

? 창업박람회, 다 똑같은가요?

대한민국 최대규모 창업상담 박람회

가맹사업 확장을 위한 최고의 방법

IFS 프랜차이즈 창업박람회

2023-24년 참가업체 모집중

IFS는 귀사의 성과를 위해 차별화된 솔루션을 제공합니다.

자세한 사항은 지금 바로 문의주세요!

서울
하반기

23년 10월 5일 - 7일
COEX

서울
상반기

24년 3월 21일 - 23일
COEX

T. 02-561-6172 E. info@ifskorea.co.kr H. www.ifskorea.co.kr

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Franchise WORLD

Vol.62 2023



Cover Story

K-프랜차이즈, 세계를 향해 날다

해외공략 20년...문화선호도·식재료 공급 관련

되살아나는 필수물품·차액가맹금 규제 강화

“가맹사업 근간 흔들 수 있어”

Special Report

상생프랜차이즈 인증제 법제화해야

제11기 KFCEO 과정 수료식

협회 임원연찬회의·패밀리데이 개최

워킹홀리데이 확대로 외식 인력부족 해결하자

People & Company

서경노 코리아렌드리 대표

우광식 한마음정육식당 대표

김동섭 하이돈푸드시스템 대표



franchise *buffet*



먹고싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨

Sushi-Roll & Salad Bar

정성 가득히 늘 최선을 다하는 쿠우쿠우 입니다.

고객센터/가맹문의 1577-4841



프랜차이즈 산업 혁신 리더 양성 제 12기 KFCEO 과정 모집

한국프랜차이즈산업협회 공식 CEO 교육

23. 09.04 ~ 12.04 (14주 과정)

※ 매주 월요일 15:00 ~ 18:00

전국경제인연합회 컨퍼런스센터 (서울 여의도 소재)



교육비용

400만원 (부가세 별도)

- * 10% 할인 : 회원사 추천자, 2인 이상 등록자
- * 20% 할인 : KFA회원사(중앙회, 지회), 프랜차이즈 최고전문가과정 수료자, 연세대학교 프랜차이즈 CEO과정 수료자
- * 50% 할인 : KFCEO 교육과정 동문 중 재수강자

교육대상

- 중견 및 신생 프랜차이즈 기업의 CEO 및 임원
- 프랜차이즈 산업에 관심 있는 기업인 및 일반인
- KFCEO 교육과정 동문 중 재수강 희망자 등

혜택/특전

- 한국프랜차이즈산업협회 지원사업 우선 참여 기회 제공
- 협회가입 및 각종 프로그램 할인 혜택
- 멘토제 도입을 통한 개별 코칭 기회 제공
- 교육생 상호간 친목 활동 (골프, 등산, 원우사 탐방, 총동문회 활동 등)

과정특징

- CEO 토크쇼
국내 대표 프랜차이즈 CEO들과 함께하는 토크쇼
- 현장연수
프랜차이즈 현장을 찾아서 벤치마킹하는 현장 세미나
- 코칭과 멘토링
전문가 및 협회 임원들이 참여하는 원우 멘토링과 코칭
- 원우활동 지원
원우들의 사업소개와 홍보 활동
- CEO 교류
협회, 총동문회 행사 초대 및 CEO 교류 활동



교육문의

이경희 주임교수 : 010-3785-8406
협회 교육사업팀 유태이 : 070-7919-4157

교육일정

교육기간	2023년 9월 13일 ~ 2023년 12월 13일 (42기)
교육일시	매주 수요일 15:00 ~ 18:00
교육장소	연세대학교 신촌캠퍼스 상남경영원

모집요강

모집정원	60명 내외
모집대상	1) 제조, 유통, 외식 및 서비스업의 CEO 및 임원 2) 프랜차이즈 본사 및 가맹점 대표 3) 프랜차이즈 창업 희망자
전형방법	온라인 원서접수를 통한 수강능력 심사 후 선착순 입학
원서접수	상남경영원 웹사이트(https://sim.yonsei.ac.kr/)에서 입학지원서 작성
제출서류	1) 입학지원서 (상남경영원 웹사이트 소정양식) 2) 재직증명서 (대표자는 사업자등록증) 1부 * 회사에서 교육비를 지원하는 경우 재직증명서 제출 생략 가능
합격발표	입학지원서 상에 기재된 이메일로 개별 통보
등록금	4,500,000원 (부가세 없음, 총동문회 입회비 포함) - 교재, 간식, 주차, 간담회 등 학사 운영비 일체 포함 - 계좌이체만 가능 (우리은행 126-000091-18-322 (학)연세대학교) - 계산서 발급 가능 (홈페이지에서 계산서 신청서 작성)
문의처	Tel : 02-2123-4266 E-mail : songlim@yonsei.ac.kr Website : https://sim.yonsei.ac.kr/

당신만의 특별한 디자인
내가 원하는 스타일리시한 디자인으로 '카페창업'하다

CREM
CRAFTED FOR EVERY TASTE



2022 코리아 내셔널 바리스타 챔피언십 1위
'디폴트밸류 신장호 바리스타'



▲ B타입_블랙_다이얼



▲ C타입_화이트_레버

EX3
Modular by design

DESIGN AWARD 2020
red dot winner 2020
2020 IF 디자인 어워드 수상
2020 레드닷 디자인 어워드 수상
2020 골드 엘타 ADI 어워드 수상

프랜차이즈
카페 창업

(주)에이덴은 딜러사, 지사, 프랜차이즈 등, 약 800여 개 협력사와 함께 성장해 나가고 있는 국내 최고의 커피 머신 수입 회사입니다. 카페 플랜트 관련 기기 및 기구를 유통하는 토탈 카페 솔루션 시스템을 지향하고 있습니다.





(주)아르푸 대표 황은주

아르푸가구는 2000년에 설립한 주문제작 가구 전문 회사 KTA그룹의 브랜드입니다.

KTA그룹은 한국T.A 운영을 기반으로 (주)티오피퍼니처, 국내 및 해외에 직영공장(생산시설)을 갖추고 있어 최소한의 시간 내에 완성도 높은 제품을 제공하며 합리적인 가격, 체계적인 품질관리가 가능합니다. 직영매장 아르푸를 통해 직접적인 소통으로 고객의 니즈를 파악하고 고객의 요구를 즉시 반영합니다.

/ 사업분야

- 창업가구 | 프랜차이즈 · 레스토랑 · 식당 · 호프&펍 · 카페 · 스터디카페
- 숙박가구 | 호텔 · 모텔 · 펜션 · 리조트 · 요양시설 · 게스트하우스
- 사무가구 | 사무실 · 중역실 · 회의실 · 접견실 · 강당 · 휴게실 · 탕비실
- 설계가구 | 관공서 · 전시장 · 도서관 · 홍보관 · 컨벤션 · 교육/의료시설
- 가정용가구 | 거실가구 · 침실가구 · 주방가구 · 홈카페 · 홈오피스 · 소품 등

/ 아르푸 서비스



01 업계 최고 전문 상담원 배치로 믿을 수 있는 상담



02 20여년 경력의 국내 제조 공장 보유로 누구보다 빠르게 제조 및 납품 가능



03 가장 중요한 사후 관리 또한 확실하게

ONE STOP SYSTEM



/ 아르푸가구 납품현장



이여곰탕



먹보한우



아비꼬



더벤티



달콤커피



카페온화



홀릭 스터디카페



서울대학교

자담치킨, 대한민국 6% 자부심을 담다

자담치킨은 대한민국 6%밖에 없는 동물복지인증 닭으로 만드니까

자담치킨 연속모델 조정석



모방할 수 없는 최고의 재료로 빚어낸 명품 치킨!



동물복지 닭

동물복지 인증농장에서 건강하고 인도적으로 생산한 육계사용 (일부 제품 제외)



웰빙피클무

빙초산 NO! 시카린 NO! 깨끗하고 건강한 자연의 맛만 담은 국내 최초 치킨용 피클무



히말라야 핑크슬트

청정하기로 소문난 히말라야 핑크 슬트 염지



프리미엄 전용유

카놀리우에 고올레산 해바라기유를 혼합하여 더 고소하고 바삭한 프리미엄 전용유



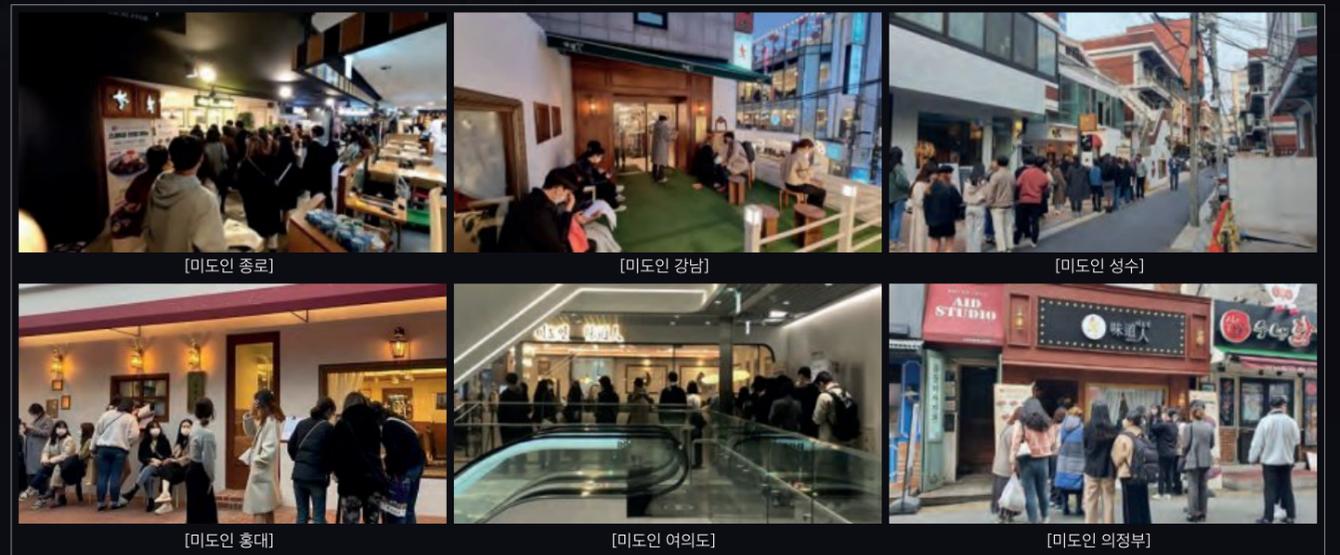
아이큐 파우더

아몬드, 땅콩, 밤, 단호박, 카카오닙스, 햄프시드, 검은콩, 현미 등의 견과류와 곡물로 만들어 건강에 좋은 아이큐 파우더



미식 기행, 답을 찾다 ...

점포별 매장전경



[미도인 종로]

[미도인 강남]

[미도인 성수]

[미도인 홍대]

[미도인 여의도]

[미도인 의정부]



진짜 1인피자 피자먹다

2023 올해의 브랜드파워 1위 수상



〈태국 마스터프랜차이즈 체결〉



〈싱가폴&말레이시아 마스터프랜차이즈 체결〉

이것이 진짜 1인피자 클래스!

줄서서 먹는 진짜 1인피자



피자먹다

창업문의 02)354-2021

www.eatpizza.co.kr

- ISO 인증 KS Q ISO 9001:2015
- FSC® 인증 FSC®C183728

설계부터 디자인까지! 맞춤박스 전문 업체!

박스의 모든 것은 대일로부터!



카톤박스, 칼라박스,
각종 디자인박스

종이 쇼핑백, 종이 식품용기, 종이 봉투,
보냉 상자, 종이 완충재, 종이 테이프



카톤박스 / 칼라박스
공장직영

하남공장 : 고골로 242길 26-7(향동)

디자인 개발 및 박스 제작시스템 완비로
신속하게 샘플제작 가능합니다.



상담



설계/디자인 개발



출력(칼라인쇄)



(유,무) 라미코팅



컷팅(통슨)



칼라박스 T. 02-465-8312
카톤박스 T. 031-793-5581

(주)대일이엔피
DAE-IL Education & Package

경기도 하남시 조정대로45 미사센텀비즈 F 312호



The mark of responsible forestry
우리는 FSC® 인증기업입니다.

더 특별한 프리미엄 수제패티 SG버거가 나타났다!



SG 버거 3,800원



전속모델
이승기

피넛슈가볼 (3P)
3,000원

후라이드 아이스볼
(플레인/초코 - 2P)
4,900원



SG불고기버거 3,800원

SG 수제 패티 위에 불고기 특제 소스로
깊은 육향을 느낄 수 있는 버거

SG크림치즈버거 4,800원

크리미한 화이트 치즈 소스와 훈연된 베이컨으로
풍미를 더한 크림치즈버거

※상기 이미지는 실제 제품과 다를 수 있습니다.

창업문의 | 080-868-3355



2021 중소기업 혁신
대통령 표창
수상



가맹점 180호점 돌파! 성공 창업은 33떡볶이와 함께



★신메뉴 출시!
해망떡, 돈까스덮밥, 닭갈비덮밥



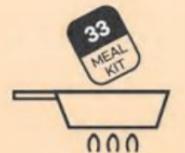
자체 공장 보유
업계 최저 원가율



고마김밥 판매
객단가 UP



지속적인
신메뉴 개발 연구



밀키트 판매
부가 수익 창출

오픈 매장 및 예정 매장 (2022년 10월 기준)

당진우두점, 수원능실마을점, 운정가람마을점, 단국대학생회관점,
동탄영천점, 대전송촌점, 김해진영점, 강동천일점, 이천마장점
관악2호점, 성신여대점, 구미옥계산동점, 대구대현점, 수영점



HACCP 인증을 받은 모기업 (주)산돌식품은 20년 이상 웰빙푸드를 연구 및 제조하는 인정받은 대한민국 최고의 중견 식품기업입니다

소비자 건강 중심의 커피·음료업체 경영전략 세미나

건강한 삶을 추구하는 소비자들의 관심은 더욱 커져만 가고 있습니다. 특히 즐거운 건강관리를 지향하는 '헬시플레저(Healthy Pleasure) 트렌드'에 따라 저당, 저염, 저칼로리 음식과 영양성분 표시정보를 찾는 소비자들도 증가하고 있습니다.

프랜차이즈산업연구원과 한국프랜차이즈산업협회는 매출감소로 어려움을 겪고 있는 커피음료 업체들에게 위기를 넘어 새로운 도약을 위한 방안을 제시하는 세미나를 개최합니다. 많은 참석 부탁드립니다.

● 행사 개요

- 일시 : 2023년 9월 6일 (수) 오후 13시~15시
- 장소 : KTX 서울역 대회의실 4층

● 참가비용

- 무료
- 강의안 무료 제공

● 문의 및 신청

프랜차이즈산업연구원(www.ifis.co.kr)

- 담당자 : 김윤서 팀장
- 전화 : 02)2233-4750
- 팩스 : 02)2233-8985
- E-mail : sophiaysk@kyonggi.ac.kr

● 한국프랜차이즈산업협회(www.ikfa.co.kr)

- 담당자 : 이준호 사원
- 전화 : 02-3471-8135
- 팩스 : (02)-3471-8139
- E-mail : jhlee@ikfa.or.kr

홈페이지 (www.ifis.co.kr 또는 www.ikfa.co.kr)에서 신청서를 다운로드하여 작성 후 메일 또는 팩스로 접수

▣ 일정

시 간	주 제	내 용
13:30~14:00	등록	현장등록
14:00~15:30	소비자 건강 중심의 커피·음료업 환경 변화와 트렌드	- 소비자 건강 중심의 커피·음료업 환경변화 - 외식업의 자율적인 영양표시 현황조사결과 - 소비자 건강 중심의 커피·음료업 경영전략
15:30~15:40	BREAK TIME	
15:40~16:10	커피·음료업 안전과 위생 관련 법률환경과 제도	- 커피·음료업의 안전과 위생 관련 법률과 제도 - 커피·음료업 관련 다양한 인증제도와 절차
16:10~17:00	커피·음료업의 영양성분 표시방법과 우수사례	- 커피·음료업종의 영양성분 분석 및 표시방법 - 커피·음료업종의 영양성분 표시 우수사례
17:00	폐회	

제49기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 모집합니다!

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



모집 요강 * 교육비용 : 150만원(VAT포함)

교육기간

2023년 9월 23일 ~ 2023년 12월 2일 (10주)

교육시간

매주 토요일 13:00 ~ 18:00 (5H)

교육대상

- ◆ 가맹본부의 슈퍼바이저 및 임직원
- ◆ 매장매니저 및 개인 매장 운영자
- ◆ 소규모 프랜차이즈 가맹점 운영자
- ◆ 가맹본부 취업 희망자 등

교육장소

프랜차이즈산업연구원 강의실 (논현역 6번출구)

모듈 과목

- Module I 슈퍼바이징과 가맹사업법에 대한 이해
- Module II 가맹점 진단 및 관리
- Module III 가맹점 매출 및 이익증대 스킬
- Module IV 평가시험 및 팀별 발표와 토의

과정 특전

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

과정 진행



입학식



조별과제 토론



조별과제 발표



수료식

인덕션 스페셜리스트! 제이쿡입니다.

고급스러운 디자인에 압도적 기술력을 더한
프리미엄 인덕션으로 당신의 주방을 바꿔드립니다.

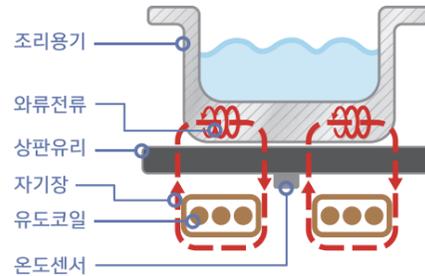


The Noeul Life
노을 라이프
1688-4405

인덕션. 왜 제이쿡일까요?

연구/기술 선두주자

- ▶ 빠른 스피드의 조리를 완성하는 고화력 인덕션
- ▶ 큰 사이즈의 식기도 커버하는 넉넉함
- ▶ 8단계 화력조절로 미세한 컨트롤
- ▶ 충격과 굽힘에 강한 견고한 글라스



친환경/ 고객지향

- 높은 열효율
- 연료비 절감
- 유해가스 배출 No
- 음식맛 향상
- 안전한 주방
- 위생적 주방

전문 컨설턴트 팀

다 똑같은 인덕션이 아닙니다. 업종, 메뉴, 공간 등을 모두 고려해 최적의 인덕션을 찾아야 합니다. 제이쿡은 다년간의 노하우를 보유한 전문 컨설턴트팀이 함께합니다.



길경석 컨설턴트
김상훈 컨설턴트
전종운 컨설턴트

스마트 인덕션

+ 사용자 중심 설계



사용자의 취향과 인테리어 공간에 맞게 색상과 디자인을 커스텀해 진정으로 나만의 주방을 만들어 드립니다.

+ 스마트한 인덕션 컨트롤



스마트폰으로 인덕션의 작동 여부나 상태를 실시간으로 모니터링할 수 있으며, 60가지의 자동 메뉴를 통해 완성도 높은 요리를 손쉽게 만들 수 있습니다.

맞춤 인덕션



손님의 만족도를 최상으로!

객장용



주방운영 시스템을 극대화!

주방용



산업현장 고민 해결사!

산업용

이별의 아픔
노을라이프가
함께 나누겠습니다.

The Letter from President

019 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

021 이진창 발행인 인사말

Cover Story

022 K-프랜차이즈, 세계를 향해 날다
 해외공략 20년...문화선호도·식재료 공급 관건

030 되살아나는 필수물품·차액가맹금 규제 강화...
 "가맹사업 근간 흔들 수 있어"

Special Report

036 제24회 한국프랜차이즈 산업발전 유공
 2023년 빛낸 최고의 우수·유망 프랜차이즈 브랜드 가린다

037 프랜차이즈 정보를 한눈에!
 프랜차이즈 종합지원시스템...홍보부터 상권분석·교육 등 다양

038 제11기 KFCEO 과정 수료식

042 협회 임원연찬회의·패밀리데이 개최
 "화합과 소통으로 프랜차이즈 업계 재도약"

044 [정책제언] 워킹홀리데이 확대로 외식 인력부족 해결하자

046 [경영이슈] 높아진 최저임금에 식재료비 "한숨만"

048 한국프랜차이즈학회, 인공지능 관련 춘계학술대회 개최

050 한국프랜차이즈협회-권철승 의원 정책토론회

052 모바일 상품권 대토론회 개최
 "가맹본부 기프트콘 수수료 부담...핵심은 높은 수수료"

Hot Issue

054 농산물 온라인 도매시장 12월 본격 출범

056 한국프랜차이즈협회, 서울시교육청과 조리협동로봇 개발

057 여름철 에너지 절약 '높이고 끄고 뽑아요!'

058 [기고] 예상매출액 믿었는데...가맹계약 중도해지위약금
 가맹점주가 전부 부담해야 할까?



오늘도
김가네

같은 음식이라도, 담아내는
진실한 마음은 모두가 다릅니다.

· 2021년 신메뉴, 치킨마요덮밥 ·



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

www.gimgane.co.kr
 가맹문의 T. 1588-7187

Organ News

- 060 서울특별시, 지난해 프랜차이즈 브랜드 줄고, 가맹점은 늘어
- 061 공정거래위원회, 가맹사업법 시행령 개정안 입법예고
- 062 대검, 물가 인상 카르텔 엄단... 불공정 담합행위 집중단속
- 063 식품의약품안전처, 아시아요리 배달음식점 위생점검

People & Company

- 064 서경노 코리아렌드리 대표
- 068 우광식 한마음정육식당 대표
- 069 김동섭 하이돈푸드시스템 대표

Guide Post

- 078 기업가형 소상공인 생태계 조성하려면-①

Association News

- 084 정현식 협회장, '1회용품 제로 챌린지' 동참
- 085 협회 분과위, 무더위 속 뜨거운 열기로 단합과 소통 강화
- 086 협회·이마트24, 회원사 물류 공동화 지원설명회 개최 외
- 087 제41기 연세대 프랜차이즈 CEO 과정 수료식 외
- 088 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 070 컨설팅 - 이경희
브랜드 몸값을 결정하는 핵심 요소
- 070 마케팅 - 장재남
외식업체의 자율적인 영양표시
- 074 법률 - 김선진
라이선스계약과 프랜차이즈, 선택은
- 076 세무 - 최인용
가맹비 면제 함부로 하면 큰일
- 078 노무 - 이금구
고용노동부, 2023년 하반기 달라지는 것들



올바른 상생 프랜차이즈
 평가인증제로 프랜차이즈 재도약의
 뼈대를 세우자



한국프랜차이즈산업협회장
 정현식

무더위가 기승을 부리는 요즘, 프랜차이즈 창업 열기도 날로 뜨거워지고 있습니다. 창업 모델들이 더욱 세분화·고도화되고, 취업보다 창업을 택하는 세태도 확산되고 있습니다. 그러나 프랜차이즈 창업이 무조건 성공을 보장해주는 것은 아닙니다. 특히, 창업을 고민하시는 분들은 본사가 모든 것을 책임져 주는 존재가 아니라는 점을 반드시 염두에 두셔야 합니다.

최근 본사 선택의 제1 기준은 상생(相生)입니다. 그런데 상생의 개념은 사실 매우 어렵고 모호합니다. 일반인이 1만 2천개 브랜드 중에서 상생 브랜드를 골라내기란 여간 어렵지 않습니다. 통상 상생이라 하면 가맹본부가 가맹점에 해 주는 지원을 꼽습니다. '코로나19 착한 프랜차이즈' 인증 업체들이 여기에 해당합니다. 실제로 인증 조건이 가맹점 지원 내역 증빙이었습니

다. 그런데, 당시 가맹점들이 줄폐업 위기에 놓였던 상황이었습니다. 지원이 많을수록 상생 브랜드라는 공식은 이제 더 높은 곳을 향해야 하는 엔데믹 시대와는 어울리지 않습니다. 지원이 많아질수록 본사의 역력은 줄어들고 브랜드 성장에 영향을 미칠 수도 있습니다.

분쟁률과 폐점률이 낮고, 필수물품이 적고 합리적이면 상생 브랜드라는 시각도 있습니다. 그러나, 분쟁을 줄이고자 관리·지도를 소홀히 하면 통일성을 해치고 브랜드 성장을 저해할 수도 있습니다. 최근 낮은 분쟁률을 상생보다 공정으로 보는 시각도 늘고 있습니다.

소비자 관점에서 보는 시각도 있습니다. 예를 들어, 소비자들은 가격을 올리지 않는 브랜드를 착한 기업으로 꼽습니다. 반면 한 치킨 브랜드는 가격을 올렸다가 큰 지탄을 받았습니다. 이 본사는 지난해 영영업이익률이 1%대에 불과하고, 폐점률도

제로에 가깝지만 소비자들은 최악의 기업 1순위로 꼽고 있습니다.

하지만 실제로는 가격인상 대부분이 점주의 요청에 따라 이뤄 집니다. 비용인상 속에서 가격을 못 올리면 수익구조가 악화되기 때문입니다. 가격 유지는 소비자들에게 상생이지만 점주들에게는 횡포가 될 수도 있는 것입니다.

상생이란 개념은 시대와 함께 변하기도 합니다. 지나 7월 19일 권철승 의원실과 협회가 주최한 토론회에서 한석준 ㈜하이데 이터 대표는 "상생의 개념에는 성과까지 포함되어야 한다"고 주장했습니다. 창업의 목적은 수익인데 절차와 과정에만 집중하고 있다는 지적입니다. "장사가 잘 되는 것이 최고의 상생"이라는 업계의 속설이 떠오르던 순간이었습니다. 뛰어난 역량으로 가맹점 매출을 높여주는 본사도 상생 브랜드가 될 수 있는 것입니다.

살펴본 바와 같이, 상생 브랜드를 골라내기가 매우 어려운 요즘입니다. 높은 창업 수요에도 시장에서 혼란이 적지 않고, 난립하는 민간 시장들로 생계 자금을 날리는 일도 발생합니다.

올바르고 권위있는 상생 평가 체계가 산업의 중추로서 굳게 선다면, 이러한 혼란을 막고 업체들의 참여를 촉진시켜 창업 성공률 제고와 산업의 중장기적 발전을 이룰 수 있을 것입니다. 우리 협회는 정부와 상생 평가지수를 개발하고, 상생 프랜차이즈를 올바르게 평가 인증하는 인증제의 법제화를 추진하고 있습니다. 당장 티가 나는 일은 아니나, 프랜차이즈 열풍이 반짝 현상으로 끝나지 않도록 산업의 시스템을 올바로 세우는 일이 될 것입니다. 산업인 여러분들께서도 본사와 가맹점주가 진정으로 상생하는 프랜차이즈 산업으로 거듭날 수 있도록 많은 성원 부탁드립니다. **KFA**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.62
 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
	박창선	Park, Chang Seon
	홍승철	Hong, Seung Cheol
특임 기자	김동하	Kim, Dong Ha
	노승욱	No, Seung Wook
기자	박서진	Park, Seo Jin
	김은영	Kim, Eun Young
	신용희	Shin, Yong hee
	정혜연	Jeong, Hye Yeon

DESIGN

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

PHOTO

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

CORRESPONDENT

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

CONTRIBUTORS

한국창업전략연구소 소장	이경희	Lee, Gyeong Hee
프랜차이즈산업연구원 원장	장재남	Jang, Je Nam
법무법인 로투스 대표변호사	안철현	Ahn, Cheol Hyun
법무법인 헤 파트너 변호사	조은혜	Cho, Eun Hye
세무회계 성우 대표	서성우	Seo, Sung Woo
가현텍스 대표세무사	최인용	Choi, In Yong
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
 주소 서울특별시 영등포구 여의대방로 67길9 706호(여의도동, 두일빌딩)
 대표메일 kfn1991@naver.com
 광고문의 02-556-7889
 보도자료 Webhard (ID: kfn1991, PW: 1991)
 취재·구독문의 02-556-7889 (구독료 10,000원/권)
 인쇄 (주)근아인쇄
 판매대행 (주)성운도서
 등록번호 영등포, 마00070



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

프랜차이즈 도약의 시기! “나는 준비되어 있는가”



발행인
 이진창

6월 코로나 엔데믹이 선언됐지만, 여전히 자영업 시장의 어려움은 크다. 각종 원부자재 가격 인상과 배달앱 등 플랫폼 비용, 최저임금 상승에 따른 인건비 부담, 전기료, 가스비, 임차료 등도 올랐다. 여기에 대출금리까지 고공행진을 지속하면서 자영업 시장의 아우성도 크다.

