

창업박람회,  
다 똑같은가요?

## 가맹사업 확장을 위한 최고의 방법

**IFS** | 대한민국 최대규모  
프랜차이즈 창업 박람회

2022년 참가업체 모집중

IFS는 귀사의 성과를 위해 차별화된 솔루션을 제공합니다.  
자세한 사항은 지금 바로 문의주세요!

3월 24일 - 26일  
서울 COEX

5월 12일 - 14일  
대구 EXCO

10월 20일 - 22일  
서울 COEX

11월  
부산 BEXCO

프랜차이즈월드

Vol.54 2022

2022 제52회 IFS 프랜차이즈서울상반기 3.24-26 개최

Korea Franchise Association

신뢰의 가치로 성장을 나누다

프랜차이즈월드

# Franchise

## WORLD

Vol.54 2022

### + Cover Story

#### 20대 대통령 후보에게 바란다

협회, 프랜차이즈 재도약을 위한 정책 건의집 전달

#### 방역 완화, 손실 보상 확대

집단행동 나서는 프랜차이즈 업계

### Special Report

‘로봇’으로 포스트 코로나 시대 이끈다

협회·신한銀, 상생 배달앱 ‘땡겨요’...수수료 부담 낮춘다

회원사 47개사, 2021년 착한 프랜차이즈 선정

### People & Company

미도인 정민섭 대표

아들리에뷰티 아카데미 유흥 대표

팔각도 조성욱 대표



**KFA**  
Korea Franchise Association

752세대 롯데캐슬을 품은  
역세권 브랜드상가

# 용산 원효 루미니

by LOTTE CASTLE

## LUMINI

by LOTTE CASTLE



단지 내 상가임대

문의 02)821-4015 시행 및 시공 롯데건설

※ 공급위치: 서울시 용산구 원효로 1가 104번지 외 3필지 ※ 공급규모: 지하6층-지상29층 총 752세대(민간 465세대/공공 287세대), 근린생활시설 지상1층~2층, 총20실 ※ 본 건축물은 건축법 제11조에 따라 건축허가를 받은 건축물입니다. ※ 본 제작물은 편집 및 인쇄상의 오류가 있을 수 있으니 자세한 내용은 홍보관으로 문의하시기 바랍니다. ※ 건설업계는 소비자의 권익보호를 위하여 평 대신 제곱미터(m<sup>2</sup>) 단위를 사용합니다. ※ 본 제작물에 사용된 CG, 이미지컷 등은 소비자의 이해를 돕기 위하여 실제와 다를 수 있습니다.

홍보관: 서울시 동작구 노량진로 190, 어머니열 한강 107호 / 현장: 서울시 용산구 원효로 1가 104번지 외 3필지



원효로1가와 남영역을 아우르는  
격이 다른 **특급상권**을 만나다



용산라이프를 대표할  
브랜드 프리미엄



라이프스타일을 반영한  
트렌드 테마상가



발길이 끊이지 않는  
대로변 코너상가



역세권 배후수요를 품은  
우수한 집객력

### 1F 9실: RETAIL / SERVICE ZONE

권장업종: 편의점, 카페, 밀키트 전문점, 펫샵, 반려동물 미용샵, 일반음식점 등



구분	전용면적	계약면적
근생1	50.5900	95.3093
근생2	90.1331	169.8069
근생3	100.7451	189.7994
근생4	92.1739	173.6516
근생5	60.1563	113.3318
근생6	88.8250	167.3424
근생7	68.9700	129.9365
근생8	156.5795	294.9889
근생9	89.7726	169.1277



※ 상기 층별 평면CG는 소비자의 이해를 돕기 위하여 실제와 다를 수 있습니다.

### 2F 11실: F&B / HEALTH & BEAUTY ZONE

권장업종: 프랜차이즈 전문점, 패스트푸드, 스킨케어, 네일샵, 스크린골프장, 필라테스, 소호사무실, 미용실, 공방 등



구분	전용면적	계약면적
근생1	207.4556	390.8373
근생2	115.9620	218.4673
근생3	81.4495	153.4473
근생4	92.4935	174.2538
근생5	103.6065	195.1901
근생6	63.0660	118.8137
근생7	93.3300	175.8297
근생8	66.4380	125.1663
근생9	50.1433	94.4678
근생10	40.2819	75.8893
근생11	38.1378	71.8499



※ 상기 층별 평면CG는 소비자의 이해를 돕기 위하여 실제와 다를 수 있습니다.



**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**

www.glami.com

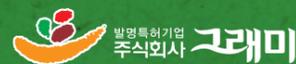


**마늘가루,  
생강가루로 만든  
#육향을  
넣어보세요!!**

**기적같이  
맛과 향이 좋아져요.**



천연양념 그래미 육향은 마늘, 생강, 산초, 감초 등을 주원료로 사용한 자연 친화적인 건강양념입니다. 모든 육류나 생선에 사용하면 이취를 없애 주며 요리의 깊고 진한 맛을 더해줍니다.



소비자 상담전화 080-4073-808

# 프랜차이즈 성공 파트너를 찾으신다면 지금 전화 하십시오! 02-2203-0244

**The Joeun**  
더조은 F&B

프랜차이즈 구매, 물류를 전문으로 대행하는 더조은에프앤비는 소중한 여러분의 사업을 행복하게 완성될 수 있도록 돕겠습니다.

### 식자재 공급

한식, 일식, 중식, 양식 등 다양한 메뉴의 식자재를 Total 공급합니다.

### One Stop Total Service

#### 가격 경쟁력

산지 직송 / 도매 유통 / 식자재 직수입 / 글로벌 소싱을 통해 저렴하게 공급합니다.

### 전국 물류

서울부터 제주까지! 요식업 프랜차이즈의 전국 배송이 가능합니다.



## 행복 배송!

고객의 행복과 즐거움을 위하여 더 높은 가치를 제공하는 것이 더조은에프앤비의 경영이념입니다.



# 최저 원가율, 최고 수익율! 성공창업은 33떡볶이와 함께



서비스를 제공하는 점주가 행복해야 요리를 먹는 소비자가 행복합니다.  
33은 점주님이 곧 브랜드라는 마음으로 언제나 점주님을 최우선으로 생각합니다.



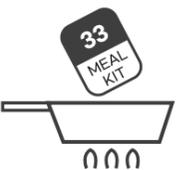
자체 공장 보유  
업계 최저 원가율



꼬마김밥 판매  
객단가 UP



지속적인  
신메뉴 개발 연구



밀키트 판매  
부가 수익 창출

**가맹문의 080-868-3355**

[www.success100.co.kr](http://www.success100.co.kr)



미식 기행, 답을 찾다 ...

점포별 매장전경



[미도인 종로]

[미도인 강남]

[미도인 성수]

[미도인 홍대]

[미도인 여의도]

[미도인 의정부]



불맛이 화르르~  
금빛갈릭소스가 사르르~



NEW 굽네  
구~WAR!  
매~WAR!!  
**불금치킨**  
구워서 불맛정복!

오늘도  
김가네

같은 음식이라도, 담아내는  
진실한 마음은 모두가 다릅니다.

. 2021년 신메뉴, 치킨마요덮밥 .



김가네

(주)김가네는 고객에 대한 이해와 배려의 자세를  
우선시하는 외식 프랜차이즈로 항상 최선을 다할 것입니다.

www.gimgane.co.kr  
가맹문의 T. 1588-7187



산업통상자원부  
장관 표창

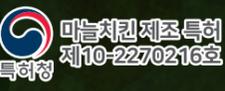


2년 연속 매일경제  
100대 프랜차이즈 인증



2년연속 중소벤처기업부  
우수프랜차이즈 지정

특허받은 마늘치킨명가  
티바두마리치킨



티바두마리치킨  
전속모델 박군



창녕마늘이 듬뿍  
특허받은  
마늘치킨



알싸한마늘장

※ 본 사진은 연출된 이미지로 실제와는 차이가 있을 수 있습니다.

티바두마리치킨 가맹문의 및 상담 : 1522-2637 www.tiba.co.kr

안녕 자연의 창녕 TIBA

창녕마늘 소비촉진을 위한 협약을 통해  
지역 농가 살리기에 동참하고 있습니다.

가격이 아무리 비싸도 최고의 맛을 위해 국내산 생마늘을  
산지직송생산(티바양념, 알마간, 고마간 땡초갈릭, 소스에  
들어가는 생마늘, 양파, 당근, 생강) 얼리지 않은 국내산  
식재료를 사용합니다.

최근 3개월 오픈 가맹점 (2021년 11월 기준)

신수서강대점 / 대구송현점 / 문산점 / 상서하서점  
대명2호점 / 김해진영점 / 김포장기점 / 금암진북태평점  
미아점 / 쌍용신방점 / 마산창동점 / 서정점 / 신가점  
양산연제점 / 고색오목점 / 송도신도시점 / 제주신촌점  
노은점 / 흥천비발디점 / 퇴계점

# 인덕션 스페셜리스트! 제이쿡입니다.

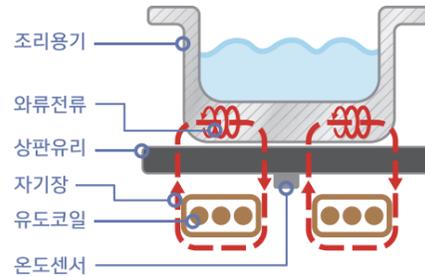
고급스러운 디자인에 압도적 기술력을 더한  
프리미엄 인덕션으로 당신의 주방을 바꿔드립니다.



## 인덕션. 왜 제이쿡일까요?

### 연구/기술 선두주자

- ▶ 빠른 스피드의 조리를 완성하는 고화력 인덕션
- ▶ 큰 사이즈의 식기도 커버하는 넉넉함
- ▶ 8단계 화력조절로 미세한 컨트롤
- ▶ 충격과 굽힘에 강한 견고한 글라스



### 친환경/ 고객지향

- 높은 열효율
- 연료비 절감
- 유해가스 배출 No
- 음식맛 향상
- 안전한 주방
- 위생적 주방

### 전문 컨설턴트 팀

다 똑같은 인덕션이 아닙니다. 업종, 메뉴, 공간 등을 모두 고려해 최적의 인덕션을 찾아야 합니다. 제이쿡은 다년간의 노하우를 보유한 전문 컨설턴트팀이 함께합니다.



길경석 컨설턴트  
김상훈 컨설턴트  
전종운 컨설턴트

### 스마트 인덕션

#### + 사용자 중심 설계



사용자의 취향과 인테리어 공간에 맞게 색상과 디자인을 커스텀해 진정으로 나만의 주방을 만들어 드립니다.

#### + 스마트한 인덕션 컨트롤



스마트폰으로 인덕션의 작동 여부나 상태를 실시간으로 모니터링할 수 있으며, 60가지의 자동 메뉴를 통해 완성도 높은 요리를 손쉽게 만들 수 있습니다.

### 맞춤 인덕션



손님의 만족도를 최상으로!



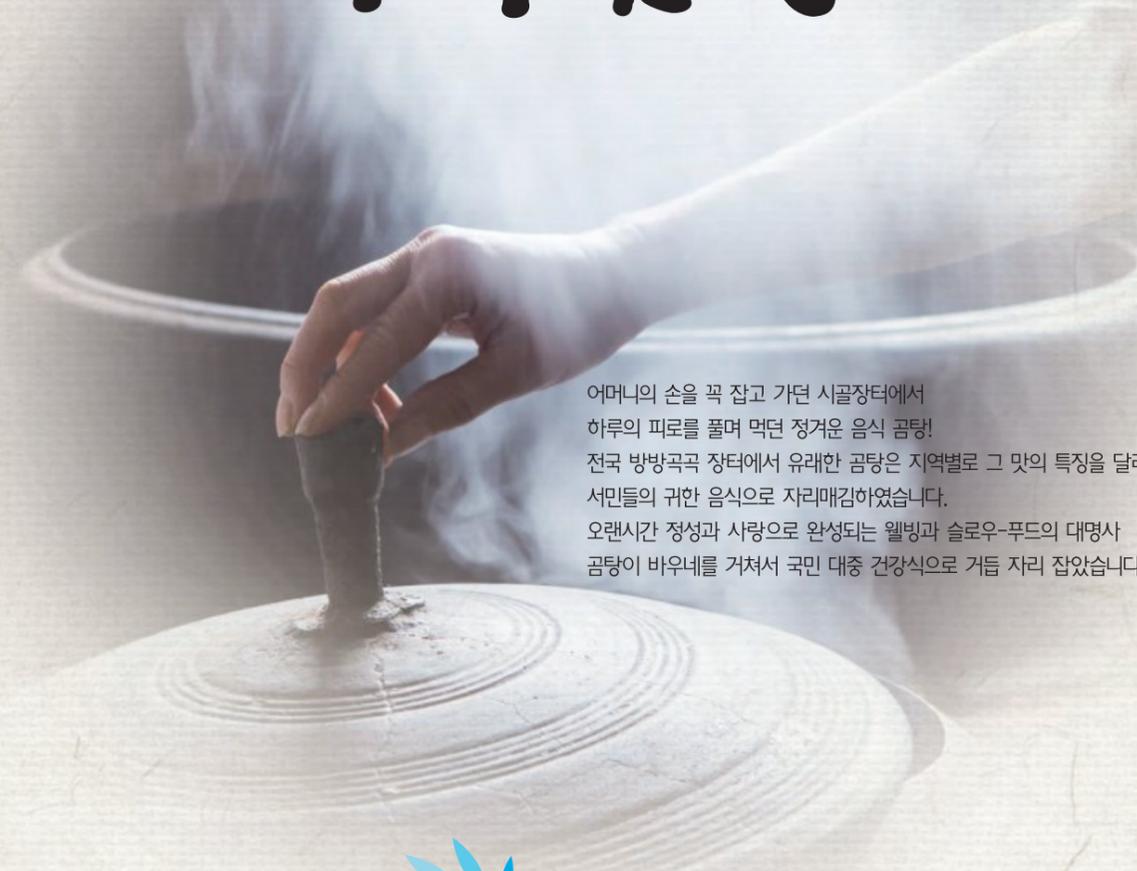
주방운영 시스템을 극대화!



산업현장 고민 해결사!

가족의 건강을 위하여 밤 새워가며 가마솥 아궁이를 지키시던 할머니와 어머니의 사랑 가득한 정성으로 고이낸 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.

# GGT

GLOBAL BUSINESS NETWORKS

주식회사 글로벌에프엠, 트레이드엑스포와 함께 전 세계 200여  
무역 전시회를 통한 글로벌 비즈니스 네트워크와의 커뮤니케이션  
마케팅을 경험하세요.



COMMUNICATION MARKETING TRADE FAIR

TEL. 02.2042.3030 / 02.2297.7232

## 프랜차이즈산업 혁신 리더 양성 제9기 KFCEO과정 모집

한국프랜차이즈산업협회 공식 CEO 교육

### 모집요강

- **교육기간** : 22. 3. 28. ~ 22. 7. 11.(15주차)  
※ 매주 월요일 15:00~18:00
- **교육장소** : 전경련회관(서울 여의도 소재)
- **교육대상** : 프랜차이즈 가맹본부 CEO  
프랜차이즈 산업 협력회사,  
프랜차이즈 진출 희망기업 CEO  
프랜차이즈 관련산업 2세 경영자

### 과정특징

- **CEO 토크쇼**  
국내 대표 프랜차이즈 CEO들과 함께하는 토크쇼
- **프랜차이즈 경영 포럼**  
포스트 코로나 시대 경쟁력 강화를 위한 경영 전략과  
마케팅 특강
- **현장 연수**  
프랜차이즈 현장을 찾아서 벤치마킹하는 현장 세미나
- **코칭과 멘토링**  
전문가 및 협회 임원들이 참여하는 원우 멘토링과 코칭
- **원우활동 지원**  
원우들의 사업소개와 홍보 활동
- **CEO 교류**  
협회, 총동문회 행사 초대 및 CEO 교류 활동

### 혜택/특전

1. 한국프랜차이즈산업협회 지원사업 우선 참여 기회 제공
2. 협회 대상 및 각종 포상 참여시 가산점 제공
3. 협회가입 및 각종 프로그램 할인 혜택
4. 멘토제 도입을 통한 개별 코칭 기회 제공
5. 협회 회원사 대상 원우사 사업홍보 지원
6. 프랜차이즈 가맹본부 사업 성장 지원
7. 교육생 상호간 친목 활동  
(골프, 등산, 원우사 탐방, 총동문회 활동 등)



### 교육문의

이경희 주임교수 : 010-3785-8406  
협회 정책홍보팀 : 070-7919-4147

주최  
·  
주관

KFA 한국프랜차이즈산업협회  
Korea Franchise Association

BUZA.biz

교육일정

교육기간	2022년 3월 16일 ~ 2022년 6월 22일(39기)
교육일시	매주 수요일 15:00 ~ 18:00
교육장소	연세대학교 신촌캠퍼스 상남경영원

모집요강

모집정원	40명 내외
모집대상	1) 제조, 유통, 외식 및 서비스업의 CEO 및 임원 2) 프랜차이즈 본사 및 가맹점 대표 3) 프랜차이즈 창업 희망자
전형방법	온라인 원서접수를 통한 수강능력 심사 후 선착순 입학
원서접수	상남경영원 웹사이트( <a href="https://sim.yonsei.ac.kr/">https://sim.yonsei.ac.kr/</a> )에서 입학지원서 작성
제출서류	1) 입학지원서 (상남경영원 웹사이트 소정양식) 2) 재직증명서 (대표자는 사업자등록증) 1부 * 회사에서 교육비를 지원하는 경우 재직증명서 제출 생략 가능
합격발표	입학지원서 상에 기재된 이메일로 개별 통보
등록금	4,100,000원 (부가세 없음. 총동문회 입회비 포함) - 교재, 간식, 주차, 간담회 등 학사 운영비 일체 포함 - 계좌이체만 가능 (우리은행 126-000091-18-322 (학)연세대학교) - 계산서 발급 가능 (홈페이지에서 계산서 신청서 작성)
문의처	Tel : 02-2123-4266 E-mail : <a href="mailto:songlim@yonsei.ac.kr">songlim@yonsei.ac.kr</a> Website : <a href="https://sim.yonsei.ac.kr/">https://sim.yonsei.ac.kr/</a>

매일 아침 직접 만드는 수제돈가스

# 二張 이백장 돈가스

가족창업 · 지인 추천창업으로 단기간 200호점 오픈!  
**대한민국 최다매장 돈가스브랜드**

신규창업 / 업종변경 / 딜리버리샵 / 배달전문창업

**성공창업문의 1544-8853**



# 제30기 프랜차이즈 최고전문가과정 모집

역량있는 프랜차이즈기업 CEO 및  
프랜차이즈 전문가 양성



- 이론+사례
- 실무
- 실습
- 현장견학



입학식



국내 워크샵



수료식



해외 워크샵

## 교육대상자

- Module I 프랜차이즈 비즈니스에 대한 이해
- Module II 프랜차이즈시스템 구축과 운영전략
- Module III 가맹본부의 경영전략
- Module IV 가맹점 관리 전략
- 세미나 업종별 프랜차이즈사업 성공전략
- 연수 본사 및 물류센터 견학
- 특강 및 토론회 특강 및 프랜차이즈 비즈니스를 통한 사업 확대 및 발전방안 토론회

## 교육 장소 및 시간

- 교육 기간 : 15주(3월 3일 ~ 6월 9일)
- 교육 시간 : 매주 목요일 14:00 ~ 18:00 (4시간)
- 교육 장소 : 프랜차이즈아카데미 홀 (서울시 서초구 신반포로 314, 임송빌딩 5층)

## 교육대상자

- 가맹본부의 CEO 및 임직원
- 가맹본부 창업을 희망하는 자영업자, 중소기업 CEO
- 주방, 물류업체 등 협력업체 CEO 및 임직원
- 변호사, 세무사, 노무사, 변리사 등

## 교육과정 특전과 강점

- 한국프랜차이즈산업협회 회장의 수료증
- 개인별로 지도교수의 무료 상담 및 지도
- 강의 교재 및 실습 템플릿 제공
- 프랜차이즈산업 관련 정보제공 및 자료 열람
- 성적 우수자에게 상장 및 상품 제공

| 가맹문의 | 080-202-2688



# 청춘 꼬마김밥&떡볶이



가치 있는 청춘!  
같이 만드는 청춘!

## Why 청춘 꼬마김밥&떡볶이 인가?

건강한 분식 문화를 만들어가는 (주)아연푸드 "청춘"의 역사는 현재 진행형이며, 10여년동안 현장에서 실패와 희생으로 쌓은 소중한 경험과 노하우를 "청춘" 브랜드와 함께 영위하실 수 있도록 아낌없이 나누도록 하겠습니다. 흔히들 말하는 '상생'이 아닌 (주)아연푸드 가맹본부의 모든 노하우를 가맹점주님들과 그리고 "청춘"을 사랑해 주시는 소비자들과 함께 소통하며 성공브랜드로 안착하여 진정한 "상생"의 의미를 공유할 수 있도록 노력하겠습니다.

청춘 꼬마김밥 이야기



홈페이지 QR



(주)아연푸드 본사 | 강원도 원주시 원문로 1848 101호 지사 | 서울특별시 영등포구 여의도동 43-4 롯데캐슬아이비1층 110호



# 하이프랜차이즈 온택트 서플라이 박람회

하이프랜차이즈는 창업의 준비와 성공에 필요한 정보를 제공하는 창업 전문 플랫폼으로 수많은 프랜차이즈 데이터를 보유하고 있으며 프랜차이즈 공급책의 일환인 서플라이어에게 **신규고객 및 기업을 고객으로 만들 수 있는 기회의 장을** 제공합니다.

누적방문자 총 **1,263,000** 명, 연간 30만명 방문!

## 왜 온택트 서플라이 박람회일까요?

01

**비용은 최소!  
기간은 최대!**

기업 홍보 비용 및 마케팅 비용 절감  
1년 동안 참가비 120만원, 박람회 등록 후 1년간 전시

02

**홍보는 최고!**

하이프랜차이즈 사이트 내 홍보 및 온라인 플랫폼 광고  
프랜차이즈월드잡지에 기업 소개 및 보도자료

03

**효과는 확실!**

박람회를 통한 상담문의 접수 가능  
프랜차이즈 세미나를 통한 신규고객 유입 및 기업 연결



# 하이프랜차이즈 온택트 창업 박람회

하이프랜차이즈는 예비창업자들에게 안정적인 창업의 준비와 성공에 필요한 정보를 제공하고, 가맹본부에게는 브랜드 홍보와 가맹점 모집의 효과를 제공하는 프랜차이즈 비즈니스 플랫폼입니다.

누적방문자 총 **1,263,000** 명, 연간 30만명 방문!

## WHY? 온택트 창업박람회를 선택하는 이유

01

**비용은 최소!  
기간은 최대!**

기업 홍보 비용 및 마케팅 비용 절감  
1년 동안 참가비 120만원, 박람회 등록 후 1년간 전시

02

**홍보는 최고!**

하이프랜차이즈 사이트 내 홍보 및 온라인 플랫폼 광고  
유튜브 채널을 통해 브랜드 영상 및 창업성공사례 송출

03

**효과는 확실!**

박람회를 통한 상담문의 접수 가능  
회원DB 활용하여 박람회 방문자, 관심 업종 등 자료 제공





땀나고 습한 그 곳 어디든

# X2 Y2 데오드란트

Homme Woman Inner Deo

| 자연유래성분 순하고 부드러운 남녀 이너 |

자연유래성분에서 추출한 에센셜이 피부 속에 노폐물과 땀 등을 녹여내어 좋은 효과를 줍니다.  
오롯이 자연의 향기로 심신의 안정과 아로마테라피를 함께 느낄 수 있으며 매력적인 향을 간직할 수 있습니다.  
4대 유해물질인 수은, 납, 비소, 대장균 불검출 테스트 완료로 더욱 안심하고 사용하세요.



남자의 속사정, 고개숙인 남자를 위한 자신감  
1년 365일 남자를 더 남자답게  
**파워포르테 X2**



은은하고 매혹적인 기분좋은 나만의 향기  
1년 365일 여성을 더 여성답게  
**퓨어시크릿 Y2**



LACOSBELL  
The Very Moment You Shine Brightly

서울시 송파구 석촌호수로 284, 현대레이크빌 511호(송파동)  
Tel. 02-412-0315, Email. lacospbell@naver.com

식  
자  
재  
의  
모  
든  
것

● 구매 물류 유통 전문업체



주식회사 **대상티앤디**

상담 문의 010-8808-6339

www.daesangtnd.co.kr

● 가공식품 ● 신선식품 ● 1회용 용품 ● 주방&생활용품

**(주)뉴대우종합주방**은 고객과의  
약속을 최우선하여 한번 맺은 인연을  
소중하게 생각합니다.



체인점, 식당, 단체급식, 병원, 호텔, 카페,  
커피숍, 주점, 치킨전문점



명품 KFCEO 3기  
연대 FCEO 30기

견적환영 : 도면 직접 작성하여 주방 설비에서 그릇까지 논스톱 해결해 드립니다.  
공장직역 : 우성냉장고, 유니크냉장고, 롯데냉장고, LG냉장고, 삼성냉장고,  
간택기가스렌지, 주방싱크대 등 주방용품 일체 전국배송 설치,  
사후 서비스까지~

## 뉴대우종합주방

사무실 : 서울시 동대문구 난계로 26길 21,  
금성빌딩 1층 대우종합주방(신설동)

TEL : 02)2233-1308(代)  
02)2232-4719

FAX : 02)2232-4721

공 장 : 경기도 남양주시 화도읍 차산리 273-1  
TEL : 02)2232-4720

webhard : ID : mykitchen / PW : 마이키친  
E-mail : dw0011@hanmail.net  
<http://www.daewookitchen.co.kr>



The Nocul Life  
노을 라이프

1688-4405

이별의 아픔  
노을라이프가  
함께 나누겠습니다.

대표 최지선  
명품 KFCEO 7기  
연대 FCEO 36기

**The Letter from President**

027 정현식 협회장 인사말

**The Letter from Publisher**

029 이진창 발행인 인사말

**Cover Story**

030 20대 대통령 후보에게 바란다  
 협회, 산·학·연 공동공약건의집 마련

036 절박한 프랜차이즈 업계 목소리  
 협회, '가맹본부 손실보상 포함' 주장

**Special Report**

- 040 '로봇'으로 포스트 코로나 시대 이끈다
- 042 협회·신한銀, 상생 배달앱 '땡겨요'...수수료 부담 낮춘다
- 044 착한 프랜차이즈 100개사 선정
- 046 "새 시대 리더 양성"...'제8기 KFCEO 교육과정' 수료
- 052 쿠팡이츠, 점주 프로모션 중단 왜 지금인가

**Organ News**

- 054 환경부, 1회용 컵 보증금제, 2022년 6월 시행
- 055 통계청, 프랜차이즈(가맹점) 조사 결과
- 056 공정위, 화장품·건강기능식품 등 표준가맹계약서 제·개정
- 057 공정위, 가맹사업법 시행령 개정안 입법예고

**Hot Issue**

- 058 '2022 제52회 IFS 프랜차이즈서울상반기' 3.24~26 개최
- 059 중대재해처벌법 시행...“프랜차이즈 업계도 주의해야”
- 060 '커피에반하다' 건설산업기본법 위반 수사 '공소권 없음' 불기소 처분



**HIMPEL**

코로나19 시대  
 우리 매장은  
 고객이 먼저 찾는다

Why? **힘펠이  
 있으니까!**

환기는 기본 살균까지  
 환기, 자동, 공기청정, 바이패스  
 4가지 모드로 공기질 관리

스마트한 공기질 관리  
 57가지 센서로 실시간 공기질  
 측정 및 제어 시스템

365일 생활밀착형 가전  
 365일 사용해도  
 소음걱정, 전기료 걱정 제로

ALL바른  
 환기가전

비말제거율 98%↓ | 감염률 90%↓

참고논문 9: 공기 중 바이러스 방출 감염 위험 평가를 위한 SARS-CoV-2의 비말학(Quantal) 방출. Environment International, 카이노 대학교 토목 기계공학계열(이러카) 콘스탄티노스 공과대학교(이우), 2020

추천 설치 장소



음식점/상업시설 | 카페/스타벅스/커피 | 체육시설 | 교육시설

힘펠과 함께 할 대리점주를 모십니다 031)424-8403

고객문의 1899-0991  
 www.himpellmall.com

**HIMPEL**  
 ALL바른 환기가전

**People & Company**

- 062 미도인 · 화화담 정민섭 대표
- 066 아뜰리에뷰티아카데미 유홍 대표
- 070 팔각도 조성욱 대표

**Brand Highlight**

- 074 프랜차이즈산업연구원
- 075 ㈜신라외식개발, 예코몬

**Field Sketch**

- 076 종로, 높은 상권엔 손님도 활력도 없었다

**Guide Post**

- 090 2022 일본 히트 예감 상품

**Association News**

- 094 협회소식 제9기 KFCEO 교육과정 3.28 개강 외
- 096 지회소식 대구 · 경북, 부산 · 울산 · 경남
- 098 신규회원/교육일정
- 104 구독안내

**Column**

- 078 컨설팅 - 이경희  
빨리 성장하고 지속가능한 프랜차이즈 되려면
- 082 마케팅 - 장재남  
2022년 프랜차이즈산업 전망과 대응전략
- 084 법률 - 안철현  
가맹금 예치와 정보공개서 제공 의무
- 086 세무 - 최인용  
재무제표관리와 이익·손실 때의 절세방법
- 088 노무 - 이금구  
2022년 개정 노동법 주요 내용



## 차기 정부에 동반성장 공생의 정책을 바란다



한국프랜차이즈산업협회장  
정현식

제20대 대통령 선거가 불과 한 달여 앞으로 다가왔습니다. 코로나19 팬데믹 장기화로 정부의 지원과 관심이 절실한 우리 프랜차이즈 산업인들은 차기 정부가 그려낼 산업의 미래에 큰 기대를 걸고 있습니다.

