

제43회 프랜차이즈 서울

10월 18일(목) - 20일(토) | 서울 코엑스 C홀



참가 신청 접수중!

국내외 마스터프랜차이지 초청, 풍성한 브랜드와 전문 세미나, 전문적인 서비스로
업계 트렌드를 선도하는 대한민국 최대규모 프랜차이즈 창업 전시회
'프랜차이즈 서울'이 부스 참가 신청 접수를 시작했습니다.
조기 신청 할인 등 다양한 특전이 있으니 지금 바로 사무국과 상의하세요!



참가대상
외식, 도소매, 서비스, 컨설팅, 유통설비 등 창업관련 모든 아이템



전시규모
250업체 500부스 20,000명 예비 창업자

참가문의 프랜차이즈서울 사무국

T 02-6000-1564, 02-3471-8135~8

E ifs@reed-coex.co.kr

W 검색창에 프랜차이즈서울

Franchise WORLD

2018 MAY - Vol.33

Cover Story

가맹사업진흥법, 이제는 개정해야...

규제보다 프랜차이즈산업 진흥에 포커스

Special Report

'오너리스크법' 도입 임박... 공정성 우려도

People & Company

해마로푸드서비스(주) 정현식 회장
해피브릿지 협동조합 이효성 CEO
(주) 포스코디 조선영 대표



Hot Issue

- 협회 분과위원회, 봄 맞아 힘찬 '기지개'
- 협회, 한국지식재산보호원과 MOU 체결





040



044



064

THE LETTER FROM PRESIDENT

035 박기영 협회장 인사말

COVER STORY

036 가맹사업진흥법, 이젠 개정해야...
규제보다 프랜차이즈산업 진흥에 포커스

040 프랜차이즈 '오너리스크법' 개정안 의결
가맹본부 귀책사유로 인한 가맹점 피해 배상 규정 신설

SPECIAL REPORT

042 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 일부개정령

THEME INFORMATION_ GOVERNMENT ORGAN NEWS

044 - 상표에 東南風 분다
- 가맹거래법 시행령 개정안 입법예고

PEOPLE & COMPANY

048 해마로푸드서비스㈜ 정현식 회장
가맹점주와의 '상생', 고객 위한 '정성'
대한민국 토종 버거 브랜드의 역사를 다시 쓰다

052 해피브릿지 협동조합 이효성 CEO
"사람꽃을 피우다"

056 ㈜포스코디 조선영 대표
뭐든지 척척 해내는 원더우먼의 '오너마인드'

GUIDE POST

060 ICO 참여 가이드 라인
연삼흙 한국불록체인산업협회장 Interview Q&A

064 아마존의 약탈가격 시대
역마진 감수하며 업계 초토화 후 시장 독점

068 글로벌 트렌드
베트남 프랜차이즈의 거대한 잠재력

070 필수품목 공급가격 공개의 부당성

BRAND HIGHLIGHT

072 ㈜인피노 - 옥외광고 · 인테리어, 토탈 솔루션 제공
전복죽 주는 병면집/바르다 김선생/양키캔들/뚜레쥬르/오피스디포/설빙/랄라블라/본아이에프/피자알볼로/육수당/탐앤탐스/알밤/크린토피아/뭇뎡고양이/치킨파티/bhc치킨/본도시락/SPC그룹/한촌설렁탕/파리바게뜨/커브스/엔제리너스/텍사스 데 브라질/디딤 레스토랑



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

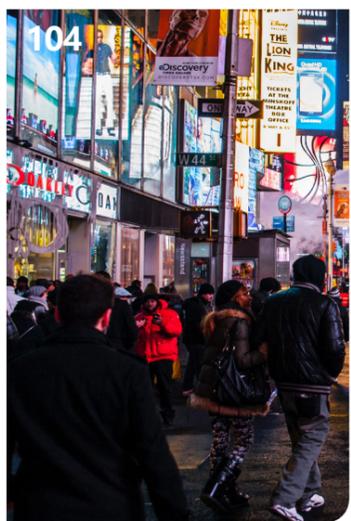


CULTURE

- 080 **프랜차이즈 중국 진출 '불야성'**
- 082 **Travel 국내** 신방산 · 옹머리해안 지질트레일
- 084 **Travel 해외** 시애틀 관광청 & 뉴욕관광청

COLUMN

- 086 **변호사 배선경**
소규모 가맹본부에게도 9000만원 과징금 부과
- 088 **세무사 최인용**
프랜차이즈 본사 기업가치평가를 통해 절세하기
- 090 **가맹거래사 이윤재**
공정거래위원회와 정보공개서, 프랜차이즈 가맹본사 part 2
- 092 **FC산업연구원장 장재남**
카가맹본부들의 가맹점사업자외의 신뢰구축 프로세스
- 094 **노무사 신항철**
새로워진 출퇴근 재해 보상, 확실히 알고 대응하자
- 096 **회계사 김상운**
점포권리금 관련 세무회계처리 part 1/2
- 098 **경영연구소장 안현진**
실패한 CEO에게 배우는 창업 성공 노하우
- 100 **건축가 이상권**
인테리어 리모델링 공간연출을 위한 구성요소 Part 1/2



ASSOCIATION NEWS

- 102 **Hot Issue1** / 협회 분과위원회, 봄 맞아 힘찬 '기지개'
- 104 **Hot Issue2** / 협회, 한국지식재산보호원과 MOU 체결

MOVEMENTS

- 106 협회소식

MEMBERSHIP

- 108 **지회소식** / 협회 신규 회원 및 교육 일정
공정거래위원회 가맹사업 정보공개서 신규등록 리스트
협회 일정 및 협회장 동정



놀이만큼 신나는
애착육아가 또 있을까?

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
짐보리와 함께 새로운 미래를 열어갈 비즈니스 파트너를 모집합니다.

상담문의 : 02-6714-2220



프랜차이즈월드 제 33호 / 2018년 5월호

발행처 한국프랜차이즈산업협회
기획·제작 (주)KFN(한국프랜차이즈산업신문)
주소 서울특별시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩
대표메일 kfn1991@naver.com
광고문의 02-556-7889
보도자료 Webhard(ID:kfn1991, PW:1991)
취재·구독문의 02-556-7889 (구독료 10,000원/권)
인쇄 (주)근아인쇄(02-2279-1430)
판매대행 (주)성운도서(031-915-6900)
등록번호 서초, 라 11702호

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



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

PUBLISHER

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

EDITORIAL DEPT

국장 신일영 | Shin, IL Young
 부장 이동한 | Lee, Dong Han
 차장 명한만 | Myeong, Han Man
 기자 김은영 | Kim, Eun Young
 기자 신원식 | Shin, Won Sik
 특임 기자 노승욱 | No, Seung Wook
 특임 기자 박서진 | Park, Seo Jin

DESIGN

실장 조금단 | Cho, Keum Dan

PHOTO

사진기자 이명철 | Lee, Myung Cheol
 사진기자 김동하 | Kim, Dong Ha

CORRESPONDENT

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

CONTRIBUTORS

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

CONSULTATIVE COMMITTEE

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



변화하는 프랜차이즈 업계에 따뜻한 시선을

한국프랜차이즈산업협회장
박 기 영

우리가 흔히 쓰는 말 중에 ‘미꾸라지 한 마리가 온 웅덩이를 흐려놓는 다’는 말이 있습니다. 한 무리 안에서 어떤 사람이 많은 부정적인 행동으로 무리 전체에 나쁜 영향을 미치는 것을 일컫는 속담입니다. 그런데 많은 사람들이 이 속담 때문에 미꾸라지를 무리 내 모난 사람의 전형으로 비유하지만, 이는 실제와는 전혀 다른 이야기입니다. 원래 미꾸라지는 세에게 잡아먹히지 않기 위해 깨끗한 물이 아닌 더러운 물에 사는 동물입니다. 또한 산소가 공급되지 않아 아무도 살 수 없을 웅덩이에 흙탕물을 일으킴으로써 산소를 공급하고 다른 생명체들도 살 수 있는 효과를 가져온다고 합니다. 미꾸라지가 깨끗한 무리를 더럽히는 것이 아니라 오히려 더러운 무리에 생기를 불어넣는다는 얘 기인데, 온국민으로부터 미운털이 단단히 박혀 있는 미꾸라지로서는 얼마나 억울했을까요. 평화로운 가정의 달인 5월에 접어든 이 시점에서 갑자기 미꾸라지 얘 기를 꺼낸 것은 물론 미꾸라지를 옹호하기 위해서는 아닙니다. 사람들이 미꾸라지를 보는 시각이 우리 프랜차이즈 업계를 바라보는 시각과 닮아 있어서 항변을 좀 해야겠다는 마음이 들었습니다. 많은 사람들이 아직도 일부 가맹본부가 물의를 일으키거나 분쟁에 휘말려 있다는 이유로 업계 전체에 대한 불신의 시선을 거두지 않고 있습니다. 마치 미꾸라지 몇 마리가 일으킨 흙탕물을 더러운 것으로 보듯이 말입니다. 하지만 프랜차이즈 산업은 그 어떠한 업종보다도 ‘관계’를 기본으로 하는 연관성을 본질로 하고 있는 사업 모델임을 잊지 말아야 할 것입니다. 우리나라 프랜차이즈 산업은 가맹본부와 가맹점, 가맹점과 소비자 로 이어지는 직선적인 고리는 물론이고 가맹본부 및 가맹점과 연관된 후방산업에 이르기까지 4천여개가 넘는 가맹본부와 21만여개의 가맹

점, 100만의 종사자와 수 천만명의 소비자가 모두 유기적으로 얽혀 있는 업종입니다. 톱니바퀴처럼 굴러가는 거대한 산업에서는 어떠한 일이든 일어날 수 있습니다. 몇몇 가맹본부가 아니라 산업 전체를 일괄적으로 단정 짓는 것은 매우 위험한 일입니다. 완벽하게 깨끗한 사회란 유토피아에서나 가능한 일이고, 이것이 현실임을 어느 정도는 받아들여야 우리 사회가 건강한 방향으로 발전할 수 있습니다. 중요한 것은 미꾸라지가 일으킨 흙탕물이 아니라 그 움직임을 바탕으로 웅덩이에 생기를 불어넣는 일이라는 이야기입니다. 지난해부터 이어진 전사회적인 관심을 기폭제로 하여, 프랜차이즈 업계는 변화의 속도를 서서히 높이고 있습니다. 업계가 스스로 자정실천 안을 마련하여 변화의 방향을 선언했고, 전체의 30%에 육박하는 가맹 점들과 함께 하는 주요 가맹본부들이 한 데 모여 구체적인 상생 방안을 제안했습니다. 이미 창업 시장에서 가맹점사업자들을 유치하기 위한 최고의 키워드는 상생이 된 지 오래입니다. 대다수 가맹본부가 이미 상생을 위한 변화를 시작했다는 의미입니다. 그간 많은 질책을 보내 주신 만큼, 이제 업계 전체에 대한 무조건적인 노여움을 거두고 가맹본부와 가맹점이 함께 만들어 나가는 프랜차이즈 산업의 역동적인 변신을 지켜보아야 할 때가 아닐까 싶습니다. 프랜차 이즈는 우리나라 자영업자들과 근로자들의 삶의 터전이기도 합니다. 지금 우리 프랜차이즈 산업은 더러운 흙탕물로 뒤덮여 있는 것이 아니라, 잘못된 과거와 타인의 잘못을 타산지적으로 삼고 더욱 많은 사람 들과 함께 하기 위한 발판을 마련하고 있는 과정에 있음을 알려주시기를 당부드립니다. 감사합니다.

가맹사업진흥법, 이제는 개정해야... 규제보다 프랜차이즈산업 진흥에 포커스

WRITE 신일영

국내 프랜차이즈산업은 매출액 148조원으로 국내 GDP의 7.9%를 차지하고 있다. 또한, 관련 종사자 수가 140만 명에 이르는 등 국가경제에서 차지하는 비중이 결코 적다고 할 수 없다. 특히 비교적 소액자본으로 창업이 쉬워 고용창출에 기여하고 있다.

이러한 정책적 고려를 바탕으로 2007년 12월 가맹사업 진흥에 관한 법률(이하 '가맹사업진흥법')이 제정되었으나 규정의 추상성, 정책을 구체화하는 기구의 부재 등으로 인하여 제정의 취지를 살리고 있지 못하고 있다.

한국프랜차이즈산업협회(이하 '프랜차이즈협회')는 이를 보완하기 위해 가맹사업진흥법의 개정이 필요하다는 입장이다. 프랜차이즈협회에 따르면, 가칭 '가맹사업진흥위원회'의 설립근거를 마련하여 프랜차이즈 산업과 관련한 정책을 조율하도록 하고, 가맹사업자로 구성된 조직의 설치근거를 마련하여 가맹사업자에 대한 교육 및 프랜차이즈 산업 전체의 입장에서 필요한 사업 등을 수행하고자 한다는 것이다.

또한, 가맹사업은 가맹본부와 가맹점사업자간의 계속적 거래를 수반하므로, 가맹본부와 가맹사업자간의 소통과 협력이 산업발전의 전제조건이다. 그러나 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 '가맹사업법')은 가맹본부에 의한 불공정행위 규제에만 초점이 맞춰져 있다. 따라서 가맹사업진흥법에 가맹본부와 가맹점사업자들이 소통하고 협력할 수 있는 제도적 기반의 마련이 필요하다고 보고 있는 것이다.

프랜차이즈협회가 가맹사업진흥법의 개정을 요구하고 있는 또 다른 이유는 가맹본부와 가맹점사업자들의 원활한 소통을 위해 가맹사업자들 간의 자율분쟁조정제도를 신설하고, 공제조합과 시스템 인증 제도를 통해 현 가맹사업자, 또는 예비 가맹점사업자의 보호를 한층 강화함으로써 프랜차이즈 산업 전체의 발전에 기여하기 위함이다.

프랜차이즈협회, 자정혁신안 등 자구노력 중

창업 촉진 해외 진출에 도움 되는 지원책 필요

특히 최근 일부 프랜차이즈 가맹본부에서 발생한 일탈행위와 소위 '갑질'로 프랜차이즈산업이 마치 불공정거래의 주범인 것처럼 보도되고 있다. 공교롭게 정부가 불공정거래 관행 근절 차원에서 각종 법안을 손질하고 있는데, 이 중 상당수가 프랜차이즈산업과 관련이 있다. 업계에서 불만을 제기하고 있는 이유다.

한 업계 관계자는 "보는 사람에 따라 입장이 다를 수 있겠지만, 최근 정부에서 발표하고 있는 법안의 제·개정안 대부분이 규제를 위한 법안으로 생각된다."고 조심스럽게 입장을 밝혔다. 그는 이어 "프랜차이즈 산업의 건전한 발전과 공정한 거래를 위해서는 적법한 규제가 필요하지만, 규제로 인해 선의의 피해자가 발생해서는 안 된다." 주장했다.

프랜차이즈협회는 일부 가맹본부의 일탈행위와 갑질로 프랜차이즈산업 전체에 대한 인식이 더 이상 악화되는 것을 차단하고, 프랜차이즈산업의 건전한 발전을 위한 일환으로 작년 10월 ▲가맹점사업자와의 소통 강화 ▲유통폭리 근절 ▲가맹점사업자 권익 보장 ▲건전한 산업발전 등 4개 핵심주제와 11개의 추진과제가 포함된 '프랜차이즈 자정혁신안'을 발표하고, 이를 실천해오고 있다. 또한, 지난 3월 16일 19개 가맹본부 대표들이 모여 상생협력확산을 결의하는 등, 최근 가맹본부와 가맹사업자간의 상생을 위한 움직임이 무르익고 있는 분위기다.

"이런 분위기에 찬물을 끼얹는 격인 규제일변도에서 벗어나, 프랜차이즈산업의 발전에 실질적으로 도움이 될 수 있는 자원에 관심을 가져야 한다"는 업계의 주장에 귀를 기울여야 하는 이유다.

프랜차이즈협회 김상식 정책사업실장은 "다양한 산업부문에 관련 산업을 지원하기 위한 진흥법이 존재하고 있다. 프랜차이즈산업의 국가 경제에 대한 기여도나 산업 규모를 감안할 때, 프랜차이즈산업에 대한 지원이 더욱 강화되어야 한다"고 강조했다. 김 실장은 "가맹사업 창업자 등의 창업촉진을 위한 교육·연수를 활성화하는 법안을 마련해 창업에 실질적으로 도움이 될 수 있도록 해야 한다"고 주장했다. 또한, "최근 국내 가맹본부의 해외진출에 대한 관심이 부쩍 증가하고 있다"고 전하며, "국내 가맹본부의 해외진출을 활성화하고, 가맹사업 국제화를 촉진하기 위해 해외진출에 필요한 해당국가의 법령이나, 제도 등에 관한 연구를 제도적으로 뒷받침하는 방안이 필요하다"고 제언했다.

가맹사업진흥법, 시행 10년

개정은 흉내만, 지원실적은 전무

한편, 가맹사업진흥법은 가맹사업의 진흥에 필요한 사항을 정하여 가맹사업 발전의 기반을 조성하고 가맹사업의 경쟁력을 강화함으로써 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다. 지난 2007년 12월 제정되고 2008년 6월 처음 시행됐다. 2016년 1월 27일 일부개정까지 총 6차례 개정이 이루어져 왔다. 이 기간 동안 주요 개정 내용은 ▲가맹본부와 가맹점사업자간의 상생협력방안 ▲국제화 촉진에 관한 업무 ▲가맹사업의 산업재산권 관련 홍보 등 신설(2014년 1월 일부개정안)됐고, ▲가맹사업의 산업재산권 관련 홍보·건설팅이 추가(2016년 1월 일부개정안)됐다.

작년 국회 홍철호 의원이 산업통상자원부로부터 제출받은 자료에 따르면, 정부는 지난 2008년부터 2017년 7월까지 9년 7개월간 가맹사업과 관련된 상품의 제조 및 관리기술의 개발사업과 산업재산권 보호 사업을 직접 추진하거나 해당분야에 국비를 지원한 실적이 한 건도 없는 것으로 드러났다. 정부의 프랜차이즈산업 진흥에 대한 무관심이 드러나는 대목이다.



프랜차이즈협회가 작년 10월 가맹점사업자와의 소통 강화 등을 담은 자정혁신실천안을 발표하고 있다.

잇힌 '가맹사업진흥법'에도 관심을...



김동수
한국프랜차이즈산업협회
상근부회장

가맹사업법이 제정된 지난 2002년 이후 요즘처럼 활발하게 개정된 적은 없었던 것 같다. 국회에 계류된 개정안만 30여건에 달하고 있다. 지금도 하루가 멀다 하고 개정안이 발의되며 규율의 강도를 높이고 있다.

가맹사업법은 그간 프랜차이즈 산업이 올바른 방향으로 성장할 수 있도록 조타수 역할을 수행해온 법이다. 제대로 된 시스템이 구비되지 않았다면, 지금쯤 프랜차이즈는 단단계 정도로 여겨지고 있을 테다. 당사자 간 관계를 규율하고 신뢰를 구축함으로써 가맹사업의 발전에 지대한 공헌을 한 점은 누구도 부인하기 힘들다.

그런데 기본적으로 가맹사업법은 규제 조항으로 이뤄진 규제법의 성격만 지니고 있다. 국가 경제에 기여하는 대부분 산업에는 별도로 진흥법이 존재한다.

국가가 산업의 발전을 도모하기 위해 발전 계획을 짜고, 이를 시행하는 방법을 규정하는 법들이다. 프랜차이즈에도 진흥법이 있다. 가맹사업법 제정 5년 뒤인 2007년 제정된 '가맹사업진흥에관한법률', 즉 가맹사업진흥법이 그것이다. 하지만 갈수록 맹위를 떨치는 가맹사업법과 다르게 가맹사업진흥법은 존재감조차 미미하다. 심지어 가맹점을 하고 있는 가맹점사업자들도 태반이 가맹사업진흥법을 아예 모르기 일쑤다.

한 산업이 올바르게 발전하려면 규제와 지원이 서로 맞물려 체계적으로 돌아가야 한다. 그러나 국회와 정부는 물론, 심지어 산업인들도 가맹사업진흥법에 대한 인식이 거의 전무하다시피하다. 실제로 활용되는 경우가 없기 때문이다. 가맹사업진흥법은 기본계획, 시행계획, 산업재산권 보호시책 수립 의무 정도를 제외하면, 모두 재량 규정으로 채워져 있다. 5년마다 세우도록 돼 있는 기본계획은 지금까지 2015년 단 한 번밖에 세워지지 않았으며, 해마다 세워야 하는 시행계획은 과연 실제 시행되고 있는지도 알기 힘들다.



결국 국회가 나서서 프랜차이즈 산업의 발전을 위한 방안들을 마련해줘야 하는데, 국회는 가맹사업법 개정에만 열을 올리고 있을 뿐 가맹사업진흥법은 거들떠보지도 않는다.

제정 12년째를 맞은 가맹사업진흥법은 올해까지 여섯 번 개정됐다. 그런데 개정 내역을 보면 바뀐 부분은 주무부처 변경을 제외하면 기본계획 내용과 위탁·추진이 '가능'한 업무 범위가 각 한 가지 추가된 것과 계획을 심의하는 기구 설치조항을 삭제한 것이 전부다.

가맹사업법이 최근 2년 사이에만 총 6번 개정되면서 한글탈태 수준으로 바뀐 것과 크게 대조된다. GDP의 10%를 차지하는 국가 산업의 진흥법 개정내역이라고 믿기지 않는 심각한 수준이다.



프랜차이즈 산업의 발전을 위한 방안들을 마련해줘야 할 국회는
가맹사업법 개정에만 열을 올리고 있을 뿐, 가맹사업진흥법은 외면하고 있다.

현재 많은 어려움을 겪는 프랜차이즈 산업은 진흥법의 활성화로 풀어야 하는 수많은 과제를 안고 있다. 예를 들어 산업인들의 역량을 강화하기 위한 교육 사업은 법적근거를 바탕으로 체계적으로 이뤄져야 질적인 발전을 담보할 수 있다.

직접적인 정부 교육이 어려우면 한국프랜차이즈산업협회 등 업계 대표단체를 교육수행기관으로 법에 규정하는 방안도 생각해 볼 수 있다. 여성경제인연합회의 '여성기업지원법'이나 소상공인연합회의 '소상공인지원법' 등이 유사한 사례를 만들고 있다.

해외 진출을 위한 정부의 체계적 지원과 상생 협력을 촉진시키기 위한 지원책도 절실하다. 지식기반산업으로서의 특성을 활용해 4차 산업시대를 이끌어 갈 정부의 청사진도 산업 발전에 큰 도움이 된다.

프랜차이즈산업의 발전은 곧 가맹본부와 가맹점의 동시적인 발전인데, 사방에서 당근도 없이 채찍만 내리치면서 산업의 기반 자체가 흔들리고 있다. 국회에 가서 가맹사업진흥법에도 좀 신경을 써달라고 읍소해도 대부분의 경우 눈 의조차 되지 않는 참담한 현실이다.

프랜차이즈 산업은 140만 여명의 종사자와 함께 하는 일자리 창출의 보고이자, 자영업자들의 삶의 터전이며 지식기반산업으로서 무한한 확장을 가능케 하는 4차 산업시대의 핵심 산업이다.

규제를 하지 말라는 것이 아니다. 합리적인 규제와 산업을 살릴 방안이 함께 동반돼야 국가 경제가 전체적으로 건강한 발전을 이어나갈 수 있다는 사실을 말하고 싶을 뿐이다. 한시라도 빨리 가맹사업진흥법에도 스포트라이트가 비춰지는 날이 오도록 국회에서 많은 관심을 가져 주길 당부한다. **KFN**

프랜차이즈 '오너리스크법' 개정안 의결 가맹본부 귀책사유로 인한 가맹점 피해 배상 규정 신설

COMPILE 이동한



재벌 회장이나 대주주 개인 등 오너(총수)의 잘못된 판단이나 불법행위로 인해 기업에 해를 입는 것을 오너리스크라고 말한다. 지난해부터 언론을 통해 프랜차이즈 오너들의 위법 행위로 가맹점들이 피해를 입는 경우가 알려지자, 신설 추진되고 있는 것이 이른바 오너리스크법이다. 이 법은 '오너리스크'에 대해 가맹본부가 가맹점주의 손해를 배상하도록 한 법으로서, 지난 3월 말 국회 정무위원회 법안심사소위를 통과함으로써 국회 1차 관문을 넘었다.

가맹점주에 대한 경제적 보상

오너 리스크 책임 적용 대상에 대해선 '임원'으로 명시했다. 경영진은 법률상 용어가 아니기 때문에 수정한 것이다. 세부내용은 가맹본부 또는 본부 임직원의 책임 있는 사유로 가맹 사업의 명성이나 신용을 훼손해 가맹사업자에게 발생한 손해에 대한 배상 의무를 가진다는 것이다. 가맹점주들에게 오너리스크에 대한 경제적 보상을 해준다는 것. 법안 심사에선 가맹본부가 광고·판촉행사를 실시하기 전에 가맹점주들의 사전 동의 의무화하는 내용도 논의했지만, 개정안에는 포함되지 않았다.

'오너리스크법'이라고도 불리는 이번 가맹사업법 개정안은 그 동안 가맹본사 경영진이 가맹점에 손해를 끼치는 행위는 금지한다는 선언적 규정에서 한 발 나아간 것이다. 가맹본사와 점주가 계약할 때, 가맹계약서에 손해배상 책임에 대한 내용을 기재해야 한다.

오너리스크로 인한 피해 확인

실제로 가맹본부나 경영진의 위법이나 비도덕적인 행위로 인해 가맹점의 매출이 급감하는 사례가 지난 해 잇따르면서, 해당 브랜드가 신뢰도에 타격을 입고 소비자의 불매 운동으로 이어졌다. 현행법에는 이를 구제하는 조항이 없다.

김영주 더불어민주당 의원이 지난해 호식이치킨 오너의 성추행 사건 이후 가맹점주의 카드 매출액을 분석한 결과를 보면, 최 회장의 여직원 성추행 혐의가 보도된 지난해 6월5일 이후 가맹점 하루 매출이 20~40% 감소했다. 하지만 이같은 가맹점 피해는 현행 가맹사업법의 위반사항이 아닌 만큼 해당 가맹본부에 아무런 법적 책임이 발생하지 않았다. 가맹점주의 손해를 보전할 수 있는 방안도 없었다. 공정위도 가맹점주들의 피해에 직접 대응한 사례가 없다.

앞서 김상조 공정위원장이 지난해 7월 브리핑한 '가맹분야 불공정 관행 근절대책'에도 이 내용이 들어 있었다. 당시 김 위원장은 가맹본부나 임원의 위법·부도덕한 행위 등으로 발생한 손해를 가맹점주가 배상받을 수 있도록 하는 근거를 가맹계약서에 명시하도록 법안을 추진하겠다고 밝혔다.

규제에 시달리는 프랜차이즈업계

하지만 일각에서는 "손해배상 범위 산정이 모호한데다 여론 재판 우려도 있다"고 전했다. 또 "가맹점주 손해와의 인과 관계가 불분명하고 손해에 대해 민사소송 절차를 통해 구제가 가능하다"는 점에서 문제의 소지가 있다는 얘기도 나오고 있다.

더구나 최근에 오너 일가의 갑질 행위로 인해 대한항공 주가가 곤두박질 쳤는데, 이 역시 오너리스크의 대표적인 예지만, 오너리스크 방지법이 오로지 프랜차이즈 산업에만 적용되고 있다는 불평등함이 다시 눈점으로 떠오르고 있다.

오너리스크는 프랜차이즈 기업에만 국한된 것이 아니라 모든 기업에 부과되어야 할 노블리스 오블리제의 문제다. 하지만 현실은 상대적 약자인 프랜차이즈업계에만 규제가 강화되고 있기에 불만이 토로되고 있는 형편이다. **KFN**



가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 일부개정령

[2018년 4월 3일자 대한민국 관보]

지난 4월 3일 대통령령 제28786호 ‘가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 일부개정령’이 국무회의의 심의를 거쳐 공포됐다. 개정 이유는 가맹본부가 부담하는 가맹점사업자의 점포환경개선 지급절차 개선, 필수물품 등 정보공개서 기재사항 확대 등 현 제도의 일부 미비점에 대한 개선 및 보완이다. 많은 논란을 불렀던 필수물품 공급가격 상·하한 공개 부분은 협회 및 업계와 공정위가 추가 협의를 거친 끝에 주요 품목에 대해서만 공개하는 것으로 일단락됐다. 다만 아직 주요 품목의 기준은 확정되지 않았으며 공정위는 상위 50%를, 협회는 상위 10%를 주장하고 있는 상황이다. 향후 공정위는 협회와 협의를 통해 고시를 개정, 주요 품목의 비율을 확정할 예정이다. 아울러 정보유출의 우려를 감안, 협회는 필수물품 공급가격 상하한선 및 차액가맹금 등 주요 정보는 서류가 아닌 열람 방식으로 제공해야 한다는 입장이다. 협회는 향후 민감한 정보가 담긴 정보공개서를 예비창업자에게 제공하는 방식이 열람 방식으로 고정될 수 있도록 추진한다는 방침이다. 이번에 공포된 가맹사업법 시행령은 내년 1월 1일자로 발효되며, 내년부터 각 가맹본부들은 정보공개서 갱신 기한(매년 4월 말)까지 올해(2018년도) 자료를 바탕으로 개정 시행령에 맞춰 정보공개서를 갱신하면 된다.

주요내용은 다음과 같다.

가. 점포환경개선비용 지급절차 개선(제13조의2제6항 신설)

종전에는 가맹점사업자가 점포환경개선을 한 경우에 가맹본부부담액에 대하여 가맹본부에 공사 계약서 등 관련 서류를 제출하여 청구하도록 하였으나, 앞으로는 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자를 통하여 점포환경개선을 하여 가맹본부가 본인의 부담액을 알 수 있는 경우에는 가맹점사업자의 청구가 없더라도 점포환경개선이 끝난 날부터 90일 이내에 가맹본부부담액을 지급하도록 함.

나. 부당한 영업시간 구속의 판단기준 개선(제13조의3)

종전에는 가맹점사업자가 영업시간 단축을 요구하려면 오전 1시부터 오전 6시까지의 매출이 영업에 소요되는 비용에 비하여 저조하여 6개월간 영업손실이 발생하여야 하였으나, 가맹점사업자의 휴식권을 강화하기 위하여 앞으로는 심야 영업시간대를 오전 0시부터 오전 6시까지 또는 오전 1시부터 오전 6시까지로 완화하고, 영업손실 산정기간을 3개월로 단축함.

다. 구입요구품목 관련 정보공개사항 확대(별표 1 제5호나목 및 제6호 가목)

1) 종전에는 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자와 거래할 것을 강제하거나 권장하여 공급받는 품목에 소요되는 비용에 관한 정보를 충분히 제공받지 못한 채 가맹희망자가 가맹계약을 체결하여 당사자 간 분쟁이 발생하기 쉬운 문제가 있음.

2) 앞으로는 이러한 품목에 대하여 가맹점사업자가 가맹본부에 지급하는 대가 중 적절한 도매가격을 넘는 대가(차액가맹금) 수취 여부, 가맹점

당 평균 차액가맹금액, 가맹점당 매출액 대비 차액가맹금의 비율 및 공정거래위원회가 정하여 고시하는 주요 품목별 직전 사업연도 공급가격의 상·하한 등을 가맹본부로 하여금 정보공개서에 기재하게 함으로써 해당 품목에 소요되는 비용에 관한 가맹희망자의 예측 가능성을 제고함.

전문은 다음과 같다.

가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 일부를 다음과 같이 개정한다.

제13조의2제6항을 제7항으로 하고, 같은 조에 제6항을 다음과 같이 신설한다.

⑥ 가맹본부는 제4항 및 제5항 본문에도 불구하고 가맹점사업자가 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자를 통하여 점포환경개선을 한 경우에는 점포환경개선이 끝난 날부터 90일 이내에 가맹본부부담액을 가맹점사업자에게 지급하여야 한다.

제13조의3제1항 중 “1시”를 “0시부터 오전 6시까지 또는 오전 1시”로 하고, 같은 조 제2항 중 “6개월”을 “3개월”로 한다.

별표 1 제2호나목 중 “특수관계인으로서 정보공개일 현재 최근 3년 동안 가맹사업을 경영한 적이 있거나 경영하고 있는 경우만 해당한다. 이하 같다”를 “특수관계인을 말한다. 이하 같다” 중 정보공개일 현재 최근 3년 동안 가맹사업을 경영한 적이 있거나 경영하고 있는 특수관계인”으로 하고, 같은 호 다목 중 “국내에서 영업 중인”을 “가맹본부의 특수관계인 중 정보공개일 현재 최근 3년 동안 국내에서 가맹사업을 경영한 적이 있거나 경영하고 있는”으로 한다.

별표 1 제5호가목4)가 중 “요구”를 “강제”로 하고, 같은 호 나목1) 중 “그 관계자”를 “가맹본부가 지정한 자”로 하며, 같은 목 2)를 3)으로 하고, 같은 목에 2)를 다음과 같이 신설한다.

2) 가맹점사업자가 해당 가맹사업을 운영하는 과정에서 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자와 거래할 것을 강제 또는 권장하여 공급받는 품목에 대하여 가맹본부에 지급하는 대가 중 적정한 도매가격을 넘는 대가(이하 “차액가맹금”이라 한다)와 관련한 다음의 사항(부동산 임차료가 포함된 경우와 포함되지 않은 경우를 나누어 기재하며, 가맹본부가 직접 제조하거나 생산하여 가맹점사업자에게 공급하는 품목에 대한 정보는 기재하지 않을 수 있다)

가) 직전 사업연도의 가맹점당 평균 차액가맹금 지급금액[직전 사업연도 영업기간이 6개월 이상인 가맹점이 가맹본부에 지급한 차액가맹금의 합계액(직전 사업연도의 영업기간이 1년 미만인 가맹점의 경우 지급한 차액가맹금을 1년치로 환산한 금액을 반영한다)/직전 사업연도 영업기간이 6개월 이상인 가맹점 수]

나) 직전 사업연도의 가맹점당 매출액 대비 차액가맹금 지급금액의 비율[직전 사업연도 영업기간이 6개월 이상인 가맹점이 가맹본부에 지급한 차액가맹금의 합계액/직전 사업연도 영업기간이 6개월 이상인 가맹점 매출액의 합계액]

별표 1 제6호가목을 다음과 같이 한다.

