

국내 최대규모 프랜차이즈 창업 상담 전시회

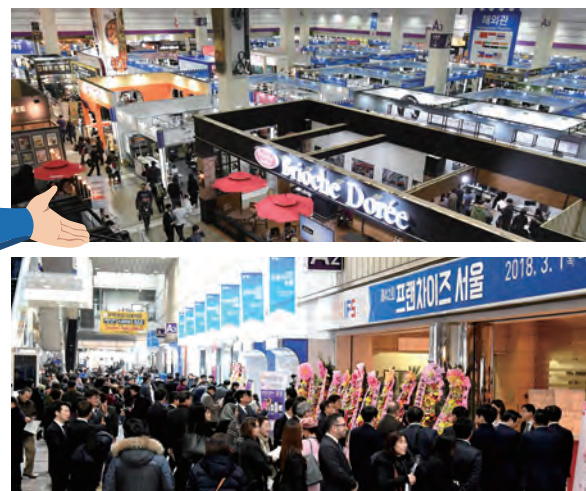
IFS 2019-2020 프랜차이즈 창업박람회 연간 일정

제49회 프랜차이즈 서울 2020년 03월 26일 ~ 03월 28일 서울 코엑스

제50회 프랜차이즈 대구 2020년 05월 14일 ~ 05월 16일 대구 엑스코

제51회 프랜차이즈 서울 2020년 10월 08일 ~ 10월 10일 서울 코엑스

제52회 프랜차이즈 부산 2020년 11월 12일 ~ 11월 14일 부산 벡스코



성공으로 가는 프랜차이즈 사업,
지금 전시 사무국과 상의하세요!

전화 02-561-6172 이메일 ifs_info@naver.com
Website www.ifskorea.co.kr

주최사 | **KFA** 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

프랜차이즈월드

2019 NOVEMBER - Vol.43

Cover Story

제7대 한국프랜차이즈산업협회장 정현식 해마로푸드서비스(주) 회장 선출

Korea Franchise Association

Franchise WORLD

2019 NOVEMBER - Vol.43

Cover Story

제7대 한국프랜차이즈산업협회장
정현식 해마로푸드서비스(주)
회장 선출

당정, 가맹점주 경영개선
10대 종합대책 발표

Special Report

한국프랜차이즈協,
서울지방 국세청장과
현장방문 간담회 개최

“프랜차이즈 창업의 등용문”...
〈2019 제47회 IFS 프랜차이즈서울〉

People & Company

(주)커피에반하다 임은성 대표
(주)바스틀리코리아 안진경 대표
(주)클라우드오투 송창재 대표

KFA
Korea Franchise Association

세계최초 SAVER's Technical Skills 3D초음파세척기

다 같은 초음파세척기가 아니다! 세이버는 다릅니다!
많은 사장님들의 이유있는 선택!



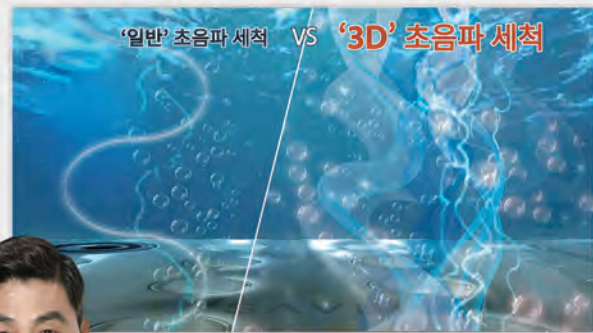
타임설정, 리모콘기능
음성안내, 출력조정

물 속에서 기포들이 춤을 추듯 활동하여 강력하면서
완벽한 입체형 3D세척구현

3D세척
국내 최고 초강력 세척으로
식기류 잔류세제 완벽제거

정밀세척
살균세척으로
식재료 해동 및 잡내 제거

저음세척
채소·과일 세척으로
잔류농약 제거



업계최초 선보이는 맞춤형 고객 안심서비스 **10년 무상보증**

전국**무료**시연서비스! 신청해보세요

전국지사현황 강남점 천안점 일산점 창원점
울산점 강서점 청주점 담양점 진주점 광주점
원주점 세종점 대구점 속초점 안동점 서초점
대전점 부산점 제주점 춘천점 수원점 강릉점
김해점 인천점 광명점 제천점 안산점 여수점



국가대표 식품자동포장기 Enterpack®



깔끔하게!
안전하게!
편리하게!

식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!

주요 고객사



www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인



대표번호 031-434-9020



먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 호사

첫 젓가락의 설렘이 식사를 마치는 순간까지
계속될 수 있도록 늘 최선을 다하겠습니다.



쿠우쿠우
쿠우쿠우
Sushi·Roll & Salad Bar

고객센터 / 가맹문의 **1577·4841**



쿠우쿠우
캐릭터 쿠웅이

9월 9일은 쿠우쿠우 DAY



안정된 프랜차이즈사업의 시작은 제품에 대한 정확한 검사에서 시작됩니다!

수 많은 고객들이 먹고, 마시고, 사용하는
프랜차이즈회사 제품의 경우 납품 받는
식자재, 소스, 집기 중 하나라도 **오염이 되어 있으면**
큰 문제가 발생할 수밖에 없고,
그럴 경우 그로 인한 **피해를 고스란히**
프랜차이즈회사 본사가 입을 수밖에 없습니다.

그러므로 그러한 것들에 대하여 믿을 수 있는
검사기관을 통한 검사가 반드시 필요한데,
귀사는 **믿을 수 있는 검사기관을 통해** 검사한 제품을
납품 받고 있거나 납품을 하고 있는지요?”

그에 대한 해답을 1981년 개원한
대한민국 최초 위생환경 통합관리 검사기관인
(주)동진생명연구원에서 찾아 보세요.

- 검사항목**
- 식품위생검사 [식품의약품안전처 제107호]
 - 축산물 검사 [식품의약품안전처 제14호]
 - 먹는물 검사 [낙동강유역환경청 제2호]
 - 노로바이러스 검사 [국립환경과학원/식품의약품안전처]
 - 수질 검사 [창원시청 제1호]

- 생태독성 검사 [창원시청 제1호]
- 해양환경 측정분석 [해양수산부 제100호]
- 비료 품질검사 [농촌진흥청 제20호]
- 폐기물 검사 [국립환경과학원 제17호]
- 퇴비 원료검사 [농업과학기술원]
- 농산물 안전성조사 [국립농산물 품질관리원]



40년 전통의 한국 토종 검사기관
(주)동진생명연구원
DONGJIN Institute of Technology co.,ltd.

경남 창원시 의창구 차룡로 48번길 61B (팔용동)
T:055-293-5440 (내선:위생 222, 환경 275)



blog.naver.com/chl7518

가족의 건강을 위하여 밤 새워가며 가마솥 아궁이를 지키시던
할머니와 어머니의 사랑 가득한 정성으로 고아낸 명품 곰탕



바우네 70년 전통 나주곰탕

어머니의 손을 꼭 잡고 가던 시골장터에서
하루의 피로를 풀며 먹던 정겨운 음식 곰탕!
전국 방방곡곡 장터에서 유래한 곰탕은 지역별로 그 맛의 특징을 달리하지만,
서민들의 귀한 음식으로 자리매김하였습니다.
오랜시간 정성과 사랑으로 완성되는 웰빙과 슬로우-푸드의 대명사
곰탕이 바우네를 거쳐서 국민 대중 건강식으로 거듭 자리 잡았습니다.

주식회사 **GF**포유

서울시 광진구 아차산로 415, 401호
www.najoo.kr / 대표전화 02-2203-2040

2020 FRANCHISEE SUCCESS CONFERENCE

프랜차이즈 가맹점 성공 컨퍼런스

행사 주최 및 주관

주 최 / 주 관 : 프랜차이즈산업연구원, 프랜차이즈월드
후 원 : 한국프랜차이즈산업협회

행사 기간 및 장소

기 간 : 2019년 12월 04일 (수)
장 소 : 충무아트센터 컨벤션홀

최우수 가맹점 선정패 수여식

가맹점 운영 및 관리, 가맹본부와의 생산적 관계, 가맹점 마케팅, 가맹점사업자 리더십,
가맹점 서비스품질 부분의 최우수 가맹점 선정과 사례연구
2019년 올해의 최우수 가맹점사업자에게 선정패 수여

2020년 프랜차이즈 기업의 경영전략 세미나

미중 무역전쟁, 한일 관계악화, 글로벌 경기침체 우려 등 대외 여건의 불확실성 증가와 민간투자 부진,
소비심리 위축 등으로 2020년 한국경제는 여전히 어두운 전망 속에서 예비창업자의 창업성공과
프랜차이즈기업들의 생존을 넘어 새로운 도약을 위한 자료와 정보 및 방안 제시.

프랜차이즈 산업 분석 및 정책 연구 보고서 발간

예비창업자, 창업시장, 프랜차이즈산업, 온라인마케팅, 소비자 관련하여
프랜차이즈산업연구원이 자체적으로 조사 및 연구한 결과 등이 기재된 보고서

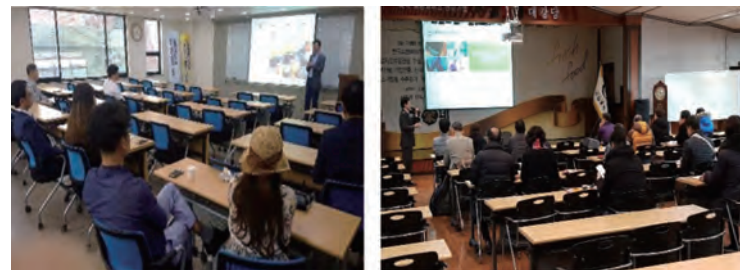
가맹점 창업 콘서트

천안 지역 가맹점 창업 성공콘서트 (2018년 6월 23일)



업종별 창업 성공전략 세미나

돈가스 전문점의 창업 성공전략 세미나(2019년 6월 8일)



창업박람회 세미나

제50회 프랜차이즈창업박람회 COEX(2019년 1.03~05)



가맹점 창업 스쿨

이화수 정은수 대표와의 CEO토크쇼(2018년 7월 26일)



지역별 프랜차이즈 맛집 프로젝트에 참여할 가맹사업본부를 모집합니다

1. 신규 오픈 매장에 대한 효과적인 홍보는 무엇일까?
2. 신규 브랜드 런칭을 알릴 수 있는 가장 효과적인 방법은?
3. 저조한 가맹점의 매출 확대 방안은?

한국프랜차이즈산업신문과 프랜차이즈월드가 추천하는 지역별 외식맛집
“외식맛집” 유튜브, 네이버TV, 카카오TV 채널 등록 및 영상마케팅 진행 (포털 키워드 노출 및 타겟 홍보)

영상촬영

영상편집

홍보

가맹점 매출증가는 가맹문의 증가로!

문의. 02-556-7889

넌 가봤니? 천 국내 국가식품산업단지

식품기업 CEO라면,
지속가능 식품비즈니스를 위한 최적의 플랫폼
국가식품클러스터를 꼭 와 보셔야 합니다.



분양문의 1688-8782

국가식품 클러스터 분양조건 및 투자혜택

국가식품클러스터 분양 기본조건

- ➔ (분양가격) 평당 50만원, (ex 5억원(1,000평 분양))
- ➔ 납부조건은 계약금 10%, 중도금 및 잔금 5년 분할 납부(무이자) * 토지대금 일시납 또는 선납하는 경우, 선납할인(연 2.5%) 추가혜택
- ➔ 토지대금 20~30% 이상 납부시 70~80% 담보대출 가능
- ➔ 분양 및 입주 Total 컨설팅 지원(1:1 컨설팅)
 - 사업계획서 작성, 자금대출 및 보증서 발급, 환율 및 이자 우대, 통역, 회의실 서비스 등

기술지원 및 경영지원 프로그램 *계약체결일부터 지원 가능

- ➔ 기술지원을 위한 8개의 분야별 지원센터로부터 시설·장비·전문가 활용(자부담 20%~40%)

센터명	주요 지원 내용
기능성평가지원센터	식품 기능성 원료 효능평가(세포, 동물)
식품품질안전센터	중금속, 잔류농약 등 분석 및 관능평가, HACCP인증컨설팅
식품패키징센터	식품 포장용기 설계 및 유통 효율성 분석
파일럿플랜트	시제품 생산(분말, 액상, 캡슐, 음료 등) 및 임가공(레토르트, 동결건조, 발효 등)
기능성식품제형센터	기능성 식품의 최적 제형 개발 및 설계
원료공급센터	원료종개 및 저장(냉장, 냉동 등) 지원
소스산업화센터	소스제품 개발 지원
HMR혁신연구센터	살균, 냉·해동, 포장 기술 지원

입주기업 경영 지원 프로그램

사업명	주요 지원 내용
물류마케팅지원	물류 마케팅 지원(물류 시스템 구축, 바이어발굴, 검역 통관 등)
인력수급지원	취업인턴 인건비(10명) 지원(1백만원/1인×6개월, 50% 정규직 채용 조건) + 고용노동부 일일학습병행제 연계지원(4년/기업당)
판로개척지원	TV홈쇼핑 입점(33백만원/기업당), 해외마케팅, 전시판매 지원 등
경영관리지원	비즈니스 상담소(노무, 건축, 기술 환경, 인허가 등), 체험프로그램 운영지원

재정 및 세제 혜택

유형	지방투자촉진보조금 (국고+지방비)	투자보조금 (지방비)	조세감면	
			법인세	지방세
수도권기업이전	토지투자 40%이내 설비투자 24%이내	10억원 초과금액의 10%(전북도) +(익산시) 5%이내	5년 면제+ 2년 50%감면	취득세(1회)+ 재산세(5년간) 75%감면
신설·증설	설비투자 24%이내		x	
투자인센티브	고용보조금, 교육훈련보조금 근로장려보조금 등 다수			

참고사항(향후 여건변화 예상)

- ➔ 조세특례제한법 개정 추진중(법인세 3년면제, 2년 50% 감면)
- ➔ 규제자유특구지정 추진중(재정지원, 세제감면, 부담금감면, 사업추진시 실증특례·임시허가 등)
- ➔ 평택항 ~ 익산간 고속도로 노선 개발 계획 발표(기획재정부)

음식물 처리비용
반으로 확!
줄여드립니다!

국내 최고의 업체들과 함께하는 주)크리니트
8년 연속 매일경제 선정 100대 프랜차이즈

친환경
음식물
처리기

음식물 쓰레기와 처리비용
하수관 관리까지 고민 많으셨죠?

10년의 노하우로
업소를 위한 최적의 솔루션 팡스맨
롯데렌탈과 함께합니다!

 LOTTE rental

팡스맨 음식물 처리기는

일정한 시스템 내에 수분을 조절하는 수분사기와 유기물을 분해하는 전용
미생물을 넣어 음식물 쓰레기를 발효, 소멸 후(미생물 자체 배양 지속)물과
이산화탄소로 분해 잔류물이 발생하지 않아 별도로 꺼낼 필요가 없습니다.

국내 최고의 기술력으로 환경성, 경제성,
편리성을 갖춘 최고의 제품



모델명	1달 기준 처리비용 (Kg당 150~200 기준)	월관리비용	개 월	비 고
WD-100	600,000 ~ 900,000	360,000	48	800×720×1050
WD-150	1,000,000 ~ 1,500,000	460,000	48	1000×720×1050
WD-200	1,500,000 ~ 2,500,000	580,000	48	1300×720×1050
DH-50L	300,000 ~ 500,000	173,800	24	보증금 77만원

업소용 3개월마다!
주기적인 관리!

3개월마다 담당자가 직접 방문하여 약품교체및
시스템을 점검하여 드리며, 음식물처리 및 하수관
이 막힐시 무료 긴급출동 AS관리해 드립니다.

팡스맨
Pang's man

렌탈문의 1644-0117

www.pangsmen.com
www.ikfarental.com

GEOSUNG CHICKEN

거성치킨

거성!
치킨을 인도하다



거성치킨 대한민국 최저가
창업지원 이벤트!(홀+배달)

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

▶ 총 창업비용 : 3,450만원

거성치킨의
차별화된 경쟁력!

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

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

이수푸드빌

가맹점문의

02-586-2994

2020학년도 전기 신입생 모집

프랜차이즈산업의 리더 세종대학교 프랜차이즈 MBA에서 프랜차이즈산업의 미래를 만들어 나갈 창의적인 인재를 모집합니다!!

세종대학교 경영전문대학원은 21세기 사회에 필요한 글로벌 경영지식 및 창조적 리더십을 갖춘 맞춤형 인재의 육성을 목표로 하고 있습니다. 2007년 국내 대학 네 번째로 세계경영대학협회(AACSB)의 경영학 인증을 획득하고 현재까지 두 번의 재인증을 받는 등 국내외적으로 그 입지를 더욱 굳혀가고 있는 명문 대학원입니다.

◆ **프랜차이즈 경영학석사과정(Franchise MBA : FC MBA)**은 국내 최초의 프랜차이즈 경영학 석사과정으로 실무와 이론을 겸비한 수많은 전문 인력을 배출하고 있는 프랜차이즈산업에 특화된 과정입니다. 프랜차이즈산업의 혁신과 상생을 통한 프랜차이즈산업 선진화를 목적으로 합니다.

한국프랜차이즈산업협회 회원사 임직원으로 협회의 추천서를 제출한 자는 전체학기 수업료의 30% 장학혜택 부여 (단, 학기 중의 경우 평점 3.5 이상인 자)

차수	원서접수	서류제출기간	전형일시
1차	2019.10.21(월) ~ 10.28(월) 오후 5시까지	2019.10.21(월) ~ 10.29(화) 오후 5시까지	2019.11.6.(수) 오후 6시 30분
2차	2019.11.25(월) ~ 12.2(월) 오후 5시까지	2019.11.27 (월) ~ 12.3(화) 오후 5시까지	2019.12.11(수) 오후 6시 30분
3차	2020.1.6(월) ~ 1.13(월) 오후 5시까지	2020.1.6(월) ~ 1.14(화) 오후 5시까지	2020.1.22(수) 오후 6시 30분

• 경영전문대학원 프로그램 세부 내용은 세종대학교 경영전문대학원 홈페이지를 참조바랍니다.
(<http://graduatebusiness.sejong.ac.kr>)

<문의> 경영전문대학원 교학과

- 전화 3408-4478, 4479, 4480 / 이메일 ssmba@sejong.ac.kr
- 이성훈 주임교수 02-3408-4198 / 010-8424-5074 / fchub@sejong.ac.kr



세종대학교 경영전문대학원

김밥은
김가네



김가네

가맹문의 1588-7187



용호 낙지의 경쟁력

검증된 메뉴 “낙곱새”,
“용호전골” 두가지면 충분합니다.



‘낙곱새의 원조’ 창업시장에 새롭게 떠오르는 강자 “용호낙지”는



1. 입점 지역 음식점 중 **매출1위**



2. **60년** 전통의 맛으로 승부



3. 주방 조리시스템의 **단순화**



4. 오랜 연구의 결실 **비법 양념**

각종 매스컴에서 극찬한 “용호낙지”



'용호낙지'는 창업을 시작하는 사람들에게 부산에서 오랫동안 인정받아온 맛 노하우 그대로를 전수하기 때문에 별다른 기술 없이도 시도해 볼 수 있습니다.

또한 특수상권창업을 고려하는 창업자는 '용호낙지'의 운영시스템과 메뉴에 대한 맛이 검증되어 있어 신규창업에 최적화 되어 있습니다.

가맹문의
02-863-4578



사월에 보리밥과 **쭈꾸미**



사월에 쭈꾸미 한상

고수의 한식을 즐기다!

누가 이런 생각을 했을까요?

매콤한 쭈꾸미볶음에 꿀피자와 물냉면까지 환상궁합으로 즐길 생각.

오직 '사월'에서만 맛볼 수 있는 3색 요리 한식.

20년 한식고수의 특별한 노하우를 담았습니다.

- 3색 요리 초가성비 메뉴경쟁력 ■ 풀잎채 20년 한식 고수의 맛 ■ 전국 15개 대형몰서 검증된 창업성공아이템
- 고수의 명콤비, 보리밥과 쭈꾸미의 만남 ■ 자체 물류센터 안정된 식자재 공급 ■ 본사 신메뉴 개발 및 교육 지원



성공
문의

070-4640-0973

www.sawole.com



사장님, 웃게 해드릴게요! 사장님 안심경영팩

매장운영에 꼭 필요한 서비스만 골라 연 12만원에!

카드매출조회

나도 모르게 비는 카드매출 꼼꼼 체크

매장위치홍보

신청 한 번이면 20여개 지도서비스에
우리 매장 등록

출퇴근 관리

직원 출퇴근관리는 물론 근무스케줄,
급여계산도 쉽게

알바구인 회원특전

국내 Top 구인 사이트 내 유료 구인이 무료

네이버, 11번가에서

'사장님 안심경영팩'을 검색하세요!

성공하는 소상공인을 위한 맞춤 인터넷 요금제 성공Dream 플러스



우리 매장에 꼭 필요한
인터넷과 WiFi는 기본!



소상공인 고객님만을 위한
특별한 혜택까지!



전화, B tv, 보안 상품 등
원하는 상품만 실속있게!



인터넷 1회선에
최대 10대 기기를 동시에!

월 5,500원을 추가하면 인터넷 1회선에
최대 10대 기기를 연결할 수 있어요.
※ 부가세 포함



지역번호와 070번호 중
원하는 번호를 내 맘대로!

스팸 오해는 이제 그만! 지역번호와 070번호 중
원하는 번호를 선택할 수 있어요.



네이버 블로그에 매장 홍보를 무료로!

10개의 네이버 블로그에 매장 홍보 글을
무료로 올려 드려요.



매장 관리 서비스를 1년간 무료로!

직원/알바 구인부터 매장 위치 홍보, 카드 매출 조회,
직원 출퇴근 관리까지 한 번에 해결하세요.

THE LETTER FROM PRESIDENT

021 박기영 협회장 인사말

COVER STORY

022 제7대 한국프랜차이즈산업협회장에
정현식 해마로푸드서비스(주) 회장 선출

024 당정, 가맹점주 경영개선 10대 종합대책 발표

028 공정위, 가맹사업법 시행령 개정안 입법예고

SPECIAL REPORT

030 한국프랜차이즈協, 김영준 서울지방 국제청장과
현장방문 간담회 개최034 "프랜차이즈 창업의 등용문"...
10.3~5 <2019 제47회 IFS 프랜차이즈서울>040 가맹사업 규제 미국의 두 배...
내실 있는 성장 막아042 한국프랜차이즈協, 한국 대표로
'2019 WFC · APFC 정기 총회' 참가044 한국프랜차이즈協,
대만 국제 프랜차이즈 박람회 한국관 참가 성료046 한국프랜차이즈協, 'K-프랜차이즈' 전용관 조성 등
미안마 진출 확대 MOU

048 야당 의원, 차액가맹금 공개 문제 집중 추궁

050 2019 코리아세일페스타, 프랜차이즈와 함께
더욱 풍성하게 즐기세요052 2019 한국프랜차이즈산업협회장배
자선 나눔 골프대회 성황리에 마쳐054 한국프랜차이즈協, 제품 · 설비 비용 부담 낮춘
개방형 렌탈물 '그랜드 오픈'055 "가맹점 안정적 창업 환경 조성"...
'프랜차이즈 가맹점 안심폐업보험'055 한국프랜차이즈協-(주)허그맘허그인,
회원사 EAP 심리상담프로그램 지원

058

ORGAN NEWS

056 공정거래조정원,
'가맹사업거래 분쟁 예방 체크리스트' 발간 외

PEOPLE & COMPANY

058 (주)커피에반하다 임은성 대표
- 첫눈에 반했고 끝맛에 더 반했습니다062 (주)바스틀리코리아 안진경 대표
- 밀집에서 온 부드러움과 강함066 (주)클라우스오투 송창재 대표
- 지금까지 이런 세척 서비스는 없었다

022

034



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.

GYMBOREE 



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

상담문의 : 02-6714-2220

Franchise
WORLD

2019 NOVEMBER Vol.43

C O N T E N T S

BRAND HIGHLIGHT

070 한국집보리, 김가네, 크린토피아, 맘스터치, 돈까스클럽, 원앤원, 돈치킨, 본아이오프, SPC그룹, 뽕뜨락피자, 죽이야기, 투썸플레이스, 바른치킨, 피자마루, 아리따움, 네네치킨, 밀겨울, 암샘김밥, 쿠푸쿠푸, 티바두마리치킨, 꼬지사까, 디딤, KGC인삼공사, 아딸, 교촌치킨, (주)아로마무역, (주)금탑에프앤비, 죠스떡볶이, 지호한방삼계탕, 하남돼지집, 못된고양이, 토프레스

COLUMN

080 트렌드(이경희 소장) _ 강소 프랜차이즈 창업 스타브랜드를 키워야 한다
082 노무(이금구 노무사) _ 고용보험법 개정
084 세무(노정민 세무사) _ 기업승계 증여세 과세특례
086 마케팅(김주리 소장) _ 매력(魅力)이 있는 서비스가 알파 고객을 만든다

092



GUIDE POST

088 노승욱 특임기자 _ 대만풍의 발원지 타이베이를 가다

092 유상목 교수 _ 미안마(버마)의 프랜차이즈 사업

HOT ISSUE

094 국세청, 주류 리베이트 고시 재행정 예고 외

ASSOCIATION NEWS

098 협회소식

102 지회소식

104 신규 회원 / 교육 일정

106 협회 및 협회장 동정

086



070



한국프랜차이즈산업협회장
박 기 영

“ 기본과 원칙으로 돌아가 강화되는 규제 환경에
선제적인 대응 필요한 시점 ”

존경하는 한국프랜차이즈산업협회 회원 여러분 안녕하십니까. 최근 조성욱 신임 공정위원장이 취임 첫 정책으로 '가맹점주 경영여건 개선 종합대책'을 발표했습니다. 마치 2년여 전 신임 공정위원장의 취임과 동시에 우리 업계에 큰 파도가 몰아쳤던 상황과 유사한 행보입니다. 바로 종합대책 중 하나인 '즉시해지 사유 축소를 위한 가맹사업법 시행령 개정안'이 입법 예고에 들어간 것처럼 종합적으로 여러 상황들을 감안하면 우리 업계의 규제 환경은 앞으로도 당분간 더욱 강화될 것으로 생각됩니다.

그간 협회는 업계가 겪고 있는 위기를 극복할 수 있는 출구전략을 세우고 규제 환경의 개선과 중장기적 진흥 방안 마련을 도모하기 위해 총력을 기울여 왔습니다. 정부 부처와 학계, 업계 등과 가맹사업진흥법 개정, 상생 협력 지원책 촉구, 미투 창업 피해 방지 등을 위한 진흥책 마련을 위해서도 적극 나섰습니다. 특히 필리핀, 중국, 인도네시아, 대만, 미얀마 등 해외 진출을 적극 지원하면서 업계의 새로운 성장동력을 발굴하고 국가 경제에 기여하기 위해 어느 때보다 많은 활동을 전개하기도 했습니다.

특히 무엇보다도 최근 수 년여 동안 규제 정책이 집중적으로 강화되면서 협회가 주력했던 부분은 정책 논의 과정에서의 업계 권익 보호였습니다. 영업비밀 공개를 골자로 하는 가맹사업법 시행령에 업계 역사상 처음으로 헌법소원을 제기하는 등 적극적으로 업계의 입장을 대변하여 규제 완화와 경영 환경 개선을 도모했습니다. 주류 리베이트 고시에 강력히 반대하며 수정을 이끌어 내는 큰 성과를 거두기도 한 바 있습니다. 그 외 셀 수 없이 많은 정책 논의 과정에서 업계의 목소리를 대변해 왔습니다.

다만 이제는 시대적 흐름에 맞춰 우리가 선제적으로 대응하는 것이 필요한 시점이기도 합니다. 우리 업계가 큰 틀에서 시스템을 선진화하고 기존의 관행을 개선하며 윤리 경영과 상생 경영을 위해 노력해 나간다면, 오히려 지금의 위기가 우리 산업의 재도약을 가져올 좋은 기회이기도 합니다.

존경하는 프랜차이즈 산업인 여러분, 저는 취임 당시인 3년여 전부터 'Back to the Basics'를 외쳐 왔습니다. 프랜차이즈의 기본은 가맹 본부와 가맹점의 상생과 동반성장을 위한 시스템입니다. 어려울수록 이를 명심하고 기본과 원칙에 충실한다면, 우리 산업이 더욱 많은 일자리 창출과 서민 경제 안정화로 국가경제에 더 기여하고 국민들의 사랑을 받는 국민 산업으로 거듭날 것입니다.

〈후한서(後漢書)〉의 경엄전에는 유지경성(有志竟成)이라는 말이 있습니다. 후한(後漢)을 세우기 전의 광무제 휘하에 있던 장수가 어려운 전황에도 굳은 의지로 승리한 것에서 나온 고사성어로, “뜻이 있는 자는 마침내 성공한다”는 뜻입니다. 숱한 위기에 놓인 우리 프랜차이즈 산업인들이 '유지경성'의 자세로 미래를 향한 희망과 의지를 굳건히 하고 앞으로 나아간다면 반드시 더욱 밝은 앞날이 찾아오지 않을까 합니다. 그 때까지 산업인 여러분들께서 하나로 똘똘 뭉쳐 따뜻한 성원을 보내 주시기를 부탁드립니다.



프랜차이즈월드 제 43호 / 2019년 11월호

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



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

PUBLISHER	
회장	박기영 Park, Ki Young
발행·편집인	이진창 Lee, Jin Chang
협회/대외협력실장	박호진 Park, Ho Jin
EDITORIAL DEPT	
국장	신일영 Shin, IL Young
부장	이 호 Lee, Ho
차장	김지영 Kim, Ji Yeong
기자	김은영 Kim, Eun Young
특임 기자	정종인 Cheong, Chong In
	이상규 Lee, Sang Kyu
	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	정다미 Jung, Da Mee
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	최인용 Choi, In Yong
세무사	노정민 No, Jeong Min
노무사	이금구 Lee, Keum Goo
한국창업전략연구소장	이경희 Lee, Gyeong Hee
CONSULTATIVE COMMITTEE	
편집주간	김영인 Kim, Young In
수석편집위원	안현진 Ahn, Hyun Jin
편집위원	이근정 Lee, Keun Jeong
	김용순 Kim, Yong Soon



자연 발효 도우로
갓 구워낸



화덕 샌드위치 & 샴 피자

세상에 없던 화덕샌드위치

화덕에서 갓 구운 수제 도우 속에 신선한 토핑을
가득 넣은 이탈리아 화덕 샌드위치를 만나보세요



그릴드치킨 샌드위치



햄에그 샌드위치

맘스터치의
두번째 브랜드

붐바타

- 1 이태리 파스퀴니 화덕에서 갓 구워낸 화덕샌드위치
- 2 천연 효모로 발효시킨 건강한 도우와 신선한 재료
- 3 평범한 샌드위치에서 경험하지 못한 쫄깃한 맛

가맹상담

02-418-0278 www.boombata.co.kr

제7대 한국프랜차이즈산업협회장에 정현식 해마로푸드서비스(주) 회장 선출

사상 첫 경선 통해 125만 프랜차이즈 산업인 수장으로 선출 ...
“힘 있고 강한 협회로 운영할 것”

125만 프랜차이즈 산업인들을 3년간 이끌어 갈
제7대 한국프랜차이즈산업협회장으로 정현식
해마로푸드서비스(주) 회장(60)이 선출됐다.

WRITE 김동하



정현식 당선인이 제7대 협회장으로 당선된 후 당선 소감을 밝히고 있다.

한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영)는 10월 29일 오후 4시 서울 서초동 협회 대회의실에서 대의원총회를 열고 신임 회장 선출 선거를 실시한 결과, 현 협회 수석부회장인 정현식 해마로푸드서비스(주) 회장을 제7대 협회장으로 선출했다고 밝혔다.

이날 선거에는 총 101명 대의원 중 후보자 2인을 제외한 투표권자 99명 중에서 총 95명이 투표했다. 정현식 협회장 당선인은 협회 역사상 처음으로 경

선방식으로 치러진 선거에서 선출돼 2020년 1월부터 3년 임기의 협회장직을 수행한다.

정현식 당선인은 당선 소감에서 “높은 투표율이 말해주듯 회원사들의 협회 발전에 대한 관심과 기대가 높은 만큼 이에 어긋나지 않게 공약을 최대한 지켜나갈 것”이라고 강조하고 “가맹본부는 물론 가맹점사업자에게도 부끄럽지 않도록 한국프랜차이즈산업협회를 이끌어 나가겠다”고 다짐을 덧붙였다.

앞서 정현식 당선인은 <협회 및 산업의 애로사항 해소와 이미지 제고>, <프랜차이즈 산업 발전 촉진과 회원사 이익 증진>, <협회의 회원사 중심 운영과 회원수 확대 및 재정자립> 등을 통해 힘 있고 강한 협회를 만들겠다는 포부를 밝힌 바 있다. 이를 위해 구체적



박기영 협회장이 대의원총회 개회사를 하고 있다.



양진호 (주)엔켓 대표가 투표를 마치고 투표함에 투표용지를 넣고 있다.



이상호 선거관리위원장이 투표에 앞서 진행경과를 보고하고 있다.



총회에 참석한 대의원들이 투표를 위해 투표자 등록을 하고 있다.

으로 ▲산업부, 중기부, 공정위, 식약처 등 주무부처의 정책 지원 발굴 ▲박람회 방식 선진화 및 회원사 비용 절감 ▲회원사 중심의 사무국 운영을 위한 조직 개편 ▲민주적·효율적 운영을 위한 집행부 업종 구성 다변화 ▲사회적 기여 및 소상공인 살리기 프로젝트 추진 ▲유튜브 방송 운영 ▲2020 WFC·APFC 서울 총회 성공적 개최 등 세부 현안들을 추진해 나간다는 계획이다.

한편 정현식 당선인은 1960년생으로 영남대 영문학과, 고려대 MBA 과정을 졸업하고 2004년 해마로푸드서비스를 설립, 2016년 코스닥 상장에 성공했다. 2017년부터 해마로푸드서비스(주) 회장을 역임하고 있으며, 국민 브랜드 마스터치를 비롯, 봄바타, 슈가버블 등을 운영하고 있다.

협회 제6대 수석부회장과 동시에 글로벌위원회 위원장을 맡아 3년여 동안 각종 정책에 대한 프랜차이즈 업계의 목소리를 대변하고 협회 내 화합에 크게 기여해 왔다. 특히 국제 기구 WFC(세계프랜차이즈협회)·APFC(아시아태평양프랜차이즈연맹) 총회에 꾸준히 참석하며 2020년 서울 총회(2020.10.7~11) 유치를 주도하기도 했다.



회의실 내에 마련된 기표소에서 대의원들이 투표를 하고 있다.



선거관리위원들이 밀봉되어 엄격하게 보관된 사전투표용지 봉투를 개봉해 투표함에 넣고 있다.

