

? 창업박람회, 다 똑같은가요?
대한민국 최대규모 창업상담 박람회

가맹사업 확장을 위한
최고의 방법

IFS 프랜차이즈
창업박람회

2023-24년 참가업체 모집중

IFS는 귀사의 성과를 위해 차별화된 솔루션을 제공합니다.

자세한 사항은 지금 바로 문의주세요!

서울
하반기

23년 10월 5일 - 7일
COEX

서울
상반기

24년 3월 21일 - 23일
COEX

T. 02-561-6172 E. info@ifskorea.co.kr H. www.ifskorea.co.kr

| 주최 | KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

| 주관 | RX coex

프랜차이즈월드

Vol.63 2023

“필수품목 정보 계약서에, 변경시 협의의무”

Korea Franchise Association

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Franchise

Vol. 63 2023

WORLD

Cover Story

“필수품목 정보 계약서에, 변경시 협의의무”

공정위 입법 추진...“산업 위축” 우려 높아

“소비 위축” vs “매출 변화 없다”

후쿠시마 오염수 방류... 그 후 한달

Special Report

주류소매업자, 구입가 이하 판매 허용

제12기 KFCEO 과정 개강

2023 제55회 IFS 프랜차이즈창업박람회 성료

일회용품 보증금제도 전(全) 업종 확대시행만이 답이다

People & Company

강창민 당신은치킨이땡긴다 대표

승영욱 포스페이스랩 대표



www.franchiseworld.kr
부수인증매체
한국ABC협회

KFA
Korea Franchise Association

franchise *buffet*



먹고싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨

Sushi-Roll & Salad Bar

정성 가득히 늘 최선을 다하는 쿠우쿠우입니다.

고객센터/가맹문의 1577-4841



쿠우쿠우
Sushi-Roll & Salad Bar

당신만의 특별한 디자인!
내가 원하는 스타일리시한 디자인으로 '카페창업'하다

CREM
A Welbilt Brand



▲ 말레이시아 House of Wheat 매장의 크렘 EX3



EX3
Modular by design



· 2020 IF 디자인 어워드 수상
· 2020 레드 닷 디자인 어워드 수상
· 2020 골드 메탈 ADI 어워드 수상



Pulse

프랜차이즈
카페 창업

(주)에이덴은 딜러사, 지사, 프랜차이즈 등, 약 800여 개 협력사와 함께 성장해 나가고 있는
국내 최고의 커피 머신 수입 회사입니다.
카페 플랜트 관련 기기 및 기구를 유통하는 토탈 카페 솔루션 시스템을 지향하고 있습니다.

EIDEN
espresso machine

www.eiden.co.kr

프랜차이즈 카페 창업 문의 1577-4036



국가대표 식품자동포장기

Enterpack®



깔끔하게!
안전하게!
편리하게!

식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!



대표번호 031-434-9020

www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인



www.enterline.com

33떡볶이
& 꼬마김밥

33떡볶이, 프랜차이즈의 틀을 깨다!



창업문의

080.868.3355

www.success100.co.kr

HACCP 인증을 받은 모기업 (주)산돌식품은 20년 이상 웰빙푸드를 연구·제조하는 대한민국 최고의 중견 식품기업입니다.



자체 공장 보유
업계 최저 원가율



33만의 독창적인
가맹점 밀착관리 시스템
① 33 DCS ② 1030 CARE



손쉬운 운영 가능
인건비 DOWN 효율 UP



(주)아르푸 대표 황은주

아르푸가구는 2000년에 설립한 주문제작 가구 전문 회사 KTA그룹의 브랜드입니다.

KTA그룹은 한국T.A 운영을 기반으로 (주)티오피퍼니처, 국내 및 해외에 직영공장(생산시설)을 갖추고 있어 최소한의 시간 내에 완성도 높은 제품을 제공하며 합리적인 가격, 체계적인 품질관리가 가능합니다.
직영매장 아르푸를 통해 직접적인 소통으로 고객의 니즈를 파악하고 고객의 요구를 즉시 반영합니다.

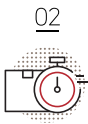
/ 사업분야

- | | | |
|-------|--|--|
| 창업가구 | | 프랜차이즈 · 레스토랑 · 식당 · 호프&펍 · 카페 · 스터디카페 |
| 숙박가구 | | 호텔 · 모텔 · 펜션 · 리조트 · 요양시설 · 게스트하우스 |
| 사무가구 | | 사무실 · 중역실 · 회의실 · 접견실 · 강당 · 휴게실 · 탕비실 |
| 설계가구 | | 관공서 · 전시장 · 도서관 · 홍보관 · 컨벤션 · 교육/의료시설 |
| 가정용가구 | | 거실가구 · 침실가구 · 주방가구 · 홈카페 · 홈오피스 · 소품 등 |

/ 아르푸 서비스



01
업계 최고 전문 상담원
배치로 믿을 수 있는 상담



02
20여년 경력의 국내
제조 공장 보유로 누구보다
빠르게 제조 및 납품 가능



03
가장 중요한 사후 관리
또한 확실하게

ONE STOP
SYSTEM



/ 아르푸가구 납품현장



이여곰탕



먹보한우



아비꼬



더벤티



달콤커피



카페온화



홀릭 스터디카페



서울대학교



미식 기행, 답을 찾다 ...

점포별 매장전경



[미도인 종로]

[미도인 강남]

[미도인 성수]

[미도인 홍대]

[미도인 여의도]

[미도인 의정부]

오늘도
김가네

같은 음식이라도, 담아내는
진실한 마음은 모두가 다릅니다.

. 2021년 신메뉴, 치킨마요덮밥 .





2023 올해의 브랜드파워 1위 수상



2023 한국 브랜드 만족지수 1위 수상

피자먹다 글로벌 진출



〈태국 마스터프랜차이즈 체결〉



〈싱가폴&말레이시아 마스터프랜차이즈 체결〉

이것이 진짜 1인 피자클라스! 줄서서 먹는 진짜 1인 피자



피자먹다

창업문의 02)354-2021

www.eatpizza.co.kr

매 기수 모집 1879 GOLF&Wine 교육과정

와인CEO 최고위과정 50기 입학 안내

CEO 10,000인 클럽의 멤버가 될 수 있는 기회, 와인 CEO 최고위 과정 50기로 초대합니다.

- ❗ 교육장소 : 1879강남와인스쿨
- ❗ 교육기간 : 2023년 11월 1일(수) ~ 2024년 2월 21일(수)[주1회 4개월 과정]
정규수업 : 매주 수요일 18:00~21:00
주요활동 : 와인사교파티, 반 모임 및 동호회 모임, 워크숍, 졸업여행
- ❗ 교육비 : 350만원(기업은행 257-088782-04-011 강남와인스쿨)
워크숍 및 졸업여행 비용 별도

교육 특전 60만원 상당 고병탈 유틸리티 증정

- ❗ 등록기간 : 2023년 11월 1일(수) 까지 선착순 마감
- ❗ 문 의 : CEO교육팀 Tel. 1577-7479 www.gangnamwine.com

KLPGA · KPGA 프로와 함께하는

골프 CEO 마스터 과정 11기 모집

- 교육 기간 2023년 11월 16일 ~ 2024년 2월 8일(매주 목요일) 13주 과정
- 과정 특징 전담 책임 프로 시스템 운영(1:7로 전교육과정 관리)
피팅 분석을 통한 개인 클럽 제공 / 교육 중 사용(Only 골프화만 준비)
GC QUAD로 클럽 및 스윙 분석 후 레슨 진행
- 교육 장소 이 론 : 강남와인스쿨 교육장(서울 서초구 매현로 16 라시따델라모다 6층)
실 습 : 양재 스포타임 골프연습장, 1879골프 피팅센터
- 교육 특전 VF79 무진동 퍼터 제공(79만 상당)
- 교육 비용 350만원 수협은행 0079-9191-1879 강남와인스쿨
- 입학문의 대표전화 1855-1879 www.1879golf.com

약속의 땅, 미래100년의 도시

2023

통영수산물 식품대전

INVITATION



약속의 땅 미래 100년의 도시 통영시에서 관내 수산물기업의 판로개척을
지원하기 위해 2023 통영수산물식품대전을 개최합니다.

사전접수 해주시는 분께는 통영굴 김장권 및 한덕수산 가리비 시식권을 제공합니다.

2023년 10월 20일(금)~22일(일)

SETEC 제2전시장

서울특별시 강남구 남부순환로 3104
3호선 학여울역 1번출구

시 간_ 11:00 ~ 20:00 (20일/21일)
11:00 ~ 15:00 (22일)

EVENT

20일/21일
15:00~16:00 ▶ 한덕수산 가리비 나눔행사

20일/21일
17:00~18:00 ▶ 김치명인강혜자
통영굴 김장나눔축제
(강원도 중년여성 CEO연합회)

▶ 수산물 경품추첨

RSVP 통영시청 수산과 010)3726-6856



경품추첨 및 사전접수 성명 :

H.P :

- ☑ 2024년 최저임금 인상!
- ☑ 나날이 오르는 각종 공과금!
- ☑ 11월 24일 일회용품 사용규제 확대!

이 모든 고민을 한 번에 해결할 수 있는

에코몬 초음파세척기

“하루 커피 한 잔 값”으로
사용할 수 있는 렌탈 상품 출시!

업소용 초음파세척기



렌탈기간동안 무상 A/S는 **담+**



업소용 초음파세척기

빌트인 초음파세척기



빌트인 초음파세척기



상담 문의 010.6247.3754

에코몬



명품 친환경 전문기업 (주)에코몬
ecomon

소비자 건강 중심의 치킨 및 한식 가맹본부 경영전략 세미나

customer news content campaign testing team plan forum design price followers innovati
Internet marketing Profit Project Social
networks mail Project Social
SEO domain advertising links mobile

건강한 삶을 추구하는 소비자들의 관심은 더욱 커져만 가고 있습니다. 특히 즐거운 건강관리를 지향하는 헬시 플레저(Healthy Pleasure) 트렌드에 따라 저당, 저염, 저칼로리 음식과 영양성분 표시정보를 찾는 소비자들도 증가하고 있습니다.

프랜차이즈산업연구원과 한국프랜차이즈산업협회는 매출감소로 어려움을 겪고 있는 치킨업체들에게 위기를 넘어 새로운 도약을 위한 방안을 제시하는 세미나를 개최합니다. 많은 참석 부탁드립니다.

● 행사개요

- 일시 : 2023년 10월 31일 (화) 오후 13시~17시 30분
- 장소 : 서울역 공간모아 10층
서울특별시 중구 통일로 26 한일빌딩 10층
서울역 3번출구에서 100m거리로 1층의 한진렌터카 한일빌딩

● 문의 및 신청

■ 프랜차이즈산업연구원 (www.ifis.co.kr)

- 담당자 : 김윤서 팀장
- 전화 : 02)2233-4750
- E-mail : ifis20@naver.com

● 참가비용

- 무료
- 강의안 무료 제공

■ 한국프랜차이즈산업협회 (www.ikfa.co.kr)

- 담당자 : 이준호 사원
- 전화 : 02-3471-8135
- 팩스 : (02)-3471-8139
- E-mail : jhlee@ikfa.or.kr

홈페이지(www.ifis.co.kr 또는 www.ikfa.or.kr)에서 신청서를 다운로드하여 작성 후 메일 또는 팩스로 접수

일 정

시간	주 제	내 용
12:30-13:00	등 록	현장등록
1부 : 치킨 및 한식업의 자율영양표시 정보 및 알레르기 유발물질 표시방법		
13:00-14:00	자율영양표시 정보 및 알레르기 유발물질 표시방법과 개선방안 (김윤서 박사, 프랜차이즈산업연구원)	-치킨 및 한식업 가맹본부의 자율영양정보 표시 현황 -영양성분 분석 및 표시 방법과 우수사례 -알레르기 유발물질 표시 방법과 우수사례
14:00-15:00	식품위생법과 식품표시광고법 및 음식점 위생등급제에 대한 이해 (구교민 대표, 케이엠에스컨설팅)	-식품위생법과 표시광고법의 주요 내용 -음식점 위생등급제의 도입 및 활용방안
15:00-15:20	Break Time	
2부 : 치킨 및 한식업의 나트륨 저감화 메뉴 개발 방법		
15:20-16:20	헬시 플레저 현상과 나트륨 저감화 트렌드 (이선미 교수, 대전대학교 식품영양학과)	-소비자의 헬시 플레저 현상과 소비행동 변화 -국내외 외식업계의 나트륨 저감화 트렌드와 대응방안
16:20-17:20	나트륨 저감화 메뉴 개발방법과 성공사례 (이승택, 김태수 전문위원, 프랜차이즈산업연구원)	-나트륨 저감화 메뉴 개발 및 조리 방법과 염도계 측정 방법 -치킨/한식의 나트륨 저감화 메뉴 개발 사례
17:30	폐 회	

[가맹본사들의 고민] 어떻게 프랜차이즈 브랜드를 홍보할까?

브랜드 홍보와 가맹점 모집을 쉽고 편하게!!!



하이프랜차이즈



[협력사들의 고민] 어떻게 프랜차이즈 업체와 연계할까?

새로운 고객창출을 위한 기회!!!



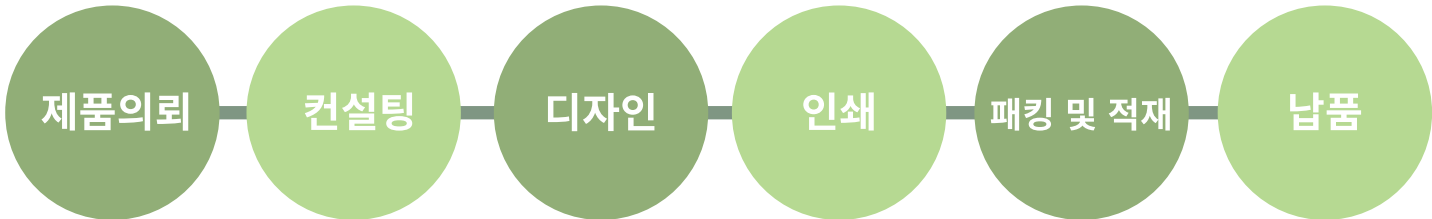
하이프랜차이즈

하이프랜차이즈

www.hi-franchise.com 전화상담 : 한국컨테크 (02-2233-4750)



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



더 특별한 프리미엄 수제패티 SG버거가 나타났다!

SG 버거 3,800원

전속모델 이승기

피넛슈가볼 (3P) 3,000원

후라이드 아이스볼 (플레인/초코 - 2P) 4,900원

BULGOGI

CREAM CHEESE

SG불고기버거 3,800원

SG 수제 패티 위에 불고기 특제 소스로 깊은 육향을 느낄 수 있는 버거

SG크림치즈버거 4,800원

크리미한 화이트 치즈 소스와 훈연된 베이컨으로 풍미를 더한 크림치즈버거

※상기 이미지는 실제 제품과 다를 수 있습니다.

인덕션 스페셜리스트! 제이쿡입니다.

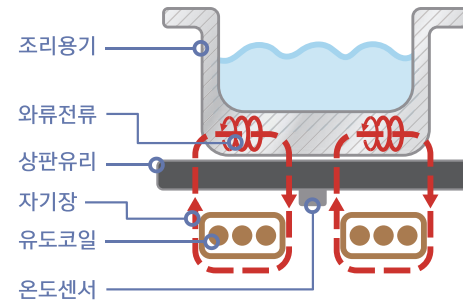
고급스러운 디자인에 압도적 기술력을 더한
프리미엄 인덕션으로 당신의 주방을 바꿔드립니다.



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 공간
에 맞게 색상과 디자인을 커스
텀해 진정으로 나만의 주방을
만들어 드립니다.

+ 스마트한 인덕션 컨트롤



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

맞춤 인덕션



객장용

손님의
만족도를
최상으로!



주방용

주방운영
시스템
극대화!



산업용

산업현장
고민
해결사!



이별의 아픔
노을라이프가
함께 나누겠습니다.

The Letter from President

021 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

023 이진창 발행인 인사말

Cover Story

024 “필수품목 정보 계약서에, 변경시 협의의무”
공정위 입법 추진...“산업 위축” 우려 높아

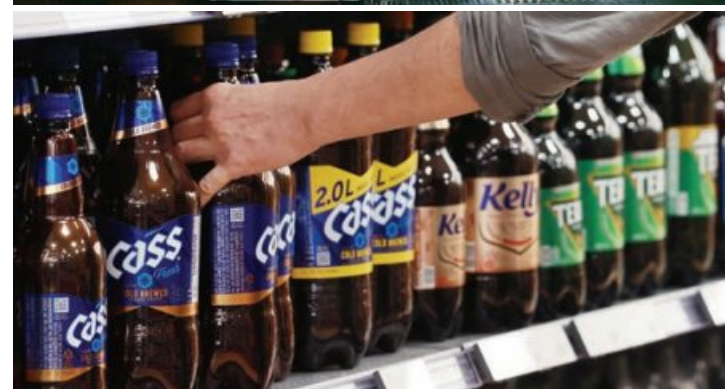
028 “소비 위축” VS “매출 변화 없다”
후쿠시마 오염수 방류...그 후 한달

Special Report

- 032 “주류소매업자, 구입가 이하 판매 허용”
국세청 주류거래질서 지침 확정
- 034 ‘일회용 컵 보증금제’ 전국 시행 철회
환경부, 관련 법 개정 후 지자체 자율
- 036 제12기 K-프랜차이즈 CEO(KFCEO) 과정 개강
58명 신입 원우 입학식 개최
“리더 양성해 K-프랜차이즈 위상 높일 것”
- 040 ‘2023 하반기 제55회 IFS 프랜차이즈창업박람회’ 코엑스 개최
10.5~10.7 3일간 코엑스 C·SS홀서
200개사 500개 부스 최대 규모
- 044 중소기업계 “중대재해처벌법 적용 시기 2년 유예해야”
- 045 자영업자 올리는 김영란법 “식사비 인상은 언제”
- 046 코로나19 감염병 등급 4급 하향 조정
- 047 배달앱 이용자 7월부터 다시 증가세
- 048 생산자책임재활용제도 올해부터 강화
- 049 물가안정 말하지만...프랜차이즈 업계 속앓이
- 050 [기고] 일회용컵 보증금제도, 전(전) 업종 확대시행만이 답이다

Hot Issue

- 052 ‘프랜차이즈 체험창업 프로그램’ 참여자 선착순 모집
- 053 싱가포르 최대 박람회 FLAsia서 K-프랜차이즈 열풍
- 054 한국프랜차이즈협회, 회원사 가맹점 풍수해보험 무료가입 지원 재개
- 055 협회-㈜제비그룹, 소상공인 경영환경 개선 MOU 체결
- 056 [기고] 생협력 우수 가맹본부 선정 사업
가맹본부·가맹점주간 상생 문화 확산 촉진제 활약 기대하며



프랜차이즈 순위를 알면,
성공 창업이 보인다!

창업도

changupdo.com

프랜차이즈 브랜드 누적 조회수 1,100만건
주간 평균 조회수 10만건 돌파!



EVENT

예산이 적어도 가능합니다.

전문 상담사의 합리적인 맞춤 견적으로
최신 트렌드 홈페이지 제작과
온라인 마케팅을 도와드립니다.

대표전화 : 02.556.7889

Organ News

- 058 공정위-지자체, 가맹분야 성과 공유 간담회 개최
- 059 김밥 등 분식류 배달음식점 위생점검...13곳 적발·조치
- 060 햄버거 프랜차이즈 만족도, '주문과정' 높고 '가격·부가혜택' 낮아
- 061 혼자 주 5.9일 영업하는데...월 평균소득 263만원

People & Company

- 062 강창민 당사는치킨이맹킨다 대표

franchise Highlight

- 066 식약처 지원'나트륨·당류 저감' 메뉴 선보여
- 067 제33기 프랜차이즈 최고전문가 과정 입학식 진행

Guide Post

- 078 기업가형 소상공인 생태계 조성하려면-②

Association News

- 082 한국프랜차이즈협회 청강희·원할머니보쌈족발, 2022 항저우 아시안 패러게임 후원
- 083 '상생 프랜차이즈 인증제 도입' 가맹사업진흥법 발의
- 084 제42기 연세대 프랜차이즈 최고경영자과정(FCEO) 입학식 개최
- 084 협회 산하 분과위원회, 정기 모임 및 행사로 친목 도모 강화
- 086 [기업탐방] 포스페이스랩 승영욱 대표
- 087 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 085 구독안내

Column

- 068 컨설팅 - 이경희
맘스터치가 블루칩으로 성장할 수 있었던 비결
- 070 마케팅 - 장재남
예비창업자, 1억원 미만 외식업 선호
- 072 법률 - 안철현
라이선스계약과 프랜차이즈, 선택은
- 074 세무 - 최인용
상표권 로열티를 안 받으면 어떻게 될까
- 076 노무 - 이금구
50인 미만 사업장 휴게시설 설치 의무화



“K-프랜차이즈여, 세계는 넓고 할 일은 많다”



한국프랜차이즈산업협회장
정현식

청명하고 높은 가을 하늘 아래 오곡백과가 무르익어 모든 것이 풍성하고 활동하기 좋은 가을이 찾아왔습니다. 우리 프랜차이즈 업계도 코로나19 엔데믹 시대를 맞아 오랜 어려움을 떨쳐내고 활발하게 사업활동을 회복해 가고 있습니다.

지난 10월 5~7일 코엑스에서 열린 <2023 하반기 IFS 프랜차이즈 창업박람회>에는 움츠려 있던 외식업체 참가부스들이 눈에 띄게 늘었습니다. 그간 외식업체는 로봇·자동화, 배달·테이크아웃 및 비대면 주문·결제 등 특화 모델로 위기 극복을 모색해 왔습니다. 그러나 최근에는 완만한 경기 회복세에 힘입어 업계가 다시 본격적인 재도약에 나서고 있습니다. 박람회 현장에서도 대부분의 외식업 부스들에 상담객들이 가득 들어차며 모처럼 활기가 가득한 모습을 볼 수 있었습니다.

그러나 현재 국내 프랜차이즈 산업은 현재 여전히 어려운 상황이 지속되고 있어 새로운 돌파구가 필요한 시점입니다. 안정적인 창업 수요가 늘면서 가맹본부와 가맹점 수도 크게 늘었으나, 산업의 매출 규모는 수 년째 120조원 대로 정체돼 있고 가맹점당 평균 매출액도 마찬가지입니다.

시장이 과도하게 포화된 상황에서 올해 하반기 3고(高) 현상이 다시 기승을 부리기 시작하면서 조만간 가격인상 러쉬가 재현될 조짐마저 보이고 있습니다. 우리 산업인들이 늘어난 규모만큼 내실을 충실히 다져 재도약을 모색하는 한편, 시장 과포화 문제 해결과 신성장동력 확보를 위한 해외진출 활성화가 매우 절실한 상황입니다. 우리 프랜차이즈 산업은 핵심 노하우를 기반으로 하는 지식기반 산업으로, 해외진출이 용이한 장점을 갖고 있습니다. 지난해 말 기준 120여개 외식 기업이 40여개 국가에서 3,400여개 매장을 통해 한류 열풍을 함께 만들어 가고 있습니다.

코로나19 이후 잠시 주춤했던 기업들도, 이제 코로나19 엔데믹 시대를 맞아 더욱 적극적인 해외진출에 나서고 있습니다. 많은 국내

기업들이 로봇, 자동화, 무인, 스마트오더 등 코로나19로 같고 닮은 푸드테크 역량과 브랜드 역량을 결합하여, 더욱 진일보한 사업모델로 해외 시장을 두드리고 있습니다.

특히 주목할 만한 부분은 기존의 중국과 동남아 집중 현상에서 벗어나, 프랜차이즈의 본고장인 미국, 볼모지나 다름없었던 유럽 및 중남미, 중동 등 세계 곳곳으로 활발하게 진출이 이뤄지고 있다는 점입니다. 올해 들어 대형 브랜드뿐아니라 중견 브랜드들까지 적극적으로 해외진출에 나서면서 'K-프랜차이즈'로서 하나된 국가 브랜드 이미지를 함께 형성하고 있습니다.

우리 협회도 중소 프랜차이즈 기업들의 해외진출 활성화를 위해 꾸준히 노력하고 있습니다. 최근에는 싱가포르 박람회 참가를 지원해 계약 체결 성과를 창출했고, 이달 말 필리핀 프랜차이즈 박람회에도 대규모 한국관을 조성해 참가할 예정입니다. 또한, 정부의 지원 예산 배정과 정책수립을 위해 정책발굴 및 제안에 최선을 다하고 있습니다.

1989년 발간된 고(故) 김우중 대우그룹 회장은 '세계는 넓고 할 일은 많다'라는 자서전을 통해 새로운 활로를 찾던 우리나라 경제와 국민들에게 세계로 나아갈 길을 제시했습니다. 비록 IMF 사태 이후 빛이 바랐지만, 우물 안 개구리였던 우리나라에 그가 던진 '세계경영'의 메시지는 아직까지도 국내 산업에 간헐 있는 우리 프랜차이즈 업계에 시사하는 바가 큰 것 같습니다.

한국 문화와 음식에 대한 관심이 K-컬처와 K-푸드로서 어느 때보다 높은 지금, 더욱 많은 기업들이 세계 무대에 나아갈 수 있는 적기라 할 수 있겠습니다. 국내 프랜차이즈 기업들은 이미 세계에서 가장 치열한 경쟁을 벌이면서 높은 수준의 역량을 갖추고 있습니다. 대형·중견 브랜드들이 선제적으로 시장 개척에 나서는 지금 더욱 많은 브랜드들이 이에 동참해, K-프랜차이즈로서 국가 경제에 기여하고 기업의 새로운 성장동력을 확립할 수 있기를 기원하겠습니다. **KFA**



9월 22일 가맹사업 필수품목 제도개선 민당정협의회에서 한기정 공정거래위원장이 대책을 발표하고 있다. (사진 = 국민의힘)

“필수품목 항목·가격정보 가맹계약서에 기재하고 변경시 협의의무 신설”

공정위 필수품목 개선대책 입법 추진...“산업 위축, 영업비밀 공개” 우려 높아

WRITE | 이 호국장

공정거래위원회(위원장 한기정·이하 공정위)가 필수품목 관련 제도를 대대적으로 강화하는 입법대책을 추진해 업계의 강력한 반발과 실효성 논란이 예상된다. 당초 공정위는 지난 5월 한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 개최한 <공정 프랜차이즈 캠페인 발대식>에 한기정 위원장이 참여해 업계를 격려하고 필수품목 가이드라인 제정을 준비하는 등 업계의 자발적 노력을 촉진하겠다는 입장을 밝혀 왔다. 그러나 하반기부터 정치권에서 잇따라 실효성 있는 제도개선을 촉구하면서 지난 9월 22일 당정협의회 회의를 거쳐 <가맹사업 필수품목 제도 개선 방안>을 발표했다.

한 위원장은 추진 배경에 대해 “최근 가맹본부의 필수품목 갑질 문제가 가맹점주의 경영환경을 악화시키는 최대 원인으로 작용하고 있다”라고 하면서 “그간 필수품목 가이드라인을 배포하고 불공정행위를 제재하는 등 꾸준히 노력해왔지만 현행 제도만으로는

가맹본부의 행태를 개선하기에 한계가 있다”고 밝혔다. 이번 9.22 대책의 주요 내용은 필수품목의 실제적 요건을 정비하고 정보 공개를 확대하며, 절차적으로 지정 및 변경요건을 확립해 위반 시 과징금 등 제재하는 것이다. 공정위는 “가맹본부가 너무 많은 품목을 필수품목으로 지정하

고, 일방적으로 가격을 인상하면서, 원가에 대한 정보는 공개하지 않는 것이 가맹점주들을 고통스럽게 하는 주된 문제라고 보고 대책을 마련했다”고 밝혔다.

