

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이

프랜차이즈 월드

2015 Vol. 13

핫 이슈

고용노동부와 업무협약 체결
특허청, 지재권 관련 사업 예산집행
가맹거래법, 시행령 개정

글로벌 트렌드

해외 프랜차이즈 스토리

글로벌 브랜드

(주)대대에프씨 <꿀닭>

회원사 탐방

(주)조스푸드 <조스떡볶이>
(유)디딤푸드 <신마포갈매기>
리맥스코리아

스포트라이트

기상청, 날씨경영설명회 개최
(사)한국프랜차이즈산업협회, 산업분과위원회 발족
미리가본 6월 프랜차이즈 박람회
제33회 프랜차이즈산업박람회 성료

힐링스토리

제15, 16차 사회봉사 '강남보육원 · 영락보린원'

Special Feature

2015년, 글로벌 'K-프랜차이즈' 진출원년 선포

Special Interview

기상청장 **고윤화** 청장



社團 한국프랜차이즈산업협회
法人 Korea Franchise Association

프랜차이즈 가맹본부 CEO 및 임원의 전문성 제고와 역량강화를 위한 이론과 실무

18기 프랜차이즈 최고전문가 과정 모집

모집 요강

교육기간 : 18기 8월27일 ~ 12월3일 (15주)
교육시간 : 매주 목요일 오후 2시 ~ 7시
교육대상 : 가맹본부 대표 및 임원, 경영실무자, 가맹본부 창업 준비자
 변호사 등 가맹사업에 시너지를 기대하는 전문직업인
교육장소 : 프랜차이즈산업연구원 강의실(서초구 반포동, 논현역 4번출구)
등록금 : 2,000,000 원

모듈별 주요 과목

Module I Franchising에 대한 이해
프랜차이즈의 창업과 경영 / 국내외 프랜차이즈산업 전망과 경영전략 /
해외 프랜차이즈산업 동향 / 프랜차이즈 관련 법률 및 사례

Module II 프랜차이즈시스템 구축과 운영전략
프랜차이즈 시스템의 이해와 사례분석 / BI컨셉 도출과 브랜딩 전략 /
상품의 표준화·단순화·전문화 전략 / 효과적인 구매 및 물류시스템 /
서비스 프로세스화와 서비스 품질향상 / 상표권 및 지적재산권 /
메뉴얼에 대한 이해와 적용 / 임직원 및 가맹점주 교육·훈련 방법

Module III 가맹본부 경영과 커뮤니케이션 전략
안정적 수익구조 설계 / 효과적인 상권분석 모델링 기법 /
프랜차이즈 세무시스템 / SNS 100% 활용하기 /
조직관리 리더십과 커뮤니케이션 / 전문가과정 동문기업 투어

Module IV 슈퍼바이징과 가맹점의 생산적 Relationship
슈퍼바이징 시스템과 가맹점과의 가맹점과의 생산적 관계 구축 /
가맹점 노무관리 / 가맹점 문제점 파악 및 체크방법 /
가맹점의 점포 마케팅 전략 / 가맹점 경영수치 분석 및 성과관리 /
이미지메이킹 / 팀별 연구결과 발표 및 토론

혜택 및 특전

한국프랜차이즈산업협회 회장 수료증 수여
최고전문가과정 총 동문회 「한국프랜차이즈전문가포럼」 가입
다양한 인적네트워크 구축
국내 워크샵 및 동문기업 방문
해외 워크샵(비용별도)
강의 교재 및 실습 템플릿 제공
각종행사 참여(총동문 송년회·골프회·산악회 등)

교육 문의 및 참가신청

프랜차이즈산업연구원 (www.ifis.co.kr) 교육팀 권재두 대리
Tel) 02-2233-4777 Fax) 02-2233-8985 e-mail) rnjswoen@naver.com

사례중심의 이론교육 40% 실습중심의 실무교육 60%

▶ 프랜차이즈산업연구원 연구자료 및
컨설팅 자료 열람 ▶ 지도교수의 상담



< 입학식 >



< 워크샵 >



< 동문기업 견학 >



< 총동문회 송년회 >



< 가맹본부 견학 >

참가업체
선착순 모집

2015 제34회 프랜차이즈산업박람회

〈우리 농산물과 함께해요〉

기 간 : 2015. 6. 11(목) ~ 6. 13(토)
장 소 : 서울 서초구 양재동 aT센터
주최·주관 : (사)한국프랜차이즈산업협회
후 원 : 농림축산식품부
산업통상자원부
식품의약품안전처



국내 프랜차이즈기업의 해외 진출 도우미!! 프랜차이즈 해외 진출에 현장실무 전문인력을 양성합니다



2015 한국프랜차이즈산업협회 국비무료 “재직자과정” 교육생 모집



교육 일정

| 순서 | 과목명 | 교육기간 | 장소 | 인원 |
|----|--------------------------------|----------------------------|--------------------|----|
| 1 | 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략(1회차) | 5월11일~5월14일 (오후6시~오후10시) | 협회 교육장 (희망실) | 50 |
| | 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략(2회차) | 6월23일~6월26일 (오후6시~오후10시) | | |
| | 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략(3회차) | 9월15일~9월18일 (오후6시~오후10시) | | |
| | 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략(4회차) | 11월10일~11월13일 (오후6시~오후10시) | | |
| 2 | 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략(1회차) | 6월17일~6월18일 (오전9시~오후6시) | 협회 교육장 (희망실) | 30 |
| | 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략(2회차) | 9월3일~9월4일 (오전9시~오후6시) | | |
| 3 | 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성(1회차) | 8월11일~8월12일 (오후1시~오후10시) | 협회 교육장 (희망실) | 45 |
| | 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성(2회차) | 11월25일~11월26일 (오후1시~오후10시) | | |
| 4 | 해외 표준 외식경영 교육(1회차) | 6월2일~6월4일 (오전9시~오후6시) | 협회 교육장 (희망실) | 20 |
| | 해외 표준 외식경영 교육(2회차) | 6월2일~6월4일 (오전9시~오후6시) | | |
| 5 | 해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어(1회차) | 7월1일~7월2일 (오전9시~오후6시) | 협회 교육장 (희망실) | 30 |
| | 해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어(2회차) | 10월6일~10월7일 (오전9시~오후6시) | | |
| 6 | 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성(1회차) | 5월27일~5월29일 (오전9시~오후6시) | 협회 교육장 (희망실) | 30 |
| | 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성(2회차) | 7월14일~7월16일 (오전9시~오후6시) | | |
| | 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성(3회차) | 10월27일~10월29일 (오전9시~오후6시) | | |

문의 및 신청

(사)한국프랜차이즈산업협회 (www.ikfa.or.kr) 담당 : 김호진 사원 Tel. 02) 3471-8135~8



프랜차이즈지도사 자격전문교육과정

프랜차이즈 지도사 자격증 (제2013-0621호) 과정은 한국직업능력개발원에 등록된 민간인증 자격증으로 프랜차이즈 전문가로서 갖추어야 할 프랜차이즈 브랜드기획, 전략경영, 시스템구축,매뉴얼작성, 사업타당성 분석, 부서별 기능 및 역할 등의 전문영역을 교육하여 프랜차이즈 업계의 최고 전문가를 양성, 배출하는 프랜차이즈지도사 교육과정입니다.

주최 : (사)한국프랜차이즈산업협회 주관 : (주)한국창업경영연구소

1. 교육프로그램진행

기간 : 2015년 5월 30일 ~ 7월 25일 (선착순:50명)
(매주 토요일 13:00 ~ 19:00, 6시간, 9주)

장소 : (사)한국프랜차이즈산업협회 교육장 (서초역1번출구, 월현빌딩 B1)
* 주차는 불가하오니 양해 부탁드립니다.

2. 교육비용

등록금 : 1,200,000원 (부가세별도)
입금처 : KB국민은행, 818501-04-066666
예금주 : (사) 한국프랜차이즈산업협회
협회 회원 또는 2인 이상 10% 할인

3. 교육프로그램의 특징

1. 국내최초 프랜차이즈 인증자격증 과정(제2013-0621호) 응시기회제공
2. 프랜차이즈 컨설턴트 자격인증 부여 (사)한국프랜차이즈산업협회장 명
3. 소상공인 지도사 (제2012-0067호) 자격시험 응시기회제공
4. 컨설팅 역량강화 실무교육 참여기회제공
5. 담임교수 1:1 컨설팅 시스템 참여기회제공
6. 국내 50여 F/C브랜드 컨설팅 자료 열람기회 제공
7. 소상공인컨설팅 참여기회 제공

4. 문의 및 신청

(주)한국창업경영연구소 (www.icanbiz.co.kr)
담당 : 심현보 팀장 (icanbiz@hanmail.net)
Tel 02)959-5555 Fax 02-586-5869

(사)한국프랜차이즈산업협회 (www.ikfa.or.kr)
담당 : 우호운 대리 Tel 02)3471-8135

| 날짜 | 교육시간 | 교육과목명 | H | 교육내용 | 강사명 |
|------|-------------|-----------------|----|-----------------------|-------------------------|
| 5/30 | 13:00~14:00 | 입학식 | 1H | 오리엔테이션 | 교육운영팀 |
| | 14:00~16:00 | F/C산업의 이해 | 2H | F/C산업의 이해와 트렌드분석 | 이상헌 교수(경희대 F/C 컨설팅 MBA) |
| | 16:00~18:00 | | 2H | 가맹사업법과 정보공개제도 | 홍순재 변호사 |
| 6/6 | 13:00~15:00 | F/C 본부운영전략 I | 2H | F/C시스템의 이해와 활용 | 한규철교수 (세종대 프랜차이즈학) |
| | 15:00~17:00 | | 2H | F/C 본부의 역할과 기능 | 이상헌 교수(경희대 F/C 컨설팅 MBA) |
| | 17:00~19:00 | | 2H | F/C컨설팅 프로세스 실무 | 조준호 교수(부천대 경영학과) |
| 6/13 | 13:00~15:00 | F/C 본부운영전략 II | 2H | F/C부서별 기능과 역할 | 장승원 소장 |
| | 15:00~17:00 | | 2H | F/C운영매뉴얼 작성 기법 | 김갑용 교수(중앙대 창업대학원) |
| | 17:00~19:00 | | 2H | 가맹점 신규출점전략 | 안정훈 소장 |
| 6/20 | 13:00~15:00 | F/C 본부운영전략 III | 2H | 상권입지색인실무기법 | 박균우 소장 |
| | 15:00~17:00 | | 2H | 미스터리쇼퍼활용과 전략 | 민유식 교수(경희대 경영학과) |
| | 17:00~19:00 | | 2H | 포스를 활용한 빅데이터분석기법 | 이흥구 소장 |
| 6/27 | 13:00~15:00 | F/C 인큐베이팅 실무 I | 2H | F/C홈페이지& 기업블로그 활용과 전략 | 은종성 교수(대전대학교) |
| | 15:00~17:00 | | 2H | F/C브랜드 마케팅 전략 | 박영만 소장/교수(호서대 창업대학원) |
| | 17:00~19:00 | | 2H | F/C수준평가 대응전략실무 | 박민규소장 |
| 7/4 | 13:00~15:00 | F/C 인큐베이팅 실무 II | 2H | F/C본부의물류유통최적화 전략실무 | 김성수 부사장 (마세다린) |
| | 15:00~17:00 | | 2H | F/C본부세무운영실무 | 성해용 세무사/교수(부천대 세무회계) |
| | 17:00~19:00 | | 2H | F/C본부 노무인사운영실무 | 유영성 노무사 |
| 7/11 | 13:00~15:00 | F/C경영진단 실무 I | 2H | F/C사업계획 및 타당성 분석 | 정극재 교수/소장(서울시 창업스쿨) |
| | 15:00~17:00 | | 2H | F/C사업계획 Teamwork | 심현보 팀장 |
| | 17:00~19:00 | | 2H | F/C사업계획 조별 발표 | 이상헌 교수(경희대 F/C 컨설팅 MBA) |
| 7/18 | 13:00~15:00 | F/C경영진단 실무 II | 2H | 가맹점 운영진단 실무 | 이영훈소장 |
| | 15:00~17:00 | | 2H | 가맹점 운영개선 컨설팅 실무 | 이영훈소장 |
| | 17:00~19:00 | | 2H | 가맹점 슈퍼바이징 실무 | 이상헌 교수(경희대 F/C 컨설팅 MBA) |
| 7/25 | 13:00~15:00 | 자격시험 | 2H | 자격검정시험 | 교육운영팀 |
| | 15:00~17:00 | 수료식 | 2H | 수료식 및 시상식 | 교육운영팀 |

* 세부일정 및 강사는 변경될 수 있습니다.

프랜차이즈 월드 Vol.13

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이



- 6 윤리강령
- 9 Letter 조동민 협회장

Issue & People

- 10 News Lounge 협회 뉴스와 행사
- 16 특별인터뷰 기상청장 고윤화
- 20 핫 이슈 I 고용노동부와 업무협약 체결
- 22 핫 이슈 II 고용노동부 컨소시엄 사업 선정
- 24 핫 이슈 III 프랜차이즈 산업의 법률적진단-심포지엄
- 26 핫 이슈 IV 기맹거래법, 시행령 개정
- 28 핫 이슈 V 특허청, 지적권 관련 사업 예산집행
- 29 특별기획 2015년, 글로벌 'K-프랜차이즈' 진출 원년 선포
- 34 스포트라이트 I 기상청, 날씨경영실명회 개최
- 36 스포트라이트 II (사)한국프랜차이즈산업협회, 산업분과위원회 발족
- 38 스포트라이트 III 미리가본 6월 프랜차이즈 박람회
- 40 스포트라이트 IV 제33회 프랜차이즈산업박람회 성료
- 44 KFCEO명품 과정을 가다 KFCEO 명품과정 2기 입학식

프랜차이즈월드 Vol.13

발행일 2015년 5월

발행인 조동민 (사)한국프랜차이즈산업협회장

발행처 (사)한국프랜차이즈산업협회 서울시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩 2층

전화 02 3471 8135~8 팩스 02 3471 8139

디렉터/전략홍보팀 장민수 과장

기획/취재/편집/디자인/창업미디어그룹 월간<창업&프랜차이즈>

제판/인쇄/(주)신화프린팅코아퍼레이션

판매가 10,000원

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



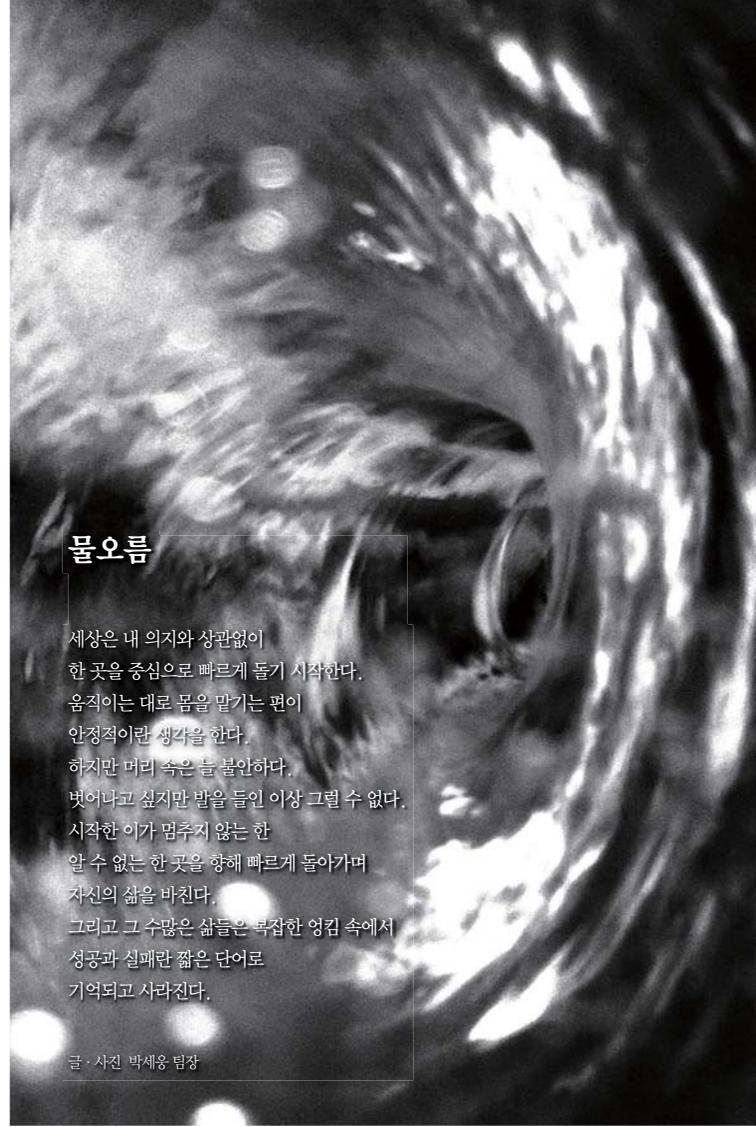
[표지 설명]
프랜차이즈와 상생

프랜차이즈 업계에 대한 사회적인 위상과 글로벌 프랜차이즈를 통한 세계화가 활발히 진행되는 가운데, 프랜차이즈 업계의 상생과 제대로된 기업마인드가 절실한 상황이다. 아울러 그 어느 때 보다도 프랜차이즈 업계의 동반성장과 함께 브랜드 가치 또한 높여 나가야 할 때이다. 국내 프랜차이즈 기업들이 함께 힘을 모으고, 나누며, 상생하고자 하는 노력을 이미지화했다.

Contents

Franchise

- 53 글로벌 브랜드 (주)대대에프씨 <꿀닭>
- 56 회원사 탐방 I (주)조스푸드 <조스떡볶이>
- 58 회원사 탐방 II (유)디딤푸드 <신마포갈매기>
- 60 회원사 탐방 III 리맥스코리아
- 62 성공기업탐방 원안원(주) 박천희 대표
- 66 글로벌 트렌드 해외 프랜차이즈 스토리
- 69 힐링스토리 제15, 16차 사회봉사 '강남보육원 · 영락보린원'



물오름

세상은 내 의지와 상관없이 한 곳을 중심으로 빠르게 돌기 시작한다. 움직이는 대로 몸을 맡기는 편이 안정적이란 생각을 한다. 하지만 머리 속은 늘 불안하다. 벗어나고 싶지만 발을 들인 이상 그럴 수 없다. 시작한 이가 멈추지 않는 한 알 수 없는 한 곳을 향해 빠르게 돌아가며 자신의 삶을 바친다. 그리고 그 수많은 삶들은 복잡한 영김 속에서 성공과 실패란 짧은 단어로 기억되고 사라진다.

글 · 사진 박세웅 팀장

Education & Culture

- 72 지상강좌 서민교 · 김선진 · 신항철 · 나희숙
- 79 그곳에가다 라오스를 가다
- 82 CEO's Library (주)아로마무역 <양키캔들> 임미숙 대표
「사색이 자본이다」

News Lounge

- 84 브랜드뉴스 회원사 행사 및 소식
- 92 Education 교육 일정
- 94 Schedule 협회 일정 및 협회장 동정 · 신규회원 가입 현황
- 97 License 슈퍼바이저 자격증 성공사례





한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2013. 03. 05

전 문

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

또한 프랜차이즈산업이 국가 신성장 산업으로 발전시키기 위해 최선을 다하며, 기업과 가맹점, 소비자가 함께 상생 할 수 있도록 협력을 도모하기 위해 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 제정한다. 이에 세부 행동 지침을 마련하여 국민건강(행복)증진과 회원사의 권익증대에 이바지 하고자 한다.

I. 기본강령

1. 국민의 건강증진 및 프랜차이즈 산업의 발전

회원은 국민의 건강증진을 최우선으로 고려하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.

2. 신뢰와 협동

회원은 상호 신뢰를 바탕으로 식품안전 및 서비스 제공의 질적 향상과 프랜차이즈 산업의 동반성장을 위하여 협력한다.

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원은 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

회원은 기업 및 가맹점, 고객과의 상생을 통한 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

II. 행동지침

1. 국민의 건강증진 및 프랜차이즈 산업의 발전

가. 회원사는 국민의 건강증진과 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.

나. 회원사는 국민의 위생과 안전을 최우선으로 생각하며, 국민 건강에 중대한 위해요소가 발생할 경우 필요한 조치를 다하여 개선하도록 노력한다.

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 상도이에 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 다하며 안전한 서비스 및 제품 제공을 위하여 최선을 다한다.
- 나. 회원사는 국민들의 건전한 감사를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.
- 다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 참여한다.

5. 동반성장을 통한 기반 마련

- 가. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.
- 나. 회원사는 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의사소통을 통해 동반성장을 이룰 수 있도록 적극 노력한다.
- 다. 회원사는 가맹점주의 운영능력 향상 및 개선을 위해 교육·훈련 등의 서비스를 지속적으로 제공한다.

Ⅲ. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

- 가. 본 윤리강령 및 행동지침의 목적을 효과적으로 달성하고, 회원사 및 고객과의 분쟁을 조정하기 위하여 한국 프랜차이즈산업협회 내에 '윤리·분쟁조정위원회'를 설치, 운영한다.
- 나. 윤리·분쟁조정위원회의 구성, 운영 및 심의 절차 등에 대한 세부 사항은 별도의 운영기준으로 정한다.
- 다. 회원사의 윤리강령과 관련한 조정 요청이 있을 경우 윤리·분쟁조정위원회는 위원회 규정에 따라 필요한 조치를 취할 수 있다.

새로운 이도전

징기스칸 전사 500인 육성 프로젝트

KFCEO 명품과정 3기 모집

산업통상자원부와 (사)한국프랜차이즈산업협회는
신성장동력 산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외 진출 및
최고경영자의 경영역량 강화를 위해
[KFCEO 명품과정] 3기를 모집합니다.

프랜차이즈 산업의 경영환경에 발맞춰
경영자들이 전략적인 비즈니스 네트워크를 형성하고,
미래에 대한 꿈과 비전을 가질 수 있도록 차별화된
[KFCEO 명품과정]을 운영합니다.

국내 최고 수준의 커리큘럼과 강사진으로 구성해
우리 산업 최고 경영자들에게 필요한 지식은 물론,
인적 네트워킹의 기회까지 제공해 한 단계 더 진일보하여
타 과정과는 차별화된 산업계 및 학계를 아우르는
최고의 K프랜차이즈 'KFCEO 명품과정' 으로 여러분을 초대합니다.
역량있는 CEO들의 많은 관심을 바랍니다.

- 교육 명 KFCEO 명품과정
- 대상 자 프랜차이즈 기업 CEO
- 모집 인원 50명 내외
- 교육 기간 2015년 9월7일~12월21일(16주간, 매주 월요일 오후 6시~오후 9시)
- 교육 비 500만원(회원사 30% 할인혜택) ※ 원우회비, 식비, 교재비, 문화행사 참가비 포함
- 장 소 서울팔래스호텔(서울특별시 서초구 반포4동)
- 주최 및 주관 산업통상자원부 · (사)한국프랜차이즈산업협회
- 홈페이지 www.edukfa.or.kr
- 문의 의 (사)한국프랜차이즈산업협회 교육원(070-7919-4170 담당자: 최성순 팀장)

‘착한 프랜차이즈박람회’ 회원사의 적극적인 관심과 참여 당부

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 3월 ‘동반상생과 나눔’이라는 슬로건으로 국내 최대 규모인 프랜차이즈산업박람회를 개최, 프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자와 상생하는 박람회로 업계 내외의 큰 주목을 받았습니다. 하지만 좀 더 많은 예비창업자와 가맹본부에게 참여 기회를 주지 못해 내심 안타까운 마음도 있었습니다. 그런 까닭에 더 많은 가맹본부와 예비창업자들을 위해 6월 박람회를 기획하고 준비하게 됐습니다.

오는 6월 11일부터 13일까지 양재동 한국농수산물유통공사(aT)에서 개최되는 제34회 프랜차이즈산업박람회는 가맹본부와의 상생을 위해 전시장을 기본부스로만 구성해 거품을 뺀 ‘착한 프랜차이즈박람회’로 거듭나도록 기획했습니다. 이는 가맹본부들의 과도한 인테리어 부스 비용 관련 부담을 경감시키고, 브랜드 간 이미지 격차를 줄여 예비창업자들로 하여금 외형이나 이벤트 보다는 내실과 내용을 보고 자신에게 맞는 브랜드를 선택할 수 있도록 하자는 취지에서 마련된 것입니다. 이번 박람회를 통해 협회는 향후 건전한 전시문화를 형성하고 올바른 창업정보 제공에 최선을 다할 생각입니다. 또한 박람회가 정보 교류의 장일뿐만 아니라 국내 농산물의 유통 활성화에 기여하도록 하기 위해 ‘우리 농산물과 함께해요’라는 부제로 프랜차이즈 가맹본부와 지자체 간 협력의 장도 마련할 계획입니다. 프랜차이즈 기업들의 적극적인 관심과 참여를 당부 드립니다.

우리 협회는 지난해에 이어 올해에도 세계 속에 우리 프랜차이즈 브랜드들을 우뚝 서게 하는데 최선을 다하고 있습니다. 특히 올해는 ‘K-프랜차이즈 해외진출 원년’을 선포하고 더욱 실제적이고 효과적인 지원을 하기 위해 노력하고 있습니다. 특허청과 함께 실시하는 ‘K-브랜드 보호 지원사업’이 그 대표적인 지원책 중 하나입니다. ‘K-브랜드 보호 지원사업’은 해외진출을 했거나 할 예정인 기업의 상표권 확보를 돕기 위해 특허청과 우리 협회가 함께 실시하는 사업으로, 총 2억 100만 원의 사업비를 투입해 침해실태조사단 운영 및 파견 지원 사업, 침해조사·행정단속 지원 사업, 컨설팅 지원 사업 등 3가지 사업을 펼치게 됩니다. 이를 통해 해외 상표권 확보에 어려움을 겪는 우리 프랜차이즈 기업들에게 큰 힘이 될 것이라고 확신하고 있습니다. 이 일에도 여러 회원사들의 적극적인 관심과 참여를 당부 드립니다.

회원 여러분, 이제 우리 프랜차이즈는 세계에서 인정받는 수준이 되었습니다. 많은 해외 국가들에게 우리 프랜차이즈에 관심을 갖고 함께 협력하는 방안을 요청하고 있습니다. 이런 때일수록 더욱 최선을 다해 기본을 굳건하게 하고, 더욱 체계적인 교육과 훈련으로 발전하는 프랜차이즈가 돼야 할 것입니다. 저는 세계 각국에서 우리 프랜차이즈 브랜드들이 큰 인기를 끌 것이라고 확신하고 있습니다. 또한 세계를 강타한 한국 문화와 드라마의 인기에 힘입어 해외진출을 활성화하고 있는 우리 브랜드들이 점차 새로운 한류의 주역이 되는 ‘K-프랜차이즈’로서 국내는 물론 해외에서도 당당하게 인정받는 그런 날을 기대하고 있습니다. 우리의 노력이 모이고 우리의 뜻이 합해진다면 불가능은 없다고 생각합니다.

이를 위해 우리 함께 더욱 열심히 뛰어 봅시다.

(사)한국프랜차이즈산업협회 회장 **조동민** 배상



NEWS LOUNGE



(사)한국프랜차이즈산업협회 · (사)한국조리학회 2015 (사)한국조리학회 제67차 정기 춘계 학술대회

(사)한국조리학회가 제67차 정기 춘계 학술 대회를 지난 5월 21일 경기대학교 서울캠퍼스 블랙홀에서 개최했다. 학술대회는 '향토 식자재 고부가가치 전략과 음식관광 활성화'라는 주제로 진행됐으며, 농림축산식품부, 한식재단, (사)한국프랜차이즈산업협회 등에서 후원했다. 산업통상자원위원회 정두언 의원과 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장의 축사로 시작된 이번 학술대회에서는 향토 식자재의 실용화에 대한 심도 있는 논의가 오갔다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 · 홍콩무역발전국 홍콩무역발전국 회의

(사)한국프랜차이즈산업협회와 홍콩무역발전국은 지난 5월 18일, 19일 양일간에 걸쳐 홍콩무역발전국 협력을 위한 회의를 가졌다. 1차는 서울 강남구에 위치한 파크하얏트호텔에서, 2차는 협회 미팅룸에서 진행됐다. 협회는 홍콩무역발전국의 이사와 한국지사 대표, (사)한국프랜차이즈산업협회의 임직원들이 참여한 가운데 국내 프랜차이즈의 홍콩 진출방안과 미래의 전반에 관해 논의했다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 · 중소기업음부즈만 프랜차이즈 분야 규제 · 애로 발굴 간담회

프랜차이즈 분야 종사자들의 부당한 처우나 피해에 대해 논의하는 음부즈만 간담회가 지난 5월 19일 음부즈만 지원단 회의실에서 열렸다. (사)한국프랜차이즈산업협회에서는 <뭇된고양이> 양진호 대표, <떡담> 임철준 대표, <신마포갈매기> 이범택 대표, (주)쵸스푸드의 이남수 부사장을 비롯해 협회 정책기획팀, 상근부회장 등이 참석했다. 이날 간담회는 '릴레이 현장소통'의 형식으로 진행됐다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 산업분과위원회 2차 회의

(사)한국프랜차이즈산업협회의 제2차 산업분과위원회 정례회의가 지난 5월 18일 팔래스호텔 스톤플레이트에서 열렸다. 회의는 오후 5시부터 1시간 동안 진행됐으며, 프랜차이즈 산업의 전반적인 동향을 공유하고, 산업분과위원회의 결속을 다졌다.



**(사)한국프랜차이즈산업협회
5월 산악회**

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 5월 16일 토요일 조동민 회장 참석 하에 임직원들이 산악회를 가졌다. 이번 산악회는 2015년 세 번째 산행으로 속리산 국립공원에 속한 도명산으로 등반했다. 도명산은 충북 괴산군 청천면 화양리에 위치해 있으며 아름다운 계곡을 안은 형상을 하고 있어 많은 사람들이 즐겨 찾는 곳이다.



**연세대학교 상남경영원
제27기 프랜차이즈 CEO과정 박기영 수석부회장 특강**

(사)한국프랜차이즈산업협회의 박기영 수석부회장이 지난 5월 16일 연세대학교 상남경영원 제27기 프랜차이즈 CEO과정에 특강 강사로 참석했다. 이번 특강은 오후 2시 55분부터 4시 10분까지 1시간 15분 가량 진행됐으며, '프랜차이즈산업현황과 협회'라는 주제로 국내 프랜차이즈 산업의 발전방향과 협회의 역할에 대해 조망했다.



**(사)한국프랜차이즈산업협회
프랜차이즈 국가별 해외진출 전략 과정**

국가인적자원개발 컨소시엄인 '프랜차이즈 국가별 해외진출 전략' 과정이 지난 5월 13일 3일차를 맞이했다. 이 강의는 프랜차이즈 해외 진출 과정에서 발생하는 시행착오를 최소화하기 위해 국가별 특이성을 반영한 맞춤형 교육으로서, 해외 전략경영 전문가를 양성한다는 취지로 진행됐다. 신청인원은 50명이고, 총 6개국에 초점을 맞춰 강의가 이뤄졌다.



**매일경제신문
제9회 대한민국 프랜차이즈 CEO 포럼**

'제9회 대한민국 프랜차이즈 CEO 포럼'이 지난 5월 12일 소공동 롯데호텔에서 개최됐다. 이번 포럼에서는 정재찬 공정위원장이 '2015년 가맹거래 정책 방향'에 대한 강연을 진행했으며, 포럼에 참석한 프랜차이즈 CEO들은 규제가 완화돼야 가맹사업이 성장하고 일자리도 늘어난다는 점을 지적했다. 행사에는 윤홍근 제너시스BBQ 회장과 조상호 SPC그룹 총괄사장, 허연수 GS리테일 사장 등 국내 대표 프랜차이즈 업체 임직원 70여 명이 참석했다.

NEWS LOUNGE



서울대학교 보건대학원 AMPFRI 총동문회장배 불우이웃돕기 자선 GOLF CHALLENGE

2015 서울대학교 보건대학원 최고경영자과정 AMPFRI는 지난 5월 11일 '총동문회장배 불우이웃돕기 자선 GOLF CHALLENGE'를 개최했다. 이날 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장의 축사로 시작된 골프대회는 오후 1시부터 오후 2시까지 1시간가량 진행됐다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 · 마카오 중소기업대표단 마카오 K-프랜차이즈 스터디 트립

(사)한국프랜차이즈산업협회와 마카오 중소기업대표단이 지난 5월 11일부터 15일까지 5일간 'K-프랜차이즈 스터디 트립(K-franchise study trip)'을 진행했다. 이번 행사는 (사)한국프랜차이즈산업협회와 마카오투자진흥국이 공동 주관했으며, 선진화된 한국의 프랜차이즈 가맹본사 방문을 통해 프랜차이즈 관련 지식을 넓히기 위해 마련된 프로그램이다.



한국유통산업연합회 유통산업연합회 총회 및 운영위원회

유통산업연합회 총회 및 운영위원회가 지난 5월 7일 한국프레스센터 프레스클럽에서 개최됐다. 이날 총회에는 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장과 황규연 산업부 산업기반실장, 신성필 유통물류과장 등이 참석한 가운데, 회장선임안, 운영규정안, 2014년 사업결과 및 2015년 사업계획, 상생모델연구 관련 사업추진 현황 등에 대해 논의했다.



(사)한국프랜차이즈산업협회 사회봉사·여성위·청년위 간담회

(사)한국프랜차이즈산업협회는 회원사 CEO들의 모임인 사회봉사위원회, 여성위원회, 청년위원회의 합동 간담회를 5월 7일 서울 서초동 협회 회의실에서 가졌다. 참석자들은 전산 시스템을 개발하기 어려운 중소 프랜차이즈 업체를 위해 협회 차원에서 관리 프로그램을 제공하는 과제와 더불어, 각 위원회의 발전 방안을 논의했다. 조동민 회장은 "프랜차이즈 사업을 하면 필요한 문서양식이 많은데 마땅한 전산 프로그램이 없어 하나씩 손으로 만드는 중소기업체가 많다"며 전산관리 공동 프로그램의 필요성을 강조했다.



**(사)한국프랜차이즈산업협회 · 한국지식전략원
특허청 종합 컨설팅 지원사업 관련 회의**

지난 4월 30일 (사)한국프랜차이즈산업협회 회의실에서 ‘특허청 종합 컨설팅 지원 사업과 관련한 회의’가 열렸다. 회의는 오후 4시부터 1시간 동안 진행됐으며, 특허청 산업재산창출전략팀 산하 한국지식전략원과 함께 ‘프랜차이즈 기업을 위한 IP융복합 과제’에 대해 논의했다.



**(사)한국프랜차이즈산업협회
제1회 유망프랜차이즈 사업설명회**

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 4월 29일 협회 교육장 희망실에서 ‘제1회 유망프랜차이즈 사업 설명회’를 개최했다. 사업설명회는 오후 2시부터 5시 30분까지 진행됐으며, 한국창업전략연구소 이경희 소장의 창업특강과 <거성치킨>, <바보스>, <불소식당>의 사업설명회로 꾸러졌다. 이날 설명회에서는 예비창업자들에게 창업에 대한 전문성 있는 지식과 프랜차이즈 산업의 미래, 전망 있는 프랜차이즈 등 다양한 정보를 제공했다.



**(사)한국프랜차이즈산업협회 · 서울시청
서울시청 에너지시민협력과 회의**

(사)한국프랜차이즈산업협회와 서울시청 에너지시민협력과는 지난 4월 28일 서울시청에서 ‘상업에너지 절약사업에 대한 지원’에 관한 회의를 개최했다. 이날 회의는 (사)한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무국장이 참석한 가운데 2시간 가량 진행됐으며, 점포 전기료 절감을 위한 예산 지원을 논의했다.



**(사)한국프랜차이즈산업협회 · (사)한국외식경영학회
제34차 (사)한국외식경영학회 춘계학술심포지엄**

(사)한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 (사)한국외식경영학회 주관하는 한국외식경영학회 ‘춘계정기 학술심포지엄’이 지난 4월 25일 국회의원회관 대회의실에서 개최됐다. ‘프랜차이즈 · 외식산업 발전방향 및 정책제안 토론회’를 주제로 열린 이번 심포지엄은 (사)한국프랜차이즈산업협회의 ‘국내 프랜차이즈산업 발전방향 및 정책대안제시’ 및 ‘연변의 한식당 운영현황 및 발전방향’, ‘2015년 외식산업 정책토론’, ‘할랄푸드 현황과 전망’, ‘한국, 일본의 외식산업 현황 및 발전방향’ 등으로 진행됐다.

NEWS LOUNGE

글로벌 프랜차이즈 포럼

한국 프랜차이즈의 글로벌 비전을 제시한 소중한 경험



(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 3월 30일과 5월 18일 서울 반포동 팔레스호텔에서 '제5차와 제6차 글로벌 프랜차이즈 포럼'을 열었다. 3월 30일에는 아코르 엠베서더 호텔 권대욱 대표가, 5월 18일에는 딜로이트컨설팅 김경준 대표와 중앙대 안유화 객원교수가 강의를 맡았다.

한국 프랜차이즈 기업 중화경제권 편입 두려워 말아야

제6차 글로벌 프랜차이즈 포럼에서 중앙대 안유화 객원교수는 '중화경제권의 부상'에 따른 한국 프랜차이즈 기업의 기회와 도전에 대해 강연했다. 안 교수는 중국 지린성 옌지시에 있는 연변대 경제학과 교수를 역임했고, 한국에서 중앙대 경영대학원 객원교수와 한국자본시장연구원 국제금융실 연구원을 하고 있다.

안 교수는 "애플과 삼성, 그리고 샤오미의 스마트폰 전쟁을 분석하면 지적재산권과 충성고객의 확보가 관건임을 알 수 있다"며 "스마트폰 산업은 중국 기업에게 주도권이 넘어갈 전망이다"지만 한국 프랜차이즈 기업은 중국 시장을 공략할 기회가 남아있다"고 말했다. 그는 "중국 사람들이 아직 한국에 대해 청결, 안전, 세련된 같은 이미지가 남아있다. 전자, 중공업, 조선, 철강 같은 제조업보다 패션, 외식, 뷰티 같은 분야를 다루는 프랜차이즈가 중국 시장에서 '롤런'할 수 있다"고 강조했다.

위대한 기업이 되려면 로마에서 배워라

한편, 제6차 글로벌 프랜차이즈 포럼의 또 다른 강연자인 딜로이트컨

설팅 김경준 대표는 '위대한 기업은 로마에서 배운다'는 주제로 영속하는 기업이 되려면 로마 제국의 운영 시스템을 배워야한다고 주문했다. 김 대표는 "프랜차이즈 업체에게 업의 본질은 플랫폼 제공에 있다"며 "위대한 기업으로 남으려면 로마를 배워야 한다. 정복으로 로마만한 강역을 이룬 민족이 많았지만 로마만큼 오래간 경우가 없다"고 말했다.

"다시 태어나듯 혁신해야"

제5차 글로벌 프랜차이즈 포럼에서 아코르 엠베서더 호텔 권대욱 대표는 자신이 기업가로 활동하면서 얻은 깨달음과 청춘합창단을 시작하게 된 계기와 진행 상황을 풀어내 참석자들의 긍정적인 반응을 이끌어냈다. 이날 참석자들은 협회 관계자들과 K프랜차이즈 명품CEO과정(KFCEO 명품과정) 1기 수료생 및 2기 수강생들이다. KFCEO명품과정은 글로벌 프랜차이즈 '칭기즈칸' 500명을 양성한다는 목표로, 한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 산업통상자원부가 후원하는 국내 최고의 프랜차이즈 관련 교육과정이다.

한보건설 사장으로 일하다가 IMF 외환위기로 그룹이 무너지는 경험을 했던 권 대표는 "그 때 회사가 워크아웃에 들어가면서 지난날을 돌이켜 봤다. 곰곰이 생각하니 나쁜 짓도 많이 했고 부끄럽게 살아왔더라"며 "다시 태어난다는 생각으로 변해야 살아남을 수 있다고 결심했다. 지금 합창단을 하는 것도 나를 근본부터 바꾸는 일의 결과물"이라고 말했다.

이정희 교수, "글로벌 포럼, 갈수록 열기 더해져"

글로벌 포럼의 좌장인 중앙대 경제학부 이정희 교수는 글로벌 프랜차이즈 포럼이 회를 거듭할수록 참여자들의 열기가 더 뜨거워지고 있다고 평가했다. 이 교수는 "글로벌한 통찰력을 기를 수 있는 자리가 되어가고 있다. 미래는 불확실하지만 역사적 경험을 통해 예측할 수 있다"며 "이웃 국가의 역사적 경험은 매우 중요하다. 중국이 급성장하고 있고 일본은 침체된 모습을 보이고 있다. 한국 프랜차이즈 기업이 중국과 일본의 상황을 면밀히 분석해 급변하는 시장 환경에 슬기롭게 대처해 나가자"고 강조했다.

중국 시장 휩쓸 '메이드 인 부산' 제품 선점할 것 (사)한국프랜차이즈산업협회, 부산지회



중국 프랜차이즈 기업인 원동력찬음그룹이 지난 5월 24일 ~ 25일까지 이틀간 국내 부산 프랜차이즈 향토 브랜드들을 대상으로 '프랜차이즈 기업 투자 설명회 및 상담회'를 가져 눈길을 끌었다. 이번 행사는 부산 토박이 프랜차이즈 브랜드 8개가 참가했으며, 설명회를 기점으로 일부 기업들이 중국 시장에 전격 진출하게 될 것으로 기대되고 있다.

중국 최대 외식 그룹, 프랜차이즈 투자 설명회 개최해

중국 최대 외식 프랜차이즈 그룹이 최고위 임원들로 구성된 방문단을 부산에 급파, 전 세계적으로 통할 '메이드 인 부산' 프랜차이즈 브랜드 선점에 나서 눈길을 끌고 있다. 중국 프랜차이즈 기업인 원동력찬음그룹은 지난 5월 24일부터 25일까지 이틀 동안 부산에서 <화통한 가족>, <꿀닭>, <불끈낙지>, <목촌돼지국밥>, <망고문스트>, <치킨커플>, <그린하노이>, <우리주방> 등 8개 지역 향토 프랜차이즈 기업들과 투자 설명회를 벌이고 매장을 방문해 화제를 모았다.

원동력찬음그룹은 채식 전문 식당인 <외관향비>, 햄버거 업체인 <베키 햄버거> 등 외식 브랜드 22개와 매장 2500여 곳을 보유하고 있는 중국 최대 프랜차이즈 기업으로, 막강한 자본력으로 현지에서 프랜차이즈 열풍을 주도하고 있다. 이 그룹의 한국 방문단은 장위 그룹 회장, 계열사 대표 등 최고위급 임원 33명으로 이뤄져 있다.