당정, 가맹점주 경영개선 10대 종합대책 발표 “광고·판촉 사전동의제 시행은 사업하지 말라는 것” 업계 반발

업계, 사안 따라 찬성·유보·반대 입장 보여
“1+1제도 도입은 찬성, 예비창업자 대상 정보제공 확대는 유보”

앞으로 가맹본부는 1개 이상의 직영점을 1년 이상 운영한 경험이 있어야 가맹점을 모집할 수 있으며, 창업희망자에 대한 상권·매출·유동인구 등 정보 제공 항목을 확대하고, 점주가 비용을 부담하는 광고·판촉행사 시 점주의 사전 동의를 받도록 하는 정책을 정부·여당이 추진하고 있다.

WRITE 신일영



더불어민주당 을지로위원회(위원장 박홍근)와 공정위·산업부·중기부 등 3개 정부부처는 지난 9월 23일 국회 의원회관에서 당정협의를 통해 이 같은 내용이 포함된 ‘점주의 경영여건을 개선하기 위한 종합대책’을 발표했다.

당정은 “최근 10년간 브랜드 수는 1276개에서 6052개로 4.7배, 가맹점 수는 10만개에서 24만개로 2.2배 증가하며 산업이 급성장하고 자영업자의 과당경쟁 지속과 온라인으로의 소비 패턴 변화 등 오프라인에 기반한 영세 가맹점주의 어려움이 가중되어 왔다”고 이번 대책을 마련한 배경을 밝히고, “이번 대책은 법령 정비 및 제도 개선을 통해 창업·운영·폐업 전 단계에서 가맹점주를 지원하여 지속가능한 가맹시장을 조성하는데 중점을 두었다”고 설명했다.

업계와 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 당정이 밝힌 이번 대책 중 일부 사안에 대해서는 찬성을, 일부 사안에 대해서는 반대 또는 유보적인 입장을 보이고 있다. 업계와 협회는 ‘1+1제’와 ‘부당한 계약갱신 거절관행 근절’에 대해서는 찬성하는 입장을 보이고 있다. ‘1+1제’는 업계의 해묵은 숙제로 지적되고 있는 미투브랜드의 난립을 막자는 취지다. 검증되지 않은 부실 브랜드를 검증하여 서민 자영업자를 보호하고, 궁극적으로는 프랜차이즈산업 전체의 신뢰도를 더 이상 떨어뜨리지 않아야 한다는 것이다. 또한, ‘부당한 계약갱신 거절관행 근절’에 대해서는 투명한 계약갱신이 업계에 확산된다면 많은 긍정적인 효과가 발생할 것이라는 이유로 찬성하는 입장을 보이고 있다.

반면, ‘광고·판촉비 부담 완화’에 대해서는 반대하는 입장을 분명히 하고 있다. 프랜차이즈산업의 특성상 광고·판촉은 브랜드의 성패를 좌우하는 중요한 마케팅 수단인데, 이를 일률적인 틀에 맞추는 것은 산업의 특성을 무시하는 ‘규제’라는 것이다.

다음은 이번 대책의 주요 내용과 업계 반응을 단계별·사안별로 정리한 것이다.



공정위·산업부·중기부 등 3개 정부부처는 지난 9월 23일 ‘점주의 경영여건을 개선하기 위한 종합대책’을 발표했다.

창업 단계

- 가맹사업 1+1 제도 도입
- 허위·과장 정보제공 고시 마련
- 편의점 근접출점 실태조사
- 예비창업자 대상 정보제공 확대

직영점 운영경험이 있는 본부에 한해 정보공개서 등록을 허용하여, 노하우에 대한 시장검증을 거친 본부가 가맹점을 모집하도록 법 개정을 추진할 방침이다. 이와 함께 허위·과장 정보제공 고시 마련을 통해 계약 시 제공하는 영업활동 지원내용, 창업 후 수익·부담 등에 관한 정보의 신뢰성과 책임성을 제고하고, 예비창업자 대상 정보제공을 확대하여 성공적인 창업 및 경영활동을 지원한다는 방침이다.

역량 부족한 가맹본부 검증 필요...

프랜차이즈산업 전체의 신뢰도 떨어뜨려

협회 한 관계자는 “우리나라는 지난해 브랜드 개수만 6천여 개로 3천여 개인 미국보다 두 배 많다. 이는 프랜차이즈가 가장 활성화된 나라 중 하나라는 것을 뜻하기도 한다”며, “즉, 가맹사업 경쟁률이 가장 치열한 나라이며, 그 주된 이유 중 하나가 진입장벽이 너무 낮기 때문”이라고 설명했다. 가맹점을 모집해서 리드할 역량이 부족한 가맹본부들이 가맹사업을 너무 쉽게 할 수 있다는 지적이다.

이 관계자는 “물론 기업 활동의 자유를 제약하는 것은 자유 시장경제에서 가장 후순위로 고려되어야 할 부분이지만, 프랜차이즈 산업이 25만여 가맹점과 125만의 종사자를 포함하고 있는 서민 경제의 지킴이자 서민 자영업자들의 버팀목 역할을 담당하고 있는 점을 감안하면, 역량이 부족한 가맹본부들을 최소한도로 거르고 검증할 수 있는 진입장벽이 필요하다”고 강조했다.

실제 단기 유행 아이템들을 표방한 미투 브랜드들이 난립한 후 가맹본부의 관리 및 대처역량 부족으로 폐업하는 사례가 최근 업계에서 속출하고 있다. 이는 선량한 자영업자

의 피해뿐 아니라, 프랜차이즈 산업 전체의 신뢰도를 떨어뜨린다는 점에서 업계 전반적으로도 마이너스인 요인임이 분명하다. 이 때문에 김상조 전 공정거래위원장은 올해 3월 협회가 주최한 ‘제45회 프랜차이즈서울’ 박람회장을 찾아 1+1제 도입을 고려하고 있다고 밝히기도 했으며, 협회와 업계가 조속한 국회통과를 촉구하고 있는 이유이기도 하다.

지난 7월 10일과 15일, 박기영 회장은 더불어민주당과 자유한국당이 주최한 중소기업인 간담회에 잇달아 참석해 “사업 경험이 없거나 타 브랜드를 모방할 뿐 경쟁력 있는 사업모델이 없어 결국 가맹점사업자에게 피해를 주는 부실 가맹본부의 난립을 막기 위한 제도 마련이 시급하다”며, “(2+1)같은 방식으로 가맹본부 브랜드 등록요건을 강화해야 한다고 건의한 바 있다.

“영업부진은 가맹본부와 가맹점주의 공동책임인데, 가맹점주 어려움이 가맹본부 책임으로 여겨질 수 있어”

반면, 예비창업자 대상 정보제공 확대에는 유보적인 입장을 보이고 있다. 가맹본부의 추가 부담을 최소화하는 선에서 정보제공을 확대하는 취지에는 공감하지만, 영업부진 시 지원내역을 확대·제공하는 것은 실제 시행 후 영업부진에 따른 가맹



박기영 협회장이 7월 더불어민주당 중소기업인 간담회에 브랜드 등록요건 강화를 건의하기 위해 참석했다. (사진 둘째 줄 우측 다섯 번째)

점주의 어려움이 마치 가맹본부의 책임인 것으로 여겨지게 되는 것이 아닐까 하는 우려 때문이다. 한 가맹본부 관계자는 “영업부진은 가맹본부와 가맹점주의 공동책임일 수도 있고 어느 일방의 책임일 수도 있는데, 지원내역을 필수로 제공하게 되면 이에 따른 줄 세우기 현상이 발생할 것이며, 지원하지 않는 가맹본부가 도태되거나 무리한 지원까지 강요되어 어려움을 가중시키는 출혈 경쟁이 발생할 가능성이 있다”고 지적했다. 이 관계자는 따라서 정보제공 시 이 부분에 대한 보조적인 설명이 반드시 병기되어야 한다고 설명했다.

또한, 규모가 작은 업체에는 인력 부담을 줄 수도 있다는 지적이다. 업계 한 전문가는 “기존 동일브랜드 정보 외 영업지역 내 경쟁 브랜드 가맹점의 분포도를 포함한 예상수익상황 정보를 제공하려면, 경우에 따라서 추가 인원이 필요한 업체가 있을 것”이라고 지적했다.

‘허위·과장 정보제공에 대한 고시 마련’은 지난 7월 19일 행정 예고한 바 있는 안으로, 당시 업계에서는 지나치게 상세한 예시로 오히려 구체적 타당성과 법 적용의 탄력성과 공정성을 저해할 우려가 있다고 지적한 바 있다.

운영 단계

- 가맹금 수취구조 투명화
- 광고·판촉비 부담 완화
- 본부·점주 간 상생문화 확산

차액가맹금에서 로열티로 변화를 유도하여 가맹금 수취구조를 투명화하는 한편 점주 비용부담이 투명하게 드러나도록 한다. 가맹본부가 광고·판촉행사 전에 일정비용 이상 점주의 동의를 얻도록 법을 개정하여, 점주에게 비용을 전가하는 거래관행을 개선한다는 방침이다.

“광고·판촉은 프랜차이즈산업의 중요한 마케팅 수단인데, 일률적인 규제로 효과 떨어뜨려… ‘부익부빈익빈’도 초래”

업계는 ‘광고·판촉비 부담 완화’ 항목에 대해서는 반대 입장을 보이고 있다. 프랜차이즈는 가맹본부와 가맹점이 각자의 역할을 충실히 수행하는 것을 전제로 하는 협력 모델이며, 가맹본부 고유의 역할 중 하나가 바로 광고 및 판촉이기 때문이다. 특히 광고 및 판촉은 마케팅 하나로 브랜드의 성패가 결정되기도 할 만큼, 빠른 결단과 전문가들의 기획·시행 시기 등이 매우 중요하다.

한 업계 전문가는 “이런 이유로 현재 가맹사업법에 사전 동의제가 들어있지 않고, 투명한 사용을 위해 가맹점주의 열람권만을 보장하고 있는 것이다. 또한, 표준계약서 양식에도 광고 50%, 판촉 30% 이상이 반대하지 않는 경우에는 가맹본부가 수행할 수 있도록 되어 있는 것”이라고 설명했다.

가맹본부에서 마케팅 업무를 총괄하고 있는 한 관계자는 “이번 개정안에서 광고 50%와 판촉 70%의 비율로 사전 동의를 구해야만 광고 판촉을 할 수 있도록 정하는 것은 광고 판촉의 효과를 크게 떨어뜨릴 수 있다”고 지적했다. 이 관계자는 “매일 같이 가맹점 운영에 매진하는 생계형 가맹점주들의 경우 일일이 동의 여부를 밝히기 어려우며, 공정위 설명처럼 포스 시스템을 통해 동의를 얻는다고 하더라도 이를 구축하는 데 비용이 발생하기 때문에 여력이 부족한 영세 프랜차이즈는 더욱 도태되는 ‘부익부빈익빈’ 효과를 가져 올 수도 있다”고 경계했다.

뿐만 아니라 “광고·판촉을 할 때마다 본부는 동의를 얻기 위한 자료를 상세히 만들어야 하며, 동의하는 가맹점 숫자가 부족할 경우 인력을 동원해 이를 유선 또는 대면으로 설명하거나 설득하고 의견을 취합하여 반영하는 매우 번거로운 절차와 시간이 소요될 확률이 높다”고 설명한 뒤, “이로 인한 시간과 비용 낭비는 곧 광고 판촉의 여력을 크게 떨어뜨리며, 마찬가지로 부익부 빈익빈 현상을

가중시킬 것으로 예상되는데, 이를 누가 감당할 수 있겠느냐?”고 반문했다.

‘로열티 구조 전환’에 대해서도 가맹본부는 물론, 점주들의 반대도 만만치 않은 것으로 보인다. 로열티 제도로 변화를 시도 중인 한 가맹본부 관계자는 “해외로 진출하는 프랜차이즈의 경우 마스터 프랜차이즈 계약을 통해 로열티를 지급받고 있지만, 국내에서는 아직 로열티 문화가 생소해 점주들의 거부감이 있는 것이 현실”이라고 전했다. 이 관계자는 “대부분의 프랜차이즈들이 차액가맹금을 기반으로 사업을 운영하고 있는 현실을 감안해서, 매출의 일정부분을 로열티로 책정하는 러닝로열티나 연간 일정금액을 납부하는 방식의 정액제 등 다양한 방안을 검토 중”이라고 밝혔다.

폐업 단계

- 매출저조로 중도 폐점 시 위약금 부담완화
- 부당한 계약갱신 거절관행 근절
- 유망업종 전환 및 재기지원

매출저조로 중도폐점 시 위약금 부담을 완화하고, 안정적 계약유지 보장을 위해 시행령 개정을 통해 즉시해지 사유를 축소하고, 부당한 계약갱신 거절 관행을 근절할 수 있도록 장기점포 가이드라인을 확산하는데 중점을 둘 예정이다. 특히 소상공인페업지원 사업의 전담창구 역할을 수행할 재기지원 센터를 설치하고 확산할 계획이다.

업계는 매출저조로 중도 폐점 시 위약금 부담완화에 대해서는 유보적인 입장을, 부당한 계약갱신 거절 관행 근절에 대해서는 찬성하는 분위기다. 협회 관계자는 “지난 5월 국회에서 더불어민주당 및 공정거래위원회가 개최한 장기점포 계약갱신 가이드라인 발표회에 참석하고 또 가맹점주협의회와 확산 업무협약을 맺은 바와 같이, 10년 이상 가맹점의 더욱 투명한 계약갱신이 업계에 확산된다면 많은 긍정적인 효과가 발생할 것으로 생각된다”고 밝혔다.

협회는 지난 2017년 10월 발표한 ‘자정실천안’에서 계약갱신요구권 행사 기간을 10년으로 제한하고 있는 현 가맹사업법이 기간을 폐지하거나 늘리는 방향으로 개정되어야 한다고 밝힌 바 있다. 따라서 공정위가 밝힌 대로 계약갱신 가이드라인이 실제 업체의 계약 갱신 절차에 반영되는 과정에서 지나치게 획일화되거나, 또는 과도한 개입을 지양하고 자율적으로 확산되도록 노력하는 것이 바람직하다는 입장이다.

한편, 정부는 “갑을관계의 구조적 개선에 정책역량을 집중하여, 이번에 마련한 3단계·10개 추진과제(20개 세부 추진과제)가 조속히 달성되도록 할 것”이라고 밝히고, “이를 위해 관계부처 간 긴밀히 협조하고, 가맹본사·점주 및 협회 등 정책수요자와 소통하여 현장의 목소리를 청취할 계획”이라고 설명했다. 또한, “이번 대책을 계기로 건설한 가맹본부를 육성하고 가맹산업과 시장의 구조를 한층 개선하여, 점주가 보다 안정적 영업 환경에서 가맹점을 경영할 수 있게 되기를 기대한다”고 밝혔다. **KFN**



공정위, 가맹사업법 시행령 개정안 입법예고 가맹본부 자의적 해석에 의한 가맹계약 즉시 해지사유 축소·조정

업계,
“가맹계약 해지는 가맹본부에게도
피해… 오용사례 거의 없어

프랜차이즈에 대한 이해 부족에서
기인한 것… 목소리 전달할 것”

WRITE 신일영

공정거래위원회(위원장 조성욱, 이하 공정위)는 지난 10월 1일 ▲가맹점 창업정보의 품질 제고 ▲가맹계약 즉시해지사유 정비 ▲계약갱신 거절의 부당성 판단기준 구체화 ▲매출부진 가맹점 폐점 시 위약금 부담 완화 등을 내용으로 하는 ‘가맹사업법 시행령 개정안’을 입법 예고했다. 지난 9월 23일 발표했던 ‘가맹점주 경영여건 개선대책’의 후속조치 일환으로 입법 예고기간은 11월 11일까지다.

공정위는 이번 개정안에서 가맹본부가 가맹계약 체결 전 정보공개서 등을 통해 제공하는 정보에 평균 가맹점 운영기간, 경쟁브랜드 점포의 수·위치 등 창업 결정에 필수적인 정보를 추가했다. 또한 시정요구 등 절차 없이 가맹계약을 즉시 해지할 수 있는 사유 중 가맹본부의 자의적 해석에 좌우되는 사유를 축소·조정했다.

이와 함께 직영점 설치 목적의 갱신 거절, 특정 점주에 대한 차별적 갱신 거절 등 계약갱신 거절의 부당성 판단기준을 구체화했다. 특히 점주의 책임 없는 사유로 매출부진 시, 일정 요건을 충족하는 경우 영업위약금 부과행위를 부당한 손해배상의무 부과행위 세 부유형에 추가했다.



프랜차이즈 가맹본부들은 이에 대해 즉각 반발하고 나섰다. 현재 시행령에 규정된 즉시해지 가능 사유들은 모두 조속한 즉시해지의 필요성이 인정되어 시행령에 포함되어 있는 것인데, 가맹본부 대상 규제는 갈수록 강화되고 있고, 그런 가운데 얼마 남지 않은 가맹본부의 정당하고 필요한 권한마저 축소되는 것은 바람직하지 않다는 것이 업계 공통 의견이다.

업계 한 관계자는 “극소수의 경우를 제외하면 기본적으로 가맹계약 해지는 곧 가맹본부에게도 적지 않은 타격을 주기 때문에 이 권한을 남용하거나 오용하는 사례는 거의 없다”면서, “최후의 수단으로만 사용하는 것이 즉시해지인데 이마저도 권한을 축소하는 것은 가맹본부 경영에 있어 심각한 사안”이라고 말했다. 이 관계자는 “무엇보다 허위사실 유포로 인한 명성·신용의 훼손, 영업비밀 또는 중요 정보 유출 등 이 두 건의 경우 즉시해지가 아닌 일반해지 절차를 거치고 법원 확정판결 시에만 즉시해지토록 한 것은 프랜차이즈에 대한 이해가 부족한 데서 나온 것”이라고 꼬집었다.

한 컨설턴트는 “프랜차이즈는 가맹본부와 수많은 가맹점들이 거미줄처럼 얽혀서 협력하는 모델이다. 따라서 모든 가맹점은 가맹본부의 방침을 따라서 자신의 역할에 충실해야 하는 것이 기본 전제다”라며, “일부 가맹점이 가맹본부 또는 브랜드에 대한 허위사실을 유포하거나 영업비밀을 공개하는 행위는 가맹본부뿐 아니라 성실하게 생업에 종사하는 선량한 다른 가맹점주들에게도 피해를 끼치는 행위”라고 지적했다.

실제로 최근 논란이 되었고 이 시행령 개정의 계기 중 하나로 여겨지는 모 치킨 프랜차이즈의 경우, 해당 가맹점주는 브랜드의 정체성 자체를 흔들 수 있는 정보를 지속적으로 공개했고, 해당 가맹본부는 적법한 기준과 전문가의 소견을 바탕으로 이를 반박하며 공방을 이어갔다. 이 과정에서 브랜드 신뢰도와 이미지가 크게 악화되었고, 이런 경우 법원의 확정 판결까지 결과를 기다렸다가 해지를 해야 한다면 이 사태에 책임이 없는 다른 가맹점주들은 그동안 매출과 신뢰도 하락을 고스란히 감수해야 한다.

업계 한 법률 전문가는 “허위사실 유포 또는 영업비밀 유출의 경우는 공중에 급박한 위해 발생 우려와 더불어 현재의 즉시해지 사유 중에서도 가장 신속하게 이뤄져야 하는 사안인 이유가 바로 이처럼 다른 가맹점의 피해로 이어지는 사안이기 때문”이라고 설명하며, “따라서 이번 시행령 개정안은 분쟁 당사자인 가맹점주의 권익을 보호하기 위해 다른 가맹점주들의 피해를 도외시키는 결과를 낳을 공산이 크다”고 지적했다.

업계는 현 체제를 유지하여 가맹본부가 뼈를 깎는 아픔을 감수하고 가맹계약을 즉시해지한 뒤 추후 법정에서 가맹본부가 책임져야 할 부분이 있다고 판결이 난다면, 가맹계약을 복구하고 책임부분과 손해 부분을 배상하는 방식으로 나아가야 한다고 보고 있는 분위기다. 또한, 만일의 사태에 대비한 비상적·예외적 성격을 지닌 즉시해지 사유를 일부 사례만 가지고 큰 고민 없이 삭제하는 것은 향후 가맹본부의 가맹점 및 브랜드 관리에 있어서 심각한 위협을 불러일으킬 것으로 전망하고 있다.

협회 관계자는 “회원을 비롯한 업계 관계자들의 의견을 모아 정식으로 의견서를 제출할 예정”이라며, “이에 대해 많은 의견을 협회로 보내주시면 반영이 될 수 있도록 잘 취합하여 공정위에 전달하겠다”고 적극적인 의견 개진을 당부했다.

한편, 공정위는 이번 시행령 개정안이 확정·시행되면 가맹점 창업·운영·폐업 전 과정에서 가맹점주의 경영여건이 개선될 것으로 기대된다고 밝혔다. 우선 ①가맹희망자는 평균 가맹점 운영기간, 매출부진 시 가맹본부의 지원 사항 등을 사전에 확인함으로써 합리적 창업 결정이 가능해지고, 가맹본부의 자의적인 즉시해지 및 가맹점에 대한 부당한 계약갱신 거절 관행이 줄어들게 되어 점주의 안정적 영업환경이 조성되며, 이와 함께 ③가맹본부의 예상매출액 산정에 대한 책임성이 강화되고, 매출부진 가맹점의 중도 폐점 시 위약금 부담이 완화될 것으로 기대된다고 설명했다. **KFN**

가맹사업법 시행령 개정안

가맹점 창업 정보의 품질 제고

- 직전 사업연도 말 기준 평균 가맹점 운영 기간, (가맹본부가 가맹점의 안정적 점포 운영을 위한 지원을 제공하는 경우) 지원 조건 및 금액을 정보공개서 기재사항으로 추가
- 가맹점 영업 지역 내에 소재하는 경쟁 브랜드 가맹점의 수 및 위치를 예상 수익 상황 근거 자료로 추가

가맹 계약 즉시 해지 사유 정비(안15조)

- 추상적이거나 다른 사유와 중복된 즉시 해지 사유 삭제
- 허위 사실 유포로 가맹본부 명성·신용의 훼손, 영업 비밀 또는 중요 정보 유출 사유 삭제
- 행정 처분을 부과 받은 후 시정 기한 내에 시정하지 않은 경우, 공중의 건강이나 안전상 급박한 위해 발생 사유의 삭제

계약 갱신 거절의 부당성 판단 기준 구체화

- 부당한 계약 갱신 거절의 세부 유형을 3가지로 구분하고, 각 유형별 부당성 판단 기준을 구체화
- ① 직영점을 설치할 목적의 갱신 거절
- ② 특정 가맹점주에 대한 차별적인 갱신 거절
- ③ 인테리어 비용 회수 기간 제공 없는 갱신 거절

매출 부진 가맹점 폐점 시 위약금 부담 완화

- 매출이 부진한 가맹점이 중도에 폐점할 때 영업 위약금을 부과하는 행위를 부당한 손해 배상 의무 부과 행위의 세부 유형에 추가

한국프랜차이즈協, 김명준 서울지방 국세청장과 현장방문 간담회 개최

업계 애로사항 해소와 실질적 대안 모색...
“세정 반영 및 관계기관 협의 노력할 것”

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 서울지방국세청과 함께 지난 10월 7일 서울 서초동 협회 대회의실에서 프랜차이즈 업계의 납세 관련 애로사항 해소와 지원방안 마련을 위한 현장 방문 간담회를 개최했다.

WRITE 김동하



10.7 서울 서초동 한국프랜차이즈산업협회 대회의실에서 개최된 서울지방국세청장 간담회



인사말을 하고 있는 김명준 서울지방국세청장

간담회에는 박기영 협회장, 이범돈 수석부회장, 정현식 수석부회장, 이규석 수석부회장, 최성수 부회장, 김성윤 부회장, 김동수 상근부회장, 최인용 이사, 김동수 상근부회장, 임영태 사무총장 등 협회 임원사 및 사무국 임직원들과 김명준 서울지방국세청장, 구상호 징세관, 심욱기 납세자보호담당관, 홍성범 서초세무서장 등 서울청 관계자들 총 30여명이 참석했다.

박기영 협회장은 “우리 프랜차이즈 업계는 중소기업이 92%에 달해 최근 어려운 경제 상황에 대처할 여력이 부족하다”면서 “전국 가맹본부의 38%가 밀집해 있는 서울에서 세제·세정 유연화를 통한 지원책 마련에 힘써 주신다면 업계 전반에 큰 도움이 될 것”이라고 말했다.

김명준 서울청장 또한 “어려운 경제 상황 속에서도 프랜차이즈 산업이 세원 양성과 일자리 창출 등에 기여하는 바가 크다는 점에 공감하며, 세무조사 유예와 납부기한 연장 등 적극적인 세정 지원을 약속드린다”고 화답했다.

이날 간담회는 심욱기 납보담당관과 구상호 징세관의 세정제도 관련 설명에 이어 프랜차이즈 업계의 애로사항과 건의사항에 대해 김명준 서울청장을 비롯한 관계자들이 직접 답변하는 순서로 진행됐다.

박기영 협회장을 비롯한 협회 참석자들은 ▲사후관리 기간 축소 등 가업상속공제 제도 기준 완화 ▲중소기업 특별세액 감면제도 대상 업종 외식업·서비스업 확대



임영태 사무총장이 답변자들의 이해를 돕기 위해 설명하고 있다.

▲주류 증개면허 제도 확대 ▲의제매입세액 공제율 인상·한도 개선 등 프랜차이즈 업계의 납세 관련 애로사항을 전하는 한편, 지원 확대 건의와 지속적인 소통에 노력해 줄 것을 당부했다.

이에 대해 김명준 서울청장은 “현장에서 기업들이 겪는 애로사항을 확인했으며, 건의 중 가능한 부분은 신속히 반영하고 법령개정 사항은 국세청 본청 및 관계기관과 적극 협의하겠다”면서 “앞으로도 지속적인 소통으로 기업인들이 세금문제에 걱정 없이 경영에 전념하도록 최선을 다하겠다”고 약속했다.

다음은 이날 있었던 ‘애로사항 건의 및 답변’의 주요내용을 순서대로 간추려 정리한 것이다.

“접대목적 없는 가맹점 판촉지원을 판매부대비용으로 명시 요청”

건의 가맹본부는 가맹점별 영업현황에 따른 맞춤형 판촉지원을 통해 매출증대 및 상생 을 추구하고자 판촉물품, 판촉행사, 장려금 등을 지원하고 있으나 국세청은 접대비로 과세하려는 경향이 있다. 접대 목적이 없는 가맹점 판촉지원은 판매부대비용에 해당함을 명시적으로 예시해주기를 요청한다.(김만규 상무이사, (주)아모레퍼시픽)

답변 (성실납세지원국 법인납세과)

접대 목적 여부는 명칭 여하와 상관없이 지출경위·양태·규모 등 구체적인 사실관계를 토대로 건전한 사회통념과 상 관행에 비추어 종합적으로 판단할 사항이며, 접대 목적이 없는 상관행상 판매에 직접 관련된 정상적 소요 비용의 경우는 접대비로 보지 않는다.



(주)아모레퍼시픽 김만규 상무이사



윗줄 왼쪽부터 이범돈 협회 수석부회장, 이규석 협회 수석부회장, 정현식 협회 수석부회장, 아랫줄 왼쪽부터 (주)금탑에프앤비 최성수 대표, (주)에쓰와이프랜차이즈 김성윤 대표, 가현세무법인 최인용 대표세무사

특정한 거래·행위 등에 대한 판단에 도움을 드리기 위해 「세법해석에 관한 질의, 「인터넷 서면질의」 제도를 운영하고 있으니 적극 활용하시기 바랍니다.

“업무용 승용차 관련비용 손금불 산입 특례 개선”

건의 업무용 승용차 관련비용은 업무전용자동차 보험 가입 및 운행기록부상 확인되는 업무사용비율만큼 손금으로 인정하고 있으나, 운행기록부 작성이 현실적으로 어렵고 실익도 크지 않다. 따라서 운행기록부는 작성은 폐지하고 관련비용을 총액 2000만원(차량구입비 800만원, 유지비 1200만원)으로 상향해 줄 것을 요청한다.(최인용 대표세무사 가현세무법인)

답변 (성실납세지원국 법인납세과(요약)) 운행기록부 작성을 손금산입 요건으로 두고 있는 것은 업무용승용차의 사적사용을 제한하기 위한 것으로 폐지는 곤란하다. 다만, 중소기업 등의 세무부담을 감안하여 운행기록부를 미작성한 경우에도 일정금액만큼 비용으로 인정하고 있으며, 내년부터는 그 금액도 1500만원으로 상향 조정될 예정이다.

“의제매입세액 공제율 인상 및 공제한도 개선”

건의 의제매입세액 공제 특례기한을 2021년 말까지로 연장했지만, 음식업 공제율은 변동이 없다. 경기위축·최저임금·식재료 가격 및 임차료 인상 등으로 인한 음식업의 경영악화를 감안하여 의제매입세액 공제 특례에 대한 공제율 인상·공제 한도 개선이 필요하다.(이규석 대표, (주)일승식품)

답변 개인 음식점사업자의 공제율과 공제한도 특례 적용기한이 '21.12.31.까지 2년 연장된 바, 추가 공제율 인상과 한도 확대 의견에 대해서는 본청에 건의하겠다.

“기업상속공제 기준·대상 추가 완화”

건의 프랜차이즈 기업의 대부분이 영세·중소기업으로 기업승계 비용을 감당할 여력이 부족하다. 기업상속공제 제도의 사후관리 기간 축소, 신산업 진출 추세를 반영한 업종전환 범위의 전면 폐지와 적용 대상 매출 기준 완화 및 공제 한도 확대 및 폐지가 필요하다.(정현식 회장, 해마로푸드서비스)

답변 조세정책에 관한 사항으로 직접 답변하기는 어려우나, '19년 7월 기획재정부에서 사후관리기간 등 공제요건을 완화하는 개정(안)을 발표하였고 추가로 요구하는 사후관리 기간 축소, 업종 전환 범위 폐지 등은 본청에 건의하겠다.

“프랜차이즈 가맹본부도 주류를 중개·공급할 수 있도록 주류중개면허 확대”

건의 업소용 주류는 가정용 주류와 달리 종합주류도매업협회를 통해서만 공급되는 독점적 주류면허제도의 폐쇄적인 유통구조로 인해 주류가격이 비싸다. 프랜차이즈가맹본부도 편의점 및 체인점과 같이 주류를 중개·공급할 수 있도록 면허확대를 요청한다.(김성윤 대표, (주)에쓰와이프랜차이즈)



10.7 서울 서초동 한국프랜차이즈산업협회 대회의실에서 개최된 서울지방국세청장 간담회 기념촬영

답변 주류중개업면허(나)는 '가정용 주류'만 구입하여 가맹점 등에 중개하도록 되어 있으나, 동 음식프랜차이즈 가맹점은 '유통용 주류'만 구입·판매하도록 규정하고 있어, 현행 고시규정상 면허발급이 불가하다. 주류중개업면허(나) 면허자에게 '유통음식점용' 주류를 취급할 수 있도록 취급 범위를 확대할 경우, 기존에 주류중개업면허(나)의 면허를 발급받은 사업자의 사업범위 확대 및 무면허도매행위를 조장할 우려가 있다. 따라서 프랜차이즈 가맹점주에게 주류를 공급하고 있던 종합주류 도매업자의 반발이 예상되어 공청회 등을 통해 이해당사자간의 소통 및 의견 수렴이 필요하다.

“중소기업 특별세액감면 적용 업종 확대”

건의 프랜차이즈 산업의 업종별 분포는 외식업 75%, 서비스업 19%, 도·소매업 6%로 외식업과 서비스업의 비율이 높은데, 조세특례제한법상 중소기업특별세액공제 적용대상에 배제되어 있다. 외식업과 서비스업을 적용대상에 포함해 줄 것을 요청한다.(이범돈 대표, (주)크린토피아)

답변 음식업과 이·미용업 등을 영위하는 사업자

는 대부분 영세사업자로 최근 내수부진과 최저임금·임대료 인상 등으로 어려움을 겪고 있어 이를 극복하기 위한 세정지원이 필요하다는 의견에 충분히 공감하고 있다. 이를 위해 작년 8월 지역일자·소상공인 세정지원대책을 발표하고, 세무검증 배제, 체납처분유예 등 국세행정 전 분야에 대한 종합적인 세정지원을 적극 추진하고 있다.

“일용직 신고자 인건비 신고 개선”

건의 음식업 특성상 잠시 일하고 그만두는 사람이 많다. 따라서 한 달에 8일 이상 근무자에 대한 국민연금, 건강보험 가입의무는 일용 신고하는데 부담이다. 인건비 신고의 투명성과 매입 및 매출신고의 누락 방지를 위해 일용직 신고 시 국민연금, 건강보험 부과 기준일수의 상향조정이 필요하다.(최성수 대표, (주)금탑에프앤비)

답변 일용근로자의 근무일수에 따른 국민연금 및 건강보험 부과 기준일수 상향조정은 보건복지부 소관이나, 사업자의 애로사항이니 만큼 소관 기관에 전달할 수 있도록 하겠다.

“임원 퇴직 소득 지급 한도 상향 조정”

건의 '19년 세법개정안에서 임원의 퇴직소득 지급한도를 3배수에서 2배수로 축소 개정했다. 퇴직금은 장기간 준비하는 것으로 갑작스런 법의 변경은 임원 근로자의 근로의욕을 저하시키므로 현행 안을 유지하는 것이 필요하다.(김동수 상근부회장, 사무국)

답변 임원의 퇴직소득 분부터 지급 한도가 축소 조정되어 근로의욕을 저하시킨다는 말씀에 공감한다. 퇴직소득금액 한도기준 상향 의견 등을 본청에 전달하는 한편 제도운영 과정상에 나타나는 개선사항이 있다면 적극 건의하겠다. **KFN**

“프랜차이즈 창업의 등용문”... 10.3~5 <2019 제47회 IFS 프랜차이즈서울>

270개 브랜드 490개 부스 국내 최대 규모...

각 업종 대표 브랜드와 대만관 등 해외업체까지 총망라

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하는 국내 최대 규모의 프랜차이즈 창업 박람회 '2019 하반기 제47회 IFS 프랜차이즈 서울'이 서울 삼성동 코엑스 1층 A홀에서 220개사 270개 브랜드 490개 부스의 국내 최대 규모로 10월 3~5일 3일 동안 성대하게 개최됐다.

WRITE 김동하



제47회 프랜차이즈 서울 개막식에 참석한 내외 귀빈들이 테이프 커팅식을 하고 있다.

각 업종 대표 브랜드 총망라... 예비 창업자 폭발적 관심

이번 박람회에는 ▲김가네 ▲붐바타 ▲돈까스클럽 ▲원할머니보쌈 ▲꼬지사캐 · 엘리팝 ▲청담동말자싸롱 ▲채선당 ▲커피베이 ▲국수나무 ▲토프레소 ▲지호한방삼계탕 ▲바우네나주곰탕 ▲브롱스브루어리 ▲가마곰 ▲지지고 마리토스트 ▲밥보다 초밥 ▲귀한족발 ▲맘앤크콜라보 ▲사이공본가 등 외식업에서 ▲침보리 ▲크린토피아 ▲커브스 ▲독고스터디카페 ▲두잇스터디카페 ▲양키캔들 ▲여우향기 등 서비스 · 도소매업까지 국내 대표 브랜드들이 대거 참가했다.

