

국내 최대규모 프랜차이즈 창업 상담 전시회

IFS 2019-2020 프랜차이즈 전시회 연간 일정

제46회 프랜차이즈 수원 2019년 6월 27일 - 6월 30일, 수원 SCC

제47회 프랜차이즈 대구 2019년 8월 8일 - 8월 10일, 대구 엑스코

제48회 프랜차이즈 서울 2019년 10월 3일 - 10월 5일, 서울 코엑스

제49회 프랜차이즈 부산 2019년 10월 31일 - 11월 2일, 부산 벡스코

제50회 프랜차이즈 서울 2020년 3월 26일 - 3월 28일, 서울 코엑스



성공으로 가는 프랜차이즈 사업,
지금 전시 사무국과 상의하세요!

전화 02-6000-1564 이메일 ifs_info@naver.com
Website www.ifskorea.co.kr

주최사 | **KFA 한국프랜차이즈산업협회**
Korea Franchise Association

주관사 | **coex** Reed Exhibitions®

프랜차이즈월드

2019 APRIL - Vol.40

Cover Story 2018 프랜차이즈산업 실태조사

Korea Franchise Association

Franchise WORLD

2019 APRIL - Vol.40

Cover Story

2018 프랜차이즈산업 실태조사 “규제완화 및 지원정책 시급”

프랜차이즈협회, 공정위 상대 헌법소원 청구

Special Report

2019 상반기 제45회 프랜차이즈서울 한국프랜차이즈산업협회 2019정기총회 협회 분과위원회 활동 ‘기지개’

People & Company

(주)쿠우쿠우 김영기 회장
(주)허그맘허그인 심리상담센터 최양구 대표
(주)엔조이소프트 조승훈 대표



KFA
Korea Franchise Association

“ 칭찬받는 선택 실패없는 맛집 채선당 ”

채선당은 대한민국 최고의 외식문화를 이끌어간다는 자부심으로 전국 매장에 **더욱 신선한 샤브샤브와 건강한 식재료를** 신속하게 공급하기 위해 최선을 다하고 있습니다.



채선당 샤브샤브



신선한 야채와 진한 육수
호주산 청정 쇠고기의
채선당 대표 메뉴

모임도 GOOD!

채선당 PLUS* 채선당 M



높은 가성비! 샤브샤브와
함께 즐기는 20여 가지
무제한 샐러드 바

회식도 GOOD!

샤브보트 SHABU BOAT



특별한 육수와 생면으로
다양한 기호에 맞춘
1인 샤브 전문점

혼밥도 GOOD!

월남쌈 & 샤브샤브



채선당의 검증된 맛!
월남쌈과 야채 리필바
무한제공으로 가성비 최고!

생생 4계절



대게도락(道樂)에 이은
채선당 또 하나의
해산물 명품 브랜드

채선당 행복가마솥밥



혼밥이라도 제대로!
한정식만큼 든든한
1인 가마솥밥 전문점



(주)태종에프디

이젠 프랜차이즈도 **원팩(One Pack)**화!

미스타셰프가 해결해 드립니다!

인건비 절감! 맛의 표준화! 시간절약!

- ★ HACCP인증 시설에서 생산되는 위생적인 제품 (식육추출가공품, 즉석조리식품)
- ★ 1인분 소포장(원팩)으로 관리 및 매장 운영 용이
- ★ 기업맞춤형 OEM 생산 가능 / 자사 브랜드 “미스타셰프” 제품 보유
- ★ 기업부설연구소 보유 품질관리, R&D 전문인력 보유(산기협 제2010112859호)
- ★ 일 50,000개 이상 생산 가능한 인력 및 설비 구축 (총 3개 공장 운영)

생산품목

- 갈비탕, 버섯들깨탕, 버섯뚝배기불고기, 부대찌개, 사골우거지해장국, 사골황태해장국
- 설렁탕, 수육국밥, 후수육국밥, 아욱다슬기해장국, 우보탕, 육개장, 추어탕, 해물누룽지탕, 해물알탕 외

문의전화

031-322-5611

www.taejongfd.com

제1공장 본사: 경기도 용인시 처인구 모현읍 초부로177
 제2공장 용인지점: 경기도 용인시 처인구 모현읍 초부로175
 제3공장 양지점: 경기도 용인시 처인구 양지면 학춘로62
 ※ 구매상담을 하신 분께는 소정의 선물을 드립니다.



HACCP 인증



ISO 9001:2008
품질경영 시스템



ISO 14001:2004
환경경영 시스템



경영혁신형 중소기업



기술혁신형 중소기업



기업부설연구소 인증



식품이력 추적관리



용인시 성실납세자

국가대표 식품자동포장기

Enterpack®



깔끔하게!
안전하게!
편리하게!

식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!



대표번호 031-434-9020

www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인



한식에 대한 새로운 발상

국내최초 3색요리시대

사월에 보리밥과 짬뽕미



마음껏 보리비빔밥
얼큰미나리칼국수
수제함흥비빔냉면

사월에 보리밥 메뉴 **7,700원**



마음껏 보리비빔밥
짬뽕미볶음
고르곤졸라피자
수제함흥물냉면

사월에 짬뽕미 메뉴 **9,900원**

밥 반찬 중심의 평범한 한식이 아닙니다.
한식도 요리처럼, 1가지 메뉴에 '3색 요리'를 즐길 수 있는 초가성비 요리한식~
사월에 보리밥과 짬뽕미로 성공창업을 시작하세요.

✓ 사월에 보리밥과 짬뽕미의 핵심경쟁력

- 풀잎채 20년 한식의 노하우를 담다
- 보리밥+짬뽕미, 고수익 명콤비의 만남
- 짬뽕미+피자+냉면을 한번에 즐기는 3색 요리 초가성비 메뉴경쟁력
- 푸드코트식 셀프배식 셀프퇴식으로 20%의 혁신적인 인건비 실현



가맹 문의
070-4640-0973

자연의 건강함을 맛보리
사월에 보리밥과 짬뽕미

Office DEPOT 문구·사무용품 대표기업
오피스디포

“ 성공적인 가맹점 개설을 약속 드립니다! ”



상담문의 **02)2054-1012~3**

오피스디포는 차별화된 경쟁력으로 업계를 선도하는 대한민국 대표 **문구·사무용품 기업**입니다.

| | | | | |
|--|--|---|--|---|
| 매출 1,180억 <small>(2017년 결산)</small> | 재무안정성 1위 <small>(문구·사무용품업계)</small> | 브랜드 인지도 1위 <small>(행키닷컴)</small> | 직영점 28개 <small>(업계최다)</small> | 가맹점 115개 <small>(전국기준)</small> |
|--|--|---|--|---|

<2019년 3월 기준>

업계 최초 최대 **1.5억원** 가맹점 금융지원 프로그램 출시

오피스디포 본사가 제공하는 **임차보증금 지원 프로그램**

임차보증금 지원 프로그램이란?
소매시장 진출 시 우수한 상권에서 중대형 매장을 임차하는 것을 지원하기 위해,
✓ 오피스디포 본사에서 임차보증금을 지원하는 프로그램

오피스디포와 신한은행이 함께하는 **신한은행 프랜차이즈론**

프랜차이즈론이란?
신한은행과 협약이 체결된 우량 프랜차이즈 본사와 계약하는 가맹점주에게 제공되는 혜택으로서
✓ 신규 창업 희망자에게는 창업 자금을,
✓ 기존 매장에는 운영 자금을 대출해주는 상품

GEOSUNG CHICKEN
거성치킨 만나다!
 싶었다!

**거성!
 치킨을 만나다!**



**거성치킨 대한민국 최저가
 창업지원 이벤트!(홀+배달)**

**거성치킨의
 차별화된 경쟁력!**

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

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

▶ 총 창업비용 : 3,450만원

거성치킨소자본배달전문매장 창업지원이벤트 **본사창업비:535만원**

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



가맹점문의 **02-586-2994**

하이트진로



시원함이 활짝!
EXTRA
COLD

경고: 지니친음주는 퍼즐, 기어, 손잡이, 차메를 유별합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

母樂 母樂!

엄마의 사랑이
모락 모락 피어납니다!

'엄마의 마음'으로 맛있는 김밥을 만들어 온 김가네
내 가족이 먹는 김밥이란 생각에 신선한 재료를 선별,
건강한 요리법으로 먹거리의 행복을 전하겠다는
굳은 의지와 신념으로 23년간 달려 왔습니다.
김가네는 맛있는 행복, 건강한 맛을
최우선으로 하겠습니다.

좋은 요리에는 엄마의 정성이 있습니다

김가네 김家네

가맹 문의 1588-7187 www.gimgane.co.kr

CASS
FRESH



새로운 모습으로 부딪쳐라!
짜릿하게! 카스

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

“당신의 꿈을 응원합니다”

세계에서
당신의 주인공

프랜차이즈 등록 수 **6,757**
2,500,000 누적 조회수
주간 조회수 **30,000**

2019년 1월 기준

창업도는 예비 창업자에게 창업 설명회 및
맞춤 컨설팅을 통해 올바른 창업의 길을 제시합니다.

changupdo.com

창업도

창화당



만두 잘하는 집
창화당 만두를 체험해보세요.

창화당은 만두 하나만으로 100년 전통의 익선동 한옥 마을을 복직하게 만든 브랜드입니다.
창화당의 만두가 맛있는 이유는 모든 만두 속이 만두 전문 생산 기업 디에스 푸드시스템에서
생산되어 높은 안정성으로 뛰어난 품질을 유지하기 때문입니다.

아래 이메일로 신청하신 후 체험업소로 선정되면 창화당 만두 4종을 보내드립니다.

만두 잘하는 집, 창화당 만두를 체험해보세요.



고기궁중만두/남작고기왕군만두
부드럽고 풍성한 속재료로 시즐감이 두 배
김치궁중만두/남작김치왕군만두
가마솥에 달달 볶아 풍부한 감칠 맛

신청 이메일
dimsum79@hanmail.net

신청 양식

- 1 회사(업소)명
- 2 주소
- 3 담당자 연락처

블루원

대한민국 해충방제 No.1



Better life for unique every

블루원의 특별한 혜택 '4가지'



- 전국 동일 "원스톱 서비스"
- 주문 방제케어 **+1** 맞춤 서비스
- "한뼘 더" 책임관리제
- 소독증명서 발행 및 신고대행 "무료"

Blue 1 블루원

www.blue1.kr

- 1️⃣ 아무나 할 수 있는 서비스가 아닌 블루원만의 서비스로 다르게
- 2️⃣ 전국 언제나, 어디서나, 누구나 블루원만의 서비스는 동일하게

전국 어디든 무료로 방문 견적 서비스를 제공합니다 **1544-3206**

건강한 기업을 위한 스마트한 세무관리의 시작

나의사업현황



실시간 확인 가능한 나의 사업현황. 동종업계와 비교한 매출분석, 매입분석, 인건비분석, 예상세금 파악을 할 수 있습니다. 우리 사업이 얼마나 건강하게 잘하고 있는지 어디서나 확인 할 수 있습니다.

세무업무 게시판



세무업무가 어떻게 진행이 되고 있나요? 담당자와 어떤 내용을 주고 받으셨나요? 중요한건 잊지 않으셨나요? 게시판 내용이 메일과 문자로 연동되고 담당자 교체시에도 업무 진행사항을 쉽게 파악 할 수 있습니다.

나의신고현황



실시간 확인 가능한 나의 신고현황. 부가가치세 신고서, 소득세 및 법인세 신고내역을 볼 수 있습니다. 대차대조표와 손익계산서의 분석 내용도 확인이 가능합니다.

증빙서류 보내기



증빙이 쉽고 빠르게 이루어집니다. 영수증, 세금계산서 등 기장 및 세무신고를 위한 증빙서류 제출을 모바일로 쉽게 촬영하고 간편하게 전송하세요.

세무 동영상 강의



뭐부터 시작해야 될지 막막하시다면 동영상 강의를 들어보세요. 기업의 창업과 관련하여, 창업시 자금 출처, 법인 설립의 절차, 과점주의의 책임 등, 가장 중요한 핵심 이론과 주요 실무 사례를 이해하기 쉽게 풀어낸 강좌입니다.

카드뉴스



어렵게만 느껴졌던 세무이슈가 쉬워집니다. 쉬운 설명과 모바일에 최적화된 이미지로 GTAX의 카드뉴스를 읽어보세요. 카드뉴스는 매주 업데이트 되고 문자나 카카오톡으로 받아보실 수 있습니다.

나의 사업현황, 잘 체크하고 계신가요?

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

www.gtax.kr

상담문의 : 02)555-5025



프랜차이즈의 온라인마케팅은 달라야 합니다!



가맹본부 온라인마케팅 Online Marketing

가맹사업 마케팅은 물론, 브랜드 인지도 상승과 매출증대 마케팅까지 15년 노하우의 프랜차이즈산업연구원이 가맹사업에 최적화 된 마케팅을 제안합니다.

LSM마케팅 Local Store Marketing

지역 점포 마케팅(Local Store Marketing)에 필요한 홍보물 제작 및 체험단 진행, 지역광고, 온라인마케팅 등을 도와드립니다.

디자인 Design

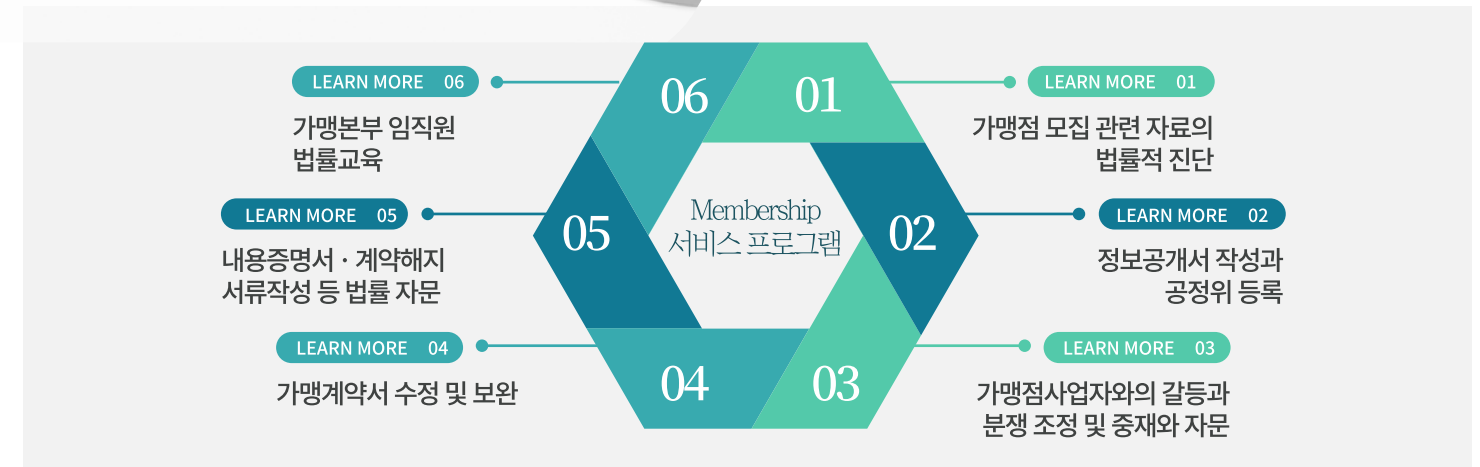
BI, CI, 홈페이지 등 프랜차이즈 브랜드에 필요한 모든것을 철저히 준비해 드립니다!
브랜드 가치를 올려주는 특별하고 차별화 된 디자인을 만나보세요.

“2019년 가맹사업법 개정”
“차액가맹금 공개 어디까지...”
속타는 프랜차이즈 업계”

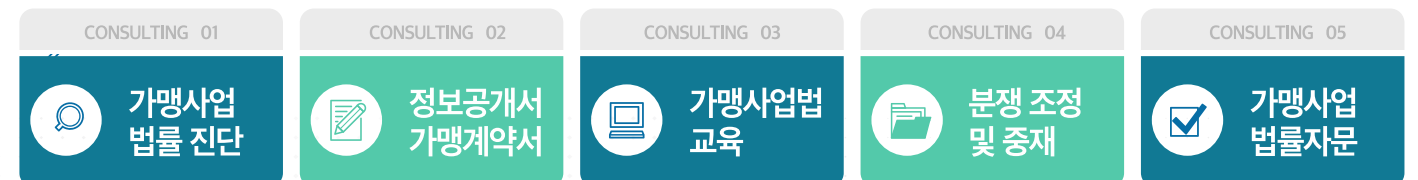
날이 갈수록 복잡해지는 가맹사업법

프랜차이즈산업연구원 부설
프랜차이즈법률연구소가
함께 합니다

Membership 서비스 프로그램



법률 컨설팅





앞서가는 베이커리를 위한 최적의 베이킹 시스템
토탈베이커리시스템이 함께 합니다.

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

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

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

| | | | |
|-------------------------------|--|---------------------------------|--|
| ■버티컬 믹서 전문 브랜드(덴마크) | | ■스파이럴 믹서 전문 브랜드(이태리) | |
| ■디바이더 라운더 전문 브랜드(네덜란드) | | ■자동디바이더 라운더기 전문 브랜드(이태리) | |
| ■초코렛 제조기 전문 브랜드(이태리) | | ■페스츰리 및 제빵라인 전문 브랜드(독일) | |
| ■쿠키데포지터 전문 브랜드(이태리) | | ■오븐 전문 브랜드(독일) | |

NAVER 토탈베이커리시스템



PROFESSIONAL COMBI MASTER & BAKERY OVEN



VENICE STYLE, EMOTION & INNOVATION



■ 커스터마이징 디자인 & 로고
 고객 커스터마이징 상품 제공.
 (기계 성능, 오븐 디자인, 로고, 쿠팡레시피 제공)

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

|주|베닉스코리아 상담문의 : 02-848-8856

www.venixkorea.com

주거·교육·업무시설을 연결하는 대로변 복합상권!

첨단산업에서 주거, 교육, 비즈니스까지
탁월한 입지와 뛰어난 교통,
풍부한 유동인구까지 누리세요

로얄프라자
ROYALPLAZA



동탄테크노밸리



광역비즈니스 콤플렉스



동탄역SRT

글로벌 첨단
대한민국
비즈니스의 중심

분당의 1.8배
국내 최대규모
동탄2신도시

사통팔달교통망
동탄역SRT
광역교통의 중심

프랜차이즈 가맹본부 및 가맹점 노무관리 이제 고민하지 마세요!

복잡한 노무관리는 C&B에게, 점주님은 사업만 열중하세요~

최저임금 인상, 4대 보험료 부담, 고용노동부의 근로감독 강화 등
프랜차이즈 노무관리의 중요성이 증가하고 있습니다.

C&B의 특화된 프랜차이즈 노무관리 서비스는
가맹본부와 가맹점의 상생노무관리 및 가맹점주의 노무관리 업무를
위탁 관리합니다.

프랜차이즈 노무관리의
중요성 증가!!
12,000여 기업이 이미 C&B의
노무관리 서비스를 받고 있습니다!



- ▶ 가맹점주님이 노무관리를 할 여력이 없다.
- ▶ 공단으로부터 4대 보험 추징이 증가하고 있다.
- ▶ 최저임금이 지속적으로 인상되고 있다.
- ▶ 근로감독강화와 계약서 및 서류관리가 안된다.

차별화된 C&B 노무관리 서비스

전자근로계약 - 근로계약서 및 자료 보관

- 전자근로계약서를 무료로 제공하며, 경영주님은 스마트폰으로 근로계약서를 작성합니다.
- 경영주님이 직접 전자근로계약서를 작성하기 어려운 경우에는 노무법인 씨앤비에서 전자근로계약서를 작성하여 제공합니다.
- 전자근로계약서는 노무법인 C&B에서 3년간 보관을 합니다.

근태관리 App과 급여자동 계산

- 스마트폰 근태관리 어플을 무료로 제공합니다. 경영주님은 직원의 근무시간을 입력만 하면 급여가 자동 계산됩니다.
- 경영주님이 일일이 급여를 계산할 필요가 없으며, 근태관리 App을 이용하시면 됩니다.

임금대장 작성

- 4대 보험 가입 시 지급액과 공제금액 등을 관리합니다.
- 임금대장은 3년간 보관됩니다.
- 급여관리 후 세무사무소에 전송합니다.

4대 보험 업무

- 4대 보험 가입자 및 미 가입자를 별도 분류하여 관리를 합니다.
- 4대 보험 미 가입자는 고용/산재보험 가입으로 보험료 부담을 최소화합니다.
- 국민연금, 건강보험료 추징 시 적용제외 기준에 따른 임금대장 관리 등으로 소명 자료를 제출합니다.
- 두루누리 사회보험 지원 신청과 인사 및 퇴사에 따른 취득과 상실 신고를 제때에 함으로써 보험료 과납을 방지할 수 있습니다.

근로자명부 등 각종 비치서류

- 전자근로계약서 및 근태관리App을 이용하여 임금대장을 작성한 후 근로자명부를 작성합니다.
- 근로자명부는 3년간 보관됩니다.

성희롱예방교육 및 최저임금게시 등

- 최저임금 게시와 성희롱예방교육일지 등을 관리합니다.

일자리 안정자금 신청 업무

- 정규직 및 단시간 근로자의 구분 관리로 일자리 안정자금 신청 업무를 합니다.
- 단시간 근로자도 월 60,000원에서 150,000원까지 지원금을 받을 수 있습니다.

일자리안정자금

| 주 소정 근로시간 | 월 지급액 | |
|-----------------|-------|------|
| | 현행 | 개정안 |
| 20시간 이상~30시간 미만 | 9만원 | 12만원 |
| 10시간 이상~20시간 미만 | 6만원 | 9만원 |
| 10시간 미만 | 3만원 | 6만원 |

일자리안정자금 지원 사례 000점

| 근무조 | 1일 근무시간 | 1주 근무일 | 시급 | 월급여 | 지원금 | |
|--------|---------|--------|-------|-----------|----------|-----------|
| | | | | | 국민/건강 가입 | 국민/건강 미가입 |
| 평일 | 7 | 5 | 7,530 | 1,146,443 | 120,000 | 90,000 |
| 야간 | 10 | 5 | 7,530 | 1,637,775 | 130,000 | 90,000 |
| 주말오전 | 7 | 2 | 7,530 | 458,577 | | 90,000 |
| 주말오후 | 7 | 2 | 7,530 | 458,577 | | 90,000 |
| 주말야간 | 7 | 2 | 7,530 | 458,577 | | 90,000 |
| 지원금 합계 | | | | | | 450,000 |

글로벌 비즈니스 파트너,
친환경 디지털 복합기 렌탈 전문기업



(주)보스테크

디지털 복합기 분야,
최고의 재제조 Recycling 기술로
(주)보스렌탈는 저렴한 비용과
높은 효율성의 디지털 복합기 렌탈서비스와
친환경 자원재생 Total Solution을 선사해드립니다



고객만족 렌탈 서비스

납품 및 설치 후 카운터 자동 검토,
에러나 종이 걸림, 토너 잔량 등의
정보를 원격시스템 통해 복구
지원제공, 해피콜을 이용한 다양한
고객의 소리 모니터링 및 접수



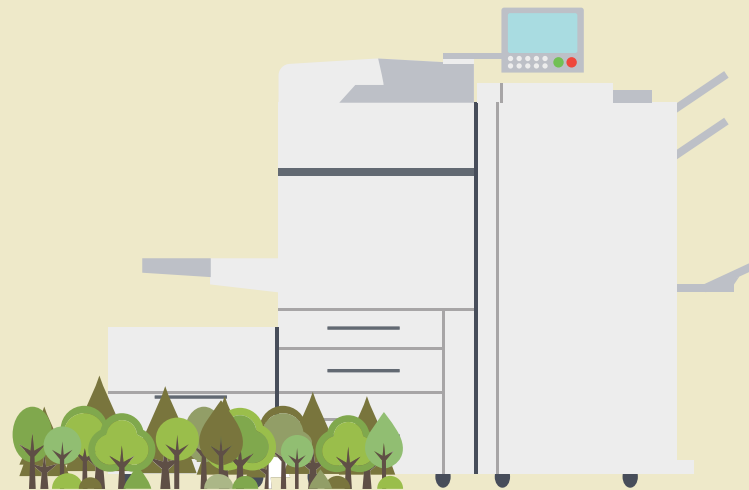
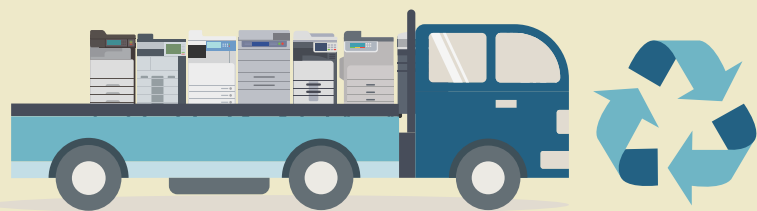
친환경적 렌탈 서비스

국내에서 렌탈 기한 만료한 디지털
복합기를 체계적으로 회수하여 인도,
인도네시아 등 동남아에 수출하는 등
세계적인 추세인 산업 폐기물 제로를
실천하는 친환경 자원순환 기업



튼튼한 비즈니스 파트너로서의 렌탈 서비스

최신 기술에 발맞춰 빠르게
변화하는 사무환경을 적극적으로
대비하고 있는 든든한 파트너로
함께 할 수 있는 기업



(주)보스렌탈는 재제조 제품과 함께 신제품 렌탈서비스도 제공해드립니다.

2017 대한민국 녹색에너지 우수기업대상 / 2018 경기도유망중소기업 선정
경기도 하남시 감북로 54 (주)보스렌탈 | 02-472-6544 | www.ebosstech.com



시들해진 인형뽑기를 대체할 **초대박자판기**

경품뽑기 자판기

드디어 국내 시판 실시!



SMART VENDING MACHINE 게임하는 경품뽑기 자판기

- 미래형 '스마트 밴딩머신'
- 카드, 온라인 페이, 현금 결제
- 사이즈 맞춤제작, 품목 다양화
- 와이파이 안드로이드 운영체제
- 게임 변화 가능(협의)
- LED 영상 홍보 및 광고
- 신제품 및 주요 제품 진열 최적

누구나
탐낼 만한
럭셔리 경품만 취급
설치 즉시
매출폭발!

게임하는 경품뽑기 자판기 사업주 모집!



본사와 계약을 맺은 확실한 설치 장소

- 고속도로 휴게소
 - 대형 마트
 - 백화점
 - 대형 프랜차이즈 매장
 - 대형 콘도
 - 영화관 등등
- 다양한 장소 설치 준비

- ✓ 하루 1대 당 매출 평균 15~20만원
- ✓ 신용 7등급 이상이면 무조건 본사 대출만으로 구입 가능
- ✓ 전국의 인형뽑기 매장과 오락실 등에 자신있게 추천합니다
- ✓ 카드결제 시스템으로 점주 통장에 현금으로 즉시 자동 입금
- ✓ 스크린 광고판 부착으로 광고 활용효과 수익 극대화
- ✓ 대박 성공의 관건은 A급 좋은 자리를 먼저 선정하는게 중요

창업및구입
상담문의 **02)492-4406**

엔젤

설치 장소가 무궁무진하고, 청소에 따라 맞춤제작이 가능한 경품뽑기 자판기

튼튼한 우리매장 지킴이 B&캡스 결합상품 출시

인터넷과 ADT캡스 보안상품을
함께 가입하시고 출시 특가에
결합 할인까지 누리보세요!



혜택 1

인터넷 요금
3개월 할인!



혜택 2

ADT캡스 출동보안
출시특가 + 3개월 할인!



월 최대 할인한도 11만원
※ VAT포함

혜택 3

선택상품 구성에 따라
월 최대 8,800원 추가할인!



※ 인터넷요금 기준 / VAT포함

혜택 4

프리미엄 멤버십 혜택!
매장관리서비스 1년 무료!

(사장님 안심경영팩)



무료 알바구인
(유명 알바구인 사이트)

매장위치 홍보
(30여개 채널)

메뉴안내에 주문, 결제까지 한 번에!

손님은 밀리고, 경쟁 매장은 많고...
좀더 고객에게 집중할 방법이 없을까?
이제, 키오스크에 맡겨보세요!



무인결제 키오스크 **어떻게** 선택해야 할까요?

품질과 서비스는 기본, 경제적 렌탈비로 부담 없이 시작하세요!

- 01 **빠른 기능
고객 만족도 향상**
터치 몇 번으로 결제까지
주문 대기시간 감소
- 02 **경제적 가치
월 8만원 부터**
경제적인 월 렌탈료로
부담없이 운영
- 03 **인건비 절감
매출이 쑥쑥**
효율적인 운영으로
매장비용 절감
- 04 **다양한 제품
업종별 맞춤 설계**
업종 구분 없이
어디든 사용 가능
- 05 **365일 서비스
24시간 제공**
24시간 무인시스템
원격 AS 지원
- 06 **효율성
최고의 가성비**
멀티미디어 광고 효과
다국어로 외국고객 응대

어디서도 들을 수 없는 고품격 자영업자 편파방송

창업직설

창업 컨설턴트, 프랜차이즈 본사는 말 못하는 불편한 진실
발로 뛰는 겁없는 기자들의 자영업 수다쇼!



노승욱 매경이코노미 기자
나건웅 매경이코노미 기자
정성희 근대골목단팥빵 대표

3MC 만담 케미 '뽀뽀'

프랜차이즈 대표, 다점포 점주
어벤저스급 게스트 총출동!

화제의 방송
자영업 팟캐스트 1위!

방송 1년 만에
경제 팟캐스트 TOP 10!

-자영업 전문 기자가 전하는 생생한 CEO 열전 '프랜차이즈 대표, 그들은 누구인가'
-바쁜 자영업자 대신 책 읽어드려요 '자영업자를 위한 책읽기'



미국 캘리포니아에서 활동하고 있으며 한국인이 주축이면서 다국적 멤버로 구성된 글로벌상공회의소에서는 미국에서의 40여년의 비즈니스와 각종 EXPO, FESTIVAL 등의 행사경험으로 축적된 노하우를 바탕으로 주류사회 및 다민족 커뮤니티들의 400여개 상공회의소와의 긴밀한 협력속에 아래와 같이 2019 SOCAL BUSINESS EXPO를 개최하오니 참석하셔서 미국시장 신규개척의 기회를 잡으시기 바랍니다.

2019 SOCAL BIZ EXPO 개요

| | |
|---------|--|
| 전 시 기 간 | 2019년 4월 24-25일(2일간) |
| 장 소 | Holiday Inn La Mirada Hotel |
| 전 시 규 모 | 150개사(20,000sqft), 참관바이어 및 방문객 10,000명 |
| 전 시 품 목 | 뷰티, 패션, 식품, 헬스, 가전, 전자, 레저, 서비스, 잡화 |
| 참 가 비 | \$2,300~3,000(US) 참가자별 금액 상이함 |

* 자세한 사항은 공식 웹 사이트에서 확인바랍니다. www.socalbizexpo.com

2019 SOCAL BIZ EXPO의 차별화 및 장점

| | |
|---------------------|-----------------------------|
| 바이어 사전상담예약제 | 상품별 바이어 사전 컨택으로 상담일정 사전 통보 |
| LA 상설상품전시관 운영지원 | 1년 동안 상품전시 및 운영대행 |
| LA 지사 운영지원 | 지속적인 시장조사 및 신규거래선 개발 |
| 통상자문관 상담지원 | 분야별 통상자문관의 지속적인 바이어 컨택 후 통보 |
| On-off 통합마케팅 지원 | 1년 동안 온라인마케팅 및 매거진을 통한 홍보 |
| 미국정부조달사업에 참여기회 | 캘리포니아 주정부, 연방정부에 조달납품기회 |
| LA한국상품 종합판매장 운영(예정) | 상설전시장과 별도 운영계획 |

EXPO 행사기간뿐 아니라, 행사 후 1년 동안 지속적으로 미국시장 내 신규 바이어를 찾아서 반드시 연결해드리려는 목적으로 개최하는 '2019 SOCAL BIZ EXPO'는 '해외 개별기업전시회 참가지원사업' 및 '해외 지사화사업'의 예산지원사업의 일환으로, 관할 지방자치단체 기업지원부서에 참가지원을 문의하시기 바랍니다.

Welcome to SOCAL BIZ EXPO!

한국대회장
(사)중소기업혁신전략연구원 원장
변명식 010-3715-1990
TEL 02-3444-7400

명예대회장
오렌지카운티 한인회장(KAFOC)
김중대 1-714-530-4810

주최기관 대표
글로벌상공회의소 회장
Michael S. Han 1-714-743-5740

한국운영위원장
전진산 대표 010-2264-6114

한국통상자문위원장
이용기 대표 010-5336-1278

C O N T E N T S

THE LETTER FROM PRESIDENT

029 박기영 협회장 인사말

COVER STORY

- 032 2018 프랜차이즈산업 실태조사
- 040 프랜차이즈협회, 공정위 상대 헌법소원 청구
- 044 프랜차이즈 브랜드 등록요건 강화될까

SPECIAL REPORT

- 046 2019상반기 제45회 프랜차이즈서울
- 050 한국프랜차이즈산업협회 2019정기총회
- 054 한국프랜차이즈산업협회, 조찬 포럼 개최
- 056 배달의민족, 슈퍼리스트 폐지한다
- 058 공정위, 2018년 가맹산업 현황 발표
- 060 한국환경공단, 생산자책임재활용제도

ORGAN NEWS

- 062 산업부, 2019년 가맹사업진흥 시행계획 확정
- 063 공정위, 2019 업무계획 발표/가맹거래조사팀 신설



064

PEOPLE & COMPANY

- 064 (주)쿠우쿠우 김영기 회장 - 먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 호사
- 068 (주)허그맘허그인 심리상담센터 최양구 대표 - 대한민국 국민의 마음을 안아드립니다
- 072 (주)엔조이소프트 조승훈 대표 - 즐거운 여가를 위한 유쾌한 아이디어

BRAND HIGHLIGHT

076 한국짐보리, 김가네, 크린토피아, 맘스터치, 돈까스클럽, 해리코리아 편비어킹, 본아이에프, SPC그룹, 이바동, 죽이자기, 바빈스커피, 킹콩부대찌개, (주)장수산업, 베스킨라빈스, 투썸플레이스, 커브스, 피자마루, 아모레퍼시픽, 네네치킨, 풀잎채, 암샘김밥, 도코스테이크, 청담동말자싸롱, 쿠우쿠우, 원앤원(주), 티바두마리치킨, 꼬지사계-엘리팝, 아들리에 치킨, (주)디덤, 커피베이, 태종에프디, 양키캔들

046



050



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

모두가 프랜차이즈 산업의 주역... 동반 성장 방안 모색해야



한국프랜차이즈산업협회장
박기영

엘리엇이 4월이 가장 잔인한 달이라고 말한 이유는 생동의 계절이 왔는데도 전쟁으로 인해 황폐 화되고 허망하고 파괴된 정신이 가득찬 세상이, 그리고 삶의 목적과 의미를 잃고 생명력을 가진 것을 생산해내지 못하고 희망을 갖지 못하는 세상이 너무나도 무기력했기 때문입니다. 마치 우리 프랜차이즈 산업이 직면하고 있는 상황과 너무나도 닮아있기 때문인지, 4월만 되면 언급되는 이 엘리엇의 시구가 그 어느 때보다 우리 산업의 엄중한 현실을 되돌아보게 하는 것 같습니다.

산업통상자원부가 얼마 전 발표한 <2018 프랜차이즈 실태조사>는 우리 프랜차이즈 산업에 적 신호를 보내고 있습니다.

가맹본부의 숫자는 늘고 있지만 증가율이 떨어지기 시작했습니다. 관련 통계치 작성 이후 처음으로 총 매출이 2년 연속 감소했으며, 당연히 가맹본부당 평균 매출도 감소한 것으로 파악됐습니다. 종사자 수 역시 마찬가지입니다. 우리 프랜차이즈 산업이 1977년 처음으로 태동한 이래 40여년 동안 눈부신 성장을 거듭해 온 만큼 사실상 처음 받아드리는 참담한 성적표가 아닌 가 싶습니다.

증가하는 인건비와 임대료, 기술의 발전과 급변하는 소비 문화에 따른 중개 플랫폼 수수료 부담 증대, 영세·중소기업이 대부분인 가맹본부를 대상으로 끝없이 쏟아지는 규제들과 부정적 인식들까지 많은 정치·경제·사회적 요인들이 가맹본부들의 사업 확장 의지를 끝없이 위축시키고 있습니다.

더욱 뼈아픈 것은 향후에도 가맹본부들의 경영 환경이 개선될 것으로 전망하기 힘들다는 점입니다. 물론 프랜차이즈 산업의 순기능이 널리 알려지면서 전체적인 외연은 유지되고 있는 것으로 보입니다. 하지만 지금처럼 그 과실이 가맹본부에 제대로 돌아가고 있지 않으면 우리 프랜차이즈 산업의 앞날은 어두울 수밖에 없습니다. 가맹본부와 가맹점사업자는 모두 우리 산업을 이끄는 주역들이며, 이들이 함께 성장할 때 산업의 발전과 국가 경제의 성장을 도모할 수 있습니다.

가맹본부들이 어려움을 겪으면 결국 언젠가는 가맹점사업자들도 어려움을 겪습니다. 사업 여력이 줄어들수록 브랜드 가치를 증대시키지 못하고 원가 절감을 하지 못하고 시스템 구축을 하지 못하며 품질 개선을 하지 못합니다. 가맹점의 경쟁력도 하락하고 결국 소비자들의 편익까지 감소합니다. 'Win-Win'이 아닌 'Lose-Lose'가 되는 것이 아닌지 우려해야 할 때입니다.

가맹점만이 아닌, 가맹본부들까지 함께 아우르는 진흥 정책과 함께 불합리한 규제와 경영 환경을 개선하기 위한 대책이 시급한 때입니다. 묵묵히 가맹점과의 상생을 모색하고 있는 수백, 수천개의 가맹본부들에게까지 쏟아지는 따가운 눈초리를 잠시 거둬주실 때입니다. 프랜차이즈 산업은 일자리 창출과 안정적인 창업, 해외 진출, 소비자들의 편익 증대까지 너무나도 많은 순기능을 갖고 있는 국가 기반 산업입니다. 프랜차이즈 산업이 다시 국민 산업으로 발돋움해 경제 위기를 극복하고 새로운 미래를 열어 나갈 수 있도록, 모두 함께 앞으로 나갈 수 있는 방안을 고민해 주시기를 당부드립니다.

따스한 봄기운이 완연해지면서 겨우내 움츠렸던 우리의 마음도 본격적인 기지개를 펴는 시기입니다. 자고로 '봄'은 예로부터 만물이 소생하는 축복의 계절을 상징해 왔습니다. 꽃이 피고 나무가 생기를 되찾으며 겨울잠을 자던 동물들은 동면에서 깨어나는 시기입니다. 하지만 우리 프랜차이즈 산업을 이끌어 가는 한 축인 가맹본부들의 경영 환경은 여전히 한겨울에 머물러 있는 것 같아 무거운 마음이 가시질 않습니다.

노벨 문학상을 수상한 영국의 시인 T.S. 엘리엇은 제1차 세계대전이 끝난 후 발표한 <황무지>라는 시를 통해 "4월은 가장 잔인한 달"이라고 노래했습니다.