원동력찬음그룹, 부산 프랜차이즈 브랜드 우대할 것

이번 방문단은 서울, 부산 등 두 곳을 방문했으나 서울을 제쳐두고 부산에서만 '프랜차이즈 기업 투자 설명회 및 상담회'를 개최했다. 중국 내 최대 외식 그룹이 지역을 방문해 향토 브랜드를 대상으로 간담회를 가진 것은 이번이 처음이다. 원동력찬음그룹은 최근 부산 향토 프랜차이즈의 인기와 '부산에서 통하면 전국에서 통한다'는 지역 시장의 특수성을 기반으로 부산에서 인기 있는 향토 브랜드의 성공 가능성을 높이 사고 있다. 실제로 전국 빙수시장을 주도하고 있는 <설빙>, 중국 진출 첫 해에 매장 180여 곳을 열어 중국을 치킨 열풍에 몰아넣은 <치킨커플> 등 최근 들어 부산 향토 브랜드가 국내외적으로 확산되고 있다.

특히 원동력찬음그룹은 자사의 유통망을 통해 부산 브랜드를 중국에 도입할 경우 상표권 등 고유 권리를 보장하겠다는 의향을 내비칠 정도로 부산 프랜차이즈를 우대하고 있다.

(사)한국프랜차이즈산업협회 부·울·경지회 신기동 회장은 "방문단은 상담회를 가진 부산 프랜차이즈 브랜드 모두를 중국에 유통시키고 싶다고 밝혔다. 조만간 상담회에 참가한 브랜드 중 일부가 중국에 진출할 것"으로 기대한다고 밝혔다.

자료 제공 (사)한국프랜차이즈산업협회 부·울·경지회

SPECIAL INTERVIEW

고윤화 기상청장

한양대학교 기계공학과를 졸업하고 영국 리즈 대학교에서 환경공학 전공으로 석사, 대기오염 전공으로 박사학위를 받았다. 공직에 입문한 후 환경처와 환경부에서 여러 보직을 두루 거쳤으며, 환경부 대기보전국장, 자연보전국장 및 세계은행 환경자문관 등을 역임했다. 대통령직인수위원회 기후변화 및 에너지 T/F팀 전문위원과 국립환경과학원 원장, 대한LPG 협회 회장, 한국기후변화학회 회장, 한림대 초빙교수 등을 거쳐 2013년 9월 기상청장에 임명됐다.



많은 사람들이 기상청을 기상예보를 하는 기관 정도로 알고 있지만, 사실 기상청은 기상예보 등을 통해 환경 변화와 자연재해로부터 국민의 생명과 재산을 보호하는 역할 외에도 우리 일상생활과 밀접한 날씨 관련 서비스를 통해 국민과 기업의 이익 제고를 도모하는 역할도 하고 있다. 그 대표적인 사례가 지난 2011년부터 기상청이 제공하는 날씨 정보를 기업 경영 현장에 접목한 기업에 대해 인증하는 ‘날씨경영인증’ 제도다. 기상청은 앞으로 날씨경영을 좀 더 체계적으로 알리고 확산시키기 위해 빅데이터를 활용한 업종별 날씨 민감도를 파악하고 ‘날씨 민감 지수’도 개발할 예정이다. 많은 기업들이 업종별로 이를 경영에 활용할 수 있도록 하기 위해서다. 기상청은 또 그동안 축적한 다양한 자료를 토대로 현재, 그리고 미래에 대한 기상 관련 정보를 바탕으로 일상생활과 경영 현장에서 꼭 필요한 정보를 보다 실제적으로 제공할 계획이다. 고유화 기상청장을 만나 이에 대한 자세한 이야기를 들어봤다.

날씨경영은 리스크 관리는 물론 매출 증대 일석이조

“앞으로 업종별 날씨 민감 지수 개발해 맞춤형 도움 줄 생각”

4월 2일 열린 기상민감 업종 대상의 ‘날씨 경영설명회’는 시사하는 바가 큼니다. 식품, 외식, 프랜차이즈 등 기상민감 업종을 대상으로 ‘날씨경영’의 중요성을 강조하셨습니다.

날씨에 민감한 업종으로는 세탁업, 세차업 등을 생각할 수 있습니다. 대기오염, 비 등 날씨와 관련이 크기 때문입니다. 또한 외식업도 날씨와 직접적 관련이 있는 업종입니다.

이처럼 기상정보 활용 필요성이 큰 업종과 고객들을 위해 1달여 전부터 소통·협력팀을 만들어 협의하고 있습니다. 소셜미디어와 언론은 물론 메시지와 설명회 등 직접 소통도 열심히 하고 있는 중입니다.

소통을 어느 단계, 어떤 업종까지 할 것인가는 꾸준히 고민하고 있습니다. 언론도 매체 성격에 맞게 소통하고, 외식도 업종마다 그에 맞게 소통할 필요가 있다고 봅니다.

날씨경영인증은 인증신청 조직이 날씨정보를 기업 경영에 다양하게 활용해 부가가치를 창출하고 기상재해로부터 안전성을 획득했음을 인증하는 제도로, 지난 2011년 11월 도입됐습니

다. 신세계푸드 등 리딩 기업들과 일부 뜻있는 기업들이 이미 인증에 참여했으며, 현재까지 110개 업체가 인증을 받았습니다.

그러나 아직도 날씨경영인증 제도 자체를 모르는 기업도 많은 것 같습니다. 만약 몰라서 인증을 받지 못한다면 알려줄 필요가 있다는 생각에서 간담회, 설명회를 주기적으로 개최하고 있습니다.

이날 설명회에서는 기상청 차원에서 몇몇 프랜차이즈 기업의 날씨경영 사례도 소개했습니다. 기상청 차원에서 이 같은 날씨경영 사례를 발굴하고 소개하는 것은 기업경영 현장에 많은 도움이 될 것 같습니다만.

날씨와 기온은 물론 황사, 미세먼지 등 다양한 기상정보가 기업 매출에 영향을 미친다는 지적이 많습니다. 하지만 막상 정확한 정보에 입각하지 않은 경우가 많습니다. ‘황사에는 삼겹살이 좋다더라’는 이른바 카더라식 말고 정확한 기상 정보에 따라 식자재 조달을 해야 합니다. 막상 삼겹살을 먹으러 갔는데 다 떨어졌다면 어떻게 될까요. 아마도 그 고객은 다시 오지 않을

수도 있습니다. 이 같은 위기상황을 사전에 막고 정확한 정보에 의거해 올바르게 대처하는 것이 바로 ‘날씨경영’이라고 말할 수 있습니다.

개인적으로 세차업체가 게시판을 활용해 ‘24시간 이내에 비가 오면 다시 세차해준다’는 메시지를 전달했을 때 그 업체의 매출이 급증한 사례를 본 적이 있습니다. 이런 것이 날씨경영이라고 생각합니다. ‘어떤 날씨에 어떤 음식 또는 메뉴가 잘 팔리더라’라는 판단 말입니다. 특히 외식업체의 경우 식자재 준비가 매우 중요한데 그 판단에 도움이 되는 것이 바로 날씨경영이라는 사실을 이해시키고 확산시킬 필요가 있습니다. 돈가스, 우동 등을 취급하는 프랜차이즈의 경우에도 과학적 데이터에 의해 매출 제고에 도움이 됩니다. 이 같은 사례 전체가 모이면 그 규모와 가능성은 그야말로 엄청나다고 할 수 있을 것입니다.

기상청이 특별히 날씨경영에 대해 앞장서 홍보 및 소개를 하는 이유는 무엇입니까.

기상 및 날씨 관련 각종 예보·정보를 생산해서 신문·방송 등에 제공하던 일방적인(one-side)



정보를 보고 준비하던 정도에서 이제는 좀 더 과학적인 방법과 접근, 데이터에 의해 사전에 미리 준비하고 대응하는 단계로 발전하고 있습니다. 날씨경영만 해도 그전까지는 항공, 해운, 건설사 등에서 리스크 관리 차원에서 도입하는 정도였습니다. 하지만 최근에는 매출 증대를 위해 날씨경영을 도입하는 경우가 늘고 있습니다. 따라서 앞으로는 리스크 관리와 매출 증대 두 가지 과제를 동시에 충족시키는 날씨경영을 해야 합니다.

기상청은 날씨예보의 일방적 전달 위주에서 소비자의 니즈에 맞게 온도, 강수 등 적합한 정보를 제공하는 헬퍼(helper) 역할을 맞춤형으로 할 예정입니다. 사실 지역적 특성, 업종별 특성과 유통 과정 등에 따라 날씨 민감도가 다를 수밖에 없습니다. 숙박·관광업만 해도 비가 오면 매출이 급감합니다. 이 경우 50% 할인 제공 등의 프로모션을 통해 매출을 제고하는 방안을 생각해 볼 필요가 있습니다.

외국의 경우 날씨 파생상품이 발달했습니다. 축제나 특정일에 일정한 조건을 거는 보험 종류의 파생상품이 특히 많습니다. 또 작황과 관련해 곡물회사에서 주요 농작물의 출하 시기를 조절하면서 그를 날씨경영에 활용하는 경우가 많습니다. 생각에 따라 매우 다양한 아이디어 상품이 나올 수 있다고 봅니다. 우리나라는 아직 그 수준이나 인식이 저조하지만 기상청이 그런 인식을 부업하려고 하는 것입니다. 어쩌면 외식 프랜차이즈가 첫 번째 시도가 될 수 있습니다.

기상청장으로서 평소 가장 중요하게 생각하시는 바가 궁금합니다. 아울러 2015년 가장 중점적인 추진사항으로 생각하시는 것이 있다면 말씀해주세요.

날씨경영은 긍정적인 부분이 많은 정도가 아니라 100%입니다. 앞서 언급한 것처럼 날씨경영 초기단계는 날씨와 상관관계를 알고 기업경영에 반영하는 정도이지만 만약 다른 분야와 융·복합한다면 더 효과적이고 고도화될 것입니다. 예를 들어 소셜이벤트와 연계된다면 그 효과는 엄청날 것입니다. 이른바 몇 천만 원 투입으로 몇 백억 원의 이익을 얻을 수 있는, 그런 것이 바로 날씨경영입니다. 날씨경영은 비단 큰 기업이나 공공기관, 지방자치단체 등만 받을 수 있는 것이 아닙니다. 소상공인도 가능합니다. 프랜차이즈의 경우 POS에 로딩하기만 하면 됩니다. 각종 정보는 기상사업자가 제공합니다. 현재 나들가게가 소상공인시장진흥공단과 협약을 맺고 전국의 7000개 업소에 날씨경영을 도입, 각종 날씨정보를 POS를 통해 제공받고 있습니다.

올해는 고도화 작업을 진행할 예정입니다. 최근 날씨경영의 확산을 위해 빅데이터팀에 업종별 날씨민감도를 파악하라고 지시했습니다. 해운, 운송, 세탁, 세차 등 날씨민감도가 높은 업종이 있습니다. 프랜차이즈업종의 날씨민감도도 분석하면 향후 접근 및 지원이 더욱 쉬울 것입니다. 그걸 토대로 과학적 접근을 하면 되기 때문입니다. 이외에도 '날씨 민감 지수' 개발 등도 검토하고 있습니다. 프랜차이즈업계와 그 다음을 생각하고자 합니다. 쉽게 말한다면 날씨와 제품의 상관관계, 예를 들어 앞서 언급한 삼겹살이 날씨에 따라 얼마나 많이 또는 덜 팔리느냐를 분석하는 것입니다.

기상청은 빅데이터를 잘 활용하고 있으며, 활용할 수 있는 기관일 것 같습니다.

사실 기상청의 빅데이터 활용 사례는 이제 시작하는 단계입니다. 하지만 기상청에는 100년이 넘는 날씨자료가 쌓여 있습니다. 뿐만 아니라 온도, 습도, 바람, 구름 등 각종 레이더 및 인공 위성 자료도 갖고 있습니다. 이들 안에는 여러 가지가 숨어있죠. 한마디로 빅(Big) 데이터입니다. 기상청은 현재 날씨예보와 함께 기존 자료를 활용한 정보 제공 두 축을 핵심적으로 추진하고 있습니다. 2010년 전력 부족으로 인한 블랙아웃(대규모 정전 사태)이 발생하기도 했는데, 예측을 정확하게 했다면 예방이 가능했을 것입니다. 전력사용에 대한 분석 결과 온도보다 불쾌지수가 더 상관관계가 높았으며, 조도 등도 상관성이 높았습니다. 이 같은 자료를 활용했다면 전력수요 오차를 크게 줄일 수 있는데 그렇게 하지 못한 측면이 있습니다.

뿐만 아니라 오징어 어장 예보도 가능합니다. 오징어배가 어디에서 조업할 것인가를 결정할 때 기상청이 갖고 있는 해수온도 데이터와 과거 어장별 어업량 등 조업 관련 빅데이터를 활용해 어장 형성을 예측하는 것입니다. 이는 리스크를 줄이는 것이 될 수 있습니다. 실제로 이에 대한 서비스 시스템을 수협, 수산과학원과 함께 구축했습니다.

밀, 옥수수, 콩 등 작황정보도 마찬가지입니다. 일반적으로 작황정보의 경우 곡물회사에서 자의적 정보를 제공한다는 문제점이 있습니다. 하지만 국가 식량 안보 차원에서 가격정보와 링크된 정보를 제공할 필요가 있다는 판단에서 양파 등 작황 정보는 농산물유통공사에 제공하고 있으며, 관광공사와도 협업을 하고 있습니다.

기상청은 다른 기관들을 서포트하는 기관이지만 기상청이 아니면 할 수 없는 것들이 있습니다. 이를 기상청에서는 다른 기관들과 함께 할 생각입니다. 기류 정보, 전망 등도 같이 해야 합니다. 외국도 협업이 대세입니다. 우리나라는 협업과 동업이 잘 되지 않는 경향이 있습니다. 미국이 협업이 잘 되는 것은 아주 투명하기에 가능한 것이며, 100% 공개하고 서로 믿는 신뢰 관계만 된다면 얼마든지 우리나라도 가능합니다.

평소 직원들에게 강조하시는 바가 있다면 무엇인지요?

첫째도, 둘째도, 셋째도 소통을 강조합니다. 기상청은 서비스가 가장 중요한 기관이므로, 타 부처는 주고받는 관계이나 기상청은 그렇지 않습니다. 철저하게 서비스 기관입니다.

미국 기상청을 National Weather Service 라고 합니다. 이름에 '서비스'라는 단어를 넣으면 어느 정도 서비스 마인드가 높아질 것입니다. 그래서 우리가 '기상서비스진흥국'으로 바꾸는 방안을 추구하기도 했습니다. 기상청 서비스에 대한 고객만족도 조사는 항상 80% 선입니다. 기상예보가 100% 정확하다면 100%가 되겠지만 이는 불가능합니다.

사실 개인적으로는 이 정도를 맞춘다는 게 경이롭기까지 합니다. 기상예보에는 고려해야 할 변수가 많기 때문이죠. 화산폭발만 해도 해당 지역뿐 아니라 전 세계 기상에 영향을 줍니다. 캘리포니아 산불도 마찬가지입니다. 강수 예보 정확도의 경우 92~93%인데 최대치가 94~95% 선입니다. 당연히 개선은 더 어려울 수밖에 없죠. 그러다보면 확률정보를 함께 제공하는 것도 방법이죠. 앞으로 협의할 부분입니다.

지금까지는 TV 기상 캐스터가 제공하는 식으로 일방적 전달 위주였다면 앞으로는 바람·일조량과 농사짓는 사람과의 연관성 등 생업 관련 정보 제공이 필요합니다. 앞으로 이런 서비스를 잘 하고자 합니다. 더운 날씨에는 비닐하우스에 들어가는 것이 위험하다는 등 일상에서 필요한 정보도 제공할 계획입니다. 아울러 어디에서 연결과 소통이 안 되는지 확인해 이어지도록 하려 합니다. 그런 시스템과 사회안전장치까지 하는 것이 진정한 서비스가 될 것입니다.

바둑을 매우 좋아하시는 것으로 알고 있습니다. 바둑을 통해 얻을 수 있는 조직 관리나 경영, 삶의 지혜가 있다면 무엇입니까?

바둑은 어렸을 때 배웠습니다. 인생살이에 많은 도움이 되고 있습니다. 살면서 각종 전술·전략을 선택하거나 의사결정 및 판단을 할 때 큰 도움이 됩니다. 이른바 '수 읽기'라는 방법은 정책 발표 시 국민들의 반응을 읽는데도 유용합니다. 또 바둑을 통해 절차, 과정 등을 미리 예측하고 시나리오를 만드는 데도 도움을 받았습니다. 한

마디로 배우는 게 정말 많습니다.

앞으로의 계획이 있다면 말씀해주시고.

오랜기간 환경부에서 근무하다 기상청에 와서 정말 많이 배웠습니다. 예전에는 앞으로 기회가 된다면 '환경의 질 제고에 기여하고 싶다' 또는 '젊은이들에게 그동안의 경험을 전달하며 자유롭게 가르치고 싶다'고 생각했습니다. 그런데 기상청에 오니 날씨가 생각보다 폭넓은데도 못 보고, 못하고 있었으며, 알라도 조직 등의 문제도 하지 못하는 것도 있었다는 것을 알게 됐습니다. 30년 공직생활보다 1년 7개월 기상청장 기간이 더 많은 깨달음을 얻고 있다. 앞으로 좀 더 기여할 수 있는 것이 있겠다고 생각하고 있습니다.

기상청장은 임기가 정해져 있지 않기에 그날그날 최선을 다해 서비스 시스템을 발전시키고, 대외소통을 좀 더 잘 하도록 하는데 노력할 생각입니다. 특히 지금까지 못했던 것을 발굴하고 개선하고 싶은 바람도 있습니다. 사실 내부에서는 잘 보이지 않아도 외부적 시각에서 보면 보이는 것도 있습니다. 기상청장으로서 이런 시각에서 서비스 시스템을 획기적으로 개선했는데, 제게 주어진 소명을 잘 감당해 나갈 생각입니다. 기회가 된다면 프랜차이즈업계도 돈 많이 버는 시스템 개발을 지원하고 싶습니다.(웃음)

프랜차이즈업계에 바라는 바가 있다면 말씀해주시고.

날씨와 직종이 연관 있다면 기상청이나 기상산업진흥원에 접촉을 해주면 좋겠습니다. 지원할 수 있는 예산도 일부 있으며, 중기청, 중진공, 소상공인시장진흥공단 등 외부기관을 통해 지원도 가능합니다. 일단 접촉하면 조금이라도 도움이 됩니다. 적극적으로 도울 것이며, 방문 상담 시스템도 갖춰져 있습니다. 적극적인 이용을 당부 드립니다.

말씀 감사합니다.

글 나홍선 부장 사진 박세웅 팀장



(사)한국프랜차이즈산업협회, 고용노동부와 업무협약 체결

시간선택제 일자리로 고용 창출, 산업재해 예방으로 고용의 질 높여

(사)한국프랜차이즈산업협회는 5월 11일 오후 6시 서울 반포동 팔래스호텔 다이내스티홀에서 고용노동부와 업무협약을 맺었다. 주요 내용은 시간선택제 일자리를 확산하고, 기초 고용질서를 준수하며, 산업재해를 줄이고자 상호 협력한다는 것이다.

프랜차이즈 업체들이 사회적 책임 다하도록 유도

이날 협약식에서는 프랜차이즈산업협회를 대표하는 가맹본부 CEO 50여 명이 참석해 협약 내용을 실천하고 전국적으로 확산해 나가겠다고 다짐했다.

(사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 “국내 프랜차이즈 산업은 지난해 기준으로 가맹본부 3482개, 브랜드 4288개, 가맹점 19만 4199개, 직영점 12만 869개로 크게 성장했고, 종사자수가 130만 명을 넘어섰다”며, “1개 브랜드 창업으로 평균 417명의 고용창출 효과가 있는 고용친화적 산업으로 자리매김했다”고 말했다.

그는 “금년 협회의 운영방향은 국내의 일자리 창출, 동반성장과 상생을 위한 나눔 실천인 만큼 이번 업무협약을 계기로 근로조건 개선과 기초고용질서 준수 및 안전사고 예방 등의 사회적 책임을 다하겠다”고 덧붙였다.

고용노동부 이기권 장관은 “업계 특성상 영업점 한 곳의 잘못이 전국 가맹점으로 파급되어 이미지에 큰 타격을 입을 수도 있지만, 좋은 사례를 빠르게 퍼트릴 수 있는 이점도 있다”며 “프랜차이즈산업협회와 가맹본부가 앞장서 시간선택제 일자리를 만들고 기초 고용질서를 준수하길 바란다”고 말했다. 또한 이 장관은 “신속배달도 중요하지만 근로자의 안전을 먼저 생각하는 성숙한 고용문화를 전국 가맹점으로 확산시켜 나가달라”며 적극적인 협조를 당부했다.

한국프랜차이즈산업협회는 이번 협약을 계기로 근로기준, 산업안전, 일자리 등 3개 분야에서 구체적인 실천방안을 마련해 고용노동부와 다각적인 협력을 강화해 나가기로 했다.

첫째, 3대 기초고용질서 준수에 대한 인식 확산을 위해 관련 제도 안내·상담과 함께 표준근로계약서, 사업주 준수사항 안내서 등을 보급하기로 했다. 둘째, ‘안전·행복 프랜차이즈 인증’을 적극 실시하고, ‘이륜차 안전배달 가이드’를 보급하는 등 프랜차이즈 업계에 안전문화가 확산될 수 있도록 프랜차이즈 맞춤형의 다양한 안전 콘텐츠도 제공한다. 셋째, 단기 아르바이트 일자리를 기본적인 근로조건이 보장되고 고용이 안정된 시간선택제 일자리로 전환할 수 있도록 컨설팅 및 근로조건 개선에 따른 인건비 등을 중점 지원한다.

일부 업체와 가맹점이 물 흐리지 않도록 협력

(사)한국프랜차이즈산업협회와 고용노동부가 기초고용질서 확립을 위한 노력을 함께 하기로 한 이유는 중대형 프랜차이즈 기업에서도 일부 가맹점이 기초고용질서를 지키지 않기 때문이다. 얼마 전에는 외국계 대형 패스트푸드 프랜차이즈 기업에서 이른바 ‘껌기’ 논란이 있었다. 껌기는 근로계약서 등을 통해 정해진 노동시간이 있음에도 강제로 ‘조퇴’를 시키거나 늦게 출근하도록 하는 것을 말한다. 시간당 임금을 받는 근로자들은 강제로 조퇴하거나 늦게 출근하게 되면 그만큼 적은 돈을 받게 된다. 그래서 시간제 근로자들의 단체인 이른바 ‘알바노조’가 해당 프랜차이즈 기업의 행위에 항의하는 집회를 열어 주목받았다.



1, 2 협약식에 참석한 (사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장(오른쪽)과 고용노동부 이기권 장관
3 조동민 회장이 업무협약의 취지를 설명하고 있다



한편, ‘초치기’라고 부르는 오토바이 배달사원에 대한 업체의 횡포도 논란거리다. 한 대형 패스트푸드 프랜차이즈 기업에서는 배달사원이 오토바이를 타고 출발할 때 스톱워치를 누르고 복귀할 때까지 시간을 켜 것이 드러났다. 일정 시간 안에 돌아오지 않으면 근무평점을 나쁘게 주겠다고 압박했다고 해당 업체의 배달 사원들이 폭로했다. 심지어 가맹본부가 가맹점끼리 경쟁을 부추겼다고 이들은 주장했다. 겉으로는 배달사원들에게 각종 안전장비를 착용하도록 의무화해 소비자들이 안심하게 해놓고, 내부적으로는 위험한 곡예운전을 강요했던 것이다. 이밖에, 근무 중에서 사고가 나서 다치게 되면 산재처리가 필수임에도 불구하고 상당수 영세한 업체에서는 산재처리를 기피하고 있어 문제가 되고 있다. 심할 경우에는 산재처리는 커녕 위로금도 제대로 받지 못한 채로 개인적인 비용을 들여 치료받기도 한다. 이처럼 이번 협약식은 기초고용질서를 지키지 않는 일부 업체들과 가맹점 때문에 브랜드 전체의 이미지가 훼손되고 프랜차이즈 산업에 나쁜 영향을 줄 수 있다는 우려를 씻어줄 것으로 기대된다.

글 최윤영 기자
사진 박세웅 팀장

(사)한국프랜차이즈산업협회, 고용노동부 컨소시엄 사업 선정

재직자 위해 국가별 해외 진출전략 무료강의 개설

건전한 프랜차이즈 사업문화 정착을 위해 노력하는 (사)한국프랜차이즈산업협회가 고용노동부 지원사업의 컨소시엄 사업자로 선정됐다. 전략분야 인력양성사업 교육운영기관이라고 해서, 교육시스템이나 교육시설이 열악한 중소기업 재직자에게 상대적으로 형편이 나은 대기업이나 기관이 관련 자원을 나눠주는 역할을 하게 된다. 프랜차이즈산업협회는 이번 기회를 이용해 프랜차이즈 업체 재직자들이 차세대 성장동력이 되도록 도와줄 생각이다.

글로벌 프랜차이즈 인력 육성

(사)한국프랜차이즈산업협회(회장 조동민)가 프랜차이즈 업체의 해외진출을 돕고자 재직근로자를 대상으로 무료강의를 진행한다. 프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 국가별 해외 진출전략 무료강의 6개를 개설해 서울 서초동 협회 교육장에서 진행한다. 강의 이름은 '프랜차이즈 국가별 해외진출 전략', '글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략', '프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성', '해외 표준 외식경영 교육', '해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어', '해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성'이다. 해당 강의는 오는 27일부터 10월 29일까지 번갈아 열리며 강의에 따라 2회에서 4회까지 진행된다. 같은 이름의 강의는 내용에 큰 차이가 없고 강사만 달라질 수 있으므로, 이왕이면 다른 이름의 강의를 수강하는 것이 좋다고 협회 측은 밝혔다. 자세한 교육일정은 협회 홈페이지(ikfa.or.kr)에서 살펴볼 수 있으며 추가 문의는 02-3471-9135~8로 하면 된다.

다수의 프랜차이즈 기업이 참여 예정

강의 대상은 국가인적자원개발 컨소시엄 사업의 협약기관(회원

사) 재직자로, 개인 자격으로 수강할 수는 없다. 하지만 협약기업으로 등록하는 과정이 간단하고 비용이 들지 않으므로, 원하면 언제든지 강의를 수강할 수 있는 길이 열려있다.

이번 무료강의는 대기업이나 기관이 중소기업과 공동훈련협약을 맺고 컨소시엄을 구성해 훈련 및 연수시설을 제공하도록 지원하는 정부 방침에 따른 것이다. 정부는 공동훈련에 필요한 각종 인프라와 훈련비용 일부를 지원한다.

해당 사업은 교육 프로그램이나 교육시설을 갖추기 어려운 중소기업에게 지속적이고 체계적인 인적자원개발을 하도록 배려하는 목적으로 만들어졌다. 기존에 대기업이 우수한 인재를 확보하고자 때로는 중소기업의 인력을 끌어갔다던, 이제부터는 중소기업과 함께 인재를 양성하는 상생의 생태계를 만들어보자는 취지다.

프랜차이즈산업협회 한상만 상근부회장은 "우리 협회가 국가인적자원개발컨소시엄 운영 규정에 따라 전략분야 인력양성사업 교육운영기관으로 선정되었다"며 "아시아 6개국에 대한 최고의 전문가들이 양질의 교육을 제공할 예정이므로 많은 참여 바란다"고 말했다.

〈 교육훈련 일정 〉

| 순서 | 과목명 | 교육 일시 | 인원 |
|----|--------------------------------|-------------------------|-----|
| 1 | 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략 (1회) | 5월 11일~14일 18:00~22:00 | 50명 |
| | 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략 (2회) | 6월 23일~26일 18:00~22:00 | |
| | 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략 (3회) | 9월 15일~18일 18:00~22:00 | |
| | 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략 (4회) | 11월 10일~13일 18:00~22:00 | |
| 2 | 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략 (1회) | 6월 17일~18일 09:00~18:00 | 30명 |
| | 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅 전략 (2회) | 9월 3일~4일 09:00~18:00 | |
| 3 | 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성 (1회) | 8월 11일~12일 13:00~22:00 | 45명 |
| | 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성 (2회) | 11월 25일~26일 13:00~22:00 | |
| 4 | 해외 표준 외식경영 교육 (1회) | 6월 2일~4일 09:00~18:00 | 20명 |
| | 해외 표준 외식경영 교육 (2회) | 8월 25일~27일 09:00~18:00 | |
| 5 | 해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어 (1회) | 7월 1일~2일 09:00~18:00 | 30명 |
| | 해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어 (2회) | 10월 6일~7일 09:00~18:00 | |
| 6 | 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성 (1회) | 5월 27일~29일 09:00~18:00 | 30명 |
| | 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성 (2회) | 7월 14일~16일 09:00~18:00 | |
| | 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성 (3회) | 10월 27일~29일 09:00~18:00 | |

〈 협약체결 기업 〉

(기준: 캐나다순)

(주)2i포스, (주)8푸드, (주)가업에프씨, (주)고향에프에스, 교촌에프앤비(주), (주)굿투비, (주)금탑프랜차이즈, (주)김가네, (주)꼬레뱅보나 베띠, 나루가온에프앤씨(주), (주)놀부, (주)다도글로벌, (주)대대에프씨, (주)대호가, (주)담인, (유)디딤푸드, 디비에프앤비, 디자인쿱박스, (주)디포인덕션, (주)라이스파이, (주)레드버킷, (주)레비스인터내셔널, 주식회사 레쎌, 리맥스코리아, (주)마세다린, (주)맥스원이링크, (주)뭇뎀고양이, 무봉리토종순대국체인사업본부, 주식회사 바른식, (주)바인에프씨, (주)벨킨스, (주)보드람씨앤알, (주)보하라, 본아이에프(주), (주)빅토리어스, 사과나무(주), (주)산너머남촌, 삼성수산, (주)새아침, 서울디자인먼트, (주)세나클, (주)스마트원힐링스파, (주)스카 이씨엔에스, 스트릿츄러스, 신라외식개발, (주)씨웍스엠앤씨, (주)아로마무역, (주)아메리카요가, 알파(주), (주)압구정, (주)에플앤유, (주)아들리에에프앤씨, (주)양샘, (주)에땅, (주)에스앤큐플러스, (주)에스에프씨, (주)에스엘에프앤비, (주)에쓰와이프랜차이즈, 연두커피인터 내셔널(주), (주)영원외식산업, (주)오니규, (주)용마을, 원앤원(주), (주)웰빙을만드는사람들, (주)위두, (주)이노티, 이레푸드시스템주식회 사, (주)이바돔, (주)이삭, (주)이수푸드빌, (주)이연에프앤씨, (주)이지코퍼레이션, (주)인토외식산업, (주)일동인터내셔널, (주)일승식품, (주)장수산업, 장수에프앤비(주), (유)전라도푸드에프앤씨, (주)정도너츄, (주)정명라인, (주)제이앤티, (주)제이엔터프라이즈, (주)좋은나라, (주)쥬스푸드, 주인프레너스, (주)지호, (주)짐월드, (주)창구에프씨, (주)창화당, (주)채선당, (주)치어스, (주)커브스코리아, (주)크린토피아, (주)태종에프디, (주)태풍에프앤비, (주)토마토디앤씨, (주)팀웍앤비, (주)파리크라상, (주)알에이치에프앤비, 프린터온(주), (주)하나아이엔 디, (주)한스앤컴퍼니, (주)해리코리아, 해마로푸드서비스(주), (주)해피푸드, (주)핸디피어, (주)호경에프씨, (주)효소원, (주)후스타일

[2015년 4월 기준]

“영업지역 및 동일업종 범위 구체적 제시 바람직”

제11회 프랜차이즈 법률 심포지엄...가맹본부 · 가맹점사업자 입장 토론



(사)한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 (주)프랜차이즈산업연구원이 주관하는 제11회 프랜차이즈 법률 심포지엄이 지난 3월 24일 오후 2시부터 충무아트홀 컨벤션홀에서 개최됐다.

올해로 11회를 맞는 ‘프랜차이즈 법률 심포지엄’은 프랜차이즈 산업에 있어 갈수록 그 중요성이 커지고 있는 법률적 이슈들을 중심으로 개최되는 국내 최고의 프랜차이즈 법률 관련 행사다. 이번 심포지엄은 특히 가맹본부와 가맹점사업자 간의 법률적 해석에 대한 견해 차이가 큰 이슈들을 중심으로 각 입장을 대변하는 법률전문가들의 발표와 토론이 진행돼 관심을 끌었다.

가맹본부와 가맹점사업자 간 합의점 도출 계기

제11회 프랜차이즈 법률 심포지엄은 각각의 이슈별로 법률전문가들이 가맹본부와 가맹점사업자를 대변하는 입장에서 의견을 발표하고, 이어 질의 및 응답을 통해 합의점을 모색하는 방식으로 진행, 가맹본부와 가맹점사업자가 서로의 입장을 이해하는 단초를 제공할 수 있었다는 점에서 의미있는 시간이었다.

실제로 참석자들도 동일업종의 범위와 계약 종료 후 경업금지 등 현실에서 다툼이 많이 발생하는 중요한 이슈들에 대해 서로 입장이 다른 가맹본부와 가맹점사업자로 나뉘 진행된 법률전문가들의 발표와 토론이 큰 도움이 됐다고 평가했다.

한상만 상근부회장은 인사말에서 “가맹본부와 가맹점사업자 모두 겪는 법률적 문제를 논의하는 법률 심포지엄을 통해 법률적 해석 차이로 빚어지는 오해를 해소하는데 큰 도움이 될 것으로 기대한다”고 말했다.

한 부회장은 이어 “협회 차원에서도 이 같은 행사를 많이 주관하려고 하는데 막상 섭외가 쉽지 않은 경우가 많은데 프랜차이즈산업연구원에서 이렇게 좋은 기회를 만들어줬다”며 “이 자리를 빌어 장재남 원장 외 모든 직원들의 노고에 감사드린다”며 프랜차이즈산업연구원의 노

고를 치하했다.

장재남 원장도 인사말을 통해 “프랜차이즈산업협회의 전폭적인 지원이 있었기에 가능했다”며 협회에 감사의 뜻을 밝혔다.

장 원장은 이어 “과거 미국에서 법률 심포지엄에서 1000여 명의 변호사들이 모여 사흘간 프랜차이즈 분야의 법률적 이슈에 대해 뜨거운 논쟁을 벌이고, 그런 연구들이 연방정부 및 주 정부에 반영되는 것을 보면서 이게 미국의 저력이구나라는 생각을 했다”며 “국내 프랜차이즈 역사는 정부 주도 하에 가맹점사업자 입장만을 대변하는 측면이 있는데, 가맹본부와 가맹점사업자는 물론 법률전문가들이 함께 고민할 때 프랜차이즈산업의 질적 성장에 기여할 것이라고 믿는다”고 말했다.

장 원장은 끝으로 “오늘 4개 주제에 대해 각각 입장을 나뉘 발표하고 토론하는 시간이 균등한 시각을 갖게 하는 동시에 향후 발생할 이슈에 대한 합리적인 방향을 모색하는 시간이 되면 좋겠다”는 바람도 밝혔다.

영업지역 설정 및 동일업종의 범위 입장차 커

이날 심포지엄의 첫 번째 주제는 '동일업종의 범위에 대한 법률적 해석'이었다. 이에 대해 고한경 변호사(법무법인 나무)가 가맹본부를 대변하는 입장에서 발표했으며, 하명진 변호사(법률사무소 대립)는 가맹점사업자 입

법률 전문가들은 지난해 시행된 개정 '사업거래 사업거래 공정화에 관한 법률' 제12조의 4, 동법 시행령 제13조의 4에서 영업지역에 관련해 입장에 따라 '동일업종'에 대한 해석의 문제가 발생할 수 있다고 지적했다. 문제는 이에 대한 명확한 판례나 공정거래위원회의 심결례도 없는 상황이며, 공정위 또한 이에 대한 명확한 의

법 원리와 프랜차이즈산업의 상생을 위한 다양한 방법을 강구할 필요가 있다"고 강조했다. 반면 가맹점사업자 입장에서는 대다수 가맹본부가 영업지역과 관련해 특수상권, 고립상권 등 모호한 용어를 사용하는 만큼 구체적으로 영업지역의 범위를 정보공개서에 표시하도록 할 필요가 있다고 지적했다. 예를 들어 거리, 인구(세



장에서 가맹사업법을 해석·발표했다. 두 번째 주제인 '계약 종료 후 경업금지에 대한 법률적 해석'에 대해서는 조우성 변호사(법무법인 한중)가 가맹본부 측, 김재춘 변호사(법무법인 화우)가 가맹점사업자 측에서 발표 및 토론을 했다. 세 번째 주제인 '가맹점사업자단체의 거래조건 협의권에 대한 법률적 해석'에 대해서는 가맹본부측 발표자로 반규현 가맹거래사(반석프랜차이즈연구소)가, 가맹점사업자 측 발표자로 박철원 가맹거래사(해냄FC)가 각각 나섰다. 마지막 '과도한 위약금 설정·부과행위에 대한 법률적 해석'에 대해서는 양우봉 변호사(양우봉 법률사무소)와 박경준 변호사(법무법인 인의)가 각각 가맹본부와 가맹점사업자 입장에서 서서 발표 및 토론을 이어갔다. 심포지엄에서 가장 큰 관심을 끈 것은 영업지역 설정 및 동일업종의 범위에 대해서였다. 이들 두 가지 이슈는 경업금지 및 계약 해지 등 나머지 이슈에도 직간접적인 영향을 미치는 문제이자 실제 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점사업자 간 가장 입장 차이가 첨예하게 나는 부분이기 때문이다.

견이나 입장을 밝히고 있다는 사실이다. 따라서 공정위의 보다 적극적인 가이드라인 제시 및 행정지도가 필요하다는 의견이 제기됐다.

가맹본부의 노력과 함께 공정위 가이드라인 제시할 것

영업지역과 동일업종의 범위에 대해 가맹본부 입장에서는 표준 정보공개서에서도 영업지역을 명시하도록 하고 있으며, 거의 모든 프랜차이즈 가맹본부가 정보공개서와 가맹계약서에 영업지역, 주 메뉴(상품) 등을 명시하고 있는 만큼 그 기재된 내용을 우선 고려하고 불명확한 경우에 한해 법률 해석의 문제가 개입해야 한다고 봤다. 고한경 변호사가 "기본적으로 사인간의 관계인 만큼 당사자의 합의가 가장 중요하다"면서 "배타적 영업지역 보장이 반드시 가맹점사업자의 이익으로 연결되지 않으며 본사의 경쟁력 약화로 인한 가맹점주의 부담 증가로 야기할 수 있는 점도 간과해서는 안 된다"고 주장한 것이 대표적인 의견이었다. 고 변호사는 "프랜차이즈산업에서 배타적 판매지역권 보장이 반드시 강제되는지 여부에 대한 논의가 필요하다"며 "사적 자치의 원칙에 따르게 하면서 경쟁

대수), 행정구역 등 명확하고 상대적으로 객관적인 범위를 사용해야 하며, 이를 지키지 않을 경우 공정위의 행정지도를 통해 구체적인 기제를 유도할 필요가 있다는 지적이었다. 이와 관련해 하명진 변호사는 "물론 현실적으로 특수상권, 핵심상권 등을 예외로 인정할 필요는 있지만 가맹본부의 자의적인 판단이 허용돼서는 안되며 가맹점의 매출과 수익에 별다른 영향을 미치지 말아야 한다"며 "무엇을 특수상권, 핵심상권으로 할 것인지에 대한 구체적이고 세부적인 기준 제시 및 대상 표시도 필요하다"고 말했다. 하 변호사는 또 동일업종의 범위와 관련해서도 "수요층, 취급 품목, 영업형태와 방식에 있어 기존 브랜드와 전부 일치되지 않더라도 상당 부분 일치한다면 동일업종으로 봐야 한다"며 "차별성 있는 콘셉트의 브랜드를 개발하려는 가맹본사의 노력과 함께 공정위의 보다 적극적인 가이드라인 제시 및 지도가 있어야 한다"고 강조했다.

글 나홍선부장
사진 황윤선기자

가맹사업법 시행령 개정, 어떻게 바라볼 것인가



새로운 가맹거래법 개정안 시행

개정된 가맹사업법 시행령이 지난 3월 30일부터 시행됐다. 주요 내용은 가맹점주가 브랜드 가치를 손상시키는 행위를 했을 때 가맹본부가 그 가맹점주와의 계약을 해지할 수 있도록 하는 것이다.

개정된 시행령 제15조 제4항은 가맹점주가 관련 법령을 어겨서 가맹사업의 명성을 심각하게 훼손하더라도 가맹계약을 즉시해지하기 어려웠다는 점을 배경으로 한다. 이런 경우에 가맹계약을 해지할 수 있는 명확한 규정이 없었으니, 문제가 발생해도 소비자 신뢰회복과 다른 선량한 가맹점주 보호에 효과적으로 대처하기 어려웠다. 그래서 이번 개정안은 가맹계약의 즉시해지 사유로 '가맹점 사업자가 관련 법령을 위반해 상표 이미지를 심각하게 훼손한 경우'를 삽입하게 됐다.

그렇지만 가맹점주에게 단순한 법령 위반 소지가 있다고 해서 가맹본부가 함부로 계약을 해지할 수 있는 것은 아니다. 가맹점주가 가맹점 운영과 관련된 법령을 위반해 행정처분을 받았거나, 가맹본부의 명성이나 신용을 뚜렷하게 훼손해 가맹사업에 중대한 장애를 초래했다는 근거가 있어야 한다.

해지 절차는 2달 이상의 유예 기간, 2회 이상의 서면 통지 절차를 거쳐야 한다. 단, 가맹점주가 파산했거나, 가맹점 운영과 관련된 형사처벌을 받았거나, 정당한 사유 없이 7일 이상 영업을 중단한 경우에는 즉시해지가 가능하다.

이번 개정안은 위생과 안전이 프랜차이즈 브랜드의 핵심가치로 자리매김해가는 사회적 분위기 속에서 선량한 다수의 가맹점 보호 및 신속한 소비자 신뢰회복에 기여할 전망이다. 또, 지금까지 이런 문제가 일어나면 가맹본부의 권한이 분명하지 않아 분쟁의 소지가 있었지만 앞으로는 다툼이 줄어들 수 있다.

공정거래위원회 가맹거래과 윤지원 사무관은 "이번 개정안은 가맹본부만이 아닌 가맹점주의 이익까지 고려했다"며 "가맹본부의 권한이 강

화된 측면이 있지만 브랜드 이미지 손상을 막아 결과적으로 가맹점주에게 혜택이 돌아가는 효과가 기대된다"고 말했다.

