

300여 브랜드를 한자리에, 눈으로 확인하는 **창업 인사이트!**

국내 최대규모 창업상담 박람회

IFS 프랜차이즈 창업박람회



“사업확장의 가장 믿음직한 파트너, IFS”

자세한 부스 참가 상담은 사무국으로 문의주세요

**2024년
참가업체 모집중**

서울 상반기 24년 3월 21일(목) - 23일(토),
코엑스 C&D홀

서울 하반기 24년 10월 31일(목) - 11월 2일(토),
코엑스 C홀

☎ 02-561-6172 ✉ info@ifskorea.co.kr 🌐 www.ifskorea.co.kr

| 주최 | **KFA** 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

| 주관 | **RX coex**

프랜차이즈월드

Vol.64 2023

“필수품목, 공급가격 산정방식 기맹계약서에 기재해야”

Korea Franchise Association

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Franchise WORLD

Vol. 64 2023

+ Cover Story

“필수품목, 공급가격 산정방식 기맹계약서에 기재해야”

당정(黨政), 필수품목 개선대책 속도전

Special Report

내년부터 음식점도 E-9 비자 외국인 고용 허가...인력난 해소 기대감

일회용 종이컵·플라스틱 빨대 금지 안한다

한국프랜차이즈協, 필리핀 진출 교두보 성공적으로 마련

부울경지역 최대 규모 'KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산'

국감서 '갑질' 뭉개...업계, 공정거래관행 약속

People & Company

이호익 인생네컷 대표

우현선 (주)NPOV 밀크티항공 대표



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



CREM
A Welbilt Brand

당신만의 특별한 디자인
내가 원하는 스타일리시한 디자인으로 '카페창업'하다



▲ 말레이시아 Chatto Brew 매장의 크렘 EX3



EX3
Modular by design



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



Pulse · 75HS

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





미식 기행, 답을 찾다 ...

점포별 매장전경



[미도인 종로]

[미도인 강남]

[미도인 성수]

[미도인 홍대]

[미도인 여의도]

[미도인 의정부]

33떡볶이, 프랜차이즈의 틀을 깨다!



창업문의
080.868.3355
www.success100.co.kr



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



성공하는 사장님의 치킨 서포터, 양계농장!

최고 품질의 치킨 가공품을 공급합니다.



www.chickenfarm.co.kr

<양계농장 대표상품>



35년 동안의 치킨가공사업으로 다져진 R&D 경험과 레시피로
 좀 더 맛있는 메뉴를 현장에서 심플하게 조리할 수 있도록
ONE-PACK, ONE-SALE, ONE-COOKING 제품을 선보입니다.

오늘도
김가네

같은 음식이라도, 담아내는
진실한 마음은 모두가 다릅니다.

. 2021년 신메뉴, 치킨마요덮밥 .



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

외식업 솔루션 전문 브랜드
제일좋은솔루션

- 배달매출분석
- 트렌드분석
- ERP
- 마케팅홍보

"매장에 꼭 맞는 제품으로, 전문가의 설치와 사후관리까지"

everything in the payment **SMART HONEY**

키오스크

포스

테이블오더

서빙로봇

우리는 사장님의 성공을 응원합니다.

스마트허니는 10여 년간 외식업과 함께한 (주)제일좋은솔루션에서 프랜차이즈 본사 및 가맹점에서 체계적이고 합리적으로 매장관리를 할 수 있도록 심층 분석을 통하여 제안 및 관리해 드리는 솔루션 브랜드입니다.

인스타그램 

설치사례 

공식 홈페이지

카메라로 스캔 ▶▶

문의 1899-1271

www.jjssolution.com



Anytime Everywhere

압도적 1등



피자먹다 글로벌 진출



〈태국 마스터프랜차이즈 체결〉



〈싱가포르&말레이시아 마스터프랜차이즈 체결〉

**이것이 진짜
1인피자클라스!**
줄서서 먹는 진짜 1인피자



 피자먹다

창업문의 02)354-2021

www.eatpizza.co.kr

매기수 모집 1879 GOLF&Wine 교육과정

와인CEO 최고위과정 51기 입학 안내

CEO 10,000인 클럽의 멤버가 될 수 있는 기회, 와인 CEO 최고위 과정 51기로 초대합니다.

- ① 교육장소 : 1879강남와인스쿨
- ② 교육기간 : 2024년 2월 28일(수) ~ 2024년 6월 19일(수)[주1회 4개월 과정]
정규수업 : 매주 수요일 18:00~21:00
주요활동 : 와인사교파티, 반 모임 및 동호회 모임, 워크숍, 졸업여행
- ③ 교육비 : 350만원(기업은행 257-088782-04-011 강남와인스쿨)
워크숍 및 졸업여행 비용 별도

교육 특전 60만원 상당 고병탈 유틸리티 증정

- ④ 등록기간 : 2024년 2월 28일(수) 까지 선착순 마감
- ⑤ 문의 : CEO교육팀 Tel. 1577-7479 www.gangnamwine.com

KLPGA · KPGA 프로와 함께하는

골프 CEO 마스터 과정 12기 모집

- 교육 기간** 2024년 2월 15일 ~ 2024년 5월 16일(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** 이론 : 강남와인스쿨 교육장(서울 서초구 매현로 16 라시따델라모다 6층)
실습 : 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

직접 생산 23년 | 조달청나라장터 등록 업체



음식과 서비스에 집중할 수 있는 주방을 만들어 갑니다.

TOPSONIC NOAS

▶ YouTube 성공의 정석,꾼 / 성공 9단 / 생존의 기술

설거지 때문에 골치 아프신 사장님,
어떤 초음파 세척기 찾으세요?



압도적인 세척력, 오직 탐소닉만이 특허로 인증합니다.



담양 [정자네 식당] - 21년째 사용

- 국내유일 강력한 24kHz 진동 소자
- 입체형 3D 초음파 발전기
23.5kHz 24kHz 24.5kHz 혼합변조
세계최초특허 제 10-1902545호
- 소음감소 기술 및 진동완충 기능 적용
세계최초특허 제 10-1910183호
- 국내 최고 초음파 분야 기술력을 자랑하는
듀라스닉과 공동특허 획득 및 독점 공급 계약 체결

무상 A/S 10년, 제품 수명 20년, 약속드립니다.

찬물에도 변함없는 강력한 세척력
석쇠, 불판, 독배기, 솥밥냄비 등
까다로운 식기 완벽 해결
수압식 세척기와 겸용 NO!

담갔다 건지면 끝나는 3분 설거지
각종 기름기, 잔류 농약, 세균 완벽 제거
설거지 직원 필요 NO!

초음파 세척기 구매? 오늘 결정하지 마세요.
무료로 5일간 사용 후 결정하세요.

무료사용 / 시연신청 > 방문 상담/시연 > 무료사용(5일) > 구매결정
(불만족시 무료철회)

부담 없이 렌탈로 이용하실 수 있습니다.

타사 제품 사용하시다가 세척력 · A/S 때문에 고민이신 분은 상담을 통해
특별 대우 해드립니다.

TOPSONIC

대표번호 : 1811-7038 / 010-4817-2217 FAX : 061-371-0097
E-mail : saversong1@hanmail.net 본사공장 : 전라남도 화순군 화순읍 진각로 213-2

제34기 프랜차이즈 최고전문가 과정 모집



모집 요강

기간

2024년 3월 7일 ~ 6월 20일 (15주)

시간

매주 목요일 14:00 ~ 18:00 (4H)

장소

프랜차이즈산업연구원 강의실 (논현역 6번출구)

모듈 과목

Module I 프랜차이즈 비즈니스와 가맹본부 경영 전략

Module II 프랜차이즈시스템 구축과 운영 전략

Module III 가맹점 모집 및 관리 전략

특강 프랜차이즈사업 경영전략, 성장전략, 성공전략

견학 프랜차이즈기업 본사 및 물류센터 견학



입학식



견학



수료식



특강

교육 대상

- ◆ 가맹본부 CEO 및 임직원
- ◆ 가맹사업을 희망하는 자영업자
- ◆ 주방, 물류, 유통, 제조 등 협력업체 CEO 및 임원
- ◆ 변호사, 세무사, 노무사 등 전문자격사(각 1인)

교육 특징

- ◆ 이론과 사례 중심의 교육 프로그램
- ◆ 한국프랜차이즈산업협회장 수료증
- ◆ 미수강 강의 평생 무료 청강
- ◆ 성적 우수자 상장 및 상품 제공
- ◆ 프랜차이즈산업 관련 정보 제공 및 자료 열람
- ◆ 프랜차이즈산업 관련 세미나 등 정보 우선 제공
- ◆ 동문회 조직 한국프랜차이즈전문가포럼 활동
- ◆ 원우 간 정보 및 자료 공유와 상호 비즈니스 매칭

제50기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 모집합니다!

프랜차이즈산업의 중요한 역할을 담당하는
슈퍼바이저 업무의 A to Z !!!
슈퍼바이저 전문가 양성을 위한 과정 교육생을 기다립니다.



모집 요강 * 교육비용 : 150만원(VAT포함)

기간

2024년 2월 17일 ~ 4월 20일 (10주)

시간

매주 토요일 13:00 ~ 18:00 (5H)

대상

- ◆ 가맹본부의 슈퍼바이저 및 임직원
- ◆ 점포 매니저 및 개인 점포 운영자
- ◆ 소규모 프랜차이즈 가맹점 운영자
- ◆ 가맹본부 취업 희망자 등

장소

프랜차이즈산업연구원 강의실 (논현역 6번출구)

모듈 과목

Module I 슈퍼바이징과 가맹사업법에 대한 이해

Module II 가맹점 진단 및 관리

Module III 가맹점 매출 및 이익증대 스킬

Module IV 평가시험 및 팀별 발표와 토의

과정 특전

- ◆ 한국프랜차이즈산업협회장 수료증
- ◆ 강의 교재 및 실습 자료 제공
- ◆ 슈퍼바이징 관련 정보 제공 및 자료 열람
- ◆ 성적 우수자 상장 및 상품 제공
- ◆ 프랜차이즈산업 관련 정보 제공
- ◆ 미수강 강의 다음 기수 청강 가능
- ◆ 취업희망자 가맹본부 우선 추천

과정 진행



입학식



조별과제 토론



조별과제 발표



수료식

당신의 새로운 파트너

브라더스팩토리가 함께 하겠습니다!

- 국내외 유명 유수의 가맹사업본부, 대기업 물류사에 다수의 식품 대량 공급 데이터를 통한 안정적인 재고운영의 가능성.
- 인프라를 통한 다수의 식품 생산 및 수입을 통한 합리적인 공급의 가능성.
- HIT 식품 개발 경험치를 통한 Hot item OEM, ODM 기획 및 생산의 가능성.

주요 생산 및 수입 식품 :

- 파인애플 아이스, 패션망고 아이스 등 빙과류
- 수산물 원물 및 가공품
- 건어물류
- 축산물 가공품 등



대표이사 남민수



대표영업사원 김상훈

국내외 식품 제조 (OEM) / 수입 / 가맹사업본부, 대기업 물류사 니즈에 맞춘 PB 개발 기획부터 생산, 유통까지 nonstop으로 전문 해결사들의 노하우로 해결해 드리겠습니다.

1533-4399

브라더스팩토리 주식회사 BROTHERS FACTORY CO., LTD.
서울특별시 강남구 도산대로 34길 22, 빌딩모노폴 3층



www.songlimpaper.com



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

제품의뢰

컨설팅

디자인

인쇄

패킹 및 적재

납품

주소: 경기도 고양시 일산동구 은마길63번길7 Tel: 031-977-6810 Fax: 031-977-6825
품목: 인쇄냅킨, 디너냅킨, 해동지, 테이블냅킨, 핸드타올, 점보롤 E-mail: 7booming@naver.com

송림특수제지

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 독심, 애드콤이 함께 하겠습니다.



애드콤은 어떤 광고회사인가요?

끼 넘치는 사장님과 통통 튀는 직원들이 뽀폴 뽀폴 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, 양키캔들CM송 제작, 돌돌치킨 TVCM, 별교꼬막 꼬마시CM송, 취영루RCM 등



The Nocul Life
노을 라이프

1688-4405

이별의 아픔
노을라이프가
함께 나누겠습니다.

The Letter from President

021 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

023 이진창 발행인 인사말

Cover Story

024 당정(黨政), 필수품목 개선대책 속도전
 “돌다리도 두드리고 건너야” 우려 커진다

Special Report

- 030 내년부터 음식점도 E-9 비자 외국인 고용
외식업계 인력난 해소 기대감
- 032 일회용 종이컵·플라스틱 빨대 금지 안한다
환경부, 일회용품 규제 사실상 철화...소상공인 부담 우려
- 034 “위기의 리더십, 현장에 답이 있다”
제12기 KFCEO 과정 수료식
- 038 한국프랜차이즈협, k-프랜차이즈 필리핀 진출 교두보 성공적으로 마련
- 040 ‘KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산’
11.23~25 부산벡스코 제1전시장서 성대한 개최
- 044 국감서 ‘갑질’ 못매...업계, 공정거래관행 약속

Hot Issue

- 048 ‘프랜차이즈 체험창업 프로그램’ 진행
- 049 가맹점주 단체, 카카오키프티콘 수수료
과도하다며 공정위에 신고
- 050 세계 최초 농산물 온라인도매시장 출범
- 052 프랜차이즈 업계, 2023 코리아세일페스타 동참
- 053 [기고] 이제는 내 사업을...가맹계약 종료 후
동종영업시 경업금지 및 비밀유지의무에 위반될까?

Organ News

- 054 가맹점주 피해 자진 구제시 과징금 감경 확대
- 055 가정용·소상공인 전기요금 동결
- 056 셀러드·샌드위치 등 배달음식점 집중점검 실시
- 057 서울시교육청, 학교급식로봇 공개의 날 운영



프랜차이즈 순위를 알면,
 성공 창업이 보인다!

창업도

changupdo.com

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



예산이 적어도 가능합니다.

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

대표전화 : 02.556.7889

People & Company

- 060 이호익 인생네컷 대표
- 064 [기업탐방] 우현선 (주)NPOV 밀크티항공 대표
- 066 한국프랜차이즈산업연구원, 프랜차이즈 전문회사

Brand Highlight

- 066 하남돼지집·본죽·밀크티 공차
- 069 쿠우쿠우

Guide Post

- 080 중국 신유통 현장을 가다-①

Association News

- 084 2023년 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회 뜨거운 열기 속 성료
- 086 협회 분과위원회, 가금류분과위 발족 등 회원사 결속 강화 지속
- 087 지회소식 대구·경북, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 070 컨설팅 - 이경희 2024년 프랜차이즈 가맹본부 경영전략과 키워드
- 072 마케팅 - 장재남 외식 프랜차이즈 기업의 자율적인 영양성분표시 확산이 필요하다
- 074 법률 - 안철현 사기공화국, 그 원인은?
- 076 세무 - 최인용 프랜차이즈 경영승계와 2024년 확대되는 가업승계
- 078 노무 - 이금구 무급휴업·휴직 고용유지지원금



고군분투했던 2023년...
 산업인들의 노고에 감사드립니다.



한국프랜차이즈산업협회장
 정현식

올 한 해도 120조 프랜차이즈 산업의 선진화와 동반성장을 위해 노력해 주신 모든 산업인 여러분들께 진심으로 감사드립니다.

올해 우리 업계는 연중 고물가와 고금리가 지속되면서 비용인상, 수익구조 악화, 소비 침체, 매출 부진, 인력난 등으로 코로나 19 팬데믹 시기만큼이나 어려운 한 해를 보냈습니다. 또, 대내외적인 환경이 변화하고 물가 인상의 주범으로 몰리면서 가맹사업법, 자원재활용법 등 각종 규제가 강화되거나 부활하고 지원예산이 감축되면서 사면초가(四面楚歌)에 놓여 있는 상황입니다.

우리 협회는 우리 업계가 다양한 악재들을 극복하고 제도약과 경영회복을 모색하는 데 중점을 두고 다방면으로 활동해 적지 않은 성과를 만들어 냈습니다.

대표적으로, 현장에 큰 부담을 주고 있는 인력난을 해소하기 위해 외국인 인력 수급 확대를 꾸준히 건의한 결과, 지난 달 외국인 고용허가제 허용업종에 음식점업이 신설되는 성과가 있었습니다. 그간 취업장벽이 낮은 음식점업에는 만성적인 인력난에도 불구하고 내국인 고용 위축 우려로 정부가 고용허가제 도입을 꺼려해 왔습니다. 하지만 내년부터는 100개지역 한식점업 주방보조를 대상으로 시범사업을 한 뒤, 전국 전 음식점업종으로의 확대가 검토될 예정입니다.

일년여 이상 꾸준히 정부 부처에 현장의 목소리를 전한 결과, 11월 24일부터 본격 단속예정이었던 일회용품 사용규제도 완화되었습니다. 매장 내에서 플라스틱 빨대, 종이컵의 사용이 금지되면 용기 구입과 추가인력 고용, 시설 설치 등 현장의 막대한 비용 인상과 고객 응대 애로가 예상되던 상황이었습니다. 환경부와 중기부 등 정부 부처에 적극 건의하고 소통한 결과 제도기간종료 직전 종이컵 대상 제외, 빨대 무기한 연장 등의 조

치가 확정되었습니다.

국내 경기 침체와 시장 과포화에 따라 업계 해외진출의 필요성이 높아지면서, 올해 두 차례 총 20여개사의 해외 박람회 참가를 지원하기도 했습니다. 최근 한껏 높아진 K-푸드와 K-컬처에 대한 관심과 참가업체들의 뛰어난 역량에 힘입어 총 8천만 달러 상당의 상담이 이뤄지고 수 건의 마스터 프랜차이즈 및 가맹점 계약이 체결되는 등 성과가 높았습니다.

이밖에 올해 3월 프랜차이즈 창업 플랫폼 <K-프랜차이즈>를 출범시켜 콘텐츠 개발과 관리, 홍보에 집중한 결과 일 방문자가 1만명에 육박하는 등 안착 중이고, 프랜차이즈 창업의 선호도를 제고하여 IFS 프랜차이즈 창업 박람회에 역대 최대 참관객이 찾는 성과도 있었습니다.

가맹 규제 개선은 앞으로 우리 협회가 앞으로 집중적으로 대응해 나갈 분야입니다. 정부는 9월 22일 모든 필수품목 항목과 공급가격 산정방식을 가맹계약서에 기재하고, 불리하게 변경 또는 유지시 성실하게 협의해야 한다는 필수품목 개선대책을 발표했습니다. 협회는 법의 취지를 훼손하지 않으면서도, 현장의 경영활동에 큰 타격이 없도록 규정 보안을 위해 정부 및 국회와 협의를 지속해 나가고자 합니다.

이 밖에도 어느 해보다 어려웠던 올해 산업인들의 목소리에 열심히 귀기울여 애로 해소에 도움을 드리고 우리 산업이 나아가야 할 올바른 길을 제시드리고자 최선을 다했습니다. 부족한 부분을 보완하고 더욱 적극적으로 노력하여 내년에도 최선을 다할 것을 약속드립니다.

2023년 한 해동안 보내 주신 관심과 성원에 정말 감사드립니다. 연말연시 모든 산업인 여러분들께서 한 마음 한 뜻으로 한 해를 잘 마무리하시고, 가정과 하시는 모든 일에 행복이 깃들기를 바라겠습니다. **KFA**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.64
 The Magazine For You

PUBLISHER

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

EDITORIAL DEPT

편집국장	이 호	Lee, Ho
취재국장	조인영	Cho, In Young
이사	김태규	Kim, Tae kyu
	조기석	Cho, Gi Suk
특임 기자	김동하	Kim, Dong Ha
	노승욱	No, Seung Wook
	박서진	Park, Seo Jin
기자	김은영	Kim, Eun Young
	신용희	Shin, Yong hee

DESIGN

실장	임재승	Lim, Jae Seung
----	-----	----------------

PHOTO

사진기자	이명철	Lee, Myung Cheol
------	-----	------------------

CORRESPONDENT

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

CONTRIBUTORS

한국창업전략연구소 소장	이경희	Lee, Gyeong Hee
프랜차이즈산업연구원 원장	장재남	Jang, Je Nam
법무법인 로투스 대표변호사	안철현	Ahn, Cheol Hyun
법무법인 해 파트너 변호사	조은혜	Cho, Eun Hye
세무회계 성우 대표	서성우	Seo, Sung Woo
노무법인 C&B 대표	이금구	Lee, Keum Goo

CONSULTATIVE COMMITTEE

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



발행처 한국프랜차이즈산업협회
 기획/제작 (주)KFN 애드콤
 주소 서울특별시 영등포구 여의대방로 67길9
 706호(여의도동, 두일빌딩)
 대표메일 kfn1991@naver.com
 광고문의 02-556-7889
 보도자료 Webhard (ID: kfn1991, PW: 1991)
 취재·구독문의 02-556-7889 (구독료 15,000원/권)
 인쇄 (주)근아인쇄
 판매대행 (주)성운도서
 등록번호 영등포, 마00070



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

규제와 지원, 균형의 시소가 필요하다



발행인
 이진창

프랜차이즈 산업에 대한 규제가 날로 강화되고 있다. 공정 거래위원회는 가맹본부가 가맹점의 필수품목을 늘리는 등 거래 조건을 가맹점에 불리하게 바꿀 때 가맹점주와 사전 협의를 의무화하는 가맹사업법 시행령 개정안을 4일 입법 예고했다.

공정위가 밝힌 이유는 간단하다. 가맹점주를 보호한다는 취지다. 그동안 가맹본부가 너무 많은 품목을 필수품목으로 지정하고 일방적으로 가격을 높였다고 보고 있다. 가맹법 시행령 개정안에 따르면 필수품목을 늘리거나 기존에 정한 가격 산정 방식을 불리하게 변경하는 등 가맹점주에게 불리하게 거래 조건을 바꾸는 경우 가맹점주와 협의를 의무적으로 해야 한다. 가맹본부가 이를 위반할 경우 시정 조치, 과징금 처분을 내려 사실상 필수품목 감질을 효과적으로 억제하겠다는 방침이다.

업계의 반응은 어떨까. 경쟁력 있는 신제품 출시가 어려워지고, 가맹점의 제품과 서비스 질을 일정하게 유지하지 못할 것이란 우려가 쏟아진다. 문제는 업계의 우려가 제대로 반영되지 않은 상황에서 국회 절차가 빠르게 진행되고 있다는 점이다.

그동안 정부의 프랜차이즈 산업에 대한 인식은 규제와 지원이었다. 하지만 최근에는 규제에 더 초점을 맞춘 모양새다. 예상매출액 제공 의무에 이어 필수품목 협의 의무까지.

모두가 가맹점주를 위한다는 이야기인데, 자유경제시장에서 과한 규제는 역시 사업을 위축시킬 수밖에 없다. 모 매출 조사에 의하면 올해 상반기 외식 프랜차이즈 가맹본부의 정보공개서 등록 취소 사례가 급증했다. 등록을 취소한 브랜드가 총 1226건이다. 지난해 같은 기간 792건에 비해 54.8%나 증가했다. 고물가 영향에 소비위축도 이유이지만, 가맹본부의 권한을 축소하는 각종 규제가 강화된 점도 한몫했다는 점에서는 반박의 여지가 없다.

그렇다면 프랜차이즈를 제외한 다른 산업도 규제가 강화될까. 답은 아니요다. 대기업을 비롯한 다양한 산업군에서는 경제 활력을 위해 규제 혁신을 정책 방향으로 내세웠다. 윤석열 현 정부가 여기에 큰 손을 들어주고 있는 셈이다.

2023 프랜차이즈 산업통계현황 자료를 보면, 프랜차이즈 산업의 전체 시장규모는 약 124조5000억원이다. 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중이 6.3%에 달한다. 프랜차이즈 산업이 가장 발달한 미국의 경우 GDP에서 차지하는 비중이 12~14%에 이른다. 여전히 시장 성장은 열려있다는 얘기인데, 정부의 조치가 안타깝다.

‘규제학의 대가’ 최병선 서울대 행정대학원 명예교수의 저서 중 한 구절이다. “정말 강하고 좋은 정부는 힘을 앞세우는 정부가 아니라, 시장이 시장 원리대로 작동할 수 있도록 하는 정부다” **KFN**



12월 8일 국회 본회의에서 필수품목 항목 및 공급가격산정방식을 가맹계약서에 기재하도록 한 가맹사업법 개정안이 의결됐다.

당정(黨政), 필수품목 개선대책 속도전 “돌다리도 두드리고 건너야”우려 커진다

9월말 대책 발표 후 세 달여 만에 가맹사업법 개정안 본회의 통과 ‘일사천리’

‘성실 협의 의무’ 시행령 개정안도 2024년 1월 15일까지 입법예고

WRITE | 이 호국장

공정거래위원회(위원장 한기정·이하 공정위)가 지난 9월 22일 당정협의로 발표한 <가맹사업 필수품목 제도 개선 방안>(이하 개선대책)을 강력히 밀어붙이면서, 세 달도 안 된 현재 어느덧 법률과 시행령 개정을 목전에 두고 있다. 업계와 전문가들이 한 목소리로 우려의 목소리를 전하고 있지만 당정은 아랑곳하지 않고 대책 도입을 진행하고 있다. 이례적인 속도전에 프랜차이즈 업계는 당혹스러운 표정을 감추지 못하고 있다. 일각에서는 이번 대책이 가맹본부와 가맹점사업자의 신뢰를 훼손시켜 동반성장을 기반으로 하는 가맹사업을 크게 위축시킬 것으로 우려하는 목소리가 대두되고 있다.

