이프스타일 제품군을 대폭 강화한 것이 특징이다. 또한 매장 인테리어부터 제품 구성까지 철저하게 준비하고 선보이는 오피스디포 새해 첫 직영 오픈 매장이다.

"오피스의 모든 것을 담다"라는 매장 컨셉에 걸맞도록 문구 사무용품부터 전산용품, 생활용품까지 사무실에 필요한 모든 제품을 아우르고 있으며 매장 한 편에 카피센터를 운영한다. 인근 지역 고객들이라면 쇼핑 후 무거운 짐을 들고 갈 필요 없이 빠른 배송 서비스 혜택도 받을 수 있다. 오피스디포 청계천점은 서울시 종로구 청계천로 35 관정빌딩 1층에 위치한다.





계절밥상. 봄 맞이 신메뉴 20종 출시

계절밥상이 봄을 맞아 신메뉴 20종을 출시했다. 이번 신메뉴는 늦겨울부터 초봄 사이 제철인 재료를 활용했다. 특히 남해안 꼬막과 주꾸미를 입맛에 따라 다양하게 즐길 수 있도록 구성한 것이 특징이다. 대표 메뉴인 '꼬막밥'은 꼬막과 달래를 넣어 볶은 밥이며 꼬막살과 참나물, 청양고추를 넣고 부친 '꼬막전'도 준비되어 있다. 주꾸미를 통째로 석쇠에 구운 '주꾸미 간장구이'도 출시했다.

또한 딸기를 이용한 디저트 메뉴도 함께 선보였다. 딸기 토핑을 얹은 '딸기밭 소보로 케이크'를 비롯해 '딸기 아이스크림'과 '딸기 호떡' 등 다양한 디저트다.

큰맘할매순대국, 가맹점 420개 돌파

bhc 순댓국 프랜차이즈 큰맘할매순대국이 전국 420개 매장을 돌파했다. 큰맘할매순대국은 적극적은 마케팅을 통해 2016년부터 높은 성장률을 보이고 있다. 특히 큰맘할매순대국은 가성비 높은 메뉴를 선보여 입소문을 타고 있다. 한편 최근 선보인 '얼큰 짬뽕 순댓국'과 '돼지고기 김치찜' 등 신메뉴도 뜨거운 반응을 얻으면서 국내 순댓국 프랜차이즈에서 점점 입지를 다지고 있는 상태다.

큰맘할매순대국 관계자는 "명실공히 국내 순댓국 시장 1위 브랜드로 안착한 큰맘할매순대국은 다양한 메뉴 구성을 통해 소비자들의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있도록 노력하겠다"라고 밝혔다.





더진국, 모교에 후원 활동 펼쳐 눈길

(주)섬김과나눔 손석우 대표가 자체 국밥 브랜드인 더진국 판매 수익금 일부를 모교인 한 남대학교 장학기금으로 조성하기로 결정했다.

지난 2월 14일 손석우 대표와 한남대학교는 장학금 조성을 위한 업무협약을 체결하고 한남대 교직원 · 학생 통합 식당에서 더진국 국밥을 판매하기로 했다. 특히 손 대표는 한남대학교 구성원에게 판매한 국밥 한 그릇 당 100원씩 모아 매학기 초 장학금으로 기탁하기로 정해 눈길을 끌고 있다.

이덕훈 한남대학교 총장은 "모교와 후배를 사랑하는 마음에 감사하다"며 "학생들과 구성 원들 모두에게 특별한 국밥이 될 것 같다"고 말했다.

바푸리포, 신메뉴로 분짜 출시... 열풍 합류한다

최근 생면 쌀국수 전문점이 인기를 얻으면서, 생면과 튀김 만두, 구운 고기, 채소 등을 얹어 느억 맘 국물에 적셔 먹는 분짜가 인기를 끌고 있는 추세다. 이러한 소비자들의 욕구에 맞춰 베트남 요리 프랜차이즈 바푸리포도 신메뉴로 분짜를 출시했다. 바푸리포는 가성비를 중시하는 베트남 요리 점답게 타 브랜드보다 합리적인 가격에 많은 양을 담아 눈길을 끈다. 저가형 쌀국수 프랜차이즈 중에서는 분짜를 선보인 업체가 아직 많지 않아 쌀국수 창업 업계에 이슈를 몰고 올 것으로 보인다. 바푸리포는 자동 주문 시스템을 도입해 양과 질을 맞추고 있는 베트남 요리 전문점으로, 프리미엄베트남 요리를 합리적인 가격에 즐길 수 있는 것을 강점으로 내세우고 있다.





'랄라블라'로 이름 바꾼 왓슨스… 가맹사업 검토 중

GS리테일이 운영하는 H&B스토어 왓슨스가 랄라블라로 이름을 바꾸고 전면 간판 교체에 들어갔다. 여기에 공정위 가맹사업정보제공시스템에 정보를 공개해 향후 가맹사업을 전개하는 것이 아닌지 눈길을 끌고 있다. 랄라블라는 늦어도 3월 말까지 모든 매장의 간판 교체를 완료할 계획이다. 이름만 바뀌는 것이 아닌 상품 라인업도 다소 바뀐다.

한편 가맹사업정보제공시스템 정보 공개에 대해 GS리테일 관계자는 "공격적으로 점포를 늘릴 계획인 것은 맞지만 가맹사업은 아직 검토 단계다. 일단 정보만 먼저 공개한 상황이며 구체적인 방향은 정해지지 않았다"라고 밝혔다. 현재 왓슨스는 전국에 120개 이상의 점포를 가지고 있으며 모두 직영점으로 운영되고 있다.

김가네, 가맹점주 대상 '2018년 노무 및 서비스 교육' 진행

외식 프랜차이즈 기업 ㈜김가네가 '2018년 노무 및 서비스 가맹점주 교육'을 2월 6일 진행했다.공인 노무사를 초빙해 진행된 이날 교육에서 변화된 노동법과 근로계약서 작성 및 필수 노무관리 사항에 대해 상세하게 다뤄 가맹점주의 이해도를 높였다. 또 한 일자리안정지원금 등 제도 활용방법을 안내하여 가맹점주가 더욱 안정적인 사업 을 운영할 수 있도록 도왔다.

김가네 김용만 회장은 "최근 각종 정책 변동으로 어려움을 겪고 있을 가맹점에 대해 본사는 실로 막대한 책임감과 사명을 느낀다"라며 "가맹점에 오늘과 같은 종합 교육 을 지원하여 안정적인 매장 운영을 돕고 고객과 신뢰 확보에 만전을 기하도록 본사 지원과 상생방안을 확대할 방침이다"라고 밝혔다.





못된고양이, '엔캣' 국내 상표권 등록 완료

엔캣의 패션 액세서리 브랜드 못된고양이가 상호명 '엔캣'의 정식 상표권을 획득했다. 지난 2016년 7월 상표 출원 후 1년 이상의 출원심사와 공고기간을 거친 결과물이다. 못된고양이는 "엔캣" 상표가 등록됨으로써 유사 상표에 대한 브랜드 보호를 강화하고 '엔캣' 상표를 활용한 다양한 상품군을 확장하는 등 적극적인 마케팅을 전개할 수 있 게 됐다.

못된고양이 관계자는 "이번 상표권 등록을 통해 고객들이 못된고양이 정품 제품을 올바르게 선택할 수 있도록 지킬 것"이라며 "정식 등록된 상표를 발판으로 회사 성장을 도모하고 더 큰 비즈니스 가치를 창출할 것"이라고 포부를 밝혔다. [[[12]]]

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 하이 데라바드(인도)에서 11번째 개인전 준비를 하고 있다. 100회 이상 그 룹전에 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 하 계포럼 등에서 특강을 진행했으며, 법원 공무원 연수원, 예뿌리 민속 박물관, 자유컨트리클럽, (주)아이스테크, 코인, 스페인대사관, 동부 센트레빌, 인도대사공관 등에 작품이 소장돼 있다.

개인전

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

제 10회 개인전(ABLE FINE ART Gallery, 뉴욕)

2015

제 9회 개인전(미술세계갤러리, 서울)

2012

제 8회 개인전(노암갤러리, 서울)

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)

제 1회 개인전(인사갤러리, 서울)

바람이 달다 Art is life 中

오래된 진공관 라디오.

친구가 생일 선물로 나에게 주었던 잊을 수 없는 선물. 지금도 작업실에서 내 곁을 묵묵히 지키고 있다. 디지털의 깨끗한 소리보다 인간적인 느낌이 있다. 소리에서 사람 냄새가 난다.

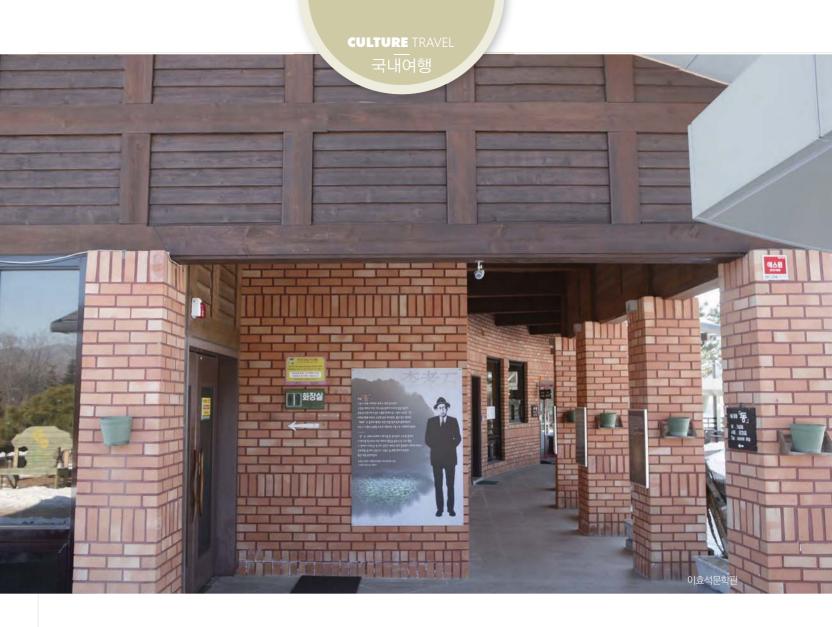
Old tube radio.

An unforgettable gift my friend gave me as a birthday present.

I still keep my side silently in the studio. There is a more human feeling than the clear sound of digital. The sound smells of people.

Untitled 73 x 61cm Mixed media on canvas. 2015





올림픽만큼 재밌는 박물관·미술관 나들이 강원 강릉 · 평창

인 강릉 · 평창 일대에는 개성 넘치는 박물관과 미술관이 여럿이다. 커피, 소 리. 민속 등 이색 테마 박물관에서 폐교를 활용한 미술관까지 다채롭다. 박 물관과 미술관 나들이로 동계올림픽의 함성을 따사롭게 되새기는 코스다.

요즘 강릉은 커피가 대세다. 강릉을 '커피 1번지'의 반열에 올리는 데 박물 관이 일조했다. 왕산면의 강릉커피박물관은 커피를 알고, 만나고, 즐기는 공간이다. 2000년 문을 연 박물관은 커피를 문화적 관점에서 재조명한다. 원두 분쇄기를 비롯해 커피 관련 유물 수천 점을 소장하고, 그중 200여 점 을 전시한다. 최초의 커피 제국인 오스만튀르크의 커피, 프랑스 문학 거

올림픽은 체육을 넘어 문화 대축제다. 2018평창동계올림픽의 열기는 박물 장 발자크의 커피 추출 도구 등을 만나고, 커피의 역사와 제조 과정도 엿 관, 미술관 등 문화 예술 공간 나들이로 한결 품성했다. 올림픽의 주 무대 볼 수 있다. 강릉커피박물관은 국내산 커피가 생산되는 커피농장을 운영 한다. 박물관 온실에서 커피나무가 자라며, 예약하면 커피 로스팅과 에스 프레소 추출 등 체험이 가능하다.

최근에는 강문해변 인근에 2호점(커피커퍼 커피박물관)을 열었다.

경포호 방향으로 발길을 옮기면 소리를 테마로 한 박물관을 만난다. 참 소리축음기·에디슨과학박물관은 소리와 에디슨에 대한 고집스런 사랑이 묻어나는 곳이다. 참소리축음기박물관은 1982년 참소리방으로 시작해 36 년간 강릉의 한 축을 지켜왔다. 손성목 관장이 세계 60여 개국에서 수집 한 명품 축음기, 오르골, 라디오 등 2500여 점을 전시한다.

참소리축음기박물관과 연결되는 에디슨과학박물관은 에디슨의 대표 발명품인 전구, 축음기, 영사기 등 2000여 점을 전시하는 세계 최대의 에디슨 관련 박물관이다. 에디슨이 처음 만든 탄소전구, 영사기 등도 볼 수 있다. 에디슨과학박물관 옆에 자리한 손성목영화박물관에는 세계 최초의 영사기, 영화 (바람과 함께 사라지다)를 촬영한 카메라 등 각국의 영사기와 영화 관련 소품, 옛 TV 등을 전시한다.

이 밖에도 강릉시립미술관, 선교장 등이 강릉 문화 예술 나들이를 더 풍 요롭게 만든다. 강릉시립미술관은 강원도를 대표하는 시립미술관으로, 강 릉 시내가 내려다보이는 화부산로 언덕에 들어섰다. 자그마한 2층 건물은 530㎡ 규모 전시 공간을 갖췄다.

강릉 선교장(국가민속문화재 5호)은 300여 년간 원형이 보존된 사대부 전통 가옥이자, 영동 지방 최고의 고택이다. 선교장 내 생활유물전시관에는 유물 200여 점을 전시한다. 광해군이 하사한 말안장, 추사 김정희의 현판, 식기와 제기 등도 볼 수 있다.

'설국' 평창으로 넘어가면 정겨운 미술관이 반긴다. 무이예술관은 폐교를 개조해 미술관으로 조성했다. 무이예술관은 조각·회화·서예 작업실이자 오픈 스튜디오다. 눈 덮인 옛 학교 운동장은 조각공원으로 꾸몄으며, 오상욱 작가의 작품이 돋보인다.

무이예술관에서는 메밀꽃 압화와 판화, 가훈 쓰기 등 소소한 체험 프로 그램이 진행된다.

무이예술관 가는 길의 봉평 일대는 소설가 이효석의 흔적과 봉평장터를 만나는 곳이다. 이효석의 작품과 발자취를 엿볼 수 있는 이효석문학관, 소설 〈메밀꽃 필 무렵〉의 배경이 된 물레방아와 징검다리 등 볼거리도 풍성하다. 봉평장은 끝자리 2·7일에 서며 메밀전병, 수수떡 등 평창의 다채로운 먹거리가 있다.

