

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이

프랜차이즈 월드

2016 Vol.17

KFCEO 명품과정을 가다
제4기 KFCEO 명품과정 입학식

핫이슈

미국 LA에 서부지회 설립
엔벤 진출 위한 협약서 체결
제19차 글로벌 프랜차이즈 포럼 개최
제12회 프랜차이즈 법률 심포지엄 열려

스포트라이트

2016년 협회 주요사업안내
제36회 프랜차이즈산업박람회를 가다

글로벌 성공 브랜드
사과나무(주) <커피베이>

글로벌 트렌드
해외시장 트렌드 - 필리핀

회원사 탐방

(주)해피푸드 <김영희강남동태짬>
(주)알볼로에프앤씨 <피자알볼로>
(주)에땅 <피자에땅> <오븐에빠진닭>

힐링스토리

사회봉사위원회 나눔활동 '서울시립여성보호센터'

Special Feature

국가인적자원개발 컨소시엄사업

성공 CEO열전

해마로푸드서비스(주) 정현식 대표

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

제37회
프랜차이즈산업박람회
2016. 8. 25(목)~8. 27(토) 3일간
The 37th Korea
Franchise Business
Expo 2016
SETEC
3호선 학여울역 서울무역전시장(신선센터)

www.babos.co.kr
가맹문의 1588-5592

우리동네 감성충전소 Collabo Cafe

babo's

바보스 3.8
KKULDAK
Mr. 면장

Collabo Cafe

함께하면 휴식이 되는
우리동네 감성 충전소... 바보스

바보스 메뉴는 3,800원부터~

3,800원

버터갈릭포테이토
치즈&고구마볼
스노우카사바칩
그린샐러드

4,900원

가라아케
소세지&포테이토
닭가슴살샐러드
반전조노가리



바보스 전속모델
탤런트 이 훈

KSHOP 2016

Retail Expo & Conference

Future Retail for Smart Customers

**K Shop 2016에서
검증된 리테일 바이어를 만나십시오!**



2016.9.28^{Wed} ▶ 30^{Fri} / KINTEX Hall 10

주최 **KINTEX**

후원

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

KOCA 한국체인스토어협회

Contact Us | T. 031-995-8072 | E. kshop@kintex.com

Carrier

Since 1902

캐리어에어컨

캐리어에어컨은 여러분과 함께 나눔을 실천합니다.

캐리어에어컨은 2011년부터 '행복나눔 N' 캠페인에 참여하며, 판매 수익 중 1%를 기금으로 조성해, 장애인 시설에 지원하고 있습니다.



20m롱편치 허리케인 바람으로 당신의 여름을 시원하게

독립 공기청정, 독립 제습, 에어컨, 난방기
4가지 제품을 따로 구매할 필요없이,
1대로 사계절 집안공기를 책임지는

캐리어 '올시즌' 파워 에어컨



Carrier



4가지 독립 기능을 1대로! 이서진 '올시즌' 파워 에어컨

독립 공기청정 : iFD필터(전자해파필터)로 바이러스까지 걸러주며, 자외선 램프 가동시는 제품내부의 바이러스도 제거
독립 제습 : 1일 전기료 420원 이내에서 사용 가능 (자사 시험 기준, 1일 8시간 사용 기준, 월 사용량 201~300Kw 가정 기준)

(해당 모델에 한함)

캐리어 주요 제품은 국내에서 생산됩니다.

■ 캐리어 홈페이지 : www.carrier.co.kr

■ 구입문의 : 1588-8855

■ 서비스문의 : 1588-8866

캐리어 에어컨 전문 상담 (프랜차이즈 전문) 문의 및 캐리어 카운셀러 판매원 모집 | 문의 전화:본사 특판영업팀 02-3416-4801

Walking Towards a Brighter Future Together

홀로 걷는 '나' 보다 함께 뛰는 '우리' 가 밝은 미래를 만듭니다.
여러분이라는 든든한 지원군으로 더욱 더 발전하는 미래로 도약합니다.



● 한국프랜차이즈산업협회 회원사 가입혜택

- 1 글로벌 프랜차이즈 진출 지원.
- 2 해외진출 컨설팅 지원
- 3 프랜차이즈 최고위 과정 “KFCEO 명품과정” 수강혜택
- 4 홈페이지 및 프랜차이즈TV 미디어 홍보
- 5 프랜차이즈 산업인의 권익 대변
- 6 프랜차이즈 산업 박람회 참가비 10% 할인
- 7 학사 및 석사, 장학금 등의 학위 과정 혜택
- 8 포럼/세미나/컨벤션 행사 참가 기획 제공
- 9 프랜차이즈 실무교육 정보제공 및 수강료 할인
- 10 법률/세무 자문/정책정보 제공 및 컨설팅
- 11 협회 교육장 임대 25% 할인
- 12 각종 규제 개선 건의 및 대정부 정책 건의
- 13 B2B 꽃배달 서비스 혜택
- 14 프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 기회 제공
- 15 가맹점주를 위한 외환은행 대출 서비스 혜택
- 16 프랜차이즈 가맹 창업지원
- 17 가맹분쟁 신고센터 운영

● 회원가입문의

한국프랜차이즈산업협회 경영지원팀 (직통)

070. 7919. 4159

* 회원사 혜택 및 자세한 가입 절차는 협회 홈페이지(www.ikfa.or.kr)를 참조하세요.

프랜차이즈 월드 Vol.17

한국 프랜차이즈산업 선진화의 길잡이

- 6 윤리강령
9 Letter 조동민 회장 인사말

Issue & People

- 10 News Lounge 협회 뉴스와 행사
18 특별기획 국가인적자원개발 컨소시엄사업
22 핫이슈 I 미국 LA에 서부지회 설립
24 핫이슈 II 연벤 진출 위한 협약서 체결
26 핫이슈 III 제19차 글로벌 프랜차이즈 포럼 개최
29 핫이슈 IV 제12회 프랜차이즈 법률 심포지엄 열려
31 스포트라이트 I 2016년 협회 주요사업 안내
34 스포트라이트 II 제36회 프랜차이즈산업박람회를 가다
38 성공CEO열전 해마로푸드서비스(주) 정현식 대표
42 글로벌성공브랜드 사과나무(주) <커피베이>
45 KFCEO 명품과정을 가다 KFCEO명품과정 4기 입학식 및 수업소개
56 워크숍 동행기 KFCEO(4기) 연대 FCEO 총동문회
58 글로벌 트렌드 해외시장 트렌드-필리핀
62 회원사 탐방 I (주)해피푸드 <김영희강남동태짬>
64 회원사 탐방 II (주)알볼로에프앤씨 <피자알볼로>
66 회원사 탐방 III (주)에땅 <피자에땅> <오브에빠진달>



프랜차이즈월드 Vol.17

발행일 2016년 5월

발행인 조동민 한국프랜차이즈산업협회장

발행처 한국프랜차이즈산업협회 서울시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩 2층

전화 02 3471 8135~8 팩스 02 3471 8139

디렉터/전략홍보팀 한수진 국장

기획/취재/편집/디자인/창업미디어그룹 월간<창업&프랜차이즈>

제판/인쇄/(주)신화프린팅코아퍼레이션

판매가 10,000원

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



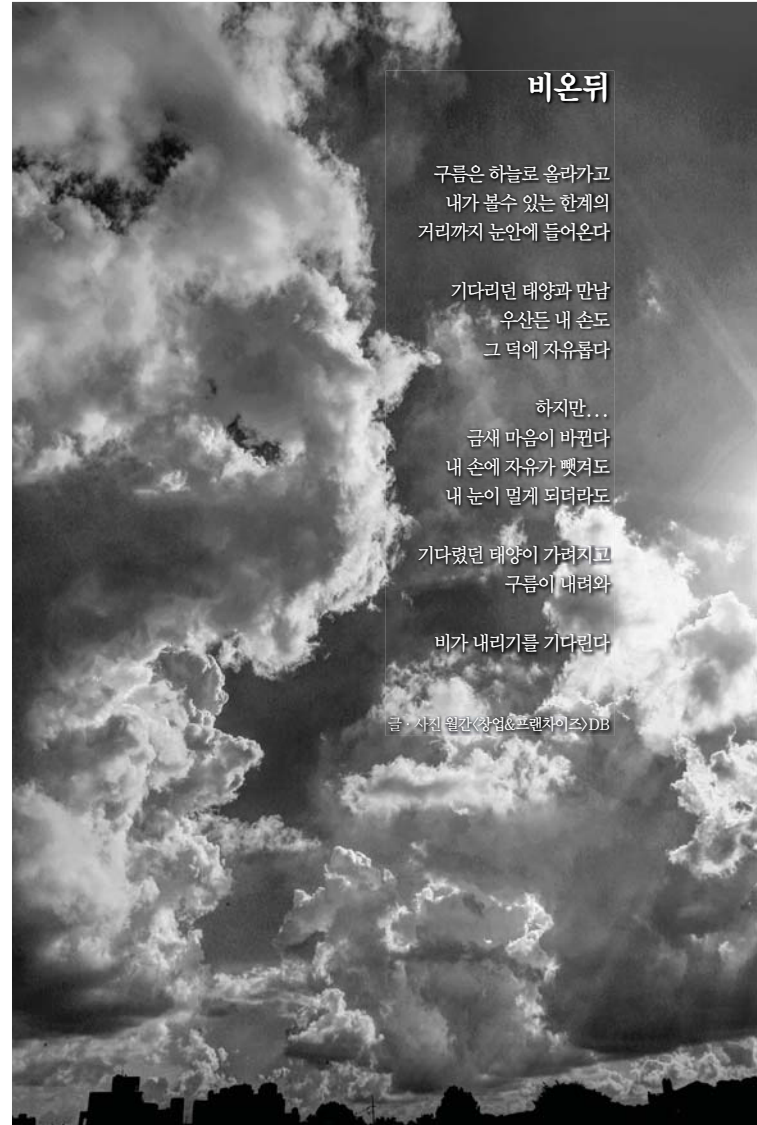
[표지 설명]
프랜차이즈의 가치와
비전을 높인다

국내 프랜차이즈산업이 글로벌 시장에서 두각을 나타내며, 선진화된 프랜차이즈를 위해 끊임없는 모색을 아끼지 않고 있다. 특히 프랜차이즈 본부와 가맹점간의 동반 성장을 위해 상생과 협력을 통해 자사 브랜드력을 키우는데 주력하고 있다.

Contents

Education & Culture

- 68 **자상강좌** 이경희 · 조용근 · 이상현 · 강기우
- 76 **힐링스토리** 사회봉사위원회 나눔활동-서울시립여성보호센터
- 78 **CEO LIBRARY** (주)오나규 이명훈 대표의 추천도서



비온뒤

구름은 하늘로 올라가고
내가 볼수 있는 한계의
거리까지 눈안에 들어온다

기다리던 태양과 만남
우산든 내 손도
그 덕에 자유롭다

하지만...
금새 마음이 바뀐다
내 손에 자유가 찢겨도
내 눈이 멀게 되더라도

기다렸던 태양이 가려지고
구름이 내려와

비가 내리기를 기다린다

글 · 사진 월간 <창업&프랜차이즈> DB



News Lounge

- 80 **News Lounge** 회원사 행사 및 소식
- 90 **Education** 교육 일정
- 94 **Schedule** 협회 일정 및 협회장 동정
- 96 **Membership** 회원가입 및 모집작성
- 98 **Membership** 신규회원 가입 현황



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 프랜차이즈산업을 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

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

회원사는 기업 및 가맹점, 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 상도익에 따라 공정하게 경쟁한다.
- 다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.
- 라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위해 노력한다.

4. 기업의 사회적 책임 이행

- 가. 회원사는 사회적 책임을 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.

The 37th Korea Franchise Business Expo 2016



The 37th Korea
Franchise Business
Expo

꼭! 꼭! 꼭!
꼭! 꼭! 꼭!
꼭! 꼭! 꼭!
꼭! 꼭! 꼭!
꼭! 꼭! 꼭!

참가업체
모집 中!

제 37회 프랜차이즈산업박람회

- 기 간 : 2016. 8. 25(목) ~ 27(토), 3일간
- 장 소 : SETEC(3호선 학여울역 서울무역전시컨벤션센터)
- 문 의 : 한국프랜차이즈산업협회
Tel. 02.3471.8135~8



한국프랜차이즈산업협회는 40만 가맹점사업자와
124만 산업종사자의 대표단체입니다.

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

www.ikfa.or.kr

137-673 서울시 서초구 서초대로 248 (서초동, 월하빌딩 2층(구:서울시 서초구 서초동 1553-1))
TEL. 02.3471.8135~8 FAX. 02.3471.8139

대한민국 프랜차이즈산업이 세계 최고가 되는 날까지 함께 도전합시다

날씨가 많이 따뜻해졌습니다.

이맘때가 되면 우리는 자연스럽게 새해 다짐을 돌이켜보게 됩니다. 올 한해도 우리 협회는 대한민국 프랜차이즈산업의 발전을 위해 온 힘을 다해서 달려갈 것입니다.

K-프랜차이즈의 세계 진출은 이제 역사적 사명으로 받아들여지고 있습니다. 주요 제조업 산업의 성장은 앞으로 둔화할 것입니다. 세계 최고의 자리에 오른 대한민국의 전자, 자동차, 철강, 반도체, 조선산업이 앞으로는 예전만큼 성장하지 못할 수도 있습니다. 그렇기 때문에 대한민국 프랜차이즈산업인의 어깨가 무겁습니다. K-프랜차이즈가 더 많이 해외에 진출하고, 더 많이 일자리를 만들어야 합니다.

앞으로는 세계 최고라는 말을 들을 수 있는 K-프랜차이즈 기업이 많이 나올 것입니다. 이것은 불가능한 꿈이 아닙니다. 지금으로부터 50년 전에 우리는 전자, 자동차, 철강, 반도체, 조선산업의 씨앗을 뿌리며 장차 세계적인 기업과 어깨를 나란히 하겠다는 꿈을 가졌습니다. 이제 많은 외국 사람들이 불가능해 보였던 목표를 이룬 대한민국의 성과를 '기적'이라고 말합니다.

지난 1월 29일 우리 협회는 미국 LA에 서부지회를 설립했습니다. 프랜차이즈산업의 본고장 미국에 K-프랜차이즈의 씨앗을 뿌린 것입니다. K-프랜차이즈의 해외진출 지원사업은 정부 차원에서 일부 지원이 있었지만 현지 국가의 프랜차이즈만을 전담하는 한국의 전문기관이 없어 중소프랜차이즈기업들이 많은 애로를 겪고 있었습니다.

서부지회 설립은 중소 프랜차이즈 기업도 미국 시장에서 성장할 수 있는 발판을 마련했다는 의미가 있습니다. K-프랜차이즈의 해외진출시 법률이나 행정지원은 물론 진입 초기단계에서의 원스톱 서비스를 지원할 계획입니다.

프랜차이즈 사업은 종합예술이라고 할 정도로 각 분야에 대한 전문성이 필요합니다. 우리 협회는 프랜차이즈산업을 잘 알거나 사업을 실제로 하고 있는 해외 파트너를 잘 찾을 수 있습니다. 또 세계프랜차이즈협회 및 아시아태평양프랜차이즈협회와 협업이 가능하므로 거기에 참여하고 있는 회원사를 연결할 수도 있습니다.

우리 협회는 미국에 이어서 유럽, 호주 등 선진시장뿐만 아니라 남미, 아프리카 같은 신흥시장에도 지회를 순차적으로 세울 계획입니다. 현재 중국 베이징, 상하이 등 몇 군데 후보지역을 선정해 검토하고 있습니다.

우리 협회는 회원기업의 수익을 극대화하고 가맹점 매출 향상으로 상생을 추구하는 여러 가지 사업을 추진하고 있습니다. 협회와 회원사의 발전, 그리고 궁극적으로 대한민국 프랜차이즈 산업의 위상을 높이려는 목적입니다. 2016년에 추진하는 여러 사업 중에서도 프랜차이즈 표준 ERP 구축사업, 신개념 배달앱 및 배달대행 솔루션 개발, 우리 협회 회원사 통합상품권 개발 등에 역량을 집중하고 있습니다.

이러한 노력과 지원이 성공적으로 이뤄지면 우리 협회와 프랜차이즈산업의 위상이 크게 높아질 것입니다. 프랜차이즈산업의 내실을 다지기 위한 다양한 제휴와 협력도 부지런히 하고 있습니다. 협회 회원사를 비롯해 프랜차이즈산업인 모두에게 협회 사업에 대한 적극적인 관심과 참여를 부탁드립니다. 이렇게 크고 작은 노력이 모일 때 우리가 기대하는 프랜차이즈산업의 발전이 이뤄질 수 있습니다.

아무쪼록 프랜차이즈산업인들의 지혜와 열정으로 더욱 발전하고 성장하는 한 해가 되기를 기원합니다.



한국프랜차이즈산업협회 회장 **조동민** 배상

NEWS LOUNGE



한국프랜차이즈산업협회 · 중기중앙회 현장의 목소리 산업통상자원부에 전달

중기중앙회에서 지난 1월 19일 산업부장관과 한국프랜차이즈산업협회장이 함께 하는 중소기업인과의 간담회가 열렸으며, 간담회를 통해 현장의 목소리를 산업통상자원부에 전달하는 자리가 됐다.



한국프랜차이즈산업협회 새누리당 외 야당에도 전달할 것

20대 총선 중소기업과제 전달식이 지난 1월 25일 국회본관 228호 새누리당 대표실에서 중소기업회 장단이 참석한 가운데 개최됐다. 정책건의서는 새누리당 뿐만 아니라 야당에도 전달할 예정이다.



한국프랜차이즈산업협회 · 전통시장 협회장과 중기중앙회장 자리 참석해

협회는 전통시장 살리기 일환으로 지난 1월 27일 망원동 소재의 월드컵 망원시장에서 장보기 행사를 실시했다. 이날 행사에서는 협회장과 중기중앙회장이 자리를 참석해 전통시장 상인들에게 힘을 보탰다.



한국프랜차이즈산업협회 · 서울시 경제민주화도시 선언으로 상생 실현

지난 2월 11일 10시 서울시청 3층 대회의실에서 경제민주화도시 서울 선언 및 협약 체결식이 열렸다. 이 선언은 시가 추진하는 경제 정책의 핵심 가치를 '상생', '공정', '노동권 보장'에 두고, 양극화 해소를 위해 지방정부에서 할 수 있는 경제민주화 정책을 실현하겠다는 의지와 방법론을 담은 행사다.



한국프랜차이즈산업협회

해외진출 돌파구 마련할 KICK-OFF 회의 성황리에 마쳐

협회는 국내 프랜차이즈 기업의 해외진출을 적극적으로 지원하고 프랜차이즈 글로벌 진출 센터 설립에 대한 추진 목적 등을 알리기 위하여 지난 4월 21일 오전 7시 30분부터 10시까지 협회 내 교육장에서 KICK-OFF 회의를 성황리에 마쳤다.

상반기에 협회 내 글로벌 지원 센터 설립을 마무리하는 한편, 글로벌포럼을 실시하여 공동 해외 진출의 상시 정보공유와 활발한 교류 활동을 벌이며 해외종합정보사이트 활성화를 추진할 예정이다.



연세대 FCEO

연세대 FCEO 고문단 및 임원단

연세대 FCEO 고문단 및 임원단은 지난 3월 14일 협회 지하 교육장 희망실에서 모임을 갖고 협회 및 연세대 FCEO의 발전을 모색하는 자리를 가져 뜻 깊은 자리가 됐다.



연세대 FCEO

총동문회 및 연대입학식 열려

최근 제11회 연세대 FCEO 총동문회 체육대회가 진행되어 많은 프랜차이즈산업인들이 자리를 함께 한데 이어 지난 3월 5일에는 연세대학교 사이프러스룸 2층에서 29기 입학식이 개최돼 업계인들의 많은 관심을 확인하는 자리가 됐다.



한국프랜차이즈산업협회 · 홍콩외식협회

한국 프랜차이즈산업현황에 대한 소개 경청

협회는 지난 3월 22일 홍콩외식협회와 함께 협회 희망실에 조동민 회장이 자리한 가운데, 한국프랜차이즈산업 현황에 대한 소개 및 인사말이 이뤄졌다. 이 자리에 홍콩외식협회 인원 40명이 참석했다.

NEWS LOUNGE



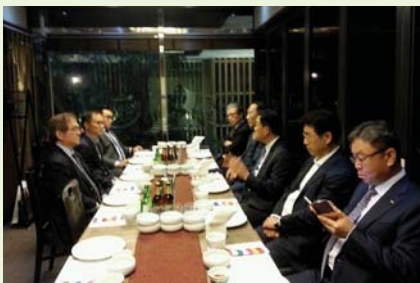
한국프랜차이즈산업협회 여성분과위원회 여성위원회 모임 개최

한국프랜차이즈산업협회 여성분과위원회가 최근 기업탐방 모임을 가졌다. 여성분과위원회는 지난 3월 30일 강북구 수유동 <바른식 시골보쌈> 본사에서 2016년도 첫 여성분과위원회 기업탐방 모임을 개최해 여성분과위원회의 발전과 여성위원회의 친목을 도모했다.



한국프랜차이즈산업협회 산악회 운남 용봉산에서 시산제 개최해

한국프랜차이즈산업협회 산악회는 지난 3월 19일 충남 홍성 용봉산에서 시산제를 개최했다. 시산제는 매년 산악회에서 진행해오고 있으며, 향후 협회의 발전과 회원들의 안녕과 건강을 기원했다.



한국프랜차이즈산업협회 · 필리핀협회 필리핀협회와 업무 만찬회 열어

한국필리핀협회와 한국프랜차이즈산업협회는 지난 4월 5일 업무 만찬회를 열었다. 협회 조동민 회장과 수석부회장단 3인, 이호옥 미서부지회장, 필리핀 협회장 등이 자리를 함께했다.



한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회 훈훈한 나눔활동 펼쳐

한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회가 지난 4월 5일 제20차 사회봉사로 수서동 '서울특별시립 여성보호센터'를 방문해 나눔활동을 펼쳤다. 올해로 3년째 진행되는 사회공헌 활동은 협회 회원사들의 대거 참여해 훈훈한 온정을 함께 나눴다.



한국프랜차이즈산업협회 국제식품포럼, 프랜차이즈산업의 순기능에 대해 역설

한국프랜차이즈산업협회는 이동필 농림축산식품부장관과 국제식품포럼과 관련해 환담을 나눴다. 이 자리에서 협회장은 고용창출의 보고인 프랜차이즈산업의 순기능에 대해 역설하는 등 우리 산업의 간절한 메시지를 전했다.



한국프랜차이즈산업협회 (주)에땅 복합물류단지 준공식 개최해

한국프랜차이즈산업협회 회원사 (주)에땅이 지난 4월 12일 천안 복합물류단지 준공식을 개최해 관련 업계인들과 조동민 협회장이 참석해 자리를 빛냈다. (주)에땅은 충남 천안시 서북구 성환읍에 물류단지를 조성했으며, 이를 시찰하고 축하공연 행사를 가졌다.



한국프랜차이즈산업협회 · YTN 복리증진과 가맹점과의 상생을 위한 업무협약식

한국프랜차이즈산업협회는 지난 4월 14일 YTN과 업무 협약식을 갖고 회원사 복리증진과 가맹점과의 상생을 위한 업무협약 체결식을 개최했다. 협약식은 상암동 YTN본사에서 진행됐으며, 체결식 뉴스는 YTN을 통해 전 세계로 송출됐다.



한국프랜차이즈산업협회 · 공정위 가맹법 시행령 확정을 위한 의견 청취 회의 열려

한국프랜차이즈산업협회는 지난 4월 14일 협회 교육장 창조실에서 공정거래위원회가 주관하는 가맹사업법 시행령 확정을 위한 개정안 의견 청취 회의를 개최했다. 이 자리는 공정위는 물론, 협회 회원사들 및 업계인이 참석해 의견을 개진했다.

NEWS LOUNGE



한국프랜차이즈산업협회 산악회 회원 25명 참석해 친목 도모

한국프랜차이즈산업협회는 지난 4월 16일 전북 완주에 위치한 대둔산에서 올해 두 번째 협회 산행을 진행했다. 이날 산행은 산악회 회원 25명이 참석해 회원들간의 친목을 도모한 가운데 봄맞이 행사를 펼쳤다.



한국프랜차이즈산업협회 · 서울시 프랜차이즈 인증제 업무미팅

한국프랜차이즈산업협회는 4월 19일 서울시 무교동청사에서 소상공인지원과 이정연 팀장, 이철호 주무관 등과 함께 프랜차이즈 인증제에 관련해 업무미팅을 진행했다.



한국프랜차이즈산업협회 외식산업식자재 박람회 참석해 자리 빛내

한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 4월 20일부터 23일까지 aT 1층 박람회장에서 개최되는 2016 국제 외식산업식자재 박람회에 참석했다. 이번 박람회는 올해로 7회째를 맞으며, 국내 식자재 생산자와 대량소비처인 외식업체가 상생하는 B2B 박람회로 조동민 회장은 VIP로 참석해 자리를 빛냈다.



한국프랜차이즈산업협회 · 유통산업연합회 2016년도 주요사업내용 논의

유통산업연합회 실무위원회가 지난 3월 17일 제주마레보리조트 세미나실에서 진행됐다. 이날 실무위원회의 주요안건은 4월에 열리는 총회 및 운영위원회 안건 확정과 2016년도 주요사업내용을 논의했다.

한국프랜차이즈산업협회 제주한라대와 MOU 체결

한국프랜차이즈산업협회가 제주한라대학교와 산학협력을 체결했다. 제주한라대는 국내 최대 관광학부를 운영하며 프랜차이즈산업 연구에도 박차를 가하고 있다. 제주한라대는 프랜차이즈산업에 대한 이론적인 접근은 물론이고 숙박시설과 조리시설을 갖춘 실습장에서 실무교육도 철저하게 하고 있다. 제주한라대는 한국프랜차이즈산업협회와의 협력을 통해 앞으로 프랜차이즈산업을 이끌어갈 뛰어난 인재들을 배출하겠다는 목표를 세웠다.



한국프랜차이즈산업협회(회장 조동민)가 제주한라대학교(총장 김성훈)와 산학협력을 4월 1일 체결했다.

이번 협약식은 조동민 회장을 비롯해 한국프랜차이즈산업협회와 제주한라대 관계자들이 참석한 가운데 서울 서초구 서초동 한국프랜차이즈산업협회에서 진행됐다.

앞으로 한국프랜차이즈산업협회와 제주한라대는 △실무형 프랜차이즈 산업 활동 수행을 위한 인적·물적 교류 △인재양성 교육 프로그램 강의 개설 △프랜차이즈산업 관련 NCS개발 협력 △관련 자료 상호 공유 △프랜차이즈 산업 육성을 위한 전문가, 장비 및 기술 교류 △교육연구 활동의 공동수행·교류 등을 협력하기로 했다.

이날 조동민 회장은 “한국 프랜차이즈산업이 규모 100조원, 종사자 140만명이 될 정도로 양적으로 성장했지만 인력 면에서는 아직 발전의

여지가 있다. 한국에서 프랜차이즈산업의 역사가 아직 길지 않아 뛰어난 인재들이 아직까지는 프랜차이즈 업체를 선호하지 않는 경향이 있고, CEO들도 공부하기 어려운 근무환경 속에 있다”며 “제주한라대는 제주특별자치도의 강점인 관광산업에 맞춰 프랜차이즈산업 분야를 특화하고 있어 상호 협력의 필요성이 크다”고 말했다.

김성훈 총장을 대신해 참석한 제주한라대 국제관광학부 신정하 학부장은 “제주한라대는 특성화 분야인 관광, 호텔경영, 외식경영, 프랜차이즈 등을 다루는 관광학부를 4년제로 운영한다. 대학 전체 학생 5000여명 중 1500명이 공부하는 국내 최대 관광학부”라며 “이번 성공적인 업무협약을 통해 프랜차이즈산업의 발전과 인재 양성을 위한 활발한 교류를 하겠다”고 말했다.

글 최윤영 팀장



NEWS LOUNGE

한국프랜차이즈산업협회 연간 사업 발표한 대의원총회

한국프랜차이즈산업협회는 지난 2월 18일 서울 서초동 협회 건물에서 2016년도 대의원 총회를 개최했다. 대의원총회는 2015년 사업실적을 보고하고 2016년 사업계획을 발표한 후, 대의원 선임과 해임절차의 순서로 진행됐다.



2015년 실적, 다양한 사업으로 협회 위상 높여

지난 2015년 한국프랜차이즈산업협회는 신년하례식으로 한 해 사업을 시작했다. 2015년 1월 12일 서울 서초구 반포동 JW메리어트호텔 그랜드볼룸에서 열린 신년하례식은 조동민 협회장의 신년사와 떡케익 절단식, 그리고 서울대 김난도 교수의 특강이 이어졌다.

2015년 사업의 시작이 신년하례식이었다면 사업의 끝은 나눔의 송년회였다. 2015년 12월 21일 서울 동대문구 답십리동 밤퍼나눔운동본부와 서울 서초구 반포동 팔래스호텔서울에서 열린 나눔의 송년회는 어려운 이웃들에게 희망의 메시지를 전달하고 프랜차이즈산업의 인식을 제고하는 취지로 열렸다.

한편, 한국프랜차이즈산업협회는 2015년 한해동안 세 번에 걸쳐 프랜차이즈산업박람회를 개최했다. 제33회 프랜차이즈산업박람회가 3월 19일~21 서울무역전시컨벤션센터(SETEC)에서, 제34회 프랜차이즈산업박람회는 6월 11일~13일 aT센터에서, 제35회 프랜차이즈산업박람회가 9월 3일~5일 SETEC에서 각각 열렸다. 2015년은 연 2회 열린던 프랜차이즈산업박람회가 연3회 열렸다는 의미가 있다. 한국프랜차이즈산업협회는 2016년에는 부산에서 프랜차이즈산업박람회를 추진할 계획이다.

또한, 한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈산업의 위상을 강화하고자 각종 간담회를 열었다. 2015년 1월 22일 특허청장 간담회를, 3월 16일에는 프랜차이즈 인테리어 디자인 간담회를, 4월 9일에는 특정 회원





사 언론 보도 관련 협회입장 표명에 대한 간담회를, 8월 21일에는 유통물류과장 상견례 간담회를, 9월 2일에는 국세청 세무조사 진정 관련 간담회를, 10월 20일에는 프랜차이즈 상표권 간담회를 각각 열었다. 한국프랜차이즈산업협회는 회원기업의 수익을 극대화하고 가맹점 매출 향상으로 상생을 추구하는 여러 가지 사업을 추진하고 있다. 이러한 사업을 통해 협회와 회원사의 발전, 그리고 궁극적으로 대한민국 프랜차이즈 산업의 위상을 높이고자 노력하고 있다.

2016년에도 프랜차이즈 발전정책 추진

프랜차이즈산업협회는 2016년에도 회원기업의 수익을 극대화하고 가맹점 매출 향상으로 상생을 추구하는 여러 가지 사업을 추진하고 있다. 2016년에 추진하는 주요 사업은 프랜차이즈 표준 ERP 구축사업, 신개념 배달앱 및 배달대행 솔루션 개발, 한국프랜차이즈산업협회 회원사 통합상품권 개발 등을 꼽을 수 있다.

프랜차이즈 표준 ERP(enterprise resources planning)구축사업은 프랜차이즈 업계의 특성에 맞는 ERP를 만드는 것이다. ERP는 전사적 자원관리 또는 기업자원관리라고 부른다. 한마디로 기업내 통합정보시스템을 구축하는 것을 말한다.

프랜차이즈 업체도 다른 기업과 마찬가지로 인사, 노무, 재고 등을 통합적으로 관리하는 경영정보시스템이 필요하다. 그런데 가맹사업이라는 특수한 업무분야가 중심이 되는 프랜차이즈 업체는 특유의 관리시스템이 필요하기 때문에, 다른 기업에서 쓰는 경영정보시스템보다 특화된 전용 ERP 구축이 필요하다.

한국프랜차이즈산업협회는 이러한 문제점을 해결하고자 프랜차이즈 업체에 적합한 표준 ERP를 구축해 회원기업들이 재무, 인력, 가맹점 관리, 상권분석, 마케팅 등 총체적인 기업자원을 관리하도록 추진하고 있다.

한국프랜차이즈산업협회는 회원기업 가맹점들의 고충을 덜어주고자 신개념 배달앱 및 배달대행 솔루션을 개발하고 있다. 이 배달앱이 개발되면 가맹점과 가맹본부가 큰 도움을 받을 수 있다. 우선 수수료가 기존보다 저렴해지므로 가맹점과 가맹본부의 수익성이 좋아지고 고객에게는 더 좋은 음식과 서비스를 제공할 수 있다.

한국프랜차이즈산업협회 회원사를 주축으로 한 모바일 통합상품권은 여러 프랜차이즈 브랜드의 모든 가맹점에서 상호 호환되는 상품권을 유통하는 사업이다. 회원기업들이 각각 따로 발행하고 있는 상품권을 연계해서 쓸 수 있도록 통합상품권을 개발하고 있다. 통합상품권이 출시되면 하나의 상품권으로 김밥을 먹고 다른 매장에서 커피를 마실 수 있는 편리함이 주어진다. 예를 들어 한 브랜드에서 이용하고 남은 잔액을 다른 브랜드 매장에서 사용할 수 있다는 점이 기존 상품권과는 차별화된 부분이다.

여기에 대도시 뿐만 아니라 지방 중소도시 프랜차이즈 가맹점까지 사용할 수 있어 사용자는 자신의 위치나 거주지에 따라 자유롭게 사용할 수 있다. 우선 외식상품권부터 출시되지만 이후 영역을 확장해 나갈 예정이다. 이렇게 되면 개별 업체마다 따로 상품권을 발행하는 비용을 아낄 수 있고 상품권을 개발하고 유통할 여유가 없는 중소 프랜차이즈 업체에도 큰 도움이 된다.

글 최윤영 팀장

‘순항’하고 있는 국가인적자원개발 컨소시엄사업

수준별 학습 맞춤형교육 진행 예정

한국프랜차이즈산업협회는 포화상태인 국내시장을 벗어나 해외진출을 위한 전문인력을 양성하기 위해 고용노동부 및 한국산업인력공단과 국가인적자원개발사업을 하고 있다. 두 기관은 대한민국 프랜차이즈산업의 해외진출 부문이 국내 GDP의 10% 이상 차지하도록 차세대 성장산업으로 육성할 계획이다.





프랜차이즈에 특화된 해외진출과정

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 컨소시엄을 구성해 고용노동부 및 산업인력관리공단이 주최하고 협회가 주관을 맡아 지난해 5월부터 국가인적자원개발컨소시엄사업(이하 컨소시엄사업)을 진행하고 있다. 이는 협회와 협회 회원사가 공동으로 중소기업 재직 근로자 직무능력향상을 위해 실시하는 직업능력개발 지원사업의 하나다. 컨소시엄사업에 협회가 참여한 목적은 그간 프랜차이즈산업에 특화된 해외진출 전문인력 양성과정이 없었기 때문이다. 대한무역투자진흥공사(KOTRA), 무역협회, 농수산물유통공사(aT) 등에 비슷한 과정이 있지만 프랜차이즈 산업에 초점을 두지는 않았다.

컨소시엄사업은 재직자 역량향상 교육으로 고용보험만 가입되어 있다면 누구나 무료로 수강할 수 있다. 협회에 협약기업으로 신청해 선정되지만 하면 되므로 프랜차이즈 업체라면 언제나 기회가 열려있다.

현재 협약을 체결하지 않은 해외진출 기업 또는 희망기업은 우선 협약을 신청해 선정되면 모든 교육을 무료로 받을 수 있다. 한 번 협약기업으로 선정되면 모든 교육에 참가여부만 알려주면 된다.