최근 최저임금의 대폭적인 상승, 배달앱 수수료 부담 증대 등으로 인한 비용 부담 증가와 각종 규제 강화, 내수 경기 침체 장기화 등으로 ▲코인빨래방, 스터디카페 등 무인 · 1인

이번 박람회는 협회가 주최하고 코엑스와 리드엑시비전스가 공동 주관하며 산업통상자원부, 공정거래위원회 중소기업부, 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 특허청이 후원했다. 10월 3일 오전 11시 개최된 개막식에는 박기영 한국프랜차이즈산업협회장을 비롯해 이병억 명예회장, 김용만 명예회장, 이규석 수석부회장 등 협회 임원진과 손주범 리드엑시비전스코리아 대표, 강동원 주방유통협회장 등 업계 관계자 총 30여명이 참석해 박람회의 성공적인 개최를 축하했다.



제47회 프랜차이즈서울 박람회장을 찾은 참관객들이 부스를 둘러보고 있다.

창업 모델 ▲배달 전문 최적화로 비용 대비 효과를 극대화하는 소규모 창업 ▲자동 조리 기계, 키오스크 · 스마트오더 등 기존 브랜드들의 자동화 도입 ▲중국, 대만, 동남아 등 해외 음식 브랜드 창업 ▲VR(가상현실) · AR(증강현실) 등 신기술 기반 창업 ▲펫 · 키즈 · 실버 등 소비층 확산에 따른 차세대 업종 등 비용 부담 완화 또는 신(新)시장 선도 창업 모델들이 올해 대거 각광받으면서, 이번 '제47회 프랜차이즈서울'에도 사전부터 예비 창업자들의 관심이 크게 집중된 바 있다.

실제 박람회 기간 동안 박람회장을 찾은 많은 예비 창업자들은 인건비 비용 부담을 절감하기 위한 무인 · 1인 창업, 배달 전문 소규모 창업 자동 조리 기계 또는 키오스크 · 스마트오더 활용 창업 모델들에 큰 관심을 보였다. 또한 VR(가상현실) · AR(증강현실) 등을 활용한 신기술 창업 아이템이나 펫 · 키즈 · 실버 창업 등 떠오르는 신(新)시장 창업 브랜드도 북새통을 이뤘다.

특히 국내에서 폭발적인 관심을 끌고 있는 대만 현



대만 브랜드 10여개가 참여한 대만관에 예비 창업자들이 관심을 보이고 있다.

지 식음료(흑당밀크티, 버블티, 휘귀 등) 10개 브랜드가 대만무역센터(TAITRA)와 협업을 통해 참여한 대만관이 마련돼, 예비 창업자들과 국내 가맹본부 관계자들의 뜨거운 관심이 집중되기도 했다.

협력업체에 전문가 교육까지 원스톱 창업 쇼핑 체제 구축

여기에 이번 '제47회 프랜차이즈서울'은 ▲키오스크 업체 비티원터치(무인결제) ▲포장 용기 업체 팩하우스(용품) ▲초음파 식기세척기 잇츠키친(주방설비) ▲전기집진기 업



10월 4~5일 양일간 박람회와 연계해 개최된 해외진출 상담회 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자

체 (주)와이에이치비 에코(설비) ▲프랜차이즈산업연구원(컨설팅·교육) ▲우리은행 (금융상담) ▲소상공인시장진흥공단(공공기관) ▲외식창업 매칭 및 협회 공식 프랜차이즈 안심폐업보험 더매칭플레이스(컨설팅) 등 유관 업체들을 총망라한 '원스톱 창업 쇼핑' 체제를 구축했다.

아울러 가맹본부-참관객 매칭 서비스 '비즈니스 매칭' 등 편의 프로그램, 센트럴스테이지에서 열린 ▲이호욱 협회 미국 서부지회장 ▲프랜차이즈산업연구원 ▲대만관 업체 대표들 ▲소상공인시장진흥공단 ▲한국지식재산보호원 ▲대한가맹거래사협회 등 정부·업계 전문가들의 무료 강연·설명회로 참관객들의 호평이 이어지기도 했다. 가맹점 설비를 렌탈 형식으로 마련해 비용 부담을 줄이기 위한 ▲한국프랜차이즈산업협회 공식 렌탈물 부스도 크게 눈길을 끌었다.

이틀째인 4일에는 중소벤처기업부 주최 코트라·소상공인시장진흥공단 주관의 해외 바이어 상담회 '글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자 2019'(GFBP 2019)가 연계 개최돼 140여개 국내 기업과 40여개 해외 바이어들이 비즈니스 미팅을 진행했다. 많은 참여 업체 및 바이어들은 해외 진출을 위해 이틀간 심도 깊은 상담을 진행, 국내 유일의 국제 프랜차이즈 박람회에 걸맞는 해외 진출 성과를 다수 창출하기도 했다.

한편, 협회 중앙회 및 부산·울산·경남지회(지회장 신영호·이하 부울경지회)가 주최하고 리드엑시비전스코리아가 주관하는 '제48회 IFS 프랜차이즈부산'은 오는 10월 31일부터 11월 2일까지 3일 동안 부산 대표 전시장인 벡스코(BEXCO) 제1전시장 1홀에서 120개사 250여개 부스 규모로 개최된다. **KFN**

제47회 2019 프랜차이즈 서울

2019. 10. 3 ~ 5 / 코엑스 1층 A홀



제47회 프랜차이즈서울 박람회장엔 입장하기 위해 대기중인 참관객들



제47회 프랜차이즈서울 개회사를 하고 있는 박기영 한국프랜차이즈산업협회장



2019 GFBP 축사를 하고 있는 김동수 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장



제47회 프랜차이즈서울 축사를 하고 있는
대만무역센터(TAITRA) 폴 첸 디렉터



제47회
2019
프랜차이즈
서울

2019. 10. 3 ~ 5 / 코엑스 1층 A홀



대만관에 참여한 대만 디저트 브랜드를 참관객이 체험하고 있다.



제47회 프랜차이즈서울 부스에서 예비 창업자들이 창업 상담을 받고 있다.



가맹사업 규제 미국의 두 배... 내실 있는 성장 막아

프랜차이즈산업 국가경제 기여도 커...
규제보다 지원책 제시해야

프랜차이즈산업의 성장을 위해서는 가맹사업 관련 규제는 합리적인 수준으로 줄이고, 가맹점을 모집하는 브랜드의 자격 조건은 강화해야 한다는 내용의 보고서가 각각 발표돼 업계의 관심을 모으고 있다.

WRITE 신일영

한국경제연구원(KERI)은 최근 현행 가맹사업규제의 합리적 개선을 위해 주요 국가들의 가맹사업 법제를 조사·분석한 ‘한·미 가맹사업법 규제 비교’ 보고서에서 이같이 밝혔다.

이 보고서에 따르면, 우리나라는 미국보다 두 배 많은 규제법을 시행하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 대다수의 국가에서는 ‘가맹사업법’ 자체가 없어 민사적으로 분쟁을 해결하거나 최소한의 규제만을 담고 있다. 독일, 영국, 프랑스의 경우 가맹사업을 규제하는 별도의 법률 자체가 존재하지 않으며, 일본도 가맹사업을 규제하기 위한 법률은 없고 가맹본부와 가맹점간 거래 시 주의해야 할 사항을 정리한 ‘가이드라인’을 시행하고 있을 뿐이다.

다만 가맹사업의 중주국이라고 할 수 있는 미국에서는 오래 전부터 가맹사업법이 운용되고 있는데, 우리나라와 달리 민사적 해결을 기본으로 하며 규제도 과중하지 않다.

가맹사업 단계별 한·미 규제 비교

단계	세부 활동	한국	미국
모집	① 정보공개	○	○
	② 가맹금 예치	○	○
운영	① 불공정거래 금지	○	○
	② 영업지역 보장	○	×
	③ 심야영업 거부권	○	×
	④ 점포개선 규제	○	×
	⑤ 가맹본부 마진 공개	○	×
	⑥ 보복조치 금지	○	○
	⑦ 광고·판촉내역 통보	○	○
	⑧ 사업자단체 협의권	○	×
종료	① 계약해지 제한	○	○
	② 갱신 보장기간	○	×

* 자료 - 한국경제연구원

한국경제연구원 유환익 혁신성장실장은 “9월 현재 국회에 계류된 53개 중 46개의 가맹사업법 개정안이 규제를 강화하는 내용”이라며, “이는 향후 투자 등 적극적 사업 활동을 더욱 위축시킬 우려가 있고, 가맹본부들은 과도한 규제를 겪으면서 글로벌 경쟁력을 확보하는데 어려움을 겪고 있다”고 지적했다.



이승창 교수가 한 세미나에서 주제발표를 하고 있다.

우리나라의 규제가 과도하다는 지적은 업계에서도 자주 제기되어 오던 문제다. 한국항공대학교 이승창 교수(한국프랜차이즈학회 회장)는 본지와와의 인터뷰에서 “우리나라 프랜차이즈는 국가경제에 기여한 바도 크고 앞으로도 기여할 가능성이 높은 산업인데, 진흥책이나 지원책은 전혀 없이(특히 중소기업자를 위한) 규제로 일관하고 있다”고 지적했다. 이 교수는 “개인 사업자나 기업이 사업

초기단계에서 성장을 위해 무리할 수 있지만, 그 과정에서 질책이나 규제보다는 슬기롭게 헤쳐 나갈 수 있는 방법을 제시하는 것이 성장에 도움이 된다”고 설명하며, “이 과정을 왜곡하고 규제로 일관하면 성장을 막고, 산업도 죽이는 행위와 다름없다”고 강조했다.

직영점 운영경험 없는 가맹본부, 가맹점 모집 제한 필요 가맹점주·소비자 피해 키우고 프랜차이즈산업 경쟁력 하락시켜

이와 함께 업계의 또 다른 관심사 중 하나인 ‘1+1’에 대해 언급한 보고서도 관심을 끌고 있다. 한국개발연구원(KD) 이진국연구위원은 최근 ‘가맹업계의 갈등, 상생협력을 위한 방안은’이라는 보고서를 통해 “우리나라 프랜차이즈 중 직영점을 운영하지 않고 가맹점에만 의존하는 브랜드 비율이 전체의 60%에 달하고 있어 시장에서 검증되지 않은 사업상 부담과 위험이 가맹점으로 전이될 가능성이 높은 상황”이라고 지적하고, “직영점 운영 경험이 없는 프랜차이즈 가맹본부가 가맹점을 모집하면, 검증되지 않은 상품 경쟁력과 개선되지 않은 시행착오가 그대로 가맹점에 전가될 수 있다”고 지적했다.

이런 현상은 특히 가맹점의 매출 수준에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 높아 “직영점 없이 가맹점만으로 운영하는 브랜드 비율이 높은 현재 상황은 개선이 필요해 보인다”고 지적했다.

한국항공대학교 이승창 교수는 “모방은 모방으로 그쳐야 하는데, 일부 물지각한 사업자들이 모방한 아이템으로 가맹점을 모집하고 있다”고 지적하며, “이는 결국 브랜드와 아이템 수명을 단축시켜 산업 전체의 경쟁력을 약화시키는 행위”라고 강조했다. **KFN**

한국프랜차이즈協, 한국 대표로 ‘2019 WFC · APFC 정기 총회’ 참가

10.22~24 UAE 아부다비 개최...

한국 프랜차이즈 산업 위상 높이고 해외 교류 활성화 모색

한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영 · 이하 협회)가 2020년 하반기 WFC(세계프랜차이즈협의회) 및 APFC(아시아태평양프랜차이즈연맹) 정기 총회에 우리나라 프랜차이즈 산업을 대표해 참석, ‘K-프랜차이즈’의 위상을 높이고 각국 협회와 교류를 증진했다.

WRITE 김동하



10월 22일 첫 날 2019 하반기 WFC 정기 총회

협회는 지난 10월 22~24일(현지 시각) 아랍에미리트(UAE) 아부다비에서 UAE 프랜차이즈 협회(FAD)가 주최한 ‘2020 하반기 WFC · APFC 정기 총회’에 참석했다.

총 35개국 56여명의 각국 협회 대표단이 참석한 이번 아부다비 WFC · APFC 정기 총회에는 한국 대표로 박호진 협회 대외협력실장이 참석했다. 각국 대표단은 1일차 UAE 국제 프랜차이즈 박람회 참관과 APFC 총회, 2일차 WFC 정기 총회 및 갈라 디너 등의 일정을 소화하며 세계 프랜차이즈 산업의 흐름과 제도의 변화를 공유하고 글로벌 프랜차이즈 산업의 미래 전략을 논의하는 한편 각 협회간의 우호와 협력을 도모했다.

특히 협회는 회원국들의 지속적인 요청에 따라 상반기 WFC 마드리드 총회에서 내년 10.7~11 ‘2020 하반기 WFC · APFC 총회’를 10년 만에 다시 서울로 유치한 데 이어, 이번 총회에서는 내년 서울 총회 홍보 영상 및 프리젠테이션 발표를 진행했다.

협회는 내년 서울 총회를 2020년 하반기 프랜차이즈서울 박람회(20.10.8~10)와 연계해 세계에서 손꼽히는 IT기술의 중심지인 대한민국에서 신기술의 테스트베드로서 무한한 융복합을 거듭하고 있는 우리나라 프랜차이즈 산업의 우수성을 널리 알리고 국내 업체들과 해외와의 성공적인 교류와 글로벌 스탠더드를 마련한다는 비전을 제시하며 회원국들의 뜨거운 호응을 얻었다.

한편 1994년 설립된 WFC는 미국, 영국, 프랑스, 중국, 인도, 멕시코, 호주 등 전세계 48개 국가·지역 프랜차이즈 협회를 회원으로 두고 있으며, APFC는 2005년 설립 후 일본, 중국, 필리핀, 말레이시아, 인도네시아 등 아시아·태평양 지역 15개국을 회원국으로 두고 있다.



협회 박호진 대외협력실장(두번째 줄 왼쪽에서 다섯 번째) 등 2019 하반기 아부다비 총회에 참석한 WFC 회원국 대표단들이 기념촬영을 하고 있다.



각국 협회 대표단들의 네트워킹 행사로 개최된 갈라 디너



박호진 협회 대외협력실장(왼쪽에서 네 번째)을 비롯, 2019 APFC 총회에 참석한 아시아 각국의 회원국 대표들이 기념촬영을 하고 있다.



WFC 총회에서 각 분과별로 진행된 티타임 및 미팅



갈라 디너에 참석한 WFC 회원국 대표단들이 기념 촬영을 하고 있다.

WFC 총회는 연2회 개최되며 APFC 총회는 WFC 총회와 병행해 연1회 개최된다. 협회는 지난 2007년 APFC, 2008년 WFC 정회원으로 가입한 이래 세계 각국에서 개최되는 정기총회에 꾸준히 참석해 왔다. 내년 상반기에는 필리핀 마닐라에서 WFC 총회가 개최될 예정이다. **KFN**

한국프랜차이즈協 대만 국제 프랜차이즈 박람회 한국관 참가 성료

지호한방삼계탕, 암샘김밥, 킹콩부대찌개, 커피베이,
아딸 등 9사와 'K-프랜차이즈' 위상 높여

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 지난 10월 4~7일(현지시각) 개최된 '2019 대만 국제 프랜차이즈 박람회'(2019 Taipei International Chain and Franchise Exhibition · 2019 TICFE)에 참가해 현지 참관객 및 바이어들의 뜨거운 관심을 모으며 큰 성과를 남겼다.

WRITE 김동하



상호 교류 증진을 위한 업무협약을 체결하고 있는 이영채 (주)지호 대표(협회 부회장, 오른쪽)과 Lee Jih-Tung 대만 협회장(왼쪽)

대만프랜차이즈협회(ACFPT) 주최로 지난 10월 4일 대만 타이베이 세계무역센터(TWTC) 1홀에서 개막한 이번 박람회는 20회째를 맞아 1,200개 부스의 아시아 최대 규모로 개최됐다.

협회는 ▲지호한방삼계탕(주)지호 · 대표 이영채) ▲암샘김밥(주)암샘 · 대표 김은광) ▲킹콩부대찌개(주)에스엘에프앤비 · 대표 정순태) ▲커피베이(주)커피베이 · 대표 백진성) ▲피자마루(주)푸드존 · 대표 이영준) ▲아딸(주)아딸 · 대표 이현경) ▲생활맥주(주)데일리비어 · 대표 임상진) 등 국내 유수의 외식 프랜차이즈 업체들을 비롯한 9개사와 함께 각 업체 상담 부스 및 'K-프랜차이즈' 공동 홍보 부스로 한국관을 구성했다.

참가사들은 'K-프랜차이즈'에 대한 현지의 높은 관심을 바탕으로 많은 상담과 수 십여 건의 별도의 바이어 미팅 등 큰 성과를 창출했다. 특히 이영채 지호한방삼계탕 대표, 김은광 암샘김밥 대표, 백진성 커피베이 대표, 이종근 · 노석래 킹콩부대찌개 부사장 등은 박람회에 직접 참여해 현지 상담과 인터뷰 등을 통한 홍보 활동을 벌이기도 했다.

여기에 같은 기간(10.3~5) 서울 코엑스에서 개최된 협회 주최 국내 최대 규모의 (2019 하반기 IFS 제47회 프랜차이즈서울)에도 10여개 대만 현지 브랜드로 구성된 대만관이 폭발적인 관심을 모으는 등 양국 및 양국 협회와 민간기업들 간의 상호 교류사에 큰 의의를 남기기도 했다.



대만국제프랜차이즈박람회 한국관에 참가한 이영채 (주)지호 대표(두번째 줄 오른쪽 끝) 등을 비롯해 대만 협회 및 아시아 각국 참가사들이 기념촬영을 하고 있다.



한국관 (오른쪽부터) 피자마루와 커피베이, 생활맥주 부스들을 현지 참관객들이 둘러보고 있다.



한국관 아딸 부스를 현지 참관객들이 둘러보고 있다.

협회는 지난 7월부터 사전 시장조사, 참가비 지원, 홍보 · 통역 제공, 참가사 현지 간담회 등 준비 과정과 현지 참가 실무 일체를 지원했다. 또한 박람회 기간 동안 현지에서 대만프랜차이즈협회와 상호 교류 증진을 위한 업무협약(MOU)을 체결하는 등 활발한 상호 진출을 다짐하기도 했다. 협회는 지속적인 사후 관리로 참가 업체들이 안정적으로 대만 현지에 정착할 수 있는 기반을 조성해 나간다는 계획이다.

한편, 최근 여행과 다양한 디저트로 매우 친숙한 대만은 맛벌이 문화의 보편화로 외식 프랜차이즈 산업이 크게 발달해 있으며, 우리나라와 민간 차원의 상호 교류가 가장 활발한 나라들 중 하나다. 맘스터치, 신마포갈매기, 네네치킨, 쥬씨, 스트릿쥬러스, 신전떡볶이 등 국내 외식 업체들 21개 브랜드가 60여개 매장(2018 농림축산식품부)을 운영하고 있는 등 해외 진출시 가장 먼저 고려하는 곳 중 하나이자 중화권 국가들에서의 성공까지 가능할 수 있는 교두보로 꼽히고 있다. **KFN**



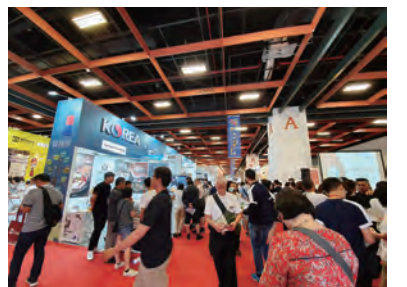
한국관 암샘김밥 부스에서 현지 바이어 상담이 진행되고 있다.



한국관 지호한방삼계탕 부스에서 이영채 대표(가운데 뒤) 등이 상담을 진행하고 있다.



한국관 킹콩부대찌개 부스에서 이종근 부사장(왼쪽 뒤)이 현지 바이어와 미팅을 진행하고 있다.



한국관을 현지 참관객들이 둘러보고 있다.

한국프랜차이즈協, ‘K-프랜차이즈’ 전용관 조성 등 미얀마 진출 확대 MOU

대통령 순방 경제사절단 동행해 쉐타웅 그룹과 ‘K-Floor’ 조성 등 양국 협력 증진 도모

한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영)가 미얀마 최대 쇼핑몰 ‘정선시티(Junction City)’에 1개 층이 우리나라 프랜차이즈 업체들 로만 구성된 전용 공간 ‘K-Floor’를 조성하는 등 미얀마 진출 확대를 적극 도모한다.

WRITE 김동하



한-미얀마 비즈니스 포럼에서 발표를 하고 있는 박기영 한국프랜차이즈산업협회장



포럼 및 만찬에 참여한 문재인 대통령이 연설을 하고 있다.

협회는 문재인 대통령 미얀마 순방 경제사절단의 일환으로 지난 9월 4일(현지 시각) 미얀마 양곤 롯데호텔에서 미얀마 재벌 쉐타웅(Shwe Taung) 그룹의 쉐타웅 부동산 개발(Shwe Taung Real Estate)과 업무협약을 체결하고 ‘K-Floor’ 조성 및 상호 협력 증진을 위해 노력하기로 했다.

체결식에는 한국 측에서 박기영 회장과 이병익 명예회장, 정현식 수석부회장, 이환중 상임부회장, 박의태 상임부회장, 이용재 상임부회장, 최성수 부회장, 남구만 부산산경남지회 수석부회장, 임영태 사무총장 등 협회 임원진과 유명희 산업통상자원부 통상교섭본부장 등이 참석했고, 미얀마 측에서 우 아이 툰(U Aik Tun) 쉐타웅 그룹 회장, 도 미 미 카잉(Daw Mi Mi Khaing) 쉐타웅 부동산 개발 부사장 등이 참석했다.

박기영 회장은 인사말에서 “한국 프랜차이즈 산업은 세계적인 수준으로 성장해 7%의 GDP와 4.5%의 고용을 책임지는 국가 경제의 기반”이라면서 “양국이 미얀마 프랜차이즈 산업의 성장을 위해 적극 협력해 나간다면 미얀마 경제 성장에도 크게 기여할 수 있을 것”이라고 강조했다.

협회는 미얀마 최대 쇼핑몰 정선시티에 1개 층을 한국 프랜차이즈만으로 조성하는 전용 공간 ‘K-Floor’의 구축을 위해 KOTRA 양곤 무역관과 입점 희망 기업을 모집하고 임차료 할인 등을 추진한다. 또한 쉐타웅 그룹과 긴밀한 협력 관계를 구축해 미얀마 현지 시장 최신 정보 제공, 현지 파트너 발굴 등 ‘K-프랜차이즈’의 미얀마 시장 진출을 위한 전방위적 협력을 전개한다는 방침이다.



(왼쪽부터) 박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 유명희 산업통상자원부 통상교섭본부장, 우 아이 툰 쉐타웅 그룹 회장, 도 미 미 카잉 쉐타웅 부동산 개발 부사장



임영태 사무총장이 〈한국-미얀마 비즈니스 파트너십〉투자진출 설명회에서 해외 바이어들을 대상으로 국내 프랜차이즈 산업을 소개하고 있다.

또한 이날 박기영 회장은 문재인 대통령과 우민쉐 미얀마 부통령 등 양국 정상 및 정부 부처와 기업 관계자들 총 2백여명이 참석한 〈한-미얀마 경제협력산업단지 기공식 및 비즈니스 포럼〉에서 우리나라 프랜차이즈 현황과 미얀마의 ‘K-프랜차이즈’ 성공·협력 사례를 소개하고 프랜차이즈 모델을 통한 양국간의 경제 발전의 청사진을 제시했다.

아울러 임영태 사무총장이 〈한국-미얀마 비즈니스



(왼쪽부터) 임영태 협회 사무총장, 정현식 수석부회장, 남구만 부산산경남지회 수석부회장, 최성수 부회장, 박의태 상임부회장, 박기영 협회장, 이용재 상임부회장, 이병익 명예회장, 이환중 상임부회장

스 파트너십) 투자진출 설명회에서 발표를 통해 한국 프랜차이즈 산업의 우수성을 알리고 미얀마 진출을 위한 초석을 닦았으며, 협회 임원진들 또한 체결식 후 쉐타웅 그룹 등 현지 파트너들과 간담회 및 현지 시찰 등을 통해 네트워크 강화와 교류 증진을 모색했다.

한편 인구 5500만여 명의 미얀마는 지난해 신투자법 도입 등 지속적인 시장 개방과 민주화, 중산층의 급속한 성장 등으로 최근 소비 수요가 크게 늘면서 해외 진출이 유망한 신흥 국가로 떠오르고 있다. 현재 피자마루, 롯데리아, 유가네닭갈비, 탐앤탐스, 델리만쥬 등 10여개 국내 브랜드가 44개 가맹점을 운영하고 있으며, 여러 브랜드들이 이미 진출 계약을 체결했거나 검토하는 등 관심이 확대되고 있다. **KFN**

야당 의원, 차액가맹금 공개 문제 집중 추궁

“국회에서 논의 중인데, 시행령 개정·강행한 것은 월권”

잠잠하던 차액가맹금 문제가 지난 10월 7일 국정감사에서 다시 수면위로 떠올랐다. 지난 3월 한국프랜차이즈산업협회가 '가맹사업거래의 공정화에 대한 법률 시행령'에 대해 영업비밀 노출이라고 반박하며, 헌법소원을 제기하고 효력금지 가처분을 신청한 이후 거의 7개월만이다.

WRITE 김은영



자유한국당 김진태 의원이 조성욱 공정위원장을 상대로 차액가맹금 공개정책은 월권이라고 지적하고 있다.

자유한국당 김진태 의원은 지난 10월 7일 열린 공정거래위원회 국정감사장에 '떡볶이'를 들고 등장했다. 차액가맹금 공개 정책을 비판하기 위한 것이다. 김진태 의원은 이날 조성욱 공정거래위원장에게 들고 온 떡볶이를 가리키며 “국대떡볶이 드셔보신 적이 있느냐? 재료가 얼마나 되겠느냐?”는 질문을 던졌고, “공정위에서 이 떡볶이 재료가 몇 가지인지 품목을 모두 공개하라고 한 것을 알고 있느냐?”며 집중적으로 추궁했다.

올 초 공정위가 프랜차이즈 가맹본부에 차액가맹금을 공개하도록 한 가맹사업법 시행령 개정안을 우회적으로 비판한 것이다.

이날 김 의원은 차액가맹금을 공개하도록 한 가맹사업법 시행령 개정안에 대해 “국회에서 가맹사업법을 개정해 원가를 공개할지 말지를 논의 중인데, 공정위가 시행령을 먼저 고쳐 원가와 마진까지 전부 공개하라고 한 것은 명백한 월권”이라고 지적했다.

김 의원은 또한 “이 건은 대한민국에서 기업 활동을 하면서 법이 아닌 시행령으로 원가 공개를 강요하는 유일한 사례”라고 주장했다.

김 의원은 이어 “이 건에 대해 프랜차이즈 사업자들은 헌법소원까지 냈다. 국회에서 논의하는 과정이 필요하니 국회로 넘겨 달라. 그리고 법안이 결정되기 전까지는 시행령 시행을 중지해 달라”고 요청했고, 조성욱 공정위원장은 “검토하도록 하겠다”고 답했다. 자유한국당 김중석 의원도 “가맹점



지난 1월 협회 교육장에서 공정위와 협회가 가맹본부 담당자 및 업계 관계자들을 대상으로 바뀐 시행령에 대해 설명하고 있다.



들이 가맹본부에 가격을 깎으라고 강요하면 가맹본부가 개선이나 노력을 할 요인이 없어지는 것 아니냐”며 비판했다.

차액가맹금 공개 문제는 올 초부터 프랜차이즈 업

계의 최대 화두였다. 그리고 이날 김 의원이 지적한 내용들은 대부분 그동안 업계가 계속해서 지적해왔던 내용이다. 하지만 업계에서는 김 의원의 지적도, 조 위원장의 답변도 이미 늦었다는 반응이 대부분이다. 현재의 판결이 차일피일 미뤄지면서 이미 차액가맹금이 기재된 정보공개서가 대부분 공개된 상황이라서 정치권에서 이 문제를 다시 거론하는 것이 다소 늦은 감이 없지 않다는 것이다.

올해부터 시행된 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(가맹사업법) 시행령 개정안은 가맹본부가 가맹점에 공급하는 품목 가격과 동일 품목이 시중에서 판매되는 가격을 뺀 값인 '차액가맹금'을 의무적으로 정보공개서에 기재하도록 하는 내용을 담고 있다. 이 때문에 경쟁사 관계자가 창업희망을 가장해 차액가맹금 내용을 요구할 경우 영업비밀이 노출된다는 지적이 잇따랐다. 유통마진이 외부에 공개될 경우 해당 기업의 수익구조 추정이 가능하고, 한 번 공개되면 이를 되돌릴 수 없다는 이유로 업계의 반발도 컸다.

프랜차이즈업계 한 관계자는 “3월에 협회가 헌법소원과 함께 가처분 신청을 낸 후, 이제나 저제나 현재의 빠른 판결만을 기대했었는데 결국 이렇게 됐다”며, 현재의 நட장을 공개적으로 비판했다. 이 관계자는 또 “협회가 헌법소원과 가처분신청을 낸 후 업계에서 지속적으로 정치권 등에 업계 상황과 시행령의 부당함을 알려왔지만, 돌아온 것은 없다”며 아쉬워했다.

한편, 분식점 프랜차이즈 업체인 국대떡볶이는 회사 대표인 김상현 대표가 최근 차액가맹금을 의무적으로 공개하는 정부 정책을 비판해 화제가 된 바 있다. **KFN**

2019 코리아세일페스타, 프랜차이즈와 함께 더욱 풍성하게 즐기세요

11.1~22 대한민국 최대 규모 쇼핑행사...

한국프랜차이즈協, 업계와 야외행사 및 다양한 할인행사 진행

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 ‘한국판 블랙 프라이데이’로 거듭나고 있는 대한민국 최대 규모의 쇼핑행사 ‘2019 코리아세일페스타’에서 업계와 함께 야외행사를 개최하고 다양한 특별 할인전을 진행한다.

WRITE 김은영



올해로 4번째를 맞는 코리아세일페스타는 그간 정부 주도 행사라는 한계에서 탈피, 민간 유통업체들이 자율적으로 추진하는 할인 행사로 재편됐다. 이에 따라 민간 협·단체들이 참여하는 코리아세일페스타 추진위원회가 구성됐으며, 박기영 협회장을 비롯해 총 9개 단체가 주도권을 갖고 행사를 진행하게 된다.

가장 큰 변화는 행사 시기로, 기존에 추석 명절과

관광 시즌을 염두에 두고 9~10월 진행되던 것이 올해는 연말 소비 분위기 진작 효과를 누리기 위해 11월로 옮겨졌다. 11월은 미국의 블랙프라이데이(11월 마지막 주 금요일)와 중국의 광군제(11월 11일) 등의 글로벌 쇼핑행사가 진행되는 만큼 더욱 효율적인 행사 진행이 가능할 것으로 전망된다. 온라인 쇼핑의 성장을 감안해 온라인 업계의 참여도 대폭 확대되면서 총 600여개의 유통·제조·서비스 업체가 참여한다.

올해 코리아세일페스타는 소비자가 만족할 만한 할인 혜택에 초점을 맞췄다. 국내 유통구조와 소비 흐름을 반영한 특가·기획 상품을 발굴해 선보인다. 이를 위해 제조·유통·배송·금융 업계 간 협업을 추진한다. 업체별 개별 할인 행사를 발전시켜 할인쿠폰, 적립 포인트, 카드·배송료 할인 등도 확대한다.

행사는 11월 1일 개막에 앞서 10월 31일 쇼핑의 중심지인 명동 거리에서 박기영 협회장을 비롯한 추진위 주요 인사들이 함께 하는 오프닝 거리행사가 개최되며, 행사 기간 동안 전국의 온·오프라인 업체가 공동으로 소비자 참여 이벤트 및 중소기업 공동 판매전 등을 진행할 계획이다.

프랜차이즈 업계 11.9~10 야외행사 등 특별할인전 대거 참여

협회는 지난해 처음으로 코리아세일페스타에 참여해 한강 반포공원에서 7천여명과 함께 야외행사 ‘더 프랜차이즈 데이’를 진행하고 40여개 업체와 행사 기간 특별 할인전을 진행한 바 있다. 올해도 더욱 많은 참여 업체들과 특별 할인전을 진행하고 야외행사도 성대하게 진행한다.



지난해 9월 더프랜차이즈데이 야외행사에서 김용만 추진위원장(협회 명예회장)이 인사말을 하고 있다.

먼저 특별 프로모션으로 평균 10~20%, 최대 60%에 달하는 할인 행사가 던킨도너츠, 배스킨라빈스, 양키캔들, 마카롱택시, 아딸, 덤인, 허그맘허그인심리상담센터, 장수돌침대, 7번가피자, 생활맥주 등 총 50여개 이상의 브랜드(추가 예정)에서 진행된다. 협회 및 추진위는 매장에서 브랜드별 자체 언론홍보와 홈페이지 프로모션 등 다양한 홍보 채널에서 적극 협력할 예정이다.

협회는 또한 11월 9~10일 양일간 ‘코리아세일페스타 중소기업 특별 판매전’을 서울 삼성동 코엑스 동문광장에서 개최한다. 외식과 비외식을 불문하고 프랜차이즈 업체 20여개사가 행사에 참여하며, 9일 오후에는 라디오 공개방송과 병행 개최, 더욱 많은 시민들이 행사장을 찾고 다양한 제품들을 체험할 수 있는 기회를 제공한다. 그밖에 코리아세일페스타 홍보모델 팬사인회, 지난해 뜨거운 반응을 불러 일으켰던 K-pop 커버댄스 경연대회, 셀럽 바자회 플리마켓, 무인 마켓, 인플루언서 라이브 방송, 디지털 캐리커처, 경품이벤트 등 수많은 이벤트들이 개최될 예정이다. **KFN**



지난 8월 박기영 협회장(왼쪽에서 세 번째) 등 코리아세일페스타 추진위원회 참가단체 대표들이 회의 후 기념촬영을 하고 있다.

2019 한국프랜차이즈산업협회장배 자선 나눔 골프대회 성황리에 마쳐

강원도 평창에서 100여명의 임원진 및 회원사 대표들 참석...