가맹사업법이 불만스러운 가맹점주들

그간 가맹사업법의 개정은 주로 가맹본부의 권한을 규제하는 방향으로 이뤄졌다. 2014년 2월 14일 심야영업 강제 금지, 과도한 위약금 부과 금지, 점포 환경개선 강요금지 조항이 생겼고, 2014년 8월 14일에 영업지역 설정 의무화 조항이 포함됐다.

공정위는 가맹사업법을 고칠 때마다 가맹점주가 혜택을 보는 긍정적인 변화가 생겼다는 입장이다. 공정위는 2014년 11월부터 12월까지 2달 간 현장 실태점검을 했더니 가맹점주가 낸 평균 위약금이 1년 전 같은 시점에 비해 1102만 원에서 868만 원으로 21.2% 줄었고, 매장 리뉴얼이 1692건으로 전년 동기 1900건에 비해 208건 줄었다고 밝혔다.

일부 가맹점주들은 공정위의 태도가 못마땅하다는 표정이다. 이들은 가맹사업법이 여전히 가맹점주의 이익을 보호하지 못하고 있고, 게다가 가맹사업법에 규정된 시안조차 미약한 처벌로 그치고 만다며 공정위를 비판해왔다.

이에 대해 공정위 가맹거래과 박기홍 과장은 "공정위가 솜방망이 처벌을 한다니 말도 안 된다. 가맹본부와 가맹점주간의 마찰이 벌어져 사회적으로 논란이 될 수 있지만, 누군가의 잘못을 판단해 법적으로 처벌하는 것은 다른 부분"이라며 "공정위는 가맹점주의 이익을 위해 노력해왔고 필요하다면 가맹본부를 처벌하기도 한다"고 말했다.

그렇지만 공정거래위원회는 부당한 계약해지로 지난해 단 1건의 시정명령을 내린 바 있다. 2013년 1건, 2012년 0건, 2011년 0건이 공정위의 시정명령 실적이다. 참고로 분쟁조정 접수현황은 2014년 572건, 2013년 554건, 2012년 578건, 2011년 733건이다.

가맹본부와 가맹점주가 함께 혜택을 보는 개정안

(사)한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무국장

지난 3월 30일부터 시행된 가맹사업거래법 개정안의 배경은 무엇입니까?

개정 내용은 가맹계약의 즉시해지 사유에 가맹점사업자가 관련 법령을 어겨서 브랜드 이미지를 심각하게 훼손하는 경우를 추가한 것입니다. 지금까지는 가맹점사업자가 가맹점을 운영하면서 프랜차이즈 브랜드의 가치를 손상시켜도 가맹계약의 즉시해지가 어려웠습니다. 그렇게 되면 브랜드 가치가 떨어지고 가맹본부와 다른 선의의 가맹점주에게 피해가 돌아가게 되는 일이 벌어집니다.

가맹사업거래법 개정의 배경이 된 사례가 있다면 소개를 부탁드립니다.

예전에 한 프랜차이즈의 가맹점이 빵의 유통기한을 임의로 바꿔서 팔다가 관계 기관에 적발된 사례가 있습니다. 이 때 관련 부처에서 영업정지 3일을 부과하는 행정 처분을 내렸습니다. 이 사건이 언론에 보도되는 바람에 다른 가맹점까지 매출이 떨어지는 피해를 입었습니다. 브랜드 가치에 타격을 입었지만 가맹본부는 적발된 가맹점과의 계약을 즉시해지할 수 없었습니다.

이번 개정안이 가맹본부의 권한을 강화시켜 이른바 '갑질'에 악용될 수 있다는 비판도 있습니다.

개정안은 어떻게 보면 가맹본부보다 가맹점주를 보호하려는 목적이 더 크다고 볼 수 있습니다. 규정을 어기는 나쁜 가맹점과의 가맹계약을 해지하기 어렵다면 그 피해는 결국 가맹점주와 소비자가 입게 됩니다. 개정안이 언급한 가맹계약의 즉시해지는 단순한 법령 위반사실만으로 가능하지 않으므로 악용될 소지는 크지 않다고 여겨집니다. 가맹점사업자가 가맹점 운영과 관련된 법령을 위반했고, 행정처분을 받았으며, 가맹본부의 명성이나 신용을 뚜렷하게 훼손해 가맹사업에 중대한 장애를 초래했음이 입증되어야 즉시해지를 할 수 있기 때문입니다. 예를 들면 그 위법사실을 시정하라는 내용의 행정처분이나 그 위법사실을 처분사유로 하는 과징금, 과태료 또는 영업정지 명령 같은 처벌근거가 있어야 가맹계약을 해지할 수 있습니다.

그렇다면 이번 개정안은 프랜차이즈 가맹점주들에게 법령 준수를 위한 경각심을 주는 효과가 기대됩니다.

소비자와 직접적으로 얼굴을 맞대고 서비스하는 일이 잦은 프랜차이즈 산업은 소비자의 신뢰가 대단히 중요합니다. 위생과 안전이라는 말은 프랜차이즈 업계에서 아무리 강조해도 지나치지 않습니다. 이번 개정안은 가맹점이 규정을 어기지 않도록 유도하는 예방적인 효과가 기대됩니다. 또, 규정을 어긴 가맹점이 나오더라도 빠른 대처를 할 수 있으므로 신속한 소비자 신뢰 회복이 가능합니다.

글 최윤영 기자



특허청, 해외진출(예정) 기업의 상표권 확보 돕는다 'K-브랜드 보호 지원사업' 실시

프랜차이즈 사업에 있어 브랜드 보호를 위한 상표권 확보는 필수적이다. 이는 국내는 물론 해외 진출시에도 마찬가지다. 하지만 여러 가지 이유로 상표권을 확보하지 못해 어려움을 겪는 경우가 종종 발생된다. 이처럼 상표권 확보에 어려움을 겪는 프랜차이즈 기업을 위해 (사)한국프랜차이즈산업협회가 'K-브랜드 보호 지원사업'을 펼친다.

침해실태조사단 파견 및 컨설팅 지원 등 진행돼

총 2억 1000만 원의 사업지원비가 투입되는 K-브랜드 보호 지원사업은 크게 '침해실태조사단 운영 및 파견 지원 사업'과 '침해조사·행정단속 지원 사업', '컨설팅 지원 사업' 등 3가지로 진행된다. '침해실태조사단 운영 및 파견 지원 사업'은 상표권 침해 현황 파악을 위한 침해실태조사단의 현지 파견 비용을 지원하는 사업으로, 이를 통해 이후 현지 침해조사기관에 의뢰를 통해 침해조사 및 행정단속 지원 사업을 수행하기 위한 준비단계에 해당된다. 지원대상은 침해단서를 보유한 해외 진출(예정) 기업이며, 1회 파견 시 3~5개 기업으로 구성된 최대 6인(협회 담당자 1인 포함)의 조사단을 구성되되, 1회 파견시 500만 원의 예산 내에서 조사단의 소요비용(항공·교통·숙박·체제비 등)의 80%를 지원하게 된다.

'침해조사·행정단속 지원 사업'은 침해 정황 자료를 바탕으로 현지 침해조사 기관에 침해조사·행정단속을 의뢰하는 비용을 지원하는 사업으로, 구체적인 침해 증거자료를 보유하고 있는 회사나 침해실태조사단 파견을 통해 침해 증거 자료를 확보한 회사가 지원대상이다.

전체 소요예산은 4000만 원이며, 협의로 침해조사 신청서를 제출해 지원을 신청하면, 침해조사만 의뢰할 경우 소요 비용의 70% 지원(한도 \$6,000) 또는 행정단속 포함 의뢰 비용의 70% 지원(한도 \$10,000)으로 나눠 지원된다. 단 지원사업은 현지 국가에 지재권 권리(특허청·상표권)를 보유하고 있어야 한다.

기업 20개사, 지재권 보호 강화 지원

'컨설팅 지원 사업'은 해외 진출(예정) 기업의 브랜드 보호 강화를 위한 K-Brand 보호 컨설팅 비용을 지원하는 사업이다. 해외 현지 지재권 분쟁 예방 및 대응이 필요한 기업 20개사를 모집·선정해 컨설팅 수요 조사 및 신청을 지원하게 되는데, 총 1억 5000만 원의 예산이 지원될 예정이다.

컨설팅 지원사업은 국내 상표의 현지화 네이밍, 경쟁사 상표분석·분쟁정보 등을 제공하는 '예방 컨설팅'과 해외 선등록 상표에 대한 이의신청, 취소, 무효 회수(협상)를 지원하는 '대응 컨설팅'으로 나눠 지원되는데, 예방 컨설팅의 경우 한도 500만 원 내에서 비용의 70%를 지원하고, 대응 컨설팅은 한도 1500만 원 내에서 비용의 70%를 지원하게 된다.

대상 기업 선정은 신청기업의 신청서를 대상으로 지원 필요성과 기업규모(중소기업 우선), 지재권 보유수, 해외진출 국가, 해외진출 계획 및 의지 등의 평가항목에서 80점 이상을 받고 기본요건을 충족한 기업을 우선적으로 선정하되 목표 수요인 20개사에 미치지 못할 경우 80점 이하라도 고득점 순으로 선정하게 된다. 만약 평가점수가 동일한 경우 현재 해당국가에 이미 진출한 기업을 선정하고 이미 진출한 기업 가운데에서는 매출액이 큰 기업을 선정한다.

해외진출 및 희망 기업들의 상표권 확보 도움 기대돼

특허청과 협회가 'K-브랜드 보호 지원사업'을 추진하게 된 이유는 중국 진출과 관련해 상표확보에 어려움을 겪는 기업이 많기 때문이다. 우리나라는 대중국 수출 1위 국가임에도 중국 내 상표출원은 7위에 그치고 있으며, 특히 수출액 1억 불당 상표출원건수는 4.6건 수준에 불과하다. 이는 미국의 21.4건, 일본의 10.4건과 비교할 때 턱없이 부족한 실정. 이로 인해 악의적 상표 무단 선점에 의해 피해를 입거나 상표권 확보 후라도 불법 모조품 현지 유통으로 피해를 입는 경우가 많다.

만약 모조품으로 피해를 입은 기업이 모조품 단속을 하기 위해서는 침해조사 자료를 구비해 현지 행정기관에 신고해야 구제를 받을 수 있지만 중소기업의 경우 이러한 조사비용 부담, 현지 정보부족 등으로 많은 어려움을 겪을 수밖에 없다.

실제로 지난해 특허청이 자체적으로 북경지역에서 모조품으로 피해를 입은 업체 10개사를 조사한 결과 침해조사 평균비용은 1200만 원(약 11,000\$), 행정단속까지 포함할 경우 2000만 원(약 18,000\$)에 달했다. 개별 기업으로서는 적지 않은 부담인 셈이다.

따라서 'K-Brand 보호지원 사업'을 통해 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출확대 및 지재권 보호 강화를 추진하고자 특허청은 우리 협회를 통해 'K-브랜드 보호 지원사업'을 올해 말까지 진행, 해외진출 기업이나 진출 희망 기업들의 상표권 확보에 도움이 되게 할 방침이다.

한편 이번 'K-브랜드 보호 지원사업'에 대한 보다 자세한 사항과 문의는 협회 정책기획팀 이승재 대리에게 전화(070-7919-4145) 또는 이메일(ls@kifa.or.kr)로 하면 된다.

2015년 글로벌 'K-프랜차이즈' 진출 원년

산업부 · 농림부 · 특허청 등 프랜차이즈 해외진출 활성화 주력

최근 들어 우리 프랜차이즈 기업들의 해외 진출이 활발해짐에 따라 세계적으로 'K-프랜차이즈'에 대한 호응이 커지고 있다. 정부와 (사)한국프랜차이즈산업협회는 이 같은 프랜차이즈 기업의 해외진출 증가 추세에 발맞춰 다양한 지원사업을 강화하고 있으며, 향후 더욱 해외진출이 가속화될 수 있도록 프랜차이즈의 해외진출을 활성화하는 방안을 속속 마련하고 있다.

최근 정부의 방침에 부응하고 나아가 우리 프랜차이즈 기업들의 경쟁력 강화 및 해외 진출 활성화를 지원하기 위해 2015년을 'K-프랜차이즈 진출 원년'으로 삼고 다양한 노력을 하고 있다.

지난 1월 열린 특허청과의 간담회도 바로 이 같은 협회의 노력을 잘 보여주는 대목이었다. 간담회에서는 우리 프랜차이즈 기업들이 해외 진출이 겪어야 하는 다양한 어려움에 대한 의견 제시와 함께 향후 상표권 확보 문제로 어려움이 없도록 정부 차원에서 보다 적극적인 지원해 줄 것을 요청했다. 이에 대해 특허청 역시 우리 프랜차이즈 기업들의 해외진출을 적극 지원하겠다는 방침을 밝히며 앞으로 보다 체계적이고 효과적인 대책 및 지원을 약속했다.

외식업체는 120개 업체, 138개 브랜드가 해외진출

최근 농림축산식품부가 실시한 국내 외식기업 해외진출 실태조사 결과에 따르면, 외식기업들은 1990년대부터 해외진출을 시작했는데, 이후 한식세계화 및 해외박람회 지원 등으로 인해 2011년도부터 해외진출이 급격한 증가추세를 보이고 있다.

2014년 말 기준 해외진출한 외식기업은 120개 업체, 138개 브랜드이며, 총 매장 수는 3726개로 파악됐다. 이는 2013년 매장 수(2717개)보다 37% 증가한 수치다. 2010년 991개 매장 진출과 비교하면 4배 가까이 증가했으며, 전년(2717개) 대비 37.1% 증가했다.

업종별로 보면 주로 치킨, 베이커리, 커피관련 업체들의 매장 진출수가 많고 증가폭이 컸으며, 한식도 53개를 기록, 소폭이지만 증가세를 보였다.

국가별로는 총 40개국에 진출했는데, 중국이 80개 업체, 1505개 매장으로 가장 많았고, 이어 미국이 34개 업체, 959개 매장에 달했다. 이들 중국과 미국이 해외진출 전체의 65% 이상을 차지했으며, 베트남 · 필리핀 · 인도네시아 · 싱가포르 등 동남아 지역 증가 추세가 뚜렷하다는 점이 주목할 만한 점이었다.

브랜드별로 보면 <텔리만주>600개, <카페베네>572개, <롯데리아>342개, <레드망고>381개, <BBQ>351개, <파리크라상>172개, <투다리>137개, <뚜레쥬르>130개, <본촌치킨>122개 총 9개 업체가 전체의 75%를 차지했지만, 그 외 다수의 중소 외식기업도 점차 진출이 확대되고 있는 추세다.

외식기업 해외진출 세부현황

연도별 진출추이

| | '05(A) | '08 | '10 | '12 | '13(B) | '14(C) | 증가율(%) | |
|--------|--------|-----|-----|-------|--------|--------|---------|---------|
| | | | | | | | (C-A)/A | (C-B)/B |
| 업체수(개) | 44 | 51 | - | 77 | 95 | 120 | 172.2 | 36.8 |
| 매장수(개) | 221 | 797 | 991 | 1,485 | 2,717 | 3,726 | 1,586.0 | 37.1 |

지역별 · 국가별 진출현황(매장수 기준, 개)

| | 미국 | 아시아(2,516) | | | | | | 기타 | 계 |
|-----|-----|------------|-----|-----|-------|------|-----|-----|-------|
| | | 중국 | 베트남 | 필리핀 | 인도네시아 | 싱가포르 | 기타 | | |
| '13 | 951 | 992 | 242 | 112 | 72 | 68 | 86 | 194 | 2,717 |
| '14 | 959 | 1,505 | 307 | 192 | 72 | 82 | 358 | 251 | 3,726 |
| 증감수 | 8 | 513 | 65 | 80 | - | 14 | 272 | 57 | 1,009 |

* 농림축산식품부 자료



외식기업 해외진출 활성화방안 마련 주력해

농식품부는 이러한 외식기업들의 해외진출 확대 요인을 국내 외식기업들이 새로운 성장동력을 찾아 해외 시장으로 발을 넓히는 것이라고 분석했다. 농식품부는 또한 한류 등 국가인지도가 높아짐에 따라 한국브랜드에 대한 외국투자자들의 선호가 늘어난 것도 그 요인으로 판단했다. 외식기업들이 해외진출 유형을 보면 마스터 프랜차이즈가 57.3%로 가장 많았고, 국제가맹점이 16.8%로 그 뒤를 이었으며, 그 외에도 직영형태(12.2%), 기술전수(8.4%), 합작(3.8%) 등 다양했다. 농식품부는 이처럼 외식기업들의 해외진출이 증가함에 따라 현장에서 기업들이 겪는 애로사항들을 해소하기 위해 지난해 4월부터 농식품부·산업통상자원부·외교부·문화체육관광부·중소기업청, 농수산공사(aT), Kotra 및 업계 관계자들이 참석하는 '민·관합동 글로벌 외식기업 협의체'를 운영하며 '외식기업 해외진출 활성화방안'을 마련하기도 했다.

협회 '글로벌 프랜차이즈' 원년 선포...다양한 지원책 준비

정부의 이 같은 지원에 힘입어 프랜차이즈산업 발전을 주도하고 있는 (사)한국프랜차이즈산업협회의 조동민 회장은 올해를 '글로벌 프랜차이즈'의 원년으로 삼고 세계에 한국 프랜차이즈 브랜드를 널리 알려 명실상부 세계에서 인정받는 'K-프랜차이즈'의 세계화를 이뤄가겠다고 밝혔다.

조 회장은 신년사에서 "현재 전체 산업 규모 100조 원, 종사자 130만 명에 달하는 프랜차이즈 산업이 골목상권에서는 갑을(甲乙) 논쟁의 대상이 되고 있는 등 부정적인 인식이 커지고 있다"면서 "물론 사회 전반적으로 재취업 기회도 별로 없고 청년실업자만 해도 100만 명이 넘는 현실에서 자의 반 타의반 창업을 선택할 수밖에 없기 때문에 창업은 결코 줄지 않을 것"이라고 말했다.

조 회장은 이어 "창업 중에서도 성공률이 높은 프랜차이즈 창업을 하게 될 가능성이 높지만 문제는 국내의 경우 자영업자들간 갈등이 극심한 것을 비롯해 여러 가지 어려움이 많다는 사실"임을 지적하며 "독립 자영업자들은 해외로 진출하는 게 어렵지만 프랜차이즈의 경우 가맹본부와 브랜드를 앞세워 글로벌 창업과 취업이 가능하다는 장점이 있다"고 강조했다. 조 회장은 또 "물론 여러 가지 문화, 관습, 제도, 법률 등 장애요소도 있고 비용문제도 있겠지만 글로벌 환경에서 한국 프랜차이즈 산업의 가치와 가능성은 매우 높다"며 "올해를 '글로벌 프랜차이즈'의 원년으로 삼아 세계 각국에 K-프랜차이즈를 알리고 확산시키자"고 주문했다. 협회는 이를 위한 구체적인 방안을 준비하고 있는 중이다. 아직 확정되지 않았지만 협회는 지난해 성과를 토대로 더욱 효과를 극대화한다는 방침이다.

다음은 협회가 추진하는 K-프랜차이즈 진출 관련 사업이다.

해외 프랜차이즈협회와 긴밀한 공조

- 가. APFC(Asia Pacific Franchise Confederation · 아시아태평양 프랜차이즈연맹)와 WFC(World Franchise Council · 세계프랜차이즈협의회) 가입을 통한 세계 시장 진출 교두보 확보 및 국내 프랜차이즈 홍보 위상 강화
- 나. 마스터프랜차이즈 해외 진출 플랜 수립

국제 프랜차이즈 박람회 참가

- 가. 국내 프랜차이즈 기업의 해외 박람회 정보 제공을 통한 해외시장 진출 기회 부여
- 나. 해외 바이어와 해외 예비 창업자 대상 홍보 마케팅의 장
- 다. 해외 부스, 통역원 등 박람회 제반 사항 지원

해외 파트너 투자 네트워크 구축

- 가. 주요 국가에 업종별 조사단 및 사절단 파견
- 나. 해외 박람회 참가 지원

맞춤형 현지 정보 및 컨설팅 제공

- 가. 현지 맞춤형 종합 정보 제공 및 종합DB 구축
- 나. 해외 투자·협력 표준계약서 개발·보급
- 다. 해외 투자·협력 종합 컨설팅 지원

해외투자 및 협력 활성화 기반 조성

- 가. 프랜차이즈 마스터플랜 수립
- 나. 가맹사업진흥법 개정(안) 연구
- 다. 글로벌 브랜드 육성, 해외진출 애로 발굴 연구
- 라. 기업경영지원 통계 인프라 마련
- 마. 공동물류 구축방안 마련

해외경영전문인력 양성

- 가. 프랜차이즈 해외경영 전문인력 양성 지원
- 나. 유망 프랜차이즈 청년 기업가 육성

| 업체명 | 브랜드 | 주요메뉴 | 구분 | 진출국가 | 총점포수 | |
|-----|--------------|-----------|-----------|------|--|----|
| 1 | CJ푸드빌 | 뚜레쥬르 | 제빵 | 비한식 | 말레이시아(3), 미국(23), 베트남(25), 인도네시아(9), 중국(25), 캄보디아(3), 필리핀(9) | 97 |
| | | CJ푸드월드 | 복합외식 | 비한식 | 중국(1) | 1 |
| | | 빽스 | 뷔페 | 비한식 | 중국(1) | 1 |
| | | 투썸플레이스 | 커피 | 비한식 | 중국(6) | 6 |
| | | 비비고 | 한식, 면요리 | 한식 | 미국(4), 베트남(1), 싱가포르(3), 영국(1), 일본(7), 중국(6) | 22 |
| 2 | (주)대대에프씨 | 바비큐보스 | 치킨 | 비한식 | 싱가포르(1), 인도네시아(1), 중국(17) | 19 |
| | | 꿀닭 | 닭갈비 | 한식 | 중국(7), 싱가포르(3) | 10 |
| 3 | (주)정성본 | 만커피 | 커피, 디저트 | 비한식 | 중국(60) | 60 |
| | | 애강산 | 한식 | 한식 | 중국(3) | 3 |
| 4 | (주)더본코리아 | 홍콩반점0410 | 짬뽕 | 비한식 | 미국(5) | 5 |
| | | 소본가 | 고기 | 한식 | 중국(4) | 4 |
| | | 백's비빔밥 | 비빔밥 | 한식 | 중국(1) | 1 |
| | | 새마을식당 | 삼겹살 | 한식 | 일본(1), 중국(1) | 2 |
| | | 본가 | 우삼겹 | 한식 | 말레이시아(1), 싱가포르(2), 인도네시아(2), 중국(10) | 15 |
| | | 백씨양생탕 | 한식 | 한식 | 중국(1) | 1 |
| 5 | (주)JBSD | LA북창동순두부 | 순두부 | 한식 | 대만(3), 미국(1), 일본(1), 중국(1), 태국(1) | 7 |
| 6 | (주)대호가 | 죽이야기 | 죽 | 한식 | 미국(1), 중국(1) | 19 |
| 7 | (주)맛갈 | 맛갈참죽 | 죽 | 한식 | 미국(1), 필리핀(1) | 2 |
| 8 | (주)신촌푸드 | 신촌설렁탕 | 설렁탕 | 한식 | 미국(2), 중국(1) | 3 |
| 9 | (주)에스에프이노베이션 | 스쿨푸드 | 분식 | 한식 | 미국(1), 인도네시아(1), 일본(1) | 3 |
| 10 | (주)오모리 | 오모리짜개 | 김치짜개 | 한식 | 미국(1) | 1 |
| 11 | SG푸드시스템 | 소공동뚝배기집 | 순두부, 짜개류 | 한식 | 미국(1), 일본(1), 중국(1), 홍콩(1) | 4 |
| 12 | 놀부 | 항아리갈비 | 갈비 | 한식 | 싱가포르(3), 중국(2), 태국(1) | 6 |
| 13 | 다진 | 꼬치와친구들 | 닭꼬치 | 한식 | 말레이시아(1), 싱가포르(1), 인도네시아(2) | 4 |
| 14 | 더컵 | 더컵 | 라이스 | 한식 | 말레이시아(1) | 1 |
| 15 | 바이올푸드 | 유가네닭갈비 | 닭갈비 | 한식 | 중국(1), 인도네시아(1) | 2 |
| 16 | 벽제외식산업개발 | 벽제갈비 | 생등심, 갈비냉면 | 한식 | 중국(1) | 1 |
| | | 붕피양 | 생등심, 갈비냉면 | 한식 | 중국(3) | 3 |
| 17 | 봉추 | 봉추찜닭 | 찜닭 | 한식 | 베트남(1), 일본(1) | 2 |
| 18 | 용수산 | 용수산 | 한식 | 한식 | 미국(1) | 1 |
| 19 | 우래옥 | 우래옥 | 평양냉면 | 한식 | 미국(2) | 2 |
| 20 | 원앤원주식회사 | 원할머니보쌈 | 보쌈, 족발 | 한식 | 중국(3) | 7 |
| 21 | 육찰팔 | 백정 | 삼겹살 | 한식 | 미국(4), 필리핀(1), 호주(1) | 6 |
| 22 | 자하문 | 자하문 | 한정식 | 한식 | 중국(5) | 5 |
| 23 | (주)김가네 | 김가네김밥 | 분식 | 한식 | 중국(3) | 3 |
| 24 | (주)디딤푸드 | 신마포갈매기 | 갈매기살 | 한식 | 중국(14), 태국(1) | 15 |
| 25 | (주)명동 | 명동칼국수사브사브 | 칼국수, 사브사브 | 한식 | 베트남(1), 중국(8), 캐나다(1) | 10 |
| 26 | (주)미라지식품 | 남가네설악추어탕 | 추어탕 | 한식 | 인도네시아(2), 중국(5), 베트남(1) | 8 |

| 업체명 | 브랜드 | 주요메뉴 | 구분 | 진출국가 | 총점포수 | |
|-----|--------------|------------|---------|------|---|-----|
| 27 | (주)바인에프씨 | 쉐프의국수전 | 국수 | 한식 | 필리핀(4), 홍콩(1) | 5 |
| 28 | (주)본아이에프 | 본죽 | 죽 | 한식 | 말레이시아(1), 미국(3), 베트남(1), 일본(3), 중국(1) | 9 |
| 29 | (주)빅바이트에프엔비 | 먹쉬든나 | 떡볶이 | 한식 | 중국(5) | 5 |
| 30 | (주)서래스터 | 서래갈매기 | 육류, 구이 | 한식 | 인도네시아(1), 중국(1) | 2 |
| 31 | (주)오투스페이스 | 이팔떡볶이 | 분식 | 한식 | 중국(2) | 2 |
| 32 | (주)위두 | 공돈 | 삼겹살 | 한식 | 베트남(1), 싱가포르(5) | 6 |
| 33 | (주)이티앤제우스 | 불고기브라더스 | 불고기 | 한식 | 말레이시아(4), 인도네시아(1), 캐나다(1), 필리핀(5) | 11 |
| 34 | (주)일미리 | 일미리금계찜닭 | 찜닭 | 한식 | 중국(1) | 1 |
| 35 | (주)참이맛 | 참이맛감자탕 | 감자탕 | 한식 | 일본(1), 중국(14) | 15 |
| 36 | (주)토성에프씨 | 옛골토성 | 오리 | 한식 | 인도네시아(1), 중국(2) | 3 |
| 37 | (주)티비비씨 | 코리아숯불닭바베큐 | 닭바베큐 | 한식 | 미국(1) | 1 |
| 38 | (주)팔색푸드매니지먼트 | 팔색삼겹살 | 삼겹살 | 한식 | 호주(2), 미국(1), 일본(1) | 4 |
| 39 | (주)행복을굽는사람들 | 오발탄 | 양대창 | 한식 | 중국(6) | 6 |
| 40 | 채선당 | 채선당 | 사브사브 | 한식 | 인도네시아(1) | 1 |
| 41 | 춘천닭갈비영농조합 | 춘천닭갈비 | 닭갈비 | 한식 | 베트남(1), 중국(1) | 2 |
| 42 | 크라제한고 | 한고 | 한식 | 한식 | 싱가포르(1), 인도네시아(1) | 2 |
| 43 | 한우리외식산업 | 한우리 | 한식당 | 한식 | 중국(2) | 2 |
| 44 | 화로사랑 | 화로사랑, 청석골 | 구이류 | 한식 | 중국(5) | 5 |
| 45 | (주)호도원 | 천안명물호도원 | 호두과자 | 한식 | 중국(3), 말레이시아(1), 싱가포르(1), 미국(1) | 6 |
| 46 | (주)엔케이로지스틱스 | 임실N치즈피자 | 피자 | 비한식 | 중국(5) | 5 |
| 47 | (주)올어바웃차 | 올어바웃차 | 그린티 | 비한식 | 미국(4), 중국(1) | 5 |
| 48 | (주)한국일오삼농산 | 차갓집양념치킨 | 치킨 | 비한식 | 미국(1), 중국(1) | 19 |
| 49 | (주)썬엣푸드 | 매드포갈릭 | 마늘, 와인 | 비한식 | 싱가포르(2), 인도네시아(1), 필리핀(1) | 4 |
| 50 | 54번가푸드컨설팅 | 피자투어 | 피자 | 비한식 | 중국(10), 남아프리카공화국(1), 일본(3), 베트남(1), 호주(1), 카자흐스탄(1), 몽골(1) | 18 |
| | | 54번가닭강정앤피자 | 치킨 | 비한식 | 중국(2) | 2 |
| 51 | 교촌F&B | 교촌치킨 | 치킨 | 비한식 | 미국(7), 중국(1), 태국(1) | 9 |
| 52 | 구스띠모 | 구스띠모 | 젤라또, 커피 | 비한식 | 인도네시아(1) | 2 |
| 53 | 감닭치킨 | 감닭치킨 | 치킨 | 비한식 | 인도네시아(1) | 1 |
| 54 | 디파이언스 | 스페로스페라 | 크레페 | 비한식 | 캐나다(1) | 1 |
| 55 | 릴레이인터네셔널 | 레드망고 | 요거트, 빙수 | 비한식 | UAE(2), 말레이시아(2), 미국(275), 싱가포르(3), 엘살바도르(1), 아랍에미리트(2), 인도(5), 인도네시아(5), 중국(3), 쿠웨이트(6), 태국(7), 마카오(1), 멕시코(50), 우루과이(1), 파키스탄(1), 필리핀(11), 호주(5), 홍콩(1) | 381 |
| 56 | 마인초돔 | 카페베네 | 커피, 디저트 | 비한식 | 대만(1), 말레이시아(2), 몽골(1), 미국(65), 베트남(1), 사우디아라비아(4), 싱가포르(1), 인도네시아(5), 일본(1), 중국(164), 캄보디아(1), 필리핀(5) | 251 |
| 57 | 본촌치킨 | 본촌치킨 | 치킨 | 비한식 | 미국(21), 필리핀(64), 싱가포르(1), 인도네시아(15), 태국(5) | 106 |
| 58 | 블로만 | 블로만숯불바베큐 | 치킨 | 비한식 | 중국(1) | 1 |
| 59 | 빵굽터 | 빵굽터 | 수제빵 | 비한식 | 중국(1) | 1 |
| 60 | 엘노핌피자 | 엘노핌피자 | 피자 | 비한식 | 베트남(1), 중국(3) | 4 |
| 61 | 정명라인 | 본스치킨 | 치킨 | 비한식 | 미국(5), 베트남(1), 중국(4), 호주(1) | 11 |
| 62 | (주)GKPlace | 델리앤젤라또 | 커피아이스크림 | 비한식 | 중국(4) | 4 |
| 63 | (주)SN인더스트리 | 꿀뼈닭강정 | 치킨 | 비한식 | UAE(1), 미국(1), 중국(1), 필리핀(4) | 7 |

| 업체명 | 브랜드 | 주요메뉴 | 구분 | 진출국가 | 총점포수 | |
|-----|-------------|---------|-----------|------|---|------|
| 64 | (주)가르텐 | 가르텐비어 | 맥주, 안주 | 비한식 | 중국(2) | 2 |
| 65 | (주)그린F&B | 치킨퐁 | 치킨 | 비한식 | 인도네시아(2) | 2 |
| 66 | (주)놀이터푸드시스템 | 노리터 | 커피 | 비한식 | 필리핀(1) | 1 |
| 67 | (주)농협목우촌 | 또래오래치킨 | 치킨 | 비한식 | 미국(8) | 8 |
| 68 | (주)델리스 | 델리만주 | 제과 | 비한식 | 미국(400) | 400 |
| 69 | (주)피아모코리아 | 카페피아모 | 젤라또, 커피 | 비한식 | 몽골(1), 중국(2), 캄보디아(1), 필리핀(3) | 7 |
| 70 | (주)로띠번코리아 | 로띠번 | 로띠번 | 비한식 | 중국(1), 일본(1) | 2 |
| 71 | (주)롯데리아 | 엔젤리너스커피 | 커피, 디저트 | 비한식 | 베트남(3), 인도네시아(3), 중국(9) | 15 |
| | | 롯데리아 | 버거 | 비한식 | 베트남(150), 인도네시아(15), 중국(40) | 205 |
| 72 | (주)리치홀딩스 | 라떼야커피 | 커피 | 비한식 | 대만(1) | 1 |
| 73 | (주)본푸드시스템 | 본스시 | 초밥 | 비한식 | 중국(1) | 1 |
| | | 분까스델리카페 | 일본식튀김, 롤 | 비한식 | 중국(1) | 1 |
| 74 | (주)비스켓 | Beesket | 음료 | 비한식 | 아랍에미레이트(1) | 1 |
| 75 | (주)삼국지씨앤씨 | 플레이버거 | 슈니발렌 | 비한식 | 중국(5), 일본(1) | 6 |
| 76 | (주)스티븐스 | 뉴욕핫도그 | 핫도그, 커피 | 비한식 | 중국(1), 미국(1) | 2 |
| 77 | (주)아모제 | 오므토마토 | 오므라이스 | 비한식 | 태국(2) | 2 |
| 78 | (주)애프앤지코리아 | 아이스빈 | 젤라또, 커피 | 비한식 | 중국(2) | 2 |
| 79 | (주)우리푸드시스템 | 회전초밥 | 스시히로바 | 비한식 | 미국(1), 영국(1) | 2 |
| 80 | (주)이원 | 투다리 | 닭꼬치, 닭갈비등 | 비한식 | 베트남(2), 인도네시아(1), 중국(130), 태국(5) | 138 |
| 81 | (주)인터파크에이치엠 | 디초콜릿커피 | 초콜릿, 커피 | 비한식 | 중국(3) | 3 |
| 82 | (주)인트외식산업 | 외바 | 맥주, 소시지 | 비한식 | 싱가포르(1), 일본(1), 중국(6) | 8 |
| 83 | (주)제너시스 | BBQ | 치킨 | 비한식 | 중국(170), 미국(47), 베트남(34), 말레이시아(30), 싱가포르(30), 타기(8), 몽골(7), 스페인(6), 멕시코(5), 일본(5), 이란(2), 에콰도르(2), 브라질(1), 사우디아라비아(1), 인도(1), 호주(1), 파지(1) | 351 |
| 84 | (주)캔모아 | 캔모아 | 생과일 | 비한식 | 중국(3), 필리핀(1) | 4 |
| 85 | (주)케이에이치컴퍼니 | 망고식스 | 음료 | 비한식 | 러시아(1), 미국(1), 중국(3) | 5 |
| 86 | (주)탐앤탐스 | 탐앤탐스 | 커피, 디저트 | 비한식 | 미국(10), 태국(10), 호주(1) | 21 |
| 87 | (주)파리크라상 | 파리바게뜨 | 제빵 | 비한식 | 미국(30), 베트남(14), 싱가포르(3), 중국(125) | 172 |
| 88 | (주)페리카나 | 페리카나 | 치킨 | 비한식 | 말레이시아(1), 몽골(1) | 2 |
| 89 | (주)푸드넷시스템 | 토스피아 | 커피 | 비한식 | 베트남(1), 미국(1), 인도네시아(1) | 3 |
| 90 | (주)해인식품 | 네네치킨 | 치킨 | 비한식 | 싱가포르(2) | 2 |
| 91 | (주)후스타일 | 요거베리 | 요거트 아이스크림 | 비한식 | UAE(3), 코스타리카(1), 미국(4), 뉴질랜드(1), 호주(4), 베네주엘라(1), 볼리비아(2), 파라과이(3), 콜롬비아(1), 싱가포르(1), 파푸아(1), 인도(2), 나이지리아(1) | 25 |
| 92 | 크라제인터네셔널 | 크라제버거 | 수제버거 | 비한식 | 미국(2), 싱가포르(2), 홍콩(2) | 28 |
| 93 | 한국미스터피자 | 미스터피자 | 피자 | 비한식 | 미국(2), 베트남(2), 중국(24) | 11 |
| 94 | 한스델리 | 한스델리 | 패밀리레스토랑 | 비한식 | 중국(3) | 3 |
| 95 | 할리스에프앤비 | 할리스커피 | 커피, 디저트 | 비한식 | 중국(9), 페루(2), 태국(1), 필리핀(2) | 14 |
| 합계 | | | | | | 2717 |

(2013년 말 기준)

기상청, “날씨경영 통해 기업의 안정적 경영 추진해야”

기상민감 업종 (식품, 외식, 프랜차이즈) 대상 날씨경영설명회

• 일시 : 2015. 4. 2.(목) 10:30~13:00 • 장소 : 서울가든호텔 2층 그랜드볼룸 A홀
 • 주최 : 기상청 • 주관 : 한국기상산업진흥원 • 후원 : 한국프랜차이즈산업협회

• 주최 :



최근 날씨 정보를 기업 경영이나 매장 운영에 적극 활용하려는 시도가 늘고 있다. 몇몇 기업들이 날씨 정보를 적시에 활용함으로써 매출 향상 및 고객들의 만족도를 높인 사례가 알려지면서부터다. 물론 날씨 정보나 기상 예보를 입수해 사전에 대응하는 것은 기본적으로 날씨와 기온, 습도에 민감할 수밖에 없는 식품, 외식기업 및 일부 유통·서비스 기업들에게는 필수적이었다. 하지만 과거 단순한 기상 예보 활용 수준에서 최근에는 한발 더 나아가 날씨 관련 정보를 바탕으로 고객, 인력배치, 재고관리는 물론 수요예측 및 미래예측 등까지 하는 기업이 속속 생겨나고 있다. 그만큼 날씨가 기업 경영에 미치는 영향이 시간이 갈수록 커지고 있기 때문이다. 날씨가 기업경영에 미치는 영향력은 개별 기업뿐 아니라 정부도 주목하고 있다. 기상청이 지난 4월 2일 오전 서울 마포구 소재 베스트웨스턴 서울가든호텔에서 ‘기상민감업종 대상 날씨경영설명회’를 개최한 것도 바로 이런 노력의 일환이었다.

4월 2일 기상민감업종 대상 날씨경영 설명회 개최

기상청은 날씨 변화가 기업의 경영에 미치는 영향이 크다는 판단에서 날씨 정보를 활용한 '날씨경영'에 큰 관심을 갖고 이를 확산시키기 위한 노력을 하고 있다. 이날 설명회에서도 기상청은 '날씨경영 인증제도'에 대한 소개와 함께 날씨경영을 통해 기업의 각종 비용 절감 및 매출 증대 사례를 소개하며 날씨경영의 가치를 적극 소개했다. 특히 날씨 등 각종 기상정보에 민감한 식품과 외식 업종 뿐 아니라 프랜차이즈 대상으로 설명회를 개최, 날씨경영의 필요성과 가치를 소개했다.

이날 고윤화 기상청장은 축사를 통해 "기상재해로 인한 재산피해와 이재민이 많이 발생하면서 이 같은 피해를 사전에 예방하고 날씨정보를 활용하는데 대한 관심이 커지고 있다"면서 "미국의 경우 기상민감산업이 GDP의 42% 이상을 차지하고 있을 정도"라고 소개했다.

고 청장은 이어 "국내도 날씨경영을 잘 하는 기업이 늘고 있어 기상청도 날씨경영인증을 도입했다"며 "날씨는 소비자 선호도와 매출에 큰 영향을 준다. 날씨를 활용하지 못하면 기업존폐 위험에 처하는 경우도 있을 정도"라고 설명했다.

고 청장은 또 "오늘 설명회는 식품, 외식, 프랜차이즈 산업의 대표 기업들을 대상으로 날씨경영의 중요성을 소개하고 이를 기업 경영에 보다 적극적으로 활용하는 계기가 되기 바라는 마음에서 마련한 자리"라며 "이 자리에 참석한 기업들의 적극적인 관심과 참여를 바란다"고 말했다.

(사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장도 축사에서 "기상민감업종에 식품·외식업과 함께 프랜차이즈산업이 기상, 날씨경영과 관련된 현장, 골목시장에서 프랜차이즈 자영업자들이 본부와 함께 날씨경영에 관련된 모델을 구축해서 경쟁력을 갖추는 계기가 되길 바란다"면서 "주변의 프랜차이즈 CEO들과도 대화하는 과정에서 참 시의적절하다는 이야기가 많았다"고 참석 배경을 설명했다.

조 회장은 이어 "최근 날씨와 기상정보는 실생활에 없어서는 정 보로써 인간 삶의 모든 부분에 영향을 미칠 뿐 아니라 산업 전반의 패러다임 변화를 가져온다"며 "글로벌 기업들은 이미 날씨를 마케팅, 생산 등에 활용하고 있으며, 세계적인 커피 기업들도 재배 지역의 날씨 정보를 활용하고 있는 것으로 알고 있다. 이처럼 날씨정보를 통해 위험요소를 사전에 파악하고 기업의 안정적인 경영을 도모하는 것은 기업의 효율적인 경영은 물론 위기 속에서도 새로운 기회를 창출하는 비결이 될 것"이라고 평가했다.

조 회장은 또 "날씨 정보를 효율적으로, 제도적으로 홍보하고 교

육할 수 있다면 자영업자의 경쟁력 강화는 물론 가맹본사들의 경영에도 큰 도움이 될 것으로 생각한다"며 "우리 협회도 전반적으로 날씨경영이 확산되도록 하는데 앞장설 것"이라고 강조했다.

프랜차이즈 기업의 날씨경영 사례 소개 '눈길'

이날 설명회에서는 기상청의 정혜훈 사무관이 '날씨경영 및 주요 사례 소개'를 발표했으며, 이어 김정현 한국기상산업진흥원 실장이 '날씨경영인증제도 개요 및 혜택'에 대해 소개했다.