오랜 기간 가맹본부와 가맹점사업자는 한 마음 한 뜻으로 코로나19 극복에 총력을 다해 왔습니다. 일선 현장에서 직접 타격을 입고 생계를 꾸리기조차 어려운 처지에 놓인 가맹점사업자들도 많지만, 파산 위기에서도 가맹점을 돕고 대출과 사업축소로 전전긍긍한 가맹본부들도 많습니다.

가맹본부의 92%가 위기에 취약한 중소기업인데도 불구하고, 대다수 보상과 지원 정책은 가맹점사업자에만 초점이 맞춰져 있습니다. 정부는 상생지원에 동참해 달라지만 크게 도움이 될만한 정책이 부족하고, 가격인상 요인이 최고조에 달한 상황에서도 가맹본부를 불러 인상 자체를 요청하기도 합니다.

직영점 운영을 강제하면서 직영점의 영입제한 손실보상은 거의 불가능한 수준입니다. 대출도 대부분 한도가 막혀 특례보증 한도 확대와 저금리 금융지원을 수차례 요청했으나 묵묵부답입니다. 오히려 각종 가맹본부의 일방적 희생과 부담을 강제하는 규제만 늘어나고 있습니다. 유명 프랜차이즈들이 정보공개서 등록을 취소하고 셀프 상장폐지를 하는 것도 이상하지 않은 현실입니다.

우리 프랜차이즈 산업을 가장 잘 표현하는 말로 '입술(脣)이 없어지면(亡) 이(齒)가 시리다(寒)는 순망치한(唇亡齒

寒)이라는 고사성어가 있습니다. '가맹점이 없으면 가맹본부도 없다'는 말을 가장 직관적으로 드러내는 말입니다. 동시에 이 말은 가맹본부가 없으면 가맹점이 없다는 말과도 같습니다.

타 산업에서 중소기업은 보호와 집중 육성 대상인데, 유독 가맹사업에서만은 92%가 중소기업인 가맹본부들이 마치 거대한 공룡과 같이 그려지고 있습니다.

산업부와 공정위, 통계청 등의 자료를 종합하면, 2020년 기준 외식업종 가맹본부 1곳에서 책임지고 있는 가맹점수는 33개, 가맹점 매출은 78억원에 달합니다. 전체 가맹본부 5000여 개의 1%만 만해도 수천명의 가맹점사업자와 가족이 길거리에 나앉고 수백억의 매출이 허공으로 날아갈 수 있다는 얘기입니다. 코로나19로 한계에 도달한 가맹본부들을 하나라도 더 살리기 위해 노력해야 할 이때에, 오히려 가맹본부들이 보상과 지원에서 외면되고 있는 현실이 매우 안타깝습니다.

이미 코로나19를 계기로 많은 가맹본부들이 오래전 과거의 관행에서 벗어나 자발적으로 상생지원과 혁신, 시스템 선진화에 나서고 있습니다. 우리 한국프랜차이즈산업협회도 가맹점주단체, 소상공인단체들과 손잡고 더욱 공정한 가맹사업 문화의 조성을 위해 최선을 다하고 있습니다. 출범이 임박한 차기 정부에서는 반드시 어려움을 겪은 가맹점사업자와 함께 가맹본부도 살리는 동반성장(共生)의 정책을 펼쳐 주시기를 간절히 희망합니다. **KFN**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.54  
 The Magazine For You

**PUBLISHER**

회장 정현식 | Chung, Hyun Sik  
 발행·편집인 이진창 | Lee, Jin Chang  
 협회/사무총장 박호진 | Park, Ho Jin

**EDITORIAL DEPT**

국장 이 호 | Lee, Ho  
 이사 김태규 | Kim, Tae Kyu  
 조기석 | Cho, Gi Seok  
 특임 기자 김동하 | Kim, Dong Ha  
 기자 김은영 | Kim, Eun Young  
 이상규 | Lee, Sang Kyu  
 노승욱 | No, Seung Wook  
 박서진 | Park, Seo Jin

**DESIGN**

실장 임재승 | Lim, Jae Seung

**PHOTO**

사진기자 이명철 | Lee, Myung Cheol

**CORRESPONDENT**

대구·경북 | 기자 정다미 | Jung, Da Mee  
 부산·울산·경남 | 기자 정미진 | Jung, Mi Jin  
 강원 | 기자 손준기 | Son, Jun Ki  
 광주·전남 | 기자 박내연 | Park, Nae Yeon  
 대전·충남 | 기자 박경원 | Park, Kyung Won  
 전북 | 기자 고재경 | Ko, Jae Kyung  
 충북 | 기자 박성희 | Park, Sung Hee

**CONTRIBUTORS**

한국창업전략연구소 소장 이경희 | Lee, Gyeong Hee  
 프랜차이즈산업연구원 원장 장재남 | Jang, Je Nam  
 법무법인 로투스 대표변호사 안철현 | Ahn, Cheol Hyun  
 세무회계 성우 대표 서성우 | Seo, Sung Woo  
 가현텍스 대표세무사 최인용 | Choi, In Yong  
 로앤파트너스 대표이사 노정민 | No, Jeong Min  
 노무법인 C&B 대표 이금구 | Lee, Keum Goo

**CONSULTATIVE COMMITTEE**

편집주간 김영인 | Kim, Young In  
 편집위원장 정종인 | Cheong, Chong In  
 수석편집위원 김용순 | Kim, Yong Soon



표지사진제공 KFCM 안혜숙 등반대장

발행처 한국프랜차이즈산업협회  
 기획/제작 (주)KFN 애드콤  
 주소 서울특별시 영등포구 여의대방로 67길9  
 706호(여의도동, 두일빌딩)  
 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  
 판매대행 (주)성운도서  
 등록번호 영등포, 마00070



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

## 대선 후보들이 알아야 할 프랜차이즈 산업의 중요성



발행인  
 이진창

20대 대통령 선거가 불과 한달여 앞으로 다가왔다. 이에 따라 대선 후보들은 표심을 잡기 위한 공약을 앞다퉈 내놓고 있다. 이 중 소상공인과 자영업 내용은 손실보상 등 재정적 지원이 대부분이다. 그런데 자영업 시장의 큰 비중을 차지하고 있는 프랜차이즈 산업에 대한 공약 내용을 찾기가 어렵다. 프랜차이즈 산업이 국내 경제에 차지하는 비중을 몰라서일까.

프랜차이즈 산업은 코로나19와 취업난 속에서 새로운 일 자리를 만들어낼 여력이 큰 산업 중 하나다. 경제 규모나 고용효과는 웬만한 산업 이상이다. 산업통상자원부 자료에 따르면 프랜차이즈 산업의 연 매출은 122조원으로 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중이 6.4%에 이른다. 고용 인원은 133만명에 달해 경제활동인구 중 4.7%를 차지한다. 대표적인 경기 부양 산업으로 꼽히는 건설산업(약 89조원대·202만명)에 못지않다. 그럼에도 불구하고 프랜차이즈 가맹본부에 대한 현실적 지원 내용은 여전히 아쉬운 대목이다.

프랜차이즈 가맹본부는 코로나19 장기화로 이중고를 겪고 있다. 밀키트와 무인, 배달 등 일부 아이템을 제외하고는 가맹점 개설에 제동이 걸렸다. 아울러 가맹점의 매출이 급감하면서 로열티와 가맹점에 물류를 제공하면서 발생되던 수익도 하락했다. 이로 인해 지난 2년 동안 가맹본부의 몸집 줄이기는 생존과 연결된 사항이 됐다. 그렇다고 광고, 홍보 등 마케팅을 멈출 수도 없다. 여전히 프랜차이즈의 생

존전략은 가맹점 개설과 가맹점 매출에 의존해 있기 때문이다.

여기에 대출 규제와 금리 인상은 가맹본부의 운영을 더욱 어렵게 만드는 요소다. 금융감독원이 최근 발표한 '2021년 외부감사대상 회사 및 감사인 지정현황'에 따르면 지난해 말 기준 외부감사대상 회사는 3만3250개사로 전년 대비 1506곳(4.7%) 늘었다. 금융당국 관계자는 "규모가 작은 중소기업들의 부채가 증가하면서 외부감사대상에 대거 포함된 것으로 파악하고 있다"고 말했다.

한국은행에 따르면 지난해 3분기말 기준 기업대출은 1497조8000억원으로 전년 동기 대비 12.4% 증가했다. 기업 부채가 증가하면 그만큼 자산이 늘어나기 때문에 외부감사 대상기준에 포함될 가능성이 높아진다. 외부감사대상 중 비상장법인인 3만793개로 전년 대비 1431개 늘었다. 자산총액별로 보면 100억원 이상~500억원 미만 기업이 2만1164개로 63.6%를 차지하고 있다.

국내 경제 기초체력은 자영업자와 소상공인임은 분명하다. 하지만, 프랜차이즈 가맹본부 역시 자영업자와 소상공인의 든든한 지원자이자 동반자임도 사실이다. 가맹본부와 가맹점은 공존공영共存共榮(함께 존재하고 함께 번영)이며, 교학상장 敎學相長(가르치고 배우는 과정에서 스승과 제자가 함께 성장)임을 대선 후보자들도 알아야 한다. **KFA**



지난해 4월 정현식 협회장이 가맹산업진흥 5개년 계획 발표 자리에서 성윤모 산업부 장관에게 업계 발전을 위한 건의를 전달하고 있다

# ‘20대 대통령 후보에게 바란다’ 프랜차이즈 산업 재도약 지원책은?

한국프랜차이즈協, 4개 분야 14개 항목 담은  
산·학·연 합동 공약 건의집 마련

제20대 대통령 선거가 한 달여 앞으로 다가온 가운데, 프랜차이즈 산업을 살릴 각 당 후보들의 공약에 업계의 관심이 모아지고 있다. 최근 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 업계, 전문가, 학계 등 다방면의 관계자들과 치열한 논의를 통해 차기 정부가 우선적으로 추진해야 할 프랜차이즈 산업 지원정책을 선정, 각 당 후보들에게 전달 중이다.

협회 관계자는 “코로나19로 큰 위기를 겪은 프랜차이즈 업계는 올해 재도약 기반 마련을 위한 정부의 육성 정책이 절실한 상황”이라면서 “각계의 목소리를 모아 당장 시행이 가능하면서도 가장 시급한 지원정책을 모아 공약에 포함해 줄 것을 건의했다”고 말했다.

정책건의는 ● 지속가능한 프랜차이즈 생태계 조성 ● K-프랜차이즈 브랜드 육성 ● 4차 산업혁명 기반 구축 및 정보 민주화 ● 가맹점과 가맹본부의 동반 성장 등 총 4개 분야에 걸쳐 14개 항목으로 구성됐다. 각 분야별로 주요 건의 항목들을 살펴본다. WRITE | 김동하 기자

## 1 지속가능한 프랜차이즈 생태계 조성



국가인적자원개발컨소시엄 한국프랜차이즈산업협회 교육

### ◇ 서비스산업발전기본법 제정

서비스산업발전기본법은 서비스업 육성을 위한 법적 근거로 정부의 지원정책 수립에 반드시 필요한 법안이다. 현재 제정안이 10년 넘게 국회에 계류돼 있다. 서비스 산업은 고용창출 효과가 제조업의 2배에 달한다. 특히, 선진국은 부가가치의 70~80%를 서비스업에서 만드는데, 한국은 10년간 60% 내외에서 맴돈다. 서비스 산업 연구개발 지원도 OECD 최하위권에 그치고 있다. 서비스산업의 발전은 국가와 민간이 협력하는 장기적 비전하에 지속적·체계적 접근을 통해서만 가능하다.

### ◇ 공정 프랜차이즈 인증제 도입

프랜차이즈 산업은 코로나19 이전까지 지속적 성장을 거듭해 왔으나, 동시에 증가하는 가맹사업자간 갈등과 분쟁은 신규 창업자의 진입장벽으로 작용하고 있다.

“서비스 산업은 고용창출 효과가 제조업의 2배에 달한다. 특히, 선진국은 부가가치의 70~80%를 서비스업에서 만드는데, 한국은 10년간 60% 내외에서 맴돈다. 서비스 산업 연구개발 지원도 OECD 최하위권에 그치고 있다.”

선택 단계에서부터 불공정거래 위험이 낮은 가맹본부를 식별하기 위해 기존 제도들의 문제점을 개선하고 실효성을 높인 <공정 프랜차이즈 인증제> 도입이 필요하다. 인증 가맹본부에 홍보와 금융 지원을 제공, 업계 내 공정거래 문화 확산을 촉진함으로써 선순환 구조를 형성할 수 있다.



높은 관심을 받았던 대구 서문시장 프랜차이즈 특화거리

### ◇ 프랜차이즈 공동물류시스템 활성화

가맹점 물류 공급은 프랜차이즈 기업의 핵심역량이나, 인건비 상승, 물류비용 증대 등으로 많은 기업들이 높은 비용을 내고 제3자 물류를 이용하고 있다. 이는 다시 원가 상승 및 수익 감소로 이어져 양극화 현상 심화와 경영 안정성 저하를 부른다.

정부가 나서 공동물류센터를 세우고 물류시스템을 운영하는 '물류 공동화'를 구축해야 한다. 중소기업들의 물류 비용을 절감하고 최적화된 선진 시스템을 제공해 경영환경 개선을 도모할 수 있다.

### ◇ 자영업자 자생력 강화 교육 지원

우리나라는 인구 대비 자영업자 수가 많고, 특히 외식업종의 경우 자격요건이 거의 없어 준비되지 않은 창업과 폐업이 반복되고 있다. 필수 이수교육과 함께 컨설팅 교육을 연계하여 역량 강화를 지원해야 한다.

또, 반복되는 위생사고를 방지하고 국민건강 수준을 높이기 위해, 영향력이 큰 외식 프랜차이즈 가맹점의 경우 특성에 맞는 전문교육이 필요하다. 협회 등 업계 관련 단체를 식품위생 전문교육기관에 포함하는 법 개정이 필요하다.

“우리나라는 인구 대비 자영업자 수가 많고, 특히 외식업종의 경우 자격요건이 거의 없어 준비되지 않은 창업과 폐업이 반복되고 있다. 필수 이수교육과 함께 컨설팅 교육을 연계하여 역량 강화를 지원해야 한다.”

### ◇ 프랜차이즈 특화거리 조성

코로나19 이후 대면 영업 비율이 높은 소상공인들의 경영 애로가 크고, 외식업 주요 상권은 높은 배달앱 수수료에 따른 수익성 악화와 유동인구 급감에 대한 대응력 부족으로 큰 어려움을 겪고 있다. 프랜차이즈 브랜드를 모아 특화거리를 조성, 기존 전통 시장 및 골목상권의 한계점을 보완하고 상권 활성화를 도모해야 한다. 관광명소로 조성해 향후 지역의 랜드마크로 거듭날 수 있는 기반도 마련할 수 있다.

## 2 K-프랜차이즈 브랜드 육성



지난 2019년 협회가 업체들과 참가한 대만국제프랜차이즈박람회 한국관

### ◇ K-프랜차이즈 10대 글로벌 브랜드 양성

전세계적인 한류 열풍으로 한국 제품과 서비스에 대한 위상이 매우 높은 상황이나, 국내 프랜차이즈 브랜드의 글로벌화는 매우 미흡하다. 약 400개의 국내 브랜드가 세계 60여개 국에 진출해 있으나, 증가율 둔화와 함께 최근에는 점포 수도 감소 중이다.

내수 시장 과포화와 업계의 역량 강화를 위한 신성장 동력으로서 세계 무대를 누빌 글로벌 브랜드를 집중적으로 육성해야 한다. 범정부 차원의 종합 육성 정책을 수립하고 예산 지원, 지원시스템 구축, 종합 컨설팅, 신타조사, K-TOWN 등 체계적 지원이 필요하다.

### ◇ 중소기업 해외진출 전문인력 양성

중소기업이 92%에 달하는 업계 특성상 해외 진출 전담 인력이 크게 부족해 해외진출 활성화의 걸림돌이 되고 있다.

해외사업의 경우 시장정보 획득, 현지 법/제도 적용, 바이어 확보, 물류 확보, 현지 마케팅 등을 수행하기 위한 전문성이 반드시 필요하다. 전문교육기관 선정과 협회 등 업계 유관단체의 양성사업 지원을 위한 정책이 필요하다.

### ◇ 프랜차이즈 종합교육 시스템 구축

프랜차이즈는 교육에서 시작해 교육으로 끝난다는 말이 있을 정도로 수 많은 종사자들의 역량의 유지와 강화가 매우 중요하다. 하나 기존 교육이 소관부처 및 대상이 파편화되어 체계적·종합적 역량 향상에 애로를 겪고 있다.

이를 위해 가맹본부 대표·임직원, 가맹점사업자 대표·근로자, 신규 창업자, 관련 업종 종사자 등 모든 산업인들을 아우르는 종합적인 교육 시스템이 필요하다.

### 3 4차 산업혁명 기반 구축 및 정보 민주화



지난해 11월 제51회 프랜차이즈서울 박람회장에서 상담 중인 예비 창업자들

#### ◇ 프랜차이즈 전자정보공시제도 도입

정보공개서는 2007년 도입 이후 지속적인 기재사항 확대로 지나치게 비대해져 있다. 이는 예비 창업자의 필수정보 접근을 저해한다. 특히, 갱신주기가 1년으로 너무 길고 심사 기간 고려시 시기에 따라 최대 2년전 자료를 접하게 되는 등 적시성이 크게 떨어진다.

창업 필수 정보만 온라인으로 즉시 제공하는 <프랜차이즈 전자정보공시시스템>이 도입되면 문제를 개선할 수 있다. 또, 일부 자율성을 부여해 업계 신뢰도 향상, 가맹본부 홍보채널 확대 등 순기능도 도모할 수 있다.

#### ◇ 프랜차이즈 빅테크 구축

비대면 소비 확산으로 카카오, 쿠팡, 배민 등 소수 빅테크(Big Tech) 기업들의 독과점적 지위가 강화되면서 업계의 경영 애로가 심화되고 있다. 공생을 추구하는

프랜차이즈 빅테크 플랫폼 구축과 함께, 빅테크 기업의 정보독점에서 벗어난 자영업자의 정보민주화를 촉진해야 한다.

#### ◇ 한국표준산업분류(KSIC)에 가맹산업 추가 개정

프랜차이즈 산업은 산업군별 지원정책 수립을 위한 한국표준산업분류의 대분류에서 숙박·외식, 도·소매 등 여러 항목으로 산재돼 있다. 마땅한 산업분류가 없어 지원정책 수립에서 소외돼 왔고, 관련 통계도 여러 부처에서 나눠서 하다 보니 일관성이 떨어진다.

별도 산업군 신설이 어렵다면, 한국표준산업분류 특수분류 내 경제부문에 가맹산업을 추가하여 일원화와 체계화가 필요하다. 이미 2009년 정부가 9개 부처 합동으로 가맹산업 특수부류 추진계획을 발표한 바 있다.

### 4 가맹본부와 가맹점의 동반 성장



(왼쪽 다섯번째부터) 2020년 착한프랜차이즈 현장점검 간담회에 참석한 신동권 공정거래조정원장, 조성욱 공정위원장, 정현식 협회장 등

#### ◇ 접대 목적 없는 가맹점 판촉지원의 세액 공제 명시

가맹본부는 가맹점에 물품, 행사, 장려금 등을 지원하며, 특히 코로나19 이후 가맹점 지원이 가맹본부의 핵심 역량으로 자리잡았다.

그런데 최근 경영자금 목적 지원을 증여 및 접대비 항목으로 간주하고, 접대비 한도 초과분에 대해 세금을 부과하는 등의 사례가 있어 가맹본부의 가맹점 지원이 위축될 우려가 있다. 이에 접대목적이 없는 가맹점 판촉 지원에는 세액을 공제한다는 내용을 법인세법에 명시하여 현장의 혼란을 막을 필요가 있다.

#### ◇ 중소기업특별세액감면 적용업종 확대

경영악화 중소기업 지원을 위한 중소기업특별세액감면제도로 매년 100만개 이상의 기업이 혜택을 받고 있으나, 대

상 업종이 48개로 국한돼 있다. 최근 2년 간 코로나19의 직격탄을 맞은 음식숙박업 및 주요 서비스업 보호와 집중 지원을 위해 정책 대상자를 규정한 관련 법령에 음식숙박업 등을 포함해야 한다.

#### ◇ 주류 중개업 면허 취득 자격 확대

주세법, 주류면허법 등 관련 법령에 따라 현재 외식 가맹본부는 가맹점에 주류를 직접 공급할 수 없다. 이로 인해 천여개 주류도매사가 12만여개 외식 가맹점에 독과점적으로 주류를 납품하고 높은 마진을 수취하고 있다.

외식 가맹본부의 주류 중개 면허 취득을 허용해 폐쇄적 유통구조를 혁신해야 한다. 특히, 주류가격 안정화는 소비자물가 안정화 및 편익 상승의 효과도 불러올 수 있다.

**KFN**



지난달 초 코로나자영업피해충연합 회원들이 자신의 매장에 항의 포스터를 부착하고 있다. (사진 = 코자협)

## “손실보상 정상화, 방역지침 완화” 절박한 프랜차이즈 업계 한 목소리

자영업자 잇단 집단행동 나서는 속사정

한국프랜차이즈협 “가맹본부 손실보상 포함” 주장

WRITE | 김동하 기자

코로나19 오미크론 변이가 우세종으로 자리잡으면서 확진자가 연일 폭증하고 있는 가운데, 장기간 사회적 거리두기를 겪어 온 소상공인들은 정당한 손실보상과 합리적인 방역지침의 도입을 촉구하고 있다. 정부는 오미크론 변이가 치명률이 비교적 낮은 만큼 당분간 사회적 거리두기 강화는 없다는 입장이지만, 프랜차이즈 업계에서는 유지가 아닌 완화를 강력히 요구하고 있다.



1월 27일 기준 전국 중증 병상 가동률은 18.3%를 기록, 전국에 2천여개 병상이 여유가 있는 것으로 나타났다. (사진 = 질병관리청)

### ◇ 오미크론 변이에 확진자 연일 ‘新, 新, 新’

오미크론 변이 확산 이후 코로나19 확진자 증가세는 연일 신기록을 경신하고 있다. 1월 24일 7,512명, 25일 8,570명으로 코로나19 첫 확진 이후 최대 확진자를 기록한 데 이어 하루 만인 26일 1.5배에 달하는 13,010명, 27일 14,518명, 28일 들어 2만여 명을 넘었다. 26일은 정부가 공식적으로 오미크론 변이가 우세종으로 전환했다고 밝힌 날이다.

일각에서는 방역지침이 강화될 수도 있다는 우려가 나왔으나, 정부는 전세계적으로 전파력이 높고 치명률이 낮은 특성을 보이는 오미크론 변이의 특성을 감안해 사회적 거리두기 강화 없이 위중증 환자 관리 위주로 대응지침을 변경한다고 밝혔다.

이에 따라 1월 26일 자가격리 기간이 10일에서 7일로 줄었고, 1월 29일부터는 고위험군이 아니면 동네 병의원 신속항원검사, 선별진료소 자가검사키트 등에서 양성이나와야 PCR 검사가 가능해졌다.

정부는 “코로나19 중증 병상 가동률이 현재 18.3%로 전국에 2천여개 가까이 남아 있는 등 확진자 수가 갖는 의미가 델타 변이 때와 완연하게 다르다”면서 “위중증 환자 위주로 방역체계를 운영함에 따라 더 이상 거리두기 강화는 없을 것”이라고 밝혔다.

### ◇ “방역체계는 완화, 거리두기는 유지?”

업계에서는 대응지침이 지난해 11월 단계적 일상회복 당

시로 돌아간 반면, 사회적 거리두기는 왜 똑같이 완화되지 않는지 이해가 되지 않는다는 불만이 크다. 현재 외식업 등 주요 업종에 적용 중인 주요 거리두기 방침은 ▲방역 패스 ▲사적 모임 6인까지 허용 ▲영업시간 제한 오후 9시 등이다. 사적모임 인원제한은 12월 단계적 일상회복 철회 당시에 비해 4인에서 6인으로 소폭 완화됐으나, 외식업의 경우 영업시간 제한은 철회 전 오후 10시보다 빠른 오후 9시로 쪽 유지되고 있다.

정부는 “코로나19 중증 병상 가동률이 현재 18.3%로 전국에 2천여개 가까이 남아 있는 등 확진자 수가 갖는 의미가 델타 변이 때와 완연하게 다르다”면서 “위중증 환자 위주로 방역체계를 운영함에 따라 더 이상 거리두기 강화는 없을 것”이라고 밝혔다.

외식업계의 가장 큰 불만은 영업시간 제한이다. 방역패스의 경우 시행초기 혼란이 있었으나 우여곡절 끝에 어느 정도 자리를 잡았고, 사적모임 인원제한은 여전히 아쉽지만 4인일 때보다는 가족단위 모임이 일부 가능해지는 등 완화가 조금은 체감된다는 의견도 있다.



정부가 오미크론 변이 우세종 전환에 대해 방역대응체계 전환 방침을 밝혔지만, 사회적 거리두기는 강화하지 않는 것에 대해 업계 불만이 고조되고 있다.

“업계에서는 영업시간 제한을 전면 해제 하든지, 최소한 업종 특성에 맞는 ‘영업 시간 총량제’를 실시해야 한다고 입을 모으고 있다.”

하지만 영업시간 제한만큼은 도저히 납득이 어렵다는 것이 중론이다. 지난해 초에 이어 올해 다시 한 번 공동 입장문을 발표한 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 관계자는 “주류 취급 업소가 대다수인 음식점들은 저녁 매출 비중이 높는데, 오후 9시 제한으로 저녁 술자리가 크게 위축돼 매출 타격이 크다”고 강조했다. 또 “특히 주점업의 경우 통상 오후 5시 경에 장사를 시작하고 저녁 매출이 전체 매출에서 절대적인 비중을 차지한다”면서 “사실상의 영업장 폐쇄나 다른 없는 이유”라고 호소했다.

◇ “영업시간 제한 치명적...전면완화·총량제 절실”

업계에서는 영업시간 제한을 전면 해제하든지, 최소한 업종 특성에 맞는 ‘영업시간 총량제’를 실시해야 한다고 입을 모으고 있다. 지난해 11월 영업시간 제한 전면 해제 후 확진자 폭증으로 철회된 바 있으나, 당시 우세종은 델타 변이로 치명률이 높았던 상황이다. 위증증 환자 위주 관리 체계로 전환했고, 확진자 수 부담이 덜해진 상황에서 영업시간 제한을 유지해야 할 당위성이 없다는 얘기다.

협회는 지난해 12월 가입한 코로나피해자영업총연합(이하 코자총)과 국무총리 간담회에서 <영업시간 제한 완화 및 총량제 도입>을 정식으로 건의했다.

협회는 매출 타격과 함께 “코로나19 확산 경로에서 대다수 영업제한 업종의 비중이 낮고, 과학적 효과가 검증된 바 없으며, 오히려 특정 시간대 인파쏠림 현상이 심화되는 등 부작용이 크다”고 지적하면서 “식당·카페는 11시~23시, PC

방노래연습장은 12시~0시 등 12시간을 총량으로 해 탄력적으로 운영해야 한다”고 주장했다. 실제 지난해 6월 중소기업연구원 조사(‘20.8~’21.1)에 따르면 주요 업종의 집단 감염 비중은 종교시설 등이 가장 높았고 식당·카페는 2.4%, PC방·오락실은 0.4%, 노래연습장은 0.1%로 최하위권에 위치한 것으로 나타났다. 허나, 간담회 결과는 사적모임 인원제한 소폭 완화에 그쳤다.

◇ “불합리한 손실보상 정상화” 거센 분노

지난해 7월 손실보상법(소상공인 보호법 개정안) 통과 이후 지급 중인 손실보상금은 새로운 뇌관이 되고 있다. 너무 낮은 피해보정률, 인정비용·대상 등 비합리적 보상 기준, 손실보상 불소급 정도가 문제점으로 지적된다.

현재 손실보상 지급 기준 중 피해 보정률은 80%에 불과하다. 피해로 인정되는 항목에서도 인건비, 관리비 등이 빠져 있고 임차료도 제대로 인정되지 않는다는 인식이 높다. 또 업종별로 영업제한의 형태가 다른데 모두 똑같이 취급한다는 점도 문제다.

협회는 국무총리와의 간담회에서 “피해 요인들이 제대로 반영되지 않고, 하한액(10만원)과 피해보정률(80%)이 너무 낮아 실제 소상공인들이 받는 액수가 너무 작다”고 설명했다. 지난해 3분기 손실보상금 평균은 300만원대로 체감이 어려운 수준이며, 하루 매출에 불과한 수 십여 만원밖에 받지 못했다는 얘기도 빈번히 나온다.



