

참가업체  
모집중

국내 **최대규모** 프랜차이즈 **창업상담** 전시회

**IFS** | 프랜차이즈  
창업 박람회



2021년  
박람회 일정

서울(상)

07.01~07.03

코엑스

서울(하)

10.14~10.16

코엑스

부산

11.11~11.13

벡스코

IFS 창업박람회는 **본질**에 집중합니다.



IFS는 브랜드별 맞춤 예비창업자를 연결합니다.

연간 7만여명이 방문하는 IFS 창업박람회,  
그러나 그 중 진짜 내 고객은 누구일까요?

IFS에서는 참관객의 창업프로필을 분석해 딱 맞는 예비창업자에게  
박람회 전, 중, 후로 끊임없이 귀사의 가맹 정보를 전달합니다.

1

최고의 전문가가 만듭니다

산업을 대표하는 한국프랜차이즈  
산업협회가 주최하며 신뢰도와 공정성을  
최우선으로 합니다.

대형 전시주최자인 코엑스와  
리드엑시비전스가 주관하며  
다른곳과 비교할 수 없는 탁월한  
박람회 운영 서비스를 제공 합니다.

2

오늘 최고의 자리를  
선점하세요!

국내 5,000여개 프랜차이즈 중  
단 500개 브랜드만이 경험하게될  
놀라운 **IFS만의 프로그램!**

정부 후원을 받는 공신력있는 박람회,  
국내 대표 브랜드와 어깨를 나란히하세요.

3

IFS가  
맞춤형 제안하겠습니다

박람회 참가목적, 브랜드 규모, 산업 등  
참가사별 특성에 맞는 가격, 위치,  
부스크기를 **1:1 맞춤 상담**해드립니다.

연간 가맹점 모집, IFS에서 끝!  
오늘 상담하세요!



업계 리더가 되기위한 최고의 선택, IFS 프랜차이즈 창업박람회 입니다.

홈페이지  
바로가기



IFS 프랜차이즈창업박람회 사무국

Tel. 02-561-6172

E-mail. info@ifskorea.co.kr

Website. www.ifskorea.co.kr

\* 코엑스는 IFS 프랜차이즈 서울만 주관합니다.

프랜차이즈월드

Vol.51 2021 JUNE

코로나19 쓰레기 대란... '오락가락' 정책에 업계 혼란 가중

Korea Franchise Association

신뢰의 가치로 성장을 나누다

프랜차이즈월드  
**Franchise**  
WORLD  
Vol.51 2021 JUNE

+ Cover Story

“가맹점 없이는 본사도 없다”  
프랜차이즈, 상생으로 코로나19 넘는다

코로나19 쓰레기 대란  
‘오락가락’ 정책에 업계 혼란 가중

Special Report

광고·판촉 사전동의제...가맹사업법 개정 정부안 확정  
국내 최대 'IFS프랜차이즈서울·부산' 7~11월 개최  
온라인플랫폼법, 공정위·과방위 주도권 싸움 속 안개

People & Company

땅스부대찌개 정경문 대표

청춘꼬마김밥 장아연 대표

브릿지엠 서재필 대표

엔터라인 전재호 대표







SINCE 1975  
**원할머니**

**보쌈·도시락·덮밥**

따뜻하게

푸짐하게

간편하게

배달, 포장 그리고 간편한 식사까지  
**스몰다이닝형 론칭**

**먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 호사**

첫 젓가락의 설렘이 식사를 마치는 순간까지  
계속될 수 있도록 늘 최선을 다하겠습니다.

**쿠우쿠우**  
Sushi·Roll & Salad Bar

고객센터 / 가맹문의 **1577·4841**



9월 9일은 **쿠우쿠우 DAY**



단체주문 특별 혜택 | 50개 이상 주문 시 **우대권 3만원 증정**





| 가맹문의 | 080-202-2688

# 청춘 꼬마김밥 & 떡볶이



가치 있는 청춘!  
같이 만드는 청춘!

## Why 청춘 꼬마김밥&떡볶이 인가?

건강한 분식 문화를 만들어가는 ㈜아연푸드 “청춘”의 역사는 현재 진행형이며, 10여년동안 현장에서 실패와 희생으로 쌓은 소중한 경험과 노하우를 “청춘” 브랜드와 함께 영위하실 수 있도록 아낌없이 나누도록 하겠습니다. 흔히들 말하는 ‘상생’이 아닌 ㈜아연푸드 가맹본부의 모든 노하우를 가맹점주님들과 그리고 “청춘”을 사랑해 주시는 소비자들과 함께 소통하며 성공브랜드로 안착하여 진정한 “상생”의 의미를 공유할 수 있도록 노력하겠습니다.

청춘 꼬마김밥 이야기



홈페이지 QR



(주)아연푸드 본사 | 강원도 원주시 원문로 1848 101호 지사 | 서울특별시 영등포구 여의도동 43-4 롯데캐슬아이비1층 110호



산업통상자원부  
장관 표창



매일경제  
100대 프랜차이즈 인증



2년연속 중소벤처기업부  
우수프랜차이즈 지정

임영웅의 마늘치킨명가  
티바두마리치킨

## 티바두마리치킨의 가맹점은 모두 1호점입니다.

2001년 많은 시행착오를 겪고 1호점을  
오픈 했을때의 그 설렘은 21년이 지난  
지금도 기억합니다.  
합리적인 가격, 푸짐한 양, 최고의 맛을  
위해 구두 뒷굽이 닳도록 뛰어다녔던 그때  
잠들기 전까지도 소스개발에 대한  
집념으로 가득 했던 그때  
티바두마리치킨의 가족이 되기 위해  
찾아오신 가맹점 사장님의 고마움에  
가슴 벅찼던 그때를 우리는 기억합니다.

티바두마리치킨 모델  
이영웅  
건강하고 행복한 삶

SINCE 2001



티바두마리치킨 가맹문의 및 상담 : 1522-2637 www.tiba.co.kr



창녕마을 소비촉진을 위한 협약을 통해  
지역 농가 살리기에 동참하고 있습니다.

가격이 아무리 비싸도 최고의 맛을 위해 국내산 생마늘을  
산지직송생산(티바양념, 알마간, 고마간 맵초갈릭, 소스에  
들어가는 생마늘, 양파, 당근, 생강) 열리지 않은 국내산  
식재료를 사용합니다.

## 최근 3개월 오픈 가맹점 (2021년 5월 기준)

철원와수리점 / 마석화도점 / 광주탄벌점 / 광주목현점 / 경주용황점  
대전사정점 / 서산동문점 / 충북옥천점 / 거제장승포점 / 천안성정점  
인천논현점 / 양주덕정점 / 대구범어점 / 대전진잠점 / 용인신갈점  
안암보문점 / 울산방어진점 / 부산충무점 / 오치문흥점 / 양산연제점  
지곡수송점 / 강원횡성점 / 철원문혜점 / 신가신창점 / 시흥배곧점  
김포풍무점 / 장유신문점 / 화성향남점 / 운정2호점 / 한림대점  
청양정산점 / 김해진영점 / 진주문산점 / 홍천비발디점



# 사장님! 가맹점 관리부터 알바 근태까지 힘드시죠?

이제  
협업툴로  
해결하세요



## TIGRIS

티그리스는 업무에 필요한 메신저, 게시물 공유, 전자결재  
이메일, 근태관리, 파일보관 등 **다양한 기능을 담은 서비스**입니다

“ 티그리스로 이제  
고객에게만 집중하세요 ”



월 7,000 원 <sup>1인</sup>

### 주요 기능



#### 빠른 소통으로 가맹점과의 신뢰도 UP!

게시글 공유, 메신저, 캘린더, 전자결재 등 다양한 기능으로  
빠른 커뮤니케이션을 통해 쉽고 편하게 가맹점을 관리하세요

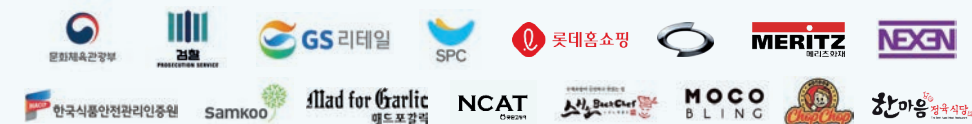


#### 사장님도 알바도 간편해지는 근태

간편한 모바일 출퇴근과 근무시간 설정으로 편리한 알바관리,  
급여관리까지 가능한 근태관리 시스템으로 손쉽게 해결하세요

### 15만명이 선택한 검증된 서비스

다수의 프랜차이즈 가맹점은 물론! 공공기관·대기업은 물론 중소기업과 스타트업까지  
다양한 산업에서 티그리스를 사용 중입니다



상담문의

E-MAIL. [socialware@tigrison.com](mailto:socialware@tigrison.com)

Tel. 070-7781-0332



오늘도  
김가네

같은 음식이라도, 담아내는  
진실한 마음은 모두가 다릅니다.

. 2021년 신메뉴, 치킨마요덮밥 .



김가네

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

www.gimgane.co.kr  
가맹문의 T. 1588-7187

내가 하는 빨래방

**잘-돌아간다**

내가 버는 수익도

**잘! 돌아온다**



빨래방 전문가 **크린토피아**와 함께 한다면!  
당신의 빨래방은 잘 돌아갑니다.

세탁편의점과 코인빨래방이 합쳐진  
세탁멀티숍 브랜드 **크린토피아+코인워시**로  
더 안정적이고, 더 많은 수익을 창출하세요



크린토피아 전속모델 차은우

차은우



크린토피아+코인워시

창업문의 **1577-4560**



**(주)뉴대우종합주방**은 고객과의  
약속을 최우선하여 한번 맺은 인연을  
소중하게 생각합니다.



체인점, 식당, 단체급식, 병원, 호텔, 카페,  
커피숍, 주점, 치킨전문점



명품 KFCEO 3기  
연대 FCEO 30기

견적환영 : 도면 직접 작성하여 주방 설비에서 그릇까지 논스톱 해결해 드립니다.

공장직역 : 우성냉장고, 유니크냉장고, 롯데냉장고, LG냉장고, 삼성냉장고,  
간덕기가스렌지, 주방싱크대 등 주방용품 일체 전국배송 설치,  
사후 서비스까지~



**뉴대우종합주방**

사무실 : 서울시 동대문구 난계로 26길 21,  
금성빌딩 1층 대우종합주방(신설동)

TEL : 02)2233-1308(代)  
02)2232-4719

FAX : 02)2232-4721

공 장 : 경기도 남양주시 화도읍 차산리 273-1

TEL : 02)2232-4720

webhard : ID : mykitchen / PW : 마이키친  
E-mail : dw0011@hanmail.net  
<http://www.daewookitchen.co.kr>

가족의 건강을 위하여 밤 새워가며 가마솥 아궁이를 지키시던  
할머니와 어머니의 사랑 가득한 정성으로 고아낸 명품 곰탕

**바우네**  
70년 전통  
**나주곰탕**

어머니의 손을 꼭 잡고 가던 시골장터에서  
하루의 피로를 풀며 먹던 정겨운 음식 곰탕!  
전국 방방곡곡 장터에서 유래한 곰탕은 지역별로 그 맛의 특징을 달리하지만,  
서민들의 귀한 음식으로 자리매김하였습니다.  
오랜시간 정성과 사랑으로 완성되는 웰빙과 슬로우-푸드의 대명사  
곰탕이 바우네를 거쳐서 국민 대중 건강식으로 거듭 자리 잡았습니다.



주식회사 GF포유  
서울시 광진구 아차산로 415, 401호  
[www.najoo.kr](http://www.najoo.kr) / 대표전화 02-2203-2040



식  
자  
재  
의  
모  
든  
것

● 구매 물류 유통 전문업체



주식회사 **대상티앤디**

상담 문의 010-8808-6339  
www.daesangtnd.co.kr

● 가공식품 ● 신선식품 ● 1회용 용품 ● 주방&생활용품

명품 친환경 전문기업 **ecomon**

**1644-1041**



## 코로나19 방역이 필수 / 완벽한 방역시스템 !! **에코몬 초음파 방역소독기**



코로나 방역은 이제 생활입니다 !!  
건강을 지켜주는  
바이러스 SAFE ZONE



**에코몬 초음파 방역소독기로 바이러스, 미세먼지,  
각종 세균들을 완벽하고 안전하게 방역해 드립니다!!**

제품모델

- 외 형 규 격 : W550\*D550\*H1800
- 재 질 : SS400 (고급도장)
- 전 격 전 압 : 220V 60Hz
- 소 비 전 력 : 160W
- 작 동 방 식 : RIP 감지센서
- 인체근접방식 : 자동센서 분사
- 모니터 규격 : W350\*H270\*D20
- 분 사 형 태 : 초음파진동자분사
- 소 비 량 : 0.5ml/sec
- 소 독 방 식 : 초음파진동자살균 소독방식
- 무 상 A/S : 1년
- 소 독 액 용 기 : 20L

명품 친환경 전문기업 (주)에코몬

**1644-1041**

에코몬방역기

www.ecomon.kr





## 이윤보다 품질을 먼저 생각하는 정직한 기업 벌교고마

어업회사법인 벌교고마

TEL. 061-745-9907

FAX. 061-857-9907

Homepage. [www.k-cockle.com](http://www.k-cockle.com)

전라남도 보성군 벌교읍 장암길 185-95 (장암리943)

2021 제18기

바쁜 경영자를 위한 조찬형 최고위과정

# 디지털마케팅 CEO과정

### 강사진

- 구글코리아 김경훈 대표
- 구글코리아 신정인 상무
- 페이스북코리아 최호준 상무
- 데일리 블록체인 이구환 부사장
- 마이티하이브 김선영 대표
- 카이스트 박성혁 교수
- 클럽아시아 김덕봉 지사장
- 공팔리터(0.8L) 조희정 부대표
- 푸드삼 문성실 대표
- 구글코리아 신정인 상무
- 한국마케팅협회 이장우 부회장
- 세종대학교 우종필 교수
- 서강대학교 전성룡 교수
- 건국대학교 이승윤 교수
- 더블유쇼핑 최재훈 대표
- 왓이즈넥스트 박찬우 대표
- 유니스트 김모란 교수

- 바쁜 경영자를 위한 조찬형 AMP
- 기업방문을 통한 Benchmarking
- 디지털마케팅 최고 전문가 그룹과 교류
- 친선교류(골프, 워크숍 등)

- 디지털마케팅 A to Z 전문적 공부
- 인적 네트워크 확산의 기회
- 마케팅최고경영자조찬회 특강 참여
- 디지털마케팅 무료진단 컨설팅

### 프로그램

- 2021 디지털 마케팅 트렌드의 이해
- 4차산업혁명을 이끄는 빅데이터
- e커머스 시장의 핵심가치
- 디지털 전이와 디지털마케팅
- SNS 소셜미디어 마케팅전략
- 4차산업혁명시대의 비즈니스 혁신과 창조적 기업문화

### 참가대상

- 디지털마케팅이 고민인 경영자 및 임원
- 마케팅 트렌드를 이해하고 싶은 경영자
- 단기간 집중해서 공부하고 싶은 경영자
- 소비자 경험 확산을 기대하는 경영자
- 기업 상생을 도모하고자 하는 경영자

### 모집요강

- 교육기간 (금요일 07:00~0930)  
하반기 : 2021. 10. 29 ~ 2.25
- \* 1년 과정으로 학기 별 등록가능
- 교육장소: 롯데호텔월드 (잠실)
- 입학정원: 30명



2021 제3기

현업의 문제를 풀어나가는 문제 해결형 Workshop과정

# 디지털유통miniMBA

### 강사진

|                                    |                                     |                                           |                                       |                                               |                                      |
|------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b>LOTTE ON</b><br>롯데쇼핑<br>마케팅 책임자 | <b>ebay</b><br>이베이코리아<br>마케팅 책임자    | <b>Google</b><br>구글코리아<br>커머스 책임자         | <b>OLIVE YOUNG</b><br>올리브영<br>마케팅 책임자 | <b>HOME &amp; SHOPPING</b><br>홈앤쇼핑<br>마케팅 책임자 | <b>CJ프레시웨이</b><br>CJ프레시웨이<br>마케팅 책임자 |
| <b>emart</b><br>이마트<br>마케팅 책임자     | <b>Adobe</b><br>한국어도비<br>마케팅 책임자    | <b>CJ O SHOPPING</b><br>CJ 오쇼핑<br>마케팅 책임자 | <b>7</b><br>코리아세븐<br>마케팅 책임자          | <b>GS SHOP</b><br>GS SHOP<br>마케팅 책임자          | <b>Amway</b><br>한국알웨이<br>마케팅 책임자     |
| <b>11</b><br>11번가<br>마케팅 책임자       | <b>Home plus</b><br>홈플러스<br>마케팅 책임자 | <b>lab</b><br>좋은상품연구소<br>소장               | <b>NS홈쇼핑</b><br>NS홈쇼핑<br>마케팅 책임자      | <b>W</b><br>더블유쇼핑<br>마케팅 책임자                  | <b>GS리테일</b><br>GS리테일<br>마케팅 책임자     |

### 프로그램

- 모듈1. 디지털 유통 트렌드
- 모듈2. 온라인유통 플랫폼 전략
- 모듈3. 디지털 트랜스포메이션
- 모듈4. 모바일커머스와 콘텐츠
- 모듈5. 고객가치 신상품 개발
- 모듈6. 해외직구 사업화 전략
- 모듈7. 신사업 성공전략

### 입학요강

- 입학정원 20명
- 교육기간 2021년 8월 25일 ~ 12월 1일  
매주 수 14:00 ~ 17:30
- 교육장소 가든호텔, 마포연수원

### 참가대상

- 제조/유통업계 마케팅책임자
- 판로 개척에 어려움을 겪는 기업인
- 새로운 유통 트렌드를 알고 싶은 분
- 온라인 유통을 고민하는 실무책임자



# 복합기, 아직도 비싼 가격에 사서 쓰세요?

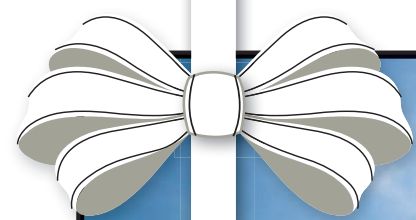
사무용 복합기 판매·렌탈 전문기업 초록렌탈이  
프랜차이즈 기업과 프랜차이즈 협회 회원사에 파격적인 가격과 서비스를 제공합니다.

## 복합기 렌탈 착한렌탈로 부터

Scan + Print + Copy + Fax



초록렌탈 | 견적문의\_ **TEL 031-5180-3800**



소중한 분의 평안한 안식과 건전한 장례문화를 위해  
정성으로 준비했습니다

| 일 자  | 구 분   | 일반형(300)                                                       | 프리미엄(400)                                                           |
|------|-------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|      |       | 협회회원사 및 협력사 100만원 지원                                           | 협회회원사 및 협력사 100만원 지원                                                |
| 첫째 날 | 임 종   | 의전팀(1688-4405)연락                                               | 자동                                                                  |
|      | 지 도 사 | 전문 장례 지도사 현장파견 출동(전국 2시간 이내)                                   | 자동                                                                  |
|      | 빈소용품  | 액자 리-본, 부의록, 위패(혼백), 향, 초, 등 기타...                             | 자동                                                                  |
|      |       | 향로, 촛대, 병풍, 조등, 잔대, 근조기 등 대여                                   | 자동                                                                  |
|      | 제단장식  | 현화30송이(기독교, 천주교)                                               | 자동, 빈소재단제공 또는 20만 지원                                                |
| 둘째 날 | 빈소용품  | 위패, 혼백, 향, 초, 향로, 촛대, 부의록, 기타 등                                | 자동                                                                  |
|      | 소 렘   | 수위(삼배저마100%)~기계직                                               | 자동                                                                  |
|      |       | 염습 2명(일반대렴~장례지도사)                                              | 자동                                                                  |
|      |       | 한지, 탈지면, 알코올 등                                                 | 자동                                                                  |
|      | 대 렘   | 운아, 명정(고급), 관보(종교별)                                            | 자동                                                                  |
|      |       | 결관바, 다라니경, 기도문                                                 | 자동                                                                  |
|      | 도 우 미 | 관 : 오동나무1.0(화장시 화장 규격 관). 화장시 봉안함 제공                           | 관 : 오동나무1.5(화장시 화장 규격 관). 화장시 봉안함 제공                                |
|      |       | 2명(1인 10시간 기준)                                                 | 4명(1인 1일 10시간 기준)                                                   |
|      | 상주용품  | 전통식:굴건제복, 상복수, 요, 수질, 행전, 두건, 리본, 완장, 띠 등 직계제공                 | 자동                                                                  |
|      |       | 현대식:남, 녀 각3벌씩 제공(셔츠, 타이 포함)                                    | 현대식:남, 녀 각5벌씩 제공(셔츠, 타이 포함)                                         |
| 셋째 날 | 발 인   | 장의버스, 리무진 택일 관내제공 (통행료, 도선료, 주차비는 별도입니다.)                      | 장의버스(왕복200km)<br>리 무 진(왕복200km)-화장시 1차 장지까지 (통행료, 도선료, 주차비는 별도입니다.) |
|      |       | 선두차량 띠, 운구용 장갑 제공                                              | 자동                                                                  |
|      | 행정서비스 | 장례 지도사 장지 동행                                                   | 자동                                                                  |
|      |       | 각종 행정절차 안내(각종 증명서류, 납골당, 수목장, 자연장, 공원묘지 등 이용안내 및 알선 및 화장절차 안내) | 자동                                                                  |
|      | 수의준비시 |                                                                | 현금 10만원 지원 또는 기타 대체 지원                                              |

※도우미 시간은 주간 기준이며 야간 사용 시 시간이 줄거나 추가 금액이 발생할 수도 있습니다.

- \* 리무진, 장의 버스는 관 외의 경우 톨게이트 비용을 유가족이 부담함을 원칙으로 함.
- \* 리무진, 장의 버스 도,광역시 경계, 초과시 1km당 2,000원 별도 요금 적용함
- \* 리무진, 장의버스는 지역별, 장지 상황에 따라 적용됨.
- \* 수의, 관 원산지 / 원사, 관:중국 / 제조:한국
- \* 회원님이 직접 준비하신 품목은 권리포기로 간주하고 일체 공제 혜택이 없습니다.
- \* 장례발생시 먼저 전화주시면 당사와 협약된 장례식장 할인 혜택이 많아집니다.
- \* 종교 가풍에 따라(수시, 염, 입관, 발인)성심 성의껏 봉사하겠습니다.

프랜차이즈산업인을 위한  
장례전문  
**(주)KFN 孝상조**  
1688 4405

전액 후불(회원제)



## The Letter from President

019 정현식 협회장 인사말

## The Letter from Publisher

021 이진창 발행인 인사말

## Cover Story

022 “가맹점 없이는 본사도 없다”  
프랜차이즈, 상생으로 코로나19 넘는다

028 코로나19 쓰레기 대란  
‘오락가락’ 정책에 업계 혼란 가중

## Special Report

- 034 ‘1+1제’, ‘소규모 가맹본부 법적용’ 등  
가맹사업법 개정안 국회 본회의 통과
- 036 광고·판촉 사전동의제...가맹사업법 개정 정부안 확정
- 038 가맹사업진흥 제3차 기본계획...  
‘21년 2,080억원 투입 등 지속 지원
- 040 국내 최대 ‘IFS프랜차이즈서울·부산’ 7~11월 개최
- 042 자영업 매출 19조 감소...대출은 118조 증가
- 044 최저임금 동결해도 자영업 10명중 3명은 한계상황
- 045 협회, 업계에 국산 김치 확산 지원
- 046 1회 용기 사용량 감축 위한 ‘내그릇 사용 캠페인’ 전개
- 047 온라인플랫폼법, 공정위·과방위 주도권 싸움 속 안개
- 048 ‘2021 제22회 한국프랜차이즈산업발전 유공’ 신청 접수
- 050 배달특급 출시 165일만에 누적거래액 200억 돌파

## Brand Highlight

- 052 코리아렌드리
- 053 돈통마늘보쌈



HIMPEL

코로나19 시대

우리 매장은  
고객이 먼저 찾는다

Why? **힘펠이  
있으니까!**

환기는 기본 살균까지  
환기, 자동 공기청정, 바이패스  
4가지 모드로 공기질관리

스마트한 공기질 관리

5가지 센서로 실시간 공기질  
측정 및 제어 시스템

365일 생활밀착형 가전

365일 사용해도  
소음걱정, 전기료 걱정 제로

**ALL바른 환기가전 힘펠**

비말제거율 **98%↓** | 감염율 **90%↓**

참고논문 1) 공기 중 바이러스 방출 감염 위험 평가를 위한 SARS-CoV-2의 비말핵(Quanta) 방출  
Environment International, 카시노 대학교 토목 기계공학계(이필리예), 권조원드 공과대학(호주), 2020

추천 설치장소



음식점/상업시설

카페/스터디카페

체육시설

교육시설

PIN UP  
CERAT, AERON  
스탠드형 환기가전  
휴먼S HRD2-400EGS



고객문의 **1899-0991**  
www.himpellmall.com



## Organ News

054 중소벤처기업부, 가맹점주 아이디어 상품화 지원 외

## People & Company

052 땅스부대찌개 정경문 대표

062 청춘꼬마김밥 장아연 대표

066 브릿지엠 서재필 대표

070 엔터라인 전재호 대표

## Association News

090 협회소식  
 제7기 KFCEO 교육과정 수료식 개최  
 상생협력 문화 확산 유공 공정거래위원장 표창 수상 외

096 지회소식  
 대구·경북, 부울경

098 신규회원/교육일정

104 구독안내

## Guide Post

086 매장 수 1위 롯데리아 제천 맘스터치  
 가격·창업비 '뚝'...가성비로 MZ세대 홀렸다

## Column

074 컨설팅-이경희  
 '가맹점사업자단체 등록제' 어떻게 대응할까

078 마케팅-장재남  
 3명 중 2명 외식업 선호...창업환경 의식조사①

080 법률 - 안철현  
 '1+1제, 정보공개서 등록 확대' 대처 방안은

082 세무-최인용  
 프랜차이즈 본사의 뉴브랜드 확장 전략

082 노무-이금규  
 2021년 하반기 시행되는 노동관계법 주요 내용



# 프랜차이즈 산업, 백년대계로 대한민국 경제의 주역이 되자



한국프랜차이즈산업협회장  
정현식

우리나라 반도체 산업은 1980년대 초까지만 해도 존재감이 없었습니다. 전후 최빈국에서 시작해 한강의 기적을 쓰던 시기였지만, IT 산업의 꽃인 반도체 부분 만큼은 미국, 일본 등 선발국들과의 격차가 너무 커, 감히 쳐다볼 수도 없는 양망불급(仰望不及)의 상황과도 같았습니다.

1983년 삼성그룹 故 이병철 회장이 도쿄에서 반도체 분야 진출 계획을 밝히자, 미국과 일본 등 선발국들은 한국에는 자본과 기술, 시장이 없다는 '3불가론'으로 조롱했습니다. 그리고 불과 40여년이 지난 현재, 우리나라 반도체 산업은 국가 경제의 기둥이자, 세계 반도체 산업의 주역으로 자리매김하고 있습니다.

이병철 회장의 <도쿄 선언>은 최근 한 언론사가 뽑은 '한국기업 100년 역사상 가장 중요한 도약의 순간'으로 뽑히기도 했습니다. 반도체 산업의 성장이 세계적으로도 찾기 힘들 성공 신화를 쓴 것은 이처럼 기업인들이 선구적인 혜안과 치밀한 조사, 과감한 투자로 오늘날의 초석을 세운 덕입니다.

격변의 시기에 놓여 있는 우리 프랜차이즈 산업인들도 이제 백년대계(百年大計)의 중요성을 조금씩 실감하고 있으리라 봅니다. 전통적인 성공방식에 기대왔던 우리 업계는 위기를 맞을 채비가 덜 되었던 것이 사실입니다. 그 결과 최근 수 년간 최저임금의 대폭 인상과 코로나19 유행 장기화로 많은 기업들이 도태되는 아픔을 겪었습니다.

반면, 평소 미래를 내다보고 튼튼한 체력과 혁신 역량을

갖춰 놓은 기업들은 위기 속에서도 신속하게 변화하며 기회를 창출하고 있습니다. 비대면 소비와 결제에 맞춰 다양한 신유형의 사업 모델을 개발하고 낮은 리스크와 높은 정확성을 기반으로 오히려 이전보다 더 성공을 거두는 곳도 있습니다.

협회는 지금보다 더욱 많은 프랜차이즈 기업들이 역량을 키우고 미래를 대비할 수 있도록 각종 지원정책 발굴에 집중하고 있습니다. 우리 산업은 중소기업이 대다수인 특성상 정부 부처의 중장기적인 육성 정책이 매우 중요합니다.

이 같은 관점에서 최근 가맹사업 진흥 주무부처인 산업통상자원부가 2025년까지 프랜차이즈 육성 방향을 담은 5개년 기본계획을 발표한 것은 많은 의미를 줍니다. 이번 기본계획에는 산업의 고도화와 해외 진출 활성화, 역량 제고 등 현재 우리 산업이 직면한 문제들을 해결하고 중장기적인 발전을 도모하기 위한 다양한 정책들이 담겨 있습니다.