유익할 점은 일단 교육에 참여하면 출석을 잘 해야 한다는 것이다. 휴대전화 QR코드로 출결을 체크하므로 전체 과정 중에서 80% 이상을 반드시 수료해야 한다. 만약 출결 기준을 만족하지 못하는 사례가 반복되면 '3진 아웃' 제도를 적용받아 향후 교육에 참여하기 어려울 수도 있다. 3진 아웃 제도는, 교육인원이 한정되어 있으므로 다른 업체에게 기회를 더 주기 위한 목적이다.

철저한 관리로 교육 만족도 높아

컨소시엄사업의 교육과정은 협회가 보유한 인재풀을 활용해 각 분야의 최고 전문가가 강의를 맡는다. 풍부한 해외진출 경험을 가진 실무담당자와 변호사 등 전문직도 참여해 실질적인 지식과 경험을 전달한다. 변호사의 경우 협회 자문위원을 맡고 있거나 대형 로펌에서 해외 관련 경험을 갖고 있는 이들이 참여하고 있다.

교육시간은 오전 10시부터 오후 7시까지이지만 수강생들의 의견을 모아 시간을 조정할 수 있다. 대부분의 프랜차이즈 업체들이 해외 담당자가 1~3명 정도에 그쳐 평소에 업무부담이 있다는 점을 고려했다.

협회에 따르면 컨소시엄사업에 대한 회원사의 반응이 아주 긍정적이다. 적잖은 회원사들이 해외진출에 높은 관심이 있지만 성공사례보다 실패사례가 많았고 해당 분야에 특화된 체계적인 교육과정을 찾기 어려웠기 때문이다.

무료과정이라는 점도 회원사들의 뜨거운 반응을 이끌어내는 장점으로 작용한다. 이전에도 협회가 각종 교육 서비스를 제공했지만 유료과정이 대부분이었다. 컨소시엄사업 교육과정은 모든 수업이 무료로 제공되고, 각종 간식과 함께 점심 식사까지 국비로 지원하고 있어 실질적인 혜택이 많다.

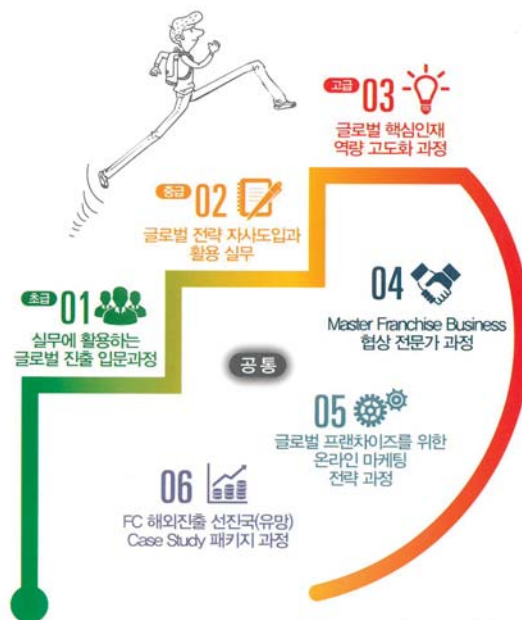
앞으로 협회는 컨소시엄사업 교육과정을 특성에 맞게 세분화해 수준별로 나눠 구성할 방침이다. 현재도 일부 강좌에서 수준별 과정을 운영하고 있다. 앞으로는 수준별 학습 맞춤교육 진행 예정으로 양질의 해외진출 전문인력을 체계적으로 양성할 계획이다.

〈2016년 국가인적자원개발 컨소시엄사업 일정표〉

과정	교육과정	교육일정	인원
1	실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(1회차) 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(2회차) 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(3회차) 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(4회차) 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(5회차) 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(6회차) 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(7회차) 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(8회차)	1월 28일 ~ 29일 3월 8일 ~ 9일 4월 26일 ~ 27일 6월 1일 ~ 2일 7월 5일 ~ 6일 9월 7일 ~ 8일 10월 5일 ~ 6일 12월 6일 ~ 7일	25명
2	글로벌 전략 자사 도입과 활용 실무(1회차) 글로벌 전략 자사 도입과 활용 실무(2회차) 글로벌 전략 자사 도입과 활용 실무(3회차) 글로벌 전략 자사 도입과 활용 실무(4회차) 글로벌 전략 자사 도입과 활용 실무(5회차) 글로벌 전략 자사 도입과 활용 실무(6회차) 글로벌 전략 자사 도입과 활용 실무(7회차) 글로벌 전략 자사 도입과 활용 실무(8회차)	2월 16일 ~ 17일 3월 15일 ~ 16일 5월 3일 ~ 4일 6월 8일 ~ 9일 7월 12일 ~ 13일 8월 18일 ~ 19일 10월 25일 ~ 26일 11월 24일 ~ 25일	25명
3	글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(1회차) 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(2회차) 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(3회차) 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(4회차) 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(5회차) 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(6회차) 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(7회차) 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(8회차)	2월 23일 ~ 25일 3월 29일 ~ 31일 4월 20일 ~ 22일 5월 26일 ~ 27일 6월 28일 ~ 30일 9월 27일 ~ 29일 10월 18일 ~ 20일 11월 8일 ~ 10일	25명
4	마스터 프랜차이즈 비즈니스 협상전문가 과정(1회차) 마스터 프랜차이즈 비즈니스 협상전문가 과정(2회차)	4월 6일 ~ 7일 11월 28일 ~ 29일	15명
5	글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅(1회차) 글로벌 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅(2회차)	1월 21일 ~ 22일 1월 21일 ~ 22일	25명
6	프랜차이즈 해외진출 케이스 스터디 패키지 과정	11월 16일 ~ 17일	25명

Reaching for our Dreams

도전으로 더 큰 꿈을 향해 달려갑니다



〈국가인적자원개발 컨소시엄사업 협약기업 리스트〉 (2016년 4월 기준, 신청기업순)

거성치킨	짐보리	알파문구	놀부보쌈	이바동감자탕	파리바게뜨	꿀달
사바사바	편비어킹	무봉리도종순대국	원할머니보쌈	암샘	요거베리	커피베이
샤브향	채선당	돈치킨	오니기리와 이규동	본죽	치어스	크린토피아
죽이야기	와바	카페드롭탑	꾼노리	맘스터치	보드람치킨	못된고양이
세프의 국수전	뽕뜨락쌀피자	우리맘	마포갈매기	지호한방삼계탕	보나베띠	커브스
떡담	엘리팝	아메리카요가	국민전통갈비	덤인	한촌설렁탕	남다른 감자탕
이삭토스트	구이가	토프레소	생맥주가 맛있Day	한스델리	셀렉토커피	용우동
피자여당	돌돌치킨	조스떡볶이	카페세나클	양키캔들	베비바나나	대학로김가네
블루클럽	달봉감자	콩불	킹궁부대찌개	Port of Mocha	더컵	RE/MAX
모닝하임	장수돌침대	좋은나라물티슈	삼성수산	디포인덕션	벨킨스	주식회사레세
21포스	디자인국박스	(주)스카이씨엔에스	우가 양평해장국	스트릿쥬러스	산너머남촌	레드버켓
김영희 강남동태찜	에프씨랜드	장수가	교촌치킨	코바코	본스치킨	ZOO COFFEE
맏꼬만명태찜	처갓집양념치킨	스쿨푸드	가르텐비어	미스터피자	피자알볼로	하나투어
휴롬주스카페	피쉬앤그릴	놀부보쌈	아놀자	창업오케이	오피스넥스	와라와라
강정이가막혀	LA북창동순두부	the진국	미국유학닷컴	주방뱅크	본죽	바보스
치킨678	북촌손만두	국수나무	나루가온	화통삼	파리바게뜨	바비박스
호미빙	땡큐맘치킨	수제갈비	아로마라인	또래오래	칠성포차	에코미스트
커피그루나루	온라인리서치기업	카페베네	플젠	호식이두마리치킨	피자마루	하남돼지집
모모스테이크	봉구스밥버거	홈플러스	명동칼국수샤브샤브	신포우리만두	굽네치킨	치킨인더키친
청국장과보리밥	Bread&co.	롯데리아	그램그램	멕시코나	소담치킨	짜태패밀리
커피에반하다	무한사계 무사	할랄 컨설팅 업체	삼립식품	티바두마리치킨	또봉이통닭	망고식스
일품양평해장국	휴롬주스카페	조가네갑오징어	조가네갑오징어	한국기업데이터(주)	종로상회	서래갈매기
CJ제일제당	화동갈비	씨드앤너츠	돈까스클럽	블루케첩	강창구 찰쌀진순대	부뚜막강정
아들리매치킨	공돈삼겹살	창화당만두	엔조이퀵트	불소식당	개성보쌈	간이역
시골보쌈&감자옹심이	정도너츠	이노티안경	효소원	씨웍스엠앤씨	반딧불이	369플라워
차일드큐브	니뽕내뽕	수불	디에떼에스프레소	놀작마이아트	(주)코멧테크	프로간장계장
아하타임	맛달고	아소비공부방	한국밥	호면당	알촌	화통삼
아웃닭	곽단근갈비탕	짬뽕타임	우마루	어메이징그레이스	호미빙	bws와인스쿨
황금소	리안	월드와인	에코미스트	스위트몬스터	카카듀	소담애



글로벌 K-프랜차이즈 '교두보' 될 것 미국 LA에 서부지회 설립

한국프랜차이즈산업협회가 미국 LA에 서부지회를 설립했다. 한국프랜차이즈산업협회는 현지 시각으로 지난 1월 29일 미국 캘리포니아주 로스엔젤레스 근교에 서부지회(지회장 이호욱) 개소식을 했다고 밝혔다. 이날 조동민 회장과 이호욱 지회장을 비롯해 (주)일동인터네셔널 정우성 부사장, (주)에스엘에프앤비 이종근 전무, (주)돌풍 한영진 대표, (주)대원종합주방 강동원 대표, (주)스카이씨엔에스 이종훈 대표, (주)이루에프씨 이문기 대표가 참석했다.

LA근교에 서부지회 개설해 지원망 가동

한국프랜차이즈산업협회는 1998년 설립 이래 처음으로 프랜차이즈의 본고장인 미국에 중소기업의 K-프랜차이즈 수출을 돕기 위한 민간 차원의 해외진출지원센터를 본격적으로 가동한다.

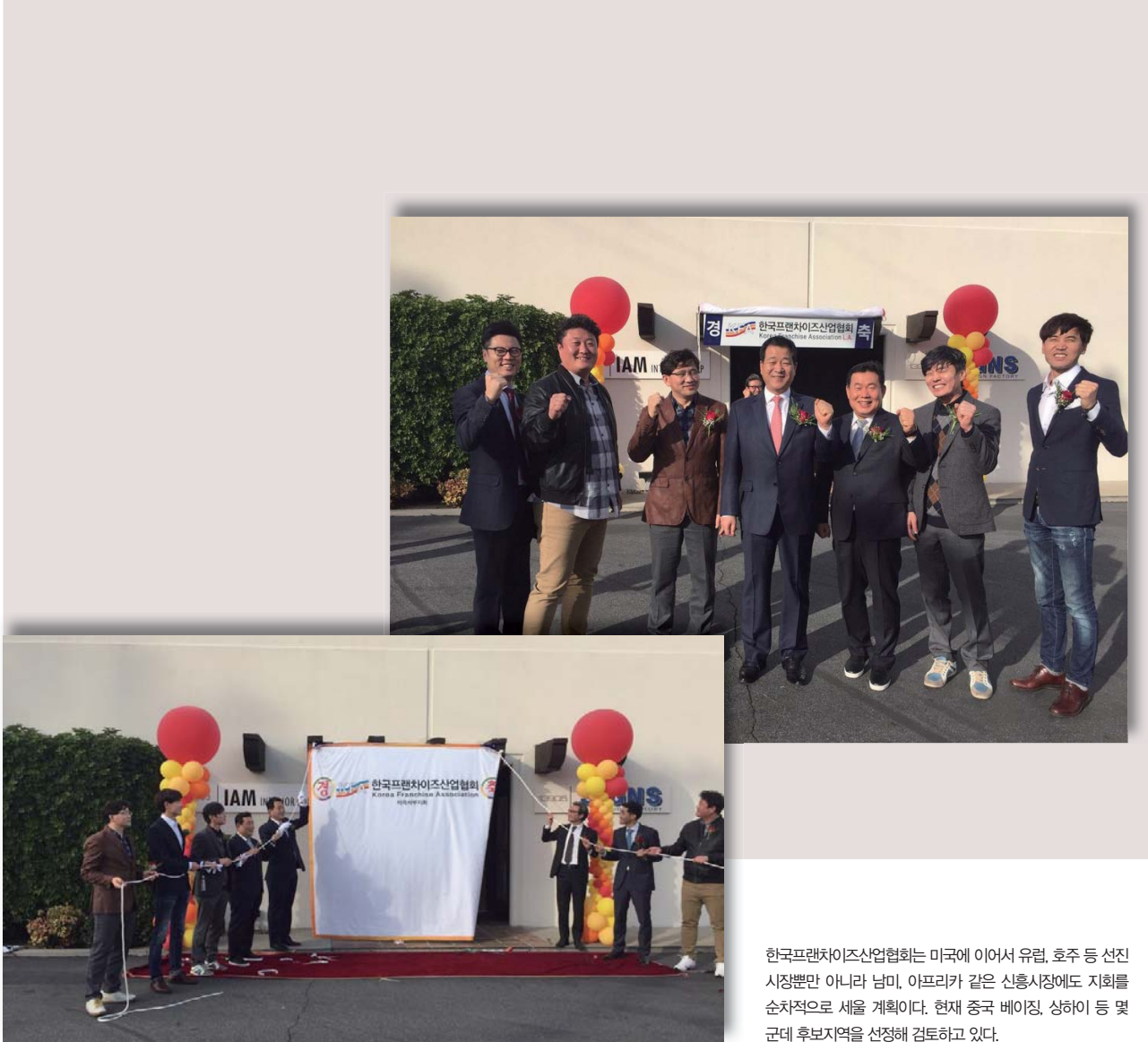
K-프랜차이즈의 해외진출 지원사업은 정부 차원에서 일부 지원이 있었지만 현지 국가의 프랜차이즈만을 전담하는 한국의 전문기관이 없어 중소기업들이 많은 애로를 겪고 있었다.

서부지회가 생긴 덕분에 중소기업도 미국 시장에서 성장할 수 있는 발판을 마련하게 됐다. K-프랜차이즈

의 해외진출시 법률이나 행정지원은 물론 진입 초기단계에서의 원스톱 서비스를 지원할 계획이다.

조동민 회장은 "프랜차이즈의 역사가 길고 시장이 큰 미국에서 중소 브랜드가 인정받으면 다른 나라로 진출하기도 쉽다"며 "중소 K-프랜차이즈들이 세계 시장에서 제대로 평가받도록 적극 돕겠다"고 말했다.

지난 3월 10일(목)부터 12일(토)까지 3일간 SETEC(지하철 3호선 학여울역) 1·2·3 전관에서 국내 최대 규모로 개최된 '2016 제36회 프랜차이즈산업박람회'에서도 미국 서부지회의 존재감이 빛을 발했다. 미국서부지회 이호욱 지회장과 데이빗 허슨 국제변호사, 한누리 이주공사 대표가 함께 '미국



한국프랜차이즈산업협회는 미국에 이어서 유럽, 호주 등 선진 시장뿐만 아니라 남미, 아프리카 같은 신흥시장에도 지회를 순차적으로 세울 계획이다. 현재 중국 베이징, 상하이 등 몇 군데 후보지역을 선정해 검토하고 있다.

진출의 성공 노하우라는 주제로 국내 프랜차이즈브랜드의 미국진출, 자영업자들의 창업이주에 대한 강의를 진행했다. 미국 진출과정에서 발생할 수 있는 다양한 상황들에 대해 사례별로 알기 쉽게 설명해 참석자들의 좋은 반응을 이끌어냈다.

프랜차이즈 해외진출 위한 교두보 마련

이번 서부지회는 프랜차이즈 업체들의 협회가 해외지사를 구축했다는 의미가 있다. 프랜차이즈 사업은 전문성이 필요하다. 프랜차이즈 사업에 특화된 정보전달 및 파트너 발굴이 필요하므로 정부가 코트라, 상공회의소 등에서 발주하는 파트너 연결사업과는 성격이 다르다.

한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈산업을 잘 알거나 사업을 실제로 하고 있는 해외 파트너를 잘 찾을 수 있다. 세계프랜차이즈협회 또는 아시아태평양프랜차이즈협회와 협업이 가능하므로 거기에 참여하고 있는 회원사를 연결할 수 있다.

한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무국장은 “대기업은 자본이 있어서 파트너를 직접 발굴해서 직접 진출할 수 있다. 그렇지만 중소기업이 그렇게 하기는 어렵다. 따라서 한국프랜차이즈산업협회 미국서부지회 개설은 중소기업 업체가 자본과 인력이 다소 부족하더라도 무리 없이 해외진출을 할 수 있고 시행착

오를 줄일 수 있게 노력한다는 의미가 있다”라고 설명했다.

더구나 미국은 프랜차이즈산업의 본고장이다. 미국에서 브랜드를 성공시키면 그 다음 단계는 자연스럽게 세계 시장 공략이 된다. 미국 캘리포니아주 하나만 해도 세계 5~6위 경제권에 속한다. 미국 서부에서 성공한 프랜차이즈 기업은 그 자체로 세계적인 규모를 갖는다. 따라서 미국에서 성공한 프랜차이즈 브랜드는 여러 대륙에 진출할 능력을 어느 정도 검증받았다고 볼 수 있다.

한국 프랜차이즈 업체가 한류 덕분에 K-프랜차이즈 붐을 아시아에서 일으키고 있지만 다른 대륙은 그만큼 못한 것이 현실이다. 이에 협회는 미국에 이어서 유럽, 호주 등 선진시장뿐만 아니라 남미, 아프리카 같은 신흥시장에도 지회를 순차적으로 세울 계획이다. 현재 중국 베이징, 상하이 등 몇 군데 후보지역을 선정해 검토하고 있다. 한편, 신임 미국서부지회 이호욱 지회장은 삼성물산에서 잔뼈가 굵은 ‘상사맨’이다. 해외경험이 풍부해 서부지회장으로 잘 어울리는 인재라는 평가다. 그는 “정부의 재정적인 지원이 없는 상황에서 독자적으로 재원을 마련해 지회를 설립했고, 많은 회원사가 미국에 진출하도록 온 힘을 다하겠다”고 말했다.

글 강민지 기자 사진 협회제공

중국 진출과정 간소화 및 공동법인 설립

엔벤 진출 위한 협약서 체결

한국프랜차이즈산업협회는 지난 2월 26일 16시(중국 현지시각) 연변 조선족자치주 문화관광국과 'K-프랜차이즈 중국 공동진출을 위한 협약서'를 체결했다. 연변자치주 연지시 소재 환락궁에서 진행된 이번 협약식에는 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장과 리경호(李景浩) 연변 조선족자치주장을 비롯해 관련 인사들이 참석했다.



협약식에서 조동민 회장은 “우리 경제가 최근 저성장이 이어지고 있어 해외진출이 절실하지만 정부의 지원책이 미미해 민간 차원에서 나서게 됐다”며 “자금과 인력이 부족한 중소 프랜차이즈 기업의 해외진출을 위해 우선순위를 정해놓고 적극적인 활로개척에 나서고 있다”고 말했다.

이어서 “지난 미국 LA에 미국서부지회를 설립했고 이번에 연변 진출 협력을 통해 많은 중소 프랜차이즈 기업들이 짧은 기간에 적은 비용으로 좋은 성과가 나올 수 있도록 적극적으로 돕겠다”고 덧붙였다.

리경호(李景浩) 연변 조선족자치주장은 “엔벤에 한국의 맛을 살릴 수 있는 프랜차이즈 음식 문화가 정착할 수 있기를 바란다”라며 축하의 메시지를 전했다.

이번 협약에 따라 한국프랜차이즈산업협회와 연변 조선족자치주는 중소 K-프랜차이즈의 연변 진출을 적극적으로 도울 예정이다. 복잡한 진출 절차를 간소화해 성공적으로 자리 잡을 수 있도록 양자가 적극 협력하기로 했다.





이날 협약 체결 후에는 (유)길림성조원문화관광발전 측의 안내로 엔지시 입점 가능지역에 대해 지난 2월 26일(금)부터 28일(일)까지 동행한 협회 소속 시장조사단(27개사 43명)과 함께 입점 타당성 조사도 병행했다.

시장조사단은 연변에 특수목적회사(SPC)를 설립해 한국 프랜차이즈의 가맹사업을 추진한다. 지린성조원문화관광발전이 지난해 신축한 엔지시 환락궁 내 지하 1층과 지상 1층 9256㎡(약 2800평) 공간을 임차할 예정이다. 환락궁은 현재 숙박과 모임 주체가 가능한 컨벤션 시설을 중심으로 아이스링크와 영화관 등을 보유한 종합위락시설로 활용되고 있다. 조동민 회장은 “한국 프랜차이즈 업체 약 20~30개 브랜드를 모집할 계획이며 안정적인 정착을 위해 일단 6개월간 영업공간을 무상임대하고 이후에는 고정임대료나 수수료 방식으로 전환할 계획”이라고 밝혔다.

이번 협약식이 갖는 의미는 여러모로 뜻깊다고 볼 수 있다. 우선, 국내 프랜차이즈 해외진출현황을 살펴보면 해외진출의 약 75% 이상이 중국으로 진출하고 있으나 안착에 성공한 프랜차이즈는 극소수에 불과하다. 따라서 공동으로 거점을 마련하는 전략이 필요하다는 주장이 제기됐는데 이를 충족시키고 있다. 또한 한국 경제가 본격적인 저성장 시대에 접어들면서 K-프랜차이즈의 해외진출은 역사적 사명이 됐다. 국제통화기금 IMF는 올해 한국 경제성장률이 2.7%에 머물 것으로 예상하고 있다. 이번 협약식은 K-프랜차이즈의 새로운 판로 개척을 모색해 업계에 힘을 실어 줄 전망이다.

마지막으로, 국내 프랜차이즈 기업들의 중국 진출 조건이 까다로운 편(2개 직영점을 1년 이상 운영해야 가맹사업 허가 등)이었지만, 이번 협약을 계기로 중국 연변에 중소 K-프랜차이즈가 조기 정착할 수 있도록 복잡한 진출 절차를 간소화했다는 의미가 있다.



‘제19차 글로벌 프랜차이즈 포럼’ 개최

프랜차이즈산업의 글로벌화 현황 공유



한국프랜차이즈산업의 연간 매출액이 100조원에 달하고 고용 인원도 150만명에 육박하고 있다. 이제 본격적인 저성장 시대를 맞아 국내 프랜차이즈 시장은 포화상태다. 한국프랜차이즈산업협회는 4월 4일 대한민국 프랜차이즈산업이 어떻게 세계로 뻗어나갈지를 주제로 논의하는 시간을 가졌다.

한국프랜차이즈산업의 해외진출 전략 모색

한국프랜차이즈산업협회가 주관하는 제19차 프랜차이즈글로벌포럼이 4월 4일에 열렸다.

서울 서초구 반포동 더팰레스호텔서울에서 열린 이번 행사는 조동민 회장과 협회 관계자들, KFCEO명품과정 전현직 교수들, 업계 관계자 등 200여명이 참석했다.

조동민 회장은 “오늘 날씨가 참 좋는데 경기는 어렵다고 하니 만감이 교차한다. 수출이 줄어들고 있고 30대 기업의 매출이 정체된다고 한다”며 “프랜차이즈산업은 여러 가지로 어려움이 많은 가운데 일자리 창출을 위해 노력하고 있다. 오늘도 프랜차이즈산업인들이 자영업자들의 경쟁력 강화를 위해 뛰고 있어 감사드린다”라고 말했다.

또 “대한민국 프랜차이즈산업에서 글로벌 브랜드가 많이 나오면 많은 기회를 만들 수 있다. 이 산업과 협회가 존경받는 시대가 분명히 온다. 협회가 글로벌 진출센터를 가동하기 시작했고 오늘 이 자리에서도 해외진출에 대한 공부를 많이 하면 좋겠다. 국익에 기여하는 프랜차이즈산업인이 되자”라고 덧붙였다.





1. 중앙대 이정희 교수가 글로벌 프랜차이즈 포럼에 대해 총평하고 있다.
2. 여러 브랜드가 하나의 상품권을 사용하는 통합상품권 개발을 알리는 기념촬영을 하고 있다.
3. 글로벌 프랜차이즈 포럼 참석자들이 대화를 나누고 있다.
4. 조동민 회장이 김영희 대표와 기념촬영을 하고 있다.



산업통상자원부 김학도 통상교섭실장

해외진출 프랜차이즈 기업의 도전과 응전

이날 첫 번째 강연을 맡은 산업통상자원부 김학도 통상교섭실장도 해외진출에 대한 깊이 있는 지식을 전달했다.

김 실장은 'FTA와 K프랜차이즈'라는 제목으로 한국 프랜차이즈산업의 해외진출 전망에 대해 설명했다. 그는 "공직에 있으면서 통상 분야를 오래 했는데 프랜차이즈산업의 글로벌화에 대한 중요성이 커지면서 지금 하는 일을 하게 됐다"며 "맞춤형 종합지원시스템을 오는 2020년까지 구축해 도움이 되도록 노력하겠다"라고 말했다.

김 실장은 "국가별 해외진출 가이드북, 분쟁사례집, 표준계약서 등 정보를 제공할 예정"이라며 "해외진출을 할 때는 현지 국가의 법체계를 잘 파악하고 계약서를 면밀히 작성해야 한다. 특히 프랜차이즈 가치보호를 위한 상표, 영업비밀보호, 식품위생관련법 등을 숙지해야 한다"고 주문했다.

한국프랜차이즈산업협회는 포화상태인 국내 시장을 벗어나 해외진출을 위한 전문인력을 양성을 위한 상시교육을 운영하고 있다. 주요 교육과정으로 실무자반은 해외 진출 기업 실무자(재직자)의 종합적인 정보(맞춤형 실무 교육) 국가별 산업, 인사, 노무 등을 제공해 해외에 진출할 때 기초적인 학습 운영을 지원하고 내외부 환경 분석 및 사업분석 결과를 반영한 사전교육을 제시한다.

첫번째 강연이 끝나고서는 최근 박사학위를 취득한 <김영희동태짐>의 김영희 대표에 대한 감사패 수여식이 있었다. 김 대표가 바쁜 CEO 활동 속에서 학업에 매진해 박사학위까지 받은 점을 기념하는 자리였다.

또한 프랜차이즈 통합상품권 보급을 위한 협약식도 진행됐다. 조동민 회장은 "프랜차이즈 브랜드마다 상품권이 달라서 고객들이 불편한 점이 있는데, 앞으로는 상품권이 모바일 형태로 여러 브랜드가 공유할 수 있는 방안을 추진해 나가겠다"라고 말했다.

“ 김학도 통상교섭실장은
해외진출을 할 때 현지 국가의
법체계를 잘 파악하고 계약서를 면밀히
작성해야 한다고 강조했다 ”



음식의 진화와 세계화

이어서 열린 제2강은 요리에 대한 내용이었다. 요리는 인류가 다른 동물과 구별되는 특징 중에 하나다. 현대 인류는 날음식을 잘 소화하지 못한다. 오랜 세월을 거쳐 요리를 해왔기 때문에 위장이 거기에 맞춰 진화한 것이다. 인류는 요리를 통해서 소화에 대한 부담을 덜었기에 생각하는 뇌가 발달할 수 있었다.

이러한 점에서 보면 인류의 문명은 요리 덕분에 가능했다고 볼 수 있다. 특히 불의 발견과 곡류의 재배는 문명의 발전 속도를 비약적으로 올렸다. 예를 들면, 고대 이집트의 피라미드는 수많은 노동자가 제대로 먹지 못하면 만들 수 없는 기념물이다. 대량생산을 할 수 있고, 오래 보관할 수 있으며, 휴대성이 좋은 빵이 있었기에 피라미드도 만들어질 수 있었다.

빵은 동양 문화권의 경계지점에서 국수가 됐다. 서양인은 빵을 구워서 먹었지만 동양인은 빵을 삶아서 먹을 생각을 했다. 밀가루 반죽을 쉽게 삶으려면 모양이 가늘어야 했다. 바로 국수의 탄생이다. 이렇게 서양의 빵은 실크로드를 통해 동양에서 국수가 됐다.

국수는 처음으로 세계화된 퓨전 요리다. 서양의 재료가 실크로드, 다른 말로 하면 '누들로드'를 거쳐 동양의 요리법을 만났다. 국수는 중국 송나라 때 급속히 대중화됐다. 송 시대에는 상업이 발달하면서 밖에서 음식을 사먹는 외식이 시작됐다. 국수는 대량생산이 가능하고 빨리 만들고 빨리 먹을 수 있으며, 집에서 만들어 먹기에는 번거로운 음식이다. 또한, 국수는 보기에 아름답고 먹는 소리도 좋다. 현대 사회에서 국수는 전 세계로 퍼졌다. 특히 컵라면은 휴대성이 떨어지는 국수의 단점을 없앴다. 장거리 기차여행을 많이 하는 러시아 사람들에게 한국산 컵라면은 필수품으로 여겨진다.

이날 제9차 글로벌 프랜차이즈 포럼의 좌장을 맡은 중앙대 경제학부 이정희 교수는 “프랜차이즈 업체의 해외시장 공략이 결코 쉬운 일은 아니다. 타지에서 사업을 벌이다보면 생각하지 못한 복병을 만나게 된다”며 “그렇지만 한국프랜차이즈산업협회 행사에 참여해 보면 항상 열성적으로 공부하는 분위기가 있어서 좋은 성과가 기대된다. 늦게까지 모여 공부하는 열의가 뛰어나다”라고 말했다.

글 최윤영 팀장 사진 이현석 팀장

제12회 프랜차이즈 법률 심포지엄 열려

한국프랜차이즈산업협회 주최, 프랜차이즈산업연구원 주관



프랜차이즈산업연구원 장재남 원장



3월 29일 서울 중구 흥인동 충무아트홀 컨벤션센터에서 프랜차이즈 법률 심포지엄이 열렸다. 한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원과 한국프랜차이즈법률세무연구원이 주관한 이날 행사는 프랜차이즈 사업에 있어서 갈수록 중요해지고 있는 법률적 이슈를 다루는 국내 최대의 프랜차이즈 법률 심포지엄이다.

가맹사업에서 법률적 문제 갈수록 중요해져

이번 심포지엄은 가맹본부와 가맹점사업자간에 발생하는 법률적 문제를 중심으로 법률 전문가들의 발표와 토론이 진행됐다. 프랜차이즈산업연구원 장재남 원장은 “올해 12번째 심포지엄을 이어오면서 프랜차이즈산업의 많은 변화가 있었다. 프랜차이즈 가맹사업에서 법률적 환경을 점점 더 중요하게 생각해야 하는 상황”이라며 “적절한 규제와 지원이 함께 이뤄지는 법률적 토대가 있으면 그 산업은 양적·질적으로 더 성장할 수 있다. 오늘 심포지엄이 좋은 토대가 되면 좋겠다”라고 말했다.

제강은 공정거래위원회 관계자가 ‘개정된 가맹분야 상생협약 평가제도와 평가기준’에 대해 설명했다.

상생협약제도도 가맹본부와 가맹점주가 소비환경 변화에 공동으로 대처하기 위한 목적으로 만들어졌다. 가맹본부와 가맹점간의 고질적인 분쟁 해결의 기준을 마련하고 분쟁을 사전에 예방하는 효과가 있다.

상생협약에는 가맹점의 운영과 관련된 10가지 사항이 꼭 들어가야 한다. 영업지역의 설정과 조정, 판촉행사 등에 대한 비용 부담, 점포환경개선에 대한 비용 부담, 가맹점사업자에게 걷는 금전에 대한 기준, 불공정한 거래행위 금지, 계약해지 및 폐점에 대한 기준, 가맹점사업자에 대한 지원방법, 위약금에 관한 기준, 가맹본부에 관한 정보 공개, 협약의 내용에 관한 협의 방법이 그것이다.

가맹점에 불이익 주는 영업지역 변경불가

제2강은 법률사무소 대림의 하명진 변호사가 '영업지역과 관할지역의 법률적 해석'을 강의했다.

가맹본부는 가맹계약을 맺을 때 가맹점사업자의 영업지역을 설정해서 가맹계약서에 기재해야 한다. 만약 계약 체결 이후에 상권의 급격한 변화가 생기면 가맹본부와 가맹점사업자가 협의를 통해 영업지역을 합리적으로 바꿀 수 있다.

가맹본부는 정당한 사유 없이 가맹계약 기간 중에 가맹점사업자의 영업지역 안에서 가맹점사업자와 동일한 업종의 직영점이나 가맹점을 출점하면 안 된다.

여기서 문제점은 정당한 사유가 있으면 영업지역을 바꿀 수 있다는 것이다. 정당한 사유가 어떤 경우인지가 불분명하므로 분쟁의 소지가 있다. 상대적으로 약자인 가맹점사업자가 가맹본부의 요구에 불응하기 어려울 때가 있으므로, 법률적 판단은 영업지역이 변경됐을 때 가맹점사업자가 매출과 순익 등에 불이익이 생겼는지를 기준으로 할 수 있다는 것이 전문가들의 견해다.

제3강은 프랜차이즈산업연구원 장재남 원장이 '광고분담금에 대한 이해와 개선방안'을 강의했다.

2015년 11월 기준 정보공개서에 등록된 4393개 브랜드 중에서 광고분담금 제도를 시행하는 곳은 3731개로 84.9%를 차지한다. 광고분담금을 시행하는 브랜드 3731개 중에서 가맹본부와 가맹점의 분담 비율이 50:50인 곳이 2992개 80.2%로 가장 많았다. 그 다음으로 80:20인 곳이 271개 7.3%, 70:30인 곳이 215개 5.3%였다.

그러나 광고분담금에 대한 인식 부족으로 가맹본부와 가맹점간의 갈등이 자주 벌어진다. 따라서 분쟁을 해결하고 예방하려면, 광고분담금에 대한 명확한 인식이 필요하고, 광고분담금 산정비용과 적용방식 및 대상의 객관성과 공정성 확보가 필요하며, 광고분담금의 투명한 운영과 관리 및 자료의 공개가 필요하다.

리베이트 자체는 불법 아냐

제4강은 법률사무소 '조은'의 조은혜 변호사가 '거래요구의 대가(리베이트) 수취 및 내역 공개에 대한 법률적 해석'을 강의했다.

가맹본부는 공급업체에 대량의 매출을 발생시키는 대가로 리베이트를 받는 경우가 많다. 가맹사업법에서 가맹본부가 리베이트를 받는 행위를 직접적으로 규율하는 조항은 없다. 따라서 리베이트 수취 자체가 불법은 아니다.

공정거래위원회는 가맹본부가 리베이트와 관련해 불공정행위를 함께 하는지를 판단해 제재한다. 잘못된 리베이트 수취는 형법상 배임수재죄, 횡령, 민법상 부당이득반환청구 같은 문제를 일으킬 수 있다.

이밖에 제5강은 법무법인 '화우'의 김재춘 변호사가 '가맹점사업자단체의 거래조건 협의권에 대한 법률적 해석(가맹본부 입장에서)'을 강의했다. 제6강은 '길 가맹거래사무소'의 서홍진 가맹거래사가 '가맹점사업자단체의 거래조건 협의권에 대한 법률적 해석(가맹점사업자 입장에서)'를 강의했다.

글 강민지 기자 사진 이현석 팀장



공정거래위원회 관계자가 '개정된 가맹분야 상생협약 평가제도와 평가기준'을 강의하고 있다.