4월은 가장 잔인한 달
죽은 땅에서 라일락을 키워 내고
추억과 욕정을 뒤섞고
잠든 뿌리를 봄비로 깨운다
겨울은 오히려 따뜻했다.
잘 잊게 해주는 눈으로 대지를 덮고
마른 구근(球根)으로 약간의 목숨을 대어주었다.
...(후략)

<The Waste Land(황무지), T.S. Eliot, 1920>



2019 APRIL Vol.40

C O N T E N T S

COLUMN

- 084 마케팅(장재남 원장) _ 가맹점주에 대한 교육·훈련은 프랜차이즈 비즈니스 성공의 필수조건
- 086 법률(김종우 변호사) _ 가맹점 최저수익률 보장 제도 및 가맹점주 단체교섭권 제도는 프랜차이즈 사업의 본질 및 국제적 보편성에 반한다
- 090 노무(이금구 노무사) _ 임원의 근로자성 문제
- 092 세무(노정민 세무사) _ 성실신고대상자 두려워말고 정확히 알고 절세하자

CULTURE

- 094 문화체험 _ 청소년의 꿈 '우뚝 섬' 영화 필름 아카데미

GUIDE POST

- 096 노숙목 특임기자_ 외식업 불황에 HMR 진출 러시 프랜차이즈
- 098 유상목 교수_ 태국 여행에서의 먹거리와 요리

HOT ISSUE

- 100 박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 대통령 말레이시아 순방 경제사절단 참여 외

ASSOCIATION NEWS

- 104 협회소식
- 111 협회 및 협회장 동정
- 112 지회소식
- 114 신규 회원 / 교육 일정

096



090

098





프랜차이즈월드 제 40호 / 2019년 4월호

발행처 한국프랜차이즈산업협회
 기획·제작 (주)KFN
 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, 라11702호

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 이 호 | Lee, Ho
 차장 명한만 | Myeong, Han Man
 차장 김지영 | Kim, Ji Yeong
 기자 김은영 | Kim, Eun Young
 특임 기자 정종인 | Cheong, Chong In
 노승욱 | No, Seung Wook
 박서진 | Park, Seo Jin

DESIGN

실장 이우영 | Lee, Woo Young

PHOTO

사진기자 이명철 | Lee, Myung Cheol
 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 산업연구원장 장재남 | Jang, Je Nam
 변호사 이상호 | Lee, Sang ho
 세무사 노정민 | No, Jeong min
 노무사 이금구 | Lee, Keum Goo

CONSULTATIVE COMMITTEE

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



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



아연이온수 물을 바꾸면 몸이 달라집니다.

우리 몸의 70%를 차지하는 물,
 물을 바꿔야 건강해집니다.
 DNA와 세포 생성에 반드시 필요한
 필수미네랄 아연을 이온화시켜
 마시는 물, 씻는 물로 공급해주는 장치로
 우리 가족 모두의 건강을 지켜주세요

아연이온수는

- 피부 면역력과 재생을 도와줍니다.
- 우리 아이의 근육과 골격 형성을 원활하게 해줍니다.
- 남녀 생식 기능 향상과 면역 체계를 개선시켜 줍니다.

건강한 물 **ENSoO**, 대한민국이
 건강해지는 이름입니다.



가맹본부 수 증가폭 줄고 프랜차이즈 통계치 작성 이래 최초로 총매출 2년 연속 감소

‘2018 프랜차이즈 실태조사’...
평균 매출, 종사자수 감소 등 가맹본부 경영 악화 뚜렷

WRITE 신일영

2017년 가맹본부 총 매출액 52조 3497억원

’16년 대비 1706억원 감소...2년 연속 하락세

종사자 수도 18만2241명으로 6704명 감소해

“업종 불문 산업 위축...규제 완화·지원책 시급”

국내 프랜차이즈 가맹본부 수와 가맹점 수가 증가 추세를 이어가며 프랜차이즈 산업의 외형이 확대되고 있지만 경영 환경이 악화되면서 가맹본부 총 매출과 평균 매출은 오히려 감소하는 등 가맹본부의 어려움이 확대되고 있는 것으로 나타났다.

산업통상자원부는 지난 ‘2015 프랜차이즈 실태조사’에 이어 3년 만에 2015년부터 2017년까지 3개년 동안의 프랜차이즈산업 통계를 조사해 ‘2018 프랜차이즈 실태조사’를 4월 8일 발표했다. 조사에 따르면 2017년 가맹본부의 총 매출액은 52조 3497억원으로 2016년의 총 매출액 대비 1706억원 감소해 ’16년에 이어 2년 연속 하락했다. 평균 매출액 역시 144억원으로 전년 대비 11억원 감소한 것으로 나타났다. 같은 기간 가맹본부 수는 2015년 3,910개에서 2016년 4,268개, 2017년 4,631개로 꾸준히 늘어났음에도 총매출이 지속적으로 하락했다는 점은 가맹본부의 경영상 어려움이 증대되는 것으로 해석될 수 있는 대목이다.

업계에서는 지속적인 규제 환경의 강화와 최저임금의 대폭적인 인상, 프랜차이즈 가맹본부에 대한 과도한 부정적 인식, 미투 브랜드 난립, 경기 침체 장기화 등 많은 악재들이 동시다발적·복합적으로 작용하면서 이 같은 결과가 나온 것으로 보고 있다.

업계 관계자는 “최근 들어 가맹본부에 일방적인 희생을 강요하는 분위기가 확산되고 규제 환경과 경제 여건이 악화되면서 기업 인수합병(M&A) 시장에 매물이 100여개까지 쌓일 정도로 가맹본부들이 큰 어려움을 겪고 있다”면서 “일자리 창출과 해외 진출, 창업의 안정성 도모 등 다양한 순기능을 가진 프랜차이즈 산업을 이끌고 있는 가맹본부들이 크게 위축된 상황이며 경영 환경 개선을 위한 다양한 지원책이 시급하다”고 말했다.

다음은 산업통상자원부와 대한상공회의소, 한국프랜차이즈산업협회 공동으로 작성한 ‘2018프랜차이즈산업실태조사’ 주요 조사결과를 간추려 정리했다.

* 이번 조사는 프랜차이즈산업에 대한 체계적인 실태조사를 통해 프랜차이즈산업 활성화정책 수립의 기초자료를 제공하기 위한 일환으로 공정거래위원회에 정보공개서를 제출·등록한 가맹본부의 자료를 분석하고, 이를 기반으로 표본 설문조사를 통해 조사했다.

정보공개서 주요 조사 결과

’17년 가맹본부 총매출액 52조 3497억원

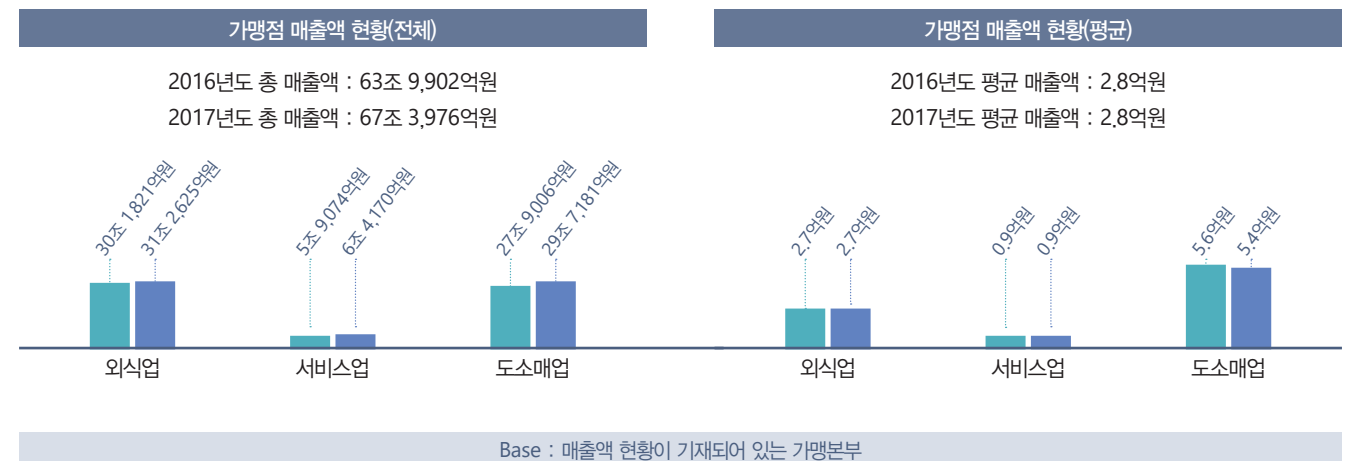
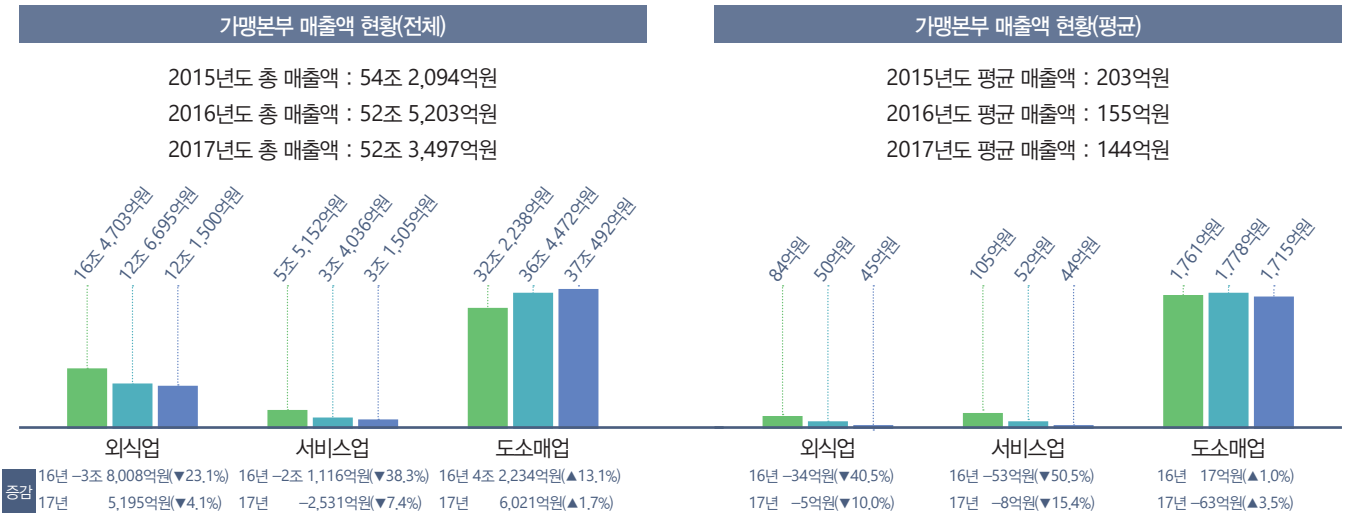
’16년 대비 1706억원 감소... 평균 매출액은 144억원

’17년 가맹본부의 총 매출액은 52조 3497억원으로 ’16년(52조 5203억원)보다 1706억원 감소했다. ’16년 매출액도 ’15년(54조 2094억원) 대비 하락, ’16년에 이어 2년 연속 하락했다. ’16년 대비 매출액이 증가한 업종은 도소매업(6,021억원)이며, 외식업(-5,195억원)과 서비스업(-2,531억원)은 매출액이 감소했다. ’17년 가맹본부의 평균 매출액 역시 144억원을 기록하며, ’16년 평균 매출액(155억)대비 11억원 감소했다.

’17년 가맹점 총 매출액 67조 3976억원... ’16년 대비 3조 4074억원 증가

반면 ’17년 가맹점 매출액은 증가한 것으로 나타나 대조를 이뤘다. ’17년 가맹점 총 매출액은 67조 3976억원으로 ’16년 총 매출액 대비 3조4074억원 증가했다. ’17년 가맹점별 평균 매출액은 2.8억원으로 ’16년과 동일한 수준으로 나타났으며 도소매업(5.4억원), 외식업(2.7억원), 서비스업(0.9억원) 순으로 나타났다.

[그림 1] 가맹본부 매출액 및 가맹점 매출액 현황(단위 : 개) (■ 2015년 / ■ 2016년 / ■ 2017년)



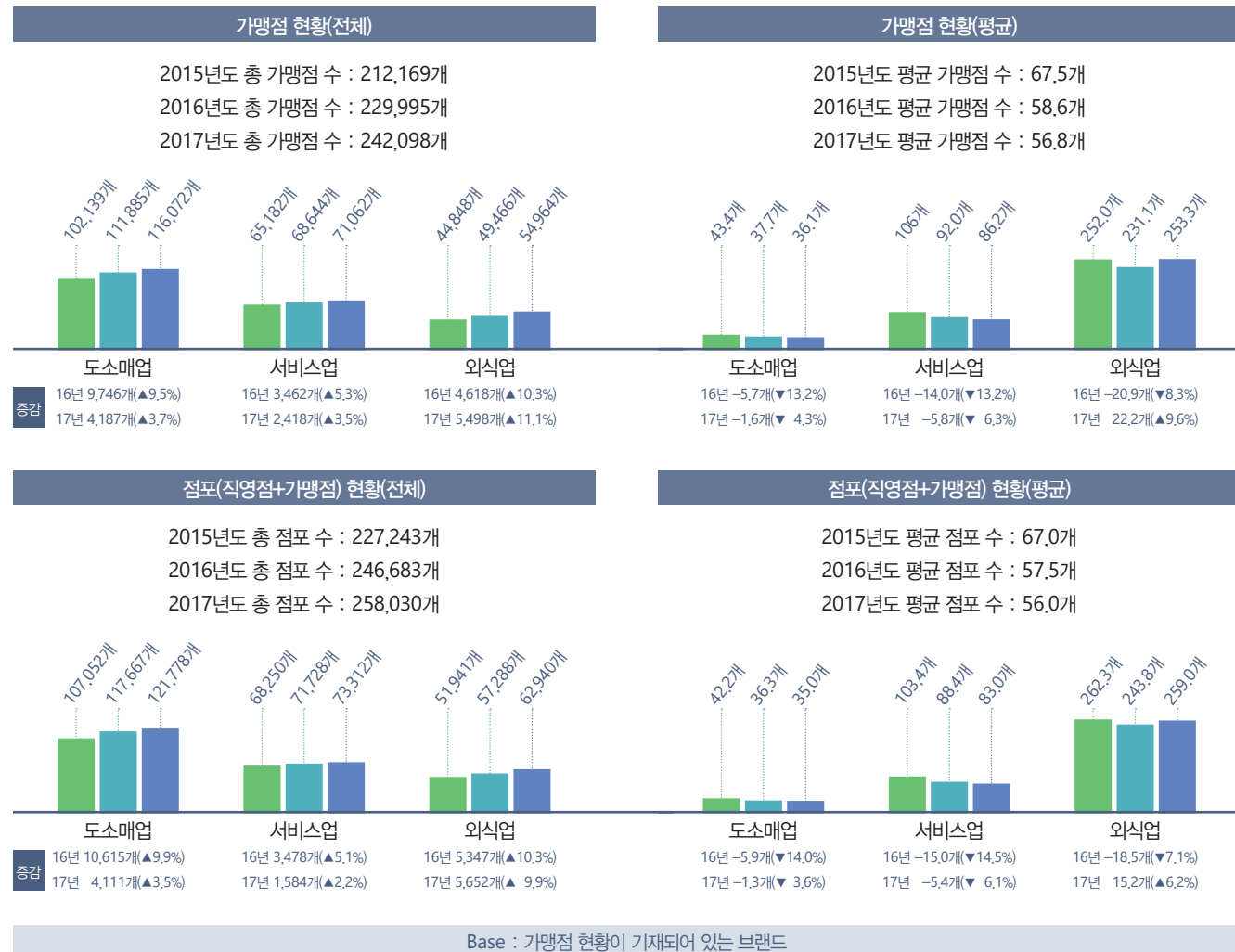
'17년 가맹본부 총 임직원 수 18만2241명

'16년 대비 6704명 감소... 총 직원 수도 6980명 감소

가맹본부의 임직원 수도 감소했다. '17년 가맹본부의 총 임직원 수는 18만2241명으로, '16년 대비 6704명 감소한 것으로 나타났다. 평균 임직원 수는 49명으로 '16년(54.4명)대비 5.4명 감소한 것으로 나타났다. 도소매업(6402명) 임직원 수가 증가했고, 외식업(-1만2047명)과 서비스업(-1059명)은 각각 감소했다.

업종별 평균임직원 수는 도소매업이 297.8명으로 가장 많았으며, 서비스업(37.5명), 외식업(32.2명)의 순으로 나타났다.

[그림 2] 가맹점 및 점포 현황 (단위 : 개) (■ 2015년 / ■ 2016년 / ■ 2017년)



총 임원 수는 9367명으로 '16년 대비 276명 증가했고, 평균 임원 수는 2.5명으로 '16년(2.6명) 대비 0.1명 감소했다. 업종별로는 도소매업이 4.1명, 서비스업(3.4명), 외식업(2.2명) 순으로 나타났다. 총 직원 수도 17만2874명으로 '16년 대비 6980명 감소했다. 도소매업(6435명)만 증가했고, 외식업(-1만2248명)과 서비스업(-1167명)은 감소했으며 평균 직원 수는 66.9명으로, '16년(74.4명) 대비 7.5명 감소한 것으로 나타났다.

'17년 브랜드별 총 가맹점 수 24만2098개

'16년 대비 1만2103개 증가... 외식업이 11.6만개로 최다

가맹점 수는 증가했다. '17년 브랜드별 총 가맹점 수는 24만2098개로 '16년 대비 1만2103개 증가했고, 그 중 외식업이 11만6072개를 차지해 가장 많은 비율을 차지했다. 그러나 브랜드당 '17년 평균 가맹점 수는 56.8개로 '16년 평균 가맹점 수(58.6개) 대비 1.8개 감소했다. 업종별로는 도소매업이 253.3개, 서비스업과 외식업은 각각 86.2개와 36.1개를 기록했다.

총 점포수 25만8030개... '16년 대비 1만1347개 증가

점포수도 증가했다. 직영점과 가맹점수를 합한 브랜드별 '17년 총 점포수는 25만8030개로, '16년 대비 1만1347개 증가한 것으로 나타났으며, 브랜드당 평균 점포수는 56개로 '16년 평균 점포수(57.5개) 대비 1.5개 감소한 것으로 나타났다.

직영점 수는 감소했다. '17년 브랜드별 총 직영점 수는 1만5932개로 '16년 대비 756개 감소한 것으로 나타났다. 업종별로는 도소매업이 7976개로 가장 많았으며, 외식업(5706개), 서비스업(2250개)의 순으로 나타났다.

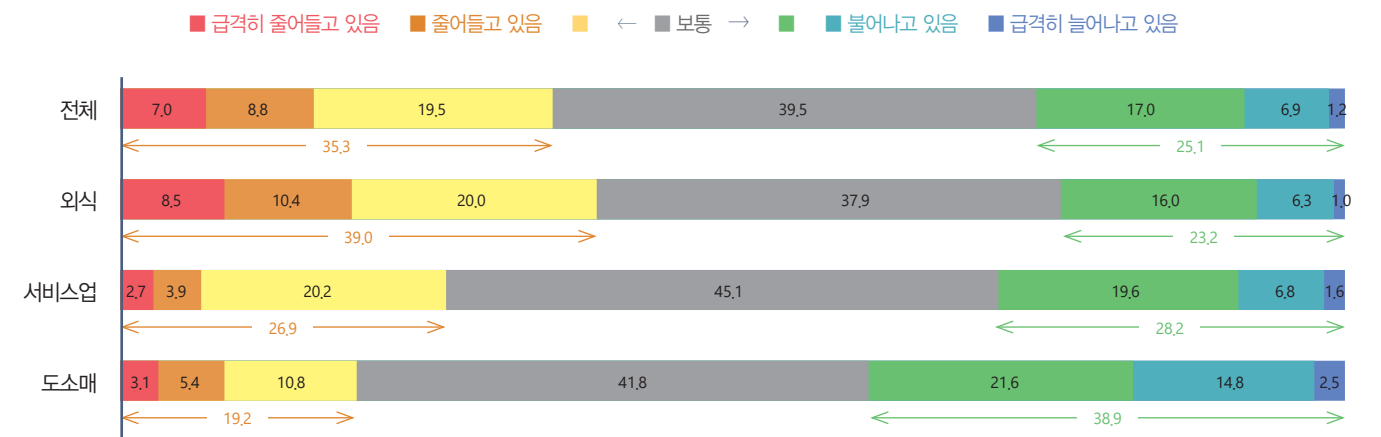
브랜드당 '17년 평균 직영점 수는 7.1개로 '16년 평균 직영점 수(7.9개) 대비 0.8개 감소한 것으로 나타났다.

'17년 가맹점 신규 개점 평균 8.4개, 폐점 평균 3개

'17년 1년간 프랜차이즈 가맹점 신규 개점 수는 평균 8.4개, 폐점 수는 평균 3개로 나타났다(대표 브랜드 기준). 업종별로는 서비스업(11.7개), 도소매업(8.4개), 외식업(7.6개) 순으로 나타났다. 폐점 수는 평균 3개였으며 도소매업(4.5개), 서비스업(3.8개), 외식업(2.7개)순으로 나타났다.

가맹점 모집 추이를 묻는 질문에 '보통'(39.5%), '줄어들고 있다'(35.3%), '늘어나고 있다'(25.1%) 순으로 응답결과가 나타나 '보통이거나 줄어들고 있다'는 응답이 '늘어나고 있다'는 응답자 수보다 많았다.

[그림 3] 최근 1년 간 가맹점 모집추이



**가맹본부 조사
주요 결과**

월 평균 상용근로자 30.7명, 평균 임금은 234.8만원

'17년 가맹사업 관련 총 매출액 평균 130억

가맹본부의 '17년 가맹사업 관련 총 매출액은 평균 130억으로 나타났다. 업종별로는 도소매업이 1267억3000만원, 서비스업이 86억원, 외식업이 49억9000만원인 것으로 나타나 도소매업이 평균보다 높은 것으로 나타났다.

평균 상용근로자는 30.7명, 평균 임금은 234.8만원으로 나타났고, 같은 기간 비 상용근로자는 평균 0.7명, 평균 임금은 137.7만원 수준인 것으로 조사됐다. 업종별로는 도소매업 평균 상용근로자수가 285.6명으로 가장 많았고, 평균 임금 역시 237.7만원으로 가장 높은 것으로 나타났다.

'17년 총자산 39조4636억원... 1조4433억원 증가

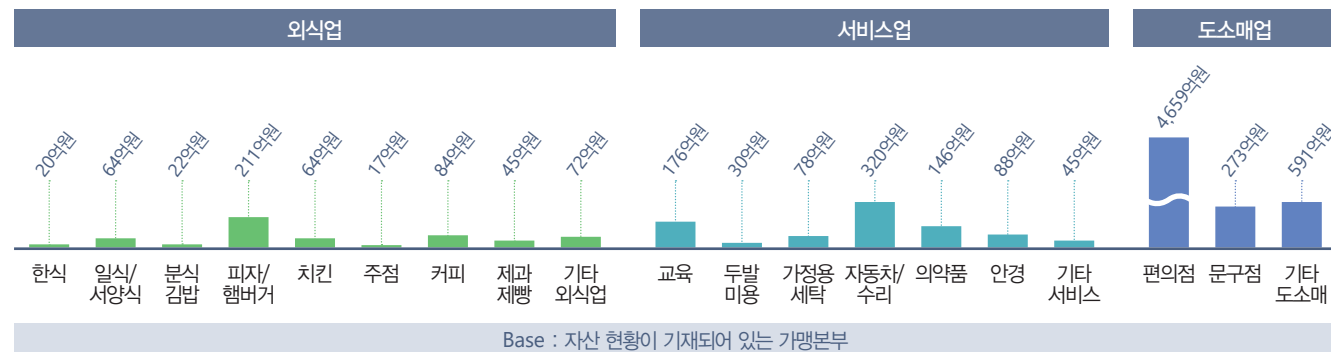
총 부채도 20조565억원으로 1조8481억원 증가

'17년 가맹본부의 총 자산은 39조4636억원으로 '16년 대비 1조4433억원 증가했고, 평균 자산은 129억원으로 '16년(132억)대비 3억원 감소한 것으로 나타났다. 세부 업종별로는 피자/햄버거(211억원), 주점(17억원) 등으로 나타났다.

'17년 가맹본부의 총 자본은 20조9072억원으로 '16년(19조8935억원) 대비 1조137억원 증가했고 평균 자본은 68억원으로 '16년 평균 자본(69억)대비 1억원 감소했다. 세부 업종별로 살펴보면, 피자/햄버거(105억원), 분식김밥(7억원) 등으로 나타났다.

'17년 가맹본부의 총 부채는 20조565억원으로 '16년 총 부채(18조2084억원) 대비 1조8481억원 증가한 것으로 나타났으며, 평균 부채는 66억원으로 '16년(64억)대비 2억원 증가한 것으로 나타났다. 세부 업종별로 살펴보면, 외식업에서는 피자/햄버거가 107억원으로 가장 많고, 주점이 9억원으로 가장 적은 것으로 나타났다.

[그림 4] 가맹본부 세부업종별 평균 자산(단위 : 억원)



해외 진출업종, 커피/치킨/한식 순으로 많아

해외 진출 지원기관은 코트라/한국프랜차이즈산업협회 순

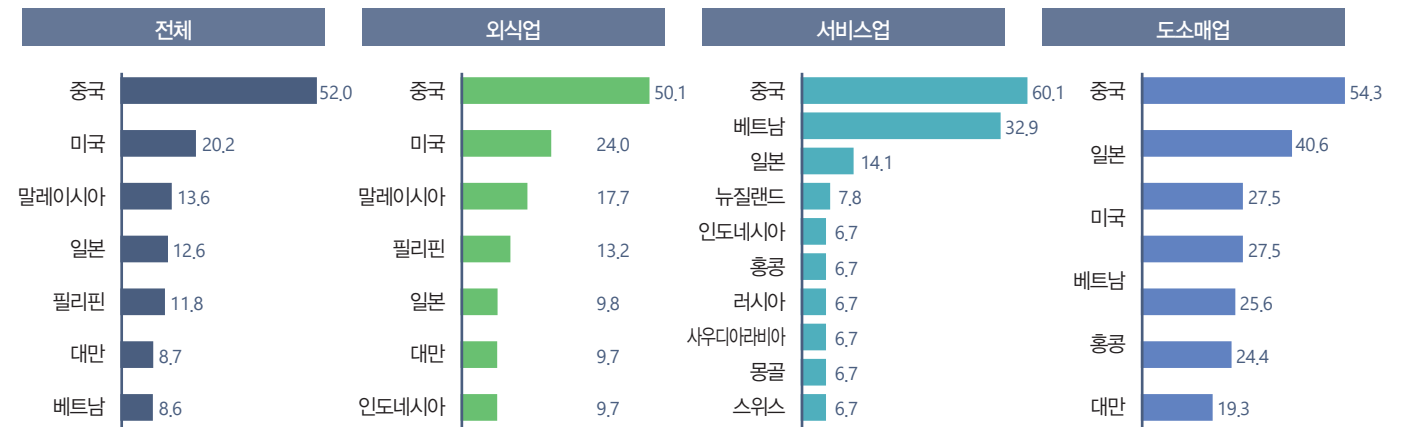
해외 진출 중인 브랜드를 보유한 가맹본부는 7.2%로 나타났다. 업종별로는 커피(16.8%), 치킨(16.2%), 한식(15.8%), 분식/김밥(13.7%)등의 순으로 나타났고, 진출 국가로는 중국이 52.0%, 미국(20.2%), 말레이시아(13.6%), 일본(12.6%), 필리핀(11.8%) 등의 순으로 나타났다.

해외 진출 브랜드의 가맹사업 관련 평균 매출액은 18억3173만원이고, 총 매출액 중 해외 프랜차이즈 매출 비중은 평균 12.1% 수준인 것으로 나타났다. 업종별로는 도소매업이 72억 1682만원으로 가장

높았고, 매출 비중은 서비스업이 17.2%로 가장 높은 것으로 나타났다. 규모별로는 중견기업의 평균 매출액(119억원)과 매출 비중 평균(17.8%)이 가장 높은 것으로 조사됐다.

또한 해외진출 시 56.3%가 정부부처 및 유관기관으로부터 해외지원을 받지 못했다고 답했으며, 지원 받은 경우 분야는 '해외 진출 컨설팅'(22.7%), '현지정보 제공'(18.4%), '해외박람회 참가지원'(16.5%) 등이었다. 해외 진출을 위해 지원받은 국내 정부부처/유관기관으로는 코트라(56.9%), 한국프랜차이즈 산업협회(36.3%), 중소벤처기업부(22.7%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5] 해외 진출 프랜차이즈 진출국가 (단위 : %, 복수응답, 상위 7개 국가)



해외 진출 계획 '없다' 87.7%

향후 해외 진출 계획을 묻는 질문에는 '없다'라고 응답한 비율이 87.7%를 차지했으며, '있다'라고 응답한 비율은 12.3%로 나타났다. 해외 진출 계획이 있는 경우, 희망 시점은 '1~3년 이내'라고 응답한 비율이 전체 55.6%로 나타났다.

향후 해외 진출 시 정부 및 유관 기관의 지원이 필요한 분야로는 '없음'을 제외하고 '금융 지원'(27.1%), '컨설팅 서비스 제공'(12.4%), '세제 지원'(10.5%)순으로 나타났다.

애로사항 1순위... '동종업종 타 체인과의 경쟁 심화'

'국가경제에 대한 기여도'... 가맹사업 만족도 가장 높아

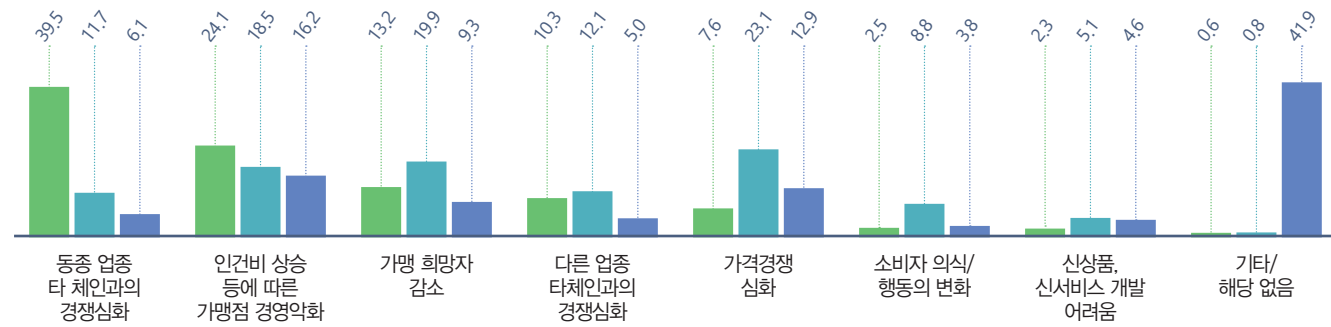
프랜차이즈 사업운영 시 애로사항을 묻는 질문에는 '동종업종 타 체인과의 경쟁 심화'가 39.5%를 차지해 가장 큰 문제점으로 나타났고, '인건비상승 등에 따른 가맹점 경영 악화'가(24.1%), '가맹 희망자 감소'(13.2%), '다른 업종 타 체인과의 경쟁 심화'(10.3%) 등이 문제점(1순위 기준)으로 나타났다.

가맹점과의 관계에 있어 갈등 경험이 있는 경우는 8.9%, 없는 경우는 91.2%로 나타났다.

업종별로 도소매업(10.5%)이 가맹점과 갈등경험이 가장 높았고, 외식업(8.9%), 서비스업(7.9%) 순으로 나타났다. 규모별로는 중견기업(9.2%)이 가맹점과 갈등경험이 가장 높았고, 중기업(9.1%), 소기업(8.8%) 순으로 나타나 기업의 규모가 클수록 갈등경험이 많은 것으로 보였다.

프랜차이즈산업 발전을 위해 정부가 우선 추진해야 할 사항으로는 '가맹점 신규 개설 지원'이 34.1%를 차지했고, '규제 완화 등 자율적 경영여건 조성'(31.8%), '가맹본부-가맹점간 불공정거래 개선'(15.0%) 등의 순으로 1순위 기준 응답결과가 나왔다.

[그림 6] 프랜차이즈 사업 운영시 애로사항 (단위 : %) (■ 1순위 / ■ 2순위 / ■ 3순위)



가맹점 조사 주요 결과

창업 전 직업은 '개인사업', 창업비용은 '1억~2억 미만'

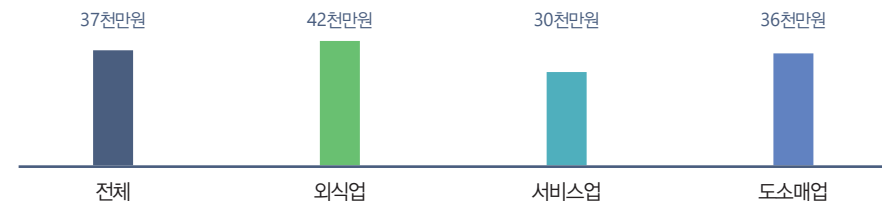
창업 시 애로사항은 '초기 투자자금 조달' 응답자가 가장 많아

현 가맹점을 운영하기 전 직업은 '프랜차이즈 아닌 개인사업'이 42.3%로 가장 비중이 높았고, '중소기업 근무'(29.9%), '주부'(8.7%), '프리랜서'(6.3%), '무직(창업 준비)'(4.5%) 등의 순으로 나타났다. 현재 운영하고 있는 점포의 창업비용(관련 비용 모두 포함)은 '1억~2억 미만'으로 응답한 비율이 44.1%로 가장 높았고, '1억 미만'(39.4%), '2억~3억 미만'(10.9%) 순으로 나타났다.

창업 시 어려웠던 점으로는 응답자(복수응답)의 57.1%가 '초기 투자자금 조달'을 꼽았고, 54.8%가 '점포 입지/상권 분석'을 꼽았다. 다음으로 '사업성 분석'(48.3%), '가맹브랜드 선택'(46.0%), '사업 아이템 선정'(34.8%) 등을 어려운 점으로 꼽았다.

브랜드를 선택할 때 고려했던 사항 1순위에는 '프랜차이즈 브랜드 인지도'(40.1%), '기대 수익률'(18.9%), '프랜차이즈 브랜드의 성장 가능성'(15.9%) 순으로 나타났다.

[그림 7] 지난 1년간 총 매출액('17.9.1 ~ '18.8.31) (단위: 천만원)



'17년 총 매출액 평균은 3억7000만원, 1억~3억 미만은 41.3%

'17년 1년간 총 매출액은 평균 3억7000만원, 1억~3억원 미만이 41.3%, 3억~10억원 미만이 37.4%인 것으로 나타났다. 업종별로는 외식업이 평균 4억2000만원으로 가장 높았고, 도소매업 평균 3억6000만원, 서비스업이 평균 3억원 수준인 것으로 나타났다.

최근 1년간('17.9.1~'18.8.31)의 매출액을 동기대비 전년 매출과 비교했을 때는 '비슷하다'는 응답률이 63.3%로 가장 높게 나타났고, '감소했다'가 33.9%(감소율 18.4%), '증가했다'가 2.8%(증가율 13.1%)로 나타났다.

지난 1년간 비용/수익 구조를 묻는 질문에는 전체 매출액(100% 기준)을 기준으로 '물류 비용'(28.7%), '순이익'(21.0%), '종업원 인건비'(17.7%), '임대료'(17.0%), '기타 비용'(13.3%), '카드수수료'(2.4%) 등의 순으로 나타났다.

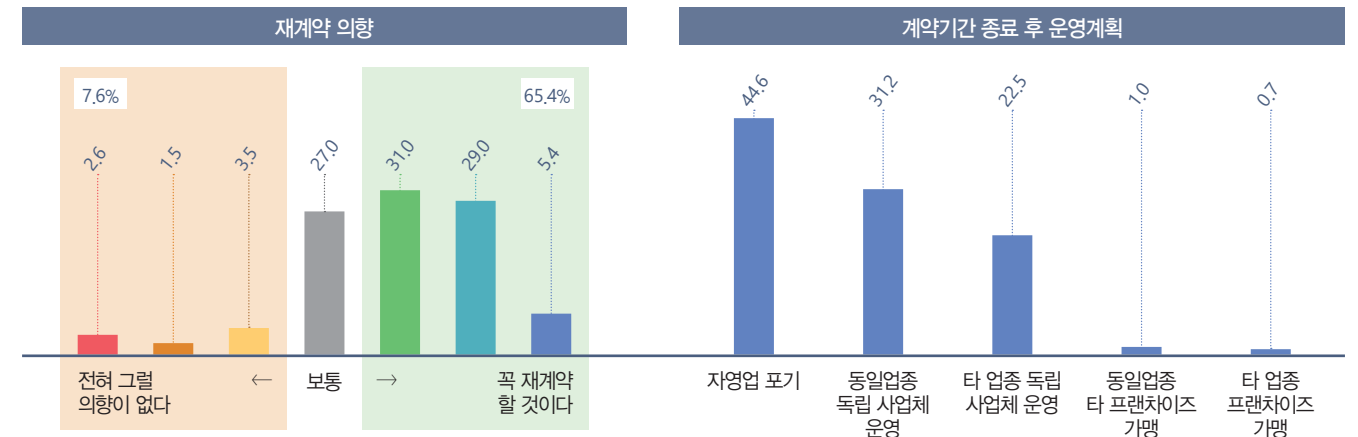
현재 운영하고 있는 점포에서 고용한 평균 상용근로자는 1.8명, 평균 임금은 210.2만원으로 나타났고, 같은 기간 비 상용근로자는 평균 1.63명, 평균 임금은 107.6만원 수준으로 조사됐다. 슈퍼바이저의 월 평균 방문을 묻는 질문에는 '방문한다'라고 답한 비율이 44.4%, '방문 안한다'라고 답한 비율이 55.6%로 나타났으며, 월 평균 방문 횟수는 0.9회인 것으로 나타났다. 슈퍼바이저의 활동에는 81.6%가 '만족한다'고 답했고, 1.6%가 '불만족한다'고 답했다.

'재계약 의사 없다' 65.4%... '자영업 운영 포기'도 44.6%

현재 가맹본부와 계약기간 종료 후, 재계약 의사를 묻는 질문에 65.4%가 재계약 의사가 있다고 밝혔고, 7.6%는 재계약 의사가 없다고 밝혔다(27%는 '보통'이라고 응답).

특히 재계약 의사가 없는 가맹점 중 44.6%는 계약기간 종료 후 '자영업 운영을 포기하겠다'라고 응답했다. '동일업종 독립사업체 운영'과 '타 업종 독립사업체 운영'이 각각 31.2%, 22.5%로 나타났다.

[그림 8] 재계약 의향 및 계약기간 종료 후 운영 계획 (단위 : %)



인테리어 개선주기는 평균 4~5년, 개선 주기 '만족'

인테리어 개선주기는 가맹본부(4.1년), 가맹점(5.2년)인 것으로 나타났으며, 개선주기 만족도에 대해서는 가맹본부가 99%, 가맹점이 98.7%라고 응답해 만족하고 있는 것으로 나타났다.

광고·판촉행위의 사전 동의여부를 묻는 질문에는 가맹본부는 "가맹점에 사전 동의를 받고 있다"는 응답비율이 70.4%로 높게 나타난 반면, 가맹점은 "사전에 동의를 받고 있지 않다"는 응답비율이 54.7%로 높게 나타났다.

또한 프랜차이즈 산업 법령, 제도, 각종 정책 등에 대한 인지여부를 묻는 질문에는 가맹본부는 '알고 있다'는 응답비율이 86.7%(매우 잘 알 : 12.4%, 어느 정도 아는 편 : 74.3%)로 높게 나타난 반면, 가맹점에서는 37.3%(매우 잘 알 : 3.2%, 어느 정도 아는 편 : 34.1%)로 나타나 대조를 이뤘다. **KFI**

가맹본부-가맹점 비교

프랜차이즈협회, 공정위 상대 헌법소원 청구

“영업비밀 공개는
직업선택 자유, 재산권 등 침해”



김급 대의원 총회에서 박기영 협회장이 헌법소원 취지를 설명하고 있다.

WRITE 신일영

한국프랜차이즈산업협회가 지난 3월 13일 ‘가맹사업거래의 공정화에 관한 법률’(가맹사업법) 시행령에 대해 헌법소원을 제기하고, 효력금지 가처분을 신청했다. 협회는 이보다 앞서 지난 1월 대의원 자격을 가진 소속 회원사 60여명이 참석한 가운데 대의원총회를 열어 가맹사업법 시행령 개정안에 대한 헌법소원과 법원이 판단을 내릴 때까지 행정 처분의 효력을 정지하는 집행정지 가처분신청을 내기로 결의하고, 2월 후속조치로 법무법인·화우’를 법률대리인으로 지정했다.

프랜차이즈 업계가 정부 정책에 반발해 헌법소원을 제기하는 것은 이번이 처음이다. 김상조 공정거래위원장 취임 이후 지속되고 있는 압박에 더 이상 보고 있지만은 않겠다는 뜻으로 풀이된다. 프랜차이즈 업계에서는 ‘차액가맹금 공개’방침이 업계의 생존권과 직결되는 민감한 사안인 만큼 강력하게 대응해야 한다는 분위기가.

