SK broadband Btv 우리동네광고

B tv 우리동네광고에서!

프랜차이즈 가맹점 홍보하자!

100개 이상 가맹점에서 광고 신청하면

광고 추가 집행 및 전용 페이지 제공 등 다양한 혜택까지!

tv N 등 인기채널을 통해
TV 광고를!

가맹점 주변 지역에만 노출해
광고비 Down

광고 효과를 한눈에 보는
실시간 분석 리포트 제공

영상 제작부터 광고 신청까지 편리하게 지금 바로 상담 받아보세요.

채팅 상담 www.btvtownad.com 전화 상담 1566-7762

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Franchise WORLD

Vol.67 2024

Cover Story

가맹사업법 개정안 반대…통과시 대통령 거부권 건의

'가맹점사업자단체 등록제 · 협의개시의무화' 조항 문제 "비현실적 악법"

배달플랫폼 新요금제 수수료 가중 "눈물나요"

배민 '배민1플러스', 수수료 6.8%…배달비 30~60% 더 부담

쿠팡이츠 '스마트 요금제', 수수료 매출액 대비 9.8%

Special Report

"K-프랜차이즈 리더 양성"…제13기 KFCEO과정 개강

"처벌규정 과도" 중대재해처벌법 헌법소원 심판

모바일상품권 민관협의체 출범…"상생발전 기대"

농안법 개정안 직회부…"외식 경영 악화될 것"

People & Company

황은주 (주)티오피퍼니처 대표

www.franchiseworld.kr

ABC 부수인증매체 한국ABC협회

KFA Korea Franchise Association

franchise buffet

먹고싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨

Sushi·Roll & Salad Bar

정성 가득히 늘 최선을 다하는 쿠우쿠우 입니다.

고객센터/가맹문의 1577·4841

쿠우쿠우
Sushi·Roll & Salad Bar

우리 브랜드 선호도는 몇 위일까?

창업도에서 당신의 프랜차이즈 순위를 확인하세요!
예비 창업자의 선호도에 따라 매주 순위가 업데이트 됩니다

창업도

changupdo.com

프랜차이즈브랜드 누적 조회수 1,200만건
주간평균 조회수 10만건 돌파!
대한민국No.1 창업정보 플랫폼, 창업도

대표전화 : 02.556.7889

프랜차이즈월드 Franchise WORLD
한국프랜차이즈산업신문

디자인가구 아르푸

(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

창 업 가 구	|	프랜차이즈 · 레스토랑 · 식당 · 호프&펍 · 카페 · 스터디카페
숙 박 가 구	|	호텔 · 모텔 · 펜션 · 리조트 · 요양시설 · 게스트하우스
사 무 가 구	|	사무실 · 중역실 · 회의실 · 접견실 · 강당 · 휴게실 · 탕비실
설 계 가 구	|	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

KTA GROUP

한국T.A | (주)T.O.P퍼니처 | (주)아르푸 | (유)KTA VINA | 헤르짐머 | 마이엘

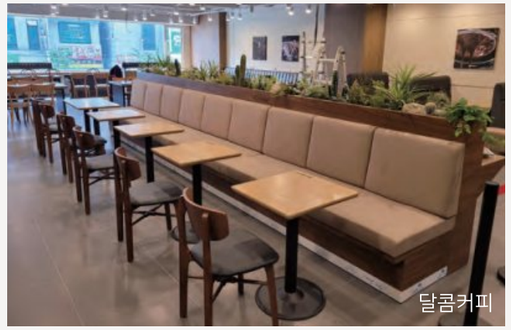
/ 아르푸가구 납품현장

이여곰탕

먹보한우

아비꼬

더벤티


달콤커피

카페온화

홀릭 스터디카페

서울대학교

아르푸 쇼룸

경기도 남양주시 화도읍 녹촌로 106번길 53

아르푸 홈페이지

www.arfu.co.kr

아르푸 고객센터

1577-6190

사단법인 한국외식업중앙회 외식가족공제회업무협약업체 | 직접생산 24년

조달청

MSIP-REM-SAB-QL-1200 국립전파연구원

한국외식업중앙회 회원한정 특별할인공급

음식과 서비스에 집중할 수 있는 주방을 만들어 갑니다

TOPSONIC NOAS

YouTube 성공의 정석꾼 / 성공 9단 / 생존의 기술

사장님이 찾던 바로 그 세척기

- 국내유일 24kHz 진동소자
- 입체형 3D 초음파 특허기술
- 저소음 특허기술
- 무상AS 10년

초음파 세척기 구매? 지금 결정하지 마세요!
무료로 5일간 사용해 보고 결정하세요.

무료 사용 신청 > 방문상담 > 무료 사용 5일 > 구매결정
부담없이 렌탈로 사용 가능합니다 (불만족시 무료철거)

오직 탑소닉세척기로만 가능한 5가지

1. 압도적인 시간절약
담갔다가 **바로 건지면** 설거지 끝 3분이면 OK!

2. 찬물에도 변함없는 강력한 세척력

3. 까다로운 설거지 완벽 해결
불판,석쇠,뚝배기,솥밥 냄비 등 완벽 세척
각종 기름기, 잔류농약, 세균 깔끔하게 OUT

4. 고정비용 90% 절감
수압식기세척기, 설거지 직원 필요 없습니다!
가스비,전기세,수도세 **최대절감**

5. 20년 이상 사용 가능한 품질
진동 소자 수명 15년 이상 보장
무상 AS 10년 보장

TOPSONIC
대표번호 : 1811-7038 / 010-4817-2217 **FAX** : 061-371-0097
E-mail : saversong1@hanmail.net **본사공장** : 전라남도 화순군 화순읍 진각로 213-2

33떡볶이 & 꼬마김밥

33떡볶이, 프랜차이즈의 틀을 깨다!

자체 공장 보유
업계 최저 원가율

33만의 독창적인
가맹점 밀착관리 시스템
① 33 DCS ② 1030 CARE

손쉬운 운영 가능
인건비 DOWN 효율 UP

창업문의
080.868.3355
www.success100.co.kr

HACCP 인증을 받은 모기업 **㈜산돌식품**은 **20년 이상** 웰빙푸드를 연구 · 제조하는 대한민국 최고의 중견 식품기업입니다.

味道人 미도인 MiDoin

가정식 스테이크 전문점

미식 기행, 답을 찾다 ...

점포별 매장전경

[미도인 종로]

[미도인 강남]

[미도인 성수]

[미도인 홍대]

[미도인 여의도]

[미도인 의정부]

창업문의 | 070 - 5029 - 4406 | www.http://midoin.co.kr/ **본사** | 서울특별시 강북구 번동 448 -11 , 202호

(주)위드컴퍼니 H&B

DAVICH

세상을 맑고 밝게 비추는 다비치안경

다비치안경은 고객이 전국 어느 곳에서나
동일하고 전문적인 서비스를 경험할 수 있도록
꾸준히 연구하며 성장합니다.

전문적 검사

Vision Care Lab

오랜 경험을 토대로 전문화
시스템을 설계하여 보다
정밀한 검사를 제공합니다.

Trueview I Zone

고객님의 안경 착용 습관과
안경테의 형태를 정밀하게
측정합니다.

Davich Clinic Zone

전문 시력검사와 AI 분석을
통한 EYE 솔루션을
제공합니다.

Bespoke Table Zone

고객님의 검안 결과와 라이프
스타일에 맞는 제품을 추천하며
전문화된 상담을 제공합니다.

다비치 케어플러스

다비치 케어플러스는 고객의 맑고 밝은 세상을 위한 다비치안경만의 전문 서비스입니다. 정밀 검사, 고객 맞춤 피팅,
안경 파손 관리까지 다비치가 연구해 온 30년의 노하우를 집약하여 안경 업계 최초 토탈 케어서비스를 제공합니다.

DAVICH CARE+

혜택 1

파손된 안경
실구매가 **90% 보상**

혜택 2

무료
정밀 시력검사

혜택 3

무료
안경테 피팅

해외에서 더 유명한

[글로벌 1인피자]

이것이 진짜 1인피자 클라스!

줄서서 먹는 진짜 1인피자

태국 짬쭈리스퀘어

태국 짬쭈리스퀘어

싱가포르 PLQ몰

싱가포르 PLQ몰

피자먹다

양계농장 chicken farm

성공하는 사장님의 치킨 서포터, 양계농장!

최고 품질의 치킨 가공품을 공급합니다.

www.chickenfarm.co.kr

<양계농장 대표상품>

버팔로치킨미들윙

버팔로치킨윙스틱

버팔로치킨윙스

리얼치킨가라아게

순살치킨가라아게

통순살그릴치킨

춘천철판닭갈비

조각정육 (닭다리살)

35년 동안의 치킨가공사업으로 다져진 R&D 경험과 레시피로
좀 더 맛있는 메뉴를 현장에서 심플하게 조리할 수 있도록
ONE-PACK, ONE-SALE, ONE-COOKING 제품을 선보입니다.

양계농장 제품문의 031-988-7779 / joyfull0602@gmail.com

조이풀 농업회사법인(주)

외식업 솔루션 전문 브랜드

제일좋은솔루션

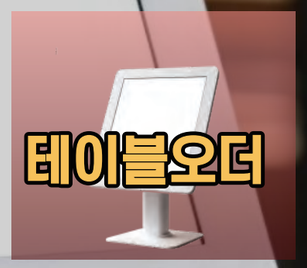
- 배달매출분석
- 트랜드분석
- ERP
- 마케팅홍보

"매장에 꼭 맞는 제품으로, 전문가의 설치와 사후관리까지"

everything in the payment SMART HONEY

키오스크

포스


테이블오더

서빙로봇

우리는 사장님의 성공을 응원합니다.

스마트허니는 10여 년간 외식업과 함께한 (주)제일좋은솔루션에서
프랜차이즈 본사 및 가맹점에서 체계적이고 합리적으로 매장관리를 할 수 있도록
심층 분석을 통하여 제안 및 관리해 드리는 솔루션 브랜드입니다.

카메라로 스캔 ▶▶

문의 1899-1271

www.jjssolution.com

인스타그램

설치사례

공식 홈페이지

새롭게 변화된 김가네

철판치즈불닭쫄면

家 김가네

가맹문의 1588-7187

AED
Automated
External
Defibrillator

HEART GUARDIAN®

소중한 생명을 안전하게 지키는
(주)라디안큐바이오 제품인

하트가디언
자동심장충격기(AED)

HIT500 2019/2018/2017 HIT500 제품선정
(중소기업진흥공단)

2017 하이서울 우수상품 브랜드어워드
(Hi-Seoul Good Products Award)

2016 한국품질만족도 1위
(Korea Quality Satisfaction Index)

HR-501

HR-701B

벽걸이보관함

스탠드보관함

제품문의 : 1533-0557
daincare.co.kr

DainCare (주)다인케어

휴대용 세안기기
음이온·버블 페이스 케어

Dr.Kara®

클렌징 효과 페이스케어
마무리가 아닌 회복의 시작

고밀도
산소테라피

음이온 및
공기방울 마사지

모공 속 노폐물
깨끗하게 제거

힐링
아로마테라피

유수분 밸런스
조정

부드러운
저자극 세안

한국피부과학연구원
임상시험 완료

미세먼지 세정효과 : 1회 사용 후 95.4%

모공 속 노폐물 세정 : 1회 사용 후 98.3%

피부 각질 개선 : 1회 사용 후 74.7%

제품문의 : 1533-0557

DainCare (주)다인케어

당신의 새로운 파트너

브라더스팩토리가 함께 하겠습니다!

- 국내외 국내 유명 유수의 가맹사업본부, 대기업 물류사에 다수의 식품 대량 공급 데이터를 통한 안정적인 재고운영의 가능성.
- 인프라를 통한 다수의 식품 생산 및 수입을 통한 합리적인 공급의 가능성.
- HIT 식품 개발 경험치를 통한 Hot item OEM, ODM 기획 및 생산의 가능성.

주요 생산 및 수입 식품 :

- 파인애플 아이스, 패션망고 아이스 등 빙과류
- 수산물 원물 및 가공품
- 건어물류
- 축산물 가공품 등

대표이사 남민수

대표영업사원 김상훈

국내외 식품 제조 (OEM) / 수입 / 가맹사업본부, 대기업 물류사 니즈에 맞춘 PB 개발 기획부터 생산, 유통까지 nonstop으로 전문 해결사들의 노하우로 해결해 드리겠습니다.

1533-4399

브라더스팩토리 주식회사 BROTHERS FACTORY CO., LTD.
서울특별시 강남구 도산대로 34길 22, 빌딩모노폴 3층

www.songlimpaper.com

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

제품의뢰 → 컨설팅 → 디자인 → 인쇄 → 패킹 및 적재 → 납품

주소 : 경기도 고양시 일산동구 은마길63번길7 Tel : 031-977-6810 Fax : 031-977-6825
품목 : 인쇄냅킨, 디너냅킨, 해동지, 테이블냅킨, 핸드타올, 점보롤 E-mail : 7booming@naver.com

송림특수제지

소기업소상공인공제
노란우산

사장님 지원 플랫폼
노란우산

- 연간 최대 500만원 소득공제
- 복리효과로 폐업 시 퇴직금 역할
- 지자체 가입장려금 지원
- 압류로부터 공제금 보호

가입문의 1666-9988 www.8899.or.kr

KBIZ 중소기업중앙회

*취급은행 : 시중은행 및 지방은행, 농협·수협은행, 새마을금고, 우체국 등

※ 중소기업중앙회 준법지원실 심의필 제24-08호(2024.3.11.~2025.2.28.)

위 광고는 내부통제 기준에 따른 관련 절차를 거쳐 제공됩니다. (예금자보호 안내) 노란우산은 예금자보호법에 따라 예금보험공사가 보호하지 않으나, 중소벤처기업부가 감독하고 중소기업중앙회가 운영하는 공적 공제제도로서, 중소기업협동조합법 제120조에 따라 장래 지급에 필요한 재원확보를 위해 매 결산기마다 납부원금을 포함한 준비금을 의무적으로 적립합니다. 노란우산과 관련하여 보다 자세한 사항은 노란우산 홈페이지(www.8899.or.kr) 또는 약관을 참조하시기 바랍니다.

프랜차이즈산업 혁신 리더 양성

제 14 기 KFCEO 과정 모집

한국프랜차이즈산업협회 공식 CEO 교육

24. 09.02 ~ 12.09
(워크숍 2회 포함 13주 과정)
※ 매주 월요일 14:00 ~ 18:00(4시간)

FKI타워(舊 전경련회관)
*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(FC에 한함)

협회 회원사 입회비 할인
KFCEO과정 수강과 동시에 협회 가입시 납입입회비-할인율100%(1,000,000원)

교육대상

- 기존 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
- **경영 멘토링 포럼**
  원우들과 함께 토론하는 프랜차이즈 경영 포럼

교육문의

이경희 주임교수 : 010-3785-8406
협회 교육팀 이은나 : 010-3220-8440

KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association
BUZA.biz

프랜차이즈 CEO 과정

모집요강

FCP Franchise CEO PROGRAM

교육일정

교육기간	하반기: 2024년 9월 중순 예정 (44기)
교육일시	매주 수요일 14:00 ~ 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) - 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/

착한 K-프랜차이즈는 일상이다
프랜차이즈월드
Franchise WORLD
Vol.67 2024

Contents 목차

Korea Franchise Association

The Letter from President

023 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

025 이진창 발행인 인사말

Cover Story

026 가맹사업법 개정안 반대…통과시 대통령 거부권 건의
'가맹점사업자단체 등록제·협의개시의무화' 조항 문제
"비현실적 악법"

030 배달플랫폼 新요금제…수수료 가중 "눈물나요"
배민 '배민1플러스', 수수료 6.8%…배달비 30~60% 더 부담
쿠팡이츠 '스마트 요금제', 수수료 매출액 대비 9.8%

Special Report

034 "세계 무대 누빌 K-프랜차이즈 리더 양성"
제13기 KFCEO과정 개강

038 역대 최대 '2024 상반기 제56회
IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회' 성료

042 "처벌규정 과도" 중대재해처벌법 헌법소원 심판

043 모바일상품권 민관협의체 출범…"상생발전 기대"

044 가맹사업 전 업종 안정적 성장…"외식업종이 성장 주도"

046 '가맹분야 불공정거래행위 심사지침' 제정·시행

048 농안법 개정안 직회부…"외식 경영 악화될 것"

050 [기고] '한식·반려동물'에 빠진 국내 치킨 프랜차이즈, 이유는?

052 [기고] 프랜차이즈는 공생의 비즈니스다

Hot Issue

054 '국가인적자원개발컨소시엄 교육' 협약기업 연중 모집

055 K-프랜차이즈 수출 애로 해소 위해 민·관 협력 강화

056 외식업 해외진출 매장 수 년째 정체
"K-프랜차이즈 체계적 육성 시급"

058 한국프랜차이즈協·환경부,
16개 외식 브랜드와 일회용품 감축 노력

귀를 사로잡다, 마음을 사로잡다

소비자의 마음으로 가는 가장 빠른 길, 라디오 광고로 당신의 브랜드를 들려주세요
귀에서 마음으로, 마음에서 행동으로, 마음이 열릴수록 브랜드 가치가 올라갑니다.
30년 라디오광고 뚝심, 애드콤이 함께 하겠습니다.

애드콤은 어떤 광고회사인가요?

끼 넘치는 사장님과 통통 튀는 직원들이 똘똘 뭉쳐 가장 좋은 크리에이티브를 도출하기 위해 고군분투하는 광고대행사로,
수많은 정부기관, 프랜차이즈업체들과 파트너쉽으로 오랜 세월 롱런해온 라디오광고 · CM송 제작 베테랑 광고대행사입니다

어떤 광고를 제작했나요?

정부기관| 과학기술정보통신부, 통일부, 법무부, 감사원, 기획재정부, 한국예탁결제원, 경찰청, 서울시, 경기도광주시, 국립농산물품질관리원, 질병관리본부, 한국수자원공사, 행정안전부, 교육부, 서울시교육청, 국민건강보험공단, LH한국토지주택공사, 대한법률구조공단, 연천군, 울주군, 태백시 라디오캠페인, 수협중앙회 CM송, 충북농협 아리향CM송, 경기도광주시청 CM송, 영월군 CM송, 강원도립대학교 CM송, 한국기술교육대학교 CM송 등

일반기업| 마리오아울렛 CM송, 에덴낙원RCM, ㈜해피푸드 김영희동태찜&코다리냉면RCM, 양키캔들CM송 제작, 둘둘치킨 TVCM, 벌교꼬막 꼬마시CM송, 취영루RCM 등

|주| KFN애드콤 라디오 광고제작 문의 : 02- 501-2141 | http://www.kfnadcom.com/

KFN ADCOM Since 1991
|주| KFN애드콤

Contents 목차

Korea Franchise Association

Organ News

062 나이 속인 청소년에 술·담배 판매한 소상공인 보호
063 23개 업종별, 안전보건 가이드 제작
064 먹거리 불공정거래 행위 감시 강화
065 잔술의 시대…와인·위스키도 잔술 판매 가능

060 [기고] 식당이 음식 가격을 울면서 올려야하는 이유는?