◇“필수품목 정보 기재, 변경시 협의 의무”

공정위는 먼저 가맹계약서의 기재사항을 규정하고 있는 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 가맹사업법) 제11조(가맹계약서의 기재사항) 2항을 개정해 필수품목 관련 정보를 가맹계약서의 필수기재사항에 추가하기로 했다. 현재 필수품목 관련 정보는 정보공개서에 기재하도록 돼 있으나, 가맹계약서에는 관련 의무가 없다. 이에 법 개정을 통해 ▲필수품목 항목 ▲필수품목 공급가격 산정방식의 2가지 항목을 제11조 2항의 필수기재사항에 새롭게 추가한다는 계획이다.

공정위는 “필수품목의 지정·변경·가격산정 일체의 거래과정을 계약에 포섭시킴으로써 가맹본부의 행태를 효과적으로 개선할 수 있을 것”이라고 하면서 “계약에 반하는 필수품목 확대 또는 불합리한 가격 인상으로 가맹점주에게 불이익이 발생할 경우에는 가맹점주가 분쟁조정 또는 민사소송을 통하여 신속하게 구제받기도 용이해질 것”이라고 기대했다.

또, 공정위는 시행령 개정을 통해 ▲필수품목 변경·확대 ▲공급단가 인상 등 가맹점주에게 불리한 거래조건 변경시 성실한 협의 의무를 부과해 위반시 시정명령, 과징금 등의 제재를 가능하게 할 예정이다.

◇“필수품목 판단, 지정·변경 기준 마련”

시장에서 자율적으로 필수품목 해당 여부와 지정·변경, 단가 인상, 협의 등 행위의 위법 여부를 판단할 수 있는 기준을 마련하기 위해 ‘가맹사업거래 상 거래상대방의 구속행위의 유형에 대한 고시’도 제정한다.

현재 필수품목의 요건은 예외적 허용사항으로서 간접적으로 규정돼 있다. 가맹사업법 제12조(불공정거래행위의 금지) 제1항 제2호에서는 ‘부당한 구속조건부 거래’를 금지하고, 이에 따른 시행령 별표2(불공정거래행위의 유형 또는 기준)에서는 ‘부당한 거래상대방의 구속’을 불공정거래행위로 제시하고 있다.

다만, 3가지 조건을 동시에 충족할 경우 예외적으로 거래상대방의 구속을 허용한다고 규정하고 있는데 이것이 필수품목의 세 가지 요건으로 간주된다. 구체적으로는 ▲가맹사업 경영시 필수적일 것 ▲상표권 보호 및 동일성 유지에 필수적일 것 ▲계약 전 정보공개서를 통해 미리 알릴 것이다.

공정위는 원칙적으로는 금지 대상인 거래상대방의 구속행위의 유형을 별도로 고시로 제정해 필수품목으로 인정될 수 있는 경우를 더욱 명확히 한다는 계획이다. 구체적으로는 상세하게 위반 사례를 제시하는 방식으로 필수품목 요건을 더욱 좁힐 것으로 전망된다.

◇“연중 내내 계약서만 쓰라는 것이냐”한숨

반면, 업계에서는 필수품목 항목과 공급가격 산정방



공정거래위원회 청사 전경



지난 5월 8일 한국프랜차이즈산업협회가 개최한 공정 프랜차이즈 실천 캠페인 발대식 단체사진

의 가맹계약서 기재의무 부과 방침에 대해 심각한 우려를 보내고 있다.

현재 필수품목 항목은 정보공개서에 기재해야 하며, 브랜드별로 수십여 개에서 수천여 개에 이르는 등 천차만별이다. 정보공개서의 경우 매년 1회 정기 변경등록을 통해 갱신하고 있으나, 가맹계약서에 필수품목 항목을 기재하면 변경될 때마다 개별적으로 모든 가맹점사업자와 계약서를 고쳐야 한다. 시행령 개정을 통해 불리한 변경시 성실 협의 의무까지 부과되는 만큼 필수품목 변경 및 추가시 현장의 고충은 더욱 커질 것으로 예상된다.

가맹본부는 신메뉴 출시, 사이드 메뉴 개발, 브랜드 리뉴얼, 가격인상 및 수급량 변화에 따른 원부자재 변경, 집기·설비 변경 등 광범위한 경영활동 과정에서 필수품목을 수시로 변경해야 한다. 특히 맛과 품질에 관련된 필수품목 정책은 가맹본부의 노하우가 집약된 해당 브랜드의 결정체로 가맹본부 고유의 영역이며 가장 노력을 쏟는 부분이라 반발이 거세다.

한 업계 관계자는 “급변하는 대내외 환경에 따라 정책을 변경할 때마다 가맹점주들과 협의하고 계약서를 모두 수정해야 한다는 발상이 어떻게 가능한 것인가”라고 하면서

“치열한 경쟁에서 살아남아 통일된 고품질의 제품과 서비스를 제공하고자 전사적인 역량을 집중해도 모자랄 판에, 일 년 내내 모든 인력을 투입해 계약서로 씨름하라는 것이냐”라고 토로했다.

◇“‘Again 2019’?…한 술 더 뜨는 원가 공개”

필수품목의 공급가격 산정방식 기재 방침도 논란의 소지가 크다. 공급가격은 매입단가, 마진 운용 계획, 물량 확보 상황, 계약 상황, 향후 전망 등 여러 상황을 고려하여 품목별로 다르게 책정된다. 일률적으로 제시하기도 어렵고 모든 항목의 공급가격 기재 또한 막대한 인력과 시간이 소요된다. 변경될 때마다 계약까지 고쳐야 하니 삼중고(三重苦) 그 자체다.

무엇보다 영업비밀인 매입단가, 즉 원가 정보를 공개하는 것과 마찬가지로 점에서는 업체를 당혹케 한다. 가중치, 마진률 등이 포함되기 때문에 모든 품목의 최신 원가 정보가 고스란히 가맹점사업자에게 전달되는 것이다.

이는 마치 2019년 ‘정보공개서 필수기재사항 확대 논란’을 연상케 한다. 당시 공정위는 상위 50%의 필수품목 공급가격 상·하한선과 가맹점당 평균 차액가맹금 관련 정보를 정



지난 10월 5-7일 코엑스에서 열린 제55회 IFS 프랜차이즈 창업박람회에서 창업희망자가 상담을 받고 있다

필수품목의 공급가격 산정방식 기재 방침도 논란의 소지가 크다. 공급가격은 매입단가, 마진 운용 계획, 물량 확보 상황, 계약 상황, 향후 전망 등 여러 상황을 고려하여 품목별로 다르게 책정된다.

보공개서에 기재하도록 시행령을 개정했고, 협회는 원가와 마진률 등 영업비밀이 공개된다는 헌법소원을 제기했다. 헌법재판소는 지난해 최종적으로 기각 판결을 내리면서도, 여러 장치들이 있기 때문이라고 언급해 차액가맹금 정보의 영업비밀성을 간접적으로 인정했다. 대중으로의 공개가 금지돼 있고, 공급가격의 상·하한선을 기재하거나 생략할 수 있도록 해 정확한 가격이 나오지 않으며, 가맹점당 차액가맹금 정보 또한 전 품목의 평균으로 한정돼 있다는 점이 근거로 제시됐다.

업계에서는 공급가격 산정방식을 기재하면 매입단가와 품목별 마진률이 노출되기 때문에 이번 대책이 당시보다 더 강력하다고 보고 있다. 한 전문가는 “매입단가는 기업 입

장에서 수 많은 납품업체들과 협상하여 만들어 낸 기업 역량의 정수이자 영업비밀이며, 어느 업종에서도 매입단가를 공개하는 경우는 없다”고 지적했다.

◇고시 제정안도 불씨…협회 “강력대응 방침”

추후 고시 제정안이 발표되면 논란은 더욱 커질 전망이다. 가맹본부와 가맹점사업자 간에 벌어지는 일들은 명확하게 분류하거나 규정하기 어렵고, 복잡한 사정에서 비롯되는 경우가 많은데, 위반사례들을 다수 제시하면 가맹본부의 운신의 폭이 크게 좁아지고 사업이 크게 위축될 것으로 예상된다.

한 가맹본부 관계자는 “대다수 가맹본부들은 코로나19 위기 속에서 가맹점을 지원하면서 자영업 생태계 안정화에 크게 기여를 했다”면서 “가맹점을 돕는 착한 프랜차이즈라며 추켜세울 때는 언제고 이제 모든 가맹본부를 가맹점의 적으로 보고 있다”고 꼬집었다.

협회는 이번 대책이 가맹사업의 근간을 훼손하고 산업을 크게 위축시킬 수 있는 심각한 조치로 보고 있다. 향후 업계와 법조계, 학계, 전문가 등 각계각층의 의견을 폭넓게 수렴하여 대응 대책을 마련하고, 주요 경제단체들과 협력하여 공정위와 국회에 강력한 목소리를 전달할 예정이다. **KFN**



“소비 위축” VS “매출 변화 없다”

후쿠시마 오염수 방류...그 후 한달

WRITE | 김동하 기자

2011년 3월 12일, 후쿠시마 원자력 발전소에 사고가 발생했다. 이후 녹아내린 핵 연료와 접촉한 물이 계속 생겨났다. 일본 정부는 2021년 4월 13일, 다핵종제거설비(ALPS)로 방사성 동위원소를 처리한 후 희석하여 바다에 2051년까지 방류하겠다는 계획을 수립했다. 2023년 8월 24일, 이 계획은 실행됐다.

일본의 오염수 방류, 한달이 넘었다. 상황은 어떨까. “코로나도 길었지만 이 정도로 어렵진 않았지. 일본에서 후쿠시마 오염수를 방류한다고 하는데, 이 때문에 생선을 먹으면 안 된단 소문들이 꼬부랑 할머니부터 아기들한테까지 다 퍼지니...” 충남 보령 대천항 수산시장에서 'A수산'을 운영하는 김모(66) 씨의 말이다.

보령수협 관계자에 따르면 일반인들을 대상으로 장사를 하는 상인들은 중매인 등을 통해 위탁 판매를 하는 어업인들에 비해 후쿠시마 오염수 방류 영향을 크게 받고 있는 실정이다. 수산물의 경우 타 식품에 비해 ‘잘 못 섭취하면 위험하다’는 인식이 크게 있기도 하고 그러다 보니 이슈가 발생하면 소비심리가 큰 폭으로 위축된다는 것이다.

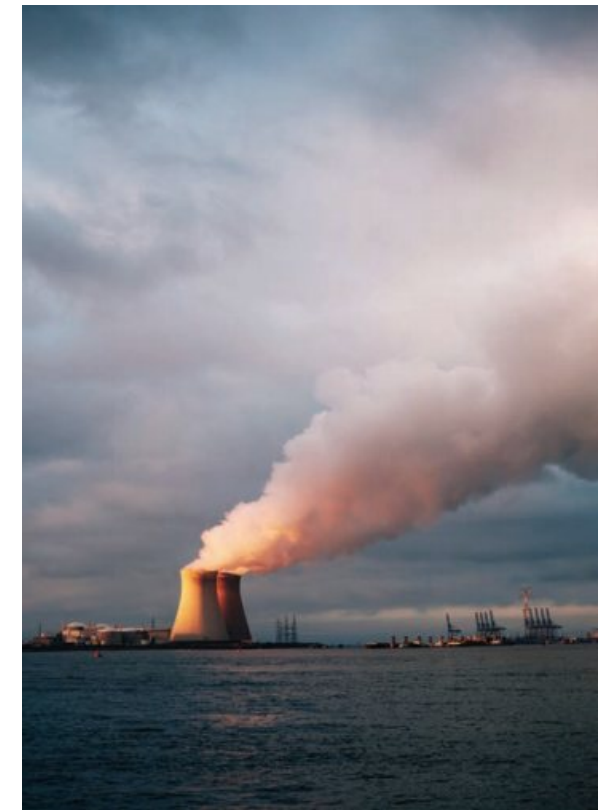
“

일반인들을 대상으로 장사를 하는 상인들은 중매인 등을 통해 위탁 판매를 하는 어업인들에 비해 후쿠시마 오염수 방류 영향을 크게 받고 있는 실정이다. 수산물의 경우 타 식품에 비해 ‘잘 못 섭취하면 위험하다’는 인식이 크게 있기도 하고 그러다 보니 이슈가 발생하면 소비심리가 큰 폭으로 위축된다는 것이다.

”

또 다른 상인 B씨는 “오염수를 바다에 방류해서 발생하게 될 환경오염 등의 문제는 물론 지적해야 한다고 본다. 그렇지만 현재 퍼져있는 이야기들은 소비자들에게 공포심을 심어 소상공인들에게 타격만 줄 뿐”이라며 “여러 매체에서 이와 관련해 정확한 과학적 분석이라든지 사실을 알리는 내용을 실어 줬으면 한다”고 밝혔다.

정부, 수산물 소비 위축 없었다



이와 반대로 소비 위축은 없었다는 주장도 나온다. 박성훈 해양수산부 차관은 9월 12일 “방류 직후인 지난 8월 28일부터 9월 3일까지 대형마트 3사 매출액은 전주 대비 11.8% 증가했다”고 말했다.

이어 “전통시장 온누리상품권 환급행사를 상시 개최하고 있는 서울 노량진 수산시장은 평소보다 손님이 더 많아 전주 대비 소매점은 17.3%, 식당은 3.5% 매출이 증가했다”고 덧붙였다. 노량진·가락·구리 도매시장 내 판매장 부산물 매출량 역시 전주 대비 3.1%, 작년 대비 9.2% 각각 증가했다.

한국외식산업연구원이 한식 해산물 전문점, 일식 해산물 전문점, 초밥집 등 수산외식업 1000개소를 대상으로 전화 설문조사를 한 결과, 같은 기간 이들 업체의 매출액은 전주 대비 3.4% 감소한 것으로 파악됐다. 이 중 횡집 100개소는 전주 대비 매출액 변동이 없다고 응답했다.



필수가 된 방사능측정기

수산물에 대한 불안감이 커지면서 횃집을 비롯해 수산물을 취급하는 자영업자들에게 휴대용 방사능 측정기는 필수 구비 장비가 됐다. 온라인 쇼핑몰에서 10만원 안팎에 살 수 있는 만큼 휴대용 방사능 측정기는 매출 감소를 막기 위한 최소한의 투자가 됐다.

실제로 오염수 방류 직후 포털사이트 쇼핑 분야에서 휴대용 방사능 측정기가 인기 검색어에 오르기도 했다. 휴대용 방사능 측정기를 활용하는 식당들은 보통 손님들이 요청하면 직접 수산물의 방사능을 측정해 방사능 수치가 일상생활 속 자연 방사선 수치인 0.1~0.3 $\mu\text{Sv/h}$ (마이크로시버트) 이내라는 걸 확인시켜 준다.

안심 마케팅이 어느 정도 효과를 거두면서 전체 지점에 휴대용 방사능 측정기를 도입하는 프랜차이즈도 생겨났다. 업체 관계자는 “식재료가 안전하다는 것을 직접 확인한 손님들의 반응도 좋고, 매출 하락이 발생하지 않아 점주들의 반응도 좋았다”고 전했다.

하지만 휴대용 방사능 측정기는 정밀 측정 검사기에 비해 측정 결과의 정확성이 낮아 실효성이 떨어진다는 지적도 있다. 원자력안전위원회에 따르면 휴대용 방사능 측정기만으로는 음식물 내의 세슘이나 요오드가 허용 기준치를 넘는지 알 수 없기 때문에 인체 유해성을 판단하기 어렵다.

창업 아이템 지각 변동

창업 아이템에도 변화가 생겼다. 전국적으로 10만 개가 넘는 바다 관련 음식점에 초비상이 걸려서다. 횃집과 일식집, 초밥집과 참치전문점, 해물탕집, 해물포차 등 수많은 바다 관련 음식점 경영자는 노심초사하고 있는 상황이다. 일부 업체는 오염수 방류 결정 전에 폐업을 하거나 업종 변경에 나섰다. 또 일본 외의 국내산 또는 다른 수입품 수산물로 대체를 고려하는 업체도 증가했다.

특히 횃집을 비롯해 일식집, 해물집, 해물탕, 해산물포차

등이 영향을 받고 있다. 방산능 오염 우려로 인해 소비자들의 신뢰도가 떨어진게 이유다. 이로 인해 횃집을 하다가 고기집으로 업종을 변경하기도 한다. 샴인샴 형태로 곱창 배달, 야식배달 등 하이브리드 운영으로 탈바꿈하기도 한다.

농림축산식품부 통계자료에 따르면 우리나라 1인당 연간 육류 소비량은 돼지고기 32.31kg, 닭고기 18.2kg, 소고기 12.7kg이다. 연간 1인당 육류 총소비량은 60kg 정도다. 꾸준한 증가세다. 이 중 돼지고기 창업시장이 가장 뜨겁다. 현재 우리나라에서 영업 중인 돼지고기 음식점 수는 6만8000개에 달한다. 소고기 전문점 3만5000개의 두 배에 달한다.

“서울시는 산지와 어종 상관없이 모든 종류의 수산물을 대상으로 매일 표본조사를 진행하고 검사 결과를 실시간 공개하기로 했다. 서울 수산물 유통량의 21.7%를 차지하는 가락시장, 노량진시장, 수협강서공판장 등 3대 도매시장에서는 휴무일인 일요일을 제외하고 매일 방사능 검사를 진행할 방침이다. 시내 대형마트와 전통시장 등에서도 매일 표본검사를 시행한다.”

지자체별 보상·지원 다양

이같이 어업인들의 피해가 잇따르자 피해 어업인에 대한 보상 지원에 나서기도 한다. 정의당 전남도당은 일본 후쿠시마 핵오염수 해양 투기에 따른 피해어업인 등에 대한 보상·지원 내용이 담긴 조례를 청구하겠다고 9월 21일 밝혔다.

이 조례에는 지원 방안과 함께 직접적 책임 당사자인 일본 정부와 도쿄전력을 상대로 경제적 피해보상을 받기 위한



전남도지사의 책무를 규정할 방침이다. 정의당 전남도당이 추진하는 조례안에는 △핵오염수 해양 방류에 따른 피해 어업인 등에 대한 보상·지원 △핵오염수 피해복구 특별대책위원회 구성 △핵오염수 실태조사 및 핵오염수 피해 지역 지원 △폐업보상 지원 등이 담겨 있다.

특히 피해 어업인들은 물론, 운반 및 가공업자, 유통업자, 수산물 판매 소상공인, 해양관광 비치 수상레저사업 등 핵오염수 해양 방류로 인한 피해 당사자의 범위를 폭넓게 규정하고 있다.

서울시는 산지와 어종 상관없이 모든 종류의 수산물을 대상으로 매일 표본조사를 진행하고 검사 결과를 실시간 공개하기로 했다. 서울 수산물 유통량의 21.7%를 차지하는 가락시장, 노량진시장, 수협강서공판장 등 3대 도매시장에서는 휴무일인 일요일을 제외하고 매일 방사능 검사를 진행할 방침이다. 시내 대형마트와 전통시장 등에서도 매일 표본검사를 시행한다.

강원도는 그간 월 2회 주요 위판장의 수산물을 수거해 방사능을 검사했으나, 오염수 방류 이후로는 매일 검사하는 체제로 변경하기로 했고, 제주도는 방사능 검사 대상을 기존 양식수산물 70종에서 200종까지 늘린다.

충청도는 앞으로 도내 유통 식품 방사능 검사를 매달 40건 이상 진행해 소비자 걱정을 줄여나갈 계획이다. 경남도는 시민들이 직접 확인할 수 있도록 방사능 검사 과정을 공식 유튜브로 생중계하며, SNS를 통해 외식업체 등에 수산물 방사능 안전 정보를 제공한다. **KFN**

“주류소매업자, 구입가 이하 판매 허용” 국세청 주류거래질서 지침 확정

경쟁 유도해 물가안정 도모

업계 “유통구조 개선 없이 할인부담 전가” 실효성 의문

WRITE | 김은영 기자



국세청이 주류소매업자의 구입가 이하로 판매 행위를 불허하는 기존의 입장을 허용으로 변경하는 주류거래질서 지침을 확정하고 관련 가이드라인을 배포해 업계 영향에 귀추가 주목되고 있다.

국세청은 7월말~8월초 가이드라인 배포, 국세청 질의·회신 등을 통해 주류 도·소매거래시 허용되는 구체적 할인 기준 등을 담은 ‘주류 거래 시 지켜야 할 사항’을 안내했다.

국세청은 이번 안내를 통해 “소매점, 음식점 등 주류 소매업자는 소비자를 대상으로 주류를 구입가보다 낮은 가격으로 할인해 판매할 수 있다”고 기존 유권해석을 변경했다.

또 “경쟁자를 배제하기 위한 엮가판매, 가격할인과 관련해 본인이 부담했거나 부담할 비용을 거래처에 전가해 수수하는 행위 등 건전한 주류거래질서를 저해하는 경우에는 그러하지 않는다”고 소매점의 주류 할인 판매에 대한 단서를 제시했다.

기존 국세청 입장은 주류소매업자의 할인행위를 금지해 왔다. 주류 거래질서 확립에 관한 명령위임 고시 제2조(주류 제조·판매업자의 준수사항)는 주류 제조자 및 판매업체에게 주류유통질서 확립을 위해 주류 판매시 다음 사항을 반드시 지켜야 한다고 규정하고 있다. 3항에선 주류소매업자는 주류거래질서 확립을 위해 주류를 구입가격 이하로 판매할 수 없다면서, △소비기한 임박 △상표 및 병마개 손상 등으로 부득이하게 정상



가격으로 판매할 수 없는 경우만 예외로 제시하고 있다. 그러나 이번 해석 변경 및 가이드라인 배포로 소매업자는 자유롭게 ‘100원 소주’와 같이 자유롭게 주류 할인을 시행할 수 있게 됐다. 다만 도매업체로부터 손실을 보전받는 등의 주류거래질서를 해치는 경우는 적용되지 않는다. 국세청은 하반기 고시 주류거래질서 확립에 관한 명령위임 고시 개정작업도 착수해 규제개선에 박차를 가한다는 입장이다.

이번 해석 변경은 소매업자 간의 경쟁 할인을 유도해 물가 안정에 기여하고 주류업계의 자정활동을 촉진하기 위해 단행됐다. 앞서 국세청은 연초부터 한국프랜차이즈산업협회, 전국종합주류도매업중앙회, 한국주류산업협회 등 관련 협·단체들과 수 차례 간담회를 갖고 가이드라인 마련을 위해 협의를 진행해 온 바 있다.

다만, 업계에서는 이번 해석변경이 획기적인 조치라는 점은 인정하면서도 실제 주류 가격이 내려갈 가능성은 높지 않다고 보고 있다.

한 업계 관계자는 “최근 음식점 자영업자들은 갖은 물가인상요인 속에서도 소비자들의 따가운 시선 때문에 소비자 가격에 이를 온전히 반영하지 못하고 수익구조 악화로 시름하고 있다”라고 하면서 “주류 가격이 어느 정도 이를 상쇄하고 있는 구조인데, 주류 할인행사를 벌이면 수익구조 악화가 더욱 심화되기 때문에 참여하는 업체들이 거의 없을 것”이라고 전망했다.

주류 유통의 구조적 문제를 짚는 의견도 제기된다. 한 가맹본부 관계자는 “주류 도매업자들이 높은 마진률을 챙기는 현 유통구조에서, 정부가 소매업자의 할인을 유도하겠다고 공식적으로 언급하면 소비자들의 화살이 누구를 향할지 뻔하다”면서 “주류 도매업자들의 반독점 구조를 개혁하지 않고 음식점 사장님들에게만 할인 부담을 전가하는 꼴”이라고 말했다.

반면 할인 여력이 높은 대형마트에서는 긍정적 반응이다. 대형마트는 현재도 이벤트성 할인 쿠폰을 통해 병당 100~200원씩 저렴하게 판매하고 있는데, 이젠 할인 폭을 더 늘릴 수 있게 돼 미끼상품으로도 활용이 가능하다.

한 유통업계 관계자는 “주류 할인 판매가 자유로워지면 자체적인 할인 이벤트 등 다양한 마케팅 수단으로 활용할 수 있다”며 “오프라인 판매가 늘어나 판매량에서 효과가 있을 것이고, 업체 입장에선 매장을 찾은 고객들이 주류만 구입하진 않으니 다른 상품 판매량도 함께 늘릴 기회”라고 분석했다. 본사가 직접 주류를 공급하는 편의점 업계도 비슷한 입장인 것으로 알려졌다.

다만 3병+1병 등의 마케팅은 가능하나, 주류를 경품으로 제공하는 행위는 여전히 금지된다. 안주를 구입하면 주류를 무상으로 제공하는 식을 뜻한다. 이번 입장 변경은 가이드라인 차원에서 이뤄진 것으로, 국세청 고시는 여전히 ‘주류 또는 주류 교환권을 경품으로 제공하거나 제공받는 행위를 금지하고 있다. [K77]

‘일회용 컵 보증금제’ 전국 시행 철회 수순

환경부, 관련 법 개정 후 지자체 자율

WRITE | 김은영 기자



환경부가 일회용 컵 보증금제 시행 여부를 지자체에 맡기는 자원재활용법 개정안은 국회 산업통상자원중소벤처기업위원회 소속 국민의힘 권명호 의원이 8월 대표발의해 환경노동위원회에 계류 중이다. 소상공인 부담과 제도 미적용 매장과의 형평성이 개정안 발의 이유다.

환경부는 9월 12일 “현재 국회에 일회용컵 보증금제를 지자체 여건에 맞게 자율적으로 시행하는 내용의 자원재활용법 개정안이 발의돼 있다”며 “시행지역의 성과와 지자체 현장 의견 등을 바탕으로 향후 추진 방향을 마련하겠다”고 밝혔다. 세종과 제주 외 지역에선

2025년 12월 2일 전 보증금제를 시행하도록 규정한 ‘1회용 컵 보증금 대상 사업자 지정 및 처리지원금 단가 고시’ 개정도 검토 중이다.

문제는 8월 감사원이 환경부에 ‘법 취지대로 보증금제 전국 확대 시행 방안을 마련하라’고 요구했는데 이후 환경부가 아예 법을 바꿔버리겠다고 나선 모양새라는 점이다. 논란이 커질 것으로 보인다.

일회용 컵 보증금제 시행 여부를 지자체에 맡기는 자원재활용법 개정안은 국회 산업통상자원중소벤처기업위원회 소속 국민의힘 권명호 의원이 8월 대표발의해 환경노동위원회에 계류 중이다. 소상공인 부담과 제도 미적용 매장과의 형평성이 개정안 발의 이유다.

일회용 컵 보증금제는 프랜차이즈 카페와 제과점에서 일회용 컵에 음료를 받으면 보증금 300원을 내도록 하고 컵을 반납하면 보증금을 돌려주는 제도다. 일회용 컵 재활용률을 높이고 사용량은 줄이는 것이 목적이다. 대상은 매장 100개 이상의 프랜차이즈 카페·베이커리 등 사업장이다. 애초 지난해 6월 전국에 시행될 예정이었지만 코로나19로 어려움을 겪던 자영업자의 반발이 커지자, 같은 해 12월 2일부터 제주·세종에서 축소 시행됐다.