가. 가맹점사업자가 해당 가맹사업을 시작하거나 경영하기 위하여 필요한 모든 부동산·용역·설비·상품·원재료 또는 부재료의 구입 또는 임차에 관한 다음의 사항

1) 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자와 거래할 것을 강제 또는 권장할 경우 그 강제 또는 권장의 대상이 되는 품목, 품목별 차액가맹금 수취 여부 및 공정거래위원회 고시로 정하는 주요 품목별 직전 사업연도 공급가격의 상·하한[가맹본부가 직접 공급하는 품목과 가맹본부가 지정한 자가 공급하는 품목을 구분하여 기재한다. 다만, 가맹사업이 소매업(편의점 등 소비자에 대해 각종 잡화를 종합적으로 판매하는 업종을 의미한다)에 해당하거나 차액가맹금을 수취하지 않는 경우에는 해당 정보의 기재를 생략할 수 있다]

2) 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자로부터 구입하도록 강제한 것과 관련하여 가맹본부의 특수관계인이 경제적 이익을 취하고 있는 경우 해당 특수관계인의 명칭, 가맹본부와 특수관계인 간 관계의 내용, 경제적 이익의 대상이 되는 상품 또는 용역의 명칭, 그 직전 사업연도에 해당 특수관계인에게 귀속된 경제적 이익의

내용(매출액, 임대수익 등을 의미하며, 정확한 금액이 산정되지 않는 경우에는 추정된 금액임을 밝히고 상한과 하한을 표시한다)

3) 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자와 거래할 것을 강제 또는 권장한 품목과 관련하여 가맹본부가 직전 사업연도에 납품업체, 용역업체 등으로부터 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익을 얻는 경우 해당 납품업체, 용역업체 등의 명칭, 그 경제적 이익의 내용[금전인 경우 판매장려금, 리베이트(rebate) 등 그 명칭에 관계없이 그 합계액을 기재하되, 정확한 금액이 산정되지 않는 경우에는 추정된 금액임을 밝혀 상한과 하한을 표시하고, 금전이 아닌 경우에는 해당 상품이나 용역의 명칭·수량 등을 기재한다. 이하 4)에서도 같다]

4) 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부의 특수관계인과 거래(특수관계인의 상품 또는 용역이 가맹점사업자에게 직접 공급되거나 제3의 업체를 매개로 공급되는 경우를 포함한다)할 것을 강제한 품목과 관련하여 특수관계인이 직전 사업연도에 납품업체, 용역업체 등으로부터 경제적 이익을 얻는 경우 해당 납품업체, 용역업체 등의 명칭, 그 경제적 이익의 내용

별표 1 제6호나목을 삭제하고, 같은 호 마목5)를 7)로 하며, 같은 목에 5) 및 6)를 각각 다음과 같이 신설한다.

5) 가맹본부가 가맹점사업자의 영업지역 내에서 대리점, 다른 영업표지를 사용한 가맹점 등을 통하여 가맹점사업자가 거래하는 상품이나 용역과 동일하거나 유사하여 대체제 관계에 놓일 수 있는 상품이나 용역을 거래하고 있는 경우 이에 관한 내용

6) 가맹본부가 온라인, 홈쇼핑, 전화권유판매 등을 통하여 가맹점사업자가 거래하는 상품이나 용역과 동일하거나 유사하여 대체제 관계에 놓일 수 있는 상품이나 용역을 거래하고 있는 경우 이에 관한 내용

부칙

제1조(시행일) 이 영은 공포한 날부터 시행한다. 다만, 별표 1의 개정규정은 2019년 1월 1일부터 시행한다.

제2조(정보공개서 기재사항에 관한 적용례) 별표 1의 개정규정은 부칙 제1조 단서에 따른 시행일 이후 법 제6조의2에 따라 정보공개서를 등록하거나 변경등록하는 경우부터 적용한다. **[77]**

제공: 법제처

“상표에 東南風 분다”

- 쌀국수, 뚝양공 등 베트남, 태국 요리 인기 여파 -
- 동남아 국가명 들어간 상표출원 지속 증가 -



최근 한류 및 신남방정책의 바람을 타고, 동남아시아와의 교류 및 관심이 커지면서 '동남아 국가명'이 들어가는 국내 상표 출원이 지속적으로 증가한 것으로 나타났다. 신남방정책은 아세안 등과의 교류협력을 4대 강국 수준으로 격상시키고 교역량을 2020년까지 중국과의 수준인 2,000억불로 성장을 목표로 하는 외교정책이다. 특허청(청장 성윤모)에 따르면, 동남아 국가명이 들어가 있는 상표 출원이 2001년에는 20건에 불과했으나 2017년에는 107건('01년 대비 435% 증가, 연평균 증가율 11%)으로 지속적으로 증가하고 있는 것으로 집계됐다.

국가명별 출원건수('01년~'18년 2월)를 살펴보면 총 976건 중 최근 박항서 축구 감독 열풍이 불고 있는 베트남 국가명 상표(Vietnam)가 총 360건으로 가장 많고, 한국가요(K-pop) 및 화장품(K-beauty)이 유행 하는 태국(Thailand)이 뒤를 이어 304건이 출원됐다. 그 뒤를 이어 홍콩 97건, 대만 72건, 싱가포르 53건, 인도네시아 28건 필리핀 22건 순으로 나타났다.

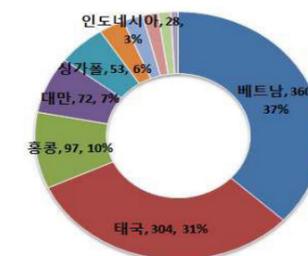
이 중 베트남은 아세안 국가 중 한국과 인적 교류 규모가 가장 큰 국가다. 2017년 270만명이 상호 방문했으며, 한국에는 17만명의 베트남인이 거주한다. 베트남에도 15만명의 한국인이 거주하고 있다.

이들 상표출원은 주로 음식점(베트남: 쌀국수, 월남쌈, 태국: 뚝양공, 팟타이, 홍콩: 중국음식 등)에 집중되어 있고, 싱가포르의 경우 예외적으로 금융, 항공, 호텔 등 다양한 것으로 나타났다. 그 중 베트남 명칭은 음식점 비중이 70%에 달했으며, 태국 명칭의 경우 음식점 비중이 50%에 달했다. 이처럼 동남아 국가명이 포함된 상표가 늘어나고 있는 것은 한국과 동남아의 교류가 활발해지고 있고, 동남아 여행경험이 많아진 국내 수요자의 입맛과 수요에 맞는 사업이 늘어나고, 한류 열풍은 상대적으로 우리 국민의 동남아에 대한 관심을 증가시키는 등 여러 요인이 복합적으로 작용한 것으로 보인다.

동남아는 2007년 6월 한·ASEAN FTA를 발효한 이후 연평균 5.7%씩 교역이 성장하면서 2016년에는 1188억 달러 교역액(한국 총교역규모 대비 13.2%)을 기록하여 한국의 2위 교역 대상지가 됐다.

특허청 이재우 상표디자인심사국장은 “한류 열풍에 더하여 정부의 새로운 외교 및 경제 정책 중 하나인 '신남방정책'으로 한국과 동남아의 교류가 증가하면서 이들 국가명이 포함된 상표가 지속적으로 증가할 것으로 예상된다”며 “국가명이 들어간 상표 자체 만으로는 현저한 지리적 명칭에 해당하여 상표등록을 받기 어렵기 때문에 반드시 다른 도형이나 문자 등과 함께 상표를 출원해야 하고, 현지에서 특정인의 상표로 알려진 상표를 모방한 상표 출원도 등록되기 어렵다는 점에 유의해야 한다”고 당부했다.

표1 동남아 국가명 상표 출원현황 (2001~2018)

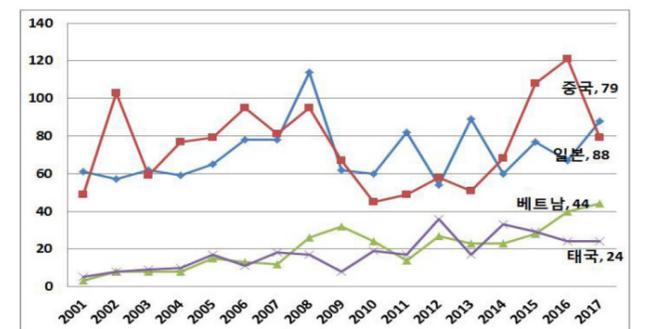


연도	라오스	말레이시아	미얀마	베트남	싱가포르	대만	인도네시아	캄보디아	태국	필리핀	홍콩	총합계
2001		1		3	3	3			5		5	20
2002				8	1				8		5	22
2003		1		8	4				9	1	2	25
2004		1		8		1	1		10		6	27
2005	2	1		15	2	1			17		2	40
2006		1		13	5	1			11	1	8	40
2007				12	4	3			18	1	3	41
2008				26		3	3		17		5	54
2009	1	1		32	5				8		3	50
2010		1		24	4	2			19	1	1	52
2011		1	1	14	1	4	3		17	1	4	46
2012			1	27	4	5	2		36	5	3	83
2013	1	2	1	23	7	2	6	1	17	2	4	66
2014	8	1		23	2	7	2		33	4	12	92
2015	2	2	2	28	2	7	4		29	2	16	94
2016	1		2	40	4	6	6		24	3	10	96
2017	2	1	1	44	4	25	1		24	1	4	107
2018 (2월말)				12	1	2			2		4	21
총합계	17	14	8	360	53	72	28	1	304	22	97	976

표2 실제 출원사례

관련국가	출원번호	지정상품 명칭	표장
베트남	4120160019***	베트남쌀국수 전문점업 등	
태국	4020040000***	닭요리 전문점업 등	
홍콩	4520110001***	국수전문식당업 등	
싱가포르	4120130037***	부동산임대업 등	

표3 일본, 중국명 상표출원과의 추이 비교



자료제공: 특허청



가맹사업법 시행령 개정안 입법예고 위반 행위에 대한 신고 포상금 세부 기준 마련



공정거래위원회(위원장 김상조, 이하 공정위)는 개정 가맹사업법 (2018년 1월 16일 공포) 시행을 위해 필요한 신고 포상금 세부 기준 등을 담은 '가맹사업법 시행령' 개정안을 마련하여 2018년 4월 17일부터 40일간 입법예고한다고 밝혔다.

신고 포상금 세부 기준 마련(개정안 제32조의4)

2018년 1월 16일 공포된 개정 가맹사업법(2018년 7월 17일 시행 예정)은 가맹사업법 위반 행위를 신고 또는 제보하고 이를 입증할 수 있는 증거자료를 제출한 자에게 포상금을 지급할 수 있도록 하면서, 지급대상·지급기한 등 세부 기준은 시행령에서 정하도록 위임하고 있는데, 이번 시행령 개정안은 그 세부 기준을 마련한 것이다.

시행령 개정안은 법 위반 행위를 신고 또는 제보하고 이를 입증할 수 있는 증거자료를 최초로 제출한 자를 포상금 지급 대상으로 하되, 위반 행위를 한 가맹본부 및 그 위반 행위에 관여한 현직 임직원은 포상금 지급 대상에서 제외했다.

또한, 신고 또는 제보된 행위를 공정위가 법 위반 행위로 의결한 날부터 3개월 이내에 포상금이 지급되도록 지급 기한을 규정했다. 신고 포상금 지급액수 산정에 관한 구체적인 기준 등 포상금 지급에 필요한 세부사항은 공정위가 정하여 고시하도록 규정했다.

과태료 부과 기준 정비

가맹사업법상 과태료 부과 대상 행위이면서도 시행령에 그 구체적인 기준이 설정되어 있지 않은 ▶ '현장조사 거부·방해·기피', ▶ '공정위 출석 요구에 대한 불응', ▶ '서면 실태조사를 포함한 공정위 조사 과정에서 자료 미제출·허위자료 제출', ▶ '심판정 질서 유지 의무 위반', '공정위의 서면 실태조사 과정에서 가맹점주의 자료 제출을 방해하는 가맹본부의 행위'에 대해, '최근 3년 동안 과태료 부과 처분을 받은 횟수'를 기준으로 과태료를 부과하도록 규정했다.

공정위는 이번 시행령 개정을 통해 신고 포상금 제도가 본격적으로 시행되면, 사회적 감시망의 확대를 통해 법 위반 행위 적발이 쉬워지고, 가맹본부들이 법 위반 행위를 스스로 자제토록 하는 효과가 있을 것으로 기대하고 있다. 또한 공정위는 일부 미비된 과태료의 부과 기준을 시행령에 구체적으로 설정하여, 수법자의 예측 가능성이 높아지고 법 체계의 통일성이 제고될 것으로 기대했다.

공정위는 이번 시행령 개정안에 대해 의견이 있는 경우, 누구든지 5월 28일까지 공정위 가맹거래과로 의견을 제출할 수 있다고 밝혔다.

공정거래법 시행령 개정안 국무회의 통과 계열 분리 악용한 일감몰아주기 철저히 차단



친족회사 계열 분리에 대한 규율을 강화하되 임원이 독립 경영하는 회사는 기업집단에서 분리할 수 있는 제도를 도입하는 공정거래법 시행령 개정안이 국무회의를 통과했다. 개정 시행령은 대통령 재가 등의 절차를 거쳐 조만간 공포될 예정이며 공포된 날부터 즉시 시행된다.

그간 대기업집단 지정 제도 운영 과정에서 계열 분리 제도가 규제 회피 수단으로 악용되거나 경제 현실과 맞지 않는 경직성이 나타나는 등 일부 불합리한 사례가 있어 제도 개선이 요구되어 왔다.

친족 분리가 이루어지면 계열회사에서 제외되어 계열회사 간에 적용되는 일감몰아주기 규제 대상에서 벗어나게 되는데, 현행 친족 분리 요건으로는 부당내부거래 가능성이 높은 회사도 친족 분리가 가능한 바, 친족 분리가 일감몰아주기 규제의 면탈 수단으로 악용될 가능성이 지속적으로 제기되었다.

임원이 30%이상 최대 출자자인 회사는 동일인의 지배가 미치지 않는 경우에도 기계적으로 해당 집단에 편입되는 등 대기업집단 규제가 현실과 괴리될 소지가 있다는 우려도 제기되었다.

친족 분리 규율 강화

친족 분리 요건에 동일인 측과 분리 신청하는 친족 측 간의 거래(계열 제외일 전·후 3년)에 있어 부당지원행위, 사익편취행위로 인해 조치받은 사실이 없을 것을 추가했다. 친족 분리된 회사가 계열 제외일 전후 3년간의 거래에 대하여 부당지원행위, 사익편취행위로 인해 공정위로부터 조치를 받는 경우 계열 제외일로부터 5년 이내에 제외 결정을 취소할 수 있도록 했다.

이를 위해 대기업집단 소속회사가 친족 분리를 신청할 때 최근 3년간 모기업집단과의 상·하 거래 내역을 공정위에 제출하고 친족 분리 이후에도 3년간 매년 모기업집단과의 거래 내역을 제출하도록 의무화했다. 만약 친족 분리된 회사가 자료를 제출하지 않을 경우 친족 분리를 취소할 수 있다.

임원 독립 경영 인정 제도 도입

기업집단 소속 임원이 독립적으로 경영하고 있는 회사로서 다음 요건을 모두 갖춘 경우 이해 관계자의 신청에 따라 기업집단의 범위에서 제외할 수 있도록 했다.

- ① 해당 임원이 동일인 관련자가 되기 이전부터 소유·지배한 회사(그 회사가 지배하는 회사 포함)일 것
- ② 임원 측과 동일인 측 간에 출자 관계가 없을 것
- ③ 임원 측 계열회사와 동일인 측 계열회사 간에 독립 경영을 신청한 임원 외에 임원 겸임이 없을 것
- ④ 임원 측 계열회사와 동일인 측 계열회사 간에 채무 보증·자금 대차가 없을 것
- ⑤ 임원 측 계열회사와 동일인 측 계열회사 간의 상호 매입 또는 매출 관련 거래 의존도가 50% 미만일 것 **KFN**

자료제공: 공정거래위원회



가맹점주와의 '상생', 고객 위한 '정성' 대한민국 토종 버거 브랜드의 역사를 다시 쓰다



해마로푸드서비스(주) 정현식 회장

치킨버거의 대명사 '맘스터치' 등을 운영하고 있는 해마로푸드서비스(주) 정현식 회장은 버거가 몸에 해로운 패스트푸드라는 인식을 깨고자 했다. 이미 대규모 프랜차이즈들이 시장 대부분을 차지하고 있었지만, 맘스터치는 뛰어난 가성비와 신선하고 좋은 재료로 만든 슬로우푸드에 추구하며 승승장구하기 시작했다. 패스트푸드라는 레드오션 시장에서 후발 주자라는 약점을 딛고, 프랜차이즈 업계에서 이례적으로 코스닥 상장까지 성공시킨 해마로푸드서비스(주) 정현식 회장. 그의 이야기가 궁금하다.

WRITE 신일영 · PHOTO 해마로푸드서비스

천덕꾸러기의 '화려한 부활'

맘스터치는 대한제당의 자회사인 TS해마로가 국내에 들어온 미국의 글로벌 패스트푸드 브랜드 파파이스의 서브 브랜드로 시작됐다. 그러나 본사의 미비한 지원으로 매년 적자를 면치 못해 회사의 골칫덩어리로 전락했다.

"만년적자였던 맘스터치 매각이 결정된 뒤 사측으로부터 역으로 맘스터치를 운영해보지 않겠냐는 제안을 받아 갑작스러웠지만 오히려 반대로 성공할 수 있는 기회라고 생각했죠."

이에 당시 TS해마로 상무로 재직하며 파파이스를 국내에 성공적으로 안착시킨 장본인인 정현식 회장이 나서 전체 매출이 파파이스 매장 한 개에도 미치지 못하던 맘스터치를 들고 나왔다. 2004년 2월 그의 나이 45세 때였다. 해마로푸드서비스라는 기업을 설립하고 본격적인 브랜드 살리기에 나섰다. 그는 제일 먼저 과감하게 가맹점주의 권한을 대폭 늘렸다.

"맘스터치가 안 되는 이유를 알고 있었습니다. 대기업 사업부에 속했기 때문에 의사결정이 너무 느렸어요. 시장에 빠르게 반응해야 하는 프랜차이즈 특성과는 맞지 않았던 거죠."

가맹점주가 주체적으로 매장을 운영하면서 시장 변화에 기민하게 반응하기 시작했고, 결과는 대성공이었다. 매장 10여개에 불과했던 맘스터치가 론칭 12년 만인 2016년에 매장 1000개를 돌파한 것이다. 여전히 성장세는 계속돼 현재 1,100개를 넘어서며 국내 대표 프랜차이즈로 우뚝 섰다.

100% 가맹점의 비결 '상생'

오랜 기간 프랜차이즈 유통업계에서 활약했던 정 회장의 경영철학은 '역지사지'다. 가맹점주는 고객의 입장에서, 가맹본부는 가맹점의 입장에서 서로 입장을 바꿔 생각하면 모두가 발전할 수 있다고 믿는다.

"프랜차이즈의 성공은 가맹점의 성공으로부터 옵니다. 가맹점주들이 장사를 잘 할 수 있도록 돕는 게 본사의 역할입니다."

정 회장은 가맹점들의 수익을 극대화할 수 있는 방법으로 먼저 변화가 아닌, 골목 상권의 중소형 매장으로 창업비용을 대폭 낮췄다. 비교적 임대료가 싼 2층 매장, 대학교, 주택가를 목표로 해 가맹점주의 초기 비용부담을 최대한 덜었다.

또한, 매장 오픈에 드는 투자비 중 상당부분을 차지하는 점포 내장 공사를 가맹점주가 원하면 재량에 맡겼다. 대신 설계감리만 받도록 했다. 일반적인 개점 행사도 권하지 않는다. 기타 다른 행사 역시도 강요하지 않는다.



맘스터치 미국 1호점



진천물류센터

이러한 방침은 맘스터치가 전 매장을 100% 가맹점으로 운영 중인 비결이기도 하다. 가맹본부에 대한 신뢰가 밑바탕이 돼 서로 상생하며 '윈윈(win-win)'하는 관계로 발전했기 때문이다. 이는 곧 수익으로도 이어졌다. 맘스터치 매장 3.3㎡(평)당 연 매출은 1559만원(2016년 공정거래위원회 자료)으로 업계 최고다.

정성으로 빚어낸 '맛'

맘스터치는 주문과 동시에 제품이 바로 나오지 않는다. 제품을 미리 만들어 놓지 않고 주문 즉시 조리하는 '애프터 오더 쿡'으로 조금 느리지만 맛과 신선함 모두를 잡았다.

"맛이 없으면 고객들의 외면을 받기 십상입니다. 맛이 외식 사업의 기본이고 빨리 성장할 수 있는 지름길입니다." 두툽한 통살패티 버거로 유명세를 탄 맘스터치는 냉동이 아닌 육즙이 살아있는 냉장패티를 사용해 닭후라이용으로 7-8분 조리하기에 버거 하나를 내는데도 10분이 걸린다. '엄마의 손길'이라는 브랜드 명이 무색하지 않게 그야말로 정성을 담아 고객에게 음식을 대접한다.

맛에 대한 포인트는 원재료의 공급과정에도 있다. 진천에 위치한 공장 및 물류센터를 통해 전국 곳곳에 위치한 1,100개의 가맹점에 주 3회 원료육을 주기적으로 공급하고 적정한 재고를 유지함으로써 항상 고객에게 신선한 제품을 제공할 수 있도록 한다.

"합리적인 가격에 높은 품질의 제품을 맞출 수 있도록 하는 게 당연한 겁니다. 그래야 고객 마음속에 가장 먼저 떠오르는 브랜드가 될 수 있죠."

맘스터치는 푸짐한 양에 비해 경쟁사 대비 30% 저렴한 가격으로 젊은 층 사이에서 독보적인 인기를 얻고 있다. 2005년 출시한 싸이버거는 SNS 상에서 '입찢버거(입이 찢어질 정도로 두꺼운 버거)'로 불리며 현재까지 맘스터치 대표 버거 메뉴로 자리 잡고 있다.

토종 버거, 글로벌로 '역진출'

해외에서부터 시작된 패스트푸드의 역사는 우리나라에선 그리 길지 않다. 그렇기 때문에 올해로 론칭 21주년을 맞은 토종 버거 브랜드 맘스터치가 버거의 본고장인 미국에 도전장을 내민 것은 더욱 주목할 만한 일이다.

"국내 시장에서의 성공에 만족하지 않고 글로벌 시장에서도 대한민국 대표 토종 버거의 저력을 알려나갈 것입니다"

지난 1월 캘리포니아주 콘코드 지역에 오픈한 맘스터치 미국 1호점은 국내와 동일하게 신선한 재료 사용과 즉석 조리하는 방식으로 운영하고 있다. 또한, 미국 현지 소비자의 입맛을 고려해 맞춤형 소스를 함께 제공하고 있다. 현재 맘스터치는 미국뿐만 아니라 대만, 베트남에도 매장을 운영하며 해외 시장 개척에 박차를 가하고 있다.

맘스터치 넘어 '종합식품기업'으로

해마로푸드서비스는 성장에 견인차 역할을 해온 국내 대표 치킨버거 브랜드 '맘스터치' 외에도 제2의 외식 브랜드인 화덕요리 브랜드 '봄바타'를 운영하고 있다. 이와 함께 가맹점에 원재료를 조달하는 프랜차이즈 유통사업, 편의점, 대형마트 등에 국내외에서 엄선된 재료를 공급하는 식자재 유통사업도 병행하며 식품제조유통기업으로서 위상을 높여가고 있다.

"해마로푸드서비스는 이제 단순 프랜차이즈 기업이 아닌 종합식품기업으로 진화하고 있습니다. 원료 제조, 물류 그리고 최종 고객에게 전달하기까지 전 과정을 모두 책임지는 거죠. 이를 위해 앞으로 내실 다지기에 주력하는 것은 물론 활발한 사업 다각화와 해외 진출로 외형 확대에도 힘쓸 예정입니다." **KFN**



맘스터치 매장 내·외부



협동조합의 정의
공동으로 소유되고 민주적으로
...는 사업체를 통하여 공동
...사회, 문화적 필요
...족시키려는 사람들
...결성한 자율적인 조직

“사람꽃을 피우다”



해피브릿지 협동조합 이효성 CEO

‘기득권을 내려놓는 것이 가능한가?’라는 물음은 따로 대답이 필요 없는 질문이다. 불가능할 이유가 없기 때문이다. 하지만 ‘당신의 기득권을 내려놓는 것이 가능한가?’라는 질문에는 그 누구도 ‘그렇다’라고 쉽게 대답할 수 없을 것이다.

해피브릿지 협동조합은 지난 1999년 주식회사로 설립했지만, 2013년 2월 노동자협동조합 창립총회 후 협동조합으로 전환을 이뤘다. 협력을 통한 상생을 추구하는 동시에 직원 개인의 리더십을 바탕으로 지속가능경영을 추구하기 위해서 내린 결정이었다.

이 혁신적인 기업형태 변화에 업계는 충격에 빠진다. 불가능해 보이는 미션이었기 때문이다. 사업적으로 안정적인 수익을 창출하고 있는 회사의 경영자들이 기득권을 내려놓는 것이 가능한가? 기술했듯이 가능하지 않을 이유는 없다. 하지만 과연 그 선택을 할 수 있는 사람이 있는가가 문제였다.

혁신적인 기업형태 변화

이효성 CEO는 “창업 멤버들의 마인드가 기본적으로 원래 기업가치 자체를 사회와의 연대 상생에 두고 있었습니다. 방법에 대한 당시 경영진들의 고민은 기업형태 자체에 대한 변화라는 답을 내리게 됩니다. 그것이 2012년이죠. 15명의 주주들이 자신의 권리를 내놓고 협동조합으로 기업형태를 변화시킨 것입니다”라고 당시 상황을 설명했다. 물론 회사가 잘 운영되던 중이었기 때문에 주변의 만류가 많았다고. 하지만 선배들은 “회사가 좋은 컨디션일 때야만 전환이 가능하다. 어려울 때 이 전환이 가능하겠는가?”라며 되물었다고 한다.

“창업 멤버들의 노고와 배려를 빼놓고 해피브릿지를 설명할 수는 없을 것입니다. 그리고 그런 선배들의 명예로운 경영권 이양은 후배들로 하여금 회사의 경영 이념에 대한 확신을 심어주게 됐고, 더욱 발전해 나갈 수 있는 기틀이 마련됐다고 생각합니다.”

현재의 협동조합은 일반 주식회사랑 다르게 조합원 모두가 주인이라는 의식을 가지고 있다. 이효성 CEO 본인 역시도 평사원에서 시작해 현재의 위치까지 올라와 있다. 누구나 이사가 될 수 있고 경영진이 될 수 있기에 조합원 모두가 발전적인 노력을 끊임없이 하고 있고, 현 경영진과 이사진 역시 후배들이 발전해서 회사를 더욱 성장 시킬 수 있는 것을 바라고 있다.

협동조합형 프랜차이즈의 강점

“이런 협동조합의 가치와 설립 취지에는 모두가 공감합니다. 하지만 사업적으로 성공한 협동조합의 예를 찾기는 쉽지 않죠. 해피브릿지가 그 성공 모델이 되려고 노력하고 있습니다.”

이효성 CEO는 협동조합형 프랜차이즈의 강점은 본사와 가맹점 간의 상생할 수 있는 구조라고 말하며, 갑질 문제가 구조적으로 생길 수 없기 때문에 해당 브랜드의 수익성에 대한 파악을 마쳤다면 그 이외의 문제에 대해서는 크게 고민할 필요가 없다고 강조했다.

다브랜드 안착 시스템

“해피브릿지는 현재 직원수 116명(조합원 86명 /예비조합원 12명 /직원 18명)에 가맹점 570여 개, 연 매출 485억 원 규모의 대형 프랜차이즈기업으로 성장했습니다. 이렇게 안정적인 성장세를 이룬 것에는 다브랜드안착 시스템을 개발해서 포토폴리오 관리시스템으로 운영하고 있는 것이 큰 이유가 됐다고 생각합니다.”

이효성 CEO는 해피브릿지가 다브랜드안착시스템 개발을 통해, 스타브랜드인 국수나무를 비롯 현재 가장 핫한 도쿄스테이크와 화평동, P-BOB 등 총 5개 브랜드를 성공적으로 운영하고 있다고 설명했다.

우선 국수나무의 경우 대한민국 대표 프리미엄 분식 브랜드로서 전국 500여 개 가맹점을 운영하고 있는 해피브릿지의 대표 브랜드다. 한국프랜차이즈 대상을 6년 연속 수상(2017 ~ 2012) 했으며, 매일경제 100대 브랜드 역시 4회 선정(2014, 2016 ~ 2018)됐다.

국수나무의 글로벌 브랜드인 菓樹面은 현재 중국 청도 1호점(2016)과 2호점(2017)이 오픈된 상태다. 다양한 메뉴를 제공하고 특히 위생관리에 중점을 뒀던 중국 내 현지화 상품검증을 통해 면류, 돈까스류, 라이스류 등 엄선된 메뉴를 제공하고 있다.

요즘 가장 핫한 도쿄스테이크는 일본 현지 곳곳에 자리하고 있는 명소의 맛집들을 한곳에 모아놓은 일본식 캐주얼 레스토랑이다. 현재 일본에서도 가장 핫한 아이템인 가성비 높은 스테이크 메뉴가 포함돼 젊은이들의 반응이 뜨겁다. 여성소비자가 뽑은 2018 프리미엄브랜드대상(2년 연속 수상)과 제7회 Korea Top Brand Awards(2년 연속 수상)를 수상했다.

화평동은 해피브릿지에서 가장 장수하고 있는 브랜드다. 11년째 이어져 오고 있는 화평동 왕냉면은 오랫동안 고객의 사랑을 받고 있는 스테디셀러. 화평동 왕냉면과 황제갈비를 메뉴로 하고 있는, 오래 유지될 수 있는 대표적인 브랜드다.

P-BOB은 PC방 삽인삽 브랜드다. 20년 외식 노하우를 담아 PC방 환경에 최적화된 메뉴만을 엄선해 경쟁력을 높였다. 식당 퀄리티 음식이 PC방으



로 들어가 만족도가 높다.

“신중하게 점검한 브랜드 만을 시장에 내놓고 있습니다. 시장에서 반응이 있다고 판단 될 경우, 인큐베이팅 시스템에 도입하고, 이후 심화 과정을 거치는 등 지나치다고 할 정도로 확인의 확인을 거친 후에야 팀을 구성해 본부로 승격시킵니다. 그 후에야 가맹점을 모집하죠.”

이효성 CEO는 해피브릿지의 브랜드가 안정적으로 시장에 정착하는 이유를 이런 신중한 자기검증 과정을 거치기 때문이라고 말한다.

해피브릿지의 글로벌 프로젝트

해피브릿지는 프랜차이즈 브랜드만을 가지고 있는 회사가 아니다. 자회사로서, HBM협동조합경영연구소, 해피브릿지 공주공장, 해피콥투어가 있으며, 해외 진출을 위한 합자법인 설립도 진행 중이다.

그 중 HBM(Happy Bridge Mondragon)협동조합경영연구소는, 해피브릿지와 세계 최대 노동자협동조합인 몬드라곤이 공동 설립한 연구소로서, 협동조합에 대한 경영연구가 활발히 이뤄지고 있다. 이곳에서는 협동조합 경영이론 및 노동자협동조합 경영에 대한 몬드라곤의 경험 연구를 비롯해 협동조합 창업교육, 협동조합 경영 교육과 출판 사업이 이뤄지고 있다.

“신생 브랜드의 경우에는 협동조합형 기업으로 바꾸는 것이 장수 브랜드로 살아남을 수 있는 좋은 선택이 될 수 있습니다. 이럴 경우 해피브릿지에 도움을 요청하면, 협동조합형 프랜차이즈 인큐베이터 센터를 통해 컨설팅을 해드리기도 합니다. 해피브릿지가 쌓아온 경험과 공동연구를 통

해 습득한 노하우를 전수하고, 상품개발을 할 수 있도록 해피브릿지 조리실을 개방하는 등 해피브릿지가 가지고 있는 모든 역량을 발휘해 같이 성장할 수 있게 길을 열어드리고 있습니다.”

해외진출에 있어서도 해피브릿지의 생각은 남다르다. 대중성과 상품성이 인정된 국수나무 브랜드 경우 해외진출에 대한 문의가 많다. 특히 마스터 프랜차이즈에 관한 문의가 많지만 해당 방식은 지금의 해피브릿지 기업 이념과 달아 있지 않아 선택지에서 제외했다. 확실히 마스터프랜차이즈는 본사의 위험부담은 최소화시킬 수 있다는 장점이 있지만, 해당 국가에서의 브랜드 관리와 가맹점 권익보호가 지난하다는 단점도 지니고 있기 때문이다.

해피브릿지는 단순히 수익구조의 확대를 위한 해외진출은 지양하고 있다. 그렇기 때문에 해피브릿지는 중국에 진출에 있어서도 조금 어렵고 힘들더라도 합자법인을 세워 진행하는 쪽으로 가닥을 잡았다.

“오랜 기간 좋은 파트너십을 유지하고 있는 현지의 유력 회사와 2년 이상 논의 끝에 합자 법인 설립 준비 중입니다. 현재 중국 청도에 국수나무 브랜드로 2개의 매장을 오픈했습니다. 해당 회사는 프랜차이즈 사업 뿐 아니라 다른 사업도 공동으로 진행할 것입니다.”