‘번갯불에 콩 볶듯’...발표 세 달만에 8부능선 넘나

국회 정무위원회(위원장 백혜련)는 지난 11월 23일 법안 심사제2소위(소위원장 윤한홍)를 열고 필수품목 항목과 공급가격 산정방식을 가맹계약서에 기재하도록 한 유의동 의원안을 골자로 위원장안을 마련해 즉시 전체회의 상정을 의결했다. 이어 일주일 뒤 열린 전체회의 또한 위원장안을 원안대로 의결하고 급기야 12월 7일 국회 본회의마저 일사천리로 통과시켰다. 대책 발표 후 2달, 유의동 의원안 발의 후 한달여 만이다.

이어 공정위는 12월 4일 가격, 수량, 품질, 거래상대방 등 필수품목의 거래조건을 확대하거나 유지하는 등 불리하게 변경할 경우 가맹점사업자와 성실하게 협의하도록 한 가맹사업법 시행령 개정안을 입법예고하고 1월 15일까지 의견을 제출받겠다고 밝혔다.

앞서 조홍선 공정위 부위원장

“지난 11월 24일 3개 학회 세미나 축사를 통해 구속조 건부 거래의 유형을 나열한 ‘가맹사업거래 상 거래상대방의 구속행위의 유형에 대한 고시’를 연내 제정하겠다고 밝혔다. 만약 고시까지 마련되면 개선대책의 세 가지 핵심방안이 모두 3개월 만에 모두 8부 능선을 넘게 된다.”

도 지난 11월 24일 3개 학회 세미나 축사를 통해 구속조 건부 거래의 유형을 나열한 ‘가맹사업거래 상 거래상대방의 구속행위의 유형에 대한 고시’를 연내 제정하겠다고 밝혔다. 만약 고시까지 마련되면 개선대책의 세 가지 핵심방안이 모두 3개월 만에 모두 8부 능선을 넘게 된다.

“협의를 계약에 매달리느라 사업은 뒷전될 것”

개선대책 발표 이후 업계에서는 가맹사업에 미칠 악영향을 우려해 규정 보완을 요구해 왔다. 개선대책이 모두 시행되면 앞으로 가맹본부는 신제품 출시, 필수품목 수급상황 변화, 매입단가 변경 등으로 필수품목을 추가하거나 변경할 때마다 모든 가맹점사업자들과 사전에 성실히 협의하고 가맹계약서를 변경한 뒤에야 이를 적용할 수 있게 된다.



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



11월 16일 한국프랜차이즈산업협회가 선종규 공정위 기업협력정책관과 업계의 간담회를 열고 개선대책에 대한 우려를 전했다

바뀌 말하면 성실한 협의와 가맹계약서 변경을 모두 완료하지 않으면 가격이 급등한 필수품목을 대체하거나 공급 가격 인상을 하지 못하고 손해를 감수해야 하며, 신제품 출시를 커녕 마케팅을 준비할 수조차 없다는 뜻이다.

수 백에서 수 천개의 가맹점과 사전에 협의를 진행하다가 신제품의 핵심 레시피와 출시 정보가 노출되는 일도 볼 뻔하다. 협의의 성실성에 대한 기준과 범위가 어디까지인지도 불명확하고, 가맹점사업자 또는 단체가 이를 악용하여 가맹본부의 경영을 부당하게 간섭하는 등 분쟁이 과도하게 양산될 수 있다는 우려도 제기된다.

“성실 협의 강제”시행령, 법률 근거 없어”지적도

업계와 학계, 법조계 등에서도 이번 개선대책을 성토했는 목소리가 이어지고 있다.

11월 16일 한국프랜차이즈경영학회(회장 이용기)가 개최한 필수품목 제도개선 정책세미나에서 김선진 법무법인 KLF 대표변호사는 법적 관점에서 시행령이 헌법 위반

“수 백에서 수 천개의 가맹점과 사전에 협의를 진행하다가 신제품의 핵심 레시피와 출시 정보가 노출되는 일도 볼 뻔하다. 협의의 성실성에 대한 기준과 범위가 어디까지인지도 불명확하고, 가맹점사업자 또는 단체가 이를 악용하여 가맹본부의 경영을 부당하게 간섭하는 등 분쟁이 과도하게 양산될 수 있다는 우려도 제기된다.”

의 소지가 있어 보인다고 지적했다.

김 변호사는 “헌법 제37조 제2항은 국민의 기본권 제한은 법률로만 가능하며, 예외적으로 법률로 제한하지 않는 경우는 법률에 근거가 있어야 한다는 법률유보의 원칙을 명시하고 있다”라고 하면서 “그런데 이번 시행령은 모법인 가맹사업법의 위임 없이 성실 협의 절차를 강제하고, 위반 시 이를 제재까지 할 수 있도록 하고 있어 위임입법의 한계를



일탈하고 있는 것으로 보인다”고 말했다.

11월 24일 프랜차이즈학회(위원장 성백순) 등 3개 학회 공동 정책세미나에서도 법적 체계가 다소 명확하지 않다는 의견이 제시되기도 했다. 한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)도 개선대책 발표 이후 국회와 공정위에 이러한 업계 및 전문가들의 우려를 수 차례 전달하고 보완 대책 마련을 요청해 왔다.

“정상적 경영 불가능…가맹사업 근간 흔들 것”

공정위는 업계 의견에 대표 가맹점사업자단체와 협의 시 전체 가맹점과 협의한 것으로 간주하고, 필수품목 정책변경도 가맹계약서 변경에 우선하여 적용할 수 있도록 하겠다는 계획을 전한 바 있다. 그러나, 이 경우 하위 법규인 시행령으로 법률의 계약서 기재 의무를 부정하는 결과가 된다는 점에서 실현가능성이 불확실하다.

결국 시행령 개정안이 개선대책 원안대로 입법예고되면서 업계 의견이 전혀 반영되지 않은 모양새가 됐다. 법규의 효력 체계상 조만간 제정할 구속행위 유형 고시에 해당 내용을 넣는 다해도 법과 시행령을 넘는 효력을 갖는 것은 불가능하다. 시행령은 입법예고 기간인 내년 1월 15일 이후 내년 상반기 국무회의에서 통과돼 6개월 후, 내년 중으로 시행이 예상된다.

업계 관계자는 “개선대책이 이대로 시행되면 모든 가맹본부들은 1년 내내 협의와 계약서 변경에 매달리느라 정상적

“국 시행령 개정안이 개선대책 원안대로 입법예고되면서 업계 의견이 전혀 반영되지 않은 모양새가 됐다. 법규의 효력 체계상 조만간 제정할 구속행위 유형 고시에 해당 내용을 넣는 다해도 법과 시행령을 넘는 효력을 갖는 것은 불가능하다. 시행령은 입법예고 기간인 내년 1월 15일 이후 내년 상반기 국무회의에서 통과돼 6개월 후, 내년 중으로 시행이 예상된다.”

인 경영이 불가능할 것으로 예상된다”라고 하면서 “가맹본부와 가맹점사업자 모두가 도입을 요구했던 1+1제조차도 업계 의견을 반영하면서 충분한 시간을 갖고 도입했는데, 이번 개선대책 도입 속도는 매우 이례적”이라고 말했다.

협회 관계자는 “가맹본부의 경영위축은 결국 가맹점사업자와 소비자들에게까지 여파가 미치는 것이 가맹사업의 특성인데 이번 개선대책은 가맹사업의 근간을 흔들고 과도한 분쟁만 양산할 것으로 예상된다”라고 하면서 “남은 절차들이 진행되는 과정에서 국회와 정부, 경제단체들, 언론 등에 업계의 목소리를 더욱 강력하게 전달해 개선대책의 부당함을 호소하고 보완규정 마련을 촉구할 계획”이라고 밝혔다.

KFN

“필수품목 개선대책, 효과 적고 현장 어려움 가중 헌법상 기본권 침해 우려도”

WRITE | 김선진 법무법인 KLF 대표변호사



필수품목의 개념 명확화

현행 가맹사업법 및 시행령, 정보공개서 상에서 필수품목이란 가맹계약에 따라 가맹점을 운영함에 있어 필수적으로 갖추어야 할 품목을 의미한다. 이 중 거래강

제품목은 가맹계약상 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 업체와 거래할 것이 강제되는 품목이다. 가맹사업법 개정안 및 시행령의 내용상 필수품목은 거래강제 품목을 의미한다.

거래 강제의 요건

현행 가맹사업법 및 시행령에 따르면 다음의 요건을 구비해야 한다. 1. 해당 물품이 가맹사업 경영에 필수적이어야 한다. 2. 가맹본부의 상표권 보호 및 상품 또는 서비스의 동일성 유지에 필요해야 한다. 3. 정보공개서를 통해 가맹점 사업자에게 알리고 가맹계약을 체결해야 한다. 1번과 2번의 사실은 객관적으로 인정되어야 한다.

법률 개정 추가 내용의 문제점

현행 가맹사업법 11조 제1항 제12호에 다음의 사항이 추가됐다. '가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자와 거래할 것을 강제하는 경우 그 강제의 대상이 되는 부동산, 용역, 설비, 상품, 원재료 또는 부재료, 임대차 등의 종류 및 공급가격 산정방식에 대한 사항' 위 조항의 문제점은 먼저 부동산, 용역 기타 설비, 임대차 등의 경우에는 그 수량이 한정적으로 변동가능성이 낮다. 또 원재료, 상품의 경우에는 그 수량이 많고 변동 가능성이 높아 가맹계약서에 그 품목 및 가격 결정방식을 세부적으로 기재하는 것 자체가 불가능하다.

공급가격 산정방식을 살펴보면 다양한 품목에 대한 공급가격 산정방식을 사실상 기재하기 어렵다. 가맹본부가 적절한 시장가격 및 해당 원자재의 가치 등을 고려해 결정할 수밖에 없다. 따라서 가맹계약서에 각 품목별로 확정적인 가격산정 방식은 존재하지 않는다.

거래조건 협의절차 규정 신설의 문제점

시행령은 단가 인상, 필수품목 변경 등 거래조건이 가맹점주에게 불리하게 되는 경우 협의를 의무화했다. 하지만 이는 가맹사업법의 위임 한계를 벗어났다. 가맹사업법에서는 필수품목 관련 사항(품목+가격산정방식)을 가맹계약서에 기재하도록 하고 있다. 그런데 시행령에서 모법의 근거없이 '품목 및 가격 변경시 협의절차'를 강제했다. 이게 문제다.

특히 가맹사업법상 가맹본부는 가맹사업의 성공을 위한 구상, 상품이나 용역의 품질관리와 판매기업의 개발을 위한 지속적인 노력의 의무가 있다. 이러한 의무에 따라 신메뉴와 신상품을 개발하는 경우 필수품목이 추가 변경된다. 하지만 개정 시행령상의 협의를 거치는 과정에서 신메뉴 출시 사실이 노출되거나 협의절차로 인한 출시 지연이 발생할 수 있다. 협의에 과도한 물적 시간적 비용도 문제다. 가맹사업은 소수의 상대방과 거래하는 형태가 아니고, 최소 수십에서 수천개의 가맹점과 거래한다. 본사의 인력 구조에 비추어 볼 때 가격변경을 위해서는 최대 수개월의 협의를 거쳐야 할 수 있다. 적시에 신규 메뉴나 신상품 출시가 불가하다. 가맹사업법에 따른 신메뉴 개발 및 판매기법의 개발 등이 지연 혹은 방해되는 악영향을 불러온다.

결과적으로 효과가 미비하다고 분석된다. 가맹분야의 주된 문제인 정보공개서 미제공, 허위과장 정보제공, 영업지역 침해, 거래거절, 부당한 손해배상의무부과, 거래상 징위납용 등의 문제는 전혀 해결하지 못한다. 또 소비자 입장에서 가맹점에서 제공되는 상품이나 서비스의 품질 수준을 담보받지 못하게 된다. 가맹본부의 계약의 자유, 직업의 자유, 재산권 침해 등 과잉금지원칙에 위반된다. **[KFN]**

필수품목 관련 개정안에 대해

WRITE | 한상호 영산대학교 교수

프랜차이즈 갑질

가맹본부의 갑질이란 프랜차이즈 본부가 가맹점주에게 부당한 압력과 조건을 가하거나 불공정한 계약조건을 요구하는 것을 말한다. 국감장에서도 버거킹과 bhc가 가맹점 갑질로 못매를 맞기도 했다.

또 다른 문제는 사고를 다른 점주가 일으켰는데, 피해는 모든 가맹점이 받는다는 점이다. 아울러 이로 인한 프랜차이즈 피해보상은 사실상 전무한 상태다. 일례로 모 커피전문점에서 위생 상태가 불량한 커피가 판매된 내용이 온라인에 퍼지며 논란이 됐다. 가맹본부는 홈페이지에 사과문을 게시하며 가맹점 위생관리에 더욱 신경을 기울이겠다고 약속했지만, 이미 브랜드 이미지에 적지 않은 타격을 입은 상황이다.

필수품목과 로열티의 관계

2021년 프랜차이즈 실태조사에 따르면 가맹본부의 수익구조는 차액가맹금 중심이다. 전체 가맹본부의 34.1%가 수입원이라고 밝혔다. 다음으로는 로열티(14.7%), 가입시 교육비(9.0%), 인테리어(4.7%), 기타(34.8%)였다.

아울러 가맹점은 소자본 창업이 대부분이며, 코로나19로 인해 가맹본부와 가맹점 모두 경영 악화가 심각한 상태다. 코로나19 이전 대비 체감경기가 악화했다는 가맹본부는 78.7%나 됐다. 2019년 대비 매출액이 줄었다는 가맹점도 절반이 훌쩍 넘는 61.7%다.

일부에서 제기되는 로열티 부분에서는 고정금액으로 받고 있다는 가맹본부는 24.2%였다. 매출액 일정비율은 12.2%, 매출액의 일정비율은 1.0%였다. 반면 로열티를 받지 않고 있는 가맹본부는 58.1%였다.

런닝 로열티를 도입하지 않는 이유에 대해서는 관행상 미도입이 40.2%, 가맹본부의 수익 불안정 우려가 25.4%, 가맹점의 공감대 부족이 24.4%로 대부분을 차지했다.

반면 미국의 경우 77만5000여개의 프랜차이즈가 존재하지



만 평균 로열티는 매출액 기준 4%~12% 수준이다. 외식업은 10% 이상을 받는다. 마케팅비는 매출액 기준 2%다.

필수품목 구매 강제 이유

가맹본부가 필수품목의 구매를 강제하는 이유는 이를 통해 가맹시스템의 통일성과 안정성 확보를 위한 모니터링 비용의 절감이 가능하다는 거다. 아울러 이를 통해 가맹본부가 차액가맹금을 효과적으로 확보할 수 있다는 이유도 존재한다.

더불어 513개의 가맹본부를 선별, 분석한 결과 가맹본부가 설정하는 필수품목은 곧 가맹점이 판매하는 제품이나 서비스를 구성하기 때문에 프랜차이즈 브랜드 정체성 형성에 있어 필수적인 구속계약조항이다.

계약관계 인식 변화와 로열티 인식 개선 필요

필수품목 관련된 프랜차이즈의 갑질, 논란을 없애기 위해서는 먼저 가맹본부와 가맹점이 갑을관계가 아닌 계약관계로의 인식 변화가 필요하다. 두 번째는 로열티에 대한 인식이다. 창업교육시 프랜차이즈 로열티에 대한 체계적인 지원이 필요하다. 세 번째는 공동 물류사업 육성을 위한 지원 체제 수립이다. 마지막으로 가맹사업법을 개정, 본부의 차액 가맹금에 대한 수익 구조에 대한 표기(%)로의 변화다. 가맹본부만 대상으로 하는 계약이 아니라 쌍방향 계약 또는 권고로의 변화가 필요하다. **[KFN]**

내년부터 음식점도 E-9 비자 외국인 고용 외식업계 인력난 해소 기대감

세종·제주, 기초지자체 등 100개지역 한식점 대상 시범사업 후 추가확대 검토

WRITE | 김은영 기자



코로나19 이후 극심한 외식업계의 인력난을 해소하기 위해 정부가 내년부터 외국인 고용허가제(체류자격 E-9·비전문취업) 허용업종에 처음으로 음식점업을 신설하기로 했다. 이에 따라 내년부터 E-9 비자 인력송출 체결협정을 맺고 있는 동남아시아 등 16개국의 외국인 인력이 일부 음식점에서 주방보조로 근무할 수 있게 된다.

정부는 11월 27일 제40차 외국인력정책위원회를 열고 내년도 외국인력 도입 규모를 올해 12만 명보다 37.5% 늘어난 16만 5천명으로 확정하고 허용업종에 음식점업, 임업, 광업 등을 신설한다고 밝혔다. 음식점업이 포함된 서비스업 배정 규모는 올해 3천명에서 1만3천명으로 늘

었다.

정부는 내년 세종·제주와 전국 98개 기초지자체 등 총 100개 지역의 한식점업에서 주방보조 직종에 한해 시범사업을 실시하기로 했다. 또, 5인 미만 사업장은 업력 7년 이상 사업장이 1명, 5인 이상 사업장은 업력 5년 이상 사업장이 최대 2명까지 고용할 수 있다.

또, 사업주가 E-9 비자로 입국한 외국인 근로자들에게 실시해야 하는 취업교육, 산업안전교육 등은 업종별 협·단체, 자체 훈련기관 등을 통해 실시할 예정이다. 정부는 하반기 시범사업 결과를 점검해 지역, 직종, 업종 등 제도 확대를 검토한다는 계획이다.

고용허가제

- 내국인을 구하지 못한 사업장이 일정 요건 하에 외국인을 합법적으로 고용할 수 있도록 허가하는 제도
- 경부간 MOU를 체결한 16개국에서 외국인력 도입 가능
인도네시아, 베트남, 태국, 필리핀, 스리랑카, 몽골, 우즈베키스탄, 파키스탄, 중국, 캄보디아, 방글라데시, 네팔, 미얀마, 키르기스스탄, 동티모르, 라오스 (음식점업 송출국은 추후 결정)

업종	한식 음식점업 * 한국표준산업분류 상 음식점업(561) 내 한식 음식점업(5611)
지역	주요 100개* 지역 대상 시범 도입 * 7개 특별·광역시 내 기초지자체 (74곳) + 7개 도 내 읍·면 단위 3개 기초지자체 (2곳) + 세종·제주·강원 (3곳)
업력	내국인 근로자 5인 이상 업체 → 5년 이상 (최대 2명 고용 허용) 내국인 근로자 5인 미만 업체 → 7년 이상 (최대 1명 고용 허용)
직무	주방보조원 * 한국표준직업분류 상 주방보조원(95220)

창·폐업이 잦은 음식점업 특성과 외국인력 관리 가능성 등을 감안하여 시범 도입 → 농식품부·고용부에서 시범사업 평가 후 확대 여부 검토(24.下)

만성적인 인력난으로 어려움을 겪어 온 외식업계는 그간 외국인 인력 고용 확대를 지속적으로 건의해 왔다. 정부는 올해 F-4(재외동포) 비자 음식점업 취업 허용, H-2(방문취업) 비자 취업가능 음식점업 전체로 확대, D-2(유학생) 비자 취업가능시간 확대 등 점진적으로 규제를 완화해 왔으나, 현장의 일손부족을 덜기에 역부족이었다고 평가하고 이번 계획을 확정했다.

외식업계는 정부의 조치를 큰 환영의 뜻을 밝혔다. 한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)는 입장문을 내고 정부에 감사와 협조의 뜻을 밝혔다.

협회는 “영세 소상공인들이 절대다수인 외식업계의 만성적인 인력난 해소를 위해 자발적으로 인건비 절감, 인력 매칭편의 증진, 매장 업무 프로세스 개선 등 다방면으로 노력을 기울여 왔다”라고 하면서 “하지만 인건비 상승 등 각종 비용 인상과 외식업 일자리에 대한 인식 변화로 구인난이 장기화되면서, 지난해 숙박 및 음식점업의 인력 부족률이 5.3%로 전체 평균(3.4%)을 크게 상회하는 등 여전히 인력난이 외식업 경영애로의 주요 원인으로 자리잡고 있다”고 밝혔다.

협회는 “외식업계는 이번 외국인 고용허가제 허용업종의 음식점업 신설이 인력난 해소에 큰 도움을 줄 것으로 기대하고 있다”라고 하면서 “당장 전 사업장 적용이 시급한 상황이지만, 정부가 많은 고민 끝에 전체 음식점 규모, 노동시장에 미치는 영향 등을 고려하여 시범사업 조건을 설정하고 24년 시범적용하기로 한 것도 공감한다”고 전했다.

정부는 내년 세종·제주와 전국 98개 기초지자체 등 총 100개 지역의 한식점업에서 주방보조 직종에 한해 시범사업을 실시하기로 했다. 또, 5인 미만 사업장은 업력 7년 이상 사업장이 1명, 5인 이상 사업장은 업력 5년 이상 사업장이 최대 2명까지 고용할 수 있다.

협회는 “이번 조치와 함께, 앞서 올해 개선된 H-2(방문취업), F-4(재외동포) 비자의 음식점업 취업 허용과 D-2(유학) 비자의 근로허용시간 확대 등도 업계의 인력난 완화에 큰 도움이 될 것으로 전망된다”라고 하면서 “우리 협회 및 외식 프랜차이즈 업계는 앞으로 외국인 고용허가제가 외식업계에 잘 정착될 수 있도록 시범사업에 적극 협조하고, 제도가 전국의 모든 사업장까지 안정적으로 확대될 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다”고 덧붙였다.

협회는 앞으로 취업교육, 제도 홍보·상담 등에 적극 협조한다는 계획이다. 또, 내년 4월경부터 본격적으로 입국할 E-9 음식점업 외국인 근로자들의 공동숙소 지원, 전국 전체 외식업종 전 직종으로의 조속한 제도 확대, 사업주들의 고용허가제 이용절차 간소화 등을 지속적으로 건의한다는 계획이다. **K77**

일회용 종이컵·플라스틱 빨대 금지 안한다

환경부, 일회용품 규제 사실상 철회...소상공인 부담 우려

WRITE | 김은영 기자



환경부가 일회용품 사용 규제를 1년 만에 사실상 철회에 나섰다. 식당이나 카페에서 일회용 종이컵, 플라스틱 빨대 등 사용을 금지하지 않기로 한 것이다.

환경부는 식당, 카페 등 식품접객업과 집단급식소에서 일회용 종이컵 사용 금지 조치를 철회한다고 7일 발표했다. 식품접객업 등에서 일회용 플라스틱 빨대와 젓는 막대 사용 금지 조치에 대해선 계도기간을 사실상 무기한 연장했다.

두 조치는 지난해 11월 24일 시행된 일회용품 추가규제

중 일부다. 1년 계도기간이 부여돼 그동안은 위반 시 최대 300만원 이하인 과태료 부과가 이뤄지진 않았다. 환경부는 계도기간에 규제 이행 가능성을 점검한 결과 일회용 종이컵과 플라스틱 빨대 사용 금지가 제일 이행하기 어려운 조치로 파악됐다고 밝혔다.

아울러 원가 상승과 고물가, 고금리, 어려운 경제 상황에 고통을 겪는 소상공인과 자영업자에게 규제로 짐을 지우는 것은 정부의 도리가 아니라고 판단했다는 설명이다.

이에 대해 한국프랜차이즈산업협회는 정부의 사용규제



철회를 환영한다는 입장이다. 협회는 입장문을 통해 11월 24일 계도기간 종료 예정이었던 '일회용품 사용규제'의 계도기간을 연장하고 일부 품목의 사용을 허용하기로 발표한 것에 대해 큰 환영의 뜻을 밝혔다.

아울러 협회와 프랜차이즈 업계는 탄소중립사회로의 이행을 위해 최선의 노력을 다하고 있으나, 장기간 지속 중인 3고(高) 현상과 인력난, 비용부담, 공공요금 인상 등으로 일회용품 사용규제 계도기간 종료 시 현장의 큰 경영애로와 혼란이 예상됐다고 전망했다.

협회에 따르면 플라스틱 빨대의 경우 종이빨대 또는 생분해성 빨대, 드링킹 리드 등 각종 대체품 개발·도입시 2~4배의 비용 상승이 예상되고, 효과성 또한 아직 확실하게 검증됐다고 보기 어렵다. 종이컵 또한 머그컵으로 대체시 피크타임 때 세척을 위한 추가인력 확보 부담, 고객 불만으로 인한 분쟁 발생 등 가맹점 현장의 부담도 매우 우려됐다.



플라스틱 빨대의 경우 종이빨대 또는 생분해성 빨대, 드링킹 리드 등 각종 대체품 개발·도입시 2~4배의 비용 상승이 예상되고, 효과성 또한 아직 확실하게 검증됐다고 보기 어렵다. 종이컵 또한 머그컵으로 대체시 피크타임 때 세척을 위한 추가인력 확보 부담, 고객 불만으로 인한 분쟁 발생 등 가맹점 현장의 부담도 매우 우려됐다.

한 분쟁 발생 등 가맹점 현장의 부담도 매우 우려됐다.

이에 따라 협회는 각종 간담회 및 건의제출을 통해 소상공인들의 여력 회복과 소비자 인식 제고 등 성숙한 환경이 조성될 때까지 계도 기간을 추가로 연장해 줄 것을 지속적으로 요청해 왔었다.