1월 25일 코자총 회원 299명이 국회 앞에서 집단 릴레이 식발식을 진행하고 있다

“보상 대상 관련 논란은 갈수록 확대 중이다. 법상 보상 대상은 연 매출 10억 미만 사업자로, 10억 이상 중대형 업소는 보상을 원천적으로 받지 못한다. 가맹본부들의 박탈감도 최고조다.”

가장 큰 자영업자들의 염원인 손실보상 소급적용은 아직도 갈 길이 요원하다. 지난해 7월 법 통과 당시 불소급 원칙이 규정되면서 400여일이 넘는 사회적 거리두기 관련 피해 보상은 물거품이 됐다. 1년 이상 적게는 수 천 만원에서 많게는 수 억 원의 피해를 감수하면서 방역지침을 준수했으나, 국가 차원의 보상은 전무하다.

◇ “직영점 하라더니 보상은 뒷전” 가맹본부 박탈감 고조

보상 대상 관련 논란은 갈수록 확대 중이다. 법상 보상 대상은 연 매출 10억 미만 사업자로, 10억 이상 중대형 업소는 보상을 원천적으로 받지 못한다. 가맹본부들의 박탈감

도 최고조다. 복수 직영점을 운영하는 법인 사업자는 사업장 매출을 모두 합산해 기준 부합 여부를 따지기 때문이다. 영세·중소기업이 대다수인 가맹본부들에게 손실보상이 먼 나라 얘기인 이유다.

협회 관계자는 “지난해 11월 직영점 운영경험을 의무화하는 ‘1+1제’ 가맹사업법이 시행되는 등 본부의 직영점 운영이 필수가 되고 있다”면서 “이쪽에서는 직영점을 권장하고 저쪽에서는 직영점 피해를 나몰라라 하면 누가 정부 정책을 믿고 따를 수 있겠나”고 말했다. 이어 “가맹본부들은 직영점을 통해 높은 방역·위생 수준을 제공하고 어려운 상황에도 가맹점 지원에 주력해 왔지만, 한 푼도 보상금을 받지 못해 사면초가에 몰려 있다”면서 “피해 규모가 큰 중대형 업소와 법인 사업자들도 정당한 보상이 필요하다”고 호소했다.

협회는 간담회 당시 ▲사업장별 손실보상 시행 ▲연매출 10억 이상 사업자 보상 ▲피해보정률 100% 상향 및 필수비용 반영 ▲법 통과 이전 사회적 거리두기 15개월(‘20.4~’21.7) 피해 소급보상 등을 건의한 바 있다. 또 코자총과 함께 단체 간판소등, ‘299인 릴레이 식발식’ 등에 동참하는 등 연대하여 정부 방역지침 완화와 업계 지원 정책 수립을 강력하게 촉구해 나간다는 방침이다. **KFN**

# 프랜차이즈 업계, 무인화의 꽃 '로봇'으로 포스트 코로나 시대 이끈다

커피업종 이어 피자·치킨도 협동로봇 도입

한국프랜차이즈協, 올해 로봇 지원사업 수행

WRITE | 김은영 기자



(앞줄 왼쪽부터) 제50회 IFS프랜차이즈서울에서 임재원 고피자 대표, 문승욱 산업부 장관, 정현식 협회장 등이 고피자 협동로봇 고봇플러스를 참관하고 있다.

**코**로나19 유행 장기화로 고용창출의 총아로 꼽혀 온 프랜차이즈 업계에도 무인 창업 모델 열풍이 불고 있다. 특히, 전통적으로 대면 서비스 기반이던 업계가 인건비 부담과 비대면 트렌드에 따른 소비자 선호도 변화에 발맞춰 빠르게 무인화의 꽃인 로봇 활용 매장운영 모델들을 속속들이 도입하면서 눈길을 끈다.

## 족발·푸드트럭도 로봇조리 시대 '활짝'

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 업계의 경영애로 해소와 산업 구조의 고도화를 위해 지난 2020년부터 한국로봇산업진흥원 <서비스로봇 활용 실증사업>을 수행 중이다. 4개 사업분야 중 외식 프랜차이즈 업계가 매장에서 쓸 수 있는 협동로봇 부문을 중점적으로 지원한다. 사업 참여를 원하는 기업, 매칭된 로봇 업체 등이 참여한 컨소시엄에 국비를 지원,



문승욱 산업부 장관이 지난해 7월 제50회 IFS프랜차이즈서울에서 커피베이 로봇 바리스타 모델을 참관하고 있다.

매장에 적용가능한 협동로봇을 개발·검증하는 사업이다. 2020년 사업에 참여한 커피베이(대표 백진성)는 커피 제조와 야간 무인판매까지 가능한 로봇 바리스타 모델을 개발해 매장에 적용했다. 고피자(대표 임재원)는 2020, 2021년 사업에 연속으로 참여해 피자 커팅 및 소스 자동 드리즐링이 가능한 고봇과 스마트 화덕 고븐을 개발하고 실제 매장에 설치해 높은 관심을 받았다.

커피베이와 고피자는 지난해 협회가 주최한 IFS 프랜차이즈서울 박람회에 해당 협동로봇을 전시해 참관객들의 폭발적 관심은 물론이고 문승욱 산업통상자원부 장관이 참가부스에서 직접 시연을 참관하는 등 큰 화제를 모은 바 있다.

삼대족발(대표 김동권)과 공돌이부엌(대표 신기철·신종명)은 2021년 사업에 참여해 현재 개발·설치 마무리 단계에 있다. 삼대족발은 수작업시 염도, 온도, 당도를 맞추기 까다로운 족발 요리를 균일한 품질로 제조할 수 있는 족발로봇세트를 개발하고 있다. 공돌이부엌은 무인조리 시스템 '오토웍'이 장착된 푸드트럭을 통해 배달 중 음식을 자동으로 조리, 배달시간을 최소화하고 소비자 만족도를 극대화하는 푸드테크 기업이다. 본 사업을 통해 이동 중 한식의 자동조리를 고도화하기 위한 무인 자동화 키친 모델을 개발 중이다.

## 수요맞춤형 로봇 지원으로 보급 확산

정부지원사업과 별도로 이미 자체적으로 협동로봇을 도입해 운영 중인 브랜드들도 있다. 디떡, 붓담, 콰버트치킨 등은 이미 수 년전부터 치킨 튀김 로봇으로 조리과정을 자동화해 안전사고를 방지하고 인건비를 절감 중이다. 또, 지난해 교촌치킨, 바른치킨 등 메이저 업체들도 매장에 치킨로봇 모델을 도입했고 빙스 쌀국수 로봇, BBQ-제일제면소 서빙로봇, 배달의민족 배달로봇 등도 점차 도입 사례를 늘리고 있다.

협회는 올해 업체 수요를 더욱 정교하게 충족시킬 수 있는 한국로봇산업진흥원 <수요기반 맞춤형 서비스로봇 개발·보급사업>도 수행할 예정이다. 지난해 공고 이후 사업 시행을 위해 준비가 진행 중이며, 여러 업체들이 벌써 관심을 드러내고 있다.

더 나아가 협회는 로봇활용을 통해 프랜차이즈 업계의 주요 리스크 중 하나인 위생 사고를 방지할 수 있도록 로봇의 설계에서부터 운영까지 총괄하는 **안전·위생 가이드라인**을 개발한다. 자동화·균일화로 조리 환경을 최대한 동일하게 유지하고 변수를 차단할 수 있는 만큼 업계 위생 수준 향상에 적합하다는 판단에서다. 협회는 가이드라인 개발로 로봇활용 음식점의 표준을 제시하고 모범업소 및 우수 위생등급업소 지정을 확산한다는 계획이다. 또, 향후 유관부처와 협의하여 업종별로 단체표준 등록과 법제화를 추진할 예정이다. **KFN**

# 한국프랜차이즈협회-신한은행, 상생 배달앱 '땡겨요'로 수수료 부담 낮춘다

소상공인·사업자 위해 홍보·활성화 MOU 체결...“배달앱 상생문화 확산 협력”

WRITE | 조기석 기자



정현식 한국프랜차이즈산업협회장(왼쪽)과 전성호 신한은행 O2O추진센터 본부장(오른쪽)

**한**국프랜차이즈산업협회(이하 협회)와 국내 리딩뱅크 신한은행(은행장 진옥동)이 음식배달 플랫폼 '땡겨요' 활성화를 통해 배달앱 상생 문화 확산에 나선다. 협회 및 신한은행은 1월 11일 서울 강서구 협회 회의실에서 '땡겨요-한국프랜차이즈산업협회 소상공

인, 사업자 수수료 부담 완화를 위한 업무협약'을 체결했다. 정현식 협회장은 인사말을 통해 “코로나19로 업계의 배달앱 의존도가 크게 높아졌으나, 높은 수수료와 일방적인 정책으로 많은 중소기업과 소상공인들이 고통받고 있다”면서 “배달앱 업계의 상생 확

산을 위해 '땡겨요'의 성공적인 안착과 활성화를 적극적으로 지원하겠다”고 밝혔다.

전성호 신한은행 O2O추진센터 본부장은 “'땡겨요'는 파격적인 수수료 정책과 각종 편의 기능, 실효성 높은 리뷰 시스템과 알고리즘 등 다양한 차별점을 지닌 배달앱”이라고 하면서 “소상공인과 중소기업, 소비자 모두가 상생하는 배달앱으로 자리잡을 수 있도록 노력하겠다”고 화답했다.

향후 협회는 회원사 및 소속 가맹점들을 대상으로 '땡겨요' 홍보 및 사용 독려 활동을 전개한다. 또 지속적으로 신한은행과 앱 사용 개선, 매출 관련 데이터, 운영 정책 등을 논의하는 협력 체계를 구축할 예정이다.

### ◇'익일정산', '수수료 2%' 파격 또 파격

'땡겨요'는 신한은행이 지난해 12월 금융권 최초로 론칭한 스마트폰 어플리케이션이다. ▲광고비·입점료제로 ▲업계 최저 2% 이하 중개 수수료 ▲자체 PG시스템을 통한 빠른 정산 서비스 ▲사업자·라이더 대출 연계 등 입점업체 친화 정책이 특징이다.

또, ▲두 번째 주문까지 기본 할인 쿠폰 제공(총 1만원) ▲결제 또는 작성 리뷰로 주문 발생시 포인트 제공 ▲전용카드 결제시 마이신한포인트혜택 ▲서울사랑상품권 할인 구매 등 금융사 플랫폼만 가능한 다양한 소비자 혜택도 제공한다.

파격적인 정책 속에서도 업계가 큰 관심을 보이는 부분은 빠른 정산과 낮은 중개수수료다. 특히 빠른 정산의 경우 신한은행이 직접 전자금융결제대행업(PG)에 뛰어든 정도로 공을 들인 부분이다. 최근 배달의 민족은 “정산주기를 4일에서 3일로 줄여 주요 배달앱 중에서 가장 빠른 정산주기를 갖게 됐다”고 밝힌 바 있는데, 신한은행 '땡겨요'는 익일에서 당일까지도 정산이 가능해 타의추종을 불허한다.

신한은행 관계자는 “신한은행이 카드사로부터 대금을 입금받기 전에, 먼저 가맹점주에 정산하는 식으로 익일 정산이 가능하다”면서 “심지어 신한은행 계좌를 이용하는 현금성 결제의 경우 당일 정산까지도 가능하게 설계했다”고 밝혔다.

중개 수수료는 세금으로 운영되는 공공배달앱과 유사한 수준인 2%대로 책정됐다. 많게는 15%까지도 책정되는 타 배달앱에 비해 큰 차이를 보인다. 가입비도 없고, 2개월간 가입 점주에게는 나눔지원금 명목으로 할인이벤트에만 고객에 줄 수 있는 10만원을 지급한



땡겨요 리뷰 시스템 맛스타 화면

다. '땡겨요' 배달앱의 슬로건이 '너도 살고 나도 사는 우리동네 배달앱'인 이유다.

소비자 유입을 위해 할인쿠폰 등 마케팅 비용을 넉넉히 지원하는 것은 물론이고 양질의 리뷰와 주문 만족도 제고의 선순환을 위한 리뷰 시스템 '맛스타 리뷰'를 도입했다. 소비자가 리뷰를 보고 바로 장바구니에 담을 수 있고, 이를 통해 주문 발생시 리뷰 작성자에게 주문금액의 1%를 포인트로 지급한다.

땡겨요는 현재 광진구 등 서울 6개 자치구에서 정식 서비스를 오픈해 운영 중으로, 4월에는 서울 전역에 확대될 예정이다. 협회 관계자는 “협회는 주요 배달앱 업체들의 독과점 폐해를 해소하고자 오랜 기간 '착한 배달앱' 찾기에 몰두해 왔다”면서 “가맹점주 친화 정책을 전면에 내세운 국내 리딩뱅크 신한은행의 결단에 감사드리며, 많은 점주와 소비자들이 사용하실 수 있도록 지속적으로 활성화에 나서겠다”고 말했다. **KFN**

# 2021년 착한 프랜차이즈 100개사 선정

코로나19로 어려움을 겪는 5만3132개 가맹점주에 188억원 지원

WRITE | 이상규 기자



공정거래위원회(위원장 조성욱)와 공정거래조정원(원장 김형배)이 작년 한해 동안 총 5만3132개의 가맹점주에게 광고판촉비 인하, 로열티 감면 등으로 약 188억원을 지원한 100개의 가맹본부들 '착한 프랜차이즈'로 선정했다.

공정위는 2021년 9월 한 달 동안 업체의 신청을 받아 변호사, 교수, 가맹거래사 등 전문가로 구성된 평가위원회가 로열티 감면, 광고·판촉비용의 지원, 원재료 공급가격 감액 등 가맹점에 대한 자금지원의 정도와 함께 가맹사

업법 위반 이력 등을 심사해 총 100개 가맹본부를 착한 프랜차이즈로 선정했다. 지원 방식은 광고판촉비 인하(37.3%), 로열티 감면(31.4%), 운영자금 지원(18.6%) 등이었다.

100개 가맹본부를 업종별로 보면 한식 22개, 커피 13개, 치킨 12개, 분식 8개 등 외식업종 가맹본부가 다수였고 나머지는 교육 서비스업종 3개, 편의점업종 4개 등이었다. 이중 (주)커피베이, (주)코리아세븐, (주)이디야 3개사는 광고비 전액 부담, 무료노무상담 제공 등 가맹점과의 상생협력 실적이 우수해 별도의 우수 상생모델 프랜차이즈로 선정됐다.

이번에 착한 프랜차이즈로 선정된 가맹본부는 2022년 12월 31일까지 소상공인시장진흥공단 정책자금을 대출받을 경우 금리를 0.6%p 인하받고 신용보증기금에서 보증받을 경우 보증료도 0.2%p 인하된다. 또 공정거래 협약이행 평가에서 가점(3점 이내)을 받고 착한 프랜차이즈 확인 마크도 2022년 한해 동안 사용할 수 있다.

공정위는 착한 프랜차이즈 사업을 통해 코로나19 지속으로 어려움을 겪고 있는 가맹점주들에 대한 금전적 지원이 활성화되고, 다양한 방식의 상생협력 문화가 가맹사업 전반으로 확산될 수 있을 것으로 기대하고 있다. [K77]

## 21년 착한 프랜차이즈 확인서 발급 요건

구분	연번	착한 프랜차이즈 확인서 지원 자격(①~⑦ 중 하나 충족)
자금지원	①	로열티 2개월 50% 이상 인하/로열티 1개월 이상 면제
	②	필수품목의 공급가격을 2개월간 30% 이상 인하
	③	마케팅(광고, 판촉)비용을 2개월간 20% 이상 지원
	④	매출 감소 등 점주 손실분 2개월간 20% 이상 지원
	⑤	기타 이에 상응하는 지원(①~④중 어느 하나와 동일한 수준의 현금지원)
상생	⑥	가맹점 사업자와의 상생협력을 전담할 부서를 설치, 확대하고 분쟁발생시 내부자율조정기구를 통한 해결을 모범적으로 운영하고 있는 사업자
협력	⑦	가맹점 사업자와의 상생협력도를 모범적으로 운영하고 있는 사업자(가맹본부-점주간 모범적인 상생모델을 운영하고 있는지 실질적으로 심사)

## 2021 착한 프랜차이즈 선정 한국프랜차이즈산업협회 회원사 리스트 (47개사)

연번	상호	영업표지	가맹점 지원 내역
1	(주)올림엔터프라이즈	마선생마약국밥, 싹쓰리냉면	· 운영자금 등 지원
2	(주)웰푸드컴퍼니	굽분이곱창	· 로열티 감면
3	(주)보하라	남다른감자탕(남다른감자탕)	· 광고판촉비 인하
4	(주)암샘	암샘김밥	· 광고판촉비 인하
5	(주)편앤아이	편비어킹	· 로열티 감면 · 광고판촉비 인하 · 운영자금 등 지원
6	(주)퍼스트에이엔티	바빈스	· 필수품목 공급가 인하
7	(주)에스앤큐플러스	토프레소	· 필수품목 공급가 인하 · 상생협력제도 운영
8	(주)아메리카요가	아메리카요가	· 로열티 감면
9	(주)트렌차이즈	밀회관	· 로열티 감면
10	(주)다름플러스	이차돌	· 광고판촉비 인하
11	(주)고피자	고피자	· 광고판촉비 인하
12	(주)지오에프앤비	엔척스치킨	· 로열티 감면
13	(주)맥스원이링크	셀렉트커피	· 광고판촉비 인하
14	(주)역전에프앤씨	역전할머니맥주	· 광고판촉비 인하 · 운영자금 등 지원
15	(주)기영에프앤비	두짚	· 운영자금 등 지원
16	(주)데일리비어	생활맥주	· 운영자금 등 지원
17	(주)오름에프씨	무공돈가스	· 운영자금 등 지원
18	(주)참이맛	참이맛감자탕	· 로열티 감면 · 광고판촉비 인하
19	(주)커피베이	커피베이	· 상생협력제도 운영
20	(주)푸드맵	맵도리탕	· 로열티 감면 · 광고판촉비 인하
21	(주)신라외식개발	티바두마리치킨	· 광고판촉비 인하
22	(주)티에스푸드	망스부대찌개	· 광고판촉비 인하
23	(주)지호	지호한방삼계탕	· 광고판촉비 인하
24	(주)한국인삼공사	정관장	· 상생협력제도 운영
25	(주)금탑에프앤비	청담동말차싸롱	· 광고판촉비 인하
26	(주)카페봄봄	봄봄 TAKE-OUT	· 광고판촉비 인하
27	(주)하남에프앤비	하남돼지집	· 광고판촉비 인하
28	(주)비에이지본스	본스치킨	· 광고판촉비 인하
29	다인에프씨(주)	치킨마루	· 광고판촉비 인하
30	(주)이루에프씨	바른치킨	· 광고판촉비 인하
31	(주)저스트쿠킹	저스트텐동	· 로열티 감면
32	(주)해가족	해밥	· 광고판촉비 인하 · 운영자금 등 지원
33	(주)대한푸드	군자대한곱창	· 광고판촉비 인하 · 운영자금 등 지원
34	(주)포즈	달토끼의떡볶이흡입구역	· 광고판촉비 인하
35	또봉이에프앤에스(주)	또봉이통닭	· 운영자금 등 지원
36	(주)바르다김선생	바르다김선생	· 광고판촉비 인하
37	(주)아소비교육	아소비	· 광고판촉비 인하
38	(주)우리동네에프앤비	버거스캔들	· 로열티 감면
39	(주)조스푸드	조스떡볶이	· 운영자금 등 지원
40	(주)커브스코리아	커브스(curves)	· 광고판촉비 인하 · 상생협력전담부서 및 내부자율조정기구 설치
41	피에스피에프앤디(주)	크라운호프보리장인	· 로열티 감면
42	본아이에프(주)	분죽, 분죽&비빔밥	· 광고판촉비 인하
43	(주)앤하우스	메가엠지커피(MEGAMGC COFFEE)	· 운영자금 등 지원
44	(주)이디야	이디야커피	· 광고판촉비 인하 · 운영자금 등 지원 · 상생협력제도 운영
45	(주)에쓰와이프랜차이즈	이백장돈가스	· 광고판촉비 인하
46	(주)못난이푸드	못난이파배기	· 광고판촉비 인하
47	(주)집월드	집보리플레이앤뮤직	· 로열티 감면

# “새 시대 리더 양성”...한국프랜차이즈協, ‘제8기 KFCEO 교육과정’ 수료

WRITE | 조기석 기자



제8기 KFCEO 교육과정 수료식 단체사진

포스트 코로나 시대의 프랜차이즈 리더를 양성하는 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 공식 CEO 과정 ‘제8기 KFCEO 교육과정’(K-프랜차이즈 CEO 교육과정) 수료가 유종의 미를 거뒀다. 협회는 지난 1월 17일 서울 여의도 전국경제인연합회관 루비홀에서 ‘제8기 KFCEO 교육과정 수료식’을 개최했다.

수료식에는 정현식 한국프랜차이즈산업협회장, 전병진 KFCEO 총동문회장, 손석우 교육위원장 등 협회·총동문회 임원과 이경희 주임교수, 8기 원우 40여명 등 총 50여명이 참석했다.

정현식 협회장은 “코로나19 속에서도 우리 프랜차이즈 업계의 뛰어난 리더들은 혁신과 도전으로 위기 극복의 모범사례를 창출해 왔다”면서 “8기 원우 여러분들이 새 시대의 업계 리더로서 산업의 재도약에 기여할 수 있도록 협회도 적극 지원할 것”이라고 말했다.

전병진 총동문회장은 “KFCEO 동문이 되신 원우 여러분들을 환영하며, 올해 동문간의 소통과 교류 강화에 최선을 다하겠다”고 전했다. 이경희 주임교수는 “코로나19 재확산 등 어려운 상황 속에서도 모두 한 마음으로 과정에 성실히 참여해 주셔서 감사드리며,

## KFCEO 8기 수상자 (22.1.17.)

공로패			
순서	이름	직급	기업명
1	김영기	회장	(주)쿠우쿠우

MVP			
순서	이름	직급	기업명
1	김영기	회장	(주)쿠우쿠우
2	양광석	이사	(주)지구인컴퍼니
3	최원구	이사	(주)비온드엠

우수상			
순서	이름	직급	기업명
1	김복미	대표	(주)위드인푸드
2	문창모	대표	데코미(주)
3	오몽석	대표	(주)꿈을실현하는사람들
4	전민호	대표	(주)외식전문기업제이케이
5	정경문	대표	(주)티에스푸드

개근상			
순서	이름	직급	기업명
1	김영기	회장	(주)쿠우쿠우
2	박삼규	대표	카페 심플
3	서재필	대표	(주)하이비타민
4	안병현	본부장	(주)커피에반하다
5	오몽석	대표	(주)꿈을실현하는사람들
6	이호	국장	(주)케이에프엔에드콤
7	조성욱	대표	육성푸드(주)
8	지철	대표	한울정보통신
9	최원구	이사	(주)비온드엠
10	홍영배	대표	에이치엘개발(주)

## < KFCEO 총동문회 집행부 >

직책	성명	소속	직수	가수
총동문회장	전병진	(주)엔터라인	회장	27기
명예회장	정현식	한국프랜차이즈산업협회	협회장	17기
수석부회장	김영희	(주)해피푸드	대표	17기
부회장	송경덕	(주)올덤에프에스	대표	37기
감사	전상복	대상T&D	대표	37기
사무총장	이진창	(주)KFN에드콤	대표	37기
사무국장	김상훈	바른씨앤에스(주)	대표	57기
사무국장	장아연	(주)아연푸드	대표	77기
교육포럼국장	이은주	삼성생명 헤리티지센터	팀장	47기
홍보국장	강동완	머니S	선임기자	47기
재무국장	안혜숙	레이디플라워	대표	57기
행사국장	김순조	SJ컴퍼니	대표	57기
법무국장	박종범	법무법인 정음	변호사	67기
조직국장	정유찬	(주)다에프엔비	대표	67기
총무국장	선우재복	(주)에코몬	대표	77기
대외협력국장	현상근	농성원푸드	대표	77기
경조국장	최지선	KFN효상조	대표	77기
기획국장	이 호	프랜차이즈월드	국장	87기
뉴미디어국장	이경수	(주)네임	대표	87기
브랜드국장	서재필	(주)하이비타민	대표	87기

더욱 활발한 활동으로 산업에 기여해 주시길 당부드린 다”고 말했다.

이날 원우들은 특별영상, 소감 발표, 우수 원우 시상 등을 통해 아쉬운 마음을 달래며, 동문회 및 협회 활동으로 다음을 기약했다. 또 박주영 송실대 교수의 ‘ESG 시대의 프랜차이즈 윤리 경영 전략’ 강연과 원우들이 직접 참여하는 윤리 경영 선포식을 통해 선진화된 프랜차이즈 업계를

## 수료생 명단

순서	이름	직급	기업명
1	공동원	대표	카이로스
2	김복미	대표	(주)위드인푸드
3	김시형	대표	(주)고려종합주방
4	김영기	회장	(주)쿠우쿠우
5	김영숙	대표	(주)피엔비글로벌
6	김종욱	대표	(주)이안스페이스
7	남민수	대표	(주)브라더스팩토리
8	노준기	대표	세양주식회사
9	류인호	대표	(주)류성
10	문창모	대표	데코미(주)
11	박삼규	대표	심플
12	박홍은	부장	(유)케이에스넷플러스
13	서재필	대표	하이비타민
14	서정진	대표	더라운아이디(주)
15	소종근	대표	(주)역전F&C
16	송민서	대표	레드버들
17	신근식	대표	(주)신근식푸드
18	신혁	대표	(주)엠브이엠
19	안병현	본부장	(주)커피에반하다
20	양광석	이사	(주)지구인컴퍼니
21	양동모	대표	(주)해가족
22	오몽석	대표	(주)꿈을실현하는사람들
23	이경수	대표	(주)네임
24	이현우	대표	(주)잉크와오피스
25	이호	국장	(주)케이에프엔에드콤
26	장성식	대표	(주)아이더스코리아
27	전민호	대표	(주)외식전문기업 제이케이
28	정경문	대표	(주)티에스푸드
29	정미섭	대표	시락푸드주식회사
30	정성업	대표변호사	법률사무/회계사무소 위드윈
31	조강훈	대표	(주)외식인
32	조미옥	이사	(주)아시안인터내셔널
33	조성욱	대표	육성푸드(주)
34	조학주	상무	롯데칠성음료
35	지철	대표	한울정보통신
36	천건수	대표	(주)모습
37	천세원	대표	(주)천개의결실
38	최우진	이사	(주)멧그라운드
39	최원구	이사	(주)비온드엠
40	한정숙	대표	(주)한스앤수쿠니에
41	함판식	대표	브이디컴퍼니(주)
42	홍영배	대표	에이치엘개발(주)
43	황재훈	변호사	법무법인(유)로고스

함께 만들어 나갈 것을 다짐했다.

한편 KFCEO 과정은 지난 2014년 협회가 업계를 선도할 리더를 양성하기 위해 출범시킨 공식 CEO 교육과정이다. 제9기 과정은 3~4월경 개강 예정으로, 현장성에 중점을 두고 현장 탐방, 성공CEO 멘토링, 전문가 강연, 토크 콘서트 등 생생한 노하우를 전달하는 커리큘럼으로 진행된다. **KFN**

# '제8기 KFCEO 교육과정' 수료



정현식 한국프랜차이즈산업협회장



전병진 KFCEO 총동문회장



손석우 한국프랜차이즈산업협회 교육위원장



이진창 KFCEO 총동문회 사무총장



김영희 한국프랜차이즈산업협회 부회장



KFCEO 총동문회 사무국 - 장아연 대표, 안혜숙 대표, 김상훈 대표(사무국장)



이경희 KFCEO 주임교수



공로패를 수상한 김영기 제8기 원우회장(왼쪽)



MVP - 최원구 대표, 김영기 회장, (전병진 총동문회장), 양광석 대표(왼쪽부터)



우수상 - 문창모 대표, 오몽석 대표, (전병진 총동문회장), 정경문 대표, 전민호 대표(왼쪽부터)



개근상 - 김영기 회장, 박삼규 대표, 서재필 대표, (전병진 총동문회장), 안병현 대표, 오몽석 대표, 조성욱 대표, 지철 대표, 최원구 대표, 홍영배 대표(왼쪽부터)



제8기 원우회 산악분과위원회



제8기 원우회 골프분과위원회



김영기 제8기 원우회장, 전병진 총동문회장과 수료생들이 윤리경영 선언문을 낭독하고 있다

# “코로나 시대 기업환경과 대응전략은?”

8기 KFCEO 11주~14주 교육일정

WRITE | 이호국장



제8기 KFCEO 교육과정



박주영 숭실대학교 교수

“  
사업가들은 ‘부유’를 원하지만, 경제동향에는 상대적으로 주의를 덜 기울인다. 하지만 모든 사업의 성장은 경제흐름 속에서 기회를 발견하기 마련이다. 경기 흐름과 경제의 틀 안에서 우리 사업도 올바른 방향을 잡을 수 있다.”