공정위는 지난 2월 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령」 개정에 따른 정보공개서 표준양식 고시 개정안을 발표했다. 이에 따라 가맹본부는 ▲평균 차액가맹금 지급 규모, 품목별 차액가맹금 수취 여부 ▲주요 품목에 대한 직전연도 공급 가격 상·하한 ▲특수 관계인의 경제적 이익 ▲가맹본부 및 특수 관계인의 판매 장려금 수취 관련 사항 ▲다른 유통채널을 통한 공급 현황 등을 정보공개서에 기재하고, 이를 가맹점주 및 예비점주 희망자에게 공개해야 한다.

현재 국내 프랜차이즈 업계는 대부분 가맹비(로얄티)로 영업을 유지하기보다는 식자재를 납품하고 이에 대한 마진을 남기는 방식으로 유지하고 있다. 또 본사는 이를 통해 얻은 수익으로 브랜드 홍보·판촉비용을 지출하거나 신메뉴 개발과 가맹점 상생협력비 등을 충당하고 있다. 따라서 현재 업계의 경영 방식을 감안하면, 개정안이 현실과 괴리된 정책이라는 주장은 납득할만하다.

업계는 시행령 개정안대로 차액가맹금 지급규모 등이 공개되면 영업비밀이 노출될 수 있고, 타사와 원가 경쟁에서 밀릴 수 있다며 우려를 제기하고 있다. 업계의 한 관계자는 “대량구매를 통해 구매원가는 낮추고 품질수준을 높여서 시중 대비 저렴한 단가와 높은 품질의 원료를 가맹점에 공급하는 것은 본부의 노력에 의한 오랜 노하우다”라며, “이를 공개하라는 건 노하우를 공개하라는 말과 다름없다”고 주장했다. 이 관계자는 이어 “차액가맹금을 공개하라는 것은 본부의 노력을 노하우로 인정할 수 없다는 뜻인 것 같아 속상하다”며, “그러면 누가 시간을 투자해 이런 노력을 하겠느냐?”고 반문했다.

협회측도 “시행령은 국민의 경제적 자유를 침해하는 과잉규제”라고 입장을 밝힌 뒤, “본사의 중요한 영업비밀 공개를 법률이 아닌 시행령으로 결정하는 것은 ‘법률 유보의 원칙’에 어긋난다”고 지적했다.

협회 한 관계자는 “가격과 마진을 공개하라는 공정위 측 입장이 이해가 안된다. 정산 안 된 금액을 공개하게 되면 경쟁력이 있어서 유통마진을 크게 갖는 회사가 마치 폭리를 취하는 것으로 오해받을 수 있다”면서, 헌법소원과 가처분신청 배경을 설명했다.

한편, 이번 사건의 법률대리인 법무법인·화우(이하, 화우)는 “가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 별표1 제5호 나목 2)항 및 제6호 가목^(주1) 등이 헌법 제10조 행복추구권, 제11조 평등권, 제15조 직업선택의 자유, 제23조 재산권을 침해한다”고 지적했다.

화우 측은 “청구인들에게 영업비밀인 차액가맹금 등을 공개하도록 강제하고 있는 이 사건은 우선 공권력 행사에 해당되고, ▲자기관련성·현재성·직접성을 충족하고 있으며 ▲청구기간 준수 등의 적법요건을 구비했다”고 절차상 문제가 없음을 밝혔다. 또한 ▲법률유보 원칙 ▲명확성 원칙 위반 ▲직업선택의 자유 침해 ▲평등권 침해 ▲일반적 행동자유권 및 재산권 침해 ▲체계 정당성 위반 ▲자유시장경제질서 위반 등 위헌 소지가 있다”며 헌법소원과 가처분 신청 배경을 설명했다.

(주1)

「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 별표 1 제5호 나목 2)항

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 아니할 수 있다)

「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 별표 1 제6호 가목」

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

- 1) 품목별 차액가맹금 수취 여부 및 공정거래위원회 고시로 정하는 주요 품목별 직전 사업연도 공급가격의 상·하한
- 2) 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
- 3) 가맹본부가 직전 사업연도에 납품업체, 용역업체 등으로부터 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제적 이익을 얻는 경우 해당 납품업체, 용역업체 등의 명칭, 그 경제적 이익의 내용
- 4) 특수관계인이 직전 사업연도에 납품업체, 용역업체 등으로부터 경제적 이익을 얻는 경우 해당 납품업체, 용역업체 등의 명칭, 그 경제적 이익의 내용

“차액가맹금은 개별 가맹사업의 비용 절감 등 각종 노하우가 반영된 것”... 독립된 경제적 가치를 가지며, 영업 비밀에 해당

다음은 협회와 화우측이 헌법소원심판 청구의 배경으로 지적한 내용들을 간추려 정리한 것이다.

1. 법률유보 원칙 위반

차액가맹금은 개별 가맹사업의 영업과 관련하여 비용 절감 등 각종 노하우가 반영된 것으로 독립된 경제적 가치를 가지며, 가맹본부가 오랜 기간 동안 가맹사업을 운영하면서 상당한 노력 및 시간을 들여 공급가격 및 영업이익을 책정한 것으로 당연히 영업 비밀에 해당한다.

대규모 유통업법, 하도급법, 대리점법 등 다른 공정거래관련 법률에서는 이러한 정보들이 영업비밀임을 전제로 공개를 금지하는 등 특별히 보호하고 있는 사례가 이를 뒷받침해주고 있다.

공정거래위원회는 대규모유통업법 제14조에 따라 “납품업자 등이 다른 사업자에게 공급하는 상품의 매출액, 마진 등 공급조건이나 다른 사업자와의 매매 계약형태, 기간 및 면적 등 입점조건에 해당하는 경영정보를 제공하도록 요구하는 행위”를 금지하도록 하고 있으며, 특히정도 2016년 <우리기업의 국내외 영업 비밀 피침해 실태조사> 자료에 원가 등 회계정보를 영업비밀로 취급하고 있다.

가맹본부의 영업비밀 내지 경영정보 공개의무와 과태료 등의 제재를 부과하는 것은 가맹본부의 직업수행의 자유 등 기본권을 제한하는 공권력의 행사에 해당하므로 반드시 법률상의 근거가 있어야 하는데, 아무런 법률의 위임 내지 근거도 없이 가맹본부의 부담에 관한 사항 내지 가맹본부의 영업비밀에 관한 사항을 정보공개서에 기재하도록 하여 가맹본부의 직업수행의 자유 등 기본권을 제한하고 있으므로 이는 헌법상 법률유보 원칙에 위반된다.

2. 명확성 원칙 위반

차액가맹금 정의 중 “적정한 도매가격”이라는 부분은 관련 조항을 유기적·체계적으로 종합해 보더라도 어떤 가격이 적절한 도매가격을 의미하는지 도저히 그 대강이라도 알 수 없다. 적절한 가격이 산정될 수 있으려면 그 비교대상이 있어야 하는데, 관련 법령 조항 어디에서도 어떠한 기준도 제시하지 않고 있다. 이는 헌법상 명확성의 원칙에 반하여 청구인들의 기본권을 침해하고 있다.

3. 직업선택의 자유 침해

가맹본부의 영업비밀에 해당하는 차액가맹금 등을 정보공개서에 기재하도록 의무를 부과하고 있는데, 이는 청구들이 선택한 직업을 자기가 원하는 방식으로 자유롭게 수행할 수 있는 직업수행의 자유를 제한하고 있는 행위라고 볼 수 있다.

이는 가맹사업에 대한 장점을 축소시켜 결과적으로는 중소기업의 가맹본부들을 고사시키는 한편, 대규모 가맹본부만 생존하게 함으로써 산업경쟁력을 약화시킬 수 있다. 뿐만 아니라 국내 가맹본부들의 해외진출도 위축될 수밖에 없다. 특히 가맹본부들 간에도 다른 경쟁 가맹본부의 공급가격이 공개됨에 따라 공급업체에게 타 가맹본부 수준의 납품 단가 수준으로 납품을 요구할 수도 있어, 결과적으로 시장 전체의 경쟁을 저해할 수 있는데, 이는 정보교환행위를 새로운 담합 유형으로 추가한 공정거래위원회의 정책기조에 비추어 볼 때도 모순이다. 결과적으로 이는 기본권 제한의 한계 중 수단의 적절성, 피해의 최소성 및 법익균형성을 결여한 것으로 청구인들의 직업선택의 자유를 침해한다.

“대규모 유통업법, 하도급법, 대리점법 및 각 시행령에는 영업 비밀 공개 규정 없어” … 가맹본부 차별 행위

4. 평등권 침해

가맹사업법과는 달리 대규모 유통업법, 하도급법, 대리점법 및 각 시행령에서는 이 사건 심판대상조항과 같은 가맹본부의 차액가맹금 등 영업 비밀을 공개하도록 하는 규정을 두고 있지 않다. 오히려 앞서 본 바와 같이 영업 비밀을 요구하지 못하도록 엄격히 규제하고 있다. 결국 이 사건 심판대상조항은 본질적으로 가맹본부와 동일한 지위에 있는 대규모유통업자, 원사업자, 공급업자를 차별적으로 취급하고 있다고 볼 수 없는 것이다.

따라서 가맹본부에 대하여만 차액가맹금 등 가맹본부의 영업 이익과 관련된 핵심 영업 비밀을 공개하도록 할 차별목적의 정당성을 전혀 인정할 수 없으며, 그러한 차별취급이 적합하다고 할 수도 없는 것이다.

대규모유통업자나 대리점 본사의 경우에는 위와 같은 공급가격 정보를 일반에 공개하도록 하는 조항이 전혀 없는데, 유독 가맹본부에게만 영업 비밀에 해당하는 공급가격(즉, 가맹본부의 판매가격)을 품목별로 모두 상세히 일반에 공개하라고 하는 것은 대규모유통업자 및 대리점 본사인 공급업자에 비하여 합리적 근거가 없는 과도한 차별이다.

따라서 이는 차별목적의 정당성, 차별취급의 적합성, 차별취급의 필요성 및 비례성을 갖추지 못한 채 자의적으로 청구인들의 평등권을 침해하고 있는 것이다.

5. 일반적 행동자유권 및 재산권 침해

목적달성을 위한 입법목적의 정당성, 방법의 적정성, 침해의 최소성 및 입법에 의해 보호하려는 공익과 침해되는 사익의 균형성을 갖추지 못했으며, 헌법 제10조, 제23조에 의하여 보장된 청구인들의 일반적 행동자유권 및 재산권을 침해하고 있다.

6. 체계정당성 위반

비례의 원칙에 반하여 가맹본부의 직업선택의 자유와 재산권을 침해하고, 동일한 지위에 있는 대규모유통업자, 원사업자, 공급업자와 자의적으로 차별하고 있다. 심지어 같은 공정거래법률 사이에도 대규모유통업법, 하도급법, 대리점법과 같이 영업 비밀의 보호를 강조하는 법률이 있는 반면, 이 사건 심판대상조항은 영업 비밀의 공개를 강요하고 있는바, 법률 상호간에도 충돌 및 모순을 야기하고 있다. 이는 규범의 명확성, 예측가능성, 규범에 대한 신뢰와 법적 안정성을 확보하지 못한 것으로 체계정당성의 원리에도 위반된다.

7. 자유시장경제질서 위반

이 사건 심판대상조항은 가맹본부의 차액가맹금 등 영업 비밀을 공개하도록 하여, 가맹본부들 사이는 물론, 가맹본부와 가맹점사업자 사이의 자유로운 경쟁과 창의력을 억지하고 있다. 따라서 자유경제체제를 기본으로 하는 헌법 제119조 제1항에도 위반된다. **KFN**

프랜차이즈 브랜드 등록 요건 강화될까

직영점 1~2곳 1년 이상
운영해야 등록 가능...
“미투브랜드 방지”

WRITE 신일영



프랜차이즈 브랜드가 6000개를 돌파했다.

정부가 프랜차이즈 브랜드의 등록 요건을 강화하는 방안을 추진 중이다. 업계에 따르면, 정부는 별다른 제약 없이 정보공개서 등록을 통해 점주들을 모집할 수 있는 현행 가맹사업법의 부작용이 크다고 판단, 프랜차이즈 브랜드의 등록 요건을 기존보다 강화하는 차원의 방안을 모색 중이다. 특히 소위 '미투 브랜드'의 난립으로 소상공인 자영업자의 피해가 증가하고 있어 이에 대한 대책이 시급하다고 판단한 것으로 풀이된다.

한 브랜드가 인기를 끌면, 이를 모방한 브랜드가 우후죽순처럼 생겨나는 현상은 업계에서 심심찮게 일어나는 현상이다. 특히 별다른 기술이 필요하지 않은 외식업종에서 두드러진다. 공정거래위원회가 최근 발표한 자료에 따르면, 2018년 전체 브랜드 수는 6052개로 6000개를 돌파했고, 가맹본부는 4882개인 것으로 나타났다. 이중 외식업 브랜드는 11만 7202개로 전체 브랜드의 48.1%를 차지하고 있지만, 평균 수명은 4년 7개월로 전체 평균보다 4개월이나 짧은 것으로 나타났다.

따라서 부실 브랜드로부터 예비창업자들을 보호하고, 산업의 근간인 토대를 강화하려면 대책이 필요하다는 것이 업계 분위기다. 이런 분위기

는 최근만이 아니다. 일부 소위 '먹튀 브랜드' 사건이 발생할 때마다 선량한 가맹본사가 피해를 보고, 업계 전체가 불법 집단으로 매도되는 등의 부정적인 사례가 있어 왔다. 하지만 공정거래위원회의 반대로 인해 번번이 무산된 바 있다.

한 예비 창업자는 “불안하고 초조한 예비 창업자들의 심리를 감안하면, “무조건 성공”을 보장하는 과대광고 등은 예비 창업자들을 현혹하기에 충분하다”며, “이런 허위 과장 광고로부터 창업자들을 보호하는 제도적인 장치가 있었으면 좋겠다”고 밝혔다.

지난 3월 8일 코엑스에서 열린 제45회 프랜차이즈서울전시회장을 찾은 공정거래위원회 김상조 위원장은 '미투' 창업에 대한 해결책을 모색하고 있다고 밝혔다. 김 위원장은 “한국프랜차이즈산업협회도 2개 직영점을 1년 이상 운영한 브랜드만 가맹사업이 가능하도록 하는 제도(2+1 제도) 등을 지속적으로 요청했지만, 과거에 공정위는 이 제안을 경쟁 저하로 판단했다”고 전하며, “그러나 지금은 경험과 노하우가 부족한 영세 브랜드들의 난립은 득보다 폐해가 더 크다고 생각한다”고 시각이 바뀌었음을 인정했다. 공정위 관계자에 따르면, 등록 요건을 2+1(2곳 1년 경영)로 할지, 1+1(1곳 1년 경영)로 할지는 아직 결정되지 않았고,



김상조 공정거래위원장이 지난 3월 8일 프랜차이즈서울 전시장을 찾아 박기영 협회장 및 가맹본부 관계자와 대화하고 있다.



좀 더 시간을 두고 봐야 할 것 같다고 설명했다.

김 위원장은 “직영점 운영 경험이 있어야 성공 노하우가 생기고, 또한 이 경험을 바탕으로 가맹점에 노하우를 제공할 수 있는 것이다”라고 설명했다. 김 위원장은 그러면서 “다만 이것을 법률로 강제하느냐, 한국프랜차이즈산업협회 등 민간과 협력해 사실상의 관행으로 유도하느냐를 고민하고 있는 단계다”라고 설명했다.

이런 움직임은 정치권에서도 포착되고 있다. 제윤경 의원 등 국회의원 12명은 지난 2017년 12월 27일 이 같은 내용이 담긴 <가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안>을 제출한 상태다.

제윤경 의원 등은 “가맹사업은 가맹본부가 자기의 상표·서비스표·상호·간판 그 밖의 영업표지를 사용하여 일정한 품질 기준이나 영업방식에 따라 상품 또는 용역을 판매하는 사업으로, 가맹본부의 노하우 등을 이용해 가맹점사업자가 안정적인 수익구조를 운영토록 하는 장점이 있다”면서 “하지만 최근 자격 없는 가맹본부의 특정 외식 상품의 인기로 편승한 미투(Me-too) 사업으로 인해 가맹사업의 본질인 영업 노하우와 안정적인 경험 제공 없이 영세 가맹점사업자에게 폭리를 취하는 경우가 발생하고 있다”고 법안 발의 배경을 설명했다.



이어 “이에 가맹본부가 공개하는 정보공개서에 직영점 운영 경험을 의무화하여 가맹사업 본래의 취지인 영업노하우와 안정적인 경험을 제공할 수 있도록 하기 위해 관련 제도를 정비하고자 한다”고 설명했다.

* 참고 _ 제윤경 의원 등이 발의한

<가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안> 중

제2조 제10호
아. 가맹본부의 직영점 현황
(직영점의 운영기간 및 매출에 관한 사항을 포함한다)
제6조의3 제1항 제3호
3. 등록 신청일 현재 직영점이 2개 이상이고 그 영업기간이 1년 이상인 경우

한국프랜차이즈산업협회의 한 관계자는 “미국이나 중국 등에서는 이미 가맹사업자 모집 자격 중 하나로 직영점 운영 경험을 요구하고 있다”며, “소위 '먹튀 브랜드' 근절을 위한 법적 근거 마련을 위해 여러 차례 공청회 등을 진행했는데 이제야 노력이 빛을 보는 것 같다”며 밝혔다. 하지만, 일각에서는 “이번 가맹사업 등록 강화 추진에 대해 공정위가 앞으로 프랜차이즈 산업에 대한 강경 정책으로 이어갈 것을 예고한 것이나 다름없다”며 상반된 우려를 나타내기도 했다. **KFN**

“안정적인 창업의 산실”... 2019 상반기 제45회 프랜차이즈서울

3.7~9 코엑스 C&D홀 300개社 600개 부스 규모...
협회 · 정부 프랜차이즈 발전 민 · 관 협력 다짐

WRITE 김동하



제45회 프랜차이즈서울 개막식에 참석한 내외 귀빈들이 테이프 커팅식을 진행하고 있다.



↑ (왼쪽 두번째부터) 김용만 명예회장, 이병익 명예회장, 손주범 리드엑시비전시스코리아 대표, 조영신 산자부 중견기업정책관, 박기영 협회장, 강동원 한국주방유통협회장 등 내외 귀빈들이 업무협약을 축하하고 있다.

← 김상조 위원장과 박기영 협회장이 7번가 피자 부스를 찾아 양명덕 대표 및 양호웅 이사의 설명을 듣고 있다.

안정적인 창업 모델과 건전한 가맹사업 문화 정착을 통해 서민 경제의 사회적 안전망을 구축하고 일자리 창출과 해외 진출을 통한 국가 경제 활성화를 도모하는 '2019 상반기 제45회 프랜차이즈서울'이 서울 삼성동 코엑스에서 300여개 업체, 600여개 부스의 국내 최대 규모로 개최됐다.

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하고 코엑스(COEX) · 리드엑시비전시(Reed Exhibitions)가 주관하며 산업통상자원부, 공정거래위원회, 중소벤처기업부, 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 특허청이 후원하는 이번 박람회에는 3월 7~9일 3일간 오전 10시~오후 5시까지 개최됐다.

3월 7일 오전 10시 개최된 개막식에는 박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 이병익 명예회장, 김용만 명예회장, 강동원 한국주방유통

회장 등 업계 관계자들과 조영신 산업통상자원부 중견기업정책관 등 정부 부처 관계자들 총 50여명이 참석해 성공적인 개최를 축하하고 참가 부스를 돌며 성원과 격려의 뜻을 보냈다.

이어 센트럴 스테이지에서는 협회와 사단법인 한국주방유통협회(회장 강동원)와의 업무협약 체결식이 개최돼 의미를 더했다. 양 협회는 이번 협약 체결을 통해 ▲프랜차이즈 산업과 주방 산업의 발전 ▲박람회 · 포럼, 교육 · 연구 개발(R&D) 등 분야에서의 상호 협력 ▲4차 산업혁명 기술 활용, 창업 활성화, 일자리 창출 ▲양 업계의 애로사항 해결, 사회적 기여 등을 적극 도모해 나가기로 다짐했다.

둘째 날인 3월 8일에는 김상조 공정거래위원장이 박람회장을 방문해 상생 협약을 적극 실천하고 있는 본죽과 바르다김선생, 정률 로열

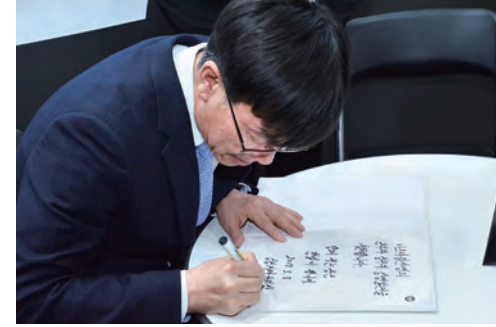
티 제도 전환으로 상생 문화를 선도하는 7번가피자 등 우수 브랜드 부스를 둘러보며 민관 협력 의지를 다지기도 했다. 김상조 위원장은 "상생 문화 정착을 위한 노력에 감사하며, 앞으로도 정부와 협회 및 업계가 협력해 많은 발전이 있기를 바란다"고 강조했다.

최신 트렌드를 직접 확인하고 체험할 수 있는 장

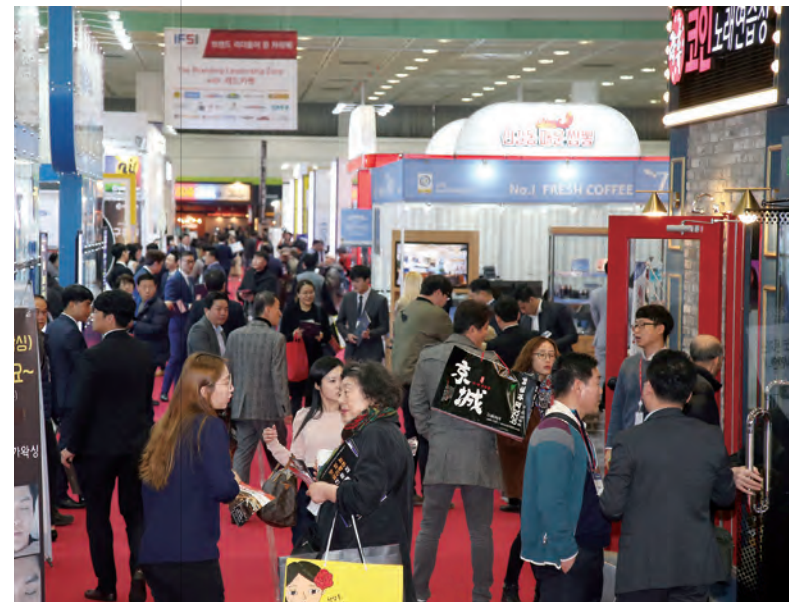
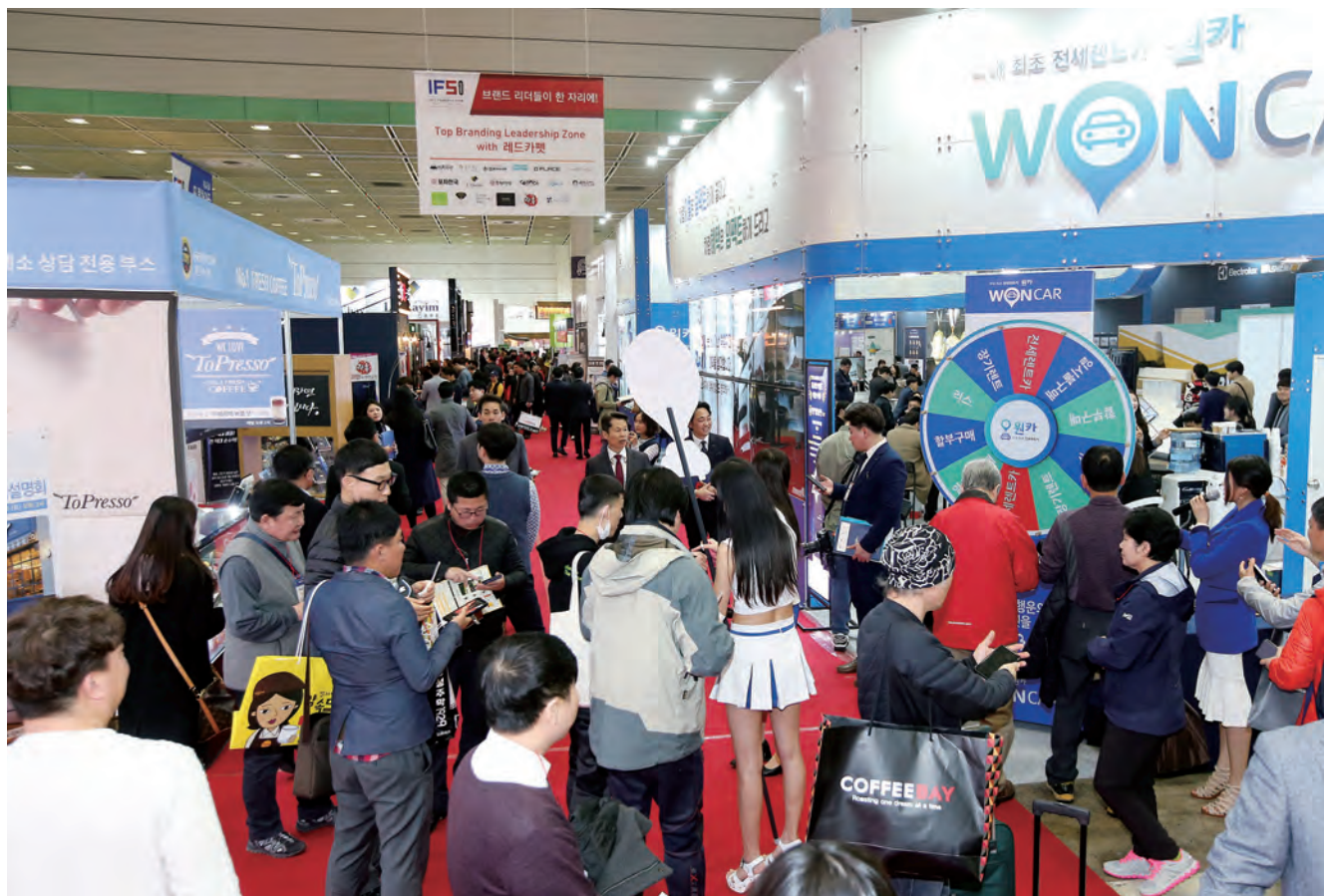
이번 박람회는 최근 최저임금의 급격한 인상, 배달앱 비용 부담 증대 등 경영 환경의 변화에 따라 키오스크, 스마트폰 연동 결제 등 무인 주문 · 결제 시스템, 무인스터디카페 · 편의점 등 인건비 부담을 최소화한 1인 · 무인 창업 아이템, VR카페 · 3D피규어 등 IT 기술 기반의 오락 · 서비스업까지 다양한 최신 트렌드를 직접 확인하고 체험할 수 있는 장을 마련했다.

박람회장을 찾은 많은 예비 창업자들은 개막 첫 날 이른 시간부터 마지막 날까지 인기 부스들을 찾아 상담을 받느라 분주한 모습을 보였다. 아울러 ▲미국 프랜차이즈 창업 안내(이호욱 협회 미국서부지회장) ▲가맹사업법(공정위) ▲우수 브랜드 선별방법(대한가맹거래사협회) ▲가맹성 성공 전략(한국창업전략연구소, 프랜차이즈산업연구원) 등 3일간 진행된 정부 기관 및 국내외 업계 전문가들의 무료 강연도 큰 호응을 얻었다.

또한 인건비 상승에 대한 대안으로 각광받는 무인 창업 아이템 및 무인 결제 · 관리 시스템, VR · AR 기술 및 IT 신기술 기반 창업 아이템 등과 관련된 업체들을 총망라해 차세대 프랜차이즈 트렌드를 체험할 수 있는 기회를 제공했다. **KFI**



2019 상반기
제45회 프랜차이즈서울
2019. 3. 7(목) ~ 9(토) / 코엑스 C&D홀



“국내 프랜차이즈 산업 성장과 해외 진출 두 마리 토끼 잡는다”

2019 한국프랜차이즈산업협회 정기총회...
회원사 복지 강화 및 경영환경 개선 총력

WRITE 김동하

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 올해 회원사들의 권익 보호와 복지 강화, 동반 성장을 도모하기 위한 다양한 사업을 전개하는 한편 정부 및 유관 기관들과 해외 진출 및 산업인들의 역량 강화를 통해 프랜차이즈 산업의 발전을 모색해 나간다.

협회는 2월 27일 14시 서울 서초동 협회 대회의실에서 전 정회원을 대상으로 '한국프랜차이즈산업협회 2019년 정기총회'를 개최하고 2018년 사업결산 및 2019년 사업예산안과 협회 정관 변경안, 신규 대의원 및 임원사·감사 선임안 등을 의결하고 지난해 사업실적과 올해 사업계획을 보고했다.

그간 협회는 2015년 정기총회 의결사항에 따라 연간 정기총회를 연간 대의원총회로 갈음해



지난해 10월 18일 개최된 제1회 프랜차이즈산업인의 날 기념식

개최해 왔지만 올해는 이사회에서 정관변경안이 상정됨에 따라 4년 만에 전 정회원을 대상으로 하는 정기총회를 개최하게 됐다. 이날 정기총회는 협회 정관에 의거해 총원 247명('18.12.10 2018 제5차 이사회 기준) 중 138명이 직접 참석하거나 의결 동의서를 제출하여 과반을 충족, 성원됐다.

사업 목적 추가, 규정 현실화 등 정관 개정

이날 정관 개정에 따라 협회는 기존 정관('15.2.26 개정) 중 의미가 불명확하거나 사용하지 않은 용어를 현실에 맞게 고치고 프랜차이즈 사업 관련 활동을 더욱 폭넓게 수행할 수 있도록 사업들을 추가했다.

주요 변경 내용으로는 ▲인증사업, 외부기관 용역, 교육 등 제반 활동을 수행하기 위한 사업 추가 ▲상생을 위한 가맹점사업자의 정회원 가입 허용(단, 가맹점사업자단체는 제외) ▲윤리위원회 규정 내용 신설 등이 포함됐다. 또한 ▲징계로 인한 탈퇴시 탈퇴 시점 기준 마련 ▲대의원총회 규정 구체화 ▲등기이사 명



2월 27일 2019 협회 정기총회에서 의장을 맡은 박기영 협회장이 개회사를 하고 있다.

칭을 집행이사로 변경 ▲임원 등의 선출 방법 명문화 ▲회비 관련 내용 승인 규정 변경 등 미비하거나 현실과 맞지 않는 규정들에 대한 개선도 병행됐다.

아울러 신규 상임부회장사로 (주)해리코리아(대표 김철운)가 선임되는 등 12개 신규 임원사를 선임하고 (주)해인식품(대표 현철호) 등 12개사를 대의원으로 선임하는 임원·대의원 선임안과 오종환 (주)에스앤큐플러스 대표(부회장), 이정열 (주)보하라 대표(이사)에 대한 신규 감사 선임안, 지난해 사업결산 및 올해 사업예산 등도 함께 의결됐다.

※ 개정 정관 전문은 협회 홈페이지 공지사항 참고

회원사 지원 및 안정적 성장기반 강화

올해 협회는 회원사 권익 보호와 복지 강화를 위한 다양한 사업을 전개할 예정이다.

우선 지난 1월 삼성전자와 체결한 업무협약의 일환으로 (주)크리니트 등과 협력해 4월중 (회원사 가맹본부·가맹점 전용 렌탈물)을 선보일 예정이다. 렌탈물은 가맹점 등의 경영 환경 개선을 위해 삼성전자를 포함한 유명 브랜드 20여종의 2,700여 제품들을 회원사 가맹본부와 가맹점들이 저렴한 가격으로 빌려 쓸 수 있도록 지원한다. 가맹본부와 가맹점의 동반 성장을 위해 DB손해보험·더매칭플레이스와 (가맹점 안심폐업보험)을 운영하고 단국상의원·한국시니어케어와 후불 개념의 (전통수의 상조서비스)도 제공한다.

또한 <프랜차이즈 문화의 날>을 지정해 영화관을 대관해 회원사 임직원들이 모두 무료로 영화를 관람하고 즐길 수 있는 문화프로그램을 운영하는 한편 신입 회원사의 협회 활동을 독려하기 위한 <신입 회원사 간담회>를 비롯해 <지회 지원사업>, <2019년 임원 연석회의>

2019년 주요 신규 임원사 명단

- 상임부회장 (1)**
- (주)해리코리아 김철운 대표이사
- 부회장 (3)**
- (주)아로마무역 임미숙 대표이사
- (주)통인익스프레스 이호 대표이사
- (주)첨성대 김성호 대표이사
- 감사 (2)**
- (주)에스앤큐플러스 오종환 대표이사(부회장)
- (주)보하라 이정열 대표이사(이사)
- 이사 (5)**
- (주)노랑푸드 김장윤 대표이사
- (주)바세츠코리아 윤희미 대표이사
- (주)허그맘허그인심리상담센터 최양구 대표이사
- (주)데일리비어 임상진 대표이사
- (주)웰빙푸드에프씨 전유향 대표이사
- 협력이사 (5)**
- 하나애드컴 복은희 대표이사
- 가현택스 최인용 사무사
- 조은주비트산업(주) 김종국 대표이사
- (주)리더스비전 이경희 대표이사
- (주)프랜차이즈산업연구원 장재남 원장

〈2019년 송년회〉 등이 예정돼 있다. 협회지 〈프랜차이즈월드〉(연 6회) 발간과 적극적인 언론 홍보 활동으로 회원사와 프랜차이즈 산업의 이미지도 적극 개선해 나간다는 방침이다.

협회 역할을 강화하기 위한 분과위원회는 올해 총 11개 체제로 운영된다. 협회는 전담 간사 지원과 정기 간담회 등을 통해 소통하고 위원회 활성화를 적극 지원해 나간다.

2019년 분과위원회

- 상생위원회 : 위원장 이용재
- 글로벌진출추진위원회 : 위원장 정현식
- 박람회위원회 : 위원장 이원성
- 회원서비스위원회 : 위원장 김태환
- 사회봉사위원회 : 위원장 김익수
- 교육위원회 : 위원장 김광철
- 여성위원회 : 위원장 장순옥
- 커뮤니케이션위원회 : 위원장 임영서
- 청년강소기업위원회 : 위원장 최성수
- 소사회 : 회장 이규석
- 산악회 : 회장 정인기

국내 산업 활성화와 해외 진출 지원 확대
협회는 올해 〈제45~48회 프랜차이즈서울/

부산/대구〉, 〈2019 제20회 프랜차이즈대상〉 등의 행사들로 프랜차이즈 산업의 내실을 다지는 한편 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 공정거래위원회 등 정부부처와 긴밀하게 협력해 우리 업계의 해외 진출과 가맹사업 관련 제도 정비를 모색한다.

박람회외의 경우 프랜차이즈의 메카인 대구에서 처음으로 대구·경북지회(지회장 이재백)와 제46회 프랜차이즈대구(8.8~10)를, 인구 800만 권역을 배후로 부산·울산·경남지회(지회장 신영호)와 제49회 프랜차이즈부산(10.31~11.2)을 개최한다. 또한 지난해부터 코엑스(COEX), 리드엑시비전(Reed Exhibitions)과의 공조를 통해 아시아를 대표하는 국내 최대의 박람회로 도약한 프랜차이즈서울(제45회 3.7~9, 제48회 10.3~5)의 성공도 이어간다.

이와 함께 우수·유망 프랜차이즈를 발굴하고 산업인들의 사기를 진작하기 위한 〈2019 제20회 프랜차이즈대상〉 및 〈제2회 프랜차이즈 주간〉, 내수 진작과 소상공인의 경영 환경 개선을 지원하기 위한 〈코리아세일페스타 프랜차이즈 특별할인전〉 등 프랜차이즈 업계의 동반 성장을 위한 다양한 행사도 차질없이 개최한다.

또한 정부가 추진하고 있는 신남방 정책과 관련, 올해 출범한 신남방 비즈니스 연합회 활동을 기반으로 프랜차이즈 업계의 신남방 진출 등 해외 진출을 적극 지원한다는 방침이다. 특히 각 정부 부처 및 산하 기관들과 협력해 중국, 필리핀, 인도네시아, 대만 등 연중 각국에서 개최되는 국제 프랜차이즈 박람회에 회원사들이 참여할 수 있도록 지원과 협조를 이어 나간다.

이올러 우리 협회가 정회원국으로 있는 WFC(세계프랜차이즈협회), APFC(아시아태평양프랜차이즈연맹) 활동의 일환으로 상반기 마드리드 WFC 총회와 하반기 아부다비 WFC·APFC 총회에 참석해 회원국 간의 교류를 확대하고 프랜차이즈 업계의 글로벌 스탠다드 구축을 통한 해외 진출 저변 확대를 도모한다.

2019년 프랜차이즈 박람회 일정

- 제45회 프랜차이즈서울 : 3월 7일~3월 9일 / 서울 코엑스
- 제46회 프랜차이즈수원 : 6월 27일~6월 30일 / 수원 SCC
- 제47회 프랜차이즈대구 : 8월 8일~8월 10일 / 대구 엑스코
- 제48회 프랜차이즈서울 : 10월 3일~10월 5일 / 서울 코엑스
- 제49회 프랜차이즈부산 : 10월 31일~11월 2일 / 부산 벡스코

직접·위탁 교육으로 산업 역량 강화 주력

협회는 올해 직접 시행 교육으로 2015년부터 고용노동부·한국산업인력공단으로부터 승인받은 〈국가인적자원개발 컨소시엄〉 사업과 외부 위탁 교육으로 〈FC 슈퍼바이저 전문가 과정〉(연 3회), 〈FC 최고전문가 과정〉(연 2회), 〈법률 심포지엄〉(연 1회) 등을 운영한다.

〈국가인적자원개발 컨소시엄〉 사업은 협회와 교육 관련 협약을 체결한 기업의 재직근로자들을 대상으로 전액 무료로 진행되며 협회는 올해 700명을 대상으로 총 14개 과정 45회차를 운영할 예정이다. 슈퍼바이저 상권 분석과 슈퍼바이저 CS, 프랜차이즈 세무·노무, 온라인 마케팅 등 실무자들이 업무 수행에 필요한 프랜차이즈 전 분야를 망라함으로써 역량을 키우고 산업 발전에 이바지한다는 계획이다.

또한 자격 인증제로 슈퍼바이저 실무 능력을 평가하는 〈프랜차이즈 슈퍼바이저 자격인증〉, 외식업 종사 역량을 인증하는 〈외식경영관리사 자격인증〉, 〈프랜차이즈 컨설턴트 자격인증〉 등의 자격인증 시험도 운영한다.

가맹사업법 등 법안 대응 활동 강화

가맹사업법, 근로기준법 등 프랜차이즈 산업을 둘러싼 규제 환경이 악화됨에 따라 올해 협

회는 정부와 국회, 업계, 소비자 등을 대상으로 법률 개정 대응 활동을 적극 전개해 나간다. 먼저 올해부터 필수물품 공급가 상하한선과 차액가맹금 및 특수관계인 정보 등을 공개하도록 한 가맹사업법 시행령이 시행됨에 따라 협회는 대의원총회 의결에 의거, 법률대리인을 선정하고 지난 3월 13일 헌법소원 및 효력금지 가처분 소송을 제기했다. 협회는 적극적인 업계 입장 소명을 위한 포럼과 언론 홍보 활동 등을 통해 헌법소원 재판뿐 아니라 업계 적극 대응해 나간다는 방침이다.

또한 가맹점사업자단체 신고제, 1+1 또는 2+1제, 광고·판촉 사전동의 등 국회에 계류 중인 수 십여건의 가맹사업법 개정안들과 함께 최저임금 인상에 따른 경영 부담 증대, 프랜차이즈 업계의 북한 진출을 관련 제도 정비, 가맹사업진흥법 개정을 통한 프랜차이즈 산업 지원 확대 등을 위해 활발한 활동을 전개한다.

이올러 다양한 포럼과 세미나, 회원사 CEO 대상 윤리교육, 상생 문화 확산 캠페인, 홍보 활동 등을 통해 업계의 상생 분위기 확산과 건전한 가맹사업 문화의 정착을 위해 노력해 나간다. **KFN**



지난해 7월 2018 임원연석회의에서 참석임원들이 파이팅을 외치고 있다.



지난해 9월 29일 서울 반포한강공원에서 개최된 코리아세일페스타 프랜차이즈 특별할인전 야외행사 더프랜차이즈데이



지난해 12월 13일 제19회 한국프랜차이즈대상에서 정관정(주)한국인삼공사가 대상을 수상하고 있다.