강릉과 평창 일대의 박물관·미술관 여행은 새로 뚫린 경강선 KTX를 이용하면 편하다. [[(17]]]

당일 여행 코스

참소리축음기·에디슨과학박물관 \rightarrow 강릉커피박물관 \rightarrow 안목해변 \rightarrow 무이예술관

1박 2일 여행 코스

첫째 날

참소리축음기·에디슨과학박물관 → 강릉커피박물관 → 안목해변 → 2018평창동계올림픽홍보체험관

둘째 날

강릉 선교장 → 강릉시립미술관 → 무이 예술관 → 봉평장터 → 이효석문학관

자료제공 한국관광공사











시애틀 관광청이 미국에서 가장 큰 규모를 자랑하는 와인 축제 〈테이스트 워싱턴(Taste Washington)》이 올해로 21주년을 맞이한다고 소개했다.



축제 기간에는 레드·화이트 와인 파티, 새 포도주를 맛볼 수 있는 뉴 빈티지 시음회, 농장 체험, 레스토랑에서 와인과 요리를 함께 즐길 수 있는 그랜드 테이스팅 등 다양한 프로그램이 마련된다.



행사에는 와이너리(Winery, 포도주 양조장) 230곳 이상과 지역 내 레스토랑 65곳이 참여하며, 미국 서부 대표스타 셰프들이 진행하는 요리 시연, 강연, 포도주 시음회가 열린다.



3월 22일부터 25일까지 개최되는 본 행사는 230개 이상의 와이너리 및 65개의 지역 내 레스토랑이 참여하며, 유명 셰프들의 화려한 쇼케이스도 볼 수 있다.



1988년부터 시작된 테이스트 워싱턴은 매년 미국 워싱턴주 시애틀에서 열리는 포도주·음식 축제로, 미국 내 단일 주에서 열리는 미식 행사로서는 가장 규모가 크다.



공 연명 닭쿠우스

공연 주최 서울돈화문국악당 공동기획 프로그램

공연 장소 대학로 나온씨어터

공연 일정 2018년 3월 7일(수)~ 3월 18일(일)

공연 시간 월~금 8시 / 토,일 3시

공연 문의 070-8955-6619

주최/주관 코너스톤



충남 홍성의 낡은 상가에 있는 무료한 정신병원. 그곳에 손가락으로 닭 6 마리의 눈을 찌른 소년이 온다. 의사인 다이다이 박사는 소년이 저지른 잔 혹한 행위의 원인을 찾기 위해 주변 사람들을 추적한다. 하지만 뭔가 잘 못 돌아가고 있음을 직감하고 급기야 오늘의 이 연극을 망쳐버리기로 작 정하지만. 결국 소년의 덫에 걸려들고 마는데...

널리 알려진 소재의 전혀 다른 방식의 재구성

연극〈닭쿠우스〉는 우리가 익히 알고 있는 피터셰퍼의 연극〈에쿠우스〉의 소재를 차용, 번안, 재창작한 작품이다. 관객들을 에쿠우스라는 원작의 일 루젼에서 해방시키고자 하며, 관객들이 보다 현실에 가까운 정서를 가지고 관람에 임하기를 유도하는데 목적이 있다. 이미 알려져 있는 무게 있는 작품이 유쾌하게 재창조됨을 경험하게 하여 '연극의 새로운 가능성에는 한계가 없다.' 라는 것을 증명하려 한다. 더 나아가 연극인들에게는 연극이 발생시키는 불필요한 무게에서 잠시나마 해방되기를 바란다.

'키치문화'로서의 연극적 가치 생산

연극〈닭쿠우스〉는 '미친 삐끕 킷치'(Crazy, B+, Kitsch)다. 키치(kitsch)는 현대 예술의 한 사조로서 단순히 정의하기는 어렵다. 하지만 연극〈닭쿠우스〉에서 보여주고자 하는 키치는 '연극이 주는 무게감을 파괴'하는 것이라고 정의하고자 한다. 연극〈닭쿠우스〉는 '키치(Kitsch)' 라는 장르적 옷을 입은 스타일리쉬 연극이다. 원작의 배경이 되는 영국을 충남 홍성으로, 마굿간을 양계장, 등등 번안한 외에 장면의 패러디와 등장인물들의 캐릭터를 컬트적으로 비틂으로써 전혀 새로운 연극을 창조한다. 관객에게 '이미이 연극은 이런 것이다'라고 인식 되어진 작품을 뜯고, 비틀어 단 한 방울의 엑기스로 재생산하여 오직 연극만이 줄 수 있는 공연재미를 보여준다.

[조치원 해문이]에 이은 충남시리즈2

연극 〈닭쿠우스〉는 2017 서울문화재단 최초 예술지원사업 선정작이자, 충남시리즈 두 번째 작품이다.

충남 시리즈 첫 번째 작품 '조치원 해문이'는 2014년 제4회 벽산 희곡상 수 상작으로, 원작 햄릿의 내용을 재해석하여 현재로 가져온 작품이다.

'조치원 해문이'에서 그랬듯 연극 〈닭쿠우스〉에서도 유려한 충청남도 방언을 통해 작품의 배경이 되는 충남 홍성의 지방색을 완벽하게 구현 한다. 충청도 방언은 원작의 서양적이고 무거운 요소를 해체하는데 주요하게 작용한다. 충청도 사투리는 이 작품을 관객들로 하여금 번역극이라는 인식에서 벗어나게 하며 홀가분한 마음으로 공연을 관람하도록 한다. 그렇다고 토속적인 색채가 가지는 한국적 사실주의처럼 사실주의의 확대로 접근하진 않는다. 단지 코믹적인 요소로 관객을 이끌며 템포를 조절하는 역할을 한다. 【任意】







인도전문가 이옥순의 "우리 안의 오리엔탈리즘: '인도'라는 이름의 거울』 은 고미숙이 괜한 말을 한 게 아니라는 걸 잘 보여 준다. 이옥순은 그간 한국에서 출간된 인도 관련 소설과 여행기, 신문과 잡지에 실린 글 등을 분석했다. 그는 "우리 소설의 주인공들은 늘 구원을 얻기 위해 '갑자기' 인도로 간다"고 말했다. 이옥순은 한국의 필자들이 인도의 요가, 고행, 명상, 정신주의를 예찬하고 심지어 가난까지 예찬하는 이면에 숨어 있는 오리엔탈리즘을 발견했다. 즉 잠시 구경하고 지나가는 여행자들이 갖기 마련인 주마간산(走馬看山)격 시선의 한계를 지적한 것이다. 아마도 보 통사람들에게 있어서 여행을 많이 하느냐 적게 하느냐 아예 하지 않느냐 하는 걸 가르는 주요 변수는 돈, 시간, 호기심, 부지런함 따위가 아닐까 싶다. 여기에 다른 전략적 이유들이 가세할 것이다.



WRITE GARCIA(하경공)

1992년 성균관 대학교 정보 통신공학 졸업 2001년 연세대학교 상남 경영 대학원 졸업 2014년 매출액 37억 (종업원수 31명, 직영매장 8개) 2014년 월드벤처스 멤버십 가입 2014년 폐업 이후 여행과 같은 삶의 시작

010-5414-0002

(a) dreamtripsgarcia@gmail.com

직접 경험의 권위

그 전략적 이유 가운데 하나 빼놓을 수 없는 것이 '직접 경험'의 권위일 것 및도 등과 같은 요인들이 복합적으로 작용해 만들어 낸 그 어떤 '경로'에 이다. 우선 그 권위는 자기 자신에게 작용한다. 개개인의 '보는 눈'의 입장 충실한 결과일 뿐이다. 에서 세계를 생각하는 시각주의(또는 백문불여일견의 원칙)에 따라 자신 이 본 것에 대해 확신을 갖고 이야기할 수 있는 힘을 갖게 된다. 그 확신 은 듣는 이에게도 전염된다.

사람을 만나건 장소를 구경하건 '직접 경험'의 한계와 위험은 분명히 있 겠지만. '직접 경험'이 아니면 도저히 깨닫기 어려운 걸 알게 해 줄 수 있 다는 점에서 '직접 경험'의 매력과 마력을 무시할 수는 없다. 요즘 이른바 '체험 마케팅'이 뜨고 있는 것도 바로 그런 이유 때문일 것이다.

경로의존적인 여행

그 어떤 한계에도 불구하고 '직접 경험'의 장점을 인정한다면, 우리가 정 작 놀랍게 생각해야 할 것은 우리는 멀리 있고 우리와 무관한 곳에 대해선 '직접 경험'의 기회를 가지려고 애를 쓰지만 가까이 있고 우리에게 매우 중 요한 곳에 대해선 '직접 경험'의 필요성조차 느끼지 않고 있다는 사실이다. 그건 우리의 여행이 교통이라고 하는 '경로의존(path dependency)'의 영 향을 받는다는 걸 의미하는 것이다. 여행의 자율성은 교통 시스템의 지배 로부터 자유롭지 않다. 서울에서 전주보다는 서울에서 제주가 더 가깝다. 비행기 때문이다. 영호남 간의 '거리'는 영호남에서 서울과의 '거리'보다 훨씬 더 멀다. 한국의 모든 길은 다 서울로 나 있기 때문에 서울에서의 밥 그릇을 차지하려고 아웃다웅 싸우는 게 한국형 선거의 본질이기도 하다. 한국 정치는 '경로의존'의 종속변수라고 해도 과언이 아니다.

여행과 관광

여행은 없거나 매우 드물다. 한비야처럼 희귀하다. 배낭여행에 뛰어든 사람들도 배낭만 맨 관광객이더라는 게 많은 사람들의 증언이다. 어느 나라에 가서건 여러 사람들이 함께 움직이는 외국인들이 있다면 그건 한 국인일 가능성이 매우 높다. 한국인은 개인은 강하지만 집단은 약하다 는 말도 괜한 말이다.

물론 탓할 일은 아니다. 이 또한 80년대의 어느 시점까지도 해외여행이 엄청난 벼슬처럼 여겨졌던 과거, 높은 해외 의존도, 좁은 땅과 높은 인구

여행클럽 드림트립스

요즈음 여행도 해외 직구를 이용해 여행을 다닌다.

전세계에서 가장 큰 여행클럽 드림트립스를 통해 해외 직구로 많은 시람 들이 여행한다. 필자가 작년에 이용해보니 이 여행클럽은 가격대비 품질 이 매우 좋다. 가이드팁, 옵션, 끼워넣기, 일정 바꾸기, 쇼핑, 강요 등 없이 여행이 진행된다. 한국의 모든 여행사들은(5만5000개) 회원이 없다. 원래 의 가격을 내놓으면 국민들이 비싸다고 선택하지 않는다. 그래서 불특정 다수로 가격을 파격적으로 저렴하게 내놓고 선택하게 만든다. 현지에서 이런저런 이유로 추가 요금이 발생한다. 돈의 문제가 아니라 내가 시간을 내서 여행을 갔는데 기분이 나쁘다. 한국은 6.25 이후 사는 것이 어렵다보 니 1990년대 이후 많은 사람들이 여행을 다니기 시작했다. 이때 해외 정 보를 몰라서 국내 여행사를 선택하여 여행을 떠난다. 그러다보니 여행의 질이 떨어질 수 밖에 없다. 짧은 여행 일정에 많은 것을 보게 하다 보니 여 행이라기보다 극기훈련에 가깝다. 이런 여행은 여행이 아니라 관광이다. 그런데 드림트립스 여행은 가격대비 품질이 높다. 여행 일정동안 좋은 호 텔에서 좋은 음식을 먹으면서 시간에 쫓기지 아니하고 힐링을 주목적으 로 둔 여행이다. 그래서 많은 회원들이 여행을 다녀온 후 만족도가 상당 히 높다 말한다. 여행은 돈의 무제가 아니라 용기의 문제라 하지 않던가. 시간을 내서 만들어서 진정한 여행을 체험해보기를 바란다. KFN





특허보다 훨씬 중요한 영업비밀(2)

영업비밀은 어떻게 관리되어야 하나?

지난 호에 이어 특허보다 더 중요한 영업비밀에 관한 설명을 이어가기로 한다. 프랜차이즈 본사가 특히 영업비밀에 관심을 가져야 할 이유가 있다. 어떤 아이디어나 노하우, 기술을 보호하는 제도로는 '특허'가 있다. 하지만 특허는 기본적으로 기술적인 내용에 치중되어 있으며, 아무리 본인이 특허가 된다고 주장하더라도 특허청의 엄격한 심사를 거쳐서 신규성과 진보성이 인정되어야만 특허로서 등록을 받을 수 있다. 하지만 일반 프랜차이즈 본사에서 그와 같은 다양한 특허를 보유하기란 쉽지 않다. 하지만 영업비밀은 그 범위가 특허보다 넓다. 꼭 기술적인 내용이 아니라 하더라도 '제조방법', '주요한 고객정보', '원가자료', '마케팅 계획', '신제품 출시 준비사항' 등이 영업비밀 대상으로 될 수 있다. 아울러 굳이 특허가 요구하는 신규성과 진보성이 없어도 경제적 가치가 있고, 비밀로 관리되어 있으면 법상 보호되는 영업비밀로서의지위를 가질 수 있다.



WRITE **조우성**

합동법률사무소 기업분쟁연구소(CDRI) / 대표변호사 한국프랜차이즈산업협회 자문위원

+82 010-5472-0157 02)568-2420

■ wsj@cdri.co.kr

관련하여 특허정보원 산하 영업비밀보호센터에서 조사한 의미 있는 통계자료 몇 가지를 소개한다.

가장 많이 유출되는 영업비밀 종류는 무엇일까?

'고객 및 거래처 정보(1위)'. '개발제품/설비의 설계도 및 디자인(2위)', '생산, 제조방법, 혼합비(3위)', '신제품 아이디어, 실험결과 데이터(4위)', '신제품 출시일정, 마케팅 전략(5위)' 순이다.

그렇다면 왜 영업비밀을 유출할까? 영업비밀 유출 동기에 대해 살펴보면 '개인 영리목적/본인이 사업을 전개하기 위해(1위)', '외부인의 금전유혹, 스카우트, 매수(2위)', '인사불만(3위)', '처우불만(4위)' 순으로, 역시모렬해저드가 주 원인이었다.