## 11주차...인구변화에 따른 미래 기회·코로나시대 기업 대응전략

8기 KFCEO 11주차는 세밀한 트렌드를 집중적으로 짚어보는 교육으로 이뤄졌다. 1교시는 한양대학교 전영수 교수의 인구 변화가 가져올 사회 경제 트렌드 변화에 대해서 흥미진진한 내용으로 구성됐다. 전 교수는 ▲인구변화가 주는 업의 재구성 전략은 무엇인가 ▲인구변화가 주는 새로운 규범 ▲인구변화로 인한 한국사회의 3대 미래위기 ▲인구변화로 인해 서울 경

기에서 사라질 지역은 어디인지 등 인구변화 대응 전략에 대한 놀라운 강의 내용을 전달했다.

2교시는 주임교수인 이경희 한국창업전략연구소(부자비즈) 소장의 프랜차이즈 기업들이 알아야 할 포스트 코로나 시대 전략에 대해 알아보는 자리로 마련됐다. 이날 이경희 주임교수는 코로나19로 인한 전환과 기업경영 키워드, 디지털 트랜스포메이션, 플랫폼커머스 및 멀티채널, D2C전략, 언택트&스마트솔루션,

로컬리즘과 라스트마일 이슈, 사이버 커뮤니티 등 프랜차이즈 비즈니스를 바꿀 20가지 대응 전략을 소개했다.

## 12주차...코로나시대 부의 패권 이동·분석적 리더십

12주차 교육은 2021년 마지막 교육으로 진행됐다. 1교시는 경제 트렌드의 대가 KBS보도국 경제부의 박종훈 기자의 ‘위드코로나 시대 부가 어떻게 변화할 것인가’에 대한 강의로 진행됐다.

사업가들은 ‘부유’를 원하지만, 경제동향에는 상대적으로 주의를 덜 기울인다. 하지만 모든 사업의 성장은 경제흐름 속에서 기회를 발견하기 마련이다. 경기 흐름과 경제의 틀 안에서 우리 사업도 올바른 방향을 잡을 수 있다. 이 분야의 전문가인 박종훈 기자의 명쾌한 미래 전망을 통해 위드코로나 시대 ‘부유’를 자신의 것으로 만들어 보는 소중한 자리였다.

2교시는 빅데이터에 기반한 분석적 리더십을 통한 점포 출점 전략을 배우는 자리였다. 연세대학교 생활환경대학원 송규봉 겸임교수가 ‘코로나시대, 분석적 리더십’에 대해 강의했다. 왜 데이터에 기반해서 점포를 출점해야 하는지, 출점전략에 빅데이터를 어떻게 활

용할 수 있는지, 4차산업 혁명시대 상권에 대한 통찰력을 GIS분야 최고의 전문가와 함께 알아보는 자리였다.

## 13주차...푸드테크 전략·파라바게트의 변화대응

13주차는 코로나 위기극복 푸드테크 전략 중심의 강의를 진행했다. 한형석 베지스타 대표가 1교시 강사로 나와 목표 달성을 위한 전략 수립, 사업전략 실행 등에 대해 강의하고, 베지스타 사업전략 실행을 사례로 밝혀 원우들의 교육 이해에 큰 도움을 줬다.

2교시는 이영석 (주)SPC 상무의 ‘파라바게트의 성장과 변화대응’에 대한 강의로 진행됐다. 이 상무는 식자재 유통시장 트렌드와 시장 규모에 이어 SPC 성장 전략과 경쟁력 등에 대해 이해하기 쉽게 강의를 진행했다.

## 14주차...ESG시대의 프랜차이즈 윤리경영

14주차는 1교시 교육과 수료식으로 진행됐다. 1교시에는 우리의 초심을 다시 새기고, 사회가 필요로 하는 기업이 되기 위해 생각해야 할 것을 점검하는 박주영 숭실대 교수의 ‘ESG시대의 프랜차이즈 윤리경영’ 강의로 진행됐다. **KFV**

# 쿠팡이츠, 점주 프로모션 중단 왜 지금인가

“해지하고 싶지만...” 선택권 없는 자영업자의 눈물

WRITE | 이지원 더스쿠프 기자



“해지가 답이다.” 쿠팡의 배달앱 ‘쿠팡이츠’에 불만을 내비치는 점주가 늘고 있다. 쿠팡이츠가 점주들에게 제공해온 ‘프로모션’을 중단하겠다고 나서면서다. 하지만 점주들이 쿠팡이츠를 해지하긴 쉽지 않다는 목소리도 많다. 점주들에게는 주문 한건 한건이 수익과 직결되기 때문이다. 그렇다면 쿠팡이츠가 지금처럼 어려운 시기에 프로모션을 중단한 이유는 뭘까.

“**한** 국 이커머스 시장의 성장 속도보다 2배 이상 빠르게 성장하고 있다.” 쿠팡은 지난해 11월 발표한 2021년 3분기 실적 보고서에서 이같이 밝혔다. 이커머스 경쟁 업체의 추격이 매섭지만 자신들은 더 빠른 속도로 달아나고 있다고 자평한 셈이다. 실제로 쿠팡은 지난해 3분기 누적 매출액 133억 달러(약 15조8000억원)를 달성했다. 2020년 매출액이 13조 9235억원이었다는 점을 감안하면 3분기에 이미 전년 실적을 넘어섰다.

물론 쿠팡이 지금껏 내세워온 ‘계획된 적자’ 기조는 이어졌다. 지난해 3분기 누적 영업적자는 10억 달러(약 1조

2000억원)에 달했다. 고객을 끌어모으기 위해 ‘손해 보는 장사’를 자처한 쿠팡으로선 감내해야 할 적자였다. [한달에 2900원만 내면 횟수 제한 없이 제품을 무료로 배송해주는 ‘와우 멤버십’은 쿠팡의 대표적 ‘적자 서비스’였다.]

## 달라진 쿠팡의 선택

그랬던 쿠팡이 최근 달라졌다. 쿠팡은 음식 배달앱 ‘쿠팡이츠’에 입점한 점주들에게 제공해오던 프로모션(서울 지역 대상)을 2월 3일부터 중단하고, 수수료 제도를 개편한다고 밝혔다. 당초 쿠팡이츠의 수수료는 주문 건당 ‘중개 수수료 15%(이하 매출액 대비)+배달비 6000원(이하 배달비는 점주와 소비자 나눠 부담)’ 구조였다. 다만, 쿠팡이

츠는 뒤늦게 배달앱 시장에 뛰어들었다는 단점을 극복하기 위해 점주들에게 프로모션을 제공해 왔다. 3개월 단위로 프로모션 기간을 연장하면서 점주들은 그동안 ‘중개수수료 1000원+배달비 5000원’에 쿠팡이츠를 이용해 왔다.

하지만 이번 수수료 제도 개편을 통해 점주들의 수수료 부담이 늘어날 공산이 커졌다.

[쿠팡의 개편된 수수료 제도는 ▲수수료 일반형(중개수수료 9.8%+배달비 1764~5400원) ▲수수료 절약형(중개수수료 7.5%+배달비 2364~6000원) ▲배달비 절약형(중개수수료 15% +배달비 900~2900원) ▲배달비 포함형(중개수수료 27%+배달비 0원) 등 4가지다.] 그렇다면 쿠팡이츠의 수수료 인상으로 점주가 쿠팡이츠를 이탈하고, 쿠팡이츠의 서비스 경쟁력이 약화할 가능성은 없을까. 결론부터 말하면 우려가 없진 않다. 쿠팡이츠 이용 중단을 고려하는 점주가 적지 않아서다. 서울 영등포구에서 도시락 전문점을 운영하는 박모 사장은 이렇게 토로했다.

“1월 말이면 프로모션 기간이 만료된다. 프로모션이 연장되지 않으면 쿠팡이츠를 이용하지 않을 생각이 다. 1만원 팔아서 2500원이 남는데 거기서 3000~4000원에 달하는 배달비를 부담하면 남는 게 없다. 점주들에게 합리적인 수수료가 아니다.” 실제로 개편된 수수료 제도에선 박 사장처럼 부담해야 할 비용 늘었다. 그는 현재 최저 주문금액 1만원 이상 주문 시 배달비 2900원(소비자 부담)을 설정해 두고 있었다. 주문금액 2만원을 기준으로 단순 계산했을 때 박씨가 부담해야 할 비용(수수료+배달비)은 ▲프로모션 3100원 ▲수수료 일반형 4460원 ▲수수료 절약형 4600원 ▲배달비 절약형 5900원 ▲배달비 포함형 5400원이었다. 더욱이 부가가치세와 결제수수료(3%)를 포함하면 점주의 부담은 더 커진다.

그렇다면 문제는 지금부터다. 수수료 개편으로 점주 부담이 커지더라도 해지를 결정하는 게 쉬운 일이 아니어서다. ‘단건 배달(라이더 1인당 1배차)’을 앞세운 쿠팡이츠를 선호하는 소비자도 적지 않다는 점도 고민거리다. 서울 동작구에서 한식집을 운영하는 최모 사장은 “수수료가 오른다고 쿠팡이츠를 탈퇴하진 못할 것 같다”면서 “요즘같이 힘들 땐 주문 한건이라도 더 받아야 하니 선택권이 없다”고 말했다.

## 쿠팡의 독단과 자영업자의 눈물

이처럼 쿠팡이 단행하는 수수료 개편의 중심엔 ‘자신감’이 있다. ‘고객(소비자·점주)’의 부담을 살짝 높여도 쿠팡이츠를 이탈하지 않을 거란 자신감이 수수료 개편으로 이어졌다는 거다. 여기엔 앞서 언급한 단건 배달의 영향도 크다.

실제로 배달 수요가 많은 강남 3구(서초·강남·송파)에선 쿠팡이츠의 시장점유율이 40%를 넘어섰다는 분석도 나온다. 쿠팡이츠가 전국이 아닌 서울 지역에서만 프로모션을 종료하는 것도 이와 무관하지 않다. 물론 프로모션을 끝내는 건 쿠팡의 전략적 결정이다. 하지만 “자영업자의 사정을 고려하지 않은 수수료 제도 개편”이란 지적에선 자유롭기 힘들다. 왜 하필 코로나19가 활개를 치고 있는 지금 프로모션을 끝내느냐는 논란에 휩싸일 가능성이 높다는 거다. 더욱이 쿠팡이츠의 수수료 제도 개편이 시장에 미칠 영향도 적지 않다.

쿠팡이츠가 프로모션을 중단하면 경쟁사인 배달의민족(우아한형제들) 역시 유사한 프로모션을 중단할 거란 점주들의 걱정이 커지고 있다. [쿠팡이츠의 성장세를 의식해서인지 배달앱 1위 업체 배달의민족도 단건 배달 서비스 ‘배민1’을 지난해 6월 론칭했다.] 배달의민족 관계자는 “프로모션 중단 계획이 없다”고 선을 그었지만, 점주들은 “1월부터 프로모션 연장 기간이 기존 90일에서 30일로 단축됐다”면서 배민도 쿠팡이츠의 수순을 밟을 것을 우려하고 있다.

사실 점주들에게 선택권이 없다. 플랫폼(배달앱)이 결정하면 따를 수밖에 없다. 쿠팡이 프로모션을 중단하고, 수수료 제도를 개편하더라도 적절한 타이밍을 고려했어야 한다는 목소리가 나오는 이유다. 공교롭게도 쿠팡은 쿠팡이츠 수수료 개편 직전인 지난해 12월 30일부터 쿠팡의 유료 멤버십 서비스 ‘와우 멤버십(신규 가입 고객 기준)’ 가격도 2900원에서 4990원으로 72.0%로 인상했다. 쿠팡이 파격적인 혜택을 저렴하게 제공해 고객을 락인(Lock-in)한 다음 가격을 끌어올리는 ‘독점 플랫폼’의 길에 올라섰다는 말이 나온다. 자영업자의 상황을 고려하지 않은채 독단적으로 수수료를 개편한 쿠팡은 과연 어떤 길을 걸을까. [K77]

환경부

# 6월 10일부터 1회용 컵 보증금 개당 300원 부과

올해 6월 10일부터 전국 주요 커피 판매점, 패스트푸드점 등을 대상으로 제품 가격에 1회용컵 1개당 300원의 자원순환보증금을 포함하도록 하는 1회용 컵 보증금제가 시행된다.



환경부

환경부(장관 한정애)는 이러한 내용을 담은 '자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률 시행령' 등 3개 자원순환 분야 하위법령 일부개정안을 1월 25일부터 40일간 입법예고했다. 올해 6월 10일부터 시행되는 1회용컵 보증금제는 전국 3만8000여 개 매장에 적용된다.

자원재활용법 시행령 제17조제3항에 따른 적용 대상 사업자는 ▲커피☐음료☐제과제빵☐패스트푸드 업종의 가맹본부 또는 가맹점사업자로서 매장 수가 전전년도 말 기준으로 100개 이상인 사업자 ▲휴게음식점영업, 일반음식점영업 또는 제과점영업을 하는 사업자로서 운영하는 매장 수가 전전년도 말 기준으로 100개 이상인 사업자 ▲그 밖에 제1호 또는 제2호에 해당하는 업종으로서 각 호에서 정한 규모 미만인 사업자 중에서 1회용 컵 사용량, 매출규모, 매장 수 등을 고려해 환경부장관이 자원순환보증금을 제품 가격에 포함시킬 필요가 있다고 인정하는 사업자 등이다.

이로 인해 ▲이디야, 스타벅스, 투썸플레이스 등 커피 판매점 ▲던킨도너츠, 파리바게뜨, 푸레쥬르 등 제과-제빵점 ▲롯데리아, 맘스터치, 맥도날드, 버거킹 등 패스트푸드점 ▲배스킨라빈스, 설빙 등 아이스크림-빙수 판매점 ▲공차, 스무디킹, 쥬씨 등 기타 음료 판매점 등 전국 매장 수가 100개 이상인 사업자가 운영하는 매장이 포함된다. 보증금 액수는 소비자 설문조사 결과와 주요 프랜차이즈의 텀블러 할인 혜택 금액이 300원 내외인 점 등을 고려해 300원으로 책정됐다



보증금제 적용대상 1회용 컵은 주로 차가운 음료를 담는 플라스틱 컵과 뜨거운 음료를 담는 종이컵 등이다. 사용 후 수거·세척하여 다시 사용하는 다회용 플라스틱컵이나 머그컵은 제외된다. 소비자는 음료를 1회용컵에 담아 구매할 때 보증금을 내고, 해당 컵을 음료를 구매한 매장이거나 다른 매장(다른 프랜차이즈 매장 포함)에 돌려주면 이미 낸 보증금을 돌려받게 된다. 길거리에 방치된 1회용컵을 주워서 매장에 돌려주는 경우에도 보증금을 돌려받을 수 있다. 보증금은 계좌이체 또는 현금 지급 중 소비자가 원하는 방식으로 지급된다.

환경부는 서로 다른 프랜차이즈 매장에서 구매한 컵을 돌려주는 경우에도 보증금을 반환받을 수 있기 때문에 보관·운반의 편의를 위해 컵이 포개질 수 있도록 표준 규격을 지정할 예정이다.

한편 1회용컵을 사용하여 음료를 판매하는 전국 가맹본부 및 가맹점사업자(프랜차이즈)가 운영하는 매장에서 사용되는 컵은 연간 28억개(국민 1인당 56개)다. 이 중 23억개가 보증금제가 적용될 매장에서 사용되는 것으로 추산된다.

WRITE | 조기석 기자

통계청

# 코로나19여파...가맹점 수 늘었지만 매출은 줄어

## 2020년, 프랜차이즈(가맹점) 조사 결과



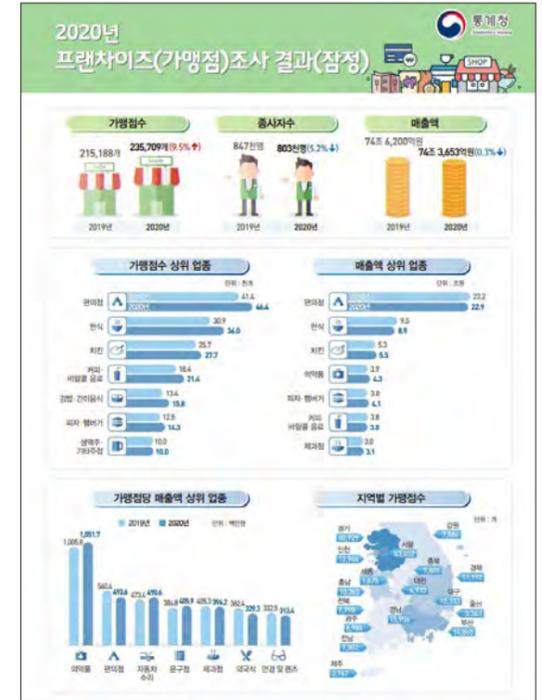
통계청

코로나19 영향을 받은 2020년 프랜차이즈 가맹점 수는 증가한 반면 가맹점당 매출을 포함한 전체 매출액은 감소했다는 조사 결과가 나왔다.

통계청이 2021년 12월에 밝힌 프랜차이즈(가맹점) 조사결과 내용을 보면 프랜차이즈 가맹점 수는 23만6000개로 전년대비 9.5%(2만1000여개) 증가했다. 가맹점 수 상위 3대 업종은 편의점(4만6000개, 19.7%), 한식(3만6000개, 15.3%), 치킨(2만8000개, 11.7%)이며, 전체의 46.7%를 차지했다. 전년대비 김밥·간이음식(2만5000개, 18.5%), 한식(5만1000개, 16.5%), 커피·비알콜음료(3000개, 16.4%) 등 대부분의 음식업 및 편의점(5000개, 12.0%)에서 증가했다. 자동차수리(1만5000개, -21.9%), 가정용세탁(100개, -2.7%)은 감소했다.

가맹점 전체 종사자는 80만3000명으로 2019년 대비 5.2%(4만4000명) 감소했다. 전년대비 한식(1만1900명, -9.4%), 피자·햄버거(4600명, -7.6%), 커피·비알콜음료(3600명, -4.4%) 등 음식업에서 감소했다. 종사자 수 상위 3대 업종은 편의점(19만명, 23.7%), 한식(11만4000명, 14.2%), 커피·비알콜음료(7만8000명, 9.7%)이며, 전체의 47.6%를 차지했다. 가맹점당 종사자 수는 평균 3.4명으로 전년대비 12.8% 감소했다. 특히, 한식(-22.0%), 가정용세탁(-21.1%), 피자·햄버거(-20.4%), 커피·비알콜음료(-18.2%) 등 음식업에서 감소가 두드러졌다.

2020년 가맹점 전체 매출액은 74조4000억원으로 전년대비 0.3%(2600억원) 감소했다. 전년대비 의약품(4530억원, 11.7%), 김밥·간이음식(2370억원, 8.4%), 피자·햄버거(2980억원, 7.9%) 등은 증가한 반면 생맥주·기타주점(2770억원, -15.4%), 한식(5070억원, -5.4%), 외국식(1050억원, -3.7%) 등은 감소했다. 매출액 상위 3대 업종은 편의점(22조9000억원, 30.8%), 한식(8조9000억원,



12.0%), 치킨(5조5000억원, 7.4%)이며, 전체의 50.2%를 차지했다.

가맹점당 매출액은 평균 3억1550만원으로 전년대비 9.0%(3130만원) 감소했다. 문구점(4.9%), 의약품(4.6%), 자동차수리(3.6%) 등은 전년에 비해 증가했다. 하지만 그 외 업종은 모두 가맹점당 매출액이 감소했다. 특히, 한식(-18.7%), 생맥주·기타주점(-15.9%), 커피·비알콜음료(-14.7%) 등의 감소가 컸다. 매출액 상위 업종은 의약품(10억5170만원), 편의점(4억9360만원), 자동차수리(4억9060만원)이며, 매출액 하위 업종은 가정용세탁(9140만원), 생맥주·기타주점(1억5240만원), 커피·비알콜음료(1억7870만원)이다.

WRITE | 김은영 기자

공정거래위원회

# 화장품·건강기능식품 등 도소매 분야 표준가맹계약서 제개정

공정위 “가맹본부의 온라인 판매 확대 등에 따른 가맹점주의 애로 해소”



## 공정거래위원회

공정거래위원회(위원장 조성욱)는 가맹본부의 온라인 판매 확대 등으로 인해 매출이 하락하는 등 어려움을 겪고 있는 화장품 등 도소매업종 가맹점주의 권익을

강화하는 것을 주요 내용으로 화장품, 건강기능식품, 기타 도소매업 등 3개 도소매업종의 표준가맹계약서를 제개정했다.

이번에 제개정된 표준가맹계약서는 우선 가맹본부가 온라인으로 상품을 판매하고 있는 경우 온라인 매출액 비중, 온라인 전용 상품 비중 등의 내용이 담긴 정보공개서와 기타 온라인 판매 관련 최신 정보를 가맹점에 제공하도록 규정했다.

또한 가맹본부의 온라인 판매품목, 판매가격 등 거래조건이 가맹점의 영업과 매출에 중대한 영향을 미친다는 점을 감안해 가맹점주가 직접 또는 가맹점주단체를 통해 가맹본부의 온라인 판매가격 등에 대해 협의를 요청할 수 있도록 하면서, 그 요청을 받은 가맹본부는 협의 요청일로부터 10일 이내에 협의를 개시하도록 명시했다. 이밖에 가맹본부의 온라인 판매 확대 등으로 매출이 급격히 감소하여 가맹점주가 가맹계약을 중도에 해지하는 경우 가맹본부가 위약금을 감경하도록 하는 내용, 가맹본부가 가맹점 전용상품 출시, 수익 관련 상생협력시스템 도입 등 가맹점 지원대책을 마련해야 한다는 내용도 담고 있다.

아울러, 가맹점주가 상품대금을 신용카드로 결제하기를 원하는 경우 가맹본부가 이를 거부하거나 현금결제를 강요하지 못하도록 하는 내용, 가맹본부가 10년 이상 운영된 장기점포에 대해서도 계약갱신을 허용하도록 하는 내용 등도 포함하고 있다.



이번에 제개정된 표준가맹계약서는 화장품 등 도소매업종 가맹거래에 있어 가맹본부와 점주 간의 정보력 격차를 줄이고, 가맹점주의 협상력을 높임으로써 가맹점주의 권익을 증진시킬 것으로 공정위는 기대하고 있다.

공정위는 앞으로도 새로이 표준가맹계약서 제정이 필요한 업종을 발굴하는 한편, 기존 표준가맹계약서 내용도 지속적으로 보완해 나갈 계획이다.

한편 공정위는 그동안 개별 업종 특성을 반영한 표준가맹계약서의 보급을 위해 표준가맹계약서를 업종별로 세분하여 제개정을 추진해 왔다. 2020년 6월에는 기존 외식업을 치킨, 피자, 커피, 기타 외식업 등 4개 업종으로 세분해 제개정된 것을 시작으로, 같은 해 12월에는 서비스업에서 자동차정비, 세탁업을 세분하여 제정하고, 기존 편의점업에 대해서도 개정했다. 2021년 7월에는 이미용, 교육, 기타 서비스업 등 3개 서비스업종에 대해 제개정을 추진했다.

WRITE | 조기석 기자

공정거래위원회

# 광고 50%·판촉 70%...광고·판촉 사전동의 비율 규정

공정위, 가맹사업법 시행령 개정안 입법예고



공정거래위원회

공정거래위원회(위원장 조성욱)가 오는 7월 5일 개정 가맹사업법의 시행예정을 위해 필요한 사항을 담은 가맹사업법 시행령 개정안을 3월 8일까지 입법예고했다.

개정 가맹사업법에 따르면 가맹점주가 비용을 부담하는 광고 판촉행사를 실시하려는 가맹본부는 시행령으로 정하는 비율 이상의 가맹점주로부터 시행령으로 정하는 방법을 통해 동의를 얻어야 한다. 이번 시행령 개정안에서는 가맹본부가 동의를 얻어야 할 가맹점주의 비율을 광고는 50% 이상, 판촉행사는 70% 이상으로 규정했다. 이와 함께 가맹본부가 가맹점주로부터 동의를 얻는 방법으로 ▲서면 ▲정보통신망 ▲POS시스템 ▲기타 양자간 합의하는 방법 등 4가지를 규정했다.

또한 개정 가맹사업법은 가맹본부가 시행령으로 정하는 바에 따라 사전에 약정을 체결한 경우에도 광고·판촉행사를 실시할 수 있도록 규정하고 있는데 이번 시행령 개정안에 해당 약정에 포함

시켜야 할 사항들이 구체적으로 명시했다. ▲광고 판촉행사별 명칭 및 시기 ▲비용 부담 비율 ▲가맹점주 부담 비용 상한액을 규정하고, 약정의 형식은 가맹계약이 아닌 별도의 약정이어야 한다 등이다.

아울러 개정된 법은 광고 판촉행사 비용 집행내역 미통보 및 열람 요구 불응행위에 대해 1000만원 이하의 과태료를 부과할 수 있도록 규정돼 있다. 하지만 시행령 개정안에서는 과태료 부과기준을 신설해 해당 행위에 관한 과태료 부과기준을 1차 위반 시 500만원, 2차 위반 시 700만원, 3차 위반 시 1000만원으로 규정했다.

공정위는 입법예고 기간 동안 가맹본부 및 가맹점주 등 이해관계자의 의견을 충분히 수렴한 후 법제처 심사 국무회의 등을 거쳐 신속하게 시행령 개정을 완료한다는 계획이다.

WRITE | 김은영 기자



지난해 제51회 프랜차이즈서울 박람회장을 찾은 예비 창업자들이 부스에서 상담을 받고 있다

# 국내 최대 '2022 제52회 IFS 프랜차이즈서울 상반기' 3.24~26 개최

코엑스 C홀 250개사 500개 부스 규모...대세 창업모델 한 곳에 총망라

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하고 코엑스(Coex), 리드엑시비전스(Reed Exhibitions)가 공동주관하는 창업 박람회 <2022 제52회 IFS 프랜차이즈서울 상반기>가 3월 24~26일 개최된다.

서울 삼성동 코엑스 C홀에서 250개사 500개 부스의 국내 최대 규모로 개최되는 이번 박람회는 올해 코로나19 극복 전망에 따라 그간 적체된 창업수요가 물리면서 벌써부터 폭발적인 관심을 받고 있다.

지난해 높은 관심을 받았던 무인 밀키트·가정간편식 창업 모델의 경우 시행착오와 검증은 거쳐 더욱 고도화된 사업 모델을 선별 예정이다. 또, 대중화 단계에 접어든 서빙로봇은 물론이고, 제품·서비스 제조 과정에서 활용될 수 있는 협동로봇 업체들이 대거 참여해 프랜차이즈 창업의 미래를 제시할 전망이다.

박람회 사무국도 그간 어려움을 겪은 참가사와 예비 창업자들을 지원하기 위해 다양한 프로그램을 마련하고 있다. 매장에 필요한 모든 것을 한 곳에서 볼 수 있는 '리테일 빌리지'에서는 최신 키오스크부터 배달 솔루션, 주방기기, 컨설팅까지 관련 업체를 총망라해 시너지 효과를 창출한다.

참가사를 위해 월 5만명 이상 방문하는 자체개발 온라인 플랫폼 'IFS EVERYDAY'를 구축, 홍보와 비즈니스 매칭도 지원한다. 참관객에게는 사전에 제출한 참관객 프로필을 AI가 분석해 브랜드를 추천하는 '창업 레시피' 서비스 및 메일 서비스로 효과적인 상담 매칭을 돕는다.

참관 희망자는 현장에서 입장권(10,000원)을 구매하거나 홈페이지 (<http://www.ifskorea.co.kr>) 사전등록 후 무료 입장이 가능하다. 참가문의는 협회 박람회사업팀(070-7919-4162) 및 박람회 사무국(02-561-6172, 02-6000-1104)에 하면 된다. [K7]



1월 27일 중대재해처벌법이 시행된 가운데 프랜차이즈 업계도 철저한 사전대비가 요망되고 있다(사진은 기사 내용과 무관)

# 50인 이상 기업 중대재해처벌법 본격 시행... "프랜차이즈 업계도 주의해야"

이용객 안전사고, 식중독 발생시 법 적용 가능...사전에 철저한 대비 요망

WRITE | 이호국장

중대한 인명피해가 발생하는 중대재해가 발생할 경우, 안전보건 확보 의무를 위반한 사업주·경영책임자 및 법인의 형사처벌을 대폭 강화한 중대재해 처벌 등에 관한 법률(이하 중대재해법)이 1월 27일 상시 근로자 50인 이상 기업을 대상으로 본격 시행에 돌입했다.

이 법은 피해자가 근로자일 경우 중대산업재해, 일반인일 경우 중대시민재해로 유형을 나눠 법 적용 사업장의 조건을 달리한다. 처벌의 경우 사망자(1명 이상) 발생시 또는 부상(2개월 이상 치료)·질병(3개월 이상 치료) 10인 이상 발생시 각각 정도에 따라 사업주 개인에게 최대 징역형까지 가능하다.

제정안이 지난해 1월 국회 본회의를 통과한 후 시행령 제정 과정에서 경제계 각계의 반발이 이어지는 등 큰 우려를 낳았다. 특히, 하청·위탁 근로자의 경우 명확한 정의 없이 '실질적 관리감독'을 따져 원청의 책임소재를 판단하거나, 경영책임자와 같은 애매한 용어가 도입되고 사망·질병의 종류도 납득이 어려운 유형이 포함되는 등 기

업 활동 위축 우려가 매우 크다. 소상공인 사업장과 50인 미만 중소기업이 대다수인 프랜차이즈 업계도 각별한 주의가 요구된다. 지난해 한국프랜차이즈산업협회 등이 강력히 요청한 바에 따라, 중대산업재해에서 5인 미만 사업장이 적용배제되고 중대시민재해 기준도 일부 완화된 바 있다.