핵심사업 추진으로 협회 위상 제고 노력

한국프랜차이즈산업협회 2016년 주요사업 소개

한국프랜차이즈산업협회는 회원기업의 수익을 극대화하고 가맹점 매출 향상으로 상생을 추구하는 여러 가지 사업을 추진하고 있다. 한국프랜차이즈산업협회는 이러한 사업을 통해 협회와 회원사의 발전, 그리고 궁극적으로 대한민국 프랜차이즈 산업의 위상을 높이고자 노력하고 있다. 2016년에 추진하는 여러 사업 중에서 프랜차이즈 표준 ERP 구축사업, 신개념 배달앱 및 배달대행 솔루션 개발, 한국프랜차이즈산업협회 회원사 통합상품권 개발 등을 소개한다.

프랜차이즈 표준 ERP 구축사업

프랜차이즈 표준 ERP(enterprise resources planning) 구축사업은 프랜차이즈 업계의 특성에 맞는 ERP를 만드는 것이다. ERP는 전사적 자원관리 또는 기업자원관리라고 부른다. 한마디로 기업내 통합정보시스템을 구축하는 것을 말한다.

ERP라는 용어는 미국 코네티컷주 정보기술 컨설팅회사인 가트너 그룹에서 가장 먼저 사용하기 시작했다. 가트너 그룹은 ERP를 업

무시스템을 중심으로 재무회계와 판매, 그리고 물류시스템 등을 통합한 것이라고 정의했다. ERP는 인사·재무·생산 등 기업의 전 부문에 걸쳐 독립적으로 운영되던 인사정보시스템·재무정보시스템·생산관리시스템 등을 하나로 통합해 기업내의 인적·물적 자원의 활용도를 극대화하고자 하는 경영혁신기법이다. 따라서 ERP를 구축한 기업의 경우, 한 부서에서 데이터를 입력하기만 하면 전 부서의 업무에 반영되어서 즉시 처리할 수 있게 된다.



ERP는 경영정보시스템(Management Information System)의 한 축을 담당한다. 경영정보시스템은 기업의 경영관리에 필요한 정보를 기업의 각 부내에서 정확 신속히 수집하여 종합적·조직적으로 가공, 제공하는 전체 시스템과 그 네트워크를 말한다.

프랜차이즈 업체도 다른 기업과 마찬가지로 인사, 노무, 재고 등을 통합적으로 관리하는 경영정보시스템이 필요하다. 그런데 가맹사업이라는 특수한 업무분야가 중심이 되는 프랜차이즈 업체는 특유의 관리시스템이 필요하기 때문에, 다른 기업에서 쓰는 경영정보시스템보다 특화된 전용 ERP 구축이 필요하다. 예를 들면, 어떤 고객이 어떤 시간대에 방문하고 어떤 메뉴를 얼마나 주문하는지를 파악하는 시스템, 가맹점이 언제 어떤 식자재를 얼마나 주문하고 소비하는지, 매출은 언제 얼마나 발생하는지를 실시간으로 살펴야 한다.

규모가 큰 프랜차이즈 업체라면 자체적으로 수억원의 비용을 들여서 전용 ERP시스템을 구축할 수 있다. 하지만 중소 프랜차이즈 업체는 그렇게 하지 못하므로 몸에 맞지 않는 경영정보시스템을 사용하는 불편함이 있다. 한국프랜차이즈산업협회는 이러한 문제점을 해결하고자 프랜차이즈 업체에 적합한 표준 ERP를 구축해 회원기업들이 재무, 인력, 가맹점 관리, 상권분석, 마케팅 등 총체적인 기업자원을 관리하도록 추진하고 있다.

표준 ERP가 구축되면 회원기업은 많은 돈을 주고 자체 시스템을 구축할 필요가 없다. 매달 일정한 돈만 내면 표준 ERP를 쓸 수 있고 주기적으로 업데이트되기 때문에 편리하다. 한국프랜차이즈산업협회는 현재 5개 회원기업에 시범적으로 표준 ERP를 운영하고 있으며 앞으로 공동구매 형태로 더 많은 업체가 혜택을 받도록 유도할 예정이다.

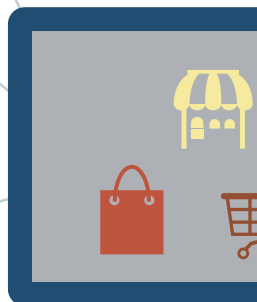
신개념 배달앱 및 배달대행 솔루션 개발

배달앱이 발달하면서 고객들이 편리하게 음식을 주문하고 있지만 일부 부작용도 있는 것이 사실이다. 배달앱은 음식점 등에서 전화 등의 통신수단을 이용하여 음식을 주문하던 것을 스마트폰 모바일 기기의 어플리케이션을 통해 음식을 주문하는 플랫폼이다.

그런데 고객들이 배달앱을 많이 이용할수록 프랜차이즈 가맹점에서는 추가 비용을 부담하면서 배달앱에 가입해야하는 어려움이 있다. 배달앱을 통해 주문이 들어올 때마다 수수료를 내야 하고 자신의 가맹점을 외부에 노출하려면 추가 금액을 내야 하므로 자영업자들의 지출이 늘어날 수밖에 없다. 이런 상황에서 상당수 가맹점주들은 배달앱에서 음식점을 찾는 다음에 전화로 주문하기를 고객들에게 부탁하고 있다.

게다가, 기존 배달앱에는 검증되지 않은 음식점도 등록비만 내면 등재되기 때문에 위생이나 식재료의 질, 서비스에 대한 고객들의 불신이 생길 수 있다.

한국프랜차이즈산업협회는 이러한 문제점을 해결하고 회원기업 가맹점들의 고충을 덜어주고자 신개념 배달앱 및 배달대행 솔루션을 개발하고 있다. 이 배달앱이 개발되면 가맹점과 가맹본부의 큰 도움을 받을 수 있다. 우선 수수료가 기존보다 저렴해지므로 가맹점과 가맹본부의 수익성이 좋아지고 고객에게는 더 좋은 음식과 서비스를 제공할 수 있다. 기존 배달앱은 서로 치열하게 경쟁하면서 천문학적인 마케팅 비용을 지출하고 있다. 이 비용은 결국 음식점과 고객들이 부담하게 된다.





한국프랜차이즈산업협회의 공인 배달앱이 출시되면 배달앱 시장의 비효율적인 경쟁구도를 완화하고 고객 입장에서 검증된 업체를 안심하고 이용할 수 있게 될 전망이다.

한국프랜차이즈산업협회 회원사 모바일 통합상품권 개발

한국프랜차이즈산업협회 회원사 통합상품권은 여러 프랜차이즈 브랜드의 모든 가맹점에서 상호 호환되는 상품권을 유통하는 사업이다.

상품권은 액면 가격에 상당하는 상품과 교환할 수 있는 표를 말한다. 백화점 등의 소매점이 발행하는 무기명 유가증권의 하나다. 예전에는 상품권 발행을 정부의 허가를 받아야 할 수 있었지만, 1999년 2월 5일 상품권법이 폐지되면서 이제는 누구나 마음만 먹으면 상품권을 발행할 수 있다.

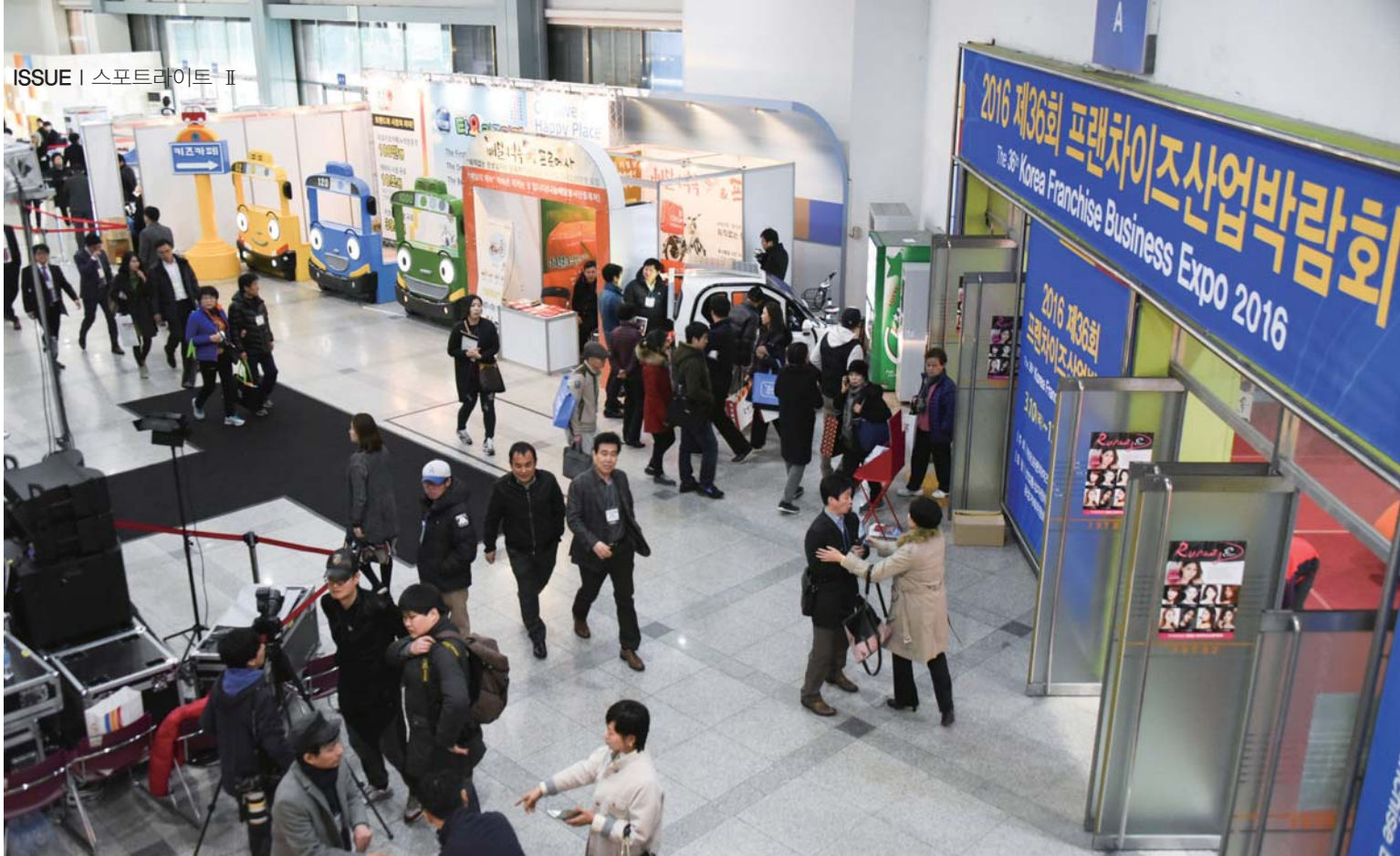
일반적으로 상품권은 하나의 업체가 자신들의 상품과 서비스만을 이용하도록 판매한다. 그런데 고객의 입장에서 보면 특정 업체에서 구입한 상품권을 다른 업체에서도 쓸 수 있기를 원한다. 그래서 몇몇 업체들은 통합상품권을 만들어서 복수의 업체 제품과 서비스를 이용할 수 있도록 배려한다.

통합상품권의 가장 대표적인 사례는 문화상품권과 온누리상품권이다. 온누리상품권의 경우 중소기업청과 소상공인시장진흥공단이 전통시장 활성화를 위해 전국 가맹시장에서 현금처럼 사용할 수 있게 만들었다. 종이상품권은 물론이고 전자상품권도 있어서 모바일 기기로 편리하게 선물하거나 이용할 수 있다.

한국프랜차이즈산업협회는 회원기업들이 각각 따로 발행하고 있는 상품권을 연계해서 쓸 수 있도록 통합상품권을 개발하고 있다. 통합상품권이 나오면 하나의 상품권으로 김밥을 먹고 다른 매장에서 커피를 마실 수 있는 편리함이 주어진다. 이렇게 되면 개별 업체마다 따로 상품권을 발행하는 비용을 아낄 수 있고 상품권을 개발하고 유통할 여유가 없는 중소 프랜차이즈 업체에도 큰 도움이 된다.

수수료는 규모에 따라 차이는 있지만 일반적인 기존 업체의 경우엔 평균 8~12%를 나타내고 있다. 그렇지만 모바일 통합상품권은 5% 정도로 저렴하게 책정돼 부담을 줄였다. 또한 특정 개별점포나 브랜드만 통용되는 상품권 발행도 가능하다. 어떤 김밥 업체가 특정 커피 업체와 제휴해서 각자의 매출 향상을 꾀할 수도 있고, 특정 기간에 사용하면 혜택을 주는 이벤트성 상품권도 만들 수 있다.

글 최윤영 팀장



다양한 업종, 다양한 브랜드, 창업페스티벌로의 초대

제36회 프랜차이즈산업박람회 성료

2016 제36회 프랜차이즈 산업박람회가 지난 3월 10일부터 12일까지 개최돼 성공리에 막을 내렸다. 약 3만명의 관람객이 다녀간 이번 행사는 창업 준비와 계획에 가장 좋은 달, 3월을 맞아 창업을 계획하고 있는 예비창업자들과 소상공인들, 업종 전환을 고려중인 자영업자를 위한 다양한 행사, 강연 및 가맹본부의 프로모션 혜택으로 더욱 풍성한 창업 축제현장이었다.

국내 최대 규모 박람회

2016 제36회 프랜차이즈산업박람회가 지난 3월 10일부터 12일까지 서울 학여울역 SETEC 전관에서 국내 최대 규모로 개최돼 3일간 약 3만명의 예비창업자들이 다녀간 가운데 성료했다. 한국프랜차이즈산업협회가 주최하고, 산업통상자원부·농림축산식품부·공정거래위원회·식품의약품안전처·특허청이 후원하는 이번 박람회는 약 200여개 업체가 참가했으며, 374개 부스에서 다채로운 이벤트와 콘텐츠를 선보여 예비창업자와 자영업자 등 관람객들에게 풍성한 정보와 볼거리를 안겨주었다. 또 프랜차이즈 가맹본부들이 다양한 특전과 혜택을 통해 예비창업자들에게 효율적인 창업의 기회를 제공, 시장경제 활성화를 위한 일자리 창출 축제로 준비됐다. 본 박

람회는 창업시즌, 봄을 맞아 개최된 창업박람회들 가운데서 가장 뜨거운 관심과 사랑을 받으며, 시종일관 자영업자, 예비창업자, 사업에 어려움을 겪는 소상공인 등 관람객들의 발걸음이 끊이지 않았다. 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 “3월 초는 자영업자에게 창업 준비시즌이며, 연간 계획을 세우는 중요한 시기다. 이 시기를 맞아 이번 박람회를 오픈했다. 금년에는 자영업자의 어려움이 심화되고 경쟁이 치열해질 전망이다. 국내의 과열경쟁에 대한 돌파구로 프랜차이즈산업협회는 기업 및 창업자들의 해외진출을 지원하고자 한다. 이러한 바람으로 올해 프랜차이즈산업협회 미국지회를 설립했다. 앞으로 프랜차이즈 산업의 미래를 밝히기 위해 더욱 노력하겠다”고 말했다.

프랜차이즈산업, 국가경제발전에 기여

약 200여개 업체가 참가하는 대규모 행사, 규모 뿐 아니라 창업을 꿈꾸며 프랜차이즈 산업의 도약을 업체와 참관객들의 희망을 담은 행사답게 성대한 개막식으로 그 막을 열었다. 프랜차이즈산업협회 조동민 회장, 새누리당 이현재 의원, 산업통상자원부 정대진 창의산업정책국장, 이병억 명예회장을 비롯한 업계 CEO 및 각계 인사 100여명이 참석한 가운데 오전 11시, 커팅식과 함께 개막을 알렸다.

새누리당 이현재 의원의 축사가 이어졌다. 이 의원은 “제36회 프랜차이즈 산업박람회의 개최를 축하한다. 제가 속한 지역 하남의 브랜드, 60개에서 200개까지 성장한 프랜차이즈 〈하남돼지집〉을 보면서 프랜차이즈 산업의 발전이 대한민국 경제의 발전이며, 일자리 창출에 큰 역할을 담당하고 있음을 확인했다. 더 나아가 글로벌 시장을 위한 미국지회 진출을 축하하리다”고 말했다.

뒤이어 산업통상자원부 정대진 창의산업정책국장의 축사가 있었다. 정 국장은 “본 박람회의 개막을 진심으로 축하드리며, 미국 지회가 설립된 만큼 해외로 나가 더 많은 발전을 이룰 것이라 생각한다. 프랜차이즈 산업도 시작한 지 20~30년이 되며 새로운 상생의 길을 제시하고 있다. 프랜차이즈는 먼 곳에 있는 것이 아니다. 가까이 우리 곁에 있다. 앞으로도 경제 발전에 기여해주시길 바란다”고 말했다.

마지막으로 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장의 개회사가 있었다.

“모든 귀빈께 감사 인사를 전하며, 프랜차이즈 산업 규모 100조로 만들어가는 여정에 함께하는 분들 모두 함께 뭉쳐서 자영업자들을 살리는 계기가 되길 바란다”며 “프랜차이즈기업이 자영업자들과 상생해야 국민에게 존경받고, 정당한 평가를 받을 수 있다. 프랜차이즈 산업의 미래를 위해 노력하겠다”고 말했다.

조 회장의 개회사에 이어 개막식 2부 행사로 프랜차이즈산업협회 홍보모델 이서현을 비롯한 레이싱 모델들이 펼치는 오감만족 브랜드쇼가 이어졌다. 아름다운 레이싱모델들이 각 브랜드의 유니폼을 착용, 신제품을 들고나와 위킹을 하며 각 브랜드를 어필하며 신개념 브랜드쇼를 펼쳤다.

다양한 업종, 트렌드를 한 눈에

SETEC의 비전관, 창조관, 미래관 전 홀에서 규모있게 진행된 이번 박람회는 200여개의 다양한 업체에서 참가, 374개 부스에서 다양한 콘텐츠를 선보였다. 참가 업종은 커피·치킨·쇠고기·삼겹살·순대·감자탕·육개장·세탁업·스몰비어·세계맥주·오징어·김밥·피자·분식·키즈카페·수제버거·한식·일식·삼계탕·꼬치구이·양초·족발·도시락·헬스클



럽 · 설렁탕 · 스파게티 · 반찬 · 스테이크 · 고로케 · 마카롱 · 죽 · 숙박시설 · 핫도그 · 배달서비스 · 액세서리 · 샌드위치 · 샤브샤브 · 월남쌈 · 가구 · 홍삼 · 방문요양 · 자판기 · 상권컨설팅 · 모바일앱 · 재활기구 등 70%로 프랜차이즈 산업의 가장 높은 비율을 차지하는 외식업에서부터 서비스 · 도소매업까지 폭넓은 분포를 보였다.

이번 박람회에서 새롭게 선보이는 브랜드들도 눈에 띄었다. (주)디딤의 <애플삼겹살>, 사과나무(주)의 <맘마미아>, (주)오니규의 <리즈스테이크갤러리> 등 첫 브랜드의 성공을 기반으로 론칭한 제2브랜드들이 다수 참가했으며, <it's awesome>, < 짹 패밀리 > 등 생계형 창업 트렌드를 반영해 소자본창업으로 안정적인 수익을 꾀하며 브랜드들이 눈길을 끌었다. 또 프랜차이즈 가맹본부 대다수의 자발적 참여로 다양한 창업

특전들이 펼쳐졌다. 프랜차이즈 가맹본부들은 가맹비 면제, 기술이전비 지원, 인테리어 지원, 창업비용 무이자대출 등 실속 있는 창업지원책을 박람회 기본 특전으로 제공, 창업 초기 부담을 덜고 성공적인 창업으로 안착될 수 있도록 적극 후원했다.

풍성한 정보와 교육의 장

박람회가 열린 3일간 예비창업자와 적성에 맞지 않아 업종전환을 계획중인 자영업자, 재창업을 원하는 소상공인들을 위한 다양한 교육 프로그램과 세미나가 마련됐다.

10일부터 12일까지 공정거래위원회 가맹거래과 오영진 사무관이 진행하는 ‘올바른 프랜차이즈 창업’, 한누리 이주공사 대표, David Hirson대표 변호사가 진행하는 ‘미국 진출의 성공 노하우’에 대한 강연 및 한누리 창업연구소의 박경환 소장이 알려



Mini Interview

<놀부옛날통닭> 이신재 팀장

“탄탄한 본사와 브랜드력이 경쟁력”

<놀부옛날통닭>은 브랜드 명에서 알 수 있듯 (주)놀부에서 론칭한 브랜드다. 2015년 5월 시작해 현재 50여개의 가맹점이 있다. 중합외식기업 놀부의 노하우가 그대로 담긴 <놀부옛날통닭>은 정감 어린 우리의 70~80년대 복고감성을 불러 일으키면서도 트렌디하게 현대화 하여 누구나 쉽게 즐길 수 있는 치킨전문점이다. 질 좋고 맛 좋은 메뉴와 더불어 탄탄한 본사와 브랜드력이야말로 <놀부옛날통닭>의 최대 강점이다.



Mini Interview

<It's awesome> 이승우 이사

“드라이에이징의 기술력으로 차별화”

<It's awesome>은 생계형 창업을 위해 아쉽게 내놓은 브랜드로, 고깃집과 결합한 스몰비어 전문점이다. 11일간 숙성한 돼지고기와 15일간 숙성한 쇠고기를 정해주 장인이 직접 만든 조약돌 모양의 무쇠 위에 구워 먹는다. 드라이에이징의 진수를 보여주는 기술력과 좋은 고기를 저렴하게 납품하는 탄탄한 물류체계로, 고객들에게 확실한 가성비와 신선한 인테리어 콘셉트가 <It's awesome>의 매력이다.

주는 ‘프랜차이즈의 상권분석’, 한국창업경영연구소 이상현 소장의 ‘2016 프랜차이즈 시장 전망’에 대한 강연이 진행됐으며, 프랜차이즈 경영 전문가로부터 직접 듣는 양질의 콘텐츠와 열정적인 강연은 참 관객의 만족도를 한껏 끌어올렸다.

특히 한국프랜차이즈산업협회의 미국 지부 설립에 따른 ‘미국 진출 성공 노하우’ 강연은 미국 진출과정에서 발생할 수 있는 다양한 상황들에 대해 대응사례를 알기 쉽게 소개 해 호응을 얻었다.

국내 프랜차이즈 업계 과열경쟁이 심화되면서 글로벌 진출이 불가피해졌고, 이에 발맞춘 미국 지부 설립을 통한 한국 프랜차이즈 산업의 세계적 도약을 기대해본다.

글 박신원 기자 사진 김효진 기자



Mini Interview

〈한끼야끼〉 김원기 팀장

“가맹점의 안정적인 운영 도울 것”

〈한끼야끼〉는 론칭한지 약 1년이 됐으며, 현재 전국 12개 매장이 있다. 일본식 화로에 쇠고기를 구워 즉석에서 불초밥을 만들어 먹는 신선한 콘셉트로 고객들의 많은 관심을 받고 있다. 〈한끼야끼〉는 ‘마스터쉐프코리아 시즌’ 3등에 입상한 서문기 셰프가 메뉴개발에 동참해 한층 검증된 맛을 즐길 수 있다. 또 〈한끼야끼〉만의 SOS 시스템과 위탁경영 시스템을 가동해 가맹점주의 안정적인고 편리한 매장 운영을 도모하고 있다.





해마로푸드서비스(주)
HAIMARROW FOOD SERVICE CO., LTD.



고객의 마음을 터치하다

해마로푸드서비스(주) 정현식 대표 (KFCEO 총동문회장)

〈맘스터치〉의 해마로푸드서비스(주)는 업계에서 글로벌 프랜차이즈 기업으로 성장할 가능성이 크다고 평가받는다. 〈맥도날드〉 같은 글로벌 리딩기업보다는 경험이 짧지만, 남다른 '배포'를 가진 정현식 대표는 패스트푸드의 본고장 미국에 회심의 일격을 날릴 생각을 하고 있다. 직장생활보다는 사업가의 생활을 원했고, 사업을 한다면 글로벌 최고 기업을 목표로 삼았다는 정 대표의 이야기를 들어봤다.

가난했지만 꿈은 가난하지 않았다

어린 시절 정현식 대표에게 어쩌다 보게 되는 비행기는 경외의 대상이었다. 승용차나 기차 같은 육상 운송수단도 좀처럼 찾아보기 어려울 정도로 '깡촌'에 살았지만 그의 꿈은 커다란 세상을 향해 있었다.

학교 선생님이었던 아버지는 동네에서 배운 사람에 속했지만 8남매를 배불리 먹일 수는 없었다. 정 대표는 가끔 외갓집에 들리게 되면 장사를 하는 집 특유의 생동감이 좋았다. 사람과 사람이 만나고 교류하는 분위기를 접할 때마다 그의 속에 있던 '상(商)의 DNA'가 꿈틀거리곤 했다.

그는 “보통 아이들이라면 아버지가 근무지를 옮겨 이사를 하면 새로운 환경이 낫겠지만 나는 오히려 기대감에 부풀었다. 해외출장을 자주 다니는 지금도 잠자리가 불편하거나 음식이 입에 맞지 않는다는 생각을 해 본 적이 없다”고 말했다. 대학 전공도 영어영문학으로 골랐다. 그는 “별 생각 없이 영문도 모르고 영문과에 갔다”고 웃었지만 실제로는 영어가 국제 비즈니스 세계의 ‘여권’이라고 생각했기에 내린 결정이었다. 부전공은 경영학을 했다. 졸업 후에는 <베스킨라빈스>에서 장사를 배우기 시작했다.

시련은 있었지만 실패는 없었다

몇 년 일했던 직장을 관두고 사업을 시작했지만 만만치 않았다. 회사를 크게 키우려면 제조업이 낫다고 생각해, 자장면 그릇공장, 무선자동차기 생산 등을 해봤지만 실패로 끝났다.

삶의 한 부분을 베어내 만든 사업체가 망할 때의 참담함은 말로 표현하기 어렵다. 정 대표는 스스로에게 물었다. 무엇을 잘못했는가. 그는 다니던 회사를 퇴직하면서 큰 꿈을 그렸었다. 보란 듯이 잘나가는 사업체를 꾸리고 소외된 사람들을 돕고 싶었다. 내가 하면 다르다는 것을 증명하고 싶었다. 그렇게 부푼 마음으로 벌인 사업이 망했다. 그는 “열심히 한다고 다 되는 게 아님을 깨달았다”고 말했다. 그래서 모든 것을 다 내려놓고 원점에서부터 다시 생각했다. 그리고는 다시 직장생활을 시작했다. 10년간 열심히 해서 시야를 넓히기로 했다. 그래야 망하지 않는 방법을 알 것 같았다.

<과파이스> 국내 론칭에 참여해 미친듯이 일했다. 총무, 인사, 노무, 물류, 구매, 중국본부장, 영업상무 등 온갖 일을 다 해봤다. 그러던 그에게 다시 기회가 왔다. 제2브랜드로 론칭했지만 성장이 더뎠던 <맘스터치>를 인수해 보라는 회사의 권유였다. “노년에 지인들보다 먼저 밥값을 내고 싶었다.” 고민 끝에 <맘스터치>를 맡은 이유라고 그는 얘기했다. 하지만 진짜 이유는 자신만의 사업을 하기 위해서였다. 어떻게 보면 스스로 자리를 박차고 나올 필요는 없었다. <과파이스>가 한창 잘 나가던 때였고, 상무로 있던 그의 자리는 안정적이었다.



“항상 새롭게 생각하고 행동해야 한다.
고객의 시선을 따라가다 보면
고객만족 경영이 저절로 이뤄진다.
역지사지의 경영철학을 공유하는 직원들만이
자율에 근거한 신속한 고객만족을
이끌어낼 수 있다”

하지만 선택은 '리더'의 자리였다. 정 대표는 “두렵지 않았다면 거짓말이다. 하지만 직장 생활을 하면서 사장처럼 일했던 나를 믿었다. 지금도 후배들에게 말한다. 직원일 때 사장처럼 일하면 사장이 될 기회가 왔을 때 잘할 수 있다”라고 강조했다.

누구나 하는 일은 하지 마라

정 대표의 프랜차이즈 사업에 대한 지론은 누구나 할 수 있는 사업은 차라리 하지 말라는 것이다. 그는 청년실업이 심각하다고 준비 없는 청년창업을 부추기면 안 된다고 생각한다.

정 대표는 “햄버거의 경우 평범해 보이지만 그 안에 들어가는 아 이템 하나하나의 디테일이 중요하다. 이를테면, <맘스터치> 햄버거 패티는 기계가 아니라 손으로 하나씩 만든다. <맘스터치>의 대표 메뉴 '싸이버 거'는 패티를 딱딱하지 않고 식감이 좋은 닭다리살로 만들어 큰 인기를 끌고 있다. 이것을 쉽게 따라할 수 있을까? 점포가 적을 때는 쉽게 그렇게 하겠지만 점포가 수백개가 되면 관리능력이 있어야 된다”고 말했다.

알고 보니 <맘스터치>의 고속질주는 우연이 아니었다. <맥도날드>, <롯데리아> 같은 다국적 기업과 당당히 겨뤄 눈부신 성과를 내는 것에는 그만큼 내공이 있기 때문이다. 치킨과 햄버거가 주요 메뉴인 <맘스터치>는 패스트푸드이지만 패스트푸드가 아닌 음식을 추구한다.

정 대표는 “엄마의 마음으로 음식을 만들면, 잘 팔리게 되어있고, 가맹점이 돈을 벌게 되어있다. 패스트푸드는 간편하게 먹을 수 있는 시스템이 장점 이면서 단점이다. 패스트푸드에 거부감을 느끼는 사람들은 정성이 담긴 음식을 원한다”며 “<맘스터치>는 엄마의 마음을 담은 정성어린 한 끼 식사를 제공한다는 콘셉트로 기존 브랜드보다 따뜻한 느낌을 강조했다”고 말했다. <맘스터치>는 원료의 가공도가 높으면서도 고객들은 집밥처럼 친근한 느낌을 주는 음식을 만들려고 한다. 대다수 프랜차이즈 업체들이 하고 싶지만 좀처럼 할 수 없는 어려운 일이다.

<맘스터치>가 가맹점에 공급하는 식자재는 매장에서 잔손질이 필요 없이 바로 조리할 수 있다. 냉동, 냉장, 상온 제품을 각각 분리 탑재할 수 있는



신선물류시스템으로 주3회 배송하므로 항상 재료가 신선하고 적정재고를 유지한다.

디테일과 진정성이 가져온 승리

이처럼 '민낯버거'로 불리며 광고 포스터와 실제 제품의 차이가 거의 없다는 찬사를 받는 <맘스터치>의 인기는 우연이 아니다. 덕분에 고객들의 평이 워낙 좋으니, 구전으로 홍보가 되고, 단골이 많아지고, 단골이 가맹점주가 되는, 가맹사업의 이상적인 모습을 보여준다.

정 대표는 “가맹점이 정정당당하게 영업할 수 있도록 제품에 대한 경쟁력을 확보해줘야 한다. 맛에 대한 원칙 고수가 우리의 강점이다. 그래서 대형 프랜차이즈 브랜드들이 좋은 자리를 먼저 차지하고 있었지만 우리는 할 수 있다는 자신감이 있었다”라고 설명했다.

또 “역지사지라는 말이 평범해 보이지만 우리는 이것을 경영철학으로 삼았다. 가맹점주는 고객의 입장에서, 가맹본부는 가맹점의 입장에서 생각하면 안 되던 일도 잘 될 수 있다. 서로 상대방의 시각과 처지에서 생각하고 의사결정을 하면 더 발전할 수 있다”며 “그 다음에는 항상 새롭게 생각하고 행동해야 한다. 고객의 시선을 따라가다 보면 고객만족 경영이 저절로 이뤄진다. 역지사지의 경영철학을 공유하는 직원들만이 자율에 근거한 신속한 고객만족을 이끌어낼 수 있다. 이것이 <맘스터치>가 추구하는 기업상”이라고 덧붙였다.



얼마 전에 자사 메뉴를 먹고자 본사 건물로 잘못 찾아온 고객에게 푸짐한 상품권을 안겨줘 화제가 된 일도 <맘스터치>의 경영철학이 반영된 훈훈한 사례다.

지난해 여름 한 온라인 커뮤니티 '쭈쭈카페'에는 싸이버거를 먹고 싶어서 지도를 보며 매장을 찾아갔는데 <맘스터치> 본사였다라는 내용의 게시글이 올라왔다. 게시자는 "친구와 함께 지도를 보며 10km를 이동해 <맘스터치>를 찾았다. 그런데 본사로 잘못 찾아간 것이었다. 경비 아저씨한테 어디서 주문하느냐고 물었다가 민망하게 쫓겨났다"고 설명했다.

해당 사연이 뒤늦게 알려지면서 <맘스터치> 측은 페이스북을 통해 사연의 주인공을 찾았고, 게시 하루 만에 연락이 닿았다. <맘스터치>는 이 고객에게 1년간 편하게 먹을 정도의 상품권을 감사장과 함께 제공했다.

이 고객은 해당 커뮤니티 게시판에 후기글을 게재했고 <맘스터치>에 호감을 느낀다는 댓글이 폭발했다. 네티즌들은 '역시 <맘스터치>는 다르다', '노력은 배신하지 않는다', '<맘스터치>를 먹고 말겠다는 의지' 같은 긍정적인 반응을 나타냈다.

천하기재 제갈량과 그의 주군 유비

위의 사례는 자칫 잘못 응대했으면 비판적인 고객을 만들 수 있었지만 잘 대처한 <맘스터치> 홍보 담당자의 '기지'가 돋보인다. 정 대표는 <맘스터치>의 경영철학을 구성원들이 잘 공유한 결과라고 언급하며 이를 위해서는 자율성의 보장이 중요하다고 강조했다.

그는 "군대에서 학사장교로 복무하며 소중한 경험을 얻었다. 포병부대는 해마다 포사격 대회에 참가한다. 학사장교 첫해에는 내가 포병에 대해 경험이 부족해서 부대원들이 자율적으로 움직이도록 배려했다. 힘들 때 간식을 사주고 위로하고 했더니 상을 탔다. 그래서 이듬해는 더 좋은 결과를 내려고 앞장서서 대회를 준비했더니 오히려 결과가 나빴다. 앞에서 다그치면 더 나쁜 결과가 나온다는 점을 알게 됐다"라고 말했다.

또 "리더의 품격은 자신보다 능력 있는 팔로어를 얼마나 많이 가지고 있는가에 따라 결정된다. 내가 강조하는 자율경영은 직원과 가맹점에게 재량을

주고 수직적인 의사결정을 배제하는 것"이라며 "유비보다 제갈량이 똑똑하지만 리더로서는 유비가 뛰어났다. 국가처럼 큰 조직을 경영하려면 리더 혼자서 일을 다 처리할 수 없다. 제갈량처럼 좋은 팔로어들을 모으고 존중하며 운영해야 대업을 이룬다"고 말했다.

이러한 정 대표의 생각 덕분에 나날이 늘어나는 <맘스터치>의 충성고객들은 진정성이 다르다고 말한다. 광고 사진과 매장에서 파는 실제 메뉴의 모습이 차이가 없다는 사실에 감동한 고객들은 '개념 버거'라는 홍보 문구를 만들어줬다. 정 대표가 아픈 청춘들에게 직접 다가가 툭 터놓고 대화를 나누는 '청춘콘서트'는 <맘스터치>의 '광팬'을 만들었다.

우리의 경쟁상대는 <맥도날드>

<맘스터치>는 고객들의 성원에 힘입어 2017년부터 글로벌 시장을 본격적으로 공략할 계획이다. 대한민국의 성공한 프랜차이즈 CEO들은 '대륙'을 공략하길 원하는 경향이 있다. <맘스터치>의 목표시장도 북미대륙과 중국 대륙이다. 정 대표는 <맘스터치>의 미국시장 진출을 이렇게 말했다. "햄버거의 본고장 미국에서 우리 햄버거로 승부하고 싶다. 왜 굳이 햄버거의 본고장에서 한국 브랜드가 성공해야 하는가? 한국에서도 세계적인 햄버거 브랜드가 나올 수 있음을 보여주고 싶기 때문이다."