지난 3월 7일 개막한 제45회 프랜차이즈서울 박람회장에서 많은 예비 창업자들이 상담을 받고 있다.

“2019년 대한민국 관통할 소비 키워드는?”... 한국프랜차이즈협회 조찬 포럼 개최

〈트렌드 코리아〉 김난도 서울대 교수 초청... 회원사의 성공적인 사업전략 수립 지원

WRITE 김동하



김난도 교수가 올해 소비 트렌드를 설명하고 있다.



인사말을 하고 있는 박기영 한국프랜차이즈협회 회장

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 3월 28일 오전 7시 임피리얼팰리스서울호텔 셀레나홀에서 김난도 서울대 소비자학과 교수(소비자트렌드분석센터장)를 초청, 올해 소비 트렌드를 예측하고 이를 활용한 경영 전략 수립을 지원하는 회원사 대상 조찬 포럼을 개최했다.

〈트렌드 코리아〉 시리즈를 통해 소비 트렌드 분석 분야의 최고 권위자로 자리매김한 김 교수는 올해의 핵심 키워드 10가지로 조명한 'PIGGY DREAM'이라는 단어를 제시하고 이를 바탕으로 최근 떠오르고 있는 소비 현상을 분석했다.

박기영 회장은 인사말에서 “국내 최고의 소비 트렌드 분야 권위자이신 김난도 교수님의 말씀은 우리 프랜차이즈 산업이 다시 뛰기 위한 매우 소중한 밑거름이 될 것”이라면서 “많은 회원사들이 올해 성공적인 한 해를 보내시고 또 우리 프랜차이즈 산업의 발전도 함께 모색할 수 있는 계기가 되기를 진심으로 바란다”고 말했다.

김 교수는 “올해의 소비 흐름은 원자화·세분화 하는 소비자들이 환경변화에 적응하며 정체성과 자기 콘셉트를 찾아가는 여정”이라면서 “또한 밀레니얼 세대가 만들어 나가는 새로운 문화들과 갑질 근절 및 환경보호에 대한 사회적 욕구 증대도 주요한 흐름”이라고 예측했다.

이어 ▲콘셉트 연출의 중요성(콘셉팅) ▲1인 미디어로부터 촉발되는 1인마켓(세포마켓) ▲새로운 복고풍(뉴트로) ▲환경 보호(必환경) ▲밀레니얼 세대의 새로운 가족 문화(밀레니얼 가족) ▲자신만의 기준을 중요시하는 문화(나나랜드) ▲감정 표현의 외주화(감정대리인) ▲데이터



조찬 포럼에 참석한 내외 귀빈들이 기념 촬영을 하고 있다.

에 의한 결정(데이터지능) ▲전통적 공간 이미지의 변화(키멜레온) ▲근로자와 소비자 사이의 균형(매너소비자) 등 올해 우리나라 소비 문화를 선도할 10가지의 현상을 제시하며 참석자들의 큰 관심을 모았다.

한편 이날 포럼에는 오종환 (주)에스앤큐플러 대표(토프레소) 이정열 (주)보하라 대표(남다른김자탕), 서용교 (주)춘향골 대표(춘향골남원추어탕), 이상균 (주)조소푸드 대표(바르다김선생), 정경자 (주)덤인 대표(덤인), 박건욱 (주)케이더블유프랜차이즈 대표(쉐프의부대찌개), 박효순 (주)나루가온에프앤씨 회장(나루가온), 이문기 (주)이루에프씨 대표(바른치킨), 명정길 (주)웰빙을만드는사람들 대표(뽕뜨락피자), 오은정 (주)아트크레오 대표(영램브란트) 등 회원사 대표 및 임직원 120여명이 참석했다. 협회는 올해 분기별 회원사 대상 포럼을 개최하는 등 다양한 교육 프로그램을 통해 프랜차이즈 산업인들의 역량 강화와 동반 성장을 도모해 나간다는 방침이다. **KFA**



참석자들이 김난도 교수의 강연을 경청하고 있다

배달의민족, 슈퍼리스트 폐지한다

프랜차이즈산업협회 등 업계 요구 수용

불합리한 입찰방식과 과다한 수수료 등으로 논란이 많았던 배달의민족 슈퍼리스트가 4월 30일부로 폐지된다. 배달의민족은 최근 광고주 전용 '사장님사이트'를 통해 슈퍼리스트를 폐지하고, 이를 '오픈리스트'로 대체한다고 밝혔다.

WRITE 정종인



그래서 배달의민족은 결정했습니다.
2019년 4월 30일부로
슈퍼리스트를 전면 폐지합니다.



슈퍼리스트는 치열한 경쟁 입찰방식으로 인해 광고비가 상승하고, 이를 감당할 수 있는 일부 광고주들만 혜택을 보고 있어 그동안 개선을 요구하는 목소리가 꾸준히 제기되어 왔다. 프랜차이즈업계를 비롯한 자영업자와 중소기업 관련 단체에서는 배달앱의 입찰식 광고가 업소 간의 경쟁 심화로 자금력이 약한 자영업자와 중소기업인을 점점 더 어렵게 만들고 있다고 주장했다. 또한 이는 결과적으로 광고비를 상승시키는 요인으로 작용한다는 것이다.

수면 아래에서 잠자고 있던 배달앱의 문제점을 수면 위로 끌어올린 건 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)다. 협회는 작년 10월 1일 국회의원회관 제3세미나실에서 정우택 의원을 비롯한 국회의원 20여명과 공정위·중기부·과기부 등 정부부처 관계자, 프랜차이즈 기맹본부 대표·임직원, 전국가맹점주협의회, 한국소비자단체협의회, 학계관계자 등 100여 명이 참석한 가운데 정우택 의원이 주최한 '배달앱 문제 개선 정책 토론회-온라인 골목상권 이대로 괜찮은가?' 토론회를 개최했다.



작년 10월 1일 협회와 정우택 의원 등이 참석한 가운데, '배달앱 문제 개선 정책 토론회-온라인 골목상권 이대로 괜찮은가?' 토론회를 개최했다.

이 토론회는 올바른 배달문화 정착과 이를 통한 자영업자들의 경영환경 개선을 모색하기 위한 자리였으며, 이 토론회에서 참석자들은 규제 사각지대인 배달앱 서비스시장으로부터 중·소상공인을 보호하기 위해서는 관련법의 도입이 시급하다고 목소리를 높였다. 한 업계 관계자는 "당시 협회에서 개최한 토론회가 여론에 불씨를 지폈고, 결과적으로 배달앱사가 업계의 요구를 받아들이는 데 나름의 역할을 하게 된 셈"이라고 평가했다.

협회 토론회가 기폭제가 돼 배달앱 문제는 급기야 10월 26일 열린 산업통상자원중소벤처기업위원회 국정감사에서 도마 위에 올랐다. 당시 국정감사장에는 우아한형제들(배달의민족 운영) 김봉진 대표와 알지피코리아 강신봉 대표(요기요·배달통 운영)가 증인으로 출석해 그동안 배달앱의 주요 문제로 지적되고 있던 과도한 수수료와 불합리한 비공개 입찰방식 등에 대해 집중 추궁 당하고, 이를 개선하겠다고 밝힌 바 있다.

누구나 이용 가능한 '오픈리스트' 도입

"매출 늘수록 수수료도 늘어... 일단은 지켜보아야"

슈퍼리스트 대신 도입되는 '오픈리스트'는 누구나 원하면 경쟁 없이 무료로 신청할 수 있다. 고객마다 상단리스트에 각각 다른 가게가 보이는 광고 서비스로, 이를 통해 주문이 들어올 경우 매출의 6.8%를 중개수수료로 지불하는 방식이다. 신청 업소가 3곳을 초과할 경우 순차적으로 노출된다. 배달의민족 측은 "슈퍼리스트가 소수에게만 기회가 주어져서 논란이 많았던 것인 만큼 오픈리스트는 다수에게 기회가 돌아가게 하기 위한 것"이라고 취지를 설명했다.

그러나 일각에서는 이에 대한 우려의 목소리가 제기되고 있다. 오픈리스트의 누구나 신청할 수 있는 방식은 장점이 될 수 있지만, 정률제로 계산되는 방식은 상권에 따라서 슈퍼리스트보다 더

높은 가격을 지불할 가능성이 있다는 것이다.

슈퍼리스트를 사용해 왔던 한 업계 관계자는 "일단 슈퍼리스트 폐지는 환영할 일이지만, 오픈리스트도 당분간은 지켜보아야 할 것 같다"고 말을 아꼈다. 매출이 높을수록 수수료도 함께 오르는 방식이어서 이 또한 문제점이 생겨날 여지가 있다는 것이다.

또 다른 관계자 역시 "명칭과 형식만 바꾼 것"이라고 생각한다. 배달의민족에서는 보다 많은 고객에게 기회를 주기위한 것이라고 주장하고 있지만, 이용자 입장에서는 사실 수수료를 지불해야 하는 것은 매 한가지다"라고 주장했다.

한편 요기요 작년 11월 1만원 이하 주문의 수수료를 폐지했다. 당시 요기요 관계자는 "1만원 이하 주문은 오히려 손해를 보는 것인데 1인 가구 고객을 늘리고 자영업자들에게 도움을 주는 차원에서 수수료를 없앴다"고 설명했다. **KFN**

프랜차이즈 브랜드 6천개 넘었다

공정위, 2018년 가맹산업 현황 발표...

가맹점은 24만개

WRITE 김은영

공정거래위원회(위원장 김상조)가 2018년 말 기준 가맹산업 현황을 공개했다. 이 자료는 가맹본부가 등록된 정보공개서를 토대로 작성된 것으로 이에 따르면, 2018년 전체 브랜드 수는 6052개로 최초로 6000개를 넘어섰다. 가맹본부와 가맹점도 4882개와 24만3454개(2017년 말 기준)로 나타나 전년 대비 각각 5.4%씩 증가했다.

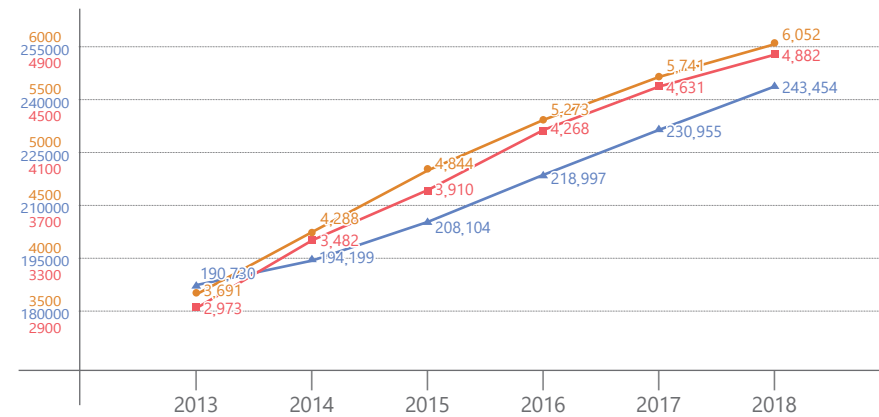
특히 지난 5년간('13년~'18년) 가맹본부·브랜드·가맹점 수는 지속적으로 증가했다. 가맹점 수는 연평균 5.5%의 꾸준한 증가추세를 보였으며, 가맹본부·브랜드는 1.64배, 가맹점은 1.27배 증가해 증가폭이 줄어들고 있는 것으로 나타났다.

[표1] 최근 5년간 가맹본부·가맹점·브랜드 수 증감

| 구분 | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 총계 (B/A) |
|------|---------|---------|-------|---------|-------|---------|------|---------|------|---------|------|--------|-------------|
| | 개수(A) | 개수 | 증감율 | 개수 | 증감율 | 개수 | 증감율 | 개수 | 증감율 | 개수(B) | 증감율 | | |
| 가맹본부 | 2973 | 3,482 | 17.1% | 3,910 | 12.3% | 4,268 | 9.2% | 4,631 | 8.5% | 4,882 | 5.4% | 164.2% | |
| 브랜드 | 3691 | 4,288 | 16.2% | 4,844 | 13.0% | 5,273 | 8.9% | 5,741 | 8.9% | 6,052 | 5.4% | 163.9% | |
| 가맹점 | 190,730 | 194,199 | 7.2% | 208,104 | 5.2% | 218,997 | 4.2% | 230,955 | 5.5% | 243,454 | 5.4% | 127.6% | |

※ 연도별 증감율은 전년대비 증가/감소율을 의미하며, 총계는 2013년 대비 2018년 증가율을 의미

[그림 1] 최근 5년간 가맹본부·가맹점·브랜드 수 추이



외식업이 11만7202개로 전체 가맹점 수의 48.1%, 치킨업종은 2만4602개로 외식업 중 최다를 차지했다. 또한 10개 이상의 브랜드를 등록한 가맹본부는 총 5곳이며, 그 중 4곳이 외식업종인 것으로 나타났다. (주)더본코리아가 백다방 등 20개 브랜드를, (주)놀부 18개, (주)이랜드파크 14개, (주)디딤이 13개로 그 뒤를 이었다.

가맹점 수는 외식업이 11만7202개로 전체 가맹점수의 48.1%를, 가맹본부와 브랜드 수 역시 외식업이 각각 3617개, 4567개로 가장 많은 것으로 나타났다. 그러나 외식업은 사업기간 4년7개월로 서비스업(6년1개월)과 도소매업(6년5개월)에 비해 1년 이상 짧은 것으로 나타났다.

가맹점 수 기준으로 외식업 상위 5개 업종 중 치킨업종이 2만4602개로 한식(1만8934개), 기타 외식(1만5736), 커피(1만3931) 등을 크게 앞질렀다.

[표2] 업종 별 브랜드·가맹본부·가맹점 수 및 가맹본부 평균 사업기간

| 구분 | 외식 | | 서비스 | | 도소매 | | 계 |
|---------|----------|-------|---------|-------|---------|-------|----------|
| | 개수 | 비율 | 개수 | 비율 | 개수 | 비율 | |
| 브랜드 수 | 4,567개 | 75.5% | 1,158개 | 19.1% | 327개 | 5.4% | 6,052개 |
| 가맹본부 수 | 3,617개 | 74.1% | 964개 | 19.7% | 301개 | 6.2% | 4,882개 |
| 가맹점 수 | 117,202개 | 48.1% | 55,022개 | 22.6% | 71,230개 | 29.3% | 243,454개 |
| 평균 사업기간 | 4년 7개월 | | 6년 1개월 | | 6년 5개월 | | 4년 11개월 |

* 평균 사업 기간은 가맹본부가 가맹사업을 시작한 시점부터 2018년 말까지 기간을 의미

[표3] 주요 외식 업종 브랜드별 가맹점 수 분포

| | 치킨 | 피자 | 커피 | 패스트푸드 | 제과제빵 |
|---------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| 500개 이상 | 11 (2.7%) | 3 (2.5%) | 6 (1.7%) | 2 (2.5%) | 4 (2.3%) |
| 100개 이상 | 42 (10.3%) | 12 (10.0%) | 21 (6.1%) | 4 (5.0%) | 3 (1.7%) |
| 10개 이상 | 137 (33.6%) | 51 (42.5%) | 94 (27.4%) | 22 (27.5%) | 52 (29.3%) |
| 10개 미만 | 208 (51.0%) | 54 (45.0%) | 223 (65.0%) | 52 (65.0%) | 118 (66.7%) |
| 계 | 408 (100%) | 120 (100%) | 344 (100%) | 80 (100%) | 177 (100%) |

한편, 가맹본부는 서울이 1860개(38.1%)로 경기(1127개), 경남(331개) 순으로 나타났으며, 가맹점 수는 경기 6만1182개(25.1%), 서울 4만6209개, 경남 1만7397개 순으로 나타났다. **KFM**

“지속 가능한 자원 순환”... 생산자책임재활용제도(EPR)

폐기물 발생 억제 및 재활용 촉진 도모...
자원재활용법상 4.15까지 실적 신고

WRITE 김동하

생산자책임재활용제도(Extended producer Responsibility, EPR)는 제품 생산자나 포장재를 이용한 제품의 생산자에게 그 제품이나 포장재의 폐기물에 대하여 일정량의 재활용의무를 부여하여 재활용하게 하고, 이를 이행하지 않을 경우 재활용에 소요되는 비용 이상의 재활용 부과금을 생산자에게 부과하는 제도다.

자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률(약칭 자원재활용법) 제16조(제조업자 등의 재활용의무) 등에 근거하고 있으며, 종전까지는 제품의 재질을 재활용이 가능한 구조로 개선하는 수준에 그쳐있던 것을 생산자가 소비자들의 사용 후 발생하는 폐기물의 재활용까지 책임을 져야 하는 수준으로 확대하는 것을 취지로 하고 있다.

물론 관련 법규에 따라 재활용에 대한 법적

무는 생산자에게 있지만, 생산자가 수거부터 재활용 전 과정을 직접 책임진다는 의미는 아니고 소비자와 지자체, 정부와 함께 각자의 역할을 분담하는 체계를 추구한다. 특히 생산자는 제품의 설계와 포장재의 선택 등에서 결정권이 가장 크기 때문에 이 체계에서 중심적 역할을 수행하게 된다. 즉, 오염자부담원칙에 따라 재활용을 해야 하는 제품·포장재를 발생시킨 기업에 1차적 책임이 있기 때문에 이를 회수하고 재활용하거나 재활용하는데 들어가는 비용을 부담해야 한다는 것이다.

재활용 의무 생산자·품목은?

관련 의무를 부과받는 생산자는 '사용 후 발생하는 폐기물의 양이 많은 제품이나 포장재 중 대통령령으로 정하는 제품·포장재의 제조업자나 수입업자, 포장재를 이용한 제품의 판매업자'다.

먼저 제품의 경우는 재활용 의무 대상이 되는 제품을 제조하거나 수입하는 경우 규모와 상관없이 모든 사업자가 대상이 된다.

포장재의 경우는 대상이 되는 포장재를 제품의 포장에 사용하는 제조업자와 판매업자, 수입업자가 모두 포함된다. 다만 제조업자와 판매업자의 경우는 ▲전년도 연간 매출액이 10억원 이상이고 ▲포장재의 연간 출고량이 4톤 이상인 경우로 한정된다. 수입업자는 ▲전년도 연간 수입액이 3억원 이상이고 ▲포장재 연간 수입량이 1톤 이상인 경우가 대상이 된다.

생산자책임재활용제도
제품·포장재를
제조·수입하거나
판매한 기업은
재활용의무가 있습니다.

관련법령 : 「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률」 제16조

신고기한 매년 4월 15일
신고대상 4개 포장재군과 7개 제품군 제조·수입·판매업체
문의 한국환경공단 수도권서부지역본부 02-3153-0570~4

한국환경공단

종이팩, 금속캔, 유리병, 전지류, 타이어, 윤활유, 형광등, 수산물 양식용 부자, 합성수지재질의 김발장, 곤포 사일리지용 필름, 합성수지재질 포장재

특히 프랜차이즈 업계에서 유의할 점은 주문 생산(OEM)인 경우 브랜드 상표의 소유권자가 재활용의무생산자에 해당한다는 부분이다. 이는 배달용기나 포장재 등에 대해 제조업자가 아닌 가맹본부가 관련 의무를 부여받을 수 있기 때문에 유관 기관에 해당 여부를 문의하여 의무를 불이행하지 않도록 주의해야 한다.

또한 자원재활용법 시행령에 규정된 제품·포장재 품목은 전지류와 타이어, 윤활류, 형광등 등의 제품과 포장재 등이 있다. 특히 프랜차이즈 업계의 경우 광범위하게 쓰이는 종이팩(합성수지 또는 알루미늄박이 부착된 종이팩에 한함), 합성수지재질의 포장재(용기류, 필름·시트형 포장재 및 트레이 포함), 합성수지 지젤의 1회용 봉투·소핑팩이 모두 포함되기 때문에 항목을 꼼꼼히 살펴야 한다.

의무 이행 방법은?

자원재활용법 시행령에 따라 재활용의무생산자는 매년 4월 15일까지 전년도의 제품 및 포장재의 출고 또는 수입 실적서를 한국환경공단 생산자책임재활용제도 시스템으로 제출해야 한다. 제조업자(OEM 주문자 포함)는 국내 소비용으로 출고된 제품과 포장재에 대해, 수입업자는 판매여부와 관계없이 통관기준의 제품과 포장재에 대해 증빙해야 한다.

이후 생산자는 재활용의무를 공동으로 이행하기 위한 부담금을 자원재활용법 27조에 따른 재활용사업공제조합에 당해연도 납부하면 관련 의무 이행을 마치게 된다. 물론 직접 회수해 재활용하거나 위탁하여 회수·재활용 하는 품목에 대한 부담금은 공제된다.

아울러 관련 의무를 미이행할 경우 자원재활용법 제19조에 따라 재활용되지 아니한 폐기물의 재활용에 드는 비용에 100분의 30 이하의 금액까지 더한 금액(재활용부과금)이 부과 징수된다.

대상 여부와 세부적인 내용, 절차 등에 관한 것은 한국환경공단 수도권서부지역본부(02-3153-2571~7)로 문의하거나 생산자책임재활용제도 홈페이지(<http://www.iepr.or.kr>)를 참고하면 된다. [17]



산업부, 2019년 가맹사업진흥 시행계획 확정

지속가능 성장을 위한 공정거래 및 상생협력 강화

산업통상자원부는 중소기업부·공정거래위원회·금융위원회·특허청 등 관계부처와 협의를 거쳐 가맹사업 진흥을 위한 '2019년 가맹사업진흥 시행계획'을 최종 확정·발표했다. 이번 시행계획은 ① 가맹본부-가맹점 동반성장 모델 육성, ② 가맹점의 준비된 창업 유도, ③ 공정거래 및 상생협력 강화, ④ 해외진출 활성화를 중점 추진하기 위한 정책과제로 구성되어 있다.

시행계획의 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 동반성장 모델을 육성하고 가맹본부의 역량을 강화한다.

- ① 기존 가맹사업을 성과공유 등 '상생협력형 모델'로 전환을 지원(15개사, 5.2억원)하고, 가맹점 또는 직원들이 가맹본부를 소유하고 공동 이익을 추구하는 '협동조합형 모델'(20개 조합, 40억원)을 육성한다.
- ② 가맹본부에 대한 경영진단(30여개사)을 실시하여 우수등급(I, II)은 우수 가맹사업으로 지정·홍보하고, 미흡등급(III, IV)은 컨설팅 등 재정비를 지원한다.
- ③ 가맹본부 성장단계별(도입→성장→안정)로 교육과정을 개발하여 교육을 실시하고, 교육 참여확대를 위해 온라인 교육 콘텐츠를 강화한다.

둘째, 가맹점 종합 지원체계를 구축한다.

- ① 정보공개를 활성화하고, 창업 관련 일괄 지원 등을 통해 준비된 창업을 유인할 계획이다.
이를 위해 정보공개 대상을 확대하고, 허위·과장 정보에 대한 업계의 자율 통제를 강화한다. 또한, 예비 창업자에게 상권정보(중기부)와 가맹정보(공정위)를 통합 제공하고, 정보제공·전문교육·컨설팅 등을 종합적으로 지원한다.
- ② 카드수수료 경감, 경영 안정화 자금 등으로 경영 안정화를 도모한다. '19.1월부터 신용카드 우대수수료를 적용구간을 연매출 5억 원 이하에서 30억 원 이하까지 확대·시행한다. 영세 가맹점에 대해 중기부 일반경영안정자금('19년 1조 2,700억원)을 활용해 점포 운영자금을 지원하고, 경영에 어려움을 겪고 있는 가맹점에 대해 지도와 상담을 지원한다.
- ③ 비 과밀업종 등으로 전환을 지원하고, 노란우산공제가 사회안전망으로 자리매김할 수 있도록 가입률을 확대('18년 136만명 → '22년 180만명)할 계획이다.

셋째, 공정거래 및 상생협력 기반을 크게 강화한다.

- ① 가맹본부의 광고·판촉 행사 중 가맹점주가 비용을 부담하는 행사에 대해서는 가맹점주의 사전 동의를 얻도록 의무화를 추진한다.
- ② 가맹본부의 근접출점, 가맹점주의 중대질병·사망 등 가맹점주의 귀책사유가 없는 계약을 해지할 경우 위약금을 면제하도록 할 계획이다.
- ③ 공정위-지자체 간 협업을 통해 공정거래 지원기능을 강화한다. 이를 위해 지방소재 가맹점의 신속한 피해구제를 위해 공정거래조정원 외에 시·도에도 분쟁조정협의회를 설치하고, 가맹희망자에 대한 신속한 정보제공을 위해 정보공개서 등록·관리업무를 시·도에서도 수행한다.
- ④ 편의점업계 자율규약('18.12) 등 자발적 협약 체결 권장 등을 통해 상생협력에 대한 공감대를 확산할 계획이다.

넷째, 해외진출을 활성화한다.

- ① 해외진출 모든 과정을 종합적·체계적으로 지원하고, 해외진출 위험 최소화를 위해 해외 동반진출 거점(한류타운 프로젝트)을 구축한다.
- ② 해외지식재산센터를 활용하여 해외진출 기업의 상표·디자인 등 브랜드 권리를 사전 확보하여 지식재산권 분쟁을 예방한다.
- ③ 또한, 한국프랜차이즈산업협회·대한무역투자진흥공사(KOTRA)가 세계프랜차이즈협의회(WFC: World Franchise Council), 아시아태평양프랜차이즈연맹(APFC, Asia Pacific Franchise Confederation) 등 국제 유관단체 등과 협력을 활성화하고, 정보교류 등을 통해 해외진출 여건을 조성할 계획이다.



공정위, 2019 업무계획 발표

국민의 삶이 고르게 나아지는 「내 삶의 공정경제」 구현

공정거래위원회(위원장 김상조, 이하 공정위)는 올해 국민이 삶 속에서 공정경제를 직접 체감할 수 있도록 5대 정책과제를 중점 추진할 계획이다. 이를 위해 ① 예측·지속가능하게 개혁을 흔들림 없이 추진하는 가운데, ② 국민이 체감하는 가시적 성과를 도출하고, ③ 부처 간 유기적 협업을 통해 정책시너지를 높이는데 집중할 방침이다.

공정위는 지난 3월 8일 이 같은 내용이 담긴 2019년 업무계획을 발표했다. 이날 공정위가 밝힌 내용 중 프랜차이즈산업과 관련된 것만 발췌· 요약했다.

공정위는 우선, 창업-운영-폐업 등 가맹점의 생애주기 단계별로 가맹점주의 경영여건이 안정될 수 있도록 제도적 기반을 보완한다는 방침이다. 또한 창업단계에서는 허위과장정보 세부유형을 구체화하고, 운영단계에서는 광고·판촉행사 사전 동의를 의무화한다는 방침이다. 특

히 폐업단계에서 책임 없는 사유로 폐업시 위약금을 부과하는 것을 금지한다는 방침이다.

이와 함께 표준계약서는 거래현실을 반영하여 업종을 4개에서 11개로 보다 세분화한다.

(현행) 외식업 → 치킨, 피자, 커피, 기타 외식업
(현행) 교육·서비스업 → 교육, 세탁, 이·미용, 자동차정비, 기타 서비스업

또한 가맹본부와 가맹점주 간 투명하고 합리적인 수익구조를 위해 가맹점주의 비용부담을 초래하는 광고·판촉에 대한 사전 동의를 의무화하고, 협약평가기준을 개정해 불투명한 차액가맹금 수취방식에서 로열티 방식으로의 전환을 적극 유도한다. 아울러, 급격한 상권 변화 등 가맹점주의 책임 없는 사유로 가맹계약이 해지되는 경우 본부의 위약금 부과를 금지한다.

이와 함께 하도급·가맹·유통·대리점 등 주요 불공정거래 분야에서 乙에 대한 보호제도를 대폭 강화한다. 오너리스크에 대한 가맹본부 배상책임을 계약서에 기재하는 것을 의무화하고, 정보공개서 기재사항 확대(차액가맹금 평균액수·특수관계인 수취이익 등) 등이다.

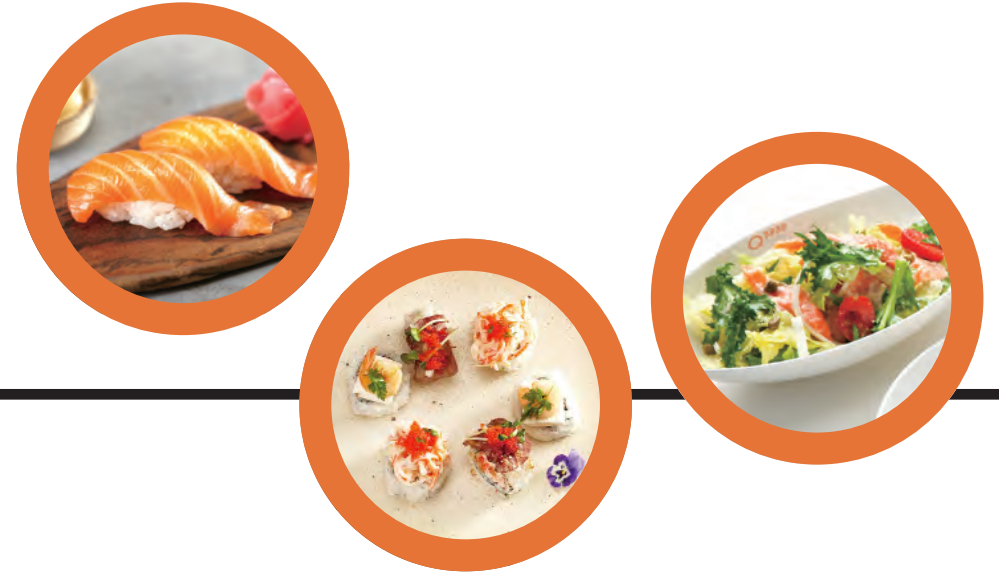
'지자체와의 협업'을 통해 신속한 분쟁해결을 유도할 방침이다. 대리점·가맹 분야 분쟁조정기구를 지자체(서울·경기·인천)에 설립함에 따라, '공정위-지자체-공정거래조정원'간 효과적 협력체계 상시 구축한다.

여기서 그치지 않고 지자체와의 협업체계가 '조기안착→성공모델 도출→협업 확대'로 선순환 될 수 있도록 협업과정을 상시 관리할 방침이다. 예를 들면, 통일된 업무처리가 되도록 분쟁조정 프로세스별 업무가이드 라인 보급·교육하고, 분기별 점검 등을 실시하고, 운영성과에 따라 다른 시·도로의 확대를 검토하는 것이다.

공정위, 가맹거래조사팀 신설

가맹사업거래 분야 불공정 거래행위 감시·조사 및 제재기능 강화

공정거래위원회는 가맹사업거래 분야 불공정 거래행위에 대한 감시·조사 및 제재기능을 강화하기 위해 '가맹거래조사팀'을 신설했다. 지난 3월 28일 공포된 '공정거래위원회와 그 소속기관 직제 시행규칙 일부개정령'에는 기업거래정책국에 가맹거래조사팀을 신설하고, 가맹거래조사팀장에 ▲가맹사업거래 분야 불공정 거래행위 조사계획 수립 ▲가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 위반사항 조사·시정조치·과징금 부과 및 이행 확인 ▲가맹사업거래 분야 통계 작성·관리 등을 분장하도록 했다. **KFN**



먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 호사

맛있는 소리가 거리까지 들리는 듯하다.
 동근 접시에 가지런히 놓인 젓가락, 반듯한 고딕체 글씨가 시원하게 박힌
 <쿠우쿠우> 간판은 식탁에서 울리는 리드미컬한 소리를 연상시킨다.
 성남 수정구에 위치한 (주)쿠우쿠우 본사를 찾았다. 얼굴 가득 미소를 머금
 은 김영기 회장이 맞아주었다.

INTERVIEW 이진창 발행인 | WRITE 이근정 편집위원

(주)쿠우쿠우  쿠우쿠우
 Sushi-Roll & Salad Bar

김영기 회장



↑ 2019 쿠우쿠우 봄 신메뉴
← 쿠우쿠우 인기메뉴 스시와 롤

9년차에 접어든 뷔페 프랜차이즈의 위업
김영기 회장의 집무실은 깔끔하면서도 다채롭다. 모든 것이 적재적소에 놓였으면서도 군데 군데 아리따운 물건들이 눈길을 붙잡는다. 응접 테이블 위에 놓인 목각 상자는 그 정교함으로 집무실에 품위를 불어넣고, 창가에 주르륵 놓인 사내 행사 사진은 외식업으로 탄탄대로를 걷고 있는 이 회사의 활기를 상기시킨다. 안정감과 활달함이 사이좋게 손을 맞잡은 느낌이다. 김영기 회장은 포근한 미소를 띤 채 회사가 걸어온 길, 앞으로 나아갈 길에 대해 이야기를 풀어놓았다.

“2011년 안산에 1호점을 냈어요. 만 8년을 지내오는 동안 매장이 120개로 늘었네요. 그동안 많은 일을 해왔다는 생각이 듭니다.”

쿠우쿠우는 스시, 롤, 샐러드 뷔페의 선두주자로 평가받는다. 전국 도시의 주요 거리에 가면 쿠우쿠우 간판을 보는 것이 어렵지 않다. 입소문이 입소문을 낳으면서 쿠우쿠우는 남녀노소 가리지 않고 맛있게 먹을 수 있는 뷔페식당으로 자리 잡았다. 특히 초밥, 캘리포니아롤, 샐러드 등 신선하고 입맛 당기는 메뉴로 인기몰이를 하고 있다.

2011년 상표등록을 하고 안산에 출점한 1호점은 개점 후 얼마 안 되어 손님들의 열화와 같은 호응을 얻었다. 쿠우쿠우는 2013년 각종 신문에서 선정한 베스트 이노베이션 기업

과 유망 프랜차이즈 부문 기업에 꼽혔다. 가맹점 30호점을 달성한 것도 같은 해다. 이듬해인 2014년에는 중국 연변점과 오스트레일리아 브리즈번점을 열어 국외로까지 발을 넓혔다. “2015년에는 80호점을 달성하고 지금 이 속도로 들어왔어요. 이 빌딩 7층에 있는 쿠우쿠우가 성남본점이 되었죠. 100호점을 달성한 것은 2016년이에요. 2017년에는 광주우점 열면서 중국 진출의 교두보를 마련했죠.”

넓은 매장에서 고급지고 다채로운 음식을
이렇게 잘나가는 프랜차이즈 기업이지만 그 흔한 창업박람회도 한 번 나가보지 않았다. 이 회사에는 영업사원이 없다. 지금의 가맹점주들은 영업사원의 영업력에 혹해 쿠우쿠우 간판을 단 사람들이 아니다.

“우리가 뷔페식당이니깐 일단 매장이 커야 해요. 최소한 200평은 돼야 하거든요. 120가지가 넘는 메뉴를 늘어놓고 손님들이 편하게 식사하려면 보통 면적으로는 안돼요. 얼마 전 문연 부평점은 가맹점주가 아예 800평 매장을 분양받았어요. 전용면적만 530평이에요. 이분은 아들이 인천 계양점을 운영하고 있어요. 그동안 해보니까 할 만하거든요. 계양점은 아들한테 맡기고 부평점을 큼직하게 연 거죠.”

넓은 매장은 손님들의 편의성뿐 아니라 직원들의 복리후생까지 향상시킨다. 탈의실, 휴게

실, 식당 같은 직원 편의시설을 여유 있게 들 수 있기 때문이다. 쿠우쿠우는 호텔 뷔페의 높은 가격이 부담스러운 사람들에게 언제나 들 수 있는 편안한 뷔페식당으로 눈도장을 찍었다. 널찍하고 편안한 매장에는 초밥과 롤 코너부터 시작해 핫디쉬, 샐러드바, 즉석 코너, 디지털 코너가 포진해 있고, 정갈한 유니폼을 입은 직원들이 매장을 누비며 씩씩하게 일을 한다.

쿠우쿠우는 브랜드 광고를 집중적으로 하고 있다. 가맹점주 모집 광고가 아닌 일반 소비자를 향한 브랜드 노출 광고다. 소비자에게 지속적으로 브랜드를 인식시켜 가맹점의 매출 확대를 꾀하려는 목적이다.

“우리는 야립(野立) 광고, 빌보드 광고도 많이 합니다. 중부고속도로 경기도 광주 부근, 경부고속도로 입장휴게소 맞은편, 의왕고속도로 의왕톨게이트에 우리 광고판이 서 있어요. 도심지에도 있습니다. 종로 2가 사거리에 딱하니 세워놓았죠. TV 패널 광고도 하는데 브랜드를 꾸준히 노출시키는 데 효과가 있어요.”

이밖에도 마케팅 기술과 접목해 매체를 다양하게 이용하고 있다. 각종 이벤트를 벌이고, 새 메뉴를 소개해 알리고, 시상식, CSR(Corporate Social Responsibility, 기업의 사회적 책무)과 같은 활동을 꾸준히 벌인다.

“9월 9일은 쿠우쿠우데이예요. 발음이 비슷해

서 9월 9일로 정했는데 매장에서 식사한 손님이 영수증과 함께 여행을 희망하는 사연을 본사로 보내면 추첨해서 경품을 주는 이벤트를 진행했습니다. 지난해에는 뽑힌 고객에게 외국여행 왕복 비행 티켓과 제주도 왕복 비행 티켓, 쿠우쿠우 외식이용권을 줬어요. 우리 이벤트는 신청을 우편으로 받은 게 좀 특별했지요. 여러 사정 때문에 인터넷을 이용할 수 없는 고객을 고려해 그렇게 진행했는데, 반응이 좋았어요.”

정직, 친절, 청결로 승부한다

가맹점주는 본사에서 실시하는 사전교육뿐 아니라 노무, 세무 등 특별 교육을 받고 분기별 신메뉴 런칭에 따른 교육을 받는다. “매출이 기대에 못 미치는 매장은 분명히 원인이 있어요. 그게 제 눈에 보이는 데 점주는 보지 못합니다. 참 신기해요. 이것을 이렇게 하고 저것을 저렇게 하라고 지적하지요. 하지만 잘 안 되는 매장 점주는 그걸 받아들이지 못해요. 우리는 슈퍼바이저 수를 늘려서 가맹점 관리를 철저히 하려고 노력합니다.”

쿠우쿠우의 사훈은 정직, 친절, 청결이다. 모든 음식은 우리 가족이 먹는다는 마음으로 정직하게 조리하고, 고객이 매장에 들어와 나갈 때까지 성심껏 응대하며, 식자재부터 매장환경까지 청결한 위생을 위해 최선을 다하겠다는 다짐을 담고 있다.

“정직하고 친절하고 청결하지 않으면 안 돼요. 손님이 식당에 갈 때는 믿을 만한 음식을 맛있게 먹고 즐기려는 거잖아요. 그 욕구를 만족시키려면 정직, 친절, 청결이 최선이지요. 우리는

식자재 관리와 직원 관리에 비중을 똑같이 둥니다. 식자재를 빈틈없이 관리하듯이 직원을 관리한다는 뜻도 되고, 직원을 위해주듯이 식자재를 소중히 다룬다는 뜻도 돼요.”

메뉴와 서비스가 좋으면 손님은 옵니다

쿠우쿠우 본사에서 일하던 직원 중에는 퇴사해서 가맹점을 연 사람도 셋이나 된다. 이런 사례는 프랜차이즈 본사에 대한 신뢰감을 높여준다. 직원으로 일하는 동안 가맹점이 괜찮게 돌아가는 걸 충분히 옆에서 보며 검증했을 것이기 때문이다. 뷔페의 특성상 매장이 커야 하므로 창업비용이 그만큼 많이 들어가는 까닭에 김영기 회장은 가맹점을 열고자 한 직원에게 창업비용까지 지원해주었다. 쿠우쿠우의 단단한 기틀은 그렇게 만들어지고 있다.

“일본 오사카에서 유명하다는 스시 뷔페를 간 적이 있습니다. 다른 가게는 손님이 많지 않은데 이 집만은 대가자가 꽤 많았어요. 과연 맛이 좋았어요. 스시 몇 개를 먹었더니 배가 부르더군요. 그런데 인상적인 게 직원들이 손님과 눈을 맞추며 대화를 한다는 점이었어요. 입을 꼭 다문 직원은 없었어요. 간단한 말이라도 꼭 웃으면서 손님에게 하더라고요. 아, 저런 걸 배워야겠구나 싶었어요. 음식맛이 잘 되려면 음식 맛만 가지고는 안 됩니다. 전반적인 서비스 향상, 진심이 담긴 소통이 중요해요.”