이런 와중에도 프랜차이즈는 성장했다. 공정위 조사에 따르면 프랜차이즈 가맹점 수는 2021년 말 33만개로 2020년 대비 6만여개 늘었다. 프랜차이즈 브랜드 수도 1만개가 넘었다. 코로나19에 소자본, 소규모, 배달 중심의 브랜드들이 성장했다. 6월 이후에는 대형 매장의 성장세도 눈에 띈다.

하지만 여전히 발목을 잡는 요소는 많다. 소비가 여전히 회복되지 못하고 있는 상황에서 원부자재와 인건비 등 고정비용의 부담이 커져서다. 그렇다고 가격을 올리기도 만만치 않다. 결국 여기서 새로운 전략이 필요하다. 이제는 고객 눈높이에 맞서는 발 빠른 행보를 보일 때다.

그중의 하나가 자신의 브랜드를 어떻게 소비자에게 인식하도록 만드는가다. 프랜차이즈 대표들을 만나면 자신의 브랜드에 많은 애정을 가지고 있다. 브랜드를 론칭할 때부터 많은 고민과 시행착오를 거치며 완성해 나간다. 과거보다 더 많은 집중과 애정을 보인다. 좋은 현상이다.

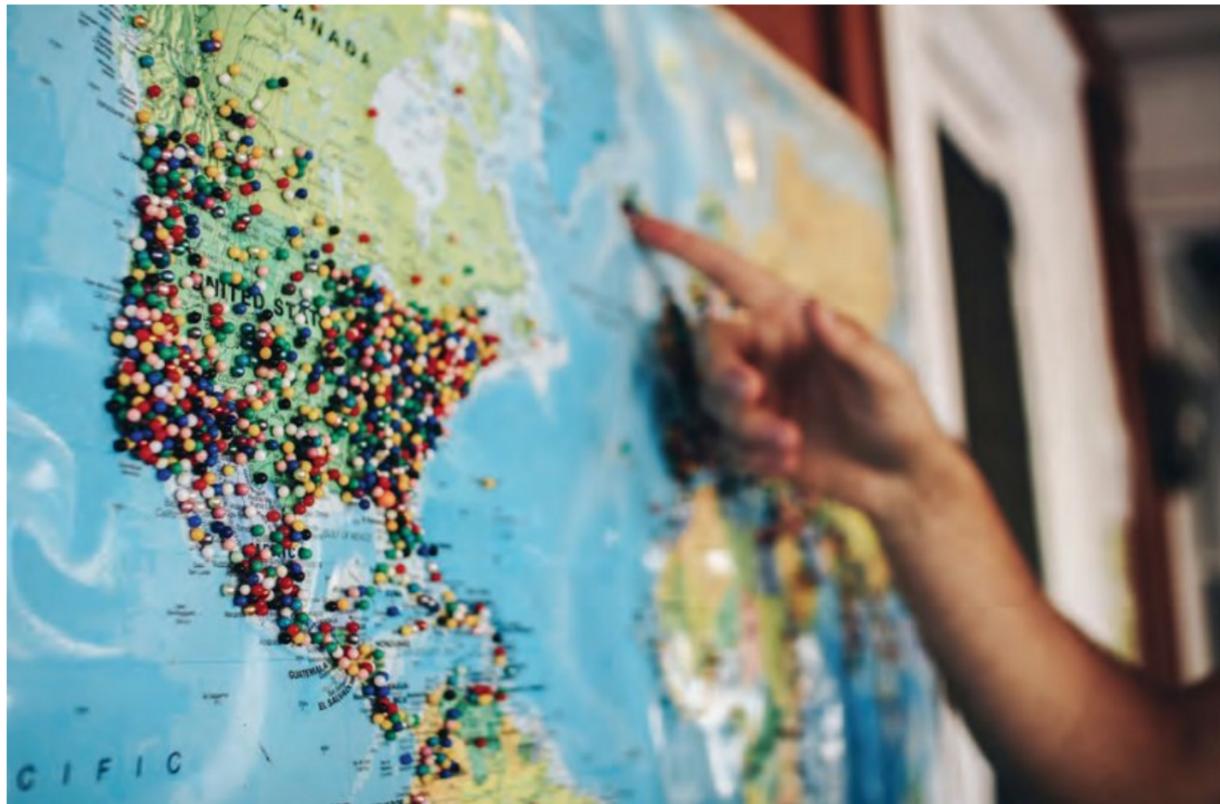
하지만 간과하고 있는게 있다. 바로 브랜딩이다. 일부 대형 프랜차이즈를 제외하고는 브랜딩에 신경을 쓰지 못하고

있다. 국내 내수를 넘어 해외시장을 넘본다면 브랜딩은 선택이 아닌 필수인데도 말이다. “브랜딩은 제품을 판매하는 것이 아니라, 신뢰를 판매하는 것입니다” 애플 창업자인 스티브 잡스의 말이다.

브랜딩은 브랜드의 이미지, 가치, 스토리 등을 고객에게 전달하는 거다. 경쟁력과 차별화뿐만 아니라 고객의 마음을 움직이는 감성적 요소가 포함된다. 가치와 철학을 전달하며 이미지와 인식을 형성시킨다. 이를 통해 고객과의 관계를 더욱 강화시킬 수 있다.

“제품은 공장에서 만들어지지만 브랜드는 마음 속에서 만들어집니다” 브랜드 디자이너이자 Landor&Fitch의 설립자 Walter Landor의 명언이다. 그는 말보르, 후지필름, 코카콜라 등의 브랜드를 브랜딩 시킨 인물이다.

프랜차이즈 업계는 최근 3~4년 동안 많은 우여곡절을 겪었다. 갈수록 심해지는 가맹본부 규제에 코로나19라는 외부적 환경도 심히 어려움을 줬다. 최근에는 고금리, 고물가에 집중호우까지 겹쳐 식자재 대란도 우려된다. 하지만 그럼에도 프랜차이즈의 성장은 국내를 넘어 해외로도 진행형이다. K-프랜차이즈의 위상도 높아지고 있다. 이럴 때일수록 나의 브랜드에 대한 준비를 더욱 철저히 해야 할 때다. “사람들은 제품을 사는 것이 아니라 브랜드를 산다” 언더아머 창시자 케빈 플랑크의 말을 이제는 다시 한번 되새겨 봐야 한다. **KFN**



K-프랜차이즈, 세계를 향해 날다

해외공략 20년...문화선호도·식재료 공급 관건

WRITE | 이 호국장

K-팝을 포함해 K-드라마, K-영화, K-푸드 등 K 열풍이 거세다. 여기에 K-프랜차이즈도 힘을 보태고 있다. 이제는 동남아시아를 넘어 미국, 유럽 등에서도 K-프랜차이즈에 손짓을 보내고 있다. 국내 프랜차이즈의 해외진출 현황과 필요한 내용, 한국프랜차이즈산업협회의 다양한 지원 내용을 정리해 봤다.

음 해는 제너시스BBQ가 해외에 진출한지 20년째 되는 해다. BBQ는 2003년 해외 시장으로 눈을 돌렸다. 처음 공략한 곳은 중국이다. 중국 현지 기업과 50:50의 합작 법인을 설립하고 상하이에 1호점을 출점했다. 여러 우여곡절을 겪던 BBQ가 해외사업이 빛을 보기 시

작한 건 2020년부터다. 그랩앤고(Grab&Go) 매장 등 국내에서의 배달·포장 노하우를 현지에 적용한 점이 주효했다. 특히 미국에서 가파른 성장세를 보였다. 미국 내 매장 수도 2019년 58개에서 2021년 101개로 증가했다. 현재 미국 내 250여개 매장을 운영하고 있다. 50개주 가운데 25개주에 진출하면서 미국 시장의 절반에 깃발을 꽂았다.



SPC(회장 허영인)의 베이커리 브랜드 파리바게뜨도 지난 1월 미국에서 100호점을 돌파하는 등 북미지역에서 글로벌 브랜드로 자리잡았다. 지난 2004년 첫 진출 후 올해 1월 가맹 100호점을 열고 130여개의 매장을 운영중이다. 하반기까지 160점의 추가 가맹 계약을 목표로 두고 있다.

지난 3월에는 캐나다 토론토에 첫 점포 '영앤쉐퍼드'점을 열며 북미지역 사업 확장에도 나섰다. 파리바게뜨는 캐나다에 연내 7개의 추가 매장을 개점하고, 2030년까지 미국, 캐나다 등 북미지역에 1000개 이상의 점포를 열겠다는 목표다.

가장 진출하기를 희망하는 국가로는 베트남, 미국, 일본이 상위권을 차지했다. 중국과 태국이 뒤를 이었다. 진출 국가 선정시 고려 요인(복수응답)으로는 현지인들의 한국 문화에 대한 선호도(31%)와 식재료 공급의 원활성(16%), 현지 외식 시장 규모(13%) 등을 많이 꼽았다.

뚜레쥬르도 2004년 미국으로 첫 해외 진출을 시도한 이후 인도네시아·베트남 등으로 거점을 넓히며 K-베이커리를 세계에 알리고 있다. 미국에서는 LA, 뉴욕, 뉴저지, 매사추세츠 등 26개 주에 진출해 핵심 상권을 중심으로 95개 점포를 운영 중이다.

인도네시아에도 2011년 진출해 수도 자카르타를 비롯한 주요 도시에 52개 매장을 운영하고 있다. 인도네시아에서 프리미엄 베이커리로 포지셔닝한 점이 주효했다. 중산층이 증가

하며 프리미엄 시장이 급성장한 점, MZ세대가 인구의 절반 이상일 정도로 젊은 시장인 점 등이 이점이다. 2007년 처음 진출한 이후 38개 매장을 운영중인 베트남에서도 프리미엄 시장을 선도하고 있다.

코로나19 이후 진출 급증

사)한국프랜차이즈산업협회가 제공한 국내 외식 브랜드의 해외진출 현황 자료에 따르면 2020년 현재 해외진출 기업은 134개, 해외에서 운영 중인 매장은 3722개다. 지금까지 가장 많은 진출을 기록했던 2017년의 진출 기업 193개와 매장 수 6001개에 비해 진출 기업은 59개, 운영 매장은 2279개나 줄었다.

하지만 코로나19 이후 상황은 달라졌다. K 열풍이 세계를 휩쓸면서 한식에 대한 외국인 선호도가 높아졌다. 한식진흥원이 밝힌 '해외 한식 소비자 조사'에 따르면 한식을 접해본 국가 응답 비율은 동남아시아(88.3%), 동북아시아(81.2%), 북미(64.5%), 오세아니아·중남미·중동(52.3%), 유럽(50.8%) 순으로 많았다. 특히 동남아시아는 한식에 대한 인지도뿐만 아니라 취식 빈도도 가장 높은 지역으로 나타났다. 한식을 취식한 외국인의 만족도는 매우 높았다. 한식을 경험한 외국인의 94.2%는 만족한 것으로 집계됐다. 취식 빈도는 1개월에 1회가 24.3%로 가장 많았다.

그렇다면 외식 브랜드들은 어느 나라에 진출하고 싶어할까. 한국농수산식품유통공사(aT)의 '2022 외식기업 해외진출 실태조사' 보고서에 따르면 가장 진출하기를 희망하는 국가로는 베트남, 미국, 일본이 상위권을 차지했다. 중국과 태국이 뒤를 이었다.

진출 국가 선정시 고려 요인(복수응답)으로는 현지인들의 한국 문화에 대한 선호도(31%)와 식재료 공급의 원활성(16%), 현지 외식 시장 규모(13%) 등을 많이 꼽았다. 교민의 현지 진출 현황(11%)이나 지리적 접근성(10%)은 상대적으로 적었다. 과거처럼 한국 교민을 대상으로 하지 않고 현지인들을 주요 고객층으로 접근하는 사례가 늘고 있다는 것으로 분석됐다.



“해외진출시 지식재산권 확보는 필수”

외식기업 해외진출 활성화 워크숍 개최...글로벌 맛집 도약

WRITE | 이 호국장

“지금은 외식기업도 글로벌 시대다. 해외진출을 위한 기본 준비를 갖춰야 하고 방법에 대해 고찰해야 한다” 프랜차이즈 외식기업을 위한 해외진출 워크숍이 열렸다. 한국프랜차이즈산업협회와 농림축산식품부, 한국농수산식품유통공사는 6월 22일 at센터 3층에서 실무관련 전문가 강연과 우수기업 사례 공유 및 토론회를 가졌다.

이 날 박원휴 체인정보 대표는 ‘해외진출 기본준비 및 유의사항’ 강연에서 홈(웹, 앱)페이지의 글로벌 대응, 해외 사업안내서, 사업제안용 홍보 동영상, 심층상담시 지식재산권 확보 등을 강조했다.

박 대표는 “현재 국내 외식기업의 홈페이지는 국내 가맹점 모집 구성이 태반”이라며 “해외 파트너들이 궁금해 하는

사안 해소와 파트너 제안 내용을 담아야 한다”고 강조했다. 또 해외 사업안내서에는 회사 소개서가 아닌 브랜드 소개 내용이 담겨 있어야 하며, 20페이지 내로 구성해 용량을 가볍게 해야 한다고 전했다. 페이지가 많거나 다수의 파일인 경우 전달이 어렵다고 덧붙였다.

홍보 동영상은 슷폼, 짤 시대에 맞게 3~5분 내 메뉴나 인테

리어, 국내외 전개 실적 위주로 핵심만 구성해야 한다고 강연했다. 유튜브나 자체 동영상 주소 링크로 전달도 용이해야 한다. 지식재산권 확보는 다 국가에 출원이 용이하도록 영문 대표 브랜드 네이밍이 필요하다.

마스터 줄고, 국제 가맹점 증가

해외진출 방법에 대해서는 마스터 프랜차이즈 형태보다는 국제 가맹점 진출이 증가하고 있다고 분석했다. 농식품부 실태조사에 따르면 현재 마스터 프랜차이즈 형태는 48.5%로 가장 높다. 하지만 매년 감소 추세다. 반면 국제 가맹점 진출은 전년도 대비 11.6%p 증가한 35.9%로 나타났다. 따라서 현지 사정과 협업 기업에 따라 형태를 선택하는게 필요하다.

국제 가맹점은 개인이나 현지 교민에 의한 문의가 많다는 점은 장점이지만, 매뉴얼 무시가 많고, 가맹금 수입과 로열티 납부가 적고 제대로 관리되지 않는다는 단점이 있다.

지식재산권 관리에 대해서는 권오희 특허청 국장의 강연이 있었다. 권 국장은 해외진출 시 꼭 알아야 할 지식재산권 관리로 영업비밀 침해와 업무상 배임, 상표와 상호, 확인대상디자인이 등록디자인을 침해한 것인지의 여부 등에 대해 설명했다.

“마스터 프랜차이즈 형태는 48.5%로 가장 높다. 하지만 매년 감소 추세다. 반면 국제 가맹점 진출은 전년도 대비 11.6%p 증가한 35.9%로 나타났다. 따라서 현지 사정과 협업 기업에 따라 형태를 선택하는게 필요하다.”

결작떡볶이치킨, 중심상권 쇼핑몰 입점 전략

해외진출 우수기업 사례 공유 및 토론회에는 김복미 결작떡볶이치킨 대표와 오몽석 불막열삼 대표, 박종민 굽네치킨 본부장이 성공 사례에 대해 이야기했다. 이들은 ‘현지 정보 부족 및 현지화의 어려움’, ‘수출통관 검역의 어려움’, ‘현지 파트너 선정 및 유통물류 문제’ 등에 대해 논의했다.

결작떡볶이치킨은 2020년 3월 태국 방콕에 1호점을 오픈한 이후 2023년 4개점 오픈이 예정돼 있다. 또 2021년 12월 호주에도 진출했다. 올해 2개점 오픈 예정이다. 결작떡볶이치킨의 성공전략에 대해 김복미 대표는 “현지 지역 내 중심상권 대형 쇼핑몰 입점 전략을 구축했다”고 전했다.



외식기업 해외진출 토크쇼. (왼쪽부터) 임영서 (주)죽이야기 대표, 김복미 (주)위드인푸드 대표, 오몽석 (주)곰을살려주는사람들 대표, 박종민 (주)지앤푸드 본부장



김복미 대표에 따르면 중심 쇼핑물은 현지인을 타깃으로 다양한 국가의 관광객과 함께 공략하기 좋은 장소다. 아울러 메뉴와 재료도 현지화했다. 브랜드의 아이덴티티를 유지하기 위해 70%는 기본을 지키고, 30%는 현지 입맛에 맞는 메뉴를 개발했다. 이로 인해 태국에서는 육개장떡볶이가, 호주에서는 로제치킨이 판매 1위를 기록 중이다.

재료의 현지화와 체계적인 메뉴얼도 성공 요인이다. 한국에서 보낼 수 있는 식재료의 한계가 있어 일부는 현지에서 수급 및 재료에 맞는 숙성, 염지법 등 조리법을 별도로 개발했다. 여기에 다국적 인원들이 쉽게 이해할 수 있도록 레시피를 심플하게 제작해 교육했다. 이같은 체계적인 메뉴얼은 지금의 걸작떡볶이치킨의 프랜차이즈 확장성을 가져올 수 있는 요인이 됐다고 김복미 대표는 전했다.

불막열삼, 경쟁력 메뉴로 한식 세계화 리드

두 번째 발표를 맡은 오몽석 대표는 '해외 진출 성공, 시행착오 사례'에 대해 강연했다. 오 대표는 "진출 국가나 현지 파트너에게 모든 성분과 노하우를 공유하는 점에 경계해야 한다"며 "다른 국가에 브랜드 정체성이 넘어갈 수 있다"고 경고했다.

또 "특성상 가장 어려웠던 분야는 수출 통관 검역"이라며 "총 8개월에 걸쳐 통관 검역에 대한 대응책을 마련했고

“오몽석 대표는 '해외 진출 성공, 시행착오 사례'에 대해 강연했다. 오 대표는 "진출 국가나 현지 파트너에게 모든 성분과 노하우를 공유하는 점에 경계해야 한다"며 "다른 국가에 브랜드 정체성이 넘어갈 수 있다"고 경고했다.

2021년 코로나19와 한일 관계 악화에도 수출성분표와 총 5단계 검역에 관한 연구를 거쳤다"고 했다. 이어 "해외 진출을 하게 된다면 메뉴 구현을 위한 재료를 어떻게 수출할지에 대한 생각이 기반이 되어야 한다"며 "나라마다 성분이 다르기 때문에 이 부분에 대한 고찰도 필요하다"고 강조했다.



김춘진 한국농수산식품유통공사(aT) 사장



굽네치킨 해외진출 사례 발표

불막열삼은 2021년 일본 동경에 진출했다. 한국 막창업계 최초 정식 일본사업 진출이다. 2022년에는 베트남 호치민에도 매장을 오픈했다. 그 외에도 미국, 말레이시아, 대만, 우즈베키스탄 등과도 상담이 진행 중이다.

굽네치킨, 첫 거점국가 '스핀지처럼 빨아들이다'

마지막 발표를 맡은 박종민 굽네치킨 본부장은 '굽네치킨 해외 진출 사례'를 중심으로 노하우를 전했다. 그는 "오픈할 때 증점적으로 삼았던 것은 지역 첫번째 매장을 어떻게 든 성공시키자는 것"이었다며 "한개의 매장이 성공하면 주변 매장을 스핀지처럼 빨아들여 점진적으로 성공할 수 있다"고 말했다.

국내와 비슷하게 해외시장 또한 거점 국가에서 우수 매장을 확보하게 가장 중요하다는 거다. 굽네치킨의 첫 진출 국가는 그래서 홍콩이다. 실제 현재 진출 국가는 모두 홍콩 굽네치킨의 모델의 직간접적인 영향을 받아 마스터프랜차

이즈계약 또는 현지가맹계약으로 체결됐다. 박 본부장은 또 "한국 사람이 혼자서 해외에 가서 사업하는 건 불가능에 가깝다. 해외 현지 사람을 긴밀히 알아야 한다"며 "해당 국가의 프랜차이즈 시스템을 잘 이해하고, 자체 시스템에 대한 접근이 빠르기 때문"이라고 전했다.

또 "굽네는 사업 타당성·현지 외식 산업 실험·현지 개발사업자 사업력 검증·현지 수급상품·핵심 상품 통관·물류비 검토·현지 가맹사업 및 외식업 관계 법령을 파악하는 단계를 거친다"고 설명했다. 끝으로 "해외 진출 과정에서 여전히 시행착오가 있다 보니, 정부 차원의 서포트 또한 필요한 상황"이라며 "국가 지원이 많은 기업의 어려움을 덜어 줄 수 있을 것"이라고 강조했다.

굽네치킨은 현재 10개국에 진출해 43개의 매장을 운영 중이다. 2015년 홍콩을 시작으로 2016년 마카오, 일본, 중국에 진출했다. 2017년과 2018년에는 말레이시아, 베트남, 인도네시아 등 동남아에 매장을 오픈했다. 2019년 싱가포르와 호주에 이어 2022년에는 미국 LA에도 진출했다.



지난 2017년 미국 LA에서 개최된 현지 프랜차이즈 쇼케이스에서 이호욱 미국지회장오른쪽이 발표를 하고 있다.

美 지회의 지원 등 해외 민간네트워크 적극 활용

10월 박람회서 해외진출 상담회도 개최...해외바이어 20개사 등 총 100개사 참여

WRITE | 이 호국장

"협회는 창업 열기를 신성장동력으로 이어가고자 창업 플랫폼 출범, 해외박람회 참가 지원, 해외진출 지원사업 발굴 등을 추진 중이다. 임원 및 신입회원들도 업계의 재도약을 위해 동참해 달라"

7대에 이어 8대 회장으로 취임한 정현식 한국프랜차이즈산업협회 회장의 일성이다. 정 회장은 2019년 협회장으로 취임하면서도 한류 프랜차이즈 해외진출을 강조한 바 있다. 하지만 코로나19로 상황은 여의치 못했다. 그럼에도 불구하고 세계는 K 열풍에 휩싸여 있다. 위기가 기회가 된 셈이다.

이에 협회도 발빠른 해외진출 지원 전략을 내놓고 있다. 그중 하나가 증진공 해외 민간네트워크 수행이다. 매년 '해외지사화사업' 수행기관으로 선정되면서 세계 최대 규모를 자랑하는 본고장 미국 현지에서 국내 중소·중견 가맹본부들의 해외진출을 지원하고 있다. 올해 6월에도 해외지사화 사업 해외 민간 네트워크 참여기업 4차 모집을 마무리했다.

해외 지사화사업...미국 진출 지원

협회는 미국 지회(지회장 이호욱)와 연계, 미국 현지 진출을 희망하는 가맹본부들에 법인 설립과 가맹점 계약 컨설팅, 법률, 시장조사 등 현지 진출에 필요한 다양한 사항들을 지회의 전문 인력을 통해 지원하고 있다. 이를 통해 중소·중견 기업들이 마치 해외에 지사를 설립한 것과 같은 수준의 서비스를 제공한다.

앞서 협회는 정부·지자체의 지원 없이 순수 민간 자본으로 자체적으로 지난 2016년 미국 캘리포니아주 로스앤젤레스에 미국 서부지회를 개설, 국내 프랜차이즈의 미국 진출을 지원해 왔다. 캘리포니아주에서 활동하는 프랜차이즈 전문 한인 변호사 등 다방면의 전문가들을 통해 현지 박람회 참가, 법률 자문, 시장 분석 등 다방면에서 회원사들의 LA 진출을 지원해 오고 있다. 아울러 뉴욕 등 미국 동부지역까지 조직을 확장, 미국 전역을 아우르는 미국 지회로 지회명을 변경하고 더욱 체계적인 활동을 진행하고 있다. 참여 기업은 미국 지회와 협의하여 ▲전시·상담회 참가 ▲출장 지원 ▲브랜드 홍보 ▲인허가 취득 ▲현지 법인 설립 ▲인큐베이팅 ▲법률자문 등 다양한 지원항목을 제공받을 수 있다.

필리핀·싱가포르 등 한국관 운영

이같은 해외지사화 사업 외에도 직접 해외 바이어와 만날 수 있는 다양한 창구도 마련 중이다. 먼저 올해 10월 5일부터 7일까지 열리는 '하반기 IFS 프랜차이즈 창업박람회 2023 서울'과 연계해 프랜차이즈 해외진출 상담회(Global Franchise Business Plaza 2023)를 개최한다.

지원 분야는 외식(한식, 분식, 치킨, 카페, 샐러드 등)과 뷰티(미용실, 피부관리), 도소매(편의점), 기타서비스(스크린골프, 세탁, 스타디카페) 등이다. 국내기업 80개사와 해외 바이어 20개사 등 총 100개사 참여 규모로 열린다.

참가비는 무료이며, 모집기간은 8월 23일까지다. KOTRA 무역투자24 홈페이지 내 사업신청 메뉴를 클릭하고, 프랜차이즈 해외진출 상담회를 검색한 후 공고문 하단 '신청하기를 눌러 온라인 참가신청을 하면 된다. 상품/서비스에

8월 17일부터 19일까지 싱가포르 마리나 베이 샌즈에서 열리는 프랜차이즈 박람회 한국관도 운영, 한국 참가기업을 지원한다. 한국관 참가사들에게만 최소 1건 이상의 확정된 비즈니스 매칭을 제공한다.

대한 영문 설명 작성과 영문 카탈로그/브로슈어 첨부는 필수다.

협회는 이외에도 마닐라에서 개최되는 필리핀 프랜차이즈 박람회 참가기업도 모집했다. 필리핀 진출을 돕기 위해서다. 필리핀 프랜차이즈 박람회는 10월 27일부터 29일까지 마닐라에서 열리는 동남아 최대 규모의 박람회다. 해외바이어, 비즈니스 리더, 투자자, 기업인 등이 한 자리에 모여 비즈니스 성장 촉진 및 아시아 내 브랜드 인지도를 견인할 수 있는 좋은 기회다. 협회는 이 박람회에서 한국관을 별도로 운영하면서 다양한 지원 활동을 펼칠 예정이다.

협회는 이에 앞서 8월 17일부터 19일까지 싱가포르 마리나 베이 샌즈에서 열리는 프랜차이즈 박람회 한국관도 운영, 한국 참가기업을 지원한다. 한국관 참가사들에게만 최소 1건 이상의 확정된 비즈니스 매칭을 제공한다. 전시 종료 2~3주 후 20여개의 유관 참관객 데이터도 제공된다. 2021년에는 알볼로F&C, 아딸, 고릴라F&D, 암샘 등 16개 한국 프랜차이즈 업체가 참가했다.

8월 25일부터 27일에는 몽골 진출을 위한 기획의 장도 마련된다. 몽골 울란바타르시 수흐바타르 야외광장에서 '2023 한몽 농수산물 전시회'가 개최된다. 한국업체 30개사와 몽골진출업체 5개사가 참가하며, 예상관람객은 2만명 정도다.