협회 관계자는 "이번 계도기간 연장 등 조치에 큰 환영의 뜻을 밝히는 바이며, 그간 소상공인들의 경영부담 완화를 위해 업계의 목소리에 관심을 갖고 노력해 주신 환경부와 중소벤처기업부에 특별한 감사의 뜻을 전한다"고 입장문을 전했다.

더불어 "한국프랜차이즈산업협회 1000여 회원사와 소속 14만여 가맹점들은 앞으로도 자발적으로 일회용품 감축 노력을 지속하고 탄소중립 사회로의 이행을 기여하기 위해 최선의 노력을 다할 것을 약속드린다"고 덧붙였다. **KFI**

“위기의 리더십, 현장에 답이 있다” 제12기 KFCEO 과정 수료식

원우 58명 14주 동안 역량 강화 및 인적 네트워크 구축

“K-프랜차이즈 위상 제고 이끌어 주길”

WRITE | 신용희 기자



제12기 KFCEO 수료식에 참석한 원우 및 동문들이 기념촬영을 하고 있다

한 국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회) 공식 교육과정 ‘제12기 KFCEO 교육과정(K-프랜차이즈 CEO 교육과정) 원우 58명이 성공적으로 과정을 수료하고 업계 발전을 위한 새로운 출발을 다짐했다. 12월 4일 협회는 서울 여의도 FKI 타워에서 제12기 KFCEO 교육과정 수료식을 개최했다. 수료식에는 박효순 협회 수석부회장, 손석우 협회 교육위원장, 이근갑 KFCEO 총동문회 교문, 이경희 주임교수와 제12기 원

우 등 총 70여명이 참석했다. 박효순 협회 수석부회장은 축사를 통해 “최근 우리 산업은 준비된 역량과 K-푸드 및 K-컬처에 대한 세계적인 관심 등으로 해외진출 추진의 적기를 맞고 있다”라고 하면서 “K-프랜차이즈 CEO 과정이라는 이름에 걸맞게, 본 과정에서 갖고 닦은 역량과 리더십으로 세계로 뻗어나가 대한민국 프랜차이즈 산업의 위상을 높여 주기를 당부드린다”고 말했다. 원우들에게 감사의 뜻을 전하는 시상식에서는 12기 원



김재원 12기 원우회장이 축사에 대한 답사를 하고 있다



박효순 협회 수석부회장이 축사를 하고 있다

우회장을 맡아 원우들의 단합을 이끈 김재원 오사이(주) 대표가 공로패를 받았고, 강명숙 (주)고메코리아 회장과 최경집 (주)어반에이블 부사장은 원우들이 선정한 MVP의 영예를 안았다. 차기수 추천 우수 원우에게 전하는 우수상은 김성태 (주)용오름 대표, 김현기 (주)풍년에프씨 대표, 서민원 (주)문래돼지볼백 대표, 송창진 (주)고성산업 대표, 안태현 (주)파워텔레콤 회장, 오미경 (주)올비 실장이 수여받았다. 한편, 제13기 KFCEO 과정은 오는 24년 3월 개강 예정으로, 수강생을 모집 중이다. ▲성공 CEO들과 직접 소통하는 CEO토크쇼 ▲프랜차이즈 본사 현장·기업 탐방 및 워크숍 ▲협회 임원진 멘토링 ▲전문가 강연 등 KFCEO 과정의 특징인 현장성 강화를 극대화할 예정이다. 자세한 사항은 협회 홈페이지 공지 또는 협회 교육사업팀(02-3471~8135 내선 2)에 문의하면 된다.

◇7~10주차

10월 16일 7주차 교육은 박형희 (주)식품의식경제 대표님이 글로벌 외식업 동향과 K외식업의 미래 전략을 강의했다. 또 협회 부울경지회장 불막염삼 오몽석 대표와 지회 수석부회장님 꾸브라꼬숯불두마리치킨 전민호 대표가 로컬브랜드와 K프랜차이즈 성장 전략에 대한 주제로 토크쇼를 진행했다. 10월 23일 8주차 교육은 가맹사업법 전문가인 윤태운 법률사무소 선은 대표변호사가 프랜차이즈 가맹법과 분쟁 대응 전략, 11기 원우회장을 역임한 업계 1위 김인규 (주)다비치안경체인 회장이 골목상권, 대한민국 1등 브랜드를 만드는 노하우에 대해 강의 및 토크쇼를 진행했다. 10월 30일 9주차 교육은 이경희 주임교수가 4차산업혁명 시대, 앞으로 20년, 경영 키워드 22가지에 대해, 국내 유일

프랜차이즈 MBA 과정 주임교수인 이성훈 세종대 교수가 인문학에서 찾은 K프랜차이즈 기업가 정신에 대해 강의했다. 11월 6일 10주차 교육은 김상훈 서울대 경영대학장이 아트 인퓨전과 프랜차이즈 마케팅 전략에 대해, 김창덕 아이디어 창 대표변리사님이 K프랜차이즈 브랜드 자산과 상표, 지적재산권 전략에 대해 강의했다.

◇11~14주차

11월 13일 11주차 교육에서는 최성민 (주)비움 대표가 SNS 마케팅을 활용한 디지털 브랜드 파워 구축 전략에 대한 주제로 실질적인 마케팅 노하우를 전수했다. 또, 이경희 주임교수가 프랜차이즈 기업 위기관리 및 대응 전략에 대해 강의했다. 11월 20일 12주차 교육에서는 (주)코리아런드리를 탐방하



이경희 주임교수가 12기에 대한 소회를 밝히고 있다

는 시간을 가졌다. 원우들은 세탁 프랜차이즈 업계에 새 바람을 불러 일으키고 있는 어반런드렛 더 테라스를 찾아 서비스와 노하우를 체험했다. 또 서경노 (주)코리아런드리 대표가 K서비스 프랜차이즈 성장전략에 대해 강의 및 토크쇼를 진행했다.

11월 27일 13주차 교육에서는 연세대 FCEO 교육과정을 총괄하는 박용석 연세대학교 상남경영원장이 엔데믹 시기 글로벌 경영환경 분석과 이해에 대해 강의했다. 또, 6기 원우회장을 역임한 임영서 (주)대호가 대

표와 동문인 김복미 (주)위드인푸드 대표, 협회 글로벌 추진위원장을 맡고 있는 이종근 (주)에스엘에프앤비 전무가 K프랜차이즈 새로운 성장동력과 글로벌 전략에 대해 토크쇼를 진행하셨습니다.

12월 4일 14주차 교육은 김혜경 지구촌나눔운동 이사장이 기업시민의식, 나눔의 실천을 통한 지속성장 전략을 주제로 업계의 상생가치 확산 전략을 강의하며 12기 과정의 대미를 장식했다. **KFN**

KFCEO 12기 수상자 명단

공로패 기수 원우회장			
순서	이름	직급	기업명
1	김재원	대표이사	오사이(주)

MVP 원우선정 공로상			
순서	이름	직급	기업명
1	강명숙	회장	(주)고메코리아
2	최경집	부사장	(주)어반에이블

우수상 차기수 추천 우수상			
순서	이름	직급	기업명
1	김성태	대표	(주)용오름
2	김현기	대표이사	(주)풍년에프씨
3	서민원	대표	(주)문래대지불백
4	송창진	대표이사	(주)고성산업
5	안태현	대표이사 회장	(주)파워텔레콤
6	오미경	실장	(주)올비

개근상 (1회 이하 결석자)			
순서	이름	직급	기업명
1	강명숙	회장	(주)고메코리아
2	강신희	대표이사	주식회사 오케이푸드
3	권용진	대표	창신주류
4	김도연	대표	지피엠
5	김성태	대표	(주)용오름
6	김재원	대표이사	오사이(주)
7	김정옥	부사장	주식회사 한미에프앤피
8	김정호	대표이사	(주)장수이엔에프
9	김현기	대표이사	(주)풍년에프씨
10	류홍송	대표	주식회사 이가네양꼬치
11	박민선	대표	베러푸드
12	서민원	대표	(주)문래대지불백
13	양찬호	부원장	강남와인스쿨
14	오미경	실장	(주)올비
15	윤수민	대표	윤셰프의고기집
16	최경집	부사장	주식회사 어반에이블
17	황상석	부사장	아토컴퍼니

수료패			
순서	이름	직급	기업명
1	강명숙	회장	(주)고메코리아
2	강성민	대표	(주)좋은친구들컨설팅그룹
3	강신희	대표이사	주식회사 오케이푸드
4	강창민	대표이사	(주)바이포엠에프앤피
5	고은서	대표	한양화로
6	권용진	대표	창신주류
7	김도연	대표	지피엠
8	김병철	회장	(주)엠디푸드시스템
9	김성태	대표	(주)용오름
10	김세희	대표	(주)더 웰시하우스, 싸이칸홀딩스(주)
11	김장현	이사	지오글로벌
12	김재원	대표이사	오사이(주)
13	김정옥	부사장	주식회사 한미에프앤피
14	김정호	대표이사	(주)장수이엔에프
15	김준호	본부장	(주)에스푸드
16	김진영	대표	주식회사 청춘브라더스
17	김현기	대표이사	(주)풍년에프씨
18	김현섭	대표	지음인테리어
19	김홍주	대표	(주)서울깍두기, (주)SJ F&G
20	류홍송	대표	주식회사 이가네양꼬치
21	박대성	대표	주식회사 이루에프씨
22	박민선	대표	베러푸드
23	박용운	대표	(주)거북이꿈
24	박은숙	이사	(주)리마커를 교육
25	박현준	이사	다빈치F&B
26	방은숙	대표이사	(주)메디웬스
27	백승호	대표	(주)안다F&B
28	변희경	대표이사	주식회사 인토티디자인그룹
29	서민원	대표	(주)문래대지불백
30	소대웅	대표변호사	법무법인 수도
31	손희재	립장	주노커피
32	손형빈	공동대표	인경화이트하우스
33	송우진	대표이사	주식회사 에스디씨
34	송창진	대표이사	(주)고성산업
35	안태현	대표이사 회장	(주)파워텔레콤
36	양찬호	부원장	강남와인스쿨
37	여지은	대표	주식회사 청춘브라더스
38	오미경	실장	(주)올비
39	오한진	교수	한국원강협회
40	유종윤	대표	빛 담
41	윤수민	대표	윤셰프의고기집
42	윤인혁	부사장	백호식품(주)
43	이미경	그룹장	(유)케이에스넷플러스
44	이민성	대표	레드그린
45	이성현	대표자	온리원커피, (주)라운트레이더스
46	이승현	대표	원 디그리 노스
47	이정화	대표	120Artlab
48	이정희	대표이사	(유)케이에스넷플러스
49	이주환	대표	(주)호맥
50	이희영	대표	큐에스씨.제이(QSC.J)
51	이희자	대표	엔젤스데이
52	조재진	대표이사	힐 프레스(주)
53	조현배	대표	(주)오진양행
54	최경집	부사장	주식회사 어반에이블
55	최중민	이사	동민수산
56	한송이	대표	보비에(MOVIE)
57	황강원	상무이사	주식회사 지강푸드
58	황상석	부사장	아토컴퍼니

제12기 KFCEO 수료식 수상 사진



제12기 KFCEO 과정 원우 단체사진



공로패 - 김재원 제12기 원우회장



MVP - 강명숙 회장, 최경집 부사장



우수상 - 김성태 (주)용오름 대표 외 5명



개근상 시상 - 강신희 대표 외 6명



개근상 시상 - 양찬호 대표 외 8명



수료패 수여



수료패 수여



수료패 수여



수료패 수여



FAPHL 2023에서 현지 참관객들이 한국관을 찾아 부스를 둘러보고 있다



이상화 주필리핀 대사 등 필리핀 대사관에서 현지 한국관을 방문해 격려하고 있다.



10.26~27 WFC APFC 마닐라 총회 회의 모습

한국프랜차이즈協, K-프랜차이즈 필리핀 진출 교두보 성공적으로 마련

15개 회사와 필리핀 최대 박람회 인기몰이...WFC:APFC 총회에서 35개국 대표단과 상호진출 논의

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 프랜차이즈 업계의 신성장동력 발굴을 위해 국내 브랜드의 필리핀 박람회 참가를 지원, K-프랜차이즈의 위상 제고와 필리핀 진출의 교두보를 성공적으로 마련했다. 12월 1일 협회는 필리핀 마닐라 SMX컨벤션센터에서 열린 '프랜차이즈 아시아 필리핀 2023'(이하 FAPHL 2023) (10.27~29)에 15개 회원사들과 한국관을 구성, 총 700건의

상담건수와 5천만 달러 규모의 상담실적을 기록한 것으로 집계됐다고 밝혔다. 아시아태평양프랜차이즈연맹(APFC*) 사무국 필리핀프랜차이즈협회(PFA)가 개최하는 FAPHL은 10개국 330개사, 1천여 개 브랜드들과, 연 5만여 명의 창업 희망자, 해외 바이어, 투자자, 업계 관계자들이 참가하는 동남아 최대 박람회다. 협회는 이번 박람회에 역대 협회 최대 규모인 15개 회원사

(16개 브랜드)의 참가를 지원했다. 한국관에서 현지 바이어 및 참관객들과 3일간 가맹점, 마스터 프랜차이즈 계약 등을 논의하고, 우수한 운영 실적과 높은 인기로 우수 국제관으로 선정돼 감사패를 수여받기도 했다.

(주)꿈을실현하는사람(불막열삼)과 (주)인푸드(김순례순살치킨 강정)는 박람회 기간 현지 기업과 마스터 프랜차이즈 MOU를 체결하고 본계약을 논의 중이다. (주)데일리비어(생활맥주)도 현지 기업과 마스터 프랜차이즈 계약 체결을 위해 국내에서 후속 협의를 논의할 예정이며, (주)에쓰와이프랜차이즈(이백장돈가스)는 11개의 가맹점 가계약을 체결하는 성과를 냈다.

현지에서 마스터 프랜차이즈를 운영 중인 (주)에스엘에프앤비(강릉부대찌개)와 육성푸드(팔각도)는 박람회 참가를 계기로 이달에서 내년 1월 사이 현지 공개행사를 진행할 예정이다. (주)외식인은 필리핀 현지 마스터 프랜차이즈 기업과 프랜차이즈 관리 앱 'FC다움' 등의 도입을 협의 중이다.

▲(주)보에프앤비(보배반점) ▲(주)카페봄봄(카페봄봄) ▲(주)앤리치(고돼지) ▲(주)심플맨(백채김치찌개) ▲(주)아이더스코리아(푸라닭) ▲(주)조은음식드림(오봉집) ▲(주)긴자료코(긴자료코) ▲(주)샐러디(샐러디) 등도 현지 참관객 및 바이어들과 상담 및 홍보를 통해 필리핀 진출의 교두보를 마련했다.

협회도 정현식 협회장, 강석우 상근부회장, 박호진 사무총장 등 임직원이 직접 대한민국과 K-프랜차이즈 알리기에 나섰다. 이상화 대사 등 주필리핀 대사관과 간담회를 갖고, 현지 문화와 시장 정보, 법·제도 등 현황 파악과 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출 지원을 당부했다.

또, 연계 개최된 WFC:APFC 마닐라 정기총회(11.25~27)에 참석해 각국 대표단들과 교류하고, 지난해 협회가 개최한 서울 총회의 성과를 기반으로 K-프랜차이즈의 높은 경쟁력을 알리며 해외진출 활성화를 도모했다.

협회 관계자는 "세계 12위인 인구 1억 명의 필리핀은 빠르게 성장 중인 경제 규모, 높은 한류열풍, 다양한 외식 문화, 활성화된 프랜차이즈 산업 등으로 국내 기업들이 진출을 고려하는 최우선 국가 중 하나"라고 하면서 "업계의 신성장동력 발굴을 위해 내년에도 K-프랜차이즈 열풍이 지속되도록 해외진출 활성화를 꾸준히 지원하겠다"고 말했다. **KFI**

*APFC(Asia Pacific Franchise Confederation) : 아시아태평양프랜차이즈연맹, 아태지역 15개 국가 권역 프랜차이즈 협회로 구성된 국제 단체
**WFC(World Franchise Council) : 세계프랜차이즈협의회, 세계 48개 국가 권역 프랜차이즈 협회로 구성된 국제 단체



2023 KFA 프랜차이즈 창업박람회 부산 개막식 테이프커팅식



정현식 한국프랜차이즈산업협회장



오몽석 한국프랜차이즈산업협회 부울경지회장

부울경 지역 최대 규모 'KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산'

11.23~25 부산 벙스코 제1전시장에서 2백여개 부스 규모로 성대한 개최

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회 부산·울산·경남지회(이하 부울경지회·지회장 오몽석)가 주최주관하고 부산광역시, 부산경제진흥원, 부산경남대표방송KNN이 후원하는 지역 최대 창업박람회 'KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산'이 부산 벙스코 제1전시장 3B홀에서 11월 23일(목)~25일(토) 성대하게 개최됐다.

총 100여개 브랜드, 200여 부스로 국내 최대 규모로 개최된 이번 박람회에는 역대 최다인 1만 2천여 명이 방문했다. 부울경 우수 프랜차이즈 업체 홍보 및 가맹점 유치 기회 제공, 부울경 지역 프랜차이즈 산업 육성 및 활성화를 위해 마련돼 전국 프랜

차이즈의 동향과 트렌드를 만날 수 있는 자리로 꾸며졌다. 앞서 전국 각지에서 참가 신청이 몰려 참가부스 신청이 조기 마감되고, 참관을 희망하는 사전등록자도 크게 늘어나는 등 부울경 지역 프랜차이즈 창업에 대한 높은 관심이 드러난 바 있다. 최근 프랜차이즈 모델의 안정성이 각광받으면서 전국적으로 창업 수요가 증가하는 가운데, 전시 기간 동안 맞춤형 창업 아이템과 브랜드를 찾기 위한 창업 희망자들이 부스 곳곳에서 상담하느라 분주한 모습도 보였다.

이번 박람회에는 외식(한식·중식·일식), 치킨, 피자, 분식, 샐러드 등 프랜차이즈, 카페·베이커리, 패스트푸드, 주점, 디저트, 일

반식품 및 반찬, 서빙 로봇, 프랜차이즈 관련 협력업체, 렌탈 등 총 100여 개 브랜드가 200개 부스 규모로 참가했다. 박람회 참관객인 예비창업자와 자영업자를 위하여 최신 창업 정보를 제공하고 성공적인 창업을 위한 창업·마케팅·상권·법률·세무 등 강연도 3일 내내 진행됐다.

23일에는 '2024 유망 창업 트렌드와 프랜차이즈 성공 비법'이라는 주제로 창업피어 이흥구 대표(유튜브 창업의 신)가, '가맹사업법과 가맹 계약의 이해'의 주제로 로비스트 컨설팅 박승룡 대표가, 마지막으로 '가맹점 창업을 위한 상권과 입지 분석'의 주제로 옴은 방향 이수덕 대표가 예비 창업자들 대상으로 상권, 창업 관련 강의를 진행해 높은 호응을 얻었다. 특히, 이날 오전에는 협회 중앙회가 수행하는 소상공인시장진흥공단 K-프랜차이즈 체험창업 프로그램의 일환으로, 실제 가맹점주들과의 솔직한 토크쇼가 진행돼 현장의 생생한 이야기를 나누는 자리도 마련됐다.

24일에는 인사이트맨 김현 대표의 '프랜차이즈 창업 준비 핵심 노하우', 민병기세무회계 민병기 대표의 '세금 0원내는 세무사의 영업 비밀'을 주제로 창업과 세무 관련 강의와 세미나가 열렸다.

마지막 날인 25일에는 외식인 조강훈 대표가 '1등 가맹점주 출신의 창업스토리'를, 공정거래원 가맹대리점 종합지원팀 한대훈 팀장이 '예비창업자가 알아야 할 공정거래'를 주제로 특강을 진행했다.

한편, 23일 열린 개막식에는 정현식 한국프랜차이즈산업협회장과 오몽석 부울경지회장, 협회 임원 및 전국 각 지회 회원 사들과 신창호 부산광역시 디지털경제혁신실장, 홍현우 부산지방식약청장 등 지자체 및 지역 공공기관, 손수득 벙스코 대표와 지역 협단체에서 참석해 'KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산' 개최 축하와 지역 경제 활성화를 위한 의지를 다졌다.

한국프랜차이즈산업협회 오몽석 부울경지회장은 "이번 박람회를 통해 최신 창업정보와 유명 프랜차이즈들을 한자리에서 알아보고 창업에 필요한 다양한 교육 및 토크쇼 등 예비 창업자와 자영업자들에게 도움이 되었으면 좋겠다"라며 "K-프랜차이즈의 모든 것이 준비되어 있는 내년 11월 박람회에도 많은 분들의 참여를 부탁드립니다"라고 당부했다. **KNN**



부산 벅스코 외관 전경



협회 및 지회 주요 임원진 단체사진



KOTRA 해외진출 상담회에서 양생김밥이 미국 진출을 위한 MOU를 체결했다



정현식 한국프랜차이즈산업협회장



신장호 부산광역시 디지털경제혁신실장



입장권을 발급 중인 참가객들



참관객들이 전시장을 둘러보고 있다.



소상공인시장진흥공단 체험창업 프로그램 교육



박람회 개막식에 참석한 내외 귀빈들



정재광 부울경지회 사무총장 겸 경조사위원장



개막식 축사를 경청하고 있는 내외 귀빈들



참관객들이 한부스에서 자동화 조리 기기를 보고 있다.



참관객들이 한 브랜드 부스에서 창업 상담을 받고 있다.



한 참관객이 입장 방법을 안내받고 있다.

국감서 ‘갑질’ 못매…업계, 공정거래관행 약속

차액가맹금·모바일상품권수수료·사모펀드 인수 부작용 등 지적

WRITE | 김은영 기자



국회 국정감사에서 외식 프랜차이즈 업체 대표들이 못매를 맞았다. 과도한 위약금 청구와 모바일 상품권 수수료, 사모펀드 인수 후 부작용, 가맹점과의 상생 등이 도마에 올랐다. 아울러 공정거래위원회가 지정한 물품대금 지연 이자 등도 국회에서 지적됐다.

특히 유명 프랜차이즈를 운영하는 외식업체들이 국정감사에서 못매를 맞았다. 외국계 사모펀드가 경영권을 장악한 프랜차이즈는 대기업의 지위를 이용해 가맹점주들에게 불공정한 ‘갑질’을 했다는 지적을 집중적으로 받았다. 10월 16일 열린 국감에는 문영주 투썸플레이스 대표, 이동형 비케이알 대표, 이종현 KG할리스F&B 대표 등 최근 논란이 불거진 업체들의 CEO들이 증인으로 소환되기도 했다. 이들 프랜차이즈는 세부적인 내용은 각각 다르지만, 공통적으로 가맹점주 대상으로 폭리를 취하는 등 일종의 갑질을 했다는 지적이나 의혹을 받고 있다.

김한규 더불어민주당 의원은 공정위가 지난해 국감에서 개선하겠다고 다짐한 가맹 필수품목 제도가 여전히 불공정하다고 꼬집었다. 가맹 필수품목은 가맹 본부가 가맹점에 자신 또는 자신이 지정한 사업자와 거래할 것을 강제하는 원재료, 설비·비품 등을 뜻한다. 현행법상 이런 식으로 거래 상대방을 지정하면 안 되지만, 상품·브랜드의 동질성 보호를 위해 필수적인 경우 예외적으로 허용된다.

“버거킹 기프트콘 수수료가 8.8%인데 점주들이 다 내고 있고 하나를 팔면 대체적으로 279원을 손해보고 있다고 한다”고 지적했다. 이어 “기프트콘 프로모션을 작년에는 50만장을 하다가 150만장으로 규모를 늘렸다”며 가맹점의 원성이 커진 배경을 짚었다.

모바일상품권 수수료

최종윤 의원은 국감 질의를 통해 “버거킹 기프트콘 수수료가 8.8%인데 점주들이 다 내고 있고 하나를 팔면 대체적으로 279원을 손해보고 있다고 한다”고 지적했다. 이어 “기프트콘 프로모션을 작년에는 50만장을 하다가 150만장으로 규모를 늘렸다”며 가맹점의 원성이 커진 배경을 짚었다. 또 “프로모션이 대대적으로 늘어나고 행사 기간도 1년 가까이 되면서 가맹점주 피해가 늘어나고 있다”고 설명했다.

이어 가맹본사가 가맹점에 공급하는 재료비가 과도하게 인상됐는데 가맹점주들에 근거를 명확히 제시



국정감사에서 질문에 답하고 있는 한기정 공정거래위원장

하지 못했으며, 일방적 통보라는 불만이 나오는 등 소통이 제대로 이뤄지지 못했다고 지적했다.

구자근 의원실(국민의힘)이 카카오로부터 제출받은 자료에 따르면 ‘카톡 선물하기’ 거래액은 2019년 1조8039억원, 2020년 2조5341억원, 2021년 3조3180억원으로 급성장했다. 통상적으로 프랜차이즈 가맹점은 제품 가격의 1%~1.2% 수준인 신용카드 수수료와 비교해 5%~11% 수준의 e-쿠폰 수수료에 부담을 느끼고 있다. 여기에 최소 15일에서 최대 45일이 소요되는 e-쿠폰 정산 기간에도 불편을 토로하고 있다.

e-쿠폰 발행사 등이 가맹점으로부터 받는 수수료에는 발행수수료 외에도 발행대행사, PG사, 중개사 등 플랫폼, 신용카드사, 가맹본사 등이 있어 수수료 정산이 매우 복잡하고 수수료를 책정 방법도 공개되지 않았다. 구체적인 계약조건 등에 대한 정보에 전혀 접근할 수 없다는 지적이 나온다.