People & Company

070 **황은주** (주)티오피퍼니처 대표

Brand Highlight

066 명륜진사갈비·채선당·꾸브라꼬숯불두마리치킨
067 다비치안경·(주)지호·땅스부대찌개
068 자담치킨·리맥스코리아·네네치킨
069 쿠우쿠우

Association News

084 협회 분과위원회, 봄 맞아 본격적 활동 재개
086 제43기 연세대 프랜차이즈 최고경영자과정(FCEO) 입학식 外
087 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남
090 신규회원/교육일정
096 구독안내

Column

074 컨설팅 – 이경희
마케팅없이 급성장하는 신생 브랜드의 특징
076 마케팅 – 장재남
규제대상으로 보는 한국 프랜차이즈산업!
078 법률 – 안철현
반사회질서 법률행위 VS 강행법규
080 세무 – 최인용
프랜차이즈 개인 명의로 2개 브랜드 하면 좋은 이유 3가지
082 노무 – 이금구
고용보험 정부 지원금 활용하기

22대 국회, 배달앱 횡포 막을 온라인 플랫폼법 제정 논의해야

한국프랜차이즈산업협회장
정현식

외식 물가가 끝도 없이 오르는 요즘, 배달앱들이 출혈 경쟁에 한창입니다. 무제한 10% 할인, 무료 배달, 구독 요금 할인 등 자극적인 프로모션이 하루가 멀다하고 쏟아지고 있습니다.
반면 많은 식당 사장님들은 순식간에 막대한 수수료 부담으로 폐업 위기에 놓여 있습니다. 올해 출시한 정률제 기반 새 요금제로 전환해야 프로모션을 진행할 수 있는데, 이 요금제가 기존 정액제에 비해 막대한 수수료 부담을 수반하기 때문입니다. 월 8만원만 내던 것이 주문금액의 6.8%로 바뀌고, 라이더에게 지급하는 배달비도 점주 자율에서 배달앱 지정으로 바뀌었습니다. 한 건당 주문 금액의 30%까지 배달앱에 내야되는 상황입니다.
고물가 장기화로 지갑 사정이 얇아진 소비자들은 경쟁을 크게 반기고 있습니다. 수수료 얘기를 꺼낼라치면 배달비 혜택이 좋아져서 상관없다는 분들이 대부분입니다. 배달앱 때문에 배달비가 생겼는데, 배달앱이 아니라 배달비를 분담하는 식당 사장님들이 오히려 비난을 받고 있습니다.
일반적으로 경쟁은 자유시장경제의 대전제입니다. 그러나 플랫폼 업체 간의 경쟁은 조금 다릅니다. 모든 플랫폼들은 최종 목표인 독점 체제 구축을 위해 막대한 자금을 투자합니다. 점유율을 확보한 이후에는 요금을 올리고 투자금을 회수합니다. 결국 소비자들은 플랫폼 이전보다 더 큰 부담을 지게 됩니다. 수수료 인상은 필연적으로 소비자 가격 인상으로 이어지기 때문입니다. 해외 각국에서 대형 플랫폼 규제를 강화하고 있는 이유입니다.
실제 코로나19가 한창이던 2020년과 2021년, 배달앱들은 폭발적으로 성장하는 배달앱 시장에서 점유율을 확보하기 위해 배달 라이더들에게 막대한 비용을 지급하며 출혈 경쟁에 나섰습니다. 2022년부터 조금씩 배달수요가 감소하자, 배달앱들은 경영이 어렵다면서 프로모션을 줄이고 투자금 회수에 나서 막대한 영업이익을 거뒀습니다. 2년여 간 1조원에 가까운 영업이익을 낸 배달의민족이 왜 올해 더욱 수수료 수취에 열을 올리는 것일까요. 이제 그렇게 해도 될 정도로 점유율과 충성고객이 충분히 확보되었기 때문입니다. 특히 파격적인 무료 배달은 인상된 수수료를 재원으로 한다는 점에서 소비자들의 비난을 막아주는 방패 역할을 톡톡히 하고 있습니다.
정부와 국회가 하루빨리 사태의 심각성을 깨닫고 적극적으로 사태 중재에 나서지 않는다면 많은 식당 사장님들이 고사하고 물가 인상이 더욱 가속화될 것입니다. 배달앱들이 수수료율도 낮추고 신규 요금제 우대를 멈추도록 해야 합니다. 과거 배민의 경매식 광고상품, 오픈서비스 정률제 전환 시도가 철회됐던 배경에는 정부와 국회의 시의적절한 움직임이 큰 역할을 했습니다.
특히, 곧 출범할 22대 국회에서는 수수료 정책을 협의없이 손바닥 뒤집듯이 바꾸고, 소비자 가격 인상과 배달 사고 책임을 모르쇠하는 배달앱들의 횡포를 막기 위해 반드시 온라인 플랫폼법 제정 논의가 부활돼야 합니다. 정부가 추진중인 플랫폼 공정경쟁 촉진법은 플랫폼 간의 관계에 초점을 맞추고 있고, 그마저도 배달앱들은 규제 대상에서 제외돼 있습니다. 2년여 전 정부는 법 제정 논의를 폐기하고 자율규제로 전환했으나, 최근 공정위 발표에 따르면 성과가 거의 없었던 것으로 보입니다. 이제는 정부 눈치조차 보지 않는 배달앱들을 제대로 규율할 시스템을 세워야 할 때입니다.

프랑스어로 황혼을 '개와 늑대의 시간'(L'heure entre chien et loup) 이라고 표현합니다. 언덕 너머에서 다가오는 동물이 내가 기르는 개인지 나를 위협하는 늑대인지 분간이 가지 않는 시간이라는 뜻에서 기원한 말입니다. 배달앱이 우리의 일상을 평안하게 해 줄 반려동물일지 우리를 잡아먹을 짐승일지, 모든 국민들이 진지하게 고민해 봐야 할 시점입니다.

한국프랜차이즈산업협회 회장 정 현 식 드림

Franchise 프랜차이즈월드 WORLD
착한 K-프랜차이즈는 일상이다
Vol.67 2024

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.67
The Magazine For You

PUBLISHER

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

EDITORIAL DEPT

편집국장	이 호 | **Lee, Ho**
취재국장	조인영 | **Cho, In Young**
이사	김태규 | **Kim, Tae kyu**
	조기석 | **Cho, Gi Suk**
특임 기자	김동하 | **Kim, Dong Ha**
	박서진 | **Park, Seo Jin**
기자	김은영 | **Kim, Eun Young**
	신용희 | **Shin, Yong hee**

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 혜 파트너 변호사	조은혜 | **Cho, Eun Hye**
세무회계 성우 대표	서성우 | **Seo, Sung Woo**
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**
편집위원	정병필 | **Jung, Byungpil**

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 15,000원/권)
인쇄	(주)근아인쇄
판매대행	(주)성운도서
등록번호	영등포, 마00070

KFA
KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

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

슬기로운 프랜차이즈, 슬기로운 입법

발행인
이진창

"나 이제 그만 노력할래. 노력하는거 지겹다. 최선을 다하는 것도 지겨워. 노력과 끈기의 상징? 힘들어서 이제 못하겠다"

tvN에서 인기리에 반영됐던 드라마 '슬기로운 감빵생활'의 명대사 중 하나다. 주인공 김제혁 역을 맡은 박해수의 대사다. 친구인 준호가 노력하고 최선을 다하면 극복할 수 있을 것이라고 얘기하자 이에 대한 대답이다.

작금의 프랜차이즈 업계에서 나오는 푸념이다. 창업에 대한 관심은 2030세대가 대세가 될 만큼 확장됐지만, 여전히 소비 불안과 고금리, 식자재 가격 상승 등은 가맹점을 포함해 가맹본부의 생사까지 어렵게 만들고 있다.

이러다 보니 고금리에 대출 원리금을 제때 상환하지 못하는 소상공인과 자영업자 등 개인사업자 수가 눈에 띄게 늘었다. 국내 5대 은행(KB국민·신한·하나·우리·NH농협)에 따르면 1개월 이상 연체된 개인사업자(소호) 대출 총액은 올해 1분기 말 기준 1조3560억원에 달한다. 지난해 1분기 말보다 3690억원(37.4%) 급증했다.

여기에 꺾일 줄 모르는 식자재 가격은 여전히 높기만 하다. 최근에는 분식과 한식 등에서 반드시 필요한 식재료인 김 가격이 상승하면서 가맹본부의 고민이 깊어지고 있다. 가맹본부와 가맹점이 열심히, 잘 한다고 해서 극복되어지는 게 아니다.

그런데 엎친데 덮친격일까. 국회에서 프랜차이즈 산업의 발목을 잡고 나선다. 가맹사업법 개정과 농안법 개정이다. 여소야대가 된 상황에서 이 법안은 통과될 것으로 보인다. 다만 그 전에 법안에 대한 심사숙고의 논의를 통해 수정되기만을 바라는 마음이다.

과거 국회의 입법 사례를 보면 과잉, 졸속 입법이 많다. 이로 인해 헌법재판소에서 위헌 결정을 받기도 한다. 물론 국회의원의 의정활동이 활성화되고 의원 발의 법률안이 많아졌다는 것은 긍정적이다. 하지만 지나치게 많은 법률안이 발의, 의결될 경우 산업 현장에서의 혼란은 가중될 수밖에 없다.

입법절차의 주역은 국회의원이다. 하지만 국회의원의 지위와 활동은 국민의 위임에 기초한 것이다. 따라서 국민의 의사를 무시한 졸속 입법은 민주적 정당성을 가질 수 없다. 뿐만 아니라 졸속에 의한 정략적 입법이 많아진다는 것은 민주주의의 퇴행으로 평가될 수밖에 없다.

"니가 옆에서 계속 지켜봤잖아. 니가 제일 잘 알아, 그 환자분에 대해서, 그럼 니 판단을 믿고 더 싸웠어야지. 치열하게 고민하고, 치열하게 환자 봤으면, 치열하게 싸워. 그래야 환자 살려"

– 슬기로운 의사생활에서 환자 보고를 하는 선빈에게 송화의 대사

슬기로운 프랜차이즈사업, 슬기로운 입법이 2024년 뜨거운 여름을 앞두고 필요해 보인다. KFN

한국프랜차이즈산업협회가 4월 25일 야당 단독으로 국회 정무위에서 처리된 '가맹사업거래공정화법(가맹사업법) 개정안' 관련 국회 소통관에서 기자회견을 열었다.

가맹사업법 개정안 반대 통과시 대통령 거부권 건의

'가맹점사업자단체 등록제·협의개시의무화' 조항 문제 "비현실적 악법"

WRITE | **이 호 국장**

21대 국회 마지막 쟁점 법안 중 하나인 가맹사업거래의 공정화에 관한 법 개정안(가맹사업법)을 둘러싸고 여야와 업계의 신경전이 첨예하게 대립하고 있다. 특히 한국프랜차이즈산업협회는 이와 관련해 25일 국회에서 기자회견을 열고 "120만 프랜차이즈 산업인은 일방적이고 비현실적인 악법을 반대한다"고 강하게 밝혔다.

이날 정현식 한국프랜차이즈산업협회 회장은 "국회 정무위 전체회의에서 더불어민주당이 '가맹점사업자단체 등록제 및 협의개시의무화'를 도입하는 가맹사업법 개정안을 본회의에 직회부하기로 일방적으로 의결한 것에 대해, 유감과 절망감을 느끼지 않을 수 없다"라며 "개정안이 누구를 위한, 무엇을 위한 법안인지 묻지 않을 수 없는 상황에서 120만 프랜차이즈 산업인들은 이런 일방적이고 비현실적인 악법에 단호히 반대한다"고 밝혔다.

협회의 기자 회견문에 따르면 개정안의 주 내용은 개별 사업자인 점주단체를 노동조합과 같은 법적 단체로 인정하면서, 점주단체의 요구만 있으면 단체 수와 무관하게 언제든지 어떠한 제한도 받지 않고, 가맹본사에 노사 협상보다 더 강력한 단체협의 의무를 강제하도록 하고 있다.

정 회장은 "전세계 어디서도 찾아볼 수 없는, 가맹본사만을 타깃으로 삼은 강력한 규제법안"이라며 "이번 개정안이 그대로 시행될 경우 소규모 가맹본사는 고사하게 될 것이고, 소속 가맹점들도 역시 연쇄적으로 문을 닫게 될 것"이라고 우려했다. 가맹점의 권익을 신장한다는 명분이 오히려 소상공인인 가맹점주를 문을 닫게 하는 결과를 초래할 것이라는 얘기다.

개정안에 따르면 복수의 가맹점사업자단체가 난립해 각자 협의요청권을 남발하거나, 단체 간 경쟁을 조장해 불필요한 분쟁을 양산하는 부작용을 유발할 우려도 크다. 이는 주무부처인 공정거래위원회도 인정하고 있다. 이로 인해 공정위도 "여러 부작용으로 관련 산업이 위축될 수 있다"는 취지의 반대 입장을 표명하고 있다.

공정위는 4월 23일 입장문을 내고 "국회 정무위 전체회의에서 본회의 부의 요구 처리된 가맹사업법 개정안이 입법 과정에서 보다 충분한 논의가 필요하다"고 강조했다. 이어 "현재 개정안대로 통과될 경우 다수 점주단체가 반복적으로 협의를 요청해 가맹본부의 부담이 지나치게 많아질 수 있고, 이는 협의 절차의 형식화를 초래해 가맹본부와 가맹점주 간 갈등 심화로 이어질 수 있다"며 "결국 관련 산업이 위축될 우려가 있다"고 밝혔다.

공정위 관계자는 "공정위는 현재 추진 중인 필수품목 거래조건 협의제의 시행 경과를 면밀히 살핀 후 협의 대상 확대 여부 등을 검토하는 단계적 접근이 필요하다는 의견을 지속적으로 피력해 왔다"며 "현실적으로 지방자치단체 중 서울, 경기, 부산, 인천 정도를 제외하면 가맹 관련 업무를 할 조직조차 없어 여러 혼란이 있을 수 있다"고 우려했다.

한국프랜차이즈산업협회는 이번 개정안이 그대로 시행될 경우 소규모 가맹본사는 고사하게 될 것이고, 소속 가맹점들도 역시 연쇄적으로 문을 닫게 될 것이라고 불안감을 표명했다. 정 회장은 "가맹본사와 가맹본사 대표는 점주단체의 일방적 협의요구에 응하지 않았다는 사실만으로 공정위 조사를 받아야 하고, 형사처벌까지도 받을 수 있다"라며 "가맹본사는 점주단체의 끝없는 필수품목 공급축소와 가격인하 등 협의요청에 일일이 대응하느라 제품개발과 가맹점 지도·관리 등을 뒷전으로 미룰 수밖에 없게 될 것"이라고 주장했다.

반면 개정안에는 점주단체가 협의요청권을 일탈·남용할 경우에도 제재 규정이 없다. 입법기술상으로도 현저히 균형감을 상실한 법안인 셈이다. 이대로 국회 본회의를 통과할 경우, 이미 각종 글로벌 기준에 동떨어진 규제로 어려움을 겪는 한국 프랜차이즈 생태계가 파괴되어 'K-프랜차이즈' 열풍이 식을까 우려의 목소리도 크다.

> *정 회장은 "전세계 어디서도 찾아볼 수 없는, 가맹본사만을 타깃으로 삼은 강력한 규제법안"이라며 "이번 개정안이 그대로 시행될 경우 소규모 가맹본사는 고사하게 될 것이고, 소속 가맹점들도 역시 연쇄적으로 문을 닫게 될 것"이라고 우려했다.*

이에 따라 협회는 국회와 대통령에게 3가지를 건의했다. 첫째 21대 국회에서 계류중인 가맹사업법 개정안은 절대로 통과 되어서는 안 된다. 둘째 가맹사업법 개정은 공정위, 학계와 본사, 가맹사업자들이 함께 머리를 맞대어 합리적 대안을 숙의하고 논의해야 한다. 셋째 본 개정안이 국회 본회의 통과 시에는, 대통령 거부권 행사를 건의한다.

개정안 문제점과 대안

논란이 되고 있는 가맹사업법 개정안의 주요 내용은 다음과 같다. 먼저 가맹점사업자단체 등록제 신설 및 협의개시 의무화다.

개정안은 가맹점사업자단체와 가맹본부와의 협의 횟수·주제 등을 대통령령으로 정하도록 하고, 가맹점사업자단체 등록제를 신설하는 한편, 등록 취소 시 청문 절차를 거치도록 규정했다. 또 가맹본부가 등록된 가맹점

가맹사업법 개정 반대 시위

사업자단체의 대통령령으로 정하는 기준에 따른 협의요청에 응하지 않는 경우 제재조치(시정명령)를 부과하도록 했다.

이에 대해 프랜차이즈 업계는 복수 단체 난립으로 인한 부작용을 우려하고 있다. 이에 대한 대안으로 교섭단체 또는 절차 단일화 필요성을 제시하고 있다. 업계는 복수 가맹점사업자단체의 협의요청 난립으로 가맹본부 경영애로, 단체별 거래조건이 달라져 통일성 훼손, 단체 간 또는 가맹점 간 갈등·분쟁 유발이 높아질 것을 염려한다.

특히 가맹점 100개 전후 사업자 경영을 심각하게 저해할 우려가 높다. 이에 대한 대안으로 1 다수 단체와만 협의, 2 모든 단체와 한번에 협의, 3 다수 단체가 취합, 대표로 협의를 제시했다.

두 번째는 부당한 경영 간섭 우려다. 협의요청을 가맹본부의 경영에 부당하게 간섭할 목적으로 악용할 경우 대다수 가맹본부의 경영 위축 우려가 높고, 브랜드 이미지 실추로 타 가맹점 손해도 발생할 수 있다. 이에 대한 대안으로 타 가맹점 손해발생시 협의단체에 배상책임, 등록취소 사유에 협의요청 제한 위반 추가를 제시했다.

마지막으로 구성원 미공개로 인한 익명성 부작용이다. 구성원 가입 사실의 공적인 검증이 불가능하다. 이로 인해 협의요청할 경우 가맹본부가 법적 리스크를 부담할 수밖에 없다. 이에 대한 대안은 가맹본부가 협의 대상을 명확히 확인할 수 있도록 구성원 명부의 열람요청권을 규정해야 한다.

예상되는 6가지 부작용

한편 협회는 지난해 12월 가맹사업법 개정안과 관련해 예상되는 부작용 6가지를 언급하면서 강하게 반발했다. 먼저 불필요한 절차 반복이다. 개별 가맹점사업자가 단체의 합의내용을 불수용할 경우 개별적인 협의를 진행할 수밖에 없다. 결국 불필요한 절차가 반복될 우려가 있고 가맹본부의 시간 낭비와 비용 부담이 높아지게 된다.