이들간 화합 다지고 사회환원 의미 되새겨



박기영 한국프랜차이즈산업협회 회장



이규석 소나회 회장



메달리스트 박봉분 팜애플(주) 대표(오른쪽)



행운상 김상훈 (주)다우이엘 대표(오른쪽)



니어리스트(남) 이성 (주)한음 대표(오른쪽)



니어리스트(여) 김금자 (주)빅토리어스 회장(오른쪽)



롱기스트(남) 김형일 (주)후니에프앤비 대표(왼쪽)



롱기스트(여) 선우중합건설 정선임 회장



한국프랜차이즈산업협회 소나회(소통과 나눔을 함께하는 자선 나눔 골프대회·회장 이규석)가 주최한 '2019 한국프랜차이즈 산업협회장배 자선 나눔 골프대회'가 10월 9~10일 이들 동안 강원도 용평GC와 비치힐GC에서 성대하게 개최됐다.

이번 대회는 자선 기금 마련을 위해 연 1회 협회장배로 개최되는 골프대회다. 박기영 협회장과 이병역 명예회장, 김용만 명예회장, 조동민 명예회장, 이범돈 수석부회장, 이규석 수석부회장, 정현식 수석부회장을 비롯, 기존 소나회 멤버인 협회 임원진 전원이 참석했으며, 올해 신입회원 사들까지 총 100여명이 참석했다.

참석자들은 첫날 용평GC 라운딩을 마치고 저녁 만찬 행사를 통해 소통을 나누고 친목을 다지는 시간을 가졌다. 만찬 행사는 숙소가 마련된 드래곤밸리 호텔 그랜드볼룸에서 영예의 메달리스트 상을 수상한 박의태 상임부회장을 비롯, 첫 날 라운딩 시상식과 다양한 경품 추첨 행사, 초대가수 축하 공연 등으로 진행됐다.

이어 다음날 오전 비치힐GC에서 라운딩을 마치고 이규석 소나회장의 폐회선언을 거쳐 대단원의 막을 내렸다. 협회 및 소나회는 이번 협회장배 골프대회를 통해 조성된 자선기금을 연말 송년회 등을 통해 지역 보육시설에 전달하고 나눔의 의미를 되새긴다는 방침이다. **KFN**



우승 박의태 (주)한음 대표(오른쪽)

한국프랜차이즈協, 제품·설비 비용 부담 낮춘 개방형 렌탈몰 ‘그랜드 오픈’

가맹본부·가맹점 창업·운영 위한 제품·설비 렌탈로 이용…

확장 기념 다양한 혜택 제공

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 삼성전자 등 국내외 메이저 브랜드 제품들을 가맹본부 및 가맹점들의 설비 비용 부담을 낮춘 렌탈몰을 정식으로 오픈, 프랜차이즈 업계의 동반성장을 모색해 나간다.

WRITE 김동하



10월 18일 정식으로 오픈한 한국프랜차이즈산업협회 렌탈몰 초기화면 예시

현장에서 가장 큰 효과를 거둘 수 있는 음식물처리기를 비롯, 고가의 의류관리기, 제빙기, 공기청정기, 시스템 난방기 등 전자기전들 뿐 아니라 고객들을 위한 업소용 와인셀러, 안마의자, 커피머신, 비데, 키오스크, 프로젝터, 반려동물 털 청정기 등 90여종 5백여 가지의 엄선된 제품들을 구비해 만족도를 높이고 이용 고객들에게 다양한 혜택과 이벤트를 제공한다.

한편 협회는 최근 가맹본부·가맹점 경영 환경이 크게 악화되면서 가맹점 창업·운영시 필요한 설비·장비들의 구입·관리 비용의 절감으로 안정적 창업 환경을 구축하고 업계의 동반 성장을 도모하기 위해 지난 4월부터 렌탈몰을 회원사 전용으로 시범운영해 왔다.

렌탈 방식은 ‘소유’의 문화가 ‘공유’의 문화로 바뀌면서 새로운 트렌드를 형성하고 있으며, 비용 부담을 낮추고 A/S와 처분 등 관리 측면에서 수 많은 장점을 지니고 있으며, 올해 초 글로벌 기업 삼성전자와 직접 가맹점 지원 업무협약(MOU)을 체결하는 등 많은 고품질의 제품을 제공하는 데에 주력해 왔다.

누구나 렌탈몰 홈페이지(http://ikfarental.com)으로 접속하거나, 협회 홈페이지(http://www.ikfa.or.kr)에서 팝업 및 배너를 통해 입장한 후 인증과정 없이 바로 이용할 수 있다. 문의는 협회 대외협력실(02-3471-8135~8 내선 1 또는 5)로 하면 된다. 앞으로도 협회는 공유 문화 확산을 통해 가맹점 창업 비용 절감을 도모하고 건전한 가맹사업 문화의 정착과 회원사의 동반성장 문화의 확산을 위해 노력한다는 방침이다.

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

신규 가맹점 창업자의

실패 리스크를 낮추고 가맹본부의

가맹점 안전 창업을 지원



(왼쪽부터) 김철민 더매칭플레이스 대표, 박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 박철 DB손해보험 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 및 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 보험 상품에 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 구축하는 데에 기여하고 있다.

협회는 이를 위해 (주)DB손해보험과 더매칭플레이스 등과 함께 협의를 지속한 끝에 지난 1월 8일 업무협약을 체결했으며, 많은 가맹본부들이 신규 가맹점 오픈시 상품을 이용하고 있다. 문의는 협회 대외협력팀(02-3471-8135~8, 내선 5)으로 하면 된다.

한국프랜차이즈協- (주)허그맘허그인, 회원사 EAP 심리상담 프로그램 지원

산업안전보건법 등에 따른

회원사 법규 대응과 근로자 만족도

및 브랜드 이미지 제고 지원



협회 회원사 대상 심리상담프로그램 제공 MOU를 체결한 박기영 협회장(왼쪽)과 최양구 허그맘허그인 심리상담센터 대표

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 국내 최대 심리상담센터 (주)허그맘허그인(대표 최양구)과 협회 회원사를 대상으로 EAP 심리상담프로그램 업무협약을

체결하고 회원사 복지를 강화하고 있다. EAP(Employee Assistance Program)는 근로자 지원 프로그램으로 지난해 10월 일명 감정노동자 보호법으로 불리는 산업안전보건법 및 동법 시행령 개정안의 시행과 올해 7월 직장 내 괴롭힘 방지법이 시행되면서 기업 및 기관들이 근로자 보호를 위해 적극 도입하고 있는 제도다. 산업안전보건법 제26조의2 및 동법 시행령 제25조의7에 따르면 가맹본부 대표와 가맹점사업자들도 소속 근로자들이 고객의 폭언·폭행 등으로 인한 건강장해 피해를 입거나 입을 우려가 있을 경우 이를 예방 및 보호하기 위해 심리상담 등의 조치를 취해야 할 의무가 있으며, 미이행시 최대 1천만원까지 과태료가 부과될 수 있다. 협회와 허그맘허그인은 이번 업무협약을 통해 협회 회원사에 ▲EAP도입 및 개선에 필요한 컨설팅 ▲심리상담 서비스 비용 할인 ▲부가서비스 무료 지원 등의 혜택을 제공함으로써 소속 근로자 개인의 스트레스 및 문제해결을 돕고 건강한 조직으로 성장할 수 있도록 기반을 조성해 나간다는 방침이다. 문의는 협회 대외협력실(02-3471-8135~8 내선1, 내선5)로 하면 된다.

공정거래조정원, '가맹사업거래 분쟁 예방 체크리스트' 발간

가맹점사업자 · 가맹본부 간 발생 가능한 분쟁으로 인한 피해 예방



가맹점사업자와 가맹본부 사이에서 발생할 수 있는 분쟁으로 인한 피해를 예방하기 위한 「가맹사업거래 분쟁예방 체크리스트 책자」(이하, '체크리스트 책자')가 발간됐다.

한국공정거래조정원(이하 조정원)은 지난 10월 8일 10년 동안 가맹사업거래 분쟁조정 업무를 수행하며 축적한 경험을 바탕으로, '가맹점사업자를 위한 체크리스트'와 '가맹본부를 위한 체크리스트'를 함께 배포한다고 밝혔다.

조정원이 발간 배포한 체크리스트 책자는 '가맹사업거래 분쟁 예방 체크리스트'와 '상세 내용'으로 구성되어 있다. 가맹계약 상담단계부터 가맹계약 종료단계까지의 과정에서 '거래 건전성 및 공정성' 이슈가 발생할 수 있는 여러 항목*이 제시되어 있다.(*가맹점사업자: 12개 항목, 가맹본부: 15개 항목)

또한 '상세 내용'에는 체크리스트 각 항목과 연관된 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률' 조항에 대한 내용이 자세하게 담겨 있다.(*정보공개서제도, 가맹금 예치제도, 가맹점사업자단체 구성 가능 등)

조정원 관계자는 "이 책으로 가맹점사업자와 가맹본부는 각 항목을 확인하며, 자신이 법률적으로 취약한 곳을 빠르게 파악할 수 있고, '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률' 조항의 구체적인 내용과 가맹사업거래 건전성을 위해 마련되어 있는 여러 제도에 대하여 쉽게 이해할 수 있다"라고 밝혔다.

한편, 조정원은 체크리스트 책자 발간을 통해 가맹점사업자와 가맹본부 사이에서 발생할 수 있는 분쟁을 사전 예방함으로써, 최종적으로 가맹점사업자의 경제적 권익 향상에 기여할 것으로 기대하고 있다. 체크리스트 책자는 공정거래위원회 및 관련 협회 등에 배포될 예정이다.

또한, 누구나 쉽게 조정원 누리집(<http://www.kofair.or.kr>) 또는 공정거래위원회 가맹사업거래 누리집(<http://franchise.ftc.go.kr>)에서 내려 받을 수 있다.

유승희 의원, 유통3법 일부 개정안 대표 발의

'부당특약 금지' 신설...

'불공정한 계약사항 효력 무력화' 요건 마련



유통3법에 민법이나 약관법을 적용하지 않고도 공급업자와 대리점 간의 불공정한 부당특약을 무효화도록 하는 법안이 추진된다.

국회 기획재정위원회 소속 더불어민주당 유승희 의원(사진) 등 11명은 이 같은 내용의 가맹점법, 대규모유통업법, 대리점법 등 유통3법 일부 개정안을 지난 9월 16일 발의했다.

유통3법이란 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(가맹사업법)'과 '대규모유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률(대규모유통업법)', '대리점거래의 공정화에 관한 법률(대리점법)'을 말하며, 현행 유통3법에서는 거래상 지위를 이용한 경제적 착취행위를 금지하는 여러 규정을 두고 있지만, 법 위반으로 공정거래위원회의 제재를 받는다고 해도 불공정한 계약사항의 민사적 효력까지 무력화되지는 않는다.

유 의원은 "갑을 관계를 규율하는 법률로는 하도급법과 유통3법(가맹점

법, 대규모유통업법, 대리점법) 등이 있지만, 갑이 을의 이익을 부당하게 침해 · 제한하는 부당한 특약을 금지하는 규정을 두고 있는 법률은 하도급법이 유일하다"며, 법안을 발의하게 된 배경을 설명했다.

유 의원의 설명에 따르면, 현행 유통3법에서는 거래상 지위를 이용한 경제적 착취행위를 금지하는 여러 규정을 두고 있지만, 법 위반으로 공정위 제재를 받는다고 해도 불공정한 계약사항의 민사적 효력까지 무력화되지는 않는다. 따라서 민사적 효력을 무효화하려면, 소송을 통해서 「민법」제104조에 따른 불공정한 법률행위로 인정받거나 약관법을 위배한 불공정한 약관으로 공정위에 신고해야 한다. 그러나 불공정성을 인정받기 위한 요건이 까다롭고 거래상 우월한 지위에 있는 사업자가 입증 증거 대부분을 확보하고 있어 피해를 본 사업자가 많은 시간과 돈을 쓴다 해도 승소하기는 어려운 것이 현실이다. 따라서 약관법을 적용하지 않고도 가맹본부와 가맹사업자 간의 불공정한 부당특약을 무효화할 수 있는 규정을 신설한다는 것이다.

가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안

가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부를 다음과 같이 개정한다.

제11조의2를 다음과 같이 신설한다.

제11조의2(부당한 특약의 금지)

① 계약내용이 당사자 일방에게 현저하게 불공정한 경우로서 가맹본부가 가맹점사업자의 이익을 부당하게 침해하거나 제한하는 계약조건(이하 "부당한 특약"이라 한다)은 무효로 한다.

② 제1항에 따른 부당한 특약에 해당하는 약정은 대통령령으로 정한다.

중기부, 소상공인 · 자영업자를 위한 '통합폐업신고 제도개선' 추진

통합폐업신고 근거규정 마련 및 신고서식 개정을 위한 법령 개정 추진

중소기업 옴부즈만(차관급, 박주봉)은 행정안전부, 국세청 등 관계부처와 함께 「통합폐업신고*(폐업신고 간소화 서비스) 활성화'를 위한 제도 개선을 추진한다고 21일 밝혔다.(*폐업 신고시 세무서와 시·군·구청 중 한 곳만 방문하여 처리(142개 세부업종)



* 자료 : 행정안전부

통합폐업신고는 소상공인 등의 폐업 신고시 세무서(사업자등록 관청)와 시·군·구청(인허가 관청)을 각각 방문해야 하는 불편을 해소하기 위해 도입한 제도이나(근거 : 행안부 예규), 서비스 이용률이 낮고 이와 관련한 소상공인의 애로사항*이 중소기업 옴부즈만에 지속적으로 접수됐다.(*지자체에 대한 폐업 미신고로 인한 과태료 등 부담 발생)

이는 개별 법령상의 통합폐업신고 법적근거 미비와 함께 일부 기관의 관련서식 미 비치 및 제도 안내 미흡 등 행정청의 소극 행정 등에도 원인이 있는 것으로 파악됐다. 이에 따라 중소기업 옴부즈만은 통합폐업신고제도 정착을 위해 법적근거 마련 등이 필요하다고 보고, 행정안전부 및 국세청, 소관부처와의 협의결과 ▲소관부처의 법령 개정(33개 법령) ▲제도 운영 점검과 홍보 ▲폐업정보 공유 등 상호 협업체제 도입 개선을 추진해 나가기로 했다.

박주봉 중소기업 옴부즈만은 "폐업신고 제도개선을 통해 소상공인 등 국민들의 불편이 해소될 것으로 기대된다"며, "앞으로도 중소기업, 소상공인의 애로 해결을 위해 다각적인 노력을 다 하겠다"고 밝혔다.



첫눈에 반했고 끝맛에 더 반했습니다

북쪽으로 자유로를 달리다 파주출판단지를 지나 빠져나오면 파주 문발리 일대가 펼쳐진다. 활기찬 기운이 꿈틀거리는 도로 초입에 들어서자 김이 모락모락 오르는 커피 한 잔의 심벌마크와 함께 정겨운 글자체가 나타난다. <커피에반하다>.

그 글자를 보는 순간 필자의 마음은 반할 준비가 되었다. '반하다'라는 말에 담긴 솔깃하고 정직한 뜻이 싱그럽게 다가오는 것을 느끼며 커피향이 풍기는 건물을 노크한다.

이곳에 훌륭한 커피를 만들어내고 있는 임은성 대표가 있다.

INTERVIEW 이진창 발행인 | WRITE 이근정 편집위원

(주)커피에반하다 

임은성 대표

즐거운 4무(無) 정책

〈커피에반하다〉 본사는 층마다 드넓은 공간감을 품고 있다. 1층 공장에서는 육중한 커피 로스팅 기계가 돌아가고, 2층과 3층에는 직원들의 사무공간이 방을 나누지 않고 펼쳐져 있으며, 4층에는 교육실과 미팅룸이 있다. 큰 창을 낸 미팅룸, 임은성 대표가 커피머신이 있는 주방으로 가더니 손수 커피를 내려 가져온다. 진한 향이 먼저 코에 닿은 후, 뜨겁고 고소하고 깊은 풍미가 입속으로 퍼져나간다. 커피와 함께하는 인터뷰, 임은성 대표와의 만남이다.

맑고 깔끔한 얼굴에 은은한 미소를 띤 임은성 대표는 산뜻하고 경쾌한 음성으로 〈커피에반하다〉의 출발점을 들려주었다.

“2011년 2월이에요. 제가 그전에 커피 프랜차이즈 회사에서 오랫동안 일했는데 퇴사하고 나서 파주시 교하읍에 작은 커피숍을 열었어요. 다섯 평이나 될까 하는 규모였죠. 막다른 길 안쪽에 있어서 보증금도 싸고 월세도 썼는데, 입지뿐만 보면 별 볼 일 없는 자리였어요. 그렇지만 맛 좋은 커피를 저렴한 가격에 대접하자는 생각으로 열심히 했어요.”

2011년 2월에 낸 다섯 평짜리 커피숍은 3월에 2호점으로 몸을 불린다. 이후 8년이 흐르는 동안 〈커피에반하다〉는 힘찬 속도로 성장해왔다. 2019년 9월 현재까지 전국에 모두 835호점이나 된다.

“어떻게 하면 창업을 쉽게 할 수 있을까? 가맹사업을 하면서 제가 가진 생각이 이것입니다. 창업하고 싶어하는 사람은 많은데, 이것 따지고 저것 따지고 하면 돈 들어가는 일이고 어렵단 말이에요? 다른 데서 경비를 줄이고 물류만 잘해서 충분히 운영할 수 있진 않을까? 그런 생각을 하며 가맹사업을 키워왔습니다.”

〈커피에반하다〉의 4무(無)정책은 창업을 고려하는 사람들이 반할 만하다. 가맹비 없음, 보



증금 없음, 로열티 없음, 인테리어 리뉴얼 없음. 부담을 덜어 진입장벽이 낮아진 덕분에 아무 경험도 없는 사람도 〈커피에반하다〉의 문을 두드리곤 한다. 가맹점 중 규모가 작은 곳은 세 평 반(약 11.6제곱미터)짜리도 있다. 33제곱미터 매장을 내는 데 드는 평균비용은 3366만원이라고 공식 소개되어 있다. 비슷한 면적의 동종 기업과 비교하면 눈에 띄게 적은 비용이다.

“가맹점주에게 파격적인 혜택을 더 제공할 것은 없을까 찾다가 인테리어 시공을 무료로 진행했어요. 2017년 9월부터 했는데 모두 335개 매장이 혜택을 보았죠. 금액으로 치면 76억 원이에요.”

임은성 대표의 파격적인 경영방침에 힘입어 〈커피에반하다〉의 입지는 해가 갈수록 눈에 띄게 탄탄해졌다. 소비자 평판지수는 2018년 7월 23위에서 2019년 1월 8위로 급격히 상승했으며, 10대 커피 프랜차이즈 신규 개점률은 2016년과 2017년 연속 1위를 움켜쥐고 있다. 한 달이면 매장 열 개가 새로 문을 여는 추세다. 좌석 열 개가 될까 말까 한 소형 매장이지만 테이크아웃 손님의 발길까지 사로잡으며 세력을 확장하고 있다.

바리스타 마르코의 숨씨

경영체제도 눈길을 끈다. 프랜차이즈 회사인 ‘커피에반하다’ 말고도 네 개 법인을 동시에 운영하고 있다. 커피 벤딩머신 운영관리 업체 ‘에어리코리아’, 커피 로스팅 회사 ‘더 로스팅’, 물류서비스 회사 ‘미식가배’, 그리고 매장 인테리어 설계·시공 회사인 ‘이루어짐’이다. 다섯 개 회사는 독립적으로 운영하면서도 서로 연계해 시너지 효과를 발휘한다.

먼저 커피 벤딩머신 업체 ‘에어리코리아’에 대해 들어보았다.

“가맹점이 미래에 어떻게 발전할지 그게 저의 연구대상이에요. 앞으로는 무인운영이 가능한 쪽으로 바뀔 거예요. 그러면 벤딩머신이 발달할 수밖에 없어요. 기존 제품과 키오스크를 결합한 자동판매기죠. 이 벤딩머신을 이용해서 손님이 원하는 커피를 주문하고 공급받는 형태로 갈 거예요.”

임은성 대표가 내놓은 스마트 벤딩머신에는 ‘마르코’라는 이름이 붙어 있다. 마르코는 스물네 시간 운영하는 〈커피에반하다〉매장에 설치되어 밤늦게 찾아온 손님에게 커피를 대접할뿐더러 다른 성격의 장소와 매장으로도 뻗어나간다. 구청, 경찰서 같은 관공서, 고속도로 휴게소, 서점, 스터디형 카페, 주유소 등이

“탁월한 커피가 있는 작은 집

The small house with the great coffee

”



다. 오피스 빌딩, 백화점, 지하철역사, 대형 교회 등 사람이 많이 모이는 곳이라면 어디서든 ‘마르코’가 품질 좋은 커피를 내놓을 수 있다는 뜻이다.

“우리나라에만 10만 대 설치하는 걸 목표로 하고 있어요. 벤딩머신은 광고를 유치할 수 있어서 그에 따른 수익도 올릴 수 있지요. 국내에 음식점이 60만 개라고 하는데 각 음식점에 제공할 수도 있어요. 손님 니즈는 빅데이터로 쌓이고 이렇게 축적된 것을 다른 비즈니스와 마케팅에도 활용할 수 있지요.”

무료 커피는 이렇게 해서 가능해진다. 지역에 기반을 둔 광고 플랫폼 형태의 스마트폰 앱을 이용해 리워드를 쌓아 마르코가 제공하는 커피를 그 보상으로 마시는 것이다.

탁월한 커피가 있는 대단한 집

본사 일 층에는 생두를 볶아 원두를 만드는 공장 ‘더 로스팅’이 있다. 여기서 월 100톤이라는 거대한 양의 생두가 볶아진다. 로스팅 기계는 120킬로그램짜리와 60킬로그램짜리가 한 기씩 있다. 커피 프랜차이즈사업에서 가장 중요한 핵심은 품질 좋은 원두 관리임은 두말할 것도 없다. 〈커피에반하다〉는 자체 로스팅 설비를 완비하고 커피를 제조하여 균일하고 안정적인 공급라인을 구축했다. 내년부터는 마트와 온라인 쇼핑몰에서도 찾을 수 있을 것이라고 한다.

물류를 다루는 법인 ‘미식가배’의 운영도 괄목

할 만하다. 천 평 규모의 냉장시설은 전국 매장 벤딩머신 ‘마르코’에 들어가는 물자를 빈틈없이 취급한다. 가맹점 중에는 매장 면적이 좁아 물자를 둘 공간이 넉넉지 못한 경우가 있는데 탑차를 이동창고처럼 활용하게 하는 것도 ‘미식가배’의 역할이다. 가맹점주는 매장에 당장 필요한 물건을 빠르면 십 분 안에 공급받을 수 있다.

마지막으로, 인테리어 업체인 ‘이루어짐’은 매장 인테리어 설계에서부터 시공, 감리까지 모든 것을 처리할 수 있다. 월간 스무 개 매장을 시공할 수 있는 역량을 갖췄다.

“제가 직접 인테리어 시공도 해봤기 때문에 모든 것을 파악할 수 있어요. 사회인이 된 후로 대기업을 거쳐 초밥집, 주점, 네일아트용품 영업 등 많은 일을 해봤는데 이게 다 저의 자산이 된 것 같아요.”

임은성 대표가 활짝 웃는다. 임 대표 자신이 영업팀장을 맡아 뿔 뿐만 아니라 창업설명회를 진두지휘하고 가맹점 상담을 직접 한다니 그 철두철미함을 짐작할 만하다.

탁월한 커피가 있는 작은 집 (The small house with the great coffee). 이것은 〈커피에반하다〉가 내세우는 홍보카피다. 이 모토는 조금은 바뀌어도 될 것 같다. ‘탁월한 커피가 있는 대단한 집’으로, 커피 사업에 필요한 모든 것을 빈틈없이 탄탄하게 갖췄으니 그렇게 불려도 되지 않을까! **[K77]**



밀짚에서 온 부드러움과 강함

안전한 친환경 티슈와 일회용 용기를 만듭니다

10월을 여는 첫 아침, 성남시 분당으로 차를 몰았다. 높고 푸른 하늘에 흰 구름이 동실 뜬 것이 '오늘 날씨 맑음'을 알려준다.

맑은 공기를 마시며 자연을 누리고 싶은 욕구는 인간의 본성이다. 그러나 생활을 편리하게 한답시고 마구잡이로 자연을 파괴한 장본인 역시 인간이다. 그런 생각이 떠오르자 오늘 방문할 회사에 더욱 궁금증이 샘솟는다. 밀짚으로 만든 티슈와 일회용 용기를 선보이며 친환경을 강조하는 회사이기 때문이다.

(주)바스틀리코리아 사무실에서 만난 안진경 대표는 맑고 고운 미소로 방문객을 맞아주었다.

INTERVIEW 이진창 발행인 | WRITE 이근정 편집위원

(주)바스틀리코리아 

안진경 대표

나무가 아니라 밀짚에서 왔어요

우리가 일상생활에서 사용하는 종이 제품은 흔히 목재 펄프로 만든다. 그러나 바스틀리 제품은 출발이 다르다. 목재가 아니라 밀짚이 제품의 원료다.

“목재 펄프를 생산하려면 나무를 베어야 해요. 나무가 그만큼 자라려면 최소 30년 세월이 필요합니다. 무분별한 벌목은 환경 파괴로 이어지고 결국 인류에게 재앙으로 다가오지요. 바스틀리는 한 그루의 나무도 베어내지 않아요.”

깔끔하고 단아한 인상의 안진경 대표가 차근 차근 설명한다. 사무실 쇼룸에는 바스틀리가 생산한 미용티슈, 두루마리 휴지, 키친 타올, 일회용 용기들이 보기 좋게 진열돼 있다. 은은히 감도는 베이지 컬러가 따스하면서도 고급스럽다. 밀을 수확하고 남은 밀짚, 그 밀짚에서 온 색깔이다.

“바스틀리는 중국에서 설립된 ‘산동 페이퍼’에서 시작했어요. 1976년 출발한 그 회사는 밀짚으로 종이 제품을 만드는 연구를 계속했지요. 나무를 베고 환경을 훼손하는 방식으로는 더 이상 안 된다고 판단했기 때문이에요.”

식물 자원에서 해답을 찾으려는 노력은 밀짚

의 가능성을 발견하는 것으로 이어졌고, 질긴 섬유질이 포함된 지푸라기를 부드러운 티슈로 바꾸어내려는 끈질긴 연구 개발이 뒤따랐다. 그 세월이 거의 40년이다.

“결국 개발에 성공했고 2015년 미국 시장으로 진출하면서 〈바스틀리〉 브랜드로 태어났어요. 친환경 고급 제품으로 큰 환영을 받고 있습니다. 2017년에는 한국을 시작으로 일본, 대만 등 아시아 시장에 진입했지요.”

생산 공정도 친환경

‘대단히’, ‘엄청나게’라는 뜻을 지닌 바스틀리(Vastly)는 ‘Think vastly(엄청난 생각)’에서 출발했다. 제품을 좀 더 들여다보자. 짚 펄프로 만든 바스틀리 티슈는 목재 펄프로 만든 일반 티슈보다 질기고 내구성이 강하다. 표백제나 염색제를 포함해 화학약품을 일절 사용하지 않았는데, 바스틀리 제품의 따스하고 자연스러운 베이지색은 천연 밀짚의 색깔과 다름없다. 일반 티슈를 뜯을 때 일어나는 미세한 먼지 조각도 바스틀리 제품에선 발견되지 않는다. 젖은 손을 닦았을 때 티슈 조각이 녹아 달라붙는 일도 없다. 그러면서도 섬유질이 조밀해 피부에 닿는 감촉은 대단히 부드럽다. 질긴 밀짚을 부드럽게 변화시킨 것이 기술의 핵심이다.

“건강과 환경을 중시하는 소비자들에게 반응이 아주 좋아요. 먼지가 나지 않아 비염, 알레르기 같은 호흡기 질환자들이 사용하기에도 적당하거든요. 생산 과정도 친환경적이어서 생산에 참여하는 노동자들의 건강을 최우선시합니다. 제품을 사용하고 난 후도 친환경적이에요. 버려진 뒤 45일 안에 토양 미생물이 생분해해 퇴비로 전환되거든요.”

벌목이 환경을 파괴한다는 사실은 널리 알려져 있다. 무분별하게 나무를 베어내 산림 면적이 줄어들면 이산화탄소를 흡수하는 자연의 능력도 따라서 줄어든다. 그런데 종이를 생산하는 과정에서도 이산화탄소가 다량 발생한다. 바스틀리 제품은 일반 목재 펄프 제품과 견졌을 때 1톤 생산시 에너지 20퍼센트 절약, 물 30톤을 절약한다고 한다.

“전 세계 밀 생산자들이 밀을 수확한 뒤 밀짚을 주로 태워서 없애는데 이것도 대기오염과 산불의 위험을 안고 있어요. 전 세계 인구의 3분의 2가 밀을 주식으로 하는 상황에서 크나큰 환경문제죠. 바스틀리는 유기농 밀 생산 농가와 계약 재배하여 탈곡 후 남은 밀짚을 구매해줌으로써 밀짚 소각의 위험성을 줄이고 농민들에게 2차 수익을 창출하는 방식으로 사회적 가치를 실천하고 있습니다.”



누군가는 꼭 해야만 하는 일

안진경 대표는 2007년부터 친환경 관련 사업을 해왔다. 환경 파괴를 최소화한 생활용품, 화장품을 다루어왔으니 이 분야에선 전문가다.

“제가 환경 문제에 관심이 많아요. 그 중에 주목할 게 플라스틱 제품이에요. 자연 분해되는데 500년이 걸린다는 플라스틱 남용은 아주 큰 문제죠. 일회용 플라스틱 제품을 사용하지 말자는 움직임이 전 세계로 퍼지고 있어요. 대부분의 선진국들은 실제로 철저히 금지하고 있고요. 인도 역시 지난달부터 전면 금지하면서 사탕수수 섬유질로 만든 용기를 개발해 플라스틱 대체제로 사용하고 있어요. 바스틀리는 일찍이 자연환경에서 100% 생분해되는 일회용 펄프 용기를 개발했었어요. 그런데 그동안 두 가지 문제가 있었죠. 밀짚이나 사탕수수 같은 대체재 원료 수급과 뜨거운 음식의 고열을 견딜 수 있느냐라는 문제였어요.”

바스틀리는 밀 주요 생산지인 중국, 사탕수수 생산지인 인도와 R&D를 진행해 식품 용기를

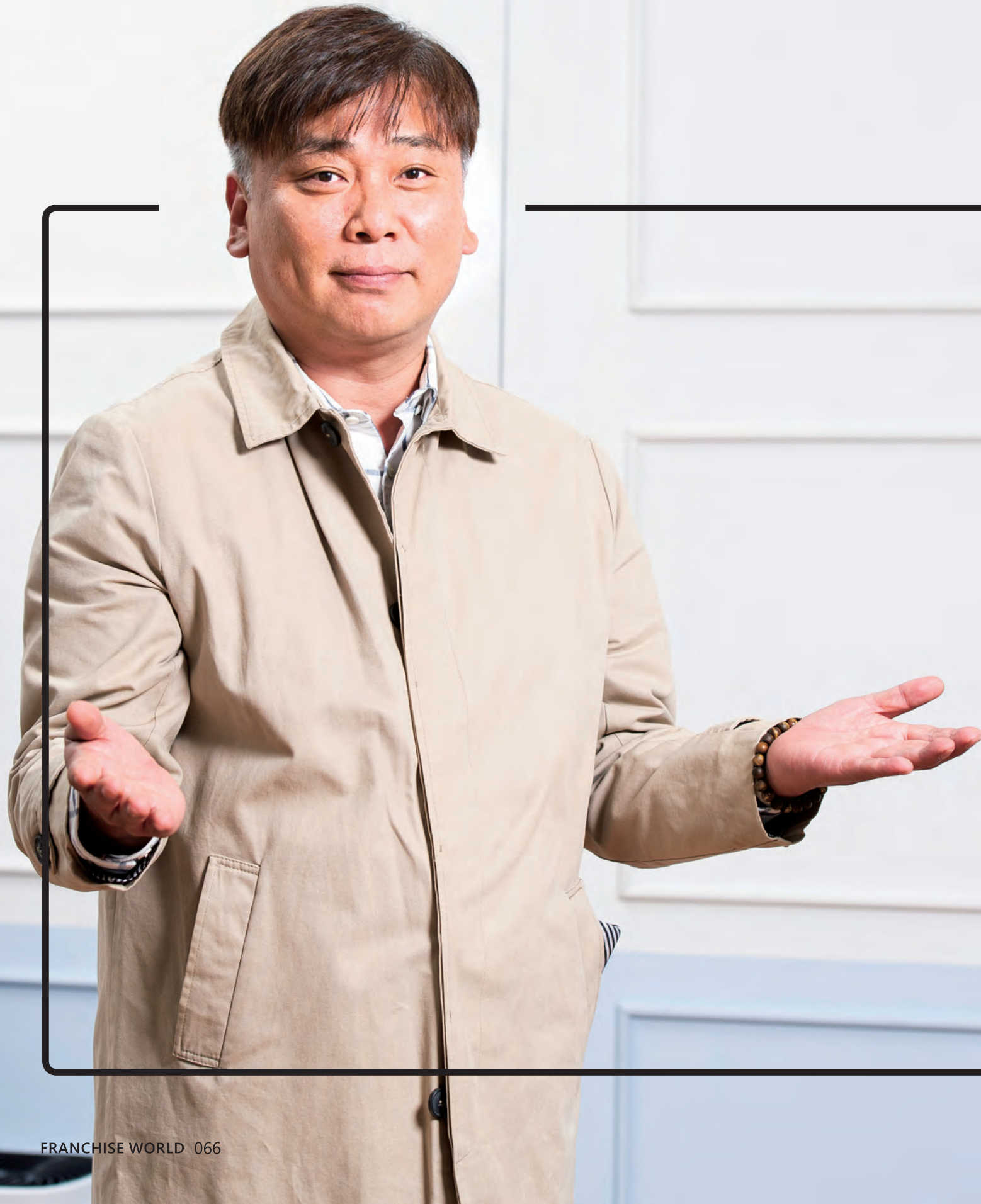
개발해왔다. 그 결과 섭씨 200도 이상의 온도를 견딜 수 있는 제품을 생산하는 데 성공해 스위스 네슬레, 미국 월마트, KFC 같은 글로벌 기업에 납품하고 있다. 그런데 최근 들어 인도에 생산기지를 증설하면서 한국 물량을 생산할 수 있는 기틀을 마련했고, 내년 1/3분기에는 본격적으로 국내 공급을 시작할 계획이라고 한다. 전략적 B2B 사업 모델만을 구성해 공장에서 업체로 바로 보내도록 시스템을 갖춰나가고 있다.

“패스트푸드 업체들이 쓰는 일회용 플라스틱 제품, 또 배달용으로 쓰는 플라스틱 제품은 그동안 늘 지적을 받았는데 현실적으로 대안이 없었으니 바꾸기가 힘들었을 거라고 생각해요. 하지만 해결 방안이 나타났다면 얼마나 빠르게 변화에 대응하느냐가 중요하지요. 제가 만난 많은 외식업계 관계자들이 환경 문제에 공감대를 보여주셨어요. 그래서 저희 바스틀리도 큰 의욕과 희망을 갖고 있습니다.”