또한, 날씨경영을 통해 식품산업의 부가가치를 창출한 (주)현대그린푸드의 사례를 이 회사 조성춘 전무가 소개했으며, CJ제일제당(주) 김석규 대리는 날씨경영을 통한 곡물 수급 리스크 관리 사례를 소개했다.

특히 정혜훈 기상청 사무관이 소개한 식품·외식업종과 프랜차이즈업종 등 여러 가지 업종별 날씨경영 필요성과 실천 사례는 프랜차이즈 기업들에게 시사하는 바가 컸다. 정 사무관은 "식품·외식기업의 경우 식재료 관리, 편차가 심한 배달 수요, 원가 관리 등에 날씨가 큰 영향을 미치고, 프랜차이즈의 경우 고객 수, 배달 수요, 주문관리, 매장인력 운영 등에 영향을 준다"며 "이 같은 산업별 위험요소를 기초로 기업의 공급체인 관리 과정과 가치사슬 상에서 날씨로 인한 리스크를 관리하는 기법이 날씨경영 기법"이라고 설명했다. 즉, 상품별 특성과 기상요소별 상관관계 분석을 통해 수요를 예측하고 예상되는 미래 상황에 따른 판매전략 등 전략적 대안을 수립함으로써 위험은 줄이고 판촉은 늘리는 기법이 날씨경영이라고 설명했다.

정 사무관은 특히 날씨경영 기법의 실천사례로 프랜차이즈 기업들의 경우를 들었다. 정 사무관에 따르면, <파리바게뜨>는 5년간 169개 지역의 일별 매출과 기상자료를 통계기법으로 지수화한 '날씨판매지수'를 매장별 POS 시스템을 통해 제공하고 마케팅에 활용했다. 그 결과 가맹점은 판매량을 예측해 주문량을 조절할 수 있었으며 재고와 폐기물량이 감소했다.

<장충동왕족밥>은 컨설팅을 통해 연간·주간 예보 및 계절 날씨 정보를 활용함으로써 모든 매장의 매출이 상승한 경우다. 매장의 영업특성에 따라 맞춤형 날씨정보를 활용하며 매출액이 증가한 것이다. 또한 본사 역시 날씨정보를 잘 활용한 생산량 조절 및 물류 배송 통제로 원재료 예측량을 확보하고 보관관리 및 유통비를 절감할 수 있었다.

글 나홍선 부장

사진 박세웅 팀장

프랜차이즈산업협, 산업분과위원회 발족 프랜차이즈산업 및 협회 박람회 발전 도모할 것

(사)한국프랜차이즈산업협회는 오는 6월에 개최하는 2015 제34회 프랜차이즈산업박람회를 앞두고 지난 4월 6일 협회 산업분과위원회를 발족시켰다. 10명의 협회 이사로 구성된 산업분과위원회는 프랜차이즈산업 박람회와 관련해 다양한 아이디어 발굴을 통해 실질적인 비즈니스의 장으로 격상시킴과 동시에 프랜차이즈 업계의 현안 문제를 해결, 극복하기 위한 역할을 도모해 갈 것으로 보인다.



아이디어 발굴과 실질적인 비즈니스의 장 모색

(사)한국프랜차이즈산업협회는 지난 4월 6일 팔래스호텔 TWO TONE LOUNGE에서 제4차 산업분과위원회 회의를 갖고 10명의 위원들이 모인 가운데 산업분과위원회를 발족했다. 산업분과위원회는 한국프랜차이즈산업협회 수석부회장인 (주)오니규 이명훈 대표가 초대 산업분과위원장으로 추대되었으며, 해마로푸드서비스(주) 정현식 대표가 부위원장을 맡았다. 이 외에도 (주)바른식 김순금 대표, (주)웰빙을 만드는 사람들 명정길 대표, (유)디딤푸드 이백택 대표이사, 사과나무(주) 백진성 대표, (주)못된고양이 양진호 대표, (주)이레푸드시스템 최종성 대표, (주)아로마무역 임미숙 대표, (주)조스푸드 나상균 대표 등 8명이 분과위원으로 위촉됐다.

협회 산업분과위원회는 프랜차이즈산업 및 협회 박람회 발전을 위해 수익사업보다는 프랜차이즈업계 발전을 위해 박람회 관련한 다양한 아이디어와 벤치마킹, 프랜차이즈 본부의 가맹점 유치 등에 도움을 주고자 설립됐다.

협회 한 관계자는 “향후 산업분과위원회는 박람회의 나아가야 할 방향을 위해 아이디어를 발굴하고 공공성을 갖는 박람회를 만들기 위한 뿌리를 만드는 것은 물론, 프랜차이즈 산업 발전을 위한 많은 아이디어를 한데 모을 수 있을 것으로 기대한다”고 설명했다. 이를 위해 산업분과위원회는 오는 6월 11일부터 13일까지 열릴 예정인 2015 제34회 프랜차이즈산업박람회 개최를 앞두고 ‘우리 농산물과 함께 해요’라는 캐치프레이즈를 내걸고 프랜차이즈 본부의 안정적인 식자재 공급과 지자체 향토 브랜드의 전국화 가맹사업 지원 등의 활로를 모색하기 위해 MOU를 체결하는 등 다각적인 방법으로 프랜차이즈 업계에 실질적인 도움을 주고자 노력하고 있다.

이울러 박람회 기간 동안에도 프랜차이즈 직원들에게 도움이 될 만한 법률, 세무, 인테리어, 특허 등과 관련한 세미나 개최와 유망 브랜드 합동 사업설명회 등을 추진해 프랜차이즈 업체들에게 실질적인 도움이 될 수 있도록 모색해 나가기로 했다. 산업분과위원회는 향후 박람회 유치를 앞두고 격월 단위로 산업분과위원회 회의를 진행해 프랜차이즈 업계 발전을 위한 다양한 아이디어 발굴과 박람회가 실질적인 비즈니스의 장이 될 수 있도록 모색해 나갈 방침이다.

“프랜차이즈의 순기능 올바르게 인식시켜 나갈 것”

(사)한국프랜차이즈산업협회 산업분과위원회가 발족하면서 협회 수석부회장인 이명훈 (주)오니규 대표가 초대 산업분과위원장으로 추대됐다. 산업분과위원회는 오는 6월에 있을 제34회 프랜차이즈산업박람회를 앞두고 지난 4월 6일 협회 산업분과위원회를 발족, 10명의 협회 이사와 함께 향후 치러질 프랜차이즈산업 박람회에 대한 다양한 아이디어 발굴은 물론, 프랜차이즈 업계의 현안 문제들에 대한 논의를 펼쳤다. 이에 따라 산업분과위원회 이명훈 위원장으로부터 산업분과위원회의 앞으로 사업방향과 비전에 대해 들어본다.

이명훈 위원장_산업분과위원회

(주)오니규 대표 · 한국프랜차이즈산업협회 수석부회장



산업분과위원회의 설립 취지에 대해 말씀해주십시오.

산업분과위원회는 프랜차이즈산업 및 협회 박람회 발전을 위해 설립되었습니다. 가장 큰 역할은 1년에 두 번 개최되는 프랜차이즈 산업박람회인데, 이를 통해 창업을 희망하는 사람들에게 올바른 창업 관련 정보를 제공해 현명한 판단을 할 수 있도록 도움을 주고자 합니다.

향후 산업분과위원회는 어떤 사업에 주력할 생각입니까?

올해부터는 aT센터에서 농림식품부 후원으로 박람회를 개최합니다. 박람회를 어떻게 하면 더 알차고 효과적으로 기획, 운영할 것인지에 대한 고민을 가장 많이 하게 될 것입니다. 박람회를 개최하기 위해서는 광고, 홍보 등을 비롯한 많은 준비가 필요하기 때문입니다. 가장 중요하게 생각하는 것은 창업 희망자들이 프랜차이즈에 대한 개념을 제대로 인식할 수 있도록 하는데 중점을 두고 있습니다. 더불어 기행법관련법 및 동반위 등 프랜차이즈산업에 관계된 많은 일을 하게 됩니다. 산업분과위원회는 어떠한 현안이 생기면 이를 해결, 극복하는 역할을 하는 곳이 될 것입니다.

산업분과위원회 위원은 어떤 분들로 구성되었는지요?

산업분과위원회는 위원장을 포함해 협회 이사들로 구성돼 있습니다. 그 가운데 위원장과 부위원장을 제외하고는 가능한 한 30~40대 젊은 대표들로 구성했습니다. 전 세계적으로도 한국이 트렌드 변화가 가장 빠르고 민감한 나라이다 보니, 젊고 진취적인 사람들이 필요하다고 생각했습니다. 같은 이유로 여성 두 분도 함께 포함시켰습니다.

산업분과위원회의 향후 계획과 비전에 대해 말씀해주십시오.

대한민국 산업에서 프랜차이즈가 차지하고 있는 부분은 점점 커지고 있습니다. 이에 따라 협회의 산업분과위원회를 통한 노력으로 일반 국민들이 갖고 있는 프랜차이즈에 대한 역기능적인 부분보다는 순기능적인 부분을 올바르게 인식시킬 수 있도록 더욱 더 노력을 기울여 나갈 생각입니다.

글 임나경 국장 사진 박세웅 팀장

미리 가본 6월 제34회 프랜차이즈산업박람회



매년 3월과 9월 2회 개최되던 프랜차이즈산업박람회가 올해는 6월에 한 번 더 개최돼 더 많은 프랜차이즈 브랜드가 참여할 수 있는 기회가 주어진다. 많은 브랜드들이 참여해 조기 마감 되는 등 그동안 업계 최고의 이슈로 자리 잡은 프랜차이즈산업박람회는 오는 6월 11일 양재동 aT센터에서 제34회를 개최한다. 더 다양한 브랜드들의 참여를 기대하며 거품을 뺀 ‘착한 박람회’, 제34회 프랜차이즈산업박람회에 미리 가본다.

글 차은지 기자 자료제공 (사)한국프랜차이즈산업협회

6월 박람회 - 참여 기회 확대

지난 3월 국내 최대 규모로 개최된 제33회 프랜차이즈산업박람회의 열기가 다 식기도 전에 제34회 프랜차이즈산업박람회가 오는 6월 개최될 예정이다. (사)한국프랜차이즈산업협회가 주관하고, 농림축산식품부, 산업통상자원부, 식품의약품안전처가 후원하는 제34회 프랜차이즈산업박람회는 아직 상반기 박람회에 참여하지 못한 프랜차이즈 브랜드에게 단비 같은 소식이다. 협회는 4월 중순부터 다양한 업종의 프랜차이즈업체와 지역 향토 특산 브랜드, 식자재 클러스터, 주방용품, 인테리어 등의 관련 기업들의 참여를 독려하며 선착순 모집을 실시하고 있다. 오는 6월 11일 (목)부터 6월 13일(토), 3일간 aT센터에서 개최되는 제34회 프랜

차이즈산업박람회는 취지에 맞춰 서울 양재동에 있는 aT센터 제1전시장에서 개최돼 가스 사용이 가능해 이전에 조리 시설로 어려움을 겪었던 브랜드에게도 좋은 기회가 될 것으로 보인다.

착한 박람회 - “우리 농산물과 함께 해요”

이번 6월 박람회는 화려하지는 않지만 실질적이고 솔직한 박람회라는 점에서 ‘착한 박람회’로 알려지며 브랜드의 질은 높지만 자본이 부족해 홍보의 기회가 없던 브랜드와 예비창업자들에게 큰 호응을 얻고 있다. 또 협회는 이번 박람회가 국내외 우수 프랜차이즈 업체 홍보 및 가맹점 유치 기회를 제공하는 것은 물론, 지자체 프랜차이즈의 전국화 확대 지원 효과와 지역 특산물과 프랜



부스안내

일반부스 : 기본 1,700,000원(VAT 별도)

가스부스 : 기본 1,900,000원(VAT 별도)

로얄존부스 : 3,000,000원(VAT 별도)

※협회 회원사 10% 할인

참가문의

(사)한국프랜차이즈산업협회

사업기획팀 민재기 차장, 이재선 사원,
이보배 사원

전화 : (02)3471-8135~8

팩스 : (02)3471-8139

홈페이지 : www.ikfa.or.kr

e-mail : kfaexpo@ikfa.or.kr

차이즈 가맹본부 간의 독점 계약을 통한 유통 판로 확보의 효과도 기대하고 있다.

지난 3월 박람회의 슬로건이 '동반상생과 나눔'이었다면, 이번 6월 박람회는 '우리 농산물과 함께해요'라는 부제로 동반상생과 나눔을 실천하는 실질적인 장으로 기획됐다. 최근 지자체와 협력해 국내산 농수산물의 식자재 사용률이 높아진 프랜차이즈 본사들에 앞장서 협회가 브랜드와 지자체를 이어주고 안정적인 파트너십의 연결고리를 마련, 협력의 장을 주도하겠다는 입장이다. 6월 박람회에서는 본격적으로 준비해 일부 브랜드와 지자체의 현장 조인식도 가질 예정이다.

차별화된 박람회-건전한 협업 문화 조성

협회는 특히 "창업시장의 불황을 가맹본부와 함께 이겨내고자 장식을 줄이고 기본부스로 통일함으로써 가맹본부들의 과도한 부스 인테리어 비용 부담을 경감시키고 브랜드 간 이미지 격차를 줄였다"고 전했다. 이를 통해 참관하는 예비창업자들이 외형이 아닌 내실 있는 브랜드를 선택할 수 있도록 하여 향후 건전한 전시문화를 통해 올바른 창업정보 제공에 나선다는 것이 협회의 취지다. 지자체와 함께 건강한 먹거리와 건전한 협업 문화, 전시 계획 등으로 업계에 또 어떤 이슈와 새로운 방향을 몰고 올지 이번 제34회 프랜차이즈산업박람회가 더욱 기대되고 있다.

국내 최대 규모 제33회 프랜차이즈산업박람회 성료

창업 시즌 최대의 축제 제33회 프랜차이즈산업박람회가 지난 3월 19일부터 21일까지 SETEC에서 개최됐다. 국내 최대 규모로 진행된 이번 박람회는 알찬 성공창업 상생 특전과 동반성장 창업 교육, 다양한 프로그램 등으로 업계에서 주목 받았다. 박람회 현장을 통해 업계 이슈와 하반기 (사)한국프랜차이즈산업협회의 방향을 살펴봤다.



각계의 이목을 집중시킨 개막식

지난 3월 19일 학여울역 SETEC에서 제33회 프랜차이즈 산업 박람회가 축하공연과 함께 화려하게 개막했다. (사)한국프랜차이즈 산업협회가 주최·주관하고 산업통상자원부, 농림축산식품부, 고용노동부, 식품의약품안전처, 특허청이 후원해 국내 최대 규모로 진행된 이번 박람회는 업계 최대 이슈였다. 이번 박람회가 국내 최대 규모이자 프랜차이즈산업의 글로벌화의 뜨거운 화두가 되기에

시작부터 업계뿐 아니라 일반과 언론의 관심을 한 몸에 받았다. 오전 11시에 시작된 개막식에는 평일임에도 참관객으로 붐볐고, 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장, 산업통상자원부 이인호 차관, 새누리당 이현재 의원, 말레이시아 정부 다토스리 알리아스 빈 에치제이 아마드 차관, 주한말레이시아 다토 로하나 랄미 대사, 일본 경제산업성 노무라 에이코 과장, 일본 프랜차이즈협회 야마모토 요시마사 회



(사)한국프랜차이즈산업협회(회장 조동민 사진 우)와 임홍길휴먼재단의 업무협약식

장, <모스버거> 시쿠라다 대표 등 업계 및 각계 인사 100여 명이 참석했다. 이날 행사는 개막 선언과 버트식으로 시작되었고, 이어지는 각계 인사의 축사를 통해 프랜차이즈산업에 대한 앞으로의 발전 가능성에 대해 언급해 각계와 국내외에서 한국 프랜차이즈산업에 이목이 집중되었음을 짐작할 수 있었다.

개회사에서 조동민 회장은 “최근 프랜차이즈의 해외 진출이 지난 10년간의 진출보다 많았던 성과를 바탕으로 앞으로의 글로벌 진출 동기부여가 되도록 박람회 준비했다”며 “동반상생, 나눔, 일자리 창출에 포커스를 맞춰 프로그램을 계획해 이번 박람회를 통해 업계뿐만 아니라 사회에도 공헌하는 계기가 되길 바란다”고 전했다. 테이프 커팅식 후 각계 및 업계 인사들은 비전관, 창의관, 미래관 순으로 박람회장을 순시했다.

상생을 위한 업체들의 자발적 참여

‘동반상생과 나눔’이라는 슬로건으로 기획된 이번 제33회 프랜차이즈산업박람회에는 250여 개 업체가 300개 부스로 참여했다. 이들 업체들은 대부분 자발적 참여로 성공창업을 위한 상생 특전이 펼쳐졌는데, ▲콜라보레이션 펍 <바보스>는 박람회 기간 상담을 통한 계약 시 한 달 임대료를 지원 ▲이자카야 브랜드 <꼬지사계>와 다닝&비어카페 <엘리팜>은 박람회 기간 창업상담을 통해 계약 체결 시 인테리어 비용 할인, 임대료 지원, 포스 지원 ▲프리미엄 김밥의 원조 <김가네>는 창업상담 후 3개월 이내 계약 시 300만 원 상당의 물품 및 집기류를 지원 ▲치킨 브랜드 <치킨방앗간>은 1300만 원 상당의 마케팅 지원 및 로열티 면제 혜택 ▲감성카페 <셀렉트

커피>는 박람회 기간 1200만 원 상당의 가맹비, 교육비, 보증금을 면제하고, 5000만 원의 외환은행 무이자 대출을 지원 ▲감자탕전문점 <이바둑감자탕>, 망고빙수전문점 <망고몬스터>, 커피전문점 <키스커피>, <장수돌침대>, 프리미엄푸드카페 <전철우음식사탕> 등 다수의 참가 브랜드들이 창업상담 후 계약 시 가맹비를 일부 및 전액 면제 등의 특전을 제공해 예비창업자들이 창업 초기 부담감을 덜고 성공적인 창업으로 이어질 수 있도록 동반상생을 실천했다.

동반성장·상생의 그 뜨거운 현장

개막식 당일에는 행사장 내 컨퍼런스룸(미래관 2층)에서 휴먼스쿨 건립 및 사회공헌 사업 지원을 위한 (사)한국프랜차이즈산업협회와 임홍길휴먼재단의 업무협약식이 있었다. 협회는 “이를 통해 앞으로 프랜차이즈 업계의 적극적인 사회적 기여를 할 것이며, 이번 협약식에 동반상생의 취지를 담았다”고 전했다. 동 장소에서 ‘동반성장 창업교육’도 이틀간 진행됐다. 창업 및 프랜차이즈에 대한 실무 경험이 풍부한 강사진이 나선 만큼 골목상권의 소상공인, 업종전환을 고려하는 자영업자, 재창업 기회를 얻고자 하는 참석자 80여 명이 강의마다 빼곡히 자리를 채웠다.

박람회장에서는 강원도관이 별도 마련되어 지역과 상생하고자 하는 취지를 담았고, 특별히 이번 박람회는 말레이시아 프랜차이즈 협회와 협력하여 말레이시아부스존을 구성해 유망 말레이시아 프랜차이즈 브랜드를 소개했다. 국내에서 접하기 어려운 해외 브랜드에 대한 예비창업자들과 업계 종사자들의 관심이 뜨거웠다.



2015년 한국-말레이시아 프랜차이즈 간담회

이제는 세계로, 글로벌로

한국-말레이시아 프랜차이즈 간담회

개막식 당일, SETEC 컨벤션센터 중회의실에서는 ‘한국-말레이시아 프랜차이즈 간담회’가 열렸다. (사)한국프랜차이즈산업협회와 산업통상자원부 관계자, 말레이시아 대표단이 함께한 이번 간담회는 양국이 프랜차이즈 산업 발전을 위한 교류를 위한 초석이 될 것이라고 협회 측은 전했다.

본 간담회에서 조동민 회장은 “한국의 프랜차이즈 역사는 길지 않지만, 정부의 적극적인 지원과 업계의 열정에 의해 비약적으로 발전하고 있다. 이번 박람회로 말레이시아와 한국 프랜차이즈 협회와 관련 기구가 서로 협력하고 교류하며 글로벌 프랜차이즈 시장에서 선의의 경쟁을 하길 바란다”고 말했다. 이에 주한말레이시아 다토 로하나 랄미 대사는 한국 측의 초청에 감사를 전하며 “이번 기회로 한국의 선진화된 프랜차이즈를 본받고 서로 교류의 교두보가 되길 바란다”고 말했다. 이어 다토스리 알리아스 차관은 “한국 내에서 프랜차이즈 산업에 대한 적극적인 지원이 좋은 비즈니스

교류 환경을 조성했다고 생각한다. 이번 기회로 (사)한국프랜차이즈산업협회와 좋은 관계를 맺고, 성공요인을 배워 산업발전을 위해 협력해 나가길 바란다”고 기쁨을 표명했다.

간담회에서 주도적으로 대화를 이끌던 박기영(한국 <집보리> 대표이사) 수석부회장은 “(사)한국프랜차이즈산업협회가 한국의 비약적인 산업 발전에 이바지하는 기관 중에 하나라는 사실이 자랑스럽다”며 한국의 프랜차이즈산업 발전의 배경에 대해 소개하고 양국이 화기애애한 분위기에서 이야기를 나누며 간담회를 마쳤다.

제2차 한일프랜차이즈 CEO 정보교류회

이날 저녁에는 서초동 (사)한국프랜차이즈산업협회에서는 ‘제2차 한일프랜차이즈 CEO 정보교류회’도 개최됐다. 프랜차이즈의 글로벌화가 큰 화두인 만큼 일본 프랜차이즈협회에서는 아마모토 요시마사 회장을 비롯해 일본 정부 경제산업성 유통정책과 노무라 에이고 과장이 참석하고 <모스버거>, <코코이찌방야>, <키브스재

MINI INTERVIEW **박람회 참여 목적과 소감은?**



(주)이바둑 <이바둑감자탕>
장호철 본부장

“저희는 이번 박람회에서 (이바둑감자탕) 가맹상담은 물론이고 부속센터인 ‘바른창업센터’를 소개하고 22년간 가맹사업과 직영점을 운영하며 쌓은 노하우를 전하기 위해 참가했습니다. 가맹 희망 예비 점주들에게 성공창업 비결과 저희 (이바둑감자탕)이 아니어도 창업을 원하는 분들에게 필요한 교육과 상담을 연결해드리고 바른 창업 문화를 선도하고자 합니다.”



(주)김가네 <김가네>
이준희 마케팅 팀장

“박람회 참가 목적은 브랜드 홍보와 가맹점 모집에 주가 되었지만, 무엇보다 <김가네> 신메뉴인 ‘매운 빠삭기 김밥’과 ‘크림치즈김밥’을 소비자들에게 평가를 받고 싶습니다. 또한 소비자 창업이 가능한 제2브랜드 <치킨방앗간>을 통해 안정적인 창업을 권장하는 데, 리스크를 적게하고 수익을 올리고 싶어하는 이들에게 주목을 받는 것 같아 보람있습니다.”



제2차 한일프랜차이즈 CEO정보교류회

팬》 등 프랜차이즈 업체 대표들이 대거 함께했다.
 조동민 회장은 “한국 프랜차이즈 산업은 태동기를 지나 성장기에 있다. 한국보다 먼저 성장한 일본 프랜차이즈 선진 경영과 정부와의 상호 신뢰를 쌓은 비결 등을 배우고자 하며, 해외진출 사례와 함께 연구할 계획이다”라며 프랜차이즈 산업의 글로벌화에 적극 동참하려는 의지를 보였다. 프랜차이즈산업에 대한 서로의 정보교류가 끝나고 일본 경제산업성 노무라 에이코 과장은 “이번 박람회의 긴 입장 대기줄이 보여준 뜨거운 창업열기와 쉬지 않고 일하는 참가업체 직원들의 열정을 접해 한국 프랜차이즈 산업의 미래가 밝다는 느낌을 받았다”고 소감을 전하기도 했다. 이런 다양한 해외 교류 사례는 (사)한국프랜차이즈산업협회와 업계 관계자들, 그리고 정부의 협력으로 한국의 프랜차이즈산업의 발전 가도와 전망을 잘 나타내주는 대목이었다.

글/ 최윤영 기자, 차은지기자 사진/ 박세웅 팀장, 황윤선 기자



일본프랜차이즈협회 야마모토 요시마사(오른쪽) 회장이 한국 프랜차이즈 산업에 대한 의견을 말하고 있다

MINI INTERVIEW

일본 프랜차이즈협회 야마모토 요시마사 협회장

제2차 한일프랜차이즈 CEO 정보교류회의 의미?

(사)한국프랜차이즈산업협회 교육장에 걸린 ‘제2차 한일프랜차이즈 CEO 정보교류회 현수막을 보니 뿌듯하다. 이런 좋은 교류를 이뤄낸 조동민 회장과 관계자 분들에게 고맙다. 앞으로 교류행사를 정례화해서 해마다 만날 수 있도록 노력하겠다.

프랜차이즈 글로벌화 선도 국가로서 한마디?

일본은 한국보다 고령화와 저성장의 시대가 먼저 왔다. 내가 운영하는 프랜차이즈가 2013년 기준으로 직영점 270개, 가맹점 530개 정도 되는데 확장이 점차 어려워지고 있다. 그래서 야구장을 운영하는 등 사업을 다각화하는 중이다. 업계는 일본 국내 시장에서는 가맹점 1300개 정도가 한계라고 판단하고 있다. 이런 상황에서 해외진출은 성장의 돌파구가 될 수 있다. 특히 문화강국으로 거듭난 한국은 일본에서도 인기가 많다. 내가 한국에 간다니 가족들이 먹거리를 잔뜩 사오라고 부탁하더라.

프랜차이즈 업계에 있어 프랜차이즈협회의 역할은?

어느 나라나 악덕 가맹본부와 가맹점주는 있게 마련이다. 하지만 힘이 더 센 가맹본부는 가맹점을 위해서 존재한다고 생각하고 상생을 모색해야 한다. 우리 협회 로고를 보면 가맹본부와 가맹점이 대등한 위치에서 협력한다는 뜻을 담고 있다. 그만큼 협회가 나서서 프랜차이즈 산업이 제대로 발전하도록 노력하고 있다.

글로벌 대장정을 향한 두 번째 행군

설레임과 기대감이 교차한 KFCEO 명품과정 입학식



(사)한국프랜차이즈산업협회가 주관·주최하는 제2기 KFCEO 명품과정 입학식이 지난 3월 9일 서울 반포동 팔래스호텔 서울 로얄볼룸에서 한국창업전략연구소 이경희 소장의 사회로 열렸다. KFCEO 명품과정은 세계 어디에 내놓아도 부족함이 없는 프랜차이즈 CEO 500명을 키워낸다는 목표로 각 분야 최고의 강사진으로 구성된 교육과정이다. 교육인원은 50여 명이며 수업은 3월 9일부터 6월 29일까지 16주간 매주 월요일 저녁에 진행된다.

글 최윤영 기자 사진 박세웅 팀장



(사)한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장이 KFCEO명품과정을 소개하고 있다.

1주차

KFCEO 명품과정 입학식
송은영 교수, CEO 이미지 메이킹

조동민 협회장은 입학식 격려사에서 “오늘 여기 오신 분들은 정말 좋은 기회를 잡은 거다. KFCEO 명품과정은 국내 최고의 프랜차이즈 교육과정을 목표로 한다”며 “그만큼 세심한 부분까지 배려해 1기생들의 만족도가 아주 높다”고 말했다. 이어 조 회장은 “프랜차이즈 산업이 서민경제 활성화에 큰 도움을 주지만 이에 걸맞은 위상을 확보하지는 못하고 있다”며 “앞으로 KFCEO가 배출한 인력이 프랜차이즈 산업의 여론을 만들고 관련 정책을 주도하도록 힘쓰겠다”고 밝혔다.

협회에 따르면 KFCEO 명품과정 2기는 단순한 실무교육을 빼고 글로벌 CEO가 되는 자질을 높이는 방향으로 구성됐다. 인문학과 문화를 프랜차이즈 경영에 접목하는 강의, 글로벌 선도기업의 선진 마케팅 기법을 소개하는 강의, 윤리 경영을 바탕으로 지속가능한 경영을 추구하는 강의처럼, 최고로 인정받을 수 있는 커리큘럼을 구축했다고 설명했다. 3월 9일 입학식과 함께 진행된 첫 교육은 ‘CEO 이미지 메이킹’으로 백석대 송은영 교수가 맡았다. 송 교수는 박근혜 대통령이 대통령 선거에 나왔을 때 당시 박 후보의 이미지 메이킹을 담당했을 만큼 해당 분야에서 손꼽히는 전문가다.

송 교수는 CEO들이 한 명씩 앞으로 나와서 자기소개를 하면 ‘원포인트 레슨’을 통해 맞춤식 조언을 했다. CEO들은 처음에 어색한 반응을 보였지만 갈수록 적극적인 모습을 보였다. 나중에는 자발적인 박수와 웃음이 계속 터져 나왔다. 송 교수는 CEO들의 머리카락 모양을 바꿔주면서 “보세요, 30년간 바꾸지 않은 스타일을 30초 만에 바꿀 수 있지요?”라며 “얼굴성형이 흔해졌지만 성형은 자칫 인상을 차갑게 만들 수 있어요. 작은 노력이 10년을 젊어보이게 합니다”라고 강조했다.





2주차

주철환 교수, 벽을 넘어야 별이 된다

2주차 교육의 강의는 아주대학교 문화컨텐츠학과 주철환 교수의 인문학 강연으로 시작되었다. 주 교수는 MBC TV 프로듀서로 입사하여 '우정의 무대', '일요일 일요일 밤에', '테마게임' 등 참신하고 기발한 예능 프로그램을 연출하였고, 방송PD 외에도 MBC 예능국 차장, 중앙일보 본부장, 국어교사, 대학교수, JTBC 이사 등등 다양한 경력들을 보유한 유명인사다. 주 교수는 인생사관학교는 조기졸업이 없는 평생을 다녀야만 하는 학교로, 상대방을 향한 관심, 진심 어린 관찰, 좋은 관계, 인연 관리가 인간의 자리를 지키기 위한 필수과목이라 강조했다. 지금 당장 눈에 보이는 이익을 위해 숨기고 타하기에 급급하지 말고, 웃으며 털고 일어나 벽을 넘어 별이 되라는 따뜻한 조언도 잊지 않았다. 주 교수는 인생을 통해 깨달은 본인만의 철학을 수려한 언어적 표현과 함께 강의에 녹아내 교육생들에게 커다란 호응을 얻었다.

주철환 교수



3주차

농림축산식품부 정책간담회

3주차 KFCEO 명품과정은 농림축산식품부 정책담당자와의 간담회로 진행됐다. 서울 서초동 협회 교육장에서 한국 프랜차이즈 업계를 이끌고 있는 CEO 50여 명과 함께, 농림축산식품부 이주명 식품산업정책관의 정책발표를 듣는 자리를 가졌다. 이날 이주명 정책관은 CEO들과 함께 현장감이 물씬 배어있는 소중한 경험들을 공유했다. 특히 가장 뜨거운 화제였던 한국 프랜차이즈 업체의 중국시장 진출에 대해서 이 정책관의 냉철한 분석이 돋보인 시간이었다.

한국 프랜차이즈 업체에게 중국은 매력적인 시장이다. 중국 식품시장 규모는 2014년 기준으로 9680억 달러나 된다. 중국 시장 진출도 활발해서 2014년 한국 프랜차이즈 업체의 전체 해외매장 3726개 중에서 1505개가 중국에 있다. 그러나 현지 문화에 적응하기 어렵고, 검역 등 비관세 장벽으로 식재료 수입이 원활하지 않아 중국에서 고전하는 업체들도 많다.

이주명 정책관은 "요즘, 중국에 지금 들어가도 되느냐는 질문을 많이 받는다. 하지만 정부가 프랜차이즈 CEO들에게 중국에 가라고 무조건 권장할 상황은 아닌 것 같다"며 "한국에서 재벌의 반열에 오른 유통기업조차도 중국시장에서 철수하는 현실이다. 더구나 중국은 들어갈 때는 마음대로지만 나가는 것은 쉽지 않은 곳"이라고 전했다.

이주명 정책관



4주차

권대욱 대표, 글로벌 프랜차이즈 포럼

4주차는 권대욱 아코르 엠베서더 호텔 대표가 맡았다. 권 대표는 '변화와 혁신-글로벌 프랜차이즈 기업 문화를 중심으로'라는 주제로 자신이 이끌고 있는 청춘합창단의 도전기를 소개해 감동을 이끌어냈다. 권 대표는 오는 6월 15일 UN에서 남북 평화통일을 기원하는 특별공연을 펼치기 위한 준비작업을 하고 있다. 그는 "중동 건설 현장에서 오래 근무했고, 외환위기 당시 건설사 사장을 하면서 어떻게 위기를 벗어나는 지를 알게 됐다"며 "위기를 극복하려면 다시 태어나듯이 근본까지 모두 변해야 한다. 중국 춘추시대에 군주가 백성이 늘어나지 않음을 한탄하자, 맹자는 50보를 도망간 병사가 100보를 도망간 병사를 비웃었지만 도망간 것은 같다. 습관 하나를 고치고 변했다고 한다면 아무런 노력을 하지 않은 것과 같다"고 설명했다. 권 대표는 "그렇게 근본부터 변하고 나면 선한 마음이 생기고 일을 하면서 부끄러움이 사라진다"며 "인격의 완성에 이른 사람이 되어서, 자신의 마음 가는대로 행동하는데 법도에 어긋남이 없다고 할 정도가 되면 그 사람이 하는 일은 역사가 된다"고 덧붙였다.



권대욱 대표는 '변화와 혁신-글로벌 프랜차이즈 기업문화를 중심으로'라는 주제로 자신이 이끌고 있는 청춘합창단의 도전기를 소개해 감동을 이끌어냈다.

권대욱 대표

5주차

박태호 교수, 한국의 대외무역관계와 FTA정책
김인호 대표, 리테일 비즈니스 모델 변화와 프랜차이즈 대응 전략

5주차 과정은 서울대 박태호 교수와 가든파이버 김인호 대표의 강연으로 진행되었다. 박태호 교수는 '한국의 대외무역관계와 FTA정책'이란 주제로 한국의 최근 무역실적, 주요국과의 대외무역관계를 짚은 후 한국의 FTA정책과 한중 FTA, 향후 과제에 대한 날카로운 분석과 방향을 제시했다. 박 교수는 지속적인 경쟁력 유지를 위해 미국 및 EU와의 FTA가 계속되어야 함을 강조하는 한편, "인도, 중동, 러시아, 중남미 및 아프리카의 잠재력이 무궁무진하다"는 말로 한국이 2조 달러 무역국으로 가기 위해선 이들과의 교역 또한 확대되어야 함을 역설했다. 이어 중소기업의 적극적인 FTA 활용을 통해 투자유치 및 고용창출이 이루어질 수 있기를 희망했다. 박 교수의 강의는 한국의 FTA정책 상황과 향후과제를 명확히 짚으며 프랜차이즈 기업이 나아가야 할 방향을 제시했다는 평이다.

다음 강연을 진행한 김인호 대표는 '리테일 비즈니스 모델 변화와 프랜차이즈 대응 전략'이라는 주제로 소비자의 가치관 변화와 이에 따른 소비 트렌드 변화, 기업의 대응방식을 제시했다. 김 대표는 <유니클로>, <자라>, <코스트코> 등 다양한 기업들의 정책을 하나하나 열거하며 "성공한 기업은 소비 트렌드를 정확히 읽고, 틈새를 공략하며 나아가 새로운 트렌드를 창조해 나간다"고 밝혔다.



김인호 대표



박태호 교수



박태호 교수는 중소기업의 적극적인 FTA 활용을 통해 투자유치 및 고용창출이 이루어질 수 있기를 희망했다.



서울대 김성수 교수가 삼성그룹의 인사관리 시스템을 설명하고 있다.

6주차

김성수 교수, 삼성의 신경영 신인사 사례와 Talent Management 이세진 아나운서, CEO를 위한 미디어 스피치

서울대 김성수 교수가 맡은 첫 번째 강의는 기업경영에서 인사부문의 중요성에 대해 삼성그룹의 사례중심으로 진행됐다. 김 교수는 인사부문을 기업가치에 커다란 영향을 주지만 투자에 따른 실적 증가가 바로 나오지 않으니 소홀히 하기 쉽다고 설명했다. 특히 사람이 하는 서비스의 비중이 높은 프랜차이즈 업체는 인사관리가 다른 업종보다 더 중요하다고 했다. 김 교수는 “인사부문을 투자에 따른 실적 효과가 나타나는 기간이 전략·기획, 재무·회계, 홍보·마케팅보다 상대적으로 길다. 다른 분야는 투자가 바로 실적으로 이어지지만, 인사는 영입된 인재가 교육을 받고 동기부여가 일어나 실적에 기여하는 단계가 복잡하기 때문”이라고 설명했다.

이세진 아나운서는 CEO가 대중 앞에서 어떻게 잘 말할 수 있을지를 차근차근 설명해 참석자들의 주목을 받았다. 그는 “연설을 하기 전에 발표 내용을 그리면서 말할 내용을 정리해보면 큰 도움이 된다”며 “무대공포증을 떨쳐내는 가장 좋은 방법은 무엇보다도 말할 기회가 생기면 망설이지 않고 해 보는 것”이라고 말했다.



이세진 아나운서

7주차

이경미 교수, 변화한 시장-새로운 마케팅 전략 박민수 박사 CEO의 건강관리-생체나이 타임머신 프로젝트

서울대 이경미 교수는 고객이 기업을 신뢰하지 않는 시대가 왔으며 기업이 고객을 설득하려고 하면 고객은 방어적 자세를 취한다고 현 시대의 마케팅 포인트를 설명했다. 이 교수는 “지금은 마케팅 3.0의 시대”라며, “1.0 시대에는 물건을 잘 만들면 팔렸다. 2.0 시대는 어떻게 고객과 친밀한 관계를 맺을까 고민했다. 3.0 시대는 고객과 협력하고 고객이 판매활동에 참여하도록 배려해야 한다”고 말했다. 그는 “기업이 아무리 TV광고를 열심히 만들어도 고객은 그 광고를 끝까지 보지 않는다”며 “노골적인 브랜드 제시를 자제하고 사용자들간의 대화의 장을 만들어주는 파티 플래너의 역할이 필요하다”고 강조했다.

이어서 두 번째 강의는 고려대 박민수 외래교수가 CEO의 건강관리 대책을 설명했다. 그는 “휴일근무가 잦은 프랜차이즈 업체의 CEO는 자칫 건강관리를 소홀히 하기 쉽다”며 “CEO의 건강이 기업의 주요 자산이라는 생각으로 신체 건강 나이를 젊게 유지해야 한다”고 강조했다.



이경미 교수



8주차

임채운 이사장 프랜차이즈 운영전략

중소기업진흥공단 임채운 이사장은 프랜차이즈 산업과 관련한 공단의 주요 업무로 유통산업 생태계 악순환 개선과 내수시장 건전화를 언급했다. 그는 “대한민국은 기업도 양극화 현상이 심해졌다. 대기업이 제품 개발부터 생산까지 수직계열화를 이뤄내면서 중소기업이 참여하는 공급체인이 끊겨버렸다. 중소기업이 지금 스마트폰 만들 수 있겠나”라고 말했다. 또, “반대로 중국은 세계의 공장 역할을 해오면서 부품과 자본, 기술 및 인력조달의 풀이 커졌다. 그래서 아이디어와 기획력만 있으면 얼마든지 기회가 열려있다”고 덧붙였다. 임 이사장은 유통 대기업이 수요를 독점함에 따라 경쟁이 감소하고 중소기업 제품의 판로가 제한되며, 이로 말미암아 소비자 선택권이 제한되는 상황을 개선하고자 다양한 정책을 펼치고 있다고 밝혔다. 그는 “7번째 홈쇼핑은 공영으로 운영해 제품 생산자의 다양성을 보장하겠다. 또, 전국에 ‘행복한 세상’이라는 이름으로 정책매장을 열어 중소기업 제품 판매를 촉진하겠다. 실제로 목동 행복한 세상 매장에 가보면 대기업 제품이 없다”고 설명했다. 임 이사장은 중소기업의 인재유출 현상을 진정시키고자 도입한 노사협력 적금사업도 소개했다. 그는 “직원과 회사가 매달 돈을 모아서 5년 후 2억 원을 만드는 목표를 세우도록 했다. 만약 5년 안에 직원이 퇴사하면 본인 적립금만 준다”라고 말했다.



임채운 이사장



9주차

김성희 교수 고부가가치시대의 스마트 전략 손현덕 편집국장 10개의 단어로 한국을 말하다

“여기 있는 여러분 모두 디지털 이주민입니다. 돌아갈 나라가 없다는 생각으로 디지털 네이티브들과 경쟁해야 합니다.” 카이스트 김성희 교수는 1983년생부터는 정보기술이 생활화된 환경에서 자랐기 때문에 이전 세대에 게 없는 ‘디지털 DNA’가 있다고 설명했다. 그렇지만 미래시대는 스마트를 넘어 인간의 본질에 접근하는 인문학적 소양이 진정한 경쟁력이 된다고 했다. 그는 미국 스탠포드대 디자인스쿨의 사례를 소개했다. 스탠포드대 디자인스쿨은 병원의 자기공명영상장치(MRI) 안에 들어가기 무서워하는 어린이를 위해 해적선 모양의 디자인을 첨가했다. 최첨단 기술을 아무리 적용해도 완벽한 사용자 편의를 제공하지 못했지만, 인문학적 접근으로 돌파구를 찾아낸 사례다. 김 교수는 “10% 성장보다 10배 성장이 더 쉬운 경영환경이 만들어지고 있다”며 “기존에 있는 모든 변수와 가정을 처음부터 다시 고려해하는 창조적 파괴를 통해 혁신을 이뤄야 한다”고 강조했다.

2교시는 매일경제 손현덕 편집국장이 진행했다. 그는 KFCEO 명품과정에서 세월호 사건 등의 주제로 강연해 참석자들의 호기심을 이끌어냈다.