영업비밀 유출자는 '전직 직원(1위)', '현직 직원(2위)', '협력업체(3위)', '협력 전문가(4위)', '투자업체(5위)' 순으로, 전직 직원이 퇴사하면서 영업비밀을 유출하는 예가 압도적으로 많았다.

영업비밀 유출을 다루는 법이 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(줄여서 '부정경쟁방지법'이라 함)이다. 영업비밀로 인정되기만 하면 영업비밀 유출자는 민사적으로 손해배상의 대상이 되고 형사적으로 징역형(최소 5년 이하)에 처해질 수 있다. 그만큼 강력한 법 규정을 갖고 있음에도 실제 영업비밀 유출사고가 발생했을 때 법적인 제재를 받는 경우는 손에 꼽을 정도다. 왜냐하면 영업비밀로 제대로 관리하지 못했기 때문이다.





실제 영업비밀 유출이 발생한 경우 회사는 해당 직원이나 경쟁업체를 상대로 소송(민사소송, 형사고소)등을 제기한다. 문제는 그 결과다. 직원의 퇴사로 인해 영업비밀이 유출되고 회사가 이에 대해 법적 조치를 취한 경우, 내부 직원들은 그 결과의 추이에 관심을 갖는다. 그런데 제대로 영업비밀을 관리하지 못한 결과 영업비밀로 인정받지 못해서 패소하게 되면그 파급효과는 심각하다. 직원들에게는 '아, 회사의 노하우를 가지고 외부로 나가도 별 조치를 취하지 못하는구나'라는 부정적인 인식을 갖게 하기 때문이다.

이제 자연스럽게 '대체 영업비밀로 인정되려면 어떤 요 건을 갖춰야 하는지'를 살펴보자.

회사입장에서 아무리 '이 정보들은 정말 중요한 영업비밀입니다!'라고 주장해도 실제 회사 내에서 이를 영업비밀로 '관리'하지 못했다면 영업비밀로 봐주지 않는다는 점을 명심해야 한다.

대체 어떻게 조치해야 '영업비밀로 관리했다'는 평가를 받을 수 있는가? 부정경쟁방지법에 따르면 회사의 영업비밀로 인정되기 위해서는 일정한 수준의 보안절차가 선행되어야만 하는데.

이러한 보안절차의 중요한 요소로는 대략 다음 4가지가 주로 거론된다.

첫째, 해당 정보는 '영업비밀'로서 분류되어 보관되어 있을 것 둘째. 관리담당자가 정해져 있을 것

셋째, 일정한 절치를 통해 허가 받지 않으면 아무나 함부로 그 정보에 접 근할 수 없을 것

넷째, 임직원들에게 해당 정보를 영업비밀로서 보호하겠다는 비밀보호 서약서를 받을 것.

법에 관한 유명한 명언 중 '권리 위에 잠자는 자는 보호받지 못한다'는 말이 있다. 아무리 중요한 정보라도 이를 영업비밀화(化) 하는 노력을 하지 않는다면 유출되더라도 실효성 있는 조치를 취할 수 없다.

다음 시간에는 우리 회사의 영업비밀을 좀 더 손쉽게 대외적으로 인정 받을 수 있는 제도인 특허정보원의 '영업비밀 원본증명제도'를 소개하기 로 한다. ((1771)



프랜차이즈 본사의 접대비 처리방법

접대비는 특정인에게 지출하는 업무와 관련된 비용이다. 특정인에게 접대 · 교제 사례금의 성격으로 지불하는 점에서는 불특정인에게 지출하는 광고선 전비와 구별된다. 또한 업무와 관련된 지출로서는 기부금과 구별되는 점이 특징이다.

최근 세무조사에서는 프랜차이즈 본사가 가맹점에 일부 가맹비를 면제해주 거나, 설비 등을 지원해주는 경우에 접대비로 보는 경우가 있었다. 접대비의 본질과 이에 대한 해결 방안은 어떤 것이 있을지? 김영란 법과 관련한 접대 비의 처리 시 유의해야 할 사항은 어떤 것인지 살펴보기로 하자.



WRITE **최인용**

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

첫째. 기업의 접대비는 한도가 있다

기업은 접대비를 무한하게 쓸 수 있는 것이 아니다. 일정비용 이상을 지출하게 되면, 비용으로 인정되지 않는 것이 접대비이다. 프랜차이즈 기업의 접대비는 얼마가 한도일까? 대부분 프랜차이즈 본사는 중소기업에 해당된다. 중소기업은 매출액 1천억원 이하인 경우에 중소기업 적용을 받을 수 있다. 접대비 한도액은 중소기업의 경우에 연간 2400만원이 기본 한도며 매출액에 따라 추가로 한도가 올라간다.

중.	소기업 매출액 수입기준 한도	적용률
	100억원 이하분	20/10,000
수입금액 (매출액)	100억원~ 500억원	10/10,000
(-112-1)	500억원 초과	3/10,000

프랜차이즈 기업은 이 한도에 주의해야 한다. 접대비는 한도가 있기 때문에 세무조사 시에 접대비로 인정을 받게 되면 한도초과로 인하여 비용으로 인정받지 못하므로 추가적인 법인세를 부담하게 된다.

둘째, 접대비는 대표의 카드를 사용하면 안 된다

접대비는 원칙적으로 법인 신용카드를 쓰는 것이 원칙이다. 따라서 대표 나 종업원의 카드를 사용하는 것은 인정되지 않는다. 예외적으로 법인의 신용카드를 쓰지 않아도 되는 접대비는 회사 제품으로 접대를 하거나, 약 정에 의한 채권 포기를 한 경우, 또는 국외지역에서의 접대비를 사용한 경우 등에 한한다. 경조사비를 사용한 경우 카드를 쓰지 않아도 20만원까지는 인정된다. 그 이상의 경우에는 법인카드나 세금계산서 등으로 지출하여야 인정된다. 특히 경조사비는 경조사비 리스트 등을 개별 기업별로 만들어 작성하여 놓는 것이 바람직하다.

셋째. 특정가맹점의 보상차원의 지출액

최근 세무조사 시에는 특정 가맹점에 지원한 식자재 및 비품 등 지원 내용에 대해 접대비 판정을 내리고 있어 주의를 요한다. 법인이 모든 거래처를 상대로 사전약정에 의해 건전한 사회통념으로 일정금액을 거래실적에 따라 지급한 경우 판매 부대비용으로 본다. 그러나 특정거래처에 대한 보상차원의 지출액과 지원 성격이 있는 금액은 접대비로 본다는 국세청의 예규[서면2팀 1019, 2005.7.6.]에 의해 일부 가맹점들을 지원한 내용에 대해서는 접대비로 처분을 내리고 있다.

이에 대해 프랜차이즈 본사는 신규 가맹점에 대한 일정기간동안의 지원, 또는 특정기간동안 일정 매출액 이하의 가맹점에 대한 지원 등에 대해 이사회 의사록 등으로 불특정 다수의 가맹점에 대한 지원임을 나타낼 수 있는 근거 서류 등을 마련하여 보완하는 것이 바람직하다.

접대비는 많이 사용하지 않도록 법에서 한도를 두어 규제하고 있다. 그만큼 사용에 규제가 있는 것이 접대비다. 특히 관공서 및 기자 등과의 접대비는 법인카드를 사용하게 되면 김영란 법에 따라 다른 문제가 있을 수 있으니 법인카드 사용에 있어서 접대비는 유의하여 사용하는 것이 바람직하다. [[[]]]





가맹본사의 필수품목 강제행위와 차액가맹금

공정거래위원회는 일부 프랜차이즈 가맹본사에게 가맹점사업자에게 적절하지 않은 물품을 필수품목으로 강제했다는 이유로 과징금 및 시정명령을 내렸다. 그리고 곧이어 2017년 12월 말에 2017년 10월에 50대 프랜차이즈 기업을 상대로 실시한 필수 물품원가 및 가맹점사업자 공급가 등에 대한 조사 결과를 발표하였다. 프랜차이즈 본사들 중에서 규모가 큰 기업의 필수강제 품목과 이에 대한 가맹본사들의 마진율에 대한 내용을 '차액 가맹금'이라는 표현을 빌려 조사 · 발표한 것이다.

차액 가맹금은 무엇인가?

'차액 가맹금'은 가맹사업법상의 용어는 아니다. 다만 가맹사업법상 가맹금의 정의에 포함된 영역 중 필수품목에 해당하는 영역의 이익부분을 공정거래위원회에서 '차액 가 맹금'으로 지칭한 것이다.

'차액 가맹금'이라고 지칭하는 필수품목에 대한 물품마진이 가맹사업법상 가맹금이될 수 있는 것인지? 그렇다면 그 근거가 되는 법률은 무엇일까? 많은 분들이 이 부분을 궁금해 한다. 추후 기회가 된다면 가맹금에 대하여 칼럼을 통하여 따로 집중적으로 다루어볼 예정이다.

가맹금과 관련하여 문제가 되는 상품 및 원재료에 한정해 정리하자면 가맹사업법 제 2조(정의) 및 가맹사업법 시행령 제 3조(가맹금의 정의)에 규정된 가맹금에 대한 정의



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 2차시험 강사(갈라파고스법학원)

한국프랜차이즈산업협회 자문위원

저서 가맹계약에 관한 이론 및 실무(갈라파고스) 객관식 민법(갈라파고스)

1 010-7411-6551 / 02)3412-6551/6552

(a) koreafclaw@hanmail.net

www.koreafclaw.co.kr

규정이 차액 가맹금의 근거가 될 것이다. 해당 조항에는 가맹점사업자가 가맹본부로부터 공급받는 상품 · 원재료 · 부재료 · 정착물 · 설비 및 원 자재의 가격 또는 부동산의 임차료에 대하여 가맹본부에 정기적으로 또 는 비정기적으로 지급하는 대가 중 적정한 도매가격을 넘는 대가가 가맹 금이라고 규정되어 있다.

가맹사업을 함에 있어 가맹금을 받는 것이 모두 위법이 되지는 않는다. 그 렇다면 차액 가맹금으로 일컬어지는 가맹본사의 필수품목에 대한 강제를 통한 영리추구 행위가 왜 문제가 되는 것이며, 최근 일부 가맹본사들이 공 정거래위원회로부터 불공정거래행위로 처분을 받은 것인가? 이를 논하 기 위해서는 가맹사업법이 정하고 있는 불공정거래행위의 유형 중 구속 조건부 거래행위에 대해서 이해할 필요가 있다.

필수품목 강제행위가 불공정거래행위?

행령 등을 통하여 그 구체적 유형 또는 기준에 대해 제시하고 있다.

부동산 · 용역 · 설비 · 상품 · 원재료 또는 부재료의 구입 · 판매 또는 임대 차 등과 관련하여 부당하게 가맹점사업자에게 특정한 거래상대방(가맹본 부를 포함한다)과 거래할 것을 강제하는 행위를 한 경우는 불공정거래행 위로 인정되는 것이다. 그러나 일정한 요건을 충족하는 경우에는 불공정거 래행위가 아닌 것으로 판단한다. 가맹사업의 특성상 가맹본사의 노하우와 통일적 기준 등이 필요함을 고려하여 예외를 인정하는 셈이다.

첫째. 부동산 · 용역 · 설비 · 상품 · 원재료 또는 부재료가 가맹사 업을 경영하는 데에 필수적이라고 객관적으로 인정될 것.

둘째. 특정한 거래상대방과 거래하지 아니하는 경우에는 가맹본 부의 상표권을 보호하고 상품 또는 용역의 동일성을 유지하기 어 렵다는 사실이 객관적으로 인정될 것.

셋째. 가맹본부가 미리 정보공개서를 통하여 가맹점사업자에게 해당 사실을 알리고 가맹점사업자와 계약을 체결할 것.

상기 3가지 요건이 모두 충족 된다면 가맹본사가 해당물품을 필수품목으 로 지정하여 강제한다고 하더라도 불공정거래행위가 아닌 것이다. 즉 가 맹본사가 물품공급을 통하여 영리를 추구하는 경우라 할지라도 위 항목들 이 충족된다면 해당 행위를 이유로 공정거래위원회로부터 처분을 받지 않 는다는 것이다.

다만 그러한 경우 해당 이익부분은 차액 가맹금으로서 지난 칼럼을 통해 서 언급한 대로 향후정보공개서를 통하여 가맹계약을 체결할 예비창업 자 혹은 예비 가맹점사업자에게 계약체결 14일 전에 제공되어야 할 예정 이라는 것이다.

정보공개서에 구입 강제항목 기재 필요

위 세가지 요건 모두를 충족시켰다면 그 자체만으로는 구속조건부거래행위 가 아닐 것이다.

세 번째 요건인 정보공개서에 기재하고 계약체결요건을 보자면 가맹사업법 상 정보공개서에는 구입 강제항목이 존재하고 이를 기재하도록 되어있다. 그런데 한국공정거래조정원에서 정보공개서 등록관으로 근무하며, 또한 한국프랜차이즈법률원에서 대표 가맹거래사로서 업무를 하며 느끼는 것 은 의외로 이 부분을 소홀히 하는 곳이 많다는 것이다.

정보공개서 및 가맹계약서를 작성 등록함에 있어서 전문가의 조언 없이 직 지가 아닐까 생각된다. [[[대]]

접 가맹본사가 작성하거나 표준양식을 그대로 활용하는 경우가 많다보니 해당항목에 대한 이해도가 부족해서 발생한 일이라 생각한다. 등록심사 단 계에서는 기업이 제출한 자료에 대한 기업입장의 유불리를 염두에 두고 법 상허용범위의 수정사항을 묻지 않는다. 표준고시는 공정거래위원회의 권 고사항일 뿐 가맹사업법상 의무적인 계약조항만 있는 것은 아니다. 실제로 등록된 6000여개의 브랜드 중 다수가 구입강제 품목에 대한 리스트 첨부 가 구체적으로 되어있지 않다. 전략적인 의도에 의해 그런 것이 아닌 무관 심 속에 계약서 및 정보공개서 각 항목이 의미를 모른 채 사용되고 있는 것 이다. 현재 등록된 정보공개서나 가맹계약서가 가맹본사입장에서 가맹분 쟁 시 유리하게 작성이 되어 있는지 전문가에게 조언을 구하길 권고한다. 세 번째 요건을 충족 시켰다 하더라도 첫 번째, 두 번째 요건에 부합하는 지가 문제일 것이다. 공산품이라고 해서 이 두 가지 요건에 반드시 결격이 되는 것은 아닐 것이다. 다만 그러할 확률이 높은 것뿐이다. 많은 사람들 가맹사업법 제 12조에서는 불공정거래행위의 금지를 언급하고 있고, 시 이 시중가보다 비싼 가격으로 물품을 강제하는 것이 문제라는 점에만 초 점이 맞추어져 있지만 그러한 마진이 크고 작고를 따지기에 앞서 가맹본 사의 통일성 및 독창성을 유지하는데 해당 제품을 쓰는 것이 반드시 필요 한 항목인지가 그 잣대가 될 것이다. 해당브랜드에서 만들어지는 제품 및 서비스의 완성도와 퀄리티를 위하여 특정제품과의 조합이 반드시 필요하 다면 공산품일지라도 특정제품이 강제될 수 있을 것이다. 결국 브랜드의 성격을 어떻게 만드느냐에 따라서 필수품목의 내용물이 달라질 것이다.

