

배달 프랜차이즈를 위한 "배달앱 1등 POS"를 아십니까?

배달의민족, 요기요, 네이버, 카카오 배달주문이
그대로 POS에 쓰여!



실시간 연동하는 국내유일의 배달POS!

BBQ, 교촌, BHC, 굽네, 네네치킨, 피자알볼로 등
한국 최고의 배달 프랜차이즈들이 모두 쓰고 있습니다!

www.foodtechkorea.com

늦기 전에 전화하세요! 1600-0096



신뢰의 가치로 상생을 실천하다

Franchise

2017 JULY, AUGUST / VOL.24

프랜차이즈월드

WORLD

윤리경영으로 신뢰 회복하자



KS프랜차이즈 인증제 서두르자
가맹본부·가맹사업자, 동반성장 촉매제 역할 기대
캐나다 소매 프랜차이즈 산업보고서 2017
막 오른 무점포 시대

PEOPLE & STORY

푸른마을 정인기 대표 / 토탈베이커리시스템 & 토탈F&B 채형원 대표
아로마무역 임미숙 대표 / 조은주비트산업 김종국 대표 / 상상나라 이기복 대표

지식재산권 소송보험 지원사업

지원내용

소송보험 가입보험료의
**중소기업 50%,
중견기업 30% 지원**
일반보험 최대 3천만원 한도 내 지원



지식재산권 소송보험 사업내용

우리 기업의 지재권 분쟁 위험을 분산하고
사전에 대비하기 위해, 지재권 분쟁 발생 시 소요되는
법률비용을 보장하는 '지재권 소송보험' 가입보험료 지원



신청대상

국내외 산업재산권
(특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권)에 기인하여
분쟁이 예상되는 중소·중견기업

지재권 소송보험 주요내용



단체 수출안심 / 북미·유럽

[수출 안심 단체보험] 상품1, 2 중 선택
담보내용 : 소제기, 피소대응
보장금액 : 최대 5천만원
보장지역 : 아시아 및 오세아니아(중국포함)



특화 농식품 상표·디자인

[농식품 특화보험]
담보내용 : 소제기, 피소대응
보장금액 : 최대 5천만원
보장지역 : 아시아지역(중국포함)



일반 글로벌 종합보험

[글로벌 종합보험]
담보내용 : 소제기, 권리보호, 피소대응(선택)
보장금액 : 최대 5억원까지 선택가능
보장지역 : 전세계 중 선택가능

[북미·유럽 단체보험]

담보내용 : 피소대응
보장금액 : 최대 5천만원
보장지역 : 북미, 유럽지역(영국포함)

* 소송제기 : 피보험자의 침해소송 비용(반소비용 포함), 세관조치·행정조치 비용, 기타 피보험자 특허보
호를 위한 법률비용
* 권리보호 : 피보험자 권리방어를 위한 비용(반소비용 포함), 기타 피보험자 권리 방어를 위한 법률비용
* 피소대응 : 피보험자가 타특허 침해 시 발생하는 소송비용, 침해소송의 반소(무효심판) 비용, 기타 피보
험자의 침해를 방어하기 위한 법률 비용

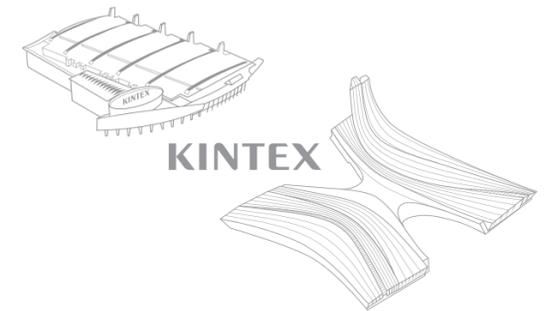
문의 <https://insure.koipa.re.kr> / E-mail : insure@koipa.re.kr / Tel. 02-2183-5891~3,5869

The 41th Korea Franchise Business Expo 2017



제 41회 한국프랜차이즈산업박람회

- 기 간 : 2017. 9. 14(목) ~ 16(토), 3일간
- 장 소 : KINTEX 제 2전시장 7홀
- 문 의 : 한국프랜차이즈산업협회
Tel. 02.3471.8135~8
KINTEX
Tel. 031.995.8072



□ 전시품목

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

□ 박람회관련 부대행사

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

프랜차이즈의 모든것을 담았다!

매장 및 사업장의 환경에 맞게 발전하는 POS·ERP 전문기업

18년 노하우
160여 프랜차이즈 브랜드
40,000여 매장

산업통상자원부장관 賞 수상 기업



(주)스카이씨엔에스

ERP / POS / 결제시스템

서울특별시 성동구 성수이로 18길 31 풀림테크원 3층 (성수동2가 273-10)

상담의

1544-7710

www.skycns.com

ToPresso



지난 14년간 가맹점과의 분쟁 건수 '0'
가맹점주의 만족도 '88.4%'



토프레소를 선택해야 하는 이유!

- ▣ 2015 중소기업청 '우수 프랜차이즈' 선정
- ▣ '2016 한국 프랜차이즈 대상' 산업통상부장관상 수상
- ▣ 당일 주문·당일 로스팅·당일 발송 원칙의 신선한 커피
- ▣ 슈퍼바이저의 전담 운영 관리 시스템



창업 및 상담문의 | 02.565.3211

www.topresso.com



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

제품의뢰

컨설팅

디자인

인쇄

패킹 및 적재

납품

KTA Group FRANCHISE FURNITURE

KTA는 2000년에 설립하여 정직과 신뢰를 바탕으로 한 국내 최대 규모의 프랜차이즈(창업) 가구 주문제작 기업입니다.

창업 가구

프랜차이즈
카페
음식점
레스토랑
편집샵
헤어샵

숙박 가구

호텔
모텔
펜션
리조트
고시원
산후조리원

주문 제작

공시장
전시원
컨벤션
연회장
인테리어가구

아르푸 Show Room



주요 납품 실적

(주)이연(한촌설령당)-대학로점, 롯데백화점, 부평십정점, 정서점, 가평설악점, 남원주점, 인천삼산점, 신천점 등
 (주)지엔에스(BBQ)-서울대공학점, 김포학운점, 종로본점, 대구점, 압구정점, 법조타운점, 해남점, 마산점, 울진점 등
 육수당 & AtoA & 오븐에빠진닭(오빠닭)-목종제일점, 보문점, 목동점, 서울대점, 종로점, 천안점 등
 그외 잠실 제2롯데월드 사무공간, 삼성동 코오롱스포츠 직원 쉼터 층별 전체, 캐시슬라이드, 삼성 R&D센터, 경찰공제회 직원 식당, MG손해보험 직원 쉼터, 63빌딩 한화생명 직원 쉼터, 안동요양병원 외 다수

프랜차이즈(창업)가구전문기업 **FRANCHISE FURNITURE**
T.O.P FURNITURE

디자인과 품질, 새로운 가치의 감성이
 상업공간과 주거공간에 담길 수 있도록 노력하겠습니다.



VIETNAM
FACTORY

CHINA FACTORY
KOREA FACTORY

CHINA
FACTORY

VIETNAM FACTORY



KTA그룹의 제품은 OEM, ODM형식이 아닌,
 중국, 베트남 현지에서 직접 공장을
 운영하여 빠른 납기와 합리적인 가격으로
 제작할 수 있습니다.



(주)티오피퍼니처

본사) 우.12187 경기도 남양주시 화도읍 녹촌로 106번길 53 (녹촌리 289-4) TEL. 031.595.4070 FAX. 031.594.1083
 서울사무실) 우.06044 서울 강남구 학동로11길(논현동) (주)아르푸 TEL. 02.540.1090. FAX. 02. 540.1083



코리아나바베큐

KOREAN BARBECUE



20년간 정직과 신뢰의 치킨정신으로
대한민국 최고의 룡런브랜드로 이끌다!

코리아나바베큐는 실전 경험을 통한
안정적인 노하우를 바탕으로
독창성과 특유의 기술로 가맹점
매출 향상에 기여하는
독보적인 사업임을 자부합니다.

코리아나바베큐의
파트너를 모십니다.
080-208-9292

전속모델
양준혁



하파 바른먹거리 웰빙 외식 프랜차이즈와 함께합니다.



바른먹거리 양파
바른먹거리 자색고구마

저당, 저염 방식으로
국내에서 제조된 건강한 곡물과자



웰빙 외식 프랜차이즈
맞춤형 샵인샵 솔루션
설치만 해도 부가 수익이 쑥!!쑥!!

아직 매대 설치 안 하셨어요?

요즘 외식 프랜차이즈 시장은 "하파 샵인샵 솔루션"이 대세!!



외식 프랜차이즈 시장의 새로운 트렌드 - 하파 샵인샵 솔루션



각종 사무용품/소모비품/생필품/라면/식품/음료 등 최고 75% 할인! www.hapa1.com

프랜차이즈 전문 비즈니스 쇼핑몰 - 하파몰 문의 : 1800-5672



Chikinia

요리형 치킨의 새로운 이름 **치키니아**

안 먹어본 사람은 있어도
한번 먹은 사람은 없다는

치키니아

7월 27~29일 코엑스 창업박람회에서 만나요~!

창업문의 : 1522-0334 www.chikinia.com

식당을 오픈하는데, 주방은 어찌지



식당을 열다
주방을 담다 ✓

업소용주방용품 전문쇼핑몰



업계 1위

대한민국을 대표하는 업소용주방 전문 업체

최대 규모

외식창업에 필요한 5만여가지의 다양한 전문 상품

제품보증 안심쇼핑몰

배송,반품,교환,A/S 걱정하지 마세요.

원스톱서비스

상담부터 오픈까지 쉽고 빠르게 한번에 해결

주방컨설팅까지

국내 최고의 주방전문가의 컨설팅 자문.

사전에약제

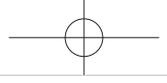
| 토요일,공휴일,국경일,365일 매장방문 OK

| 500여평의 대형전시장에 오셔서 직접보고 구매하세요.

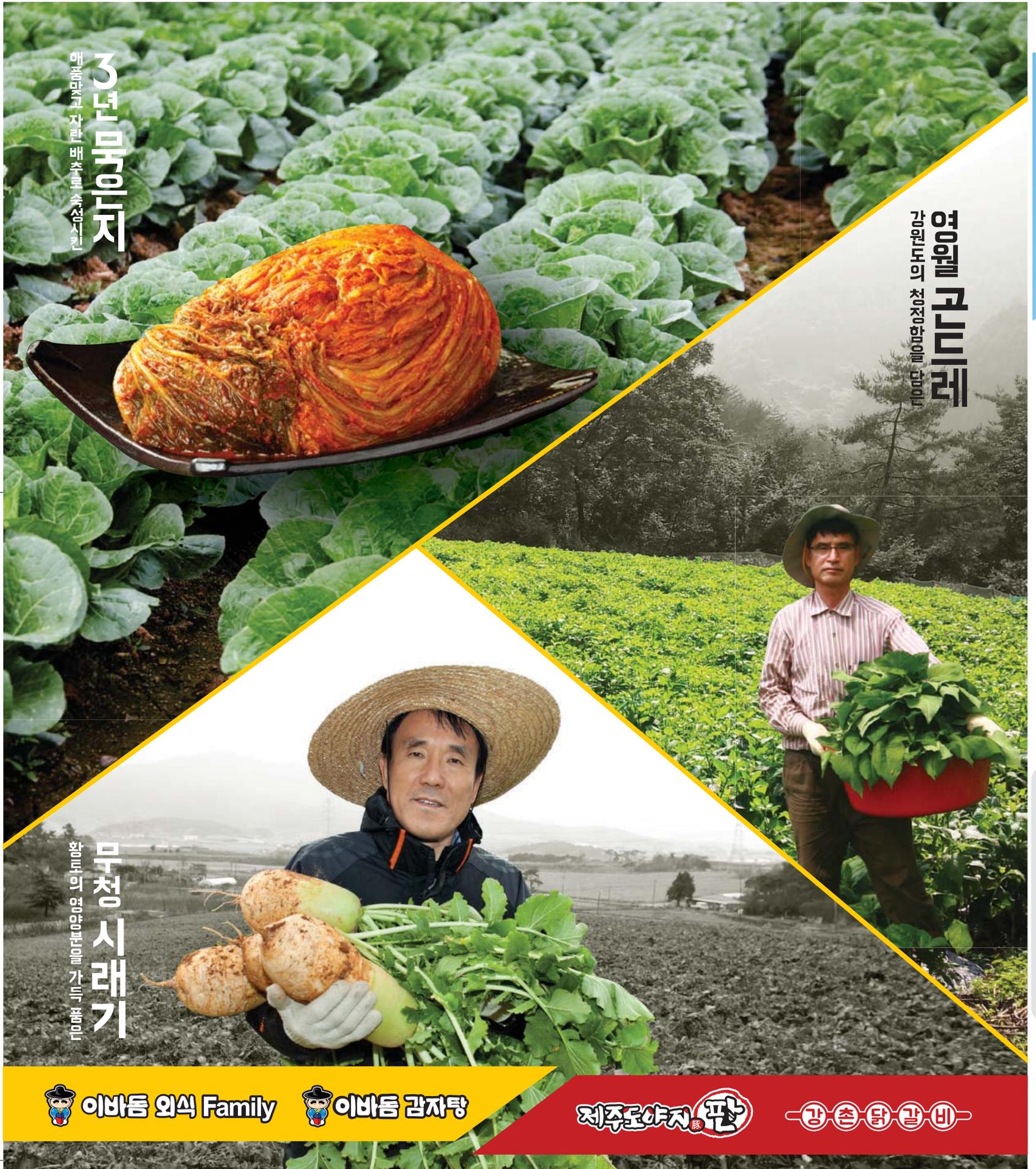
주방뱅크

검색





백년이 지나도 변하지 않는 세월의 깊은 맛은 우리땅에서
정성들여 키운 **건강식재료** 덕분입니다.



3년 묵은지
해물맛과 자란 배추로 속성시키

정예 견니권
간편내의 정경유에 100%

무청시래기
황내의 정경유에 100%



이바름 외식 Family



이바름 감자탕

제주도야지 판

강 손 닭 갈 비



Farmpia

팜앤피아주식회사



30여 년의 경험과 노하우로 대한민국 유통의 새로운 패러다임을 만들어 나아가고 있습니다.

BEST PRODUCT

본 품목 외 모든 전처리 농산물 제품 취급 및 소포장, 가공 상담 가능합니다.



파프리카 다이스



양배추 슬라이스



적채 슬라이스



양파 슬라이스



대파 슬라이스



식품안전(부설연구소)



전처리 및 소포장



X-RAY 이물검사

경기도 이천시 마장면 서이천로 142-146
 Web : www.farmnpia.co.kr
 E-mail : admin@farmnpia.co.kr
 TEL : 02-471-0040 FAX : 02-470-0025

NAVER 팜앤피아 검색

2015
대한상공회의소
100대 프랜차이즈 선정
100

2013, 2014, 2015, 2016년 **4년 연속**
한국프랜차이즈 **100대 기업 선정**

김영희 강남 **동태찜**



마음까지 담았습니다

건강하고 행복한 맛, 고객의 마음까지도
소중히 여기는 김영희 강남동태찜

김영희 강남동태찜의 역사는 곧 국내 동태찜, 동태요리의 역사입니다.
30년간의 노력과 노하우는 차곡차곡 쌓여 더 나은 브랜드, 메뉴로 탄생됩니다.
김영희 강남동태찜은 늘 새로운 메뉴, 식문화를 제시하고자 합니다.
그 원동력은 바로 정통성입니다. 시간으로 빚어진 정통성, 한발 한발 내딛은
지난 30년간의 발자취는 누구도 흉내낼 수 없는 것입니다.
저희는 가족의 건강을 생각합니다. 건강한 식재료, 신선한 해물이 주는
건강하고 행복한 맛, 고객의 마음까지도 소중히 여기는 기업
김영희 강남동태찜입니다.

김영희 강남 동태찜 김영희 동태찜 & 코다리냉면

전국 1:1출장 방문
상담 서비스 **02)412-3375**

전국 130개 가맹점이 안정적 매출을 올리고 있는 김영희 강남 동태찜 · 김영희 동태찜 & 코다리냉면

2015, 2016년 신규 오픈점 양산신도시점, 통영점, 나주혁신도시점, 충남도청점, 마포공덕점, 대전테크노밸리점, 충주점, 안동육동점, 창원팔용점, 종로점, 세종대평점, 화서점, 동탄점, 경산점, 하동점, 원지점, 대소점, 오송점, 생촌점, 경산점, 신연산점, 동해점, 용당점

못된 고양이

NCAT



NO.1 패션액세서리 전문 프랜차이즈 브랜드

못된고양이

아직도 외식창업을 고민하는
당신에게 드리는 마지막 기회!

투자비는 **최소화**하고
수익은 **효율적**으로

가성비 창업

당신은 못된고양이 창업에 대하여
얼마나 알고 계십니까?

- 못된고양이가 1991년부터 시작된 브랜드인걸 알고 계십니까? Yes or No
- 액세서리 프랜차이즈 브랜드 **최초 2년 연속** 프랜차이즈 대상을 수상한 브랜드임을 아십니까? Yes or No
- 액세서리 프랜차이즈 **부분 업계 리딩 브랜드**란걸 아십니까? Yes or No
- 국내/외 **130여 개의 가맹점**이 있다는걸 아십니까? Yes or No
- [2015.03.09 기준] 전국 가맹점 **평균매출액이 연 472,980,000원** 이라는걸 아십니까? Yes or No
- [2015.06.12 등록된 정보공개서 기준 추정매출액] **2개 이상 운영중인 점포의 비중이 전체 가맹점의 30.0% 이상**인걸 아십니까? [2015.03.09 기준] Yes or No
- 지금 이 시간에도 **전국의 가맹점을 직접 방문하여 현장의 소리를 듣는 CEO**가 있다는걸 아십니까? Yes or No
- 못된고양이가 당신이 생각하는 그 어떤 브랜드보다 **경쟁사가 적고, 상권 내에서 독보적인 브랜드**임을 알고 계십니까? Yes or No
- 그러는 당신은 **아직도 창업을 준비하면서 커피, 한식, 분식, 베이커리 창업 아이템만** 찾고 계시다는 걸 아십니까? Yes or No



신한은행 NH농협은행 KEB하나은행
1억원 못된고양이 프랜차이즈론 협약 체결

창업설명문의 : 02)317.8000
www.naughtycat.co.kr

GEOSUNG CHICKEN

거성치킨 맛있다!

거성!
치킨을 인정하라



거성치킨 대한민국 최저가 창업지원 이벤트!(홀+배달)

- 인테리어 평당 90만원 (평당150만원→90만원)
- 가맹비 500만원 → 200만원
- 교육비 200만원 → 100만원
- 거래보증금 200만원 → 100만원
- 무이자대출 3,000만원
- 월로열티 평생면제!

▶ 총 창업비용 : 3,450만원

거성치킨의 차별화된 경쟁력!

- 상권, 입지, 고객층에 따라 1:1 맞춤식 창업 프로그램 운영
- 물류공급가격 연동제 시스템 운영
- 동종업계 최저수준의 물류공급가격
- 물류센터 1일 배송시스템
- 20년 프랜차이즈 경험과 노하우
- 하자보수 이행증권 의무발행

거성치킨소자본배달전문매장 창업지원 이벤트

본사창업비 : 535만원

서울 사당점 학동점 강남점 서울숲푸르지오점 답십리점 혜화점 미아점 고대중앙점 망원점 신림점 영등포점 오류점 당산점 경기 김포운양점
 소사본동점 부천삼정점 부천약대점 양평역점 금정역점 용인죽전점 안양일번가점 파주와동점 범박점 인천 영종하늘도시점 청라점 당하점 간석점 동인천점
 기타 부산명지점 부산좌동점 부산대연점 제주노형점 제주아라점 제주연동점 대포항점 대구평화시장점 가제옥포점



가맹점문의 02-586-2994

하이트진로



hite
EXTRA
COLD
더 시원하다

경고: 자칫 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

가맹문의 02)928-7703

치킨뱅이

2nd Story

치킨뱅이

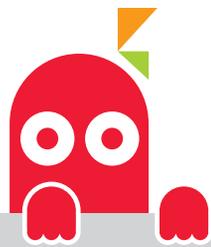
15년 브랜드 역사에 든직한 성공창업 동반자



광주경안점



중계점



PREMIUM
RECIPE
Chicken
Baengi



신천점



치킨뱅이의
두번째
화려한 이야기가
시작됩니다.



부산센텀점



번동2호점

chickenbaengi

가맹문의 02)928-7703
www.chickenbaengi.com



방이점

전국
약 200개
매장



Just do **eat**



Steakboss is Delicious!

<http://www.steakboss.co.kr>
#스테이크보스
창업문의 1666.9595

CASS
FRESH



새로운 모습으로 부딪쳐라!
짜릿하게! 카스

경고: 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력손상이나 치매를 유발합니다. • 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

No.1

Korea Sushi Brand
Leading Company 2017

Series
맞춤형 창업 시스템

수제초밥이 신선하고 맛있는 집. 일본 현지 기술원사 박해프가 인사하는 정통 수제초밥의 맛과
핵요의 퀄리티가 다른 프리미엄 고급 등급으로 만든 위규 스테이크와 장어 한마리가
통째로 들어있는 정통 초밥과 캐주얼 스타일의 콜라보레이션.
귀중한 분들과 함께라면 더욱 스시노백셰프입니다.

無권리점포 계약 신화!
88호점 달성

주방 총책임자 (메인쉐프)
본사 책임지원!

누구나 쉽게
즐길 수 있는 초밥

수제초밥이 신선하고 맛있는 집. 일본 현지 기술원사 박해프가 인사하는 정통 수제초밥의 맛과
핵요의 퀄리티가 다른 프리미엄 고급 등급으로 만든 위규 스테이크와 장어 한마리가
통째로 들어있는 정통 초밥과 캐주얼 스타일의 콜라보레이션.
귀중한 분들과 함께라면 더욱 스시노백셰프입니다.



누구나 쉽게즐기는 초밥

스시노백셰프는 정통 일식의 깊어있는 맛으로 초밥
메니아는 물론 사시미, 활어와 같이 보정을 좋아하는
분들께서도 즐길 수 있는 메뉴를 준비했습니다.



강원도(고성) 활연어

대한민국을 넘어 아시아에서도 최초로
강원도(고성군)에서 성공한 국내산 활연어를 이제
대한민국 대표 초밥 브랜드인 스시노백셰프에서
만나보실 수 있습니다.



생와사비 특제소스

식상한 와사비, 간장소스는 이제 그만!
부드러운 우유에 진파 생와사비가 더해져
맛으로 어떤 초밥에도 잘 어울리는 스시노백셰프만의
생와사비 특제소스를 즐겨보세요.



알보다 The 신선하고 The 맛있는 스시

수제초밥이 신선하고 맛있는 집.
일본 현지 기술원사 박해프가 인사하는 정통 수제초밥의 맛과
핵요의 퀄리티가 다른 프리미엄 고급 등급으로 만든 위규 스테이크와 장어 한마리가
통째로 들어있는 정통 초밥과 캐주얼 스타일의 콜라보레이션.
귀중한 분들과 함께라면 더욱 스시노백셰프입니다.



예비 창업주들이 가장 궁금해하는 **꿀 정보!**
프랜차이즈 창업의 진리,
왜 스시노백셰프일까요?

스시노백셰프 창업설명회
1899-0836

스시노백셰프 개별 및 그룹 창업설명회 진행
(개별 및 그룹 사업설명 예약은 본사로 전화주시면 차해프(안해프)가갑니다.)
일성코퍼레이션, 스시노백셰프 본사 직접 견학
(현장 오셔서 스시노백셰프의 모든것을 확인하세요.)
1:1 방문 창업설명 실시
(모객량이 적은 곳에 직접 찾아가 창업상담을 진행합니다.)

- ① **100% 블루오션 아이템**
한 집 건너 하나 있는 치킨, 커피, 고깃집에
그만 투자하십시오! 절대 오래가지
못합니다.
- ② **주방 총책임자 본사 책임 지원**
본사에서 철저한 교육을 이수한 전문쉐프를
파견해드립니다.
걱정 없이 오픈 혹은 직접 운영이 가능합니다.
- ③ **무권리 점포 계약의 신화!**
무권리 점포 계약 88호점 돌파!
무권리 점포에서도 매출이 발생할 수 있는
"스시노백셰프"만의
특별한 노하우를 통해 전문적이고 체계적인
상권분석과 점포개발로 성공 창업을 도와드립니다.
- ④ **맞춤형 창업 시스템**
저투자에만 3, 5, 7자리짜가 있는 것이 아닙니다.
요식업 최초 경쟁력을 높이기 위해 상권 및 입지에 따라 Risk
를 줄이고 이윤을 극대화 시킬 수 있는 차별화된 창업시스템
소자본 창업인 1자리짜(12평형)부터 대형 매장인 9자리짜
(100평형)까지
- ⑤ **無,無,無,상생의 3無 정책**
가맹점주님과 본사의 "상생"을 위하여 계약
기간 내 강제적인 인테리어 리뉴얼 無,
광고선전비(PPC, 라디오 광고) 잠무 부담금 無,
중주발영 책임 지원으로 주방인력 걱정 無

[전국 주요 핵심 상권 건물주 상담 환영합니다]
* 수도권 및 지방지역 무권리 상권 점포 임대, 백화점 및 대형쇼핑몰 입점 관련, 핵심 상권 내 업종 변경, 전용면적 42.9㎡ 이상



일성코퍼레이션
ilsung corporation

서울특별시 송파구 중대로12길 6 | 4층전관 (재)송파구 가락동 113
T. 1899-0836 F. 02-948-3634
PC/Mobile, sbchef.co.kr SNS, facebook.com/sbchef2014



SINCE 2002

www.oktoberfest.co.kr



옥toberfest 크래프트 비어

- 살아있는 효모의 신선한 맛
- 합리적인 공급 가격
- 푸드와 어울리는 맥주 선택 가능

밀맥주 바이스비어 / 독일남부 스타일의 필스너비어 / 맑고 깔끔한 헬레스라거 / 호밀맥주 로겐비어 / 훈제맥주 라우흐비어 / 쾰른 전통의 쾰쉬 / 흑맥주 둥클레스비어 / 축제용 맥주 메르첸비어 / 알코올 7.5도의 바이스복 / 인디안 페일에일 (5월 출시)



OKTOBERFEST

공급상담 : 02-738-8881

건강한 기업을 위한 스마트한 세무관리의 시작



실시간 확인 가능한 나의 사업현황

동종업계와 비교한 매출분석, 매입분석, 인건비분석, 예상세금 등을 쉽고 빠르게 파악 할 수 있습니다.
우리 사업이 얼마나 건강하게 잘하고 있는지 GTAX SYSTEM을 통해 어디서나 확인 할 수 있습니다.



매출분석



매입분석



인건비분석



예상손익분석

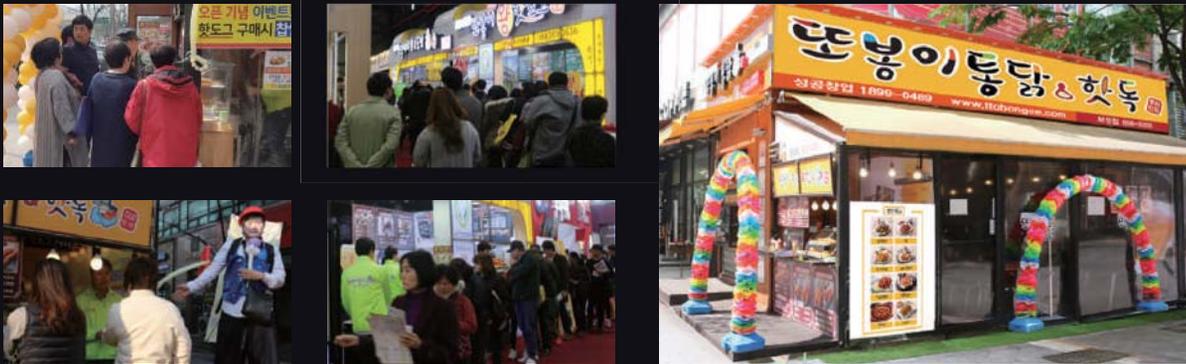


손익계산서

또봉이 통닭 & 핫독

▶ 지금은 **1간판 2브랜드**가 대세!!

매장은 커도 투자비는 적게 수익률은 높게!
인건비, 월세 변동없이 추가매출 발생



또봉이 핫독 & 도넛



국내 최초 **자동화도넛츠티김기** 개발

‘또봉이 핫독&도넛’은 또봉이 본사의 강력한 인프라와 물류시스템,
 또봉이 자체 기술로 개발된 국내 최초 전자동 튀김기를 이용해
 점주님들에게는 인건비 절감과 편리성 확보, 소비자에게는 퍼포먼스를 제공하며,
 튀김기를 판매가 아닌 렌탈 형식으로 지원하여
 침체된 경제 불황 속 매출 증대에 힘이 되도록 노력하겠습니다.



✓ 업종변경

치킨, 닭강정, 분식집등...
 치열한 동종업계, 새로운 아이템으로
 돌파구 마련!!



✓ 로드샵

유동인구가 많은 상권
 창업을 하려면 매장이 필요해? NO!
 단 3평의 공간만있다면 어디든 OK!



✓ 특수상권

백화점, 지하철 내부, 휴게소
 낮은 단가, 높은마진으로
 특수 상권에서도 창업 가능!

▶ 또봉이 통닭&핫독, 또봉이 핫독&도넛 ◀

[업종변경 1899.0489] [창업문의 080.369.3636]

사업설명회 매주 화요일 본사

문의전화 031.898.0704

AG 오니기리와 이규동
Handmade Rice Ball & Beef Over Rice



규동이란?

특제 소스에 살짝 데친 소불고기를
밥에 올린 **소고기샤브덮밥**

오니기리란?

즉석에서 바로만들어 더욱 맛있는
프리미엄 **수제삼각김밥**

FRESH EVERYDAY!

**오니기리와이규동을
선택해야할 이유가 있습니다!**

- 안정성** 초보자, 무경험자도 손쉽게 운영가능한 시스템 구축
- 수익성** 30% 식자재 공급으로 원가대비 안정적인 매출수익
- 성장성** 장기성이 검증된 블루오션 아이템
- 브랜드력** 동종업계 NO.1 일등브랜드



한국표준협회 소비자 만족지수

**퓨전일식부문
1위 기업 선정**

2013. 10. 29 조선일보 발췌

고품질의 신선한 음식을 빠르게 공급하는
패스트 캐주얼 외식문화의 대표주자
동종업계 1위를 자랑하는 오니기리와이규동 입니다.

중국에 이어
홍콩, 미국
마스터프랜차이즈 체결



가맹문의
02.598.0290
www.gyudong.com



소상공인진흥공단·중소기업청
스몰비어 최초 2년연속 우수프랜차이즈 선정



MALJA SALON



**저투자 대비
고수익 창출**

10평 내외의 평수에서
빠른 회전률로
고수익 실현 가능



**배달 & 혼술
최적화**

배달이 가능한 메뉴로
추가 수익 창출,
혼술을 즐길 수 있는
BAR 형태



**초보자도
쉽게
조리, 운영**

간편한 원(ONE) 패키지로
조리 및 운영 가능한
물류시스템

스몰비어 치킨맥주 말자싸롱



청담동
말자싸롱 beer

창업문의 **1544-0434**

www.malja.co.kr

KUM-TOP
KUM-TOP Co., Ltd
(주) 금·탑·에·프·앤·비

ORAC1879

www.1879.co.kr

※ 1879의 매출액 중 1.879%는 재난구호단체 및 불우 골퍼 지원 사업 등에 기부됩니다.

2015 미스코리아 진 이민지

클럽도 예뻐야 한다 여성, 시니어 전용 골프클럽

와인 컬러의 아름다움에 숨겨진
힘들이지 않고 가볍게!
+40yd를 더 날리는 매력

- 1879 고반발 드라이버
- 1879 고반발 우드

초경량, 초탄성 (헤드 본체 타면 “DAT 55초 고반발 일제 티타늄” 골프클럽 무게 최저 240g)
초고비거리 실현 (저중심 설계로 공기저항 최적화, 타격순간 헤드스피드의 최대화)
페어웨이 공략 최적화 (슬라이드와 훅방지, 뒷면 좌우 나사 공법으로 무게와 방향 조정)

1879(주) 서울시 서초구 매향로 16 하이브랜드 패션관 6층 Tel. 1855-1879 www.1879.co.kr

NAVER

헌터더글라스갤러리 분당점

검색

* 자세한 제품 정보 및 시공사례는 헌터더글라스 네이버 브랜드 카페에서 확인해보세요.

HunterDouglas



red dot design award

PowerView[®]

MOTORIZATION

헌터더글라스의 가장 혁신적이며 똑똑한 스마트 윈도우 셰이드 파워뷰 시스템!
똑똑하고 심플한 파워뷰를 통해 더 편리한 일상을 느껴보세요.

헌터더글라스갤러리 분당점

취급품목 | 블라인드, 커튼, 침구

분당구 정자동 253번지 주택전시관 3층 신은정 C&D
<http://blog.naver.com/curtainon> 문의 031.716.9722



Pebble remote controller

COVER STORY

036 '윤리경영으로 신뢰 회복하자'

SPECIAL REPORT

040 KS프랜차이즈 인증제 서두르자
가맹본부·가맹사업자, 동반성장 촉매제 역할 기대

044 프랜차이즈 초과이익공유제
부작용만 낳는다

046 'J-노믹스'의 성공조건
최저임금 인상과 근로시간 단축

PRESIDENT'S LETTER

042 박기영 협회장 인사말

GUIDE POST

076 유상목 교수
캐나다 소매 프랜차이즈 산업보고서 2017

080 조은혜 변호사
사례로 보는 가맹본부의 가맹계약내용의 변경

084 노승욱 기자
막 오른 무점포 시대

ASSOCIATION NEWS

128 Hot Issue1
40회 부산프랜차이즈산업박람회 성료

134 Hot Issue2
6기 KFCEO 교육과정 수료식

138 Hot Issue3
한국프랜차이즈학회, 2017 전반기 세미나

140 Hot Issue4
제11회 대한민국 프랜차이즈 CEO 포럼

142 Movement
협회소식

146 Hot Issue5
미래창조분과위원회, 하림 정읍공장을 가다

150 Membership
지회소식 / 신규·협력회원 현황

128



076



134



새로운 기 도 전

KFCEO 교육과정 7기 모집

산업통상자원부와 한국프랜차이즈산업협회는
신성장동력 산업인 프랜차이즈산업의 글로벌 해외 진출 및
최고경영자의 경영역량 강화를 위해
[KFCEO교육과정] 7기를 모집합니다.

프랜차이즈 산업의 경영환경에 발맞춰
경영자들이 전략적인 비즈니스 네트워크를 형성하고,
미래에 대한 꿈과 비전을 가질 수 있도록 차별화된
[KFCEO교육과정] 7기를 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.
한국 프랜차이즈 산업의 선두에 서실 CEO분들의 많은 관심 바랍니다.

- 교육 명 제7기 KFCEO 교육과정
- 대상 자 프랜차이즈 기업 CEO 및 임원 등
- 모집 인원 50명
- 교육 기간 2017년 8월 28일 ~ 12월 18일 (16주) * 세부일정은 변경될 수 있음
- 교육 비 500만원 (회원사 등 30% 할인) * 식비, 교재비, 문화행사비 전액 및 해외연수비 일부비용 포함
- 장 소 웨라톤 서울팰라스 강남호텔(서초구소재)
- 주최 및 후원 한국프랜차이즈산업협회, 산업통상자원부
- 홈페이지 www.ikfa.or.kr 교육신청홈페이지
- 문 의 한국프랜차이즈산업협회 교육팀 (070-7919-4170)



신뢰의 가치로 상생을 실천하다 프랜차이즈월드
Franchise
 WORLD
 Vol.24

PEOPLE & COMPANY

- 048 푸른마을 '풀잎채' 정인기 대표
창업자는 투자만...운영은 본사가
- 052 토탈베이커리시스템 & 토탈F&B 채형원 대표
세계 최고 브랜드들과의 만남
- 058 아로마무역 임미숙 대표
공간을 정의하는 향기 인테리어, 양키캔들
- 064 조은주비트산업 김종국 대표
주방기기·설비·닥트시공과
사후관리까지 한번에
- 070 싱싱나라 이기복 대표
외식 프랜차이즈 냉장고 선택의 기준

BRAND HIGHLIGHT

- 088 하파 / 김가네 / 풀잎채 / 토프레스 /
오니기리와이규동 / 못된고양이 / 더진국 /
가마로강정 / 디담 / 커피베이 /
커피하루셋 / 돈까스클럽 / 구이가 · 포차어게인 /
하남돼지집 / 피자알볼로 / 죠스푸드 /
바비박스 / 청담동말자싸롱 / 리맥스코리아 /
한촌설령탕 / 웨이크썸
- 094 15년, 커피 전문 기업의 노하우가 담긴
'커피 하루셋'

COLUMN

- 116 변호사 김종무
정보제공 행위, 손해 인과관계 입증해야 배상
- 118 세무사 최인용
가맹점 매출 광고에서의 주의사항
- 120 컨설팅학박사 이상헌
징벌적 손해배상, 누구를 위한 조항인가?
- 122 노무사 이금구
가맹본부와 가맹점의 상생 노무관리
- 124 가맹거래사 이윤재
광고·판촉비용 통지의무 중요성
- 126 PIB연구소장 김옥기
블루로 진실된 커뮤니케이션을 하라

CULTURE

- 098 Literature 톨스토이의 아내와
춘원 이광수의 아내 Part 2
- Post Card 서정자 화백의 'Untitled'
- Interior 장사 잘 되는 풍수 인테리어
- Performance <클래식 제너레이션> Part2
- Travel 액티비티 천국 매머드 레이크
(Mammoth Lakes)

048



106



100





연세대학교 상남경영원 제32기 프랜차이즈CEO과정 모집

A Professional Development Program for Franchise Executives

프랜차이즈는 경쟁력 있는 사업을 빠르게 확산시킬 수 있는 가장 대표적인 방법입니다. 경쟁이 날로 심해지는 현재의 시장에서 프랜차이즈는 체계화된 본사의 know-how를 가맹점을 통해서 차별적으로 고객에게 제공해 줄 수 있습니다. 본 과정은 현업의 실무 전문가들과 국내 최고 교수진의 생생한 강의를 통해서 프랜차이즈 사업을 전개하는 방법을 제공하고자 하는 것입니다. 여러분의 사업 성공이 본 과정을 통해 달성될 수 있을 것으로 확신합니다.

연세대학교 경영대학 교수 / 프랜차이즈CEO과정 주임교수 오 세 조



교육내용

- | | | | |
|------------------|--------------------------|------------------|-------------------|
| Module 01 | 프랜차이즈 개념 및 접근시각 | Module 08 | 한국의 프랜차이즈 성공 요건 |
| Module 02 | 프랜차이즈 사업가능성 진단 및 사업전략 체계 | Module 09 | 소매경영 전략 |
| Module 03 | 프랜차이즈 가맹점 개발(모집) | Module 10 | 프랜차이즈 세무회계 및 절세전략 |
| Module 04 | 프랜차이즈 점포 개발 | Module 11 | 정부 프랜차이즈 정책 |
| Module 05 | 프랜차이즈 가맹점 개점 | Module 12 | 프랜차이즈사업 성공사례 연구 |
| Module 06 | 프랜차이즈 가맹점 운영관리 | Module 13 | 프랜차이즈 리더십 및 소양 배양 |
| Module 07 | 프랜차이즈 본부 조직 및 지원 시스템 | | |

과정특징



실무중심의
교육내용



국내 최고의
강사진



수준 높은
교육시설



글로벌
산업시찰



활발하고 폭넓은
총동문회 활동
(<http://www.yfceo.com>)

모집요강

- | | | | |
|-------------|--|-------------|---|
| 교육기간 | 2017년 9월 2일(토) ~ 2017년 12월 16일(토) | 등록금 | 480만원 (교재비, 식사 및 간식비, 학사진행비 일체 포함/해외워크숍 비용 별도) |
| 교육일시 | 매주 토요일 13:00 ~ 17:05 | 원서접수 | 상남경영원 홈페이지(http://sim.yonsei.ac.kr)에서 회원가입 후 원서접수 |
| 교육장소 | 연세대학교 상남경영원 | 문의처 | T 02-2123-4267 E ejch@yonsei.ac.kr |
| 지원자격 | <ul style="list-style-type: none"> • 제조, 유통, 외식 및 서비스업의 CEO 및 임원 • 프랜차이즈 본사 대표 및 임원 • 프랜차이즈 본사 창업 희망자 (프랜차이즈 Developer) | | |



www.franchiseworld.kr

프랜차이즈월드 제 24호 / 2017년 7,8월호

발행처 한국프랜차이즈산업협회

기획·제작 (주)KFN에드컴

주소 서울특별시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩 2층

대표메일 kfn1991@naver.com

광고문의 02-556-7889

보도자료 Webhard(ID:kfn1991, PW:1991)

취재·구독문의 02-556-7889 (구독료 10,000원/권)

인쇄 (주)근아인쇄(02-2279-1430)

판매대행 (주)성운도서(031-915-6900)

■ 전국 교보, 영풍, 알라딘, 예스24 등
온·오프라인 서점에서도
구매하실 수 있습니다.

KFA

Korea Franchise Association

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

PUBLISHER

회장 박기영 / Park, Ki Young
발행편집인 이진창 / Lee, Jin Chang
협회/전략홍보실장 박호진 / Park, Ho Jin

EDITORIAL DEPT

국장 홍덕기 / Hong, Deoc Kee
부장 이동한 / Lee, Dong Han
차장 김종백 / Kim, Jong Baek
팀장 도정은 / Do, Jeong Eun
기자 김은영 / Kim, Eun Young
특임 기자 노승욱 / No, Seung Wook
특임 기자 박서진 / Park, Seo Jin

DESIGN

실장 김현영 / Kim, Hyun Young

PHOTO

사진기자 이명철 / Lee, Myung Cheol
사진기자 이무송 / Lee, Moo Song
사진기자 김동하 / Kim, Dong Ha

CORRESPONDENT

강원/기자 손준기 / Son, Jun Ki
광주·전남/기자 박내연 / Park, Nae Yeon
대구·경북/기자 권오하 / Kwon, Oha
대전·충남/기자 박경원 / Park, Kyung Won
부산·울산·경남/기자 남구만 / Nam, Gu Man
전북/기자 고재경 / Ko, Jae Kyung
충북/기자 박성희 / Park, Sung Hee

CONTRIBUTORS

컨설팅학박사 이상헌 / Lee, Sang Hun
가맹거래사 이윤재 / Lee, Yoon Jae
변호사 조은혜 / Jo, Eun Hye
변호사 김종무 / Kim, Jong Moo
노무사 이금구 / Lee, Geum Gu
세무사 최인용 / Choi, In Yong
PIB연구소장 김옥기 / Kim, Ok Gi
화가 서정자 / Seo, Jung Ja
명철학원장 김동환 / Kim, Dong Hwan

CONSULTATIVE COMMITTEE

고문 김영근 / Kim, Young Keun
이사 조한영 / Jo, Han Young
본부장 이경수 / Lee, Kyung Soo
편집위원 김용순 / Kim, Yong Soon
신향숙 / Shin Hyang Sook
천선아 / Cheon, Sun A

한국프랜차이즈산업, 변해야 산다.

한국프랜차이즈산업협회장
박 기 영

요즘처럼 프랜차이즈업을 한다는 것이 힘들고 어렵게 느껴진 적이 없는 것 같습니다. 이런 생각은 저뿐만이 아니라 프랜차이즈산업인 모두가 마찬가지라 믿습니다.

경제민주화를 내세우고 있는 새 정부는 개혁의 첫 타겟으로 프랜차이즈업계를 지목하고 있습니다. 지금 산업을 옥조이는 각종 규제 법이 국회에 출되어 상정되어있습니다. 그런 상황에 극히 일부이지만 CEO들의 부적절한 행위가 하루 멀다하고 터져 나오고 있습니다.

언론들도 기다렸다는 듯이 '마녀사냥식' 비난 보도를 쏟아내고 있습니다. 이러다보니 프랜차이즈를 바라보는 국민들의 시선이 싸늘하다는 표현조차 부족할 정도로 매섭습니다. 한마디로 사면초가인 상황입니다.

최근 상황을 보면 한국프랜차이즈산업이 자칫 주저앉을 수도 있다는 두려운 생각까지 듭니다. 국민들로부터 외면받고, 정부로부터 버림받는 상황이 벌어질 수 있다는 위기감이 몰려옵니다.

프랜차이즈 산업은 신뢰와 상생을 비즈니스 기반으로 하고 있습니다. 가맹본부와 가맹점간의, 브랜드와 소비자 간의, 믿음과 신뢰가 무너지면 우리가 사랑하는 프랜차이즈산업은 일순간에 무너집니다. 무너져가는 신뢰를 회복해야, 차가워지고 있는 국민들의 애정을 되찾을 수 있습니다.

저는 해결의 실마리는 안에서 찾아야한다고 생각합니다. 현 상황의 원인을 밖에서 찾으려한다면 해결책은 요원하다고 믿습니다. 남의 탓을 해서 현재의 어려움을 풀어나갈 수 없습니다. 해결의 실마리는 철저한 자기반성에서 시작해야 합니다. 남의 탓이 아닌 내 탓, 우리의 잘못이 무엇인지를 찾아야 합니다.

냉정하고 객관적인 상황 파악과 원인분석, 그리고 이를 바탕으로 뼈를 깎는다는 심정으로 새로운 출발의 각오를 다져야 한다고 생각합니다.

협회는 지난 7월 12일 열린 임원연석회의를 열고 '윤리경영 실천선포식'과 협회의 새로운 출발과 변화를 상징하는 'CI선포식'을 가졌습니다. 또 전 임원들이 토론회도 열어 프랜차이즈업계를 둘러싸고 있는 각종 현안에 대해 고민했습니다. 이날 토론 주제는 '한국프랜차이즈산업, 변해야 산다'였습니다. 변하지 않으면, 새롭게 출발하지 않으면, 한국프랜차이즈산업의 미래는 없습니다.

언론의 비판이 무서워서, 정부의 처벌이 두려워서 하는 말이 아닙니다. 프랜차이즈산업인 스스로가 바르고 투명한 윤리경영을 하지 않을 경우 국민들은, 소비자들은 차갑게 등을 돌릴 것입니다.

'비운 뒤 땅이 더 단단히 굳는다'는 옛말이 있습니다. 프랜차이즈산업인 전체가 애정을 갖고 머리를 맞대고 고민한다면 어려움을 잘 극복해 나갈 수 있는 돌파구를 찾을 수 있으리라 믿습니다.



‘윤리경영으로 신뢰 회복하자’

협회, 자성과 함께 윤리경영 실천 강령 제정

WRITE 홍덕기 | PHOTO 김동하



한국프랜차이즈산업협회(박기영 협회장·사진위)는 7월 12일 서울 팔레스호텔에서 열린 2017년도 임원연석회의에 앞서 ‘윤리경영 실천 선언식’을 가졌다.

‘윤리경영으로 신뢰를 회복하자.’

한국프랜차이즈산업협회(협회장 박기영) 회원사들이 최근 프랜차이즈 업계에 쏟아지는 사회적 비판 여론을 적극 수용하며 자정과 자기반성의 일환으로 윤리경영 도입을 선언했다.

한국프랜차이즈산업협회는 7월 12일 서울 팔레스호텔에서 열린 2017년도 임원연석회의에 앞서 ‘윤리경영 실천 선언식’을 갖고 국가와 국민에게 사랑받는 프랜차이즈산업으로 거듭날 것을 다짐했다. 이에 따라 고객·임직원·가맹사업자·사회와 국가에 대한 구체적인 약속을 담은 ‘윤리경영 실천 강령’을 제정했다.

이날 행사에서 회원사인 70여명의 가맹본부 대표들은 선언식을 가진 데 이어 ‘프랜차이즈산업 변해야 산다’라는 주제로 난상토론을 벌였다.

이병역 명예회장(주)이수푸드빌 대표, 김용만 명예회장(주)김가네 회장, 정현식 수석부회장(해마로푸드서비스(주) 대표), 이범돈 수석부회장((주)크린토피아 대표), 이규석 수석부회장(주)일승식품 대표, 송영예 수석부회장(바늘이야기 대표), 이용재 상임부회장(주)호경에프씨 대표, 박

의태 상임부회장(주)압구정 대표, 박천희 상임부회장(원앤원(주) 대표), 이원성 상임부회장(주)티비비씨 대표) 등이 참석했다.

박기영 협회장은 개회사를 통해 “프랜차이즈 업계가 경제민주화를 내세우고 있는 새 정부의 개혁 대상으로 지목받고 있고 일부 CEO들의 일탈 행위로 국민들의 시선이 매섭다”고 현 상황을 진단한 뒤 “이 난국을 타개하기 위해서는 철저한 자기반성에서 시작해야 한다”며 윤리경영 도입의 절심함을 설명했다. 박 협회장은 “프랜차이즈산업은 신뢰와 상생이 비즈니스 기반이다”며 “가맹본부와 가맹점 간, 브랜드와 소비자 간의 상호 믿음과 신뢰를 회복하는 길만이 살 길이다”라고 밝혔다. 그리고 93년 이견희 삼성 회장의 ‘기존 모든 것을 바꾸자’는 프랑크푸르트 선언을 인용하며 “프랜차이즈 업계도 기본으로 돌아가서 타성을 버리고 체질을 개선하는 계기로 삼자”고 목소리를 높였다.

윤리경영 실천 강령은 △공정한 거래 질서 확립 △가맹점과 동반성장 실천 △정기교육 등 윤리 의식 함양 △정도경영과 사회적 책임 실천 등 크게 4항목으로 구성됐다.



윤리경영 실천 강령

1. 가맹사업의 공정한 거래질서 확립 위해 동반상생 적극 도모

- 가. 우리는 가맹점사업자와 상호 신뢰와 협력을 바탕으로 동반상생을 구현함으로써 공존공영을 실현하고 조화로운 발전을 추구한다.
- 나. 우리는 가맹점사업자와의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 힘조한다.
- 다. 우리는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위해 노력한다.

2. 가맹점과 동반성장 실천, 소비자에 신뢰받는 가맹사업 전개

- 가. 우리는 공정하고 투명한 기업문화 환경을 조성하고 가맹점사업자와 합리적인 의사소통을 통해 함께 성장할 수 있는 모든 노력을 기울인다.
- 나. 우리는 국가경제 발전에 기여하고 소비자에게 신뢰받는 프랜차이즈 산업의 건전한 발전을 위하여 최선을 다한다.
- 다. 우리는 소비자의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.

3. 윤리경영 실천

- 가. 우리는 가맹점사업자와 소비자를 기만하거나 오인하지 않도록 투명한 가맹사업에 적극 앞장선다.
- 나. 우리는 윤리경영 확산과 정착을 위하여 정기적인 윤리교육을 실천하여 윤리의식을 함양한다.
- 다. 우리는 윤리경영 실천을 통해 어떠한 비윤리적인 행위와 타협하지 않으며 이를 적절한다.

4. 정도경영과 사회적 책임 실천

- 가. 우리는 자유경쟁 원칙에 따라 시장경제질서를 존중하고 제반 법규를 철저히 준수하며 정도의 경영을 통해 선의의 경쟁을 도모한다.
- 나. 우리는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌 활동에 적극 동참한다.
- 다. 우리는 사회적 책임을 다하고 가격 및 상품의 동질성을 앞세워 지역 간 소비자 후생의 격차를 해소하여 국민 후생 증대에 기여한다.

누적된 내부 모순부터 점검해야

협회 윤리위원장이 어도선 고려대 교수(영어교육과)는 ‘윤리경영, 상생경영 그리고 가맹본부’라는 주제로 윤리 특강을 실시했다. 어 교수는 “경제적 불평등과 차별에 대한 집단적 저항과 분노 현상은 국내뿐 아니라 세계적인 흐름이다”라며 “이에 대처하기 위해서 누적된 내부 모순부터 점검해야 한다”고 밝혔다. 어 교수는 “기업은 꿈을 좇는 사람들이 만들어 가는 것이다. 그 과정 속에서 자연스럽게 돈을 버는 것”이라면서 “최고경영자는 공인으로서 기업을 믿고 신뢰하는 임직원, 협력사 그리고 소비자에 대한 책임이 있다”며 기업의 사회적 책임 준수를 강조했다. “프랜차이즈 성공 신화는 가맹본부의 노력뿐만 아니라 각종 크고 작은 사회적 수혜를 받았기에 가능하다”고 전제한 뒤 “가맹본부와 최고경영자는 ‘오만’을 경계하며 사회적 혜택의 수혜자로서 이를 사회에 돌려주어야 한다”고 주장했다. 어 교수는 이번 교육을 시작으로 6개 지회 순회 강연을 실시할 예정이다.

양적 성장보다 질적 성장에 무게

이어 가맹본부 대표들은 프랜차이즈 현 상황 진단과 향후 대처 방안에 대해서 열띤 토론 시간을 가졌다. 가맹점주 대표로 전국가맹점주협의회 연석회의 이재광 의장과 김태훈 사무국장이 참석해 눈길을 끌었다. 전체적으로 ‘갑질 논란’에 대한 반성이 이어졌다. 상생을 부르짖었지만 실제 얼마나 노력했는지 되돌아보자는 의견과 그동안 양적 성장을 중시해 질적 성장을 등한시하지 않았는지 점검해보자는 주장이 나왔다. 가맹본부와 가맹사업자의 대화와 소통을 강조하면서 협회 차원에 소통 전담 창구를 만들자는 대안이 제시됐다. 물류 독점 공급의 문제를 해소하기 위해 가맹점주 공동 구매제도의 도입과 로열티 제도 정착을 주장하기도 했다. 한편, 협회는 이날 창립 20주년과 윤리경영 도입을 계기로 CI(Corporate Identity;기업이미지통합)를 변경했다. CI의 그래픽은 가맹본부·사업자·협회를 각각 행성으로 묘사, 조화로운 프랜차이즈 항성계를 이루는 모습을 형상화했다. 로고 서체는 강렬한 레드 컬러로 상생 실천 의지를 표현했다.



한국프랜차이즈산업협회 새로운 CI

‘규제에 앞서 스스로 체질 개선’

‘프랜차이즈산업 변해야 산다’ 150분간 난상토론

REPORT 이동한 | PHOTO 김동하



한국프랜차이즈산업협회 ‘2017 임원연석회의’에서는 프랜차이즈산업의 문제점과 대안을 찾아보고 프랜차이즈산업의 변화와 혁신을 모색할 수 있는 150분 난상토론의 자리를 마련했다. <프랜차이즈산업 변해야 산다>라는 주제로 진행된 이번 토론회는 윤리위원장인 어도순 고려대학교 교수와 이경희 한국창업전략연구소 소장이 진행하고, 이재광 전국가맹점주협의회 연석회의 의장과 이성훈 세종대 경영대 교수, 강동완 머니S 기자, 노승욱 매경이코노미 기자가 패널로 참여했다. 100분 예정이었던 이번 토론회는 가맹본부 대표 70여명이 적극적으로 의견 발의, 150분간 열띤 논쟁이 이어졌다.

프랜차이즈 산업에 현재 총체적으로 문제가 있다는 인식은 이번 토론회에 참여한 패널들의 공통적인 의견이었다. ▶노승욱 매경이코노미 기자는 “버려진 시장이라고 할 수 있을 정도로 프랜차이즈 산업은 관심을 받아오지 못했다”며 “지금부터라도 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점은 물론 정부 및 언론이 프랜차이즈에 대한 관심을 가져야 한다”고 촉구했다.

협회와 가맹본부들의 위기관리 능력 요구

▶이성훈 세종대 경영대 교수는 “협회를 비롯한 가맹본부들이 이번 문제의 발발시점에서 진지하게 문



제에 접근하려는 노력이 부족했다”고 일침을 가했다. 좀 더 혁신적인 대안, 자성에 기인한 대안을 들고 나왔어야 한다는 것. 또한 “이번 기회에 협회가 혁신위원회를 만들어 지속적으로 윤리경영을 실천해야 한다”고 밝히기도 했다.

▶정현식 수석부회장(해마로푸드서비스(주)대표)도 “최근 사태에 대해서 자정의 노력이 필요하다”며 “가맹본부들이 스스로 돌아봐야 한다”고 말했다.