현재까지 합자법인으로 성공한 케이스가 없다. 이쪽 분야에서도 해피브릿지는 새로운 비즈니스 모델이 될 수 있게끔 성장시킬 계획이라는 것이 이효성 CEO의 말이다. **KFN**

1999 - 2009

- 2009.02 인터넷 소핑몰 '이로운 물' 오픈
- 2008.12 서울지방중소기업청 경영혁신형 중소기업 확인서 취득
- 2007.12 가족친화경영 보건의료부장관 표창
- 2006.06 '국수나무' 브랜드 론칭
- 2005.09 한국경제 '고객만족 우수기업' 수상
- 05 홍콩 수출
- 2004.03 '화평동왕냉면' 브랜드 론칭
- 2003.04 공장 이전(ERP 구축)
- 2002.02 외식 컨설팅 법인 '보리푸드 & 컨설팅' 설립
- 2001.02 제2공장 설립
- 2000.12 전국 유통 7개 대리점 판매점 개설
- 04 냉면 육수 일본 수출
- 1999.12 전국 유통
- 01 보리식품영농조합법인 공장 설립

2010 - 2013

- 2013.12 해피브릿지 가족친화기업 인증 연장(여성가족부)
- 11 국제 사회적 경제 포럼 참여(Global Social Economy Forum)
- 10 노동자협동조합 연합회 사업 시작 (사회적 경제 네트워크 활성화 서울시 지원사업)
- 09 농가의 부익 '하늘재미' 오픈
- 06 해피버드 17기(필리핀 나보르스)
- 05 조합원의 날 시행
- 02 해피브릿지 협동조합 창립총회
- 2012.12 국수나무 브랜드 가맹점 300호점 오픈
- 한국프랜차이즈대상 '자식경제부장관 표창' 수상
- 2010.01 해피브릿지로 사명 변경

2014

- 2014.10 HB외식창업센터 오픈
- 국수나무 한국프랜차이즈 대상 3년 연속 수상
- 08 하늘나무 PC방 구리 1호점 오픈
- 06 조합원 대상 몬드라곤 트레이닝 코스 교육 시작
- 04 대인노동자협동조합 연합회 창립총회
- 03 국제노동자협동조합연맹(COOPA) 사무총장 방문 간담회
- 02 HBM협동조합경영연구소 개소식
- 스페인 몬드라곤 대학과 상호협력 MOU 체결
- 제조공장 이전(공주공장)

2015

- 2015.09 2015 제7차 사회적 경제 국제 공동포럼 참가
- 05 해피버드 8기 (희망농장 개소식)
- 제2회 전국 대학생 사회적 경제 한마당' 참여
- 04 칼폴라니사회경제연구소 개소식 & 국제심포지엄 후원
- 국수나무 부산엑스포 / 서울 SETEC 프랜차이즈 창업박람회 참가
- 03 몬드라곤 LEINN 워크숍
- 02 제5차 해피브릿지 노동자협동조합 총회(정기)
- 01 행복중심생협 업무 협약 MOU 체결 (전산 시스템 개발 분야)

2015 - 2016

- 2016.11 해피버드 13기
- 08 제37회 SETEC 프랜차이즈 산업박람회 '국수나무, 도쿄스테이크' 참가
- 중국 상해 국수나무 1호점 오픈
- 03 해피브릿지-아산시-순천향대학교 MOU 체결
- 매일경제 100대 프랜차이즈 '국수나무' 선정
- 01 해피브릿지 여성가족부 가족친화기업 재인증 (8년 연속)
- 2015.12 제7차 해피브릿지 노동자협동조합 총회(임시)
- 제1회 한국프랜차이즈 에너지 대상 (국수나무) 최우수상 수상
- 2015 우수가맹점 선정대 수여(국수나무 서울 휘경점)
- 한국프랜차이즈대상 해피브릿지협동조합 (국수나무) 국무총리표창 수상
- 11 제6차 해피브릿지 노동자협동조합 총회(임시)
- 한국희망재단 창립 10주년 기념행사 감사대 수상

2017

- 2017.11 피자연합-해피브릿지-서울지역협동조합협의회-서울시협동조합지원센터 MOU 체결
- 중소벤처기업부 '청년외식창업'을 통한 지역서도 일자리 창출' 사업 선정
- 중국 상해 프랜차이즈 박람회 국수나무 참가
- 10 대통령직속일자리위원회 우수사례 선정
- 칼폴라니국제학회 해피브릿지협동조합 사례선정
- 09 '2017 제5회 대한민국 브랜드 대상'
- 소버지평가 상생 협력대상 10대 브랜드 국수나무 수상
- 도쿄스테이크 광주남포 함께 떠나는 패밀리 여행 (오사카 연수)
- 08 해피브릿지협동조합 임시총회(연속 11차)
- 중국 상해 프랜차이즈 박람회 국수나무 참가
- 07 2017 동대문구 팀창업 아카데미 개최
- 홍콩 한류박람회 국수나무 참가
- 03 도쿄스테이크 본사 창업설명회
- 2017 제39회 프랜차이즈산업박람회 도쿄스테이크 참가
- 중국 베이징 프랜차이즈 박람회 국수나무 참가
- 02 해피브릿지협동조합 2017년 정기총회(연속 10차)

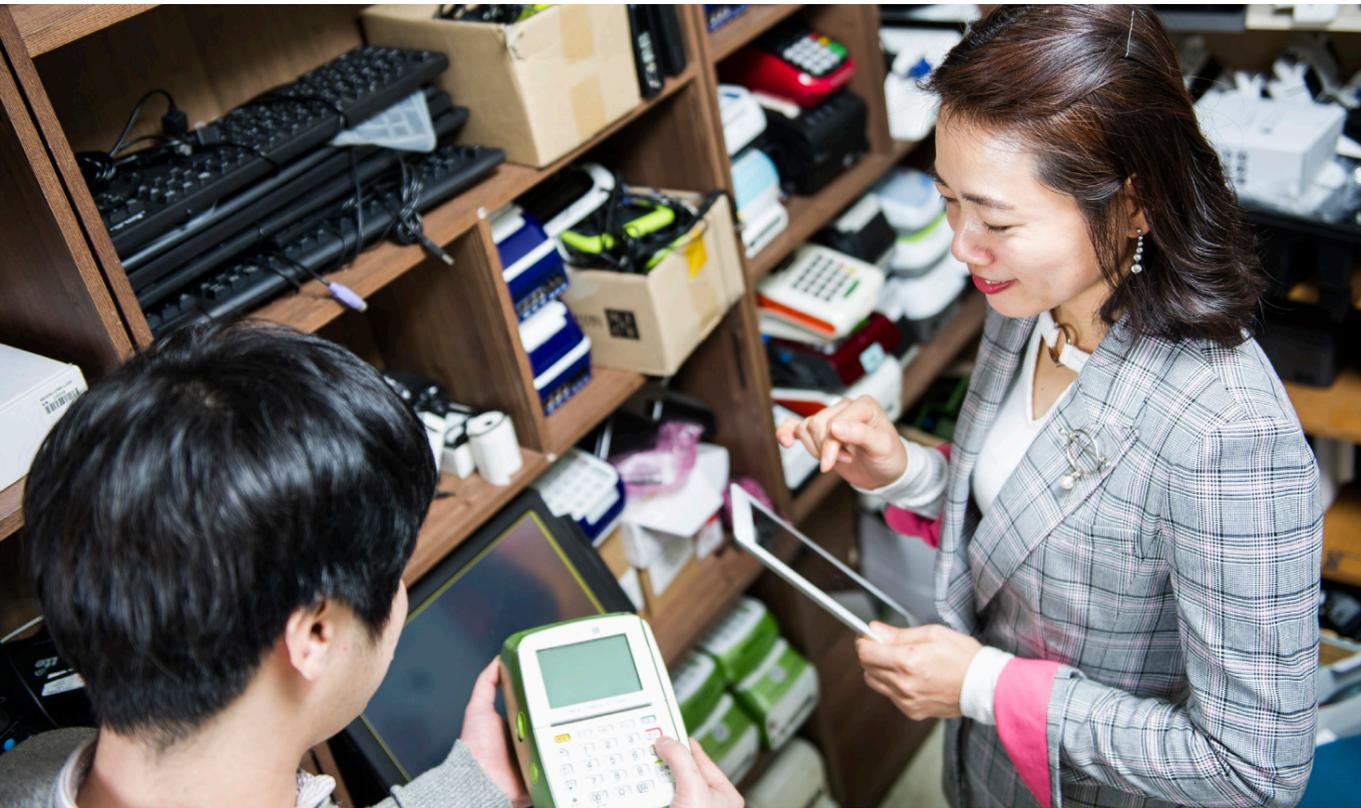


뭐든지 척척 해내는 원더우먼의 '오너마인드'



(주)포스코디 **조선영** 대표

필자가 아르바이트를 시작할 때마다 들던 말은 '포스부터 외워라' 라는 말이었다. 포스 시스템을 알아야 상품 구성 파악은 물론 계산 업무를 볼 수 있기 때문이다. 단순히 바코드로 물건을 찍고 계산만 하는 것이 포스의 전부가 아니다. 요즘은 잘 팔리는 상품 분석은 물론, 연령별로 선호하는 제품을 정보화하는 것까지 가능하다. 이제 조사원이 인기 상품 분석을 위해 직접 수량을 파악하는 시대가 지난 것이다. 그래서 이제 어느 가게를 가든 포스가 없는 풍경은 상상하기 힘들다. 저마다 파는 품목이 다르다고 해도 포스만큼은 어느 곳이나 있기 때문이다. 어느 가게든 필요로 하는 포스기 때문에 그만큼 포스 업체도 많다. 그중에서도 (주)포스코디는 재고 및 회계 관리까지 가능한 시스템으로 특히 눈길을 끌고 있다. (주)포스코디가 지금처럼 각광받을 수 있었던 것은 모든 것을 직접 다 해내는 '원더우먼' 조선영 대표의 힘이 컸다.



‘20년 경력’ 커리어우먼이 ‘여성 CEO’가 되기까지

5년차 사업가인 조선영 대표의 출발은 모뎀 회사 신입 사원이었다. 여기서 약 2년 정도 일한 뒤, 이름만 들으면 누구나 알만한 유수의 기업으로 이직을 했다. 그 회사에서 장장 18년이라는 세월을 근무했다. 직장 생활을 한 기간을 다 합치면 약 20년이 된다. 그런데 조선영 대표는 직원 시절부터 남다른 면이 있었다고 한다.

“저는 일을 할 때 무조건 이 회사를 내 거라고 생각하면서 일을 했어요. 흔히 말하는 ‘오너 마인드’라는 거죠. 그렇게 기업을 직접 운영하는 것처럼 생각하고 일하자 책임감이 생겼습니다. 자연스럽게 업무 효율도 올랐죠. 덕분에 다른 사람들도 저를 인정해줬고, 그렇게 ‘최연소 과장’이라는 타이틀까지 얻게 되었습니다.”

조 대표는 이렇게 ‘오너 마인드’를 갖고 일을 하게 된 것은 아버님의 영향이 컸다고 말한다.

“저희 아버지께서는 어릴 때부터 회사에 필요한 사람이 되라고 가르치셨습니다. 회사가 나를 잡고 싶을 만큼 필요한 사람이 되기 위해선 가장 먼저 일과 회사를 내 것이라고 생각하는 것이 필요하다고 하셨습니다. 그리고 자신이 회사에 도움이 되지 않는다고 느낄 때에는 과감하게 회사를 나오는 것이 서로에게 좋다고 말씀하셨습니다. 지금 생각해도 저는 정말 좋은 가정교육을 받고 자란 것 같아요. 그래서 지금 제가 이 자리에

있게 된 것이 아닌가 싶습니다.”

조 대표가 가진 마인드로 이룬 업적은 최연소 과장에 그치지 않는다. 조 대표는 회사에서 근무하던 시절, 지사장까지 승진한 적이 있다. 그것도 서울의 강남에서. 그렇게 올라간 강남 지사장 자리에서 다시 ‘오너마인드’를 가슴에 새기게 됨과 동시에 사업의 기쁨을 느끼게 됐다고 한다. 그것이 지금의 (주)포스코디를 열어 준 직접적인 열쇠가 된 셈이다.

“20년 근무 경력 중 5년 정도는 강남의 지사장 경력이에요. 서울에는 지사가 총 6개가 있었는데, 제가 고군분투한 덕분에 강남 지사를 서울 지사 중 1위까지 끌어올렸습니다. 사업의 재미를 느끼고 일에 몰두하다 보니 연봉은 1억 이상을 기록했죠. 시간이 지나고 다시 본사로 복귀해야 할 시간이 다가왔는데 지금 내가 이룬 것들을 내려놓는다고 생각하니 많이 아쉽더라고요. 그래서 본격적으로 내 사업을 해보아겠다는 꿈을 안게 되었습니다.”

강남 지사 생활은 처음에는 거의 맨 땅에 헤딩하는 수준이었다. 사무실도 직접 구해야 했고, 직원 채용까지 도맡아야 했기 때문이다. 물론 본사가 지불하는 비용이었다. 덕분에 조 대표는 별도의 비용 없이 사업 수완을 익히게 됐다.

“제가 이렇게 재미있게 성장할 수 있었던 방법은 저만의 색깔을 찾는 경영 방침 덕분이었다고 생각해요. 당시 다른 지사들은 일반 관리비 위주로 운영하는 하는 일관된 컬러를 가지고 있었어요. 그래서 저만의 색을 찾

기 위해 프랜차이즈를 공략하기로 했습니다. 여러 번 시도한 끝에 처음 인연을 맺은 브랜드가 있었습니다. 그 브랜드 대표님께서 저를 좋게 봐주셨는데, 저에게 연대 FCEO 과정을 추천해주셨어요. 그렇게 연대 FCEO 23기로 입학하게 되었고 프랜차이즈 업계와 본격적으로 관계를 맺게 되었습니다.”

CEO 자체가 기업의 경쟁력

20년 근무 경력이 빛을 발한 진짜 이유는 단순히 기간 때문은 아니었다. 본지가 (주)포스코디만의 차별화된 경쟁력이 무엇이라고 묻자 조 대표는 ‘나 자신이 (주)포스코디의 경쟁력’이라고 대답했다.

“회사가 아무리 노력한다고 해도 대표의 경력만큼은 따라오기 힘들잖아요. 저는 우선 그 경력이 길다보니 그만큼 아는 것이 많아요. ‘을’이라 불렀던 시절도 길다보니 그 사람들 입장에서 생각하는 것이 자연스럽게 몸에 배기도 했고요. 그래서 그 마음을 먼저 이해하고 다가가다 보니 영업 성공률이 80% 이상이 넘는 정도입니다. 큰 회사에 근무하면서 익혔던 프레젠테이션과 제안서 스킬도 한 몫 했죠. 사실 이 업계는 IT 계열 출신 대표가 많다보니 이런 서류적인 부분에서 약한 모습을 보이는 분들도 많아요. 제 능력을 빛내기 좋은 환경이었죠.”

이뿐만이 아니다. 조 대표는 현재 시장의 흐름을 업계에서도 빠르게 읽어내는 편에 속한다. 실제로 이렇게 변화를 예견하고 대응해 위기를 넘긴 경우도 여럿 있었다고 한다.

“사회는 앞으로 지금보다 더욱 변할 거예요. ‘카카오페이’ 등 기존에 없던 새로운 결제 수단이 등장했고 이제 카드도 모바일로 들고 다니는 시대가 되었으니까요. 포스는 이런 변화에 빠르게 대응해야 살아남을 수 있습니다. 저도 앞으로 나올 모든 ‘페이’를 다 아우를 수 있는, 그런 단말기를 만들고자 불철주야 고민하는 중입니다.”

그뿐만이 아니다. 대부분 회사들은 홍보 전담 직원에게 맡길 법한 회사 공식 블로그 관리부터 마케팅과 영업 활동까지 전부 조 대표가 맡아서 하고 있다. 원두우먼같이 회사 업무 전반을 스스로 척척 해내는 CEO. 그래서 그는 스스로를 ‘실무형 CEO’라고 부른다.

“고객 응대도 제가 할 때가 있어요. 피드백은 웬만해선 제가 주려고 하는 편이거든요. 직장 생활을 오래한 덕분에 그 마음을 잘 알죠. 직원들보다 내가 먼저 고객 입장에 다가가 생각해보곤 합니다. 제가 늘 강조하는 게 ‘오너 마인드’거든요. 결국 이건 주인 의식인데, 주인이 일을 하지 않으면 누가 하겠어요. 직원들도 주인 의식을 갖게 하기 위해서는 대표부터 움직여야 한다고 생각합니다. 그래서 저는 누군가를 시키기 전에 제가 먼저 움직이고 직원들에게 도움을 요청하는 식으로 운영하고 있어요. 대신, 직원들에게도 주인 의식을 심어주기 위해서 맡은 업무의 모든 책임을 다 그 직원에게 맡기죠. 결정 사항과 곤란 극복도 다 그들의 몫으로 넘깁니다. 스파르타처럼 보일 수 있지만, 책임감을 느끼는 직원들은 결국 강하게 성장하게 되더라고요.”

포스코디단말기



유선카드단말기

선택과 집중이 필요할 때

현재 (주)포스코디는 중요한 시기를 앞두고 회사의 앞날을 결정할 선택지를 목전에 두고 있다. 앞으로 어떻게 나아갈 것인지 사업 계획과 비전을 묻자, 조 대표는 프랜차이즈 외식업과 함께 성장한 만큼 외식업과 계속 함께 걷고 싶다는 의견을 밝혔다.

“지금 본부 개수로 따지면 약 20여개 정도 기업들과 거래하고 있습니다. 이 업계는 정말 티끌모아 태산이라는 말이 잘 어울리는 곳이에요. 그러니까 작은 기업도 결코 놓치는 일이 없도록 확실히 관계를 쌓아두고 싶습니다. 그래서 저는 신규 프랜차이즈들과 함께 하고 싶어요. 굳이 외식업이 아니어도 새롭게 프랜차이즈의 꿈을 꾸는 사람들과 길을 걷고 싶은 것이 올해 목표입니다.” **K&W**



(ICO 국제 표준 가이드 라인 : <http://www.kbcia.or.kr/>)

ICO? 블록체인 제대로 알고 참여하자

암호화폐 및 블록체인 관련되어 받는 많은 문의 중, 큰 부분을 차지하는 것이 여러 코인에 대한 ICO에 대한 내용이다. 실제 해외 및 국내의 ICO 진행 상황을 보면, 잘못된 ICO 참여로 인해 피해를 본 사례가 부지기수다. 최근 유명한 스포츠 스타를 투자자로 내세워 홍보하였던 코인업체가 스캠(scam: 사기행위)으로 분류되어 임원들이 기소된 사례는 시사하는 바가 크다고 하겠다. ICO를 참여하게 되었을 때, 꼭 확인해야 할 사항은 무엇일까? ICO참여에 대해 참고할 만한 가이드라인을 알아본다.

ICO의 개념과 현황

ICO란 Initial Coin Offering의 약자로 '가상화폐 공개'라고 직역할 수 있다. 즉, 사업자가 블록체인의 코인을 발행하고 투자금을 현금이나 비트코인이나 이더리움 등의 암호화폐로 받기 때문에 전세계 누구나 투자에 참여할 수 있는 형식이다. 이는 주식시장 상장 시 벤처기업 등이 진행하는 기업 공개인 IPO(Initial Public Offering)와 비슷하면서도 다른 부분이 있다. 국내에서는 2017년 9월에 명칭이나 형식을 구별하지 않는 모든 ICO를 금지한다고 발표하였으나, 여전히 해외 ICO는 우리 주변에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 하지만 각국의 ICO관련 규제사항이 매우 다르다보니 ICO참여에 대한 혼선을 가지고 있는 사람들이 많다. 가까운 나라 중국과 일본을 비교해 봐도, 중국의 경우에는 ICO를 전면 금지하고 있으나 일본의 경우에는 매우 우호적으로 ICO를 대하고 있다. ICO에 대해 선제적인 가이드라인을 제시한 몇 개국의 사례를 보자.

싱가폴 금융청(MAS)이 발표한 ICO 가이드라인에 의하면 디지털 토큰(코인)을 '토큰의 보유자가 이익을 받을 수 있거나 특정 기능을 수행할 수 있는 권리를 가지는 암호화 기반의 형태'라고 정의하였다. 또한 증권법과 자금세탁방지법 등의 법률 적용을 검토할 수 있다고 발표하였다. 일본의 경우에는 싱가포르에 비해 보다 우호적이다. 총 5가지 거래원칙을 제시하였는데, 그 내용이 자못 흥미롭다. 5가지 원칙을 알아보면, 1) 토큰 판매자는 KYC(Know Your Customer : 고객알기제도)를 통해 신원을 확인해야 한다. 2) 발행 지원 행정기관은 토큰 발급자의 KYC를 확인해야 한다. 3) 암호화폐의 교환은 모든 토큰에 대한 산업의 최소 표준 원칙을 따른다. 4) 토큰 등재(코인 판매) 후 불공정 거래 행위 및 내부자 거래 등에 대한 규제가 따라야 한다. 5) 토큰의 발행자 및 행정기관, 거래소 등은 사이버 보안을 위해 노력한다. 등으로 구성되었는데 일본의 ICO 및 암호화폐에 대한 우호적인 성향을 잘 보여준다.

그 외, 유럽의 ICO 중심지로 부상하고 있는 스위스의 금융시장감독국(FINMA)에서 4월 초 발표한 ICO 가이드라인을 살펴보면, 주로 토큰을 기능적으로 분류하여 각 항목에 맞는 규제안을 마련하는 것을 골자로 하고 있다. 좀 더 자세하게 알아보면 토큰의 분류는 다음과 같다. 1) 지불토큰(Payment Tokens), 2) 기능토큰(Utility Tokens), 3) 자산토큰(Asset Tokens) 등으로 분류하였는데 지불토큰의 경우에는 은행법과 외환거래법, 기능토큰의 경우에는 증권거래법, 자산토큰의 경우 증권거래법과 금융거래법을 적용키로 하였다.

상기 3개국의 가이드라인을 들여다보면 세계적으로 ICO에서의 암호화폐를 대하는 기초를 어느 정도 파악할 수 있다(표 1 참조)

(표 1. 암호화폐 관련 적용 법률안)

법률안	내용	적용 가능성
은행법	암호화폐의 지불, 결제 기능 관련	매우 높음
금융거래법	암호화폐의 지불, 결제 기능 관련	매우 높음
외환거래법	암호화폐의 지불, 송금 기능 관련	매우 높음
증권거래법	암호화폐의 지불, 자산 기능 관련	매우 높음
자금이탈방지법	암호화폐의 송금, 자산 기능 관련	매우 높음
자금세탁방지법	암호화폐의 송금, 자산 기능 및 익명성 관련	매우 높음
테러자금제공금지법	암호화폐의 송금, 자산 기능 및 익명성 관련	매우 높음
개인정보보호법	암호화폐의 익명성, 거래소 보안 관련	매우 높음
예금자보호법	암호화폐의 자산 기능 관련	매우 높음

※개인정보 인증 및 법률안의 세부 명칭은 국가별로 다를 수 있음

ICO 참여 시 고려해야 할 사항

그렇다면, 위와 같은 내용을 바탕으로 ICO참여 시, 고려해야 할 사항은 어떠한 것들이 있는지 알아보자(표 2 참조).

(표 2. ICO 참여 시 고려사항)

법률안	내용
프로젝트 기본 사항	프로젝트 참여 회사 정보, 프로젝트 참여자, 개발자 등
프로젝트 현재 사항	프로젝트의 목적, 주제, 진행 현황 등
토큰 기술 관련 사항	발행 주제, 발행 계획, 발행 방법, 발행량 등
프로젝트 기술 관련	기본 기술 및 프로그램 언어(ERC20 등), 기능 등
프로젝트 기술 관련	전자지갑 관련, 사용 대상 및 기능 등
프로젝트 자금 관련	자금 조달 계획 및 자금 사용 계획
프로젝트 타임 테이블	프로젝트 진행 계획 및 진행 상황 관련
프로젝트 적법 여부	적용 법률에 대한 프로젝트 대응 방안
기타	홈페이지, 백서, 기능 구현 여부 등

앞에 언급했듯이, 최근 무분별하게 난립하고 있는 검증되지 않은 ICO 참여로 인한 피해들이 심심찮게 전해지고 있어 매우 안타깝게 생각한다. 많은 참여자들이 ICO 주최자들이 제공하는 자료들만 바라보고 투자를 결정하다 보니 이러한 문제가 더욱 심해지는 것이 아닐까 한다. 결국 이러한 각국의 ICO 가이드라인에 비해 국내에서는 이에 대한 논의가 부족하기 때문에 필자는 한국블록체인산업협회 및 한국블록체인산업협회와 일본블록체인산업협회가 협의하여 ICO 참여가이드를 제공하고 있으며, 이는 한국블록체인산업협회 홈페이지에서 무료로 열람이 가능하다.

(ICO 국제 표준 가이드 라인 : <http://www.kbcia.or.kr/>) **KFI**



연삼흙 한국블록체인산업협회장

“블록체인 선진국이, 진정한 선진국으로 인정받을 것”

- ICO 국제/국내 표준 수립해야
- 블록체인산업 관련 정책·제도·법 마련 시급
- 프랜차이즈 등 산업계 혁신 동력될 것

WRITE 이동한 · PHOTO 이명철

PROFILE

한국블록체인산업협회장
 경영학 박사
 일본블록체인산업협회 공동 회장
 블록체인연구소 연구소장
 InnoChainGe(미국법인) CEO
 Dreamnida Co., LTD. CEO
 블록체인인사이드 발행인
 단국대학교 경영대학원 자산관리전공 지도교수
 (사) 실종아동찾기협회 홍보대사
 국가평생교육진흥원 NILE 평생학습계좌제 홍보대사



Q. 협회를 창설하게 된 계기는 무엇인가?

A. 한국블록체인협회를 만든 계기는 아주 단순하고 사소했다. 운영하고 있는 (주)드림니다에서 더드림페이로 블록체인 기반으로 만들었는데, 정부 정책의 필요성을 절감했고, 그러기 위해서는 업계 의견을 취합할 수 있는 창구가 있어야 했다. 누군가 해야 한다면 직접 해보자 라는 마음으로 협회를 만들게 됐다. 관련된 산업 종사자들끼리 블록체인의 진흥 발전을 도모해보자 라는 취지였다. 물론 회사의 성장에도 도움이 될 것이다 라는 생각도 있었다. 협회를 만들고 보니 기술적으로 발전하는 것에 따라 학문적 발전의 필요성도 절감했다. 그것이 한국블록체인산업협회를 만든 계기다.

Q. 관련 산업 전망은 어떠한가?

A. 현재 우리나라에는 파악된 블록체인 관련 회사 및 산업 업체가 150개 업체가 있다. 빠르게 늘고 있다. 이유는 단순하다. 블록체인 산업의 전망이 밝기 때문이다. 블록체인은, 원래 비트코인을 위해 개발된 것이다. 그러나 현재는, 비트코인에 이용되고 있는 블록체인 기술은, 어디까지나 이 기술의 특수한 이용의 한 사례 중의 하나에 불과하다. 그리고 이 기술을 향후 어떻게 응용할 것이냐가 관계자의 중심적인 과제가 되고 있다. 블록체인의 응용범위는 ①가상통화 ②금융분야(가상통화 이외) ③비금융 분야(토지등록, 의료정보, 선거 등)에 등 전방위에 걸쳐 응용되고 있다. 전망의 문제를 넘어서 블록체인 선진국이 진정한 선진국이 될 것이다. 인터넷이 처음 등장했을 때를 기억하면 좋을 것이다. 그 기술에서 뒤떨어지는 것이 바로 경쟁력 상실로 이어질 것이다.

Q. 정부가 블록체인에 대해 호의적이지 않아 보이는데...

A. 정부정책 입안자나 정책결정권자가 블록체인 사업을 불안하게 바라 보서는 안 된다. 비트코인과 블록체인을 동일시하고 있는 것으로 보인다. 하지만 그렇다고 하더라도 거부하고 밀어내는 것만이 능사가 아니다. 빨리 룰을 만드는 것이 더욱 중요하다. 관련 법률의 필요성이 대두되고 있고, 이것을 우리 협회가 앞장서서 해야 할 일이라고 생각하고 있다. 법률의 미비 이외에도 관계 인력의 부족, 비표준화 등의 문제점이 여전히 남아 있다. 이 같은 난제를 해결하고 건전한 블록체인 산업발전을 위해 협회는 끊임없이 노력해 나갈 것이다. 한국블록체인산업협회는 현재 관련 산업에서 대표성을 가지고 있다. 신뢰성을 높이기 위해 학회와 협회 모두 iso 9001 인증을 서두르고 있다.

Q. 이외에 협회 주요사업은 무엇인가?

A. 앞서 말했지만 우선은 ICO(Initial Coin Offering)의 국제/국내 표준을 수립하는 것이 우선이다. 또 블록체인산업 관련 정책·제도·법 연구 및 개선을 건의하는 것 역시 협회가 시급해 진행해야 할 사업이다. 이를 위해 협회는 ▶블록체인산업의 현황 및 관련 통계의 조사 ▶블록체인산업 환경 조성을 위한 정책 및 법제도 연구 ▶블록체인 기술 관련 주요 이슈에 대한 정기적인 간담회와 정책 건의 등을 준비하고 있다.

Q. 최근 제1회 대한민국 블록체인 산업대상을 개최했는데...

A. 우수 인재 및 기업을 발굴하고 포상, 격려함으로써 블록체인 산업 활성화에 기여하기 위해 꽤 오랜 시간 준비했다. 일회성 행사에 그치지 않고 매년 행사를 통해 블록체인 산업의 경쟁력을 지속적으로 끌어올릴 것이다.

Q. 현재 대표로 있는 ‘드림니다’에 대해 설명 부탁드립니다.

A. (주)드림니다는 글로벌 핀테크 기업이다. SW개발, 유통 및 컨설팅, 교육을 통해 블록체인 금융 기술 및 핀테크 시장을 개척하는 회사다. 특히 드림니다의 ‘더드림페이’는 블록체인 기반의 간편결제 서비스로 QR코드를 이용해 구매 및 결제, 송금, 외환거래가 가능하며 암호화폐를 연동해 실생활에서 사용할 수 있도록 한 신개념 서비스로 업계에서 높은 평가를 받고 있다. **KFN**

아마존發 약탈가격 시대, ‘어떻게 이런 가격이...’ 역마진 감수하며 업계 초토화 후 시장 독점 상생은 언감생심...가격 외 경쟁력이 관건



“아마존 때문에 중고책 사업은 이제 힘들지 않나 싶습니다. 특단의 대책이 없으면 전부 다 아마존에 잡아먹히고 말 것입니다.”

일본 프랜차이즈 투자전문기업 ‘아리가또서비스’의 이모토 마사유키 대표의 말이다. 아리가또서비스는 일본 중고서점 프랜차이즈 ‘북오프’ 가맹점만 50여개 운영 중이다. 전체 사업 비중의 절반에 달한다. 그런 아리가또서비스의 주가가 최근 곤두박질치고 있다. 올 초 3500엔까지 올랐던 주가는 지난 3월 22일 2500엔대로 30% 가까이 급락했다. 같은 기간 뉴욕증권거래소(NYSE)에서 아마존의 주가는 사상 최고치를 경신했다. 주당 1600달러를 돌파하며 구글 모회사 알파벳을 제치고 애플에 이어 전 세계 상장기업 중 시가총액 2위로 올라섰다. 마이크로소프트(MS)를 제치고 시가총액 3위가 된 지 불과 한 달 만의 일이다. 올 들어 아마존 주가 상승률은 35%에 달한다.

아마존 포비아(공포증)

하나의 유령이 세계를 배회하고 있다. 아마존이라는 유령이.

1994년 미국 온라인 중고서점으로 시작한 아마존은 이제 도서 외에도 식품, 유통, 택배, 의류, IT, 언론, 헬스케어 등 산업 전반으로 영역을 확대했다. 아마존이 새로 진출하는 업계마다 초토화되니 ‘아마존 포비아’라는 말까지 나올 정도다. 미국 투자정보업체 베스포크인베스트먼트그룹은 아에 ‘아마존공포지수(DBA·Death By Amazon)’를 만들었다. 아마존의 신규 사업 진출, 인수합병(M&A) 등 약진으로 실적에 타격을 입는 54개 종목으로 구성돼 있다. 세계 최대 오프라인 유통업체 월마트, 백화점 체인 J.C.페니, 도서 소매업체 반스앤노블, 사무용품 기업 스테이플스 등이다. 지난해 6월 아마존의 미국 식품 유통업체 홀푸드마켓 인수 소식이 전해지자 DBA 종목들의 시가총액은 320억달러(약 36조5000억원) 증발했다.

(사진 - 아마존공포지수)

아마존의 경쟁력은 어디서 나올까. 빅데이터 분석을 통한 개인맞춤형 마케팅, 공격적 M&A를 통한 외형 확대 등 다양한 분석이 나온다. 그중 빼놓을 수 없는 것이 ‘약탈가격(잠깐용어 참조)에 가까운 영가 공세다. 손실을 무릅쓰고 덤핑식으로 팔아 치운다. 단일 업종 기업은 해당 사업에서 반드시 수익을 내야만 생존할 수 있지만 아마존은 그렇지 않다. 사업군이 워낙 많고 손실을 감내할 자금력도 탄탄하니 치킨 게임의 승자가 될 수 있다.

아마존의 저가 마케팅은 유명하다. 아마존재팬에서 파는 중고책 가격은 단돈 1엔. 사실상 공짜다. 지난 2011년에는 전자책 리더기 겸 태블릿PC ‘킨들파이어’를 경쟁사 대비 절반도 안 되는 199달러에 내놨다. 아마존이 대당 3달러씩 손해를 보는 가격이었다. 최근에도 아마존은 고급 시 스피커 ‘에코쇼’를 150달러, 보급형 ‘에코닷’은 30달러에 선보이며 파란을 일으켰다. ‘상상 이상’의 저가 공세에 두 손을 드는 것은 늘 기존 업체들이다. 킨들파이어가 장악한 미국 전자책 시장에서 아마존 점유율은 65%에 달한다. 일본 중고서점들은 줄줄이 폐점에 나섰다. 애플은 349달러에 팔려던 시 스피커 ‘홈팟’ 출시를 연기했다.

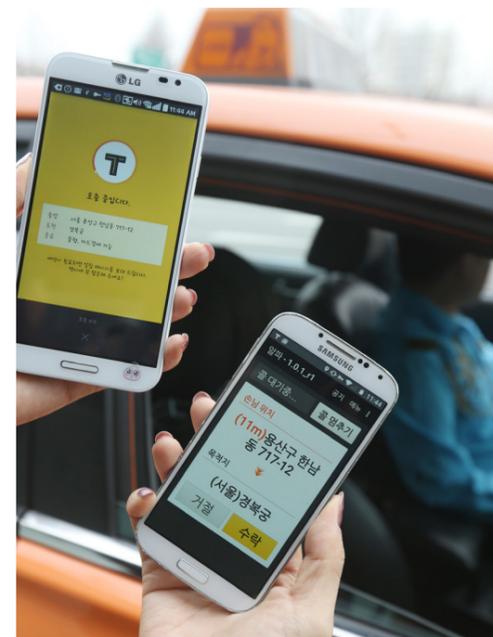
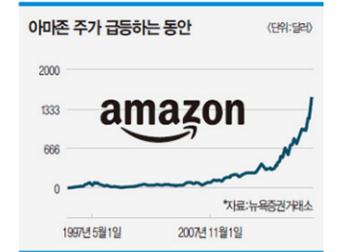
아마존과 닮은 카카오택시

아마존의 성공 모델은 국내 기업들에게도 상당한 ‘영감’을 준 듯하다. 약탈가격 전략을 무기로 삼은 기업들이 속속 등장하고 있다.

지난 3년간 무료 콜택시 서비스를 제공하다 최근 부분 유료화를 선언한 카카오택시가 대표적인 예다. 카카오택시는 싸고 편리하게 택시를 부를 수 있다는 강점을 앞세워 전국 콜택시 시장을 평정했다. 소비자들은 카카오택시에 열광했지만 업계는 공포박산이 났다. 콜택시 스타트업 ‘리모택시’는 물론, 경기 남부 지역에서는 콜택시 업체 10여곳이 폐업했다. 폐업하지 않더라도 월간 이용 건수가 절반 이상 감소해 구조조정에 나선 업체도 속출했다. 시장 지배적 사업자가 된 카카오는 이제 그동안의 손실을 만회하기 위해 유료화에 나섰다. 전형적인 ‘약탈가격’이라는 비판이 쏟아지는 이유다.

물론 카카오 측은 “택시 부분 유료화는 혼잡 시간대·지역에서 택시를 잡기 어렵던 문제를 해소한다는 취지에서 도입한 것”이라고 항변한다.

그러나 업계에서는 반발이 만만치 않다. 전국택시운송사업조합연합회, 전국개인택시운송사업조합연합회 등 택시 노사 4개 단체는 지난 3월 19일 성명을 내고 “택시업계 의견은 물론, 승객의 경제적 부담을 도외시한 채 시장의 독점적 지배력을 통한 이익만 추구한다. 승객과 택시기사 간 시비와 분쟁의 빌미를 조장하게 될 것”이라고 항의했다. 오세조 연세대 경영학과 교수는 “카카오 입장에서 온라인 기반 콜택시 서비스는 한계비용이 ‘제로(0)’에 가깝다. 사실상 콜택시 시장 독과점 위치에 있는 카카오모빌리티가 무료 서비스로 영세 콜택시 업체를 고사시켜놓고 수익을 내려 한다면 약탈적 가격이라는 비판을 피할 수 없다”고 지적했다.





거대 기업들의 '약탈가격' 정책

케이블TV(중합유선방송·SO) 업계에서는 이동통신 3사의 결합상품 마케팅이 약탈가격 논란에 휩싸였다. 이동 3사가 스마트폰과 IPTV, 초고속 인터넷을 지나치게 저렴한 가격에 끼워팔아 방송산업을 황폐화시킨다는 주장이다. 무선상품 경쟁력이 약하거나 무선상품이 아예 없는 케이블TV 업계로서는 공짜 마케팅만큼은 막아야 살아남을 수 있는 상황이다.