좋은 것, 잘 되는 것은 유심히 보고 배우려는 김 회장이다. 어려움은 없었을까? 초창기의 얘기를 더 들려달라고 김 회장에게 청했다. “처음 안산점을 열었을 때 하루 매출이 40만원이었어요. 80만원은 되어야 손익분기점을

넘는데 40만원 적자가 난 거죠. 그때 뷔페 가격이 1만 900원이었습니다. 이 가격으로도 손님이 안 오면 나는 눈 감고 죽겠다는 심정으로 메뉴를 구성했어요. 그렇게 한 달이 지나자 하루 매출이 300만원으로 오르더군요. 이런 메뉴를 만들어야 한다고 생각해요. 돈부터 벌려고 하면 안 돼요. 손님에게 서비스를 먼저 해야 돈도 들어옵니다. 2호점을 수원에 내려고 준비할 때였어요. 매장이 3층인데 건물에 엘리베이터가 없어요. 주차장도 없지만요. 인테리어 공사를 하고 있는데 1층에서 식당을 하는 사람이 저한테 그래요. 자기네 1층도 장사가 안 되는데 3층에 식당을 연다니 정신이 있는 겁니까? 다시 한 번 생각해 보래요. 그런데 뚜껑을 딱 열어 보니까 손님들이 줄을 잇는 거예요. 계단을 따라 짹 늘어섰죠. 메뉴가 좋으면 손님은 옵니다.”

김영기 회장은 시종일관 나긋한 어조로 쿠우쿠우의 이야기를 들려주었다. 스시·롤·샐러드 뷔페의 선두를 달리고 있는 쿠우쿠우. 이름 짓기 공모전을 벌여 이 먹음직한 브랜드네임을 얻었다는 스토리만큼 소비자와 함께 호흡하려는 노력이 곳곳에 보인다. 가족 단위, 친구 단위로 쿠우쿠우를 찾는 손님들은 일주일에 두 번도 사양하지 않고 올 정도로 품질 좋고 맛 좋은 이 식당을 칭찬한다. 김영기 회장이 고수하는 고급 식자재 정책, 친절하고 편안한 서비스 정책에 마음을 빼앗겼기 때문일 것이다. 만 8년 만에 120호점을 달성한 쿠우쿠우. 배플기 좋아하는 온후한 인심에다 치밀한 기업가 정신으로 다져진 김영기 회장이 앞으로 어떤 성과를 거둘지 오랫동안 지켜보게 될 것 같다. **[K7]**



2018 청소년 청바지 프로젝트



사진공모전 이미지



쿠우쿠우데이 여행이벤트



허그맘 허그인 보건산업대상수상 포스터



대한민국 국민의 마음을 안아드립니다 허그맘 허그인

국내 최초로 심리상담과 프랜차이즈를 접목하여 활동하는 기업이 있다.

허그맘허그인이 바로 그 주인공이다.

서울 서초동에 위치한 허그맘허그인 본사를 찾았다.

최양구 대표가 활기찬 걸음으로 맞아주었다.

INTERVIEW 이진창 발행인 | WRITE 이근정 편집위원

(주)허그맘허그인 심리상담센터 HUGMOM HUG인

최양구 대표

심리상담에 목말랐던 사람들

청바지 차림을 한 최양구 대표는 한창 바쁘게 일하는 중이었다. 부드럽게 굽이치는 머리카락, 맑고 환한 얼굴이 <허그맘허그인>이라는 회사 이름에 딱 어울린다. 대화를 본격적으로 시작하자 친근한 이미지에 더해 기업가의 예리한 풍모가 나타난다. 국내 최초로 심리상담센터에 마케팅 기술을 적용해 획기적인 프랜차이즈 기업으로 키워낸 CEO답다.

최양구 대표에게 허그맘허그인을 세우게 된 계기를 먼저 물었다.

“제가 2007년부터 마케팅 사업을 하면서 2012년 무렵에 경희대 의료경영학과 석사 과정을 밟고 있었어요. 지도교수님이 정신의학과 전문의였는데, 어느 날 저에게 심리치료와 기업마케팅을 결합한 모델은 어떠냐고 제안하셨어요. 교수님 말씀이 그럴듯해서 조사해보니 가능성이 보이더라고요. 교수님과의 만남이 제게 아주 소중한 인연이 된 거죠.”

최양구 대표는 2012년 강남구 대치동에 심리상담센터를 열었다. 반응은 예상보다도 뜨거웠다. 상담을 받으려는 사람들이 대기자 명단을 길게 채웠다. 70명 면적으로 시작한 심리상담센터는 3년이 채 못 되어 두 차례나 이사를 하면서 보금자리를 300평까지 넓혔다.

“너무나 가슴 아픈 일인데요, 2014년 세월호 참사는 우리가 가진 마음의 병을 주목하게 만

들었어요. 견딜 수 없도록 슬프고 참혹한 사건 앞에서 마음도 돌아보게 된 거지요. ‘트라우마’라는 심리학 용어가 거의 일상처럼 퍼지고 마음 치료의 필요성을 더 많은 사람이 느끼게 됐어요.”

허그맘허그인은 브랜드네임 그대로 엄마를 안아주고 사람을 안아주는 따뜻한 마음을 품고 태어났다. ‘허그맘’은 19세까지의 아동 청소년을 대상으로 하고, ‘허그인’은 20세 이상 성인과 부부를 대상으로 한다. 아동 청소년 심리상담 프로그램에 허그맘이란 제목을 붙인 것은 따돌림과 폭력으로 인한 아동 청소년의 정신적 상처가 어머니의 마음까지 깊은 고통을 미친다는 생각에서 나왔다. 상처 입은 아이를 안아주는 것은 곧 엄마를 안아주는 행동이기도 하다. 또한 아이의 아픈 마음에 관심을 기울여 보듬어주는 것은 엄마의 마음으로 다가간 안아주는 것이기도 하다. 허그맘이란 작명에서는 그런 선의가 느껴진다.

“상담의 시간은 그 길이만큼 가치가 있어요. 우리 허그맘허그인 치료사들이 총 300만 시간을 상담했다면 그 엄청난 시간 속에는 수많은 내담자가 보여준 여러 언행이 있습니다. 이것을 데이터베이스로 해서 내담자의 반응과 행동을 분석한다면 향후 일어날 수 있는 더 큰 고통도 막을 수 있지 않을까요? 우리나라 자살률이 인구 10만 명당 24.3명이에요. 하루 평균 약 40명이 자살한다는 통계도 있습니

다. 허그맘허그인 내담자 중에도 나중에 스스로 세상을 등진 사람이 있어요. 반대로 저버리고 싶은 마음을 가진 내담자가 희망을 갖고 살 수 있게 역할을 해왔다고 생각합니다. 허그맘허그인에 쌓인 긴 상담시간만큼 내담자의 반응을 데이터베이스로 만들어 더 큰 불행이 일어나지 않도록 막고 싶어요.”

허그맘허그인은 2019년 3월 현재 전국에 가맹점 50곳을 두고 있다. 마음 치료에 목말랐던 사람들이 큰 부담을 갖지 않고 허그맘허그인의 문을 두드린다. 전에는 심리상담을 받는 다거나 정신과 치료를 받는 것이 특수한 상황에 처한 사람들의 일이거나 별도의 노력이 필요한 일이라고 여기는 사람이 많았다. 그러나 이제 생각이 바뀌고 있다. 자기의 심리상태를 체크하고 스트레스를 완화하며 더 건강한 심리를 회복할 목적으로 상담센터를 찾는 것이 현명한 삶의 태도가 되었다.

허그맘, 허그인, EAP

본사는 크게 허그맘, 허그인, 그리고 근로자 지원 프로그램인 EAP(Employee Assistance Program) 서비스를 개발해 직영점과 가맹점에 제공한다. 먼저 ‘허그맘’은 아동 청소년을 대상으로 연령대에 맞춘 검사를 한다. 어린 이들은 자기 생각을 논리적으로 표현하지 못하기에 놀이치료, 언어치료, 미술치료를 받으며 정서, 욕구, 감정을 표현하고 해소할 수 있게 된다. 초등학교 4학년부터 고등학교 3학년 나이의 아동·청소년은 사춘기에 겪는 정서 변화와 공부 압박 등의 문제를 치료받는다. 성인을 대상으로 한 ‘허그인’ 상담과목은 우울증, 스트레스, 공황장애, 중독에서부터 이혼·재혼 상담까지 아우른다. 내담자 비율로 보면 아동·청소년이 35%, 성인이 65%라고 한다.

마지막으로, EAP는 노동문제 인식 향상과 관련 있다. 근로자 복리 후생에 기반을 둔 프로그램으로 종업원이 처한 건강·가족 문제, 법·경제 문제, 각종 중독과 스트레스 문제를 해결하여 장차 기업의 손실을 예방하고 비용 절감,



생산성 고양을 목적으로 개발하는 프로그램이다. 여러 조사들은 EAP를 효과적으로 실행할 경우, 종업원의 생산성이 향상되고 노동력 관리가 안정화해 기업 경쟁력이 커지며 기업 평판 또한 높아진다고 보고했다.

폭과 깊이가 다 같이 넓은 이 프로그램들이 심리 상담 전문 기업에서 개발되고 가맹점을 거쳐 실행된다는 게 놀랍다.

“2018년 아프리카 동쪽 섬나라 모리셔스에서 열린 AFA대회에 참석했어요. 전 세계의 난다 긴다 하는 기업인들이 모두 참석한 대회였죠. 제 차례가 되어 허그맘허그인의 운영사례를 프레젠테이션했는데, 발표가 끝나고 어떤 사람이 다가와 말을 거는 거예요. 미국에서 금융사업을 하는 시이오(CEO)였는데, 세계 경제대국 7위인 한국에서 이런 사업을 하는 것도 놀랍지만 이런 아이템은 세계에서 유일하다며 칭찬하더군요. 자신감을 더 크게 가져도 좋을 거라며 저를 치켜세웠어요. 그 말씀이 지금도 큰 힘이 됩니다.”

그렇다면 가맹점은 어떻게 운영되는 걸까? 가맹점주가 심리학 관련한 전공을 가진 경우는 30%라고 한다. 다양한 이력을 가진 사업주가 허그맘허그인의 취지에 공감하고 운영 프로그램에 이끌려 이 세계로 들어온다. 허그맘

허그인의 현장에서 내담자를 만나는 전문가들은 모두 700명에 이른다. 이들은 관련 학과에서 석사 학위 이상을 취득하고 임상 경력이 8년이 넘는 베테랑들이다. 허그맘허그인은 마음 전문가들의 노련한 지식과 경험을, 그 치료적 적용이 필요한 일반인과 이렇게 연결한다. 그런데 허그맘허그인의 혁신적인 행보가 국내에만 머무를 것 같지는 않다. 경제대국인 중국이 허그맘허그인을 주시하고 있다. 중국은 그 광대한 영토와 어마어마한 인구에 걸맞지 않게 심리학 분야가 뒤처진 나라다. 심리학과가 개설된 대학은 몇 손가락에 꼽힐 뿐이다. 그 이유는 본디 심리학이 서양, 특히 미국에서 발달한 까닭이 크다. 시장경제를 도입하기 전 사회주의 체제에서 경제와 사회문제를 중요하게 생각한 반면에 사람 심리에 바탕을 둔 학문은 중시하지 않았다. 최근 경제가 급성장하며 각종 문제가 한꺼번에 터져나오고 있는 중국에서 허그맘허그인에 관심을 보인다는 것은 중국 사회가 바로 이런 프로그램을 원한다는 증거일 것이다.

“제가 중국을 일 년에 마흔 번은 갈 정도로 자주 드나들고 있습니다. 베이징에 가맹점을 내려고 추진 중인데, 중국의 잠재성은 정말 엄청나요. 그 드넓은 땅덩어리에 그 많은 사람이 살면서도 심리학 쪽 전문가는 드물거든요. 수요가 발생할 경우 그 폭발력은 엄청나지요. 중국

이 얼마나 큰 변화를 겪고 있습니까. 이런 물결 속에서 어마어마한 심리적 부담을 느끼는 사람이 많을 수밖에 없습니다. 그러니까 중국인들이 허그맘허그인의 프로그램과 사업모델에 관심을 갖는 거지요.”

교육이라는 미래의 빛

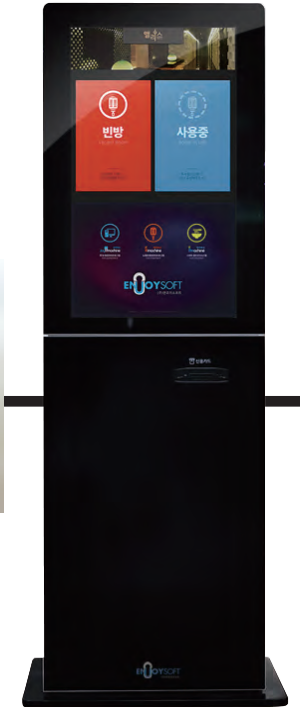
허그맘허그인의 프로그램을 보고 있으면 이것이 상당히 미래지향적임을 눈치 채게 된다. 과거의 경험에서 생긴 상처를 치유하면서 지난 날을 돌아보는 데 그치지 않고 끊임없이 더 나은 미래를 그린다는 점이 바로 그렇다. 어쩌면 모든 좋은 것에는 교육적 측면이 들어 있는지도 모른다. 좋은 것은 배우고 싶어지니까. 그리고 편안해지고 향상된 심리 상태는 배움이 증가하는 것으로 연결되니까.

최양구 대표에게 허그맘허그인의 미래를 물었다.

“저는 궁극적으로 교육에 관심이 있어요. 요즘 부모들이 보통 아이를 피아노 학원 보내는 데 20만원, 태권도 학원 보내는 데 20만원 씩입니다. 피아노와 태권도가 아이가 꼭 배워야 할 기본이 된 거지요. 그런데 진짜로 배워야 할 게 있잖아요. 마음이 건강하고 선량한 시민으로 자라도록 가르치는 것도 배움의 기본이 돼야 한다고 생각해요. 저는 앞으로 허그맘허그인을 교육사업체로 키울 생각이예요. 지금 워크북도 개발하고 있어요. 3년 안에 허그맘허그인 가맹점은 150개로 늘어날 거예요. 여기서 축적한 노하우를 가지고 아이를 착한 사람, 좋은 시민으로 키우는 교육사업을 하고 싶어요.”

최 대표의 얼굴은 밝고 목소리는 명료했다. 활짝 웃는 아이들의 사진과 귀여운 마스코트, 정서 함양에 도움 되는 놀이도구로 꽉 찬 최대회의 집무실에서 그는 전도유망한 사업가인 동시에 아이의 마음을 가진 어른이었다. 그 재기 발랄함이 지금까지 최 대표를 이끌어온 것이리라. 허그맘허그인은 심리치료와 교육 분야에도, 프랜차이즈사업 분야에도 거대한 물결을 일으키고 있는 중이다. **KFI**





즐거운 여가를 위한 유쾌한 아이디어

봄바람이 부는 날, 역삼동 카페에서 조승훈 대표를 만났다.

잡은 회의를 틈타 시간을 할애한 조 대표는 친절하고 정중하게 인터뷰에 응해주었다.

조승훈 대표와 대화를 나누는 동안, 이분이 이끄는 엔조이소프트는 이름 그대로 즐거운 소프트웨어 회사임에 틀림없을 거라는 생각이 들었다.

INTERVIEW 이진창 발행인 | WRITE 이근정 편집위원

(주)엔조이소프트 ENJOYSOFT

조승훈 대표

PEOPLE & COMPANY

(주)엔조이소프트

밤새우지 말했는데 새울 수밖에

일상생활의 양태를 앞장서서 바꾸는 사람들이 있다. 사회·문화의 흐름과 사람들의 욕구 변화에 예리한 촉수를 들이대 새로운 생활방식을 창안하고 제시하는 사람들. (주)엔조이소프트 조승훈 대표도 그런 사람 중 하나다. 엔조이소프트는 2005년 창립해 오늘에 이르는 응용 소프트웨어 개발·공급 업체다. 사업 내용을 요약하자면, 사람들의 일상적 여가 생활에 개입해 더 편리하고 만족스러운 결과를 내는 것이 이 회사가 하는 일이다.

명민하게 반짝이는 눈동자와 찬찬하고 설득력 있는 말씨. 조승훈 대표에게 창업 계기를 물었다.

“제가 1998년부터 피시방을 운영했어요. 상호가 ‘밤새지 마란 말이야’였는데 운영이 잘되지 같은 이름을 쓰게 해달라는 요청이 여기저기서 들어와 27개까지 늘어났어요. 지금같은 프랜차이즈 형태는 아니고 개설만 도와주었죠. 피시방을 운영하려면 관리 프로그램이 있어야 해요. 제가 관리 프로그램을 만들어 사용하면 이 프로그램으로 전국 사업화를 하면 IT의 플랫폼이 될 거라고 구상을 했어요. 모든 준비를 마치고 2005년에 엔조이소프트를 세웠죠. 그런데 뜻하지 않은 상황을 만났어요. 저는 프로그램을 무료로 배포하고 광고수익을 얻는 방식을 택했는데, 경쟁사는 피시방에 30만원씩 주고 1년 약정을 맺는 마케팅을 한 거예요.”

경쟁사의 공격적인 마케팅에 부딪힌 조승훈 대표는 여기서 사업을 접어야 하나 하는 고민에 이르렀다. 조 대표는 돌파구를 찾았다. 자신이 개발한 피시방 관리 프로그램으로 직접점을 운영하면서 경쟁력 강한 피시방 시스템을 만들기로 했다.

“그 무렵 피시방들이 대부분 50석 내외였는데 저는 100석 정도의 피시방을 열었어요. 그게 ‘조이칸’이에요. 2006년이었죠. 대형화 작전은 맞아떨어졌어요. 대형으로 가면 고객 관리가 시스템화하거든요. 고객 한 사람 한 사람의 특징을 파악할 수 있어요. 이 사람이 어느 요일

에 주로 오는지, 뭘 좋아하는지 분석할 수 있고, 관리 프로그램 ‘조이칸 매니저’로 고객 관리, 데이터 분석, 포인트 적립, 30가지 이벤트 운영 등을 다 했어요.”

2년 반 만에 조이칸은 여덟 곳으로 불어났다. 관리하는 피시방만 모두 1200대. 그 무렵 불기 시작한 피시방 대형화 열풍을 조이칸이 이끌었다. 고객들은 자기가 쓰는 피시를 통해 출석 체크를 하고 퀴즈를 풀고 게임을 하며 포인트를 적립하는 즐거움을 누렸다. 한 번 발을 들여놓은 고객이라면 다시 오고 싶어지는 건 당연한 이치였다. 조 대표의 아이디어는 거미줄처럼 뻗어나갔다. 피시방 주변 상가와 연계해 방문 고객에게 서비스 쿠폰을 제공하는 등 뜻밖의 재미를 제공한 것. 조이칸을 재방문하는 회원 비율이 80퍼센트가 넘는 업장도 생겼다.

아주 독특한 키오스크

2008년이 되자 여기저기서 프랜차이즈 요청이 들어왔다. 엔조이소프트는 기업 정보를 공개했고, 모두 56개의 피시방 가맹 신청서가 들어왔다. 그런데 대부분 50석 정도의 소규모 피시방 창업이라는 점이 걸렸다. 가맹점이 좋은 성과를 거두지 못하면 자신에게 책임이 있다는 막중한 의무감도 조 대표를 따라왔다. 고민 끝에 프랜차이즈를 하지 않기로 결정하고 기업 정보 공개를 철회했다.

“정보 공개를 내리니까 자격 미달이 아니냐는 오해도 받았지만 직영에 몰두했어요. IT 분야는 점점 더 정교하고 치밀해질 텐데 엔터테인먼트

먼트를 가미한 체계화된 피시방 문화를 만들고 싶었어요. 그러면서 프랜차이즈 분야에서 알게 된 분들과도 계속 친분을 만들어나갔죠.”

그러다가 2009년 한국에 아이폰이 상륙했다. 조승훈 대표가 다져온 아이디어들이 날개를 달 기회였다.

“아이폰이 들어오고 어플 개발이 신사업으로 뜨면서 애플과 만났죠. 우리가 만든 어플 ‘조이쿠폰’은 당시 아이폰 어플 중 탑 파이브 안에 들었어요. 위치 기반 할인쿠폰 어플이라고 볼 수 있어요.”

2013년에는 무인발권기로 발을 넓혔다. 무인발권기는 소상공인 업종에서는 피시방에 최초로 안착했다. 하루 스물네 시간 운영하는 피시방은 카운터에서 회원을 상대하는 일이 보통 일이 아니다. 회원 번호와 아이디를 입력하고 충전하는 일을 일일이 카운터에서 하는데 수업을 마친 중고생 회원이 수십 명씩 줄을 서는 경우에는 일에 엄청난 부하가 걸린다. 무인발권기를 보면서 조 대표는 무릎을 쳤다.

“2013년 말 무인발권기를 개발해서 2014년부터 새로운 스타트업에 시작했어요. 그전 사업은 정리해서 동료들에게 나눠주었고요. 제가 만든 무인발권기를 보고 지인들 중에서 푸드코트나 대학병원 식당을 하는 사람들이 키오스크를 만들어달라고 요청해왔어요. 자판기 비슷한 거니까 석 달 만에 만들었죠. 지금 엔조이소프트가 하는 아이머신이 이런 외식업 전용 키오스크예요. 그런데 4년 전만 해도 이것

에 대한 인식이 약했어요. 오너들은 좋다고 하지만 제가 발표하러 가면 해당 회사 본부장이나 팀장이 난색을 표해요. 인건비 줄이려는 게 목적인데 키오스크 사용법을 알려주느라 비용이 더 들겠다는 거죠. 지난해부터는 많이 대중화됐는데 그러니까 이제 너도나도 키오스크를 만들어요. 키오스크를 만들어 팔았으면 관리까지 책임지는 게 맞아요. 구입한 쪽에서는 그에 합당한 비용을 치르는 게 맞고요. 그런데 이른바 ‘먹튀’들이 많다는 게 문제죠.”

진짜 O2O를 보여드리겠습니다

현재 엔조이소프트의 사업 분야는 크게 네 가지다. 조이머신, 케이머신, 아이머신, 조이쿠폰이 그것이다.

앞에서 언급했다시피 조이머신은 피시방 관리 프로그램 및 선불기로서 PC 관리 프로그램 소프트웨어를 탑재한 키오스크 장비다. 서버, 클라이언트 및 모바일, 웹, 선불기기 등으로 구성되어 있다. 현재 넷마블게임즈의 피카박스, 넥슨의 게토&멀티셀프와 시장다툼을 벌이며 마켓을 나눠 갖고 있다.

케이머신은 노래방 전용 키오스크 장비다. 조 대표는 피시방에 이어 노래방을 주목했다. 언제 올지 모를 손님을 기다리고 장시간 응대하느라 인력 소모가 심한 노래방에서 자동 무인발권기를 필요로 할 거라고 예견한 것이다. 케이머신은 매장 안내와 결제, 예약, 별도 서비스를 제공한다. 손님은 직원의 도움을 받지 않고도 각 방의 사진이나 상세 특징 등 매장 현황을 한눈에 볼 수 있다. 운영자 입장에서는 인건비를 절약하고 수금과 정산이 간편하며 실시간으로 매출을 집계할 수 있다는 편리성이 있다. 또한 대기표를 받은 고객을 자동 호출할 수 있고, 이에 따라 매장 회전율도 높아진다.

“노래방 장비는 우리가 시장을 선점하고 있어요. 케이머신은 지금 엔조이소프트 주력사업 일순위죠.”

아이머신은 음식점, 커피숍, 패스트푸드점 등 외식업장에서 쓸 수 있는 자가 주문 키오스크



장비다. 고객은 이 장비를 통해 주문을 하고, 신용카드, 현금, 스마트폰, 교통카드 중 원하는 수단을 선택해 결제한다. 운영자는 인건비 절감, 정산 오차 방지, 실시간 매출 확인, 상품 재고 모니터링 같은 장점을 누릴 수 있다.

마지막으로 조이쿠폰은 엔조이소프트가 개발한 키오스크 사용자를 위한 통합 플랫폼이다. “2010년 쿠폰 어플을 만들었는데, 지금 하는 조이쿠폰은 그 어플의 이름을 따서 새로 개발한 어플이에요. 일종의 플랫폼인데 우리 키오스크가 설치된 매장이라면 어디건 공유할 수 있어요. 쿠폰 할인받고, 재방문해서 포인트를 올리고, 이벤트에 당첨되고 하는 혜택을 다 누리는 거죠. 저는 이것이 진정한 O2O라고 생각해요. 온라인에서 만들어 오프라인에서 쓰는 걸 O2O라고들 부르는데, 전 그렇게 생각하지 않아요. 온라인 클라우드에서 오프라인을 다이렉트로 지배할 때 진짜 O2O가 되는 거죠. 엔조이소프트는 앞으로 진짜 O2O 사업을 보여줄 겁니다.”

용산전자상가 키드의 도약

이용자와 업주가 모두 만족할 만한 즐거운 아이디어들은 조 대표의 어디에서 이렇게 그칠 줄 모르고 솟아나는 것일까? 과거로 거슬러 가면 용산을 누비는 청년 조승훈이 보인다. 그 이름도 장대한 용산전자상가! 조승훈 대표는

용산전자상가가 키드였다.

“제가 대학시절에 용산전자상가에서 아르바이트를 했어요. 당시 용산에서는 수입한 CPU와 하드디스크로 피시를 조립해 팔았어요. 대기업 피시가 300만원씩 하던 시절에 그 절반 가격으로요. 그래도 마진률이 70퍼센트씩 됐어요. 제가 열심히 하니까 사장이 더 많은 일을 맡겼어요. 거의 무역업 딜러 수준이었죠. 그때 용산전자상가는 증권 거래소만큼 역동적인 시장이었어요. 용산에서 일한 경험이 저에게 큰 배움의 토대가 된 것 같아요.”

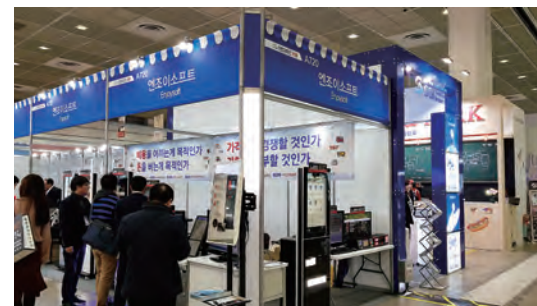
마지막으로 조 대표에게 요즘 어떤 것을 느끼는지 물었다. 조이칸, 조이쿠폰, 엔조이소프트 등 즐거움이 담백 담긴 작명을 해온 조승훈 대표는 질문의 단순함을 뛰어넘는 아주 깊이 있는 대답을 들려주었다.

“제가 추구하는 인생목표가 재미있게 살자는 것입니다. 즐겁게 살고 행복하게 살자는 거예요. 사람들은 재미나 즐거움은 순간적인 것이고 행복은 그보다 더 긴 거라고 말해요. 그런데 제 생각은 그렇지 않아요. 재미와 즐거움과 행복을 같게 보는 거죠. 삶에서 만나는 작은 재미도 곧 행복이에요. 진짜 행복은 마냥 편하기만 한 게 아니라 역동적인 거라고 생각해요. 힘들지만 즐겁고, 힘들지만 보람 있고, 힘들지만 행복할 수 있어요. 힘도 들고 땀도 흘리는 가운데 행복도 느끼는 거라고 봐요.” **KFN**

분식,커피,VR방키오스크시스템



코엑스박람회전경





한국짐보리(주)짐월드, 짐보리 플레이앤뮤직 봄학기 진행

글로벌 영·유아 놀이 프로그램 및 프리미엄 교구를 개발·유통하는 한국 짐보리(주)짐월드(대표 박기영)가 지난 2월 25일부터 오는 5월 26일까지 2019학년도 짐보리 플레이앤뮤직 봄학기를 진행하며, 센터 등록은 학기가 시작된 이후에도 수시로 가능하다. 짐보리 플레이앤뮤직은 부모와의 애착 형성을 기반으로 아이들의 성장 발

달 단계에 맞춰 구성된 체계적인 영·유아 놀이 프로그램으로, 플레이·뮤직·아트·맥포머스 등 각 프로그램 단계별 발달 목표 성취를 통해 영유아의 신체, 정서, 사회성의 전인적 성장과 발달을 도모한다고 회사 측은 설명했다. 이벤트 및 프로그램과 관련된 자세한 사항은 짐보리 공식 홈페이지에서 확인이 가능하다.



김가네, 프랜차이즈 서울서 '셀프 운영시스템' 홍보

외식 프랜차이즈 기업 김가네(대표 김용만)는 지난 3월 7일부터 9일까지 코엑스에서 열린 '제45회 프랜차이즈 서울'에 참가해 매장 셀프 운영시스템을 소개했다. 김가네는 매장 셀프 운영시스템에 대해 "무인결제 키오스크를 기본으로 감밥을 간편하게 제조할 수 있는 라이스 시트기, 감밥 토핑기 등을 배치해 예비창업자들이 간접적으로나

마 체험해 볼 수 있게 했다"고 전했다. 김가네에 따르면, 창립 25주년을 맞아 보다 젊은 감각으로 소비자들과 소통하기 위해 노력하고 있다. 이번 제45회 프랜차이즈 서울 박람회에서도 부스 가운데 발광다이오드(LED) 화면을 설치해 소비자들이 직접 촬영하고 편집한 25분 안팎의 영상물을 선보였다.



돈까스클럽 양주본점, 어르신 저녁 식사 대접

돈까스클럽(대표 이규석)에서 지난 3월 12일 황금돼지 해를 맞이해 만송 2통 어르신 60여명을 초대해 떡, 과일, 보쌈, 돈가스 등 푸짐한 저녁 식사를 대접하고 김 1박스씩을 선물로 전달하는 행사를 진행했다. 이날 식사 자리에 참석한 만송2통 어르신들은 "맛있는 음식을 대접받아 기분이 좋고 우리들을 위해 이런 자리를 마련해 줘서 너무나 고맙고 감사하다"며 감사의 인사를 전했다.

돈까스클럽 이규석 대표이사는 "어려울 때일수록 작은 나눔이 큰 힘이 된다"며 "어르신들 모두 건강하시고 행복하시길 기원하며, 앞으로도 어르신들을 위한 따뜻한 나눔 행사를 지속적으로 진행할 예정"이라고 말했다.



해리코리아 편비어킹, 머니투데이 2019 대한민국 혁신대상 수상

해리코리아(대표 김철운) 편비어킹은 지난 3월 21일 열린 '대한민국 혁신대상' 시상식에서 혁신 프랜차이즈 부문 대상을 수상했다. (주)해리코리아는 프리미엄 비어커피 '편비어킹'을 비롯해 '트래블앤국', '돼지 대접' 등의 기맹점을 성공적으로 운영하고 있는 글로벌 프랜차이즈 전문기업으로, 국내 프랜차이즈 산업 발전에

앞장 선 공로를 인정받아 산업통상자원부 장관상을 2회 연속 수상한 바 있다. 김철운 대표는 "실전 경험으로 얻은 30여 년의 성공 노하우를 성공적인 장사를 희망하는 사람들과 나누고 싶다"며, "창의적인 열정과 끊임없는 도전정신으로 외식시장을 선도하는 세계 최고 프랜차이즈 기업으로 도약해 나갈 것"이라고 포부를 밝혔다.



크린토피아, 제2회 전국 유소년 야구 대회 후원

크린토피아(대표 이범돈)가 지난 3월 16일에 시작해 4월 7일까지 개최된 '제2회 크린토피아배 전국 유소년 야구 대회'를 공식 후원했다. 대한유소년야구연맹이 주관하는 '크린토피아배 전국 유소년 야구 대회'는 120개 팀에서 1천8백여 명이 참가하는 국내 최대 규모의 유소년 야구 축제다. 지난 16일 첫 경기를 시작으로 장충 어린이 야구장, 불암산 야구장,

화성 드림파크 등에서 매 주말 경기가 열렸다. 크린토피아는 작년에 이어 2년째 후원사로 참여했고, 올해는 단독 후원했다. 사회 공헌 활동으로 유소년 스포츠 저변 확대와 성공적인 대회 개최를 위한 지원이다. 관계자는 "학업과 스포츠를 병행하는 유소년들에게 더 나은 운동 환경을 제공하기 위해 후원하게 됐다"고 전했다.



맘스터치, 순직소방공무원 자녀 위한 장학금 전달

맘스터치(대표 정현식)가 사회공헌활동 '제기왕 이천시'에서 마련된 적립금 총 3,000만원을 순직소방공무원 자녀의 장학금으로 기부했다. 이와 관련, 맘스터치는 3월 14일 서울 송파구에 위치한 대한소방공제회에서 류해운 이사장과 '제기왕 이천시'에서 활약한 전 축구선수 이천수를 비롯한 관계자들이 참석한 가운데 후원금 전

달식을 가졌다. 이번 기부금은 맘스터치의 2019 첫 번째 스포츠 사회공헌활동인 '제기왕 이천시'의 적립금으로 마련됐으며, 유명 연예인이 대결 참가자로 참여했다. 후원금 전액은 순직 소방관 자녀 지원 장학금으로 사용될 예정이다. 기부 영수증은 추후 '터치플레이' 유튜브 채널을 통해 공개된다.



본아이에프, '아침엔본죽' 12개종 맛·품질 개선

한식 프랜차이즈 본아이에프(대표 김철호)는 지난 3월 20일 가정간편식 브랜드 '아침엔본죽'의 용기형 죽 제품 12종의 맛과 품질을 전면 개선했다고 밝혔다. 본아이에프는 이들 12개 제품의 주재료 품질을 업그레이드하고, 별첨 재료를 추가했을 뿐만 아니라, 나트륨 함량을 조절해 풍미와 영양의 균형을 맞춘

다고 설명했다. 개선된 '아침엔본죽'의 용기형 죽 제품은 지난 3월 27일부터 출시됐다. 본아이에프 관계자는 "급성장하는 가정간편식 시장의 트렌드에 발맞춰기 위해 지난 1년간 리뉴얼 사업에 매진했다"며, "맛과 품질은 물론 포장 디자인까지 바뀌 더 완성도 높은 제품을 선보이게 됐다"고 말했다.



SPC그룹, 북미정상회담 프레스센터에 '파리바게뜨 부스' 4회째 운영

파리바게뜨를 운영하는 SPC그룹의 허영인 회장이 '제2차 북미정상회담 프레스센터'에 빵과 음료수 등을 또 다시 무상 제공했다. 이번이 무려 4번째다. SPC그룹에 따르면, 베트남 하노이에서 열리는 북·미 정상회담기간 뉴스를 전 세계에 타진하는 프레스센터에 파리바게뜨 부스를 설치해 세계 각국의 기자들에게 샌드위치와 커피, 생수 등을 무료

로 제공하며 취재 편의를 도울 계획이다. 앞서 SPC그룹은 지난해 4월27일 열린 남북 정상회담과 6월10일 싱가포르에서 열린 북미 정상회담에서 부스를 운영하며 취재 활동을 지원하기도 했다. 지난해 9월 열린 3차 남북정상회담 당시 서울 동대문디자인플라자(DDP)에 마련된 프레스센터에도 파리바게뜨 부스를 설치한 바 있다.



이바돔, 복고와 새 것의 만남 '뉴트로 열풍' 주도

이바돔이 운영하는 이바돔감자탕(대표 김현호)이 뉴트로 감성을 앞세워 고객들의 발길을 끌어 모으고 있다. 이바돔감자탕은 푸짐한 비주얼과 토속적인 재료를 무기로 소비자들의 인기를 얻고 있다. 옛 감성을 자극시키는 정감있는 인테리어와 함께 카페 같은 세련된 공간 역시 잘 어우러져 있다. 특히, 토속적인 메뉴인 감자탕과 감각

적인 메뉴인 꼬막비빔밥 등은 가족, 직장인, 연인 등 전 연령층을 아우른다. 이바돔 관계자는 "한국의 전통적인 음식인 감자탕과 현대적인 인테리어 등으로 인해 많은 분들이 뉴트로 감성을 충족시키는 업체로 생각해 주신다"며 "앞으로도 고객들의 니즈를 반영하여 더욱 발전하는 이바돔이 되도록 하겠다"고 전했다.



바빈스커피, 2000원 스페셜티 커피로 대대적 리뉴얼 단행

바빈스커피(대표 백호근)가 대대적인 리뉴얼을 단행했다. 카페창업 브랜드 바빈스커피는 '일상 속 휴식 한모금'이라는 슬로건으로 메뉴가격, 메뉴군, BI, 인테리어 등 전 분야에 걸쳐 새롭게 단장했다. 파격적인 가격 정책을 통해 스페셜티 커피 투샷 기반의 킹사이즈 아메리카 노를 2,000원에 판매하는 전략은 물론, BI 및 인테리어도 최근의 트렌드를 반영하여 가볍고 친근하게 단장했다. 회사관계자는 "스페셜티 커피에 대한 관심은 폭발적이거나 높은 가격으로 인해 고객이 즐기시기에는 부담스러웠다"며, "고객의 만족은 곧 가맹점주의 만족으로 이어지기에 앞으로도 이같은 선순환 구조를 만들어가겠다"고 전했다.



죽이야기, 봄맞이 '힐링클래식' 개최

한식 프랜차이즈 죽이야기(대표 임영서)가 지난 3월 27일 피아니스트 조윤의 이야기가 있는 문화 행사인 힐링클래식을 개최했다. 힐링클래식은 올해로 4년째 진행되고 있으며, 지역 주민들의 문화생활을 지원하고자 죽이야기에서 정기적으로 개최하며 지역 사회에 공헌하고 있는 행사이다. 죽이야기 임영서 대표는 "고객들의 지친 마음과 감성을 달래고자 기획한 힐링클래식이 꾸준한 사랑을 받으며 4년째 이어오고 있다"며, "힐링클래식을 비롯한 다채로운 문화 행사를 기획하고 선보이며 소비자들과의 소통을 이어나가겠다"고 전했다.



킹콩부대찌개, '2019 희망온돌 따뜻한 겨울나기' 기부 참여

킹콩부대찌개의 본사인 (주)에스엘에 프랜차이즈(대표 정순태)가 '2019 희망온돌 따뜻한 겨울나기' 행사에 동참하며 이웃사랑 실천에 다시 한 번 나섰다. 따뜻한 겨울나기는 서울 사회복지공동모금회와 서울시, 25개 자치구가 협력해 진행하는 사업으로, 모금된 성금 및 성품은 해당 지역의 어려운 이웃에게 전달된다. 킹콩부대찌개는 본 기부사업에 김장김치와, 라면 등을 후원했다. 킹콩부대찌개는 그간 크고 작은 기부 행사를 이어온 기업으로, 매월 첫째 주 토요일마다 열리는 사랑의 무료식사, KBS동행 출연자 후원, 전국 유소년 축구대회 후원, 소규모 뮤지컬 공연 후원, 다자녀 가정 후원, 하루 매출 기부, 날 동참 등 다양한 기부 캠페인에 참여해 왔다.



장수돌침대, 편안한 숙면 위한 '싱글돌침대' 선보

장수돌침대(대표 장순옥)가 편안한 숙면을 위한 '싱글돌침대'를 선보였다. 최근 신학기가 시작되면서 자녀의 건강과 숙면을 위해 돌침대를 알아보는 부모들이 많아지고 있어, 이에 발맞춰 장수돌침대는 학생, 싱글족 등을 대상으로 하는 다양한 싱글사이즈와 슈퍼싱글 사이즈의 침대를 선보였다. 장수돌침대 관계자는 "어떤 방에 가져

다 놔도 인테리어와 잘 어울릴 수 있는 심플한 디자인의 돌침대를 제작"했다면서, "디자인 뿐만 아니라, 기능적인 면도 많이 고려했다"고 전했다. 이어 "수면 시, 척추가 굳게 퍼지게 도와주어 허리 건강에 큰 도움이 되므로 오랜 시간 책상에 앉아 공부하는 수험생에게 좋다"고 전했다.