특히 이 어려운 시기에 진흥 부처의 수장인 장관과 우리 협회를 비롯한 가맹본부, 가맹점 업계가 한 자리에서 발전 방향과 동반성장 의지를 확인했다는 것은 매우 고무적입니다. 협회는 앞으로 이번 기본계획에 담긴 많은 육성 정책들이 우리 산업에 잘 안착해 프랜차이즈가 대한민국 경제의 주역이 될 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 산업인들 또한 항상 미래를 대비하는 자세로 열심히 정진해 프랜차이즈 산업이 국민 산업으로 거듭나도록 노력해주시기를 당부드립니다. **KFN**



Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.51  
 The Magazine For You

**PUBLISHER**

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

**EDITORIAL DEPT**

|       |     |                |
|-------|-----|----------------|
| 국장    | 이 호 | Lee, Ho        |
| 이사    | 김태규 | Kim, Tae Kyu   |
|       | 조기석 | Cho, Gi Seok   |
| 특임 기자 | 김동하 | Kim, Dong Ha   |
| 기자    | 김은영 | Kim, Eun Young |
|       | 이상규 | Lee, Sang Kyu  |
|       | 노승욱 | No, Seung Wook |
|       | 박서진 | Park, Seo Jin  |

**DESIGN**

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

**PHOTO**

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

**CORRESPONDENT**

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

**CONTRIBUTORS**

|                |     |                 |
|----------------|-----|-----------------|
| 한국창업전략연구소 소장   | 이경희 | Lee, Gyeong Hee |
| 프랜차이즈산업연구원 원장  | 장재남 | Jang, Je Nam    |
| 법무법인 로투스 대표변호사 | 안철현 | Ahn, Cheol Hyun |
| 가현텍스 대표세무사     | 최인용 | Choi, In Yong   |
| 로앤파트너스 대표이사    | 노정민 | No, Jeong Min   |
| 노무법인 C&B 대표    | 이금구 | Lee, Keum Goo   |

**CONSULTATIVE COMMITTEE**

|        |     |                  |
|--------|-----|------------------|
| 편집주간   | 김영인 | Kim, Young In    |
| 편집위원장  | 정종인 | Cheong, Chong In |
| 수석편집위원 | 김용순 | Kim, Yong Soon   |



|         |                                     |
|---------|-------------------------------------|
| 발행처     | 한국프랜차이즈산업협회                         |
| 기획/제작   | (주)KFN 애드콤                          |
| 디자인     | (주)여울미디어                            |
| 주소      | 서울특별시 영등포구 여의대방로 67길11<br>잡지회관 512호 |
| 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                             |
| 판매대행    | (주)성운도서                             |
| 등록번호    | 영등포, 마00070                         |

**KFA**

KFA 한국프랜차이즈산업협회  
 Korea Franchise Association

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

The Letter from  
 Publisher

## 작은 것들이 쌓이면 커지고... 희망의 빛은 가까이에



발행인  
 이진창

코로나19의 칼바람으로 외식 시장이 어려워지면서 가맹점을 비롯한 프랜차이즈 가맹본사의 고충도 심각해지고 있습니다. 실제로 코로나19가 확산한 지난해 전국에선 7만8897개의 식당이 문을 닫았습니다. 올해 들어 4월 말까지도 폐업한 음식점 수는 3만여개에 달합니다. 국민의힘 추경호 의원이 국세청에서 받은 2020년 개인 일반사업자 업종별 부가가치세 매출 신고 현황 자료에 따르면 지난해 자영업 전체 52개 업종 가운데 절반이 넘는 29개 업종의 매출액이 전년 대비 감소를 기록했습니다. 피해 업종의 총 매출 감소액은 19조4137억원에 달했으며 그중에서도 음식점 감소액이 5조7323억원으로 가장 많았습니다.

외식업은 프랜차이즈 업종에서도 대다수를 차지하는 분야입니다. 2019년 기준 전체 가맹본부의 74.6%가 외식업입니다. 브랜드 수는 4792개로 75.4%를 차지합니다. 이런 외식업이 흔들리고 있습니다. 지난해부터 사회적 거리두기 강화로 영업시간이 제한된데다 회식 문화가 사라지고, 재택근무와 원격수업 등으로 오피스 상권 및 대학가에 유동인구가 줄면서 외식 업계가 전반적으로 어려워졌습니다. 이로 인해 법원을 찾는 외식 프랜차이즈 가맹본부가 늘고 있습니다.

특히 코로나19로 대형매장과 직영점운영비용이 높은 회원사는 그 어려움이 타브랜드보다 더욱더 클 수밖에 없는 실정입니다. 이미 기업회생에 들어간 대한민국최초 한식 부페전문점 '풀잎채'는 물론 전국구 감자탕 프랜차이즈였던 이바둑감자탕도 지난 2월 광주지법에 기업회생을 신청

하여 지난 5월17일 법원으로부터 기업회생 개시판결을 받았습니다. 코로나19 파고가 대형 매장 중심으로 브랜드를 운영하던 가맹본사에 타격을 준 셈입니다. 이런 상황에서 한국프랜차이즈협회 회원사 대표들의 보이지 않는 도움의 손길도 이어졌습니다. 지난날 그 브랜드가 프랜차이즈 산업발전에 얼마나 큰 기여를 하였으며 협회에 큰 도움을 주었는지 알만한 회원사는 모두 알 것이라 생각합니다. 우리 모두 심시일반 마음을 모으고 힘을 나누어 용기를 잃지 않도록 하여야 할 것입니다. 환난상휼患難相恤의 향약鄕約의 4대 강목 중 하나로 '어려운 일은 서로 돕는다'는 덕목을 회원사 여러분들이 실천할 수 있기를 바랍니다.

작금의 자영업, 프랜차이즈 업계의 위기는 국가적이자 전국민적인 상황입니다. 순자는 "작은 것들이 쌓이면 커진다 蠡小者大"고 말했습니다. 우리 민족은 역사적으로 나눔의 유대감이 매우 강했던 민족 중 하나입니다. 환난상휼 같은 아름다운 미풍이 한국프랜차이즈협회라는 울타리를 벗 삼아 확대되기를 기대합니다. 아울러 지금도 어려움에 처해 고민하고 있는 회원사들이 있다면 물질과 시간, 정성의 봉사에 나서는 선행을 실천해야 하였습니다.

중국 후한의 학자 최원崔瑗의 좌우명 중 하나입니다. 시인 신물넌施人愼勿念 수시신물망受施愼勿忘 남에게 베풀었거든 생각하지 말고 은혜를 받았으면 잊지를 마라. 여기에 하나를 더해봅니다. 애내내함광暖暖內含光 어둠 속에서도 희망의 빛을 잃지 마라. 회원사 모두가 희망이 되고 빛이 되기를 빌어마지 않습니다. **KFN**





(앞줄 왼쪽 네번째부터) 정현식 협회장, 성윤모 장관, 하승재 협의회장, (뒷줄 왼쪽 세번째부터) 정태용 대표, 강형준 대표, 김재영 대표, 최성수 대표, 임미숙 대표

## “가맹점 없이는 본사도 없다”... 프랜차이즈, 상생으로 코로나19 넘는다

한국프랜차이즈協, 상생협의회 발족...

민관 협력으로 업계 상생확산 선도

**한**국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 전국가맹점주협의회(공동의장 하승재 등·이하 전가협)와 민간 협의체 ‘프랜차이즈 상생협의회’를 구성, 정부와 함께 업계의 상생문화 확산을 도모한다. 협회는 4월 26일 오전 서울 중구 한국프레스센터에서 산업통상자원부, 전가협과 ‘프랜차이즈 상생협의회 발대식’을 개최했다

WRITE | 김동하



성윤모 산업통상자원부 장관

발대식에는 성윤모 산업부 장관, 천영길 산업부 중견기업정책관, 조주현 중소벤처기업부 소상공인정책실장, 조흥선 공정거래위원회 유통정책관 등 3개 부처와 정현식 협회장, 하승재 전가협 공동의장 등 가맹본부 및 가맹점사업자 관계자 총 20여명이 참석했다.

성윤모 장관은 인사말을 통해 “가맹사업은 착한 프랜차이즈 운동과 같은 상생협력 노력으로 코로나19의 어려움을 극복하고 있다”면서 “정부도 가맹사업의 혁신과 지속적 상생협력을 지원할 것이며, 업계도 오늘 발족한 상생협의회를 기반으로 함께 노력해 달라”고 당부했다.

정현식 협회장은 “프랜차이즈는 본사와 가맹점의 상호 협력을 기반으로 코로나19 위기에서도 착한 프랜차이즈 캠페인, 소통 강화, 경영혁신으로 최선을 다하고 있다”면서 “정부도 업계의 발전에 관심을 갖고 상생협회의 출범을 지원해 주신 데에 대해 감사드린다”고 화답했다.

협회 및 전가협이 체결한 운영 협약에 따라 프랜차이즈 상생협의회는 분기별 1회 개최될 예정이다. 위원장은 양측이 반년 마다 교차로 맡으며, 임기 2년의 위원은 양측 각 6명과 산업부 위촉 1명을 합쳐 총 13명으로 구성된다.

상생협의회에 참여하는 양 단체는 향후 ▲가맹본부와 가맹점 간의 소통 확대 ▲상생 정책 발굴 및 제언 ▲상

생 우수 사례 발굴·홍보 ▲업계 참여 독려 등을 위해 공동으로 협력해 나간다는 방침이다.

### “상생확산 위한 업계 지원 시급”

이날 상생협의회 위원들은 발대식 이후 성윤모 장관이 직접 주재한 1차 회의를 통해 업계현장의 경영 애로와 상생 확산·지원을 위한 건의사항을 전달하고, 산업부, 중기부, 공정위 등 3개 부처와 소통하는 시간을 가졌다.

정현식 협회장은 체계적인 산업 육성을 위한 컨트롤 타워 설치와 해외 진출의 체계적 지원을 요청했다. 그는 “말레이시아, 대만 등은 정부에 프랜차이즈 지원 전담기구를 두어 적극적으로 지원에 나서고 있고, 인도네시아는 현지 박람회에 대통령이 직접 참여하는 등 정부 차원에서의 관심이 높다”고 지적하고 “또, 해외 진출사업 주관기관이 코트라, 농식품부, 프랜차이즈 협회 등 산재되어 있어 이를 통합할 필요가 있다”고 지적했다.



정현식 한국프랜차이즈산업협회장

최성수 (주)금탑에프앤비 대표는 ‘프랜차이즈 종합지원시스템’의 조속한 도입을 요청했다. 그는 “프랜차이즈 예비창업자와 가맹사업자에게 one-stop 종합 지원이 가능한 ‘프랜차이즈 종합지원 시스템’ 구축을 정





상생협의회 발대식에서 정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 발언하고 있다



(왼쪽부터) 정현식 한국프랜차이즈산업협회장, 성윤모 산업통상자원부 장관, 하승재 전국가맹점주협의회 공동의장 상생협의회 운영협약서 서명 기념촬영

부가 진행 중인 것으로 안다”면서 “산업의 규모가 커지고 복잡해지면서, 정부가 산업 전반을 종합적으로 지원하는 종합적인 시스템이 필요하며, 내년에 예산이 잘 반영되도록 지원 당부드린다”고 말했다.

**강형준** **명륜당 대표**는 상생 우수 브랜드에 대한 지원 확대를 요청했다. 그는 “지난해 전 가맹점에 한달 월세와 현금 등을 지원했으나, 개별 기업의 차원에서는 한계가 존재했다”면서 “더욱 많은 인센티브가 필요한데, 크게 체감가는 정책이 부족해 아쉬웠다”고 말했다. 이어 “상생 협력 기업에 세액공제나 법인세 감면같은 세제혜택을 받게 힘써 준다면 여력이 생긴 본사들이 더 적극적으로 상생에 나설 것”이라고 덧붙였다.

**정태용** **지앤푸드 대표**는 해외진출 지원 강화를 요청했다. 그는 “상표권 침해 문제가 프랜차이즈 기업들

의 해외진출의 걸림돌이 되고 있으며, 작년 중국에서만 3500여건의 피해 의심 건수가 발생했다”면서 “K-프랜차이즈의 신시장으로 꼽히는 동남아에 감시 및 대응 체계를 더욱 강화하고, 차기 유력 시장인 중동지역에도 사전에 관련 문제를 차단할 수 있도록 보호 범위 확대가 필요하다”고 말했다.

**임미숙** **아로마글로바 대표**는 상생을 기반으로 코로나19 위기를 극복한 노하우를 소개했다. 그는 “로드샵 고객유입 감소로 매출은 30% 이상 감소했지만, 7년 전 구축한 온라인 상생유통 시스템이 가맹점 매출증진에 기여하고 있다”면서 “온라인쇼핑몰을 본사가 통합 운영하고 주문자의 배송지와 가장 가까운 점포에서 배송하는 시스템으로, 가맹점(오프라인) 매출 외 온라인 매출의 추가수익을 창출해 동반성장을 실천 중”이라고 말했다.

**김재영** **커브스코리아 대표**는 가맹점사업자도 소상공인임을 강조하며, 평등하고 공정한 지원 정책을 수립해 줄 것을 요청했다. 그는 “소상공인의 스마트기술 도입을 지원하는 중기부 <스마트상점 기술보급> 사업 같은 경우 오히려 같은 소상공인인 프랜차이즈 가맹점까지 지원대상에서 배제하고 있다”면서 “프랜차이즈도 영세한 곳들이 많은 만큼 지원사업에서 프랜차이즈에도 동일한 기준이 적용된다면 상생협력이 활성화될 것”이라고 강조했다.

#### ◇ “업계 지원 방안 마련 노력할 것”

**조주현 중기부 실장**은 다양한 지원사업을 소개하며, 제시된 건의들을 모아 검토하고 발전된 방향으로 개선해보겠다고 밝혔다. **조흥선 공정위 국장**은 법·제도적 관점에서 가맹본부와 가맹점이 상생협력을 할 수 있는

환경을 만들도록 노력하겠다고 밝혔고, **천영길 산업부 국장**은 해외 진출 지원 강화 방침과 함께, 기본계획의 충실한 이행과 가맹업계의 소통 증진을 적극 지원하겠다고 밝혔다.

**성윤모 산업부 장관**은 마무리 발언을 통해 “원칙적으로 중요한 건 가맹점사업자와 가맹본부의 소통이며, 오늘 이 자리가 서로가 거리를 좁혀나가고 새로운 방법을 함께 고민하는 자리가 된 것 같다”면서 “정부에서 해외 진출이나 브랜드 경쟁력 강화 등 가맹본부 지원에도 노력할 것이며, 상생 우수기업 지원 제도 또한 잘 논의해 성과가 가맹본부와 가맹점사업자, 더 나아가 국민들에게까지 돌아갈 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다. **KFN**





(왼쪽부터) 지난해 4월 10일 공정거래조정원에서 조성욱 공정거래위원장이 정현식 한국프랜차이즈산업협회장 등과 착한프랜차이즈 접수현장을 찾았다

## 민·관 합동으로 프랜차이즈 업계 상생문화 확산 노력

한국프랜차이즈協, 공정위·산업부·중기부 등과  
지원책 발굴 및 우수 사례 홍보

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 프랜차이즈 업계의 상생 확산을 위해 우수 브랜드들을 적극 발굴해 홍보하고, 지원 정책·제도가 수립될 수 있도록 유관 정부 부처 및 기관들과 적극 협력하고 있다.

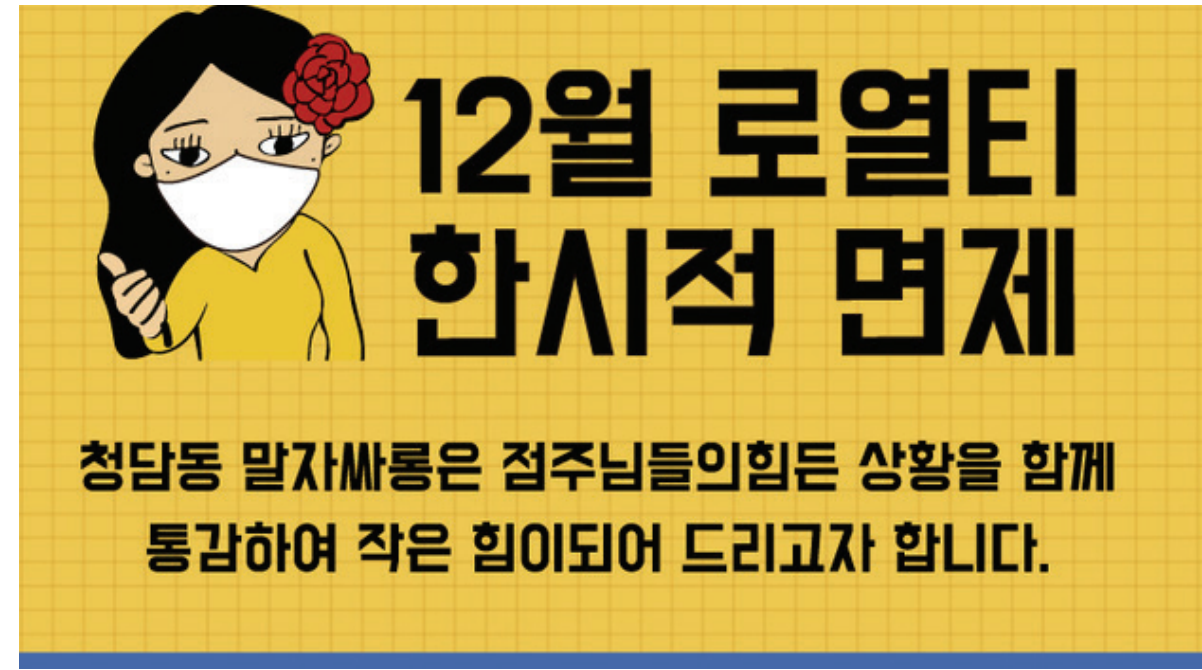
**협회**는 지난해 초 가맹점 지원에 나선 우수 회원사들을 적극 홍보해 당시 박영선 중기부 장관과 우수 브랜드와의 모임을 주선했다. 이후 **공정거래위원회** '착한 프랜차이즈 확인증' 제도 도입의 계기를 마련하고 120개 회원사의 참여를 지원한 바 있다.

상생 우수 브랜드에 확인증을 발급해 주는 '착한 프랜차이즈 확인증' 제도는 지난해 4월 출범해 연말까지 총 270개사가 참여했다. 이 제도를 통해 총 3만 7천개 가맹점이 260억원을 지원받았다. 당초 지난해 종료 예정이었으나, 업계의 존치 요구에 따라 지속사업으로 전환됐다. 설문에 따르면 혜택을 받은 1,520개 가맹점 중 80%가 존치를 요청한 것으로 나타났다. 공정위는 6월중 개편 내용을 공고한다는 계획이다.

**산업통상자원부**는 가맹사업 5개년 기본계획('21-'26)을 통해 ▲상생협의회 발족(협회-전가협) ▲상생협력 아카데미(상생 역량·인식 강화 교육) ▲상생협력 멘토단(상생 우수 기업·전문가 멘토링)을 운영, 산업 전반의 상생 확산을 체계적으로 지원하겠다고 밝혔다.

업계의 상생협약 체결을 적극 독려하는 한편, 이행실적이 우수한 기업을 '자상한 가맹본부'로 선정해 우수 사례를 집중 홍보한다는 내용도 담겼다.

**중소벤처기업부**는 산하의 기술보증기금, 소상공인시장진흥공단, 중소벤처기업진흥공단 등을 통해 공정위 '착한 프랜차이즈 확인증' 발급 기업에 정책자금 금리를 추가로 인하해 주고 있다. 또, 우수·유망 프랜차이즈를 발굴하기 위한 '프랜차이즈 수준평가'에 상생협약 평가 항목을 강화하는 한편, '2021년 상생협력 프랜차이즈 지원사업'을 통해 상생발전 내용이 우수한 중소 가맹본부를 단계별로 지원한다. **KFN**



지난해 12월 전 가맹점 로열티 면제를 지원한 청담동 말자싸롱

## 코로나19 위기를 상생으로 이겨내는 '착한 프랜차이즈'가 뜬다

로열티 인하, 현금·임대료 지원, 상생협약 등  
가맹점 지원으로 상생 실천

코로나19 위기가 프랜차이즈 산업에 새로운 기회의 장으로 되고 있다. 지난해 많은 프랜차이즈 브랜드들이 가맹점 지원에 나서면서 "큰 위기가 닥치면 자영업보다는 프랜차이즈가 훨씬 안정적"이라는 인식이 확산되면서다. 빠른 혁신과 상생으로 '착한 프랜차이즈'로 알려진 브랜드들은 오히려 이전보다 창업 문의가 늘어나는 등 동반성장이라는 프랜차이즈 산업의 순기능이 재조명되는 추세다.

여성 전문 피트니스 브랜드 **<커브스코리아>(대표 김재영)**는 지난해 실내체육시설 영업제한으로 가맹점 대부분이 정상적인 영업을 하지 못하는 어려움을 겪었다. 이에 코로나19 상황에 따라 가맹점주 재량으로 휴관할 수 있도록 허용하고, 휴관기간 동안에는 로열티를 면제했다. 또, 회원 만족도 제고를 위해 회원들도 이용기간을 일시정지할 수 있도록 허용하며 높은 호응을 얻었다.

지난해 '착한 프랜차이즈' 운동의 시발점이 됐던 **명륜진사 갈비(대표 강형준)**는 연초 전 가맹점에 한 달치 임대료 등

총 30억원을 현금으로 지원해 큰 화제를 모았다. 이어 지난해 12월에는 550개 전 가맹점에 코로나19 안정자금으로 각 380만원을 지원하고 마케팅비와 방역물품, 무이자 대출, 업종 전환 지원금 등 1차의 2배가 넘는 총 75억원 규모를 지원했다.

**청담동말자싸롱(대표 최성수)**는 주점 프랜차이즈 업계가 영업시간 제한으로 큰 어려움을 겪고 있음에도 불구하고 통 큰 지원에 나서 눈길을 모았다. 지난해 2,3월간 피해가 집중됐던 대구·경북 지역 가맹점에 2개월 로열티를 면제한 데 이어, 12월에는 전 가맹점의 로열티를 면제했다. 또, 매출 보전을 위해 배달 서비스 시스템을 개발·지원하고 방역물품을 지원하기도 했다.

협회는 "코로나 19와 같이 유례 없는 위기 속에서 경제 공동체로서의 프랜차이즈가 서서히 빛을 발하고 있다"면서 "새로운 가능성을 보여주고 있는 '착한 프랜차이즈'들에 국민들께서 따뜻한 격려와 관심을 보내 주기를 바란다"고 말했다.

**KFN**





## 코로나19 쓰레기 대란... '오락가락' 정책에 업계 혼란 가중

“배달·포장 권장하면서 규제 강화” 불만...

“자발적 참여 촉진이 최우선”

**코**로나19로 비대면 소비, 특히 배달과 포장 주문 비중이 크게 높아지면서 1회용품 사용량 급증에 따른 환경 오염 우려가 전사회적으로 대두되고 있다. 환경부가 2019년 상반기와 2020년 상반기 공공시설에서 처리한 <코로나19 전후 재활용 폐기물 발생량 변화> 조사결과에 따르면 종이류는 687톤/일에서 889톤/일로(29.3%), 비닐류 856톤/일에서 951톤/일(11.1%)로, 플라스틱 734톤/일에서 848톤/일(15.6%)로 증가했다.

WRITE | 김동하

특히, 1회용품 사용이 많은 프랜차이즈 업체는 환경오염의 주범이라는 오명을 얻고 있다. 환경부와 협약을 맺은 22개 프랜차이즈 매장의 1회용품 쓰레기 수거량은 코로나19 대규모 확산으로 매장 이용이 급감했던 지난해 2월 총 37톤에서 8월 61톤으로 급증했다.

주요 원인은 배달과 포장 이용 고객의 급증과 방역지침에 따른 1회용품 사용 권장으로 분석된다. 통계청 온라인쇼핑 동향 조사에 따르면 음식서비스 거래액은 2019년 9조 7천억원에서 2020년 17조 3천억원으로 2배 가까이 폭증했다. 코로나19 유행으로 배달·포장 이용자가 늘고, 또 밤 10시 이후에는 포장·배달만 가능한 거리두기 방침이 장기화된 탓이다.

여기에 업소와 소비자가 위생 강화를 위해 재사용이 가능한 용기나 식기류 등을 지양하고 1회용품을 선호하게 됐고, 밀키트·가정 간편식(HMR) 제품이 늘면서 포장재 사용도 함께 늘어난 것도 주요 원인으로 파악된다.

◇ ‘**탈플라스틱**’ 외치는 정부, 규제 강화 ‘한창’

택배, 판매 등보다 배달·포장 1회용품이 유독 문제가 되는 이유는 업계 특수성 때문이다.

플라스틱 용기의 경우 뜨거운 음식을 담기 위해 내열성을 높이는 과정에서 화학물질이 섞여 재활용이 불가능하고, 재활용이 가능한 재질이라 하더라도 음식이 묻거나 브랜드 로고 등이 새겨지면 재활용이 불가능해 대부분 일반 쓰레기로 분류된다. 또 대체로 가정에 배달되는 경우 수거율이 상대적으로 낮다는 문제도 있다.

때문에 정부는 프랜차이즈 업체의 1회용품 자체를 감축하기 위해 규제를 강화하고 있다. 지난 2월 환경부가

입법예고한 <자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률> 및 하위 법규에 따르면 2022년 6월부터 커피, 음료, 제과제빵, 패스트푸드 업종 가맹점과 직영점 100개 이상의 휴게음식점·일반음식점·제과점업 사업자는 1회용컵 사용시 컵보증금제를 의무적으로 준수해야 한다.

이 중 가맹점의 경우 입법예고안에는 프랜차이즈 점포 전체가 대상이었으나, 환경부가 최근 가맹점 100개 이상 브랜드로 기준을 신설하겠다고 밝힌 바 있다.

커피전문점 등 식품접객업소 매장에서 종이컵과 플라스틱 빨대, 젓는 막대의 사용이 금지되며, 음식물 배달시 1회용품 제공을 제한하는 근거도 신설됐다.

◇ 업계 “규제가 전가의 보도인가” 불만

다만, 프랜차이즈 업계에서는 정부가 규제 강화에 초점을 맞추는 것에 대해 불만섞인 목소리도 나온다. 대책이 필요한 것은 맞지만, 코로나19라는 특수한 상황임을 감안하지 않고 1회용품 사용량 증가의 책임을 업소 및 기업들에게 과도하게 지우고 있다는 얘기가.

업계 관계자는 “코로나19로 외식 프랜차이즈 업체가 초토화되면서 유일하게 기댈 수 있는

것이 배달과 포장뿐”이라면서 “포장은 몰라도 배달 수수료 때문에 다회용기 사용도 불가능한 만큼 1회용품 사용을 규제로만 풀려고 하는 것은 사업하지 말라는 것”이라고 호소했다.

또, “영세성이 높은 업계 특성상 규제가 강화되면 더욱 비싼 재질의 친환경 제품을 써야 하는데 요즘 같이 어려운 상황에서 감당하기 힘든 곳이 대부분”이라면



지난 4월 커피베이가 텀블러 이용자에 할인혜택을 제공한 플라스틱 줄이기 캠페인 포스터





지난해 5월 협회가 환경부 등과 체결한 1회용기 감축 업무협약식

서 “종이 빨대의 경우처럼 기존의 제품에 익숙한 소비자들의 만족도가 떨어지면 매출 하락도 우려된다”고 말했다.

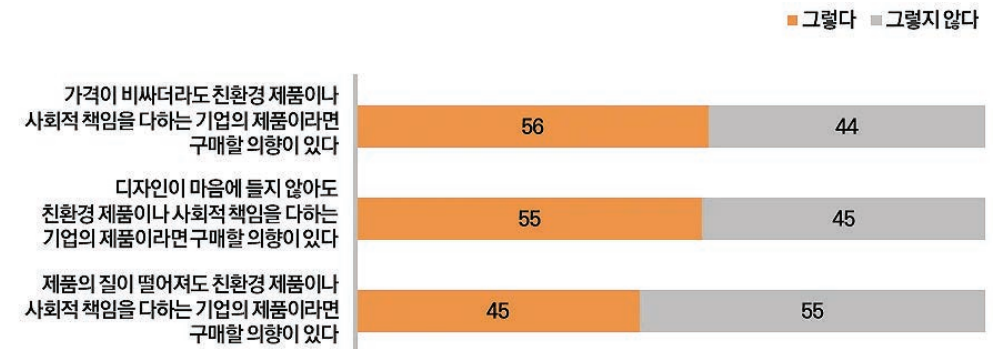
일각에서는 정부 부처간 손발이 맞지 않아 혼란이 발생한다는 지적도 제기된다. 코로나19 방역 강화를 위해 종이컵, 비닐장갑 등 1회용품 사용을 권장해 놓고 이제 와서 쓰레기 폭증의 주범인 것처럼 규제를 강화하고 비용 부담을 떠넘긴다는 주장이다.

실제 2019년 커피전문점 등에서 내점 이용 고객에게 머그컵으로 음료를 제공하도록 했으나, 지난해 코로나19로 테이크아웃 용기 사용이 허용된 바 있다. 업계에서 “사용하라고 해놓고 사용량이 증가하니 이를 규제 강화의 근거로 제시한다”는 불만이 제기되는 대목이다. 소상공인의 배달·포장 도입·전환을 지원하면서 배달시 1회용품 제공을 제한하는 근거를 마련하거나, 가정간편식 시장 성장을 지원하면서 포장재 생산자에 비용 부담을 늘리는 것도 마찬가지다.