지원사항은 마케팅 및 홍보다. 전시회 참가비와 부스설치비는 무료다. 아울러 홍보자료 번역과 리플렛 제작도 도와준다. 몽골 지상파 3사, 케이블TV, 신문, SNS 활용 홍보도 지원된다. 전시제품의 통관업무도 도와준다. **KFN**



제21대 국회에서 필수물품, 차액가맹금 관련 가맹사업법 개정안이 잇따라 발의되고 있다

되살아나는 필수물품·차액가맹금 규제 강화 “가맹사업 근간 흔들 수 있어”

가맹사업법 개정 강화, 정부 대책 예고 등 비판적 시각 확산 속 업계 우려 확산

WRITE | 김동하 기자

정부와 국회가 가맹사업의 핵심인 필수물품과 차액가맹금에 대한 규제를 강화하겠다는 움직임을 보이면서 업계가 촉각을 곤두세우고 있다. 공정거래위원장은 지난해 취임 이후 시장에 필수물품 제도를 개선하겠다는 경고를 지속 중이고, 국회도 가맹사업법 개정안을 잇따라 발의하며 규제 수위를 높이고 있다. 전문가들은 자칫 불공정 거래 관행 근절대책을 발표하고 프랜차이즈 업계의 균기를 단속하는 등 서슬 퍼렇던 전(前) 정부 시절로 회귀할까 우려의 시선을 보내고 있다.

21대 국회 가맹사업법 개정안 발의 잇따라

21대 국회 하반기에 접어든 지난해 중반부터 현재까지 필수물품과 차액가맹금에 대한 가맹사업법 개정안은 총 3건이 발의됐다.

김한규 의원은 지난해 12월 필수물품의 범위와 기준을 강화하고 정보공개서에 기재하도록 하며, 필수물품이 아닌 물품을 필수물품으로 지정하여 구입을 강제하는 것을 금지하는 개정안을 발의했다.

4월에는 양정숙 의원이 가맹점사업자가 구매하려는 권장품목이 가맹본부의 기준을 충족시키지 못할 경우 가맹본부 물품을 구매해야 한다는 조항을 삭제한 개정안(4.4)을 발의했다. 5월에는 김한규 의원이 차액가맹금 정보의 전국민 대상 공개를 위해, 영업비밀성을 부정하고 법률에 공개대상임을 명시하는 개정안도 발의했다.

21대 국회 상반기에 성일종 의원안(21.3) 1개에 그친 반면 하반기에는 1년 새에 3건이 발의된 셈이다. 내년 각 의원들이 총선 정국에 돌입하면 본격적인 의정활동이 어렵기 때문에, 올해 하반기 개정안들이 추가 발의될 수 있다는 전망도 나온다.

정부도 필수물품 제도 개선 의지를 수 차례 공언한 바 있다. 한기정 공정거래위원장은 최근 “현재 가이드라인 제정 등 필수물품 제도 개선을 준비 중이며, 9월경 발표할 수 있을 것으로 예상된다”고 말했다.

정부, 9월 대책 발표 예고...제도개선 분위기 고조

정부도 필수물품 제도 개선 의지를 수 차례 공언한 바 있다. 한기정 공정거래위원장은 최근 “현재 가이드라인 제정 등 필수물품 제도개선을 준비 중이며, 9월경 발표할 수 있을 것으로 예상된다”고 말했다. 또, 공정위는 7월 중순 올해 정기 가맹분야 서면실태조사 개시를 알리면서, “치킨 등 주요 업종의 필수물품 및 차액가맹금 수취 관련 사례를 집중적으로 조사하겠다”고 밝히기도 했다.

(참고) 제21대 국회 필수물품·차액가맹금 관련 가맹사업법 개정안

구분	날짜	대표발의자	주요 내용
1	2021.3.5	성일종 (국민의힘)	- 가맹본부와 가맹점사업자가 필수품목을 협의 선정하고, 정보공개서 및 가맹계약서에 작성 - 필수품목 외의 것을 구입하도록 강요하는 행위를 금지
2	2022.12.15	김한규 (민주당)	- 필수물품 범위·기준 강화 및 필수물품이 아닌 물품을 필수물품으로 지정하여 구입강요하는 것을 금지
3	2023.4.4.	양정숙 (무소속)	- 필수품목 외의 품목의 분사 기준 미달시 분사 구매를 의무화하는 가맹점사업자의 준수사항 삭제
4	2023.5.12	김한규 (민주당)	- 차액가맹금에 관한 정보의 경우 영업비밀로 보지 아니함을 명시하고 일반에 전면 공개



지난 5월 8일 필수물품 지정 합리화 등 업계가 자발적으로 참여한 공정 프랜차이즈 실천 캠페인 발대식

지난해 100일간 한시기구로 활동했던 대통령 직속 대 중소기업상생특별위원회 또한 필수물품과 차액가맹 금 관련 제도의 개선 필요성을 주장했다.

당시 상생특위는 검토 필요과제 총 5개 중 하나를 '프랜차이즈 가맹사업 공정성 강화 및 상생협력 증진'으로 선정하고, 총 10개의 세부과제를 제시했는데 이 중 4개가 필수물품 규제 강화와 차액가맹금 등의 영업비밀 정보 공개를 위한 과제였다. 토론회와 업계 및 관계 부처 의견 수렴 절차를 거쳤으나, 결국 10개 과제는 최종 보고서에 그대로 수록됐다.

국회에서 열리는 관련 토론회들도 분위기를 달구고 있다. 올해 개최된 국회 정책토론회는 4월 28일 <가맹점·대리점 불공정 피해 증언대회 '을(乙)들의 아우성'>(더불어민주당 을지로위원회 등), 6월 22일 <프랜차이즈 필수물품 피해사례 발표대회>(김한규 의원실 등)가 있다.

“필수물품은 가맹사업의 핵심”...경영위축 우려

필수물품은 수 많은 가맹점들이 일상불란하게 핵심 제품 및 서비스 품질과 브랜드 가치를 유지하기 위한 필수불가결한 요소다. 필수물품의 지정과 관리를 통해 소비자들은 전국 어느 가맹점에서나 동일한 브랜드 경험을 느낄 수 있고, 이는 곧 유무형의 파급효과를 발생시켜 브랜드 성장과 가맹점 매출 증진을 촉진한다.

그러나, 최근 일부 브랜드 가맹점주들이 과도한 필수물품에 대한 문제를 제기하고, 위법 의심 사례들도 발굴되면서 제도 개선을 촉구하는 목소리가 거세지기 시작했다. 가맹본부들이 브랜드 동일성 유지와 무관한 제품들까지 필수물품으로 지정하고, 과도한 유통마진, 즉 차액가맹금을 붙여 가맹점주들에게 갑질을 하고 있다는 논란이다.

대상은 주로 이쑤시개, 종이컵, 식용유 등 시중에서 동일 품질의 제품을 쉽고 저렴하게 구할 수 있는 항목들이다.

그러나 지적재산권인 캐릭터 로고가 들어가는 소비자 경험이나, 핵심 중의 핵심인 고기류 등까지 논란이 확대되면서 점차 의아한 시선을 보내는 전문가들도 늘어나는 분위기다.

업계 관계자는 “비중이 낮은 공산품들의 경우 이해가 가는 측면도 있지만, 고기 전문점에서 육류를 필수물품으로 지정하지 말라는 주장이 말이 되느냐”라고 하면서 “이런 식으로 핵심 항목들이 간섭받기 시작하면 본사의 권한과 역할이 축소되고, 이는 곧 브랜드 성장 정체와 가맹점 매출 감소까지 야기할 수 있다”고 경고했다.



최근 일부 브랜드 가맹점주들이 과도한 필수물품에 대한 문제를 제기하고, 위법 의심 사례들도 발굴되면서 제도 개선을 촉구하는 목소리가 거세지기 시작했다. 가맹본부들이 브랜드 동일성 유지와 무관한 제품들까지 필수물품으로 지정하고, 과도한 유통마진, 즉 차액가맹금을 붙여 가맹점주들에게 갑질을 하고 있다는 논란이다.



“기존 법규로 대응 충분...파트너 존중 필요”

실제 필수물품 규제 강화는 필요성이 그리 높지 않아 보인다. 이미 위법성을 판단할 명확한 법규와 처벌규정이 있고, 기업경영의 자유를 훼손할 우려가 크기 때문이다. 가맹사업법 시행령에는 필수물품의 구입 강제를 '구매를 강제할 수 없는 것이 원칙이나, 다음과 같은 경우는 예외로 한다'는 방식으로 허용하고 있다. (※ 가맹사업법 시행령 별표2 불공정거래행위의 유형 또는 기준(제13조 1항 관련) 2. 나. 구속조건부거래)

시행령에 규정된 조건을 요약하면 ▲가맹사업 경영에 필수적이라고 객관적으로 인정될 것(필수성) ▲가맹본부 상

표권 보호 및 상품·용역 동일성에 필요하다는 것이 객관적으로 인정될 것(동일성 유지) ▲미리 정보공개서를 알리고 계약을 체결할 것(사전고지) 총 세 가지다. 모두 객관성 또는 사실성을 요건으로 하기 때문에 어렵지 않게 판단이 가능하다.

가맹점주 입장에서는 과도해 보이더라도 일단 사적 계약의 영역인 이상 기본적으로 본사의 판단도 존중하면서 문제를 제기해야 한다는 지적도 있다. 본사에 의문을 제기할 수는 있으나, 사법 또는 행정적 판단이 내려지기도 전에 이를 언론이나 정치권에 호소해 여론을 조장하고 본사를 압박하는 것은 사업 파트너의 태도로서 옳지 않다는 비판이다.

예를 들어 종이컵의 경우 브랜드 로고를 새겨 필수물품으로 지정하는 것이 과도하다는 주장이 제기된 바 있으나, 본사는 소비자들이 직접 사용하는 컵에 로고를 새겨 브랜드 경험을 강화할 수 있다는 판단을 내렸을 수도 있다.

실제 많은 커피·음료 브랜드들은 종이컵의 재질과 디자인, 크기 등을 활용해 브랜드 정체성을 구축하고 있다. 이런 부분은 기본적으로 기업 경영의 자유의 영역에 해당하며, 정부나 국회가 법규로 강제할 수 없는 영역이다.

“차액가맹금은 죄가 없다”...무리한 줄세우기 막아야

차액가맹금의 경우도 마찬가지다. '유통마진이 사실은 가맹금'이라는 사실을 알리기 위해 수 년전 신설된 용어인 차액가맹금은 태생부터 본사에 대한 부정적 시각을 내포하는 단어다. 용어 신설 이후 지속적으로 차액가맹금 수취 자체를 죄악시키는 법규 개정 시도가 이미 여러 차례 있기도 했다.

최근에는 한 두개의 치킨 브랜드가 영업이익률이 20~30%에 육박한 것으로 나타나면서, 그 근원에 과도한 차액가맹금 수취가 있다는 주장이 힘을 얻고 있다. 지난해 공정위 정기 가맹분야 서면실태조사에는 모든 필수물품과 권장품목에 대한 구입원가와 차액가맹금을 묻는 항목이 포함되 일부 반발이 발생하기도 했다.

“2023년 빛낸 최고의 우수·유망 프랜차이즈 브랜드 가린다”

국내 최고 권위 <제24회 한국프랜차이즈산업발전 유공> 접수 마감

WRITE | 김은영 기자



2022 제23회 한국프랜차이즈산업발전 유공 대통령 표창을 수상한 이마트24

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 한 해 동안 각 분야에서 모범적인 경영으로 산업 발전에 기여한 브랜드 및 유공자를 가리는 국내 최고 권위의 '2023 제24회 한국프랜차이즈산업발전 유공' 심사 신청을 8월 4일(금) 마감했다고 밝혔다.

2000년 출범한 본 시상식은 한국프랜차이즈산업협회와 산업통상자원부(장관 이창양)가 우수·유망 프랜차이즈 브랜드를 발굴하고 산업 발전 공로에 감사하기 위해 매년 개최하며, 유일하게 대통령·국무총리 표창이 수여된다. 지난해에는 대통령 표창을 수상한 이마트24를 비롯해 총 36점이 수여됐고, 굽네치킨, 이디야커피, 크린토피아, 정관장, 맘스터치 등 국내 최고의 브랜드들이 역대 대통령 표창 수상 브랜드로 이름을 빛낸 바 있다.

올해 시상 부문에는 코로나19를 계기로 무인 결제·운영, 로봇·자동화 운영, 스마트 주문 등 비대면 기술이 급성장하면서 ▲<기술혁신 부문>이 신설됐다. 현장에서 K-프랜차이즈의 혁신을 이끌고 있는 많은 브랜드들의 치열한 경쟁이 예상된다.

여기에 기존의 ▲<우수 프랜차이즈 부문> ▲<혁신·성장 프랜차이즈 부문> (이상 가맹본부) ▲<우수 가맹점 부문> (가맹점) ▲<프랜차이즈 산업 발전 유공 부문>(기업 또는 개인(학계, 컨설턴트 등))까지 총 5개 부문을 시상 부문으로 한다.

각 부문별로 ▲대통령 표창 ▲국무총리 표창 ▲산업통상자원부장관 표창 ▲농림축산식품부장관 표창 ▲중소벤처기업부장관 표창 ▲식품의약품안전처장 표창 ▲중소벤처기업진흥공단 이사장상 ▲소상공인시장진흥공단 이사장상 ▲한국프랜차이즈산업협회장 표창 등 다양한 정부 부처·기관장 표창과 협회장 표창이 시상될 예정이다. (※최종 시상 규모는 정부 협의 및 심사 결과 조정될 수 있음)

영예의 시상식은 12월 20일(수) 호텔리베라청담에서 개최될 예정이며, 상세 내용은 협회 홈페이지를 참고하거나 한국프랜차이즈산업발전 유공 사무국(02-3471-8135~8 내선1번 또는 070-7919-4145)으로 하면 된다. **KFN**

협회 플랫폼 관심 증가 '프랜차이즈 모든 정보를 한눈에!'

프랜차이즈 종합지원시스템...브랜드 홍보부터 상권분석·교육 등 다양

WRITE | 김은영 기자



한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식)는 3월 27일부터 예비 가맹창업자의 창업 준비와 기존 가맹사업자의 역량 강화 및 경영 효율화 등을 체계적으로 지원하는 '프랜차이즈 종합지원시스템'(http://www.k-franchise.or.kr) 대국민 서비스를 운영중이다. 이번 플랫폼은 빅데이터를 기반으로 창업에 필요한 모든 정보를 제공해 효과적인 창업전략을 수립할 수 있도록 돕는데 주안점을 뒀다. 또한 기존 가맹본부 및 가맹점사업자들이 가맹사업을 원활히 수행하는데 필요한 △예비창업자·직무교육 △법률·회계·세무 △정책정보(정부지원) △인론 스크랩 등 사업에 필요한 각종 서비스를 총망라했다. 협회 관계자는 “현재 가맹사업 희망자의 경우 가맹사업 창업 여부를 결정함에 있어 △입지상권 분석 △사업성 분석 △브랜드 선택 등에 어려움을 겪고 있는 것으로 각종 조사 결과에서 나타났다”라며 “이러한 제반 여건을 감안해 개발된 플랫폼”이라고 전했다. 프랜차이즈 종합지원시스템의 주요 내용은 다음과 같다. 먼저 공정거래위원회 가맹정보제공시스템 정보공개서와 연계한 가맹본부 정보를 시각화 제공하고, 브랜드 홍보와 창업 정보 탐색을 위한 비대면 상시 채널을 구축했다. 아울러 예비창업자가 원하는 브랜드 및 본인의 투자 여력 등을 입력하면 창업 분석보고서를 제공해 창업전략 수립도 지원한다. 또한 매장 양도·양수, 증고물품 및 설비 등 거래



가 가능하도록 구성돼 있어 신규 창업자의 비용부담을 줄이고 자원 재활용 및 판로도 개척할 수 있도록 되어 있다. 특히 가맹사업 관련 예비창업자교육, 직무교육 등 다양한 교육 및 가맹사업 정책·통계, 정보공유 커뮤니티 등 특화 정보도 종합적으로 제공한다. 또 예비창업자가 관심있는 가맹본부와 창업상담을 신청하면 상담자를 매칭 지원하고, 관심 브랜드의 매장 현장실습 신청 시 실습 일정·프로그램 매칭 등 능동적·체험형 창업 준비 기회도 지원할 계획이다. 협회 관계자는 “플랫폼은 정보시스템의 인프라 구성으로 민간 클라우드를 도입해 정보화 자원의 운영비용 절감 및 편의성을 확보했다”라며 “오픈소스 및 국산 소프트웨어 활용을 통해 유지비용 절감 및 국내 기술 경쟁력을 강화했다”고 밝혔다. **KFN**

“엔데믹 시대 K-프랜차이즈 이끈다” 제11기 KFCEO 과정 수료식

원우 58명 14주 동안 역량 강화 및 인적 네트워크 구축

제12기 KFCEO 과정 9.4까지 모집

WRITE | 정혜연 기자



제11기 KFCEO 수료식에 참석한 내빈 및 11기 원우들 기념촬영

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 공식 교육과정 제11기 KFCEO 교육과정(K-프랜차이즈 CEO 교육과정)에 참여한 58명의 원우들이 본 과정을 마무리하고 업계 발전을 위한 새로운 출발을 다짐했다. 협회는 서울 여의도 전국경제인연합회관 에메랄드홀에서 지난 6월 19일 제11기 KFCEO 교육과정 수료식을 개최했다. 수료식에는 박효순 협회 수석부회장, 전병진 KFCEO 총동문회장, 오기성 10기 원우회장 등 협회·총동문회 임원과 이경희 주임교수, 김인규 11기 원우회장 등 총 70여명이 참석했다. 박효순 수석부회장은 “코로나19 엔데믹 시대가 개막하고 프랜차이즈 창업 열풍이 거세지고 있으나, 여전히 업계의 대내외적 환경이 녹록치 않다”면서 “중장기 발전의 기반을 다지

기 위해 협회는 플랫폼 출범, 해외진출 지원 강화, 상생문화 확산, 거래관행 공정화 등을 추진 중이며 700여 동문들도 업계 리더로서 성원과 동참 부탁드립니다”고 말했다. 수료식 참석자들은 공로패 및 우수 원우(MVP) 시상과 개근상·수료패 수여식 등으로 서로를 축하하며 아쉬운 마음을 달랠 예정이다. 또, 향후 원우회 및 총동문회 활동과 협회 활동 연계로 업계 교류를 이어갈 것을 다짐했다. 한편, 제12기 KFCEO 과정은 오는 9월 4일 개강 예정으로, 수강생을 모집 중이다. ▲성공 CEO들과 직접 소통하는 CEO토크쇼 ▲프랜차이즈 본사 현장·기업 탐방 및 워크숍 ▲협회 임원진 멘토링 ▲전문가 강연 등 KFCEO 과정의 특징인 현장성 강화에 중점을 둘 예정이다. 수강료는 400만원(부가세 별도)이며, 회원사 추천, 2인 이상

등록(이상 10%), 협회 중앙회·지회 회원사, 최고전문가과정·연대KFCEO과정 수료자(이상 20%), KFCEO 동문 중 재수강자(50%) 등 다양한 할인 혜택도 제공된다. 수강 문의는 협회 교육사업팀(070-7919-4157)로 하면 된다.

◇12~14주차

한편 12주차 교육은 6월 5일 전경련컨퍼런스회관 루비홀에서 진행됐다. 최인용 협회 협력위원장(㈜가현세무법인 대표)이 <프랜차이즈 세무대응 전략>을 주제로 조세분야 분쟁 사례 및 대응방안, 절세전략, 자금조달방법 등 유용한 세무 이론·실무를 강의했다. 또, 이효복 협회 주류분과위원장(㈜인토외식산업 대표)이 <프랜차이즈 지속성장과 위기 대응>을 주제로 생생한 코로나19 위기 극복 스토리와 향후 업계 전망 및 대처방안 등을 강의했다.

13주차 교육은 6월 12일 이경희 주임교수와 강윤선 준오펀더 대표가 강의했다. 이경희 교수는 <위드 코로나 시대 기업 경영전략> 강의를 통해 성장 단계별로 다양한 기업들의 성장전략과 사례를 강의했다. 강윤선 준오펀더 대표는 <매출 2천억원을 만든 독서경영과 노하우>를 주제로 강 대표의 기업경영 철학과 생생한 노하우를 강의하고, 운영 가능한 애로 및 해결책을 함께 모색하며 토론하는 시간을 가졌다. 14주차 교육은 수료식에 앞서 이경희 교수가 <ESG 경영과 기업의 사회적 책임>을 주제로 마지막 강연을 진행했다. ESG 경영의 개념과 적용방안, 그리고 기업의 사회적 책임을 강조하고 다양한 성공 사례를 통찰하며 원우들의 시야를 확장하는 등 호평을 얻었다. **KFM**

KFCEO 11기 수상자 명단

공로패			
순서	이름	직급	기업명
1	김인규	대표	(주)다비치안경체인
MVP			
순서	이름	직급	기업명
1	김창덕	대표	아이디어창 국제특허법률사무소
2	여민규	실장	리치푸드(주)
우수상			
차기수 추천 우수상			
순서	이름	직급	기업명
1	박재준	대표	(주)아바비전
2	이영우	대표	(주)삼건티앤엠
3	임도영	대표	세호건설 다우디자인
4	송요섭	대표	(주)초록볼
5	김형준	대표이사	(주)통근푸드시스템
6	이우석	영업이사	성원종합주류
개근상 (1회 이하 결자)			
순서	이름	직급	기업명
1	강재우	대표	(주)구기통컴퍼니
2	권도형	대표	바다자리
3	김은석	지사장	(주)자상한매니저
4	김은영	실장	오너클랜
5	김이태	부대표	(주)삼체인
6	김창덕	대표 변호사	아이디어창 국제특허법률사무소
7	김태현	대표	태신기획(주)
8	김형준	대표이사	(주)통근푸드시스템
9	김희근	대표	(주)가르마
10	노유우	대표	(주)생각하는사람들
11	박성진	대표	(주)엔피코리아
12	박소영	한국지사장	(주)백프로
13	박진호	이사	(주)페이크릭스컴퍼니
14	박홍주	지사장	(주)상무프랜차이즈
15	반준우	대표	와이엔비
16	백종익	대표이사	YK-PLUS
17	송요섭	대표	(주)초록볼
18	신이주	디렉터	누베이스
19	안주현	대표	(주)낭만상회
20	여민규	실장	리치푸드(주)
21	오연미	대표이사	(주)파워인포텍
22	우지연	대표	(주)카페코지, (주)담산
23	윤미소	대표	미소디자인
24	윤정호	대표이사	(주)도곡아카데미, (주)스테이지3
25	이연재	대표 세무사	리연세무회계
26	이영우	대표	(주)삼건티앤엠
27	임도영	대표	세호건설 다우디자인
28	정은미	이사	엠아이파트너스
29	최정민	대표	미꼬
30	최훈기	대표	(주)아트즈라운지

수료패

순서	이름	직급	기업명
1	강재우	대표이사	(주)구기통컴퍼니
2	권도형	대표	바다자리
3	김은석	대표이사	뉴동주식회사
4	김연조	대표이사	(주)성규푸드시스템, 에스앤디컴퍼니
5	김연희		
6	김은석	지사장	(주)자상한매니저
7	김은영	실장	(주)오너클랜
8	김이태	부대표	(주)삼체인
9	김인규	대표	(주)다비치안경체인
10	김진영	대표	(주)청춘브라더스
11	김창덕	대표 변호사	아이디어창 국제특허법률사무소
12	김재훈	이사	(주)비밀비에프앤비
13	김천식	대표	(주)씨에스푸드
14	김태현	대표	태신기획(주)
15	김형준	대표이사	(주)통근푸드시스템
16	김희근	대표	(주)가르마
17	노유우	대표	(주)생각하는사람들
18	류광희	대표	(주)연화
19	박성진	대표	(주)엔피코리아
20	박소영	한국지사장	(주)백프로
21	박재준	대표	(주)아바비전
22	박진호	이사	(주)페이크릭스컴퍼니
23	박홍주	지사장	(주)상무프랜차이즈
24	반준우	대표	와이엔비
25	배현규	대표	(주)배가네형제들
26	백종익	대표이사	YK-PLUS
27	송요섭	대표	(주)초록볼
28	신이주	디렉터	누베이스
29	안주현	대표	(주)낭만상회
30	엄남균	팀장	케이에스넷 플러스
31	여민규	실장	리치푸드(주)
32	여지훈	대표	(주)청춘브라더스
33	오대웅	대표	원당감자탕 영등포점
34	오연미	대표이사	(주)파워인포텍
35	우지연	대표	(주)카페코지, (주)담산
36	유호상	대표	(주)카파푸드컴퍼니
37	윤미소	대표	미소디자인
38	윤정호	대표이사	(주)도곡아카데미, (주)스테이지3
39	이승현	대표	원 디그리 노스
40	이연재	대표 세무사	리연세무회계
41	이영우	대표	(주)삼건티앤엠
42	이우석	영업이사	성원종합주류
43	이재경	대표이사	(주)리얼랜드
44	이재숙	대표	에덴농원, (주)성진원예조경
45	이진섭	대표/회장	(주)서울푸드시스템
46	이희경	대표	(주)드림월드에프씨
47	임도영	대표	세호건설 다우디자인
48	장철진	대표	드림조은종합주방
49	전준형	대표이사	(주)비하인드
50	정성원	대표	(주)프렌킴
51	정원식	대표	라운KOCORP
52	정은미	이사	엠아이파트너스
53	정종연	대표	(주)금강안전도어
54	차진혁	부장	SH인테리어세날
55	최정민	대표	미꼬
56	최훈기	대표	(주)아트즈라운지
57	한재영	본부장	(주)하루든
58	허요셉	대표	(주)힘난다

'제11기 KFCEO 교육과정' 수료



박효순 협회 수석부회장



전병진 KFCEO 총동문회장



오기성 제10기 KFCEO 원우회장



강인규 제11기 KFCEO 원우회장



강석우 협회 상근부회장



전병진 총동문회장 인사말을 경청하고 있는 원우들



공로패를 수상한 강인규 10기 원우회장



MVP를 수상한 김창덕 대표, 여민규 대표



우수상 수상자 단체사진



개근상 수상자 단체사진



개근상 수상자 단체사진



개근상 수상자 단체사진



개근상 수상자 단체사진



개근상 수상자 단체사진

“화합과 소통으로 코로나19 엔데믹 시대 프랜차이즈 업계 재도약”

한국프랜차이즈협, 임원·신입회원들과 여주 루덴시아에서 임원연찬회의·패밀리데이 개최

WRITE | 김은영 기자



경기도 여주 루덴시아에서 열린 2023년 임원연찬회의 및 패밀리데이 참석 임원사 및 신규 회원사 대표들이 단체사진을 촬영하고 있다.

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 초복을 맞아 임원사 및 신입 회원사들이 코로나19 엔데믹 시대 업계의 미래를 고민하고 재도약 의지를 다지는 뜻 깊은 자리를 마련했다.

협회는 7월 12일 경기도 여주시에 위치한 갤러리형 유럽 테마파크 '루덴시아'에서 <2023 한국프랜차이즈산업협회 임원연찬회의 및 패밀리데이>를 개최했다.

정현식 협회장은 인사말에서 “코로나19 엔데믹에도 경영환경 개선이 더디고 향후 전망도 좋지 않아 업계의 우려가 크다”면서 “협회는 창업 열기를 신성장동력으로 이어가고자 창업 플랫폼 출범, 해외박람회 참가 지원, 해외진출 지원사업 발굴 등을 추진 중이며, 임원 및 신입회원들도 업계의 재도약을 위해 동참해 달

라”고 말했다.

협회 임원들과 신입회원들은 협회 활동 현황 및 계획, 업계 현안 등을 점검하고, 함지훈(☞벨킨스 대표)과 조성욱(☞육성푸드) 대표에 대한 식약처장 표창 전수식을 진행했다.