무서운 질주를 하고 있는 <맘스터치>는 이제 당당하게 <맥도날드> <롯데리아>와 어깨를 나란히 하고 있다. 국내시장에서 가맹점 800개를 돌파했고 금년말까지 1000개를 바라보고 있다. <맘스터치>의 기업가치는 적어도 1500억원 이상으로 평가된다. 최근 상장을 추진하는 <맘스터치>는 회계법인으로부터 실제로 기업가치가 1500억원이 된다는 분석결과를 받았다.

참고로 <맘스터치>를 운영하는 해마로푸드서비스(주)는 지난해 연결기준으로 매출액 1486억 원을 달성했다. 영업이익은 90억원, 당기순이익은 60억 원 수준이었다. 2013년 매출은 489억원, 2014년은 795억원으로 마치 '로켓'이 하늘로 치솟는 모양새다.

글 최윤영 팀장 사진 창업&프랜차이즈 DB, 해마로푸드서비스(주) 제공

세계로 나가서 '백년기업' 되겠습니다



사과나무(주) <커피베이>



<커피베이>는 지난 연말 미국 4600개 점포가 있는 '월마트'에 입점권을 따내는 쾌거를 이뤄냈다. 국내에서는 지속적인 성장으로 대표적인 커피 프랜차이즈 브랜드로 우뚝 섰다. <커피베이>의 2016년은 본격적인 해외진출의 신호탄을 쏘는 해가 될 전망이다. 중국에서는 이미 <커피베이> 매장이 들어섰고, 필리핀에도 현지법인을 세웠다.

철저하게 준비한 '해외진출'

우선 화제를 모은 월마트 입점은 사전에 철저하게 기획된 글로벌 진출전략의 하나였다. 세계화 시대에 한국 시장에서의 성장은 한계가 있다. 더구나 커피는 범세계적인 문화이므로 한국 프랜차이즈 브랜드가 해외에서 도전하기 좋다.

<커피베이>는 미국시장 진출을 앞두고 글로벌 1위 업체인 <스타벅스>를 철저히 해부했다. 그랬더니 <스타벅스> 같은 기존 강자를 비슷하게 따라하다가 실패한 사례가 많았다. 사실 커피 문화는 한국보다 미국이 역사적으로 앞선다. 미국 본토의 커피문화를 한국 업체가 따라가기가 결코 쉬운 일이 아니다. 결국 <커피베이>가 세운 전략은 우회해서 경쟁자를 측면공격하는 것이었다. 대형마트 같은 특수상권에 들어갈 수 있다면 해볼만 하다는 판단이었다. 인지도가 낮지만 매장 운영과 음료의 질은 다른 어떤 곳보다 뒤지지 않는다는 자부심이 있었다. 마침 월마트 또한 아시아의 커피 브랜드를 찾고 있었다. 월마트는 다른 경쟁 대형마트에 입점하지 않은 참신한 커피 브랜드를 원하고 있었다. 월마트는 연간 매출 600조원의 명실상부한 글로벌 넘버 원 유통기업이다. 미국에만 4600여개 점포가 있어 더 출점할 곳이 별로 없다. 그래서 최근 들어서는 양적 성장보다 질적 성장을 추구하고 있다.

'타겟' 등 월마트보다 객단가가 높은 대형마트들은 이미 <스타벅스> 같은 커피점이 들어가 있는 상황이다. <커피빈> 등 여러 후보가 있었지만, 기존에 널리 알려진 커피 브랜드들로는 차별화가 어렵고, 더구나 아직까지는 중저가 전략을 펴고 있는 월마트와 어울리지 않는다고 판단한 것이다. <커피베이>는 이러한 상황을 놓치지 않고 월마트에 접근했다. 월마트 또한 한국에서 철수한 경험이 있기에 한국 소비시장이 만만치 않음을 알고 있었다. 백진성 대표와 직원들이 1년 넘게 한국과 미국을 오가며 월마트를 설득했다. 결국 월마트가 <커피베이>의 가치를 인정했고 경쟁 입찰 없이 바로 계약을 맺을 수 있었다. 성공이었다.





월마트 입점 비결은 '진정성'

〈커피베이〉의 백진성 대표는 월마트 입점 비결의 가장 중요한 요소를 '진정성'으로 꼽았다. 그는 "월마트는 서구권의 1등 기업답게 브랜드의 명성이나 인맥 등을 따지지 않았다. 그래서 〈커피베이〉가 중저가로 값이 저렴하고 가격 대비 품질이 뛰어난 것을 강조했다. 아시아 기업 특유의 아기자기한 메뉴와 인테리어 분위기도 보여줬다"고 말했다. 다들 자사의 브랜드가 최고라고 할 때 〈커피베이〉는 전혀 다른 얘기를 했던 것이다. 〈커피베이〉와 월마트 간의 입점계약은 '마스터 리스' 방식이다. 월마트가 유통 공룡이므로 커피를 비롯해 약국, 안경점, 놀이방 등 여러 업태·업종의 브랜드가 월마트에 입점하길 원한다. 앞으로 〈커피베이〉만 미국 내 월마트의 모든 점포에 입점할 수 있고 다른 커피 브랜드는 들어오지 못한다.

〈커피베이〉는 우선 캘리포니아주에 직영점 3곳을 운영할 예정이다. 매장 넓이는 43㎡(13평), 83㎡(25평), 99㎡(30평)으로 각각 다르게 했다. 월마트 매장 내부의 현황에 따라 출점하는 면적이 달라질 수 있다. 〈커피베이〉는 중국만 특유의 문화 때문에 마스터 프랜차이즈로 진출하고 다른 나라는 직접 진출하고 있다. 필리핀도 직접 진출했고 새로 짓는 세부SM몰 안에 132㎡(40평) 크기로 5월에 오픈할 예정이라고 말했다. 세계 최고가 되려면 세계 표준에 맞춰야 한다는 것이 〈커피베이〉의 방침이다.

체계적이고 효율적인 운영 시스템

전문가들은 〈커피베이〉의 커다란 도전이 그만큼 치밀한 내공을 쌓았기에 가능하다고 분석한다. 〈스타벅스〉와 어깨를 나란히 하겠다는 〈커피베이〉의 '패기'는 〈스타벅스〉 못지않은 음료의 품질과 운영 시스템을 갖췄다는 자신감의 표출이다.

〈커피베이〉의 메뉴 품질과 운영 시스템은 이미 업계에 정평이 나 있다. 덕분에 가맹사업을 시작한 지 불과 몇 년 되지 않았지만 400개 이상의 가맹점을 운영 중이다. 창업자에게는 안전한 실속창업, 고객에게는 '가성비' 높은 음료를 제공한 덕분이라는 평가다. 한국프랜차이즈협회의 한국프랜차이즈대상, 정부가 주는 우수프랜차이즈상을 각각 4년, 3년 연속 수상하는 등 상복도 더졌다.

〈커피베이〉는 단순히 맛있는 음식을 넘어, 안전하고 건강한 먹거리를 원하는 고객의 바람에 가장 잘 부합하는 브랜드 이미지를 구축해가고 있다. 한 가지 실례로, 최근 한국소비자원이 더치커피 30개 제품을 조사한 결과, 대부분 부적합 판정을 받았음에도 불구하고 〈커피베이〉의 더치커피는 기준을 만족했다. 더치커피는 특유의 부드러운 맛이 일품이지만 찬물로 장시간 추출하므로 위생관리가 어려워 산업적으로 유통하기 어려운 품목이다.

〈커피베이〉는 자사의 미디엄 로스팅 커피를 '태우지 않은 커피'라는 콘셉트로 포지셔닝하고 있다. 가맹사업을 시작할 때부터 로스팅을



많이 하지 않았다. 로스팅 시간을 줄이는 '미디엄 로스팅'은 원두 본연의 맛을 잘 느낄 수 있지만 원두 품질이 좋아야 한다는 조건이 붙는다. 〈커피베이〉는 이러한 고급 이미지를 tvN의 드라마 '시그널', '치즈인더트랩'을 제작 지원해 알리고, 페이스북 등 소셜 미디어를 통한 연계 마케팅을 벌여 좋은 성과를 거뒀다.

커피 외의 음료 및 디저트 품질도 높여가고 있다. 지역경제를 살리고자 한국프랜차이즈산업협회 주선으로 해남군과 MOU를 맺고 녹차음료를 출시했다. 이밖에 다크초콜라 2종, 베이글 6종, 크림치즈 5종, 추억의 달고나를 토핑한 '메이플달고나' 등 계절에 맞는 신메뉴를 내놓을 때마다 성공적으로 시장에 안착하고 있다.

고품격 만들자는 정신으로 '무장'

〈커피베이〉는 브랜드 가치가 높아짐에 따라 마케팅 전략도 고품격을 지향하기 시작했다. 프랜차이즈 사업은 양적 성장이 중요하다. 아무리 아이템이 좋아도 매장이 없으면 고객이 올 수 없다. 그래서 프랜차이즈 브랜드 파워를 나타내는 가장 중요한 지표가 점포 수다. 이처럼 보여주는 것이 중요하고 외형을 키워야 하므로 〈커피베이〉도 초반에 적자를 보면서 점포를 늘렸다. 〈커피베이〉 마케팅도, 예산이 한정되어 있으므로 가맹점 모집에만 중점을 뒀다. 요즘은 소셜 미디어를 이용한 온라인 마케팅이 중요하다. 그런데 〈커피베이〉를 운영하는 사과나무(주)가 PC방 사업을 해왔기에 온라인 마케팅을 잘 할 수 있는 사전경험이 있었다.

그러다가 가맹점이 어느 정도 늘어난 다음에는, 점포 수 대비 인지도가 떨어지게 되므로 브랜드 가치를 높이는 마케팅을 했다. 그리고 이제는 가맹점의 매출을 끌어올리는 마케팅도 하기 시작했다. 한국에서 〈커피베이〉는 소형 매장이 많다. 당분간 중저가로 계속 가되 매장 넓이는 조금씩 넓혀서 점포당 매출을 높일 계획이다.

〈커피베이〉는 가맹점주들의 만족도가 높기로 유명한 프랜차이즈 브랜드다. 우선 1억원 정도를 투자해 월 400만원 안팎의 순이익을 남기는 구조로 설계한 기획이 주효했다. 작지만 꾸준한 수익을 올리는 〈커피베이〉 가맹점들의 실적이 예비창업자들에게 알려지면서 가맹사업 초기 4개월간 가맹점 모집 중단이라는 '행복한 결정'을 내렸을 정도로 문의가 이어졌다.



보라매점 조현승 가맹점주는 “아내가 〈커피베이〉의 팬이었다. 나는 커피를 잘 몰랐지만 커피를 즐기는 여성 고객인 아내의 말을 들었던 덕분에 성공할 수 있었다”며 “요즘 주변에서 보는 예비창업자들에게 오래 갈 수 있는 브랜드를 선택하라고 말한다. 장사 하루 이틀 할 것이 아니라면 경영철학이 확고한 곳을 골라야 한다. 커피만 해도 수많은 브랜드들이 나오지만 10년 넘게 갈 곳은 많지 않다”고 말했다.

이처럼, 프리미엄 인터미 카페 〈비타민 PC방〉에 이어 〈커피베이〉로 국내외 사업에서 두각을 나타내고 있는 백진성 대표의 동물적인 사업 DNA가 또 어떤 힘을 발휘할지 관심이 모아지고 있다.

백 대표는 “열심히 하고 있으니 칭찬해주는 것 같고 감사하다. 어깨가 무겁다”며 “대표가 젊은 편이라 가맹본부에 젊은 에너지가 충만하다. 빠른 의사결정으로 서툰 부분들을 만회하면서 부지런히 가겠다”고 말했다.

글 강민지기자 사진 〈창업&프랜차이즈〉 DB, 〈커피베이〉 제공



〈커피베이〉 백진성 대표



글로벌 대장정을 향한 네 번째 행군

-설레임과 기대감이 교차한 KFCEO 4기 입학식-



한국프랜차이즈산업협회가 주관·주최하는 제4기 KFCEO 명품과정 입학식이 지난 3월 7일 서울 반포동 팔래스호텔서울에서 한국창업전략연구소 이경희 소장의 사회로 열렸다. KFCEO 명품과정은 세계 어디에 내놓아도 부족함이 없는 프랜차이즈 CEO 500명을 키워낸다는 목표로 각 분야 최고의 강사진으로 구성된 교육과정이다. 교육인원은 50여명이며 수업은 6월 27일까지 16주간 매주 월요일 저녁에 진행된다.

글 최윤영 팀장, 방현민 기자 사진 이현석 팀장, 황윤선 기자



이경희 소장



박기영 대표



심우용 대표

1주차

KFCEO 명품과정 4기 입학식 이경희 소장, 과정 및 원우 소개

1주차에는 한국창업전략연구소 이경희 소장이 KFCEO 명품과정 소개와 원우 소개를 진행했다. 이번 제4기 KFCEO 명품과정은 인문, 경영, 전략, 정책, 교양, 글로벌, 조직관리, 마케팅, 리더십, 트렌드, 벤치마킹 등 다양한 주제로 각 분야의 최고 강연진을 구성했다. 강연 외에도 문화행사와 국내의 워크숍을 함께 진행한다.

인문 분야 강의는 주철환 아주대 교수의 '열정이란 무엇인가', 왕종근 방송인의 '경영자의 언어'가 준비됐다. 경영 분야는 공병호 공병호경영연구소장의 '초일류경영을 위한 CEO의 역할과 리더십', 박상기 뉴욕주립대 교수의 '비즈니스 협상론', 전략은 김지현 세종대 교수의 '아마존의 고객경영전략 배우기', 정책은 김학도 산업통상자원부 실장의 'FTA 시장과 K프랜차이즈', 글로벌은 공배완 경남대 교수의 '세계 경제와 국제관계의 이해', 마케팅은 이경미 서울대 교수의 '신뢰 회복을 위한 마케팅 전략', 트렌드는 김성희 카이스트 명예교수의 '빅데이터 시대의 창조적 인사이트' 등이 진행된다. 그리고 3월 25~26일은 국내 워크숍, 5월 19일부터 24일까지는 해외워크숍이 있다. 4월 8일은 뮤지컬 '아마테우스'를 세종문화회관에서 관람하고 5월 30일에는 KFCEO 동문들의 골프대회가 있다.



프랜차이즈 월드 vol. 17





주철환 교수



임영균 교수

2주차

주철환 교수, 열정이란 무엇인가 임영균 교수 프랜차이즈의 관계 관리

2주차 교육은 아주대 문화콘텐츠학과 주철환 교수의 강연으로 시작됐다. 주 교수는 문화방송 PD로 입사해 ‘우정의 무대’, ‘일요일 일요일 밤에’, ‘테마게임’ 등 참신한 예능 프로그램을 연출했다. 방송 PD 말고도 MBC 예능국 차장, 중앙일보 본부장, 국어교사, 대학교수, JTBC 이사 등 다양한 경력을 가진 유명인사다. 주 교수는 인생사관학교는 조기졸업이 없는 평생을 다녀야 하는 학교로, 상대방을 향한 관심, 진심어린 관찰, 좋은 관계, 인연 관리가 자리를 지키기 위한 필수과목이라고 강조했다. 지금 당장 눈에 보이는 이익을 위해 자신의 잘못을 숨기고 남을 탓하기에 급급하지 않고, 웃으며 털고 일어나 벽을 넘어 별이 되라는 따뜻한 조언도 잊지 않았다. 주 교수는 자신의 인생을 통해 얻은 깨달음을 강의에 녹여내 교육생들에게 커다란 호응을 얻었다. 그는 또, 밥, 육, 나이를 잘 먹으라고 주문했다. 주 교수는 “밥 먹는 즐거움을 느끼면 하루에 세 번은 행복하다. 그리고 내가 육을 먹는다는 것은 내가 기대감을 준다는 뜻이다. 예를 들면, 거지가 있으면 다들 피해가지 육하지 않는다”며 “그러므로 다른 사람을 잘 배려하면 즐겁게 나이를 먹을 수 있다. 그러면 삼성가나 청와대가 부럽지 않다”고 말했다.

2교시에서 광운대 경영학과 임영균 교수는 프랜차이즈의 관계 관리 강의를 통해 프랜차이즈와 관계의 힘을 설명했다. 그는 프랜차이즈 사업이 가맹점 및 고객과 얼마나 관계를 잘 맺는가에 따라 성패가 갈린다고 강조했다. 프랜차이즈 가맹본부의 경제적 효율성을 높이려면 거래하는 상대방의 기회주의를 잘 통제해야 한다. 왜냐하면 프랜차이즈가 가맹본부가 소유권을 달리하는 독립된 사업자와의 가맹계약에 따라 각자 기능을 분담하고 상호협력해 한 사람이 직접 점포를 경영하는 것이고 동일한 효과를 얻고자 하는 사업방식이기 때문이다.

“

밥 먹는 즐거움을 느끼면
하루에 세 번은 행복하다.
그리고 내가 육을 먹는다는 것은
내가 기대감을 준다는 뜻이다.
예를 들면,
거지가 있으면 다들 피해가지
육하지 않는다.
그러므로 다른 사람을 잘 배려하면
즐겁게 나이를 먹을 수 있다

”





홍익희 교수



공병호 소장

3주차

홍익희 교수, 유대인에게 배우는 비즈니스 노하우 공병호 소장, 초인류경영을 위한 CEO 역할과 리더십

세종대 경영학과 홍익희 교수는 유대인에게 배우는 비즈니스 노하우라는 주제로 강연했다. 홍 교수는 유대인의 창의성의 원천을 '최고'가 아닌 '다름'을 추구하는 교육철학에서 찾았다. 유대인은 어릴 때부터 아이들을 열심히 교육시키지만 한국처럼 획일적인 방법이 아니라 창의성을 키우는 방향으로 이끌어간다는 것이다. 홍 교수는 유대인의 이러한 교육철학이 독서문화, 질문과 토론문화, 융복합 수평문화를 만들었다고 강조했다.

공병호경영연구소 공병호 소장은 초인류 경영을 위한 CEO의 역할과 리더십 강연을 통해 리더의 조건과 섬기는 리더십, 조직원들과 공감대를 형성하는 방법에 대해 강연을 이어나갔다. 리더십 가운데에는 자신을 이끄는 능력, 타인을 이끄는 능력 등에 대해 설명하며, 신뢰경영과, 차이를 만드는 조직과, 펀(Fun) 경영을 통한 소통경영에 대해 설명했다. 공 소장은 또, 한국경제가 일본처럼 식어가고 있어 반등을 위한 '골든타임'이 얼마 남지 않았다고 역설했다.

“

한국경제가
일본처럼 식어가고 있어
반등을 위한
'골든타임'이
얼마 남지 않았다

”





김학도 실장

5주차

김학도 실장, FTA 시장과 K-프랜차이즈 누들로드 제작진, 요리 인류

1박 2일 국내워크숍으로 진행된 4주차 다음에 5주차 강의가 진행됐다. 산업통상자원부 김학도 실장은 'FTA와 K프랜차이즈'라는 제목으로 한국 프랜차이즈산업의 해외진출 전망에 대해 설명했다. 그는 “공직에 있으면서 통상 분야를 오래 했는데 프랜차이즈산업의 글로벌화에 대한 중요성이 커지면서 지금 하는 일을 하게 됐다”며 “맞춤형 종합지원시스템을 오는 2020년까지 구축해 도움이 되도록 노력하겠다”라고 말했다.

그는 “산업통상자원부에서 올해 초 실태조사를 해서 기초자료를 확보했다. 해외진출을 위한 전문가 양성과 프랜차이즈 현지화 지원 등의 정책을 펼칠 계획이며, 해외 주요 거점지역에 프랜차이즈 전담인력을 배치하는 등 다양한 지원책을 준비하고 있다”고 덧붙였다.

김 실장은 “국가별 해외진출 가이드북, 분쟁사례집, 표준계약서 등 정보를 제공할 예정”이라며 “해외진출을 할 때는 현지 국가의 법체계를 잘 파악하고 계약서를 면밀히 작성해야 한다. 특히 프랜차이즈 가치보호를 위한 상표, 영업비밀보호, 식품위생관련법 등을 숙지해야 한다”고 주문했다.

이어서 열린 제2강은 요리에 대한 내용이었다. 요리는 인류가 다른 동물과 구별되는 특징 중에 하나다. 현대 인류는 날음식을 잘 소화하지 못한다. 오랜 세월을 거쳐 요리를 해왔기 때문에 위장이 거기에 맞춰 진화한 것이다. 인류는 요리를 통해서 소화에 대한 부담을 덜었기에 생각하는 뇌가 발달할 수 있었다.

이러한 점에서 보면 인류의 문명은 요리 덕분에 가능했다고 볼 수 있다. 특히 불의 발견과 곡류의 재배는 문명의 발전 속도를 비약적으로 올렸다. 예를 들면, 고대 이집트의 피라미드는 수많은 노동자가 제대로 먹지 못하면 만들 수 없는 기념물이다. 대량 생산을 할 수 있고, 오래 보관할 수 있으며, 휴대성이 좋은 빵이 있었기에 피라미드도 만들어질 수 있었다.

제 19차 글로벌 프랜차이즈 포럼은 각종 업계 인사들의 참여는 물론, 협회 회원사 및 KFCO동문들의 많은 참여로 진행됐다.





임춘성 교수



이승창 교수

6주차

이승창 항공대 교수, 프랜차이즈 시장의 소비고객 발굴 전략 임춘성 연세대 교수, 글로벌 프랜차이즈의 매개 비즈니스

이승창 항공대 경영학과 교수는 프랜차이즈 시장의 소비고객 발굴 전략이라는 주제로 프랜차이즈 기업들이 앞으로 어떻게 고객을 발굴해야 하는지를 강의했다. 현대 사회에서 쇼핑은 즐겁고 중요한 활동이다. 모바일 환경에 익숙한 세대는 갈수록 온라인 쇼핑을 좋아할 것이라고 여겨진다. 그렇지만 연구 결과는 통념과 달랐다. 이들 세대는 순수 온라인 채널보다는 온-오프라인을 혼합한 쇼핑 행동을 보이고 있다. 오프라인 매장을 찾기 전에 쇼핑에 대한 정보를 충분히 가지고 있지만 의외로 구매 의사결정은 즉흥적인 경우도 많았다. 따라서 프랜차이즈 기업이 효율적으로 고객을 발굴하려면 오프라인 매장에서 전달하는 쇼핑의 즐거움도 중요하다.

2교시는 임춘성 연세대 정보산업공학과 교수가 글로벌 프랜차이즈의 매개 비즈니스라는 주제로 강의했다. 임 교수는 정보량이 폭증하는 초연결 시대에는 얼마나 잘 매개하는가에 따라 비즈니스의 성패가 갈린다고 강조했다. 그는 프랜차이즈 사업은 매개 비즈니스라고 설명했다. 스티브 잡스의 애플사(社)가 직접 제품을 생산하지 않지만 매개를 성공적으로 하기 때문에 최고의 기업이 될 수 있었다. 그러므로 목적지에 가려면 버스를 사려고 하지 말고 버스 티켓을 사면 된다는 것이다.

“

모바일 환경에 익숙한 세대는 갈수록 온라인 쇼핑을 좋아할 것이라고 여겨진다.

그렇지만 연구 결과는 통념과 달랐다. 이들 세대는 순수 온라인 채널보다는 온-오프라인을 혼합한 쇼핑 행동을 보이고 있다.

오프라인 매장을 찾기 전에 쇼핑에 대한 정보를 충분히 가지고 있지만 의외로 구매 의사결정은 즉흥적인 경우도 많았다

”





왕종근 방송인 김지현 교수

7주차

김지현 교수, 아마존닷컴의 고객경영전략 배우기 왕종근 방송인, 경영자의 언어

1교시는 세종대 경영학과 김지현 교수가 아마존닷컴의 고객경영전략 배우기라는 주제로 강의했다. 김 교수는 아마존닷컴의 성공은 눈 앞에 보이는 수익보다 큰 그림을 그렸기 때문이라고 강조했다. 아마존닷컴은 1995년 인터넷 서점으로 시작하여 온라인 쇼핑몰의 절대강자로 군림하고 있는 글로벌 기업이다. 강력한 경쟁자였던 이베이를 침몰시키고 절대 강자로 군림하고 있어 2~10위 업체 매출을 다 합해도 아마존닷컴의 매출에 미치지 못한다. 아마존닷컴의 성공은 시장의 반응에 일희일비하지 않는 '대인배'적인 경영철학에서 나왔다. 아마존닷컴의 사내 문화는 서로 사이 좋게 지내는 것이 아니다. 정말 아마존 열대우림에서처럼 치열한 생존경쟁을 벌인다. 동료와 치열하게 토론하고 가장 좋은 결과를 만들어낸다. 제안과 토론 과정에서 파워포인트 같은 도구는 사용하지 않는다.

2교시는 왕종근 방송인의 경영자의 언어에 대한 강연이 이어졌다. 그는 오랜 방송경력을 바탕으로 갖게 된 커뮤니케이션의 능력과 의사소통에 대한 다양한 경험치를 언급하며, 어떤 이와 대화를 하건 1분을 넘기면 안 된다고 강조했다.

“

아마존닷컴의 성공은
시장의 반응에
일희일비하지 않는
'대인배'적인 경영철학에서
나왔다.
정말 아마존 열대우림에서처럼
동료와 치열하게 토론하고
가장 좋은 결과를
만들어낸다

”

KFCEO 명품과정 제4기 원우들이 강의에 집중하고 있다.





김성수 교수



신현만 회장

8주차

김성수 교수, 글로벌 시대 탤런트 매니지먼트 신현만 회장, 성공하는 사장의 인재경영

8주차 교육은 서울대 경영학과 김성수 강연으로 시작됐다. 김 교수는 글로벌 최고의 프랜차이즈 기업이 되려면 한국 특유의 인사관리의 단점을 버려야 한다고 주문했다. 그는 “한국 기업에서 외부 인재영입은 장기이식과 같다. 새로운 인재가 경력직으로 들어오면 아주 심한 이질감을 느낀다. 그래서 유능한 인재가 제몫을 하지 못하고 1~2년만에 조직을 떠나는 경우가 잦다”며 “그래서 한국 기업들은 유능한 신입사원을 뽑으려고 높은 연봉을 지불해야 한다. 그래놓고 잘 키우지 못하고 비용만 날리는 경우도 흔하다. 아무리 우수한 인재라도 일하다보면 위기가 올 수 있다. 이때 한국 특유의 정서 때문에 제대로 도와주고 관리하지 않으면 글로벌 최고기업이 결코 될 수 없다”고 조언했다.

2교시는 헤드헌팅 전문기업 신현만 회장이 성공 기업으로 가는 인적자원관리의 방법을 설파했다. 그는 조직의 수장이 먼저 문제를 일으키는 이른바 ‘오너 리스크’의 병폐를 지적했다. 신 회장은 “모범을 보여야 하는 CEO가 먼저 옳지 못한 행동을 해서 조직의 유연성을 떨어트리고 기업 전체를 침몰시키는 사례들이 있다. 경영자의 자질에 따라 임원이 모이고 좋은 자질의 임원이 있어야 역시 좋은 자질의 직원들이 온다”고 말했다. 또, “인재확보는 사다리를 타고 오르는 것과 같아서 단숨에 오르려고 하면 안 된다. 한국 기업이 성장정체에서 벗어나려면 결국 좋은 인재를 불러들이고 제대로 키우는 방법밖에 없다”고 강조했다.

“

아무리 우수한 인재라도
일하다보면 위기가 올 수 있다.
한국 특유의 정서 때문에
제대로 도와주고
관리하지 않으면
글로벌 최고기업이 결코
될 수 없다

”



KFCEO 명품과정 4기 원우명단 (가나다순)



강동완 기자
매니워크



강선영 대표
(주)에스아이코미드



강진희 대표
농협회사법인 (주)술이원



고영성 대표
(주)하늘그린



권희덕 대표
(주)새아컴퍼니



김미자 대표
한정식 신화정



김석호 상무
(주)송림푸드



김승현 대표
(주)프렌시스



김양산 본부장
(주)본투 (그랩그림)



김의영 대표
(피아노리브레)



김일섭 대표
(주)업소코리아



김재영 본부장
(주)갯마을백미식품



김현희 대표
리폼코리아



김호영 대표
타미닉스코리아



도원석 대표
(주)보노테크



문주용 이사
(주)가해운



박광호 대표
농협회사법인 맛나농원(주)



박기태 본부장
하이진로(주)



박서진 대표
(주)디앤아이플러스



박성원 대표
(주)피엑스미트



박성환 대표
(주)청계원



박영준 대표
(주)영마루



박봉분 대표
농협회사법인 팜애피아



박현우 부사장
대성주류판매(주)



백승천 상무
(주)KPC (파리바게트) <단킨도너츠>



서문환 대표
(주)남표만



손종화 대표
(주)더얼마케팅



송정근 대표
세원푸드(주)



신영이 대표
다인베이



안상수 의원
새누리당 국회의원



양승진 이사
(주)파스트코리아



오기성 대표
(주)인건 (청국장피로리빙)



오승영 이사
(주)정우테크닉스



위수영 대표
글군위뷰티



유승철 대표
(주)유성금속



윤석표 변호사
법무법인 한울



이경균 사무사
이원세무법인



이근기 팀장
OB증권



이금정 대표
세미물러스컴파니



이은주 팀장
삼성생명



이정훈 상무
(주)리연한



이춘원 대표
위스트



이태식 대표
(주)블무



이호성 대표
(주)신돌식품



정진호 대표
신전투드시스 <신전직북이>



정태환 대표
마세다린 <기마로강장>



정흥길 대표
(주)에스에프씨



정희욱 대표
단비식품



조선영 대표
(주)포스코디



지종철 지점장
피들라이프



천선아 대표
(주)드림이즈



최순희 원장
드림랜드후조리원



최흥실 대표
(주)나스포츠기술



최재진 대표
(주)했요기코리아 <햇요기코리아>



최종성 대표
(주)포블IF&S <포블이통닷컴>



최혜경 지점장
국민은행 반포남지점



추광식 대표
(주)웨트RNC



탁은하 대표
스타티라운지



하성호 이사
사과나무(주) <커피베이>



한영진 대표
(주)물풍 <아루벌들구이>



새로운 도전

징기스칸 전사 500人 육성 프로젝트

KFCEO 교육과정 5기 모집

산업통상자원부와 한국프랜차이즈산업협회는
신성장동력 산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외 진출 및
최고경영자의 경영역량 강화를 위해
[KFCEO교육과정] 5기를 모집합니다.

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

국내 최고 수준의 커리큘럼과 강사진으로 구성해
우리 산업 최고 경영자들에게 필요한 지식은 물론,
인적 네트워킹의 기회까지 제공해 한 단계 더 진일보 하여
타 과정과는 차별화된 산업계 및 학계를 아우르는
최고의 K프랜차이즈 [KFCEO교육과정] 으로 여러분을 초대합니다.
역량있는 CEO들의 많은 관심 바랍니다.

- 교육명 KFCEO 교육과정
- 대상자 프랜차이즈 기업 CEO 및 임원급 / 관련 기업 CEO 및 임원급
- 모집인원 50명 내외
- 교육기간 2016년 9월5일~12월19일 (16주, 매주 월요일 오후 6시~9시)
- 교육비 500만원 (회원사 30%할인) * 식비, 교재비, 문화행사비 포함, 해외 연수비 일부
- 장소 서울팔래스호텔 (서울특별시 서초구 반포4동)
- 주최 및 주관 산업통상자원부, 한국프랜차이즈산업협회
- 홈페이지 www.ikfa.or.kr
- 문의 한국프랜차이즈협회(070-7919-4170) 담당자 : 우호운 대리



- 1 진지하게 강연을 경청하는 KFCEO 제4기 동문들의 모습이 "살아있네!"
- 2 <마세다린> 공장 투어 "왜 놀러와라~"
- 3 <마세다린> 본사 투어, 하나라도 놓칠새라 동문들의 오감이 쾌속 가동중~
- 4 문화일보 김기환 기자의 '프랜차이즈의 올바른 홍보' 강연 "머리부터 발끝까지 지적인 매력~"
- 5 중소기업 인력개발원 트랙킹코스 트랙킹 "제4기 이차, 화이팅!"
- 6 <마세다린> 정태환 대표의 기업 소개 "마세다린" 해냈자~!

제4기 KFCEO 워크숍 현장을 가다

KFCEO

한국프랜차이즈산업협회가 주관·주최하는 제4기 KFCEO 워크숍이 지난 3월 25일에서 26일까지 경기도 용인 중소기업인력개발원에서 진행됐다. K프랜차이즈 산업을 이끄는 경영자들의 상호 간 사업에 대한 이해를 높이고 실질적인 교류를 도모하고자 마련한 본 행사는 프랜차이즈 업계에서 중역을 맡고 있는 40여명의 KFCEO 제4기 동문이 참여했다. 총 1박 2일간 <가마로강정>과 <사바사바> 등 다양한 프랜차이즈 브랜드를 운영하고 있는 외식전문 프랜차이즈 (주)마세다린의 공장 및 본사 투어가 진행됐다. 아울러, 참석자들은 세계일보 김기환 기자의 '프랜차이즈의 올바른 홍보', 이경희 주임 교수의 '2016 프랜차이즈 트렌드' 등 프랜차이즈 전문가가 준비한 양질의 강연과 다양한 레크리에이션을 함께했다. 강연 시간에는 시종일관 초롱초롱하고 진지한 눈빛으로, 공장 투어에서는 호기심 가득한 흥미진진한 얼굴로 일정에 임한 KFCEO 제4기 동문들의 워크숍 현장을 살펴보자.





연세대 경영전문대학원 FCEO 총동문회 워크숍을 엿보다

연세대학교 경영전문대학원 FCEO

연세대 경영전문대학원 FCEO 총동문회 워크숍이 지난 3월 25일~26일 총 1박 2일 일정으로 강원도 홍천 대명리조트 비발디파크에서 진행됐다. 본 워크숍은 신뢰와 상호존중을 바탕으로 동문들의 지속적인 발전과 성장을 통한 자부심을 고취하기 위해 마련됐으며, 각 업계의 대표 및 임원진으로 구성된 80여명의 동문들이 한자리에 모여 경영전문대학원 FCEO에서 일어나는 애로사항 및 건의사항을 듣는 소통과 발전의 시간이었다. 본 행사에는 특별한 강연이 마련됐는데, 김광선 88서울올림픽 복싱 금메달리스트가 '미치면 이긴다'는 주제로 강의를 참석자들의 뜨거운 호응을 받았으며, 뒤이어 각자의 사업을 3분 단위로 소개하는 시간을 가졌다. 짧은 일정이었지만, 여운은 길었던 FCEO 워크숍 현장을 사진으로 담았다.

1. 연세대학교 경영전문대학원 FCEO 총동문회 단체사진 "애교스러운 하트가 뽕뽕~"
2. 비발디파크 산책로 트래킹 "우리는 하나!"
3. 업체별 사업소개 3분 발표회 활동 "우리 기업을 소개합니다~ 모두 주목해주세요~"
4. 햇살처럼 환한미소로 선택해요~
5. 출발지에서 "출발의 설렘, 두근두근~"
6. 자랑스러운 위촉패 수여식



외식업 중에서 프랜차이즈 비중 높아

만만하지 않지만 잠재력 높은 필리핀 시장

필리핀 프랜차이즈산업은 2014년 시장규모 110억달러, 고용인구 100만명으로 소매시장의 30%를 차지하며 내수경제 확대에 큰 역할을 하는 국가 주요산업 중 하나다. 1억 인구의 잠재력, 소비중심 경제구조와 문화, 현지인들의 프랜차이즈 브랜드 선호경향 등 유리한 여러 조건을 갖추고 있다. 최근 필리핀은 안정적인 경제성장을 하고 있어 K-프랜차이즈 해외진출의 교두보가 될 수 있다.