“제주와 세종에서 일회용 컵 보증금제가 성과를 내면서 다른 지자체들도 호응하는 조치를 내놓고 있다. 서울시는 9월 7일 ‘일회용 플라스틱 감축 종합대책’으로 2025년부터 일회용 컵 보증금제를 시행하기로 했다고 밝혔다

감사원은 일회용 컵 보증금제 시행 유예 과정 공익감사를 벌인 뒤 “현재까지 제주와 세종에서만 보증금제가 시행돼 자원재활용법상 시행일을 준수하지 못했고 법 취지가 충분히 달성되지 못하고 있다”라고 지적했다. 아울러 환경부 장관에게 “법 취지에 맞게 보증금제를 전국적으로 확대해 시행하는 등의 방안을 마련하라”라고 요구했다.

1년 일회용 컵 수백억개로 추산

2019년 환경부 발표 자료에 따르면 국내 일회용 컵 사용량은 2019년 기준 294억개에 달한다. 식품접객업이나 집단급식소에서 사용된 일회용 컵은 84억개(종이컵 37억개·합성수지컵 47억개)로 추정됐다.

일회용품 사용량을 줄이고자 환경부와 협약을 맺은 16개 커피 전문 브랜드에서 지난해 사용된 일회용 컵은 7억 2702만여개에 달한다. 코로나19 대유행 직전인 2019년



(약 5억4957만개)에 전집 2억개 가까이 증가했다. 2020년(약 7억1406만개)이나 2021년(약 6억7916만개)과 비교해도 작년 사용량이 많았다. 지난해 16개 브랜드에서 회수된 일회용 컵은 사용량 9%인 약 6430만 개였다.

일회용 컵 사용량은 늘고 회수는 저조한 상황에서 대책은 보증금제였다. 보증금제 성과를 보면 제주와 세종에서 지난달까지 약 314만개 일회용 컵이 판매업장에 돌아왔다. 사용량 대비 반환량인 반환율은 지난달 둘째 주 61%로 시행 첫달 12%에서 급상승했다.

특히 관광객이 많아 제도 정착이 어렵다고 평가된 제주에서 반환율 상승세가 두드러졌다. 제주 반환율은 6월까지 30%대에 그쳤으나 7월 50%대로 올라섰고 지난달 둘째 주엔 63%에 이르렀다. 제주시가 6월부터 보증금제 미참여 매장에 과태료를 부과하기로 하는 등의 조치를 단행한 것이 주효했다는 평가다.

제주와 세종에서 일회용 컵 보증금제가 성과를 내면서 다른 지자체들도 호응하는 조치를 내놓고 있다. 서울시는 9월 7일 ‘일회용 플라스틱 감축 종합대책’으로 2025년부터 일회용 컵 보증금제를 시행하기로 한 것이 대표적이다. 서울시는 제주와 세종 사례를 참고하고 환경부와 협력해 보증금제를 시행하겠다고 밝혔다.

한편 플라스틱 규제는 세계적 추세다. 전 세계 국가 14%는 일회용 플라스틱 사용을 법으로 금지한다. 대표적으로 프랑스는 2021년 식당 등에서 의료목적 제외한 일회용 컵과 컵 뚜껑 등의 사용을 금지했다. 플라스틱 사용량을 줄이기 위한 구속력 있는 국제협약도 마련키로 했고, 한국은 최종 회의까지 유지한 상황이다. 하지만 환경부 관계자는 “카페의 부담과 컵 무인회수기 설치비 등(보증금제 시행) 비용이 효과를 넘는 것으로 판단된다”고 말했다. **KFN**

한국프랜차이즈協, 제12기 K-프랜차이즈 CEO(KFCEO) 과정 개강

60명 신입 원우와 입학식 개최

“산업 선진화 이끌 리더 양성해 K-프랜차이즈 위상 높일 것”

WRITE | 신용희 기자



제12기 KFCEO 교육과정 개막식에 참석한 내외빈 및 신입원우들이 기념촬영을 하고 있다

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)와 부자비즈(소장 이경희 KFCEO 주임교수)가 주최·주관하고, 산업통상자원부(장관 이창양)가 후원하는 협회 공식 <제12기 KFCEO(K-Franchise CEO) 교육과정> 입학식이 9월 4일 전경련회관에서 성대하게 개최됐다.

입학식에는 정현식 한국프랜차이즈산업협회장, 손석우 교육위원장, 강석우 상근부회장, 전병진 KFCEO 총동문

회장 등 협회·총동문회 임원진과 60명의 12기 신입원우 등 총 80여명이 참석했다.

정 협회장은 “우리 프랜차이즈 업계는 코로나19로 같고 닮은 푸드테크 역량과 세계 최고 수준의 경쟁으로 체득한 기업역량을 결합하여 진일보한 사업모델로 세계 시장을 노크하고 있다”면서 “본 과정이 ‘K-Franchise CEO’ 과정이라는 이름에 걸맞게 큰 역할을 할 것으로 기대한다”고 말했다.



정현식 협회장이 제12기 KFCEO 과정 입학식에서 인사말을 하고 있다



전병진 KFCEO 총동문회장

신입 원우들은 입학식을 통해 서로 얼굴을 익히고 교육과정 및 일정 소개, 협회 및 총동문회 소개 등을 받았다. 또, 만찬을 함께 하며 친목을 다지고 향후 리더십과 네트워크 역량 강화의 기반을 마련했다.

이번 제12기 과정은 서울 여의도 전경련회관컨퍼런스에서 12월 4일까지 14주간 매주 월요일 15~18시에 진행된다. 가맹본부를 운영 중인 대표 또는 2~3세 경영자, 본사 창업을 희망하는 협력업종 기업 CEO, 전문직 등 60명의 신입 원우들이 리더 역량을 강화할 교육을 수강하고 다양한 네트워킹 활동을 함께 한다.

◇1~3주차

입학식에 이어 진행된 첫 날 교육은 맘스터치 창업 신화를 쓴 정현식 협회장이 프랜차이즈 산업의 현황과 청사진, 그리고 성공 스토리와 다양한 노하우를 들려주는 시간으로 진행됐다. 정 협회장은 원우들과 질의응답 시간을 상당 시간 진행하며 진중한 소통을 나누기도 했다.

2주차에는 이경희 주임교수가 <프랜차이즈 성장 원리와 미래 경영전략>을 주제로 교육과정에 대한 전반적인 소개와 프랜차이즈 사업의 기본 및 실제에 대해 강의를 진행했

다. 또한, 원우소개 시간을 통해 모든 원우들이 서로를 알아가며 친목을 다졌다.

3주차에는 1박 2일 워크숍이 진행됐다. 장수돌침대, 식자재대통령 본사를 방문하고 경기도 여주 루덴시아를 찾아 박기영 협회 명예회장(한국집월드(주)집보리 대표)와 토크쇼를 통해 업계에 대한 이해도를 높였다. 또, 식사 및 문화탐방 등의 프로그램을 통해 서로 친교를 두텁게 쌓는 시간도 마련됐다.

◇4~6주차

4주차에는 김상훈 서울대 경영대학장이 <아트 인퓨전과 프랜차이즈 마케팅 전략>을 주제로, 다양한 아트 마케팅 전략의 실제 사례와 도입전략을 강의했다. 또, 박병진(주)심



김상훈 서울대 경영대학장



이진창 KFCEO 총동문회 사무총장

플맨(백채김치찌개) 대표가 <청년 사업가의 한식 프랜차이즈화 전략>을 주제로 성공 스토리와 생생한 사업 노하우를 들려주며 원우들과 소통하는 시간을 가졌다.

5주차 교육은 협회가 주최하는 <2023 하반기 제55회 IFS 프랜차이즈창업박람회>에서 협회 제4차 포럼과 연계하여 진행됐다. 강윤선 준오헤어 대표는 <골목길 소상공인, 글로벌 K뷰티 표준을 만든 비전>을 주제로

성공 스토리와 향후 비전 및 전략을 소개하고 원우 및 참관객들과 소통하는 시간을 가졌다.

6주차 교육은 박재현 한국브랜드마케팅연구소 대표가 <K프랜차이즈 업스케일과 브랜딩 전략>을 강연하고, 양영제 ㈜자동차와사람 대표(카엔피플)와 이호익 엘케이벤처스 대표(인생네컷)가 <K서비스업의 블루오션 창조와 성공전략>을 주제로 CEO 토크쇼를 진행했다. **KFN**



3주차 1박2일 워크숍에서 식자재대통령을 찾은 12기 원우들이 단체사진을 촬영하고 있다

KFCEO 12기 원우명단				
순서	이름	직위	회사명	브랜드명
1	강명숙	회장	(주)고메코리아	고메스퀘어
2	강성민	대표	(주)좋은친구들건설그룹	좋은친구들
3	강신희	대표이사	주식회사오케이푸드	오케이푸드짱,에드워드권세프의홈세프
4	강창민	대표	(주)바이포엠에프앤티	당신은지금치킨이행킨다
5	고은서	대표	한양화로(잠실새내점)	한양화로
6	권용진	대표	창신주류	-
7	김도연	대표	지피엠	지피엠
8	김병철	대표	(주)엠디푸드시스템	막창도둑
9	김성태	대표	(주)용오름	배달의민족 공식협력사 용오름
10	김세희	대표	(주)더 웰시하우스/싸이칸홀딩스(주)	-
11	김장현	대표	지오글로벌	-
12	김재원	대표이사	오사이(주)	오마카세 오사이초밥
13	김정욱	부사장	주식회사한미에프앤피	-
14	김정호	대표이사	(주)장수이엔에프	장수본가해장국
15	김준호	본부장	(주)씨에스푸드	어부삼촌
16	김진영	대표	주식회사 청춘브라더스	백소정
17	김현기	대표이사	(주)풍년에프씨	한옥마을 비빔밥&술밥
18	김현섭	대표	지음인테리어	-
19	김홍주	대표	(주)서울깍두기	서울깍두기
20	류홍송	대표	주식회사이가네양꼬치	이가네양꼬치
21	박대성	대표	(주)이루에프씨	바른치킨
22	박민선	대표	베러푸드	홍고로케, 마마사라다, 이태리다녀온호떡
23	박용운	대표	(주)거북이곰	구구족
24	박은숙	이사	(주)리마커블교육	링키영어
25	박현준	이사	다비치F&B	포컬포인트
26	방은숙	대표이사	(주)메디웍스	메디웍스
27	백승호	대표	(주)안다F&B	카페앤샌드
28	변희경	대표이사	주식회사 인토타디자인그룹	-
29	서민원	대표	(주)문래돼지불백	문래돼지불백
30	소대웅	대표변호사	법무법인 수도	법무법인 수도
31	손혁재	팀장	주노커피	케냐에스프레소, 카페일루이스
32	손형빈	공동대표	인경화이트하우스	인경화이트하우스
33	송우진	대표이사	주식회사 에스디씨	에스디씨
34	송창진	대표이사	(주)고성산업	고성제분, 공순대, 재성밀면
35	안태현	대표이사	(주)파워텔레콤	빠른(BBAREUN)
36	양찬호	부원장	강남와인스쿨(주)	1879강남와인스쿨
37	여지운	대표	주식회사 청춘브라더스	백소정
38	오미경	실장	(주)올비	버디팩
39	오한진	교수	한국워킹협회	-
40	유동윤	대표	빛 담	빛 담
41	윤수민	대표	윤셰프의고기집	윤셰프의고기집
42	윤인혁	부사장	백호식품(주)	Delling, 맨즈쿠키
43	이미경	그룹장	케이에스넷플러스	플러스 꽃배달
44	이민성	대표	레드그린	-
45	이성현	대표	라운트레이더스	maker
46	이승현	대표	원 디그리 노스	원 디그리 노스
47	이정화	대표	120Artlab	120Artlab
48	이정희	대표이사	케이에스넷플러스	-
49	이주환	대표	(주)호맥	호맥
50	이희영	대표	큐에스씨.제이(QSC.J)	-
51	이희자	대표	엔젤스데이	엔젤스데이
52	정재영	대표이사	주식회사찬들푸드	-
53	조재진	대표이사	힐 프레스(주)	-
54	조현배	대표	(주)스타리온, (주)오진양행	스타리온
55	천은영	대표	(주)제이비지 외식종합컨설팅	본팔백
56	최경집	팀장	주식회사 어반에이블	육림원, 바로미식
57	최종민	이사	(주)동민수산	시마스시, 스시초카무
58	한송이	대표	보비에(VOVIE)	벨오프, 지픽
59	황강원	상무이사	주식회사지강푸드	돈오락쪽갈비
60	황상석	부사장	아토컴퍼니	-



제55회 IFS 프랜차이즈 창업박람회 개막식 단체사진



정현식 한국프랜차이즈산업협회장



제경희 산업통상자원부 중견기업정책관

“세계 속 K-프랜차이즈로 재도약” 〈2023 제55회 IFS 프랜차이즈 창업박람회〉 성료

10.5(목)~10.7(토) 3일간 코엑스 C·SS홀서 200개사 500개 부스 국내 최대 규모로 개최

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 주최하고 코엑스(대표 이동기), RX Korea(리드엑시비전스코리아·대표 손주범)가 공동주관하는 국내 최대 〈2023 하반기 제55회 IFS 프랜차이즈창업박람회〉가 10월 5~7일 코엑스 C홀에서 200개사 500개 부스 규모로 성대하게 개최됐다.

5일 C홀 세미나장에서 열린 개막식에는 주최·주관사 대표자들

과 업계 관계자, 그리고 제경희 산업부 중견기업정책관, 김성호 중기부 소상공인성장추진과장 등 정부 부처 관계자까지 총 80여명이 참석해 성공적인 개막을 축하했다.

정현식 협회장은 개회사를 통해 “국제 프랜차이즈 박람회인 IFS 프랜차이즈창업박람회에서는 세계 속의 K-프랜차이즈로 거듭날 우수·유망 브랜드들을 발굴 및 지원해 프랜차이즈 산업의 재도약을 모색하겠다”고 말했다.

◇우수·유망 브랜드 대거 참가

이번 박람회는 올해 예비 창업자들의 안정적인 창업 수요 증가와 가맹사업 회복세가 맞물리면서 개막 전부터 큰 관심을 모았다. 개막 첫 날 현장에서도 오픈 전부터 입장 대기줄이 길게 늘어섰고 모든 상담부스가 참관객들로 들어차 활기를 띠었다.

박람회 기간 동안 ▲KFC ▲본죽&비빔밥·본도시락 ▲자담치킨 ▲채선당 자연한가득 ▲한마음정육식당 ▲샐러디 ▲보드람치킨 ▲커피메이 ▲생활맥주 ▲퀴즈노스 ▲치맥킹 ▲블루삭커피 ▲걸작떡볶이치킨 ▲탕화쿵푸마라탕 등 우수·유명 외식 브랜드들과, ▲커브스 ▲런드리24 ▲더스윙블랙 ▲OX PC ▲문구야놀자 ▲타임테니스 ▲세븐스타코인노래연습장 ▲리맥스코리아 등 도소매업·서비스업 리딩 브랜드들이 참관객들에게 친절하고 편안한 상담을 제공했다. 특히, 디지털 시장의 강자인 대만 브랜드들 8개가 참여한 대만 국가관에 참관객들의 꾸준한 발길이 이어져 눈길을 끌었다.

▲KT(종합 솔루션) ▲아워홈(권설텡) ▲토스플레이스(결제) ▲제로아이스(결제) ▲캐시노트(경영관리) ▲지엠에스티(주방설비) 등 다양한 협력업체들과, ▲한국공정거래조정원 ▲한국지식재산보호원 ▲우체국 ▲한국식품안전관리인증원 ▲코트라 ▲근로복지공단 등 공공기관들도 전문적이고 신뢰할 수 있는 상담으로 윈스톱 창업쇼핑을 구현하며 만족도를 높였다.

◇참가사·참관객 모두를 위한 부대행사 ‘눈길’

▲4개국 투자환경 설명회(10.5) ▲협회 2023 제4차 포럼(10.5) ▲KOTRA 해외진출 상담회(10.5~6) ▲중기부·소진공 프랜차이즈 체험창업 교육(10.6~7) 등 가맹본부와 가맹점주, 예비창업자 모두를 위한 행사 및 세미나들도 3일 내내 진행됐다.

첫 날 열린 4개국 해외진출 투자환경 설명회에서는 대만프랜차이즈촉진협회, 주한캐나다대사관, 주한브라질대사관, 허



지난 10월 6일 이마트24 가맹점주가 2023 프랜차이즈 체험창업 교육 가맹점주 워크숍에서 생생한 경영 경험을 들려주고 있다

난프랜차이즈협회가 자국의 프랜차이즈 산업 현황과 투자 환경 등을 홍보하며 업체의 해외진출에 대한 관심과 이해도를 높였다.

이어 오후에 열린 협회 제4차 포럼에서는 국내 이·미용 프랜차이즈 1위 브랜드 준오헤어를 창업한 강운선 준오헤어 대표가 직접 준오헤어의 성공 전략과 생생한 성공 스토리, 세계적 뷰티 그룹으로서의 재도약을 위한 중장기 전략 등을 참관객에게 들려주며 뜨거운 호응을 얻었다.

둘째날까지 진행된 KOTRA 해외진출 상담회에서는 양샘김밥(대표 김은광)이 미국진출 협력 MOU를 체결하는 등 성과가 이어졌다. 외식(한식, 분식, 치킨, 카페 등), 뷰티(미용실, 피부관리), 도소매(편의점, 기타서비스(스크린골프, 세탁, 스튜디오



KOTRA 해외진출 상담회에서 양샘김밥이 미국 진출을 위한 MOU를 체결했다

페) 등 80개사와 해외바이어 20개사들은 박람회 세미나장에서 국내 중소기업 제품 동반수출확대를 위한 협의를 이어갔다.

◇‘창업체험 미리 해보자’…체험창업 교육 뜨거운 호응

6~7일에는 중기부·소진공이 주최하고 협회가 수행 중인 <2023 프랜차이즈 체험창업 교육>의 일환으로 ▲가맹점주 워크숍 ▲KFA 공통교육 등이 진행됐다.

‘체험창업 프로그램’은 협회 및 전문가들이 가맹점 창업 필수 교육을 제공하고, 실제 가맹점주 강연, 전문가 상담, 현장 매장 체험실습 등 창업 희망자들의 역량을 강화하여 준비된 창업을 유도하는 정부 지원사업이다. ▲푸라닭 ▲텐퍼센트스페셜티커피 ▲고피자 ▲생활맥주 ▲이마트24 ▲커브스 ▲양샘김밥 등 인기가 높은 25개 참여 브랜드매장에서 매달 각 본사들이 직접 이



박람회장을 찾은 예비창업자들이 창업 상담을 받고 있다

Special Report “세계 속 K-프랜차이즈로 재도약”…〈2023 제55회 IFS 프랜차이즈창업박람회〉성료



참관객들이 자담치킨 부스에서 협동로봇 조리과정을 관람하고 있다

론과 실무 교육을 제공한다.

6일에는 세미나장에서 이마트24 가맹점주와 텐퍼센트커피 가맹점주가 브랜드 소개와 함께 가맹점주로서의 직접 체험한 다양한 경험을 전수하고, 합동 Q&A시간을 통해 상세한 질의응답시간을 진행했다. 또 7일에는 ▲이흥구 한국창업트렌드연구소장 ▲이수덕 옴은방향 대표 ▲박승룡 로비스트컨설팅 대표 가맹거래사가 상권분석, 유망아이템, 가맹사업법과 계약 등에 대해 강연했다.

이밖에 AI기반으로 참가업체와 참관객의 1:1 비즈니스 매칭을 지원하는 ‘창업레시피’ 서비스도 참관객의 관심분야와 예산에 따라 맞춤 브랜드 추천 및 상담 주선, 참가자 타깃별 맞춤형 참가 정보 제공 등으로 참관객 편의를 지원했다. 또, 탑 브랜드 존, 글로벌 브랜드 존 등 참관객 동선과 시너지 효과를 고려한 유기적인 배치도 참관객들의 효율적인 전시장 관람에 크게 기여했다.

◇내년까지 전국 각지서 창업열기 이어간다

한편, 내년에는 산업부, 공정위, 중기부, 농식품부, 식약처, 특허청 등 정부 부처가 공식후원하는 <2024 상반기 제56회 IFS 프

랜차이즈창업박람회>가 3월 21일(목)~23일(토) 3일간 서울 삼성동 코엑스 3층 C·D홀에서 개최된다.

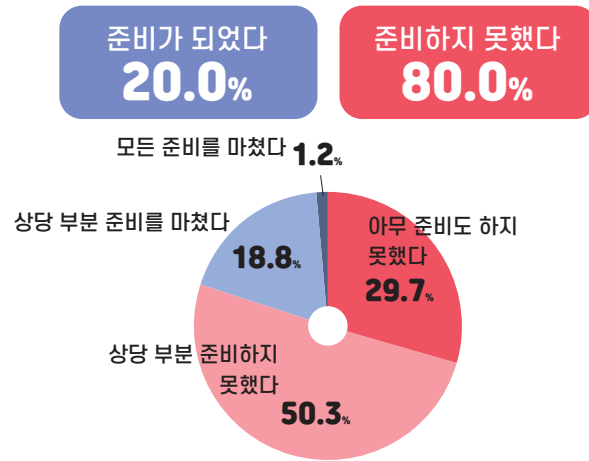
이미 이번 박람회에서 참가사들의 차기 박람회 참가신청이 쇄도하며 뜨거운 프랜차이즈 창업열기를 이어갈 것으로 기대되고 있다. 참가 문의는 IFS 프랜차이즈창업박람회 사무국(02-561-6172, 02-6000-1104) 또는 IFS 홈페이지(<http://www.ifskorea.co.kr>)로 하면 된다.

부산과 대구에서도 전국적인 프랜차이즈 창업 열기를 이어갈 지역 최대 규모의 박람회가 잇따라 열린다. 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(지회장 오몽석)는 올해 11월 23일(목)~25일(토) 부산 벡스코 제1전시장 3홀에서 <KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산>을 개최할 예정이다. 협회 대구경북지회(지회장 김병철)도 내년 5월 엑스코 서관 2홀에서 <KFA 프랜차이즈 창업박람회 2024 대구>를 개최한다.

참가 문의는 각 지회 사무국(부산 051-761-2066, 대구 053-626-7664) 또는 홈페이지(<http://kfashow.co.kr>)를 참고하면 된다. **KFN**

내년 1월 중대재해처벌법 시행 놓고 중소기업계 “적용 시기 2년 유예해야”

WRITE | 김은영 기자



내년 1월부터 개인사업자나 상시 근로자 50인 미만 사업장인 중소기업도 중대재해처벌법(이하 중처법)이 적용된다. 이런 가운데 중소기업계는 중처법 적용시기를 유예해야한다고 목소리를 높이고 있다. 중소기업중앙회가 8월 23일부터 25일까지 실시한 '50인 미만 중대재해처벌법 대응 실태 및 사례조사'에 따르면 50인 미만 중소기업의 80%는 '중대재해처벌법 시행에 준비하지 못했다'고 응답했다. 반면 모든 준비를 마쳤다는 곳은 1.2%에 불과했다. 또 50인 미만 중소기업 85.9%가 중처법 유예 연장이 필요하다고 답했다.

이명로 중기중앙회 인력정책본부장은 “철저한 준비와 지원 없이 중대재해처벌법이 시행돼 사업주가 구속되거나 징역형을 받으면 사업주 역할이 절대적인 소규모 사업장은 폐업 위기에 처할 수밖에 없다”면서 “소규모 사업장의 생존과 그 곳에 몸담은 근로자들의 생계가 달린 문제”라고 전했다. 이처럼 중소기업계는 중처법 시행 시기를 놓고 최소 2년 이상 유예기간 연장이 꼭 필요하다는 입장이다. 김기문 중소기업중앙회 회장은 “많은 중소기업들이 고물가·고금리로 경영난을 겪고 있는 상황에서 중대재해처벌법으로 사법리스크를 추가로 감내하느니 아예 문 닫는 게 낫다는 한탄까지 나온다”고 밝혔다.

실질적인 사고 예방을 위해서는 개별 기업에게 모든 책임을 부과할 것이 아니라 정부도 함께 역할을 해야 한다고도 주장했다. 지난해 기업들이 납부한 산재보험료는 8조3000억원에 달한다. 하지만 산재예방을 위해 기업에게 지원된 금액은 1조원 정도에 불과하다.

◆ 위험성평가 어려움 호소

한국경영자총협회(이하 경총)도 중처법과 관련된 '산업안전보건 법령개선에 대한 경영계 의견'을 8월 28일 노동부에 제출했다. 특히 중소기업들이 중처법의 '위험성평가' 실시에 어려움을 호소하는 상황에서 50인 미만 기업에 대해 시행시기를 2년 추가 연장이 필요하다는 입장이다. 또 정부의 위험성평가 의무화 추진 역시 안착때까지 벌칙도입을 재고해야 한다고 주장했다.

경총은 “사업장 내 위험성평가 체계 정착·운영 내실화 전까지 산업안전보건법상 벌칙 도입을 재고하고 위험성평가의 범위를 '위험요인 발굴 및 위험성 결정'으로 한정해야 한다”고 강조했다.

이밖에도 △원·하청 간 역할과 책임 명확화 △근로자의 안전보건 책임 확대 등도 건의하는 한편, 현행 안전보건규칙 중 현장특성이 고려되지 않아 실효성이 떨어지는 불합리 규제 20건을 함께 제출했다. **[KFN]**

자영업자 울리는 김영란법 “식사비 인상은 언제”

“내수 진작·경제 활성화 위해서도 폐지 검토해야”

WRITE | 신용희 기자

공직자 청렴을 내세운 청탁금지법, 일명 김영란법 시행령 개정이 국무회의에서 일부 이뤄지면서 8월 30일부터 전격 실시됐다. 주 골자는 선물의 품명과 범위인데, 외식 자영업자에게 직접 타격을 주는 식사비는 그대로인 점이 문제라는 지적이다.

먼저 공직자가 받는 일반적인 선물 금액은 변하지 않았다. 다만 농수산물(가공품)의 경우 10만원에서 15만원으로 상향됐다. 설날이나 추석의 명절 기간에는 30만원까지 금액이 인상됐다. 기간은 명전 전 24일부터 명절 후 5일까지다.

선물의 범위도 확대됐다. 지금까지는 물품만 허용됐으나 물품 외 일부 용역 상품권에 한해 선물로 허용됐다. 선물로 포함되는 용역 상품권은 5만원이 상한이다. 영화와 연극, 스포츠 등 문화상품권, 치킨상품권 등도 이에 해당된다. 단 홈플러스, 신세계 등 할인점·백화점, 온누리상품권 등 특정 금액이 적혀 있고, 현금으로 교환할 수 있는 상품권은 제외됐다.

온라인 기프트콘은 규정이 복잡하다. 금액만 적혀있는 기프트콘은 선물이 불가능하다. 다만 상품명과 금액이 함께 적혀있는 경우는 가능하다.

반면 식사비는 3만원, 화환·조화는 10만원 등 기존 상한선이 그대로 유지된다. 앞서 윤석열 정부는 지난 3월에도 '내수활성화 대책'에 식사비 한도를 3만에서 5만원으로 상향하는 안을 검토했다가 보류했다.

이와 관련해 외식업 종사자를 포함한 자영업자들의 불만이 쏟아지고 있다. 식당을 운영하는 자영업자들은 식사비도 현실화해달라고 목소리를 높이고 있다.

식당은 운영하는 A씨는 “김영란법을 도입한 지 7~8년이 지났는데 당시에 지금의 물가가 천지차이”라며 “3만원이



면 술을 조금만 시켜도 훌쩍 넘어가는 비용”이라고 토로했다.

실제 김영란법이 도입된 지난 2016년 최저시급은 6030원이었다. 7년이 지난 2023년 최저시급은 9620원으로 59.5% 올랐다. 내년 최저시급도 9860원으로 1만원 수준까지 올랐다. 여기에 식자재 비용과 주류 가격이 상승하면서 매장의 메뉴 가격도 소폭 상승했다. 오른 물가만큼 김영란법의 식사 한도액도 상향 조정해 달라는게 자영업자들의 주문이다.