민병덕 의원도 “카톡 선물하기 수수료는 5~11%로, 카드수수료 대비 10배 높고, 정산주기도 최장 60일까지 너무 길다”라며 “그런데 분담비율의 경우 사모펀드 소유 브랜드는 본사 부담을 0%(떡참, 할리스, 메가커피, 버거킹, bhc, 킴포즈커피, 맘스터치, 반올림피자)다”라고 지적했다.

이에 대해 버거킹을 운영하는 비케이알(BKR)의 이동형 대표는 26일 국회 정부위 국정감사에 증인으로 출석해 “기프트콘과 관련해서는 업계 모범사례를 적극 검토하도록 하겠다”고 말했다. 최종윤 더불어민주당 의원이 “기프트콘 수수료를 본사와 가맹점주가 나눠 내면 가맹점주가 손해를 분산할 수 있는데 그럴 의향이 있냐”는 질의에 따른 답변이다.

한기정 공정위 위원장도 “가맹 분야 불공정거래행위 심사지침



제정을 검토 중이다"라며 이 중 모바일상품권 관련 행위에 대한 위법사례를 정리하겠다고 밝혔다. 아울러 모바일상품권도 판촉으로 간주해(가맹사업법 제12조의6), 점주 70% 이상의 동의를 받거나 별도로 약정을 체결하도록 제도를 정비하겠다고 덧붙였다.

사모펀드 인수 부작용

윤영덕 의원은 "사모펀드의 가맹본부 인수 후 단기목표 달성을 위해 갑질 및 폭리 수취 사례가 다수 발생하고 있다"고 지적했다. 윤 의원에 따르면 10년간 10건 정도다. 윤 의원은 "BHC의 경우 본사 비판 가맹점에 대한 보복성 계약 해지와 평균 차액가맹금 비율이 경쟁사의 9% 대비 2배인 18%나 된다"고 지적했다.

“사모펀드의 가맹본부 인수 후 단기목표 달성을 위해 갑질 및 폭리 수취 사례가 다수 발생하고 있다”고 지적했다. 윤 의원에 따르면 10년간 10건 정도다. 윤 의원은 “BHC의 경우 본사 비판 가맹점에 대한 보복성 계약 해지와 평균 차액가맹금 비율이 경쟁사의 9% 대비 2배인 18%나 된다”고 지적했다.

또 “버거킹은 원부자재 가격을 지속해서 인상하면서 미국 본사 대비 높은 가맹금으로 폭리를 취하고 있다”고 설명했다. “뚜레쥬르도 과거 사모펀드 매각 추진시 점주들이 매각 금지 가치분 신청을 낸 바 있을 정도로 문제가 있다”라며 “공정위가 사모펀드 가맹본부 인수 문제에 대해 조사와 현황파악을 하고 있는지 의문”이라고 주장했다.

이에 대해 한기정 공정위 위원장은 “갑질 문제의 반복 이유는 차액가맹금 방식. 미국의 로열티 방식에 비해 필수품목을 통해 차익을 챙기려다보니 갈등이 발생하는 것”이라며 “사모펀드 인수 자체는 직접적 관련이 없어 검토하지는 않았으나, 적극 감시해 상생 구조로 가도록 검토하겠다”고 말했다.

가맹지사 보호

가맹본부가 전국적 브랜드로 발돋움하기 위해 실시하는 가맹지역본부(가맹지사)도 개선되어야 한다는 목소리가 나왔다. 민병덕 의원은 “가맹점 숫자가 급증하면서 가맹지역본부(가맹지사) 도입 가맹본부가 증가하고 있다”면서 “그러나 일방적 가맹본부의 갱신거절로 인해 가맹지사가 피해를 보는 경우도 빈번해지고 있다”고 설명했다.

민 의원에 따르면 지난 2022년 9월 쉐수학의 일방적 갱신

거절에 대해 공정위가 혐의없음 처분을 내린 이후 엠수학, 윤선생, 튼튼영어, 크린토피아 등이 갱신을 거절하고 있다. 문제는 가맹사업법에 지사 보호 규정이 없다는게 민 의원의 주장이다.

이에 대해 한기정 위원장은 “가맹본부와 가맹지사도 갑을관계”라며 “지사에 계약갱신청구권 부여, 불공정거래 행위 금지 명문화 등을 담은 개정안을 올해 발의한 만큼 개선될 것으로 생각된다”고 말했다.

탕후루, 당류 도마

10대 청소년을 중심으로 선풍적 인기를 끌고 있는 중국 간식 ‘탕후루’도 국감장에 등장했다. 10월 25일 국회 보건복지위원회의 보건복지부 등에 대한 종합감사에 탕후루 전문 프랜차이즈 업체인 달콤나라엘리스의 정철훈 사내이사가 증언대에 나섰다. 탕후루는 과일에 꼬치를 꽂아 설탕물을 입힌 간식으로, 최근 사회적 문제로 떠오른 청소년 과다 당 섭취 및 비만의 주범으로 꼽히기도 했다.

국민의힘 강기윤 의원은 “청소년과 국민으로부터 사랑 받는 기업으로 성장했다면 그에 준하는 사회적 책임을 다해야 한다”며 “많은 학부모가 탕후루로 인한 소아비만, 소아당뇨에 대해 걱정하고 있다”고 발언을 열었다. 그는 “설탕 함량을 줄이면서도 청소년들의 선호도를 높일 방법은 없느냐”며 “당류를 줄이고 천연당을 쓰는 방법도 개발이 가능할 것 같다”고 질의했다.

이에 정 이사는 “이 정도면 국가에서 지정하는 당 함유량에 적합하다고 판단해 개발했는데, 부족한 게 있지 않나 싶어 끊임없이 개발 중”이라고 답했다. 아울러 탕후루의 성분 표시 문제와 관련해선 “식약처 기준치에 적합하게 준비하고 있다”며 “곧 시행하도록 하겠다”고 말했다.

정 이사는 “아이들에게 돈을 벌었으니 아이들에게 돈을 돌려주는 개념으로 기부도 하고 있다”며 “아이들 건강을 생각하고, 사회에 좋은 일도 하는 문화를 만들겠다”고 했다. 다음은 버거킹의 국감 질의 응답 주요 내용이다.

국감 질의 응답 주요 내용

최중윤 의원 : 기프트콘 하나 팔면 대체적으로 279원이 손해라 한다. 또 작년 기프트콘 50만장하다가 올해 150만장으로 프로모션 액을 늘렸다. 피해가 늘고 있다.

이동현 대표 : 기프트콘은 업계 모범사례 참고해서 개선되도록 잘 살피겠다.

윤창현 의원 : 현금 결제를 강요해서는 안 된다는 게 표준가맹계약서에 나와있는데, 카드 결제를 차별하는 방식으로 지금 현금 결제를 사실상 강요하고 계신데, 맞나.

이동현 대표 : 생각이 짧았다. 빠르게 고치겠다. 카드 현장 결제를 유지하면서, 먼저 5대 광역시로 카드 결제 장소를 확대해서, 현장 결제로….

한편 문장현 버거킹 협의회장은 참고인으로 나서 버

거킹 본사의 갑질을 증언했다. 버거킹 가맹점주들은 지난 3월 공정위에 분쟁조정을 신청했으나 본사와 합의점을 찾지 못하며, 결국 공정위에 본사를 신고한 상태다.



버게이일 이동현 대표

문 협의회장은 “미국 버거킹은 로열티와 광고비를 합쳐 8.5% 수준의 수수료를 가맹점들에게 받는다. 반면 한국 버거킹은 로열티·광고비·물류·마진·물류 배송비를 포함해 17.8% 정도를 수취한다”며 “한국은 고정비가 높아 가맹점 운영이 매우 어렵다. 각종 비용을 본사에 다 내면 적자인 상황이다. 폐업하는 매장도 늘어나는 상황”이라고 토론했다. **KFN**

‘프랜차이즈 체험창업 프로그램’ 진행

서울·부산서, 상담 포함 25개 브랜드 매장운영 경험 제공

WRITE | 김은영 기자



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

한 국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)는 8월부터 12월까지 ‘2023년 프랜차이즈 체험창업 프로그램’을 진행했다.

‘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 박성효)이 주최하고, 협회가 사업 전반을 운영했다.

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

7월 27일 1회차 교육을 시작으로 8월 17일(서울), 24일(부산), 30일(서울) 교육을 진행했다. 12월까지 서울 2회, 부산 1회 등 매월 2~3회 이상의 교육이 진행됐다. 특히 올해는 지난해 참여자들의 의견을 반영해 실제 가맹점사업자들의 생생한 경험과 노하우를 듣고 소통하는 참여자 워크숍을 신설, 매월 1회 개최했다.

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

매장 실습에서는 ▲푸라닭 ▲텐퍼센트스페셜티커피 ▲고 피자 ▲생활맥주 ▲이마트24 ▲키브스 ▲암샘김밥 등 인기가 높은 25개 참여 브랜드의 실제 매장에서 매달 각 본사들이 직접 이론과 실무 교육을 수행했다. 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 컨설팅이 제공됐다.

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 진행됐으며, 프로그램 이수 후 희망 브랜드로 실제 창업할 경우 특전도 제공됐다. **KFI**

가맹점주 단체, 카카오 기프트콘 수수료 과도하다며 공정위에 신고

WRITE | 신용희 기자



전 국가맹점협의회와 참여연대, 민주사회를 위한 변호사모임 민생경제위원회가 11월 22일 카카오를 공정거래위원회에 신고한다고 밝혔다.

단체들은 22일 서울 종로구 참여연대 지하에서 기자회견을 열고 카카오가 모바일 상품권에 과도한 수수료를 떼어 가면서 공정거래법을 위반했다고 주장했다. 이들은 카카오가 시장 지배적 지위를 남용해 높은 수수료를 받는다고 봤다.

단체들에 따르면 중소기업 신용카드 결제수수료율은 최대 2.07%인데, 카카오는 모바일 상품권에 대해 5~10%의 수수료율을 부과하고 있다. 카카오는 국내 모바일 상품권 시장 74%를 차지하고 있고 선물하기 시장의 점유율은 90% 이상으로 추정된다.

이들은 “카카오가 이용사업자에게 비상식적으로 높은 상품권 수수료율을 적용하고 이를 강요하고 있다”며 “특히 가맹점이 전적으로 수수료를 부담하는 브랜드에 대해서는 상대적으로 높은 수수료를 받아 소상공인을 차별하고 있다”고 주장했다.

아울러 “모바일 상품권 결제 후 대금 정산이 최대 2개월이 지나야 이뤄지는 경우가 많지만 정산 절차에 대해 투명한 정보를 제공받고 계약을 체결하는 경우는 전무하다”며 “가맹점주들은 항상 유동성 부족에 시달려 대출에 의존할 수밖에 없다”고 전했다.

단체들은 또 플랫폼 회사들이 점점 규모를 확대해 막강한 경제 권력을 행사하고 있다며, 21대 국회 회기 동안 ‘라인플랫폼 독점규제법’과 ‘온라인플랫폼 거래 공정화법’을 제정해야 한다고 요구했다.

이에 대해 카카오 관계자는 “수수료를 결정과 정산 절차에 대한 정보 제공은 카카오가 아닌 프랜차이즈 본사·쿠폰사와 가맹점 간 협의가 필요한 문제”라며 “카카오는 쿠폰사와 수수료를 협의하기 때문에 가맹점이 부담하는 수수료율을 정확히 알기 어렵다”고 해명했다. **KFI**

세계 최초 농산물 온라인도매시장 출범

2027년까지 3조7000억원 규모...유통비용 7000억원 절감

WRITE | 김은영 기자



온라인도매시장은 일정 요건을 갖춘 다양한 판매자와 구매자가 시·공간 제약 없이 24시간 자유로운 거래가 가능한 전국 단위 시장으로, 윤석열 정부의 국정과제(71-2. 농산물 유통의 디지털 혁신)로 중점 추진한 과제이다. 올해 2월 민·관 합동 개설효과평가를 구성하여 본격적인 출범 준비에 나선 지 10개월 만에 공식 개장했다.

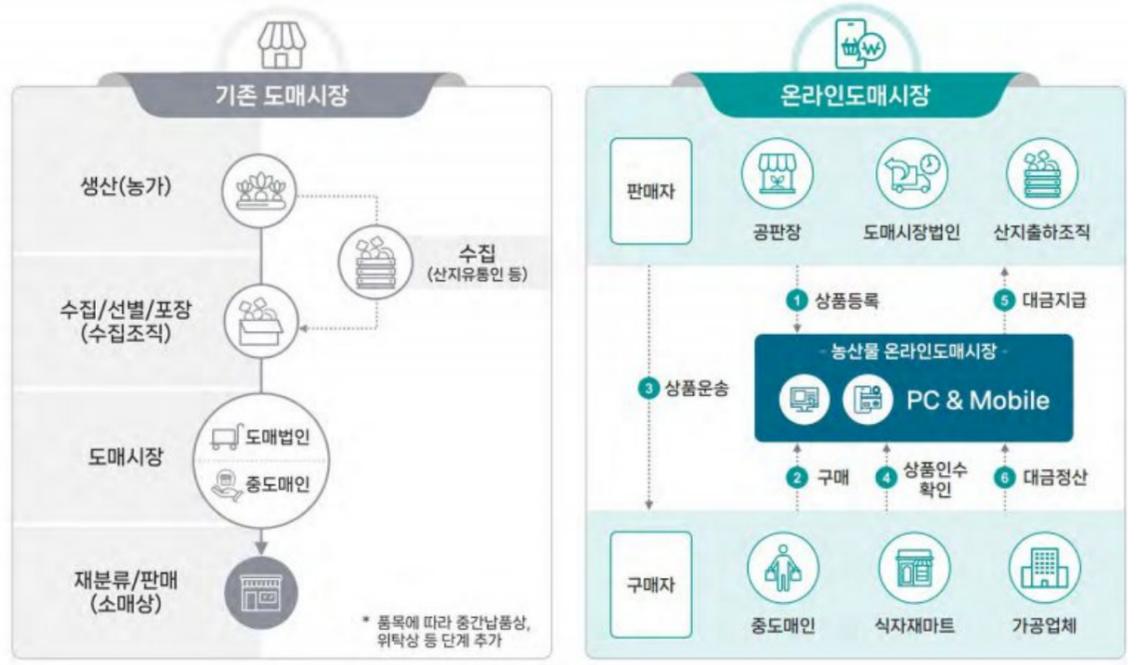
세계 최초로 운영하는 온라인도매시장은 그 누구도 가보지 않은 전인미답의 길"이라면서 "온라인상 또 하나의 가락시장을 만든다는 목표로 2027년까지 3조7000억원 규모로 온라인도매시장을 키우고, 이를 통해 도매 단계 유통비용을 7000억원 절감하고 그 혜택은 생산자와 소비자에게 돌아가도록 하겠다.

역사적인 온라인도매시장 1호 거래 품목은 양파다. 판매자는 전남서남부채소농협(조합장 배정섭), 구매자는 더본코리아(대표 백종원)이다. 온라인도매시장을 통해 더본코리아가 요청한 발주거래 물량(10톤)을 전남 무안의 전남서남부채소농협이 선별 과정을 거쳐 음성 전처리센터까지 직배송할 계획이다.

온라인도매시장에서는 상품거래가 체결된 이후 산지에서 구매처로 직배송되어 물류 최적화가 이루어진다. 기존 대비 유통단계가 단축(3단계→1~2단계)되고 유통비용 절감이 기대된다. 생산자는 기존 거래선을 유지하는 가운데 새로운 출하처를 확보할 수 있게 되어 출하 선택권이 확대된다. 구매자도 전국의 상품을 플랫폼에서 비교·구매할 수 있어 합리적 가격으로 농산물을 조달할 수 있는 기회가 커진다.

농림축산식품부(장관 정황근, 이하 농식품부)는 농산물 유통 디지털 대전환을 선도할 농산물 온라인도매시장(이하 온라인도매시장)의 공식 출범식을 11월 30일 10시 양재 에이티(AT)센터에서 개최했다.

정황근 장관은 환영사를 통해 "세계 최초로 운영하는 온라인도매시장은 그 누구도 가보지 않은 전인미답의 길"이라면서 "온라인상 또 하나의 가락시장을 만든다는 목표로 2027년까지 3조7000억원 규모로 온라인도매시장을 키우고, 이를 통해 도매 단계 유통비용을 7000억원 절감하고 그 혜택은 생산자와 소비자에게 돌아가도록 하겠다"라고 강조했다.



공식 출범 이전에 플랫폼 기능 점검·보완을 위해 추진한 파일럿 사업 기간 중 거래 사례(10월 16일~11월 10일, 111건)를 분석한 결과, 산지 직접 판매에 따른 위탁수수료 절감 효과 등으로 농가수취가격은 오프라인 대비 4.1% 상승하고, 유통경로 단축 및 물류 최적화로 인해 출하·도매 단계 비용은 7.4% 절감된 것으로 확인됐다.

농식품부는 온라인도매시장의 조기 정착을 위해 거래 상품 품질관리에도 만전을 기할 예정이다. 우선 대량 거래 농산물 품질관리 역량을 고려하여 출범 시 판매자 자격요건은 연 거래 규모 50억원 이상 생산자단체·법인으로 설정했다. 품목, 수량 등 기본정보 외에 온라인 거래에 적합하도록 당도·산도, 색택, 크기(cm) 등 상세한 품질 정보를 함



께 제공한다. 품질 관련 분쟁 발생 시 3단계 분쟁조정 과정을 통해 해소할 계획이다.

또한 판매자·구매자에 대한 인센티브도 제공한다. 판매자에 대한 플랫폼 이용 수수료(거래 금액의 0.3%)를 3년간 면제하고 구매자 대상 특별 보증보험증권(보험료를 상한 1.85%) 제공 및 일부 보험료 환급도 지원한다. 물류업체 매칭 수수료(10%), 견본택배비 등 물류 관련 비용도 지원한다.

농식품부 김중구 유통소비정책관은 "우수 사례를 발굴·확산하고, 참여업체 대상 인센티브 제공 등을 통해 온라인도매시장의 조기 정착을 지원하겠다"라며 "2027년까지 산지 농산물유통센터(APC) 100개소를 스마트 농산물유통센터(APC)로 전환하고, 민간의 유통혁신과 신산업 창출 지원을 위한 디지털화된 농산물 유통정보 공개 등 농산물 유통의 디지털 혁신을 완성하겠다"고 밝혔다. [K77]

프랜차이즈 업계, 2023 코리아세일페스타 동참

10개 브랜드 5000여개 가맹점서 할인·경품 이벤트

WRITE | 김은영 기자



한 국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 11월 11일부터 30일까지 개최한 국가대표 쇼핑축제 <2023 코리아세일페스타>(이하 코세페)에 프랜차이즈 업계와 동참해 가맹점 경영개선과 소비 심리 활성화를 지원했다.

협회는 11월 13일 산업통상자원부(장관 방문규)와 코세페 추진위 협·단체들이 함께 하는 올해 코세페에 10개 브랜드 5000여개 가맹점들이 협회 프랜차이즈 종합 플랫폼 <K-프랜차이즈> 및 각 브랜드 홈페이지에서 할인행사와 이벤트를 진행했다고 밝혔다.

프랜차이즈 업계에서는 ▲배스킨라빈스 ▲생활맥주 ▲텐퍼센트커피 ▲장수돌침대 ▲7번가피자 ▲보배반점 ▲푸라담 ▲샐러디 ▲정관장 ▲암샘김밥 등 총 10개 브랜드가 동참했다.

행사 기간 동안 협회 공식 프랜차이즈 창업 종합지원 플랫폼 <K-프랜차이즈> (<http://www.k-franchise.or.kr>)와 각 브랜드 홈페이지에서는 1일 1회 누구나 쉽게 참여할 수 있는 물켓 이벤트도 진행했다.

소비자들은 매일 물켓 이벤트를 통해 각 브랜드에서 수십여 가지의 다양한 경품과 상품권 등을 무료로 제공받는 즐거움을 누렸다. 생활맥주는 인기 제품 '생활떡볶이' 밀키트 제품을 20% 할인하는 행사도 진행했다.

협회 관계자는 "최근 물가 상승과 소비심리 위축으로 내수가 어려운 상황에서, 코세페를 통해 프랜차이즈 업계가 가맹점 매출 회복과 물가 안정에 기여할 수 있도록 최선을 다했다"고 밝혔다.

한편 코세페는 지난 2015년 출범해 올해로 9회째를 맞은 민간 주도의 범국가적 소비 행사다. 올해 역대 최대인 2500개 이상의 기업이 참여해 11월 말까지 대형마트, 백화점, 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 쇼핑몰, 면세점, 전통시장, 프랜차이즈, 전문점, 영화관 및 전국 지자체까지 함께하는 역대 최대 규모의 쇼핑 축제다. [K77]

다시 찾아온 프랜차이즈의 기회와 위기

최 근 우리 협회가 주최하는 국내 최대 'IFS 프랜차이즈 창업박람회'가 성황리에 마무리됐다. 코엑스 C홀에 마련한 250개 브랜드 580개 규모 홍보 부스는 3일 내내 몰려오는 창업 희망자와의 상담으로 분주했다. 기대를 넘어선 뜨거운 창업 열기에 프랜차이즈 업계의 마음과 움직임이 덩달아 바빠지고 있다.

그런데 최근 산업인들의 기대에 찬물을 끼얹듯이 상황이 급반전되고 있다. 박람회 직후 국회 국정감사에서는 가맹본사 대표들이 소환됐다. 본사가 점주에게 공급하는 필수품목의 지정과 가격의 적정성 여부가 핵심. 언론보도와 점주단체의 일부 사례로 본사들이 폭리를 취하고 있다며 싸잡아 질타를 당했다.

국감 직전 공정위는 필수품목 개선 대책을 발표하고, 일부는 시행령과 고시로 선제적으로 추진하겠다고 밝혔다. 여당도 즉시 가맹계약서에 필수품목 항목과 공급가격 산정 방식을 포함하도록 하는 가맹사업법 개정안을 발의했다.

국회와 정부의 발빠른 행보를 보면, 머지 않아 가맹본사가 필수품목을 변경할 때마다 가맹점과 가맹계약서를 새로 체결하는 모습이 현실화될 가능성이 매우 높아졌다.

언론과 국회가 지적한 일부 불공정 사례들은 공정위가 조사 중이니 합당한 처분이 내려질 것이다. 다만 업계에서는 일부의 잘못을 평계로 자칫 교각살우(矯角殺牛)의 실책이 재현될까 우려를 표하지 않을 수 없다.

2012년 '프랜차이즈 모범거래기준'이 바로 대표적인 경우다. 당시 공정위는 기존 가맹점주의 영업권을 보호하기 위해 커피, 치킨 등 5개 업종에 500m의 거리제한을 뒀다. 그 후 국내 커피시장은 크게 요동쳤다. 국내 브랜드들이 출점 거리제한으로 손발이 묶인 반면, 직영점만 운영해 치외법권에 있던 스타벅스는 막대한 자금력으로 시장을 넓혀나갔다.

국내 브랜드들이 연이어 도산하자 공정위는 결국 2014년 이 기준을 폐기했으나, 그 사이 1위 스타벅스와 2~3위 국

내 브랜드의 매출 격차는 7배까지 벌어졌다. 이제는 스타벅스가 좋은 상권을 선점하고 있어 사실상 국내 브랜드들이 다시 따라 붙는 일은 물 건너 간 상황이다.

대형마트 규제도 떠올려볼 필요가 있다. 전통시장 활성화를 위해 대형마트 휴업일을 규제하고 있으나, 많은 사례와 연구결과들은 큰 상관관계가 없다는 쪽에 손을 들어준다. 한 번 만들어진 규제는 쉽게 되돌리기 어렵다. 프랜차이즈 규제도 제대로 된 영향평가가 없이 선불리 도입됐다가는 영세 중소기업이 97%인 업계 전체를 무너뜨릴 수 있다.

개선 대책에 대해 업계에서는 소비 트렌드가 급변하는 현실에서 필수품목이 변경될 때마다 협의하고 계약을 체결하라는 것은 신메뉴 개발을 포기하라는 것과 마찬가지로 하소연한다.

개발에 뒤처지는 브랜드는 경쟁력을 잃고, 결국 그 피해는 가맹점에게도 돌아간다. 가맹점이 수백, 수천이 되는 가맹본사들은 연중 계약에 소요되는 시간과 비용도 막대할 것으로 우려된다.

노자 도덕경에 약팽소선(若烹小鮮)이라는 말이 있다. 국정은 작은 생선을 굽는 것과 같이 조심스럽게 운영해야 한다는 의미다. 한꺼번에 제도를 바꾸거나 지나치게 관여하는 것은 바람직하지 않다는 것. 프랜차이즈 산업 구조와 환경은 매우 복잡다기해, 약자 보호라는 선의의 정책도 예상치 못한 결과를 낳을 수 있다. 정부 당국과 국회의 신중한 정책적 고민과 판단, 그리고 무엇보다 먼저 업계와의 대화를 요청드리는 바다. [K77]



박호진
한국프랜차이즈산업협회 사무총장

공정거래위원회

가맹점주 피해 자진 구제시 과징금 감경 확대

가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 개정령안 국무회의 통과



공정거래위원회



가맹사업법을 위반한 가맹본부법 위반행위를 자진 시정하고 공정거래위원회의 조사·심의에 협력하면 과징금을 최대 70%까지 감경받을 수 있게 된다.