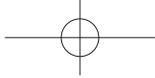


며 프랜차이즈 산업의 질적 향상을 위해 노력할 필요가 있다고 발언했다.



▶이규석 수석부회장(주)일승식품 대표) 역시 “많이 반성하고 있다. 다만 일부 때문에 전체가 매도 당하는 건 안타깝다”고 말했다.

▶이범돈 수석부회장(크린토피아 대표)은 “프랜차이즈 진입장벽을 높일 필요가 있다. 직영점을 일정 기간 이상 운영한 회사에만 프랜차이즈 사업권을 줘야 한다. 공론화는 되지 않고 있지만, 신생 프랜차이즈들이 치고 빠지는 방식으로 많은 예비 가맹점주들을 울리고 있다. 이 문제도 다뤄야 한다”



▶김영철 부회장((주)놀부 대표)은 “런닝로열티 제도 정착도 고려해 볼 필요가 있다. 물류의 원가 등 투명하게 자료를 공개하고 런닝로열티로 가맹시스템을 정비한다면 현 문제는 대부분 해결될 수 있다”는 의견을 개진했다.



상생협의체의 필요성 강조

▶전국가맹점주협의회 연석회의 이재광 의장은 가맹본부와 가맹점주 간 대화의 중요성을 강조했다. 이재광 의장은 “현재 내부 대화 통로인 가맹점주 협의회가 갖춰진 회사가 거의 없다”며 “피해 가맹점주들이 어쩔 수 없이 참여연대나 민변 등 외부의 도움을 받게 되는 과정에서 회사의 치부가 드러나고 그 피해를 본부와 가맹점 모두 받게 된다”고 문제점을 지적했다. 이 의장은 “최근 협회와 정기적인 대화를 하고 있다”면서 “협회에서 상생 모범회사를 선정·수상하면 예비 가맹점주에게 선의의 브랜드를 선택할 수 있는 기준이 될 수 있다”고 제안하기도 했다. 이성훈 교수 역시 “프랜차이즈는 수평적 관계로 이루어질 수 없다. 통제가 전제인 시스템이기 때문이다. 가맹점간의 통일성이 없다면 그것은 이미 프랜차이즈가 아니다. 하지만 이렇게 통제로 이루어진 시스템이기에 더욱더 대화가 필요하다”며 상생협의회의 필요성을 강조했다.



이 의견에는 ▲김익수 부회장(채선당 대표), ▲김성윤 이사(SY프랜차이즈 대표) 등 다수의 협회 임원들도 동의를 표했다. 특히 현실적으로 가맹점주가 가맹본부에게 불만을 토로하기 쉽지 않은 현실에서 협회 차원의 대화 창구를 만들자는 의견도 나왔다.

정부의 고용 정책 실패가 자영업 시장 키워

이 교수는 “지난 7월 4일 공정거래위원회가 <가맹희망자 피해주의보 발령>이라는 보도자료를 내놓았다”며 “정부가 나서서 프랜차이즈라는 업계 전체를 마치 공공의 적이라는 비난적 시각을 갖도록 하는 것은 문제”라고

말했다. 특히 “IMF 이후 고용불안에 대한 방안으로 정부가 자영업 지원 정책을 펼친 것이 현재 과도하게 팽창된 프랜차이즈 산업의 현실을 만든 것”이라며 지금 발발된 문제점을 가맹본부에게만 책임을 미루는 듯한 정부의 태도에 아쉬움을 표했다.

정부가 안정적인 고용에 대한 사회적 책무를 다하지 못했기 때문에 비롯된 사태이므로 정부에게도 일정 책임이 있다는 이야기다.

노승욱 기자 역시 “공정위조차 이전까지 프랜차이즈산업을 규제한 것은 출점거리 제한밖에 없었다”며 “공정위를 위시한 정부의 대응에 문제가 있다”고 밝혔다. 노 기사는 “양적 팽창을 막는 것에 불과한 가맹점 출점거리 제한 조치조차 성공하지 못했다”며 “지난 6년간 프랜차이즈 브랜드는 2500개에서 5000개로, 가맹점도 15만개에서 22만개로 늘었다. 기형적인 증가세라고밖에 설명이 안 된다”고 말했다.

언론의 균형 있는 보도 절실

언론 역시 책임의식을 가져야 한다는 의견도 개진됐다. 실제로 특정 가맹본부의 잘못을 프랜차이즈 전체의 문제점인양 일반화시키는 기사가 지나치게 양산되고 있다는 주장이다.

▶이경희 한국창업전략연구소 소장은 “프랜차이즈산업을 논할 때, 공과(功過)를 균형있게 다뤄야 한다”고 했다. “프랜차이즈산업은 일자리 창출 등 많은 부분 사회적 기여를 하고 있음에도 프랜차이즈=사기꾼이라는 등식이 언론에 너무 만연해 있다”며 프랜차이즈산업에 대한 이해도가 필요하다고 피력했다.



프랜차이즈산업 정화 위해 협회 앞장

▶박기영 회장은 토론 맺음말을 통해 “이번 자리를 통해 프랜차이즈 산업의 현 주소를 알게 됐다”며 “프랜차이즈 산업에 대한 혁신의 자리가 된 것 같아 만족스럽다”고 평가했다. 박 회장은 회원사들이 협회 차원의 강도 높은 자정 활동을 요구한 것에 대해 “현재 협회가 회원사들에 대해 강제력을 가지고 있지 않기 때문에 권한을 주신다면 중심에 서서 정화를 하는 데 앞장 서겠다”고 강력한 의지를 표명했다.



마지막으로 박 회장은 “여전히 프랜차이즈 산업은 일자리창출의 보고다. 그 사회적 공여를 모두가 인식하는 날이 오길 바라고, 협회도 외연보다는 내실을 기하도록 하겠다”며 “앞으로 변화하는 프랜차이즈산업, 변화하는 협회를 지켜봐 줄 것”을 당부했다. **K77**

프랜차이즈 KS인증제 서두르자

가맹본부 · 가맹사업자, 동반성장 촉매제 기대

최근 일부 가맹본부의 갑질 논란으로 프랜차이즈 업계를 보는 시선이 따갑다. '갑질 횡포'를 막겠다며 오는 10월 시행되는 '징벌적 손해배상제도'를 비롯하여 각종 규제를 담은 법안이 잇달아 발의되고 있다. 프랜차이즈 업계 전체가 마치 '악의 축'으로 비쳐지는 이 현상은 바람직하지 않을뿐더러 정당하지도 않다. 이는 일부의 문제로 선의의 경영을 하는 대다수 가맹본부에게는 억울한 일이다. '갑질'은 규제로만 해결될 일이 아니다. 탈법·범법을 저지른 가맹본부에게는 채찍을 내려야 하지만 가맹사업자와 바람직한 상생관계를 유지하고 있는 가맹본부에게는 그에 걸맞은 장려를 해야 한다. 장려의 한 방법으로 KS프랜차이즈 인증제도가 손꼽힌다. KS프랜차이즈 인증제도는 프랜차이즈 산업의 경쟁력을 향상시킬 뿐 아니라 가맹본부와 가맹점의 상호 동반자적 관계를 형성하는 촉매제가 될 수 있다. KS프랜차이즈 인증제도를 서둘러 시행하자는 목소리가 높아지는 이유다.

WRITE 홍덕기

KS인증, 2008년부터 서비스 분야 확대

KS(Korean Industrial Standards) 인증제도는 산업표준을 널리 활용함으로써 표준화와 품질경영 도입을 촉진하고 우수한 제품이나 서비스를 보급하기 위하여 특정 상품이나 서비스가 한국산업표준 이상임을 인정하는 국가인증제도다.

〈산업표준화법〉은 KS 인증신청, 심사절차, 방법, 사후관리 등 제반 사항을 규정하고 있다. 산업통상자원부 산하 국가기술표준원이 심의회를 거쳐 한국산업표준을 제정하고 인증대상 분야와 심사기준을 만든다. 그리고 한국표준협회가 KS 인증심사와 관련 교육을 맡고 있다. 1963년 도입된 KS 인증은 제품에만 적용해 오다 2008년부터 서비스 분야로 확대되었다. (이때부터 한국산업규격이라는 용어가 한국산업표준으로 바뀌었다)

고령화와 저출산 등 시대 변화에 의해 서비스업 수요가 증가했고 제조업의 성장 한계에 따른 고부가가치 서비스 산업을 발전시킬 필요성이 대두됐기 때문이다. 인증 업체는 브랜드 가치 상승을 바탕으로 시장 진입이 쉬워지고 매출 증가 효과를 누린다. 또 업무 프로세스가 표준화되어 사업 경쟁력 및 업무 효율성이 향상된다. 소비자측면에서 보면 서비스에 대한 불만과 피해가 감소하고 인증 마크를 구매 기준으로 활용할 수 있어 시간과 비용을 절약할 수 있는 효과가 발생한다. 현재 **KS서비스 인증 대상은 첫 테이블, 짧은 콜센터**를 비롯하여 **시설관리, 건축물 클리닝, 장례식장, 골프장, 휴양콘도미니엄, 차량수리 및 견인, 혼인예식장, 산후조리원, 노인요양 시설 등 10개 분야**다.

KS 서비스 인증을 받은 업체는 국가가 인정한 한국산업표준에 적합한 업

체임을 국내외에 널리 홍보할 수 있는 자격을 부여받을 뿐더러 다음과 같은 혜택을 받는다.

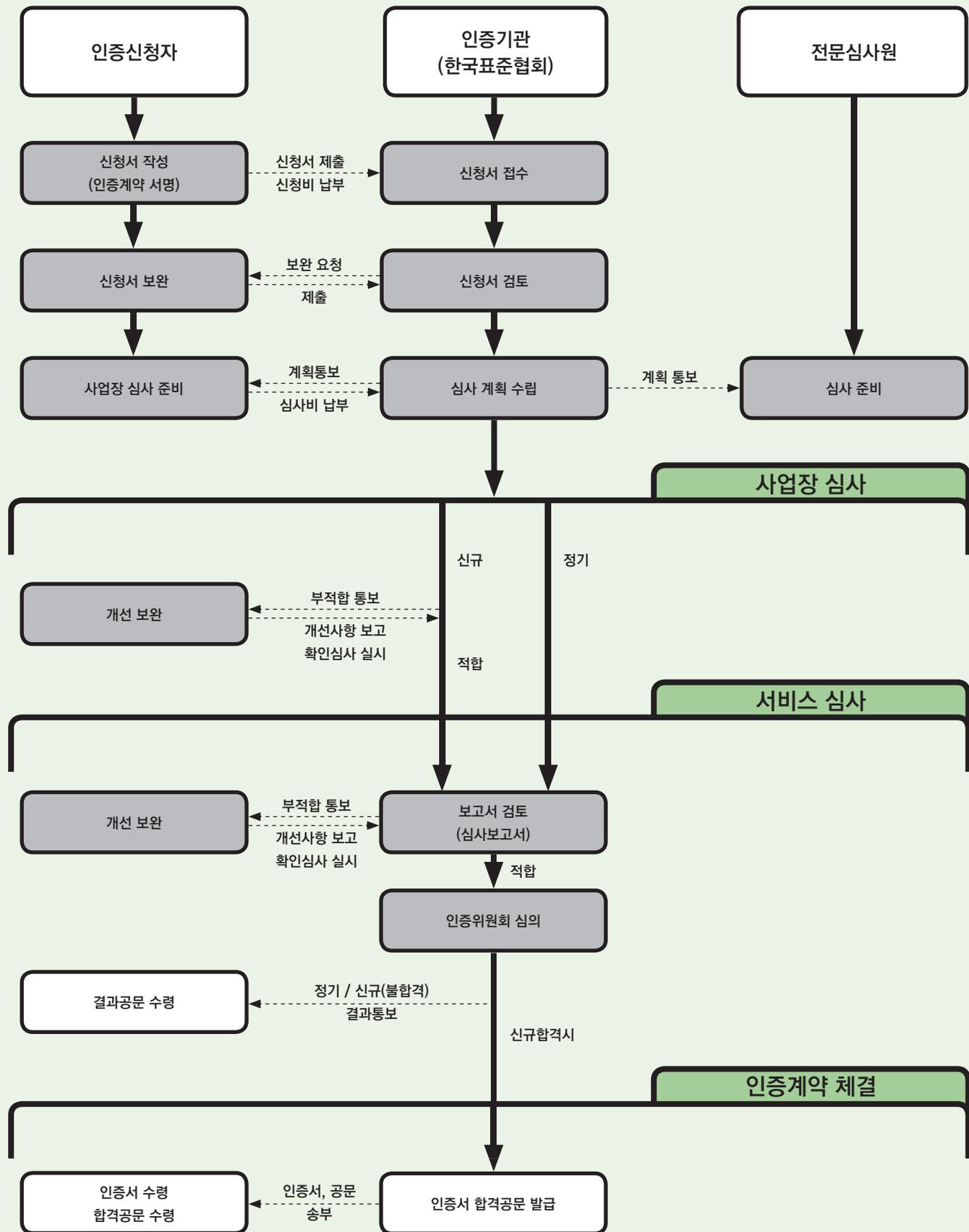
첫째, KS 인증 우수기업은 매년 세계표준의 날 및 국가품질경영대회의 정부 포상 후보로 추천받는다. 둘째, 국가 기관·자치 단체·공공단체의 서비스 조달 입찰 시 우선 구매 혜택을 부여받는다.

이르면 하반기 본격 도입 예정

프랜차이즈 한국산업표준은 2006년에 제정되었다. 시대와 환경 변화에 따라 5년마다 표준 개정이 이루어지지만 그동안 인증 대상에 포함되지 않아 서인지 한번도 개정되지 않고 제정 당시 그대로다. 한국표준정보망(www.kssn.net)에서 확인할 수 있다.

산업표준은 프로세스(Process)와 기반구조(Infrastructure) 등 두 파트로 나뉘어있다. 프로세스 파트는 서비스에 대한 기준과 절차를 다룬다. 가맹본부와 가맹점사업자가 대등한 관계에서 균형있게 발전하도록 유도하는데 중점을 두었다. 가맹 상담 및 정보공개서 제공, 사업계획 수립, 계약 체결, 개점 및 운영 등 가맹사업의 4단계별로 수행해야 하는 주요 업무에 대한 표준을 기술하고 있다. 2006년도 당시 〈가맹사업거래의 공정화에 관한 법률〉이하 가맹사업법에 근거하여 만들어진 표준이다보니 가맹금 예치, 점포환경 개선 강요 금지, 부당한 영역지역 및 영업시간 구속 금지 등 최근 개정된 항목에 대한 규정이 없다. 기반구조 파트는 서비스를 수행하는 데 필요한 조직 및 체계, 인력, 시설 및 장비, 운영시스템, 매뉴얼 등 가맹본부와 가맹사업자가 갖추어야 하는 인적·물적 자원 및 시스템에 관한 기준을 제시하고 있다.

***KS서비스 인증의 심사절차**





한국표준협회는 올초 KS프랜차이즈 인증 도입을 위한 준비 작업에 돌입했다. 인증심사기준 초안을 작성, 관련 기업, 학계 및 단체의 의견을 수렴 중이다. 2006년에 제정된 한국산업표준을 현실에 맞게 개정하고 한국기술표준원의 승인을 거쳐 인증제를 본격 도입할 예정이다. 한국표준협회는 한국산업표준을 바탕으로 인증심사기준 초안을 지난 5월 작성했다.

한국표준협회의 KS인증심사센터 박노근연구원은 “인증제도 도입 시행에 앞서 관련 분야 종사자들에게 의견을 묻고 있는 단계다”라며 “현재까지 소비자단체를 비롯하여 긍정적인 반응이 많은 편이다. 이르면 하반기 시행을 목표로 준비하고 있다”고 밝혔다. 제품의 경우 공장 심사와 제품 심사로 구분해 심사하는 것과 같이 서비스 분야도 사업장 심사와 서비스 심사로 나눠 심사가 이뤄진다. 프랜차이즈 사업장 심사는 △서비스 품질 경영 관리 △서비스 운영 체계 △서비스 운영 △서비스 인적자원 관리 △시설·장비 및 환경·안전관리, 서비스 심사는 △사전 서비스 △접점 서비스 △사후 서비스에 중점을 둔다.

초안의 항목별 주요 심사기준

초안의 항목별 주요 심사기준을 구체적으로 살펴보자.

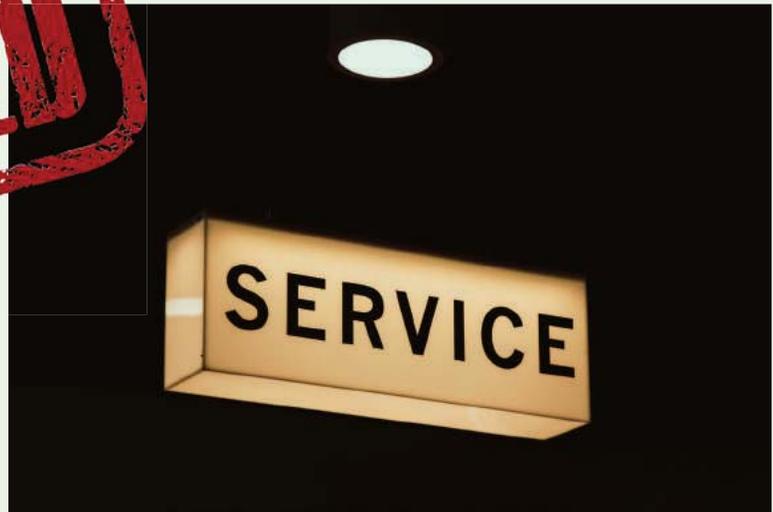
- 1. 서비스 운영 체계:** 점포개발, 운영관리, 판촉관리, 일반관리 등 분야별로 조직 체계를 구축하고 업무 분장 내용을 문서로 기록·보관하며 업무 매뉴얼을 사내 표준으로 규정하였는지를 심사한다.
- 2. 서비스 운영:** 고객에게 공급되는 상품 또는 용역의 품질 유지를 위해 제품의 특성과 제조공정 및 판매과정에 대해 명료한 관리체계 보유 유무를

판단한다. 가맹본부가 고객 불만의 유형과 빈도 그리고 심각성 등에 관해 기록하고 개선하는 시스템을 갖추었는지 체크한다. 또 고객 만족도를 조사하여 정기적으로 개선 활동을 실시하는지도 살펴본다.

- 3. 서비스 인적자원 관리:** 자격을 갖춘 서비스 품질관리담당자가 사내 표준의 제·개정을 총괄하고 서비스 품질 수준 평가, 문제점 해결, 교육 훈련, 고객 불만 관리 등의 직무를 수행하는지 심사한다.

- 4. 시설·장비 및 환경·안전관리:** 가맹본부가 가맹사업자에게 제공한 시설·장비에 대해 안전사고 점검 및 검사시스템, 유지보수시스템, 응급조치시스템을 보유하고 있는지 조사한다. 또 위생 및 감염 관리 세부 항목에서 가맹본부가 개점시, 판매중, 마감시로 구분하여 소독·청결 등에 관한 체크리스트 보유 유무를 심사한다.

- 5. 서비스 심사:** 사전 서비스 항목으로 사업계획의 중요한 기초가 되는 입지 상권 분석, 사업타당성 분석 등이 충실하게 진행했는지 체크한다. 접점 서비스 항목에서는 시설과 장비 등의 성능 유지를 위한 운영 시스템이 제대로 작동하고 있는지 파악한다. 사후 서비스 항목에서는 고객 및 가맹점의 불만 사항에 원활하게 대처하고 있는지도 심사한다. 사고 처리 및 대응 창구 설치 유무, 고객 피해가 발생할 경우 가맹본부가 피해를 보상하고, 귀책사유에 따라 구상권을 행사하는 보상시스템 유무 등도 체크 대상이다.



서비스 심사 방법은 적합/부적합으로 판정한다. 사업장 심사의 평가 항목은 서비스 품질 경영(5), 운영체계(3), 운영(4), 인력관리(3), 시설·장비 및 안전·환경관리(4) 등 총 19개 사항이다. 서비스 심사에서는 사전 서비스(2), 점점 서비스(5), 사후 서비스(2) 등 총 9개 사항을 평가한다. 부적합 판정을 받은 항목은 개선 조치할 기회를 주고 모든 항목이 적합한 경우 최종 적합 판정을 내린다.

보완해야 할 문제점

프랜차이즈 서비스의 한국산업표준과 심사기준은 가맹본부와 가맹점사업자와의 관계에 방점을 찍고 있다. 가맹본부와 가맹점사업자의 상생과 동반을 중시하면서 최종 소비자에 대한 서비스 측면이 소홀히 처리되었다는 인상을 지울 수 없다. 프랜차이즈 서비스에 대한 한국산업표준 자체가 가맹본부와 가맹점사업자와의 관계에 초점이 맞추어져 있어 심사기준도 이에 따르고 있다. KS서비스 인증이 산업의 경쟁력 제고를 위한 목적이 더 크지만 소비자 보호를 위한 측면도 무시할 수 없다. 프랜차이즈 산업의 특성을 간

과하지 않았느냐는 주장도 제기되고 있다. 프랜차이즈에는 크게 외식, 도소매, 서비스 등 3종류의 산업이 존재한다. 여타 서비스 인증과 다른 점이다. 한식·치킨·주점·커피 등의 외식업, 편의점·문구점·의약품 등 도소매업, 교육·자동차수리·미용 등의 서비스업을 한류음으로, 똑같은 잣대로 평가할 수 있을지 의문이라는 것이다. 각 업종의 특수성에 따른 구체적인 심사기준을 별도로 제정할 필요가 있다. 그리고 가맹본부와 가맹점사업자의 법적 관계를 혼동하고 있다. 본부와 사업자는 법적으로든 자본적으로든 독립된 사업체다. 지원 및 감독, 서비스 수행 등 서로 주어진 각자의 역할과 기능을 충실히 수행하면서 협업하는 관계다. 예를 들어, 고객 피해가 발생할 경우 가맹본사가 우선 피해 보상을 하고 사후 구상권을 행사하는지 유무 판단은 이런 법적 관계를 무시한 항목으로 보인다.

KS프랜차이즈 인증이 가맹본부, 가맹점사업자, 소비자 모두 혜택을 받는 제도로 탄생하기 위해서는 2006년에 제정된 한국산업표준은 현실에 맞게 수정 보완되어야 하고 프랜차이즈 산업의 특수성이 심사기준에 좀더 반영되어야 한다는 목소리가 높다. **KFN**

WRITE 박기영 (한국프랜차이즈산업협회장)

‘J-노믹스’의 성공조건 **최저임금 인상과 근로시간 단축**



문재인 정부의 노동분야 정책 중 최저임금 인상과 근로시간 단축이 뜨거운 논란을 일으키고 있다. 경제적 약자를 보호하기 위한 이 정책들은 공공롭게도 대기업이 아니라 영세업자들에게 치명적인 피해를 입히게 되는 모순을 안고 있다. '정책 시행에 앞서 반드시 관련 업계와의 협의가 선행되어야 한다'는 박기영 한국프랜차이즈산업협회장의 제언을 게재한다.

문재인 정부 출범이 한 달이 지나면서 'J-노믹스'의 구체적 모습이 드러나고 있다. 프랜차이즈업계를 포함한 재계가 특히 주목하고 있는 정책은 '최저임금 인상'과 '근로시간 단축'. 기업경영에 직접적인 영향을 끼치는 분야이기 때문이다. 'J-노믹스'의 핵심인 소득주도 성장과 일자리 창출과 관련, 가장 주요한 선거공약인 만큼 새 경제팀의 추진속도가 다른 어떤 정책보다 빠르게 진행되고 있다.

우리 근로자의 연 평균 근로시간이 2,113시간(2015년 기준)으로 OECD 회원국 평균인 1,766시간을 크게 웃돌고 있다. 정규직과 비정규직간의 임금격차가 지나치게 벌어지고 있다. 국민들이 많은 관심을 갖고 있고 정부도 서둘러 강행하려는 배경이다. 줄어든 근로시간만큼 새 일자리가 창출되고 소득증가가 경제 활성화로 선순환되리라고 정부는 기대하고 있다.

한 경제연구소 조사에 따르면 오는 2020년까지 점차적으로 최저시급을



1만원으로 올리기 위해서는 연평균 15.6%의 임금 인상이 이뤄져야 하며 이 경우 백화점은 3.2%, 대형마트는 10.3%, 편의점이나 프랜차이즈 가맹점주들은 9.0%의 수익 감소가 발생할 것으로 예측되었다. 대기업 보다는 중소기업과 소상공인인 프랜차이즈 가맹점주가 더 큰 피해를 입게 된다는 것이다.

근로시간 단축도 마찬가지다. 근로시간 단축으로 인한 중소기업들의 추가 비용은 연 8조6000억원에 달할 것으로 조사됐다. 근로자 역시 줄어드는 근로시간만큼 임금 감소가 불가피하다. 자칫하면 내수 활성화를 통한 일자리를 창출에 기여하는 것이 아니라, 영세 소상공인들을 움츠러들게 해, 경제성장의 발목을 잡을 수 있다는 우려가 나온다.

어떤 정책이든 예상 못했던 부작용이 발생할 수밖에 없다. 관건은 시행으로 인한 부작용을 최소화하는 것이다. 이 때문에 제도 시행으로 인한 피해가 덜하고 준비를 갖춘 여력이 있는 대기업부터 우선 시행하고 순

한 경제연구소 조사에 따르면 오는 2020년까지 점차적으로 최저시급을 1만원으로 올리기 위해서는 연평균 15.6%의 임금 인상이 이뤄져야 하며 이 경우 백화점은 3.2%, 대형마트는 10.3%, 편의점이나 프랜차이즈 가맹점주들은 9.0%의 수익 감소가 발생할 것으로 예측되었다. 대기업보다는 중소기업과 소상공인인 프랜차이즈 가맹점주가 더 큰 피해를 입게 된다는 것이다.

차적으로 확대해야한다는 지적이 나오는 것이다.

‘급할수록 돌아가라’는 옛말이 있다. 병을 고치기 위해 꼭 필요한 수술도 환자 몸상태를 맞추어서 시행하는 법이다. 아무리 선의로 시작한 정책이라도 서두르다보면 실수를 범할 수 있다. 이들 두 정책이 갖고 있는 사회, 경제적 파장을 고려할 때 시행에 앞서 정확한 현실파악과 관련업계와의 협의가 반드시 필요한 이유다. **KFN**

WRITE 홍덕기

프랜차이즈 초과이익공유제 부작용만 낳는다

대기업과 협력사와의 상생 발전과 동반 성장을 위해 제기됐던 초과이익공유제가 최근 다시 고개를 들면서 그 불똥이 프랜차이즈 업계까지 미치고 있다. 지난 5월 더불어민주당 강창일 의원이 초과이익공유제가 도입된 <가맹산업진흥법> 개정안을 발의했다. 초과이익공유제의 유래와 개념 그리고 프랜차이즈 업계에 적용될 때 발생하는 문제점에 대해 알아보자.

초과이익공유제란 말 그대로 대기업이 초과이익을 냈을 경우, 그 이익을 협력 중소기업과 나누자는 제도다. 해마다 설정한 경영 목표치를 넘어서 이익을 대기업에 협력하는 중소기업의 기여도 등을 평가하여 초과이익의 일부를 배분하는 방식이다.

초과이익이 발생하면 회사가 임직원에게 특별 상여금을 지급하는 개념을 협력기업으로 확대 하자는 것이다. 점점 심화되어가는 대기업과 협력사의 양극화를 막고 상생 발전과 동반 성장을 하자는 취지다.

2011년 당시 정운찬 동반성장위원회 위원장이 제안해 뜨거운 찬반 논란을 일으켰던 이 제도는 시장경제 원리에 부합하지 않는다는 이유로 무산된 바 있다. 협력이익배분제라는 명칭으로 탈바꿈하고 기업 자율에 맡기는 형태로 사실상 사라졌다.

이후 간헐적으로 야당을 중심으로 제기되어오다가 문재인 대통령이 대선 공약으로 내세우면서 다시 수면 위로 부상했다. '재벌 개혁'을 강조해 온 김상조 공정거래위원장도 이에 적극적으로 발맞추고 있다. 초과이익공유제와 비슷한



가맹사업진흥법 개정안

지난 5월 프랜차이즈 초과이익공유제 도입 법안 발의, 가맹점사업자와 공유한 성과가 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 가맹본부는 <조세특례제한법> <관세법> <지방세특례제한법> 등 관계 법률에 따라 조세 감면을 추진하고 있다.

개념으로 순이익공유제와 성과공유제가 있다. 순이익공유제는 독립된 두 회사가 이익이 발생하면 사전에 협의된 방식대로 이를 배분하는 제도다.

초과이익이 대상이 아니라 순이익이라는 점이 차이다. 영화를 제작할 때 배우나 감독이 고정 출연료 외 흥행 수입에 따라 추가로 더 받는 러닝 개런티가 이에 해당한다. 손익분기점인 관객수를 넘길 경우, 초과 관객 1명당 일정 액수를 받는 방식이다.

성과공유제는 대기업과 협력사가 원가절감, 품질개선 등 목표를 정하고 이를 달성하면 현금 보상, 단가보상 등의 방식으로 성과를 공유하는 제도다. 지난 2006년 제정된 <대중소기업상생협력 촉진에 관한 법률>에서 법적 근거를 마련했고 2012년 본격 도입됐다.

초과이익공유제는 영업 전반을 포함하는 포괄적인 개념인 대신, 성과공유제는 특정 프로젝트로 좁혀져 있다는 점이 다르다. 대기업이 크게 반발하지 않는 제도로 지난해 말 총 270개사가 참여하고 있고 성과 공유 과제가 3,305건(누적)에 달했다.

프랜차이즈산업에 불뚱

지난 5월 프랜차이즈 산업에도 초과이익공유제를 도입하자는 법안이 발의됐다. 프랜차이즈 본사가 목표이익을 초과할 경우 이를 가맹사업자와 나눠 갖도록 하는 내용을 골자로 한 <가맹사업진흥법> 개정안으로 더불어민주당 강창일 의원(제주시갑)이 대표발의자다.

대기업과 협력사의 경우와 유사하게 가맹본부와 가맹점사업자의 상생 발전 및 동반 성장의 기반을 마련하자는 취지다.

이 제도는 현재 프랜차이즈 산업이 가맹본부의 불공정한 계약, 무분별한 가맹점 확장 등 이른바 ‘갑질 횡포’ 사례가 자주 발생한다는 인식하에서 시작됐다.

이로써 가맹본부만 과도한 이익을 남기고 가맹점사업자의 영업을 심각하게 훼손하고 있다는 것이다.

강의원은 법안 개정 이유에서 “가맹점 사업은 경제 불황 속에서 직장을 잃은 실직자들이 가맹본부의 지원과 교육을 받아 특별한 기술없이 창업할 수 있는 사업이다”라고 전제한 뒤 “가맹본부와 가맹사업자가 이익 개선을 위해 상호 협력하고 동반 성장할 수 있는 토대가 절실한 상황이다”라고 밝혔다.

법안에서는 프랜차이즈 업계에 초과이익공유제의 확산을 위해 산업통상자원부장관이 ‘초과이익공유제 확산 추진본부’를 설치하고 초과이익공유제에 대한 연구·조사, 국내외 우수 사례의 발굴·확산, 초과이익공유제를 도입하는 가맹본부에 대한 교육 컨설팅 등의 사업을 추진토록 했다.

또 가맹점사업자와 공유한 성과가 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 가맹본부에 대하여 <조세특례제한법> <관세법> <지방세특례제한법> 등 관계 법률에서 정하는 바에 따라 조세를 감면할 수 있는 당근을 제시했다.

이 법안 발의자는 박정·김종민·인재근·위성근·소병훈·정재호·노웅래·황주홍·김종회·이종걸·김철민·심재권·송옥주·박주민 의원 등이다.

한편, 이익공유형 프랜차이즈는 협동조합과 유사한 방식으로 초과이익공유제와는 차이가 크다. 가맹본부와 가맹점이 사업운영 결과로 발생할 이익의 배당 방식을 미리 협동조합 정관

이나 가맹계약서에 ‘이익공유 계약 항목’으로 명시하는 가맹모델이다.

최근 중소기업청이 최대 1억원의 자금을 지원하기로 한 이익공유형 프랜차이즈 업체는 까레몽협동조합(제과·제빵), 와플대학협동조합(와플·식음료), 일호협동조합(감자탕), 이견테크(세차용품 및 설비), 파랑새협동조합(공예품), 한국로봇과학교육협동조합(로봇교육) 등 6개사다.

프랜차이즈산업 부리째 흔들린다

초과이익공유는 시장 경제에 이익 분배를 맡겨 놓았지만 정상적으로 작동하지 않고 불이익을 받는 그룹이 생겨난다는 발상에서 시작된다. 따라서 정부가 직접 나서 인위적인 조정을 가하겠다는 뜻이다.

프랜차이즈 사업에 초과이익공유제 도입을 반대하는 이유는 대기업과 협력기업에 적용할 때 반대하는 논리와 같다. 대부분 경제학자들은 초과이익공유제가 사용자와 노동자 간에 적용하는 개념으로 기업과 기업간에 적용하기 어렵다고 주장한다. 이윤추구가 목적인 기업 간에 적용하면 시장 경제 질서가 훼손되기 때문이다. 기업 대 자영업자 간에도 마찬가지다.

가맹본사와 가맹사업자는 대부분 기업 대 자영업자의 신분으로 계약한다.

가맹사업자는 자기의 명의로 계산으로 거래하고 그 법률 효과도 직접 자기에게 귀속한다는 점에서 다른 상인의 명의로 계산으로 대리 또는 중개하는 대리상과 다르다. 방법론에서 현실적인 해결책을 찾는 데도 무리가 따른다. 대기업이 해마다 설정한 이익목표치에 따라 초과이익이 달라질 수 있어 대기업의 초과이익 생성 여부와 그 크기를 가늠하기 어렵다.

초과이익을 측정하기 곤란하다는 이야기다. 얼마든지 가맹본부는 달성하기 어려운 이익을 목표로 제시해 초과이익공유를 회피할 수 있다.

또한 수많은 가맹점사업자의 기여도를 측정하는 것은 불가능에 가깝다. 상권, 투자액, 매장 규모, 종업원 수 등 각기 다른 조건의 사업자 별 평가 모델은 그 어떤 평가 모델에 비해 난이도가 높다.

무한 경쟁 속에 내던져진 가맹본부와 가맹사업자는 양질의 제품과 서비스를 창출하고 소비

자에게 진심으로 한발짝 다가가려고 전쟁(?)을 치르고 있는 실정이다. 적정한 초과이익이 얼마인지, 어느 가맹사업자가 이익에 더 기여했는지 의견을 수렴하기도 어렵고 이를 다룰 여유가 없다.

물론, 비정상적인 초과이익의 분배구조는 바뀌어야 한다. 자연스러운 방법이 아닌, 현실성 없는 제도나 방안은 이해관계자 상호간 불필요한 소모전만 치르게 된다.

프랜차이즈 산업이 국내 도입된 지 만 40년. 급속도로 팽창한 규모에 비해 아직 법적 측면과 시장질서 측면, 두가지 모두 안정적인 상태가 아니다. 아직은 **사후적 성격의 초과이익공유제 보다 사전적 조치로서 불평등 계약구조를 바꾸는데 힘을 쏟아야 할 때라는 주장이 힘을 얻고 있다. [KFN]**

초과이익공유제

대기업이 초과이익을 냈을 경우, **협력 중소기업과 이익 공유**

순이익공유제

독립된 두 회사가 이익이 발생하면 **사전에 협의된 방식대로 배분**

성과공유제

대기업과 협력사가 원가절감, 품질개선 등 목표 설정. 달성 후 현금보상, 단가보상 등으로 **성과 공유**

이익공유형 프랜차이즈

협동조합과 유사, 본부와 가맹점이 **이익의 배당 방식을 미리 조합 정관이나 가맹계약서에 명시**



PEOPLE & COMPANY – 풀잎채



WRITE 이동한 | PHOTO 이명철





한국의 맛을 담은 프리미엄 뷔페

창업자는 투자만 ... 운영은 본사가

'풀잎채' 푸른마을 정인기 대표

“한식은 프랜차이즈를 하기 가장 어려운 카테고리입니다. 일품메뉴만 잘 한다고 인정을 받을 수 없기 때문입니다. 스파게티를 잘 하면 피클이야 어찌됐든 상관없는 양식과는 다릅니다. 설렁탕을 잘 만들어도 김치가 맛이 없으면 인정받지 못하는 것이 한식입니다. 더욱이 한식이라면 더욱 어렵죠. 현재 풀잎채가 위탁운영시스템으로 운영하는 이유도 이와 밀접한 관련이 있습니다.”

정인기 대표의 말에서 알 수 있듯이 풀잎채는 독보적 방식의 프랜차이즈다. 공동투자 형태의 시스템으로 구축된 것. 본사 및 복수의 공동 투자자가 매장을 열면 운영은 본사가 파견한 전문가가 맡는 위탁운영시스템을 갖추고 있다. 투자자는 매달 정산한 이익금에서 지분에 따라 배당금을 받으면 된다. 저금리 속 투자처를 찾는 수요가 늘고, 창업 실패의 부담으로 직접 창업에 뛰어들기보다 자금을 투자해 수익을 얻는 간접 창업형태인 것이다.

풀잎채는 기본적으로 백화점과 쇼핑몰 등 사람이 많이 모이는 특수상권의 330~660㎡ 크기 매장을 중심으로 한 점포당 투자자 3~4명과 본사가 공동 투자하고, 운영은 본사의 외식전문 매니저가 맡는 위탁관리의 형태로 운영한다.

대형 매장의 운영 특성상 투자자 개인이 매장을 관리하고 매출을 높이는 데는 한계가 있기 때문에 본사 전문 인력이 직접 매장을 운영한다. 대부분 본사와 투자자가 함께 투자하기 때문에 본사가 수익을 내기 위해 더 많은 노력을 기울인다. 투자자는 매월 매출액에서 재료비, 인건비, 수수료 등을 제외한 순이익을 지분에 비해 가져간다.

결과는 투자형 창업자 중 많은 수가 2개 점포 이상 투자할 정도로 수익성에 대한 신뢰도가 높은 편이다. 특히 투자자가 개인적인 시간을 내지 않고도 고정 수익을 얻을 수 있는 것은 큰 장점이다.

직원 운영 시스템까지 최고의 효율성 자랑

현재 풀잎채는 700억 원 이상의 매출을 올리고 있으며, 1300여명의 직원을 운영하고 있다. 직원을 직접 관리하기 때문에 보다 효율적인 인사정책을 사용할 수 있다. 파트타임 서비스직으로 들어왔더라도, 경력과 능력에 따라 캡틴, 매니저로 진급할 수 있다. 고용 효율성으로 보자면 획기적인 시스템이다.

또한 적정 규모 이상의 투자가 가능하기 때문에 바잉파워가 높은 대형몰이나 백화점에 입점이 쉬워지고, 그것은 사업 안정성을 높여주는 계기가 된다. 즉 안심하고 투자할 수 있는 바탕이 되는 것이다. 그로 인해 자금을 한계가 명확한 프랜차이즈 본사가 매장을 확장하는 이상적인 방법을 제시했다는 평가도 받고 있다.

“이 방식의 가장 큰 장점은 모든 게 다 결정돼 있다는 점입니다. 매장 위





풀잎채 동부산점

치, 장소, 조건, 보증금, 수수료, 간접비 등 사업적으로 고려해야 할 모든 것입니다. 정해지지 않은 것은 물건 사입비, 인건비, 점장의 변동비 등이지만 이 역시도 예상 가능한 수치입니다. 그렇기에 투자자와의 협의도 쉽습니다. 현재 운영하고 있는 매장에 직접 가서 확인할 수 있는 문제이기도 합니다. 또한 매장의 위치와 관계없이 사업성이 있다고 판단될 경우 투자할 수가 있는 장점도 있습니다.”

현재 풀잎채의 50개 매장 중 15개는 본사가 100% 지분을 가지고 있고 나머지는 90여명의 투자자와 함께 공동투자 형태로 운영되고 있다.

한식 프랜차이즈의 스페셜리스트

정인기 대표는 한식뷔페 업종의 창안자로서 한식 메뉴에 대한 노하우가 많다. 21년 간 한식 사업의 외길 인생을 걸어오면서 수많은 시행착오 끝에 문제점은 개선하고, 장점은 살려 한식을 한 단계 업그레이드한 것이 바로 풀잎채다.

정인기 대표가 푸른마을이란 회사를 만든 후 첫 번째 만든 브랜드는 민속 두부마을이었다. 직접 만든 기계를 이용해 두부마을 가맹점 사업도 활발히 진행했다. 전국에 100평 이상 대형 매장만 140여개를 운영했다. 이후 풀잎채 한상, 두란 등 한식 브랜드를 계속 출시하며 사업을 확장해왔다. 2012년 한식 브랜드를 모은 프리미엄 한식뷔페 '풀잎채'를 구상하고 2013년 1월 롯데백화점 창원점에 첫 매장을 열었다. 반응은 뜨거웠다.

대기업들이 그 열기에 편승해 Me-Too 브랜드를 만들어 시장에 뛰어든 있지만, 풀잎채와 같은 성공을 거두지는 못했다. 노하우의 부족이었다.

“고급 한식당은 높은 가격으로 소비자의 만족도가 점점 떨어지고 있습니다. 이러한 한식의 문제를 해결하기 위해 그동안 많은 시도들이 있었지만 대부분 실패했죠. 가성비 높은 한식을 만드는 것은 그만큼 어려운 일입니다.”

25년간 한식 프랜차이즈 사업으로 터득한 식재료의 구매와 유통, 제조 및

점포 운영에 대한 노하우를 가진 정 대표와는 시작점이 다른 것이었다. 풀잎채는 2013년 첫 매장을 열 때부터 농가와와의 사전 계약을 통해 산지에서 직접 식재료를 공수했다. 이로 인해 소비자들에게 보다 저렴한 가격으로 신선한 재료를 공급할 수 있었다. 가격대 역시 뒤늦게 뛰어난 대기업 브랜드들보다 15~20% 정도 저렴하게 책정할 수 있었다. 그럼에도 불구하고 매장의 단위당 매출이 더 높다. 풀잎채의 경쟁력이 압도적이라고 평가받는 부분이다.

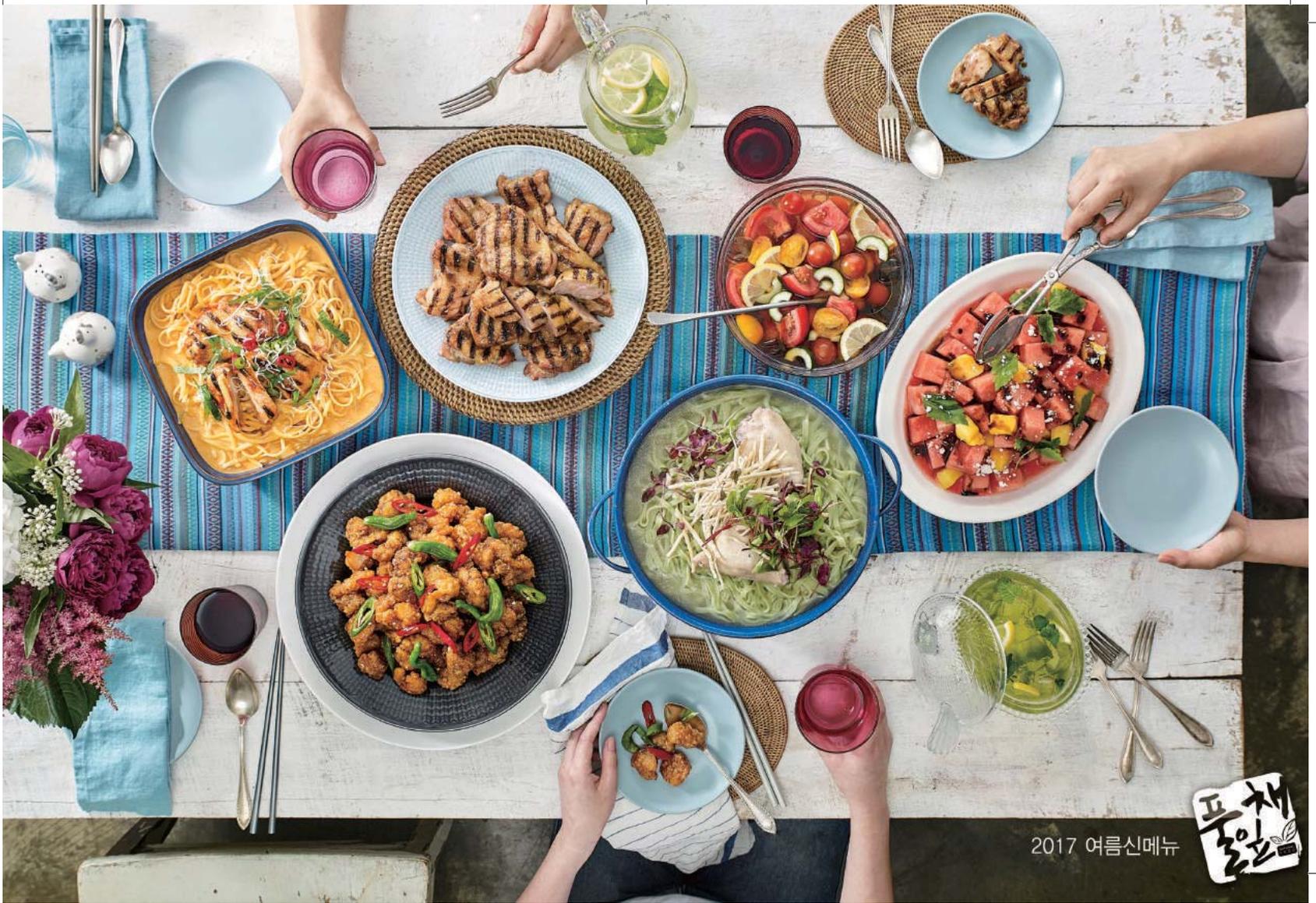
끊임없는 메뉴 개발 및 마케팅 그리고 해외진출

제철 먹거리로 시시각각 새로운 메뉴를 준비하는 것도 풀잎채의 자랑이다. 계절마다 봄철 쌈메뉴 · 주꾸미채소무침 · 보리밥, 가을 고기메뉴, 겨울 신메뉴 등은 물론 심지어 각 절기마다 오곡밥 · 부럼 · 팔죽 등 특별한 메뉴도 추가한다. 단순히 반찬을 추가하는 정도가 아니라 일품메뉴와 같은 고품질의 요리를 내놓는다는 것이 다른 점이다. 여기에 '여름아~ 힘을 냉면', '네이버 예약 서비스', '늦이 오면 돼지', 졸업생 이벤트, 연말 이벤트, 경품 증정 이벤트, 선거 투표 이벤트 등 톡톡 튀는 마케팅도 끊임없이 내놓고 있다.

해외 진출도 준비 중에 있다. 첫 해외시장 진출 예정지는 일본이다. 웰빙 음식을 선호한다는 점, 음식을 남기지 않는다는 점 등 일본 국민성이 한식 뷔페와 잘 맞을 것이라 기대에서다. 장소는 일본 오사카에 있는 이온몰(AEON MALL)에 입점할 계획이다. 이온몰은 일본 최대 규모의 쇼핑센터 중 하나로 전 연령층이 쇼핑과 레저를 함께 즐길 수 있는 복합몰이다.

LK투자파트너스 풀잎채에 205억원 투자

이런 풀잎채의 모든 장점 덕분에 사모투자펀드(PEF) 운용사 LK투자파트너스는 205억 원을 풀잎채에 투자하기로 결정했다. 한식 뷔페 사업에 PEF가 투자하는 건 첫 사례다. LK투자파트너스는 주요 기관투자자들로부터



2017 여름신메뉴



205억원을 모아 풀잎채가 발행하는 의결권이 있는 선순위 상환전환우선주(RCPS) '50%-1주'를 인수하기로 했다.

기존 대주주인 정인기 풀잎채 대표는 나머지 '50%+1주'를 보유하게 된다. 정 대표는 자신의 지분을 후순위로 제공하는 등 새로운 투자자들을 유치하며 다양한 투자 안전장치를 마련했다.

“한국에서 외식 프랜차이즈 산업은 트렌드와 주기가 있습니다. 우리나라는 해외에 비해 그 시기가 짧죠. 하지만 해당 트렌드가 지속적인 투자와 아이디어, 시장 반응 등에 의해 카테고리화된다면, 지금처럼 짧은 유행으로 인해 시장성이 떨어지지는 않을 것입니다. 풀잎채라면 충분히 카테고리화될 가능성이 높고, 그렇기 때문에 브랜드 관리를 위한 자금이 필요했습니다만, 이번의 투자가 호기로 작용할 듯합니다.”

정인기 대표에 따르면 일반적으로 트렌드라는 것은 쉽게 카테고리가 되지 않는다고 한다. 한때 전국적으로 열풍을 몰았던 트렌드라도, 열기가 식었을 경우 허무하게 사라지고, 명맥만을 유지하는 경우도 많다고. 하지만 대기업에서 Me-Too 브랜드를 만들고 있을 정도로 한식 뷔페에 대한 사업성은 높다. 특히 해당 카테고리를 만든 풀잎채의 상품성은 더욱 특별하다. 여기에 이번 투자로 인해 브랜드는 더욱 강력해질 예정이다.

“21년동안 프랜차이즈를 해왔습니다. 기존에 많은 한식브랜드를 하면서 축적돼온 노하우가 쌓여 있었기 때문에 믿을 만하다는 평가를 받았습니

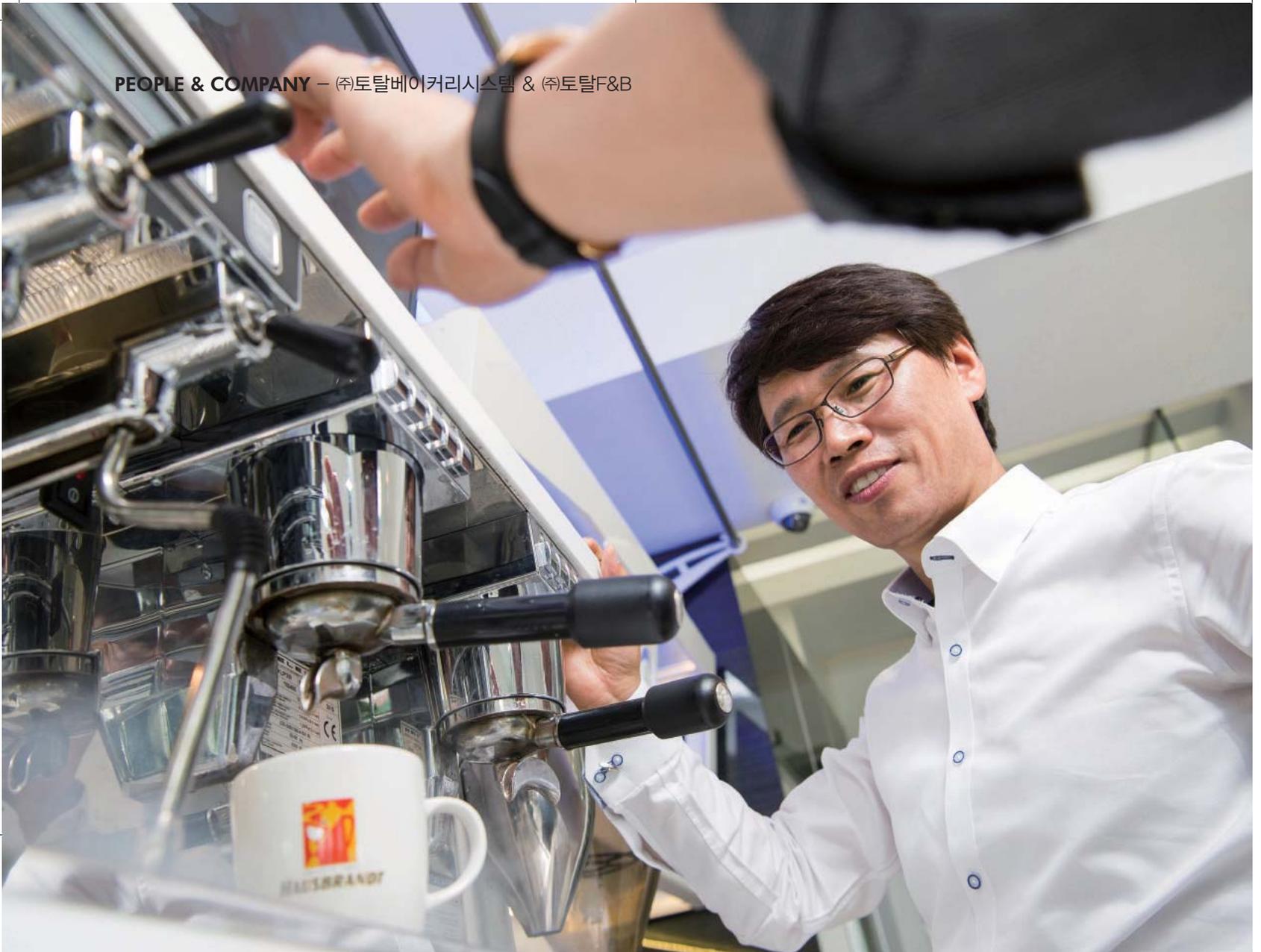
다. 이것이 투자를 이끌 수 있는 계기가 됐습니다. 투자금액과 방식 모두 파격적이라는 것에 자부심을 갖고 있습니다. 우리 브랜드가 외식 시장에 자극을 주는 좋은 선례를 남기고 싶습니다.”

HMR 사업 확대할 예정

정 대표는 올해 HMR 사업에도 박차를 가할 예정이다. 온라인몰을 설립해 자체 제작한 HMR 제품을 판매하고 풀잎채 찬이란 가맹사업도 실시할 계획. 풀잎채 찬은 반찬과 식사를 혼용한 개념으로 음식을 먹고 남은 반찬을 가져가는 시스템이다. 1인 가구 증가와 함께 HMR 시장 수요가 늘면서 간편하게 식사를 하려는 트렌드가 그대로 반영된 사업이다.

정 대표는 “아파트 상가에 델리형 매장을 만들어 자기가 먹은 반찬을 가지고 갈 수 있는 곳을 만들 것”이라며 “반찬은 한식의 완성이다. 반찬을 메인으로 한 풀잎채 찬을 통해 식사 준비도 훨씬 간편해질 것”이라고 강조했다.

정인기 대표는 “한식이 제대로 평가받지 못하고 있다는 안타까움이 마음속에 있다”며 “풀잎채가 앞으로 합리적인 가격으로 품위 있는 요리를 제공해, 한식 뷔페가 지속성과 영속성을 가질 수 있도록 계속 노력할 것”이라고 다짐했다. **KFN**



세계 최고 브랜드들과의 만남

(주)토탈베이커리시스템 & (주)토탈F&B
채형원 대표

WRITE 이동한 | PHOTO 이명철

“

세계적 브랜드를 만나는 것은 브랜드 경쟁력을 높이는 가장 좋은 방법 중 하나입니다. 생산 시스템을 아는 것도 경쟁력을 위한 필수 조건이죠. 특히 공장 시스템을 안다는 것은 스스로가 원하는 제품을 완벽하게 양산할 수 있는 가장 좋은 방법이며, 좀 더 효율적으로 관리할 수 있는 힘을 줍니다.

프랜차이즈 가맹본부의 가장 큰 고민은 자신의 브랜드 경쟁력을 어떻게 강화하느냐다. 상품개발을 하기도 하고, 광고·마케팅이라는 수단을 사용할 수도 있지만, 극적인 효과를 내기란 쉽지 않다.

(주)토탈베이커리시스템의 채형원 대표는 이러한 프랜차이즈 가맹본부들에게 새로운 제안을 한다.



엔지니어 출신의 채형원 대표는 처음부터 식품 전문 기계 분야를 담당했다. 실력을 인정받자 관련 무역대리업무도 맡게 된다. 그리고 이것이 ㈜토탈베이커리시스템과 ㈜토탈F&B라는 회사를 운영하게 되는 계기가 된다. ㈜토탈베이커리시스템은 1996년부터 베이커리시스템 비즈니스를 시작한 이래 유럽 최고의 베이커리 전문 브랜드들과의 협력을 통하여 베이커리 공장 및 시스템에 따른 최적의 최신 설계, 시공 노하우를 제공하여 왔다. 고품격 베이커리시스템을 필요로 하는 호텔 및 레스토랑, 베이커리, 원도우베이커리, 양산 및 준양산베이커리 공장 등에 설계부터 납품/시운전까지 베이커리와 주방의 전체에 A부터 Z까지 선진화된 시스템을 제공하고 있다.