또 오찬과 루덴시아 투어를 통해 친목을 다지고, 신입회원 소개, 협회 지원사업 및 분과위 안내 등 신규 회원사의 협회 활동을 돕려는 순서도 진행됐다.

한편 이날 행사에는 정현식 협회장과 이병익 명예회장, 김용만 명예회장, 박기영 명예회장 등 역대 회장단과 협회 수석부회장단 등 임원진 및 자문위원·고문단, 광주전남, 대구경북, 부산울산경남, 강원, 미국 등 각 지회장단, 올해 신입회원사 등 총 100여명이 참석했다. **KFN**



박호진 사무총장이 협회상반기 사업성과 및 하반기 사업계획을 보고하고 있다.



올해 루덴시아를 오픈한 박기영 명예회장(한국짐보리(주)짐월드) 대표이사가 시설 및 설립스토리를 소개하고 있다.



식약처장 표창 전수식 - 함지훈(주)벨킨스 대표(왼쪽) 및 조성욱(육성푸드(주) 대표(오른쪽)



임원연찬회의 및 패밀리데이 참석 임원들이 루덴시아 곳곳을 둘러보고 있다



루덴시아 개장을 축하하는 대북 전달식

워킹홀리데이 확대로 외식 인력부족을 해결하자

WRITE | 박호진 한국프랜차이즈산업협회 사무총장



지난해 12월 5일 중소기업중앙회 개최 중소기업 노동규제 개선 촉구 대토론회에서 박호진 협회 사무총장이 외국인 고용 규제 완화를 촉구하고 있다

최 근 젊은 층들 사이에 워킹 홀리데이 열풍이 다시 불고 있다고 한다. 워킹 홀리데이 업무를 맡고 있는 재외동포청에 따르면, 벌써 1/4분기에만 1만 명이 넘게 비자를 신청했다. 한국과 캐나다가 수교 60주년을 맞아 내린 미래세대 교류 확대 조치에 따른 것이다.

이 조치에 따라 18~35살 사이 청년들은 1년에 1만 2천명까지 캐나다로 건너가 최대 주 40시간 동안 현지

식당 등에서 일을 할 수 있게 됐다. 지금까지는 주 25시간까지만 근로가 가능해, 아르바이트 수준이었는데 이제는 일 8시간 주 5일 근무가 가능해졌다.

또 다른 영어권 국가인 호주는 오래 전부터 이미 쿼터가 무제한이었다. 이제 청년이라면 누구라도 1년간 영어권 국가 취업이 가능해진 것이다. 이들 나라들은 우리보다 시급도 높으니 '일도 하고 영어도 배우는' 일석이조를 기대하며 가뭇을 챙기는 청년들이 크게 늘어날 것으로 예상된다.

“설거지를 해도 외국에서...” 최근 한 언론이 붙인 기사 제목이다. 영어를 배울 수 있다면 집에서는 쳐다보지도 않았던 허드렛일이라도 하겠다고 나서는 청년세대를 보면서 이들이 겪고 있는 답답함과 간절함에 만감이 교차했다.

그러면서 문득 ‘세계 곳곳에서 한국어 열풍이 분다고 하는데, 외국 청년들도 한국에서 일하며 한국어를 배우고 싶어하지 않을까?’라는 생각이 떠올라 관련 자료를 찾아 보았다. 22년 기준 국내 대학(학위 및 비학위과정 포함)에 등록된 해외 유학생은 16만6892명. 놀랍게도 코로나 19 유행에도 크게 줄지 않았으며 엔데믹 시대를 맞아 오히려 다시 늘어나고 있는 추세다.

출신 국가별 분포도 중국(6만7천), 베트남(3만8천), 우즈베키스탄(8.6천), 몽골(7천) 등 아시아권뿐 아니라, 미국(3369명), 프랑스(2556명) 등 영미권 선진국들까지 다양했다.

한국어반을 개설한 해외 초·중등학교도 크게 늘고 있다. 18년엔 28개국 1495개 학교가 한국어반을 개설했는데, 2021년엔 42개국 1806개교로 늘어났다. 이들이 성장하면 한국유학을 꿈꾸는 외국청년도 크게 늘어날 것이다. 실제로 한국 대학 입학이나 졸업, 장학생 선정에 활용되는 한국어능력시험(TOPIK) 지원자 수도 매년 늘고 있다. TOPIK은 연간 전 세계 37만명이 넘게 응시해 오다가, 코로나19 여파로 20년 21만명대로 잠시 급감한 뒤 지난해 35만6천명 선으로 다시 이전 수준으로 회복세를 보였다. 가히 한국어 배우기 열풍이라고 해도 과언은 아닌 셈이다.

우리나라 외식 분야 일손 부족은 심각하다. 많은 식당들이 손님이 있어도 영업시간을 줄일 수밖에 없을 정도다. 21년 통계청 조사에 따르면 현재 외식분야의 인력부족은 11만4천명으로, 전년에 비해 2배 이상 늘어났다. 더욱이 외식업이 점차 청년층 기피업종으로 인식되면서, 20대 인력부족이 가장 심각한 것으로 조사됐다.

반면 외식업 종사인력 가운데 외국인이 차지하는 비중은 1.5%에 불과한 것으로 나타났다. 따라서 부족한 인력을 보충할 수 있도록, 국내에서 공부 중이거나 국내 유학을 희망하는 해외 청년들을 적극 활용하자는 제안이 나오고 있다.

현재 우리나라는 23개 나라와 워킹 홀리데이 및 청년 교류제도 협정을 맺고 있으며, 대부분 영미권 선진국이다. 이외로는 아르헨티나, 칠레 등 남미 2개국이고, 아시아권에서는 일본, 홍콩, 대만뿐이다.

한국에서 일을 배우고 싶어하는 청년들은 베트남 등 동남아 국가들과 구 러시아 연방국가 등 아시아권 국가들에 많은데, 이들 국가와는 협정이 체결되지 않았다. 워킹 홀리데이 협정대상국의 대폭적인 확대가 필요한 이유다.

또한 현재 체류중인 유학생들의 근로시간도 대폭 늘릴 필요가 있다. 대학에서 전문학사·학사과정에 등록한 유학생(D-2 비자)들은 한주에 25시간까지만 일할 수 없다. 이마저도 원래 20시간이었다가 최근 업계의 요청에 5시간이 늘어난 것이나, 여전히 겨우 아르바이트생으로 활용할 수 있는 정도에 불과하다.

최근 해외에 나갔다가 놀라운 경험을 했다고 말하는 사람들이 많다. 지구촌 각지에서 한식당을 쉽게 찾을 수 있고, 현지인들이 문전성시를 이뤄 한식을 즐기고 있다고 한다. TV나 유튜브에는 한국의 먹거리에 열광하는 외국인들을 방송하는 프로그램과 동영상이 넘쳐나고 있다.

우리 문화, 음식을 사랑하고 한국어에 능통한 해외청년들을 잘 유치하고 지원하면, 유학생 확대와 젊은 외식 인력 확보에 큰 도움이 될 것이다.

미래를 이끌어 갈 세계 각국의 청년들을 국내로 불러모을 수 있도록 적극적으로 협정을 체결하고 지원한다면, 이들이 국내의 경험을 바탕으로 고국에 돌아가 세계 곳곳에서 ‘K-푸드’의 전위대가 되어 한국 문화의 위상과 국격을 높이는 데 크게 기여할 것이다. **KFN**



박호진
한국프랜차이즈산업협회 사무총장

높아지는 최저임금에 식재료비, 소상공인 '한숨'

배달수수료·물가·대출이자는 오르고...소비심리는 내려가고

WRITE | 김동하 기자



이르면 이번 달 초 코로나19 방역 조치가 완화될 전망이다. 일부 남아있던 실내마스크 착용 의무도 해제된다. 코로나19 엔데믹이 본격 시행된다는 얘기다. 보건복지부와 질병관리청 등에 따르면 정부는 이르면 8월 초 코로나19 위기단계 조정 로드맵 2단계를 실시한다. 2단계 조정의 핵심은 코로나19 감염병 등급이 기존 2급에서 독감과 같은 4급으로 두 단계 하향 조정되는 것이다. 이에 따라 확진자 감시체계는 전수감시에서 양성자 중심의 표본감시로 전환된다. 확진자 수 집계도 중단된다. 병원급 이상 의료기관과 입소형 감염취약시설 등 일부에 남아있던 실내 마스크 착용 의무도 완전히 사라진다. 문제는 코로나19 엔데믹이 본격화되지만 여전히 소상공인을 포함한 자영업 시장

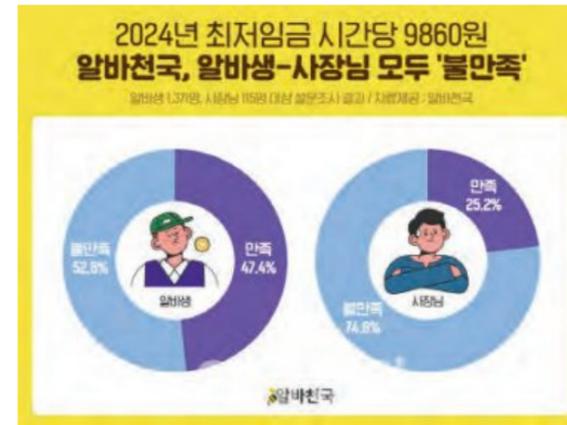
의 어려움이 상당부분 존재한다는 점이다.

1분기 소비성향 70%대...2019년 수준보다는 낮아

올해 1분기 '평균소비성향'이 코로나19 팬데믹 이후 처음으로 70%대로 올라섰다. 그러나 금리, 물가 등을 고려하면 회복세 지속 여부는 불확실하다는 전망도 나온다. 현대경제연구원 이 내놓은 자료에 따르면 1분기 기준 가계 평균소비성향(소비지출/처분가능소득×100)은 올해 70.7%로 2019년(75.8%) 이후 가장 높은 수준을 나타내면서 처음으로 70%대를 회복했다.

그러나 코로나19 이전인 2019년 수준에는 못 미쳤다. 평균소비성향 상승 기여도를 보면 여행비와 식비 등 여가 관련이나

자동차 등 내구재에 집중돼 일종의 보복 소비에 따른 것으로 추정됐다. 이에 따라 보고서는 "향후 금리와 물가 여건상 추가적인 소비의 하방리스크가 산재, 가계의 평균소비성향 회복세 지속에 대한 불확실성이 큰 것으로 우려된다"고 진단했다.



2024년 최저임금, 2.5% 인상 9860원

내년도 최저임금이 올해보다 2.5% 인상된 9860원으로 결정됐다. 노사간 의견이 좁혀지지 않자 밤샘 논의 끝에 19일 오전 세종시 정부세종청사에서 열린 제15차 전원회의에서 투표로 결정됐다. 사용자위원들이 제시한 9860원이 17표, 노동자 대표인 근로자위원들이 제시한 1만원이 8표, 기관이 1표로 사용자 안이 채택됐다. 이는 올해 9620원보다 2.5%(240원) 올랐다. 월급(월 노동시간 209시간 기준)으로는 206만740원이다.

내년도 최저임금을 놓고 경제단체들은 글로벌 경지침체 여파로 중소기업과 자영업자 경영부담이 커진 것을 우려했다. 추광호 전국경제인연합회 경제산업본부장은 19일 "최저임금위원회 결정에 우려를 표명한다"며 "최저임금의 합리적 결정을 위해 생산성과 사업주의 지불능력 등을 고려하고 업종별 차등 적용 등 현실을 반영한 제도개선 방안이 조속히 마련되기를 바란다"고 밝혔다.

고금리 시대에 대출로 연명

자영업자 대출 잔액이 지난해 3분기에 처음으로 1000조원을 넘어선 후, 매 분기 사상 최대치를 갈아치우고 있다. 한국은행이 더불어민주당 양경숙 의원에게 제출한 '자영업자 대출 현황' 자료에 따르면 지난 1분기 말 기준 자영업자 대출 잔액은 1033조7000억원이다. 코로나19 확산 직전인 2019년 말(684조9000억원)에 비해 50.9%나 늘었다.



대출이 급격히 늘어나면서 경고음도 커졌다. 더불어민주당 김희재 의원실에 따르면 지난해 3월말 기준 총부채원리금상환비율(DSR)이 70% 이상인 자영업 가구는 38만8387가구에 달한다. 자영업자 가운데 39만명 가량이 벌어들인 소득의 70%를 대출과 이자 비용으로 쓰고 있다는 뜻이다. 더구나 대출을 받은 자영업자 가운데 다중채무자 비율이 56.4%에 이른다. 자영업자 두명 가운데 한명은 여기저기서 대출을 끌어 모아 빚으로 빚을 갚고 있다는 의미다.

상황이 이렇다 보니 오는 9월말 자영업자 대출 만기연장-상환유예 종료로 기점으로 자영업자들의 연쇄 폐업이 이어질 수 있다는 우려도 나온다. 이에 금융 당국에선 9월 '정책서민금융 효율화 방안'을 발표할 예정이다. 그러나 지난 3년여간 5차례나 만기연장이 진행됐지만 오히려 빚만 늘어났던 만큼, 실질적으로 도움이 될 만한 변화가 절실하다.

앞친데 뒷친 농수산물 원재료 급등

장마철 집중호우 영향으로 농산물 등 가격 상승 전망에 자영업자의 근심이 커지고 있다. 농림축산식품부에 따르면 지난 집중호우로 인해 농작물 침수, 낙과, 유실매물 등 수많은 피해가 접수됐다. 강우가 남부로 확대되며 농작물 침수, 낙과 등 피해 면적이 수십만 ha에 이를 가능성도 있다. 뿐만 아니라 소, 돼지, 닭 등 가축 폐사도 잇따랐다.

풍수해로 인한 피해가 발생하면서 농산물 등 가격 상승에 대한 우려와 고심이 깊어지고 있다. 실제 외식업에서 주요 사용하는 야채 가격은 6월 초와 비교해 300~400% 급등한 상태다. 여기에 해외에서의 식재료 구매비용도 지난해에 이어 상승했다. 뿐만 아니라 가스요금과 전기료, 임대료 등도 가파르게 상승했다. 식재료 외에 고정적으로 부담해야 할 부대비용이 상당하다. 자영업자들은 최근 수년간 물가 상승은 물론 코로나19 확산으로 인한 감염병 예방 비용이 자영업자에게 전가된 탓에 수익 구조가 망가졌다고 지적한다. 원자재 가격이 올라도 사회적 거리두기로 영입이 제한된 탓에 제때 반영하지 못했다는 얘기다. 일부 자영업자 사이에선 '빚내서 연명한다'는 푸념도 나온다. [K77]

푸드테크 활성화 '인공지능(AI)과 프랜차이즈'

한국프랜차이즈학회, 춘계학술대회 개최

브랜드 디지털 전환 공감

WRITE | 김동하 기자



인력난이 심화됨에 따라 제조, 물류, 서비스 산업 전 분야에서 로봇 도입 니즈가 크게 높아졌다. 문제는 수요자 입장에서 로봇 도입의 문턱이 여전히 높다는 점이다. 시장의 기대보다 보급과 확산이 더디게 진행되고 있다는게 이유다. 반면 공급하는 기업들은 자사의 제품이나 솔루션을 고객에게 알릴 기회가 적어 매출 성장에 어려움을 겪고 있다.

이러한 로봇 도입 등 인공지능AI와 프랜차이즈의 성장을 짚어볼 수 있는 자리가 마련됐다. 한국프랜차이즈학회(회장 성백순)는 지난 6월 9일 서울 대한상공회의소 소회의실에서 '인공지능과 프랜차이즈'를 주제로 2023년 춘계학술대회를 개최했다.

이날 학술대회에서 빅웨이브로보틱스 김민교 대표는 '외식산업 로봇자동화의 한계와 기회'를 주제로 기조강연을 했다.

이어 송실대 박주영 교수가 좌장을 맡아 진행한 세션1 '프랜차이즈 산업의 신기술 도입과 과제'에서는 모빈 최진 대표가 '라스트마일 로봇 배달서비스의 효용성', 가톨릭대 김강민 교수가 '한국어 언어모델을 활용한 요식업 키오스크용 대화형 인터페이스', 브이디컴퍼니 정원익 본부장이 '브이디컴퍼니와 함께 하는 브랜드 디지털 전환'을 발표했다.

경희사이버대 신봉섭 교수가 좌장을 맡아 진행한 세션2 '뉴 노멀 경영환경과 프랜차이즈 경영'에서는 장안대 성백순 교수(프랜차이즈학회회장)가 '코로나 전후 외식산업 연구



주제의 변화', 송실대 이정규 교수가 'AI 기반 프랜차이즈 전략 활용 사례', 경기과학기술대 조춘한 교수가 '불황기 소비 극복을 위한 프랜차이즈 전략'을 발표했다.

AI 기반 로봇 등 푸드테크 활성화

이날 발제자로 나선 송실대학교 이정규 교수는 'AI 기반 프랜차이즈 전략 활용 사례' 발표를 통해 세계 외식사업은 코로나19로 4차 산업기술 기반의 비대면 유통방식과 디지털화를 통해 빠르게 변화하고 있다고 설명했다.

또 5G, 인공지능 등 정보통신기술의 발달로 IT와 외식산업이 융합된 다양한 형태의 푸드테크 기술 및 비즈니스 모델이 속속 등장하고 있다고 전했다. 이러한 푸드테크 활성화의 예로 외식업계에 빠르게 적용되고 있는게 로봇이다. 대표적인 예가 카페로봇이다. 2021년 9월 국내 주소지 기반으로 검색한 결과 로봇카페는 40여 군데가 성행중이다. 이후 홀에서의 고객 응대를 위한 서비스를 수행하는 서빙로봇의 발전이 부각되고 있다. 서빙로봇의 도입은 식음료 서비스 사이클의 자동화 시스템을 완성하는 핵심이라는게 이 교수의 설명이다.

또한 복합인공지능기술도 확대되고 있다. 세븐일레븐의 인공지능 무인편의점 '시그니처매장(1.0)'이 대표적이다. 롯데카드, 롯데정보통신 등 그룹 계열사의 핵심 역할을 합쳐 첨단기술과 인프라가 집약된 인공지능 편의점이다.

경기과학기술대학교 조춘한 교수와 건국대학교 김현아

박사는 '불황기 소비극복을 위한 프랜차이즈 전략' 강의를 통해 프랜차이즈 성공 요인을 분석했다. 이들은 가맹본부 측면에서 대표 역량, 경영철학, 본부직원의 능력, 해외진출전략, 본부 운영의 표준화 및 효율화가 성공요인이라고 꼽았다. 가맹점 측면에서는 가맹점주의 능력 및 태도, 점포 입지 및 배후 상권을 선택했다. 소비자 측면에서는 브랜드 이미지, 제품의 차별성, 가격 경쟁력 등을 선정했다.

아울러 질적 성장을 위해서는 가맹본부의 지원제도를 수립할 필요가 있다고 강조했다. 가맹본부의 상품지원, 교육지원은 가맹본부와 가맹점간 신뢰를 형성해 가맹점의 재계약 의도를 높여 성공에 영향을 준다는게 이들의 주장이다.

'브이디컴퍼니와 함께 하는 브랜드 디지털 전환'에서 정원의 브이디컴퍼니 관계자는 외식업 자동화를 위한 스마트 장비와 S/W개발 역량 및 서빙로봇 운영 노하우를 통해 경쟁사의 추종을 불허하는 차별성을 보유하고 있다고 밝혔다. 또한 주문부터 결제, 웨이팅, CRM마케팅까지 매장에서 일어나는 모든 과정에 필요한 통합솔루션을 직접 개발해 제공하는 서비스 확장역량을 강화하고 있다고 전했다.

한편 이번 학술대회에 앞서 열린 총회에서는 △2022~2023년도 사업·계획 △2023년도 임원·회원 현황 △2022년도 회계 등을 심의, 의결했다. 또 2024년 차기 프랜차이즈학회장에 고려대 경영대학 김재욱 교수를 선임했다. **KFN**

“상생 프랜차이즈 인증제 법제화해야 업계 자발적 상생협력 촉진”

한국프랜차이즈협-권칠승 의원 정책토론회 개최

평가인증제 도입, 백년가게 프랜차이즈화 지원 논의

WRITE | 김동하 기자



프랜차이즈 지원방안 토론회 참석자 단체사진

최 근 프랜차이즈 업계에서 상생협력 확산의 중요성이 높아지는 가운데, 객관적 상생 평가 인증제 개발 및 법제화로 업계의 자발적 참여와 성과를 촉진할 시스템 구축을 촉구하는 목소리가 높아지고 있다.

◇“상생 개념 재정립해 업계 자발적 참여 촉진해야”

한석준 (주)하이데이터 대표(정치학 박사)는 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 전현식)와 권칠승 국회의원이 7월 19일 공동 주최한 “소상공인과 함께하는

프랜차이즈 지원방안 토론회”에서 인증제 법제화의 중요성을 강조했다.

한 대표는 “상생협력은 프랜차이즈 시스템 작동과 성과제고의 전제로, 실제 신뢰와 갈등관리가 사업성과에 미치는 영향이 크다”면서 “상생은 가맹본부의 일방적 지원이 아니라, 본사와 가맹점 각각의 역할 수행과 성과까지 포함하는 개념”이라고 설명했다. 이어 “상생의 개념을 재정립하고 이를 제대로 평가하는 인증 제도를 도입한다면, 업계의 자발적 참여를 시스템적으로 촉진할 수 있다”고 덧붙였다.



박효순 한국프랜차이즈산업협회 수석부회장이 좌장을 맡아 업계 의견을 전달하고 패널 토론을 진행하고 있다

상생협력은 프랜차이즈 시스템 작동과 성과제고의 전제로, 실제 신뢰와 갈등관리가 사업성과에 미치는 영향이 크다”면서 “상생은 가맹본부의 일방적 지원이 아니라, 본사와 가맹점 각각의 역할 수행과 성과까지 포함하는 개념

그는 “기존 유사 제도들은 참여기업 수가 제한적이고 목적도 정보제공 또는 예방 목적에 그친다”면서 “간결하고 객관적으로 지수화한 평가인증제를 개발해 가맹사업진흥법 등 법률에 명시하고 지원을 강화한다면, 업계의 이해도를 높여 많은 업체들이 상생협력에 동참할 것”이라고 전망했다.

토론 패널로 참여한 김정기 산업통상자원부 유통물류과장은 “신뢰성 제고를 위한 법제화 필요성에 공감한다”면서 “현재 민관 합동으로 객관성 높은 평가 지수를 개발 중이며, 신뢰도를 높이고 인증마크, 정보포상 등을 통해 업계의 관심을 높이는 방안을 추진할 것”이라고 말했다. 그는 “다만, 여러 관계 부처들과의 협의와 의견 조율이 필요한 사안으로, 의견 청취 과정이 필요할 것”이라고 덧붙였다.

이왕재 중소벤처기업부 지역상권과장 또한 “평가제도가 설계·시행되면, 중기부도 기존 지원제도와 연계해 가점 부여 등 역할을 적극적으로 고민하겠다”고 말했다.

◇“검증된 백년가게 프랜차이즈화로 산업 역량 강화”

이날 토론회에서는 백년가게 프랜차이즈화 지원을 통한 산업의 경쟁력 강화 방안도 논의됐다.

이성희 세종대 경영전문대학원 교수는 “프랜차이즈 산업은 최근 평균 매출 감소, 시장 과포화, 경쟁력 약화 등의 문제를 겪고 있다”면서 “백년가게는 오랜 업력과 경쟁력, 인지도가 검증돼 우수 가맹본부로서의 잠재력이 높기 때문에, 프랜차이즈화 지원 가치가 높다”고 설명했다. 이어 “유망 백년가게 프랜차이즈화 지원사업과 같은 별도 지원사업을 만들면, 우수 본부 육성과 산업 경쟁력 강화에 큰 도움이 될 것”이라고 제안했다.

이에 대해 이왕재 중기부 지역상권과장은 “백년가게 업계는 매출 5억 미만 비율 70%, 종업원 수 5인 미만 85%로 영세 업체들이 많다”면서 “프랜차이즈화가 쉽지 않을 것으로 생각되나, 기존 지원사업과 연계한 지원방안을 고민해 보겠다”고 말했다. 정희운 백년가게 협동조합연합회 부회장은 백년가게 업계를 별도의 산업군으로 인식해 지원해 줄 것을 요청하기도 했다.

한편, 이날 토론회는 권칠승 국회의원, 양정숙 국회의원, 박효순 협회 수석부회장, 박호진 사무총장, 이근 백년가게협동조합연합회장 등 국회, 정부, 업계 관계자 40여명이 참석했다. **KFN**

“가맹본부 대부분 기프티콘 수수료 분담… 핵심은 높은 수수료”

더불어민주당 모바일 상품권 대토론회 개최…협회 업계 오해 불식 및 개선방안 제시

WRITE | 정혜연 기자



지난 6월 30일 민병덕, 이동주 의원이 국회에서 모바일 상품권 대토론회를 개최했다 (사진 = 민병덕 의원실)

최 근 모바일 상품권 소비가 일반화되면서 높은 수수료가 가맹점 경영의 주요 애로사항으로 떠오른 가운데, 더불어민주당 민병덕·이동주 국회의원이 6월 30일 ‘소상공인·자영업자에게 물리는 기프티콘 수수료 폭탄, 해결방안은?’을 주제로 대안모색 토론회를 개최했다.

토론회에는 민병덕 의원, 이동주 의원, 박설민 공정위 온라인플랫폼정책과장, 김상윤 공정위 가맹거래조사팀장과 박호진 한국프랜차이즈산업협회 사무총장, 하

승재 전국가맹점주협의회 공동의장, 카카오, 쿠팡마케팅 등 업계 관계자들 70여명이 참석했다.

투썸플레이스, 던킨, 맘스터치, 할리스 등 여러가맹점주들은 경영환경 악화로 어려운 가운데 모바일 상품권의 높은 수수료로 인한 수익 악화와 불투명한 정산 내역을 토론했다. 통상 1%~1.5 내외의 카드 수수료에 비해 최대 10%에 달하는 모바일 상품권 수수료가 지나치게 높다는 주장이다. 정산도 최대 60일까지 지연돼 현금 확보에 지장이 크다는 지적도 나왔다.

박승미 전국가맹점주협의회 정책위원장은 “카카오 선물하기 수수료는 5~11%인데, 통상 8~12%인 가맹점 영업이익률을 고려하면 과도하다”면서 “대형브랜드인 스타벅스는 5%, 영세브랜드인 반올림피자는 11%의 수수료율을 적용받는 등 지배력에 따라 수수료를 차별화하여 오히려 영세 업체들의 수익을 감소시킨다”고 설명했다.

통상 1%~1.5 내외의 카드 수수료에 비해 최대 10%에 달하는 모바일 상품권 수수료가 지나치게 높다는 주장이다. 정산도 최대 60일까지 지연돼 현금 확보에 지장이 크다는 지적도 나왔다.

협회 “본사도 ‘을’에 불과…높은 수수료 개선되길”

한편, 토론회에서는 수수료 부담, 선정산 등 가맹본사 부담을 강화해 줄 것을 요청하는 목소리도 나왔다. 이에 대해 박호진 협회 사무총장은 “현재 대부분이 5대 5로 분담하고 있으며 일부 브랜드의 경우 가맹점주가 전액 부담하는 경우도 있다”라고 하면서 “그러나 모바일 상품권을 통한 매출은 본사가 아니라 가맹점주에게 발생하는 것으로, 원칙적으로 가맹점이 부담해야 할 것을 본사가 함께 분담하는 것인데 오해가 있다”라고 설명했다

박 사무총장은 “분담 비율은 본사와 점주 간의 협의 사항이지 정책적으로 강제할 사안은 아니다”라고 하면서 “정산시기도 본사와는 관계가 없는, 플랫폼 업체와 쿠폰사업자의 문제”라고 해명했다.