과징금 감경 상한을 현행 50%에서 70%로 확대하는 내용 등을 담은 가맹사업법 시행령 개정령안이 국무회의를 통과해 대통령 재가를 거쳐 공포된 뒤 시행될 예정이다.

지난해 가맹점주의 신속한 피해구제를 돕기 위해 가맹본부법 위반행위를 자진 시정할 경우의 과징금 감경률을 50%까지 상향했으나, 현 시행령상 과징금 감경 상한이 50%로 규정되어 자진 시정이 충분히 유도되지 못할 우려가 있었다. 이는 위법행위를 자진 시정(최대 50%)하고 조사·심의에 협력(최대 20%)하더라도 시행령 감경 상한인 50%까지만 과징금을 감경받을 수 있어 법 위반 사업자의 자진 시정이나 조사 협력 유인이 약해지

기 때문이다.

이에 공정위는 자진 시정 등에 대한 충분한 유인을 제공하기 위해 시행령의 과징금 감경 상한을 70%까지 상향한다.

또한 이번 개정안에는 규제 완화의 일환으로 가맹본부가 가맹희망자에게 정보공개서를 문자, 카카오톡 등 모바일 애플리케이션을 이용해 제공할 수 있도록 하는 내용도 포함됐다.

이번 개정을 통해 위법행위 자진 시정이 활성화되어 가맹점주가 신속히 구제받는 효과와 정보공개서 제공 방법 다양화에 따라 가맹본부와 가맹희망자의 편의가 제고될 것으로 공정위는 기대하고 있다.

WRITE | 김은영 기자

산업통상자원부

가정용·소상공인 전기요금 동결



산업통상자원부

정부와 한국전력이 가정용·소상공인 전기요금은 동결하고, 11월 9일부터 대기업과 중견기업의 전기요금을 kWh(킬로와트시)당 평균 10.6원 인상하기로 했다. 올해 4분기 가스요금도 동결한다.

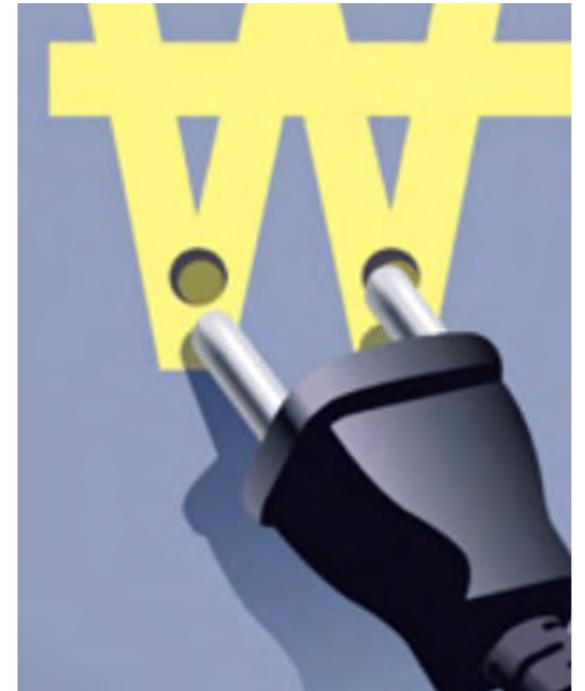
고물가 상황이 장기간 이어지는 데다 내년 봄 총선 등을 고려해 저항이 덜한 일정 규모 이상의 대기업용 전기료만 올리겠다는 의도로 풀이된다.

산업통상자원부와 한전은 11월 8일 전기요금 관련 브리핑을 열고 전기요금 조정 방안을 발표했다. 이 방안에 따르면 한전은 고물가고 금리 장기화, 경기 침체 등의 요인을 고려해 일반가구·자영업자에 대한 전기요금과 산업용 가운데 중소기업에 대한 전기요금을 동결하기로 결정했다. 다만 한전은 향후 국제 연료 가격, 환율 추이 등을 살펴 추가로 전기요금 조정을 검토할 계획이다.

산업부는 “고물가고금리 장기화와 경기침체로 인해 일반 가구, 자영업자 등 서민경제의 부담이 특히 큰 상황”이라며 “이들 요금에 대해서는 인상속도 조절을 위해 동결하고, 향후 국제 연료 가격과 환율 추이 등을 살펴 가며 요금조정을 검토할 계획”이라고 설명했다.

대기업·중견기업이 사용하는 대용량 산업용 전기요금은 9일부터 kWh당 평균 10.6원 인상하기로 했다. 산업용 고압A(3300~6만 6000V 이하)는 kWh당 6.7원을 올리고, 그 외 산업용 고압B(15만 4000V)·고압C(34만5000V 이상)는 kWh당 13.5원을 인상할 예정이다. 한전 관계자는 “시설 규모 등에 따라 요금 부담 여력을 고려해 전압별 세부인상폭을 차등화 했다”고 밝혔다.

한전에 따르면 지난해 기준 대용량 산업용 고객 수는 약 4만2000호



로 전체 2486만6000호의 0.2% 수준이다. 이들의 전력 사용량은 총 사용량의 48.9%를 차지한다. 한전은 산업용 전기요금을 올려 3조원 규모의 재무구조 개선 효과를 볼 수 있을 것으로 보고 있다. 그러나 한전의 누적 적자(47조 원)가 워낙 커 효과를 기대하기는 어렵다는 평가다.

한편 올 4분기 가스요금은 올리지 않기로 했다. 강경성 산업부 차관은 “이미 다섯차례에 걸쳐 요금을 45.8%나 가스요금을 올린 데다, 난방 수요가 몰리는 겨울철이 다가오는 것을 고려해 동결하기로 했다”고 설명했다. 지난 겨울 ‘난방비 폭탄’ 충격을 고려한 조치로, 이번에 올렸다가는 내년 봄 여론이 나빠질 가능성을 우려한 조치로 보인다.

WRITE | 김은영 기자

식약처

샐러드·샌드위치 등 배달음식점 집중점검 실시

산업단지 주변, 대량 조리해 배달·판매 음식점도 점검대상



식품의약품안전처

식품의약품안전처(처장 오유경)는 샐러드, 샌드위치 등을 배달하는 음식점 등 총 2750여 개소를 대상으로 11월 6일부터 10일까지 17개 지방자치단체와 함께 집중 점검을 실시했다.

식약처는 시장 규모가 지속 증가하고 있는 배달음식의 안전관리를 강화하기 위해 2021년부터 치킨, 피자, 분식 등 대표적인 배달음식을 선정해 분기별로 특별 점검을 실시하고 있다. 배달음식 시장규모는 2020년 17조3000억원에서 2021년 25조6000억원, 22년에는 26조원대로 성장했다.

이에 따라 올해는 1분기 마라탕·양꼬치, 2분기 쌀국수·초밥 등 아시아 요리, 3분기 김밥 등 분식을 배달하는 음식점을 대상으로 점검했다. 이번 4분기에는 최근 건강을 중시하는 트렌드에 따라 수요가 꾸준히 증가하고 있는 샐러드, 샌드위치를 전문으로 배달하는 음식점

을 점검 대상으로 선정했다. 아울러 식중독 등 식품안전사고를 예방하기 위해 산업단지 주변에서 대량으로 조리해서 배달·판매하는 음식점도 점검 대상에 포함됐다.

주요 점검 내용은 ▲조리장·조리시설의 위생적 관리기준 준수 ▲소비(유통)기한 경과 원료 보관·사용 ▲식재료의 보존·보관기준 준수 ▲작업장 내 이물(쥐·해충 등)을 방지하는 시설기준 준수 ▲건강진단, 위생모·마스크 착용 여부 등이다. 점검과 함께 조리된 음식 100여건을 무작위로 수거해 식중독균 검사도 함께 실시했다.

참고로 올해 1~3분기에 배달음식점 총 8888개소를 점검한 결과, 96곳(약 1.08%)이 적발됐다. 주요 위반사항은 ▲건강진단 미실시(54건) ▲위생적 취급기준 위반(22곳) ▲소비(유통)기한 경과 제품 보관(11건) ▲시설기준 위반(6곳) 등 순이었다.

식약처는 앞으로도 국민이 많이 소비하는 배달음식에 대해 안전관리를 강화하고 위반사항에 대해서는 엄정하게 조치하는 등 안전한 먹거리 환경을 조성하기 위해 최선을 다할 계획이다.

WRITE | 김은영 기자

서울특별시교육청

서울시교육청, 학교급식로봇 공개의 날 운영

송곡중에서 급식로봇 4대 운영 과정 시연



서울특별시교육청



튀김로봇이 조리하는 모습

볶음로봇이 조리하는 모습



국·탕·찌개 로봇이 조리하는 모습

급식로봇이 재료를 투입하는 모습

서울특별시교육청(교육감 조희연)은 전국 최초로 송곡중학교(성북구 종암로)에서 운영중인 급식로봇을 11월 22일 공개했다. 급식로봇은 4대로 볶음 2대, 국탕 1대, 튀김 1대다.

서울시교육청의 급식로봇 도입은 급식 대량조리 시 발생하는 조리공과 높은 노동 강도로부터 조리종사원들의 건강권을 보장하기 위한 지원 방안의 일부이다.

서울시교육청은 2023년 급식로봇 도입을 위해 서울시교육청, 한국프랜차이즈산업협회, 한국로보틱스와 컨소시엄을 구성, 한국로봇산업진흥원의 대규모 로봇 융합모델 시범사업 공모 선정을 한바 있다.

이후, 안전성 확보를 위한 수차례 협의 과정을 거쳐 2023년 2학기부터 로봇이 만든 학교급식을 학생들에게 제공하고 있다.

이날 22일 열린 로봇 급식 공개 행사에는 조희연 교육감을 비롯한 한국로봇산업진흥원장, 한국프랜차이즈산업협회장, 한국로보틱스 대표 등 약 40명의 인사들이 학교를 방문해 자리를 함께 했다.

급식 공개의 날에는 로봇 조리 전 과정 공개와 함께, 학교급식실 환경개선을 위한 시스템 설계, 표준 레시피 개발, 위생 및 안전장치, 급식조리원 적응을 위한 로봇운영 교육 등 운영 전 과정을 참가자들에게 공개했다.

또한 급식로봇 도입으로 급식조리원의 폐 질환 예방과 근골격계 질환 문제 개선 등 서울시교육청의 학교급식실 환경개선 노력에 대한 중간 성과도 공개됐다.

10월 초 학교 급식실 종사자 대상으로 실시한 급식로봇 운영 만족도 조사시, 근무 여건개선 도움(83%), 기존 대비 25~50% 업무 경감(86%), 사업 지속 확대 필요(85%), 튀김 로봇 업무 경감에 탁월하다는 응답이 나왔다.

조희연 서울시교육감은 급식로봇 도입과 더불어 “조리종사원 업무경감을 위하여 배치기준 하향과 식판 렌탈 등 조리종사원이 직접 체감할 수 있는 근무환경 개선 방안을 확대 추진할 수 있도록 하겠다”고 밝혔다.

WRITE | 신용희 기자

이제는 내 사업을... 가맹계약 종료 후 동종영업 시 경업금지 및 비밀유지의무에 위반될까?

WRITE | 정원희



1. 사실관계 요약

- ① 평소 떡볶이를 좋아하던 A씨는 퇴직 후 창업을 고민하던 차에 분식 가맹본부 B사의 광고를 접하고, 좋아하는 음식을 손님들에게 대접하며 수익을 얻을 수 있다는 생각에 B사와 2년간의 가맹점 계약을 체결하였다.
- ② A씨는 2년 동안 가맹점을 성실하게 운영한 이후, 가맹계약을 갱신하는 대신 자신의 이름을 걸고 사업을 운영해보고자 B사에 계약을 종료할 것을 통보하였다. 이후 A씨는 지역을 옮겨 간판, 집기 등 일부 설비를 교체하고 떡볶이를 메인 메뉴로 하는 사업을 운영하였다.
- ③ B사는 계약서에 가맹계약 종료 후 경업금지 및 비밀유지의무가 있음을 들어 A씨의 행위가 계약에 위반하는 행위이며, 이로써 B사의 영업비밀이 침해되는 손해가 발생하였으므로 계약이행보증금을 돌려주지 않겠다고 하였다. 이에 A씨는 한국공정거래조정원에 가맹계약종료에 따른 계약이행보증금의 반환을 요구하는 내용의 분쟁조정을 신청하였다.

2. 근거 법령 등

가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 가맹사업법) 제6조(가맹점사업자의 준수사항) 가맹점사업자는 다음 각호의 사항을 준수한다.

10. 가맹계약기간중 가맹본부와 동일한 업종을 영위하는 행위의 금지

제12조(불공정거래행위의 금지) ①가맹본부는 다음 각 호의 어

느 하나에 해당하는 행위로서 가맹사업의 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니된다.

3. 거래상의 지위를 이용하여 부당하게 가맹점사업자에게 불이익을 주는 행위

5. 계약의 목적과 내용, 발생할 손해 등 대통령령으로 정하는 기준에 비하여 과중한 위약금을 부과하는 등 가맹점사업자에게 부당하게 손해배상 의무를 부담시키는 행위

② 제1항 각호의 규정에 의한 행위의 유형 또는 기준은 대통령령으로 정한다.

가맹사업법 시행령

제13조(불공정거래행위의 유형 또는 기준) ①법 제12조제2항의 규정에 의한 불공정거래행위의 유형 또는 기준은 별표 2와 같다.

[별표 2] 불공정거래행위의 유형 또는 기준

3. 거래상 지위의 남용

법 제12조 제1항 제3호에 해당하는 행위의 유형 및 기준은 다음 각 목의 어느 하나와 같다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 허용하지 아니하는 경우 가맹본부의 상표권을 보호하고 상품 또는 용역의 동일성을 유지하기 어렵다는 사실이 객관적으로 인정되는 경우로서 해당 사실에 관하여 가맹본부가 미리 정보공개서를 통하여 가맹점사업자에게 알리고 가맹점사업자와 계약을 체결하는 경우에는 그러하지 아니하다.

다. 부당한 계약 조항의 설정 또는 변경: 가맹점사업자가 이행하기 곤란하거나 가맹점사업자에게 불리한 계약조항을 설정 또는 변경하거나 계약갱신과정에서 종전의 거래조건 또는 다른 가맹점사업자의 거래조건보다 뚜렷하게 불리한 조건으로 계약조건을 설정 또는 변경하는 행위

4. 부당한 손해배상의무 부과행위

법 제12조제1항제5호에 해당하는 행위의 유형 및 기준은 다음 각 목의 어느 하나와 같다.

라. 그 밖의 부당한 손해배상의무 부과행위

가목 또는 나목에 준하는 경우로서 가맹점사업자에게 부당하게 손해배상의무를 부담하도록 하거나 가맹본부가 부담해야 할 손해배상의무를 가맹점사업자에게 전가하는 행위

3. 분쟁 조정 주요 내용

조정과정에서 B사에게 다음과 같은 사항들을 설명하자 B사는 계약 종료에 따른 계약이행보증금을 A씨에게 전액반환하기로 하여 조정이 성립되었다.

① B사가 설정한 계약종료 이후 기간과 지역을 특정하지 않고 동종 영업을 금지하는 계약서 조항은 가맹사업법 제12조 제1항 제3호의 가맹본부 가거래상 지위를 남용하여 부당한 계약조항을 설정한 것으로 볼 수 있으며, 가맹점사업자의 직업선택의 자유를 침해할 소지가 있다.¹⁾

② 계약내용 등²⁾에 따라 계약종료 후에도 A씨는 영업 비밀을 유지하여야 하나, 이 경우 B사가 보호하고자 하는 비밀이 부정경쟁방지법상 '영업비밀'³⁾ 또는 B사가 상당한 노력을 기울여 취득한 독창적인 기술 등으로 경제적으로 보호가치 있는 것이어야 한다.⁴⁾

그러나 A씨가 영업에 사용하는 집기에는 B사의 영업표지가 포함되지 않았고 포장용기 등은 대형판매점에서 쉽게 구매할 수 있는 것이며, 떡볶이 조리법의 경우 인터넷 등에 다양한 내

용의 조리법이 알려져 있었으므로 이를 B사의 영업비밀 등으로 보기 어려울 것으로 예상되었다.⁵⁾

③ 한편 계약서에 따르면 계약이행보증금은 손해배상의 예정으로 볼 소지가 있었다. 그러나 가맹점사업자의 채무불이행이 있을 때 손해의 발생과 그 액수를 증명할 필요도 없이 계약이행보증금의 전부가 손해배상액으로 확정되는 효과는 발생하지 않으므로,⁶⁾ B사가 계약이행보증금 전부를 손해배상액으로 인정하여 A씨에게 반환하지 않은 것은 가맹사업법 제12조 제1항 제5호의 그 밖의 부당한 손해배상의무 부과행위에 해당할 가능성이 있다.⁷⁾

4. 시사점

가맹점사업자는 가맹점 사업으로 해당 사업제반을 경험하였으므로 가맹계약 종료 이후에 동종 영업을 영위하게 될 가능성이 높다. 이를 대비하여 가맹점사업자는 가맹계약 당시부터 계약서 내 경업금지 및 비밀유지의무 조항의 유무를 꼼꼼하게 살펴야 한다. 또한 가맹본부의 영업상 비밀에 해당되는 부분이 무엇인지 파악하여 계약기간 및 종료 후에도 이를 침해하지 않도록 주의하여야 한다.

한편 가맹본부의 경우 계약서 내 계약종료 이후 경업금지 의무를 부과하는 조항이 있다면 관계법령에 따라 문제가 될 가능성이 있고, 가맹본부가 가맹계약기간 동안 가맹점사업자에게 가맹비, 교육비, 로열티 등을 요구하지 않는 등의 특별한 경우⁸⁾가 아닌 이상 계약종료 후 경업금지약정이 당연 유효하다고 보기 어려우므로 계약서 조항 설정에 신중해야 한다. 또한 판례는 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과에 대하여 '대외비 또는 기밀자료' 등으로 특별히 보호받는 자료임을 표시하거나 해당 비밀에 접근할 수 있는 자의 범위를 제한해 놓는 등⁹⁾ 다양한 조건을 고려한 후에 영업비밀로 인정하는 경향이 있으므로, 영업비밀로 보호받고 싶은 대상이 있다면 지식재산권으로 등록하는 등으로 침해를 예방하기 위한 효과적인 수단을 갖추어야 할 것이다.

1) 공정거래위원회 시정권고서 2009. 4. 6. 제2009-013호, 시정권고서 2010. 5. 18. 제2010-023호 참조.
 2) 상법 제168조의8(가맹상의 의무)
 ① 가맹상은 가맹점자의 영업에 관한 권리가 침해되지 아니하도록 하여야 한다.
 ② 가맹상은 계약이 종료한 후에도 가맹계약과 관련하여 알게 된 가맹점자의 영업상의 비밀을 준수하여야 한다.
 3) 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(이하 '부정경쟁방지법') 제2조 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
 1. '부정경쟁행위'란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 말한다.
 파. 그 밖에 타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위
 3. '영업비밀 침해행위'란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 말한다.
 라. 계약관계 등에 따라 영업비밀을 비밀로서 유지하여야 할 의무가 있는 자가 부정한 이익을 얻거나 그 영업비밀의 보유자에게 손해를 입힐 목적으로 그 영업비밀을 사용하거나 공개하는 행위
 4) 서울중앙지방법원 2020. 8. 20. 선고 2019가단5165240, 서울남부지방법원 2018. 6. 22. 선고 2015가합111885 판결 참조.
 5) 인천지방법원 2020. 8. 29. 선고 2019가합58437, 서울중앙지방법원 2020. 8. 20. 선고 2019가단

5165240, 부산지방법원 동부지원 2019. 1. 16. 선고 2018가합100488 판결 참조.
 6) 서울중앙지방법원 2020. 1. 14. 선고 2019나46109 판결 참조.
 7) 공정거래위원회 제2소회의 2021. 2. 9. 의결(약) 제2021-007호 참조.
 8) 서울동부지방법원 2020. 4. 17. 선고 2019가합103735 판결 참조.
 9) 대법원 1996. 12. 23. 선고 96다166605, 부산지방법원 동부지원 2019. 1. 16. 선고 2018가합100488 판결 참조.

정원희 조사관/변호사
 현재 한국공정거래조정원 분쟁조정1실
 가맹유통플랫폼팀 조사관으로, 가맹사업법 및 대규모
 유통업법 등 관련 분쟁 조정업무를 담당하고 있다.
 상담번호: 1588-1490
 email: whjung@kofair.or.kr
 홈페이지: www.kofair.or.kr



디지털 셀프사진관으로 MZ세대 놀이터를 만들다



인생 네컷
LIFE FOUR CUTS

인생네컷
이호익 대표

PHOTOGRAPHY IS HOW TO RECORD A 'BLINK' IN A FLOWING ETERNITY.



포토드링크_신세계 센텀시티점

1999년 기준 1만3398개, 20년 후인 2019년 9862개. 사진관 수다. 20년 동안 26%나 줄었다. 사진 촬영업은 사양산업에 가깝다는 말이 나온다. 그런데 최근 사진관이 MZ세대들의 놀이터로 부각됐다. 특이한 점은 사진사가 없는 무인셀프다. 인테리어도 독특하고, 소품도 다양하다. 색다른 경험을 제공하면서 무인셀프사진관 수도 급증했다. 시장의 활성화를 불러일으킨 선두 브랜드는 '인생네컷'이다. 이호익 대표의 무인 아이템에 대한 특별한 애정을 들었다. **INTERVIEW** | 이진창 발행인 **WRITE** | 이호 국장

2017년 4월 인생네컷이 첫 선을 보였다. 처음에는 지하철에 있는 증명사진 자판기와 같은 형태였다. 그 후 2018년 1월 첫 직영점을 냈다. 5년이 지난 현재, 매달 약 230만명, 연간 2760만명이 방문하는 셀프 스튜디오 업계 최대 플랫폼으로 자리잡았다. 지난해 말 기준 가맹점 수도 430호점까지 확장됐다. 현재는 가맹사업보다 소비자에게 다양한 콘텐츠를 제공하는 컨셉추얼한 매장 확대에 주력하고 있다.

스크로 원하는 색을 골라 띄울 수 있다. 또한 촬영된 사진에 필터를 덧씌우는 게 아니라 촬영하기 전에 피부색에 맞춰 톤을 설정할 수도 있다. 앱을 통해 매장 키오스크에 없는 프레임도 앱으로 선택해 전국 매장 어디에서든 촬영할 수 있다. 향후에는 앱을 더욱 고도화하여 고객이 매장에 방문하

놀이에 디지털을 입히다

인생네컷의 경쟁력은 선도기업으로 소비자들에게 깊게 자리잡은 '인지도'와 업계에서 가장 먼저 시도한 '디지털 전환'이라는 차별화된 경쟁력이다. 지난해인 2022년 1월에는 업계 최초로 인생네컷 앱을 정식 출시해 온·오프라인 경계를 잇는 새로운 차원의 고객 경험 제공을 위해 힘써오고 있다. 이호익 대표는 "체험 중심의 오프라인 사업에 디지털을 결합해 사업 모델 확장과 다양한 서비스를 제공하고 있다"라며 "지속적인 소프트웨어 개발로 디지털형 혁신 매장을 늘려갈 생각"이라고 전했다.

그 일환으로 지난 6월 서울 신촌 명물사거리점을 선보였다. 이 매장은 포토부스에 75인치 디스플레이를 설치해 키오





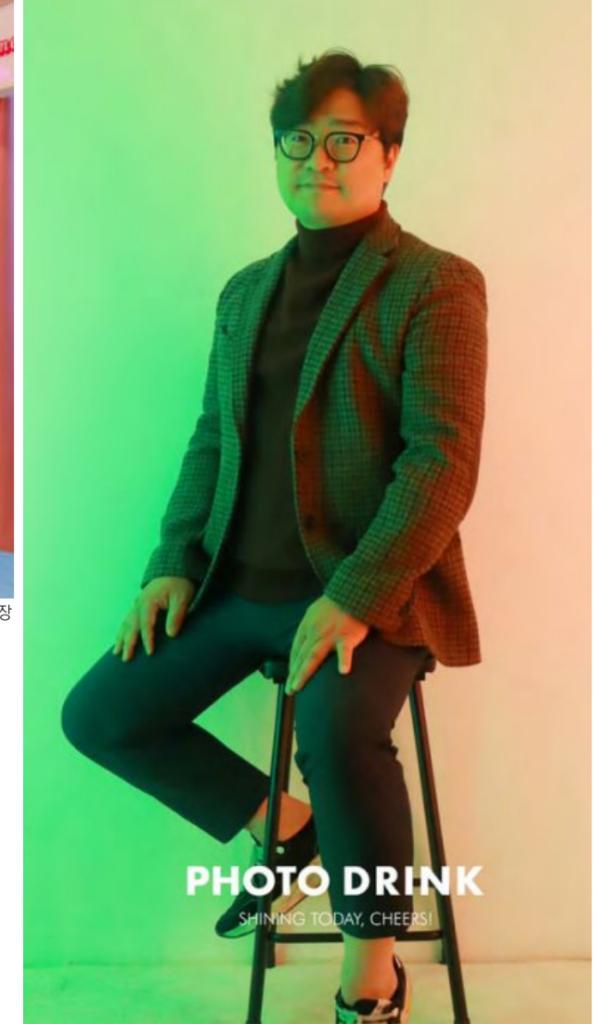
인생네컷 매장



소호점 외경



인생네컷 매장



면 앱이 이를 인지하고, QR코드를 찍으면 고객 맞춤형 꾸미기 패키지를 제공하는 등 앱을 기반으로 한 여러 개인화 서비스도 준비 중이다.