배스킨라빈스, '버블'콘셉트 프리미엄 디저트 스토어 오픈

SPC 그룹 비알코리아(대표 조상호)가 운영하는 배스킨라빈스가 '배스킨라빈스 현대판교점'을 오픈했다고 지난 3월 18일 오픈했다. 현대백화점 판교점 지하1층에 자리잡은 배스킨라빈스 현대판교점은 '2030 세대를 위한 프리미엄 디저트 공간'을 표방하는 콘셉트 스토어로, 배스킨라빈스를 상징하는 발랄한 핑크색과 다채로운 버블 모양의 아이스크림을 형상화한 디자인을 적용했으며, 배스킨라빈스 현대판교점에서만 판매하는 시그니처 메뉴들을 선보인다. 또한, 배스킨라빈스 현대판교점은 매장 벽면에 곡면 디스플레이를 적용한 대형 미디어월을 설치해 트렌디한 느낌을 살렸고, 화려한 디지털 영상이 화면을 가득 채워 보는 즐거움을 선사한다.



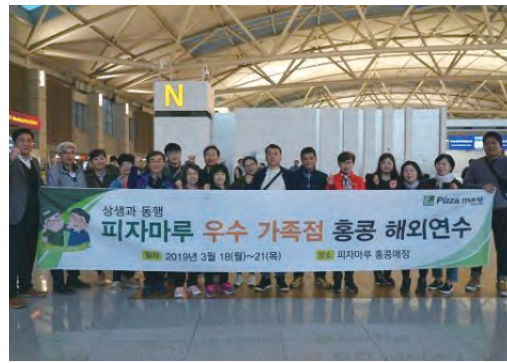
투썸플레이스, 봄 시즌 MD 5종 출시

투썸플레이스(대표 구창근)가 '블루밍 텀블러', '블루밍 머그' 등 봄 시즌 MD 신제품 5종을 출시한다. 이번 MD상품은 프랑스 파리 근교인 '지베르니의 봄'을 주제로 디자인했으며, 스테인리스 재질의 600ml 대용량 텀블러로 입구가 넓어 음료를 편하게 마실 수 있도록 제작했다. 특히, '블루밍 머그'는 아래가 볼록하며 손잡이가 있는 형태로 은은한 핑이 들어간 것이 특징이다. 투썸플레이스 관계자는 "유럽의 세계절을 주제로 지난해 독일 베를린의 크리스마스 마켓에 영감을 받은 크리스마스 MD에 이어 두 번째로 봄 시리즈를 출시했다"며, "투썸 텀블러와 머그컵으로 지베르니의 봄 감성을 만끽해보시길 바란다"고 전했다.



커브스, 전국 가맹점서 모은 사랑의 쌀 기탁

여성 피트니스 프랜차이즈 커브스(대표 김재영)가 작년 12월 한 달간 전국 가맹점서 모은 쌀을 기탁했다. 지난 2월 7일 '2018 사랑의 쌀 나눔'을 통해 모은 쌀을 사단법인 사랑의쌀나눔운동본부중앙회에 기탁하는 기탁식을 가졌다. '2018 사랑의 쌀 나눔'은 커브스가 매년 따뜻한 연말을 위해 전국 가맹점과 함께 참여하는 기부 프로모션으로, 커브스 회원들이 우



피자마루, 장수가맹점 12곳 선발해 홍콩 해외연수 진행

국내 피자브랜드 피자마루(대표 이영준)가 10년 이상 가맹점을 운영한 장수 가맹점 중 우수 가맹점을 대상으로 그간의 노고에 대한 감사를 표하기 위해 해외연수를 마련했다. 본사 차원의 엄격하고 공정한 심사를 통해 선정된 총 12곳의 매장은 지난 3월 18일부터 21일까지 3박 4일간의 일정으로 해외연수가 진행 됐다. 피자마루는 그간 장수가맹점 가족 장학금 지원, 해외연수 프로그램 진행 등 장수가맹점에 대한 지원 및 혜택이 많은 브랜드로 알려져 있다. 업계 측은 "피자마루의 장수가맹점 지원 사례는 프랜차이즈 업계의 모범이 될만한 표본"이라고 전했다.



아모레퍼시픽, '2019 핑크런 부산' 참가비 전액 유방암 환자 지원

올해로 19년째 이어지는 핑크런은 아모레퍼시픽(대표 서경배)이 진행하는 핑크리본 캠페인의 대표 행사로, 매년 서울, 부산 등 전국 5개 도시에서 릴레이로 개최된다. 대회 참가비 전액은 한국유방건강재단에 기부돼 유방암 환자의 수술비와 검진 지원에 사용되며, 현재까지 행사를 통해 총 37억 원이 넘는 기부금을 전달했다. 코스를 완주한 참가자들은 한국유방건강재단에서 운영하는 여러 부스에서 유방암 무료검진과 상담을 진행하는 한편 '핑크리본 실천 놀이터'에서 유방암 자가검진 실천을 서약하기도 했다. 이 밖에도 '핑크스토어', '핑크 럭키 박스' 등 다양한 행사를 즐기며 기부할 수 있는 이벤트를 비롯해 여러 협찬사에서 마련된 부스에도 참가자가 북적였다.



얌샘김밥, 신메뉴 '봄쥬르' 출시

얌샘김밥(대표 김은광)은 3월 18일부터 봄 소풍 시즌을 맞이해 신메뉴 '봄쥬르'를 선보였다. 봄 신메뉴 '봄쥬르'는 최근 봄이 미세먼지, 황사 때문에 반갑지 않은 도라지를 활용한 메뉴로 구성했다. 계절 '봄'에 프랑스 인사를 뜻하는 '봄쥬르'를 합성해 미세먼지 심한 봄에도 얌샘김밥의 신메뉴와 함께 봄을 반갑게 맞이하는 뜻이 담겼다. 얌샘김밥 관계자는 "올봄 따뜻해진 날씨에 대한 설렘만큼 미세먼지에 대한 우려가 클 것을 고려해, 기관지에 좋은 도라지를 활용한 메뉴를 개발했다"며, "얌샘김밥은 트렌디한 메뉴를 꾸준히 개발하며 소비자, 점주 모두 크게 만족하는 브랜드로 자리매김할 것"이라고 전했다.



도코스테이크, 울산 삼산점 신규 매장 오픈

캐주얼 일식 브랜드 도코스테이크(대표 이효성)가 울산광역시 남구 달동에 새롭게 문을 열었다. 이번에 오픈한 울산 삼산점은 오피스 테이크의 브랜드 특성을 고려해 남구와 주거, 상업이 아우르는 대형 복합 상권이 형성되어 있는 변화기에 자리를 잡았다. 인근에 현대백화점, 롯데백화점 등 주요 쇼핑몰이 위치해 유동인구가 많으며, 특히 외식 트렌드를 주도하는 20~30대 젊은 소비자층이 즐



네네치킨, 서울시 유공납세자 표창

치킨 프랜차이즈 네네치킨을 운영하는 (주)혜인식품(대표 현철호)이 제 53회 납세자의 날을 맞아 2019년 서울시 유공납세자 표창을 수상하며 모범 납세자로 선정됐다. 지난 3월 7일 도봉구청에서 열린 서울시 유공납세자 표창장 수여식에는 네네치킨 현철호 회장이 참석해 표창을 받았다. 이번 유공납세자 표창 수상 자에게는 3년간 법인 세무조사 유예, 대출금리 인하, 경영주차장 주차요금 면제 등 다양한 우대 혜택이 주어진다. 네네치킨 현철호 회장은 "납세자의 날을 맞아 의미 있는 상을 수상해 보람을 느낀다"며, "앞으로도 기업인으로서 성실한 납세 의무를 충실히 이행해나가고 지역 및 국가 발전에 이바지할 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.



풀잎채, 봄 신메뉴 '장터맛봄' 출시

풀잎채(대표 정인기)가 봄 신메뉴 '장터맛봄'을 새롭게 출시했다. 이번 봄신메뉴 출시 규모는 전통 시장 인기 먹거리 15종을 포함한 총 30여 종에 이라며, 전국 전통 시장마다의 내노라하는 대표 메뉴들이 대거 선보인다. 이 밖에도 '영양약식', '공배기찰떡', '보리강정', '오란다', '꼬마전병과자' 등 심심한 입을 달래줄 쫄깃하고 바삭한 추억의 주전부리들도 다양하다. 풀잎채 관계자는 "여행 중 그 지역 전통 시장에 들러 인기 메뉴를 맛보는 요즘 먹방 트렌드를 반영해 전통 시장 미식회를 기획하게 됐다"고 말하고 "멀리 볼수들이 대신 가까운 풀잎채에서 전국의 이름난 전통 시장 인기 메뉴들을 한 곳에서 맛보는 특별한 미식회를 즐겨보시라"고 말했다.



청담동말자싸롱, 올바른 주류문화 선도하는 '주루마블' 출시

최근 변화하는 소비트렌드에 발맞춰 (주)금탑에프앤비(대표 최성수)의 맥주 전문브랜드 청담동말자싸롱이 술자리 새로운 문화로 '주루마블' 매장상품을 출시했다. 청담동말자싸롱을 찾는 고객들에게 보다 즐거운 경험을 제공하고자 보드게임을 마련, 큰 호평을 받고 있다. 보드게임을 잘 알려져 있는 부루마블을 본 때



쿠우쿠우, 봄 신메뉴 '쿠우쿠우 초밥왕' 출시

외식 프랜차이즈 브랜드 쿠우쿠우(대표 김영기)가 지난 3월 1일에 봄 신메뉴 '쿠우쿠우 초밥왕'을 출시했다. 새롭게 출시된 신메뉴 7종은 프레시 코너부터 핫푸드, 디저트까지 다양한 메뉴 군으로 쿠우쿠우만의 다채로운 봄 신메뉴로 구성됐다. 쿠우쿠우 관계자는 "이번 봄 신메뉴는 쿠우쿠우 주메뉴 군의 특색 있는 업그레이드 봄철 사라진 입맛의 활기와 건강한 활력을 되찾을 것을 기대하며, '쿠우쿠우 초밥왕'만의 매력을 선보인다"고 전했다. 이와 함께 쿠우쿠우 봄 신메뉴 출시에 따라 쿠우쿠우 공식 페이스북 페이지와 인스타그램을 통해 다양한 이벤트를 진행하며, 쿠우쿠우 홈페이지를 통해 관련 내용을 확인할 수 있다.



원할머니보쌈 원앤원(주), 창립 44주년 맞아

원할머니보쌈으로 잘 알려진 외식업 화기업 원앤원(주)(대표 박천희)이 창립 44주년을 맞아 성수동 서울사무소에서 지난 2월 28일에 창립 기념식을 개최했다. 이날에는 지난 40여년간의 역사를 되짚어보며 서로의 노고를 격려하는 한편 장기근속사원 및 1년간 우수한 성과를 거둔 직원에 대한 시상식과 승진

직원을 소개하는 시간도 가졌다. 박천희 대표는 창립기념사에서 "44주년 오늘에 이르기까지 많은 바 소임을 다해 애쓴 임직원들에게 감사하다"며 "앞으로도 정성과 미소, 소통을 실천하고 핵심역량 강화를 통한 신메뉴 개발과 맛·서비스 차별화에 집중할 것"을 강조했다.



티바두마리치킨, 대구·경북 물류센터 준공

티바두마리치킨(대표 유상부)이 대구시 달성군 다사읍 이천리에 대구·경북권의 물류를 담당하는 육계가공 물류센터 및 대구지역사업부 사무실을 확장 이전해 완공하고 준공식을 가졌다. 티바두마리치킨은 기존 대구·경북 물류센터의 시설 노후와 물동량에 비해 생산능력이 부족해지자 라인 증설을 결정해 작년보다 생산설비 증설을

시작했다. 신축된 대구·경북 물류센터는 연면적 456㎡ 규모로 기존 공장보다 약 3배 이상 확대된 규모다. 뿐만 아니라, 최신식 설비로 기존의 노후된 설비를 전면 교체하여 생산 효율성을 높였고, 신규 생산라인이 구축됨에 따라 곧 식품안전관리인증기준(HACCP) 인증을 추진할 계획이다.



디딤, 싱가포르 '점보그룹'과 국내 진출 진행

외식 기업 (주)디딤(대표 이범택)이 싱가포르 대표 외식 기업인 점보그룹과 조인트벤처를 설립하고 '점보씨푸드' 국내 진출 사업을 진행 중에 있다고 전했다. 점보씨푸드는 시그니처 메뉴인 칠리크랩과 블랙 페퍼 크랩 요리로 싱가포르 현지는 물론 아시아 지역에서 인기를 끌고 있는 브랜드로 국내에서도 싱가포르 여행 시 꼭 방문해야 할 맛집

으로 소개되면서 유명세를 탔다. 점보씨푸드의 국내 진출과 운영은 디딤과 점보그룹이 만든 JD F&B라는 조인트벤처가 맡을 예정이며, 올 상반기 중 첫 번째 매장을 선보인다는 계획이다. 디딤은 해외 대표 외식기업과 공동으로, 유명 브랜드를 국내에 진출시키면서 디딤이 글로벌 기업으로서의 이미지를 굳혀 경쟁력을 높일 수 있을 것으로 기대하고 있다.



커피베이, 서울역쪽방상담소에 미세먼지 마스크 후원

최근 지속되는 극심한 미세먼지 현상이 사회적 문제로 대두되는 가운데 사과나무 주식회사(대표 백진성)의 카페 프랜차이즈 전문 브랜드 커피베이가 마스크 구입 비용 부담 문제로 어려움을 겪고 있는 사회취약 계층을 위해 지난 3월 19일 서울역쪽방상담소에 미세먼지 마스크 1만매를 후원했다. 이날 열린 물품 전달식에서 커피베이는

KF80 식약처 허가를 받은 미세먼지 마스크 1만매를 전달했으며, 커피베이 백진성 대표와 서울역쪽방상담소 김갑록 소장 외 여러 임직원이 함께 쪽방촌 이웃들의 고충에 대한 이야기를 나누었다. 커피베이의 백진성 대표는 "이번 행사로 미세먼지 마스크 후원이 미세먼지 방책의 사각지대에 놓여있는 지역 주민분들에게 도움이 되었으면 좋겠다"라고 전했다.



꼬지사개-엘리팝, 제11회 가족점 아이디어 공모전 성료

술집창업 전문기업 (주)SY프랜차이즈(대표 김성윤)가 운영중인 꼬지&퓨전 요리선술집 '꼬지사개'와 맛있는 요리 맥주전문점 '엘리팝'이 전국 330여개의 가족점을 대상으로 개최한 제11회 가족점 아이디어 공모전에 성황리에 마무리되었다고 밝혔다. 지난 2월 12일부터 28일까지, 총 16일간 진행된 가족점 아이디어 공모전

은 약 400건의 우수한 운영노하우 아이디어가 접수되며 높은 참여율을 기록하였다. 이번 공모전은 매년 진행해 오던 <매장운영노하우>, <메뉴 레시피> 부문과 <사진 콘테스트> 부문이 신설되어 가족점 점주 뿐만 아니라 직원들도 참여해 기존보다 높은 참여가 이뤄졌다고 (주)SY프랜차이즈 관계자는 전했다.



아들리에 치킨, 동남아시아 진출

아들리에치킨 브랜드를 운영 중인 JK글로벌(대표 박정근)은 말레이시아 아그리다강(AGRI DAGANG)과 3500만 달러에 달하는 MOU를 맺었다. JK글로벌은 아세안국가 외식시장에서 활달과 연계된 스마트튀김기 판매 총판권과 아들리에치킨 브랜드 마스터 프랜차이즈를 동시에 추진한다는 계획이다.

JK글로벌 관계자는 "이번 3500만 달러 MOU 체결은 우리의 IT(스마트튀김기)기술이 가진 시장성과 기술력을 모두 인정받은 것이고, 이번 대통령순방 경제사절단으로 참여하여 '신남방 정책'에 큰 기여를 할 수 있었다는 점에서 감사드리며 나아가 세계시장에 진출하기 위한 초석이 되어줄 것"이라고 밝혔다.



태종에프디, 올인원 가정간편식 '원큐' 론칭

냉동 간편식 브랜드 마스터셰프의 태종에프디(대표 구성화)가 그릇이 필요 없는 가정간편식 브랜드 '원큐'를 론칭하며 신제품 3종을 출시했다. 이번에 출시한 제품은 '갈뽕육개장', '맵달부대찌개', '맵달부대볶음' 등 3종으로 제품 모두 유효성분이 불검출된 용기는 직화, 전기레인지, 전자레인지

등 다양한 방법으로 조리가능해, 해당 없이 용기째 10분 내 조리할 수 있는 것이 특징이다. 관계자는 "맛은 물론 빠른 조리시간과 다양한 조리방법, 설거지가 필요 없는 간편함까지 제공하는 원큐 제품이 맛으로 제품 모두 유효성분이 불검출된 렌드를 최적으로 반영한 최애패로 사랑받기를 기대하고 있다"고 했다.



양키캔들, 메종베르제 '롤리타렘피카' 컬렉션 론칭

(주)아로마무역(대표 임미숙)의 양키캔들이 프랑스 120년 전통의 프래그런스 램프 '메종베르제'의 신상품 '롤리타렘피카' 컬렉션을 론칭한다. 이번 롤리타 렘피카 컬렉션은 램프와 디퓨저 2가지 형태로 출시하며, '양키 캔들' 전국 150여개 매장과 공식 쇼핑몰을 통해 구매할 수 있다. 자세한 상품 관련 정보는 메종베르제 공식 홈페이지에서 확인 가능하다.

가맹점주에 대한 교육과 훈련은 프랜차이즈 비즈니스 성공의 필수조건이다



프랜차이즈 사업에 있어서 가맹점사업자와 가맹점 직원에 대한 교육 및 훈련이 매우 중요하지만 현실적으로 쉽지않은 않다. 그러나 가맹점이 많다고 해서 가맹점 운영형태나 운영시간 그리고 가맹본부의 교육 및 훈련 능력이나 가맹점사업자의 교육 참여 의지에 따라 교육 및 훈련이 원활하게 진행되지 않는 경우가 많다. 그 이유는

첫째, 업무특성상 일과 교육의 분리가 매우 어렵기 때문이다.

가맹점사업자 및 가맹점 직원의 교육 및 훈련 필요성에는 모두 공감하지만 일선인력의 여유인력 제약, 시간제 인력의 고용에 따른 교육비 부담, 근무시간이 늦은 시간까지 지속되는 이유 등으로 교육 및 훈련의 진행이 쉽지 않다.

둘째, 가맹본부의 교육훈련 능력이 미흡하기 때문이다.

대부분의 가맹본부는 사업초기 단계로 재정적 및 교육 전문 인력의 확

보 미흡, 교육 훈련시설의 독자적 혹은 공동시설의 부재, 지속적인 교육 훈련을 위한 전문적 지도의 한계 인식 때문에 교육 및 훈련 프로그램의 개발과 지속적인 운영이 어렵다.

셋째, 가맹점사업자 및 직원의 교육 참여가 어렵기 때문이다.

대부분의 가맹점은 극소수 인원으로 점포를 운영하는 경우가 많기 때문에 시간제 근무자 고용에 따른 교육 후 성과 확보가 어렵고, 가맹점의 공간적 분포가 광범위하게 산포되어 있어서 교육 대상자들의 참여도가 매우 낮다.

그러나 이러한 이유들이 비록 현실적이고 교육훈련을 할 수 없는 타당한 이유라고 할지라도 프랜차이즈 비즈니스에서 가장 중요한 가맹점사업자 및 가맹점 직원에 대한 교육과 훈련을 등한시해서는 안된다. 프랜차이즈 사업의 가장 중요한 성공전략은 훈련, 훈련, 훈련, 그리고 또 훈련이다.

오늘날의 프랜차이즈 사업은 복잡한 사업이다. 가맹점사업자 및 가맹점 직원들에 대한 교육훈련의 목적은...

첫째, 가맹본부와 가맹점 간의 관계구축을 위해서이다.

매장 오픈 전에 이루어지는 가맹점사업자 및 가맹점 직원들에 대한 오리엔테이션과 훈련은 가맹점사업자가 가맹본부와 폭넓게 접촉할 수 있는 기회를 제공한다. 가맹점사업자와의 인간적 관계는 가맹점사업자가 후에 가맹본부와 사업관계를 유지하는데 많은 도움을 준다. 잘 기획되어 진행되는 훈련 프로그램은 가맹점사업자가 프랜차이즈시스템에 대한 긍정적인 태도를 갖도록 해준다.

둘째, 가맹점사업자가 사업을 영위하기 위해 필요한 전문지식을 습득하도록 하는 것이다.

가맹점사업자들은 가맹점을 운영하는데 있어 필요한 모든 것을 배워야 한다. 마케팅 전략, 상품 준비 요령, 상품 공급 기술, 직원 훈련과 동기부여, 회계와 보고서 작성 방법, 전문 장비의 사용 방법, 그리고 고객서비스에 대해서도 배워야 한다.

마지막으로 프랜차이즈시스템을 강화하고 유지하기 위해서다.

교육 및 훈련은 가맹본부가 자신이 노력하고 검증한 사업을 전수하고 가맹점사업자들의 강점과 약점에 대해서도 이해하도록 해준다. 이것은 가맹점 오픈 이후 가맹본부와 가맹점사업자가 생산적이고 신뢰할 수 있는 관계로 발전하는데 매우 중요한 요소로 작용하기도 한다. 따라서 가맹본부는 가맹점 오픈 초기에 이루어지는 교육기간을 통해서 가맹본부의 성공경험과 미래의 비전을 확실하게 제시하여 가맹점사업자들이 그 미래에 함께 동참하고자 하는 동기유발의 계기가 되도록 해야 한다.

가맹점사업자들에 대한 교육 및 훈련은 가맹계약 체결 이후에 이루어지는 가맹점 오픈 교육과 가맹점을 운영하면서 지속적으로 이루어지는 교육이 있는데 이들의 교육 강좌 내용은 그 교육의 목적에 적합해야 하고, 강사 또한 전문지식과 경험이 풍부한 사람이어야 한다. 뿐만 아니라 계약하기 전에 가맹점사업자에게 교육에 대한 자세한 설명과 정보를 제공하여야 한다.

가맹사업 초기에는 신규가맹점사업자의 숫자가 적어 전문적이고 체계적인 교육 및 훈련 프로그램의 실행이 쉽지 않지만 지속적인 가맹점 숫자의 확대와 경쟁력 있는 가맹점사업자 양성이 가맹사업의 성공에 중요한 만큼 현실에 부합하는 교육 및 훈련 프로그램의 개발과 진행이 필요하다.

오픈 초기 교육 및 훈련은 프랜차이즈에 대한 이해에서부터 프랜차이즈시스템과 가맹점 운영방법 등의 내용을 중심으로 이루어져야 하며, 오픈 후의 교육 및 훈련은 가맹점의 매출증대 방법이나 고객서비스 품질 개선, 신메뉴나 바뀐 법률이나 제도 등의 내용을 중심으로 이루어지는 것이 바람직하다. [171]



Profile

write 장재남

프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 지문위원

가맹점 최저수익률 보장제도 및 가맹점주 단체교섭권 제도는 프랜차이즈 사업의 본질 및 국제적 보편성에 반한다.



Profile

write 김중무

법무법인 한림 대표변호사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원 겸 고문변호사
2019년 인천광역시 가맹사업분쟁조정협의회 위원
2018년 프랜차이즈혁신위원회 위원
한국프랜차이즈전문가포럼 초대 회장
산업통상자원부 발주 '미국, 중국, 대만, 말레이시아 진출용 마스터프랜차이즈 표준계약서 개발' 연구용역 수행

1. 노동법 영역의 제도와 유사한 제도를 프랜차이즈 거래관계에 도입하려는 이유는 무엇인가?

현재 국회에 발의되어 있는 다수의 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 '가맹사업법'이라고 약칭한다) 개정안들 중에서 일부 개정안에 포함된 소위 '가맹점 최저수익률 보장제도' 및 '가맹점주 가맹사업법에는 가맹점주를 '가맹점사업자'라고 법률용어화 하여 표현하고 있으나, 이는 '가맹사업자', '가맹업자' 등의 용어와 혼선을 유발하고 있고, 현실의 용어 사용례와 동떨어져 있어서 여기서는 편의상 가맹점주라고 부르기로 한다.

단체교섭권 제도에 대해 프랜차이즈 업계에서 뜨거운 논란이 벌어지고

있다. 이 2가지 제도의 내용을 요약하면 '가맹점 최저수익률 보장제도'는 가맹본부가 사전에 정보공개서 및 가맹계약서에 가맹점의 최저수익률을 설정하고 그 보장 방안도 명시해야 하며 이를 위반하면 정보공개서의 등록취소, 과징금 부과 등의 제재를 가하겠다는 것이다. '가맹점주 단체교섭권 제도'는 공정거래위원회가 가맹점주들로 구성된 단체에게 신고필증을 교부하여 단체의 지위를 공식화시켜 주고, 가맹점주단체가 거래조건 등의 변경에 관하여 가맹본부에게 교섭요구를 하면 가맹본부가 반드시 교섭에 응하여야 하고 만약 교섭을 거부하면 과징금을 부과하겠다는 것이다.



가맹점주들이 프랜차이즈 본사에 대한 필수물품 가격 합리화 및 가맹금 조정 협상 촉구 기자회견을 하고 있다. (사진: 전국가맹점주협의회)

그렇다면 노동법 영역에서 시행되고 있는 최저임금제 및 노동조합의 단체교섭권과 유사한 제도를 프랜차이즈 거래관계에 적용하려는 시도는 타당한가? 계약당사자 사이에 우월적 지위가 존재하거나 남용되는 거래관계가 다양함에도 왜 하필 프랜차이즈 거래관계에만 최저수익률 보장제도와 단체교섭권을 도입하려고 하는가? 기존의 국내 가맹사업법으로는 문제의 해결이 불가능한가? 해외의 프랜차이즈 선진국들은 왜 최저수익률 보장제도와 단체교섭권 제도를 도입하지 않고 있는가? 국내에 최저수익률 보장 제도와 단체교섭권을 도입할 경우 문제점은 없는가? 여러 가지 부작용 및 역효과가 예상됨에도 도입을 주장하는 실제 이유는 무엇인가?

아래에서는 이런 의문들에 대하여 아래에서 하나씩 지적해 보겠다.

2. 프랜차이즈 거래관계의 본질과 맞지 않는 노동법적인 접근 방법

우선 가맹점 최저수익률 보장 제도와 가맹점주 단체교섭권 제도는 현재 노동법 영역에서 인정되고 있는 최저임금제와 노동조합의 단체교섭권을 연상시킨다. 그런데 고용관계와 프랜차이즈 거래관계는 본질적인 차이가 있다. 고용관계는 사용자가 근로자에게 업무지시를 하고 근로자의 보수는 전적으로 사용자에게 의존하게 되므로 기본적으로 불평등한 관계로 전락하기가 쉽다. 반면 프랜차이즈 거래관계는 독립된 사업자인 가맹본부와 가맹점주 사이의 대등한 계약에서 출발하고 가맹점주의 수입은 가맹본부의 수입에서 유래하는 것이 아니라 자신의 영업활동에서 유래하는 것이다. 혹자는 가맹본부로부터 제공받는 물품과 영업노하우에 의해 가맹점주의 영업이나 매출이 영향을 받게 되므로 가맹계약이 본질적으로 불평등할 수밖에 없고 가맹본부와 가맹점주가 이익을 공유하고 양자의 영업이익이 비례하여야 하는 것이 프랜차이즈의 본질이라고 주장한다. 그러나 가맹점주가 영업활동의 원천이 되는 원자

재와 영업 노하우를 가맹본부로부터 제공받는 것은 프랜차이즈의 고유한 거래방식일 뿐 아니라 가맹점주는 가맹계약을 체결하기 전에 미리 공개된 프랜차이즈의 거래방식, 사업내용 및 가맹본부에 관한 주요 정보 등을 제공받고 심사숙고를 거친 후 스스로의 선택에 의해 가맹계약을 체결하게 되므로 프랜차이즈 거래관계나 가맹계약 자체를 불평등하다고 볼 수는 없다. 또한 가맹본부와 가맹점주 사이에 이익이 공유되거나 양자의 영업이익이 비례하여야 하는 것은 사회적 또는 정치적인 이념이나 목표는 될 수 있을지 몰라도 프랜차이즈 거래관계의 본질이라고는 결코 볼 수 없다. 즉, 가맹점 최저수익을 보장제도 및 가맹점주 단체교섭권 제도의 도입론자들은 사회적 또는 정치적 이념과 프랜차이즈 거래관계의 본질을 혼동하고 있는 것이고, 프랜차이즈 거래관계를 노동법적인 시각으로 접근한 나머지 프랜차이즈의 본질과 맞지 않는 제도의 도입을 주장하고 있는 것이다. 이런 이유로 최저임금제나 노동조합의 단체교섭권은 수백년에 걸쳐 독자적인 노동법 영업에서 형성되어 온 반면, 프랜차이즈 거래관계에 대해서는 프랜차이즈 선진국이라 불리는 미국조차도 과거부터 민사법 및 상사법을 적용에 오다가 1978년에 이르러서야 연방 차원의 프랜차이즈법을 제정하게 된 것이고, 유럽의 많은 국가들, 일본, 대만, 싱가포르 등 프랜차이즈 산업이 발달한 국가들도 독자적인 프랜차이즈 단행법을 제정하지 않고 상사법, 공정거래법 등으로 규율하고 있는 것이다.

3. 국내 현실에 대한 실태조사나 구체적인 자료의 뒷받침이 없는 일방적이고 정치적인 도입 논리

입법을 통해 새로운 제도를 도입하려는 경우에는 입법을 제안하는 측에서 사회적 문제점과 입법의 필요성에 대한 구체적인 자료를 제시하여야 하고, 단순히 일부의 문제점을 사회 전체의 문제점으로 과장하거나 애매하고 추상적인 구호나 주장만을 근거로 해서는 안 될 것이다. 그런데 최저수익률 제도의 도입을 주장하는 측에서는 가맹본부의 무분별한 가맹점 과다 출점으로 가맹점주의 수익은 더욱 악화되고 가맹본부만 수익을 챙겼으니 '상생'을 위해 가맹점의 최저수익률을 보장해 줄 필요가 있고 실제 일본의 편의점 업계에서도 가맹점에 대한 최저수익 보장제도가 시행되고 있다고 주장한다. 또한 단체교섭권의 도입을 주장하는 측에서는 기존 가맹사업법 제14조의2에서 가맹점사업자단체의 거래조건 변경 협의 제도가 있으나 가맹본부가 협의를 회피하는 경우 제재규정이 없어서 실효성이 없으므로 강제성이 있는 단체교섭권 제도가 필요하다고 주장한다.

그러나 가맹점의 최저수익률 보장 제도를 발의한 국회의원이나 도입론자들은 국내의 전체 가맹본부 중에서 어느 정도가 가맹점을 과다 출점하였는지, 과다 출점으로 인해 가맹점주에게 어느 정도의 수익 악화가 발생하였는지 실태조사를 진행하였는지 의문이다. 아울러 일본의 편의점업계에서도 가맹점주에 대하여 실질적인 수익률을 보장하는 것이 아니라, 일정한 매출 수준을 보증하는 제도를 시행하고 있음에도 한국에

수익률 자체의 보장 제도를 도입하자고 주장하는 것은 타당한 사례의 제시라고 볼 수 있는가? 또한 일본 편의점업계의 경우에는 한국에 비해 가맹계약기간이 길고, 로열티 비율도 높으며, 초기 창업비의 대부분을 가맹점주가 부담하고 있고, 지원금 회수제도가 있는 등 한국과 거래조건이 다음에도 이러한 현실과 차이를 무시하고 도입하자는 이유는 무엇인가? 일본의 경우 법으로 강제하는 제도가 아님에도 한국에서는 법으로 강제하자는 이유는 무엇인가? 일본의 경우 편의점업계에서 시행되고 있음에도 한국에서는 전체 가맹본부에게 확대 적용하자는 이유는 무엇인가? 개정안 발의자와 도입론자들은 이러한 질문들에 대하여 전혀 설명하지도 않은 채 함구하고 있다.

한편 가맹사업법 제14조의2 제3항에는 이미 가맹본부에게 가맹점주단체와 협의할 의무를 부여하고 있고, 같은 조 제5항에는 가맹본부가 가맹점주의 단체 가입이나 활동을 방해하는 행위를 금지하고 있으며 이를 위반한 경우 제35조에서 과징금을 부과하고 있다. 그런데 해외에서는 가맹점주단체의 설립을 보장하거나 가맹본부에게 가맹점주단체와 협의할 의무를 부여하는 입법례를 찾기 어렵다. 미국 일부 주의 프랜차이즈법에서 가맹본부가 가맹점주의 단체 가입이나 활동을 방해하지 못하도록 금지하는 규정을 둔 경우가 있는 정도다. 이처럼 한국의 현행 가맹사업법은 세계에서 유례를 찾기 어려울 정도로 가맹점주단체의 지위를 강하게 보장하고 있을 뿐 아니라 이러한 기존 규정에 의해 현재 많은 가맹본부들이 가맹점주단체와 협의를 하고 있는 상태다. 더구나 2013년에 가맹점단체의 협의권 제도를 신설하는 가맹사업법 개정안의 입법 과정에서 가맹본부가 협의를 거부하는 경우 제재하는 내용은 과도하다는 이유로 삭제된 바 있다.

따라서 가맹사업법 개정안에서 지적하고 있는 사유들은 일부 가맹본부의 사례를 구체적인 실태조사나 자료의 제시 없이 무조건 전체 가맹본부의 행위로 확대시킨 '일반화의 오류'에 해당된다고 할 것이고, 일방적이고 정치적인 이념만을 달성하기 위해 손쉽게 법을 수단으로 활용하는 법만능주의 및 입법 포퓰리즘에 빠진 태도라고 할 것이다.

4. 국내의 법체계간 형평성과 국제적 보편성을 상실한 주장

가맹점 최저수익률 보장 제도와 가맹점주단체 단체교섭권을 도입하자는 측은 특히 한국의 경우 가맹본부의 우월적 지위를 이용한 '갑질'이 심하고 불평등한 상태이므로 새로운 제도의 도입이 불가피하다고 주장한다. 그러나 미국을 비롯한 많은 국가들도 현재 한국의 프랜차이즈 업계에 나타난 갑질 행태를 이미 겪었거나 현재 겪고 있는 상태임에도 갑질 행태가 유독 한국에만 있는 문제라고 단정할 수도 없을 뿐 아니라, 경제적으로 우월한 지위에 기한 갑질 행태는 하도급 거래, 대리점 거래, 대규모유통업 거래, 공기업의 갑질 행태 등 다른 여러 분야에서 나타난 문제임에도 일부 국회의원과 도입론자들은 하도급업체, 대리점, 대규모유통업자에 대한 납품업자, 공기업에 대한 협력업체 등에 대해서

는 최저수익률 보장이나 단체교섭권을 언급하지 않으면서 오로지 프랜차이즈 거래관계에만 도입하려고 하는지에 관하여 타당한 근거를 설명하지 못하고 있다.

또한 해외에서도 프랜차이즈 거래관계에 최저수익률 보장 제도나 단체교섭권을 도입한 입법례는 찾아 볼 수 없는데, 다른 국가에서는 위와 같은 제도를 모르거나 그 제도의 장점을 몰라서 도입하지 않는 것인가? 새로운 제도 도입의 필요성이 인정된다고 해서 국내법의 체계성 및 국제적 보편성을 고려하지 않고 무조건 '나홀로 입법'을 할 수는 없다. 현대 문명국가, 선진국가의 척도 중 하나가 법치주의인데 법치주의에서의 '법'은 '모든 법'을 의미하는 것이 아니라 '정당한 법'을 의미하고, '정당한 법'이란 '인류의 보편적 가치'내지 '국제적 보편성'과 부합하는 법이기 때문이다. 정치적 목적을 달성하기 위해 정당성과 국제적 보편성이 결여된 법을 만들어 이용한다면 전체주의나 독재국가와 다를 바가 없고, 국제적으로 비웃음거리가 될 수밖에 없기 때문이다.

5. 최저수익률 보장제도와 단체교섭권 제도의 운영상 문제점

한편 최저수익률 보장 제도와 가맹점주 단체교섭권 제도를 운영함에 있어서도 아래와 같은 문제가 예상된다. 즉, 최저수익률 보장 제도는 가맹본부가 다양한 변수에 의해 영향을 받는 특정 가맹점에 관한 수익률을 산정한다는 것 자체가 쉽지 않고, 가맹본부에게 최저수익률의 산정과 보장을 강제하는 것은 가맹본부의 영업의 자유, 평등권 등을 침해하여 위헌의 소지가 있다. 그밖에도 가맹점주의 도덕적 해이(moral hazard)가 발생할 가능성이 있는 점, 만약 가맹본부가 책임을 회피하기 위해 비현실적이고 형식적인 최저수익률을 보장하는 경우에는 제도의 실효성도 없고 사회적 낭비에 불과하게 된다는 점, 가맹본부의 사업조건이 악화된 경우에도 사실상 최저수익률의 변경이 불가능하다는 점, 최저수익률의 산정 근거를 둘러싸고 분쟁이 양산될 우려가 있는 점 등의 문제가 있다.

가맹점주 단체교섭권 제도는 계약자유의 원칙을 지나치게 제한하는 점, 가맹점사업자협의회는 독립된 사업자들의 연합체로서 노동조합과 본질적으로 차이가 있는 점, 신고된 단체와 미 신고된 단체를 차별할 실익이 없는 점, 어차피 가맹점주단체는 가맹사업법 제14조의2 제4항에 의해 가맹사업의 통일성 및 본질적 사항에 반하는 거래조건, 가맹본부의 경영에 대한 부당한 간섭, 부당한 경쟁제한 행위에 대해 협의를 요청할 수 없으므로 단체교섭권 도입의 실익이 경미한 점, 가맹본부가 가맹점주단체의 활동을 방해하거나 탄압하는 행위 등은 불공정거래행위의 문제로 해결이 가능하다는 점 등이 문제점 및 실효성에 대한 의문으로 제기된다.

또한 최저수익률 보장이나 단체교섭권 행사의 영향으로 인해 증가한 가맹본부의 비용은 궁극적으로 소비자에게 전가된다는 점, 가맹본부의

부담이 가중되면 결국 국내 가맹본부들의 국제경쟁력이 약화되고 국내 프랜차이즈산업의 위축을 초래할 수 있는 점, 국제적 보편성을 상실한 국내 제도로 인하여 한국의 프랜차이즈 시장이 국제적으로 고립될 수 있고 글로벌 기업이 국내의 제도적 장벽으로 인해 피해를 입은 경우 한국 정부를 상대로 투자자 및 국가간 분쟁(ISDS)을 제기할 가능성이 있는 점 등은 양 제도의 공동적인 문제가 될 수 있다.

6. 정치권은 전문성과 국제적 보편성을 상실한 입법 포퓰리즘을 중단하여야 한다.

이상에서 살펴본 것처럼 가맹점 최저수익률 보장 제도와 가맹점주 단체교섭권 제도에 관한 입법 발의는 프랜차이즈 거래관계의 본질, 다른 국내법규와의 체계적 형평성, 국제적 보편성 등에 반하는 매우 비전문적인 발상이라고 본다. 그런데 문제는 정치권만이 아니다. 설령 정치권에서 프랜차이즈 영역에 대한 지식과 이해가 부족하거나 정치적인 목적에 기해 비전문적인 입법을 진행하더라도 전문성을 갖춘 규제당국만큼은 거시적인 안목으로 다양한 영향을 분석하여 쓴 소리까지는 아니더라도 문제점은 지적하는 모습을 보여야 한다.

그러나 최근 국회와 규제 당국이 프랜차이즈산업의 발전, 국내 프랜차이즈 기업의 국제경쟁력 강화, 규제 개혁 등에 역행하는 최저수익률 보장제도, 가맹점주의 단체교섭권, 영업비밀인 차액가맹금의 강제공개 제도, 경영상 이유로 가맹계약을 중도 해지한 가맹점주에게 위약금 부과를 금지하는 제도 등에 관한 입법을 쏟아내고 있어서 우려하지 않을 수 없다. 정부는 과거 세계 100대 프랜차이즈 기업에 국내기업들을 진입 시키겠다고 발표한 바 있다. 그렇다면 국내 기업들에게 규제를 풀어줘도 글로벌 기업으로 성장하는 것이 쉽지 않은 상황인데 프랜차이즈 기업들의 등에 무거운 돌을 수시로 그것도 누적해서 얹어 주면서 어떻게 글로벌 기업으로 성장하라는 것인가? 물론 가맹본부와 가맹점주의 상생에 반대할 사람은 없다. 그러나 정치권이 '상생'이라는 구호만을 앞세워 구체적인 실태조사나 자료도 없이 국내법적으로나 국제적으로 정당성도 떨어지고 전문성도 갖추지 못한 입법을 진행하는 것은 순수하게만 받아들이기 어렵다. 이제 정치권과 정부는 가맹본부와 그 구성권도 염연한 대한민국의 국민이고 기본권의 주체라는 점을 인식하고 더 이상 입법 포퓰리즘에 치우친 나머지 전문성과 국제적 보편성을 상실한 입법을 남발하는 행위를 중단하길 바란다. [K7]



임원의 근로자성 문제

모 프랜차이즈 본부는 영업을 담당하는 부사장을 영입하였다. 연봉뿐만 아니라 차량 제공 등 임원으로 서 대우를 해 주었음에도 불구하고, 퇴사 후 회사를 상대로 퇴직금 지급을 요구하였다. 이 경우 임원에게 퇴직금을 지급해야 할 것인지 여부는 근로기준법상의 근로자에 해당하는지 검토를 해보아야 한다.