필리핀

K-프랜차이즈 진출의 신천지로 떠올라

필리핀 프랜차이즈산업의 구성은 외식 42%, 소매유통 34%, 서비스 24% 분야로 되어있고 최근에는 외식 외에 소매유통과 서비스 부문도 꾸준히 성장하고 있다. K-프랜차이즈의 진출은 2008년부터 시작돼 외식, 화장품 분야를 중심으로 점차 확대되고 있다. 한류 영향과 진출기업 및 교민 증가로 한국 브랜드에 대한 인식이 높아져 수요가 증가하고 있다.

한국프랜차이즈산업협회는 지난 2014년 4월 14일 필리핀 프랜차이즈협회와 양국 프랜차이즈분야 협력 강화를 위한 업무협약(MOU)을 체결하고 서로 협력하기로 했다. KOTRA 주관으로 마닐라 샹그릴라 호텔에서 열린 MOU 체결식은 '2014 프랜차이즈 쇼케이스' 행사와 연계해 양국의 프랜차이즈 기업가들이 모인 자리에서 치러졌다.

필리핀에서 외국인이 프랜차이즈 점포를 직접 운영하기 위해서는 소매업 자유화법에 따라 납입자본금 250만달러, 매장투자 87만달러 이상을 한 법인을 설립해야 운영할 수 있다. 그외 방법으로 도매법인을 설립해 마스터프랜차이즈 역할을 하고 현지인이 운영하는 가맹점에 기자재를 납품하는 방식이 있으나 전통적인 마스터프랜차이즈 대비 점포 확대, 직영점 운영 등에 불리할 수 있다.

따라서 일반적으로 외국기업들이 필리핀 프랜차이즈로 진출할 시 주로 사용하는 방법은 현지 프랜차이즈 전문 기업을 마스터 프랜차이즈 삼아, 현지 기업은 운영 및 마케팅을 담당하고 외국기업은 브랜드명 및 기술 제공 등을 통해 로열티를 받는 방법을 통해 간접 진출하고 있다.

쇼핑몰 위주로 형성된 프랜차이즈 시장

필리핀 프랜차이즈 시장은 소매시장이 빠르게 확대되고 있어 전망이 좋다. 2015년 필리핀 소매업 판매액은 총 699억달러를 기록하면서 전년대비 6%나 상승했다. 필리핀 소매시장은 2011년부터 2015년까지 26%가 성장해 연평균 5.2% 이상의 성장률을 보이고 있다. 2015년 경제성장률은 약 5.8%로 2014년 6.1%보다는 떨어졌지만 글로벌 경기 침체임에도 불구하고 필리핀은 고성장을 거듭하고 있다. 특히 물가상승의 주범이었던 국제유가의 하락으로 낮은 물가 상승률(2015년 1.4%)이 유지되면서 소비심리를 자극하고 있다.

필리핀 소매시장은 앞으로도 견조한 성장이 예상된다. 2016년부터 2020년까지 매년 4% 전후로 판매액이 증가할 것으로 전망하고 있다. 2019년에 필리핀 소매 규모는 800억달러를 돌파할 것으로 기대된다. 또한, 식료품 비율이 63%에 달할 정도로 엔겔지수가 높은 저개발국가의 유형을 보여주고 있어 서비스 산업의 성장이 기대된다.

그러나 필리핀 또한 세계적인 감속성장 추세에 따라 2016년 대비 2020년 성장률은 17.6% 선에서 결정될 것으로 보인다.

열대지방에 있어 날씨가 고온다습한 필리핀은 쇼핑몰 중심으로 소비시장이 형성되어 있다. 또한, 전기요금이 소득에 비해 비싼 편이라 주말이나 저녁 시간을 에어컨 시설이 잘 돼 있는 쇼핑몰에서 보내는 경향이 두드러진다. 2014년 기준으로 외식산업 매출의 32%가 대형 쇼핑센터에 입점한 점포에서 발생했다. 신규 프랜차이즈 업체일수록 소비자들의 접근성이 높은 쇼핑몰에 입점하는 것이 유리할 것으로 판단된다.

필리핀에서 쇼핑몰은 대체로 1월 1일만 운영하지 않으며 오전 10시부터 밤 10시까지 계속 열려있다. 편의점은 연중 무휴로 24시간을 운영하고 가장 작은 슈퍼마켓의 개념인 사리사리(Sari-sari Store)도 평균 오전 6~8시에 열고 밤 9시~12시 닫는 등 필리핀 소비시장은 24시간 움직인다.

주요 쇼핑몰은 SM과 로빈슨(Robinsons), 아얄라(Ayala) 등이 있다. 이 중에서 SM이 1위 업체이며 중저가 포지션을 갖고 있다. 로빈슨과 아얄라는 이보다 프리미엄급이다.

주목할 점은 소비자들이 현금결제를 선호하나, 최근 들어 후불결제가 빠른 속도로 현금결제를 대체하고 있고 신용 카드와 체크카드 같은 전통적인 후불수단 말고도 스마트폰 모바일 결제서비스가 보급되고 있어서 프랜차이즈산업에도 영향을 주고 있다. 한국보다 정보기술 보급이 늦은 필리핀에서도 앞으로는 배달앱, 온라인예약 사이트, 안심 결제방법 등 IT 기술 활용한 프랜차이즈 비즈니스 플랫폼이 확대될 전망이다.

토종업체 경쟁력 의외로 높아

필리핀 프랜차이즈산업의 역사는 미국의 영향으로 다른 아시아 국가들보다 비교적 일찍 시작됐다. 또한 제조업 발달이 미약한 관계로 프랜차이즈산업, 특히 외식 프랜차이즈 업체에 우수한 인력들이 들어왔고 동남아 경제를 좌지우지하는 화교자본과 맞물려 꾸준히 발전해왔다.

업계 1위인 줄리비(Jolibee)를 필두로 현지 프랜차이즈 업체들은 기존 브랜드 외에 해외 진출을 염두에 둔 신규 브랜드 론칭을 추진하고 있다. 이들은 맥도날드 같은 글로벌 유명 프랜차이즈 업체와의 경쟁에서 밀리지 않는 모습을 보여주고 있다.

해외 프랜차이즈 브랜드 또한, 미국식 법과 제도를 운영하고 영어를 사용하는 필리핀에 적극적으로 진출하고 있다. 한국 프랜차이즈 업체들도 한류 붐과 함께 필리핀으로 눈길을 돌리고 있다. 이처럼 필리핀 프랜차이즈산업이 활성화되어있기에 필리핀의 외식산업은 개인이 운영하는 맛집보다는 프랜차이즈 브랜드가 강세를 보이고 있다.



아래의 표를 보면 유명 해외브랜드의 시장진출이 활발해지고 있지만, 여전히 현지 외식 프랜차이즈 기업의 역량이 뛰어남을 알 수 있다. 따라서 현지인들의 입맛, 식습관을 고려하지 않으면 필리핀에서 성공하기 어렵다고 볼 수 있다. 치킨, 김치, 비빔밥 등 한국을 대표하는 메뉴의 정체성을 지켜가면서 필리핀 사람들의 마음을 사로잡는 연구가 필요한 상황이다.

다행히 필리핀 사람들은 한국에 대해 긍정적인 이미지를 갖고 있으며 '치맥문화' 등 한류 인기가 높아 K-프랜차이즈의 필리핀 현지 진출에 도움이 될 것으로 판단된다. 호기심이 많은 소비자층을 주요 타겟으로 한류스타나 유명 드라마를 활용한 마케팅으로 시장 확대를 꾀해볼 필요가 있다.

필리핀은 계층간 소득격차가 상당히 크기 때문에 시장 진출 이전에 관련 물가 분석을 통해 중점적으로 공략해야 할 계층을 확실히 해둘 필요가 있다. 예를 들어, 맥도날드의 빅맥 버거는 139페소(원화 약 3900원)이나 필리핀인들이 가장 즐겨먹는 메뉴인 치킨 관련 메뉴는 59페소(약 1650원)에서 99페소(2780원) 사이로 저렴한 편이다.

브랜드	업체	점유율			주종	비고
		2012	2013	2014		
jolibee	Jolibee Food Group	25.5	25.6	25.5	햄버거	필리핀계
McDonald's	McDonald's Corp	12.3	13.3	14.2	햄버거	외국계
Chowking	Jolibee Food Group	6.0	6.1	6.1	퓨전중식	필리핀계
Mang Insal	Jolibee Food Group	3.7	3.5	3.3	바비큐	필리핀계
Greenwich	Jolibee Food Group	3.3	3.1	3.1	피자	필리핀계
KFC	Yum! Brand Inc	3.0	3.2	3.0	햄버거	외국계
Shakey's	Seven&I Holdings Inc	2.0	2.5	3.0	피자	외국계
Starbucks	Starbucks Corp	2.2	2.5	2.6	커피	외국계
Pizza Hut	Yum! Brands Inc	2.3	2.4	2.5	피자	외국계
7-Eleven	Seven&I Holdings Co Ltd	1.4	1.7	1.8	편의점	외국계
Max's	Max's Group	—	—	1.3	필리핀식	필리핀계
Chooks to Go	Bounty Agro Ventures Inc	1.1	1.1	1.1	치킨	필리핀계
기타		36.9	35.0	32.5		
합계		100	100	100		

*자료 : Euromonitor International

반면, 중산층 등 비교적 소득수준이 높은 소비자계층을 필두로 가격보다는 음식 품질, 서비스 수준, 체험 효과 등의 요소를 중시하는 경향이 높아지고 있어 이 점을 차별화할 수 있을 경우 가격에만 집착할 필요는 없을 것으로 보인다.

필리핀은 외국인이 개인사업자로 소매업 진출이 불가능하지만 자본금 250만달러 이상의 법인을 설립하면 100% 지분으로 소매업을 운영할 수 있다. 단독법인 형태로의 진출이 어렵기 때문에 현지 시장에서의 경험 및 노하우를 확보한 현지업체와의 협력이 중요하다.

글 최윤영 팀장

MINI-INTERVIEW

■ 안태양 필리핀 프랜차이즈 전문가 ■

Q. 외국인에게는 생소한 음식인 떡볶이로 필리핀 현지에서 6호점까지 출점했다. 어떤 판매전략이 주효했나.

A. 스토리텔링이다. 〈서울시스터즈〉는 한국인 자매가 맨주먹으로 바다를 건너와 특색 있는 한국 음식을 판다는 이야기가 있었다. 떡볶이는 찐득하고 뜨겁고 매운 음식이다. 외국인이 꺼릴만한 맛의 요소가 다 들어있다. 더구나 양념과 떡만으로 조리하므로 현지인의 입맛에 맞게 변형하기도 어렵다. 따라서, 해외진출을 했을 때 억지로 음식의 모양을 바꾸기보다는 문화를 전한다는 생각을 해야 한다. 스토리텔링은 브랜드의 정체성이 분명하게 잡혔을 때 할 수 있다. 브랜드의 정체성은 사업을 하는 사명이 확실할 때 생긴다.

Q. 분명한 목적의식이 없이 해외진출을 했다가 실패하는 K-프랜차이즈 업체들이 많다.

A. 제대로 준비하지 않고 필리핀 프랜차이즈 시장에 들어오면 말 그대로 큰 코 다친다. 필리핀 프랜차이즈산업의 역사와 전통이 한국보다 길고 깊다. 필리핀의 제조업은 약하지만 프랜차이즈산업은 그렇지 않다. 그래서 인재풀도 생각보다 뛰어나다. 한국은 어떤가. 아직까지는 100년 가는 프랜차이즈 브랜드를 만들어보겠다는 철학이 부재한 경우가 있다. 뚜렷한 사명이 없이 정체성이 확실하지 않은 브랜드는 한국에서 어떻게든 성공했다고 해도 해외에서까지 통하기는 어렵다고 본다.

Q. 필리핀에서 프랜차이즈 사업을 성공적으로 운영하다가 현지 프랜차이즈 업체에 들어간 이유는 무엇인가.

A. 미국의 영향을 많이 받은 필리핀은 법과 제도가 한국보다 더 정교한 부분이 많다. 프랜차이즈 사업을 하려면 관련 세제와 소방법, 노동법 등을 잘 살펴야 한다. 비즈니스 파트너십을 형성할 때도 말보다는 문서로 의사소통하는 비율이 높다. 내가 근무하는 GNP는 중국계 필리핀인이 대표로 있는데 철두철미하게 사업을 하므로 배울 점이 많다. 최근 미국계 패밀리 레스토랑 〈토니로마스〉의 필리핀 사업권 업무를 담당해 좋은 경험을 했다. 단순히 브랜드를 빌려주는 것이 아니라, 철학을 공유하는 경험을 줄 수 있어야 제대로 된 마스터 프랜차이즈 사업이라는 점을 체득할 수 있었다.





끊임없는 연구개발로 동태찜 선구자 돼

(주)해피푸드 <김영희강남동태찜>

필수 아미노산이 풍부해 감기몸살 예방,
간 해독에 효과가 높으며
소화기능이 약한 사람에게도 잘 맞는 동태.
이러한 동태를 메인 메뉴로 도입해 대중적인 메뉴로
자리매김한 <김영희강남동태찜>은 지난 1990년 5월,
경기도 양평에 매장을 오픈한 이후
현재 130여 개의 가맹점을 보유하며
꾸준한 상승곡선을 그리고 있다.



김영희 대표



수많은 시행착오 속에 얻은 값진 결실

<김영희강남동태찜>의 김영희 대표는 국내 최초의 동태찜 요리를 개발, 그 성장에 힘입어 1990년도에 <김영희강남동태찜>이라는 간판을 내걸고 첫 매장을 오픈했다. 원래 식당을 운영하던 김 대표는 동태찜을 개발하기까지 '눈물의 동태찜'이라 불리울만큼 갖은 고생을 감수해야만 했다. 본인이 원하는 맛을 내기 위해 수많은 시행착오를 겪었고, 그 시간 동안 흘렸던 눈물과 땀은 고객들의 칭찬과 호응이라는 값진 선물로 충분히 보상받을 수 있었다



김 대표는 “동태찜을 개발하는 과정에서 단골 손님들에게 시식을 시켜보고, 다양한 재료를 교대로 넣어가면서 최고의 맛을 찾기 위해 최선을 다했어요. 메뉴가 처음 선보이던 날, 식당 앞에 ‘동태찜 개시’라고 플래카드를 걸었는데 생각 이상으로 고객들 반응이 너무 좋았던 거죠. 그때 이후로 입소문을 타고 유명해지게 된 거 같습니다”라며 그때의 감회를 떠올렸다. 그렇게 심혈을 기울인 동태찜 요리가 인기를 구가하게 되면서 해물찜, 생선찜 요리 등도 추가메뉴로 선정, 고객의 다양한 입맛을 충족시키는 데 집중했다. 또한 <김영희강남동태찜>은 맛과 품질의 통일화, 표준화 및 조리의 편의성을 체계적으로 관리하기 위해 지난 2004년에 외식프랜차이즈 기업인 (주)해피푸드를 설립, 본격적인 프랜차이즈 사업에 돌입하게 된다.

<김영희강남동태찜>만의 맛과 색깔로

2000년대로 접어들면서 유사 동태찜 영업점이 연이어 생겨나면서 <김영희강남동태찜>만의 차별화된 맛을 부각시키는데 더욱 심혈을 기울였다. 이에 기존의 재래식 소스를 기반으로 생선요리용 소스에 대한 연구개발에 매진했다. 또한 찜소스와 탕수육 제조공정을 자동화해 맛과 영양을 한층 더 업그레이드한 제품을 생산하고 공급했으며, 지난 2007년 6월 특허청에 생선요리용 분말 소스 및 그 제조방법에 대한 발명특허를 출원해 2009년 5월 22일 발명특허를 획득했다. 이러한 노력을 인정받아 2009년 한국프랜차이즈 ‘연구개발부문’ 대상을 수상하는 영예를 안기도 했다.

현재 <김영희강남동태찜>은 2008년부터 현대적인 물류시스템을 완비, 전국 가맹점에 신선하고 품질이 우수한 식재료를 신속하고 저렴한 가격으로 공급하고 있다. 이를 통해 최상의 메뉴 조리과 가맹점의 효과적인 생산 코스트 관리기반을 구축한 상태이다. 또한 가맹점 오픈과 동시에 담당 슈퍼바이저를 통해 매출, 운영, 영업 등에 대한 책임관리 시스템을 정비했다. 아울러 주 단위, 월 단위, 분기 단위 방문지도 및 점검과 정보 제공, 판매 메뉴 품질관리 등을 통해 전반적이며 지속적인 관리를 하고 있다.

<김영희강남동태찜>은 부단한 메뉴 관리와 철저한 관리시스템의 노력이 빛을 발해, 2014년 제15회 한국프랜차이즈대상 시상식에서 한국프랜차이즈산업협회 외식업부문 회장상에 선정됐으며 2015 매경 100대 프랜차이즈 인증서 수여식에도 선정되는 영예를 안았다.

연구하고 실천하며 발전하다

사람이 인생을 살아갈 때 어떠한 가치관을 갖고 있느냐에 따라 그 사람의 인생이 달라지듯, 기업을 이끌어갈 때도 그 기업의 경영마인드는 매우 중요하다.

<김영희강남동태찜>의 경영철학 또한 사업을 하는데 나침반 역할을 해주고 있다. <김영희강남동태찜>의 경영철학은 세가지로 꼽을 수 있다. 첫째는 최고의 맛, 최상의 품질, 최선의 서비스 정신으로 진정한 고객만족을 구현하는 것이고 둘째는 고객 및 가맹점, 본사의 원활한 소

통과 협력을 유지하는 것, 셋째는 사회적 기업으로 사회에 기여하는 기업을 실현하는 것이다. 이러한 경영철학은 김 대표의 기업 설립목적이자 인생철학이다. 최고의 맛과 품질로 고객만족 실현은 물론이고 더 나아가 사회에 기여하는 기업이 되고자 김 대표는 지금에 안주하지 않고 연구하고 공부하며 새로운 내일을 만들어가고 있다. 이러한 김 대표의 열정으로 이번 해 박사학위를 받았으며 프랜차이즈협회에서 수여하는 감사패를 받기도 했다.

<김영희 강남동태찜>은 130여개의 가맹점을 2016년도에 150개점으로 확장하는 것을 목표로 하고 있다. 또한 직영매장확대, 가맹점 관리 강화 이외에도 가맹영업 활성화, 소스류 생산 프로세스 개선, 사무실 및 공장환경 개선, 물류제도 개선, R&D 활성화에도 주력할 방침이며 직원 복지 부분에는 승진, 포상, 인센티브를 확대해 직원 복지 증진 및 사기 진작에도 힘을 기울일 예정이다.

글 강민지 기자 사진 (주)해피푸드 제공





높이높이 날아라

(주)알볼로에프앤씨 <피자알볼로>

떴다떴다 비행기, 날아라 날아라~ 높이높이 날아라 우리비행기~

이 노래를 모르는 이들이 있을까?

어렸을 때 누구나 한번쯤 종이비행기를 만들며 불렀을법 한 국민동요다.
손수 만든 비행기를 하늘을 향해 날리면 왠지 모를 희망이 솟구쳐 오른다.

<피자알볼로>는 이 종이비행기와 참 잘어울리는 브랜드다.

로고에도 비행기가 비상하는 그림이 있고, 이재욱·이재원 형제가 시작한
여섯 평 남짓의 작은 매장에서 수백개의 가맹점을 둔 회사로 우뚝 솟았기 때문이다.
'진정한 피자'와 함께 날아오르는 <피자알볼로>, 그들의 꿈은 현실이 되고 있다.



<피자알볼로>가 중국 외식기업 상해미금요식업 유한회사와 마스터프랜차이즈 계약을 체결하고, 중국시장 공략을 본격화했다. 좌측부터 란유그룹 손린 회장, 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장, 알볼로에프앤씨 이재욱 대표.

피자의 품격을 높이다

형제 CEO 이재욱·이재원 형제는 한국에서 간편식 취급을 받는 피자의 위상을 높이고 싶었다. 본 고장인 유럽에서 피자는 종류가 다양하고 맛의 깊이도 있는 어엿한 요리다. 그런데 한국 시장에서는 미국식 패스트푸드의 영향을 받은 피자 프랜차이즈 브랜드들이 저가 경쟁을 하고 있었다. 이 대표는 “한국에서 피자는 초기에 고급 음식이었지만 갈수록 위상이 떨어졌다. 피자 프랜차이즈 브랜드들이 저가 경쟁을 하면서 ‘원 플러스 원’을 내놓는다. 하나를 주문하면 두 개를 준다는 브랜드가 잘 나가던 상황이었다. 다른



브랜드가 그것을 답습하는 시점에서 우리는 제대로 된 피자를 만들면 되겠다는 확신이 생겼다”며 “피자는 생각보다 복잡한 음식이다. 발효 상태에 따라 맛이 미세하게 달라진다. 피자도 다른 음식과 마찬가지로 정성을 들이면 고객이 알아준다. 고객들은 생각보다 현명하고 세심하다. 주문이 밀려 급하게 만든 피자는 바로 알아채고 피드백을 준다”고 말했다. 이 대표의 말에서 볼 수 있듯이, 그 가치를 어떻게 두냐에 따라 피자는 무한의 변신을 거친다. ‘더 빠르게 그리고 더 저렴하게’라는 모토는 매출을 끌어올릴 수 있을지는 몰라도 피자가 갖고 있는 고유의 매력을 보여줄 수는 없다. 우선은 피자의 품격을 지키고, 또 이를 고객들에게 선보이고자 했던 이들의 진심이 고객들에게 적중했기에 지금의 <피자알블로>로 우뚝 설 수 있었다.

엄마가 선택한 진정한 피자

이 대표가 창업한 첫 점포는 유명 피자업체 출신 직원이 개인 피자집을 하다 실패한 곳이었다. 이 곳에 점포를 얻으니 지인들이 말리기도 했다. 하지만 이 대표는 진짜 피자를 보여주면 골목이 깊어도 발길이 이어질 것이라고 믿었다. 입지의 한계를 넘어설 아이템, 형제가 만드는 진정한 피자에 대한 자부심이 있었기에 가능한 결단이었다. 그랬더니 20㎡(6평)에서 시작한 가게가 33㎡(10평)이 됐고, 또 시간이 지나자 99㎡(30평)이 됐다. 그리고 2016년 5월 현재 전국 230개의 매장을 둔 웰빙 피자 브랜드로 그 자리를 공고히 하고 있다. 이 대표가 말했던 진정한 피자란 무엇일까.

<피자알블로>는 100% 자연산 치즈, 72시간 이

상 발효시킨 수제 냉장 흑미 도우, 생토마토로 만든 수제소스, 직접 만든 피클, 그리고 어떠한 화학 첨가물도 들어가지는 안된다는 강력한 방침이 함께 해 만들어진다. 피클에 들어가는 오이이며, 각종 토핑에 오르는 채소와 육류, 해물 등 양질의 재료만을 선정하기 때문에 단가가 높고, 저렴한 편은 아니다. 하지만 가격 그 이상의 가치를 하는 맛을 보이고 무엇보다 아이를 둔 엄마들이 안심하고 먹일 수 있다는데서 <피자알블로>의 가치는 더욱 빛을 발한다. 이 때문에 별도의 화려한 마케팅 없이도 엄마들이 주축이 된 고객의 입소문으로 자연스레 홍보효과를 누리고 빠르게 성장할 수 있었다. 가맹점도 마찬가지로. 별도의 많은 홍보를 하지 않았지만, <피자알블로>를 먼저 운영한 지인을 보고 혹은 추천을 받아 오픈 한 사례가 많다. 가맹점주가 <피자알블로>를 인정하니, 별도의 홍보 없이도 자연스럽게 가맹점 확산이 이뤄진 셈이다.

‘종이비행기 날고’ 오픈

<피자알블로>는 지난 4월 8일 부천시 오정구 여월동에 외식 복합문화공간 ‘종이비행기 날고’를 오픈했다. ‘종이비행기 날고’는 3층 건물로 약 1485㎡(450평)규모다. 1층에는 120석 규모의 피자다이닝 매장, 2층은 카페와 어린이 피자교실, 3층은 문화예술공간으로 구성됐다. 브랜드를 살린 종이비행기를 콘셉트로 해 밝고 경쾌한 분위기로 연출했다.

‘종이비행기 날고’에서 정기적으로 진행되는 어린이 피자교실은 미취학 아동과 초등학교를 대

상으로 피자의 기본이 되는 흑미 도우부터 각종 토핑 등 실제 <피자알블로>에서 사용하는 식재료를 직접 접해 피자를 만들고 자신이 만든 피자를 시식할 수 있는 프로그램이다. 직접 보고, 듣고, 만지고, 냄새를 맡는 과정을 통해 아이들의 오감 발달에 도움을 주는 체험교실로, 사전 예약 후 참석이 가능하다. 어린이들이 체험하는 동안, 부모가 쉬면서 대기할 수 있는 카페도 함께 구성돼 있다. 3층은 문화예술공간으로 인디 밴드와 아마추어 뮤지션 등 공연장이 필요한 여러 사람에게 저렴한 대관료로 공간을 제공할 예정이다.

또한 강사 초청 강연회, 정기공연 등도 계획 중이다. 오픈 첫날부터 뜨거운 화제로 오른 ‘종이비행기 날고’는 단순한 외식공간을 넘어서 아이들에게는 생생하고 특별한 경험과 교육을 선사하며, 어른들은 쾌적하고 아늑한 공간에서 다양한 문화를 경험할 수 있다. 또 예술가들은 부담 없는 가격으로 자신들의 끼를 펼치며 관객과 마주할 수 있는 기회를 선사받는다. ‘종이비행기 날고’는 단순한 매출과 이익을 추구하는 기업을 넘어선 지역사회에 분이 되고, 받은 사랑을 더욱 풍성하게 보답하고자 하는 <피자알블로>의 기업 정신으로 지어진 공간이다.

글 박신원 기자
사진 (주)알블로에프앤씨 제공





글로벌 프랜차이즈에 한발 다가서다

(주)에땅 <피자에땅> <오븐에빠진닭>

<피자에땅>과 <오븐에빠진닭>으로 알려진 (주)에땅이 글로벌 프랜차이즈로 성장하려는 '독심'있는 도전을 보여주고 있다. 충남 천안에 초거대 복합물류센터를 세워 글로벌 비즈니스의 보급기지를 만들었고, 미국 버지니아주에 마스터 프랜차이즈 계약을 성사시켜 글로벌 비즈니스의 전초기지를 구축했다. 이렇게 2016년은 (주)에땅에게 기념비적인 한 해가 될 전망이다. 장차 (주)에땅이 글로벌 No.1 프랜차이즈 기업이 됐을 때 2016년은 그야말로 '최상의 시간'으로 기억될 것이다.



<피자에땅> 홍보모델 이수민



글로벌 프랜차이즈 보급기지 마련

프랜차이즈 전문기업 (주)에땅이 천안에 대규모 복합물류센터를 지난 4월에 완공했다. 충남 천안시 서북구 입장면 용정리 235-9에 위치한 천안복합물류센터는 지상 3층, 건물넓이 1만 4237㎡, 땅넓이 2만 302㎡의 매머드급이다.

20년간 축적된 (주)에땅의 경험과 기술이 집약된 천안복합물류센터는 (주)에땅이 글로벌 리딩기업으로 성장하기 위한 교두보가 될 전망이다. 천안복합물



류센터는 안정적인 상품 공급을 위해 콜드체인 시스템(Cold Chain System)을 적용해 전국 600여개의 가맹점에 매일 신선한 식재료를 최적의 온도와 최상의 품질로 배송한다. 물류 전문인력의 풍부한 지식과 경험을 바탕으로 IT기술을 접목한 최첨단 시설을 운영하고 있다.

천안복합물류센터는 경남 김해시 상동면 무계리 761에 있는 기존 복합물류센터와 함께 (주)에땅이 경쟁력있는 제3자 물류기업으로 도약하는 시너지 효과를 제공할 전망이다. (주)에땅이 구축한 물류시스템은 크게 3가지 정책적 목표를 실현할 수 있다. 우선 천안복합물류센터와 김해복합물류센터는 물류망 최적화로 가맹점주와 외부 기업고객에게 가장 합리적인 가격을 책정하도록 도와준다.

그리고 최첨단 전자제어시스템을 완비해 언제나 식재료가 최상의 품질을 유지할 수 있다. 특히 신속한 천안복합물류센터는 화물차 83대, 승용차 15대가 동시에 주차할 수 있어 항상 쾌적한 업무환경을 보장한다.

이처럼 천안복합물류센터의 완공은 (주)에땅이 세계적인 종합물류회사로 발전하는 무한한 가능성을 제공한다. 기존에 (주)에땅이 운영하는 <피자에땅> <오븐에빠진닭> 등 프랜차이즈 브랜드는 물론이고 외부 고객사에게도 최선의 서비스를 해줄 수 있다. 단순히 식자재 창고를 운영하고 관리하는 수준을 넘어 제품의 가공 및 포장이나 검사, 재고관리 대행 같은 종합적인 서비스로 확대하는 수직계열화의 전략적 거점으로 활용할 계획이다.

제2도약 위한 '출사표'

또한, 천안복합물류센터의 준공으로 (주)에땅이 하고 있는 프랜차이즈 사업이 크게 탄력을 받을 것으로 보인다. (주)에땅은 <피자에땅>과 <오븐에빠진닭>을 주력 브랜드로 삼고 있다. <피자에땅>은 명실상부한 최고의 국내 순수 피자 브랜드다. 외국에서 시작한 브랜드가 전체 시장의 70%를 점유하는 현실에서 <피자에땅>은 처음부터 대한민국 브랜드였다는 특징이 있다. 국내 최초로 1+1 서비스를 본격 도입해 화제를 모았고, 그럼에도 불구하고 철저한 관리와 맛의 원칙을 지키는 고집으로 피자의 품질을 고품격으로 유지해왔다.

한편, <오븐에빠진닭>은 치킨은 기름에 튀겨야 한다는 통념을 벗어나 오븐에 구운 웰빙치킨으로 시장의 질서를 재편했다. 단순히 오븐에 굽는 것을 넘어서 독창적인 제조법을 개발해 더 맛있고 몸에 좋은 메뉴를 제공하고 있다.

(주)에땅만의 최첨단 물류시스템으로 공급되는 신선한 닭고기에 차별화된 양념이 어우러져 <오븐에빠진닭> 고유의 맛을 만들어낸다. 주문 즉시 조리하는 <오븐에빠진닭>만의 조리법은 전용 오븐에서 짧은 시간에 고온으로 노



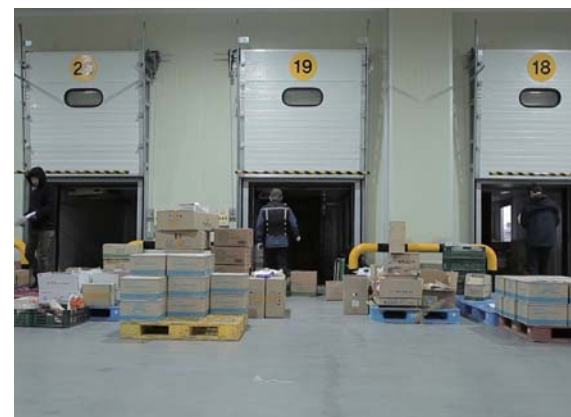
출시켜 치킨 고유의 육즙을 보존한다.

글로벌 프랜차이즈 전진기지 구축

최근 (주)에땅은 글로벌 프랜차이즈 기업으로 성장하는 꿈의 실현을 위해 미국 진출을 선언했다. (주)에땅의 공재기 회장은 4월 28일 <오븐에빠진닭> 미국법인대표 매튜 문(Mathew Moon)과 함께 마스터 프랜차이즈 계약을 체결했다. (주)에땅은 미국 동부 버지니아주를 거점으로 프랜차이즈의 본고장 미국의 중심부를 공략해나갈 계획이다.

공재기 회장은 “세계 프랜차이즈산업의 심장부 미국에 (주)에땅 브랜드의 맛을 알리게 되어 기쁘다”며 “미국 시장 진출을 시작으로 전세계 사람들이 (주)에땅을 이용하고 사랑해주는 때가 올 수 있도록 온 힘을 다하겠다”고 포부를 밝혔다.

글 최윤영 팀장 사진 (주)에땅 제공



2016년 프랜차이즈 트렌드 히트업종을 중심으로 바라본 2016년

2016년도 벌써 3분의 1이 지나가는 가운데, 몇 가지 악재 속에서도 빛을 발한 업종들은 여전히 주목할 필요가 있다. 지난해 일부 업종들은 대기표를 받아서 창업 상담을 받을 정도로 인기를 끌었다. 하루아침에 유망업종이 바뀌는 건 아니듯 이런 유망업종이 2016년 트렌드 변화를 이끌고 있다 해도 과언이 아니다. 히트업종의 성장세를 통해 올해 프랜차이즈 시장을 움직일 창업 트렌드에 대해 살펴본다.



가성비 바람의 근원 '저가 열풍'

2000년대 후반부터 시작된 중대형 커피숍 창업 열기가 2013년부터 10평대 중소형 테이크아웃 커피점 창업으로 이어지다가 2015년 <빽다방> 등장 이후에는 1000원대 커피점 창업으로 대체됐다. <빽다방>의 경우 상담 대기자가 많아 상담을 기다리다가 창업을 포기한 사례가 있을 정도다. <빽다방> 외에도 다양한 저가커피 브랜드가 쏟아졌는데, 저가커피로 가장 큰 타격을 입은 곳은 브랜드 파워가 약한 중대형 커피점들이다. 저가커피가 인기를 얻는 가운데 다른 한편에서는 스페셜티를 강조하는 고급 커피 시장도 함께 성장하고 있다. 한동안 창업자들의 커피홀릭 현상은 여전할 것으로 보인다. 이에 2016년 커피 창업시장은 고급 커피, 브랜드 커피, 저가 커피전문점 3파전이 예상되며 가정용 원두 시장도 성장할 전망이다.

몇몇 저가 주스전문점은 브랜드를 론칭하자마자 가게 앞에 손님들이 줄을 서는 진풍경을 만들었다. 고객들은 '이 가격에 팔면 남는 게 있을까' 고개를 갸웃거리면서도 즐겁게 줄을 섰다.

<주씨> 등이 호황을 누리면서 유사 브랜드도 늘어났다. 기존 커피숍들도 '주스'를 강화하는 곳이 많았다. 디톡스 주스 전문점도 꾸준히 늘어나는 추세였다. 건강과 미용에 대한 관심 증가, 그리고 커피홀릭 창업자들의 커피전문점 대체 아이템 선호 현상으로 '주스'는 여전히 창업시장의 핫 키워드다. 이와같이 구조적인 불황 등의 영향으로 저가커피, 가격파괴 고깃집, 가격파괴 치킨 등 '가격파괴'를 내세운 업종들은 언제나 단기적인 성공을 기대할 수 있다. 하지만 지속적인 품질력을 담보할 수 없는 가격파괴 시도는 대부분 실패로 끝났다. 저가 음식점일수록 품질 및 서비스 관리에 실패하면 더 빠른 속도로 무너질 수 있다는 점을 감안해야 한다.



한국창업전략연구소
이경희 소장

한국창업전략연구소 이경희 소장 프랜차이즈 및 창업, 유통 및 마케팅 컨설턴트로 활동해왔으며 한국 프랜차이즈산업협회 자문위원이다. 세종사이버대 겸임교수, 국가보훈처 자문위원 및 여성부 창업멘토 등을 역임했다. 삼성, 현대, 쌍용 등 각종 기업과 연세대, 안양대, 한양대, 성신여대, 동국대 등에서 창업강좌 및 프로그램을 운영해왔으며, 각종 방송과 언론 등에서 창업 칼럼니스트 및 패널로 활동 중이다. 저서로 「탈셀러리맨 유망사업정보」, 「맛있는 요리」, 「돈되는 창업」, 「실버정책과 창업」 외 다수가 있다.