한편 김영란법을 폐지해야 한다는 목소리도 높아지고 있다. 법의 기본인 보편타당성과 합리성에 배치되는 소상공인·자영업자 차별이라는게 이유다. 법이 소비를 위축시킨다는 걸 알면서도 명절 때만 돈을 쓰라고 부추기면서 모범은 그대로 두고 시행령만 계속 개정하는 것도 문제라는 지적이다. 내수 진작과 경제 활성화를 위한다면 폐지하는 것도 검토해야 한다는게 일부의 목소리다. **[KFN]**

코로나19 감염병 등급 4급 하향 조정

“독감처럼 관리”...위기단계는 ‘경계’ 유지

WRITE | 김은영 기자

2023. 8. 23. 질병관리청

코로나19 4급 감염병 전환 및 2단계 조치 시행 8월 31일부터

1 방역 조치 (고위험 환자 보호를 위한 실내 마스크 착용, 선제검사, 격리 권고 유지)

분야	현행	감염병 등급 조정(2급→4급, 8.31.)
마스크	● 일부 유지 (임소형 감염취약시설, 병원급 의료기관)	● 유지 ● 방역상황 모니터링 지속 및 전문가 자문 이후 권고 전환
선제검사	● 의료기관 입원환자, 보호자(간병인) 및 감염취약시설 입소자 선제검사 ● 감염취약시설 종사자 선제검사 필요시 실시 (유증상, 다수인 접촉 등 필요시 PCR 또는 RAT)	● 의료기관 입원환자, 요양병원·시설 입소자 선제검사 현행 유지 ● 감염취약시설 종사자, 보호자(간병인)는 필요시 실시 (유증상, 다수인 접촉 등 필요시 PCR 또는 RAT)
감염취약 시설 보호	● 접촉력에 따른 조건부 외출·외박 허용 ● 접촉 대면면회 시 위생수칙 준수	● 접촉력에 관계없이 외출·외박 허용 ● 면회 위생 유지 (방역수칙 준수) ● 대면면회 시 면회객 사전음성 확인 권고

방역당국이 2급이던 코로나19 감염병 등급을 8월 31일부터 4급으로 하향 조정했다. 코로나19를 인플루엔자(독감)처럼 관리하겠다는 뜻이다. 다만 병원급 의료기관, 감염취약시설 등에서는 마스크 착용이 당분간 유지되고, 국외 변이 바이러스 발생 등에 대해서는 면밀한 감시와 분석을 지속한다.

지영미 질병관리청장은 중앙사고수습본부(중수본) 회의 모두발언에서 “일일 확진자 수 집계와 관리보다는 고위험군 보호 중심으로 목표를 전환할 시점”이라며 “일반 의료체계 내에서 (코로나19를) 관리하고자 한다”고 말했다.

또한 “3년 7개월간 지속된 일일 확진자 신고 집계는 중단했다”며 “건강한 분들에게는 코로나19가 인플루엔자(독감) 수준으로 위험도가 감소했고 의료대응 역량도 충분히 확보돼 있다”고 설명했다. 병원급 의료기관과 입소형 감염취약시설에서의 마스크 착용 의무도 당분간 유지된다. 또 코로나19 유증상자의 경우 신속한 진단과 치료를 받을 수 있도록 의료비 지원도 이어갈 방침이다.

코로나19가 4급 감염병으로 전환되면, 진단검사비와 입원치료비, 백신 접종 비용도 유료로 전환되게 된다. 이에 대해 지 청장은 “60세 이상 연령군 등 고위험군의 신속항원검사비 일부를 건강보험에서 한시적으로 지원하고, 고위험군과 감염취약시설의 무료 PCR 검사를 위해 선별진

료소 운영도 당분간 유지한다”고 설명했다.

이어 “중증 환자의 입원치료비 일부를 연말까지 지원하고 백신과 치료제도 무상으로 공급해 국민 부담을 최소화하겠다”고 덧붙였다.



방역당국이 감염병 등급을 하향 조정했지만, 해외에서 확산하고 있는 변이 바이러스에 대한 경계가 필요하다는 목소리도 들린다. 세계보건기구 WHO는 지난 18일 기존 오미크론 변이보다 스파이크 단백질 돌연변이 수가 30개 이상 많은 신종 변이 바이러스를 감시대상에 추가했다. 세계보건기구 WHO가 감시대상에 추가한 BA.2.86은 오미크론 변이종인 BA.2의 하위 변이로 분류된다.

피롤라(Pirola)라는 별명이 붙은 BA.2.86은 오미크론 변이종인 BA.2의 하위 변이로, 기존 우세종인 XBB.1.5보다 스파이크 단백질 돌연변이 수가 36개나 더 많다. 돌연변이가 많을수록 인체에 침투해 기존 면역체계를 뚫을 가능성이 크다.

지금까지 BA.2.86 감염이 보고된 국가는 덴마크 3건, 미국 2건, 영국, 이스라엘에서 각 1건 등이다. 우리나라에서는 아직 감염 사례가 보고되지 않았지만 해외여행이 자유로워진 만큼, 국내 유입 가능성을 배제할 수 없다. **KFN**

배달앱 이용자 7월부터 다시 증가세

외식업계, 자체 앱으로 배달플랫폼과 맞불

WRITE | 신용희 기자

외식비용과 배달비 부담 등으로 줄어던 배달앱 이용자 수가 지난 7월부터 회복세를 보이기 시작하더니 8월에도 상승했다.

모바일인덱스에 따르면 배달의민족·요기요·쿠팡이츠 등 배달앱 3곳의 8월 월간활성이용자 수(MAU)는 3077만3972명이다. 지난 7월 3040만9523명 대비 1.2% 증가했다. 지난해 같은 기간 3200만1139명과 비교하면 감소했지만 지난 7월과 비교하면 소폭 늘어난 수치다.

배달업계는 지난 2월 배달앱 이용자 수가 3000만명 선이 무너진 이후 상반기 내내 정체현상을 이어왔다. 상황이 이렇자 업체별로 이용자 이탈을 막기 위해 앞다퉈 배달 품질을 강화하고 이용자 회복을 위한 다양한 서비스를 선보이면서 지난 7월부터 회복세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

배달앱 운영회사별로 보면 배달의민족과 쿠팡이츠 이용자는 전월 대비 늘었으나 요기요는 줄어 들었다. 배달의민족의 지난달 MAU는 2017만8210명으로 7월 대비 2.4%, 같은 기간 쿠팡이츠는 406만9250명으로 5.5% 증가했다. 요기요는 652만6512명으로 4.8% 감소했다.

배달업계는 이같이 지난해와 비교해 올해 배달앱 이용자 수가 줄어든 이유로 배달앱을 이용하던 소비자들이 코로나19 완화로 외식 소비를 늘린 것이 주원인으로 보고 있다. 여기에 경기 침체 현상 장기화, 치솟은 배달비 등으로 인해 포장이나 가정에서 직접 음식을 조리해 먹는 비율이 늘어나 전체적인 이용자 수가 줄어든 것으로



보고 있다.

배달앱 이용자 수가 다시 증가하면서 외식 프랜차이즈 업체들도 자사 앱을 리뉴얼하고 전용 혜택을 강화하는 등 배달앱 플랫폼과의 경쟁에 나서고 있다. 자사앱이 활성화되면 배달 플랫폼에 지급하는 중개 수수료를 줄여 가맹점주의 개선 효과는 물론 앱을 활용한 프로모션 활동 등 브랜드 홍보에도 긍정적인 효과를 얻을 수 있어서다.

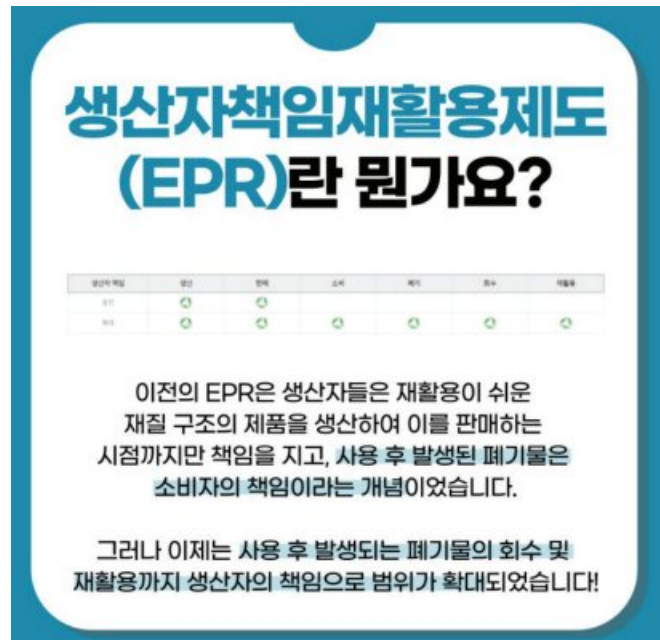
중소기업중앙회가 8월 온라인플랫폼 입점업체 1200개사를 대상으로 실시한 ‘온라인 유통거래 실태조사’에 따르면, 응답업체의 64.7%가 “배달앱 수수료와 광고 비용이 매우 부담되거나 부담된다”고 답했다. 배달앱 입점업체가 부담하는 주문 1건당 배달비는 평균 3473원이며, 한달에 부담하는 광고비도 배달앱 입점업체 평균 19만1289원이었다.

이처럼 배달앱에 대한 수수료와 광고비 등이 부담이 되면서 외식업체들은 자사앱 활성화에 적극적으로 나서고 있다. 외식업계 관계자는 “과도한 배달앱 비용에 시달리는 가맹점의 부담을 덜어주고, 고객과의 접점을 확대하기 위해 자사앱의 활용도를 높이려는 업체가 점점 늘어나고 있다”고 말했다. **KFN**

생산자책임재활용제도 올해부터 강화

부과금 현실화, 면제대상 축소 등 강화 기조...프랜차이즈 업계 '주의보'

WRITE | 김은영 기자



쇼 핑, 배달 등 온라인 구매가 늘면서 생활폐기물이 급증하고 있다. 여기에 정부의 환경 규제도 강화되고 있다. 프랜차이즈 업계의 시름이 깊어지는 이유다.

그 중 하나가 EPR(Extended Producer Responsibility) '생산자책임재활용 제도'다. 즉 생산기업의 제품이나 포장재 폐기물에 대해 일정량의 재활용 의무를 부여하고, 이행을 못할 경우 부과금을 물리는 제도이다.

이전까지는 생산자들이 재활용이 쉬운 재질 구조의 제품을 생산해 이를 판매하는 사람까지만 책임을 지고, 사용 후 발생한

폐기물은 소비자의 책임이라는 개념이었다. 하지만 올해부터는 사용 후 발생하는 폐기물의 회수 및 재활용까지 생산자의 책임으로 범위가 확대됐다.

지난 2019년에도 환경부는 업계에서 많이 쓰이는 비닐류를 EPR 대상품목으로 편입시켰다. EPR 대상품목이 되면 폐기물로 처리할 때에 비해 부담금이 크게 올라간다. 여기에 2021년

포장재재질·구조등급평가 제도로 본격적으로 업계에 영향을 미치고 있다. 재활용 가능 포장재를 4개 등급으로 나눠 평가하는 제도로, 2021년부터 등급이 낮은 포장재를 쓰면 EPR 분담금 비율이 높아지도록 했다.

현재 이 제도는 자원재활용법상 28종(포장재 4종, 제품 24종)과 전자제품 등 자원순환법상 5개 군 온도교환기기, 디스플레이기기, 태양광 패널 등 50종을 대상으로 시행 중이다. 재활용의무 대상 품목은 2003년 12종에서 올해 현재까지 28종으로 확대됐다.

재활용 분담금 계산은 올해에는 지난해 출고실적을 기준으로 계산된다. 2022년 재활용 의무율 및 분담금 단가를 기준으로 산출해 500만원 이하일 경우 연 1회 6월에 일시 납부하면 된다. 500만원 이상일 경우에는 연 4회에 나눠 납부하게 된다.

업계는 가맹본부들은 코로나19라는 특수한 상황을 감안해 시행유예 또는 분담금 특별감면을 고려해달라는 입장이다. 대다수가 영세·중소기업이고, 배달·포장 증가로 포장재 사용 증가가 불가피하며, 정부는 기업지원에 한창인데 유독 환경부만 규제강화에 몰두한다는 하소연이다.

한 가맹본부 관계자는 “제도가 있으니 따라야 하겠지만, 정책 홍보가 너무 소홀한 것 아닌가 하는 것이 솔직한 심정”이라면서 “불과 2~3년 전까지만 해도 프랜차이즈 업계와의 소통에는 관심도 없고 적용 여부도 확정짓지 못하다가 이제 와서 갑자기 역대 분담금을 내라고 하는 것이 말이 되느냐”고 목소리를 높였다.

협회 관계자는 “그간 큰 영향이 없었기 때문에 아직 업계에 EPR 제도에 대한 인식이 부족한 것이 사실”이라면서 “정부 부처에 항의 및 정책 건의를 지속하고 있으며, 지금이라도 모든 가맹본부들이 관련 제도를 숙지해 철저히 대응해야 할 것”이라고 말했다. **KFN**



물가안정 말하지만...프랜차이즈 업계 속앓이

농식품부, 차관 주재로 물가안정간담회 가져

WRITE | 김은영 기자

농 립축산식품부가 한훈 차관 주재로 주요 식품업체와 외식 프랜차이즈 업체 대표들이 참가한 기능데 적극적인 물가안정 공약을 당부했다.

한훈 농식품부 차관은 9월 8일 열린 간담회에서 정부의 물가 안정 노력에 부응해 기업들도 적극 협조해줄 것을 당부했다. 구체적으로 가격 부담 완화에 동참해줄 수 있는지 물었고, 식품·외식 업체들은 정부의 요청을 받아들여 당분간 가격인상을 자제하겠다는 입장을 밝혔다.

간담회에는 식품·외식기업 22개 사가 참석했다. CJ제일제당, 오투기, 농심, 롯데웰푸드, SPC, 동원F&B, 오리온, 삼양, 해태제과, 풀무원, 동서식품, 매일유업 등 식품기업 12곳과 스타벅스, 롯데리아, 교촌에프엔비, bhc, 제너시스 BBQ, 맘스터치, 피자알볼로, 걸작떡볶이, 투썸플레이스, 명륜진사갈비 등 10곳과 한국프랜차이즈산업협회가 참석했다.

정부의 물가 압박은 이번이 처음이 아니다. 하지만 하반기에도 원부자재값 상승이 지속돼 기업들의 부담이 가중될 것으로 예상된다. 최근엔 원유 가격이 인상되고 설탕 가격 역시 인상 조짐을 보인다. 물류비와 인건비 등 영업비용도 이미 올랐다.

식품·외식업체는 물가안정 기조에는 동참하지만 이미 가격 인상을 압박하는 요인이 쌓여 있어 부담을 느끼는 분위기다. 외식업체에선 원재료비 및 배달비 부담 증가를 호소하고 있다. 울여름 최악의 가뭄으로 세계 올리브유 생산의 절반 가까이를 차지하는 스페인에서 올리브유



가격이 역대 최고 수준으로 치솟았다. 외식업체 관계자는 “톤당 2500~3000유로에 사오던 올리브유가 공급물량 감소로 4배 넘게 올라 원료비 급상승 부담에 고통을 감내하고 있는 상황”이라고 말했다.

외식 부문 최종소비자가격을 낮추려면 정부의 생산자물가 관리 노력이 필요하다는 지적도 있다. 생산자물가지수는 전월대비 4~6월 3개월 연속 내리다 7월 0.3% 올라 상승전 환했다.

치킨업계는 치킨값을 낮추려면 닭고기 가격부터 안정화해야 한다고 입을 모은다. 최근 사료가격 안정에도 kg당 1500~1700원이었던 닭고기는 3200원선까지 올랐다.

가맹점 사업자의 경우 배달 플랫폼 비용 부담이 커지고 있어 개선이 필요하다는 목소리도 나온다. 전체 매출에서 배달 매출이 차지하는 비중이 적잖는데 플랫폼에 드는 비용이 많아질수록 수익성은 낮아져 가맹점 사업자가 본사에 가격 인상을 요구하는 경우도 많다는 것이다.

외식업체 관계자는 “이미 원자재, 인건비 상승이 가파른 상황”이라며 “외식업의 경우 가맹점주들의 눈치를 봐야 해 어려움이 더하다”고 토로했다. **KFN**

일회용컵 보증금제도, 전(全) 업종 확대시행만이 답이다



말도 많고 탈도 많았던 일회용 컵 보증금제도가 시범사업 시행 1년도 되지 않아 흔들리고 있다. 이 제도는 소비자가 커피, 음료 등을 테이크아웃으로 구매할 때 종이컵이나 플라스틱컵으로 받아 가면 자원순환보증금 300원을 내고, 컵을 반납하면 이를 되돌려받는 제도다. 2022년 말부터 세종과 제주도에서 시범사업형태로 시행 중인데 2025년부터 전국적으로 확대 시행할 계획이었다.

그런데 '환경부가 제도 시행 여부를 지방자치단체 자율에 맡기기로 했다'는 언론 보도가 나왔다. 또 실제로 같은 내용의 자원재활용법 개정안을 여당 의원이 발의했다. 환경부는 아무것도 결정된 바 없다고 일단 부

인하고 있지만, 지난달 말 시범사업에서 발생한 문제점에 대한 의견을 듣겠다며 업계 간담회를 갑자기 소집했다.

당초 이 제도를 추진했던 환경부 담당 공무원들은 대부분 교체되었고, 새 담당자들은 한국프랜차이즈산업협회, 전국가맹점주협의회 등 관련 협·단체와 프랜차이즈 본사에 개정안에 대한 의견을 달라고 요청했다. 업계에서는 정부가 시범사업 종료 후 제도를 확대하여 추진할 의지와 동력을 사실상 잃었다고 보고 있다.

사실 지난 3년간 두 차례 연기됐던 일회용 컵 보증금 제도는 시범사업 시행 전부터 실효성에 대한 의문이

제기돼 왔다. 환경부가 배포한 자료를 보면 우려대로 시범사업 실적도 미흡하다. 환경부는 8월 말 수거율이 63%에 달하고 있다고 밝혔지만, 이 전까지는 40%대에도 미치지 못했다. 최근 제주도가 미 참여 점포에 과태료를 부과하면서 울며 겨자먹기로 참여율이 높아진 것 뿐이고, 세종시는 여전히 40%대에 머물고 있다. 정부정책을 집행하는 공무원조차 먹고 난 일회용 컵을 반환하지 않는 것이다.

당초 환경부는 보증금을 대폭 올렸고 반납방식도 개선했기 때문에 수거율이 80%대에 달할 것이라고 기대했다. 그러나 실상은 자율협약으로 시행됐다가 실패했다며 포기했던 09년 당시의 수거율 37%과 별 반 차이가 없다. 언론보도에 따르면 환경부가 자원재활용법 개정안이 통과된 2020년 5월부터 지금까지 투입한 자금은 무려 240억원. 아직 시범단계라지만 '클 나무는 떡잎부터 알아본다'라는 옛 속담처럼 앞길은 매우 어두워보인다.

“02~09년까지 7년간 시행됐다가 폐기됐다가 부활한 이 제도는 첫 단추부터 잘못 끼워져 실패가 사실상 예견된 제도였다. 100개 이상 가맹점이 있는 프랜차이즈 매장에서만 시행하는 절름발이였기 때문이다. 중소 프랜차이즈 카페, 독립 커피전문점, 커피 등 음료를 판매하는 편의점포 등 너무나 많은 일회용 컵 사용처가 땀땀 빠져 있는 것.”

02~09년까지 7년간 시행됐다가 폐기됐다가 부활한 이 제도는 첫 단추부터 잘못 끼워져 실패가 사실상 예견된 제도였다. 100개 이상 가맹점이 있는 프랜차이즈 매장에서만 시행하는 절름발이였기 때문이다. 중소 프랜차이즈 카페, 독립 커피전문점, 커피 등 음료를 판매하는 편의점포 등 너무나 많은 일회용 컵 사용처가 땀땀 빠져 있는 것.

지난 3월 전가협의 조사에 따르면 시범사업 대상 업소의 80%가 매출이 크게 줄었다고 답했다. 반면 일회용 컵 제조자 80%는 제조량이 전혀 줄지 않은 것으로 나타났다. 정부가 컵을 반환하는 소비자에게 200원의 탄소중립포인트까지 인센티브로 제공했지만 소



비자는 옆집 미시행 카페나 편의점으로 발길을 돌리고 마는 이른바 풍선효과 현상이 발생한 것이다. 일회용 컵 사용을 전혀 줄이지 못하고 애꿎은 프랜차이즈 카페 점주들만 피해를 본 셈이다.

올 여름 한반도를 포함한 전 지구촌이 기후 이상 현상으로 전례 없는 자연재해를 입었다. 앞으로 가면 갈수록 더 심각해질 것이 뻔하다. 환경 이슈는 환경보호 차원을 넘어 전 지구인의 생존이 달려 있을 정도로 더 이상 피할 수 없는 상황에 처해 있다. 그러나 국내에서 사용되는 종이 및 플라스틱 일회용 컵은 제대로 된 통계조차 없다. 가장 최근 조사된 통계가 2018년 것으로 연 294억 개였지만 커피 소비가 크게 늘어나고 코로나19로 배달소비가 확대되면서 현재 소비량은 더욱 늘어났을 것으로 추정된다.

한국프랜차이즈산업협회와 전국가맹점주협의회 등 관련 협회는 처음부터 보증금제의 적극적인 동참을 약속하면서, 제도의 성공을 위해서는 일회용 컵을 사용하는 모든 업종에 동시에 전면적으로 시행돼야 한다고 제안해 왔다.

그러나 환경부와 환경시민단체들은 편의점 등 관련 업제와의 협의 등 사전 준비가 필요하다면서 100개 이상 프랜차이즈부터 우선 시행만을 고집했고, 결과는 예견된 대로 였다. 프랜차이즈 카페점주들은 크게 반발했고 소비자들은 여전히 반환을 외면했다. 결국 이제는 제도가 존폐 위기에 놓여 있다. 일회용 컵 보증금제도의 성공은 일회용컵을 사용하는 전 업종 업소의 전면시행만이 답이다. **KFN**



박호진
한국프랜차이즈산업협회 사무총장

‘프랜차이즈 체험창업 프로그램’ 참여자 선착순 모집

서울·부산, 치킨·커피·편의점 등 25개 브랜드서 경험 제공

WRITE | 김은영 기자



지난해 체험창업 프로그램 중 한 참여자가 커피전문점 브랜드 점포에서 실습을 진행하고 있다.

한 국프랜차이즈산업협회(회장 정현식)가 8월 10일부터 ‘2023년 프랜차이즈 체험창업 프로그램’ 참여 희망자를 선착순으로 모집 중이라고 밝혔다.

‘프랜차이즈 체험창업 프로그램’은 가맹점 창업 시 필요한 교육을 제공하고, 참여자 워크숍과 전문가 상담, 현장 매장 체험실습 등 창업 희망자들의 역량을 강화하여 준비된 창업을 유도하는 정부 지원사업이다. 중소벤처기업부(장관 이영)와 소상공인시장진흥공단(이사장 박성호)이 주최하고, 협회가 사업 전반을 운영한다.

협회는 서울과 부산에서 참여자들에게 1일 과정으로 창업 절차, 아이템 선정 방법, 상권입지분석, 가맹사업 관련 법·제도 및 계약 등 필수 역량에 대한 공통 교육을 수행한다.

7월 27일 1회차 교육을 시작으로 8월 17일(서울), 24일(부산), 30일(서울) 교육이 진행됐다. 11월까지 서울 2회, 부산 1회 등 매월 2~3회 이상 교육이 진행된다. 특히 올해는 지난해 참여자들의 의견을 반영해 실제 가맹점사업자들의 생생한 경험과 노하우를 듣고 소통하는 참여자 워크숍을 신설, 매월 1회 개최한다.

이후 참여자들은 원하는 순서에 따라 참여 브랜드 중 자신이 원하는 곳에서 매장 운영을 체험하고 창업 전문가들의 맞춤

상담을 제공받는다.

매장 실습에서는 ▲푸라닭 ▲텐퍼센트스페셜티커피 ▲고피자 ▲생활백주 ▲이마트24 ▲커브스 ▲암샘김밥 등 인기가 높은 25개 참여 브랜드의 실제 매장에서 매달 각 본사들이 직접 이론과 실무 교육을 수행한다. 올해는 참여자들의 선택권 확대를 위해 참여 브랜드 수가 지난해 10여개에서 대폭 늘어났다.

전문가 상담에서는 예비창업자의 준비단계에 맞춰 창업 아이템, 브랜드, 예산, 지역·상권 등 다양한 고민들에 대해 체계적인 컨설팅을 제공한다.

참여 신청은 협회 홈페이지 또는 포털에서 ‘K프랜차이즈’를 검색해 협회 창업 플랫폼 ‘프랜차이즈종합지원시스템’에 접속, ‘매장 실습’ 메뉴에서 공통교육을 신청하면 된다.

체험창업 프로그램은 교육과 실습, 상담 등 전 과정이 전액 정부지원금으로 진행되며, 프로그램 이수 후 희망 브랜드로 실제 창업할 경우 특전도 제공된다. 일정 등 자세한 사항은 협회 사업팀(02-3471-8135~8 내선 4)으로 문의하면 된다. **KFN**

싱가포르 최대 박람회 FLAsia서 K-프랜차이즈 열풍

5개 회원사와 한국관 구성 참가...가맹점·마스터 프랜차이즈 가계약 등 성과

WRITE | 신용희 기자

한 국프랜차이즈산업협회(회장 정현식)가 8월 17~19일 싱가포르에서 성대하게 개최된 ‘프랜차이즈 라이선싱 아시아 2023’(FLAsia 2023)에서 5개 회원사들과 K-프랜차이즈 열풍을 이어갔다.

협회는 싱가포르 마리나 베이 샌즈 엑스포&컨벤션 센터에서 열린 이번 FLAsia 2023에서 5개 회원사들이 가맹점 계약, 유효 가맹·바이어 상담, 마스터 프랜차이즈 가계약 등 큰 성과를 창출했다고 밝혔다.

FLAsia 2023은 매년 세계 각국 150개 이상의 브랜드들과, 1만여명 이상의 기업체 대표, 투자자, 임직원 등이 참가하는 아시아권 최대의 국제 프랜차이즈 박람회 중 하나다. 싱가포르는 세계 물류·금융의 허브이자 세계적 기업들이 다수 진출한 사실상의 다문화·다민족 국가로, 전세계 외식 문화가 한 곳에 모이는 글로벌 외식업계의 격전지로 꼽힌다.

협회는 이번 박람회에서 고피자, 카페봄봄, 피자마루, 당신은지금치킨이땡긴다, 샐러디 등 5개 회원사들의 참가를 지원했다. 회원사들은 6개 부스 규모로 한국관을 구성해 현지 바이어 및 참관객들과 3일간 활발한 상담과 계약 논의를 진행하고, K-프랜차이즈 알리기에 나섰다.

현지 점유율 3위에 올라 있는 고피자는 박람회에서 푸드테크 혁신을 선보이며 6개 점포의 가맹점 계약(6억원 상당)을 체결했다. 또, 유효한 가맹계약 상담 30건을 진행, 향후 추가 계약이 전망돼 싱가포르 내 위상을 더욱 높일 예정이다.