그는 “본사 54%가 연 매출 10억 이하로 영세한 경우가 많은데 사정을 고려하지 않고 본사 수익과 무관한 수수료 분담과 선정산을 주장하는 것은 지나치다”라고 하면서 “본사도 을에 불과한 만큼 제도적으로 개선되기를 바란다”고 덧붙였다.



“강제 어려워” vs “법으로라도 해결”…

정부·국회 온도차

이에 대해 공정위는 “기본적으로 온라인 플랫폼의 수수료 문제에는 정부가 끼어들기 쉽지 않다”면서 “자율규제를 강력하게 추진하고 있으나, 결국 시장경제 체제 안에서 경쟁 활성화를 통한 부담 완화로 이어져야 하는 것이 옳다”는 입장을 밝혔다. 또, 카카오 및 쿠팡마케팅은 “카카오 선물하기는 발행자·판매자 역할을 함께 하고 있어, 역할 수행 비용을 고려해 입점사와 수수료 협상을 한다”면서 개선방안을 잘 논의해보겠다고 말했다. 또, “현재 월 4회 정산중으로 통상 10~14일 사이 입금된다”면서 “향후 절차 효율화가 받쳐주면 이 기간을 더 단축해 볼 수 있을 것”이라고 했다.

한편 이날 토론회에 참석한 이동주 의원 및 민병덕 의원은 지나치게 수수료가 높다는 점을 지속적으로 강조하며 개선방안을 추진할 것을 약속했다.

특히 민병덕 의원은 “오늘 한 번 토론으로 안 끝나겠지만 오늘 나온 과제를 열심히 풀어 이런 자리를 또 마련하겠다”라고 하면서 “자율규제로 해결이 되지 않고 있기 때문에 공정위는 법으로 강제해서라도 해결해야 한다고 생각한다”라고 하면서 을해 국정감사에서 이슈로 다룰 것임을 암시했다. **KFN**

농산물 온라인 도매시장 11월 본격 출범

다양한 상품 단일 유통경로 구매 가능...비용 절감 효과

WRITE | 김은영 기자

농산물 온라인도매시장

기본방향 온라인 도매유통 효율성 제고

- 원활한 대량 도매거래를 위하여 기존 오프라인 도매시장 운영시스템* 준용
- 온라인 도매거래에 적합하도록 거래플랫폼 설계·고도화
- 제3자 판매 금지 등 거래제한&경쟁제한 폐지

* 대규모 물량의 안정적 거래, 품질·정산 등에 대한 분쟁소지 방지, 출하 농업인 피해 방지 등을 위해 거래 품목, 유통일·영입시간, 최소출하기준, 매매방법 등 상세 규정(농안법)

01	시장 범위	특정 구역을 벗어난 전국단위 시장
02	운영 및 거래주체	농식품부 지도·감독, aT 운영·관리, 일정 자격을 갖춘 다양한 주체가 판매자 및 구매자로 거래 참여
03	거래방식	우선 입찰과 정가거래를 중심으로 하되, 예약, 발주 등 다양한 거래가 가능하도록 플랫폼 구성
04	대상품목	청과, 축산, 양곡 중 온라인 거래 용이한 품목 우선 추진 후 타 부류 및 품목 확대
05	수수료	기존 도매시장보다 수수료 상한을 낮게 설정
06	기타	대금정산, 분쟁조정, 품질규격, 안전성에 관한 사항은 기존 방식을 차용하되 온라인 거래에 적합토록 보완

농림축산식품부와 한국농수산물유통공사는 올해 11월 30일부터 온라인 농산물 도매시장을 본격 출범 예정이라고 밝혔다. 이에 따라 외식 프랜차이즈의 경우 좀 더 저렴한 가격에 농산물 구입이 가능할 것으로 예측된다.

온라인 도매시장은 판매자와 구매자가 플랫폼에서 직접 거래하는 형태다. 판매자는 도매시장법인, 공판장, 시장도매인, APC 등 농·축산물 대량 공급사다. 구매자는 중도매인, 식재료업체, 외식업체, 대형마트, 가공업체, 중소형마트 등 도매거래업체 및 직접 사용자다.

국립농산물품질관리원 인가를 통해 온라인 도매시장 판·구매자 등록을 해야 한다. 거래품목은 청과, 축산, 양곡부류 등 38개 품목이다. 추후 여건에 따라 거래품목을 지속 확대한다는 게 농림축산식품부의 발표다.

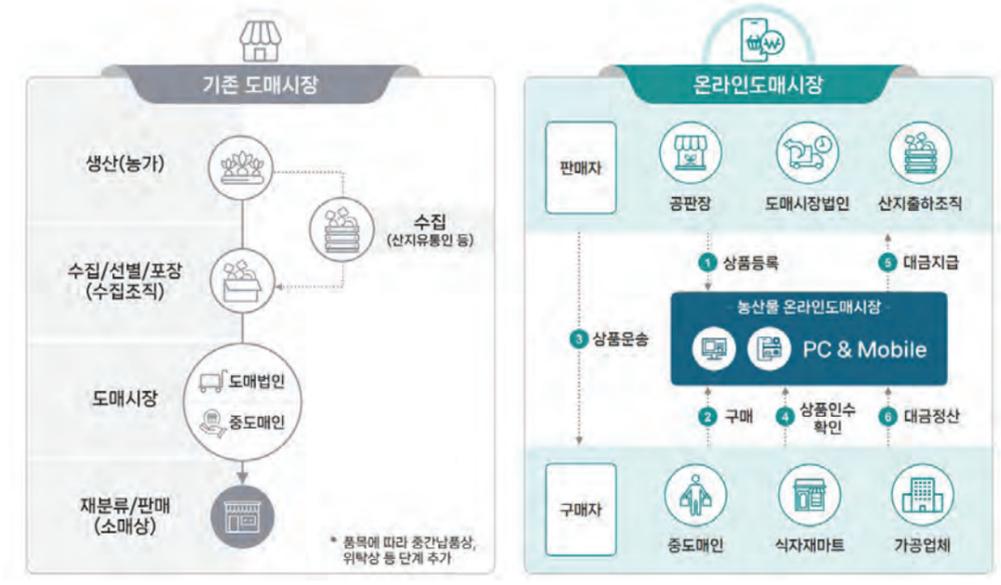
거래방식은 입찰 및 정가거래를 주요 매매방법으로 하되 예약, 발주 등 다양한 거래가 가능토록 플랫폼을 구성한다. 대금정산은 구매자 편의성을 고려해 다양한 정산방식이 허용된다. 구매자가 상품 인수 및 구매 확정 후 즉시 정산할 수도

있다. 이 방법은 현금 납부와 정산소에서 제공하는 약정(여신), 기존 개별 약정(법인이 중도매인에게 개별여신 제공) 등 자율적으로 선택 가능하다.

이를 위해 온라인 도매시장 통합정산소도 운영된다. 통합정산소는 판매자 대금 신속 정산과 구매자가 선호하는 결제 방식을 자율적으로 활용 가능한 시장 운영자 관리방식의 정산소다. 정산소가 구매자와 사전 약정(담보 설정)하거나, 현금 입금을 통해 구매자의 구매 한도를 설정하고 한도 범위 내에서 거래된다.

통합정산소 여신제공은 부동산, 신용보증서, 지급보증서, 예·적금, 보증보험증권 등의 담보를 통해 1.48% 수준의 보증보험료가 적용(초기 보험증권 수수료 40% 보조 예정)된다. 약정기간은 1년 이내(결격사유 없을 시 1년간 자동 연장)다. 이자는 무이자 15일이며, 16일부터 연체이자 3%가 부과된다.

품질관리를 위해서는 품목별 품질 제공정보를 구매자가 직관적으로 확인할 수 있도록 시각적으로 인덱스화한 카탈로그를 제공한다. 아울러 판매자 책임 강화를 위해 판매자가



(수수료 적용) 오프라인 위탁수수료 5.75%(21년 통계연보 활용), 시장사용료 0.5%(위탁수수료에 포함), 중도매인 유통마진 10%(통상적 기준), 온라인 위탁수수료 5%, 플랫폼이용 수수료 0.3%

<기존 도매유통> 4단계

<1단계> 출하자
<2단계> 도매법인
<3단계> 중도매인
<4단계> 구매자

위탁수수료 5.75%
유통마진 10%

<온라인도매시장> 2~3단계

유형	업체명	유통단계
①	산지 → 실구매자	2단계 (산지 직접거래)
②	산지 → 도매법인 → 실구매자	3단계 (도매법인 제3자판매 허용)
③	산지 → 중도매인 → 실구매자	3단계 (중도매인 직접접하 허용)

①: 15.45% 절감[수수료(5.45%)+유통마진(10%)]
 ②: 10.95% 절감[수수료(0.75%)+시장사용료(0.2%)+유통마진(10%)]
 ③: 5.45% 절감[수수료(5.45%)]

품질관리에 책임을 지고, 출하자(상품 소유권자)에게 잔류농약 등 안전성 준수 의무를 부여한다.

분쟁조정시에는 1단계 당사자 간 자율 합의, 2단계 거래중재관이 현장을 방문하여 중재안 제시, 3단계 외부 전문가로 구성된 분쟁조정위원회를 통해 최종 중재안 제시로 이뤄진다.

농림축산식품부 관계자는 “모든 산업이 디지털 전환 가속화되고 있음에도 농산물 도매유통은 대면거래와 거래참여 제한이 있는 상태”라며 “산지 직접 판매가 가능한 요즘 시기에 맞춰 도매법인 제3자 판매 허용 등 규제 완화에 따라 기존 대비 유통단계를 4단계에서 2~3단계로 단순화할 필요성이

있어 마련하게 됐다”고 밝혔다.

아울러 “기존 거래처 외의 전국 산지조직 및 도매법인 정보를 확보할 수 있고, 거래처 확대로 구매 결정권 또한 커지는 효과가 있다”라며 “다양한 상품을 단일 유통경로에서 구매가 가능하고, 정보탐색비용 절감과 유통구조 축소에 따른 구매가격 하락 효과를 가져올 수 있다”고 덧붙였다.

농림축산식품부는 이외에도 온라인 도매시장 거래 실적에 따라 우대 혜택도 제공한다는 방침이다. 온라인 도매시장은 8월까지 파일럿 사업자를 모집하고 11월까지 사업을 운영한 후 11월 30일 출범할 계획이다. **KTN**

한국프랜차이즈協, 서울시교육청과 학교 단체급식 대량조리 협동로봇 개발

급식 조리원 근로여건 개선 및 공정 효율화 위한 대규모 로봇 융합모델 시범사업 수행

WRITE | 김은영 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 학교 단체급식 현장에서 조리원의 일부 고강도 반복 조리 업무를 대신할 협동로봇 개발을 주관, 조리현장의 근로 여건 개선과 푸드테크 산업의 확산을 촉진한다.

협회는 7월 18일 서울시교육청, 한국로보틱스와 컨소시엄을 구성, 올해 연말까지 한국로봇산업진흥원 '대규모 로봇 융합모델 시범사업(푸드테크 대량조리 분야)' 지원과제를 수행한다고 밝혔다.

이번 사업은 폐암을 유발할 수 있는 조리흙* 노출, 근골격계 질환 등의 건강문제와 안전사고 위험**으로부터 조리원의 안전을 확보하고, 대량조리 로봇 융합모델의 안전성과 효율성을 높이는 것을 목표로 한다.



한 급식 조리원이 고온의 기름이 가득한 조리시설에서 튀김 조리 작업을 수행하고 있다.

협회는 주관기관으로서 활용모델의 구현과 사업 관리를 총괄하고, 서울시교육청(수요처), 한국로보틱스(공급기업)는 참여기관으로 대량급식시설 제공, 제반 지원, 로봇 설계·제작·실증, 통합관제시스템 구축 등을 수행한다.

컨소시엄은 앞서 서울시교육청 관내 1개 학교를 선정해 지난 6월 현장 시설 및 조리원 요구사항 파악, 전문가 간담회 등을 마쳤다. 현재 작업공정 및 로봇 융합모델 설계·구축, 설치 환경 분석 등을 진행 중이다.

방학 중인 8월부터는 본격적으로 전문가를 투입해 운영·위생 매뉴얼 및 통합관제시스템을 개발한다. 또 12월까지 국·탕, 볶음, 튀김 3개 공정에 전기 인덕션과 결합된 대형 조리 로봇을 도입해 학생들에게 실제로 급식을 제공할 예정이다.

사업종료 후 경제성 및 효율성, 조리흙 등 공기질 개선, 근골격 작업 투입량 변화, 조리원 만족도 향상 등 다양한 실증 데이터를 취합·분석해 개선사항을 도출하고,

법·제도 등 정책환경 조성 및 규제완화도 추진한다.

특히 2026년까지 도입을 희망하는 대량급식시설에 위생·안전 매뉴얼, 운영 매뉴얼, 레시피, 실증분석 데이터 등을 제공하고, 컨설팅 및 환경·효과성 분석까지 지원해 대량조리 로봇 시스템의 대중화를 도모할 예정이다.

협회는 "코로나19 이후 조리로봇이 급성장 중이나, 대량급식 분야는 특성상 개발·실증이 어려워 사례가 전무한 실정"이라고 하면서 "시범사업을 통해 조리원들의 건강·안전확보와 작업 효율화를 도모하고, 대량조리 푸드테크 시장의 일자리 창출과 생태계 조성에 기여하겠다"고 말했다.

한편 협회는 '서비스로봇활용 실증사업'(20~23), '수요자맞춤형서비스 로봇 개발·보급사업'(22~23), '푸드테크로봇 위생기준 안전가이드 마련 연구'(22)를 주관, 외식 프랜차이즈 업계의 협동로봇 확산을 선도하고 있다. **KFN**

※(참고1) 조리흙(cooking fumes): 기름으로 고온에서 볶거나 튀길 때 발생하는 세계보건기구(WHO) 산하 국제암연구소(IARC) 지정 2A군 발암물질(발암추정물질).
 ※(참고2) 22년 전국 14개 시도교육청(서울 경기 충북 제외) 급식종사자 2만4065명 건강검진 결과 139명 폐암의심, 이 중 31명 폐암 확진 판정(23.3, 교육부)

여름철 에너지 절약 '높이고 끄고 뽑아요!'

하루 1kWh 줄이기 실천 결의·상가 문 닫고 냉방 캠페인 전개

WRITE | 김동하 기자

산업자원부가 여름철 에너지 절약에 시민 동참을 호소하고 나섰다. 산업통상자원부(장관 이창양, 이하 산업부)는 7월 5일 오후, 서울 명동에서 시민단체, 에너지 공기업 등과 함께 '여름철 에너지 절약 홍보운동(캠페인) 출범식'을 개최했다.

여름철 전력 수요가 높아지는 상황에서 이번 출범식에서는 '높이고 끄고 뽑아요!'의 절약 실천요령을 주제로, 학생들과 함께 하는 '1kWh 줄이기 퍼포먼스', 건강하고 시원한 여름나기를 위한 '쿨맵시 패션쇼' 등도 진행됐다.



출범식 종료 후에는 시민단체와 함께 주요 상권 상가 중심으로 거리 홍보 운동(캠페인)을 전개됐다. 특히 문 열고 냉방 시에는 문을 닫고 냉방 시보다 전력 사용량이 66%, 전기요금은 33% 증가할 수 있다고 설명하며 문 닫고 냉방, 적정온도 26℃ 준수 등 에너지 절약에 동참해 달라고 당부했다.

이날 정부는 학생 등 미래세대와 에너지 절약 방안에 대해 소통하는 한편, 에너지캐시백(적립금 환급) 등 성과보수(인센티브) 프로그램, 효율 개선 지원사업 등을 공유하며 많은 관심과 동참을 당부했다.

특히 올해 하반기부터 성과보수(인센티브) 규모를 최대 100원/kWh로 확대한 에너지캐시백(적립금 환급)은 접수 한달 만에 신규 가입이 기존 가입자의 10배를 상회하는 약 54만 세대를 돌파하여 폭발적인 호응을 이끌어내고 있다고 소개했다.

천영길 에너지정책 실장은 "올 여름은 평년보다 많은 비와 폭염으로 사상 최대 전력 수요가 전망되어 시민들의 현명한 에너지 소비가 어느 때보다 중요하다"라며 "정부도 시민들이 주도적으로 에너지를 절약하고자 하는 동기를 부여하고 성과보수(인센티브)를 강화하기 위해 정책적 역량을 집중할 것"이라 밝혔다.

에너지 절약 지원책도 다양하다. 서울시는 식품의약품안전처, 한전 등과 협약을 맺고 유통업체 '냉장고 문 닫기' 지원사업을 추진 중이다. 개방형 냉장고에 문을 설치하는 업체를 대상으로 최대 20억원 무이자 용자를, 한전은 비용의 일부를 지원한다.

소상공인시장진흥공단 지역본부 등은 전통시장 상인과 소상공인의 전기요금 부담을 덜어주기 위해 '에너지 컨설팅'을 제공한다. 한전의 에너지 전문가가 업체 방문 전에 해당 업체의 최근 3년간 월별 전력사용량, 계약전력, 전력사용 유형 등을 분석한 뒤 현장 방문을 통해 에너지 절약 방법과 전기요금 관련 상담을 해준다. **KFN**

예상매출액 믿었는데...가맹계약 중도해지 위약금 가맹점주가 전부 부담해야 할까?

WRITE | 문서현 조사관



1. 사실관계 요약

- ① 창업을 알아보던 A씨는 특별한 기술 없이 적은 초기 투자비용으로 안정적인 수익을 올릴 수 있다는 분식 가맹본부 B사의 광고를 접하고, B사의 직원 C씨를 만나 가맹사업 상담을 하였다.
- ② C씨는 상담 과정에서 A씨가 가맹점 개점을 희망하는 지역의 인근 점포 매출 현황 등이 기재된 예상매출액 산정서를 서면으로 제공하였고, 해당 자료를 통해 가맹점 사업에 확신을 갖게 된 A씨는 B사와 가맹계약을 체결한 후 가맹점 영업을 개시하였다.
- ③ 1년 뒤 A씨는 가맹점 매출액 저조로 적자가 지속되자 B사에게 가맹계약 중도 해지 의사를 밝혔고, B사는 A씨에게 계약해지에 따른 위약금을 산정하여 통보하였다.
- ④ 이에 A씨는 B사가 예상매출액에 관한 허위·과장 정보를 제공하였고 과도한 위약금을 부과하였다고 주장하며 B사에게 위약금 전액 감면을 요구하였으나 B사가 이를 거부하자, 한국공정거래조정원에 가맹계약 중도해지에 따른 위약금 감면을 요구하는 내용의 분쟁조정을 신청하였다.

2. 근거 법령

가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 '가맹사업법')

제9조 (허위·과장된 정보제공 등의 금지)

- ③ 가맹본부는 가맹희망자나 가맹점사업자에게 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보를 제공하는 경우에는 서면으로 하여야 한다.

- 1. 가맹희망자의 예상매출액·수익·매출총이익·순이익 등 장래의 예상수익상황에 관한 정보
- 2. 가맹점사업자의 매출액·수익·매출총이익·순이익 등 과거의 수익상황이나 장래의 예상수익상황에 관한 정보

제12조(불공정거래행위의 금지)

- ① 가맹본부는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로써 가맹사업의 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니된다.

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

가맹사업법 시행령 제12조의2(위약금의 부당성 판단기준)

법 제12조제1항제5호에서 "계약의 목적과 내용, 발생할 손해 등 대통령령으로 정하는 기준"이란 다음 각 호의 기준을 말한다.

- 1. 계약의 목적과 내용
- 2. 발생할 손해액의 크기
- 3. 당사자 간 귀책사유 유무 및 정도
- 4. 해당 업종의 정상적인 거래관행

【별표 2】 불공정거래행위의 유형 또는 기준

- 4. 부당한 손해배상의무 부과행위
법 제12조제1항제5호에 해당하는 행위의 유형 및 기준은 다음 각 목의 어느 하나와 같다.

다. 부당한 영업위약금 부과행위

가맹점사업자가 영업을 개시한 날이 속하는 달의 다음 달부터 1년간의 평균 매출액이 가맹본부가 법 제9조제3항 및 제5항에 따라 제공한 예상매출액의 최저액에 미달하여 가맹점사업자가 계약을 중도에 해지하는 경우에 가맹본부가 계약 해지에 따른 기대이익 상실을 이유로 위약금을 부과하는 행위. 다만, 가맹점사업자의 가맹계약 위반, 가맹본부가 제시한 경영방침 미준수 또는 이에 준하는 사유로 인하여 평균 매출액이 예상매출액의 최저액에 미달한 경우는 제외한다.

3. 분쟁조정 주요 내용

- ① A씨가 B사로부터 통보받은 위약금에는 1)영업위약금, 2)인테리어 지원금 반환금, 3)영업 지원금 반환금이 포함되어 있는데, A씨가 가맹점 영업을 개시한 이후 1년간 평균 매출액이 C씨가 제공한 예상매출액의 최저금액에 미달하였다면 B사가 A씨에게 영업 위약금을 부과한 행위가 가맹사업법 제12조 제1항 제5호에 위반될 여지가 있다.
- ② 반면, A씨는 과거 B사로부터 가맹점 인테리어 비용을 지원받았으며, 영업 활성화를 위한 지원금을 지급받은 사실이 있는데, A씨와 B사가 작성한 계약내용에 따르면 가맹계약 중도해지 시 잔여기간에 따라 인테리어 비용과 영업 지원금을 반환하도록 규정하고 있어, B사의 인테리어 지원금 및 영업 지원금 반환 요구가 부당하다고 보기 어렵다.
- ③ 결국 조정원의 분쟁조정 과정에서 B사는 A씨에 대한 영업 위약금을 전액 감면하되, 인테리어 지원금 반환금은

가맹본부로부터 예상수익상황에 대한 허위·과장 정보를 제공받았다고 주장하며 가맹점사업자가 가맹본부를 상대로 위약금의 감면을 요구하는 사례는 빈발하는 분쟁 사례 중 하나이다.

기준대로 부과하기로 하고, 영업 지원금 반환금에 대해서는 A씨의 사정을 고려하여 금액을 일부 조정하여 최종적으로 A씨에 대한 위약금을 감액하겠다는 의사를 밝혔고 A씨가 이를 수용하여 합의가 이루어졌다.

4. 시사점

가맹본부로부터 예상수익상황에 대한 허위·과장정보를 제공받았다고 주장하며 가맹점사업자가 가맹본부를 상대로 위약금의 감면을 요구하는 사례는 빈발하는 분쟁 사례 중 하나이다. 가맹본부가 예상수익상황에 관한 정보를 구두로만 제공한 경우 이러한 사실을 확인하기 어려울 수 있기 때문에, 가맹본부가 예상매출액·수익·매출총이익·순이익 등 장래의 예상수익상황이나 과거의 수익상황에 관한 정보를 제공할 경우 가맹희망자는 이를 서면으로 요청하여야 한다. 또한, 가맹희망자는 가맹본부가 제공한 예상수익상황에 관한 정보를 충분히 확인하고 검토한 후 신중히 가맹계약을 체결하여야 한다.

만약 가맹점사업자의 최초 1년간 평균 매출액이 가맹본부가 제공한 예상매출액의 최저액에 미달하여 계약을 중도 해지하게 되었음에도 가맹본부가 과도한 수준의 영업 위약금을 부과하였다면 불공정거래행위에 해당될 수 있기 때문에 가맹본부에 영업 위약금 감액을 요구해보거나 한국공정거래조정원에 분쟁조정을 신청하여 도움을 받을 수 있다.

문서현
한국공정거래조정원 분쟁조정1실
가맹유통플랫폼팀 조사관

Tel: 1588-1490
email: mshyun15@kofair.or.kr
www.kofair.or.kr



서울특별시

지난해 프랜차이즈 브랜드 줄고 가맹점은 늘어

서울시 가맹사업 등록현황...가맹점 100개 이상 가맹본부 6.7%



서울특별시

◆ 서울시 업종별 등록현황 (단위: 개, %)

구분	외식		서비스		도소매		계
	개 수	비 율	개 수	비 율	개 수	비 율	
가맹본부	1,967	67.9%	725	25.0%	203	7.0%	2,895
브랜드	3,296	74.2%	921	20.7%	223	5.0%	4,440
가맹점	66,790	37.9%	54,671	31.0%	54,884	31.1%	176,345

※ 하나의 가맹본부가 2개 이상 업종의 가맹사업 실시하는 경우가 있어 업종별 총 가맹본부 수(2,895개)와 등록 가맹본부 총수(2,822개)가 상이

지난해 서울시에 등록된 프랜차이즈(가맹사업) 브랜드는 소폭 감소했고, 가맹본부와 가맹점 수는 증가한 것으로 나타났다. 가맹점 평균 매출도 전체 업종 평균 17% 가량 늘었다.

서울시가 등록된 가맹사업 정보공개서를 바탕으로 발표한 '2022년 서울시 가맹사업 등록현황'에 따르면 가맹본부는 2021년 2739개에서 2022년 2822개로 3.0%로 증가했다. 하지만 브랜드 수는 2021년 4534개에서 2022년 4440개로 2.1%로 줄었다. 가맹점 수는 2020년 16만3529개에서 2021년 17만6345개로 7.8% 증가했다.

업종별 등록상황을 보면 외식업이 가맹본부(67.9%), 브랜드(74.2%), 가맹점(37.9%) 모두 가장 높았다. 외식업종 브랜드는 2021년 3380개에서 2022년 3296개로 2.5% 소폭 감소했지만 가맹점수는 6만6790개로 전년 대비 7.1% 증가했다.

가맹점 개점률은 22.0%다. 전년 대비 0.5%p 하락했다. 폐점률은 11.5%로 전년 대비 0.2%p 증가했다. 세부적으로는 치킨분야 개점이 전년대비1.7%p, 커피분야 폐점이 0.8%p 감소했다.

외식업종 전체 브랜드 중 가맹점 10개 미만은 2612개(79.2%)였다. 대부분 소규모였다. 가맹점 100개가 넘는 외식업종 브랜드는 124개로 3.8%에 불과했다. 가맹점 매출액을 기재한 브랜드(844개) 중 연평균 매출이 3억원 이상 브랜드는 244개(28.9%), 1억원 미만 브랜드는 137개(16.2%)였다.

서비스업종은 전년보다 1.1% 소폭 감소한 921개 브랜드가 서울에 등록돼 있었다. 하지만 가맹점 수는 5만4671개로 전년 대비 11.9% 증가했다. 또한 가맹점 10개 미만 소규모 신규브랜드는 그 비중이 전년 대비 1.9%p 줄었다.

가맹점 10개 미만 서비스 업종 브랜드는 565개(61.3%), 100개 이상은 84개(9.1%)였다. 가맹점 매출액을 기재한 브랜드(352개) 중 연평균매출 3억원 이상 브랜드는 82개(23.3%), 1억원 미만 브랜드는 133개(37.8%)였다.

도소매 업종 브랜드 수는 223개로 전년과 동일했다. 다만 가맹점은 총 5만4884개로 전년 대비 4.9% 늘었다. 도소매 업종 중 가맹점 수 10개 미만 브랜드는 160개(71.8%), 100개 이상은 19개(8.5%)였다. 가맹점 매출액을 기재한 브랜드(66개) 중 연평균 매출액 3억원 이상이 30개(45.5%), 1억원 미만은 12개(18.2%)였다.

한편 가맹점 창업비용은 평균 1억1780만원으로 조사됐다. 전년 2억3225만원보다 49.3% 감소했다. 창업비용 중 인테리어 비용이 46.9%로 가장 많은 비중을 차지했다. 서비스업이 평균 2억370만원으로 가장 많았고, 도소매(1억2670만원), 외식(9330만원) 순이었다.