두 번째는 부당한 경영 간섭이다. 단체교섭권을 가맹본부의 경영에 부당하게 간섭할 목적으로 악용할 우려다. 가맹본부의 경영 위축으로 귀결될 수 있다. 세 번째는 단체간 갈등 등으로 복수단체가 난립할 수 있다. 협의요청권과 관련해 대표성 문제가 발생한다. 통일성 있는 가맹사업의 운영이 불가능해질 수 있다.

※(참고) 주요 내용 조문별 비교

현행	개정안(위원회안)	수정의견
제14조의2 제2항 -가맹점사업자단체 협의요청권	<개정> -협의요청 자격 요건에 공정위 등록(제14조의3 제1항) 추가	<좌동>
제14조의2 제3항 1) 가맹본부 성실 협의 의무 2) 복수 단체 요청시 다수단체 우선협의	<개정> 1) '성실한 협의 의무'를 '**협의 회수 주제 등** 대통령령 기준에 따라 협의에 응할 의무'로 수정 2) 좌동	<개정> 1)좌동 2) 복수단체 협의 절차 단일화(안) - **다수 단체와만** 협의 - 모든 단체와 **한 번에** 협의 - **다수 단체가 취합**하여 협의
제14조의2 제4항 - 협의요청 제한: 통일성·본질적 사항에 반하거나 부당한 경영간섭	<좌동>	제14조의2 제6항 이동(신설) - 협의요청 제한에 **다른 가맹점사업자에게 손해를 입히는 행위추가**
제14조의2 제5항 - 생략	<좌동>	제14조의2 제7항 이동(신설)
<신설>	<신설>	제14조의2 제4항 신설 - 단체 협의요청시 **가맹본부의 구성원 자격·명부 열람요구권**
<신설>	<신설>	제14조의2 제5항 신설 - **협의 요청의 시기, 절차, 방법 등 협의인정 요건** 대통령령 규정
<신설>	제14조의3 신설 - **가맹점사업자단체 등록제** (공정위 또는시·도지사) - 요건 1) 동일 영업표지 가맹점만 가입 2) 대통령령 규정 비율 또는 수이상 가맹점사업자 가입 - 기재사항 명칭·목적, 구성원 자격, 명부 등 - 중요사항 변경시 변경등록의무 - 취소요건 1) 기속: 거짓·부정한 등록 2) 제량: 등록요건 미달, 자진 취소, 변경등록 위반 - **등록취소시 공정위 시도지사 청문 실시 의무**(자진취소 제외)	제14조의3 신설 - **등록취소 요건(가속)에 '단체의 협의요청 제한사항 위반' 추가**
제33조 제1항 -시정초지 대상	<개정> - **제14조의2제3항(성실협의의무)위반 추가**	<개정> - 좌동 제14조의2제5항 → 제14조의2제7항 (조문위치 변경 반영)
<신설>	<신설>	제37조의3 신설 - 등록 단체가 법규 위반으로 가맹점사업자에 손해를 입힐 시 **단체의 손해배상 책임 명시**
<신설>	<부칙> - 시행시기 : 협의개시의무화는 법시행(공포 후 6개월) 이후 협의요청 건부터 적용	<좌동>

영이 불가능해질 수 있다.

네 번째는 부당한 협의요청에 대한 제재수단이 없다는 점이다. 가맹점사업자단체의 부당한 경영간섭과 거래조건을 요구할 경우 대응이 불가능하다. 다섯 번째는 가맹본부의 협의의무 부과의 부당성이다. 가맹본부가 자유롭게 가맹점과 계약 체결 여부를 결정할 기본권을 아무런 헌법적 근거 없이 제한한 셈이다. 아울러 가맹점사업자단체는 노동자단체와 다르다. 같은 수준으로 보호하는 것은 부당하다.

마지막으로 규정 미비로 인한 합리적 통제와 운영이 불가능하다는 점이다. 개정안은 가맹점사업자단체의 구성과 내부규정, 의사결정 등 운영 내용을 거의 규정하지 않고 있다. 절차의 진행이 확보되거나 강행규정이 필요하다. 협의권을 남발하는 등 실력을 부당하게 행사할 경우 합리적 통제가 불가능하다. KFN

배달플랫폼 新요금제…수수료 가중 "눈물나요"

배민 '배민1플러스', 수수료 6.8%…배달비 30~60% 더 부담

쿠팡이츠 '스마트 요금제', 수수료 매출액 대비 9.8%

WRITE | **이 호 국장**

"닭을 사게 되면 원가율이라는 게 있어요. 그런데 2만원짜리 주문 금액이 들어오면 배달앱을 사용하게 되면 거기에 배달앱 수수료 플러스 배달비를 내야 되기 때문에 2만원 기준으로 27~28% 정도를 떼 가거든요. 배달앱사에서. 이건 진짜 남는 거 없다. 그런 말까지 나오는 겁니다. 무료배달제도 없어졌으면 좋겠어요"

울산에서 프랜차이즈 치킨집을 9년째 운영하는 점주 A씨는 최근 CBS라디오 '김현정의 뉴스쇼'에서 현재 배달앱들이 실시중인 무료배달에 대해 "이미 하시는 사장님들도 굉장히 후회하시면서 안 할 수 없으니까 한다고 하고 정말 이거 하면서도 진짜 눈물을 흘린다"라고 말했다.

배달플랫폼들이 도입한 '무료 배달' 서비스가 가맹점주 사이에서 논란을 빚고 있다. 고객들에게 무료 배달 서비스를 제공하는 새 요금제가 가맹점주들의 부담을 크게 가중시키고 있다는 것이다.

먼저 배달의민족을 살펴보자. 배민은 기존에 정책제 기반의 울트라콜(월 8만8000원)을 주력으로 운영해 왔다. 그러다 1월 17일 한집배달(배민원)과 알뜰배달을 묶은 '배민원플러스'를 새로운 요금제로 출시했다. 배민원플러스는 중개 이용료를 6.8%로 책정하고, 업주 부담 배달요금을 배민이 직접 3000원 내외로 고정한 정률제 기반의 요금제다.

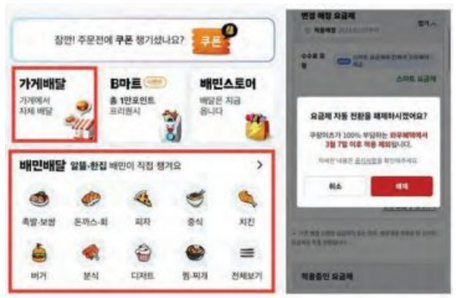
정액제서 정률제로…울며겨자먹기 이용

울트라콜은 주문 건수와 관계없이 월 정액요금을 내는 방식이다. 따라서 주문이 10건이 들어오건, 100건이 들어오건 비용을 더 낼 부담이 없다. 매출 증가와 이용료 부담과는 무관하다는 얘기다.

반면 배민원플러스는 매출이 높아질수록 이용료도 비례해 증가한다. 점주 배달비 분담액도 배민이 지정한다. 이에 대해 배민은 배민원플러스가 울트라콜과 별도의 요금제라고 주장한다. 하지만 배민원플러스 이용 여부에 따라 앱 내 노출 순위, 프로모션 등에서 차별이 있어 가맹점들이 울며겨자먹기로 이용중이다.

쿠팡이츠도 3월 7일부터 배민원플러스와 유사한 스마트 요금제를 도입했다. 스마트요금제는 주문금액의 9.8%를 수수료로 지불하고, 배달비를 지역별로 쿠팡이츠가 3000원 내외로 지정한다.

문제는 배민과 마찬가지로 차별을 둬 사실상 요금제 선택을 강제하고 있다는 점이다. 기존에는 수수료 일반형·절약형의 4가지 요금제를 운영해 수수료를 7.5~27% 사이, 배달비 900원~6000원 사이에서 운영해 점주에게 선택



배민원플러스와 스마트요금제 차별적 우대 사례

> *반면 배민원플러스는 매출이 높아질수록 이용료도 비례해 증가한다. 점주 배달비 분담액도 배민이 지정한다. 이에 대해 배민은 배민원플러스가 울트라콜과 별도의 요금제라고 주장한다. 하지만 배민원플러스 이용 여부에 따라 앱 내 노출 순위, 프로모션 등에서 차별이 있어 가맹점들이 울며겨자먹기로 이용중이다.*

배달 매출 100% 치킨집 손익계산서

항목	금액(원)	비고
월 매출액	2000만	배달 매출 100%
배달앱 중개수수료	149만6000	평균 7.48%
배달 오토바이 비용	330만3300	건당 배달 평균 3630원×1일, 35건×26일
카드 수수료	66만	3.3%
상품포장 비용	100만	5%
식재료 원가	700만~800만	35~40%
점포 월세	100만	5%
인건비	300만	15%
세금 및 기타비용	140만	7%
총 비용 합계		
1985만9300		
배달식당 순이익	14만700	원가 35%일 경우 144만1000

매출 2000만원 기준 배민원플러스 부담액 사례

권을 부여했다. 이에 반해 스마트요금제는 이용 점주에게만 소비자 배달비 10% 할인 혜택, 일반배달 배달비 무료 프로모션 등을 제공한다. 사실상 요금제 선택을 강제하고 있다는 얘기다.

정액제에서 정률제로의 변화가 왜 문제인가. 사례를 들어 살펴보자. 먼저 한달 매출이 2000만원일 경우를 가정하자. 배달 관련 비용만 545만원(27.3%)에 달한다는 조사가 나온다. 급격히 수익구조가 악화될 수밖에 없다.

프랜차이즈 업계를 포함해 소상공인들이 반감을 갖는 이유는 시장의 75~80% 정도의 점유율을 차지하는 거대 독

배민 · 쿠팡이츠 신요금제 지출비용 비교(1만원 기준)

과점 플랫폼 양사가 막대한 부담을 수반하는 요금제를 도입하면서 입점 업체들과 어떠한 협의도 거치지 않고 일방적으로 통보했다는 점이다.

한국프랜차이즈산업협회 관계자는 "2020년 배민은 '오픈서비스'라는 정률제 서비스로 강제전환하려다 여론의 질타를 받고 철회한 적이 있다"라며 "이후 클릭당 요금을 부과하는 우리가게클릭 출시, 배민원플러스 출시 등 요금제를 추가하고 차별을 통해 이용을 강제하며, 업계의 요구와 중재 시도에도 무대응하고 있다"고 비판했다.

이에 따라 협회는 개선방안으로 공정위 등 규제 부처가 수수료율을 제재하기는 어려운 만큼 법과 제도적 해결 방안을 모색하기는 어렵다고 판단하고 있다. 이에 일방적인 신요금제 출시, 수수료율 강제, 부당한 자사 서비스 우대 등 플랫폼의 운영 행태를 방지할 수 있는 온라인플랫폼법 제정이 시급하다고 주장했다.

문제는 이 온라인 플랫폼법이 오랜 기간 공정위와 정무위, 방통위, 과기위 간의 관할 논쟁으로 공회전을 거듭해 오고 있다는 점이다. 최근에는 공정위가 온라인 플랫폼법 도입을 시도했으나 플랫폼사 반발에 사실상 무산된 상태다. 그럼에도 협회는 온라인 플랫폼법 도입을 촉구하는 한편 소상공인연합회, 외식업중앙회 등 관련 협단체들과 협력해 정부와 국회 등에 강력한 중재를 호소하는 방안을 검토하고 있다.

> *무료배달 서비스 도입을 반기는 소비자들의 분위기에 대해서는 "그 비용은 막대한 비용지출을 수반하는 신규 요금제를 통해 업주들이 부담하게 된다"라며 "이는 결국 소비자 가격 인상을 필연적으로 불러오게 되고 결국 소비자에게도 부담이 전가된다는 점을 인지해주기를 바란다"고 말했다.*

"재주는 곰, 돈은 왕서방" 허탈감 팽배

이와 관련해 강석우 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장은 "배달 비중이 높은 치킨과 피자를 포함해 족발, 보쌈, 도시락 등 한식업종의 피해가 크다"라며 "치킨 가맹점은 3만여개, 피자 가맹점은 8500여개에 달한다. 수만여명의 생계가 파탄 위기에 놓여 있다"고 지적했다.

또한 배민과 쿠팡이츠의 신규 요금제 공정거래법 위반 소지에 대해서는 "배민과 쿠팡이츠 모두 신규 요금제는 자사 라이더 이용을 강제한다"라며 "이는 공정거래법과 온라인 플랫폼 심사지침에서 금하고 있는 자사 서비스 우대의 소지가 있다"고 밝혔다. 아울러 "배민은 공정위가 신고가 집중되자 노출 방식을 개편하겠다고 밝혔지만, 배달비 무료 프로모션은 여전히 신규 요금제 업체에만 진행하고 있다"고 비판했다.

이런 상황에서 배민은 지난해 약 7000억원의 영업이익을 기록하며, 최대 실적을 냈다. 배당금도 4000억원이 넘는다. 이에 대해 강 부회장은 "재주는 곰이 넘고 돈은 왕서방이 가져간다"고 말했다. 배달앱을 이용하지 않을 수 없는 환경이 구축되면서 요리를 하고 고객을 응대하는 점주들의 노력을 막대한 점유율을 무기로 이용료와 핵심 DB를 수취한다는 주장이다.

이에 따라 강 부회장은 정부와 국회가 적극적으로 나서줘야 한다고 말한다. 이를 위해 협회를 중심으로 회원사들이나 자영업 단체들과 연대해 메시지의 힘을 강화할 예정이다. 공정거래법상 자사우대 금지 위반 신고도 검토중이다. 중장기적으로는 온라인 플랫폼법의 제정 논의 등 법적인 틀을 만들어줄 것을 정부와 국회에 촉구할 계획이다.

끝으로 강 부회장은 무료배달 서비스 도입을 반기는 소비자들의 분위기에 대해서는 "그 비용은 막대한 비용지출을 수반하는 신규 요금제를 통해 업주들이 부담하게 된다"라며 "이는 결국 소비자 가격 인상을 필연적으로 불러오게 되고 결국 소비자에게도 부담이 전가된다는 점을 인지해주기를 바란다"고 말했다.

배달앱의 갑을관계를 올바르게 규정하는 법규의 틀이 반드시 필요한 상황에서 22대 국회가 다시 온라인 플랫폼법을 발의하고 적극 대처할지 주목할 부분이다 KFN

3월 25일 협회 1차 포럼으로 열린 13기 KFCEO 5주차 교육에서 협회 회원사 및 13기 원우들이 기념촬영을 하고 있다

“세계 무대 누빌 K-프랜차이즈 리더 양성” 제13기 KFCEO과정 개강

한국프랜차이즈協, 53명 신입 원우와 입학식 개최…

“높은 역량과 리더십으로 해외진출 활성화 이끈다”

WRITE | **정병필 편집위원**

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)와 부자비즈(소장 이경희 KFCEO 주임교수)가 공동으로 주최·주관하고, 산업통상자원부(장관 안덕근)가 후원하는 협회 공식 〈제13기 KFCEO(K-Franchise CEO) 교육과정〉이 지난 3월 4일 개강 이후 4월 말까지 10주차 교육을 진행했다.

◇2~4주차

2주차 교육은 3월 11일 이경희 주임교수가 〈프랜차이즈 성장 원리와 미래 경영전략〉을 강의하고, 원우들이 자기소개를 하며 서로를 익히는 시간을 가졌다.

3주차 교육은 3월 15~16일 13기 워크숍으로 진행됐다. 50여명의 원우들은 청주 장충동왕족발보쌈과 대전 다비치안경 고객연구원을 탐방, 성공 브랜드의 생생한 노하우를 직접 듣는 시간을 가졌다. 또, 계족산 황톳길을 함께 하며 심신을 단련하고 친교를 나누기도 했다.

4주차 교육은 3월 21일 서울 코엑스에서 협회가 주최한 국내 최대 〈제56회 IFS 프랜차이즈 창업 산업 박람회〉에서

2주차 원우소개 시간

3주차 워크숍 대전 다비치안경 고객연구원 탐방

4주차 IFS 프랜차이즈 창업산업 박람회 김성윤 대표 강연

진행됐다. 유수의 브랜드들과 3만여 명의 참관객이 찾은 이번 박람회에서, 원우들은 김성윤 SY프랜차이즈 대표의 〈프랜차이즈 박람회를 통한 성장 전략〉을 수강하고, 협회 임원사들과 함께 박람회장을 둘러보는 뜻 깊은 시간을 가졌다.

◇5~7주차

5주차 교육은 3월 25일 문정훈 서울대 교수가 〈글로벌 푸드트렌드 2024와 메뉴 개발 전략〉을, 정한민 과학기술연합대학원대학교 교수가 〈AI챗봇이 만드는 뉴월드와 K프랜차이즈 디지털 전략〉을 강의했다. 이날 교육은 협회 회원사들과 함께하는 〈2024년 협회 제1차 포럼〉으로 진행돼 의미를 더했다.

6주차 교육은 4월 1일 박형희 한국외식정보 대표가 〈글로벌 외식업 동향과 K프랜차이즈 전략〉을 강의했다. 이어 고경진 환공어묵베이커리 대표와 이만재 남다른감자탕 대표가 전문경영인으로서 프랜차이즈 브랜드를 운영하고 성장시키는 전략에 대해 토크쇼를 진행했다.

7주차 교육은 4월 8일 김상훈 서울대 교수가 KFCEO 과정의 단골 인기 강좌인 〈아트 인퓨전과 프랜차이즈 마케팅〉을 강의했다. 조강훈 외식인 대표와 김준용 마이프차 대표는 〈FC 디지털 전환 전략과 성과〉에 대한 토크쇼를 통해 생생한 노하우를 전했다.

5주차 협회 포럼 정한민 교수 강연

◇8~10주차

8주차 교육은 4월 15일 백종현 민텔코리아 지사장이 〈2024년 글로벌 식품 트렌드〉에 대해 강의하고, 정성철 더서울트렌드 대표와 김태현 태신기획 대표가 〈가맹본사와 가맹점을 위한 디지털마케팅 전략〉을 주제로 토크쇼를 진행했다.

9주차 교육은 4월 22일 협회 상생파트너위원장을 맡고 있는 최인용 가현세무법인 대표가 〈프랜차이즈 세무 대응 전략〉을 강의했다. 2교시에는 조성욱 팔각도 대표, 오기성 농업법인㈜인건 대표가 〈K한식의 성장전략, 직영점 vs 가맹점〉을 주제로 토크쇼를 진행했다.

9주차 최인용 가현세무법인 대표 강연

10주차 교육은 4월 29일 정동우 미트포포 대표가 〈트렌드를 읽는 브랜드와 마케팅 전략〉을 강의했다. 임상진 생활맥주 대표와 정민섭 미도인 대표는 〈일상의 문화를 만드는 프랜차이즈〉를 주제로 토크쇼를 진행했다.