한국케이블TV방송협회 관계자는 "케이블TV 상품은 평균 8000원 수준으로 최고 1만2000원인 IPTV보다 저렴하다. 그런데 이동 3사가 여기에 스마트폰과 초고속 인터넷을 같이 가입시키고 수십만원의 현금까지 지원하니 도저히 경쟁할 수가 없다. 영세 지역케이블방송사 중에서는 수익 저하를 견디지 못해 매각을 검토하는 곳이 적잖다"며 "기술어진 운동장에서 경쟁하고 있는 것"이라고 토로했다.

실제 2014년 1461만명이던 케이블TV 가입자 수는 2016년 1389만명으로 감소했다. 같은 기간 IPTV 가입자 수가 33.3% 증가, 1289만명으로 늘어난 점과 대조된다. 2016년 IPTV 업계 매출액(2조4277억원)은 처음으로 케이블TV(2조1692억원)를 넘어섰다.

부동산 업계에서는 부동산 중개 플랫폼 '집토스'를 비롯해 '공짜방' '우리방' 등이 복비 0원(임차인 대상) 정책을 들고나왔다.

집토스가 복비를 절반만 받고도 생존이 가능한 이유는 세 가지다. 우선 벤처캐피털에서 받은 투자자금이 있다. 또 무료 복비에 이끌려 임차인이 집토스로 몰리면 거래가 활성화돼 바리다매가 가능하다. 여기에 원룸 건물주들을 대상으로 한 세무·컨설팅 서비스를 덧붙여 새로운 수익 모델을 창출하겠다는 복안이다. 하지만 기존 업계는 '시장 교란' 행위라며 반발하고 나섰다. 임대인과 임차인에게 각각 0.3~0.5% 안팎 중개 수수료를 주 수입으로 삼아온 공인중개사 업계는 가격 경쟁력이 크게 떨어질 수밖에 없기 때문이다. 한 부동산 공인중개사는 "세입자들에게 수수료를 받지 않는 것은 불공정 거래다. 이들이 기존 질서를 어지럽혀 영세 공인중개사사무소들은 밥줄이 끊길 상황에 처했다"고 토로했다.

자영업 시장에선 편의점이 약탈가격의 온상으로 떠올랐다. '수입맥주 4캔에 만원'이 대표적이다. 이마트 24는 아예 '벨기에 맥주(500mL) 6캔에 9900원, 우리카드로 결제하면 8900원'을 들고나왔다. 편의점 업계에 따르면 수입맥주의 마진율은 18% 안팎으로 30% 안팎인 다른 상품의 절반 수준이다. 그마저도 본사와 수익을 나누면 점주한테 떨어지는 것은 1000원 남짓뿐. 수입맥주 판매로 인해 국산 맥주 등 마진율이 좋은 다른 술이 안 팔리는 것도 감안해야 한다.

그럼에도 수입맥주를 계속 파는 것은 안주가 함께 팔리기 때문이다. 수입맥주가 일종의 미끼상품 역할을 하는 것. 한 편의점 점주는 "일매출 300만원에서 수입맥주가 많이 팔릴 때는 80만원어치도 팔린다. 수입맥주로 인해 고객이 찾아오고 안주나 다른 상품을 같이 사 가는 것을 감안하면 관련 매출은 100만원이 훌쩍 넘을 것"이라고 말했다.

문제는 맥주를 본업으로 하는 호프나 스몰비어 등 자영업자들은 편의점 수입맥주 저가 공세에 속수무책으로 당할 수밖에 없다는 것. 맥주와 안주 자체에서 마진을 남겨야 하니 가격을 내리는 데 한계가 있기 때문이다. 상황이 이렇다 보니 자영업 시장에서 주점은 퇴출되는 분위기다. 통계청에 따르면 지난해 1월부터 11월까지 음식점과 주점업 생산이 전년 동기 대비 3.1% 감소했다. 이는 2000년 관련 통계가 집계되기 시작한 이후 가장 큰 감소 폭이다.

커피도 마찬가지다. 편의점에서 파는 커피 가격은 1000원, 커피전문점 가격의 절반도 안 된다. 1000만원 안팎에 달하는 커피머신기는 본사가 지원하지만 종이컵, 시럽, 설탕 등 부대 물품은 점주가 수익 배분율에 따라 비용을 낸다. 본사가 창업 비용 대부분을 투자하고 점주가 위탁 운영하는 매장의 경우 1000원짜리 커피 한 잔을 팔면 점주에게 떨어지는 순이익은 200원 남짓. 그럼에도 커피나 쿠키를 함께 팔아 마진을 높이니 편의점은 생존이 가능하다. 그러나 커피를 본업으로 하는 커피전문점은 생존이 어렵다. 실제 소상공인시장진흥공단에 따르면 전국 커피전문점의 업력 비중은 '2년 미만'이 41.1%로 가장 많고, '5년 이상'은 29.8%에 그쳤다. '5년 이상'이 절반을 넘는 전체 업종 평균 대비는 물론, 포화도가 높은 음식·배달 서비스 업종(2년 미만 35.2%, 5년 이상 43.1%)보다도 생존율이 떨어졌다.



수입맥주 4캔 만원!



샴보로켄500ML/
신토리맥주500ML/
밀러드레프트473ML/
칼스버그500ML
4캔 동시구매시 만원

대한민국 대표 편의점 GS25

▶약탈가격 해법은

▷반독점 규제 강화...플랫폼 견제를

이처럼 약탈가격으로 인한 주변 상권 초토화 문제가 심각하지만 전문가들은 규제 적용에 조심스러운 입장이다. 일단 약탈가격을 쓴 것으로 지목받는 업체의 실제 원가를 정확히 알 수 없다. 또 가격을 낮추는 게 소비자 입장에서 당장 이익이 될 수 있다. 무엇보다 새로운 기술 플랫폼이나 수익 모델 개발로 가격을 혁신적으로 낮추는 경우는 바람직한 측면도 있다. 남대일 고려대 경영학과 교수는 "카카오대리운전은 기존 업계 문제점을 개선해 대리운전 기사와 소비자 모두에게 환영받은 측면이 있다. 이처럼 기술 발달로 인한 가격 인하도 약탈가격으로 몰면 오히려 기존 업계의 기득권을 지켜주고 기술 혁신을 저해할 수 있다"고 말했다.

문제는 독점 기업의 약탈가격 전략이 갈수록 교묘해지고 있다는 것이다.

2010년 롯데마트는 전국 82개점에서 프라이드치킨 한 마리(약 900g) 통큰치킨을 5000원에 판매했다. 당시 생닭 납품 가격이 4000원 안팎임을 감안할 때 통큰치킨은 누가 봐도 역마진 상품에 해당했다. 이 같은 지적에 롯데마트는 결국 통큰치킨 판매 시작 나흘 만에 스스로 판매를 중단했다.

그러나 최근에는 이게 약탈가격 전략인지 아닌지 판단이 쉽지 않다. 가령 중고책 1엔 판매의 경우 아마존은 고정 택배비로 수익을 얻는 것으로 알려진다. 1엔짜리 현책이 판매되면 택배비가 300~400엔 정도 든다. 택배업체와 대량 거래 계약을 맺은 아마존은 실제 택배 비용보다 저렴한 고정 택배비로 계약, 그 차액을 마진으로 삼는다. 중고책 매입 단가가 천차만별이고 대량 거래를 하는 아마존의 할인을 또한 상당할 것이므로 실제 비용 대비 수익을 외부에서 산출하기는 쉽지 않다. 덕분에 아마존은 그간 미국 행정부의 반독점 조사를 용케 피해왔다. 우리나라도 지난 2016년 공정거래위원회에 신고된 불공정거래행위 중 경쟁 사업자 배제 행위는 5건뿐이었다. 이마저도 신고 접수에 불과했고 공정위가 직접 적발한 건은 없었다. 리나 칸 예일대 로스쿨 교수는 "아마존을 공룡으로 만든 오늘날의 행동들 대부분은 과거 수십 년 전에 불법이라 간주됐던 것이다. 약탈적 가격 후려치기의 본질은 초기 반독점 법제에서 핵심이었다. 온라인도 소매가 확산되면서 관점이 다소 변하기는 했지만, 그 기본 효과는 동일하다"면서도 "현대 반독점 이론은 독점 기업이 높은 가격을 제시해 소비자가 피해를 입었는지 여부에 근거한다. 따라서 아마존이 드리우는 위협을 포착하지 못한다"고 지적했다.

약탈가격 문제를 해결하려면 어떻게 해야 할까.

우선 기존 기업들은 약탈가격을 당해내기 힘든 만큼 비가격적 요소로 경쟁하는 것이 상책이다. 남대일 교수는 "가격 경쟁은 소모적 경쟁으로 이어지기 쉽다. 어떻게 하면 플랫폼 기업과 공생할 수 있는지 논의해야 한다"며 "가령 카카오톡이 세탁소 시장에 뛰어들었다면 기존 세탁소는 고품질 수제 의류나 애견용 세탁을 전문화하는 식으로 대응해야 살아남을 수 있다"고 조언했다.

플랫폼 기업의 협력업체로 변신하는 것도 방법이다. 세계 최대 해운사 A.P.몰러-머스크의 소렌 스코우 CEO는 최근 아마존, 알리바바 등 대형 업체에 해운 관련 원스톱 서비스를 제공하기로 했다. 스코우 CEO는 "머스크가 일을 제대로 해내지 못하면 아마존처럼 거대하고 강한 기업들이 '자신들이 더 잘할 수 있지 않을까' 하며 기웃거릴 것이 틀림없다"고 말했다.

점점 교묘해지는 약탈가격 전략에 맞서 정부의 시장 감시도 더욱 꼼꼼해져야 한다는 의견도 있다. 이정희 중앙대 산업창업경영대학원장은 "정부의 유통업계 규제는 그간 오프라인 위주로 이뤄져왔다. 온라인도 포털 사이트 위주로 논의되지만 앞으로는 다른 분야로도 더욱 확산돼야 한다"고 말했다. 오세조 교수는 "소비자 편익을 위한다면 가격 인하가 나쁜 것만은 아니지만 시장 지배적 지위에 있는 기업에는 중소기업들과 상생할 사회적 책임이 있다. 가령 카카오톡이 영세 콜택시 업체의 시장점유율을 뺏은 대신 콜택시 시장 여건 개선을 통해 시장 수요 파이 자체를 늘렸으면 좋았겠다는 아쉬움이 남는다"고 전했다.

KFN



***약탈가격(Predatory Pricing)**
기업이 시장에 진입하거나 기존 시장에서 경쟁 기업을 배제하기 위해 손실을 각오하고 지나치게 낮은 가격. 경쟁 기업이 저가 경쟁으로 인한 손실을 견디다 못해 시장에서 퇴출되고 나면 시장 지배적 기업이 되는 것을 노린다. 시장을 독점하고 나면 가격을 다시 올리거나 제품·서비스의 질을 낮춰 손실을 회복한다.

프랜차이즈 분야에서 베트남은 거대한 잠재력을 가지고 있다.

출처: vietnamnetS



2018년 4월 2일, 많은 국제 및 지역 브랜드들이 베트남의 소매 및 프랜차이즈 부문에 진출할 예정이라고 호치민시에서 열린 Vietnam Retail and Franchise Conference에 참가한 전문가들이 말했다.

Reed Tradex 부국장 Suttisak Wilanan은 “베트남은 소매 및 프랜차이즈 부문이 성장하는 시장이다”라고 말했다. “베트남은 대규모 소비자를 기반으로 하고 있고, 빠르게 증가하는 소득과 교육받은 젊은 세대 및 성장하는 전문가 세대와 같은 모든 잠재적 요소를 가지고 있다. 향후 5년 내에 국내 및 국제 브랜드가 소매 및 프랜차이즈 산업을 두배로 성장시킬 것이라는 낙관적 전망을 보여 준다”고 말했다.

베트남은 미국프랜차이즈협회 (International Franchise Association) 회원들이 국제시장 진출을 위한 가장 가치 있는 시장으로 인정한 상위 12개 시장 중 9위를 차지했다. 또 Top Markets Report 보고서에도 나와 있다.



PROFILE

COMPILE 유상목

現 FranOn Corporation 대표
現 ㈜미스터힐링 상임고문
現 프랜차이즈산업연구원 전문위원
前 ㈜김가네 기획실장
前 (사)한국프랜차이즈협회 사무총장
前 세계프랜차이즈총회 서울대회 사무국장

이제 시작되는 전문 프랜차이즈 시장

Nguyễn Phi Vân, Retail & Franchise Asia의 설립자 겸 회장은 베트남에는 전문 프랜차이즈 시장이 없다고 말했다.

프랜차이즈 사업은 1990년대에 KFC, Lotteria, Jollibee와 같은 유명한 패스트푸드 프랜차이즈 도입으로 베트남에서 시작되었다. 말레이시아, 싱가포르, 태국과 같은 지역 국가에서는 프랜차이즈가 1980년대 시작되었다.

베트남 프랜차이즈 시장은 여전히 새롭고 현지 기업들은 그것에 대해 많은 지식이나 경험이 없다고 그녀는 말했다.

또 “더 많은 베트남 기업들이 프랜차이즈를 통해 새로운 비즈니스 기회를 모색하고 있습니다. 그럼에도 불구하고 프랜차이즈가 베트남에서 프랜차이즈 사업에 참여하거나 사업을 확장하기 전에 신중하게 조사해야 하는 위험성이 많이 있습니다”라고 말하면서, 베트남의 가맹점사업자들이 프랜차이즈 사업에 대해 잘 알고 있어야 하며 위험을 피하기 위해 업계 전문가의 자문을 구해야 한다고 역설했다.

“향후 5년 동안은 지난 5년 동안 있었던 실패와 성공의 교훈을 배울 때 획기적인 발전이 있을 것입니다. 또 2018년 이후 베트남은 국제브랜드의, 특히 지역 브랜드의 목적지가 될 것입니다. 동시에, 지역 브랜드는 세계 시장에서 브랜드를 홍보하기 위한 플랫폼을 개발하기 시작했습니다.”

브랜드 인지도 창출에 관심

리틀 시저(Little Caesars)의 국제개발담당 부사장인 빌 슈라이버(Bill Schreiber)는 “우리는 세계에서 세 번째로 큰 피자브랜드입니다. 우리는 지금 베트남에서 사업을 하고 있지 않습니다. 우리가 여기에 온 이유는 브랜드 인지도를 창출하고 베트남에 관심이 있다는 것을 사람들에게 알리는 것입니다”라며, 베트남의 피자 소비량은 매년 7% 이상 증가하고 있다고 덧붙여 말했다.

그는 자신의 회사가 베트남 시장에 두 가지 방식으로 진입할 것이라고 덧붙였다.

“우리는 프랜차이즈 한 개를 전국으로 데려 갈 수도 있고, 북쪽과 남쪽에 두 개의 가맹점을 둘 수 있어 동시에 성장할 수도 있습니다.”

또한 Tupperware Vietnam의 영업관리자인 Trần Anh Minh역시 이 쇼에 참여하여 베트남 시장에서 자사 제품에 대한 대리점을 찾고 싶어 한다고 전했다. 현재 전국 33개 점포와 2020년까지 100개 점포를 목표로 하고 있다.

현금 없는 사회

기술 발전으로 소매 업계의 모습이 바뀌었다고 쇼에 참가한 대표들은 말했다. 많은 기업들이 현금을 더 이상 사용하지 않으며, 모바일 지갑 및 기타 편리한 디지털 지불방법이 모든 사람들의 요구를 충족시키고 있다.

일부 소매업체는 모바일 지갑과 로열티 프로그램을 결합하여 자신의 프로그램으로 다음 단계로 나아가고 있으며, 구매자는 스마트폰에서 간편하게 손쉽게 지불하고 보상을 받을 수 있다.

Suttisak Wilanan은 “현금 없는 지불로 금융 거래를 수행하기 쉽기 때문에 쇼핑과 고객 경험의 새로운 시대를 열었습니다. 사람들은 더 이상 현금 봉투나 플라스틱 카드를 가지고 다닐 필요가 없으며 ATM 인출을 대기열에 올려놓을 필요가 없습니다. 또한 사람들이 여행할 때 더 안전하고 편리한 지출의 선택방법입니다”라고 말한다.

Trisn Trọng Huy Thông, Miniso Vietnam의 브랜드 및 마케팅 매니저는 “2011-20년 베트남의 복합 연간 성장률은 아세안 지역 중 8%에 달하는 최고 수준이며 캐주얼 패션 백화점을 제공할 것으로 예상됩니다. Miniso와 같은 브랜드는 많은 기회와 도전 과제를 제공할 것”이라며, “Việt Nam의 젊은 고객은 더 많은 것을 쓰고 더 편리하게 쇼핑하고 싶습니다”라고 말했다.

Reed Tradex and Retail & Franchise Asia가 주최한 이번 컨퍼런스는 3월 28-30일 사이공 전시회 및 컨벤션 센터에서 열린 Shop & Store Vietnam 2018 전시회 및 컨퍼런스의 편성으로 조직되었다. **KFN**



Nguyễn Phi Vân



필수품목 공급가격 공개의 부당성

공정거래위원회(이하 '공정위')는 2017.9.13. 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 '가맹사업법') 시행령 개정안을 입법예고하였고, 2018.1.5. 일부 사항을 수정한 바 있다. 그 주요내용으로 1) 필수품목 관련 정보공개 사항 확대, 2) 특수관계인 관련 정보공개 의무화, 3) 판매장려금 관련 정보사항 공개, 4) 다른 유통채널을 통한 판매정보 공개 의무화, 5) 점포환경 개선비용 지급절차 개선, 6) 부당한 영업시간 구속 금지 판단기준 개선이 있다. 이 공정위 안에 대하여 2018.2.23. 규제개혁위원회 심의결과, 필수품목 관련 정보공개 사항 확대 중 필수품목별 공급가격 상·하한 기재 대신 평균 중위값 기재로 변경한 것을 제외한 나머지에 대해서는 원안 의결하였다. 그러나 필수품목별 공급가격 상·하한 기재나 평균 중위값 기재나 가격수준을 기재하는 점에서는 큰 차이가 없다고 할 것이다. 논란은 공정위가 필수품목별 공급가격의 공개를 법령에 의해 강제하는 것이 타당 하느냐다.



WRITE 황보 윤

종합법률사무소 공정 대표 변호사
 - 공정거래 조정원 위원
 - 김&장,세종 변호사
 - 가맹사업법 제정 및 가맹거래사 시험출제위원
 - 공정거래위원회 심판총괄담당관
 - 공정거래위원회 법무담당관 / 약관심사관
 - 부산 동부지검 검사(22기)
 02-598-6000



헌법 기본원칙, 국민 자유와 권리 보장 우선

이 논란을 검토하기에 앞서 먼저 우리나라 헌법을 살펴볼 필요가 있다. 헌법은 시장경제질서가 대한민국의 경제적 기본질서임을 천명하고 이를 제119조 제1항에서 "대한민국의 경제질서는 개인과 기업의 경제상의 자유와 창의를 존중함을 기본으로 한다"라고 분명하게 규정하고 있다. 물론 이의 폐해를 수정, 보완하기 위해 제2항에서 "국가는 균형 있는 국민경제의 성장 및 안정과 적정한 소득의 분배를 유지하고, 시장의 지배와 경제력의 남용을 방지하며, 경제주체간의 조화를 통한 경제의 민주화를 위하여 경제에 관한 규제와 조정을 할 수 있다"고 규정하고 있으나 이는 어디까지나 제1항의 예외적·보완적 규정에 불과하다고 할 것이다.

따라서 경제에 대한 법적 규율은 일정한 한계를 가지고 있다. 즉 규제와 조정을 통한 공익의 달성과 국민의 기본권제한은 항상 비례의 원칙에 합치되어야 하며, 규제와 조정으로 재산권, 직업의 자유 등 경제적 기본권의 본질적 내용을 침해해서는 안 될 것이다.

헌법 제15조는 "모든 국민은 직업선택의 자유를 가진다"라고 규정하고 있고, 이 직업선택의 자유에는 직업수행의 자유, 영업의 자유 등이 포괄되어 있다. 이러한 직업의 자유는 경제적 기본권으로서 이를 제한하려고 할 경우에는 헌법 제37조 제2항의 "국민의 모든 자유와 권리는 국가안전보장·질서유지 또는 공공복리를 위하여 필요한 경우에 한하여 법률로써 제한할 수 있으며, 제한하는 경우에도 자유와 권리의 본질적인 내용을 침해할 수 없다"라는 규정에 따라 공공복리를 위하여 필요한 경우에 한하여 법률에 의해서만, 그것도 자유와 권리의 본질적 내용을 침해하여서는 아니 된다. 즉, 공공복리의 개념은 사회적·경제적 약자를 보호하고 사회정의의 실현을 목표로 하고 있지만 이는 보완적·수정적 역할을 함에 그치는 것이고 기본원칙은 헌법규정에서도 나타나고 있듯이, 국민의 자유와 권리의 보장이 우선적이라 할 것이다.

기본권 제한, 과잉금지 및 정당성 필요

이 직업의 자유라는 헌법상의 기본권을 제한하기 위해서는 그 제한이 다른 수단 또는 방법으로는 목적을 달성하기 불가능하고 기본권을 제한하지 않거나 더 가벼운 기본권의 제한만으로 공공목적 달성할 수 있는 경우에는 제한입법을 기피하여야 하고(보충성 및 과잉금지의 원칙, 헌재 1992.12.24. 92헌기8), 제한을 하더라도 그 목적과 수단 사이에 균형을 유지하여 합리성과 정당성을 갖추어야 하며(비례의 원칙), 기본권을 제한하더라도 피해가 가장 적은 방법을 선택하여야 할 것이다(피해의 최소화, 헌재 2006.6.29. 2002헌바80등).

이 기본권 보장과 제한의 한계라는 헌법적 관점에서 볼 때 이번 공정위의

필수품목별 공급가격의 공개는 위헌적 요소가 있을 수도 있다는 의구심이 없지 않다.

필수품목별 공급가격 공개, 위헌 요소 의심

필수품목별 공급가격은 영업비밀로서(대법 2011.7.28. 선고 2010도9652판결) 가맹본부가 오랜 기간 동안 상당한 노력 및 시간을 들여 공급가격 및 영업이익을 책정하였고 비용 절감 등 각종 노하우가 반영된 것으로서 독립된 경제적 가치를 지니고 있다고 할 것이다.

또한 이 가격에는 단순한 원가와 달리 각종 창의적 아이디어와 노력, 인건의 육구 등이 농축된 상태로 단순히 상품·용역이 거래되는 화폐가치에 그치는 것이 아니고 이를 통해 자유로운 시장경제활동이 이루어지고 각 경제주체로 하여금 시장경제의 근간이 되는 이윤추구와 창의력이 발휘되고 상호 경쟁을 촉발하여 더 나은 품질과 가치창출을 가능케 하는 중요한 기능을 수행한다.

따라서 시장경제질서 하에서는 국가가 가격을 통제하여서는 아니 된다고 할 것이다. 이 통제에는 직접적 통제도 있지만 정보공개라는 형식으로 간접적 통제도 포함된다고 할 것이다. 이러한 통제를 하기 위해서는 위에서 언급한 기본권제한의 원리에 따라 보충성, 최소성, 과잉금지 원칙, 비례의 원칙 등이 지켜져야 할 것이다.

그런데 공정위는 가맹점사업자의 보호에만 급급하여 가격정보의 공개를 통해 이들의 이윤창출 동기와 창의력 발휘를 꺾게 되고 가맹본부의 경쟁력 강화에 제동을 걸려고 하고 있다.

그리고 가맹점사업자의 보호는 기존의 가맹사업법상의 허위·과장된 정보제공 금지, 가맹계약서 의무적 기재사항, 각종 불공정거래행위의 금지 등을 통해 충분히 제어할 수 있다. 다만, 현실적으로 법집행이 원활치 못하여 일부 가맹본부에 의한 각종 불공정거래행위가 행해지고는 있는 것이 현실이지만, 이는 공정위 스스로 법집행력을 높여 해결해야 할 문제를 손쉽게 가격정보의 공개라는 극단적인 방법으로 접근하는 것은 여러 헌법적 문제를 남기고 있다.

공정위는 가맹사업거래와 관련하여 법집행기관이기도 하지만, 정책기관이기도 하다. 가맹점사업자의 철저한 보호도 중요하지만 보다 큰 틀에서 가맹사업이 국가경제에서 중요한 산업으로 성장, 발전을 해야 한다는 관점에서 헌법 조화적 자세로 가맹사업을 조망하였으면 하는 아쉬움이 있다. 한국을 대표하는 세계적 프랜차이즈 브랜드가 거의 없고, 세계적 프랜차이즈업체가 한국에 들어오는 것을 주저하는 데에서 많은 시사점을 엿볼 수 있다. **KFM**

옥외광고 · 인테리어, 토탈 솔루션 제공 가능 기획부터 시공까지 한번에... 효율 · 경제성 UP



(주)인피노 파주공장과 박지훈 대표

옥외광고 업계에서 탄탄한 입지를 구축하고 있는 (주)인피노(대표 박지훈)가 새로운 솔루션을 제시하고 나서 관심을 모으고 있다. 옥외광고와 인테리어의 통합공사가 그것이다. 인피노 박지훈 대표의 설명에 따르면, 기존에는 인테리어공사를 먼저 완료한 후에 옥외광고 공사를 하는 경우가 대부분이었다. 그러나 기존 방식은 작업의 효율성은 물론, 비용측면에서 경제성이 떨어진다는 것이다. 시간도 시간이지만, 공사비용이 많게는 30% 정도 추가된다. 따라서 인테리어와 옥외광고 공사를 동일한 업체가 통합해서 진행하면, 이런 단점들을 효과적으로 상쇄할 수 있어 시간과 비용을 절감할 수 있다.

인피노는 옥외광고와 인테리어, 디스플레이 외에도 프랜차이즈의 가맹 및 창업 CI·BI 디자인, 부진 자영업 점포를 위한 토탈 솔루션까지 한 번에 제공하는 라이프 디자인 전문그룹이다. 초기에는 파주지역의 조그만 '동네간판업체'로 시작했다. 낮은 인건비를 통한 저비용에 기술력과 노하우를 보태 서서히 영업지역과 사업영역을 확대했다. 특히 2011년 자동화설비 구축과 함께 우수한 기술력을 보유한 전문가들을 보강하며, 환경디자인 및 시각디자인 등 CI·BI 컨설팅을 전문으로 하는 기업으로 거듭났다. 이를 기반으로 차츰 '인피노'의 이름이 알려지면서 2014년 전국으로 영업지역이 확대됐다. 물론, 이런 배경에는 성실한 고객관리와 높은 품질에 비해 저렴한 가격, 원스톱 솔루션 제공이 가능한 점 등이 자리하고 있다.

WRITE 신일영 · PHOTO 인피노

대량 물량 소화 가능... 원가 절감 대기업 · 프랜차이즈 등 시너지 효과

인피노는 옥외광고업계에서는 드물게 기획과 디자인 · 제작 · 시공 등 일체의 과정을 자체적으로 소화해 낼 수 있는 시스템을 구축하고 있다. 특히 광고물에 사용되는 입체문자는 국내 최대 생산설비를 구축하고 있다. 뿐만 아니라, 최상의 품질 보증과 경쟁 우위의 제품생산 및 납품에 이르기까지 업계의 다양한 요구(Needs)에 부응하는 최고의 맞춤형 서비스를 제공하고 있다.

이러한 시스템은 하루 최대 50개(?)의 제작을 가능하게 하고, 또한 대량 물량을 소화할 수 있게 해준다. 이는 인피노가 향후 염두에 두고 있는 프랜차이즈 업계의 진출에 좋은 경쟁력이 될 것으로 기대되는 부분이다. 프랜차이즈업에서 중요한 부분인 통일성과 원가 절감이 가능하기 때문이다. 박 대표는 "이 대목은 인피노와 프랜차이즈업계가 서로 상생할 수 있는 부분"이라고 강조했다.

인피노는 프랜차이즈 업체를 최대한 지원할 수 있는 전문적인 팀을 구성하여 옥외광고업 외에도 프랜차이즈업과 인테리어, 디스플레이 등 전반에 걸친 토탈 솔루션을 제공할 계획이다.

앞서 언급한 옥외광고와 인테리어 작업이 동시에 가능한 점은 큰 장점이다. 기획단계에서부터 마감단계까지 한 업체가 담당하는 것은 비용뿐

만 아니라 작업의 완성도와 비용 절감 등 다양한 시너지를 일으킬 수 있다는 것이다. 몇몇 업체를 대상으로 조사한 결과, 이런 방식은 충분한 수요가 있다는 판단이다. 또한, 프랜차이즈업계 내에 인테리어나 옥외광고 전문업체가 드물다는 점도 장점이다. 믿을만한 업체를 찾기가 어렵다는 말과 통한다. 따라서 신뢰를 주는 업체가 되겠다는 것이다. 인테리어는 신뢰싸움이라는 것이 박 대표의 지론이다.

인피노는 전문가들로 하여금 상담에서부터 디자인 · 제작 · 시공에 이르기까지 신속하고 정확한 피드백으로 고객들에게 최선의 서비스를 제공하고 있다. 특히 수준 높은 품질과 정확하고 신속한 납기, 안전한 배송을 철저히 염수한다. 인피노는 만약의 사고를 대비하여 3억 원 간판영업배상보험 가입하고 있다.

인피노
 본사 _ 서울 양천구 신월로 356 Tel. 02.2642.0362
 공장 _ 경기도 파주시 탄현면 가시내길 18 Tel. 031.953.0362
<http://www.infinno.kr>



삼진어묵



LOHBS



the wave



농협

시공사례

전복죽 주는 냉면집, 잠실 롯데캐슬에 첫 선보인다



한식 본가 풀잎채(대표 정인기)가 '전복죽 주는 냉면집' 1호점을 4월 20일, 잠실 롯데캐슬에 오픈했다. '전복죽 주는 냉면집'은 직접 뽑아서 만든 '수제 함흥 냉면'에 든든한 보양식 '전복죽'을 더한 것이 포인트다. 차가운 냉면과 따뜻한 전복죽이 함께 구성되어 계절에 관계없이 즐길 수 있는 것이 장점이다. 풀잎채 관계자는 "수제 함흥 냉면 한 그릇 가격에 프리미엄 전복죽까지 같이 따라와 고객 만족도가 높다. 앞서 오픈한 롯데백화점 부산 서면점 팝업 스토어에도 많은 인파가 몰린 바 있다"라고 설명하면서 "잠실 롯데캐슬점에서 가족이나 친구들과 함께 든든하고 맛있는 보양식을 즐겨보길 바란다"라고 전했다.

바르다 김선생, 속 짝차고 저렴한 '든든김밥' 출시



(주)조스푸드(대표 나상균)의 김밥 브랜드 바르다김선생이 가성비를 강조한 '든든김밥'을 새롭게 출시했다. '든든김밥'은 기존 바르다김선생 김밥의 가격대보다 저렴한 가격과 알찬 속이 특징이다. 속재료는 짭조름한 어묵조림을 비롯해 계란 지단, 당근, 햄, 단무지, 오이를 사용했으며, 밥알의 양은 기존 바르다김선생 김밥보다 더 늘렸다. 바르다김선생 관계자는 "가성비를 강조하면서도 건강한 맛을 유지하기 위해 품질과 타협하지 않은 제품"이라며 "야외활동이 많은 봄 시즌에 부담 없고 든든한 간식으로 이용하기에도 좋을 것"이라고 말했다. '든든김밥'은 전국 바르다김선생 매장에서 구입 가능하며, 가격은 3200원이다

오피스디포, 우수 가맹점 '챔피언 서클' 행사 개최



문구사무용품 대표 기업 오피스디포(대표 송지현)가 '2017년 챔피언 서클' 수상 가맹점을 선정하고, 북미 대륙으로 부부 동반 여행을 다녀왔다. '챔피언 서클'이란 연간 우수 매장을 선발하는 오피스디포만의 가맹점 우수 프로그램으로, 연간 최고 매출상과 최고 성장상 부문으로 나누어 우수 가맹점을 시상하고 있다. 지난 2017년 '챔피언 서클' 수상자로 선정된 매장은 성동, 파주, 목포, 사천, 안산, 진해, 진주, 수원 광교, 공주 연기, 여수점 등 10개 매장이다. 이번 행사는 6박 7일간 미국 시애틀과 캐나다 밴쿠버를 여행하는 일정으로 진행되었다. 오피스디포 관계자는 "이번 행사 덕분에 가맹점 성과를 더욱 축하하고 긴밀한 관계를 도모하게 되었다. 2018년에도 본사와 가맹점 동반 성장을 위해 지속적으로 노력할 계획이다"라고 밝혔다.

맘스터치, 지구방위대FC 시즌2 '스쿨어택' 시작



버거&치킨 브랜드 맘스터치(대표 정현식)가 후원하는 '지구방위대FC'가 시즌2를 시작으로 전국 초·중·고등학교를 찾아가 게릴라 축구 대결을 펼친다. '지구방위대FC'는 김병지, 최진철, 이천수 등 2002 한일 월드컵을 빛낸 축구 스타들로 구성된 팀이다. 지구방위대FC는 참가를 신청한 학교에 예고 없이 기습 방문해 해당 학교의 학생들과 8대 8 미니 축구 대결을 펼칠 예정이다. 신청 마감일은 지역별로 경상 11일, 강원 15일, 경기 22일, 충청 29일, 전라 30일, 서울 5월 13일이다. 한편 맘스터치는 지난해 지구방위대FC 시즌1을 통해 전국 10개 도시에서 풋살 경기를 치르고 경기 상금인 총 2100만원을 한국백혈병소아암협회에 기부한 바 있다.

양키캔들, 5월 7일까지 캔들 액세서리 할인 행사 진행



양키캔들 한국공식수입원 (주)아로마무역(대표이사 임미숙)이 봄을 맞아 캔들용 액세서리를 50% 할인하는 행사를 진행한다. 이번 행사 상품은 양키캔들의 대표 상품인 자캔들용 액세서리 '쉐이드&트레이'와 미니 사이즈 캔들인 '보티브 캔들'을 안전하게 즐길 수 있도록 받쳐주는 '보티브 홀더'다. '보티브 홀더' 제품은 꽃과 자연을 테마로 만든 '튤립크랙클', '와일드플라워크랙클', '네이처플라이트', '베리브램블', '버킷' 시리즈 전 품목을 50% 할인한다. 행사는 5월 7일까지 진행되며, 전국 150여개 양키캔들 매장과 공식 온라인 쇼핑몰을 통해 구매할 수 있다. 온라인에서 물건을 구매할 경우 자동으로 할인가가 적용된다.

뚜레쥬르, 혼자서도 즐길 수 있는 1인용 케이크 2종 출시



CJ푸드빌(대표 구창근)이 운영하는 베이커리 프랜차이즈 뚜레쥬르가 봄날 티타임과 어울리는 1인용 케이크를 2종 출시했다. 이번에 출시하는 뽀띠 케이크는 지난해 뚜레쥬르 20주년 기념 케이크로 선보여 출시 3주만에 20,000개 이상의 판매고를 기록한 '오! 해피 복숭아 케이크'를 싱글 사이즈로 재구성한 '뽀띠 복숭아 케이크'다. CJ푸드빌 관계자는 "최근 1인구가 증가하는 추세와 소화행, 가심비 등을 따지는 소비 양상에 맞춰 소형 케이크 제품을 기획했다"라며 "언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있는 1인용 케이크로 봄날에 즐거운 티타임을 갖길 바란다"라고 전했다.