WRITE | 정혜연 기자

공정거래위원회

정보공개서 사전제공, 카톡으로도 가능해진다

공정위, 가맹사업법 시행령 개정안 입법예고



공정거래위원회



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

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 과징금 감경 상한을 현행 50%에서 70%로 확대하는 내용 등을 담은 가맹사업법 시행령 개정안을 6월 21일부터 7월 31일까지 입법예고 한다고 밝혔다.

공정위는 지난해 가맹점주의 신속한 피해구제를 돕기 위해 가맹본부가 법 위반행위를 자진 시정할 경우의 과징금 감경률을 50%까지 상향했으나, 현 시행령상 과징금 감경 상한이 50%로 규정되어 그 취지가 충분히 달성되지 못할 우려가 있다고 판단했다.

즉, 위법행위를 자진 시정(최대 50%)하고 조사·심의에 협력(최대 20%)하더라도 시행령 감경 상한인 50%까지만 과징금을 감경받을 수 있어 법 위반 사업자의 자진 시정이나 조사 협력 유인을 약화시킬 수 있기 때문이다. 이에 공정위는 자진 시정 등에 대한 충분한 유인

을 제공하기 위해 시행령 상의 과징금 감경 상한을 70%까지 상향하는 내용의 개정안을 추진하기로 하였다.

또한 이번 개정안에는 규제 완화의 일환으로 정보공개서를 메일 외에 카카오톡이나 문자와 같은 모든 전자적 전송매체로 제공할 수 있도록 하는 내용도 포함됐다. 이때 정보공개서 제공 시점 확인을 위해 정보공개서 발송, 수신 시간의 객관적 확인이 가능한 방법으로 제공하도록 규정하고, 이를 정보공개서 제공 방법을 준용한 광고·판촉행사 집행 내역 통보 방법에도 적용하도록 개정됐다

현 시행령에는 가맹본부가 전자우편 외에 카카오톡 등의 전자적 전송매체를 이용해서 정보공개서를 제공할 수 없도록 규정돼 있다.

공정위는 "이번 개정을 통해 자진 시정 활성화를 통한 가맹점주의 신속한 피해구제 효과와 정보공개서 제공 방법에 대한 규제 완화에 따른 가맹본부와 가맹희망자의 편의성이 제고될 것으로 기대된다"고 밝혔다.

WRITE | 김은영 기자

대검찰청

대검찰청-공정위, 물가 인상 카르텔 엄단 공언

불공정 담합행위 집중단속...닭고기 가격 담합 등 적발



검찰과 공정거래위원회가 생활물가 교란, 담합 등 물가 인상 카르텔 엄단에 나섰다. 아울러 사건 적발에 도움이 되는 '자진신고제도(리니언시)'의 효과적인 운영을 위해 기관 간 정보 공유의 범위를 확대하고 상호 협조도 심화한다고 밝혔다.

대검찰청은 이에 앞서 담합행위를 통해 생활 물가를 교란하고, 시장 질서를 침해한 업체들에 대한 1년간 중대한 불공정 담합행위를 집중 단속 수사한 결과를 6월 1일 발표했다.

담합이란 복수의 사업자들이 공동으로 상품이나 용역의 가격을 일정 수준 이상으로 유지하거나, 일정 수량 이상의 물품 공급을 제한하는 행위를 뜻한다. 속칭 '째짜미'로 불린다.

담합 가운데서도 특히 ▲경쟁 사업자 사이에 특정 상품 가격을 일정 수준 이상 유지하기로 하는 모의(가격 담합) ▲경쟁 사업자 사이에 특정 상품의 공급량을 조정하기로 하는 모의(공급량 담합) ▲경쟁 사업자 사이에 사전에 입찰 가격, 낙찰 예정자를 정하는 모의(입찰 담합)는 중대한 불공정행위인 경성담합(hard-core cartel)이기 때문에 형사처벌이 반드시 필요하다는 게 검찰 입장이다.

검찰은 이날 주요 사례에서 치킨과 삼계탕용 닭고기의 가격을 담합해 14조원 규모의 부당이득을 올린 업체와 관련 임직원도 불구속 상태로 재판에 넘기고, 지난 수년간 진행된 100억원 규모의 아이스크림의 납품가격과 판매가격 담합 사건의 업체와 관계자를 기소했다고 언급했다. 또 이번 발표를 통해 7조원대의 철근 조달 관련 입찰 담합 사건과 2000억원 상당의 철도 침목에 대한 구매 입찰 담합 사례도 적발했다고 덧붙였다.

더불어 광주 일대 31개 교복업체의 160억원 교복 입찰 담합 사건, 2조3300억원 상당의 아파트 빌트인 가구 입찰 담합 사례를 적발하고 이들 업체를 기소했다고 밝혔다. 검찰은 지난해 말에는 아파트 가입 화재보험의 입찰 담합을 통해 130억원 상당의 주택금융 손실을 발생시킨 법인과 해당 관계자도 기소했다.

대검은 "앞으로도 과도한 형벌권 행사는 자제해 자유로운 기업 활동을 적극 보장하되, 중대한 불공정 행위인 담합사범에 대해서는 법률에 따라 철저히 수사하고 엄정 대응해 시장 경제 질서의 근간이 되는 공정한 경쟁 질서 확립을 위해 노력하겠다"고 밝혔다.

WRITE | 정혜연 기자

식품의약품안전처

아시아요리 배달음식점 위생점검...32곳 적발·조치

식약처, 쌀국수·초밥·카레 등 조리·판매 음식점 2585곳 점검



식품의약품안전처

식품의약품안전처(처장 오유경)는 쌀국수, 초밥, 카레 등 아시아요리를 조리해 배달·판매하는 음식점 총 2585곳에 대해 5월 30일부터 6월 2일까지 17개 지방자치단체와 함께 집중 점검한 결과 '식품위생법'을 위반한 32곳(1.2%)을 적발해 관할 기관에 행정처분을 요청했다고 밝혔다.

주요 위반 내용은 ▲유통기한 경과제품 보관(5곳) ▲시설기준 위반(3곳) ▲영업장 면적 변경 신고 위반(1곳) ▲건강진단 미실시(12곳) ▲위생적 취급기준 위반(11곳) 등이다.

이번에 적발된 업체에 대해서는 관할 지자체가 행정처분 후 6개월 이내에 다시 점검해 개선 여부를 확인할 예정이다.

점검과 함께 음식점에서 조리·판매하는 쌀국수, 냉소바 등 134건을 수거해 식중독균 항목 등을 검사한 결과 모두 적합 판정을 받았다.

식약처는 배달음식점의 위생·안전을 선제적으로 강화하기 위해 2021년부터 다소비 품목을 배달하는 음식점을 대상으로 집중점검

을 실시해 오고 있다. 21년 1분기에는 족발·보쌈, 2분기에는 치킨, 3분기에는 김밥 등 분식, 4분기에는 피자 전문점을 점검했다. 2022년에도 1분기 중화요리, 2분기 족발·보쌈, 3분기 김밥 등 분식, 4분기 치킨 음식점을 점검했다.

올해는 치킨, 피자 등 다소비 품목 외에 소비경향(트렌드)을 반영한 다양한 품목으로 점검대상을 확대해 1분기에는 마라탕·양꼬치·치킨, 2분기에는 아시아요리를 취급하는 배달전문점을 대상으로 점검을 실시했다.

식약처 관계자는 "앞으로도 국민이 많이 소비하는 배달음식에 대한 안전관리를 지속적으로 강화하고, 고의적인 불법 행위에 대해서는 엄정하게 조치하는 등 안전한 먹거리 환경을 조성하기 위해 최선을 다하겠다"고 밝혔다.

아울러 "소비자들은 식품안전 관련 위법 행위를 목격하거나 불량식품으로 의심되는 제품에 대해서는 부정·불량식품 신고전화 1399로 적극 신고해 주시기 바란다"고 당부했다.

WRITE | 김은영 기자

이주 코리아렌드리



협업으로 세탁업계 스타벅스 만들다



코리아렌드리
서경노 대표



어반렌드렛 보정 | 경기도 용인시 보정동

전국의 동네 세탁소 수는 2017년 2만7000여곳에서 최근 2만여곳 안팎으로 줄어들었다. 하지만 국내 세탁시장 규모는 올해 5조7000억원 수준에서 5년 뒤 7조2000억원까지 커질 전망이다. 배경에는 첨단 기술로 무장한 셀프 빨래방이 있다. 이 시장에서 20년 유통경험을 바탕으로 전방위적인 상업용 세탁비즈니스에 특화된 솔루션을 선보이는 곳이 코리아렌드리다. 서경노 대표의 노하우와 철학을 들어봤다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

코리아렌드리는 상업용 세탁장비 전문업체다. 전세계 최고의 상업용세탁기 상업용건조기 등을 20여년간 전문적인 유통을 해왔다. 이를 통해 설치 및 시스템구축, 관련 장비 공급, 운영, 수익 창출 등에 대한 최상의 세탁시스템 관리 솔루션 업체로 성장했다. ICT기술을 기반으로 생산성 증대와 고객의 수익성 증대에 최적화된 서비스를 제공한다.

코리아렌드리의 전문적인 상업용 세탁솔루션은 장비의 운용과 관리지식 그리고 현장경험을 바탕으로 '공동주택 커뮤니티세탁솔루션', '상업용/OPL 대형세탁서비스 시설구축솔루션', '셀프세탁 솔루션' 등으로 사업영역을 나눠 전방위적인 상업용 세탁비즈니스에 특화된 솔루션을 선보이고 있다. 호텔, 병원, 세탁공장, 요양원, 기숙사, 스포츠센터, 학교, 대형 식당, 셀프세탁시스템 등 전문적인 세탁이 필요한 모든 곳에서 안전하고 표준화된 시스템을 제공한다.

이외에도 글로벌한 세탁장비 제조사인 스웨덴의 일렉트로룩스, 독일의 밀레, 한국의 삼성 상업용 세탁장비를 독점판매 총판파트너십을 통해 상업용 전문성에 요구되는 경제성과 빠르고 효율적인 세탁공정을 구축할 수 있는 최신의 제품 라인업을 제공하고 있다.

세탁업계의 스타벅스를 꿈꾸다

유통을 하던 코리아렌드리가 소비자들에게 인식을 심어준 시기는 2002년이다. 국내 최초로 셀프빨래방 브랜드인 코인워시24를 기획, 론칭했다. 셀프빨래방의 불모지인 우리나라에 세탁업계의 스타벅스라는 기치를 내 걸었다.

“새로운 라이프스타일에 부합하는 신개념의 즐거운 빨래 문화라는 브랜드 아이덴티티를 만들었죠. 독창적이고 소비자 편의성과 위생을 강조한 국내 최고의 셀프세탁서비스를



워시엔조이라운지 | 경기도 성남시 수정구 청곡동



워시엔조이 문정점 | 서울시 송파구 문정동



런드리파크 문정점 | 서울시 송파구 문정동

개발해 획기적인 수익형 무인사업 공간디자인을 접목한 워시엔조이를 론칭했어요”

그동안 세탁은 지저분하고 어렵다는 인식이 있었다. 이러한 세탁시장에서 워시엔조이라는 새로운 사업아이디어와 서비스를 알리기 위해서는 시장의 개념을 바꿔야 했다. 셀프빨래방을 친근하고 오래 머물러도 질리지 않는 공간으로 변모시키는 것뿐만 아니라 세탁의 문화를 만들어야 했다. 그것이 워시엔조이의 공간디자인과 비주얼라이제이션 마케팅이다.

“워시엔조이는 세탁 업계의 스타벅스로 자리매김할 거예요. 소비자가 머물며 사람을 만나고, 커피를 마시거나, 마사지를 받고, 책을 보며, 일을 하고, 필요한 생활용품들을 구매할 수 있도록 공간을 최대한 활용한다는 아이디어에서 나온 발상이죠. 셀프세탁빨래방 안에서 삶의 고단함을 풀 수 있는 문화, 커뮤니티 공간으로의 우리 선조들이 예술과 문화 취미를 즐겼던 사랑방의 역할이에요”

클리닝, 필환경시대를 맞춘다

코리아런드리의 또 하나의 특징은 환경이다. 서 대표는 지구 환경을 해치고 기후변화에 영향을 끼치고 있는 드라이클리닝의 폐해를 알리는 ESG 캠페인 활동을 해왔다. 더불어 2년 전 드라이클리닝의 대안이라고 불리는 물세탁 기반의 ‘젯클리닝’을 도입했다. 미래형 친환경 세탁소 ‘스웨덴런드리’와 의류관리 서비스 플랫폼 ‘어반런드렛’을 통해 친환경 세탁의 필요성을 알리고 소비자 중심의 중대형 멀티플랫폼 사업을 통해 시장혁신에 앞서고 있다.

젯클리닝은 필환경 시대에 석유계 유기용제를 사용하는 기존 드라이클리닝의 환경오염과 인체 유해의 문제점의 대안으로 순수 물을 사용하는 친환경 세탁방식이다. 물과 순환생분해성 세제를 사용해 대기 오염 물질 및 유독성 폐기물이 발생하지 않는다. 또 드라이클리닝으로 제거할 수 없는 유기물 얼룩 제거와 함께 상쾌한 자연의 향을 제공한다. 이를 통해 아기, 어린이 및 알레르기 환자들이 안전하게 믿고 세탁할 수 있다. 빠른 세탁시간과 섬유손상 감소로 옷의 수명 연장에도 최적이다.

다양한 상품에 최적화된 지원시스템

코리아런드리의 상품은 다양하다. 상권과 상가 그리고 투자자의 투자성향에 맞춘다. 일반 주거상권인 연립, 다세대, 다가구, 빌라 등의 세대로 구성되어 있는 타운형상권은 워시엔조이라는 셀프세탁서비스점으로 운영된다. 오피스텔 등 주거시설의 밀집도가 높고 젊은 주거세대의 유입이 많은 곳은 런드리라운지24다. 하이엔드 고급주거지는 어반런드렛 브랜드로 운용되고 있다. 소비자통합형 어반런드렛 런드리플렉스는 공장형 소비자친화형 세탁솔루션이다. 교외에 오픈되는 전문세탁시설이다.

이러한 브랜드를 운영하면서도 문제소지를 없앤 이유는 가맹점과의 상생을 위해서 지속적이고 다양한 수익모델을 개발, 제시하는데 있다. 고객을 모이게 하는 전략과 마케팅을 지원하고, 추가적인 수익을 창출할 수 있도록 브랜드 광고 제휴마케팅도 지원한다. 지속적이고 정기적인 교육프로그램 제공도 만족도를 높이는 요소다. 셀프세탁시스템부터, 마케팅, 운영 등의 메뉴얼을 주기적으로 업데이트해 점주들의 사업발전에 지식을 제공하고 있다.

가맹이 아닌 동맹, 협업을 만든다

서 대표는 작금의 프랜차이즈, 특히 한국형 프랜차이즈는 오해하기 좋다고 말한다. 본사의 수익전략에 따라 통제될 때 불편함이 다수 발생할 소지가 많다는게 이유다. 그래서 그는 가맹이 아닌 동맹이라고 말한다.

“가맹이라는 계약관계를 통해 타인에게 의지하거나 타인에 의해 영향을 받는 사업을 하고 싶지 않았어요. 즉, 강제

적인 상황에서 사업을 영위하거나 영위하게 하는 사업은 오래가지 못할 거라고 생각했죠. 이를 만들고 지키기 위한 리소스도 많이 발생할 것으로 생각했어요”

서 대표가 가맹이 아닌 동맹을 말하는 이유다. 사업이란 스스로 기획(생각)과 실행(영업과 자금운용)을 통해 추진하는 것이 맞다는게 그의 철학이다. 그래서 자기주도적인 사업 환경을 만들고 싶었다. 지금까지는 성공적이다. 비가맹계약조건으로, 본사에 의지하지 않아도, 점주에 의지하지 않아도 사업은 잘 진행되고 있다.

“사업이 잘되는 방법은 서로 마음에서 우러나는 협업이라고 생각해요. 서로 강제적인 환경에서 의지하는 것이 아닌, 마음에서 우러나는 협업을 통해 사업을 발전시켜 가는 것이 진정한 가맹이라고 생각하죠. 즉, 동맹이 맞아요 (Alliance). 가맹이라는 말은 그저 법적인 용어일 뿐이에요”

동맹이라고 생각하면 많은 것이 달라진다. 회사가 가지고 있는 독점적인 기술과 상품에 대해서 공유하지만, 그 비용에 대해서는 정당하게 청구한다. 가맹점 사업이 잘 되려면 본인의 의지에 의해서 선택하면 된다. 그래서 워시엔페이라는 모바일 결제시스템도 구독형으로 만들었다. 구독비가 있다. 새로운 서비스는 모두 구독형으로 제공된다. 회사의 IP에 대한 정당한 수익이라는게 그의 생각이다. 현재 이러한 워시엔조이 IP는 해외로 수출되고 있다. 워시엔조이라이센스라는 소프트웨어와 결제시스템 하드웨어로 해외진출에 성공했고, 동남아시아 지역으로 확장할 계획도 가지고 있다. **KFM**



세탁 드라이브스루



한마음정육식당 우광식 대표

정육식당 최초 프랜차이즈화 성공

대전에서 시작해, 전국 120여점으로 확장, 정육식당 최초로 프랜차이즈화에 성공하며 1세대 원조 정육식당이라는 타이틀을 10년 넘게 유지하고 있다.

한마음정육식당은 첫째도 정직, 둘째도 정직을 강조하면서 정직한 사람들이 정직한 음식을 만들고 있다고 자부하며, 이제는 전국을 넘어 해외진출까지 준비중이다.

한마음정육식당이란.

(주)지피에프씨는 대한민국의 외식사업의 발전과 바른 먹거리를 지향합니다. 다년간 축적된 노하우로 경쟁력 있는 전문 브랜드 '한마음 정육식당'을 탄생시켰고, 이러한 과정을 통해 회사가 설립되었으며, "맛있는 것은 싸야 한다." "정직한 사람과 정직한 음식만이 경쟁력이자 곧 생존 전략이다." 라는 두 가지 슬로건을 내세우며 시작했습니다.

대전 궁동(충남대)에서 2015년 2월 처음 충남대점을 기반으로 2015년 4월 대전 송촌동 2호점 매장을 오픈하였으며, 10개월간의 테스트 기간을 거치고 7개의 직영점을 운영하게 되었습니다. 2016년 5월 주식회사 지피에프씨를 설립, 7년이 지난 현재 전국 120개 매장을 보유하고 있는 프랜차이즈입니다.

성공 비결은.

첫째는 "맛있는 것은 싸야 한다! 시대가 변했다.싼 게 비지떡이란 인식은 가라." 합리적인 가격과 맛입니다. 한마음 정육식당에서 사용되는 돼지고기는 고기의 층이 일정한 간격을 유지하면서 지방과 근육을 만들어 내는 사료를 먹이는 '교차사료' 방법을 개발하여 돼지고기의 품질을 우수하게 만들어 내는 칠레와 캐나다 산을 주로 사용합니다. 아울러 특수 제작된 불판을 사용하여 된장찌개를 무한으로 제공합니다.

두 번째는 "고객이 우선이다. 고객의 간지러운 부분을 긁어라!" 바쁜 식당에서 빠른 서비스와 불편함 없이 식사를 마칠 수 있게 도와주는 것이 저희의 첫 번째 임무입니다. 한마음 정육식당에서는 셀프코너가 존재하지 않으며, 식사하시는 동안 부족함 없이 편하게 음식을 드실 수 있게 모든 직원 알바들이 먼저 고객을 찾아가 서비스 하는 방식입니다.

세 번째는 다년간의 경험으로 습득한 노하우로 빛을 발하다. 일념(一念) 한결같은 마음 서비스! 서비스에도 질이 있습니다. 어설픈 서비스메뉴는 오히려 안주니만 못합니다. 각 지역마다 사용할 수 있는 특산물로 서비스 품목들을 본사에서 개발 하여 지역마다 다른 각 매장에 전수하여 무료로 제공하고 있습니다. **KEFI**



"회사 제품이 곧 나의 인격"

하이돈 푸드시스템 김동섭 대표

"경영의 최고 가치는 서로 상생할 수 있는 파트너십입니다." 돈가스류 및 양념육류 제조업체 하이돈 푸드시스템 김동섭 대표(50세)의 경영 철학이다.

김 대표는 프랜차이즈 본사와 점주 그리고 제조업체 모두 성공할 수 있는 시스템을 만들기 위해 거래처와 사업 파트너로서 존중하며 상생해야 한다고 믿는다. "몇년 전 회사에 직접 찾아와 돈가스 프랜차이즈를 하고 싶으니 도와달라고 부탁한 대표들이 몇분 계셨어요. 그분들의 간절함과 의지를 볼 수 있어서 도와주기로 마음 먹었어요."

메뉴 구성 단계부터 음식의 맛과 객단가까지 서로 의논하고 노력한 결과 제법 프랜차이즈로서의 모양새를 갖추게 됐다. 물론 중간에 시행착오도 있었다. 하지만 대표들과 긴밀하게 소통하며 어려운 시간들을 극복한 끝에 지금의 S돈가스, J카

츠는 가맹점주 150개로 성장할 수 있었다.

파트너십의 결과란 이런 것이다. 누구 하나 실패하지 않는 것, 모두 성공할 수 있는 최고의 경영 철학이다.



하이돈 푸드 시스템은 충북 음성군에 위치한 육가공 회사다. 돈가스류와 양념육류를 생산하고 있으며, HACCP 인증을 통해 안전한 먹거리를 만들기 위해 노력하고 있다. 주 고객사인 프랜차이즈 본사의 특성에 맞게 주문 생산 방식에 따라 차별화된 제품들을 공급하며 한 가지 제품이라도 프랜차이즈 컨셉에 맞게 다양한 제품이 출시되고 있고 이렇게 차별화된 제품은 시장에 서 그 차별성을 인정받고 있다.

"회사에서 나오는 제품이 곧 나의 인격"이라 말하는 김동섭 대표의 말에서 하이돈 푸드시스템 제품의 신뢰가 엿보인다. **KEFI**



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

브랜드 몸값을 결정하는 핵심 요소

WRITE | 이경희

최근 M&A 시장에서 프랜차이즈 브랜드의 몸값이 커지고 있다. 이 때문에 아예 사업 매각을 전제로 가맹사업에 뛰어드는 창업자도 적지 않다. 그런데 가맹점 수는 비슷한데 어떤 브랜드는 높은 몸값을 받는 반면 그렇지 않은 경우도 있다. 단지 현재의 점포 수와 수익성만이 매각 대금을 결정하는 요인은 아니라는 것이다. 중간에서 중요한 영향을 미치는 요소가 있다. 바로 폐점 비율이다.

자랑하고 과시하는 것은 인간 본성 중에 하나다. 하지만 삶을 살다보면 누구에게나 감추고 싶은 치부가 있다. 기업도 마찬가지다. 성공하면 자랑하고 싶은 게 많지만 그렇지 못할 경우 감추고 싶은 게 많다.

가맹사업에서 감추고 싶은 것 중 하나는 폐점이다. 가맹점을 오픈할 때는 인테리어 공사를 하는 내내 동네 사람들이 다 알도록 홍보를 하지만 운영되던 매장이 폐점을 할 때는 그 자리에 그 점포가 있었던 적이 없었던 것처럼 조용히 간판을 내린다. 해당 상권에서 폐점에 대한 기억을 빨리 지워야 하기 때문이다.

개설 못지않게 중요한 폐점 관리

그 때문일까. 가맹본부에 들어가서 폐점에 대한 정보를 물어보면 잘 대답하지 못하는 경우가 많다. 몇 개가 폐점했는지? 폐점 사유가 뭔지에 대한 기록이 제대로 관리되지 않는 경우는 물론이고 폐점 사유를 정확히 분석하는 기업은 많지 않다.

가맹본부의 모든 노력은 가맹점 개설에 초점이 맞춰져 있다. 사업은 성장해야 하므로 개설에 온 힘을 기울이는 것은 당연하다. 하지만 아무리 열심히 가

맹점을 개설해도 동일한 숫자가 문을 닫는다면 사업은 늘 제자리 걸음이다. 그래서 개설 관리 못지 않게 폐점 관리도 필요하다. 폐점이 쌓일수록 시장에서 우리 브랜드에 대한 인식이 나빠지기 때문이고 개설 못지 않게 폐점도 사업의 어떤 상태를 반영하기 때문이다.

폐점 요인 분석으로 브랜드를 지켜라

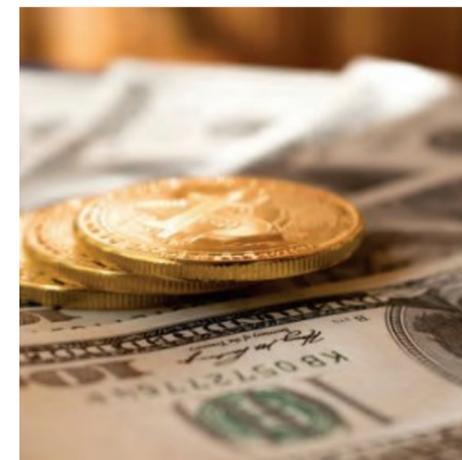
폐점이 생기는 이유는 여러 가지다. 매출 부진, 경쟁력 부족, 더 뛰어난 경쟁력을 가진 대체업종의 등장, 가맹점 운영상의 문제 누적 등등. 하지만 이런 요소 또한 1차적인 원인은 아니다. 가령 매출 부진은 다른 선행 요인을 전제로 한다. 부실한 상권 입지, 운영관리의 실패, 품질 문제, 서비스 문제, 상품 구성, 잦은 인력 교체 문제 등등.

경쟁력 부족도 다른 선행요인이 있다. 어느 분야의 경쟁력이 부족한가? 품질인가? 원가 경쟁력인가? 브랜드 관리 문제인가? 마케팅 역량 부족인가? 점주의 운영관리력 부족인가? 브랜드 자체가 경쟁력을 잃었는가? 업종이 사양길인가? 트렌드 대응 실패 역시 마찬가지다. 라이프스타일이 바뀌었는가? 강력한 브랜드 경쟁자의 등장인가? 문제인가? NO 재팬처럼 단기적인 사회적 이슈의 영향인가? 상권이 쇠퇴하고 있는가? 등.

원인 없는 폐점은 없다. 문제를 파악하고 대안을 세우면 문제가 극복된다. 하지만 문제를 지나친다면 해결되지 않은 문제는 사업의 발목을 잡고 성장을 가로막을 것이다. 폐점의 추이는 브랜드에 대해서 많은 것을 말해준다. 폐점 수가 적을 때 미리 미리 문제의 원인을 찾아서 해결하도록 노력해야 한다. 문제를 방치하면 문제가 누적돼 견잡을 수 없다. 정보공개서를 분석해보면 연간 적게는 20, 30개에서 50, 60개씩 폐점이 일어나는 브랜드도 적지 않다. 편의점처럼 가맹본부의 힘이 강력하면 그 정도 폐점도 충분히 버틸 수 있다.

좋은 브랜드는 폐점이 적다

하지만 영세한 브랜드들은 그렇지 않다. 계약종



료와 해지가 많으면 그 브랜드는 오래 버티기 힘들다. 2021년 데이터에 따르면 한식 분야에서 A브랜드는 신규 개점 65개에 계약종료 81개다. 전체 가맹점수는 399개다. B브랜드는 총 가맹점수 92개에 신규개점 24개, 계약종료 64개이다. 국내 대표적인 한식 브랜드인 C는 전체 가맹점수 891개에 계약해지 점포수가 117개이다. 분식브랜드인 D는 총 가맹점수 101개에 신규개점 11개인데 계약종료가 78개이다.