한편 KFCEO 과정은 지난 2014년 협회가 출범시킨 공식 CEO 과정으로 매주 월요일 FKI타워에서 14~18시에 진행된다. 성공 프랜차이즈 CEO 강연, 학계·업계 전문가 특별강연, 기업 탐방, 1박 2일 워크숍, 해외 졸업여행 등 다양한 커리큘럼을 갖추고 있고, 이번 과정에 신설된 매주 1시간 가량의 심화포럼과 협회 행사를 연계해 정보 공유 및 컨설팅도 강화했다. KFN

역대 최대 '2024 상반기 제56회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회' 성료

3.21(목)~3.23(토) 3일간 코엑스 C·D홀서 350여개 사 800여개 부스 규모

우수 브랜드 총망라 '창업전', 필수 파트너사 '산업전', 비즈매칭, 컨퍼런스 등 풍성한 구성 선봬

WRITE | **김은영 기자**

제56회 IFS 프랜차이즈 창업 산업 박람회장을 찾은 참관객들이 전시장을 둘러보고 있다

120조 규모의 국내 프랜차이즈 산업을 선도하는 '2024 제56회 IFS 프랜차이즈 창업·산업박람회'가 모든 산업인들을 위한 종합 박람회로 새롭게 태어나 3월 21일(목)~23일(토) 서울 삼성동 코엑스 C, D홀에서 성대하게 개최됐다. 역대 최대 수준인 350여개 업체, 800여개 부스 규모로 열린 이번 박람회는 최근 고물가·고금리와 경기침체가 장기화되면서, 안정적으로 중장기적인 성장을 도모하고자 하는 예비 창업자들의 큰 관심을 모았다. 개막부터 입장 대기줄이 길게 늘어서는가 하면 각 부스들이 창업 희망자들와 업계 관계자들로 빠르게 채워지며 뜨거운 창업 열기를 실감케 했다.

참관객들이 전시장을 둘러보고 있다

참관객들은 우수·유망 프랜차이즈 브랜드들이 대거 참여한 '창업전'과 창업 필수 대형 파트너사들을 총망라한 '산업전'을 둘러보며 창업에 필요한 모든 정보를 한 곳에서 편하게 접하는 원스톱 창업쇼핑에 높은 만족감을 드러냈다.

박람회 사무국은 매년 급증하는 참관객들에게 더욱 올바르고 체계적으로 창업 정보를 제공하기 위해, 올해부터 우수·유망 프랜차이즈 브랜드들이 참가하는 '창업전'과, 창업 필수 파트너사들을 총망라하고 지원 프로그램을 대폭 강화한 '산업전'의 이원체계를 구축, 한 곳에서 모든 창업 관련 정보를 얻을 수 있도록 유기적인 원스톱 창업쇼핑 시스템을 구현했다.

정현식 협회장은 개막식에서 "국내 프랜차이즈 산업은 자영업 지킴이이자 소상공인들의 성장사다리로서 서민경제를 이끌고, 고용 창출과 소비·편의 제고로 국민들의 일상과 국가경제에 막대한 순기능을 발휘하고 있다"라고 하면서 "창업 희망자들과 산업인들의 창업 정보 교류와 소통을 지원하여 120조 규모의 국내 산업이 K-프랜차이즈로 거듭나도록 선도하겠다"라고 말했다.

정현식 한국프랜차이즈산업협회장

◇'창업전'·'산업전' 유기적 연계로 원스톱 창업쇼핑 구현

'창업전'에서는 최근 소비자들의 외부 활동 증가로 오프라인 소비 수요가 회복되는 흐름에 맞춰 모든 프랜차이즈 업종의 다양한 브랜드들이 대거 참여해 3만여 명의 참관객들에게 온·오프라인을 아우르는 하이브리드 창업 모델들이 선보였다.

▲월드크리닝 ▲7번가피자 ▲꾸브라꼬숯불두마리치킨 ▲텐퍼센트커피 ▲치맥킹 ▲커브스 ▲탕화쿵푸 ▲지호한방삼계탕 ▲만족오향족발 ▲카페봄봄 ▲아소비 ▲본죽&비

김대간 공정위 가맹거래정책과장이 가맹정책을 설명하고 있다

참관객들이 부스에서 상담을 받고 있다

빔밥 ▲세븐스타코인노래연습장 ▲생활맥주 ▲프랭크버거 ▲한마음정육식당 ▲더벤티 ▲김가네 ▲채선당샤브탕 ▲인쌩맥주 ▲두찜 ▲원할머니보쌈족발 등 외식, 도소매, 교육서비스 전 업종의 브랜드들이 참관객들을 만났다.

산업전 또한 ▲토스플레이스 ▲제로아이즈 ▲비버웍스(이상 주문·결제) ▲서빙고 ▲레인보우로보틱스 ▲보글봇 (이상 로봇·자동화기기) ▲GMST ▲주방마을(이상 주방·설비) ▲화이트세스코(위생) ▲노무법인일과품(노무컨설팅) ▲가현세무법인(세무컨설팅)등 유수의 파트너사들도 인건비 부담을 낮추고 창업의 완성도를 높일 다양한 창업 모델과 필수 설비·제품들을 선보였다. ▲소상공인시장진흥공단 ▲근로복지공단 ▲국가보훈부 서울제대군인지원센터 ▲한국지식재산보호원 등 공공기관들도 참여해 다양한 창업 지원 프로그램을 안내했다.

◇산업인 간 제휴·홍보 강화로 업계 교류 활성화

이번 박람회는 참가사들의 제품·사업 제휴와 홍보 지원을 강화하기 위해 '챔피언스 마켓' 프로그램을 새롭게 선뵈고, 쇼케이스, 비즈매칭, 피칭 스튜디오 등 다양한 구성으로 가맹본부, 파트너사, 바이어 등과의 가교 역할에 나서 눈길을 끌었다.

산업전 입구에 자리한 '쇼케이스'에서는 매장 운영에 꼭 필요한 기술 및 솔루션을 한 자리에 모아, 대형 유통 바이어 및 가맹본부들의 눈길을 사로잡았다 프랜차이즈 본사에 꼭 필요한, 산업을 리딩할 수 있는 아이템을 소개하고 브랜드 홍보 영상을 촬영할 수 있는 '피칭 스튜디오'도 산업전 참가사들을 대상으로 무상으로 제공됐다.

이금구 노무법인씨앤비 대표노무사가 중대재해처벌법 대응전략을 소개하고 있다

박람회 현장에서 효율적인 매장 운영을 위한 최신 제품·기술·서비스 제공 기업을 만나 상담할 수 있는 비즈·투자매칭 프로그램도 관심을 모았다. 인테리어, 식자재, 주방 용기 및 기기, 디지털 솔루션, 물류까지 매장 개설부터 운영에 필요한 다양한 업종의 신규 공급사를 발굴하고자 하는 가맹본부와 매장운영자들에게 최적의 비즈니스 매칭을 제공했다. 동종 산업 박람회에서는 제공된 적 없던 전략적·재무적 투자, M&A등 투자매칭까지, 매칭을 희망하는 모든 분야에 대해 논의할 수 있는 의미있는 자리로 꾸며졌다.

◇'중대재해법 특강', '해외진출 워크숍' 등 볼거리 풍성

참관객들뿐 아니라 참가사와 업계 관계자 모두를 위한 컨퍼런스도 유용하고 알찬 정보를 제공했다.
21일 오전에는 김성윤 에쓰와이프랜차이즈 대표, 션 응오 VF프랜차이즈컨설팅 대표가 각각 국내외에서 프랜차이즈 성장 전략을 제시했다.

오후에는 프랜차이즈 산업과 정책 관련도가 높은 산업부, 농식품부, 공정위 3개 부처에서 올해 주요 정책을 설명하고 업계와 소통하는 설명회를 갖는다. 특히, 이금구 노무법인C&B 대표노무사가 올해 1월부터 5인 이상까지 시행 범위를 넓힌 중대재해처벌법을 어려워 하는 가맹본부·가맹점주를 위해 업계 맞춤형 특별 강연을 진행, 높은 관심을 모았다.

22일에는 김민수 더맘마 대표, 황성재 엑스와이지 대표, 허진숙 디포인덕션 대표가 푸드테크와 결합된 프랜차이즈 산업의 새로운 미래를 제시했다.

23일 오전에는 정민섭 미도인 대표와 이경희 부자비즈 대표가 다양한 성공 전략과 사례를 들려줬다. 오후에는 업계의 해외진출 활성화를 위해 한국지식재산보호원에서 해외분쟁 사례 및 지원사업, 대응방법 등을 안내하고, 임재원 고피자 대표, 임영서 죽이야기 대표, 김효섭 푸라닭 실장이 해외진출의 생생한 성공 노하우를 들려주는 워크숍이 진행됐다.

한편, '2024 제56회 IFS 프랜차이즈 창업·산업박람회'는 협회가 주최하고 국내 최대 MICE 기업 코엑스(사장 이동기), 글로벌 1위 전시사 RX Korea(리드엑시비션스코리아·대표 손주범)가 공동주관하며, 산업부, 공정위, 중기부, 농식품부, 식약처, 특허청 등 정부 부처가 공식후원했다.

“처벌규정 과도” 중대재해처벌법 헌법소원 심판

헌재, 전원재판부에 회부…위헌성 본안 심리로 결정

WRITE | **김은영 기자**

중소기업계가 청구한 중대재해처벌법 헌법소원 심판이 헌법재판소 전원재판부에 회부된 가운데 고용노동부와 중소벤처기업부 등 정부 부처들이 헌법재판소의 요청으로 중대재해처벌법에 대한 의견서를 제출한다.

4월 29일 정부 부처에 따르면 헌재는 고용노동부와 중소벤처기업부, 산업자원통상부, 법무부 등에 중대재해처벌법에 대한 의견 개진을 요청한 상태다. 중기부는 5월 중에 의견서를 제출할 것으로 알려졌다.

오영주 중기부 장관은 이날 중소기업중앙회에서 열린 ‘중소기업 도약 전략’ 브리핑에서 이와 관련해 “중기부가 위헌 여부에 대해 의견을 제시하는 것은 아니고 현장에서 확인한 중소기업애로 사항에 대해 의견을 제시하는 것”이라고 설명했다. 노동부 관계자도 “현재 의견서를 작성하고 있다”며 “노사 입장을 모두 고려해 5월 중에 의견을 낼 것”이라고 밝혔다.

앞서 헌재는 중소기업계가 지난 1일 중대재해처벌법 헌법소원심판을 청구한 데 대해 지난 17일 전원재판부에 회부하는 결정을 했다. 중대재해처벌법상 사업주의 사고 예방 의무와 처벌 규정 등의 위헌성에 관해 헌재 본안 심리가 이뤄지는 건 처음이다. 헌재는 헌법소원이 청구되면 소송이 적법 요건을 갖췄는지 심사해 적법하지 않으면 각하한다. 요건을 갖추면 재판관 9명 전원으로 구성된 전원재판부에 회부한다. 헌재 관계자는 “일반적 절차에 따라 회부된 것”이라고 설명했다.

배조웅 중소기업중앙회 수석부회장이 4월 1일 오전 서울 종로구 헌법재판소에서 중대재해처벌법 헌법소원심판 청구 기자회견을 마친 뒤 민원실에 청구서를 제출하고 있다.

앞서 중소기업중앙회 등 중소기업 단체 9곳과 중소기업 소상공인 305명은 지난 4월 1일 헌재에 헌법소원 심판을 청구했다. 중대재해처벌법은 사업장 등에서 사망 등 재해가 발생하고, 사업주가 예방 의무를 다하지 않은 경우 사업주를 처벌하는 법이다. 2022년 1월 상시근로자 50인 이상 사업장에 먼저 적용됐고, 지난 1월 27일부터 5인 이상, 공사금액 50억원 미만 사업장에 확대 적용됐다.

앞서 지난해 11월 중대재해처벌법 위반으로 처음 기소된 두성산업 대표가 법원에 위헌법률심판 제청을 제기했다. 당시 재판부는 법이 명확성 과잉금지 평등 원칙에 위반되지 않는다면서 이를 기각했다.

중소기업계는 사업주를 ‘1년 이상 징역’에 처하도록 하는 처벌 규정이 과도하다고 주장해 왔다. 사업주의 안전·보건 조치 의무 규정이 모호해 명확성의 원칙에도 어긋난다는 입장이다.
한편 중소기업중앙회는 5월 16일 여의도 본원에서 ‘중대재해처벌법 개선 및 산재예방 방안 토론회’를 개최한다. 정진우 서울과학기술대 안전공학과 교수, 이명로 중기중앙회 인력정책본부장이 주제 발표를 한 뒤 최준선 성균관대 법학전문대학원 명예교수를 좌장으로 지정 토론이 진행될 계획이다.KFN

모바일상품권 민관협의체 출범 “프랜차이즈 업계 상생발전 기대”

WRITE | **김은영 기자**

모바일상품권 민관협의체 출범식 참석자 단체사진

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 모바일상품권 유통·발행사업자, 가맹점주단체, 소비자단체, 정부 등이 참여하는 ‘모바일상품권 민관협의체’를 통해 업계의 수수료 부담 완화를 추진한다.
공정위는 지난 4월 17일 서울 중구 LW컨벤션에서 〈모바일상품권 민관협의체 출범식〉을 개최했다. 출범식에는 육성권 공정위 사무총장 등 정부와 한국프랜차이즈산업협회, 한국온라인쇼핑협회, 한국소비자단체협의회, 전국가맹점주협의회 등 협단체, 그리고 카카오, 11번가, KT알파, 섹타나인, 쿠프마케팅, 즐거운 등 유통·발행사가 참여했다.
육성권 사무처장은 “모바일상품권이 우리 사회에서 차지하는 비중이 빠르게 증가하는 만큼 투명하고 공정한 거래질서 확립이 필요”하다고 언급하며, “이번 모바일상품권 민관협의체에서 건실한 대화가 이루어질 수 있도록 공정위가 적극 지원하겠다”고 밝혔다.
협회 박호진 사무총장은 “모바일상품권 산업이 크게 성장한 만큼 공정하고 투명한 계약구조를 정립해 동반성장을 모색해야 할 때”라고 하면서, “플랫폼 사업자와 모바일상품권 수수료, 계약구조, 정산주기 등 여러 방면에서 상생 방안을 모색할 수 있도록 논의에 적극 참여하겠다”고 언급했다.
민관협의체는 ▲모바일상품권 수수료 부담 경감 및 정산주기 개선, ▲모바일상품권 수수료 및 정산주기의 투명성 제고, ▲소비자 권익 보호(환불액 상향 등) 등 다양한 쟁점을 개선하기 위해 협력한다는 계획이다.

한편, 모바일상품권 시장은 2017년 1조 2016억 원 규모였으나, 코로나19를 계기로 급성장, 지난해 10조 649억 원을 기록(통계청)한 것으로 나타났다. 이 중 70%를 차지하는 카카오 선물하기의 경우, 상품권을 발행하고 IT 벤더사를 통해 가맹본부와 가맹점에 유통하는 과정이 지나치게 복잡하고, 저마다 다르게 수수료를 책정하면서 그 기준을 밝히지 않는 점 등이 불공정행위로 지적받고 있다. KFN

지난해 가맹사업 전 업종 안정적 성장 “외식업종이 성장 주도”

공정위 2023년 가맹사업 현황 발표…코로나19 이전 수준으로 회복세 뚜렷

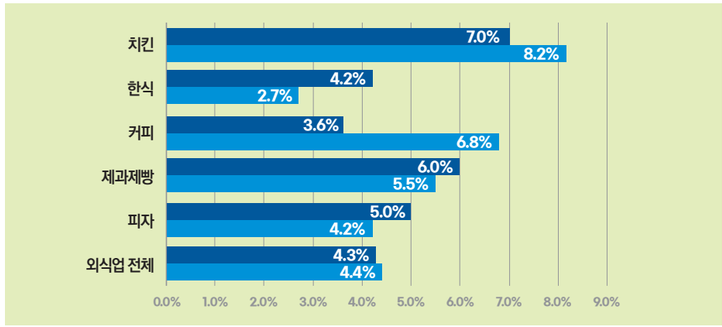
WRITE | **김은영 기자**

공정거래위원회(위원장 한기정·이하 공정위)가 가맹본부가 등록한 정보공개서를 토대로 2023년도 가맹사업현황을 분석, 발표한 결과, 국내 가맹사업이 코로나19 이전 수준으로 회복하며 안정적인 성장을 지속하고 있는 것으로 나타났다. 2023년 말 기준 전체 가맹본부 수는 8,759개, 브랜드 수는 12,429개, 가맹점 수는 352,866개로 나타났다. 이는 모두 전년보다 5~7% 가량 성장한 것으로, 역대 최대 수치를 다시 한 번 갱신한 결과다. (가맹본부·브랜드 수는 2023년 기준, 가맹점 수는 2022년 기준)

연도별 가맹본부·브랜드·가맹점 수 및 증감률

구분	2019		2020		2021		2022		2023	
	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률	개수	증감률
가맹본부	5,175	6.0%	5,602	8.3%	7,342	31.1%	8,183	11.5%	8,759	7.0%
브랜드	6,353	5.0%	7,094	11.7%	11,218	58.1%	11,844	5.6%	12,429	4.9%
가맹점	258,889	1.9%	270,485	4.5%	335,298	24.0%	352,886	5.2%	-	-

〈그림〉 주요 세부업종 별 가맹점 평균 매출액 대비 차액가맹금 비율 변화



2023년 말 기준 전체 가맹본부 수는 8,759개, 브랜드 수는 12,429개, 가맹점 수는 352,866개로 나타났다. 이는 모두 전년보다 5~7% 가량 성장한 것으로, 역대 최대 수치를 다시 한 번 갱신한 결과다. (가맹본부·브랜드 수는 2023년 기준, 가맹점 수는 2022년 기준)

◇외식업 가맹점 증가율, 타 업종 대비 2배 이상

업종별 브랜드 수는 외식이 5.2%, 서비스가 5.7%, 도소매가 4.8% 증가하며 모두 고르게 성장했다. 업종별 비중은 외식업 79.9%, 서비스업 15.3%, 도소매업 4.8%로 예년과 비슷한 수준을 유지했다.

업종별 가맹점 수는 외식업에서 가장 많이 늘었다. 외식업 가맹점은 전년 대비 7.4% 증가한 179,923개로 전체의 51%를 차지했다. 서비스업은 3.0% 증가한 104,134개로 전체의 29.5%를, 도소매업은 3.1% 증가한 68,809개로 전체의 19.5%의 비중을 보였다. 코로나19가 한창이던 2020년전 업종이 4%대로 비슷한 성장률을 보였던 것에 비해, 외식업 경기 회복세가 눈에 띄는 대목이다.

가맹점 평균매출액은 3.4억원으로 전년 대비 0.3억원(8.3%) 증가해 코로나19 이전인 2019년 당시 3.3억원보다 높은 수준으로 회복됐다. 특히 외식업종에서 평균 매출액이 12.7% 올라 높은 성장세를 보였고, 서비스업도 10.7% 증가했다.

◇외식업 성장 한식, 커피, 치킨이 선도

외식업종에서는 한식 업종이 크게 두각을 나타냈다. 외식업종 전체 브랜드 수 9,934개 중 한식업종이 3,556개로 압도적으로 많았고 증가율도 8.8%로 2위를 기록했다. 코로나19 엔데믹이 본격화되면서 일반 음식점 경기가 활성화된 결과로 풀이된다. 커피 886개, 치킨 669개, 주점 485개, 제과제빵 294개가 뒤를 이었다.