암샘김밥 김밥 기계 도입, 인건비 절감 효과 톡톡히 볼 수 있어



(주)암샘(대표 김은광)이 운영하는 암샘김밥이 김밥 기계를 도입해 인건비 상승에 대한 창업주 고민을 나누는데 적극적으로 동참한다. 암샘김밥은 인건비에 대한 고민 해결로 '김밥 기계'를 도입했다. 이는 현재 시범 운영을 위해 직영점부터 사용하고 있다. 이번에 암샘김밥에서 도입한 김밥 기계는 선택에 따라 밥양을 조절해서 김 위에 고르게 퍼주고, 자체 보온 기능으로 적정 온도를 유지하는 등 다양한 기능이 특징이다. 이러한 자동화 시스템을 통해 김밥 조리 시간을 크게 단축하고, 1인당 생산성도 향상해 준다. 특히, 김밥을 제조하면서 동시에 주방이나 홀의 업무 처리도 가능해 회전율도 높아진다. 인건비 절감 효과는 물론, 고객이 몰리는 점심시간과 저녁 시간 등에 특히 도움이 될 전망이다.

본아이에프, 유기농 양배추즙 출시



한식 프랜차이즈 본아이에프(주)(대표 김철호, 김명환)가 제주에서 자란 유기농 양배추만을 담은 '자연'을 마시다 유기농 양배추즙'을 출시한다. '자연'을 마시다 유기농 양배추즙'은 본아이에프(주)와 건강즙 브랜드 참들식품이 함께 선보인 제품으로, 합성농약과 화학비료 등을 일절 사용하지 않은 친환경 유기농 양배추로 만들었다. 청정 제주 지역에서 자란 양배추를 저온착즙 공법으로 추출해 잡내를 줄이고 깔끔한 맛과 영양분을 그대로 담아낸 것이 특징이다. 제품 30개가 들어간 1박스 가격이 3만원으로 책정되었으며, 자사 공식 온라인 쇼핑몰인 본몰(www.bonmall.co.kr)과 소셜커머스 티몬에서 구입 가능하다.

피자알블로, 알바몬과 손 잡고 경단녀 지원



수제피자 전문 브랜드 피자알블로(대표 이재욱)가 알바몬과 업무 협약을 맺고 경력단절여성의 취업을 응원하는 '빛나라 캠페인'을 진행한다. 빛나라 캠페인은 신생아 출산 가정, 재취업에 성공한 경력단절여성, 사회초년생 등 빛나고 행복한 순간을 맞이한 사람들의 삶이 더 아름답게 빛날 수 있도록 응원하는 캠페인으로, '빛나라피자' 한 판이 판매될 때 마다 100원이 적립된다. 피자알블로는 이를 위해 알바몬을 통해 재취업에 성공한 경력단절여성들을 대상으로 사연이 포함된 신청서를 접수 받아 오는 12월까지 매달 5명씩을 선정해 10만원 상당의 상품 중 당첨자가 원하는 한 가지를 선물로 전달한다. 빛나라 캠페인 신청방법 및 자세한 사항은 피자알블로와 알바몬 홈페이지를 통해 확인이 가능하다.

탐앤탐스 레이싱팀, '2018 CJ 대한통운 슈퍼레이스 챔피언십' 출전



탐앤탐스(대표 김도균)의 레이싱팀이 4월 21일부터 22일까지 용인 에버랜드 스피드웨이에서 열린 '2018 CJ대한통운 슈퍼레이스 챔피언십(이하 슈퍼레이스)'

에 출전했다. 탐앤탐스 레이싱팀은 슈퍼레이스 BMW M 클래스 원메이크 레이스로 정식 프로 무대 데뷔를 했으며, 권형진 감독 지휘 하에 5명의 선수가 출전해 국내외의 유수의 선수들과 좋은 경기를 벌였다. 탐앤탐스가 출전하는 BMW M 클래스는 BMW의 고성능 스포츠카 M4 쿠페 모델로 펼쳐지는 레이시다. 이는 직렬 6기통 3.0L 트윈터보 엔진을 탑재해 선보이는 역동적이고 파워풀한 레이스로 많은 레이스 애호가들의 사랑을 받고 있다.

김가네, '2018년 신메뉴 및 마케팅 교육' 실시



(주)김가네(대표 김용만)가 운영하는 분식 브랜드 김가네가 5월 신메뉴 출시에 앞서 4월 21일부터 3일간 '2018년 신메뉴 및 마케팅 교육'을 진행했다. 전국 김가네 가맹점주들은 이번 교육에서 신메뉴에 대한 소개 및 시식테스트를 진행하고, 조리 시뮬레이션 교육을 이수했다. 특히 참관형 교육이 아닌 참여형 교육으로 진행하여 가맹점주들이 높은 집중력을 보인 것으로 전해진다. 신메뉴 교육에 앞서 최근 변화된 외식트렌드를 반영한 신메뉴 출시전략과 함께 사전 메뉴테스트 및 고객 설문조사 결과 발표가 먼저 진행됐다. 또한 최근 최저임금 인상으로 인건비 부담이 급증한 가운데 교육현장에 키오스크(무인결제기)시스템 체험 공간을 마련해 가맹점 선택의 폭을 넓힐 수 있도록 신경 썼다.

한국집보리집월드, 체험형 팝업스토어 5곳 운영



한국집보리집월드(대표 박기영)가 '집보리 플레이앤뮤직샵'의 체험형 팝업스토어 운영을 결정했다. 이번 팝업스토어는 집보리 플레이앤뮤직샵의 다채로운 완구·교구 직접

제품을 체험할 수 있는 기회를 제공하기 위해 마련됐다. 여기서는 입체 자석 완구 맥포머스를 비롯해 클릭포머스, 돌체, 레이저페고 및 집보리 브랜드 교구를 선보일 예정이다. 집보리 플레이앤뮤직샵 팝업스토어는 신세계백화점·현대백화점 등 국내 주요 백화점 전국 5개 지점에서 만나볼 수 있다. 운영 기간은 최장 다음달 10일까지로 각 점포 별로 상이하다. 팝업스토어를 찾은 소비자들을 위해 할인 혜택 제공 및 다양한 프로모션도 진행한다. '맥포머스 브레인 마스터 세트'를 21% 할인된 가격에 판매한다. 7만원 이상 제품 구매 시에는 '집보리 정리함'을 증정하고 10만원 이상 구매 시에는 '맥포머스 스페셜 팩'을 증정한다.

크린토피아, '깨끗한 교복 물려주기' 10주년 캠페인



세탁 전문 기업 크린토피아(대표 이범택, 이범돈)는 사회 공헌 캠페인 '깨끗한 교복 물려주기' 10주년을 기념하기 위해 크린토피아 모델 윤두준이 군산

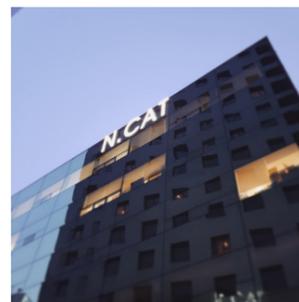
중앙여자고등학교에 방문해 학생들에게 나눔의 가치를 전달했다고 밝혔다. '깨끗한 교복 물려주기' 캠페인은 크린토피아가 각 학교에서 수거한 교복을 모아 필요한 학생에게 물려줄 수 있도록 세탁해서 돌려주는 사회공헌 캠페인으로, 2009년 시작해 업계 최장기간 동안 이어지고 있다. 모델 윤두준은 중앙여고 학생들과 나눔에 대한 생각을 공유하며 캠페인의 의미를 되새기는 한편, "교복을 물려 입으면 부담도 덜고 서로 나누는 방법을 배울 수 있다"고 의미를 설명했다.

죽이야기, 중구여성플라자와 '힐링클래식' 음악회 개최



네가지 맛 치킨 '세계절치킨'을 출시한 치킨 프랜차이즈 치킨파티가 가맹점 홍보를 지원하기 위한 다양한 지원책을 담은 상생발전안을 4월 16일 발표했다. 우선 치킨파티는 배달앱 광고비 지원을 실시한다. 죽 프랜차이즈 죽이야기(대표 임영서)가 중구여성플라자와 함께 '피아니스트 조윤미의 힐링클래식' 음악회를 4월 16일 개최했다. 죽이야기 음악감독으로 활동 중인 피아니스트 조윤미가 진행하는 힐링클래식 공연은 '문화의 중심, 여기는 중구'라는 주제의 토크콘서트 형태로 열렸다. 피아니스트 조윤미는 "문화가 교육이고, 교육이 곧 문화다"라며 "문화의 미래는 다양한 문화를 접하며 자란 청소년들에게 달려있다"고 강조했다. 임영서 죽이야기 대표는 "클래식 음악을 통한 지역주민의 감성 치유를 위해 3년 동안 매월 힐링클래식 행사를 진행하고 있다"라며 "감성이 충만해지는 봄, 죽이야기가 마련한 다채로운 문화생활로 마음을 치유하길 바란다"라고 말했다.는 포상제도를 시행하여 일에 지친 점주님들께 휴식과 힐링의 기회도 제공하고 있다.

못된고양이, '2018 소비재 선도기업 육성사업 업체' 선정돼



엔캣의 패션 액세서리 브랜드 못된고양이(대표 양진호)가 우수한 품질과 디자인, 매출 성장 등으로 2018년 '소비재 선도기업 육성사업 업체'에 선정됐다. '소비재 선도기업 육성사업'은 산업통상자원부와 대한무역투자진흥공사(KOTRA)에서 지원하는 사업이다. 못된고양이는 이번 선정으로 인해 코트

라와 함께 해외 유망 시장을 분석해 목표 시장을 선정하게 되며, 코트라 거점 지역 무역관의 밀착지원을 통해 현지 판매 확대를 위한 맞춤형 마케팅 지원도 받게 된다. 못된고양이 관계자는 "미국, 싱가포르 등 해외에 성공적으로 진출한 경험과 향후 코트라에서 지원하는 다양한 서비스를 기반으로 더 많은 해외 진출의 성공 사례를 지속적으로 만들어갈 계획"이라고 밝혔다.

돈까스클럽, 신규매장 '위례점' 오픈



유리피안 패밀리 레스토랑 돈까스클럽(대표 이규석)이 신규 매장 '위례점'을 오픈했다. 위례신도시에 위치한 돈까스클럽 '위례점'은 기존 대형 매장과는 차

별화된 중소형 매장이다. 메뉴 구성도 중소형 매장 규모에 맞게 특화시켰다. 오픈을 기념하여 지난달까지 평일 3만원 이상 결제 고객들에게 에이드 한 잔 또는 크림생맥주 한 잔을 무료로 제공하는 이벤트를 진행한 것으로 알려졌다. 한편 돈까스클럽은 여유로운 휴식을 즐기길 원하는 가족단위 손님과 단체손님들의 관심을 받고 있는 외식 프랜차이즈이다. 원스톱(one-stop) 외식 전문 카테고리 매장으로 돈까스, 스파게티, 샐러드 등 다양한 외식 메뉴들을 한 곳에서 즐길 수 있다.

본도시락, 수원 KT위즈파크점 재개장



본아이에프(주)(대표 김철호, 김명환)의 한식 도시락 브랜드 본도시락이 2018 프로야구 시즌을 맞이해 수원 'KT위즈파크점'을 재개장하고 도

시락과 맥주로 구성된 신메뉴 도맥을 출시했다. 본도시락 'KT위즈파크점'은 수원 KT가 홈 경기장으로 사용하는 KT위즈파크에 입점한 매장으로, 국내 프로야구 시즌에만 한시적으로 운영된다. 일반 매장과 달리 야구장에서만 맛볼 수 있는 '야구장 전용 도시락 세트'와 원하는 도시락과 맥주를 함께 즐길 수 있는 '도맥 세트' 등을 판매할 예정이다. 본도시락은 KT위즈파크를 찾은 야구 관람객들의 도시락 수요를 만족시키고, 새로운 야구장 먹거리 트렌드를 이끌어 나간다는 계획이다.

SPC그룹, 장애인의 날 맞이 사회공헌활동 진행



SPC그룹은 4월 17일, 장애인의 날을 앞두고 경기도 성남시 중원구 산성대로에 위치한 장애인생활시설 '소망재활원'을 찾아 80여명의 장애인들과 함께 아이스크림 파티를 열고 식사보조 등 봉사활동을 진행했다.

또한 서울특별시 용산구, 전라북도 김제시 등 지역사회에서 진행되는 '장애인의 날' 행사에도 간식용 빵 2천여 개를 후원했다. SPC그룹 관계자는 "장애인의 날을 앞두고 임직원과 장애인이 한자리에 모여 즐거운 시간을 보낼 수 있는 행사를 마련했다"라며 "앞으로도 장애인에 대한 인식을 제고하고 장애인의 재활의욕을 고취할 수 있는 활동을 지속적으로 펼칠 것"이라고 밝혔다. 한편, SPC그룹은 장애인 자립 지원과 일자리 창출 등 장애인을 대상으로 다양한 사회공헌활동을 진행하고 있다.

커브스, 2018년도 부트캠프 다이어트 서바이벌 개최



(주)커브스(대표 김재영)가 운영하는 여성 전용 피트니스 프랜차이즈 커브스가 '2018 커브스 부트캠프 다이어트 서바이벌'을 개최한다. '2018 커브스 부트캠프'는 매년 여름을 앞두고 실시하는 프로모션으로, 커브스만의 혹독한 고강도 운동을 통해 전국 커브스 회원들이 서로 경쟁하는 방식으로 다이어트에 도전하는 캠프이다. 올해는 5월 14일부터 6월 30일까지 7주간 진행 예정으로, 5월 8일~12일 중 커브스 클럽에서 체성분 측정을 마친 커브스 회원은 누구나 참가할 수 있다. 7주간의 부트캠프 종료 후 결과를 종합한 우승자 발표는 7월 13일 예정이며, 2018 커브스 부트캠프에 관한 자세한 사항은 가까운 커브스 클럽에 문의하거나 네이버 커브스 커뮤니티에서 확인할 수 있다.

엔제리너스, 롯데백화점에 기존 매장과 차별화된 고급 매장 열어...



롯데 계열 커피 프랜차이즈인 엔제리너스가 4월 20일, 서울 중구 소공동에 위치한 롯데백화점 본점 13층에 엔제리너스 스페셜티 소공점을 개장했다. 이는 백화점 전용 프리미엄 커피 전문 매장으로 기존에 있던 고급형 매장인 엔제리너스 스페셜티와도 차별화시켰다. 약 140㎡의 공간에 천연대리석과 금속 구조물 등 기존 매장에서는 볼 수 없었던 최고급 소재를 사용해 매장을 디자인했고, 매장 중앙에 바리스타 공간도 만들어 고급 커피 전문점 분위기를 살렸다. 또한 모든 커피 원두 함량을 기존 커피보다 50% 이상 높였고, 케냐·에티오피아·콜롬비아산 아라비카 원두만 사용하는 것이 특징이다.

한촌설령탕, 한결 같은 정직한 맛으로 70호점 돌파



외식 기업 (주)이연에프엔 씨(대표 정보연)가 운영하고 있는 대한민국 대표 설령탕 브랜드 '한촌설령탕'이 최근 김포 풍무점 오픈으로 70호점을 돌파했다. 한촌설령탕은 1982년에 개점한 감미육이 전신으로 무려

30년 이상을 지켜온 한결 같은 맛과 품질을 유지하고 있는 브랜드다. 지난 2012년 가맹사업을 시작한 이후 약 6년 만에 70개의 매장을 보유한 한촌설령탕은 타 외식 브랜드와 달리 가맹 사업의 속도보다 내실을 최우선 가치로 삼고 있다. 한촌설령탕은 느리게 가되 제대로 가자는 본부와 가맹점의 공동된 철학을 바탕으로 앞으로도 차근차근 함께 갈 수 있는 사람들과 매장을 운영하며 국내 대표 설령탕 브랜드로 자리를 확고히 할 계획이다.

파리바게뜨, 야관문수리 이벤트도 함께 진행 가정의 달 제품 30종 출시



파리바게뜨가 5월 가정의 달을 맞아 '감사와 사랑이 빛나는 5월'을 주제로 기획 제품 30종을 출시한다고 23일 밝혔다. 파리바게뜨는 케이크 상단의 상어인형 장식을 누르면 '상어가족 노래'가 흘러나오는 '노래하는 핑크퐁과 상어가족의 피크닉', 케이크 위의 장식에서 노래가 흘러나오는 '콩순이 공룡송케이크', 휴대전화 불빛을 비추면 뽀로로와 크롱 장식이 춤을 추는 '이집트에 간 트레블러 뽀로로' 등 어린이들이 좋아하는 인기 캐릭터와 협업한 제품을 선보인다. 파리바게뜨 관계자는 "가정의 달을 기념해 인기 캐릭터와 협업하고 제철과일을 활용한 다양한 제품을 기획했다"라며 "앞으로도 특별한 날을 의미있게 보낼 수 있는 이색 실속형 제품을 선보일 것"이라고 말했다.

장수돌침대, 가정의 달 맞이 이벤트 실시



장수돌침대(대표 장순옥)가 '가정애달 귀한 선물, 5월 이벤트'를 5월 15일까지 진행한다고 밝혔다. 장수돌침대에서 진행되는 이번 행사는 가정의 달을 맞이하여 인기 제품을 특가로 가져갈 수 있는 기회다. 장수돌침대 공식 대리점에서 장수돌침대와 장수돌소파를 구매한 전 고객들에게 돌침대 전용 패드를 증정하며 금액대별로 사은품도 증정할 예정이다. 구매금액 200만 원 이상부터는 프리미엄 건강베개 및 목 어깨 온열 안마기를 증정한다. 한편, 장수돌침대 관계자는 성수기를 맞아 유사 상표에 따른 피해를 줄이기 위해 소비자들이 구매 전에 다시 한 번 상표를 꼼꼼히 살펴볼 것을 당부했다. 장수돌침대 정품을 구분하는 방법은 제조원이 '(주)장수산업' 혹은 '장수돌침대★★★★'라고 되어 있는지 확인하면 된다.

디딤 레스토랑 '풀사이드228', 메뉴 새 단장



외식 전문기업 (주)디딤(대표 이사 이범택)의 직영 브랜드 중 하나인 레스토랑 '풀사이드228'이 메뉴를 개편하고 새 단장에 나섰다. 풀사이드228은 진한 풍미의 '라구 피자'와 '라구 파스타', 비주얼이 돋보이는 '눈꽃 치즈 파스타', '바비큐 플레이트' 등 다양한 메뉴를 새롭게 추가했다. '풀사이드228'은 브랜드 이름처럼 수영장이 레스토랑 안에 있어 이국적이면서도 로맨틱한 분위기가 돋보이는 이색 명소로, 현재 인천 송도와 청라 두 개의 매장을 운영 중이다. 디딤 관계자는 "이번 풀사이드228의 메뉴 개편은 고객들에게 트렌드와 대중성을 반영한 새롭고 알찬 메뉴를 선보이기 위해 기획됐다"라며 "앞으로도 메뉴에 대한 연구를 통해 계속해서 고객들에게 맛 있고 색다른 음식들을 선보일 수 있도록 노력하겠다"라고 말했다. **KFN**



한반도 정세 변화 속 한중관계 회복 기대 솔솔 부유한 3선도시 판진시의 한류 테마관 ‘불야성’ 관심

중국 판진시의 ‘불야성’이 프랜차이즈업계의 관심을 끌고 있다. 불야성은 코리아타운으로 기획되어 이미 2년여 전 한국 프랜차이즈 기업인 30여명이 현지 시찰을 하며 적극적으로 진출을 고려했던 곳이다. 하지만 ‘사드’로 한중 관계가 얼어붙으면서 그동안 구체적이고 실질적인 진출이 이뤄지지 못하고 있다가 최근 한반도 주변 정세에 변화가 생기면서 다시 관심을 끌고 있다.

판진시는 우리나라에서는 별로 알려지지 않은 중국의 3선도시다. 1선도시인 북경 상해 등은 이미 투자 매리트를 잃어버린 지 오래다. 임대료 인건비 등 모든 비용이 한국 못지않게 높은 수준이고 중국 기업은 물론 중국에 진출한 세계 각국 기업들의 경영장이 되어 치열한 경쟁 속에서 생존해야 한다. 이에 비해 앞으로 개발 투자가 본격화될 중국 3,4선 도시들은 무한한 가능성을 갖고 있다.

그중에서도 판진시는 관심을 가져볼만한 중소 도시 중에 하나다. 중국 3대 유전개발 도시로 요녕성 지방 자치시 중 자동차 보급률이 가구당 1.9대에 이를 만큼 GDP가 높다. 판진시 인근에 있는 흥해탄은 중국을 대표하는 관광지로서 5월에서 11월 사이에는 중국 전역에서 연간 1천만명이 이곳을 찾을 정도로 유명하다.

판진시는 석유를 비롯해 풍부한 자원 기반에 관광도시의 명성을 더해서 새로운 볼거리 먹거리 등 다양한 경험을 즐길 수 있는 상업시설을 확충하면서 중국 전역의 관광객을 기반으로 도시를 발전시켜나간다는 계획을 갖고 있다.

WRITE 이경희(한국창업전략연구소 소장)/변명식(장안대 교수)

중국 내 코리아타운의 대표적인 성공 사례

판진 불야성은 판진시의 관광 명소인 흥해탄 및 예술인마을과 함께 여행패키지에 포함되어 중국 전역에 홍보될 계획이라 불야성 입주 시 중국 전역의 관광객과 접촉을 통해 브랜드를 알릴 수 있다는 이점을 갖고 있다. 불야성은 중국의 민영상업부동산기업인 상역그룹이 시행 관리하는 상업용 시설이다. 한국인인 상역그룹 강건우 부사장은 불야성을 중국 내 코리아타운의 대표적인 성공 사례로 만들 계획이라고 밝혔다. 불야성이 들어선 지역은 판진시의 신항개발지로, 인근에는 완다광장을 비롯해 6개의 쇼핑센터가 올해 추가 오픈을 준비하고 있다.

중국내 업체들로 이미 입점이 완료된 완다광장은 현재 지역 중심 쇼핑센터로 성공적으로 운영되고 있다.

판진시의 경우 한국말을 쓰는 지역 주민들이 관심을 가지고 쳐다볼 만큼 한류 문화가 있지만 한국인들과의 접촉은 거의 없는 도시다. 따라서 한국인들의 직접 진출이 지역 주민들에게는 신기한 이슈가 될 수 있다는 게 불야성 측의 설명이다.

3만6천 평 대형 복합 쇼핑몰

불야성은 부지면적 12만 제곱미터, 총 건축면적 30만 제곱미터로 지하를 포함해 총 4층 규모다. 전체 상가 총 11만8800제곱미터(총 3만6천평) 부지 중 약 2만7700제곱미터(약8400평)이 한류 콘셉트로 채워질 예정이다.

불야성은 이름처럼 낮밤 없이 먹고 즐길 수 있는 공간으로 기획되었다. 지하에는 대형 사우나 시설과 e스포츠 게임장이 들어설 예정이다. 불야성 바로 옆에는 중국의 최대 유치원 그룹이 운영하는 직업테마관이 들어설 계획이다. 동북아에서 가장 큰 규모로 들어설 직업테마관은 자녀에게 각별한 지역의 젊은 부모들과 어린이 고객을 불야성으로 유입시키는데 도움이 될 걸로 전망된다.

불야성의 1층부터 3층에는 외식과 패션 등 다양한 한류 점포로 채워질 예정이다. 이중 3층은 외식테마관으로 꾸며져 한국의 맛을 중국 전역에서 물려드는 관광객들에게 알릴 계획이다. 입주 조건의 경우 기본 계약기간은 최고 2년에서 최대 10년이다. 신규 입점 상가이므로 권리금이 없고 한국과 달리 보증금이 없다. 입주자는 계약금으로 2년 치 임대료를 선납해야 한다.

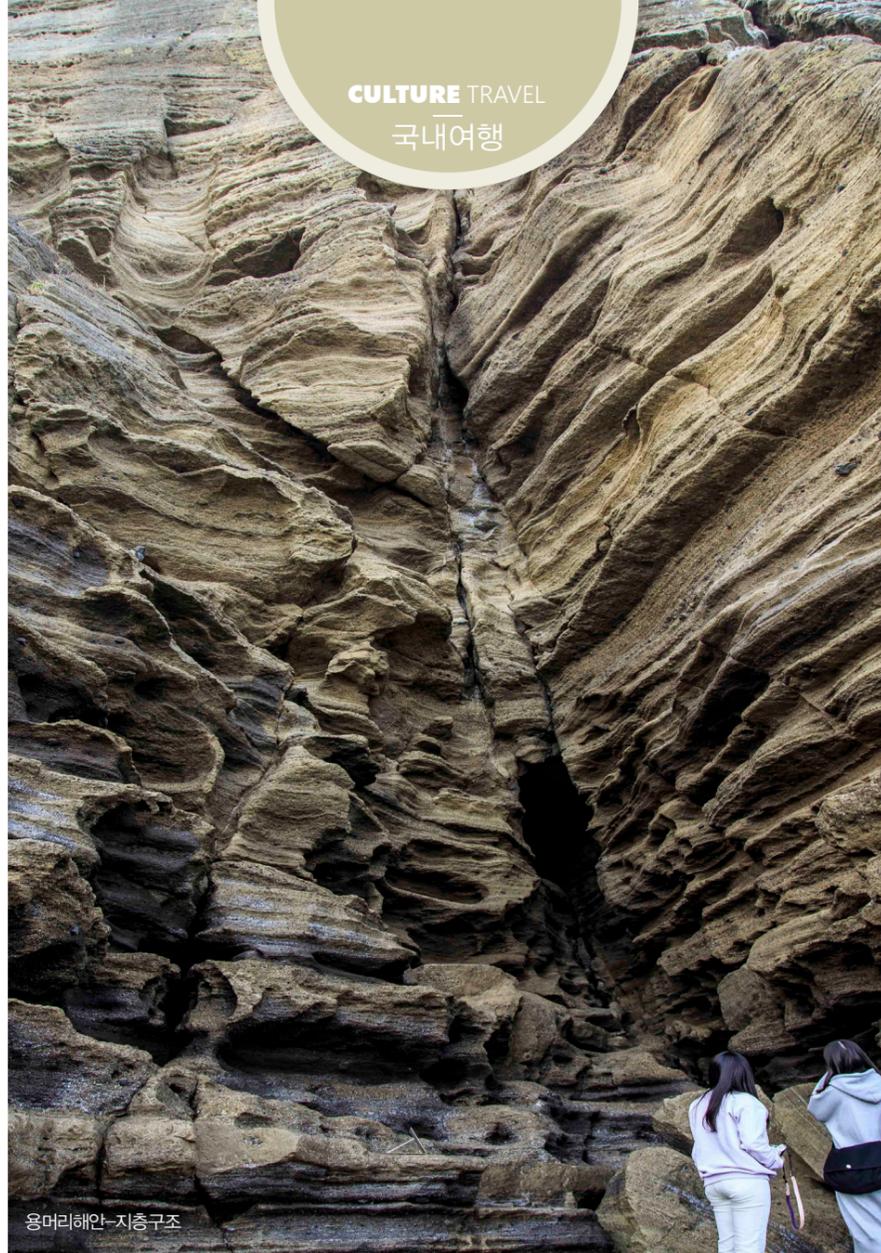


사업자등록까지 중국진출에 필요한 모든 것 지원

상역그룹은 관계자는 그동안 중국에 진출하는 한국 기업들이 어려움을 겪었던 가장 큰 이유 중에 하나가 기업들의 개별 진출이라고 말한다. 개별기업들이 해외투자기업에 대해 까다로운 중국 내 각종 법률 및 행정 업무를 하는 가운데 기업의 부담과 비용이 커졌던 것이다. 이 점에 착안해 상역그룹은 단체로 입점하는 사업자들에게 대해서 사업자등록과 같은 행정업무는 물론 공상은행에 사업자 통장 개설 등을 지원할 계획이다. 또 한국에서 입주하는 기업의 직원들이 머물 수 있는 저렴한 가격대의 숙소를 알선할 계획이다. 숙소용 아파트 임대료는 신축 원룸 풀옵션 기준으로 월 12만원선이며 6개월 선납 조건이다. 상업부동산 기업인 상역그룹은 입주 기업들에 대한 중국 내 행정편의와 서비스를 적극적으로 제공할 계획이라고 밝히고 있다. 상역그룹이 중국 전역에서 부동산을 개발하는 회사라는 점을 감안하면 불야성 한류 테마관이 성공할 경우 동일한 형태로 중국 전역의 쇼핑몰에 진출이 가능하다는 것이 장점이다. 해외 투자 기업에 대해서 엄격한 중국 시장 특성을 고려한다면 믿을 수 있는 기업의 보호와 우산 아래서 안전하게 사업하고 수익을 내라는 게 상역그룹 측 입장이다.

우리나라 프랜차이즈 산업은 성숙기를 맞았다. 기업체 사이에서는 한국 내에서의 성장이 어느 정도 포화상태에 이르렀다는 의견이 지배적이다. 이 때문에 해외 진출을 적극 고려하고 도전하는 기업들이 늘어나고 있다. 하지만 최근 세계는 자국의 이익을 중심으로 신보호무역주의가 확산되고 있어 해외 현지에 직접 진출하는 일은 중국이든 미국이든 국가가 어느 곳 이든 상관없이 신중하게 접근해야 한다. 초기 투자비 못지않게 지속적인 투자가 필요할 수 있다는 점을 감안해야 한다. 인력 채용과 유지 관리, 현지 법률 조건에 맞춘 운영, 특히 자국에 유리한 방향으로 자주 바뀌는 경제 정책과 각종 법률에 잘 적응하려면 해외 진출에 대한 전문성을 꾸준히 축적해 나가야 한다.

현지에 대한 정보를 충분히 수집해야 하며 보다 장기적인 안목으로 계획을 세우고 진출 업무를 수행해야 한다. 최고 의사결정권자 차원의 현지 상권 입지에 대한 사전 조사와 방문도 필수적이다. 현지 업무를 지원해줄 믿을 수 있는 파트너의 확보 역시 중요하다. **KIZI**



용머리해안-지층구조

산방산·용머리해안 지질트레일 태초의 제주와 조우하다

제주도에서 화산활동이 처음 일어난 곳은 어디일까? 서남부 해안 지대인 용머리해안은 원시 제주도의 모습을 보여주는 대표적인 지질 명소다. 제주도의 탄생 기원이 궁금하다면 이곳을 찾아보자. 산방산·용머리해안 지질트레일을 따라 걷는 동안 그 해답을 찾을 수 있다. 산방산·용머리해안 지질트레일은 세계지질공원 재인증 평가에 맞춰 종전 코스를 정비한다. 용머리해안을 중심으로 산방연대와 산방굴사를 둘러보는 A코스(약 2km, 1시간 30분 소요), 사계포구를 거쳐 마을 안길을 걷는 B코스(약 2.5km, 1시간 30분 소요), 산방연대에서 황우치 해변을 따라가는 C코스(약 5.7km, 2시간 30분 소요)로 나뉜다. 용머리해안 입구에 지질트레일 해설사가 상주해 오후 3시 이전이면 언제든지 해설을 요청할 수 있다.

제주도에서 화산활동이 처음 일어난 곳은 어디일까? 서남부 해안 지대인 용머리해안은 원시 제주도의 모습을 보여주는 대표적인 지질 명소다. 제주도의 탄생 기원이 궁금하다면 이곳을 찾아보자. 산방산·용머리해안 지질트레일을 따라 걷는 동안 그 해답을 찾을 수 있다.

산방산·용머리해안 지질트레일은 세계지질공원 재인증 평가에 맞춰 종전 코스를 정비한다. 용머리해안을 중심으로 산방연대와 산방굴사를 둘러보는 A코스(약 2km, 1시간 30분 소요), 사계포구를 거쳐 마을 안길을 걷는 B코스(약 2.5km, 1시간 30분 소요), 산방연대에서 황우치해변을 따라가는 C코스(약 5.7km, 2시간 30분 소요)로 나뉜다. 용머리해안 입구에 지질트레일 해설사가 상주해 오후 3시 이전이면 언제든지 해설을 요청할 수 있다.

용머리해안은 서로 다른 위치에서 화산이 세 번 폭발했는데, 분화구에서 터져 나온 마그마와 화산재가 다른 방향으로 흘러가며 완만한 언덕 모양 화산체인 응회환을 만들었다. 물결치듯 겹겹이 층을 이룬 지층 단면은 뜨거운 마그마와 차가운 바닷물이 만나 강력한 폭발을 일으킨 결과물이다. 마그마에 용해된 물질이 급속히 식으면서 모래알만 한 화산쇄설물이 형성되고, 이것이 반복적으로 쌓여 이색적이고 웅장한 원시 제주의 지질층이 탄생했다.

으로 공동체 문화가 발달한 것도 이 때문이다. B코스를 따라 산방산 자락에 펼쳐진 사계포구와 굽이굽이 이어진 마을 안길을 걷는 동안 지질 환경이 삶에 미치는 영향을 생각해볼 수 있다.

송악산은 산방산·용머리해안 지질트레일을 벗어나 사계포구에서 시원하게 뻗은 해안도로를 따라가면 나온다. 옥빛 바다를 사이에 두고 산방산과 용머리해안을 마주 보는 송악산은 너른 분화구 안에 깊고 작은 화구를 품은 이중 화산체다. 용머리해안과 같은 응회환 형태지만, 해안 절벽 위로 둘레길이 조성되어 또 다른 분위기를 느낄 수 있다.

하루를 마무리하는 추천 코스는 온천이다. 산방산탄산온천은 국내에서 희귀한 탄산 온천으로, 온천수에 몸을 담그면 신기하게도 온몸에 기포가 생긴다. 온종일 걷느라 쌓인 피로가 풀리며 몸이 한결 가벼워진다. 산방산을 감상하며 노천탕을 즐겨도 좋다.

제주도의 푸른 밤이 아쉽다면 포레스트팍타지아(옛 제주조각공원)를 찾아보자. 숲 속을 유영하는 범고래, 우아하게 빛나는 백조와 반짝이는 순록이 뛰어노는 환상적인 밤 풍경이 펼쳐진다. 산방산탄산온천 이용객은 30% 할인 혜택이 주어진다.



언덕 아래 탐방 코스를 따라가면 해안가에 드러난 독특한 지층 구조를 눈으로 확인할 수 있다. 가늠조차 할 수 없는 시간이 켜켜이 쌓인 그곳은 태초의 제주나 다름없다. 가만히 귀 기울여보라. 끊임없이 철썩대는 파도가 제주도가 태동하던 때의 맥박 소리처럼 들린다.

용머리해안은 바람이 거세거나 파도가 높은 날엔 출입이 금지된다. 1년 중 관람 가능한 날이 200일이 채 안 된다니, 날씨 운이 따라야 태초의 제주와 조우할 수 있다. 하루에도 몇 번씩 기상이 변하므로, 출발 전에 탐방안내소에 관람이 가능한지 문의하는 것이 좋다.