중국 산둥성에 펼쳐진 공장부지는 넓이만 여

의도 만하다고 한다. 40여 년 전 밀짚의 가능성을 알아보고 장비를 만들어가며 또 기계의 볼트와 너트까지 직접 생산해가며 연구 개발에 쏟아 부었을 시간과 노력이 경탄을 자아낸다. 또한 그 가치를 알아보고 사업을 펼쳐가는 안진경 대표의 다부진 행보가 놀랍다.

“환경 파괴를 줄일 대안책을 마련하는 것. 꼭 해야만 하는 일이고 준비해야 하는 일이에요. 바스틀리코리아는 앞으로 해외 생산기지를 적극 활용하여 국내 수요를 감당하고 미국과 유럽으로도 제품을 보낼 계획이에요. 중국 공장과 인도 공장의 금형 시스템은 빠른 샘플 작업으로 기업들의 요구를 충족시킬 수 있어요. 밀짚과 사탕수수 원료 수급도 안정적이고, 자체공장에서 생산 후 바로 업체에 공급할 수 있는 구조 또한 가격경쟁력을 확보할 수 있지요. 더 많은 사람들이 환경 사업에 동참할 수 있게 되어 저 개인으로서도 아주 환영이에요. 환경을 생각하는 프랜차이즈 기업인들이 관심을 가져주시길 바랍니다.” **[K71]**



지금까지 이런 세척 서비스는 없었다

시스템 냉난방기 5단계 완벽 세척 - 고객 건강을 지켜줍니다

상쾌한 바람이 부는 10월 어느 날, 안양시 동안구 평촌동 시원하게 뽀은 도로를 달렸다. 따사로운 햇살을 받아 나뭇잎들이 반들거린다. 가을이 점차 무르익어 가면 저 풍경 또한 깊어지리라.

계절과 함께하면서도 계절은 잊었다는 듯 사람들의 움직임은 분주하다. 우리가 도착한 아파트형 공장의 모습도 그랬다. 저마다 생산하는 품목과 비즈니스로 산업의 세계는 쉬지 않고 돌아간다.

(주)클라우드스 사업장 앞에서 벨을 누른다. 시스템 냉난방기를 근원적으로 세척하는 고품질 서비스를 내놓고 있는 혁신 기업이다. 당당한 풍채 속에 활력과 치밀함을 간직한 송창재 대표를 만났다.

INTERVIEW 이진창 발행인 | WRITE 이근정 편집위원

(주)클라우드스 **klaüs**
송창재 대표

에어컨만 틀면 뭐해요? 깨끗하지 않은데

청소는 눈에 보이는 청결함으로 끝나지 않는다. 청결함이 건강을 보장할 때 제대로 된 청소라고 할 수 있을 것이다.

당당한 체격에 서글서글한 웃음이 매력적인 송창재 대표는 수준 높은 청소 서비스가 제공하는 건강과 환경 보전에 자신만만했다.

“우리 클라우스가 A병원 응급실 에어컨을 청소하러 갔는데 열어보니깐 기가 찰 노릇이었습니다. 온통 곰팡이가 끼고 먼지덩어리가 덕지덕지 붙어 있었으니까요. 비위가 약한 사람이라면 차마 눈 뜨고 못 볼 거예요. 에어컨의 실태가 이렇습니다. 에어컨 작동 방식을 알고 근원적으로 청소하지 않으면 이렇게 됩니다. 몰라서 그렇지 다들 이런 에어컨 밑에서 밥 먹고 살아가고 있는 거예요.”

송창재 대표가 현장 사진을 보여준다. 적나라

한 오염의 광경에 절로 눈살이 찌푸려진다. 병고치러 간 병원 응급실 에어컨이 이렇다면? 더 말할 것도 없다. 기술 문명의 도움을 받아 살아가는 현대인의 일상생활 가까이 이런 위험요인이 포진해 있다.

“클라우스는 그냥 청소 회사가 아닙니다. 시스템 냉난방기를 근본적으로 세척하는 우리 회사는 크게 보면 건강을 지켜주는 일을 해요. 에어컨은 평소 우리가 별 생각 없이 사용하는 기기예요. 에어컨 없이는 못 살지요. 그런데 에어컨을 틀고 이렇게 오염된 공기를 들이마시고 있다면 건강을 해치는 아주 무지한 행위가 되는 거죠.”

철저한 다섯 단계 세척 과정

시스템 냉난방기가 일으키는 오염의 메커니즘은 이렇다. 먼저 사람이 드나들고 외부 오염 공기가 유입하면서 실내 공기가 오염된다. 오

염된 공기는 냉난방기의 필터를 통과하며 냉난방기 내부를 오염시킨다. 시스템 냉난방기의 열교환기, 드레인 패널, 송풍팬이 이렇게 오염된다. 냉난방기 속에서 증식한 유해한 균은 송풍 시스템을 타고 사람들에게 그대로 전이된다.

이런 오염도는 일상생활에서 파악하기 어렵다. 일 년에 한 번 정도 청소업체를 부르지만, 철저히 세척하고 관리하는 경우는 드물다. 공기청정기를 작동시키면 공기 정화 효과를 볼 수도 있으나 냉난방기의 오염물질과 세균이 증식하면서 청정기에 과부하가 걸리고 그러면 공기 정화에도 한계가 있다.

실례로, A병원의 공기 오염도는 일반 가정집 변기 오염도보다 321배나 높은 수치로 측정되었다. ATP(Adenosine triphosphate) 측정 결과 세균 5051만 6000마리였던 수치는 클라우스가 출동해 세척작업을 한 후 6만 5000마리 수준으로 현격히 떨어졌다.

“클라우스의 세척 작업은 아주 철저해요. 세척을 시작하기 전에 시설물을 보호하기 위해 바닥 설치물에 먼저 보호막을 칩니다. 그리고 필터 그릴, 전원 센서와 커넥터, 프런트 패널, 드레인 패널, 송풍팬, 모니터 등 에어컨의 부품을 완전히 분해합니다. 그다음 에어컨 가림막을 치고 장비를 설치해 세척할 준비를 마칩니다. 냉난방기 세척은 다섯 단계로 진행해요. 자동 로봇을 이용해서 철저히 진행하지요.”

다섯 단계는 정밀 스캔, 세제 분사, 고온 스팀, 고압 세척, 에어 건조로 이루어진다. ‘정밀 스캔’은 열교환기의 형상을 근접 인식하는 과정이다. ‘세제 분사’는 전용 세제를 뿌려 찌든 때를 제거하는 과정이다. ‘고온 스팀’은 섭씨 100도에서 150도 사이의 스팀을 분사하여 균을 죽이는 단계다. ‘고압 세척’은 강한 물줄기로 오염물질을 제거하는 단계이다. 마지막으로 ‘에어 건조’는 고압의 바람을 쏘아 열교환기 팬을 말리고 물기를 흡수하는 과정이다.



클라우스는

그냥 청소 회사가 아닙니다.

시스템 냉난방기를 근본적으로

세척하는 우리 회사는

크게 보면

건강을 지켜주는 일을 해요

이렇게 다섯 단계로 세척한 후 에어컨을 다시 조립하고 주위를 청소하고 시설물을 원위치에 복구하는 것으로 청소를 마친다.

용합니다. 이 세제는 인체에 해롭지 않을 뿐만 아니라 녹을 유발하지 않아요.”

책임과 신뢰의 선순환

“클라우스의 세척 서비스를 경험한 A병원이 결과에 만족하면서 연 2회 클린 케어 서비스를 계약했어요. 세척하고 여섯 달만 지나도 오염도가 높아지니까 일 년에 두 번은 해줘야 해요. 봄과 가을마다 전체 서비스를 하고 특수 진료실은 석 달마다 세척하고 있습니다.”

세척을 마친 후 작성해주는 리포트는 클라우스를 믿을 만한 업체로 상승시키는 요인 중의 하나다. 세척 전과 후에 ATP 수치가 어떻게 변화했는지 표로 비교해서 보여주고 냉난방기 상태와 풍량, 온도 상태가 어떻게 변화했는지 알아보기 쉽게 작성한다.

“문서로 정확히 보여주니까 고객들이 좋아해요. 눈으로는 알 수 없는 걸 수치로 보여주니까 확실하고 후련하잖아요. 이렇게 기록하고

문서로 남기는 문화가 퍼져야 모든 분야의 수준이 높아진다고 생각해요.”

클라우스는 현재 분당서울대학교병원 등 굵직한 대학병원과 서울시설관리공단 등 관공서, 신문사, 홈쇼핑 회사, 법률회사, 대형 평형 아파트, 고급 리조트, 프랜차이즈업체 써브웨이 전국 400여 개 매장 등을 고객으로 두고 있다. 기술력을 인정받아 한국프랜차이즈협회 전용 복지물 앱의 클린 서비스 입점을 준비하고 있고, 전국 아파트입주자대표회의연합회와 업무 협약을 맺어 전국 70% 이상 아파트 가구를 대상으로 서비스를 계획하고 있다. 송창재 대표는 힘찬 목소리로 인터뷰를 마쳤다.

“프랜차이즈 업체들이 수많은 매장을 운영하고 있는데 환경과 고객의 건강을 생각한다면 우리 서비스가 꼭 필요하다고 생각해요. 앞으로 서로 협력할 부분이 많을 거예요. 길게 내다보고 하는 만큼 잘될 거라고 믿어요. 하하하. **K777**”



짐보리, 신제품 ‘다이내믹 브레인’ 출시

한국짐보리(주)짐월드(대표 박기영)의 글로벌 에듀 토이 브랜드 ‘맥포머스’가 신제품 ‘다이내믹 브레인 세트(Dynamic Brain set)’를 출시했다.

맥포머스 신제품 ‘다이내믹 브레인’은 한층 더 다이내믹하며 재미는 물론 두뇌 개발을 할 수 있도록 만들었다. 사이렌, 사다리크레인, 경찰관, 소방관 등 새로워진

테마 액세서리와 피규어를 추가해 기존 모형물의 해체 없이도 한 번에 다양한 테마와 도시를 건설할 수 있도록 했다. 또한 맥포머스를 활용해 레오나르도 다빈치가 그렸던 다양한 입체도형을 탐구해 볼 수 있는 ‘다빈치북’이 포함되어 있어 정다면체, 준정다면체 등 기하학도형에 대한 원리를 배워볼 수 있는 것이 특징이다.



김가네, SNS 먹방 영상 댓글 이벤트 진행

프리미엄 김밥 프랜차이즈 (주)김가네(회장 김용만)가 SNS 먹방 영상 댓글 이벤트를 진행했다. 김가네 관계자는 “최근 음식 꿀조합이 인기를 끌고 있는 만큼 김가네를 사랑해주시는 고객분들께서 색다르고 재미있는 조합을 남겨주시길 기대하고 있다”며 “앞으로도 보다 다양한 이벤트를 통해 고객분들과 지속적인 소통을 이어나갈 것”이라 전했다.

김가네는 해당 이벤트에 참여한 고객들

을 대상으로 5명을 추첨해 김가네 외식 상품권을 증정했다. 김가네 관계자는 “최근 음식 꿀조합이 인기를 끌고 있는 만큼 김가네를 사랑해주시는 고객분들께서 색다르고 재미있는 조합을 남겨주시길 기대하고 있다”며 “앞으로도 보다 다양한 이벤트를 통해 고객분들과 지속적인 소통을 이어나갈 것”이라 전했다.



돈까스클럽, 신규매장 ‘하남미사점’ 그랜드 오픈

유리피안 패밀리 레스토랑 돈까스클럽(대표 이규석)이 지난 8월 9일 신규 기맹점 ‘하남미사점’을 오픈했다. 하남시 망월동에 위치한 돈까스클럽 ‘하남미사점’은 매장 오픈을 기념해 다양한 고객 이벤트도 진행했다. 돈까스클럽 관계자는 “신규 오픈 매장 ‘하남미사점’에 전담 슈퍼바이저를 배치하여 매장 운영에 대한 철저한 교육을 마

쳤고, 다양한 마케팅 활동을 지원해 신규 고객 창출과 매출 활성화에 도움을 주고 있다”고 전했다. 돈까스클럽은 업계 최초로 교외와 부도심에 중대형 점포를 개설하여 유리피안 스타일의 카페테리아 분위기를 연출한 패밀리 레스토랑으로, 휴식과 문화가 어우러지는 편안함이 있는 복합 외식 문화 공간이다.



원앤원, ‘원할머니 명품 도시락’ 4종 출시

원앤원(주)(대표 박천희)이 운영하는 원할머니보쌈·족발 배달형 매장에서 ‘원할머니 명품 도시락’ 4종을 신규 출시했다. 이번 도시락 신메뉴는 원할머니보쌈·족발의 대표 메뉴인 보쌈을 메인 찬으로 구성하여 1인 가구에서 큰 인기를 얻고 있다. 현재 ‘보쌈 도시락’과 ‘매운보쌈 도시락’, ‘제육 도시락’, ‘보쌈&제육 도시락’ 등 총 4

종의 도시락을 판매하고 있으며, 앞으로 다양한 메뉴군을 연내 출시할 예정이다. 원앤원(주) 관계자는 “원할머니 명품 도시락은 배달형 매장에서 평균적으로 하루 30여개 이상씩 꾸준히 판매되고 있으며, 재구매 고객도 많아지고 있다”면서 “가을에 각종 행사가 많은 기업과 학교에서 주문이 계속 증가하고 있는 추세”라고 밝혔다.



크린토피아, 안성에 첨단 세탁 부자재 공장 준공식 개최

크린토피아(대표 이범택)가 지난 9월 25일 경기도 안성시 양성면 동항리에서 ‘크린토피아 동항공장’ 준공식을 개최했다. 크린토피아 관계자에 따르면 해당 공장은 세탁 관련 주요 부자재인 옷걸이와 포장용 비닐 등을 생산하는 곳으로 국내 세탁업체 중 유일하게 자체 생산·공급 체계를 갖췄으며, 생산성 향상과 세탁 부

자재 품질 정교화를 위한 첨단 협동로봇의 도입 등 지능형 생산 공장 시스템으로 설계되었다. 크린토피아 관계자는 “세탁 서비스에 필수적인 부자재 공장에 첨단화 시스템을 도입해 생산성을 대폭 높였다”며, “앞으로도 지속적인 기술 개발로 친환경 및 서비스 향상을 위해 노력하며 혁신적인 세탁 선진화에 앞장서겠다”고 전했다.



정현식 맘스터치 회장, 가천대학교서 2019 지성학 특강

정현식 맘스터치 회장이 지난 10월 17일 가천대학교 예술대학 예음홀에서 열린 2019 지성학 특강에서 ‘청년 창업의 성공 비결’을 주제로 강연을 했다. 정 회장은 이날 가천대 학생 500여명이 참석한 특강에서 “프랜차이즈 사업에서 성공하려면 커다란 시장과 아무나 쉽게 진입할 수 없는 장벽, 나만의 차별성이 있어야 한다”고 전하며, 특히 “회사의 존재

이유를 고민하면 올바른 방향으로 갈 수 있지만, 수익에만 목적을 두면 사회적으로 지탄받을 수 있다. 사업 초기에 왜 돈을 벌어야 하는지 고민하라”고 강조했다. 또한 정 회장은 “실업 문제 때문에 젊은이들의 창업을 권장하는 것은 반대다. 단순히 인기 있거나 입소문에 의해 창업을 하면 위험 부담이 크다”고 덧붙였다.



돈치킨, 신한은행과 금융업무 지원 협약 체결

돈치킨(대표 박익태)이 신한은행과 ‘신한 프랜차이즈론’ 업무 협약을 지난 9월 25일 서울 동대문구 장안동 본사 회의실에서 가졌다. 돈치킨은 신한은행과 이번 업무 협약을 체결함에 따라 가맹점주와 창업을 원하는 예비점주들에게 개인의 신용과 거래 조건에 따라 금융 혜택을 제공한다. 돈치킨은 지속적으로 브랜드와 가맹점

이 함께 하는 ‘상생경영’을 강조해왔으며, 이번 업무협약 역시 기존 가맹점주와 예비 점주들이 필요 자금을 저금리로 확보할 수 있어 또 다른 상생 방안이 될 것으로 기대 된다. 돈치킨은 이번 ‘신한 프랜차이즈론’ 업무 협약 외에도 TV CF 비용 본사 부담, 배달 앱 프로모션 비용 지원, 장수 매장 간판 리뉴얼 등 다양한 상생 정책을 펼치고 있다.



본아이에프, 곡물 전문 브랜드 ‘차곡차곡’ 론칭

한식 프랜차이즈 기업 본아이에프(대표 김철화)는 공식 온라인몰을 통해 곡물 전문 브랜드 ‘차곡차곡’을 론칭했다. 신규 브랜드 차곡차곡은 우리 곡물을 테마로 다양한 종류의 가정간편식으로 구성될 예정이다. 본아이에프 관계자는 “블랙푸드에 풍부한 안토시아닌 성분이 탈모를 예방할 뿐만 아니라 콜레스테롤 수치를 낮춰 성인병 예방에 효과적”이라고 설명했다.

흑미·검정깨 등을 담았으며, 코코넛슈가를 더해 보다 건강한 단맛을 느낄 수 있다. 파우치 형태로 휴대가 용이하며 언제 어디서든 간편하게 즐길 수 있어 식사대용이나 영양 간식으로 적합하다. 본아이에프 관계자는 “블랙푸드에 풍부한 안토시아닌 성분이 탈모를 예방할 뿐만 아니라 콜레스테롤 수치를 낮춰 성인병 예방에 효과적”이라고 설명했다.



SPC그룹, 제빵용 토종 효모 · 유산균 혼합 발효종 개발

SPC그룹(회장 허영인)이 전통누룩, 김치 등에서 직접 발굴한 토종효모와 토종 유산균을 사용해 제빵용 발효종 개발에 성공했다.

지난 2016년 국내 최초 토종효모 발굴에 이어 SPC식품생명공학연구소가 서울대 · 충북대와 함께한 'SPC그룹 기초소재연구 프로젝트'의 두 번째 결실이다. '상미종'으로 명명된 해당 발효종은 SPC

그룹이 직접 발굴한 토종효모와 토종 유산균 4종을 최적의 비율로 혼합해 빵으로 만들었을 때, 상큼하고 구수한 풍미와 쫄깃하면서도 부드러운 식감을 내는 것이 특징이다.

학과와 업계에서도 관련 연구를 지속했으나, 효모와 유산균의 특성을 과학적으로 규명하고 이를 선별적으로 사용한 '발효종'을 개발한 것은 이번이 처음이다.



뽕뜨락피자, 공격적 마케팅으로 신규 가맹점 확대

웰빙을만드는사람들(대표 이정길)의 대표 브랜드 뽕뜨락피자가 공격적인 마케팅으로 지속적인 신규 가맹점 오픈에 힘을 싣고 있다.

특히 맛있는 피자를 귀여운 아이와 훈장님의 대화로 잘 풀어낸 영상을 유튜브 등을 통한 프로모션으로 알리며 지속적인 광고를 진행하고 있어 지난 7월 프로모션 영상광고 진행 후 대표전화 주문과

창업문의가 지속적으로 증가하고 있다.

무엇보다 피자 고유의 맛과 토종 입맛이 잘 조화된 뽕뜨락피자는 한국인의 입맛에 맞는 피자라는 평을 받고 있다.

그리고 지난 6월 관자네온새우 피자를 출시하며 가맹점 매출이 크게 늘었고, 신메뉴 출시 기념으로 다양한 프로모션도 진행하면서 더욱 소비자의 관심을 끌고 있다.



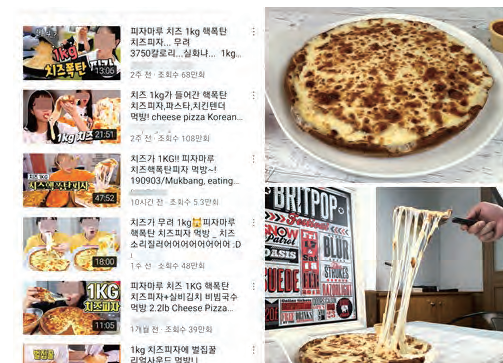
바른치킨, 예비창업자 대상 치킨 조리 체험 진행

깨끗한 기름으로 치킨의 기준을 바꿔가는 바른치킨(대표 이문기)에서 예비 창업자들을 대상으로 치킨 조리체험 프로그램을 진행하고 있다.

서울시 강동구에 위치한 바른치킨 본사 교육장에서 진행되는 치킨 조리체험 프로그램은 간략한 브랜드 소개 및 창업 전반에 대한 안내와 함께 교육 담당자의 조리 시연 후 실제 매장에서 조리되는 매뉴얼과 동일한

방법으로 치킨을 조리할 수 있다.

바른치킨 교육 담당자는 "치킨을 처음 조리하는 초보자도 쉽게 따라 할 수 있도록 조리 매뉴얼이 간편하며, 무엇보다 치킨 장사를 단순히 돈벌이 수단이 아닌 올바른 먹거리를 고객에게 제공한다"는 사명감을 갖고 세상을 이롭게 하고자 하는 예비 창업자들이 많이 체험해 보셨으면 좋겠다"라고 전했다.



피자마루 1kg 치즈 핵폭탄 피자, 유튜브에서 화제

토종 피자 프랜차이즈 피자마루(대표 이영준)가 올해 출시한 '1kg 치즈핵폭탄' 피자가 먹방 유튜브들 사이에서 지속적으로 콘텐츠화 되고 있다.

총 500만회에 달하는 먹방 영상 조회수를 기록하면서 후속 영상도 지속적으로 생산되고 있는 모양새다.

특히, 100만명 이상의 구독자를 보유하고 있는 쓰앙(tzuyang), 나뽀TV, 나도

(Nado) 등 스타 유튜브들이 피자마루의 치즈핵폭탄 피자 먹방에 도전해 높은 조회 수를 올렸다.

피자마루의 치즈핵폭탄 피자는 일반 피자보다 5배 많은 치즈가 들어가 있어 풍부하다 못해 흘러넘치는 비주얼을 자랑한다.

항상 색다른 시각적 콘텐츠를 요하는 유튜브들의 환영을 받은 이유 역시 비주얼적 요인이 크다.



죽이야기, P2P 금융 플랫폼 와이프펀딩과 업무협약 체결

죽이야기 브랜드를 보유하고 있는 (주)대호가(대표 임영서)와 (주)와이프펀딩이 업무협약을 체결했다.

(주)대호가는 이번 업무협약을 통해 브랜드 가맹점 신규창업에 대해 자금 지원을 추천하여 상호협력을 통해 양사 간 이익을 증진시키고자 한다고 밝혔다.

가맹점주가 도움을 필요로 할 때, (주)와이프펀딩을 가맹점주에게 소개 및 연결시켜 가

맹점주의 자금 문제를 덜어주고 안정적으로 창업할 수 있도록 도움을 줄 수 있다.

이번 업무협약을 통해서 자금 조달 통로를 얻은 (주)대호가는 프랜차이즈 창업주에게 안정적인 자금 조달과 다양한 서비스를 제공해줄 수 있을 것으로 보인다.

또한, 투자자들에게는 브랜드를 알리고 간접적인 홍보효과를 기대할 것으로 보여진다.



투썸플레이스, 가을맞이 '디저트 페어링' 이벤트 실시

(주)씨제이푸드빌(대표 구창근)의 프리미엄 디저트 카페 투썸플레이스가 선정한 가을에 달콤함을 가득 채워줄 '디저트 페어링' 이벤트를 열었다.

투썸플레이스가 진행하는 '스위트 어텀 페어링'은 올가을에 출시된 신제품 디저트인 '모어 댄 쿠키 앤 크림'과 '떠먹는 헤이즐넛 생크림 크레이프'를 중심으로 베스트 디저트와 커피의 궁극의 조합을 소개하는 이벤트다.

그날의 기분과 취향에 따라 투썸의 두 가지 원두인 '블랙그라운드'와 '아로마노트'중 선택하여 커피를 즐길 수 있으며 어울리는 디저트도 함께 고를 수 있다.

최대 25% 할인된 가격에 아메리카노(R) 한 잔과 페어링 된 디저트를 만나볼 수 있는 본 이벤트는 지난 9월 20일부터 29일까지 진행됐다.



아리따움, 아이오펜 비타민C23 선착순 무료체험 제공

(주)아모레퍼시픽(대표 서경배)의 브랜드 아리따움에 선착순 3000명을 대상으로 아리따움 비타민 무료체험 신청 이벤트를 진행했다.

아리따움에 따르면 지난 9월 16일 오전 9시부터 포털사이트 네이버 모바일을 통해 '아이오펜 비타민C 23 앰플' 네이버 실시간 검색 이벤트를 실시했다.

이벤트 참여 방법은 네이버에 '아리따움

비타민'을 검색한 뒤 나오는 이벤트 페이지에 접속해 ID당 1회에 한하여 무료체험을 신청하는 방식이다.

아리따움 관계자는 "지난 10월 1일 출시한 아이오펜 비타민C 23 앰플은 인체적용 시험 결과로 입증된 The Vitamin C 23 효능으로 피부 광채, 피부 탄력, 피부결 개선 효과를 볼 수 있다"고 소개했다.



네네치킨, '그린스노잉 & 매콤치즈스노잉' 시리즈 인기

치킨 프랜차이즈 네네치킨(대표 현철호)의 대표적인 스테디셀러 메뉴 '그린스노잉 & 매콤치즈스노잉' 시리즈가 가을 날씨에 큰 인기를 얻고 있다.

아리따움에 따르면 지난 9월 16일 오전 9시부터 포털사이트 네이버 모바일을 통해 '아이오펜 비타민C 23 앰플' 네이버 실시간 검색 이벤트를 실시했다.

이벤트 참여 방법은 네이버에 '아리따움

수 있는 것이 특징이다.

특히, 자극적이지 않은 맛으로 어린 아이들이 즐기기도 좋다.

매콤치즈스노잉은 치즈맛 치킨인 치즈스노잉에 매콤함을 추가했다.

바삭한 치킨에 더해진 진한 체다치즈 가루와 청양초 분말에서 매콤, 달콤한 맛을 느낄 수 있는 것이 특징이며, 매콤한 맛을 선호하는 어른들에게도 사랑받는 메뉴다.



밀겨울, 진정성 있는 메뉴로 소비자들에게 큰 관심

칼국수 창업 브랜드 밀겨울(대표 이영훈)에서 칼국수와 시락국밥이라는 메뉴를 개발하면서, 수많은 시행착오 끝에 만들어진 메뉴로 '진정성' 있는 메뉴로 소비자들에게 관심을 받고 있다.

고, 가성비 좋은 음식을 제공하고 있다. 밀겨울은 1만 원이 안 되는 가격으로, 메인메뉴와 서브메뉴를 통해 든든한 한 끼 식사가 해결이 될 수 있도록 해 가격 경쟁력을 갖췄다고 볼 수 있고, 매장의 수익과 직결될 수 있는 회전율이 비교적 높으면서 저렴한 가격을 갖춰 높은 재방문률을 기록하고 있는 것으로 알려져 있다.



암샘김밥, 새로운 'EVERYDAY PICNIC' 슬로건 리뉴얼

(주)암샘(대표 김은광)이 분식 브랜드 암샘김밥의 컨셉 구체화를 위해 '기본' 좋은 한 끼에서 'EVERYDAY PICNIC'으로 슬로건 리뉴얼을 진행했다. 리뉴얼된 슬로건에는 "암샘김밥과 함께라면 매일 피크닉"이라는 메시지를 담았다.

기존 암샘김밥 로고의 메인 컬러를 활용했으며, 해당 심볼로 귀여운 패턴을 개발해 패키지에 적용했다. 이러한 심볼과 패턴은 향후 매체별 특성에 맞게 적극적으로 적용 예정이며, 암샘김밥 신규 매장에도 변경된 컨셉을 적용해 유니폼이나 소품, 인테리어 등 매장에서 피크닉 분위기를 연출할 방침이다.



꼬지사게, 밀양내이점 신규 오픈

(주)에쓰와이프랜차이즈(대표 김성운)의 꼬치&퓨전요리선술집 꼬지사게가 밀양 내이점을 신규로 오픈했다. 꼬지사게는 선술집을 한국인의 정서에 맞도록 인테리어와 메뉴를 특화한 브랜드로서 고객의 꾸준한 사랑을 받고 있다.

요리, '간pong 파닭', '통살돈까스'와 같은 별미요리, 간단하게 먹기 좋은 '뽕집튀김', '갈릭버터왕'등 가성비 좋은 메뉴들로 구성됐다. 한편 브랜드명 '꼬지사게'는 친구가 한턱 내며 외친 '꼬치는 내가 살게'라는 말에서 영감을 얻어, '꼬치'와 '내가 살게' 두 가지의 단어를 재미있게 조합하여 탄생되었다.



디딤, 주요 브랜드 총집합한 '디딤타운' 오픈 예정

꼬막 열풍의 주인공 '연안식당'을 운영하는 (주)디딤(대표 이범택)에서 10월 중 경기도 일산 정발산동에 주요 브랜드를 총 집합한 '디딤타운'을 오픈한다.

다. 한·중·일식을 모두 즐길 수 있는 종합 외식공간으로 꾸며진다. 각 매장들은 가족들이 여유롭게 즐길 수 있도록 넓게 만들어졌다. 2층에 위치한 백제원은 약 190평, 3층에 자리잡은 공화춘과 청담하나는 각각 약 80평과 약 135평이며, 4층에 자리잡은 점보씨푸드 영 브랜드인 일식 전문점 '청담하나', 숯불갈비한정식 브랜드 '백제원'이 입점한



쿠푸쿠우, 9,900원으로 즐기는 쿠푸쿠우데이 이벤트 진행

국내 외식 프랜차이즈 쿠푸쿠우(회장 김영기)가 지난 9월 9일 쿠푸쿠우데이 이벤트를 통해 9,900원 런치타임정 할인 행사를 진행했다.

을 대상으로 대규모 할인 행사를 진행하고 있다. (주)쿠푸쿠우 관계자에 따르면 "매년 쿠푸쿠우만의 특별한 이벤트를 통해 모든 고객께 신선하고 행복한 혜택을 드리고자 한다"고 전하며, "매년 9월 9일 쿠푸쿠우데이가 저희 쿠푸쿠우와 고객들의 특별한 기념일로 기억되길 바란다."라고 밝혔다.



티바두마리치킨, 두마리치킨 업계 최초로 오븐메뉴 출시 예정

치킨 프랜차이즈 티바두마리치킨(대표 유상부)이 오븐을 활용한 오븐치킨 1종과 오븐피자 2종을 출시할 계획이다. 티바두마리치킨은 지난 8월에 경기도 안양시 안양동에 창업교육 직영 매장 '안양대점'을 오픈하고 세계에서 인정받은 독일 명품브랜드 '라치오날'의 오븐기를 도입하여 '오븐치킨'과 '오븐피자' 출시를 위한 테스트를 진행중이다.

또한, 해당 매장은 가맹점의 창업형태와 동일한 조건으로 골목상권에 입점하여 일반 가맹점과 동일하게 운영되며, 직영점 운영 노하우를 기반으로 매뉴얼의 개선점을 찾아내 보완하거나 신메뉴 테스트베드로서의 역할 및 창업교육 입소 시 체계적인 현장 중심 교육을 받을 수 있는 매장으로 운영을 할 예정이다.



KGC인삼공사, 정관장 에브리타임 모델 '정해인 팬사인회' 개최

KGC인삼공사(대표 김재수)가 '정관장 에브리타임' 모델인 배우 '정해인' 팬 사인회를 지난 9월 3일 현대백화점 판교점에서 가졌다.

정관장에 따르면 에브리타임은 국내산 행됐으며 온·오프라인 응모를 통해 선발된 100인에게 사인회 참석과 정관장 에브리타임을 비롯한 선물도 제공됐다. 참여방법은 정관장 공식 인스타그램 이



아딸, AFA와 아시아 마스터 프랜차이즈 업무 협약 체결

분식 프랜차이즈 브랜드 아딸(대표 이현경)은 AFA(Asian Franchise Academy)와 업무협약을 맺고 동남아시아 전역에 아딸 분식 프랜차이즈 입점을 기획하고 진행하는 계약을 체결했다.

면 뉴질랜드, 미국, 호주, 캐나다 4개국을 포함하여 동남아시아 시장에 진출하게 된다. 아딸 이현경 대표는 "한국 유명 배우, 가수 등 한류 열풍에 이어 글로벌 시장에서 한국과 한식에 대한 관심이 이어지고 있다"며 "국내 시장에서 나아가 세계시장을 인정받는 아딸이 되도록 더욱 노력하겠다"고 포부를 밝혔다.



교촌치킨, 사연 공모 이벤트 '교촌 쏘' 행사 진행

치킨 프랜차이즈 교촌에프앤비(대표 소진세)가 교촌 쏘(SSOM) 이벤트 당첨자들을 찾아가 치킨을 전달했다. 지난 5월 처음 시행된 교촌 쏘는 친구 또는 동료들과 있었던 특별한 에피소드나 사연을 응모하는 공모 이벤트다. 이번에는 2차로 진행된 교촌 쏘(SSOM) 이벤트에는 총 10팀이 선정됐다. 교촌에프앤비는 지난 9월 26일 당첨된

이랜드 주얼리사업부를 찾아 80인분의 교촌치킨 제품을 전달했다. 교촌에프앤비 관계자는 "교촌 쏘를 통해 다양한 직군에서 일하고 계신 고객들을 찾아뵙고 응원할 수 있는 이벤트를 진행할 수 있어서 뿌듯하다"며 "앞으로도 고객 여러분이 참여하실 수 있는 이벤트로 만날 수 있도록 노력할 것"이라고 소감을 전했다.



양키캔들 공식수입원 (주)아로마무역, 한국화장품과 총판 계약 체결

양키캔들 공식수입원 (주)아로마무역(대표 임미숙)과 한국화장품(주)이 지난 8월 29일 자연주의 브랜드 '시크릿네이처' 중국 총판계약을 체결하며 중국시장 공략에 나섰다. (주)아로마무역은 화장품 브랜드 개발을 위해 지난 1월 한국화장품과 MOU를 맺고 자사 브랜드 '밀렌(MielReine)'을 론칭했으며, 5월에는 중국 칭다오에

위치한 자회사 'YOUYOU(오우오우)'를 통해 중국 최대 유통기업인 '파상그룹(大商)'과 중국 총판 계약을 체결한 바 있다. (주)아로마무역은 이번 계약을 시작으로 자회사 'YOUYOU'를 통해 시크릿네이처의 대표 제품인 스킨케어 라인을 주력으로 삼으며 중국 온·오프라인 판매채널을 확장할 계획이다.