앞선 기술력으로 프랜차이즈에 최적화된 시스템 구축

“프랜차이즈 매장에 쉘프를 둘 수는 없죠. 비용 효율성의 문제입니다. 이 문제를 해결하기 위해 프랜차이즈는 Ready to eat, Ready to cook 제품을 제공해야 합니다. 시간과 비용을 최소화하는 것을 목표로 하기 때문이죠. 거기에 모든 매장에 균일한 퀄리티의 제품을 제공해야 합니다. 이것을 가능케 하는 것이 시스템을 구축하는 것이죠.”

앞서 말했듯이 채형원 대표는 프랜차이즈의 기본이 되는 것이 양산 공장이기 때문에, 공장 시스템을 알아야 하고, 그 공장에 대한 이해와 더불어 좋은 양산 시스템을 가지는 것이 중요하다고 말한다.

㈜토탈베이커리시스템의 시작은 1985년부터 시작된다. 당시 ALTO SHAAM KOREA로 창립한 회사는 호텔주방장비 공급을 하였고, 이후 토탈후드시스템으로 상호를 변경하면서 1996년 베이커리 장비 관련 분야로 사업 확대한다. 그리고 TGI FRIDAY, 베니건스, 아웃백 등 주요 패밀리 레스토랑에 장비를 납품하였다. 2001년부터는 사업분야를 나누어 ㈜토탈후드시스템과 ㈜토탈베이커리시스템으로 법인을 분리한다. 이후 다시 ㈜토탈후드시스템은 ㈜토탈F&B로 상호를 변경하고 2010년 식음료 분야로 사업영역을 확장했다. 당시 에슬리, 네스카페, 던킨도넛, 제너시스 등 주요

프랜차이즈의 연간 계약 업체로 지정 된다.

특히 ㈜토탈베이커리시스템의 가장 큰 장점 중 하나는 인증된 기술력이다. **특허등록, 실용신안등록, 디자인등록, 상표·서비스 등록, 의장등록 등 2007년 기술연구부서를 설립한 이후 기술 개발에 전력을 쏟고 있다. 이 기술연구부서는 한국산업기술진흥협회의 확인 아래, 2013년 기업부설 연구소로 인정받았다.**

세계 최고의 브랜드만을 선택한다

현재 ㈜토탈베이커리시스템과 ㈜토탈F&B가 파트너십 체결을 하고 있는 브랜드는 세계 최고의 브랜드들이다. 해당 분야 최고의 브랜드를 선택하고, 파트너십을 구축하기 위해 최선을 다한다. 그것이 소비자들에게 최고의 경쟁력을 주는 일이라고 채형원 대표는 믿고 있다.

“베이커리 파트에서 1996년도부터 마케팅을 했던 브랜드가 2010년이 돼서야 빛을 보는 경우도 있었습니다. 해당 제품은 100년 역사를 가진 독일 오븐 브랜드 MIWE입니다. 현재 전문가들이 가장 가지고 싶어 하는 제품이죠. 하지만 앞서 말했듯이 이 제품을 알리는 데 오랜 시간이 걸렸습니다. MIWE 오븐도 그렇지만, 최고의 브랜드를 선택하게 됐을 경우의 가장 큰 문제점은 높은 제품가격에서 오는 가격저항입니다. 그렇기 때문에 시간이 걸릴 수밖에 없는 것이죠. 하지만 최고의 브랜드를 선택하면, 소비자는 결국 최고로 귀결됩니다.”

현재 토탈F&B가 마케팅하는 세계 최고의 이탈리아 젤라또 기기 브랜드 CARPIGANI도 역시 5~6년 투자하겠다는 생각을 하고 있다.

“우리가 제공하는 제품들은 대부분 유럽이나 미국의 식문화 관련 제품들입니다. 그렇기 때문에 해당 제품에 대한 선진문화를 최고의 브랜드로 경험케 하고 싶습니다. 이탈리아를 빼고, 커피나 피자, 젤라또를 언급하는 것은 말이 안 되죠. 해당 품목의 본산인 곳이고, 그 본고장의 가장 훌륭한 브랜드여야만 그 문화를 완벽에 가깝게 경험할 수 있습니다.”



CARPIGIANI 젤라또 박물관

이탈리아 젤라또 브랜드 CARPIGIANI 국내 런칭

㈜토탈F&B가 2016년 런칭한 이탈리아 젤라또 브랜드 CARPIGIANI. CARPIGIANI는 단순히 젤라또 기계를 제조하는 회사일 뿐 아니라, 세계적으로 가장 유명한 젤라또 교육기관이기도 하다. 젤라또 교육을 위한 칼피자니 젤라또 대학은 토탈F&B를 통해 접수할 경우 할인 혜택이 있다.

이탈리아에서 직접 배우는 이 강좌는 젤라또 제조를 위한 기본과정부터 매장 운영을 위한 위생과 상권 및 비즈니스 수익률에 대해 교육을 받는다. 그리고 프로페셔널한 젤라테리아가 되기 위한 전문 과정인 원재료의 비율조절과 새롭고 현대적인 젤라또에 대한 고급 기법도 배운다. 더 나아가 젤라테리아 비즈니스 심화과정도 함께 배우며, 샵에서 손님들에게 실제 판매하는 경험을 쌓을 수 있는 실습과정도 커리큘럼에 포함되어 있다. 이태리 현지에서 받는 모든 교육과정에는 한국어 통역이 포함되어 있어 언어에 구애받지 않고 젤라또 전문가가 될 수 있다.

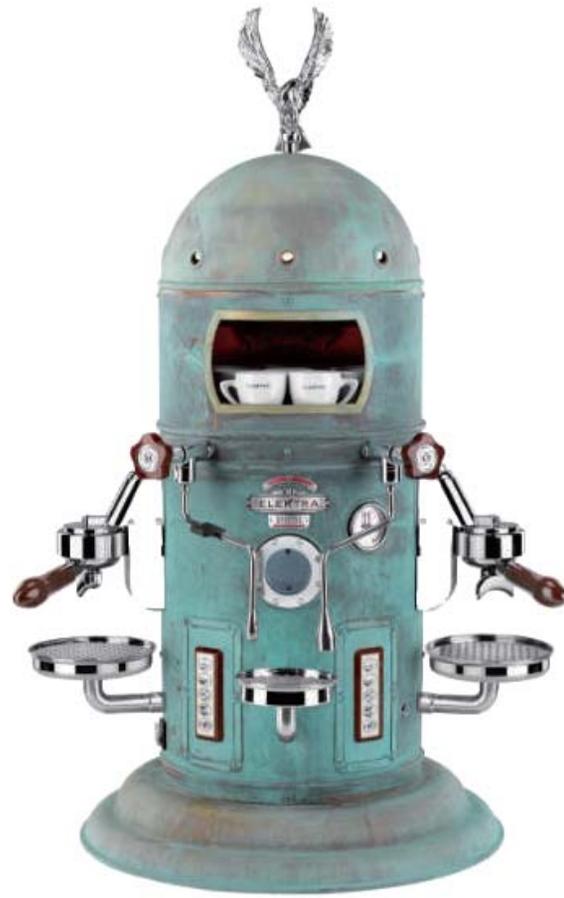
칼피자니의 강점은 브랜드의 경쟁력도 있지만, 다양한 사업성도 내놓을 수 없다. 젤라또 아이스크림의 경우 작은 공간의 활용이 가능해 숨인습 개념으로 매장운영이 가능하다. 불과 4제곱미터 정도의 공간만이 필요하기 때문이다. 여기서는 다양한 모양과 색의 젤라또 바를 생산해 이 젤라또 바에 원하는 대로 토핑을 하는 매장이 가능하다. 물론 소프트 젤라또도 제공이 가능하다. 기계 설치만으로 제품이 고객에게 제공될 수 있는 젤라또 전문 매장이 탄생할 수 있다. 이태리 정통 젤라또는 특히 기존의 아이스크림에 비해 당도가 낮아, 건강을 생각하는 다이어터들과 아이를 키우는 부모들, 젊은 여성들에게 좋은 반응을 받고 있다.

독방에서도 마시는 이탈리아 에스프레소

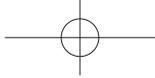
이탈리아 에스프레소 머신의 명가, 엘렉트라도 ㈜토탈F&B가 파트너십을 유지하고 있는 브랜드다. 이탈리아 사람들의 커피 사랑은 워낙 유명하다. 잘못된 죄인이 들어가는 감옥의 독방에도 특별히 '모카포트'는 있다고 한다. 이탈리아에서 '인권의 최저선'이 바로 에스프레소라는 것을 단적으로 보여주는 부분이다. 또한 커피가 이탈리아에서 발달한 만큼 카페, 라떼, 에스프레소, 카푸치노, 카페마키야토, 콘파뇨 등 카페에서 사용하는 많은 용어들이 이탈리아어다. 엘렉트라는 이렇게 커피를 사랑하는 이탈리아

●●● TOTAL F&B

Identity Standards



ELEKTRA 창립70주년 한정모델 ORIGINE



북동부의 아름다운 소도시 트레비소에 본사를 두고 있다. **70년에 걸쳐 만들어진 전통과 혁신을 결합하여 탄생한 예술품인 에스프레소 머신을 만들어내는 프레난 가문의 명품 커피머신이다.**

커피머신과 함께 토탈F&B는 이탈리아 프리미엄 커피 브랜드 HAUSBRANDT를 런칭, 커피 원두 관련 사업에도 진출했다. 특히 '하우스 브랜드'와 이탈리아 주방용품 디자인회사 '구찌니'의 협업으로 만든 '구찌니 하우스브랜드' 캡슐 커피머신도 국내에 선보여 좋은 반응을 얻고 있다. 이외에도 이탈리아하면 빼놓을 수 없는 또 하나, 피자도 공급하고 있다. 냉동 완제품으로 들어오는 이 제품은 바로 이탈리아 화덕피자 브랜드 SVMLA다. 집에서 간편한 조리만으로 이태리 현지의 피자를 국내에서도 맛 볼 수 있다.

박람회 통해 새로운 문화, 진보된 기술력 선보여

㈜토탈베이커리시스템과 토탈F&B는 매년 관련 전시회를 통해 소비자들에게 제품을 선보이고 있다. 한번 전시회에 나갈 때 마다 20개에서 25개 부스를 잡는 등 대형 마케팅으로 이어가고 있는 것. 2001년부터 17년간 서울국제식품전, 서울빵과자전, 서울카페쇼, 프랜차이즈박람회, HOREX, 살롱 뒤 쇼콜라, 베이커리 페어 등에 52회 참가하고 있다. 매년 3회 이상 참가하고 있는 것이다.

“전시회에 참가하는 것에는 두 가지 이유가 있습니다. 우선 소비자에게 새로운 것을 보여주기 위해서죠. 새로운 문화, 진보된 기술력을 선보여서 마켓을 넓히는 것입니다. 그렇기에 가능하면 좀 더 적극적인 연출을 합니다. 직접 유명 프랑스 베이커, 디저트 전문가를 모셔와서 시연을 합니다. SEOUL FOOD 2017에서는 칼피치아니의 젤라또 대학의 교수님을 초청해 아티산 젤라또를 시연하여 만드는 과정을 공개하기도 했습니다. 이렇게 할 경우, 시연 식품에 대한 퀄리티도 올라가지만, 가시적인 연출을 함으로써 시연 제품에 대한 믿음을 줄 수 있습니다. 또 하나의 이유는 우리가 선택한 브랜드 입장에서 바라보았을 때, 자신들의 브랜드를 위해 이렇게 공격적으로 인 마케팅을 하고 있다는 것에 고마움을 느끼고, 서로간의 더 도움이 되는 지원을 생각하게 될 것입니다. 비즈니스 파트너와 좋은 관계를 유지하는 것은 무척 중요한 일이지요.”

㈜토탈베이커리시스템의 검증된 기술력

가장 쉽게 회사의 능력을 가늠할 수 있는 것은, 그 회사의 실적을 보는 것이다. 여기에 프로세싱 엔지니어링 컨설팅과 감리, LayOut 컨설팅, 생산 품목과 용량에 따른 장비 선정 과 납품 실적도 회사 역량을 알 수 있는 주요 내용이다. 삼성 테스코 “아티제 블랑제리” 안성공장(현 “홈플러스홀딩스 주식회사”)의 설계부터 납품까지 모든 시스템을 완성하였고, 롯데 블랑제리 공장, CJ FOODVILLE, SPC 등에 주요 대형 생산라인을 납품/시운전하였다. 김영모베이커리 성남공장, 네스카페 냉동생지 공장, 현대 베즐리 용인공장 등에도 설계, 납품을 진행하였으며, 이마트, 홈플러스 등 주요 유통 업체와도 (주)토탈베이커리시스템과 (주)토탈에프앤비는 주요 장비 연간 계약 및 공급과 시공 등을 하고 있다. 이외에도 신라호텔, 하이아트호텔, 롯데호텔, W 호텔, 임페리얼 팰리스호텔 및 LE CORDON BLEU



연구센터

와 경남도립 남해대학을 비롯한 다수의 교육기관에 주요 설비 및 공장 실습실의 납품과 시공도 단행했다. 현재 홈플러스와 이마트에서 델리 및 베이커리의 기계를 납품하고 있으며, 특히 이마트와는 10년간 거래했지만, 한 번도 납기를 넘긴 적이 없을 정도로 강한 신뢰 관계를 유지하고 있다. 물론 철저한 A/S로 만족도 역시 높다.

기술했듯이, 채형원 대표는 해외 50개 브랜드들의 파트너십을 가지고 있다. 그들의 좋은 브랜드 자체를 한국에 소개하는 것도 사업의 일환이지만, 그에 못지않게 해외 파트너들의 선진화된 기술을 축적해서, 개발하고 성장하는 부분에도 관심과 노력을 아끼지 않고 있다.

“사실 제품개발을 위해 연구원들이 연구소에서 땀 흘리는 경우가 많습시다. 그 노력이 의미 없다고 할 수는 없지만, 무엇을 연구하든 우선 그것이 이미 개발돼 있는 제품인지는 알아야 할 것입니다. 그리고 사실 알고 보면 많은 부분에 있어 이미 개발돼 있는 경우가 많습니다. 특히나 식품 분야는 해외에서 더 빠르게 움직이고 있습니다. 즉, 제품개발을 위한 가장 빠르고 효율적인 방법은 세계 시장을 돌아보는 것입니다. 그리고 그것을 저희가 대신 해드릴 수 있습니다.” (주)토탈베이커리시스템과 토탈 F&B를 만나야 하는 이유를 채형원 대표는 이렇게 설명하고 있다. **[KFN]**

토탈F&B www.totalfnb.com
 (주)토탈베이커리시스템 www.tostembakery.com

www.tostembakery.com



앞서가는 베이커리를 위한 최적의 베이킹 시스템 토탈베이커리시스템이 함께 합니다.

유럽 최고의 베이커리 전문 브랜드와 함께하는 (주)토탈베이커리시스템은
고객이 원하는 최적의 시스템을 완성하여 드립니다.

고품격 베이커리 시스템을 요구하는 호텔 및 레스토랑, 베이커리, 양산 및 준양산 공장, 학교, 케터링 등에서 전문적인
기술로 신뢰받는 (주)토탈베이커리시스템이 다양하고 선진화된 최상의 시스템을 제공하여 드리겠습니다.

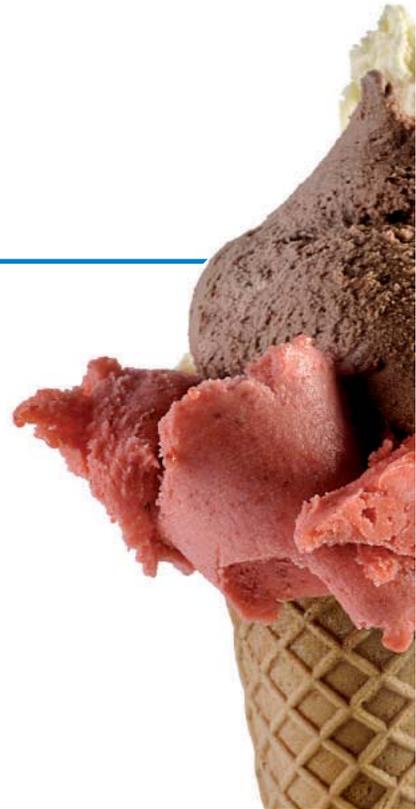
최신 시스템의 컨설팅에서 부터 설계, 장비까지 완벽하게 제공하여 드리는 토탈베이커리시스템으로 앞서가는 베이커리를
위한 최상의 파트너가 되겠습니다.

 <p>■ 버티컬 믹서 전문 브랜드 (덴마크)</p>		 <p>■ 스파이럴 믹서 전문 브랜드 (이태리)</p>	
 <p>■ 디바이더 라운더 전문 브랜드 (네덜란드)</p>		 <p>■ 자동디바이더 라운더기 전문 브랜드 (이태리)</p>	
 <p>■ 초코렛 제조기 전문 브랜드 (이태리)</p>		 <p>■ 페스츄리 및 제빵라인 전문 브랜드 (독일)</p>	
 <p>■ 쿠키데포지터 전문 브랜드 (이태리)</p>		 <p>■ 오븐 전문 브랜드 (독일)</p>	

NAVER 토탈베이커리시스템

●●● **TOSTEM** 앞서가는 베이커리의 파트너
(주)토탈베이커리시스템 TOTAL BAKERY SYSTEM Co., LTD

서울시 동작구 노량진로 23가길 16, 5층
Tel. 02)3443-8744(대) Fax. 02)3443-8746



칼피지아니와 |주|토탈에프앤비가 함께 GELATO 시장을 선도합니다.



Gelato is different than Ice cream.

| 젤라또는 아이스크림과 다릅니다. |

CARPIGIANI Product Lines | 칼피지아니 제품 라인

☁️ 당사 젤라또 테스트 센터(TTC)에서 젤라또 마스터와 함께 메뉴개발, 상품 시연 가능!



Pastomaster 60, 120 HE
살균기



Turbomix
터보믹서



Maestro **HE, ***HE
젤라또 제조기



Nordika 50, 100
급속 냉동고



Tonda
젤라또 쇼케이스



Mister Art
젤라또 케익 · 캔디제조기

Gelato University Italy | CGU 이태리정규교육프로그램 (3주+1주)

- ▶ 1 week BASIC GELATO COURSE 1st PART
젤라또 비즈니스 기본 과정
- ▶ 2 week INTERMEDIATE GELATO 2nd PART
프로페셔널한 젤라떼리아가 되기 위한 전문 기본 과정
- ▶ 3 week ADVANCED GELATO COURSE 3rd PART
젤라떼리아 비즈니스 심화 과정
- ▶ 4 week + INTERNSHIP IN GELATERIA
실제 젤라떼리아 인턴쉽 (선택사항)

Gelato Master Courses | 젤라또 마스터 코스 (2주)



이태리 젤라또 마스터 코스는 CGU 정규코스 3주 교육과정을 젤라또 분야 종사자, 현직 식품관련 종사자, 전문 파티쉐 등을 위해 2주 교육 코스로 압축, 진행되는 "젤라또 전문가 양성" 과정입니다.

- ▶ 젤라또 마스터 과정 3기 - 2017.06.15~07.09일 확정 진행
- ▶ 젤라또 마스터 과정 4기 - 겨울방학 예정



CGU 교육동영상



공간을 정의하는 향기 인테리어

양키캔들 (주)아로마무역 임미숙 대표



파격적 시장 성장성에 근거한
안정적인 수익 모델

양키캔들은 미국에 본사를 둔 종합 방향제 제조업체로 미국 향초시장 점유율 47% 이상을 점유한 전 세계 향초 매출액 1위의 명품 브랜드다. 브랜드 자체의 우수성은 이미 판매율로 미루어 짐작할 수 있을 것이다. 뿐만 아니라 조향 기술과 디자인 능력은 후발 동종 업체들보다 50여년을 앞서고 있다고 평가되고 있으며, R&D(연구개발)투자 1위는 그동안 1위 브랜드 자리를 꾸준히 지켜온 이유임과 동시에 앞으로도 선두를 유지할 것임을 쉽게 예상케 한다.

“특히 주목할 점은 미국에서의 시장 점유율만이 아닙니다. 몇 년 전까지만 해도 한국 시장과 큰 차이가 없던 영국의 매출 신장을 봐야 할 필요가 있습니다. 불과 2~3년 만에 매출이 250% 성장했어요. 영국 시장은 한국 시장의 지표로 여겨져 왔던 바, 국내 시장의 성장이 기대되는 부분입니다.”

실제로 지난해 대표 상품인 자캔들은 1분에 1개씩 판매될 정도로 인기를 끌고 있으며, 2015년 정보공개서 기준 가맹점 평균 연매출 3억, 최고 연매출 9억 1486만원으로 동종업계 1위를 기록하고 있다. 브랜드인지도로서도, 시장성장축면으로서도 긍정적인 시그널이다. 양키캔들을 독점 수입하고 있는 (주)아로마무역의 임미숙 대표는 현재 150개에 달하는 가맹점 수가 300개까지 갈 수 있을 것으로 예상하고 있다.

본사 임직원이 전체 매장 15% 운영

“프랜차이즈 사업 초기 가족들을 대상으로 먼저 권유했습니다. 그만큼 자신이 있었고, 가족들에게 권하지 못할 아이템이라면 누구에게도 권해서는 안 된다는 소신이 있었기 때문이죠.”

임미숙 대표는 우선 양키캔들 가맹점 사업을 시작하기 전에 직영점을 먼저 시작했다. 10개의 직영점이 될 때까지 운영의 안정성을 확인했고, 그 뒤에 가맹점 모집을 시작할 만큼 책임감을 가지고 사업 타당성을 검증한 것. 이렇게 시작한 가맹사업은 1년 반만에 100호점을 돌파하는 등 빠르게 확장된다. “당연하지만 그 누구보다도 양키캔들에 대한 정보를 가장 많이 가지고 있는 것은 본사 직원들입니다. 그런데 본사 임직원들이 운영하고 있는 가맹점 수가 22개입니다. 이것보다 더 믿음을 주는 숫자가 또 있을까요?”

임미숙 대표는 양키캔들의 사업적 안정성에 대해 이렇게 설명한다. 전체 150개 가맹점 중 17개를 직영하며, 22개는 본사 직원들이 가맹점주로 있다. 이보다 사업 안정성을 담보하는 숫자는 없다는 것.

특히 양키캔들 가맹점은 초보 창업자가 사업을 시작하기에도 부담이 없다. 1억5000만원이면 약 40㎡의 매장을 내고 운영할 수 있다. 재고 리스크, 인건비 부담도 없다. 가맹본사가 완제품을 수입해 가맹점이 꼭 필요한 만큼만 공급하기 때문이다. 매장 인테리어 비용도 최소화했다. 가맹점주에게 부담을 줘서는 안 된다는 임 대표의 철학 때문이다.



INTERVIEWER 이동한 | PHOTO 이명철



여성의 경제 활동 재진출을 응원하는 수익 모델

“양키캔들 가맹점을 메인 수익 모델로 하려고 하시는 분들에게는 권장하고 있지 않습니다. ‘그만큼의 수익이 나는 모델은 아니다’라는 이유가 아닙니다. 대형 매장을 운영하는 것에 비해 현재의 주요 매장 크기(10평 이상)가 더욱 강한 효율성을 보이고 있기 때문이며, 해당 아이템이 생필품에 해당하는 요소라기보다는 문화적 요소에 가깝기 때문에 경기를 탈 수 있어서입니다.”

임미숙 대표는 양키캔들 가맹점의 경우, 명확한 타겟이 정해져 있다고 말한다. 가맹점으로 전업주부를 타겟으로 하는 것.

어느 정도 아이들이 성장하고 난 전업주부들의 경우, 경력 단절 등으로 다시 직장 복귀가 어렵지만, 그에 비해 여전히 경제활동에 대한 욕구는 남아 있다. 하지만 보통 그 에너지를 어떻게 소비해야 할 줄을 모르고 운동이나, 친목활동 등으로 낭비하는 모습이 안타까웠다.

학력도 있고, 경제력도 있으며, 아직 사회의 일원으로서 재화를 창출할 수 있는 에너지도 갖추고 있는 그들에게 양키캔들은 무척이나 적합한 사업모델이라는 것이 임미숙 대표의 말이다.

양키캔들을 시작하면서 해당 점주들은 경제 주체로서 건강하게 에너지를 소비할 데를 찾은 것이다. 물론 가계에 도움이 된 것은 물론이다.

문화를 선도하는 브랜드

“아로마 캔들은 감정적 아이템입니다. ‘초 장사’가 아닌 ‘향을 전파하고, 향초 문화를 정착시키는 것’이죠. 생활필수품이 아닌 만큼 점주가 해당 문화를 이해할 수 없으면, 고객과 소통하기 힘들다. 앞서 ‘양키캔들을 메인 수익 모델로 삼는 것은 힘들다’는 또 다른 이유가 여기에 있습니다.”

임미숙 대표는 가맹점 의뢰를 받을 때 전적으로 생계유지를 위한 아이템으로 양키캔들을 선택하는 것의 위험성을 이렇게 설명한다. 향초 문화를 이해하고, 수용하며, 즐기는 사람이라야만 아이템에 대한 이해도도 높아지고, 고객과의 소통도 가능해지기 때문이다.

현재 아로마무역은 양키캔들 판매에만 그치지 않고, 향초 액세서리 군 확대에도 주력하고 있다. 향초를 사용하면서 나타나는 문제점은 향초가 녹으면서 나타나는 ‘터널링(tunneling)’ 현상이었다. 심지를 중심으로 향초가 녹으면서 원기둥 모양의 터널이 생겨나는 것이다. “이 문제를 해결하기 위해 할로겐 조명으로 향초 윗부분을 전체적으로 녹이는 액세서리 ‘캔들워머’를 수입 · 판매하기 시작했어요. 소비자 반응이 좋아 미국 본사와 아시아 국가 등에도 캔들워머 판매를 제안했죠.”

이처럼 정보의 공유와 재전파가 가능해야 하는 것이 문화 산업이기 때문에, 향초문화에 대한 이해도가 높은 사람이 가맹점을 성공적으로 운영할 수 있기도 하다는 것. 실제로 미국과 유럽 등지에서 이미 향초문화를 경험하고 온 ‘유학파’ 출신 점주들은 빠르게 매장을 정상화시켰고, 주 고객층 역시 해외에서 향초문화를 선 경험한 분들이 많다.

다점포율로 증명되는 낮은 점주 피로도

또한 양키캔들의 가장 중요한 강점 중 하나는 점주의 피로도가 낮다는



연세대학교 미래교육원과 향 전문가(조향사) 과정 업무 협약(MOU)체결

것이다. 양키캔들의 경우 대부분이 여성 창업자임에도 불구하고, 어렵지 않게 매장을 운영할 수 있는 이유가 바로 여기에 있다.

매일경제신문이 조사한 바에 따르면 양키캔들의 다점포 비율은 2년 연속 최고순위를 유지하고 있다. 1인 창업이 가능할 만큼 쉽고 육체적 피로도가 낮다는 점은, 다점포율로 증명이 되는 것이다.

운영에 대한 부담이 적기 때문에 기존의 점주가 추가 출점을 원하는 비율이 압도적으로 높으며, 심지어 5개까지 하는 점주도 있다. **현재 양키캔들의 다점포 비율은 31%, 가맹점주의 지인을 통한 창업 비율 또한 37%에 달한다.**

가맹점주들을 위한 교육 시스템 마련

한편 아로마무역은 연세대학교 미래교육원과 '향 전문가(조향사) 과정' 업무 협약식(MOU)을 맺고, 업계 최초로 '조향사 과정'을 신설해 진행하고 있다. 향 전문인력 양성의 일환으로 진행되는 이 과정은 150개 '양키캔들' 가맹점의 점주를 대상으로 있으며, 15주에 걸친 과정을 이수하는 것을 내용으로 한다. 향과 관련된 전문 지식 습득은 물론 각종 향료의 시향, 1:1 조향 실습을 위주로 진행한다. 아로마무역이 가맹점주의 수강 비용 50%를 지원하는 이 과정은 현재 5기까지 진행됐다.

임미숙 대표는 "뛰어난 조향 전문 인력의 육성과 확보는 장기적인 안목에서 회사와 국내 향문화의 발전을 위해 무엇보다 중요하다. 연세대학교 미래교육원과 함께 전 매장의 점주들이 참여할 수 있도록 교육의 기회를 확대해 나갈 방침"이라고 밝혔다.

믿을 수 있는 기업과 브랜드

임 대표는 2012년 본격적으로 양키캔들 가맹사업을 시작했다. 이는 양키캔들이 진출한 전 세계 87개국 최초로 프랜차이즈 가맹사업을 시작한 높은 성과다. 호프 마가라(Hope Margala) 미국 양키캔들 최고경영자(CEO)는 지난 2015년 한국을 찾아 한국 양키캔들 프랜차이즈 가맹사업 노하우와 시스템을 배워가기도 했다. 호프 CEO는 “아시아 국가에서 향초 가맹사업이 이렇게 붐을 일으킨 것은 전례 없는 일”이라며 놀라워했다.

아로마무역은 충주 기업도시 내 17,358㎡(약 5,200평)의 물류센터와 제조시설을 보유하고 있으며, 올해 ISO9001 품질경영시스템 인증과 2010년 ISO14001 환경경영시스템 인증을 받아 국제적인 규준에 부합하는 품질을 공인받았다. 또한 지난해 1월 자체 브랜드 '라프라비(La Fravie)를 론칭하기도 했다. 자체 제조공장에서 제품을 생산했고, 지난해만 15억 원의 매출을 올렸다. 해외시장을 타겟으로 해 올해 하반기부터 일본 · 중국 지사를 통해 본격적인 수출을 시작할 계획이다. 현재 아로마무역은 또 다른 비상을 위해 상장 준비 중에 있다. **KFN**



야로마 캔들은 감정적 아이템. '초 장사'가 아닌 '향을 전파하고, 향초 문화를 정착시키는 것'이며 생활필수품이 아닌 만큼 점주가 해당 문화를 이해할 수 없으면, 고객과 소통하기 힘들다고.



충주 물류센터 내부



양키캔들 명동점



‘제2의 인생’ 살고 있는

양키캔들 구로디지털단지점 김재현 점주 “창업, 쉬운 만큼 빨리 접고 어려운 만큼 길게 간다”

INTERVIEWER 도정은 | PHOTO 김동하

양키캔들 구로디지털단지점 김재현 점주는 금융권에서만 20년을 일한 사람이었다. 그런 그가 지금은 양키캔들 매장 하길 잘했다고 말한다. 김 점주가 정년퇴직 후 백수(?)일 때 신뢰하고 존경하는 지인이 양키캔들 매장을 하고 있었다. 그런데 이 분이 양키캔들 매장 창업을 추천해왔다. 김 점주는 의심이 많은 금융권 사람이지만 워낙 신뢰하는 분이라 그 분 말을 믿고 양키캔들에 대해 알아보기 시작했다.

그러던 중에 운이 좋게 양키캔들 본사에 젊고 좋은 팀들과 연이 닿았다. 팀과 함께 매장이 들어설 상권과 위치를 보고 다녔다. 그러다 본사가 추천해 준 곳이 바로 지금의 구로디지털단지점이다. 하지만 김 점주는 그 이후로도 꼬박 한 달 동안 아침, 저녁 나와 주변을 돌아다니면서 상권을 검토하고 분석했다. 장사에는 문외한이라 신중해 또 신중을 더한 것이다.

매장 운영을 하면서 ‘프랜차이즈’에 대한 이미지가 다르다는 것을 느꼈다고 한다. 그도 그럴 것이 실적 강요, 제품 강매, 인테리어 횡포 등 가맹사와 가맹점주 간 관계에 대한 우려가 많기 때문이었다. 하지만 김 점주는 매장 운영을 하면서 그런 것은 경험하지 못했다. 물론 서로의 생각 차이는 있겠지만 서로 대화하면서 맞춰 가면 충분하다며 본사의 체계적인 컨설팅이 있었기 때문에 이렇게 매장을 시작할 수 있었다고 말한다. 다른 많은 향초 브랜드와의 경쟁에서 양키캔들이 비교적 가격대가 높지만 김 점주는 양키캔들만이 가지는 강점으로 ‘정품홀로그램’을 내세운다. 양키캔들의 정품홀로그램은 까다로운 미국 FDA의 승인을 받아 먹을 수 있을 정도의 재료를 사용해 만들었다는 의미이기 때문이다. 자신이 파는 양키캔들 제품에 대한 확신과 믿음이 있는 것이다. 제품에 유통기한이 없다는 것도 큰 장점이다. 아울러 제품에 부가적인 가공이나 손이 필요하지 않다. 김 점주는 창업에 도전하려는 예비 창업자들에게 이러한 조언을 건네주고 싶다고 했다. “의욕만 앞선다고 될 것은 아닌 것 같다. 쉬운 만큼 빨리 접고 어려운 만큼 길게 간다.” **KFN**



YANKEE CANDLE®

America's best *loved* candle™

업계 최초 전국 가맹점 **150호점** 돌파!

가맹점 연간매출액 **동종업계 1위**

*통계청 2014년 기준 서비스업 부문 조사결과

가맹점 최고 연매출 **9억 1486만원**

*2015년 정보공개서 기준

2개 이상 가맹점 운영 **다점포 비율 31%**

*2016.11월 매경이코노미 '다점포 비율로 알아보는 2017 프랜차이즈 트렌드'





주방기기·설비·닥트시공과 사후관리까지 한번에



최고보다
최선이라는 가치로

조은주비트산업(주) 김종국 대표

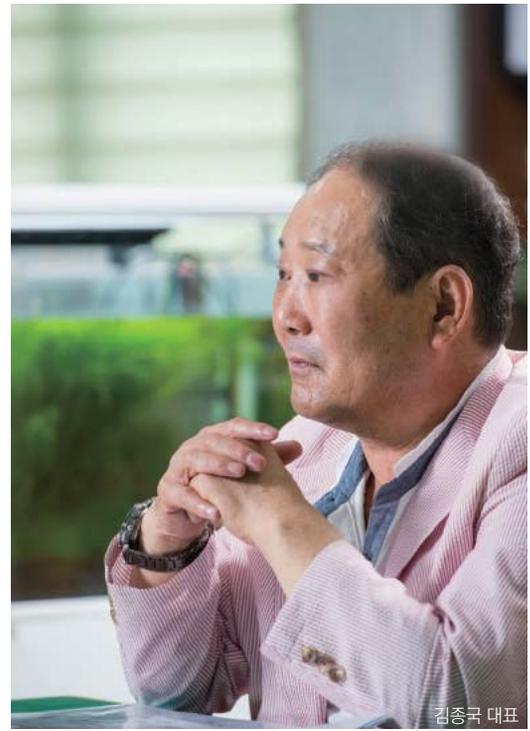
〈지식서비스 최우수기업〉 선정, '신창조인 인증식 및 한국재능나눔대상' 〈서울중소기업청 표창〉 등을 수상한 조은주비트산업(주)(대표이사 김종국)은 1994년 창립한 이래 주방기기·설비·닥트시공을 전문으로 해온, 23년의 기술축적을 가진 대표 프랜차이즈 시공 전문 기업이다. '최고보다는 최선을 다하는 기업'이라는 가치를 지닌 조은주비트산업에 대한 평가는 아래 설명할 단 하나의 실적으로 가능할 수 있다. 1999년 7월 27일, 글로벌 프랜차이즈 기업의 국내 1호점 시공을 맡은 조은주비트산업은, 이후 18년 동안 해당 기업의 지정협력업체로서 가맹점 시공 및 사후관리를 계속해서 맡고 있다. 20년 가까이 이어온 이 관계 하나만 봐도, 조은주비트산업이 얼마나 최선을 다해 업무를 진행해왔으며, 그 '최선'이 얼마만한 신뢰를 상대에게 주었는지 알 수 있을 것이다.

WRITE 이동한 | PHOTO 김명철

최고와 최선. 결과주의를 지향하는 사회 현실에서 많은 사람들은 최선의 의미는 퇴색했다고 말한다. 최선을 다했다는 것이 곧 좋은 결과를 의미하는 것은 아니기 때문이라고 그들은 말한다. 하지만 그럼에도 불구하고 조은주비트산업(주)의 김종국 대표는 '최선'을 고집한다.

“최고라는 것은 대부분 거짓이기 쉽습니다. 그것은 지향해야 할 가치지, 결과물의 평가로 주장할 수 있는 것은 아닙니다. 최고라는 것은 비교우위며, 그렇기 때문에 비교 기준이 변함에 따라 최고의 대상도 변합니다. 그렇기에 최선을 중요하게 생각합니다. 현재 가능한 최선의 노력으로 최대한의 만족을 이끌어 내는 것, 그것이 조은주비트산업이 항상 목표로 하는 것입니다.”

이런 기치는 기업에 대한 만족과 믿음으로 이어졌고, 그 결과 한 번 관계를 맺은 회사들은 조은주비트산업을 협력 업체로서 지속적인 관계를 유지하길 원하게 됐다.



김종국 대표



김현우 이사

23년 축적된 기술력을 바탕으로 한 신뢰

스타벅스커피코리아, CJ푸드빌, SPC, 파파이스, 롯데리아, 하오커 등 기업의 지정 협력업체로 선정돼 있는 조은주비트산업은, 이외에 유명 기업, 호텔, 병원, 학교, 은행, 외식업체 등 133개 업체를 대상으로 한 실적을 가지고 있다. 이처럼 여러 업체들과 지속적인 관계를 유지할 수 있었던, 조은주비트산업의 장점은 무엇일까?

“기술력과 신뢰, 그 두 가지일 것입니다. 23년간 축적해온 기술력은 단순한 업력이 아닌, 전문가들이 그대로 회사에 남아있다는 것을 의미합니다. 직원복지 향상 등을 통하여 오랜 기간 양성해온 내부 전문가들이 여전히 회사에 남아 숙련된 기술을 선보일 수 있도록 하고 있습니다.”

김종국 대표는 회사의 장점으로, 우수한 기술력을 바탕으로 투명한 원가 산출을 고수해 좋은 장비를 제공한 것에서 찾을 수 있다고 말한다. 특히 회사의 전문성은 성실성과 더해져 강력한 신뢰성을 확보했다고. “현장에서는 절대 용역을 쓰지 않고 100% 자체 기술자를 쓰고 있습니다. ‘최선을 다 한다는 것’에 대한 전제조건일 것입니다.”

“가장 좋은 영업은 기술과 약속”

“23년에 이르는 업력의 장점은 앞서 말했듯이 축적된 기술력입니다. 기술직 직원들의 나이가 많은 이유기도 합니다. 회사와 함께 오랜 경력을 쌓아온 믿을 수 있는 전문가들이죠. 세대교체의 필요성도 있기 때문에 현재는 젊은 기술자들과 조화를 맞추는 것에도 신경을 쓰고 있습니다.” 김종국 대표는 조은주비트산업의 가장 큰 장점인 기술력을 유지하기 위해, 직원 복지에 힘을 다해왔다. 이직률이 극도로 낮은 이유도 여기서 찾을 수 있다. 이 회사보다 좋은 조건을 찾을 수 없을 정도로 직원들을 위해 노력하고 있는 것.

“IMF 때에도 감원·감봉을 하지 않았고, 봉급도 하루를 넘겨본 적이 없습니다. 업계에서 주5일 근무도 가장 먼저 정착시켰죠. 퇴직연금제도 바로 시행했습니다. 직원들도 회사에 대한 긍지를 가질 수 있고, 이렇게 경력이 쌓인 직원들을 갖고 있다는 것은 회사로서도 강력한 경쟁력이기 때문입니다.”

김 대표의 이런 사원복지시스템은 이미 업계에서 소문이 났을 정도다. 이로 인해 전문가들이 이직 없이 회사에 남았고, 결론적으로 압도적인 기술력을 회사에 부여했다. 또한 이런 경쟁력은 더 나가 회사에 있어서 영업의 필요성을 줄였다. 실제로 조은주비트에는 영업부가 없다. 회사 자체가 거의 기술진으로 이루어져있는 것.



“영업을 하려면 회사의 외연을 부풀려야 하고, 그러다 보면 운영비도 늘어납니다. 그것은 곧 비용이 상승한다는 것을 의미하고, 결국 회사와 발주사 모두에게 도움이 되지 않는다고 판단했습니다. 대외적 영업력 보다는 내실을 키우는 것이 더 중요하다고 생각했죠. 어차피 최선을 다 해 일하면 평가가 곧 영업력이 되기 때문에, 더욱더 영업부의 필요성을 인정할 수 없었습니다.”

현재의 조은주비트는 그가 생각한 설비시공에 관한 모든 전문 기술화가 완벽하게 이루어져 있다. 주방기기, 급배수, 위생설비, 급배기덕트 제작 및 가스 전문시공 등은 20여년 이상 숙련된 기술자와 패기 높은 젊은 기술자들이 어우러져 새로운 기술력을 보여주고 있기도 하다.

믿음 중심의 경영철학을 기반으로 한 경영승계

기술력의 승계를 위해 현장에도 기술직 신·구가 같이 참여해 시너지 효과를 내고 있듯이, 김종국 대표는 경영 승계도 천천히 준비하고 있다. 큰 수술 몇 번을 받고, 투석을 10년 했음에도 기어코 이겨낸 김종국 대표를 두고, 주변에서는 ‘보통 대가 센 분이 아니다’라며 그의 대단함을 대변한다. 하지만 회사와 직원들의 안정적인 미래를 위해서는 경영 승계를 준비하지 않을 수 없다는 게 그의 지론이다.

“신구의 조화는 그 자체만으로도 회사의 힘이 됩니다. 그리고 안정적인 미래를 그려주기도 하죠. 하지만 세대교체는 서서히 그리고 천천히 이루어져야 합니다.”

2세 승계의 대상은 김현우 이사다. 이미 회사에서 13년 차 실무경험을 쌓고 있기에, 기술적인 부분은 마스터한 상태. 김 대표로부터 경영수업을 받으면서 대외활동에 치중하고 있다.

“입찰이 걸린 중요한 상황에서도 침착한 성격입니다. 기본적으로 말없

이 묵묵히 할 일을 하고, 술 담배도 하지 않는 모범적인 스타일입니다. 현재 협회에서 진행하는 명품CEO 과정을 밟는 등 인맥도 쌓고 있어서 든든한 마음을 갖고 있습니다.”

김 대표가 김현우 이사에게 가장 중점적으로 강조하는 것은 외연보다 내연을 키우라는 것이다. 대를 이어 신뢰를 쌓아, 회사가 100년 기업이 되는 것이 김 대표가 꿈꾸는 미래기 때문이다.

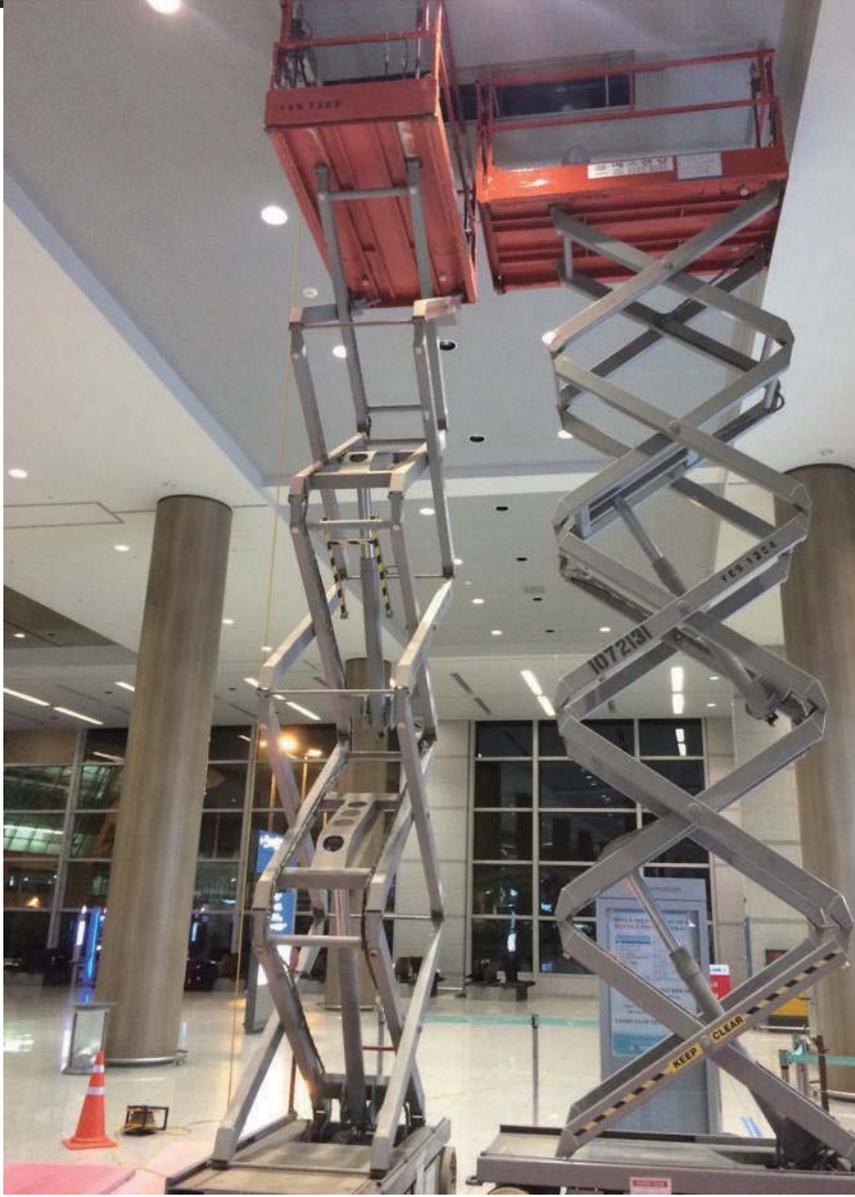
“노동법규를 준수하라는 말씀을 매번 듣습니다. 직원에게 항상 감사하는 마음을 가져야 한다고 하시면서, 대외적인 신뢰를 쌓기 이전에 직원과 회사의 관계를 공고히 하는 것이 기본이 되어야 한다고 말씀하시죠. 그 부분은 저 역시 절감하고 있는 바이기에 항상 마음에 두고 있습니다.”

김현우 이사는 믿음 중심의 경영철학에 대해 김종국 대표에 깊이 공감하고 있으며, 그간 회사가 쌓아왔던 평판을 더욱 진일보시키기 위해 노력 중이라고 말한다.

책임시공에서 철저한 사후관리까지

현재 조은주비트산업의 주 거래처는 스타벅스다. 1999년 7월 27일 스타벅스 이대 1호점을 시작으로 18년째 지정 협력업체로서 아직도 좋은 파트너십 관계를 유지하고 있다. 당시 주방기구, 설비, 덕트, 배수 시스템 등 전체를 시공 관리할 수 있는 업체는 조은주비트 외에는 없었다. 당시의 그 유일한 선택이 지금까지도 최선의 선택이 될 수 있도록 회사는 노력을 아끼지 않았다. 특히 공사 후에 철저한 A/S 및 사후 관리의 중요성을 강조하며 연중무휴로 문의를 받고 있다. 대부분의 발주처가 연중무휴로 영업을 하기 때문에, 불편함을 최소화시켜주기 위해서다. 그 모든 것이 쌓여 현재의 관계를 만들어 온 것이다.

김종국 대표의 또 다른 신념은, 신뢰를 위해 약속은 천금같이 여긴다는



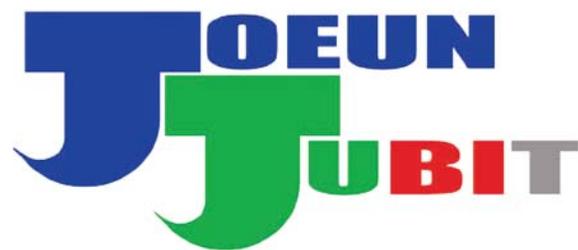


것. 일례로, 프랜차이즈 시공기간을 25~30일로 잡은 조은주비트산업은 지금까지 공사를 지연시킨 적이 단 한번도 없다. 고객과의 약속은 어떤 조건에서도 이유를 불문하고 무조건 지키고야 말겠다는 신뢰 중심 경영철학의 결과다.

“조은주비트산업은 급변하는 환경에서 고급화, 차별화되어 사는 소비자들의 외식문화욕구에 적극 부응하고자 최상의 설계 시공제작 및 사후 관리 서비스를 정성다해 제공하는 것을 목표로 하고 있습니다. 특히 프랜차이즈 다변화 및 고급화에 발맞춰 종합주방기기, 급배수 설비 및 급배기 덕트 가스 등 획기적으로 개선된 기술을 이용해 매장에 적용하고 있습니다.”

김 대표는 프랜차이즈 창업 열기가 갈수록 높아지면서 믿을 만한 설비 시공 파트너의 중요성을 강조하며, 조은주비트산업의 통합성도 또 다른 이점이라고 밝힌다. 보통 외식 프랜차이즈들은 크게 주방설비시공 시 주방기기, 위생설비, 급배기덕트 등 크게 세 가지 형태를 필요로 한다. 따라서 각 분야를 각각의 시공사가 맡을 경우 불편함이 적지 않다. 계약과 사후관리를 별도로 해야 하고 동시에 문제가 발생할 경우 각 분야를 맡은 시공사와 접촉해야 하는 번거로움이 발생하기 때문이다. 하지만 조은주비트산업은 주방설비의 3개 분야를 한번에 설계·제작·시공하고 A/S를 시행한다.

매장 규모가 큰 대형 프랜차이즈일수록 주방설비의 잔고장을 빠르게 처리해야 매출 및 이미지 타격을 최소화할 수 있다. 이것이 유수의 대형 프랜차이즈들이 조은주비트산업을 파트너로 삼았던 이유다. **KFN**



조은주비트산업(주)

☎ 02)926-3501~2

25년 기술축적의 노하우 · 용역 없는 100% 자체 기술자 · 투명한 원가 산출 · 연중무휴 완벽한 A/S

프랜차이즈 주방기기 · 설비 · 덕트시공 전문기업

“최고보다 최선을 다하는 기업”

조은주비트산업(주)



급변하는 외식시장 환경, 고급화 · 차별화할 수 있는
최상의 설계 시공제작 및 사후 관리 서비스

〈지식서비스 최우수기업〉 선정

‘신창조인 인증식 및 한국재능나눔대상’

〈서울중소기업청 표창〉

*주요 회사 실적

- 스타벅스커피코리아, CJ푸드빌, SPC, 파파이스, 롯데리아, 하오커 지정 협력업체
- 그외 대기업, 호텔, 병원, 학교, 은행, 외식업체 등 133개 업체

*믿을 만한 설비 시공 파트너

주방기기, 위생설비, 급배기덕트 등
통합 주방설비 설계 · 제작 · 시공 및 A/S

본사 서울시 동대문구 용두동 118-52 덕영빌딩 4층 공장 서울시 동대문구 용두동 118-17
TEL 02)926-3501~2 / FAX 02)926-3503





PEOPLE & COMPANY - 상상나라



WRITE 이동환 | PHOTO 이명철

FRANCHISE WORLD - 070



외식 프랜차이즈 냉장고 선택의 기준

싱싱나라 이기복 대표이사

〇〇

프리미엄급에서부터
실속형까지

이기복 대표는 40년간 한 우물만 판 업계 최고의 스페셜리스트다. 1985년 본인이 근무하던 한영냉동 설비를 인수해서 10년 넘게 업소용 냉장고를 제조·유통해왔다. 그리고 당시로서는 파격적인 가격으로 초저온 냉장고를 국산화시켜 업계의 돌풍을 일으켰다.

IMF를 겪으면서 약간의 어려움도 겪었지만, 1997년 회사를 법인화하고 (주)싱싱나라로 사명을 변경한다. 주력 제품이 냉장고인 만큼 '싱싱'이라는 직관적인 단어를 사용하고, IMF 당시의 어려움을 딛고 일어나겠다(일어나나라)는 의미와 國이라는 의미를 중의적으로 사용한 '나라'를 합성한 것이었다.

싱싱나라는 업소용 냉장고, 쇼케이스, 제빙기 및 부품의 유통·제조와 주방 설비, 창고시공, A/S를 제공하는 업체다. 현재 주요 사업 분야로는 세계적 프리미엄급 냉장고 브랜드 EVEREST와 오랜 기간 안정적으로 검증된 미국 KOLD-DRAFT 제빙기의 국내 유통을 맡고 있으며, 프랜차이즈 브랜드를 위한 가성비 높은 업소용 냉장고 브랜드 OLaF를 제조·판매하고, 주문형쇼케이스를 제작·판매하여 다양성과 편리성을 소비자들에게 제공하고 있다.

프리미엄급 업소용 냉장고 에베레스트 국내 총판 대리점

1998년 이기복 대표는 부성 에베레스트 국내 총판 대리점 계약을 체결한다. (주)부성의 수출용 냉장고 EVEREST는 70%가 수출되는 제품으로서, 미국 등 해외에서도 최고의 제품으로 꼽히는 냉장고다. 그 덕분에 처음 해당제품의 국내 총판을 시작했을 때는 특별한 홍보 마케팅을 진행하지 않았음에도, 해외에서 해당 제품을 경험한 적이 있는 오너들이 국내 판로가 있는지 스스로 문의해서 찾아왔다.

주식회사 부성은 국내에 생산라인을 세우고 회사설립 초기부터 수출상품에 주력했다. 품질 우선주의를 표방하며 결국 일본 호시자키, 산요에 버금가는 상위권 프리미엄급 냉장고를 만들기에 이른다. 유망중소기업, 수출 유망중소기업에 차례로 선정된 부성은 제품을 계속 업그레이드하며, 전 세계적으로 호평을 받는 제품군을 계속 만들어 냈다. 그 결과 부성은 천만 불(수출의탑)도 수상했으며, 현재는 강소기업에 선정돼 있다.

싱싱나라는 당시 국내 인지도가 전무했던 부성이라는 브랜드를 유통하고 철저한 A/S까지 맡으며, 국내매출에서 압도적인 성과를 보여주었고, 현재까지도 가장 긴밀한 파트너십관계를 유지하고 있다.

“에베레스트가 아니면 쓰지 않겠다”는 오너들이 나올 정도로 호평을 받았

고, 현재도 가장 신뢰도가 높은 제품입니다. 다만 가격적인 면에서 수입 품보다는 경쟁력이 있지만 저가 제품들과 2~3배 정도 차이가 나기 때문에, 가맹점 개설 초기 비용에 민감한 브랜드들은 에베레스트를 선택하지 못하는 경우가 많습니다.”

이기복 대표는 에베레스트의 압도적인 성능에도 불구하고 비교적 높은 가격 때문에 선택되는 곳은 대형 프랜차이즈나 호텔, 골프장, 고급레스토랑 등에 한정돼 있다고 말한다.

“에베레스트 업소용 냉장고는 간접 냉각 방식으로 온도 분포가 일정하며 냉각 속도가 빠르고 냉장고 기계실 공간을 줄여 수납 공간을 확대한 것이 특징입니다. 테이블류는 고압 배관열에 의한 제상수 자연 증발식 냉장고이며 내구성이 강한 고급 스테인레스와 단열성 좋은 고밀도 폴리우레탄이 사용됐죠. 또 마이크로칩 디지털 컨트롤 시스템(LED 온도표시)으로 사용이 편리합니다. 다만 이런 고사양 때문에 업소용 냉장고의 중요도에 비해 많은 곳들이 선택하지 않는다는 아쉬움을 갖고 있죠.”

가성비 높은 자체 브랜드 OLaF(올라프)

“앞서 설명 드렸듯이 가맹점 개설 초기 비용에 민감한 프랜차이즈 브랜드들은 에베레스트를 선택하기 힘듭니다. 예비가맹점주들의 부담을 높일 수 있기 때문이죠. 이 부분에 대한 요구를 항상 듣던 차, 싱싱나라는 2015년 자체브랜드인 올라프를 런칭하게 됐습니다.”