용머리해안을 한 바퀴 돌고 언덕 위로 발걸음을 옮기면 곧 산방연대가 보인다. 선조들이 사용한 통신수단으로, 봉수대와 같이 햇불과 연기를 피워 적의 침입을 비롯해 급한 소식을 알린 곳이다. 지금은 용머리해안과 화순항, 송악산이 파노라마처럼 펼쳐지는 최고의 전망대로 꼽힌다. 길은 이곳에서 산방산을 오르는 A코스와 황우치해변을 따라가는 C코스로 갈린다. C코스는 현재 탐방로 왼쪽에 도로 확장 공사가 진행되어 안전에 각별히 주의해야 한다. 산방산은 용머리해안과 함께 제주에서 오래된 화산지형으로 꼽힌다. 점성이 높은 조면암질 용암이 흐르지 못하고 계속 쌓이면서 분화구가 없는 용암돔 형태로 굳었다. 산중턱에 자연적으로 형성된 산방굴사가 유명하다.

화산 모양인 제주도는 땅이 척박해 예부터 밭을 주로 경작했으며, 빗물이 고이지 못하고 스며들어 물이 무척 귀했다. 지하에서 솟아나는 용천수를 중시

산방산 인근에 자리한 제주추사관도 가볼 만하다. 추사 김정희 선생은 1840년 윤상도 옥사 사건에 연루되어 제주에서 약 9년간 유배 생활을 했다. 선생은 이곳에서 일생의 역작인 추사체를 완성했으며, <김정희필 세한도>(국보 180호)를 그렸다. 제주추사관에서 여전히 살아 숨 쉬는 선생의 흔적을 확인할 수 있다.

최근 문을 연 제주신화월드드는 테마파크와 쇼핑, 다이닝, 숙박 등을 한자리에 즐길 수 있는 복합 문화 공간이다. 곳곳에 인기 캐릭터 라바가 숨어 있는 다양한 어트랙션, 지드래곤이 설계와 디자인에 참여한 'GD카페', 한류 콘텐츠 공간 'YG리퍼블릭' 등 흥미로운 볼거리가 많다. [K77]

<당일 여행 코스>

산방산·용머리해안 지질트레일—송악산 둘레길—산방산탄산온천—포레스트팍타지아

<1박 2일 여행 코스>

첫째 날/산방산·용머리해안 지질트레일—송악산 둘레길—산방산탄산온천—포레스트팍타지아
둘째 날/제주추사관—제주신화월드

○ 축제와 행사 정보

- 가파도청보리축제 : 2018년 4월 10일~5월 10일, 가파도 일원, 064)794-7130(가파리사무소), <http://70ni.seogwipo.go.kr>

○ 주변 볼거리

군산오름, 노리매공원, 제주항공우주박물관, 오설록티뮤지엄, 화순곶자왓 생태탐방숲길, 환상숲곶자왓공원, 차귀도, 알뜨르비행장 등



시애틀 신 개념 음악 축제

시애틀의 신 개념 음악 축제 <업스트림 뮤직 페스트>

라이브 공연과 컨퍼런스를 묶은 새로운 타입의 음악 축제인 <업스트림 뮤직 페스트 + 서밋>이 오는 6월 1일부터 3일까지 시애틀에서 개최된다.

<업스트림 뮤직 페스트 + 서밋>은 지난 해 3만명 이상의 관람객을 유치, 성공적인 첫 선을 보이며 시애틀 대표 음악 축제로 자리매김했다. 올해는 약 200개의 세계적인 음악 팀이 대거 참여, 다채로운 장르의 공연을 선보일 예정이다.

특히, 그라미 어워드 수상 이력의 록밴드 '플레밍 립스(Flaming Lips)'를 비롯, R&B 싱어송라이터 '미겔(Miguel)' 등이 무대에 올라 라이브 공연을 선보인다. 뿐만 아니라, 음악에 관심 있는 일반인이라면 누구나 참여할 수 있는 컨퍼런스 형식의 <서밋>을 축제 기간 중 진행해, 음악 예술 업계 동향에 대한 자유로운 토론의 장을 마련한다.

<업스트림 뮤직 페스트 + 서밋>은 센추리링크 필드 광장에 위치한 2개의 메인 스테이지를 포함, 도시의 주요 관광 명소인 파이오니어 스퀘어에 있는 15개의 바와 클럽 등 이색적인 장소에서 진행된다.

입장권은 1일권 \$70(한화 약 7만 5천 원)부터 VIP 패스까지 다양하게 구성되어 있으며, 공식 웹사이트에서 예매 가능하다.

www.upstreammusicfest.com



미세먼지 청정지역, 시애틀의 도심 휴식처

미세먼지의 영향으로 온화한 날씨에도 야외 활동을 자제해야 하는 요즘, 맑은 공기와 휴식을 경험할 수 있는 시애틀 도심 공원이 관광 명소로 떠오르고 있다. 시애틀에는 볼런티어 식물원, 워싱턴 파크 수목원, 장미 정원 등 도심 한 복판에 대형 공원이 위치해 관광객들뿐만 아니라 로컬들에게도 도심 속 휴식처를 제공한다.

1. 볼런티어 식물원: 시애틀 유명 관광 지역인 캐피톨 힐에 있는 볼런티어 공원은 도심 속에서도 자연을 만끽할 수 있는 곳으로 유명하다. 특히, 공원 내 위치한 식물원은 100여 년 된 빅토리아 스타일의 유리 온실 정원으로, 이색적인 분위기를 자아내 최고의 사진 명소로도 꼽힌다. 입장료는 \$4(성인 기준, 한화 약 4200원)이며, 매월 첫 번째 목요일과 토요일에는 무료 입장이 가능하다.

2. 워싱턴 파크 수목원: 워싱턴 대학교 소재의 워싱턴 파크 수목원은 1km 길이의 아젤리아 웨이(Azalea Way) 산책로가 인기며, 이곳의 목련 컬렉션은 북미 최고로 꼽힌다. 매일 오전 9시부터 오후 5시까지 무료로 개방된다.

3. 수어드 공원: 약 120만m2 부지에 조성. 그 중에서도 레이크 워싱턴을 따라 조성된 약 3.8km 길이의 산책로는 자전거를 타거나, 조깅, 산책을 즐기기에 최적의 코스를 제공하며, 시애틀 다운타운의 스카이라인과 레이니어 산을 한눈에 감상할 수 있다.

4. 우드랜드 파크 로즈 가든: 총 200여 종의 장미와 3,000여 종의 식물이 전시된 우드랜드 파크 로즈 가든은 연중 상시 무료입장 가능하며, 오전 7시 반에 개장해 오후 6시까지 운영한다. **KFN**

자료제공 : 시애틀 관광청



뉴욕관광청 내셔널 지오그래픽 인카운터

뉴욕 미드타운의 새로운 핫플레이스

자료제공 : 뉴욕관광청

스페이스케이프, 미식축구 체험관, 내셔널 지오그래픽 오션센터 오픈

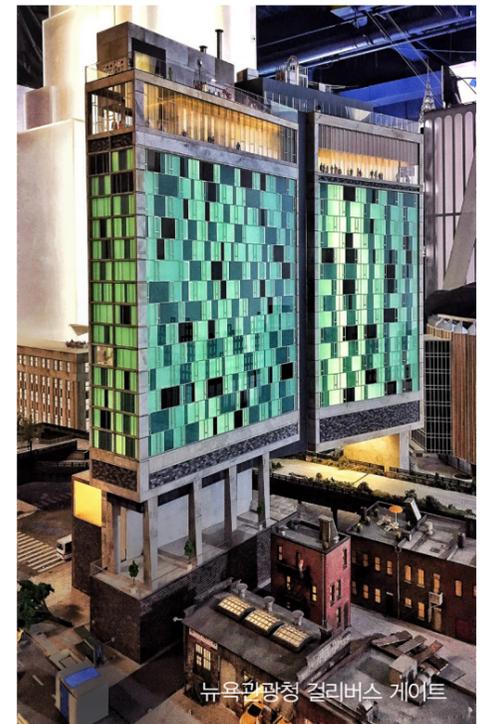
뉴욕 맨해튼의 중심 지역인 미드타운이 뉴욕의 떠오르는 핫플레이스로 다시 급부상하고 있다. 미드타운은 타임스퀘어, 엠파이어 스테이트 빌딩, 록펠러 센터, 브로드웨이 등 뉴욕 대표 관광 명소들이 위치한 지역으로, 최근 이색적인 복합 문화 공간이 속속 오픈하면서 뉴욕을 찾는 관광객들의 발길이 이어지고 있다.

1. 스페이스케이프 : 지난 2월 16일 비밀 요원의 세계를 체험할 수 있는 '스페이스케이프' 전시 센터가 개장했다. 센터 내부에는 전설적인 스파이들에 대한 역사와 그들이 사용했던 전문 프로파일링 도구, 거짓말 탐지기 체험, 레이저 터널 탈출 등 관람객이 직접 스파이 활동을 체험해 볼 수 있는 공간들로 구성되었다.

2. NFL (내셔널 풋볼 리그) 익스피리언스 타임스퀘어 : 지난 12월, 타임스퀘어에 미식 축구 체험장인 'NFL 익스피리언스 타임스퀘어'가 개장했다. 체험장은 4D 상영관, 훈련 체제와 전략 등을 소개하는 디스플레이관, 선수 체험관 등으로 구성되었다. 특히 챔피언십 기념품을 전시하는 별도의 공간이 마련되어 있어, NFL 매니아라면 꼭 둘러봐야 할 명소로 꼽힌다.

3. 내셔널 지오그래픽 인카운터, 오션 오디세이 : 내셔널 지오그래픽에서 직접 기획한 체험형 전시 공간으로 실제 물과 물고기가 아닌 영상과 스크린을 이용해 해양 생태계를 체험할 수 있다. 관람객들은 실사 애니메이션, 대형 터치 스크린 등 최첨단 기술을 이용해 해저 체험을 하게 된다. 본 디지털 아쿠아리움은 그라미 수상 경력의 아티스트들이 직접 연출해 화제를 모았다.

4. 걸리버스 게이트 : 작년 타임스퀘어 중심부에 개장한 '걸리버스 게이트'는 뉴욕 시를 포함, 전 세계 50개국의 관광명소 300곳 이상을 미니어처 모형으로 재현해놓은 실내 전시관이다. 관람객들은 미국 후버탑, 로마 콜로세움, 이집트 피라미드, 중국 만리장성 등 전 세계 명소들을 미니어처 모형 및 3D로 감상할 수 있다. **KFN**



뉴욕관광청 걸리버스 게이트

소규모 가맹본부에게도 9000만원 과징금 부과

최근 공정거래위원회는 가맹점 수 24개에 불과한 장어 전문점 가맹본부 무한 컴퍼니(주)에게 과징금 9,000만원을 부과했다.

2010년대 초반까지만 해도 가맹사업의 공정화에 관한 법률(이하 가맹사업법)을 위반한 프랜차이즈 가맹본부에게는 시정조치 혹은 시정권고 정도가 부과되는 것이 당연한 수순이었다. 따라서 가맹본부들에게 자문할 때, 과징금이 나오지 않는다는 전제로 수습책을 논의했던 시절이었다. 벌칙에 과징금을 부과할 수 있다는 규정이 있음에도 과징금이 아닌 시정명령만이 내려지는 이유에 대해, 한국 프랜차이즈 가맹본부들의 규모가 비교적 작고 시장이 작고 열악한 점을 고려한 공정위의 배려라는 게 중평이었다.



PROFILE

WRITE 배선경

서울중앙지방법원 조기조정위원(2014-현재)
BKLA(British Korean Lawyers Association) 구성원
(사)대한가맹거래사협회 가맹점피해구제위원회 위원
국민권익위원회 가맹사업법 공정화에 관한 법률개정안 자문
소상공인센터 불공정거래피해 상담위원(2016-현재)
(사)한국전문기자협회 프랜차이즈 소송부문 우수변호사
☎ +82 010-5472-0157 02)568-2420
✉ wsj@cdri.co.kr



과징금 부과 사례 늘어

그러던 것이 2013년 초, 가맹점들에게 점포 이전·확장인테리어 공사를 강요했다는 사유로 (주)파리크라상에 5억 7200만 원의 과징금이 최초로 부과되면서 전체 프랜차이즈 업계에 놀라움의 파장을 불러 일으켰다.

작년 여름 국회 정무위원회 소속 더불어민주당 제윤경 의원은 공정거래법 위반에 대한 과징금을 전반적으로 2배 상향하는 내용을 골자로 하는 개정안을 대표 발의하며 "우리나라의 공정거래법 위반 과징금 수준은 선진국에 비해서 턱없이 낮다. 과징금이 부당이득보다 작으면 공정위의 제재는 실효성이 떨어진다"고 주장했다.

이에 발맞추어 지난해 12월 공정위는 세제, 마스크, 일회용 손가락 등을 가맹점주에게 비싸게 강매한 '바르다김선생'에 과징금 6억4300만원 부과했다. 2018년 3월 가맹점주들에게 매장 인테리어를 강요했다는 사유로 치킨 프랜차이즈 BBQ에 과징금 3억원을 부과했다. 바야흐로 역대 과징금 시대가 도래한 것이다.

가맹점주를 오히려 행정처분에 반발

그런데 이상한 일이 발생했다. 지난해 12월 치킨 맛의 동일성을 유지하는 데 무관한 50개 품목을 강제했다는 사유로 '가마로강정' 마세다린에 5억5100만원의 과징금을 부과하고 시정명령을 내렸는데, 오히려 가맹점주들이 정부의 이러한 행정 처분에 반발한 것이다. 가마로강정 점주협회 최용우 대표점주는 기자회견을 열고 공정거래위원회의 잘못된 (조사)발표로 가맹본부와 가맹점이 위기에 처했다며 "본사와 함께 공정위가 부과한 벌금에 이의신청을 하고 행정소송 절차를 진행할 것"이라고 말하고, 가맹본부(마세다린)와 함께 공정위의 시정명령에 대해 이의신청을 내고 법적 대응에 나설 것을 선언했다. 과징금 부과한도를 올려 프랜차이즈 본사의 갑질 행위가 줄어들면 가맹점주 등 경제적 약자에게도 큰 도움이 될 것이라는 공정위의 논리가 빛을 잃는 대목이다.

영세 가맹본부에도 철퇴

그래도 지금까지는 규모가 큰 가맹본부에 대해서만 과징금이 나왔는데, 2018년 봄, 드디어 가맹점이 20여개밖에 되지 않는 소규모 가맹본부에게도 9000만원의 과징금이 부과되었다. 한국프랜차이즈산업협회에 따르면 가맹 본부의 94.2%가 매출액 200억 원 미만 영세 기업이다. 가맹본부가 과징금만 내면 끝이 아니다. 점주들과의 기나긴 민사소송이 기다리고 있다. 이 과정에서 영세 가맹본부는 오히려 가맹사업을 포기하고 파산 신청을 하는 경우도 다수 목격했다. 오히려 다수의 가맹점주들이 피해를 본다. 과징금 부과가 프랜차이즈 산업에 미치는 나비 효과에 대해 공정위도 심사숙고해야 할 측면이다. **KFN**



최인용세무사의 프랜차이즈 절세 가이드 프랜차이즈 본사 기업가치평가를 통해 절세하기

우리나라 대부분의 프랜차이즈 본사법인은 12월말이 결산이다. 법인세 신고를 하는 3월이면 기업들이 작년 한 해 동안 얼마나 손익을 냈는지를 신고하여 세금을 낸다. 이익이 난 기업은 세금을 내게 된다. 손실이 난 기업은 세금이 없거나 환급을 받을 수 있다. 그러나 이익이 난 본사도 손실이 난 프랜차이즈 본사도 비상장 법인이라면 기업가치 평가를 통해 미래의 세금을 대비할 수 있다.

이익이 난 기업과 손실이 난 기업은 기업가치 평가를 통해 어떤 세금 문제를 해결할 수 있을지 알아보자. 이를 위해서는 먼저 비상장주식의 가치 평가 방법에 대해 알아볼 필요가 있다.



PROFILE

WRITE 최인용

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



프랜차이즈 본사의 비상장주식의 가치평가방법

프랜차이즈 본사는 대부분 비상장 기업이다. 비상장 주식의 가치는 세법상 평가방법이 정해져 있다. 일반적인 법인은 주당가치를 기준으로 순이익가치와 순자산가치를 3:2(부동산 과다보유법인 2:3등 예외 있음)로 가중평균하여 계산한다. 2018년 4월 1일부터는 비상장 주식의 평가 방법 중 순자산가치의 80%를 하한값으로 비교하도록 평가방법이 바뀌었다. 프랜차이즈 기업의 주식의 가치는 기업의 이익이 늘면 높아지고 손실이 많으면 기본적으로 낮아진다. 기업 가치를 높이기 위해서는 이익이 많이 나고, 자산이 많은 것이 유리하므로 세법상 임의로 선택 가능한 비용 즉, 감가상각비 등을 계상 하지 않는 것이 유리 할 수 있다. 기업 가치를 줄이기 위해서는 퇴직금 중간정산이 가능한 경우 퇴직금을 계상하거나 감가상각비를 가속 상각 하는 등 일정부분 세법적으로 기업의 가치를 높일 수 있는 의사 결정도 가능하다.

이익이 난 프랜차이즈 본사의 가치 평가와 대비법

이익이 난 기업은 일반적으로 기업가치가 증가한다. 특히 실질적으로는 이익이 아님에도 불구하고 대출 상환 등의 문제로 손실을 내면 안 되는 경우가 있다. 비용을 덜 계상하여 이익을 만들어 낸 기업도 기업 가치는 증가한다.

기업가치가 증가한다는 것은 세무적인 입장에서는 리스크가 커지는 부분이 있다. 왜냐하면 고의의 사고로 대표가 사망하기라도 한다면, 기업가치만큼 상속재산이 늘어나게 되어 고액의 상속세를 부담할 수 있기 때문이다. 따라서 이익이 계속 나는 기업은, 이를 대비할 상속세의 재원을 가족들이 부담할 수 있도록 마련하여 놓는 것이 중요하다.

경우에 따라 지속적인 가치 상승이 예상되는 경우 배우자나 자녀 등에게 주식을 증여하여 향후 자산가치의 상승을 대비하는 것도 필요할 수 있다.

손실인 프랜차이즈 본사의 가치평가 활용법

손실이 난 기업은 일반적으로 기업가치 평가가 낮게 평가된다. 손익 가치가 없기 때문이다. 이런 기업은 주가가 낮으므로 가족들에게 주식을 증여하기에 유리하다. 또한 차명으로 되어 있는 주식을 회수해 오는 것이 유리하다.

이중 주식을 증여하는 방법은 자녀에게 5천만원(미성년자녀 2천만원) 배우자에게 6억원까지 증여세 없이 주식증여가 가능하다. 특히 기업승계에 관한 증여세 과세 특례 제도를 활용하면, 5억원까지는 세금이 없이 30억원까지는 10%의 세율로 사전증여가 가능하다. 다만, 사전 증여금액은 나중에 상속 시 기한에 관계없이 상속세 계산 시 합산되는 것은 유의해야 한다. 사후 상속재산에 합산됨에도 불구하고 기업가치가 계속 상승하는 것으로 예상된다면 사전증여가 유리할 수 있다.

기업의 가치평가는 이익이 난 법인이나 손실이 난 법인 모두 대비하고 활용할 수 있다. **KFN**

중소기업 비상장 주식가치평가가 어떻게 활용할까?	
기업가치의 세무상 평가방법	① 일반법인의 주당평가액 = (1주당순이익가치*3+1주당순자산가치*2)*1/5 ② 부동산과다법인의 주당평가액 = (1주당순이익가치*2+1주당순자산가치*3)*1/5 ③ 순자산가치 평가 대상법인(개업후 3년내법인등) = 1주당순자산가치(영업권합산배제) * 2018년 4월 1일 이후 순자산가치의 80%를 한도로 함
이익 기업의 주식평가활용	- 기업가치 평가가 높아 주가가 상승 대비 - 대표의 사망 리스크 대비한 상속 재원의 마련 등이 필요
손실 기업의 주식평가활용	- 가족 간 주식 증여 등으로 활용 - 차명주식의 전환 등으로 활용가능





공정거래위원회와 정보공개서, 프랜차이즈 가맹본사 part 2

2017년 10월 19일 프랜차이즈 업계에 징벌적 손해배상제가 도입됐다. 징벌적 손해배상제란 가맹본부의 허위·과장 정보 제공 또는 부당한 거래거절로 가맹점사업자가 손해를 입은 경우 가맹본부가 그 손해의 3배 범위 내에서 배상책임을 지는 제도다.

정보공개서는 공정거래위원회와 프랜차이즈 가맹본사가 만나는 첫 번째 교착점이다.

결국 공정거래위원회는 가장 기본이 되는 교착점인 정보공개서를 통한 규제와 시장의 변화를 이끌어 내겠다는 의도가 있다고 생각되는 바다.



PROFILE

WRITE 이윤재

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

前) 한국공정거래조정원 정보공개서 등록관
가맹거래사 합격자 실무수습 및 연수 전문강사(대한가맹거래사협회)
가맹거래사 1차 및 2차 시험 강사(갈라파고스법학원)
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

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

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

E koreafclaw@hanmail.net

H www.koreafclaw.co.kr

신규등록 이후 연 1회는 변경등록해야

정보공개서를 등록한 가맹본부라면 매년 의무적으로 정보공개서 정기변경등록을 해야 한다. 가맹사업법6조의2에 따라 정보공개서를 등록한 가맹본부도 변경사유 발생 시 변경등록을 해야 하고, 그중 아래 변경사유 발생 시는 회계연도가 끝난 후 120일 이내(보통 매년 4월말까지)에 변경등록 신청을 완료해야 한다. 향후 시행령 변경으로 인한 정보공개사항이 많아져서 이로 인한 등록취소 및 처분이 많아질 것으로 예상된다. 우선 현재 상황에서 이번에 정기변경등록할 내용들은 아래와 같다.

■ 회계연도가 끝난 후 120일 이내에 가맹본부가 정보공개서를 변경등록해야 하는 사유

1. 가맹본부의 바로 전 3개 사업연도 재무현황
2. 가맹본부의 바로 전 사업연도 말 임직원수
3. 가맹본부의 바로 전 사업연도 말 전국 및 광역지방자치단체별 가맹점 및 직영점수
4. 가맹본부의 바로 전 사업연도 말 신규개점, 계약종료, 계약해지, 명의변경 가맹점수
5. 해당 가맹사업 외 가맹본부(특수관계인)의 가맹사업 현황
6. 바로 전 사업연도 가맹점사업자(광역자치단체별)의 평균매출액 및 면적(3.3㎡)당 평균매출액
7. 가맹지역본부가 관리하는 바로 전 사업연도 말 가맹점수
8. 해당 가맹사업 관련 바로 전 사업연도에 지출한 광고비 및 판촉비
9. 업종*
10. 가맹점사업자의 영업개시 이전의 부담 중 면적(3.3㎡)당 기타 비용*

상반기 정보공개서 기재사항 대폭 추가 예정

정보공개서 내용변경에 대하여 작년 10월경 공정거래위원회에서 입법 예고되었고, 2018년도 하반기에 확정예정이다. 최근 공정위는 지난 10월 입법예고한 내용에 대해 프랜차이즈 상협현장의 의견을 반영, 상반기에 시행예정할 것을 밝혔다. 구체적인 내용은 표준고시 변경 등 내용이 확정되는 대로 추후 칼럼을 통하여 자세한 정보를 제공하겠다.

■ 입법예고내용 중 2018년 상반기에 정보공개서 내용에 반영될 가능성이 높은 내용

- 1) 필수 품목 관련 정보 공개 사항 확대
필수 품목을 통한 가맹금 수취 여부, 필수 품목별 공급 가격 상·하한, 가맹점 사업자별 평균 가맹금 지급 규모, 매출액 대비 필수 품목 구매 비율 등 정보공개서상 필수 품목 관련 의무 기재 사항
- 2) 특수 관계인 관련 정보 공개 의무화
개정안에서는 가맹본부의 특수 관계인이 가맹사업 과정에 참여하여 매출이 발생하는 경우, 정보공개서에 ▲특수 관계인의 명칭 ▲가맹본부와 특수 관계인의 관계 ▲관련 상품·용역 ▲특수 관계인의 직전 사업연도 매출액과 가맹사업 관련 매출액을 기재
- 3) 판매 장려금 관련 정보 공개 사항 확대
정보공개서에 판매 장려금, 리베이트 등에 관계없이 업체별·품목별로 직전 연도에 지급받은 대가의 합계액을 기재
- 4) 다른 유통 채널을 통한 판매 정보 공개 의무화
개정안에서는 가맹본부가 가맹점 사업자가 판매하는 상품·용역과 동일 또는 유사한 상품·용역을 다른 다양한 유통 채널을 통해 공급하고 있는지 또는 공급할 계획이 있는지 등에 대한 정보를 정보 공개서를 통해 제공

위에 제시된 변경사유는 직전 3개 연도의 정보를 반드시 기재해야 하는 정보공개서 시행령 상 해가 바뀌면 반드시 변동이 생길 수밖에 없는 내용이기에 공정거래위원회에 등록된 가맹본부라면 반드시 정해진 기간 내에 변경등록을 해야 한다. 기간과 절차를 준수하지 않으면 1000만 원 이하의 과태료가 발생함은 물론, 변경등록을 하지 않거나 잘못된 정보를 허위로 등록 시 위에 소개한 등록이 취소될 수 있다. 실제 매년 200개 이상의 가맹본사의 정보공개서가 등록취소되고 있는 실정이다.

혹자는 허위·과장된 정보제공 등에 대한 규정이 '코에 걸면 코걸이 귀에 걸면 귀걸이'로, 가맹본부를 옥죄기 위한 규제라고 말하기도 한다. 그러나 법 개정안의 시행을 피할 수 없을 것으로 보이는 현재 상황에서 공정거래위원회로부터의 규제, 가맹분쟁 등을 최소화하기 위해서는 가맹희망자에게 정보 제공 시 관련법에 어긋남이 없도록 해야 한다. 특히 2018년 변화될 가맹사업법에 맞추어 신중한 정보공개서 변경등록이 필요하겠다. **KFI**





가맹본부들의 가맹점사업자와의 신뢰구축 프로세스

가맹점사업자와의 신뢰 조성 노력

어떤 의미에서 거의 모든 비즈니스 관계들은 신뢰를 필요로 한다. 그러므로 신뢰는 프랜차이즈사업 뿐만 아니라 비즈니스 관계들에서 결코 새로운 것은 아니다. 특히 프랜차이즈사업에서의 관계는, 일반적으로는 2년에서부터 10년이고, 최고 20년 또는 그 이상도 흔하다. 어떠한 관계에서도 그 관계가 오래 원자 지속될수록 더 많은 그리고 더 중요한 이슈들이 생겨날 수밖에 없기 때문에 신뢰를 유지하기가 쉽지 않다. 또한 프랜차이즈 관계에서 가맹점사업자는 어느 정도의 독립성을 누리면서도 자신의 사업에 대한 경제적인 애착뿐만 아니라 정서적인 애착을 갖는다. 그러므로 법적으로 그리고 현실적으로 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부의 희망과 목적을 달성하기 위해 "하향식(top-down)" 경영을 채택할 수는 없으며 또는 계약 위반을 제외하고는 어떤 이유로도 그 가맹점사업자를 맘대로 "해고"할 수는 없다. 하향식 경영 모델 또는 법적인 접근방식에 의존하는 것은 프랜차이즈 사업에서 때때로 효과가 있거나 필요할 수도 있지만, 두 가지 방법만 의존할 경우 장기적으로는 성공할 수 없다.



WRITE 장재남

프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

가맹본부와 가맹점사업자와의 관계는 비록 계약을 기반으로 하지만 서로의 사업적 목표와 기대치가 다른 만큼 가맹본부와 가맹점사업자 모두 독립적인 사업체로서 기회주의적 행동과 무임승차에 대한 유혹에서 벗어나기가 쉽지 않다. 또 자신의 이익추구를 더 중요하게 여길 수밖에 없기 때문에 아무리 가맹본부와 가맹점사업자가 자신의 기능과 역할을 충실하게 수행하더라도 두 당사자 간의 분쟁과 갈등이 발생할 수밖에 없다. 이것이 프랜차이즈 사업의 구조적 특징이다. 따라서 필연적으로 각각의 당사자가 서로의 투자와 성과에 크고 작은 부정적 영향을 미칠 잠재성이 내포되어 있다는 사실에 대한 이해를 바탕으로 굳건한 신뢰와 신뢰를 유지하기 위한 가맹본부의 노력이 매우 중요하다.

가맹점사업자들에 대한 약속 이행

프랜차이즈사업을 하는데 있어서 가맹본부에 대한 가맹점사업자들의 신뢰가 무엇보다도 중요하다고는 알고 있지만 구체적인 방법에 대한 논의와 꾸준한 실천은 잘 이루어지지 않고 있다. 사실 실제적인 행동들보다 더 굳건한 신뢰를 구축하는 것은 없다. 그 밖의 다른 어떤 것도 단지 말일뿐이다. 가맹본부의 신뢰구축을 위한 첫 번째는 가맹점사업자의 성공을 위해 노력하겠다는 약속을 한만큼 약속을 지키기 위한 행동을 보여주어야 한다. 그리고 그 행동들에 대하여 가맹점사업자들은 알 수 있어야 한다. 가맹본부가 가맹점사업자들에게 하는 수많은 약속들이 실질적으로 이행되었을 때 법적인 약속뿐만 아니라 도덕적인 약속들도 지켜졌다고 할 수 있다. 둘째는 가맹본부는 자신이 할 수 있는 능력 이상으로 약속을 하지 말아야 한다. 그리고 타당한 이유가 없다면 약속한 것을 반드시 지켜야 한다. 셋째는 가맹점사업자와의 커뮤니케이션 문화를 만들어야 한다. 사실 대부분의 가맹점사업자들은 불만이 있든지 없든지 가맹본부와 대화하기를 원한

다. 따라서 가맹본부의 임직원들은 가맹점사업자와의 신뢰관계가 매우 중요하다라는 것을 인식하고 가맹점사업자들의 말에 진정성을 가지고 경청하되, 특히 불만사항에 대해서는 진지하게 접근해야 한다.

가맹점사업자의 성공을 위한 헌신

가맹본부의 성공과 발전의 가장 원동력은 가맹점사업자를 성공시키는 것이다. 가맹점이 성공함으로써 가맹점 모집이 잘 되고, 브랜드가 널리 알려지게 되고 결과적으로 가맹본부의 매출이 증대되는 것이다. 먼저 가맹본부는 가맹점의 창업투자비용을 낮추기 위한 노력을 해야 한다. 투자비용이 높으면 투자대비 수익률을 필요한 매출액도 높아지게 된다. 물론 가맹점사업자가 기대하는 매출액을 달성하기 위해서는 그 만큼 가맹본부의 역할도 커질 수밖에 없다. 따라서 창업비용에서 많은 부분을 차지하는 부동산 비용에서부터 인테리어비용, 주방설비 및 기물 등의 시설비용 등이 지나치게 높지 않도록 해야 한다. 그 다음은 가맹점의 원가를 낮추도록 해야 한다. 아무리 매출액이 높아도 원가나 일반관리비나 판매비가 높으면 이익은 적을 수밖에 없다. 가맹점사업자가 필요로 하는 것은 매출액이 아니라 이익이다. 따라서 가맹점사업자가 가맹점을 운영하는데 발생하는 매출원가에서부터, 인건비 등 일반 관리비를 가급적이면 줄일 수 있도록 해주어야 한다. 마지막으로 신규고객 창출에서부터 기존고객의 재방문을 위한 브랜드력 강화나 고객 서비스 품질 향상을 위한 노력을 기울여야 한다. 브랜드는 가맹점사업자가 자신의 영업지역에서 경쟁자와의 경쟁에서 이길 수 있는 중요한 요소이다. 또한 신상품의 개발, 재료의 안정적인 공급, 교육 및 훈련, 조연과 지도 등을 지속적으로 제공해야 한다. **KFN**





새로워진 출퇴근 재해 보상, 확실히 알고 대응하자

“맛벌이를 하고 있는 노동자 A씨, 18:00경 자가용으로 퇴근하던 중 집 근처 대형 마트에 들러 식료품 등을 구입하고 귀가하다가 19:20경 다른 차량과의 접촉사고로 목과 허리를 다친 사고를 당하였다.” “평소 출근길에 자녀를 어린이집에 데려다 주는 워킹맘 B씨, 09:00경 자녀를 어린이집에 맡기고 출근하던 중 갑자기 차선 변경을 하는 옆 차량을 피하다 도로 표지대와 충돌하여 목과 어깨를 다쳤다.” “평소 피부병 치료를 받고 있던 노동자 C씨, 18:40경 퇴근 후 한의원에 들러 피부병 치료를 받은 후 귀가하던 중 21:30경 빙판길에 넘어져 좌측 발목이 골절되었다.” 이는 모두 근로복지공단이 실제 출퇴근 재해로 인정한 사례로서, 1월 1일자로 개정된 산재보험법이 종래에는 업무상 재해로 인정되지 않던 「통상의 출퇴근 시 일어난 사고,까지 업무상 재해로 인정하게 되며 나타난 출퇴근 재해의 모습이다. 이러한 출퇴근 재해 인정 사례는 시간이 갈수록 점점 더 늘어날 것으로 보이는 바, 이번 호에서는 법령에서 규정하고 있는 출퇴근 재해의 의미와 근로복지공단의 업무처리지침에서 다루고 있는 출퇴근 재해 처리 기준 등에 대하여 자세히 알아보고 앞으로 상당한 빈도로 발생할 출퇴근 재해에 대한 대응방안과 유의사항에 대하여 살펴보려고 한다.



PROFILE

WRITE 신형철

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

☎ 010-5383-7766 / 02)521-3588 (사무실)

✉ shin@psj.kr

1. 출퇴근 재해의 의미

출퇴근 재해의 정의를 논하기 위해서는 우선적으로 출퇴근의 의미를 정확히 해야 한다. 산재보험법(이하 산재보험법)상의 “출퇴근”이란 ‘취업과 관련하여 자택과 회사 등 취업 장소 사이의 이동 또는 한 취업 장소에서 다른 취업 장소로의 이동’을 뜻하는 말로서, 결국 출퇴근 재해는 취업과 관련하여 이동 중 경로 상에서 발생한 사고라고 볼 수 있다.

구체적으로 살펴보자면 ①‘사업주 지배 하의 출퇴근 재해’란 사업주가 제공한 교통수단이나 그에 준하는 교통수단을 이용하는 등 사업주의 지배관리 하에서 출퇴근 하는 중에 발생한 사고를 뜻하며, 법이 개정되기 전 인정되던 출퇴근 재해의 유일한 유형이었다. 이때의 출퇴근 재해가 인정되기 위해서는 사업주가 출퇴근용으로 제공하였거나 제공한 것으로 볼 수 있는 교통수단을 이용하며, 상기 교통수단의 관리 또는 이용권이 근로자의 전속적 권한에 속하지 않았을 것이 요건으로 요구되어 그 인정이 상당히 협소한 범위에서만 이루어져 왔다.