**하지만, 중대시민재해 중 제조물·원료 사고(예: 식중독)시 규모와 상관없이 전체 사업장이 처벌대상이 되고, 바닥면적 1000㎡ 이상인 상시 10인 이상 음식점·PC방도 시설안전 사고시 법적용을 받는 등 주의할 규정이 남아 있다.**

협회 관계자는 "50인 미만 기업·사업장이 대다수인 프랜차이즈 업계의 경우 본격적인 여파는 유예기간이 만료되는 2024년 1월부터 미칠 것으로 예상되나 사전에 안전보건 확보 의무를 위한 체계를 다져놓을 필요가 있다"면서 "중대한 과실 또는 고의가 아닌 경우나 코로나19로 파산위기에 놓은 소상공인의 경우 책임이 면제·완화될 수 있도록 지속적으로 건의하겠다"고 말했다. [K7]



커피에반하다 본사 전경

## ‘커피에반하다’ 건설산업기본법 위반 수사 ‘공소권 없음’ 불기소 처분

“가맹점 매출 증진에 더욱 힘쓸 것”...법무법인 백현 초기대응팀 성과도 눈길

WRITE | 김은영 기자

커피에반하다(대표 임은성)의 건설산업기본법 위반 혐의에 대한 경찰 및 검찰 수사가 지난 1월 20일 불기소 처분(공소권 없음)으로 최종 종결됐다. 경찰은 최근까지 커피에반하다가 과거 가맹점에 무상으로 지원한 인테리어 공사로 발생한 민원에 대해 전 가맹점 대상 전수조사를 진행했다.

임은성 대표는 “가맹점 지원 정책의 일환이었으나 법 해석이 달라 발생한 사건으로, 오랜 시간 심려를 끼친 가맹점주님들께 사과드린다”면서 “앞으로도 가맹비·교육비·로열티·인테리어리뉴얼이 없는 4무 정책과 무인 스마트 카페 인테리어 무상 지원으로 가맹점 매출 증대와 브랜드 성장에 더욱 힘쓰겠다”고 밝혔다.

◇ 초기 대응으로 성과낸 법무법인 백현 ‘눈길’  
한편 적극적인 선제 대응으로 압수수색, 언론보도 등



KIM & KIM  
법무법인 백현

수사 과정의 불필요한 피해 없이 불기소 처분을 이끈 법무법인 백현(대표변호사 김청수)의 경찰 초기수사 대응팀에도 관심이 모아진다.

백현 경찰초기수사대응팀은 수사 초기부터 커피에반하단의 900여개 전 가맹점의 자료와 유사 판례 500여개를 면밀히 분석했다. 법리 검토 결과를 바탕으로 대표이사 개인 및 법인 처벌조항의 공소시효 만료 등을 경찰과 검찰에 적극 주장, 빠르게 공소권 없음 결정을 받아내는 성과를 거뒀다.

백현 관계자는 “빠른 대응으로 기업 이미지 실추를 막고 방대한 실제조사에서 벗어날 수 있었다”면서 “앞으로도 경찰 단계에서부터 변론을 강화해 고객이 공정한 수사를 받을 수 있도록 노력하겠다”고 말했다. **K&K**

# 복합기, 아직도 비싼 가격에 사서 쓰세요?

사무용 복합기 판매·렌탈 전문기업 초록렌탈이  
프랜차이즈 기업과 프랜차이즈 협회 회원사에 파격적인 가격과 서비스를 제공합니다.

## 복합기 렌탈 착한렌탈로 부터

Scan + Print + Copy + Fax



초록렌탈 | 견적문의\_ TEL 031-5180-3800

# 사람의 가치에 고객 행복을 더하다

미도인 · 화화담  
정민섭 대표



프랜차이즈 사업을 하면 할수록 책임감이 많아진다는 대표가 있다. 점주가 행복해야 브랜드가 탄탄하다는, 이같은 브랜드의 철학을 지키는게 사회적 책임감이라고 말한다. 가맹점 숫자를 늘리기 보다 사람의 가치와 고객의 행복을 더 생각해야 한다는 정민섭 대표다. 벌써 프랜차이즈를 경험한지 20여년이 지난 그가 캐주얼 만남형 별식 요리 미도인과 화화담으로 외식업계에 생기를 불어넣고 있다. INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

**코**로나19와 오미크론 여파로 외식업계의 분위기가 침체된 가운데, 조용히 성장하고 있는 프랜차이즈 갈지 않은 프랜차이즈가 있다. 멋스러운 인테리어와 은은한 조명으로 입구부터 범상치 않은 분위기를 풍기는 곳, 바로 미도인(味道人:맛을 찾는 사람들, 줄여서 맛찾사)이다. 스테이크 맛과 차별화된 메뉴 구성은 기본이고 테이블 세팅부터 고풍스러운 식기류 하나하나까지, 눈길을 끌지 않는 구석이 하나도 없다. 특히 과거와 현재, 동양과 서양이 공존하는 매력적인 공간으로 인식되면서 어느 순간 젊은이들의 핫플레이스가 됐다. 캐주얼 별식 콘셉트의 가정식 스테이크 전문점 '미도인' 이야기이다. 현재 종로, 강남, 신촌, 여의도, 대전, 의정부, 홍대점에 이어 대학로점, 성수점등 총14개 매장이 운영되고 있다.



미도인 마곡점 전경

하우에서 나왔다. 다양한 SNS 매체로 인해 자신이 체험하고 경험하는 것에 대한 '과시 소비'가 트렌드임을 간파하고, 고객들이 식사 뿐 아니라 특별한 경험을 할 수 있는 공간으로 '미도인'을 기획했다. "미도인은 별식인데, 캐주얼 만남형 별식이다. 스테이크 중에서 가정식 한상 차림 스테이크로 풀어낸 브랜드다." 캐주얼 만남의 별식 구매 동기는 새로운 것, 비밀상적인 메뉴와 공간, 과시의 욕구 충족, 그리고 가성비이다. 정 대표는 일상적으로 먹을 수 있는 메뉴가 아닌, 특별한 날에 즐길 수 있는 '별식'으로 세팅해 고객들에게 새로운 경험을 만끽하도록 만든게 미도인이라고 말한다.

**무리한 점포 확대는 지양...“장수브랜드로 가꿀 것”**

'미도인'의 메뉴는 가정식 스테이크전문점을 표방하면서도 고객들이 쉽게 즐길 수 없는 다양한 메뉴들로 구성되어 있다. 특히 한정 스페셜 메뉴인 '미도인 구첩반상'과 '400 스테이크 덮밥'은 하루에 정해진 수량만 판매하는 한정 메뉴로 고객들 사이에서 벌써 입소문이 났다. 이 메뉴를 맛보기 위해 몇 번씩 매장을 찾는 고객들이 늘고 있다는 후문이다. 이 외에도 '미도인'에는 미도인 스테이크, 가정식 등심 스테이크, 트리플 스테이크 등 다양한 스테이크 메뉴와 덮밥 메뉴 등도 인기가.



미도인 메뉴

**미도인, 문 여는 곳마다 '핫플레이스' 등극**

'미도인'은 지역 특성에 따라 점포 인테리어와 마케팅에서 차별화를 두고 있다. 이같은 전략은 (주)위드컴퍼니(With company) 에이치엔비(H&B) 정민섭 대표의 경험과 노



길게 줄을 서고 있는 미도인 대학로점

화화담 메뉴

화화담 의정부점

또한 면류로는 곱창라면, 청두탄탄멘, 바질크림 파스타 등 파스타 3종사가 있다. 여기에 미도인 삼대떡볶이, 미도인 곱창떡볶이 등의 사이드 메뉴도 다양한 고객층의 입맛을 사로잡는 비결이다. 특별한 메뉴이지만 부담스럽지 않은 가격대, 푸짐한 양으로 고객들의 만족도를 높인다. 미도인은 또 과거와 현재, 동양과 서양이 공존하는 공간 미학을 보여준다. 10대 후반부터 30대 초반 여성 고객의 취향에 맞게 동양과 서양을 아우르는 레트로 감성의 앤틱한 거실 공간을 구현해 냈다. 젊은 연인들의 데이트 장소나 친구들과의 모임, 특별한 날에 찾아볼만한 공간으로 입소문을 타는 이유다. 미도인은 현재 14개 매장이 오픈된 상태다. 2023년까지 70~80개 오픈을 목표로 하고 있다.

화담은 쌀국수 브랜드이지만, 베트남의 색채가 없다. 유럽 귀족의 거실에서 수비드 스테이크와 유럽풍의 쌀국수, 스페셜 메뉴를 럭셔리하게 즐길 수 있는 새로운 개념의 쌀국수 브랜드다. 현재 4개 매장이 운영중인데, 올해 하반기부터 가맹사업을 본격 시작할 예정이다.

그런 그가 돌연 국수나му를 떠난 이유는 가치와 철학 때문이다. “가치와 철학은 지시등이고 방향타라고 생각하죠. 이것이 원활히 흐르지 않는 조직이나 브랜드는 오래가지 않아요.” 브랜드를 만들고, 고객과 소통하고, 직원들과 즐겁게 일하는 일터를 만드는게 그의 달란트(타고난 재능과 소명)였다. 그런데 국수나му를 운영중인 해피브릿지에서 부득이 할 수 없는 상황이 됐다. 그가 새로운 창업을 결심하게 된 동기다.

### 코로나19도 막지 못한 창업 열기

그가 새로운 사업을 시작한 시기는 2019년 8월이다. 2019년 9월 미도인 1호점을 론칭하고, 시장의 긍정적 반응을 살피던 시기다. 그런데 뜻하지 않은 코로나19 팬데믹이 시작됐다. 창업시장도 위축됐고, 창업자금도 구하기 힘들었다. 하지만 그를 믿는 이들이 팔을 걷었다. 국수나му 시절부터 함께 했던 소스공장 대표와 함께 퇴사한 직원의 투자가 도움이 됐다. “코로나19로 창업시장이 위축됐기 때문에 가맹이 아닌 직영사업으로 전환했어요. 다행스럽게도 이 시기에 서울의 메인상권의 권리금과 보증금이 현저히 떨어져 저의 회사와 브랜드에게는 커다란 기회요소로 작용했죠. 위기가 기회로 다가오면서 직영사업의 토대를 다질 수 있었어요.”



미도인 강남점



미도인과 화화담을 위한 ㈜위드컴퍼니(With company) 에이치앤비(H&B)를 설립한 시기는 2019년 8월이다. 경기도 분당의 한 지하주점에서 미도인 메뉴와 디자인을 개발하면서 시작됐다. 그렇다고 그의 프랜차이즈 경력을 알아보는 안된다. 2007년 국수나му 시즌2로 외식창업시장에 돌풍을 일으킨 주역이 바로 정민섭 대표이기 때문이다. 1997년 해미가식품이라는 만두공장을 설립, 운영하던 중국수나му 브랜드 론칭 계획을 알게 된 그는 메뉴개발에도 참여했다. 이후 2007년 국수나му가 어려운 시기에 인수, 6개월 동안 전격적인 리뉴얼을 단행해 우리 동네 미니 레스토랑인 국수나му 시즌2를 론칭했다. 이같은 생면 브랜드이자 미니레스토랑 국수나му는 승승장구를 거듭해 2014년 370여개의 매장을 오픈하는 성과를 거뒀다.

### 직영점 위주로 토대 튼튼히

정 대표는 미도인에 이어 ‘꽃이 되는 이야기’ 화화담도 운영 중이다. 스테이크가 맛있는 유럽식 쌀국수 브랜드다. 캐주얼 만남형 별식의 카테고리 상품인데, 경기의 민감지수에 강해 코로나19 등의 영향을 덜 받는다는 장점이 있다. 화



화화담 성수점

그의 1차적인 목표는 미도인과 화화담을 포함해 300호점을 오픈하는 거다. 아울러 여러 카테고리에서 신규 브랜드도 준비중이다. “외식문화의 특징 중 하나는 식문화로서의 요소 뿐만 아니라 세대를 통찰할 수 있는 문화 전체를 아우르는 복합성을 가진다는 점이에요. 여기에 외식은 클릭 소비를 할 수 없다는 아날로그적 특징도 있어요. 이는 외식산업과 이를 포함하는 프랜차이즈 산업의 막대한 성장 에너지로 작용하고 있죠.” 외식산업에 대한 그의 애착과 신념이다.

1인가구 증가 등 여러 요인으로 외식 시장성은 성장할 수밖에 없다는 게 그의 분석이다. 외식은 이제 콘텐츠 산업으로서의 위치와 위상을 가지며 K-culture와 함께 K-food의 한축을 굳건히 지탱하는데 한몫을 하겠다는 정민섭 대표. 그의 호랑이를 닮은 발걸음이 시작됐다. **www**



## K뷰티의 완결, 미용학원을 개척하다

MAKE-UP ATELIER PARIS 프랑스 아틀리에뷰티아카데미  
유흥 대표

국내에는 수많은 미용학원이 있다. 그중 프랜차이즈로 운영되는 브랜드도 상당한데, 여기에 도전장을 내밀고 올라선 미용학원이 있다. 국내 미용학원 최대 규모로 성장중인 아틀리에뷰티아카데미(미용학원)다. 2022년 1월 양산점을 계약, 2월 오픈 예정으로 전국 31개 매장을 운영중이다. 직영점(대전) 1개점을 제외하면 30개 매장이 가맹점으로 국내 단일 가맹점 수로는 최대 브랜드로 자리매김했다. 또한 제주, 김포, 은평, 노원 가맹계약도 준비중이다. INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

**K**뷰티는 2010년 이후 세계를 무대로 급성장중이다. 이에 따라 정부도 헤어, 메이크업, 네일, 피부, 맞춤형화장품 조제관리사 등에 대한 국가자격증 제도를 만들어 실력 양성에 힘쓰고 있다. 하지만 아틀리에 뷰티아카데미는 이보다 한발 앞선다. 국가자격증 위주의 교육을 진행하면서도 획일화된 교육보다는 예술과 창조를 바탕으로 한 교육을 실시, 자격증 취득 후 어느 곳에 가서라도 능력을 인정받을 수 있는 기반을 만들어주고 있다. 이같은 입소문은 지금까지 배출한 20만여명의 수강생이 입증하고 있다.

덴티티는 확실하게 심어준 시기였어요”

### 최고보다는 최선을

아틀리에 뷰티아카데미는 ‘최고보다는 최선을’이 슬로건이다. 우수한 제품 공급과 서비스로 가맹점에게 수익을, 교육생은 질 높은 교육을 제공한다. 이를 위해 현재 대전직영점은 우수한 강사를 배출하는 한편 지역 가맹점에 맞춤형 프로그램을 전수중이다. 신규 가맹점주에게는 영업을 포함해 운영과 노무관리, 블로그 및 SNS 교육, 온라인마케팅 등 미용학원 관련 전반적인 교육도 지원하고 있다.



### 미용시장의 가능성을 보다

아틀리에 뷰티아카데미는 미용학원 시장의 가능성을 본 유흥 대표가 2007년 첫 시작했다. 유흥 대표는 웰라코리아, 나드리화장품 등에서 14년간 화장품 관련 업무를 진행했다. 이후 1997년 (주)에니통상으로 회사를 옮겨 면세점에서 브루주아, 아틀리에 화장품 팀장을 역임했고, 2001년 아틀리에 브랜드를 (주)에니통상으로부터 인수해서 독립했다.

아틀리에 뷰티아카데미의 1차 목적은 국가자격증 합격이다. 연령별 프로그램을 구축해 연령 니즈에 맞는 맞춤형 교육을 진행하는 이유다. 2차 목적은 대학진학과 취업, 창업이다. 이를 위해 상위과정 교육과 다양하고 풍부한 현장활동을 통해 실력을 향상시키고 있다. “수료 학생의 100% 취업을

프랑스 아틀리에에는 파리에서 미용학원으로 헬렌켈르라는 메이크업 아티스트가 1986년에 창업한 브랜드다. 세련된 유행 갈라와 발색력이 탁월한 메이크업 화장품을 직접 만들면서 탁월하고 우수한 품질을 인정받았다. 유 대표는 사업 시작 5년간은 아틀리에 화장품 수입과 미용잡화 제품을 역수출하는 일만 했다. 그러던 중 아틀리에 제품의 우수성을 활용한 미용학원 사업에 대한 가능성을 보게 됐고, 첫 출발을 위해 2007년 압구정 본점을 오픈했다. “당시에는 의욕과 열정, 제품 우수성은 있었지만, 학원 사업은 처음이라 시행착오가 많았어요. 2년 동안 수업료를 톡톡히 지불했죠. 그렇지만 아틀리에 뷰티아카데미라는 브랜드 아이





안산캠퍼스

종로 캠퍼스



부산 캠퍼스

목표로 해외취업 및 해외인턴십 요청시 당사의 협력국가와 협조해 안전하고 풍부한 경험을 배울 수 있는 기회도 제공하고 있어요. 직접 실습하고 체험해 과제를 제출하는 연수다운 연수를 진행하는 것도 아뜰리에 뷰티아카데미만의 장점이지요”

해외에서도 한국의 아뜰리에 뷰티아카데미가 인기다. 홈페이지, 인스타그램, 페이스북을 통해 체계적인 홍보와 교육과정 등이 소개되면서 “코로나19가 안정되면 방문해 배우고 싶다”는 문의를 지속적으로 받고 있다. 국내 뿐만 아니라 해외에서도 인정을 받고 있다는 얘기가

**상생 추진하는 착한 프랜차이즈**  
아뜰리에 뷰티아카데미는 2020년 공정거래조정원이 인



증하는 착한 프랜차이즈에도 선정됐다. 코로나19 확산으로 가맹점주가 어려움을 겪자 전국 모든 가맹점에 2~3개월간 상호사용료 면제 및 50% 인하, 세정제 및 마스크 등 방역물품 지속 공급, 방역비 지원 등 1억 원 가량의 지원정책을 실시했다. 이에 많은 가맹점주들이 본사에 감사의 인사를 전해왔다.

가맹점 관리제도도 우수하다는 평가다. 학원 개설시 인테리어는 가맹점주가 직접 업체를 선정하고 본사는 노하우를 전수해준다. 가맹점주가 부담을 갖지 않도록 하기 위해서다. 또한 홍보에 필요한 모든 마케팅은 본사에서 전액 부담한다. 신규 오픈에 사용되는 비용을 절감해주는 효과다. 이로 인해 코로나19 상황에서도 아뜰리에 뷰티아카데미는 2년 동안 17개점을 오픈하는 성과를 보였다. 가맹점주와의 빠른 피드백도 장점이다. 언제든지 유선상담을 받을 수 있는 직원이 상주해 12시간 내 답변을 하도록 노력하고 있다. 유 대표는 “원활한 소통창구가 있다는 점이 14년간 신뢰관계를 구축할 수 있는 비결”이라고 말한다.

**아방센 자체 브랜드 론칭**  
2012년 자체 브랜드 아방센을 론칭했다. 아뜰리에 제품 가격이 급등하면서 수강생들의 비용 부담이 높아지자, 원가 절감과 우수한 제품 공급, 여기에 취업이나 창업 이후 활용할 수 있는 제품력을 갖추기 위해 론칭됐다. 이같은 점이 가능한 이유는 R&D본부를 갖추고 있어서다. 해

어, 메이크업, 네일, 피부 등 각 분야 최고전문가들이 우수한 제품을 찾기 위해 연구와 MD에 몰두하고 있다. R&D본부에서는 자체 연구 및 개발을 통해 할로윈 제품을 개발했고, 수많은 테스트를 거쳐 아방센 브랜드를 개발했다. “기존 생산된 제품을 구입해 활용했을 때보다 국가자격증, 취업, 창업에 적합한 제품으로 개선해 OEM 생산되면서 전국 31개 가맹점에 안정적 공급을 유지할 수 있게 됐어요. 9년 동안 공급가를 올리지 않은 점도 점주들의 만족도가 높은 이유예요” 아방센은 현재 30여가지의 제품으로 홍콩, 중국, 사우디, 필리핀 등 10개국에 수출중이다. 또 국내 미용대학 등에 우수한 품질의 프리미엄 제품으로 공급되고 있다.

지속적인 마케팅과 현장체험도 취업이나 창업에 도움을 주고 있다. 매년 6회 실시됐던 슈퍼핀 모델 선발대회, 부산코메디페스티벌, 패션위크, 연극, 뮤지컬, 방송협찬 등 크고작은 행사들은 수강생이 현장을 체험할 수 있는 귀

중한 시간이다. 그 외에도 각종 프로모션, PPL참여 등 본사에서 마케팅 비용을 전액 부담해 가맹점 매출 상승에 도움을 주고 있다.

**글로벌 K뷰티, 본격 가동**  
유 대표는 첫 발을 화장품으로 시작해 30년이 지난 현재도 화장품과 뷰티아카데미라는 두 가지 테마로 일해 왔다. 아쉬운 점은 국내 미용업체들의 제살 깎아먹기식의 저가 경쟁보다는 고품질 퀄리티 있는 경쟁이 이뤄지지 못하고 있다는 점이다. 한국 아티스트를 필요로 하는 세계 나라가 많은 만큼 그는 국내 경쟁보다는 해외 진출에 더욱 박차를 가한다는 계획이다. “K팝, K드라마 등의 열기 속에 한국 화장품이 세계 여성들에게 관심받고 사랑받고 있어요. 이를 발판으로 글로벌 뷰티 아카데미를 위해 동남아를 필두로 K뷰티 아카데미 사업을 본격 가동할 예정입니다” K뷰티의 완결편은 한국 아뜰리에 뷰티아카데미가 될 것이라는 유 대표의 포부가 눈앞에 성큼 다가와 보인다. **KFN**



# 선한 영향력으로 부조리 없는 브랜드를 만든다



팔각도  
조성욱 대표

외식업에 뛰어들지 15년. 중식 프랜차이즈 가맹점주로 7년, '특돼지(구 특별하면돼지)'라는 개인 매장으로 2022년 현재, 10년 동안 운영하고 있는 조성욱 대표. 가맹점주로서 본사의 부조리와 개인 매장 대표로서 기술을 요하는 매장을 운영하면서 다양한 경험을 쌓은 그가 프랜차이즈 가맹사업에 본격 날개를 달았다. 3년간의 연구 끝에 개발한 닭 숯불화로구이전문점 팔각도가 소비자들의 폭발적 호응을 얻어서다. INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

**팔**각도는 팔각의 불판과 팔도를 돌아다니며 찾아낸 맛과 콘셉(팔각정)으로 만들어진 브랜드다. 20시간 숙성을 거쳐 숯불로 초벌구이를 해서 제공되기 때문에 부드러운 육질과 풍부한 육즙이 일품이다. 또한 그동안 몰랐던 닭 특수부위를 맛볼 수 있다는 점도 팔각도의 매력이다. 간장깻잎, 백김치, 장아찌, 무생채, 즐기상추장아찌 등의 맛깔스러운 반찬과 핑크소금, 마늘소스와 매콤소스는 즐거움을 더해주는 덩이다. 팔각도는 기존의 닭숯불구이전문점들과는 방향을 달리하는데, 차별성과 경쟁력은 다리살을 포함해 목살과 안창살 등 닭 특수부위를 맛볼 수 있다는 점과 특허를 획득한 팔각도만의 불판에 구워먹는다는 점이다.

### 3년간의 준비...줄서는 매장으로 답하다

조성욱 대표는 팔각도를 준비하는데 3년여의 시간이 걸렸다고 말한다. 지역에서 돼지고기 특수부위 맛집으로 소문난 '특돼지(구 특별하면돼지)' 매장을 운영하면서 돼지 이외에 새로운 고기를 찾던 중 눈에 띄게 닭이다. '닭에도 특수부위가 있지 않을까' 이같은 생각은 닭을 발굴하는 작업으로 바로 이어졌다. 이미 돼지고기 특수부위를 하면서 발굴에는 자신이 있었다. 문제는 요리방법이었다. 고민 끝에 생각한게 숯불구이다. 그런데 주변에 닭 숯불구이전문점을 찾기 힘들었다. "왜일까요. 고민을 했죠, 소비자가 찾지 않아서일까요. 아니면 어떤 문제가 있어서일까요. 답은 하나죠. 소비자에게 물어봐야죠." 그의 특별하면돼지 매장을 찾는 고객에게 닭 숯불구이 선호도를 조사했다. 답은 그의 예상과 일치했다. 좋아하는데, 고기가 잘 타버리는 문제와 요리방법, 맛에 문제가 있다는 지적이다.

닭을 알았으니, 이제 행동으로 옮길 때였다. 닭의 안정적인 공급처를 찾는 것과 동시에 불판 방식, 닭의 맛을 위해 전국을 돌아다녔다. 그리고 탄생하게 그가 직접 개발한 팔각형의 불판이다. 브랜드명인 팔각도는 그가 특허를 받은 팔각형의 불판과 맛을 찾아 팔도를 다닌 발품을 더해 탄생했다. 팔각도의

또 하나의 특징은 닭갈비의 기본 베이스가 간장소스 하나라는 점이다. 일반적인 닭갈비 매장은 간장과 양념으로 구분되는데, 조 대표는 이러한 고정관념을 깨버렸다. "전국을 다녀보면 선호도 높은 메뉴는 순환이 잘돼 고기도 신선하지만, 그렇지 못한 메뉴의 고기는 신선하지 않은 경우가 많아요. 저는 모든 고객에게 가장 신선한 닭갈비를 제공하고 싶었어요." 고객에게 메뉴의 선택권을 뺏은 대신 외식의 기본인 맛과 신선함을 지켰다. 이 효과는 점주에게도 편리성을 더해줘 수요와 공급에 대한 운영 예측이 가능해지면서 관리에도 효율성을 보였다.

### 10대에 느낀 식도락...외식에 첫발을 내딛다

2019년 12월 24일 서울 목동에 팔각도 매장이 첫 오픈했다. 그런데 두달여가 지난





2020년 2월 코로나19가 전국을 강타했다. 가슴이 철렁거렸지만, 팔각도 매장은 굳건했다. 3년간의 준비기간은 탄탄한 기둥이 됐다. 2020년 8월 점심장사 없이도 매출은 1억 1000만원을 기록했다. 2021년은 배달없이 연매출 10억원을 찍었다. 가맹문의도 이어졌다. 2022년 1월 현재 서울, 인천, 동탄, 부산, 창원, 광주광역시 등 전국에 21개 매장을 오픈했다. 2월 말이면 강릉에도 매장이 오픈한다.

조성욱 대표는 어려서부터 구내식당을 운영하는 부모님 밑에서 자랐다. 부모님은 1988년도부터 2008년까지 20년 정도 구내식당을 운영했다. 그는 그러한 부모님을 보면서 다양한 음식을 접하게 됐다. 여기서 음식의 즐거움, 식도락을 느끼게 된다. "한식 위주의 어머니의 음식을 사람들이 맛있게 먹는 모습을 보면서 행복함을 느꼈어요. 저 역시 어머니의 음식에서 새로운 즐거움을 맛보게 됐죠." 그때 품은 희망



'내 이름을 건 식당을 하자' 꿈이 생긴 그는 20대 한식과 양식 조리사 자격증을 취득했다. 그리고 가게를 하기 전 다양한 경험을 해보자는 생각에 피자재유통업, 부동산, 외식관련 회사 등을 다녔다.

그의 나이 서른. 부모님의 도움을 받아 중식 프랜차이즈 가맹점으로 외식업 첫 출발에 나섰다. 가맹점 창업이 안전하다는 생각에서 프랜차이즈를 선택했다. 그의 준비성은 여기에 서도 나왔다. 매장을 오픈하기 전에 5개월 정도 해당 브랜드의 다른 매장에서 종업원을 일을 경험했다. 내가 알아야만 운영할 수 있다는 생각에서다.



**공급의 안정성을 느끼다**

46㎡(약 14평) 크기 매장을 7년간 운영했다. 신선하고 좋은 재료를 구입해 퀄리티 있는 음식을 만들기 위해 노력했다. 당연 고객이 몰리 수밖에 없다. 돈도 모았다. 문제는 중식 프랜차이즈 특성상 테이블 단가가 낮다는 점이다. 메뉴가 자랑면, 짬뽕, 탕수육 뿐인데, 그마저도 가격대가 낮았다. 좀 더 매출을 올리고 싶었다. "테이블 단가를 위해 고기집을 생각했어요. 마침 아는 형님이 도와주신다고 해서 목동 주거상권에 한우를 취급하는 매장을 열었어요" 여기서 준비성이 철저한 그가 잠깐의 놓친 부분이 나온다. 바로 콘셉트다. 인테리어는 레트로인데, 메뉴는 한우를 취급하면서 부조화 현상이 발생했다. 당연 매출은 부진했다. 6개월 동안 연구에 들어갔다. "당시 인기를 끈 고기전문점이 4+4 형태였어요. 여기서 힌트를 얻어 소갈비와 소등심을 섞어서 3+3 형태로 주는 갈비세트를 만들었죠" 벤치마킹한 이후 그의 매장의 매출은 3배로 상승하기 시작했다.