Profile

write 이금구

노무법인 C&B 대표
 한국프랜차이즈산업협회 지문위원
 1991년_제3회 공인노무사 자격 취득
 2012년_한국소상공인단체연합회 고문
 2015년_(사)한국소상공인단체연합회 고문
 2016년_GS25, 프랜차이즈 노무관리 시스템 도입
 T : 1544-8323 / E : www.franhr.com

1. 근로기준법 “근로자” 개념

근로기준법 제2조 제1호는 “근로자”라 함은 직업의 종류를 불문하고 사업 또는 사업장에 임금을 목적으로 근로를 제공하는 자를 말한다고 규정하고 있다. 또한, 근로기준법상 근로자성의 판단에 대하여 판례는 고용, 위임, 도급 등 계약의 형식에 관계없이 그 실질에 있어 사업(장)에서 임금을 목적으로 종속적인 관계에서 사용자에게 근로를 제공하였는지 여부에 따라 판단하며, 종속적 관계가 있는지 여부는 당사자 사이

의 관계 전반에 나타나는 사정 등을 종합적으로 고려하여 판단해야 한다는 입장이다.

즉, 임원 외에 간접 고용인 도급이나 용역 근로자가 “나는 회사의 근로자다”라고 주장하면서 노동관계법의 기준을 준수하라는 요구가 있는 경우 판례에서 인정하는 근로자성 판단지표와 종속성의 유형은 다음과 같다.

| 판단 기준 | 종속성의 유형 |
|--|---------|
| - 업무내용이 사용자에게 의하여 정해지는지 여부 - 사용자에게 의해 근무시간과 장소가 지정되고 이에 구속을 받는지 여부 - 업무수행 과정에서 있어 사용자로부터 구체적이고 직접적인 지휘, 감독을 받는지 여부 - 취업규칙, 복무규정, 인사규정 등의 적용을 받는지 여부 | 사용종속성 |
| - 근로자 스스로 제3자를 고용하여 업무를 대행케 하는 등 업무의 대체성 유무 - 비품, 원자재, 작업도구 등의 소유 관계 - 근로제공관계의 계속성과 사용자에게의 전속성의 유무와 정도 - 양 당사자의 사회적, 경제적 조건 - 사회보장제도에 관한 법령 등 다른 법령에 의하여 근로자로서의 지위를 인정받는지 여부 | 경제적 종속성 |
| - 보수가 근로 자체의 대상적 성격을 갖는지 여부와 기본급이나 고정급이 정하여져 있는지 여부 및 근로소득세의 원천징수 등 보수에 관한 사항 | 기타 |

2. 판례

간부 및 임원과 관련해서는 주식회사의 등기이사, 민법상 법인의 이사, 조합 등의 대표자나 집행기관의 지위에 있는 자는 근로자로 보지 않으며 감사는 위임관계로 보는 것이 판례의 일반적인 입장이다. 다만, 명칭이 전문이사, 이사, 감사, 부사장, 고문이라도 근로자에 관한 사항에 대하여 실질적 업무집행권이 없고 인사노무관리 등 회사경영 책임이 없으며, 종속적인 관계에서 근로를 제공한다면 근로자로 인정된다.

따라서 실무에서는 해당 임원의 명칭보다는 실질적인 업무집행권의 유무, 업무전반에서의 사용자와의 사용종속관계 여부 등을 종합적으로 고려하여 근로자성이 인정될 시에는 근로기준법 및 노동관계법에 따른 제반 근로조건이 적용될 것을 고려해야 한다.

주식회사의 대표이사는 대외적으로 회사를 대표하고 대내적으로는 회사의 업무를 집행할 권한을 가지는 것이므로 특별한 사정이 없는 한 산업재해보상보험법의 근로자에 해당하지 않는다고 할 것이다. 주식회사의 대표이사로 등기되어 있는 자리라 하더라도 대표이사로서의 지위가 형식적 명목적인 것에 불과하여 회사의 대내적인 업무집행권이 없을 뿐 아니라 대외적인 업무집행에 있어서도 등기명의로 기인하여 그 명의로 집행되는 것일 뿐 그 의사결정권자인 실제 경영자가 따로 있으며, 자사는 단지 실제 경영자로부터 구체적 개별적인 지휘 감독을 받아 근로를 제공하고 경영성과나 업무성적에 따른 것이 아니라 근로 자체의 대상적 성격으로 보수를 지급받는 경우에는 예외적으로 산업재해보상보험법의 근로자에 해당한다고 할 것이다.

KFN

성실신고대상자 두려워말고 정확히 알고 절세하자

개인사업자 중 성실신고 대상자가 되면 누구나 두려워하며 마치 세금을 무조건 더 내야 한다고 인식하는 납세자들이 많은 것 같다 하지만 규정을 알고 대비를 잘 한다면 절세되는 측면이 많은 것도 사실이다. 지금부터 성실신고에 대해서 알아보자



Profile

write 노정민

現 세무법인 ROH&PARTNERS 대표이사
2006년, 2016년 서울지방국세청장상 표창장 수상
現 한국중고교육상경기연맹 감사
前 프랜차이즈시스템연구소 강의 및 감사역임
前 서초구청 조세상담위원
前 성균관대 FCEO과정 전임강사
前 한국세무사회 감리위원

‘성실신고확인제’는 직전 수입금액이 업종별로 일정규모 이상인 개인사업자가 종합소득세를 신고할 때 장부기장의 정확성 여부를 세무사 등에게 확인받은 후 신고하게 함으로써 개인사업자의 성실한 신고를 유도하기 위해 2011년 신고 분부터 도입되었다.

신고납세제도의 기본을 유지하면서 사업자의 장부기장 내역과 과세소득의 계산 등 성실성을 확인하기 위해서는 세무전문가의 공공성과 전문성을 필요로 하기 때문이다.

성실신고확인대상사업자는 성실신고를 확인하는 세무대리인을 선임하여 해당 과세기간의 다음 연도 4월 30일까지 납세지 관할 세무서장에게 신고해야 하며 종합소득세 신고서를 6월30일까지 납세지 관할세무서장에게 제출해야 한다.

일정규모 이상의 사업자는 다음과 같다.

| 농업, 도소매업 등 | 제조, 건설업,음식점업 등 | 부동산임대업, 병의원, 서비스업 등 |
|------------|----------------|---------------------|
| 15억 | 7억5천 | 5억 |

경영 또는 사업장이 2 이상인 경우 다음의 산식에 의하여 계산한다.

$$\text{주 업종의 수입금액} + \left[\frac{\text{주 업종 외의 수입금액}}{\text{주 업종의 수입금액}} \times \frac{\text{주 업종에 대한 기준금액}}{\text{주 업종 외 업종의 기준금액}} \right]$$

성실신고확인대상 과세기간의 다음 연도 6월 말일까지 성실신고확인서를 제출하지 않은 경우

1. 신출세액 × (미제출 사업장의 소득금액 / 종합소득금액) × 5% 가산세부과
2. 수시 세무조사 대상으로 선정될 수 있다.

그러면 이제 성실신고 시 필히 알아야 할 절세 팁을 살펴보자.

1. 의료비 세액공제

- 의료비 세액공제는 부양가족의 연령과 소득금액 요건을 만족하지 않아도 받을 수 있다
- 공제대상 의료비에 15%를 곱한 금액을 산출세액에서 공제 (난임 시 술비는 20%)
- 총 급여 3% 초과금액으로 연간 700만원을 한도로 하나 본인, 장애인재활, 65세 이상자의 의료비는 한도액 규정을 적용받지 않는다.

의료비 공제대상 금액이란

- a. 본인, 경로 우대자, 장애인을 위해 지출한 의료비
- b. a를 제외한 의료비 지출액 - (사업소득금액 × 3%)
- c. 의료비 공제대상 금액 = a + b

2. 교육비 세액 공제

- 연령 제한 없다.
- 본인, 배우자, 직계비속, 형제자매 등을 위해 지출한 교육비
- 세액공제액 : 공제대상 교육비의 15%
- 공제 대상 교육비 : 수업료, 입학금, 취학 전 아동 학원비(국제학교 수업료 및 국외유학비가능)
- 공제대상 교육비 한도
 - 본인 교육비 : 전액
 - 취학 전 아동 : 1인당 300만원
 - 초·중·고등학생 : 1인당 300만원
 - 대학생 : 1인당 900만원

3. 성실신고확인비용 세액공제

- 공제세액 = 확인수수료 × 60% (연 120만원 한도)
- * 공동 사업장의 경우 각각 세액공제
- * 결손 등의 사유로 공제받지 못한 경우, 5년을 한도로 이월공제 가능

4. 월세 세액공제

- 무주택 세대주로서 종합소득금액이 6천만원 이하
- 85제곱미터 이하의 국민주택에 살고 있는 세대주
- 월세 액의 10% (한도 75만원) 공제

위와 같이 성실신고시 세액공제를 잘 알아도 수백만원의 세금을 절세할 수 있다.

그러나 주의할 점은 위의 의료비와 교육비 세액공제에 대해 농어촌특별세 20%를 납부하며, 최저한세 대상이며 성실사업자중 세액공제 대상에 대해서는 전문가와 상의가 꼭 필요하며 차후 일정 수입금액 경정 시에는 세액공제 배제됨에 주의하자. **KFN**

청소년의 꿈 '우뚝 섬' 영화 필름 아카데미

write 최옥배 감독



물과 사람, 문화가 흐르는 미디어·예술 복합 문화 공간 남한강의 아름다운 풍광과 강 문화를 만날 수 있는 황포리루터가 있는 여주 강천보 한강문화관 내 '우뚝 섬' 영화학교에는 특별한 프로그램이 운영되는 미디어 진로 체험학습센터입니다. 방송분야에 대한 이해와 미디어 흐름을 파악하는 과정으로 미디어 전반에 걸쳐 기초실습을 우선 합니다. 각자 자신의 적성에 맞는 분야를 현장 체험함으로써 실전 감각을 익히고, 방송과 미디어에 관련된 모든 분야를 두루 접하게 함으로써 미래 방송인을 꿈꾸는 학생들에게 풍부한 실습을 통해 훌륭한 방송인으로 성장할 수 있도록 안내하고 있습니다.

또한 5월부터 '영화'(cinema)의 (cine)와 '체험학습'이라는 의미의 (Edutour)의 합성어인 시네에듀투어를 운영할 계획이다. 영화 미디어체험처의 다양한 시설물을 활용할 1일 황포돛배를 타고 강 문화와 사람과 자연을 연결 천년고찰 신륵사와 명성황후 생가 터, 세종대왕 능 나룻배로 역사를 만나는 인문학교육 프로그램도 신청 받고 있습니다.

우뚝섬 미디어체험으로는 4차 산업시대에 걸맞은 진로교육 콘텐츠로 스마트폰을 활용한 1인 크리에이터, 영화제작, 드론영상·편집, 방송국 스튜디오를 그대로 옮겨온 뉴스 룸, 기상캐스터 체험, 애니메이션제작, 웹툰·성우 체험 등 커리큘럼으로 각 학교 진로 체험 대비해 현업에 종사하는 강사진 구성과 전문가들과 협업할 수 있는 네트워크 플랫폼을 제공합니다.

또한 우뚝 섬 미디어 센터에서는 매년 교육페스티벌인 '놀면서 배우자'란 슬로건으로 영화교육축제도 함께하고 있으며 이 또한 여름방학을 통하여 각 커리큘럼을 교육이수 후 페스티벌에 참가자격을 주어지게 됩니다.

우뚝섬 영화 미디어센터에서는 지역사회 공익활동에도 함께하고 있습니다.

4월부터 매년 지역청소년, 특수학교학생, 각 학교 진로체험교사, 다문화청소년, 탈북민청소년, 지역 어르신들의 무료 체험을 실시합니다.

10일 전 미리 예약하시면 언제든지 무료로 체험할 수 있고 그 외 멀리 떨어진 작은 학교로 찾아가는 미디어교실도 운영하고 있습니다. **KFN**

직업 진로 체험

영화제작체험

영화감독, 카메라감독, 기획, 편집교육 등 이론과 실무를 겸비한 제작 관련분야 실습 강의, 영화제작과정 이해 및 관련 직업군 체험을 통해 본인의 역량을 탐색해 보는 진로체험



방송국 체험

뉴스 룸 아나운서, 일기예보 기상 캐스터 체험, 뉴스는 어떻게 만들어 지는지, 날씨는 어떻게 만들어 지는지 알고 앵커와 기상캐스터가 되어 보는 진로체험



드론 영상교육 및 실습

드론시뮬레이션으로 이, 착륙 배우기, 드론 조종 익히기, 드론 영상 촬영기법, 드론영상 편집을 배울 수 있는 진로체험



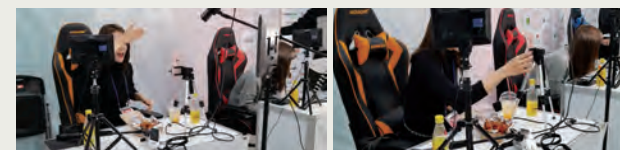
드론코딩교육

드론코딩교육을 통해 드론을 프로그래밍하고 원하는 값을 출력하여 창의적이고 논리적인 사고를 할 수 있게 되는 진로체험



1인미디어 크리에이터

미디어의 유동은 이제방송국의 몫이 아니다. 글로벌한 유튜브를 통해 '인싸'가 되자. 1인 미디어의 기획과 제작 크리에이터를 꿈꾸는 학생들에게 실전에서 사용할 수 있는 촬영기술과 편집까지 제작할 수 있도록 한다.



웹툰, 만화, 캐릭터 디자인

웹툰의 직업과 다양한 생활 속의 에피소드를 그림으로 표현하여 자유롭게 창작만화 수업을 할 수 있는 진로체험



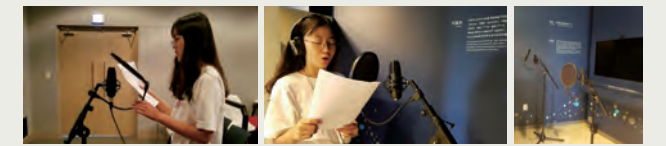
스마트폰 활용 수업

29초 영화를 제작할 수 있도록 스마트폰 활용 기초교육, 기획, 촬영, 편집교육을 수업할 수 있는 진로체험



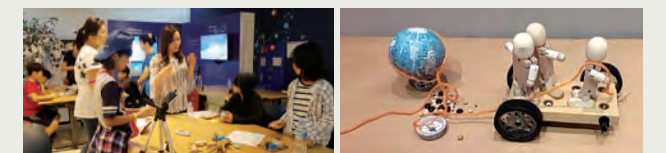
성우더빙

대사만 녹음된 영화필름에 필요한 다른 음향효과를 첨가하여 녹음하는 작업과 대사를 다른 언어로 번역하여 녹음하는 작업



애니메이션 수업 체험

2D애니메이션, 3D애니메이션, 클레이애니메이션, 스톱 모션 등 다양한 애니메이션 수업을 할 수 있는 진로체험



교실 밖에서 찾는 꿈 우뚝 섬 미디어 진로체험 이용방법

- 운영 대상 : 초·중·고·일반
- 운영 장소 : 여주시 신단1길 한강문화관 내
우뚝섬 영화미디어센터
- TEL : 031 883 7906 / www.우뚝섬.com

외식업 불황에 HMR 진출 러시 프랜차이즈

신시장 개척 vs 가맹점과 경쟁 '양날의 칼'

프랜차이즈 업계가 HMR(가정간편식) 삼매경에 빠졌다. HMR 제품 개발은 물론, 가맹점 내 판매 공간을 만들고 온라인 HMR 전용 쇼핑몰도 운영한다. 최근 1인 가구와 맞벌이 가구 증가로 간편식 수요가 급증, 식당 방문에서 포장·배달로 외식 소비 패턴이 바뀌고 있기 때문이다. 단, HMR이 외식 프랜차이즈 가맹점과 경쟁관계란 점에서 가맹점 매출 하락을 걱정하는 목소리도 적잖다. 불황 속 생존을 위한 신시장 개척이란 주장과 가맹점과의 상생 외면이란 우려가 교차한다.

write 노승욱 특임기자



▶HMR 시장 뛰어드는 외식 프랜차이즈
▷1인 가구 증가·로드숍상권 부진에 백종원도 진출

최근 성장이 정체된 유통업계에서 가장 핫한 분야는 HMR 시장이다. 한국농수산물품유통공사에 따르면 2010년 7700억원이었던 국내 HMR 시장 규모는 2013년 1조 원, 2014년 1조5000억원을 돌파한 데 이어 지난해 4조원 이상(업계 추정치)으로 커졌다. 5년 사이 4배 이상 성장한 것으로, 연평균 성장률이 30%가 넘는다. HMR 시장 규모가 향후 10년 뒤 17조원에 이를 것이라 관측이 나올 만큼 향후 전망도 밝다. 반면 외식 프랜차이즈 시장은 침체를 면치 못하고 있다. 공정거래위원회 가맹사업정보제공

시스템에 따르면 지난해 기준 비중이 가장 큰 외식 분야의 경우 가맹본부의 평균 영업 기간은 5년 11개월로, 전체 사업 분야 평균(7년 2개월)에 못 미쳤다.

상황이 이렇자 프랜차이즈 업계는 앞다퉀 HMR 사업에 뛰어드는 분위기다. 백종원 대표가 운영하는 더본코리아가 대표적 인 예다. 더본코리아는 지난 2월 HMR 제품 '홍콩반점0410 해물육(육)교자'를 내놨다. 홍콩반점 매장 외에 이마트, CU 편의점, 11번가, 옥션, 지마켓, 티몬, 위메프, 백옥 공식품 등에서 판매한다. 더본코리아의 매출과 영업이익은 2017년 말 기준 1741억원, 128억원으로 전년 대비 각각 0.4%, 35% 감소했다. 그동안은 새로운 프랜차이즈 브랜드를 만들며

성장해왔지만, 외식 시장 전체가 어려워지자 HMR 시장에 진출한 것으로 분석된다.

'본죽' '본죽&비빔밥카페'를 운영하는 본아이에프, '조스떡볶이'를 운영하는 조스푸드는 이미 일찌감치 HMR 시장에서 자리를 잡았다. HMR 제품 '아침엔본죽'은 지금까지 누적 판매량이 2200만개를 돌파했고, 편의점용 조스떡볶이(컵) 제품은 지난 3년간 150억원가량의 매출을 올렸다.

또 치킨 프랜차이즈 BBQ는 HMR 전용 쇼핑몰 '비비큐몰'에서 HMR 제품 30여종을, 교촌은 '맛술' 닭갈비와 '구중찜닭'을 온라인 몰과 동탄 직영점에서 판매한다. '하남돼지집'은 현대백화점 식품관과 홈앤쇼핑 등에서

HMR 제품 4종을 판매했다. 이 밖에도 스콜푸드, 놀부부대찌개, 장충동왕족발, 불고기브라더스, 유가네닭갈비 등 수십 개 프랜차이즈에서 자사 메뉴를 활용한 HMR 제품을 제조, 판매 중이다.

▶가맹점에서 팔고 메뉴 안 겹쳐야 상생
▷하성호 신전떡볶이 대표 "어떻게든 가맹점 피해"

외식 시장이 침체된 가운데 프랜차이즈 본사가 급성장하는 HMR 시장에 눈독을 들이는 것은 일면 자연스러워 보인다. HMR을 가맹점에서 판매할 경우 점주의 추가 수입원이 될 수 있다. 기존 원부재료 물류 시스템을 통해 공급하니 추가 물류비 부담도 없다.

서 분사에 추가 물량 공급을 재촉했을 정도다.

유가네닭갈비도 가맹점 내 HMR 판매 장려를 위해 진열대 무료 설치 프로모션을 진행, 전체 가맹점 셋 중 한 곳에서 닭갈비철판볶음밥 등을 팔고 있다. 이재욱 피자알볼로 대표는 "올 하반기를 목표로 본사 홈페이지 등에서 일괄 주문을 받은 뒤 가까운 가맹점에서 배달해주는 HMR 사업을 검토 중이다"라고 전했다.

문제는 HMR을 가맹점이 아닌, 편의점이나 대형마트, 온라인 쇼핑몰 등 유통점에서 판매하는 사례다. 이 경우 저렴하고 편리한 HMR이 프랜차이즈 가맹점의 경쟁 상대가 될 수 있다. 가맹점에서 판매하는 메뉴와 거의 똑같은 형태의 HMR 제품을 판매할 경우는 더욱 그렇다.



특히 외식 프랜차이즈 중에서도 간편식, 배달 음식군은 HMR의 대체재가 될 가능성이 높다는 분석이다. 남성호 CJ제일제당 트렌드전략 팀장은 지난 2월 '대한민국 식문화 현황·올해 HMR 트렌드 전망' 발표에서 "2년 전과 비교했을 때 배달 카테고리 수요층이 HMR 시장으로 많이 넘어온 것으로 분석됐다. 앞으로 즉 전문점과 피자 프랜차이즈 등이 HMR 성장에 따라 타격을 받을 대표적인 시장"이라고 내다봤다.

상황이 이렇자 전문가들은 HMR이 외식 프랜차이즈의 대체재가 될 수 있는 만큼 신중하게 진출할 것을 주문한다. HMR 판매가 잘하면 가맹점의 추가 수입원이 되지만, 잘못하면 매출 감소의 원인이 되는 '양날의 칼'이라는

일례로 한촌설령탕은 한우사골곰탕, 육개장 등의 HMR 제품을 가맹점에서 판매한 결과, 올 1~2월 기준 HMR 제품이 전체 매출의 약 3%, 주문 건수 기준 7%를 기록했다. HMR 수요가 많은 주거상권 매장에서는 전체 매출의 4.5%, 주문 건수의 10%까지 차지했다. 한촌설령탕 관계자는 "HMR 매출이 고스란히 가맹점 추가 수입원이 되고 있다.

특히 주거상권 가맹점에서는 고객 10명 중 1명꼴로 제품을 구매한다. HMR이 매출 기준으로 도가니탕과 비슷한 수준의 역할을 하고 있다. 매장에서 포장해주는 것보다 더 포장이 깔끔하고 위생적이어서 소비자 반응도 좋다"고 말했다. 맘스터치도 지난해 7월 가맹점에서 '맘스터치 삼계탕' HMR을 판매, 일주일 만에 초도 물량 10만개를 팔아치웠다. 점주들이 나서

실제 조스푸드는 GS25에서 조스떡볶이(컵) 제품 판매를 시작할 때 매출 감소를 우려한 가맹점주들의 반발이 거셌다. 일부 가맹점주는 가맹점 상권 침해 등을 내세우며 본사에서 시위를 벌이기도 했다. 조스푸드 관계자는 "편의점 제품을 출시할 당시 점주들의 반발이 있었던 것은 사실이다. 해서 HMR 제품 포장지 안에 조스떡볶이 가맹점에서 사용할 수 있는 할인쿠폰을 넣어, 편의점 제품을 이용한 고객이 매장에도 찾아갈 수 있도록 했다. 이로써 브랜드 인지도를 높일 수 있었고 실제 매출도 늘어 점주들과의 갈등이 해결됐다"고 말했다. 그는 이어 "현재는 포장지 안에 할인쿠폰을 동봉하지는 않지만 모바일 쿠폰이나 각종 이벤트 지원을 통해 가맹점 고객 유입을 늘리고 있다"고 덧붙였다.

지적이다. 강병호 중앙대 산업·창업경영대학원 창업컨설팅학과장(창업학 박사)은 "HMR 제품을 잘 개발해서 팔면 가맹점 매출 증진에 큰 도움이 될 수 있다. 단, 가맹점과의 상생을 위해서는 유통 채널을 가맹점으로 국한하거나 메뉴를 가맹점과 겹치지 않도록 해야 한다"고 강조했다.

아예 상생 논란의 싹을 자르기 위해 HMR 시장 진출을 거부한 곳도 있다. 하성호 신전떡볶이 대표는 "HMR 시장이 성장하고 있지만 여기에 진출한다거나 편의점에 납품해달라는 요구를 모두 거절하고 있다. 아무리 다른 업종, 다른 시장이라 해도 결국은 가맹점에 조금이라도 피해가 가게 돼 있기 때문"이라고 말했다. **KFN**



태국여행에서의 먹거리와 요리

이 멋진 태국 여행가이드에서 태국 요리 여행을 하는 방법을 알아보세요. 태국 음식 팬이라면 태국을 여행하고 태국 요리가 제공하는 모든 맛보기를 좋아할 것입니다. 또는 더 좋은 음식과 함께 여행을 계획하세요. 아래에 맛있는 태국 요리를 맛볼 수 있는 많은 아이디어가 있습니다. 확인해보시고 좋은 여행을 하시길 바랍니다.



Profile

write 유상목

現 가천대 경영대학원 글로벌프랜차이즈 겸임교수
 現 한국무역협회 수출현장MC위원
 現 FranOn Corporation 대표
 現 프랜차이즈산업연구원 글로벌전문위원
 前 김가네 기획실장
 前 (사)한국프랜차이즈협회 사무총장
 前 세계프랜차이즈총회 서울대회 사무총장

강의

가천대학교 경영대학원 - 글로벌프랜차이즈
 KOTRA 아카데미 - 해외진출 국가별 진출전략
 IFS 프랜차이즈 서울창업박람회



태국, 지역별로 무엇을 먹을 것인가?

태국 요리에 대한 느낌을 얻기 위해서 태국의 여러 지역에 대해 자세히 알아보세요. 나 같은 사람이라면, 당신의 요리 본능이 다른 사람들보다 더 잘 어울리는 곳이 있다는 것을 알게 될 것입니다. 이것은 차례로 당신이 태국 안에서 여행하고 싶은 곳에 대한 단서를 제공할 것입니다.

방콕에서 최고의 길거리 음식을 맛보세요!

새벽부터 밤늦게까지 방콕의 노점상은 식사준비를 하고 모든 길을 걷는 사람들이 노점상에 멈추어서 그것들을 즐깁니다. 사실, 대부분의 태국인뿐만 아니라 방문객들은 레스토랑에서 맛있는 태국 음식을 맛볼 수 있습니다.

방콕에서 태국 음식 요리하기 배우기

태국 음식에 관련한 방콕이 메카입니다. 수백 개의 멋있게 만들어진 태국 디저트를 포함하여 최고의 태국 요리가 이곳에서 발견됩니다. 방콕의 흥미진진한 태국 요리학교에서 좋아하는 태국 요리를 만드는 법을 배우면서 하루 또는 일주일을 보내세요!

Phuket의 먹거리 명소

푸켓은 태국에서 가장 유명한 관광지입니다. 푸켓 섬에서는 훌륭한 음식뿐만 아니라 멋진 해변을 발견할 수 있습니다. 이 아름다운 태국 섬에서 먹거리 명소에 대해 자세히 알아보세요.

푸켓의 리조트 생활과 함께하는 요리 수업

인기 있는 푸켓 요리(하늘, 파인애플, 볶음밥)를 위한 신선한 파인애플 자르기, 아름다운 푸켓 해변에서 휴가를 보내고 멋진 현지 요리를 모두 한 번에 요리하는 법을 배웁니다. 푸켓은 신선한 해산물 요리, 팟타이 국수, 바베큐 요리로 유명하며, 모두 멋진 태국 해변에서 요리됩니다.

아름다운 사무이의 요리수업

태국의 가장 아름다운 해변 중 하나인 사무이 비치는 해변 근처 또는 해변에서 요리 수업을 제공합니다. 신선한 해산물은 메뉴 중에 별 중 하나입니다. 이 멋진 곳에서 태국의 식사와 요리에 대해 자세히 알아보세요.

북부도시 치앙마이(Chiang Mai)의 먹거리

치앙마이는 채식주의자, 완전채식주의자 및 유기농 식품이 있는 놀라운 레스토랑의 금광입니다. 또한 태국의 영적 수도 중 하나로 간주되기 때문에 보다 평화로운 분위기가 당신을 유혹한다면 이곳은 당신에게 딱 맞는 목적지일 것입니다. 치앙마이에서 먹을 훌륭한 장소 목록을 자세히 알아보세요.

치앙마이는 태국의 북쪽에 위치한 산악도시입니다. 최근 치앙마이는 일종의 먹거리에 대한 혁신이 일어나고 있습니다. 이 도시는 붉은 고기 요리로 유명했지만, 지금은 건강한 유기농 농산물뿐만 아니라 채식주의자와 완전 채식주의 태국 요리의 천국이 되었습니다. 이 도시는 또한 더 평화로운 곳을 제공하며, 일부는 분주한 남쪽 도시들 보다 더 영적인 분위기를 보여줄 것입니다. 이곳이 당신에게 잘 맞다면, 가장 유명한 요리학교 중 두 곳을 확인해보세요. **[77]**

출처 : thespruceeats.com
 (https://www.thespruceeats.com/thai-food-and-travel-3217217)
 기고 : Darlene Schmidt Darlene Schmidt, 태국 요리 전문 요리책 저자이며 요리 교사



HOT ISSUE 1

박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 대통령 말레이시아 순방 경제사절단 참여

지난해 베트남 이어 두 번째... 프랜차이즈 해외진출 활성화 위한 민·관 협력 기반 구축

박기영 한국프랜차이즈산업협회장이 대통령 말레이시아 순방 경제사절단에 프랜차이즈 업계 단체장 자격으로 참가, 한-말레이시아 양국 업계의 교류를 활성화하기 위한 민·관 협력 체계를 구축하는 성과를 남겼다.

박기영 회장은 3월 13일 말레이시아 쿠알라룸푸르로 출국, 문재인 대통령, 마하티르 총리 등 양국 정·재계 인사들과 함께 압둘라 말레이시아 국왕이 주최한 왕궁 국빈 만찬에 참석했다. 이어 14일 오전에는 '한-말레이시아 비즈니스 포럼'을 통해 우리나라 기업의 말레이시아 진출을 모색했다.

특히 ▲(주)푸드존(대표 이영준) ▲(주)놀부(대표 안세진) ▲(주)이루에프씨(대표 이문기) ▲(주)맥스원 이링크(대표 황규연) ▲제이케이글로벌(대표 박정근) ▲한국집보리(주)집월드(대표 박기영) ▲(주)올바른에프앤비(대표 고영호) ▲다올에프앤비(대표 김지환) ▲풍년에프씨(대표 김현기) 등 경제사절단에 동행한 15개 프랜차이즈 가맹본부들이 말레이시아 업계와 교두보를 마련할 수 있도록 적극적으로 지원에 나서기도 했다.

앞서 박기영 회장은 지난해 프랜차이즈 업계 단체장으로서 최초로 대통령 베트남 순방 경제사절단에 동행, 업계의 위상 제고와 해외 진출 활성화에 앞장선 바 있다. 또한 협회 역시 한국 기업의 아세안 진출을 위한 신남방 비즈니스 연합회에 적극 참여하는 등 민·관 협력을 통한 해외 진출 지원으로 프랜차이즈 산업의 발전과 국가 경제 활성화를 도모하고 있다.

한편 말레이시아는 1인당 GDP 1만 달러, 연평균 성장률 5%대의 아세안 핵심 국가로 총 350여개(2016년 기준)의 프랜차이즈 브랜드가 등록돼 있다. 이 중 식음료 및 패션 업종의 비중이 50% 이상이며 전체의 40%가 해외 브랜드로, 한류 열풍과 철저한 현지화를 바탕으로 교촌치킨, 네네치킨 등 국내 브랜드들이 활발히 사업을 전개하고 있다.



3월 14일 박기영 한국프랜차이즈산업협회장(앞줄 왼쪽에서 네번째)이 경제사절단 참가 가맹본부 대표 및 임직원들과 기념 촬영을 하고 있다.

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 한국중소기업단체협의회(이하 중기단체협의회) 소속 13개 단체와 함께 업종별 최저임금의 구분 적용과 탄력·선택근로제 개선 입법을 촉구하는 공동 성명을 발표했다.

서승원 중소기업중앙회 상근부회장을 비롯한 중기단체협의회 임원진은 3월 13일 서울 여의도 중기중앙회 기자회견에서 기자회견을 열고 "탄력·선택근로제 개선입법과 영세 업종 소상공인 최저임금 구분적용 및 일정 기간 최저임금 동결, 결정체계 합리화를 위한 입법을 반드시 처리해줄 것을 촉구한다"고 밝혔다.

이날 기자회견에는 임영태 협회 사무총장이 서승원 상근부회장, 김영수 벤처기업협회 사무국장, 이동익 한국여성벤처협회 상근부회장, 성장진 대한기계설비건설협회 부회장 등 중기중앙회 임원진과 함께 국회를 향한 성명서를 발표했다.

이날 성명서에는 "경제성장 둔화와 내수 부진으로 어려움에 처한 중소기업에 근로시간과 최저임금 문제는 크나큰 부담"이라며 ▲ 탄력적 근로시간제는 최대 1년까지 합리적으로 확대하고, 선택적 근로시간제도 개선할 것 ▲ 영세 업종 소상공인을 위해 규모별 구분적용의 법적 근거를 마련하고, 일정 기간 최저임금을 동결할 것 ▲ 최저임금 결정기준에 '기업 지불능력'을 포함시키고, 위원회의 객관성을 담보하기 위한 장치를 추가할 것 등 3개항을 국회에 요청하는 내용이 담겼다.



최저임금 인상 여파로 인건비 절감이 화두가 된 가운데 3월 7일 제45회 프랜차이즈서를 참관객이 무인 키오스크를 살펴보고 있다.

HOT ISSUE 2

한국프랜차이즈협 등 "최저임금 업종별로 구분돼야" 공동 성명

지불 능력 고려해 최저임금 구분 및 일정 기간 동결과 탄력·선택근로제 개선 촉구

특히 중기단체협의회는 "지난 2년간 최저임금이 29.1% 인상되면서 인건비 뿐 아니라 원자재비, 물류비 등 줄줄이 인상되는 비용을 견디다 못한 편의점, 식당 등 영세 서비스업에서는 주휴수당 부담이라도 덜기 위해 주 15시간 미만 쪼개기 계약이 일상화됐다"며, "이제 국회에서 객관적인 지불능력 차이를 반영할 수 있도록 길을 열어줘야 한다"고 밝혔다. "최소한 임금 지급능력이 한계에 도달한 영세 업종 소상공인만이라도 별개의 최저임금을 적용할 수 있도록 규모별 구분적용 근거 규정이 필요하다"고 강조했다.

이어 "최저임금 미만율이 13.3%, 5인 미만 사업장에서는 31.8%에 달할 정도로 기능을 상실한 최저임금 제도를 정상화하기 위하여 최저임금 미만율이 일정 수준 개선될 때까지 최저임금을 동결해야 한다"고 덧붙였다.

이율러 "최저임금 결정기준에 근로자 생계비가 포함되어 있듯, 기업의 지불능력도 함께 고려되어야 한다"며, "지불능력을 고려하지 않고 인상한다면, 대응책은 고용을 축소하거나 제품 가격을 인상하는 것 뿐"이라고 지적했다. 또한 "정부안은 최저임금 결정시 기준이 되는 구간설정위원회에 노사가 의견을 제시할 기회가 없다"며, "기업마다 다른 여건을 고려하지 않고 획일적으로 급격한 규제를 시행함으로써 지난 2년간 우리 사회가 노동 문제로 치러야 했던 갈등은 어느 때보다 컸다"고 호소했다.



서승원 중소기업중앙회 상근부회장(앞줄 왼쪽에서 세번째), 임영태 협회 사무총장(오른쪽) 등 중기단체협의회 임원진이 성명서를 발표하고 있다.

HOT ISSUE 3

한국프랜차이즈산업협회 회원사 전용 복지 렌탈몰 개설

장치·설비 부담 낮춰 회원사 가맹본부·가맹점 경영 환경 개선 도모

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 가맹본부와 가맹점들이 삼성전자 등 국내 메이저 브랜드 제품들을 낮은 부담으로 이용할 수 있도록 지원하는 회원사 전용 렌탈몰을 개설했다.

협회는 최근 가맹점사업자들의 경영 환경이 크게 악화되면서 가맹점 창업 또는 운영시 발생하는 설비 관련 구입·교체 비용 부담을 줄여 가맹본부와 가맹점 간의 동반 성장을 도모하고 회원사 복지를 강화하기 위해 본 렌탈몰을 개설했다.



지난 1월 22일 MOU를 체결한 박기영 협회장(왼쪽)과 이현식 삼성전자 전무(오른쪽)



협회는 이를 위해 지난 1월 22일 세계 최고 수준의 기술력을 갖춘 글로벌 기업 삼성전자와 MOU를 체결한 바 있으며 회원사들이 에어컨, 에어드레서, 청소기, 냉장고, TV 등 운영에 필요한 최대한 많은 제품을 편리하게 이용할 수 있도록 렌탈몰을 구축했다.

특히 최근 공유 경제 또는 구독 경제가 대세로 떠오르면서 구매 방식이 아닌 월 사용료 방식의 렌탈 방식으로 제품을 제공함에 따라 렌탈 방식이 지닌 경제적 측면, 관리, 사후 처리 등 수 많은 장점을 활용할 수 있을 것으로 전망된다.

이용 가능한 대상은 협회 소속 회원사 가맹본부와 가맹점이며, 협회 홈페이지 배너를 통해 회원사 소속 여부에 대한 인증을 거친 후에 이용할 수 있다. 앞으로도 협회는 예비 창업자의 창업 비용 부담을 경감, 보다 안정적인 창업 환경 구축에 기여하는 것은 물론 가맹본부 사업 기반의 안정화와 브랜드 신뢰도 상승을 통한 회원사의 동반성장 문화의 확산도 도모해 나간다는 방침이다.



지난 1월 8일 가맹점안심폐업보험 MOU. (왼쪽부터) 김철민 더매칭 대표, 박기영 협회장, 박철 DB손보 본부장

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 신규 가맹점 창업자가 예기치 못한 사유로 폐업하게 될 경우 일부를 보전받을 수 있도록 지원하는 '프랜차이즈 가맹점 안심폐업보험'을 (주)DB손해보험·더매칭플레이스(대표 김철민)와 공동운영하고 있다.

'프랜차이즈 가맹점 안심폐업비용보험'은 신규 가맹점 창업자의 실패 리스크를 낮추고 가맹본부의 가맹점 안전 창업을 지원해 건전한 가맹사업 환경을 조성하는 프랜차이즈 업계 전용 보험 상품이다. 가맹본부가 신규 가맹점이 창업시 1곳당 보험료를 지불하고 보험상품에 가입하면 이후 해당 신규 가맹점은 예기치 못한 폐업시 발생하는 일부 리스크를 안심폐업비용보험으로 보전받을 수 있게 된다. 또한 가맹본부는 이를 통해 기존의 상생 정책과 시너지 효과를 창출, 가맹점 만족도와 브랜드 이미지 제고 등 실질적인 선순환 구조를 구축할 것으로 전망된다.

협회는 이를 위해 (주)DB손해보험과 더매칭플레이스 등과 함께 협의를 지속한 끝에 지난 1월 8일

“가맹점 안정적 창업 환경 조성”... ‘프랜차이즈 가맹점 안심폐업보험’

신규 가맹점 창업자의 실패 리스크를 낮추고 가맹본부의 가맹점 안전 창업을 지원

업무협약을 체결하고 보험 상품의 운영 가입을 독려하고 있다.

협회는 향후 안심폐업보험이 업계 전반에 확산돼 예비 창업자들이 창업에 실패하더라도 이를 만회할 수 있는 사회적 안전망이자 가맹본부들까지도 함께 동반 성장할 수 있는 안전장치를 업계가 스스로 구축할 수 있도록 노력한다는 방침이다.