이기복 대표가 자체 브랜드인 올라프를 생산하기 시작한 것은 프랜차이즈 가맹점주들에게 선택의 폭을 넓혀주기 위함이다. 비용 절감을 위해 직접 냉각방식을 선택했지만, 기존 동급의 업체용 냉장고에 비해 높은 가성비를 자랑한다. 손쉽게 조작할 수 있는 올라프는 기존의 저가 제품들보다 안



B074BG-1TR 해동속성고



B137BG-2TR 해동속성고

전과 위생, 편의, 디자인, 기술 부문에서 큰 폭으로 향상됐다. 보다 정밀한 온도 제어와 저소음을 실현한 고효율 설계를 이뤄냈으며, 여기에 미려하고 내구성이 뛰어난 디자인을 더해 고객 만족도를 높였다. “프랜차이즈 브랜드 코바코와 치키니아를 운영하는 호경FC의 경우에는 가맹점주들에게 프리미엄급인 에베레스트와 실속형 제품 올라프를 같이 선보여 가맹점주가 직접 선택할 수 있도록 하고 있습니다. 가맹본부가 일반적으로 정하기보다 가맹점주가 성능과 실속 중 선택할 수 있도록 결정의 폭을 넓혀준 것이죠. 무척 합리적인 방법이라고 생각합니다.” 올라프 냉장고는 더욱 효율적인 기능이 추가됐으며, 편하고 안전해졌음은 물론, 위생적인 부분에서도 만족도를 이끌어내고 있다.

미국 KOLD-DRAFT 제빙기 한국 대리점

한편 싱싱나라는 2014년 미국 KOLD-DRAFT 제빙기의 한국 대리점 계약을 체결하며 사업역량을 더욱 강화하고 있다. KOLD-DRAFT 제빙기는 완벽한 모양, 높은 순도와 경도, 느린 용해 속도로 알려진, KOLD-DRAFT만의 스퀘어 큐브를 만들어 낸다. 스퀘어 큐브는 일반 얼음보다 외형적으로 뛰어나고 얼음통, 칵테일 바, 음료 내, 샐러드 바, 쿨러 등에서 오랫동안 녹지 않는다는 장점을 지니고 있다. 또한 최고의 효율성을 가진 제품으로 단시간내에 많은 얼음을 제공할 수 있다. 특히 독특한 반전수평증발기와 워터플레이트가 KOLD-DRAFT 제빙기의 특징이다. 물이 위쪽의 증발기 안으로 분사되면서, 각 얼음판 끝으로 입자와 공기가 순환하는 동안 물이 신속하게 얼게 되는 것. 이러한 과정으로 완벽하게 정제된 크리스탈 큐브가 만들어 진다.

유명 프랜차이즈 및 호텔이 선택한 회사

“농사를 짓는다는 마음으로 사업을 하고 있습니다. 당장 가시적인 실적이 나오지 않더라도, 정성을 다해 투자와 관리에 힘쓰고 있습니다.” 이기복 대표의 이런 마음 때문인지, 싱싱나라는 CJ외식사업부, ECMD와





식사업부, 코바코, 스타벅스, JS가든, 도쿄빙수, 버거킹, CGV, 다즈미, 이마트, 호텔 앰배서더, 그랜드 하얏트 호텔, 롯데백화점, 신세계백화점, 현대백화점, 대명리조트, 대형 웨딩홀, 씨푸드뷔페, 서울대학교, 연세대학교, 올림픽 및 국제체육행사 외 박람회장 등 유수의 프랜차이즈 기업과 단체에 납품 및 시공을 하는 실적을 올렸다.

특히 태생적으로 전문 업소용 냉장고 제조사였으며, 현재도 자체 브랜드를 가지고 있는 회사답게, 전문적인 A/S 서비스가 가능한 것 역시 상상나라의 큰 장점이다. 단순히 유통만 하는 업체와는 기본적인 스펙이 다른 것. 이 때문에 회사 차량을 이용해 전국적으로 납품에서부터 설치, 이동 이설(移設), 현장 AS까지 모든 것이 가능해 사후 만족도 역시 무척이나 높다는 설명이다.

업소용 냉장고에 대한 인식 변화 필요

“프랜차이즈를 비롯해 주점이나 음식점 등 요식업체는 꾸준히 늘고 있습니다. 전 세계 어디를 보아도 우리와 같은 나라를 찾기 힘들 정도입니다. 하지만 그에 비해 음식점의 필수품인 업소용 냉장고에 대한 인식은 그다지 높지 않습니다. 여전히 단순히 음식을 보관하는 용도로만 생각하는 분들이 많습니다. 외식업에 있어서는 가장 중요한 요소인데도 불구하고 심각하게 생각하지 않는다는 점이 무척 안타깝습니다.”

이기복 대표는 외식업에서 가장 중요한 냉장고에 대한 인식이 부족하다고 말한다. 성능이 떨어지는 제품을 사용할 경우, 맛에서부터 그 차이가 드러날 뿐 아니라, 식품을 사용함으로써 생기는 안전에도 문제가 발생할 요지가 크다. 더욱이 고장 등의 문제가 생길 경우, 아예 영업이 불가능해지는 상황이 생길 정도로 냉장고는 외식업에서 가장 중요한 아이템인 것이다. 그만큼 선택에 있어서는 신중할 필요가 있는 것이다.

상상나라는 이러한 점을 고려하여, 기기 선택의 기준으로서 소비자들에게 다가가기 위해 오늘도 최선을 다하고 있다. **KFN**

☎ 02)2238-4441



최고급 업소용 냉장고 EVEREST 주방의 살림꾼입니다.

국내 최초 간접냉각방식 생산 10년의 노하우로 제품력을 보증합니다. 비교해 보세요. 명품냉장고는 역시 다릅니다.



냉장용, 냉동용, 냉동냉장 겸용 실속파를 위한 냉장고와 조리대를 하나로



서랍용, 반찬용, 토핑용, 샌드위치용, 김밥토핑전용 냉장테이블



작은 포장재료를
위생적이고 편리하게 보관

효율적인 냉기순환으로 바드 전체를 골고루 차갑게
신선한 재료를 위생적인 도마에서 조리를 간편하게

육류숙성고, 음식제조숙성고, 밀가루반죽숙성고



원하는 온도 습도 설정이 가능하여 제품에 따라 최적의 숙성이 된다.

판매원 : 주식회사 싱싱나라 TEL(02)2238-4441 서울시 동대문구 신설동 97-21

제조원 : 주식회사 부성



사용자가 원하는 크기와 디자인으로 제작되는 맞춤형 냉동 냉장 제품

제과전문점, 커피전문점



점포 인테리어와 매장 실정에 맞는 맞춤형 쇼케이스

젤라또아이스크림냉동고



젤라또 아이스크림용 냉동고 이제 값비싼 수입품에만 의존하지 마세요.
최상의 기술로 최고의 제품을 만듭니다.

아이스크림냉동고



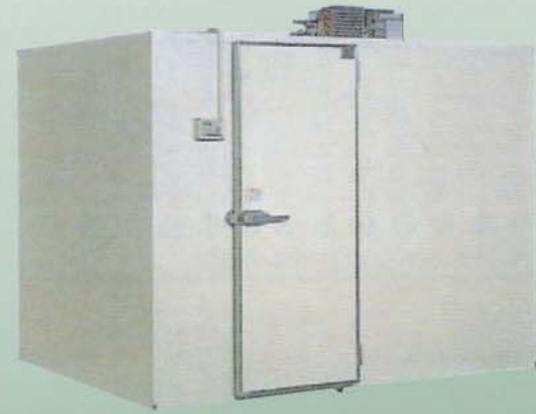
음료, 주류냉장고



와인냉장고



주문형 냉동, 냉장 창고



실제 설치할 공간에 맞게 실측 후 맞춤설치

주식회사 싱싱나라

TEL (02)2238-4441

FAX (02)2238-4443

서울시 동대문구 신설동 97-21



캐나다 소매업, 경기침체 아랑곳 않는다.

소매 프랜차이즈 산업보고서 2017 (February 16, 2017 by Paige Watts)

소매 프랜차이즈 부문에는 사업 기회가 다양하면서도 많이 있다. 이로 인해 해당 분야에서는 예비가맹점주들에게는 풍부한 기회가 제공된다. 소매 부문은 캐나다 경제에서 점점 중요한 역할을 하고 있다. 2009년 경기침체에도 불구하고 소매 판매는 전년도 대비 증가추세를 보였다. 캐나다 소매산업 개관 캐나다 소비자국(Office of Consumer Affairs)에 따르면 캐나다 소매판매는 2011년에 4,774억 달러로 증가하여 2006년과 2011년 사이에 17.1% 증가했다. 또한 2015년 Retail Trade Canada는 판매가 5,161억 5천만 달러로 증가했다고 보고했다. eMarketer는 캐나다 소매판매액이 2018년까지 약 6,497억 5천만 달러가 될 것으로 예측한다. (출처: 캐나다 소매무역 2015년 12월)



PROFILE

COMPILE 유상목

現 FranOn Corporation 대표
 現 ㈜미스터힐링 상임고문
 現 프랜차이즈산업연구원 전문위원
 前 ㈜김가네 기획실장
 前 (사)한국프랜차이즈협회 사무총장
 前 세계프랜차이즈총회 서울대회 사무국장

***강의**

가천대학교 경영대학원 - 프랜차이즈 실무
 한국프랜차이즈산업협회 - 프랜차이즈 경영/창업
 - 프랜차이즈 해외진출국가별 전략세미나
 - 해외진출 전략과 이해
 - 프랜차이즈해외박람회 및 전시회전문가 양성

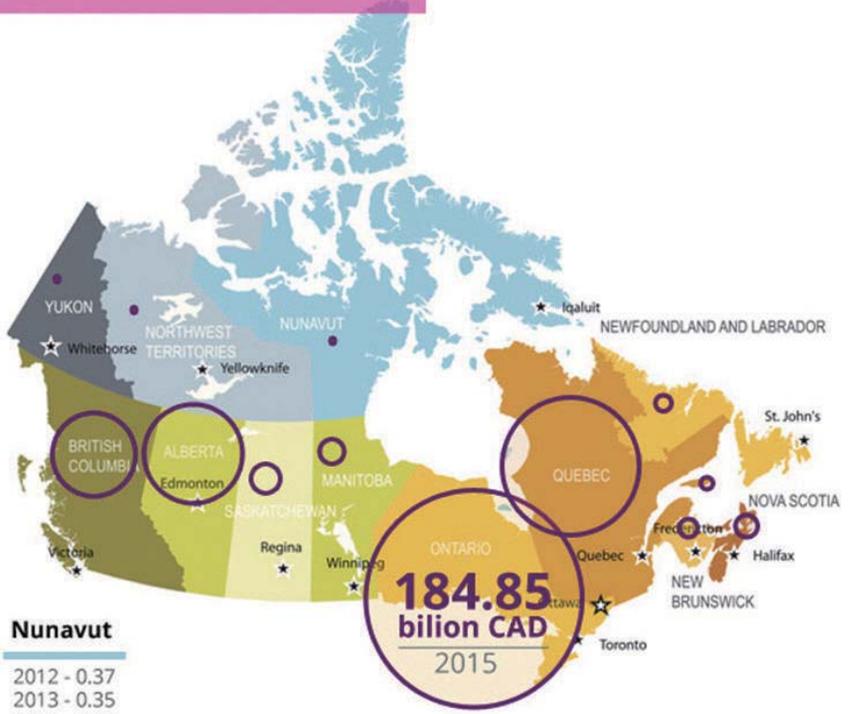
Sales of retail trade in Canada from 2012 to 2015, by region (in billion Canadian dollars)*

Ontario	Quebec	Alberta
2012 - 164.2	2012 - 103.25	2012 - 68.84
2013 - 168.11	2013 - 105.51	2013 - 72.94
2014 - 176.08	2014 - 109.04	2014 - 78.7
2015 - 184.85	2015 - 109.19	2015 - 75.74

British Columbia	Saskatchewan	Manitoba
2012 - 61.32	2012 - 17.3	2012 - 16.66
2013 - 62.68	2013 - 18.27	2013 - 17.36
2014 - 66.41	2014 - 19.13	2014 - 17.97
2015 - 70.83	2015 - 18.6	2015 - 18.26

Nova Scotia	New Brunswick	Newfoundland and Labrador
2012 - 13.23	2012 - 11.04	2012 - 8.2
2013 - 13.53	2013 - 11.06	2013 - 8.53
2014 - 13.9	2014 - 11.51	2014 - 8.88
2015 - 13.93	2015 - 11.9	2015 - 8.92

Prince Edward Island	Northwest Territories	Yukon	Nunavut
2012 - 1.93	2012 - 0.75	2012 - 0.67	2012 - 0.37
2013 - 1.96	2013 - 0.76	2013 - 0.65	2013 - 0.35
2014 - 2	2014 - 0.82	2014 - 0.66	2014 - 0.36
2015 - 2.05	2015 - 0.82	2015 - 0.66	2015 - 0.39



*Retail Trade Canada December 2015

1 주요 소매 프랜차이즈 업종

1. 자동차 소매

2015년 StatsCan은 자동차 및 부품판매업체의 총 매출액이 1,263억 6700만 달러라고 보고했다. 자동차 소매분야는 신차 판매의 강제로 증가하고 있으며, 이는 1036억 6900만 달러를 차지한다. 친환경 소비자는 최신 연비기능과 최신 기술을 갖춘 차량을 원하고 있다.

2. 식품 소매

Alberta Agriculture and Forestry에 따르면, 2011년 식품 소매점 매출은 855억 달러로 추산되었으며, 상위 5개 소매점(Lowlaw, Sobeys, Metro, Costco 및 Canada Safeway)은 전체 식품판매의 약 80%를 차지했다. Euromonitor에 따르면 2015년까지 식료품 소매 매출액은 1,413억 달러에 달하며 2020년에는 1509억 달러에 이를 것으로 예측된다.

캐나다의 식품 소매부문은 윤리적 음식 선택과 개인 건강이 캐나다인들이 쇼핑하는 방식에 영향을 미치기 시작함에 따라, 소비자의 요구를 충족시키기 위해 적응하고 있다. 업계는 또한 새로운 기술과 고객의 쇼핑 방식에 적응해야하며 식료품점은 모바일 앱을 개발하고 소셜 미디어를 향상시키고 있다.

위의 그래프에서 볼 수 있듯이 온타리오주는 캐나다 소매업 분야에서 2015년 1,848억 5천만 달러의 매출을 보인다고 소매업협회(Retail Trade Canada)는 밝혔다. 퀘벡과 알버타는 각각 같은 기간 동안 1,090억 4천만 달러와 757억 4천만 달러를 기록했다.

온타리오 주와 퀘벡 주에서도 소매점 수가 전반적으로 앞서고 있다. Industry Canada는 2014년 12월 현재 소매점이 온타리오 주에 94,100개, Quebec에 55,863개 있다고 보고했다. 브리티시 컬럼비아와 알버타는 각각 34,428개와 27,990개가 있다.

Industry Canada의 2011년 소비자동향 업데이트(Consumer Trends Update)에 따르면 자동차산업 및 식품 및 음료 산업은 캐나다의 소매부문을 이끌고 있다. 다른 주요 산업으로는 일반 머천다이징, 건물 및 원예장비, 의류 및 액세서리가 있다.

3. 의류 소매

StatsCan 보고서에 따르면, 캐나다인들은 의류, 신발 및 액세서리에 많은 돈을 지출하고 있다. 2015년 의류 총 소매판매는 약 419억 달러였다. 이는 불과 10년 전보다 38% 증가한 수치다. 여성의류 및 액세서리는 올해 총 170억 달러에 달했으며 남성 의류는 94억 달러, 신발류는 71억 달러, 보석은 44억 달러를 기록했다.



2 소매산업 동향

1. 할인 및 하이엔드(고급, 고가) 소매의 양분화

캐나다 달러가 낮아 소매업체에 압력을 가하고 있다. 패션 소매업체는 2015년과 2016년에 어려운 전망에 직면했으며, 매출은 2018년 매출 성장률이 1% 증가하여 둔화되고 바닥을 쳤다. Trendex North America 보고서에 따르면 이 전망은 2020년까지 2.1% 성장률을 회복할 것으로 예상된다.

이것은 소비자 구매습관의 확연한 변화를 보여주었다. 자이언트 타이거(Giant Tiger)와 같은 정찰제 소매점, 창고클럽 및 할인점은 가격에 민감하고 저렴한 가격으로 소비자를 사로잡았다. 다른 한편으로 고급 식품 소매업체들은 건강과 유기농 식품의 추세로 인해 성장을 보여주고 있다. 럭셔리 의류 프랜차이즈는 Saks Fifth Avenue 및 Nordstrom과 같은 브랜드가 성장하면서 캐나다 브랜드의 존재감을 보여주고 부유한 캐나다인에게 해외 패션중심지로 여행하는 것이 아니라 홈쇼핑을 할 수 있는 이유를 제공한다.

2. 온라인 쇼핑

기술은 빠르게 발전하고 있으며, 소매 업체는 이를 따라 잡을 수 있어야 한다. 소비자는 자신의 집에서 편안하게 쇼핑을 할 수 있기를 원하여 스마트폰, 태블릿 및 컴퓨터로 쉽게 액세스할 수 있는 온라인 소매 사이트를 회사 성장에 유리하게 만들고 있다.

eMarketer에 따르면 전 세계 전자상거래 소매 판매액은 2016년 1조 9,150억 달러에 달했으며, 2020년까지 두 자릿수 성장이 계속될 것이

라 보고 있다. 매출액은 4조 달러에 달할 것으로 예상된다. 캐나다에서만 전자상거래 소매 수익은 Statista Digital Market Outlook이 보고한 바와 같이 238억 9천만 달러에 달했다. 매출액은 2021년 373억 3천만 달러로 증가할 것으로 예상된다.

3. 입지

점포 입지는 소매성공의 열쇠다. 온라인 상점의 수익을 희생하지 않으면서 실제 매장으로 고객을 끌어 들이기 위해, 소매업체는 입지를 통해 고객유치를 창출하고 있다. 쇼핑센터는 소매 식품개념과 소비자가 쇼핑을 소비하는 시간 사이의 상관관계를 인식하여 다른 소매 입주자에게 혜택을 준다. 혁신과 창조적 공간은 쇼핑행위를 창출하는 열쇠다. 캐나다에서는 아울렛 형태와 복합개발이 유행하고 있다. 아울렛 부문은 강력해지는 럭셔리 부문에 호소하지만 전통적인 높은 가격을 감당할 수 없는 소비자에게는 호소력이 있다. 복합개발은 지역사회의 성격을 반영하도록 고안되었다. 지역 사회와 관련된 소매점, 식품점에서 체육관, 의류에 이르기까지 모두 성공한 바 있다.

4. 향후 전망

시장에 영향을 주는 유명 브랜드에도 불구하고 소매부문은 완만한 속도로 전반적으로 성장할 것으로 예상된다. 앞으로 가장 많은 수익을 올릴 것으로 예상되는 중저가 상점이 아닌 더 많은 할인점과 고급 소매점을 기대할 수 있을 것이다. 변화하는 추세와 기술 업데이트를 활용하는 비즈니스는 매장과 온라인 모두에서 성공을 거둘 수 있다. **KFW**



가천대학교 경영대학원 2017학년도 후기 글로벌 프랜차이즈 전공 석사학위과정 모집요강



프랜차이즈 기본을 공부하고,
이를 바탕으로 국내시장과 해외시장을
균형감 있게 공부하는
국내 유일의 프랜차이즈 전공 석사과정입니다.



● 전공 소개

프랜차이즈 석사과정은 프랜차이즈 개론, 프랜차이즈 운영, 시스템 구축 및 전략, 해외시장 진출 등에 필요한 원리와 실무에 대해서 폭넓은 이해와 연구를 통해 프랜차이즈 전문가의 자질을 함양하는 과정이다.

● 교육 목표

1. 프랜차이즈 시스템 구축과 운영 및 실무를 겸비한 전문가 양성
2. 프랜차이즈 경영전략과 협상 및 계약, 마케팅 등 전문지식을 갖춘 전문가 육성
3. 글로벌 시장에서 프랜차이즈 창업 및 실전에 적용하는 프랜차이즈 경영 지식과 능력을 갖춘 글로벌 기업가 양성

● 졸업 후 진로 및 혜택

1. 진로 및 전망
 - 서비스업, 유통업, 외식업 등 국내외 기업과 유관기관의 프랜차이즈 전문가
 - 글로벌 경영을 희망하는 시스템과 네트워크 구축 등 기업가 및 컨설턴트로 활동
2. 혜택과 특전 - 한국프랜차이즈산업협회장 추천 장학금 혜택
 - 전문가 네트워크 구성(교수진과 네트워크/원우회 활동)

● 교과 편성

프랜차이즈실무, 프랜차이즈개론, 프랜차이즈 시스템, 프랜차이즈계약론, 프리젠테이션, 협상론, 프랜차이즈 해외진출전략, 글로벌FC 시장분석론, 글로벌 FC 파트너십개발 등

● 모집 요강

1. 모집학과(전공)
석사학위과정(글로벌프랜차이즈 전공, 5학기제 : 2년6개월)
2. 모집인원 : 석사학위과정 00명
3. 응시자격
 - 가. 국내의 대학 학사학위 소지자
 - 나. 2017년 8월 졸업예정자
 - 다. 기타 법령에 의한 자격 인정자
4. 원서접수
 - 가. 기간 : 인원 총원시까지 수시
 - 나. 접수 : 경영대학원행정실(가천관 801호)
5. 전형일시 및 합격자발표
 - 가. 전형일 및 합격자발표 : 개별통보
6. 전형방법 : 서류심사 및 면접
7. 등록기간 : 개별통보
8. 제출서류
 - 가. 입학원서(대학원 소정양식) 1통
 - 나. 학업계획서(본 대학원 소정양식) 1통
 - 다. 개인정보의 수집·이용 및 제3자 제공에 관한 동의서(본 대학원 소정양식) 1부
 - 라. 대학졸업증명서(졸업예정증명서) 및 전학년 성적증명서 각 1통
※외국대학출신자는 한국 소재 해당국 대사관에서 인증한 공증번역본 추가제출
 - 마. 사진(반명함판 3x4) 2장

- 바. 재직증명서 1통(장학금 해당자)
- 사. 국가공인 자격증 사본 1통(장학금 해당자)
- 아. 외국인의 경우, 외국인등록증, 여권사본, 한국어능력시험 성적증명서 각 1부 제출

- 장학금 등록금의 30% 감면
- 가천학원 졸업생(전문대학, 평생교육원 포함)
- 공공기관 직원
- 본교 자매결연기관 재직자 및 졸업생
- 교육계 종사자(유치원 초, 1중, 1고 및 대학원 교직원)
- 원우회장
- (사)한국프랜차이즈산업협회장 추천 장학금 30% 혜택
- 기타

- 가. 전형료 : 40,000원(입금계좌 : 신한은행 140-009-171781, 가천대학교)
※ 반드시 지원자 본인 명의로 입금하여야 함.
- 나. 제출서류는 반환되지 않음.
- 다. 수업일정 : 격주 전공수업(10~18시), 선수/공통과목 - 온라인수업
- 라. 자세한 사항 문의
 - 유상목 교수 : franon@naver.com, 휴대폰 010-3503-4285
 - 홈페이지 : <http://www.gachon.ac.kr/major2/mana/>
 - TEL : 031-750-5026, 8648
 - FAX : 031-750-5027

사례로 보는 가맹본부의 가맹계약내용의 변경

불공정거래행위에 관하여 “거래상 지위남용행위”

WRITE 조은혜

가맹계약은 가맹사업법에 따라 일반적으로 10년의 계약갱신기간이 주어지므로 가맹본부는 가맹점 사업자와의 관계에서 최초 계약 내용의 변경이 필요한 때가 종종 있다. 가맹본부는 계약내용을 변경하고자 할 경우 이를 계약서에 명시적으로 반영하거나 별도의 새로운 합의서를 작성하여야 한다. 이는 가맹계약 뿐 아니라 일반 사적 계약에 있어 중요한 부분이다. 특히 판례에 의하면 가맹본부는 매우 상세하게 미리 준비된 각종 서면을 통해 명시적으로 합의의 내용을 정리할 충분한 기회와 협상력을 갖추고 있다고 본다. 그렇기 때문에 가맹계약의 경우에 있어서는 명시적인 계약 외에 묵시적 합의를 인정함에 신중하여야 한다고 보아, 묵시적 합의를 거의 인정하지 않는 경향이 있다. 즉 해당 계약 내용을 변경하고자 할 경우 계약서 등 서면 상 명시적인 근거를 갖추는 것이 꼭 필요하다는 것이다.

영업지역 설정 및 침해 금지

(2014.8.14 실행)

가맹본부는 가맹점사업자의 영업지역을 설정하여 계약서에 이를 기재하고 보호해야 합니다.

영업지역 보호란?

가맹본부가 계약기간 중 해당 영업지역 안에 동일업종 가맹점 및 직영점을 추가 설치할 수 없음을 의미합니다.

영업지역 설정 시점

2014.8.14 이후 최초 도래하는 가맹계약 갱신 시점 또는 신규 가맹점 개설시 계약서에 반영해야 합니다.

영업지역 변경이 가능한 경우

다만 다음의 경우에는 가맹점 등을 추가 설치하기 위하여 영업지역을 변경할 수 있습니다.

- ① 재건축 등으로 인한 상권의 급격한 변화
- ② 해당 상권 인구의 현저한 변동
- ③ 소비자가 기호변화 등으로 인한 제품 수요의 현저한 변동 등

Q 가맹본부가 계약 갱신시점이 도래하자 영업지역을 일방적으로 축소하려고 합니다. 문제가 없는 것인가요?

A 영업지역을 축소·분할하기 위해 가맹본부가 일방적으로 계약을 변경하는 것은 가맹사업법에 위반되어 시정조치 대상이 될 수 있습니다.(부당한 계약변경행위)

거래상 지위남용행위 금지

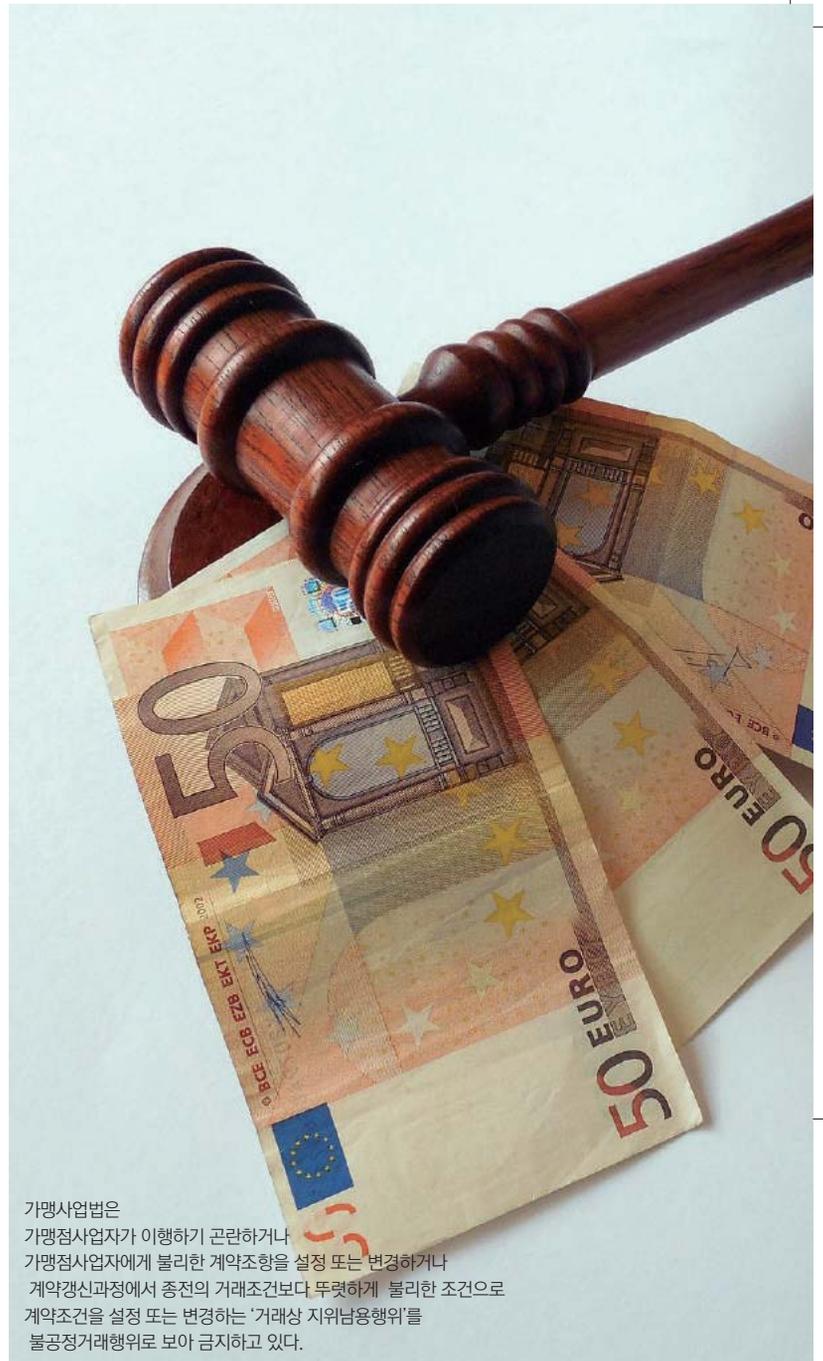
뿐만 아니라 가맹본부와 위와 같이 계약서 상 근거를 갖추더라도 변경을 제한하는 경우가 있다. 바로 **가맹점사업자가 이행하기 곤란하거나 가맹점사업자에게 불리한 계약조항을 설정 또는 변경하거나 계약갱신과정에서 종전의 거래조건보다 뚜렷하게 불리한 조건으로 계약조건을 설정 또는 변경하는 것**이 그것이다. 가맹사업법은 이를 '거래상 지위남용행위'로서 불공정거래행위로 보아 금지하고 있다. 따라서 가맹본부는 계약내용을 변경하고자 할 때 가맹사업법상 불공정거래행위에 해당하지 않도록 주의를 기울여야 한다.

거래상 지위를 '부당하게 이용'하였는지 여부는 당사자가 처하고 있는 시장 및 거래의 상황, 당사자 간의 전체적 사업능력의 격차, 거래의 대상인 상품 또는 용역의 특성, 그리고 당해 행위의 의도·목적·효과·영향 및 구체적인 태양, 해당 사업자의 시장에서의 우월한 지위의 정도 및 상대방이 받게 되는 불이익의 내용과 정도 등에 비추어 볼 때 **정상적인 거래관행을 벗어난 것으로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는지 여부를 판단하여 결정한다.**

공정위 또는 법원의 구체적 사례

① 치킨가맹본부가 130여 개의 가맹점사업자와 재계약(계약 갱신)을 하면서, '재계약을 위한 선결사항'으로 해당 가맹점의 영업지역을 축소, 변경하도록 요구한 사례(이로써 가맹점 당 영업지역 평균 세대 수는 21,503세대에서 13,146세대로 평균 8,357세대가 줄었음)에서 공정거래조정원은 '이와 같은 가맹본부의 **영업 지역 축소 요구는 자신의 거래상 지위를 이용하여 이전의 거래 조건보다 뚜렷하게 불리한 조건으로 계약조건을 변경한 것이라고 보아** 재발방지 시정명령(가맹점사업자에게 수명사실 통지명령 포함)과 **2억 1,700만 원의 과징금을 부과**'한 바 있다.

② 주류 외식업을 영위하는 가맹본부 "갑"은 가맹점사업자 "을"과 가맹계약서 상 '가맹점사업자가 가맹본부에 주류의 구입을 위탁하는 방법을 선택할 경우, 매월 가맹본부에 지급하여야 할 정기납입경비를 면제하는 것'으로 약정하였다. 계약 당시 "을"은 정기납입경비를 면제받는 대신 "갑"이 지정한 주류 업체로부터 주류를 공급받아 가맹점을 운영하였다. 그런데 그 후 "을"은 "**갑"에게 주류 공급 업체를 변경하겠다고 하였고, 이에 대해 "갑"은 "을"에게 정기납입경비의 지급을 청구하는 내용의 재계약 체결을 요구한 사례**에서 공정거래조정원은 갑"이 "을"로 하여금 지정하는 업체와 주류거래를 하지 않는 경우 정기납입경비를 갑에게 지급하도록 하는 행위가 **가맹사업법 제12조 제1항 제2호 구속조건부거래행위 내지 거래상지위남용행위에 해당하지 않는다고 판단**하였다. 이는 가맹계약 및 정보공개서 상 가맹본부는 가맹점사업자로부터 로열티 및 정기납입경비를 지급받기



가맹사업법은 가맹점사업자가 이행하기 곤란하거나 가맹점사업자에게 불리한 계약조항을 설정 또는 변경하거나 계약갱신과정에서 종전의 거래조건보다 뚜렷하게 불리한 조건으로 계약조건을 설정 또는 변경하는 '거래상 지위남용행위'를 불공정거래행위로 보아 금지하고 있다.



PROFILE

WRITE 조은혜

법무법인 혜 파트너 변호사

제52회 사법시험 합격(2010, 사법연수원 42기)
 서울중앙지방법원 상근 민사조정위원
 서울지방변호사회 중소기업고문변호사
 사단법인 한국프랜차이즈산업협회 고문변호사
 행정심판 국선대리인
 서울지방노동위원회 법률구조대리인
 국민권익위원회 전문상담위원

로 되어 있었고, 위 정기납입경비지급의무는 애초에 “을”의 의무사항이었는데, 별도 약정에 의하여 “갑”은 “을”에게 위 정기납입경비지급의무 면제라는 인센티브를 제공한 것이고, 이는 “을”이 스스로 선택할 수 있는 것이었기 때문이었다.

- ㉔ 최근 ‘피자가맹본부의 가맹계약서상 명시적 근거없는 어드민피 Administration Fee의 부과에 대한 가맹본부의 부당이득반환청구 소송’에서 가맹본부의 불공정거래행위 등 판단에 관한 법원의 판결이 변경되었는바, 이를 살펴보도록 하자.

1심과 항소심 엇갈린 판결

- ㉕ A피자가맹본부는 가맹계약서 상 명시적 근거가 있는 최초 가맹비, 로얄티, 기타 비용 등과 별도로 ‘구매대행, 마케팅, 전산지원, 고객상담실 운영 등에 소요되는 제반 비용의 항목’으로 어드민피를 수년간 받아왔다.
- ㉖ 위 어드민피 부과에 관하여는 정보공개서상 기재되어 있었으나 가맹계약서 상 근거규정이 없었으며,
- ㉗ 일부 가맹점사업자(신규가맹사업자, 갱신 시 합의한 일부 가맹사업자)는 해당 어드민피 지급에 관한 합의서를 작성하였다.

최근 항소심 재판부는 위 어드민피 부과에 관하여 해당 가맹계약서상 근거는 없으나, 아래와 같은 이유로 해당 어드민피 지급에 관한 합의서는 불공정거래행위 내지 약관규제법상 부당하게 불리한 조항으로 볼 수 없다고 보아 결국 합의서를 작성한 원고들로부터 합의서 작성 이후 수령한 어드민피는 부당이득이 된다고 할 수 없다고 보았다.

이 사안에서 1심 재판부는 위 어드민피 부과에 관하여는 해당 가맹계약서상 명시적인 근거가 없으며, 어드민피 지급에 관한 합의서는 기존 가맹점사업자와의 관계에서는 불공정거래행위(거래상 지위를 남용하여 부당하게 계약의 내용을 변경함)임을 이유로, 신규 가맹점사업자와의 관계에서는 불공정거래행위는 아니나(계약 체결 여부에 관한 의사를 자유로이 결정할 수 있기 때문) 약관규제법상 ‘고객에게 부당하게 불리한 조항’이라는 이유로 무효라고 보아 결국 가맹본부는 그 근거 없이 지급받은 어드민피를 부당이득으로 반환하라고 하였다.

- ㉘ 구매대행, 마케팅, CER운영, 전산지원, 고객상담실 운영 업무 중 일부는 피고의 시스템을 유지하기 위한 피고 고유의 업무에 해당하나, 위 업무들 중 일부, 적어도 피고가 어드민피의 대상으로 삼은 구매대행, 재고관리, 개별 가맹점별 마케팅 활동 대행, 개별 가맹점별 고객 불만처리, 야간 또는 휴일에 개별 가맹점에서 발생하는 전산상 문제

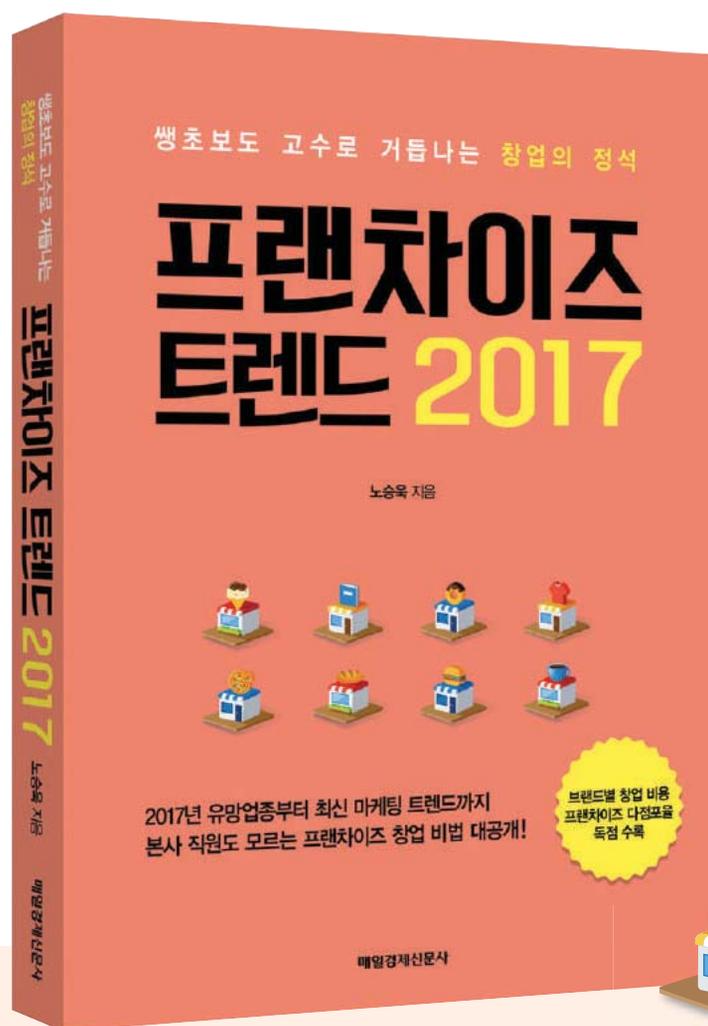
를 해결하는 업무, 감독 대행 업무 등은 가맹점사업자의 영업을 위한 업무에 해당하고, 이 사건 가맹계약상 가맹본부인 피고가 가맹점사업자들의 영업을 위한 업무를 수행할 의무는 약정되지 않았는바, 가맹본부는 가맹점사업자의 영업을 위한 업무와 관련된 비용을 지급 받을 수 있다고 보았고,

- ㉙ 가맹본부의 업무와 가맹점사업자의 영업을 위해 수행한 업무가 혼재되어 있고, 가맹점사업자별로 제공되는 업무가 일정치 않은 경우도 많아 해당 어드민피를 구체적, 개별적으로 산정하기 곤란하여 어드민피를 총매출에 대한 일정 비율로 산정한 것으로 보이는 바, 그 산정방법이 부당해보이지 않는다.
- ㉚ 이러한 전제하에 가맹계약에 없던 새로운 항목의 비용 지급을 정하는 것은 가맹본부가 그에 대한 서비스를 하는 것과 상관없이 그 자체로 불이익한 것인지에 관하여 최초 가맹계약에서 정해지지 않은 사항에 대해서는 가맹본부가 가맹점사업자들을 위하여 어떠한 새로운 서비스를 제공하고 그에 대한 비용을 지급받기로 약정하는 것은 무조건 기존 계약을 불이익하게 변경하는 것으로 허용될 수 없다고 본다면 이는 당사자가 그 계약내용을 자유로이 정하는 사적자치의 원칙에 반하고, 더군다나 가맹계약은 그 계약기간이 장기(계약갱신권도 보장)인데 반하여 최초의 계약 내용을 변경하지 못하게 하는 것은 빠르게 변화하는 시장에서 소비자의 수요에 탄력적으로 대처할 수 없게 만드는 것으로서 결국 그로 인한 손해는 가맹점사업자에게 귀속될 것이므로 이를 무조건 불공정하다고 볼 수 없다는 것이다.

위 사안에서 1심과 항소심이 이처럼 결론이 달라진 가장 큰 이유는 각 재판부의 어드민피의 법적 성격에 대한 판단의 차이였다. 즉, 1심 재판부는 어드민피가 가맹본부가 제공한 가맹점 지원업무에 대한 정당한 대가로서 실비변상적인 수수료에 해당한다고 보기 어렵고, 가맹본부와 가맹점사업자는 가맹사업의 성공을 위하여 이해관계를 같이 하기 때문에 가맹점 지원업무는 가맹점사업자들만을 위한 업무로 보기 어렵다고 보았으나, 항소심에서는 위와 같이 판단한 것이다.

계약내용 변경으로 인한 가맹본부의 불공정거래행위 여부를 판단하는 것은 당해 행위의 의도, 효과, 이로 인한 가맹점사업자의 불이익 내용 및 정도 등을 종합적으로 판단하여야 하기 때문에 법률 전문가도 판단하기 쉽지 않은 경우가 많다. 그러나 사후적으로 불공정거래행위로 판단되어 계약 효력이 부인될 경우 가맹본부에 막대한 손해를 가할 수 있는 만큼 가맹본부는 돌다리도 두들겨보고 건너다는 심정으로 변경할 계약의 내용 및 변경의 정도를 살피고, 필요한 경우 법적 자문을 거쳐 불공정거래행위에 해당하지 않도록 최선의 주의를 기울여야 할 것이다. 계약을 변경할 경우 명시적으로 서면 상 근거를 갖추어야 함은 물론이다. **KFW**

불황 속 창업, 프랜차이즈라면 살아남는다!



프랜차이즈 포화 시대,
대박나는 가게들의 영업 비결?
창업 비용, 전략, 마케팅
노하우 총망라!



프랜차이즈 '옥석 가리기'를 돕는 책, 《프랜차이즈 트렌드 2017》!
수수료만 챙기면 끝인 몇몇 창업 컨설턴트들의 정보와는 깊이가 다르다.
창업전문기자가 직접 조사한 브랜드별 다점포율, 창업비용, 홍보 전략 수록!
프랜차이즈 오픈 전 꼭 알아야 할 모든 정보를 담았다!



배민카친

오프라인서 고객 모으는 일은 끝 비대면 서비스로 비용절감 극대화 막 오른 무점포 시대

WRITE 노승욱

프랜차이즈 창업을 할 때 고려할 사항은 한두 가지가 아니다. 창업 자금과 업종, 입지 등도 중요하지만 어느 브랜드의 프랜차이즈를 선택할 것인가도 심히 고민된다. 문제는 어느 브랜드가 잘되는지를 알 수 있을 만한 정보가 부족하다는 것이다. 국내 프랜차이즈는 대부분 비상장사여서 주가처럼 기업가치를 비교할 만한 지표가 없다. 그렇다고 공정거래위원회가 제공하는 정보공개서상의 매출이나 가맹점당 평균 매출, 폐점률 등을 참고하자니 허점이 너무 많다. 정보공개서는 직전연도 정보가 이듬해 7~8월에나 발표된다. 즉 2017년 6~7월까지의 2015년 말 기준 자료만 확인 가능하다. 빠르면 6개월만에도 트렌드가 바뀌는 시장임을 감안하면 시의성이 아쉬울 수밖에 없다.

삐~ 삐~

최근 방문한 서울 역삼동에 위치한 수제버거 전문점 '레프트코스트 아티잔'. 이른 아침부터 포스기에서 올려대는 소리에 주방이 분주해진다. 햄버거 배달 주문이 들어왔다는 신호음이다. 그런데 전화를 받는 직원도, 주문하는 고객도 안 보인다. 5평 안팎 주방에 포스기 한 대만 놓여 있을 뿐. 요리는 익숙한 듯 노련한 솜씨로 빵과 패티를 굽기 시작한다. 삐~ 삐~ 그 와중에도 계속 주문이 들어온다. 이윽고 햄버거가 완성될 즈음 배달부가 문을 열고 들어온다. 주방 한편서 잠시 기다리던 배달부는 요리사가 포장해준 햄버거 세트를 받아들고 다시 나간다. 주방장은 또 다른 햄버거를 굽고, 이내 또 다른 배달부가 와서 대기한다.

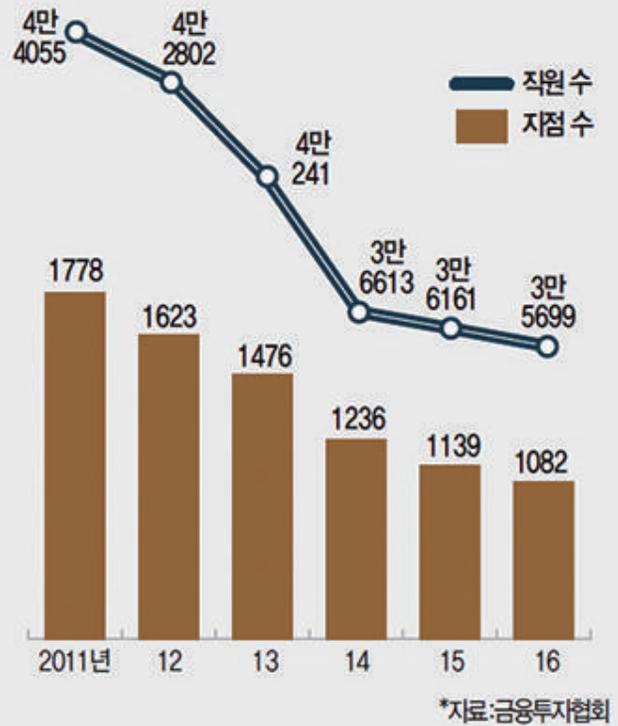
배달의민족이 운영하는 '배민키친'의 한 장면이다. 레프트코스트 아티잔 본점은 이태원에 있다. '강남에 분점을 냈나' 싶다면 절반만 맞다. 사실은 이태원 본점의 주방과 요리사만 옮겨왔다. 혼자서는 아니다. 배민키친에는 '라이너스바베큐' '챔프키친' 등 이태원의 다른 한식·양식 전문점 주방이 3개 더 들어와 있다. 이들은 모두 100% 배민라이더스(배달의민족 앱 내 외식배달 서비스)로만 주문을 받는다. 배민키친의 배달권은 강남구와 서초구 일부. 이 지역 배후인구만 총 50만명이 넘는다. 이태원 본점보다 가게는 더 작아졌지만, 잠재 고객은 훨씬 많아진 셈. 배달의민족 관계자는 "강남 주민들은 이제 이태원에 안 가도 이태원 맛집 음식을 즐길 수 있게 됐다"며 "향후 부산이나 광주에 배민키친이 오픈하면 서울의 맛집 음식을 전국에서 '오리지널' 그대로 맛보게 될 것"이라고 말했다. 4차 산업혁명 시대에 접어들며 오프라인 점포 형태에도 지각변동이 일고 있다. 식당에서 주방만 남기는가 하면, 아예 점포 자체가 사라지는 경우도 흔하다. 처음에는 금융·유통 등 일부 업종에 국한된 얘기처럼 들렸다. 그간 은행, 증권사 등의 지점을 수백 개 통폐합한 금융권이 대표적인 예다. 대형마트도 매출이 부진한 오프라인 지점을 접고 온라인 영업 강화에 나섰다. 하지만 최근에는 외식·농산물 업계도 잇따라 매장을 없애는 분위기다. 무(無)점포 영업이 산업계 곳곳으로 확산되고 있는 것이다.

기업들이 오프라인 매장을 없애고 온라인으로 옮겨가는 이유는 뭘까. 오프라인 매장은 이대로 영영 사라지게 되는 걸까. 무점포 비즈니스의 면면을 들여다봤다.

곳곳서 무점포 영업 시작 - 은행·증권도 지점 사라져

무점포 영업에 가장 적극적인 건 증권·은행 등 금융권이다. 증권업계는 지난 5년간 500개 가까이 지점을 줄였다. 금융투자협회 전자공시에 따르면 2012년 말 1623개였던 국내 증권사 지점 수는 1476개(2013년) → 1236개(2014년) → 1139개(2015년) → 1082개(2016년)로 해마다 급감했다. 은행도 마찬가지다. 5대 은행(KB국민, 우리, 농협, 신한, KEB하나) 지점 수는 2012년 말 5352개에서 올 2월 말 4796개로 4년 새 556개 줄었다. 업계에선 5대 은행이 올해에만 300여개를 추가로 더 줄일 것으로 내다본다. 한국씨티은행은 전국 126개 지점 중 80%가 넘는 101개를 폐점기로 했다. K뱅크, 카카오뱅크는 아예 오프라인 지점을 두지 않는 인터넷전문은행으로 최근 영업을 시작했다. 일단은 기존 은행들에

급감하는 증권사 지점과 인력 (단위:명,개)



비해 자본력이 부족하기 때문에 중소 상공인 등을 위주로 한 특화 서비스에 집중한 뒤 추후 기술력·자본력·업계 환경 변화 등에 따라 기존 은행권과 정면 승부를 벌일 것으로 보인다.

금융권이 잇따라 지점 문을 닫는 이유는 간단하다. HTS·MTS(증권), 모바일·온라인뱅킹(은행) 등 핀테크 활성화로 거래 환경이 달라졌고, 이로 인해 오프라인 지점 운영의 효율성이 낮아졌기 때문. 우리은행 관계자는 "최근 AI(인공지능) 등 핀테크 기반 금융 서비스들이 상용화되면서 소비자들 지점을 직접 방문하기보다는 비대면 개인 맞춤형 banking 서비스를 선호하는 추세"라며 "기존 고객의 방문 거래가 적은 점포를 중심으로 통합, 대형화해 서비스질을 높일 계획"이라고 전했다. KEB하나은행도 '태블릿브랜치 2.0'을 통해 사라진 영업점을 출장 영업으로 보완한다는 계획이다. 고객이 찾아올 매장이 없으니 직원이 고객을 찾아가는, 이른바 '아웃도어세일즈'다. KEB하나은행 관계자는 "기존에는 현장에서 정보 투입·서식 작성 후 영업점에서 업무를 마무리하는 식이었다. 이제는 현장에서 개인신용대출 신청·대출 가능 여부 확인, 신용·체크카드 신청, 예금 신규 계좌 개설 등을 실시간으로 진행할 수 있게 됐다"고 말했다. 이처럼 무점포·비대면 영업이 늘어나는 이유는 비용이 획기적으로 절감되기 때문이다. 게다가 지역적 제한 없이 어느 곳에서나 소비자를 상대할 수 있다. 지점이 없는 인터넷전문은행은 기존 은행과 비교, 여·수신 금리 면에서 상당한 우위를 차지할 수 있고 수수료 조정 여력도 커진다. 점포

를 기반으로 하는 기존 은행에 비해 소비자에게 더 다양한 서비스를 제공할 수 여지가 커지는 셈이다. 씨티은행 관계자는 “인터넷전문은행 출범으로 대출 등과 관련해서 기존 은행들과 경쟁을 하게 됐다. 비대면·무점포 등의 요인은 기존 은행에 굉장히 위협적인 게 사실이다. 인터넷전문은행이 기존 은행의 안정성에 새로운 혁신성을 더한다면 좋은 서비스를 할 수 있을 것으로 본다”고 주장했다.

외식·유통업계도 최근 무점포 영업 대열에 동참하는 분위기다. 앞의 배민키친 사례가 대표적이다. 일반적으로 식당은 고객용 공간이 전체 매장의 75%에 달한다. 포장(take-out)해가는 고객이 많은 패스트푸드 점도 마찬가지다. 배민키친은 주방만 남기고 홀을 없애 점포의 절반 이상이 사라진 셈이다. 덕분에 수천만에서 수억원에 달하는 점포 보증금·권리금·인테리어비·임차료(월세)는 물론, 서빙·매장 관리에 필요한 직원 인건비도 절감할 수 있게 됐다. 배달의민족 관계자는 “홀 있는 식당과 비교하면 창업 비용이 10분의 1도 안 된다. 그러면서도 이태원 맛집 음식을 집에서도 맛볼 수 있다는 장점에 고객들의 반응이 좋다. 지난 3개월간 주문 건수 증가율이 67%에 이른다”며 “식당과 고객 모두 윈윈(win-win)하는 모델이라 보고 연내 2호점을 오픈할 예정이다”라고 전했다.

미스터피자 사례도 재미있다. 기존에 2개 가맹점이 있던 상권에서 한 곳이 문을 닫으면, 이를 벌충하기 위한 출점을 하지 않기로 했다. 미스터피자 관계자는 “이전에는 홀 영업이 잘돼서 가맹점이 수백m 떨어져 있으면 각각의 상권이 확보됐다. 그런데 요즘은 홀 영업 대신 배달 위주로 재편됐다. 배달은 보다 넓은 상권을 커버할 수 있어 추가 출점을 하면 상권이 서로 겹치게 된다. 출점 중단은 변화된 외식 환경에서 점주의 영업권을 보장하기 위한 조치”라고 설명했다.

유통업계에선 이마트 사례가 주목받는다. 이마트는 이르면 오는 9월께 매출이 부진한 울산 학성점을 폐점할 예정이다. 그간 외형 확장에 몰두하던 이마트가 폐점하는 건 창사 24년 만에 처음 있는 일이다. 이마트는 하남점 잔여 부지, 평택 소사별 등 미개발 부지도 상권 확장에 활용하지 않고 그냥 매각하기로 했다. “불투명한 경제 환경과 할인점 성장 둔화에 선제 대응해 ‘경영 효율’을 높이고 지속적 체질 개선으로 ‘수익구조’도 혁신하기 위한 조치”라는 게 이마트의 설명이다.

이마트 학성점 폐점은 대형마트 오프라인 점포 축소의 신호탄이란 게 전문가들의 분석이다. 박종대 하나금융투자 애널리스트는 “학성점을 시작으로 앞으로도 대형마트 폐점이 잇따를 것으로 본다. 과거에는 일주일에 한 번씩 대형마트에 가던 소비자들이 요즘은 한 달에 한두 번만 간다. 2013년을 기점으로 국내 전업주부 수가 가파르게 줄고 대신 ‘직장맘’이 증가한 것도 영향을 미쳤다. 장 볼 시간이 부족한 이들은 온라인에서 식료품이나 생필품을 구매한다. 이들을 타깃으로 신선식품 정기배송 서비스도 확대되면서 오프라인 매장 집객력은 더 떨어졌다. 브랜드 업체와 소비자가 온라인에서 직거래를 하면서 유통 환경은 구조적으로 악화될 수밖에 없을 것”이라고 말했다.

농산물도 비슷한 분위기다. 카카오파머 등 직거래 플랫폼에 입점해 온라인 판매 비중이 높아지고 있다. 카카오파머에서 유통되는 농산물 상



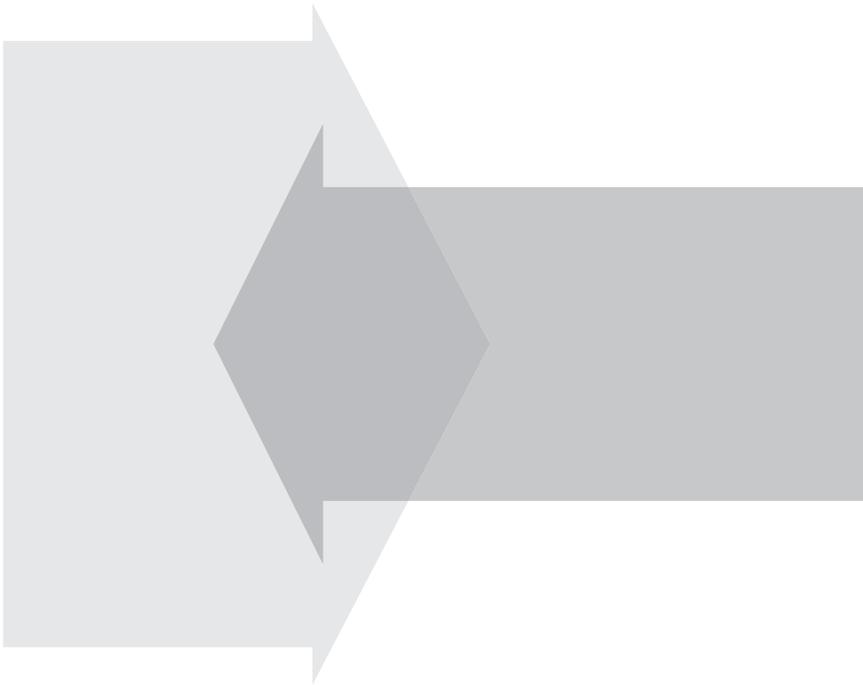
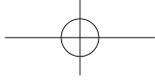
품과 입점농가는 각각 300개, 54개. 이 중 월 1000만원 이상 수익을 거두는 농가는 전체의 60%에 달한다. 이재승 카카오 매니저는 “카카오파머 이용자의 48%는 10~30대 초반이다. 일간 재구매율도 70%에 달한다. 카카오파머를 통해 고객 연령층 등 농산물 구매 패턴이 바뀌고 있는 것”이라며 “반응이 좋아 오프라인에 판매장을 두지 않고 농장에서 직배송만 하는 업체도 적잖다”고 전했다.