당신은지금치킨이땡긴다는 세계적으로 높은 관심을 받고 있는 한국식 치킨 문화의 대표주자로 참가해 K-푸드 열풍을 이어갔다. 특히 싱가포르와 말레이시아 측 파트너들과 마스터 프랜차이즈(MF) 가계약을 체결해 현지 진출의 초석을 마련했다. 9~10월경 한국에서 본계약을 체결할 예정이며, 태국과 인도네시아 파트너들과도 10월 추가 미팅을 진행할 예정이다.

카페봄봄도 인도네시아, 인도, 말레이시아 등 각국 바이어들과 별도로 추가 협의를 이어가기로 하고, 기존 해외가맹점의 홍보와 확장에도 긍정적인 반응을 얻었다. 이외 참가 브랜드들 또한 다양한 현지 파트너들과 심도깊은 상담을 통해 향후 해외진출의 교두보를 마련하는 성과를 올렸다.

협회 관계자는 “협회는 국내 프랜차이즈 시장의 과포화 문제 해소와 신성장동력 발굴을 위해 프랜차이즈 업계의 해외진출 지원을 꾸준히 지원하고 있다”면서 “K-컬처, K-푸드에 대한 높은 관심과 국내 기업들의 세계적인 경쟁력을 바탕으로 K-프랜차이즈 위상 제고를 도모하겠다”고 밝혔다.

한편 협회는 10월 필리핀 마닐라에서 개최 예정인 2023 WFC·APFC 하반기 총회에 참여해 국제 프랜차이즈 업계와 교류하고, 동시에 개최되는 필리핀 최대 박람회에서 16개 회원사와 한국관을 구성해 K-프랜차이즈 열풍을 이어갈 예정이다. **KFN**

한국프랜차이즈協, 회원사 가맹점 풍수해보험 무료가입 지원 재개

서류절차 없이 간편 가입...“풍수해 피해시 최대 5천만원까지 보상”

WRITE | 김은영 기자

지난 4월 일시중단된 <한국프랜차이즈산업 협회 회원사 가맹점 풍수해보험 무료가입> 지원사업이 8월 10일 재개됐다.

풍수해보험은 매년 반복되는 태풍, 폭우, 대설 등 회원사 가맹점의 풍수해 피해 복구 지원을 위해 행정안전부와 각 지자체가 보험료 일부(약 70~91%)를 지원하는 정책보험으로, 메리츠화재 등 시중 7개 보험사(23년 3월 기준)가 판매사로 참여하고 있다.

협회는 연초 다수 보험사들과 계약 체결 등을 대리중개하는 금융상품판매 대리중개업자 벅솔(대표 손성일, 이춘우), 메리츠화재 등과 업무협약을 맺고 간편 가입을 지원하고 있다. 정부·지자체 지원분을 제외한 자기부담금 차액은 재개 후 카카오페이에서 지원한다.

앞서 4월경 예산문제로 제3자 기부 방식에 대한 정부지원이 중단되면서 무료가입이 지원된 바 있으나, 지하 및 1층 소상공인에 한해 가입기간 1년으로 정부지원이 재개돼 다시 무료가입이 가능하다.

가맹본부에서 협회 공지사항 등을 참고해 카카오페이 간편신청 URL을 가맹점주에게 안내하면, 가맹점주는 서류작업없이 몇 번의 선택만으로 쉽게 가입이 가능하다. 문의는 협회 홈페이지(<http://www.ikfa.ro.kr>)를 참고하거나, 협회 정책홍보팀(02-3471-8135~8 내선 5, lsyg0627@ikfa.or.kr) 문의하면 된다. **KFA**

예기치 못한 자연재해 KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

보험료의 70% 이상을 지원하는 풍수해보험

가초생활수급대상자, 차상위계층 보험료 100% 지원
재해취약지역(재난지원금 수령세대 등) 보험료 87% 지원

풍수해보험	정부 지원	보상 재해	가입 대상
정부가 보험료를 지원하고 국민이 실질적인 혜택을 받는 든든한 정책보험	주택·운실·소상공인 : 70~92% 재해취약지역 : 87%	태풍, 지진, 오우, 홍수, 강풍, 폭설, 해일, 대설 *자연재해로 인한 피해	소상공인, 주택, 운실, 재해취약지역 *농·어·수·산 경영, 임·농·어·수·산 경영, 임·농·어·수·산 경영 등

#태풍이 와도 #지진이 나도 #걱정하지 마세요!

예기치 못한 자연재해 풍수해 보험이 지켜드립니다.

주관: 행정안전부
운영보조: DG 순국보훈 (02-2600-5103), 행정안전부정책지원 (02-2600-5104), 산업부 (02-2600-5105), KFA 순국보훈 (02-2600-5106), KFA 순국보훈 (02-2600-5107), KFA 순국보훈 (02-2600-5108), KFA 순국보훈 (02-2600-5109)

한국프랜차이즈協-(주)제비그룹, 소상공인 경영환경 개선 MOU 체결

후불제 광고·통합 마일리지 시스템 확산...소상공인 매출증진·수익구조 개선 지원

WRITE | 김동하 기자



김도현 (주)제비그룹 대표(왼쪽)와 강석우 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장(오른쪽)

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식)가 8월 11일 (주)제비그룹(대표 김도현)과 소비침체로 어려움을 겪고 있는 소상공인들의 경영환경 개선을 지원한다고 밝혔다.

협회는 8월 9일 서울 강서구 SBA 국제유통센터 회의실에서 (주)제비그룹과 협약을 체결하고, 회원사 가맹점들이 (주)제비그룹의 통합 마일리지 시스템을 도입해 매출 증진을 도모할 수 있도록 협력하기로 했다.

강석우 협회 상근부회장은 인사말을 통해 “최근 코로나19 엔데믹에도 고물가와 소비침체로 여전히 소상공인들이 어려움을 겪고 있다”라고 하면서 “쉽게 사용할 수 있는 (주)제비그룹의 통합 마일리지 시스템을 회원사 가맹점들과 잘 연계해 매출 회복을 지원하겠다”고 밝혔다.

(주)제비그룹은 발생한 매출에 대해 나중에 광고료를 지불하는 ‘후불제 광고 시스템’을 접목한 통합 마일리지 시스템을 운영하는 ICT 기반 플랫폼 기업이다. 소상공인들의 광고 효

과와 광고비 지출을 정확히 매칭시켜 마케팅비 지출을 합리화하고, 통합 마일리지 시스템을 통해 소비자 유입을 촉진하여 소상공인의 매출 증진과 수익성 개선을 지원한다.

협회는 (주)제비그룹이 소비자들에게 제공하는 마일리지 회원사 가맹점에서 사용될 수 있도록 회원사를 대상으로 시스템의 홍보와 안내를 수행한다. (주)제비그룹은 프로그램 및 장비를 도입하는 협회 회원사 가맹점에 특전을 제공하고, 소비자들에게 마일리지를 제공해 선순환 구조를 구축한다.

또 협회 창업 플랫폼 ‘K프랜차이즈 프랜차이즈종합지원시스템’, 국내 최대 창업 박람회 IFS프랜차이즈서울 등 다방면에서 연계를 활성화하기 위한 방안을 논의하고, 선순환 시스템의 업계 확산과 시스템 개선 등을 공동으로 추진하기로 했다.

한편 이날 협약식에는 강석우 협회 상근부회장, 박호진 사무총장, 김도현 (주)제비그룹 대표 등 10여명이 참석했다. **KFA**

상생협력 우수 가맹본부 선정 사업

가맹본부·가맹점주간 상생 문화 확산 촉진제 활약 기대하며

WRITE | 한승미



한국공정거래조정원 가맹종합지원센터는 ‘가맹종합지원센터 지정 및 위탁에 관한 고시’에 따라 2020년 9월 개소 후 가맹 업계 종사자들을 위한 고충 상담 및 법률 지원, 교육 서비스 등을 제공하고 있다. 그 중에서도 가맹 분야에 자율적인 상생협력 문화를 확산하기 위해 모범적인 상생협력 사례를 보여준 가맹본부를 선정하는 ‘상생협력 우수 가맹본부 선정 사업’에 대해 살펴보고자 한다.

사업 배경

공정거래위원회 소관 법률 중 하나인 ‘가맹사업거래의 공정화에 관한 법률’(이하 가맹사업법)의 목적은 가맹사업의 공정한 거래질서를 확립하고 가맹본부와 가맹점사업자가 대등한 지위에서 상호보완적으로 균형있게 발전하도록 함에 있다. 가맹종합지원센터는 이러한 법률 취지에 맞춰 설립된 한국공정거래조정원(이하 조정원) 내부 조직이다. 가맹



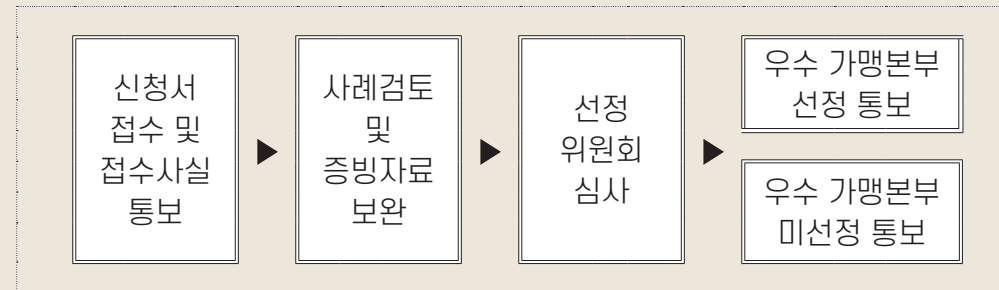
분야 분쟁 예방 및 해결과 더불어 가맹 업계 전반에 걸쳐 상생협력 문화를 조성하는데 힘쓰고 있다. 그리고 그 일환으로 독창적이고 효과적인 상생협력 사례를 운용한 가맹본부를 상생협력 우수 가맹본부로 선정하는 사업을 정기적으로 수행하고 있다. 본 사업은 코로나19 당시 로열티 등을 면제한 가맹본부에 대해 착한프랜차이즈 인증서를 발급하였던 사업을 모태로 하여 2022년부터 본격 시행되었으며 매년 새로운 가맹본부의 상생협력 사례를 신청 받아 우수 가맹본부를 선정하고 있다.

신청 대상

상생협력 우수 가맹본부 선정 사업은 가맹본부의 지원 및 가맹점사업자와의 소통을 통해 경영여건을 개선하고 분쟁 감소, 매출증가 등의 효과를 거둔 상생제도를 운용한 가맹본부라면 누구나 신청이 가능하다. 다만 사례의 참신성 및 시의성을 확보하기 위해 공고일을 기준으로 일정 기간 내

에 실시한 상생협력 사례로만 신청이 가능하므로 신청시 유의해야 한다.

- 선정 절차
상생협력 우수 가맹본부 선정 사업은 다음의 절차를 거쳐 진행된다.



가맹종합지원센터는 가맹본부의 신청서를 토대로 지원 사실 및 선정제의 사유 유무 등을 검토한 후 내·외부위원으로 구성된 선정위원회의 최종 심사를 거쳐 상생협력 우수 가맹본부를 선정한다. 선정위원회는 가맹본부의 업종과 규모를 고려하여 정량적·정성적 심사기준에 따라 채점 후 고득점 순으로 선정 업체를 정하며, 그 수는 매년 상이할 수 있다.

선정 제외

가맹본부의 상생협력 사례가 독창적이고 효과적일지라도 신청마감일 기준 최근 1년 이내에 가맹사업법 위반으로 시정명령 이상의 처분을 받았거나 사회적 물의를 일으킨 경우 등 사회 통념상 상생협력 우수 가맹본부로 인정하기 어려운 결격사유가 있다면 선정에서 제외될 수 있다. 이는 가맹 업계에 모범적인 상생협력 문화를 확산하기 위한 사업 본연의 취지를 살리기 위함이다.

선정 혜택

- 상생협력 우수 가맹본부로 선정된 업체에게는 현재 다음과 같은 인센티브가 제공되며, 본 혜택은 추후 확대될 수 있다.
- (마크 및 상패제작) 상생협력 우수 가맹본부 마크 및 상패 수여
- (홍보) 상생협력 우수 가맹본부의 홍보 영상 제작 및 누리집 게시
- (금융지원) 선정된 가맹본부에게 신용보증기금 보증료를 0.2%p 인하
- (협약이행평가 가산점) 가맹 분야 공정거래협약이행평가 참여 시 가산점 부여

2023년 상생협력 우수 가맹본부 선정

가맹종합지원센터는 2023년에도 2월 15일부터 3월 31일까지 신청서를 접수받아 상생협력 우수 가맹본부를 선정 사업을 추진하였다.

본 사업은 코로나19 당시 로열티 등을 면제한 가맹본부에 대해 착한프랜차이즈 인증서를 발급하였던 사업을 모태로 하여 2022년부터 본격 시행되었으며 매년 새로운 가맹본부의 상생협력 사례를 신청 받아 우수 가맹본부를 선정하고 있다.

금년도 공모에서는 33개사가 신청서를 접수하였으며 그 중 (주)웰빙푸드, (주)바르다프랜차이즈, (주)물과소금, (주)루피룩, 후라이드참잘하는집, 케이비엠 등 6개 업체가 상생협력 우수 가맹본부로 선정되었다. 작년에는 5개 업체가 상생협력 우수 가맹본부로 선정되었으나 가맹본부의 신청건수가 증가함에 따라 선정 업체 수 또한 1개 증가하였다.

한편, 조정원은 2023년 7월 18일(화) 선정식을 개최하여 6개 가맹본부를 ‘2023년 상생협력 우수 가맹본부’로 공식 선정하고 상패를 수여하였다.

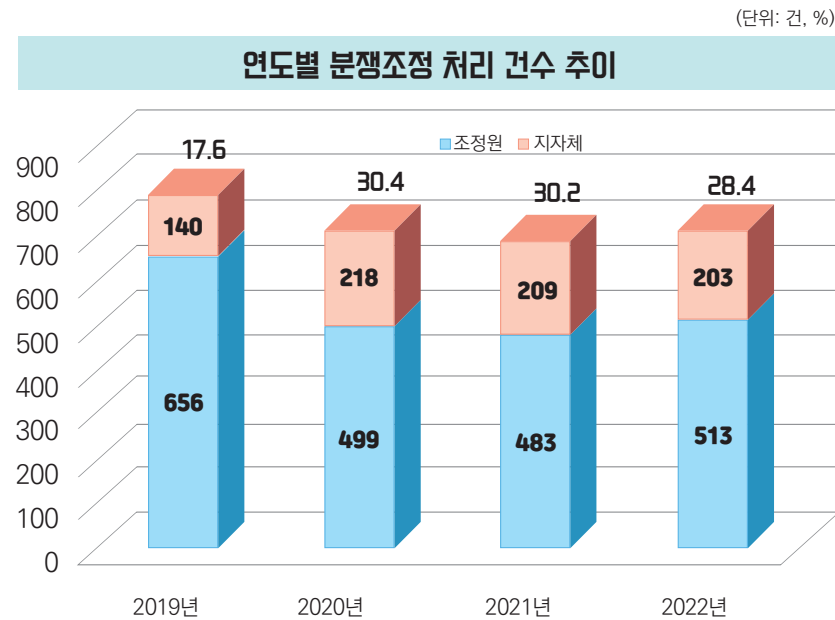
상생협력 우수 가맹본부 선정 사업은 매년 상반기에 공정거래조정원 누리집(www.kofair.or.kr) 내 ‘가맹·대리점 종합지원센터’ 공지사항을 통해 공고되며, 보다 자세한 내용은 가맹종합지원센터 대표번호(☎1855-1490)를 통해 우선으로 문의가 가능하다.

한승미 주임
한국공정거래조정원 상생협력실
가맹대리점종합지원팀
Tel: 1855-1490
email: smsmhh@kofair.or.kr
www.kofair.or.kr



공정거래위원회

공정위-지자체, 가맹분야 성과 공유 간담회 개최



지자체(서울·경기·인천·부산) 등과 한국공정거래조정원에서 정보 공개서 처리 및 분쟁조정 실적 등에 대한 성과공유 간담회를 진행했다.

공정위는 2019년부터 현장 밀착형 행정을 통해 가맹·대리점주의 권익을 보호하고 업무 효율성을 높이기 위해 지자체와 협력네트워크를 구축해 왔으며, 이러한 노력의 일환으로 일부 공정거래업무를 지자체에 이양해 왔다.

2019년 서울·경기·인천 등 수도권 3개 지자체를 시작으로, 2020년 부산시에 가맹분야 정보공개서 등록업무 및 가맹·대리점 분야 분쟁 조정업무가 이양되었으며, 현재는 해당 지자체에서 단순 사실관계 확인만으로 처리 가능한 가맹계약서 보관 의무 위반 등 8개 행위에 대한 과태료 부과 업무도 수행하고 있다.

이에 따라 매년 공정위는 가맹분야 업무 일부를 이양받은 4개 지자체와 가맹 정보공개서 처리 건수, 분쟁조정 실적 등을 공유하고 업무 진행 애로사항 등을 청취하기 위해 성과공유 간담회를 개최하고 있다.

특히 올해는 지난 5년간의 성과 및 진행 상황 전반에 대해 분석·점검하였으며, 가맹사업법의 효과적 집행을 위한 공정위-지자체 간 협력 제고 방안을 비롯하여 관련 제도 발전 방향 등을 모색했다.

한편 지난 5년간 각 지자체에서 제출한 정보공개서 등록 처리 건수 및 분쟁조정 실적 자료를 분석한 결과, 지자체에서 처리한 정보공개서 건수는 2019년 7225건에서 2022년 1만3547건으로 약 2배 정도 증가했다.

지자체에서 처리한 분쟁조정 건수도 2019년 140건에서 2022년 203건으로 점차 증가했다. 전체 실적 대비 지자체 부담율도 업무 이양 첫 해인 2019년 17.6%(140건/796건)에서 2022년에는 28.4%(203건/716건)까지 상승한 것으로 나타났다.

공정위는 앞으로도 지자체와 긴밀히 협력함으로써 기관 간 협력네트워크를 강화하고, 구축된 협력네트워크를 타 지자체로 확산시키기 위한 방안을 적극적으로 강구할 방침이다.

WRITE | 김은영 기자

식품의약품안전처

김밥 등 분식류 배달음식점 위생점검
13곳 적발·조치

식품의약품안전처

식품의약품안전처(처장 오유경)는 김밥, 떡볶이 등 분식을 조리해 배달·판매하는 음식점 총 2305곳에 대해 8월 14일부터 8월 18일까지 17개 지방자치

단체와 함께 집중 점검한 결과 '식품위생법'을 위반한 13곳(0.6%)을 적발해 관할 기관에 행정처분을 요청했다.

주요 위반 내용은 ▲유통기한 경과제품 보관(1곳) ▲시설기준 위반(2곳) ▲위생적 취급기준 위반(2곳) ▲건강진단 미실시(8곳) 등이다.

이번에 적발된 업체에 대해서는 관할 지자체가 행정처분 후 6개월 이내에 다시 점검해 개선 여부를 확인할 예정이다.

점검과 함께 음식점에서 조리·판매하는 김밥 등 121건을 수거해 검사한 결과 대장균 기준 위반으로 1건 부적합 판정을 받았다.

식약처는 배달음식점의 위생·안전을 선제적으로 강화하기 위해 2021년부터 다소비 품목을 배달하는 음식점에 대해 분기별로 집중 점검을 실시해오고 있다. 2021년 1분기에는 족발·보쌈, 2분기에는 치킨, 3분기에는 분식, 4분기에는 피자를 대상으로 했다. 지난해에



는 1분기 중화요리, 2분기 족발·보쌈, 3분기 분식, 4분기 치킨이 대상이었다.

올해는 치킨, 피자, 분식 등 다소비 품목 외에도 소비경향(트렌드)을 반영한 다양한 품목으로 점검 대상을 확대해 1분기에는 마라탕·양꼬치·치킨, 2분기에는 아시아요리를 배달하는 음식점을 대상으로 점검을 실시했다. 특히 이번에는 하절기 식중독 발생을 예방하고자 분식류 배달음식점을 대상으로 3분기 점검을 실시했다.

식약처는 앞으로도 국민이 많이 소비하는 배달음식을 대상으로 안전관리를 지속적으로 강화하고, 고의적인 불법 행위에 대해서는 엄정하게 조치하는 등 안전한 먹거리 환경을 조성하기 위해 최선을 다하겠다고 밝혔다.

아울러 식품안전 관련 위법 행위를 목격하거나 불량식품으로 의심되는 제품에 대해서는 부정·불량식품 신고전화 1399로 적극 신고해 주기 바란다고 당부했다.

WRITE | 김은영 기자

한국소비자원

햄버거 프랜차이즈 만족도, '주문과정' 높고 '가격·부가혜택' 낮아



코로나19 이후 호장이 쉽고 혼자 간편하게 식사할 수 있는 음식의 소비가 늘면서 올해 햄버거 관련 시장규모는 약 5조 원으로 예측될 정도로 수요가 증가하고 있다. 국내 햄버거 시장규모는 2020년 약 2조9600억원에서 2023년 약 5조원으로 예상된다.

이에 한국소비자원이 주요 햄버거 프랜차이즈 노브랜드버거, 롯데리아, 맘스터치, 맥도날드, 버거킹, KFC 등 6개사에 대한 소비자 만족도 및 이용실태를 조사했다. 결과 주문과정 등에 대한 만족도는 높았으나 가격과 부가 혜택에 대한 만족도는 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

조사대상 6개 햄버거 프랜차이즈의 평균 종합만족도는 3.76점이었다. 사업자별로는 버거킹이 가장 높은 점수를 받았다. 업체별 만족도 점수는 최고 3.81점에서 최저 3.63점으로 조사대상 업체간 편차는 크지 않았다. 부문별 만족도는 '서비스 품질'이 3.85점으로 가장 높았고, '서비스 상품(3.81점)', '서비스 체험(3.65점)'의 순이었다.

서비스 품질 요인별 만족도는 매장의 인테리어 및 직원 복장 등을 평가하는 '유형성(3.96점)'이 가장 높았다. 매장별 편차 정도를 나타내는 '신뢰성(3.89점)'이 뒤를 이었으며, 고객 공감과 고객 개별 관리를 중시하는 '공감성(3.76점)'이 가장 낮았다.

서비스 상품 관련 만족도는 메뉴에 대한 정보 충실도, 주문하기 편한 환경, 제품 수령까지 걸리는 시간 등 주문과정(3.96점)에서 높은 점수를 받은 반면, 매장접근성(3.63점), 가격(3.65점)에서는 비교적 낮은 점수를 획득했다.

햄버거 프랜차이즈 이용행태를 조사한 결과, 1인이 평균적으로 주문하는 비용(배달비, 주문수수료 포함)은 1만700원이었다. 2017년 조사 결과와 비교할 때, 1만원 미만으로 주문하는 비중이 약 10%p 줄어든 반면, 2만원 이상 주문하는 비중은 2배 이상(3.0% → 8.1%) 증가했다. 한편 취식장소에 대해서는 매장(41.5%)보다 매장 외 다른 장소(58.5%)를 이용한다는 응답 비중이 높았다.

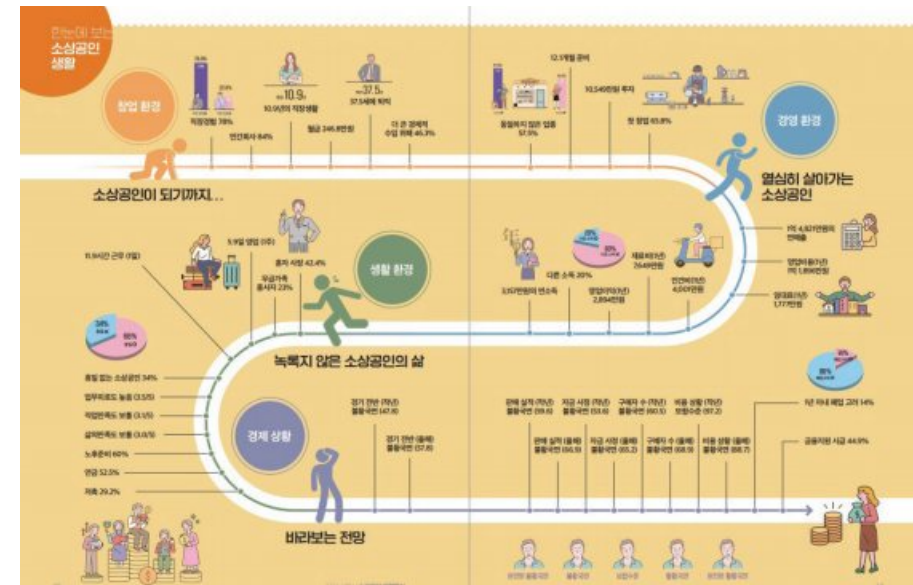
소비자의 63.0%는 햄버거 주문 시 키오스크를 이용한다고 응답하는 등 배달앱(전문·자재 포함)을 포함한 비대면 주문방식을 택한 소비자가 대부분(88.8%)이었다. 매장 직원에게 직접 주문하는 경우는 10.1%에 불과했다.

그러나 햄버거 프랜차이즈를 통해 소비자 불만을 경험했다고 응답한 소비자(169명) 중에서 키오스크 오류로 주문이 실패하거나 다른 메뉴가 준비되는 등의 문제를 겪은 비율이 36.7%(62명)에 이르러 이에 대한 개선이 시급한 것으로 나타났다.

WRITE | 신용희 기자

서울신용보증재단

혼자 주 5.9일 영업하는데 월 평균소득 263만원



서울신용보증재단(이하 재단, 이사장 주철수)이 소상공인 실태에 대한 통계를 누구나 쉽게 이해하고 접근할 수 있도록 '2023 서울시 소상공인 생활백서'를 발간했다.

재단의 소상공인정책연구센터에서는 누구나 쉽게 소상공인에 대한 정보를 접할 수 있도록, 2022년 10월부터 12월에 실시한 '서울시 소상공인 사업제 패널조사'의 분석 결과를 바탕으로 소상공인의 실태를 파악해 생활백서를 제작했다.

생활백서에 따르면 서울시 소상공인은 혼자(42.4%) 일하면서 1주일에 평균 5.9일 영업하고, 영업하는 날 기준으로 하루 평균 11.9시간 일하는 것으로 나타났다. 이렇게 일해 벌어들인 월 평균 소득은 263만원이지만, 사업체에서 벌어들인 소득 외에 부업을 해서 번 돈까지 합친 금액이다.

또 소상공인의 78%는 민간회사(84.0%)에서 월 평균 246만8000원의 급여를 받다가 창업한다. 57.5%는 과거 근무한 직장과 동일하지 않은 업종으로 창업했다. 창업 동기는 더 큰 경제적 수입을 얻기 위해서(46.3%)다. 창업 소요기간은 12.1개월이며 창업 초기 투자비용은 평균 1억549만원이다.

서울시 소상공인의 매출액은 평균 1억4821만원이다. '도매 및 소매업' 1억8827만원, '수리 및 개인 서비스업'은 6632만원이다. 영업비용은 평균 1억1896만원, 연평균 임차료 1777만원이다. 연평균 인건비는 1580만원, 재료매입비는 7649만원이다. 영업이익은 평균 2894만원이다.

사업체 운영을 통한 소득 외에, 다른 소득(수입원)이 있는 소상공인은 약 20%다. 다른 소득까지 더한 평균 연 소득은 3157만원(월 수입 263만원)이다. 음식점업 연소득이 4696만원(월 수입 391만원)으로 가장 높았다. 향후 1년 이내 폐업을 고려한다고 응답한 비율은 14.4%다. 폐업을 고려하지 않는다는 업체는 특별한 대안이 없다(40%)는 이유를 가장 많이 들었다.