가맹점 수도 외식업 전체 179,923개 중 한식업종이 39,868개(22.2%)로 최다를 차지했다. 치킨 29,423개(16.4%), 커피 26,217개(14.6%), 주점 9,379개(5.2%), 제과제빵 8,918개(5.0%)가 뒤를 이었다. 특히 저가커피 열풍이 불고 있는 커피업종과 코로나19 여파에서 벗어난 한식업종이 각각 13.0%와 10.7%의 증가율을 기록해 업계 성장을 선도했다.

외식업종 가맹점 평균매출액은 12.7% 늘어난 3.14억원을 기록했다. 였다. 특히 주점업종은 코로나19 종식의 영향으로 2022년 말 기준으로 2021년에 비해 66.2%나 매출이 상승한 2.98억원을 기록해 눈길을 끌었다. 한식 2.25억원(17.2%), 피자 2.84억원(11.6%), 제과제빵 4.9억원(8.1%), 커피 2.25억원(7.4%), 치킨 2.97억원(6.5%) 순으로 증가율이 높았다.

〈표〉 업종별 가맹점 평균매출액

(단위: 백만원, %)

구분	외식		서비스		도소매		전체	
	평균매출액	증감률	평균매출액	증감률	평균매출액	증감률	평균매출액	증감률
2011년	279	12.7	161	10.7	527	1.8	311	8.3
2022년	314		178		537		337	

◇차액가맹금 비율은 큰 변화 없어

한편 가맹점 평균 차액가맹금 지급액은 22년 2,800만원으로 전년 대비 1,100만원이 늘었다. 공정위는 “다만 이는 평균 매출 상승에 따른 것으로, 매출액 대비 비율은 전년 4.3%에서 0.1% 늘어난 4.4%로 유사한 수준”이라고 말했다.

주요 세부 업종별 가맹점 평균 차액가맹금은 피자업종이 5,200만원으로 가장 높았고, 치킨(3,500만원), 제과제빵(3,400만원), 커피(2,300만원), 한식(2,000만원) 순으로 나타났다. 매출액 대비 비율로는 치킨업종이 8.2%로 가장 높았고, 커피(6.8%), 제과제빵(5.5%), 피자(4.2%), 한식(2.7%) 업종이 그 뒤를 이었다. KFN

‘가맹분야 불공정거래행위 심사지침’ 제정 · 시행

가맹분야 특수성을 반영한 위법성 판단기준 마련…불공정행위 예방 기대

WRITE | **정병필 편집위원**

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 ‘공정위’)는 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 ‘법’) 집행의 일관성을 확보하고 가맹본부의 법 위반을 예방하기 위해 가맹분야 불공정거래행위 심사지침(이하 ‘심사지침’)을 제정해 3월 25일부터 시행에 들어갔다고 밝혔다.

공정위 관계자는 “2002년 가맹사업법 제정으로 가맹분야 불공정거래행위에 대해서는 공정거래법이 아닌 가맹사업법으로 규율하게 되었지만, 현재까지 법령에 규정된 불공정거래행위 유형별로 법 위반에 해당하는지를 판단하기 위한 별도의 심사지침이 부재했다”라며 “그간 축적된 공정위 심결례와 법원 판례를 충실히 반영하고, 가맹사업 분야의 특수성과 주요 쟁점을 검토·분석해 가맹분야만의 불공정거래행위 심사지침을 처음으로 제정하게 됐다”고 밝혔다.

심사지침은 거래거절, 구속조건부거래, 거래상 지위의 남용 등과 같은 일반 불공정거래행위(법 제12조 제1항 및 시행령 [별표 2]) 뿐만아니라 부당한 점포환경개선 강요, 부당한 영업지역 침해, 광고·판촉행사 동의의무 위반 등 가맹사업 특유의 불공정거래행위(법 제12조의2 내지 제12조의6, 법 제14조의2 제5항)를 대상으로 하고 있다.

심사지침은 크게 ①적용 범위 ②위법성 심사의 일반원칙 ③개별행위별 위법성 판단기준으로 구성됐다.

> *아울러 최근 가맹점주에게 큰 부담을 주고 있는 가맹본부의 모바일 상품권 관련 불공정거래행위와 관련해 사전에 가맹점주의 동의를 받지 않고 판촉행사 성격의 모바일 상품권을 발행하는 행위나 모바일 상품권을 취급하도록 하면서 수수료 등 비용을 일방적으로 부담하도록 강요하는 행위 등이 광고·판촉행사 동의의무 위반(법 제12조의6 제1항)이나 거래상 지위의 남용(법 제12조 제1항 제3호)에 해당될 수 있다는 점을 분명히 했다.*

먼저 적용 범위에서는 대리점 등 유사 거래방식과의 구분을 위해 가맹사업 구성요소의 의미를 상세하게 규정했다. 외국소재 가맹본부가 직접 국내 가맹점사업자와 계약을 체결해 국내 가맹사업거래의 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 경우에도 적용될 수 있음을 명시했다.

위법성 심사의 일반원칙에서는 개별 불공정거래행위의 위법성은 가맹사업의 공정한 거래를 저해할 우려(공정거래저해성)가 있는지를 중심으로 판단하고, 공정거래저해성은 거래내용의 불공정성을 중심으로 판단하되 필요한 경우 경쟁제한성이나 경쟁수단의 불공정성도 고려할 수 있다고 규정했다.

아울러 가맹사업의 특성을 고려하여 법에 규정된 가맹본부 및 가맹점사업자의 준수사항(법 제5조 내지 제6조)도 보충적으로 고려할 수 있다고 규정했다.

마지막으로 개별행위별 위법성 판단기준에서는 세부 불공정거래행위 유형별로 대상행위, 위법성 판단기준을 규정하고 법 위반에 해당될 수 있는 사례를 제시했다.

주요 내용을 살펴보면 먼저 가맹본부가 필수품목을 과도하게 지정하는 관행을 개선하고 가맹본부의 합리적인 필수품목 지정·운용에 도움을 줄 수 있도록 그간 판례 및 심결례에서 거래상대방 구속행위에 해당된다고 판단했던 품목들을 구체적인 판단이유와 함께 법 위반 예시로 제시됐다.

공정위가 예시로 든 사항을 보면 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는 데 지장이 없는 제품으로 소독용품, 주방용세제, 장비세척제, 위생용품, 청소용품, 국물용기, 반찬용기, 마스케어 등 일반공산품을 들었다. 아울러 치킨 가맹사업의 경우 냅킨, PT병, 대나무포크 등 부자재 및 가위, 칼, 도마, 국자, 바구니, 저울, 타이머, 양념통, 온도계 등 주방집기도 필수품목 사항이 아니라고 예시했다.

아울러 최근 가맹점주에게 큰 부담을 주고 있는 가맹본부의 모바일 상품권 관련 불공정거래행위와 관련해 사전에 가맹점주의 동의를 받지 않고 판촉행사 성격의 모바일 상품권을 발행하는 행위나 모바일 상품권을 취급하도록 하면서 수수료 등 비용을 일방적으로 부담하도록 강요하는 행위 등이 광고·판촉행사 동의의무 위반(법 제12조의6 제1항)이나 거래상 지위의 남용(법 제12조 제1항 제3호)에 해당될 수 있다는 점을 분명히 했다.

공정위는 이번 심사지침 제정으로 인해 가맹분야 법 위반 사건에 대한 체계적이고 일관된 심사의 토대를 마련하고 가맹본부의 법 위반에 대한 예측가능성을 높여 가맹점주의 피해를 방지하는데 기여할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

공정위 관계자는 “앞으로도 가맹사업의 공정한 거래질서를 저해하는 가맹본부의 불공정거래행위에 대한 감시를 강화하는 한편 법 위반 행위에 대해서는 엄중히 조치해 나갈 예정”이라고 전했다. KFN

농안법 개정안 직회부…“외식 경영 악화될 것”

협회, 개정안 신중한 접근 촉구…정부 · 학계도 반대

WRITE | **김은영 기자**

주요 농산물 가격을 보장해주는 농산물 가격 안정법 개정안과 쌀 의무매입제를 골자로 하는 양곡관리법 개정안이 5월 28일 본회의에서 표결에 부쳐진다. 야당 단독으로 직회부된 두 법안은 막대한 재정 투입과 다른 작물과의 형평성 문제 등으로 논란을 빚고 있다.

한국프랜차이즈산업협회도 지난 4월 30일 야당 단독으로 농산물 가격안정제 도입을 주요 골자로 한 농안법 개정안의 본회의 직회부를 의결한 것에 대해 신중한 검토를 강력히 촉구한다고 밝혔다.

농산물 가격안정제는 양곡, 채소, 과일 등 주요 농산물의 시장가격이 기준가격에 미치지 못하면 차액의 일부 또는 전부를 보전하는 제도다. 농업인을 위한 제도다. 그러나 과잉 생산과 품질 저하를 유발하고, 과도한 정부 재정지출로 인한 농업 발전 정책 위축, 식재료 가격 왜곡 등 부작용을 초래할 우려가 있다는게 협회의 입장이다.

특히 소상공인이 대다수인 외식 프랜차이즈 업계는 각종 비용부담 증대와 소비침체로 오랜 기간 경영난을 겪고 있다. 여기에 농산물 가격안정제가 시행되면, 식재료 비용 상승과 품질 저하로 농산물 소비 주체인 외식업주들의 경영애로가 더욱 악화될 수 있다는 우려다.

일부 농산물을 정부가 임의로 가격을 보장해주면 영농 편의성이 높고 보장 수준이 높은 농산물로 생산이 집중될 것이고, 나머지 농산물은 생산이 줄어들어 가격이 폭등할 것이라는 얘기다. 또 가격안정제 대상 농산물의 기준가격도 매년 높아질 것으로 예상된다. 가격을 정부가 보장해주므로 농산물의 품질보다는 많은 양을 생산하는 방향으로 흘러가게 될 가능성도 크다. 협회 관계자는 “외식업계 전반의 식재료 비용부담을 지속적으로 상승시킬 우려가 높아 신중한 접근이 필요하다”고 밝혔다.

> *농안법 개정안은 주요 과채류 가격이 기준보다 떨어지면 정부가 그 차액을 생산자에게 지급하는 내용이 핵심이다. 양곡법과 마찬가지로 심의위원회를 두고 대상 품목, 기준 가격, 차액의 지급비율 등을 심의·의결한다.*

관계자는 또 “외식업계는 농축수산물 및 인건비 등 급등으로 심각한 경영 위기에 직면해 있다”라며 “농산물 가격안정제로 특정 농축수산물 가격이 폭등할 경우, 외식업계는 더욱 벼랑 끝 위기로 내몰리게 될 것”이라고 지적했다. 이에 따라 협회는 정부의 불필요한 재정 지출과 특정 농축수산물 가격 폭등이 예상되는 농안법 개정안의 신중한 접근을 강력히 촉구한다고 밝혔다.

정부 · 학계도 농안법 개정에 우려

정부와 학계도 농안법과 양곡법 개정안에 대한 우려를 표명하고 나섰다. 5월 8일 열린 대통령소속 농어업·농어촌특별위원회가 개최한 ‘농산물 수급 안정을 위한 정책 간담회’에서 김민경 건국대 교수는 “현행 양곡법 개정

안과 농안법 개정안이 시행될 경우 매년 쌀 매입 비용과 가격 안정 비용에 예산 소요가 클 것으로 예상된다”고 지적했다. 장판식 서울대 교수도 “앞으로 우리 농업을 위해서는 청년 농업인 및 스마트 농업 육성 등 미래에 대한 집중적 투자가 필요한데 현행 개정안은 미래 지향적 농업을 위한 예산 확보에 어려움이 있을 것”이라고 말했다.

국회 등에 따르면 더불어민주당은 오는 28일 21대 국회 마지막 본회의에서 양곡법 개정안과 농안법 개정안 등을 표결로 처리하겠다는 방침이다. 민주당은 지난달 단독으로 국회 농림축산식품해양수산위원회를 열고 해당 법안들을 국회 본회의에 직회부했다.

농안법 개정안은 주요 과채류 가격이 기준보다 떨어지면 정부가 그 차액을 생산자에게 지급하는 내용이 핵심이다. 양곡법과 마찬가지로 심의위원회를 두고 대상 품목, 기준 가격, 차액의 지급비율 등을 심의·의결한다.

정부도 두 주요 법안에 대해 강한 반대 입장을 명확히 하고 있다. 농식품부는 농가 소득 보전을 위해 농업직불제 관련 예산을 늘린 점을 강조하면서, 법안들이 시행되면 쌀 공급과잉과 가격 보장 수준이 높은 품목으로의 생산 쏠림 등이 우려된다고 밝혔다.

한국국산콩생산자연합회도 4월 성명을 내고 “농업인들이 동의하지 않는 이번 개정안을 원점에서 재검토할 것을 요구한다”며 “쌀을 제외한 콩·밀 등 식량안보에 중요한 다른 품목에 대한 예산 축소로 이어질 것”이라고 주장했다.

한국외식산업협회도 “농산물 가격안정제로 특정 농축수산물 가격이 급등하고 그 외 품목은 원활하게 공급되지 않을 경우, 우리 외식업체들은 더욱 벼랑 끝 위기로 내몰리게 될 것”이라며 “농안법 개정안의 신중한 접근을 촉구한다”고 주장했다. KFN

기고

'한식·반려동물'에 빠진 국내 치킨 프랜차이즈, 이유는?

"내수시장 정체…사업영역 넓히는 것이 경쟁력"

WRITE | **정병필 편집위원**

교촌에프앤비의 메밀단편 메뉴와 은하수 막거리 제품

대국내 대표 치킨 프랜차이즈 업계가 '한식'과 '반려동물' 사업의 매력에 푹빠졌다. 기존 치킨 사업과 거리가 멀어 보이지만, 이미 포화상태에 이른 '치킨공화국'에서 한계성 극복을 위한 나름의 방안이라는 분석도 나오고 있다.

치킨 브랜드 TOP 3위 안에 드는 △제너시스BBQ 그룹 △bhc그룹 △교촌에프앤비는 한식을 내세워 종합 외식기업으로 영역을 넓히고 있다.

먼저 교촌에프앤비는 3월 21일 한식 브랜드 메밀단편을 론칭했다. 한국의 토속 식재료인 메밀을 중심으로 한식을 선보였는데, 메뉴에는 전통주 은하수 막걸리 2종도 함께 출시됐다. 은하수 막걸리는 찹쌀과 누룩 외에 첨가물을 사용하지 않아 수저로 떠먹을 정도로 되직한 것이 특징이다.

송원엽 교촌에프앤비 글로벌미주·신사업 혁신리더는 "교촌이 치킨을 넘어 소스와 한식으로 확장하고 있다"며 "치킨에 한정하지 않고 글로벌 종합식품 기업으로 도약하려 한다"고 의지를 밝혔다.

이에 앞서 제너시스 BBQ 그룹은 우동·돈카츠 전문 브랜드 우쿠야와 떡볶이 전문 브랜드 올떡(All Tokk)을 지난해 11월과 12월에 각각 오픈했다. 치킨 외 외식 사업을 본격 시작한 셈이다.

우쿠야는 생면과 전통 일식 레시피가 기반이다. 강남역삼점은 정식 오픈 100일 만에 12.3%의 매출 상승률을 보였다. 올떡 잠실 롯데월드점도 올해 2월 매출이 오픈 직후 한달 대비 30.9%

제네시스 BBQ그룹이 지난해 12월 서울 강남구에 오픈한 피터펫 논현점 외관

증가했다. 올떡은 일반 분식 메뉴 외에 △돈카츠 △볶음밥 △치킨 등 다양한 메뉴를 선보이고 있다. 오픈 이후 3만명 이상의 고객이 방문했다.

bhc그룹은 일찍부터 치킨을 포함한 외식기업으로 성장했다. 2023년 연결기준 매출 1조110억원을 달성하며, 전년 대비 64% 올랐다. 1조원을 달성시킨 공신은 bhc치킨과 아웃백스테이크 하우스(이하 아웃백)이다. 아웃백은 2021년 bhc그룹에 인수된 후 2023년 처음으로 매출 4000억원을 넘으며, 전년 대비 약 10% 상승했다.

반려동물 관련 사업도 치킨 프랜차이즈 가맹본부의 새로운 돌파구로 떠올랐다. 농림축산식품부의 2023년 동물복지 국민의식 조사에 따르면, 반려동물 양육자 비율은 28.2%에 이른다. 지난 2010년 첫 조사 당시 17.4%보다 13년 만에 10.8%p 증가했다. 여기에 국내 반려동물 양육 인구 비율이 역대 최고를 기록한 지표도 치킨 프랜차이즈 업계가 관심을 갖는 이유다.

오븐구이 치킨으로 잘 알려진 굽네치킨은 치킨 프랜차이즈 중 가장 발 빠르게 반려동물 사업에 뛰어들었다. 2019년 출시한 반려동물 식품 브랜드 듀먼은 고품질 자연화식이 장점이다. 레토르트 사료와 달리 원재료의 식감을 그대로 살려 편식이 심한 반려견도 쉽게 먹을 수 있다는 게 굽네치킨 측의 설명이다.

펫푸드 외에도 굽네치킨은 다이어트 인기를 반영한 도시락과 닭가슴살 제품도 자사몰에서 판매 중이다. 최근에는 한식으로 눈을 돌려 지난달 27일 말레이시아 매장에서 △부대찌개 △만두 △잡채와 같은 한식 메뉴를 한정 출시했다. 굽네치킨은 국내에서는 반려동물과 다이어트 식품으로, 해외에서는 한식으로 사업 영역을 확대하고 있다.

제너시스 BBQ 그룹도 한식에 이어 반려동물 사업을 확장했다. 지난해 말 서울 강남구에 반려동물 문화 공간 피터펫을 오픈했다. 또 반려동물 전문 업체 더키코와 사료업체 에이티바이오와 협업해 다양한 반려동물 식품도 출시하고 있다.

이같은 치킨 프랜차이즈 업계의 외형 확대에 대해 업계는 이미 포화된 내수시장의 한계 극복이라는 관측을 내놓고 있다. 공정거래위원회 조사에 따르면 2022년 말 기준 전국 치킨 가맹점 수는 2만9373개로 전체 가맹업종 점포의 17.5%를 차지한다.

문제는 '치킨공화국'으로 불릴 만큼 포화상태여서 가맹점 수가 증가하는데 한계가 있다는 점이다. 이에 반해 한식은 K-컬처 영향으로 인기가 급상승 중이다. 2021년 한식 가맹점 수의 증감률은 39.8%이다.