지호한방삼계탕, SBS 금토드라마 '배가본드' 제작지원

삼계탕 프랜차이즈 지호한방삼계탕(대표 이영채)에서 SBS 금토드라마 '배가본드'를 제작 지원한다. 국내 삼계탕 전문점으로 70여개 매장을 보유한 지호한방삼계탕은 한국프랜차이즈 대상에서 국무총리표창을 수상한 경력 등 모범적인 가맹사업을 하는 브랜드로 알려져 있다. 지호한방삼계탕 이영채 대표는 "국내

경기가 어려운 시기 임에도 불구하고 2018년도 전국 가맹점의 평균 매출이 14% 성장했다. 작년 점주님들 덕분에 성장할 수 있었고 올해 고생하신 점주님들의 노력에 본사에서 조금이라도 힘이 될 수 있도록 전액 본사 부담으로 지상파 드라마 제작지원을 하게 됐다. 이번 제작 지원을 계기로 가맹점 매출에 도움이 되길 바란다."고 밝혔다.



하남돼지집 창립 9주년 기념식 가져

하남돼지집(대표 장보환)이 창립 9주년을 맞아 기념식을 진행했다. 장보환 대표를 비롯한 본사 임직원과 하남돼지집 직원점장들은 필당의 한 한식점을 찾아 지난 9년을 되돌아보고 향후 비전을 공유했다. 장보환 대표는 "부침이 심한 외식업계에 하남돼지집이 9년간 순항할 수 있었던 건 First Move Brand로서 고객들의

두터운 신뢰와 지지를 받았기 때문"이라며 "끊임 없이 이익을 창출해내야만 생존이 가능한 대한민국 외식 지형에서 여려운 성장한 만큼 하남돼지집이 잘하고 익숙한 것에 집중하면서 멋지게 비상하자"고 의기를 북돋웠다. 한편, 이날 기념식에서는 장기 근속직원들의 노고를 치하하고 각 100만원의 격려금을 전달하는 시간도 가졌다.



(주)금탑에프앤비, 다이닝 레스토랑&펍 '사하라' 론칭

(주)금탑에프앤비(대표 최성수)의 신규 브랜드 '사하라(SAHARA)'가 충북 청주시 강서동에 정식오픈했다. 사하라는 맥주 전문브랜드 청담동말차 싸롱과 말자네약속다방의 가맹본부인 (주)금탑에프앤비에서 약 1년 넘게 준비한 신규 브랜드로, 브랜드 운영 노하우와 고객들의 반응을 반영했다. 사하라는 이탈리아 캐주얼 스타일의 다

이닝 레스토랑&펍으로 이탈리아 푸드와 커피, 베이커리 등을 합리적인 가격으로 즐길 수 있다. 더불어 주류까지 매장에서 한번에 모두 즐길 수 있다는 점에서 '원스테이(one-stay)'레스토랑의 모습을 갖추고 있으며, 청주데이트코스 및 예쁜카페 등으로 고객들을 통해서 입소문 나고 있다.



조스떡볶이, 옛날 도시락 재현한 '조스컵밥' 출시

조스떡볶이(대표 나상균)가 옛날 도시락의 맛을 재현한 '조스컵밥'을 출시했다. 조스떡볶이에 따르면 이번에 새롭게 출시한 신제품은 아재 볶음밥과 분홍 소시지 튀김, 계란 후라이 등 다양한 토핑이 조화를 이뤄 추억의 맛을 떠올리게 하는 제품이라고 한다. 새롭게 출시한 조스컵밥에 조스떡볶이의 대표 메뉴인 조스떡볶이와 더불어 쫄

깃한 식감과 감칠맛이 어우러진 부산어묵을 곁들이면 더욱 든든하고 맛있게 즐길 수 있다. 조스떡볶이 관계자는 "메뉴 라인업의 다양화와 고객 만족도의 향상을 위해 조스컵밥을 선보였다"며 "최근 다양한 분야에서 나타나고 있는 뉴트로 트렌드와도 잘 어울려 인기를 끌 것으로 기대하고 있다"고 전했다.



못된고양이, '무아스'와 1인 가구 집중 공략

(주)엔캣(대표 양진호)의 패션 액세서리 브랜드 못된고양이가 소형가전 전문기업 무아스와 손잡고 1인 가구를 겨냥한 소형 가전을 선보였다. 1인 가구에 필요한 다양한 상품을 출시했는데, 실용성은 물론 감각적인 디자인을 갖춰 인테리어 용품으로도 사용이 가능해 1인 가구의 주목을 받을 것으로 보인다.

못된고양이는 이번 소형가전 출시를 통해 그동안 못된고양이를 이용하던 고객들의 일상에 편리함을 제공하고자 더 나아가 삶의 질 향상에 기여할 계획이다. 못된고양이 관계자는 "앞으로도 합리적 소비를 원하는 1인 가구의 라이프스타일을 적극 반영한 상품을 내놓을 수 있도록 꾸준히 노력할 것"이라고 말했다.



토프레소, 15주년 기념 '스페셜 블렌드15'와 '헤리티지 시리즈' 출시

국내 순수 커피 브랜드로 카페 프랜차이즈 산업을 리드하는 토프레소(대표 오종환)는 15주년을 맞이해 브랜드의 가치와 깊이를 담아 특별하게 만나볼 수 있는 '스페셜 블렌드15'와 '헤리티지 시리즈'를 출시했다. 토프레소는 애호하는 고객들을 위해 토프레소가 특별히 엄선한 '스페셜 블렌드15'는 은은한 꽃내음과 달콤한 열대 과일의

풍미가 매력적인 원두로 특별한 커피 맛을 선사한다. '헤리티지 시리즈'는 더욱 깊이 있는 커피의 맛과 향을 담아내는 형태의 '헤리티지 머그', 편안한 그림감과 보온 보냉이 탁월한 '헤리티지 텀블러' 2종으로 출시되어 기대를 모으고 있다. 가성비 높은 소장 가치를 만족시키는 헤리티지 시리즈는 시즌 동안 한정수량 판매된다.

“꽃은 가장 아름다운 매개체”...기업전문 꽃배달서비스 ‘레이디플라워’
1800개 기업 경조사 화환·화분 책임... “협회 회원사에 할인 혜택 제공”



“꽃은 김사의 마음과 애도, 축하의 마음을 전하기에 가장 아름답고 존중받는 매개체라고 생각합니다. 아름다운 마음으로 고객을 대하며 고객만족을 최우선으로 항상 고객입장에서 최고의 상품을 준비하고 있습니다.”

서을 양재동에 위치한 기업전문 꽃배달서비스 전문업체 레이디플라워(대표 안혜숙, 사진)는 '2014 고객감동 일류 브랜드대상' 및 '2015 소비자가 선정한 한국소비자 만족지수' 1위를 수상한 건실한 회사다.

'우수한 품질', '정확한 배송', '합리적 가격'을 경영철학으로 삼아 창업 후 10년간 매년 꾸준히 성장, 1800개 기업의 경조사 화환과 화분을 책임지고 있으며 양질의 상품과 신속한 배송 그리고 끊임없는 상품관리와 최고의 고객서비스 제공을 최우선으로 한다.

레이디플라워는 화훼농가 및 품목별 전문농장과 직접계약을 통해 저렴한 가격과 신선한 양질의 상품을 항시 구비하고, 상시 고객응대 시스템을 갖추고 있다. 특히 전국적인 체인망 구축을 통해 유통과정을 단순화해 저렴한 가격으로 전국 어느 곳이나 연중무휴 365일 당일 2~3시간 내 직접 배송을 제공한다.

고객관리프로그램 및 인트라넷을 구축해 개인소비자에서 기업 및 공공기관에 이르기까지 다양한 구매층을 확보, 경조사 및 행사, 기념일, 프로포즈 등의 다양한 고객니즈에 맞는 경조화환, 동서양란, 관엽, 분재, 꽃바구니, 생화 등 맞춤형 상품을 제공한다.

한편 협회는 회원 권익 향상과 복지 증진 차원에서 협회 회원사인 레이디플라워와 제휴해 꽃배달서비스를 이용하는 회원사에 할인혜택을 제공하고 있다. 이용을 원하는 경우 레이디플라워에 직접 전화(1566-6965)하거나 협회 경영지원팀 (070-7919-4151)로 문의하면 된다.



한국프랜차이즈산업협회 제공 회원사 특별 할인가

- 3단 화환 : 75,000원 (기존가 100,000원)
- 관엽식물 : 80,000원 (기존가 100,000원)
- 꽃바구니 : 45,000원 (기존가 50,000원)

문의

- 레이디플라워 : 1566-6965
- 협회 경영지원팀 : 070-7919-4151

한국 프랜차이즈 전문가포럼, '제1회 한마음체육대회' 개최

한국 프랜차이즈 전문가포럼(회장 이재근, 한양디자인가우)이 지난 10월 19일 미사리 경정공원 위밍업장에서 '제1회 한국 프랜차이즈 전문가포럼 한마음체육대회'를 개최했다. 한국 프랜차이즈 전문가포럼은 한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 한국프랜차이즈산업연구원이 주관하는 '프랜차이즈 최고전문가 교육과정' 총동문회다.

이날 체육대회는 한국프랜차이즈산업협회 임영

태 사무총장과 프랜차이즈산업연구원 장재남
원장, 한국 프랜차이즈 전문가포럼 이재근 회장,
안동천 고문을 비롯한 120여명의 임직원 및 가
족이 참석한 가운데 진행됐다.

체육대회는 한국프랜차이즈산업협회 임영태 총장의 인사말과 프랜차이즈산업연구원 장재남 원장의 축사, 포럼 이재근 회장과 안동천 고문의 환영사로 화려했게 시작됐으며, 1부와 2부로 나누어 진행됐다.

1부에서는 개회식과 준비운동 및 물품기 게임으로 몸을 달군 후, 점심식사 후 시작된 2부에서는 족구, 삼각경기, 줄다리기, 이어달리기 등 명랑운동회와 장기자랑이 진행됐다.

마지막 순서로 진행된 시상 및 폐회식에서는 냉동고, 대형TV, 공기청정기, 자전거, 단체선물 등 약 40 종류의 다양한 협찬상품들이 경품으로 제공되어 훈훈하게 마무리됐다.



창립10주년 (주)코리아푸드, 국가생산성대회 산자부 장관상 수상



돈통마늘보쌈 브랜드를 운영하고 있는 (주)코
리아푸드ینگ이 지난 10월 16일 서울 삼성동 코
엑스에서 열린 '제43회 국가생산물대회'에서
서비스 우수기업부문 산업통상자원부장관 표

창을 수상했다.

대한민국경제
산업통상자원부가 주관하는
국가생산업대회
한국생산성본부
한국생산성본부
한국생산성본부
한국생산성본부
한국생산성본부

룩한 기업 및 단체에게 수여하는 정부포상 제
도다.

코리아푸딩은 1992년 직영점으로 시작해 ‘돈

통미늘보쌈' 가맹사업을 10년간 성공적으로 진행하였으며, 자체생산 및 자체 물류센터 운 영으로 소자본 창업 성공사례를 실현하고 있 고, 끊임없는 연구개발을 통한 가치창출 노력 으로 생산성을 향상시킨 성과를 인정받아 수 상의 영예를 안았다.

돈통마늘보쌈은 보쌈과 특허 받은 마늘소스를 제공하여 건강한 외식문화를 선도하고 있는 보쌈창업 브랜드로, 소자본 창업을 찾는 예비창업자는 물론 업종변경, 부부창업 아이템으로 각광받으면서 가맹점수와 매출을 늘려나기 신규고용창출과 국가경제에 이바지하고 있다.



COLUMN

프랜차이즈와 가맹점

강소 프랜차이즈 창업 스타브랜드를 키워야 한다!

2013년 만해도 우리나라 프랜차이즈 브랜드 수는 3천여 개였다. 불과 6년이 지난 지금 브랜드 수는 6천여 개다. 프랜차이즈 역사 30년이 넘도록 브랜드 수는 3천여 개였는데, 짧은 기간에 두 배 가량 늘어난 것이다.



write 이경희

Profile

한국창업전략연구소 소장

부자비즈 의장

K-프랜차이즈 리더과정 주임교수

이경희 소장은 창업자를 위한 포털 사이트 부자비즈와 창업 배우는 카페 'CEO의 탄생'을 운영하고 있다.

저서 CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드

한국에는 프랜차이즈 브랜드수가 너무 많다는 외국 사람들

2008년 이전 만해도 우리나라는 아시아-퍼시픽 프랜차이즈협회(APFC)와 월드프랜차이즈협회(WFC)에 가입이 돼 있지 않았다. 나는 그 당시 현재 한국프랜차이즈산업협회 회장을 맡고 있는 박기영 대표(당시 협회 해외분과위원회 위원장)를 비롯해 한국프랜차이즈산업협회 회장 및 임원단들과 함께 프랑스, 호주, 미국, 중국, 일본, 싱가포르 등 각 나라를 돌면서 프랜차이즈 박람회를 참관하기도 하고 해당 국가 협회 관계자들을 만났다.

박기영 대표는 APFC 및 WFC 회의에서 한국의 경제 규모와 산업 현황을 알리며 한국의 가입 필요성을 잘 설득했고, 덕분에 우리나라는 2009년 APFC와 WFC에 동시에 가입하면서 이듬해에 세계프랜차이즈대회를 유치했다. 2010년 한국에서 열렸던 세계프랜차이즈대회는 전 세계에서 유례를 볼 수 없을 정도로 성대하게 개최됐으며, 세계 각국 대표들에게 한국에 대한 긍정적인 인상을 강하게 심어줬다.

그런데 그 무렵 각국 대표단들에게 가장 많이 받았던 질문이 있다. 당시에는 지금보다 훨씬 적었음에도 불구하고, 인구 대비 프랜차이즈 브랜드 수가 왜 이렇게 많은지는 것이었다. 내년에는 10년 만에 다시 한국에서 세계프랜차이즈대회가 열릴 예정이다. 10여 년 전 브랜드수가 지금의 절반밖에 안됐을 때도 너무 많다는 질문을 받았는데, 각국 대표들이 두 배로 늘어난 걸 듣는다면 뭐라고 말할까?

선진국일수록 서비스, 판매업 프랜차이즈 비중 크다

일본과 우리나라의 가맹본부 수를 비교해보면 2017년 현재 우리나라 4631개, 일본 1339개다. 이는 시스템을 갖추기 전에 정보공개서부터 등록하고 가맹점을 모집하려는 영세한 가맹본부가 너무 많아서 생긴 현상이다. 특히 분야별로는 외식브랜드가 74%가 넘는다. 미국, 일본, 유럽 등 선진국의 경우 서비스업과 도소매업, 특히 서비스업의 비중이 높은 것과는 사뭇 대조적이다.

브랜드 수 증가에 기여한 게 음식점임을 알 수 있다. 요즘 성공한 맛 집들은 한 두 개 점포만 성공을 거두면 프랜차이즈 사업에 뛰어들려고 한다.

우리나라 음식점수는 66만여 개로 국민 78명당 1개꼴이다. 그런데 성공한 음식점중 상당수는 사업 확장 방법으로 프랜차이즈를 선택해 가맹본부를 꿈꾼다. '이디야커피'나 '비비큐', '교촌', '채선당', '본죽'같이 되고 싶어 한다.

현재 가맹점 100개 이상 브랜드는 약 300여개이다. 하지만 지금 100개 이하인 브랜드 중에도 과거 100개가 넘었던 곳이 많다. 자영업자만 부침이 심한 게 아니라, 프랜차이즈 브랜드까지 단명하는 사례가 많은 것을 보여주는 현상이다.

가맹점 100개 이상 강소 프랜차이즈 스타를 육성하라

이런 측면에서 본다면 프랜차이즈산업이 당면한 과제 중에 하나는 영세한 가맹본사들을 강소기업으로 키우는 것이다. 점포수가 적은 가맹본사들이 100개에서 300개의 가맹점을 가지게 되면 청년들이 입사하고 싶어 하는 강소기업으로 좋은 일자리를 많이 만들뿐만 아니라, 자영업자인 가맹점사업자들의 성공률도 높일 수 있다.

한국프랜차이즈산업협회와 부자비즈가 함께 운영하는 <K-프랜차이즈 리더 과정>은 영세한 가맹본부들을 강소기업으로 키우는 것을 캐치프랜차이즈로 내걸고 '교육', '코칭', '인큐베이팅' 등의 서비스를 제공한다. 특히 '프랜차이즈 스타 브랜드'의 특징을 18가지로 정의하고, 교육을 통해 이들 요소가 가맹본부 운영에 반영되도록 하고 있다. 그 내용은 다음과 같다.

1. 사업성이 우수한 튼튼한 비즈니스 모델을 갖고 있다.
2. 지속적인 혁신을 통해 매력적인 사업으로 진화하고 있다.
3. 경영자는 윤리적이며 우수한 시스템과 좋은 일터 만들기에 헌신한다.
4. 직원들은 전문적이며 윤리적이다.
5. 직원, 가맹점사업자의 성장과 발전을 위한 교육시스템이 있다.
6. 소비자, 가맹점사업자, 협력회사들과 함께하는 상생경영을 실천한다.
7. 가맹점 목표 수익 달성을 지원하는 시스템이 구축돼 있다.
8. 매출예측 시스템에 입각한 출점 전략을 구사한다.
9. '쏟아 붓기'식 광고보다 스토리텔링과 고객경험관리에 더 관심이 많다.
10. 브랜드 약속을 준수하며 브랜드에 헌신한다.
11. 시장변화에 대응하기 위해 지속적으로 정보를 수집하고 연구개발에 투자한다.
12. 구성원 모두가 영업비밀과 지적 자산을 소중히 여기고 발전시킨다.
13. 창업자 모집을 위해 가맹점 매출을 투명하게 공개할 수 있다.
14. 재무적인 건전성과 투명성을 위해 노력한다.
15. 급격한 성장이 아닌 목표관리제도에 기반해 지속적으로 성장한다.
16. 매년 가맹점 매출이 10%이상 성장하며, 30개 이상의 가맹점을 개설한다.
17. 전사적인 리스크 관리시스템을 운영하고 있다.

18. 경영자, 직원, 가맹점 모두 핑계대지 않고 열정으로 사업에 헌신한다.

컨설팅 회사에 가맹점 매출을 투명하게 공개할 수 있는 자신감

이중 13번은 우리 같은 창업 컨설턴트들에게 매우 중요한 요소이다. 해당 브랜드의 중상위 매출 가맹점 사업자의 특징을 분석할 수 있어야만 예비 창업자들에게 해당 브랜드의 성공요소를 알려줄 수 있을 뿐 아니라, 그 조건에 맞는 창업을 가이드 할 수 있기 때문이다. 아무리 좋은 브랜드라도 매출이 부진한 매장은 있다. 중요한 것은 새로운 창업자들이 시행착오를 하지 않도록 해주는 것이다. 그 것이야말로 가맹본부가 가진 정보력을 극대화해서 건전한 프랜차이즈 산업을 육성하는 지름길이다.

프랜차이즈 스타 브랜드는 입소문에 의해서 가맹점이 확산되고, 우리 사회에 좋은 일자리를 제공해주며 지속가능한 성장을 기대할 수 있다.

많은 프랜차이즈 가맹본부들이 매출이 낮은 가맹점에 대해서 가맹점주의 마인드를 탓한다. 하지만 그런 비난의 화살은 가맹본부에게로 다시 향할 수도 있다. 가맹점 사업자 마인드 때문에 매출이 안 오르고 장사가 안 된다고 말하는 가맹본사 경영자이거나 가맹본부 임직원들은 과연 어떤 마인드를 가지고 있는지 돌아봐야 할 때이다. 가맹점에게 강조하는 것만큼 경건하게 경영하는가, 자기 개발과 발전을 위해 노력하는가? 가맹점 사장에게 직원 관리를 잘 하라고 하면서 가맹본부는 조직 관리가 잘되는가?

안일하게 경영하는 가맹점이 망하듯 가맹본사도 마찬가지

안일한 마인드로 탁월하지 않은 경영으로 가맹점 사업자들이 매출을 올리지 못하는 것처럼 탁월하지 않은 경영과 업무 스타일을 가진 가맹본부들도 사랑받는 강소기업이 될 수 없다. 임직원들 역시 마찬가지다. 가맹점 숫자 늘리기에만 급급해 영혼 없는 광고를 하고, 출점 목표를 달성하기 위해서 뻔히 장사가 안 될 줄 알면서 점포를 출점시키는 행위를 밥 먹듯이 하면 좋은 브랜드가 되기 힘들다.

마치 가맹점 사업자가 대중 대중 경영해서 고객을 만족시키지 못하다가 계약기간 종료 시점에 폐점해 버리듯이 일 년 내내 가맹점 순회 지도를 해도 매출은 제자리걸음인 것만 번지르르한 운영 시스템을 가진 가맹본사는 쉽게 무너질 것이다.

4차 산업혁명, 초 고령화 사회 도래, 싱글족 증가, 가맹사업 규제 강화 등으로 오프라인 사업의 실적이 갈수록 나빠지고 있다. 디스플레이선 우려도 커지고 있다. 이럴 때일수록 기초를 튼튼히 해야 한다. 막대한 광고비와 개설이익 상당부분을 수수료로 지급하는 영업대행 시스템에만 의지해 가맹점 관계 구축 및 운영시스템 고도화를 소홀히 한다면 아무리 열심히 쌓아도 모래성처럼 브랜드 사업은 무너지고 말 것이다.. **KFN**

고용보험법 개정

고용노동부는 지난 8월 27일 고용보험법을 일부 개정하여 10월 1일부터 시행하고 있습니다. 개정된 고용보험법은 실업급여의 수급 기간이 최장 9개월로 연장되었으며, 이로 인한 재정 부담으로 고용보험료율도 1.3%에서 1.6%로 인상되었습니다.



write 이금구

Profile

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

1. 실업급여(구직급여)의 기초일액과 최저 기초일액(하한액)

구직급여 수급자격자의 기초일액은 퇴직 전 1일 평균임금의 50%×소정급여일수로 지급하여 왔습니다. 그러나 10월 1일부터는 1일 기초급여일액이 1일 평균임금의 60%로 인상되어 구직급여일액은 수급자격자의 기초일액에 100분의 50을 곱한 금액에서 100분의 60을 곱한 금액으로 인상된 것입니다.

2. 실업급여 최저기초일액(하한선)

최저기초일액은 최저임금의 90%에서 80%로 하향 조정되었습니다. 2019년 9월까지는 구직급여 하한액(1일 기준)은 최저시급 8,350원×8시간×90%=60,120원이며, 10월 1일부터는 8,350원×8시간×80%=53,440원으로 조정됩니다.

그러나 고용보험법 부칙 제8조 제2항에서는 “개정된 최저구직급여가

재정 규정 시행 전 최저구직급여보다 낮을 경우, 개정 시행 전 최저구직급여를 해당 연도 최저구직급여일액으로 한다”는 규정에 따라 최저구직급여일액은 60,120원을 유지하게 됩니다.

그러나 2020년 1월 1일 부터 최저시급이 8,590원으로 인상됨에 따라 최저구직급여일액은 8,590원×8시간×80%=54,976원으로 개정 전 최저구직급여일액 보다 낮아지게 됩니다. 따라서 2020년 최저구직급여일액은 60,120원으로 유지되며, 상한액은 8,590원×8시간×90%=66,000원이 됩니다.

3. 실업급여 수급기간

구직급여의 소정급여 일수가 아래와 같이 확대되었습니다.

구분		피보험기간				
		1년 미만	1년 이상~ 3년 미만	3년 이상~ 5년 미만	5년 이상~ 10년 미만	10년 이상
이직일	50세 미만	120일	150일	180일	210일	240일
현재 연령	50세 이상 (장애인)	120일	150일	210일	240일	270일

4. 자영업자 구직급여의 소정근로일수

자영업자의 구직급여의 소정급여일수가 아래와 같이 변경되었습니다.

구분	피보험기간			
	1년 이상~ 3년 미만	3년 이상~ 5년 미만	5년 이상~ 10년 미만	10년 이상
소정급여일수	120일	150일	180일	210일

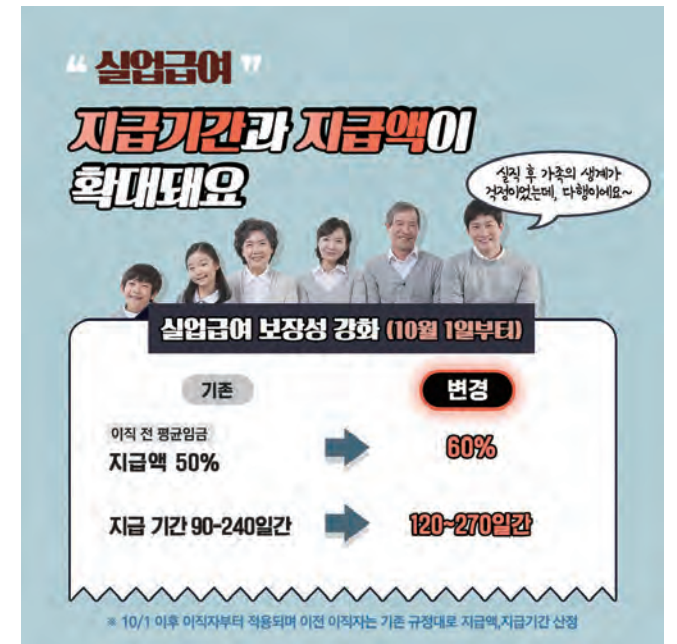
5. 고용보험료율 인상

- 인상 시기 : 2019년 10월 1일
- 인상 율 : 1.3% → 1.6%(0.3% 인상)
 - 사업주 및 근로자 각 0.65% → 각 0.8% 부담(0.15%씩 추가 부담)
 - 100인 미만 사업장의 고용보험료율은 총 1.85%
 - 사업주 부담 보험료율 : 1.05%
 - 근로자 부담 보험료율 : 0.8%

6. Q & A

Q. 2019년 (귀속) 보수총액신고 및 정산보험료 산정방식은 어떻게 되나요?

A. 보험료 징수법 제16조의 제10제1항에 의거하여 사업장에서 2020년 3월15일까지 '19년도(귀속) 연간보수총액신고 총액을 보험료를 변경 전·후 기간별로 분리(1월~9월, 10월~12월)하여 신고하고, 공단에서는 기간별 분리 신고된 보수총액에 변경 전·후 보험료율을 반영하여 '19년(귀속) 정산보험료를 산정하게 됩니다.



Q. '19년 10월 이후 연도 중 소멸되는 사업장의 '19년도(귀속) 정산보험료는 어떻게 신고 산정하게 되나요?

A. '19년 10월 이후 연도 중 소멸되는 사업장은 '19년도(귀속) 보수총액을 보험료를 변경 전·후 기간별로 분리(1월~9월, 10월~12월)하여 신고하고, 공단에서는 기간별 분리 신고 된 보수총액에 변경 전·후 보험료율을 반영하여 '19년도(귀속) 정산보험료를 산정하게 됩니다.

Q. 10월 이후 지급된 상여금, 성과급 등(산정 대상 기간이 '19년 요율 인상 전·후 포함) 보수총액정산은 어떻게 하나요?

A. - 연도 말에 지급되는 상여금 등 근로제공 전체 기간에 귀속되는 소득을 '19년도 근로 제공 기간별로 구분하여 배분 후 신고할 수 있습니다.

- 상여금 등이란 근로를 제공한 전체 기간에 대한 대가로 지급하는 금품으로서 근로를 제공한 전 기간에 귀속되므로, 단체협약 등에 따라 연도 말에 지급하더라도 그 지급 월에만 귀속되는 소득이라고 볼 수 없으며, 법령에 그에 대한 귀속 내지 처리방법이 별도로 규정되어 있지 않는 한 근로제공 기간에 비례하여 안분하는 것이 타당합니다.

Q. 인상된 증액보험료를 납부하지 않으면 어떤 불이익이 있나요?

A. 납부기한 내에 납부하지 않으면 납부 기한이 지난날부터 연체금이 부과되며(최대 1천분의 30까지 부과), 국민건강보험공단에서 국제 체납처분의 예에 따라 체납처분을 통해 강제 징수하게 됩니다. **KFN**

가업승계 증여세 과세특례

중소기업 경영자가 고령이 된 경우에 생전에 자녀에게 기업을 사전 상속하도록 함으로써 중소기업의 연속성을 유지하고 경제 활력을 도모하기 위하여 지난 2007년 12월 31일 법 개정 시에 가업승계에 대한 증여세 과세특례제도가 도입되었다.



write 노정민

Profile

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

가업승계 증여세 과세특례 제도의 요건 및 내용

(1). 증여재산은 주식 또는 출자지분이어야 한다. 가업승계에 따른 증여세 과세특례를 적용할 때 증여재산의 종류는 주식 또는 출자지분에 한하고 있다. 이 경우 주식은 주식회사의 지분을 말하며, 출자지분이라 함은 합명, 합자, 유한회사의 출자지분을 말한다. 그러므로 중소기업인 가업을 개인기업 형태로 영위하는 경우에는 가업의 승계에 따른 증여세 과세특례규정이 적용되지 않는다.

(2). 18세 이상인 거주자가 60세 이상의 부모(증여 당시 아버지나 어머니가 사망한 경우에는 그 사망한 아버지나 어머니의 부모를 포함한다)로부터 증여자가 10년 이상 계속하여 중소기업의 최대주주 등인 경우

로서 그와 특수 관계에 있는 자의 주식 등을 합하여 해당 법인의 발행주식 총수 등의 50%(상장법인의 경우 30%)이상이어야 한다.

(3). 수증자는 증여세 과세표준 신고기한까지 가업에 종사하여야 하고, 증여일부터 5년 이내에 대표이사에 취임하여야 한다.

위 요건을 충족 시 사전상속제도인 증여재산에 대하여는 100억원 한도에서 5억원을 일괄공제하고, 특례세율 10%(가업승계 주식의 경우 증여세 과세표준이 30억원을 초과하는 경우 20%)를 적용하여 증여세를 과세한 후 증여자 사망 시 10년 이내 여부에 상관없이 상속세로 정산한다. 일단 현재에 100억원을 증여한다고 가정 시 일반증여의 경우 43억

7955만원의 세금을 납부해야 하지만 특례규정 적용 시 16억의 세금만을 납부하여 27억7955만원이 절세된다.

가업승계 증여세 특례 신청

가업승계 증여세 특례규정을 적용 받으려면, 반드시 증여세 신고기한 내에 관할세무서에 증여세 신고서와 특례 적용 신청서를 반드시 제출하여야만 한다.

엄격한 사후관리 및 위반시 가산세

가업승계 후 7년 이내에 가업에 종사하지 아니하거나 가업을 휴업하거나 폐업하는 경우, 수증자가 증여받은 주식 등을 처분하는 경우, 수증자의 특수 관계인의 주식처분 또는 유상 증자 시 실권 등으로 지분율이 낮아져 수증자가 최대주주 등에 해당되지 아니하는 경우에는 증여세가 추징된다. 또한 1일당 1만분의 2.5의 높은 이자(연 9.125%)가 부과되므로 철저하게 사후관리 하여야 한다.

신고세액공제 배제 및 연부연납신청가능

증여세 과세특례가 적용된 주식 등에 대한 증여세과세표준을 신고하는 경우에는 신고세액공제(현3%)를 배제하나 연부연납은 적용한다. 이는 증여세 과세특례가 적용된 주식 등에 대하여 5억원을 일괄공제한 후의 과세표준에 10%의 낮은 세율을 적용하여 과세하는 대신에 일반적인 증여재산에 대하여 적용되는 신고세액공제 배제하고자 하는 취지로 판단된다. 다만, 증여세 신고기한 다음날부터 2월 이내의 분납과 연부연납은 가능하다.

법령상 증여세 과세특례가 적용된 주식 등에 대한 증여세에 대하여 원천적으로 물납을 배제하고 있지 않으므로 물납도 가능한 것으로 해석될 수 있으나, 상속세 및 증여세법 제73조의 규정에 의하면 증여세에 대하여는 비상장주식으로 물납신청을 할 수가 없고, 또한 증여세 과세특례를 적용받은 주식 등을 증여 일부터 7년 이내에 정당한 사유 없이 처분하여 수증자의 지분율이 감소되는 경우에는 상속세 및 증여세법에 따라 증여세가 추징되므로 증여세에 대한 물납은 원천적으로 허용되지 않게 된다. **KFN**

※절세 포인트

가업승계 증여특례제도의 핵심은 주식이치평가다. 증여 시 성장하는 중소기업으로서 주식이치가 앞으로도 계속하여 오른다는 미래가치에 대한 확신이 있어야 유리하다. 향후 만약 상속시점 시 주식이치가 많이 떨어져 있다고 한다면 과거 증여 시 높았던 주식이치로 그대로 상속세를 재계산해야 하므로 절세효과가 떨어질 수 있기 때문이다. 주의할 점은 법인의 자산에서 대여금이나 영업활동과 관련 없는 주식 등 사업무관관련 자산은 제외됨에 유의해야 한다. 또한 가업상속공제는 고용유지를 해야 하는 어려움이 있지만 가업승계 증여특례 제도는 고용유지 조건이 없음에 주목해야 한다.

매력(魅力)이 있는 서비스가 알파 고객을 만든다

성공적인 비즈니스를 하는 사람들에게는 3가지 능력이 있다.

첫 번째이자 가장 중요한 능력은 실력이다. 실력이 없는 사람은 근본적인 비즈니스의 속성인 상대방의 문제를 해결해줄 수 있는 능력이 없는 것이기 때문이다.

두 번째는 경력이다. 시간 속에서 경력을 쌓은 사람들은 첫 번째 요소인 실력에 있어서 경쟁력을 가질 확률이 높고, 상대방에게 신뢰까지 줄 수 있기 때문이다.

마지막 능력은 매력이다. 실력과 경력은 그 일을 하고자 마음먹고 그 업계에 종사하고 있으면 시간 속에서 자연스럽게 생기는 것이라고 한다면, 매력은 시간이 지난다고 해서 저절로 만들어지는 것은 아니다. 여기서 매력이라는 단어의 의미를 조금 더 자세히 살펴보자. 매력의 '매(魅)'라는 글자는 한자어로 '귀신, 도깨비, 매혹하다, 홀리다'의 의미를 가진다. 즉, 매력이란 정확하게 그 이유를 논리적으로 설명하기는 힘들지만, 도깨비처럼 상대방을 홀리는 능력을 말한다.



write 김주리

Profile

현)프랜차이즈산업연구원 서비스마케팅 연구소 소장

현) HUB Consulting 대표

현) 네이버 주식회사 파트너 강사

현) 국가공인 브레인트레이너

차이즈 매장에서 점주가 바뀌는 것만으로도 결과가 달라지는 것을 볼 수 있다. 동일 조건의 영업 환경에서 불구하고 매장을 운영하는 점주, 그리고 그로 인해 꾸려진 인적 자원들의 변화만으로도 큰 변화를 만들어 내는 것이다.

이렇게 고객 접점에서 일하는 사람들의 매력은 고객에게 '서비스가 좋다. 기분이 좋다. 친절하다.'와 같은 평가를 하게 만든다.

매력이 있는 서비스는 반드시 매장의 알파 고객을 만든다.