기존 시장 강자들의 변화

지난해는 한식뷔페의 해라고 해도 과언이 아닐 정도로 급속히 성장했다. 대기업들까지 앞 다퉈 달려들어 정부 규제가 없었더라면 대한민국 전역이 한식뷔페 공화국이 됐을지도 모른다. 현재 한식뷔페 브랜드로서는 <풀잎채>가 가장 대표적이다. 중소기업이라는 특성상 정부 규제를 받지 않는 데다 은퇴자들의 펀드 조성을 통한 직영점 출점이라는 독특한 방식으로 관심을 끌고 있다. 다만 출점 규제를 받는 한식뷔페보다는 초밥 뷔페, 떡볶이 뷔페 등 종류가 다양해질 전망이다. 합리적인 가격에 내 맘대로 골라 먹고 양껏 먹는 업종의 인기는 지속될 전망이다.

2013년, 2014년을 뜨겁게 달궜던 스몰비어가 크림생맥주를 대체로 만들었다면 스몰비어의 트렌드를 이어받을 주점 창업 키워드는 크래프트비어다. 크래프트 비어는 우리나라보다 외국에서 더 난리다. 미국, 영국, 캐나다 등에서는 크래프트 비어 덕분에 소규모 양조장이 지금보다 더 이슈가 되고 호황을 누린 적이 없다며 호들갑을 부린다. 믹스 커피에서 에스프레소 커피로 진화한 사례를 보면 크래프트 비어의 성장은 놀랄 일도 아니다. 고객들의 취향 다양화, 확실성에 대한 거부와 수제 품에 대한 선호도 증가로 크래프트비어의 인기는 지속될 전망이다.

트렌드 변화를 이끄는 프랜차이즈 업종

2014년 인절미빙수를 내세운 <설빙>의 폭발적인 성장은 '디저트전문점' 창업에 불을 붙였다. 2015년에도 대만식 빙수 <호미빙>을 비롯, 착한 가격 마카롱인 <마리웨일마카롱> 등 디저트를 강조한 다양한 브랜드들이 등장했다. 커피전문점인 <투썸플레이스>는 커피보다는 '디저트카페'라는 명칭으로 자신의 업태를 정의했다. 빅히트 브랜드인 <설빙> 이후에도 디저트 카페가 많이 창업된 것은 사실이지만 특정한 브랜드가 히트했다기보다는 다양한 브랜드가 등장했으며 프랜차이즈보다 개인이 운영하는 독립점포 사례가 많다는 게 특징이다.

몸짱 및 건강 웰빙 바람으로 운동에 대한 관심이 어느 때보다 높다. 외모지상주의의 덕을 가장 많이 본 업종이 바로 퍼스널 트레이닝센터다. 전문트레이너가 1대1로 운동 지도를 해주며 회차당 적게는 5만원 많게는 10만원을 받는 퍼스널트레이닝 센터는 불과 몇 년 전까지만 해도 일부 연예인이나 상류층, 몸매에 민감한 특정 계층만 타깃으로 했으나 2015년 들어서는 대중적인 수요를 가진 서비스 상품으로 자리 잡았다. 중대형 휘트니스센터들은 휘트니스 연간 이용권은 가격파괴를 하고 단가가 높은 퍼스널트레이닝 회원 확보에 집중했다. 그 바람에 영세한 휘트니스센터들은 가격경쟁에서 밀려 폐업하는 사례가 많았다. 전문트레이너들이 모여서 휘트니스 시설을 거의 없애고 퍼스널트레이닝 센터를 창업하는 경우도 많았다. 하지만 갈수록 얕아지는 주머니 사정과 건강한 몸매에 대한 욕구가 어우러져 헬스와 단체형 퍼스널트레이닝 시스템을 결합한 중저가 상품이 인기를 얻을 것으로 예상된다.



가업승계를 통한 절세방안

가업상속공제 제도를 이용하면 세금 혜택을 받으면서 자녀들에게 소중히 일군 가업을 승계시킬 수 있다. 하지만 가업상속공제 등은 많은 혜택이 주어진 만큼 엄격한 요건의 충족과 장기간의 사후관리가 요구된다. 사전에 전문가의 도움을 받음으로써 소중히 가꾸어 온 회사를 자녀가 이어갈 수 있는 현명한 방법을 찾기를 바란다.



세무법인 석성
조용근 회장 (전 대전지방국세청장)

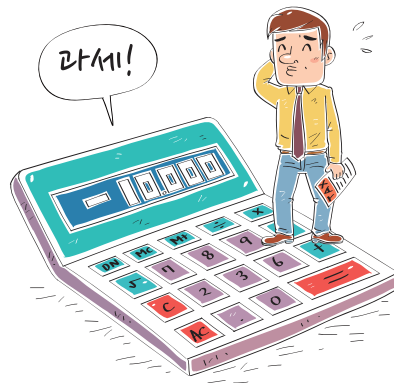
기획재정부 세제발전 심의위원, 법제처 국민법제관, 서울고등 검찰청 항고심사위원 등으로 활동하고 있다. 국세청 개청과 함께 9급부터 시작한 그는 36년간 공직생활을 하며 대전지방 국세청장까지 역임했다. 또한 2011년까지 4년간 조세전문가 단체인 한국세무사회 회장을 맡았다.



Q. 서울에서 프랜차이즈 본점을 20년 넘게 운영해 오던 K씨는 회사를 자녀들에게 물려주려고 하고 있다. 하지만 현재 상태에서 자녀에게 회사를 물려줄 경우 상당한 금액의 세금을 납부해야 한다는 사실에 망설이고 있다. K씨처럼 자녀들에게 기업을 물려주려 하는 경우 세금이 가업승계에 방해가 되지 않는 방법에는 무엇이 있는지 궁금하다.

A. K씨가 자녀들에게 사업을 증여한다면 거액의 증여세를 자녀들이 납부해야 한다. 우리 세법은 상속과 증여를 본인의 노력에 의한 재산 형성이 아니라고 보아, 이익의 당사자에게 높은 세율을 적용하고 있다. 이처럼 높은 세금 부담이 가업승계의 걸림돌이 되고 있는 것이다. 하지만 일정한 요건을 충족한 가업승계의 경우 우리 세법은 특례규정을 제공함으로써 기업의 유지와 고용의 안정을 제공하려고 하고 있다.

우선 가업 승계에 대한 증여세 과세특례를 이용하는 방법이다. 이 규정은 일정한 중소기업 또는 규모의 확대 등으로 중소기업에 해당하지 아니하게 된 기업(매출액 3000억원 미만)으로서 60세 이상인 부모가 10년 이상 계속해 경영한 기업의 주식 등을 18세 이상인 자녀에게 증여하고 그 자녀가 기업을 승계한 경우에 적용받을 수 있다. 증여받은 자녀 또는 자녀의 배우자는 증여세 과세표준 신고기한까지 기업에 종사하고 증여일로부터 5년 이내에 대표이사에 취임해야 한다. 위 조건을 충족하는 경우에는 증여받은 주식 등의 가액 중 기업자산 상당액에 대한 증여세 과세가액(100억원 한도)에서 5



억원을 공제하고 세율은 100분의 10(과세표준이 30억원을 초과하는 경우 100분의 20)이 부과된다. 참고로 일반적인 증여의 경우 과세표준 30억원 초과분에 대하여는 100분의 50의 높은 세율이 적용된다.

하지만 증여받은 자녀가 가업을 승계하지 아니하거나 가업승계 후 7년 이내에 정당한 사유 없이 폐업하는 등 일정한 사유에 해당하는 경우에는 그 혜택을 취소하고 본래의 규정에 따라 증여세를 추징당하고, 이자상당액까지 부담해야 한다는 사실에 주의해야 한다.

가업상속공제로 절세

다음으로 증여가 아닌 가업상속공제라는 제도를 이용하면 상당한 세금을 절약하면서 자녀들에게 가업을 승계시킬 수 있다. 가업상속공제란 피상속인이 생전에 영위한 사업에 대해 일정한 요건을 충족하는 경우에 상속인에게 가업이 안정적으로 승계되도록 사업에 필요한 금액을 공제해 주는 제도이다. 피상속인이 중소기업 등의 최대주주인 경우로서 기업의 발행주식총수의 50% (상장기업의 경우에는 30%) 이상을 계속해 보유하고 있어야 한다.

또한 가업을 영위하는 기간 중 50% 이상 또는 10년 이상을 대표이사로 재직하거나, 상속개시일로부터 소급하여 10년 중 5년 이상을 대표로 있어야 한다. 상속인의 경우에는 상속개시일 현재 18세 이상으로서 상속개시일 전에 2년 이상을 직접 가업에 종사해야 한다. 그리고 상속세 과세표준 신고기한까지 임원으로 취임하고, 상속세 신고기한부터 2년 이내에 대표이사 등으로 취임해야 한다. 상속인이 위 조건을 충족하지 못한 경우에도 그 배우자가 위 조건을 모두 갖춘 경우에는 상속인이 그 요건을 충족한 것으로 보아 가업상속공제를 적용받을 수 있다.

상속세 과세가액 공제와 추징금

이와 같이 가업상속공제 대상 요건을 충족한 경우에는 가업상속 재산가액에 상당하는 금액(그 금액이 200억원을 초과하는 경우 200억원을 한도로 하며, 피상속인이 15년 이상 계속 경영한 경우 300억원, 20년 이상 계속 경영한 경우에는 500억원을 한도로 함)을 상속세 과세가액에서 공제 받을 수 있다. 그러나 가업상속공제의 경우에도 상속인이 상속개시일로부터 10년 이내에 정당한 사유 없이 가업용 자산의 100분의 20(상속 개시일로부터 5년 이내에는 100분의 10) 이상을 처분하거나, 가업에 종사하지 아니한 경우 또는 상속이 개시된 사업연도 말일부터 10년 동안 정규직 근로자수의 평균이 상속 개시된 사업연도의 직전 2개 사업연도의 정규직근로자의 수의 평균의 100분의 80에 미달하는 경우 등 일정한 사유가 발생한 승계사업에 대해 공제받은 상속세액을 추징하므로 주의해야 한다.

‘프랜차이즈 지도사’가 해답입니다

‘프랜차이즈 지도사’ 자격증은 한국 직업능력개발원에서 등록된 프랜차이즈관련 민간 등록 자격증(2013-0068호)이다. 이에 한국프랜차이즈산업협회와 (주)한국창업경영연구소는 산업 발전을 위해 반드시 필요한 인재발굴과 교육을 전문자격증 제도로 성장의 기반을 실천하고 있다. 프랜차이즈지도사 자격과정의 다양한 장점과 혜택에 대해 살펴본다.



(주)한국창업경영연구소
이상현 소장(컨설팅학 박사)

한국프랜차이즈산업협회 자문위원으로 (사)한국소상공인컨설팅협회 회장, 세종대 유통산업대학원 겸임 교수, (사)한국창업학회 부회장, 산업통상자원부, 보훈처, 서울시 정책자문 및 소상공인시장진흥공단 창업자문, 정책위원 등을 맡고 있다. SBS ‘이영자 해결 돈이 보인다’, CBS ‘좋은세상’, ‘이상현의 생생경제 창업’, 리얼TV ‘이상현 리얼성공창업’ 등 방송활동을 해왔으며, 이외에도 중앙일보, 동아일보, 조선일보 등 다양한 매체에 칼럼리스트로 활동하고 있다. 「창업트렌드가 돈이다」, 「시니어 창업」, 「창업은 전쟁이다」, 「성공 프랜차이즈 전략」등의 저서가 있다.



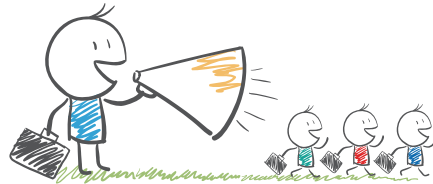
프랜차이즈 전문가에 도전하라

현재 우리나라의 프랜차이즈산업의 규모는 세계에서 성장속도가 독보적일 정도로 활발한 사업성과를 기록하고 있다. 약 4000여개의 브랜드와 3400여개의 본사, 그리고 국내 GDP의 약 10%, 전체 고용시장의 약7%를 차지할 정도로 급속한 성장과 산업의 동력을 확보하고 있다. 하지만 진정한 프랜차이즈 산업을 이끌고 발전시킬 관련 전문능력과 관련 자격을 검증한 인재를 육성하는 노력에는 조금 미흡한 것이 현실이다.

이에 한국프랜차이즈산업협회(회장 조동민)와 (주)한국창업경영연구소(대표 이상현)는 산업의 발전을 위해 반드시 필요한 인재발굴과 교육을 전문자격증 제도로써 성장의 기반을 실천하고 있다. 프랜차이즈지도사 자격과정은 프랜차이즈 전문가로서 갖춰야 할 프랜차이즈 브랜드 기획 및 전략 경영, 시스템 구축, 매뉴얼 작성, 사업타당성 분석과 가맹점 운영진단 및 개선, 슈퍼바이징 등 프랜차이즈 본사의 부서별 기능 및 역할 등 실제 프랜차이즈 사업 현장에서 필요한 분야 전반에 걸쳐 관련 분야의 최고 전문가(프랜차이즈 지도사)를 양성하는 교육이다. 프랜차이즈는 시스템 사업이라고도 일컬어질 만큼 프랜차이즈 시스템에 대한 이해는 필수라고 할 수 있다. 따라서 프랜차이즈 비즈니스를 하기 위해서는 가맹본부 시스템 구축에서부터 브랜드 기획 및 인큐베이팅, 각종 매뉴얼 구축 및 작성은 물론 그 이전에 사업타당성 분석과 상권·점포의 선별 등에 대해서도 필요한 전문 역량과 지식을 갖춰야 한다.

최고 전문가를 양성하는 교육

물론 지금까지 프랜차이즈 기업마다 개별적인 노력으로 이를 갖추거나 필요한 인력을 충원하는 방식으로 해결했다. 그러한 과정에서 본부의 윤리 의식과 가맹점과의 불협화음으로 사회적 이슈가 되는 경우도 비일비재했다. 이같은 프랜차이즈 가맹본사의 문제는 고스란히 가맹점 사업자의 피



해로 이어진다는 사실이다. 가맹본부의 역량을 믿고 프랜차이즈에 가맹한 가맹점 사업자의 입장에서는 가맹본부의 전문성과 사업역량이 무엇보다 중요한 이유다. 따라서 가맹본부는 가맹점 사업자의 신뢰를 생각해서라도 반드시 현장실무에 대한 전문역량을 갖추는데 주력할 필요가 있다.

프랜차이즈 지도사 과정은 프랜차이즈 비즈니스의 분야별 전문영역에 대한 교육을 통해 프랜차이즈 업계에서 인정받는 최고의 전문가를 양성, 배출하는 것을 목표로 하는 만큼 교육의 중점은 산업현장에서 필요한 실무형 전문 컨설턴트를 육성하고 지속적인 교육을 시키는 것이다. 특히 프랜차이즈 본사와 가맹점의 경영진단 및 개선, 운영전략 등에 대한 교육을 통해 가맹본사의 사업을 지원하고 컨설팅할 수 있는 역량을 갖추도록 하는데 초점을 두고 있다.

따라서 교육 과정 역시 프랜차이즈 비즈니스 플랜 작성에서부터 인큐베이팅, 사업 활성화에 이르기까지 프랜차이즈 사업 전반에 걸친 세부 과목마다 필요한 이론 및 실습 교육을 실시하는 '프랜차이즈 특화 교육 커리큘럼'으로 구성했다. 또한 다양한 툴을 이용한 워크숍과 팀 위주의 전문 커리큘럼, 다양한 업종 컨설팅 사례 공유 및 프로젝트 참여 기회를 제공하는 사후관리 프로그램도 운영해 효과를 극대화할 수 있게 했다.

프랜차이즈 지도사 교육의 장점

프랜차이즈 지도사 자격과정 교육은 네 가지 장점이 있다.

첫째는 협회의 다양한 전문가 인력 풀로 구성된 검증된 자문위원단을 포함해 강사진을 구성, 프랜차이즈 산업의 이론과 현장 실무를 잘 아는 전문가를 통해 산업현장에서 반드시 필요한 교육의 완성도를 기했다.

둘째는 전문적 실무를 위한 다양한 전문 검진 진단TOOL을 활용한 데이터 도출실무와 빅데이터와 GIS시스템을 활용한 체계적 분석기법을 탑재한 교육을 실현하고 있다. 따라서 교육의 완성도와 수준이 높기 때문에 수강생들의 만족도도 매우 높다.

셋째는 교육 이후의 다양한 프로그램과 해외연구, 선진 시스템과 아이템 분석을 통해 글로벌 프랜차이즈 전문가로서의 역량을 탑재하고, 여러가지 전문가로써 활동 기회도 많아 파생효과도 기대할 수 있다.

넷째는 무엇보다 교육생들은 자격증 취득에 따라 다양한 혜택과 실무능력을 배양하는데 실질적인 도움이 되는 다양한 네트워크와 현장 실습 기회를 제공할 수 있어 실무자의 역량 강화나 전문성 제고에도 큰 도움이 될 수 있다.

프랜차이즈 지도사 자격과정의 다양한 혜택

이와 함께 교육 수료생에게는 다양한 실질적인 혜택과 특전도 제공된다. 우선 '프랜차이즈 지도사' 인증자격과 함께 한국 소상공인컨설팅협회 소속 컨설턴트 활동 자격이 주어진다. 또한 프랜차이즈 시스템 컨설팅과 담임교수의 1:1 컨설팅에 참여할 수 있는 기회도 제공되며, 프랜차이즈 브랜드 인큐베이팅 컨설팅에도 참여할 수 있다. 이외에도 각종 컨설팅 자료 열람 및 연구기회가 제공되며, '소상공인지도사' 자격증 시험 응시 기회도 부여된다.

만약 필요한 역량을 갖췄다고 판단될 경우에는 프랜차이즈교육 프로그램의 전문강사로 활동할 기회도 제공받을 수 있으며, 프랜차이즈 기업 내 취업 시 본사와 연계해 취업을 지원하는 혜택도 주어진다. 프랜차이즈는 교육사업이다. 보다 전문적이고 체계적인 교육과 실무 능력이 한국 프랜차이즈산업의 발전에 초석이 되기 때문이다. 오늘날 프랜차이즈 지도사를 꿈꾸며 최선을 다하는 교육 원우님들에게 격려와 감사의 박수를 보낸다.

다시 알아야 할 프랜차이즈 마케팅

세상에 나쁜 광고나 홍보가 있겠는가? 없다. 아무것도 하지 않는 게으름이 문제일 뿐이다. 중요한 것은 하는가 하지 않는가가 아닌 효율성이다. 그렇다면 어떻게 진행해야 가성비 좋은 결과를 낼 수 있는 홍보기획이 될 수 있을까. 자사의 프랜차이즈 브랜드는 물론, 자신의 점포에 활용하면 좋을만한 온라인 마케팅에 대해 생각해보자.



마케팅 교육 아카데미 펌프MBA
강기우 대표원장

2006년 프랜차이즈 온라인 마케팅 기업 에프씨랜드를 설립한 이래 바비큐보스, 한국타이어, 유학네트, 토마토김밥 등 국내 브랜드 100개 이상의 온라인 마케팅을 진행 중이다. 다양한 전략 전문으로 한국 온라인 마케팅을 업그레이드하고 있다. 현재 서경대학교 프랜차이즈학과 외래교수로도 활동 중이다.
(www.pumpmba.com)

이 브랜드는 매장이 몇 개나 있어요?

프랜차이즈 가맹 사업을 직접 진행 하면서 사업 설명회장이나 창업 박람회 상담부스에서 많이 듣게 되는 질문 가운데 하나가 '이 브랜드는 매장이 몇 개나 있어요?'와 유사한 질문들이다.

예비창업자들은 브랜드 인지도와 가맹비용만큼 궁금한 것이 바로 매장의 개수다. 그 규모로 회사의 신뢰도와 전문성을 가늠하고 있는지도 모를 일이다. 가맹본사 입장에서는 이러한 질문과 무관하게 안정적인 본사 수익구조를 위해서라도 매장 확산에 매진을 하고 있고 이것은 기존 점주들의 안정적인 매출에도 긍정의 영향을 가져다준다. 다시 말해 규모의 경제가 가져오는 효익은 여러 용도로 적용되는 것이다. 그렇다면 규모의 경제를 만들기 위해 브랜드 론칭 초반에 빠르게 매장을 확산 시킬 수 있는 효율적인 방법은 무엇인가?

우선 안테나숍(샘플매장 혹은 직영점)이 확실한 가시적 성과를 내주어야 한다. 어느 누가 불시에 미스터리 쇼핑을 하더라도 꾸준한 매출이 나와 주고 CS가 탄탄한 상황이라면 해당 브랜드에 대한 호감도 상승은 물론 프랜차이즈 가맹 매장 확산은 매우 유리한 상황을 선점할 수 있다. 이러한 여러 요소들이 모여 매장매출과 연결이 되는 것이 현장 불변의 법칙. 본 지면에서는 여러 매장 확산을 위한 여러 성공 요인 중 마케팅에 대한 부분에 초점을 맞춰 설명하기로 한다.



어떻게 홍보 할 것 인가?

소비자들에게 브랜드 인지도를 높이고 매장 점주들에게 충성도를 높이는 2가지 토끼를 모두 잡는 방법은 가맹 사업 초반 어떤 방식으로든 홍보를 다방면으로 진행하는 것이다.

가장 효율적이며 단기적인 홍보 방법은 어떤 것들이 있을까. 우리가 흔히 말하는 4대 매체 즉, ATL(Above the Line)을 중심으로 홍보를 진행 한다면 단기간 승부수를 낼 수 있다. 그러나 모든 프랜차이즈 본사가 자유롭게 ATL을 활용할 수는 없다. 바로 비용이라는 현실적인 부분이 엄연히 존재하기 때문이다. 이 때 ATL에 의존 하지 않고 가맹사업을 위한 홍보를 지속 할 수 있는 방법은 없을까. 모든 프랜차이즈 가맹 본사가 ATL을 통해 안정적인 사업 궤도에 도착한 것은 아닐 것이기 때문이다. 이럴 때 가성비를 생각했을 때 홍보 대안은 SNS와 포털사이트를 통한 지속적인 홍보다. 필자가 근 10년 넘게 프랜차이즈 홍보를 진행 하면서 얻게된 변하지 않는 홍보 논리 중 하나는 바로 '홍보 = 자본의 미학'이라는 점이다.

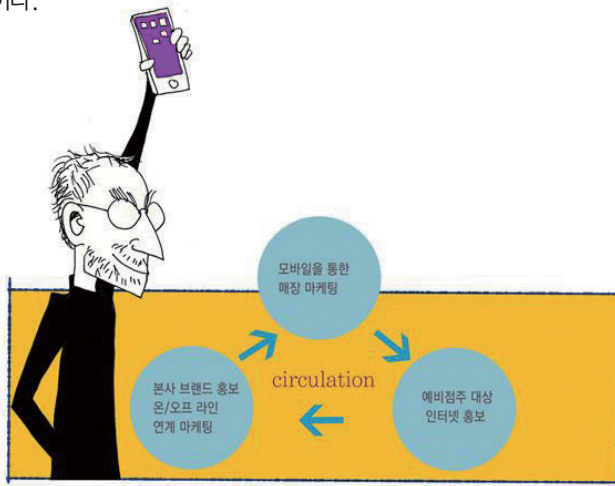
홍보에 지출하는 비용이 많다면 확률적으로 반대의 경우 보다 생존율이 올라간다. 다른 용처에 사용되는 것보다 회수될 가능성이 높은 비용이 바로 홍보비용이다. 그래서 필자는 온라인 마케팅을 기반으로 업무를 진행하지만 간혹 프랜차이즈 고객사에서 PPL이나 자상파 광고에 대한 논의를 할 때 무조건 진행하고 볼 일이라고 설명한다. 쉽게 말해 짧고 굵게 빠른 승부수를 띄울 수 있는 방법 중 하나이기 때문이다. 그런데 문제는 앞서 언급했던 비용이라는 현실적인 부분이다. 이 때 거의 비슷한 결과를 낼 수 있는 홍보를 알려 달라면 필자는 온라인 마케팅을 기초로 한 방법을 안내한다. 지금부터는 온라인 마케팅이 왜 기존 홍보를 위협 할 만큼의 파괴력과 홍보력을 갖추고 있는지를 설명 하고자 한다.

모바일이 바꾼 국내 홍보 시장

스티브잡스가 아이폰을 처음 들고 나왔을 때의 생경함이 지금도 생생하다. 처음 국내에는 소개되지 않아 화면으로만 봐야했던 이 물건을 2007년경 국내 유통이 허가되면서 소비자들은 구매할 수 있었다. 여기서 홍보시장의 지각 변동이 일어난다.

기존의 홍보시장이 효율성은 좋지만 여러 이유로 활용이 어려웠던 개인이나 기업은 그때부터 물 만난 고기가 됐다. 홍보비용을 거의 들이지 않거나 아예 들이지 않고 간단한 몇 가지 조작으로 자신의 기업이나 상품브랜드를 홍보 할 수 있는 툴이 생긴 것이기 때문이다. 아이폰. 다시말해 이 전화기도 되는 이동식컴퓨터는 몇 사람의 홍보 사원 역할을 해주기 시작했다.

게다가 모바일은 사용 특성상 내 제품을 구매할 고객들의 손에서 온종일 떠나지 않는 산업혁명 이래 가장 사용자와 밀착도가 높은 전자기기에 속하고 있기에 더욱 환영 받았다. 다시 말해 모바일의 이동성(mobility)은 홍보의 판도를 바꿔 놓았다. 손안에 든 디바이스와 플랫폼이 홍보 시장의 판도를 흔들기 시작한 것이다. 제품 판매자는 단순히 그 모바일 속에 홍보 내용만 올려 놓으면 되는 것이기 때문이다. 노트북 보다 강력한 이동성과 편의성, 기존 홍보물보다 가까운 근접성이 홍보의 방법과 룰을 새롭게 짜기 시작한 것이다.



소비자는 더 이상 '대박 성공 창업'이라는 말을 믿지 않는다

한국 소비자, 입소문 가장 믿어... 온라인 의견 신뢰도 세계 1위

우리나라 소비자들은 물건을 살 때 TV나 신문, 라디오와 같은 대중매체보다 '입소문'을 더 신뢰하며 구매와 관련해 블로그 정보 신뢰도는 세계 최고 수준인 것으로 나타났다. (이하생략)

조선일보 객창렬기자 (조선일보, 2007.10월23일 기사 중 일부 발췌)

위의 기사를 전제로 한다면 한국의 소비자 대부분은 광고로 전달되는 정보를 신뢰하고 있지 않고 있다라고 정리 할 수 있다. 소비자는 광고를 기업이 제품을 알리기 위한 기계적 관성에 의한 메시지로만 생각하고 있는 것이라 해도 과언이 아닌 조사 결과다. 쉽게 말해 고객은 더 이상 '최고의 맛', '고객을 왕으로', '대박성공창업' 등의 수식어에는 눈길조차 주지 않는다는 의미다. 반대로 자신과 같은 소비자의 말과 그들이 경험했던 이야기는 그들(소비자)들이 해당 분야에 전문성이 다소 결여된 소감이나 후기라도 매우 신뢰하고 있다는 것으로 정리된다.

위의 조사 결과는 기업에 따라 희소식이 될 수도 있다. ATL 등 대중매체 광고를 진행하고 싶어도 여러 현실적인 점들 때문에 훗날을 기약해야 했던 기업의 입장에서선 오히려 이러한 소비심리는 희소식이다. 입소문을 지배적으로 활용하는 온라인 마케팅은 비용적인 부분에 있어 매우 저렴하게 진행하는데 거의 어려움이 없기 때문이다. 지금부터는 이러한 소비자 심리를 전제로 하나씩 소비자에게 내 브랜드를 효율적으로 알릴 수 있는 방법에 대해 알아보도록 하자.

IMC를 통한 지속적인 툴을 찾아라

모바일을 통한 매장 홍보, 온라인을 통한 예비점주 모집, 온·오프 연계 마케팅을 통한 브랜드 홍보는 프랜차이즈 통합 마케팅 커뮤니케이션(Integrated Marketing Communication/ 이하 IMC)의 기본 형태이다. 보통 사용되는 플랫폼은 블로그, SNS 중에서는 페이스북, 스토리 채널, 인스타그램 등이 대표적이며 이외에 해외 매장의 경우에는 각 국가별 SNS를 활용하는 경우가 많다. 위의 다양한 플랫폼을 모두 활용해 가맹사업이나 매장 매출을 위한 이벤트에 활용하면 되는데, 문제는 어느 플랫폼이 우리 브랜드 홍보에 적합 하느냐 하는 부분이다.

또 최근에는 일방적인 온라인 홍보가 아닌 온·오프라인 연계 마케팅이 진행되는 경우도 많다. 모바일을 통한 매장 마케팅, 예비점주를 대상으로 한 인터넷 홍보, 그리고 온·오프라인 연계 마케팅이 가장 이상적인 IMC의 조합구조다. 세부 플랫폼의 장단점과 IMC 방법에 대해서는 다음 기회에 설명하기로 한다.



봉사 현장을 가다

4월 '서울특별시립 여성보호센터'

따스한 봄바람이 나무끼던 지난 4월 5일 한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회는 서울 강남구 수서동에 위치한 '서울특별시립 여성보호센터'에 방문했다. 3년째 진행되는 사회공헌 활동은 협회 회원사들이 다양한 복지센터에 방문해 나눔을 실천하는 행사다. 단순한 도움이 아닌 함께 웃음을 나누며 행복을 얻는 이들을 만났다.



따뜻한 음식으로 전달하는 사랑

한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회의 봉사활동이 어느덧 20차를 맞이했다. 이번에 찾아간 곳은 '서울특별시립 여성보호센터'. 누군가의 어머니였고 사랑받는 딸이었으며, 그리운 여동생이었던 세상에서 가장 소외된 여성들. 그들이 생활하고 있는 이곳에 봄의 활기를 북돋아주기 위해 방문했다. 프랜차이즈 브랜드의 장점을 활용해 식당 건너편엔 <꿀닭> <돈치킨> <떡닭> <오니거리와이구동> <호식이두마리치킨>의 푸드 트럭이 아침부터 분주히 음식을 만들었다. 봉사활동은 협회 봉사위원회 소속인 회원사들이 주축이 되었고, 조동민 협회장도 직접 방문해 이들을 격려해주고 준비한 음식을 함께 나눴다.

사회봉사위원회 회원들은 센터의 가족들을 위해 프랜차이즈 기업들이 함께 할 수 있는 최선의 방법을 모색하며 다각적인 봉사활동을 진행했다. 생활에 필요한 다양한 생필품을 전달하며 두고두고 먹을 수 있는 탕이나 빵, 라면 등을 함께 제공했고, 여성 노숙인들은 물론이고 직원들에게 고된 몸을 조금이나마 편안하게 만들기 위한 특별한 식사까지 준비했다. 누구나 좋아할만한 김밥과 만두, 닭강정, 치킨, 피자, 우동 떡 등을 제공하며 맛있게 먹으라는 인사와 밝은 미소로 센터의 가족들을 맞이했다. 푸짐하다 못해 넘칠 정도의 많은 양으로 사회봉사위원회 회원들의 나눔의 기쁨을 가늠할 수 있었다. 직접 음식을 들고 돌아다니며 부족한 이들에게 나눠주는 모습은 그 어떤 아름다운 풍경보다 값진 모습이었다. 한국프랜차이즈산업협회 조동민 회장은 "매일 봉사활동을 다니지만 우리의 손길이 필요한 곳이 너무나 많습니다. 3년째 사회봉사단 회원들이 나눔을 실천하기 위해 노력하고 있습니다. 프랜차이즈 브랜드가 갖고 있





는 장점을 활용해 다양한 먹거리와 생필품을 대접하니 편안하게 하루를 보내고 맛있게 드시면 감사하겠습니다. 이곳에 계신 많은 봉사자분들도 함께 맛있게 드시고 앞으로 더욱 힘내시길 바랍니다. '서울특별시립 여성보호센터'엔 오늘 하루 방문했지만 이번 봉사활동을 계기로 많은 후원이 이어지기를 바랍니다"라며 인사를 전했다.

소외된 여성들의 꿈과 희망이 펼쳐지는 곳

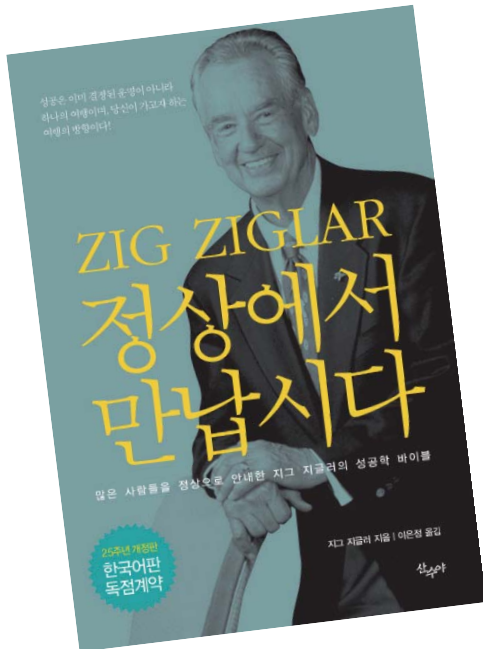
'서울특별시립 여성보호센터'는 가족과 사회로부터 버림받은 여성 노숙인들과 직원들이 서로의 가족이 되어 꿈과 희망을 펼치리란 모토 아래 함께 살아가는 생활시설이다. 1961년 부녀 보호소로 시작했던 시설은 이제 노숙인 요양시설로 전환돼 가족들의 질환에 맞는 전문적, 맞춤형 프로그램을 통해 상처를 치유하고 행복하게 살아갈 수 있도록 많은 지원을 하고 있다. △안정적인 지원을 통한 질 높은 사회복지서비스를 제공하고 있는 운영지원팀과 △자원봉사 개발과 관리, 프로그램 전문성 증진과 활성화에 기여해 자원봉사자의 지속적이고 자발적인 참여를 유도하기 위해 노력하는 기획팀 △생활관환의 주거 환경 및 청결, 위생 상태와 일상생활을 점검하고 관리하는 요양지원팀 △전문적인 의료 서비스를 제공하며 건강교육을 통해 체계적인 질환관리를 위해 노력하는 의무팀 △건강한 식사 및 간식을 제공하고 영양불량, 식습관을 확인하고 식사 요법을 지도하는 영양팀 등 균형 잡힌 운영으로 여성 노숙인들을 위해 밤낮으로 노력하는 이들에게 도움의 손길은 언제나 절실한 상황이다.

'서울특별시립 여성보호센터'의 소장인 김남은 베로니카 수녀는 "이렇게 많은 업체가 저희 가족을 위해 함께 방문해주실 줄 몰랐습니다. 이곳에 찾아와 주셔서 감사합니다. 평소 먹고 싶어 하던 맛있는 음식이기에 너무 많이 먹어 배탈이 나지 않을까 걱정입니다.(웃음) 무엇을 먹어 배를 불리는 시대는 지났습니다. 단순히 먹을 것을 제공받은 것보다 이렇게 소외된 이웃에 눈을 뜨고 관심을 가져주신다는 것이 감동입니다. 좋은 만남을 통해 알게 돼 반갑습니다"며 감사한 마음을 표현했다.

글 방현민 기자 사진 이현석 팀장



CEO's LIBRARY



이명훈 (주)오니규 대표는 프랜차이즈 업계에서 '미다스의 손'으로 불린다. 새로운 사업 아이템 발굴의 '귀재'라는 뜻에서 붙여진 별칭이다.