공정거래위원회의 정책과 이에 대한 대응

우선 입법예고 된 대로 2018년에는 정보공개서 양식의 변화가 있을 것이 다. 차액 가맹금이라는 명칭으로 필수물품을 통한 마진에 대한 정보공개 가 있을 것이다. 기존에는 필수물품이 무엇인지를 공개해야 했다면, 구체 적으로 가맹점주로부터 이익창출을 하게 되는 가맹본사의 필수물품에 대 한 이익 부분이 공개되는 것이다.

이것이 의미하는 것은 가맹본사가 자율적으로 공정거래위원회에 그 자료 를 등록하고, 만약 가맹분쟁이 발생할 경우 사실과 다를 시 규제할 수 있 는 명분이 추가로 생기는 셈이다. 징벌적 손해배상과도 연결이 될 수 있 는 영역이라고 분석이 된다.

이번 칼럼에서는 불공정거래행위 중 필수물품 등에 한정하여 다루어 보 았지만 미쳐 칼럼을 통하여 언급하지 못한 다양한 처벌대상들이 산재하 고 있다고 생각한다.

새로운 가맹사업법 및 시행령과 공정거래위원회의 정책방향에 대비하여 프랜차이즈 시스템 전반에 행해지고 있는 법적 리스크 대비가 시급하다고 생각한다. 기존에 관행상 이루어 지고 있는 당연하다고 생각하는 행위들도 전문가의 조언을 통한 정비가 필요한 시기다. 본사가 가맹점주와 관계에서 발생하는 금전적 이익을 어떻게 어떤 방식으로 취할지에 절차와 방법을 법 리스크 관점에서 시스템적으로 보완할 필요가 있겠다.

프랜차이즈 산업 현장 속에 계신 분들은 각 분야 전문가들이라고 생각한 다. 피나는 노력 끝에 이 자리에 계신 분들이다. 그런 의미에서 마스터들이 다. 필자가 유명한 마스터 쉐프에게 요리 실력의 비결을 물은 적이 있다. 그때 그분이 하신 말씀이 "기본에 충실히 하려고 노력한다"라는 말이었다. 현재의 현상들은 기본에 충실하라는 프랜차이즈 산업전반에 보내는 메시



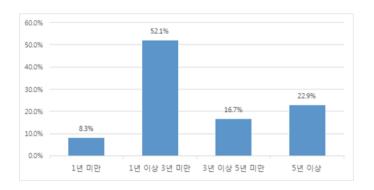
국내 가맹본부들의 슈퍼바이징 현황

본 조사는 국내 프랜차이즈 본시들의 슈퍼바이징 현황과 슈퍼바이저들의 직업 만족도, 가맹점시업 자의 슈퍼바이징 이해도를 파악하기 위해 진행되었으며, 2017년 現 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저 53명을 대상으로 설문조사를 시행하였다.

본 조사에 참여한 슈퍼바이저들의 평균 근무 기간은 2.73년으로, 1년 이상 3년 미만 근무자가 가장 많았으며(52.1%), 최소 근무 기간은 경력이 없는 신입사원, 최대 근무 기간은 13년으로 나타났다.

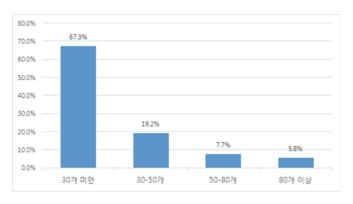


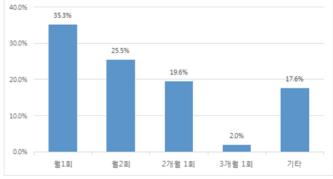
프랜차이즈산업연구원 CFE, 경영학박사 한국프랜차이즈산업협회 자문위원



〈표1 가맹본부 근무 기간〉

슈퍼바이저 한 명이 담당하는 가맹점 수는 30개 미만이 가장 많았으며 (66.0%), 그 다음으로 30개 이상 50개 미만(18.9%), 50개 이상 80개 미만(7.5%), 80개 이상(5.7%) 순으로 나타났다.



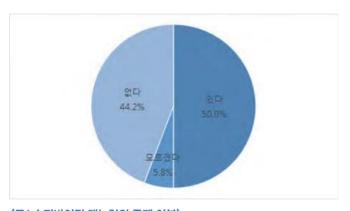


〈표2 한 명이 담당하는 가맹점 수〉

슈퍼바이저들이 담당 가맹점을 방문하는 횟수는 월 1회가 가장 많았으며 (35.3%), 그 다음으로 월 2회(25.5%), 2개월 1회(19.6%), 3개월 1회(2.0%) 순으로 나타났다. 기타 응답으로는 '주 1회', '수시로 방문' 등이 있었다.

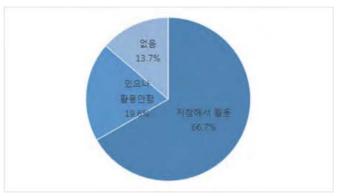
〈표3 가맹점 방문 횟수〉

응답자들이 소속된 가맹본부 중 슈퍼바이징 매뉴얼이 있는 가맹본부는 50%에 달했다.



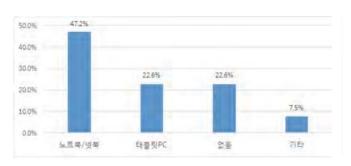
〈표4 슈퍼바이징 매뉴얼의 존재 여부〉

가맹점 방문 시 체크리스트를 지참하여 활용하는 슈퍼바이저는 66.7%였다. 체크리스트가 있지만 활용하지 않는 슈퍼바이저는 19.6%였으며, 존재하지 않는다는 응답도 13.7%가 존재했다.



〈표5 체크리스트 활용 여부〉

슈퍼바이저들이 체크리스트가 존재함에도 불구하고 체크리스트를 활용하지 않는 이유는 '객관적 평가가 어려움', '리스트의 노후화', '체계적이지 않은 체크리스트', '가맹점주의 거부 반응', '형식보다는 현장의 상황에 맞는 사항으로 체크' 등이었다.

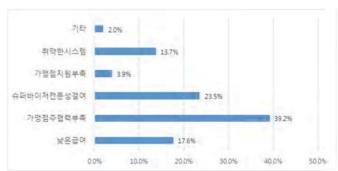


〈표6 슈퍼바이징 업무 수행 도구〉

가맹점 관리용 POS 시스템이 구축되어 있는가에 대한 질문에는 88.5%가 있다고 응답하였으며, 11.5%는 없다고 응답했다.

가맹점 매출을 파악할 수 있는 매출분석 프로그램이 있는가에 대한 질문에는 82.7%가 있다고 응답하였으며, 17.3%는 없다고 응답했다.

슈퍼바이저들은 슈퍼바이징 업무를 수행하면서 주로 '노트북/넷북'을 사용 타 응답으로는 '잦은 출장'이 있었다. 하며(47.2%), '태블릿PC(22.6%)'를 활용하였다. 반면, '아무 것도 활용하지 않는다'는 응답도 존재(22.6%)했으며, 기타 응답으로는 '휴대폰'이 있었다.



〈표7 슈퍼바이저 업무 수행 애로사항〉

슈퍼바이저로서 업무를 수행함에 있어 가장 힘든 부분은 '가맹점주의 협력 부족(39.2%)'. 그 다음으로 '슈퍼바이저로서의 전문성 결여(23.5%)', '업무에 비해 낮은 급여(17.6%)', '취약한 프랜차이즈 시스템(13.7%)' 순. 기타 응답으로는 '잦은 출장'이 있었다.

최저임금 고민, 일자리 안정자금으로 **해결**하자

2018년 1월, 역대 최고의 최저임금 인상에 대한 대응책으로서 근로복지공단과 고용노동부는 대대적으로 일자리 안정자금 지원 사업을 추진하고 있다. 2018년 2월 현재 누계 40만 명이 넘는 근로자와 15만 개소가 넘는 사업장이 신청을 하였으며, 소득세법 시행령의 개정과 맞물려 신청자는 더욱 늘어날 것으로 예상된다. 정부는 지원 대상 사업장이 미처 지원받지 못하는 일이 생기지 않도록 신청절차 간소화 및 지원범위 확대를 위해 총력을 기울이고 있는 바, 이번 호에서는일자리 안정자금의 목적 및 추진체계를 개관하고, 사업주 및 근로자의 지원 요건에 대하여 자세히 살펴보고자 한다.



WRITE **신항철**

삼정노무법인 대표 공인노무사 (사)중앙진폐재활협회 법률 고문 한국프랜차이즈산업협회 자문위원 전)서울지역 업무상질병판정위원

● 010-5383-7766 / 02)521-3588 (사무실)

shin@psj.kr





1. 일자리 안정자금 지원 사업의 목적 및 추진체계

일자리 안정자금 지원 사업은 고용정책기본법 제29조(국가는 근로자의 고 용기회를 확대하고 기업의 경쟁력을 높이기 위하여 기업의 고용창출, 고용 유지 및 인력의 재배치 등 지원에 필요한 대책을 수립 · 시행하여야 한다) 를 근거로 하여 고용노동부와 근로복지공단이 시행하는 사업이며, 최근 5 년간의 평균 인상률인 7.4%의 2배를 상회하여 인상된 최저임금(16.4%)으 로 인한 소상공인과 영세 사업주의 경영부담을 완화하는 것을 그 목적으 로 한다. 다만 동 사업은 국가 예산을 통한 한시 사업으로서 그 사업기간을 2018년 1월 1일부터 12월 31일까지로 하는 바, 회계연도 말일('18,12,31,)을 넘어 신청하는 경우에는 지원이 불가능함에 유의하여야 한다.

2. 일자리 안정자금 지원 요건

(1) 사업주

일자리 안정자금을 신청하기 위해서는 가장 기본적으로 ①30인 미만 사업 (주)일 것, ②고소득 사업주(과세소득 5억 원 초과)가 아닐 것, ③임금체불 명단공개 중인 사업주가 아닐 것. ④인건비 재정지원을 받고 있지 않을 것. ⑤국가 및 공공기관이 아닐 것, ⑥최저임금을 준수할 것, ⑦고용을 유지할 것이라는 7가지 요건이 필요하다.

- 30인 미만 사업주일 것

일 기준 평균 노동자수가 30인 미만인 경우를 뜻한다. 따라서 한 사업장당 최대 지원한도는 월별로 29인이라고 할 수 있고, 특정한 달에 30인을 초과 하더라도 연속한 3개월 동안 30인 이상이 되지 않는다면 지원을 받을 수 있다. 다만, 30인을 초과하는 사업(주)이 인위적 감원을 통해 30인 미만으 로 조정하여 신청한 경우에는 지원이 제한되므로 무리한 인위적 감원은 피하는 것이 좋다.

- 최저임금을 준수할 것

이를 판단하기 위해 일자리 안정자금 신청 시 당해 근로자의 정액급여(최 저임금법에 따른 최저임금 산입범위와 동일한 의미의 급여)에서 소정근로 시간을 나눈 금액이 2018년 최저임금인 7.530원 이상인지를 살펴보아야 한 다. 또한, 일자리 안정자금 사업의 목적상 당해 사업장에서 최저임금에 미 달하는 근로자가 1명이라도 있을 경우에는 지원이 제외된다.

(2) 근로자

일자리 안정자금 지원대상인 근로자에 해당하기 위해서는 ①월 평균 보수 액이 190만원 미만일 것, ②1월 이상 고용유지가 될 것, ③특수 관계자(사 업주의 배우자 및 사업주의 직계 존 · 비속)가 아닐 것. ④고용보험에 가입 되어 있을 것, ⑤기존 근로자는 최소한 전년도 보수수준이 유지되고 있을 것이라는 5가지 요건이 필요하다.

- 월 평균 보수액이 190만원 미만일 것

월 평균 보수란 실제로 노동자가 지급받는 총 급여액 개념으로, 소득세법 제20조에 따른 근로소득(기본급+초과근로수당+각종 상여금 등 보수총액) 에서 같은 법 제12조제3호에 따른 비과세 근로소득을 뺀 금액이다. 다만, 이번 소득세법 시행령 제17조의 개정으로 인하여 월 정액급여가 190만원 이하인 청소 · 경비 관련 단순노무직, 조리사와 식음료 서비스 종사자, 매 장 판매원 등의 종사자는 연장 · 야간 · 휴일 등의 초과근로수당에 대해 월 20만원 한도까지 비과세 혜택을 받을 수 있게 된 바 있다. 따라서 이러한 종사자들 또한 기존의 생산직근로자와 더불어 초과근로수당을 포함한 월 보수가 210만원 이하일 때에는 지원 대상으로 인정된다.

- 고용보험에 가입되어 있을 것

일자리 안정자금을 신청하기 위해서는 당해 근로자가 고용보험에 가입되 어 있어야 한다. 사회보험 미가입 사업장의 경우에도 새롭게 고용보험에 가입하면 지원대상이 되며, 보험 신규가입에 따른 부담을 완화하기 위하여 고용보험과 국민연금 신규가입자의 보험료를 최대 90%까지 지원해주는 두루누리지원사업이 시행되고 있다. 뿐만 아니라 최저임금의 100~120%인 신규 가입자에 대해 사회보험료 실부담액의 50%를 2년간 세액공제해주는 정책도 시행되고 있으므로 참고하면 좋을 것이다.