사정이 이렇다 보니 기존 오프라인 매장을 찾는 발걸음이 뜸해질 수밖에 없다. 지난해 컨설팅 업체 PwC가 발표한 분석 자료에 의하면 2020년까지 미국 내 무점포 시장은 꾸준히 증가하는 반면 슈퍼마켓, 백화점 등 오프라인 매장은 점차 감소할 전망이다. PwC 오프라인 매장 방문 건수는 2009년 350억 회에서 2013년 170억 회로 급격히 감소했고 단위 면적(제곱피트)당 판매율도 지속해서 감소하는 추세라고 분석했다.

전망과 대응 전략은 - O2O로 활로 찾기 모색

전문가들은 앞으로 오프라인 매장의 통폐합은 불가피할 것으로 내다본다. 모바일·온라인 쇼핑 활성화, 1~2인 가구 증가, 공유경제, 경험 구매 등의 메가트렌드 영향이 지속될 것이라 전망에서도.

모바일·온라인 쇼핑은 오프라인 매장보다 저렴하면서도 더 편리한 쇼핑 환경으로 소비자를 유혹한다. 오프라인 매장을 운영하려면 기본적으로 보증금, 권리금, 임차료(월세) 등의 부동산 비용과 인건비 등 고정비가 소요된다. 이 중 임차료와 인건비 상승률이 최근 급등하면서 점포 수익성은 갈수록 떨어지는 추세다. 반면 온라인 쇼핑물은 이 같은 고정비가 훨씬 적게 든다. 오프라인보다 저가로 팔아도 마진이 남으니 가격 경쟁력을 당해낼 수 없다. 여기에 1~2인 가구 증가는 편의점, 저가숍(다이소 등) 같은 근거리 소량 쇼핑 플랫폼만 늘릴 뿐, 대형마트 등 기업형 매장으로 향하는 발걸음 줄이는 요인이다.



해법은 없을까.

전문가들은 오프라인 매장이 살아남으려면 오프라인에서만 제공 가능한 서비스를 강화하거나 온라인과 연계한 O2O 전략을 써볼 것을 주문한다. 일례로 버버리 등 명품 패션 브랜드들은 온라인에서 주문한 제품을 오프라인 매장에서 찾아가는 '클릭 앤드 콜렉트(click & collect)'를 도입했다. 오프라인에서 상품을 살펴보고 온라인에서 구매하는 '쇼루밍(showrooming)'을 역이용한 것. 제품 수령을 위해 오프라인 매장을 방문해야 하는 번거로움은 무료 배송·피팅·수선 서비스로 보상한다. 매장에 진열된 신제품을 둘러보며 추가 구매를 유도하는 효과도 있다. "몇 천원짜리 저관여 상품은 온라인에서 상품을 안 보고 아무렇게나 구매해도 괜찮다. 그러나 패션, 하이테크 등 고관여 상품이나 경험재, 내구재 등은 소비자가 오프라인에서 직접 사용해보고 구입하길 선호한다. 물론 오프라인 매장의 영업 기능이 약화돼 점포 수 감소는 불가피하지만, 통합한 매장은 더 새롭고 럭셔리하게 만드는 '선택과 집중' 전략을 통해 해당 브랜드의 '아이코닉(iconic) 매장'으로 거듭나는 추세다." 여준상 동국대 경영학과 교수의 분석이다. 가토 히로타카 일본 유통경제연구소 전무는 대형 점포 위주에서 무점포로 변화하고 있는 시장 상황에 대해 "유통 시장은 이제 고객을 '모으는' 업체에서 고객에게 '접근하는' 업체로 변화하고 있다"고 분석했다.

체험과 함께 유대·소통도 오프라인 매장의 생존법으로 제시된다. 이는 대기업보다 자영업 매장에 더 요구되는 전략이다. 주윤환 장안대 유통경영과 교수는 "1인 가구 증가로 혼밥·혼술족이 늘어나면 외로움 탓에 유대·소통에 대한 니즈가 생기게 마련이다. 하지만 대중을 상대로 매스마케팅을 하는 대기업이나 온라인 쇼핑물은 이를 충족시켜주기 어렵다. 디테일한 소통은 소규모 자영업 매장에서만 제공 가능한 가치"라며 "가령 커피전문점에서 커피만 팔 것이 아니라, 바리스타와 마주 보고 대

화도 할 수 있는 소통 공간으로 거듭나는 게 바람직하다"고 조언했다. 오프라인 점포가 줄어들며 절감된 비용을 어떻게 사용할 것인가도 과제다. A국책연구원은 금융기관을 예로 들어 "고객에게 값싼 서비스를 제공하든가 아니면 신뢰를 바탕으로 고객에게 고급의 무형 서비스를 제공할 수 있어야 경쟁력을 유지할 수 있다. 금융만 해도 고객은 주로 인터넷 혹은 스마트폰으로 서비스를 이용한다. 따라서 신뢰와 편리성·가격 등이 서비스를 선택하는 잣대가 될 것"으로 예상했다.

해외도 무점포 시대 - 美 그린서밋, 9개 식당이 56평 주방 공유

선진국에선 무점포 영업 사례가 우리보다 더 활성화돼 있다. 온라인 전문 레스토랑 체인 '그린서밋그룹(Green Summit Group)'은 미국판 배민키친이다. 미국 시카고에서 9개 식당이 56평 규모 주방 하나를 공유해서 쓴다. 뉴욕 맨해튼과 브루클린 등에도 7개 매장이 있는데 주방은 3개 뿐이다. 배달앱 '그럽허브'를 통해 온라인으로 주문이 들어오면 각 요리사들이 음식을 만들어 내보낸다. 이런 방식으로 그린서밋그룹은 총 14개 식당을 운영해 하루 2000통 이상 주문을 받고 있다. 올해 예상 매출은 1800만달러(약 205억원)에 달한다. 한국계 미국인 요리사 데이비드 장은 지난해 9월 블룸버그와의 인터뷰에서 "식사의 미래는 확실히 배달로 향하고 있다. 고객이 음식을 먹는 방식이 바뀌고 있기 때문에 레스토랑이 바뀌는 것은 이제 당연한 일이 됐다"고 말했다.

프랑스는 '클릭 앤드 콜렉트'가 매우 활성화돼 있다. 지난해 말 기준 전체 프랑스 쇼핑물의 약 3분의 1이 클릭 앤드 콜렉트를 배송 방법의 한 가지로 제시하는 것으로 조사됐다. 이 중 약 40%의 오프라인 매장에서 상품을 찾으러 방문한 고객이 추가 구매를 했다고 밝혔다. 이 같은 업셀링(Up-selling) 효과에 재미를 본 일부 쇼핑물은 클릭 앤드 콜렉트를 선택한 고객에 한해 정상 가격에서 5~10% 할인해준다. **KFN**

회원사 소식 REPORT 도정은



하파, 슝인슝 브랜드 '바른먹거리' 신제품 쌀과자 출시

하파(대표 추광식)에서 신제품으로 '바른먹거리'를 출시했다. 이번 신제품은 하파가 직접 만든 순수 자사 브랜드이며 좋은 재료로 만든, 이름 그대로 바른 먹거리다. 인공조미료를 전혀 넣지 않고 만들어, 어린 아이도 먹을 수 있는 간식이기 때문에, 부담없는 먹거리로 인기를 끌고 있다. 자색고구마, 양파 등 2가지 맛으로 구성되어 있으며 인공색소가 아닌 음식 재료 특유의 천연색을 물들여 눈으로 먹는 즐거움도 더했다. 무엇보다 시중에서 파는 가공식품의 영양성분보다 염도와 당도가 현저히 낮고 단백질 함량이 비교적 높은 건강식품이기 때문에 다이어터들도 먹을 수 있는 간식이다. 또한 최근 들어 시중에서 쉽게 볼 수 있는 유기농 과자들에 비해 가성비도 좋다. 하파의 슝인슝은 매장 안에 또 작은 매장을 만들어 상품을 판매하는 형태로 매장의 입장에서는 상호 시너지 효과를 통해 판매를 촉진하는 이점이 있고, 소비자 입장에서는 편리하게 쇼핑을 할 수 있다는 장점이 있다. 투자에 비해 안정적으로 새로운 매출구조를 창출하기 때문에 사업주 입장에서는 운영에 고무적인 영향을 받는다. 이에 이번 하파의 '바른먹거리'가 슝인슝에 입점함으로써 매장간 소비자 상호 간 시너지 효과를 내어 상당한 매출로 이어질 것으로 기대된다. (문의: 1800-5672/www.hapa1.com)

김가네, '핫앤쿨 여름 이벤트' 실시

김가네(회장 김용만)가 '제8회 김가네 핫앤쿨 여름 이벤트'를 실시한다. 7월 한 달 동안 진행되는 이번 이벤트는 김가네 핫앤쿨 추천메뉴 4종인 '왕새우튀김우동', '철판치즈김치볶음밥'과 '시원한 얼음소바', '김치말이국수' 등과 함께 한다. 이벤트 참여방법은 7월 1일부터 30일까지 전국 김가네 매장에서 해당 메뉴를 주문하고 받은 경품응모쿠폰의 응모번호를 김가네 홈페이지 혹은 모바일홈페이지 이벤트창에 입력하면 응모가 완료된다. 이후 추첨을 통해 8월 10일 공개되는 당첨자들에게는 에어컨, 공기청정기, 고급 헤어드라이기, 외식상품권 등 푸짐한 경품을 제공한다.

풀잎채, LK투자파트너스에 205억원 투자 받는다



풀잎채(대표 정인기)가 국내 사모펀드(PEF) 운용사 LK투자파트너스로부터 205억원을 투자 받는다. 이번 투자는 한 식취페 사업에 PEF가 투자하는 최초 사례로, LK투자파트너스는 풀잎채의 기존 대주주 측과 공동 경영을 펼칠 예정이다. 투자은행(IB) 업계에 따르면 LK투자파트너스는 풀잎채 전체 지분 50% 중에서 1주 모자라는 주식을 205억원에 사들이기로 했으며, 창업자이자 대주주인 풀잎채 정인기 대표는 '50%+1주'를 보유함으로써 1대 주주로 남아 계속 경영을 맡는다. 매장 수 기준으로 대기업인 CJ푸드빌의 계절밥상에 이은 국내 2위 한 식취페 프랜차이즈업체인 풀잎채는 지난 4월 말 기준으로 매출 450억원에 영업이익 20억원을 올린 바 있다. 앞으로 풀잎채는 현재 풀잎채 매장에서 판매하고 있는 HMR식품(가정식대체식품)에 대해서도 유통 채널을 확대하여 판매를 활성화할 뿐만 아니라 명석말이 둔구이, 산들나물에 국한 돼 있던 풀잎채 HMR제품의 라인업을 한층 다양화할 전망이다. 또한 성장 잠재력이 높은 '도시락'과 '반찬 사업'에도 진출할 계획이다.

[제 8회] 김가네 Summer Event

Hot & Cool

뜨겁거나 맵거나 VS 차갑거나 시원하거나

왕새우튀김우동 얼음소바

철판치즈김치볶음밥 김치말이국수

"김가네 핫앤쿨 메뉴 맛있게 먹고 푸짐한 경품도 받자!"

! 참여기간 ! 2017년 7월 30일(일)까지 **! 발표결과 !** 2017년 8월 10일(목) 김가네 홈페이지 공개

! 참여방법 ! 1) 김가네 이벤트를 통해 4종 '왕새우튀김우동, 얼음소바, 소고기육개장, 풀꽃만' 중 선택한다!
2) 해당 매장에서 <경품 응모 쿠폰>을 지급 받는다!
3) 김가네 홈페이지 '핫앤쿨 이벤트창'에 코드 번호를 입력하면 경품 응모 완료!

! 경품안내 !

- 에어컨 (LC형편)
- 헤어드라이기 (다이슨)
- 공기청정기 (삼성전자 블루스카터)
- 벤스틱 (A.P.C. 내추럴 플러스 실드)
- 김가네 외식상품권 (1만원권)

! 문의전화 ! 02-923-7127(내선344)



토프레소, 더욱 새로워진 가성비 '갑' 텀블러 출시

토프레소(대표 오중환)가 올 여름 더욱 새로워진 토프레소 텀블러 '캔텀블러'와 '그린티 마이보틀'을 출시했다. 올해 트렌드를 반영해 스테인리스로 구성된 세련된 컬러와 캔모양으로 보온과 보냉 기능이 모두 가능

한 '캔텀블러'와 투명한 외관과 깔끔한 컬러로 세련된 느낌을 주며 티를 우려 수 있는 기능이 포함되어 건강에 관심이 높은 사람에게 추천하는 제품인 '그린티 마이보틀'이다. 특히 이번 새로운 텀블러는 가격에 낮추고 기능은 높여 가성비가 좋은 텀블러를 찾는 사람에게는 더할 나위 없이 좋다. 또한 토프레소는 여름을 맞이해 대패 빙수 4종(망고망고, 자몽 자몽, 꼬소꼬소, 콩떡콩떡) 등을 선보였다.



못된고양이, 여름시즌 인기제품 눈길

여름 바캉스 시즌을 맞아 못된고양이(대표 양진호)의 인기 제품들이 눈길을 끌고 있다. 먼저 여름에 잘 어울리는 실버라인 주얼리에 탄생석으로 목걸이와 반지를 구성한 제품이 인기다. 이른 더위 바캉스를 필수품 방수팩과 모기퇴치제도 눈길을 끈다. 방수팩은 휴대폰 내용을 바로 확인할 수 있는 투명 방수 비닐로 특수 제작되어 있으며 총 41종의 다양한 컬러와 디자인으로 구성되어 있다. 모기퇴치제는 해충이 기피하는 식물성 오일이 특수필름에 담겨 향을 발산시키는 제품으로 모자나 가방, 신발 등 다양한 곳에 부착이 가능해 휴대와 사용이 편리하다.



오니기리와의이규동, 제주공항 이어 김해국제공항 입점

오니기리와의이규동(대표 이명훈) 김해국제공항점이 성황리에 오픈했다. 국내뿐만 아니라 미국, 중국, 홍콩 등 활발한 해외진출을 하고 있는 오니기리와의이규동은 국내 주요특수상권으로 발을 넓혀가며 대한민국 대표 프랜차이즈로 입지를 굳히고 있다. 오니기리와의이규동의 이번 김해공항 입점은 제주공항에 이어 두 번째 공항 매장으로 체계적인 매장 관리와 우수한 물류 시스템이 좋은 평가를 받아 까다로운 공항 입점을 가능케 했다. 가맹본사는 월 3억 1천만원의 매출을 올리고 있는 제주공항점처럼 김해공항점도 특색 있는 메뉴와 좋은 서비스로 여행객들의 발길을 끌 것으로 예상하고 있다.

더진국, 쿨 썸머 이벤트 진행

더진국(대표 손석우)이 고객들의 시원한 여름을 위하여 6월 26일(월)부터 7월 8일(토)까지 '쿨 썸머 이벤트'를 진행

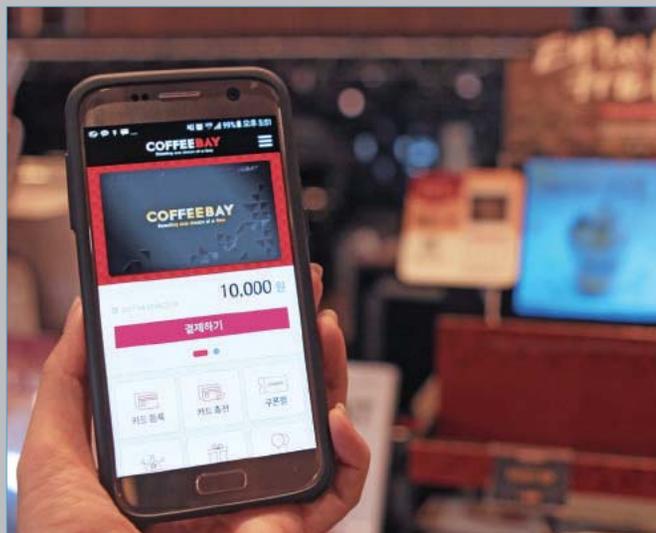
한다. 더진국 매장에 방문해 맛있게 식사만 하면 행운의 주인공이 될 수 있는 기회가 주어진다. 이벤트 참여방법은 더진국 매장에서 한 테이블 기준 2만원 이상 식사를 하면 제공되는 즉석에서 당첨 여부 확인이 가능한 스크래치 쿠폰을 긁으면 된다. 바로 당첨 여부를 확인해 당첨자에게는 신라호텔 1박 패키지, 방수카메라, 캐리비안베이 이용권, 그늘막, 휴대용 선풍기, 직화구이 냉면, 베스킨라빈스 아이스크림 등 다양한 경품을 제공한다.

회원사 소식 REPORT 도정은



가마로강정, 신메뉴 '칠리새우·마늘간장' 출시

가마로강정(대표 정태환)이 신메뉴 2종 '칠리새우순살치킨'과 '마늘간장순살치킨'을 출시했다. 가까워지는 여름, 시원한 맥주와의 궁합뿐만 아니라 남녀노소 부담없이 즐길 수 있는 메뉴다. 칠리새우순살치킨은 탱글탱글한 새우와 순살을 바삭하게 튀겨낸 후 새콤달콤한 스위트 칠리소스를 더해 동남아풍 맛을 살렸고, 마늘간장순살치킨은 마늘이 첨가된 깊고 풍부한 양조간장 소스를 사용해 짭짤함과 알싸한 맛이 조화를 이룬다. 이번 신제품은 가마로강정 일부 직영점에서 시범 운영만으로도 10% 판매율을 달성해 앞으로 가맹점에서도 새로운 인기 메뉴로 등극할 것으로 기대한다.



디딤, 한화ACPC스팩과 합병해 코스닥 상장

디딤(대표 이범택)이 한화ACPC기업인수목적주(SPAC; 스팩)와 합병을 통해 코스닥 시장에 상장한다. 이번 디딤의 코스닥 상장은 미스터피자의 MP그룹과 맘스터치의 해마로푸드서비스에 이어 프랜차이즈 외식업체의 세 번째 상장이다. 디딤은 신마포갈매기와 미술관 등 프랜차이즈 가맹사업뿐만 아니라 백제원, 도쿄하나, 풀사이드228, 한라담, 오백년장어 등 직영음식점을 성장시키고 식자재 유통 사업도 하고 있다. 미국, 홍콩, 대만, 싱가포르 등 해외 7개국에 'Magal BBQ'라는 브랜드로 16개의 해외매장을 운영하고 있으며 올해는 베트남 매장 입점이 확정됐고 유럽지역에도 첫 매장이 개설될 것으로 기대하고 있다. 양사의 합병 계약일은 4월 13일, 합병기일은 8월 21일이며 합병 신주 상장 예정일은 8월 31일이다.



커피베이, 선불카드 기능 탑재한 '멤버스앱' 출시

커피베이(대표 백진성)가 고객들의 편의를 높이기 위해 선불카드 기능을 탑재한 멤버스앱을 출시해 화제다. 지난 4월 13일 런칭한 커피베이 멤버스는 중저가 커피브랜드에서는 찾아보기 힘든 선불카드 기능과 더불어 등급별 혜택, 스탬프 쿠폰 기능 등을 제공한다. 특히, 커피베이 음료를 앱으로 결제하면 '베이'가 적립되어 등급별로 혜택이 주어지는 시스템은 단골 고객을 확보하고 가맹점 매출을 올리는 데 큰 역할을 할 것으로 기대한다. 또한 기존에 지류쿠폰으로 운영하던 스탬프 쿠폰을 앱으로 옮겨 분실하는 경우도 줄었다. 앞으로 커피베이는 커피베이만의 멤버스앱을 통해 커피베이를 이용하는 고객들뿐만 아니라 전국 가맹점들에게 다양한 혜택과 서비스를 제공해 나갈 예정이다.



커피하루셋, 인천 계양구청점 오픈

바빈스커피로 잘 알려진 퍼스트에이엔티(대표 백호근)의 세컨드 브랜드 수제 비스킷슈 전문 카페인 '커피하루셋'이 서울 이대점에 이어 인천 계양구청점을 오픈했다. 커피하루셋은 국내 최초로 브런치카페 컨셉을 도입해 카페 업계에 브런치카페 붐을 주도해온 '바빈스커피'의 성공 노하우를 접목한 신개념 디저트 카페다. 특히, 커피하루셋의 독보적으로 레어 아이템인 '비스킷슈'는 신촌의 명물인 줄서서 먹는 '만나역크림빵'을 업그레이드 한 버전으로 여성 고객들의 취향을 저격해 SNS에서 입소문을 타고 화제를 모으고 있다. 커피하루셋은 앞으로도 커피하루셋에서만 맛볼 수 있는 독창적인 메뉴개발에 힘쓸 계획이다.

돈까스클럽, 여름맞이 '핫 썸머 페스티벌' 진행

돈까스클럽(대표 이규석)이 무더운 여름을 맞아 '핫 썸머 페스티벌'을 진행한다. 이번 이벤트는 8월 31일까지 '디아볼라 피자'와 '게살크림 스파게티'를 세트 구성하여 기존 2만4400원에서 2만1900원으로 할인된 가격으로 한정 판매한다. 이번 세트메뉴는 '디아볼라 피자'의 매콤함과 '게살크림 스파게티'의 고소함이 잘 어우러지는 것이 특징이다. 돈까스클럽은 브랜드의 강점인 화덕피자의 적극적인 홍보를 위해 앞으로도 피자 세트 할인 행사를 꾸준히 진행할 예정이다.



구이가 · 포차어게인, 현대판 암행어사 '미스터리쇼퍼' 모집 운영

가업FC(대표 배승찬)의 정통삼겹살 전문점 '구이가'와 비내리는 실내포차 '포차어게인'에서 각각 '현대판 암행어사 '미스터리쇼퍼'를 모집해 운영한다. 미스터리쇼퍼는 매장의 전반적인 부분을 진단하고 미흡한 부분을 개선해 고객 만족을 실현하고자 실시한 운영 시스템이다. 미스터리쇼퍼에 선정되면 매장을 방문해 메뉴 구성과 맛, 서비스, 청결도 등 매장 전반적인 부분을 평가하게 된다. 이 때 평가 체크리스트와 영수증을 제출하면 활동비 3만원을 지급받을 수 있다. 앞으로도 가업FC는 미스터리쇼퍼와 같은 지속적인 운영 시스템으로 매장 관리와 고객 만족에 최선을 다할 계획이다.



회원사 소식 REPORT 도정은

하남돼지집, 기업의 사회적 책임 다할 것

지난해부터 지역 사회 발전과 브랜드 시작을 함께 한 하남시에 대한 사회적 책임을 다하기 위해 매달 최대 50kg의 돼지고기를 하남시 저소득층 가정에 기부하는 활동을 진행 중에 있는 하남돼지집(대표 장보환)이 올해도 어김없이 소외된 가정을 위한 기부활동과 양질의 일자리



늘리기에 적극 나섰다. 하남돼지집은 동종 업계에 비해 월등히 높은 수준인 정규직 비율을 76%에서 85%로 더 늘리고 학력, 경력 제한없는 공개 채용을 진행해 외식업을 희망하는 청년들에게 진로의 길도 열어주고 있다. 또한 창업자들을 위해 상생의 가치를 실현할 수 있는 매장 지원 서비스 도입과 창업을 꿈꾸는 청년들을 위한 창업의 무대인 새로운 형식의 매장을 준비 중에 있다.



조스푸드, 내린천 휴게소 입점

조스푸드(대표 나상균)의 '조스떡볶이'와 '바르다김선생'이 지난 6월 30일 개통한 동서고속도로 내린천 휴게소에 입점했다. 조스푸드의 이번 내린천 휴게소 입점은 지난 6월 업무협약을 맺은 대명레저산업과의 첫 번째 사업으로 앞으로 휴게소 내 식당가에서도 조스푸드 브랜드를 만나 볼 수 있다. 조스푸드가 입점한 내린천 휴게소는 동서고속도로 개통과 함께 주목 받고 있는 곳으로 상공형 휴게소라는 독창적인 설계와 디자인이 특징이다. 상하행선을 이용하는 운전자들이 함께 이용할 수 있고 어느 휴게소보다 많은 이동객들이 이용할 것으로 예상되어 간편한 먹거리를 찾는 고객들에게 호응이 높을 것으로 기대하고 있다.



피자알볼로, 중국 상해 1호점 오픈

피자알볼로(대표 이재욱)가 지난 6월 20일 중국 상해 1호점 오픈을 시작으로 중국에 한국 토종 피자맛 알리기에 나섰다. 이번 피자알볼로의 중국 진출은 파트너사인 중국 유명 외식업체 란유그룹의 제안으로 이루어진 것으로, 란유그룹 손린 회장이 2년 전 제주도에서 우연히 맛본 피자알볼로의 피자 맛에 반해 피자알볼로에 중국 진출을 먼저 제안한 것으로 알려졌다. 이에 지난해 4월 란유그룹의 상해미금요식업 유한회사와 손잡고 마스터 프랜차이즈 형태로 중국에 진출했다. 이번 피자알볼로의 중국 첫 매장은 45평 규모로 상해 주요 상권 중 하나인 푸퉁구 중산북로에 위치해 있다. 매장 정식 오픈 후에는 피크타임에 훌에 빈자리를 찾아보기 힘들 정도여서 앞으로도 현지의 관심이 뜨거울 것으로 기대된다.



바비박스, 초복 맞아 '영양장어 쏜다!'

캐주얼한식 토핑밥&수제도시락 바비박스(대표 박은석)에서 초복맞이 이벤트를 진행한다. SNS댓글을 통해 센스있고 기발한 문구를 달면 추첨을 통해 여름철 최고의 보양식 중 하나인 영양장어 한상채움 도시락을 증정한다. 소고기 보다 200배가 넘는 비타민A를 함유한 장어는 피로회복에 탁월하며 야맹증 개선 등 눈 건강에 도움을 준다. 또한 에너지 생성을 도와 기력이 떨어지는 사람에게 좋고, 피부미용과 노화 예방 및 정력 증진 등에 좋아 스테미너의 왕이라도 불린다. 이벤트 성원에 힘입어 바비박스는 매월 2회 창업설명회를 개최하고 있다. 창업설명회 참석자에 한해 바비박스 창업시 특별한 혜택이 제공되며, 창업설명회는 전화 또는 공식 홈페이지(www.bobbybox.co.kr)를 통해 신청할 수 있다.



청담동말자싸롱, 점주들과 지속적인 소통으로 상생과 동반성장 도모

최근 일부 프랜차이즈의 갑질 논란으로 이슈가 되고 있는 가운데 청담동말자싸롱(대표 최성수)이 점주들과의 소통을 통해 상생과 동반성장을 도모해 눈길을 끌고 있다. 본사와 가맹점이 상생하기 위해서는 본사가 가맹점과 지속적인 소통을 통해 애로사항을 적극 해결하고 함께 노력하는 모습을 보여주는 것이 가장 큰 핵심이다. 이에 청담동말자싸롱은 가맹점주들과 유대 관계를 돈독하게 하기 위해 매 달 회보를 제작해 본사 및 점주 소식과 업계 동향, 매장 운영에 필요한 정보 등을 공유하고 있다. 또한 당직 제도를 통해 24시간 점주들과 소통하며 문제 발생 시 언제든지 본사와 연결해 문제 해결에 힘쓰고, 일주일에 3회 이상 지역별 담당자들이 매장을 방문, 점주들과 직접 대면하며 현장의 소리를 듣는 시간을 갖고 있다.

한촌설령탕, 삼계설령탕으로 49일간의 보양일주 이벤트 진행

한촌설령탕(대표 정보연)이 '49일간의 보양일주' 고객 감사 이벤트를 실시한다. 이번 이벤트는 여름 극복 보양 메뉴 '삼계설령탕'과 '도가니탕'을 3000원 할인된 금액으로 판매하고, 다이슨 무선청소기 등 다양한 경품을 선물로 제공한다. '삼계설령탕'은 35년 역사를 자랑하는 한촌설령탕의 설령탕 육수를 삼계탕에 적절하게 적용해 기존의 삼계탕 전문점의 육수보다도 더 깊고 진한 맛을 느낄 수 있는 것이 가장 큰 특징이며, 여름 한정메뉴로 한촌설령탕 전국 매장에서 7월 3일부터 8월 20일까지 행사기간 동안만 판매된다. 이번 이벤트에서 보양 메뉴 2종(삼계설령탕, 도가니탕)을 가장 많이 먹은 고객을 선정하여 다이슨 무선청소기 V8(1명), 다이슨 냉온풍기 AM09(2명), 돌체구스토 캡슐커피머신 미니미(30명), 스타벅스 카페아메리카노 교환권(100명) 등을 경품으로 선물한다.



리맥스코리아, 산업통상자원부 장관상 수상

리맥스코리아(대표 신희성)가 지난 6월 30일 소공동 롯데호텔에서 개최된 '2017 대한민국 창업대상'에서 '산업통상자원부장관상'을 수상했다. 산업통상자원부, 중소기업청, 대한상공회의소 등이 후원하고 서울경제가 주최하는 이번 대한민국 창업대상은 국내 산업계 전반에서 혁신과 열정, 차별화된 아이디어로 시장을 선도하고 일자리 창출에 이바지한 기업에게 수여되는 상이다. 리맥스코리아는 이번 수상을 계기로 더욱 전문적이고 책임 있는 부동산 서비스를 제공할 수 있도록 모든 리맥스가 매점주와 에이전트들이 더욱 성실하게 배우고 정진할 것이라고 밝혔다.



쉐이크쉍, 국내 론칭 1주년 기념 한정판 버거 출시

쉐이크쉍(회장 허영인)이 오는 7월 국내 론칭 1주년을 기념해 한정판 버거를 출시한다. 이번에 선보이는 한정판 버거는 Shake Shack Inc.의 컬리너리 디렉터인 마크 로사티(Mark Rosati)가 개발한 '서프앤셍(Surf 'N' Shack) 버거(만4,900원)와 미술랜스타 레스토랑인 '밍글스'의 강민구 오너셰프와 협업을 통해 개발한 '더 밍글스 버거(만2,900원)' 등 두 가지다. 7월 7일 청담점을 시작으로 분당점(15일), 강남점(22일)에서 순차적으로 '서프앤셍 버거' 총 700여 개를 선보일 계획이다. '더 밍글스 버거'는 7월 8일 단 하루만 청담점에서 400개를 판매할 예정이다. 수제 맥주 브루어리 브랜드 '더 핸드앤몰트(The hand& malt)'와 협업한 1주년 기념 한정판 크래프트 비어(Craft Beer)도 선보인다. 7월 한달 간 쉐이크쉍 전 매장에서 '자몽 슬로우 IPA(India Pale Ale)'를 출시해 제품 소진 시까지 판매할 계획이다. **KFN**



커피 하루셋 이대점

커피전문 15년 노하우가 담겼다

(주)퍼스트에이엔티 커피 하루셋

퍼스트에이엔티(대표이사 백호근)는 16년된 전문 프랜차이즈 기업으로, 존앤존PC방, 수리야, 한우동, 바빈스커피 등 다양한 브랜드를 성공시킨 전력을 가지고 있으며, 바빈스커피의 성공 노하우를 바탕으로 '커피 하루셋' 브랜드를 런칭했다. 특히 NICE평가정보(주)에서 '프랜차이즈 운영을 위한 메뉴, 디자인 개발' 분야 기술평가 우수기업 인증을 받는 등 대한민국 대표 프랜차이즈로 자리매김했다.

자료 (주)퍼스트에이엔티 제공

천편일률적인
디저트카페 시장에
새로운 성공모델 제시

커피시장, 포화인가 성장인가?

우리나라 커피시장은 매년 급격히 성장하여 지난해 20세 이상 성인 1인당 커피 소비량은 약 413잔으로 나타났다. 커피시장 규모는 2014년 대비 약 30% 증가한 6조 441억원이며 이중 커피전문점은 62.5%인 약 4조원에 이른다.

그렇다면 커피시장은 포화상태로 봐야할까?

커피전문점을 찾는 이유는 커피 맛이 좋아서(47%), 친구나 동료가 마시기 때문에(18%), 회의나 미팅장소로 활용(17%) 등 다양하며 식사 후나 출근 후에 습관적으로 마신다고 답했다. 특히 2030 여성의 80% 이상은 커피전문점을 즐겨찾는다고 했는데, 연령대와 비율은 점차 확대될 것으로 예상된다.

참고로 1인당 커피소비량이 가장 많은 국가는 룩셈부르크(한국 대비 약 14배), 핀란드(약 6배) 순이며, 우리나라와 비슷한 수준으로 인식되었던 독일(약 4배), 이탈리아(약 3배), 미국(약 2배), 일본(약 1.5배)도 커피를 즐겨마시는 것으로 나타났다. 우리나라 커피시장의 성장가능성을 가늠해 볼 수 있는 중요한 지표이다.

프랜차이즈와 개인창업

개인창업은 가맹비와 로열티 등의 비용이 발생하지 않는다. 또한 사업자의 취향이나 여건에 따라 인테리어, 메뉴구성, 수익전략 등에서 개인화가 가능하다. 그렇기에 모든 준비가 되어 있는 사업자는 개인창업을 하는 것이 가능하다. 그러나 개인화라는 것은 호불호가 생길 수 있고, 지속적인 메뉴개발도 어려울 뿐 아니라, 신메뉴에 대한 반응을 테스트할 수 없기에 위험이 따른다. 반면에 프랜차이즈는 초기 상권분석과 사전조사, 인테리어를 시작으로 메뉴구성, 직원교육, 재무 및 회계, 마케팅, 고객응대 등 운영 전반에 걸친 성공 노하우와 체계적인 시스템을 지원하기에 훨씬 유리하다. 신메뉴 도입 시에도 직영점을 통해 테스트를 거치기에 안정적이다. 이는 프랜차이즈가 개인창업 대비 폐업률이 50% 이상 낮은 것을 봐도 알 수 있다.

프랜차이즈 선택 기준은?

본사의 업력과 브랜드의 차별성으로 요약된다. 국내에는 10년 이상 가맹사업을 한 곳이 많지 않다. 신생 기업은 유명 연예인 섭외 등으로 반짝 인기를 얻을 수는 있지만 지속적인 관리부족으로 슬그머니 사라지는 경우도 있다.

그렇기에 (주)퍼스트에이전시처럼 오랫동안 가맹사업을 하며 축적된 제품 개발 능력, 관리시스템, 마케팅뿐 아니라 가맹점주와의 상생과 성공노하우를 보유한 본사를 선택해야 한다.

또 한가지는 브랜드의 차별성이다. 최근 디저트카페는 점점 획일화되고 있다. 특별한 차별점이 없는 고객을 확보하기 어렵다. 그리고 너무 많은 메뉴를 판매하다보니 인건비 증대, 재고 손실 등으로 막상 점주의 사정이 좋지 않은 경우가 있다. 프랜차이즈를 선택할 시에는 매출액과 더불어 실제 수익이 얼마나 발생하는지도 꼼꼼히 따져야 한다.



16년 이상 프랜차이즈를 운영하여
성공 노하우와 체계적인 관리시스템을
갖추고 있는 본사...
이에 더해 타 브랜드와는
차별화된 컨셉의 브랜드가
성공창업의 열쇠

최근 런칭한 커피 하루셋은 어떤 브랜드인가?

커피 하루셋은 아침에 프리미엄 커피로 하루를 활기차게 시작하고, 점심엔 신선한 젤라또로 피로를 풀어주고, 저녁엔 달달한 비스킷슈로 하루를 달콤하게 마무리하라는 의미로, 하루에 3번 오고 싶은 카페라는 뜻이다. 디저트는 모두 커피와 함께하면 더욱 좋은 메뉴로 구성되어 있으며, 하루 세번 생각날 만큼 뛰어난 맛과 품질을 자신한다.

커피 하루셋은 어떤 차별점이 있나?

커피 하루셋의 가장 큰 특징은 선택과 집중을 통해 효율성을 극대화한 것이다. 선택과 집중이란 철저한 분석을 통해 핵심 메뉴를 구성하고, 쉼리티는 높이되 불필요한 요소는 과감히 버리는 것으로, 똑똑한 소비자들을 사로잡기 위한 최적의 방법이다.

주력 메뉴는 스페셜티 블렌딩 커피, 수제 비스킷슈, 캡슐형 젤라또이다. 커피는 100% 아라비카 원두를 중배전 로스팅하고 투샷 베이스로 제공하여 깊고 풍부한 맛을 느낄 수 있다. 모든 커피를 24oz 슈퍼킹 사이즈로 제공하는 것도 특징이다.

NEW FRANCHISE - 커피 하루셋

비스켓슈는 커피전문점의 주요 타겟인 2030 여성을 대상으로 한 커피 하루셋만의 독보적인 메뉴이다. 케익이나 기타 베이커리 대비 간편하고 깔끔하게 먹을 수 있으며 커피와 매우 잘 어울리는 장점이 있다. 특히 줄서서 먹는 것으로 유명한 신촌명물 만나역 크림빵을 업그레이드하였으며, 천연과일을 사용하고 100% 핸드메이드 제품을 완제품으로 제공하는 것이 특징이다.

젤라또는 110년 정통 이탈리아 몬테비앙코의 현지 재료를 캡슐형으로 개발한 것으로, 콜레스테롤 0%, 유화제 0%, 트랜스지방 0g의 건강한 디저트이다. 쇼케이스가 불필요하고 원터치 방식으로 5~8초면 젤라또가 완성되기에 점주에게는 장소 및 시간의 효율을, 고객에게는 위생적인 제품을 제공할 수 있는 장점이 있다.

최근 카페는 인건비 절감이 중요한 쟁점으로 떠오르고 있다. 위에서 언급된 바와 같이 비스켓슈의 완제품 배송, 젤라또의 원터치 제공 등 최소 인력으로 운영할 수 있다는 것 또한 커피 하루셋의 특징이라 할 수 있다.

커피 하루셋 창업혜택은?

커피 하루셋은 다양한 창업혜택을 제공하고 있다. 먼저 여성 타겟을 고려한 여자여자한 인테리어를 노마진으로 시공한다. 이는 본사 직영 디자인연구소를 운영하기에 가능한 장점이다. 또한 국내 최대의 신용평가 기관 중 하나인 NICE평가정보에서 '프랜차이즈 운영을 위한 메뉴, 디자인 개발' 분야 기술평가 우수기업 인증을 받은 것을 기념하여 가맹비와 교육비 총 1천만원을 한시적으로 면제해주고 있다.

이에 더해 각 지역 별 1호점에게는 다양한 혜택이 준비되어 있어 카페 창업을 고려하는 예비창업자들의 높은 관심을 받고 있다. **KFM**



신개념!

지금까지 만나본
커피전문점은 잊어라!

비스킷슈카페

HARUSET BISCUIT CHOUX



천연과일로 만든
100% 핸드메이드
비스킷슈



HARUSET GELATO



이탈리아 최고의
몬테비양코 재료로
만든 캡슐형 젤라또



HARUSET 커피 하루셋

☎가맹문의 1588-0679

톨스토이의 아내와 춘원 이광수의 아내 Part 2

- 작품 활동에 대한 내조와 갈등, 유사점 많아

WRITE 이정식 (서울문화사 대표)



좌측부터
허영숙(아내),정화(차녀),정란(장녀),영근(아들) 이광수

부인(허영숙)에게 놀려 지낸 이광수

『유정』속 주인공 최석의 가출과 사망은 톨스토이 최후의 가출과 사망을 생각나게 하는 면이 있지만, 최석의 부인과의 갈등은 춘원과 부인 허영숙의 관계에서도 모티브를 찾을 수 있지 않나 하는 분석도 있다.

이광수는 두 번째 아내인 우리나라 최초의 여성 개업의인 허영숙과 우여곡절 끝에 결혼했으나 이후 줄곧 아내에게 놀려 살았던 것 같다. 『유정』속에서 아내의 감정 변화를 분석하는 조용한 성격의 최석의 모습은 바로 이광수의 모습이 아닐까 한다. 마찬가지로 최석 부인에게서 보이는 성격적 일면 역시 허영숙의 어떤 모습일지도 모른다. 그러므로 『유정』에서 최석이 시베리아로 가출하는 상황 설정은 가정에서 부인에게 늘 놀려 지냈던 이광수의 정신적 도피 심리를 나타낸 것으로 분석되기도 한다.

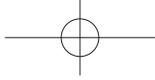
그러한 분석은 근거가 적지 않다. 이광수가 1930년 <별건곤(別乾坤)>이란 잡지 10월호에 짤막하게 쓴 '부인 허영숙씨에 대하여'란 글도 그중 하나다. "(허영숙은) 무엇이든지 자기가 나보다 잘났다고 생각하고 있습니다. 그래서 내가 하는 일이라든지 신변에 관해서 간섭을 아니하는 일이 없습니다. 그것을 어떻게 보면, 늙은 어머니가 어린 아들에게 하듯 하는 것 같습니다. 내가 하는 일은 모두가 미덥지가 못하고 마음이 놓이지 아니하는 모양이지요. 그래서 그러한 일로 전에는 싸움도 많이 했지만 인제는 싸움을 할 용기도 나지 아니하고 해서 그저 복종을 할 따름입니다. 내 신변에 관해서는 심지어 구두, 양말까지도 전부 참견을 합니다. 그러, 허허 ………"

허영숙의 후회

이광수는 6.25 직후 납북됐다. 와병 중 전쟁이 터지는 바람에 피난도 가지 못했다. 전쟁이 터지고 3일만에 인민군이 서울로 들어닥쳤다.

이광수는 전쟁 난 다음 달인 1950년 7월 12일 여름 셔츠만 입은 채로 인민군에게 끌려 북으로 갔다. 그후론 생사를 알 길이 없었다. 이광수는 납북 석달 후인 1950년 10월 사망했으나 가족들이 그의 사망을 확인한 것은 수십년 후의 일이다. 6.25 전쟁이 끝나고 허영숙은 남편의 소설과 글들을 모아 전집을 출간할 생각으로 1956년 이광수의 '광'과 허영숙의 '영'을 합친 이름의 광영사라는 출판사를 효자동의 자택 겸 병원이었던 허영숙 산원에 세웠다. 그러나 흩어져있는 글들을 모아 전집을 만든다는 것이 생각처럼 쉽지 않았다. 광영사 이름으로 <춘원선집> 24권을 내긴 했지만 미진하여, 결국은 몇 년 후 조직이 갖춰져 있는 삼중당의 도움을 받아서 제대로 된 <이광수 전집> 20권을 출간하기에 이른다. 삼중당에서의 전집 출간은 1960년대에 수년에 걸쳐 진행됐다. 이에 앞서 허영숙은 1955년 문선사(文宣社)란 출판사에서 『사랑하는 영숙(英肅)에게』란 제목으로 젊은 시절 이광수가 허영숙에게 보낸 편지를 모아 책을 낼 때 출판사의 요청으로 납북된 남편 이광수를 그리는 '남편 춘원을 생각하고'란 제목의 애절한 글을 여기에 실었다. 이 글은 10포인트 글자로 A4용지 12매에 이르는 짧지 않은 분량이다. 글에는 허영숙이 결혼생활 동안 남편에게 심한게 한 것을 자책하고 후회하는 내용이 많은 부분을 차지하고 있으며 일반이 잘 모르던 춘원의 모습도 들어 있다. 일부를 인용한다. **KFN**

톨스토이와 춘원



이광수가족 (출처: 이광수, 李光洙全集 별권(화보, 평전, 연보) 삼중당, 1961)

『사랑하는 영숙(英肅)에게』, 문선사(文宣社), 1955



‘남편 춘원을 생각하고’

- 허영숙

나는 당신과 삼십여 년을 살았고 그 반 이상을 병구완만 하고 지냈 습니다마는 나는 당신에게 좋은 아내는 아니었습니다. 당신의 인 격의 가치를 깊이 깨닫고 높이 받들고 묵묵히 복종하는 아내는 아 니었습니다. 내가 당신보다 잘난 것처럼 잘난 체를 하고 내 말이 옳 고 당신 말은 옳지 않다고 주장하는 아내였습니다. 당신을 떠나 육 년 동안 깊이 반성해 본 후에 당신의 가치를 이제야 겨우 알았사오 며 내가 교만하고 잘난 체한 것이 이렇게 뼈아프게 후회되나이다. 이제 당신을 다시 만나기만 한다면 다시 그런 죄를 범하지 아니하 겠다고 맹세합니다. 이제 당신을 다시 만나기만 한다면 내 무덤에 ‘이광수의 착한 아내’ 라고 쓰기에 넉넉하리만치 섭기오리다. 그러 나 당신을 어디 가 만나오리까. 만날 길이 없나이다. 세상에 잃어 버린 남편을 생각하지 아니하는 여인이 어디 있었습니까마는 나는 당신을 생각하는 것이 남편에 대한 사모의 정보다 내 죄를 사과하 고자 하는 정이 더 간절합니다. 그러나 당신을 어디 가 만나오리까.

나는 당신이 아직 살아 계신다는 것을 믿지 못하겠습니다. 점점 날 이 갈수록 믿지 못하겠습니다. 그렇게 병이 많은 당신, 혈압이 높 고, 신장이 하나밖에 없고, 늑골이 두 마디가 끊어지고 척추가 세 마디가 썩고, 폐가 삼분지 이밖에 황량이 없는 당신이 어떻게 지금 쫓 사셨기를 바라오리까.

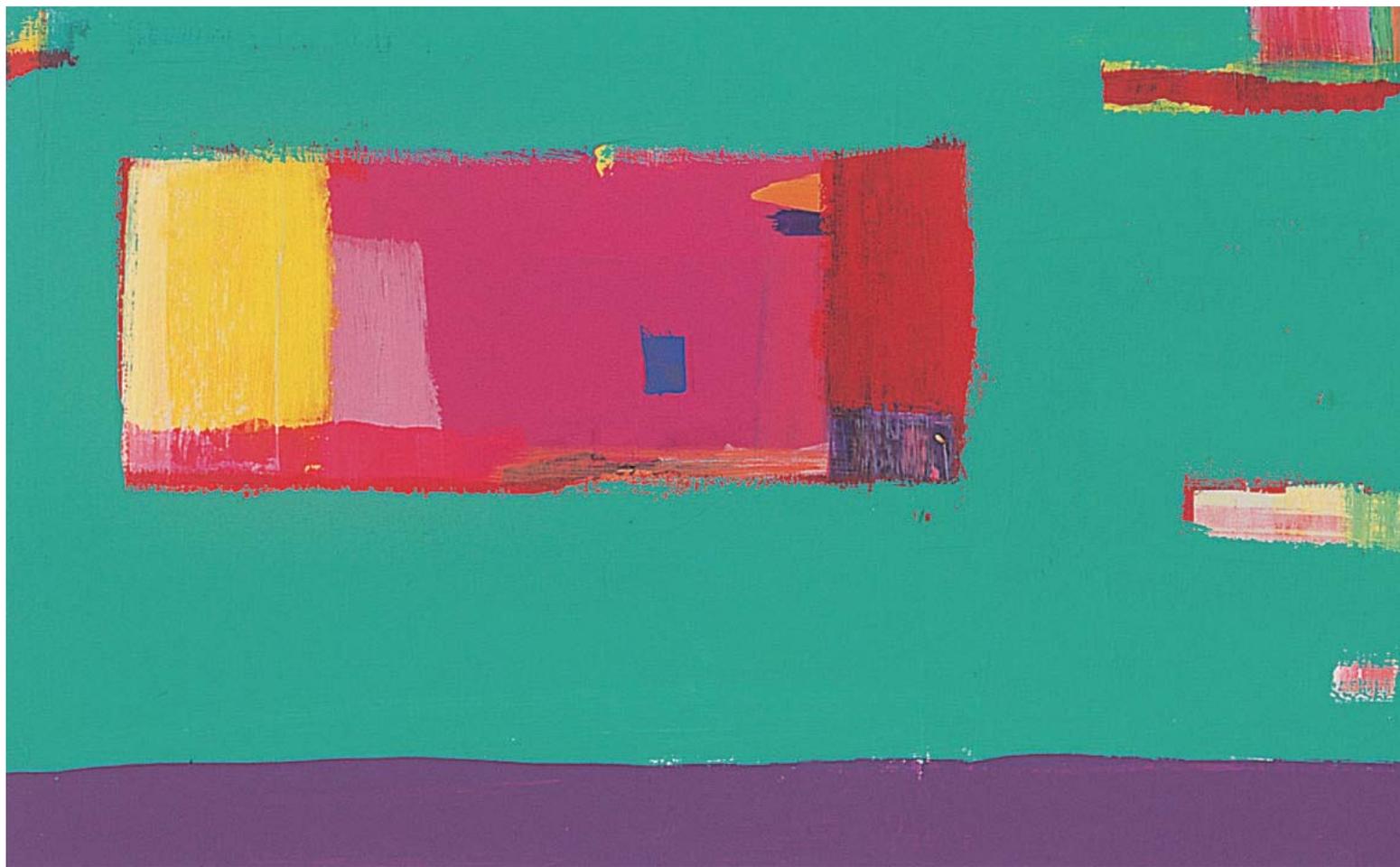
내가 밤낮 내 손으로 좋은 음식을 만들고 따뜻한 아랫목에 앞등그 리처럼 위하여더라도 당신의 신체로 육십사라는 고령을 넘기기가 어려울 터인데, 그 공산당의 무서운 학대와 위협 아래 어떻게 지금 까지 사셨기를 바랄 수가 있사오리까.

바로 혼인하던 날 저녁에 당신은 병석에 누워 거의 팔 년 동안 일 어나지 못하였습니다. 그 사이의 쓴 글은 모두 누워서 쓰셨거나 내 가 대필한 것입니다. 나는 혼인하고도 여덟 해 동안 아기를 낳지 못 하였습니다. 나는 이렇게 오랫동안 당신의 병구완으로 좋은 시절 을 다 보냈지마는 나는 당신의 좋은 아내는 아니었습니다. 내가 당 신보다 잘나고 당신은 내 덕에 사시는 것처럼 나는 당신을 휘둘렀 습니다. 당신은 얼마나 괴로운 부부생활을 하셨습니까. 나는 당신 하고 같이 사는 동안 당신의 가치를 알아보지 못했습니다. 혹은 물 질적으로 평가하고 혹은 육체적으로 평가하여 당신을 괴롭혔습니 다. 그 중에서 가장 큰 사건이 우리의 이혼사건입니다.



필자 프로필

CBS 사장
뉴스1 사장, 부회장
청주대 신문방송학과 객원교수
사단법인 월드하모니 이사장
예술의 전당 비상임이사(현)
충무아트센터 비상임 이사(현)
안중근 의사 홍보대사(현)
(주)서울문화사 사장(현)

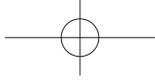


Untitled 130 x 40cm Acrylic on canvas. 2010

비가 오고 난 다음 숲에서 부는 바람은 박하 향이 난다.
숲은 그대로인 듯하나 순간순간 달라지는 스펙트럼...
연약한 연꽃빛 이파리가 초록으로 변화되는 황홀한 경험
숲에서 바람 냄새가 난다.

After rain, the wind blowing from the forest smells minty.
The forest seems to be the same,
but the spectrum that changes every moment...
Enchanted experience where fragile leaves turn into green
Smell of the wind comes from the forest.

서정자



서정자

SEO JEONG JA

경남 통영 출생
홍익대학교 미술대학원 수료
한국미협회원, 서울미술협회회원
씨울회회원, ICA회원, 흥미회원
a34093816@hotmail.com

서정자 작가는 지금까지 10회의 개인전을 개최했으며 현재 올 가을 하이드라바드(인도)에서 11번째 개인전 준비를 하고 있다. 100회 이상의 그룹전에 참여했으며 대한민국미술대전 특선 2회, 입선 2회 등의 수상 경력이 있다. 이문열 『우리들의 일그러진 영웅』 외 장단 편집 6권, 정영희 『아프로디테의 숲』, 시몬느 보바르 『편안한 죽음』(아침나라 출판)과 김운기, 『그대에게』(청하출판)의 표지에서도 작가의 작품을 만날 수 있다. 홍익대학교 미술교육원, 연세대학교 사회교육원, 전경련 IMI 국제경영원, 교보생명 강남본부, 전경련 하계포럼 등에서 특강을 진행 했으며, The Legal Aid Society Law Center, Behavior Analysis Np Ka Oi, Inc(미국), 법원 공무원 연수원, 옛뿌리민속박물관, 자유컨트리클럽, ㈜아이스테크, 코인, 스페인대사관, 동부 센트레빌, 인도대사공관 등에 작품이 소장되어 있다. 현재 한국미협, 서울미협, 씨울회, ICA, 흥미회 회원이다.

개인전

- 2016**
제 10회 개인전(ABLE FINE ART Gallery, 뉴욕)
- 2015**
제 9회 개인전(미술세계갤러리, 서울)
- 2012**
제 8회 개인전(노암갤러리, 서울)
- 2010**
제 7회 개인전(Soola Art Center, Beijing China)
- 2010**
제 6회 개인전(관훈갤러리, 서울)
- 2006**
제 5회 개인전(키미갤러리, 서울)
- 2004**
제 4회 개인전(BoA Art Gallery, Canada Vancouver)
- 2002**
제 3회 개인전(관훈갤러리, 서울)
- 2001**
제 2회 개인전(관훈갤러리, 서울)
- 1999**
제 1회 개인전(인사갤러리, 서울)



장사 잘 되는 풍수 인테리어

풍수(風水)에서는 양택(陽宅)삼대간법이란 것이 있다. 복을 받는 좋은 집터 땅에 대한 3가지 절대 조건을 이야기하는 것인데 첫째 배산임수(背山臨水), 산을 등지고 물이 앞에 있어야 한다. 둘째 전저후고(前低後高), 집이나 가게의 앞은 낮고 뒷면은 높다. 셋째 전착후관(前窄後寬), 출입하는 입구는 좁으나 집안으로 들어오면서부터는 점점 넓어지면서 안정감을 주는 집의 형태 뒤에 산에 있고 앞에 물이 있는 지형은 매우 안정적이고 이상적인 양택의 대표적인 지형이라 할 수 있다. 특히 풍수의 핵심사상이 바람을 막고 물을 얻는다. 다시 말해 장풍득수 원리가 적용되는 지형의 대표적인 형태가 바로 배산임수의 형국을 말한다.



PROFILE

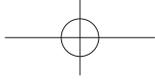
WRITE 김동환

'운명(運命)'의 등불을 밝히다 - 명(命) 철학원 원장
'자미두수'와 '풍수인테리어' 전문가
국내외 우수기업 및 브랜드 기업운명컨설팅

풍수인테리어 및 운명컨설팅 상담

☎ 010-6205-2780

풍수 인테리어



인간의 운명과 우주 변화원리의 핵심사상이 오행의 변화(木火土金水) 즉, 다섯가지의 우주에너지의 변화가 인간의 운명과 더불어 생존의 자연환경을 변화시키고 바뀌게 만드는 핵심요소인데 그 에너지가 불(火)의 에너지에서 물(水)의 에너지로 변화하는 과정이 여름에서 겨울로 가는 과정이며 반대로 물(水)에서 불(火)의 에너지로 이동하고 변화하는 것이 겨울에서 여름으로 변화하는 과정이다. 이것의 변화를 우리는 '계절'이라 부른다.