그는 2009년 일본식 수제삼각김밥전문점 <오니기리와이규동>으로 새로운 시장을 창출했다. <오니기리와이규동>은 간편하게 먹을 수 있으면서도 다른 패스트푸드와 달리 밥을 기본 재료로 했기에 아직까지 '롤린'하고 있다. 브랜드 론칭 2년 만에 150억원의 매출을 돌파했고 간편 메뉴인 오니기리는 한 해 600만개 이상이 팔려 나갔다.

그가 <오니기리와이규동> 이전에 성공을 거둔 저가형 피부관리 프랜차이즈 <이지는 레드클럽>도 틈새시장 개척을 통해 만들어낸 결과였다. 최근에는 합리적인 가격의 스테이크 프랜차이즈 <리즈스테이크갤러리>로 도전을 시작했다. 스테이크는 격식을 차리고 먹는 비싼 음식이라는 편견을 깨고 대중화에 나선 <리즈스테이크갤러리>는 이른바 '가성비' 열풍 속에서 좋은 반응을 얻고 있다.

(주)오니규 이명훈 대표의 추천도서

수많은 사람들을 정상으로 안내한 성공학 '바이블' 「정상에서 만납시다」

지그 지글러(Zig Ziglar)는 「정상에서 만납시다(See You at the Top)」를 비롯해 여러 저서와 강연을 통해 자기계발과 성공학의 대가로 알려졌다. 주방기구 세일즈맨으로 사회에 첫 발을 디딘 그는 많은 실패를 경험하면서 최고의 세일즈맨이 됐다.

지그 지글러는 자신의 경험을 바탕으로 30년이 넘는 세월 동안 전 세계를 돌아다니며 강력한 자기계발 메시지를 전달해 왔다.

다른 사람이 원하는 것을 얻을 수 있도록 최선을 다해 도와주면 당신이 인생에서 원하는 모든 것을 가질 수 있다는 지그 지글러의 철학은 책이 처음 출간되었을 때보다 오히려 지금 그 의미가 더욱 커지고 있다.

우리의 내면에 잠자고 있는 신념과 사랑, 긍정과 열정을 이끌어내는 성공학 바이블로 자리매김한 「정상에서 만납시다」는 삶의 동기와 적극적인 삶에 관해 근본적인 것을 다루고 있고, 확고한 가치관과 뚜렷한 개성으로 성실하게 살아가야 할 이유와 그 방법에 심도 있게 파헤치고 있다. 풍부한 현실적인 삶의 이야기들, 인간 승리의 이야기, 검증된 사례와 예증, 비유 등을 덧붙여 소설책을 읽듯 재미있게 읽을 수 있다.

지그 지글러 홍신문화사/ 467p/ 1만 1500원



이명훈 대표

News Lounge

협회 News & 업계 동향

회원사 행사 및 소식

교육 일정

협회 일정 및 협회장 동정

신규 회원 가입 현황

회원가입

BRAND NEWS



(주)바보스

〈바보스〉 '대한민국 100대 프랜차이즈' 3년 연속 수상

미들비어 브랜드 〈바보스〉가 매일경제가 주최한 '대한민국 100대 프랜차이즈'에서 3년 연속 수상의 영예를 안았다. 〈바보스〉는 지난 3월 29일 서울 중구 퇴계로 매경미디어그룹 12층 대강당에서 열린 대한민국 100대 프랜차이즈 수여식에서 본상을 수상했다. 매경미디어 관계자는 “〈바보스〉는 경기 불황 속에서도 메뉴개발에 지속적으로 투자해 소비자 만족 부문에서 높은 평가를 받았다”고 설명했다. 대한민국 100대 프랜차이즈는 국내 프랜차이즈 트렌드와 소비자의 스타일을 반영해 상위 100대 기업을 선정하는 자리다.



(주)제너시스

〈BBQ〉 '2016 국방부 전역예정장병 취업박람회' 참가

〈BBQ〉가 지난 3월 30일(수)부터 31일(목) 양일 간 일산 킨텍스에서 개최되는 '2016 국방부 전역예정장병 취업박람회'에 참가했다. 〈BBQ〉관계자는 “상반기 전역장교 공채 모집 홍보 및 우수 인력 채용을 위해 참가하게 됐다”면서 “상반기 내 00명의 전역 예정 장병 및 기 전역자를 채용할 계획”이라고 밝혔다. 한편 국방부가 주최하는 '2016 국방부 전역예정장병 취업박람회'는 전역 예정 장병의 일자리 창출과 기업의 인력난 해소를 위해 열리는 행사로 약 150개사 기업이 참가하고, 군 전역예정장병 및 기 전역자 약 2만여명이 방문했다.

교촌에프앤비(주)

25주년 맞은 새 TV 광고에 '가치' 담았다



교촌에프앤비(주)가 25주년을 맞아 새로운 TV CF를 진행한다. 기존의 치킨 프랜차이즈 업체들이 유명 연예인을 광고모델로 기용하고 있는 반면 〈교촌치킨〉은 광고에 가치를 담는 데 집중했다. 이번 캠페인은 ‘교촌은 이런 치킨입니다’를 슬로건으로 내세운 총 4편의 광고를 통해 〈교촌치킨〉의 강점과 철학을 고객에게 전달하는데 초점을 뒀다. 또 〈교촌치킨〉의 특징을 클로즈업된 시즐 고속 장면으로 촬영해 마치 예술영화를 연상시키는 화면으로 구성했다. 여기에 차분하고 담담한 내레이션을 더해 교촌이 가진 신뢰와 정성의 이미지를 부각했다.



(주)카페베네

〈카페베네〉 정기 주총서 최승우 대표이사 공식 선임

〈카페베네〉는 지난달 30일 중곡동 〈카페베네〉 본사에서 제 8기 정기 주주총회를 열고 최승우 사장을 신임 대표이사로 선임했다고 밝혔다. 최 대표는 지난 해 10월 취임 이후 〈카페베네〉의 경영정상화를 위해 부채비율 감소, 투자 유치 등 재무구조 개선에 집중하는 한편, 가맹점과의 소통 강화를 시작으로 턴어라운드 전략 수립에 주력해왔다. 또한 올해 3월 해의 투자 유치를 통해 확보한 재무 안정성을 바탕으로 브랜드 가치 제고를 위한 마케팅 및 매장 경쟁력 강화에 역량을 집중할 계획이다.



(주)놀부

유니세프와 세계 아동 영양사업 위한 기부 협약

(주)놀부가 지난달 22일, 유니세프한국위원회와 세계 아동 영양사업 위한 업무 협약을 체결했다. 이번 협약에 따라 (주)놀부는 매달 임직원의 급여에서 일정 금액을 모으는 ‘끝전 모으기’ 캠페인을 실시하고, 이를 통해 모인 금액을 유니세프에 정기적으로 기부하기로 했다. 유니세프에 전달된 기부금은 전 세계 어린이 영양실조 치료 사업에 쓰일 예정이며, (주)놀부는 앞으로도 꾸준한 후원을 이어나갈 것을 약속했다. 한편, (주)놀부는 1992년부터 각종 성금 기부, 장학금 지급, 노인 복지 활동 후원 등 다양한 사회공헌활동을 꾸준히 이어오고 있다.



비알코리아(주)
〈던킨도너츠〉 ‘리사이클링 팻’ 증정 프로모션 실시

〈던킨도너츠〉가 식목일을 맞아 4월 1일부터 8000원 이상 구매 시 ‘리사이클링 팻’을 증정하는 프로모션을 진행했다. 이번 프로모션은 식목일을 맞아 자원 재활용을 통한 환경보호의 의미를 담아 진행된 특별한 행사로, 〈던킨도너츠〉 제품 8000원 이상 구매 시 일회용 컵을 재활용해 식물을 재배할 수 있는 ‘리사이클링 팻’을 증정한 프로모션이다. ‘리사이클링 팻’은 투명화분과 배양토, 씨앗, 비료 등으로 구성되어 있으며 〈던킨도너츠〉에서 음료 구입 시 사용한 음료 테이크아웃 컵을 재활용해 재배할 수 있다.



사과나무(주)
〈커피베이〉 가맹점 운영 성공사례 공모전 개최

커피전문점 창업 브랜드 〈커피베이〉는 가맹점주들을 대상으로 ‘〈커피베이〉 운영 성공사례 공모전’을 개최, 4월 4일부터 24일까지 성공사례를 접수한다고 밝혔다. ‘〈커피베이〉 운영 성공사례 공모전’은 〈커피베이〉 각 가맹점 간의 운영 성공사례를 공모하고, 우수 성공사례를 통해 가맹점 간의 매출 신장에 박차를 가할 수 있는 비즈니스 노하우를 공유하기 위해 본사 차원에서 기획됐다. 〈커피베이〉는 올 한해 700호점 오픈 목표와 더불어 가맹점 매출까지 집중 관리해, 평균매출 상승을 목표로 브랜드 경쟁력을 더하고자 분기별 프로젝트를 계획하고 진행중이다.

(주)김가네
제1회 김가네 김밥문화상 성황리 접수마감



외식 프랜차이즈 전문기업 (주)김가네가 (사)한국문인협회와 함께 진행하고 있는 ‘제1회 엄마의 사랑, 김밥문화상’ 공모전이 성황리에 접수를 마감했다. 이번 공모전은 소풍, 운동회 등 특별한 날에 김밥을 싸 주시던 엄마의 정성과 사랑이 담긴 음식에 대한 향수, 가족애, 음식을 통한 고향의 그리움, 부모님 은혜에 대한 감사 등을 내용으로 시 2편 이상, 수필 1편(200자 원고지 15매 내외) 이상을 우편 또는 〈김가네〉 전국 가맹점 직접 접수 방법으로 진행됐다. (주)김가네는 어릴 적 추억을 공유하기 위해 이번 공모전을 기획했고, 일반 직장인을 포함해 주부와 군인, 학생 등 접수자들의 분야는 다양했다.



(주)마세다린
〈가마로강정〉 봄맞이 트와이스 브로마이드 증정

〈가마로강정〉이 봄을 맞아 트와이스 브로마이드 증정 이벤트를 지난 4월 1일부터 진행했다. 트와이스는 현재 음악뿐만 아니라 ‘트와이스의 우아한 사생활’ 등 다양한 프로그램을 통해 대중에게 많은 사랑을 받고 있는 9인 9색의 대세 걸그룹으로 최근 〈가마로강정〉의 광고 모델로 선정됐다. 이번 이벤트는 순살강정(매콤, 달콤) 대 사이즈 또는 후라이드 한 마리 주문 고객 대상 브로마이드를 증정하는 형태로 한정 수량 소진 시까지 운영됐다.(일부 매장 제외) 브로마이드는 화사한 봄 느낌이 물씬 풍기는 트와이스의 모습과 각 멤버들의 사인을 담아 제작됐다.



해마로푸드서비스(주)
〈맘스터치〉 광고 새 주인공 발탁…손호준 1인 2역 ‘능청’

국내 토종 치킨&버거 프랜차이즈 〈맘스터치〉가 배우 손호준이 출연한 새 TV CF를 론칭했다. 최근 새롭게 선보인 〈맘스터치〉의 수제버거 광고는 각종 예능프로그램에서 보여준 손호준의 예의바른 이미지와 다소 ‘허당’ 면모를 웃음 포인트로 삼아, ‘빠르게 보다 올바르게’ 만드는 〈맘스터치〉 수제버거의 제품 철학을 강조했다. 새 〈맘스터치〉 광고는 3월 7일 처음 공개돼 케이블(tvN, OCN, Mnet, O’live) TV의 인기 프로그램(꽃보다 청춘, 프로듀스 101 등)과 모바일(네이버 TV캐스트, 다음카카오 TV팟, 각 방송사 다시보기 등)을 통해 서비스됐다.

BRAND NEWS



(주)섬김과 나눔 〈더진국〉 중국 웨이하이에 첫 출점

수육국밥 프랜차이즈 〈더진국〉이 중국에 1호점을 열었다. 중국 산둥성 웨이하이(威海) 핵심 상권에 120평의 규모의 1, 2층 매장을 오픈하고 세계시장 공략에 나선 것이다. 웨이하이는 한중 FTA 시범도시로 한류 콘텐츠가 확산되고 있는 대표적인 도시다. 한국에서 지리적으로 가까워 한국인 3만 명이 머물며 한중 교류에 앞장서고 있다. 이곳에 다양한 업종의 한국 업체가 3000여개나 입주해 있지만 한식의 대표 메뉴인 수육국밥 전문점이 없어 불편함이 있었다. 〈더진국〉 국밥은 20가지가 넘는 천연재료를 기본으로 만들어 돼지 국밥 특유의 잡냄새가 전혀 나질 않는다.



(주)크린토피아 〈크린토피아〉 새봄맞이 겨울 옷 세탁 20% 세일 이벤트 실시

세탁 전문 프랜차이즈 〈크린토피아〉는 ‘새봄맞이 겨울 옷 세탁 할인 이벤트’를 지난 3월 14일부터 19일까지 6일간 진행했다. 전국 2300여개 〈크린토피아〉 매장에서 진행되는 이번 ‘새봄맞이 겨울옷 세탁 할인 이벤트’는 코트, 스웨터 류 세탁 시 세탁비의 20%를 할인하는 혜택을 제공했다. 〈크린토피아〉 드라이크리닝은 〈크린토피아〉만의 용제관리 노하우와 첨단 필터링 시스템으로 깨끗한 세정액을 사용한다. 스웨터(니트)류의 경우 옷걸이가 아닌 평면포장을 통해 전달해 옷감이 늘어지거나 상하는 것을 방지할 수 있는 장점을 갖고 있다.



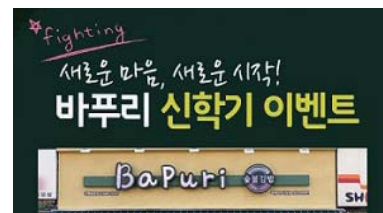
(주)파리바게트 〈파리바게트〉 ‘떠먹는 케이크’ 출시

〈파리바게트〉는 떠먹는 케이크 2종을 출시하고 기존의 잘라먹는 케이크 패러다임을 바꾸겠다고 지난 7일 밝혔다. 〈파리바게트〉는 케이크가 축하용에서 간식용으로 변화하면서 젊은 소비자를 중심으로 케이크를 스푼으로 떠먹는 취식 스타일이 늘어난 것에 주목했다. 이를 위해 제품 모양을 사각형 받침대 위에 올려진 홀-케이크(whole-cake)에서 그릇 모양의 용기에 담긴 트레이-케이크(tray-cake)로 바꾸고 무스와 푸딩을 사용해 기존 케이크보다 식감을 산뜻하고 가볍게 만들었다. 종류는 딸기무스와 리코타치즈를 넣고 생딸기로 장식한 ‘딸기리코타치즈 케이크’, 망고무스와 코코넛푸딩을 층층이 쌓고 망고패션젤리를 올린 ‘망고코코넛 케이크’ 2종이다.



본아이에프(주) 〈본도시락〉 포인트 추가 적립 이벤트 진행

〈본도시락〉이 봄을 맞아 오는 5월 31일까지 단체도시락 구매 고객을 대상으로 포인트 추가 적립 이벤트를 진행한다. 이번 이벤트는 〈본도시락〉의 단체도시락을 일정 금액 이상 주문하는 고객들에게 본포인트 카드 적립 금액을 추가로 제공해주는 행사다. 단체도시락 구매 금액에 따라 30만원 이상 구매 시 1만점, 50만원 이상 구매 시 2만점, 100만원 이상 구매 시 5만점의 본포인트가 추가로 제공된다. 단, 〈본도시락〉 홈페이지 속에 단체도시락 문의 게시판 및 전화 상담을 통해 주문한 고객에 한해서만 추가 포인트 혜택이 제공된다.



(주)비피알 숯불김밥 브랜드 〈바पुर이〉 신학기 이벤트 진행

3월 신학기를 맞아 외식창업 브랜드인 숯불김밥 〈바पुर이〉에서도 신학기 이벤트를 진행하고 있다. 〈바पुर이〉의 3개 브랜드인 〈차돌떡볶이〉, 〈죽앤죽〉, 〈바पुर이〉를 방문한 사진 및 이야기를 개인 블로그 혹은 SNS에 업로드한 후 메일을 통해 접수하면 참가가 가능하다. 신학기 용품인 백팩, 포켓포토, 상품권, 노트북 등 다양한 상품을 증정할 예정이다. 〈바पुर이〉 관계자는 “봄을 맞아 외식을 하는 가족들이 크게 늘었다. 외식도 즐겁게 하고 방문 후기를 솔직하게 남기면 이벤트에 참가할 수 있다”고 말했다.



(주)호식이두마리치킨
〈호식이두마리치킨〉 평화통일 기원 군 장병에게 치킨 제공

〈호식이두마리치킨〉이 지난 2월 25일 경기도 파주시 탄현면에 통일동산점 가맹점 오픈을 맞아 육군 백마 7263부대에 위문과 함께 직접 조리한 치킨 200인분을 기증했다. 〈호식이두마리치킨〉 관계자는 “국군장병들의 사기증진과 격려차 본 위문을 준비하게 됐다”며 “하루빨리 동족상잔의 비극을 딛고 평화통일이 됐으면 좋겠다”고 말했다. 〈호식이두마리치킨〉은 복지원, 보육원, 재활시설 등 정기적인 사회봉사활동을 이어가고 있으며, 어버이날 기념 특별한 한상차림, 8.15 밥상나눔행사, 거리성탄행사 등 다양한 사회공헌활동을 전개하고 있다.



(주)웰빙을 만드는 사람들
〈뽕뜨락피자〉 SBS드라마 ‘내 사위의 여자’ 제작 지원

웰빙피자전문점 〈뽕뜨락피자〉는 SBS 아침드라마 ‘내 사위의 여자’의 제작 지원을 결정했다. ‘내 사위의 여자’는 12%(TNMS 제공)의 시청률을 넘기면서 뜨거운 관심을 받고 있다. 〈뽕뜨락피자〉 관계자는 “드라마 제작지원 효과를 톡톡히 보고 있다”며 “아침드라마 주요 시청자 층이 주부인 만큼 최근 주부들의 방문이 높아지고 있다”고 설명했다. 한편, 〈뽕뜨락피자〉는 창업자금 3000만원 대출지원, 업종변경 시 최소비용으로 창업 지원 등의 창업 혜택을 제공하고 있다.



(주)이수푸드빌
〈거성치킨〉 특별 사업설명회 개최

〈거성치킨〉이 3월 23일(수)과 25일(금) 〈거성치킨〉 사당점에서 사업설명회를 진행했다. 치킨 프랜차이즈 〈거성치킨〉은 100% 국내산 닭과 깨끗한 기름사용, 자체 개발 소스를 입힌 9여 가지 제품을 선보이고 있으며 수도권을 중심으로 38개 가맹점을 두고 있다. 이번 사업설명회는 시식회, 제품개발 및 마케팅 전략, 가맹점주와의 상생정책, 사업비전 등을 소개하는 자리로, 치킨창업을 고려 중인 예비창업자들을 대상으로 진행됐다. 창업특전으로 최대 3000만원 무이자 대출과 무료 인테리어 시공, 사후관리와 본사 전담의 메뉴 공급과 배송 등이 주어진다.



원앤원(주)
〈원할머니보쌈·족발〉 ‘1975 보쌈’ 신메뉴 출시

외식문화기업 원앤원(주)이 운영하는 〈원할머니보쌈·족발〉이 창립 41주년을 기념해 원조의 맛을 추억할 수 있는 신메뉴 ‘1975 보쌈’과 사이드메뉴 2종을 출시했다. 이번에 선보이는 ‘1975 보쌈’은 수육과 보쌈김치에 새콤달콤한 명이나물을 더해 맛의 균형을 잡았다. 보쌈고기는 엄선된 돈육을 꼭 삶아 기름기를 쏙 빼 담백한 맛과 부드러운 식감이 일품이다. 신메뉴에는 기존의 매콤하고 아삭한 보쌈김치에 명이나물을 추가한 것이 특징이다. 최근 건강한 식재료로 각광받는 명이나물을 새콤하게 양념해 고기의 고소한 풍미에 감칠맛을 더했다.



(주)CJ푸드빌
〈투레쥬르〉 샌드위치·샐러드 신제품 출시

〈투레쥬르〉가 맛살과 채소·과일 등을 곁들여 봄철 식사대용 혹은 피크닉 도시락으로도 좋은 샌드위치와 샐러드 신제품 8종을 출시했다. 버터 풍미가 가득한 패스트리 안에 맛살과 채소를 넣고 돌돌 말아 간편하게 즐기는 ‘맛살 롤패스트리’는 봄철 입맛도 돋워줄 별미다. ‘맛살 프레쉬 샌드위치’는 담백한 맛살과 아삭한 오이, 토마토, 로메인을 넣어 신선함이 입 안 가득 느껴지는 샌드위치다. 곡물식빵과 호박식빵 사이에 감자·옥수수 샐러드와 맛살을 넣은 ‘맛살&감자 2 in 1’은 두 가지 색과 두 가지 맛의 조화로 피크닉을 좀 더 다채롭게 해줄 제품이다.

BRAND NEWS



NC리테일그룹

〈뭇된고양이〉 2년 연속 100대 프랜차이즈에 선정

액세서리 프랜차이즈 기업 NC리테일그룹의 〈뭇된고양이〉가 '2016 매경 100대 프랜차이즈 인증식'에서 액세서리 업계 최초로 2년 연속 100대 프랜차이즈에 선정됐다. '매경 100대 프랜차이즈 인증식'은 매일경제신문사 주관으로 국내 프랜차이즈 산업의 발전과 각 업체의 경쟁력 향상을 도모하기 위해 매년 개최되는 행사다. 〈뭇된고양이〉는 본사 규모, 점포 수, 안정성, 장래성, 시장 반응 등에 대한 전문가들의 엄정한 심사에서 높은 평가를 받아 국내 4400여 개 프랜차이즈 브랜드 가운데 100대 프랜차이즈 브랜드로 선정됐다.



(주)금담프랜차이즈

〈청담동말자싸롱〉 2016 프랜차이즈 서울 참가

〈청담동말자싸롱〉이 지난 3월 3일부터 5일까지 3일간 서울 삼성동 코엑스에서 개최되는 2016 프랜차이즈 서울에 참가했다. 지난해부터 꾸준히 박람회 참가한 〈청담동말자싸롱〉은 대표 메뉴인 크림생맥주와 감자튀김, 치즈스틱은 물론, 이번에 새롭게 론칭한 동집크리스피, 순살 치킨 등 좋은 반응을 보인 신메뉴로 구성된 시식행사를 진행함으로써 가맹점주들의 이목을 끌며 인기를 한 몸에 받은 바 있다. 〈청담동말자싸롱〉은 이번 박람회에서 현장 가맹신청을 하는 예비창업자들에 한해 가맹비 300만원을 지원했다.



(주)커브스코리아

〈커브스〉 커비스트 신제품 3종 출시

(주)커브스코리아가 〈커브스〉의 헬스케어 뷰티 브랜드인 '커비스트 (Curvest)'를 론칭하고 신제품 3종을 선보였다. 커비스트는(Curvest)는 커브스(curves)와 최상급(est)의 합성어로, 여성들의 건강한 삶을 지향하는 〈커브스〉의 가치를 계승하고 발전시켜 탄생하게 됐다. 커비스트의 신제품 3종은 하루 한 포 맛있게 먹는 건강기능식품 다이어트 젤리 '젤리린'과 바디용 프리미엄 스포츠 크림 '퓨어 레스팅 크림', 스포츠 테이프 '커비스트 케어워크'이다. 한편, (주)커브스코리아는 커비스트 론칭과 신제품 출시를 기념하여 풍성한 선물을 마련하고 포토 이벤트, 사용 후기 이벤트, 커비스트 슬로건 등의 다양한 이벤트를 진행하고 있다.



(주)아로마무역

〈양키캔들〉 2016년 신향 10종 출시

〈양키캔들〉이 2016년 신향 10종을 선보인다. (주)아로마무역은 2016년 신향 10종을 출시하고 〈양키캔들〉 전국 가맹점 150개 매장에서 판매를 개시한다고 밝혔다. 이번에 출시하는 〈양키캔들〉 신향은 '패션후르츠마티니', '썬셋브리즈', '피어니', '마이세레니티', '레몬그라스&진저', '씨슬트&세이지', '리비에라에스케이프', '올리브&타임', '썸머피치', '버베나' 총 10종이다. 특히, 이번 신향은 과일향, 꽃향, 프레쉬 계열 등 국내 소비자가 가장 좋아하는 향취 위주의 라인업으로 구성했다.



(주)푸드존

〈피자마루〉 미국 뉴욕 진출

〈피자마루〉가 미국 뉴욕 플러싱에 1호점을 오픈, 미국 시장 진출에 나섰다. 〈피자마루〉 1호점이 위치한 뉴욕 플러싱은 현지인과 한국인, 중국인 등이 어우러져 생활하는 지역으로 다양한 문화적 특성을 갖고 있다. 이러한 지역적 특성을 반영해 〈피자마루〉 1호점은 다양한 문화권의 소비자들에게 〈피자마루〉의 우수성을 홍보하고, 이를 기점으로 상반기에는 맨하탄과 뉴저지 등으로 매장을 확대한다는 전략이다. 〈피자마루〉는 상반기 중 맨하탄, 뉴저지 등에 매장을 확대하고, 중국 베이징 3호점과 홍콩 2호점 등을 론칭한다는 계획이다.



(주)압구정
〈돈치킨〉 KBS 일일드라마 ‘천상의 약속’ 제작지원

(주)압구정의 브랜드 〈돈치킨〉이 KBS 일일드라마 ‘천상의 약속’ 공식 제작지원에 나섰다. 이 브랜드는 25년 동안 오븐구이를 전개해왔으며, 320여개가 넘는 매장을 운영중이다. 중국 내 사업 확장을 위해 중국 가공센터를 설립중이며, 중국 현지 내에 12개의 가맹점을 운영하고 있다. 최근에는 베트남에도 매장을 오픈, 글로벌 브랜드로 성장하고 있다는 평이다. 회사 관계자는 “KBS 일일드라마 ‘천상의 약속’ 제작지원을 통해서 〈돈치킨〉의 다양한 모습들을 시청자들에게 보일 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 판단하고 있다”고 전했다.



(주)디딤
〈애플삼겹살〉 가맹사업 본격화

삼겹살과 사과쌈의 이색적 조합으로 화제를 모으고 있는 〈애플삼겹살〉이 〈마포갈매기〉로 유명한 (주)디딤의 노하우를 바탕으로 본격적인 가맹사업을 시작한다. 〈애플삼겹살〉은 사과즙에 숙성한 돼지고기를 참숯에 초벌한 뒤 사과나무에 훈연해 사과쌈이나 명이나물, 토피아 등에 싸서 먹는 삼겹살 브랜드다. 지난해 11월 인천 송도직영점을 오픈한 이후 고기와 사과쌈이라는 이색적인 조합으로 주목받고 있다. 〈애플삼겹살〉은 일반 고깃집과 달리 카페를 연상시키는 깔끔한 인테리어와 넓고 쾌적한 매장 분위기를 재현했다.



(주)에땅
〈피자에땅〉 신메뉴 ‘하니퐁두 3종’ 출시

피자 배달 전문업체 〈피자에땅〉에서 신메뉴를 출시했다. 이번 메뉴는 EBS ‘보니하니’ 이수민 모델 선정과 함께 출시된 ‘하니퐁두 3종’이다. 하니퐁두 시리즈는 ‘베이컨체다’, ‘갈릭쉬림프’, ‘핫치킨’ 등 3가지 맛으로 구성돼 있다. 특히 피자 가운데에 동그란 구멍이 뚫려있는 독특한 모양인 것이 특징이다. 동그란 홈에는 달콤하면서도 고소한 블루치즈 퐁두소스가 제공되어 피자과 함께 곁들여 먹기 좋다. ‘베이컨체다’는 큼직한 통 베이컨에 풍미 가득한 스모크 치킨으로 맛을 더한 메뉴이며, ‘갈릭쉬림프’는 고소한 갈릭과 탱글탱글한 알새우를 함께 즐길 수 있는 메뉴다. 마지막으로 ‘핫치킨’은 매콤한 치킨에 탱글탱글한 알새우가 더해져 육류와 해산물을 함께 즐길 수 있는 메뉴이다.



(주)장수돌침대
〈장수돌침대〉 2016 대한민국 고객감동 그랑프리 대상 수상

〈장수돌침대〉가 2016 대한민국 고객감동 그랑프리에서 대상을 수상했다. 20여년의 노하우를 바탕으로 여전히 지속적인 연구개발을 아끼지 않고 있는 〈장수돌침대〉는 GMP인증, 식약처 제조업허가, ISO9001 품질인증, ISO14001 환경인증을 획득했으며 생산물 책임보험, EMF인증 등을 받았다. 현재 〈장수돌침대〉는 기존 흙침대, 솟침대에는 장판으로 마감한 것에 반해, 실용성과 효과 극대화를 실현시켜 건강침대로서 한 단계 업그레이드된 침대를 직접 생산, 판매하고 있다.



(주)알볼로에프앤씨
〈피자알볼로〉 지역주민 위한 외식복합문화공간 오픈

수제 피자 프랜차이즈 전문점 〈피자알볼로〉가 지난 4월 8일 부천시 오정구 여월동에 외식복합문화공간 ‘종이비행기 날고’를 오픈한다고 밝혔다. ‘종이비행기 날고’는 3층 건물로 약 450평 규모다. 1층은 120석 규모의 피자다인링 매장, 2층은 카페와 어린이 피자 교실, 3층은 문화예술공간으로 구성된다. ‘종합비행기 날고’에서는 미취학 아동과 초등학생을 대상으로, 실제 〈피자알볼로〉에서 사용하는 식재료를 사용해 피자를 만들고, 자신이 만든 피자를 시식할 수 있는 어린이 피자 교실 프로그램을 진행한다.

BRAND NEWS



라이스파이 중국 아오란그룹 임직원, 한국 전통 떡 <떡담>에 매료

대규모로 한국 관광에 나서 관심을 받았던 중국 아오란그룹 임직원들이 한국 전통 떡에 매료됐다. <떡담>은 지난 3월 28일 중국 아오란그룹 임직원 4500명이 모인 인천 '월미도치맥축제'에서 '12구 떡 선물세트' 1000개와 팔 시루떡 3000개를 판매했다. 한국 전통 떡을 맛본 아오란그룹 임직원들은 중국 떡과 달리 쫄깃한 식감과 담백한 맛이 특징인 한국 전통 떡에 좋은 평가를 나타냈다. '12구 떡 선물세트'는 제주도 향토떡인 오메기떡을 비롯해 전통 떡 12개로 구성됐으며, 팔시루떡은 <떡담>이 개발한 떡차를 이용해 현장에서 썰낸 떡을 판매했다.



(주)일동인터내셔널 <돌돌치킨>, 해외진출 적극적으로 추진

<돌돌치킨>이 해외진출을 적극적으로 추진하고 있다. <돌돌치킨>은 일본, 호주, 필리핀 등 기존 진출지역에 이어서 미국, 중국, 홍콩, 태국 등에 새롭게 출점할 계획이다. 또 호주에서도 점포를 확장할 예정이라고 밝혔다. <돌돌치킨>이 가장 많은 점포를 운영하는 나라는 태국이다. 마스터프랜차이즈로 진출해서 방콕, 라프라우, 후하히 등 5개점이 운영되고 있다. 홍콩의 경우 마스터프랜차이즈로 6월중에 3개점을 동시에 시작할 계획이며 추후 20개까지 늘리기로 했다. 미국은 맥주브랜드인 OB USA와 계약을 체결해 LA한인타운 등에 7월중 2개점을 전개한다.



(주)일승식품 <돈까스클럽> KBS2 '다 잘 될 거야' 제작지원 성료

<돈까스클럽>이 제작지원 중인 KBS2 일일 드라마 '다 잘 될 거야'가 지난 1월 29일 최고시청률 19.2%를 기록하며 시청자들의 큰 호응과 함께 유종의 미를 거두며 종영했다. '다 잘 될 거야'에서 <돈까스클럽>은 드라마의 주요 배경으로 등장해, 요리장인 만수와 가인이 운영하는 실력있는 외식프랜차이즈로 등장했다. 드라마 내에서 국내산 생고기로 돈까스를 만드는 정성스러운 과정이 자주 노출되며 <돈까스클럽>의 경영철학을 자연스럽게 노출했다. 또한 왕돈까스, 치킨 머쉬룸크림페투치네 등 주력 메뉴와 신메뉴인 '바이킹 리코타치즈샐러드', '스테이크 올리오 스파게티'를 드라마에서 첫 공개해 시청자들의 뜨거운 호응을 얻고 있다.



(주)SF이노베이션 <스쿨푸드> 론칭 15주년 기념 SK플래닛과 'O2O 프로모션' 실시

<스쿨푸드>가 브랜드 론칭 15주년을 맞아 배달전문매장인 <스쿨푸드> 딜리버리에서 오는 4월 30일까지 '스쿨푸드' 딜리버리 세트메뉴 30% 할인 이벤트를 실시한다. 이번 프로모션은 <스쿨푸드>가 론칭 15주년을 기념하여 고객들에게 감사의 뜻을 전달하기 위해 마련했다. 시럽월렛 또는 OK캐쉬백 애플리케이션을 설치한 후 검색창에 '스쿨푸드'를 검색하면 세트메뉴 30%의 할인 혜택을 제공하는 모바일 쿠폰을 받을 수 있다.



(주)다도글로벌 <드롭탑> '더블업 패스트리' 6종 출시

커피전문점 <드롭탑>이 맛과 크기를 2배로 업그레이드한 '더블업 패스트리' 신메뉴 6종을 출시했다. '더블업 패스트리'는 크라상, 아몬드 크라상, 너트 크림 크라상, 피넛 데니쉬, 크림치즈 데니쉬, 빵오쇼콜라 6종으로 구성됐다. <드롭탑> 관계자는 "요즘 커피전문점에서 음료와 함께 다양한 베이커리를 즐기는 것이 소비자 트렌드"라며 "특히 좋은 재료만을 엄선해서 만들고 있는 <드롭탑>의 '더블업 패스트리'는 맛과 크기를 2배로 업그레이드 했기 때문에 합리적인 소비 성향을 가진 소비자들에게는 더할 나위 없이 좋은 메뉴로 자리매김할 것"이라고 말했다.



(주)맥스원이링크
〈셀렉토커피〉 서비스산업 해외진출 지원 기업으로 선정

커피전문점 〈셀렉토커피〉가 코트라(KOTRA)에서 진행하는 2016 서비스산업 해외진출 선도기업 ‘서비스 문두스(Service Mundus)’ 식음료 부문에 선정됐다. 문두스(Mundus)는 라틴어로 세계 또는 우주를 뜻하며 ‘서비스 문두스’는 우리나라 서비스분야 기업들의 세계시장 진출을 위한 기업별 해외진출 맞춤형 사업이다. 선정기업은 85개국 125개 전 무역관으로부터 진출 희망 국가에 대한 거래선 발굴, 시장조사, 해외출장 지원 등 해외진출 관련 다양한 서비스를 자유롭게 이용할 수 있다.



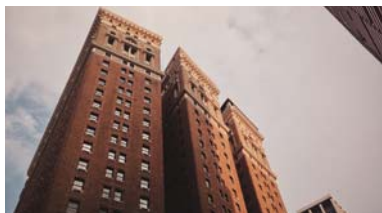
JH그룹
식목일 맞아 능원천 정화 활동 실시

JH그룹이 지난 5일 식목일을 맞아 정한 회장을 비롯해 임직원 30여명이 참석한 가운데 경기도 용인시 처인구 모현면 동림리에 위치한 중앙물류센터 대청소와 능원천 정화 활동을 실시했다. 식목일 기념 대청소에 나선 JH그룹 관계자들은 중앙물류센터 내외부 청소와 함께 인근에 위치한 능원천변 쓰레기를 치웠다. 또 중앙물류센터가 위치한 동림리 마을 청소도 함께 진행했다. JH그룹은 그동안 매년 식목일을 맞아 중앙물류센터와 인근 하천 청소 그리고 마을회관을 중심으로 마을 청소를 진행해 왔다.