김성희 교수 손헌덕 편집국장



10주차

박상기 교수 글로벌 협상론
이치성 강사 프랜차이즈 기업의 재무관리



박상기 교수

한국뉴욕주립대 박상기 겸임교수는 글로벌 협상의 중요성을 강조했다. 한국 기업들이 글로벌 협상이라는 난제를 처음 맞이한 것은 1990년대 말 IMF 외환위기 시절이었다. 당시 대우자동차 같은 대기업이 외국자본에 인수됐다. 한국 협상단이 급히 꾸려졌지만 글로벌 협상경험이 전혀 없는 사람들이었다. 결국 매각 대상 기업은 형편없는 가격에 매각되고 말았다. 협상 과정에서 적절히 대처하지 못했던 것이 가장 큰 원인이었다. 최근에는 한국 기업의 협상력이 나아졌다고는 하지만 그간 지불한 비싼 수업료에 비하면 초라하다. 더구나 한국 프랜차이즈 기업의 해외진출이 늘어나면서 글로벌 협상력을 길러야 하는 과제가 생겼다. 박 교수는 글로벌 기업의 협상 사례를 소개하면서 한국 프랜차이즈 기업의 분발을 당부했다.



이치성 강사

2교시를 맡은 이치성 강사는 프랜차이즈 기업의 재무관리에 관해 강의했다. 기업재무의 필요성은 서양에서 항해술의 발달로 대항해시대가 열리면서 강조되기 시작했다. 대륙을 넘나드는 항해사업은 상품의 구매와 인력 관리 등에서 이전과 차원을 달리했다. 체계적인 재무관리가 필요했고, 현대의 기업에 이르러서는 수치로 나타낼 수 있는 모든 기업정보를 다루는 중요한 시안이다.



KFCEO 명품과정 2기 원우명단 (가나다순)



공재기 대표이사
(주)에팡 (피자에팡), (오빠들)



김기환 기자
세계일보



김낙규 대표이사
(주)데어리랜드



김대근 대표이사
(주)조은세상에프씨 (회통집), (나노김매기)



김동규 대표이사
(주)좋은나라



김범호 전무이사
SPC(주) (피리마켓), (단킨도너츠)



김성동 대표이사
(주)동원홀푸드



김성운 대표이사
(주)에쓰와이브랜차이즈 (고지시계), (엘리팝)



김성주 대표이사
(주)씨피케이푸드시스템



김성호 대표이사
(주)청성대 (옛날농장)



김영철 전무이사
(주)놀부 (놀부보쌈), (놀부부대찌개)



김익수 대표이사
(주)채선당 (채선당)



김일도 대표이사
일도씨패밀리 (일도씨닭갈비), (일도씨캠핑)



김정수 부사장
(주)정수산업 (정수들함대)



김종무 대표변호사
법무법인 한림



김종선 대표이사
동해(주)



김형석 변호사
법무법인 정림



노영민 대표이사
새콤에프에스(주)



류경선 대표이사
(주)화동길비 (주)기연푸드 (화동길비)



류정빈 부사장
(주)에스에프씨 (사브함)



류태영 대표이사
화승물류



마경선 대표이사
(주)일신생명보험(주)



박배균 대표이사
투어캠(주)



박익태 대표이사
(주)일규정 (돈치킨)



배동성 대표
연예인



손우빈 대표이사
(주)빅토리어스 (곤노리)



송명의 대표이사
(주)고래푸드 (고래만옥)



염성자 대표이사
메트라이프생명보험(주)



오중환 대표이사
(주)에스엔류러스 (토프레소)



우정욱 본부장
O(주)



이경희 대표이사
(주)리더스비전



이명복 대표이사
(주)글로벌비전코리아



이문기 대표이사
(주)이루에프씨 (영규임치킨), (통파이브)



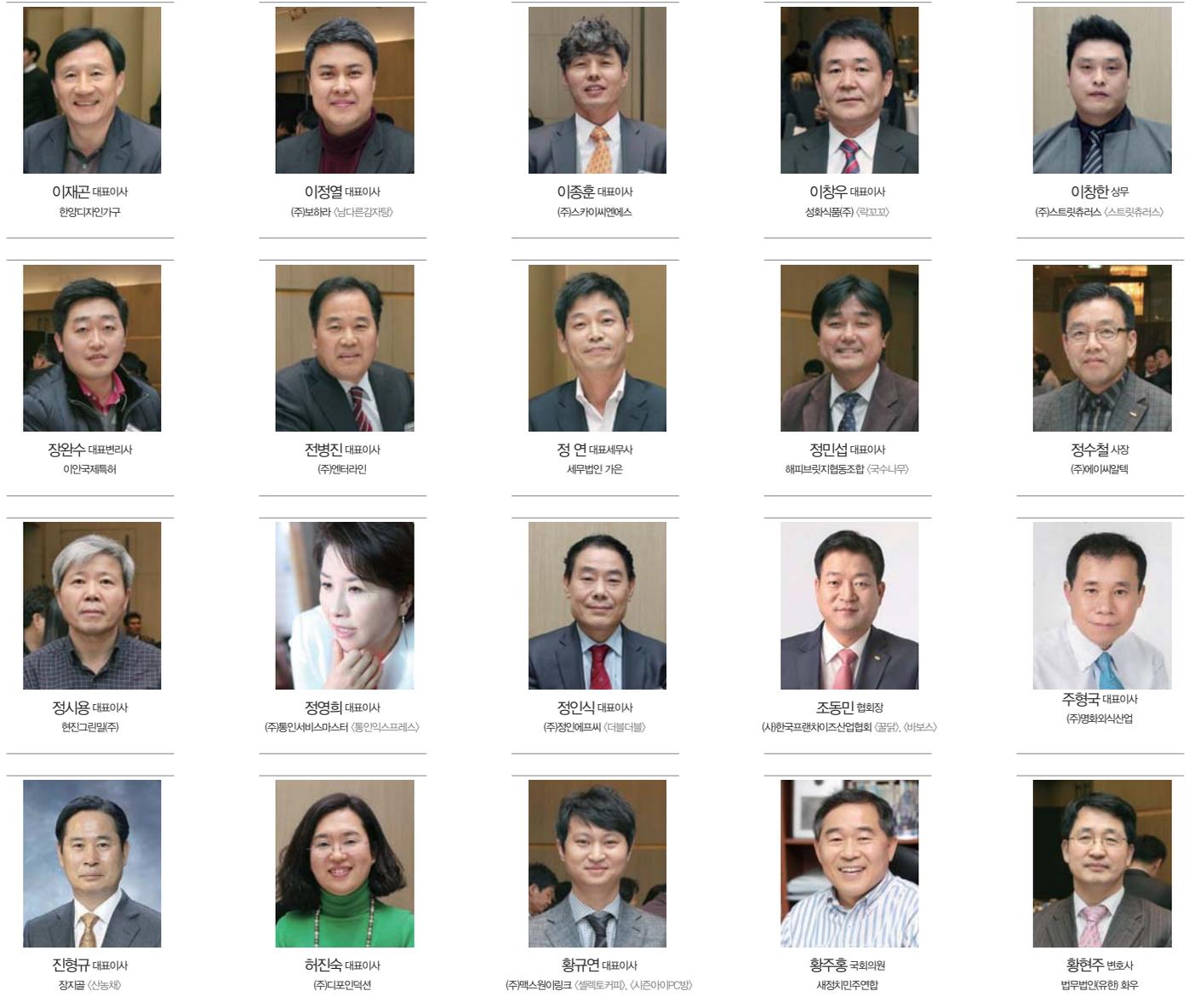
이범도 대표이사
(주)크린토피아



이범익 대표이사
(주)이수푸드빌 (거성치킨)



이상규 대표이사
(주)비로에프에스 (그리하노아)



■ 제2기 집행부 명단

| | |
|-------------|---|
| 원우회장 | 김 성 호 |
| 감 사 | 김 종 섭, 김 동 규 |
| 수 석 부 회 장 | 김 익 수, 송 명 의, 이 범 돈 |
| 부 회 장 | 김낙규, 김범호, 김영철, 김정수, 노영민, 마경선, 이경희, 이재곤, 이창우, 정수철, 정영희, 정인식, 진형규 |
| 분과위원회 | 골프위원회(회장: 전병진/총무: 장완수, 황규연), 경조위원회(김동규) 협업위원회(이경희) 산악위원회(회장: 정인식/총무: 김일도), 여성위원회(정영희) |
| 총 무(국장, 차장) | 사무국장: 이중훈 / 사무차장: 우정욱, 재무국장: 이문기 / 재무차장: 손우빈 |
| 고 문 | 공 재 기, 김 성 주, 박 의 태, 이 병 역, 전 병 진, 조 동 민, 황 주 흥 |
| 자 문 위 원 | 김 종 무, 김 행 석, 황 현 주 |
| 이 사 | 김기환, 김대근, 김성용, 김성윤, 김일도, 류경선, 류정기, 류태영, 박배균 배동성, 염성자, 오덕근, 오종환, 이명복, 이상규, 이장열, 이창한, 장완수, 정민섭, 정시용, 정 연, 허진숙, 황규연 |



(주)대대에프씨는 인도네시아 자카르타 베이워크몰에 입점을 시작으로 현재 5개 점포를 운영중이다.

해외관련 R&D팀 강화 및 내실 다질 것 (주)대대에프씨 <꿀닭>

27년 업력을 자랑하는 (주)대대에프씨의 <꿀닭>이 국내시장은 물론 동남아 시장 등 해외시장에서 선전을 보이고 있다. 현재 <꿀닭>은 지난 2013년 싱가포르를 시작으로 인도네시아, 말레이시아 등지에 진출해오고 있다. 해외 주력브랜드인 <꿀닭>은 해외에서 현지인들에게 더욱 사랑을 받고 있는 가운데, 인도네시아 5개, 싱가포르 2개와 4월 말 말레이시아 쿠알라룸푸르에 1호점 오픈하면서 선전을 보이고 있다.

싱가포르와 인도네시아 등 현지 젊은층에게 각광

(주)대대에프씨는 지난 2007년 <바비박사(바비큐보스)>의 중국진출로 해외시장에 본격 발을 내딛었으며, 당시 <바비큐보스>라는 브랜드였으나, 중국현지인들의 발음이 쉽도록 <바비박사>의 중문명을 바꾸어 운영해왔다. 2007년 1호점 오픈 후부터 현재는 총 13개 매장을 운영 중에 있으며, 2012년 한국에서 론칭한 <꿀닭> 브랜드가 2013년 싱가포르에 첫 진출을 시작으로, 해외 주력브랜드로 운영되고 있다.

<꿀닭>은 기존의 프라이드 치킨과는 다른 뼈 없는 닭고기에 달콤하고 매운맛을 가미해 어린 아이부터 모든 세대가 먹기 좋은 음식으로 평이 높다. 한국에서도 모든 세대에게 사랑받는 닭강정인데, 이러한 부분이 해외에서도 높이 평가되고 있는 부분이다. 특히 달고 짜게 먹는 습관이 길들여져 있는 동남아 국가에서 한국식 닭강정 소스의 인기는 기대 이상으로 높은 평가를 받고 있다.

<꿀닭>은 국내 젊은 세대들에게 사랑을 받아온 만큼 싱가포르와 인도네시아 현지에서도



20~30대까지 폭넓게 사랑을 받고 있다. 특히 싱가포르의 경우는 점심시간에 직장인들이 많이 찾는 상권에 위치해 현지 메뉴로 도시락세트를 만들어 판매하고 있기도 하다. 인도네시아의 경우에도 가볍게 먹을 수 있는 테이크아웃메뉴라는 점을 강조해, 쇼핑몰 및 백화점 푸드코트에 입점, 점심시간 및 저녁시간까지 고객들이 끼니를 때울 수 있는 메뉴로 각광받고 있다.

해외진출 모색 다각화

물론, 해외 해외진출 시 어려움도 많았다. 가장 어려운 점은 현지에서 매장운영 관리가 쉽지 않다는 부분이었으며, 본사 직원이 파견되고 잦은 방문이 이루어져도 관리가 쉽지 않았다. 때문에 현지인들에게 조리교육 및 서비스교육이 꾸준히 유지될 수 있도록 관리해 나가는 것이 관건이었다. 이 외에도 인도네시아와 말레이시아의 경우 할랄국가에 포함돼 있는 가운데, 현재 운영에는 큰 차질이 없지만, 현지에서 브랜드인지도를 높이기 위해 할랄 인증을 받으려 준비중이기도 하다.

해외진출에 적극적인 모습을 보이고 있는 (주)대대에프씨는 올해도 해외박람회 등을 통해 해외 바이어들과의 꾸준한 미팅을 이어나갈 생각이다. 이 회사 관계자는 “한국프랜차이즈산업협회, aT 등에서 지원하는 해외행사는 모두 참석하도록 노력하고 있으며, 그에 따른 성과도 많이 나타나고 있는 한 해입니다”라며, 지난해에 이어 올해에도 해외진출선도기업으로 해외진출에 박차를 가하고 있다는 설명이다.

한류열풍 및 SNS 영향...해외 R&D팀 강화 주력

(주)대대에프씨는 현재 이미 진출한 국가에 지속적인 서포트와 성공적인 안착을 위해 중국 및 동남아시아 시장 뿐 아니라 북미 또는 중동 시장에도 많은 관심을 두고 있다. 특히 올해는 중국시장에 집중, 상하이, 베이징, 광저우와 같은 1성 도시 외에도 아직 잘 알려지지 않은 도시로의 진출도 모색해 나간다. 인도네시아의 경우 할랄국가로 닭고기 소비량이 1일 약 3700만 수로 국내 소비량의 15





배(대한민국 246만 수)로 굉장히 높은 가운데 <꿀닭>의 새로운 방식의 치킨 요리가 각광받고 있다. 한편, <꿀닭>은 SNS인 인스타그램을 통해 간접적인 광고효과도 톡톡히 봤다. 현재 진행중인 중동국가 파트너의 경우, <꿀닭>의 인스타그램을 통해 싱가포르, 인도네시아의 <꿀닭>제품사진과 방문고객들의 높은 선호도에 관심을 갖고 진행된 사례다. 전 세계적으로 한류열풍이 이는 가운데 국내 프랜차이즈에 대한 인식도 높아지고, 해외 곳곳에서 한국문화, 한국요리를 선호하는 사람들이 늘고 있다. 이에 최근 진출 국가 또한 늘어남에 따라 해외관련 R&D팀 강화는 물론, 자체적인 내부 해외사업에 대해서도 내실을 다져나갈 생각이다. 올해는 말레이시아 신규 오픈과 중국시장 진출 그리고, 미진출 동남아 시장으로의 확대를 목표로 삼고 있다.

글 임나경 편집국장 사진 박세웅 팀장, 업체제공

Hot Tip

(주)대대에프씨의 해외진출 전략 노하우 3

1 현지 바이어 발굴 ... 시장조사 및 현지 사정을 잘 알아야 진출에 대한 대비책을 세울 수 있다. 같은 동남아 국가라도 각 국가마다 식습관, 문화, 생활패턴 등 성향이 모두 다르다. 때문에 진출국은 꼭, 직접 방문해 현지의 문화를 공부하고 경험해야 한다.

2 신뢰할 수 있는 파트너선정 ... 자사에서 지향하는 브랜드 콘셉트에 관심을 갖는 수많은 바이어 중에서 진심으로 브랜드 성장을 함께 키워나갈 수 있는 파트너를 선택하는 것이 진출 후 본사에게도 중요한 부분으로 작용한다.

3 브랜드 현지화 ... 국내에서 잘 팔리고 인기 좋은 메뉴지만, 해외에 나가면 현지인들로부터 냉소적인 반응을 얻을 수도 있다. 해외진출에서 가장 중요한 부분이 현지화다. 국내에서 성공했어도 현 방식만을 고집하지 말고, 현지인들이 쉽게 받아들일 수 있도록 메뉴, 가격부터 모두 새롭게 세팅해야 한다.



프리미엄 전문 분식 트렌드를 이끌다

(주)조스푸드 <조스떡볶이>

(주)조스푸드는 떡볶이 브랜드 <조스떡볶이>와 프리미엄 김밥 브랜드인 <바르다김선생> 등을 운영하는, 올해로 8년차를 맞는 중견 외식 프랜차이즈다. <조스떡볶이>는 현재 430여 개 점을 운영해오고 있는 가운데, 올 초부터 점포 리뉴얼을 단행해 새로운 버전의 점포 분위기와 메뉴 콘셉트로 신규 가맹점주와 고객들로부터 좋은 호응을 얻고 있다. 아울러 바르고 깨끗한 먹거리 문화를 선도한다는 기업의 이념이 반영된 두 번째 브랜드인 <바르다김선생>의 폭발적인 고객 반응은 1년 만에 100호점을 돌파하면서 발 빠른 점포전개를 보이고 있다.

절대 재료만은 타협하지 않겠다

지난 2007년 9월 고려대 앞에서 1호점을 시작한 <조스떡볶이>는 전국 430여 개의 가맹점을 보유한 프리미엄 분식 프랜차이즈로 꾸준한 성장을 해오고 있다. 시그니처 메뉴인 '매운떡볶이'로 주요 타깃층인 2030 여성들 사이에서 신드롬을 일으켰다. 즉, 먹기 좋은 3.5cm 크기와 깔끔하게 매운 맛으로 여성들의 인기를 독차지하며 대표 떡볶이 브랜드로 자리매김해 왔다. <조스떡볶이>는 과학적인 R&D 시스템을 기반으로 초보자도 쉽게 조리가 가능한 원팩시스템, 차별화된 교육 노하우, 체계적이고 철저한 가맹점 관리, 고객중심의 경영마인드 등 남다른 운영 시스템으로 경쟁력을 다지고 있다. <조스떡볶이>는 수십 가지 종류의 메뉴를 취급하기보다는 떡볶이와 김밥 등 소수 메뉴에 대한 선택과 집중을 통해 '프리미엄 전문분식'의 선두주자로 외식업계의 트렌드를 이끌어왔다. (주)조스푸드 나상균 대표는 떡볶이라는 음식이 길거리 음식이라는 이미지를 걷어내고 싶다는 간절한 바람으로 '절대 재료만은 타협하지 않겠다'는 신념에 따라 안심하고 먹을 수 있는 신선하고 깨끗한 식재료 사용을 고수해 왔음을 강조한다.





로고, 인테리어, 신 메뉴 도입 등 리뉴얼

〈조스떡볶이〉는 지난 2월 전남 광주상무점 1호점을 기점으로 새로운 매장 인테리어와 로고를 새롭게 도입하고 브랜드 리뉴얼을 단행했다. 기존 점포는 주방과 계산대가 출입문 입구에 자리했으나 리뉴얼 점포는 위생개념을 생각해 주방을 내부로 들이고 점포 분위기도 기존보다 툠다운시켜 보다 격이 있는 분식전문점을 지향하고 있다.

메뉴는 면류와 김밥, 만두류를 추가했는데, 김밥내용물이 많으면서도 중독성 있는 감칠맛을 내는 ‘조스김밥’, 머리부터 꼬리까지 새우 한 마리를 통째로 튀겨낸 20cm ‘황제새우 튀김’, 겉은 바삭하고 속은 촉촉한 ‘빠삭촉촉만두’, 쫄깃한 면발과 매콤함의 진수를 보여주는 ‘안드로맵다 쫄면’, 얼큰하고 깔끔한 해물 육수의 ‘화난해물라면과 통영바다라면’ 등으로 메뉴 이름처럼 툠툠 튀는 맛으로 고객들에게 새로움을 전하고 있다. 특히 ‘매운떡볶이’는 매추리알, 튀김어묵, 공갈만두 등을 토핑으로 올려 즐길 수 있도록 했으며, 떡볶이 소스도 두배로 양을 늘려 다른 메뉴를 소스에 찍어먹을 수 있도록 했다. 전체 메뉴구성이 보다 세련되고 고급스러워져 고객들에게는 맛에 대한 만족도를, 점주들에게는 객단가를 상승시켜 매출상승에 도움이 되도록 했다.

변화와 도전을 즐기는 브랜드

떡볶이의 매운 정도와 색깔을 위해 3가지 고춧가루를 섞어 사용하는 〈조스떡볶이〉는 조미료를 사용하지 않고 오로지 고춧가루와 갖은 양념으로 맛을 내는 게 특징이다. 이 브랜드만의 특화된 기술 즉, 3가지 고춧가루를 절묘하게 배합한 ‘고춧가루 블렌딩’ 기법, 화학조미료인 캡사이신을 사용하지 않아 깔끔하고 매운맛이 특징이다. ‘진짜찰순대’ 메뉴는 양배추, 부추, 당근 등을 포함한 생채소, 쌀떡, 견과류 등 10여 가지 재료를 더해 고소한 풍미를 더한 건강한 순대를 자랑하고 있다. 수제튀김도 CJ와 공동 연구한 조스 전용 현미유, 오투기와 공동 연구개발한 조스전용 튀김가루로 고소함과 바삭함을 더했다. 60년 전통의 원조 부산어묵인 삼진어묵과 제육을 통해 수제 어묵고로케 3종을 출시하는가 하면 오징어도 일일이 껍질을 벗겨내 튀기는 것도 고객들이 더욱 신뢰하는 부분이다.

아울러 지난 4월에는 청결한 점포를 위한 ‘클린 캠페인’을 본격 가동해 노후 된 매장이나 QSC (Quality, Service, Cleanliness) 평가 점수가 D 이하인 매장을 대상으로 본사 슈퍼바이저를 상주시켜 청결과 위생에 만전을 기하기도 했다. 이는 지난 4월 말까지 1차적으로 100개 점포를 대상으로 실시하며 추후에도 지속적으로 클린 캠페인을 떠나갈 계획이다. 〈조스떡볶이〉는

‘조스는 항상 즐겁습니다’라는 슬로건처럼 항상 변화와 도전을 즐기며 젊고 역동적인 브랜드 이미지를 추구하고 있다. 때문인지 전체 가맹점주 중 60%가 20~30대일 정도로 가맹점주의 평균 연령대 또한 낮은 편이라고 한다.

글 임나경 국장
사진 황윤선 기자



나상균 대표



토종브랜드 세계화에 가속패달을 밟다

(유)디딤푸드 <신마포갈매기>

(유)디딤푸드는 1999년 4월 인천광역시 연수구에 대나무집 인천직영점을 시작으로 <신마포갈매기>, <애플삼겹살>, <호랭이돌곰창>, <미술관> 등 프랜차이즈 브랜드와 대형 직영 브랜드인 <백제원>, <도쿄하나>, <풀사이드>, <오백년장어> 등을 운영하고 있는 역량 있는 기업이다. 2006년부터는 제조공장을 설립해 가맹점 및 거래처에 직접 제조, 생산한 양념육을 공급하는 종합 육가공·유통 및 프랜차이즈 기업으로 자리매김해오고 있다. 디딤들을 믿고 한 발 한 발 나아가겠다는 의미를 담은 사명처럼, 다양한 아이템과 브랜드를 꾸준히 개발해오며 실속을 다지고 있다.

국내 약 370여 개점, 해외 20여 개점 진출

<신마포갈매기>는 60~70년대 시내버스 종점이었던 서울 강북 마포에서, 하루 일을 마친 후 동료들과 어울려 고기 한 접에 술 한잔 기울이던, 서민들의 정겨운 추억을 모티브로 삼았다.

그 정겨움과 소박한 맛을 보다 많은 고객과 함께 하고자 마포라는 지명과 돼지고기 특수부위인 갈매기살을 합성해 <신마포갈매기>라는 브랜드를 만들게 됐다. 현재 국내에 약 370여 개의 직·가맹점과 해외는 중국, 홍콩, 태국, 인도네시아, 미국 등 약 20여 개의 매장이 진출해 있다. 또 최근에는 시즌2 버전을 개발해 기존 가맹점과 신규가맹점들로부터 좋은 평가를 받고 있다.

<신마포갈매기>는 100% 갈매기살만을 사용하는데 갈매기살 외에 다양한 고기류 및 메뉴들도 갖춰 남녀노소가 모두 즐길 수 있게 했다. 특히 <신마포갈매기>만의 특허받은 불판으로 제공되는 계란크러스트는 트레이드마크가 됐다. 수많은 고기전문점 가운데 이 브랜드가 경쟁력을 가질 수 있었던 것은 본사 슈퍼바이저의 역량이 크다. 점주와 꾸준한 소통을 통해 애로점을 청취하고, 점포 운영의 전반적인 사항을 체크리스트로 작성해 개선부분을 코칭, 운영 지원을 돕고 있다. 또 직영매장은 직원들이 점포에 지분투자 형태





로 참여할 수 있도록 해 오너십을 고취, 급여 외에 개인적인 수익을 가져갈 수 있는 기회를 제공하고 있다. 아울러 고객관리 부문에서도 매장 내에서 고객이 원하는 것들을 슈퍼바이저가 직접 청취해 신 메뉴 개발이나 서비스 개선 등에 반영한다. 일례로 최근 치즈를 갈매기에 찍어 먹으면 좋을 것 같다는 고객의 의견을 청취해 신 메뉴로 개발, 고객으로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

가맹점주의 수익 극대화가 성공의 동력

〈신마포갈매기〉는 현지 공장과 계약을 통해 본사만 사용하는 브랜드를 가지고 있어 안정적인 물량공급이 가능하며, HACCP 인증을 받은 육가공 제조공장 및 자사 물류를 통해 직가맹점에 직접 공급해 가격경쟁력을 가진다. 위생에 있어서도 신뢰할 수 있는 부분이 타 프랜차이즈업체와는 차별화되고 있음을 강조하고 있다. 〈신마포갈매기〉 이범택 대표는 '직원이 살아야 사장이 살고, 가맹점주가 살아야 본사가 산다'는 철학을 가지고 본사의 수익을 최대한 줄이고 가맹점의 수익을 극대화 시키는 전략이 성공의 원동력이 됐다고 강조한다. 즉, 많은 가맹점주들이 1개가 아닌 여러 개의 매장을 운영하는 다점포 점주가 많은 것도 〈신마포갈매기〉만의 성장 동력이 됐다는 설명이다. 〈신마포갈매기〉는 예비창업자들에게 창업비용의 합리성과 운영의 편리성 그리고 높은 수익률을 가져다주어 타 브랜드와의 차별화된 경쟁력을 갖고 있음을 강조한다. 아울러 가맹점주

들이 안정적인 창업을 도모할 수 있도록 고민하고 실천하는 것을 가장 우선으로 꼽는다. 가맹점주와 본사의 상생을 위해 본사의 결정을 강요하기보다는 점주의 요구에 최대한 맞춰가려고 노력한다. 본사 또한 가맹점주 선정 시, 최대한 본사의 메뉴얼을 잘 따라 줄 수 있는지, 서로 신뢰관계를 유지하며 파트너십을 가지고 매장을 운영할 수 있는지에 대한 심사를 통해 가맹계약을 진행하고 있다.

시즌2 버전 및 해외진출 공격 행보

특히 지난해부터 인테리어와 메뉴에 변화를 주어 〈신마포갈매기〉 시즌2 버전으로 신규매장 개설을 도모해오고 있으며, 기존 매장도 희망의사가 있는 매장을 우선으로 리뉴얼 작업을 진행하고 있다. 시즌2 매장은 기존 목재에서 패밀리레스토랑의 느낌을 강조했으며 조명도 보다 밝게 해 보다 경쾌한 느낌을 강조했다. 메뉴도 고객들이 다양하게 즐길 수 있도록 콤보 메뉴를 만들었다. 콤보 메뉴는 돼지콤보, 소+돼지콤보, 치즈콤보 등으로 구비해 고기류 중 다양한 부위를 세트화해 제공해 고객들의 메뉴 선택폭을 넓혀 맞춤 메뉴로 인기가 높다. 올해 〈신마포갈매기〉는 Satisfaction-고객만족을 실현하는 기업, Communication-소통하는 기업, Globalization-세계적인 기업 등을 목표로 가속도를 붙이고 있다. 현재 해외에 20여 개의 매장이 진출해 있는 가운데, 한식의 세계화를 더욱 가속화해 한국의 바비큐를 널리 알리는데 앞장설 계획이다.

오는 6월에는 미국 LA와 라스베이거스에 직영점 오픈을 시작으로, 6월 홍콩 2호점, 8월에는 직영점으로 홍콩 3호점 오픈 계획도 잡혀있다. 아울러 중국에도 사업 파트너를 선정해 직영점 출점을 준비하는 등 분주한 행보를 보이고 있다.

글 임나경 국장
사진 황윤선 기자



이범택 대표



RE/MAX Korea

선진 시스템 · 차별화된 네트워크로 부동산 시장의 패러다임 전환



지난해 8월 (사)한국프랜차이즈산업협회와 한국 프랜차이즈 브랜드의 글로벌화 지원을 위한 업무협약(MOU)을 체결하며 주목받았던 RE/MAX Korea(대표 신희성)는 세계 최대의 부동산 네트워크 RE/MAX와 브랜드 및 기술도입 계약을 맺고 한국 부동산 시장에 RE/MAX만의 선진 시스템과 차별화된 네트워크를 선보이고 있다. 1973년 미국 콜로라도의 덴버에서 시작한 RE/MAX는 현재 전 세계 97개국에 걸쳐 6700개 가맹점이 존재하며, 활동하고 있는 에이전트만 10만 명을 돌파한 글로벌 부동산 기업이다. NYSE(뉴욕증권거래소) 상장 기업이자 많은 선진국에서 시장점유율 1위를 지키고 있는 RE/MAX는 프랜차이즈로만 확장하며 부동산 중개, 건물관리, M&A, 시스템 구축 등에서 여타 부동산 기업과는 완전히 다른 앞선 시스템을 선보이고 있다.

RE/MAX의 차별성은 충실한 기본과 공유의 가치

신희성 대표는 2012년 RE/MAX와 협상을 시작, 2013년 마침내 결실을 맺고 그해 7월 RE/MAX라는 브랜드를 국내에 도입했다. 번역 및 시스템 도입 기간을 거쳐 작년부터 세일즈를 시작했으며, 올해부터는 보다 본격적인 세일즈를 전개하고 있다. 현재 서울, 부산, 평택에 3개 가맹점을 보유하고 있다. 신 대표는 RE/MAX의 가장 큰 차별성을 공유의 가치로 설명한다.

필 하킨스라는 유명 리더십 전문가가 RE/MAX를 연구한 뒤 쓴 「꿈을 경영한다」에서도 언급된 것처럼 RE/MAX는 세계 최대의 부동산 네트워크를 건설하고 그 네트워크에 속한 모두가 혜택을 누리는 공동체 조직을 지향하고 있다. '모두가 승리하는 공동체'의 구현을 위해 시스템과 네트워크를 만들고, 공유하는 가치 속에서 함께 움직이고 있다. 이처럼 기본적인 철학과 비전이 확고한 까닭에 40여 년 전 창업자가 현재도 프랜차이즈에 가맹되어 있으며, 현재도 10만 명이 한 인터넷

안에서 함께 호흡한다.

뿐만 아니라 강력하고 파격적인 보상 및 인센티브 시스템으로 RE/MAX는 현재 타 조직과 비교할 때 2배 이상의 높은 생산성을 발휘하고 있다. 실제로 1년 풀타임 근무자의 평균 급여가 10만 불에 달한다. 미국 평균 4.5만 불의 2배 이상이다.

이처럼 지속적인 성과와 성장을 유지하는 이유에 대해 신 대표 역시 “웹, 인터넷, 교육 등 시스템이 잘 되어 있지만 그것보다 중요한 것은 근본적인 철학이 있기 때문”이라고 설명했다. 시스템 측면에서 보면 10만 명이 함께 놓고 있는 사이트이며, 교육 측면에서는 다양하고 체계적인 동영상 교육을 통해 필요한 교육을 언제 어디서나 바로 습득할 수 있다. 특히 전 세계의 물건이 올라와 있어 세계 어디서나 그 물건을 확인할 수 있고 공유할 수 있다. 현재 48개국 언어로 자동 번역돼 나타나는 홈페이지에서는 실제 거래되는 물건들을 확인한 후 보유하고 있는 에이전트에게 바로 연락도 가능하다. 지도와 거리뷰 연동은 기본이다. 이같은 GPS(Global Property Search) 시스템으로 미국 등의 국가에서는 실제 부동산은 리맥스로 검색하는게 더 많을 정도라고 한다.

기존 방식과는 전혀 다른 새로운 사업 모델

RE/MAX 시스템에 가입하는 방법은 비즈니스 오너와 에이전트가 있다. 비즈니스 오너는 조직이나 사업을 담당하고, 에이전트는 부동산중개사나 부동산중개사무소의 역할을 하게 된다. 신 대표는 “RE/MAX Korea에서 창업을 한다는 것은 비즈니스 오너가 되는 것으로, 사무실 단위들을 시스템적으로 연결하는 것”이라고 설명했다. 그는 이어 “일반적인 부동산 영업 보다는 사람관리가 중요하다”며 “완전한 사업 모델이자 기존 부동산 업계의 방식과는 완전히 다른 새로운 모델을 도입하는 것이지만 간편한 바꿀게 아니기에 기존 부동산업 종사자 보다는 타 업종 종사자가 더 적합하다”고 덧붙였다.

신 대표에 따르면, 기존 부동산업 경험자나 종사자는 되도록 받지 않는다. 보는 시각이 고정되어 있기 때문이다. 대신 완전히 새로운 시각이 필요하기에 조직 관리 경험이 많은 증권, 보험 등 금융권 종사자나 체계적인 영업 또는 마케팅 경험자를 선호하고 있다.

만약 창업 과정에서 경험이 적거나 관련 지식이 부족한 경우에는 체계적인 교육으로 커버하게 된다. 일반적으로 비즈니스 오너의 경우 일주일 풀타임 교육을 통해 시스템 세팅과 관련 교육을 받아야 한다. 에이전트 역시 일주일 교육을 실시한다. 또한 매달 1회씩 가맹점주 교육을 실시하는데, 기존 경험에 대한 교육, 새로운 지식·정보의 공유, 기존 어려운 점에 대한 교육 등으로 진행된다.



신희성 대표 “부동산 시장의 새로운 판도 열겠다”

신희성 대표는 부동산 중개업 분야에서만 12년가량 몸담아온 베테랑 부동산 전문가였다. 와이드파트너스라는 회사를 4~5년 운영하며 평소 ‘확장’과 ‘성장’에 관심이 많았던 그는 확장 과정에서 매뉴얼, 교육 등 프랜차이즈 시스템이 갖춰질 필요가 있다는 생각을 하게 됐다. 또한 힘들게 자체 구축하는 것 보다 좋은 시스템을 도입하는 편이 낫겠다고 판단해 대상을 찾기 시작했다.

사실 RE/MAX는 그 명성에 비해 상대적으로 아시아에는 늦게 들어온 편이다. 중국이 2012년, 필리핀과 태국이 2011년, 일본은 우리나라와 같은 2013년이다. 상대적으로 아시아권에는 덜 알려진 RE/MAX를 선택한 이유를 신 대표는 와이드파트너스와 RE/MAX가 일치하는 부분이 많아 함께 하기로 했다고 설명했다. 신 대표는 “원래 와이드파트너스를 통해 생각하고 있던 부분을 RE/MAX도 동일하게 생각하고 있었다는 사실을 알게 됐다”며 “RE/MAX는 우리가 생각하던 것과 같은 철학과 비전을 바탕으로 많은 연구를 통해 체계적인 시스템을 구축했으며 세계적인 글로벌 브랜드로 성장한 점에 주목했다”고 말했다.

신 대표는 RE/MAX 앞으로 지속적인 교육을 실시해 부동산 업계의 분위기를 바꾸고 부동산 시장의 새로운 판도를 열어갈 계획이다. 또한 올해 가맹점을 8개 정도 늘려 전체 가맹점 숫자가 11개 정도 되도록 만들겠다는 바람도 갖고 있다.

글 나홍선 부장
사진 박세웅 팀장, RE/MAX 제공

불혹 나이 된 원앤원(주) 국내 No.1 넘어 세계시장 위해 뚝다



원앤원(주) 박천희 대표

보쌈의 NO.1 브랜드 <원할머니보쌈·족발>을 운영하는 원앤원(주)(대표 박천희)가 올해로 창사 40주년을 맞았다. 지난 1975년 청계천 8가에서 <원할머니보쌈>집으로 시작한 원앤원(주)은 모든 가맹점에서 본점과 같은 맛을 낼 수 있는 방법을 찾을 때까지 가맹사업을 전개하지 않았다. 오랜 연구 끝에 '김치 숙성지연기술' 개발에 성공하면서 자신을 얻어 그제야 원유통을 설립하며 가맹사업을 시작했다. 그렇게 가맹1호점을 연 것이 창업 16년만인 1991년. 그런 노력과 체계적인 준비의 결과로 탄생한 가맹 1호점 안산 상록수점은 24년이 지난 지금까지도 문전성시를 이루고 있을 정도다.



고객만족도 높은 <박가부대찌개>

원앤원(주)은 창립 33년이 된 지난 2008년 비로소 두 번째 브랜드 <박가부대찌개>를 론칭했다. <박가부대찌개>도 <원할머니보쌈>과 같은 '품질경영'을 모토로 다른 부대찌개 프랜차이즈와의 차별화를 시도했다. 특히 <박가부대찌개>는 시장의 미세한 틈새를 파고드는 초(超)니치 마케팅(ultra-niches) 전략을 통해 새로운 부가 시장 창출에 힘썼다.

부대찌개 브랜드로는 상대적으로 후발주자라는 점 때문에 맛의 차별화를 통해 고객들이 <박가부대찌개>를 찾도록 만들었다. 기존 부대찌개와 달리 건강한 음식이라는 새로운 콘셉트를 세우고 소비자들의 의견도 최대한 반영해 차별화된 맛을 만드는 노력도 아끼지 않았다. 그 결과 <박가부대찌개>는 소시지, 햄 등 갖가지 재료에 강한 양념으로 맛을 내는 기존 부대찌개와 달리 정성껏 우려낸 진한 사골육수에 콩나물을 넣어 시원함을 더해 맑고 개운한 국물 맛이 장점이라는 평가를 받았다. 20~30대 젊은 여성층의 마음을 사로잡을 수 있었고 결국 시장에서 경쟁력을 인정받는 브랜드가 됐다.

<박가부대찌개>는 특허출원한 황토가마에 국내산 참숯만을 넣어 원적외선 쿡킹 공법으로 만든 건강한 수제햄과 오랜 노하우로 개발한 특제 소스를 넣어 끓이는 건강한 부대찌개, 세련된 분위기의 인테리어로 차별성을 인정받고 있다. 기존 부대찌개 브랜드와는 다르다는 인식에 고객 만족도가 높은 브랜드라는 평가를 받게 됐다.

성공창업지원센터 통한 체계적인 창업 시스템 장점

원앤원(주)은 창업 40주년을 맞아 한식부문 국내 1위 달성 및 글로벌 사업 기반 마련에도 적극 나서고 있다. 특히 성공창업지원센터를 통해 가맹점의 성공 출점 및 경영을 지원하는 시스템은 이런 목표를 위한 전략이라고 할 수 있다. 원앤원(주)의 장점 중 하나인 성공창업지원센터는 창업 특강과 브랜드 설명 및 창업 교육을 통해 예비창업자의 성공 창업을 돕는 원동력이 되고 있다. 원앤원(주)의 모든 신규 가맹점은 출점승인위원회에서 오픈 여부를 결정하는데, 출점승인위원회는 점포 물색부터 계약까지 안정적인 창업지원에 주력한다. 또한 신규 가맹점이 진입

장벽을 극복할 수 있는 해법과 배달시장 선점 및 경쟁력 강화 전략 등 세부적인 사항도 빠짐없이 제시한다.

특히 예비창업자를 위해서는 변화하는 고객의 니즈와 트렌드에 부합하는 매장 타입을 개발하고, 상권 특성에 따라 매출이 극대화될 수 있는 다양한 모델을 제시한다. 이외에도 맛·서비스·분위기·가격 등 다방면에 걸쳐 최고 전문가를 배치, 가맹점의 교육, 사후점검, 위생평가 등 전 과정을 밀착 지원한다.

창업자가 신뢰하는 성공창업 아이템된다

원앤원(주)은 앞으로도 <원할머니보쌈·족발>의 40년 성공 노하우를 기반으로 고객이 믿고 찾는 브랜드, 창업자들이 믿고 선택하는 성공 창업 아이템으로 우뚝 설 계획이다. 이를 위해 간편 조리 시스템으로 여성이나 초보창업자도 쉽게 운영할 수 있으며, 점심과 저녁 메뉴의 이원화와 빠른 테이블 회전으로 수익을 극대화했다.

또 외식경영 브랜드로 Fast Food, Quick Service Restaurant, Full Service Restaurant 등 3가지 콘셉트를 제시, 빠르면서도 고객이 입장할 때부터 식사를 마치고 나간 후에도 만족할 수 있는 최상의 서비스를 제공하고자 노력하고 있다.

이외에도 변화하는 소비자의 트렌드에 맞춰 효율적인 조리방법 개발 및 신메뉴 개발, 식재료 관리, 합리적인 가격 전략을 제시하는데 주력하고 있다.

특히 철저한 원가관리를 통해 가맹점이 이익을 극대화하는 매뉴얼을 마련하고 가맹점의 성공을 위한 다양한 솔루션을 구축, 기존 가맹점과 예비창업자를 지원하는데도 최선을 다하고 있다.

박천희 대표 "고객의 신뢰와 초심이 중요합니다"

박천희 원앤원(주) 대표이사는 옛 <원할머니보쌈>을 찾던 고객들을 지금도 잊지 못한다. 간판도 없는 좁은 보쌈집 앞에 긴 줄을 서다 한 잔 소주를 털어 놓으며 하루의 피로를 풀었던 손님들은 지금도 큰 힘이 되고 있다.



“1975년은 참 어려웠던 시절이었습니다. 하루 일을 마친 저녁 무렵, 사람들은 할머니집을 찾아와 보쌈 한 접시에 소주를 시켜 고단한 마음을 달래곤 했습니다.”

박 대표는 간판 하나 없는 작은 식당을 보쌈 맛 하나만 보고 찾는 이들을 보면서 다니던 대기업을 그만두고 사업을 시작하기로 결심했다. 할머니의 보쌈 맛을 전국 어디서나 즐길 수 있도록 한다면 더 많은 사람이 찾을 것이란 확신을 했기 때문이었다. 하지만 예상치 못했던 변수를 만나면서 생각처럼 쉽게 진행이 되지 않았다. 결국 1991년에야 보쌈김치의 맛과 품질을 유지하는 해법을 찾았고, 본격적으로 가맹사업을 전개할 수 있었다. 박 대표는 “돈으로 환산할 수 없을 만큼의 노력과 시간을 투자해야 했지만 <원할머니보쌈>은 ‘언제 어디서나 똑같은 김치 맛을 느낄 수 있는 브랜드’라는 고객의 신뢰를 받을 수 있게 됐다”며 당시를 회상했다.