WRITE | 김은영 기자

세상에 없는 치킨으로 MZ 사로잡다



당신은치킨이팽킨다
강창민 대표



2020년 전 세계는 때 아닌 공포를 마주한다. 2019년 12월 발생한 코로나19다. 바깥 활동은 위축되고, 마스크를 착용한 거리두기가 실시됐다. 매장형 아이템들의 어려움은 더 커졌다. 매출 하락으로 폐업을 걱정하던 2021년, 철저한 분석과 예측으로 당당히 도전장을 내민 브랜드가 있다. 그것도 레드오션인 치킨시장에. 위기는 기회라는 말이 있다. 론칭 2년만에 100여개 매장을 오픈하고, 해외에도 진출하는 당신은치킨이팽킨다(이하 당치팽) 브랜드다. 강창민 대표의 독창성과 선견지명의 효과다. **INTERVIEW** | 이진창 발행인 **WRITE** | 이호 국장

당 치팽은 2021년도에 론칭한 브랜드다. 2023년 현재 전국에 100호점이 넘는 가맹점을 오픈했다. 당치팽의 슬로건은 '세상의 모든 팽기는 맛을 찾아서!'다. 그래서 브랜드 론칭 당시에도 기존의 고정관념을 벗어난 독창적이면서도 남녀노소 누구나 팽기는 치킨을 만든다가 목표다.

최근에는 브랜드 리뉴얼도 진행했다. 청담동 트리플치킨, 남포동 마통갈비, 쓰촨 마라볶이치킨 등도 각 지역명을 활용한 대표메뉴다. 세계 각국의 팽기는 맛을 직관적으로 표현한 치킨을 선보이고 있다. 이러한 참신하고 트렌디한 메뉴들로 MZ세대들의 입맛을 사로잡고 있다는 평가다.

그런데 여기서 궁금한게 생겼다. 2021년이던 코로나19가 한창 기승을 부리던 때다. "왜 이 시기에? 그것도 치킨으

로?" "외출이 자제되면서 당연 배달시장이 성장할 것으로 예측했어요. 그리고 여러 업종 중 외부적 요인에 크게 영향 받지 않고, 수요가 꾸준한 업종, 치킨이라고 생각했죠" 강창민 대표의 우문懸問에 대한 현답賢答이다.



싱가포르_MOU체결



참신한 메뉴에 SNS마케팅

강 대표가 브랜드를 론칭하면서 가장 중요하게 생각한 것은 경쟁력과 차별성이다. 그래서 브랜드의 목표도 '기존 시장의 고정관념을 벗어나 독창적이면 남녀노소 모두가 땡기는, 지금껏 맛보지 못한 맛있는 치킨'이다.

이를 위해 중점을 둔게 메뉴와 인지도다. 당치땡의 메인 타깃층은 MZ세대다. 이들은 SNS를 가장 활발히 이용하는 세대다. 강 대표 역시 페이스북, 인스타그램 등 SNS마케팅을 통해서 브랜드를 알리기 시작했다. 단기간에 당치땡이 MZ세대로부터 높은 인지도를 가져갈 수 있던 이유다.

여기에 힘입어 론칭한 해 9월에는 가수 겸 배우 윤두준을 모델로 섭외했다. 버스 등 옥외광고, IPTV 위주의 TV광고, 드라마PPL 등으로 홍보 채널의 스펙트럼도 넓혔다. 현재는 가수 겸 방송인 브라이언을 2차 모델로 섭외해 브랜드 인지도를 끌어올리는데 주력하고 있다.

아울러 참신한 메뉴도 당치땡의 성공 비결이다. “브랜드 명을 정할 때부터 새로운 바람을 일으킬 수 있는 브랜드가 되고 싶었어요. 감이 떨어지지 않도록 트렌드를 끊임없이 분석했죠. 이러한 노력이 노랑진라땡치킨, 남포동 마통갈비, 쓰촨 마라뽕치킨 등을 개발하게 된 배경이죠”

해외 러브콜 '싱가포르·말레이시아'

당치땡 브랜드는 현재 리뉴얼과 브라이언 모델 계약으로 국내 시장 점유율을 높이고 있다. 아울러 글로벌시장 진출도 활발하다. 최근에는 싱가포르와 말레이시아에 마스터 프랜차이즈 계약으로 진출을 결정지었다. 미국 요식업 브랜드 한곳과도 콜라보해 미국 내 매장 오픈도 앞두고 있다.

사실 강 대표는 당치땡으로 외식업에 입문한 초보 사업가가 아니다. 이미 2012년부터 최민준 대표와 동업으로 개인음식점을 운영한 경험이 있다. 이후 2014년 마녀주방이라는 할로

원 콘셉트의 이탈리아인 퓨전 레스토랑을 론칭했다. 이를 기반으로 2016년 바이포엠에프앤티라는 회사를 법인전환 뒤 본격적인 가맹사업을 시작했다.

이후 해외시장인 중국 진출 준비와 2020년도에 킨즈블랙이라는 수제버거 브랜드도 론칭했다. 당치땡은 2021년 코로나19로 변하고 있는 시장 상황에 맞춰 론칭한 브랜드다.

경험에서 나온 직접적 소통과 밀착관리

강 대표의 가맹사업 중점 전략은 직접적인 가맹점 소통과 밀착관리다. 매장마다 슈퍼바이저를 한명씩 배정했다. 월 1~2회 방문을 하면서 매장의 애로사항을 파악하고 해결한다. 동시에 프랜차이즈 사업의 기본원칙인 Q.S.C 점검도 진행한다. 그렇다고 모든 일들을 슈퍼바이저에게 맡겨놓는 것은 아니다. 본사에서 지속적으로 매장별 문제가 없는지, 매출은 정상적으로 나오고 있는지 등을 모니터링한다. 문제가 발생하면 슈퍼바이저와 본사 협업으로 해결해준다.

“고객 관리 요령은 본사에서 점주들에게 교육을 해주고 있어요. 그러면서 매장 내 문제도 잘 처리할 수 있도록 지속적 관리를 하죠. 오랜 외식업 경험을 통한 고객관리법이 어려워하는 점주들에게 많은 도움이 되고 있어요”

가맹본부의 갑질에 대해서도 강 대표는 단호하다. “점주와 본사간 불합리한 계약이나 본사의 횡포 등을 경계하면서 시작한 브랜드예요. 본사의 이익창출만을 위한 활동보

다는 점주들과 함께 성장하는 방법을 모색했죠” 이를 위해 인테리어와 본사 물류 마진을 0%로 전혀 받지 않고 있다. 점주들의 창업비용을 최소화하고 순이익을 극대화하는데 초점을 맞춰 수익구조를 설계했다. 이는 빠르고 안정적으로 가맹점을 확장하는데 큰 도움이 되고 있다.

맛있게 놀고 재미있게 먹자

강 대표와 바이포엠에프앤티의 기업 미션을 ‘맛있게 놀고 재미있게 먹자’다. 이를 위해서는 끊임없는 도전과제를 극복하기 위해 쉼 없는 노력이 필요하다. 강 대표가 R&D 부서에 과감히 투자하고 핵심인력 발굴, 시스템 개발 등에 매진하는 이유다. “국내외 최대 규모의 프랜차이즈 회사로 발돋움하는게 저의 목표예요. 앞으로의 성장이 기대되는 이유예요”

국내뿐만 아니라 해외에도 발을 넓혀 K-푸드의 대표인 치킨의 맛과 우수성을 전파하는 강창민 대표. 고객과 점주의 지지에 보답하기 위해 최고의 브랜드를 만들겠다는 바람이 가을을 맞아 더욱 영글어가고 있다. **KFI**



당치땡모델_브라이언

식약처 지원 ‘나트륨·당류 저감’ 메뉴 선보여

바른치킨·꾸브라꼬숯불두마리치킨·권사부순대국·카페봄봄

WRITE | 김은영 기자

‘나트륨·당류 저감 메뉴 개발 지원 등 외식 환경 조성사업’은 식품의약품안전처가 지원하는 사업이다. 덜 짜고 덜 단 외식 메뉴를 개발, 판매하여 소비자의 건강한 외식 문화 형성 및 식생활 실천을 위한 목적으로 진행되고 있다. 공정위에 등록되어 있는 외식업체를 대상으로 공개모집하여 신청한 기업들을 대상으로 심사를 거쳐 선정된 바른치킨, 꾸브라꼬숯불두마리치킨, 권사부순대국, 카페봄봄의 R&D팀과 외부 전문가들의 공동으로 연구하여 개발된 나트륨 저감 메뉴와 당류 저감 메뉴가 개발되어 9월부터 직영점을 통해서 시범판매 된다.



바른치킨의 핫윙봉후라이드

◆ 바른치킨, 나트륨 함량 22% 감소한 핫윙봉 후라이드 출시

(주)이루에프씨(대표 이문기)의 바른치킨은 치킨의 맛과 더불어 나트륨 함량을 저감시켜 소비자가 더 건강한 식생활을 영위하고 나아가 올바른 외식문화를 형성하고자 했다. 이에 바른치킨은 나트륨 함량을 저감하되, 메뉴가 갖고 있는 고유의 짭짤은 유지하는 것을 목표로 메뉴 개발에 착수한 결과 염지제의 나트륨 함량은 기존 대비 24% 감소, 염장된 윙봉은 13% 감소, 조리된 핫윙봉 후라이드는 22% 감소시켰다. 특히, ‘핫윙봉 후라이드’는 소비자 섭취기준 나트륨 함량에서 기존 메뉴 대비 20% 이상 낮게 나타났다.

◆ 꾸브라꼬숯불두마리치킨, 소비자 건강 생각하는 상생 메뉴

꾸브라꼬숯불두마리치킨(대표 김태훈·전민호)은 숯불에 구운 치킨을 가성비까지 더해 두 마리로 제공한다는 컨셉으로 처음 런칭된 후 꾸준히 가맹점을 늘려오고 있는 브랜드다. 꾸브라꼬 숯불두마리치킨은 기존 숯불데리야끼



꾸브라꼬 - 숯불 데리야끼 구이

메뉴의 염지제 나트륨 함량을 줄여 나트륨 저감 메뉴를 개발하였다. 닭 염지제의 성분 및 염장액 비율 조절을 통해서 기존 메뉴 고유의 ‘짭 짭, 감칠맛’ 등은 유지하면서 나트륨 함량은 18% 가량 줄어들었다. 꾸브라꼬 숯불두마리치킨은 이렇게 개발한 저감 염지제를 모든 메뉴에 적용하여 모든 메뉴의 나트륨 함량을 줄여 소비자 건강에 이바지 할 계획이다.

◆ 권사부순대국, “계속해서 나트륨 저감 메뉴 개발”

권사부순대국(대표 권용국)은 국밥셰프 권용국 대표가 ‘한 그릇에 담아낸 깊은 맛’을 추구하며 레시피와 양념을 손수 만든 노하우로 출발한 프랜차이즈이다. 권사부순대국의 나트륨을 저감시킨 막창볶음은 기존 순대곱창 볶음의 양념에서 많이 사용하는 간장과, 고추장, 그리고 인공감미료의 사용을 최대한 줄여, 나트륨 함량을 낮춘 막창볶음용 양념을 성공했다. 이 양념으로 권사부 막창구이 밀키트 제품과 다양한 메뉴로 개발될 계획이다. 권사부 순대국 권용국 대표는 “이번 한번으로 끝나지 않고 나트륨 저감 메뉴 개발에 계속 노력하겠다”고 말했다.



◆ 카페봄봄, 당 함량 29.64% 저감 라이트 요거트 파우더 개발

소비자의 당류 저감에 대한 니즈가 증가하며 당류 저감 메뉴 개발의 필요성을 느끼고 있었던 카페봄봄(대표 이승은)은 이번 사업에 참여해 당 함량을 저감한 요거트 파우더를 개발했다. 기존 요거트 파우더에는 설탕 함량이 매우 높은 점에 착안하여, 이를 대체 감미료로 대체하여 당 함량을 줄이는데 성공했다. 기존 요거트 라씨 메뉴의 평균 당 함량이 52g 정도였지만, 라이트 요거트 라씨 메뉴의 평균 당류 함량은 22.5g이다. 당류를 저감하여 개발한 라이트 요거트 파우더는 라이트 요거트 라씨 메뉴를 전국 직영점 7군데에서 시범판매될 계획이다.



제33기 프랜차이즈 최고전문가 과정 입학식 진행

예비 프랜차이즈 대표 등 33명 신입 원우 참석...12월 14일까지 진행



한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원이 주관하는 ‘제33기 프랜차이즈 최고전문가 과정’ 입학식이 지난 8월 31일 프랜차이즈산업연구원 강의실에서 진행됐다.

입학식에는 프랜차이즈산업연구원 장재남 원장을 비롯하여 한국프랜차이즈전문가포럼 류수석 총동문회장 등 총동문회 임원과 고문 및 지난 제32기를 수료한 선배 원우 등이 자리를 빛냈다. 33기 33명의 신입 원우 등 총 50여명이 참석했다.

프랜차이즈 최고전문가 과정은 2007년 제1기를 시작으로 지금까지 프랜차이즈 최고전문가를 양성하여 산업의 건강한 발전에 기여하고 있다. 교육을 수료한 원우간 상호 협력하여 동반 성장에 힘쓰고 있다.

이번 제33기 교육생은 33명으로 현재 직영점을 운영하

며 프랜차이즈 사업화를 준비하고 있는 예비 프랜차이즈 대표와 다양한 업종에서 최대 가맹점 200개 이상의 가맹본부 대표와 임원, 산업 관련 협력업체 대표와 전문지식을 갖춘 변호사, 세무사, 컨설턴트 등이 참여했다.

입학식 첫날 신입 원우들은 서로 얼굴을 익히고 교육 일정 소개와 함께 과정 수료시 참여하게 되는 총동문회 소개 등을 받았다. 제33기의 포문은 프랜차이즈산업연구원 장재남 원장의 강의로 시작됐다.

‘프랜차이즈산업의 현황 및 변화, 프랜차이즈의 개념과 장·단점 및 성공 전략 등 프랜차이즈 비즈니스에 대한 강의’를 시작으로 3개의 모듈 아래 22개의 과목과 프랜차이즈기업 대표 등의 특강, 기업 견학 등 이론과 실무를 갖춘 전문가들의 교육이 8월 31일부터 12월 14일까지 매주 목요일 15주간 진행될 예정이다. **KFA**



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

맘스터치가 블루칩으로 성장할 수 있었던 비결

WRITE | 이경희

2023년 9월 현재 공정거래위원회 가맹사업 거래 사이트에 등록된 프랜차이즈 브랜드 수는 1만2146개이다. 이 좁은 땅덩어리에서 외국인들이 들으면 깜짝 놀랄 숫자의 브랜드가 가맹사업을 하겠다고 정보공개서를 등록해 놓았다.

물론 그 중에는 사업 실체가 없이 1+1제도(직영점 1개를 1년 이상 운영해야 하는 제도)를 겨냥해 정보공개서를 등록해 놓고 정보공개서 장사를 하는 사례도 적지 않다. 하지만 정보공개서는 등록돼 있지만 사업 추진이 활발하지 않은 대부분의 브랜드들은 소기업이 가맹사업으로 성장의 꿈을 안고 등록했거나 중견 가맹본부가 미래의 블루칩을 만들기 위해서 등록한 정보공개서들이다.

1만2000개가 넘는 브랜드 중에서 가맹점 100개 이상에 현재 활발하게 성장하는 브랜드는 그다지 많지 않다.

그렇다면 성장 동력없이 정체된 브랜드 관리를 어떻게 해야 역동적인 사업 추진이 가능한걸까

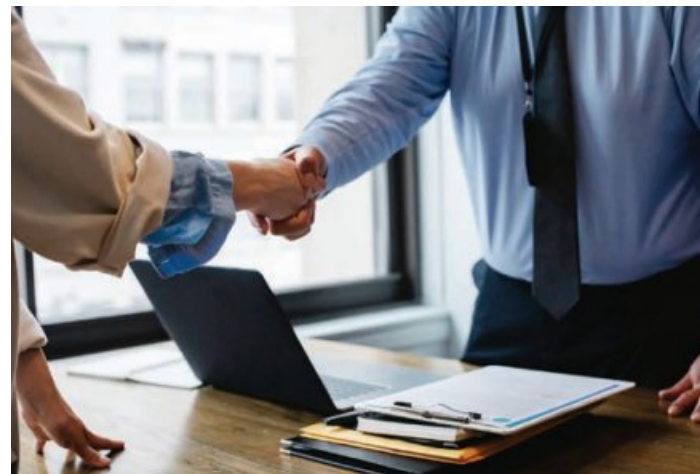
5장으로 최고의 전략을 세우는 방법

맘스터치 창업자이자 현 한국프랜차이즈산업협회장인 정현식 회장은 맘스터치가 그저그런 신생 브랜드에서 급성장하는 브랜드로 성장 동력을 갖게 된 비결을 간단하게 정리한다. 누가 내 경쟁자인가? 내 경쟁자의 특징은 무엇인가? 나는 어떤 경쟁우위를 가져야 하는가?

정현식 회장은 철저하게 이 세 가지에 물음에 집중해서

경쟁우위를 갖춰나가는 전략을 실행했다. 맘스터치가 KFC, 맥도날드, 롯데리아처럼 당시 쟁쟁하게 잘나가는 브랜드를 극복하고 오늘날 성장하는 국내 대표 버거 브랜드로 성장한 비결이라고 강조했다.

전 GE회장이었던 잭 웰치도 '마지막 강의'라는 그의 저서에서 비슷한 강조를 한다. 잭 웰치는 5장의 슬라이드로 최고의 전략을 세우는 법을 알려주면서 급변하는 시장환경 속에서 전략은 단순하고 유연하게 수립해야 한다고 말한다.



잭웰치에 따르면 첫째 장에서는 현재의 경쟁 상황을 엄밀하게 재평가하라고 권한다. 평가는 궁지에 몰린 쥐처럼 절박하고 두려운 마음으로 해야 한다. 둘째 장에서는 경쟁자가 경쟁 판도를 어떻게 바꿨는지 분석해야 한다. 상품인가? 인재인가? 기술인가? 한 마디로 경쟁자의 강점과 핵심 역량을 철저히 분석해야 한다.

셋째 장에서는 경쟁자와 동일한 시기에 우리는 무엇을 했는지 냉정하게 살펴봐야 한다. 넷째 장에서는 앞으로 닥칠 상황, 우리를 공포로 몰아넣을 수 있는 요소를 분석해야 한다. 다섯 번째 장에서는 경쟁자가 득실대는 시장에서 우리를 승리로 이끌 비장의 무기를 찾으라고 조언한다.

맘스터치 창업자가 말하는 성장 비결

맘스터치는 글로벌 브랜드들이 득실대는 시장

에서 비실대는 신생 기업으로서 살아남 길을 찾아야 했다. 중대형 매장으로 A급 입지에 출점하는 메이저 브랜드를 피해서 작은 매장에서 망하지 않을 정도의 적은 투자와 수익 모델로 출점했다. 막강한 경쟁자를 피할 수 있는 상권을 찾은 것이다. 사업 초기에는 매장 출점에서도 유연한 전략을 취했다. 가맹점의 편의를 많이 봐준 것이다. 상품 역시 경쟁을 피할 수 있는 전략을 채택했다. 비비큐나 교촌 등 이미 자리를 잡은 강력한 치킨 브랜드 옆에서는 승부가 쉽지 않았으므로 버거를 강화했다.

실행하고 보면 별 것 아닌 것처럼 보이지만 경쟁 구도에서는 강력한 힘을 발휘하는 단순하고 유연한 전략을 실행하기 위해서는 나의 욕망을 내려놓고 시장을 냉정하게 보는 객관적인 시각이 필요하다. 프랜차이즈 브랜드 1만2000개가 넘는 우리나라의 경쟁 구도에서 가맹본부의 성장을 가장 저해하는 요소는 경쟁의 압박이다.

“현재의 경쟁 상황을 엄밀하게 재평가하라고 권한다. 평가는 궁지에 몰린 쥐처럼 절박하고 두려운 마음으로 해야 한다. 둘째 장에서는 경쟁자가 경쟁 판도를 어떻게 바꿨는지 분석해야 한다. 상품인가? 인재인가? 기술인가? 한 마디로 경쟁자의 강점과 핵심 역량을 철저히 분석해야 한다.”

시장에는 나보다 월등한 경쟁자도 있고 나를 추격하는 경쟁자도 있다. 우리 브랜드 역시 살아남기 위해 고군분투하고 있다. 이런 상황에서 장기적으로 성장하는 브랜드가 되기 위해서는 잭 웰치 회장의 조언처럼, 정현식 회장이 힘없는 신생 브랜드를 튼튼한 블루칩으로 키운 전략처럼 본질에 더욱 집중하는 경영 자세를 가져야 할 것이다. **[KFI]**



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



Korea Franchise Association

Column

칼럼

예비창업자, 1억원 미만 외식업 선호

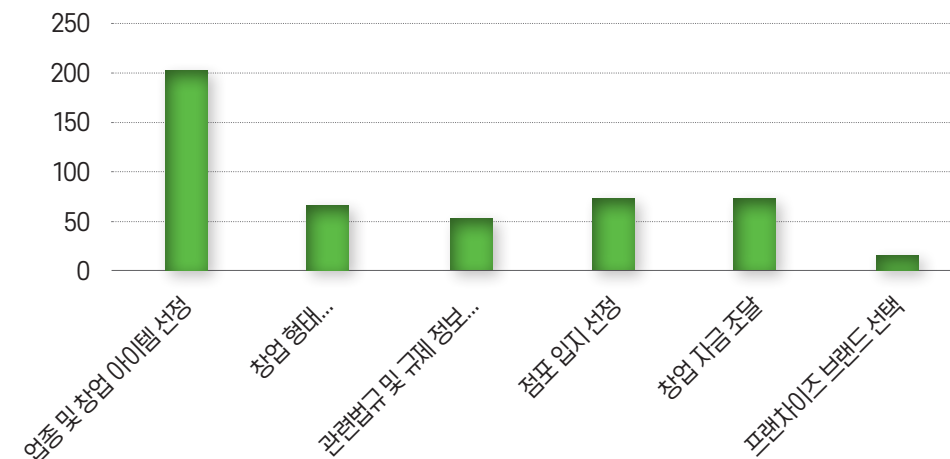
2023 상반기 예비창업자 조사결과...점포운용 쉬운게 이유

WRITE | 장재남

한국프랜차이즈산업협회와 프랜차이즈산업연구원이 2023년 6월 8일부터 6월 28일까지 IFS(프랜차이즈 창업 박람회)에 방문한 20대 이상의 예비창업자를 중심으로 설문 조사를 시행했다. 예비창업자 500명을 대상으로 조사를 수행했다.

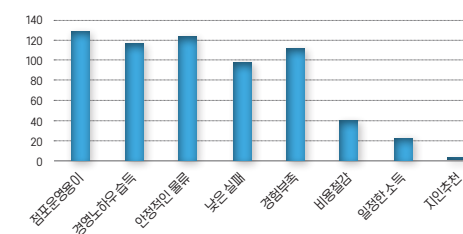
예비창업자의 창업 시기는 향후 6개월-1년 이내(35.6%)가 가장 많았으며, 창업 시 업종 및 창업 아이템 선정(41.8%)을 창업 시 가장 어려워하는 것으로 나타났다.

창업의 어려운 점



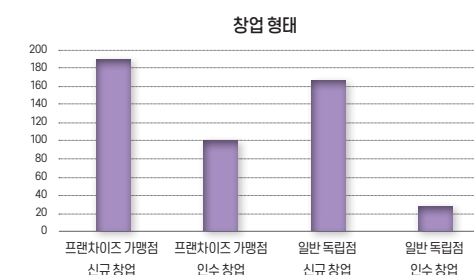
예비창업자가 희망하는 업종은 외식업을 (57.0%) 가장 희망하였으며, 외식업에서는 커피(33.2%)를, 도소매업종에서는 의류/패션(26.3%)을, 서비스업종에서는 이미용(24.8%)을 가장 선호하는 것으로 조사됐다. 창업초기 투자금은 5000만원 이상 ~ 1억원 미만(42.0%)이 가장 많았으며 창업에 대한 정보는 인터넷(51.2%)을 가장 이용하고 있으며, 창업에 대한 교육 여부를 조사한 결과는 창업에 대한 교육을 받은 적이 없는 사람(61.9%)이 많았다.

프랜차이즈 형태로 창업하는 이유



프랜차이즈 형태로 창업을 하려는 이유는 점포 운영 용이(19.9%) 때문인 이유가 가장 많았다. 또 프랜차이즈 창업 교육을 받아본 경험이 없는 예비창업자가 훨씬 많은 것으로 조사됐다. 프랜차이즈 형태보다는 독립창업을 희망하는 예비창업자들을 조사한 결과 프랜차이즈 형태로 창업하지 않으려는 가장 큰 이유는 가맹금 납부(22.9%) 때문인 것으로 조사됐다.

프랜차이즈 브랜드를 처음 접한 경로는 박람회(15.4%)가 가장 많았으며 프랜차이즈 브랜드의 선택 기준은 가맹점 매출(21.0%)을 가장 중요하게 여기는 것으로 조사됐다. 이로 인해 여러 가지 경제상황으로 가맹점 모집이 쉽지 않은 상황에서 예비창업자들의 창업환경을 고려한 가맹점 모집 전략을 수립할 필요성이 대두된다. **KFA**



선호하는 창업형태는 프랜차이즈 가맹점 신규 창업(39.1%)이 가장 많았으며, 그다음 일반 독립점 신규 창업(34.4%), 프랜차이즈 가맹점 인수 창업(20.8), 일반 독립점 인수 창업(5.8%) 순으로 조사됐다.



장재남

프랜차이즈산업연구원 원장

CFE, 경영학박사

한국프랜차이즈산업협회 자문위원



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

라이선스계약과 프랜차이즈, 선택은

WRITE | 안철현

누구는 “그 건물에 대해서는 동업자도 있지만 내 명의로 들어가 있고, 대출을 받은 것만으로 동업자에게 당장 손해가 발생한 것도 아닌데 어떻게 그 무시무시한 업무상배임죄가 된다는 말이나?”라고 생각할 사람도 있을 법하다.

독자들은 어떻게 생각하시는가. 이와 관련해 대법원에서는 자기명의로 돼 있더라도 동업자간의 공동지분약정이 돼 있는 건물을 담보로 대출을 받았다면 업무상배임죄가 성립한다고 판결했다. 그 사건에서 김모씨는 이모씨, 강모씨 등 동업자 3명과 함께 한 건물에 여러 진료과를 설치하는 형식으로 병원을 운영하기로 하고, 성남시 소재 지하 2층 지상 8층 짜리 규모의 빌딩을 매수했다.

매수 당시 김모씨를 포함한 동업자 4명은 건물에 대한 지분은 동등하게 보유하되 등기부상 소유자 명의만 김모씨 앞으로 해놓았다. 그런데 김모씨는 이후 인천시 소재 다른 병원 건물을 60억원에 인수하는 과정에서 이모씨를 제외한 강모씨 등과 짜고 그 빌딩 등에

80억원의 근저당권을 설정해주고 대출을 받아 그 건물의 공동지분자인 이모씨에게 재산상의 손해를 끼친 혐의로 기소돼 1·2심에서 징역 3년의 실형을 선고받았다.