프랜차이즈 업계 관계자는 "동종업계 프랜차이즈 간의 경쟁이 치열해 이제는 한우물만 파서는 살아남을 수 없다"며 "외식업의 내수시장이 정체된 만큼 타 분야로 한식라도 빨리 진출해 사업 영역을 넓히는 것이 프랜차이즈의 경쟁력이 됐다"고 설명했다.KFN

기고

프랜차이즈는 공생의 비즈니스다

WRITE | **임영태**

대중들은 가맹사업이 표면적으로 보이는 가맹본사와 가맹점 간 거래관계로 이루어지는 것으로 착각하고 있다. 대중들뿐만 아니라 입법부의 국회의원이나 행정부의 정부 관계자 역시 오직 가맹본사와 가맹점과의 문제에만 집중한다.

물론 가맹사업은 소비자를 상대로 수익을 창출하기 위한 가맹본사와 가맹점 간 계약관계에서 출발해 당사자 간 직접적인 거래 관계가 성립된다. 그러나 이면을 살펴보면 가맹점과 고객 간의 관계, 가맹본사와 공급업체 관계 등과 같이 직접적인 거래관계가 분명히 존재하고 있음을 고려해야 한다.

표. 프랜차이즈 기업의 공생적 관계

자료, 프랜차이즈 시스템/한규철 교수 著(2015 범한)

즉 표1과 같이 가맹본사, 가맹점, 고객, 협력업체라는 4개의 요소들이 가맹사업의 엔진이 가동되는데 직접적으로 관여하고 있는 것이다. 더 자세히 설명하면 가맹본사가 불특정 다수인 소비자를 상대로 PR(홍보, Public Relations), 즉 커뮤니케이션 활동을 통해 본사가 기획한 브랜드나 제품을 대중에게 홍보하면 이를 인지한 대중들은 고객관계관리(CRM)를 통해 비대면이나 대면의 방식으로 해당 제품을 구매한다. 또한 다양한 유통채널에 무수히 많은 협력업체의 도움을 받아 소비자에게 신속하게 공급한다. 온전히 수익기반의 공급사슬망관리(SCM)의 방식으로 충분히 해결할 수 있다. 이와 같이 가맹사업 방식으로 양질의 제품이나 서비스를 경쟁력 있는 가격으로 소비자에게 적기에 공급하려면 가맹본부와 가맹점 그리고 협력업체 간의 상호 의존적이고 절대적인 파트너십 관계를 지속적으로 유지해야 한다.

표와 같이 프랜차이즈 시스템은 4개의 조직체인 가맹본부, 가맹점, 협력업체, 고객으로 구성(frame work)되며 이들은 법률적으로는 독립적이지만 경제적인 관점에서는 상호 의존과 상호 이익을 수반한다. 한마디로 정리하면 가맹사업이란 이들 4개의 요소가 상호 공생적 관계(symbiotic relationship)로 유지되도록 운영해야 한다. 따라서 프랜차이즈 사업이란 이들 4개의 하위 시스템이 마치 하나의 프랜차이즈 기업(Franchise Enterprise)이 되어 톱니바퀴로 맞물려 함께 구동하며 결국 하나의 가상기업(virtual company)이 되는 것이다.

우리가 흔히 공생(symbiosis)을 이야기할 때 북극의 그린란드 상어를 예로 든다. 바다의 포식자 그린란드 상어가 극한의 추위를 견디며 깊은 바다에서 500여 년을 살아가는 비결은 무엇일까. 그 해답은 바로 유아독존을 버리고 더불어 함께 살아가는 공생의 방식을 택했기에 가능했다. 극한 추위 속 북극 심해에 살고 있는 그린란드상어는 자신의 건강한 눈을 기생충의 일종인 요각류에게 서식을 허락하고 장님이 된다. 이렇게 눈이 멀어버리면 어쩌면 먹이를 포식하기가 어려워 죽을 수도 있음에도 불구하고 기생충과의 공생을 위하여 자신의 눈을 맡기는 것이다. 상어는 눈에 달라붙어 서식하는 요각류의 빛을 이용해 1초에 30센티미터를 움직이며 가까이에 있는 먹이를 사냥한다. 장님이 된 그린란드상어는 건강한 눈으로 빠르게 움직이던 때와는 다르게 체내의 전반적인 생화학 반응과 대사가 느려져, 빠른 동작으로 먹이를 사냥하지 못하는 대신 적은 양의 먹이로도 살아갈 수 있도록 체질을 바꾸어 노화의 속도가 점차 느려지며 수명도 점차 늘어나는 것이다.

반면에 호가호위하며 먹잇감을 포식한 상어들은 오랜 수명을 유지하지 못하고 죽고 만다. 공생을 선택하지 않은 흑독한 대가를 치르는 것이다. 그린란드상어의 장수 비결은 바로 요각류와 함께 살아가는 공생의 방법이다. 가맹본사도 500년 이상의 장수기업으로 생존하려면 그린란드상어와 같이 가맹점과 고객, 그리고 협력업체와 함께 공생하며 살아야 한다.

공생은 각자도생과 배치되는 것 같지만 각자가 살아가는 것이 결국 함께 사는 것이다. 결국 서로를 돌보면서 살아가는 것이 함께 살아가는 공생의 원리이다. 가맹점이 살아야 가맹본사도 살 수 있다는 가맹사업의 원리는 누가 주체인가를 떠나 공생의 기본이다. 물론 고객과의 접점에서 직접적인 관계에 있는 가맹점 역시 특정 가맹점의 귀책사유로 인해 다수의 다른 가맹점에도 심각한 피해를 줄 수 있다는 점을 절대로 간과해서는 안될 것이다.

공생은 생물학적인 관점에서 상호간에 이익을 주고받는 관계로 증명된다. 서로 상호작용하며, 협력하고 의존하면서 살아가는 상리공생(Mutualism)의 관계를 말한다. 다시 말해 서로 다른 두 종이 모두 다 이득을 얻는 관계다. 그러나 생물학적인 공생관계에서는 반드시 상호간에 이익만 있는 것을 결코 아니다. 한쪽만 이득을 얻고 다른 한쪽은 이득도 손해도 보지 않는 편리공생(Commensalism)이나, 한쪽은 이득을 얻고 다른 한쪽은 피해를 보는 기생(Parasitism), 한쪽은 피해를 보고 다른 한쪽은 아무 영향을 받지 않는 편해공생(Amensalism)이 있다.

프랜차이즈 비즈니스에서는 오직 상리공생만 유효하며 기생이나 편리공생, 편해공생은 있을 수 없다. 만일 어떤 가맹본부가 가맹점에게 주어진 최소한의 기간인 10년의 계약갱신요구권 마저 박탈하고 가맹점 생존권과 같은 영업권역을 침범하거나 협력업체의 사업영역에 특수관계인을 내세워 터무니없는 수익을 창출한다면 이는 공생을 가장한 기생이나 편리, 편해를 내세운 반칙 공생을 자행하는 것이다. 프랜차이즈 비즈니스에서 진정한 의미의 공생이란 강자와 약자의 관계, 갑과 을의 관계가 아닌 동반자의 관계이며 그린란드상어와 요각류, 까마귀와 늑대와 같이 상리의 공생이어야 한다.

공생을 외면한 프랜차이즈 업계의 가슴 아픈 사건들이 있다. 지금은 최고의 브랜드로 자리잡고 있는 A업체의 사례다. 2011년 A 브랜드의 특정 가맹점이 고객이 매장에서 먹다 남은 음식을 재사용하는 장면이 유명 PD가 제작한 공중파 프로그램을 통해 방송됐다. 심지어 일부 식재료는 본사가 공급하는 국내산이 아닌 저렴한 중국산을 사용해 그간 국산 재료를 사용하는 것으로 알고 있던 소비자들의 공분을 샀다. 전체 매장의 매출이 곤두박질치면서 가맹점은 물론 가맹본부까지로 심각한 경영 위기에 놓였던 사건이었다. 결국 본사는 당시 1200여개의 전체 가맹점의 피해를 최소화하기 위해 해당 가맹점 2곳을 계약 해지하고 손해배상을 청구하면서 사건이 마무리됐다.

그로부터 1년 후 2012년, B 브랜드에서 발생한 사건이다. 이 사건은 한 맘카페에 글을 올라오면서 촉발된 사건이다. 카페에는 어떤 임산부가 B 브랜드 가맹점 직원에게 폭행을 당했다며 심지어 "배를 발로 차여 유산할 뻔 했다"라는 주장까지 게재되어 있었다. 순식간에 SNS를 타고 일파만파로 확산되며 언론에도 알려졌다. 대표와 임직원이 직접 나서 모든 책임을 질 것을 약속했지만 확인되지 않은 가짜 뉴스들은 SNS로 더욱 퍼져나갔다. 그러나 이 사건은 경찰이 확보한 CCTV 영상으로 쉽게 끝이 났다. 제보자인 임산부가 꾸민 자작극이었던 것이다.

그런데 실추된 이미지, 잃어버린 가맹점과 본사의 매출은 어찌할까. 이 사건의 후유증으로 해당 가맹점주는 많은 손해를 보고 사업을 접고 지금은 낙향하여 농사를 짓고 있는 것으로 알려져 있다. 2017년, 또 다른 사건을 보자. C 브랜드는 오너 일가가 특수 관계인을 협력업체로 내세워 통행세를 챙겼다. 언론 보도 직후 주주와 소비자에게 외면을 받아 브랜드 이미지에도 심각한 타격을 입고 가맹점의 매출 부진과 함께 본사마저 적자가 지속되어 상장 주식이 거래정지를 받는 등 어려움을 겪었다. 결국 M&A를 통해 회사를 매각함으로써 문제가 일단락이 되었지만 아직도 어려움을 겪고 있다고 한다.

사례에서 보듯이 가맹본부나 협력업체, 그리고 가맹점이나 소비자는 서로 동반자적인 관계에 있기 때문에 이들의 잘못 하나에 이해관계자 모두에게 심각한 타격을 준다는 것을 확인할 수 있다. 이들의 관계는 떼려야 뗄 수 없는 불가분의 관계로 가맹본부나 가맹점, 협력업체, 소비자 모두에게 공생이 얼마나 중요한지 보여주는 사례이다.

위 B 사례처럼 블랙 컨슈머(Black consumer)만 있는 게 아니다. '돈쭐' 내주는 착한 소비자(White consumer)들도 많이 있다. 지난해 BTS 정국은 팬들과 소통하기 위해 위버스(Weverse) 앱 라이브를 통해 평소 즐겨먹는 60계 '*크크크*' 치킨으로 '먹방'을 찍었다. 시청하던 팬들이 너도나도 이 치킨을 시켜 먹겠다고 주문했다. 순식간에 배달 앱 실시간 검색 순위 1위에 오르며 일부 팬들은 "나도 겨우 주문했다"면서 후기를 공유했다. 시청자 수 1천 만명, 좋아요 1억회 이상을 기록했다고 한다. '먹방' 이후 한동안 가맹점주는 물론 아르바이트 직원들은 퇴근이 늦어진다고 불만을 토로하기도 했다. '60계치킨'의 소비자 평가 지표인 치킨 브랜드 평판이 매출액이나 업력에 비해 왜 상위에 랭크 하는지, 왜 소비자로부터 사랑받고 있는지 단적으로 보여준다. 공생의 당사자인 소비자의 힘은 정말 대단하다. 공생이란 바로 이런 것이다. KFN

임영태
현 패스트오더글로벌 부대표 임영태
현 프랜차이즈협회 자문위원
현 외식산업정책학회 이사
전 데일리비어(생활맥주) 부사장
전 장스푸드(60계치킨) 부사장
email: joylim@naver.com
휴대폰: 010-2440-7969

‘국가인적자원개발컨소시엄 교육’ 협약기업 연중 모집

한국프랜차이즈산업협회 교육…고용보험 납입사업장 대상

WRITE | **김은영 기자**

3월 28일 서울 강서구 SBA 글로벌마케팅센터 교육장에서 한국프랜차이즈산업협회 재직자 무료교육이 진행되고 있다.

한국프랜차이즈산업협회가 중소 가맹본부의 전문 인력 확보를 지원하는 고용노동부 ‘국가인적자원개발컨소시엄 교육과정’ 협약기업을 연중 모집하고 있다.

협회는 프랜차이즈 분야 교육 수행기관으로서, 2015년 이후 매년 연평균 200여개 기업 재직자 700여명을 대상으로 무료 교육을 진행하고 있다. 올해는 3월부터 12월까지 총 680명의 재직자에게 18개 과정 34회차 교육을 목표로 진행 중이다. 지난해 수행기관 평가에서 A등급을 받는 등 높은 수준의 교육을 체계적으로 제공한다.

교육 희망 기업은 협회 교육원(http://www.edukfa.or.kr) 홈페이지에서 협약서를 다운받아 날인 후 제출해 협약을 체결하면 된다. 포털에서 ‘프랜차이즈 재직자 교육’으로 검색해도 접속할 수 있다.

단 협약기업은 고용보험 납입 사업장만 가능하다. 교육대상 또한 고용보험 가입자만 가능하다. 대표자 교육 희망 시 고용보험에 가입되어 있는 급여형 대표자만 가능하다.

수강 비용은 전액 무료이고, 교육은 서울 강서구 SBA 글로벌마케팅센터 교육장 등(상황에 따라 변경될 수 있음)에서 1~2일 과정으로 진행된다. 1개 기업당 신청자가 20명을 초과할 경우 출장 교육도 가능하다. 자세한 사항은 협회 교육사업팀(mykim@ikfa.or.kr, 02-3471-8135~8 내선 2)으로 문의하면 된다.

한편 협회는 중소 가맹본부 재직자들에게 무료로 역량교육을 제공하는 ‘2025년 국가인적자원개발컨소시엄 훈련과정’과 관련, 내년도 교육 수립을 위한 온라인 설문조사를 4월 22일부터 5월 3일까지 진행했다. 아울러 소정의 기념품도 증정(선착순)했다.

온라인 설문조사는 협약기업과 교육 참여자(본사 재직자), 인사·교육 담당자 등을 대상으로 요구사항, 의견 등을 묻는 방식으로 구성됐다.

이번 설문조사는 기업 및 현장의 요구사항을 반영하기 위해 4월 8일부터 5월 17일까지 진행 중인 요구조사의 일환이다. 요구조사는 기업들의 요구를 내년 훈련계획에 반영, 본사 재직자들에게 직무 전문성 및 역량 강화를 위한 현장 맞춤형 교육을 제공하기 위해 실시됐다.

이후 협회는 정부 각 부처의 중장기 육성계획과 업무계획, 프랜차이즈 산업과 연관된 인적자원개발위원회 연구보고서 등 다양한 산업 관련 자료를 기반으로 문헌조사도 함께 실시해 교육 완성도를 높인다. 전문가 자문회의, 훈련과정 개발, 수요조사 등도 연내 실시해 2025년 교육훈련 계획 수립에 반영할 예정이다. KFN

K-프랜차이즈 수출 애로 해소 위해 민·관 협력 강화

원스톱 수출·수주지원단 및 관계 부처·기관과 간담회…활성화 방안 모색

WRITE | **정병필 편집위원**

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 K-프랜차이즈 해외진출 활성화를 위해 민·관 협력 체계를 강화하기로 했다.

협회는 3월 28일 서울 강서구 협회 회의실에서 원스톱 수출·수주지원단(이하 지원단·단장 김병환 기획재정부 제1차관)과 ‘프랜차이즈 분야 수출기업 간담회’를 개최했다.

간담회에는 나성화 지원단 부단장을 비롯한 농림축산식품부, KOTRA, 중소벤처기업진흥공단 등 정부 관계 부처·기관 관계자들과 강석우 협회 상근부회장, 박호진 사무총장, 이종근 글로벌진출추진위원장(킹콩부대찌개 부사장) 등 협회 관계자, 명노용 고돼지 대표, 정경문 땅스부대찌개 대표, 양광모 청년다방 본부장, 최성용 피자먹다 이사 등 회원사들이 참여했다.

이종근 위원장은 “최근 해외에서 국내 외식 브랜드들에 대한 반응이 뜨겁고, 해외진출 희망 기업도 급증하고 있으나, 여전히 영세·중소기업들의 애로가 적지 않다”라며 “지원단 및 관계 부처·기관들과 협력하고 업계를 독려해 K-프랜차이즈 활성화에 기여하겠다”고 말했다.

나성화 지원단 부단장은 “오늘 간담회가 프랜차이즈 업계 전체의 지원 시스템 개선에 기여하는 계기가 되기를 바란다”라고 하면서 “현재 정부에서 지원 중인 사업들을 더욱 널리 알리고 해외진출 과정에서 겪는 애로를 해소할 수 있도록 지속적으로 노력하겠다”고 말했다.

업계는 이날 간담회에서 ▲프랜차이즈 특화 해외진출 지원 확대 ▲초기 진출 중소업체 공동물류 지원 ▲해외 박람회 참가 지원 확대 ▲수출 전문인력 양성 교육 확대 ▲현지 파트너십 소통창구 마련 ▲국가별 통관·무역, 식품·원료 제도 정보 제공 ▲전문 멘토링 서비스 지원 등을 건의했다.

지원단 및 관계 부처 기관들도 기관별 해외공동물류지원사업, 해외 전시회 참여 지원 사업, 해외시장 및 정보 제공 사업, 맞춤형 지원(수출 바우처) 사업 등을 안내하고 추가 애로사항 해소를 위해 지속적으로 검토하기로 했다. KFN

외식업 해외진출 매장 수 년째 정체 “K-프랜차이즈 체계적 육성 시급”

지난해 기업 125개, 매장 3,685개 진출…국가는 미국, 업종은 한식이 최다

WRITE | **김은영 기자**

지난해 11월 한국프랜차이즈산업협회 및 16개 회원사가 필리핀 프랜차이즈 박람회에 참가해 높은 관심을 받았다

지난해 해외 시장에 진출한 외식 프랜차이즈 기업 수는 소폭 증가했으나, 매장 수는 감소하는 등 정체가 지속돼 체계적인 육성 대책 마련이 시급한 것으로 나타났다.

지난 3월 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사는 〈2023 외식기업 해외신출 실태조사〉를 발간, 외식기업의 해외진출 현황과 해외진출 기업의 식재료 수출현황, 심층 인터뷰 결과를 발표했다.

조사 결과 지난해 해외진출 외식기업은 125개, 브랜드는 133개로 나타났다. 기업 수는 전년 대비 1개 증가했으나 브랜드는 8개 감소했다. 매장 수는 총 3,685개로 590개(3.8%)나 감소했다.

코로나19 판데믹이 시작된 2020년(134개 사, 3,722개 매장)부터 정체가 지속 중이며, 정점을 찍었던 2017년(193개 사, 6,001개 매장)에는 크게 모자라는 결과다.

기업들이 가장 많이 진출한 국가는 미국(42)으로 나타났다. 베트남(31), 중국(27), 일본(21), 필리핀(21), 말레이시아(20), 인도네시아(19), 대만(18), 싱가포르(18), 태국

[그림1] 해외 진출 외식기업 및 점포 수 추이

[그림2] 주요 국가별 최근 1년간 해외매장 수 변화

(18)이 뒤를 이었다. 특히 미국은 2022년(46개)에 이어 2년 연속 최다 진출국으로 조사됐다. 2021년 49개로 1위를 차지한 중국은 2022년(36개), 2023년(27개)로 꾸준히 감소하며 베트남(31개)에 2위 자리마저 내주게 됐다.