흔히 나이가 많아도 '철이 없다, 철 든다'라는 표현이 있는데 이 말은 '철=사계(四季)' 즉, 계절을 모른다는 의미다. 다시 말해 봄인지 여름인지 겨울인지 자신의 삶의 현 상황이나 태도, 지식, 지혜 등 현 상황을 정확히 파악하지 못하는 상태, 즉 어느 때인지 모르고 행동하는 것을 '철부지'라고 한다.

우리는 본능적으로 누군가로부터 공격을 받거나 갑자기 무서워질 때 등을 돌리고 몸을 움추리게 된다. 그 행동이 바로 배산임수의 형태로 방어하고 보호하는 자연적인 행동인 것이다. 마땅히 우리가 항상 숨 쉬고 항상 움직이는 주거공간이나 장사나 혹은 사업을 하는 공간의 역할이 반드시 그래야 하는 것이다.

즉 모든 에너지 흐름이 바로 바람, 풍(風)으로 대표된다 해도 과언이 아니다. 움직이는 것은 에너지가 이동하는 것이고 움직임이 일어날 때 그 움직임 속에 변화, 즉 온도, 습도, 바람의 세기 등이 인간의 생존과 운명에 유리하게 혹은 불리하게 작용하는 것이다. 따라서 바람을 막는 지형과 건물의 위치는 매우 중요하다. 만약 선풍기 바람을 지속적으로 얼굴 안면에 계속 맞고 있으면 처음에는 견딜만 하지만 24시간 계속 얼굴에 바람을 맞는다면 멀쩡한 사람도 견디기 힘들 정도로 문제가 생긴다.

일단 강한 바람이든 약한 바람이든 지속적으로 바람을 맞으면 얼굴 근육부터 경직되고, 피부는 건조하고, 갈라지며 까칠해질 것이며, 지속적인 바람으로 인해 얼굴의 피부온도를 저하시키고 또한 호흡과 비강의 건조로 인해 비염이나 알러지 그리고 결국 감기와 혈액순환까지 변화시키는 결과를 초래한다.

우리는 흔히 이것을 경험할 수 있다 지속적인 바람이 우리에게 어떠한 영향을 주는지 밤새 선풍기를 틀고 얼굴에 쐬고 잔다면 그 다음날 우리의 얼굴은 퉁퉁 부어있는 자신의 모습을 발견했던 경험을 누구나 한번쯤 있을 것이다. 특히 바람이 만들어 놓은 자연의 모습을 보면 바람의 엄청난 그 에너지에 놀라움을 금치 못하게 된다. 미국 그랜드캐년의 사막 속에 바람이 만들어 놓은 거대한 산과 계곡 바위들의 모습이 바로 바

람, 풍(風)의 에너지의 놀라운 힘을 보여주는 대표적인 결과인 것이다. 아주 작은 변화를 잘 관찰하면 그 이상의 것을 보지 않고도 알 수 있고 예측할 수 있게 된다. 작은 듯 거대한 바람, 즉 에너지의 흐름과 작용을 철부지처럼, 앞인지, 뒤쪽인지 분간못하고 자신의 일생을 바쳐 노력하고 성공해야 할 건물이나 집의 위치를 판단하고 분석하지 않고 자신의 열정과 노력 그리고 신념만으로 아무렇게나 선택한다면 24시간 불어대는 바람 앞에 모든 것이 무너지는 결과를 얻게 된다.

먼저 몸이 무너지고, 몸이 무너지면 건강이 깨지고 건강이 나빠지면 집중력이 약해지고 약해진 집중력은 잘못된 판단을 하게 만든다. 이것은 사업이나 장사를 하는 사람들에게 치명적인 것이다.

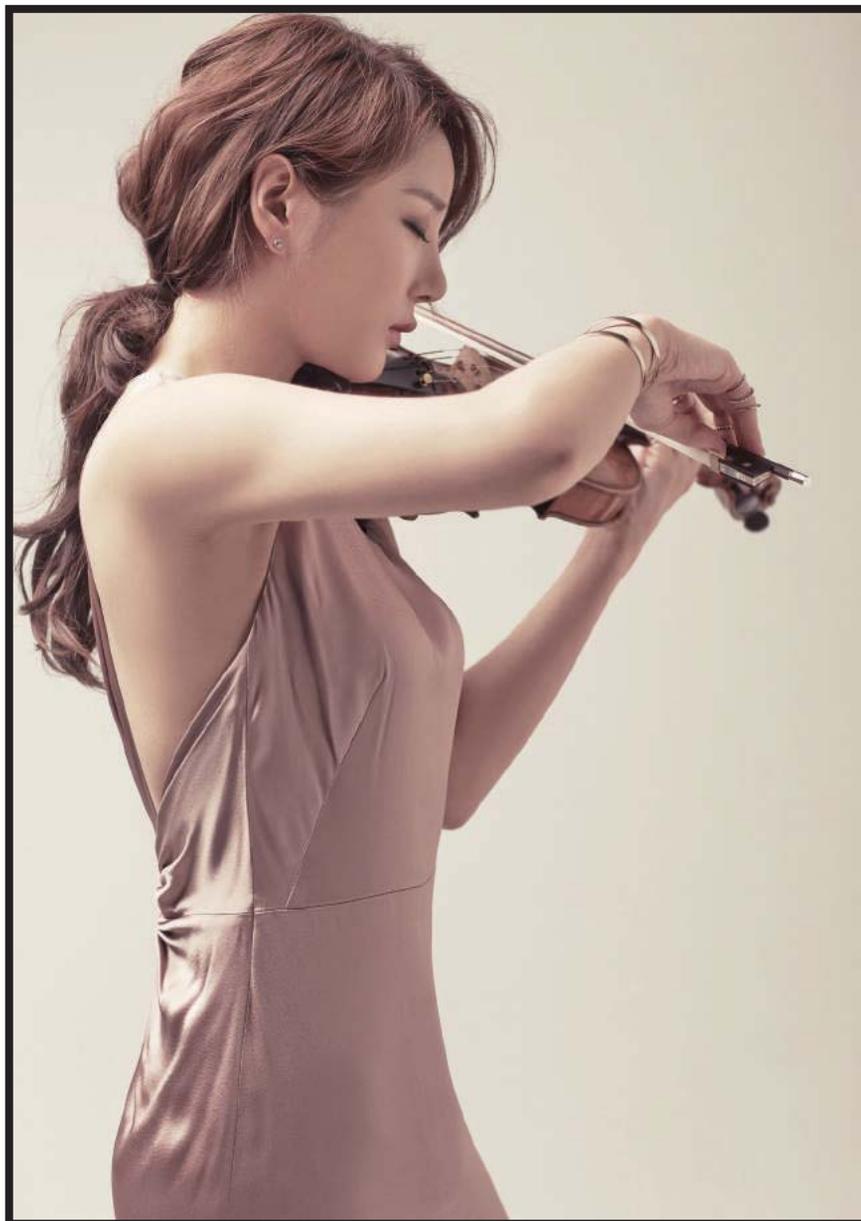
독(毒)에도 치명적인 독이 있고 약한 독이 있다. 대부분의 사람들은 치명적인 독의 빠른 효과와 반응에 대부분 민감하게 대처한다. 그렇기 때문에 강한 독으로 인한 피해는 오히려 많지 않다. 하지만 눈치채지 못할 만큼의 미세한 독에는 너무나 참담한 결과로 피해를 크게 입는다. 미처 눈치채지 못하는 사이에 전반에 걸쳐 피해를 입다가 어느 정점에서 급작스럽게 모든 것이 망가져 버리게 된다. 이미 망가지는 상태를 자각했을 때는 돌이킬 수 없이 많은 것들이 손 쓸 수 없는 지경에 이르게 되는 것이다.

어찌보면 너무나 당연하고 조금만 생각하고 관찰하면 알 수 있는 지극한 단순한 진리조차도 운이 나쁘거나 자신의 오만함과 경솔함에 뻔히 보이는데 못 보게 되는 우를 범하게 되는 것이다.

풍수(風水)란 이러한 지극히 단순하고 간단한 원리에서 출발한다. 바람이 주는 영향을 조금만이라도 이해하고 있다면 무모하게 자신의 사업이나 혹은 장사를 하는 공간을 대충 그냥 아무렇게나 선택할 수는 없을 것이다. 작은 수맥하나가 건물을 무너지게 만들고, 지속적으로 부는 약한 바람이 엄청난 계곡을 만들게 된다. 그것을 우리는 풍화작용이라는 말로 설명하고 있지 않은가.

풍수에서는 북향은 차가운 바람이 지속적으로 불어오는 대표적인 방향이다. 그래서 햇살이 잘 드는 남향을 선호하는 이유가 바로 이것이 아니던가. 만약 이사를 하거나 새로운 가게를 얻거나 또는 건물을 새로 짓는 경우라면 반드시 바람의 방향과 세기를 고려해서 바람을 등지고 찬 기운을 막고 따스한 기운을 안고 품을 수 있는 건물의 방향과 구조를 반드시 선택하거나 만들어야 한다. 그래야 건강을 지킬 수 있고 건강함은 집중력을 강하고 지속적으로 만들고 그 집중력은 모든 선택을 유리하고 성공으로 이끌게 되는 원동력이 되는 것이다. **177**

클래식 제너레이션 Part2



① 신지아의 비르투오소vs비르투오소 Virtuoso vs Virtuoso

· 7월 28일(금) 바이올리니스트 신지아, 비올리스트 이화윤의 비르투오적인 기교 대결. 비탈리 샤콘느, 프로코피예프 2대의 바이올린을 위한 소나타

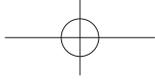
세종문화회관(사장 이승엽)은 세계에서 활약하고 있는 한국의 젊은 음악가들과 더욱 확산되고 견고해진 클래식 관객층 위한 기획 공연 <클래식 제너레이션(Classic Generation)>을 세종 체임버홀 무대에 올린다. <클래식 제너레이션>은 연간 총 4회 공연으로 지난 3월 17일(금) 더블베이스리스트 성민제와 함께 전석 매진의 오프닝 무대를 선보였고, 오는 7월 28일(금), 바이올린계의 젊은 거장으로 불리는 바이올리니스트 신지아와 함께 그 두 번째 무대를 이어갈 예정이다.

7월 28일(금)에 펼쳐질 무대에서는 “비르투오소vs비르투오소”를 주제로 화려하고도 강렬한 연주력을 자랑하는 바이올리니스트 신지아가 파워풀한 비올리스트 이화윤과 맞선다. 신지아는 국내파 바이올리니스트로 세계 클래식 음악계에 당당히 자리 잡으며 오늘날 대한민국의 ‘클래

식 세대’를 이룬 1등 공신, 한국의 자랑스러워 한국을 대표하는 바이올리니스트다. 또한 비올리스트 이화윤은 한국인 최초로 유리 바쉬메트 콩쿠르에서 우승, 안네-소피 무터 재단의 후원을 받으며 세계를 주 무대로 활동하고 있는 비올리스트다.

두 명의 클래식 여제는 각각 ‘비탈리 - 샤콘느 g단조’, ‘이자이 - 솔로 소나타 3번’을 선보이고 ‘프로코피예프 - 두 대의 바이올린을 위한 소나타’를 바이올린, 비올라로 연주하며 고도의 기교 대결을 펼칠 예정이다. 또한 2014 뮌헨 ARD콩쿠르 1위 없는 2위를 거머쥔 피아니스트 한지호가 가세해 ‘라벨의 피아노 트리오 a단조’를 선사할 예정이다. 깊이 있는 연주력에 열정과 카리스마 넘치는 무대로 젊은 거장들이 선사할 특별한 에너지를 기대해도 좋다.

CLASSIC GENERATION



어린이를 위한 클래식 음악동화

② 모차르트와 모짜렐라의 마술피리 이야기

일자 08월08일(화)~13일(일)

연령 만48개월 이상 입장가

시간 약 70분(쉬는 시간 없음)

세종문화회관이 어린이들을 위한 클래식 음악동화 '모차르트와 모짜렐라의 마술피리 이야기'를 8월 8일부터 13일까지 세종문화회관 M씨어터에서 공연한다. 2015년 체임버홀에서 초연한 공연은 8회 모두 전석 매진되었고 인터파크 평점 9.3점(10점 만점) 등 좋은 평가를 얻었다. 이에 힘입어 앵콜공연으로 올라간 2016년에는 공연장을 체임버홀에서 M씨어터로 옮겨, 무대와 조명을 보완하고 연주자를 확대 편성하여 음악적 완성도를 높여 재공연하였다. 관객의 뜨거운 호응에 힘입어 2017년에도 다시 한번 관객들을 찾아갈 예정이다.

'모차르트와 모짜렐라의 마술피리 이야기'는 모차르트의 오페라 '마술피리'를 각색하고 노래와 연주가 있는 오페라 형식에 동화적 상상력을 더해 작곡가 모차르트와 그의 마음 속 친구 모짜렐라가 원작 '마술피리'의 주인공들과 어울려 직접 모험을 펼쳐나가는 내용이다.

어린이를 위한 클래식 동화 '모차르트와 모짜렐라의 마술피리 이야기'는 움짱달짝할 수 없어 갑갑한 클래식 공연이 아닌, 어린이들이 박수치고 노래도 따라 부르며 함께하는 참여형 공연이다.

'마술피리'의 원작에 실린 아리아와 이중창뿐 아니라 모차르트 세레나데 13번 '아이네 클라이네 나하트 무지크', '교향곡 40번', 오페라 '피가로의 결혼 서곡', 등 모차르트의 다른 대표곡들도 함께 감상할 수 있다.



CULTURE - TRAVEL



Mono Lake

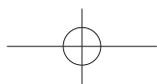
액티비티 천국 매머드 레이크 Mammoth Lakes

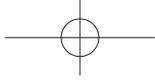
자료제공: 매머드 레이크 관광청

여름 휴가 시즌을 맞아 매머드 레이크 대자연 속에서 즐기는 다양한 야외 액티비티를 소개한다. 매머드 레이크는 캘리포니아 주 시에라 네바다 산맥 동부에 위치해 로스앤젤레스 및 샌프란시스코, 라스베이거스 등 미국 서부 주요 도시에서 차로 5시간이면 갈 수 있으며, 특히 북미 최고의 여름 및 겨울 액티비티 명소로 손꼽힌다.

여름에는 아름다운 풍경과 인근 국립공원과 함께 하이킹을 비롯한 야외 활동(낚시, 마운틴 바이킹, 들새 관찰 등)을 즐길 수 있으며, 겨울에는 연평균 1,016센티미터라는 기록적인 강설량을 보이며 알파인 스키, 스노보드, 노르딕 스키 등 여러 겨울 스포츠를 만끽할 수 있습니다. 더욱이 연평균 일조일이 300일에 달해 최적의 기상조건에서 여러 액티비티를 즐길 수 있다.

MAMMOTH LAKES





Lake Mary

1 매머드 레이크 베이스 MAMMOTH LAKES BASIN 하이킹

매머드 레이크 베이스 지역은 수많은 하이킹 코스를 갖춰 하이킹 천국으로 불린다. 그 중 약 12km에 이르는 매머드 크레스트 트레일 MAMMOTH CREST TRAIL은 사방에 펼쳐진 호수를 비롯, 멋진 자연 경관이 펼쳐져 있어 관광객에게 큰 인기가. 존 뮤어 야생보호지역 JOHN MUIR WILDERNESS 및 기타 하이킹 루트도 준비되어 있어 각자 취향에 맞는 코스를 선택할 수 있다.



Hike in the Mammoth Lakes Basin

2 레이크 메리 LAKE MARY 수상 액티비티

레이크 메리는 매머드 레이크 지역의 대표적인 호수 중 하나로 잔잔하지만 빼어난 경치 덕분에 수상 액티비티를 즐기는 최적의 장소로 유명하다. 포코노브 리조트 앤 마리나 POKONOBE RESORT AND MARINA 또는 레이크 메리 마리나 LAKE MARY MARINA에서 시간당 \$25~35에 모터 보트부터 카약, 패들보드, 카누 등을 대여할 수 있다.

3 데빌스 포스트파일 국립천연기념물

DEVILS POSTPILE NATIONAL MONUMENT 탐방

약 10만년 전 용암이 식으면서 형성된 데빌스 포스트파일 국립천연기념물은 약 20m의 현무암 기둥으로 기괴하면서도 신비로운 형상으로 매머드 레이크를 방문하면 꼭 보아야 할 관광지 중 하나로 꼽힌다. 레인 보우 폭포 혹은 레드 메도우에서 서늘 버스로 갈 수 있다.

4 모노 레이크(MONO LAKE) 탐방

모노 레이크는 약 2백만 마리가 넘는 철새들의 방문지로 다양한 새들이 서식한다. 호수 한가운데 떠있는 바위 기둥 튜파 Tufa 또한 관광 명소로 수많은 사진 작가들이 방문한다. 특히 다른 호수와 다르게 염분이 바다보다 2.5배 가량 높아 몸이 물에 둥둥 뜨는 색다른 경험을 할 수 있다.

5 매머드 레이크 맥주 맛보기

매머드 레이크의 대표적인 양조장 매머드 브루잉 컴퍼니 MAMMOTH BREWING COMPANY에서는 수십 가지에 이르는 현지 맥주를 시음할 수 있다. 계절별로 시음 가능한 맥주가 다르므로 미리 확인하는 것이 좋다. 8월 3일부터 6일까지는 미 전역 90여개 브루어리의 맥주와 블루스 음악을 즐길 수 있는 맥주 & 블루사팔루자 페스티벌 FESTIVAL OF BEERS AND BLUES APALOOZA이 열릴 예정이다.

매머드 레이크 관광청 www.visitmammoth.com



냉동식품 전문회사 굿프렌즈가 귀사와 윈윈하는 성공파트너가 되겠습니다

좋은 친구 (주)굿프렌즈는
프랜차이즈 회원사가 필요로 하는
모든 상품들을 최고의 품질로 공급할 수 있는 냉동식품 전문회사입니다.
또한 회원사가 필요로 하는 상품들을 공동으로 기획하고
연구 및 공동 개발할 수 있는 검증된 능력을 보유한 기업입니다.
굿프렌즈는 앞으로도 꾸준히 식품의 가치를 창조하고
새로운 영역을 개척하는 표준이 되며,
식생활 문화를 선도하는 기업이 되겠습니다.



(주)굿프렌즈 주소: 서울시 송파구 문정동 70-9 문정빌딩6층 대표전화: 070-5073-6817
(주)굿프렌즈의 주요 상품군: 떡갈비류, 만두류, 커티릿류(돈까스류), 차킨류, 튀김류, 냉동알배달일류, 떡류의 상품군



떡갈비류



만두류



커티릿류(돈까스류)



차킨류



냉동알배달일류



튀김류



패티류

Smart Franchise | Supervisor | Waiting | Take-out 메신저 | 고객관리(CRM) | 1544-4612

스마트프랜차이즈

'스마트프랜차이즈'는 프랜차이즈 본사, 가맹점, 공급자 모두가 언제 어디서나 편리하게 수발주 부터 서로간의 소통까지 운영에 필요한 부분들 한 공간에서 쉽고 빠르게 사용할 수 있는 소프트웨어입니다.



수발주

+



영업관리

+



생산관리

+



재고관리



미수금관리

+



반품관리

+



수익분석

+



매출분석

세금계산서 관리 + 그룹웨어, 회계관리(구매,물류,인사,노무)

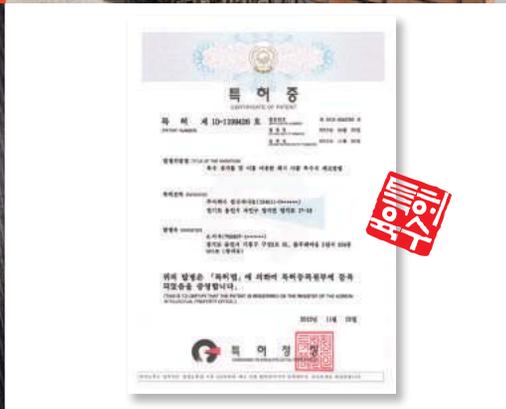


SECUPRIME
(주)씨큐프라임

사업자번호:113-86-28948 | 대표이사:이승열 | Tel.02-2642-5152 | Fax.02-2647-5152 | e-mail:contact@secuprime.com

서울특별시 구로구 디지털로 33길 28, 1009호 (구로동,우림이비지센터 1차)

© 2016 SECUPRIME All rights reserved

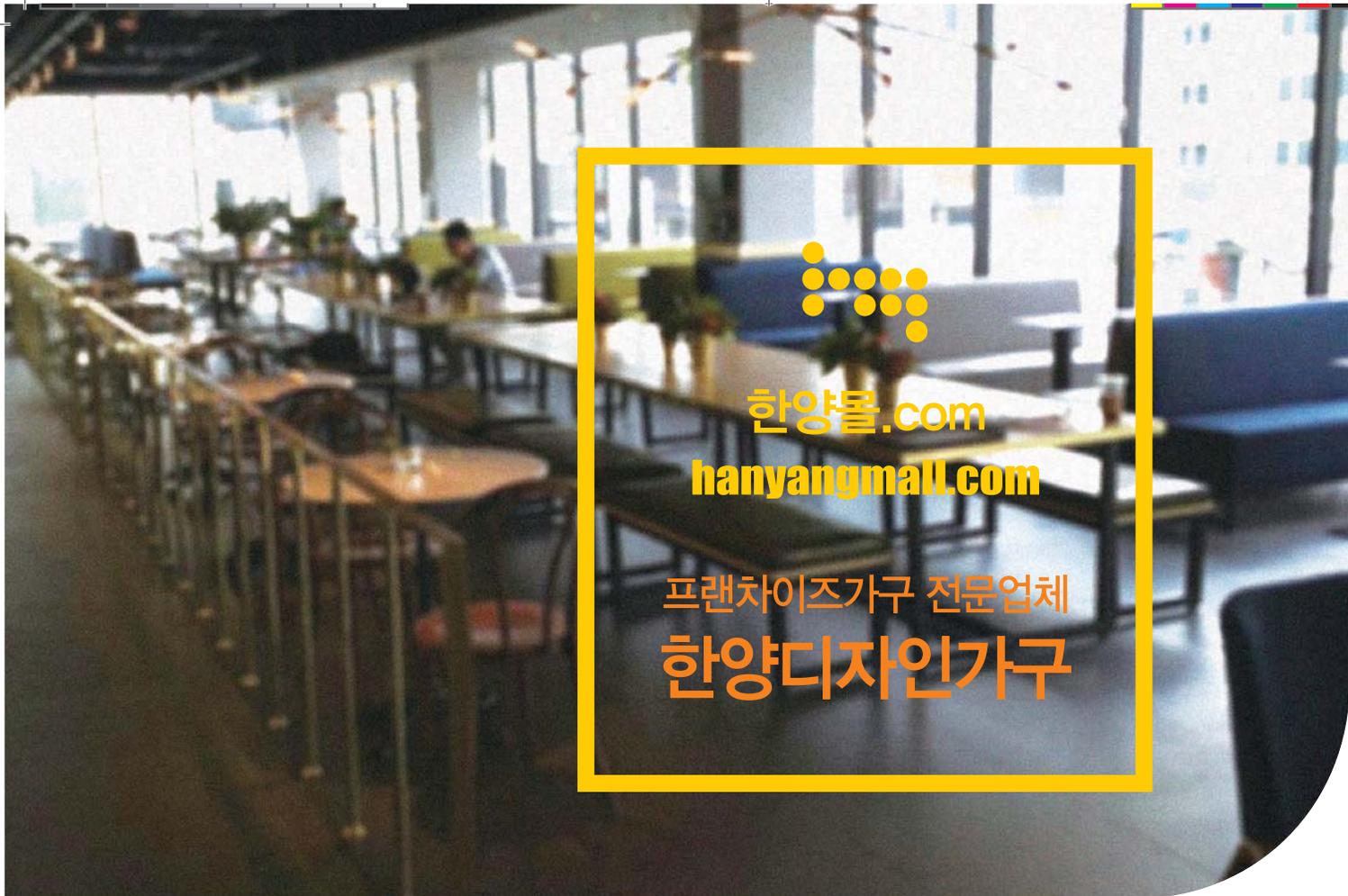


국밥 그 이상의 가치!

한해 오백만명이 다녀간다는 바로 그 핫 플레이스.
사골 육수의 제조방법 특허, 흥차를 이용한 국밥 특허로
한번 가보면 누구라도 반할 수 밖에 없는 세상에 없던 새로운 국밥입니다.

가맹문의 1577-6387

네이버 검색창에 검색 검색해 보세요!



한양몰.com
hanyangmall.com

프랜차이즈가구 전문업체
한양디자이너가구



▲ 김해 JW웨딩홀
백다방텔 28카페
토르카페
한채당
수담 한정식
여의도 전경련회관
베로니스 외

품격이 다릅니다!
디테일이 살아있습니다!
창업성공과 공간디자인 창조에
최선을 다하겠습니다.

디자인 창조와 실용성 창조를 최우선으로 하는
프랜차이즈 가구 전문 - **한양디자이너가구**

(주)한양디자이너가구 / 업소용가구전문점

NAVER

한양몰

검색

본사. 서울시 중구 황학동 737 한양빌딩전관(1F/2F/3F) T. 02. 2253. 6664 F. 02. 2234. 9694 E. jglee7659@hanmail.net
공장. 경기도 남양주시 가운동 504-1 물류사업부. 02. 2253. 6665

포차어게인

비내리는 길거리 포장마차

Alounge Club

나래의 활.력!!이 넘치는 이곳은?

추억의 길거리 포장마차

다~아
드루와앗!
활.력!!!!
포차어게인!!!

포차어게인

비내리는 길거리 포장마차

포차어게인 전속모델
개그우먼 박나래

박나래

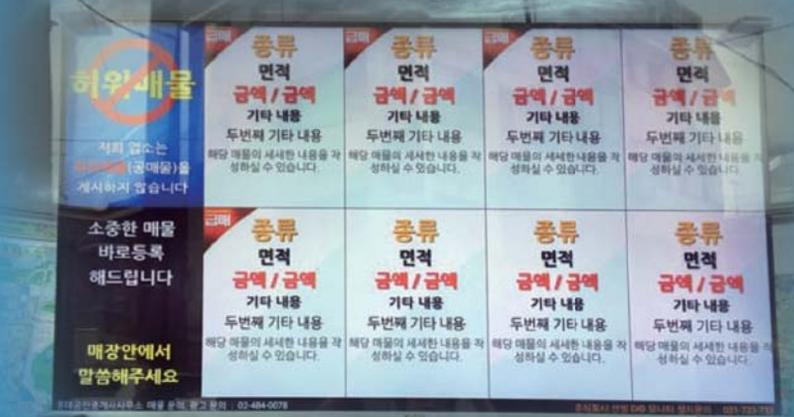
가맹문의

1544.2292

선방

스마트한 부동산 통합 온·오프라인 시스템

문의전화 031-733-7331



전국 선방 회원점 공인중개사

전국 회원점 모집

서울특별시	원곡면역	경기도
강남구 제일부동산중개법인 02-552-8484	원곡면역 02-304-8910	고양시 반석공인중개사사무소 010-8997-3428
강남구 미래물 공인중개사 02-567-1777	스타공인중개사 02-351-4533	고양시 에스24 공인중개사사무소 02-355-5550
강남구 (주)글로벌부동산중개 02-3411-8838	광주는 부자들 공인중개사 사무소 02-384-7777	광명시 올림드부동산 031-905-6565
강남구 민음부동산 02-478-1110	현대부동산 02-353-8942	광명시 성광공인중개사사무소 02-2616-3388
강남구 롯데공인중개사사무소 02-484-0078	더원부동산 02-388-4446	구리시 열린공인중개사사무소 031-564-7114
강남구 까치공인중개 02-472-4700	제일공인중개사 02-303-5809	군포시 알파공인중개사사무소 031-393-2244
강남구 녹원공인중개사사무소 02-477-4478	대박부동산 02-374-8253	김포시 행복현대부동산 031-983-4949
강남구 이정공인중개사 (미아점) 02-980-2000	와산고공인중개사 02-374-8400	김포시 래미안 골드 부동산 031-983-6400
강남구 하나공인중개사사무소 02-998-9200	영월공인중개사 02-303-9999	김포시 대원부동산 031-998-8388
강서구 소문난공인중개사사무소 02-985-8123	메트콤인중개사사무소 02-352-5001	김포시 행복한집닷컴 공인중개사사무소 031-983-2470
강서구 황금공인부동산 02-906-6700	해일 부동산 02-355-6626	남양주시 정음부동산 031-529-2909
강서구 미국대방사티공인중개사사무소 02-3664-6600	김학정공인중개사 02-372-4525	남양주시 돌이공개사사무소 010-3894-5242
강서구 죽룡부동산 02-455-2272	엘크루공인중개사 02-357-8828	남양주시 스키드공인중개사 032-678-1230
강서구 복돼지공인중개사 02-456-1003	레미안공인중개사사무소 02-355-4005	남양주시 라일락부동산 032-325-0116
강서구 동아 공인중개사 02-446-8282	천구대원부동산 02-2252-9600	부천시 114부동산 032-341-1114
강서구 리지부동산 02-6338-3325	GS자이부동산 02-971-3355	부천시 셀티공인중개사사무소 010-5284-8945
강서구 수 부동산 이수원공인중개사 02-456-7880	민목부동산 02-496-8924	부천시 하늘땅공인중개사 032-348-0020
강서구 역전공인중개사사무소 02-2617-2444	민음부동산 02-495-5424	부천시 들은자리공인중개사 032-348-8944
강서구 세알참마루공인중개사사무소 02-2685-9600	청솔공인중개사 02-2207-0900	부천시 헤드빌공인중개사 032-345-4234
강서구 부자공인중개사사무소 02-3666-9898	스타공인중개사 02-435-7477	부천시 도당공인중개사 032-683-3488
강서구 현대공인중개사사무소 02-2611-8899	우연부동산 02-979-1577	부천시 현대공인중개사 032-614-3300
강서구 영가공인중개사사무소 02-2685-0973	다대부동산 02-6482-6565	부천시 일동부동산 032-321-9700
강서구 삼철공인중개사 02-2060-4900	한일부동산 02-2209-3333	부천시 반교효성 부동산 031-8017-4300
강서구 한빛부동산 02-949-1700	복성공인중개사사무소 02-2209-3100	부천시 강남부동산 031-735-0011
강서구 한신공인중개사사무소 02-933-9933	상성부동산 02-2245-0000	부천시 OK부동산 02-443-5050
강서구 청솔공인중개사사무소 02-918-0331	향신부동산 02-762-7400	부천시 포범탕공인중개사 02-449-0053
강서구 광운대 친절한 부동산 02-909-1088		부천시 신구공인중개사 031-733-3233
강서구 비전 부동산 02-999-2455		부천시 동원 공인중개사 031-747-5800
강서구 금강부동산 02-2245-0006		부천시 동아공인중개사 031-736-5588
강서구 부동산랜드 02-2212-3000		부천시 미리클부동산 031-749-7444
강서구 보성 공인중개사 사무소 02-2215-8811		부천시 주연 공인중개사 031-731-1600
강서구 황금부동산 02-959-4488		부천시 신솔부동산랜드 031-748-3620
강서구 신성상대별부동산중개사사무소 02-842-8700		부천시 모란현대공인중개사 031-736-8300
강서구 오피스공인중개사사무소 02-712-4824		부천시 행복 공인중개사 031-756-7701
강서구 두산위브공인중개사사무소 02-333-7040		부천시 세트힐공인중개사사무소 031-222-8338
강서구 서울공인중개사사무소 02-324-5700		부천시 호박공인중개사 031-293-8980
강서구 서교 공인중개사 사무소 02-332-2124		부천시 미도공인중개사사무소 031-247-2455
강서구 마곡공인중개사사무소 02-702-1110		부천시 양지부동산 031-252-5255
강서구 골드부동산 02-365-8949		부천시 스마일부동산 031-247-2255
강서구 부동산랜드 삼성공인중개사사무소 02-711-0088		부천시 위브하늘채영신부동산 031-255-1255
강서구 MT공인중개사사무소 02-325-0894		부천시 다미안공인중개사 031-427-9585
강서구 H에이치스퀘어공인중개사사무소 02-325-0033		부천시 우리공인중개사사무소 031-857-2900
강서구 토마토공인중개사사무소 02-3273-8001		부천시 낙원공인중개사 031-374-4944
강서구 지리부동산 02-713-9100		부천시 성가 PLUS 부동산 & 컨설팅 031-949-5055
강서구 대성공인중개사사무소 02-704-7935		부천시 리치 공인중개사 031-947-8700
강서구 현석래미안공인중개사사무소 02-711-1315		부천시 한지 부동산 031-1234-1234
강서구 창대부동산컨설팅 02-322-7997		부천시 나이스 공인중개사 031-618-2455
강서구 세종부동산공인중개사 02-714-8988		부천시 세종공인중개사 031-663-0095
강서구 한스콤공인중개사사무소 02-714-8924		부천시 송담 1번지 공인중개사 031-684-2949
강서구 평운공인중개사 02-719-8000		부천시 상도공인중개사 031-652-2399
강서구 현대공인중개사 02-2293-9388		부천시 화성11번지 부동산 031-252-4402
강서구 대우부동산 02-467-7100		부천시 화성시 화조은공인중개사사무소 031-366-5449
강서구 샌드박스사 부동산 02-2296-0014		부천시 신안공인중개사사무소 031-353-6611
강서구 코넬부동산 02-955-9300		부천시 대귀(원)공인중개사사무소 062-526-8892
강서구 평운 공인중개사 02-912-4988		부천시 평택드림부동산중개 062-363-2626
강서구 은정부채 공인중개사 02-431-9400		부천시 유원트윈시티공인중개사사무소 062-382-2750
강서구 금영부동산 02-408-7049		부천시 호박공인중개사 053-964-2002
강서구 동파전원공인중개사사무소 02-443-1300		부천시 대구일동부동산중개 053-965-8300
강서구 힐가부동산 02-449-3344		부천시 신사롯데몰 053-964-3002
강서구 삼성부동산 02-413-8969		부천시 해솔부동산 053-961-9555
강서구 세한 공인중개사사무소 02-413-6100		부천시 푸른공인중개사 053-964-5568
강서구 태영공인중개사사무소 02-400-2001		부천시 푸른공인중개사 053-982-7777
강서구 침향공인중개사 02-2644-0395		부천시 조율공인중개사사무소 053-746-0066
강서구 오성공인중개사 02-2602-0205		부천시 대륙공인중개사사무소 053-791-5589
강서구 엔디스 공인중개사 02-794-0990		부천시 범어위브공인중개사사무소 053-741-1310
		부천시 뉴명가 공인중개사 010-2410-3356
		부천시 아성기회 051-553-6774
		부천시 영신공인중개사 051-333-0303
		부천시 천구공인중개사 051-305-5995
		부천시 강원도 춘천시 제테크부동산 033-256-3030
		부천시 전북 전주시 대원공인중개사 063-225-6497
		부천시 대구광역시 대원그린 공인중개사 053-817-8580
		부천시 대구광역시 중산파크 부동산 053-801-6888
		부천시 대구광역시 미화빌딩중개사 053-813-1300
		부천시 대구광역시 알파지 공인중개사 사무소 053-817-0800
		부천시 대구광역시 부동산114 053-817-5114
		부천시 대구광역시 푸르 나무 공인중개사사무소 053-811-1236
		부천시 대구광역시 남경공인중개사사무소 053-818-0078

부동산 매물광고의 혁명!

www.sunbang.co.kr



우리가 진짜다



(주) 디포인덕션

경기도 하남시 검단산로 239 (창우동, 하남벤처센타 503호)

Website : www.dipoinduction.com | E-mail : dipo23@dipoelec.com | TEL : 031-793-5895 | FAX : 031-793-5862





천국을 사모하는 성도들의 안식처, 에덴낙원

생각해보셨나요?

본향을 사모하는 성도의 삶은 어떤지,
경건하고 구별된 성도의 죽음은 어떤지, 생각해보셨나요?

에덴낙원은 가장 귀한 유산인 신앙을 남기고 천국에 이르기를 소망하는
성도들을 위한 구별된 안식처입니다.

교회 예배당과 함께 늘 고인을 기억하는 **부활소망안식처(봉안당)**와
교회 안 뜰 화장한 유골을 뿌려 안장하는 **부활소망가든(산골장)**

어린아이부터 할아버지, 할머니가 함께 부활신앙을 이야기하는 곳,
혼합종교같은 세상방식의 문화에서 벗어나
바른 성경적 신앙공동체 모습을 통해 복음의 회복이 일어나는 곳,
에덴낙원입니다.

자세한 내용은 에덴낙원으로 문의바랍니다.



부활교회



부활소망안식처



부활소망가든

네이버, 다음 검색창에 '에덴낙원'을 검색하세요.

NAVER 에덴낙원 검색 Daum 에덴낙원 검색

www.edenparadise.co.kr

 재단법인 에덴낙원선교회

경기도 이천시 마장면 서이천로 449-81(롯데프리미엄 아울렛에서 5분)

T. 031-645-9191 F. 031-633-8993



허위·과장 정보제공과 손해 인과관계 입증해야 배상

현존하는 모든 국가들의 프랜차이즈 관련 규제 법령은 가맹본부(Franchisor)가 가맹 희망자(Prospective Franchisee) 또는 가맹점사업자(Franchisee)에게 가맹사업과 관련된 올바른 정보를 제공하도록 하는 소위 '정보공개제도'를 근간으로 하여 태동하고 발전해 왔다고 해도 과언이 아니다.

우리나라도 2002년에 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 '가맹사업법'이라고 약칭함)을 제정하면서 정보공개서 사전 제공 제도를 도입함과 동시에 허위 또는 과장된 정보의 제공을 금지하였고, 2007년 가맹사업법을 개정하면서 정보공개서 등록제도를 도입함에 따라 현재 국내의 가맹본부들은 가맹사업법과 그 시행령에서 요구하는 일정한 정보들을 사전에 한국공정거래조정원에 등록하여야 하고, 등록된 정보공개서를 일정한 방법에 따라 일정한 기간 내에 가맹희망자에게 제공하여야 한다.



PROFILE

WRITE 김종무 변호사

법무법인 한림 대표변호사
한국프랜차이즈산업협회 고문변호사
한국프랜차이즈전문가포럼 초대 회장
한국프랜차이즈산업연구원 고문변호사
한국프랜차이즈법률세무연구원 고문변호사
경희대학교 경영대학원 강의
단국대학교 경영대학원 강의
한국프랜차이즈산업협회 프랜차이즈법 강의

- 산업통상자원부 발주 '미국, 중국, 대만, 말레이시아 진출 마스터프랜차이즈 표준계약서' 연구용역 수행
- 2015년 소상공인시장진흥공단 발주 '소상공인 불공정거래 피해상담센터 업무매뉴얼' 연구용역 수행
- 현재 다수의 가맹본부 고문변호사



허위·과장 정보 제공의 효과

그렇다면 가맹본부가 가맹희망자나 가맹점사업자에게 허위 또는 과장된 정보를 제공한 경우에 그 효과는 무엇인지 알아 둘 필요가 있다. 우선 가맹희망자나 가맹점사업자는 가맹사업법 제10조 제1항에 따라 가맹본부에게 일정한 기간 내에 가맹금의 반환을 청구할 수 있고, 공정거래위원회는 가맹본부에게 시정권고, 시정조치, 과징금, 과태료, 정보공개서 등록취소 등의 처분을 내릴 수 있으며, 공정거래위원회가 가맹본부를 고발한 경우에는 5년 이상의 징역 또는 3억원 이하의 벌금의 형벌을 받을 수 있다.

한편 허위·과장된 정보를 제공한 행위가 표시 또는 광고에 관한 것이면 표시·광고의 공정화에 관한 법률에서 정한 임시조치, 과징금, 형벌 등을 받을 수 있고, 신의칙에 심히 반하는 허위 또는 과장된 정보제공 행위로 인하여 타인에게 재산상 손해가 발생한 경우에는 형법상 사기죄로 처벌될 수도 있다.

또한 민사적으로는 가맹점사업자가 허위·과장된 정보 제공을 원인으로 가맹계약을 해지 또는 취소하고 가맹본부에게 손해배상을 청구할 수도 있다.

손해배상 청구의 인정 범위 명확하지 않아

이에 따라 최근 국회에서 허위정보 제공의 정도가 심한 경우에 가맹점사업자에게 가맹계약에 대한 해지권을 부여하자는 내용의 가맹사업법 개정안이 발의되기도 하였다.

그런데 현실적으로는 허위·과장된 정보 제공의 범위에 관하여 가맹본부와 가맹점사업자 사이에 입장 차이가 커서 분쟁을 겪는 경우가 많고, 설령 허위·과장된 정보 제공행위가 인정된다고 하더라도 이를 원인으로 손해배상을 청구할 수 있는지, 손해배상을 청구할 수 있다면 그 인정 범위는 어느 정도인지가 명확하지는 않고, 결국 이러한 문제는 사안에 따라서 결론을 달리 할 수 있다.

상권분석 자료 또는 예상매출액에 대한 분쟁

우선 실무에서 허위·과장 정보제공과 관련하여 가장 다툼이 많이 발생하는 문제로 상권분석 자료 또는 예상매출액에 대한 분쟁을 들 수 있다.

그런데 가맹본부가 가맹계약의 체결 전에 가맹희망자에게 제공한 상권분석 자료나 예상매출액 산정서에 다소 사실과 다른 내용이 기재되어 있다고 해도 이러한 사정만으로 바로 불법행위가 성립한다고 단정할 수 없다. 대법원도 “가맹본부가 상권 분석을 잘못하여 수익구조분석표에 기재된 예상매출액과 실제 매출액이 다르다고 해서 매출액 예상이 잘못되었다고 단정할 수 없고, 수익구조 분석표를 조작했다거나 허위사실을 토대로 수익구조 분석표를 작성한 것이 아니라면 가맹본부가 계약체결의 교섭과정에서 허위·과장된 정보를 제공했다거나 신의칙상 보호의무를 위반했다고 보기 어렵다”는 입장이므로 가맹점사업자로서는 가맹본부의 적극적인 기망행위를 입증하지 못하는 이상

단순한 상권분석의 오류 또는 예상매출액 산정의 오류를 원인으로 가맹본부에게 손해배상 책임을 묻기는 쉽지 않을 것이다.

하자있는 정보 제공만으로 배상 판결 안돼

한편 가맹점사업자가 상권분석 자료나 예상매출액 산정의 잘못을 증명하였다 하더라도 바로 가맹본부에게 불법행위에 기한 손해배상 책임이 성립하는 것이 아니라, 그러한 허위·과장 정보 제공행위와 손해 사이의 인과관계를 입증하여야 비로소 손해배상을 받을 수 있게 된다.

대법원도 “민사상 불법행위로 인한 손해배상의 범위를 정하는 경우 불법행위와 손해와의 사이에 자연적 또는 사실적 인과관계가 존재하는 것만으로는 부족하고 법률적 인과관계로서의 상당인과관계가 있어야 한다”는 입장(대법원 2010. 6. 10. 선고 2010다15363 판결)이므로, 단순히 가맹점사업자가 허위·과장 정보 제공행위로 인하여 손해를 입었다는 주장만으로는 부족하고 구체적으로 허위·과장된 정보 제공이 어떤 경위로 해서 어떤 손해에 영향을 미쳤는지 입증하여야 할 것이다. 따라서 최근 국내의 하급심 법원에서 예상매출액 산정 방법이나 방법에 다소의 하자가 있다는 이유로 손해와의 구체적인 인과관계를 따지지 않고 가맹점주의 초기 투자금을 손해배상액으로 인정하는 취지로 판결하는 태도는 가맹사업법 제10조 제1항과의 형평성, 민법상 손해배상의 법리에 비추어 전혀 찬성할 수 없다. **KFN**



가맹점 과장매출 광고 징벌적 손해배상 대상

프랜차이즈 본사가 주의해야 할 사항들이 점점 늘어나고 있다. 최근 가맹사업법 개정을 통해 징벌적 손해배상제도가 도입됐다. 이번 호에서는 징벌적 손해 배상제가 적용될 때 프랜차이즈 본사의 가맹점 매출관리와 광고 정책 상 유의 사항에 대해서 알아보기로 한다.



PROFILE

WRITE 최인용

가현택스 대표세무사
(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사

연세대학교 법무대학원 조세법전공
국세청 조사요원 강의
한국프랜차이즈산업협회 자문세무사
마곡지구협의회, 하남미사지구지주협의회 자문세무사
동탄 2기신도시, 검단신도시 삼성증권 자문세무사
용인지방공사 토지보상팀 자문세무사
『친절한 쇼핑물 세무 & 재무 가이드. E비즈북스』
『세금과 법률을 이용한 재테크. 농협실무교재』
『모르고 받으면 손해 보는 토지보상 절세의 비법. 코리아베스트』
『기업의 재무관리와 절세 가이드』
☎ 02-555-5025, ✉ gtax@gtax.kr



징벌적 손해배상제의 개요

가맹사업법 37조의 2 개정내용을 보면 허위 과장된 광고행위와, 불공정 거래행위에 대해서는 가맹본사가 책임없음을 입증하지 아니하면, 일반적인 손해 배상이 아니라 해당 손해액의 3배 이하의 징벌적 손해배상의 책임을 진다. 법령의 내용은 아래와 같다.

손해배상책임 가맹사업법 37조의 2 개정내용

제37조의2(손해배상책임) ① 가맹본부는 이 법의 규정을 위반함으로써 가맹점사업자에게 손해를 입힌 경우에는 가맹점사업자에게 대하여 손해배상의 책임을 진다. 다만, 가맹본부가 고의 또는 과실이 없음을 입증한 경우에는 그러하지 아니하다.

② 제1항에도 불구하고 가맹본부가 제9조제1항(허위과장된 광고 행위), 제12조제1항제1호(불공정거래 행위의 금지)를 위반함으로써 가맹점사업자에게 손해를 입힌 경우에는 가맹점사업자에게 발생한 손해의 3배를 넘지 아니하는 범위에서 배상책임을 진다. 다만, 가맹본부가 고의 또는 과실이 없음을 입증한 경우에는 그러하지 아니하다.

가맹점 매출 노출 광고 시 유의사항

프랜차이즈 본사에서는 가맹점의 유치를 위해 가맹점의 월 매출을 온라인이나 오프라인 광고를 통해 노출 시키는 경우들이 있다. 월매출 3천, 월매출 5천 등등의 내용으로 광고를 하게 되는 경우 어떤 문제점이 있을까?

첫째, 징벌적 손해 배상 대상이 될 수 있다.

주요 가맹점종 매출이 잘되는 일부의 가맹점을 광고할 수 있지만, 이에 대한 일반적인 오해로 신규 가맹점이 모든 가맹점으로 오해를 하는 경우 예상매출을 오해하여 징벌적 손해 배상요구를 할 수 있다.

둘째, 가맹점이 세무 조사 대상이 될 수 있다.

가맹점의 매출에 대한 광고는 세무조사 시 기본적인 정보 활용 사항이다. 이에 대해 과세 관청에서는 관련자료를 가지고 나올 수 있는데, 문제는 가맹점이 본사가 제시하는 매출만큼 현금 매출 등에서 신고하지 않는 경우들이 있을 수 있다는 것이다.

최근 국세청에서는 공정위에 등록된 지역별 예상 매출액을 근거로 가맹점의 세무조사를 통해 과세를 한 사례도 있다. 따라서 가맹점의 매출을 노출하는 광고는 역으로 이용될 수 있는 것도 유의하여야 한다.

중요 정보 은폐 · 축소도 대상

가맹사업법 의 9조(허위 · 과장된 정보제공 등의 금지) 제1항은 다음과 같이 규정 되어 있다. 가맹본부는 가맹희망자나 가맹점사업자에게 정보를 제공함에 있어서 다음 각 호의 행위를 하여서는 안된다.

첫째, 사실과 다르게 정보를 제공하거나 사실을 부풀려 정보를 제공하는 행위(이하 "허위 · 과장의 정보제공행위"라 한다), 허위 과장의 정보 행위에 대해서 시행령은 다음의 세 가지를 두고 있다.

- ① 객관적인 근거 없이 가맹희망자의 예상수익상황을 과장하여 제공하거나 사실과 다르게 가맹본부가 최저수익 등을 보장하는 것처럼 정보를 제공하는 행위
- ② 가맹희망자의 점포 예정지 상권의 분석 등과 관련하여 사실 여부가 확인되지 아니한 정보를 제공하는 행위
- ③ 가맹본부가 취득하지 아니한 지식재산권을 취득한 것처럼 정보를 제공하는 행위

둘째, 9조1항의 2조에서는 기만적인 정보제공행위에 대해서도 규정하고 있는데 계약의 체결 · 유지에 중대한 영향을 미치는 사실을 은폐하거나 축소하는 방법으로 정보를 제공하는 행위(이하 "기만적인 정보제공행위"라 한다)를 기만적인 정보제공행위로 보고 있다. 시행령에서는 구체적으로 다음의 3가지를 기만적 정보제공행위로 제시하고 있다.

- ① 중요사항을 적지 아니한 정보공개서를 가맹희망자에게 제공하는 행위
- ② 가맹본부가 가맹점사업자에게 지원하는 금전, 상품 또는 용역 등이 일정 요건이 충족되는 경우에만 지원됨에도 불구하고 해당 요건을 제시하지 아니하면서 모든 경우에 지원되는 것처럼 정보를 제공하는 행위
- ③ 제1호 또는 제2호에 따른 행위에 준하여 계약의 체결 · 유지에 중대한 영향을 미치는 사실을 은폐하거나 축소하는 방법으로 정보를 제공하는 행위로서 공정거래위원회가 정하여 고시하는 행위

이러한 허위 과장된 광고와 기만적행위에 대한 부분에 대해서는 가맹본사가 고의, 과실이 없음을 입증하지 않으면 징벌적 손해 배상이 되기도 한다. **KFN**





징벌적 손해배상, 누구를 위한 조항인가?

부흥 위한 지원도 필요한 시점

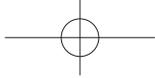
세계적으로 프랜차이즈 산업은 국가경쟁력의 기반으로 성장하고 있다. 브랜드 경쟁력이 기간산업의 경쟁력이기 때문이다. 수많은 브랜드 중 국가를 대표하거나, 세계인의 소비지향성을 증가시키는 다국적 브랜드의 힘이 국가경제의 핵심으로 자리 잡고 있는 현실이다.



PROFILE

WRITE 이상현

- (사)한국소상공인컨설팅협회 회장 / 컨설팅학 박사
- 세종대 유통산업대학원 겸임교수
- 경희대 프랜차이즈컨설팅 MBA 책임교수
- (사)한국창업학회 부회장
- (사)한국유통경영학회 자문위원
- 한국프랜차이즈산업협회 자문단장
- 소상공인시장진흥공단 / 창업진흥원 창업자문·정책위원
- 한국프랜차이즈대상 / 한국창업경영대상 심사위원
- 산업자원부 / 중기청 / 교과부 / 창업경진대회 심사위원
- 산업자원부 / 여성가족부 / 보건처 / 고용노동부 자문위원
- 서울시 / 제주특별자치도 정책개발 연구위원
- 창업방송진행자 / 창업칼럼리스트



이유가 무엇일까?

오는 10월19일부터 강화된 가맹사업법이 실시된다. 가맹사업법은 프랜차이즈산업의 건전성과 발전을 위해 반드시 필요한 법률임엔 틀림이 없다. 사회적 약자인 가맹점주들의 권리를 보호하고 상생을 목적으로 한 균형 발전법이라 하겠다.

1995년부터 시작된 관련법은 그동안 5차례에 걸친 수정보완을 통해 다양한 추가 조항들이 신설·삽입되었으며 관련 조항에 의거해 분쟁과 소송이 진행되고 있다. 특히 이번에 추가된 조항인 “징벌적 손해배상제도”는 참으로 프랜차이즈 가맹사업을 하는 본사 입장에서 난감한 조항이 아닐 수 없다. 징벌적 손해배상제란 불법적 행위로 인해 발생한 실제 피해액보다 더 큰 액수를 배상금으로 지불하는 제도를 의미한다. 우리나라의 민법은 손해배상의 방법으로 금전배상주의를 원칙으로 하고 있다. 손해배상은 손해나 권리침해를 화폐가치로 따져서 손해배상액을 산정하는데 배상액은 피해액을 상회하지 않는 것을 원칙으로 한다. 우리나라에서는 징벌적 손해배상의 내용을 담은 개정 신용정보법이 2015년 9월부터 시행중이다.

일정 준비 기간 필요

이번에 가맹사업법상 추가된 징벌적 손해배상제도는 허위정보제공, 기만한 정보제공, 부당거래의 거절에 한하여 3배의 범위에서 손해배상이 가능하게 되어있다.

허위과장된 정보제공의 사례는 객관적 근거 없이 가맹희망자의 예상수익상황을 제공하거나 사실과 다르게 가맹본부가 최저수익 등을 보장하는 것처럼 제공하는 행위와 상권분석에 대한 확인되지 않은 정보를 제공하는 경우, 지식재산권의 거짓정보제공 등의 조항으로 이루어져 있다. 모두 필요한 조항임엔 틀림이 없다. 하지만 우리나라의 프랜차이즈 산업의 현실을 직시할 필요성도 대두된다. 가맹점사업자들에게 관련된 본사가 정확한 정보와 자료를 제공하여 합리적 결정과 함께 상생을 위한 협업의 산업을 추구하는 기본적 취지에는 동감한다. 하지만 아직도 국내 프랜차이즈 본사의 열악한 재무적, 전문성 부족을 고려한다면 일정한 시기적 준비 기간이 필요하다고 생각된다.

사업 진입장벽 높일 필요 있어

물론 본사나 본사 대표의 윤리적 문제로 인한 가맹점의 피해가 발생하는 경우, 특히 악의적으로 ‘치고 빠지는 한탕주의적 프랜차이즈 본사 설립’은 소상공인인 가맹점주의 재산권은 물론 삶의 터전을 파괴시키는, 처벌이 마땅한 사례다.

하지만 대부분의 프랜차이즈 본사는 가맹점과의 상생과 협업을 목적으로 최선을 다하는 영세 중소기업임도 간과해서는 아니 될 것이다.

오히려 가맹사업법의 제정 취지를 강화하기 위해서는, 선진국-심지어 중국에서도 시행중인 진입장벽-의 예에서 보듯이, 아주 부실한 규모의 본사나 법률적 문제를 가지고 있는 본사의 사업진입을 규제하는 방법이 오히려 법의 취지와 부합되는 내용이 아닐까한다.

부당거래는 가맹점 과실도 고려돼야

금번 실시되는 조항 중 허위정보의 제공에 따른 배상을 당연히 필요하다. 하지만 허위정보의 기준을 기 실시하고 있는 정보공개서의 강화와 벌칙의 가중함으로 해결이 가능하다. 또한 기만적 정보의 제공에 따른 손해배상은 업계에서의 퇴출과 징벌조항의 강화도 고려되어야한다, 다만 부당거래의 경우에는 다양한 내용을 들여다 봐야한다. 모든 가맹사업은 성문법 기반의 계약서 기반형 사업이다. 계약서 조항 중 본사의 의무와 권리조항이 있듯이 가맹점 또한 권리와 의무가 반드시 존재한다. 가맹사업의 태생적 원칙은 동일한 상표를 통한 동일한 재화, 운영방법과 서비스의 표준화로 브랜드만의 차별적 서비스를 제공하는 브랜드의 통일성 사업이라 할 수 있다.

외식업의 경우 원부재료의 통일성과 조리 매뉴얼의 단순화를 통해 균일한 경쟁력을 제공하는 사업이다. 하지만 일부 브랜드에서는 원부재료의 공급과 수급처로 인한 법률적 다툼도 왕왕 발생하고 있다. 본사에서는 많은 시간과 자금을 투자해서 메뉴를 개발하고 제품을 생산한다. 하지만 일부 가맹점주들은 가격, 품질, 시간 등의 이유를 가지고 사용할 수 있고 없고를 본사와 다투고 있고, 그와 관련하여 출고정지와 가맹해지를 공공연히 남발하고 있는 것도 사실이다.

국가 핵심성장동력이 될 수 있는 사업

이러하듯이 부당거래조항은 법리적 판단이 필요한 조항이다. 또한 예상 매출액 제공의 근거와 입증자료의 투명성과 정확성은 참으로 요원한 조항이다. 매출액을 규정하는 많은 외생변수들은 무궁무진하다. 대부분의 전문가들이 제시하는 상권, 입지, 유동성, 경쟁환경, 소득수준, 연령분포도, 차량유동성, 소비성향, 구매력 등등 참으로 많은 변수를 점검하고 분석해야 한다. 하지만 그러한 변수보다 창업자 자신의 경영능력이 가장 중요하다. 필자가 몇 년 전 SBS “해결! 돈이 보인다”라는 프로그램에서 대박컨설턴트로 출연했다.