형법에서 업무상배임죄는 “타인의 사무를 처리하는 자가 그 임무에 위배하는 행위로써 재산상의 이익을 취득하거나 제3자로 하여금 이를 취득하게 해 본인에게 손해를 가함으로써 성립한다”고 규정하고 있다. 여기서 ‘그 임무에 위배하는 행위’라는 것은 사무의 내용, 성질 등 구체적 상황에 비춰 법률의 규정, 계약의 내용 혹은 신의칙상 당연히 할 것으로 기대되는 행위를 하지 않거나 당연히 하지 않아야 할 것으로 기대되는 행위를 함으로써 본인과 사이에 신임관계를 저버리는 일체의 행위를 포함한다고 본다.

따라서 동업자 상호간에 각자는 타인의 사무를 처리하는 자가 되고, 이들 동업자 간에는 공동의 재산을 개인적인 이익을 위해서 사용해서는 안된다는 계약상 또는 신의칙상의 약속이 포함되어 있는 것으로 이해한다. 그렇기에 위 사례에서 이를 위반한 김모씨의 행위는 이모씨에 대해서는 동업자 간의 계약내용이나 신임관계를 저버린 배신행위를 한 것이 되어 처벌할 수 있다는 얘기가 된다. 이를 거꾸로 뒤집어 생각해 보자. 이모씨의 입장에서 김모씨가 자신의 허락도 없이 대출을 받는다고 하면 선뜻 이해하고 동의해 주겠는지를 생각해 보면 금방 이해가 갈 것이다.

또 한편으로는 대출받아 저당권을 설정한 것을 두고 당장 내가 이익을 취하고 타인에게 손해를

가한 것은 아니라고 주장할지도 모르겠다. 하지만 형법에서는 대출을 받은 것도 대출금 상당의 이익을 얻은 것으로 본다. 또 가사 지금 당장 손해가 발생한 것은 아니더라도 손해를 가할 위험을 초래하면 죄가 성립되는 것으로 본다.

다른 누군가는 나중에 대출을 갚으면 되지 않냐고 반박해 볼만도 하다. 그렇지만 타인을 폭행하고 나서 치료비를 지불해 주고 위자료를 준 것만으로, 물건을 훔치고 훔친 물건을 되돌려줬다는 것만으로 폭행죄나 절도죄가 없어지는 것이 아니라 단지 양형에 참작할 뿐인 것과 같은 맥락으로 생각해야 한다.

따라서 동업자 간에 형성된 재산은 그 명의나 지분을 떠나 내 개인 재산이라고 생각하고 동의

동업자 상호간에 각자는 타인의 사무를 처리하는 자가 되고, 이들 동업자 간에는 공동의 재산을 개인적인 이익을 위해서 사용해서는 안된다는 계약상 또는 신의칙상의 약속이 포함되어 있는 것으로 이해한다.

나 허락 없이 처분하면 낭패를 보게 된다. 아니 더 나아가 가정파탄 등의 불행을 초래하게 된다. 동업이라는 것은 처음에는 서로 좋은 마음으로 시작했다가 그나마 잘 되면 큰 문제가 없지만 잘못되기 시작하면 책임소재가 뒤따르고, 사소한 것도 흠이 되어 곤경에 봉착하는 있는 일이 ‘비일비재’하다.

필자가 그 동안 변호해 왔던 상당부분 형사사건의 피고인들은 천하에 몫쓸 사람이라기 보다는 미숙한 일처리와 다소 과한 욕심이 부른 사소한 화로 인해 처벌받은 경우가 대부분이었음을 이 글을 읽는 독자들에게 강조하지 않을 수 없다.

KFN



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

상표권 로열티를 안 받으면 어떻게 될까

WRITE | 최인용

로열티의 개념과 과세

프랜차이즈 법인이 상표나 상호의 사용으로 인한 권리로서 로열티를 받거나 그렇지 않은 경우가 있다. 로열티는 특허, 상표, 저작권, 브랜드 라이선스 등 지적 재산의 사용에 대한 라이선스 또는 허가를 받은 경우에 지불되는 금액을 의미한다. 이는 원저작자나 지적 재산 소유자에 대한 보상 또는 대가로 이루어진다. 프랜차이즈 본사에서는 로열티의 형태에 따라 받는 주체에 따라 세금의 판단이 달라진다.

로열티의 형태별 과세 문제

프랜차이즈 본사에서는 로열티를 다음과 같은 형태로 받고 있다. 로열티를 받는 형태에 따른 각 경우의 세무상 문제점은 다음과 같이 이뤄진다.

(1) 로열티를 받지 않고 물류 수익으로 총당하는 경우

로열티를 모든 가맹점에게 일률적으로 받지 않는 경우

에는 본사나 상표권자는 로열티로 인한 소득은 없으며 과세도 되지 않는다.

그러나 가맹점의 일부는 받고 일부만 받지 않는다면, 정당한 사유가 없이 안 받거나 특수관계 가맹점에 대한 로열티를 받지 않는다면 이는 부당행위 계산부인으로 본사에 시가상당의 부가가치세와 법인세 등이 과세될 수 있다.

(2) 정액으로 받는 경우

일정 면적에 따라 정액으로 로열티를 받는 경우 등이 우리나라 가맹본사의 취하고 있는 정책이다. 정액으로 정해진 부분에 대한 로열티를 받는 경우에는 최초 가맹시에 정해진 로열티 만을 수취하게 되어 관리는 쉬운 반면, 가맹점의 수익관리는 소홀해 질 수 있어 가맹점의 지속적인 성장에는 소홀할 수 있는 단점이 있다.



(3) 매출액의 일정비율 정률로 받는 경우

매출액의 일정비율로 받는 경우 규모가 비교적 큰 가맹점들의 경우에는 문제가 생길 수 있다. 가맹점에서 신고하는 현금 매출 부분이 본사에서 관리하는 포스 자료와 달라서 로열티를 역산하는 경우 가맹점들이 과세되는 경우가 있으므로 유의하여야 한다. 이 경우를 해결하기 위해 본사는 가맹점의 매출 전체에 대한 로열티 책정보다는 가맹점의 카드 매출액의 일정 비율로 책정하는 것도 바람직하다.

한 개인(주주나 대표)이 받을 수도 있다. 각각의 쟁점별로 받는 주체별 세금문제는 다음과 같다.

법인이 받는 로열티는 정기수금으로 받거나 일시적으로 받거나 법인세를 부담하는 법인의 소득에 포함된다. 그러나 개인이 받는 경우에는 정기적으로 받는 로열티는 사업소득으로 과세되며 일시적으로 수년에 걸쳐 한번 정도 받는 로열티라면, 기타소득으로 과세 될 수 있다.

개인 로열티를 받는 상표권의 활용

개인이 로열티를 정기적으로 받는다면, 개인의 상표권을 법인에 양도하여 정당하게 법인에 처분할 수 있다. 이 경우 기타소득으로 인정되며 개인의 소득에서 60%를 필요경비로 보아 소득에서 제외되므로 상표권의 로열티를 활용하여 절세가 가능하다.

개인이 로열티를 정기적으로 받는다면, 개인의 상표권을 법인에 양도하여 정당하게 법인에 처분할 수 있다. 이 경우 기타소득으로 인정되며 개인의 소득에서 60%를 필요경비로 보아 소득에서 제외되므로 상표권의 로열티를 활용하여 절세가 가능하다.

1. 로열티를 받는 주체에 따른 과세

소득자	정기수금	일시적수금
법인	법인세과세	법인세과세
개인	사업소득	기타소득

로열티를 받는 주체는 상표권을 가지고 있는 본사 법인에서 받을 수도 있고, 상표권을 보유

특히 M&A를 염두 한다면 M&A를 통한 법인 주식의 양도시의 세율은 약 27.5%(3억초과분)인 반면 기타소득의 양도소득세는 40%를 가정한다고 하더라도(1-60%)가 곱해진 약 16%의 세율만 과세되므로 유리하다.

상표권의 로열티는 특수 관계자 간에 안 받아도 문제가 되지만 잘 활용한다면, 프랜차이즈 본사의 출구전략으로서 또는 M&A시 큰 도움이 될 수 있다. **KFA**



최인용

가현세무법인 대표 세무사

(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사

연세대학교 법무대학원 조세법 전공

국세청 조사요원 강의

한국프랜차이즈산업협회 자문세무사

마곡지주협의회, 하남미사지구지주

협의회 자문세무사

한국프랜차이즈산업협회 협력위원장

T : 02-555-5025

E : ciy0130@daum.net



50인 미만 사업장 휴게시설 설치 의무화

WRITE | 이금구

2023.8.18.부터 50인 미만 사업장까지 휴게시설 설치 의무화가 확대됐다. 상시 근로자 20명 이상(건설업은 총 공사금액 20억원 이상) 사업장과 상시 근로자 10명 이상 20명 미만을 사용하는 7개 취약 직종(전화 상담원, 돌봄서비스 종사원, 텔레마케터, 배달원, 청소원 및 환경미화원, 아파트 경비원, 건물 경비원) 중 어느 하나에 해당하는 직종의 상시 근로자가 2명 이상인 사업장은 산업안전보건법에서 정한 기준에 따라 휴게시설을 설치·운영해야 한다.

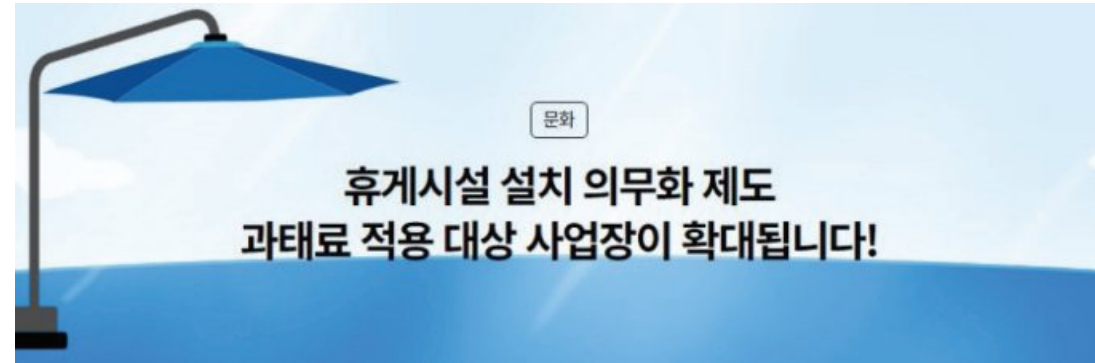
1. 휴게시설 설치 관련 법률

산업안전보건법 제128조의2에 휴게시설을 설치해야 할 의무가 있다.

① 사업주는 근로자(관계 수급인의 근로자를 포함한다. 이하 이 조에서 같다)가 신체적 피로와 정신적 스트레스를 해소할 수 있도록 휴식시간에 이용할 수 있는

휴게시설을 갖추어야 한다.

② 사업주 중 사업의 종류 및 사업장의 상시 근로자 수 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 사업장의 사업주는 제1항에 따라 휴게시설을 갖추는 경우 크기, 위치, 온도, 조명 등 고용노동부령으로 정하는 설치·관리 기준을 준수하여야 한다.



2. 2023.8.18.부터 과태료 부과 대상

휴게시설을 미 설치 또는 설치하였더라도 그 설치·관리 기준을 준수하지 않은 경우 다음과 같이 과태료가 부과된다.

- ③ 휴게시설 미 설치시 1천500만원 이하의 과태료를 부과한다. (1차 위반, 2차 위반, 3차 위반시 각각 부과)
- ④ 휴게시설 설치·관리 미 준수 시 각 위반 1건당 과태료 부과(1차 위반 50만원, 2차 위반 250만원, 3차 위반 500만원 부과)

3. 휴게시설 설치 관리기준 주요내용(산업안전보건법 시행규칙 제194조의2. 별표21의2)

1) 크기: 휴게시설의 최소 바닥면적은 6제곱미터 이상이며, 근로자의 휴식주기, 성별, 동시 사용인원을 고려하여 근로자대표와 협의하여 정한 경우 해당 면적이 최소면적이 된다. 또한 휴게시설의 바닥에서 천정까지의 높이는 2.1미터 이상이 되어야 한다.

2) 위치: 근로자가 이용하기 편리하고 가까운 곳에 있어야 한다. 공동휴게시설은 각 사업장에서 휴게시설까지의 왕복 이동에 걸리는 시간이 휴식 시간의 20%를 넘지 않는 곳에 있어야 한다. 또한 화재·폭발 등의 위험이 있는 장소, 유해물질을 취급하는 장소, 인체에 해로운 분진 등을 발산하거나 소음에 노출되어 휴식을 취하기 어려운 장소로부터 떨어진 곳에 있어야 한다.

3) 온도: 적절한 온도(18℃~28℃)를 유지할 수 있는 냉난방 기능

4) 습도: 적절한 습도(50%~55%)를 유지할 수 있는 습도 조절 기능

5) 조명: 적절한 밝기(100럭스 ~ 200럭스)를 유지할 수 있는 조명 조절 기능

6) 창문 등을 통하여 환기가 가능해야 한다.

7) 의자 등 휴식에 필요한 비품이 갖추어져 있어야 한다.

8) 마실 수 있는 물이나 식수 설비가 갖추어져 있어야 한다.

9) 휴게시설임을 알 수 있는 표지가 휴게시설 외부에 부착돼 있어야 한다.

10) 휴게시설의 청소·관리 등을 하는 담당자가 지정돼 있어야 한다.

11) 물품 보관 등 휴게시설 목적 외의 용도로 사용하지 않도록 한다.

4. 고용노동부 컨설팅 및 재정 지원 활용

고용노동부는 12월말까지 특별지도기간(제도 기간)을 운영하여, 제재(과태료 부과)보다는 시정 중심의 지도를 통해 자발적 휴게시설설치를 유도한다는 방침이다. 감정노동 취약 사업장, 청소·경비 등 7대 취약직종 등을 대상으로 2500개소에 대하여 휴게시설 실태 조사 및 컨설팅을 제공한다. 그 중에서 경영여건이 열악한 50인 미만 사업장의 휴게시설 설치비용에 대한 재정 지원을 한다. (23년 223억원) **1771**



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



경주의 명물인 '10원빵'이 일본으로 건너가 '10엔빵'으로 대인기를 끌고 있다. K푸드 열풍의 대표 사례로 꼽히며, 기업가형 소상공인의 글로벌 진출 성공 가능성을 보여준다.

기업가형 소상공인 생태계 조성하려면(2)

WRITE | 노승욱 특임기자

‘선배 사장’이 후배 돕는 pay it forward

‘스몰 M&A’ 활성화해 엑시트+재창업 유도

소상공인 전담 차관·관광청 신설 600만 소상공인·자영업자 컨트롤타워 강화

“농어민이 300만명인데도 농림부가 있다. 문화예술인 등 록자는 10만명인데 문화체육관광부가 있다. 그런데 소상공인과 자영업자는 600만명에 달하는 데도 전담 부서가 없다.” 정부 조직을 개편할 때마다 업계에서 나오는 단골 레퍼토리다.

현재 정부 직제상 소상공인 정책을 전담하는 최고 컨트롤

타워는 중기부의 소상공인정책실장(1급)이다. 물론 중기부 장관, 차관도 소상공인 정책을 주관하지만 ‘전담’하진 않는다. 상황이 이렇자 부처명에 명시된 중소기업, 벤처에 비해 소상공인 정책은 후순위로 밀리는 것 아니냐는 우려가 제기된다. 종사자 수나 산업의 규모 측면에서 매우 중요한데도 상대적으로 저평가 되고 있다는 지적이 제기돼 온 배경이다.

정치권에서도 소상공인 전담 차관 신설을 강조하는 목소리가 꾸준히 흘러나온다. 이재명 민주당 대표는 지난 대

선에서 전담 차관 신설을 소상공인 분야 핵심 공약으로 내세웠다. 오동운 중소벤처기업연구원 원장, 오세희 소상공인연합회장도 윤석열 대통령 당선인의 대통령직인수위원회를 향해 소상공인 전담 차관 신설을 정식 건의했다. “중기부 내 소상공인 이슈가 복합적이기 때문에 관련 이슈를 감당할 수 있는 전담 차관이 필요하다”(오동운 원장)는 이유에서다.

업계 관계자는 “정부는 물론, 지자체에서도 공무원 사이에 ‘소상공인 정책 담당은 한직’이란 인식이 적잖다. 관련 분야 최고 직제가 1급으로, ‘천장’이 막혀 있기 때문이다. 전담 차관이 생기면 관가에 상징적 메시지를 줄 수 있어 현업 부서에도 힘이 실릴 것”이라고 말했다.

외식업이나 라이프스타일 산업이 갈수록 글로벌화되며 관광청 신설 필요성도 제기된다. 일례로 일본은 2008년 관광청 신설 후 10년 간 관광객이 2배 이상 급증했다. 엔저 효과도 컸지만, 시내면세점 확대, 비자 발급 완화, 총리 주재 국가관광전략회의 등 정책 드라이브 효과도 상당했다는 평가다.

소상공인 정책 라인에 민간 전문가를 영입하는 개방형 공모제 도입도 해볼만하다. 중기부의 스타트업 정책을 관장하는 창업벤처혁신실장(1급)은 이미 2017년부터 개방형 공모제를 시행했다. 그 결과 다음커뮤니케이션, 엔비디아, 라이코스 출신의 외부 인사들이 연이어 선임, 경직되기 쉬운 공무원 조직에 혁신의 바람을 불어넣었다.

반면 소상공인 정책 사령탑에는 민간 혁신 인사가 선임된 사례를 찾기 힘들다. 소상공인정책실장은 물론, 소상공인 시장진흥공단 이사장도 공무원, 교수, 지자체장 출신 인사들이 선임됐을 뿐이다.

전문 미디어 육성 공론화·소통 창구 태부족…정책 도달 어려워

“소상공인은 가장 연구하기 어려운 분야 중 하나예요. 일단 인터뷰가 쉽지 않아요. 사장님들이 늘 바쁘고 대화 방식은 투박하니 약속을 잡는 일부터 난관에 부딪히죠. 결국 현장과 괴리된 보고서 몇 개 내다가 다른 분야를 지원하는 연구원들이 많습니다.” 한국책연구기관 연구위원의 얘기다. 정

계, 관계, 학계 등 제도권에서 소상공인 분야는 ‘미지(未知)의 영역’에 가깝다. 정책과 연구의 대상인 소상공인의 ‘목소리’를 듣는 일부터 쉽지 않기 때문이다.

이같은 문제는 여론조사 업계의 설문 조사 단가 차이에서도 확연히 드러난다. 직장인 대상 설문은 수백명도 100만원 이하로 신청이 가능하지만, 자영업자 대상 설문은 100명만 대상으로 해도 200만원 가까이 든다. 자영업자는 응답률이 낮아 설문 기간과 인력이 더 소요된다는 이유에서다.

메신저 역할을 해야 할 언론이나 미디어도 미흡하긴 마찬가지다. 스타트업은 업계 소식을 전하는 전문 매체가 ‘미라클레터’, ‘플래텀’, ‘비석세스’, ‘벤처스퀘어’, ‘이오(EO)’ 등 수십개에 달한다. ‘아웃스탠딩’, ‘더밀크’ 등 수십만명의 유료 구독자에게 글로벌 트렌드나 업계 속사정을 심층 취재해 전하는 매체도 적잖다.

반면 자영업 분야는 전문 매체나 뉴스레터 서비스 자체를 찾아보기 힘들다. 외식업계에서 발간하는 일부 전통 매체들이 있지만, 월간 또는 계간으로 발행되는 지면 잡지가 대부분이어서 보도의 접근성, 신속성이 떨어진다는 평가다.

해외와 비교하면 더욱 아쉽다. 미국은 ‘Franchise Update Media’, ‘Restaurant Business’ 등 전문 매체가 여럿 있다. 이들은 프랜차이즈 다점포율을 20년 넘게 전수조사하고, 팟캐스트와 뉴스레터로 외식업 트렌드를 전하는 등 심층 취재와 의제 설정으로 업계를 선도한다. 일본에선 닛케이 비즈니스가 지난해 8월 커버스토리로 외식업계 위기와 해법을 심층 보도한 뒤, ‘외식을 구하는 것은 누구인가(外食を救うのは誰か)’라는 제목의 단행본을 발간, 화제가 되기도 했다.

강병오 FC창업코리아 대표(창업학 박사)는 “소상공인은 ‘정보 약자’다. 긴 영업 시간과 디지털 리터러시 부족으로 수혜 정책이나 제도를 모르고 지나치기 쉽다. 때문에 혜택이 꼭 필요한 영세 소상공인 대신, 프랜차이즈나 컨설팅 업체가 수혜를 독차지 하는 경우가 적잖다. 공신력과 전문성을 겸비한 대중적인 전문 미디어를 육성해 정보의 비대칭성을 해소하고 공론의 장이 열릴 수 있도록 해야 한다”고 강조했다.



소상공인은 선배 창업가의 성공 노하우를 전수 받을 '통로(제도나 서비스)'를 찾기 힘들다. 사진은 소상공인시장진흥공단이 지난해 12월 개최한 '소상공인 창업·성장 주간'에서 선배 창업가(우)가 후배 창업가를 컨설팅해주는 모습. (노승욱 특임기자)

(표) 기업가형 소상공인 생태계 조성하려면

제언	내용
'성장 촉진' 금융 인프라 마련	5억원 안팎 '스몰 M&A' 활성화해 고용 유지·엑싯 기회 줘야
소상공인 교육·네트워킹 활성화	자영업도 선배 창업가가 후배 멘토링 하는 '페이 잇 포워드' 확산
정부 조직 개편	소상공인 전담 차관·관광청 신설, 민간 혁신 인사 영입
기업가형 소상공인 전문 미디어 육성	공신력과 전문성을 겸비한 대중적인 전문 미디어 키워야
글로벌 진출 촉진	중기부, 문체부, 재외동포청 함께 장기 과제로

글로벌 진출 촉진

중기부, 문체부, 재외동포청 함께 장기 과제로

“‘오사카의 명동’에 해당하는 도톤보리 상권은 최근 월세가 코로나 팬데믹 이전보다 절반 가량 낮아졌습니다. 보증금, 권리금도 사실상 없고, 한류와 K푸드도 열풍이예요. 2020년대에는 일본 창업에 기회가 있습니다. 포화된 한국에서 창업하기보다 일본으로 눈을 돌릴 때입니다.” 일본 창업 컨설팅 전문기업 '바이즈비'의 이준석 대표 얘기다.

K팝, K드라마에 이어 K푸드도 세계적으로 인기가 높아지며 글로벌 시장에서 비기술 창업의 성공 가능성이 어느 때보다 높아지고 있다. 이미 세계 각지에선 K프랜차이즈의 활약이 두드러진다. 미국에선 BBQ가 250여개 매장을 출점하고, 동남아에선 두끼떡볶이 매장에 1시간 가량 대기 행렬이 늘어지고 있다.

그러나 현재 내국인의 해외 창업을 지원하는 정부의 컨트롤타위는 부재한 상황이다. 지난 6월 재외동포청이 출범했지만, 세계 각지에서 활동하고 있는 K기업가형 소상공

인에 대해선 현황 파악도 안 돼 있다. 앞서 진출한 1~2세대 선배 사장의 노하우 전수는 기대난일 수밖에 없다.

정부도 최근 기업가형 소상공인의 글로벌 진출 촉진에 나서고 있긴 하다. 중기부의 강한 소상공인 성장지원사업에 '글로벌' 분야를 신설, 25팀에 최대 1억원 가량 사업화 자금과 컨설팅을 지원한다. 글로벌 분야 운영기관인 엔피프틴파트너스는 올해 처음 해외에서 열리는 세계한상대회에 참가, 기업가형 소상공인들의 제품과 서비스를 세계에 알린다는 복안이다. 전문가들은 글로벌 진출은 장기적 과제인 만큼, 중기부는 물론, 관계 부처 간 유기적 정책 협조와 지원이 필요하다고 입을 모은다.

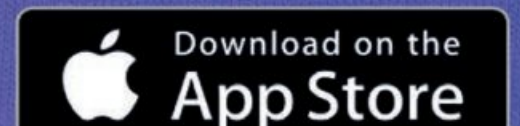
강병오 대표는 “최근 국내 프랜차이즈의 해외 성과는 지난 20여년 간 끊임없이 도전하며 수많은 시행착오를 겪고 노하우를 쌓은 축적의 시간이 있었기에 가능했다. 프랜차이즈가 아닌, 스몰 브랜드의 글로벌 진출은 아직 역사가 일천한 만큼 단기적으로 성과를 거두기는 쉽지 않아 보인다. 중기부, 재외동포청, 관광청, 문체부 등 유관 부처가 장기적 관점에서 지원하는 것이 바람직하다”라고 주문했다. **KFN**

창독

장사 어려우시죠?

프랜차이즈 대표,
맛집 사장,
다점포 점주와

1:1 상담을 통해
고수의 비법을
받아보세요!



구글플레이스토어, 앱스토어에서 ‘창독’을 검색해보세요!



지난 6일 민재기 한국프랜차이즈산업협회 경영지원실장(왼쪽)이 협회 청년강소회 및 원할머니보쌈족발 후원금을 김진혁 2022 항저우 아시안 패러게임 선수단장(주)보배에프앤비 대표, 오른쪽)에게 전달하고 있다.

한국프랜차이즈協 청강화·원할머니보쌈족발, 2022 항저우 아시안 패러게임 후원

10월 6일 대한장애인체육회 이천선수촌에서

국가대표 선수단에 후원금 1천만원 전달

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식) 청년강소회(이하 청강회·회장 이영채 (주)지호 대표)와 원할머니보쌈족발(대표 박천희)이 <2022 항저우 아시안 패러게임> 국가대표 선수단을 후원한다.

협회는 10월 6일 대한장애인체육회(회장 정진완) 이천선수촌에서 협회 청강회 및 원할머니보쌈족발이 후원한 1천만원을 국가대표 선수단(단장 김진혁 (주)보배에프앤비 대표)에 전달했다.

협회 청강회는 협회 1천여 개 회원사들 중 청년 CEO들이 회원으로 있는 분과위원회로, 올바른 기업가정신을 바탕으로 사회에 선한 영향력을 발

휘하기 위해 다양한 사회공헌 활동을 전개해 오고 있다.

원할머니보쌈족발은 지난 1975년 처음 매장을 연 이후 반 세기 동안 많은 사랑을 받으며 보쌈족발 소비의 대중화와 국민들의 외식문화 발전에 기여해 온 국민 보쌈족발 브랜드다.

협회 관계자는 “아시안게임에 이어 22일 개막하는 2022 항저우 아시안 패러게임에서도 선수단의 선전을 기원하고자 청강회 및 원할머니보쌈족발이 후원금을 전달하게 됐다”면서 “선수단이 그간 쌓은 실력을 한껏 발휘해 선수 자신의 영예와 장애인 스포츠 활성화에 기여하고 국민들에게 기쁨을 드릴 수 있기를 바란다”고 말했다. **KFN**



지난 7월 권철승 의원실 주최, 협회 주관 프랜차이즈 지원방안 토론회 참석자 단체사진

‘상생 프랜차이즈 인증제 도입’ 가맹사업진흥법 발의

권철승 국회의원 “가맹사업자의 동반성장을 위한 제도 마련 필요”

권철승 국회의원이 지난 8월 협회가 제안한 ‘상생 프랜차이즈 인증제’ 법제화와 관련, 가맹사업진흥에 관한 법률 개정안을 지난 9월 27일 대표발의했다.

개정안은 “현행법은 정부로 하여금 가맹사업 지원 및 육성을 위하여 가맹사업의 물류 효율화 및 정보화, 창업 지원, 정보 제공 등을 할 수 있고 지식재산권 보호시책 등을 마련하여야 한다고 규정하고 있다”라고 하면서 “그러나 현행법에는 가맹본부와 가맹점사업자들이 자발적으로 상생협력을 증진할 수 있는 제도적 기반이 마련되어 있지 않고, 「가맹사업거래의 공정화에 관한 법률」에는 가맹본부에 의한 불공정 행위만 규제하고 있어 가맹사업자의 동반성장을 위한 제도 마련이 필요하다”고 제안 취지를 밝혔다.