매장 수 기준으로는 역시 미국이 778개로 1위를 차지했다. 미국 진출 매장 수는 전반적인 해외진출 감소세 속에서도 2021년 600개, 2022년 673개, 2023년 778개로 꾸준히 상승하며 두각을 나타냈다. 최근 대형 브랜드들이 북미 중심의 공격적인 진출 전략을 펼친 영향으로 풀이되고 있다. 중국 767개, 베트남 362개, 태국 285개, 필리핀 239개, 대만 172개, 캐나다 142개, 말레이시아 130개 등이 뒤를 이었다.

운영 현황과 관련, 해외매장 축소/출수 이유는 ‘코로나19로 인한 매출 감소’가 가장 큰 비중을 차지했고 현지 매장 운영(인력, 식자재 수급 등) 관련 어려움, 문화적 차이, 물가 상승 등도 주요 응답으로 꼽혔다. 해외매장 운영 주요 애로사항은 ‘식재료 수급 문제’, ‘현지 법/제도 장벽’, ‘현지 파트너 애로’ 등으로 조사됐다.

향후 운영 계획은 응답사 61개 중 해외사업 확장 계획(41), 현상유지(15), 전면 철수(3), 축소(2) 순으로 나타났다. 확장 또는 현상 유지가 전체의 91.7%에 달해 긍정적 전망이 이어지는 것으로 나타났다.

한편, 해외진출 담당자들은 ▲해외진출 관련 정보제공 강화 및 접근성 개선 ▲국가별 바이어 또는 현지 협력 업체 관심사 발굴/공유 ▲진출기업 연계 바이어·업체 검증·지원 등을 필요한 정책으로 꼽았다.

담당자들은 정보 제공처가 파편화돼 있고 법률, 규제 등의 정보가 시장조사보다 크게 부족해 유의미한 정보 습득에 어려움을 겪고 있다고 답했다. 또, 현지 바이어의 관심사를 선제적으로 발굴해 공유하여 신 시장을 창출하거나, 진출기업과 이미 사업 중인 현지 바이어와의 타 기업 연계를 지원하는 방식으로 지원사업 성과를 높이는 방안도 제시됐다. KFN

한국프랜차이즈協·환경부, 16개 외식 브랜드와 일회용품 감축 노력

일회용품 선 제공 지양 등 '일회용품 없는 음식점 문화 조성' 자발적 협약 체결

WRITE | **김은영 기자**

일회용품 없는 음식점 문화조성을 위한 자발적 협약식 단체사진, 정현식 프랜차이즈산업협회장, 한화진 환경부 장관

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 외식 프랜차이즈 업계의 자발적인 일회용품 사용량 감축 문화 확산을 독려해 2050 탄소중립 사회 이행에 앞장선다.

5월 25일 협회는 협회 및 회원사 16개 브랜드가 서울 여의도 켄싱턴호텔에서 환경부(장관 한화진)와 '일회용품 없는 음식점 문화 조성'을 위한 자발적 협약을 체결했다.

정 협회장은 "코로나19 이후 사회 전반적으로 불가피한 일회용품 사용량이 크게 늘어, 외식 프랜차이즈 업계도 책임의식을 갖고 많은 고민을 거듭하고 있다"라고 하면서 "앞으로도 경영애로를 악화시키는 획일적 규제보다, 오늘처럼 업계가 자발적으로 노력하고 환경부가 정책과 생태계 조성을 지원해 탄소중립 사회를 함께 이행하기를 기대한다"고 말했다.

한 장관은 "획일적 규제가 아닌 자발적인 참여와 지원으로 일회용품 사용량 감축을 위해 노력할 것"이라고 하면서 "이번 협약을 계기로 외식업계의 일회용품 사용 줄이기 노력이 확산되길 바라며, 환경부도 정책적 지원에 최선을 다하겠다"라고 말했다.

이날 협약은 자율적인 일회용품 감량에 참여하고자 하는 주요 가맹점 업체들을 중심으로 마련되었다. 이번 협약은 작년 11월 20일, 환경부와 중소벤처기업부, 소상공인 협회·단체들이 다회용품 사용문화에 동참하기로 약속한 토론회의 결실이다. 환경부는 작년 12월 1일에도 협회와 간담회를 가졌고, 이 자리에서 협회는 일회용품 사용 줄이기와 탄소중립 사회 이행 기여를 약속한 바 있다.

정현식 프랜차이즈산업협회장

한화진 환경부 장관

협약 참여업체는 일회용품 사용 줄이기·재활용 촉진, 홍보 등 실천 문화 확산에 동참할 예정이다. 특히 고객이 먼저 종이컵, 물티슈 등 일회용품을 요청하지 않은 경우에는 해당 일회용품을 제공하지 않도록 노력할 예정이다.

일부 음식점에서는 식탁에 종이컵을 쌓아 놓고 운영하여, 꼭 필요한 양 이상의 종이컵을 사용하는 경우도 있었다. 이 같은 행동유도(넛지형 켐페인) 참여를 통해 불필요한 종이컵 사용이 줄어들 것으로 기대된다.

또한, 매장에서 사용한 투명 페트병 등은 이물질이 혼합되지 않게 분리배출하고, 전문 회수·재활용 업체가 수거하여 재활용할 수 있도록 적극 노력할 계획이다. 협회는 협약 이행사항을 점검하고 참여업체의 지속적인 참여를 유도할 계획이다.

환경부는 자발적협약 실천을 독려하기 위해 협약 참여업체가 다회용기 지원사업을 신청하는 경우 우선 지원할 예정이다. 획일적 규제보다 참여와 지원을 통한 자율 감량으로 일회용품 관리 정책이 개선됨에 따른 조치이다. 아울러 협약 이행에 따른 감량 성과를 분석하여, 우수사례의 확산도 추진할 계획이다.

협회는 일회용품 줄이기 캠페인 및 홍보와 참여업체 이행사항 정기·수시 모니터링, 일회용품 사용량 및 분리배출량 조사를 맡는다. 환경부는 참여 업체와 협회를 적극 지원하며 우수 사례 홍보와 포상 등을 검토하여 추진한다는 방침이다.

한편, 이번 협약에는 한화진 환경부 장관, 유승광 환경부 자원순환국장, 정현식 협회장 등 정부·협회 관계자와 고돼지, 고반식당, 김가네, 본도시락, 마녀주방, 미태리, 수유리우동집, 순대실록, 오복오봉집, 자담치킨, 지호한방삼계탕, 푸라닭, 핏제리아오, 한마음정육식당, 33떡볶이, BBQ(가나다 순) 등 16개 브랜드 대표자가 참여했다.KFN

식당이 음식 가격을 울면서 올려야하는 이유는?

최근 외식 물가가 너무 높다는 언론 기사가 쇄도하고 있다. 외식 물가를 고물가 시대의 주범으로 몰아 싸잡아 몰매를 때리고 있다. 한 대형 치킨 프랜차이즈는 코로나 위기때 인상을 자제했다가 뒤늦게 경쟁업체 수준으로 가격을 올렸다가 언론으로부터 호된 비판을 받았다. 이후 본사뿐 아니라 가맹점 매출까지 크게 떨어지는 어려움을 겪고있다. 또 다른 치킨 프랜차이즈 대표는 과도한 배달 수수료를 지적하며 '치킨 가격 인상이 불가피하다'는 얘기를 했다가 곤혹을 치루기도 했다.

언론과 소비자의 비난에도 왜 외식업자들은 음식 가격을 올려야만 했는가?
우선 우리 외식업체가 처한 현실을 고려해야 한다. 전체 외식업체 중 88%가 5인 미만이고 매출도 1억원 미만인 곳이 42%, 1~5억 원 미만이 43%('22년 기준, 통계청)로 지극히 영세하고 열악하다. 또 생존율도 24%에 불과해 식당 5곳 중 4곳이 5년 이내에 문을 닫고 있다. 이런 상황에도 불구하고, 가격을 올리고 싶어하는 외식업체는 아무도 없다. 치열한 경쟁상황에서 가격을 올리면 매출이 감소할 것을 잘 알고 있기 때문이다. 한국연구재단 김상호 박사가 실제 폐업한 외식업체를 조사한 결과 '대부분이 가격을 올리고 싶었지만 매출이 감소할까 봐 가격을 올리지 못 하였다'고 나타났다. 그만큼 음식 가격 인상은 생존을 위한 자영업자들의 어쩔 수 없는 선택인 것이다.

그런다면 외식 물가 상승이 작금의 고물가 상황을 주도하고 있는 것일까?
외식업은 상품(음식)과 서비스를 동시에 제공하는 특성상, 식재료비 외에도 인건비, 공공요금, 임차료 등 각종 비용이 복합적으로 들어가는 구조다. 외식업체 경영실태조사에 따르면 식당의 매출(100)은 이익(12)+영업비용(88)으로 구성되어있다. 이 가운데 영업비용은 식재료비가 42%, 인건비 33%, 임차료 10%, 세금 7%, 기타(수수료 등) 8% 등 구성된다. 그런데 지난해 연간 소비자물가를 보면 외식물가가 6% 오른 가운데 농산물 6.0%, 수산물 5.4%, 가공식품 6.8%이 올라 식재료 가격상승분 정도만 가격에 반영했음을 알 수 있다. 최저임금 증가율(5.0%), 공공요금 증가율(5.0%) 임차료 증가율 등은 반영조차 못하고 고통을 감내하고 있는 것이다.

지속적인 물가 상승으로 모든 국민이 고통을 겪고 있는 가운데 외식물가의 상승이 반갑지 않은 것을 외식 자영업자들도 잘 알고 있다. 그럼에도 언론이 영세 자영업자인 외식업 특성을 고려하지 않은 채 비판 기사만 보도하는 것은 바람직하지 않다. 생존을 위해 어쩔 수 없이 가격을 올릴수 밖에 없는 상황에 몰린 외식업체의 현실도 고려해야 한다. 외식업이 물가 상승기에도 지속가능한 경영을 영위할 수 있도록 국민적 이해와 배려가 필요한 시점이다. KFN

박호진
한국프랜차이즈산업협회 사무총장

명품 1기, 11기 맛집멋집투어 행사 개최

김영희 아구찜 앤 코다리냉면 반포점서 진행

KFCEO 명품총동문회가 주관하고 명품 1기(회장 조동민)와 11기(회장 김인규)가 공동 주최한 KFCEO 동문맛집탐방 행사가 지난 5월 3일 금요일 오후 5시부터 김영희 아구찜 앤 코다리냉면 반포점에서 열렸다.

이번 행사는 총 60여 명이 참석했으며 그 중 40명은 1기와 11기 전체가 참석한 상견례 자리였다. 또한 선착순으로 각기수 임원 및 관심원우들도 함께 참석하여 특별한 교류의 시간을 가졌다.

행사는 다음과 같은 일정으로 진행되었다. 먼저, 김영희 성공 창업 스토리가 공유되었으며, 이어서 1기와 11기 회원들의 소개 시간, 저녁식사 자리를 통해 참석자들끼리의 대화와 교류를 더욱 활성화시키는 계기가 되었다.

마지막은 총동문회(회장 전병진) 주관으로 소통과 교류를 통하여 선후배들이 함께 하는 자리를 제공하였다.

다음 행사는 2기(회장 류정기), 12기(회장 김재원) 주최로 6월 초에 가질 예정이다. KFCEO 동문 누구나 참석할 수 있는 자리이니 많은 참석과 성원 바랍니다. KFN

KFCEO명품 각 기수 회장 및 사무국장

기수	회장	사무국장
1	조동민	이경희
2	류정기	이종훈
3	송경덕	최윤석
4	박광호	오승용
5	최창우	안혜숙
6	김인숙	이석명
7	강형준	박영운
8	함판식	박홍은
9	김철운	여우현
10	김명석	김태준
11	김인규	박재준
12	김재원	조재진
13	안성원	서동범

식품의약품안전처

나이 속인 청소년에 술·담배 판매한 소상공인 보호

3월 말부터 법으로 보호…법령 개정절차 1.5개월 신속 처리

식품의약품안전처

오랜기간 소상공인·자영업자에게 부담을 지우던 청소년 신분확인 규제가 범정부 협업으로 일제히 개선된다. 중소벤처기업부 (장관 오영주)와 관계 부처는 청소년 신분확인 관련 2개 법령을 국무회의에서 의결, 3.29일까지 총 5개 법령이 개정·시행된다고 밝혔다.

이같은 내용은 지난 2월 8일 민생토론회 당시, 나이를 속인 청소년으로 인해 영업정지 처분을 받은 소상공인의 사연이 알려지면서다. 윤석열 대통령은 더 이상 억울한 사례가 발생하지 않도록 조치할 것을 당부한 바 있다. 이에 각 부처와 기관이 각자의 영역에서 규제혁파와 적극행정을 위해 최선을 다했고, 중소벤처기업부는 관계기관 협의체를 총괄 운영하며 두 차례 협의회를 개최하고 법령개정 및 적극행정 협업방안 등을 논의했다. 주무 부처인 식품의약품안전처와 여성가족부, 기획재정부는 적극 행정과 공문 시행을 통해 법령 개정 전에도 개선제도가 현장에서 적용될 수 있도록 조치했다.

법제처는 식품의약품안전처, 여성가족부, 기획재정부와 여러 차례 실무협의를 진행해 개정안을 마련했고 신속하게 입법절차를 진행했다. 또한 문화체육관광부는 자체적으로 게임산업법 시행규칙과 음악산업법 시행규칙 개정사항을 발굴해 입법과정에 참여했다.

이후 중소벤처기업부 주관 제1차 관계기관 협의회에서 의견을 모은 뒤, 식품의약품안전처, 여성가족부, 기획재정부, 문화체육관광부, 법제처가최우선으로 입법 절차를 진행함으로써 최단기 법령 개정 및 조기 시행이라는 성과를 이끌어 냈다.

또한 법령 개정 전 억울한 피해자가 발생하지 않도록 17개 광역자치단체는 중앙부처의 다양한 조치들을 기초지자체로 신속히 전파하고, 자체적으로도 행정심판 기준완화(전북특별자치도), 적극행정위원회(세종특별자치시)를 개최하는 등의 노력을 아끼지 않았다.

경찰청도 오영주 장관이 직접 주재한 제2차 관계기관 협의회부터 합류해 현장협업에 나섰다. 이는 제1차 관계기관 협의회에서 경찰청과의 협업이 중요하다는 현장의 의견이 제기되고, 이를 전달받은 경찰청이 신속하게 호응하며 이루어졌다. 경찰청은 각 시도경찰청에 지침을 전파하고 신고당한 소상공인이 억울하게처벌받지 않도록, 수사를 신속하게 진행하는 한편, 소상공인이 행정처분 면제를 위한 CCTV 등의 자료제공을 요청하는 경우 수사준칙에 따라 수사기록·증거 등을 적극 열람·복사할 수 있도록 했다.

아울러 관계기관은 개정 법령과 가이드라인 주요 내용을 담은 안내문(리플렛)과 이미지(카드) 뉴스를 제작하여 SNS, 지방중소벤처기업청, 소상공인 유관 협·단체 지회 등을 통해 적극 확산하는 등 민생을 중시하고 현장 목소리에 빠르게 반응하여 행동하는 정부의 모습을 보여주고 있다.

식품의약품안전처 관계자는 "앞으로도 소상공인에게 부담을 안겨주는 생활 규제개선을 위해 관계기관은 신속하게 방안을 도출하고 해결할 수 있도록 협업해 나가겠다"고 밝혔다.

WRITE | **김은영 기자**

산업안전보건공단

23개 업종별, 안전보건 가이드 제작

현장 중심 핵심 내용으로 간소화…현장 설명회도 개최

산업재해예방 안전보건공단

소규모 사업장의 사업주들이 보다 쉽게 이해하고 실천할 수 있는 간소화된 안전보건관리 가이드가 제작됐다. 이를 활용해 소규모 사업장에서 업종별 특성에 맞게 중대재해 예방에 도움을 받을 수 있게 됐다.

고용노동부(장관 이정식)는 중대재해처벌법의 50인 미만 사업장 확대 적용('24.1월)에 따른 현장 불안감과 혼란을 줄이고 다양한 업종의 소규모 사업장안전보건 확보를 돕기 위해 23개 '업종별 맞춤형 안전보건 가이드'를 제공한다. 그간 '21년부터 20종의 업종별 안전보건관리체계 구축 가이드, 안전보건관리 자율점검표 등 여러 자료를 제작·배포했으나 "업종별 안전보건관리체계구축 가이드가 두껍고, 읽어봐도 뭘 준비해야 할지 막막하다"라는 현장의 목소리가 있었다.

이로 인해 이번 가이드는 업종별로 다수 발생하는 사고사례를 그림으로 소개해 업종별 유해·위험요인과 이에 대한 예방 준수사항을 쉽게 설명했다. 또한 안전·보건 확보 핵심의무사항을 체크리스트 형식으로 만들었다. 이에 사업장에서 안전보건 예방조치를 쉽게 이해하고 실천할 수 있을 것으로 기대된다.

특히 정부 주도가 아니라 사단법인 한국외식업중앙회, 사단법인 대한숙박업중앙회 등 25여 개의 개별 업종별 대표 협회·단체와의 간담회를 통해 대표적인 위험사례와 유해·위험요인 등을 발굴·반영함으로써 보다 현장에 적합하고 실효성 있는 가이드가 될 수 있도록 했다. 4월 22일 숙박업, 음식점업, 경비·청소업, 벌목업의 4개 업종 배포를 시작으로 23개 업종 가이드가 순차적으로 제작된다. 아울러 가이드 제작에 참여한 업종별 협·단체와 함께 소규모 사업장 홍보와 설명회도 6월까지 진행할 예정이다.

류경희 산업안전보건본부장은 "이번 가이드가 소규모 사업장에서 안전보건관리체계 구축·이행이 어렵지 않다고 인식하고, 실질적인 안전보건 예방조치를 실천하는 데 도움이 되기를 기대한다"라며 "산재 사고는 언제 어디서나 일어날 수 있는 만큼, 꼭 '산업안전 대진단'을 실시하고 사업장 현황에 맞는 안전보건관리체계를 갖추어 중대재해를 예방하기를 바란다"고 당부했다.

WRITE | **김은영 기자**

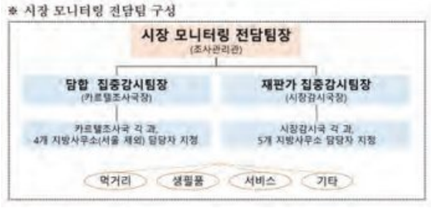
공정거래위원회

먹거리 불공정거래 행위 감시 강화

민생 밀접분야 불공정행위 신고센터 개설…제빵·주류 중점

공정거래위원회

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 최근의 경기회복세가 체감경기 개선과 민생 안정으로 신속히 이어질 수 있도록 시장감시 및 경쟁촉진 기능을 강화한다고 밝혔다.