하지만 뜻하지 않은 변수가 찾아왔다. 바로 수요가 증가하면서 공급에 문제가 생긴거다. 소갈비살 가격이 급등하면서 매장 운영에도 어려움이 생겼다. 다시 콘셉트를 잡아야 할 시기였다. "돼지고기로 업종을 변경했어요. 그런데 삼겹살

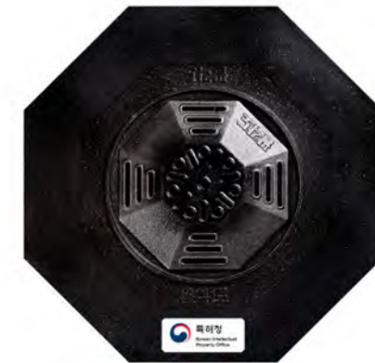
은 너무 많아서 독특한 목살 맛집 콘셉트로 잡았죠" 특별하면 돼지라는 매장의 출발이다. 판매하는 목살 메뉴 명칭도 재미있다. 망고목살, 특목살, 오목살, 여기에 하얀살은 특돼지(구 특별하면돼지)만의 영업비밀이자 노하우다.

**1004의 기부, 행복을 전하다**

조성욱 대표의 바람은 함께 행복해지는 거다. 이의 일환으로 약 10여년 전부터 헌혈증을 모으기 시작했다. 그 결과 600장의 헌혈증을 백혈병소아임센터를 통해 백혈병 아이들에게 후원을 해왔다. 2022년 2월 현재까지 약 404장의 헌혈증을 추가로 기부할 예정이다. 10년 동안 모아진 헌혈증 1004장을 기부하는 셈이다. 조 대표의 개인적인 사연으로 특히 백혈병어린이들을 후원해주고 있으며, 앞으로도 지속적으로 후원 의사를 밝히고 있다. 또 하나는 자신의 브랜드를 통해 점주들이 행복해졌다는 얘기를 듣는 거다. "점주들이 저의 매장을 하

**특히만은 팔각불판**

특허 제 10-2188704호 | 디자인등록 제 30-1063743호



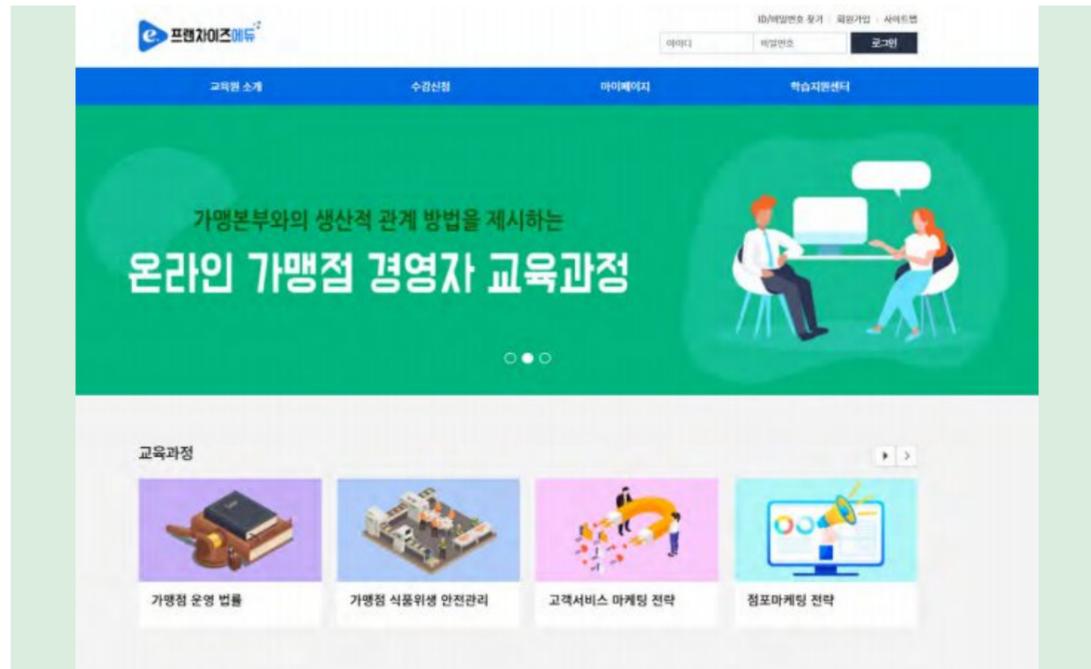
**DO NOT COPY**

팔각불판은 특허 및 디자인권 등록으로 지식재산권 보호법에 따라 보호받고 있으며 카피 및 도박은 법적 처벌을 받을 수 있습니다.

고 나서 돈을 벌어 차를 샀어요, 집을 장만했어야라는 말을 하는 걸 듣고 싶어요. 점주를 성공시키는 사람, 도와줄 수 있는 사람으로 남고 싶어요" 점주가 매장을 오픈하는데 그가 달려가는 이유다. 옆집 형님, 동생의 입장으로 '내 가게다'라는 마음으로 달려가는 조성욱 대표. 그의 따뜻함이 2022년 새해를 밝혀주고 있다. **KFN**

## 온라인 가맹점 경영자 교육과정 개설

프랜차이즈산업연구원 “비용절감·분쟁감소에도 도움 될 것”



프랜차이즈산업연구원이 가맹점 수익 증대를 위한 지식과 정보를 온라인으로 제공하는 가맹점 경영자 교육과정을 개설했다.

프랜차이즈 사업은 복잡한 사업방식이다. 이로 인해 대부분의 가맹점 사업자들이 가맹점 창업과 경영에 어려움을 겪고 있다. 이에 따라 가맹본부의 안정적인 가맹점 확장과 관리를 위해 가맹점 사업자에 대한 교육의 필요성은 증가된 상태다. 프랜차이즈산업연구원 관계자는 “가맹점 사업자들이 가맹점 창업과 경영, 이익 창출에 필요한 정보와 전략들을 온라인으로 편리하게 교육받을 수 있도록 가맹점 경영과정을 최초로 개설했다”고 밝혔다.

프랜차이즈산업연구원의 가맹점경영과정은 가맹사업 운영과 관리에 필요한 교육과목으로 구성돼 있다. 가맹점창업에 대한 이해, 가맹점 운영 법률, 가맹점 식품위생 안전관리, 점포

마케팅 전략, 배달앱 활용전략, 고객서비스 마케팅전략, 가맹점 노무관리, 가맹점 세무관리 등이다. 연구원은 가맹사업 트렌드에 맞춰 지속적인 신규 교육과목 추가와 기존 교육 업데이트도 꾸준히 진행할 것이라고 밝혔다.

프랜차이즈산업연구원 관계자는 “소수인 신규 가맹점사업자 대상으로 체계적이고 효율적으로 오픈 교육을 수행할 수 있고, 비용 절감의 효과도 있다”라며 “전문가들의 강의를 통해 가맹본부와 가맹점사업자 간의 생산적 관계 구축과 분쟁 감소에도 도움이 될 것”이라고 전했다. 온라인 교육은 시간과 장소에 구애받지 않는다. PC, 모바일로 교육 수강이 가능해 학습진행면에서도 효율적이라는 평가다. 연구원은 또 “담당자 1:1 출결 관리, 교육 수강 완료 후 교육생별 교육 이수 보고증 전달 등 체계적 교육생 관리에도 만전을 기하고 있다”고 덧붙였다.

WRITE | 조기석 기자

## 주식회사 신라외식개발 신규 브랜드 ‘순살몬스터’ 론칭

대한민국 대표 외식 프랜차이즈 기업 주식회사 신라외식개발이 2022년 1월 독특한 컨셉의 순살치킨 전문점인 ‘순살몬스터’를 론칭했다. 1월 18일 전국 100개 매장을 동시에 오픈한 순살몬스터는 100% 닭다리살 순살치킨만 제공하는 순살치킨전문점이다. 순살몬스터의 초간단 레시피는 주문부터 배달까지 시간을 단축시켜, 효율적인 매장 운영으로 가맹점 매출 상승에 주효한 역할을 할 것으로 기대를 모으고 있다.

순살몬스터는 잃어버린 뼈를 찾아 나서는 순살몬스터의 일대기라는 브랜드 세계관을 가지고 있는 독특한 컨셉의 브랜드이다. 6종류의 순살치킨과 다양한 사이드메뉴로 소비자의 다양한 니즈를 반영했다. 또한 전용패키지(특히 출원 중)를 제작, 먹는 즐거움에 보는 즐거움까지 더해 새로운 치킨, 색다른 즐거움을 제공한다.

순살몬스터의 유상부 대표는 “순살몬스터는 순살치킨 전문점으로 사고의 전환을 통해 새로운 가치와 매출을 발생시킨다. 순살몬스터가 레드오션인



치킨 프랜차이즈 시장에서 판도를 바꿀 것으로 예상된다.”고 밝혔다. 순살몬스터는 1월 18일부터 배달의 민족, 요기요, 쿠팡이츠, 위메프 등 배달앱에 노출되고 있다.

WRITE | 김은영 기자

## 에코몬 초음파식기세척기 소모품 3년무상 A/S 도입

업소용 초음파식기세척기, 음식물처리기 등을 판매하는 친환경 전문기업 (주)에코몬에서 초음파식기세척기 소모품 3년 무상 A/S를 도입했다고 밝혔다.

초음파식기세척기는 손으로 직접 애벌세척 하지 않아도 간편하게 수조에 넣기만 하면 자동으로 설거지를 하는 기기다. 에코몬 업소용 초음파식기세척기는 24kHz 특수진동소자를 탑재한 제품이다.

(주)에코몬은 에코몬 초음파식기세척기 제품에 대해 업계에서 가장 긴 소모품 3년 무상 사후서비스(A/S)를 제공하는 ‘3년 책임 프로그램’을 운영 중이다. 고가의 제품인 점을 고려해 꼼꼼한 상담과 확실한 A/S로 소비자들의 만족을 이끌어 나가겠다는 포부다.

(주)에코몬 측은 “고기집에 필요한 불판전용 초음파 세척기와 일반 설거지가 많이 나오는 일반 초음파식기세척기 등 용도와 업체 환경에 따라 다른 세척기가 필요하다”라며 “전문가의 컨설팅과 현장시연을 제공해 고객들의 비용부담을 줄이고 만족도를 높이고 있다”고 전했다.



(주)에코몬 선우재복 대표는 “에코몬 초음파식기세척기를 구매하는 모든 분들에게 소모품 3년 무상 A/S 품질보증서를 직접 전달해드리고 있으며, 고객이 제품을 구입한 후에도 오랫동안 안심하고 쓸 수 있도록 책임을 다하는 기업이 되겠다”고 전했다.

WRITE | 김은영 기자

# 종로 78~88거리, 높은 상권에 손님도 활력도 없었다

할리스, KFC 사라진 종로 중심상권의 민낯...

건물마다 나붙은 '임대' 현수막

WRITE | 김미란 더스쿠프 기자

1980년대 종로는 핫했다. 글로벌 프랜차이즈가 차례로 문을 열었고, 밤늦도록 상가의 불이 꺼지지 않았다. 하지만 지금의 종로는 판판이다. 코로나19로 영업을 제한적이긴 하지만 그 이전에도 깊은 침체의 늪에 빠져 있었다. 종각역부터 KFC 1호점이 있던 그 거리를 걸어 보며 종로의 민낯을 들여다봤다.



**1980**년대 종로는 핫했다. 글로벌 프랜차이즈가 차례로 문을 열었고, 밤늦도록 상가의 불이 꺼지지 않았다. 하지만 지금의 종로는 판판이다. 코로나19로 영업을 제한적이긴 하지만 그 이전에도 깊은 침체의 늪에 빠져 있었다. 종각역부터 KFC 1호점이 있던 그 거리를 걸어보며 종로의 민낯을 들여다봤다.

서울 종로구 종로2가 종각지하쇼핑센터 12번 출구, 지하에서 지상으로 빠져나오면 가장 먼저 반긴 건 종로의 터줏대감 미려빌딩(종로 78)이다. 이 건물 1층은 수년째 굳게 닫혀 있다. 2016년 12월까지 영업하던 패션 브랜드 '뽕뽕'이 방을 뺐 뒤 아무도 들어오지 않고 있다. 안을 꼼꼼하게 가린 흰 가림막 위로 '임대'라는 두 글자만이 텅그러니 붙어 있다.

미려빌딩 옆 건물(종로 80) 카페드람브르의 2~6층으로 가는 엘리베이터 입구를 지나면 아모레퍼시픽의 브랜드숍 '아리따움'이 있다. 화장품 로드숍이 수년 전 쇠퇴기에 접어들고 소비자들이 온라인으로 옮겨가는 상황에서도 9년째 자리를 지키고 있는 점포다. 하지만 이곳 역시 예전만 못하다. 드나드는 손님을 찾기 힘들다. 아리따움을 지나면 신한은행365 자동차 점포와 주얼리브랜드 점포 '미니골드'(종로 80-1). 그리고 그 옆 건물 삼양빌딩(종로 80-2)이 있다. 이 곳에는 치열한 저가커피 경쟁에서 승기를 잡은 '메가커피'와 '참약사'라는 푸른색 간판이 눈길을 끄는 '종각호약국'이 어깨를 맞대고 드나드는 사람들을 맞이하고 있다.

종각호약국 왼쪽에 있는 건물은 에버리지빌딩(종로 82)이다. 지하 1층부터 지상 6층까지 통째로 비어 있다. 입구는 아예 셔터로 굳게 닫혀 있다. 에버리지빌딩과 이웃하고 있는 건물은 부봉빌딩(종로 82-1), 1층엔 예술품과 골동품을 취급하는 매장이, 그 위로는 안경점, 직업소개소, 속눈썹전문점 등의 간판이 건물 벽면 모서리에 질서정연하게 정렬돼 있다.

부봉빌딩 옆은 지난해 4월까지 커피프랜차이즈 할리스의 종로 본점(종로 84)이 있던 자리다. 1층부터 4층까지, 24시간 운영하며 종로상권의 밤을 밝히던 카페이자 브랜드 본점이라는 의미가 담긴 곳이었다. 그래서일까. 2016년 맥도날드가 있던 이곳에 들어오며 할리스는 MZ세대의 취향에 맞춰 공간에 집중적으로 투자했다. 카공족을 겨냥해 4층은 아예 스터디 공간으로 배치하기도 했다. 하지만 오픈 5년 만에 자리를 비우게 됐다. 당시 할리스는 "임대차 계약이 끝난 것"이라고 선을 그었지만 업계 관계자들은 "종로상권의 침체를 넘지 못한 결과"라고 분석했다. 해당 건물은 할리스가 나간 후 계속 공실 상태다.

옛 할리스 종로본점을 지나다 보면 경영빌딩(종로 88)을 만난다. 1층과 2층에선 불과 얼마 전까지 KFC 1호점이 영업을 하고 있었다. 지난 1984년 미국의 대표 프랜차이즈인 KFC(당시 '켄터키 프라이드 치킨')는 번성하던 종로상권에 첫발을 내디디며 국내 영업을 시작했다. 하지만 높은 임대료와 유지 보수비의 벽을 넘지 못하고 2022년 1월 2일 영업을 끝으로 38년 만에 간판을 내렸다.

KFC가 국내에 상륙했던 1980년대만 해도 종로상권은 '만남의 장소' '데이트 장소'로 인기를 끌던 곳이었다. KFC 이후에 버거킹, 맥도날드, 파파이스 등 내로라하는 글로벌 프랜차이즈가 차례로 매장을 연 것만 봐도 알 수 있다. 하지만 지금 모습은 판판이다. 언제 시작됐는지도 모를 상권 침체는 회복 기미조차 보이지 않는다. 상인 누군가는 "코로나19 때문에 못 살겠다"하고 또 누군가는 "사드(THAAD·고고도미사일방어체계) 때부터 시작된 그림자"라고 한다.

**① 높은 상권** = 종로상권은 과거 대한민국 1등 상권으로 불리던 곳이다. '종로서적' '금강제화' 앞에서 만난 청년들은 그곳에서 쇼핑을 하고, 불야성을 이루는 젊음의 거리로 들어가 밤을 보냈다. 하지만 변화하는 시대를 따라가지 못했다. 시대는 하루가 다르게 변하는데, 거리는 그대로였다. 대한민국 1등 상권이 저문다는 얘기가 오래전부터 쏟아진 이유다. 이호병 단국대(부동산학) 교수는 그 이유로 거리상점들의 한계를 꼬집었다. "MZ세대는 윈스톱쇼핑이 가능한 복합쇼핑몰을 선호한다. 거리상점들은 계절적 영향을 받고, 이용하기에도 불편



하다. 시대 흐름에 떨어질 수밖에 없다. 자연 발생적인 상권이라 체계적인 MD가 어려운 점도 상권 침체의 이유 중 하나다."

**② 발길 돌린 소비자** = 매력이 사라진 곳에 소비자가 올 이유는 없다. 소비의 축인 MZ세대는 종각역을 축으로 퍼져있던 종로 중심 상권이 아닌 그 위 서촌과 그 옆 익선동, 을지로로 발길을 돌렸다. 서촌과 익선동은 멋스러운 골목이 눈길을 사로잡고, '힙지로'라고 불리는 을지로는 레트로한 감성을 선호하는 그들에게 핫플레이스로 자리 잡았다.

유선중 건국대(부동산학) 교수는 "상인들이 변화에 민감하게 반응해야 하는데 그런 노력이 결여된 결과"라고 꼬집었다. 그는 "별거 아닌 것 같은 작은 노력이 큰 변화를 불러온다"며 "을지로엔 그게 있었고, 그게 종로엔 없었다"고 덧붙였다.

**③ 꿈쩍 않는 임대료** = 소비자를 다른 지역에 빼앗긴 매장들은 눈에 띄게 늘고 있다. 지난해 3분기 기준 종로상권 소규모 상가(2층·연면적 330㎡ 이하)의 공실률은 8.7%다. 2020년 1분기 1.5%였던 것과 비교하면 크게 상승했다. 이유가 뭘까. 높은 임대료를 감당하지 못하기 때문이다. 한국부동산원에 따르면 지난해 3분기 기준 서울의 주요 도심지역 상가의 평균 임대료는 1㎡당 6만8700원이다. 반면 종로상권의 임대료는 1㎡당 7만1100원으로 평균을 웃돈다. 6만2500원인 을지로보다 임대료가 비싸다.

**④ 눈물 흘리는 상인** = 문제는 이런 침체가 언제 풀릴지 모른다는 데 있다. 전문가들도 "뾰족한 돌파구가 없어 보인다"고 말한다. 또 "임대료가 너무 높아서 프랜차이즈 본사 차원에서 투자하는 거 아니면 누가 이 비싼 곳에 들어오려고 하겠냐"고 꼬집었다. **KFN**



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

## 빨리 성장하고 지속가능한 프랜차이즈 되려면

WRITE | 이경희

어느 집단이나 그 집단에서 부러움을 사는 존재들이 있다. 학교에서는 성적이 우수한 학생들이, 스포츠클럽에서는 운동신경이 뛰어난 사람들이 그럴 것이다. 프랜차이즈업계에서는 가맹점수가 많고, 빠르게 성장하는 기업이 부러움의 대상이다. 요즘은 하나 더 늘었다. 인수 합병을 통해서 거액을 받고 회사를 매각한 후 조기은퇴한 사장들이다.



이 세 가지는 프랜차이즈업계에서 성공의 상징이라고 할 수 있다. 하지만 개별 가맹점주 한 사람 한 사람을 놓고 볼 때는 이 세 가지보다 더 중요한 것이 가맹본부의 안정적이고 지속적인 성장이다. 이 중에서도 가맹점을 최단 기간에 모집하고 빠른 성장 사례는 과거보다 점점 더 많아지고 있다. 소상공인들의 경기가 나쁘다는 말이 끊이지 않고 나오는데도 불구하고 비비큐가 국내에서 최단 시간에 가맹점 1000개를 확보했다고 할 때보다 요즘 급성장하는 프랜차이즈 사례가 더 많다. 흥미로운 것은 이런 성과가 코로나라는, 오프라인 사업이 가장 우울한 시기에 이뤄지고 있다는 점이다.

과거에는 성장 속도가 빠르면 가맹점 모집 후 가맹본사가 쉽게 무너지는 경우가 많았다. 지금도 300개 이상 가맹점을 가진 가맹본사 수는 전체 프랜차이즈 브랜드 수에 비하면 턱없이 적다. 우리나라 프랜차이즈 역사를 보면 가맹점수 100개, 300개 이상 확보하고도 우리 기억 속에서 흔적도 없이 사라진 브랜드들이 무수히 많다. 그래서 일부에서는 <빠른성장=사기성 있는 브랜드>라는 암묵적인 선입관을 갖게 된 것도 사실이다.

하지만 갈수록 그런 폐단은 줄어들어 가는 것 같다. 빠르게 성장하고도 무너지지 않고 튼튼하게 성장하는 사례가 늘어나고 있다. 이유는 경영기

술의 발달 덕분이다. 사업은 창업과 성장, 수성, 3가지 과정으로 나뉘볼 수 있다. 이 세 과정에서 경영역량을 발휘할 수 있다면 빠르게 성장하면서도 지속가능한 경영을 할 수 있다. 그 방법은 무엇일까

빠르게 성장하고도 무너지지 않고 튼튼하게 성장하는 사례가 늘어나고 있다. 이유는 경영기술의 발달 덕분이다. 사업은 창업과 성장, 수성, 3가지 과정으로 나뉘볼 수 있다. 이 세 과정에서 경영역량을 발휘할 수 있다면 빠르게 성장하면서도 지속가능한 경영을 할 수 있다.

**첫째, 비즈니스 모델이 중요하다.** 빨리 성장하기 위해서는 시대흐름을 반영한 차별화 전략이 필수적이다. 하지만 아무리 잘하고 열심히 해도 사업성이 없는 비즈니스 모델이라면 결국 무너진다. 단기적이고 일시적인 유행만 쫓으면 금방 무너진다. 지속가능한 소비품목이어야 한다. 트렌드에 발맞추는 것은 못지않게 비즈니스 모델을 잘 만들어야 한다.

**둘째, 피보팅(pivoting)이다.** 천재적으로 시장이 원하는 비즈니스 컨셉을 만들었다면 이상적이



이경희

한국창업전략연구소 소장  
부자비즈 의장  
창업·마케팅 분야 저자  
한국프랜차이즈산업협회  
KFCEO 주임 교수

## 저서

CEO의 탄생  
이경희 소장의 2020창업트렌드  
내사업을 한다는 것

## 강의

세종대 MBA, 동국대 MBA,  
경희사이버대학 호텔외식MBA,  
한국방송통신대학 프라임스쿨,  
세종사이버대학 프랜차이즈 전략,  
신사업개발, 상권입지론, 외식산업론,  
기업가정신 등



지만 소비자의 마음을 족집개처럼 파고드는 일은 호락 호락하지 않다. 최근 밀레니얼 세대들에게 가장 핫한 브랜드 중에 하나인 노티드 도넛도 사업초기부터 성공한 것은 아니었다. 피보팅의 과정이 있었다. 필요하다면 시장 반응을 보면서 시장이 원하는 방향으로 개선할 수 있어야 한다.

**셋째, 사업자의 경영역량이다.** 경영자는 아이템에 대해 꿰뚫고 있는 것 못지않게 경영의 전문가여야 한다. 프랜차이즈의 출발은 소상공인인 경우가 많다. 오랫동안 현장에서 장사 경험을 쌓은 사람들이 프랜차이즈에 도전하는 사례는 무수히 많다 하지만 그들 중에는 크게 성공하는 사례가 많지 않다. 이유는 업종에 대한 전문성은 있지만 프랜차이즈 시스템에 대한 전문성과 지식이 부족한 경우가 많았기 때문이다. 점포 몇 개 성공시키는 능력과 프랜차이즈 시스템을 잘 운영하는 능력은 차원이 다르다. 후자는 보다 고차원적인 능력을 요구한다. 진짜 경영자가 되어야 하는 것이다.

**넷째, 지속적인 투자다.** 기업을 경영한다는 것은 어릴 때 몸으로 체득하고 배운 수영하거나 자전거 타기와 다르

다. 한 때 잘 했더라도 지속적으로 투자하고 관리하지 않으면 무너진다. 가맹본부는 가맹점을 개설할 때 얻는 기회수익과 가맹점 유지관리에서 얻는 지속수익이 있다. 전자는 단기적이고 액수가 큰 편이며 가맹점을 개설할 때 딱 한 번만 얻는 소득이다. 후자는 로얄티와 물류수익으로 가맹점이 잘 유지되고 매출이 높아야 가맹본사의 수익도 높아진다.

*프랜차이즈의 출발은 소상공인인 경우가 많다. 오랫동안 현장에서 장사 경험을 쌓은 사람들이 프랜차이즈에 도전하는 사례는 무수히 많다 하지만 그들 중에는 크게 성공하는 사례가 많지 않다. 이유는 업종에 대한 전문성은 있지만 프랜차이즈 시스템에 대한 전문성과 지식이 부족한 경우가 많았기 때문이다.*

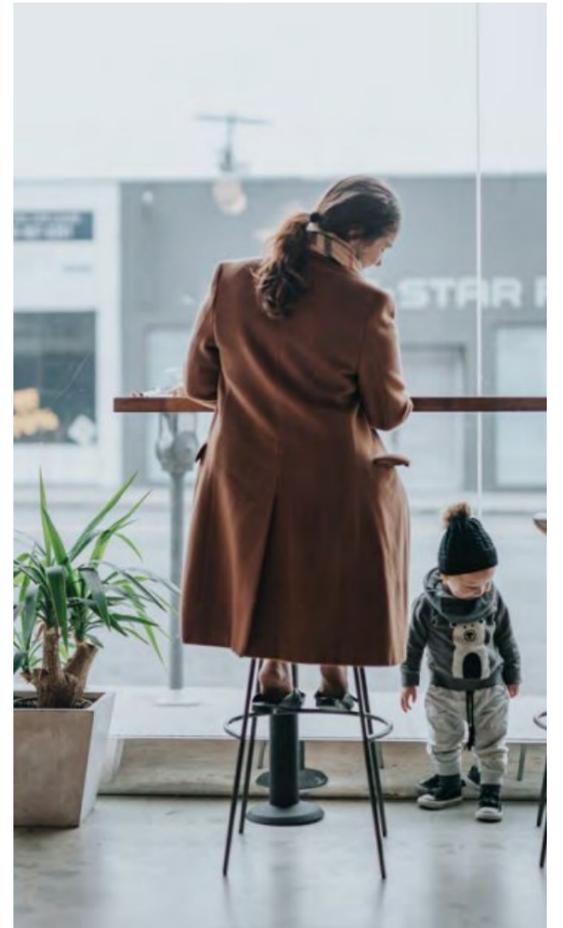
많은 본사들이 가맹점을 어느 정도 모집하고 기회수익이 줄어들기 시작하면 그 브랜드에 대한 투자를 멈추

고 다른 신규 사업을 찾는다. 현금흐름을 창출했던 주력 사업은 투자도 없이 저절로 굴러가게 두고 성공여부가 불투명한 신규사업에 많은 투자를 한다. 그 과정에서 우리의 주력사업이 시들어간다. 경영에서 자원배분을 조정하는 것은 중요하다. 특정 사업에서 사람과 자금을 거둬들이고 투자를 줄일 때는 그 사업이 망하거나 사라질 지도 모른다는 걸 전제해야 한다. 운영하고 있는 브랜드가 사라지기를 원하지 않는다면 사람, 마케팅, 연구 개발, 시스템 개선에 대한 투자를 멈춰서는 안된다.



**다섯째, 샴페인을 너무 빨리 터트리서는 안된다.** 가맹점이 40, 50개, 100개 정도 모집되면 성공한 것처럼 생각하는 경영자들이 많다. 바깥으로 나가서 성공한 사장들과 교류가 점점 늘어난다. 교류 자체가 나쁜 것은 아니다. 긍정적일 때도 많지만 샴페인을 너무 일찍 터트리지 않도록 주의해야 한다. 골프 약속이 많아지고 생활이 사치스러워지며 이미 성공의 반열에 오른 사람처럼 행동하면서 내 사업에 몰입하는 시간이 점점 줄어드는 게 문제다. 그럴 때는 스티브잡스의 말을 기억하는게 좋다. 'stay hungry stay foolish'.

**여섯째, 조직을 갖춰라.** 경영자가 여유를 가지고도 지속가능한 기업이 되려면 필수적인 조건이다. 특히 탄탄한 중간관리자층이 중요하다. 각 사업 부문별로 믿을만한 책임자가 갖춰질 때까지 몰입하라. 조직문화를 만들고 인재를 확보하고 조직원들과 교류를 나누기 위해서 많은 시간을 투자하고 집중해야 한다. 좋은 조직 없이 지속가능한 경영은 없다.



**일곱째, 트렌드를 흡수하라.** 업종에 대한 트렌드이든, 마케팅이나 경영기법에 관한 것이든 성장하고 살아 숨쉬기 위해서는 트렌드적인 요소를 흡수해야 한다. 트렌드는 성장에 필요한 산소다. 산소가 희박하면 숨쉬기 힘들다. 사업도 마찬가지이다. 프랜차이즈 사업은 최종 소비자와 창업자 두 계층의 고객이 있으므로 이들 고객의 욕구가 어떻게 달라지는지 늘 점검하고 체크해야 한다.