계약종료와 계약 해지는 사유가 다르지만 매장이 해당 상권에서 사라진다는 점에서는 동일하다. 간혹 가맹본부가 새로운 브랜드를 만들어서 브랜드를 이동시키는 경우가 있기는 하지만 대부분은 폐점이다. 이런 정보는 브랜드의 중요한 성적표이다. 가맹점수가 101개인데 계약 종료된 매장 수가 78개라면 해당 브랜드는 2.3년이면 사라질 것이다.

최근 2~3년 사이에 100억원대 이상의 가격으로 매각된 프랜차이즈 브랜드의 경우 폐점이 거의 없었다. 반면 동일 분야에서 가맹점수는 많았지만 헐값에 매각된 브랜드의 경우 폐점 수가 개점 못지 않게 많았다. 개설을 많이 해서 성장하는 것도 중요하지만 폐점을 방어하고 폐점하지 않는 시스템을 만드는 것은 지속가능 성장의 중요한 비결이다. 폐점 관리는 프랜차이즈 브랜드의 몸값을 결정하는 중요한 요소중 하나이다. [KFA]



이경희

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

저서

CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드
내사업을 한다는 것

강의

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



장재남
프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

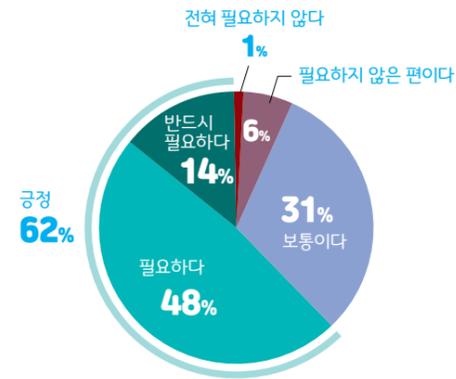


외식업체의 자율적인 영양표시! 브랜드의 이미지 제고와 매출증대 일등공신

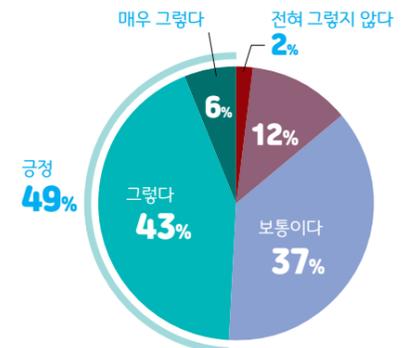
WRITE | 장재남

경제성장과 소득증대에 따른 국민의 생활 수준 향상으로 식생활이 변화하고 있다. 특히 1인 가구 증가와 인구 고령화 등 인구사회의 구조적 변화와 더불어 외식 인구 증가에 따라 배달플랫폼을 통한 배달음식 수요의 증가, 밀키트 시장의 확대 등 식품시장의 구조 또한 매우 급속하게 변화하고 있다. 식품시장의 변화는 소비자들에게 편리성을 제공하지만 나트륨 및 당 섭취량의 증가와 더불어 체중 증가에도 큰 영향을 미칠 수밖에 없다. 소비자 또한 안전한 먹거리와 건강한 음식에 대한 관심이 높아지고 있으며, 메뉴 선택 시 영양성분, 열량 등과 같은 영양 정보를 알고자 하는 요구도 확대되고 있다.

자율영양정보 제도 필요성



영양정보 제공의 메뉴 선정 영향력



〈출처: 「음식점 자율영양표시 확대를 위한 현황조사 및 교육 홍보 지원」 식품의약품안전처, 프랜차이즈산업연구원, 2022〉

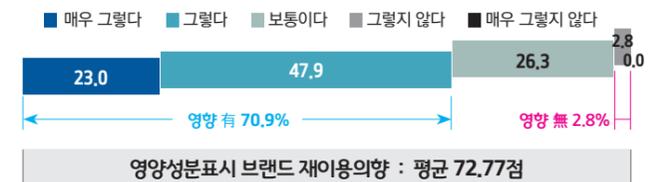
프랜차이즈산업연구원이 2022년 소비자 1,000명을 대상으로 조사한 결과 음식점 자율영양표시 제도가 필요하다는 응답이 62.1%로 필요없다는 응답 6.5%보다 매우 큰 차이를 보였다. 그리고 소비자들이 영양성분 표시가 필요한 이유는 건강한 식생활에 도움이 되기 때문이며(66.1%), 자율영양표시 제도가 메뉴선정에 도움이 된다는 응답도 49.7%로 조사되었다.

이러한 소비자들의 영양성분 표시에 대한 높은 관심은 브랜드의 선택과 제품구매에 직접적인 영향을 미침으로써 가맹본부와 가맹점의 매출을 증대시킨다는 조사결과도 있다.

프랜차이즈산업연구원이 2020년 고피자, 피자해본, 스트릿츄러스, 눈꽃치즈떡볶이, 꾸브라꼬숯불두마리치킨의 메뉴를 주문하고 영양성분 표시를 확인한 소비자 213을 대상으로 조사한 결과 영양성분 표시 만족이 브랜드 재이용에 70.9%가 영향을 미치는 것으로 조사되었고, 게시된 영양성분 표시는 브랜드 이미지에 59.2%가 영향을 미치는 것으로 나타났다.

비록 가맹점 50개 이상의 어린이기호식품업체를 제외한 외식 브랜드들은 자율적으로 영양성분을 표시하도록 되어있지만 영양성분 정보표시가 소비자의 구매의사 결정과 브랜드 재이용에 크게 영향을 미치는 만큼 그리고 소비자의 건강증진을 최우선적으로 하는 외식프랜차이즈기업이라면 자율적으로 영양성분 표시를 해야 한다.

영양성분 표시 브랜드 재이용 의향



〈출처: 「외식급식 나트륨 저감 참여 확대 및 외식자율 영양 표시 지원」 식품의약품안전처, 프랜차이즈산업연구원, 2020〉

또한 소비자의 안전과 올바른 식품 소비를 돕기 위해서는 영양성분, 알레르기 유발 식품 등 식품 정보 표시방법을 쉽게 찾아볼 수 있도록 하고, 일관된 표기 방법을 제시하는 등 실효성 있는 방안을 마련하여 실천해야 한다. **KFN**



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

라이선스계약과 프랜차이즈, 선택은

WRITE | 김선진

프랜차이즈 브랜드와 가맹점 수가 지속적으로 증가하고 있다. 자신의 사업이 어느 정도 성장하게 되면 프랜차이즈 시스템을 통해 적은 자본으로도 규모를 확장할 수 있는 장점이 있기 때문이다. 그러나 다른 한편으로 프랜차이즈의 경우에는 가맹사업법(가맹사업거래의 공정화에 관한 법률)에 따라 여러 가지 규제가 되고 있다. 규제의 정도는 해를 더할수록 강화되고 있는게 현실이다. 또한 우리가 접하는 프랜차이즈 사업 중에는 구태여 프랜차이즈 형태를 선택하지 않고도 의도하는 바를 성취할 수 있는 내용의 사업도 많다. 그런데 막연히 프랜차이즈 사업을 선택하여 진행하는 경우도 적지 않다. 그렇다면 프랜차이즈와 라이선스 계약은 구체적으로 어떤 의미이며, 이러한 각각의 형태를 진행할 경우 어떤 준비가 필요할까? 먼저 프랜차이즈와 라이선스 계약의 의미부터 살펴보자.

라이선스계약과 프랜차이즈의 의미

라이선스 계약이란 일정한 비용을 받고 상대방에게 상표나 특허 등과 같은 지식재산권의 사용을 허락하는 형태의 계약을 의미한다. 구체적인 계약내용에 따라 다를 수는 있으나, 기본적으로는 상대방에게 상표

나 특허의 사용을 허락하고 그에 대한 대가를 지급받는 구조다. 라이선스 제공자는 상표나 특허의 사용을 가능하게 해주는 것이 의무이며, 라이선스를 제공받는 자는 그에 대한 대가를 지급하는 것이 의무이다.

또한 가맹사업법과 같이 현행법상 특별한 법령에 의한 규제는 존재하지 않는다.

이에 반하여 프랜차이즈는 현행 가맹사업법에서 별도의 요건을 정하여 그 의미를 규정하고 있다(가맹사업법 제2조 제1호).

즉, 가맹사업법에 따르면 프랜차이즈라 함은 1) 상표 등 영업표지의 사용허락, 2) 일정한 품질기준이나 영업방식의 준수, 3) 전반적인 활동에 대한 지원, 교육과 통제, 4) 가맹금의 지급이라는 4가지 요소를 특징으로 한다.

프랜차이즈의 경우에는 간판명칭에서 'OO커피 OO점'과 같이 상표를 사용하고 본사가 일정한 지침(레시피 준수, 매장관리)을 정해주고 이를 준수하도록 하는 한편, 슈퍼바이저 등을 통하여 그 준수여부를 점검하고 부족한 점이 발견되는 경우에는 추가적인 교육을 실시하기도 한다.

반복적인 계약위반의 경우에는 계약을 해지하거나 위약금을 부과하기도 한다. 이러한 과정을 통하여 서비스나 상품의 품질수준이 유지되는 것이다.

반면 라이선스 계약은 지식재산권에 대한 라이선스를 제공하고 그 대가를 지급받는 것이 전부이며 그 밖에는 상호간에 별다른 교육이나 통제가 이루어지지 않고 각자 본인의 뜻대로 매장을 운영하는 형태다. 지속적인 지원과 통제, 교육 등이 이루어지는 프랜차이즈와는 구별된다.

어떤 형태를 선택할 것인가

당사자가 선택할 문제로서 아래와 같은 점을 고려하여 결정하면 된다.

1) 우선 자신의 브랜드에 미칠 영향을 고려해야 한다. 프랜차이즈의 경우에는 각 매장에 대하여 지속적인 교육과 관리가 이루어지며 그에 대한

대가도 추가적으로 지급받을 수 있다. 따라서 귀하의 매장과 동일한 상호를 사용하는 매장에서 우수한 품질의 상품과 서비스를 제공할 수 있도록 하는 지속적인 관리가 가능하다. 반면 라이선스계약의 경우에는 지속적인 관리가 이루어질 수 없는 형태이다. 따라서 브랜드의 관리가 원천적으로 어려운 형태다.

따라서 자신의 매장과 동일한 명칭을 사용하도록 허용하는 경우에는 가급적 사후적인 관리가 가능한 프랜차이즈 형태를 선택하는 것이 더 바람직하다.

2) 사후적인 관리에 따른 비용을 고려하여야 한다. 프랜차이즈는 사후적인 관리를 통하여 브랜드의 명성을 유지할 수 있는 장점이 있지만 다른 한편으로는 지속적인 관리를 위한 슈퍼바이저 고용 비용을 포함한 인적 물적 비용을 요구한다. 따라서 추가적인 비용지출이 부담되는 경우에는 프랜차이즈를 선택하기가 쉽지 않다.

반면 라이선스계약은 이러한 관리를 할 필요가 없다. 추가 비용이 들지 않고 아무런 책임도 지지 않는다. 따라서 별도의 관여없이도 서비스의 수준을 유지할 수 있는 방안이 있는 경우에는 라이선스계약이 더 적합하다.

바람직한 선택이란?

사업을 운영하는 주체는 자신이 보유하고 있는 상표 등 지식재산의 가치를 떨어뜨리지 않는 것이 중요하다. 이러한 이유로 지속적인 관리도 필요하고 가맹사업법의 규제까지 받는 프랜차이즈를 선택한다.

반면 별도의 관리를 하지 않고도 서비스 수준의 질적 저하를 고민하지 않거나 상대방으로 하여금 자발적으로 서비스 수준을 유지하도록 하는 동기가 존재하는 경우라면 구태여 프랜차이즈를 선택할 필요가 없다. **KFA**



김선진
법무법인 케이엘에프(KLF) 대표 변호사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원
공정거래위원회 가맹분야 협약평가위원
T. 02 - 738 - 9600
F. 02 - 738 - 9601
E : fclawyer1@gmail.com



가맹비 면제 함부로 하면 큰일

WRITE | 최인용

가맹비는 받는 것이 원칙

가맹계약서상의 가맹비는 모든 프랜차이즈 가맹점으로부터 받는 것이 원칙이다. 공정거래위원회의 표준가맹계약서를 보면 가맹점주가 부담할 가맹비에 대하여 다음과 같이 작성하도록 되어 있다.

제 3 장 가맹점사업자의 부담

제15조 (최초가맹금)

① 가맹점사업자가 가맹본부에 지급하여야 할 최초가맹금의 내역은 다음 표와 같다.

최초가맹금 내역	금액 (단위: 원천)	포함내역	지급 기한	반환 조건	반환될 수 없는 사유
가입비		장소선정 지원비, 가맹사업운영에 유열 제공비, 오픈지원비 등			
최초교육비					
합계					

문제는 가맹비를 받지 않는 경우이다. 이에 대해 국세청에서는 가맹비를 정당한 사유에 의해서 받지 않는 경우에는 특정 가맹점을 도와준 것으로 보아 접대비로 간주하고, 이에 대해 접대비 한도초과만큼 이익으로 보아 법인세와 부가가치세를 과세하고 있다.

과세관청의 가맹비 면제에 대한 과세논리

가맹비를 면제하여 주는 것은 프랜차이즈 본사에서는 비밀비재한 일이다. 신규지점의 지역 홍보를 위하여, 양수도점의 가맹점 유

지를 위하여, 복수매장의 확장지원을 위하여 가맹비를 면제하여 주는 경우가 흔하다. 특히 신규 프랜차이즈의 경우 브랜드력을 키우기 위하여 가맹비를 면제하여 주고라도 신규 계약을 끌어내고자 하는 필요성이 크다.

그럼에도 불구하고 과세관청은 가맹비 면제에 대해 다음과 같이 과세하고 있다.

법인세법에서는 일부 가맹점들에게 '가맹비 및 로열티'를 지급받지 않기로 결정하였더라도, 프랜차이즈 본사가 가맹비 및 로열티 매출채권을 영업상의 이유로 포기하였다면 당초부터 매출신고하고 매출채권을 포기한 시점에 접대비로 세무 조정할 사항이다



부가가치세면에서도 대가를 받기로 계약하고 타인에게 용역을 제공한 이상 실제로 그 대가를 받았는지의 여부는 부가가치세 납부의무의 성립 여부를 결정하는데 아무런 영향을 미칠 수 없으므로(울산지방법원2013구합1786,2013.12.12., 심사부가 2015-0020, 2015.06.29., 조심2014구0813, 2014.3.27. 등 다수 참조), 프랜차이즈 본사는 그 거래 상대방인 가맹점주가 특수관계자, 친구 등의 이유로 로열티 및 가맹비를 계약서 내용대로 지급 받지 않은 행위는 부가가치세 과세대상이다.

가맹비 면제를 인정받은 사유

가맹본사 입장에서는 가맹점주가 특수관계자이거나 친한 친구이면 가맹비를 면제해 줄 수 있는 것 아닌가 하는 생각을 할 수도 있지만,

매출신고의 여부가 주관적이고 세법상 명시되지 않은 기준이므로 가맹비 면제의 특별한 사유가 아니면 인정이 안된다는 것이다.

그러나 국세청의 이러한 과세 기초에도 최근 조세심판례(조심2018중2383, 2019.01.17)에 의하면 일부 가맹점의 합리적 판단기준에 의하여 가맹점 유지의 특성을 반영하고 가맹비의 할인은 원활한 사업활동을 위해 가맹점간 합리적인 수준이다. 라고 인정을 하여준 판례가 있어 가맹본부에서 활용할 수 있도록 소개하고자 한다.

가맹비 면제를 가맹본사에서 인정받기 위한 조건

가맹비 면제를 인정받기 위해서는 먼저 회사의 정당한 가맹비 할인 방침이 있어야 하고 가맹 계약서에 할인에 대한 내용이 정확히 표기되어 있어야 한다.

(1) 회사의 방침

- 이사회 의사록 등에 의하여 면제사유를 열거
- 박람회 기간동안 면제하는 한시적 면제 특약
- 신규 시, 도 초도가맹에 대한 수도권 및 신규 도시특약
- 신규브랜드 10개 매장까지 가맹비 면제
- 가맹점주의 다점포확장시 가맹비 교육비 다점포특약 면제
- 회사의 임직원 및 4촌 이내의 친인척이 오픈하는 경우의 친인척특약 등

규정을 갖추어 회사 내부의 증빙을 만들어 놓아야 한다.

(2) 계약서에 반영

위 해당 내용에 대한 가맹비 면제 사유에 대해서 계약서 인쇄된 금액 부분을 수정하여 증빙을 만들어 놓아야 한다. 수정사유가 없는 경우에는 임의 할인 등으로 보아서 접대비로 과세 될 수 있다. 이미 계약서에 수정반영을 하지 못한 경우에는 가맹비 특약 예대한 면제 조건 확인서 등을 받아 첨부하여 놓는 것이 필요하다. **KFA**



최인용

가현세무법인 대표 세무사
(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사
연세대학교 법무대학원 조세법 전공
국세청 조사요원 강의
한국프랜차이즈산업협회 자문세무사
마곡지주협의회, 하남미사지구지주협의회 자문세무사
한국프랜차이즈산업협회 협력위원장
T : 02-555-5025
E : ciy0130@daum.net



이금구
 노무법인 C&B 대표
 한국프랜차이즈산업협회
 자문위원
 1991년_제3회 공인노무사
 자격 취득
 2012년_전국소상공인단체연합회
 고문
 2015년_(사)한국소상공인단체
 연합회 고문
 2016년_GS25, 프랜차이즈
 노무관리 시스템 도입
 T : 1544-8323 /
 E : www.franhr.com

2022년 8월 18일부터 휴게시설 설치 의무화

위반시 과태료가 부과됩니다

단, 상시근로자 50인 미만 사업장(건설업은 총 공사금액 50억원 미만)은 1년간 유예(2023년 8월18일부터 적용)

휴게시설 미설치 1,500만원 이하

설치·관리기준 미준수 1,000만원 이하

설치 대상 모든 사업장

설치 의무자 ① 근로자를 고용한 사업주
 ② 도급계약이 체결된 경우 도급인, 수급인, 관계 수급인 모두

과태료 부과 대상 ① 상시 근로자 20명 이상 사업장
 ② 총 공사금액 20억원 이상 공사현장
 ③ 청소원, 경비원 등 취약 직종 근로자 2명 이상으로 상시 근로자 10명 이상 사업장

고용노동부. 2023년 하반기 달라지는 것들

WRITE | 이금구

위험성 평가제도 개편

2022년 1월 27일부터 시행 중인 중대재해처벌법은 2024년 1월 27일부터 5인 이상의 사업장으로 확대 적용된다. 중대재해는 1) 현장에서 사망자가 1명 이상 발생하는 경우, 2) 동일한 사고로 6개월 이상 병원 치료가 필요한 부상자가 2명 이상 발생한 경우, 3) 동일한 유해요소의 직업성 환자가 1년 이내 3명 이상 발생한 경우(급성중독, 독성감염, 산소결핍, 열사병 등 24개 질병)를 말한다. 고용노동부는 중대재해를 사전에 예방하기 위하여 사업장 자체적으로 위험성 평가를 할 수 있도록 기준을 마련하였다.

1) 추진배경

안전·보건 자원이 부족한 중소기업에서는 위험성평가 제도가 어렵고 복잡하여 실시하기 어렵고, 매년 사업장 내 전체 유해·위험 요인에 대한 정기평가에 대한 부담과 근로자의 참여도 일부 절차에 한정

되어 있던 문제점을 해소하기 위해 위험성평가제도를 개편

2) 주요내용

중소규모 사업장의 실행력을 높이기 위해 쉽고 간편한 방법을 추가 도입(위험성 수준 3단계 판단법, 체크리

스트, OPS 등), 유해·위험요인 변동이 잦은 사업장을 위한 상시평가 신설, 위험성평가 모든 과정에 근로자 참여 보장, 평가결과에 대해 작업 전 안전점검회의(TBM) 등을 통한 공유 등

3) 시행일: 2023년 5월 22일

기간제·파견근로자 유산·사산휴가 급여 지급 보장
 2023년 7월 1일부터 유산·사산휴가기간 중 근로계약기간이 만료된 기간제·파견 근로자에게도 유산·사산휴가를 보장한다. 기존에는 기간제·파견근로자가 출산전후휴가 기간 중 근로계약이 만료된 경우에만 남은 휴가 기간에 대해 출산전후휴가 급여 상당액을 지급받을 수 있었지만, 2023년 7월 1일부터는 기간제·파견근로자가 유산·사산휴가 기간 중 근로계약이 만료된 경우에도 남은 휴가기간에 대한 급여 상당액을 지급한다.

내용	지원요건
<ul style="list-style-type: none"> • 지급기간 : 근로계약기간 종료일 다음날부터 출산전후휴가 종료일(최대 89일, 다테아 119일) • 지급액 : 통상임금의 100%(월 최대 210만원, 하한액 최저임금액) * 유산·사산 휴가의 경우 '23.7.1. 시행예정 	<ul style="list-style-type: none"> • 기간제근로자 또는 파견근로자일 것 • '21.7.1. 이후 출산전후휴가기간 중 근로계약기간이 만료되었을 것 • 근로계약 종료일까지의 피보험단위기간이 180일 이상일 것 • 해당 출산전후휴가가 끝난 날 이후 12개월 이내 신청할 것

휴게시설 설치 의무 위반시 과태료 부과대상 확대

2023년 8월 18일부터 휴게시설 미설치 또는 설치·관리기준 위반으로 과태료 부과대상이 되는 사업장의 범위가 확대된다. 과태료는 휴게시설 미설치 1,500만원, 설치·관리기준 미준수 1,000만이하가 부과된다. 10~20명 미만 사업장으로 ①전화상담원, ②돌봄서비스 종사원, ③텔레마케터, ④배달원, ⑤청소원, 환경미화원, ⑥아파트경비원, ⑦건물경비원 7개 직종 근로자가 2명 이상인 사업장이다.

체불청산지원 사업주 용자제도 요건 확대

1년 이상 사업을 영위하는 상시근로자 300인 이하 사업장을 대상으로 지원해 온 체불청산지원 사업주 용자제도를 '23년 7월 1일부터 6개월 이상 사업을 영위하는 모든 사업장으로 확대한다. 또한, 체불근로자의 생계를 실질적으로 보장하기 위하여 사업주당 1억원, 근로자 1인당 1천만원으로 지원한 용자한도를 사업주당 1억5천만원, 근로자 1인당 1천5백만원으로 상향되고, 이와 병행하여 사업주의 부담을 완화하고자 용자 상환기간에 대한 선택권을 넓혀 1년 거치, 2년 분할상환 → 1년(또는 2년) 거치, 3년(또는 4년) 분할상환으로 완화된다. [77]

산재보험 전속성 요건 폐지 - 노무제공자 산재보험

2023년 7월 1일부터 여러 업체에서 일하는 특수형태근로종사자뿐만 아니라 온라인 플랫폼을 통해 불특정 다수의 업체에 노무를 제공하는 사람



경주의 명물인 '10원빵'이 일본으로 건너가 '10엔빵'으로 대인기를 끌고 있다. K푸드 열풍의 대표 사례로 꼽히며, 기업가형 소상공인의 글로벌 진출 성공 가능성을 보여준다.

기업가형 소상공인 생태계 조성하려면

WRITE | 노승욱 특임기자

'선배 사장'이 후배 돕는 pay it forward

'스몰 M&A' 활성화해 엑시트+재창업 유도

“소상공인 육성 프로그램 운영기관을 선정하는 심사위원 대부분이 스타트업 업계 출신이더라고요. 자영업이나 외식업에 대해선 이해도가 낮을 수밖에 없죠. 나중에 선정된 기관들을 보니 역시나 기술 스타트업이 대부분이더군요.”

(외식업 전문 엑셀러레이터 A대표)

“펀딩을 신청한 소상공인의 심층파구는 최소한의 투자 요건에도 미치지 못합니다. 저희도 실적은 맞춰야 하니 어렵

게든 통과시키고 싶지만 도저히 방도가 없어요. 겨우 요건을 충족한 이들도 신용평가 모형을 돌려보면 거의 전부가 법정 최고금리인 20%로 나옵니다. 이러다 우리 회사가 망하겠죠 싶어요.”

(대출형 크라우드펀딩 업체 B관계자)

“소상공인 컨설팅 프로그램을 운영하다가 '현타'가 왔어요. 스타트업을 보육하던 분들이 전문가라고 오는데 서로 쓰는 용어부터가 달라요. 대중 알아들은 척 하고 서둘러

끝내거나, '컨설팅은 시간 낭비'라며 회피하는 사장님들이 많아 중간에서 애를 먹었습니다.”

(소상공인 보육 프로그램 담당 C매니저)

정부가 기업가형 소상공인 육성을 주요 국정 과제로 내세우지만, 현장에선 파열음이 적잖게 흘러 나온다. 관련 프로그램 운영기관 심사에서부터 투자 대상 발굴, 컨설팅에 이르기까지 여러 문제가 노정 되면서다. 구색과 실적을 맞추는 데 급급한 불도저식 정책 추진 보다는, 스타트업처럼 선순환 할 수 있는 산업 생태계 조성이 먼저라는 지적이 나온다. 기업가형 소상공인 생태계 조성에 필요한 정책들을 살펴본다.

'성장 촉진' 금융 인프라 마련

'스몰 M&A'로 고용 유지·엑시트 기회 줘야

“가맹점 35개씩을 운영하는 메가 프랜차이지(다점포 운영 기업)가 2곳 있습니다. 이들을 소개해준 건 투자 은행(IB)이었습니다.” 미국 서부 지역을 중심으로 200여 가맹점을 운영하는 프랜차이즈 '윳즐스 프레즐' 최고운영책임자(COO)의 얘기다. 미국에선 프랜차이즈 가맹점을 수십개~수천개 운영하는 메가 프랜차이즈가 수백개에 이른다. 연매출은 조 단위에 이르고, 증시에 상장도 한다. 150여개 가맹점을 운영하는 일본의 메가 프랜차이즈 '아리가포서비스'도 오사카 증시에 상장해 있다.

오프라인 매장에 대한 '스몰 M&A'의 가장 큰 장점은 '고용 유지'다. 폐업 대신 경영주만 바뀌니 직원은 물론, 식자재를 납품하던 중소 도매상도 타격을 피할 수 있다. 이들이 생계형 점주에서 어엿한 기업으로 성장할 수 있었던 이유 중 하나는 고도화된 금융 인프라다. 일부 지역에서 영업을 부진하면 적게는 3~4개, 많게는 1000개 가까이 매장을 통매각 할 수 있는 M&A 시장과 인수 금융이 활성화돼 있는 덕분이다.

반면 우리나라는 다점포 확장을 지원하는 금융 인프라가 사실상 전무하다. 프랜차이즈 본사도 증시에 상장하기가 바늘 구멍 뚫기만큼 어려운데, 가맹점주나 개인사업자에 대한 추가 출점 지원은 엄감생심이다. 코로나 팬데믹에는 오히려 다점포 점주들이 역차별을 당했다.

오프라인 매장에 대한 '스몰 M&A'의 가장 큰 장점은 '고용 유지'다. 폐업 대신 경영주만 바뀌니 직원은 물론, 식자재를 납품하던 중소 도매상도 타격을 피할 수 있다. 이들이 생계형 점주에서 어엿한 기업으로 성장할 수 있었던 이유 중 하나는 고도화된 금융 인프라다. 일부 지역에서 영업을 부진하면 적게는 3~4개, 많게는 1000개 가까이 매장을 통매각 할 수 있는 M&A 시장과 인수 금융이 활성화돼 있는 덕분이다.