16년 만에 가맹사업 첫발

당시에는 이미 <놀부보쌈> 등 여러 브랜드들이 생겨나기 시작할 때였다. 그러다보니 잘 되는 식당마다 원조 논쟁을 겪을 수밖에 없었다. 따라서 박 대표는 원조라는 뜻의 <원할머니보쌈>으로 상표등록을 하고 사업 확장에 나섰다. 또한 맛이 쉽게 변하는 김치가 김치의 특성을 감안해 당일 공급이 가능한 수도권과 경인지역을 대상으로 가맹사업을 진행하기 위한 원유통을 설립했다. 이어 1998년 ‘원앤원주식회사’로 법인화한 후 선진국형 체계적인 프랜차이즈 시스템을 실현하기 시작했다.

올해로 40주년을 맞이한 지금 박 대표는 여전히 ‘초심의 중요성’을 강조하고 있다. “지난 40년 동안 IMF 구제금융 사태, 글로벌 금융 위기, 유사 상표의 범람, 원가 상승 등 수많은 위기가 있었지만 고객의 믿음과 가맹점의 협력, 임직원들의 주인 의식 등이 있었기에 이를 잘 극복해왔습니다. 특히 1997년 외환위기 당시 외식 프랜차이즈 업체들이 문을 닫을 때 원앤원(주)만은 오히려 고성장을 지속했었으니까요.”

제2브랜드인 <박가부대찌개> 론칭도 33년 만에 이뤄졌을 정도로

보쌈 한 길만을 묵묵히 걸으며 그 분야에서 최고가 되기를 힘썼던 박 대표. 그런 박 대표의 의지가 지금의 원앤원(주)을 만들었다는 것이 업계의 공통된 평가다.

“한 분야의 최고가 아니라면 어떠한 사업을 론칭해도 절대 성공할 수 없다고 생각했기에 제2브랜드 론칭을 서두르지 않았습니다. 대신 전국 매장의 품질 균일화를 실현하기 위해 ‘김치숙성지연기술’ 개발에 열성을 다해 원할머니 손맛과 똑같은 보쌈을 전국에 제공할 수 있게 됐습니다. 이어 2004년에는 ‘양파형 개량 보쌈김치 및 그 제조방법’을 개발해 특허 등록과 더불어 전국 매장 네트워크를 실현하게 됐습니다.”

박 대표는 이같은 신념으로 2007년 콜드체인시스템을 갖춘 천안 본사 식품공장을 준공했다. 또한 제2브랜드인 <박가부대찌개>도 원할머니 패밀리 브랜드로서 소비자가 신뢰할 수 있도록 하기 위해 ‘건강한 부대찌개’라는 콘셉트와 맛의 차별화에 주력했다.

새로운 성장동력 위해 2011년 6개 브랜드 론칭

박 대표는 2011년 이후 6개 브랜드를 론칭한 이유에 대해 그동안 쌓은 탄탄한 기반 위에 세운 새로운 성장 동력을 만들기 위해서라고 설명했다. 박 대표는 “지속 가능한 경쟁우위가 사라질 수 있다는 현실을 직시하면서 전성기의 경쟁우위와 차별성에 도취되면 위기에 처할 수 있기에 이런 리스크를 사전에 없애기 위한 전략의 일환”이라고 설명했다.

이들 새 브랜드는 한식과 이탈리안, 카페 등 크게 3개 업종으로 나뉜다. 박 대표는 이를 원앤원(주)의 브랜드 세분화(segmentation) 전략이라고 밝혔다. 먼저 Fast Food와 Quick Service Restaurant, 그리고 Full Service Restaurant 등 3가지로 세분화한 것이다.

박 대표는 “수평적인 확장과 시장 검증에 의해 외식 카테고리를 정의하고 그에 맞는 아이템을 발굴해 브랜드화하고 있다”고 설명했다.



고객 중심의 건전한 기업문화 갖춘 기업될 것

박천희 대표는 준비되지 않는 프랜차이즈 브랜드 론칭을 경계하며, 음식점사를 쉽게 생각하는 예비 창업자에 대해 아이템 선정, 시장의 동향, 상권분석, 매장경험 등 모든 분야에 대해서 고민하고 노력하는 자세를 가져야 한다고 조언했다. 또한 만약 부족한 부분이 있을 경우 각 분야 전문가들의 도움을 받아야 한다고 덧붙였다.

특히 외식 프랜차이즈기업으로서 똑같은 맛을 유지하는 것도 중요하지만 한걸음 더 나아가 메뉴의 차별화가 더 중요하다고 말했다. 시대가 변하면 트렌드가 바뀌는 것처럼 손님들의 입맛도 변화하기에 메뉴의 차별화를 통해 맛의 차별화를 도모해야 한다는 설명이다. 박 대표는 이와 함께 '기업문화'에도 주목해야 한다고 강조한다.

“문화를 바꿔야만 변화할 수 있고 생존할 수 있습니다. 원앤원(주)가 40주년을 맞아 명확한 비전 체계도를 재정립하는 이유가 바로 이 때문입니다.”

박 대표는 기업문화와 관련해 무엇보다 중요한 것은 기본으로 돌아가는 일이라고 믿고 있다. 또한 그 기본에 시간이 지나면서 생긴 여러 가지 첨단 서비스 시스템을 접목, 외식기업으로서 반드시 필요한 가치를 지키면서 고객만족까지 이뤄내는 것이 중요하다고 보고 있다. 박 대표는 끝으로 40주년 이후의 비전에 대해 ‘초심을 잃지 않은 기본과 수익성 강화, 가맹확대를 통한 100년 기업 준비’를 제시했다.

“원앤원(주)는 늘 새롭게 변화하기 위해 지속적으로 혁신을 꾀하는 동시에 지금까지 쌓은 외식사업의 노하우를 바탕으로 건강하고 차별화된 식문화를 이끄는 역할을 할 것입니다. 뿐만 아니라 건전한 일자리 창출, 다양한 사회공헌 등 기업의 사회적 활동에도 적극 참여해 2020년에는 한국 최고의 글로벌 외식문화기업으로 우뚝 서고 싶습니다.”

글 나홍선 부장 사진 원앤원(주) 제공



풍부한 경영 노하우 및 네트워크에 발 빠른 대응으로 매출 극대화

미얀마

미얀마에서 성공한 <롯데리아> 좋은 파트너십이 성공 이끌다

미얀마의 시장재개방 이후 국민소득 향상 및 외국인 증가로 인해 프랜차이즈 시장이 확대되고 있다. 이에 주목한 롯데그룹은 2012년 2월 미얀마의 신정부 출범 이후 새로운 투자 진출 기회를 모색하기 위해 신동빈 회장을 비롯한 대규모 회장단을 구성, 미얀마를 방문했다. 이는 미얀마 시장에서 선점하기 위한 것으로, 롯데그룹은 미얀마 방문을 통해 초기 진출 유망 분야로 패스트푸드, 식품, 음료, 식품포장재 등 생활수준 향상에 따른 소비재 부문을 타깃으로 정하고, 집중적인 투자 진출을 모색했다. 특히 현지 진출 외국계 프랜차이즈가 전무한 현실을 감안해 <롯데리아>를 우선 진출하기로 결정했다.

KOTRA의 소개로 현지에서 'Moon Bakery'라는 한국 퓨전 프랜차이즈(당시 매장 13개)를 운영하는 MYKO사와 마스터프랜차이즈 계약을 맺고, 2012년부터 본격적인 진출을 준비해 2013년 4월 미얀마 최대 축제인 띠잔(물축제)에 맞춰 미얀마 최대 쇼핑몰인 Junction Square에 <롯데리아> 1호점을 개설했다. 1호점은 개설했던 지 채 한 달도 지나지 않아 1차 물량을 완판 소진하고 1일 매출액 1000만 원을 돌파하는 대기록을 세우기도 했다. <롯데리아>는 이후 지속적으로 매장을 개설해 2014년 9월 기준 양곤에 5개 매장이 개설됐다. 또한 만달레이에 추가로 지점 개설을 진행하고 있는 중이며, 2016년까지 미얀마 내에 30개 매장을 개설할 계획이다.

현재 미얀마 <롯데리아>의 매출은 정확히 알려지지 않으나 개설했던 매장 중 절반 이상이 한국을 포함한 전체 <롯데리아> 개설했던 매장 중 최상위 수준의 매출을 기록하고 있는 것으로 알려지고 있다. 또한 나머지 매장도 평균 이상을 상회하는 실적을 나타내고 있는 것으로 조사됐다.

풍부한 노하우 갖춘 파트너와 발 빠른 대응이 성공 비결

<롯데리아>가 이렇게 세계 최빈국으로 구분되는 미얀마(1인당 GNP 1000달러 이하)에서 단기간 내 성공한 비결로는 우선 최적의 사업 파트너를 만난 것을 들 수 있다. 사업파트너인 MYKO의 사장은 중국계 미얀마인과 결혼한 한국인 여사장으로, 'Moon Bakery'라는 한국식 퓨전레스토랑을 미얀마 전역에 10개 이상 운영하고 있었다. 대형 프랜차이즈 운영에 필요한 원자재 확보 및 공급, 직원 관리 등의 노하우를 보유하고 있었기 때문에 단기간 내 <롯데리아> 사업화가 가능했다.

특히 중국계 미얀마인인 남편의 화교 네트워크를 적극적으로 활용해 미얀마 현지 최대 쇼핑몰이자 유동인구가 가장 많은 Junction Square에 <롯데리아>를 위한 별도 건물을 개설함으로써 프랜차이즈업체 뿐만 아니라 미얀마 업계에서 큰 주목을 받았다.

이와 함께 현지인의 기호에 따른 발 빠른 대응 또한 성공의 요인이라 할 수 있다. <롯데리아>는 1호점을 개설했던 때 미얀마의 특성을 감안해 닭튀김과 흰밥을 세트 제공하던 신메뉴를 개발했는데, 이런 전략이 현지의 높은 인기를 끌었다. 또한 고기를 좋아하지 않는 현지의 정서를 감안해 개설했던 초기 한우 불고기 버거의 판매 비중을 줄였으나 실제 판매 결과 예상과 달리 한국식 불고기 버거에 대한 현지의 수요가 높아 단기간 내 준비된 재고가 소진되자, 즉각 한국 <롯데리아>와 긴급 협의를 통해 항공편으로 불고기 패티를 공수했다. 마진 감소에도 불구하고 즉각적으로 수요에 대응하는 능동성을 보인 것이다.

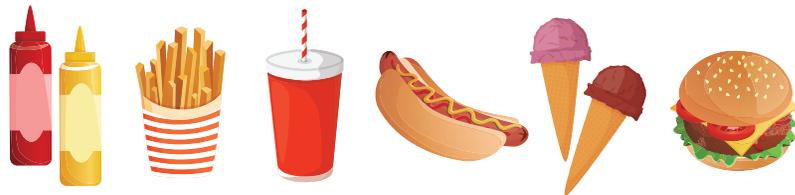
한류 스타 활용 등 적극적 마케팅 전략도 성공의 이유

한류 스타를 활용한 적극적인 마케팅도 성공비결로 평가받고 있다. <롯데리아>는 개설 초기 송중기 등 한류 스타 광고를 통해 프리미엄 이미지를 심은데 이어 싸이 등 현지의 인기 연예인을 홍보대사로 위촉해 현지인에게 친숙하게 다가갔다.

이처럼 미안마 <롯데리아>가 예상을 뛰어넘은 놀라운 실적을 보이자 본사에서 큰 관심을 보이게 됐다. 2014년 1월 롯데 칠성 미안마 펩시 JV 공장 개설식에는 롯데 신동빈 회장이 직접 참석한 데 이어 <롯데리아> 3호점 개설 행사에도 참석했다. 이는 롯데그룹 내에서의 높은 관심을 확인할 수 있게 해 주는 대목이다.

이에 대해 코트라(KOTRA)는 분석자료를 통해 “<롯데리아>의 미안마 진출 성공은 거의 같은 시기에 개설된 말레이시아의 외식 프랜차이즈인 Mary Brown이 아직까지 시장에 자리를 내리지 못하고 있다는 점을 감안할 때 의의가 크다”며 “단순히 관련 시장을 초기에 선점하는 것에서 나아가 최적의 파트너를 발굴하고 초기 현지인의 관심과 입맛을 사로잡기 위해 본사 차원에서 대대적으로 지원하는 것이 중요함을 확인할 수 있었다”고 설명했다.

코트라는 또 “그동안 미안마에 대한 경제제재로 인해 외국계 프랜차이즈의 불모지와 다름없었던 미안마의 프랜차이즈 시장은 2012년 이후 이제 세계 각국 브랜드들의 치열한 각축장으로 변모하고 있다”며 “경제호황 지속으로 미안마인의 생활수준이 개선되고 외국 문물에 대한 관심이 증가하고 있어 향후 관련 시장은 급속도로 성장될 것이 예상되는 만큼 관련 분야의 한국 기업의 관심과 발빠른 시장 진출이 요구된다”고 덧붙였다.



베트남

성장 잠재력 높은 베트남 프랜차이즈 제도적 보호장치는 미비

베트남의 프랜차이즈 시장은 세계무역기구(WTO) 양허안에 따라 외국인에게 개방되기 시작한 2009년부터 본격적으로 형성됐다. 연간 시장규모는 10억 달러 수준으로 추정되고 있으며, 연평균 20~30%의 성장률을 기록하고 있다.

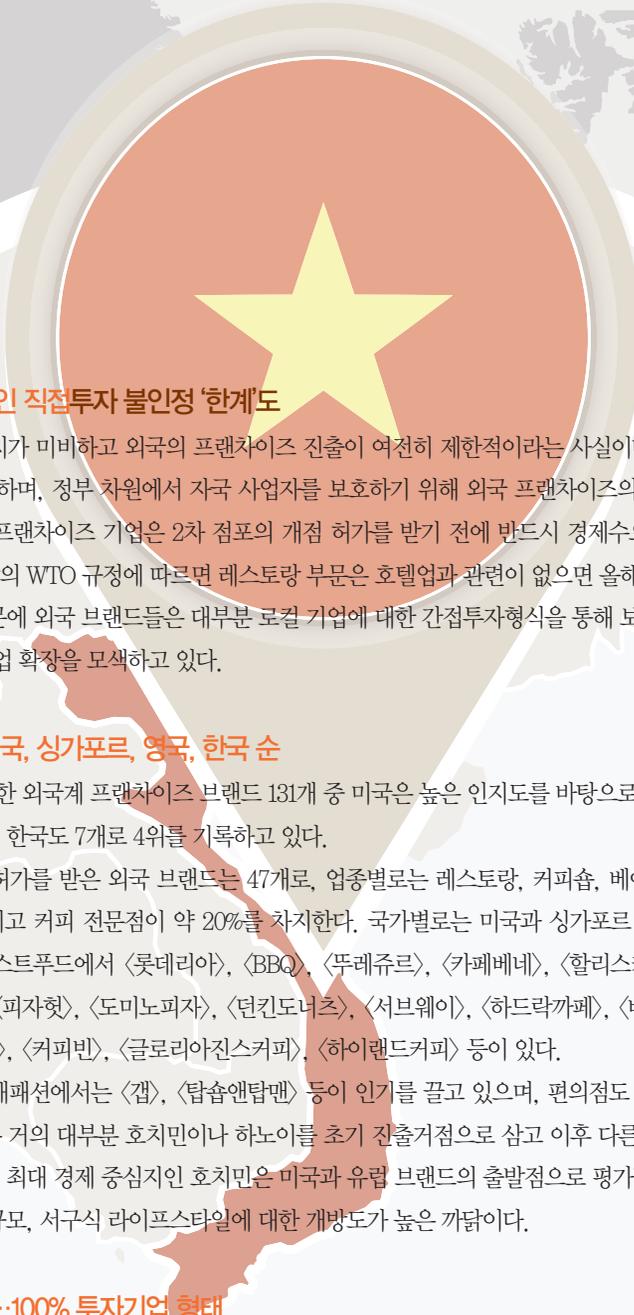
2014년 말 현재 등록 프랜차이즈 수는 142개인데 이 중 외국계가 131개로 거의 대부분을 차지하고 있다. 전문가들은 베트남 프랜차이즈 시장이 성장 가능성이 매우 높다고 보고 있다. 최근 코트라와 주간무역이 베트남 프랜차이즈 시장에 대해 정리한 내용이 있어 본지에 소개한다.

외식을 필두로 교육, 패션·미용이 주류

현재 베트남 프랜차이즈 시장은 외식분야가 주류를 이루고 있으며, 교육 및 패션·미용 분야도 대세다. 실제로 131개에 달하는 외국계 프랜차이즈 중 36%가 식품·음료 분야이며 28%가 교육, 18%는 패션 및 미용 분야이다. 하지만 2013년부터 변화가 생겨났다. 기존의 외식, 교육 및 패션·미용 위주였던 프랜차이즈 시장이 소매유통 등 기타 분야로 다양화되는 추세를 보이기 시작한 것이다.

베트남 인구는 작년 말 현재 9300만 명이며 30세 이하가 전체의 절반을 차지하고 있다. 주목할 것은 젊은 중산층이 빠르게 증가하면서 소비를 주도하고 있다. 1인당 소득은 2004달러이지만 호치민은 4700달러 이상, 하노이도 3700달러 이상에 달하는데, 이같은 도시 중심의 젊은 소비인구가 산업화 및 도시화로 인해 점점 증가세를 보이고 있다. 일각에서는 현재 전체의 32% 수준이 도시인구가 오는 2040년까지 50%를 웃돌 것으로 전망하고 있다.

이와 함께 소비를 주도하는 여성인구가 51%나 되며, 대부분의 젊은층은 맞벌이를 하고 있어 외식문화가 사회 전반에 걸쳐 유행하고 있다는 점도 주목할 부분이다.



제도적 보호장비 미비...외국인 직접투자 불인정 '한계'도

문제는 베트남은 제도적 보호장치가 미비하고 외국의 프랜차이즈 진출이 여전히 제한적이라는 사실이다. 프랜차이즈와 관련한 세부적인 법과 제도는 여전히 미흡하며, 정부 차원에서 자국 사업자를 보호하기 위해 외국 프랜차이즈의 사업허가를 늦추는 태도도 나타나고 있다. 왜냐 하면 외국 프랜차이즈 기업은 2차 점포의 개점 허가를 받기 전에 반드시 경제수요조사(ENI)를 하도록 법으로 명시돼 있기 때문이다. 베트남의 WTO 규정에 따르면 레스토랑 부문은 호텔업과 관련이 없으면 올해까지 외국인에 의한 직접투자를 인정하지 않고 있다. 이 때문에 외국 브랜드들은 대부분 로컬 기업에 대한 간접투자형식을 통해 보다 신속하고 낮은 비용으로 베트남에 법적 독립체를 세워 사업 확장을 모색하고 있다.

외국계 프랜차이즈 131개...미국, 싱가포르, 영국, 한국 순

2014년 12월 기준 베트남에 진출한 외국계 프랜차이즈 브랜드 131개 중 미국은 높은 인지도를 바탕으로 36개로 가장 많다. 이어 싱가포르가 22개, 영국 15개 순이며 한국도 7개로 4위를 기록하고 있다.

현재 외식분야에서 프랜차이즈 허가를 받은 외국 브랜드는 47개로, 업종별로는 레스토랑, 커피숍, 베이커리, 아이스크림 등 다양하다. 이 중 32%가 패스트푸드이고 커피 전문점이 약 20%를 차지한다. 국가별로는 미국과 싱가포르 브랜드가 각각 29%와 28%다. 대표적인 브랜드를 보면, 패스트푸드에서 <롯데리아>, <BBQ>, <뚜레쥬르>, <카페베네>, <할리스커피>, <스쿨푸드>, <콩돈>, <KFC>, <버거킹>, <맥도날드>, <피자헛>, <도미노피자>, <던킨도너츠>, <서브웨이>, <하드락카페>, <베스킨라빈스> 등이 있다. 또 커피 전문점으로는 <스타벅스>, <커피빈>, <글로리아진스커피>, <하이랜드커피> 등이 있다.

베이커리에서는 <뚜레쥬르>, 소매패션에서는 <갭>, <탑쇼넨탑맨> 등이 인기를 끌고 있으며, 편의점도 <서클케이>, <미니스토> 등이 진출해 있다. 이들 브랜드들은 거의 대부분 호치민이나 하노이를 초기 진출거점으로 삼고 이후 다른 지역으로 확장해나가는 모습을 보이고 있다. 특히 베트남의 최대 경제 중심지인 호치민은 미국과 유럽 브랜드의 출발점으로 평가받고 있다. 상대적으로 높은 현지인의 소득수준과 소비시장 규모, 서구식 라이프스타일에 대한 개방도가 높은 까닭이다.

한국 프랜차이즈 7개사 진출...100% 투자기업 형태

현재까지 베트남에서 프랜차이즈 사업등록을 마친 한국 기업은 7개이며 한류에 힘입어 꾸준히 점포가 늘고 있다. 7개사 중 <콩돈>(삼겹살 전문점)과 <할리스커피>는 각각 2012년과 2014년 프랜차이즈 등록절차를 마쳤지만 아직까지 매장을 운영하지 않고 있다. <BBQ>가 유일하게 가맹점을 모집하는 프랜차이즈 형태로 매장을 운영 중이며 <롯데리아>와 <뚜레쥬르>는 아직까지는 마스터프랜차이즈 직영 형태다. 한국 기업의 진출과정에서 나타나는 공통적인 특징은 최초 100% 투자기업 형태라는 점이다. 즉 한국의 모기업이 직접 투자해 베트남에 법인형태로 진출하고 있다.

주요 진출사례를 보면 <롯데리아>가 1998년 100% 직접투자 형태로 진출, 현재 베트남 전역 32개 도시에 205개 매장을 운영 중이다. 매장 수에서 <KFC>를 누르고 베트남 패스트푸드 레스토랑 부문 1위를 기록하고 있다. 베트남 법인 본사를 비롯해 전체 매장의 45%가 호치민에 위치하고 있는데, 아직까지 전부 직접 투자에 의한 직영매장이며 프랜차이즈 형태의 매장은 없다. 당초 매장 수가 100개를 넘어서면 가맹점을 모집할 계획이었으나 점포당 설립비용이 25만 달러인데 반해 시장이 크지 않아 가맹점 모집계획을 잠정 연기한 상태다.

<뚜레쥬르>는 2007년 호치민에 첫 매장을 연 이래 현재 호치민과 하노이, 칸토, 하이퐁, 다낭 지역에 30개를 운영 중이다. 현지 베이커리 시장의 후발주자임에도 매출과 매장 수에서 불과 5년 만에 선두주자로 부상했으며 로컬 기업과의 격차를 벌리면서 베트남 시장에서 확고한 영향력을 구축하고 있다.

<BBQ>는 지난 2006년 12월 100% 투자형태로 하노이에 첫 매장을 열었다. 하노이에만 17개 매장을 운영 중이며 이 중 12개는 가맹점이다. <BBQ>는 한국 중견 프랜차이즈 기업 중 괄목할 만한 성공을 거둔 대표적인 사례로 꼽힌다. 2008년 호치민에 2개 매장을 오픈했다가 철수하는 등 어려움을 겪기도 했으나 올해 다시 호치민과 하이퐁 지역에 매장을 열 계획이다. <BBQ> 베트남은 매당당 월 판매액의 3.5%에 해당하는 초기 투자비용과 월 수수료 납부를 모델로 프랜차이즈 사업을 전개하고 있다.

글 니홍선 부장
자료제공 코트라·주인무역

‘함께하면 행복합니다’

후암동 ‘강남 보육원’ · ‘영락보린원’ 제15 · 16차 사회봉사 활동

(사)한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회(위원장 김익수)는 지난 4월 14일과 5월 12일 각각 제15, 16차 사회봉사활동을 전개했다. 15차 봉사는 강남보육원에서 준비한 물품과 미용 봉사 등으로 따뜻한 사랑을 전했다. 16차 봉사에서는 약속된 5시 30분이 되기도 전에 속속 도착한 사회봉사위원회 회원들이 따뜻한 음식을 준비해 아이들과 함께 나눴다. 사회봉사위원들은 늘 밝은 표정으로 작지만 소중한 손길을 나눠 보는 이들의 마음까지도 따뜻하게 했다.

글 나홍선 부장, 차은지 기자 사진 박세웅 팀장, 황윤선 기자



제15차 사회봉사활동 ‘강남 보육원’

1952년 설립된 강남보육원은 서울시내 32개 보육원 가운데 가장 오래 된 보육원으로, 7개월된 아이들부터 대학생까지 총 59명의 아이들이 생활하고 있는 곳이다. 15명의 선생님들을 포함해 30명의 직원들이 아이들을 돌보며 아이들에게 꿈과 사랑을 전하고 있는 중이다. 강남보육원 아이들과 직원들 모두 이번 봉사활동에 기쁨을 감추지 못했으며, 봉사활동을 펼친 회원사 및 직원들도 아이들의 기쁜 표정을 보며 뿌듯한 마음을 갖게 됐다.

한편 이날 봉사활동에는 조동민 협회장이 직접 참석해 참석자들을 격려하기도 했다. 협회가 ‘함께하면 행복합니다’라는 표어로 전개하고 있는 2015년 사회봉사활동에는 여러 회원사들의 적극적인 관심과 참여 가운데 진행되고 있는데, 이날 역시 여러 회원사들이 직접 참여 또는 물품 지원 및 비용 후원 등으로 함께 했다.

이날 후원 내용은 다음과 같다. <채선당>(금일봉), <떡담>(떡과 만두 100인분), <분죽>(죽 100인분), <파리바게뜨>(빵과 우유 100개), <돈까스클럽>(피자 80인분), <좋은나라>(휴지류 50만 원 상당), <뭇뚱고양이>(양말 200개), <애플앤유>(대형화분 1개), <블루클럽>(헤어컷), <호식이두마리치킨>(치킨 100인분), <바푸리>(김밥 100인분)



제16차 사회봉사활동 '영락보린원'

한경직 목사에게 의해 1939년 신의주에서 시작된 영락보린원은 기독교 정신을 바탕으로 지난 70여 년 동안 300여 명의 아이들을 자립시켰다. 현재 약 80여 명의 아이들과 함께하는 이곳은 질서 있는 자유와 편안함이 가득하다. (사)한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회는 이곳의 아이들이 서로 나누고 더욱 밝은 마음으로 더불어 사는 법을 배울 수 있도록 이번 봉사활동에 임했다.

사회봉사위원장을 맡은 김익수 대표의 <채선당> 금일봉을 비롯해 <떡담>은 떡과 만두 120인분, <본죽>은 죽 120인분, <파리바게뜨>는 빵과 우유 각 120개, <좋은나라>는 휴지류 50만 원 상당을, <못된고양이>의 양말 200개, <애플앤유>의 대형화분, <피자마루>는 피자 120인분, <바르다김선생>은

김밥 120인분, <돈치킨>은 푸드트럭이 현장에 와서 바로 오븐에 구운 치킨 120인분을 준비했고, <블루클럽>은 헤어컷으로 <크린토피아>는 세탁봉사로 참여하는 등 각자의 아이টে으로 줄 수 있는 부분들을 모았다.

“잠깐 주목!” 사회복지사 선생님의 우렁찬 목소리에 아이들은 일제히 기대에 찬 눈빛으로 바라본다. 각 업체들이 준비한 특별한 저녁식사 냄새가 문밖까지 가득했다. 평소와 다름없는 똑같은 봉사활동임에도 처음 임하는 것처럼 봉사자들의 표정은 음식을 기다리는 아이들 표정만큼이나 들떠 보였다. 식사 중인 아이들과 같이 웃고 이야기도 나누며 다가가는 사회봉사위원들의 모습이 익숙하고 편안했다. 사회봉사위원회는 앞으로도 다양한 활동을 통해 소외 없고 건강하며 동반 상생할 수 있도록 사회봉사를 이어갈 계획이라고 밝혔다.

꾸준한 봉사활동 통해 프랜차이즈의 좋은 전통 만들 것

김익수 사회봉사위원장(채선당 대표)

사회봉사위원회 김익수 위원장은 올해로 3년차가 된 사회봉사위원회의 활동에 대해 “처음 시작할 때부터 ‘오른손이 한 일이 왼손이 모르게 하라는 성경 말씀에 근거해 봉사활동을 하고 있다”고 설명했다. 다시 말해 눈에 띄거나 요란하지 않게 하되 진정 우리 사회에 도움과 지원의 손길이 필요한 곳을 찾아 작지만 소중한 봉사활동을 하고자 노력하고 있다는 설명이었다.

김 위원장은 또 “봉사활동을 할 때마다 회원들이 십시일반 힘을 모아 진행하고 있다”며 “그동안 여러 가지로 많이 도와줘서 지금까지 잘해 오고 있다. 세탁, 이발, 음식후원, 현금 및 각종 찬조물품 지원 등 다양한 후원에 동참해 주신 것에 대해 진심으로 감사 드린다”고 말했다. 김 위원장은 사회봉사위원회의 봉사활동이 협회와 프랜차이즈 산업 전반에 도움이 될 수 있다고 밝혔다.

김 위원장은 “우리 사회에 공헌하고 기여하는 것이 기업과 단체의 최종 목표이기에 사회와 더불어 가는 모습을 통해 올바른 경영의 표본이

되고자 시작하게 됐다”면서 “또한 프랜차이즈에 대한 국민의 사랑에 대한 보답 차원에서 곳곳에 있는 불우이웃, 노인들에 대한 봉사를 하고 있다”고 설명했다.

이처럼 사회에 봉사하고, 사회에 기여하는 프랜차이즈 기업이라는 목표를 위해 협회 차원에서 시작한 봉사활동은 곳곳마다 프랜차이즈에 대한 좋은 인식을 심어주며 ‘국민의 사랑에 보답하는 프랜차이즈’라는 평가를 받게 하는 계기가 되고 있다고 김 위원장은 설명했다. 그런 가치를 누구보다 잘 알고 있기 때문에 김 위원장은 앞으로도 꾸준한 봉사활동을 통해 봉사가 프랜차이즈의 하나의 좋은 전통이 되도록 하는데 앞장설 계획이다.

김 위원장은 “지금처럼만 회원들이 함께 하고 도와준다면 좋은 전통을 만들 수 있을 것”이라며 “국민에게 봉사하는 프랜차이즈가 되도록 더욱 노력하겠다”고 강조했다.



Mini Interview

나눌수록 더 받는 기쁨 많은 사람들과 함께 하고파

(사)한국프랜차이즈산업협회 사회봉사 이사
(주)좋은나라 김동규 대표

“(사)한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회가 점점 더 많은 기업이 참여하며 좋은 뜻을 함께 모을 수 있어서 사회봉사를 올 때마다 뿌듯합니다. 처음에는 봉사를 하면서 마음이 많이 아팠지만, 지금은 이들과 더불어 함께한다는 생각에 기쁘고, 좋습니다. 사회봉사위원회 참여 전에는 주변을 바라보지 못했었는데, 이렇게 참여하면서 제가 보지 못한 부분들을 알 수 있게 되는 것 같습니다. 힘이 되기 위해 와서 오히려 제가 더 많이 받아가고 배웁니다. 마음이 부유해지는 이런 좋은 활동에 더 많은 회원 분들이 함께 해주셨으면 좋겠고, 앞으로도 프랜차이즈 기업들의 사회 기여 활동이 폭넓고 다양해지기 위해 사회봉사위원회도 더욱 노력할 것입니다.”



따뜻한 사랑 전달한
협회에 감사드립니다

황양수 강남보육원장



강남보육원 황양수 원장은 이날 협회의 봉사활동에 대해 “아이들에게는 그 무엇보다 이웃들의 관심이 필요 한데 따뜻한 이웃의 사랑을 보여준 프랜차이즈산업협회에 진심으로 감사드립니다

다”며 감사의 뜻을 전했다. 황 원장은 강남보육원에 대해 “우리 사회가 같이 키워야 할 아이들이 건강할 수 있도록, 아이들이 자립과 꿈을 키워갈 수 있도록 노력하고 있다”며 “강남보육원은 선생님과 후원자들, 아이들 모두 함께 이끌어가고 기여하는 꿈세움 발전소”라고 설명했다. 황 원장에 따르면, 강남보육원은 15명의 교사를 포함한 30명의 직원들이 아이들을 돕고 있는데, 무엇보다 모든 것을 아이들과 같이 만들어 가고 있는 것이 특징이다. 아이들

스스로 보육원을 ‘내가 이끌어 가는 꿈세움 발전소, 강남 드림빌’이라고 부르는 것도 아이들이 스스로 꿈꾸고 만들어 가는 게 중요하다는 생각에서 아이들과 함께 만든 이름이라는 설명이다. 황 원장은 “아이들에게는 선생님들이 부모와 같다. 따라서 선생님들이 꿈과 비전을 갖고 역량을 강화하는게 무엇보다 중요하다”며 “선생님들의 비전이 있어야 아이들도 발전할 수 있는 만큼 선생님들에 대한 지원도 관심을 가져주면 좋겠다”고 말했다.

철저한 점포운영 매뉴얼 안전관리가 시급하다

‘편의점 강도 사건’. 요즘 자주 등장하는 뉴스거리 중 하나다. 최근 몇 년 사이에 편의점 강도가 기승을 부리면서, 편의점 강도의 범행 동기, 직업, 연령에 초점을 맞춘 보도가 도배되고 있는 것을 볼 수 있다. 더불어 편의점 강도와 격투 끝에 검거에 결정적으로 영향을 미친 ‘편의점 사장’의 용감함이나 일촉즉발의 상황에서 재빠르게 112에 신고한 ‘편의점 점원’의 아찔했던 상황도 앞다퉈 보도되고 있다. 유독 편의점에만 강도가 들끓는 이유는 무엇일까?



한국창업전략연구소
서민교 경영학 박사

서민교(경영학 박사)는 『프랜차이즈 시스템실무』, 『프랜차이즈 경영론』 저자이며, 현재 맥세스컨설팅 대표이사 겸 맥세스 프랜차이즈연구소장으로 재직 중이다.



편의점 일 매출 800만 원, 그땐 강도 없었다

최근 유난히 편의점에 강도가 들끓는 이유는 무엇일까? 의외로 정답은 간단하다.

편의점 본사가 만든 점포 운영 매뉴얼에 ‘안전관리’ 부분이 사라졌기 때문이다. 이에 따라 편의점 점주들은 편의점 본사로부터 ‘소 잃고 외양간 고치기’ 식의 편의점 강도 예방법만 배우고 있는 것이다. 일례로 최근 편의점 강도를 잡은 편의점 사장의 인터뷰에 따르면 편의점 본사로부터 강도가 나타나면 강도가 요구하는 현금을 모두 주고 재빠르게 신고해야 한다는 예방법을 배웠다고 한다.

하지만 그는 강도의 해코지에 대한 두려움 때문에 끝까지 강도와 싸웠고 검거하는데 성공했다고 밝혔다. 이게 과연 올바른 편의점 강도 예방법일까? 시간을 거꾸로 거슬러 올라가 바야흐로 1989년. 필자가 국내 편의점 1호점의 점장이었을 당시만 해도 ‘편의점 강도’는 화성인 바이러스에나 나올만한 사건일 정도로 거의 없었다.

대한민국에 처음 편의점이 도입되었다는 이슈와 함께 일 매출 800여만 원이 넘었던 편의점이 강도의 주 활동 무대가 될 법도 한데 강도 한번 맞지 않은 이유는 무엇이었을까?

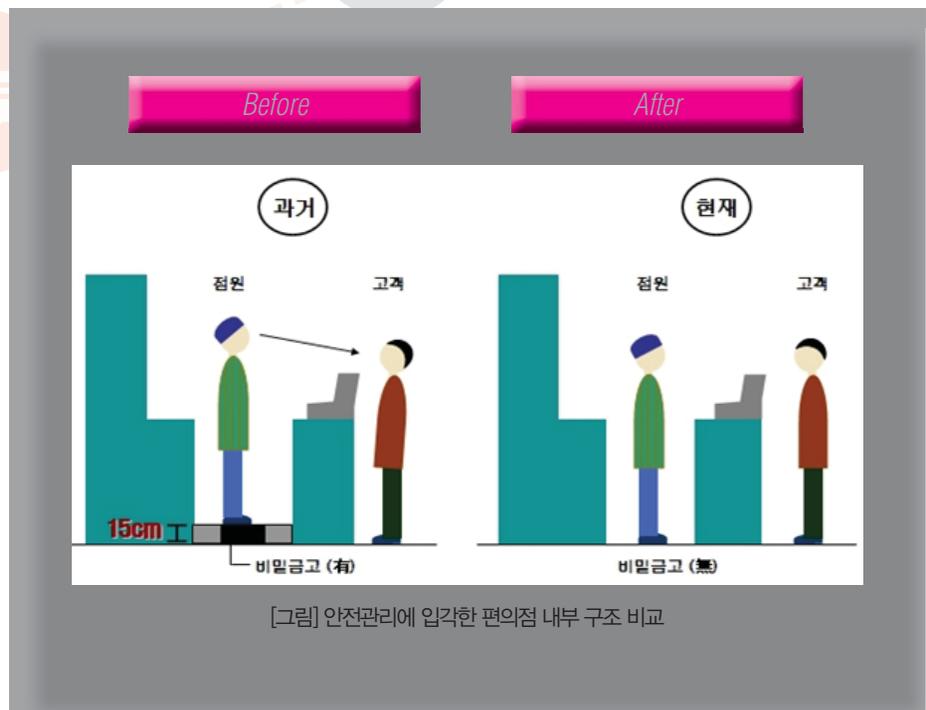
이유는 편의점 본사의 철저한 점포운영 매뉴얼 안전관리에 입각한 편의점 내부 구조에 있었다.

프랜차이즈 외식, 서비스 등 업종 막론한 안전관리 주력할 것

편의점 계산 카운트 바닥을 12~15cm 올려 공사한 뒤 그 안에 '비밀 금고'를 만들어 포스에서 소수 금액만 제외하고는 현금은 수시로 모두 '비밀 금고' 안에 넣고 열쇠로 잠그고 주간 근무자(점주)가 열쇠를 가지고 퇴근을 했다.

편의점 점주가 하루에 한 번 중간 정산을 할 때만 '비밀 금고'에서 돈을 빼내는 방식으로 보안 관리가 철저했었다. 이러한 철통 보안 교육으로 인해 강도들은 편의점에서 돈 냄새를 맡지 못했을 것으로 판단된다. 20년이 지난 현재의 편의점 안전관리는 어떠한가. 편의점 왕국으로 불릴 정도로 급속도로 양적성장은 일궈냈지만 1만 6000여 명에 이르는 편의점 점주의 근본적인 안전장치는 과연 마련해 주고 있는지 점검해 보아야 할 것이다.

앞으로 편의점 본사는 편의점이 강도 소굴이 되지 않도록 초창기에 도입한 점주 안전관리를 위한 점포 운영 매뉴얼을 재점검하고, 편의점 관리 시스템을 근거로 편의점 내 카운터 레이아웃을 재정비해야 한다. 이는 비단 편의점 본사만의 문제는 아니며, 프랜차이즈 외식, 서비스 등 업종을 막론하고 점주의 생명의 울타라인 가맹점을 지켜나갈 수 있도록 근본적인 점포 운영 안전관리 시스템을 마련하길 바란다.



[그림] 안전관리에 입각한 편의점 내부 구조 비교

|| 소규모 사업장, 채용 시부터 퇴직 시까지 노무관리 방안

지난 호에는 채용부터 퇴직까지 노무관리에 필요한 핵심관리방안 중 임금대장 작성 및 관리방법에 대해 소개한 바 있었고, 이번 지면에서는 10인 이상 사업장에서 반드시 작성해야 하는 ‘취업규칙 작성 및 변경절차’에 대해 살펴보고자 한다.



삼정 노무법인 공인노무사
신항철 원장

삼정노무법인 대표 신항철 공인노무사는 건국대학교 정치대학 수석 졸업, 숭실대학교 노사관계대학원 수료하고 현재는 고려대학교 노동대학원에 재학 중이며, (사)한국프랜차이즈산업협회의 자문 위원 및 200여개 다양한 업종의 기업 자문활동을 하고 있다.

취업규칙, 꼭 작성해야 할까?

며칠 전부터 A사업장에서 근무하는 직원B가 출근하지 않고 있습니다. 직원 B의 동료 직원들은 걱정된 마음에 가족들과 지인들에게도 연락을 취해보지만 좀처럼 소식을 들을 수 없었습니다.

알고 보니 직원B는 회사에 아무런 보고나 사전 승인절차도 없이 해외여행을 다녀온 것이었습니다. 열흘 만에야 웃으며 출근한 직원B를 보니 사장님은 황당하여 해당 직원을 해고하고 싶어 주변에 물어보니 취업규칙에서 정한 해고(징계)사유에 해당되어야 한다고 합니다.

그러나 사장님은 지금까지 취업규칙 없이도 사업을 잘 운영해왔기에 난감해집니다.

취업규칙 작성의무

근로기준법 제93조는 상시 10명 이상의 근로자를 사용하는 사용자에게 취업규칙을 작성해 고용노동부장관에게 신고하도록 의무를 부과하고 있다. 취업규칙은 사업장 내에서 노사가 모두 지켜야 할 근무조건·복무규율을 정한 규칙을 의미하는데, 다시 말해 ‘기업의 법률’이 되는 것이다.

특히 사례와 같이 직원을 해고하거나 징계하려는 경우 근로기준법¹⁾은 정당한 이유를 요구하고 있는데, 이 때 정당성은 회사의 취업규칙에서 정하고 있는 징계사유에 해당하는지를 우선적으로 살펴보아야 하니, 취업규칙의 중요성이 크다고 할 수 있다.

취업규칙에 포함되어야 할 사항취업규칙은 사업의 종류를 불문하고 10인 이상의 사업장에서는 반드시 작성해야 하는데, 이러한 취업규칙에 기재해야 할 사항은 다음과 같다.

- ① 업무의 시작과 종료 시각, 휴게시간, 휴일, 휴가 및 교대 근로에 관한 사항
- ② 임금의 결정·계산·지급 방법, 임금의 산정기간·지급시기 및 승급(昇給)에 관한 사항
- ③ 가족수당의 계산·지급방법에 관한 사항
- ④ 퇴직에 관한 사항
- ⑤ 「근로자퇴직급여 보장법」 제8조에 따른 퇴직금, 상여 및 최저임금에 관한 사항
- ⑥ 근로자의 식비, 작업 용품 등의 부담에 관한 사항
- ⑦ 근로자를 위한 교육시설에 관한 사항
- ⑧ 산전후휴가·육아휴직 등 근로자의 모성 보호 및 일·가정 양립 지원에 관한 사항
- ⑨ 안전과 보건에 관한 사항
- ⑩ 근로자의 성별·연령 또는 신체적 조건 등의 특성에 따른 사업장 환경의 개선에 관한 사항
- ⑩ 안전과 보건에 관한 사항
- ⑪ 업무상과 업무 외의 재해부조(災害扶助)에 관한 사항
- ⑫ 표창과 제재에 관한 사항
- ⑬ 그 밖에 해당 사업 또는 사업장의 근로자 전체에 적용될 사항

위와 같이 표창과 제재에 관한 사항도 취업규칙에 반드시 기재해야 하는 사항으로 사례에서 보듯 직원을 징계(해고)하려는 경우 그 사유는 취업규칙에서 정한 징계사유에 해당되어야 하는 것이다. 만일 취업규칙에 정함이 없거나 취업규칙상 징계사유에 해당하지 않을 경우 징계 대상 직원이 이를 문제 삼아 회사가 행한 징계(해고)의 부당성을 다투는 등 법률적 분쟁이 생길 수 있다. 따라서 회사의 법률인 취업규칙을 명확히 하는 과정이 필요하다.