알파 고객이란, 단순하게 어떤 조건에 충성하지 않고 특정 상품이나 브랜드, 매장, 또는 사람에게 열정적 지지를 보내는 최고의 고객을 뜻한다. 알파 고객은 비즈니스가 안정적으로 지속되기 위해서는 반드시 확보해야 하는 든든한 지원군이다.

프랜차이즈 본사의 제품개발, 광고, 홍보, 프로모션 전략 등은 고객이 매장에 방문하는 기회를 만들 수는 있다. 하지만 한 번 매장에 방문한 고객을 재방문하게 만들고, 재방문 고객을 알파고객으로 만드는 것은 매장의 매력, 즉 매장 접점 인력의 서비스 수준이 결정하게 된다. 고객이 만족하는 서비스를 제공한다는 것은, 단순한 소비자(Consumer)를 의미 있는 고객(Customer)으로 만들기 위한 매력 발산이라는 것을 잊지 말아야 한다.

그렇다면, 매력이 있는 고객 서비스를 제공하기 위해서는 무엇을 해야 할까?

첫 번째, 상향평준화 된 일관성 있는 서비스를 제공하기 위한 서비스 매뉴얼 정립이 필요하다. 원칙주의에 빠져 모든 고객을 기계적으로 대하기 위한 매뉴얼을 만들자는 의미는 아니다. 매력이 있는 고객 서비스를 위한 매뉴얼은 '응대자'에 의해 서비스의 형태가 좌우되는 위험은 방지해야 한다는 의미를 가진다. A직원의 서비스 수준이 100점이라고 하더라도 B직원의 서비스 수준이 0점이라면, B직원에게 응대를 받은 고객은 다시는 우리 매장을 찾지 않을 수도 있다. 그것이 바로 모든 수에 0을 곱하면 0이 되어버리는 것과 같은 '서비스 곱셈의 법칙'이다.

두 번째, 서비스 이행 문화의 정립이 필요하다. 여러 매장을 방문해 보면, 서비스 매뉴얼을 잘 만들어도 들춰보지도 않는다는 말을 많이 듣는다. 이런 조직은 누군가가 매뉴얼대로 고객 서비스를 이행하려고 했을 때 오히려 이상하게 여긴다. 그러면서 처음에 매뉴얼대로 이행하려는 시도를 한 사람도 점점 그 열정을 잃게 될 것이다.

이러한 악순환을 막기 위해서는 서비스 매뉴얼을 만들고 난 이후가 더 중요하다. 서비스 이행 문화를 정립시키기 위해서는 매뉴얼을 활용한 직원 교육과 각 매장별 CS이벤트 시행과 같은 고객 서비스의 당위성을 강조하는 자극에 접점 직원들이 지속적으로 노출될 수 있는 환경을 만드는 것이다.

지금까지 실력, 경력을 갖추는 것에 집중했다면, 이제 매력에도 관심을 가져보자. 어느 순간 우리 매장에 열광하는 든든한 알파 고객을 발견하게 될 것이다. **KT**

프랜차이즈 비즈니스에서 '매력'의 정도는 매장에서 고객과 접점을 이루는 모든 사람들의 서비스 이행 수준에 의해서 결정된다고 할 수 있다. 고객 중심의 서비스가 잘 이행되고 있다면 고객에게 매력을 어필하는 서비스를 하고 있다고 할 수 있고, 서비스 이행 수준이 낮다면 분명히 고객은 그 매장에서 매력을 찾지 못할 것이다.

상향평준화된 제품의 퀄리티와 브랜드의 역사와 같은 실력과 경력에 비유할 수 있는 요소들은 프랜차이즈 본사가 제공할 수 있는 것이지만, 매력은 본사에서 제공할 수 있는 것이 아니라, 실제 고객 접점이 형성되는 각 매장에서 갈고 닦아야 하는 능력이다.

실제로 많은 프랜차이즈 브랜드에서 운영이 잘 되지 않아 양도/양수가 이루어진 매장의 경우, 의외로 성공적인 결과를 얻는 경우를 많이 경험한다. 같은 입지, 같은 제품, 같은 마케팅 방식, 같은 브랜드를 가지고 운영을 한다면 점주가 바뀐다고 해도 그 결과는 이전 점주님이 운영했을 경우와 별반 다르지 않아야 정상이다. 그러나 놀랍게도, 많은 프랜

대만풍의 발원지 타이페이를 가다

흑당버블티 가고, 과일차 · 우육탕 · 마라면 온다

write **노승욱** 특임기자



대만 수도 타이베이시로부터 서쪽으로 약 7 km 떨어진 곳에 위치한 뉴타이베이시. 화색빛 산업단지 속에서 나홀로 '반짝'이는 건물이 있다. 1974년 설립된 대만의 치킨 브랜드 'TKK' 본사다. 45년 역사를 자랑하는 TKK는 대만 최초의 패스트푸드 브랜드다. TKK 1호점인 문을 열고 10년 만인 1984년에 맥도날드와 KFC가 대만에 들어왔다. 창업주 3세이자 현재 TKK 부사장으로 경영에 참여 중인 스즈 위에(史宗岳) 씨는 “대만에서만큼은 맥도날드나 KFC보다 우리가 따거(대兄, 형님)”이라며 뿌듯해했다.

지난해 리모델링한 4층 규모의 사옥은 '45년

차 식품기업'이 아닌, 실리콘밸리의 IT 스타트업을 떠올리게 한다. 도서관, 피트니스센터, 요가실, 샤워실, 노래방에 공중정원까지... 하이라이트는 1층 로비다. 근엄한 표정의 안내원이나 경비원이 앉아있는 책상 대신, 서울 이태원에 있을 법한 '수제맥주 펍'을 연상시키는 기다란 다이닝바와 TKK 마스코트 배경의 포토존이 자리하고 있다. 바 뒤편 주방에선 즉석에서 튀긴 치킨이 주문 즉시 준비된다. 두툽한 육질과 담백한 식감의 'TKK 오리지널 치킨'이 '치킨 선진국'인 우리나라와는 또 다른 매력을 뽐낸다. 눈길을 사로잡은 것은 맥주 탭(TAB) 모양의 차 탭. 맥주도 아닌 '버블티'를 수

도꼭지처럼 틀어 마시는 발상의 전환이 신박하다. 스즈위에 부사장은 “TKK의 다음 50년을 준비하기 위해 젊은 이미지를 강화할 필요가 있었다. 찾아오고 싶고 일하고 싶은 회사를 만들기 위해 지난해 사옥을 전면 리모델링했다. '치킨과 차'라는 색다른 조합에 대한 고민도 같은 맥락이다. 치킨을 뜯고 차를 마시며 자유로운 분위기 속에서 대화하다보면 딱딱하고 어려운 비즈니스 미팅도 순조롭게 풀린다”고 설명했다.

저가항공발(發) 여행붐과 일본 불매운동 반사 효과에 힘입어 대만 여행이 급증하고 있다.



한국관광공사에 따르면, 올 1~7월 대만을 찾은 한국인 관광객은 62만8362명으로 지난해 동기(57만338명) 대비 10.2% 증가했다. 8월 이후 일본 여행 기피가 본격화됐음을 감안하면 올해 대만행 관광객은 110만명을 돌파, 역대 최고치를 갈아치울 전망이다. 올 상반기 국내 음료 시장을 강타한 흑설탕 버블티 열풍과 마라탕 등 신(新)중화요리 유행도 대만과의 거리를 가깝게 하는 요인들이다. 대만은 우리나라보다 인구나 경제 규모는 작지만 시사점이 적잖은 나라다. 저성장, 1인 가구 증가를 먼저 경험했고, 수출 중심 경제에 인구 밀도는 세계 최고 수준이어서 부동산 가격이 천정부지로 치솟은 점도 비슷하다. 저출산 고령화로 부족해진 노동력을 동남아 국가에서 공급하는 등 '신남방 정책'을 펴고 있는 점도 우리와 닮았다.

1인 가구 천국 대만

혼밥족에 카페형 편의점 2년간 두 배 ↑

33%. 대만의 1인 가구 비중이다(지난해 기준). 2007년 27%에서 2016년 30%로 3%포인트 증가에 9년이 걸렸지만, 이후 2년 만에 다시 3%포인트가 증가했다. 1인 가구 증가세가 최근 더욱 가팔라진 셈이다. (우리나라의 1인 가구 비중은 지난해 기준 29.3%였다.) 1인 가구를 겨냥한 '싱글 이코노미(single economy)'가 발달한 것은 당연지사. 점심 1인분을 2~3

개씩 소량으로 팔거나, 요리 대신 외식을 선호해 주방 없는 원룸이 일반화됐다. 1인 메뉴 전문 식당이나 브랜드는 따로 없다. 모든 식당, 브랜드가 1인 메뉴를 팔기 때문이다. 대만 프랜차이즈 시장은 외식업이 주를 이룬다는 점에서 우리나라와 비슷하다. 대만 프랜차이즈 협회(Taiwan Chain Stores and Franchise Association)에 따르면, 대만 전체 프랜차이즈 브랜드는 2781개, 점포수는 10만4959개다(2017년 기준). 이 중 외식업 브랜드는 970개(전체의 35%), 점포수는 3만2810개(31%)다. “970개 외식 프랜차이즈 브랜드 중 150개는 해외에 지점을 운영하고 있다. 이들의 70%는 버블티, 과일차, 꽃차, 과일주스 등 음료 브랜드다. 대만 음료 시장은 메뉴가 갈수록 다양해지고 있다. 우유는 분말 형태가 아닌, 신선한 생우유를 선호하는 추세다. 차는 원산지를 확인해서 고르고, 밀크티는 인스타그램에 올릴 만한 예쁘고 다양한 색을 내는 것이 중요하다” 대만 프랜차이즈의 해외 진출 지원을 담당하는 쟁루췌(鄭如軒) 타이트라(TAITRA) 연구원의 설명이다.

차(茶)의 변신은 무죄

흑당은 옛말... 더 건강하고 예쁘게

타이베이에 거주하는 20대 여성 대만 직장인 A씨는 매일 2L 이상의 차 음료를 마신다. 차를 마시기 위해 그가 들르는 곳은 '버블티 카

페'. 하지만 막상 가서 먹는 것은 버블티가 아니라 녹차 · 우롱차 등 '맑은차'다. 그는 “차를 마시러 갈 때 '버블티 카페'간다고 얘기는 하지만 단순 버블티 보다는 순수 차 음료를 더 즐겨 먹는다. 최근 한국에서 유행한다는 흑당 버블티 역시 예전에는 인기가 있었지만 최근에는 차 종류가 더 다양해지면서 여러 음료로 인기가 분산되고 있다”고 분위기를 전했다.

중화권 나라답게 대만은 '차의 나라'다. 대만을 대표하는 음료는 역시 '버블티'. 밀크티에 타피오카펄이 들어간 음료로 대만에서는 흔히 '보바(boba)'라고 부른다. 그 중에서도 달달한 맛을 자랑하는 '흑당버블티'는 최근 국내 대만 음식 열풍을 이끈 주역이었다. 하지만 정작 대만 현지에서는 '흑당'의 인기를 실감하기 어려웠다. 이미 대만에서는 한물 지난 트렌드라는 것. 대만 차 시장의 최신 트렌드 첫 번째는 '웰빙'이다. '흑당' 인기가 한 풀 꺾인 것도 건강에 대한 염려가 작용했다는 것이 중론. 건강을 위해 차 음료에 들어가던 재료가 바뀌고 있다. 버블티의 기본 음료인 '밀크티'의 변화가 대표적이다. 그간 대만에서는 이름은 밀크티지만 정작 우유가 들어가는 경우는 많지 않았다. 홍차와 우유 분말을 함께 조합해 만든 가루 분말이나 티백을 우려내는 식이었다. 최근에는 젊은 여성 중심으로 건강에 대한 관심이 높아지며 우유에 착안을 직접 우려내는 방식으로 만드는 '진짜 밀크티'가 확산 추세다. 미국에서 대만 버블티 프랜차이즈 매장 250개를 운영하는 쿡푸티(KUNGFUTEA) 관계자는 “웰빙 트렌드에 발맞춰 차는 3시간마다 한 번씩 우려내고 타피오카는 2시간에 한 번씩 줄인다. 차 브랜드마다 신선한 재료와 고급 음료를 사용하고 있다는 사실을 적극 어필하고 있다”라고 설명했다.

두 번째 트렌드는 다양성이다. 일반적인 대만 버블티 카페에는 버블티 종류만 30가지가 넘는다. '버블티=밀크티'라는 공식도 깨지는 중. 과거 쓴 맛 때문에 밀크티 기반 음료로는 잘



쓰이지 않았던 녹차, 우롱차, 녹두, 흑미 등 다양한 차가 요즘은 종종 쓰인다. 밀크티나 버블티 위에 치즈폼 등 크림을 올리는 '클라우드 밀크티'도 최근 대세로 떠올랐다. 언뜻 맥주 거품 같은 크림을 뚫고 음료를 마시려면 컵을 45도 기울여야 하는데, 이 때 인중에 묻은 크림을 인 증샷으로 찍어 인스타그램에 올리는 것이 유행이다. 이밖에 투명한 병 안에 찬 물로 우려낸(Cold Brew) 차와 꽃잎이 그대로 보이는 음료 브랜드 '차지탕(CHAJITANG)', 과일로 만든 색색의 '레인보우펄'로 사랑받는 '레드 선티'도 인기다. OOO는 "대만에서 차 종류가 다양해지는 원인 중 하나는 시각적 아름다움, 즉 '인스타그램able'한 음료를 내놓기 위해서다. 점점 토핑과 재료가 다양화되면서 색과 향이 더 현란해지는 추세"라고 설명했다.

차와 음식을 조합해서 먹는 '푸드 페어링'도 '다양화' 트렌드의 하나. 쿡피와 손 잡은 TKK의 움직임이 이를 잘 보여준다. TKK는 치킨과 차를 세트메뉴로 구성해 함께 판매하는 전략 구사에 나섰다. 최근 미국 월스트리트 저널에 소개되며 반향을 얻고 있다. 차 메뉴를 도입한 2015년 이후 매출이 5억5000만대만달러에서 지난해 9억대만달러로 3년 만에 63% 급증했다. OOO TKK 부사장은 "어떤 치킨과 차가 어울리는지 최상의 조합을 찾기 위해 노력 중이다. 버블티뿐 아니라 허니레몬티, 요구르트티 등 다양한 종류의 음료와 치킨 메뉴를 구성하면 색다른 맛을 즐길 수 있다. '치킨과 차'를 미국의 '햄버거와 밀크셰이크' 조합을 뛰어넘는 '국민 세트'로 만드는 것이 목표다"라고 말했다.

한국 진출 노리는 대만 브랜드는

흑당 인기 등에 업고 우육탕·치킨도 '노크'

대만 음식 열풍이 1년 가까이 이어지며 한국 진출을 노리는 대만 브랜드도 늘어나는 모양새다.

지난해 9월 가로수길점 1호점으로 한국에 진출한 대만 버블티 브랜드 '더앨리'는 현대백화

점, 스타필드 등 맛집들이 대거 포진한 특수상권 중심으로 최근 매장을 22호점까지 늘렸다. 지난 3월 문을 연 대만 버블티 브랜드 타이거슈가 역시 국내 진출 5개월 만에 23호점까지 출점했다(8월 기준). 대만 샌드위치로 사랑받는 '홍루이젠'은 지난 4월 220개였던 점포수를 5개월만인 9월 272개까지 늘렸다. 홍루이젠 가맹점만 23개 운영하는 다점포 점주도 있다고, 이밖에 대만 열풍의 시초로 불리는 '공차', 2005년 국내 진출한 담섬 전문점 '딘타이펑' 역시 대만 음식 열풍을 타고 제2 전성기를 맞았다. 2017년 300개에 머물렀던 공차 매장 수는 지난 8월 기준 520개를 돌파했다. 공차코리아의 올해 상반기 매출 역시 614억원을 기록, 전년 동기(341억원) 대비 180%나 늘었다.

상황이 이렇다보니 현지에 있는 대만 식품업계 브랜드도 한국 진출의 문을 계속 두드리고 있다. 대만무역투자진흥공사(TAITRA)에 따르면 '2019 부산 국제 식품박람회'에 참가를 희망한 대만 브랜드가 13개로 지난해(10개)보다 3개 늘었다. 버블티뿐 아니라 치킨, 빙수, 디저트류로 브랜드 종류도 다각화되는 모습. 대만에서 최근 가장 핫한 국수집으로 평가받는 '소훈면포'도 한국 진출을 준비 중이다. 오리피와 고급 도가니(소 힘줄)를 사용해 부드러운 식감을 자랑하는 프리미엄 우육탕면이 주력이다. 면과 탕을 따로 먹을 수 있는, 대만에서도 처음 시도되는 메뉴 덕분에 2017년 창업 이후 2030세대에게 인기가 많다.

송원섭 홍루이젠 대표는 "한국에서 공차, 홍루이젠의 성공적 진출과 한국인들의 대만 음식에 대한 관심이 높아지면서 대만 브랜드에 대한 한국 기업의 러브콜이 잇따르고 있다. 주로 일본 진출에 관심이 많았던 대만 브랜드들도 최근 한국 진출 성공 사례에 힘입어 한국으로의 선회를 검토 중인 곳들이 적잖다. 신(新)중화요리와 에스닉 푸드(이국 음식) 열풍을 타고 대만 음식 트렌드가 당분간 지속될 것으로 보인다"라고 말했다. **KFN**

어디서도 들을 수 없는 고품격 자영업자 편파방송

창업직설

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



노승욱 대경이코노미 기자
나건웅 대경이코노미 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!

청취방법

- 안드로이드 OS : 구글 플레이스토어에서 '뽀뽀' 앱 설치 후 '창업직설'을 검색해서 구독
- IOS : '팟캐스트'에서 '창업직설'을 검색해서 구독



미얀마(버마)의 프랜차이즈 사업

write **유상목**

Profile

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

미얀마 프랜차이즈 산업은 이 나라에서 가장 전망이 좋은 산업 분야이다.

미얀마의 경제가 빠르게 성장하고 소비자 활동이 증가하고 있어서 이 시장은 국제 프랜차이즈 브랜드 사업가들에게 환영받는 시장이다. 이 시장은 1990년대 이후 최근 시장 자유화 이니셔티브에 이르기까지 대부분의 외국 브랜드에 거의 노출되지 않았다.

그 이후로 이 나라는 특히 식음료 부문에서 서양 및 아시아 국가의 국제적인 프랜차이즈가 유입되었다. 지난 6년 동안 싱가포르, 태국, 말레이시아, 인도네시아, 필리핀, 한국 및 일본과 같은 아시아 국가의 식음료 프랜차이즈가 미얀마에 진출했다. 2013년 3월 태국의 유명한 대기업 Minor Food Group(MFG)은 미얀마에 미국 식품 및 아이스크림 브랜드인 Swensen's를 오픈했다.

한국의 패스트푸드 대기업인 롯데리아가 2013년 첫 매장을 오픈하고 고객에게 서비스를 제공했다. 롯데리아는 양곤, 만달레이, Mawlamyine와 Monywa에 24개의 매장을 오픈했으며, 가까운 시일 내에 추가로 매장을 오픈할 계획이다. Freshness Burger 체인의 일본 회사는 2014년 양곤에 첫 번째 매장을 론칭했다. 말레이시아의 패스트 푸드 Marry Brown은 2013년 6월 첫 번째 레스토랑을 개설 한 후 양곤, 만달레이 및 Pyin Oo Lwin에 10개의 매장을 열었다.

미얀마에서 버거킹의 프랜차이즈 권리를 보유한 태국 MFG는 2016년 12월 첫 번째 매장을 열었다. 아세안 국가 중에서 싱가포르를 제외한 미얀마의 프랜차이즈 부문에 큰 관심을 가지고 있다. Ya Kun, Chewy Junior, Pasta Mania, Teapresso, Fish & Co, Manhattan Fish Market, Astons Specialties Steak House, BreadTalk, Craft Cafe, Crystal Jade, D' penyetz, Frolick, Ramen Monster, Singapore's Kitchen, The Coffee Bean & Tea Leaf and House of Singapura 등 싱가포르의 많은 F&B 프랜차이즈를 미얀마에서 볼 수 있다.

Myanmar Bakery(미얀마 Shwe Taung그룹 계열사)와 싱가포르의 BreadTalk는 2017년 3월 25일 미얀마에서 BreadTalk 베이커리의 첫 번째 매장을 오픈했으며, Shwe Taung은 2019년 6월 현재 양곤에 3개의 매장을 열었다.

또한 호주의 Gloria Jean's Coffee는 양곤과 만달레이에 7개의 매장이 있으며, 앞으로 더 많은 매장을 오픈할 계획이다. Black Canyon, Café Amazon, Doi Chaang Café, Fuji Japanese Restaurant, Ice Manias, Mr. Jones' Orphanage, Shabushi, The Pizza Company, True Coffee 및 Tummor와 같은 태국의 많은 F&B 프랜차이즈도 시장에 진

출했다. 양곤과 만달레이에 매장을 두고 있으며, 앞으로 더 많은 매장을 개점할 계획이다. Black Canyon, Café Amazon, Doi Chaang Café, Fuji Japanese Restaurant, Ice Manias, Jones' Orphanage, Shabushi, The Pizza Company, True Coffee 및 Tummor와 같은 태국의 여러 F&B 프랜차이즈도 시장에 진출했다.

이미 미얀마에 진출한 아시아의 다른 F&B 프랜차이즈는 인도네시아의 Ayam Penyet AP, 한국의 Sorabol, Twist Potato, 유가네 닭갈비 및 불고기 브라더스(한국 BBQ), 대만의 ChaTime 및 Gong Cha, Harley's, 일본의 IPPUDO라면, 오사카 Ohsho 및 Yamagoya 라멘 등이 있다.

2015년부터 아시아 프랜차이즈 외에 미국 프랜차이즈도 성공적으로 미얀마에 진출했다. 2015년 7월, 켄터키 프라이드치킨(KFC)은 Yoma Strategic Holdings와 제휴하여 양곤 시내에 첫 번째 매장을 열었다. KFC는 현재 양곤, 만달레이, 네피토에 34개의 매장을 운영하고 있다. 피자헛은 2015년 10월에 첫 번째 매장을 열었고, 8개의 아울렛을 열었다(20개의 아울렛을 추가로 오픈 예정). 2018년, Krispy Kreme은 첫 매장을 오픈한 후 양곤에 4개의 매장을 추가했다. KFC의 현지 총판인 Yoma Strategic Holdings는 2019년 초 Auntie Anne의 첫 번째 매장을 오픈했다. 또한 Coffee Bean and Tea Leaf은 현재 양곤에 5개의 매장을 보유하고 있다.

미얀마에는 프랜차이즈 및 지적재산권(IP)에 대한 법적 및 규제 프레임워크가 없다. IP법 초안은 현재 의회의 승인을 기다리고 있으며 2018년 말에 발표될 예정이다. 미얀마 정부는 마침내 4가지 오랜 IP법안을 통과시켰다. 저작권법; 등록 상표; 산업 디자인; 그리고 특허법. 이 법은 미얀마 정부가 법 집행을 확인하는 대통령 통지를 발행한 후에만 효력을 발

휘한다.

프랜차이즈 산업의 주요 분야

미얀마의 프랜차이즈 기회에 대한 최고의 전망을 가진 주요 부문은 식음료, 고급 식당 및 쿵 서비스 레스토랑, 커피 숍, 소매점, 서점, 아이스크림 가게, 직업 및 행정직 교육, 자동차 임대 및 택시 서비스, 소매 및 편의점, 바, 건강, 미용 및 복자.

사업 기회

미얀마의 프랜차이즈 부문은 2013년에 두 개의 현지 및 국제 패스트푸드 프랜차이즈 체인으로 시작했다. 2018년 말, 양곤, 만달레이, Taung Gyi 및 네피도에 약 70 개의 외국 프랜차이즈가 운영되고 있다. 강력한 GDP 성장률, 많은 청소년 인구 및 중산층 확대는 미국 프랜차이즈 진출을 위한 주요 시장조건의 원동력이다. BMI 리서치의 아시아 리스크 팀에 따르면 미얀마의 1인당 GDP는 2014년과 2019년 2년 사이에 두 배 즉, 1480달러에서 3052 달러가 될 것으로 예상되고 이로 인해 식음료 판매가 급격히 증가했다.

이 리서치 회사의 Food & Beverage Insights에 따르면, 가처분 소득 증가와 낙관적인 소비자 심리가 이 성장의 주요 동력이다.

*이 기사는 해외의 미국 대사관에서 작성했다. 미국과 75개 이상의 국가에 108개의 지사 네트워크를 운영하고 있는 미국 상무부의 상업 서비스는 전 세계에서 운영되며, 국제 마케팅 전문지식을 활용하여 미국 회사가 전 세계에 제품과 서비스를 판매 할 수 있도록 지원한다. <http://export.gov/usoffices> 를 방문하여 가까운 미국 상업서비스 무역 전문가를 찾으세요. **KTN**

출처 : export, government
Burma Country Commercial Guide
(<https://www.export.gov/article?id=Burma-prospects-franchising>)

HOT ISSUE 1

국세청,
주류 리베이트 고시 재 행정 예고업계 의견 대부분 반영...
‘대여금’ 제공금지품목에서 제외
금품 등 수취금지에 관한 개정규정은
내년 6월 1일부터 시행

국세청이 지난 5월 행정 예고한 주류고시 개정안을 약 4개월 만인 9월 19일 다시 행정 예고했다. 앞서 한국프랜차이즈산업협회는 최초 행정예고 이후 대여금 제공 제한 규정 폐지 등 업계의 목소리를 담아 공문 및 의견서 제출, 간담회 개최·참석, 보도자료 배포 등 총력을 다해 개정안 수정을 강력히 요청한 바 있으며, 이에 국세청은 최초 개정안을 철회하고 협회 등의 의견을 반영해 이날 재행정예고안을 공고했다.

국세청은 “주류거래질서 확립을 위한 명령위임 고시 등의 개정안에 대한 1차 행정예고 이후 제시된 프



랜차이즈업계 등 시장참여자의 다양한 의견을 수렴하고, 관계부처 간 협의를 통해 새로운 개정안을 마련했다”고 밝히며, “기업의 정상적인 영업활동을 지원하고, 소상공인의 영업환경 개선 및 신규사업자 진입장벽 완화 등을 위해서 제한적으로 허용되는 물품 등을 명확히 하고 지원범위를 확대했다”고 설명했다.

국세청은 “특히 프랜차이즈업계 등 시장참여자의 의견을 반영하여 ‘대여금’을 제공 금지 금품에서 제외했으며, 제도변경에 대한 홍보 및 시장참여자의 자율적 정화기간을 부여하기 위해 금품 등 수취금지에 관한 개정규정은 내년 6월 1일부터 시행(부칙 제1조)하기로 시행을 유예했다”며, 업계에서 요구하는 의견을 대부분 반영한 것임을 시사했다.

이번 개정안의 특징은 허용되는 물품 등의 지원 범위를 확대 및 신설하고, 도매·중개업자에 대한 금품 등 수취 금지조항을 신설한 것이다. 특히 앞선 개정안에서 논란의 대상이었던 ‘대여금’을 제공 금지 금품에서 제외한 것은 업계의 의견이 반영된 것이어서 의미가 있다.

이에 따라 대여금을 창업자금 및 운영자금으로 활용하는 영세자영업자의 애로가 크게 해소될 전망이다. 이와 함께 주류거래질서 확립을 위해 현행 소매업자에게만 적용되는 금품 등 수취금지 규정을 도매중개업자에게도 적용되도록 개정(제3조제3호 개정)했다.

이와 함께 불특정 다수인에게 제공하는 시음주의 사전 승인 시 물량 한도를 현재의 120% 수준으로 확대하고 금액한도 기준은 폐지한다. 또한 종전 시음주와 기증주를 ‘시음주’로 통일하고, 위스키는 ‘RFID 적용 위스키 및 기타주류’로 명확화한다.

내구 소비재의 경우는 신규 음식업자에서 모든 음식업자로 제공 대상을 확대하고, 광고·선전 목적을 가지는 소모품도 유흥음식업자에게 제공 허용하며, 가액한도 5천원은 삭제한다.

한편, 이번 고시개정안은 20일간의 예고기간과 법제처 검토 및 규제위원회의 규제심사 등 적법절차를 거쳐 이르면 11월, 늦어도 12월 중 시행 예정이다.

아프리카 돼지열병(ASF)이 한 달 이상 이어지면서 국내산 돼지고기 가격은 하락하고, 닭고기 가격은 오르는 이상 현상이 지속되고 있다. 아프리카 돼지열병(ASF)이 처음 시작됐을 때의 예상과는 다른 결과다.

축산업계는 아프리카 돼지열병이 처음 발병했을 때, 대부분 삼겹살 가격이 오를 것이라고 전망했었다. 공급이 부족해질 것이라고 봤기 때문이다. 그러나 사람에게 전염되지 않는 병임에도 불구하고, 소비자들은 불안감에 돼지고기 소비를 꺼리고 있는 것으로 나타났다. 이에 따라 대체재인 닭고기 소비가 증가하며, 덩달아 가격도 상승하고 있다는 것이다.

21일 한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면, 국산 냉장돼지고기 삼겹살(중품 기준) 100g의 소매가격은 1793원으로, 1주일 전인 1917원보다 6.5%, 1년 전인 2020원보다 11.2% 하락한 것으로 나타났다. 반면, 닭고기는 올해 하락세를 거듭하다 최근 반등했다.

〈돼지고기·닭고기 가격 추이〉				
구 분	10.21	10.14	9.21	'18.10
돼지고기	1,793	1,917	2,112	2,020
닭고기	5,410	5,222	5,098	5,195

* 자료 - aT농수산물유통정보 / 소매가 평균

지난 1월 5740원에서 9월 5098원까지 떨어졌다가 10월 21일 5410원을 기록, 한 달 전보다 402원이 오르며 반등에 성공했다. 최근 돼지 열병으로 돼지고기 소비가 위축되면서 닭고기 소비가 증가하고 있는 것이다. 또한 양돈 농가들이 가격 하락을 우려해 출하시기를 앞당기면서 공급량은 증가하고 있다. 공급량은 늘고 소비는 줄어드니 가격이 하락하고 있는 것이다.

이와 함께 정부의 돼지 수매로 인한 공급량 증가도 한 요인이 되고 있다. 정부는 열병 확산을 막기 위한 조치로 열병에 걸리지 않은 돼지도 수매하고 있어 공급이 늘 수밖에 없는 상황이다.

HOT ISSUE 2

아프리카 돼지열병(ASF),
돼지고기 가격 하락시켜국내산 삼겹살 전년 대비 11.2% 하락...
닭고기는 한 달 새 3.4% 올라

실제 대형마트 축산물 판매코너에서 돼지고기 대신 대체재인 닭고기를 찾는 소비자가 늘고 있는 것으로 나타났다. 한 대형마트 축산물 판매 관계자에 따르면 10월 1일부터 12일까지 돼지고기 판매량은 지난 8월 13일부터 23일까지와 비교하면 2.3% 줄었다. 반대로 같은 기간 생닭 판매량은 8.3%, 수입 소고기는 10% 이상 늘었다.



시내 한 대형마트 축산물 판매코너에서 소비자가 돼지고기를 보고 있다.

HOT ISSUE 3

일본 불매 운동...
외식 · 주류업계로 ‘불뚝’라멘집 · 일식당 · 이자카야 등
일본풍 음식점 매출 급감

일본의 수출 규제 조치 이후 시민들이 자발적으로 시작한 일본 불매, 이른바 '노 재팬 운동'의 영향으로 관련제품을 취급하는 업체들이 타격을 받고 있다. 특히 최근 일본의 의류브랜드 '유니**'의 광고가 논란이 일면서 불매운동이 확산될 조짐을 보이고 있어 라멘집과 일식당, 이자카야 등 일본풍 음식점점주들의 시름이 늘고 있다.

불매운동 전까지만 해도 일본풍 메뉴를 취급하는 음식점은 외식업계의 한 트렌드로 인식되면서 소비자들로부터 별다른 거부감 없이 안정적인 운영을 이어가고 있었다. 그러나 최근 '일본불매운동'이라는 직격탄을 맞으며 사정이 달라진 것이다.



(사진은 기사의 특정내용과 관련 없음)

일본제품 불매운동은 특히 일본풍 식당이나 프랜차이즈에 많은 타격을 주고 있다. 서울 시내 변화가 인근의 한 일본풍 음식점주는 “비싼 임대료를 생각하면 가게 문을 닫아야 하는지 심각하게 고민 중”이라며 악화일로로 영업상황을 전했다. 또 다른 일본풍 음식점주도 “찬바람이 불면 상황이 나아지기를 기대하고 있다”며 현재의 상황을 애둘러 표현했다.

젊은 층의 유동인구가 비교적 많은 시내 변화가의 한 라멘집 점주는 “불매운동이 막 시작될 당시만 해도 주위의 눈치를 보며 가게를 찾는 손님이 있었지만, 지금은 그마저도 없다”고 전했다.

유통업계에도 상황은 마찬가지다. 한 유통업체 관계자의 설명에 따르면, 최근 백화점이나 대형마트 및 편의점 등에서는 소비자들 사이에서 국산 제품에 들어간 원자재가 일본산인지 확인하는 경우가 많아졌다. 뿐만 아니라 불매운동 영향으로 잠잠하던 방식는 문제가 다시 주목받으며 일본산 원재료인지 아닌지를 따지는 경향도 많아지고 있다.

일본불매운동의 직격탄을 맞은 곳은 일본 맥주다. 특히 수입맥주 중 인기가 많던 일본 맥주는 불매운동으로 사실상 퇴출될 수준이라는 것. 유통업체에 따르면, 한 편의점의 9월 전체 맥주 매출은 전달 대비 1.4% 오른 반면, 일본 맥주 매출은 33% 떨어졌다. 또 다른 편의점도 9월 일본 맥주 매출은 전년 대비 40.1%나 떨어졌다. 관세청에 따르면, 지난달 일본 맥주 수입액은 6천 달러에 그치며 국가별 수입 순위가 28위까지 추락했다.

업계의 한 관계자는 “불매운동이 계속 지속된다면 그 영향권에 있는 기업들의 체감온도는 밖에서 느끼는 것보다 훨씬 클 것”이라고 우려했다.

한편, 일식 프랜차이즈 본사는 2017년 기준 181개로 브랜드 수는 197개에 달한다. 가맹본부는 앞선 해와 비교해 20.86%(29개) 증가했고 신규 등록 가맹본부 수도 같은 기간 28.65%(35개) 늘며 전체 외식업종 중 가장 높은 증가율을 보였다.

크리니트, 친환경 음식물 처리기 ‘팡스맨’ 출시
분해 · 소멸 · 냄새 제거에 특화... 3D 교반형 시스템으로 잔고장도 없어

크리니트(대표 오훈)가 친환경 음식물 처리기 ‘팡스맨’을 출시했다.