정부는 소규모 사업주의 신청 편의를 위하여 보험사무대행기관을 통해 신 청을 대행할 수 있도록 지원하고 있다. 대행기관을 통해 신청하고자 하는 사업주는 인근 보험사무대행기관과 사무위탁계약을 체결하고 신청서 제 출 등을 위탁하면 되며, 인근 대행기관은 근로복지공단 홈페이지(www. 여기서 '30인 미만'이라 함은 지급을 희망하는 월의 직전 3개월간 매월 말 kcomwel.or.kr)에 게시되어 있는 리스트를 활용하면 된다. [[[[]]]]

프랜차이즈 가맹비, 사용료, 인테리어 비용 등에 대한 **회계** 및 **세무처리**

외식시장의 성장과 함께 프랜차이즈 업체도 증가해 프랜차이즈 산업은 현재 국내 경제에 적지 않은 부분을 차지하고 있다. 수백 개의 가맹점을 개설하면서 큰 성공을 이룬 업체도 심심찮게 나오고 있지만, 이들 업체의 세무ㆍ회계 관리는 일반기업에 비해 아직도 미흡한 경우가 많다. 프랜차이즈 본사가 처음에는 개인사업체를 운영하다가 프랜차이즈를 목적으로 하는 법인을 설립하는 경우가 있다. 이럴 경우 대부분 세무와 회계에 대한 지식과 경험이 부족한 상태에서 본사를 운영하다 보니 허술할 수밖에 없는 것도 현실이다.

또한, 본사는 어느 정도 시스템을 구축하고 있지만 가맹점주는 본사로부터 영업에 관한 홍보와 매뉴얼만을 제공받고 있으며 세무ㆍ회계에 대한 정보는 제공받지 못하는 경우가 많다. 또한 가맹점 사업주들이 세무조사 및 절세에 대한 관심은 높은 반면 이에 대한 구체적인 방법 및 실행에는 취약한 상황이다. 실제로 많은 가맹점 사업주들이 계산서의 수취 및 보관에 대한 인식이 없어 각종 신고 시 이를 누락하는 경우가 다반사며, 종업원의 급여 등도 제대로 신고하 지 않고, 각종 지출증빙서류도 보관하지 않아 종합소득세 계산 시 경비로 인정받지 못해 높은 세금을 부담하는 경우가 많다.

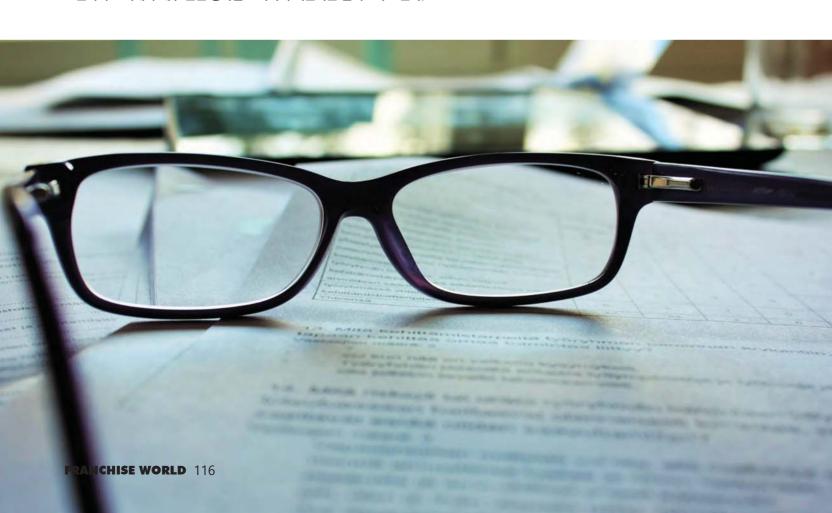
프랜차이즈 회계와 세무 관련 항목별로 하나씩 차근차근 살펴보기로 한다.



WRITE **김상운**

태경회계법인 대표이사 한국과학기술정보연구원(KISTI) 자문위원 복지법인 한국소아마비협회 이사 한국프랜차이즈산업협회 자문위원

> 맥회계학(서울고시각2012) 국세청회계학(도서출판탑2008) 관세사 회계원리(세학사2012) 관세사 재무회계(세학사2012)





1. 가맹비와 사용료

프랜차이즈 본부는 일반적으로 비반환성 가맹비와 사용료(로열티)를 받는다. 그리고 가맹점 사업주는 동 금액을 프랜차이즈 본사에 지급을 한다. 이 경우 비반환성 가맹비를 프랜차이즈 본사 입장에서는 수익이 되며, 가맹점 사업주 입장에서는 비용이 된다.

이 경우 비반환성 가맹비는, 프랜차이즈 본사로 보자면 일단 선수수익이라는 부채로 계상했다가 계약기간 경과에 따라 수익으로 배분하여야하며, 가맹점 사업주는 선급비용이라는 자산으로 계상했다가 기간경과에따라 비용으로 배분하여야한다.

그리고 매월 또는 주기적으로 수수하는 사용료(로열티)는 프랜차이즈 본 사 입장에서는 사용료 수익으로 인식하며, 가맹점 사업주 입장에서는 수 수료비용으로 인식하여야 한다.

이 경우 가맹비와 사용료에 대해서는 프랜차이즈 본사에서 반드시 세금계 산서를 발행하여야 한다. 그런데 정직하지 못한 프랜차이즈 본사에서 가 맹비에 대하여 세금계산서를 발행하지 않으려 하거나 금액을 축소하여 발행하려 할 수도 있다. 세금계산서를 발행하지 않는 대신 부가가치세에 해당하는 10% 정도를 깎아주겠다고 제의를 하면, 보통 거액의 가맹비에 대하여 가맹점 사업주의 입장에서도 유혹이 빠질 수 있다. 그러나 이 부분

은 프랜차이즈 업종 세무조사 시 중점 검토사항이라는 것을 알아야 한다. 그리고 부가가치세를 일시적으로 부담을 하더라도, 부가가치세 신고 시에 다시 환급을 받을 수 있으니 반드시 세금계산서를 발급받기 바란다. 만약 가맹점 사업주가 면세사업자인 경우라도 환급받지 못하는 부가가치세를 비용으로 처리를 할 수가 있으니 반드시 세금계산서를 발급받기 바란다. 만약 부득이하게 발급을 못받는 상황이 된다하더라도, 가맹비를 현금으로 주지 말고 반드시 은행을 통하여 상대방 법인계좌 혹은 개인대표자 계좌로 송금을 하여야 한다. 그래야 나중에 세무조사를 받을 경우에 비용으로 인정받을 수 있다.

2. 계약이행보증금

계약이행보증금은 가맹점이 본사와의 계약을 충실히 이행하도록 강제하기 위해 본사가 보증금으로 받아두는 예수금이다. 가맹점계약이 해지될때 이 보증금은 반환해야 하므로 프랜차이즈 본사 입장에서는 부채로 계상하고, 가맹점 사업주 입장에서는 자산으로 계상하여야 한다. 따라서 세금계산서는 발행하지 아니한다.

3. 인테리어 비용

프랜차이즈 본사에서 가맹점 사업주에게 직접 인테리어 시설을 공급하는 경우가 일반적이다. 이 경우 프랜차이즈 본사에서는 수익으로 인식하고, 세금계산서를 발급하여야 한다. 그리고 가맹점 사업주는 시설장치라는 자산으로 인식하고 내용연수에 걸쳐서 감가상각비라는 비용으로 배분하여 인식하여야 한다.

그런데 본사가 직접 시공을 하지 않고 인테리어 업체에 외주를 주는 경우는 본사의 수익이 아니며, 인테리어 업체의 수익이 된다. 따라서 이 경우가맹점 사업주는 인테리어 업체로부터 세금계산서를 발급받아야 한다. 가맹비나 인테리어 비용에 대하여 가맹점 사업주가 가장 주의해야 할 점은 지출이 발생한 때로부터 20일 이내에 사업자등록을 마쳐야 한다는 점이다. 그렇지 않으면 가맹비와 인테리어 비에 대한 부가가치세를 환급받을 수 없다.

가맹점 사업주가 점포를 임대하고, 인테리어를 할 때까지 실제 영업이 이뤄지지 않고, 준비과정에서 여러 가지 일들로 바쁘기 때문에 자칫 사업자 등록을 차일피일 미루다가 나중에 시기를 놓칠 수 있다. 이 경우 가맹비와 인테리어 지출 시 부담한 부가가치세를 환급받지 못하게 되며, 그 금액이 크기 때문에 특히 유의해야 한다. [[17]]



키워드를 통해 본

2018년 마케팅 트렌드

2017년에는 '욜로', '워라밸', '짠테크' 같은 단어들이 마케팅에서 주요한 키워드로 많이 언급되었다. 그렇다면 2018년 새해에는 어떤 일들이 생기고 어떠한 키워드들이 마케팅에서 중요하게 다뤄질까? 2018년 한 해 동안 유행할 단어들을 통해 올해의 마케팅 트렌드를 예측해 보자.

먼저 가장 눈에 띄는 단어가 '가심비(價心比)'이다. '가심비'는 '가성비(가격 대비 성능)' 라는 말에서 유래된 신조어로 지불하는 가격 대비 '마음의 만족도'가 얼마나 큰 지가 소비를 결정하는데 중요한 잣대가 된다는 의미다.

마음을 만족시키는 소비 '가심비'

〈트렌드 코리아 2018〉에서는 가격 대비 심리적 안정과 만족감을 따져서 소비하는 현상, 즉 '가심비'가 높은 상품을 구매하는 소비패턴을 '플라시보 소비'라고 명명했다. 그 동안 우리들이 가장 중요시한 소비 트렌드는 '가성비'였다. 가격과 성능이 동등한 위치에 있기 때문에 성능이 조금 떨어져도 가격이 낮으면 선택하는데 문제가 없었다. 반대로 가격이 높아도 성능이 그 이상으로 탁월하다면 구매할 수 있었다. 그런데 여기에 마음이라는 변수가 들어가



WRITE **안현진**

서울대학교 경영대학 경영학과 졸업 서울대학교 경영대학원 졸업

(주)쌍방울트라이그룹 상근 감사 역임 (주)올댓아이스 창업 및 사장 역임 하우M&A경영연구소 대표(현) 하면 소비하지 않고 가격이 아무리 비싸도 마음의 만족을 얻을 수 있다면 기꺼이 지갑을 열겠다는 것이다.

'가심비'의 트렌드를 주도하는 소비층은 밀레니얼 세대다. 이들은 생필품 을 구매할 때에는 철저히 '가성비'를 따진다. 가격비교사이트를 검색하고 결제 수단 중 가장 할인 폭이 큰 것을 찾아 결제하는 수고를 아끼지 않는 다. 제품의 성능도 리뷰를 통해 꼼꼼히 따지고 가격이 싸다면 해외직구든. 공동구매든 형식을 가리지 않는다.

그러나 외식을 하거나 여행을 갈 때, 또는 취미 생활을 할 때에는 '가성비' 가 아닌 '가심비'를 따진다. 한끼에 10만원이 훌쩍 넘는 고급 레스토랑에 서 식사를 하는가 하면 최고급 럭셔리 리조트에서 숙박하는 여행을 예약 해 훌쩍 떠나기도 한다. 드론이나 피규어 등 자기가 빠져있는 상품을 구 매하는 데에는 가격을 따지지 않고 지불한다. 제품의 성능은 당연하고 거 기에 심리적 만족을 더해줄 감성까지 담아야 하는 새로운 소비시장이 생 긴 것이다.

외식업계에서도 '가심비'에 대해 주목하고 있고 다양한 방법으로 '가심비' 마케팅을 시도하고 있다. 가격 대비 성능을 넘어서 매장의 독특한 인테리 어나 특별한 서비스, 그리고 다른 레스토랑과는 차별화되는 매력적인 음 식의 맛, 색다른 플레이팅 기법, 음식의 비주얼을 돋보이게 하는 노하우 등을 통해 차별화를 시도하는 음식점들이 급격히 증가하고 있다.

작지만 확실한 행복, 소확행

그리고 또 하나 주목해야 할 단어가 '소확행'이다. 2017년에 대단했던 '욜 로(YOLO)'의 열기는 얼마나 많은 사람들이 '바로 지금, 여기'의 가치를 원 하는지 보여주었다. '욜로'는 한 번밖에 없는 인생, 미래를 위해 희생하기 보다 현재를 최대한 즐기면서 삶을 살아가라고 주문했다. 그리고 이제 사 람들은 "그래서 어떻게 욜로해야 하는데?"라는 질문을 던지기 시작했다. 〈트렌드 코리아 2018〉에서는 이에 대해 '작지만 확실한 행복, 소확행'이라 는 단어로 답한다. '소확행'은 일본의 소설가 무라카미 하루키가 1980년대 에 쓴 '랑겔한스섬의 오후'라는 수필집에서 처음 소개한 신조어이다. 그는 여러 작품을 통해 '소확행'에 대해 이렇게 말했다. '갓 구워낸 빵을 손으로 찢어 먹는 것', '새로 산 정결한 면 냄새가 퐁퐁 풍기는 하얀 셔츠를 머리 에서부터 뒤집어 쓸 때의 기분' 등… 즉. '소확행'이란 '별 볼 일 없지만 누 구나 경험할 수 있는 일상 속 작은 행복감'을 의미한다.

30대 여성 A씨는 '면성애자'라서 국수, 파스타, 냉면 등 각종 면 종류 음식 을 취급하는 맛집 투어를 다닌다. 그러다 자신의 기준을 통과한 맛집들을 발견하면 사진을 인스타그램에 올리며 '#면식수행'이라는 해시태그를 붙 인다. 40대 직장인 남성 B씨는 집에서 조금 떨어진 미용실에 한 달에 두 번 두 아들과 함께 걸어가는 것을 즐긴다. 아이들이 머리 다듬는 동안 커 피 한 잔 마시는 것이 그렇게 행복할 수 없단다. 집으로 돌아오는 길에 아 이들과 군것질하는 것도 재미가 쏠쏠하다.

인스타그램에서 '#소확행'을 검색하면 1만7000여건의 글이 검색된다. 퇴근 길 하늘, 길에서 산 꽃다발, 나른한 오후의 커피 한 잔 등 대부분이 일상에 서 공유되는 소소한 행복들이다. 얼마 전 '효리네민박2'에서 윤아가 이효 의 좋은 방법이 될 거라고 생각한다. [[17]]

면 이야기가 달라진다. 가격이 아무리 저렴해도 내 마음을 만족시키지 못 그리 부부를 위해 와플기계를 이용해 와플을 직접 만들고 "너무 맛있다"는 극찬을 듣는 방송이 나가자 마자 '윤아 와플기계'는 품절이 되고 말았다. 여행 트렌드에서도 '소확행'이 반영되고 있다. 온라인 여행사 익스피디 아가 20~50대 남녀 500명을 대상으로 올 한 해 여행 계획을 조사한 결과 한 곳에서만 머무르면서 현지 분위기를 즐기는 여행과 아늑한 소도시 여 행을 즐기는 이들이 늘고 있다. 여행객들은 유명 관광지나 도심 속 랜드 마크(42,8%) 방문보다 동네 산책이나 카페 투어 등 소소한 일상 속 여행 (52,2%)을 더 선호하는 것으로 조사됐다.