(주)짐월드
〈짐보리〉 2016 봄학기 회원 모집

글로벌 영·유아 놀이 프로그램 및 프리미엄 교구를 개발, 유통하는 〈짐보리〉가 2016년도 봄학기 회원을 모집했다. 〈짐보리〉는 ‘플레이, 뮤직, 아트, 맥포머스’의 대표적인 영·유아 놀이 프로그램으로 부모와의 애착 형성을 기반으로 아이의 발달 단계별로 체계적으로 세분화된 커리큘럼을 제공하는 것이 특징이다. 〈짐보리〉의 모든 프로그램은 교육 심리, 아동 발달 및 감각 통합 이론, 유아교육학 분야의 지식을 갖추고 있는 전문가들에 의해 개발됐다.



(주)리맥스코리아
2016 글로벌 부동산 투자 포럼 개최

부동산 프랜차이즈 리맥스코리아가 4월 15일 서울 강남구 역삼동 벨레스호텔에서 2016 글로벌 부동산 투자 포럼을 개최했다. 이번 포럼에서는 글로벌 부동산 시장에 대한 트렌드, 전망, 세계 각국 부동산 제도, 투자시 유의사항, 투자방향 및 대상 등을 발표했다. 이 포럼은 리맥스(RE/MAX)의 글로벌 네트워크를 기반으로 진행되는 행사로, 세계 주요국 리맥스 본사 대표 및 에이전트가 해외 부동산 투자에 관심 있는 국내 투자자들에게 각 국가의 구체적인 생생한 부동산 정보를 제공하고 있다.



(주)오니규
〈리즈스테이크갤러리〉 ‘카카오톡 선물하기’ 모바일상품권 출시

실속형 스테이크 전문점 〈리즈스테이크갤러리〉가 모바일 상품권을 카카오톡 선물하기에 출시했다. 〈리즈스테이크갤러리〉는 스테이크의 부담스러운 가격대를 낮춘 점심 메뉴를 선보이고 있다. 7000원에서 9000원대로 책정한 점심 메뉴는 한입에 먹기 좋게 썰어 나온 스테이크와 감자튀김, 필라프, 샐러드를 한 접시에 담아낸다. 이와 함께 2900원을 추가하면 쌀국수까지 먹을 수 있다.

BRAND NEWS



(주)이바둑 연내 미국 진출...대규모 직영점 오픈 예정

(주)이바둑의 김현호 대표는 미주 시장 진출을 위해 지난 2월 미국을 방문, 휴스턴 지역 한인 언론사들과 인터뷰를 통해 미주 시장 진출에 대해 밝혔다. 김 대표는 “구체적인 시장 선정을 위해 뉴욕과 LA, 휴스턴 등 여러 후보 도시들을 돌아보았다. 우선 미국 내 친숙한 아시안 마켓부터 진출할 계획이며 연내 미국 법인 설립을 목표로 오랜 기간 준비해 왔다”고 말했다. 이미 오픈한 중국 상해 직영 1호점에서 대형 매장으로 성공을 경험한 김 대표는 약 650㎡(196.6평) 이상의 대규모 직영점을 오픈할 예정이다.



(주)빅토리어스 〈꾼노리〉홍대점, 매장 리모델링 재개장

〈꾼노리〉홍대점이 2, 3층 매장 전체 리모델링을 재개장 했다. 새롭게 리모델링한 홍대점은 〈꾼노리〉만의 방 구조 형태를 유지해 주변 테이블의 어수선한 분위기에 방해 받지 않을 수 있다. 또한 파스텔톤과 현대식 구조물을 사용해 분위기를 한층 밝게 바꾸었다. 브랜드 관계자는 “〈꾼노리〉홍대점은 기본 룸 구조를 토대로 리모델링 해 편안하게 술자리를 즐길 수 있다. 연인 데이트 장소와 회식 장소로 사용 가능하니 많은 관심 부탁 드린다”고 말했다.



도봉이F&S(주) 〈도봉이통닭〉강남병원과 진료서비스 협약 체결

〈도봉이통닭〉이 강남병원과 지난 2월 16일, 원내 인화관에서 양사 주요 관계자들이 참석한 가운데 진료협약을 체결했다. 이번 협약으로 강남병원은 〈도봉이통닭〉의 임직원은 물론, 가맹점주 및 가족들에게 각종 진료서비스에 대한 편의를 제공하고 상호 발전을 위해 긴밀하게 협력하게 된다. 〈도봉이통닭〉의 최종성 대표는 “강남병원과 진료협약을 맺게 되어 가맹점주와 가족분들이 양질의 의료서비스를 받을 수 있어 기쁘다”며 “강남병원과 함께 다양한 사회공헌활동을 펼쳐나갈 것”이라고 전했다.



(주)편앤아이 〈편비어킹〉봄 신메뉴 출시

비어카페 〈편비어킹〉이 지난 3월 1일부터 봄 신메뉴를 출시해 본격적인 판매를 시작했다. 〈편비어킹〉의 봄 신메뉴는 불맛나는 매콤한 통삼겹살을 신선한 야채와 과일을 함께 곁들여 먹는 ‘포크밸리 스테이크’와 상큼한 샐러드 위에 살짝 구워 부드러운 쇠고기와 마늘칩이 어우러진 ‘그릴드 비프샐러드’이다. 중독성 강한 포크밸리 스테이크는 시원한 맥주와 소주에 잘 어울리는 안주로, 엄격한 자체 시식단의 검수를 거쳐 출시한 만큼 특별한 맛을 내고 있는 것이 특징이다.



(주)한술 〈한술도시락〉봄 마케팅 진행

도시락프랜차이즈 〈한술도시락〉이 봄철 나들이 고객을 위해 도시락 구매 시 캔커피를 무료로 증정한다고 최근 밝혔다. 전국 680여개 한술 매장에서 고급도시락 4종을 구매하는 고객은 찬차마요 카페라떼 캔커피를 오는 30일까지 무료로 받을 수 있다. 〈한술도시락〉 관계자는 “봄을 대표하는 매화, 진달래, 개나리 등 봄나들이를 즐기는 고객들이 식사와 커피를 알차게 이용할 수 있도록 캔커피 무료 증정 이벤트를 진행하게 됐다”며 “(주)한술의 나들이 도시락과 함께 연인, 가족들과 봄을 만끽하기 바란다”고 말했다.



(주)조스푸드
〈조스떡볶이〉 '치즈떡볶이를 찾아라' 이벤트 진행

조스푸드의 떡볶이 브랜드 〈조스떡볶이〉가 신메뉴인 치즈떡볶이를 활용한 '치즈떡볶이를 찾아라' 이벤트를 진행한다고 지난 13일 밝혔다. 이벤트 기간은 지난 17일까지였으며 참여자 중 총 10명에게 치즈떡볶이를 선물로 제공했다. 〈조스떡볶이〉 관계자는 "SNS가 고객에게 즐거움과 소통을 높일 수 있는 최고의 채널인 만큼 〈조스떡볶이〉는 페이스북을 통해 다양한 이벤트를 진행하고 있다"고 말했다.



(주)호경에프씨
〈코바코〉 특허 유산균 숙성 돈가스·우동 출시

돈가스·우동·초밥 전문 브랜드 〈코바코〉를 운영하는 (주)호경에프씨가 특허 유산균이 들어간 웰빙형 돈가스와 우동면을 개발하고 지난 4월 1일부터 전국 매장에 출시했다. 이들 상품에는 특허 유산균으로 숙성한 원재료가 쓰인다. 등심 및 안심 돈가스는 4월 1일부터, 우동류는 오는 5월 1일부터 전국 〈코바코〉 매장에서 만날 수 있다. 이번 유산균 숙성 원재료 생산 및 상품화 기술은 (주)호경에프씨의 기업 부설 식품개발연구소와 유산균 전문업체 웰빙앨리스 생명공학연구소가 공동 개발한 작품이다.



(주)한국인삼공사
2016 우수 〈정관장〉 가맹점 시상식 진행

(주)한국인삼공사는 최근 KT&G 춘천 상상마당에서 전국 우수 〈정관장〉 가맹점 시상식을 진행했다. 올해로 6년째를 맞는 전국 우수 〈정관장〉 가맹점 시상식은 2015년 한 해 동안 매출을 비롯한 가맹점 평가결과 및 지역 현장의견을 수렴해 우수한 평가를 받은 50개 가맹점을 선정해 진행됐다. 올해는 우수 가맹점으로 선정된 50개 가맹점 사업자와 (주)한국인삼공사 임직원, 가맹점 사업자 단체가 함께 하는 축제 형식으로 문화 공연과 가든파티를 함께 즐기며 상생의 의지를 다지는 시간을 가졌다.



설립 연도	2000년
점포 수	40개
창업비용	3억5000만원
업종	사무용품전문물

(주)오피스넥스
〈오피스넥스〉 컴퓨터·사무용품 '오늘 배송'

〈오피스넥스〉는 사무실에서 필요한 모든 사무용품과 컴퓨터용품을 제조·유통·판매하고 있다. 최신 장비를 갖춘 카피넥스(Copynex)에서는 출력을 비롯한 다양한 부가서비스를 제공하고 있다. 고객 수요에 따라 최고의 상품을 온·오프라인의 다양한 채널을 통해 판매하고 있다. 전국 오프라인 매장을 통한 신속한 배송 인프라는 '오늘 배송'이라는 슬로건 아래 업계 최고를 자랑한다.



(주)지호
〈지호한방삼계탕〉 사업설명회 진행

삼계탕 전문브랜드 〈지호한방삼계탕〉이 지난 4월 20일(수) 오후 2시 경기도 하남 본사에서 사업설명회를 열었다. 〈지호한방삼계탕〉 이지호 회장은 "자체 운영 중인 R&D센터에서 25년간 연구한 메뉴를 반가공 처리해 원팩으로 가맹점에 공급하기 때문에 각 가맹점에서는 주방장 없이 단순조리만 해도 최상의 요리를 고객에게 제공할 수 있다"고 설명했다. 〈지호한방삼계탕〉은 2015년도 한국프랜차이즈산업대상 연구개발 부문 대상을 수상한 바 있다.

NEWS LOUNGE

4월~6월

[국가인적자원개발 컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(3회차)

기 간	4월 26일(화)~4월 27일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
목 적	해외 진출 기업 실무자(재직자)의 종합적인 정보(맞춤형 실무 교육) 국가별 산업, 인사, 노무 등을 제공하여 해외 진출 시 기초적인 학습 운영을 지원하고 내·외부 환경 분석 및 사업분석 결과를 반영한 사전교육 제시		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가포르) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 전략 자사도입과 활용 실무(3회차)

기 간	5월 3일(수)~5월 4일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
목 적	세계적인 수준의 기업으로 성장할 수 있도록 현업에 적용 가능하고 성과에 영향을 미칠 수 있는 재직자의 역량강화 교육 실시		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가포르) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(4회차)

기 간	5월 24일(화)~5월 26일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
목 적	프랜차이즈 해외 진출 기업의 고숙련자를 양성하기 위한 전문 교육으로 경영전략과 핵심 지식을 습득하고 응용할 수 있도록 실무형 교육 제시		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가포르) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(4회차)

기 간	6월 1일(수)~6월 2일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
목 적	해외 진출 기업 실무자(재직자)의 종합적인 정보(맞춤형 실무 교육) 국가별 산업, 인사, 노무 등을 제공하여 해외 진출 시 기초적인 학습 운영을 지원하고 내·외부 환경 분석 및 사업분석 결과를 반영한 사전교육 제시		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가포르) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 전략 자사도입과 활용 실무(4회차)

기 간	6월 8일(수)~6월 9일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
목 적	세계적인 수준의 기업으로 성장할 수 있도록 현업에 적용 가능하고 성과에 영향을 미칠 수 있는 재직자의 역량강화 교육 실시		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가포르) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

[국가인적자원개발 컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(5회차)

기 간	6월 28일(화)~6월 29일(목)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
인 원	25명	비 용	국비지원 무료교육(협약기업 재직자)
교육대상	고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자		
목 적	프랜차이즈 해외 진출 기업의 고숙련자를 양성하기 위한 전문 교육으로 경영전략과 핵심 지식을 습득하고 응용할 수 있도록 실무형 교육 제시		
혜 택	※ 해외진출 실무에 투입 될 수 있는 기초지식 제공 ※ 프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※ 마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람(중국, 동남아, 인도, 싱가포르) ※ 교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급		

NEWS LOUNGE EDUCATION

4월~6월

매출증대를 위한 스토리텔링 홍보전략과정

기 간	4월 7일(목)~4월 28일(목) 매주 목요일 (4주)	교육장소	프리마호텔(강남구 청담동)
인 원	20명	비 용	회원사 40만원, 비회원사 50만원
교육대상	프랜차이즈 기업을 운영중인 CEO 및 임원		
목 적	최근 국내외에서 성공한 프랜차이즈 기업의 성공 홍보 전략을 통해서 자사의 스토리 텔링을 구축		
혜 택	※ 마케팅 기업 에프씨랜드의 유료 컨설팅 제공 ※ 전문가 및 업계 네트워크와 인프라 구축의 장 마련 ※ 수료증 수여 및 동문회 결성		

제29기 슈퍼바이저(SV) 전문가 과정

기 간	5월 28일(토)~7월 30일(토) 매주 토요일 (10주)	교육장소	프랜차이즈산업연구원(서초구 반포동)
인 원	40명	비 용	회원사 99만원, 비회원사 110만원
교육대상	프랜차이즈 가맹본부의 슈퍼바이저 및 임직원, 매장 매니저 및 자영업자, 가맹본부에 취업을 희망하는 대학생과 일반인		
목 적	가맹본부와 가맹점간의 동반성장의 공동체 관계를 구축하고, 전문지식과 능력을 갖춘 슈퍼바이저 양성		
혜 택	※ 한국프랜차이즈산업협회 회장의 수료증 ※ 슈퍼바이저 자격증 응시 자격 수여 ※ 슈퍼바이징 관련 정보제공 및 자료 열람		

제4기 프랜차이즈 지도사 과정

기 간	6월 4일(토)~8월 6일(토) 매주 토요일 (10주)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회(서초구 서초동)
인 원	30명	비 용	회원사 135만원, 비회원사 150만원
교육대상	프랜차이즈 가맹본부의 CEO 및 임직원, 예비 프랜차이즈 CEO 또는 가맹본부에 취업을 희망하는 대학생과 일반인		
목 적	프랜차이즈의 전반적인 내용을 통해서 프랜차이즈 업계의 최고 전문가를 양성 및 배출		
혜 택	※ 한국프랜차이즈산업협회 회장의 수료증 ※ 프랜차이즈 지도사 자격증 응시 자격 수여 ※ 국내 50여 FC 브랜드 컨설팅 자료 열람		

한국프랜차이즈산업협회, 국비지원 무료 교육 프랜차이즈 기업 육성 위한 해외 진출 및 신기술 개발에 주력



1월 21일 ~ 22일 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅전략(37명 수강)



2월 23일 ~ 25일 글로벌핵심인재 역량고도화과정(25명 수강)



3월 21일 ~ 22일 프랜차이즈를 위한 온라인 마케팅전략(37명 수강)



3월 29일 ~ 31일 글로벌핵심인재 역량고도화과정(20명 수강)

한국프랜차이즈산업협회는 포화상태인 국내 시장을 벗어나 해외진출을 위한 전문 인력 양성을 위해 다채로운 교육과정을 만들어 진행하고 있다. 협회는 국내 GDP의 10% 이상 차지하는 범국가적인 미래 산업으로 육성하고자 교육수강생을 모집해오고 있으며, 프랜차이즈 산업인들의 뜨거운 관심과 참여로 활발하게 진행하고 있다. 특히 협회는 회원사가 공동으로 중소기업 재직 근로자 직무능력향상을 위해 실시하는 직업능력 개발 지원사업으로 재직자 수요에 맞는 과정을 특성별로 배분해 맞춤형 교육을 제공하는 등 뜨거운 반응을 얻고 있다.



1월 28일 ~ 29일 실무에 활용하는 글로벌진출입문과정(27명 수강)



2월 16일 ~ 17일 글로벌전략자사도입활용실무(24명 수강)



3월 15일 ~ 16일 글로벌자사도입활용실무(25명 수강)

News Lounge

협회 일정 및 협회장 동정

* 2016년 01월 *January*

4일	협회 시무식
6일	대한상의 신년인사회
8일	투어컴(전북지회장사박배균)비전선포식
10일	중국 연길진출 1차회의
13일	소진공, 특허청 예산협의
18일	중소기업중앙회 신년인사회
19일	산업부장관 중소기업인 간담회
20일	신년하례식&18차포럼
21일	[컨소시엄]글로벌 온라인마케팅과정(회)
25일	제20대 총선 중소기업 총선과제 전달식
26일	제36기 상권분석 전문가 과정
27일	제36기 상권분석 전문가 과정 특허청 회의 한·중 FTA 서비스투자 추가자유화 협상 관련 사전 간담회 전통시장 망원시장 희말라야 트레킹
28일	[컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(회차) 연대 FCEO 분과위원회 모임
29일	[컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(회차) 미국지회현판식 aT신년 교례회 한국여성경제연합회 회장 이·취임식
30일	미국지회현판식

* 2016년 02월 *February*

1일	미국지회 현판식
2일	미국지회 현판식 미국출장 도착 서울시 에누리기업 위촉식
3일	2015 협회 회계감사
4일	제36회 프랜차이즈산업박람회 사전 설명회 중국상표 브로커 대응간담회
5일	중국 연길진출 2차회의
11일	경제민주화 도시 서울 MOU체결
13일	제28기 슈퍼바이저 전문가 과정 입학식
15일	신임 임원 상견례
16일	[컨소시엄] 글로벌 전략 자사도입과 활용 실무(회차) 세종대프랜차이즈컨설팅입학식
17일	[컨소시엄] 글로벌 전략 자사도입과 활용 실무(회차) 유통산업연합회 실무위원회
18일	또봉이 F&S 사업설명회 2016 이사회&정기총회
20일	제3기 프랜차이즈 지도사 과정 입학식 고용노동부 근로기준정책 간담회
23일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(회차) 2016년 정책위원회
24일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(회차) mbn Y포럼 VIP참석
25일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(회차) 특허청 국제협력과 인식제고 회의
26일	중국 연길시 시장조사단 파견
27일	제23기 맥세스 실무형 프랜차이즈 과정 입학식 중국 연길시 시장조사단 파견(2일차)
28일	중국 연길시 시장조사단 파견(3일차)

* 2016년 03월 March

3일	제19기 FC 최고전문가 과정 입학식
4일	FC인재육성 장학위원회 회의
5일	제29기 연대 프랜차이즈 CEO과정 입학식
7일	제4기 KFCEO 입학식
8일	[컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(2회차)
9일	[컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(2회차)
10일	2016 제 36회 프랜차이즈산업박람회
11일	2016 제 36회 프랜차이즈산업박람회
12일	2016 제 36회 프랜차이즈산업박람회
14일	연대 FCEO총동문회 고문단모임
15일	[컨소시엄] 글로벌 전략 자사도입과 활용 실무(2회차) 서울시 소상공인지원과
16일	[컨소시엄] 글로벌 전략 자사도입과 활용 실무(2회차)
17일	연길진출관련 회의
19일	협회 시산제
21일	산업부 주재 통상산업회의(프랜차이즈분야)
22일	홍콩 외식협회 방문
23일	더진국 이천공장 준공식 축하
24일	제1회 KBIZ CEO혁신포럼 개최 2016 유통산업포럼 참석 홍콩투자청 미팅
25일	제4기 KFCEO 워크숍 개최(1박 2일) 연세대 FCEO과정 총동문 워크숍 개최(1박 2일)
26일	제4기 KFCEO 워크숍 개최(1박 2일) 연세대 FCEO과정 총동문 워크숍 개최(1박 2일)
29일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(2회차) 매경 100대 프랜차이즈 시상식 제12회 FC법률포럼 심포지엄 개최
30일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(2회차) 여성위원회 기업탐방 KFCEO 1차 골프대회 미팅
31일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(2회차)

* 2016년 04월 April

1일	한라대학교 MOU / 킨텍스 매경창업박람회 참관
4일	2016년 제19차 글로벌 프랜차이즈 포럼 조용근 고문 출판기념회
5일	사업화연계기술개발사업 발표회(ERP) 필리핀 프랜차이즈산업협회 미팅
6일	[컨소시엄] Master Franchise Business 협상 전문가 과정(1회차) 서울국제식품포럼 / 협회임원골프
7일	[컨소시엄] Master Franchise Business 협상 전문가 과정(1회차) 서울시청 에너지시민협력과 회의 S-Proj. 1차회의(비상대책회의)
8일	연길 진출 조찬회의 / [컨소시엄] 회계감사 제출 마감 이데일리 유통부장 오찬 / 사업설명회 교육장 제38회 프랜차이즈산업박람회 미팅 및 계약참석 제4기 KFCEO 문화행사
9일	맥서스 춘계 체육대회
11일	창업&프랜차이즈 편집회의 오피스박스 MRO 관련미팅 / 오비맥주 관련 회의
12일	마카오 방문단 회원사 방문 공재기 회장 천안물류센터 준공식 [컨소시엄] 컨설팅(회계, NCS, 수요조사)
14일	YTN MOU 체결식 / 특허청 상표브로커 TF 회의 가맹사업 시행령 개정안 의견 청취 회의
15일	중국 하이얼 백화점 입점문의 트로스시스템즈 B2C 앱 서비스 관련 업무협의 프랜차이즈 통합상품권 실무자 회의 음식점등급제표지 관련 협단체 회의
16일	제28기 프랜차이즈 슈퍼바이저 수료식 / 협회 산악회
18일	김치협회 미팅
19일	<또봉이 통닭> 사업설명회 개최 / 원산지 인증제도 설명회 참석
20일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(3회차) 외식산업식자재박람회
21일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(3회차) 연길 진출 관련 회의 협회 협회장, 서울시장 오찬 간담회
22일	[컨소시엄] 글로벌 핵심인재 역량 고도화 과정(3회차)
26일	[컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(3회차)
27일	[컨소시엄] 실무에 활용하는 글로벌 진출 입문과정(3회차)
28일	청년1* 채용박람회 개최
29일	부산창업박람회 참관 / 에너지공단 MOU 체결식
30일	프랜차이즈 지도사 수료식

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

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

혜택 1

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다!

프랜차이즈 산업인의 권익 대변

(사)한국프랜차이즈산업협회에 가입된 모든 회원사는
가맹사업진흥법과 가맹사업법으로부터 철저한 보호를 받을 수 있습니다

혜택 2

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게!

산업시찰 및 해외진출 지원

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

혜택 8

새로운 홍보 플랫폼

홈페이지 · TV미디어 홍보

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

혜택 3

프랜차이즈 전문가를 향한

프랜차이즈 실무교육

가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육,
FC 가맹본부 핵심인재 양성, 슈퍼바이저 전문가,
외식경영관리사, 맥세스 실무형 프랜차이즈 과정 등
각종 협회 교육 수강료 10%를 할인해드립니다

혜택 9

300명 수용 가능한

교육장 임대

사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는
협회 교육장을 50% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다
(4시간 이상 기준)

혜택 4

가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등

법률 · 세무 · 자문 및 정책 정보제공

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

혜택 10

각종 규제 개선 건의

대정부 정책 건의

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

혜택 5

성공 창업의 요람!

프랜차이즈 산업 박람회 참가

국내 최대 규모 프랜차이즈산업박람회!
부스 참가 시 10%의 할인 혜택을 드립니다

혜택 11

369플라워 꽃 배달 사업

B2B 사업 혜택

프랜차이즈협회의 지정 꽃배달 업체인 369플라워에서
꽃배달 서비스를 저렴하게 이용할 수 있습니다

혜택 6

학사 및 석사, 장학금 등

학위 과정 혜택

가천대 글로벌프랜차이즈학 석사학위 과정 장학금 혜택,
세종대 FC MBA과정, 서경대 · 신흥대 직장인 학사과정,
기타 최고위 과정(연세대 FCEO 과정 추천) 등의
등록 혜택을 받을 수 있습니다

혜택 12

프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류

친목 프로그램 참가

임원사 정기 골프회,
준회원 · 정회원 · 특별회원을 위한 산악회 등
따뜻한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다

혜택 7

CEO포럼, 법률 세미나 등

포럼 · 세미나 · 컨벤션 행사 참가

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

혜택 13

프랜차이즈산업협회 가맹점주를 위한

외환은행 대출서비스 혜택

협회 회원사 대상 전용 대출 상품을 제공합니다
(최저금리 연 3.78%, 2015년 10월 2일자 기준)
* 개인 신용 등급에 따라 차이 발생

회 원 가 입 신 청 서

☐ 정회원 ☐ 준회원 ☐ 특별회원

신 청 인 정 보				
사 진 (3cm×4cm)	회 사 명		전화번호	
	브랜드명		휴대전화 (대표자)	
	대표자명		팩스	
	대표자 (주민등록번호)		이메일 (대표자)	
회사주소				
홈페이지			업 종	
담당직원	이름:	Tel:	가입경로	☐ 홈페이지 ☐ 추천인() ☐ 기타()
	이메일:			
계좌정보	☐ 개인 / ☐ 법인통장		출금일자	매월 ☐ 5일 / ☐ 14일 / ☐ 28일
회 사 명			계좌번호	
대표자명			주민등록번호 (사업자등록번호)	
월납입액	금 원(W)	협회 계좌번호	* 국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주:(사)한국프랜차이즈산업협회	
【CMS 출금이체 약관】 1. 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오. 2. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정서의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다. 3. 출금이체 지정계좌의 예금잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다. 4. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다. 5. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되어지며, 수납기관으로부터 사전통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다. 6. 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다. 7. 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금기로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정기로 합니다. 8. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다. 9. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다. 10. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다.				
【금융거래정보의 제공 동의서】 본 신청과 관련하여 본인은 다음 금융거래정보(거래은행명, 계좌번호)를 출금이체의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지신청하는 시점까지 상기 수납기관에 제공하는 것에 대하여 「금융실명거래 및 비밀보장에 관한 긴급제정경계명령」의 규정에 따라 동의합니다.				
【개인정보의 제공 동의서】 위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다. 모든 약관동의(☐ 동의 / ☐ 미동의)				
[구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서 [협회연락처] Te)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)master@ikfa.or.kr 주소)서울시 서초구 서초대로 248(월헌빌딩 2층)				

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

20 년 월 일

회 사 명 :
대 표 자 : (인)

NEWS LOUNGE

.....신규 · 협력회원 현황

신규회원 현황

구분	업 체 명	브랜드명	업 종	대 표 자	신 청 일
정회원	(주)아트크레오	영랜브란트코리아	.	오은정	2016.01.08
	(주)위드인푸드	걸작떡볶이	.	김복미	2016.01.08
	스노우볼	스노우볼	.	박희준	2016.02.15
	(주)글라스스토리안경	글라스스토리, 랜즈스토리	.	박청진	2016.03.17
	(주)아이쿵스	아이쿵스	.	박성순	2016.04.06
	(주)케이엠에스	안동국밥	.	권오병	2016.04.18
	(주)일성코퍼레이션	스시노백쉐프	.	이정훈	2016.04.20

협력회원

구분	업 체 명	브랜드명	업 종	대 표 자	신 청 일
협력회원	농업회사법인(주)청계원	푸른아침	.	박성환	2016.01.06
	단비식품	지킬박사	.	정희옥	2016.01.22
	(주)송림푸드	소스토리, 쉼편	.	한병학	2016.01.28
	(주)온세통신	온세통신	.	최윤호(최한석)	2016.02.01
	한양제너럴푸드	웰세프	.	최창환	2016.02.04
	(주)이노소프트기술	이노소프트	.	최승실	2016.02.15
	맛나농원	맛나농원	.	박광호	2016.02.18
	(주)위스트	위스트	.	이춘원	2016.03.02
	법무법인 청목	청목	.	신석범	2016.04.18





Korea Franchise Association

KFA

www.ikfa.or.kr

한국프랜차이즈산업협회 교육장 대관 SERVICE

::: 작은 회의도 컨퍼런스가 된다! :::



교육장 구성 : 희망실 1(70~90명) | 희망실 2 (35~40명) | 상생실(20~25명) | 창조실(25~30명)

교육장 활용 1

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



교육장 활용 2

이사회, 정기총회, 대형/미니세미나,
기획회의, 스터디, 강연, 워크샵,
직무교육, 그룹토의, 창업상담 등.



교육장 이용문의

- 상담문의 :
02.3471.8135~8
(내선2번)
- 이메일문의 :
master@ikfa.or.kr

“가맹사업을 지원하는 KFA세미나실!! 즐거움을 드리는 한국프랜차이즈산업협회”

프랜차이즈 기업의
혁신적 매출증대를 위한

빅데이터 리서치솔루션

프랜차이즈산업연구원이 함께 합니다.

고객만족
통합솔루션

(+Big Data)

브랜드관리
솔루션

(+Big Data)

신제품개발
솔루션

(+Big Data)

통합
솔루션

(+고객만족+브랜드관리)



BIG DATA

마켓센싱으로 변화를 선도

해당 산업의 변화를 감지하고 사람들이 무엇을 생각하는지 실시간으로 분석
연관검색어로 알아본 소비자의 숨겨진 니즈 분석
빅데이터로 본 브랜드 정보 탐색/분석
소비자 카테고리 분석 마케팅 인사이트 도출



SERVICE DELIVERY

성공하는 서비스

프랜차이즈 가치를 전달하도록 가맹점 서비스를 평가하고,
고객 측면에서 서비스역량 평가 후 경쟁력 강화
서비스 품질 조사 | 고객접점 진단 및 분석 | 가맹점주 만족도 조사



INTERNAL MARKETING

성공하는 상품 개발

고객의 욕구를 충족할 수 있는 상품을 과학적인 조사를 근거하여
성공확률을 높임
신상품 개발 조사 | 상품 컨셉 | 디자인 컨셉 | BI 컨셉 | 광고 컨셉



EXTERNAL MARKETING

서비스 성과 조사

프랜차이즈 기업의 마케팅, 고객만족, 브랜드, 점포이미지를 과학적 조사를
근거로 기업의 성과를 파악하고 Insight 획득
브랜드/상품 이미지 조사 | 가격-가치 조사 | 고객 만족도 조사 |
관계-품질 조사 | 재방문 의도 조사 | 브랜드 인지도 및 브랜드 품질 조사 |
점포이미지 및 애호도 조사

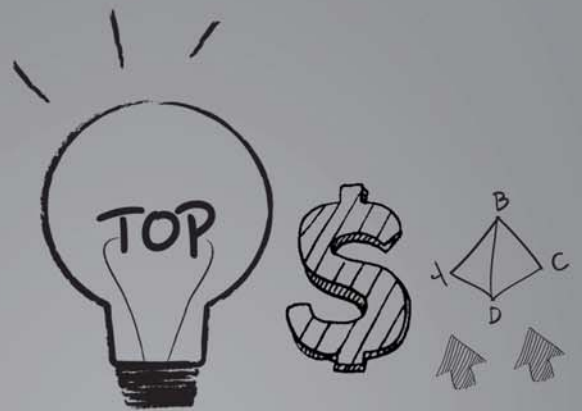
BigData Research

과학적 조사 분석과 결과를 중시
세상을 변화시키는 힘 혁신의 동반자
소통하고 함께 호흡하는 엄격한 리서치 분석



프랜차이즈산업연구원
The Institute for Franchise Industry Studies

www.ifis.co.kr

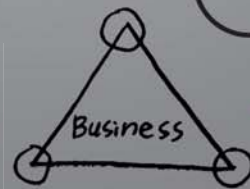
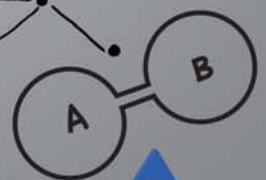


BUSINESS

RESEARCH ← Strategy

%

20:00



333만 손님이 꽃 피워주신

하나멤버스 333 이벤트

삼시세끼 식사부터 친구와 커피 한잔까지~
하나멤버스 회원이라면 풀코스로 누리세요!



첫 번째 이벤트

꽃보다 커피



하나멤버스 가입만 해도
커피빈 아메리카노
100% 증정

이벤트 기간

2016년 4월 15일 ~ 5월 31일

이벤트 내용

하나멤버스 신규 가입 시 커피빈
아메리카노(S) 1잔 쿠폰 무료 제공
(앱 로그인 시 즉시 제공 / 선착순 50만 명)

참여 방법

1. 하나멤버스 앱 다운
2. 멤버스 회원 가입 후 로그인 (가입 시
전체 동의 체크 필수)
3. '내쿠폰함'에서 쿠폰 확인

두 번째 이벤트

친구와 함께 커피를



친구에게 앱 추천하면
커피빈 아메리카노가
한잔 더!

이벤트 기간

2016년 4월 15일 ~ 5월 31일

이벤트 내용

하나멤버스 친구추천 성공 1명당
커피빈 아메리카노(S) 1잔 쿠폰 무료 제공
(추천 성공 건에 대해 1시간 후 쿠폰 제공 /
선착순 50만 개)

참여 방법

1. 멤버스 로그인
2. 친구추천 메뉴를 통해 친구에게
초대 메시지 보내기
3. 친구가 내 초대 메시지 URL를 통해
하나멤버스 회원 가입 완료하면 성공

세 번째 이벤트

삼시세끼 하나머니



하루 3번,
응모할 때마다
111분께 10,000머니 적립

이벤트 기간

2016년 4월 15일 ~ 5월 15일

이벤트 내용

아침/점심/저녁 하루 3번 111명씩
즉석 추첨하여 10,000 하나머니 적립

참여 방법

1. 멤버스 로그인
 2. 매일 3회 이벤트 응모하기
 - 아침 06:00~12:00
 - 점심 12:00~18:00
 - 저녁 18:00~24:00
 각 1회 응모
- 당첨 여부 실시간 확인 및
머니 즉시 적립

※ 신규가입 시 증정되는 커피빈 쿠폰은 웰컴머니와 중복 제공되지 않습니다.

※ 자세한 내용은 하나멤버스 홈페이지를 참고하시거나 고객센터로 문의 바랍니다. 홈페이지 www.hanamembership.com | 고객센터 1800-0000



※ KEB하나은행, 하나금융투자, 하나생명, 하나저축은행은 예금자보호법상 부보금융기관이며, 하나카드 및 하나캐피탈은 부보금융기관이 아닙니다. ※ 하나금융그룹관계사들은 상호채무를 보증하지 않습니다.

※ 신용카드 내용은 가계경제에 위함이 됩니다. ※ 본 홍보물은 2016년 5월 31일까지 유효합니다.

KEB하나은행 준법감시인 심사필 2016-광고-1558호(2016.04.14), 하나카드 준법감시인 M-16-0066 (2016.04.14), 하나금융투자 준법감시인 심사필 제2016-104호(2016.04.15~ 2017.04.14), 하나캐피탈 준법감시인 16-0062 (2016.04.14 현재), 하나생명 준법감시인 심사필 하생 2016 - 419, 하나저축은행 준법감시인 심사필 제2016-0053(2016.04.14), CC브랜즈-160414-31



튼튼한
사장님의 첫번째 보험
자영업자 고용보험

사장님도 실업급여, 직업능력개발훈련비
지원혜택을 누릴 수 있습니다.

 **자영업자 고용보험**이 사장님께 힘이 되어 드리겠습니다.

- 50인 미만 근로자를 사용하는 자영업자라면 누구나
- 사업자등록증상 **개업연월일로부터 6개월내**에 가입할 수 있습니다.
- 50인 미만 근로자를 사용하는 사업주는 중·소기업 산재보험에도 가입할 수 있습니다.

| 가입문의 | 근로복지공단 1588-0075