개정안은 가맹사업진흥법 제19조 및 제20조를 신설해 산업부 장관이 상생인증제를 실시할 수 있는 근거를 규정하고, 인증 기준 및 절차를 대통령령으로 규정하도록 했다. 또한 인증제 실시를 위해 산업부

장관이 인증기관을 지정할 수 있도록 하고 지정 및 취소요건 등을 부령으로 정하도록 했다.

한편 협회는 지난 7월 권철승 의원실이 주최한 <소상공인과 함께하는 프랜차이즈 지원방안 토론회>를 주관, 상생 프랜차이즈 인증제의 법제화를 제안한 바 있다.

당시 발제를 맡은 한석준 (주)하이데이터 대표(정치학 박사)인증제 법제화의 중요성을 강조하며, “상생협력은 프랜차이즈 시스템 작동과 성과제고의 전제로, 실제 신뢰와 갈등관리가 사업성과에 미치는 영향이 크다”면서 “상생은 가맹본부의 일방적 지원이 아니라, 본사와 가맹점 각각의 역할 수행과 성과까지 포함하는 개념”이라고 설명했다.

이어 “상생의 개념을 재정립하고 이를 제대로 평가하는 인증 제도를 도입한다면, 업계의 자발적 참여를 시스템적으로 촉진할 수 있다”고 말했다. **KFN**

제42기 연세대 프랜차이즈 최고경영자과정(FCEO) 입학식 개최



9월 13일 연세대 상남경영원 사이프러스룸에서 제42기 연세대학교 프랜차이즈 CEO 교육과정(이하 연대 FCEO 과정, 총동문회장 김성윤) 입학식이 성대하게 개최됐다. 이날 입학식에는 50명의 신입 원우들과 함께 박용석 연세대 상남경영원장, 김지현 주임교수, 김성윤 총동문회장, 강석우 협회 상근부회장을 비롯해 총 70여명이 참석했다. 강 회장은 축사를 통해 “국내 프랜차이즈 산업은 양적 성장을 거듭하고 있으나, 산업규모 정제로 신성장동력 확보가 절실한 상황”이라고 하면서 “우리 협회는 해외진출 활성화를 적극

지원하고 있으며, 신입 원우들도 글로벌 스탠더드로 무장한 프랜차이즈 리더로 거듭나 K-프랜차이즈 위상 제고에 기여해주시기를 당부드린다”고 말했다.

제42기 과정은 오는 9월 13일부터 12월 13일까지 연세대 상남경영원에서 진행된다. 매주 수요일 3시간씩 진행되며, 수료생에게는 연세대학교 총장명의 수료증과 연세대학교 상남경영원장 상패, 원우 추천시 수강료 할인과 협회 공식 CEO 과정인 KFCEO 과정 수강료 할인 등 다양한 혜택이 제공된다.



협회 산하 분과위원회, 정기 모임 및 행사로 친목 도모 강화



협회 산하 분과위원회들이 가을을 맞아 위원회별 활발한 모임과 활동으로 위원 간의 친목과 상호 교류를 강화하는 시간을 가졌다.

우정회(회장 김태환)는 9월 7일 정기 라운딩을 통해 심신을 단련하고 친목을 다졌다. 또, 11월 13일 경기도 용인시 골드CC에서 개최될 2023년 협회장배 골프대회를 차질없이 준비해 모든 회원사들이 올해 유종의 미를 거둘 수 있도록 할 예정

이다. 산악회(회장 정민섭)도 9월 16일 전남 영광 불갑산에서 30여명의 회원들과 정기등반대회를 성공적으로 마무리했다. 박람회위원회(회장 김성윤)는 철저한 준비와 운영 지원으로 10월 5~7일 열린 2023 하반기 제55회 IFS 프랜차이즈 창업박람회의 성공적인 개최에 크게 기여했다.

커뮤니케이션위원회(위원장 임영서)는 9월 22일 경기도 광주시에 위치한 죽이자기 본사 및 양평 연수원에서 협회 출입기자단 간담회를 개최했다. 출입기자 20여명이 참석해 프랜차이즈 산업 현안에 대한 이야기를 진솔하게 나누면서 산업 이미지 개선을 도모하는 시간을 가졌다.

서비스분과위원회(위원장 신희성)는 9월 19일 성동구에 위치한 협회 이사사 유피소프트(프린트카페) 본사에서 정기모임을 열었다. 여성회(위원장 임미숙)와 협력위원회(위원장 최인용)도 각각 8월 30일과 9월 14일 정기 모임을 열고 협회 및 산업발전 방안에 대해 의견을 나누고 친목을 다졌다.

귀를 사로잡다, 마음을 사로잡다

소비자의 마음으로 가는 가장 빠른 길, 라디오 광고로 당신의 브랜드를 들려주세요.
귀에서 마음으로, 마음에서 행동으로, 마음이 열릴수록 브랜드 가치가 올라갑니다.
30년 라디오광고 뚝심, 애드콤이 함께 하겠습니다.



애드콤은 어떤 광고회사인가요?

끼 넘치는 사장님과 통통 튀는 직원들이 뚝뚝 뭉쳐 가장 좋은 크리에이티브를 도출하기 위해 고군분투하는 광고대행사로, 수많은 정부기관, 프랜차이즈업체들과 파트너십으로 오랜 세월 통련해온 라디오광고·CM송 제작 베테랑 광고대행사입니다

어떤 광고를 제작했나요?

정부기관 과학기술정보통신부, 통일부, 법무부, 감사원, 기획재정부, 한국예탁결제원, 경찰청, 서울시, 경기도광주시, 국립농산물품질관리원, 질병관리본부, 한국수자원공사, 행정안전부, 교육부, 서울시교육청, 국민건강보험공단, LH한국토지주택공사, 대한법률구조공단, 연천군, 울주군, 태백시 라디오캠페인, 수협중앙회 CM송, 충북농협 아리향CM송, 경기도광주시청 CM송, 영월군 CM송, 강원도립대학교 CM송, 한국기술교육대학교 CM송 등

일반기업 마리오아울렛 CM송, 에덴낙원RCM, (주)해피푸드 김영희동태짬&코다리냉면RCM, 양기캔들CM송 제작, 돌돌치킨 TVCM, 별교꼬막 꼬마시CM송, 취영루RCM 등



포스페이스랩 승영욱 대표

“모든 데이터를
한눈에...
기업가치 높이는 효과”

Q 포스페이스랩은 어떤 회사인가요.

A 관리인력을 최소화하고 경영관리의 매출이나 매입 등 다양한 데이터를 활용할 수 있게끔 도와주는 일을 하고 있습니다. 이를 통해 매장의 사입 여부도 파악할 수 있습니다. 모든 데이터를 자동화해서 일일 오전에 전일의 전체 데이터를 한눈에 볼 수 있고 관리할 수 있도록 서비스를 제공하고 있습니다.

Q 포스페이스랩을 사용하면 본사 인원이 줄어드는 효과도 있나요.

A 인원을 줄인다고 보다는 기존에 사람이 하던 일을 줄이면서 조금 더 생산성 있는 분야로 리포지셔닝 하는게 필요하다고 생각합니다. 저희의 데이터 솔루션을 사용하면서 오히려 전략을 짜게끔 많이 유도하시면 기업의 생산성도 올라가지 않을까 생각하고 있습니다.

Q 기존의 포스를 바꿔야 되나 이렇게 생각하시는 분들이 있을텐데요.

A 포스 데이터 연동 형태이기 때문에 보통은 포스사에서 고객사가 요청을 하면 저희쪽에 데이터 연동을 해주고 있습니다. 그 포스 데이터들을 저희 DB에 저장을 시켜놓으면 포스사가 변경됐을 경우에도 DB에 데이터가 있기 때문에 편안하게 이관할 수 있는 장점을 가지고 있습니다.

Q 데이터 퓨레라는 시스템은 어떻게 구성이 되어 있나요.



A 데이터 퓨레라는 시스템은 매장 관리자, 리포트 퓨레, 사용자 앱, 스토어 4가지로 구성되어 있습니다. 그중에 리포트 퓨레는 저희가 각종 채널에서 모은 데이터를 하나의 화면으로 쉽게 보여주는 BI 솔루션이라고 생각하면 됩니다. 다양한 데이터를 커스터마이징해서 저희가 보고 싶은 형태로 제공하는 서비스입니다.

Q 잘 활용하는 회사들은 정말 도움이 많이 되겠네요.

A 결국은 헤드 인력을 어떻게 세팅하면 가장 효율적일지 항상 고민할 수밖에 없는데 일단 데이터는 최소 인력을 구성할 수 있게끔 도와줍니다. 그리고 투명하게 모아진 기업의 전체 데이터를 기반으로 의사결정에 도움을 받을 수 있습니다. 아울러 외부 자금 유입이나 M&A를 할 때에도 도움이 됩니다. 모아놔던 DB를 활용한다면 회사의 기업가치를 높이는 효과도 거둘 수 있습니다. **KFA**

대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

9월 정기월례회 및 특강

9월 12일(화) 협회 강의장에서 월례회 및 CURATION MONSTER 유광희 대표의 외식업 브랜드 기획(브랜딩 특강)을 진행했다. 대구경북지회는 월 1회에 걸쳐 프랜차이즈에 도움이 되는 무료 공개 세미나와 월례회를 진행하고 있다.



KFA

2023년 하반기 교육안내

프랜차이즈 슈퍼바이저 스کیل업 과정(6주 과정)이 10월 12일(목) 개강하여 11월 16일(목) 종강 예정이며, 6주 과정으로 진행된다. 프랜차이즈 본사 임직원 및 예비 창업자는 누구나 신청가능하며, 프랜차이즈 시스템 구축 및 마케팅, 프랜차이즈 사업화 전략에 대해 교육한다.



KFA

2024년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회(지회장 김병철)가 주최·주관하는 '2024 KFA 프랜차이즈창업박람회 대구'가 2024년 5월 09일(목)~11일(토) 대구 엑스코 서관 2홀에서 열린다. 내년에 개최되는 박람회를 위해서 8월부터 홍보를 시작했으며, 2023년 5월 올해 박람회에서 참가업체들의 만족도가 높았던 만큼 2024년 박람회의 성공적인 개최를 위해서 지금부터 많은 준비와 홍보를 하고 있다.

2024년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구 참가문의 053-626-7664



KFA

대구경북지회·부산울산경남지회 친선 골프대회

8월 24일(목)에는 대구경북지회와 부산울산경남지회 임원들간 친선 골프대회가 개최되었다. 타 지회들보다 서로 가까이 있는 만큼 활발한 업무 교류와 협업 등 여러 정보들을 공유하고 함께 지회의 발전방안을 모색하고 있다. 이번 임원 친선 골프대회를 통해 적극적으로 상호교류하여 지금보다 더 성장할 수 있도록 힘쓰고 본 회와 어깨를 나란히 할 수 있는 두 지회가 되길 기원한다.



대구경북-부산울산경남지회 임원친선 골프대회

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

7월 정기월례회 개최

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 부울경지회)는 7월 18일(화) '7월 정기월례회'를 개최하였다. 월례회에 앞서 부산시 수산물 안심캠페인이 진행되었으며 이번 월례회에는 ㈜외식인의 천세원 부대표의 프랜차이즈의 디지털 전환 설명회와 KFA 윤리운영위원회에서 프랜차이즈 공동물류 시스템 설명회, 프라임경제 이후 국장의 영상 마케팅 광고에 대한 특강이 진행되었다. 부울경지회는 회원사들의 사업에 필요한 설명회 및 특강을 매월 다양한 주제로 준비하고 있다.



2023 7월 정기월례회

7·8월 정기 봉사활동 진행

매월 세번째 목요일에 시행중인 부울경지회 정기 봉사활동은 7월 20일(목), 8월 17일(목) 진행되었다. 유난히도 더웠던 여름날 땀 흘리며 봉사에 진심을 다하는 우리 부울경지회 회원사 대표님들의 열정에 매월이 감동의 연속이며 착한 프랜차이즈& 프랜차이즈 선한 영향력 전파와 함께 실천하는 봉사의 진정한 의미를 또 다시금 새기게 된다.



2023 7월 정기 봉사활동

올해 첫 신입회원분과 정기모임 개최

8월 18일(금)에는 '2023년 첫 신입회원분과 정기모임'이 개최되었다. 기다렸던 분과모임인 만큼 정말 많은 신입회원분들이 참석하였으며 신입회원으로 서 조금 어색하고 어려웠던 자리들이 이번 모임을 발판삼아 협회에 보다 적극적으로 참여하는 계기가 되길 바라며 함께 성장해 나가길 기원한다. 즐거웠던 그 날의 분위기에 신입회원들은 벌써 다음 분과모임을 기다리고 있다 한다.



2023 신입회원분과 정기모임

박람회 위원회 키포트 회의 개최

8월 22일(화)에는 '2023 박람회 위원회 키포트 회의'가 서울 본회 회의실에서 개최되었다. 협회의 주요 사업인 박람회의 활성화 방안을 모색하고자 본회 박람회위원회와 대경지회 박람회위원회, 부울경지회 박람회위원회가 참석하였다. 다양한 의견과 아이디어들이 논의되고 위원회는 정기적으로 회의를 진행하여 협회에서 진행하는 프랜차이즈 창업 박람회를 더욱 발전시키기 위해 노력하고 있다.



2023 박람회위원회 키포트 회의

제5기 부산프랜차이즈 사관학교 입학식 진행

8월 23일(수), 제5기 부산 프랜차이즈 사관학교가 입학식과 첫 수업을 시작하였다. 5기 역시나 폭발적인 인기로 신청 접수가 폭주하였으며 교육 의지가 넘치는 지원자들이 많아 교육생 선별이 역대급으로 어려웠다. 이번 5기는 총 28명의 교육생들이 입학하였으며 12주간 교육을 받을 예정이다. 입학식에는 부산시 소상공인지원과 공정거래지원팀 민경연 팀장의 입학 축하 인사와 본회 오몽석 회장의 교육 출석 당부와 축하 인사가 있었습니다. 또 부울경지회 남구만 직전회장, 박상용 수석부회장, 4기 원우회 구정민 회장이 함께 참석하여 5기 입학을 축하해 주었다. 부산 프랜차이즈 사관학교 6기는 2024년 상반기 예정되어 있다.



제5기 부산 프랜차이즈 사관학교 입학식 및 1주차 수업

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

프랜차이즈 체험창업 프로그램-KFA 공통교육 실시

8월 24일(목)에는 예비창업자들을 대상으로 본 회와 함께 시행중인 '2023 프랜차이즈 체험창업 프로그램 - KFA 공통교육(부산1차)'을 실시하였다. 예비창업자들에게 가맹계약 이후에 받을 수 있는 가맹본부 창업교육을 가맹계약 전 체험해 볼 수 있는 교육으로, 체험이 가능한 브랜드 중 관심 있는 브랜드 또는 아이템을 선택하여 해당 프랜차이즈 본부에서 창업 교육과 현장 체험 등 계약 후 가능했던 프랜차이즈의 가맹교육을 경험 해 볼 수 있는 국비지원 교육사업이다. 해당 교육은 매월 서울과 부산에서 공통교육이 실시되고 있으며 부산2차 교육은 9월 18일(월)에 개최되었다.



2023 프랜차이즈 체험창업 프로그램 KFA공통교육(부산1차)

부산울산경남지회 회장배 골프대회

무더운 여름이 지나가고 9월이 시작되었다. 지난 9월 6일(수)-7일(목)에는 1박2일 통영동원로얄CC에서 올해 처음으로 '2023 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회 회장배 골프대회'가 개최되었다. 프랜차이즈 산업인의 모두가 한마음 한뜻으로 어려운 시기를 잘 이겨내고, 회원사들의 소통과 화합을 위해 개최한 이번 골프대회에는 우리 부울경지회 회원사들의 많은 참석과 골프대회를 축하하기 위해 서울 본회 사무총장님과 대구지회 지회장님과 함께 임원분들의 참석, 게스트로 사관학교 원우님들까지 정말 많은 인원이 참가하여 첫 대회임에도 성대하게 진행되었다.

이번 행사를 통하여 우리 부울경지회만의 단단한 결속력과 저력을 다시 보여 주는 계기가 되었고 부울경지회 회장배 골프대회는 새로운 부울경지회의 행사로 자리매김 할 것이며 내년에도 개최 될 회장배 골프대회에 많은 우리 회원사들이 함께하길 기대한다.



2023 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회 회장배 골프대회

부산지역 소상공인 현장 간담회 개최

9월 7일(목)에는 부산소상공인진흥공단 부산전용교육장 혁신실에서 '부산지역 소상공인 현장 간담회'가 개최되었다. 부산지역 소상공인들의 정부 정책과 규제에 대한 현장의 애로사항들은 직접 청취하고 개선방안 모색 논의를 위한 간담회가 1시간 가량 진행되었으며, 이번 간담회에는 부울경지회 오몽석 회장과 정재광 사무총장이 참석하여 '예상매출액 산정서 제공 의무', '일회용품 사용 규제', '프랜차이즈 상생인증제(상생협력방안)' 등의 안건을 제시하며 프랜차이즈 산업인들의 입장을 대변하였다. 협회 부울경지회 외에도 부산을 대표하는 협단체들이 많이 참석하여 소상공인들의 현실을 생생하게 전달하고 정부의 제도나 규제가 보다 나은 방향으로 개선되고 발전하기 위한 방안을 함께 모색했다.



2023 부산시 소상공인 현장 간담회

등산 9월 정기모임

가을이 느껴지는 9월 9일 토요일 아침에는 '2023 부울경지회 등산회의 9월 정기모임'이 개최되었습니다. 용호동 오륙도 갈맷길로 등산회 회원 및 부울경지회 회원 30여명이 등산을 다녀왔으며 회원사들의 체력증진과 건강을 목표하는 등산회는 매월 둘째주 토요일에 개최하고 있으며 참가하는 회원사가 매달 늘어나고 있다.



2023 부울경지회 등산회 정기모임

10월 ~ 12월 교육일정 안내

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

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 CS

기 간	10월 19일(목) 10:00~19:00	교육장소	여의도 전경련교육장 (전경련타워 3층 오키드홀)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자
목 표 : 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저의 고객 응대 및 서비스 역량 향상
훈련내용 : 프랜차이즈 가맹점 고객관리 및 응대서비스

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 지역점포마케팅

기 간	11월 2일(목) 10:00~19:00	교육장소	여의도 전경련교육장 (컨퍼런스센터 2층 가넷룸)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자
목 표 : 체계화된 지역점포마케팅의 이론과 실전스킬을 토대로 지역특성을 고려한 점포 맞춤형 마케팅 전략 수립 능력 함양
훈련내용 : 지역점포마케팅 전략수립 및 구축

[재직자 무료교육] FC 경영기획 및 평가

기 간	11월 9일(목)-10일(금) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련교육장 (컨퍼런스센터 2층 가넷룸)
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹영업 업무수행자 또는 수행예정자
목 표 : 기업의 중장기 경영전략, 목표 및 사업계획을 수립하고 이후 실적분석 및 평가 수행
훈련내용 : 가맹본부 경영전략 수립 및 예산 편성

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 CS

기 간	11월 16일(목) 10:00~19:00	교육장소	여의도 전경련교육장 (전경련타워 3층 오키드홀)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자
목 표 : 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저의 고객 응대 및 서비스 역량 향상
훈련내용 : 프랜차이즈 가맹점 고객관리 및 응대서비스

[재직자 무료교육] 글로벌 FC 시장분석

기 간	11월 23일(목) 10:00~19:00	교육장소	장소 미정
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 해외 지사 설립, 관리 분야 업무수행자 또는 수행예정자
목 표 : 해외 지사 설립 예정 국가의 정치경제, 사회문화, 제도적 시장환경 분석 능력 함양
훈련내용 : 동남아시아 및 중국·미주지역의 정치경제, 사회문화, 제도적 시장환경 분석

[재직자 무료교육] FC 브랜드 및 마케팅 전략

기 간	11월 30일(목)~12월 1일(금) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련교육장 (전경련타워 3층 오키드홀)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자
목 표 : 브랜드의 목표, 목적, 비전 등을 수립하여 브랜드 경영의 토대를 만들고 이를 바탕으로 차별화된 마케팅을 실행할 수 있는 역량 함양
훈련내용 : 브랜드전략기획 및 마케팅

[재직자 무료교육] FC 빅데이터 상권분석(기초)

기 간	12월 7일(목) 10:00~19:00	교육장소	장소 미정
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

2023.07.18~2023.09.12 신규회원 현황

구분	협회대표	사업자대표	회사명	브랜드명	업태	가입일
정회원	정대윤	정대윤	피자덕	피자덕	외식업	2023.07.18.
	김민석	김민석	(주)서북	포토이즘	제조업	2023.08.22
	이건호	이건호,안상원	(주)샐러디	샐러디	외식업	2023.09.01
	박광석	박광석	(주)건강촌이야기	향촌축염소	외식업	2023.09.01
	김성읍	김성읍	(주)해움에프엔비	곰작궐주곰탕	외식업	2023.09.04.
	여혜민 부장	강도형	(주)청년부엌	경성밥상	외식업	2023.09.06
	박종명	이수연	(주)느낌1998	타레커피	외식업	2023.09.08
협력회원	김희근	김희근	가르마	가르마헤어	서비스업	2023.08.03
	이진섭	이진섭	(주)서울푸드시스템	식자재대통령	도매업(식자재 유통)	2023.08.07
	이상석	이상석	에스쓰리미용학원	S3아카데미	서비스업(교육)	2023.08.08
	한준섭	한준섭	(주)글로벌창업연구소		서비스업(컨설팅)	2023.08.22
	강병태	강병태	(주)푸드노트서비스	장부대장	정보통신업(소프트웨어개발)	2023.08.25
	조장환	조장환	(주)아토크퍼니	TINA, LAMP	도소매업(주류)	2023.08.25.
	김도현	김도현	(주)제비그룹	(주)제비그룹	서비스업(소프트웨어,광고대행)	2023.08.30
	서민교	서민교	(주)맥세스컨설팅	맥세스컨설팅	서비스업(컨설팅, 교육)	2023.08.30
	최금상	최금상	아이오씨인테리어(주)	아이오씨인테리어	서비스업(인테리어 디자인)	2023.08.30
	이상원	이상원	(주)엔에스피	엔에스피	제조업(로봇 서비스)	2023.08.31
	김성희	김성희	(주)경일푸드		도소매(식자재)	2023.09.04
	박항미	박항미	(주)에이치엠푸드	맛있는김치	도소매업(농수산물 유통)	2023.09.12

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 시장경쟁질서를 존중하고 제품과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

착한 K-프랜차이즈는 ^{자리}일·^생상이다

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.

WFC(세계프랜차이즈협의회)·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)을 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

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 프랜차이즈 산업인의 권익 대변

한국프랜차이즈산업협회에 가입된 모든 회원사는 가맹사업진흥법과 가맹사업법으로부터 철저한 보호를 받을 수 있습니다.

혜택 2

성공 창업의 요령! 국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급

국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 개최!
부스 참가 시 행사 후 부스비 10%의 환급 혜택을 드립니다.

혜택 3

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 해외진출 사업지원 지원

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

혜택 4

프랜차이즈 전문가를 향한 프랜차이즈 정부무료교육 외

프랜차이즈 국가인적자원 무료교육
가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육,
프랜차이즈최고전문가, 프랜차이즈 5.0리더, 프랜차이즈사업 전략전문가,
슈퍼바이저 전문가 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다.

혜택 5

가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 각종 정책 정보 제공

피해 및 분쟁 발생 시,
또는 법률·세무 자문과 정책 정보가 필요한 회원사에게 변호사, 회계사, 세무사 등 자문위원과의 상담 기회를 제공합니다.

혜택 6

최고경영자(CEO)대상 윤리준수교육 프로그램

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

혜택 7

학사 및 석사 학위 과정 장학금 혜택

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.

혜택 8

CEO포럼, 법률 세미나 등 포럼·세미나 행사 참가

정기 프랜차이즈 전담세미나, 프랜차이즈 법률 심포지엄,
성공창업전략 세미나, 프랜차이즈 해외진출 세미나 등
다양하고 알찬 행사에 참가할 수 있습니다.

혜택 9

새로운 홍보 플랫폼 홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보

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

혜택 10

300명 수용 가능한 협회 교육장 임대 할인 혜택

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

혜택 11

각종 규제 개선 건의 대정부 정책 건의

가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등
법안 제정 및 개정에 적극 참여할 수 있습니다.

혜택 12

회원사 대상 복지 서비스 쿠쿠홈시스템탈, 보험비교견적,꽃배달 등

렌탈서비스 할인(쿠쿠홈시스), 협회지정업체 보험료비교견적(한국단체보험연합),
전국 꽃배달 회원사 할인(레이디플라워) 등
다양한 복지혜택을 이용하실 수 있습니다.

혜택 13

프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 다양한 친목 프로그램 참가

협회 내 분과위원회 활동, 신입회원사간담회
워크숍, 봉사활동, 프랜차이즈산업인의 날, 송년회 등
다양한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다.

혜택 14

한국프랜차이즈산업협회 회원사를 위한 종합검진 할인 혜택

협회 회원사 건강지킴 캠페인의 일환으로
서울아산병원 건강증진센터에서 특별혜택을 제공합니다.

혜택 15

최고 권위의 프랜차이즈 업계·정책 전문지 <월간 프랜차이즈 월드>무료구독

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.

혜택 16

문자 메시지, SNS 등을 통한 업계 최신 뉴스·소식 안내

회원사 전용 네이버 밴드와 문자메시지를 통해
매일 중요한 업계 뉴스를 선별한 뉴스클리핑 서비스와
신속·정확한 주요 정책 소식 안내 서비스를 제공합니다.

☎ 회원가입 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

신청인 정보

☐ 정회원

☐ 협력회원

사 진 (3cmX4cm)	회 사 명			전 화 번 호	
	브 랜 드 명			휴 대 전 화 (대표자)	
	대 표 자 명			팩 스	
	대 표 자 (주민등록번호)			이 메 일 (대표자)	
회 사 주 소					
홈 페이지			업 종		
담당 직원	이름 :	Tel :	가 입 경 로	☐ 홈페이지 ☐ 추천인() ☐ 기타()	
계 작 정보			☐ 개인 / ☐ 법인통장		출 금 일 자
					매월 ☐ 5일 / ☐ 14일 / ☐ 28일
회 사 명			계 좌 번 호		
대 표 자 명			주민등록번호 (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 약정서의 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 출금기로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정기로 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 약관동의 (☐ 동의 / ☐ 미 동의)

[관련문의] Tel)070-7919-4145 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서

[협회연락처] Tel)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)jinpark@ikfa.or.kr 주소)서울시 강서구 공항대로 61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101, 102호 우)07563

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

신청일자 202 년 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 15,000원 / (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 월1회 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: 1,100만명
- 월간 조회수: 30만명
- 프랜차이즈 약 1만2천 브랜드 순위 검색 사이트

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.



종합광고대행사 **KFN에드콤** ☎02.556.7889

서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)

가맹점 모집을 TV로 광고할 수 있다고?

쉽게, 부담없이 B tv 우리동네광고로!



TV광고로 특정 지역만 효율적으로!
가맹점주 모집을 할 수 있어요



지역별,채널별,시간별 광고 효과를 바로 확인하고
쉽게 관리할 수 있어요



광고 1회 노출마다 5원!
알뜰한 가격으로 원하는 만큼 광고해요



B tv우리동네광고 홈페이지 채널톡 www.btvtownad.com

전화 02-6266-3977 또는 1566-7762