취업규칙의 변경 요건, 한번 작성하고 신고한 취업규칙은 변경할 수 없을까?

근로기준법은 취업규칙의 작성 후 변경 시 필요한 요건들을 규정하고 있다. 즉, 취업규칙을 변경하기 위해서는 사업장에 근로자 과반수로 조직된 노동조합이 있는 경우에는 그 노동조합, 그러한 노동조합이 없는 경우에는 근로자 과반수의 의견을 들어 변경이 가능하다. 그러나 취업규칙을 근로자에게 불리하게 변경하는 경우에는 근로자 과반수로 조직된 노동조합 또는 근로자 과반수의 동의를 얻는 절차를 거쳐야 한다. 만일 이를 위반할 경우 500만 원 이하의 벌금이 적용된다.

이처럼 회사의 준칙이자 규범이 되는 취업규칙은 반드시 작성하고, 미작성이나 관리상 부주의로 인해 불이익을 입지 않도록 주의가 필요하다.

1) 근로기준법 제23조(해고 등의 제한) ① 사용자는 근로자에게 정당한 이유 없이 해고, 휴직, 정직, 전직, 감봉, 그 밖의 징벌(懲罰)(이하 '부당해고등'이라 한다)을 하지 못한다.

프랜차이즈와 영업비밀의 보호

프랜차이즈를 운영함에 있어서는 여러 형태의 지식재산권이 관련된다. 우선 브랜드를 나타내는 상표 및 서비스표, 홈페이지 기타 광고 등과 관련된 저작권이 있을 수 있고 제품에 대한 특허권도 존재할 수 있다. 또 특허로 보호받지 아니하지만 해당 브랜드의 경쟁력을 좌우하는 영업비밀이 있다. 그런데 많은 수의 가맹본부들이 자신의 강점이 되는 지식재산권의 보호에 대하여는 무관심하거나 제대로 된 보호조치를 취하지 않는 경우가 있다. 이에 지식재산권 중 영업비밀의 특성과 그 보호방안에 대해 살펴보자.



케이엘에프(KLF) 법률사무소
김선진 변호사

(사)한국프랜차이즈산업협회 고문변호사인 김선진 변호사는 서울대학교 졸업후 제49회 사업시험을 합격하고 사법연수원 제39기를 수료하였으며, 공정거래조정원 가맹사업팀에서 근무했고, 공정거래조정원 법률지원 변호사 등을 지냈다. 주요 업무로는 프랜차이즈 관련 소송 수행, 가맹본부 자문업무, 공정거래위원회 및 조정원 관련 업무, 해외진출 관련 계약 업무, 정보공개서 및 가맹계약서 자문, 가맹본사 직원 교육 등을 진행하고 있다.

영업비밀의 특이성

특허권의 경우에는 변리사 등과 상의하여 특허를 출원하면 보호가 상대적으로 쉽다. 특히 최근에는 해외진출이 일반적인 현상이라고 할 수 있는 바, 염두에 둔 국가가 있다면 해당 지역에도 출원하여 보호장치를 마련해야 한다.

상표권도 특허권과 마찬가지로 등록해야 권리로서 보호받을 수 있으며, 다른 사람의 상표권 사용을 막을 수 있다. 상표를 등록하게 되면 상표권을 취득하게 되고 등록된 상표를 무단으로 사용한 사람은 형사처벌의 대상이 될 수 있다.

그런데 영업비밀의 경우에는 다른 지식재산권과는 달리 외부에 밝히는 순간 비밀성을 상실하는 문제가 있다. 즉, 특허권이나 상표권, 저작권 등의 경우 이를 외부에 드러내 등록을 하거나 널리 알려야 해당 권리의 보호가 강화되는 반면, 영업비밀은 비밀로써 외부에 알려지지 않아야 그 존재가치가 높아지는 것이다. 이러한 특성 때문에 영업비밀은 어떻게 잘 숨길 수 있을 것인가가 관건이 되며, 후일 영업비밀 침해가 발생하는 경우에도 비밀누설 사실 자체를 대놓고 드러낼 수 없으며 추가적인 비밀누설을 막기 위해 노력하게 되는 것이다.

따라서 영업비밀을 보호하기 위해서는 해당 비밀을 취급하는 인원을 신뢰할 수 있는 최소인원으로 한정하고 비밀이 누설될 가능성을 최소화하는 것이 가장 중요하다. 다만 이렇게 만전을 기한다고 하더라도 비밀이 누설되는 것을 완전히 막을 수는 없다. 영업비밀 취급자 이외의 사람이 비밀을 알게 되거나 영업비밀 취급자가 직장을 옮기거나 새로운 사업을 차리는 경우가 이에 해당한다.

영업비밀의 개념

영업비밀은 비밀보유자 자신이 직접 취급하는 것이 좋다. 그런데 사업상 필요에 의해 다른 사람에게 비밀취급을 맡기는 경우에는 어떻게 해야 할까? 이는 어떠한 경우에 영업비밀로써 보호될 수 있는지 여부와 관련된 문제이다.

영업비밀에 대한 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률에서는 1)공연히 알려져 있지 아니할 것(비밀성)과 2)비밀유지를 위해 상당한 노력을 기울일 것(관리성)을 요구한다. 그밖에 정보의 취득을 위해서 상당한 비용이 소요될 것(경제적 유용성)도 요건으로 하고 있으나 영업비밀은 대부분 이에 해당하므로 논외로 하기로 한다.



영업비밀의 관리

영업비밀을 보호하기 위해서는 제3자의 입장에서 볼 때 비밀보유자가 이를 비밀로 인식하고 비밀로 보호하기 위한 조치를 취했다고 판단될 수 있어야 하는 바, 이를 위해서는 다음과 같은 조치를 취해야 한다.

먼저 어떠한 것이 비밀인지 비밀의 대상을 지정하는 것이 필요하다. 예컨대 소스 제조 비법, 영업대상자 정보, 내부의 기밀문서 등이 이에 해당할 것이다. 특히 문서가 비밀인 경우에는 해당 문서의 표지 등에 비밀표시를 하는 것이 필요하다.

다음으로 비밀취급자를 특정인 혹은 일정범위의 사람(관련 자격보유자, 일정 직위 이상의 사람, 특정부서의 직원 등)으로 한정하고 다른 사람의 비밀에 대한 접근을 차단하는 조치가 필요하다. 나아가 비밀취급자에 대해서는 비밀취급 및 유지에 대한 일정한 수당을 지급하는 것도 필요하다. 끝으로 비밀취급자에 대해서는 특별히 비밀을 누설하지 않겠다는 확인서 내지 서약서를 받아두는 것이 필요하다. 이때 서약서에는 일정 기간 동안 경쟁업체에 취업하지 않겠다는 약정(전직금지약정)도 포함된다. 업종 및 비밀의 특성, 직원의 직급에 따라 다를 수 있으나 기간은 6개월에서 2년 이내가 일반적이라고 할 수 있다.



영업비밀의 침해예방을 위한 조치(전직금지가처분)

영업비밀을 취급하던 직원이 경쟁사로 전직하거나 경쟁업체를 설립하는 경우에는 영업비밀이 침해될 우려가 있다. 따라서 해당 직원이 경쟁사로 전직할 조짐이 보이거나 전직한 사실을 알게 된 경우에는 해당 직원을 상대로 법원에 전직금지가처분을 신청할 수 있으며, 해당 가처분 신청에서 승소하기 위해서는 앞에서 언급한 비밀관리를 위한 조치와 서약서 상의 전직금지조항 등이 필요하다. 또 전직금지의 경우 직원의 직업선택의 자유를 침해하기 때문에 전직금지기간이 일정한 범위로 한정되어야 하는데 이는 비밀의 특성, 취급자의 관여정도, 근로기간, 직책 등을 고려하여 정해야 한다. 해당 전직금지조항이 무효인지 여부를 판단함에 있어서는 퇴직경위와 경쟁금지에 상응하는 대가의 지급 등도 고려대상이다.

영업비밀 침해 후의 조치

영업비밀은 침해되지 않는 것이 가장 중요하나, 여러 가지 사정으로 인하여 침해가 발생하는 경우에는 부득이하게 그로 인한 피해를 최소화하기 위한 조치를 취하게 된다. 다만 사후적 조치의 효과는 사전적 관리조치를 얼마나 충실하게 사전적 관리조치를 취했는지 여부에 따라 달라진다는 점을 유의해야 한다.

형사처벌

비밀침해가 발생하는 경우에는 형법상 비밀침해죄에 따라 처벌될 수도 있으나 그 범위가 매우 협소하다. 따라서 대부분의 경우 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률에 따라 비밀침해여부에 대하여 처벌을 구하게 된다. 형사고소의 경우 경찰조사를 통하여 비밀침해 여부를 조사할 수 있으며 비밀침해 사실이 밝혀진 경우에는 손해배상청구소송으로 이어질 수 있다.

민사상 손해배상청구

영업비밀 침해로 인해 손해가 발생한 경우에는 침해자를 상대로 손해배상을 청구하게 된다. 부정경쟁방지 및 영업비밀침해에 관한 법률에서는 손해액의 추정, 입증책임의 완화, 법원 재량에 의한 손해액 산정 등의 규정을 통하여 영업비밀보호를 강화하고 있다.

FC 기업의 상생 방향 사회공유가치창출(CSV) 전략

CSV전략은 프랜차이즈 업계에서도 중요한 화두가 되고 있다. 즉, 기업의 비즈니스 기회와 사회적 니즈가 만나는 접점에서 가치를 창출해 경제적 이익과 사회적 이익을 모두 추구하는 것이기 때문이다. 이에 프랜차이즈 기업의 가치창출을 위한 사회적, 소비자의 가치에 대한 검토가 적극 요구되고 있다. 이에 CSV전략에 대해 생각해 보자.



프랜차이즈전략컨설팅그룹 '아이콘스' 나화숙 대표

프랜차이즈전략컨설팅그룹 '아이콘스'대표는 (사)한국프랜차이즈산업협회 정책위원으로 있으면서 국내 프랜차이즈 업계의 비즈니스 모델의 체계와 정립을 위한 컨설턴트로서 활발하게 활동하고 있다.

경제적 이익과 사회적 이익 추구

현대경영학을 체계화시킨 피터 드러커(P. F. Drucker)는 “오늘날의 모든 사회적 이슈는 숨겨진 비즈니스 기회”라고 말한다. 미래 기업의 전략은 기업의 사회적 역할과 경제적 성과를 떼려야 뗄 수 없을 것으로 전망된다. 기업이 자신의 사업영역에서 사회문제 해결에 적극적으로 나서는 것이 사회공헌 활동 차원에 그치지 않고 기업의 재무적 성과에도 기여한 성공 사례는 '탐스슈즈'에서도 찾아볼 수 있다.

한 켤레의 신발을 구입하면 다른 한 켤레의 신발을 제3세계 어린이들에게 기부한다는 탐스슈즈의 출발은 창업자 블레이크 마이코스키(Blake Mycoskie)가 휴식 차 떠난 아르헨티나 여행 중 목격한 가난한 맨발의 어린이들이었다. 신발 한 켤레조차 신을 수 없어 질병에 쉽게 노출되고 교육 기회도 얻지 못하는 빈곤 어린이 문제를 신발 사업과 연결했고, 소비자는 진정한 정성 있는 탐스슈즈의 취지에 공감했다.

현대 경영 전략의 대가인 마이클 포터(M. E. Porter)는 2011년 '하버드 비즈니스리뷰'에 '사회공유가치창출(CSV; Creating Shared Value)'개념을 정립해 발표한다. 사회문제를 해결하는 데 있어 기업의 가치 창출 프로세스와 자원을 결합함으로써 궁극적으로 경제적, 사회적 성과를 이룩하고 공공선에 기여할 수 있다는 정신이다. 기존 CSR(Corporate Social Responsibility; 기업의 사회적책임경영)이 기업의 수익창출 과정과는 무관하게 최종적으로 창출된 이윤을 사회에 환원하는 시혜적 차원이었다면, CSV는 기업의 비즈니스 기회와 사회적 니즈가 만나는 접점에서 가치를 창출해 경제적 이익과 사회적 이익을 모두 추구하는 것이다. 즉 기업의 가치창출 과정과 사회적으로 필요한 가치, 소비자의 가치를 융합한 것이다.

프랜차이즈 기업이 진정성을 보여야 할 때

프랜차이즈 기업의 최근 주요 이슈는 상생과 동반성장이다. 동일한 상표를 통해 표준화된 상품과 서비스를 제공하는 프랜차이즈는 본사와 가맹점, 협력업체, 직원, 소비자와 사회 모두에게 가치를 제공하는 비즈니스 시스템을 갖고 있다. 프랜차이즈아말로 사회공유가치창출 전략을 통해 가장 큰 성과를 가져올 수 있는 훌륭한 구조를 갖고 있다고 할 수 있다. 그런데 이제까지 소비자에게 비쳐진 프랜차이즈 기업의 이미지는 그리 긍정적이지 않다. 비상식적 갑을관계의 대표주자로 지목되기도 한다.

대부분의 프랜차이즈 기업이 사회공헌활동에 열심이며, 한결같이 가맹점과 직원은 물론 협력업체까지 가족처럼 여긴다는 상생가치를 내세우고 있음에도 왜 소비자는 이다지도 인색한 평가를 내리는 걸까? 핵심은 바로 소비자가 프랜차이즈 기업의 활동에서 진정성을 발견하지 못하기 때문이 아닐까 싶다.



볼거리와 레저를 즐기며 여유 있게 쉴 수 있는 곳 라오스(Laos)

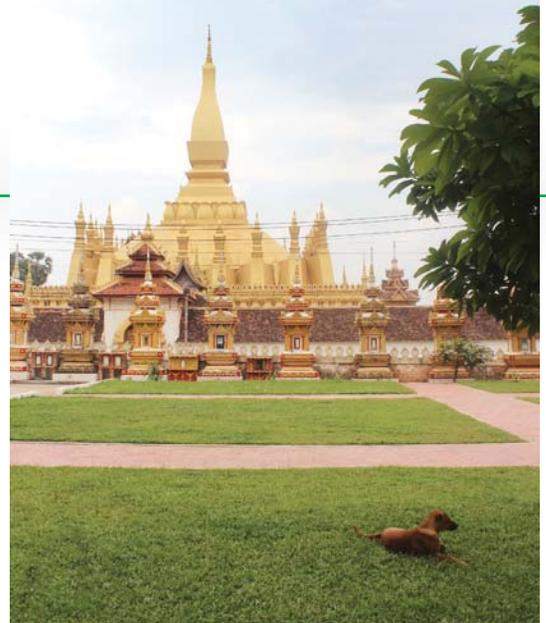
요즘 각종 방송사에서 다루고 있는 해외 여행지 중 가장 핫한 곳이 바로 라오스다. 태국, 캄보디아, 베트남 등에 가려져 잘 알려지지 않은 곳이었지만 그 인기는 점점 더 높아지고 있다. 근대화된 수도의 느낌을 가진 비엔티안부터 레저의 도시 방비엥, 라오스 제1의 관광 도시 루앙프라방을 경험한다면 동남아시아가 가지고 있는 특별한 매력을 알 수 있게 될 것이다.

라오스의 수도, 비엔티안(위앙짠, Vientiane)

한 영주의 영지로 시작된 비엔티안은 1000년에 이르는 세월 동안 다양한 민족에 의해 지배당하고 파괴되었다. 프랑스의 보호령으로 있던 19세기부터 도시 재건에 들어가게 되어 현재는 프놈펜, 호치민 등과 함께 인도차이나를 대표하는 도시로 주목받고 있다.

비엔티안의 대표 관광지인 파타루앙(Pha That Luang)은 라오스 관광지에서 가장 많이 볼 수 있으며, 라오스에서도 가장 중요한 국가기념물이기도 하다. 많은 사람들이 찾는 실제 사원이기 때문에 라오스 불교문화를 엿볼 수 있다. 안에서 보는 것보다 멀리서 보는 것이 더 웅장하고 아름다운 사원이기도 하다.

여행자 거리에서 매우 가까운 왓시사켓(Wat Si Saket)에서는 다양한 불상을 만날 수 있다. 특히 은과 도기로 만든 2000여 개의 불상과 크메르 양식의 나가 불상이 있어 보는 재미가 있다. 대각선 맞은편에 있는 호파깨우(Haw Pha Kaew)는 종교 예술품을 전시하는 국립박물관으로 이용되고 있으며, 라오스에서 가장 훌륭한 불상들을 볼 수 있다. 이 밖에도 프랑스 건축물인 라오스 국립박물관(Lao National Museum), 비엔티안 시내에서 약 25km 떨어진 씨엥쿠안(부다파크, Buddha Park) 등도 볼거리다.





여유 있는 레저가 넘치는 방비엥(왕위앙, Vang Vieng)

자연 그대로의 절경을 느낄 수 있는 방비엥은 다양하고 저렴한 액티비티로 서양 배낭여행자들을 많이 만날 수 있다. 맥주 한 캔을 들고 떠다니는 튜빙, 다이빙과 휴식을 동시에 즐기면서 하는 One Day 카약, 어두운 동굴을 랜턴 하나로 살펴보는 동굴 탐험 등 손쉽게 즐길 수 있는 액티비티 프로그램들이 많다. 저녁에는 전 세계 메뉴를 파는 좌식 레스토랑에서 다같이 프렌즈를 보기도 하며, 마사지를 받으면서 하루를 마무리하기도 한다.

블루 라군이라고도 하는 탐푸감(Tham Phu Kham)은 청록색의 물색을 자랑하는 곳으로, 수영은 물론 다이빙, 수상그네 등을 즐길 수 있다. 작은 규모지만 많은 사람들이 찾고 있어 수영을 하지 못해도 즐겁게 구경할 수 있다는 장점도 있다. 탐푸감은 중심가에서는 6km 정도 도보는 물론 자전거, 오토바이, 툽툽 등 다양한 교통수단을 이용해 갈 수 있다.



■ 라오스 국가정보

명칭 Lao Peoples Democratic Republic
 위치 동남아시아, 태국의 북동부, 베트남의 서부
 수도 비엔티안(Vientiane)
 언어 라오어
 인구 약 660만 명
 구성 라오족(53%), 크모족(11%), 몽족(8%), 기타(28%)
 종교 불교(67%), 기독교(15%), 기타(18%)
 라오스 관광청 www.tourismlaos.org/kr





야시장이 아름다운 제1의 관광도시 루앙프라방 (Luang Prabang)

동남아시아에서 가장 멋진 여행지 중 하나인 루앙프라방은 도시 전체가 유네스코 세계문화유산인 만큼 아름답고 인상적인 도시다. 프랑스식 저택을 개조해 숙소, 레스토랑, 기념품 숍 등을 조성했기 때문에 걸어나는 것만으로도 관광이 되며, 특히 밤에는 길거리를 가득 채운 상인들이 루앙프라방의 색다른 볼거리를 제공한다. 흥정을 해야 한다는 단점이 있지만, 손으로 만든 특별하고 예쁜 기념품들을 만날 수 있어 특별하다.

제1의 관광도시라는 별칭답게 다른 도시에 비해 볼거리들도 많다. 입구가 인상적인 왕궁박물관(호감, Royal Palace Museum)은 다양한 왕실 종교물품 및 불교 조각품을 만날 수 있으며, 왕궁 자동차 컬렉션과 플로팅 부다도 관광객들에게 인기를 얻고 있다. 석양이 특히 아름다운 푸시(Phu Si) 산은 올라가기는 힘들지만 그만큼 아름다운 풍경을 보여준다. 그밖에 '황금 도시의 사원'이라는 뜻의 왓씨엥통(Wat Xieng Thong), 루앙프라방에서 가장 오래된 왓위순알랏(Wat Wisunalat) 등이 있다.

시내에서 32km 떨어진 곳에는 팡시 폭포(Tat Kuang Si)가 있는데, 그림 같은 옥색 폭포에서 수영과 다이빙을 즐길 수 있다. 보트를 타고 2시간 정도 가야 하는 팍우 동굴(Pak Ou Caves)은 라오스인들의 불교에 대한 사랑을 엿볼 수 있다. 수백 개의 불상들을 본 뒤에는 위쪽에 있는 작은 불탑 하나도 없는 동굴을 랜턴 한 개 들고 한 바퀴 돌아보면서 색다른 재미를 느낄 수 있다.

글·사진 조주연 기자





Vol.13호 CEO'S Library에서는 향기로 새로운 문화를 만들어가는 (주)아로마무역의 임미숙 대표가 추천하는 「사색이 자본이다」를 소개한다. (주)아로마무역은 미국 YANKEE CANDLE COMPANY, INC로부터 한국내 총판권을 확보한 이래 세계적인 향초 브랜드인 <양키캔들>을 통해 국내 향기 문화를 선도하고 있는 기업이다. 또한 <양키캔들>이라는 브랜드의 프랜차이즈화를 처음 시도함으로써 <양키캔들> 본사에서도 주목받고 다른 국가에서 벤치마킹을 하는 등 향기 브랜드의 No.1 자리를 확고히 하고 있다. 협회 산업분과위원회 위원이기도 한 임 대표는 연세대학교 내 '조향교육' MOU를 체결하고, 서울 명동에 플래그십스토어를 개점하는 등 끊임없이 새로운 시도로 업계의 모범이 되고 있다.

향기 나는 CEO, (주)아로마무역 <양키캔들> 임미숙 대표의 추천도서

멈추지 않는 성장을 위한 사색 프로젝트 「사색이 자본이다」

최근 인문학에 대한 관심이 높아지면서 많은 사람들이 '인문학 강의', '인문학적 경영', '인문학적 삶'을 지향하고 있다. 하지만 쏟아져 나오는 강의와 말을 따라한다면 그게 무슨 소용일까. 자기주도적인 삶이 아니면 아무 의미가 없다고 생각한다. 일관된 교육과 반복되는 일상 속에서 자신만의 터닝포인트를 가지고 나아가지 않는다면 인문학적 삶은 그저 꿈일 뿐일 것이다. 성공하는 사람들의 키워드는 '도전'이다. 도전은 생각에서 나온다. 이 생각하는 힘은 스스로 만들어야 한다. 그런 점에서 이 책은 새로운 삶으로 나아가는 터닝포인트를 만들어주는 안내서라고 할 수 있다. 저자는 "사색할 줄 모르는 사람은 세상의 노예로 살아가게 된다"고 말한다. 스티브 잡스, 워렌 버핏, 빌 게이츠, 공자 등 성공하는 천재들은 생각하는 시간과 생각하는 힘을 인생 최고의 무기로 꼽는다고 한다. 스스로 생각하다 보면 세상을 정해놓은 그대로 바라보게 되지 않기 때문이다. 내 눈으로 바라보고 내 생각으로 정의한다는 것은 유니크하다. 그 누구도 따라올 수 없고, 스스로 무엇인가 결정할 수 있는 힘을 가지게 되는 것이다. 우리의 삶을 결정하는 것은 결국 우리의 생각이다.

그렇다고 평범한 생각만 한다면 어떤 문제도 해결할 수 없을 것이다. 이 책은 좋은 고전들을 읽으라고 권한다. 좋은 책을 많이 읽고 스스로 생각하는 힘을 기르게 하는 것이다. 이 책은 우리에게 묻는다. 우리는 기계적인 삶을 살고 있는지 아니면 인간다운 삶을 살고 있는지. 리더는 언제나 수많은 문제와 결정을 직면하게 된다. 그 시점에서 남들과 다른, 또 앞서나가는 판단을 하고 싶다면 이제 매 순간 나만의 생각을 할 줄 알아야 한다. 우리 모두 끊임없이 탐색하고 흡수하며 창조적인 삶을 사는 사람이 되길 바라며 이 책을 추천한다.



임미숙 대표



News Lounge

협회 News & 업계 동향

회원사 행사 및 소식

교육 일정

협회 일정 및 협회장 동정

신규 회원 가입 현황

BRAND NEWS



교촌에프앤비(주) 〈교촌치킨〉 복지시설 ‘등대의 집’에서 기업봉사 실시

〈교촌치킨〉의 임직원들이 자발적으로 구성된 사내 봉사단체 ‘나눔봉사단’은 해마다 꾸준히 봉사활동을 실천했다. ‘나눔봉사단’은 지난 4월 21일 천안시에 위치한 장애인 복지시설 ‘등대의 집’ 이용인들과 함께 잠실 롯데월드에서 방문해 놀이기구 관람 및 탑승, 식사 등의 봉사활동을 펼쳤다. 약 110명이 참여한 이번 기업봉사는 ‘등대의 집’ 이용인들의 정서적 안정을 도모하기 위해 마련한 것이다. 이런 봉사활동을 통해 〈교촌치킨〉은 기업이념인 ‘나눔경영’을 꾸준히 행하고 있다.



(주)월빙을 만드는 사람들 〈뽕뜨락피자〉 경상권 시장 공략 나서

건강을 생각하는 프리미엄 피자전문브랜드 〈뽕뜨락피자〉가 지난 4월 23일부터 25일까지 3일간 부산 벡스코에서 열리는 ‘2015 부산창업박람회’에 참가했다. 〈뽕뜨락피자〉는 실제 매장의 콘셉트인 그린과 화이트 컬러로 부스와 유니폼을 디자인하고, 현장에 방문한 예비점주에게 가맹비 및 임대료, 식재료 지원 등의 혜택을 받을 수 있는 기회를 제공했다. 올해로 17회를 맞는 부산창업박람회는 부산·울산·경남권 최대 규모의 창업박람회로 프랜차이즈, 유망창업 아이템 관련, 외식을 비롯해 교육·서비스·건강 등 120여 개의 브랜드가 참가했다.



(주)카페베네 〈카페베네〉 ‘생망고 페스티벌’ 신메뉴 6종 출시

복합문화공간을 추구하는 커피전문점 〈카페베네〉에서 지난 4월 20일 열대과일 망고를 활용한 ‘생망고 페스티벌’ 신메뉴 6종을 출시했다. 신메뉴 ‘생망고 페스티벌’은 당도가 높고 과즙이 풍부한 생망고를 사용해 이국적인 향과 새콤달콤한 맛을 선사한다. 특히, 〈카페베네〉는 신선한 생망고만을 사용하기 위해 필리핀 마닐라 인근의 농장과 직수입 계약을 체결, 현지에서 느낄 수 있는 깊고 진한 생망고 본연의 맛을 그대로 살렸다. 신메뉴로는 ‘코니 망고 눈꽃빙수’, ‘망고치즈케이크빙수’, ‘망고주스’ 등이 있다.



(주)맥스원리링크 〈셀렉토커피〉 중국 길림성 진출

프랜차이즈 커피전문점 〈셀렉토커피〉는 지난 5월 16일 중국 기업인 장춘가 이창상무한회사와 길림성 지역에서 가맹사업을 할 수 있는 마스터 프랜차이즈 MOU 계약을 체결했다고 밝혔다. 〈셀렉토커피〉는 지난해 6월 중국 강소성 마스터프랜차이즈 MOU 계약에 이어 길림성까지 점포 개설과 브랜드 홍보가 가능하게 됐다. 그동안 중국 현지 시장조사 및 연구개발(R&D), 현지화 시스템 등을 지속적으로 해왔으며 이를 통해 중국 진출에 박차를 가하고 있다.



(주)놀부 〈놀부부대찌개&첼판구이〉 복고 콘셉트로 새단장

종합외식전문기업 (주)놀부가 지난 3월 새로운 콘셉트의 인테리어를 적용한 〈놀부부대찌개&첼판구이〉 김포롯데몰점을 오픈했다. 〈놀부부대찌개&첼판구이〉 김포롯데몰점은 새로운 브랜드이미지(BI)를 반영하고, 기존 매장과 차별화된 인테리어를 적용했다. 1960년대 복고 분위기를 현대적 감성으로 재해석한 ‘레트로 모던’ 스타일로 인테리어 하면서 방문 고객들에게 마치 새로운 외식 브랜드 매장에 방문한 듯한 신선함을 선사하고 있다. 또한 테이블마다 인덕션 레인지어를 설치해 편의성과 위생성을 향상시켰다.



(주)비알코리아
〈던킨도너츠〉슈퍼푸드로 만든 음료 신제품 출시

〈던킨도너츠〉가 지난 4월 ‘봉봉베리 쿨라타’와 ‘팝핑 던카치노’를 비롯한 음료 신제품을 출시했다. ‘봉봉베리 쿨라타’는 슈퍼푸드로 선정된 아사이베리, 아로니아, 블루베리, 블랙베리 등 4가지 베리류 베이스에 포도과육을 더해 건강하고 상큼한 맛을 느낄 수 있으며, 나른한 봄철 에너지 충전에도 제격이다. 또한, 카라멜 팝콘과 휘핑크림이 결합된 팝핑으로 탐스러운 외관을 자랑하는 ‘팝핑 던카치노’는 리얼샷 음료로 많은 사랑을 받아온 던카치노에 새로움을 더한 제품이다.



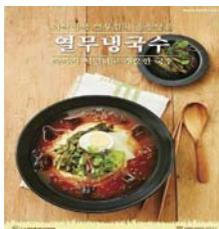
(주)마세다린
〈주)마세다린 국내 종합격투기 ROAD FC 스폰서 협약 체결

〈가마로강정〉으로 잘 알려진 (주)마세다린이 지난 2월 24일 국내 종합격투기 대회 로드에프씨(ROAD FC, 대표 정문홍)의 공식 스폰서 협약을 체결했다. 이번 협약식에는 로드에프씨 정문홍 대표와 박상민 부대표, (주)마세다린의 김성수 부사장, 오수중 고문 및 전 직원이 참석했다. (주)마세다린 측은 국내 비인기 종목인 종합격투기 대회가 활성화될 수 있도록 후원하고, 선수들이 보다 좋은 환경에서 훈련할 수 있도록 지원할 것이다.



사과나무(주)
〈커피베이〉 ‘2015 브랜드파워대상’ 2년 연속 수상

커피전문점 〈커피베이〉가 ‘2015 브랜드파워대상’ 2년 연속 수상하는 쾌거를 이뤘다. ‘머니투데이’에서 주최하는 ‘2015 브랜드파워대상’은 부문별로 고객만족도가 높은 브랜드를 선정해 업계의 노고를 격려하는 시상식이다. 주최사 측은 〈커피베이〉가 ‘2015 브랜드파워대상’으로 선정된 비결로 소비자들의 요구를 정확히 파악하고 그에 맞는 서비스를 지속적으로 개발해 선보인 점을 꼽았다. 〈커피베이〉는 질 좋은 커피를 합리적인 가격에 제공하며 지난 연말 400호점을 돌파하는 등 커피 창업 분야에서 큰 호응을 얻고 있다.



(주)바인에프씨
〈주)바인에프씨 브랜드별 상반기 신메뉴 출시

외식프랜차이즈 (주)바인에프씨에서 2015년 상반기 신메뉴를 출시했다. 〈세프의 국수전〉, 〈세프의국수N콜라보〉에서는 대중적이고 시원한 맛의 ‘열무국수’와 어머니의 손맛이 담긴 ‘간장비빔국수’, 어린이와 여성 고객들의 입맛을 사로잡을 ‘닭불고기 돈부리/덮밥’ 등을 출시했다. 특히 ‘간장비빔국수’에는 따뜻한 면에 푸짐한 토핑과 자채 소스로 특별함을 더했으며, ‘닭불고기 돈부리/덮밥’ 또한 맵지 않은 특제 간장소스로 어린이와 여성고객의 입맛에 맞췄다.



(주)세니클
〈카페세니클〉 중국 섬서성 · 영하자치구 계약 체결

〈카페세니클〉이 지난 4월 17일 (주)한국프랜차이즈산업협회 본사에서 중국현지기업 시안썬량 F&B 그룹 (Xian Sunlang F&B Co.,Ltd)과 섬서성 · 영하자치구 마스터프랜차이즈계약을 체결했다. 이로써 〈카페세니클〉은 중국사천성, 후베이성에 이어 세 번째로, 중국지역 마스터프랜차이즈시장의 영역을 한발 더 넓혔다. 중국섬서성은 3700만 명의 인구가 거주중이며, 북경, 상해 다음으로 3대 교육도시로 불리며 중국서북지역 중심지로 각종 산업이 발달한 지역이다.

BRAND NEWS



(주)해마로푸드서비스(주) 〈맘스터치〉 정현식 대표, 청춘콘서트 열다

국내 토종 프랜차이즈 외식업체 〈맘스터치〉의 정현식 대표가 지난 4월 24일 저녁 7시 DS홀(구 바코챔버홀)에서 '청춘콘서트'를 열었다. 정 대표는 이날 '믿음으로 도전하는 인생'이라는 주제로 '15분 Talk! talk!'를 진행했다. 또 이날은 '인간시장', '대박해' 등 170여 권의 책을 출간한 소설가 김홍신 씨도 출연했다. 〈맘스터치〉는 현재 전국 550개 매장을 운영하고 있는 외식업체로, 치킨과 수제버거 등 다양한 메뉴로 연간 500억 원의 매출을 올리고 있다.



(주)치어스 〈치어스〉 '골든 스포츠 미니 투어 골프 토너먼트' 개최

(주)치어스와 EG ENT는 '2015 골든 스포츠 미니 투어 골프 토너먼트'를 4~7월 동안 진행한다. 골든스포츠 골프 아카데미와 원아시아 PGA 클래스-A가 주관하고 정한식품 및 이안 에프엔비가 후원한다. 이번 대회는 경기도 용인 골드CC(챔피온 코스) 18홀에서 4월 29일, 5월 11일, 6월 29일, 7월 20일에 4차에 걸쳐 진행하며, 총 상금은 1000만 원이다. 1~15위까지 왕중왕전 출전권 특전이 부여되고, 상금 순위 1위에게는 아세안 PGA투어 풀시드권이 부여되는 등 다양한 혜택이 있다.

(주)에땅 〈오븐에 빠진 닭〉 TV광고 온에어!



올해로 론칭 7주년을 맞는 〈오븐에 빠진 닭〉은 배우 안재현을 모델로 한 2015년 TV광고를 온에어 했다. 이를 기념해 풍성한 이벤트를 진행한다. 전국 매장에서 치킨 구입 고객을 대상으로 100% 당첨 스크래치 이벤트를 펼쳐 1등 당첨자에게는 아이폰6 미니(16G), 2등에게는 소니 미러리스 카메라, 3등에게는 네슬레 네스카페 돌체구스토 미니미, 4등에게는 백화점 상품권(5만 원권) 등을 제공한다. 기간은 5월 18일부터 6월 30일까지다.



(주)파리크라상 〈파리바게뜨〉 100% 프랑스 밀로 만든 빵 출시

〈파리바게뜨〉는 프랑스 정통 빵 맛을 재현한 'The 맛있는 프랑스빵' 시리즈 11종을 출시하고, 다양한 소비자 이벤트를 실시한다고 지난 4월 13일 밝혔다. 'The 맛있는 프랑스빵' 시리즈는 '프랑스빵은 건강에 좋지만 맛은 덜하다'는 고정관념을 깨고 프랑스빵을 맛있게 즐길 수 있도록 했다. 이를 위해 미네랄이 풍부한 천연염을 사용하고, 프랑스 전통 방식의 돌오븐을 도입하는 등 원료에서부터 제조방법까지 차별화를 꾀했다. 또한 특화된 발효종과 장기 숙성 저온발효법을 사용한 '부드러운 프랑스빵'은 부드러운 식감이 특징이다.



채선당 〈채선당 PLUS〉 의정부 민락점 오픈

지난 5월 15일 〈채선당 PLUS〉 의정부 민락점이 오픈했다. 〈채선당 PLUS〉는 샤브샤브 전문 프랜차이즈 1등 브랜드인 〈채선당〉의 신규 버전이다. 메인메뉴인 샤브샤브, 불고기전골과 월남 쌀, 거기다 고급 샐러드바까지 즐길 수 있는 웰빙 패밀리 레스토랑이다. 〈채선당PLUS〉의 실내 인테리어는 자연 친화적인 소재를 사용하여 고급스럽고 안정감 있는 분위기를 느낄 수 있다. 또 '건강'을 강조한 콘셉트를 통해 경기 불황 속에서도 꾸준히 성행하고 있다.



(주)대대에프씨
(주)대대에프씨의 <꿀닭>, <꿀닭TongdakZIP>으로 새단장

외식전문프랜차이즈 그룹 (주)대대에프씨의 <꿀닭>이 2015년 <꿀닭 TongdakZIP>으로 새롭게 탄생했다. 기존 <꿀닭>이 테이크아웃강세의 매장 형태였다면 <꿀닭TongdakZIP>은 'Chicken&Beer' 매장을 표방해, 테이크아웃은 물론 홀 운영, 배달까지 강화한 형태로 변모했다. 이 모든 것의 장점을 한곳에 모아왔기 때문에 압축을 뜻하는 'Tongdak, ZIP'이 되었다. 또한 말 그대로 '통닭집'의 의미도 있다. 이 두 가지의 의미를 브랜드에 녹여 고객의 마음은 물론 창업주의 마음까지 고려했다. 메뉴 가격도 7000원~1만 원대 구성으로 합리적이다.



(주)김가네
<김가네> 예비창업자 위한 '성공창업사례집' 발간

<김가네>는 예비창업자를 위한 '2015 성공창업사례집'을 발간했다. 프랜차이즈 우수사례를 발굴하고, 성공적인 창업을 준비하는 예비창업자들에게 구체적인 현장밀착형 정보를 제공하고자 이번 사례집을 기획했다. 가맹점과 예비창업자들의 공감, 공생, 공유를 도모하기 위해 제작된 사례집은 '상권을 장악하라', '고객을 창출하라', '상품에 집중하라', '브랜드에 충실 하라', '가맹본부와 가맹점의 행복한 상생' 등의 테마 별 목차로 구성되었다. 또한 40여 곳의 가맹점 성공창업사례를 담아 유형별 위기 극복 노하우를 알기 쉽게 정리했다.



본아이에프(주)
본푸드서비스(주) 세종시 행정지원센터 외식사업업체 선정

국내 최초 위탁급식 운영기업 본푸드서비스(주)는 4월부터 새롭게 문을 여는 세종시 행정지원센터의 외식 및 숙박관련 운영을 담당할 업체로 선정됐다고 지난 4월 2일에 밝혔다. 지난해 말 완공된 지하 1층, 지상 5층, 건물면적 2만 6143㎡(약 7900평) 규모의 세종시 행정지원센터는 전 국민을 대상으로 한 대규모 국제회의 및 박람회, 각종 연회 등이 가능한 시설로, 본푸드서비스(주)는 센터 내 연회, 레스토랑, 숙박 부문의 사업권에 대한 계약을 체결했다.



(주)굿투비
<불소식당> KBS일일드라마 '오늘부터 사랑해' 제작 지원

품질 좋은 소갈비를 반값에 판매하여 국내 외식업계와 소비자들에게 뜨거운 관심을 모으고 있는 <불소식당>이 KBS일일드라마 '오늘부터 사랑해'를 제작 지원한다. '오늘부터 사랑해'는 재입양 끝에 가족 구성원이 된 여자와, 혈육 대신에 사랑을 선택한 남자의 우여곡절 이야기를 그린 일일 드라마다. '오늘부터 사랑해'를 제작 지원하는 <불소식당>은 최근 신메뉴 소갈비를 론칭하여 소갈비 4인분을 주문하면 4인분이 공짜로 제공되는 메뉴를 선보였다. 대한민국 최초 소갈비 한대 반값이라는 반값마케팅을 시행하고 있다.



(주)기발한사람들
<기발한치킨> 광고효과로 매출 200% 증가

치킨 프랜차이즈 <기발한치킨>이 최근 '너 어디서 반 마리아니?' 광고영상이 각종 언론 매체와 온라인을 가장 뜨겁게 달구면서 매출이 2배 급증했다고 밝혔다. 이번 광고는 별다른 비용 지출 없이 동영상 게시 3일 만에 유튜브 조회수 100만 돌파, 페이스북 동영상 조회수 40만, 관련 기사 373건 게재, 실시간 검색 10위권 지속 유지, 연관 트윗 1000회 이상 등 단기간 내 엄청난 반응을 불러일으켰다. 가장 많이 매출이 증가한 곳은 <기발한치킨> 경기 안양대점, 서울 용마동점, 목포점이며 최고 267% 매출이 성장했다.

BRAND NEWS



(주)압구정
〈돈치킨〉 ‘열정의 맛 외식창업스쿨’ 2기 개설

〈돈치킨〉은 외식창업자들을 위한 핵심 성공 비법을 소개하는 ‘열정의 맛 외식창업스쿨’ 2기가 지난 4월 9일 개설했다. 이번 2기에서는 대박점포의 시크릿 노하우 외에도 대박점포 사장 가능성을 점검하는 ‘대박사장 자질 체크리스트’와 마케팅 준비도 점검을 위한 마케팅 셀프지수 등도 소개한다. 이번 ‘열정의 맛 외식 창업 스쿨’ 2기 참석자 전원에게는 전문 컨설턴트에게 상담 받을 수 있는 ‘멘토링 상품권’과 ‘프리미엄 오븐 구이 돈치킨 상품권’이 제공된다. 또한 참가자 중 희망자에 한해 한국창업전략연구소 창업 모니터 활동 기회도 제공된다.



(주)제너시스
〈BBQ〉 올 1분기 매출 전년보다 30% 신장해

〈BBQ〉의 올 1분기 매출이 전년대비 30% 신장하는 등 성공적인 실적을 기록했다. 특히 지난 2월 한 달간은 작년 2월 대비 50% 이상 증가했다. 이는 〈BBQ〉 창사 이래 2월 동기간 내 최대 매출이다. 〈BBQ〉는 이번 1분기 고성장 이유로 석박사급 연구원 30여 명으로 구성된 ‘세계식문화 과학기술원’을 통한 고객 트렌드 반영 신메뉴 출시를 꼽았다. 또 다른 이유로는 CF 모델 효과를 택했다. 수지와 이종석의 ‘〈BBQ〉 CF’와 ‘메이킹 영상’은 출시 2달 만에 유튜브 조회 수 200만을 돌파하고, 주간인기 CF 1위에 오르는 등 큰 관심을 끌었다.