“지난해 9월 사회적 거리두기 영업제한 차별과 마찬가지로, 프랜차이즈 가맹점주도 소상공인인데 유독 비 프랜차이즈에 비해 강화된 규제가 적용되는 경우가 많다. 면적당 또는 매출별, 결제건수, 사용량 등 얼마든지 합리적인 기준을 설정할 수 있음에도 불구하고 매년 프랜차이즈냐 아니냐로 규제를 결정하는 것은 심각한 문제”

#### ◇ “프랜차이즈가 죄냐”...박탈감 고조

프랜차이즈 업계만 유독 역차별을 당한다는 목소리도 높다. 입법예고안에는 컵보증금 제도의 경우 ‘전체 가맹사업자와 직영점 100개 이상의 동일법인’이 대상으로 규정됐다. 가맹점이 5개인 프랜차이즈의 자영업자들은 적용대상인데, 직영점이 10개 남짓인 글로벌 기업 블루보틀은 적용 대상이 아니라는 뜻이다. 가맹사업자



의 경우 최근 100개 이상으로 한정하겠다는 방침이 추가로 나오기는 했지만, 정부가 프랜차이즈 업체를 바라보는 시각을 엿볼 수 있었다는 평가다. 협회 관계자는 “지난해 9월 사회적 거리두기 영업제한 차별과 마찬가지로, 프랜차이즈 가맹점주도 소상공인인데 유독 비 프랜차이즈에 비해 강화된 규제가 적용되는 경우가 많다”면서 “면적당 또는 매출별, 결제건수, 사용량 등 얼마든지 합리적인 기준을 설정할 수 있음에도 불구하고 매년 프랜차이즈냐 아니냐로 규제를 결정하는 것은 심각한 문제”라고 강조했다.



일각에서는 지나친 환경규제에 대한 회의론도 제기된다. 한 누리꾼은 “환경 규제가 나날이 강화되면서 국민과 기업 모두가 희생을 감내하고 있지만, 얼마나 큰 효과가 있을지는 의문”이라면서 “세계적인 관점에서 보면 미국과 중국, 인도 등 규모가 큰 국가들이 생산하는 폐기물이 압도적이고, 우리나라의 영향력은 거의 없다시피 한데 정작 해당 국가의 국민들은 재활용이나 규제에 크게 신경쓰지 않는 분위기가 만연하다”고 지적했다.

#### ◇ “성숙한 문화 조성이 먼저”

업계에서는 정부가 코로나19라는 특수한 상황임을 감안, 규제보다 자발적 참여를 더 촉진하는 쪽으로 정책을 설계해야 한다고 입을 모은다. 최근 환경문제에 대한 인식이 높아지고 있는 만큼, 성숙한 문화를 조성하는 것이 더욱 효과적이라는 지적이다. 실제 기업과 민간 영역에서도 환경 보호를 위한 움직임이 확산되고 있다. 기업들은 최근 떠오르는 ‘ESG 경영’, ‘필(必)환경’ 등의 키워드에 맞춰 각종 환경 친화적 제품을 사용하고, 최근 소비자들도 텀블러나 내 그릇·용기 사용 등을 실천하며 ‘제로 웨이스트’ 운동을 실천하고 ‘가치소비’, ‘착한소비’에 높은 관심을 보이고 있다.

한국프랜차이즈산업협회도 지난해 환경부와 ‘1회용기 사용량 감축을 위한 업무 협약’을, 올해 5월에는 ‘내 그릇 사용 캠페인 업무협약’을 잇따라 체결하며 업계의 환경보호 동참을 위한 움직임을 강화하고 있다. 지난해 한국리서치 조사에 따르면, MZ세대로 불리는 20-30세대 1천명 중 50% 이상이 “비싸거나 디자인이 마음에 들지 않아도 친환경 제품 등을 구매할 의향이 있다”고 답했다. 한 업계 전문가는 이에 대해 “소비자 선호가 변하면 기업이 자연스레 따라오게 돼 있다”면서 “성급히 규제부터 만들 것이 아니라 분위기가 충분히 조성될 수 있도록 캠페인을 대폭 강화하고 조금 더 시간을 갖고 기다려 주는 것이 진정한 환경보호의 지름길”이라고 강조했다. **KFA**





## 정부 “생산자책임 재활용제도 강화해 사업자 책임 높인다”

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

코로나19 유행 장기화로 쇼핑, 배달 등 온라인 구매가 늘면서 생활폐기물이 급증하고 있는 가운데, 환경 규제 강화로 인한 프랜차이즈 업계의 시름도 깊어지고 있다. 환경부는 “최근 분담금이 부과금보다 높아지는 등 혼란이 있다”면서 생산자책임재활용제도(EPR) 부과금 산출기준을 조정할 뜻을 밝혔다. EPR은 사업자가 제조·판매한 재활용제품·포장재의 양에 따라 재활용공제조합에 ‘분담금’을 납부하고, 위반시 ‘부과금’을 부과하는 제도다. 조정 후 위반 업체에 부과되는 부과금이 올라갈 것으로 예상된다.

지난 2019년에도 환경부는 업계에서 많이 쓰이는 비닐류를 EPR 대상품목으로 편입시켰다. EPR 대상품목이 되면 폐기물로 처리할 때에 비해 분담금이 크게 올라간다. 여기에 시행 2년차인 포장재재질·구조등급평가 제도도 본격적으로 업계에 영향을 미치고 있다. 재활용 가능 포장재를 4개 등급으로 나눠 평가하는 제도로, 올해부터 등급이 낮은 포장재를 쓰면 내년도 EPR 분담금 비율이 높아진다.

업계는 가맹본부들은 코로나19라는 특수한 상황을 감안해 시행유예 또는 분담금 특별감면을 고려해달라는 입장이다. 대다수가 영세·중소기업이고, 배달·포장 증가로 포장

재 사용 증가가 불가피하며, 정부는 기업지원에 한창인데 유독 환경부만 규제강화에 몰두한다는 하소연이다. 특히 19년 ‘EPR 항목추가’ 법규 개정이 20년 생산량에 적용되면서, 올해 분담금이 크게 늘어난 가맹본부들이 속출하는 등 업계의 혼란도 가중되고 있다. 심지어 포장재구조·재질등급평가에 따른 EPR 분담금 비율 차등화는 내년부터 적용되기 때문에, 올해 큰 비용을 들여 고등급 포장재를 쓰고도 거액의 분담금을 책정받은 가맹본부들은 분통을 터뜨리고 있다.

올해 역대의 분담금을 책정받은 한 가맹본부 관계자는 “제도가 있으니 따라야 하겠지만, 정책 홍보가 너무 소홀한 것 아닌가 하는 것이 솔직한 심정”이라면서 “불과 2~3년 전까지만 해도 프랜차이즈 업계와의 소통에는 관심도 없고 적용 여부도 확정짓지 못하다가 이제 와서 갑자기 역대의 분담금을 내라고 하는 것이 말이 되느냐”고 목소리를 높였다. 협회 관계자는 “그간 큰 영향이 없었기 때문에 아직 업계에 EPR 제도에 대한 인식이 부족한 것이 사실”이라면서 “정부 부처에 항의 및 정책 건의를 지속하고 있으며, 지금이라도 모든 가맹본부들이 관련 제도를 숙지해 철저히 대응해야 할 것”이라고 말했다. **KFN**



## “착한소비가 돈다”...프랜차이즈 업계, 4.22 지구의날 환경보호 동참

1회용품 사용량 절감, 할인혜택 제공,  
SNS 캠페인 동참 등 활발

환경파괴 우려가 높아지면서 1회용품 사용이 많은 프랜차이즈 기업들이 사회공헌을 실천하고 소비자들에게 ‘착한 소비’의 기회를 제공하는 환경보호 캠페인들을 적극 전개하고 있다.

지난 4월 22일 제51주년 ‘지구의 날’을 맞아 환경부와 협약을 맺은 2개 패스트푸드점 및 11개 커피전문점들은 1회용컵 사용을 줄이고 개인컵 사용을 활성화하기 위한 다양한 이벤트를 개최했다.

던킨도너츠·배스킨라빈스는 기존 개인컵(텀블러) 할인율 300원에서 1,000원으로 늘렸고, 맥도날드는 아예 아메리카노 한잔을 무료로 제공하는 행사를 개최했다. 롯데리아·엔제리너스커피·이디야커피·커피베도 할인폭을 1.5~2배로 늘렸다.

여기에 엔제리너스커피는 텀블러 422개를 증정하는 행사를 열었고, 파스쿠찌·카페베네는 텀블러 구매시

커피를 무료 또는 할인가로 제공했다. 투썸플레이스는 SNS를 통해 1회용 컵 줄이기 동참을 인증하거나 친구태그시 추천을 통해 디저트를 증정하는 행사를 열었다.

‘본죽’ 등을 운영하는 본그룹은 4월 1~19일 3주간 ‘지구를 위해 용기내 캠페인’을 진행했다. 본그룹 직원들이 자사 카페 브랜드 일마지오를 이용할 경우 모목 1그루를 기부하는 방식으로, 총 481그루를 기부했다.

협회 관계자는 “최근 환경보호에 대한 관심이 높아지면서 프랜차이즈 기업들도 캠페인을 자발적으로 적극 전개하고 있다”면서 “기존에는 커피 프랜차이즈들이 주로 선도해 왔지만, 최근에는 식당, 주점 프랜차이즈들도 적극적으로 동참하려는 분위기가 조성되고 있다”고 설명했다. **KFN**



# “가맹점 모집시 직영점 1개 이상 1년 이상 운영해야”

‘1+1제’, ‘소규모 가맹본부 법적용’ 등  
가맹사업법 개정안 국회 본회의 통과



**미**투 브랜드 난립에 따른 창업자의 피해를 막기 위해 직영점 1개 이상을 1년 이상 운영한 경험이 있는 경우에만 가맹점을 모집할 수 있도록 하는 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 가맹사업법) 개정안(1+1제)이 4월 29

일 국회 본회의를 통과했다. 개정안은 이후 정부 이송, 국무회의, 공포 등의 절차를 거쳐 공포일로부터 6개월이 경과한 날부터 시행된다.

이에 따라 법 시행 이후 가맹사업을 시작하고자 하

는 가맹본부는 직영점을 1개 이상, 1년 이상 운영한 후에 가맹점을 모집해야 한다. 관련 경험이 없는 경우 공정거래위원회 등이 정보공개서 등록을 거부할 수 있고, 업체는 정보공개서에 운영 경험을 기재해 관련 정보를 가맹희망자에게 제공해야 한다.

이번 개정안은 그간 검증되지 않은 부실 가맹본부가 유행하는 아이템을 모방해 무분별하게 가맹점을 모집한 뒤 부실한 관리, 연구개발·운영 역량 부족 등으로 창업시장에 혼란이 가중되면서 추진돼 왔다.

프랜차이즈 업계에서는 신규 브랜드 론칭이 일부 제한되는 등 단점도 있으나, 대만 카스테라 등 피해 사례가 속출하고 사회적 문제로 대두되면서 창업 시장이 다시 신뢰와 활력을 얻을 수 있도록 본 제도의 도입을 촉구해 왔다.

이에 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 2017년 업계가 자발적으로 내놓은 자정실천안에 1+1제 추진을 포함한 바 있으며, 최근까지 국회 토론회, 업계 간담회, 정부 부처 협의 등을 통해 본 제도의 국회 통과를 위해 다양한 활동을 벌여 왔다.

협회는 “많은 가맹본부들이 성실하게 가맹사업을 전개하고 있으나, 노하우와 경영 마인드가 부족한 극히 일부 사례로 예비 창업자들이 불안을 느끼면서 산업 전반에 피해가 확산돼 왔다”면서 “본 제도가 시행되면 창업자본 아니라 창업 위축으로 어려움을 겪던 기존 가맹본부들의 경영환경 또한 개선될 수 있을 것으로 기대한다”고 밝혔다.



조성옥 공정거래위원장

법 시행 이후 가맹사업을 시작하고자 하는 가맹본부는 직영점을 1개 이상, 1년 이상 운영한 후에 가맹점을 모집해야 한다. 관련 경험이 없는 경우 공정거래위원회 등이 정보공개서 등록을 거부할 수 있고, 업체는 정보공개서에 운영 경험을 기재해 관련 정보를 가맹희망자에게 제공해야 한다.

협회는 기존 우수 가맹본부들이 신규 브랜드 론칭시 불편함을 겪지 않도록 이후 시행령 제정 과정에 적극적으로 정부 부처와 협의한다는 계획이다. 협회는 “가맹본부 대표자의 특수 관계자, 임직원 등이 운영한 가맹점의 경우 직영점으로 간주하거나, 가맹점 개설에 면허가 필수적인 업종의 경우 의무를 면제하는 등 검증이 필요없는 경우가 예외로 규정될 수 있도록 적극 건의하겠다”고 밝혔다.

한편, 이번 가맹사업법 개정안에는 일부 법 조항의 적용이 배제되던 소규모 가맹본부에도 정보공개서 등록 및 제공 의무, 가맹금 수취 금지 및 예치 의무를 부과하는 내용이 담겼다. 기존에는 ▲6개월간 가맹금 총액 100만원 미만 ▲연간 매출 5천만원 미만이면 가맹점 5개 미만인 가맹본부의 경우 해당되지 않았으나, 법 시행 후 규모와 관계없이 모든 가맹본부가 관련 의무를 이행해야 한다. **KFN**



# “광고·판촉 행사시 사전에 일정 비율 이상 가맹점 동의 필요”

가맹사업법 개정안 정부안 확정...

‘포괄약정시 사후정산 허용’ 등 예외 추가



지난 4월 27일 국무회의에서 광고판촉 사전동의제 등 가맹사업법 개정안이 정부안으로 확정됐다(사진 = 청와대)

가맹본부가 광고 또는 판촉 행사를 시행할 경우 사전에 가맹점의 동의를 받도록 하는 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 가맹사업법) 개정안이 4월 27일 국무회의를 통과해 국회 발의를 앞두고 있다.

정부안으로 확정된 이번 개정안은 가맹본부에 대

한 가맹점주의 협상력 강화를 위해 ‘광고·판촉 사전 동의제’와 ‘가맹점주단체 신고제’ 도입하는 것을 골자로 한다.

‘광고·판촉 사전동의제’는 현재 가맹사업법에 가맹본부의 광고·판촉 내역에 대한 가맹점사업자의 열람권을 보장하고 있는 것을 확장해, 가맹점과 비용



을 분담할 경우 시행 사전 단계에서부터 일정 비율 이상의 가맹점의 동의를 받도록 하는 제도다.

업계에서는 그간 법의 취지에는 공감하나 마케팅 행위의 적시성 저해, 동의 및 조정 과정에서의 추가적인 인력·비용 소요, 불필요한 갈등 조장 등 현실적으로 사전 동의의 부작용이 크다며 난색을 표해 왔다. 또, 지난해 입법예고안에 예외로 규정된 ‘사전에 수취한 기금으로 광고·판촉시 사전 동의 면제’ 조항도 현실성이 떨어진다고 입을 모았다.

협회는 업계 의견을 취합해 입법예고안에 대해 적극적으로 반대 및 보완 의견을 제출해 왔다. 이에 이번 정부안에는 ‘사전에 일정 기간 동안의 행위에 대해 기본적인 사항들을 포함한 약정 또는 가맹계약을 체결하는 경우 사전동의로 간주하고 사후 정산을 허용한다’는 예외가 추가됐다. 예를 들어, 가맹본부와 가맹점이 1년 간 광고·판촉의 횟수, 시기, 분담 비율 등을 미리 합의해 약정을 체결한 경우는 사전동의 절차를 거치지 않고 시행한 후 비용을 수취할 수 있다는 의미다.

협회는 “광고·판촉 사전동의제가 가맹점주의 협상력 제고보다 가맹본부의 광고·판촉을 위촉시켜 브랜드 성장 정책, 가맹점 매출 감소 등 부작용을 야기하지 않도록 예외 규정 정비를 적극 건의한 끝에 최종적으로 정부안에 포함되게 됐다”면서 “국회 논의 및 시행령 제정 과정에서 더욱 보완될 수 있도록 업계 의견을 잘 전달할 것”이라고 밝혔다.

“

협회는 “광고·판촉 사전동의제가 가맹점주의 협상력 제고보다 가맹본부의 광고·판촉을 위촉시켜 브랜드 성장 정책, 가맹점 매출 감소 등 부작용을 야기하지 않도록 예외 규정 정비를 적극 건의한 끝에 최종적으로 정부안에 포함되게 됐다”면서 “국회 논의 및 시행령 제정 과정에서 더욱 보완될 수 있도록 업계 의견을 잘 전달할 것”이라고 밝혔다.

”



파리바게뜨-SK텔레콤 판촉 행사(본문과 관계 없음, 사진 = SPC)

한편 이번 개정안에는 일정 요건을 갖춘 가맹점사업자단체가 공정거래위원회에 등록하고 대표성을 확인받을 수 있도록 하는 ‘가맹점사업자단체 신고제’도 포함됐다. 협회는 향후 국회 논의 및 시행령 제정 과정에서 소속 가맹점사업자 비율, 복수단체 신고시 대표성 확인 절차 등 기본적인 요건이 잘 정비되도록 업계 의견을 모아 적극 건의한다는 방침이다. [K77]



# “상생 확산과 혁신역량 제고로 프랜차이즈 산업 발전 도모”

가맹사업진흥 제3차 기본계획...

‘21년 2,080억원 투입 등 지속 지원



지난 4월 26일 프랜차이즈 상생협약식 발대식에서 제3차 가맹사업진흥 기본계획 발표가 진행되고 있다

**산** 업통상자원부(이하 산업부)가 가맹사업 진흥을 위한 ‘제3차 가맹사업진흥 기본계획(‘21~’25)’을 관계부처 협의를 거쳐 최종 확정했다고 4월 26일 밝혔다. 정부는 “가맹산업 구조의 고도화 및 지속가능한 성장 기반 확충”이라는 비전 하에 4대 추진전략을 집중적으로 추진해 나간다고 밝혔다.

## ◇‘프랜차이즈 종합정보지원시스템’ 등 경쟁력 강화 지원

먼저 정부는 규제샌드박스를 적극 활용한 신(新)사업모델 창출, 피자·커피 등 제조·서비스로봇 실증, 가맹점의 스마트화를 지원해 혁신 서비스의 창출을 지원한다.



또 중기부·공정위의 가맹정보·상권분석 시스템을 고도화하는 동시에, 한국프랜차이즈산업협회 등 업계와 협력해 가맹사업자·예비창업자를 대상으로 하는 <프랜차이즈 종합정보지원시스템>을 구축한다. <프랜차이즈 종합정보지원시스템>은 예비 가맹창업자와 기존 가맹사업자 모두를 대상으로 온라인 박람회, 매장실습 등 창업부터 해외진출까지 원스톱으로 지원한다. 가맹사업의 현장·전문경영 역량 제고를 통한 전문인력 양성도 추진해 나간다.

◇유망 프랜차이즈 발굴·육성 등 업종 다양화·규모화  
외식업 편중 해소와 유망 프랜차이즈 발굴·육성을 위해 성장단계별 맞춤형 성장을 지원하고 한국프랜차이즈산업협회 주최 ‘IFS 프랜차이즈서울’ 등 박람회를 매년 2회 개최한다.  
또 가맹서비스의 단체표준과 표준매뉴얼 개발을 위한 시범사업과 제도개선을 추진해 서비스 품질관리, 불만·분쟁처리 등 서비스 단체표준도 확산해 나간다.



“가맹사업자·예비창업자를 대상으로 하는 <프랜차이즈 종합정보지원시스템>을 구축한다. <프랜차이즈 종합정보지원시스템>은 예비 가맹창업자와 기존 가맹사업자 모두를 대상으로 온라인 박람회, 매장실습 등 창업부터 해외진출까지 원스톱으로 지원한다.”

◇상생협약식 등 상생협력 확산  
가맹사업법 개정, 가맹종합지원센터 가동 등으로 가맹사업의 균형발전을 유도한다.  
특히, 가맹사업자의 상생협력 모델을 발굴과 자발적 상생문화 정착을 위해 한국프랜차이즈산업협회와 전국가맹점주협의회가 참여하는 ‘프랜차이즈 상생협의회’를 발족하고, ‘상생협력 아카데미’ 및 ‘상생협력 멘토단’ 등을 통해 사업자간 소통과 교육을 지원한다.

◇국내 브랜드 글로벌화 촉진  
해외진출 활성화를 위해 해외 현지 사업화를 지원하고, 해외공동물류센터 등을 통해 안정적인 정착도 지원한다. 또, ‘K-브랜드 침해 신고센터’를 통해 가맹상표 무단선점 감시를 강화하고, ‘해외지식재산센터’를 활용하여 신속한 법률상담과 분쟁대응을 지원한다. **KFN**



# 코로나19, 안전 창업으로 극복... 국내 최대 'IFS프랜차이즈서울·부산' 7~11월 개최

한국프랜차이즈協, 폐업률 상승 속 각광받는

안정적인 프랜차이즈 창업으로 경기 회복 도모



제47회 프랜차이즈서울 박람회장엔 입장하기 위해 대기중인 관람객들

코로나19 유행 장기화로 리스크 관리가 어려운 개인창업에 비해 안정성이 높은 프랜차이즈 창업이 각광받는 가운데, 한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 올해 7월부터 11월 사이에 국내 최대 창업박람회 'IFS 프랜차이즈서울·부산'을 통해 창

업 활성화와 경기 회복에 나선다.

협회가 주최하고 코엑스(Coex)와 리드엑시비전스(Reed Exhibitions)가 공동주관하며, 산업부, 공정위, 농식품부 등 정부 부처가 공식 후원(예정)하는 'IFS 프랜차이즈서울'은 올해 7월과 10월 총 2회에 걸쳐 서울 삼성동 코엑스에



지난해 11월 제49회 IFS프랜차이즈서울에서 코로나19 전파 방지를 위해 테이블마다 가림막을 설치하고 창업 상담이 진행되고 있다

서 개최된다. '2021 제52회 IFS 프랜차이즈부산'은 11월 11일부터 3일간 국내 제2의 도시 부산 벡스코에서 개최한다.

'2021 제50회 IFS 프랜차이즈서울 상반기'는 올해 최대 규모인 200개사 500개 부스 규모로 성대하게 7월 1일부터 3일까지 열린다. 협회는 "최근 방역상황이 지속되고 있으나, 지난해 폐업자 수가 창업자보다 8만여명 많고 집합금지·제한 업종 매출이 크게 감소하는 등 업계가 위축돼 상황 개선이 예상되는 7월에 대규모 박람회를 개최하기로 했다"고 밝혔다.

이번 박람회에는 외식업, 도소매업, 교육서비스업 등 프랜차이즈 전 업종이 대상이다. 특히 ▲배달·포장 최적화 ▲무인·1인 자동화 ▲AI, 로봇 등 최신 ICT 기술 접목 ▲스마트오더, 모바일POS 등 비대면 주문·결제 인프라 구축 등 최근 급성장한 비대면 소비 트렌드에 맞춰 많은 참가업체들이 다양한 콘셉트의 매장을 예비 창업자들에게 선보인다.

또 ▲식자재·원부자재 ▲물품·설비 ▲결제장비·플랫폼 ▲인테리어 ▲컨설팅 ▲운영 지원 서비스 ▲법률·세무·노무·가맹거래 등 전문가 상담 ▲정부·기관 정책 소개 등 창업에 필수적인 유관 업체들도 대거 참여, 예비 창업자와 참가사들에게 필요한 모든 업종을 한 곳에서 접할 수 있다.

협회 관계자는 "최근 코로나19로 프랜차이즈 창업의 안정성이 주목받으면서 예비 창업자의 정보 수집 및 업체의 홍보·상담 수요가 매우 높으나 방역 강화로 오프라인 채널이 얼어붙어 있다"면서 "연 4만 명 이상이 찾는 'IFS 프랜차이즈서울·부산'을 통해 창업의 안정성을 높이고 경기 회복에 기여하겠다"고 밝혔다.

한편 협회는 하반기에 박람회와 함께 ▲프랜차이즈 산업인의 날 ▲한국프랜차이즈산업발전 유공 시상 ▲박람회 연계 세계프랜차이즈총회 개최 등 대규모 행사를 함께 추진, 방역 상황 완화, 소비 심리 회복, 정부 경기 부양책 등과 연계하여 연말까지 경기 회복 분위기 조성에 기여한다는 방침이다. **KFN**



# 자영업 매출 19조 감소...대출은 118조 증가

2020년 자영업 현황, 음식점 5조7000억 급락...주점·호프 타격 커



**코**로나19로 지난해 자영업 전체 52개 업종의 매출이 전년 대비 크게 감소한 것으로 나타났다. 특히 음식점 매출은 5조7000억원으로 큰 타격을 받았다.

국민의힘 추경호 의원이 국세청에서 받은 2020년 개인 일반사업자 업종별 부가가치세 매출 신고 현황 자료에 따르면 지난해 자영업 전체 52개 업종 가운데 절반이 넘는 29개 업종의 매출액이 전년 대비 감소를 기록했다. 피해 업

종의 총매출 감소액은 19조4137억원에 달했으며 그중에서도 음식점 감소액이 5조7323억원으로 가장 많았다.

특히 일반 음식점으로 허가받는 간이주점과 호프전문점 등 주류판매업 쪽에서 타격이 컸다. 국세통계포털에 따르면 올해 2월 기준 지난해 2월 3만2472개였던 호프전문점은 4000여개(-11.92%) 줄어든 2만8607개가 됐다. 간이주점도 2000여개(-14.9%) 줄며 1만2403개로 집계됐다. 야간 영업이 많은 노래방 역시 1년 사이 1400여곳(-5.2%)



이 폐업했다. 이들 업체는 5인 이상 집합금지 조치 및 밤 10시 이후 영업제한 조치까지 겹치며 매출에 직접 타격을 받았고, 배달 서비스도 여의치 않아 폐업이 많아진 것으로 분석됐다.

반면 커피음료점은 1년 전보다 15%가량 늘었다. 올해 2월 기준 커피음료점은 7만1906개로, 작년에 비해 1만개 가까이 늘었다. 편의점(3000여개·+7.9%), 제과점(1000여개·+7.2%), 패스트푸드점(4000여개·+10.9%) 등의 점포 수도 증가했다.

52개 업종 중 음식점 이외에도 도매·상품중개업(4조3905억원 감소)과 자동차 소매(2조7041억원 감소) 등 29개 업종에서 매출액이 감소했다. 모텔 등 숙박업 역시 매출이 3431억원(9%·3조8317억원→3조4886억원) 감소했다. 자영업자의 매출 감소는 대출 증가로 연결됐다. 코로나19로 인한 경영상 어려움을 부채를 동원해 건디는 셈이다.

정의당 장혜영 의원이 한국은행으로부터 제출받은 '자영업자 대출종류별 현황' 등을 분석한 결과에 따르면 자영업자 대출 증가폭은 가계·기업대출보다 크고, 처음으로 대출을 받은 자영업자의 대출잔액도 급증했다. 지난해 말 자영업자 대출잔액은 1년 만에 118조6000억원이 늘어난 803조5000억원이다. 지난해 처음으로 대출

을 받은 자영업자의 대출잔액도 125조8000억원에 달해 전년 말 대비 38조8000억원 증가했다.

자영업자 대출잔액 중 은행대출은 69조4000억원, 비은행 대출은 49조2000억원을 각각 기록했다. 장 의원은 "작년 추경을 통해 전 국민 재난지원금과 버팀목 자금을 지원했음에도 많은 자영업자가 이례적으로 많은 부채를 동원해 코로나19 위기를 견뎌내고 있다"며 "이는 국회에서 논의 중인 자영업 손실보상 관련 법안이 조속히 제정되어야 하는 이유"라고 지적했다.



한편 자영업 매출이 하락하면서 자영업자의 수도 크게 감소했다. 통계청의 4월 고용동향에 따르면 무급가족 종사자를 포함한 자영업자는 656만7000명이다. 코로나19 발병 전인 2019년 4월 673만7000명에 비해 17만여명 감소했다. 지난해 4월 664만4000명에 비해서도 9만여명 줄었다. 특히 고용원이 있는 자영업자의 수가 급감했다. 2019년 4월 156만7000명에서

132만3000명으로 24만4000여명 줄었다. 지난해 4월(138만8000명)과 비교해도 6만5000여명 감소했다. 매출 감소가 고용 한파로 이어지고 있다는 반증이다. 반면 고용원이 없는 자영업자는 2019년 4월 408만8000명에 비해 14만여명 증가했다. 올해 4월 기준 422만2000명으로 지난해 4월 419만5000명보다 3만여명 늘었다. **KFN**

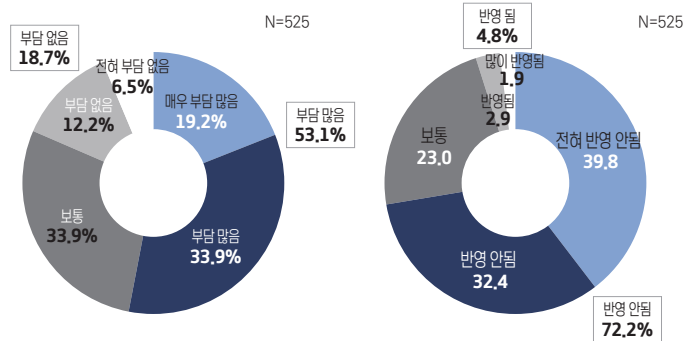


# 최저임금 동결해도 자영업 10명 중 3명은 한계 상황

숙박·음식점업(69.8%)·도소매업(63.8%), 동결 또는 인하 주장

최저임금위원회가 인선을 마치고 회의를 시작했다. 오는 8월 투표나 합의를 통해 2022년 최저임금을 결정하고 8월 5일 고용노동부의 고시로 결정된다. 문제는 코로나19 상황에 인상 여부 논의가 부적절하다는 지적이다. 2021년 올해 최저임금 지급 8720원에서 노동계는 1만원 이상을 주장하고 있다. 하지만 자영업자와 중소기업의 사정은 녹록치 않다. 특히 자영업자들은 최저임금 결정 과정에 자영업자 의견이 반영되지 않는다고 강한 반발을 보이고 있다.