안주하지 않는 브랜드, 독보적 가치로 답하다

인생네컷을 운영중인 엘케이벤처스는 본사의 성장과 가맹점의 성공을 위해 다양한 전략들을 수립, 시행해 오고 있다. 그 중 첫 번째가 '브랜드 가치 제고전략'이다. 이호의 대표는 "불과 몇 년 전만 하더라도 셀프 포토 스튜디오 시장은 프랜차이즈 산업에서는 생소한 영역이었다"라며 "인생네컷은 즉석 인화 사진을 단순한 상품으로 보지 않고 고객에게 경험적 가치를 부여하는 문화상품으로 접근을 시도했다"고 전략을 설명했다.

인생네컷만의 독창적인 인테리어로 매장을 구성해 고객에게 공간 제공 및 나아가 소비자의 니즈에 맞는 다양한 상품과 사진 프레임, 출력물의 퀄리티를 높였다. 이러한 노력은 인생네컷이 소비자들에게 즐겁고 소중한 경험을 공유하는 문화상품으로 받아들여졌다. MZ세대의 새로운 놀이문화로서 자리매김한 셈이다.

아울러 '지속 가능한 수익구조 확립'을 위해서도 힘쓰고 있다. 프랜차이즈는 새로운 소비자들의 등장과 그에 따른 시장의 변화가 급변하는 곳이다. 특히 인생네컷과 같은 문화상품은 소비자 기호변화가 민감하며 상품 선택의 기준이 다양하다. 시장트렌드에 대한 분석과 변화의 적응이 필수인 분야다. 이를 위해 인적자원 확보에 몰두해 자체적으로 시장조사 및 분석, 소프트웨어 개발, UX/UI개선 등 전문 인력들을 보유하고 있다. 이외에도 전 지점 원격제어시스템 도입 등 충성고객층 형성과 가맹점의 안정적 수익창출을 위해 다양한 전략을 구상하고 실행하고 있다. 현재에 안주하지 않는 회사이기에 인생네컷이 가진 독보적인 브랜드 가치는 앞으로도 계속 커 나갈 것이라는게 이 대표의 확신이다.

신뢰 기반 행동으로 소통하다

인생네컷의 가맹점 관리 전략은 이외로 간단하다. 신뢰에 기반한 가맹점과의 소통, 그리고 실질적인 행동이 수반되는 본사의 노력이다. 이호의 대표는 2가지 중 하나라도 부족하다면 신뢰는 구축되기도 유지되기도 어렵다고 말한다. 신뢰와 화합, 소통을 위해 슈퍼바이징을 통한 1대1 소통, 지역권역별 소통 등 다양한 형태로 온·오프라인 채널을 운영하고 있다. 이러한 채널 운영은 가맹점과의 소통을 최우선 가치로 여기기 때문이다. 아울러 어려운 경제 상황에서 가맹점의 부담을 줄이기 위한 노력도 게을리하지 않는다. 인화지와 같은 소모품 비용의 할인 등을 제공하며 어려운 시기를 극복하고자 노력해왔다. "가맹점은 다양한 지역 및 상권에서 소비자의 의견을 거르지 않고 청취할 수 있는 최접점에 있다. 때문에 의견을 경청하고 이를 현실에 반영하고자 본사 차원에서 노력하고 있다" 최근에는 무분별한 가맹점 확장보다는 새로운 콘텐츠를 보유하고 있는 컨셉형 매장에 도전중이다. 성공적인 프로그램을 기존 가맹점에 적용시키는 등 가맹점 매출증대에 집중하고 있다.

필리핀 인생네컷



20대 눈뜨고 무인화, 글로벌 시장 노린다

이호의 대표는 20대 초반부터 사업에 뛰어들었다. 대학에서 자동화공학을 전공한 그는 1년에도 명함이 수차례 바뀔 정도로 많은 일을 했다. 소주에 타 먹는 녹차진액자판기도 그의 아이디어다. 소주를 즐기는 소비자들에게 녹차 진액을 어떻게 손쉽게 타 먹을 수 있게 할까라는 생각에서 출발했다. 결과물은 식탁 위에 올려놓는 미니 자판기다. 동전을 넣으면 녹차 앰플이 떨어져 이를 소주에 타서 마실 수 있도록 했다. 이후엔 무인 경비업에 뛰어들었다. 건물에 CCTV를 설치하고 침입자 발생 시 출동하는 무인경비업체의 경기 수원지역 총판을 맡았다. 하지만 중국산 저가 CCTV가 들어오면서 새로운 아이템을 찾게 됐다. 그 중 하나가 군부대 라면 자판기 도입 사업이다. 반응은 좋았는데, 군부대 특성상 여러 상황을 맞으면서 사업성과는 쉽사리 나지 않았다.

그러던 중 운명처럼 인생네컷을 만나게 됐다. "그때 제가 봤던 사진기가 바로 인생네컷의 시작이었어요. 당시 주인을 찾아 제가 살아온 이력을 이야기하고 기회를 달라 했죠. 그렇게 서울과 수도권 총판 권리를 받고 8개월 만에 모두 인수했어요" 이후 인생네컷을 즉석 사진기의 이름에서 끝날 것이 아닌 브랜드화 시키는 것에 집중했다. 거리에 있던 기기들을 매장화 했고 출력물의 퀄리티를 높이고 소품 등을 비치하면서 인생네컷을 찍는 행위 자체를 하나의 놀이문화로 발전시키는 데에 성공했다.

인생네컷은 길거리에 있던 사진부스를 매장화시키면서 소비자들에게 놀 수 있는 새로운 오프라인공간을 만들어냈다. "이젠 오프라인뿐만 아니라 온라인까지 확장해 온라인과 오프라인을 잇는 올라인(All-line)전략을 취하고자 해요. 그 기반은 인생네컷 앱이며, 지속적으로 앱을 고도화하여 앱 안에서 소비자들이 놀 수 있는 새로운 장을 마련할 계획입니다" 국내뿐 아니라 해외에도 앱을 이용할 수 있도록 확대해 해외에서도

디지털 전환 계획을 갖고 있다.

생활화된 겸손함에서 미래를 찾다

인생네컷은 현재 셀프 사진업계의 대명사로 불릴 만큼 인지도가 높아졌다. 이 부분에 대해 이호의 대표는 "저 혼자, 본사만의 노력이 아니다. 현재까지 지탱해오고 있는 가맹점의 역할이 크다. 이를 잊지 않고 사업에 임하고 있다"고 말한다. 프랜차이즈의 밝은 미래는 바로 이러한 마음가짐을 잊지 않는데서 출발하고, 유지된다는 생각에서다.

인생네컷 사업 이전, 밑바닥부터 다양한 사업 실패와 성공을 경험했다는 이호의 대표. 그렇기에 경영에 임하는 그의 마음은 항상 겸손함이 먼저다. 이를 바탕으로 다양한 IP와 제휴하거나 새로운 기능 개발 등을 통해 소비자들이 인생네컷, 포토드링크를 선택하기 위해 노력하고 있다. 바로 인생네컷 브랜드를 선택한 가맹점주의 선택에 힘을 실기 위해서다. "글로벌 포토 라이프 플랫폼으로서 사진이 생각나고 필요한 순간에 인생네컷이 늘 함께 하는 것이 우리의 목표예요" 그의 발걸음은 아직도 멈추지 않고 있다. **KTW**

TRY·CRY·FLY!, “새로운 도전 멈추지 않고 있어요”

(주)NPOV 밀크티항공 우현선 대표



(주)NPOV 밀크티항공 우현선 대표

주식회사 엔피오브이에서 론칭한 밀크티항공은 마카오 승무원 출신인 대표가 현지의 전통 밀크티 제조를 배워 한국에 들어오면서 시작된 음료 전문회사다. 항공사에서 근무한 경험을 바탕으로 나라별 특색을 담은 음료를 출시하고 있다. 출시마다 신규 취향한다는 표현을 사용하는데, 이는 고객들에게 지역별 특성을 알릴뿐만 아니라 맛과 재미 또한 함께 선사한다.

밀크티항공은 커피전문점과 베이커리 등으로의 음료 베이스 유통을 시작한 지 약 1년여만에 전국 500개 이상의 카페 등으로 납품을 진행하고 있다. 시중의 이미 많은 카페 음료 베이스가 유통되고 있지만 밀크티항공은 5%의 보완을 통한 색다름을 추구한다.

2023년 10월 출시된 '바닐라빈 폭탄 시럽'은 점주들의 수고스러움을 해결하기 위해 수제와 같은 품질의 최상급 바닐라빈 시럽을 출시했다. 이는 수제 바닐라빈 시럽에서만 느낄 수 있는 풍미와 육안으로 보이는 바닐라빈 씨드를 위해 매장에서 직접 만들기를 고수하는 점주들에게 환영받고 있다.

또한 밀크티항공은 다양한 시도를 멈추지 않고 있다. 2022년 친환경 기업과 협업해 국내 최초 나라별 친환경 밀크티를 출시했다. 올해 11월 국제 공인 트레이너들과 협업해 영양성분이 들어간 음료 베이스인 MILKTEA AIR LAB도 론칭했다. 카페

음료를 즐기면서 동시에 환경을 보호하거나, 건강을 챙길 수 있는 시대의 흐름에 맞는 음료의 다양한 변화를 선보이고 있다.

밀크티항공 신규 취향 ‘골든 아프리카 바닐라빈 폭탄 시럽’

바닐라빈을 가르고 씨를 긁어내고, 설탕을 녹이고 끓이고... 바닐라빈 시럽을 만드는 일은 번거로운 작업이다. 하지만 고객을 위해 이러한 번거로움을 감내하는 따뜻한 카페 점주들을 위한 혁신적인 제품이 등장했다. 바로 밀크티항공의 골든 아프리카 바닐라빈 폭탄 시럽이다. 어마어마한 바닐라빈 양으로 품질과 맛을 높이고 가격은 낮췄다.

제품은 인공 바닐라 향으로만 만들어진 제품이 아닌 실제 최상급 바닐라빈이 사용되어 그동안 커피전문점 시장에서 볼 수 없었던 진짜 바닐라의 풍부한 맛을 제공한다. 시중에서 판매되는



바닐라빈의 한 줄기의 가격은 평균 3000원이다. 보통 카페들은 비싼 가격을 주고 바닐라빈 줄기를 구매해 사용한다. 하지만 골든 아프리카 바닐라빈 폭탄 시럽 1kg에는 6줄기를 사용한 것과 동일한 양의 바닐라빈이 함유되어 있다. 판매가는 스마트스토어 기준 1만6800원/kg로 경쟁력을 갖추고 있다.

최상의 퀄리티를 위한 노력

밀크티항공은 FDA 승인을 받은 마다가스카르 현지 최상급 바닐라빈만을 사용해 국내에 없던 최상의 퀄리티를 가진 바닐라빈 시럽을 만들기 위해 노력했다. 이를 위해 식품 전문가들과 밀크티항공 R&D팀은 바닐라빈 줄기 속 씨드와 씨드를 긁을 때 들어가는 껍질의 최적의 비율을 연구했다. 개발-테이스팅-수정 과정을 반복한 결과 2023년 9월 카페엔베이커리에서 한정판 작품으로 첫 선을 보일 수 있었다.

벌크형 1kg 출시

300g 한정판은 화려한 디자인과 기존 시럽들과 다른 디자인으로 주목을 끌었다. 육안으로 확인 가능한 풍부한 양의 바닐라빈이 큰 화제가 됐다. 또한 관공객들로부터 바닐라빈 본연의 향이 강하고 달지 않아서 고급스럽다는 평가를 받았다. 선공개에서 소비자들의 반응과 니즈를 확인한 밀크티항공은 그 다음 달인 10월부터 본격적으로 카페 점주들을 위한 1kg 벌크형을 출시했고, 보관과 실사용의 편리함을 고려하여 파우치 형태를 선택했다.

번거로운 과정과 피로를 줄여주면서도 경제적인 이점을 모두 제공하기 때문에 앞으로 더 많은 카페와 매장에서 활용할 것으로 기대되는 '골든 아프리카 바닐라빈 폭탄 시럽'. 밀크티항공 공식 홈페이지(www.milkteaair.com)에서 사업자 인증을 받은 후 구매할 수 있으며 일반 소비자들은(스마트 스토어 smartstore.naver.com/milkteaair)에서 구매가 가능하다.

KTW

프랜차이즈 전문 교육, 연구용역, 조사 컨설팅 전문회사 프랜차이즈산업연구원

WRITE | 김은영 기자



2004년에 창업한 (주)프랜차이즈산업연구원(www.ifis.co.kr)은 창업과 프랜차이즈 산업에 대하여 조사 연구를 수행하고, 프랜차이즈 기업을 대상으로 경영·홍보 등 컨설팅과 교육사업을 수행하는 프랜차이즈 전문회사이다. 또한 예비창업자의 성공적 가맹점 창업을 지원하기 위해 매우 전문적인 창업과 프랜차이즈, 브랜드와 서플라이어 정보를 제공하는 프랜차이즈 비즈니스 플랫폼인 '하이프랜차이즈(www.hi-franchise.com)'를 운영중이며, 10월 까지 240만명이 사이트를 방문하였다.

지난 19년 동안 연구원은 정관장과 BBQ 등 100개 이상의 브랜드를 대상으로 사업진단과 개선방안 등에 대하여 컨설팅을 성공적으로 수행하였으며, 버거킹과 교촌치킨 등 50개 이상의 가맹본부 슈퍼바이저들의 위탁교육을 수행했다. 또한 채선당, 쿠팡이츠 등 200여개 기업들의 정보공개서 및 가맹계약서 작성과 등록을 수행하였을 뿐만 아니라 한국프랜차이즈산업협회와 공동으로 운영하는 프랜차이즈최고전문가과정과 프랜차이즈슈퍼바이저전문가과정도 운영중이다. 프랜차이즈최고전문가과정은 현재 33기 과정을 진행하고 있으며, 32까지 1,000명의 수료생을 배출하였으며, 프랜차이즈슈퍼바이저 과정은 현재 49

기 과정을 진행하고 있으며, 48기까지 1,000명의 수료생을 배출하였다.

특히 프랜차이즈산업연구원은 중소기업청과 소상공인시장진흥공단, 산업통상자원부, 농림수산식품부와 농수산물유통공사, 경기도, 서울시, 국제청, 식품의약품안전처, 코트라, 대한상공회의소 등 정부기관과 정부산하 기관들의 프랜차이즈산업 관련 연구용역을 수행하였으며, 특히 올해는 대한상공회의소가 발주한 프랜차이즈실태조사 연구용역을 수행하고 있다.

원장을 맡고 있는 장재남원장은 미국에서 미국 프랜차이즈산업과 세계적인 프랜차이즈기업들을 연구하면서 한국최초로 미국프랜차이즈산업협회에서 수여하는 프랜차이즈 최고전문가 자격증인 CFE(Certified Franchise Executive)를 취득하였으며, 경희대 대학원 경영학과에서 프랜차이즈 주제로 박사학위를 취득하였다.

프랜차이즈산업연구원(장재남 원장)은 지금까지의 성공적 수행 경험과 광범위한 네트워크를 기반으로 다가오는 2024년에는 한국 프랜차이즈산업의 질적 성장과 프랜차이즈기업과 가맹점사업자의 경쟁력 강화 그리고 해외진출 활성화에 기여할 수 있는 새로운 사업을 준비하고 있다. **KFTI**

프랜차이즈 핵심인력 '슈퍼바이저' 전문가로 만든다



프랜차이즈산업의 중요한 역할을 담당하는 '슈퍼바이저'는 풍부한 실무 경험과는 다르게 직무와 관련된 전문적인 교육을 받아본 경험은 많지 않다. 최근 다수의 가맹본부는 '슈퍼바이저'의 직무 능력 향상을 위해 관련 교육에 관심을 가지고 아낌없이 투자하고 있는 상황 속에서 (주)프랜차이즈산업연구원은 프랜차이즈 전문 교육기관으로 '슈퍼바이저' 직무의 전문성을 높일 수 있는 교육 과정을 한국프랜차이즈산업협회와 함께 16년째 운영하고 있다.

'프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정'은 슈퍼바이저의 다양한 직무를 집약한 과정으로 3개의 대표 모듈 아래 슈퍼바이저와 가맹사업법에 대한 이해, 가맹점 Q·S·C 체크, 부진점 진단 및 활성화와 상권분석, 가맹점주 상담 방법, 가맹점 오픈라인 LSM, 가맹점 노무관리와 세무관리 등 이론, 사례, 실습 중심의 내용이 포함된 17개 과목 관련 전문가들의 강의와 개별 과제 발표, 팀별 과제 발표로 구성되어 있다. 또한 출석률, 태도, 평가시험 점수를 종합하여 수료 기준을 충족한 교육생에게는 한국프랜차이즈산업협회 및 본 연구원 명의의 수료증과 우수한 성적을 받은 교육생과 팀에게는 상품과 상장 수

제49기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 모집

가맹본부는 슈퍼바이저 및 임직원, 매장 운영자 및 매니저 가맹본부 취업희망자

기간 2023. 9. 23. ~ 12. 2. (10주)
매주 토요일 13:00 ~ 18:00 (5H)

장소 프랜차이즈산업연구원 강의실 (7호선 노현역 6번 출구)
한국프랜차이즈산업협회장 수료증
슈퍼바이저 관련 정보 제공 및 자료 발송
취업희망자 가맹본부 우선 추천

여를 통해 높은 교육 참여도를 자랑하는 체계적이고 효과적인 교육 과정이다. '프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정'은 매년 상반기(2월 ~ 4월), 중반기(6월 ~ 8월), 하반기(9월 ~ 11월) 3개 기수를 운영하며 10주의 기간 동안 매주 토요일 오후 1시부터 6시까지 서울시 서초구 노현동 소재의 본 연구원 자체 강의장에서 교육이 진행된다. 지금까지 총 1000명의 교육생이 수료하였으며 본 교육의 목적은 '슈퍼바이저'의 역량 강화를 통한 가맹본부의 경쟁력 강화와 가맹점과의 동반 성장에 있다.

교육을 수료한 '슈퍼바이저'는 교육받은 내용을 실무에 바로 적용하여 가맹점의 매출 증대, 가맹본부와 가맹점의 우호적인 관계 형성 등 다양한 직무 활동에 활용할 수 있다. 또한 본 연구원은 가맹본부의 교육 목적과 상황에 부합하는 위탁교육도 실시하고 있으며 가맹본부는 필요한 과목을 선택할 수도 있다.

가맹본부와 가맹점에 중요한 핵심 인력 '슈퍼바이저' 전문 체계적인 교육은 (주)프랜차이즈산업연구원을 통해 만나볼 수 있다. (문의 : 프랜차이즈산업연구원 정찬영 대리 _ 070-5133-0934) **KFTI**

● **하남돼지집 TVCF '서울영상광고제 2023' TV 부문 심사후보작 선정**

프리미엄 삼겹살 브랜드 하남돼지집의 TV CF '하남돼지집, 고기 맛의 국룰 세상이었던 굽를 30'편' 영상이 서울영상광고제 2023 TV부문 심사 후보작으로 선정됐다. 서울영상광고제는 2003년 세계 최초로 시도된 온·오프라인 영상 광고제다. 일반 네티즌들과 전문광고인이 모두 참여해 수상작을 선정한다. CREATIVE 분야 TV 부문 심사 후보로 오른 하남돼지집의 광고는 프랜차이즈 삼겹살 브랜드 최초로 송출된 공중파 TV CF다. 밝은 톤 위주의 뽀얀 음식 광고를 탈피하여 임팩트 있는 키 비주얼을 실현, 더욱 묵직한 느낌으로 차별화에 성공했다. 브랜드 모델 장성규 특유의 이미지를 활용해 위트 있는 연출을 적용했으며 빠른 편집감으로 지루함을 덜어내고 하남돼지집



만의 특징을 비주얼적으로 강조하여 광고 영상 본연의 목표를 실현했다.

Brand Highlight

● **본죽 본죽 이어 비빔밥도 1000호점**

본그룹이 운영하는 프랜차이즈 '본죽&비빔밥' 매장이 올 연말 1000개를 넘어설 전망이다. '형남' 브랜드인 본죽이 2009년 한식 프랜차이즈 최초로 달성한 1000호점 기록을 '아우'가 다시 세우게 된다. '비빔밥'은 10월 말 기준 매장은 956개다. 연말까지 50곳이 추가 개점할 예정이다. 1000호점 돌파는 2015년 가맹사업을 시작한 지 8년 만에 이룬 성과다. 본아이에프 관계자는 "기존 본죽 메뉴에 계절을 타지 않는 비빔밥을 더해 소비층을 확장했다"며 "본죽에서 본죽&비빔밥으로 전환한 매장도 올해 82곳에 이른다"고 설명했다. 본죽&비빔밥은 낮은 폐점률로도 유명하다. 지난해 기준 전체 외식업종 평균 폐점률은 12.6%다. 본죽&비빔밥의 폐점률은 0.2%에 그친다.



Brand Highlight

● **밀크티 공차 공차, 4년 만에 다시 매물로 나오나**

밀크티 브랜드로 유명한 공차가 다시 매물로 나온다는 소식이 언론을 통해 알려졌다. 언론에 따르면 공차를 보유하고 있는 미국계 PE인 TA어소시에이츠는 최근 공차 매각을 검토한 것으로 알려졌다. 현재 매각자문사로는 메릴린치 등이 유력하게 거론된다. 앞서 UCK파트너스는 2014년 대만 밀크티 브랜드 공차를 인수, 2019년 TA어소시에이츠에 매각했다. 약 600억원을 투자해 3500억원에 매각했다. 이후 매장을 1000여개에서 현재 2000여개로 늘리는 등 밸류업(가치상승)에 자신감을 보인 것으로 보인다. TA어소시에이츠는 1968년에 설립된 미국계 PEF(사모펀드) 운용사다. 세계 500여 곳의 기업에 투자를 진행하고 있다. 공차는 2006년 대만 가오슝에서 설립된 세계에서 가장 인정받는 대만 차(茶) 브랜드 중 하나다.



● **쿠우쿠우 라이징 신메뉴 10종 출시**
“특별한 맛과 감동을 느껴보세요!”



초밥 뷔페 패밀리레스토랑 쿠우쿠우가 2023년 정기 신메뉴 10종을 선보였다.

선보인 10종 메뉴는 문어새우감바스, 폭립바비큐, 누룽지 꺾바로우, 갈릭치킨 바비큐, 초당 옥수수 치킨, 마리크림 찹쌀, 계살커리 유부초밥, 양운센 샐러드, 벨기에 마시멜로, 죠스맛 슬러시 등이다.

특히 문어새우감바스는 탱글탱글한 식감의 문어족을 투척한 새로운 감바스 메뉴로 주목받고 있다. 또 태국에서 만날 수 있는 이 맛! 입맛을 한번에 돌아주는 이색샐러드로 '양운센 샐러드'를 출시했다.

레스토랑 프랜차이즈 쿠우쿠우 관계자는 “신메뉴 10가지가 뜨겁게 떠오르는 라이징 스타로 탄생됐다”라며 “엄격한 자체 오디션에 통과된 라이징 스타들이 각자 매력 가득

담아 여러분을 기다리고 있다”고 소개했다.

한편 쿠우쿠우는 최근 리뷰얼을 통해 골드매장 업그레이드를 시도하고 있다. 보라매공원점도 최근 골드매장으로 업그레이드 됐다.

쿠우쿠우 골드란 시설이 300평 이상이며 QSC(품질·서비스·청결) 점수가 본사 심사 기준 A등급 이상으로 암꽃계장, 민물장어초밥, 알라바마 연어통구이 등과 함께 BBQ 메뉴가 제공되는 매장이다. 특별한 골드등급의 메뉴가 제공되고 있다. 이외에도 신메뉴가 100% 세팅되어 있다.

쿠우쿠우 관계자는 “골드 업그레이드 더욱 특별해진 쿠우쿠우를 즐겨볼 수 있게 됐다”라며 “남녀노소 누구나 부담 없이 이용할 수 있는 외식공간으로 프리미엄 뷔페의 선두를 굳히고 있다”고 강조했다. **KFN**



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

2024년 프랜차이즈 가맹본부 경영 전략과 키워드

WRITE | 이경희

2023년이 우울하게 저물어 가고 있다. 연초 많은 가맹본부들은 코로나 엔데믹에 대한 기대가 컸다. 억눌렸던 소비 욕구와 창업 욕구가 분출되면서 가맹점 매출이 오르고 창업 붐이 일어날 것으로 기대했다. 하지만 기대와 달리 가맹점은 가맹점대로 힘들고 가맹본사의 성과도 좋지 않은 곳이 대부분이다.