서울에서 주점, 카페, 식당 등 16개 외식 매장을 운영하던 다점포 점주 A씨 사례를 보자. 그는 50명 넘는 직원을 고용하며 최고 세율 구간의 소득세 42%를 성실 납세했다. 코로나 사태가 터지자 집합 금지, 영업 시간 단축 등 정부 방역 조치에 적극 협조했다. 덕분에 그가 운영하던 16개 매장에서 확진자가 단 한 명도 발생하지 않았다. 그러나 그에게 돌아온 것은 단 한 개 매장분의 재난지원금뿐이었다. 나머지 15개는 '동일 점주 매장'이라며 지원 대상에서 제외됐다. 반면 세금을 털 내기 위해 명의를 쪼개 다점포를 운영하던 이들은 모든 매장에서 재난지원금을 받았다.

원성이 커지자 정부는 4개점까지 지원금을 지급하기로 했다. 그러나 2개 사업장을 운영하는 사업자에겐 지원 금액의 150%를, 3개 사업장을 운영하면 180%, 4개 이상 운영자에겐 200%까지만 지급해 사실상 '반쪽 지원'에 그쳤다. 미국, 유럽, 일본 등 선진국이 고용 규모, 납세 기록에 따라 거의 100% 정률 보장한 것과 대조된다.

방수준 알파랩 대표는 “국내 M&A 시장은 최소 수십억원 이상 고액대로 이뤄지는 것이 대부분이다. 그러나 외식업이나 라이프스타일 분야는 5억원 안팎 작은 금액대의 스몰 M&A가 활성화돼야 한다. 그래야 창의력 있는 기업가형 소상공인들이 로컬 기반 창업 후 엑시트(exit, 투자금 회수)하고 재창업 하는 선순환이 가능해진다”고 강조했다.



소상공인은 선배 창업가의 성공 노하우를 전수 받을 '통로(제도나 서비스)'를 찾기 힘들다. 사진은 소상공인시장진흥공단이 지난해 12월 개최한 '소상공인 창업·성장 주간'에서 선배 창업가(우)가 후배 창업가를 컨설팅해주는 모습. (노승욱 특임기자)

교육·네트워킹 활성화

선배 창업가가 후배 멘토링 '페이 잇 포워드'

스티브 잡스 애플 창업자가 12세 때의 일화다. 전화번호 부에서 휴렛팩커드(HP) 창업자 빌 휴렛의 전화번호를 찾아 전화를 걸었다. “주파수 계수기를 만들고 싶은데 남은 부품이 있으면 저에게 주실 수 있습니까?”라고 대뜸 물었다. 빌 휴렛은 어린 잡스에게 부품을 줬을 뿐 아니라, 그해 여름 잡스가 HP에서 일할 수 있는 기회까지 제공했다.

도움은 릴레이로 이어졌다. 애플 CEO가 된 잡스는 마크 주커버그 페이스북 창업자가 사업 초기 어려움을 겪을 때 아낌없는 조언을 해줬다. 2011년 잡스가 사망하자 주커버그는 자신의 페이스북에 “스티브, 멘토이자 친구였음에 감사드린다”라는 글을 남겼다. 주커버그 역시 스타트업 창업자들이 모이는 크고 작은 행사에 참석해 자신의 성공 노하우를 전하고 있다.

실리콘밸리를 비롯한 스타트업 업계에선 이처럼 선배 창업가가 후배 창업가를 돕는 ‘페이잇포워드(pay it

forward)’ 문화가 일상화돼 있다. 덕분에 스타트업 창업자는 ‘맨 땅에 헤딩’하지 않고, 경영 구루의 코칭을 받아 성공의 대물림을 할 수 있다.

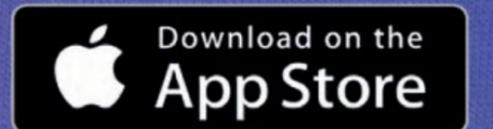
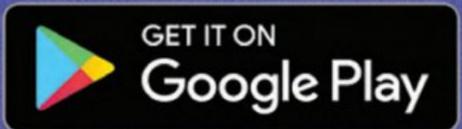
반면 소상공인은 선배 창업가의 성공 노하우를 전수 받을 ‘통로(제도나 서비스)’를 찾기 힘들다. 소상공인시장진흥공단과 각 지자체에서 창업 컨설팅을 진행하고는 있다. 그러나 여기서 컨설팅을 하는 이들은 선배 창업가가 아닌, 경영 컨설턴트가 대부분이다. 창업 경험이 없으니 소상공인과 같은 눈높이에서 실질적인 조언을 하거나 공감대를 형성하기 어렵다는 지적이다.

조영훈 영영키친 대표는 “최근에는 젊은 소상공인을 중심으로 동종 또는 이종업계의 또 다른 고수나 예비·초보 자영업자와 만나 노하우를 공유하고 협업하거나 함께 공부하는 모임이 활성화 되고 있다. 장사 경험이 없는 컨설턴트보다는 ‘페이 잇 포워드’ 정신을 지닌 장사 고수나 선배 창업가들과 이어주는 프로그램이 활성화 되면 좋겠다”고 전했다. (다음호에 계속)

장사 어려우시죠?

프랜차이즈 대표,
맛집 사장,
다점포 점주와

1:1 상담을 통해
고수의 비법을
받아보세요!



구글플레이스토어, 앱스토어에서 '창톡'을 검색해보세요!



정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 1회용품 제로 챌린지 캠페인에 참여했다.

정현식 한국프랜차이즈산업협회장 ‘1회용품 제로 챌린지’ 동참

“프랜차이즈 업계, 1회용품 감축 및
다회용품 활성화로 탄소중립 기여해야”

정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 이원성 경기도체육회장(☞티비비씨 회장)의 지목을 받아 1회용품 사용량 감축 및 다회용품 사용 확대를 위한 <1회용품 제로 챌린지>에 동참했다.

정 회장은 “코로나19를 계기로 1회용품 사용량이 크게 늘어나면서, 우리 프랜차이즈 업계도 무거운 책임감을 갖고 다양한 방법으로 노력하고 있다”면서 “업계의 탄소중립 실천 확산과 관련 제도 정비 및 지원정책 건의를 위해 협회도 최선을 다하겠다”고 말했다.

올해 2월 환경부에서 시작된 <1회용품 제로 챌린지>는 공공기관, 기업, 개인 등이 SNS에 일회용품

줄이기 실천을 약속하는 콘텐츠를 게재하고, 다음 참여자를 지목해 이어가는 릴레이 캠페인이다.

정 회장은 전국 프랜차이즈 업계의 캠페인 확산을 위해, 다음 주자로 ▲오몽석 협회 부산울산경남지회장(☞꿈을실현하는사람들 대표(불막열삼))과 ▲김병철 협회 대구경북지회장(☞엠디푸드시스템 대표(막창도둑))을 지목했다.

한편 한국프랜차이즈산업협회는 환경부 자원순환 실천 플랫폼, 한국환경공단 ‘내 그릇 사용 캠페인’, 서울시 ‘다회용 배달용기 사용 활성화 사업’, ‘생분해 플라스틱 활성화 업계 간담회’ 등 1회용품 문제 해결을 위한 다양한 활동을 지속하고 있다. **KFA**



산악회 고대산 등반대회 단체사진

한국프랜차이즈協 분과위, 무더위 속 뜨거운 열기로 회원사 단합과 소통 강화

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 제8대 분과위원회들이 본격적인 무더위를 이겨내고 정기 모임, 행사, 교육 등을 잇따라 개최하며 뜨거운 단합과 소통의 열기를 과시했다. 협회 커뮤니케이션위원회(위원장 임영서)는 7월 20일 서울 교대역 인근에서 협회 출입기자단과 단체 모임을 개최했다. 기자단 30여명과 업계 현안 및 협회 발전방안에 대한 진솔한 이야기를 나누고 추후 모임을 기약하며 언론과 소통을 강화하고 산업 이미지 개선을 도모했다.

서비스분과위원회(위원장 신희성)는 6월 20일 정례 모임과 7월 19일 번개 모임을 가졌다. 20여 명의 회원들이 참석해 서비스 업종들 간의 현안을 공유하고 향후 활동계획을 논의했다. 우정회(위원장 김태환)도 7월 6일 정기 월례 라운딩을 성황리에 개최하며 친목 강화와 심신 단련을 도모했다. 또한, 7월 18일에는 연말 협회장배 골프대회 준비 상황 점검을 위한 회의를 열고 대회 준비에 만전을 기했다.

주류분과위원회(위원장 이효복)는 국제청 주류거래지침과 관련해 6~7월 수 차례 온오프라인 회의를 개최하고 비대위를 구성하며 분주한 시간을 보냈다. 또, 대응방안을 모아 국제청이 주최한 두 차례의 주류 관련 업종 협단체 회의에서 업계 의견 반영을 건의했다.

여성회(위원장 임미숙)는 6월 28일 정기 모임과 7월 13일 임원 모임을 개최해 위원회 활동 방향을 논의했고, 박람회위원



글로벌진출추진위원회 필리핀 박람회 지원 설명회

회(위원장 김성운)는 10월 5~7일 열릴 제54회 IFS 프랜차이즈 창업박람회의 성공적인 개최를 위해 7월 6일 준비 회의를 개최하고 8월 키오프 미팅을 준비했다.

협력위원회(위원장 최인용)도 6월 12일 코엑스에서 정기모임을 개최했고, 글로벌진출추진위원회(위원장 이종근)도 6월 22일 해외진출 활성화를 위한 협회 제3차 포럼과 하반기 필리핀 박람회 참가 지원사업 설명회를 성황리에 개최했다.

산악회는 6월 17일 연천군 고대산, 7월 15일 서울 북한산에서 잇따라 등반대회를 열었다. 청년강소기업들의 모임인 청년강소회(위원장 이영채)는 회원들의 역량 강화를 위해 5월 16일과 6월 13일 교육 포럼과 정기 모임을 연계한 행사를 열었다. 경조회(위원장 김광철) 또한 7월 12일 신입 회원사를 위한 패밀리데이 등을 진행하고, 각종 회원사 경조사를 챙기며 회원 간의 단합에 기여했다. **KFA**

협회-이마트24, 회원사 물류 공동화 지원 설명회 개최



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)와 이마트24(대표 김장욱)가 회원사들의 물류 애로 완화를 위한 간담회를 7월 11일 개최했다. 서울 강서구 SBA국제유통센터에서 열린 이번 간담회에는 이마트24가 협회 회원사와의 상생 프로젝트의 일환으로 심야 시간대 물류센터 인프라를 최저 비용 수준에서 공유하는 방안을 제시하고, 15개 회원사 물류 담당자들 30여명과 의견을 나누는 순서로 진행됐다.

참석자들은 사업 참여 방법, 절차, 개선의견 등을 나누며 높은 관심을 보였다. 이마트24는 전국 11곳에 냉장·냉동 총 1만여 평의 저온 물류센터를 갖추고 있다. 협회 관계자는 “이마트24에서 중소 회원사들과 상생할 수 있는 이번 사업을 제안해 감사드린다”면서 “실무 차원의 첫 간담회로 성과가 적지 않았으며, 필요시 회원사들과 잘 연계해, 물류 비용 절감, 물류망 확대 등을 지원할 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다.



한국프랜차이즈경영학회, 2023년 춘계학술대회 개최



한국프랜차이즈산업협회와 한국프랜차이즈경영학회가 7월 1일 세종대학교 광개토태관에서 ‘프랜차이즈 동행을 위한 의무화 정책 제언’을 주제로 춘계학술대회를 개최했다.

정현식 협회장은 축사를 통해 “협회는 프랜차이즈 종합지원 플랫폼을 출범시켜 창업 성공률과 안정성 제고를 도모하고 있으며, 오늘 학술대회 논의를 계기로 정책제언을 강화할 것”이라고 밝혔다. 이번 학술대회에서는 서민교 한성대 교수가 발제를 맡아 정

책제언을 발표하고, 김은정 영산대 교수, 김홍근 호서대 교수, 안성만 한서대 교수, 한상호 영산대 교수, 이수덕 박사 등 학계 관계자들 및 김경문 북창동순두부 부사장, 박영복 선비꼬마 김밥 대표, 천세원 (주)외식인 부대표 안성원 수유리우동집 대표, 한현 프라하 대표 등 업계 관계자들이 프랜차이즈 산업의 발전방안을 논의했다. 이용기 회장은 “프랜차이즈 가맹본부들이 ESG 경영으로 건전한 프랜차이즈 시스템을 구축하는 데 동참해 주길 바란다”고 말했다.

제41기 연세대 프랜차이즈 CEO 과정 수료식 제42기 교육과정 9.13 개강



연세대학교 프랜차이즈 CEO 교육과정(이하 연대 FCEO 과정, 총동문회장 김성윤)이 6월 14일 연세대 상남경영원에서 59명의 제41기 원우들의 수료를 축하하는 수료식을 개최했다. 수료식에는 신입 원우들과 함께 박용석 연세대 상남경영원장, 김성윤 총동문회장, 김지현 주임교수, 강석우 협회 상근부회장 등이 참석했다. 강석우 상근부회장은 축사를 통해 “최근 코로나 엔데믹이 선언되면서, 프랜차이즈 창업에 대한 관심이 매우 높아지고 있으나, 가맹점당 매출이 오히려 감소하는 등 시장 과포화 문제에 대한 대안도 필요한 시점”이라고 하면서 “우리 산업의 지속적 성장을 위해 함께 할 수 있기를 소망한다”고 말했다. 한편, 제42기 과정은 9월 13일 개강 예정으로 원우를 모집하고 있다. 수료생에게는 연세대학교 총장명의 수료증과 연세대학교 상남경영원장 상패, 원우 추천시 수강료 할인 등 다양한 혜택이 제공된다.



프랜차이즈연구원, 제33기 최고전문가 과정 및 제49기 슈퍼바이저 과정 모집



한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남)이 주관하는 제33기 프랜차이즈 최고전문가 과정과 제49기 슈퍼바이저 전문가 과정이 수강생을 모집 중이다. 최고전문가 과정은 프랜차이즈 비즈니스에 대한 이해부터 슈퍼바이징과 가맹점과의 생산적인 관계 교육까지 이론과 사례, 실습 중심의 종합 커리큘럼으로 진행된다. 제33기 교육은 8월 31일부터 12월 4일까지 매주 목요일 14~18시 4시간 동안 강남구 연구원에서 진행된다. 수강 대상은 가맹본부 CEO 및 임직원, 가맹본부 창업 희망자 등이다. 또, 수료생들은 총동문회인 한국프랜차이즈전문가 포럼의 일원으로서 900여명의 동문들과 함께 프랜차이즈 산업의 단합에 기여하게 된다.

슈퍼바이저 전문가 과정은 가맹본부에서 근무하고 있는 실무자들과 임원들, 본부 취업 희망자 등이 대상으로, 프랜차이즈, 슈퍼바이징, 상권분석, 인사노무, 가맹법률, 세무회계, 협상스킬, 마케팅 등 실무자들의 역량을 한 단계 더 강화시킬 수 있는

다양한 커리큘럼으로 진행된다. 49기 과정은 9월 23일부터 12월 2일까지 매주 토요일 오후 1시부터 6시까지 연구원 교육장에서 진행되며, 한국프랜차이즈산업협회장 명의 수료증과 함께 슈퍼바이징 관련 정보제공 및 자료열람, 슈퍼바이저 과정 종합 보고서, 가맹본부 취업 희망자 추천 등 다양한 특전을 제공한다.

대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

6월 정기월례회 및 특강

6월13일(화) 협회 강의실에서 정기월례회 및 무료 공개 세미나 교육을 진행했다. 푸디즈 박정배 대표님이 한식의 구조와 이해 주제로 공개 세미나 교육 진행했으며, 6월 월례회에서는 신입회원이 소개됐다. 대구 경북지회는 월 1회에 걸쳐 프랜차이즈에 도움이 되는 무료 공개 세미나와 월례회를 진행하고 있다.

KFA

7월 정기월례회 및 특강

7월 11일(화)에는 7월 정기월례회가 진행됐다. 매일 진행되는 월례회는 회원사들의 정보교류 및 신입회원사 소개로 회원사들간의 서로 의미 있는 시간을 만들었다. 대구경북지회는 월 1회에 걸쳐 프랜차이즈에 도움이 되는 무료 공개 세미나와 월례회를 진행하고 있다.

KFA

5월,6월 정기 봉사활동

매월 마지막 주 수요일에는 대구경북지회 봉사의 날이다. 2023 대구시 각장애인 재활 체육대회 및 경로잔치를 비롯해, 6월 배식봉사를 실시했다. 김병철 지회장을 비롯해 많은 회원사 대표가 후원하고 참여하는 봉사활동은, 7월 아동봉사로 진행될 예정이다.

KFA

2023년 상반기 교육종강 및 하반기 교육

프랜차이즈 리더양성 과정(6주 과정)이 6월 8일(목) 개강하여 7월 13일(목) 종강됐다. 하반기에는 6주 과정으로 진행되는 슈퍼바이저 과정이 2023년 10월 12일 개강예정(매주 목요일 오후 2시~6시)이다. 프랜차이즈 본사 임직원 및 예비 창업자는 누구나 신청가능하며, 슈퍼바이저 및 가맹사업법에 대한 이해, 가맹점 진단 및 관리방법에 대해 교육할 예정이다.

KFA



부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

5·6월 정기 봉사활동

매월 세번째 목요일에 시행중인 부울경지회 정기 봉사활동은 5월 18일(목)과 6월 15일(목) 진행됐다. 매일 봉사활동을 함께 하고자 하는 회원사들이 늘어나고 있어 순번을 정하여 봉사활동하는 진귀한 환경이 펼쳐지고 있다. 또한 부울경지회는 5월 가정의 달을 맞이해 경로잔치와 생신상/일반찬지원, 어린이날 행사, 우울증 예방프로그램 등 다양한 복지사업을 진행하고 있는 모라중합사회복지관에 작은 도움이 되길 바라는 마음으로 후원금도 전달했다.

재능기부 특강

부울경지회는 지역 소상공인들의 매출 증대 및 성장을 위하여 부울경지회의 전민호 부회장((주)외식전문기업JK 대표/꾸브라꼬숯불두마리치킨)과 조현홍 이사((주)채정 대표/정직유부)가 재능기부 차원에서 프랜차이즈의 현황 및 브랜드의 성장 과정, 운영의 노하우 등에 대한 특강을 진행했다.

등산회 출범

5월 20일(토) 부울경지회 첫 등산회 출범식이 있었다. 등산하기 좋은 화창한 날씨에 많은 회원사들이 참가하였으며 만찬 이후 축구도 하며 단합의 시간을 가졌다. 등산회 출범과 동시에 많은 회원사들이 가입을 희망하여 부울경지회의 또 하나의 모임으로 자리매김 할 것으로 보인다.

부산프랜차이즈 사관학교 4기 수료

5월 31일(수), 제4기 부산 프랜차이즈 사관학교 마지막 12주차 교육 이후 수료식을 개최했다. 총 29명의 교육생 전원이 수료하였으며 부울경지회 오몽석 회장은 "4기 입학이 엇그제 같았는데 벌써 수료라는데 감명스럽다. 12주간 교육이 사업 성장에 큰 도움이 되었길 바라며, 교육이 끝나도 부울경지회는 4기 원우들의 성장을 지속적으로 지원할 것이니 적극적으로 협력을 활용하길 바란다. 수료를 진심으로 축하한다"고 축하의 말을 전했다.

하계 워크숍 개최

올 여름은 비가 많이 오고 흐리다는 소식을 접해 부울경지회는 조금 이른 하계워크숍을 개최했다. 6월 17일(토) 경남 산청으로 가 회원사들과 수상레포츠를 즐겼다. 처음으로 하는 단체 레프팅에 참가한 회원사 모두가 즐거워했으며 제대로 여름을 즐겼다. 또 돌아오는 길에 전국 유명한 사찰 중 하나인 수선사에 들러 아름다운 경관을 감상하는 등 알찬 하계워크숍을 보냈다.

말레이시아 박람회 참가

부울경지회는 매년 해외 진출 관련해 부산시, 부산경제진흥원 등 유관기관들과 함께 회원사들에게 힘이 될 수 있는 지원사업에 대한 공부를 지속적으로 하고 있다. 그리고 작년 이어 올 7월에도 '2023 말레이시아 국제 소매&프랜차이즈박람회'에 참가했다. 이번 말레이시아 박람회에는 부울경지회 대표로 꾸브라꼬숯불두마리치킨, 재성밀면/공순대, 발빠담이 출전하여 해외진출에 앞장섰다.



4월 정기 봉사활동



특강 - 프랜차이즈 지역브랜드 성장전략 ((주)외식전문기업JK 전민호 대표)



2023 춘계 등산대회



부산 프랜차이즈 사관학교 제4기 수료



하계워크숍 개최



말레이시아 박람회 참가

8월 ~ 9월 교육일정 안내

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

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 관리(심화)

기 간	8월 3일(목) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련컨퍼런스센터 2층 가넷홀
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자
목 표 : 가맹본부 슈퍼바이저의 가맹점 경영지도 훈련을 통한 매장 관리능력 함양
훈련내용 : 프랜차이즈 매장관리, 매장경영 등

[재직자 무료교육] FC 가맹영업

기 간	8월 10일(목) 10:00~19:00	교육장소	여의도 전경련컨퍼런스센터 2층 가넷홀
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹영업 업무수행자 또는 수행예정자
목 표 : 가맹점 영업전략 수립, 고객상담 전략 습득을 통한 프랜차이즈 가맹영업 능력 함양
훈련내용 : 가맹영업전략 및 스킬

[재직자 무료교육] 가맹상생과 분쟁예방

기 간	8월 17일(목) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장/변경가능성 있음)
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹관리 및 법무분야 업무수행자
목 표 : 가맹사업 단계별 실제 분쟁사례 및 예방 방안과 가맹본부-가맹점 간의 갈등관리 및 상생 전략을 학습을 통해 가맹사업 분쟁 사전예방 능력 함양
훈련내용 : 가맹사업 분쟁예방 전략 및 상생방안, 가맹점 갈등 예방 및 협의 전략

[재직자 무료교육] 불공정거래행위 분쟁관리

기 간	8월 24일(목) 10:00~19:00	교육장소	여의도 전경련컨퍼런스센터 2층 가넷홀
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹관리 및 법무분야 업무수행자
목 표 : 분쟁 조정 및 소송 프로세스를 이해하고 불공정거래행위 사례 및 대응전략을 파악하여 가맹사업 관리능력 함양
훈련내용 : 분쟁조정 및 소송 프로세스, 불공정거래행위 사례 및 판례 이해, 분쟁조정 및 소송 대응전략

[재직자 무료교육] 가맹계약의 이해

기 간	8월 31일(목) 10:00~19:00	교육장소	여의도 전경련컨퍼런스센터 2층 가넷홀
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹계약 체결 및 관리업무 수행자 혹은 수행예정자
목 표 : 가맹계약 작성 및 해석방법과 계약서 필수 기재사항 및 핵심 내용 학습을 통한 가맹계약의 효과적인 체결 및 관리능력 함양
훈련내용 : 가맹계약 및 가맹사업법, 가맹계약 조항별 검토 및 작성 실무

[재직자 무료교육] 가맹점 노무관리 실무

기 간	9월 7일(목) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장/변경가능성 있음)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹본부 인사·노무관리 및 가맹운영업무 수행자 혹은 수행예정자
목 표 : 가맹사업과 직결된 노동법 및 노무관리 실무 방법 및 최근 고용환경의 변화와 이에 대한 대처방안을 학습하여 가맹점 인적자원 관리능력 함양
훈련내용 : 가맹사업 근로환경 변화, 가맹점 노무관리 실무

[재직자 무료교육] FC 해외시장 진출 실무

기 간	9월 14일(목) 10:00~19:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장/변경가능성 있음)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹본부 해외 법인(매장)설립분야 업무수행자 또는 수행예정자
목 표 : 가맹본부의 해외 시장 진출 시 필요한 현지 바이어(파트너) 발굴, 매장 개설 절차, 관련 법률 내용을 습득을 통한 해외진출 실무 능력 함양
훈련내용 : 해외 사업장(매장) 개설 프로세스, 해외 파트너(파트너) 선정, 현지 리스크 관리

[재직자 무료교육] FC 신규 브랜드 사업성 분석

기 간	9월 21일(목)-22일(금) 10:00~17:00(총12H)	교육장소	여의도 전경련컨퍼런스센터 2층 가넷홀
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 경영 기획분야 업무수행자 또는 수행예정자
목 표 : 사업 아이템의 시장성 평가를 위해 사업환경, 고객 및 경쟁자, 공급자, 제품분석과 판매측면 분석을 통해 시장에서의 사업타당성 및 성공가능성 분석능력 함양
훈련내용 : 사업 타당성, 내부 및 외부사업 환경분석

2023.06.1~2023.07.31 신규회원 현황

구분	협회대표	회사명	브랜드명	업태	가입일
정회원	고도령	(주)타베코리아	범맥주, 오늘술집 주다방, 피자힘 등	외식업	2023.06.19
	이권호	(주)우분트	일품양평해장국, 해장곡이	외식업	2015.01.06.
	김대한	(주)버터풀앤크리멀러스	버터풀앤크리멀러스	외식업	2023.06.29.
	한규용	(주)맛앤푸드	김밥남매	외식업	2023.07.10
	고영호	(주)올바른에프앤비	미카도스시,탄광맥주,GOC커피	외식업	2023.07.13
협력회원	우현선	(주)엔피오브이	밀크티항공	제조업(음료)	2023.06.13.
	김상인	(주)코스모미트트레이딩		도소매업	2023.06.28.
	문덕호	(주)블루몬케어	블루몬	서비스업(소독방제)	2023.07.03.
	고화순	농업회사법인 하늘농가(주)	하늘농가	도소매업(농산물)	2023.07.10
	노유우	(주)생각하는사람들	생각하는사람들	서비스업(광고대행)	2023.07.11.
	박민규	오렌지나무시스템(주)		서비스업(소프트웨어,연구용역)	2023.07.13

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

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

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

I. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

II. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

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

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

2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.

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

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

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

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

착한 K-프랜차이즈는 일·자리·상생이다

한국프랜차이즈산업협회는

‘착한 프랜차이즈’ 운동을 선도합니다.

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

‘K-프랜차이즈’의 우수성을 널리 알립니다.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

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

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

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

회원가입 신청서

정회원 협력회원

신청인 정보			
사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전 화 번 호
	브 랜 드 명		휴 대 전 화 (대표자)
	대 표 자 명		팩 스
	대 표 자 (주민등록번호)		이 메 일 (대표자)
회 사 주 소			
홈 페이지		업 종	
담 당 직 원	이름 :	Tel :	가 입 경 로
			<input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인() <input type="checkbox"/> 기타()
계 좌 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		주 민 등 록 번 호 (사업자등록번호)	
월 납 입 액		금 원 (₩)	협 회 계 좌 번 호
			국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주: 한국프랜차이즈산업협회
【CMS 출금이체 약관】			
<ol style="list-style-type: none"> 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다. 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되어지며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다. 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다. 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 합니다. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다. 			
【금융거래정보의 제공 동의서】			
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 약관동의의 (<input type="checkbox"/> 동의 / <input type="checkbox"/> 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 2022년 월 일

회 사 명 :
대 표 자 : (인)



프랜차이즈월드 Franchise WORLD

월간

정기구독 안내

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

구독료 안내

값: 1권 10,000원 / (주)KFN에드컴 / 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 226×296 (300dpi 해상도의 ai, psd 파일)
B	표 2 / 표 2 대면	400만원	1면	
C	표 3 / 표 3 대면	300만원	1면	
D	목차 대면	250만원	1면	
E	내지	200만원	1면	

광고, 콘텐츠, 구독 제안

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

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

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

창업도 온라인 광고

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

창업도,

- 누적 조회수: 510만명
- 월간 조회수: 20만명
- 프랜차이즈 7,200 브랜드 순위 검색 사이트

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.

 종합광고대행사 **KFN에드컴** ☎02.556.7889
서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)

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