〈최저임금 경영 부담 정도(%)〉 〈최저임금 결정 시, 자영업자 의견 반영도(%)〉

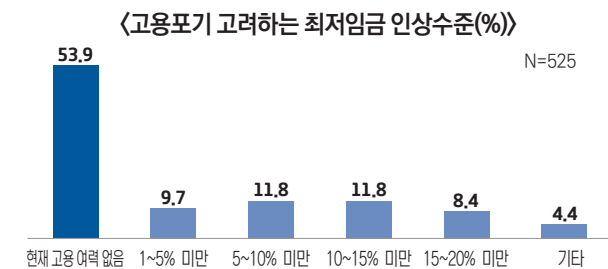


에는 현재도 한계 상황이라는 답변이 32.2%로 가장 높아 코로나19 영향으로 자영업자들이 심각하게 어려움을 겪는 것으로 나타났다. 특히 고용원이 없거나 가족이 근무하는 자영업자들의 40.6%가 현재도 폐업을 고려할 한계 상황이라고 응답해 나홀로 사장 자리마저 위태한 것으로 나타났다.

내년 최저임금 적정 수준에 대해서는 동결이 45.7%로 가장 높았다. 인하해야 한다는 응답자 비율과 합하면 61.9%에 이르렀다. 특히 동결 또는 인하가 필요하다는 응답은 숙박·음식점업(69.8%)과 도소매업(63.8%)에서 높았다. 또한 최저임금 인상이 직접 영향을 미치지 않는 나홀로 사장의 60.3%도 동결 또는 인하가 필요하다고 응답했다.

한편 고용원 있는 자영업자 2018년 12월부터 2021년 4월까지 전년 동월대비 29개월째 연속 감소를 보이고 있다. 월 단위 취업자 통계 집계 시작한 1982년 7월 이후 최장기간 하락세다. [K77]

한국경제연구원이 전국 자영업자를 대상으로 최저임금에 대한 설문조사를 실시한 결과도 내용이 비슷하다. 자영업자의 72.2%는 최저임금 결정 과정에서 자영업자 의견이 반영되지 않는다고 답했다. 또 절반 이상은 현재 최저임금도 경영에 많이 부담된다고 응답했다.



최저임금이 얼마나 인상되면 직원 신규 고용을 포기하거나 기존 직원 해고를 고려할 것이냐는 질문에 대해 자영업자의 53.9%는 현재도 고용 여력이 없다고 응답했다. 다음으로 5~10%, 10~15% 인상시 각각 11.8%가 신규 고용을 포기하거나 기존 직원 해고를 고려하겠다고 답변했다.

최저임금이 얼마나 인상되면 폐업을 고려하겠냐는 질문

최저임금이 얼마나 인상되면 폐업을 고려하겠냐는 질문

# 한국프랜차이즈協, 프랜차이즈 업계 국산 김치 확산 지원

국산 김치 자율표시제, 회원사 공동구매 등 통해 소비자 신뢰 제고 지원



강석우 협회 상근부회장(왼쪽), 김영철 (주)이비가푸드 대표(가운데) 등이 4월 14일 대전 이비가푸드 본사에서 국산김치 인증마크 현판식 기념촬영을 하고 있다

최근 '알몸김치 파동', '식중독균 검출' 등을 계기로 국산 김치에 대한 소비자들의 거부감이 높아지고 있는 가운데, 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 단가가 높은 국산 김치의 업계 확산을 위한 지원 활동을 전개하고 있다.

기존의 원재료값과 운임비 증대, 매출 감소에 더해 국산 김치 파동까지 더해지면서 많은 업체들이 국산 김치 사용을 검토하고 있지만, 원가가 최대 3~4배까지 높아 도입을 주저하는 곳이 적지 않다.

이에 협회는 국산김치 사용업소의 매출 증진을 지원하기 위해, 대한민국김치협회 등과 함께 국산재료로 제조된 김치(직접 제조 포함)를 사용하는 음식점에〈국산김치 사용〉 자율표시 인증마크를 무상으로 제공하는 '국산김치

자율표시제' 참여를 지원하고 있다.

인증마크는 매장에 부착할 수 있고, 1년마다 재인증을 통해 사후관리된다. 국산김치 인증마크 부착 업소의 매출 증진을 지원하고 시장의 불안감 해소, 소비자 신뢰도 제고 등 긍정적 효과를 창출하고 있다. 신청은 국산 김치 자율표시업소 지정 신청서, 국산 김치 공급 및 판매 계약서 등을 대한민국김치협회에 서면이나 전자우편으로 제출하면 된다.

또 협회는 공동 구매 의사가 있는 회원사들과 국산 김치를 생산하는 회원사들이 서로 윈윈할 수 있도록 매칭도 지원한다. 대량 구매인 만큼 수요사는 기존보다 낮은 단가에 구입할 수 있고, 제조사는 물량을 안정적으로 공급할 수 있다. 공동구매 관련 문의는 협회 사무국(02-3471-8135~8)으로 하면 된다. [K77]



# 한국프랜차이즈協, 1회용기 사용량 감축 위한 '내그릇 사용 캠페인' 전개

‘배달앱 포장주문시 본인 용기 사용’...환경 개선 위한 업계 참여 촉진



강석우 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장(오른쪽) 등 협약 참여자들이 기념촬영을 하고 있다

한국프랜차이즈산업협회가 5월 4일 서울 강서구 한국환경공단에서 서울시, 한국환경공단, 위메프오 등 6개 지자체·기관·기업·단체와 <1회용품 줄이기 '내 그릇 사용 캠페인' 업무협약>을 체결했다.

<내 그릇 사용 캠페인>은 소비자가 본 캠페인에 동참 중인 매장에서 배달앱을 통한 포장주문시 희망 의사를 체크하면 수령시 소비자의 그릇에 음식을 담아주는 자발적 실천 운동으로 6월 1일 정식 출범했다. ▲감탄떡볶이 ▲팡스부대찌개 ▲걸작떡볶이치킨 ▲가마로강정 ▲김영희 동태점&코다리냉면 ▲달토끼의떡볶이흡입구역 ▲얹샘 김밥 ▲삼대족발 등 협회 회원사 8개사 1천여 가맹점이 출범에 동참했다.

협회는 프랜차이즈 업계의 참여를 독려하고, 환경 인식 개선을 위한 홍보 활동을 전개한다. 소비자는 각종 할인 혜택 등을 받을 수 있고, 배달앱 후기 이벤트, SNS 인증 이벤트도 함께 진행된다. 또 환경공단 등은 참여 브랜드의 전방위적 홍보와 참여 독려를 지원한다.

협회 관계자는 “1회용기는 수거율이 상대적으로 낮고 세척을 거처도 실제 재활용이 어려운 경우가 많다”면서 “환경문제 개선 노력을 촉진하고, 가치있는 소비 환경을 제공하고자 캠페인에 참여하게 됐다”고 말했다. 참여를 희망하는 가맹본부는 협회 사무국(02-3471-8135~8 내선 5)로 문의하면 된다. **KFI**

# 온라인플랫폼법, 공정위·과방위 주도권 싸움 속 안개

프랜차이즈산업협회 등, 180만 소상공인 입점업체 보호 위해 조속한 입법 촉구



온라인 시장을 주도하는 네이버·쿠팡·배달의민족 등 플랫폼 사업자의 불공정행위를 규제하는 내용을 담은 온라인플랫폼법 법안 규제 권한을 놓고 공정위와 방통통신위원회의 주도권 싸움이 벌어지면서 법 시행 시기가 안개 국면이 됐다.

공정위와 국회 정부위원회 소속 의원들이 발의한 온플법은 온라인 플랫폼 사업자와 입점업체 간 계약서 작성을 의무화하고, 플랫폼 사업자의 불공정 행위를 규정해 위반 시 과징금을 부과하는 내용을 담고 있다. 규제기구는 공정위다. 반면 국회 과학기술정보방송통신위원회 소속 전혜숙 민주당 의원이 발의한 법안은 대규모 플랫폼 사업자에 대해 불공정 중개거래 행위 금지와 이용자 보호 책무를 부여하고, 방통위에 규제권한을 두는 내용이다. 한국프랜차이즈산업협회도 현재 온라인 플랫폼 분야의 불공정거래로 인한 입점업체 피해 상황의 심각성을 토로 하며 180만 입점업체 보호를 위해 조속한 입법을 올해 초부터 공정위 간담회 등에 참여하며, 촉구해 왔다. 특히 코로나19로 인한 비대면 거래 급증, 중소기업·소상공인

피해 심각성을 고려해 신속하게 입법을 완료해야 한다고 지적했다. 아울러 판매수수료와 광고비, 검색결과 노출 기준 등 주요 거래조건을 계약서에 명시하고, 사업자간 책임소지를 명확히 해야 분쟁을 예방할 수 있다고 주장했다.

이와 관련해 국회 입법조사처도 ‘온라인 플랫폼 공정화법 제정을 위한 입법·정책과제’ 보고서를 통해 “기존의 거래 공정화 법제 간의 전반적인 체계 정합

성 외에 집행 경험에 대한 이해가 축적된 공정위가 (관련 규제를) 담당해야 일관성이 유지된다”며 플랫폼 규제 권한을 두고 공정위의 손을 들어줬다. 공정위안과 방통위안은 둘 다 온라인플랫폼의 불공정거래를 규제하기 위한 목적이다.

이에 정부 여당은 지난 4월 22일 공청회 등을 거쳐 조율에 나섰으나 합의점을 찾지 못한 것으로 알려졌다. 김윤정 한국법제연구원 법제조사평가팀장은 공청회에서 “(공정위의)온플법이 과방위법에 비해 플랫폼 기업의 혁신을 저해하지 않으면서도 소상공인을 보호할 수 있는 탁월한 법안”이라고 언급했다. 그러나 두 법안 상정을 앞두고 두 부처의 ‘규제 주도권’ 밥그릇 싸움은 여전히 계속되고 있다.

온플법 제정이 늦어지는 가운데 공정위가 온라인플랫폼 책임 강화를 골자로 추진중인 ‘전자상거래법(전상법) 전부개정안을 두고도 갈등이 벌어지고 있다. 방통위가 지난 4월 15일 공정위에 법적용 범위를 온라인 서비스 전체로 확대해선 안 된다는 검토의견서를 냈기 때문이다. **KFI**



## 한국프랜차이즈協, ‘2021 제22회 한국프랜차이즈산업발전 유공’ 신청 접수

유일한 ‘대통령·국무총리 표창 수여’ 프랜차이즈 시상...

상생협력·혁신 비중 강화



지난해 대통령 표창을 수상한 이디야커피 기념촬영. (왼쪽 두 번째부터) 정현식 한국프랜차이즈산업협회장, 이디야커피 강남점 부사장, 신유호 부사장

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 ‘2021 제22회 한국프랜차이즈산업발전 유공’(한국프랜차이즈대상) 대상자를 8월 25일(화)까지 모집한다.

협회가 주최·주관하고 산업통상자원부, 농림축산식품부, 식품의약품안전처가 후원(예정)하는 본 시상은

한 해 동안 프랜차이즈 산업 발전에 기여하고 모범이 된 산업인들을 널리 알리고 노고에 감사하는 자리다. 업계 관련 시상 중 유일하게 대통령 및 국무총리 표창을 수여하는 최고 권위의 시상으로 자리매김하고 있다.

협회는 올해 시상에서는 상생협력, 가맹점 지원, 연구



지난해 국무총리 표창을 수상한 노랑동닭 최명록 대표 등 임직원들이 기념 촬영을 하고 있다

실적, 기타 산업 차원에서의 기여 또는 참여 실적 등 관련 항목의 비중을 높이는 등 심사 기준을 일부 개편했다. 이를 통해 어려운 와중에도 혁신 노력과 상생협력으로 프랜차이즈 업계가 코로나19 위기 극복의 모범 사례로 거듭나는 데에 기여한 우수 브랜드들을 적극 발굴하고 성공적인 위기 대응 모델을 제시한다는 방침이다.

시상 부문은 ▲〈우수 프랜차이즈 부문〉 ▲〈혁신·성장 프랜차이즈 부문〉 (이상 가맹본부) ▲〈우수 가맹점 부문〉 (가맹점) ▲〈프랜차이즈 산업 발전 유공 부문〉(기업 또는 개인(학계, 컨설턴트 등)) 등 총 4개다. ▲대통령 표창 ▲국무총리 표창 ▲산업통상자원부장관 표창 ▲농림축산식품부장관 표창 ▲식품의약품안전처장 표창 ▲한국프랜차이즈산

업협회장 표창 등이 시상되며, 시상식은 자체 심사 위원회와 각 정부 부처 심사를 거쳐 12월 16일 (목) 개최될 예정이다.

별도의 참가비용 없이 신청이 가능하며, 작성 서류 양식을 협회 홈페이지( <http://www.ikfa.or.kr> )에서 내려받아 마감일인 8월 25일 오후 6시까지 협회 접수처에 제출하면 된다. 올해부터는 제출서류 중 응모신청서 등 3개 양식은 기존과 같이 출력물 형태로 직접 등기 우편(마감 소인 유효) 또는 방문 제출하되, 공적 증빙 자료 등 나머지 8개 양식은 이메일(jinpark@ikfa.or.kr)로 제출하면 된다. 상세 내용 및 양식은 협회 홈페이지를 참고하거나 한국프랜차이즈산업발전 유공 사무국(070-7919-4145, 4162)으로 하면 된다. **IKFA**







## ● 코리아런드리

## “태국인의 빨래도 책임진다”...워시엔조이 셀프빨래방 열풍

한국 빨래방이 세계 스탠다드로...㈜코리아런드리, 워시엔조이 태국 법인 49% 지분 확보



3월 24일 비대면으로 개최된 워시엔조이 태국법인 투자종결 서명식

프리미엄 셀프빨래방 브랜드 워시엔조이(WASHNEJOY)가 태국 시장 진출 성공을 발판으로 업계 1위 굳히기에 초점을 맞추고 있다. 코로나19에도 불구하고 수년째 꾸준히 안정적인 성과를 내고 있는 ㈜코리아런드리는 올해 글로벌 시장 확대를 기반으로 사업 역량 강화에 나설 계획이다.

㈜코리아런드리는 워시엔조이 태국 법인을 운영 중인 Clean Star Solution 사의 지분 49%를 확보한 상태다. 워시엔조이 태국은 지난 2020년 태국 방콕을 중심으로 1년 만에 20개가 넘는 매장을 오픈하는 등 가파른 성장세를 기록하고 있다.

지난 2012년 국내 최초로 카페형 프리미엄 셀프빨래방을 런칭한 워시엔조이는 현재 국내외 700개가 넘는 매장을

운영 중이다. ‘즐거운 빨래 문화를 만듭니다’라는 워시엔조이의 철학이 국내를 넘어 태국, 중국, 일본 등 세계인의 스탠다드로 확장되고 있다.

워시엔조이는 국내 최초 HACCP 인증과 KC 인증을 획득한 일렉트로룩스 상업용 세탁장비로 항균세탁, 아웃도어 세탁 등 고객 친화적 세탁코스 13가지를 출시하였으며, 기존 동전, 현금 위주의 결제체계에서 벗어나 충전카드, 키오스크, 간편결제 앱 워시엔페이 등 기업부설연구소를 통해 무인사업 솔루션을 연구 개발하고 있다.

한편, 워시엔조이는 혁신적인 세탁 솔루션 대중화에 기여한 공로를 인정받아 한국 기업으로는 최초로 Global Best Practices Award 2020 시상식에서 Country Winners 부문 수상자로 선정된 바 있다.

## ● 돈통마늘보쌈

## MBN 10주년 특별기획드라마 ‘보쌈’ 제작지원

MBN 종편 드라마 ‘보쌈’ 역대 최고 시청률 고공 주행



돈통마늘보쌈이 MBN 역대 드라마 중 최고 시청률을 기록한 ‘보쌈’의 제작지원 브랜드로 참여한다.

이번 드라마 ‘보쌈-운명을 훔치다’는 MBN 종편 10주년 특별기획 제작으로 생계형 보쌈꾼이 실수로 웅주를 보쌈하면서 벌어지는 이야기를 다룬 파란만장 인생 역전극이다. 정해진 운명을 벗어나기 위해 발버둥치는 주인공 보쌈꾼 바우(정일우)와 웅주 수경(권유리)의 이야기를 통해 우리가 몰랐던 또 다른 사랑의 정의에 접근해 가는 여정을 보여준다.

전통 건강음식으로 보쌈으로 잘 알려진 돈통마늘보쌈은 이번 제작 협찬을 통해 브랜드 인지도 상승과 마케팅은 물론, 가맹점 매출 상승효과가 높게 나타날 것을 기대하고 있다. 돈통마늘보쌈 관계자는 “한식 웰빙 보쌈전문 브랜드로서 매장에서 전통 방식으로 직접 고기를 삶아 제공하면서 특허받은 마늘소스로 확실한 차별화를 갖춰 건강까지 고려한 전통보쌈이라는 점이 ‘보쌈-운명을 바꾸다’의 드라마 콘셉트와 잘 맞아 떨어졌다”며 “특히 정해진 운명대로 사는 것이 아닌, 그 틀을 벗어나고 사랑을 쟁취해가는 스토리와도 일맥상통한다”고 제작협찬 배경을 설명했다. 보쌈은 남녀노소 세대를 아

우르는 사랑의 메신저로서의 최고의 음식이라 할 수 있으며, 이 드라마에서 보쌈의 의미와도 잘 맞아떨어진다고 덧붙였다. 돈통마늘보쌈은 전 가맹점에 드라마 보쌈 홍보포스터를 부착하고, 이번 드라마 제작협찬과 더불어 점포의 홍보와 온·오프라인 마케팅에 보다 적극적인 노력을 기울이고 있다. 점포의 매출증대를 위해 본사의 지원을 점차 확대해 나간다는 계획이다.

한편 돈통마늘보쌈은 1992년 5월 아씨보쌈으로 파주 문산에서 1호점을 시작, 오랜 기간 직영점을 운영한 것을 바탕으로 2009년 9월에 브랜드를 등록하고, ㈜코리아푸드에서 프랜차이즈 사업을 본격적으로 진행했다. 특허받은 마늘 소스와 무김치 외에도 전국 매장에서 동일한 맛을 낼 수 있도록 보쌈씨즈닝과 각종 소스를 가맹점에 공급한다. 이 때문에 전 가맹점 어디서나 부드럽고 담백한 수육과 맛깔나는 보쌈김치를 제공해 보쌈의 품위를 제대로 느낄 수 있다. 돈통마늘보쌈은 매장판매 외에도 코로나19 시대에 필수인 배달, 테이크아웃 등 3가지 복합판매 방식을 취하고 있다. 때문에 시대적인 흐름, 계절적 요소, 지역 특성, 각 매장의 특수한 상황 등에 유연하게 운영 가능하도록 비즈니스 모델을 구축해 왔다.



## 중소벤처기업부

## 가맹점주 아이디어 상품화 지원



'상생협력 가맹점주 특화지원 사업'은 상생협력이 우수한 프랜차이즈 가맹본부와 소속 가맹점주를 대상으로 가맹점주만의 노하우와 독특한 아이디어가 결합된 공간·제품·디자인, 신메뉴 등의 개발을 지원하고 촉진하는 사업이다.

중소벤처기업부(장관 권칠승, 이하 중기부)는 지난 3월 정부지원사업 최초로 '상생협력 가맹점주 특화지원 사업'을 공고하고 참여 희망하는 가맹본부와 가맹점주의 신청을 받았다.

혁신적인 제품 등을 개발한 가맹점주는 매출 향상과 더불어 가맹본부로부터 개발인력 등을 지원받을 수 있고, 가맹본부는 가맹점주의 아이디어를 통해 개발비에 대한 비용을 낮추고 새로운 성장동력을 얻을 수 있다는 점에서 가맹점주와 가맹본부 모두에게 도움이 되는 구조다.

올해 선정 규모는 13개사이며 선정된 가맹점주는 최대 4000만 원까지 정부와 가맹본부로부터 각각 50%씩 지원받을 수 있다. 선정평가는 가맹본부·가맹점주의 상생협력 활동, 가맹점주의 창의적인 아이디어와 확산 가능성, 수행 능력 등에 대해 서면·대면평가로 이루어지며 제로페이 가입, 고용위기지역과 산업위기대응특별지역, 공정위 상생협력 우수 업체 등에게는 가점이 부여된다.

Organ News

## 중소벤처기업부

## 대한민국 동행세일 6월 24일부터

협회, 소상공인 극복 위해 회원사 적극 참여 독려



대한민국 동행세일은 K-세일로 방역과 경기 활성화 두 마리 토끼 잡기 위한 총력전이다. 대·중소업체가 동시 할인에 들어가고, 온·오프라인 소비활성화의 장을 마련했다는 평가를 받고 있다. 지난해에는 전통시장을 비롯해 소상공인, 백화점·대형마트와 제조 대기업까지 주요 경제주체가 참여했다.

중소벤처기업부와 중소기업유통센터는 지난해에 이어 올해에도 2021 대한민국 동행세일을 진행한다. 기간은 6월 24일부터 7월 11일까지 18일간 진행된다.

행사는 대기업과 중소기업 동시 할인과 비대면(언택트) 특별행사, 권역별 지역축제형 행사 등으로 추진된다. 지난해에 이어 2000개 이상의 기업과 전통시장, 소상공인이 참여할 예정이다. 한국프랜차이즈산업협회도 '2021 대한민국 동행세일'이 성공적으로 개최될 수 있도록 회원사의 적극적 참여를 독려하고, 기획·할인·판촉 행사를 비롯해 '키 비주얼'을 활용한 홍보에 적극 참여한다는 데 의견을 모았다.

중기부와 중소기업유통센터는 또 전국 17개 시도 지자체와 온라인 화상회의를 열고 적극적인 동참을 요청했다. 또 올해 '대한민국 동행세일'은 온라인·비대면 중심으로 전개돼 라이브커머스 등 새로운 디지털 소비 촉진방식을 활용해 진행된다.

## 공정거래위원회

## 브랜드와 가맹점 각각 11.7%, 1.9% 증가

2020년 가맹산업 현황 발표...전체 브랜드 수 7094개



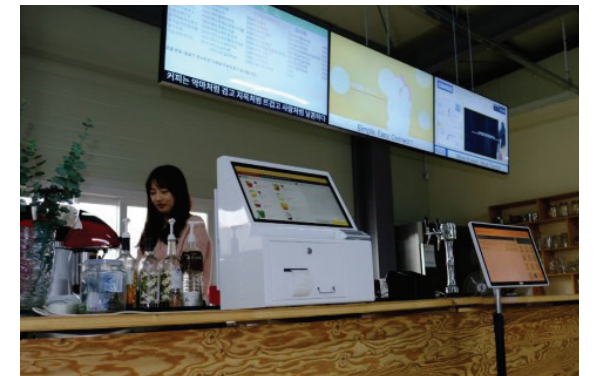
## 공정거래위원회

산업 현황 내용이다.

코로나19 상황에도 불구하고 지난해 가맹본부의 창업 노력이 활발한 것으로 조사됐다. 지난해 말 공정위가 가맹본부가 등록한 정보공개서를 토대로 조사한 2020년 가맹

100개 이상인 대형 브랜드는 5.7%에 불과했다. 반면, 가맹점 수 10개 미만인 브랜드는 전체 65.3%에 달했다.

서비스업종 브랜드 수는 1340개로 전년 대비 7.3% 증가했으나 가맹점 수는 7만1476개, 가맹점 평균 매출액은 약 1.3억원으로 전년 대비 각각 4.8%, 7.7% 감소했다. 교과업종의 경우 개점률이 22.6%로 매우 높았던 반면, 폐점을 역시 20.1%로 높아 창업은 물론 폐업도 많이 발생한 것으로 나타났다.



자료에 따르면 지난해 말 정보공개서 등록 기준 가맹본부 수는 5602개, 브랜드 수는 7094개, 가맹점 수는 25만8889개로, 5년 연속 지속적으로 증가했다. 참고로 브랜드 및 가맹본부는 20년 말 기준이며, 가맹점은 19년 말(정보공개서 내 기재 정보) 기준이다. 증가 추세를 보면, 가맹점은 15년~17년에는 연평균 5% 정도의 일정한 속도로 증가했으나 18년부터 증가폭이 감소했다. 반면, 가맹본부 및 브랜드는 올해 각각 8.3%, 11.7%로 상승했다.

가맹점 수는 전년 대비 1.9% 상승해 브랜드 수에 비해 증가폭이 크지 않았다. 업종별로는 외식업종이 전체 가맹점수의 약 50%를 차지했다. 다만, 외식업종은 브랜드별 가맹점 수가 23.9개로 다른 업종에 비해 작은 것으로 나타났다. 서비스업종은 53.3개, 도소매업종은 166.8개였다. 특이한 업종은 한식이다. 브랜드, 가맹점 수 증가율이 각각 20.9%, 17.2%로 가장 높았다. 신규 개점을 역시 29.8%로 높아 창업이 활발하게 이루어진걸로 평가받고 있다.

외식업종 브랜드 수는 5404개, 가맹점 수는 12만9126개로 전년 대비 각각 12.8%, 5.3% 증가했다. 하지만 가맹점 평균 매출액은 약 3.1억원으로 전년 대비 0.3% 감소했다. 가맹점 평균 매출액의 경우 치킨업종이 전년 대비 11% 증가한 반면, 한식업종과 제빵업종은 전년 대비 평균 매출액이 감소했다. 가맹점 수 현황에서는

도소매업종 브랜드 수는 350개, 가맹점 수는 5만8287개로 전년 대비 각각 12.2%, 3.3% 증가했다. 문제는 가맹점 평균 매출액인데, 약 5.6억원으로 전년 대비 0.4% 감소했다. 편의점업종의 경우 가맹점 수가 총 4만5555개로 전년 대비 6.7% 증가했다. 신규 개점률도 12.3%로 높았다.

반면 화장품업종의 신규 개점률은 1.8%로 낮았고 폐점률도 28.8%로 높았다. 가맹점 평균 매출액 역시 전년 대비 8.7% 감소했다. 공정위는 가맹본부의 온라인판매 확대에 따른 오프라인 가맹점주의 피해를 최소화하기 위해, 온라인판매 관련 정보공개서 기재사항 확대, 표준가맹계약서 제·개정, 온·오프라인 상생모델 발굴·홍보 등의 정책을 추진한다는 예정이다.

Organ News



## 공정거래위원회

## 가맹종합지원센터 개소

한국공정거래조정원, 3월 말부터 본격 업무 시작

가맹분야 종사자들의 각종 애로와 분쟁을 해소하고 상생협력을 촉진하기 위해 공모를 통해 지난해 가맹종합지원센터로 지정된 한국공정거래조정원이 업무 수행에 필요한 인력과 재원을 확보하고 3월 29일부터 본격적으로 업무를 개시했다.

조성욱 위원장은 “코로나19로 어려운 상황이지만, 가맹종합지원센터가 가맹업계의 어려움을 조금이나마 해소할 수 있는 마중물이 될 수 있을 것이라 기대한다”라며 “가맹종합지원센터를 통해 가맹점주에게 창업-운영-폐업-재창업 등 가맹점 생애주기에 따른 애로사항과 분쟁을 해결할 수 있도록 종합 맞춤형 서비스를 제공하겠다”고 말했다.

또한 “지난해 한시적으로 운영했던 착한프랜차이즈 사업이 가맹



본부와 가맹점주의 적극적 호응에 힘입어 사업기간을 연장, 지속 추진할 계획”이라고 덧붙였다. 270개 가맹본부가 착한프랜차이즈 확인서를 받았고, 3만7024개 가맹점주에 대해 사용료 등을 면제해 총 260억원이 지원됐다.

다. 아울러 지난해 말 가맹점주 전화 설문조사 결과 착한프랜차이즈 지원이 도움된다는 의견이 61%, 착한프랜차이즈를 지속했으면 좋겠다는 의견이 80%였다.

한국프랜차이즈산업협회 정형식 대표는 “가맹종합지원센터가 착한 프랜차이즈와 같이 본부와 가맹점이 상생하는 대표적 지원 사례로 자리매김하기를 기원한다”면서 “협회도 업계의 불공정거래 관행 근절과 상생 문화 확산을 위해 함께 노력하겠다”고 약속했다.

Organ News

## 식품의약품안전처

## 제20회 식품안전의날 기념식 개최

함께하는 식품안전, 건강한 대한민국'을 위한 도약



## 식품의약품안전처

식품의약품안전처(김강립 처장)는 제20회 식품안전의 날을 맞아 5월 14일 대한상공회의소(서울시 중구 소재)에서 식품안전의 날 기념식을 개최했다.

이날 행사는 코로나-19 상황을 고려해 식품안전 유공자, 업계 소비자단체·학계 대표 등을 대상으로 현장 참석 규모는 최소화하고 유튜브 생중계와 원격참여 방식을 병행해 진행됐다. 행사 주요 내용은 ▲식품안전 유공자 포상 ▲식품안전 주요정책 홍보 ▲식품안전 다짐 공연 등이다.

식약처는 식품안전 인식을 제고하고 국민적 공감대 형성을 위해 2002년부터 5월 14일을 식품안전의 날로 정해 기념식을 개최하

고 있다. 올해 20회를 맞은 식품안전의 날은 2016년 식품안전기본법 개정에 따라 법정기념일로 지정돼 있다.