창업은 결국 사람이 중요하다. 운영자의 능력과 고객관리, 진정한 서비스력이 매출과 수익성을 담보한다고 해도 과언이 아니다. 프랜차이즈산업은 국가의 핵심성장동력이 될 수 있는 사업이다. 지난 40년간 우리나라의 프랜차이즈산업은 많은 성장을 이루었다. 이제부터가 중요한 시기다. 더욱 강화된 규제도 필요하지만 부흥을 위한 지원도 필요한 시점임을 인지해야 할 것이다. **KFN**



가맹본부와 가맹점의 상생 노무관리

프랜차이즈 브랜드 성공여부는 가맹본부와 가맹점의 유기적인 상생 구조가 이루어져야 한다. 최근 한 편의 점에서 발생한 사건은 노무관리가 가맹점의 매출에 직접적인 영향을 미치고, 법률적인 리스크는 브랜드에 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있다. 이하에서는 가맹 본부와 가맹점이 상생할 수 있는 노무관리 방안을 살펴보고자 한다.



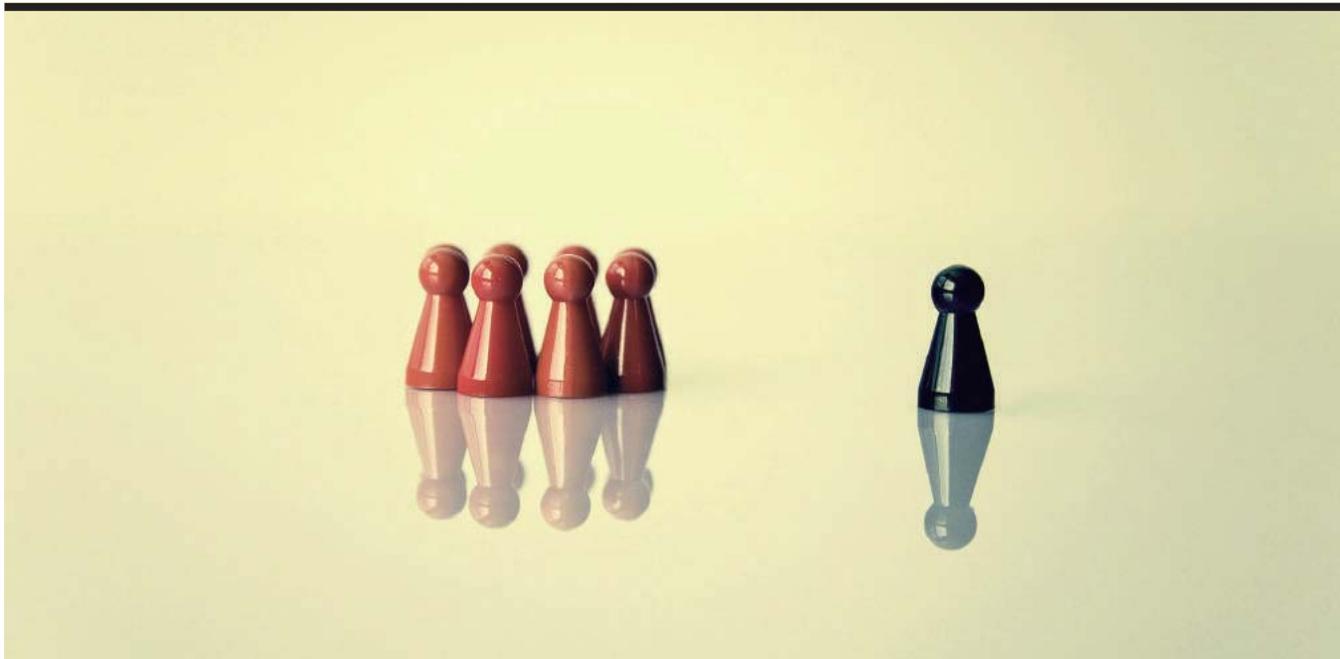
PROFILE

WRITE 이금구

노무법인 C&B 대표
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

- 1991년 제3회 공인노무사 자격 취득(시행처 노동부)
- 1999년 인천경영자협회 컨설팅 사업부 설립 및 인천경영자협회 고문
- 2001년 일본 Sanken 그룹과 인사노무관리 컨설팅 회사 설립
- 2003년 노무법인 C&B 대표, 사단법인 한국외국기업협회 고문
- 2005년 금속산업사용자협의회 대표 (산별 중앙교섭 대표 금속산업사용자협의회 사무국 운영)
- 2006년 4대 보험 무료 업무대행 시스템 구축 (3만개 기업 업무 위탁, 노무법인 C&B 인천사무소 오픈)
- 2009년 3월 매경인터넷의 "매경인사노무" 서비스 개시
- 2009년 10월 국민은행 기업 고객 인사노무지원 센터 "KB인사노무지원" 서비스 개시
- 2011년 (사)장기요양기관정보나눔회 고문, (사)한국인재파견협회 고문
- 2012년 전국소상공인단체연합회 고문
- 2014년 11,000개 사업장 사무 위탁 관리
- 2015년 (사)한국소상공인단체연합회 고문
- 2016년 GS25, 프랜차이즈 노무관리 시스템 도입

☎ 1544-8323 🌐 www.franhr.com



1. 가맹점 노무관리 실패

직원 채용 시에 가장 먼저 근로계약을 작성해야 한다. 근로계약서 서면 작성과 교부의무를 위반한 경우 500만원 이하의 벌금에 해당한다. 근로계약서에는 임금, 근로시간, 근로일, 휴일, 휴가, 휴게시간 등 법적 필수 요건이 명시되어야 하며, 필수요건이 누락되어 있거나, 교부를 하지 않는 경우에도 법 위반이 될 수 있다. 실제 법 위반인 경우 근로자 1인당 50만원 내외로 벌금이 부과된다.

2. 가맹본부에서 가맹점에 지원할 수 있는 노무관리 시스템 사례

국내 최대 GS25편의점을 운영하고 있는 GS리테일은 본사와 가맹점의 상생 경영을 위한 상생경영사업부를 별도로 운영하고 있으며, 상생경영사업부는 가맹점이 안정적으로 사업을 운영할 수 있도록 노무 및 세무업무 등을 체계적으로 지원하고 있다. 특히, “점포경영시스템”을 구축하여 노무, 세무, 법률 등의 정보를 활용할 수 있도록 제공하고 있으며, 올해부터 도입된 “경영주노무콜센터”는 경영주가 언제든지 노무콜센터를 통하여 노무상담이나 정보 등을 제공받을 수 있도록 하고 있다. 가맹점은 다음과 같은 효과를 보고 있다.

① 4대 보험료 절감

① 입/퇴사의 정확한 신고로 불필요한 보험료 부과 방지 ②근로시간 조정을 통하여 국민,건강 보험료 절감 ③두루누리 활용한 국민연금, 건강보험료 절감 ④식대, 교통비 등 비과세 급여설계로 보험료 절감

② 연차수당 및 주휴수당 등

상시 근로자수 관리를 통한 연차수당 및 주휴수당 등의 법정수당 절감

③ 근로계약서, 임금대장 등

스마트폰 App을 통한 전자 근로계약서, 전자 근태관리를 통한 임금 계산 및 임금대장 등 노동관계법에서 정하고 있는 각종 계약서, 규정 등의 관리를 통한 과태료 벌금 방지

④ 가맹점의 노무·세무 비용의 절감

가맹점은 개별적으로 세무업무를 맡기고 있으며, 노무관리는 전문가에게 위탁하는 경우 비용 부담뿐만 아니라 소기업에 대한 노무관리를 전문적으로 지원하는 정보 등이 부족한 것이 현실이다. 가맹점에서 부담하는 세무비용에 노무업무를 동시에 지원할 수 있는 곳을 발굴하여 가맹점이 이용할 수 있도록 하는 경우에는 ①세무, 노무비용을 절감할 수 있고 ②노무관리를 전문가에게 위탁하여 관리함으로써 가맹점주는 영업 등에 전념할 수 있으며 ③가맹본부는 가맹점의 세무, 노무에 대한 각종 통계 자료를 이용할 수 있으므로 경영전략 자료로 활용할 수 있다는 장점이 있다.

4. 스마트 시스템 도입

채용에서 퇴직까지의 노무관리를 지원하는 전자 근로계약서, 전자 근태관리, 전자 임금대장 등의 도입과 매월 매출, 매입에 대한 세무통계(매월 결산)는 종합소득세 등을 절감할 수 있는 스마트 시스템이 도입되어야 한다. 가맹본부는 가맹점의 인건비, 매출 등의 현황을 통하여 가맹점의 부족한 부분을 분석하여 체계적인 경영지원을 할 수 있도록 해야 한다.

5. 결론

최저임금 10,000원 시대가 다가오고 있는 시점에서 가맹본부와 가맹점의 노무관리는 근본적인 변화가 예고되고 있다. 가맹본부에서는 적극적으로 가맹점의 노무관리에 관심을 가져야 할 시점이며, 상생할 수 있는 다양한 시스템 도입을 검토해야 할 시점이다. **KFN**



광고·판촉비용 통지의무 중요성 제대로 인지해야

최근 치킨 프랜차이즈 업계의 치킨가격조정과 공정거래위원회의 첫행보가 많은 주목을 받고 있다. 가맹본부들의 가격정책의 반복과 공정거래위원회의 행보와의 연관성은 독자들의 판단에 맡기겠다. 가맹본부들의 가격인상 등의 가격조정에는 여러 가지 이유가 있겠지만 광고·판촉 비용을 빼놓을 수 없다고 판단되기에 이와 관련한 이야기를 다루어보고자 한다.



PROFILE

WRITE 이윤재
한국프랜차이즈법률원 대표

現)한국프랜차이즈 법률원 대표/가맹거래사
(공정거래위원회 등록 제 290호 가맹거래사)
前)한국공정거래조정원 정보공개서 등록관
가맹거래사 합격자 실무수습 및 연수 전문강사(대한가맹거래사협회)
가맹거래사 1차 및 2차 시험 강사(갈라파고스법학원)
이디야 등 다수의 프랜차이즈 자문위원 역임
T 010-7411-6551 / 02)3412-6551 / 6552
E koreafclaw@hanmail.net
W www.koreafclaw.co.kr



광고·판촉비 1조원 넘어

상당수의 가맹본부들이 과도한 경쟁 속에서 막대한 광고비용 등을 지출하고 있고, 이는 가맹점사업자의 부담으로 연결되는 경우가 많음이 현실이다. 경쟁이 치열한 업종 일수록 광고비의 부담이 클 것이다. 실제로 공정거래위원회에 등록된 가맹본부들이 정보공개서를 통하여 공개한 광고·판촉비의 전체 금액은 1조가 넘는 것으로 나타났으며, 적게는 1억 내외 많게는 10억 이상을 가맹본부가 연간 지출하고 있는 것으로 나타났다. 가맹본부와 가맹점사업자의 관계는 '상생'관계이다. 서로의 발전을 위하여 필요하다면 광고나 홍보를 통하여 서로의 매출증대를 도모함은 얼마든지 있을 수 있는 일이다. 물론 이러한 활동은 어디까지나 '서로의 매출증대'를 위한 행위이며 합리적인 절차와 동의를 거쳐 그 집행이 이루어졌을 때 비로소 정당할 것이다.

사업연도 종료 후 90일 이내

가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 제12조의6은 가맹본부가 가맹점사업자에게 비용을 일부라도 부담하는 형태로 광고나 판촉행사를 실시한 경우 그 집행내역을 가맹점사업자에게 통보하도록 하고 있으며, 가맹점사업자의 요구가 있는 경우 이를 열람할 수 있도록 하는 의무를 규정하고 있다. 또한 그 통보 또는 열람의 구체적인 시기·방법·절차까지 규정하고 있다.

통보기간도 사업연도 종료 후 90일 이내로 특정하고 있으며, 방법 및 절차에 있어서도 다양한 방법을 제시하고 있다. 가맹사업자에게 비용부담을 시킬 경우 이러한 의무가 생기니 투명하게 집행하라는 것이고, 신중히 하라는 것이다. 가맹사업법은 다른 법들에 비하여 빈번히 해당법률의 개정이 이루어지고 있는데, 이는 그만큼 프랜차이즈 업계에 대하여 정부와 입법자들이 관심을 많이 가지고 있음을 시사한다. 그 어떤 분야보다 그만큼 국민들의 이목이 집중되는 영역임을 의미한다.

광고 집행내역 투명성

매년 가맹본부들은 매년 상반기가 되면 정보공개서 정기변경등록으로 인하여 자료를 준비하곤 한다. 회계연도가 종료하고 120일 이내에 정보공개서의 변경등록을 하도록 가맹사업법이 규정하고 있기 때문이다. 가맹점 숫자가 많은 본부일수록 준비해야 하는 것이 많을 것이다. 또한 가맹사업법12조의6에 따르면 본 조항에 해당하는 영역의 광고·판촉의 경우 사업연도 종료 후 90일 이내에 집행내역의 통지의무를 규정하고 있으므로 가맹본부의 봄은 더욱 바빠질 것이라 보인다. 이러한 해당조문의 취지는 해당내역 집행의 투명성을 제고하는 것이다. 결국 이러한 투명성이 보장된다면 이를 고려한 기획이 이루어 질 것이고, 가맹점사업자의 동의가 수반된 광고·판촉이 이루어 질 수밖에 없을 것이다. 또한 자연스럽게 가맹계약 단계부터 가맹본부들은 정보공개서 및 가맹계약서의 광고·판촉에 관한 영역에 대해 신중해야 할 것이다. 최근 A가맹본부의 경우 매월 월 매출액의 일부를 Admin Fee라는 명목으로 고정수수료로 가맹점사업자들로부터 수령하면서도 구매·마케팅·

영업기획·품질관리 등 가맹점사업자에 대한 각종 행정적 지원 명목으로 Admin Fee를 별도로 부과하여 징수하였다. 정보공개서에 Admin Fee 부과에 관한 사항을 기재하였다더라도, 동일한 취지의 사항을 가맹계약서에 기재하지 아니한 이상 이를 Admin Fee 부과의 근거라고 보기 부족하다고 법원이 판단한 바가 있으며 이에 대해 공정거래위원회는 불공정거래행위로 판단 규제조치를 취하였다. 실제 집행내역 통보 등이 이루어지게 되면 투명한 광고비 집행이 이루어지지 않았던 본부들은 정보공개서와 가맹계약서상의 광고·판촉비 항목과 실제 차이가 생길 수 있고, 정부의 규제와 법적 분쟁이 야기될 수도 있을 것이다. 일전에 칼럼에 소개했던 오는 10월에 시행되는 징벌적 손해배상 개정법과 맞물려서 경우에 따라서 허위과장정보제공과도 연결이 될 소지가 있다. 이에 따라 초래될 다수의 분쟁에 대비가 필요할 것이다. 또한 정부 기관이 정보공개서 및 가맹계약서를 심사함에 있어서도 광고·판촉과 관련한 영역을 더욱 심도 있게 다룰 것이라 예상이 된다. 매년 이루어지는 실태조사 및 직권조사 등을 함에 있어서도 이러한 영역이 중요시 될 것이라 생각된다.

‘호미로 막을 것을 가래로 막지 말라’

정보공개서 등록관으로 근무하며, 퇴임 후 가맹거래사로서 많은 가맹본부들과 가맹점사업자들을 상담하고 교육하며 상당히 놀란 부분이 있었다. 다른 사업 분야에 비하여 프랜차이즈 가맹본부들이 법률적인 부분에 있어서 대비가 부족하다는 점이었다. 어쩌면 그보다 법률적인 대비의 필요성을 느끼지 못하고 있다는 말이 더 부합할 지도 모른다. 영업을 익을 추구하는 것을 목적으로 하는 기업의 입장에서 법률적 대비에 투입될 비용을 다른 영역에 투입하는 것이 더 이익이라는 이성적 판단이 동반된 것이라 생각된다. 실제로 해당 업종에서 나름의 입지를 다진 가맹본부 중 상당수가 법무팀이 존재하지 않거나 존재한다고 하더라도 실질적 역할을 할 만한 직원을 보유한 회사가 드물며, 외부업체에 법률자문을 구하는 경우도 극히 드문 것이 현실이다. 최근의 새로운 정부출범과 개정법 등 변화가 이러한 프랜차이즈 본부들의 풍토 변화에 얼마나 영향을 미칠지는 잘 모르겠다. 필자가 고객들에게 종종 인용하는 속담이 있다. ‘호미로 막을 것을 가래로 막지 말라’는 말이다. 새로운 정부출범과 언론 등을 통해 보여준 공약 등과 관련, 2017년도에는 그 어느 때보다 프랜차이즈 산업이 주목을 받고 있고, 변화의 움직임이 큰 상황이다. 이는 그만큼 국내 프랜차이즈 산업이 성장했으며, 민생 경제의 큰 축을 담당하게 되었음을 반증하는 것이라 생각한다. 일각에서는 이러한 움직임이 프랜차이즈 산업에 대한 위축을 가져 올 것이라 우려하기도 한다. 그러나 필자는 다른 시각에서 해석을 하고 싶다. 철학자 헤겔이 주장한 ‘정반합’ 원리에 따라 가맹사업분야에서도 순리대로 나름의 원칙을 찾아가고 있으며, 이러한 움직임이 정체가 있던 프랜차이즈 산업의 부흥기를 가져올 것이라 역설적으로 주장하고자 한다.

트렌드의 변화에 잘 적응하는 브랜드가 생존을 하였듯이 이제는 원칙에 입각한 브랜드가 새로운 기회를 맞이할 것이라 믿는다. **KFN**

PANTONE
UNIVERSE™
18-4247

이성적인 컬러 - Blue Color

블루로 진실된 커뮤니케이션을 하라



PROFILE

WRITE 김옥기 소장

퍼스널이미지브랜딩(PIB)연구소장
송실경영대학원 퍼스널이미지경영 겸임교수
노루 홈데코레이터 (인테리어 컬러컨설팅)
일본 NPO 퍼스널컬러 인증강사

T 02-542-5355

W blog.naver.com/pibkok



언제 부터인가 어떤 단어를 들으면 컬러로 기억하는 습관이 생겼다. 서비스 비즈니스교육용 어종 M.O.T.라는 말이 있는데 '진실의 순간'이란 고객과 만나는 접점을 뜻하는 말이다. 난 이 단어만 들으면 블루컬러가 떠오른다. 왜일까? 직업병처럼 익숙한 블루라는 컬러에 진실이라는 단어 의미가 속해 있어 그런 건지도 모르겠다.

블루의 의미로 우리가 대체로 알고 있는 것은 차가움, 신뢰, 커뮤니케이션 등이다. 그렇기에 일상생활에서 블루하면 왠지 시원함을 느끼고 싶은 여름에 쓰이는 대표색이 아닐까 싶다. 또한 면접 시에 신뢰의 느낌을 주기 때문에, 면접시존에 블루계열의 타이나 양복이 불티나게 팔린다. 블루는 파장의 영역에서 그린의 중파장보다 조금 더 단파장에 가까워 안정감을 준다. 그래서 차분하고 신뢰감과 진실이라는 느낌을 갖게 한다.

우리는 배우지 않아도 그냥 익숙함에 알아지는 것이 있다. 컬러도 그 영역 중 하나다. 특별하게 배우지 않아도 임신해서 아들이예요~ 하는 소릴 들으면 자연스레 블루의 육아 용품을 선택하면서, 좀 더 남성적이며 힘 있고 안정된 아이로 자라길 바란다. 물론 모두가 그런 것은 아니겠지만 우리는 블루 컬러의 파장 속에서 유난히 남성성을 이야기하고, 핑크에서 여성성을 자연스레 받아들인다. 그렇게 컬러는 자신도 모르는 사이에 생활 속에서 자리잡고 있는 것이다.

얼마 전 컬러테라피 프로모션 이벤트 상담에서 멋진 여성분을 만났다. 무언가 묘한 분위기의 파워가 있으며 이국적인 매력이 느껴지는 분이

었는데 그 분이 고른 컬러가 블루였다. 어떤 의미에서 그 컬러가 끌렸는지 궁금해지기 시작했고 천천히 그분의 이야기를 듣는 내내 서로 박수를 치며 공감을 한 기억이 난다.

원래부터 좋아하지만 요즘 근래 더 끌린다고 하셨다. 매력적인 걸모습과는 달리 매우 여린 분이셨는데 본인은 그것을 인정하고 싶지 않았고 했다. 하지만 본인은 그분에게 그러면 안 된다고 했다.

여기서 난 블루가 가진 큰 의미 중 하나인 책임이라는 단어에 걸려있는 그녀를 봤다. 마음이 짠했다. 처음 보는 순간부터 왠지 끌린 이유를 이야기하면서 알았던 것이다. 약간의 동질감이랄까? 같은 블루의 책임감 파장이 같아 얘기하는 내내 상담이 아닌 서로 공감을 하고 있었다는 것을. 서로 다른 모양의 부분이지만 책임감과 진실을 꺼안고 세상을 살고 있다는 것을. 그녀는 어릴 적부터 막내지만 가장의 역할을 해 왔고 지금도 한 회사를 이끄는 리더이기에 아직도 결혼도 안하고 있는 슈퍼우먼이었다. 그녀는 남성보다 더 멋진 여성이었다. 섬세한 파워라고 해야 하나? 스스로 만족감도 높았기에 애써 다른 컬러를 권해 드리고 싶지 않았다. 언젠가 때가 되면 핑크의 수용성이 움직여 더 큰 밸런싱으로 거듭나시리라.

컬러라는 도구 하나로 이렇게 서로 같거나 다른 감성을 얘기하면서 주변의 컬러로 도움을 받을 수 있는 것은 정말 행복한 것 같다. 헤어지면서 했던 말이 맴돈다. "이번 여름엔 블루 티셔츠를 입고 소통해야 겠어요." 아마도 그러하시리라...

블루는 커뮤니케이션의 컬러파장이기도 하며

설득과 소통의 의미도 지니고 있다. 블루의 파장을 지닌 느낌의 분들은 이해력이 빠른 분석적이고 합리적인 분들이 많은 편이다. 인도의 차크라로 보면 블루는 목과 관련된 파장이라 감기 땀 파란색 스카프도 도움이 된다고 한다. 그린 위의 컬러파장이기에 휴식과 안전, 평화를 뜻하기도 한다. 블루가 부정일 때는 의사소통이 안 되고, 소극적으로 변하고, 늘 허무함을 느끼며 외로움을 타는 경우가 많다. 또한 권위에 대해 승복 못하고 힘들어 하는 경우도 많은 편이다. 이럴 땐 오렌지나 핑크컬러를 쓰는 것을 적극 권한다. 핑크가 부담스러우면 면적을 조금 줄여 소품이나 꽃으로 써보는 것도 좋다. 누군가 블루의 긍정을 쓰고 있다면 도와주자. 긍정적인 말 한마디의 관심표현이면 된다. 블루는 진실된 마음의 커뮤니케이션이 가장 중요하기 때문이다. 섬세함을 녹이는 부드러운 목소리로 해주면 된다. 올 여름엔 블루의 부정을 쓰고 있는 동료나 부하직원에게 꼭 써보도록 권하고 싶다.

마무리로 일상생활에서 블루를 써야 하는 팁을 정리해보면, 감정에 치우치고 싶지 않을 때, 심신의 흥분을 억제시키고 싶을 때, 불면증이 생길 때, 자신의 표현을 타인에게 하고 싶을 때 쓰면 좋다. 신체적으로는 흥역이나 염증에 관련된 병에 증상을 완화시켜주는 효과가 있다고 한다. 보석으로는 아쿠아마린이나 터키석, 라피스 라줄리 등 블루 빛을 띠는 보석이 좋으며 과일을 먹는다면 매실이나 블루베리, 허브 중에는 팬지, 카모마일처럼 등이 좋다. 이번 여름엔 블루의 오감을 적극 활용하여 더운 여름을 시원하고 행복하게 보내보자. **KFN**

김옥기 소장 blog.naver.com/pibkok

프랜차이즈 산업의 밝은 미래를 가능하는 성대한 축제

40회 부산프랜차이즈산업박람회 성료...영남권 최대 박람회로 자리매김

REPORT 김중백 | PHOTO 김동하



한국프랜차이즈산업협회가 지난해에 이어 다시 부산·울산·경남지회(이하 부울경지회)와 손을 잡고 개최한 부산프랜차이즈산업박람회가 뚜렷한 성과와 술한 화제 속에 영남권 최대의 창업 박람회로 확고히 자리매김하며 상반기 창업 시장의 대미를 장식했다.



The 40th Korea
Franchise Business
Expo 2017 in Busan



(왼쪽부터)박기영 협회장, 신영호부울경지회장, 서병수 부산시장



“프랜차이즈 산업이 고용지킬 파수꾼될 것”

한국프랜차이즈산업협회와 부울경지회는 6월 22일부터 24일까지 사흘간 산업통상자원부와 농림축산식품부, 식품의약품안전처, 특허청, 부산경제진흥원, KNN 후원으로 부산 벅스코(BEXCO) 제2전시장 4홀(A&B&C)에서 '제40회 부산프랜차이즈산업박람회'를 공동으로 개최했다. 22일 열린 개막식 행사에는 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장을 필두로 이병역 명예회장, 김용만 명예회장, 조동민 명예회장, 이범돈 수석부회장, 송영예 수석부회장, 이규석 수석부회장, 정태환 수석부회장 등 협회 임원단과 부울경지회 신영호 회장, 이병철 명예회장, 신기동 명예회장 등 지회 관계자들, 부산광역시 서병수 시장, KNN 이성림 대표, 부산경제진흥원 김병추 원장 등 영남권을 대표하는 내외 귀빈들 50여명이 참석, 지역 경제 활성화와 박람회의 성공을 염원하는 마음을 전했다. 이 자리에서 박기영 회장은 개회사를 통해 내외 귀빈들께 감사의 뜻을 표하고 이번 박람회의 의미를 되새겼다. 박 회장은 “한국 경제를 선도하는 부산에서 열리는 이번 박람회는 참여업체 규모나 부대 행사 등에서 타 박람회를 압도하는 부울경 지역 최대의 창업박람회로 자리매김했다”면서 “지역 경제의 근간이었던 조선과 해운 경기의 불황으로 위기에 봉착한 부산경남지역에서 이럴 때일수록 프랜차이즈 산업이 일자리를 만들고 고용을 지킬 파수꾼으로서의 역할을 해 낼 수 있을 것이라고 생각한다”고 말했다. 신영호 지회장의 환영사에 이어 서병수 시장 역시 “부산시에서도 경기

불황을 극복하고 창업자들의 낮은 생존율을 끌어올리기 위해 다양한 정책을 이어가고 있는데 한국프랜차이즈산업협회가 이러한 역할들을 함께 해 줄 수 있다는 점은 시에서도 굉장히 반가운 일”이라면서 “프랜차이즈는 안정적인 일자리 만들기에도 보고같은 산업으로 부산시민들이 창업을 통해 새로운 도전을 할 수 있도록 시에서도 행정적, 재정적 지원을 아끼지 않고 협력할 것”이라고 말했다.

영남권 최대 박람회로 굳건히 자리매김

프랜차이즈산업박람회는 한국프랜차이즈산업협회가 주최하는 국내 최대 규모의 프랜차이즈 창업 박람회로 오랜 전통과 역사를 자랑하는 국내 대표 창업 관련 박람회다. 지난해 11월 한국프랜차이즈산업협회는 우리나라 제2의 도시인 부산 지역에서 부울경지회와 함께 역사적인 첫 지방 프랜차이즈산업박람회를 개최, 술한 화제를 뿌린 바 있다. 특히 창업 관련 정보에 목말라 있는 영남권 예비 창업자들에게 지난해 박람회는 단비로 작용했고 창업 활성화를 통한 지역 경제 활성화에도 큰 기여를 했다는 평가를 받았다. 이번 박람회는 휴가철을 목전에 둔 시기적 특성, 프랜차이즈 산업에 대한 부정적 이슈, 조선·해운경기 침체로 어려움을 겪고 있는 지역 경제 상황 등 각종 악재 속에서도 지난해보다 3배에 육박하는 사전등록 인원과 20% 가까이 늘어난 관람객을 유치, 더욱 진일보한 모습으로 거듭났다.



100개 업체의 142개 브랜드가 참여했고 214개의 참가부스가 완전판매되면서 12회 연속 박람회 부스 완판 기록을 이어간 것도 성과다. 경기 침체를 극복할 구원투수로 막대한 고용 창출 효과를 갖고 있는 프랜차이즈 만한 산업이 없다는 점이 다시 한번 증명된 셈이다.

한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무총장은 “조선산업 경기불황 등으로 어려움을 겪고 있는 부산·울산·경남지역에 프랜차이즈 창업에 대한 관심이 매우 높은 것으로 나타났다”며 “영남권 개최 이력은 그리 오래 되지 않았지만 참가업체나 규모, 전시 내용 등에서 월등하기 때문에 빨리 자리매김하게 됐다”고 평했다.

140여개 브랜드 고른 관심...참관객 20% 늘어

이번 40회 부산프랜차이즈산업박람회에는 외식, 서비스 등 생활밀착형 국내외 우수 프랜차이즈 업체들이 참여해 참관객들에게 다양한 창업 정보를 제공했다.

외식업 분야에서는 거성치킨, 노랑통닭, 부어치킨 등 전통의 강자인 치킨 브랜드를 필두로 이바동감자탕, 놀부부대찌개, 이화수전통육개장, 지호한방삼계탕, 쉐프의부대찌개, 김가네, 스테이크보스 등 외식 브랜드와 청담동말자쌈, 꼬지사개, 포차어게인 등 주점 브랜드, 진이찬방, 본도시락, 스피드런치박스 등 간편식 브랜드까지 수 많은 업종의 브랜

드가 참가해 다양한 먹거리로 대표되는 부산 지역에 출사표를 던졌다. 또한 커브스, 장보는강아지와고양이, 오세프인공지능 라면자판기, 아이올림픽 키즈수영장, 점프노리 키즈카페, 후불제여행투어컴, 센트온 등 최근 프랜차이즈 창업 시장에 대한 관심이 커지면서 함께 각광받고 있는 서비스 분야 브랜드들도 대거 참가해 뜨거운 관심을 받았다.

아울러 G글G글 오돌구이, 발빠닭, 부산어묵꽃이, 곱창선생 등 부산 및 경남 지역을 위주로 뜨거운 인기를 얻고 있는 지역 브랜드들도 박람회에 참가해 지역 밀착형 마케팅을 펼치는 한편 타 지역 브랜드들과 정보를 교환하는 소통의 장을 마련하기도 했다.

박람회장을 찾은 수 많은 참관객들은 참가업체 부스에서 창업 관련 상담을 받으며 다양한 정보를 접하고 미래를 설계하느라 분주한 모습을 보였다. 특히 부산·울산, 경남지역의 예비 창업자들은 평소 접하기 힘들었던 수도권 지역 가맹 업체들의 부스에 관심이 높았다. 또한 전국 브랜드로 도약할 만한 충분한 잠재력을 가지고 있는 부울경지역 기반 브랜드들 역시 고른 관심을 받으며 밝은 미래를 점치게 했다.

프랜차이즈 업계 관계자는 “경기 불확실성이 높아지면서 검증된 브랜드로 소자본, 소규모 창업을 선호하고 있다”며 “프랜차이즈는 폐업률도 낮고 본사의 마케팅 지원을 받을 수 있어 더 안정적인 창업을 도와줘 예비창업자의 관심과 상담이 많았다”고 밝혔다.



협회도 교육·이벤트 등 다각도 지원 나서

전통과 역사를 자랑하는 프랜차이즈산업박람회를 40회째 주최해 오고 있는 한국프랜차이즈산업협회 역시 참가 업체들과 참관객들의 지원에 발 벗고 나섰다. 한국프랜차이즈산업협회는 박람회 기간 동안 더 많은 참관객들이 박람회장을 찾을 수 있도록 매일 선착순 100명씩 총 300명에게 핸드위시를 경품으로 증정하고 가맹상담 1회당 발급되는 스탬프를 5장 받은 응모자들 중 추첨을 통해 LG 49인치 LED TV, LG 로봇청소기, 위닉스 공기청정기, 네스카페 돌체구스토, 필립스 핸드블렌더, 필립스 전기주전자 등 푸짐한 경품을 증정했다.

또한 한국프랜차이즈산업협회는 <2017 프랜차이즈 트렌드와 창업세미나>라는 주제로 수도권에 비해 창업 관련 교육이 상대적으로 활성화되지 않은 부산 지역의 예비 창업자들에게 다양하고 알찬 프랜차이즈 특화 교육 프로그램을 실시, 정보 불균형 해소에도 앞장섰다. 개막 첫 날 창업피아 이흥구 대표는 <왜? 프랜차이즈 창업인가!>, <2017년 하반기 창업 트렌드와 시장전망>이라는 주제로 연달아 강연을 진행했다.

이 대표는 독립 창업에 비해 프랜차이즈 창업이 갖는 다양한 장점을 소개한 것은 물론이고 예비 창업자들이 가장 관심을 갖는 유망 아이템을 소개하면서 강연장을 가득 채운 참관객들로부터 뜨거운 호응을 얻었다. 둘째 날에는 부산창업컨설팅사무소 이정현 소장이 <가맹사업의 이해와

올바른 가맹본사 선정 노하우>라는 주제로 프랜차이즈 창업시 주의해야 할 다양한 체크 리스트를 소개하는 시간을 가졌다.

아울러 한국기상산업진흥원은 <기상정보를 활용한 가맹점 마케팅 전략>이라는 주제의 강연을 통해 최근 미세먼지와 오존 등으로 날씨정보에 민감한 예비 창업자들을 대상으로 날씨경영에 대한 기초, 날씨마케팅, 기상정보 활용방안, 기업진단 등 2017년 프랜차이즈업 날씨경영 전반에 대한 1:1 맞춤형 컨설팅을 수행했다.

강연을 참관한 한 참관객은 “최근 경기가 어렵고 취업시장의 문턱도 높아서 프랜차이즈 창업을 생각한 지 오래됐지만 딱히 도움이 되는 교육을 찾기 힘들었는데 박람회 행사로 마련된 강연을 통해 소중한 정보를 많이 얻은 것 같다”면서 “특히 기본에 충실한 가맹본사 선정 노하우 강연이나 날씨에 따라 급변하는 트렌드를 읽는 법을 알려주는 강연 등은 온라인 상으로도 쉽게 접하기 힘든 강연이었던 것 같아 뿌듯하다”는 소감을 전했다.

한편, 제41회 프랜차이즈산업박람회는 오는 9월 14일부터 16일까지 사흘간의 일정으로 경기 고양시 일산 KINTEX 제2전시장에서 열린다. (주)킨텍스와 공동 주최, 주관하는 41회 박람회는 국내외 프랜차이즈업체를 초청, 500개 부스의 대규모 박람회로 개최될 예정이다. **KFAI**

박람회장 찾은 참관객들, 말.말.말



A씨 "맞춤형 상담에 감사" (남, 38)

최근 커피 프랜차이즈 창업 시장이 포화됐다는 우려도 있지만, 커피를 워낙 좋아하기도 하고 여전히 시장 규모가 커지고 있는 것 같아 카페 창업에 관심을 갖고 박람회를 보러 왔다. 이번 박람회에는 카페 브랜드가 많이 참가하지 않은 것 같아 아쉬운 면도 있지만 몇 군데 상담을 받은 것으로도 충분한 도움이 됐다.

아무래도 자본금이 많지 않다 보니 대형 매장을 차리기 보다는 소자본·소규모 창업을 구상하고 있다. 물론 가맹비, 교육비, 보증금 등을 면제해 주는 이벤트를 내세우는 브랜드들도 있어 시선이 가지만 역시 건물 임대료나 부대비용 등을 따져 보면 역시 이 자리에서 결정을 내리는 쉽지 않은 것 같다.

다만 부산 지역에 살면서 이렇게 큰 규모의 창업 관련 박람회를 접하기 쉽지 않았는데 타 지역에서 유명한 브랜드들을 접하고 또 직접 상담까지 받으며 비교해 볼 수 있어서 개인적으로는 만족한다. 상담 직원들 역시 성실하게 답변해 주고 맞춤형 상담을 하려고 노력해 주는 모습을 보여준 것 같다.

B씨 "독립창업보다 프랜차이즈로.." (여, 55)

평범한 가정주부인데 남편의 퇴직 시기가 점차 다가오다 보니 뭐라도 준비해야 할 것 같아서 프랜차이즈 창업에 관심을 두고 있다. 딱히 요리를 잘 하는 것도 아니고 장사도 제대로 해본 적이 없어 고민이 많아 지푸라기라도 잡는 심정으로 박람회를 찾게 됐다. 아무래도 이런 사정이다 보니 상담 직원들이 대체적으로 대형 매장보다는 소규모 음식점을 추천해주는 경향이 있었다. 소자본 창업이 트렌드라고 하는데 남편이 퇴직한 이후 함께 운영하기 좋을 것 같아 관심이 가는 중이다. 물론 독립 점포 창업도 생각해보지 않은 건 아니지만 가맹본사들이 체계적으로 물품과 교육을 지원해 주는 걸 보니 역시 프랜차이즈 창업이 나을 것 같다는 확신이 든다.

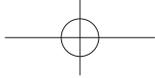
다만 최근 갑질 논란이 여기저기서 터지는 걸 보니 불안한 마음이 남아 있기는 하다. 다들 좋은 말만 하니 나와 남편의 노후가 걸린 문제이니만큼 더욱 신중하게 가맹본부를 골라야 한다는 부담감이 생긴다. 상담할 때 예비 창업자들의 귀를 솔깃하게 하는 다양한 혜택 제공도 좋지만 많은 사람들이 갑질 가능성을 우려하고 있는 만큼 상생과 관련된 디테일한 약속을 해 주면 조금 더 마음이 놓일 것 같다는 생각이 들었다.

C씨 "투명한 가맹본부 믿을 만" (45, 남)

경기 불황으로 회사가 어려워 아예 퇴직하고 새롭게 사업을 시작하거나 부업으로 해 볼 만한 것이 있지 않을까 하는 심정으로 박람회를 오게 됐다. 아내나 부모님 등이 되도록 손이 덜가는 업종이 없을까 하고 여러 군데 상담을 받았는데 언급하기는 힘들지만 마음이 가는 브랜드가 있었다.

일단 창업비용을 최대한 절감해 준다는 느낌을 받았고 본사 정책을 투명하게 공개하고 있다는 자료를 제시해 준 점이 마음에 들었다. 특별한 기술 없이 초보도 쉽게 창업할 수 있다는 프랜차이즈 창업의 장점이 잘 드러나는 브랜드라는 인상을 받았다. 매장 운영에 필요한 물류 배송 등도 믿음이 갔고 어느 정도 인지도나 평가도 좋은 브랜드라 마음이 놓인다.

하지만 최근 프랜차이즈 가맹본부들의 불공정 거래 관련 이슈가 신경이 쓰이는 것도 사실이다. 아무래도 경험이 없다 보니 실제 운영할 때 발생할 문제들이 어떤 것들이 있을지 정확히 알기 힘들다. 지금으로써는 현재 영업 중인 가맹점 몇 군데를 돌아본 뒤 계약을 맺어볼 의향이 있다.



Small Interview

부산박람회 성공적으로 주관한 신영호 부울경지회장 “본사만 믿는 가맹점은 실패합니다”

스스로 공부 안하고
본사만 믿는 가맹점은
실패할 확률이 높습니다.
철저한 사업계획없이
프랜차이즈 창업을 하면
안됩니다.



한국프랜차이즈산업협회의 신영호 부울경(부산·울산·경남)지회장은 예비가맹점 사업자에게 항상 신신당부한다. 가맹본사의 지원과 가맹사업자의 노력이 유기적으로 결합되어야 한다는 말이다.

이런 신념을 지닌 신 지회장은 6월 22~24일 3일간 열린 제40회 부산프랜차이즈산업박람회를 성공적으로 주관했다. 지난해에 이어 부산에서 열린 두 번째 프랜차이즈 박람회에서 '질 높은' 브랜드의 참여를 유도했고 지난해보다 3배 이상 높은 사전 등록률을 이끌어냈다. 신 지회장은 이같이 높은 참여에 대해 “부산 지역이 프랜차이즈에 대한 정보를 접할 기회가 많지 않은 편이기도 하지만 타 지역보다 진심어린 예비 창업자가 많기 때문”이라고 분석했다. 가맹본사와 예비사업자의 가교역할을 하는 프랜차이즈박람회에서 중요한 요소로 △가맹본사의 상담방법 △상담 부스 구축 방법을 꼽는다. 신 지회장은 “얼마나 체계적이고 이해하기

쉽게 상당하느냐와 실제 매장의 분위기를 엿볼 수 있게 만드느냐에 따라 계약 성사율이 달려 있다”고 강조하면서 “박람회 직전 상담과 부스 구축에 대한 교육을 실시해 효과를 보았다”고 밝혔다. 여기에는 신 지회장의 산전수전을 다 거친 노하우가 녹아 있다. 2013년 피에스타 행사를 통해 외식업에 입문했으나 아픈 실패를 맛보았고 2011년 꿀담을 유명 브랜드로 만들어낸 바 있다.

올해 초 부울경지회장에 취임한 신 지회장은 6개월만에 26개 회원사를 신규로 영입, 약 40%의 회원사 증가율을 이끌어냈다. 공동마케팅을 통해 적은 예산으로 높은 성과를 내며 회원사들의 뜨거운 성원을 받고 있다. 개별적으로 광고를 집행하기에는 다소 벅찬 회원사들을 모아 연합 광고를 실시하는 사례가 대표적이다. 프랜차이즈 산업의 이미지 개선에도 앞장 서고 있다. 최근 프랜차이즈 산업에 대한 굵지 않은 시선에 대해 신지회장은 “향변과 변명만 늘어

놓아선 안된다. 우리부터 스스로 반성해야 한다”며 “고객만족의 자세로 가맹점 사업자의 성공을 지원해야 한다”고 목소리를 높였다.

가맹점사업자를 갑을 관계가 아닌 고객으로 대우해야 한다는 이야기다. 신지회장은 실제 사업자를 ‘고객님’으로 호칭한다.

생계형 프랜차이즈 지원에도 발벗고 나섰다. 취업도 안되고 자본도 없는 저소득층의 프랜차이즈 창업을 위해 창업 컨설팅을 펼치며 부산시와 연계해 사회적 기업을 지원할 꿈을 갖고 있다.

열정이 넘치는 신 지회장은 박람회 개막식에 참석한 서병수 부산시장에게 “부산 프랜차이즈업계는 시의 관심과 사랑이 절대적으로 필요하다”며 “프랜차이즈 전담 담당자를 만들어 달라”고 공개적으로 대담하게 요구했다. 부산 연고의 브랜드가 일단 성공하면 서울로 본사를 옮기는 현상도 부산시의 무관심과 연관성이 높다는 주장이다. **KFN**

6기 KFCEO 과정 수료식...원우선정 'MVP' 김태현·복은희 대표 세계로 나아갈 한국 프랜차이즈 산업의 역군

REPORT 김종백 | PHOTO 김동하



6기 교육과정이 16주간의 대장정을 마치고 수료식을 마쳤다

지난 4월 첫 발을 댄 6기 과정에는 프랜차이즈 및 협력사 CEO들은 물론 유통업계와 법조계, 금융계 등 다양한 분야의 원우들이 참여한 가운데 원우들의 역량 및 마인드를 강화하고 사과의 영역을 크게 넓혀주는 명강연 퍼레이드가 이어졌다. 또한 ▲시장에서 뚜렷한 성과를 내고 있는 협회 회원사들 탐방 ▲협회, 총동문회, 선배 기수들과의 빈번한 소통 ▲국내(옹인) 및 해외(태국) 현지 워크숍 등 다양한 프로그램이 6기 과정을 더욱 알차게 꾸몄다.



박기영 협회회장



강병태 원우회장



임영서 대표



전병진 KFCEO 명예회장

한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영)가 주최하고 산업통상자원부가 후원하는 KFCEO 6기 교육과정이 16주간의 대장정을 마치고 수료식을 진행, 유종의 미를 거뒀다.

6월 19일 한국프랜차이즈산업협회는 서울 여의도 전국경제인연합회 컨퍼런스센터 루비홀에서 많은 내외贵宾들의 축하 속에 '제6기 KFCEO 교육과정 수료식'을 열었다. 이날 모네상스 강신장 대표의 마지막 강연에 이어 진행된 수료식에는 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장과 임영태 사무총장 등 협회 임직원들과 각 기수를 대표하여 전병진 KFCEO 총동문회 명예회장, 산돌식품 이호성 대표, 대원주방뱅크 강동원 대표, ㈜에땅 공재기 회장, ㈜대호가 임영서 대표 등 수 많은 선배 기수들이 참석해 원우들에게 진심 어린 축하의 뜻을 전했다.

박기영 회장은 축사를 통해 "여러분들이 16주간 진행된 이번 KFCEO 교육 과정을 통해 지식 기반 비즈니스인 프랜차이즈에 대한 많은 이해를 할 수 있었기를 바란다"면서 "인생에 있어 이번 과정이 큰 의미가 되고 함께 했던 소중한 시간들도 잊지 못하실 것이라고 생각하며, 앞으로도 지속될 KFCEO 과정에 여러분들이 원우의 한 사람으로서 많은 발자취를 남겨 주시길 당부드린다"고 말했다.

전병진 명예회장은 "만남은 소중한 인연은 아름답다"는 말이 있는데 여러분들도 이 좋은 소중한 만남을 좋은 인연으로 잘 다듬고 가꿔서 인생에 큰 전환점이 되길 바란다"는 덕담을 전했고 공재기 회장은 "여러

분들이 살아가면서 KFCEO 과정을 통해 알게 된 인연들을 잘 이어갈 수 있다면 여러분들이 하는 일에도 분명히 도움이 되고 이 과정에 참여한 것에 대해 보람을 느낄 수 있을 것"이라고 말했다. 임영서 대표 역시 "이번 기수동안 쌓은 네트워크와 정보, 지식을 잘 기억하시고 이를 통해 여러분 사업과 인생에 멋진 발전이 있으시기를 진심으로 기대한다"며 축하의 뜻을 표했다.

이에 대해 강병태 6기 원우회장은 답사를 통해 "다른 분들처럼 저도 제 일을 하고 있고, 제 삶의 궤도이자 트랙이 있는데 6기 과정을 함께한 원우들을 보면서 제 자신을 되돌아보고 저를 투영하게 되는 계기가 돼서 정말 감사하게 생각하고 있다"는 소감을 전했다. 6기 과정을 함께 한 이경희 주임교수 역시 "매번 느끼지만 원우분들이 마음을 열고 하나가 되어 가는 과정을 바라보며 기적을 경험하는 느낌이며 매 순간 여러분들께 사랑과 우정이 가득하기를 바란다"고 화답했다.

한편 이날 수료식에서는 총 51명의 원우가 수료증을 수여받고 끝이 아닌 새로운 출발을 다짐했다. 또한 우수 원우에게 주는 우수상, 원우회 집행부에게 주는 공로상·감사패, 7기 원우를 가장 많이 추천한 원우에게 주는 동문인상, 최고의 남녀 원우를 뽑는 MVP 상 등 다양한 상이 수여됐다. 특히 원우들이 직접 선정하는 영예의 MVP에는 남성 부문 건후건축디자인 김태현 대표와 하나온애드컴 복은희 대표가 선정되는 기쁨을 누렸다. **KFN**

한국프랜차이즈산업협회 제6기 KFCEO 14~16주차 과정 K-프랜차이즈 글로벌 리더의 요람

REPORT 김종백 | PHOTO 김동하

14 WEEK

이경희 소장 <프랜차이즈 기업의 리스크 관리>
김성수 교수 <글로벌 시대의 Talent Management>

6월 5일 한국프랜차이즈산업협회는 14주차 과정에서 프랜차이즈 기업의 리스크 관리 전략과 글로벌 시대의 인력 관리 기법 등을 다뤘다. 첫 연사로 나선 이경희 주임교수는 다양한 기업들의 위기 사례와 리스크 극복 방안을 다뤘다. 이경희 교수는 “위기 관리 및 이슈 관리는 미리 백신을 준비하는 것과 같고 특히 사전적 예방인 이슈 관리가 리스크 극복에 큰 도움이 된다”면서 “이슈 관리를 통해 미리 대응전략을 수립하고 각종 리스크를 사전에 차단할 수 있게 된다”고 강조했다. 이어 서울대 경영대학 김성수 교수는 인사 관리 모델 및 인사 철학의 중요성 등을 역설했다. 김성수 교수는 “인사 관리에 있어 인재 중시의 경영 철학 확립과 비즈니스 로드맵 및 역량 로드맵을 고려한 전략적 선제적 인재육성이 중요하다”면서 “또한 이를 통해 인재를 우대하는 고용 브랜드(Employment Brand)를 확립하고 유능한 인사전문가를 육성해 활용해야 한다”고 지적했다.



15 WEEK

정동일 교수
<백전불패의 리더십 : 전략적 사고와 혁신을 통해 지속 가능한 성과를 창출하라>
석철진 교수 <미래 변화 경영 4.0>

6월 12일 15주차 과정은 경영인들이 미래 시대를 대비하기 위해 갖춰야 할 역량을 제시하는 시간으로 꾸며졌다. 첫 강사로 나선 연세대학교 경영대학 정동일 교수는 <백전불패의 리더십>이라는 주제로 “불확실성이 그 어느 때보다도 높은 현 시대에서 살아남을 수 있는 방법은 전략적 사고와 혁신뿐이며 21세기의 혁신은 네트워크에서 나온다”고 강조했다. 정동일 교수는 “21세기에는 큰 물고기가 작은 물고기를 잡아먹는 게 아니라 빠른 물고기가 느린 물고기를 잡아먹는 시대”라면서 변화를 통해 지속적으로 성장을 이뤄낸 다양한 성공사례를 분석하고 리더의 역할을 역설했다. 두 번째 강연자로는 위즈덤하우스 설립자 및 CEO이자 경희대학교 경영대학원 겸임 교수를 맡고 있는 석철진 교수가 새 시대의 경영자가 갖춰야 할 덕목을 강조했다. 석철진 교수는 “넷플릭스, 에어비앤비, 우버, 아마존 등의 사례에서 보듯이 이제 과거의 열쇠로 미래의 문을 열 수 없는, 새로운 열쇠가 필요한 시점”이라고 강조하고 “매니지먼트를 보는 눈과 트렌드 변화를 내다볼 수 있는 눈을 동시에 갖춰야 새로운 시대에서 성공을 열어 나갈 수 있다”고 설명했다. 그는 또한 “경영자는 미래를 내다볼 수 있는 능력을 갖춰야 한다”면서 “골을 넣는 것보다 먼 비전을 생각해야 새 시대를 이끌어 나가는 기업을 만들어 낼 수 있다”고 덧붙였다.



16 WEEK

강신장 대표 <‘인문학’과 ‘기술’의 교차점을 찾아서>

6월 19일 수료식에 앞서 진행된 6기 과정 마지막 강연은 모네상스 강신장 대표가 대미를 장식했다. 신장 대표는 “수 많은 발명품들을 세상에 선보인 스티브 잡스가 혁신을 해 낼 수 있었던 이유는 다른 사람들이 보지 못한 것을 보았기 때문에, 다시 말하면 다른 것을 다르게 보았기 때문”이라면서 일상 생활에서조차도 세상을 보는 눈을 다르게 가질 수 있어야 진정한 혁신을 이뤄낼 수 있다고 강조했다. 강신장 대표는 “기술만으로는 4차산업 시대를 대비할 수 없으며 인문학적 관점에서 고객들의 마음을 읽어야 한다”고 콘텐츠 서비스를 제공하고 있다.



강신장 대표



강병태 원우회장과 16주차 MVP 김태현 대표(좌), 복은희 대표(우)

6기 KFCEO 교육과정 수상자 명단

<우수상> 14명

- (주)푸드테크 강병태 대표
- 레인즈인터내셔널(주) 권오동 대표
- (주)코스모미트트레이딩 김상인 대표
- 건후건축디자인 김태현 대표
- (주)덕산식품 박호서 대표
- 하나온에드컴 복은희 대표
- (주)이순신 최종보 대표
- (주)앤하우스 하형운 대표
- (주)어나더해피 김유번 대표
- 노랑푸드 김장윤 대표
- (주)준코 류진영 회장
- (주)서천주류 백진국 대표
- 인덕식품 이인덕 대표
- (주)한경기획 한경민 대표

<공로패> 3명

- (주)푸드테크 강병태 대표
- 건후건축디자인 김태현 대표
- (주)서천주류 백진국 대표

<동문인상>

- (주)토탈베이커리시스템 채형원 대표

<동문인(인기상)>

- (주)서천주류 백진국 대표
- (주)이순신 최종보 대표
- (주)준코 류진영 회장
- (주)한경기획 한경민 대표

<동문인(MVP)>

- 건후건축디자인 김태현 대표
- 하나온에드컴 복은희 대표

6기 KFCEO 교육과정 수료생 명단 (51명)



- (주)푸드테크 강병태 대표
- 한국소상공인전략연구원 강창동 대표
- (주)에망 공동관 대표
- 레인즈인터내셔널(주) 권오동 대표
- 한솔주방 김광수 대표
- (주)코스모미트트레이딩 김상인 대표
- (주)구슬함박 김영복 대표
- 쉐프스푸드 김영일 대표
- (주)어나더해피 김유번 대표
- 세무법인 유명 김인수 세무사
- 광장프라자 김인숙 대표
- 노랑푸드 김장윤 대표
- (주)티와이 김재곤 대표
- (주)세미원푸드 김중우 대표
- 건후건축디자인 김태현 대표
- (주)아이탐푸드 남영시 대표
- (주)준코 류진영 회장

- (주)더기발한 명재정 대표
- (주)원시스템미트 문장문 대표
- 현대자동차 토평대리점 문환식 대표
- (주)코마커뮤니케이션 박관우 대표
- 법무법인 정음 박종범 변호사
- (주)재인소핑 박학수 부대표
- (주)덕산식품 박호서 대표
- 한국프랜차이즈산업협회 박호진 실장
- (주)서천주류 백진국 대표
- 하나온에드컴 복은희 대표
- NH투자증권 서재영 상무
- (주)신도블이 송정현 대표
- 신성제과 신성호 대표
- (주)대영예건 오영수 대표
- (주)성진에이에스 위민호 대표
- (주)마니커피F&G 윤두현 대표
- 영원유통 윤성연 부사장

- 이젠푸드(주) 이병오 대표
- 농업회사법인 (주)노아에프에스 이상훈 대표
- (주)디렉스테마투어 이석명 대표
- 인덕식품 이인덕 대표
- (주)통인익스프레스 이호 회장
- OB맥주 장승우 팀장
- (주)미보고 장호찬 대표
- (주)명동F&B 전성훈 대표
- (주)다다에프앤비 정유찬 대표
- (주)육심오도시 조민기 대표
- (주)토탈베이커리시스템 채형원 대표
- 창성화학 최은진 대표
- (주)이순신 최종보 대표
- 구리청과(주) 하해수 상무
- (주)앤하우스 하형운 대표
- (주)한경기획 한경민 대표
- (주)케이함 함창석 대표



한국프랜차이즈학회, 2017 전반기 세미나 통해 업계 역할과 이슈 진단 저성장 시대의 프랜차이즈 산업, 어디로 가야 하는가

프랜차이즈 업계와 학계가 한 자리에 모여 최근 저성장 시대 속에서 안팎으로 위기에 처해 있는 프랜차이즈 산업이 놓여 있는 상황을 진단하고 앞으로 나아가야 할 방향을 모색하는 자리를 가졌다. 6월 27일 한국프랜차이즈학회(학회장 이승창)와 대한상공회의소는 대한상공회의소 중회의실B에서 한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영)와 매일경제신문, GS리테일 후원 하에 <저성장시대의 FC 산업의 역할과 이슈>를 주제로 2017 전반기 학술 행사 프로그램을 진행했다.