가장 큰 이유는 고금리다. 금리 인상으로 대출을 꺼리면서 창업이 활성화되지 않았다. 금리 부담으로 소비자들이 지갑을 닫으면서 가맹점 매출이 떨어지고 경영성과가 기대에 못미쳤다. 구인난과 고비용은 가맹점 영업 부진을 부채질했다. 가맹본부의 성과 지표가 가맹점 개설과 가맹점 매출이라는 점을 고려한다면 성공의 핵심지표인 두 가지 농사가 모두 어려웠다는 이야기다. 여기에 골목상권의 빈익빈 부익부 현상이 심화되면서 골목상권의 핫한 힙스터 브랜드들이 가맹점의 고객을 뺏아가는 경우가 많았다. 이렇게 2023년 힘든 한 해를 보낸 가맹본사들은 2024

년 어떤 전략에 집중해야 할까.

첫째 가성비 창업이다. 고금리는 창업을 망설이게 하는 가장 큰 이유다. 고금리 상황에서 창업 활성화는 기대하기 어렵다. 창업자들은 투자가 많이 드는 업종보다 가성비 창업 아이템에 관심을 기울일 것이다. 창업박람회장을 가보면 이전에는 특정 업체만 선호하던 가맹비·교육비 면제 등 3무, 5무 창업이 지금은 필수 옵션처럼 여겨지고 있다. 주머니 사정이 어려운 고객이 가성비 상품을 찾듯이 예비 창업자들도 가성비 창업 업종을 선호하고 있다.

둘째 업스케일 전략이다. 3무, 5무 같은 가성비 창업 전

략은 가맹본부의 수익성을 악화시킨다. 흑자도산으로 이어질 수도 있다. 정상적으로 가맹비 교육비를 받고 싶다면 업스케일 전략을 고민해보자. 기존 시설과 장비를 최대한 활용하고 디자인을 통해서 브랜드의 개성과 정체성을 표현해준다면 창업 투자비를 절약하면서도 매장을 매력적으로 연출할 수 있다.

셋째 푸드테크와 디지털 전환이다. 인구 감소로 구인난은 현장 소상공인들의 가장 큰 고충이 됐다. 푸드테크와 디지털 전환을 통해 인력 운영에 따른 문제를 해결하고 근무 환경을 개선하는 것은 선택이 아니라 필수다. 얇샘김밥의 경우 김밥자동화 기계와 자동화 쿠키를 활용해 인건비를 절감하는 시스템을 갖추고 있다.

넷째, R&D의 강화다. 오프라인 중심 시대에는 굳이 마케팅을 하지 않아도 고객이 넘쳤다. 요즘은 마케팅이 선택이 아니라 필수다. 특히 디지털 마케팅 없는 성공은 생각하기 어렵다. 하지만 마케팅은 비용이 투입되므로 매출은 늘지만 영업이익은 줄어든다. 순수한 매출 상승을 위해서는 트렌드에 맞는 제품 개발이 필수적이다. 경쟁력 있는 제품 출시의 시장의 관심을 끌고 자발적인 마케팅을 유도하는데 효과적일 뿐 아니라 매출을 높이기도 필수적이다. 시장 변화에 대응하고 가맹점의 매출을 높이기 위해 가맹본사의 제품 개발능력은 무엇보다 중요하다. 다섯째, 디자인 파워다. 디자인은 브랜드의 차별화와 경쟁력 원천이다. 동일한 콘텐츠도 디자인이 달라지면 가치가 달라진다. 가맹본사의 디자인 투자는 브랜드와 가맹점의 가치를 만들어 내는 힘이다.

여섯째, 디지털 마케팅 역량이다. 온라인 발품을 팔지 않고 매출을 기대하기가 힘든 시대가 됐다. 모바일 영토의 확보는 브랜드 파워와 직결된다. 가맹본부는 브랜드나 업종, 상품 특성에 맞는 디지털 마케팅 체계를 갖춰야 한다. 최근엔 새로 생긴 풍속도 중의 하나는 가맹본사가 직접 마케팅 대행사를 운영하는 것이다. 가맹본사 내부에 기초적인 마케팅 지원 시스템을 갖추고 특정 마케팅 회사와 긴밀한 협업 관계를 통해 전체 마케팅을 통제할 수도 있다.

일곱째 해외 진출이다. K콘텐츠가 인기를 얻으면

서 글로벌시장에서 한국 기업의 브랜드의 가치가 높아지고 있다. 과거에는 유명 브랜드들이 자금력을 바탕으로 해외 진출을 추진한 경우가 많았다면 최근에는 규모와 무관하게 직접 진출 또는 마스터프랜차이즈 형태로 해외 진출을 하는 사례가 늘어나는 등 K프랜차이즈의 해외 진출이 보편적인 현상이 되고 있다.



여덟째, 오픈 이노베이션과 슬림한 경영이다. 구인난, 고비용으로 가맹점의 수익 상황이 점점 나빠지고 있다. 가맹점의 매출과 손익은 가맹본사의 재정 상태와 직결된다. 가맹점 영업이익이 낮아지면 가맹본사도 그에 맞춰서 슬림한 경영을 해야 한다. 내부에 불필요한 인력을 줄이고 유능한 협력사와의 파트너십을 통해 운영비용을 탄력적으로 조절할 수 있어야 한다.

마지막으로 상생이다. 상생은 한마디로 함께 사는 것이다. 규모의 경계를 활용해서 공급 가격을 낮추는 것, 가맹점과 협업을 통해 마케팅 효과를 극대화하고 가맹점 사업자를 내부 직원처럼 활용하는 것 등을 들 수 있다. 요즘처럼 모든 마케팅이 디지털로 융합되는 시대에는 땅끝 가맹점의 마케팅이 전국적으로 영향을 미칠 수도 있다. 우수한 가맹점 사업자를 객원 멘토로 활용하면 슈퍼바이저 운영 비용을 절약할 수 있다. 최근에는 유능한 가맹점주를 객원 가맹점 컨설턴트로 활용하는 사례도 늘어나고 있다. **[KFA]**



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

외식 프랜차이즈 기업의 자율적인 영양성분표시 확산 필요하다

WRITE | 장재남

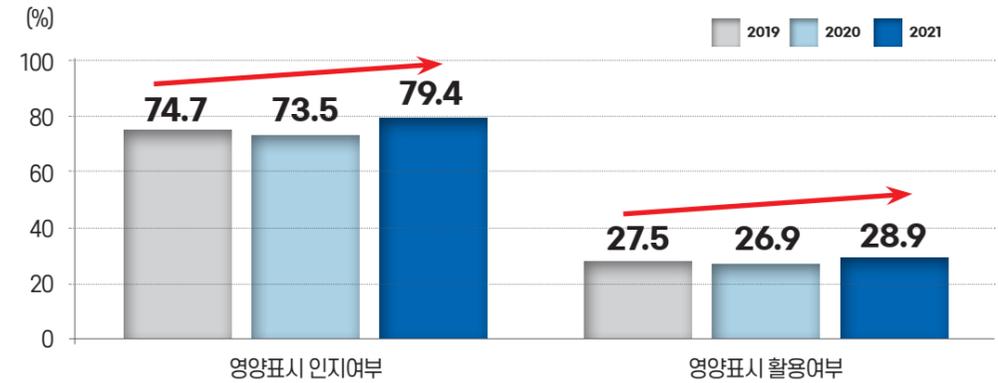
질병관리청에서 실시한 2019년도부터 2021년까지의 국민건강영양조사에 의하면 영양표시 인지율과 활용률을 최근 3년간 증가세를 보이고 있다고 한다.

영양성분표시제도는 식품에 들어있는 영양성분 등에 관한 정보를 일정한 기준에 따라 표시하도록 관리하는 제도이다. 가공식품은 영양성분 표시를 의무 사항으로 정하여 시행하고 있지만 외식업체는 어린이 기호식품으로 지정된 제과제빵, 아이스크림, 피자, 햄버거 업의 가맹점 50개 이상인 프랜차이즈 브랜드가 의무 표시 대상이며, 그 외의 업종과 브랜드는 자율 영양표시 대상이다.



장재남
프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

영양표시 인지율 및 활용률 추이('19~'21)



(자료원: 식품의약품안전처)

프랜차이즈산업연구원은 식품의약품안전처의 '외식 조리·판매 식품의 자율영양표시 확대 지원' 용역사업을 통해 다중이용시설 및 프랜차이즈 음식점에서 자율적으로 영양표시를 하는 업체를 조사한 결과, 다중이용시설은 영화관이 100%로 가장 높고, 그다음 고속도로 휴게소 60.9%, 놀이공원 51.0%, 공항시설 35.8%, 대형마트 11.8%, 백화점 8.8% 순으로 나타났다.

프랜차이즈 음식점은 2021년 기준 공정거래위원회에 등록된 프랜차이즈 브랜드 중 의무대상 69개사(68개 브랜드)를 제외한 6,073개 중 109개(1.8%)만 자율영양표시를 하는 것으로 조사됐다. 본 조사에는 스타벅스(1800개 매장) 브랜드를 포함한 수로, 2021년 기준 점포 수가 0개인 브랜드는 제외했다. 또한 2021년 점포 수는 0개이지만 2020년 점포 수가 50개 이상인 6개 업체(피자헛, 샤브썹, 카페베네, 응급식국물떡볶이, 치킨더휴, 싸움의고수)는 포함하여 결과를 도출했다.

업종별로 살펴보면 커피가 7.6%로 나타났다. 둘째는 제과제빵이 7.1%로 조사됐다. 그다음 아이스크림(5.7%), 음료(커피 외)(5.6%), 피자(4.7%), 패스트푸드(4.1%) 순으로 나타났다. 특히 한식 브랜드는 총 2190개 중 1개(0.05%) 브랜드만 자

영양성분 자율 표시 확대 필요해요



율영양표시를 하고 있으며, 중식(193개 업체)과 일식(318개 업체)은 단 한 곳도 시행하지 않고 있는 것으로 조사되었다. 결과적으로 소비자는 스스로 먹는 음식에 대한 영양정보를 충분히 제공받지 못하고 있는 것이다.

영양성분 정보 표시는 건강한 삶을 추구하는 시대 흐름에 맞추어, 소비자가 외식 상품을 선택할 때 영양정보를 직접 확인하고 스스로 선택할 수 있는 권리 보장을 위해서도 꼭 필요하다. 아울러 외식업체 측면에서는 소비자의 욕구를 파악하고, 맞춤 서비스 제공을 통해 긍정적인 이미지를 형성하게 될 것이다. 이에 따라 소비자 건강증진을 최우선으로 하는 외식 프랜차이즈 기업이라면 자율적으로 영양성분 표시를 해야 한다. **[K77]**



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

사기공화국, 그 원인은?

WRITE | 안철현

오늘은 조금 다른 이야기를 해볼까 한다. 그리고 가까운 비난을 피하기 위해 한쪽 측면을 강조한 점을 전제로 깔고 시작해보자.

이 글을 읽고 있는 독자들도 사기공화국이라는 말을 어디선가는 들어보았으리라. 우리네 정서가 빌려줬건, 투자를 했던 상대에게 건너간 돈이 되돌아와야 하는데, 그렇지 않으면 가장 먼저 떠올리는 것이 형사고소가 되어 버린다. 거의 본능적으로 감옥에 쳐 넣으면 갔던 돈이 돌아올 가능성이 높다고 느낀다. 물론 그 동안 변호사들이 한몫 했다. 필자도 “난 아 니야”라고 말 못한다.

민 사상 대여금반환청구나 손해배상청구를 할 수도 있지만 상대방을 더 압박하는 수단으로 국가공권력 즉, 수사기관에게 직접 개입해서 돈을 좀 받을 수 있도록 해달라고 민원을 제기한다. 돈을 떼먹은 놈은 나에게 돈을 갚을 의사나 능력

도 없으면서 속여서 돈을 떼먹었다고 하면서 말이다. 결론부터 말하자면 우리 수사기관이 사기죄를 너무 쉽게 인정한다는 건데, 일단 너무 쉽게 인정하는 것과 그 반대의 경우를 비교해보자.

먼저 사기죄를 너무 어렵게 인정하면 돈을 떼인 사람의 법익을 무시하거나 반대로 돈을 떼먹은 사람에게는 돈을 갚지 않아도 별 문제 없다는 인식을 주게 되어 피해자가 더 양산될 수 있다는 얘기를 할 수 있겠다. 반대로 너무 쉽게 인정하면 그야말로 사기공화국이라는 명예를 계속 짊어지게 되고, 고소남용, 수사기관의 업무과다 등등 뭐 이런 걸 떠올릴 수 있겠다.

현장에서 부딪혀 본 필자의 경험에 의하면 사기죄라는 것이 내심의 의사가 많이 개입한다는 것이 일단 문제다. 갚을 의사나 능력이 있었는지를 정교한 기계나 고도로 발전한 인공지능이 아닌 사람이 수사해서 판단하기에는 매우 어려운 영역이라는 것이 첫 번째 부딪히는 문제다.

똑같은 사안이라도 사기 친 돈으로 유능하거나 힘 있는 변호사를 사거나 그렇지 않더라도 말을 잘하거나 설득력이 뛰어난 사람 또는 사기쳐 먹는데 도가 튼 사람은 빠져나가기에 딱 좋은 영역이다. 어리숙하고, 말 주변이 없고, 순진한 사람은 반대로 걸려들 가능성이 높다. 이런 결론이 정의에 부합하겠는가?

사기죄를 쉽게 인정하다보면 수사기관은 거약을 처벌하는 것이 아니라 추심기관으로 전락하고 만다. 땀날 피고소인에게 합의하라고 은근히 협박하거나 열 받은 민원인인 고소인의 눈치를 보면서 전전긍긍하게 된다. 이래서야 쓰겠는가? 사기죄를 쉽게 인정할 경우를 다시 한 번 생각해 보자. 가해자가 사기죄로 구속되고 기소되더라도 피해자가 돈을 받을 가능성 보다는 못 받을 가능성이 더 높다. 돌려받지 못했으니 형사고소를 했는데, 가해자가 이미 다 써버려서 못 돌려줄 사정이 생긴 경우가 생각보다 많다. 가해자는 이런 경우 고소를 당하거나 구속될 수 있다는 두려움이 엄습하더라도 당장 돈이 없으니 고소를 당했다고 당장 돌려줄 가능성은 아무래도 낮을 수밖에 없다.



돈을 본의 아니게 떼먹고 구속된 사람을 만나 보면 그들 중에 “내가 정말 갚을 생각도 없으면서 남을 기망해서 돈을 떼먹었으니 처벌받아 마땅하다”고 생각하는 사람은 극히 드물다. 자신을 구속하고 유죄를 인정한 수사기관과 법원을 신뢰하지 못하고 억울해 하는 경우가 훨씬 많다. 돈을 떼먹고 폐이는 이런 일들이 일어나는 배경 중에는 인간의 욕망이 많이 개입되어 있다. 더 많은 이자, 더 많은 수익금 등등. 좀 더 점검하고 과욕을 부리지 않았어야 하는데, 이놈의 욕망이 눈 멀게 하고, 귀 먹게 만들어서 발생하는 경우가 심심찮다.

“가해자가 사기죄로 구속되고 기소되더라도 피해자가 돈을 받을 가능성 보다는 못 받을 가능성이 더 높다. 돌려받지 못했으니 형사고소를 했는데, 가해자가 이미 다 써버려서 못 돌려줄 사정이 생긴 경우가 생각보다 많다.”

과욕이나 욕망을 조금만 줄여도 우리 사회에서 사기죄 가지고 왈가왈부하는 일을 줄일 수 있다. 우리 사회가 자본주의 사회요, 자유민주주의 사회라면 우리 수사기관이 너무 앞장서서 단죄하려고 하기 보다는 좀 더 뒤로 물러서서 도저히 국가공권력이 나서지 않으면 안 되겠다는 생각이 들 때 그 때야 비로소 최후로 개입하는 것이 바람직하다. **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

프랜차이즈 경영승계와 2024년 확대되는 가업승계

WRITE | 최인용

프랜차이즈 기업의 가업승계와 경영 승계는 파격적인 세금 지원효과가 있을까?

최근 2020 중소기업 중앙회에서 조사된 중소기업 가업승계 실태 조사에 의하면 가업승계의 중요성에 대해서 중요하다고 생각하는 비중이 76.2%나 됐다. 반면 가업승계의 세금 부담의 우려(94.5%)로 인해 제대로 진행하지 못하는 경우가 있다고 생각한다. 프랜차이즈 기업은 일반 기업보다 M&A 환경도 점점 더 좋아지고 있어서 경영승계나 가업승계에서 유리한 세법규정들을 활용하여 진행할 수 있다.

자녀가 가업 경영을 승계할 의지가 없다면 세금적으로 유리한 전략은

자녀에게 물려주고 싶지만, 승계의 의지가 없다면 M&A를 통해 현금화 하는 방법도 있다. 하지만 별도의 공익 법

인을 만들어 회사의 지분을 출자하는 방법도 있다. 당장의 현금화하는 세금은 M&A 방식이 지분차익에 대해 최대 27.5%의 주식 양도 소득세를 부담하게 된다. 그리고 남은 현금에 대해서는 상속세가 부과될 수 있다.



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

01 가업승계 세부담 완화

구분	현행		개정안	
	증여재산가액(억원)	세율(%)	증여재산가액(억원)	세율(%)
증여세 저율과세구간 상향	0~10 이하	0(기본공제)	0~10 이하	0(기본공제)
	10~60 이하	10	10~60 이하	10
	60~300 이하	20	60~300 이하	20
	300~600 이하		300~600 이하	20
연부연납 기간확대	5년		20년	
사후관리 기간 업종변경 완화*	중분류 내 변경 허용		대분류 내 변경 허용	

*가업상속공제도 해당



여에 절세를 활용할 수 있는 방법이다.

가업승계는 사후관리의 연수도 2023년 7년에서 5년으로 완화되었으며, 2024년에는 업종의 변경도 완화하는 등 점차 완화하는 추세에 있다. 특히 연부연납 기간을 20년으로 확대하여 실질적으로 증여세의 부담이 있더라도, 미리 증여한 지분으로 배당이나 급여 등을 통해 장기간에 걸쳐 납부할 수 있도록 지원해주고 있다.

공익법인은 공익목적에 의한 요건을 잘 갖춘다면, 상속재산에서 차감되므로 상속의 부담이 없어진다. 그러나 인건비 등 지출항목에 대한 세법의 한도 규정들이 점차 강화되는 추세에 있다.

자녀가 경영 승계를 원한다면, 세금의 절세 혜택이 많다.

먼저 가업승계 증여는 일반적인 증여세가 30억원이 넘을 때 50%의 세금을 부담하는데 불구하고 300억원까지 10%의 세금만 부담하도록 하는 2024년 세법 개정안이 발효 중이다. 세법상 평가액이므로 회사가 커지는 것을 예상할 경우에는 10%의 세율 범위 내에서 가업승계를 준비할 수 있다. 참고로 가업상속은 상속시에 활용할 수 있는 방법이며, 가업승계는 가업승계 증여특례의 약자로 미리 사전증

가업승계를 위해서 가장 중요한 것은?

가업승계를 위해 중요한 것은 여러 가지가 있지만, 막상 가업승계를 하려고 하면, 기업내부의 관리가 안 되어 있는 경우가 많다. 비사업용 자산이 많은 경우 그 해당부분에는 일반 증여세가 적용되므로 가업승계특례의 적용이 어려울 수 있다. 또 기업가치의 평가와 미래의 전망이다. 프랜차이즈 법인은 성장속도가 매우 빠르기 때문에 주요한 시기를 놓치는 경우에는 가업승계의 가치가 크게 차이가 나는 경우가 많다.

또 차명 주식의 문제 및 대표와 배우자의 명의 문제 등으로 실제 요건의 적용이 안 되는 기업들이 많다. 이런 가업승계의 기본 요건 문제들부터 해결해 놓고 가업승계는 적절한 시기에 빠르게 진행하도록 하는 것이 바람직하다. **KFM**



이금구

노무법인 C&B 대표

한국프랜차이즈산업협회
자문위원1991년 제3회 공인노무사
자격 취득2012년 전국소상공인단체연합회
고문2015년 (사)한국소상공인단체
연합회 고문2016년 GS25, 프랜차이즈
노무관리 시스템 도입

T : 1544-8323 /

E : www.franhr.com



Korea Franchise Association Column 칼럼

무급휴업·휴직 고용유지지원금

WRITE | 이금구

고용노동부는 24년 11월 27일 무급휴업 및 휴직 시 고용유지지원금 지급기준을 개정 고시했다. 매출액, 생산량, 재고량 등의 사유로 불가피하게 고용유지조치가 필요한 사업장은 고용유지지원금을 활용할 수 있다.

1. 무급휴업·휴직 고용유지지원금이란

무급휴업 또는 무급휴직 고용유지조치 및 직업능력개발 향상 계획에 대하여 고용노동부에서 사업주 및 피보험자에게 지급하는 지원금을 말한다.

고용유지지원금의 지급대상은 경기의 변동, 산업구조의 변화 등에 따른 사업 규모의 축소, 사업의 폐업 또는 전환으로 고용조정이 불가피하게 된 사업주가 근로자에 대한 휴업, 휴직, 직업전환에 필요한 직업능력개발 훈련, 인력의 재배치 등을 실시하거나 휴업이나 휴직

으로 임금이 감소된 근로자에게 지원한다.

2. 고용유지지원금의 지급 대상

고용조정이 불가피하게 된 사업주가 그 사업에서 고용하여 고용보험 피보험자격 취득(고용보험 가입기간) 후 90일이 지난 피보험자에게 고용유지조치를 취하여 그 고용유지조치 기간과 이후 1개월 동안 고용조정으로 피보험자를 이직시키지 않은 경우에 지원금을 지급한다. 고용유지조치라 함은 근로시간의 조정, 교대제

근로 개편 또는 휴업 등을 통하여 1개월 단위의 전체 피보험자 총 근로 시간의 100분의 20을 초과하여 근로시간을 단축하고, 그 단축된 근로시간에 대한 임금을 보전하기 위하여 금품을 지급하는 경우, 1개월 이상 휴직을 부여하고 그 휴직 기간에 대하여 임금을 보전하기 위해 금품을 지급하는 경우 등이다. 즉, 매출액 감소 등 경영상 이유로 고용조정이 불가피하거나 휴업 등 고용유지조치를 통해 근로자의 고용을 유지하는 사업주 및 무급휴직 또는 현저히 낮은 법정수당을 지급 받은 근로자이다.

다만 ①1개월 미만 동안 고용되는 일용근로자 ② 경영상 이유로 사업주의 권고에 따라 퇴직이 예정된 자 ③고용보험 피보험자격 취득 후 90일이 지나지 않은 근로자 ④동일한 고용유지조치 기간에 지원금이 지급된 경우 ⑤무급휴업·휴직, 고용유지지원금과 중복하여 지급하지 않는다.

3. 고용유지지원금

① 지원한도 1일 상한액 66,000원(특별고용지원업종, 고용위기지역 중 우선지원대상기업은 70,000원), 휴업·휴직을 합하여 연간 180일(무급휴업·휴직은 총 180일)

② 휴업: 1월간 총 근로시간의 20/100을 초과하여 휴업을 실시하고 휴업수당을 지급한 사업주에게 휴업수당의 2/3(대규모기업 1/2~2/3) 지원
※ 특별고용지원업종, 고용위기지역은 휴업수당을 지급한 사업주에게 휴업수당의 9/10(대규모기업 2/3~3/4)

③ 휴직: 근로자에게 1월 이상 휴직을 부여하고 휴직수당을 지급한 사업주에게 휴직수당의 2/3(대규모기업 1/2~2/3)를 지원
※ 특별고용지원업종, 고용위기지역은 휴업수당을 지급한 사업주에게 휴업수당의 9/10(대규모기업 2/3~3/4)

④ 무급휴업·휴직: 근로자 평균임금의 50% 기준으로 심사위원회에서 결정하여 지원

4. 고용조정이 불가피하게 된 사유

2021년 7월 1일부터 2024년 1월 31일까지 기간 중 무급 휴업·휴직 고용유지조치를 실시하는 사



업주가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 고용조정이 불가피하게 된 사유로 인정한다.

① 기준 달 말일의 해당 사업의 재고량이 2019년도 월 평균 재고량에 비하여 100분의 50 이상 증가한 경우

② 기준 달의 생산량이 2019년 같은 달의 생산량 또는 2019년 월평균 생산량 중 어느 하나에 비하여 100분의 30 이상 감소한 경우

③ 기준 달의 매출액이 2019년 같은 달의 매출액 또는 2019년 월평균 매출액 중 어느 하나에 비하여 100분의 30 이상 감소한 경우

5. 무급휴업·휴직 고용유지지원금 신청

사업주가 무급휴업·휴직 고용유지지원금을 받고 자 하는 경우에는 「무급휴업·휴직 고용유지조치계획서」를 소재지 관할 직업안정기관의 장에게 제출하여야 한다. ① 매출액, 생산량, 재고량 현황 등을 확인할 수 있는 자료, ② 무급휴업의 경우 근로자 대표와의 협의 내용 및 노동위원회의 승인 경과, ③ 무급휴직의 경우 근로자 대표와의 합의 내용, ④ 고용유지조치 계획, ⑤ 고용유지조치 기간 중 근로자 직업능력개발, 향상 계획 등

사업이 일시적인 경영난을 겪는 경우 해고 등 고용조정이 불가피하다. 그러나 회사의 자산인 인력을 고용 조정하지 않고 유지하는 경우에는 무급휴업·휴직 고용유지지원금을 활용할 필요가 있다. [KFI]



루이싱커피



팝마트

중국 신유통 현장을 가다 - ①

WRITE | 노승욱 특임기자

열성 고객과 단독방 소통 '사적트래픽' 대세

지난 11월 17일 중국 베이징 귀마오에 있는 하이디라오 AI 스마트 매장. 중국의 소울푸드인 휘귀를 먹다 보면 여기저기서 팡파르 음악이 들려온다. 1시간 남짓 동안 생일을 맞은 고객을 위한 즉석 축하 공연만 세 번이나 진행됐다. 변집 연극, 스마트 주방 투어 등 다양한 볼거리, 즐길 거리도 펼쳐진다.