식약처는 또 식품업계 및 소비자의 식품안전 인식고취를 위해 식품안전의 날 전후 2주간을 식품안전주간(5.7 ~ 5.21)으로 정하고 있다. TV·라디오 등 다양한 매체를 통해 식품안전의 중요성을 알리고 온라인 카페 등을 통한 맞춤형 주요 정책 홍보를 진행하고 있다.

김강립 처장은 이날 기념식에서 “코로나 19에 의한 급격한 변화의 시기에 업계, 소비자, 학계 등 모든 분들과 소통하며 대한민국 식품산업의 경쟁력 강화와 발전을 위해 적극 지원하겠다”며 “정부와 업계, 국민 모두 각자의 자리에서 식품산업과 식품안전 지키는 주인공으로 같이 고민하고 노력해 주시기 바란다”고 말했다.

## 식품의약품안전처

## 음식점 주방 공개 CCTV 시범사업 추진

주방서 설치류 발견시 과태료 부과, 위해도 높은 이물 발견시 식약처 직접 조사



## 식품의약품안전처

음식점에 쥐나 쥐 배설물이 발견될 경우 과태료를 부과하기로 했다.

식약처는 코로나19 상황으로 배달음식 소비가 증가하면서 이물, 위생불량 등 음식점 위생 문제에 대한 관심이 늘어나고 우려가 커지자 배달음식점 안전관리 강화 방안을 마련했다. 이를 위해 식약처는 3월부터 조리시설 및 조리과정 등을 CCTV로 공개할 수 있도록 한국프랜차이즈산업협회와 시범사업을 추진중이다. 주방을 공개하는 업체에 대해서는 행정처분을 감면해준다.

또 프랜차이즈 본사의 관리 책임을 강화하기 위해 본사가 가맹점에 위생교육과 식품안전기술을 의무적으로 제공하도록 식품위생법도 개정하고, 위생 관리가 우수한 업소에 매우우수(★★★★)·우수(★★)·중음(★) 등급을 부여하는 ‘위생등급제’도 활성화시킨다는 방침이다.

식약처는 또 족발과 치킨 등 다소비 품목을 판매하는 배달점과 배달량이 많은 업소에 대해서는 지자체와 합동점검반을 편성, 연 4회 특별점검을 하고, ‘부적합’ 판정을 받은 업체에 대해서는 명단도 공개한다. 특히 특별점검 1개월 전에 사전예고를 통해 영업자들의 자율 관리를 유도하는 한편 특별점검과 별도로 배달음식점 전수 점검은 연중 실시한다. 아울러 점검의 효율성을 높이기 위해 협회 소속 자율지도원은 회원사를, 지자체는 비회원 업소를 각각 담당해 점검한다는 계획이다.



식약처는 또한 전문배달원(라이더)을 통해 무신고, 위생불량 업소를 신고받아 위생 사각지대도 적극적으로 발굴하기로 했다. 선제적인 위해정보 수집을 위해 배달음식 이용자 평가(리뷰 등), 배달 앱 접수 불만사항, 소비자 신고 등을 분석해 음식점 사전점검에 활용할 예정이다

아울러 식약처는 음식점에 쥐와 같은 설치류가 침입할 수 없도록 시설기준을 강화하고, 설치류나 설치류 배설물을 발견할 경우 과태료를 부과하도록 처분기준도 신설한다. 원인조사 결과의 투명한 공개와 명확한 처분을 위해 음식점에서 쥐나 갈날, 못, 유리 등 위해도가 높은 이물이 발견될 경우에는 식약처가 직접 조사에 나선다.

식약처는 여업자의 위생의식 개선을 위해 협회, 소비자위생감시원 등과 함께 이물질 방지를 위한 위생모, 위생복 착용 등 위생수칙 지키기 캠페인도 진행한다. 위생관리 우수업소에 대해서는 정부 표창 등 인센티브도 제공된다. 식약처 관계자는 “배달 등 온라인을 통한 식품 구매가 증가함에 따라 국민이 안전하고 위생적인 식품을 소비할 수 있도록 대책을 추진하겠다”고 밝혔다.

Organ News





## 땅스부대찌개 정경문 대표

“이 땅 위의 부대찌개...  
400여 가맹점주의 자부심”

“본사보다는 점주들을 어떻게 살게 하느냐가 관심사예요. 가맹점은 반드시 지켜야 한다는 것, 저의 신념이에요”  
3인분 9900원 부대찌개가 2020년 창업시장을 강타했다. 수많은 미투 브랜드가 론칭됐고, 가맹점 수도 폭발적으로 늘었다. 도화선은 2016년 론칭된 땅스부대찌개다.

인터뷰: 이진창 발행인

**한** 국민의 찌개 사랑은 각별하다. 김치찌개, 된장찌개는 조상들을 비롯해 오래 전부터 즐겨먹던 요리다. 지금도 점심, 저녁을 불문하고 선호도가 높다. 여기에 당당히 도전장을 던지고 50여년 만에 국민 찌개요리로 떠오르게 부대찌개다.

부대찌개란 ‘군대의 찌개’란 의미다. 서구의 스투처럼 진한 한국의 국물 요리다. 6·25전쟁 직후 서울에서 음식이 부족해 일부 사람들이 의정부시에 주둔하던 미군부대에서 쓰고 남은 햄과 소시지 등 잉여 음식을 이용해 끓여 먹었던 찌개다. 라면이나 국수사리, 흰떡 등을 푸짐하게 넣어 먹으면 술안주나 한끼 식사로도 제격이다.

이같은 부대찌개가 지난해 코로나19로 어려운 창업시장에서 큰 바람을 일으켰다. 열풍의 시작은 땅스부대찌개다. 3인분 9900원의 저렴한 콘셉트와 푸짐한 양, 주문에서 포장까지 1분 이내에 이뤄지는 획기적인 매장 운영 시스템으로 언택트가 주요 화두로 떠오른 외식 프랜차이즈 창업시장에 신선한 바람을 일으켰다. 이 모든 것을 가능하게 만든 이는 정경문 대표다. 외식업과 프랜차이즈에 대한 경험이 없던 그가 어떻게 땅스부대찌개로 프랜차이즈의 올바른 걸음을 걷는지 짚어봤다.

### 이 땅 위의 부대찌개...1위라는 자부심

땅스부대찌개의 시그니처 메뉴는 오리지널 부대찌개다. 고급 햄과 싱싱한 야채, 떡이랑 당면, 라면, 사리까지 푸짐한 재료가 가득 들어간다. 정통 부대찌개의 풍미를 제공한다는게 장점이다. 정경문 대표는 “일반 식당의 부대찌개 요리는 짠 맛이 강하죠. 그래서 먹고 나서 물이 땡겨요. 땅스부대찌개는 부대찌개 고유의 맛을 살려 담백하고 깔끔하면서도 풍부한 햄 맛이 장점이에요. 아이를 키우는 주부들이 좋아하는 이유죠”

정 대표의 말처럼 땅스부대찌개의 가장 큰 경쟁력은 비법이 담긴 소스와 미국산 햄 사용이다. 국내 최고 브랜드들이 사용하는 등급 품질의 햄이다. 미국 본토의 햄, 소시지를 푸짐하게 넣어 육수의 풍미를 살렸다. 여기에 성인 3명이 푸짐하게 먹을 수 있는 양이 9900원 밖에 되지 않는다. 소비자들 인제라도 방문할 수 있도록 진입장벽을 획기적으로 낮춘 시스템이다. 재방문율도 60%가 넘는다. 한번 맛본 이들 중 절반 이상은 단골이 된다는 얘기도. 이렇니 한번 오픈한 가맹점의 만족도도 높다. 2016년 11월 프랜차이즈 사업을 시작한 이래 폐점율이 2% 밖에 되지 않는다는 점이 이를 보여준다.



모듬부대찌개



매장 사진



## 생계 위해 시작한 매장...연구개발에만 1년 넘어

사실 정경문 대표는 자수성가한 매장을 프랜차이즈화한 사례다. 건설업, 통신판매업 등 다양한 영역에서 사회 경험을 쌓던 그는 마지막으로 선택한 게 외식업이었다. 벼랑 끝에 몰려있었지만, 가족의 생계를 책임져야 했다. 그때 생각난게 부대찌개다. “언제 어디서든 편하게 먹는 음식이라고 생각했어요. 캠핑을 좋아했었는데, 캠핑장에서도 부대찌개는 인기였어요” 문제는 어떻게 맛있는 요리를 만드느냐였다. 여기에 그는 한 가지를 더했다. 어디에서도 나눌 수 있고, 요리가 간단하면서도 푸짐한 양을 제공하면 어떨까라는 생각이다. 당시 부대찌개 1인분 가격은 7000~8000원 선이었다. 그런데 그는 3인분 9900원이라는 판매가를 설정한 이후 최고의 품질을 제공하기 위한 개발에 들어갔다.

“가격을 낮추고 가성비 콘셉트를 살린다면 충분히 가능하다고 생각했어요. 1년이 넘는 기간 동안 소스 등 연구 개발에 몰두했어요. 가격은 저렴하지만, 최고의 품질을 제공하기 위한 시간이지요” 2016년 4월 서울 서대문 영천시장에 그의 매장이 첫 오픈했다. 밀키트 형태의 부대찌개 테이크아웃 전문 매장의 첫 탄생이다. 결과는 대박이었다. 메뉴는 오리지널 부대찌개 하나였지만, 고객의 만족도는 높았다. 입소문을 듣고 많은 생계형 창업자들이 찾아오기 시작했다.



매장 사진

## 본사보다 점주의 생존이 먼저

탕스부대찌개의 차별화 포인트는 쉽고 편리한 매장운영이다. 방문에서 포장까지 1분이면 끝난다. 회전율이 높을 수밖에 없는 이유다. 여기에 별도의 조리시설도 필요 없다. 불을 사용하지 않아 소방법 등 관련 법령 적용을 받지 않아 소자본 창업이 가능하다. 테이크아웃 전문 브랜드여서 임대료가 낮은 B급 상권 소형매장에서도 운영이 가능하다. 1인 운영시스템으로 인건비 지출도 막을 수 있다.

정경문 대표의 첫 출발은 먹고 살기 위해서였다. 이런 영향 때문일까. 탕스부대찌개의 가맹점주의 매장도 생계형이 많다. “프랜차이즈 본사가 살아남으려면 점주가 먼저 살아야 해요. 지금도 본사보다는 점주들을 어떻게 살게 하느냐에 더 많은 관심과 노력을 기울여요. 가맹점은 반드시 지켜야 한다는 것, 저의 신념이에요” 이를 위해 그는 가맹점의 수익률을 높였다. 아울러 지역의 영업상권 보호도 적극적이다.



십센치부대찌개



탕스부대찌개 임직원 단체사진

“일반 식당의 부대찌개 요리는 짠 맛이 강하죠. 그래서 먹고 나서 물이 땡겨요. 탕스부대찌개는 부대찌개 고유의 맛을 살려 담백하고 깔끔하면서도 풍부한 햄 맛이 장점이에요. 아이를 키우는 주부들이 좋아하는 이유죠”

수익률을 높이기 위한 전략은 본사의 물류에서 시작됐다. 수많은 미투 브랜드들이 1인분 개별 포장으로 가맹점에 제공하고 있지만, 탕스부대찌개는 신선도가 필요한 일부 식재료를 제외하고 대량 구매로 벌크 공급해 가맹점주가 매장에서 이런 식재료를 나누게 만들었다. 이로 인해 가맹점의 수익률을 높이고 덤이라는 정精도 만들었다.

## 20년 이상 통련 브랜드 바람

탕스부대찌개의 현재 가맹점은 전국 400여개다. 이 중 부천 중동점은 직영점이다. 매장 운영자는 정경문 대표

의 아내다. 2016년 말에 오픈한 이후 현재까지 운영중이다. “평일에는 아내가, 주말이나 공휴일에는 아내와 함께 매장에서 일을 해요. 고객의 반응, 물류의 공급상태 등을 언제든지 확인 가능하죠. 가맹점의 애로 사항을 남들이 말하기 전에 제가 먼저 알아요.”

정경문 대표의 바람은 20년이 지나도 여전히 가맹점주들이 자랑스러워하는 브랜드로 남는 거다. 이를 위해 탕스부대찌개는 무분별하게 메뉴를 확장하지 않고 부대찌개 하나에만 집중하고 있다. 아울러 부대찌개를 기반으로 한 신메뉴를 꾸준히 출시해 전문성과 다양성, 모두를 잡는다는 계획이다. “밀키트전문점 전국 시대가 다가오고 있어요. 그런데 동반성장을 하려면 발상의 전환이 필요해요. 사업의 정체성이나 핵심 콘셉트는 차별화해 고객의 다양한 욕구를 세분화해 만족시키는 전략을 구사해야 하죠.” 최대한 저렴하면서도 최고의 품질을 제공하는 것. 이로 인해 소비자에게 사랑받는 매장. 외식 프랜차이즈의 정도를 걷는 정경문 대표의 발걸음이 오늘도 바빠지고 있다. **K771**



己亥金秋  
庚申

海四通融

절실함을 더한 열정,  
전국 브랜드로 우뚝

청춘꼬마김밥&떡볶이  
장아연 대표



“절박하고 간절하지만 열정은 강한 이들을 위해 사업을 시작했어요” 자신의 10여년 매장 경험을 바탕으로 프랜차이즈에 나선 장아연 대표의 출사표다. 먼저 경험하고 희생한 부분을 참조해 가맹점주의 예정된 희생을 감소시키고 운영을 돕겠다는 생각이다.

인터뷰: 이진창 발행인

**국**민 대표 간식 중 하나인 김밥. 1960~70년대 소풍 도시락 단골 메뉴였던 김밥은 시각적 아름다움과 미각적 다양성으로 끝없이 변신을 시도하고 있다. 특별한 날에만 먹던 김밥은 김의 대량생산이 가능해지면서 1990년대 김밥전문점으로 창업시장에 등장했다. 최근에는 프리미엄 김밥전문점까지 더해져 수백개의 브랜드가 각축중이다.

이같은 김밥 시장에서 3~4년 전부터 새롭게 열풍을 일으킨 게 꼬마김밥이다. 1/2이나 1/4로 자른 김 위에 밥을 펴 놓고 여러 가지 반찬을 넣어 돌돌 말아 먹는 음식인 꼬마김밥은 독특한 맛과 먹는 재미로 분식 창업시장에 새로운 바람을 일으키고 있다.

여기에 당당히 도전장을 던진 이가 꼬마김밥 달인으로 인정받는 장아연 대표다. 2008년 강원도 홍천에서 꼬마김밥집을 오픈한 이후 지금까지 꼬마김밥의 다양성과 맛에 매달려왔다. 2019년에는 청춘꼬마김밥&떡볶이 브랜드를 론칭, 분식 창업시장에 출사표를 던졌다. 벌써 강원도 춘천과 원주, 강릉, 수원 등에 직영점 3개, 가맹점 10개 등 13개 매장

을 오픈했다. 5월에는 우리나라의 중심지인 서울 여의도에 매장을 오픈하면서 전국 브랜드로서의 발돋움을 시작했다.

#### 오픈 매장마다 맛집으로 자리매김

청춘꼬마김밥&떡볶이의 특징은 무엇보다 맛이다. 충청도 바닷가 어촌에서도 입소문이 난 재래김만을 사용한다. 밥에 들어가는 양념은 장 대표만의 비법이다. 밥과 양념을 미리 섞는 게 아니라 매일 즉석에서 비벼 사용한다. 맛있는 김과 밥, 여기에 장 대표의 노하우로 숙성시키고 절인 어묵과 청양고추 등으로 이미 오픈한 매장들은 꼬마김밥 맛집으로 소문이 자자하다. 꼬마김밥 종류만도 8가지에 이른다. 대표 메뉴인 계란김밥을 비롯해 어묵김밥, 참치김밥, 치즈김밥, 멸치김밥, 매운김밥, 스펀김밥, 모듬김밥 등이다. 이 중 매운김밥은 청춘꼬마김밥의 인기 메뉴다. 청양고추를 그녀만의 노하우로 절여

중독성있는 매운 맛을 자랑한다. 단무지도 시중에 파는 것을 사용하지 않는다. 입맛에 맞게 따로 제작했다. 어묵김밥에 들어가는 간장도 직접 만들었다.



“김밥을 먹어 보면 알아요. 밥과 김, 속에 들어가는 재료의 간이 조화를 이뤄 최대치의 맛을 내도록 유지하려고 해요. 그리고 청춘꼬마김





밥을 먹을 때는 젓가락을 쓰지 않아요. 얇은 재래김을 사용해서 손으로 집어먹어야 제 맛을 느낄 수 있어요. 고객들도 재미있다고 좋아해요” 또 다른 장점은 로스올이 적다는 점이다. 일반 김밥에 비해 들어가는 재료가 적어 버려지는 식재료가 거의 없다.

장아연 대표의 김밥 인생이 궁금해졌다. 그런데 싱글맘이란다. 이혼 후 두 아이를 키우며 악착같이 살아왔다고. 김밥과의 인연은 우연에서 시작됐다. 10년 전인 30대 초반 4살과 6살, 두 딸을 데리고 살던 홍천을 벗어나 충청도 지역에서 방황하던 장 대표는 배고픔을 달래기 위해 인근에 있는 꼬마김밥 식당에서 식사를 하게 된다. 그리고 몇 개월 후 맛있게 먹었던 김밥을 떠올리며 그 집을 방문했다. 김밥 만드는 기술을 배우기 위해서다. 김밥 하나라도 잘 해낼 수 있을 것 같았다. 그런데 주인은 허락하지 않았다. 사정을 거듭한 결과 500만원을 주고 달걀 굽는 기술과 김밥 마는 기술을 배웠다.



“어린이날에 가게 문을 닫고 꼬마김밥을 만들어 공원으로 나갔어요. 무료시식을 한거죠. 이때 반응이 굉장히 좋았어요” 홍보 효과는 컸다. 일 매출 80만 원을 기록하더니 5평 매장에서 최고 120만원을 찍었다.

**빛에서 시작한 5평 매장, 일 매출 120만원 기록**  
그녀의 첫 시작은 홍천 중앙시장이다. 16㎡(약 5평) 규모에서 중고냉장고와 가스레인을 사서 장사를 시작했다. 자금이 없어 대출받은 2000만원이 전부였다. 인테리어는 엄두도 못냈고, 메뉴는 계란꼬마김밥과 어묵, 단 두가지였다. “맛 만큼은 자신이 있었는데, 매출은 저조했어요. 하루 3만원 정도였죠” 돈이 없어 아이들 소풍도 보내지 못했다. “손님



이 오지 않으면 찾아가자고 생각했어요. 어린이날에 가게 문을 닫고 꼬마김밥을 만들어 공원으로 나갔어요. 무료시식을 한거죠. 이때 반응이 굉장히 좋았어요” 홍보 효과는 컸다. 일 매출 80만원을 기록하더니 5평 매장에서 최고 120만원을 찍었다.

문제는 매장 규모와 고객 소비에 대한 한계성이다. 장사는 잘 됐지만, 매출은 정체를 보이기 시작했다. 더 큰 상권에 대한 진출이 필요한 시기였다. “춘천에서 찾아오는 고객이 많았어요. 저희 가게가 춘천에서 맛있는 꼬마김밥으로 입소문이 났다고 하더라고요. 그래서 춘천으로 진출을 결정했어요” 홍천 매장을 직원에게 맡긴 그녀는 2010년 춘천 식사동에 40㎡(약 15평) 규모로 제2의 매장을 오픈했다. 기대가 큰 만큼 실망도 크다고 했던가. 수많은 브랜드들이 각축하는 상권에서 그녀의 매장 지명도는 없었다. 매출은 몇만원대가 고작이었다. 보증금과 권리금 등 8000만원을 투자하다보니 집도 구하지 못했다. 가게 다락방서 두 딸과 생활하며 미안함과 죄책감만 커져 갔다.

**프랜차이즈 모르지만 절실한 이들 도우며 살고파**  
그녀의 절실함은 다시 강한 추진력으로 이어졌다. 지역축제나 체육행사, 조기축구회 등에 나가 김밥을 무료로 나눠주면서 홍보를 시작했다. 쉬는 날도 없이 일요일에도 장사를 했다. 다른 김밥집이 9시~10시가 되어야 문을 열었지



만, 그녀는 아침 6시부터 영업을 시작했다. 아침 손님을 잡기 위해서다. 이같은 홍보는 조금씩 매출로 이어졌다. 메뉴의 가지 수도 늘었다. 계란김밥에서 치즈김밥 등 3가지가 더해졌다. 떡볶이도 이때 추가됐다. 춘천에서 창업한지 3년이 지난 2013년 대로변 더 좋은 상권으로 이전했다. 매출은 더 상승하기 시작했다. 춘천에 온지 5년 만에 평균 300~350만원의 매출을 올리는 맛집으로 자리잡았다. 하루 꼬마김밥 8000줄 판매라는 놀라운 기록도 만들어졌다.

그녀가 2019년 론칭한 청춘꼬마김밥&떡볶이는 그녀만큼 절실함과 절박함이 있는 점주들에게 열정과 희망을 주기 위한 첫 걸음이다. 브랜드 이름에 청춘이 붙은 이유도 열정을 더해서다. 100세 시대를 맞아 20대부터 60~70대까지 일을 할 때에는 모두가 청춘이라는 거다. 다시 말해 그녀의 매장을 오픈하는 점주나 찾아오는 고객, 모두가 매장 내에서는 청춘의 힘을 느끼라는 거다.

“프랜차이즈는 잘 몰라요. 그렇지만 지금 절실하고 일을 해야만 하는 힘든 사람들이 많은 것은 알아요. 그런 가정이 있는 사람들에게 도움을 주고 싶어 사업을 시작했어요.” 열정에 사람의 대한 존중을 더해 프랜차이즈 사업을 하고 싶다는 장아연 대표. 엄마로서 시작해 사업가로 자리매김하는 그녀의 인생2막이 힘을 받고 있다. **KFN**







Bridge M  
Hi-비타민  
특별한 상상이 실현되는 기업 브릿지엠

브릿지엠

서재필 대표이사

“복지카드 사용 매장...  
200만 잠정 고객을 만들다”

기업의 경영 요소 중 마케팅(고객, 영업지역, 영업)이 차지하는 비중은 53%라고 전해진다. 상품이 27%, 조직이 13%, 자금이 7%인 점을 고려하면 절반이 넘는 중요도다. 특히 온라인 마케팅이 중요시된 요즘, B2B마케팅과 플랫폼 서비스로 프랜차이즈 업계에 화두를 던진 이가 있다. 스마트 시대에 걸맞는 서비스를 제공하는 브릿지엠 서재필 대표이사다.

인터뷰: 이진창 발행인

**마**케팅은 매출과 직결되는 가장 중요한 분야다. 사업체 규모의 크기와 관계없이 꾸준히 소비자들에게 자사의 제품과 서비스를 알리고 홍보하지 않으면 성장하지 못한다. 그렇다면 마케팅이란 무엇인가. 용어에 대한 정의는 개인 및 조직의 목표를 만족시키는 교환의 창출을 위해 아이디어나 상품 및 용역의 개념을 정립하고, 가격을 결정하며, 유통 및 프로모션을 계획하고 실행하는 과정이다. 한마디로 말하면 고객을 모으는 거다.

특히 외식업 비중이 높은 프랜차이즈 업계의 마케팅은 더욱 절실하다. 비슷비슷한 브랜드들의 치열한 경쟁에서 고객을 끌어들이야 하기 때문이다. 이런 가운데 국내 공기업과 공공기관, 지자체, 대기업에 소속된 임직원 복지(제휴)카드와의 제휴를 통해 가맹점에 신규 매출을 창출할 수 있는 서비스가 나와 관심받고 있다.

### 160만 고객이 모였다 'Hi-비타민'

B2B마케팅 및 플랫폼 서비스 전문업체 브릿지엠이 선보인 'Hi-비타민'은 제휴된 가맹점에서 임직원 복지카드와 그룹사 패밀리카드로 결제시 할인 혜택을 제공하는 멤버십 서비스다. 이미 시작은 4년 전부터 한걸음한걸음 다져왔다. 이로 인해 회원만 160만여명에 이른다. 공무원, 대기업 임직원들이 주요 회원이다. 주목할 점은 소득수준이 높은 대기업 패밀리카드 고객 비중이 높다는 얘기다. 복지카드는 기업이나 기관이 지급하는 복지포인트를 사용하는 카드다. 그룹사 패밀리카드는 복지카드 기능에 그룹사 혜택까지 제공돼 복지카드 제휴에 비해 3배 이상 효과가 크다.

그렇다면 Hi-비타민에 제휴된 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점은 어떤 혜택이 있을까. 바로 160만명의 잠정 고

국내 공기업 · 공공기관 · 지자체 · 대기업에 소속된 임직원  
복지(제휴)카드와의 제휴를 통해 가맹점에 신규 매출 창출하는 서비스



그림1. 하이타바민 서비스 개념



제휴가맹점에서 임직원 복지(제휴)카드로 결제 시 할인혜택을 제공  
가맹점간 선취방식의 할인구조로 관계사간 발생할 수 있는 정산문제 해결



그림2. 하이비타민 서비스 구조

객을 확보할 수 있는 길이 열린다는 점이다. 서재필 브릿지엠 대표이사는 “가맹점의 제휴 전후 매출 증감 추이를 분석한 결과 제휴 후의 매출이 200~300% 상승한 것을 확인할 수 있었다”라며 “할인에 따른 심리적 부담 해소로 이용 회수가 증가하고 개인별로 부여된 복지비 사용이 극대화되는 점의 효과도 보이고 있다”고 전했다. 여기서 할인이란 가맹점이 Hi-비타민 제휴 고객에게는 평균 3~10% 청구할인을 해준다는 점이다. 복지·패밀리 카드에 청구할인 혜택이 탑재돼 있어 프랜차이즈 본사나 가맹점이 별도로 포스를 개발할 필요가 없다. 가맹점에 따라 더 폭넓은 혜택 제공도 가능하다. 서재필 대표는 “복지가맹 제휴를 통한 매출 집중화 현상을 볼 수 있었다”라며 “경기 영향을 받지 않는 고정 수요층 확보가 가능한데 매출을 제휴사로 집중할 수 있다는 게 장점”이라고 전했다.

서 대표는 여기에 가맹점 이익을 위한 다양한 방안도 마련했다. 그 중 하나가 사이트 내에 제휴 프랜차이즈 브랜드 페이지를 구성하도록 한 점이다. 브랜드 정보뿐만 아니라 가맹점의 개별 이벤트 내용 공지도 가능하다. 이러한 자료들은 내부 그룹웨어를 통해 정기적으로 회원 소비자에게 홍보된다. 아울러 모바일을 통해 사용한 매장의 할인 혜택을 비롯해 인근 브랜드의 할인 내용까지 자동 문자로 발송된다. 현재는 Hi-비타민 모바일 앱도 개발 중이다. 고객의 위치에 따라 지역기반의 다양한 업종의 매장을 한눈에 확인 가능하도록 연구 중이다.

### B2B 사업, 혜택은 ‘개인과 가맹점’

Hi-비타민은 기업과 기업을 연결하는 B2B사업이다. 그런데 혜택은 임직원 개인과 제휴된 가맹점이 받는다. 개인은 할인을 받아 저렴하게 이용하고, 가맹점은 잠정 고정 고객을 확보할 수 있다는 게 장점이다. 이러한 사업구상은 서재필 대표이사에게서 시작됐다. 금융회사 출신인 서 대표는 우연히 복지기금을 관리하는 업무를 맡게 됐다. “복지카드를 사용하면 포인트가 쌓이는데, 대부분 모르고 넘어가는 경우가 많아요. 복지물에서 사용하는 빈도는 아주 낮았죠. 그래서 이렇게 소멸되는 포인트를 활용해 고객과 매장, 카드사 모두에게 좋은 방안이 무엇일까. 고민한 결과 탄생한 게 Hi-비타민이죠”

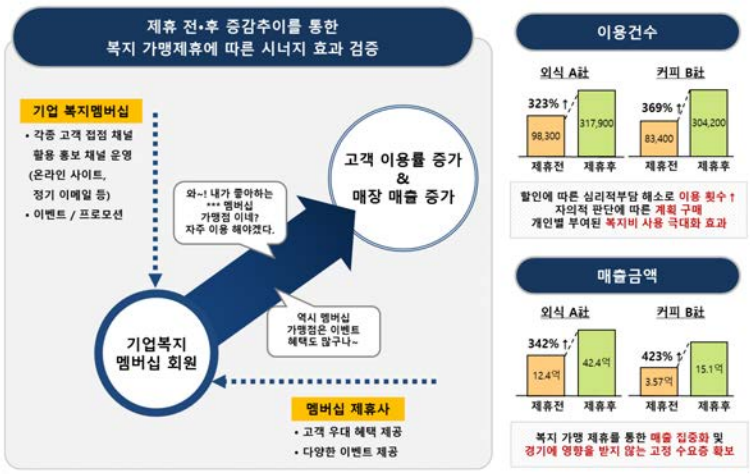


그림 3. 하이비타민 서비스 효과



롯데리아 매장에 설치된 휴벤S

Hi-비타민의 본격 태동은 4년여 전이지만, 서 대표의 사업은 2013년부터 시작됐다. 첫 시작은 ‘식신 e-식권’이다. 기존의 식대종이와 장부, 식권, 법인카드 사용의 단점을 보완한 시스템이다. 언제 어디서나 앱으로 간편하게 사용할 수 있는 기업용 모바일 전자식권이다. 브릿지엠은 기업과 사용자(임직원), 가맹점간 상호 협력 연계서비스로 모바일로 편리하게 이용하고, 온라인으로 투명하게 관리하기 위한 솔루션을 제공한다. 서 대표이사는 “결제방식 다양화와 가맹점 정보제공을 통해 임직원 이용 편리성을 높인 결과 80여 개 브랜드, 2만2000여개가 넘는 가맹점 인프라를 확보할 수 있었다”며 “신규 가맹점이 오픈할 때 인근 기업들에게 가맹점 위치와 연락처, 이미지 등을 제공하면서 고객 유치 효과에서도 높은 호응을 얻었다”고 말했다.