한편, 올해 1월 1일자로 시행된 개정 산재보험법에서는 ②통상적인 경로와 방법으로 출퇴근하는 중 발생한 사고인 ‘통상의 출퇴근 재해’ 또한 업무상 재해로 인정함으로써 기존에 인정되지 않던 범위의 출퇴근 중의 사고까지 출퇴근 재해로 보게 된 바 있다.

2. 출퇴근 재해의 처리 기준

(1) 원칙

출퇴근 재해는 출퇴근 행위를 하던 중에 통상적으로 수반되는 위험이 구체화된 경우로서, ①자택 등 주거와 회사·공장 등의 취업 장소를 출발점 또는 도착점으로 하는 이동 행위일 것, ②업무와 관련성이 있을 것, 즉 재해 당일 업무에 종사할 예정(출근)이었거나 업무에 종사(퇴근)한 후 통상의 출퇴근 시각에 사고가 발생하였을 것, ③출퇴근 행위가 사회 통념상 ‘통상적인 경로 및 방법’에 따라 이루어질 것, 즉 ‘일탈 또는 중단이 없을 것’의 세 가지 요건을 모두 충족하여야 인정된다. 이 중 해석의 여지가 상당히 많은 ③‘통상적인 경로 및 방법’의 의미에 대하여 구체적으로 살펴보려고 한다.

(2) 통상적인 경로 및 방법

‘통상적인 경로’란 ‘자택에서 회사 또는 회사와 여타 업무 장소 사이를 일반인이라면 사회 통념상 이용할 수 있다고 인정되는 경로’로서 최단거리 또는 최단 시간이 소요되는 경로 또는 일반적으로 선택할 수 있다고 인정되

는 경로, 직장 동료 등과의 카풀 등의 경우를 모두 포함하는 개념이다. 뿐만 아니라 공사나 시위·집회 등으로 인한 도로 사정으로 인하여 우회하는 경우에도 통상적인 경로로서 인정될 수 있다.

‘통상적인 방법’이란 ‘철도·버스 등의 대중교통수단, 승용차·오토바이·자전거 등의 탈것, 도보, 그 밖에 전동 휠·인라인 스케이트 등의 교통수단을 사회통념상 인정되는 합리적인 방법으로 이용하는 것’을 말한다.

(3) 출퇴근 경로의 일탈 및 중단의 경우

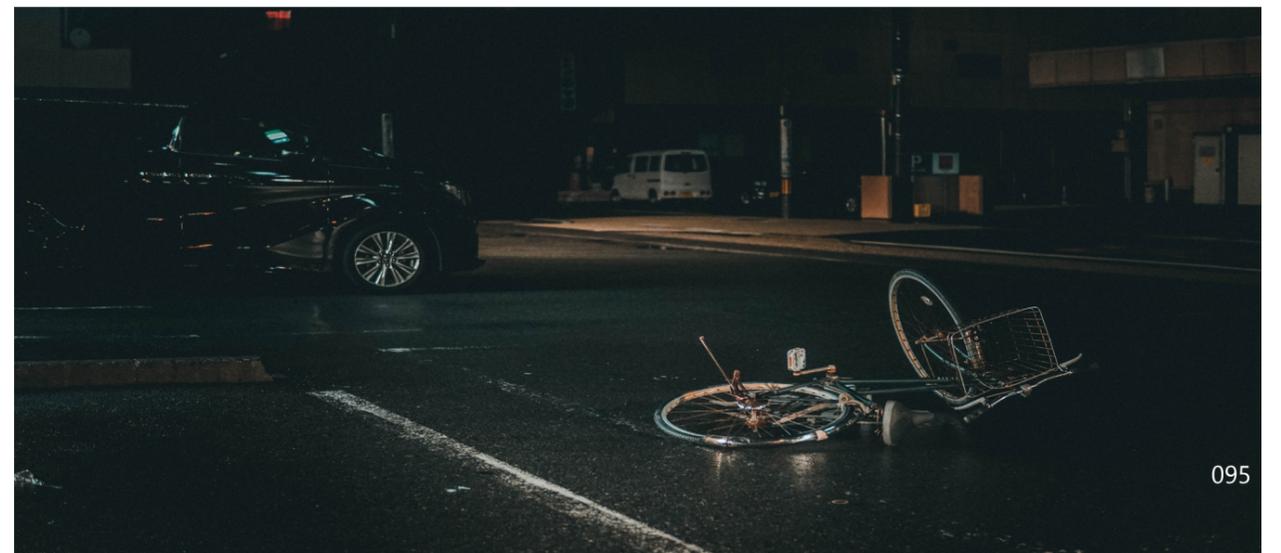
출퇴근 경로의 ‘일탈’이란 ‘출퇴근 중 통상적인 경로를 벗어나는 행위를 하는 것’을 말하며, ‘중단’이란 ‘출퇴근 경로 상에서 출퇴근과 관계없는 행위를 하는 것’을 뜻한다. 출퇴근 경로에 있어서 일탈 또는 중단행위가 발생한 경우에는 출퇴근 목적과 관계없는 사적 행위가 원인인기에 원칙적으로는 출퇴근 재해가 불인정된다.

다만, 산재보험법 시행령은 이런 경우에도 일상생활에 필요한 행위로서 예외적으로 출퇴근 재해를 인정할 수 있는 사유를 정해두고 있는데, 일상생활에 필요한 용품을 구입하는 행위, 선거권의 행사, 의료기관에서 질병의 치료나 예방을 목적으로 진료를 받는 행위 등이 포함된다.

3. 유의사항 및 대응방안

올해 1월 1일부터 시행된 출퇴근 재해는 상반기 기준 신청 건이 이미 1000건을 훨씬 상회하였을 정도로 그 인정을 구하는 사례가 빠르게 늘어나고 있는 추세이다. 2018년 출퇴근 재해의 산재보험료율은 사업의 종류를 구분하지 않고 1.5/1000으로 고시된 바 있으며, 개별실적요율에 영향을 미치지 않는다. 하지만 제도의 도입 초기인 만큼 그 인정에 있어 명확성을 기하기 위해서라도 출퇴근 재해의 요건과 처리 기준 등을 확실히 숙지하고 있어야 하며, 사고가 발생했을 때 그 사실관계부터 명확히 확인하는 과정이 필수적으로 수반되어야 할 것이다.

특히 통상적인 경로를 벗어나 사고를 당한 경우에는 출퇴근 재해가 불인정된다는 기본적인 사실부터 출퇴근 경로의 일탈 및 중단의 예외에 해당하는 사유가 있더라도 그 전 과정이 보호되는 것이 아니라 이동 중의 재해만 보호된다는 점을 인지하고 있는 것이 좋다. 따라서 사고 발생 시 출퇴근 재해에 명확히 해당되는지 그 요건의 충족 여부를 우선적으로 확인해 보아야 할 것이다. 이를 위하여 공인노무사와 같은 전문가의 도움을 받는 것도 좋은 방법이라 하겠다. **KFM**



권리금 수수와 이에 따른 세무회계

점포권리금 관련 세무회계처리 part 1/2

권리금이란 점포를 양수도하거나 임대차 기간이 종료되는 과정에서 발생하는 영업권으로 부가가치세법상 재화의 영도에 해당한다. 이번 달은 점포권리금과 관련된 세무회계처리 문제 중 개인사업자에게 권리금을 주는 경우에 대해 알아보도록 하고, 다음 호에서는 법인사업자에게 권리금을 주는 경우와 음성적으로 이루어지는 권리금 수수에 대해 알아보도록 하겠다.



WRITE 김상운

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

맥회계학(서울고시각2012)
국세청회계학(도서출판탐2008)
관세사 회계원리(세학사2012)
관세사 재무회계(세학사2012)



개인사업자에게 권리금을 주는 경우

권리금을 받은 개인사업자 B씨는 인수업체 A에게 권리금 2억원에 대한 세금계산서 발급의무가 있고, 부가가치세 2천만원을 신고납부 하여야 한다. 그리고 인수업체 A는 일반과세자라면 권리금 매입분에 대한 부가가치세를 공제받을 수 있다.

2. 권리금 소득의 신고납부

- 필요경비와 과세소득

개인사업자 B씨는 받은 권리금 2억원이 소득에 해당이 된다. 그러나 개인사업자의 경우는 2억원을 모두 소득으로 보지 않고, 일정 비율을 필요경비로 간주해서 차감한 금액만 과세소득으로 본다. 이때 필요경비는 증빙이 없어도 세법에서 인정을 해주는 것이다.

2018년 3월 31일까지는 권리금의 80%를 필요경비로 인정해주었다. 그러나 2018년 4월 1일 이후부터는 권리금의 70%만 필요경비로 인정해주고, 2019년 1월 1일부터는 권리금의 60%만 필요경비로 인정해주는 것으로 세법이 개정되었다.

- 필요경비 인정비율의 인하로 인한 과세소득의 증가

2018년 3월 31일까지는 필요경비로 인정해주는 1억 6천만원을 차감한 잔액인 4천만원을 과세대상이 되는 소득으로 보았다. 2018년 4월 1일 이후부터는 필요경비를 1억 4천만원만 인정해주므로 6천만원이 과세소득이 된다. 또한 2019년 1월 1일부터는 필요경비를 1억 2천만원 밖에 인정해주지 않으므로 8천만원이나 과세소득이 된다. 따라서 2019년에는 소득세 부담이 더 늘어나게 된다.

- 분리과세와 종합과세

권리금의 과세소득은 300만원까지는 다른 소득과 별도로 분리과세가 된

다. 만약, 과세소득이 300만원 이라면 소득세 20%를 적용하여 60만원만 신고납부하면 종결된다. 물론 주민세 2%는 별도이다.

그러나 권리금의 과세소득이 300만원을 넘는 경우는 당해연도의 다른 소득과 종합합산을 하여 다음해 5월 31일까지 소득세를 신고납부하여야 한다. 따라서 개인사업자 B씨는 권리금 수령일이 2018년 3월 31일까지라면 4천만원을 다른 소득과 합산하여야 한다.

그리고 2018년 4월 1일 이후부터 2018년 12월 31일 사이에 권리금을 수령했다면 6천만원이 다른 소득과 합산된다. 그리고 2019년 1월 1일 이후에 권리금을 수령한다면 8천만원이 다른 소득과 합산되어야 한다. 종합합산을 하게 되면 종합소득이 얼마이냐에 따라서 최고 소득세율이 6%~42%가 된다.

3. 권리금 소득에 대한 원천징수

인수업체 A는 개인사업자 B씨에게 권리금을 지불하는 시점에서 과세소득에 20%의 세율로 기타소득 원천징수를 하여, 개인사업자 B씨를 대신하여 다음달 10일까지 신고납부를 하여야 한다.

만약 인수업체 A가 2019년 1월 1일 이후에 권리금을 지불한다면 과세소득 8천만원의 20%인 160만원을 원천징수하여 세무서에 신고납부하고, 권리금 2억원에서 160만원을 차감한 198,400,000원만 개인사업자 B씨에게 지급한다. 그리고 개인사업자 B씨는 종합소득세 신고납부 시점에서 원천징수 세액 160만원을 차감받는다.

4. 권리금에 대한 생각

인수업체 A는 상대방에게 지급한 권리금을 영업권이라는 무형자산으로 장부에 계상한 후, 5년 동안에 걸쳐 매년 정액으로 나누어서 상각비용으로 처리가 가능하다. **KFTI**



실패한 CEO에게 배우는 창업 성공 노하우

누구나 성공을 꿈꾸며 창업을 하지만 누구나 성공하진 못한다. 한 때 대한민국에서 가장 성공한 CEO로 이름을 날리고 승승장구했지만 최고의 위치에서 한 순간 나락으로 추락해 버린 아찔한 기억을 가진 창업주들이 있다. 이들이 겪은 성공과 실패의 스토리를 들어보고 실패를 통해 뼈저리게 느낀 교훈을 발판 삼아 성공으로 가는 지름길을 찾아보는 시간을 갖고자 한다. 이들은 말한다. “사업 이렇게 하면 망해요.”



PROFILE

WRITE 안현진

서울대학교 경영대학 경영학과 졸업
서울대학교 경영대학원 졸업
(주)쌍방울트라이그룹 상근 감사 역임
(주)올댓아이스 창업 및 사장 역임
하우M&A경영연구소 대표(현)
수석편집위원(현)

“문어발식 확장은 최악이다.”

한경희생활과학 CEO 한경희

한경희 대표는 한경희 스팀청소기 신화의 주인공이다. 국내 최초로 스팀청소기를 개발하고 회사 설립 2년 만에 매출 1000억원을 달성했다. 그러나 이후 음식물처리기, 정수기, 화장품, 탄산수 제조기 사업에 뛰어들었으나 무리한 사업확장으로 완전 자본잠식에 빠지게 되었고 2017년 말 법원에서 기업회생 인가를 받고 얼마 전 회생절차를 졸업했다.

15년 전 처음 나온 스팀청소기는 기존에 청소하던 풍경을 완전히 바꿨다. 100도가 넘는 김을 뿜으며 바닥을 닦아내는 1.5kg 막대의 등장은 주부들이 허리를 구부리고 방바닥을 훑쳐야 했던 걸레질을 대신해 주었다. 집집마다 진공청소기 옆엔 스팀청소기가 자리 잡았다. 평범한 맞벌이 주부였던 한경희 대표는 걸레질을 하다가 떠오른 아이디어 하나로 스팀청소기를 개발하고 2003년 매출 40억원으로 출발해 2년 만에 매출 1000억원을 넘어섰다. 2008년 월스트리트저널이 선정하는 ‘주목할 만한 여성 기업인 50인’에 선정되기도 했다.

그러나 회사는 몇 년 전부터 흔들리기 시작했다. 2014년 처음으로 적자를 기록하더니 이듬해에는 손손실이 300억원을 기록하며 완전 자본잠식 상태에 빠졌다. 음식물처리기와 화장품, 정수기 등 다양한 분야로 사업을 확장했지만 이렇다 할 히트상품을 내지 못했고 유사 제품들까지 출시되면서 사업은 어려움에 빠지게 되었다. 2014년에는 당시 유행하던 탄산수 제조기 사업에 뛰어들었지만 미국 기업이 소송을 걸어 송사에 휘말리면서 사업을 진행하지 못하는



등 무리한 사업 확장으로 휘청거렸다.

결국 2017년 봄 워크아웃(재무구조개선사업) 절차에 들어갔지만 채권단 동의를 얻지 못해 부결되었다. 어렵게 지난해 말 기업회생(법정관리) 인가를 받았고 4개월 만인 3월20일 회생절차를 졸업하게 됐다.

한경희 대표는 회사가 위기를 맞게 된 원인에 대해 “처음에 한 제품만 취급할 땐 품질 좋은 제품을 합리적인 가격에 공급하는 게 가능했다. 낮은 마진으로도 워낙 판매량이 많으니 회사는 원활하게 돌아갔다. 그러나 스팀청소기 보급률이 높아지면서 판매량이 감소하고 영업이익이 줄어들면서 무리하게 새로운 사업에 뛰어들었고 결국 이익을 내지 못하면서 회사 운영이 어려워졌다”고 말했다.

앞으로의 경영 방침에 대해 물으니 “좋은 제품을 팔되 이익도 나는 구조를 만들고자 한다. 스팀청소기나 스팀다리미 등 핵심 제품에 집중하고 회사 경영이 가능하도록 이익 구조를 개선하려고 한다. 이익이 나지 않는 홈쇼핑 등 유통채널은 포기하고 새로운 유통 채널로 바꾸려고 한다”면서 선택과 집중의 중요성을 강조했다.

“트렌드를 놓치지 마라.”

전 성신제피자 CEO 성신제

1985년 국내 최초로 피자헛을 들여와 500억원이 넘는 매출을 기록하고 1998년 성신제피자 출시로 외식업계 성공신화를 썼다. 그러나 2007년 한국 피자 시장에 커다란 변화의 바람이 불면서 결국 폐업 신고를 했다.

성신제 대표는 한 때 국내 외식산업을 주름 잡았던 인물이다. 1985년 피자헛 브랜드를 한국에 들여와 전국에 52개 직영점을 운영하면서 명동 매장 한 곳에서만 월 매출 3억원, 1993년 한해 매출 560억원을 기록했다. 한국에서의 성공을 지켜본 피자헛 미국 본사는 직접 한국 시장에 진출하겠다고 선언하고 성신제 대표에게 경영권 양도를 제안했다. 성신제 대표는 경영권 양도의 대가로 320억원이라는 엄청난 돈을 받았다.

피자헛 양도 이후 그는 미국 최고의 가수 케니 로저스와 손 잡고 치킨 사업을 시작하게 된다. 치킨 사업은 승승장구했고 그는 ‘대한민국 최고 외식사업가’라는 타이틀을 얻게 되었다. 그러나 얼마 지나지 않아 1997년 IMF사태를 맞게 되면서 매출은 급전직하했다. 위기를 맞은 그는 투자자인 케니 로저스에게 나머지 투자금액을 제공해 달라고 요청했으나 돌아온 대답은 “I’m sorry”였다. 결국 치킨 사업을 접을 수밖에 없었다.

불과 1년 만인 1998년 그는 다시 자신의 이름을 딴 성신제피자로 재기에 나섰다. 한 해 소득세만 100억원을 내는 등 성공스토리를 써내려 가는 듯 했지만 2007년 미스터피자, 파파존스 등 후발주자들이 등장하면서 차별점이 사라졌다. 한국 피자시장이 점점 배달 위주로 바뀔 때 내점 식사 방식을 고집하면서 변화를 받아들이지 못해 성신제피자도 폐업을 면하지 못했다.

성신제 대표는 수많은 실패와 암으로 인한 시한부 선고에도 불구하고 지금도 새로운 도전을 하고 있다. 그에게 실패의 원인을 묻자 “시장의 변화에 민감하게 반응하지 못했다, 후발주자들의 등장에 대비하지 못했고 소비자들의 소비행태 변화에 신속하게 대처하지 못했다. 대세는 거스를 수 없다는 평범한 진리를 따랐어야 했다”고 답했다.

누군가는 이들을 실패자라고 손가락질 할지 모른다. 그러나 실패의 아픔을 딛고 더 큰 성공을 위해 도전을 하여 목표를 이룬 사람도 있고 지금도 끊임없이 도전하는 사람도 있다. 이들의 실패를 거울 삼아 우리는 성공을 위한 노하우를 배울 수 있지 않을까? **[KFI]**



인테리어 리모델링 공간연출을 위한 구성요소 Part 1

햇살 가득 눈부신 장미꽃 향기가 아련한 추억을 느끼게 하는 요즘 가끔은 고즈넉한 공간에서 잔잔한 조명 빛에 Rebecca Pidgeon의 Spanish Harlem에 흠뻑 젖어 있는 호사를 누리는 나를 꿈꾼다.

언제부턴가 우리의 삶은 남녀노소 모두 살벌한 경쟁 속에서 숨 고를 틈도 없이 바쁘게 살아가는 게 일상화 되어 버린 지 오래다. 편안한 나만의 시간을 바라는 건 아마도 우리 모두의 바람 인지도 모르겠다.

프랜차이즈 개점을 하기 위해서는 피나는 수고와 시간을 할애 하여야 한다. 특히 요즘처럼 경쟁이 심한 업계의 현실을 놓고 본다면 더더욱 피부에 와 닿는 이야기일 것이다.

수없이 많은 개점 후보지를 물색하고 일일이 발품을 팔아 눈으로 확인하는 수고는 물론 짜인 예산안에서 최고의 가맹점을 만들기까지의 어려움을 그 누가 알겠는가! 주변의 여러 가지 상황을 고려하여 개원지를 정하였다면 이제 가맹점 내부의 인테리어 공간계획에 심혈을 기울여야 할 것이다. 일반적으로 인테리어 리모델링 디자인 프로세스는 기획 · 조사 · 설계 · 시공 · 사후관리의 순서로 진행되며, 공간의 다양한 행태와 특성화된 공간 프로그램을 각각의 공간에 적절하게 표현하기 위한 체계적인 접근이 필요하다.

좋은 디자인의 기본적인 요소는 주의 깊게 계획된 프로세스에서 시작된다. 인테리어 리모델링 공간을 이끌어가는 과정은 디자인 그 자체만큼이나 세심한 분석과 창의적 사고가 요구된다.



WRITE 이상권

(주)라움 대표
한양대학교 건축학과 졸업
독일 쾰른대학 디플롬 취득
나산종합건설 설계감리부 팀장
(주)한화 / 서울프라자호텔 프로젝트팀장

저서
〈실내건축공간계획〉
〈건축의 형태의장어해〉
〈건축투시도법〉 등

☎ 라움 02-525-3363

✉ raum21@hanmail.net

인테리어 리모델링 공간연출 구성요소

인테리어 리모델링은 공간이라는 기본적인 조건에서 시작되지만, 그의 완성은 이들 요소들의 집적으로 이루어진다. 주어진 공간에서 이루어지는 요소가 다양할수록 하나의 통합된 디자인 개념을 필요로 한다. 디자인 의도가 체계적으로 전개되고 공간을 구성하는 디자인 요소의 관련된 이들 사이에 커뮤니케이션이 정제되고 마무리되는 정도에 따라 공간 분위기는 향상된다.

스케일(scale)

실내의 적절한 크기와 바람직한 비율은 일상생활을 영위하는데 있어 생활의 편리를 추구함과 아울러 공간의 기능성과 쾌적성을 극대화 한다는 점에서 공간의 중요한 요소다. 따라서 스케일을 결정짓는 요소인 공간의 기능성, 인체치수 등 물리적인 측면과 주관적인 요소인 심리적 측면의 적절한 조화에 유의해야 한다.

동선(circulation)

사람이나 물건이 이동하는 자취나 방향을 나타내는 선으로 라이프스타일에 따른 동선을 파악하고 그에 따라 효과적인 계획으로 불필요한 동선을 없애고 낭비되는 공간을 없애는 등의 효과를 가질 수 있다. 공간을 보다 쾌적하게 하는 동선계획에 있어서 중요한 것은 가능한 짧고 간결한 동선이 이루어지도록 해야 한다.

색채와 배색(color coordination)

인테리어에 있어 색만큼 효과가 두드러지는 요소는 없다. 색은 감정을 가지고 있어 그 균형이 깨지면 인테리어 전체를 망쳐 버리게 된다. 색채는 공간을 풍부하게 하고 정보량을 높이는 등 여러 가지 형태로 일상생활에 도움을 준다. 색채는 시대나 문화 등에 따라 많이 쓰이기도 하고 적게 쓰이기도 하며, 소재와의 관계, 사용목적 등에 따라 같은 색이라도 평가가 달라지는 등 그 선호에 있어 차이가 크다.

바닥(Floor)

바닥은 공간의 구획, 공간의 한정 등 바닥면의 변화를 통해 특별한 의도를 표현할 수 있다. 공간 일부에 단차를 두어 높이의 변화를 시킬 수 있다. 이는 공간사이에 분리감을 주고 심미적으로 다양함을 주기위해 채택하는 방법이다. 바닥은 특히 각 공간에 따라 그 재질이 현격히 달라지는데 내구성이 특히 중요하다. 색상이나 디자인 역시 가능하면 쉽게 실증되지 않도록 하고 공간과의 상호관계를 종합적으로 고려하여야 한다.

벽과 천정 (wall & ceiling)

벽의 기본적인 기능은 공기의 흐름이나 소리의 전파를 차단하는가 하면 열의 이동, 사람의 이동이나 시선을 막는 역할을 한다. 벽은 바닥 다음으로 접촉이 빈번한 부분으로 내구성 있는 마감재가 필요하다. 천정은 시각적인 기능이 주로 강조된다. 천정 높이는 건축구조에 의해 결정되나 천정의 구성은 많은 실내설비가 배치되는데 전기조명, 통신, 공기조화, 소방설비 등 설비 요소들을 체계화 하여야 한다.

창과 커튼 (window & curtain)

창문은 통과와 차단이라는 두가지 반대기능을 동시에 갖추어야 한다. 빛, 바람, 공기, 조망 등은 통과시키고 소음, 냄새, 비바람, 벌레, 직사광선 등은 막아주어야 한다. 커튼은 외부에서 들어오는 광선을 조절하며 외부에서 안을 들여다 볼 수 없도록 한다, 또한 건물 내외부 열의 이동을 막는가 하면 소음과 외부의 찬 기운을 차단 한다. 형태와 기능에 따라 드레이프 커튼, 레이스커튼, 케이스먼트, 프린트커튼 등이 있으며 최근에는 갖가지 모양의 블라인드가 널리 쓰이고 있기도 한다. [77]

스케일

- 자연스러운 비례와 기능성을 살릴 수 있는 공간 확보
- 라이프스타일에 따른 행동 및 행위 검토
- 인체치수, 인체동작 등 물리적 스케일과 심리적 스케일 점검

벽과 천정

- 용도 및 기능 고려하여 배색계획
- 벽과 천정, 바닥 접촉부의 처리방법 고려
- 매입되는 각종 전기, 설비 배관 등 사전 검토

색채와 배색

- 공간의 기능에 맞는 컬러조화
- 공간 전체 배색 면적비 비율 및 재료 색상 고려
- 설치되는 조명의 빛 성질과 색과의 관련, 방향, 각도 등 고려



창과 커튼

- 채광 및 벽과의 비율에 따른 창 위치와 크기 검토
- 창문의 강도, 기밀성, 수밀성, 차음성, 개폐력 등 고려
- 사용빈도와 목적에 따른 개폐방법 결정
- 창문이 설치된 공간의 기능에 따른 커튼 결정

바닥

- 내구성이 있는 재료 선택
- 실증되지 않는 색상이나 디자인
- 벽체와의 마감방법, 바닥재료의 공법적 처리 등 고려
- 안정성, 기능성, 보행성 등 점검

동선

- 공간 활동의 주동선과 부동선 분류
- 동선의 빈도 점검, 특히 빈도 높은 곳의 동선 단축화
- 평상 시 외에 비상 시 동선 점검
- 고령자, 장애자가 있을 경우 동선 고려

협회 분과위원회, 꽃피는 봄 맞아 힘찬 ‘기지개’

사회봉사위, 산악회, 청강위, 소나회, 글로벌위원회 등 다양한 활동 벌여

올해 새단장을 마친 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 분과위원회들이 일제히 활동을 재개하며 봄의 시작을 알렸다. 지난 4월 협회 사회봉사위원회는 올해 첫 사회봉사 활동에 나서 함께 사는 세상을 만들기 위한 발걸음을 재개했다. 앞서 3월 말 시산제를 가졌던 산악회 역시 화창한 봄날을 맞아 4월 정기 모임으로 회원사들간의 친목을 다졌고, 청년강소기업위원회는 포럼을 통해 프랜차이즈 산업에 대한 진솔한 논의를 이어갔다. 글로벌위원회는 해외 진출 사업설명회를 개최, 글로벌 프랜차이즈로서의 역량을 강화했고 KFA소통과니눔을함께하는임원골프회(소나회)도 의미 있는 첫 걸음을 내디뎠다.



후원품 전달식에 참석한 협회 사회봉사단원과 사무국 임직원들. (왼쪽에서 6번째부터 박명진 미소바이오 대표, 김익수 채선당 대표, 유병욱 청운보육원장, 오종환 토프레스 대표)

사회봉사위, 청운보육원 찾아 제29차 사회봉사

‘함께 하면 행복합니다’를 기치로 수년째 사회공헌을 이어 온 협회 사회봉사위(위원장 김익수)는 아동 복지시설을 찾아 제29차 봉사활동을 벌였다. 협회는 2013년 사회봉사위원회를 출범시킨 이후 사회봉사단원 및 회원사 대표들과 함께 매월 어린이 보호시설과 노인복지시설 등을 방문하고 있다. 협회 사회봉사위 및 사무국 임직원 20여명은 4월 12일 서울시 동작구에 위치한 아동 복지시설 청운보육원을 찾아 보호 아동 100여명에게 후원금·후원품을 전달하고 식사와 간식을 배식했다. 이날 봉사활동에는 협회 사회봉사위원장 김익수 채선당 대표, 부위원장 오종환 토프레스 대표와 박명진 미소바이오 대표 등 사회봉사단원들과 박호진 협회 대외협력실장 등 사무국 임직원들이 함께 했다. 사회봉사단원들은 후원금과 후원품을 보육원 측에 전달하고 치킨과 피자, 김밥, 죽, 음료 등 아이들이 좋아하는 음식들을 직접 나눠 주는 시간을 가졌다. 또한 어린 아이들의 식사를 돕고 대화를 함께 나누며 말동무가 되어 주는 등 따뜻한 시간을 보냈다. 올해 사회봉사활동 후원품은 매월 100~150인분 상당으로 채선당(금일봉), 보하라(라면), 토프레스(견과류), 미소바이오(수산물), 본죽(죽), 파리바게뜨(빵), 못된고양이(양말), 커피메이(미니파운드케이크·주스류), 셀렉토커피(머핀), 좋은나라(휴지), 카페임스(계절과일), 미스타세프(설령탕), 60계치킨(치킨), 노랑통닭(치킨), 돈까스클럽(피자·콜라), 피자마루(피자·콜라), 피자나라치킨공주(피자·치킨), 바푸리숯불김밥(김밥), 한국프랜차이즈산업협회(떡) 등이 함께 할 예정이다.



4월 21일 고창 선운산에서 산악회 회원들이 기념 촬영을 하고 있다

산악회, 고창 선운산 4월 정기 등반

협회 산악회(위원장 정인기)는 4월 21일 전북 고창에 위치한 선운산에서 3월 용봉산 시산제에 이어 올해 두 번째 등반대회를 가졌다. 이날 정인기 회장과 회원 30여명은 선운산대표소를 거쳐 선운산 정상인 수리봉과 선운산 명물인 용문굴, 도솔암, 선운사 등으로 이어지는 4시간 가량의 코스를 소화하고 화합을 다졌다. 정인기 회장은 “모두 안전하게 등산을 마쳐 감사하다”고 전하며, “산악회원 모두 건강하고, 운영하는 모든 사업이 번창하기 바란다”고 전했다.



4월 19일 포럼을 마친 후 박기영 협회장과 청강위 위원들이 파이팅을 외치고 있다

청년강소기업위원회, ‘대한민국 프랜차이즈 춘계 포럼’

협회 청년강소기업위원회(위원장 최성수)는 한국프랜차이즈경영학회와 함께 4월 19일 세종대학교 광개토관 431호에서 4월 정기 모임의 일환으로 <대한민국 프랜차이즈 춘계 포럼>을 개최했다. 이번 정기 모임에는 20여명의 청강위 위원들이 참석했으며, 협회에서도 박기영 회장님과 임영태 사무총장이 저녁 자리까지 함께 하며 자리를 빛냈다. 포럼은 전문가들의 특별 강연과 질의응답 등으로 꾸며졌다. 세종대 이성훈 교수가 <프랜차이즈 이슈와 전망>이라는 주제로 현재 업계를 둘러싼 규제 문제점과 앞으로 나아갈 길에 대해, 72초TV 우수우 CBO가 <창업가의 브랜딩>이라는 주제로 브랜딩 전략 기획 및 실행에 대해 소중한 말씀을 전했다.



지난 4월 4일 열린 소나회 정기 모임

글로벌위원회·소나회도 뜻깊은 자리 마련

이밖에 글로벌위원회(위원장 정현식)는 4월 25일 협회 대회의실에서 올해 첫 모임을 갖고 중국 판진시 불야성 쇼핑몰 및 호주 진출과 관련된 사업 설명회를 열었다. 20여명의 글로벌위원회 위원들이 참석해 현지 상황을 파악하고 사업 진출을 타진하며 역량을 강화하는 뜻깊은 자리로 꾸며졌다. 소통의 장으로서의 역할을 더욱 강화하고 모임을 통해 발생하는 금액의 일부를 기부 및 전달하여 나눔을 실천하는 등 화합과 상생의 모임으로 새롭게 태어난 소나회(회장 이규석)는 4월 4일 올해 첫 모임을 통해 서로간의 친목을 돈독히 다지고 함께 하는 사회를 만들기 위한 결의를 다짐했다. 또한 협회 주요 활동 실적과 계획을 공유하고 이에 대한 의견을 교환하는 등 협회 내 원활한 소통을 모색하는 시간도 가졌다.

해외 '미투 브랜드' 피해, 공동방어상표로 대응한다 협회, 한국지식재산보호원과 MOU 체결

-회원사 대상 무상보급 및 지원 나서-



구이가 가업에프씨

협회는 특허청 산하 한국지식재산보호원(원장 이해평)과 함께 해외에 진출하는 국내 프랜차이즈 업체들의 상표권 관련 피해 방지를 위한 공동방어상표를 배포한다.

협회는 지난 3월 한국지식재산보호원과 공동방어상표 사용 업무협약(MOU)을 공식 체결, 공동방어상표 사용권을 해외진출을 준비하거나 이미 진출해 있는 협회 회원사들에 무상으로 배포하고 사용을 적극 지원하기로 했다. 또한 사용 확산을 위한 홍보 및 세미나·교육 등 행사 개최에도 상호 협력해 나간다.

상표권 무단 선점 및 도용 피해 막기 위해 개발

공동방어상표는 최근 국내 업체들의 해외 진출이 활발한 중국과 동남아시아 등에서 상표브로커에 의한 상표권 무단 선점 및 도용 피해가 급증하면서, 이를 방지하기 위해 한국지식재산보호원이 개발한 상표다. 지난해 11월 한국과 중국에 정식 출원을 마쳤다.

상표권 관련 피해를 입게 되면 업체들은 현지에서 힘겨운 법적 대응에 나서야 한다. 하지만 결과가 나오기까지 적지 않은 시간이 소요되는 만큼 공동방어상표를 사용하면 당장의 영업상 손실을 막을 수 있다. 또한 중장기적으로 한류 열풍에 따른 한국 정품 브랜드 인증 효과와 품질 보증 효과까지도 기대할 수 있다.



중국에서만 피해 건수 1820건, 피해추산액 190억원

특허청에 따르면 중국의 경우 상표브로커에 의한 국내 기업 상표 무단선점 피해 건수는 1820건, 피해 추산액이 무려 약 190억원에 달한다. 피해 업종별 구분에서도 프랜차이즈 업종이 23.7%로 식품(19.5%), 의류(16.7%) 등의 업종을 제치고 가장 큰 피해를 입고 있는 것으로 파악되고 있다.

실례로 2016년 중국에 진출해 지난해 마스터프랜차이즈(MF) 계약까지 성사시킨 A사의 한 외식 브랜드는 진출 초기 갑자기 날아온 상표권 침해 및 영업불가 통지에 큰 혼란을 겪었다. 이미 중국 상표브로커가 A사가 진출하기도 전에 브랜드 상표를 선점해둔 상태였기 때문이다. 결국 A사는 큰 비용을 들여 중국 내 점포의 직원 유니폼과 간판을 모두 한자 표기가 포함된 새 상표로 교체해야 했다.



프랜차이즈 기업 ㈜가업에프씨는 중국 상해점 '구이가' 매장 내에 공동방어상표 현판식을 지난 2017년 2월 최초로 활용했다.

공동방어상표 무상 배포 및 사용 적극 지원

협회 관계자는 "프랜차이즈 산업의 가장 큰 손기능 중 하나가 지식기반산업으로서 해외 진출이 용이하다는 점이며, 실제로 수 많은 프랜차이즈 업체들이 해외에서 한류 열풍을 이끌고 있다"면서 "상표권에 대한 인식이 자리잡지 못한 해외 국가에서 상표권 관련 피해가 눈덩이처럼 불어나고 있는 만큼, 공동방어상표를 무상으로 배포하고 사용을 적극 지원해 개별 업체들의 피해를 줄이고 국가 경제에도 기여할 것"이라고 밝혔다.