**여덟째, 상생이다.** 가맹본부와 가맹점이 서로 협력해서 이익의 균형을 맞춰서 동반성장하지 않는 브랜드는 결국 무너진다. 어느 한쪽이 아니라 상호 적절한 이익을 취해야 한다. 가맹본부와 가맹점은 운명 공동체이기 때문이다. 가맹본사는 가맹점이 지역상권에서 사업자로서 의무를 다하도록 도와야 한다. 가맹본사 역시 가맹점을 지원하는 역할을 소홀히 해서는 안된다. ESG경영시대에 상생은 선택이 아니라 필수다. **[KFI]**



# 2022년 프랜차이즈산업 전망과 대응전략

WRITE | 장재남

코로나의 확산 가능성이 여전히 상존하는 상황속에서 2022년은 창업은 감소에서 증가로 전환될 것이며, 폐업 보다는 업종전환이 활발할 것으로 예상된다. 특히 창업은 5000만원 미만 소자본 창업이 활발할 것으로 보인다. 반면에 폐업을 고민하고 있는 자영업자들은 업종전환을 통해 재기를 시도할 것이다.

사실 창업과 자영업, 프랜차이즈업계는 서로 깊은 영향을 주고받는 상호 유기적 관계의 성격이 매우 강하다. 즉 창업활성화는 가맹점 창업에 긍정적 영향을 미치고, 자영업의 위기는 가맹점 전환으로 연결되며, 자영업의 기회는 가맹본부 창업의 활성화로 이어지기도 한다. 따라서 프랜차이즈 기업들은 창업과 자영업 시장에 대한 면밀한 분석을 통한 경영전략 수립과 실행을 해야 할 것이다.

## 코로나시대! 가맹본부와 가맹점은 매출 감소

코로나19 확산 현상이 지속되면서 가맹본부와 가맹점 또한 매출이 크게 감소했다. 산업통상자원부가 대한상공회의소가 가맹본부와 가맹점을 대상으로 조사한 결



과를 보더라도 응답자의 70% 이상이 코로나19로 인해 매출이 감소하였다고 응답했다.

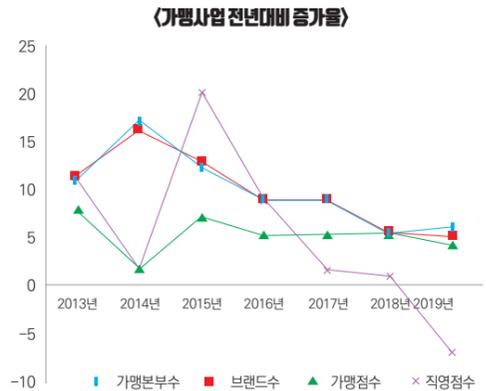
가맹본부와 가맹점의 매출감소는 당연한 결과라고 할 수 있다. 먼저 가맹점은 유동적인 거리 제한 조치와 영업시간 제한으로 인해 매출이 크게 감소했다. 가맹본부 또한 창업 시기를 늦추거나 포기하는 예비창업자가 증가하면서 신규 가맹점 개설이 줄었을 것이며, 대신 가맹계약 종료와 가맹계약 해지는 이전보다는 증가한 반면에 기존 가맹점의 매출감소 등이 동시에 발생하면서 매출이 감소했다.

## 가맹본부, 브랜드, 점포 수 증가 추세 지속

비록 코로나19라는 예상하지 못한 변수로 인하여 가맹본부와 가맹점이 매출감소로 경영의 어려움을 겪고 있지만 프랜차이즈 업계는 전반적으로 성장의 기초를 유지하고 있다. 공정위 자료를 바탕으로 분석할 결과 2012년부터 가맹본부와 브랜드와 매장 수는 지속적으로 증가하고 있다.

<프랜차이즈산업 현황>

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	증감(%)
가맹본부 수	2,678	2,973	3,462	3,910	4,268	4,631	4,882	5,175	6.0
브랜드 수	3,311	3,691	4,288	4,844	5,273	5,741	6,052	6,353	4.9
가맹점 수	176,788	190,730	194,199	204,104	218,997	230,955	243,454	254,040	4.3
직영점 수	11,326	12,619	12,869	15,459	16,854	17,135	17,315	16,114	-6.9



프랜차이즈 업계의 이러한 증가 추세는 프랜차이즈 비즈니스가 다른 산업으로의 확산이 확대되면서 신규 가맹본부의 창업과 신규 브랜드 런칭이 활발해지면서 나타난 결과라고 할 수 있다. 또한 가맹점 창업에 대한 예비창업자들의 선호도 증가와 기존 독립자영업자들의 가맹점로의 업종 전환과 더불어 가맹본부와 브랜드들의 공격적인 가맹점 모집 활동이 이루어지면서 점포 수 또한 증가했다. 이러한 프랜차이즈 업계의 증가 추세는 향후에도 지속될 것으로 생각된다.

## 2022년 프랜차이즈산업 전망과 가맹본부의 대응 전략

가맹점 및 가맹본부 모두 경영이 개선될 것으로 전망된다. 코로나19의 확산으로 인해 매출감소로 인해 경영의 어려움을 겪었던 가맹점은 국내경제 회복과 내수 회복 확대, 고용회복 지속 및 소득여건 향상으로 인해 매출이 증대될 것이며, 가맹본부 또한 가맹점의 매출 증대에 따른 가맹본부의 물류수익과 창업활성화와 기존 자영업자들의 업종전환이 활성화에 따른 신규가맹점 모집 증대에 따라 가맹본부의 매출이 증대될 것이다.

따라서 가맹본부들은 품질기준을 갖춘 필수품목을 확대하고, 가맹점 매출 기반의 로열티 중심의 수익구조로 전환해야 하며, 기존 브랜드의 변화와 혁신 노력과 더불어 가맹점 매출을 증대시키기 위한 노력과 고비용 구조의 사업구조와 조직과 기능의 개선을 통해 성장을 꾀해야 할 것이다.

## 가맹본부와 브랜드, 점포 수의 성장세 둔화와 프랜차이즈 양극화 심화

2022년 프랜차이즈 업계는 우선적으로 그동안 지속되었던 가맹본부와 브랜드 수는 직영점 운영의 의무화와 그동안 정보공개서 제공의무에서 제외되었던 소규모 가맹본부도 정보공개서 등록을 의무화함으로써 신규등록 건수가 많이 줄어들 전망이다. 또한 비록 창업활성화와 업종전환의 증가로 인해 기존 가맹본부와 브랜드들의 신규 가맹점은 증가하겠지만 가맹사업법 개정에 따른 신규 가맹본부와 브랜드 수가 이전보다 많지 않기 때문에 전체적인 점포수의 증가율은 높지 않을 전망이다. 그러다보니 매장 수에서 큰 규모를 보이고 있는 기업들과 소규모 기업들간의 격차도 더욱 벌어질 것으로 생각된다.

이에 가맹본부들은 과감하게 가맹사업의 구조조정을 단행해야 하며, 신규 브랜드 런칭보다는 M&A를 통해 사업을 확대해야 할 필요성이 있다. 대기업과 중견기업은 해외시장 진출을 확대하는 반면 중소기업과 소상공인들은 프랜차이즈시스템 기반의 사업구조 구축에 신경써야 한다. **KFN**



장재남

프랜차이즈산업연구원 원장  
CFE, 경영학박사  
한국프랜차이즈산업협회 자문위원



## 가맹금 예치의무와 정보공개서 제공의무는 기본 중에 기본

WRITE | 안철현

공정거래위원회는 가맹본부가 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률을 위반한 경우 이를 위반한 가맹본부에 대하여 가맹금의 예치, 정보공개서 등의 제공, 점포환경개선 비용의 지급, 가맹금 반환, 위반행위의 중지, 위반내용의 시정을 위한 필요한 계획 또는 행위의 보고 그 밖에 위반행위의 시정에 필요한 조치를 명할 수 있다.

공정거래위원회 홈페이지에 들어가 보면 공정거래위원회가 이러한 시정조치를 명한 사례들을 찾아볼 수 있다. 그런데 의외로 가맹본부가 가맹사업법에서 요구하고 있는 매우 기본적인 사항을 지키지 않

아 시정조치를 받은 가맹본부가 제법 눈에 띈다. 필자가 추측하기로는 법을 몰라서가 아니라 여건이 되지 않아서 위반한 경우가 많았을 거라 짐작되긴 하지만 말이다.



그 중 대표적인 것이 위 법 제6조의 5 가맹금 예치의무와 제7조 정보공개서 제공의무다. 이와 관련한 하나의 사례를 가져와보면 그 가맹본부는 위 가맹사업법을 정면으로 위반했다. A가맹본부는 2019년 5월부터 2020년 2월까지 가맹희망자와 가맹계약을 체결하면서 가맹점사업자 피해보상보험계약을 체결하지 아니하였음에도 예치가맹금을 예치기관에 예치하지 않고 자신의 계좌로 직접 수령했다. 그리고 같은 기간 가맹희망자에게 공정거래위원회에 등록된 정보공개서와 인근가맹점 현황문서를 제공하지 않은 상태에서 가맹계약을 체결했다.

가맹본부의 가맹금 예치의무는 가맹점사업자가 영업을 시작하기 전에 가맹본부가 가맹금만 수취하고 사라지거나 개점지원을 하지 않는 문제를 사전에 예방하고 가맹점사업자의 정상적인 개점을 지원하기 위한 제도다. 그래서 가맹사업법에서는 가맹본부가 가맹희망자나 가맹점사업자와 가맹계약을 체결할 때 예치가맹금을 금융기관에 예치하도록 하고 있다. 다만 가맹본부가 가맹점사업자 피해보상보험계약을 체결한 경우에는 가맹점사업자로부터 예치 대상 가맹금을 직접 수령할 수 있다. 그리고 정상적으로 가맹점사업자가 영업을 개시하였거나 가맹계약

체결일로부터 2개월이 경과한 경우에 한해 예치가맹금을 금융기관으로부터 수령할 수 있다. 이 의무를 위반할 경우 시정명령(시정조치 또는 시정권고), 과징금[위반기간 동안 관련 매출액(또는 영업수익)의 2% 이내(매출액 산정 불가 시 5억원 이내)], 벌칙(2년 이하의 징역 또는 5000만 원 이하의 벌금)이 뒤따르니 잘 챙겨야 하겠다.

가맹본부의 정보공개서 제공의무는 가맹희망자가 가맹본부의 정보를 수집하는 데 한계가 있기 때문에 만들어진 제도다. 가맹사업법에 따르면 가맹본부는 공정거래위원회에 정보공개서를 등록하여야 한다. 가맹본부가 가맹희망자에게 가맹계약을 체결하기 14일 전에 등록된 '정보공개서'와 '인근가맹점 현황문서'(가맹희망자의 장래 점포 예정지에서 가장 인접한 가맹점 10개의 상호, 소재지 및 전화번호가 적힌 문서)를 서면으로 제공해야 한다.

다시 말해 가맹본부는 정보공개서와 인근가맹점 현황문서를 제공한 날로부터 14일이 지나지 않은 경우 가맹금을 수령하거나 가맹계약을 체결하면 안 된다. 다만 가맹점으로부터 수령한 가맹금이 6개월 이내에 100만원 미만 또는 직전 사업연도의 매출액이 5000만원 미만이면 가맹점수가 5개 미만인 가맹본부는 예외다. 정보공개서는 공정거래위원회 홈페이지에 들어가면 정보공개서 표준양식이 있으니 참조하면 되겠다. 이를 위반하면 가맹금 예치의무를 위반했을 때와 마찬가지로 시정명령, 과징금, 처벌이 뒤따르니 미리 준비하는 것이 좋겠다.

그런데도 공정거래위원회에서 시정명령을 받은 가맹본부 중 상당수가 이 의무들을 위반하고 있다는 점이 다소 의아하다. 가맹사업법에서 규제하고 있는 것 중 대표적이고도 아주 기본적인 것인데도 말이다. **KFA**



안철현

법무법인 로투스 대표변호사

2016년 - 송파경찰서 경찰발전위원회 위원

2016년 - 강남구청 인사위원회 위원

현/법률소비자연맹 집행위원

현/(주)소리바다 감사

현/경희대총동문회 감사

현/사단법인 민주정치아카데미 상임이사

T : 02-3478-6011 /

E : bebopmonk@hanmail.net



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

# 프랜차이즈 재무제표관리와 이익·손실 때의 절세방법

WRITE | 최인용

법인 결산을 하고나면 재무제표가 만들어진다. 회사의 재무제표는 이익과 자산부채의 현황을 나타내는 일종의 성적표이다. 기업의 이해관계자들은 채권자들에게는 대여를 더 해줄 수 있는지를 나타내 주고, 투자자들에게는 투자 적격성을 판단하기도 하여 M&A의 기초자료로 쓰인다. 그만큼 재무제표는 중요하며 개인 대표나 주주의 이익실현을 위한 판단의 기초가 된다. 이하에서는 은행에서 주로 보는 재무 비율, 투자자가 보는 재무제표의 중요한 항목, 프랜차이즈 본사의 대표나 주주가 절세를 하기 위한 방법에 대해 살펴보기로 한다.

## 재무제표의 부채 비율 관리가 은행 등 자금조달에 영향을 미친다

전례없는 코로나의 위기로 많은 프랜차이즈 본사가 어렵기도 했지만, 위기를 기회로 바꾸어 배달업의 호황으로 크게 성장한 프랜차이즈 본사도 있다. 은행의 채무를 조달하는데 가장 크게 영향을 미치는 비율은 부채비율이다.

$$\text{부채비율} = \frac{\text{부채총액}}{\text{자본총액}} \times 100$$

(300% 미만으로 관리)

< 법인자산 >



부채비율은 300%를 넘지 않도록 관리하는 것이 바람직하다. 자본이 50억원이라면 부채는 150억원 이내여야 건전한 것으로 판단한다. 회사의 경영이 좋지 않은 경우 손실로 인하여 자본이 줄어들게 되면 부채비율이 증가한다. 최근 미국의 금리 인상으로 자금조달 환경이 더 어려워 만큼 올해 재무제표는 부채비율 관리가 우선이 되어야 한다.



\*매년 영업이익은 늘려가는 것이 기업가치가 높아짐

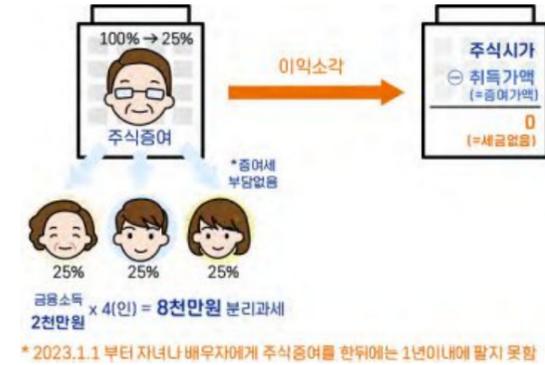
## 영업이익이 회사의 가치를 결정한다.

재무제표는 투자자들에게 기업의 가치를 평가하는 기초자료가 된다. 그래서 이익을 많이 내는 것이 좋은 것으로 알고 있지만 실제 M&A과정은 그렇지 않다. 현금흐름을 기본으로 판단하기 때문에 재고의 증가로 늘어난 이익 매출채권의 증가로 인한 이익 등은 현금흐름에 좋지 않아 실사과정중에 조정이 된다. 특히 중소기업은 감가상각을 하지 않아도 세법상 인정되지만, 투자과정에서 적절한 감가상각은 반영된다.

그럼에도 불구하고 기업의 영업이익 규모와 시계열로 증가하는 영업이익은 M&A에서 높은 성장률을 반영받을 수 있고 기업의 가치를 더 잘 평가 받을 수 있다. 재무제표는 초창기 스타트업은 매출에 초점을 두지만, 사업연차가 성장할수록 영업이익(영업현금흐름)의 증가에 초점을 맞추어야 한다.

## 절세를 위해 매년 배당을 받는 것이 유리하다

이익이 많은 회사는 매년 배당을 받는 것이 유리하다. 법인 대표의 배당소득은 다른 배당과 합하여 2000만원까지는 15.4%로 과세하고 나머지는 24%로 과세한다. 2000만원이 넘는 배당소득은 근로소득이나 임대소득 등과 합하여 종합소득으로 과세되는데 법인대표의 근로소득이 비교적 높은 편이므로, 저율로 분리과세 하는 배당소득은 유리하다.



## 이익이 많은 기업은 이익소각을 통해 절세할 수 있다

배당소득을 활용하기 위해 자녀나 배우자 등에게 주식을 증여하여 주는 것도 바람직하다. 1인 주주가 15.4%의 배당소득세 이하로 받기 위해서는 2000만원 밖에 배당을 못하지만, 주식을 배우자 자녀 등에게 증여하였다면 각자 25%를 가지고 있다고 가정할 때 1억원까지 배당을 해도 모두 15.4%의 세율만 적용된다.

금융소득 (배당)	세율	누진공제
2천만원 이하	15.4%	0
2천만원 초과	24%	108만
	35%	522만
	38%	1490만
	40%	1940만
	42%	2540만
	45%	3540만

특히 올해 개정세법으로 자녀나 배우자에게 주식증여를 한 뒤에는 1년 이내에 팔지 못하도록 하는 규정이 2023년 1월 1일부터 적용된다. 따라서 올해 가족에게 증여를 하고 2023년 1월 이후 이익소각을 한다면 주식 증여로 인한 취득가액이 높아져서 큰 금액을 세금부담 없이 가족에게 이전할 수 있다.

$$\text{이익소각 의제배당} = \text{소각가액} - \text{증여취득가액}$$

## 손실이 난 기업은 주식증여의 적기이다

비상장 주식의 평가는 자산가치와 손익가치의 세법상 가중 평균한 평가가액으로 구한다. 자산이 많지 않은 기업이 손실이 난 경우 기업가치평가가 액면가액에 가깝게 매우 적게 나올 수 있다. 앞으로 기업의 가치가 증가될 것으로 예상된다면 자녀나 배우자에게 증여하는 것이 유리한 시기이다. 코로나 이후 영업환경이 좋아져서 이익이 증가한다면, 더 비싼 값을 주고 증여를 하게 되기 때문이다. [K7]



최인용

가현세무법인 대표 세무사  
(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사  
연세대학교 법무대학원 조세법 전공  
국세청 조사요원 강의  
한국프랜차이즈산업협회 자문세무사  
마곡지주협의회, 하남미사지구지주협의회 자문세무사  
한국프랜차이즈산업협회 협력위원장  
T : 02-555-5025  
E : ciy0130@daum.net



# 2022년 개정 노동법 주요 내용

WRITE | 이금구

2022년 1월부터 노동관계법 개정 및 주요 내용을 살펴보고, 2021년 12월 16일 연차유급휴가에 대한 행정해석이 변경되었으며, 일자리 안정자금에 6개월 동안에 계속 지원된다. 주요 내용은 아래와 같다.

## 2022년 1월 1일부터 최저임금이 시간급 9160원으로 인상

- ① 일급으로 환산하면 8시간 기준 7만3280원, 주 근로시간 40시간 기준 월 환산액은 191만4440원. 다만, 수습사용 중인 자로서 수습사용한 날부터 3개월 이내인 자는 최저임금의 10%를 감액하여 지급할 수 있음(수습 중이어도 ① 1년 미만 근로계약 체결 ② 단순노무종사자는 감액할 수 없음).
- ② 매월 1회 이상 지급되는 임금이 최저임금에 산입되며, 월 환산액 기준 상여금 10%, 복리후생비 2% 각 초과급

액은 최저임금에 포함.

## 관공서 공휴일의 민간기업 적용

- ① 2022년부터 5인 이상 30인 미만의 민간기업도 명절, 국경일 등 관공서의 공휴일(일요일은 제외)과 대체공휴일을 유급으로 보장
- ② 휴일대체를 하지 않은 채 공휴일(대체공휴일 포함)에 근로했다면 8시간 이내 휴일근로 50% 가산, 8시간 초과한 휴일 근로는 100% 가산임금 지급

## 고용상 성차별에 대한 노동위원회 구제제도 시행

- ① 2022년 5월 19일부터 노동위원회에 성차별, 직장 내 성희롱 피해자 보호조치의무 위반에 대한 시정을 신청할 수 있는 제도 도입
- ② 노동위원회의 확정된 시정명령을 이행하지 않은 사업주에 대해서는 1억원 이하 과태료 부과

## 3+3 부모육아휴직제 시행 및 육아휴직 급여 소득 대체율 인상

- ① 생후 12개월 이내 초기 영아기에 부모가 동시에 또는 순차적으로 육아휴직 사용 시, 부모 각각 3개월간 육아휴직급여를 최대 월 300만원(통상임금 100%) 지원
- ② 육아휴직 기간 4~12개월째 급여를 현행 통상임금 50%(상한 월 120만원)에서 통상임금 80%(상한 월 150만원)로 인상

## 청년 일자리 도약 장려금 사업 신설

- ① 청년 일자리 창출을 지원하기 위해 중소기업이 취업애로청년을 정규직으로 신규 채용하여 6개월 이상 고용유지 시 월 80만원씩 최대 1년간 인건비 지원
- ② 신청방법 : 사업누리집(www.work.go.kr/youthjob)



## 육아휴직 지원금 신설

- ① 육아휴직을 허용한 우선 지원대상기업 사업주에게 월 30만원을 지원하고, 12개월 내 자녀에 대해 육아휴직 허용 시 특례 적용(3개월 이상 육아휴직 허용 시 첫 3개월에 대해 월 200만원 지원)

- ② 육아휴직자에 대한 대체인력 지원금은 폐지

## 고령자 고용안정을 위한 고령자 고용지원금 지원

- ① 60세 이상 근로자수가 증가한 우선지원대상기업·중견기업
- ② 고용기간이 1년 초과한 60세 이상 근로자수가 과거 3년 평균보다 증가
- ③ 피보험자수의 30% 및 최대 30명 이내, 고령자수 증가 1인당 분기별 30만원씩 최대 2년간 지원

## 가족 돌봄 등 근로시간 단축제도 확대 시행

- ① 2022년 1월부터 1인 이상 사업장은 근로자의 가족돌봄, 본인건강, 학업, 은퇴준비의 사유로 근로시간 단축을 사업주에게 신청할 수 있고, 사업주는 허용 예외 사유에 해당하지 않는 한 이를 허용
- ② 허용 예외 사유는 근속기간 6개월 미만, 대체인력 채용이 불가능한 경우, 정상적인 사업 운영에 지장을 초래하는 경우, 단축 종료 후 2년 미경과

## 일자리 안정자금 6개월간 계속 지원

- ① 월 평균 보수 230만원 미만 근로자를 고용한 30인 미만 사업장에 해당 근로자 1인당 월 3만원 지원
- ② 주 40시간 미만 및 일용 근로자는 근로시간 및 근로일 수 구간별로 지원

## 연차휴가제도 행정해석 변경(2021.12.16)

- ① 1년 1일을 근로하고 퇴직한 근로자의 연차휴가 일수는 퇴직한 1년의 근로를 마친 다음 날(366일째) 근로관계가 있으므로 1년 미만일 때 1개월 개근 시 마다 주어지는 연차 최대 11일과 함께 1년간 80% 이상 출근율 요건을 충족함에 따라 주어지는 15일의 연차도 확정적으로 발생하여 최대 26일이 됨
- ② 1년간(365일) 근로관계가 존속하고 그 중 80% 이상 출근하면, 15일의 연차가 주어지는데, 만약 1년(365일)의 근로를 마치고 바로 퇴직하는 경우에는 15일의 연차휴가는 발생하지 않음 **[77]**



이금구

노무법인 C&B 대표  
한국프랜차이즈산업협회  
자문위원

1991년 제3회 공인노무사  
자격 취득

2012년 전국소상공인단체연합회  
고문

2015년 (사)한국소상공인단체  
연합회 고문

2016년 GS25, 프랜차이즈  
노무관리 시스템 도입

T : 1544-8323 /

E : www.franhr.com

# 이동 리워드 앱·냉동식품 슈퍼·NFT 카드 2022 일본 히트 예감 상품

WRITE | 노승욱 매경이코노미 기자

2022년 임인년에는 어떤 '신상'이 소비자 마음을 사로잡을까. 기업가라면 누구나 알고 싶은 주제다. 이웃 나라 사례를 참고하는 것도 방법이다. 일본 경제·트렌드 전문가 '닛케이트렌드'는 최근 '2022년 일본 히트 예감 상품' 리스트를 발표했다. 새해에 일본 시장에서 '뚝 만 한' 상품이나 이벤트를 영향력, 신규성(참신성), 판매 경향 등을 기준으로 선정했다. 저출산, 고령화, 비혼, 1인 가구 등 일본과 트렌드가 비슷하게 흘러가는 한국에도 시사점이 적잖을 터. 2021년 일본을 뒤흔든 '히트 상품'과 2022년을 강타할 '히트 예감 상품'을 살펴본다.



1위 이동 리워드 앱 'Miles'

## 2022년 히트 예감 베스트 10

### 이동 마일리지 앱, 냉동식품 전문 슈퍼

결론부터 얘기하자. 닛케이트렌드가 꼽은 2022년 일본 히트 예감 상품 1위는 이동 마일리지 앱 '마일즈(Miles)'와 '아나 포켓(ANA Pocket)'이다. 도보, 달리기, 자동차, 지하철 등 이동 수단과 거리 등에 따라 마일리지를 제공, 그간 '무가치'했던 이동이 이익이 되도록 한 점이 인상적이라는 평가다. 사용법은 간단하다. 스마트폰에 앱을 설치하고 GPS를 통한 이동 정보 수집을 허용하면 끝이다. 사용자의 이동 거리와 이동 수단을 인공지능(AI)이 자동 판별해 마일리지를 부여한다. 마일리지 가 쌓이면 편의점 커피 구매권, 영화-렌터카 할인 티켓 등과 교환할 수 있다. 향후 항공사 마일리지나 현금 등 다양한 보상 수단을 마련할 예정이다. 이동 마일리지 앱이 활성화되면 고객의 이동 시간과 장소를 일정 부분 제어할 수 있을 것으로 기대된다.

가령 비수기 시간대나 이동 수단에 특전을 제공하면, 혼잡을 해소할 수 있다. 행사장 주변 교통 체증이 과제일 경우, 대중교통 수단에 인센티브를 제공하는 식이다. 지자체와 손을 잡으면, 관광객 유치 목적으로도 활용할 수 있다. 특정 지자체 내 이동에 특전을 제공하면, 관광객 유치와 소비를 촉진할 수 있는 것. 도보나 달리기에 마일리지 적립률을 높여 친환경 이동을 장려할 수도 있다. 일례로 마일즈는 도보와 달리는 10배, 자전거는 5배, 버스·전철·배·스키 3배, 자동차 합승 2배, 비행기는 0.1배의 마일리지를 차등 지급하도록 설계했다. 닛케이트렌드는 "코로나 사태로 인해 집콕이 일상화된 시대에 이동을 재촉하는

## 2022 일본 히트예감상품 10선

순위	히트예감상품	특징
1	이동 마일리지 적립 앱(Miles, ANA pocket)	이동 수단별, 거리별 마일리지 적립해 보상
2	냉동식품 슈퍼마켓	1300여 냉동식품 모아놓은 전문점
3	NFT 트레이딩/아트	아이돌 사진, 아티스트 작품의 NFT 거래
4	차세대 자판기	즉석 라면, 제로 대기 바리스타 등
5	경량 스마트 안경	일반 안경과 비슷한 무게의 스마트 안경
6	하드 셀처(hard seltzer)	저당·저칼로리의 알코올 함유 탄산수
7	BE:FIRST	오디션 프로그램으로 탄생한 7인조 아이돌
8	치이카와(ちいかわ)	반전 매력의 깜찍한 캐릭터
9	파라레루(パラレル)	상시 접속형 메타버스 SNS
10	여성용 테크 기기	여성이 겪는 불편 완화해주는 IT기기

자료 : 닛케이트렌드

기폭제로 주목받는다. 파트너사가 보상 수단을 잘만 다루면 여러 가지 사회 문제를 해결할 수도 있다"고 짚었다.



2위 냉동식품 슈퍼마켓

2위는 '냉동식품 전문 슈퍼'다. 일본에서는 코로나19 사태로 집콕이 늘며 냉동식품 수요가 급증하자 전문점이 잇따라 생겨났다. 2021년 5월 후쿠시마현에 등장한 '모두의 업무용 슈퍼 Lynx(링크스)'가 대표적이다. 일반식품점의 냉동식품 종류가 200~300여종인 데 반해 링크스는 1300여종의 다양한 상품군을 보유했다. 2021년 2월에는 요코하마에도 냉동식품 전문 슈퍼 '토민 프로즌(トミン・フロ・ズン)'이 들어섰다. 약 500종류의 고기나 생선, 반찬, 도시락 등을 판매한다. 이들은 독자적인 냉동 기술을 갖춰 품질 유지에 강점이 있다고 홍보한다. 감자, 시금치, 생선 토막, 건어물, 다진 고기 등 일부 신선식품과 가공식품, 디저트 등도 구색을 갖췄다. 링크스 사업을 담당하는 오오누마 타카시 집행 임원은 "원래 맞벌이 가정은 대량 구매 경향이 강한데 코로나19 사태로 이런 경향이 더욱 강해졌다. 냉동식품은 소비 기한 만료 염려가 없어 향후 수요가 더 많아질 것이다. 또한 냉동식품은 폐기가 거의 없어 재고 부담이 적다. 이는 가격을 낮추는 요인이 된다"고 밝혔다.