그림4. e-식권 서비스 구조

e-식권 서비스는 임직원 근무 환경에 맞는 맞춤형 식대 지급은 물론 실시간 식대 사용 현황 확인까지 가능하다. 이는 기업 내 회계 관리에도 도움을 준다. 브릿지엠 식신 e-식권 서비스 주요 고객사로는 삼성물산, 대림산업, 엔씨소프트, 스마일게이트 그룹, 넥슨코리아, 세아그룹, 태평양물산, YTN, 팬오션, 동국제강, 휠라코리아, 이랜드파크 등이 있다. 최근에는 코로나19에 대한 대응책으로 셀러드, 샌드위치, 도시락 등에 대한 기업배달 서비스도 진행하고 있다. 아울러 지금도 대기업 본사 중심으로 서비스 고객사를 확대 중이다. 서재필 대표이사는 “e-식권 서비스는 기업 관리자 및 임직원, 가맹점 모두 상생할 수 있는 서비스”라며 “앞으로 서비스를 이용하는 고객사에는 업무 효율성 개선 및 높은 만족도를 추구하고, 중소기업 및 공공기관과 연계해 소상공인들과 상생의 지역 경제 활성화에도 적극 앞장설 예정”이라고 말했다.

한편, 브릿지엠 서재필 대표이사는 신한카드 마케팅 업무를 담당했으며 2009년부터 이지웰마케팅 대표이사로 B2B마케팅 사업을 진행 중이다. 2013년부터는 브릿지엠 대표이사로 e-식권 서비스 사업에 뛰어들어 업계를 선도하고 있다. 올해부터는 Hi-비타민 서비스 사업 확대를 위해 프랜차이즈 업체와 발을 맞추고 있다. **KFI**





친환경 기업의 토털 솔루션...타의추종 불허하는 시장 선도

**엔터라인**

**전재호 대표**

“젊은 아이디어 경영 접목해 변화된 소비자 니즈 잡는다”

식품 포장기계와 일회용기, 포장필름을 전문적으로 생산·유통하는 기업 (주)엔터라인이 새로운 변화를 시도하고 있다. 인체에 해롭지 않은 친환경 용기를 더욱 업그레이드하는 한편 기존 유통망을 이용한 토털 패키지 솔루션 기업으로의 변신이다. 소비자가 매장에서 필요한 모든 것을 생산 공급한다는 계획이다. 진두지휘는 2019년 신임 대표로 취임한 전재호 대표이사다.

글: 이진창 발행인

엔터라인이 업소용 가스식 튀김기 '엔터워터프라이어'를 출시, 업계의 주목을 받고 있다. 전재호 대표의 첫 야심작이다. 엔터라인에서 최초로 출시된 이 튀김기는 유수분리 기술을 사용해 기름과 물의 분리 원리를 이용했다. 기름 속 수분을 분리하고 음식을 튀길 때 발생하는 음식물 찌꺼기를 분리해 기름 속 산화가 발생하지 않아 장시간 깨끗한 기름을 유지, 사용할 수 있는 기술이다.

#### 유·수 분리 기능으로 기름 사용량 60% 이상 절감

엔터워터프라이어의 장점 중 눈에 띄는 점은 경제성이다. 물과 기름이 섞이는 것을 차단시켜 기름의 순도를 높여준다. 즉 기름의 효율이 높아진다는 뜻이다. 따라서 기름의 사용량을 절감시켜주는 효과가 있다. 이는 엔터라인 자체 실험 결과 일반 튀김기와 비교해서 약 60% 이상 사용량을 줄일 수 있다는 결과가 나왔다.



조리 도중 기름의 산화(타는 것)를 감소시켜 작은 튀김 조각이나 찌꺼기 등의 발생도 억제한다. 이로 인해 찌꺼기 등이 튀김기 안쪽 벽에 늘어붙는 현상이 거의 없고 음식물 찌꺼기가 내통 하단으로 모이기 때문에 튀김기를 세척할 때 간편하게 청소할 수 있다. 또한 유증기의 발생이 거의 없다. 깨끗하게 덕트를 유지할 수 있고, 내통 구석구석 손 청소, 물청소가 쉽다. 찌꺼기가 잘 안 빠지고 청소가 어려운 기존 튀김기의 단점을 보완했다.

여러 가지 튀김조리가 한 번에 가능한 점도 색다르다. 일반 튀김기 방식으로는 불가능한 얘기인데, 엔터워터프라이어는 동시에 여러 가지를 조리해도 냄새가 섞이지 않는다. 아울러 장착된 LED를 통해 온도의 편차도 바로 확인할 수 있다. 경력이 오래된 셰프는 눈 대증과 느낌으로 시간과 온도를 체크할 수 있지만, 초보자에게는 쉬운 일이 아니다. 이를 보완







해 초보자도 정확한 시간과 온도에 의거한 요리의 표준화를 실현할 수 있도록 만들었다. MP3 기능 내장도 업무의 효율을 높이는 요소다. 다양한 음향 효과를 낼 수 있어 조리 시작이나 조리 끝 등을 알리는 경보음과 버튼 소리를 취향에 맞는 음악으로 선택 가능하다.



### 대기업 납품에서 소비자 토탈 패키지로

㉠엔터라인은 200여가지의 용기를 포함한 300여가지의 제품을 생산·유통하는 기업이다. 크기와 디자인, 기능성을 갖춘 제품과 대량생산이 가능한 시스템으로 국내 자동식품 포

장기기 시장을 석권해 왔다. 여기에 친환경적이고 기능성 높은 제품의 개발·출시로 자연과 환경까지 생각했다. 더불어 엔터라인은 단순한 포장기계와 소모품만이 아닌 다양한 패키징 솔루션을 제공하는 기업으로 도약하기 위해 꾸준히 노력해 왔다.

전재호 대표는 “과거에는 삼성전자, 롯데마트, 이마트 등 대기업 중심의 납품이 70% 이상을 차지했지만, 자영업자 중심으로 매장에서 필요한

모든 것을 생산·공급하고 있다”라며 “오프라인에서 온라인으로 시장이 변화되고 니즈도 다양해진 만큼 경쟁력 있는 제품으로 시장을 다시 키우려 한다”고 말했다. 전국 40여개 대리점이라는 좋은 유통망을 활용한 유통파일 확대다. 이를 위해 엔터워터프라이어 등의 신제품을 개발하는 것을 포함해 소비자 편의증진을 위해 기계 업그레이드, 재질과 특이 용기 개발 등에 집중하고 있다. 전재호 대표는 “식품용기의 A/S의 불편함을 없애기 위해 원격으로 수리가 가능하도록 기계를 업그레이드하고 있다”라며 “간단한 것은 매장에서 고칠 수 있도록 영상으로 재미있게 만들어 공급할 계획”이라고 전했다.

### 남매, 기업가 품격을 전하다

전재호 대표의 이같은 사업 구상에 힘을 보탠 이가 동생 전찬희 실장이다. 마케팅을 포함해 기업의 내부 살림을 도맡으면서 탄탄한 내실을 다지고 있다. 아울러 전재호 대표와 직원과의 의사소통 원화에도 독특한 가교 역할을 하고 있다. 이를 통해 나오는 젊은 아이디어를 반영해 기업에서 새롭게 추진하는 마케팅 전반적인 것을 기획하고, 제작하는 것도 전찬희 실장의 역할이다. 유튜브와 동영상을 즐겨 보는 소비자의 습성을 반영해 제품 수리 영상을 재미있게 만드는 것도 그 중 하나다. 항상 밝은 미소와 발랄한 목소리 톤으로 대화하는 사람들의 마음을 편하게 해 준다는

평가를 받는 전 실장은 “대표가 세세하게 신경쓰기 힘든 작은 것까지 챙기고 보듬어야 기업이 활발히 돌아갈 수 있다”라며 “직원들을 비롯해 사회에도 보탬이 될 수 있도록 오빠를 뒷받침하겠다”고 말했다.

### 자연·환경을 생각하는 기업

전재호 대표의 경영철학은 ‘근자열 원자래(近者說 遠者來)’다. 논어에 나오는 말로 ‘가까이 있는 사람은 기쁘게 하고 멀리 있는 사람은 찾아오게 하는 것’이란 의미다. 취임 이후 직원의 복지를 우선으로 하는 이유다. 회사 분위기도 젊어졌다. 활발한 의사소통은 제품과 기계의 업그레이드와 개발에도 힘을 보태고 있다.

전재호 대표는 또 식품용기 재질에 대한 개선도 시도 중이다. 회사 내부에서 직원을 상대로 재활용 운동을 펼치는 한편 인체 해롭지 않은 재질을 이용한 친환경 용기 제공과 기존 전용용기 이외의 특이용기 개발에도 노력하고 있다. “23개의 특허와 업계 최초 NSF(미국위생안전기관) 인증을 획득한 기술력을 바탕으로 업계를 리드하려고 노력하고 있다”고 말하는 전재호 대표. 한층 젊어진 ㉠엔터라인이 아이디어와 기술력을 바탕으로 국내를 넘어 세계로 도약하고 있다. **KFN**



여러 가지 튀김조리가 한 번에 가능한 점도 색다르다. 일반 튀김기 방식으로는 불가능한 얘기인데, 엔터워터프라이어는 동시에 여러 가지를 조리해도 냄새가 섞이지 않는다. 아울러 장착된 LED를 통해 온도의 편차도 바로 확인할 수 있다.





# 프랜차이즈 이슈 ‘가맹점사업자단체 등록제’ 어떻게 대응할까

WRITE | 이경희

**요**즘 일선 현장에서 가장 많이 요청받는 컨설팅은 가맹점 관계 관리시스템을 체계적으로 정비해달라는 요구다. 이런 요청을 하는 기업들은 주로 가맹점수 100개가 넘는 규모다. 프랜차이즈 업계의 가장 큰 화두가 ‘가맹점사업자단체 등록제’인 만큼 가맹본부들의 위기 의식이 반영된 결과다. 이미 이 제도의 영향력이 현실화돼 가맹점사업자단체와 갈등을 겪는 가맹본부들이 적지 않다.

◆ **시행 초읽기 들어간 가맹점사업자단체 등록제**  
‘가맹점사업자단체 등록제’가 포함된 가맹사업법 개정안은 이미 4월 27일 국무회의를 통과했다. 법 시행은 초읽기에 들어갔다. 공정거래위원회는 이 개정안의 시행으로 가맹본부의 갑질에 제동을 걸 수 있을 걸로 기대하고 있다.

가맹점사업자단체의 활동은 이미 법이 보장하고 있는 내용이다. 개정안이 상정되기 전에도 가맹점사업자단체는 가맹본부에게 가맹계약 내용과 거래 조건에 대해서 협의를 요청할 수 있었다. 협의를 요청받은 가맹본부는 성실하게 임해야 했지만, 가맹본사들은 종종 가맹점사업자단체의 대표성을 문제 삼아서 협의에 응하지 않는 경우가 있었다. 하지만 ‘가맹점사업자단체 등록제’가 시행되면 가맹본부는 공식 인증받은 단체가 요청할 경우 무조건 협의에 임해야 한다. 그렇지 않을 경우 과징금 부과 등 법적 조치를 받게 된다. 사정이 이렇다 보니 강화되는 가맹점 사업자들의 권리에 대해 가맹본부들은 긴장하지 않을 수 없다.

가맹점 수가 많지 않은 신생 프랜차이즈 가맹본사들의 경우 여전히 가맹점 모집에만 관심이 집중돼 있어 가맹점사업자단체 등록에 대해서는 거의 주의를 기울이지 않고 있다. 현재까지는 200~300개 혹은 적어도 100개 이상 가맹점을 가진 가맹본부들이 이에 대한 대응을 고려해보는 수준이다. 하지만 앞으로는 프랜차이즈 사업에 출사표를 던지기 전에 먼저 가맹점 관계에

대한 원칙과 철학을 명확히 정립하는 것이 필요하다. 미리 모든 시스템 구축에 가맹점에 대한 관점과 철학을 반영하지 않으면 문제 발생을 예방하기 힘들다.

## ◆ 가맹점 사업자는 노동자가 아닌데...

가맹본부들은 ‘가맹점사업자단체 등록제’ 시행이 단순히 가맹점 사업자들의 권리 향상에만 국한되지 않을 거라고 걱정하고 있다. 유사 노동조합화에 대한 우려가 크다. 프랜차이즈 사업에서 가맹본부와 가맹점은 독립채산제이다. 재정적으로 분리돼 있어 각자 자신의 사업을 위해서 투자하고 노력한다. 서로 다른 사업자이지만 가맹본부는 마치 가맹점사업자가 회사 직원이라도 되는 것처럼 가맹계약서에 근거해 가맹점의 운영 방식을 강력히 통제한다. 프랜차이즈 사업의 핵심적인 특징이며 성장 원리였다.

“가맹점을 수백개씩 거느린 프랜차이즈 가맹본사의 경우 가맹점주단체 교섭권이 강화되면 앞으로 가맹본사가 결정하는 모든 문제들에 제동이 걸릴 것으로 우려하고 있다.”

그런데 ‘가맹점사업자단체 등록제’는 이처럼 강력한 프랜차이즈 사업의 핵심 원리를 심각하게 훼손시킬 우려가 있다는 게 가맹본부의 고민이다. 가맹점을 수백개씩 거느린 프랜차이즈 가맹본사의 경우 가맹점주단체 교섭권이 강화되면 앞으로 가맹본사가 결정하는 모든 문제들에 제동이 걸릴 것으로 우려하고 있다. 코로나, 기후변화에 따른 원가 인상, 물류 대란 등으로 인한 물류가격 인상 및 거래처 확보 등 외부의 환경 변화와 경쟁에 대응하는 것만도 벅찬데 가맹점 단체가 건건이 제동을 걸 경우 외부 환경에 대한 빠른 대응은 기대하기 힘들다는 의견이다. 특히 인력이 많지 않은 중소기업에게는 버거워 보인다.



이경희

한국창업전략연구소 소장  
부자비즈 의장  
창업·마케팅 분야 저자  
한국프랜차이즈산업협회  
KFCEO 주임 교수

## 저서

CEO의 탄생  
이경희 소장의 2020창업트렌드  
내사업을 한다는 것

## 강의

세종대 MBA, 동국대 MBA,  
경희사이버대학 호텔외식MBA,  
한국방송통신대학 프라임스쿨,  
세종사이버대학에서 프랜차이즈 전략,  
신사업개발, 상권입지론, 외식산업론,  
기업가정신 등





#### ◆ 외부 환경변화 대응도 힘든데 의사결정 지연 우려

특히 서로 독립채산제 관계인 가맹점사업자단체의 노동조합화에 대한 우려가 가장 크다. 대부분의 가맹점 사업자들은 생업에 바빠서 단체 활동에 적극적이기 어렵다. 하지만 악의적으로 활동하는 단체가 나타날 경우에는 가맹본부 활동은 크게 위축될 수밖에 없다. 실제로 마케팅 활동은 가맹점의 생존과 직결되며 가맹본부의 경영 활성화에도 중요한 요소다. 하지만 가맹법이 강화되면서 가맹점들의 마케팅을 강제하기 어려워 마케팅 활동 위축으로 매출이 떨어진 사례가 많다는 게 예다.

#### ◆ 시대가 바뀌었다, 소수자·약자 권리가 중요해진 시대

가맹점사업자단체들은 특정 설비나 물품 사용의 강제, 공급이 인하, 가맹본부가 제안하는 마케팅 활동 등에 제동을 걸기 쉽다. 많은 가맹본부들이 1년 단위로 가맹계약을 갱신하면서 계약 갱신시 가맹계약 조건을 변경하기도 하는데 이 또한 쉽지 않을 전망이다.

‘가맹점사업자단체 등록제’는 첫째로 가맹본부의 시스템과 제도, 두번째는 가맹점과의 관계관리에 큰 영향

을 미칠 전망이다. 우선 시스템과 제도면에서는 보다 장기적인 관점으로 사업을 하는 태도가 필요하다. 사업자단체가 등록되면 의사결정을 반복할 때마다 반대에 부딪힐 수 있기 때문이다. 또 가맹점사업자단체에 대한 대응이라는 관점보다는 가맹점사업자와의 상생이라는 면에 초점을 맞춰서 가맹점을 설득할 수 있는 논리가 필요하다. 규모의 경제를 비롯해 프랜차이즈 사업의 4가지 이점을 잘 실현하는 것이 프랜차이즈 사업의 목적이자 가맹본부와 가맹점 사업자의 권리와 의무라는 것을 적극 교육해야 한다.

무엇보다도 단발적인 대응이 아니라 종합적인 가맹점 관계 관리시스템을 제도적으로 구현해야 한다. 그러자면 가맹본부가 프랜차이즈 사업을 바라보는 관점이 바뀌어야 한다. 프랜차이즈는 전세계 경제가 급성장하던 산업시대의 산물이고 지금은 사회적 가치가 중요하게 여겨지는 시대다. 소수자와 약자의 권리에 대한 관심이 어느 시대보다 높다는 점을 인정해야 한다. 가맹점 사업자의 권리 강화도 ‘약자’에 대한 권리 강화의 일환으로 볼 수 있다.

#### ◆ 프랜차이즈 본질을 기억하며 능동적·자신감 있게 대응해야

최근 몇 년간 가맹법이 계속 강화되면서 우리나라는 전세계에서 유례를 찾아보기 어려울 정도로 가맹법이 까다로워졌다. 이러한 규제가 프랜차이즈 산업을 위축시킬 것이라는 우려도 크다. 하지만 법은 이미 만들어졌고 시행되고 있다. 살아남으려면 이 법에 적응해야 하고 기왕이면 자신감을 갖고 능동적으로 대응할 필요가 있다.

법이 가진 부작용에 대해서는 협회 차원에서 정부와 지자체, 입법자들을 설득하고 개별 기업은 법이 가진 긍정적인 측면에 초점을 맞춰서 제도를 개선하고 사업 시스템을 만들어야 한다. 법이 무서워 ‘옳은 결정’조차 포기하면서 가맹점에 끌려가서도 안 되며 가맹점 위에 군림하려는 자세도 안 된다.

#### ◆ 선심성 관계보다는 상생철학 기반한 신뢰구축이 중요

둘째 가맹점 관계 관리다. 일부에서는 장학금 지급, 해외여행, 마케팅과 리뉴얼 지원 등 가맹본부가 가맹점에 최선을 다해도 가맹점사업자들은 가맹본부의 사정은 고려하지 않고 원가 인하만 요청한다고 고충을 토로한다. 이런 사례를 보면 친목과 선심에 의지하는 감정적인 관계로는 한계가 있음을 알 수 있다. 사적인 관계와 마찬가지로 이익균형을 고려한 파트너십을 중심으로 오래 쌓인 신뢰가 필요하다. 즉 친목과 제도적인 시스템을 결합해야 하며 그 밑바탕에는 상생 철학이 필요하다.



사적인 관계와 마찬가지로 이익균형을 고려한 파트너십을 중심으로 오래 쌓인 신뢰가 필요하다. 즉 친목과 제도적인 시스템을 결합해야 하며 그 밑바탕에는 상생 철학이 필요하다.

슈퍼바이저 근속기간 강화와 역량 향상, 가맹점 사업자의 동기유발을 위한 포상과 부진점 대응, 일상적인 소통 시스템과 프랜차이즈 시스템에 대한 교육 및 기업이 정신 교육 등 보다 체계적인 관계 속에서 장기적인 신뢰를 쌓아야 한다. 최근 가맹점 관계 관리가 힘들어지면서 과거 성행했던 지사 제도가 다시 활발해지고 있다. 가맹본부 입장에서는 빠른 가맹사업 전개, 인건비에 대한 부담 경감 등 여러 가지 이점이 많다.

90년대와 달리 국내 프랜차이즈 사업 수준이 고도화되고 있어 부실한 가맹본사에 대한 우려도 훨씬 덜하다. 하지만 이렇게 임파워먼트를 강화하려면 가맹본부가 전략적인 역할을 잘 해야 한다. 원래 임파워먼트는 조직이 우수하고 인재의 역량이 뛰어나야 효과를 거둘 수 있다. 시스템과 질서가 확립돼 있지 않으면 단기적으로는 효과가 있겠지만, 장기적으로는 더 큰 위험이 기다리고 있을 지도 모른다. 빨리 쌓은 만큼 쉽게 무너질 수도 있다. **KFN**





Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

## 3명 중 2명 외식업 선호... 프랜차이즈 창업 희망은 52.4%

WRITE | 장재남



**프**랜차이즈산업연구원이 온라인창업박람회  
회에 참가한 예비창업자 202명을 대상  
으로 2021년도 창업을 희망하는 예비창  
업자가 인식하는 전반적인 창업환경과 프랜차이즈  
가맹점 창업환경에 대한 의식조사를 실시했다.

예비창업자의 창업희망업종

| 구분   | n (%)      |
|------|------------|
| 외식업  | 131 (64.9) |
| 도소매업 | 49 (24.3)  |
| 서비스업 | 22 (10.9)  |

예비창업자의 창업동기는 취업의 어려움이 22.3%로 가장 높다. 이어 생계유지와 직장생활의 어려움 각각 18.3%로 뒤를 이었고, 적성에 맞을 것 같아서(16.8%), 조기퇴직의 불안감(12.4%), 지금보다 더 많은 돈을 벌기 위해서(6.4%), 노후준비(4.0%), 취미 또는 부업(1.5%) 순으로 나타났다. 예비창업자의 창업 희망업종은 외식업이 64.9%로 절반을 넘었고, 도소매업이 24.3%, 서비스업 10.9% 순이었다. 여전히 외식업을 가장 희망하는 업종인 것으로 나타났다.

예비창업자의 희망하는 점포 창업 형태

| 구분              | n (%)     |
|-----------------|-----------|
| 프랜차이즈 가맹점 신규 창업 | 73 (36.1) |
| 프랜차이즈 가맹점 인수 창업 | 33 (16.3) |
| 일반 독립점 신규 창업    | 95 (47.0) |
| 일반 독립점 인수 창업    | 1 (0.5)   |

창업을 위한 초기 투자 예상비용을 묻는 질문에는 5000만원~1억원 미만이 47.0%로 가장 많았다. 1억원~1억5000만원은 28.7%, 5000만원 미만 12.9%, 1억5000만원~2억원 미만 9.4%, 2억원~3억원 미만 2.0%로 조사됐다. 창업 후 기대하는 월 매출액은 1000만원~1500만원 이하 35.6%, 1000만원 미만 27.2%, 1500만원~2000만원 미만 16.3%, 2000만원~2500만원 미만 10.9%, 2500만원~3000만원 5.0%, 3000만원 이상 5.0% 순으로

나타났다. 또한 창업 후 기대하는 월 평균 영업이익(총 매출액에서 발생한 영업이익의 비율)은 20%~25% 미만이 26.2%, 15%~20% 미만은 21.3%, 25%~30% 미만은 15.3%, 10%~15% 미만 14.9%, 30%~35% 미만 12.4% 순으로 나타났다.

예비창업자의 프랜차이즈 창업 희망 유무에 대한 이유

| 구분                         |                  | n (%)     |
|----------------------------|------------------|-----------|
| 프랜차이즈 창업<br>희망 이유          | 창업 및 운영의 편리함     | 61 (23.1) |
|                            | 낮은 실패 확률         | 48 (18.2) |
|                            | 경영 노하우 습득        | 40 (15.2) |
|                            | 안정적인 물류 공급       | 40 (15.2) |
|                            | 브랜드 인지도          | 26 (9.8)  |
|                            | 독립점 운영의 어려움      | 25 (9.5)  |
|                            | 안정적 수익 보장        | 19 (7.2)  |
|                            | 지인의 추천           | 5 (1.9)   |
| 프랜차이즈 창업<br>희망 하지<br>않는 이유 | 높은 개설비용          | 66 (25.8) |
|                            | 로열티 납입에 대한 부담    | 54 (19.9) |
|                            | 가맹본부와의 마찰 우려     | 35 (13.7) |
|                            | 독자적 상품 개발의 어려움   | 32 (12.5) |
|                            | 높은 물류비용          | 25 (9.8)  |
|                            | 제한적인 상권          | 23 (9.0)  |
|                            | 제한적인 마케팅 부담      | 16 (6.3)  |
|                            | 향후 독자적 가맹사업 계획 중 | 7 (2.7)   |
| 기타                         | 1 (0.4)          |           |

예비창업자의 희망하는 점포 창업은 일반 독립점 신규 창업이 47.0%, 프랜차이즈 가맹점 신규 창업 36.1%, 프랜차이즈 가맹점 인수 창업 16.3%, 일반 독립점 인수 창업 0.5%로 나타났다. 프랜차이즈 가맹점 창업을 희망하는 106명의 예비창업자 대상, 프랜차이즈 가맹점 형태로 창업을 희망하는 이유(다중응답)를 묻는 질문에는 창업 및 운영의 편리함이 23.1%로 가장 높았다. 다음으로는 낮은 실패 확률이 18.2%, 경영 노하우 습득 및 안정적인 물류 공급이 각각 15.2%로 조사돼 프랜차이즈의 장점이 창업 희망인 것으로 나타났다. 반면 프랜차이즈 창업을 희망하지 않는 96명의 예비창업자 대상, 프랜차이즈 가맹점 형태로 창업을 하지 않으려는 이유(다중응답)에 대해서는 높은 개설투자 25.8%, 로열티 납입에 대한 부담 19.9%, 가맹본부와의 마찰 우려 13.7% 순으로 나타났다. **KFA**



장재남

프랜차이즈산업연구원 원장  
CFE, 경영학박사  
한국프랜차이즈산업협회 자문위원





# 개정 가맹사업법의 ‘직영점 1+1 운영, 정보공개서 등록 가맹본부 확대’, 대처 방안은

WRITE | 안철현

가맹점의 권익을 보다 두텁게 보호하기 위한다는 명목으로 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 '가맹사업법'이라 함)' 개정안이 2021년 4월 29일 국회 본회의를 통과했다. 개정된 가맹사업법에는 크게 3가지 점에서 변화가 이루어졌다. 가맹본부로서는 꽤나 부담스러운 개정이라고 해야 하겠다.

첫째 새롭게 가맹사업을 시작하려는 가맹본부는 직영점을 1개 이상, 1년 이상 운영한 경험이 있어야 한다. 없으면 정보공개서 등록을 거부당할 수 있도록 했다. 이 개정안은 가맹본부가 직영점 운영을 통해 사업방식을 검증한 경우에만 가맹점을 모집할 수 있도록 해서 부실 가맹사업 운영으로 인한 가맹점주 피해를 예방하겠다는 취지다. 따라서 가맹본부

중 직영점을 1년 이상 운영한 경험이 없다면 지금부터라도 그 기간을 잘 따져봐서 준비해야 하겠다. 그렇다고 무조건 1개 이상, 1년 이상 운영한 경험이 있어야 하는 건 아니다.

인앤아웃과 같은 유명 브랜드는 한국 시장에 진출할 경우 한국에서 직영점 운영 경험이 없어도 바로 가맹점을 모집할 수 있다. 그리고 가맹본부 임원이 운영한 점포도 직영점으로 인정하고, 별도의 면허를 받은 가맹사업 등 직영점 운영이 불필요한 경우에는 법 적용의 예외를 인정한다는게 공정위의 계획이다. 이와 같이 다른 법령에 따라 일정 요건을 갖추어 별도의 면허, 자격 등을 취득한 경우 등을 비롯해 사실상 사업 방식이 이미 검증되어 직영점 운영의무를 적용할 필요가 없는 경우는 시행령에서 보다 상세히 규정될 것으로 보인다.

이렇게 직영점 운영의 취지는 보호하면서도 새로운 가맹사업이 지나치게 제한되지 않도록 예외사유를 마련할 예정이니 이 부분은 향후 참고할 필요가 있겠다. 또한 이 개정안은 2021년 말에나 시행될 것이기 때문에 새로운 브랜드를 출시하려고 하는 가맹본부는 개정 가맹사업법이 시행되기 전에 미리미리 정보공개서를 등록해 놓는 것이 좋겠다. 뒤집어 말하면 이 규정은 가맹본부가 새로운 브랜드를 출시해서 정보공개서를 신규 등록하는 경우에만 적용되고, 이미 등록한 정보공개서에 따라 가맹점을 모집하는 경우에는 적용하지 않으니 이 부분도 참고할 만하다.

둘째, 이 개정안에는 가맹본부로 하여금 직영점 운영기간 및 매출액 등에 관한 사항을 정보공개서에 기재하도록 했다. 이것은 가맹점 모집 단계에서 관련 정보를 가맹희망자에게 제공하도록 하겠다는 것이다. 이 개정안은 첫 번째 개정안과 같은 맥락에서 그 동안 정보공개서에 기재하지 않아도 되었던 직영점 운영기간과 매출액을 새롭게 기재하도록 한 것이니 큰 부담이 없을 수는 있겠으나 가맹본부로서는 부담이라면 부담이겠다.