> '소확행' 열풍은 재개봉 영화의 흥행에도 영향을 끼치고 있다. 지난 2월1 일 20년 만에 재개봉한 제임스 캐머런 감독의 '타이타닉'은 다양성 영화 박스오피스 1위에 올랐다. 누적 관객 수 40만명을 훌쩍 넘었다. '타이타 닉'을 보러 극장을 찾은 한 남성은 "와이프와 처음 본 영화가 '타이타닉' 이다. 다시 보니 그 때의 감정이 그대로 살아나는 것 같다"며 아내의 손 을 꼭 잡았다.

경계가 허물어진다 '빅블러(Big Blur)'

그리고 소비 트렌드에 영향을 미칠 또 다른 단어로는 '빅블러(Big Blur)'가 있다. '빅블러'라는 말은 빠른 변화로 인해 기존에 존재하던 것들의 경계 가 모호하게 되는 현상을 말한다. '블러(Blur)'는 사전적으로 흐릿해진다 는 의미이며, 〈블러: 연결경제에서의 변화의 속도〉에서 혁신적인 변화로 경계가 허물어진다는 의미로 사용됐다. 사물인터넷(IoT), 핀테크, 인공지 능(AI), 드론 등 혁신적인 기술이 등장하면서 '블러'를 넘어선 '빅블러' 현 상이 나타나게 됐다.

이 단어는 작년 말 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사가 2018 외 식 트렌드를 이끌어갈 키워드로 선정하면서 주목 받게 되었다. 외식업계 에서 무인화, 자동화 경향이 확산되면서 업종간의 경계가 모호해 지는 것을 의미한다. 배달앱. 키오스크. 전자결제수단의 발달로 온·오프라인 서비스가 융합되며 외식서비스업의 변화가 가속화될 것으로 예상된다. 편의점이 '빅블러'의 대표적인 예인데, 교통카드 충전으로 시작해 현금입 출금기를 설치하더니 택배서비스를 시작했다. 최근에는 커피전문점처럼 커피를 제조해 팔고. 길거리 음식점처럼 간식 거리를 만들어 팔기도 하며. 심지어 치킨을 튀겨서 파는 편의점까지 생겼다.

이러한 '빅블러' 현상은 크게 두 가지 이유 때문에 촉발되었는데 하나는 소비패턴의 변화고 다른 하나는 기술의 발전이다. 1인 가구가 증가하고 원스톱 쇼핑을 원하는 소비자가 늘어남에 따라 한 곳에서 모든 소비행위 를 해결하고자 하는 수요가 늘어났고, IT 기술이 발달함에 따라 카카오그 룹이 금융업에 진출하고 드론 기술이 발달함에 따라 아마존이 택배업에 진출하게 된 것이다.

이러한 몇 가지 키워드를 염두에 두고 2018년 소비자들의 소비패턴을 지 켜보는 것도 재미있는 일이 될 것 같다. 프랜차이즈를 운영하는 사장님들 은 올해 주요한 마케팅 트렌드가 될 것으로 예상되는 단어들을 신경 쓰면 서 거기에 걸맞은 마케팅 활동을 전개해 보는 것도 불황을 타개하는 하나

공간에 대한 이해와 인테리어&리모델링 계획

요즘의 소비자들은 대단한 힘을 소유하고 있다. 흔히 소비자는 왕이라고 말한다. 이 말은 단지 소비자를 대우하는 말이 아니라, 어느 때부턴가 무소불위의 힘을 휘두르는 진짜 왕으로 군림하 는 수준이 됐다.

인터넷이나 TV 매체를 통한 다양한 정보를 공유하고, 집합건물의 주거형태에서, 웰빙 문화를 이 끄는 베이비부머 세대들이, 소비의 핵을 이루면서 그들만의 트랜드를 만들어 가고 있는 것이다. 1명의 소비자를 만족시키면 30명의 소비자에게 소문이 퍼지는 효과가 있다고 한다. 웰빙문화화함께 영원히 젊게 살고 싶어 하는 "Forever Young"인 우리 고객들의 취향과 개성에 맞는 보다섬세한 맞춤형 공간이 요구되는 때다.

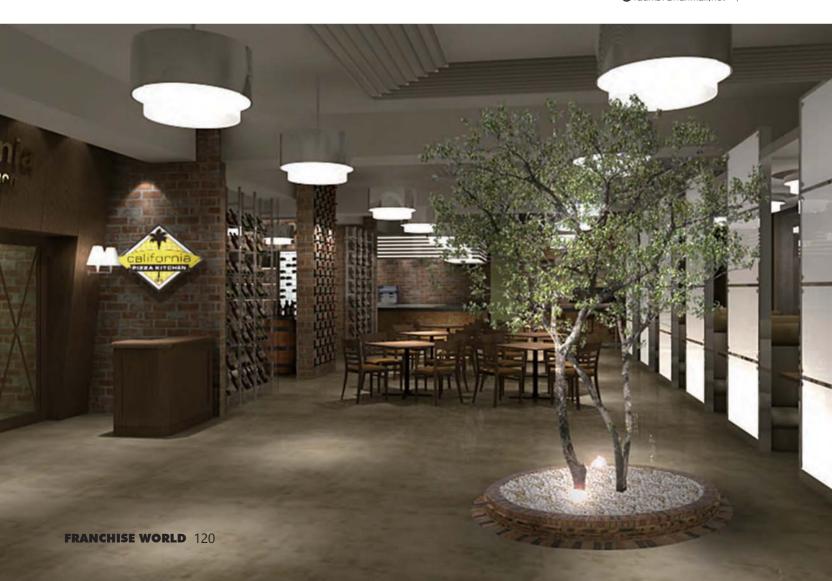
필자가 인테리어&리모델링 관련 입문을 한지도 벌써 30년을 훌쩍 넘었다. 그 출발은 건축설계였지만 이젠 다양한 공간에 대한 이해와 인테리어&리모델링에 관련된 전반적인 Know-how에 관한 상담을 자주 받게 된다. 따라서 이번 연재는 인테리어&리모델링의 특성적 공간구성, 인테리어 요소 등 영역 전반에 걸쳐 길라잡이 역할을 할 수 있는 실무적인 총론이 되도록 기술하려 한다.



㈜라움 대표 한양대학교 건축학과 졸업 독일 쾰른대학 디플록 취득

> 저서 〈실내건축공간계획〉 〈건축의 형태의장이해〉 〈건축투시도법〉등

① ㈜라움 02-525-3363 ② raum21@hanmail.net





인테리어&리모델링 사전준비

"인간은 건물을 만들고 건물은 다시 인간을 만든다"는 윈스턴 처칠의 말처럼 오늘날에는 건축과 인간이 거의 모든 영역에서 서로 깊은 영향을 미치고 있다. 주어진 공간의 건축&인테리어를 위한 구체적인 계획을 진행시키는데 있어서 우선적으로 선행 검토되어야 할 건물의 관련조건을 명확히 할 필요가 있다. 공간의 제반기능을 충족시켜 주기 위해서는 다음과 같은 요소의 조사와 검토가 이루어져야 한다.

1) 일반요소

- ① 요구되는 규모와 예산과의 균형을 고려. 적정한 계획목표 설정
- ② 공간의 특성적 형태에 영향을 미치는 제반조건의 검토
- ③ 공사시기 및 공사기간
- ④ 공간특성에 부합되는 인테리어&리모델링 관련 법규

2) 기능요소

① 공간구성: 소요 공간과 면적, 복도, 계단, ELEV. 화장실 등 위치 및 동선 ② 단면기능: 층 높이, 천장 높이, 천장 내부, Duct 공간 높이, 창문 높이

③ 설비형식: 냉난방 방식, 환기, 전기시설의 유형, 조명 방식

④ 건축구조: 기둥, 보, 내력벽 등의 위치, 간격, 치수

⑤ 재해안전: 피난통로, 피난설비, 소화설비, 방화구획, 내진설계

인테리어&리모델링의 환경이 공간의 제반요소와 용도를 만족하기 위해 갖추어야 할 모든 사항들은 공간기능에 포함되는 것이며, 본 칼럼에서 다루고 있는 각론의 모든 내용들도 여기에 속한다. 또한 공간의 기능을 확대 해석하면 구조, 기능, 미, 설비, 재료 등의 거의 모든 분야가 모두 기능의 범주에 포함될 수 있는 것들로 간과할 수 없는 인테리어&리모델링의 중요한 요소기도 하다.

인테리어&리모델링 공간의 조화로운 구성

건축가 Le Corbusier는 "건축은 기능을 담는 기계"라고 정의하기도 하였고, 혹자는 하나의 종합적인 공간예술로서의 건축이 지닌 미적인 표현을 강조하여 "건축은 동결된 음악"이라고 말하기도 한다. 즉 건축&인테리어를 기술로 보는 견해와 예술로 보는 견해가 있으나 어느 것이나 모두 인간의 육체적, 정신적 생활을 쾌적하고 안락하게 영위할 수 있는 장소를 마련해 준다는 원칙에는 변함이 없을 것이다.

인테리어&리모델링 공간을 조화롭게 구성할 때에 고객을 만족시킬 수 있고 결과적으로 매출은 물론 브랜드 이미지 상승과 같은 목표를 달성할 수 있게 된다. 보다 적극적인 관심에서 시작되는 미세한 차이가 나비효과로 엄청난 결과를 가져 올 수 있다. 이처럼 작은 것에서부터의 실천이 보다 나은 경영으로 이어지는 계기가 되었으면 한다. 프랜차이즈 개점을 위한 인테리어를 하거나 리모델링을 계획하는 입장에서 보면 할애된 지면에 비해 여러 가지 궁금증이 많을 것으로 생각되어 다소 부족한 부분의 궁금한 내용은 인터넷 메일을 통하여 보충설명을 드리고저 한다. [[727]



블록체인 기술의 **활용** 일본의 **지급결제 시스템 실험 사례**

최근 국내에서 '이슈 블랙홀'이라 불리는 것이 '가상화폐' 혹은 '암호화폐' 등 일련의 단어들이다. 필자가 이전 칼럼에서 강조했듯이 '가상화폐 ≠ 블록체인'이다. 전세계적으로는 '블록체인 기술'에 주목하여 여러 형태로 블록체인 기술을 적용하기 위한 논의가 활발하게 진행되고 있다. 이번 칼럼에서는 그 중, 우리와 가장 가까운 나라 중의 하나인 일본의 블록체인 기술 적용 사례에 대해 알아보고자 한다.

작금에 이르러, 일본의 대형 은행들은 블록체인 기술의 가능성을 높게 평가하고 기술의 활용을 위한 여러 시도를 하고 있다.

대표적인 은행들의 사례를 들어보자면 아래와 같다.

1. 미츠비시 도쿄 UFJ 은행

2017년 가을 완성을 목표로 블록체인을 활용한 은행 내 가상 화페 'MUFG 코인'을 개발 중이다. 만약 개발이 완료된다면 대형 은행에 의한 가상 화폐 발행은 세계 최초가 된다(일본 금융청은 'MUFG코인은 가상 화폐가 아니다'라고 지적하기도 했다).



WRITE **연삼흠**

경영학 박사 (주)드림니다 대표이사 블록체인연구소 연구소장 블록체인인사이트 발행인 한국블록체인산업협회 회장 한국블록체인산업협회 회장 단국대학교 경영대학원 자산관리 교수

thedreampay@gmail.com



MUFG코인은 '1코인=1엔'이며 교환한 코인을 스마트폰에 넣어두고 결제할 때 읽기 전용 단말기에 갖다 대거나 해서 이용자끼리의 송금이 가능할 전망이다. 회식할 때 비용 계산이나 공항에서의 환전 등에 사용할수 있을 것으로 생각한다. 개발이 완료되면 대형 컴퓨터가 필요 없어지기 때문에 송금 및 납부 수수료가 싸지게 돼 이용자에게 혜택이 돌아갈수도 있다. 또한 비트코인 등의 가상화폐에 흥미가 있지만 선뜻 접하기어려웠던 사람도 사회적으로 신뢰가 있는 은행이 보증하는 것이기 때문에 비트코인보다 접근하기 쉬울 것이다.

2016년 5월, 블록체인 첨단 기업인 Chain사가 블록체인 개방형 표준인 'Chain Open Standard1'(Chain OS)을 공개했다. Chain OS 1은 금융 업계의 규제, 보안, 개인 정보 보호에 집중해 만들어졌다. MUFG코인에 활용될지 여부는 발표되지 않았지만 2016년 4월 Chain사와 함께 블록체인에 대한 실증 실험을 진행했다.

2016년 7월에는 세계 최대 규모의 가상화폐 거래소를 운영하는 미국 코인 베이스사에 출자도 시작했다. 이 출자 제휴를 통해 해외 송금 수수료를 저렴하게 하기 위한 검토도 시작했다.

2. 미츠이 스미토모 은행

블록체인을 활용하기 위해 외부 조직과의 연계 및 공동 연구를 확대하고 있다. 제휴처는 블록체인 응용 연구를 하고 있는 하루 인터내셔널, 킨키 대학 등이며 금융 분야에서의 활용을 위한 연구 프로그램의 개발 및 기 술적 과제에 대한 공동 연구를 진행하고 있다.

그 밖에도 2015년부터 국립 정보학 연구소(NII)와 함께 금융 비즈니스로 활용하기 위한 법률 및 제도에 대한 공동 연구도 진행하고 있다.

3. 미즈호 은행

미즈호 은행은 크게 국제 거래와 신디케이트 론(여러 금융 기관의 협조 융자), 2가지 영역에 대해 실험하고 있다. 국제거래에 대해서는 2015년 12월부터 3개월간 후지쯔사와 연계해 국제 증권 거래 결제 업무기간을 단축하는 실증 실험을 수행해 단축이 가능하다는 것을 확인했다. 앞으로도 더욱 블록체인을 활용하기 위한 실험을 진행할 것으로 예상한다. 신디케이트 론은 2016년 2월부터 해당 업무의 효율회를 위한 실험을 일본마이크로소프트사 등 4개사와 공동으로 진행하고 있다.