여기에 최근 새로운 '마케팅 무기'가 하나 더 추가됐다. 하

이디라오 매장을 방문한 고객을 단독방에 초대해 소통하는 '사적 트래픽'이다. 단독방에선 수시로 하이디라오의 할인 쿠폰이 뿌려진다. 중요한 건, 이 쿠폰이 일반 대중에게 제공되는 '공적 마케팅'과 다른 것은 물론, 100명 안팎 규모로 만들어진 다른 단독방의 쿠폰과도 다르다는 것.

하이디라오는 여러 단독방에서 각기 다른 메시지와 쿠폰을 제공하며 고객 반응이 어떻게 다른지 'AB테스트'를 해

서 좋고, 고객은 차별화된 할인 혜택을 받을 수 있어 좋다. 이런 마케팅에 힘입어 하이디라오는 올 상반기 기준 1382개 매장을 운영하며 매출 3조4000억원, 영업이익의 4000억원의 준수한 실적을 기록 중이다.

중국 비즈니스 학습 여행 전문기업 '만나통신사'의 윤승진 대표는 "코로나 팬데믹을 거치며 중국 유통업계에선 '사적 트래픽'이 대세로 떠올랐다. 중국의 카카오톡인 '위챗'의 단

독방을 이용하니 비용이 들지 않고, 브랜드나 쿠폰 마케팅에 적극적인 고객과 소통할 수 있어 수많은 브랜드가 활용하고 있다"고 말했다.

중국의 신유통 혁명이 고조되고 있다. 노숙자도 QR코드로 적선을 받는 것은 이제 화제도 아니다. 세계 500대 기업의 지역본부가 가장 많은 도시 베이징에 가서 코로나 이후 중국의 디지털 전환 현황을 살펴봤다.



윤승진 대표

- '마오타이 커피'로 부활한 루이싱커피 - 상장폐지 딛고 스타벅스 매출 추월

중국의 신유통 혁명을 보여주는 대표 사례는 '루이싱 커피'다. 코로나 사태 전에 온라인 온리(online only) 주문, 커피 배달 서비스, 4+4 마케팅(4잔 주문 시 4잔 공짜) 등으로 돌풍을 일으키며 스타벅스 대항마로 떠올랐다. 창업 18개월 만에 나스닥에 상장하는 기염을 토했지만, 분식 회계가 적발되며 상장폐지 됐다. 이후 4년, 루이싱커피가 환골탈태



하메이

했다. 새로운 경영진이 들어와 중국 바이주 대표 브랜드인 '마오타이'와 제휴, 마오타이향 커피 신메뉴를 선보여 대박을 터뜨렸다. 올해 2분기 8억5500만달러(약 1조1050억원) 매출을 거둬, 8억2200만달러(약 1조624억원)에 그친 스타벅스를 앞질렀다.

실제 베이징에서 가장 명소로 꼽히는 세무천계(世貿天階)의 한 쇼핑몰 입구에도 당당히 루이싱커피가 입점해 있다. 3평 남짓 작은 매장에서 직원 3명이 분주하게 커피를 내리며 배달과 포장으로만 영업하고 있었다. 스타벅스도 대응에 나섰다. 세계에서 유일하게 중국에서만 배달 전문 매장 '스타벅스 나우(now)'를 출점한 것. 베이징의 젊은 이들이 즐겨 찾는 산리툰을 비롯해 주요 거점 상권 마다 매장을 냈다. 10평이 채 안 되는 스타벅스 나우 매장에는 공간의 절반이 커피를 만드는 주방이고, 나머지는 라이터가 포장된 커피를 픽업할 수 있는 보관함과 서서 기다리는 대기 공간뿐이다.

**-아트토이부터 창고형 뷰티까지
-편집숍의 진화 '팝마트'·'하메이'**

키덜트족을 위한 아트토이 편집숍 '팝마트'는 블라인드 마케팅 성공사례로 꼽힌다. 아이언맨, 건담, 아톰, 귀멸의 칼날, 짱구 등 수십 여의 인기 영화, 애니메이션의 IP(지적재산권)를 사들여 캐릭터 상품을 만들어 판다. 단, 제품을 사서 열어보기 전에는 안에 어떤 캐릭터가 들었는지 알 수

없다. 소비자가 갖고 싶은 캐릭터가 나올 때까지 추가 구매를 하도록 유도한 것. 추가 구매가 내키지 않는 고객을 위해선 팝마트 전용 온라인 커뮤니티를 운영한다.

소비자는 여기서 자신이 소장한 아트토이를 자랑하고, 자신에게 없는 제품을 가진 다른 고객과 서로 사고팔며 '리셀'도 할 수 있다. 제품을 한 번 구매하고 브랜드 경험이 끝나는 것이 아니라, 오히려 제품을 구매하면서 커뮤니티에 참여하고 브랜드와 밀착된 경험을 하게 되는 구조다.

팝마트는 한때 10조원 넘는 시가총액을 달성하며 급성장했다. 올 상반기 순이익은 1000억원에 육박한다. 팝마트가 아트토이 편집숍이라면, 하메이는 '창고형 뷰티 편집숍'이다. 산리툰에 있는 매장에는 평일 오후에도 20대 여성 고객으로 붐볐다. 하메이는 국내외 화장품 브랜드의 샘플 제품을 코스트코처럼, 노출 콘크리트와 창고 형태의 공간에서 투박하게 진열해놨다.

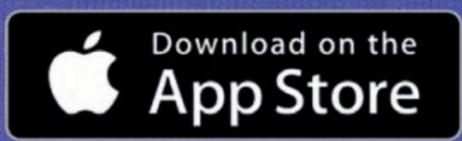
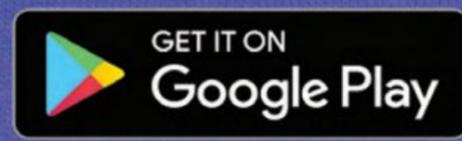
특징은 브랜드와 상품 가짓수가 매우 다양하고, 구하기 힘든 화장품 샘플도 많다는 것. 어디서나 구매하기 쉬운 베스트셀러 상품이 아닌, 희소한 상품을 판매하는 것이 특징이다. 또한 써봐야 아는 화장품 특성을 감안해 5mL 단위 소용량 샘플 위주로 판매한다. 용량당 가격을 비교하면 저렴하지 않아도 샘플이라 용량 자체가 적으니 싸게 느껴진다. 주머니가 가볍고 다양한 제품을 체험하고 싶은 MZ세대 고객에게 핫플레이스로 떠오른 배경이다. <계속>

창독

장사 어려우시죠?

프랜차이즈 대표,
맛집 사장,
다점포 점주와

1:1 상담을 통해
고수의 비법을
받아보세요!



구글플레이스토어, 앱스토어에서 '창독'을 검색해보세요!



2023년 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회 뜨거운 열기 속 성료

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 우정회(회장 김태환)와 11월 13일(월) 협회 회원사들 간의 친목을 다지고 심신을 단련하기 위한 '2023년 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회'를 경기도 용인시 골드CC에서 성대히 개최했다. 정현식 협회장은 인사말을 통해 "올해 우리 프랜차이즈 업계는 코로나19 엔데믹의 훈풍을 타고, 본격적인 매출 회복과 재도약에 큰 기대감을 가졌으나, 최근 우리 산업을 둘러싼 대내외적 환경은 코로나19 당시에 준하는 위기상황"이라고 하면

서 "업계가 한 마음 한 뜻으로 모범사례를 만들고 우리 산업에 대한 오해를 불식시킬 수 있도록 오늘 골프대회와 만찬을 준비했으니 마음껏 즐겨 주시기를 바란다"고 말했다. 지난 해 3년 만의 개최에 이어 연속으로 개최된 이번 협회장배 골프대회에는 먼 거리와 갑작스러운 추위에도 협회 회원 160명 40팀이 참여해 뜨거운 열기를 보였다. 대회 종료 후 진행된 공식만찬 행사도 초대가수 공연과 함께 시상 및 경품증정 행사로 큰 호응을 얻었다.



우승 김선우 (주)광주식품 대표



메달리스트 김태환 (주)슈퍼맨 대표



초대가수 호킴 축하공연



정현식 한국프랜차이즈산업협회장



협회 분과위원회, 가금류분과위 발족 등 회원사 결속 강화 지속



한국프랜차이즈산업협회 산하 분과위원회들이 연말을 맞아 더욱 활발한 활동을 전개하며 협회 회원사들 간의 단결과 소통 강화에 기여하고 있다.

11월 27일 협회는 협회 회의실에서 산하 분과위원회로 나명석 (주)웰빙푸드(자담치킨) 회장을 초대 위원장으로 치킨·육계 관련 업종 모임인 가금류분과위원회를 발족했다. 이날 발족식에는 정현식 한국프랜차이즈산업협회장과 나명석 위원장, 20여개 치킨 관련 업종 대표들이 참여했다. 위원들은 상호 소통과 친목을 도모하고 공정한 거래질서 관행 확립과 정책건의 협력을 위해 지속적으로 노력할 것을 다짐했다.

여성회(회장 임미숙)는 11월 28일 잠실역 인근에서 2023년 여성회 송년회를 개최했다. 여성 회원들은 한 해를 돌아보고 서로 덕담을 나누는 한편, 내년 더욱 활발한 활동으로 협회 여성회원들의 결속 강화와 활동 지원을 기약했다.

서비스분과위원회(위원장 신희성)는 10월 17일 센트럴 필라테스 강남구청점, 11월 21일 브라보퍼블릭스리스크린골프 도곡직영점을 찾아 각각 10~11월 월례회를 개최했다. 위원들은

매장을 탐방하며 성공 노하우를 서로 공유하고 소통을 강화하며 뜻 깊은 시간을 보냈다.

산악회(회장 정민섭)는 10월 21일 오대산 등반대회에 이어, 11월 17~18일 제주도에서 1박 2일 산행 모임을 개최했다. 회원들은 청명한 가을 하늘 아래 심신을 단련하며 친목을 나누고 24년에도 변함없는 활동을 다짐했다.

박람회위원회(위원장 김성운)는 제55회 IFS 프랜차이즈 창업박람회와 2023 KFA 프랜차이즈 창업박람회 부산의 성공적인 개최를 이끌었고, 글로벌진출추진위원회(위원장 이종근)는 역대 최다인 15개사가 참여한 협회 필리핀 박람회 참가지원 사업을 지원했다. 교육위원회(위원장 손석우)도 제12기 KFCEO 과정과 2023년 인적자원개발컨소시엄 교육사업이 성공적으로 마무리되는 데 크게 기여했다.

이밖에 10월 17일 10월 정기 월례회를 개최한 청강회(회장 이영채)와 경조회(회장 김광철), 협력위원회(위원장 최인용), 커뮤니케이션위원회(위원장 임영서) 등도 자체 송년모임과 협회 행사 참여를 차질없이 준비하고 있다.



대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

11월 정기월례회 및 특강

11월 14일(화) 협회 강의장에서 월례회 및 (주)제이케이파트너스 업무협약을 위한 사업설명회를 진행했다. 대구경북지회는 월 1회에 걸쳐 프랜차이즈에 도움이 되는 무료 공개 세미나와 월례회를 진행하고 있다.



2023년 하반기 교육종강

프랜차이즈 슈퍼바이저 스킬업 과정(6주 과정)이 10월 12일(목) 개강하여 11월 16일(목) 종강 일정으로, 6주 과정으로 프랜차이즈 시스템 구축 및 마케팅, 프랜차이즈 사업화 전략에 대해 교육했다. 교육생의 프랜차이즈 시스템 구축 및 마케팅, 프랜차이즈 사업화 전략을 스킬업하는 교육을 성공리에 마쳤다.



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



부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

정기월례회 개최

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 부울경지회)는 10월 17일(화) <10월 정기월례회>를 개최했다. 월례회에 앞서 리맥스코리아의 창업플랫폼 소개가 있었고, 협회의 현안과 소식을 공지했다. 11월 21일(화)에는 박람회 앞두고 부울경지회의 마지막 월례회가 개최되었으며, 많은 회원사들이 참가하여 소통하고 박람회 성공을 위해 힘을 모았다.



2023 10월, 11월 정기월례회

정기 봉사활동 진행

매월 세 번째 목요일, 부울경지회 정기 봉사활동은 9월 21일(목), 10월 19일(목), 11월 16일(목) 진행했다. 올해 초 봉사를 처음 시작하면서 걱정했던 것과 달리 매월 봉사활동이 이제는 일상이 되어있는 부울경지회 회원사들은 프랜차이즈의 선한 영향력을 전파하기 위해 더욱 노력하고 있다. 11월 중 모라 종합사회복지관과 간담회를 개최해 효율적으로 봉사활동을 할 수 있는 여러 방안에 대해 논의했다. 또 지역후원으로 연말에는 성금 전달의 계획도 가지고 있다.



2023 11월 정기 봉사활동, 2023 모라종합사회복지관과의 간담회

프랜차이즈 아시아 필리핀 2023 박람회

10월 27일(금)~29일(일) <프랜차이즈 아시아 필리핀 2023 박람회>가 WFC 총회(세계프랜차이즈협회)와 함께 필리핀 마닐라 SMX컨벤션 센터에서 개최됐다. 개최를 축하하기 위해 부울경지회 오몽석 회장과 박상용 부회장, 송창진 부회장이 참석했다. 또 오몽석 회장의 불막열삼 브랜드가 K-프랜차이즈 브랜드들과 대표로 참가하여 참관객을 만났다.



프랜차이즈 아시아 필리핀 2023 박람회

신입회원분과 정기모임

11월 17일(금)에는 <2023년 신입회원분과 정기모임>이 개최됐다. 이번 신입회원분과 정기모임에는 올해 마지막 분과모임인 만큼 많은 신입회원과 임원이 참석했다. 이제는 협회가 일상의 또 다른 활력이 되고 사업에 도움이 된다는 신입회원들의 응원과 성원에 힘입어 부울경지회는 매년 분기별로 개최하는 신입회원분과 모임을 더욱 적극적으로 추진하고자 한다.



2023 신입회원분과 정기모임

제5기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료

11월 15일(수), 제5기 부산 프랜차이즈 사관학교가 수료식이 있었다. 총 28명의 교육생 모두 수료했으며 수료식에는 부울경지회 오몽석 회장과 남구만 직전회장, 정재광 사무총장, 직전 4기 원우회 구정민 회장, 이경희 주임교수가 참석해 졸업을 축하했다. 이번 5기 역시 부울경의 끈끈한 단합을 증명하듯 졸업 이후에도 지속적으로 소통하며 함께 성장해 나가자고 다짐했다. 부산 프랜차이즈 사관학교 6기는 2024년 상반기 예정되어 있다.



제5기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료식

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

프랜차이즈 체험창업 프로그램

09월 18일(월)에는 예비창업자들을 대상으로 본 회와 함께 시행중인 <2023 프랜차이즈 체험창업 프로그램 - KFA 공동교육(부산2차)>을 실시했다. 10월 23일(월)에는 KFA 공동교육 부산 3차가 진행되었으며, 11월 23일(목)에는 <KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산> 박람회장에서 가매점주들과 함께하는 토크쇼가 특강으로 진행됐다. 해당 교육은 매월 서울과 부산에서 공동교육이 실시되고 있으며 올해는 11월을 마지막으로 내년 1월에 다시 개최될 예정이다.



2023 프랜차이즈 체험창업 프로그램 KFA공동교육(부산2차)

정기 등산 모임

10월 14일 토요일 아침에는 황령산으로 <2023 부울경지회 등산회의 10월 정기모임>이 개최됐다. 11월 11일(토)에는 해운대 장산으로 <등산회 11월 정기모임>이 열렸다. 등산회 회원 및 부울경지회 회원들이 함께 등산을 다녀왔으며 회원사들의 체력증진과 건강을 목표로 하는 등산회는 매월 둘째주 토요일에 개최되고 있다.



정기 등산 모임

KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산

부울경지회는 11월 23일(목)~ 25일(토), 벡스코 제1전시장 3B홀에서 대망의 <KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산>을 개최했다. 총 86개사 100여개 브랜드가 참가한 214부스 규모의 이번 행사에는 3일 동안 1만 2000여명의 참관객이 방문했다. 참가사들의 반응은 가히 폭발적으로 재참가율이 76%에 임박할 정도로 2024년 부산 박람회를 기대하고 있다. 또한 부울경지회에는 박람회에 참가한 참가사들과의 소통을 위해 23일(목) 개막식 이후 <네트워킹 만찬>을 개최하고 참가사들을 초대해 프랜차이즈협회 소개와 프랜차이즈 창업박람회의 비전, 참가한 브랜드 CEO들의 인사시간 등 프랜차이즈 산업 발전을 위해 함께하고 있는 참가사들과 소통하고 프랜차이즈산업인으로서의 결속력을 다졌다.



'KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산'에서 오몽석 지회장



KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산



'KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산' 개막식



'KFA 프랜차이즈 창업박람회 2023 부산' 부산참가사 네트워킹 만찬

2024년 3월 ~ 4월 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	3월 7일(목) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
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] FC 빅데이터 상권분석(기초)

기 간	3월 14일(목) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 상권 및 점포개발이론, 관련 기본지식을 학습을 통해 가맹점 입지를 설계할 수 있는 기초역량 함양

훈련내용 : 상권 및 입지분석 개념 및 프로세스, 상가건물임대차보호법, 상권 유형별 입지전략, 상권분석 데이터수집 및 프로그램 활용 기초 등

[재직자 무료교육] FC 빅데이터 상권분석(심화)

기 간	3월 15일(금) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 가맹상권분석에 필요한 정부·공공·민간기관 상권분석프로그램 및 사이트를 활용하여 실제 상권분석데이터 수집 및 분석안을 도출하는 능력 함양

훈련내용 : 빅데이터 활용 상권 모델링, 상권입지 분석, 상권분석보고서 작성 등

[재직자 무료교육] 가맹계약의 이해

기 간	3월 28일(목) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

목 표 : 가맹계약 작성 및 해석방법과 계약서 필수 기재사항 및 핵심 내용 학습을 통한 가맹계약의 효과적인 체결 및 관리능력 함양

훈련내용 : 가맹계약 및 가맹사업법, 가맹계약 조항별 검토 및 작성 실무

[재직자 무료교육] 가맹상생과 분쟁예방

기 간	4월 4일(목) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 직영점 경영분야 업무수행자

목 표 : 가맹사업 단계별 실제 분쟁사례 및 예방 방안과 가맹본부-가맹점 간의 갈등관리 및 상생 전략을 학습을 통해 가맹사업 분쟁 사전예방 능력 함양

훈련내용 : 가맹사업 분쟁예방 전략 및 상생방안, 가맹점 갈등 예방 및 협의 전략

[재직자 무료교육] 가맹점 노무관리 실무

기 간	4월 11일(목) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

목 표 : 가맹사업과 직결된 노동법 및 노무관리 실무 방법 및 최근 고용환경의 변화와 이에 대한 대처방안을 학습하여 가맹점 인적자원 관리능력 함양

훈련내용 : 가맹사업 근로환경 변화, 가맹점 노무관리 실무

[재직자 무료교육] FC 가맹영업

기 간	4월 18일(목)10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 경영기획분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 가맹점 영업전략 수립, 고객상담 전략 습득을 통한 프랜차이즈 가맹영업 능력 함양

훈련내용 : 가맹영업전략 및 스킬

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 CS

기 간	4월 18일(목)10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
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

2023.09.20~2023.12.6 신규회원 현황

구분	사업자대표	회사명	브랜드명	업태	가입일
정회원	위홍타오	한국탕화공무주식회사	탕화공무마라	외식업	2023.10.11
	이희경	(주)드림위드에프씨	갈통삼, 나이스카페인클럽	외식업	2023.10.16
	박경담	(주)책나무	책나무	서비스업(교육)	2023.11.06.
	공호식	미스앤미스터(주)	한신우동, 도나스테이, 미스터오징어, 도시농원	외식업	2023.11.10
	안성원, 이종석	(주)물과소금	수유리우동집	외식업	2023.11.16
	류지중	(주)스타몽	스타몽, 스타몽마켓	서비스업	2023.11.21
	김민길	(주)남도에프앤씨	남도술상	외식업	2023.12.04
	백승호	(주)안다에프앤비	카페잇샌드	외식업(커피)	2023.12.06
	김혁	Kama Partners LLC	Kama Partners, 캠티루이	서비스업(컨설팅)	2023.09.20
	김영태 부사장	에브리봇(주)	에브리봇 서빙로봇 워키	제조업(로봇)	2023.10.05.
협력회원	유관형	농업회사법인(주) 동촌에프에스	동촌종합주방, 동촌김치, 정미회사과게장	제조업(식품임가공)	2023.10.05
	신건철 이사	(주)포유디지털	포유디지털	제조업(스마트기기 공급)	2023.10.18
	한송이	보비에(VOVIE)	ZIPICK, VEILOFF	도소매업(패션주얼리)	2023.10.18
	조정진 본부장	켄달스퀘어자산운용주식회사	켄달스퀘어	금융업(물류창고 임대)	2023.10.19
	고종원 부사장	오택케어냉장(주)	케어냉장	도소매업	2023.10.23
	조진희	(주)오케이애드닉	오케이애드닉	제조업(간판 및 광고 제작)	2023.10.25
	오승영	(주)정우테크닉스	버디팩	제조업(플라스틱성형제품)	2023.11.06
	송요섭	(주)초록불	양복점(양고기 전문)	외식업	2023.11.07.
	이정화	120아트랩	120아트랩	도소매업(예술품)	2023.11.08
	최승일	(주)초코스페이스	초코스페이스, CSI팩토리	제조업(초콜릿)	2023.11.21
배영한	(주)네온테크	VOGLEBOT	제조업(로봇)	2023.11.24	
최경진 부사장	(주)어반에이블	바로미식, 육림원	외식업	2023.11.28	
심승렬	(주)코스모스웨이	마스케어	도소매업(위생용품)	2023.12.01	
유동윤	빛담	빛담	제조업(조명)	2023.12.05	

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

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

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

I. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

II. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

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

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

2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.

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

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

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

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

착한 K-프랜차이즈는 일·자리·상생이다

한국프랜차이즈산업협회는

‘착한 프랜차이즈’ 운동을 선도합니다.

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

‘K-프랜차이즈’의 우수성을 널리 알립니다.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

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

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

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

회원가입 신청서

정회원 협력회원

신청인 정보			
사 진 (3cmX4cm)	회 사 명	전 화 번 호	
	브 랜 드 명	휴 대 전 화 (대표자)	
	대 표 자 명	팩 스	
	대 표 자 (주민등록번호)	이 메 일 (대표자)	
회 사 주 소			
홈 페이지		업 종	
담 당 직 원	이름 :	Tel :	가 입 경 로 <input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인() <input type="checkbox"/> 기타()
계 작 정보		<input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장	출 금 일 자 매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일
회 사 명		계 작 번 호	
대 표 자 명		주 민 등 록 번 호 (사업자등록번호)	
월 납 입 액 금 원 (₩)		협 회 계 작 번 호	
<p>국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주: 한국프랜차이즈산업협회</p>			
【CMS 출금이체 약관】			
<ol style="list-style-type: none"> 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다. 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되어지며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다. 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다. 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 합니다. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다. 			
【금융거래정보의 제공 동의서】			
<p>본 신청과 관련하여 본인은 다음 금융거래정보(거래은행명, 계좌번호)를 출금이체의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지신청하는 시점까지 상기 수납기관에 제공하는 것에 대하여 「금융실명거래 및 비밀보장에 관한 긴급제정경계명령」의 규정에 따라 동의합니다.</p>			
【개인정보의 제공 동의서】			
<p>위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국 프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.</p>			
<p>모든 약관동의의 (<input type="checkbox"/> 동의 / <input type="checkbox"/> 미 동의)</p>			
<p>[관련문의] Tel)070-7919-4145 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서 [협회연락처] Tel)3471-8135-8 Fax)3471-8139 mail)jinpark@ikfa.or.kr 주소)서울시 강서구 공항대로 61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101, 102호 우)07563</p>			

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

신청일자 2022년 월 일

회 사 명 :
대 표 자 : (인)



Franchise WORLD

프랜차이즈월드
월간

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: 신한은행 140-013-361492
전화 (02)556-7889, 팩스 (02)556-5281로 받으실 주소를 알려주십시오.

광고단가 안내

*연 5회 계약시 1회 서비스 (VAT 별도)

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

광고, 콘텐츠, 구독 제안

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

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

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

창업도 온라인 광고

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

창업도,

- 누적 조회수: 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)

국가대표 식품자동포장기

Enterpack®



깔끔하게!
안전하게!
편리하게!

식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!



www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인



대표번호 031-434-9020