셋째, 가맹사업관련 6개월간 가맹금 총액이 100만 원 미만이거나 가맹본부 연간매출액이 5000만원 미만(단 가맹점 5개 이상 제외)의 소규모 가맹본부에게도 정보공개서를 등록하고, 이를 가맹희망자에게 제공하도록 했다. 이와 아울러 가맹금을 가맹본부가 직접 수령하는 것이 아니라 시중은행 등 제3의 기관에 예치하도록 했다. 이것은 소규모 가맹본부와 거래하는 가맹희망자가 정보공개서를 제공받음으로써 합리적 창업 결정에 도움을 받을 수 있고, 가맹금을 금융기관에 예치하도록 함으로써 가맹금 보호를 위한 안전장치를 마련하겠다는 것이다.

이는 소규모 가맹본부일수록 시장에 정보가 부족하고, 가맹금을 반환할 능력이 없을 가능성이 높아 소규모 가맹본부로 인해 가맹점주가 피해를 입을 수 있다는 지적에 따른 것이다. 따라서 그 동안 소규모 가맹본부로 분류되어 정보공개서를 등록하지 않은 가맹본부는 시행일로부터 6개월 내에 신규 정보공개서를 등록하는 것이 좋겠다.



가맹사업 관련 규제는 최근 점차 강화되고 있고, 아마도 앞으로도 더 강화될 것으로 보는 것이 합리적인 생각이다. 이번에 국회를 통과한 개정 법률안은 정부 이송, 국무회의 등의 절차를 거쳐 공포될 예정이고, 공포일로부터 6개월이 경과한 날부터 시행될 예정이다. 공정거래위원회는 개정 법률안이 공포되는 대로 조속히 하위 법령을 정비할 것이니 미리미리 챙겨 준비하는 것이 좋겠다. **KFN**



안철현

법무법인 로투스 대표변호사

2016년 - 송파경찰서 경찰발전위원회 위원

2016년 - 강남구청 인사위원회 위원

현/법률소비자연맹 집행위원

현/(주)소리바다 감사

현/경희대총동문회 감사

현/사단법인 민주정치아카데미 상임이사

T : 02-3478-6011 /

E : bebopmonk@hanmail.net





# 프랜차이즈 본사의 뉴 브랜드 확장전략

WRITE | 최인용

프랜차이즈 본사의 신규 브랜드의 확장 전략은 크게 다음의 세 가지로 할 수 있다.

- ① 기존 법인에서 신규 브랜드 진행
- ② 신설법인을 통한 신규 브랜드 진행
- ③ 개인으로 신규 브랜드를 진행하여 법인으로 전환하는 방법

## 1. 프랜차이즈 기존 본사에서 신규 브랜드를 적용하는 방법

프랜차이즈의 본사에서 신규 브랜드를 시작하는 방법은 기존의 인력과 자원을 활용하여 신규 브랜드를 만드는 장점이 있다. 그렇지만 신규 브랜드와 기존 브랜드가 섞여서 분리하기 어렵기 때문에 나중에 두 브랜드가 잘 되는 경우에는 M&A 및 상표권의 매각, 특허권의 매각 등에 제대로 된 가치 평가를 받지 못하는 경우가 생길 수 있다.



이 방법의 장점은 기본적으로 기존 본사에서 신규 브랜드를 적용하는 것은 아직 시작한지 얼마 안 된 본사이거나, 기존 브랜드의 압력이 적고, 가맹점수가 많지 않아 새로운 브랜드와 간섭이 적을 때 유리하다.

단점은 기존 브랜드가 가치가 높은 경우에는 신규 브랜드를 같은 법인에서 진행하는 경우 다음과 같은 단점이 있다.

- 신규 브랜드의 상표권을 대표가 가져올 수 없는 점은 불리함
- 신규 브랜드 매장의 영업권 평가를 대표가 가져올 수 없는 부분
- 기존 브랜드의 매출이나 이익 부분이 크다면, 브랜드 분리가 유리
- 기존 브랜드의 기업가치가 높을 때에는 신규 브랜드도 가치가 높아지면서 M&A 등에서 따로 떼어내기 어려우므로 기업 매각이 어려울 수 있음
- 기존 브랜드가 감사 대상인 경우 신규 브랜드도 바로 감사대상이 되어 신설 브랜드의 영업성과가 공개될 수 있는 점은 불리함



## 2. 신설법인을 설립하여 신규브랜드를 적용하는 방법

신설 법인을 설립하여 신규 브랜드를 만드는 방법은 브랜드별 기업의 분리가 쉬워 각각 성장을 하더라도 따로 매각이 가능하며, 법인이 다르므로 성과 측정을 하기 유리하다. 그렇지만 기존 본사의 규모가 작거나 가맹점이 많지 않고, 기존 브랜드의 성장에 초점을 맞추기보다 신설 브랜드에 역점을 두어야 할 때는 기존 사업을 하고 있는 법인에서 신규 브랜드를 출범하는 것이 유리하다. 특히 기존 법인이 감사대상인 경우 신설 신규 브랜드에 대한 내용이 감사보고서를 통해 공개 되는 것을 막을 수 있다. 직원 등의 아이디어로 지분이 들어가는 경우 신설 법인의 지분 일부를 주면서 진행을 하는 것도 가능하다.



## 3. 개인 기업으로 시작하여 법인 전환하는 방법

위의 기존 법인이나 신설 법인으로 진행을 하더라도 개인 기업을 통해 먼저 신규 점포를 내고 기존 법인이나 신설 법인에서 인수를 하는 법인 전환의 방법을 추천한다. 이 부분은 개인 기업으로 진행시 영업권 평가의 방법, 상표권의 개인명의 확보 등을 할 수 있어 향후 대표의 출구전략에 가장 큰 절세 효과를 가지고 올 수 있다.

신규 브랜드의 상표권 별도의 영업권을 개인 대표가 가지고 가려는 경우에는 개인 기업을 거쳐 법인 전환으로 가는 것이 유리하다. 기존 법인이 감사대상인 경우 신규 브랜드에 대한 내용이 감사보고서를 통해 공개되는 것을 막을 수 있다. 그러나 이 경우에도 개인이 실제 신규 브랜드의 개발에 관여하지 않을 때 상표권만 가져오는 것은 실질의 문제가 될 수 있음을 유의해야 한다. **KFA**



최인용

가현세무법인 대표 세무사

(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사

연세대학교 법무대학원 조세법 전공

국세청 조사요원 강의

한국프랜차이즈산업협회 자문세무사

마곡지주협회의, 하남미사지구지주

협회의 자문세무사

한국프랜차이즈산업협회 협력위원장

T : 02-555-5025

E : ciy0130@daum.net



### 직장 내 괴롭힘 금지법 피해자를 더욱 보호합니다

시행: 공포 후 6개월

- 사용자는 반드시 피해 당사자 등을 대상으로 객관적인 조사를 실시하여야 합니다.**
  - 사용자의 조사 의무 구체화
  - 조사 의무 이행 여부 명확히 판단
  - 비밀 누설 금지
- 사용자가 의무를 저버렸을 경우 제재를 할 수 있도록 규정이 변경됩니다.**
  - 직장 내 괴롭힘 행위 조사 의무
  - 피해 근로자 보호 의무
  - 가해 근로자 징계 의무
- 사용자 또는 사용자의 친족\*인 근로자의 직장 내 괴롭힘을 방지합니다.**

\*대통령령으로 정하는 범위 내  
신설 규정을 마련하여 사용자 등의 괴롭힘에 대한 제재 방안을 마련합니다.

직장 내 괴롭힘 상담센터 1522-9000 고용노동부

### 임금체불 고민? “체불 임금 등 대지급금”이 더 편리하게 도와드릴게요!

• 체불 임금 등 대지급금 제도란?  
기업의 도산 등으로 인하여 체불된 근로자가 임금 등을 지급받지 못한 경우 국가가 사업주를 대신하여 체불임금 등을 지급하는 제도

#### 임금채권보장법 개정안

(시행: 공포 후 6개월(10월 초 예상))

|                                                                                                   |                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b><br><b>‘대지급금’으로 용어 변경</b><br>체당금 대신 국민들이 보다 쉽게 이해할 수 있는 ‘체불 임금 등 대지급금’(약칭 ‘대지급금’)으로 용어 변경 | <b>2</b><br><b>소액대지급금 지급 절차 간소화</b><br>법원 확정판결이 없어도 “체불 임금 등 사업주 확인서”로 소액대지급금 지급 가능<br>(소요기간: 약 7개월→2개월) |
| <b>3</b><br><b>재직자 대지급금 신설</b><br>재직 중인 근로자에 대해서도 소액대지급금 지급 가능<br>(지소액 근로자부터 적용 예정)               | <b>4</b><br><b>부정수금 제재 강화</b><br>대지급금 부정수금 시 추가징수금을 부정수금액의 1배~ 최대 5배로 상향                                 |

문의: 고용노동부 콜센터(1350)

# 2021년 하반기 시행되는 노동관계법 주요 내용

WRITE | 이금구

2021년 3월 24일 국회에서 ①소액대지급금 지급 절차를 간소화하는 ‘임금채권보장법’ 일부 개정안 ② 직장 내 괴롭힘 피해근로자에 대한 사용자의 조치 의무를 강화하는 ‘근로기준법’ 일부 개정안 ③업무수행 중 다른 사람의 폭언 등에 노출되는 근로자에 대한 보호장치를 마련하도록 하는 ‘산업안전보건법’ 일부 개정안 ④코로나 19 등 입출국이 제한된 상황에서 외국인 근로자의 취업활동기간 연장특례를 신설하는 ‘외국인근로자의 고용 등에 관한 법률’ 일부 개정안 등 고용노동부 소관 7개 법률안이 의결됐다. 주요 내용을 살펴보면 아래와 같다.

## 1. 직장 내 괴롭힘 제재 신설(시행: 공포 후 6개월 - 10월 14일 적용 예정)

사용자 및 대통령령으로 정하는 범위 내 사용자의 친족인 근로자가 직장 내 괴롭힘을 한 경우 1000만원 이하의 과태료를 부과하는 제재 규정 신설.

기존에는 사용자가 직장 내 괴롭힘 발생 사실을 신고한 근로자 및 피해근로자 등에게 해고나 그 밖의 불리한 처우를 하는 경우에 대해서만 제재가 가능했다. 하지만 직장 내 괴롭힘 행위의 조사, 피해 근로자 보호, 가해자 징계 등의 조치 의무를 이행하지 않는 경우 500만원 이하의 과태료 부과

규정도 함께 신설됐다.

## 2. 임금채권보장법 개정(시행: 공포 후 6개월)

체당금 용어를 ‘체불임금 등 대지급금’, 약칭 ‘대지급금’으로 용어를 변경. 아울러 기존에는 소액대지급금을 지급하기 위해서는 법원의 확정판결이 있어야 했지만, 법원의 확정판결 없이도 지방노동관서가 발급하는 체불임금 등 사업주 확인서에 의해서도 대지급금을 지급할 수 있도록 절차를 간소화했다.



## 3. 외국인근로자의 고용 등에 관한 법률 개정(시행: 공포 후 6개월)

외국인 근로자(E-9) 고용허가를 최초로 받은 사용자에게 노동관계법령, 인권 등에 관한 교육을 의무화하고 위반 시 500만원 이하의 과태료를 부과하도록 개정됐다. 또한 코로나19로 외국인 근로자의 입국과 출국이 어렵다고 인정되는 경우 외국인력정책위원회의 심의, 의결을 거쳐 취업활동기간이 만료되지 않은 외국인근로자를 대상으로 취업활동기간을 1년의 범위에서 연장할 수 있도록 했다. 이 조항은 공포한 날 즉시 시행된다. 재입국특례 대상을 확대하고 재입국 제한기간도 3개월에서 1개월로 단축됐다.

## 4. 고용보험 및 산업재해보상보험의 보험료 징수 등에 관한 법률 개정(시행: 2022.1.1)

개별 사업장의 산업재해발생 실적에 따라 산재보험료를 할인 또는 할증하는 제도인 개별실적요율

제도가 원청의 유해·위험 업무 외주화를 유인한다는 비판이 있어 왔다. 또 사망사고 등이 많은 대기업이 과도한 보험료 할인 혜택을 받고 있다는 지적도 있었다.

이에 산업재해에 대한 원청의 책임을 강화하고 재해발생 대기업이 과도한 보험료 할인 혜택을 받지 못하도록 법 규정을 신설했다. 내용은 재해발생에 있어 원청의 책임이 있는 경우 원청의 보험료가 할증되도록하고, 사망사고 등 재해발생 빈도가 높은 대기업 등에 대해서는 보험료 할인폭을 대폭 축소시켰다.

## 5. 산업안전보건법 개정(시행: 공포 후 6개월)

고객을 응대하는 근로자에 해당하지 않더라도 업무를 수행하는 과정에서 고객의 폭언, 폭행 등에 노출될 수 있는 모든 근로자에 대해 사업주가 보호 조치를 하도록 개정됐다. 이에 따라 기존에는 고객 응대 근로자에 포함되지 않던 경비원 등도 보호대상에 포함됐고, 감정노동자의 폭언 등에 의한 건강보호범위가 확대됐다.

기존 산업안전보건법 제41조는 주로 고객을 직접 대면하거나 정보통신망을 통해 상품을 판매하거나 서비스를 제공하는 업무에 종사하는 고객응대 근로자를 한정했다. 아울러 사업주가 업무의 일시적 중단 또는 전환 등 적절한 보호조치를 하도록 하고 근로자의 보호조치 요구에 따른 불리한 처우를 금지하는 내용을 규정하고 있다.

## 6. 근로기준법 개정(시행: 공포 후 6개월)

근로계약기간 만료, 정년 등으로 근로자의 원직복직(해고 이외의 경우는 원상회복)이 불가능한 경우에도 부당해고 등이 인정되면 노동위원회가 구제명령을 할 수 있도록 신설됐다. 뿐만 아니라 노동위원회 구제명령을 이행하지 아니할 경우 사용자에게 부과하는 이행강제금 한도를 2000만원에서 3000만원으로 상향했다. 또한 사용자가 근로자에게 임금을 지급하는 경우 임금의 구성항목, 계산방법 등 대통령령으로 정하는 사항을 적은 임금명세서서를 서면 또는 전자문서법에 따른 전자문서로 교부하는 제도도 신설됐다. **KFN**



이금구

노무법인 C&amp;B 대표

한국프랜차이즈산업협회  
자문위원

1991년 제3회 공인노무사

자격 취득

2012년\_전국소상공인단체연합회  
고문2015년\_(사)한국소상공인단체  
연합회 고문

2016년\_GS25, 프랜차이즈

노무관리 시스템 도입

T : 1544-8323 /

E : www.franhr.com



# 매장 수 1위 롯데리아제친 맘스터치

가격·창업비 '뚝'...가성비로 MZ세대 홀렸다

WRITE | 노승욱 특임기자



1333개. 올 1분기 기준 맘스터치 매장 수다. 같은 기간 1330개인 롯데리아를 제치고 업계 1위로 올라섰다. 롯데리아가 1위 자리를 내준 것은 1979년 국내 최초 햄버거 프랜차이즈로 시작한 지 42년 만의 일이다. 그간 패스트푸드 시장은 맥도날드, 버거킹, KFC

등 글로벌 브랜드가 독식해왔다. 롯데리아도 1972년 9월 일본 도쿄 니혼바시의 다카시마야 백화점에 입점한 것이 1호점이다. 즉, 맘스터치는 순수 토종 햄버거 프랜차이즈로 시작해 1위에 올랐다는 점에서 의미가 남다르다. 토종 후발 주자로서 글로벌 브랜드를 제치고 성공한 맘스터치의 비결은 무엇일까.



## ▶탁월한 가성비로 차별화

### ▷3천원대 '입찢버거'에 MZ세대 열광

맘스터치의 시작은 1997년으로 거슬러 올라간다. 파파이스 사업을 하던 대한제당그룹 자회사 TS해마로에서 국내에 적합한 버거&치킨 브랜드를 기획, 쌍문점에 1호점을 열었다. 2004년부터는 해마로푸드서비스로 법인을 분리, 독자 운영을 시작했다. 대중에 이름을 알린 것은 이듬해 선보인 시그니처 메뉴 '짜이버거'가 히트를 치면서부터. 단품 가격이 타사 대비 절반 수준인 3000원대에 불과한데도 '입찢버거(입이 찢어질 정도로 두꺼운 버거)'로 불릴 만큼 풍부한 내용물을 자랑하며 온라인에서 유명세를 탔다.

양만 많은 것이 아니었다. 타사가 '패스트푸드'에 초점을 맞춰 미리 조리해둔 버거를 팔았던 데 반해 맘스터치는 전 메뉴에 주문 후 조리하는 '애프터 오더 쿡(After order cook)' 시스템을 적용했다. 언제 주문해도 금방 조리한 듯한 맛을 제공하며 품질도 끌어올린 것. 가맹 사업 초기에 현장 중심 신속한 의사 결정 구조를 확립한 것도 주효했다.

동네 치킨집과 경쟁해야 하는 맘스터치 매장은 각종 이벤트와 할인 행사는 필수. 경쟁점이 할인 행사를 벌이면 그에 대응한 마케팅을 해야 했다. 그런데 파파이스가 운영할 때는 할인 행사를 한번 하려 해도 본사 결재를 받느라 2주일은 걸렸다. 독립 법인으로 분사한 후에는 현장 직원들에게 과감한 권한

위임이 이뤄졌다. 사원은 500만원, 부장은 1000만원, 임원은 1억원까지 손해 봐도 된다는 전결권을 준 것. 불과 1000원 차이로 손님을 뺏기는 '골목의 전쟁'에서 이길 수 있었던 비결이다. 뛰어난 가성비에는 특히 주머니가 가벼운 1020세대 마음을 사로잡았다. 대학내일20대연구소가 발표한 '2020 MZ세대가 가장 사랑한 브랜드' 보고서에 따르면, 맘스터치는 MZ세대가 가장 사랑하는 샌드위치·버거 프랜차이즈 분야 1위 브랜드로 선정됐다. 짜이버거는 2005년 출시 이후 현재까지 누적 판매량이 3억4000만개를 넘으며 '국민 버거' 반열에 올랐다.

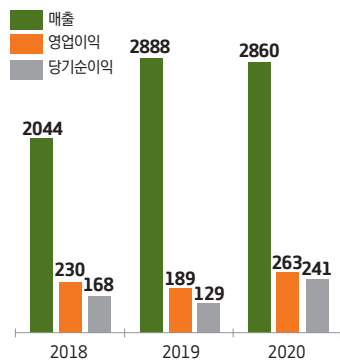
가성비 전략은 소비자뿐 아니라, 창업하는 가맹점주에게도 통했다. 40평 이상 대형 매장 위주로 A급 상권에서 출점하는 글로벌 브랜드와 달리, 맘스터치는 20평대 중소형 매장으로 동네 상권에서 출점했다. 당연히 창업 비용이 확 줄었다. 정보공개서에 따르면 맘스터치 초기 투자 비용은 가맹비와 인테리어 부담금, 시설비 등을 포함해 1억6000여만원이 소요된다. 최소 2억~5억원이 드는 타 브랜드보다 절반 이상 저렴하다.

최근에는 홀을 줄이고 배달, 포장 위주로 영업하는 10평대 '뉴노멀 매장'으로 출점, 창업 비용이 더 낮아졌다. 덕분에

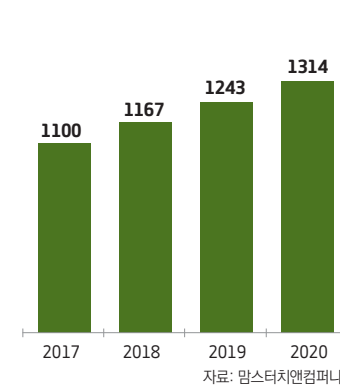




코로나19에도 호실적 (단위: 억원)



가맹점도 지속 증가 (단위: 개)



맘스터치는 지난해 경기 불황과 코로나19라는 악조건 속에서도 71개 매장을 추가 출점하며 성장세를 이어갔다.

맘스터치 관계자는 “출점 입지로 메인 상권 1층만을 고집하지 않는다. 메인 상권 이면도로와 2층 상가도 입점 가능해 초기 투자비와 고정비 감소 효과를 노릴 수 있다. 이런 입지 전략은 점주의 사업 안정성을 유지할 수 있도록 해 가맹점 수가 큰 폭으로 증가하는 바탕이 됐다. 본사가 가맹점 인테리어에서 마진을 남기지 않고, 가맹비와 교육비도 부과하지 않는 등 다양한 점주 친화 정책을 펴고 있다”고 전했다.

맘스터치 창업의 안정성은 숫자로도 드러난다. 브랜드의 투자 대비 수익성 지표인 면적당(3.3㎡당) 매출이 1800여만원에 달해 버거킹

(1400여만원), 롯데리아(1300여만원)보다 월등히 높다(2019년 정보공개서 기준). 같은 면적 매장이면 맘스터치가 타 브랜드보다 매출이 20% 이상 높다는 얘기다. 물론 박리다매 전략에 따른 마진을 차이는 있지만, 임대료나 인건비도 맘스터치가 적게 든다는 점은 고려할 만하다.

#### ▶코로나19 사태에도 지속 성장

▷영업이익 39%·순이익 87% ↑

지속적인 출점에 힘입어 맘스터치는 코로나19 사태로 외식 업계가 직격탄을 맞은 지난해에도 실적 성장을 이어갔다.

매출은 2860억원으로 전년 대비 비슷하지만 영업이익(263억원)과 당기순이익(242억원)은 각각 38.7%, 87.1% 급증했다(연결 재무제표 기준). 매장 상당수가 직영으로 운영되는 동종 업계 타 브랜드와 달리 맘스터치는 가맹점으로만 매장이 증가하고 있어 비용 관리가 최적화돼 있다. 여기에 2019년 말 사모펀드에 인수된 후 비효율적인 프로세스 개선, 사업 포트폴리오를 재구축 등의 노력이 효과를 거뒀다는 평가다.

“온·오프라인 판매 채널을 다변화하고 원재료 납품 방식도 특정 업체와 계약하는 관행 대신 비교 견적을 도입, 복수 입찰을 통해 투명화하는 방향으로 개선했다. 방만했던 임직원 급여 체계도 재정비했다. 버거와 치킨 레시피를 업그레이드하고 치킨 카테고리 신메뉴도 잇따라 출시하는 등 투자도 확대했다.” 맘스터치 관계자의 설명이다.

전문가들은 맘스터치의 지속 성장에 대해 긍정적인 전망을 내놓는다. 강병오 중앙대 겸임 교수(창업학 박사)는 “맘스터치는 영남권 매장 비율이 30%를 넘는다. 그간 지방 상권 위주로 출점해 수도권 지역에서 신규 출점할 여지가 많다. 코로나19 시대에는 가성비 좋은 간편식 수요가 늘어날 것으로 보인다”는 점도 호재다”라고 말했다. **KFN**

# 매경이코노미

## 창업 전문 기자가 밝히는 자영업 필승 노하우

N E W P A R A D I G M

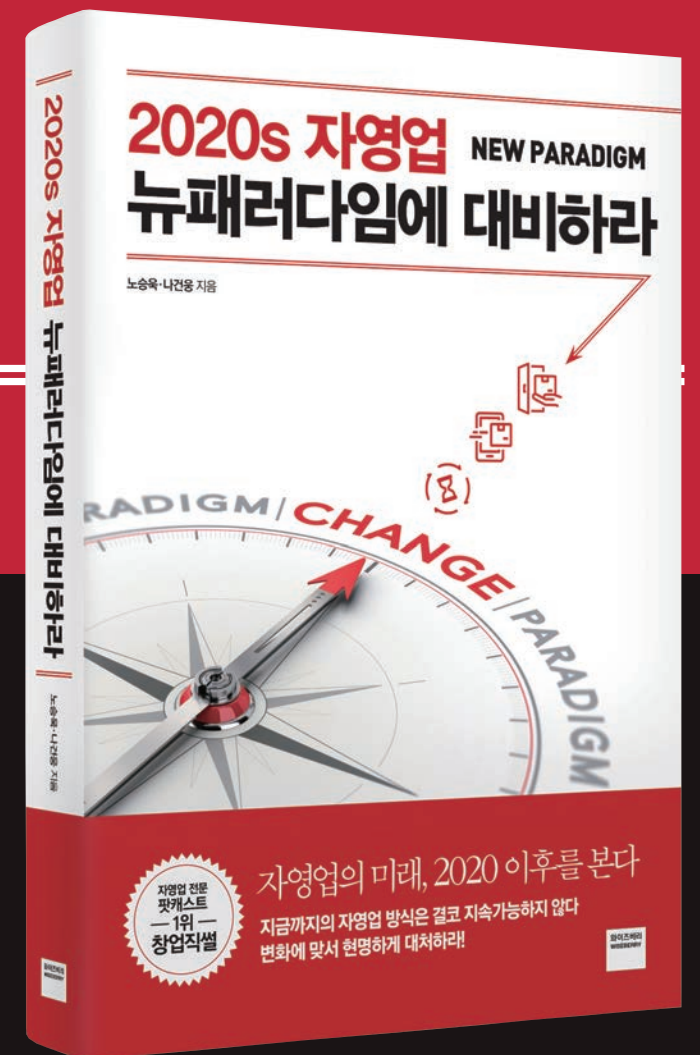
사라지는 트렌드, 공유주방, AI식당,  
젠트리파이어, Z세대 점주  
“대한민국 자영업 게임의 룰이 바뀐다”

(8)

자영업 전문  
팟캐스트  
— 1위 —  
창업직설

## 2020s 자영업 뉴패러다임에 대비하라

노승욱 · 나건웅 지음 | 328쪽 | 16,800원



자영업의 미래, 2020 이후를 본다  
지금까지의 자영업 방식은 결코 지속가능하지 않다  
변화에 맞서 현명하게 대처하라!





## 제7기 KFCEO 교육 과정 수료식 개최 ‘8월 개강’ 제8기 과정 모집

코로나19도 막지 못한 뜨거운 교육열...50명 신입 원우들 ‘유종의 미’

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 지난해 10월 19일부터 진행된 <제7기 KFCEO 교육 과정>의 수료식을 3월 22일 서울 여의도 전경련계인 연합회 에메랄드홀에서 성대하게 개최했다. 이날 수료식에는 정현식 협회장, 함창석 제6기 원우회장, 박호진 협회 사무총장을 비롯한 내외 귀빈들과 사무국 임직원, 그리고 이경희 주임교수와 홍경호 제7기 원우회장 및 원우들까지 총 45여명이 참석했다. 정현식 협회장은 축사를 통해 “코로나19로 우리 프랜차이즈 산업이 대전환기에 놓여 있는 만큼, 이번 7기 과정은 위기를 기회로 만들 혁신 역량을 높이기 위해 생생한 현장의 노하우를 전하는 데에 중점을 뒀다”면서 “위기 속에서도 체질 개선을 통해 성공을 거두고 있

는 프랜차이즈 기업들처럼 우리 원우들도 본 과정을 토대로 많은 경험과 탄탄한 체력을 갖추기를 바란다”고 말했다. 시상 순서에는 홍경호 원우회장이 뛰어난 리더십으로 7기 과정을 이끈 공로로 <공로상>을 수여받았고, 한형석 원우는 과정 운영에 크게 기여한 공로로 <우수상>을, 김지현, 손재천, 윤종현, 김곡미, 김영환, 최지선, 최승일 원우 등 7명은 성실한 자세와 뛰어난 헌신으로 <스타상>을 수상했다. 또, 전 과정에 빠짐없이 참석한 21명의 원우들은 <개근상>을 수상했고, 7기 과정에서 가장 뛰어난 활동을 보인 원우에게 시상하는 <MVP>는 김동권, 장아연, 지영필 원우가 각각 수상하며 대미를 장식했다. 총 50명의 원우들은 한국프랜차이즈산

업협회장 명의의 수료증을 수여받았다.

한편, 협회는 오는 8월중 개강할 제8기 KFCEO 과정 신입 원우를 모집하고 있다. 제8기 과정은 신사동 리버사이드호텔에서 진행될 예정이며, 협회 회원사, 원우 추천, 연대FCEO 동문 등에게는 수강료 할인 혜택이 제공된다. 8기 과정에는 현장을 누비는 많은 성공 CEO들의 생생한 성공 전략과 최고 전문가들의 수준 높은 강의가 더욱 강화될 예정이다. 제8기 과정 입학에 희망하는 경우 협회 정책홍보팀(070-7919-4147)로 문의하면 된다.



(왼쪽부터) MVP를 수상한 지영필 대표, 장아연 대표, 김동권 대표와 홍경호 7기 원우회장



### <11-12주차> / CEO 실무·현장 역량 강화

한편, <11주차 과정>은 3월 8일 전경련회관에서 CEO에게 필수적인 실무 역량을 강화하는 시간으로 진행됐다.