그리고 2016년 6월에는 결제 업무에 대한 블록체인 적용 가능성 및 가상

화폐의 실현성에 대한 평가 등을 일본 IBM사와 진행한다는 발표를 했다. 2016년 7월에는 SBI홀딩스와 함께 블록체인을 활용한 국제 송금의 실증 실험을 개시하기로 합의했다

4. 스미신 SBI 넷 은행

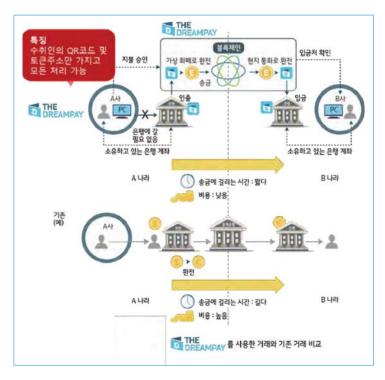
스미신 SBI 넷 은행은 '2015년 12월부터 은행 계정 관련 시스템(입출금, 잔액조회, ATM 등)을 블록체인으로 대체하는 것을 가정한 실험을 실시했고, 2016년 4월 '실제업무에 적용 가능하다는 것을 실증했다.'라고 발표했다

하지만 이 실험 환경은 실제 시장보다 작은 제한된 환경이었으며, 실제 환경을 가정한 검토는 이제부터 시작하는 단계다. 따라서 가까운 시일 내 은행의 중추 시스템에 블록체인이 사용될 일은 없겠지만 블록체인을 은행의 중추 시스템에 넣을 수 있는 가능성은 커졌다.

2016년 7월에는 미츠이 스미토모 신탁 은행 등과 함께 블록체인을 활용해 자금 결제 업무 부담을 줄이기 위한 실증 실험을 연내 개시한다는 발표를 하며 실용화를 위해 더욱 노력하고 있다.(출처: 일본 경제 신문 뉴스 및 각 은행 홈페이지. 인터넷 뉴스 자료)

위에서 살펴본 바와 같이, 최근 일본 은행의 화두는 단연 '블록체인 기술을 활용한 은행 시스템 구축'이라 정리할 수 있다. 그 중에서도 지급 결제와 관련된 분야에 대해서는 조금 더 심도있고 구체적인 연구가 진행되고있는데, 기존의 지급 결제 시스템에서 중앙기관이 차지하는 부분에 대한비용 절감 및 데이터 보안성 제고 등의 목적을 가지고 있다.

최근 국내에서는 이와 같은 지급 결제 시스템을 블록체인 기술을 기반으로 QR코드만 가지고도 여타의 인증 절차를 대신하고 간편하게 결제할수 있는 페이가 개발되었는데, 그 방식은 다음과 같다. [[[1]]]



KFA 한국프랜차이즈산업협회 유리강령

개정 2016.06.30

전 문

한국프랜차이즈산업협회 회원사는 유리경영의 시대적 사명감을 안 고 합리적이며 투명한 경영활동과 공정한 거래질서를 확립함으로써 사회적 책임을 다하는 건전한 프랜차이즈 산업문화를 지향한다. 또한 프랜차이즈산업을 국가 성장에 기여하고 부가가치가 높은 산 업으로 발전시키기 위해 역량을 집중시켜 가맹본부와 가맹점, 소비 자가 함께 동반상생 할 수 있도록 올바른 행동과 가치판단의 기준으 로 유리강령을 제정한다. 이에 세부행동 지침을 마련하여 신뢰를 높

이고 프랜차이즈 산업에 대한 인식제고를 통한 회원사의 권익증대에

1. 기본강령

이바지 하고자 한다

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전 회원사는 국가 경제 성장에 기여하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 4. 기업의 사회적 책임 이행 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.

2. 신뢰와 협동

회원사는 가맹본부와 가맹점간의 상생의 중요성과 필요성을 인 식하고 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 사회 적 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 발전 을 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 산 업의 발전을 위하여 지속 노력한다.

2. 신뢰와 협동

- 가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.
- 나. 회원사는 어떠한 표현방법에 있어서도 가맹점주가 되고자하 는 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 헌 법 또는 법률에 규정되어 있는 사항을 충분히 준수하여야 한다.

3. 공정한 경쟁과 거래

- 가. 회원사는 자유경쟁 원칙에 따라 시장경제질서를 존중하고 제품 과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.
- 나, 회원사는 제반 법규를 철저히 준수하며 상도의에 따라 공정하 게 경쟁하다
- 다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.
- 라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약 서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위 해 노력한다.

- 가, 회원사는 사회적 책임을 다하고 가격 및 상품의 동질성을 앞 세워 지역 간 소비자 후생의 격차를 해소하여 국민 후생 증대 에 기여하다.
- 나, 회원사는 국민들의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신 뢰구축에 최선을 다한다.
- 다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나 눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 동참한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

- 가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 동반 성장 시스템을 구축함으로써 공존공영(共存共榮)을 실현하고 조화로운 발전을 추구한다.
- 나, 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련 에 적극 협조한다.
- 다. 회원사는 가맹점주의 영업 운영능력을 개선 · 향상시키도록 권 장하고 그 능력 향상에 필요한 교육, 훈련을 지속적으로 제공 하다
- 라. 회원사는 공정하고 투명한 기업문화 환경 조성을 위해 가맹 본부와 가맹점주 간의 합리적인 의견소통을 이끌고 불평, 고 충 및 논쟁의 해결에 있어서 신뢰와 선의에 입각해 모든 노력 을 기울인다.

Ⅲ 윤리·분쟁조정위원회의 설치

- 가. 본 윤리강령 및 행동지침의 목적을 효과적으로 달성하고, 회원 사 및 고객과의 분쟁을 조정하기 위하여 한국프랜차이즈산업협 회 내에 '윤리 분쟁조정위원회'를 설치 · 운영한다.
- 나. 윤리 분쟁조정위원회의 구성, 운영 및 심의 절차 등에 대한 세 부 사항은 별도의 운영기준으로 정한다.
- 다. 회원사의 윤리강령 관련한 조정 요청이 있을 경우 윤리 분쟁조 정위원회는 위원회 규정에 따라 필요한 조치를 취할 수 있다.

제15회 프랜차이즈 법률 심포지엄

전문가 강의 · 토론, 프랜차이즈 관련 법제 현안 다뤄

한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(장재남 원장)이 주관하는 '제15회 프랜차이즈 법률 심포지엄'이 3월 28일 충 무아트홀 컨벤션센터에서 오후 1시부터 6시까지 열린다.

프랜차이즈법률 심포지엄은 프랜차이즈 산업과 관련된 각종 법규와 분쟁 사례에 대해 전문가들의 의견을 듣고 토론하는 자리로 지난 2005년부터 프랜차이즈 산업의 발전을 도모해 왔다.

첫 연사로는 한상현 변호사가 〈2018년 프랜차이즈 산업의 법률 환경 변화와 가맹본부의 대응방안〉을 주제로 국회에 계류 중인 가맹사업 법 개정안들의 주요 내용과 공정위의 법 개정 추진방향 등을 다룬다. 이어 조은혜 변호사가 〈필수품목 및 구입요구품목의 설정기준 및 사례연구〉를 주제로 필수물품 관련 불공정거래행위의 판례 및 심결례와 대응 방안을, 장재남 원장이 〈최저임금 인상에 따른 가맹본부의 대응방안〉을 주제로 최저임금 인상의 여파와 정부 지원책, 가맹본부·가맹점 대응전략을 제시한다.

마지막으로 송윤 변호사가 \langle 하위 · 과장된 정보제공 판단기준과 가 맹본부의 대응방안 \rangle 을 주제로 징벌적 손해배상제 적용 사유인 허위 · 과장 정보제공의 유형 및 사례와 유의점을 설명한다.

참가를 원하는 업체는 프랜차이즈산업연구원(02-2233-4777)로 문의하면 된다.



조선비즈 주최 '2018 유통산업포럼' 3.22 개최

'AI와 미래 유통' 주제로 유통 산업의 미래를 내다보다



지난 2013년 시작돼 올해로 6회째를 맞는 조선비즈 '2018 유통산업포럼' 이 3월 22일 웨스틴조선호텔 그랜드볼룸에서 오전 8시 30분부터 오후 4시 20분까지 개최된다.

'AI와 미래유통. 기계가 당신의 성향을 파악한다'를 주제로 열리는 이번 포 럼은 4차 산업혁명 기술로 새로운 변곡점을 맞이한 유통산업이 미래에 어 떻게 변화할지 내다보고 대응책을 고민하는 자리다.

Porter Erisman 전 알리바바그룹 부사장과 김연희 보스턴컨설팅그룹 아시아태평양 유통부문 대표의 기조연설에 이어 〈미래의 유통은, 이슈와 전망〉, 〈유통산업 상생과 정책방향은〉, 〈일본기업의 고령화 시대 불황 극복 전략〉, 〈면세점 특허제도의 개선 및 규제완화를 통한 글로벌 경쟁력 강화〉 등 총 4개의 세션에서 유통ㆍ서비스 분야 최고 권위의 전문가들이 토론을 벌인다.

김동수 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장은 세션2 〈유통산업 상생과 정책방향은〉에 패널로 참석해 상생협력 사례 및 유통산업 규제와 진흥 정책에 대한 의견을 개진할 예정이다. 문의는 2018 유통산업포럼 사무국 (02-724-6157)로 하면 된다.

'공동방어상표'로 해외 진출 K-브랜드 보호

협회-한국지식재산보호원, 관리 및 홍보 상호 협력

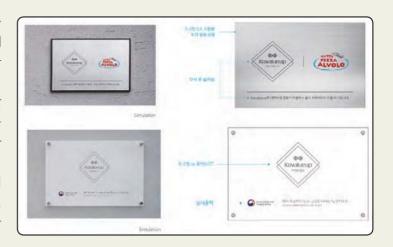
최근 해외에서 한국 상표 및 브랜드 관련 무단도용 피해가 급속하게 증가하고 있는 가운데 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)와 한국지식재산보호원(이하 지재원)이 공동방어상표를 보급, 피해 예방 및 대응에 나선다.

지난해 한국지식재산보호원이 개발한 공동방어상표는 현지에서 유사한 상표를 사용하는 상표모방사용이나 상표권 출원 전에 먼저 선점당하는 상표무단도용 등의 사례가 빈번해 식별력을 강화하고 실효성을 담보하 기 위해 개발됐다.

기존에도 자금력과 낮은 인지도 문제를 겪는 5개 이상의 중소기업들이 정부 지원을 받아 공동으로 개발한 공동상표를 쓰는 경우도 있었지만, 통상 단독으로 상표를 사용하고 관리가 잘 되지 않아 이용률과 효과가 저조하다는 단점이 있었다.

하지만 이번에 개발된 공동방어상표는 업종 내 공동으로 사용이 가능하고 개별상표와의 병행 사용이 가능해 식별력이 크게 강화됐다. 별도 사용도 가능하기 때문에 상표권 관련 법적 절차를 진행하는 중에도 현지에서 영업을 할 수 있으며 개별상표 회복 이후 공동사용으로 한국 브랜드의 오인혼동으로부터 보호할 수 있다는 장점이 있다.

한국지식재산보호원은 프랜차이즈 업종 공동방어상표의 권리를 협회에 양도하고, 협회는 해외진출을 준비하거나 이미 진출해 있는 프랜차이즈 업체들을 대상으로 보급에 나선다. 또한 관련 정보를 공유하여 철저한 관리와 피해 예방을 지원하며 사용 확산을 위한 홍보 및 세미나 · 교육등 행사 개최에 상호 협력해 나갈 예정이다.



청년강소기업위원회 새해 첫 월례회 개최

공식 출범 선언 및 집행부 소개



올해 새롭게 출범하는 청년강소기업위원회(위원장 최성수·이하 청강위)가 지난 2월 20일 협회 대회의실에서 신년 월례회를 개최 했다.

이날 월례회에는 30여명의 청강위 위원들이 참석하였으며, 협회 간 담회 자리를 통해 김동수 상근부회장과 임영태 사무총장 등 사무국 과 최근 업계 및 협회 현안과 활동사항 등에 대해 진솔한 소통을 나 누는 자리가 마련돼 의미를 더했다.

또한 공식 발족 선언과 함께 집행부를 소개하고 청강위 회칙 제정과 연간 계획, 협회 및 프랜차이즈 산업의 위상 제고에 관한 다양하고 심도깊은 논의를 진행했다. 월례회 종료 후에는 저녁 식사를 같이 하며 친목과 우애를 다지는 시간을 가졌다.

FCMBA 11기 **프랜차이즈 컨설턴트 자격증 수여식** 및 13기 환영식

2년 교육 과정 마친 31명 수료

세종대학교 경영전문대학원 FCMBA(프랜차이즈 경영학석사과정)가 2월 20일 세종대학교 광개토관 컨벤션홀에서 11기 졸업과 13기 입학을 기념하는 자리를 마련했다.

FCMBA 12기 원우회가 주관하고 한국프랜차이즈산업협회와 FCMBA 총동문회가 후원하는 '2018학년도 세종대학교 경영전문대학원 FCMBA 11기 프랜차이즈 컨설턴트 자격증 수여식 및 13기 환영회'가 열렸다.

2년여에 걸친 FCMBA 과정을 이수한 11기 원우들 30여명은 경영학 석사학위 취득과 한국프랜차이즈산업협회로부터 프랜차이즈 컨설턴트 자격을 함께 수여받으며 많은 축하를 받았다.

이날 행사에 참석한 이규석 한국프랜차이즈산업협회 수석부회장은 "FCMBA 과정이 시작된 지 벌써 13년이란 시간이 지나 세월이 빠르다는 것을 다시 한 번 느꼈다"라며 "졸업생들의 앞날이 환히 빛나길 바란다"라고 축사를 전했다.

격려사에 나선 이재한 FCMBA 총동문회장은 "이 과정을 통해 좋은 사람들을 많이 만난 만큼 앞으로도 이 모임이 계속해서 유지가 되길 바란다"라고 전했다.

한편 이날은 FCMBA 13기 입학을 축하하고 인사를 나누는 시간도 마련되었다. FCMBA 13기 대표로 답사를 맡은 이근갑 원우는 "나이를 먹고도 무언가를 배울 수 있다는 것은 매우 기쁜 일"이라며 "나이에 관계없이 13기 원우들이 모두 원만하게 지냈으면 좋겠다"라고 말했다.



제34기 **프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가** 입학식

2월 24일~4월 28일 10주간 일정 돌입



한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연 구원(원장 장재남)이 주관하는 '제34기 프랜차이즈 슈퍼 바이저 전문가 과정'이 2월 24일 입학식을 열었다.