(주)오니규
〈리츠스테이크갤러리〉 가맹점 모집 본격 가동

수제삼각김밥 및 구동전문점 〈오니기리와이규동〉을 운영하는 (주)오니규가 지난해 론칭한 제2브랜드 〈리츠스테이크갤러리〉의 가맹점 모집을 본격화했다. 스테이크 대중화 시대를 선언하며 지난해 서울 강남구 역삼역에 158㎡(약 48평) 규모로 1호점을 오픈, 월 매출 4000만 원을 올리고 있다. 〈리츠스테이크갤러리〉의 메뉴는 7900원짜리 스테이크로 실속형 스테이크 전문점을 표방, 합리적인 가격과 대중적인 입맛에 맞춰 구성되었다.



(주)크린토피아
〈크린토피아〉 ‘200을 찍어라!’ 사진 공모전 개최

세탁전문 프랜차이즈 〈크린토피아〉가 신개념 세탁멀티숍 〈크린토피아+ 코인워시〉 200호점 오픈을 기념해 ‘200을 찍어라!’ 사진 공모전을 5월 3일까지 진행했다. 이번 이벤트는 고객이 생활 곳곳에 숨어있는 숫자 ‘200’이나 한글 ‘이백’을 찾고 인증 샷을 촬영해 〈크린토피아〉 홈페이지에 응모하는 내용이다. 이 중 기발하거나 정성스럽게 찍은 사진을 선정, 1등 상금 50만 원(1명), 2등 치킨 기프티쇼(20명), 3등 커피 기프티쇼(200명) 등 총 220여 명에게 다양하고 풍성한 경품을 증정했다.



(주)다도글로벌
〈드롭탑〉 ‘휴롬’과 즉석 착즙 주스 공동개발

프랜차이즈 커피전문점 〈드롭탑〉이 커피전문점 최초로 ‘휴롬’과 손잡고 홈메이드 방식의 즉석 착즙 주스를 선보인다. 이번 협약을 통해 〈드롭탑〉은 ‘휴롬 주스기’를 매장에 도입하고 양사가 공동 개발한 ‘휴롬 주스’ 3종, ‘비트사과주스’, ‘당근사과주스’, ‘케일바나나주스’를 명동점, 강남아이파크점, 상암점, 안산선부SK점, 부산광복점 등 주요 매장에서 판매를 시작해 전국 가맹점으로 확대할 계획이다.



(주)원앤원
원앤원(주) 홈메이드 수제피자전문점 <플라이 피자> 론칭

<원할머니보쌈죽밥>로 알려진 원앤원(주)가 지난 4월 22일 '건강한 재료로 만든 100% 수제피자'를 콘셉트로 홈메이드 피자 전문점 <플라이 피자>(Flying Pizza)를 경기도 고양시에 론칭했다. 'Quality is everything'을 모토로 자연의 건강한 재료만을 선별해 정성 가득한 피자를 선보이며, 기존 피자들과 재료와 만드는 방법까지 차별화를 꾀했다. 이를 위해 호밀로 만든 반죽을 72시간 자연 저온 숙성시키고, 겉은 바삭하게 속은 촉촉하게 만들어 쫄깃한 식감을 살렸다. 또한 100% 자연산 치즈로 깊은 맛을 더했다.



(주)농협목우촌
<또래오래> 새 얼굴로 예능대세 '이서진', '강남' 발탁

치킨전문 프랜차이즈 <또래오래>가 새로운 광고모델로 배우 이서진과 가수 강남(M.I.B)을 선정했다. 이번 <또래오래> 광고 콘셉트는 100% 국내산 닭고기를 사용해 치킨 속살도 맛있으면서 바삭한 튀김옷과 다양한 양념소스가 어우러져 겉도 맛있다는 '겉또 속또 맛있는 치킨-또래오래'이며, 이서진과 강남이 재미있게 연기했다. 이번 <또래오래> CF는 4월부터 케이블 TV 등 다양한 매체를 통해 방영되는 중이다.



(주)이바둑
'이바둑 창업아카데미', KBS드라마 '파랑새의 집'에 등장

'이바둑 창업아카데미'가 KBS 2TV 주말극 '파랑새의 집'에 등장했다. 지난 4월 12일 방영된 '파랑새의 집' 12화에서 한선희(최명길 분)는 조력자 신 사장(남경읍 분)의 도움으로 <이바둑감자탕>을 창업하는 내용이 그려졌다. 극 중 한선희는 <이바둑감자탕> 창업을 위해 본사에 마련된 창업아카데미에서 이론부터 실습에 이르는 창업 교육을 받았다. 한선희가 극 중에서 받은 창업 교육은 실제로 이바둑 창업아카데미에서 예비 점주와 점장 교육생을 대상으로 진행하는 교육과정이다.



(주)비피알
<바푸리> 한우를 식재료로 한 '프리미엄 김밥' 선보여

프리미엄 김밥 프랜차이즈 브랜드인 <바푸리>에서는 2015 신메뉴로 한우기반 메뉴를 선보였다. <바푸리>의 신메뉴는 '한우숯불김밥', '한우숯불덮밥', '한우숯불 야채볶음밥' 등 총 7가지가 있다. 이번 신메뉴는 프리미엄 식재료인 '한우'를 집목시킨 '프리미엄 김밥'이다. 특히 '한우숯불덮밥'과 '한우숯불김밥'의 판매 매출이 가파르게 상승하고 있다. <바푸리>의 신메뉴에 대한 뜨거운 반응은 본사 식품개발연구소의 내부적인 노력과 전국 <바푸리> 가맹점이 협력한 결과다.



(주)SF이노베이션
<스쿨푸드> 8번째 배달 전문매장 오픈

(주)SF이노베이션의 캐주얼 한식 브랜드 <스쿨푸드>가 8번째 배달 전문매장 '스쿨푸드 딜리버리 방배점'을 오픈했다. 이번에 오픈한 '스쿨푸드 딜리버리 방배점'은 고객들에게 다양한 편의 서비스를 제공하기 위해 배달, 포장뿐 아니라 매장에서 간단하게 식사를 즐길 수 있는 공간을 별도로 마련한 것이 특징이다. <스쿨푸드> 딜리버리 매장의 배달 시간은 강남 지역은 오전 10시부터 익일 오전 6시까지(일부 매장 제외), 잠실 지역은 오전 10시부터 오후 10시까지 운영한다.

BRAND NEWS



(주)커브스코리아
〈커브스〉 KBS2드라마 '착하지 않은 여자들' 제작 지원

여성 전용 피트니스 프랜차이즈 〈커브스〉는 KBS 2TV 수목드라마 '착하지 않은 여자들'을 제작 지원했다. '착하지 않은 여자들' 7회에서는 김현숙 역의 채서라와 친구 안중미 역의 김혜은이 〈커브스〉의 회원으로 등장하여 '30분 순환운동'을 체험하는 장면이 그려졌다. 〈커브스〉는 방영 기간 동안 드라마 상황 속에 30분 순환운동을 자연스럽게 녹여내며 다양한 에피소드를 펼쳐나간다.



(주)CJ푸드빌
〈뚜레쥬르〉 올 여름시장 겨냥 빙수 메뉴 출시

〈뚜레쥬르〉는 지역별 날씨 변화를 감안해 전국 매장에 빙수를 선보인다. (주)CJ푸드빌은 실질적으로 빙수 소비가 시작되는 기온인 한낮 최고 20℃를 넘어가면 각 매장에서 빙수 판매를 개시할 것이라고 밝혔다. 올해 〈뚜레쥬르〉는 〈투썸플레이스〉와 '우유얼음'이라는 공동 테마로 빙수를 출시했다. 눈처럼 시원하고 부드러운 우유얼음에 각종 과일, 케이크, 요거트, 커피, 팥 등으로 건강한 단맛을 냈다. 〈뚜레쥬르〉의 빙수는 총 6종으로 '트리플베리스노우러빙', '딸기노우러빙', '딸기스노우러빙' 등이 있다.

(주)짐월드
〈짐보리〉 어린이날 이벤트 진행



〈짐보리〉는 5월 5일 어린이날을 맞아 서울 강남구 임피리얼 팰리스 호텔에서 '짐보리 Children's Day'를 진행했다. 임피리얼 팰리스 호텔과 함께한 이번 특별 이벤트는 호텔 7층 연회장에서 진행했다. 유럽풍 인테리어의 클래식한 분위기인 '두베홀'과 '셀레나룸'에 각각 어린이 고객이 최적화된 특별 런치와 각종 테마존을 마련한다. 테마존으로는 마음껏 뛰놀며 신체 놀이를 할 수 있는 '플레이존', 아이들의 상상력과 창의력을 펼칠 수 있는 '아트존', 차원 입체 자석교구 맥포머스를 이용해 다채로운 조형 활동이 가능한 '맥포머스존'이 있다.



장수돌침대(주)
〈장수돌침대〉 사물인터넷 적용한 침대 출시

〈장수돌침대〉가 침대업계에서는 처음으로 사물인터넷(IoT) 기술을 접목한 침대인 '뉴오스타(New OST)'를 출시했다고 지난 5월 12일에 밝혔다. 뉴오스타는 스마트폰에 앱을 다운받아 조작할 수 있다. 앱을 통해 외부에서도 전원을 켜고 끌 수 있을 뿐만 아니라 돌침대를 원하는 온도로 예열도 할 수 있다. 기존 장수돌침대가 있으면 컨트롤러만 별도 구입할 수도 있다. 뉴오스타는 또 기존 교류방식(AC)을 직류화(DC)해주는 시스템을 적용해 기존 교류방식제품에서 발생할 수 있는 전자파를 걱정하지 않아도 된다.



(주)하남에프앤비
〈하남돼지집〉 소외계층 지원협약

한국형 패밀리레스토랑 〈하남돼지집〉 브랜드를 운영 중인 (주)하남에프앤비와 하남시가 지난 4월 23일 지역사회 소외계층 지원을 위한 상호협력 협약식을 가졌다. 이번 협약은 소외된 어려운 이웃을 도와 지역사회 발전에 이바지하기 위해 진행됐다. 하남시는 지역주민 중 생활이 어려워 지원이 필요한 가정 및 사회복지시설을 발굴하고, 〈하남돼지집〉은 월 1회 어려운 이웃 50가구에 약 1kg의 돼지고기, 지원이 필요한 사회복지시설에는 월 1회 방문해 시설 이용자에게 음식을 조리, 제공할 예정이다.



(주)알볼로에프앤씨
〈피자알볼로〉 ‘대한민국만세피자’ 선보여

〈피자알볼로〉가 지난 3월 1일 신메뉴 ‘대한민국만세피자’를 선보였다. 이번 신메뉴는 태극기에서 모티브를 얻어 태극문양의 형태를 띠고 있으며, 우리가 반드시 기억해야 할 3.1절의 의미를 담았다. 태극문양의 위와 아래에 사용된 주요 재료가 달라 두 가지 맛을 한 번에 즐길 수 있다. 위쪽에는 해남산 고구마와 치킨, 소시지가 각종 소스와 함께 어우러져 있으며, 아래쪽에는 호주산 생안심과 발사믹, 베사멜소스를 활용해 스테이크의 깊은 맛을 살렸다.



(주)일승식품
〈돈까스클럽〉 MBC드라마 ‘여왕의 꽃’ 제작지원

〈돈까스클럽〉이 MBC 주말특별기획드라마 ‘여왕의 꽃’에 제작 지원을 한다. MBC ‘여왕의 꽃’은 야망으로 가득 찬 여자와 그녀가 버린 딸이 재회하게 되면서 벌어지는 일을 그린 드라마로 ‘애정만만세’, ‘황금신부’ 등을 집필한 박현주 작가의 작품이다. 극 중 외식사업부 본부장인 남주인공 박민준(이종혁 분)이 이끄는 외식프랜차이즈로 〈돈까스클럽〉이 등장하고 있다. 〈돈까스클럽〉은 돈가스, 화덕피자, 스파게티, 스테이크, 커피 등 50여 가지의 메뉴와 디저트를 한 곳에서 즐길 수 있는 One-stop 외식 전문 카테고리 매장이다.



라이스파이
〈떡담〉 2015 쌀가공식품산업대전 참가

떡 전문 프랜차이즈 〈떡담〉이 ‘2015 쌀가공식품산업대전’에 참가하여 제주향토 오메기떡을 선보였다. 오메기떡은 지난 2013년부터 2014년까지 2년 연속 농식품부 장관상 수상 및 우수쌀가공제품 TOP10에 선정된 〈떡담〉의 대표 상품이다. 특히 美 FDA(미국 식품의약국) 승인을 받은 〈떡담〉의 오메기떡은 ‘2013 전국 쌀가공품 품평회’에서 대상을 수상하기도 했다. ‘쌀가공식품산업대전’은 농림축산식품부(장관 이동필)가 주최하고 (사)한국쌀가공식품협회(회장 박관희)의 주관으로 5월 12일부터 15일까지 4일간 일산 킨텍스에서 진행됐다.



(주)못된고양이
〈못된고양이〉 매경 100대 프랜차이즈 선정

액세서리 전문 프랜차이즈 〈못된고양이〉가 ‘2015 매경 100대 프랜차이즈’에 선정됐다. 매경 100대 프랜차이즈는 가맹점 숫자 늘리기보다 내실 성장에 중점을 두고 선정한다. 〈못된고양이〉는 1991년 개인사업으로 시작해 2011년 법인으로 전환했으며, 액세서리에 대한 연구와 새로운 트렌드 선도로 패션 액세서리 업종 국내 1위라는 성과를 냈다. 국내를 넘어서 대만, 캄보디아, 필리핀, 하와이 등 해외로 사업 영역을 확장하고 있다.



JH그룹
2015 2차 골든스포츠 미니 투어 토너먼트 개최

프랜차이즈 외식 기업인 JH그룹(회장 정한)이 주최한 ‘2015, 2차 골든스포츠 미니 투어 골프 토너먼트’가 11일 경기도 용인(기흥) 골드CC에서 개최했다. 2차 대회는 프로 및 아마추어 선수 총 24개팀, 91명이 참여하여 치열한 각축전을 벌인 가운데 (주)치어스 소속 프로인 강민석(24)이 7언더파 65타로 2차 대회 우승을, 최수근(25)과 박성원(30), 박성준(27)이 2타차인 5언더파 67타로 공동2위를 차지했다.

NEWS LOUNGE

5월 · 6월 · 7월

제3기 KFCEO 명품과정

| | |
|------|---|
| 기 간 | 2015년 9월 7일~12월 21일 |
| 교육장소 | 서울 팔래스 호텔 |
| 비 용 | 500만 원(회원사 30% 할인혜택) |
| 목 적 | 신성장동력산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외진출 및 최고 경영자의 경영역량 강화와 경영자들의 전략적인 비즈니스 네트워크를 형성하고자 함 |

제26기 슈퍼바이저 전문가 과정

| | |
|------|---|
| 기 간 | 2015년 5월 23일(토)~8월 1일(토) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 비 용 | 110만 원 |
| 목 적 | 슈퍼바이저로서의 전문 지식을 습득하고 본부와 가맹점 간의 경영조정과 점포진단 전문가로 활동하며, 더 나아가 업계 네트워크 및 오피니언리더로 지도하고자 함 |

[국가인적자원컨소시엄] 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성(1회차)

| | |
|------|--|
| 기 간 | 2015년 5월 27일(수)~29일(금) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 비 용 | 국비지원 무료교육(협약기업 재직자) |
| 목 적 | 프랜차이즈 산업의 해외 진출 필요성을 재조명하고 이에 부합하는 해외경영 실무자 육성을 통해 글로벌 프랜차이즈 육성에 토대를 마련하고자 함 |

제1회 프랜차이즈 지도사 자격 전문 교육과정

| | |
|------|-------------------------|
| 기 간 | 5월 30일(토)~7월 25일(토) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 인 원 | 50명 |
| 비 용 | 1,200,000원 |

[국가인적자원컨소시엄] 해외 표준 외식경영 교육(1회차)

| | |
|------|--|
| 기 간 | 2015년 6월 2일(화)~4일(목) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 비 용 | 국비지원 무료교육(협약기업 재직자) |
| 목 적 | 해외로 진출하는 외식 프랜차이즈 기업의 식품위생 및 가맹점 관리 시스템 운영 역량을 강화하고, 표준화된 경영 관리 방안 제시를 통해 글로벌 시장에서의 성공적인 정착 지원 |

[국가인적자원컨소시엄] 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅전략(1회차)

| | |
|------|---|
| 기 간 | 2015년 6월 17일(수)~18일(목) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 비 용 | 국비지원 무료교육(협약기업 재직자) |
| 목 적 | 프랜차이즈 기업의 글로벌 브랜드 이미지 구축을 위한 국가별 홍보 전략과 계획을 수립하고, 소셜미디어를 활용한 홍보마케팅 전략과 실전 기법을 통해 가맹본부의 브랜드 경쟁력 강화 |

[국가인적자원컨소시엄] 프랜차이즈 국가별 해외진출 전략(2회차)

| | |
|------|--|
| 기 간 | 2015년 6월 23일(화)~26일(금) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 비 용 | 국비지원 무료교육(협약기업 재직자) |
| 목 적 | 프랜차이즈 해외 진출 과정에서 발생하는 시행착오를 최소화하기 위하여 국가별 특이성을 반영한 맞춤형 교육을 통해 해외 전략경영 전문가 양성 |

[국가인적자원컨소시엄] 해외 벤치마킹 외식 점포 인테리어 (1회차)

| | |
|------|---|
| 기 간 | 7월 1일(수)~2일(목) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 비 용 | 국비지원 무료교육(협약기업 재직자) |
| 목 적 | 선진화된 해외 외식 프랜차이즈 기업의 점포 인테리어에 대한 심도 있는 학습과 벤치마킹을 통해 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출 역량 강화 |

제 33기 상권분석 전문가 과정

| | |
|------|---|
| 기 간 | 7월 7일(화)~8일(수) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 비 용 | 회원사 18만 원, 비회원사 20만 원(부가세포함) |
| 목 적 | 상업용 부동산의 시장환경 이해와 상권분석의 전문지식을 습득하고 과학적 이론과 경험적 실무중심으로 상권과 입주조건 분석기법을 전수 |

[국가인적자원컨소시엄] 해외 진출을 위한 가맹본부 핵심인재 양성 (2회차)

| | |
|------|--|
| 기 간 | 7월 14일(화)~16일(목) |
| 교육장소 | (사)한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동) |
| 비 용 | 국비지원 무료교육(협약기업 재직자) |
| 목 적 | 프랜차이즈 산업의 해외 진출 필요성을 재조명하고 이에 부합하는 해외경영 실무자 육성을 통해 글로벌 프랜차이즈 육성에 토대를 마련하고자 함 |

* 2015년 3월 *March*

| | |
|-----|--|
| 2일 | 제33회 FC박람회 나눔관련 협의, 박람회 후원명칭 협의 |
| 3일 | 제33회 FC박람회 등록대행관련 미팅, 가맹사업법 상담 제34회 FC박람회 aT협의 |
| 4일 | 제34회 FC박람회 aT협의 제33회 박람회 실측 및 조리시설 협의 |
| 5일 | 매경 100대 프랜차이즈 시상식 제34회 프랜차이즈산업박람회 홈페이지관련 '솔루웨이' 미팅 |
| 6일 | 특허청 사업 계약 관련회의 |
| 9일 | 수석부회장 회의 |
| 10일 | 식품의약품안전처, 소상공인관련협의 |
| 11일 | 유통산업연합회 실무위원회 |
| 12일 | 국가인적자원개발 컨소시엄 사업컨설팅 미팅 공정거래 동반성장협약 관련 회의, 컨소시엄 사업 홍보브로슈어 제작 미팅 코엑스 FC박람회 참관 |
| 13일 | 특허청 프랜차이즈 인테리어 디자인 보호 관련 업계 간담회 SY프랜차이즈 이전식 aT국산김치 자율표시제 보고회 |
| 15일 | 연세대FCEO 시산제 |
| 18일 | 말레이시아 대표단 방문 |
| 19일 | 제33회 프랜차이즈산업박람회 말레이시아 대표단 방문 JFA 간담회, JFA 만찬 말레이시아대표단 간담회 |
| 20일 | 제33회 프랜차이즈산업박람회 말레이시아 대표단 방문 올바른 프랜차이즈 창업 세미나 |
| 21일 | 제33회 프랜차이즈산업박람회 말레이시아 대표단 방문 올바른 프랜차이즈 창업 세미나 |
| 22일 | 협회 산악회 시산제 |
| 23일 | K-Brand 보호지원사업 설명회 제2기 명품CEO(정책간담회) |
| 24일 | 제11회 프랜차이즈 법률 심포지엄, 기금분과위 |
| 25일 | 유통포럼, 문태규 국민협약관련 미팅 |
| 26일 | 서울시청 사업 제안 |
| 28일 | 맥세스 실무형 프랜차이즈과정 특강 |
| 30일 | 서비스총연합회 이취임식 제5회 글로벌 프랜차이즈 포럼 |
| 31일 | 제3회 정책위원회 산업부예산 협의 |

* 2015년 4월 *April*

| | |
|-----|---|
| 1일 | 영국회사 Hamley's 미팅 국산김치 사용 자율표시제 협의 |
| 2일 | 가상청 날씨경영설명회 전통시장 프랜차이즈 입점모델 실행방안 회의 |
| 3일 | 공정거래 상생협력 협약 관련 회의 aT센터 전시장 임대 계약 컨소시엄 사업 우수기관 실무자 미팅, 농식품부 상생협력 간담회 프랜차이즈 지도사 자격증 과정 |
| 6일 | 제1차 산업분과위원회 회의 |
| 7일 | 2016 SETEC 프랜차이즈산업박람회 접수 관련 미팅 정책위원회 회의 |
| 9일 | 제3회 서울국제식품포럼 국가인적자원개발 컨소시엄 사업 회의 |
| 10일 | 카카오톡 선물 관련 협회 수익사업제안 |
| 14일 | 15차 사회봉사, 베이징 박람회 관련 회의 제34회 프랜차이즈산업박람회 회원사 접수 국제외식산업식자재박람회 개막식 |
| 16일 | 협회장 세종대특강 한국식품산업협회 미팅 특허청 산업재산창출전략팀 회의 |
| 17일 | 제34회 프랜차이즈산업박람회 비회원사 접수일 카페세나클 중국 MOU 체결식 |
| 18일 | 제25기 슈퍼바이저 전문가 과정 수료식 춘계 맥세스 총동문 친선 체육대회 협회 산악회 |
| 21일 | 콜럼비아상무관실 미팅 32기 상권분석 전문가 과정 |
| 22일 | 32기 상권분석 전문가 과정 중국 흑룡강성 식음료 프랜차이즈 협회 미팅 |
| 23일 | 프랜차이즈포럼 중국 사업자 협회가입 협의 소상공인시장진흥공단 회의 |
| 24일 | 제8회 대한민국 브랜드대전 |
| 25일 | 외식경영학회 춘계학술대회 |
| 27일 | 프랜차이즈국가별 해외진출전략 한국은행 간담회 |
| 28일 | 프랜차이즈국가별 해외진출전략 |
| 29일 | 프랜차이즈국가별 해외진출전략 제1회 유망프랜차이즈 사업설명회 |
| 30일 | 프랜차이즈국가별 해외진출전략 |

NEWS LOUNGE

..... 신규 회원 가입 현황

신규 회원 가입 현황

| 구분 | 업체명 | 브랜드명 | 업종 | 대표자 | 신청일 |
|-----|-------------|--------------|------|-----|------------|
| 정회원 | (주)글로벌비전코리아 | 단거판다, 스노우후르츠 | 도소매업 | 이명복 | 2015.01.06 |
| | (주)전진인터내셔널 | 일품양평해장국 | 서비스업 | 이권호 | 2015.01.06 |
| | 디비에프앤비 | 달봉감자 | 도소매업 | 김달현 | 2015.01.08 |
| | (주)다운에프앤씨 | 바비박스 | 외식업 | 신정화 | 2015.01.15 |
| | (주)케이비티 | 토스트굽는사람들 | 제조업 | 조성대 | 2015.01.23 |
| | (주)크라들코리아 | 책 읽어주는 도서관 | 서비스업 | 최성민 | 2015.01.28 |
| | 피에스피에프앤디 | 땡잡았다, 땡주막 | 도소매업 | 박상용 | 2015.01.29 |
| | (주)루앤비 | 카페루앤비, 플램폼엘 | 서비스업 | 이용숙 | 2015.02 |
| | (주)가연푸드 | 화동갈비 | 외식업 | 류경선 | 2015.02.09 |
| | (주)이루에프씨 | 땡큐맘치킨, 톱파이브 | 도소매업 | 이문기 | 2015.02.12 |
| | (주)음식점닥터 | 수제갈비 | 서비스업 | 이혜주 | 2015.03.16 |
| 준회원 | (주)파리클라컴퍼니 | 파리클라라 | 서비스업 | 서근남 | 2015.01.23 |
| | (주)한창이앤피 | 황금소 | 서비스업 | 김현숙 | 2015.01.28 |
| | (주)리즈푸드 | 압구정리김밥 | 외식업 | 이은림 | 2015.02.13 |

협력회원

| 구분 | 업체명 | 브랜드명 | 업종 | 대표자 | 신청일 |
|------|------------|----------|------|---------|------------|
| 협력회원 | 디자인룩박스 | 디자인룩박스 | 서비스 | 김제현 | 2015.01.06 |
| | (주)에이씨알텍 | | 제조업 | 정수철 | 2015.01.09 |
| | 동희(주) | | 제조업 | 김중섭 | 2015.01.27 |
| | (주)데어리랜드 | | 제조업 | 김낙규 | 2015.01.28 |
| | (주)일진냉동플랜트 | | 제조업 | 마경선 | 2015.01.30 |
| | (주)서울에프앤비 | | 제조업 | 오덕근 | 2015.01.30 |
| | 범무법인(유한)화우 | | 서비스업 | 황현주 | 2015.02.13 |
| | 노무법인씨앤비 | 노무법인씨앤비 | 서비스업 | 강미혜 부대표 | 2015.02.25 |
| | 새롬에프앤비(주) | | 서비스업 | 노영민 | 2015.02.25 |
| | 안암법무사사무소 | 안암법무사사무소 | 서비스업 | 하정우 | 2015.03.03 |

비전과 목표를 가진 슈퍼바이저의 필수조건 프랜차이즈 슈퍼바이저 자격증



가맹점과 가장 가까운 현장에서 뛰고 있는 프랜차이즈 슈퍼바이저. 그들의 전문성을 제고하고, 이론과 실무를 두루 갖춘 전문가들을 양성하기 위해 (사)한국프랜차이즈산업협회는 '프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정'을 운영하고 있다. (주)마세다린의 <가마로강정>은 슈퍼바이저 자격증을 가맹점에 대한 전문성 향상뿐 아니라 본사 내부에서의 협업에도 좋은 매개체로 활용하고 있어 소개한다.

<가마로강정>은 가맹점주뿐 아니라 점포를 찾는 고객에게도 신뢰를 줄 수 있도록 가맹점 한편에 슈퍼바이저에 대한 소개가 걸려있다. 거기에 '슈퍼바이저 자격증 취득'이라는 문구가 눈에 띈다.

<가마로강정>, <사바사바치킨> 등 신개념 브랜드를 탄생시킨 (주)마세다린 본사 직원 가운데 슈퍼바이저 자격증을 보유한 직원은 총 8명이다. (주)마세다린 박동근 본부장은 "프랜차이즈 업계에는 슈퍼바이저가 자신의 제대로 된 역할과 본분을 잇는 경우가 허다하다"며 "자신이 가진 현장 경험을 이론으로 정리하고 기본과 경쟁력을 갖추는 것이 슈퍼바이저 자격증을 취득하는 목적이 될 것"이라고 설명한다. 직원들은 공부를 하면서 부족한 부분을 채워갈 수 있는 시간을 가지게 되고, 자격증을 취득 과정을 통해 스스로를 검증할 수 있다고 생각하는 것이다.

현재 (주)마세다린에서 슈퍼바이저 자격증을 취득한 8명의 직원들은 슈퍼바이저 뿐 아니라, 인사총무팀, R&D팀, 재무팀, 비서 등으로 다양한 분

야에서 제 역할을 다하고 있다. 슈퍼바이저는 가맹점을 지원하고, 타 부서는 가맹점 지원이 원활하도록 슈퍼바이저와 가맹점을 지원한다.

즉, 세무계산서를 발급해야 하는 재무팀에서 현장을 이해하지 못하고 업무를 더디게 지원하거나 가맹점에게 복잡한 것을 요구한다면 분명 문제가 발생한다. 현장을 이해하고 있다면 본사에서 업무를 하더라도 효율적인 방법을 강구할 수 있다. 때문에 슈퍼바이저 자격증 취득을 통해 다른 직원들도 현장을 간접적으로 체험하고, 가맹점 관리에 대해 배울 수 있는 좋은 계기가 되는 것이다. 가맹점과 본사를 잇는 슈퍼바이저의 업무를 이해하는 것이 원활한 소통과 업무 유연성을 가져다 주는 것이다. 이에 (주)마세다린은 자격증 수당을 편성해 직원들이 자발적으로 자기계발을 통해 전문성을 제고할 수 있도록 동기 부여를 하고 있다.

슈퍼바이저 자격증은 (사)한국프랜차이즈산업협회에서 주최하는 '프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정'을 통해 취득할 수 있다. 5월부터 제26기 교육이 시작됐으며, 이 과정은 현장에 필요하고 적용 가능한 이론과 다양한 스킬을 습득할 수 있다. 슈퍼바이저 자격증은 마지막 9주차와 10주차에 1차 객관식 시험 평가와 2차 논술평가의 시험을 통해 취득할 수 있다. 관련 내용은 (사)한국프랜차이즈산업협회 홈페이지(www.ikfa.or.kr) 또는 02) 3471-8135로 문의하면 된다.

글 차은지 기자 사진 (주)마세다린 제공

★ 축하합니다 ★

프랜차이즈지도사

슈퍼바이저자격증 합격자 명단

| 번호 | 성명 | 응시번호 | 업체명 | 최종 합격여부 |
|----|-----|--------|---------------------|---------|
| 1 | 성환규 | 10-101 | (주)일송식품 | 합격 |
| 2 | 고정우 | 10-102 | | 합격 |
| 3 | 권소양 | 10-103 | 대구카톨릭 대학교 외식산업학과 | 합격 |
| 4 | 김보민 | 10-104 | | 합격 |
| 5 | 김상욱 | 10-105 | 대가대 외식산업학과 | 합격 |
| 6 | 김수연 | 10-106 | 대구카톨릭대학교 | 합격 |
| 7 | 김철환 | 10-107 | | 합격 |
| 8 | 남영선 | 10-108 | 대가대 외식산업학과 | 합격 |
| 9 | 류동현 | 10-109 | | 합격 |
| 10 | 박기근 | 10-110 | 이노경영기술원(주) | 합격 |
| 11 | 박아현 | 10-111 | 대구가톨릭 대학교 | 합격 |
| 12 | 박예지 | 10-112 | 대구카톨릭대학교 식품가공학과 | 합격 |
| 13 | 오지민 | 10-113 | 대구카톨릭 대학교 외식산업학과 | 합격 |
| 14 | 육종관 | 10-114 | | 합격 |
| 15 | 이윤석 | 10-115 | | 합격 |
| 16 | 이장무 | 10-116 | | 합격 |
| 17 | 이창희 | 10-117 | (주)보하라 | 합격 |
| 18 | 전현우 | 10-118 | (주)케이아이경영컨설팅 | 합격 |
| 19 | 홍석조 | 10-119 | (사)한국프랜차이즈협회 대구경북지회 | 합격 |
| 20 | 황현자 | 10-120 | 대구가톨릭 대학교 | 합격 |
| 21 | 이준오 | 10-121 | 델리스타(주) | 합격 |
| 22 | 김참희 | 10-122 | | 합격 |
| 23 | 심민구 | 10-123 | (주)야들리에 에프앤씨 | 합격 |
| 24 | 백승철 | 10-124 | 소담애 | 합격 |
| 25 | 강만석 | 10-125 | (주)보하라 | 합격 |
| 26 | 유현승 | 10-126 | (주)본아이에프 | 합격 |
| 27 | 김기원 | 10-127 | (주)본아이에프 | 합격 |
| 28 | 고재동 | 10-128 | 파라통신 | 합격 |
| 29 | 김용민 | 10-129 | (주)김가네 | 합격 |
| 30 | 조지영 | 10-130 | (주)김가네 | 합격 |
| 31 | 김수일 | 10-131 | (주)마세다린 | 합격 |
| 32 | 정대우 | 10-132 | (주)마세다린 | 합격 |
| 33 | 강진우 | 10-133 | (주)마세다린 | 합격 |
| 34 | 한정범 | 10-134 | (주)마세다린 | 합격 |
| 35 | 양진경 | 10-135 | (주)마세다린 | 합격 |
| 36 | 마영희 | 10-136 | (주)마세다린 | 합격 |
| 37 | 한성수 | 10-137 | (주)마세다린 | 합격 |



“이렇게
활용해 보세요!”

프랜차이즈 관련 및 기타 교육 프랜차이즈 본사 사업설명회 주최 프랜차이즈 가맹점주 교육 & 워크샵

(사) 한국프랜차이즈산업협회 교육장



이사회, 정기총회,
대형세미나, 사업설명회



이사회, 정기총회,
대형세미나, 사업설명회



이사회, 정기총회,
대형세미나, 사업설명회



강연, 미니세미나,
사업설명회, 워크샵



스터디, 기획회의,
동아리회의



스터디, 동아리회의,
기획회의, 기업면접



그룹토의, 미니세미나,
직무교육, 사업설명회



소규모 세미나,
분임토의, 창업상담



휴게실

제공 가능 부가서비스



1. 첨단 기자재 임대서비스
- 빔프로젝터, 노트북, 마이크(음향)



2. 행사 음식 맞춤 서비스
- 도시락 맞춤, 다과 세팅, 커피세팅 서비스



3. 행사 기획미팅 지원서비스
- 기획미팅 장소 제공



4. 행사 맞춤형 서비스
- 현수막 제작, 사진촬영, 공간장식,
추첨 이벤트, SNS 홍보, 진행자·강사 소개,
SNS 홍보영상물제작

교육장 이용문의

상담문의: 02-446-0012



KFA 교육장 사용 예약 QR

이메일 문의 :
resewise@gmail.com

온라인 신청 :
QR코드 스캔후 접속

예약 페이지 :
www.seminaroom.co.kr

가맹사업을 지원하는 KFA 교육장! 즐거움을 드리는 레세 교육지원 서비스!



한국프랜차이즈산업협회
회원사만을 위한

특별한 금융상품 탄생!

외환은행 프랜차이즈 창업/운영 대출은 (사)한국프랜차이즈산업협회 회원사를 위해 탄생되었습니다.

01 외환은행 프랜차이즈 매일매일 부자대출

외환은행은 프랜차이즈 가맹점주님을 대상으로 무보증 무담보의 신용대출 상품을 운영하고 있습니다.

최고 2억원, 최저 연 4.4% (2014.9.5.기준/ 당행 신용등급 1등급 기준) 저렴한 금리 제공, 일일상환으로 부담없는 대출상환

- **대출대상**
사업기간 3개월 이상, 5개사 카드대출 대금 결제계좌를 외환은행 계좌로 지정한 가맹점
- **대출한도**
업종, 고객의 신용도, 영업실적 등에 따라 최고 2억원까지
- **대출금리**
최저 연 4.4% (2014.9.5. 기준) (3개월변동/당행신용등급에 따라 변동)

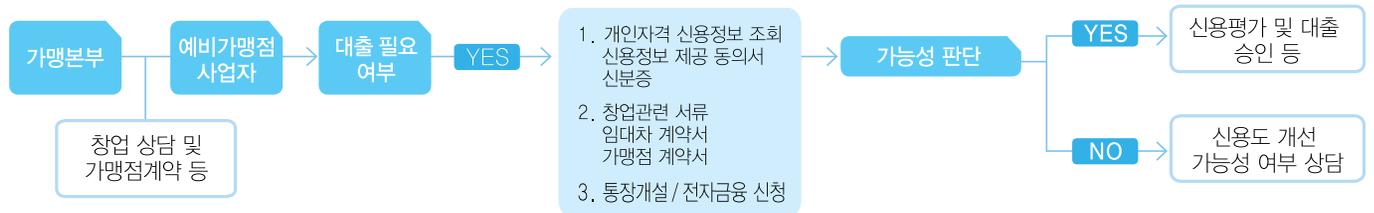
| 대출금액 | 매일 납부 원리금 | 1년간 상환금액 | 적용금리 |
|------|-----------|----------|----------------------|
| 5천만원 | 19,700 | 5백만원 | 연 4.4% |
| 1억원 | 39,400 | 1천만원 | (금융채 연동 3개월 변동금리) |
| 2억원 | 78,800 | 2천만원 | |

예) 대출금리 4.4% 적용시 대출금액별 매일 납부원리금

- **대출기간**
취급후 1년 (연장포함 10년)
- **필요서류**
사업자등록증 사본, 대표자 신분증, 신용카드 매출액 확인서(VAN사 확인), 주민등록등본, 납세증명서(국세·지방세), 상가임대차계약서 등
- **기타**
중도상환수수료, 신용평가 수수료 : 면제
- **부대비용**
인지세, 기타비용으로 당행 내규 및 인지도법 등의 적용에 따라 차등 적용

※ 당행의 여신관련 제규정에 따른 부적격자는 대출이 제한될 수 있으며, 대출만기 경과 후 미상환시는 은행의 여신거래 약관에 따라 처리됩니다. 본 내용은 정보의 주요 내용만을 간추린 것으로 구체적인 거래나 정보에 대하여는 별도 문의

02 외환은행 프랜차이즈 창업대출 절차



※ 프랜차이즈 가맹금 예치서비스 시행

03 “한국프랜차이즈산업협회의 금융상품을 이용하고 싶다면?”

• 가맹점사업자일 경우

1. 한국프랜차이즈산업협회의 회원사 여부 파악 (각 가맹본사에 직접 문의)
2. (회원사라면) 외환은행 지점에 문의 (회원사가 아니라면) 가맹본사가 직접 협회에 문의

• 가맹 본부일 경우

1. 한국프랜차이즈산업협회에 직접문의(기업지원팀)
2. 협회 담당자의 안내에 따름
3. 외환은행 상품담당자와 미팅(또는 통화)
4. 별도 협의

(사)한국프랜차이즈산업협회 기업지원팀

KFA 社團 한국프랜차이즈산업협회
法人 Korea Franchise Associatio

서울특별시 서초구 서초대로 248 (2F, B1)
T 02-3471-8135-8, 070-7919-4153, 4163
F 02-3471-8139 www.ikfa.or.kr

금융상품 관련 세부상담

KEB 외환은행 | Tel 02-729-0276, 0134, 8743 / 02-3671-1757



K SHOP

2015

2015. 9. 2(수) ▶ 9. 4(금) KINTEX

국내 유일의 Retail 전문 전시회 & 컨퍼런스 K Shop 2015 !
 옴니채널 리테일의 모든 것을 보여줄 본 행사와 함께할 참가기업을 모집합니다.

Shop Design

- **인테리어**
매장 인테리어, 가구, 조명, 데코, 조경
- **매장설비**
진열기기, 쇼케이스, 거울, 매대, 곤도라, 카트, 스피커
- **Visual Merchandising**
마네킹, 쇼윈도디스플레이, POP, 사인, 와이드칼라
- **마케팅**
광고 판촉물, 팝업스토어, 푸드트럭, 매장음악, 향기마케팅, 리테일 마케팅 에이전시

Shop Technology

- **i-Retail**
리테일 솔루션, 결제, 고객관리, 위치기반, 전자태그, 디지털 쿠폰/스탬프, 쇼핑몰 제작, 온라인 · 모바일 광고
- **유통기기**
POS, 영수증 프린터, 바코드스캐너, 호출시스템, 산업용단말기, 순번대기시스템
- **디지털 디스플레이**
디지털 사이니지, 전자메뉴판, 전자가격 표시기, 투명 LCD 냉장고
- **보안**
CCTV, 도난방지시스템, 출입통제시스템

주최 **KINTEX** 이상네트웍스

문의 T. 031-995-8072, 02-3397-0926 E. kshop@kintex.com, kshop@e-sang.net H. www.kshop.org

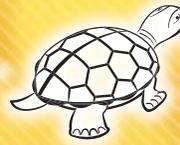
국가대표 식기세척기

- 실속있는 가격
- 심플한 디자인
- 간편한 조작 디스플레이
- 국내최고 대포물살

전면 DOOR에 위치한
디스플레이어
좁은 공간에 설치하여도
편리한 조작



특허출원 : 10-2014-0096154



매직골드 Magic Gold

Magicgold-mini 세계최초 분리형 세척기

특허출원 : 10-2015-0025639

- 일체형 임펠러 적용(세척,헹굼 일원화)
- 협소한 공간에 적합
- 일반 콘센터 사용가능(단독사용 권장)
- Rinse Box를 3m이상 이격 설치가능
- 립스틱등 유지분해에 탁월



도어타입



실속형 식기세척기

MG-2012M



온수기 필요없는
식기세척기

MG-2012MH



알뜰한 식기세척기

MG-2012S



울전용 식기세척기

MG-2013M



실시간 대용량 세척으로
적합한 식기세척기

MG-2012RC



부스타

DYT-4000



베이커리 커피숍
테이블형

MG-2012UC



제빙기

MG-55



제빙기

MG-100



주소 : 경기도 성남시 분당구 석운동 60-1 전화 : 031-8016-0904 팩스 : 031-8017-0904

magicgold.kr

최고의 제품을 저가의 가격으로
전국 어디든 설치 관리하도록 하겠습니다.

전국 **1566-4313**

The 35th Korea Franchise Business Expo 2015



제35회 프랜차이즈산업박람회

- 일 시 : 2015. 9 . 3(목) ~ 5일(토), 3일간
- 장 소 : SETEC(3호선 학여울역 서울무역전시컨벤션센터)
- 문 의 : (사)한국프랜차이즈산업협회
Tel) 02. 3471. 8135~8



6월부터 참가업체 선착순 모집

□ 전시품목

- 프랜차이즈산업 신규 브랜드 개발업체
- 외식, 서비스, 도소매 등 프랜차이즈 가맹본사 브랜드
- 프랜차이즈산업 지원 중소기업체
- 한식관련 브랜드 및 제품
- 주방용품, 인테리어, 디자인, 인터넷, e-BIZ 관련 상품

□ 박람회관련 부대행사

- 창업상담 및 자금지원 안내
- 법무, 세무, 변리, 회계 등 무료법률상담
- 프랜차이즈 창업교육 및 컨퍼런스