HOT ISSUE 4



3.20 제34기 연세대 프랜차이즈 CEO 교육 과정 개강

30명 신입 원우들과 3.20~6.19 13주간
프랜차이즈 리더 양성 과정 진행



'제34기 연세대학교 프랜차이즈 CEO 과정'(이하 연대FCEO 과정)이 3월 20일 연세대학교 상남경영원에서 34기 입학식을 개최하고 2019년 첫 교육 일정을 개시했다. 이날 입학식은 이호근 연세대 상남경영원장과 민순홍 주임교수, 김금자 연대FCEO 총동문회장을 비롯한 동문들과 31명의 신입 원우들, 임영태 한국프랜차이즈산업협회 사무총장 등이 참석해 축하와 환영의 뜻을 전했다. 박기영 한국프랜차이즈산업협회장은 "올해는 쏟아지는 규제와 함께 정부의 지원도 함께 도모하는 어렵고도 희망찬 한 해가 될 것"이라면서 "본 과정을 통해 미래를 내다보는 해안과 급변하는 시대를 헤쳐나갈 체력을 갖춘 리더가 될 준비를 할 수 있기를 바란다"고 말했다.

연대FCEO 과정은 지난 2002년 개설돼 올해로 18년째를 맞은 국내 최고 권위의 프랜차이즈 최고경영자 전문 교육과정이다. 또한 최고의 강사진과 프랜차이즈 업종에 특화된 실무형 강의로 널리 알려져 있으며 국내외의 다양한 업종에서 활약하고 있는 1,400여 동문들의 인적 네트워크는 프랜차이즈 산업을 이끄는 오피니언 리더로서의 역할도 수행하고 있다. 제34기 과정은 3월 20일부터 6월 19일까지 13주 동안 매주 수요일 오후 2~5시 연세대 상남경영원에서 진행된다. 실무 중심의 교육과정으로 프랜차이즈 리더가 갖추어야 할 역량을 함양할 수 있는 커리큘럼으로 진행되며 해외 워크숍과 명사들의 특강도 함께 진행된다.

2019년 주요 프랜차이즈 법률 이슈와 대응 전략은?

한국프랜차이즈協-프랜차이즈산업연구원
'제16회 프랜차이즈 법률심포지엄' 개최



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)·프랜차이즈법률연구소가 주관하는 '제16회 프랜차이즈 법률심포지엄'이 지난 3월 19일 서울 충무아트센터 컨벤션홀에서 성대하게 개최됐다. 프랜차이즈 법률 심포지엄은 지난 2005년을 시작으로 매해 권위있는 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 2019년 프랜차이즈 산업의 환경변화와 가맹본부의 대응방안을 심도있게 다루는 자리로 꾸며졌다.

김동수 협회 상근부회장의 축사에 이어 ▲2019년 가맹사업법 및 가맹사업 관련 법률에 대한 해석과 주요 분쟁 사례 분석(심재원 변호사·법무법인 디딤돌) ▲정보공개서 표준양식 변경에 따른 작성 방법과 가맹본부의 대응 방안(김승현 프랜차이즈법률연구소장) ▲급변하는 노동환경에 대한 프랜차이즈 업계의 대응 방안(유상지 노무사·노무법인 대유DCG 대표) ▲가맹점주단체 신고제도 입법화와 최저수익보장제도(김종무 변호사·법무법인 한림, 박성채 변호사·법무법인 태일)의 순으로 심도 깊은 강연과 열띤 토론이 진행됐다. 이어 발표자들이 한 데 모여 '2019년 가맹본부 법률적 팁 & 트랩'을 주제로 강의 내용과 법률적 이슈 등에 대한 질의응답 시간을 갖기도 했다.

세종대 FC MBA 12기 수료식 및 프랜차이즈 컨설턴트 자격증 수여식

2년 과정 수료한 25명 원우들
프랜차이즈 산업의 주역으로 새 출발 다짐



국내 최초의 프랜차이즈 경영학 석사(FC MBA) 과정인 세종대학교 경영전문대학원 FC MBA 과정 12기 원우들이 프랜차이즈 산업의 주역으로 새로운 도약을 다짐했다.

2월 15일 서울 군자동 세종대 광개토관 15층 컨벤션홀에서 개최된 '2019학년도 세종대학교 경영전문대학원 FC MBA 프랜차이즈 컨설턴트 자격증 수여식 및 14기 환영회'에서 12기 원우 25명은 수료증과 함께 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 프랜차이즈 컨설턴트 자격증을 수여받았다.

13기 원우회(회장 이승현)가 주최한 이날 수여식은 12기 원우(회장 김성웅)들에게 수료증과 프랜차이즈 컨설턴트 자격증을 수여하는 수여식과 올해 입학하는 14기 원우 21명을 환영하는 순서로 진행됐다. 김경원 세종대 경영전문대학원장, 이성훈 FC MBA 주임교수, 이용기 교수(한국프랜차이즈

즈경영학회)장, 이정열 총동문회장, 이규석 협회 수석부회장, 임영태 협회 사무총장 등 내외贵宾들과 FC MBA 과정 동문들이 참석해 축하와 환영의 뜻을 전했다.

이규석 수석부회장은 격려사를 통해 "올해도 프랜차이즈 산업이 많이 어려운 해가 될 것으로 보이지만 우리 산업인들은 이를 극복하고 한 단계 더 도약할 저력을 갖고 있다"면서 "오늘 수료하신 수료생들을 비롯한 동문 여러분들께서 많은 힘을 보태 주시기 바랍니다"고 말했다.

한편 지난 2005년 출범한 세종대 FC MBA 과정은 실무와 이론을 겸비한 국내 최초의 프랜차이즈 경영학석사과정으로서 수 많은 전문인력을 배출한 명문 MBA 과정이며, 협회 회원사 임직원 및 가족에게는 등록금 감면 혜택이 제공된다.

한국프랜차이즈협회-공정거래위원회 2019년 정보공개서 설명회 성료

개정 가맹사업법 시행령 등에 따른 작성요령 설명...
450여명 가맹본부 대표·실무자 대상 세 차례 개최



올해부터 '주요품목 공급가 상·하한선 기재' 등 정보공개서 제도 시행 이후 가장 큰 폭으로 필수 기재사항이 확대·변경되면서 가맹본부들이 기재요령을 정확히 숙지해야 할 필요성이 어느 때보다 커진 가운데, 한국프랜차이즈산업협회와 공정거래위원회(위원장 김상조)가 변경된 작성 내용 및 요령을 각사 실무자들에게 직접 교육하는 설명회를 성황리에 마무리했다. 협회는 서울 서초동 협회 교육장에서 1월 18일 오전 10시~12시 1차 설명회를 시작으로 2월 8일 오후 2시~4시, 2월 22일 오후 2시~4시 등 총 세 차례에 걸쳐 회원사 여부와 관계없이 가맹본부 정보공개서 담당자들을 대상으로 <공정거래위원회 2019년 정보공개서 등록 기재사항 설명회>

를 개최했다. 설명회는 공정위 가맹거래과 사무관이 직접 ▲개정 가맹거래법 시행령 내용 ▲표준양식 고시 개정안 내용 ▲확대·변경된 정보공개서 기재 요령 ▲작성시 유의점 등에 대해 설명하고 참석자들과 질의응답을 주고받는 순서로 진행됐다. 협회 관계자는 "정보공개서 변경등록 마감 시한인 4월 30일이 얼마 남지 않아 많은 가맹본부들이 어떻게 해야 하는지 혼란스러워 하고 있는 것으로 알고 있다"면서 "이번 세 차례의 설명회를 통해 많은 가맹본부 실무자들이 도움을 받았기를 바란다"고 말했다.

협회소식

한국프랜차이즈협 분과위, 봄바람 타고 본격 활동 '기지개'

회원사 간의 인적 교류를 통한 친목 도모와 협회 및 회원사의 동반 성장을 도모하는 한국프랜차이즈산업협회 산하 분과위원회들이 연 초부터 활발한 활동을 전개하고 있다.

산악회(위원장 정인기)는 3월 16일 충남 홍성군 용봉산에서 시산제를 열고 올 한해 산악회원들의 무사 산행과 협회 및 업계의 발전을 빌었다. 또한 3월 22일부터 28일까지 산악회원 15여명은 네팔 히말라야 14좌 중 하나인 안나푸르나 베이스캠프 트레킹을 통해 심신을 단련하고 결속을 다지는 뜻 깊은 시간을 보내기도 했다.

글로벌진출추진위원회(위원장 정현식)는 필리핀 프랜차이즈 박람회(3.29~31) 등 협회가 정부 부처 및 유관 기관들과 협력해 참가를 지원하 는 올해 해외 박람회에 위원들이 원활하게 참가할 수 있도록 연 초 철저한 사전작업을 진행했다. 글로벌위원회는 3월 필리핀 박람회에 성공적으 로 참가한 데에 이어 올해 중국 베이징, 대만, 인도네시아 등 주요 거점 국 가들에서 개최되는 해외 박람회에 관심 있는 위원 및 회원사들의 원활한 참여를 지원해 나간다.

커뮤니케이션위원회(위원장 임영서)는 1월 29일과 2월 12일 서울 서초동 협 회 창조실에서 정기 모임을 잇달아 개최했다. 위원들은 신년 인사와 함께 회 원사 간의 소통 강화와 협회 홍보 기능 강화 등을 위한 심도 깊은 토론을 벌였 다. 또한 커뮤니케이션위원회는 3월 28일 협회가 개최한 '서울대 김난도 교수 초청 초찬포럼'의 기획과 진행 등에 기여하며 포럼의 성료를 지원하기도 했다.

청년강소기업위원회(위원장 최성수) 역시 2월 22일 신년 모임과 3월 22일 청계산 단합대회를 잇달아 개최했다. 올해 분과위와 협회의 발전을 위한 활 발한 활동을 다짐하고 모두가 건강한 심신으로 성공적인 한 해를 보낼 수 있기를 기원하는 뜻 깊은 시간을 보냈다.

소나회(회장 이규석)는 4월 3일 2019년 첫 정기 모임을 통해 친목을 다지 고 회원사간 소통 강화를 모색했다. 또한 여성위원회(위원장 장순옥), 회원 서비스위원회(위원장 김태환), 사회봉사위원회(위원장 김익수), 교육위원회 (위원장 김광철) 등도 1월 협회 신년회와 2월 2019 정기총회, 3월 협회 조 찬 포럼 등을 통해 올해 계획과 발전 방안 등을 논의하며 2019년 활발한 활동을 위한 준비를 마쳤다.



최성수 청년강소기업위원장이 2월 신년모임에서 인사말 을 하고 있다.



3월 네팔 안나푸르나 트레킹에 참여한 산악회원들

협회소식

한국프랜차이즈협, 스페인 마드리드 '2019 상반기 WFC 총회' 참석

한국프랜차이즈산업협회가 세계프랜차이즈협의회(World Franchise Council, WFC) 가 4월 3일부터 5일까지 스페인 마드리드에서 개최한 '2019 상반기 WFC 총회'에 정 회원국 자격으로 참석했다.

정현식 협회 수석부회장 등은 이번 총회에 참석해 세계 각국의 프랜차이즈 협회와 인적 네트워크를 구축하고 향후 활발한 교류를 통해 각 회원국 프랜차이즈 업체들이 상호 진 출을 확대할 수 있도록 협력해 나가기로 했다.

한편 올해 12월경에는 아랍에미리트 아부다비에서 WFC 하반기 총회와 함께 아시아태 평양프랜차이즈연맹(Asia Pacific Franchise Confederation, APFC) 2019년 총회 가 함께 개최될 예정이다.

1994년 설립된 WFC는 미국, 영국, 프랑스, 중국, 인도, 멕시코, 호주 등 전세계 46개 국 가·지역 프랜차이즈 협회를 회원국으로 두고 있으며 APFC는 2005년 설립 후 한국, 일본, 중국, 필리핀 등 아시아 15개국을 회원국으로 두고 있다. 협회는 각각 지난 2007 년 APFC, 2008년 WFC 정회원국으로 가입했으며 2010년 서울에서 WFC·APFC 총 회를 동시 개최한 바 있다.



한국프랜차이즈협, 김학도 중소벤처기업부 차관과 업계 발전 논의

김학도 중소벤처기업부 차관이 3월 22일 서울 서초동 한국프랜차이즈산업협회 사무국 을 방문해 업계 현안을 논의했다.

이날 회의에는 김 차관과 박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 정현식 수석부회장, 김동수 상근부회장, 임영태 사무총장 등이 참석했다.

지난 1월 협회 신년회와 함께 개최된 CEO 간담회에서 올해 정책 방향을 직접 설명한 바 있는 김 차관은 이날 가맹본부 경영 부담 경감, 해외 진출 지원, 가맹본부와 가맹점의 상 생 협력, 교육을 통한 산업인들의 역량 강화 등 프랜차이즈 업계와 중소기업계에 산적한 다양한 현안들을 청취하고 협회 및 업계가 발전할 수 있는 방안을 논의했다.



Association News

협회소식

제37기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 개강

매장 관리자로서의 전문성과 실무 역량 강화를 도모하기 위해 한국프랜차이즈산업협회 (이하 협회)가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(장재남 원장)이 주관하는 '제37기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정'이 2월 23일 입학식과 함께 4월 27일까지의 10주간 과정에 돌입했다.

이날 입학식에는 임영태 협회 사무총장과 박민구 두드림창업연구소장 등 내외 귀빈들과 봄바타, 바우네나주곰탕, 아틀리에 등 다양한 프랜차이즈 브랜드에서 재직하고 있는 20여명의 실무자 및 임원들이 입학생으로 참석했다.

한편 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정은 프랜차이즈, 슈퍼바이징, 상권분석, 인사노무, 가맹법률, 세무회계, 협상스킬, 마케팅 등 관리자 역량 강화를 모색하는 다양한 커리큘럼으로 진행되며, 수료생들은 협회 주최 슈퍼바이저 자격증 시험 응시 자격을 부여받는 한편 협회장 명의 수료증을 수여받는 기쁨도 누리게 된다.



제25기 프랜차이즈 최고전문가 과정 입학식 개최

가맹본부와 가맹점의 경쟁력을 강화하고 프랜차이즈 산업의 질적 성장을 도모하기 위해 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 주관하는 '제25기 프랜차이즈 최고전문가 과정' 입학식이 2월 28일 프랜차이즈산업연구원에서 개최됐다.

이번 입학식에는 임영태 협회 사무총장, 이재근 제4대 총동문화장(한국프랜차이즈전문가포럼 회장) 등 내외 귀빈들과 제25기 과정을 함께 할 수강생들이 참석했다. 30여명의 수강생이 입학한 이번 제25기 과정은 2월 28일부터 6월 13일까지 15주 동안 매주 목요일 교육을 진행한다.

'프랜차이즈 최고전문가 과정'은 가맹본부 창업과 가맹본부 최고경영자의 역량을 강화하는 것을 목표로 이론과 실무를 겸비한 다양한 커리큘럼을 갖추고 있다. 수료시 특전으로 ▲한국프랜차이즈산업협회 회장 수료증 ▲성적 우수자 상장 및 상품 제공 ▲총동문화회 '한국프랜차이즈전문가포럼' 가입, 600여명의 동문과의 인적네트워크 구축, 동문 송년회·골프회·산악회 등 각종 행사 참여 등이 제공된다.



Association News

신규 회원 / 교육 일정

2019.1.14 ~ 2019.3.27. 신규회원 현황

| 구분 | 업체명 | 브랜드명 | 업종 | 대표자 | 가입일 |
|------|-------------------------|------------|------|-----|------------|
| 정회원 | (주)씨엠케이푸드 | 치맥킹 | 도매업 | 윤민환 | 2019.02.12 |
| | (주)삼봉 | 마리짱 | 도소매업 | 배규남 | 2019.02.15 |
| | (주)델리푸드 | 델리 | 제조업 | 김민찬 | 2019.02.25 |
| | (주)엠디스컴퍼니 | 독도왕새우튀김 | 서비스업 | 이재현 | 2019.02.28 |
| | (주)어나더푸드컬처 | 발빠닭 | 서비스업 | 한선우 | 2019.03.15 |
| | (주)모두어는세상 | 배달삼겹살구삼 | 서비스업 | 오재균 | 2019.03.15 |
| 협력회원 | (주)봉푸드 | 용호동낙지 | 서비스업 | 김재익 | 2019.03.19 |
| | (주)리더스비전 | 리더스비전 | 서비스업 | 이경희 | 2019.01.31 |
| | 인덕식품 | 인덕식품 | 제조업 | 이인덕 | 2019.02.11 |
| | (주)프랜차이즈산업연구원 | 프랜차이즈산업연구원 | 서비스업 | 장재남 | 2019.02.13 |
| | (주)영원 | | 서비스업 | 윤성연 | 2019.02.28 |
| | 한국단체보험연합(주) / 한국카드결제(주) | 한국단체보험연합 | 서비스업 | 김동산 | 2019.03.27 |

2019.03 ~ 04월 교육 일정 안내

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

[재직자 무료교육] 불공정거래 예방 가맹사업법

| 기 간 | 교육인원 | 교육장소 | 비 용 |
|-------------------------|----------|-----------------------|-----------|
| 4월 17일(수) / 10:00~19:00 | 20명(선착순) | 한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동) | 국비지원 무료교육 |

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자, 일반영업분야 업무수행자 또는 수행예정자
 목표 : 계약조건을 검토하고 협상하여 계약서를 작성하고 유형별 소송 사례를 학습하여 가맹사업의 불공정거래를 예방을 위한 관리능력향
 훈련내용 : 가맹계약관리, 가맹사업분쟁예방관리 등

[재직자 무료교육] 해외진출-글로벌 시장분석

| 기 간 | 교육인원 | 교육장소 | 비 용 |
|-------------------------|----------|-----------------------|-----------|
| 4월 24일(수) / 10:00~19:00 | 20명(선착순) | 한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동) | 국비지원 무료교육 |

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자, 해외법인설립관리분야 업무수행자 또는 수행예정자
 목표 : 해외법인이 설립될 국가의 정치경제적, 사회문화적, 제도적 시장환경을 분석하는 능력 함양
 훈련내용 : 동남아시아 및 중국 정치경제적, 사회문화적, 제도적, 시장환경 분석 등

[재직자 무료교육] 가맹점·직영점을 위한 지역 점포 마케팅(LSM)

| 기 간 | 교육인원 | 교육장소 | 비 용 |
|-------------------------|----------|-----------------------|-----------|
| 4월 30일(화) / 10:00~19:00 | 20명(선착순) | 한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동) | 국비지원 무료교육 |

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자, 슈퍼바이저 및 마케팅분야 업무수행자 또는 수행예정자
 목표 : 체계화된 LSM의 이론과 실천 스킬을 토대로 지역 특성을 고려한 맞춤형 점포 마케팅 전략 수립 능력 함양
 훈련내용 : LMS 전략 수립 및 구축, LSM실습 등

대구·경북지회 소식

2019년 3월 행사

2019년 3월 정기월례회 및 무료 공개 세미나

3월 12일 오후 4시부터 대구·경북지회(지회장 이재백) 강의실에서 정기월례회 및 무료 공개 세미나 교육을 진행하였다. 지회는 월 1회에 걸쳐 프랜차이즈에 도움이 되는 특강과 월례회를 진행하고 있다.



2019년 4월 행사

한국프랜차이즈협 중앙회·대구경북지회 8.8~10 '2019 제47회 프랜차이즈대구' 개최

한국프랜차이즈산업협회 중앙회와 대구경북지회(지회장 이재백)가 처음으로 올해 8월 8일부터 10일까지 대구 엑스코에서 "2019 제47회 프랜차이즈대구"를 개최한다. 협회는 2016년 제38회 부산프랜차이즈산업박람회를 시작으로 지난해 2018 제44회 프랜차이즈부산까지 매년 부산에서 부산울산경남지회와 함께 지방 박람회를 개최해 왔다. 이어 올해에는 프랜차이즈의 성지로 자리매김한 대구·경북지역에서 '2019 제47회 프랜차이즈대

구'를 개최함으로써 지역에서 쉽게 만나기 힘든 브랜드 정보와 소비 흐름을 살피고 프랜차이즈 산업의 고른 확산과 지역 브랜드의 재조명을 통한 전국구 도약을 적극 지원할 것으로 전망된다.

장애인의 날 기념행사 봉사단 활동

대구경북지회에서는 2016년부터 봉사활동을 진행하고 있다. 이번 봉사단은 4월 19일(금) [제39회 장애인의날 기념행사]에 참여하여 [닭강정 & 훈제막창 무료 시식회]를 대구 시민운동장에서 진행할 예정이다. 이번 봉사는 30업체 회원사가 참여하여 지역사회 장애인의 삶의 질 향상을 도모하고 만남의 장을 통한 상호이해 증진과 유대감을 강화하는 뜻깊은 시간이 될 것이다. 또한, 대구경북지회 봉사단은 대구 시자원봉사센터와 연계한 다양한 활동으로 이어질 전망이다.



2019년 KFA 대경지회 워크샵

4월 9일(화)~10일(수) 1박2일 일정으로 경북 영덕에 위치한 연수원에서 봄맞이 회원사 단체 워크샵을 진행한다. 이번 행사에는 정회원사와 협력업체를 포함한 40업체 회원사가 하나로 단합되는 뜻깊은 시간이 될 전망이다. 1일차는 단합대회 및 세미나, 레크리에이션 등이 준비되어 있고 2일차는 영덕 인근 관광지 투어 및 올레길 걷기 등 다양한 일정을 소화하며 회원사간 단합되어 하나 되는 성공적인 행사로 이어질 것으로 기대된다. 워크샵 행사는 년 1회 진행되며 4월 정기 월례회와 함께 이루어진다.



부산·울산·경남지회 소식



한국프랜차이즈산업협회 부·울·경지회(지회장 신영호)는 지회 활성화를 위해 3개 분과를 신설했다. 여성회원들의 활동을 권장하고 여성회원들의 확충을 위한 <여성회원분과>와 회원사간의 사업협력을 위한 <사업협력분과>, 유관기관과의 협력과 지원 사업 확보를 위한 <대외협력/지원사업분과> 등이며, 회원사들의 친목도모와 체력증진을 위한 <부울경지회 야구단>도 창설했다.

2월 19일(화)에는 2월 정기월례회를 개최했다. 2월 월례회에서는 (주)리더스비전의 이경희 대표가 '이익공유형 프랜차이즈 발전전략'을 주제로 강의를 진행했다. 또한 3월 19일(화) '부울경지회 2019년 정기총회'와 3월 정기월례회가 동시 개최되었다. 회의에 앞서 부울경지회 부회장인 (주)세명에프엔에프 정용덕대표의 'R&D 노하우' 강연이 진행돼 회원사들의 큰 호응을 얻었다. 이번 정기총회에서는 지난해의 사업 실적과 결산보고 및 올 해의 사업계획과 예산(안)을 안건으로 상정하고, 회원들에게 부울경지회의 발전 방향을 발표했다.

3월에는 부울경지회 골프클럽의 첫 라운딩이 있었고 <회원관리분과> 모임이 개최될 예정이다. 특히 3월 30일(토) 부울경지회 야구단의 첫 경기가 진행됐다. 4월에는 따뜻한 봄날을 맞이하여 백운포 체육공원에서 부울경지회 체육대회가 개최될 예정이며, 부산센터 회원사들을 대상으로 네이버에 대한강의와 Q&A 시간을 계획 중이다.

*정기월례회 개최 : 매월 셋째주 화요일



협회 및 협회장 동정

2019. 2월 일정

- 8일**
- 2019년 공정거래위원회 정보공개서 2차 설명회
- 11일**
- 공정거래위원회 시도분쟁조정협의회 발족식
 - 농림축산식품부 미팅
- 12일**
- 중소벤처기업부 업무협의
 - 커뮤니케이션위원회 회의
 - 산악회 설명회

- 13일**
- [컨소시엄]불공정거래예방기행사업법

- 14일**
- 창립기념일
 - [컨소시엄]슈퍼바이저상권분석 (14~15일)
 - 주요 그룹/기관 국제담당 임원 조찬간담회
 - 중소기업을 빛낸 얼굴들 헌정식
 - 한국환경공단 미팅
 - 박람회 관리위원회 회의

- 15일**
- 말레이시아 전시회 사전설명회
 - 세종대학교 프랜차이즈 컨설턴트 자격증 수여식

- 18일**
- 서울지역총학생회연합 임시총회
 - 대한상의 말레이시아 경제사절단 회의

- 20일**
- [컨소시엄]슈퍼바이저상권분석 (20일~21일)
 - 유통법 시행규칙개정 업계 간담회
 - 산남방 비즈니스연합회 워킹그룹 간담회
 - 산악회 위생등급 평가항목 개선 회의

- 21일**
- 제28차 대한상의 유통위원회
 - 제로페이 상생프랜차이즈사업 미팅
 - 한국유통법학회 2019년 정기총회 및 총계학술대회
 - 코트라 46회 박람회 참가관련 협의
 - 여성경제신문 금융포럼(2019)

- 22일**
- 2019 민간협력 안전보건거버넌스 제1차 책임자 간담회
 - 2019년 공정거래위원회 정보공개서 3차 설명회
 - 실태조사 최종보고
 - 청년강소기업위원회 2월 신년모임

- 23일**
- 제37기 프랜차이즈 슈퍼바이저전문가과정 입학식

- 25일**
- 대만무역센터 서울관장 협회 방문
 - 한국여성벤처협회 제10대, 11대 회장 이·취임식

- 26일**
- 코트라 해외진출사업관련 업무협의

- 27일**
- 2019 말레이시아 프랜차이즈전시회 참가 준비사항 설명회
 - 제1차 이사회
 - 2019 정기총회

- 28일**
- 제25기 프랜차이즈 최고전문가과정 입학식

2019. 3월 일정

- 2일**
- 산악회 신년회(청계산)

- 6일**
- 필리핀 전시회 참가기업 설명회
 - 푸드페스타 2019 실무추진단 1차 회의

- 7일**
- 제45회 프랜차이즈서울 및 개막식 개최 (7일~9일)
 - 서울시 #WithU 프로젝트 협력기관 회의
 - 공정거래위원회 김상조 위원장 박람회 방문

- 12일**
- 대구경북지회 이사회

- 13일**
- 가맹사업법시행령 헌법소원 및 가처분 소송 제출
 - 노동현안 입법 촉구를 위한 중소기업 입장 발표
 - 푸드페스타 2019 실무추진단 2차 회의

- 14일**
- 제로페이 상생프랜차이즈 사업 교육(1차)
 - 세계한인무역협회 업무 협의

- 15일**
- 제로페이 상생프랜차이즈 사업 교육(2차)
 - 리드 엑시비전 협의
 - 국산김치 자율표시인증 회의

- 16일**
- 산악회 사산제(용문산)

- 19일**
- 중소벤처기업부, 소상공인진흥공단 방문 업무협의
 - 제16회 프랜차이즈 법률심포지엄

- 20일**
- 푸드페스타 2019 실무추진단 3차 회의
 - 경제단체협의회 정기총회
 - 연세대 FCEO 34기 프랜차이즈CEO과정 신입생 입학식
 - 2019 제1차 음식점 위생등급제 및 주방문화 개선사업 관련 간담회

- 21일**
- [컨소시엄]불공정거래예방기행사업법

- 22일**
- 조선비즈 제7회 유통산업포럼
 - 에너지공단 회의
 - 청년강소기업위원회 3월 정기모임
 - 음식NCS위원회 참석

- 25일**
- 제2차 이사회
 - 3월 임시국회 정무위 법안소위 개최

- 26일**
- [컨소시엄]슈퍼바이저LSM

- 공정경제 관계부처 합동간담회
- 대만대외무역발전협회 방문
- 대한상의 유통산업연합회 실무위원회

- 27일**
- 베이징 프랜차이즈 박람회 참가기업 사전설명회
 - 제26차 중견기업위원회 실무 간담회
 - 푸드페스타 2019 실무추진단 4차 회의

- 28일**
- 필리핀 프랜차이즈 전시회 (28일~31일)
 - [컨소시엄]마스터프랜차이즈
 - [협회장 참석]2019 한국프랜차이즈산업 협회 조찬 포럼
 - 중소기업단체협의회 실행위원회
 - 제2차 식품안전 규제샌드박스 협의체 회의

- 29일**
- 프랜차이즈 아시아 필리핀 2019
 - 유망프랜차이즈 사업설명회
 - 산남방 위원회 실무 2차회의

| 2019년 주요 일정 | |
|----------------------------|-----------------------------------|
| 2019.4.3. ~ 4.6. | 2019.7.3. |
| 2019 WFC 마드리드 총회 | 소나회 7월 정기모임 |
| 2019.4.3. | 2019.7.5. ~ 7.7. |
| 소나회 4월 정기모임 | 2019 인도네시아 국제 프랜차이즈 라이선스 비즈니스 전시회 |
| 2019.4.20. | 2019.7.20. |
| 산악회 4월 정기모임(점봉산) | 산악회 7월 정기모임(죽령산) |
| 2019.4.27. | 2019.8.8. ~ 8.10. |
| 제37기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가과정 수료식 | 2019 프랜차이즈 대구 |
| 2019.5.1. | 2019.8.10. |
| 소나회 5월 정기모임 | 산악회 8월 정기모임(남한산성) |
| 2019.5.11. ~ 5.13. | 2019.9.4. |
| 2019 베이징 국제프랜차이즈 전시회 | 소나회 9월 정기모임 |
| 2019.5.17. | 2019.9.21. |
| 산악회 5월 정기모임(통영 사랑도) | 산악회 9월 정기모임(수락산) |
| 2019.5.23. | 2019.10.2. |
| 제2기 프랜차이즈5.0 리더과정 수료식 | 소나회 10월 정기모임 |
| 2019.6.5. | 2019.10.3. ~ 10.5. |
| 소나회 6월 정기모임 | 2019 하반기 프랜차이즈 서울 |
| 2019.6.13. | 2019.10.31. ~ 11.2. |
| 제25기 프랜차이즈 최고전문가과정 수료식 | 2019 프랜차이즈 부산 |
| 2019.6.15. | 2019.11.6. |
| 산악회 6월 정기모임(백운산) | 소나회 11월 정기모임 |
| 2019.6.27. ~ 6.30. | 2019.11.16. |
| 2019 프랜차이즈 수원 | 산악회 송년 산행(북한산, 감악산) |
| | 2019.12.19. |
| | 제20회 한국프랜차이즈대상 시상식 및 송년회(예정) |

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

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 동반성장 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. 동반성장을 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 되고자하는 고객을 기만하거나 오인하지 않도록 준수한다.

다. 회원사는 다른 기업의 상표, 상호, 회사명, 표어 또는 기업을 식별하는 기타 표지를 모방하지 않는다.

라. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 가맹계약과 관련된 모든 정보를 서면으로 충분하고 정확하게 제공하여야 한다.

마. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 사전공시에 관하여 헌법 또는 법률에 규정되어 있는 사항을 충분히 준수하여야 한다.

3. 공정한 경쟁과 거래

가. 회원사는 자유경쟁 원칙에 따라 시장경제질서를 존중하고 제품과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.

나. 회원사는 제반 법규를 철저히 준수하며 상도리에 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 경허히 수용하며, 사회적 신뢰 구축에 최선을 다한다.

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

5. 동반성장을 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 관련된 조정 요청이 있을 경우 윤리 분쟁조정위원회는 위원회 규정에 따라 필요한 조치를 취할 수 있다.

Walking Towards a Brighter Future Together

홀로 걷는 '나'보다 함께 뛰는 '우리'가 밝은 미래를 만듭니다.
여러분이라는 든든한 지원군으로 더욱 더 발전하는 미래로 도약합니다.



● 한국프랜차이즈산업협회 회원사 가입혜택

- 1 글로벌 프랜차이즈 진출 지원
- 2 해외진출 컨설팅 지원
- 3 프랜차이즈 최고위 과정 "KFCEO 과정" 수강혜택
- 4 홈페이지 및 잡지 / 신문등 미디어 홍보
- 5 프랜차이즈 산업인의 권익 대변
- 6 프랜차이즈 산업 박람회 참가비 10% 할인
- 7 학사 및 석사, 장학금 등의 학위 과정 혜택
- 8 포럼/세미나/컨벤션 행사 참가 기획 제공
- 9 프랜차이즈 실무교육 정보제공 및 수강료 할인
- 10 법률/세무 자문/정책정보 제공 및 컨설팅
- 11 협회 교육장 임대 20% 할인
- 12 각종 규제 개선 건의 및 대정부 정책 건의
- 13 B2B 서비스혜택
- 14 프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 기회 제공
- 15 가맹점주를 위한 은행 대출서비스 혜택

● 회원가입문의

한국프랜차이즈산업협회 기업지원팀(직통)

070. 7919 4145

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



교육장 세미나실 대관

최적의 교육/세미나 장소

협회 내에서도 직접 교육을 진행하고 있는 만큼 교육, 세미나에 있어서 최적화된 공간입니다

최적의 접근성

서초역 1번 출구 2분거리에 위치하여 가장 접근성이 좋은 교육장입니다



이런 분들에게 추천합니다.

- 비즈니스 세미나, 간담회, 설명회 등의 공간을 대여하길 희망하는 기업 관계자
- 직원 교육을 목표로 프로그램을 진행할 공간을 찾으시는 인사 총무 담당자
- 프로그램 설명, 입시 설명회, 면접 설명회 등 적당한 장소를 찾으시는 교육/채용업 관계자

교육장 안내

- 희망실: 70~90명 / 창조실: 30~40명
- 빔프로젝트, 게시판, 유무선 마이크, 이동식 화이트 보드 (장비대여 가능)
- 휴게실, 무선인터넷 사용 가능, 예약 대관 (2주전), 기본 2시간 신청 (협회 회원사 할인혜택)
- 지하철(2호선 서초역), 버스 541,740, 서초21, 3200, 9100, 9300 (주차 불가, 서초역 주변 공영 주차장 활용)

문의 : 한국프랜차이즈산업협회 교육사업팀 (070-7919-4155)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

신뢰의 가치로 성장을 함께 나눕니다.
서울시 서초구 서초대로 248, 월헌빌딩 2층,

회원사 혜택 / 회원가입 신청서

(사)한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 산업발전과 회원의 권익 향상을 위해 설립되었으며 이를 위한 각종 사업을 진행하고 있습니다.

WFC(세계프랜차이즈이사회) 정회원 · APFC(아시아태평양프랜차이즈연맹) 정회원사입니다.

| | |
|--|--|
| <p>혜택1</p> <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>혜택2</p> <p>사업 성공의 요람! <국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급></p> <p>국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 개최 부스 참가 시 행사 후 부스비 10%의 환급 혜택을 드립니다.</p> |
| <p>혜택3</p> <p>해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! <해외진출 사업지원 지원></p> <p>프랜차이즈 가맹본부의 글로벌한 영업 확장을 위해 해외 진출 사업을 통한 다각적인 지원을 도와드립니다.</p> | <p>혜택4</p> <p>프랜차이즈 전문가를 향한 <프랜차이즈 정부무료교육 외></p> <p>프랜차이즈 국가인적자원 무료교육 가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육, 프랜차이즈최고전문가, 프랜차이즈 5.0 리더, 프랜차이즈사업 전략전문가 슈퍼바이저 전문가 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다.</p> |
| <p>혜택5</p> <p>가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 <각종 정책 정보 제공></p> <p>피해 및 분쟁 발생 시 또는 법률·세무 자문과 정책 정보가 필요한 회원사에게 프랜차이즈 전문 변호사, 회계사, 세무사 등으로 구성된 협회 자문위원을 소개해 드립니다.</p> | <p>혜택6</p> <p>최고경영자(CEO)대상 <윤리준수교육 프로그램></p> <p>프랜차이즈 산업의 위상을 높이고 최고경영자(CEO) 수준을 향상시키는 것을 물론 글로벌시대에 맞는 윤리경영의식을 함양시켜 드립니다.</p> |
| <p>혜택7</p> <p>학사 및 석사 <학위 과정 장학금 혜택></p> <p>서울디지털대학교 전학과, 세종사이버대학교 전학과, 단국대학교 경영대학원 물류유통, 가천대학교 경영대학원 글로벌프랜차이즈 세종대학교 경영전문대학원 프랜차이즈 경영, 경희사이버대학교 전 학과 등 기타 최고위 과정의 장학 혜택이 있습니다.</p> | <p>혜택8</p> <p>CEO포럼, 법률 세미나 등 <포럼·세미나 행사 참가></p> <p>정기 프랜차이즈 전망세미나, 프랜차이즈 법률 심포지엄, 성공창업전략 세미나, 프랜차이즈 해외진출 세미나 등 다양하고 알찬 행사에 참가할 수 있습니다.</p> |
| <p>혜택9</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>혜택10</p> <p>300명 수용 가능한 <협회 교육장 임대 할인 혜택></p> <p>사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는 협회 교육장을 20% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다. (4시간 이상 기준)</p> |
| <p>혜택11</p> <p>각종 규제 개선 건의 <대정부 정책 건의></p> <p>가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등 법안 제정 및 개정에 적극 참여할 수 있습니다.</p> | <p>혜택12</p> <p>프랜차이즈산업협회 지정업체 <꽃배달 할인 혜택></p> <p>프랜차이즈협회의 지정 업체인 꽃배달 서비스를 저렴하게 이용할 수 있습니다.</p> |
| <p>혜택13</p> <p>프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 <다양한 친목 프로그램 참가></p> <p>협회 내 분과위원회 활동, 신입회원사간담회 워크숍, 봉사활동, 프랜차이즈산업인의 날, 송년회, 등 다양한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다.</p> | <p>혜택14</p> <p>한국프랜차이즈산업협회 회원사를 위한 <종합검진 할인 혜택></p> <p>협회 회원사 건강지킴 캠페인의 일환으로 서울아산병원 건강증진센터에서 특별혜택을 제공합니다.</p> |
| <p>혜택15</p> <p>최고 권위의 프랜차이즈 업계·정책 전문지 <월간 프랜차이즈 월드>무료구독</p> <p>프랜차이즈산업인들의 현정 및 활동상을 탐사 기획하고 산업에 대한 정책 수립에 대응하며, 유기적인 소통의 장으로 회원사를 널리 알리고 있는 공식 협회지 월간 프랜차이즈 월드 잡지 무료 구독 특별혜택을 제공합니다.</p> | <p>혜택16</p> <p>문자 메시지, SNS 등을 통한 <업계 최신 뉴스·소식 안내></p> <p>회원사 전용 네이버 밴드와 문자메시지를 통해 매일 중요한 업계 뉴스를 선별한 뉴스클리핑 서비스와 신속·정확한 주요 정책 소식 안내 서비스를 제공합니다.</p> |

정회원 협력회원

| | | |
|---|--|---|
| 사 진 (3cmX4cm) | 회 사 명 | 전화번호 |
| | 브랜 드 명 | 휴대전화 (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 정보 <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 |
| <p>【CMS 출금이체 약관】</p> <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 하겠습니다.</p> <p>4. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다.</p> <p>5. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다.</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 조정키로 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> | | |
| <p>【금융거래정보의 제공 동의서】</p> <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 긴급경제정책명령」의 규정에 따라 동의합니다.</p> | | |
| <p>【개인정보의 제공 동의서】</p> <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> <p style="text-align: right;">모든 약관동의(<input type="checkbox"/> 동의 / <input type="checkbox"/> 미 동의)</p> | | |
| <p>[관련문의] Tel)070-7919-4145 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서 [협회연락처] Tel)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)jinpark@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, 070-7919-4145(직통)

KFA 홈페이지 : <http://www.ikfa.or.kr> / 주소 : 서울특별시 서초구 서초대로 248(서초동, 월헌빌딩 2F, B1)



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.

구독료 안내

값: 1권 10,000원 / (주)KFN애드콤/ 입금계좌 : 하나은행 389-910002-30504
 전화 (02)556-7889, 팩스 (02)556-5281로 받으실 주소를 알려주십시오.

광고단가 안내

*연 10회 광고시 30% 할인(부가세 별도)

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

광고, 콘텐츠, 구독 제안

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

- 광고 1P 기본 200만원(내지) : 10회 게재시 30% 할인
- 콘텐츠 2P + 광고 1p : 300만원
- 광고진행시 포털(네이버, 다음)에 월 1회 기사 게재

프랜차이즈월드 구독시 혜택

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

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

창업도 온라인 광고

- 메인화면 월 50만원(연 500만원)
- 서브화면 월 10만원 (연100만원)

창업도,

- 누적 조회수 : 250만명
- 월간 조회수 : 12만명
- 프랜차이즈 6,757 브랜드 순위 검색 사이트

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.



종합광고대행사 **KFN애드콤** ☎02.556.7889