팡스맨은 8년 연속 매경 프랜차이즈 100대기업으로 믿고 신뢰할 수 있는 경쟁력을 가지고 있는 크리니트가 음식물 쓰레기의 심각성을 인식하고, 이를 개선하기 위해 만든 친환경제품이다. 팡스맨은 한 번에 많은 양의 음식물 쓰레기를 빠르게 파쇄하고, 미생물을 투입하여 처리의 안전성은 강화하고, 처리속도의 향상 및 안정화를 위해 발명 특허 기술을 취득했다.

팡스맨 관계자의 설명에 따르면, 팡스맨은 현재 500여 곳의 업체 및 관공서, 기업체, 학교, 휴게소, 호텔 및 콘도, 골프장, 병원, 아파트, 교회 및 사찰 등 다양한 업체에 설치되어 사용되고 있으며, 업주 및 사용자들 대부분이 기술력을 인정받고 있으며, 좋은 반응을 얻고 있다.

특히 팡스맨은 3D 교반 방식의 소멸장치로 신기술 특허를 취득했으며, 분해 · 소멸 · 냄새 제거에 특화된 친환경 음식물 처리기다. 음식물 처리 및 하수관 관리 등이 동시에 가능하며, 3D 교반형 시스템이라 잔고장이 없다. 뿐만 아니라 어떤 음식물이든 97% 이상 분해 처리할 수 있는 것이 강점이다. 크리니트는 사용자 부담을 줄여주기 위한 일환으로 롯데렌탈과 업무제휴를 통해 렌탈을 진행하고 있다.

한편, 크리니트는 효율적인 마케팅을 위해 자회사인 (주)대훈을 설립하여 팡스맨의 마케팅에 박차를 가한다는 전략이다.

**음식물처리 및 하수관 관리
팡스맨으로 시원하게 해결**

- 국내 유일 100% 국산제품
- 20년 이상 사용가능
- 3D 교반 방식
- 교반 방식의 소멸장치 (잔고장 0%)

롯데렌탈이 선택한 업소용 음식물처리기 제품이 다릅니다!
10년이 넘도록 고객의 사랑을 받는 제품!

LOTTE rental

clineat Rental
THE BEST RENTAL SERVICES

팡스맨의 주요 특징

- 대용량 야채 분쇄율 및 압축률 국내 최고
- 누구나 손쉬운 사용, 자동 수동 전환 기능(특허)
- 대용량 쓰레기 양에도 대응 가능한 투입량 조절기능 부착(특허)
- 쓰레기 속 이물질들을 분리하는 이물질 제거방지 장치 부착(특허)

렌탈문의 1644-0117 / www.pangsmen.com

Association News

협회소식

제26기 프랜차이즈 최고전문가 과정 입학식 개최

이론 실무 겸비한 커리큘럼으로
프랜차이즈 리더 양성의 산실



가맹본부와 가맹점의 경쟁력을 강화하고 프랜차이즈 산업의 질적 성장을 도모하기 위해 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 주관하는 '제26기 프랜차이즈 최고전문가 과정' 입학식이 8월 29일 프랜차이즈 산업연구원에서 개최됐다.

이번 입학식에는 장재남 원장, 임영태 협회 사무총장, 이재근 제4대 총동문회장(한국프랜차이즈전문가포럼 회장) 등 내외 귀빈들과 제26기 과정을 함께 할 수강생들이 참석했다. 30여명의 수강생이 입학한 이번 8월 29일부터 12월 19일까지 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 ▲총동문회 ‘한국프랜차이즈전문가포럼’ 가입 및 600여명의 동문과의 인적네트워크 구축 ▲동문 송년회·골프회·산악회 등 각종 행사 참여 등이 제공된다.

제35기 연세대 프랜차이즈 CEO 교육 과정 개강

30명 신입 원우들과 12.5까지 13주간
프랜차이즈 리더 양성 과정 진행



‘제35기 연세대학교 프랜차이즈 CEO 과정’(이하 연대FCEO 과정)이 9월 5일 연세대학교 상남경영원에서 입학식을 개최하고 2020년 마지막 교육 일정을 개시했다.

이날 입학식은 민순홍 주임교수, 김금자 연대FCEO 총동문회장을 비롯한 동문들과 30명의 신입 원우들, 김동수 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장 등이 참석해 축하와 환영의 뜻을 전했다.

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, 국내외 다양한 업종에서 활약하고 있는 1,400여 동문들의 인적 네트워크는 프랜차이즈 산업을 이끄는 오피니언 리더로서의 역할도 수행하고 있다.

제35기 과정은 9월 5일부터 12월 5일까지 13주 동안 매주 목요일 오후 3~6시 연세대학교 상남경영원에서 진행된다. 실무 중심의 교육과정으로 프랜차이즈 리더가 갖추어야 할 역량을 함양할 수 있는 커리큘럼으로 진행되며, 해외 워크숍과 명사들의 특강도 함께 진행된다. 수강생에게는 연세대학교 총장명의 수료증과 연세대학교 상남경영원장 상패, 원우 추천시 수강료 할인 등 다양한 혜택이 제공된다.

Association News

협회소식

제9기 K-프랜차이즈 리더 교육 과정 개강

프랜차이즈 창업 스타 브랜드 인큐베이팅 목표



협회가 지난 9월 24일 K-프랜차이즈 리더 과정 9기 입학식을 진행했다. 이날 입학식에는 이경희 한국창업전략연구소장과 신입 원우 20여명, 임영태 협회 사무총장 등이 참석했다.

K-프랜차이즈 리더 과정은 과거 한국프랜차이즈산업협회가 운영하던 KFCEO 과정이 코칭형 교육으로 리뉴얼된 것으로, 가맹본부 경영자 및 임직원 및 프랜차이즈 사업 진입을 희망하는 자영업자들이 교육 대상이다.

K-프랜차이즈 리더 과정은 프랜차이즈 창업 스타 브랜드를 육성한다는 목표를 세우고 참가하는 교육 기업들이 프랜차이즈 스타 브랜드가 될 수 있도록 다양한 지원을 해주는 것이 특징이다. 이를 위해 스타 브랜드의 교육은 기업에서 바로 활용할 수 있는 톨을 중심으로 진행되며, 부자비즈 한국창업전략연구소 소장인 이경희 교수를 비롯해 점포 5천개를 개설하고 관리한 실무 경험자인 김종옥 교수, 디지털마케팅 분야의 1인자인 정진혁 교수, 스타벅스 조직 운영을 설계했던 주홍식 교수 등이 메인 코칭을 맡아서 코칭형 교육을 진행한다.

한편, 10기 교육은 2020년 2월말 개강 예정이며, 조기 참여 브랜드는 20% 할인 혜택을 받을 수 있다. 교육 기간은 12주, 교육비는 2백만원(부가세 별도)이며 교육문의는 010-3785-8406번으로 하면 된다.

제39기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 개강

‘프랜차이즈의 꽃’ 슈퍼바이저의
전문성과 실무 역량 강화 도모



매장 관리자들의 전문성과 실무 역량 강화를 도모하기 위해 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(장재남 원장)이 주관하는 '제39기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정'이 10월 5일 입학식과 함께 12월 7일까지의 10주간 과정에 돌입했다.

이날 입학식에는 장재남 원장과 박민구 두드림창업연구소장 등 내외 귀빈들과 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.

한국프랜차이즈協 산악회 · 청년강소
기업위원회 9 · 10월 정기모임 개최



한국프랜차이즈산업협회 산악회(회장 정인기)와 청년강소기업위원회(위원장 최성수)가 쌀쌀함이 찾아드는 9~10월에도 꾸준히 정기 모임을 개최하며 회원들 간의 친목을 다지고 역량 강화를 도모했다.

산악회원들은 9월 21일 강원도 인제군에 위치한 원대리 자작나무숲과 10월 19일 남한산성 트레킹코스를 찾았다. 원대리 자작나무숲은 이색적인 풍광의 숲을 체험할 수 있는 곳으로, 산악회원들은 은빛으로 반짝이는 숲을 걸으면서 자작나무 군락 특유의 정취를 즐겼다. 또한 연간 수 백만명이 찾는 남한산성 명품 트레킹 코스에서는 잘 보존된 성곽과 시설 등 역사의 생생한 숨결을 느끼며 회원들간의 소통을 증진하고 화합하는 뜻깊은 시간을 가졌다.

청강위원들 또한 9월 19일 신사동에서 9월 정기 모임을 개최하고 저녁 식사를 함께 하며 친목 강화를 도모하고 사업 전략 수립과 역량 강화, 네트워크 구축 등과 동반 성장을 위한 다양한 방안을 논의했다.

한국프랜차이즈協, 中 사천성 휘귀
협회 대표단 간담회 개최

‘K-프랜차이즈’ 및 협회 활동 소개하고
상호 외식 문화 교류 증진



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 10월 17일 중국의 사천성 휘귀협회(이하 휘귀협회)와 협회 대표회의실에서 간담회를 갖고 한 · 중 양국 외식 프랜차이즈 업계의 교류 확대를 도모했다.

이번 간담회는 농수산식품유통공사(aT)와의 협력 하에서 휘귀협회 심홍광 회장을 포함한 휘귀협회 회원 12명이 협회를 방문 일정 중에 직접 방문하기로 해 성사됐다. 사천성 휘귀협회는 3만여개의 회원사를 두고 있으며, 사천성 정부로부터 승인 받은 휘귀체인점 및 식재료 공급업체 등의 사업자 모임이다.

협회는 휘귀협회 대표단을 맞아 임영태 사무총장을 비롯한 사무국 임직원들이 간담회에 참석, 한국 프랜차이즈 산업 현황과 협회의 역사 및 활동사항을 소개했다. 또한 최근 들어 중화권 음식에 대한 선호도가 크게 높아진 우리나라 외식 업계의 동향에 발맞춰 상호 교류 증진을 다짐하기도 했다.

한국프랜차이즈協, 제37차 ‘함께 하면 행복합니다’
청운보육원 후원 · 봉사

협회 사회봉사단원 20여명 아동들과 따뜻한 시간...
7년간 복지 시설 사회공헌 활동 지속



김익수 협회 사회봉사위원장(왼쪽)과 유병욱 청운보육원장(오른쪽)이 후원금 및 후원품 전달식을 하고 있다.



오종환 협회 사회봉사위 부위원장(오른쪽에서 세번째)을 비롯한 사회봉사단원들이 저녁을 나눠주고 있다.



청운보육원 보호 아동들이 배식받은 저녁 식사를 하고 있다.

한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회(위원장 김익수)가 10월 24일 서울 동작구에 위치한 아동 복지시설 ‘청운보육원’(원장 유병욱)에서 90여명의 보호 아동들과 따뜻한 시간을 함께 하며 제37차 ‘함께 하면 행복합니다’ 봉사활동을 이어갔다.

이날 사회봉사에는 협회 사회봉사위원장 김익수 채선당 대표, 부위원장 오종환 토프레스 대표와 김동수 협회 상근부회장을 비롯, ㈜주방뱅크, 김가네, 60계치킨 등 사회봉사위원회 소속 단원들과 사무국 임직원 총 20여명이 참여했다. 단원들은 후원품을 전달하고 치킨

과 김밥, 죽, 음료 등 아동들이 좋아하는 음식들을 직접 배식했다. 또한 어린 아이들의 식사를 돕고 대화를 함께 나누며 따뜻한 시간을 보냈다.

후원에는 협회 사회봉사위원회를 7년째 이끌고 있는 채선당(후원금 및 과일), 토프레스(견과류, 떡), 사회적 약자 지원에 앞장서는 ㈜주방뱅크(고무장갑), 국내 및 글로벌 사회공헌을 선도하는 본죽(죽), 국내외 소외계층 사회공헌활동을 전개 중인 커피베이(에너지바, 주스류), CSR 활동으로 사회공헌 분위기 조성에 크게 기여하고 있는 김가네(김밥), 아동 · 청소년 봉사활동을 활발히 전개하는 60계치킨(치킨, 치즈볼)을 비롯해 셀렉토커피(빵), 좋은나라(휴지), 못된고양이(양말), 한국프랜차이즈산업협회(호두과자) 등 많은 협회 회원사들이 동참했다.

한편 협회 사회봉사위원회는 2013년부터 매달 사회복지시설을 찾아 7년째 ‘함께 하면 행복합니다’ 봉사 활동을 진행하고 있다.

Association News

대구 · 경북지회 소식 (지회장 이재백)

9월 정기월례회 및 무료 공개 세미나

대구 · 경북지회는 지난 9월 17일(화) 오후 1시부터 협회 강의실에서 정기월례회 및 무료 공개 세미나 교육을 진행했다. 공개 세미나 교육 후 정기월례회 행사를 진행하였으며, 신입회원사 7개 업체가 소개되었다. 이번 월례회에서는 (주)케이티 간 빅데이터 분석제공 등 ICT사업 협력 협약식도 함께 진행되었다. 대구 · 경북지회는 월 1회에 걸쳐 프랜차이즈에 도움이 되는 무료 공개 세미나와 월례회를 진행하고 있다.



KT협력 협약식



KT협력 협약식



월례회



월례회



신입회원사



신입회원사



신입회원사



신입회원사

제14회 대구자원봉사박람회 참가

대구 · 경북지회에 봉사단은 10월 12일(토) 대구광역시에서 주최하는 '제14회 대구자원봉사박람회'에 참가하여 [떡볶이 무료 시식회와 김밥 만들기 체험]로 프랜차이즈 진로상담을 진행했다. 이번 박람회는 대한민국 자원봉사의 시민문화조성과 자원봉사를 새로운 국민운동으로 물결처럼 확산하는 계기로 마련되었으며, 장소는 성당 인라 인스케이프장(두류공원 내)에서 진행됐다.

2019년 프랜차이즈 하이퍼포머 점장교육 개강

점장 교육과정은 10월23일 개강을 시작으로 매주 수요일 오후 1시~6시(5시간), 6주 과정으로 프랜차이즈 점장 과정에 맞는 교육을 받는다. 대구 · 경북지회의 프랜차이즈 전문 교육은 대구시 프랜차이즈산업 육성사업으로 교육비 일부가 지원된다.

2019년 프랜차이즈 본부구축 성공 CEO 과정 개강

10월 31일에 개강하는 CEO 교육은 다수의 프랜차이즈 기업 컨설팅 경험을 통한 축적된 Know-How를 집약해 전달함으로써, 프랜차이즈 사업의 비즈니스 모델 적합성과 구체적 실행 방법을 점검한다. 또한 사업의 장애 요인 등을 제거하여 체계적 프랜차이즈 기업 경영에 도움을 줄 수 있도록 구성되어 있다. 총 교육시간은 40시간, 8주 과정으로 진행되며, 교육일정 및 문의는 사무국(053-626-7664)으로 하면 된다.

Association News

부산 · 울산 · 경남지회 소식 (지회장 신영호)

한국프랜차이즈산업협회 부울경지회는 9월 24일(화) 9월 정기월례회를 개최하였다.

9월 정기월례회에는 지식비타민대표, 공정거래연구소 이경만 소장의 <한국경제 상황과 대응전략>의 주제로 강의가 있었으며, (주)아이에프씨의 조중현 지원팀장의 <정부자금 지원 설명회>도 함께 개최하여 회원사들에게 유익하고 좋은 정보를 많이 전달하고자 하였다.

무더운 여름을 잘 보내고, 선선해진 가을인 9월 26일(목), 부울경지회는 회원사들을 위한 선진기업탐방을 개최하였다. (매년 1회 실시) 이번 선진기업탐방 장소는 롯데몰류센터, 본죽 본사, 롯데경영대학 3곳이며 프랜차이즈산업연구원 FC포럼 원우들과 함께 동행하여 보다 유익하고 즐거운 시간이 될 수 있도록 프로그램 하였다.

10.31~11.2 제48회 IFS 프랜차이즈 부산개최

다가오는 10월에는 “제48회 프랜차이즈부산”이 벡스코 제1전시장 1홀에서 개최한다. 첫째 날인 10월 31일(목)에는 개막식을 개최할 예정이며, 현재 부울경지회는 프랜차이즈부산 박람회를 위하여 만반의 준비를 하며 바쁘게 움직이고 있다.

* 정기월례회 개최 : 매월 셋째주 화요일



9월 정기월례회 - 이경만 소장님 강의 중



9월 정기월례회 - 정부자금지원 설명회 중



선진기업탐방



Association News

신규 회원 / 교육 일정

2019. 09 ~ 10월 신규회원 현황

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	가입일
정회원	(주)오앤씨웰푸드	치킨신드롬	외식업	오용복	2019.10.02
협력회원	(주)클라우스오투	클라우스	서비스업	송창재	2019.09.05
	디아지오코리아(주)	기네스, 홉하우스, 조니워커, 원저, 베일리스, 스미노프 외	제조	이경우	2019.10.10
	(주)케이티	케이티	유선 통신업	황창규	2019.10.14
	(주)이어드림	이어드림	서비스업	박미애	2019.10.15

2019. 10 ~ 11월 교육 일정 안내

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

[재직자 무료교육] 프랜차이즈 브랜딩 전략

기 간	교육인원	교육장소	비 용
10월 17일(목)~18일(금) / 10:00~17:00	20명(선착순)	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)	국비지원 무료교육

교육대상 : 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자, 경영기획분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 브랜드의 목표, 목적, 비전 등을 수립하여 기업의 중장기적 방향을 제시하고 기업의 현 위치를 정확히 파악하여 브랜드 경영의 토대를 만들 수 있다.

훈련내용 : 소비자 분석 / 브랜드 포지셔닝 전략 수립 / 브랜드네이밍 / 디자인 전략 등

[재직자 무료교육] 프랜차이즈 경영 계획서 작성(실습)

기 간	교육인원	교육장소	비 용
10월 23일(수)~24일(목) / 10:00~17:00	20명(선착순)	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)	국비지원 무료교육

교육대상 : 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자, 경영기획분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 프랜차이즈 본부의 사업목적 수행과 경영관리를 위한 사업 (경영)계획 작성방법과 예산 편성을 위한 실무지식을 습득한다.

훈련내용 : 가맹본부 경영전략 수립 / 가맹본부 예산 편성

Association News

신규 회원 / 교육 일정

[재직자 무료교육] 프랜차이즈 신규브랜드 사업성 분석

기 간	교육인원	교육장소	비 용
10월 31일(목)~11월 1일(금) / 10:00~17:00	20명(선착순)	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)	국비지원 무료교육

교육대상 : 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자, 경영기획분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 프랜차이즈 신규 브랜드사업 아이템의 시장성 평가를 위해 사업환경, 고객분석, 경쟁자분석, 공급자분석, 제품분석과 판매측면 분석을 통해 사업이 시장에서 성공가능성 분석 능력 함양

훈련내용 : 신규브랜드 사업타당성분석 / 내부 및 외부 사업환경분석

[재직자 무료교육] 불공정거래예방가맹사업법

기 간	교육인원	교육장소	비 용
11월 14일 / 10:00~19:00	20명(선착순)	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)	국비지원 무료교육

교육대상 : 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자, 일반영업분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 계약조건을 검토하고 협상하여 계약서를 작성하고 유형별 소송사례를 학습하여 가맹사업의 불공정거래 예방을 위한 관리능력을 함양한다.

훈련내용 : 가맹계약관리 / 가맹사업 분쟁예방관리

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 상권분석

기 간	교육인원	교육장소	비 용
11월 21일(수)~22일(목) / 10:00~17:00	20명(선착순)	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)	국비지원 무료교육

교육대상 : 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자, 슈퍼바이저 및 프랜차이즈 본사 점포개발 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 상권관련 기초 이론을 토대로 출점타당성을 분석하고 프랜차이즈 본사 고유의 표준입지 설계하는 능력을 함양한다.

훈련내용 : 입지와 상권 이해 / 상권분석 프로그램 활용과 데이터 수집방법 / 표준입지 설계와 상권모델링 실습

협회 및 협회장 동정

2019. 9월 일정

02
• 제20회 프랜차이즈대상 정량적평가
• [협회장] 현대아산 대표이사 미팅
• 제7대 협회장 선거위원장 협의
03
• [협회장] 미안마 비즈니스 파트너십 MOU체결 및 포럼(3일~6일)
• 제20회 프랜차이즈대상 서류평가(3일~6일)
• 렌탈몰 운영 실무 회의
05
• 컨소시엄 2020년도 사업 설명회
• 대만프랜차이즈박람회 사전설명회
• 중소기업중앙회 일자리 간담회
• 제35기 연대FCEO과정 하반기 입학식
06
• 프랜차이즈산업 실태조사 전문가 회의
• 식약처 교육관련 미팅
• 코세페 대행사 미팅
09
• 제13회 인적자원개발 컨퍼런스
• 서울지방국세청 담당자 미팅
10
• 제7대 협회장 선거관리위원회 1차회의
16
• 소진공 유망프랜차이즈 미팅
17
• 제20회 프랜차이즈대상 현자실사(17일~19일)
• 유통산업혁신 TF회의
• 코세페 제4차 실무협의회
18
• 코트라 FC해외진출지원사업 간담회
19
• [컨소시엄] 프랜차이즈 경영 계획서 작성(실습)
• 청년강소기업위원회 9월 정기모임
20
• 음식점협의체 회의
21
• 산악회 9월 정기모임
24
• 대한상의 미팅
• 렌탈몰 관련 미팅
• KF리더과정 9기 입학식
• 제20회 프랜차이즈대상 최종심사
• WFC 총회 개최장소 사전 답사

25
• 매경세계지식포럼
• 비윤드열 미팅
• ISC 회의
27
• 제20회 프랜차이즈대상 1차 정부보고
• 제7대 협회장 선거관리위원회 2차회의
• 공정거래위원회 업무협의
• 서비스총연합회 단체장 모임
28
• 외식경영관리사 자격증 시험(우석대학교)
30
• 제20회 프랜차이즈대상 2차 정부보고
• 미래 식품정책 발굴을 위한 정책 간담회
• 세계일류상품 추천위원회

2019. 10월 일정

01
• 서울지방국세청 간담회 관련 미팅
02
• 코세페 추진위원단 오찬
• 안전보건공단 미래대응위원회 분과회의
03
• 제47회 프랜차이즈서울(3일~5일)
04
• 2019 대만 국제 프랜차이즈 전시회(4일~7일)
• 2019 GFBP 오찬
05
• 39기 슈퍼바이저 전문가 과정 입학식
07
• 제7대 협회장 선거일 공고
• [협회장]서울지방국세청 현장소통 간담회
08
• 제30차 대한상의 유통위원회
• 서울시 가맹거래과 방문
09
• 2019 협회장배 KFA소나회 나눔행사(9일~10일)
11
• WFC 개최 홍보영상 미팅
• 외식산업정책학회 프랜차이즈위원회
14
• 제7대 협회장 후보자 접수(14일~16일)
• 제7대 협회장 선거관리위원회 3차회의
15
• 코세페 야외행사 설명회
• 박람회 관련 미팅

16
• 가맹점주 협의회 및 업무협의
• 2019 중소기업융합대전 개막식
17
• [컨소시엄] 프랜차이즈 브랜딩 마케팅 전략 (17일~18일)
• 제7대 선거관리위원회 4차회의
• 유통산업연합회 · 코세페 실무협의회
• aT센터-중국 획귀협회 협회 방문 간담회
18
• 제7대 협회장 선거 입후보자 공고
19
• 산악회 10월 정기모임
22
• 2019 WFC · APFC 아부다비 총회(22일~26일)
23
• [컨소시엄] 프랜차이즈 경영 계획서 작성(실습) (23일~24일)
24
• 37차 사회봉사
• 코세페 추진위원회
29
• 제7대 협회장 선거 임시 대의원 총회
31
• [컨소시엄] 프랜차이즈 신규 브랜드(31일~11월 2일)
• 제48회 프랜차이즈부산(31일~11월 2일)
• 신남방위원회 실무 2차회의
• [협회장] 공정거래위원장 간담회
• [협회장] 신남방위 전체회의

2019년 주요 일정

2019.11.6
소나회 11월 정기모임
2019.11.16
산악회 송년 산행(서울근교)
2019.11.21
38차 사회봉사
2019.12.16
제20회 한국프랜차이즈대상 시상식 및 송년회(예정)
제2회 프랜차이즈산업인의 날(예정)

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

한국프랜차이즈산업협회 회원사는 윤리경영의 시대적 사명감을 안고 합리적이며 투명한 경영활동과 공정한 거래질서를 확립함으로써 사회적 책임을 다하는 건전한 프랜차이즈 산업문화를 지향한다.

또한 프랜차이즈산업을 국가 성장에 기여하고 부가가치가 높은 산업으로 발전시키기 위해 역량을 집중시켜 가맹본부와 가맹점, 소비자가 함께 동반상생 할 수 있도록 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 제정한다. 이에 세부행동 지침을 마련하여 신뢰를 높이고 프랜차이즈 산업에 대한 인식제고를 통한 회원사의 권익증대에 이바지 하고자 한다.

Ⅰ. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

회원사는 국가 경제 성장에 기여하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.

2. 신뢰와 협동

회원사는 가맹본부와 가맹점간의 상생의 중요성과 필요성을 인식하고 다양한 상생협력 방안 도입 및 서비스 제공의 질적 향상과 프랜차이즈 산업의 동반성장을 위하여 협력한다.

3. 공정한 경쟁과 거래

회원사는 관련 법규의 철저한 준수를 통하여 공정 경쟁질서 확립 및 자율적 경쟁거래를 수행한다.

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

회원사는 기업 및 가맹점, 고객의 상생을 통한 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

Ⅱ. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

가. 회원사는 국가 경제 성장에 기여하고 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.

나. 회원사는 물질, 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 상도익에 따라 공정하게 경쟁한다.

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위해 노력한다.

4. 기업의 사회적 책임 이행

가. 회원사는 사회적 책임을 다하고 가격 및 상품의 동질성을 앞세워 지역 간 소비자 후생의 격차를 해소하여 국민 후생 증대에 기여한다.

나. 회원사는 국민들의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰 구축에 최선을 다한다.

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 동반성장 시스템을 구축함으로써 공존공영(共存共榮)을 실현하고 조화로운 발전을 추구한다.

나. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.

다. 회원사는 가맹점주의 영업 운영능력을 개선 · 향상시키도록 권장하고 그 능력 향상에 필요한 교육, 훈련을 지속적으로 제공한다.

라. 회원사는 공정하고 투명한 기업문화 환경 조성을 위해 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의견소통을 이끌고 불평, 고충 및 논쟁의 해결에 있어서 신뢰와 선의에 입각해 모든 노력을 기울인다.

Ⅲ. 윤리 · 분쟁조정위원회의 설치

가. 본 윤리강령 및 행동지침의 목적을 효과적으로 달성하고, 회원사 및 고객과의 분쟁을 조정하기 위하여 한국프랜차이즈산업협회 내에 ‘윤리 분쟁조정위원회’를 설치 · 운영한다.

나. 윤리 분쟁조정위원회의 구성, 운영 및 심의 절차 등에 대한 세부 사항은 별도의 운영기준으로 정한다.

다. 회원사의 윤리강령 관련한 조정 요청이 있을 경우 윤리 분쟁조정위원회는 위원회 규정에 따라 필요한 조치를 취할 수 있다.

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 홈페이지 및 잡지 / 신문등 미디어 홍보
- 4 프랜차이즈 산업인의 권익 대변
- 5 프랜차이즈 산업 박람회 참가비 10% 할인
- 6 학사 및 석사, 장학금 등의 학위 과정 혜택
- 7 포럼/세미나/컨벤션 행사 참가 기획 제공
- 8 프랜차이즈 실무교육 정보제공 및 수강료 할인
- 9 법률/세무 자문/정책정보 제공 및 컨설팅
- 10 협회 교육장 임대 20% 할인
- 11 각종 규제 개선 건의 및 대정부 정책 건의
- 12 B2B 서비스혜택
- 13 프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 기회 제공
- 14 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 좋은교육장입니다



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 (070-7919-4165)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택1 프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 〈프랜차이즈 산업인의 권익 대변〉 한국프랜차이즈산업협회에 가입된 모든 회원사는 가맹사업진흥법과 가맹사업법으로부터 철저한 보호를 받을 수 있습니다.	혜택2 사업 성공의 요람! 〈국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급〉 국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 개최! 부스 참가 시 행사 후 부스비 10%의 환급 혜택을 드립니다.
혜택3 해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 〈해외진출 사업지원 지원〉 프랜차이즈 가맹본부의 글로벌한 영업 확장을 위해 해외 진출 사업을 통한 다각적인 지원을 도와드립니다.	혜택4 프랜차이즈 전문가를 향한 〈프랜차이즈 정부무료교육 외〉 프랜차이즈 국가인적자원 무료교육 가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육, 프랜차이즈최고전문가, KF리더, 프랜차이즈사업 전략전문가 슈퍼바이저 전문가 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다.
혜택5 가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 〈각종 정책 정보 제공〉 피해 및 분쟁 발생 시 또는 법률·세무 자문과 정책 정보가 필요한 회원사에게 프 랜차이즈 전문 변호사, 회계사, 세무사 등으로 구성된 협회 자문위원을 소개해 드 립니다.	혜택6 최고경영자(CEO)대상 〈윤리준수교육 프로그램〉 프랜차이즈 산업의 위상을 높이고 최고경영자(CEO) 수준을 향상시키는 것을 물론 글로벌시대에 맞는 윤리경영의식을 함양시켜 드립니다.
혜택7 학사 및 석사 〈학위 과정 장학금 혜택〉 경희사이버대학교 전학과, 서울디지털대학교 전학과, 세종사이버대학교 전학과, 단국대학교 경영대학원 물류유통, 가천대학교 경영대학원 글로벌프랜차이즈, 세종대학교 경영전문대학원 프랜차이즈 경영, 등 기타 최고위 과정의 장학 혜택이 있습니다.	혜택8 CEO포럼, 법률 세미나 등 〈포럼·세미나 행사 참가〉 정기 프랜차이즈 전망세미나, 프랜차이즈 법률 심포지엄, 성공창업전략 세미나, 프랜차이즈 해외진출 세미나 등 다양하고 알찬 행사에 참가할 수 있습니다.
혜택9 새로운 홍보 플랫폼 〈홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보〉 프랜차이즈의 미래를 위한 희망의 전파! 각종 회원사 홍보, 인터뷰 및 행사 정보를 협회 홈페이지 및 각종 매체와 공유 할 수 있습니다.	혜택10 300명 수용 가능한 〈협회 교육장 임대 할인 혜택〉 사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는 협회 교육장을 20% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다. (2시간 이상 기준)
혜택11 각종 규제 개선 건의 〈대정부 정책 건의〉 가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등 법안 제정 및 개정에 적극 참여할 수 있습니다.	혜택12 회원사 대상 복지 서비스 〈회원사 전용 렌탈물〉 가맹점 창업 비용 절감을 도모하고 회원사 복지 강화를 위한 회원사전용 렌탈물 이용과 프랜차이즈협회의 지정 업체 꽃배달 서비스를 저렴하게 이용할 수 있습니다.
혜택13 프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 〈다양한 친목 프로그램 참가〉 협회 내 분과위원회 활동, 신입회원사간담회 워크숍, 봉사활동, 프랜차이즈산업인의 날, 송년회, 등 다양한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다.	혜택14 한국프랜차이즈산업협회 회원사를 위한 〈종합검진 할인 혜택〉 협회 회원사 건강지킴 캠페인의 일환으로 서울아산병원 건강증진센터에서 특별혜택을 제공합니다.
혜택15 최고 권위의 프랜차이즈 업계·정책 전문지 〈월간 프랜차이즈 월드〉무료구독 프랜차이즈산업인들의 현장 및 활동상을 탐사 기획하고 산업에 대한 정책 수립에 대응하며, 유기적인 소통의 창으로 회원사를 널리 알리고 있는 공식 협회지 월간 프랜차이즈 월드 잡지 무료 구독 특별혜택을 제공합니다.	혜택16 문자 메시지, SNS 등을 통한 〈업계 최신 뉴스·소식 안내〉 회원사 전용 네이버 밴드와 문자메시지를 통해 매일 중요한 업계 뉴스를 선별한 뉴스클리핑 서비스와 신속·정확한 주요 정책 소식 안내 서비스를 제공합니다.

회원가입 신청서

신 청 인 정 보

사 진
(3cmX4cm)

회 사 명

전 화 번 호

브 랜 드 명

휴 대 전 화
(대표자)

대 표 자 명

팩 스

대 표 자
(주민등록번호)

이 메 일
(대표자)

회 사 주 소

홈 페이지

업 종

담당 직원

이름 :Tel :

가입 경로

☐ 홈페이지 ☐ 추천인() ☐ 기타()

계좌 정보

☐ 개인 / ☐ 법인통장

출금 일자

매월 ☐ 5일 / ☐ 14일 / ☐ 28일

회 사 명

계좌 번호

대 표 자 명

주민등록번호
(사업자등록번호)

월 납입액

금 원 (₩)

협 회 계 좌 번 호

국민은행 644837-04-001180
* 외환은행 630-008754-827
예금주:한국프랜차이즈산업협회

【CMS 출금이체 약관】

1. 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대
체 납부하여 주십시오.
2. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정서의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출
금하여도 이의가 없습니다.
3. 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정
대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다.
4. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다.
5. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다.
6. 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다.
7. 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 합니다.
8. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다.
9. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다.
10. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다.

【금융거래정보의 제공 동의서】

본 신청과 관련하여 본인은 다음 금융거래정보(거래은행명, 계좌번호)를 출금이체의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지신청하는 시점까지 상기 수납기관에
제공하는 것에 대하여 「금융실명거래 및 비밀보장에 관한 긴급제정경제명령」의 규정에 따라 동의합니다.

【개인정보의 제공 동의서】

위 본인은 개인정보보호법 제15조(개인정보의 수집·이용)의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사
단법인 한국프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.

모든 약관동의(☐ 동의 / ☐ 미 동의)

[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

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

신청일자 201 년 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)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association



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)KFN에드콤/ 입금계좌 : 하나은행 389-910002-30504
전화 (02)556-7889, 팩스 (02)556-5281로 받으실 주소를 알려주십시오.

광고단가 안내

*연 5회 계약시 1회 서비스(VAT 별도)

구분	유형	금액	수량	크기 (가로×세로mm)
A	표 4(뒷표지)	600만원	1면	전면컬러 226×296 (300dpi 해상도의 ai, psd 파일)
B	표 2 / 표 2 대면	400만원	1면	
C	표 3 / 표 3 대면	300만원	1면	
D	목차 대면	250만원	1면	
E	내지	200만원	1면	

광고, 콘텐츠, 구독 제안

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

- 광고 1P 기본 200만원(내지) : 연5회 계약시 1회 서비스
- 콘텐츠 2P + 광고 1p : 300만원
- 광고진행시 포털(네이버, 다음)에 월 1회 기사 게재

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

- 배너 월 100만원(연 1,000만원)
- 청약브랜드 기사 게재 (보도자료 제공시)

창업도 온라인 광고

- 메인화면 월 200만원(연 2,000만원)
- 서브화면 월 50만원 (연 500만원)

창업도,

- 누적 조회수 : 290만명
- 월간 조회수 : 12만명
- 프랜차이즈 7,200 브랜드 순위 검색 사이트

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.



종합광고대행사 KFN에드콤 ☎02.556.7889