국내 최고의 IPO 전문가인 서재영 (주)NH투자증권 상무가 <프랜차이즈 성장의 묘약과 IPO 전략>을 주제로 (주)맘스터치 앤컴퍼니 등 성공 사례를 기반으로 상장 전략에 대해 강의했



| 제7기 KFCEO 수료자 명단(가나다순) |      |       |                        |
|------------------------|------|-------|------------------------|
| 순서                     | 이름   | 직위    | 회사명                    |
| 1                      | 강정희  | 대표    | (주)주방뱅크                |
| 2                      | 강형준  | 대표    | (주)명륜당                 |
| 3                      | 김곡미  | 부사장   | Pacific High Tech Ltd. |
| 4                      | 김대웅  | 대표    | (주)청산디엔제이              |
| 5                      | 김동권  | 대표    | (주)다담푸드                |
| 6                      | 김부식  | 변호사   | 법무법인(유한)대륙아주           |
| 7                      | 김부연  | 대표    | (주)광고몬스터               |
| 8                      | 김수동  | 상무이사  | (주)유범                  |
| 9                      | 김영숙  | 대표    | 대성실업(주)                |
| 10                     | 김영환  | 대표    | (주)원우푸드                |
| 11                     | 김준용  | 대표    | (주)마이프랜차이즈             |
| 12                     | 김지현  | 대표    | (주)동일프라텍               |
| 13                     | 김치현  | 대표    | (주)호박패밀리               |
| 14                     | 김현식  | 대표    | (주)진아이엔피               |
| 15                     | 노소영  | 상무이사  | 육도락                    |
| 16                     | 박미연  | 대표    | 알리바바파트너스(주)            |
| 17                     | 박상용  | 대표    | 피에스피에프엔디(주)            |
| 18                     | 박영운  | 본부장   | (주)베스트원푸드              |
| 19                     | 박유빈  | 대표    | (주)지에프포유               |
| 20                     | 박진선  | 부대표   | 맛나순대                   |
| 21                     | 방경석  | 대표    | (주)축발아시장               |
| 22                     | 서성우  | 대표세무사 | 세무회계성우                 |
| 23                     | 선우재복 | 대표    | (주)세이버 B2B             |
| 24                     | 손석보  | 이사    | (주)설김과 나눔              |
| 25                     | 손재천  | 대표    | 세무법인세일                 |
| 26                     | 안미정  | 대표    | 단비식품                   |
| 27                     | 안성혜  | 이사    | (주)다이아몬드 엔터프라이즈        |
| 28                     | 안향자  | 대표    | (주)고감도                 |
| 29                     | 오재균  | 대표    | (주)모두여는세상              |
| 30                     | 유상부  | 대표    | (주)신라외식개발              |
| 31                     | 윤정균  | 대표    | (주)부영이메프앤비             |
| 32                     | 윤종현  | 대표    | (주)코이                  |
| 33                     | 이상철  | 대표    | (주)쓰리에스정보통신            |
| 34                     | 이세진  | 아나운서  |                        |
| 35                     | 이승열  | 대표    | (주)씨큐프라임               |
| 36                     | 이재욱  | 대표    | (주)대륙에프앤에스             |
| 37                     | 임형민  | 대표    | 부여진                    |
| 38                     | 장아연  | 대표    | (주)아연푸드                |
| 39                     | 정성희  | 대표    | (주)홍두당                 |
| 40                     | 정효정  | 대표    | 육도락                    |
| 41                     | 지영필  | 대표    | 플러스팩공조                 |
| 42                     | 전용두  | 대표    | (주)장안유업                |
| 43                     | 최성진  | 대표    | (주)이센스                 |
| 44                     | 최승일  | 대표    | (주)쵸코스페이스              |
| 45                     | 최지선  | 대표    | KFN효상조                 |
| 46                     | 한제근  | 대표    | (주)원일바이오               |
| 47                     | 한형석  | 대표    | (주)대솔비에프앤비             |
| 48                     | 현상근  | 대표    | 농성원푸드                  |
| 49                     | 홍경호  | 회장    | (주)지앤푸드                |
| 50                     | 황규연  | 대표    | (주)맥스원이링크              |

다. 유해영 세무법인 선명 대표는 <프랜차이즈 리스크 관리와 세무대응 전략>을 주제로 세무, 주식양도 등의 전략을 강의했다. <12주차> 과정은 3월 15일 전경련회관에서 마케팅 역량을 강화하고 성공 CEO와 소통하는 시간으로 진행됐다. 이성훈 세종대 FCMBA 주임교수는 <감성과 소통의 인문 마케팅>을 주제로 인문학적 관점과 결합한 기업 마케팅을 강의했다. 또 협회 멘토단으로 참여한 이영채 (주)지호 대표, 손석우 (주)섬김과나눔 대표, 이재욱 (주)알볼로에프앤씨 대표는 <행복한 성장을 위한 프랜차이즈 Q&A>를 주제로 원우들과 직접 소통하며 성공 노하우를 전하는 유익한 시간을 가졌다.





강석우 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장이 조성욱 공정거래위원장으로부터 단체표창을 수여받고 있다

## 한국프랜차이즈協, '상생협력 문화 확산' 유공 공정거래위원장표창 수상

제20회 공정거래의 날 기념식 단체 표창 수상…  
“가맹본부-가맹점사업자 동반성장 노력”

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 4월 1일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 개최된 '제20회 공정거래의 날' 정부포상에서 공정거래위원장표창을 수상했다.

공정거래법 출범 40주년을 맞아 성대하게 개최된 이날 행사에서 협회는 '공정거래 및 상생문화 확산'에 기여한 공로로 단체표창을 수상했다.

협회는 지난 2017년 10월 프랜차이즈 산업 40여년 역사상 처음으로 업계 주도의 '프랜차이즈 자정실천안'을 발표해 민·관 합동으로 업계 내 상생 문화 확산을 주도해 왔다. 또 지난해 코로나19로 업계가 큰 타격을 입자 가맹점을 지원하는 '착한 프랜차이즈'를 알리기 위한 캠페인을 전개, 프랜차이즈 산업이 위기 극복의 모범

사례로 자리매김하는 데 크게 기여했다.

협회는 1999년 업계 최초로 프랜차이즈 윤리강령을 제정하고 2002년에는 '가맹사업거래 분쟁조정협의회'를 설치하는 등 투명하고 공정한 거래 관행 정착을 도모해 왔다.

또 ▲사회봉사위원회 사회공헌 활동('13~'21) ▲연말연시 소외계층 지원 송년회 개최('14~'16) ▲장학기금 조성 및 전달('16~'18) ▲협회-전국가맹점주협의회 장기점포 계약갱신 가이드라인 상생협약('19) ▲코로나19 대구·경북지역 성금 전달('20) 등 가맹본부와 가맹점, 그리고 전 사회 구성원들과의 상생을 위한 활동을 이어가고 있다.



정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 어린이 교통안전 챌린지 캠페인에 참여하고 있다

## 정현식 한국프랜차이즈산업협회장, '어린이 교통안전 챌린지' 동참

정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 4월 30일 박기영 전 협회장(한국집보리㈜집월드 대표)의 지목을 받아 어린이 보호구역 내 교통안전 실천 문화 확산을 위한 행정안전부 캠페인 <어린이 교통안전 릴레이 챌린지>에 동참했다.

지난해 12월 행정안전부 주관으로 시작된 <어린이 교통안전 릴레이 챌린지>는 어린이 교통안전에 대한 사회적 관심을 높이기 위해 '1단 멈춤', '2쪽 저쪽', '3초 동안', '4고 예방'의 슬로건을 담은 사진을 사회관계망서비스(SNS)에 올리고 다음 참여자를 지목해 이어가는 국민 참여형 캠페인이다.

정현식 협회장은 다음 주자로 ▲김재영 (주)커브스코리아(커브스) 대표 ▲임미숙 (주)아로마글로벌(양키캔들) 대표 ▲오중환 (주)에스앤큐플러스(토프레소) 대표를 지목했다.

한편 한국프랜차이즈산업협회는 지난 2013년 사회봉사위원회를 발족, 사무국 임직원들과 회원사들이 매달 아동보호시설을 찾아 후원금 및 후원품을 전달하고 봉사하는 <함께 하면 행복합니다> 캠페인 등 사회공헌 활동을 적극적으로 전개해 오고 있다.



## 제37기 연세대 FCEO 과정 입학식... 정현식 협회장 특별강연

연세대학교 프랜차이즈 CEO 교육과정(이하 연대 FCEO 과정, 총동문회장 김성운)이 지난 4월 7일 연세대 상남경영원에서 33명의 신입 원우들을 환영하는 제37기 과정 입학식을 개최했다.

이날 입학식에는 최순규 연세대 상남경영원장, 손재열 주임교수, 정현식 한국프랜차이즈산업협회장, 김성운 총동문회 회장, 임서현 사무처장 등 관계자와 신입 원우들, 그리고 홍보대사로 임명된 개그맨 윤형빈 씨 등이 참석했다.

정현식 협회장은 입학식에 앞서 <프랜차이즈 산업, 4차 산업혁명 시대 발전방향>을 주제로 디지털 전환과 해외 진출의 두 흐름에 대한 현황과 대응 방안을 제시했다. 또 연대FCEO 과정과 협회 KFCEO 과정의 적극적인 교류와 단합의 필요성을 강조하기도 했다.



이날 개강한 제37기 과정은 매주 수요일 3시간씩 7월 14일까지 진행되며, 수료생에게는 연세대학교 총장명의 수료증과 연세대학교 상남경영원장 상패, 원우 추천시 수강료 할인 등 다양한 혜택이 제공된다.

KFA

## 세종대 FCMBA 과정, '2021년 후기 신입생' 모집... 회원사 장학혜택 제공

국내 최초이자 유일한 프랜차이즈 경영학 석사 과정 '세종대 프랜차이즈 MBA'(이하 세종대 FC MBA) 과정이 2021학년도 후기 신입생을 7월 5일까지 모집한다. 세종대 FC MBA 과정은 프랜차이즈와 유통, 마케팅에 특화된 전문 교육 프로그램으로 원우들에게 최적화된 교육 서비스를 제공하며 프랜차이즈 CEO와 가맹본부 임직원, 학계·업계 전문가 등 다양한 분야의 전문인력 양성을 적극 지원하는 과정이다.

또한 현직 CEO는 물론이고 많은 분야에서 이미 산업의 주역으로 왕성한 활동을 이어가고 있는 300여명의 석사 동문들과의 끈끈한 네트워크도 큰 자산이다.

협회는 회원사 임직원이나 자녀에 한해 협회장 추천심사를 거쳐 등록금의 30%를 지원한다. (잔여 학기 성



적 3.5점 이상자에 한함) 입학 문의는 세종대 경영전문대학원 교학과(02-3408-4478) 또는 협회 교육사업팀(070-7919-4165)로 하면 된다.

## 제28기 최고전문가 과정 개강 및 제42기 슈퍼바이저 과정 수료식



한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 주관하는 '제28기 프랜차이즈 최고전문가 과정' 입학식이 3월 18일 서초동 연구원에서 열렸다. 입학식에는 가맹본부 CEO·임직원, 가맹본부 창업 희망자 등 신입 원우들과 장재남 원장, 박호진 협회 사무총장 등이 참석해 자리를 빛냈다. 28기 과정은 6월 17일까지 15주간 이론과 사례, 실습을 아우르는 종합 커리큘럼으로 진행된다. 수료생은

한국프랜차이즈전문가포럼에 가입되는 등 다양한 혜택과 특전을 받는다.

한편 협회가 주최하고 연구원이 주관하는 '제42기 프랜차이즈 슈퍼바이저 과정'은 5월 1일 서초동 연구원에서 수료식을 개최했다. 수료식에는 2월부터 함께한 가맹본부 실무자 및 임원, 슈퍼바이저 취업희망자 등 제42기 원우들과 장재남 원장 등이 참석해 축하의 뜻을 전했다.

KFA

## 한국프랜차이즈協 산악회·우정회, 2021년 정기 모임 개최

회원사 간의 인적 교류를 통한 친목 도모와 협회 및 회원사의 동반 성장을 도모하는 한국프랜차이즈산업협회 산하 분과위원회가 코로나19 방역지침을 준수하며 정기 모임을 개최했다.

산악회(회장 임미숙)는 지난 3월 20일 서울 북한산에서 2021년도 시산제를 개최했다. 산악회는 시산제를 통해 2021년 산악회의 무사 산행과 함께 코로나19로 어려움을 겪고 있는 협회 및 프랜차이즈 업계의 회복과 발전을 기원하는 시간을 가졌다.

우정회(회장 김태환)도 3월 4일 2021년 첫 정기 모임을 시작으로 4월 1일과 5월 6일 잇따라 모임을 개최하



고 소규모로 친목을 다지고 사업 현황을 공유하는 시간을 가졌다. **KFA**



## 대구·경북지회 소식

### 2021년 4월 정기월례회

4월 정기월례회는 4월 20일에 진행됐다. 포스트 코로나 시대 프랜차이즈 마케팅의 주제로 리더스비전 이경희 대표님의 특강으로 진행됐다. 6월 월례회는 6월 8일에 진행되며, 대구·경북지회는 월 1회에 걸쳐 프랜차이즈에 도움이 되는 무료 공개 세미나와 월례회를 진행하고 있다.



KFA

### 대구·경북지회 상반기 교육사업

슈퍼바이저 전문가 과정(6주)이 5월 26일에 개강됐다. 또한 프랜차이즈 리더양성 과정(12주 과정)도 5월 27일 개강됐다. 코로나19 예방을 위해 교육장내 칸막이 설치와 소독을 철저히 하면서 최소인원 입장 및 교육생들 간의 충분한 거리를 유지하면서 안전하게 교육이 진행됐다. 2021년 교육일정 및 관련 문의는 대구경북지회 사무국(053-626-7664)으로 문의하면 된다.



KFA

### 대구시간담회

대구시 민생경제과와 6월 1일 오후 4시 30분 시청별관에서 '자영업 경쟁력 강화를 위한 지역 프랜차이즈 산업 활성화 방안'의 주제로 세미나를 개최했다. 대구시에서는 프랜차이즈 가맹본사들을 위해 교육사업과 컨설팅 지원사업, 박람회 지원사업 등을 적극적으로 지원하고 있다.



## 부산·울산·경남 지회 소식(지회장 남구만)

### 2021년 5월 정기총회 및 월례회



5월 정기월례회의



3월 성공 프랜차이즈강의-(주)비케이컴퍼니(아마스빈) 이육기 대표



법소(법률지원)와의 MOU 체결

한국프랜차이즈산업협회 부울경지회는 지난 3월부터 방역수칙을 철저히 지키며 조심스레 협회 활동을 재개했다.

4월에는 올 초 예정하였던 <2021년 정기총회>를 개최해 코로나로 침체된 작년 한 해를 돌아보며 올해 협회를 어떻게 이끌어 나갈지 회원사와 공유하는 시간을 가졌으며, 회의는 대면(소수정예)과 비대면 화상회의 2채널로 동시에 진행됐다.

전반적으로 가라앉은 분위기를 회생하고 회원사들에게 현실적인 도움을 주고자 매월 월례회에 <성공 프랜차이즈>의 주제로 선진기업 CEO들을 초빙해 브랜드의 성장과정 등 강의를 준비하여 진행하고 있다. 매번 진실성 있는 강의에 회원사들의 많은 질

문들이 쏟아지고 '우리도 할 수 있다'는 작은 희망이 큰 불씨가 되기를 바라며 부울경지회는 회원사를 위해 다음 월례회 강의도 열심히 준비하고 있다.

또한 정부지원자금 및 법률지원 등 회원사들에게 도움이 될 만한 설명회를 지속적으로 진행하고 나아가 이렇게 어려운 현실에서도 굿네이버스와 업무협약체결을 통해 더불어 살아가는 상생협력을 몸소 실천하고 있다.

코로나는 아직 진행중이지만 필사적으로 버티는 우리 회원사들이 일어서는데 더 도움이 되고자 부울경지회는 회원사들의 소리에 더 귀 기울이고 노력할 것이다. **KFN**



## 2021년 6월 ~ 8월 교육일정 안내

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

※ 교육 일정 및 장소 등은 사정에 따라 변동될 수 있습니다.

| [재직자 무료교육] FC 빅데이터 상권분석(기본) |                       |      |                      |
|-----------------------------|-----------------------|------|----------------------|
| 기 간                         | 6월 17일(목) 10:00~19:00 | 교육장소 | 한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장) |
| 교육인원                        | 20명(선착순)              | 비 용  | 국비지원 무료교육            |

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행자 또는 수행예정자

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

훈련내용 : 상권 및 입지분석 개념 및 프로세스 / 상가건물임대차보호법 / 상권 유형별 입지전략 /

상권분석 데이터수집 및 프로그램 활용 기초 등

| [재직자 무료교육] 글로벌 FC 시장분석 |                       |      |                      |
|------------------------|-----------------------|------|----------------------|
| 기 간                    | 6월 24일(목) 10:00~19:00 | 교육장소 | 한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장) |
| 교육인원                   | 20명(선착순)              | 비 용  | 국비지원 무료교육            |

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 해외법인 설립·관리분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 해외법인 설립 예정 국가의 정치 경제적, 사회 문화적, 제도적 시장 환경분석 능력 함양

훈련내용 : 동남아시아 및 미주지역 정치경제적, 사회문화적, 제도적, 시장환경 분석

| [재직자 무료교육] 가맹점 노무관리 실무 |                      |      |                      |
|------------------------|----------------------|------|----------------------|
| 기 간                    | 7월 1일(목) 10:00~17:00 | 교육장소 | 한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장) |
| 교육인원                   | 20명(선착순)             | 비 용  | 국비지원 무료교육            |

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 가맹본부 인사·노무관리 및 가맹운영업무 수행자 혹은 수행예정자

목 표 : 가맹사업 관련 노동법 및 노무관리 실무와 최근 고용환경 변화에 따른 대처방안 학습을 통해

가맹점의 인적자원 관리능력 함양

훈련내용 : 가맹사업 근로환경 변화 / 가맹점 노무관리 실무 등

| [재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점CS |                      |      |                      |
|------------------------|----------------------|------|----------------------|
| 기 간                    | 7월 8일(목) 10:00~19:00 | 교육장소 | 한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장) |
| 교육인원                   | 20명(선착순)             | 비 용  | 국비지원 무료교육            |

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 슈퍼바이저 및 프랜차이즈 가맹운영 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저의 가맹점 내 고객응대 및 서비스 역량 향상

훈련내용 : 프랜차이즈 가맹점 고객관리 및 응대서비스

| [재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 영업관리 |                              |      |                      |
|---------------------------|------------------------------|------|----------------------|
| 기 간                       | 7월 15일(목)~16일(금) 10:00~17:00 | 교육장소 | 한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장) |
| 교육인원                      | 20명(선착순)                     | 비 용  | 국비지원 무료교육            |

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행자 혹은 수행예정자

목 표 : 가맹점 영업전략 수립, 고객상담 전략 습득, 가맹점 손익관리를 위한 매출 및 원가관리 능력 함양

훈련내용 : 가맹 영업전략 및 손익관리

| [재직자 무료교육] FC빅데이터 상권분석(실습) |                      |      |                      |
|----------------------------|----------------------|------|----------------------|
| 기 간                        | 8월 5일(목) 10:00~19:00 | 교육장소 | 한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장) |
| 교육인원                       | 20명(선착순)             | 비 용  | 전액 무료                |

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 상권분석에 필요한 정부·공공·민간기관의 상권분석프로그램 및 사이트를 활용하여 상권분석데이터의 수집 및 분석결과 도출능력 함양

훈련내용 : 상권분석 사이트 및 프로그램 종류 및 각 지표 이해 / 상권분석 사이트 및 프로그램 활용을 통한 데이터 수집 및 상권분석 실습 등

| [재직자 무료교육] 가맹계약의 이해 |                       |      |                      |
|---------------------|-----------------------|------|----------------------|
| 기 간                 | 8월 12일(목) 10:00~19:00 | 교육장소 | 한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장) |
| 교육인원                | 20명(선착순)              | 비 용  | 국비지원 무료교육            |

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 가맹계약 체결 및 관리업무 수행자 혹은 수행예정자

목 표 : 가맹계약 작성 및 해석원칙과 계약서 필수 기재사항, 핵심 내용 학습을 통해 효과적인 가맹계약 체결 및 관리능력 함양

훈련내용 : 가맹계약 기본 / 가맹계약서 조항 별 검토 / 가맹계약서 작성 실무 등

| [재직자 무료교육] 가맹점 위생 및 안전관리 |                       |      |                      |
|--------------------------|-----------------------|------|----------------------|
| 기 간                      | 8월 19일(목) 10:00~19:00 | 교육장소 | 한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장) |
| 교육인원                     | 20명(선착순)              | 비 용  | 국비지원 무료교육            |

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 외식운영 관리분야 업무수행자 혹은 수행예정자

목 표 : 식자재 위생관리, 시설물 위생관리능력을 통한 가맹점 생산성 향상 및 재해예방, 손실 관리능력 함양

훈련내용 : 식자재 위생안전관리 / 시설물 위생안전관리 등

## 2021.02.27~2021.05.20 신규회원 현황

| 구분   | 업체명         | 브랜드명        | 업종   | 대표자 | 가입일                 |
|------|-------------|-------------|------|-----|---------------------|
| 정회원  | 주식회사 비온탑    | 비온탑스터디카페    | 서비스업 | 김영희 | 2021.03.05.         |
|      | 주식회사 저스트쿠킹  | 저스트텐동       | 외식업  | 이다원 | 2021.03.08.         |
|      | 안스파워        | 일온스         | 외식업  | 안성혜 | 2021.03.20.         |
|      | (주)지에프케이    | 공유주방1번가     | 서비스업 | 최영  | 2021.03.23.         |
|      | 주식회사 라산그룹   | 신이내린달, 대한식당 | 외식업  | 최봉민 | 2021.03.24          |
|      | (주)쿠치나코리아   | 피자쿠치나       | 외식업  | 황성원 | 2021.03.25.         |
|      | (주)진심코리아    | 더치앤빈        | 외식업  | 이주성 | 2021.03.29          |
|      | 맘스터치앤컴퍼니    | 맘스터치        | 외식업  | 이병윤 | 2021.03.31.         |
|      | 주식회사 등      | 가치씨 교환마켓    | 서비스업 | 박용석 | 2021.04.02.         |
|      | (주)바오밥아이앤씨  | 바오밥, 광부맥주   | 외식업  | 최진우 | 2021.04.05.         |
|      | (주)올림엔터프라이즈 | 마선생마약국밥     | 외식업  | 안지수 | 2021.04.13.         |
|      | (주)심플맨      | 백채김치찌개      | 외식업  | 박병진 | 2021.04.22.         |
|      | (주)아연푸드     | 청춘꼬마김밥&떡볶이  | 외식업  | 장아연 | 2021.04.27.         |
|      | (주)웰푸드컴퍼니   | 곱분이곱창       | 외식업  | 홍승희 | 2021.05.14.         |
| 협력회원 | 이동주조1957(주) | -           | 도소매업 | 이종미 | 2021.03.23.         |
|      | 주방마을        | -           | 도소매업 | 여우현 | 2021.04.15.         |
|      | (주)브이티코스메틱  | -           | 도소매업 | 정철  | 2021.04.22.         |
|      | (주)송림푸드     | -           | 제조업  | 박세종 | 2021.05.01<br>(재가입) |
|      | (주)에이스로보테크  | -           | 제조업  | 김남빈 | 2021.05.10.         |
|      | 주식회사 정진푸드   | -           | 도소매업 | 심정훈 | 2021.05.12.         |



## 한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

### 전 문

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

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

### I. 기본강령

#### 1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

#### 2. 신뢰와 협동

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

#### 3. 공정한 경쟁과 거래

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

#### 4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

#### 5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

### II. 행동지침

#### 1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

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

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

#### 2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.

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

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

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

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

#### 3. 공정한 경쟁과 거래

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

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

#### 4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

#### 5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

### III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

# 착한 K-프랜차이즈는 <sup>자리</sup>일·<sup>생</sup>상이다

## 한국프랜차이즈산업협회는

### ‘착한 프랜차이즈’ 운동을 선도합니다.

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

### ‘K-프랜차이즈’의 우수성을 널리 알립니다.

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

### 일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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



# 한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택 1

## 프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 프랜차이즈 산업인의 권익 대변

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

혜택 2

## 성공 창업의 요람! 국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급

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

혜택 3

## 해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 해외진출 사업지원 지원

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

혜택 4

## 프랜차이즈 전문가를 향한 프랜차이즈 정부무료교육 외

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

혜택 5

## 가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 각종 정책 정보 제공

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

혜택 6

## 최고경영자(CEO)대상 윤리준수교육 프로그램

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

혜택 7

## 학사 및 석사 학위 과정 장학금 혜택

경희사이버대학교 전학과, 서울디지털대학교 전 학과, 세종사이버대학교 전 학과,  
단국대학교 경영대학원 물류유통, 가천대학교 경영대학원 글로벌프랜차이즈,  
세종대학교 경영전문대학원 프랜차이즈 경영 등  
기타 최고위 과정의 장학 혜택이 있습니다.

혜택 8

## CEO포럼, 법률 세미나 등 포럼·세미나 행사 참가

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

혜택 9

## 새로운 홍보 플랫폼 홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보

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

혜택 10

## 300명 수용 가능한 협회 교육장 임대 할인 혜택

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

혜택 11

## 각종 규제 개선 건의 대정부 정책 건의

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

혜택 12

## 회원사 대상 복지 서비스 꽃배달, 렌탈몰·스토어케어, 안심폐업보험

협회 회원사 꽃배달 할인, '가맹점 비용 절감' 렌탈몰, '창업 리스크 경감'  
DB손해보험 가맹점 안심폐업보험, 점포 관리 서비스 제공 '스토어케어' 등  
회원사 복지 혜택을 이용하실 수 있습니다.

혜택 13

## 프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 다양한 친목 프로그램 참가

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

혜택 14

## 한국프랜차이즈산업협회 회원사를 위한 종합검진 할인 혜택

협회 회원사 건강지킴 캠페인의 일환으로  
서울아산병원 건강증진센터에서 특별혜택을 제공합니다.

혜택 15

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

프랜차이즈산업인들의 현장 및 활동상을 탐사 기획하고 산업에 대한 정책 수립에  
대응하며, 유기적인 소통의 장으로 회원사를 널리 알리고 있는 공식 협회지  
월간 프랜차이즈월드 잡지 무료 구독 특별혜택을 제공합니다.

혜택 16

## 문자 메시지, SNS 등을 통한 업계 최신 뉴스·소식 안내

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

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

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

# 회원가입 신청서

## 신청인정보

☐ 정회원

☐ 협력회원

|                              |                   |       |         |                                                                                                      |                                                                                                          |
|------------------------------|-------------------|-------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 사 진<br>(3cmX4cm)             | 회 사 명             |       |         | 전 화 번 호                                                                                              |                                                                                                          |
|                              | 브 랜 드 명           |       |         | 휴 대 전 화<br>(대표자)                                                                                     |                                                                                                          |
|                              | 대 표 자 명           |       |         | 팩 스                                                                                                  |                                                                                                          |
|                              | 대 표 자<br>(주민등록번호) |       |         | 이 메 일<br>(대표자)                                                                                       |                                                                                                          |
| 회 사 주 소                      |                   |       |         |                                                                                                      |                                                                                                          |
| 홈 페이지                        |                   |       |         | 업 종                                                                                                  |                                                                                                          |
| 담당 직원                        | 이름 :              | Tel : | 가 입 경 로 | <input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인(     ) <input type="checkbox"/> 기타(     ) |                                                                                                          |
|                              |                   |       |         |                                                                                                      |                                                                                                          |
| 계 작 정보                       |                   |       |         | <input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장                                          | 출 금 일 자     매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일 |
| 회 사 명                        |                   |       |         | 계 좌 번 호                                                                                              |                                                                                                          |
| 대 표 자 명                      |                   |       |         | 주민등록번호<br>(사업자등록번호)                                                                                  |                                                                                                          |
| 월 납 입 액     금     원 (₩     ) |                   |       |         | 협 회 계 작 번 호     국민은행 644837-04-001180<br>* 외환은행 630-008754-827<br>예금주: 한국프랜차이즈산업협회                   |                                                                                                          |

## 【CMS 출금이체 약관】

- 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오.
- 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정서의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다.
- 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다.
- 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다.
- 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되어지며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다.
- 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다.
- 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금기로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정기로 합니다.
- 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다.
- 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다.
- 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다.

## 【금융거래정보의 제공 동의서】

본 신청과 관련하여 본인은 다음 금융거래정보(거래은행명, 계좌번호)를 출금이체의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지신청하는 시점까지 상기 수납기관에 제공하는 것에 대하여 「금융실명거래 및 비밀보장에 관한 긴급제정경계명령」의 규정에 따라 동의합니다.

## 【개인정보의 제공 동의서】

위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국 프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.

모든 약관동의 (☐ 동의 / ☐ 미 동의 )

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

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

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

신청일자    202    년    월    일

회 사 명 :

대 표 자 :

(인)





프랜차이즈월드  
Franchise  
WORLD

## 정기구독 안내

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

### 구독료 안내

값: 1권 10,000원 / (주)KFN에드콤/ 입금계좌: 하나은행 389-910002-30504  
전화 (02)556-7889, 팩스 (02)556-5281로 받으실 주소를 알려주십시오.

### 광고단가 안내

\*연 5회 계약시 1회 서비스 (VAT 별도)

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

### 광고, 콘텐츠, 구독 제한

\*광고료 부가세별도

#### 프랜차이즈월드

- 광고 1P 기본 200만원(내지): 연5회 계약시 1회 서비스
- 콘텐츠 2P + 광고 1p: 300만원
- 광고진행시 포털 (네이버, 다음)에 월1회 기사 게재

#### 한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

#### 창업도 온라인 광고

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

창업도,

- 누적 조회수: 310만명
- 월간 조회수: 12만명
- 프랜차이즈 7,200 브랜드 순위 검색 사이트

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.



종합광고대행사 **KFN에드콤** ☎02.556.7889

국가대표 식품자동포장기  
Enterpack®



깔끔하게!  
안전하게!  
편리하게!

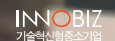
식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!



대표번호 031-434-9020

www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인



www.enterline.com