공동방어상표의 신청과 사용 등 세부사항은 한국프랜차이즈산업협회(☎02-3471-8135-8) 또는 한국지식재산보호원(☎02-2183-5848)으로 문의하면 된다.)



프랜차이즈 업종 공동방어상표 시안

韩值卓荐

프랜차이즈 업종 공동방어상표 시안
중문 브랜드네이밍

프랜차이즈 업종 공동방어상표는 우리나라에서 예부터 기와나 문고리 등 집으로 들어가는 출입구에 도깨비 형상을 새겨 악운을 쫓고 지켜주는 기능을 차용하여 해외에 진출한 프랜차이즈 브랜드들을 가짜 상표로부터 보호하고자 하는 것을 의미한다 (Kovalueup: 한국의 가치를 올리는 프랜차이즈를 의미). 중문 브랜드네이밍(한자취젠 han zhi zuo jian)은 한국의 가치, 탁월한 추천이라는 의미를 나타내고 있으며, 해외 소비자로부터 진정한 한국 브랜드임을 강조함과 동시에 소비자의 탁월한 추천(선택)임을 의미하고 있다.



한국프랜차이즈협 · 프랜차이즈산업연구원 주최 제15회 프랜차이즈 법률 심포지엄 성료

“올해 프랜차이즈산업 법률 환경변화와 가맹본부 대응방안은?”



김동수 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장이 축사를 하고 있다.



한국프랜차이즈산업협회와 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 공동으로 주최하고 한국프랜차이즈법률세무연구원과 프랜차이즈법률연구회가 공동 주관하는 '제15회 프랜차이즈 법률 심포지엄'이 지난 3월 28일 서울 충무아트홀 컨벤션홀에서 개최됐다. 프랜차이즈 법률 심포지엄은 지난 2005년을 시작으로 매해 권위 있는 전문가들이 참여해 프랜차이즈 산업의 법률적 이슈를 다루고 새로운 환경의 변화에 대응하기 위한 방향을 제시하고 의견을 나누는 자리다. 이번 심포지엄 역시 가맹사업법 개정안 및 동법 시행령 개정안 등을 중심으로 2018년 프랜차이즈 산업의 환경변화와 가맹본부의 대응방안을 심도 깊게 다루는 자리로 꾸며졌다.

장재남 원장의 인사말과 김동수 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장의 축사에 이어 첫 강연자로 나선 한상현 변호사는 <2018년 프랜차이즈산업의 법률 환경변화와 가맹본부의 대응방안>이라는 주제를, 이어 조은혜 변호사는 <필수품목 및 구입요구 품목의 설정기준 및 사례 연구>를 주제로 강연을 진행했다.

김영주 노무사는 <최저임금 인상과 근로기준법 개정이 프랜차이즈산업에 미치는 영향>에 대해, 송윤 변호사는 <허위 과장된 정보제공 판단기준과 가맹본부의 대응방안>을 제시했다. 이어 발표자들이 한 데 모여 강의 내용, 법률적 이슈 등에 대한 질의응답 시간을 갖기도 했다.

연세대 FCEO 과정, '상생 노무와 IT 융합' 조찬 포럼

중국의 우수 IT 융합 사례 및 노동법 사례를 중심으로 강의 진행



김금자 연대 FCEO 과정 총동문회장은 "앞으로도 분기별로 조찬 포럼을 진행하며 '공부하는 동문회'를 유지하도록 노력하겠다"라고 밝혔다.

연세대학교 프랜차이즈 최고경영자 과정(이하 연대 FCEO 과정) 총동문회와 한국프랜차이즈산업협회가 주관하는 '2018 조찬 포럼'이 4월 11일 150여명에 달하는 총동문의 참여 속에 리베라 호텔에서 열렸다. 이날 포럼은 '프랜차이즈 상생 노무와 IT 융합'이라는 주제 하에 프랜차이즈 운영에 꼭 필요한 노무관리와 해외 마케팅 사례에 대한 강연으로 꾸며졌다. 이금구 C&B 노무법인 대표노무사는 <프랜차이즈 가맹본부와 가맹점 상생을 위한 노무관리>라는 주제로 노동법 위반과 관련된 주요 사례와 우수 사례를 다뤘다. 이어 윤승진 만나컴퍼니 대표는 <프랜차이즈와 IT를 매칭하라>라는 주제를 통해 중국의 IT 기술 현황과 우리나라 프랜차이즈가 배워야 할 점 등을 강의했다.

제34기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 수료식 '프랜차이즈의 꽃' 슈퍼바이저 실무 역량 강화 위한 10주간 일정 마쳐



저 자격증 시험 응시 자격을 부여받는 한편 한국프랜차이즈산업협회장 명의의 수료증을 수여받는 기쁨을 함께 누렸다.

매장 관리자들의 전문성과 실무 역량을 강화하기 위해 한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 주관하는 제34기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정이 공식 일정을 모두 소화하고 4월 28일 수료식을 통해 유종의 미를 거뒀다. 이번 과정은 해마로푸드서비스(주), 리치푸드(주) 등 20여 곳의 가맹본부에서 근무하고 있는 실무자들과 임원들 30여명이 참여해 2월 24일부터 10주간 매주 토요일 진행됐다. 프랜차이즈, 슈퍼바이저, 상권분석, 인사노무, 가맹법률, 세무회계, 협상스킬, 마케팅 등 실무자들의 역량을 한 단계 더 강화시킬 수 있는 다양한 커리큘럼으로 진행됐다.

또한 수료생들은 협회가 주최하는 슈퍼바이

지회 소식

대구경북지회 소식

지회장 : 이재백

4월 행사 내용



무료 공개 세미나 및 정기월례회

대구경북지회는 4월 10일 오후 4시부터 협회 강의실에서 정기월례회 및 무료 공개 세미나 교육을 진행했다. 이번 공개 세미나는 국수나무의 정민섭 대표의 [국수나무_사람 꽃을 피웁니다]의 주제로 진행 되었으며, 세미나 교육 후에는 40업체 회원사가 참석한 정기 월례회를 진행하였다. *정기 월례회는 매월 두 번째 화요일에 실시.



대구경북지회 산악회 활동

대구경북지회는 4월 12일 산악회를 진행하였다. 이번 산행은 월류봉을 트래킹 후 회원사간 친목을 위한 자리도 가졌다. 산악회는 청년분과위원회에서 주관하며 매달 두 번째 목요일에 진행해오고 있다



2018년 프랜차이즈 사관학교 교육 개강

4월 19일 대구경북지회에서 첫 교육사업인 [2018 프랜차이즈 사관학교 교육 과정]의 개강식이 열렸다. 이번 교육과정은 올해 첫 교육으로 30명의 교육생이 매주 목요일 오후2~6시[4시간] 동안 15주에 걸쳐 프랜차이즈 산업에 맞는 전문과정을 교육 받는다.

대구경북지회의 프랜차이즈 전문 교육은 대구시 프랜차이즈산업 육성사업으로 교육비가 일부 지원가능하다. 해당 교육 뿐아니라 [외식업 점장 중심 교육], [슈퍼바이저 전문가 교육]도 올해 개강식을 앞두고 있다.

*교육일정 및 문의는 사무국 053-626-7664



대구경북지회 봉사단 활동

대구경북지회에서는 매월 1회 봉사활동을 진행하고 있다. 이번 봉사단은 [제38회 장애인의날 기념행사]에 참여하여 [닭강정 & 훈제마창 무료 시식회]를 4월 20일 대구 시민운동장에서 진행하였다. 이번 봉사는 30업체 회원사가 참여하여 지역사회 장애인의 삶의 질 향상을 도모하고 만남의 장을 통한 상호이해 증진과 유대감을 강화하는 뜻 깊은 시간이 되었다. 또한, 대구경북지회 봉사단은 매월 지역이동센터를 방문하여 요리교실을 운영하고 있다.

5월 예정사항



2018년 상반기 선진기업탐방 안내

대구경북지회는 매년 2회 선진기업 탐방 행사를 진행해오고 있다. 다음달 5월 8일에는 [상반기 선진기업 탐방]의 주제로 ㈜김가네를 방문하여 간담회 및 세미나를 진행한다. 선진기업탐방은 정기 월례회 행사를 대체하여 진행되며, 상반기에는 수도권지역을 하반기에는 각 지역 지회를 방문하여 교류의 장을 가지게 되는 행사이다. 이번 행사는 회원사 25업체가 참여하여 성공적인 행사로 마무리할 예정이다.



2018년 대구·경북 동호회 활동

대구경북지회는 2018년 프랜차이즈 스터디 모임, 봉사회, 산악회, 골프회를 운영한다. 각 동호회 활동은 매달 진행되며 주기적인 모임으로 회원사간의 친목 도모는 물론 협회 발전에 기여하는 활동이다. 이번 프랜차이즈 스터디 모임은 첫 시작으로 아침시간을 활용하여 프랜차이즈 관련 내용을 주제로 토론발표를 진행하며 매월 2회에 걸쳐 진행된다.

부울경지회 소식

지회장 : 신영호

신입회원 모임

한국프랜차이즈산업협회 부울경지회는 지난 3월 28일 신입회원관리 분과위원회에서 신입회원 모임을 개최하였다.

2017년~2018년 입회하여 아직은 서먹하고 어려운 신입회원들을 위하여 모임을 가졌다. 이번 모임은 부울경지회 임원단과 신입회원 간의 모임을 통해 끈끈한 유대관계를 형성하고, 기존의 신입회원 뿐 아니라 향후 입회 할 신입회원들도 활발하게 협회 활동을 할 수 있도록 기대해 볼 특별한 모임이었다.



봄맞이 체육대회

부울경지회에서는 지난 4월 21일(토) 백운포 체육공원에서 봄맞이 체육대회를 개최하였다.

이번 체육대회는 회원사의 임직원 및 가족동반으로 많은 회원사들이 임직원 및 가족들과 함께 참석해주어 화기애애한 분위기 속에서 체육대회가 진행되었다. 여러 게임 및 경기를 통하여 회원사의 체력증진은 물론 누구보다 불타는 부울경지회 회원사들의 승부욕도 엿 볼 수 있는 아주 즐거운 대회였다.



개정 2016. 06. 30

전문

한국프랜차이즈산업협회 회원사는 윤리경영의 시대적 사명감을 안고 합리적이며 투명한 경영활동과 공정한 거래질서를 확립함으로써 사회적 책임을 다하는 건전한 프랜차이즈 산업문화를 지향한다. 또한 프랜차이즈산업을 국가 성장에 기여하고 부가가치가 높은 산업으로 발전시키기 위해 역량을 집중시켜 가맹본부와 가맹점, 소비자가 함께 동반상생 할 수 있도록 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 제정한다. 이에 세부행동 지침을 마련하여 신뢰를 높이고 프랜차이즈 산업에 대한 인식제고를 통한 회원사의 권익증대에 이바지 하고자 한다.

I. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전
회원은 국가 경제 성장에 기여하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.
2. 신뢰와 협동
회원은 가맹본부와 가맹점간의 상생의 중요성과 필요성을 인식하고 다양한 상생협력 방안 도입 및 서비스 제공의 질적 향상과 프랜차이즈 산업의 동반성장을 위하여 협력한다.
3. 공정한 경쟁과 거래
회원은 관련 법규의 철저한 준수를 통하여 공정 경쟁질서 확립 및 자율적 경쟁거래를 수행한다.
4. 기업의 사회적 책임 이행
회원은 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.
5. 동반상생을 통한 기반 마련
회원은 기업 및 가맹점, 고객의 상생을 통한 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

II. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전
가. 회원사는 국가 경제 성장에 기여하고 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.
나. 회원사는 물적, 인적 시스템을 구축 강화해 경쟁력을 높이고 수익 개선을 위한 다양한 제도 개선에 적극적으로 앞장선다.
다. 회원사는 정확하고 과학적인 정보를 바탕으로 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 지속 노력한다.
2. 신뢰와 협동
가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.
나. 회원사는 어떠한 표현방법에 있어서도 가맹점주가 되고자 하는 고객을 기만하거나 오인하지 않도록 준수한다.
다. 회원사는 다른 기업의 상표, 상호, 회사명, 표어 또는 기업을 식별하는 기타 표지를 모방하지 않는다.

- 라. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 가맹계약과 관련된 모든 정보를 서면으로 충분하고 정확하게 제공하여야 한다.
- 마. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 사전공시에 관하여 헌법 또는 법률에 규정되어 있는 사항을 충분히 준수하여야 한다.
3. 공정한 경쟁과 거래
가. 회원사는 자유경쟁 원칙에 따라 시장경제질서를 존중하고 제품과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.
나. 회원사는 제반 법규를 철저히 준수하며 상도의에 따라 공정하게 경쟁한다.
다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.
라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위해 노력한다.
4. 기업의 사회적 책임 이행
가. 회원사는 사회적 책임을 다하고 가격 및 상품의 동질성을 앞세워 지역 간 소비자 후생의 격차를 해소하여 국민 후생 증대에 기여한다.
나. 회원사는 국민들의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.
다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 동참한다.
5. 동반상생을 통한 기반 마련
가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 동반성장 시스템을 구축함으로써 공존공영(共存共榮)을 실현하고 조화로운 발전을 추구한다.
나. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.
다. 회원사는 가맹점주의 영업 운영능력을 개선·향상시키도록 권장하고 그 능력 향상에 필요한 교육, 훈련을 지속적으로 제공한다.
라. 회원사는 공정하고 투명한 기업문화 환경 조성을 위해 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의견소통을 이끌고 불평, 고충 및 논쟁의 해결에 있어서 신뢰와 선의에 입각해 모든 노력을 기울인다.

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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



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

한국프랜차이즈산업의 40년! KFA 창립 20년의 역사!

한국프랜차이즈산업의 과거와 현재를 총망라한 프랜차이즈 바이블

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

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

한시적으로 회원사 특가로 제공합니다

₩150,000 → ₩100,000

- 편찬위원장 - 연세대학교 교수(오세조), ● 위원 - 학계: 중앙대학교 교수(강병오), 숭실대학교 교수(박주영), 고려대학교 교수(최영홍), ● 위원 - 산업계: 체인정보 대표(박원후), 맥스컨설팅 대표(서민교), 비즈니스유엔 원장(이형석), ● 연구소(원) - 창업전략연구소 소장(이경희), 창명경영연구소 소장(이상현), 프랜차이즈산업연구원 원장(정재남), ● 법률감수 - 법무법인 한림 김중무 변호사, 법무법인 헤 조은혜 변호사 ● PM - 푸드미디어그룹 김병조 대표

구입문의 KFA 여헤민 팀장(070-7919-4155) / 단체구입환영

한국프랜차이즈산업협회 신규회원 현황

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	신청일
정회원	(주)리앤브라더스컴퍼니	노군꼬치	서비스업	이병훈	2018.04.24
협력회원	(주)스마트로	SMARTRO.SALT	통신업	이홍재	2018.04.05
협력회원	(주)파인사이니지	파인사이니지/아트올레드	도소매업	김영국	2018.04.26

한국프랜차이즈산업협회 5~6월 교육 일정 안내

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

2018 5

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 슈퍼바이징		
기간	5월3일(목)~4일(금)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회부울경지회(부산시 연제구 거제동)
교육인원	20명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목적 : 프랜차이즈산업의 양 주체인 가맹본부와 가맹점사업자간의 핵심적 역할을 수행하는 슈퍼바이저를 대상으로 가맹점과의 소통, 상권, 경영수치분석 교육을 실시하여 가맹점의 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 5

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 세무/인사		
기간	5월10일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목적 : 프랜차이즈 기업 회계의 특징을 파악하고 프랜차이즈 가맹점 출점 및 관리, 임금 등에 관한 비용처리 방법과 절세방법을 체계적으로 학습 하여 효율적이며 전문적인 재무관리 능력 함양
훈련내용 : 가맹본부 세무 관리, 개정세법과 조세특례제한법, 가맹본부 및 가맹점 인사관리, 가맹본부 및 가맹점 임금관리

2018 5

교육명	[재직자 무료교육] 서비스 마스터		
기간	5월15일(화)~16일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목적 : 가맹점 서비스 품질관리와 가맹점주 및 직원대상 서비스 교육에 대한 가맹본사의 역할과 중요성을 인식시키고 나아가 브랜드 이미지 제고 및 가맹점 매출 향상에 기여할 수 있는 서비스 능력 함양
훈련내용 : 서비스 전문가의 요건, 서비스 이용고객 이해, 고객서비스 커뮤니케이션 스킬, 가맹점 서비스 품질관리, 서비스 실습

2018 5

교육명	[무료] 가맹점 노무관리 교육		
기간	5월24일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	70명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 가맹본사 임직원, 가맹점주, 예비창업자 등
목적 : 근로기준법에 대한 소개와 사례, 실무중심의 교육을 통해 가맹점의 노동법 준수에 대한 인식개선
훈련내용 : 전자(모바일) 근로계약서 작성 및 활용법, 프랜차이즈 가맹점에서 발생하는 주요 노동사건, 상시 5인 이상 사업장과 4인 이하 사업장의 차이, 일자리안정자금 안내 등

2018 5

교육명	[무료] 가맹점 노무관리 교육		
기간	5월 24일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	70명	비용	무료교육

교육대상 : 가맹본사 임직원, 가맹점주, 예비창업자 등
목적 : 근로기준법에 대한 소개와 사례, 실무중심의 교육을 통해 가맹점의 노동법 준수에 대한 인식개선
훈련내용 : 전자(모바일) 근로계약서 작성 및 활용법, 프랜차이즈 가맹점에서 발생하는 주요 노동사건, 상시 5인 이상 사업장과 4인 이하 사업장의 차이, 일자리안정자금 안내 등

2018 5

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 빅데이터 상권분석		
기간	5월29일(화)~30일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	20명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목적 : 상권분석의 개념 및 다양한 사례의 학습을 통해 현업에서 마케팅 분야에 상권분석시스템 활용이 가능한 실무 능력을 함양
훈련내용 : 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 6

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 가맹점 위생 안전 관리		
기간	6월19일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목적 : 유해미생물 오염 방지를 위한 주요 기준 습득, 유해/위험 요인 사례를 통한 주요 예방 대책 수립
훈련내용 : 가맹점 직원 위생 관리, 가맹점 식자재 위생 관리, 가맹점 시설물 위생 관리, 가맹점 시설물 및 물질안전관리

2018 6

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 가맹영업		
기간	6월21일(목)~22일(금)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목적 : 영업 전략 기획, 사업설명회 및 세미나 운영 전략, 고객 유형 별 가맹상담 기법에 대해 학습을 통해 가맹점 모집에 필요한 담당자의 역량을 강화하여 가맹점 개설 극대화 도모
훈련내용 : 가맹영업의 이해와 출점전략, 영업지역 및 가맹점 목표 설계, 가맹영업시스템구축, 가맹 상담 스킬과 접촉 요령, 가맹영업오더 개발전략, 가맹사업법과 계약실무

2018 6

교육명	[무료] 가맹점 노무관리 교육		
기간	6월25일(월)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	70명	비용	무료교육

교육대상 : 가맹본사 임직원, 가맹점주, 예비창업자 등
목적 : 근로기준법에 대한 소개와 사례, 실무중심의 교육을 통해 가맹점의 노동법 준수에 대한 인식개선
훈련내용 : 전자(모바일) 근로계약서 작성 및 활용법, 프랜차이즈 가맹점에서 발생하는 주요 노동사건, 상시 5인 이상 사업장과 4인 이하 사업장의 차이, 일자리안정자금 안내 등

2018 6

교육명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 슈퍼바이징		
기간	6월27일(수)~28일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	20명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목적 : 프랜차이즈산업의 양 주체인 가맹본부와 가맹점사업자간의 핵심적 역할을 수행하는 슈퍼바이저를 대상으로 가맹점과의 소통, 상권, 경영수치분석 교육을 실시하여 가맹점의 매출활성화에 기여할 수 있는 능력 함양
훈련내용 : 가맹점/가맹점주/고객/경쟁사 데이터수집 및 분석 실습, 불공정거래 예방 및 분쟁사례, 가맹점 손익관리, LSM 계획수립, LSM 전략실행의 차이, 일자리안정자금 안내 등

번호	상호	영업표지	업종	등록번호	등록일
1	자박갈비	자박갈비	한식	20180209	2018-03-05
2	(주)골든스트릿	심야오뎅	일식	20180210	2018-03-05
3	부산창업 N	어천바다해물점	한식	20180211	2018-03-05
4	(주)춘자외식	갈곳이 없다, 그래서 제주도	기타 외식	20180212	2018-03-05
5	자이글 (주)	자이글	한식	20180213	2018-03-05
6	피터핏카페	피터핏카페	반려동물 관련	20180214	2018-03-05
7	(주)두리에프앤비	큰바다해물아구찜	기타 외식	20180215	2018-03-05
8	글라스루프	글라스루프 (glassroof)	자동차 관련	20180216	2018-03-05
9	지엔에스와타미푸드앤베버리지서비스(주)	와타미	기타 외식	20180217	2018-03-05
10	빨강떡볶이앤앤제이식품	종알아찌 5단계빨강떡	분식	20180218	2018-03-05
11	영산강오리탕	영산강오리탕	한식	20180219	2018-03-06
12	그린바바디쉐이핑	그린바바디	스포츠 관련	20180220	2018-03-06
13	우림웰푸드	우림관화로구이	한식	20180221	2018-03-06
14	(주)소리대장간	소리대장간	기타도소매	20180222	2018-03-06
15	(주)트라이앵글스토리	스토리 PC	PC방	20180223	2018-03-06
16	유황F&S	개성집	한식	20180224	2018-03-06
17	셀라2음악학원	15셀라음악학원	기타 교육	20180225	2018-03-06
18	(주)엘와이엔터테인먼트	루시드 (LUCID)	(건강) 식품	20180226	2018-03-06
19	코스모스	레드컨테이너 (RED CONTAINER)	기타도소매	20180227	2018-03-07
20	(주)순수패밀리	순수	이미용	20180228	2018-03-07
21	(주)주안	캠토스트	기타 외식	20180229	2018-03-07
22	길컴퍼니	마라내음	중식	20180230	2018-03-07
23	(주)리오컴퍼니	훈다라멘	일식	20180231	2018-03-07
24	(주)더바른에프앤비	밀담	한식	20180232	2018-03-07
25	(주)엠푸드	건강밥상 심마니	한식	20180233	2018-03-08
26	구버가 (주)	찰판떼기	기타 외식	20180234	2018-03-08
27	르하임스터디카페	르하임스터디카페	기타 서비스	20180235	2018-03-08
28	(주)두꺼비에프앤비	쌈브	한식	20180236	2018-03-09
29	야마사식품	카마타게제면소	분식	20180237	2018-03-09
30	(주)한울컴퍼니	하노이포베트남쌀국수	기타 외국식	20180238	2018-03-09
31	(주)더캠트	캠핑트렁크	기타도소매	20180239	2018-03-09
32	(주)다다컴퍼니	스폰필라프	서양식	20180240	2018-03-09
33	사쿠라테이엔	사쿠라테이엔	주점	20180241	2018-03-09
34	도봉이에프앤비 (주)	도봉이통닭 & 피자	피자	20180242	2018-03-09
35	(주)더쉐프	부산칠칠집	한식	20180243	2018-03-09
36	(주)더쉐프	텐퍼센트스페셜티커피	커피	20180244	2018-03-09
37	(주)피엠펬에프앤비	BEP 리틀파파 (Little PAPA)	기타 외국식	20180245	2018-03-09
38	(주)피엠펬에프앤비	리틀파파포 (Little PAPA Pho)	기타 외국식	20180246	2018-03-09
39	삼다 (KPS)	대한초밥	일식	20180247	2018-03-09
40	(주)로맨틱에프앤비	낭만치맥	치킨	20180248	2018-03-12
41	청년피자	청년피자	피자	20180249	2018-03-12
42	분식살롱	분식살롱	분식	20180250	2018-03-12
43	다운푸드	숯양두마리치킨	치킨	20180251	2018-03-12
44	제이앰커피로스터스	JM COFFEE	커피	20180252	2018-03-12
45	키친씨	감성족발	한식	20180253	2018-03-13
46	이지니-쌈뜨메르농업사회협동조합	이지니-쌈뜨메르	제과제빵	20180254	2018-03-13
47	(주)네오플레너스	다이망	유아 관련 (교육 외)	20180255	2018-03-13
48	(주)푸드맵	맵도리탕	한식	20180256	2018-03-15
49	카페엔테이크아웃	뜰커피	커피	20180257	2018-03-15
50	홍스푸드	홍스포차	주점	20180258	2018-03-15
51	(주)우리동지에프앤비	우리동지	분식	20180259	2018-03-15
52	(주)조은음식드림	대마족발	한식	20180260	2018-03-15
53	청농 (주)	이끌림	기타도소매	20180261	2018-03-15
54	(주)킨지 (KINJI)	킨지 (KINJI)	기타 외식	20180262	2018-03-16
55	(주)일가브라더스	북촌삼대갈비	한식	20180263	2018-03-16
56	베트남쌀국수포나	베트남 쌀국수 포나	기타 외식	20180264	2018-03-16



03일 _ [컨소시엄] FC광고마케팅 1차(3~4일)
소통과나눔을함께하는임원골프회(소나화) 운영진 회의
프랜차이즈 실태조사 2차 회의

04일 _ [노무교육] 가맹본사 미팅-(주)놀부
한국인삼공사 대외협력팀 협회 방문
소나화 4월 월례회
중소벤처기업부 회의

06일 _ [컨소시엄] FC시스템고도화구축

07일 _ [노무교육] 프랜차이즈산업연구원 교육

09일 _ [노무교육] 출장교육(양생김밥)

10일 _ [컨소시엄] FC슈퍼바이징 3차(10~11일)
제7회 서울이코노믹포럼 및 뉴스핌 비전선포식
[노무교육] 출장교육:(주)항기나는 사람들-8차
일자리위원회 실무자 회의

11일 _ 2018 연세대 FCEO 조찬포럼
[노무교육] 출장교육
제29차 사회봉사(청문보육원)
김치협회 협의체 회의

12일 _ 제6회 서울국제식품포럼
고용노동연수원 노사교육팀장 미팅
2018 컨소시엄 사업책임자 사업운영 간담회
콘텐츠진흥원 미팅

13일 _ 43회 프랜차이즈서울 홍보 (부산, 벡스코)
[컨소시엄]FC시스템고도화구축
코엑스 박람회 사무국 업무 협의
동남아시아 프랜차이즈사절단 사전설명회

16일 _ [노무교육] 출장교육:(주)간부(16~19일)

17일 _ [컨소시엄] FC브랜드사업성분석 1차(17~18일)
부산박람회 관련 업무협의(벡스코)
[노무교육] 프랜차이즈산업연구원 교육
현대중 대외협력팀 미팅

18일 _ 칼리버 프랜차이즈 업체협의
[노무교육] 프랜차이즈산업연구원 교육

19일 _ 판진시 국내업체 진출 사전조사(19~21일, 중국 판진시)
[컨소시엄] FC경영계획수립 1차(19~20일)
청년강소기업위원회 4월 정기모임

20일 _ [컨소시엄] FC시스템고도화구축 1차
특허청 상표심사정책과 협회 방문
산업부차관 주재 간담회-코리아세일페스타 관련
박람회 관리위원회

21일 _ 4월 산악회(고창 선운산)
[노무교육] 출장교육:(주)간부

23일 _ 공정위 가맹거래과장 미팅
[노무교육] 출장교육: 아이더스코리아
산업부 가맹사업진흥계획 관련 미팅
호주 컬리버그를 짐보리 방문
서비스산업총연합회 전체회원모임

24일 _ 대한민국 서비스 수출대전 개막식
인천 소상공인 서민금융복지 지원센터 개소식
[노무교육] 출장교육: 원주 한국 피자헛 유한회사

25일 _ [노무교육] 출장교육: 대전 한국 피자헛 유한회사
퍼스트에이엔티(백호근 부회장) 회사 방문
글로벌추진위원회 모임

26일 _ [컨소시엄] FC온라인마케팅 2차
농식품부 외식산업동향 간담회

27일 _ [컨소시엄] FC시스템고도화구축
8차 수석부회장단 회의

28일 _ 34기 슈퍼바이저 수료식

30일 _ [노무교육] 협회 정기교육

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

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

신청인 정보		<input type="checkbox"/> 정회원		<input type="checkbox"/> 협력회원	
사 진 (3cmX4cm)	회 사 명			전 화 번 호	
	브 랜 드 명			휴 대 전 화 (대표자)	
	대 표 자 명			팩 스	
	대 표 자 (주민등록번호)			이 메 일 (대표자)	
회 사 주 소					
홈 페이지			업 종		
담 당 직 원	이름 :	Tel :		가 입 경 로	<input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인() <input type="checkbox"/> 기타()
계 좌 정 보	<input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장		출 금 일 자	매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일	
회 사 명			계 좌 번 호		
대 표 자 명			주 민 등 록 번 호 (사업자등록번호)		
월 납 입 액	금	원 (₩)	협 회 계 좌 번 호	국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주: 한국프랜차이즈산업협회
【CMS 출금이체 약관】					
<p>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.</p> <p>2. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정서의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다.</p> <p>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 하겠습니까.</p> <p>4. 지정 출금일에 동일한 종류의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니까.</p> <p>5. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니까.</p> <p>6. 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다.</p> <p>7. 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정기로 합니다.</p> <p>8. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다.</p> <p>9. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다.</p> <p>10. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다.</p>					
【금융거래정보의 제공 동의서】					
<p>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.</p>					
【개인정보의 제공 동의서】					
<p>위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.</p>					
모든 약관동의의 (<input type="checkbox"/> 동 의 / <input type="checkbox"/> 미 동 의)					
<p>[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</p>					

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

신청일자 201년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 : (인)

☎ 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)

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 / 신문 등 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 기획 제공
- 15 가맹점주를 위한 은행 대출서비스 혜택

● 회원가입문의

한국프랜차이즈산업협회 기업지원팀(직통)
070. 7919 4155

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



한국프랜차이즈산업협회 교육장 대관 SERVICE

∴ 작은 회의도 컨퍼런스가 된다! ∴



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

교육장 활용 1

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

교육장 활용 2

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

교육장 이용문의

- 상담문의 : 02,3471,8135~8 (내선2번)
- 이메일문의 : master@ikfa.or.kr

"가맹사업을 지원하는 KFA세미나실!! 즐거움을 드리는 한국프랜차이즈산업협회"



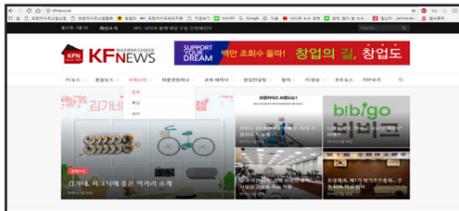
잡지명 : 프랜차이즈월드

'한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이'를 모토로 프랜차이즈산업인의 알 권리와 산업발전을 위한 원동력이 되기 위해 2012년도에 창간하여 2017년부터 월간으로 발행중이다.

- 2017. 04. 국내 최대 전자잡지 포털<모아진> 등록
• 140여개 대학 및 공공도서관에 전자잡지 납품
- 2017. 06. 국제표준 연속간행물 번호(ISSN) 취득
- 2017. 08. 교보, 영풍, 알라딘, 예스24 등 전국 서점 판매
- 2017. 12. ABC협회 부수 인증
- 2018. 01. 전국 탐앤탐스 매장 비치
서울교통공사 도서마당 등 심터 비치 예정
- 2018. 02. 2018년 잡지콘텐츠 해외수출 기반 구축
• 국제 도서전 출품될 브로셔에<프랜차이즈월드>소개

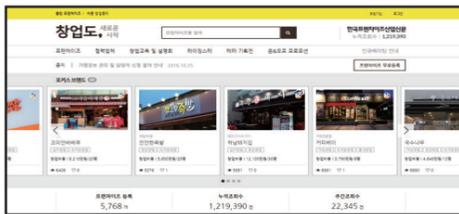
주요콘텐츠

프랜차이즈 산업 전반의 주요 이슈와 현안, 프랜차이즈 전문가 칼럼, 업종별 상권분석, 성공CEO, 비즈니스 정보, 마켓트렌드 등



신문명 : 한국프랜차이즈산업신문

- 2014. 11. 한국프랜차이즈산업신문 온라인 신문 창간
- 2015. 06. 오프라인 지면 신문 발행
- 2016. 08. 한국프랜차이즈산업신문 주최 2016 대한민국 프랜차이즈 브랜드 크리에이터 모델 콘테스트 개최
- 2017. 03. 구글 기사제공
- 2018. 04. 네이버, 다음 기사 제휴 협의



창업플랫폼 : 창업도

- 2014. 03. 창업 플랫폼 '창업도' 시연 개시
- 2014. 12. 창업도 네이버 기사 연동
- 2015. 03. 창업도 공정거래위원회 정보 연동
- 2016. 03. 주간순위 및 다음지도 플랫폼 추가
- 2017. 12. 가맹본부 5768개 등록
- 2018. 04. 창업도 프랜차이즈산업신문 기사연동

광고, 콘텐츠, 구독 제안

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

- 광고 1P 기본 200만원(내지) : 10회 게재시 30% 할인
- 콘텐츠 2P + 광고 1p : 300만원
- 월간프랜차이즈월드 월구독 1만원

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

- 배너 월50만원(연 500만원)
- 청약브랜드 기사 무제한게재 (보도자료 제공시)

창업도 온라인 광고

- 메인화면 월 30만원(연 300만원)
- 서브화면 월 5만원 (연 50만원)

프랜차이즈월드 구독시 혜택

- 한국프랜차이즈산업신문 기사 월1회(보도자료 제공시)
- 창업도 프랜차이즈 브랜드 노출

- 위치 서비스 - 매장위치 등록 노출(티맵 등 36개 업체사) 무료
- 알바천국 - 구인등록 무료 제공 (점프업 1일 3회)
- 직원 근태관리 어플 무료 제공
- 프랜차이즈 전용 CMS
- 상담문의 : (www.cms.kr)1600-2296

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.



종합광고대행사 **KFN애드콤** ☎02.556.7889



튀어야 산다!

창업도,

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

28년 광고전문가 KFN애드콤이
귀사의 사업성공을 도와드리겠습니다.

광고제작 TVCM | RCM | CM-SONG | PPL | 인쇄광고(신문,잡지 등) | 옥외광고(버스,지하철,야립 등)

광고교육 KFN애드콤만의 '찾아가는 광고전문교육 서비스' 무료 제공

문의전화 02-501-2141 | 광고전문교육 신청 02-556-5280



KFN ADCOM Since 1991



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 : 하나은행 389-910002-30504
우리은행 1005-200-477949

광고단가 안내 *연 10회 광고시 30% 할인(부가세 별도)

구분	유형	금액	수량	크기 (가로×세로/mm)
1	표 2	350만원	1면	전면컬러 226×296 (300dpi해상도의 ai,psd파일)
2	표 2 대면	300만원	1면	
3	표 3	300만원	1면	
4	표 4	500만원	1면	
5	표 3 대면	250만원	1면	
6	목차 대면	250만원	1면	
7	내지	200만원	1면	

프랜차이즈월드 정기구독 신청서

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

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