이번 입학식에는 장재남 프랜차이즈산업연구원 원장과 임영태 한국프랜차이즈산업협회 사무총장 강준현 부원 장 등 내외 귀빈과 프랜차이즈 가맹본부 실무자 및 임원 들, 슈퍼바이저로서의 새로운 도약을 다짐한 34기 원우들 이 참여해 자리를 빛냈다. 34기 과정은 4월 28일까지 10주 간의 일정으로 진행된다.

또한 수료생들은 슈퍼바이저 자격증 시험 응시 자격을 부여받는 한편 한국프랜차이즈산업협회장 명의의 수료증을 수여받게 된다. [[77]]

┌지회 소식 REPORT 김종백

대구경북지회 소식

지회장: 이재박

2월 행사



2월 무료 공개 세미나 및 정기월례회

2월 20일 오후 4시부터 협회 강의실에서 정기월례회 및 무료 공개 세미나 교육을 진행했다. 이번 공개 세미나는 스타트비즈니스 김상훈 소장의 2018 소비트렌드 및 비즈니스 코드읽기에 대하여 진행되었으며, 세미나 교육 후에는 정기 월례회를 진행했다.



대구광역시 기업자원봉사 협의체 협약체결

대구 경북지회(이하 지회)는 2월 19일(월) 대구광역시 자원봉사센터와 협약체 결을 진행했다. 이번 협약으로 자원봉사센터와 함께 봉사활동의 진흥을 위해 협력하며 발전할 것이며, 회원사 전체가 봉사활동을 장려하고 정착을 위해 노 력함은 물론, 자원봉사협력네트워크를 통한 상호 정보공유, 봉사활동 연계, 협 력사업 추진 및 재난재해시 공동대응 등 성숙한 자원봉사 문화가 정착 될 수 있도록 한다.



2018년 고객만족 서비스 교육

지회는 정회원 및 프랜차이즈 산업문화에 관심있는 대상자를 상대로 고객만족 서비스교육 (CS교육)을 매달 진행하고 있다. 이번 교육과정은 프랜차이즈 가맹 본부 및 운영 업체, 해당 점포점주 등의 서비스 교육 희망사항을 반영하여 기획 하게 되었으며, 교육은 매월 3번째주 목요일에 2시간동안 진행되며 총 12회의 체계적인 교육으로 진행된다. 교육은 대구지역 서비스교육전문기관에서 주관 한다. 문의 사무국 053-626-7664

부산울산경남지회 소식

신년하례식 · 정기월례회 개최 및 노무교육 진행

한국프랜차이즈산업협회 부울경지회(이하 지회)는 회원사들을 위해 1월 신년 하례식 및 1월 정기월례회 개최와 함께 최저임금 인상으로 인하여 요즘 핫이 슈인 노무교육을 진행하였다.

노무강의는 지회 주재현 자문위원이 교육하였으며 이 날 앉을 자리가 없을 정도 로 많은 회원사가 참석하였다. 뿐만아니라 지회 회원사의 사업설명회노하우(사 해방 김영환 대표) 등으로 즐겁고 유쾌한 시간이 계속되었다. 이어지는 신년하례 식도 끝까지 자리를 지켜 축하하는 등 회원사간의 끈끈함과 올 한해 파이팅 넘치 는 열정도 다시 한번 느낄 수 있었던 시간이었다.

2월 정기월례회에도 마케팅 강의의 일환으로 〈페이스북심화과정 이론 및 실습〉 강의가 있었으며, 이 역시 많은 수강생들이 참석하여 강의장을 꽉 채울 정도로 인 기가 많았다. 올 한해 지회는 회원사들을 위한 전문교육에 많은 예산을 잡고 있으 며 회원사와 더불어 지회도 더욱 더 발전하고자 힘쓰고 있다.



3월 예정 사항

2018년 단합대회 및 야유회

지회는 3월 13일 대구 동구 초례봉에서 단합대회 및 야유회를 진행한 다. 초례봉을 산행 후 각종 행사를 진행하며 이번 행사는 영남권 지도 사과정 원우회와 협력업체도 참석하여 단합되는 행사이다. 야유회는 매 년 1회 진행된다.



2018년 대구 · 경북 동호회 활동

지회는 2018년 프랜차이즈 스터디 모임, 봉사회, 산악회, 골프회를 운 영한다. 각 동호회 활동은 매달 진행되며 주기적인 모임으로 회원사간 의 친목 도모는 물론 협회 발전에 기여하는 활동이다. 이번 프랜차이즈 스터디 모임은 첫 시작으로 아침시간을 활용하여 프랜차이즈 관련 내용 을 주제로 토론발표를 진행하며 매월 2회에 걸쳐 진행된다.





사업설명회 노하유



한국프랜차이즈산업협회 3월 ~ 4월 교육 일정 안내

자세한 커리큘럼 및 신청은 교육원 홈페이지 www.edukfa.or.kr 참조 바랍니다

²⁰¹⁸

교육명		[재직자 무료교육] 프랜차이	기즈 가맹 영업
기 간	3월6일(화)~7일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: 영업 전략 기획, 사업설명회 및 세미나 운영 전략, 고객 유형 별 가맹상담 기법에 대해 학습을 통해 가맹점 모집에 필요한 담당자의 능력을 함양

훈련내용: 가맹영업의 이해와 출점 전략, 가맹 영업지역 및 가맹점 목표설계, 가맹 영업 시스템 구축, 가맹상담 스킬과 접촉 요령, 가맹 영업오더 개발 전략, 가맹사업법과 계약실무

2018

교육명	[재직자 -	무료교육] 프랜차이즈 불공	정거래 예방 가맹사업법
기 간	3월13일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: 영업 전략 기획, 사업설명회 및 세미나 운영 전략, 고객 유형 별 가맹상담 기법에 대해 학습을 통해 가맹점 모집에 필요한 담당자의 능력을 함양

훈련내용: 가맹영업의 이해와 출점 전략, 가맹 영업지역 및 가맹점 목표설계, 가맹 영업 시스템 구축, 가맹상담 스킬과 접촉 요령, 가맹 영업오더 개발 전략, 가맹사업법과 계약실무

²⁰¹⁸

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 브랜드 기획						
기 간	3월20일(화)~21일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)				
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육				

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: 프랜차이즈 가맹본부의 브랜드 정체성을 이해하고 차별적 브랜딩 전략과 기획을 수립하여 브랜드의 시각적 경쟁력 확보하는 능력을 함양

훈련내용: 브랜드 아이덴티티 전략수립, 브랜드 포지셔닝 전략 수립, FC 브랜드 네임개발, FC 브랜드 디자인 개발, FC 브랜드 마케팅 커뮤니케이션

2018

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 빅데이터 상권분석						
기 간	3월21일(수)~22일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)				
교육인원	20명	비용	국비지원 무료교육				

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: 상권분석의 개념 및 다양한 사례의 학습을 통해 현업에서 마케팅 분야에 상권분석시스템 활용이 가능한 실무 능력을 함양훈련

내 용: FC 창업시장 트렌드, 상권 입지 개념 및 분석기법, 상가건물 임대차 보호법, 점포개발 및 지역 점포 마케팅 전략, 빅데이터 상권분석 활용법, 빅데이터 상권분석 시스템 활용실습

²⁰¹⁸ **4**

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 광고 마케팅						
기 간	4월3일(화)~4일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)				
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육				

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: 마케팅 컨텐츠 기획 및 효율광고 이해, 마케팅 키워드 및 컨텐츠 제작 활용 방법 학습, 광고효율 분석 및 집행을 계획하여 수립 훈련내용: 광고환경 분석 및 광고목표 설정, 광고콘셉트 선정 및 매체전략 수립, FC광고전략기획서 작성 실습, FC광고 제작 실무

 교육명
 [재직자 무료교육] 프랜차이즈 시스템 고도화 구축

 4월6일(금)~27일(금) 매주 금요일, 4주

 교육인원
 비용
 국비지원 무료교육

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: FC에 대한 사업구조이해와 사업화를 위한 구축실행요건 등에 대한 프로세스 학습 (사업화를 위한 필수요건과 단계별 구축 실무 이해) 능력 함양

훈련내용: FC 사업시장 전망과 대응 방안, FC 사업구조 진단 및재설계, FC 사업경영 진단과 개선사항 도출방안, FC 본부 효율적인 운영관리, 상표 지적재산권 관리, 가맹사업법 이해와 분쟁사례 연구, 가맹점과 상생 협력 방안, FC 본부 비전달성을 위한 경영전략

2018	교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 슈퍼바이징				
4	기 간	4월10일(화)~11일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)		
	교육인원	20명	비용	국비지원 무료교육		

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: 프랜차이즈산업의 양 주체인 기맹본부와 기맹점사업지간의 핵심적 역할을 수행하는 슈퍼바이저를 대상으로 기맹점과의 소통, 상권, 경영수 치분석 교육을 실시하여 기맹점의 매출활성화에 기여할 수 있는 능력 함양

훈련내용: 가맹점/가맹점주/고객/경쟁사 데이터수집 및 분석 실습, 불공정거래 예방 및 분쟁사례, 가맹점 손익관리, LSM 계획수립, LSM 전략실행

2018	교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 브랜드 사업성 분석				
4	기 간	4월17일(화)~18일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)		
	교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육		

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: FC사업의 "브랜드 확대"전략을 통한 성장기반 구축과 효과적인 가맹점 모집전략방안 모색

훈련내용: FC사업성 분석과 전략수립 흐름 이해, 시장성 분석과 평가, 기술성 분석과 평가, 수익성 분석과 평가, 사업성평가와 문제점검토, FC 사업환경 분석과 비전수립, FC브랜드의 전략적 방향 설정, FC 브랜드의 기능부문별 전략수립

2018	교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 경영 계획 수립			
4	기 간	4월19일(목)~20일(금)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)	
	교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육	

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: 사업계획서의 구성, 사업 실적 및 시장환경 전망 분석기법 등의 교육을 통해 기업별 실현가능한 사업전략 및 사업계획 수립과 동시에 차년도 시장전망을 반영한 사업계획서 작성 기법 학습

훈련내용: 경영계획개요, 가맹사업 실적 분석, 추정재무제표 작성, FC시장 현황 및 전망 분석, FC경영전략 수립, 가맹사업부문별 실행계획 수립

2018	교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 빅데이터 상권분석					
4	기 간	4월26일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)			
	교육인원	20명	비용	국비지원 무료교육			

교육대상: 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자

목 적: 소셜미디어를 활용한 판매 전략 및 효율적 브랜딩 관리 실무 능력을 함양

훈련내용: FC 온라인 마케팅 환경분석과 목표설정, FC 매체별 온라인 마케팅 전략, FC 동영상 온라인 마케팅 전략,

FC 온라인 마케팅 기획 및 효과 분석

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

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게!

산업시찰 및 해외진출 지원

프랜차이즈 가맹본부의 글로벌한 영업 확장을 위해 해외 진출 사업을 통한 다각적인 지원을 도와드립니다.

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.

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.

새로운 홍보 플랫폼

홈페이지 · 잡지 · 신문 · 미디어 홍보

프랜차이즈의 미래를 위한 희망의 전패! 각종 회원사 홍보, 인터뷰 및 행사 정보를 협회 홈페이지 및 각종 매체와 공유 할 수 있습니다.

각종 규제 개선 건의

대정부 정책 건의

가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등 법안 제정 및 개정에 적극 참여할 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 성공 창업의 요람!

프랜차이즈산업박람회 참가

국내 최대 규모 프랜차이즈산업박람회! 부스 참가 시 10%의 할인 혜택을 드립니다.

프랜차이즈 전문가를 향한

프랜차이즈 실무교육

가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육, 프랜차이즈지도사, 슈퍼바이저 전문가, 외식경영관리사, 맥세스 실무형 과정 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다

최고경영자(CEO)대상

윤리준수교육 프로그램

프랜차이즈 산업의 위상을 높이고 최고경영자(CEO) 수준을 향상시키는 것은 물론 글로벌시대에 맞는 윤리경영의식을 함양시켜 드립니다.

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

300명 수용 가능한

교육장 임대

사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는 협회 교육장을 20% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다 · 4시간 이상 기준

프랜차이즈산업협회 지정업체

B2B 사업 혜택

프랜차이즈협회의 지정 업체인 사무용품, 꽃배달서비스, 배달앱, 복지몰 등에서 각종 서비스를 저렴하게 이용할 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 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·									
	회 사 명				전화 '	번호			
사 진	브랜드명				휴 대 [:] (대표				
(3cmX4cm)	대표자명				팩	스			
	대 표 자 (주민등록번호)				이 메 (대표				
회사주소									
홈페이지				업	시 종				
담당직원	이름 :	Tel:		가입	입경로	홈페	이지 추천인() 🗌 기타()
계좌정보	_ 7	1인 / □ 법인통장		출급	금일자	매	월 🗌 5일 / 🗀	14일 / 🗌 28일	1
회사명				계3	와 번 호				
대표자명					등록번호 등록번호)				
월납입액	금	원 (₩)	협회7	계 좌 번 호		국민은행 64483] * 외환은행 630- 예금주:한국프란	-008754-827	
【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 약정 대출의 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.									
【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 수집ㆍ이용)」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)



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 기맹점주 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)
- olmle en :
 master@ikfa.or.kr

"가맹사업을 지원하는 KFA세미나실!! 즐거움을 드리는 한국프랜차이즈산업협회"





13명의 산 학 연 전문가들이 집필한 프랜차이즈 최초의 역사교과서가 탄생했습니다

한국프랜차이즈산업의 40년! KFA창립 200년의 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

₩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**





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 160,000원을 아래 계좌로 입금하신 후 전화 (02)556-7889, 팩스 (02)556-5281로 받으실 주소를 알려주십시오. 값: 1권 10,000원 / ㈜KFN애드콤 / 입금계좌: 우리은행 1005-200-477949 하나은행 389-910002-30504

광고단가 안내 *부가세별도

구분	਼ ਉਰੋ	금액	수량	크기 (가로×세로/mm)
А	丑 2	350만원	1면	
В	표 2 대면	300만원	1면	
С	丑 3	300만원	1면	전면컬러 226×296
D	丑 4	500만원	1면	(300dpi해상도의 ai,psd파일)
Е	표 3 대면	250만원	1면	
F	목차 대면	250만원	1면	
G	내지 앞쪽	200만원	1면	

_2

프랜차이즈월드 정기구독 신청서

구독기간	201 년 □1년 (100,000원) /	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



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