3위는 'NFT(대체불가능토큰) 트레이딩 카드·아트'다. 그간 종이 카드 형태로 팔리던 스포츠 명장면 포착 사진이나 아이돌 사진, 아티스트의 작품 사진 등이 최근에는 디지털 NFT 형태로 고가에 거래되고 있다. 일례로 일본 인기 걸그룹 모모쿠로(ももクロ)는 2018년 도쿄 돐 LIVE 모습을 NFT 트레이딩 카드로 만들었는데, 2000만엔어치 넘게 팔려 나갔다. 한번 구입한 NFT를 재판매할 수 있는 마켓플레이스도 잇따라 생겨나며 NFT 시장이 급성장할 것이라는 관측이다.



3위 NFT카드

4위는 '차세대 자판기'다. 코로나19 사태로 외식이 제한되자 일본에서는 유명 라면 가게나 만두 가게 메뉴를 파는 냉동식 자판기가 늘어났다. 2022년에는 이것이 '즉석(즉석식품) 자판기'로 진화할 전망이다. 코로나19 사태로 외식이 제한되자 일본에서는 유명 라면 가게나 만두 가게 메뉴를 파는 냉동식 자판기가 늘어났다. 2022년에는 이것이 '즉석(즉석식품) 자판기'로 진화할 전망이다.(닛케이트렌드 캡처)



3위인스턴트 자동 라면 판매기

주문 후 약 1분 만에 뜨거운 라면을 먹을 수 있는 '요카이 익스프레스' 자판기가 대표적이다. 냉동으로 저장돼 있는 면과 국물을 독자적인 가열 기술을 사용해, 생면 그대로의 신선한 식감으로 제공한다. 샌프란시스코 국제공항 광장, 테슬라 사무실 등 미국 50여곳에서 도입했고, 2021년 말 도쿄 시부야에도 상륙했다. 약 8종류의 메뉴를 갖췄고 가격은 한 그릇당 800엔(약 9000원) 정도. 유통 기한이 다가오면 상품마다 가격을 조정하는 기능도 들어 있다. AI 카페 로봇 '루트(root) C'도 도쿄도 기차역 내에 등장했다. 국내에서도 확산 중인 무인 바리스타 로봇 카페다. 향후 3년 내 역, 오피스, 아파트, 상업 시설 등에 2500대 설치를 목표로 한다. 이 밖에도 무인 셀러드 전문점 등 다양한 메뉴가 즉식 자판기에 확산되는 추세다.

5위는 '경량 스마트 안경'이다. 2012년 구글이 선보인 구글 글라스를 생각하면 쉽다. 외관은 일반 안경과 같다. 착용하면 여러 정보가 눈앞에 표시된다. 기존에도 스마트 안경이 여럿 나왔지만 대중화되지 못했다. 너무 무겁고 미관상으로도 안 좋았기 때문이다. 일례로 2020년 NTT도코모가 판매한 '매지립1(Magic Leap1)'은 316g으로, 일반 안경(20~30g)보다 무거워 장시간 착용이 어려웠다. 그런데 안경 브랜드 '진스(JINS)'가 2021년 10월 발매한 약 2만엔짜리 'JINS MEME'는 프레임 무게가 30g 미만으로, 일반 안경과 비슷한 수준에 도달했다. 스마트 안경에서 디스플레이, 스피커 등은 과감히 제거하고 가속도 센서 등 꼭 필요한 기능만 탑재한 덕분이다. 4m 앞에 대형 가상 화면이 떠오르도록 설계한 스마트 안경 '엔리얼 에어(Nreal Air)'도 30g까지 가벼워졌다. 닷케이트렌드는 "외형도 기능도 스마트한 안경이 잇따라 등장하고 있다. 앞으로는 실용과 멋진 아나미 '무엇을 하고 싶느냐'가 안경 선택의 기준이 될 것"이라고 내다봤다.



5위경량 스마트 안경

6위는 알코올 함유 탄산수 '하드셀처'가 선정됐다. 하드셀처는 탄산수에 도수 약 5%의 알코올을 섞고 향을 첨가한 술이다. 저

당·저칼로리에 알코올 특유의 향도 억제된 저도주여서 무당 탄산수처럼 산뜻하고 싱거운 맛이 매력이라고. 북미에서는 건강을 생각하는 MZ세대에게 인기가 높다. 일본 코카콜라가 하드셀처 제품 '토포 치코(Topo Chico)'를 선보일 예정이어서 열도가 기대에 찬 모습이다.

7위는 7인조 남성 아이돌 그룹 'BE:FIRST'다. 아이돌을 뽑는 오디션 프로그램 '더 퍼스트(The First)'에서 선발된 신생 그룹으로 2021년 11월 데뷔했다. 매주 TV로 오디션 과정을 보여줘 스타와의 친밀감을 형성했다는 점에서 한국의 오디션 프로그램을 벤치마킹했다는 평가다. 8위는 캐릭터 '치이카와(ちいかわ)'가 올랐다. '작고 귀엽다'는 뜻의 이름처럼 깜찍한 외모와 달리 엄세적인 세계관을 지닌 반전 매력의 캐릭터다. 트위터에 비정기적으로 투고되던 만화 캐릭터인데, 2021년 10월 기준 66만명의 팔로어를 거느리며 일본에서 '국민 캐릭터'로 떠올랐다. 특히 여성보다 남성 팔로어가 더 많다는 점이 특징이다. 캐릭터를 히트 예감 상품 8위로 선정된 것은 애니메이션을 좋아하는 일본인의 특성을 잘 보여주는 장면이다.

9위는 메타버스 SNS '파라레루(Parallel·Parallel)'다. 음성 통화 앱 파라레루는 잡담방을 개설해 친구, 지인끼리 모여 대화하는 상시 접속형 SNS다. 가령 친구끼리 상시 접속으로 대화하면서 게임을 즐기는 식이다. 서비스 시작 1년 반 만에 월 통화 시간 4억분을 넘어서며 메타버스 SNS로 주목받는다. 파라레루 외에도 상시 접속 통화 앱 '모쿠리(mocri)', 위치 정보 공유 앱 '젠리(Zenly)' 등 Z세대 타깃 SNS가 속속 등장하고 있다.

10위는 '여성용 테크 제품(フェムテックギア)'이 꼽혔다. 생리, 갱년기 등 여성이 겪는 불편한 증상을 완화해주는 IT 기기다. 갱년기에 갑자기 얼굴이 뜨거워지거나 땀이 나는 '핫 플래시' 증세를 대비한 체온 조절 스마트 워치 '엠브 웨이브(Embr Wave)2'가 대표적인 예다. 골반 저근군(골반 아래 근육 집합)의 단련을 돕는 '톱 밸류 골반·골반 저근 서포트 속옷'도 등장했다. 닷케이트렌드는 "여성용 테크 제품의 세계 시장 규모는 2025년까지 5조엔까지 성장할 것이다"라고 전망했다. **KFN**

# 고품격 자영업자 편파방송 Youtube 창업직설

유튜브 채널 "창업직설"은 국내 최고의 자영업자 전문 미디어이자 기업가 정신과 기회에서 이야기를 발굴하는 영상 콘텐츠 채널입니다.

창업, 취업, 진로, 교육, 임팩트 투자, 스타트업, 기업가 정신 등의 분야에 있어서 최고의 영상제작과 스토리텔링 능력을 가지고 있습니다.

지금 바로 유튜브에서 만나보세요!



## ‘프랜차이즈 차세대 리더 양성’... 제9기 KFCEO 교육과정 3.28 개강



한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 산업통상자원부가 후원하는 공식 CEO 과정 '제9기 KFCEO(K-프랜차이즈) 교육과정'이 오는 3월 28일 서울 여의도 전국경제인연합회 컨퍼런스 루비홀에서 개강한다.

KFCEO과정은 지난 2016년 협회가 출범시킨 '공식 프랜차이즈 CEO 성장 교육' 과정으로, 파리바게뜨, 맘스터치, 본죽, 김가네 등 대한민국을 대표하는 CEO 및 핵심 임원과 식품제조 및 설비, 연구개발 등 프랜차이즈 관련 산업체 CEO 300여명의 동문을 배출했다.

신생 및 중소 프랜차이즈 기업을 우수 강소 기업으로 육성하기 위해 이론과 실무 모두를 아우르는 종합적인 커리큘럼이 마련돼 있으며, 코로나19 이후 프랜차이즈 산업이 겪고 있는 어려움을 극복하기 위해 현장 탐방과 멘토링·코칭 부문이 크게 강화됐다.

특히, 지난해 거센 바람이 불고 있는 무인점포, 로봇활용 점포, 푸드테크 등 최신기술을 활용한 사업 트렌드를 선

도하고 있는 성공 CEO들로부터 직접 다양한 노하우를 전수받는 순서도 마련된다.

또 다방면에서 활발히 활동 중인 400여명의 동문들과 총동문회 활동을 함께 하며 인적 네트워크를 구축하고, 업계 오피니언 리더 그룹의 일원으로서 다양한 활동 및 교류 기회도 제공받는다.

교육 대상은 신생 프랜차이즈 가맹본부 CEO를 비롯해 향후 프랜차이즈 진출 희망 벤처, 제조기업, 유통기업 등의 CEO다. 교육비는 400만원이며, 협회 회원사 및 연세대 KFCEO과정 원우는 20%, 회원사 추천으로 입학할 경우는 교육비의 10%를 할인한다.

교육은 3월 28일 서울 여의도 전국경제인연합회 컨퍼런스에서 매주 월요일 진행될 예정이므로, 선착순 신청 접수 중이다. 문의는 협회 정책홍보팀(02-3471-8135~8 내선 5) 또는 부자비즈(010-3785-8406, 성함, 회사명, 직책을 남기면 개별 연락)로 하면 된다.

## 제30기 프랜차이즈 최고전문가 과정 및 제44기 슈퍼바이저 과정 모집

한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 주관하는 제30기 프랜차이즈 최고전문가 과정과 제44기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 수강생 모집이 진행 중이다.

제30기 프랜차이즈 최고전문가 과정은 프랜차이즈 비즈니스에 대한 이해부터 슈퍼바이징과 가맹점과의 생산적인 관계 교육까지 이론과 사례, 실습 중심의 종합 커리큘럼으로 진행된다. 수강 대상은 가맹본부 CEO 및 임직원, 가맹본부 창업 희망자 등이다. 수료생은 수료증을 부여받고 700여명의 동문이 있는 한국프랜차이즈전문가 포럼에 가입되는 등 다양한 혜택과 특전을 누릴 수 있다. 3월 3일부터 6월 9일까지 매주 목요일 오후 2~6시 수업이 진행된다.

제44기 프랜차이즈 슈퍼바이저 과정은 2월 19일부터 4월 23일까지 매주 토요일 1~6시에 진행된다. 가맹본부에서 근무하고 있는 실무자들과 임원들, 본부 취업 희망자 등이 대상으로, 프랜차이즈, 슈퍼바이징, 상권분석,



인사노무, 가맹법률, 세무회계, 협상스킬, 마케팅 등 실무자들의 역량을 한 단계 더 강화시킬 수 있는 다양한 커리큘럼으로 진행된다.

수료시 한국프랜차이즈산업협회장 명의 수료증과 함께 슈퍼바이징 관련 정보제공 및 자료열람, 슈퍼바이저 과정 종합 보고서, 가맹본부 취업 희망자 추천 등 다양한 특전이 제공된다. 문의는 프랜차이즈산업연구원(070-5133-0934)로 하면 된다.



## 한국프랜차이즈산업협회 2022년 대의원총회 2월 22일 개최

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 2월 22일 서울 SBA국제유통센터 회의장에서 '한국프랜차이즈산업협회 2022년 정기 대의원총회'를 개최한다.

협회는 2022년 올해 회원사들의 권익 보호와 복지 강화, 동반 성장을 도모하고, 정부 및 유관 기관들과 해외 진출 및 산업인들의 역량 강화를 위한 협력 사업을 전개하는 등 다양한 사업계획과 주요 안건을 보고·의결할 예정이다. 또 지난해 사업실적 등 업무보고와 올해 예산, 지난해 결산 등도 함께 진행된다.

올해 주요 사업계획으로는 ▲대선후보 및 새 정부 정책 건의 ▲WFC·APFC 총회 ▲IFS 프랜차이즈서울·대구·부산 박람회 ▲식품위생교육 전문교육기관 지정 ▲프랜차



이즈 상생협의회 ▲가맹종합지원시스템 구축 등이 있다. 대상은 협회 대의원으로, 코로나19 사회적 거리두기 방역지침을 철저히 준수하는 안전한 총회로 진행될 예정이다. 대의원총회에 앞서 2022년 1차 이사회도 개최 예정이다.

## 대구·경북지회 소식(지회장 한태원)

### 2021년 12월 회장 취임식 및 송년회

12월 14일(화)에 대구경북지회 회장 취임식과 송년회를 진행했다. 제 5대 회장으로 취임하는 한태원 지회장과 함께 2021년 한해 서로의 노고를 격려하고 2022년 새해 더욱 힘찬 활동을 다짐하는 자리를 마련하였으며, 축하하는 자리에 중앙회 정현식 회장님과 부울경지회 남구만 회장님이 참석해 주셨다.



KFA

### 2022년 정기총회

1월 11일(화) 오후 6시부터 대구경북지회 강의실에서 2021년 결산보고와 2022년 사업계획을 발표하는 정기총회가 진행됐다. 이번 정기총회에서는 제 5대 임원진의 소개와 새로 진행되는 신규사업에 대한 안내 및 2022년 IFS 대구 프랜차이즈 박람회에 대한 안내가 있었다. 많은 회원사가 참석한 가운데 2022년을 시작하는 정기총회를 성공적으로 마무리 했다.



## 부산·울산·경남 지회 소식(지회장 남구만)

**1.** 한국프랜차이즈산업협회 부울경지회는 신년 인사를 통해 회원간의 단합을 위하여 1월 18일(화) 2022년 신년하례식 및 1월 정기월례회를 개최하였다. 이번 월례회에는 (주)아이더스코리아 푸라닭치킨 장성식 대표의 성공프랜차이즈 강의가 있었으며 회원사들의 기대만큼이나 열정적인 강의로 협회 회원사에 큰 귀감이 되었다.



KFA

**2.** 오는 2월에는 작년 한해를 돌아보고 올 해의 사업계획을 회원사들과 공유하는 자리인 '2022년 정기총회'가 개최될 예정이다. 또 성공적으로 종강했던 부산프랜차이즈사관학교의 소문으로 많은 분들이 기다리는 <제2기 부산프랜차이즈사관학교>가 2월 23일 ~ 4월 20일(매주 수요일, 8주간, 오후 2시~6시) 개강한다. 이에 부울경지회는 2월 모집기한에 맞추어 현재 제2기 부산프랜차이즈사관학교 교육생 모집을 시작하였고, 문의 폭주로 2기 또한 빠르게 마감될 것으로 예상하며 바쁜 하루하루를 보내고 있다.



**\* 제2기 부산프랜차이즈사관학교 교육생 모집**  
- 2022년 2월 23일 ~ 4월 20일(매주 수요일, 8주, 오후2시~6시)  
- 안내 및 신청 : [www.kfabug.or.kr](http://www.kfabug.or.kr) 팝업참조

KFA

**3.** 아직까지 끝나지 않은 코로나로 모두가 지쳐있지만 부울경지회 회원사들은 일상이 빨리 돌아오길 바라며 소통하며 힘을 합치고 서로의 버팀목들이 되어 노력하고 있다. 올 한 해 모두가 검은호랑이의 기운을 받아 그 어느 해보다 화목하고 행복이 충만하고 뜻하는 모든 일에 발전과 번창이 있기를 마음깊이 기원합니다.



## 2022년 2월 ~ 4월 교육일정 안내

※ 자세한 커리큘럼 및 신청은 교육원 홈페이지 www.edukfa.or.kr 및 협회 홈페이지 www.ikfa.or.kr 참조 바랍니다.  
 ※ 교육 일정 및 장소 등은 사정에 따라 변동될 수 있습니다.

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 CS			
기 간	2월 17일(목) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 프랜차이즈 가맹본부 브랜드 및 마케팅 업무 수행(예정)자  
 목 표 : 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저의 가맹점 내 고객응대 및 서비스 역량 향상  
 훈련내용 : 프랜차이즈 가맹점 고객관리 및 응대서비스

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 지역점포마케팅			
기 간	2월 22일(화) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 가맹관리 및 법무분야 업무수행자 혹은 수행예정자  
 목 표 : 체계화된 지역 점포 마케팅(LSM)의 이론과 실전스킬을 토대로 지역특성을 고려한 점포 맞춤형 마케팅 전략 수립 능력 함양  
 훈련내용 : 지역점포마케팅(LSM)전략 수립 및 구축 등

[재직자 무료교육] 가맹상생과 분쟁예방			
기 간	3월 10일(목) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 슈퍼바이저 및 마케팅 분야 업무수행자 또는 수행예정자  
 목 표 : 가맹사업단계별 실제 분쟁사례 및 예방 방안과 가맹본부-가맹점간의 갈등관리 및 상생 전략 학습을 통해 가맹사업 분쟁의 사전 방지 역량 함양  
 훈련내용 : 가맹사업 분쟁예방 전략, 가맹 상생방안, 가맹점 갈등예방 및 협의전략 등

[재직자 무료교육] FC 신규 브랜드 사업성 분석			
기 간	3월 17일(목)~18일(금) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 가맹본부 영업전략 및 마케팅분야 업무 수행자 또는 수행예정자  
 목 표 : 사업 아이템의 시장성 평가를 위한 사업환경, 고객, 경쟁자, 공급자, 제품, 판매 측면에서의 분석을 통해 사업타당성 및 성공가능성 분석  
 훈련내용 : 신규 아이템 발굴, 사업 타당성 검토, 내외부 환경분석 등

[재직자 무료교육] 가맹계약의 이해			
기 간	3월 29일(화) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 슈퍼바이저 및 마케팅 분야 업무수행자 또는 수행예정자  
 목 표 : 가맹계약 작성 및 해석 원칙과 계약서 필수 기재사항, 핵심 내용 학습을 통해 효과적인 가맹계약 체결 및 관리능력 함양  
 훈련내용 : 가맹계약 기본 / 가맹계약서 조항별 검토 / 가맹계약서 작성 실무 등

[재직자 무료교육] FC브랜드 및 마케팅전략			
기 간	4월 7일(목)~8일(금) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 프랜차이즈 광고전략 및 마케팅 업무수행자 또는 수행예정  
 목 표 : 브랜드의 목표, 목적, 비전 등을 수립하여 브랜드 경영의 기초 확립은 물론, 차별화된 마케팅 전략수립 역량 함양  
 훈련내용 : 브랜드 컨셉 도출, 브랜드 전략 수립, 마케팅 실행계획 수립 등

[재직자 무료교육] FC 빅데이터 상권분석(기초)			
기 간	4월 14일(목) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행자 또는 수행예정자  
 목 표 : 상권 및 점포개발이론, 관련 기본지식을 학습을 통해 가맹점 입지를 설계할 수 있는 기초역량 함양  
 훈련내용 : 상권 및 입지분석 개념 및 프로세스, 상가건물임대차보호법, 상권 유형별 입지전략, 상권분석 데이터수집 및 프로그램 활용 기초 등

[재직자 무료교육] FC 가맹영업			
기 간	4월 21일(목) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 슈퍼바이저 및 가맹영업 업무수행자 혹은 수행예정자  
 목 표 : 가맹점 영업전략 수립, 고객상담 전략 습득을 통한 프랜차이즈 가맹영업 능력 함양  
 훈련내용 : 가맹영업 전략 및 가맹상담 기법 등

[재직자 무료교육] 불공정거래행위 분쟁관리			
기 간	4월 26일(화) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자  
 - 가맹관리 및 법무분야 업무수행자 혹은 수행예정자  
 목 표 : 분쟁 조정 및 소송 프로세스의 이해와 불공정거래행위 사례 및 대응전략 파악을 통한 가맹사업 관리능력 함양  
 훈련내용 : 분쟁조정 및 소송 프로세스, 불공정거래행위 사례 및 판례 이해 / 분쟁조정 및 소송 대응전략 등

### 2021.12.8~2022.1.14 신규회원 현황

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	가입일
협력회원	(주)베어로보틱스코리아	베어로보틱스	정보통신업	남민수	2022.01.03.
	(주)은해씨월드	-	도소매업	최성돈	2022.01.04.
	주식회사 에드윈	미리내 키오스크	제조업	이병복	2022.01.05.
	(주)지니스안경체인	지니스안경	도소매업	천영규	2022.01.11.
	현대로보틱스	현대로보틱스	제조업	함판식	2022.01.11.
	주식회사 동구전자	티타임커피	제조업	한정숙	2022.01.14

## 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 통하나 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

### II. 행동지침

#### 1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

나. 회원사는 물적, 인적 시스템 구축 강화해 경쟁력을 높이고 수익 개선을 위한 다양한 제도 개선에 적극적으로 앞장선다.

다. 회원사는 정확하고 과학적인 정보를 바탕으로 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 지속 노력한다.

#### 2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.

나. 회원사는 어떠한 표현방법에 있어서도 가맹점주가 되고자하는 고객을 기만하거나 오인하지 않도록 준수한다.

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

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

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

#### 3. 공정한 경쟁과 거래

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

나. 회원사는 제반 법규를 철저히 준수하며 상도리에 따라 공정하게 경쟁한다.

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

#### 4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

#### 5. 동반상생을 통한 기반 마련

가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 동방성장 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.

# 착한 K-프랜차이즈는 일·자리·상생이다

## 한국프랜차이즈산업협회는

### ‘착한 프랜차이즈’ 운동을 선도합니다.

코로나 19 위기 극복을 위해 가맹점을 지원하는 ‘착한 프랜차이즈’ 회원사 100여곳을 발굴해 널리 알리는 등 공정한 거래질서와 상생 협력 확산을 이끌고 있습니다.

### ‘K-프랜차이즈’의 우수성을 널리 알립니다.

WFCA(세계프랜차이즈협회)·APFC(아시아태평양프랜차이즈연맹) 총회 참가·개최로 세계 각국의 프랜차이즈 업계와 교류하고 국내 업체의 해외 진출을 활성화해 ‘K-프랜차이즈’의 우수성을 널리 알리고 있습니다.

### 일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

프랜차이즈 산업은 국가 GDP의 6.9%(매출 120조원)와 경제활동인구의 4.5%(종사자 수 125만 명)를 갖춘 기반 산업으로, 일자리 창출과 안정적인 창업의 순기능을 활성화해 국가 경제와 서민 경제에 기여하도록 노력하고 있습니다.

# 한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택 1	<p><b>프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다!</b> <b>프랜차이즈 산업인의 권익 대변</b></p> <p>한국프랜차이즈산업협회에 가입된 모든 회원사는 가맹사업진흥법과 가맹사업법으로부터 철저한 보호를 받을 수 있습니다.</p>	혜택 2	<p><b>성공 창업의 요령!</b> <b>국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급</b></p> <p>국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 개최 부스 참가 시 행사 후 부스비 10%의 환급 혜택을 드립니다.</p>
혜택 3	<p><b>해외진출을 꿈꾸는 회원사에게!</b> <b>해외진출 사업지원 지원</b></p> <p>프랜차이즈 가맹본부의 글로벌한 영업 확장을 위해 해외 진출 사업을 통한 다각적인 지원을 도와드립니다.</p>	혜택 4	<p><b>프랜차이즈 전문가를 향한</b> <b>프랜차이즈 정부무료교육 외</b></p> <p>프랜차이즈 국가인적자원 무료교육 가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육, 프랜차이즈최고전문가, 프랜차이즈 5.0리더, 프랜차이즈사업 전략전문가, 슈퍼바이저 전문가 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다.</p>
혜택 5	<p><b>가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등</b> <b>각종 정책 정보 제공</b></p> <p>피해 및 분쟁 발생 시, 또는 법률·세무 자문과 정책 정보가 필요한 회원사에게 변호사, 회계사, 세무사 등 자문위원과의 상담 기회를 제공합니다.</p>	혜택 6	<p><b>최고경영자(CEO)대상</b> <b>윤리준수교육 프로그램</b></p> <p>프랜차이즈 산업의 위상을 높이고 최고경영자(CEO) 수준을 향상시키는 것은 물론 글로벌시대에 맞는 윤리경영의식을 함양시켜 드립니다.</p>
혜택 7	<p><b>학사 및 석사</b> <b>학위 과정 장학금 혜택</b></p> <p>경희사이버대학교 전학과, 서울디지털대학교 전 학과, 세종사이버대학교 전 학과, 단국대학교 경영대학원 물류유통, 가천대학교 경영대학원 글로벌프랜차이즈, 세종대학교 경영전문대학원 프랜차이즈 경영 등 기타 최고위 과정의 장학 혜택이 있습니다.</p>	혜택 8	<p><b>CEO포럼, 법률 세미나 등</b> <b>포럼·세미나 행사 참가</b></p> <p>정기 프랜차이즈 전망세미나, 프랜차이즈 법률 심포지엄, 성공창업전략 세미나, 프랜차이즈 해외진출 세미나 등 다양하고 알찬 행사에 참가할 수 있습니다.</p>
혜택 9	<p><b>새로운 홍보 플랫폼</b> <b>홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보</b></p> <p>프랜차이즈의 미래를 위한 희망의 전파! 각종 회원사 홍보, 인터뷰 및 행사 정보를 협회 홈페이지 및 각종 매체와 공유 할 수 있습니다.</p>	혜택 10	<p><b>300명 수용 가능한</b> <b>협회 교육장 임대 할인 혜택</b></p> <p>사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는 협회 교육장을 20% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다. (4시간 이상 기준)</p>
혜택 11	<p><b>각종 규제 개선 건의</b> <b>대정부 정책 건의</b></p> <p>가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등 법안 제정 및 개정에 적극 참여할 수 있습니다.</p>	혜택 12	<p><b>회원사 대상 복지 서비스</b> <b>꽃배달, 렌탈몰·스토어케어, 안심폐업보험</b></p> <p>협회 회원사 꽃배달 할인, '가맹점 비용 절감' 렌탈몰, '창업 리스크 경감' DB손해보험 가맹점 안심폐업보험, 점포 관리 서비스 제공 '스토어케어' 등 회원사 복지 혜택을 이용하실 수 있습니다.</p>
혜택 13	<p><b>프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류</b> <b>다양한 친목 프로그램 참가</b></p> <p>협회 내 분과위원회 활동, 신입회원사간담회 워크숍, 봉사활동, 프랜차이즈산업인의 날, 송년회 등 다양한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다.</p>	혜택 14	<p><b>한국프랜차이즈산업협회 회원사를 위한</b> <b>종합검진 할인 혜택</b></p> <p>협회 회원사 건강지킴이 캠페인의 일환으로 서울아산병원 건강증진센터에서 특별혜택을 제공합니다.</p>
혜택 15	<p><b>최고 권위의 프랜차이즈 업계·정책 전문지</b> <b>&lt;월간 프랜차이즈 월드&gt;무료구독</b></p> <p>프랜차이즈산업인들의 현장 및 활동상을 탐사 기획하고 산업에 대한 정책 수립에 대응하며, 유기적인 소통의 장으로 회원사를 널리 알리고 있는 공식 협회지 월간 프랜차이즈월드 잡지 무료 구독 특별혜택을 제공합니다.</p>	혜택 16	<p><b>문자 메시지, SNS 등을 통한</b> <b>업계 최신 뉴스·소식 안내</b></p> <p>회원사 전용 네이버 밴드와 문자메시지를 통해 매일 중요한 업계 뉴스를 선별한 뉴스클리핑 서비스와 신속·정확한 주요 정책 소식 안내 서비스를 제공합니다.</p>

☎ 회원가입 관련문의: Tel. 02)3471-8135-8, 070-7919-4145(직통)

※ KFA 홈페이지: <http://www.ikfa.or.kr> / 주소: 서울시 강서구 공항대로61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101, 102호(등촌동, 647-26)

# 회원가입 신청서

정회원  협력회원

## 신청인 정보

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 :	가 입 경 로	<input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인( ) <input type="checkbox"/> 기타( )
계 작 정보	<input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장		출 금 일 자	매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일
회 사 명			계 작 번 호	
대 표 자 명			주 민 등 록 번 호 (사업자등록번호)	
월 납 입 액	금	원 (₩ )	협 회 계 작 번 호	국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주: 한국프랜차이즈산업협회

### 【CMS 출금이체 약관】

- 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오.
- 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다.
- 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다.
- 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다.
- 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되어지며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다.
- 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다.
- 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 합니다.
- 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다.
- 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다.
- 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 긴급제정경계명령」의 규정에 따라 동의합니다.

### 【개인정보의 제공 동의서】

위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국 프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.

모든 약관동의의 ( 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 강서구 공항대로 61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101, 102호 우)07563

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

신청일자 2022년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 :

(인)



# 프랜차이즈월드 Franchise WORLD

## 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 공식 격월간지입니다.

### 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: 510만명
- 월간 조회수: 20만명
- 프랜차이즈 7,200 브랜드 순위 검색 사이트

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.

 종합광고대행사 **KFN에드콤** ☎02.556.7889  
서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)

# 국가대표 식품자동포장기 Enterpack®



깔끔하게!  
안전하게!  
편리하게!

식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!



www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인



대표번호 031-434-9020