WRITE 김중백



이승창 학회장은 인사말을 통해 “오늘날 우리나라 프랜차이즈 산업계는 100조원의 외형에 22만개의 가맹점 사업자 수, GDP의 7% 규모에 달하고 있지만 국내외적 상황은 매우 심각한 수준”이라면서 “이번 세미나에서 우리나라 프랜차이즈 관련 산·학이 함께 인식해야 할 경제적·사회적 발전을 위한 기대역할과 세부적인 이슈들을 논의하는 자리가 될 수 있기를 기대한다”고 말했다.

한국프랜차이즈산업협회 이범돈 수석부회장은 축사에서 “일부 가맹본부의 문제점이 있더라도 모든 것을 경직된 법으로 규제하는 것은 장기적으로 서민들이 대다수인 창업자의 피해를 양산할 뿐”이라면서 “과거



와 달리 오늘날에는 시장 자정 능력에 맡기는 것이 가능한 시기이며 훨씬 부작용이 적기 때문에 산학이 힘을 합쳐 이러한 문제들을 통계적으로 분석하고 자정 작용과 관련해 학문적으로 뒷받침할 수 있는 연구를 해야 하는 매우 중요한 시기"라고 말했다.

“10년간 中 시장조사만 한 맥도날드 사례 참고해야”

이어 진행된 세미나는 세 명의 연사가 프랜차이즈 산업의 현황과 이를 둘러싼 대내외적 환경, 미래 전략 등을 짚고 이에 대해 관련 인사들이 토론을 진행하는 방식으로 진행됐다.

첫 연사로 나선 **A.T.커니 코리아 심태호 파트너**는 <글로벌 프랜차이즈 시장의 성공전략과 사례분석>이라는 주제로 세계적인 프랜차이즈 브랜드들이 해외 진출시 수립하고 실행했던 전략을 세세하게 되짚었다.



심 파트너는 “미국과 일본 등 프랜차이즈 선진국들의 사례를 볼 때 우리나라 프랜차이즈 산업의 성장 포텐셜은 충분하다”면서 “하지만 최근 대내외적 이슈들이 녹록치 않아 해외 진출을 모색하는 기업들이 많은데 국가별로 효과적인 전략을 세우는 것이 반드시 선행돼야 한다”고 강조했다. 그는 특히 “**중국 시장은 글로벌 마켓 그 자체이며 인구도 많고 성장 여력이 많아서 기본적으로 외식비 지출 확대 가능성이 높다**”면서 “**또한 최근 위생 관련 이슈가 잇따라 불거지면서 프랜차이즈로 위생이 담보된 식품의 수요가 높아질 것으로 예상되는 만큼 중국 시장에 안착한 맥도날드의 사례를 눈여겨 봐야 한다**”고 설명했다.

심 파트너는 맥도날드가 80년대 홍콩 법인을 설립한 뒤 10여년 간의 시장조사 끝에 90년 첫 점포를 열고, 글로벌 물류 협력사들과 함께 진출해 낙후된 인프라 이슈를 극복하며 3대 거점을 중심으로 확장에 나선 끝에 2014년 기준 2400여개 점포에 이르기까지의 전략을 상세히 설명했다.

그는 “맥도날드는 경제 특구인 센젠에 최초로 진출해 소프트 랜딩에 성공했고 중국 정부와 상하이, 베이징, 광저우의 3대 거점을 중심으로 조인트 벤처(JV)를 구축하며 체계적 네트워크를 짜는 한편 이외의 지역에서는 직접 법인을 만드는 ‘투 트랙 전략’을 구사해 초기 안착에 성공했다”면서 “이후 주요 통제권을 확보하는 선에서 운영이 안정화된 직영점 마스터 프랜차이즈 모델로 돌리면서 폭발적 매장 확장을 이뤄내는 등 대단히 체계적이고 단계적인 절차를 거쳐 오늘날의 지위를 갖게 됐다”고 설명했다. 심 파트너는 여기에 미국의 베이커리카페의 변신 과정, 수 천개의 점으로 이루어진 인도네시아에서 분권형 전략으로 최대의 프랜차이즈로 자리매김한 KFC의 사례를 심층분석하며 “우리는 이처럼 그 지역에서 어느 지점에 포지셔닝을 하고 어떤 고객을 타겟팅할 것이며 우리 매장의 콘셉트와 우리가 팔 기본적인 메뉴, 우리가 풀어나갈 기본적인 지역, 소싱·물류·포스 등의 시스템 인프라는 어떻게 할 것인지 등에 대해 체계적인 전략을 수립해야만 글로벌 프랜차이즈 시장 진출에 성공할 수 있다”고 강조했다.

가맹사업 성과 분명…“규제 너무 심하면 역효과”

이어 **중소기업연구원 전인우 박사**는 <프랜차이즈업의 성과와 향후 과제>라는 주제로 프랜차이즈 창업이 타 방식의 창업 형태에 비해 갖고 있는 장점들을 다양한 공식 통계를 활용해 설명하고 공정거래, 젠트리피케이션, 정부 정책 등 업계와 관련된 이슈를 진단했다.



그는 “통계를 분석해 보면 프랜차이즈 가맹점의 매출과 이익은 독립점에 비해 높은 수준으로 가맹사업을 통한 소상공인의 경제활동이 유익하고 프랜차이즈 시스템을 통해 성과가 제고되거나 성과 악화가 방지되는 효과를 얻고 있다는 것이 증명된다”고 풀이했다. 또한 “프랜차이즈 가맹사업이 매출액에 대해 미치는 통계적으로 유의미한 효과는 대기업 가맹점에 비해 중소기업 가맹점에 더 많이 나타나고 있다”면서 중소기업 가맹사업의 활성화가 필요하다고 진단했다.

아울러 전 박사는 “**가맹본부와 가맹점간의 갈등으로 상생을 위한 대안 마련이 필요하지만 일각에서는 과도한 규제가 내려진다는 인식이 포착되거나 정부의 최저시급 1만원 인상안에 대해 부담을 느끼는 목소리도 제기된다**”면서 **현재 프랜차이즈 산업이 풀어야 할 숙제들을 언급하기도 했다.**



마지막으로 **한국편의점산업협회 부회장을 맡고 있는 염규석 박사**는 <저성장시대에 있어서 프랜차이즈 산업에 대한 합리적 규제방안 - 가맹사업법 개정발의안을 중심으로>라는 주제로 국회에 발의돼 있거나 정부가 도입할 예정인 각종 법령들이 갖고 있는 문제점을 지적하고 정부와 국회가 산업의 발전을 위해 힘써줄 것을 당부했다.

그는 “**프랜차이즈 발전에 가장 중요한 것은 가맹본부가 가맹점 사업자들을 소비자 이상으로 생각하고 함께 동반성장하겠다는 인식을 갖는 것**”이라면서도 “**하지만 너무 규제가 심해 정부와 국회가 프랜차이즈 산업의 본질을 어렵게 만드는 부분은 분명한 문제**”라고 지적했다.

한편 주제발표 종료 후에는 광운대 임영균 교수가 <프랜차이즈 산업의 현실과 정부의 역할>이라는 주제로 토론 기초를 설명하고 단국대 정연승 교수, 소상공인시장진흥공단 소상공인본부장인 노화봉 박사, 한국공정거래조정원 부연구위원인 김건식 박사가 각기 주제 발표와 관련된 의견을 개진하는 집단 토론이 진행되면서 세미나의 대미를 장식했다. **KFN**



공정위 신영섭 부위원장, 협회 임원단과 간담회서 밝혀 “가맹사업 다양성 반영하는 제도 필요”

제 11회 대한민국 프랜차이즈 CEO포럼

프랜차이즈 산업인들이 업계 현안을 공유하고 정부 당국과 향후 정책 과제 및 방향에 대해 소통하는 뜻 깊은 시간을 가졌다. 6월 21일 매일경제신문은 한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영) 후원으로 서울 소공동 롯데호텔 36층 벨뷰스위트홀에서 '제11회 대한민국 프랜차이즈 CEO 포럼'을 개최했다.

WRITE 김종백

이날 포럼에는 공정거래위원회 신영섭 부위원장, 포럼 회장 및 한국프랜차이즈산업협회 명예회장인 제네시스비비큐 윤홍근 회장 등과 한국프랜차이즈산업협회 이범돈 수석부회장, 정현식 수석부회장, 정인기 부회장, 이영준 부회장, 임영태 사무총장 등 협회 임원단 및 회원사 CEO들을 포함한 많은 프랜차이즈 가맹본부 임직원들, 한국프랜차이즈학회 이승창 학회장, 한국프랜차이즈산업협회 박주영 포럼위원장 등 학계 인사들이 한 자리에 모여 업계의 고충을 서로 공유하고 정부 정책 방향을 함께 논의하는 자리를 가졌다.

“갑을” 문제, 공정위가 역할 해야

신영섭 부위원장은 “프랜차이즈 시장이 100조원 규모의 시장으로 성장하는 데에 있어 여러분들의 노고가 대단히 컸다고 생각하고 있다”며 <새정부 가맹사업분야 공정거래정책 방향>이라는 주제로 강연을 진행했다. 특히 신 부위원장은 규제 일변도의 가맹사업 정책과 관련한 업계의 목소리에 대해 “공정위는 담합 등 경쟁제한행위의 적발 시정에 주력하고 소위 ‘갑을’ 문제는 당사자가 알아서 해결할 일이라는 주장이 제기되고 있다”면서 “하지만 우리나라 사회적 특성상 ‘갑을’ 문제는 지속적·반복적으로 되풀이되는 경우가 많아 1대 1의 문제가 아닌 1대 다수의 문



제가 되고 있고, 비용과 기간 등 다양한 현실적 제약 때문에 민사소송으로 원활히 해결되지 않는 경우가 많아 공정위가 일정 부분 역할을 해야 한다는 것이 기본 방침"이라고 설명했다.



이어 신 부위원장은 "최근 이슈가 되고 있는 '갑질' 논란은 이미 해외 선진국에서도 일어난 바 있으며 현재 미국과 호주, 캐나다, 이탈리아 등 많은 국가들이 이 같은 문제를 차단하기 위해 다양한 규제가 존재하고 있다는 점을 말씀드리고 싶다"고 덧붙이고, 국내 프랜차이즈 산업과 관련된 주요 정부 정책들과 향후 정책 과제를 소개하고 유사 해외 사례를 비교하며 강연을 마무리했다.

무차별적 '본부 때리기' 어렵다... "일정 부분 공감"

신 부위원장은 강연 종료 후 업계의 목소리를 청취하고 비교적 상세한 답변을 내놓으며 업계와 소통하는 시간을 가졌다.



첫 질문자로 나선 한국프랜차이즈산업협회 **이범돈 수석부회장**(크린토피아 대표)은 "갑질"은 당연히 사라져야 한다고 보지만 정치권이나 정부가 업계의 각종 이슈를 바라보는 시선은 좀 바뀌어야 한다고 생각한다"면서 "결국 가맹점 사업자들의 불만이 터져나오는 것은 일부의 '갑질' 문제가 근원이 아니라 기본적으로 경제가 어려워져 장사가 잘 안되기 때문인데 무조건 가맹본부 쪽으로만 정책의 포커스가 잡히고 있는 것이 아닌가"라고 말했다. 이 부회장은 "예를 들어 98%에 달하는 영세 가맹본부들은 징벌적 손해배상제도와 관련된 소송에 시달릴 경우 심하면 본부 자체가 날아갈 수도 있는데 과연 그 경우 피해는 누구에게 돌아갈지 생각해봐야 한다"면서 "기본적으로 가맹본부는 어떻게 가맹점이 장사가 잘 되도록 할 것이냐를 고민하는 것이 본질인데 최근의 정책들이 너무 상생에만 포커스가 맞춰져 있는 점도 어렵다"고 토로했다. 이에 대해 신 부위원장은 "우리나라가 세계에서 자영업자 비율이 가장 높은 만큼 경기 불황과 함께 움직여 장사가 잘 안되고 여기서 다양한 문제가 파생된다는 지적에 전적으로 공감한다"면서 "또한 가맹본부들도 굉장히 다양한데 이런 사정을 감안하지 않은 획일적인 규제 역시 문제가 있다고 생각한다"고 답했다. 그는 "다만 가맹사업법상의 징벌적 손해배상제도는 앞서 도입된 하도급법의 사례로 비춰볼 때 크게 우려하지 않아도 될 것"이라면서 "수 년 사이 하도급 분야 관련 소송은 1건에 그쳤

고 이마저도 증거 입증이 원활하지 않아 원고가 패소했다"고 설명했다. 또한 "이탈리아에서 직영점을 1년 이상 운영한 후 가맹점을 모집할 수 있도록 규정한 사례가 있긴 하지만 한편으로는 이 규정이 신규 사업자의 시장 진입을 제한하는 성격도 있기 때문에 양 측면을 함께 따져 검토해보겠다"고 덧붙였다.

업계-공정위 활발한 소통으로 '공감대'

이어 한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무총장은 국회에 발의된 거리제한 규정에 대한 업계의 우려를 전달했다. 임 총장은 "최근 발의된 가맹사업법 개정안에는 1km 내에 동일 업종이 들어갈 수 없다는 내용이 포함돼 있는데 이게 통과될 경우 상권별 특성이 전혀 고려되지 않아 더욱 큰 혼란을 부추길 것이라는 우려가 있다"고 말했다.

이에 대해 신 부위원장은 "발의된 법안이 모두 국회를 통과하는 것은 아니며 우려하시는 부분을 충분히 잘 알고 있다"면서 "일정한 거리로 획일적 규제를 할 경우 상권의 특성도 다르고 업종별로 특성이 다르기 때문에 문제가 있는 것이 맞다"고 답했다. 이어 "저희도 국회에서 올바른 방향으로 논의가 이뤄지도록 노력할 것"이라고 덧붙였다. 또한 김가네 채현 상무는 "프랜차이즈 업계가 공정위와 일정한 공감대를 형성하고 양자간의 관계가 자리잡기까지 정말 수 많은 시간이 소요됐으며 이는 시장의 특성을 잘 아는 전문가들이 그만큼 부족했기 때문"이라면서 "그런데 최근 지방자치단체에 가맹사업 분야와 관련된 조사권 및 처분권을 위임하겠다는 정책을 접하니 조사 남용과 업계의 현실에 맞지 않는 처분 등을 우려하지 않을 수 없다"고 말했다. 이에 대해 신 부위원장은 "가맹사업법 위반행위 유형 중 80% 이상이 정보공개서 미등록, 미제공 등 쉽게 위반 여부를 확인할 수 있는 단순 위반 행위"라면서 "지자체가 맡게 될 업무는 이 같은 단순 위반행위와 관련된 것으로 한정될 것이고, 공정위는 부당성을 판단하거나 깊이 있는 법률적 검토가 필요한 분야에 선택과 집중을 할 것이며 절대 전문성이 필요한 분야는 지자체에 위임하지 않을 것"이라고 답했다. 이어 "이는 가맹점 수가 20만이 넘어가는데 공정위 가맹거래과 인력은 7~8명 뿐이라 터무니없이 인력이 부족해 구상하고 있는 것"이라며 양해를 구했다.



마지막으로 한국프랜차이즈산업협회 **정인기 부회장**(풀잎채 대표)은 "창업 분야 중 전수 창업이라는 것이 있는데 이 경우 제대로 준비되지 않은 맛집들이 가맹점을 내주다보니 많은 문제가 생긴다"면서 "그런데 이런 경우까지 함께 프랜차이즈로 분류되다 보니 다른 가맹본부들이 함께 매도되는 측면이 있는데 창업 종류에 대한 등록을 세분화하는 것은 어떨지 건의드린다"고 말했다. 이에 신 부위원장은 "가맹본부가 워낙 다양하다 보니 획일적으로 제도를 운영하는 것도 분명 문제가 될 수 있을 것 같다"면서 "말씀해 주신 부분을 잘 고민해서 연구해 보겠다"고 답했다. **KFN**

협회 소식 REPORT 김종백

임원단-고문단 현안 관련 해법 고민

2017년 고문단 간담회, 체인정보 박원휴 대표 신임 자문위원장에



한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영) 임원단과 고문단이 한 자리에 모여 프랜차이즈 산업을 둘러싼 현안들을 고민하는 시간을 가졌다. 6월 29일 한국프랜차이즈산업협회는 서울 서초구 웨라톤팔래스강남호텔 아이리스룸에서 '한국프랜차이즈산업협회 2017년 고문단 간담회'를 열었다. 이날 간담회에는 한국프랜차이즈산업협회 박기영 회장 등 임원단과 더불어민주당 전현희 의원 등 협회 고문단 20여명이 참석했

다. 또한 ㈜체인정보 박원휴 대표가 신임 자문위원장으로 위촉됐고, 고문단을 대표해 ㈜알파유통 이동재 회장과 더불어민주당 전현희 의원이 위촉장을 수여받았다. 아울러 임원단과 고문단은 저녁 식사를 함께 하면서 프랜차이즈 산업을 둘러싼 이슈에 대해 허심탄회하게 얘기를 나누고 산업의 발전을 위해 머리를 맞대며 다양한 방안을 고민하는 시간을 가졌다.

이사회, 2개사 탈퇴 결의

정도·윤리 경영 강화 차원...
윤리경영 선도계획



한국프랜차이즈산업협회가 6월 29일 2017년 3차 이사회를 개최하고 최근 사회적 물의를 일으킨 'A 피자'와 'B 치킨' 등 2개 회원사에 대해 제명과 자진 사퇴 등의 형식으로 회원사 탈퇴를 결의했다. 회원사 제명은 협회가 정관에 따라 취할 수 있는 가장 강력한 제재다. 또한, 협회 이사회는 앞으로 물의를 빚은 회원사가 발생할 경우 협회 정관에 따라 강력한 제재를 취하기로 결의했다. 박기영 회장은 이날 "협회가 앞장서 과감한 자정과 혁신의 노력을 기울

여야 프랜차이즈산업에 대한 비난과 편견을 극복할 수 있을 것이다"라고 말했다. 한편 협회는 7월 12일 경기도 양평에서 전체임원 연석회의를 열고 '윤리경영실천선포식'을 갖고 가맹본부와 가맹점간의 상생시스템 구축 및 소위 '갑질논란' 예방을 위한 구체적인 윤리경영 액션플랜도 발표했다. 또 선포식에 이어 협회 윤리위원장인 고려대 어도선 교수의 강연을 시작으로 올해 안에 6개 지회를 순회하며 윤리교육을 실시할 예정이다.



징벌적 손해배상제 연구 성과 공유

협회 주최 · 프랜차이즈경영학회 주관 춘계학술대회



한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영)가 최근 프랜차이즈 산업 분야에 도입이 결정된 징벌적 손해배상제와 관련된 학계의 연구 성과를 공유하는 자리를 마련했다.

6월 3일 한국프랜차이즈산업협회는 세종대학교 광개토관에서 '2017 한국프랜차이즈경영학회 춘계학술대회'를 통해 프랜차이즈 산업인들이 징벌적 손해배상제의 의미와 각종 대응방안을 공유하는 자리를 주최했다. 학술대회를 주관한 한국프랜차이즈경영학회(학회장 이용기 교수)는 <징벌적 손해배상제도와 프랜차이즈 산업의 대응방안>이라는 주제

로 오는 10월 19일부터 시행될 예정인 징벌적 손해배상 제도가 갖는 학술적 및 산업적 의미와 다양한 문제점, 프랜차이즈 기업들이 징벌적 손해배상제도 시행을 맞아 유의해야 할 사항들 등을 제시했다.

이번 학술대회에는 한국프랜차이즈산업협회 이범돈 수석부회장, 최종성 미래창조분과위원장, 임영태 사무총장 및 임직원들과 세종대학교 경영전문대학원 김경원 원장, 한국프랜차이즈경영학회 이용기 회장, 이성훈 사무국장 등 업계 및 학계 내외빈들이 광개토관을 가득 채워 뜨거운 열기를 뿜냈다.

협회 임원진, 부산·울산·경남지회 방문

부산 박람회 성공적 개최 '한 뜻'...격려금 전달식도



제40회 부산프랜차이즈산업박람회 개최를 맞이하여 한국프랜차이즈산업협회(회장 박기영) 임원들이 6월 21일 부산울산경남지회(지회장 신영호)를 방문했다. 이날 지회 방문에는 박기영 협회장, 이병역 명예회장, 이규석 수석부회장, 이용재 상임부회장, 여인국 상근부회장, 박호진 전

락홍보실장 그리고 부산울산경남 지회 신영호 지회장, 신기동 명예회장, 남구만 수석부회장 등 주요 인사들이 참석하여 간담회를 가졌다. 또한 이번 박람회의 성공적인 개최를 기원하며 지회에 격려금을 전달하는 시간을 갖기도 했다.

협회 소식 REPORT 김종백

연세대 FCEO 31기 교육과정 수료식
15주간 대장정 마무리...26명 수료증 수여받아



연세대학교는 6월 24일 상남경영원에서 프랜차이즈 CEO 31기 교육 과정 수료식을 가졌다. 이날 수료식에서는 15주간 열심히 교육 과정을 함께해 온 26명이 수료증을 수여받았으며 공로상, 협회장상, 총동

총동문회장, 한국프랜차이즈산업협회 김금자 부회장 등 많은 귀빈이 참석해 함께 축하하는 자리를 가졌다. 이에 31기 김대웅 회장의 답사도 이어졌다. 한편 32기 과정은 9월 2일부터 12월 16일까지 매주 토요일 진행될 예정이며 현재 교육과정 모집 중에 있다. (박서진 특임기자)

강화도 해명산에서 6월 정기 산행

산악회, 방개고개-삿갓바위-보문사 등 4시간 30분 트래킹



한국프랜차이즈산업협회 산악회(회장 정인기) KFMCA가 6월 17일 강화 석모도 해명산으로 6월 정기산행을 떠났다.

이번 산행은 강화도 외포리 선착장에서 웨리호를 타고 석모도까지 이동해 석모도 진득이 고개에서 시작됐다. 해명산, 방개고개, 새가리고개를 넘어 삿갓바위, 마애불, 보문사까지 총 4시간 30분이 소요되는 코스를 트래킹했다. 각 등산조 조장(▲1조 정인기 ▲2조 안혜숙 ▲3조 류호

범 ▲4조 김남철 ▲5조 지영필)을 필두로 모든 회원이 뿌듯하고 건강한 산행을 마친 후에는 꽃게탕과 밴댕이 회무침으로 점심을 함께 하며 뜻 깊은 모임을 가졌다.

이번 산행의 목적지 해명산은 산과 바다의 정취를 함께 맛볼 수 있고 산세가 아기자기해 가족동반 산행지로 적당하며 우리나라 3대 관음성지인 보문사가 위치해 있어 많은 신도들이 찾고 있다.



‘역시 함께하니 행복합니다’

사회봉사초, 이삭의 집 후원 및 봉사활동



한국프랜차이즈산업협회 사회봉사위원회(위원장 김익수)가 월례 정기 활동의 일환으로 아동 복지시설을 찾아 찾아 28차 ‘함께하면 행복합니다’ 봉사활동을 진행했다.

6월 13일 한국프랜차이즈산업협회 임직원과 사회봉사단원들은 경기도 의정부시에 위치한 아동복지시설 ‘이삭의 집’에서 보호 아동 90여명을 대상으로 저녁 식사와 간식을 배식하고 후원금 및 후원품을 전달했다. 이날 봉사활동에는 사회봉사위원장 채선당 김익수 대표와 부위원장 토프레스 오종환 대표, 한국프랜차이즈산업협회 임영태 사무총장 및 협회

임직원 등 20여명의 사회봉사단들이 참여해 봉사 활동을 진행했다. 사회봉사단원들은 아이들에게 먹을거리를 나눠주고 말동무가 되어주는 등 따스한 온기를 전했다.

또한 후원금 전달(채선당)과 함께 쿠키(토프레소), 제육볶음(미소바이오), 죽(본죽), 양말(뭇똥고양이), 미니파운드 케이크 및 주스류(커피베이), 에그타르트(셀렉토퍼), 휴지류(좋은나라), 피자·콜라(돈까스클럽), 치킨(60계치킨), 탄산수(보헤미안스파클링), 김밥·호두과자(한국프랜차이즈산업협회) 등도 제공했다.

놀부 김영철 · 장수산업 장순옥 대표 우승

골프 월례회, 여주시 렉스필드C.C.서 열려



6월 7일 한국프랜차이즈산업협회 산하 골프회(회장 조동민)가 협회 및 골프회 회원들과 함께 경기도 여주시 렉스필드cc에서 6월 정기 월례회를 진행했다. 이 자리에는 한국프랜차이즈산업협회 조동민 명예회장과 60여명에 달하는 협회 분과 위원회 임원단과 골프회 회원들, 내외 귀빈들이 참석해 라운딩을 진행하고 친목을 다졌다. 이번 월례회에서는 남

성 부문 놀부 김영철 대표, 여성 부문 장수산업 장순옥 대표가 우승을 차지하는 기쁨을 누렸다. 주용기친플러스 남기원 대표가 메달리스트 상을 수상했고 만점족 이한규 대표와 청솔학원 박희미 원장이 남녀 부문 롱기스트에, 한국프랜차이즈산업협회 이영준 부회장(푸드존 대표)이 니어리스트에 선정됐다. 스카이씨엔에스 이종훈 대표는 행운상을 수상했다.

한국프랜차이즈산업협회 미래창조분과위원회 6월 정기 월례회 공부하는 청년 CEO들, 하림 정읍공장을 가다

REPORT 김종백 | PHOTO 김동하



한국프랜차이즈산업협회 산하 미래창조분과위원회(위원장 최종성·이하 미창위)가 6월 정기 모임의 일환으로 국내 굴지의 닭고기 전문업체 (주)하림 정읍공장을 탐방하고 뜻 깊은 시간을 보냈다.

6월 15일 협회 미창위 회원들은 전라북도 정읍시에 위치한 (주)하림 정읍공장을 찾아 역량을 강화하고 친목을 다졌다. 올해 들어 미창위 월례회를 '공부하는 청년 CEO들의 모임'으로 새롭게 탈바꿈시키고 있는 미창위 최종성 위원장 및 사무국의 새로운 시도다.

미창위는 3월부터 꾸준히 정기 월례회를 친목 도모와 역량 강화를 위한 축제의 장으로 만들고 있다. 지난 3월에는 한국외식정보(주) 박형희 대표를 초빙해 <저성장 시대 FC기업의 지속성장 전략>이라는 주제의 특별 강연을, 4월에는 한국브랜드마케팅연구소 박재현 소장의 <21세기 뉴마케팅 시대의 성공적인 브랜드 관리 전략> 강연을 주최했다. 5월에는 도전 정신 하나로 국내 톱 개그우먼으로 우뚝 선 조혜련 씨를 초빙, 새로운 도전을 두려워 하지 않았던 인생 스토리를 듣고 CEO들에게 삶을 대하는 자세에 대한 화두를 던지기도 했다.

미창위 회원들은 이처럼 단순한 친목 모임을 넘어 사회 저명 인사들의 강연을 함께 듣고 공부하는 정기적 모임을 통해 향후 우리나라 프랜차이즈 산업을 책임질 청년 CEO로서의 자부심을 갖고 열성적인 활동을 펼치고 있다. 이번 (주)하림 정읍공장 탐방 역시 지방 이동이라는 핸디캡에도 불구하고 미창위 사상 가장 많은 회원인 40여명이 참석, 미창위의 결속력과 뜨거운 열정을 실감케 했다.



출발하기 위해 대기중인 전세버스



점심식사를 하고 있는 미창위 회원들

현대 속 정읍공장 도착...규모와 위용에 감탄

당일 오전 서울 서초동 협회에서 넓고 쾌적한 2대의 전세버스에 나눠 탄 미창위 회원들은 짧지 않은 시간이 소요됨에도 시종일관 얘기를 나누거나 간단한 다과와 함께 부족했던 잠을 보충하는 등 화기애애한 분위기를 즐기며 ㈜하림 정읍공장에 도착했다.

국내 굴지의 닭고기 전문 업체인 ㈜하림이 1100억원을 들여 지난 2011년부터 가동하기 시작한 정읍공장은 비록 메인 공장 격인 익산공장에 비해 규모는 상대적으로 작지만 국내 최초로 동물복지 시스템을 표방하며 각종 신기술을 접목시킨 최첨단 도계 공장이다. 익산 공장에 비해 상대적으로 작지만 마침내 정읍공장이 모습을 드러내자 그 규모와 위용에 감탄이 절로 나왔다.

공장 내부로 진입하자 협회 미창위의 정읍공장 방문을 환영하는 현수막과 마중을 나와 있는 ㈜하림 임직원들이 눈에 띄었다. 회원들은 하차 후 임직원들의 현대 속에 강당으로 이동해 자리를 잡았다.



㈜하림 **홍윤원 본부장**▲은 “먼 길 내려오신 CEO님들께 진심으로 환영의 뜻을 표하고 싶다”며 간략한 회사의 철학을 소개했다. 그는 “㈜하림은 상생 경영을 기본으로 삼고 있으며 대리점과 협력사들의 성장과 발

전만이 저희 회사의 성장과 발전으로 연결된다는 모토로 연구개발과 마케팅을 수행한다”면서 “끝없는 도전과 성장은 회사 혼자만의 성장과 발전만으로는 이룰 수 없듯이 오늘 작은 인연도 소중히 생각하는 하루가 되었으면 좋겠다”는 바람을 전했다.

회원들은 사측 관계자의 환영사 및 임직원 소개를 듣고 삼계탕과 너겟, 매운무뼈닭발 등 ㈜하림 측이 준비한 점심을 즐겼다. 이처럼 정성스럽고 맛있는 음식들을 직접 조리하는 일이 쉽지만은 않았을 것이라는 짐작은 “제공된 음식이 실제 생산·판매하고 있는 원터치팩 제품 위주로 구성됐다”는 사측 관계자의 설명에 보기 좋게 빛나갔다. 대표 상품인 생닭 제품이 아닌 조리음식 제품 제조까지 상당한 수준으로 올라왔음을 확인하는 반전의 순간이었다.

최신 기술 접목된 정읍공장 견학

식사 후 회원들은 다시 강당에 모여 회사 소개 영상을 시청하고 홍윤원 본부장 등과 소통하는 시간을 가진 뒤 총 3개 조로 나뉘어 본격적인 공장 탐방에 나섰다. 엄격한 위생 관리가 생명인 도계 공장 특성 탓에 직접 공장 내부에 들어가 견학하는 것은 어려웠지만 회원들은 곳곳에서 공장 내부를 잘 들여다볼 수 있도록 설계돼 있는 안내 라인을 따라 사측의 상세한 설명을 듣고 즉석에서 궁금한 점을 질문하며 적극적인 모습을 보였다.

안내를 맡은 사측 관계자는 “2012년 준공을 완료하고 6년째 가동하고 있는 정읍공장은 익산공장과는 달리 국내 최초로 유럽식 동물복지 생산시스템을 적용한 공장”이라며 정읍공장만이 갖고 있는 다양한 신기술들을 소개했다.

전기 실신으로 생계를 기절시켜 도계하는 익산공장과는 달리 정읍공장에서는 생계가 암막상태로 3시간 정도의 시간을 거친 뒤 가스실에서 이산화탄소를 마시는 방식을 채택했다. 이는 생계가 심장이 뛰고 있는 상태에서 최대한 짧은 시간 안에 도살해야 피를 완전히 뺄 수 있기 때문이라는 설명이다.



정읍공장의 자랑인 풀 에어칠링 시스템을 소개받고 있다.



미창위 회원들이 강연을 경청하고 있다.

피가 덜 빠지면 빨리 부패되고 맛도 덜하기 때문인데 대부분 도계장이 채택하고 있는 전기 충격 시스템은 닭의 피가 완전히 빠지지 않는다는 태생적 한계가 있지만 정읍공장은 가스실신 도계방식을 채택해 생계의 스트레스도 줄이면서 전기 충격 시스템의 한계를 극복했다는 평가다.

‘에어칠링’, ‘가스실신’...첨단 기술의 현장

㈜하림 정읍공장이 자랑하는 또 하나의 신기술은 ‘풀 에어칠링 시스템’이다. 수분 함량이 적을수록 양념이 잘 배어 더욱 닭 요리의 맛이 살아 나는데 얼음물을 사용하는 기존의 일반적인 냉각방식과 달리 찬 공기만으로 장시간 냉각하는 풀 에어 칠링 시스템은 수분 함량을 기존 방식에 비해 8% 가량 더 줄여 준다고 한다.

안내를 맡은 사측 관계자는 “풀 에어칠링 시스템은 쉽게 말해 거대한 냉장고의 역할을 하는 것”이라면서 “정읍공장 닭은 이 시스템 탓에 하안 부분이 발생하게 되는데 처음에는 부패된 것 아니냐는 오해를 받기도 했지만 품질 변화가 인식되면서 자연스럽게 더욱 우수한 품질을 인정받고 있다”는 비화를 들려주기도 했다.

회원들은 이외에 다양한 신기술들과 기본 공정 등을 직접 눈으로 확인하며 뜻 깊은 견학 시간을 보냈다. 홍윤완 본부장은 공장 견학 후 “1등은 2등이 쫓아오니 계속 변화해야 하는 숙명을 갖고 있다”면서 “풀 에어칠링 시스템 등 정읍공장의 각종 기술들이 워낙 평가가 좋아 메인 공장 격인 익산공장도 막대한 자금을 투입해 시스템을 교체하고 있기 때문에 익산공장으로 모시지 못한 점 양해 바란다”고 당부했다.

이문용 대표, 육계 산업을 말하다

견학 일정에 이어 ㈜하림 이문용 대표는 “제가 ㈜하림에 온 지 15년쯤 됐는데 이렇게 많은 CEO분들이 한 번에 회사를 찾아주신 것은 처음인 것 같다”며 환영의 뜻을 전하고, 1시간 가량에 걸쳐 <육계산업의 어제와 오늘, 그리고 내일>이라는 주제로 ㈜하림의 성장 과정과 각종 현황 등을 소개하고 닭고기 산업의 과거를 돌아보는 한편 미래 트렌드를 예상해 보는 특별 강연을 진행했다.





정읍공장 내부 견학



뒷풀이 자리

상장사 CEO 중 최장수 CEO로서 ㈜하림의 변화와 안정의 균형을 맞춰 오고 있는 이문용 대표는 강연을 통해 지난해까지 5년 연속 경영품질종합대상을 수상한 ㈜하림이 갖고 있는 경영 철학과 다양한 노하우를 가감없이 회원들에게 소개했다.

또한 앞으로 성장 가능성이 무궁한 육계 산업이 향후 나아갈 방향을 다 각도에서 짚어 보고 4차 산업 시대를 맞이하는 자세의 중요성을 역설, 회원들에게 깊은 인상을 남겼다.

역량 강화와 친목 도모, 두 마리 토끼 잡다

한편 미창위는 ㈜하림 측과의 공식일정이 마무리된 후 간략하게 회원들과 회의를 진행했다.

최종성 위원장 ▶은 개회에 앞서 “미창위가 생긴 이래 가장 많은 인원이 참석해 주셔서 위원장으로서 정말 감사드린다”며 감사의 뜻을 전했고 미창위 사무총장을 맡고 있는 섬김과나눔 손석우 대표는 “㈜하림 정읍공장 방문을 혼자서 추진하고 준비해 좋은 시간을 선물해 주신 최종성 위원장님께 다시 한 번 깊이 감사드린다”고 말했다.

이어 손석우 대표는 특유의 센스와 입담으로 하반기 일본 투어 일정 및 회비 관련 안건과 관련된 회의를 유쾌하게 진행하며 회원들의 기운을 북돋았다.

공식 일정 종료 후 미창위 회원들은 인근 식당으로 자리를 옮겨 저녁 식사를 함께 했다. 긴 하루를 함께 한 미창위 회원들은 기존의 개인적



인 친분과 관계 없이 모두 함께 어우러져 회포를 풀고 서로 친목과 우애를 돈독히 다졌다.

열정이 넘쳤던 뒷풀이 자리를 마치고 돌아오는 버스 안에서조차 적지 않은 회원들은 화기애애한 분위기 속에서 모임의 여운을 만끽하며 뜻 깊은 하루의 마무리에 아쉬워 하는 모습을 보이기도 했다. **KFM**

지회 소식 REPORT 도정은

대구경북지회 소식

지회장 : 신영호

제14회 대구경북 프랜차이즈창업박람회 개최

7월 7일부터 9일까지 3일간 대구 엑스코(Exco)에서 개최한다. '본 도시락', '커브스', '하남돼지집' 등 약 90여 개 브랜드가 참가한다.



6월 산악회 모임

17일 성주 가야산에서 산악회 정기 모임을 가졌다. 청년분과위원회(위원장 박흥기, 간사 이규준)의 주관으로 이재백 지회장, 김길우 재무이사 등이 참석해 건강한 산행을 함께 했다.



7월

정기월례회 및 세미나

11일 협회 강의실에서 정기월례회 및 무료 세미나 교육을 진행한다. ㈜해마로푸드 시스템 맘스터치 정현식 대표가 '우리나라의 프랜차이즈 시장에서 살아남는 방법'을 주제로 특강한다.



6월

정기월례회 및 세미나

13일 협회 대강의실에서 정기월례회 및 세미나를 가졌다. 회원사, 내빈, 자문위원 등 40여 명이 참석했다. 무료 공개 세미나교육에서는 해리코리아 김철운 대표가 '프랜차이즈 사업환경 및 성공전략'을 주제로 특강을 진행했다.



6월 정기봉사활동

15일 닥앤돈스 진천점에서 봉사활동을 가졌다. 여성분과위원회 위원장 ㈜미식주 이경숙 대표와 간사 더기진국밥 김창숙 대표가 진행을 맡았으며 하정D&D 닥앤돈스 유재현 대표가 장소와 음식을 협찬했다. 아이들과 손바닥 부채만들기, 돼지고기 부위별 학습활동 등을 체험하고 바비큐는 물론 다양한 메뉴를 먹고 즐거운 시간을 보냈다.

7월 정기봉사활동

13일 대구광역시 자원봉사센터와 협의하여 지역아동을 대상으로 진행한다. 아이들이 직접 간단한 조리 학습을 체험하며 시식회를 운영하고 소감 발표회를 갖는다.



7월 하계 워크숍

포항·경주 블루온 웨이크 수상레저에서 하계 워크숍을 진행한다. 회원사 간 다양한 수상레저를 함께 즐기며 친목을 도모하고 상호 교류를 통해 협회 발전에 기여한다.



부산울산경남지회 소식

지회장 : 이재백

제40회 부산프랜차이즈산업박람회 개최

제40회 부산프랜차이즈산업박람회를 6월 22일부터 24일까지 3일간 한국프랜차이즈산업협회 중앙회와 공동으로 주최 및 주관했다. 이번 박람회까지 12회 연속 참관객 조기 마감을 하고 지난해 박람회보다 더 많은 참관객을 확보하며 성공적으로 개최했다. 특히 박람회장 내 부산울산경남지회/사회적기업 부스를 장만해 창업을 희망하는 예비창업자들과 가맹점을 꾸려가는데 어려움이 있는 가맹점주들에게 무료로 창업상담을 하여 보다 실속있고 알찬 박람회가 되는데 기여했다.



가맹거래법 교육 진행

6월 8일 김상원 가맹거래사를 강사로 초청해 이번 개정된 가맹거래법에 대한 교육을 협회 강의실에서 진행했다. 많은 회원사 임직원이 참석해 뜨거운 관심을 보였다.

하계 워크샵 개최

7월 15일부터 16일까지 1박 2일동안 경상남도 밀양으로 하계 워크샵을 떠난다. 특히 이번 워크샵에는 프랜차이즈산업연구원 장재남 원장이 '가맹점모객 및 계약성사율 증대방안'을 주제로 한 특강을 펼친다. 또한 김충식 대표는 '4차 산업혁명시대의 외식업대응전략'을 주제로 특강한다. 해당 강의들은 부울경지회 회원사뿐만 아니라 비회원사(일반인)도 수강이 가능하며 자세한 사항은 홈페이지(www.kfabug.or.kr)에서 확인할 수 있다.



하반기 교육 진행

2017년 하반기에도 정부 무료 교육과 공동마케팅 2차 진행 등 프랜차이즈산업 활성화를 위한 다양한 교육 프로그램을 진행한다.

한국프랜차이즈산업협회

신규 · 협력회원 현황

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	신청일
정회원	(주)아리아케어코리아	아리아케어	서비스업	김준영	2017.06.05
	(주)다이닝에스엠	화포식당	도소매업	이성만	2017.07.07
협력회원	(주)세미원푸드	S-TABLE	도매업	김중우	2017.06.12
	한국정보통신(주)	이지체크	통신업	권순배	2017.06.29
	(주)서천	서천주류	도매	백진국	2017.07.06

한국프랜차이즈산업협회

7월~8월 교육 일정 안내

교육명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 가맹본부 브랜드 개발전략		
기간	7월 11일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자(기획부, R&D, 구매부, 운영관리

목적 : 프랜차이즈 가맹본부의 브랜드의 정체성을 이해하고 차별적 브랜딩의 전략과 기획을 수립하며 브랜드 시각적 경쟁력을 향상시킬 수 있도록 도모하고자 함.

혜택 : *프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 *마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
*교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

교육명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 슈퍼바이저 리더십 양성		
기간	8월 8일(화)~9일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자(영업부, 슈퍼바이저, 고객응대 담당자

목적 : 프랜차이즈산업에 양 주체인 가맹본부와 가맹점사업자간의 핵심적 역할을 수행하는 슈퍼바이저의 양성을 통하여 국내 프랜차이즈 산업의 경쟁력 강화와 전체적인 산업의 발전을 도모하고자 함

혜택 : *프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 *마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
*교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

2017
07

교육명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 가맹본부 핵심인재		
기간	8월11일(금)~9월29일(금) 매주 금요일 11:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자 본부 임원, 가맹본부 총괄 담당자
목적 : 프랜차이즈 전반적인 시스템과 특징을 이해하고 A~Z까지 전문적으로 다양하고 내용을 학습하여 내실 있는 가맹본부의 성장에 이바지 할 수 있도록 도모하고자 함
혜택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
 ※교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

2017
07

교육명	[국가인적자원개발 컨소시엄] 외식업 인테리어 실무형		
기간	8월 23일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 부산지회
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자인테리어 실무자, 점포개발 담당자, 브랜드 구축 담당자
목적 : 프랜차이즈 인테리어는 매출 상승의 열쇠로 작용하고 있으며, 그에 대처 할 수 있도록 업종에 맞는 인테리어 실무를 학습하고 매출향상에 이바지 하고자 함
혜택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
 ※교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

2017
07

교육명	[국가인적자원개발 컨소시엄] FC 본사가 알아야 할 세무		
기간	8월 30일(수)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	25명	비용	국비지원 무료교육 (협약기업 재직자)

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자 경영지원 담당자, 회계 담당자, 경영총괄 부서장
목적 : 프랜차이즈 회계 기본과 특징을 파악하고 프랜차이즈 가맹점 출점 및 관리 등 다양한 회계처리 방법을 체계적인 학습을 통해 기업 경영을 효율적으로 운영 할 수 있도록 도모하고자 함.
혜택 : ※프랜차이즈 기업 훈련 기반 조성 ※마스터 프랜차이즈 표준계약서 무료 열람
 ※교재/다과/중식 무료 제공, 수료증 발급

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

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

<p>프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 프랜차이즈 산업인의 권익 대변</p> <p>한국프랜차이즈산업협회에 가입된 모든 회원사는 가맹사업진흥법과 가맹사업법으로부터 철저한 보호를 받을 수 있습니다</p>	<p>성공 창업의 요람! 프랜차이즈산업박람회 참가</p> <p>국내 최대 규모 프랜차이즈산업박람회! 부스 참가 시 10%의 할인 혜택을 드립니다.</p>
<p>해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 산업시찰 및 해외진출 지원</p> <p>프랜차이즈 가맹본부의 글로벌한 영업 확장을 위해 해외 진출 사업을 통한 다각적인 지원을 도와드립니다.</p>	<p>프랜차이즈 전문가를 향한 프랜차이즈 실무교육</p> <p>가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육, 프랜차이즈지도사, 슈퍼바이저 전문가, 외식경영관리사, 맥세스 실무형 과정 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다</p>
<p>가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 법률·세무·자문 및 정책 정보제공</p> <p>피해 및 분쟁 발생 시, 또는 법률·세무 자문과 정책 정보가 필요한 회원사에게 변호사, 회계사, 세무사 등 자문위원과의 상담 기회를 제공합니다.</p>	<p>최고경영자(CEO)대상 윤리준수교육 프로그램</p> <p>프랜차이즈 산업의 위상을 높이고 최고경영자(CEO) 수준을 향상시키는 것은 물론 글로벌시대에 맞는 윤리경영의식을 함양시켜 드립니다.</p>
<p>학사 및 석사 장학금등 학위 과정 혜택</p> <p>협회인재육성장학, 가천대 글로벌프랜차이즈학 석사학위과정 장학금혜택, 세종대 FC MBA과정, 서경대·신홍대 직장인 학사과정, 기타 최고위 과정(연세대 FCEO 과정 추천) 등의 등록 혜택을 받을 수 있습니다.</p>	<p>CEO포럼, 법률 세미나 등 포럼·세미나·컨벤션 행사 참가</p> <p>정기 프랜차이즈 전망세미나, 프랜차이즈 법률 심포지엄, 성공창업전략 세미나, 프랜차이즈 해외진출 세미나 등 다양하고 알찬 행사에 참가할 수 있습니다</p>
<p>새로운 홍보 플랫폼 홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보</p> <p>프랜차이즈의 미래를 위한 희망의 전파! 각종 회원사 홍보, 인터뷰 및 행사 정보를 협회 홈페이지 및 각종 매체와 공유 할 수 있습니다.</p>	<p>300명 수용 가능한 교육장 임대</p> <p>사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는 협회 교육장을 20% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다 · 4시간 이상 기준</p>
<p>각종 규제 개선 건의 대정부 정책 건의</p> <p>가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등 법안 제정 및 개정에 적극 참여할 수 있습니다.</p>	<p>프랜차이즈산업협회 지정업체 B2B 사업 혜택</p> <p>프랜차이즈협회의 지정 업체인 사무용품, 꽃배달서비스, 배달앱, 복지물 등에서 각종 서비스를 저렴하게 이용할 수 있습니다.</p>
<p>프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 친목 프로그램 참가</p> <p>입원사 정기 골프회, 정회원·협력회원을 위한 산악회, 체육대회, 송년회, 봉사활동 등 따뜻한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다</p>	<p>프랜차이즈산업협회 가맹점주를 위한 국민은행, 외환은행 대출서비스 혜택</p> <p>협회 회원사 대상 전용 대출 상품을 제공합니다. (최저금리 연 3.5% 16. 08.08일자 신용1등급 기준) * 개인 신용 등급에 따라 차이 발생</p>

☎ 회원가입 관련문의: Tel. 02)3471-8135~8, 070-7919-4155(직통)

※ KFA 홈페이지: <http://www.ikfa.or.kr> / 주소: 서울특별시 서초구 서초대로 248(서초동, 월헌빌딩 2F, B1)

신청인 정보

정회원 협력회원

사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전 화 번 호	
	브 랜 드 명		휴 대 전 화 (대표자)	
	대 표 자 명		팩 스	
	대 표 자 (주민등록번호)		이 메 일 (대표자)	
회사주소				
홈페이지		업 종		
담당 직원	이름 :	Tel :	가입 경로	<input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인() <input type="checkbox"/> 기타()
계좌정보	<input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장		출금일자	매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일
회사명		계좌번호		
대표자명		주민등록번호 (사업자등록번호)		
월납입액	금 원 (₩)	협회계좌번호	국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주: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 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정 대출의 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 결정되며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 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 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.

모든 약관동의 (동의 / 미동의)

[관련문의] Tel)070-7919-4155 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서
[협회연락처] Tel)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)hm@kfa.or.kr 주소)서울시 서초구 서초대로 248(월헌빌딩 2층) 우)06647

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

신청일자 201 년 월 일

회 사 명 :
대 표 자 : (인)

전문

한국프랜차이즈산업협회 회원사는 윤리경영의 시대적 사명감을 안고 합리적이며 투명한 경영활동과 공정한 거래질서를 확립함으로써 사회적 책임을 다하는 건전한 프랜차이즈 산업문화를 지향한다. 또한 프랜차이즈산업을 국가 성장에 기여하고 부가가치가 높은 산업으로 발전시키기 위해 역량을 집중시켜 가맹본부와 가맹점, 소비자가 함께 동반상생 할 수 있도록 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 제정한다. 이에 세부행동 지침을 마련하여 신뢰를 높이고 프랜차이즈 산업에 대한 인식제고를 통한 회원사의 권익증대에 이바지 하고자 한다.

I. 기본강령

- 1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전
회원사는 국가 경제 성장에 기여하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.
2. 신뢰와 협동
회원사는 가맹본부와 가맹점간의 상생의 중요성과 필요성을 인식하고 다양한 상생협력 방안 도입 및 서비스 제공의 질적 향상과 프랜차이즈 산업의 동반성장을 위하여 협력한다.
3. 공정한 경쟁과 거래
회원사는 관련 법규의 철저한 준수를 통하여 공정 경쟁질서 확립 및 자율적 경쟁거래를 수행한다.
4. 기업의 사회적 책임 이행
회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.
5. 동반상생을 통한 기반 마련
회원사는 기업 및 가맹점, 고객의 상생을 통하나 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

II. 행동지침

- 1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전
가. 회원사는 국가 경제 성장에 기여하고 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.
나. 회원사는 물적, 인적 시스템 구축 강화해 경쟁력을 높이고 수익 개선을 위한 다양한 제도 개선에 적극적으로 앞장선다.
다. 회원사는 정확하고 과학적인 정보를 바탕으로 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 지속 노력한다.
2. 신뢰와 협동
가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.
나. 회원사는 어떠한 표현방법에 있어서도 가맹점주가 되고자 하는 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 상도의에 따라 공정하게 경쟁한다.
다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.
라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위해 노력한다.
4. 기업의 사회적 책임 이행
가. 회원사는 사회적 책임을 다하고 가격 및 상품의 동질성을 앞세워 지역 간 소비자 후생의 격차를 해소하여 국민 후생 증대에 기여한다.
나. 회원사는 국민들의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.
다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 동참한다.
5. 동반상생을 통한 기반 마련
가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 동반성장 시스템을 구축함으로써 공존공영(共存共榮)을 실현하고 조화로운 발전을 추구한다.
나. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.
다. 회원사는 가맹점주의 영업 운영능력을 개선·향상시키도록 권장하고 그 능력 향상에 필요한 교육, 훈련을 지속적으로 제공한다.
라. 회원사는 공정하고 투명한 기업문화 환경 조성을 위해 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의견소통을 이끌고 불평, 고충 및 논쟁의 해결에 있어서 신뢰와 선의에 입각해 모든 노력을 기울인다.

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

신뢰의 가치로 성장을 나누다 프랜차이즈월드

Franchise WORLD

월간



정기구독 안내

프랜차이즈월드는 150만 한국프랜차이즈산업인들의 현장 및 활동상을 탐사 기획하고 산업에 대한 정부 정책 수립에 대응하며, 프랜차이즈산업인들 상호 간에 유기적인 소통의 장으로 회원사를 널리 알리는 협회 공식월간지입니다.

■ 전국 교보, 영풍, 알라딘, 예스24 등 온,오프라인 서점에서도 구매하실 수 있습니다.

구독료 안내

1년 구독료 100,000원 / 2년 구독료 160,000원을 아래 계좌로 입금하신 후
전화 (02)556-7889, 팩스 (02)556-5281로 받으실 주소를 알려주십시오.
값 : 1권 10,000원 / (주)KFN에드콤 / 입금계좌 : 우리은행 1005-200-477949

하나은행 389-910002-30504

광고단가 안내 *부가세별도

구분	유형	금액	수량	크기 (가로×세로/mm)
A	표2대면 (앞표지 다음)	350만원	1면	전면컬러 226×296 (300dpi해상도의 ai,psd파일)
B	표 2 대면	300만원	1면	
C	표 3 (끝표지 전)	300만원	1면	
D	표 3 대면	250만원	1면	
E	표 4 (끝표지)	500만원	1면	
F	목차 대면	250만원	1면	
G	내지 앞쪽	200만원	1면	
H	내지 뒷쪽	150만원	1면	

프랜차이즈월드 정기구독 신청서

구독기간	201 년 월부터 □1년(100,000원) / □2년(160,000원)	구독부수	___ 부	구독료	_____ 원
성명					
회사명					
연락처					
주소					

* 정기구독 신청서를 작성하여 전화(02)556-7889 또는 팩스(02)556-5281로 연락주십시오.

* 입금 후 kfn1991@naver.com로 사업자등록증 사본을 보내주시면 계산서를 발급해드립니다.

* 광고주는 정기구독 1년 무료



튀어 야 산다!

창업도,

비슷해 보이는 수많은 브랜드 중
당신은 소비자에게 어떤 브랜드로 기억되고 싶나요?
잠깐의 인기를 넘어 오래오래 사랑 받는 브랜드로,
광고를 통해 한 걸음 더 도약하세요.

**27년 광고전문가 KFN애드콤이
귀사의 사업성공을 도와드리겠습니다.**

광고제작 TVCM | RCM | CM-SONG | PPL | 인쇄광고(신문,잡지 등) | 옥외광고(버스,지하철,야립 등)

광고교육 KFN애드콤만의 '찾아가는 광고전문교육 서비스' 무료 제공

문의전화 02-501-2141 | 광고전문교육 신청 02-556-5280



KFN ADCOM Since 1991





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"

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 과정" 수강혜택
- 4 홈페이지 및 잡지 / 신문 등 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 20% 할인
- 12 각종 규제 개선 건의 및 대정부 정책 건의
- 13 B2B 서비스혜택
- 14 프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 기회 제공
- 15 가맹점주를 위한 은행 대출서비스 혜택

● 회원가입문의

한국프랜차이즈산업협회 기업지원팀(직통)

070. 7919 4155

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



KFA
Korea Franchise Association



13명의 산·학·연 전문가들이 집필한
프랜차이즈 최초의 역사교과서가 탄생했습니다

한국프랜차이즈산업의 **40**년! KFA 창립 **20**년의 역사!

한국프랜차이즈산업의 과거와 현재를 총망라한
프랜차이즈 바이블

대학교 경영학과 필독서! 프랜차이즈 가맹본사 필독서!
프랜차이즈 창업자의 필독서! 프랜차이즈 산업인의 필독서!

부록 - 프랜차이즈 관련법
- 2016년 12월 현재, KFA 회원사 정보 수록

한시적으로 회원사 특가로 제공합니다

₩150,000 → ₩100,000

- 편찬위원장 - 연세대학교 교수(오세조), ● 위원 - 학계: 중앙대학교 교수(강병오), 숭실대학교 교수(박주영), 고려대학교 교수(최영홍),
● 위원 - 산업계: 체인정보 대표(박원후), 맥세스컨설팅 대표(서민교), 비즈니스유엔 원장(이형석),
- 연구소(원) - 창업전략연구소 소장(이경희), 창영경영연구소 소장(이상현), 프랜차이즈산업연구원 원장(장재남)
- 법률감수 - 법무법인 한림 김종무 변호사, 법무법인 헤 조은혜 변호사 ● PM - 푸드미디어그룹 김병조 대표

구입문의 KFA 여혜민 팀장(070-7919-4155) / 단체구입환영

신뢰의 가치로 상생을 실천하다

KFA 한국프랜차이즈산업협회

06647 서울시 서초구 서초대로 248, 월헌빌딩 2층 (서초동 1553-1번지 2층) www.ikfa.or.kr
TEL. 02,3471,8135~8 FAX. 02,3471,8139



쿵쿵쿵쿵, 흔들흔들 엄마와 놀아야 애착이 자랍니다.

아이는 엄마와의 애착을 통해
자아를 키우고, 세상을 배웁니다.
혼자 놀게 하지 마세요. 짐보리 애착육아를 시작하세요.
엄마와 눈 맞추고, 체온은 느끼고, 함께 바라보는
짐보리 놀이프로그램이 엄마가 꿈꾸는 행복한 아이로 키웁니다.
짐보리에서 함께 놀아주세요. 애착육아를 시작하세요.

GYMBOREE **PLAY & MUSIC**



전 세계 45개국 300만여 명 회원이 선택한 글로벌 프리미엄 영·유아 놀이 프로그램 **짐보리**와 함께
새로운 미래를 열어갈 **비즈니스 파트너**를 모집합니다.

상담문의 : 02-6714-2220