구체적으로 공정위는 민생 밀접분야의 담합 등 불공정행위에 대해 신속·엄정하게 대응하고, 구조적인 경쟁제한 요인에 따라 높은 가격이 유지되는 품목이나 분야에 대한 시장구조 분석·개선을 적극 추진한다.

우선, 공정위는 현재 진행하고 있는 담합 등 불공정행위에 대한 사건을 신속하게 처리한다는 방침이다. 내용은 ▲의식주·중간재 등과 관련된 담합행위와 ▲먹거리·가전 유통 과정에서 발생한 재판매가격 유지행위 등이다. 진행중인 조사를 최대한 신속히 마무리하고 법 위반이 확인되면 엄정 제재할 방침이다.

또한 의식주·생필품 등 민생 밀접분야에서의 담합 등 불공정행위 감시도 한층 가오하된다. 관련 신고센터를 개설하고 전담팀을 통해 집중 모니터링할 계획이다.

구체적으로 5월 1일부터 '민생 밀접분야 불공정행위 신고센터'를 공정위 누리집에 개설해 운영한다. 누구든지 민생 밀접분야에 관한 담합행위나 재판매가격 유지행위에 대한 혐의를 인지한 경우 공정위 누리집의 신고센터에 신고할 수 있다.

특히 담합행위의 경우, 신고를 통해 법 위반이 인정되면 그 증거나 조치수준 등에 따라 신고인에게 최대 30억원의 신고포상금이 지급될 수 있다. 법위반 사업자의 임직원도 신고포상금 지급 대상이 될 수 있는 점을 고려해 내부고발 역시 적극적으로 유도해 나갈 방침이다.

아울러 조사관리관을 팀장으로 하는 '시장 모니터링 전담팀'도 구성 운영한다. 전담팀은 ▲과거 담합이 있었던 품목 중 원가 대비 과도한 가격상승이 있는 분야 ▲원가가 하락하였음에도 기존에 인상된 가격을 상당기간 유지하고 있는 분야 ▲관계부처 제보나 내부고발이 이루어진 분야 등을 집중 모니터링할 계획이다.

특히 공정위는 경쟁을 제한하는 규제나 유통체계와 같은 '시장구조적인 경쟁제한 요인'에 따라 높은 가격이 유지되어 민생에 부담을 주는 품목·분야를 분석해 개선을 추진한다는 계획이다. 현재 '제빵'과 '주류'를 중점 분야로 선정해 살펴보고 있다.

제빵 분야의 경우 연구용역을 통해 국내 제빵시장 현황과 거래구조나 가격상승 요인 등을 면밀하게 분석해 소비자 후생을 증진시킬 수 있는 규제·유통구조 개선대책을 마련할 방침이다.

공정위는 앞서 제시한 시장감시 활동을 통해 법위반 혐의를 포착한 경우 파급효과가 큰 분야부터 신속하게 조사를 개시할 방침이라고 밝혔다.

WRITE | **정병필 편집위원**

기획재정부

잔술의 시대…와인·위스키도 잔술 판매 가능

기획재정부, 5월부터 시행…선술집 등 틈새시장 전망

기획재정부

5월부터 식당에서는 잔술을 메뉴판에 정식으로 넣어서 판매할 수 있게 됐다. 바야흐로 잔술의 시대가 도래했다. 또 주류 도매업자도 '무알코올' 맥주를 식당에 납품할 수 있게 됐다.

기획재정부는 (장관 최상목 경제부총리)는 이같은 내용을 담은 '주류 면허 등에 관한 법률' 시행령 개정안을 3월 20일 입법 예고했다. 4월 29일까지 반대의견이 제출되지 않으면서 행정절차를 거쳐 정식으로 시행됐다.

이번 개정안은 주류 판매업 면허 취소의 예외에 해당하는 주류의 단순 가공·조작의 범위를 규정하면서 주류를 판매하는 식당(식품접객장소)에서 허용되는 단순한 가공이나 조작의 범위에 주류를 빈 용기에 나누어 담아 판매하는 경우도 포함시키는 것을 담았다. 술을 병째로 파는 것 외에도 잔에 나눠 담아 '잔술'로 파는 것을 허용한다는 의미다.

이외에도 주류를 냉각하거나 가열해 판매하는 경우, 주류에 물료를 즉석에서 섞어 판매하는 경우도 허용하기로 했다.

개정안은 또 종합 주류 도매업자가 주류 제조자 등이 제조·판매하는 비알코올·무알코올 음료를 주류와 함께 음식점에 공급할 수 있도록 하는 내용도 담겼다. 현재 종합 주류 도매업자는 도수가 1% 이상인 주류만 유통할 수 있는데, 앞으로는 도수가 낮거나 없는 비알코올·무알코올 음료도 유통할 수 있게 되는 것이다.

이와 관련해 더불어민주당 양기대 의원(경기광명을)은 주세법상 불법이던 한국와인과 위스키 그리고 국산전통주 등도 '잔술 판매'가 가능해졌다고 밝혔다.

양 의원은 자신의 블로그를 통해 "한국와인과 국산 전통주 그리고 위스키 등은 그동안 잔술 판매가 불법이었으나 이제는 가능해져 다행이다"라고 말하며 "이번 주세법 기본통칙 개정으로 한국와인과 국산 전통주 판매가 더욱 활성화되고, 광명동굴이 한국와인의 허브 역할을 더 공고히 할 수 있도록 잘 챙기겠다"라고 전했다.

WRITE | **김은영 기자**

● 명륜진사갈비 새로운 맛 '후려페퍼 스테이크' 선봬

명륜진사갈비가 새로운 메뉴 후려페퍼 스테이크를 출시했다. 동시에 신메뉴 출시와 관련한 고객참여 이벤트도 진행한다.
새롭게 선보이는 '후려페퍼 스테이크'라는 네이밍은 메뉴의 특징을 그대로 살렸다. 후추를 고기에 듬뿍 시즈닝 하는 모양새를 '후추를 패대기친다'라는 의미를 담아 임팩트 있게 표현했다. 셀프바에서 스테이크 소스와 함께 사이드 메뉴를 취향에 따라 플레이팅하여 즐길 수 있어 명륜진사갈비의 인기 메뉴 중 하나로 기대된다.
명륜진사갈비는 신메뉴 '후려페퍼 스테이크'를 출시하며 고객들의 호응에 감사함을 전하기 위한 총 상금 1억원의 선물퍼레이드 이벤트를 오는 8월 15일까지 진행한다. 전국 명륜진사갈비 매장을 방문한 고객을 대상으로 추첨을 통해 총 1억원 상당의 혜택을 제공한다.

Brand Highlight

● 채선당 가성비 창업아이템 '채선당 샤브탕' 런칭

외식 프랜차이즈 전문기업 '채선당'이 가성비 창업아이템 '채선당 샤브탕"을 지난 4월 채선당 본사 마들 1호점을 오픈했다. '채선당 샤브탕'은 채선당이 지난 30여년간 업계 1위 브랜드 자리를 지키며 사랑 받아온 샤브샤브를 한 그릇으로 즐길 수 있는 브랜드이다. 메뉴는 신선한 야채와 채선당만의 차별화된 비법의 육수로 진하면서 깔끔한 육수에 소고기, 닭가슴살, 차돌, 마라, 해물 등 메뉴도 다양하다. 또한 샤브탕 주문시 취향에 맞게 쌀국수, 생우동면, 생샤브면, 밥으로 선택이 가능하며 건조하지 않은 생면을 사용하여 수분함유가 높아 쫄깃함이 장점이다.
채선당 관계자는 "이번 1호점을 시작으로 전국 주요 상권에 진출해 고객들에게 맛과 건강함 그리고 특별함까지 더한 건강한 음식을 제공하겠다"고 말했다.

Brand Highlight

● 꾸브라꼬숯불두마리치킨 치킨 드림데이 후원행사 남원서 진행

꾸브라꼬숯불두마리치킨을 운영하고 있는 ㈜외식전문기업JK(대표 전민호, 김태훈)이 치킨 드림데이(dream day) 4월 행사를 진행하고 치킨 전달식을 가졌다.
치킨 드림데이는 ㈜외식전문기업JK가 사회 환원의 일환으로 오래 전부터 실시해오고 있는 치킨 후원행사다. 주로 아이들이 지내고 있는 시설 등을 찾아 매월 치킨을 전달하는 방식으로 나눔을 실천하고 있다.
이번 4월 나눔행사는 22일 전북 남원시에 소재한 참사랑지역아동센터를 찾아 진행됐다. 김태훈 대표와 꾸브라꼬숯불두마리치킨 전북 남원점 점주가 후원물품인 치킨을 전달했다. 김태훈 대표는 "이런 치킨 드림데이를 더욱 값진 행사가 될 수 있도록 꾸준히 이어가겠다"고 전했다.

● 다비치안경 가정의 달 맞아 다양한 행사 열어

시력교정 브랜드 다비치안경이 가정의 달을 맞아 5월 한달간 5가지 혜택으로 '패밀리 프로모션'을 연다. 올해는 눈 노화 케어를 위해 종근당건강 '아이클리어'와 함께 제휴 프로모션을 진행한다.
먼저, 사은품 소진 시까지 유행에 구애받지 않고 오랜 시간 착용할 수 있는 다비치안경 컨템포러리 브랜드 BIBIEM 선글라스 구매 시 종근당건강의 아이클리어 루테인지아잔틴 또는 아이클리어 15% 할인 쿠폰을 증정한다.
또한 다비치마켓 신규 가입 고객이라면 안경 및 선글라스를 3만원 이상 구매 시 1만원을 즉시 할인받을 수 있으며, 해당 쿠폰은 다비치마켓 신규 가입 후 마이 쿠폰존에서 확인이 가능하다. 또한 다비치렌즈의 위생적이며 관리가 편한 1DAY 전 품목을 1+1로 구매할 수 있는 기회도 제공한다.

Brand Highlight

● ㈜지호 이영채 대표, 제12회 대한민국 예술문화인대상 창조경영인 대상 수상

㈜지호 이영채 대표가 지난 4월 3일 서울 영등포구 국회의사당 박물관에서 열린 '제12회 대한민국 예술문화인대상' 시상식에서 프랜차이즈 부문 창조경영인 대상을 수상했다.
지호의 대표 브랜드인 지호한방삼계탕은 1991년 장안동 작은 가게에서 시작해 현재 국내 최대 삼계탕 프랜차이즈로 성장했다. 동종업계 중 국내 최초로 특허 받은 한방육수와 최고의 삼계닭이라 불리는 웅추를 사용하는 것이 특징이다. 또한, 한방삼계탕 9종, 한방 삼계죽 3종, 요리메뉴 6종 등 꾸준한 연구 개발로 다양한 메뉴들을 지속적으로 선보이고 있다. 아울러 경기 침체로 외식시장이 어려운 상황 속에서도 '가맹점들과 상생하는 본사'라는 올곧은 경영방침을 유지하며 한국프랜차이즈산업협회가 주관하는 한국프랜차이즈 대상을 10년 연속 수상했다. 코로나19 시기에도 4년 연속 '매일경제 100대 프랜차이즈'에 선정된 바 있다.

Brand Highlight

● 땅스부대찌개 '살맛나는 행복쇼핑 2024 동행축제' 참여

부대찌개 밀키트 포장배달전문점 땅스부대찌개가 소상공인과 전통시장에 활력을 불어넣기 위한 '2024 동행축제'에 참여한다.
땅스부대찌개는 지난해 5월 '봄빛', 9월 '황금녘', 12월 '눈꽃'에 이어 '살맛나는 행복쇼핑' 동행축제까지 모두 동참하며 상생의 뜻을 전하게 됐다. 땅스부대찌개는 이번 동행축제에서 할인 이벤트를 진행한다. 5월 1일부터 28일까지 땅스부대찌개 자사 앱인 땅스오더 내에서 땅스부대찌개와 땅스떡볶이, 땅스족발을 주문할 경우 3000원 할인받을 수 있다. 행사기간은 총 28일간이다.
땅스부대찌개 관계자는 "소비자와 가맹점주, 모두를 위해 동행축제에 참가하게 됐다"며 "맛있고 퀄리티 있는 메뉴를 저렴한 가격에 즐길 수 있는 좋은 기회가 될 것"이라고 말했다.

● 자담치킨 가정의달 맞아 맵슐랭 댄스 챌린지·100% 당첨 룰렛 이벤트 진행

치킨 프랜차이즈 자담치킨은 5월 한달 동안 가정의 달을 맞아 펩시와 이벤트를 진행한다.

먼저 '맵슐랭 댄스 챌린지'는 창의적인 댄스를 통해 자담치킨의 스테디셀러인 맵슐랭치킨의 맛을 표현하는 이벤트다. 개인이나 가족, 단체 등 다양한 조합으로 참여할 수 있다. 총 400만원의 현금과 600만원 상당의 상품을 시상할 예정이다.

또 5월 한달 동안 자담치킨 주문앱 회원들을 대상으로 '행운의 룰렛 이벤트'도 진행한다. 고객이 주문앱에 접속한 뒤 룰렛을 돌려 다양한 상품을 즉시 획득할 수 있는 이벤트다. 경품은 백화점 상품권, 자담치킨 상품권, 칠성몰 상품권 등 3000만원 상당이다.

Brand Highlight

● 리맥스코리아 리얼아이브이와 MOU..매수자 보호 나서

리맥스코리아(대표 신희성)가 4월 리얼아이브이와 업무협약을 맺고 매매 잔금 지급 이후 소유권이전등기 및 부동산 보유 기간 등기 사고와 소유권 분쟁으로부터 매수자의 재산을 보호하는 '매수자 보호 서비스'를 제공한다.

리얼아이브이는 부동산 거래시 매수자 보호에 필요한 부동산권리보험의 보급과 대중화를 표방하는 권리보험 전문회사다. 법무법인 한울과 공동으로 전자 등기 시스템을 개발, 운영중이다.

리맥스코리아에 따르면 해당 전자 등기 시스템은 매수자 잔금 지급 후 바로 등기 접수까지 확인 가능한 서비스다. 매도자 사정으로 인한 가압류·가처분 등 등기 사고를 예방할 수 있다. 만약 등기 업체 과실로 등기 사고 발생 시 권리 보험으로 피해 보상이 가능한 점 등 소비자 이중 안전장치를 제공한다.

Brand Highlight

● 네네치킨 서울도봉경찰서와 '피싱 범죄 예방법' 업무 협약 체결

100% 국내산 냉장육을 사용하는 네네치킨이 서울도봉경찰서와 함께 4월 19일 '피싱 범죄 예방법' 의 업무 협약식을 진행했다. 이번 업무 협약으로 네네치킨은 1000여개의 가맹점 포장박스에 '금리 대출 상환, 자녀사칭 금전 요구, 범죄수사 연루, 벌금 미납 등 수사기관 사칭 전화, 문자는 100% 보이스피싱입니다' 등의 문구를 삽입하며, 네네치킨 홈페이지, 어플 배너에 같이 게시할 예정이다.

네네치킨 관계자는 "도봉경찰서와 적극 협력해 피싱 범죄 예방법 캠페인에 대한 효율적인 홍보 활동을 할 계획"이라며, "앞으로도 사회를 위해 공헌하는 기업이 될 수 있도록 노력하겠다"라고 말했다.

● 쿠우쿠우 에브리봇과 MOU 체결 … 퇴식 전용 로봇 개발

초밥 뷔페 패밀리레스토랑 쿠우쿠우는 지난 4월 26일 에브리봇과 첨단 서비스 로봇 개발 및 기술, 인력 교류를 위한 MOU를 체결했다고 밝혔다.

에브리봇은 국내 AI 서비스로봇 전문기업으로 로봇청소기뿐만 아니라 모든 홈서비스 로봇 관련한 사업을 운영하고 있으며 미국,유럽,일본을 비롯 전세계 20여 개국에 제품을 수출하고 있다.

이번 협약은 에브리봇이 자체적으로 보유하고 있는 LiDAR, 자율주행 기술 등을 기반으로 양사 전문가들의 지식과 기술을 모아 쿠우쿠우 매장 내 음식물과 그릇 등의 분리수거가 가능한 퇴식 전용 트레이 개발 협력에 집중할 계획이다.

첨단 서비스로봇 도입을 위한 기술 세미나, 인력 교류 등을 통해 인력양성 분야에서도 협력할 예정이다. 쿠우쿠우는 이번 협약을 통해 비즈니스 경쟁력을 강화하는데 박차를 가한다는 방침이다.

뷔페 프랜차이즈 쿠우쿠우 김동현 대표는 "에브리봇과의 파트너십을 기반으로 효율적인 매장 운영과 개선된 업무 환경을 구축해 인력 확보 문제 해결에 도움을 줄 것으로 기대한다"며 "첨단서비스 로봇이 원활하게 출시될 수 있도록 하기 위해 적극적으로 협력하며 활성화를 위한 방안들을 계속 모색하겠다"고 밝혔다.

관심도 증가, 쿠우쿠우에 대한 심층 분석

한편 랭키파이가 4월 23일에 진행한 인기 트렌드 쿠우쿠우에 대한 성별 및 연령별 관심도 분석 결과가 주목을 받고 있다.

이번 분석을 통해 얻어진 쿠우쿠우에 대한 일간 변화 추이를 보여주는 차트는, 각 성별과 연령대별로 얼마나 쿠우쿠우에 대한 관심이 변화했는지를 생생하게 드러낸다. 특히 쿠우쿠우에 대한 성별 관심도 조사 결과, 여성이 62%의 비율로 더 높은 관심을 보이는 것으로 나타나, 이 인기 키워드에 대한 성별 편차를 드러냈다.

아울러, 연령별 선호도 조사에서는 40대에서 30%의 관심도를 보이며, 특히 40대에게서 인기를 얻고 있음이 확인됐다. 쿠우쿠우의 연령별 관심도 분포는 랭키파이에서 수집한 방대한 빅데이터를 분석하여 얻은 결과이며, 이를 통해 쿠우쿠우에 대한 전반적인 사회적 관심과 선호도를 파악할 수 있다.

더불어, 랭키파이 연령별 관심도 조사에서는 쿠우쿠우 가격, 쿠우쿠우 골드, 쿠우쿠우 할인, 쿠우쿠우 구슬아이스크림, 쿠우쿠우 상봉 등의 관련 검색어가 높은 주목을 받고 있음을 보여줌으로써, 관심 키워드 쿠우쿠우 관련 트렌드가 어떤 방향으로 발전하고 있는지에 대한 흥미로운 인사이트를 제공한다. KFN

People & Company 인터뷰

고객 만족 최우선 '맞춤형 가구 솔루션'

㈜티오피퍼니처 황은주 대표

폴콘 베이커리 카페

가구 시장의 성장세가 예사롭지 않다. 다양한 라이프스타일 선호도와 생활공간을 충족하는 다기능 가구 솔루션에 대한 수요 증가가 원인이다. 주택을 포함해 프랜차이즈 매장에도 특정 요구 사항, 스타일 선호도 및 공간적 제약에 따라 가구를 디자인하고 맞춤화할 수 있는 요구도 커지고 있다. 프랜차이즈 업계에서 ㈜티오피퍼니처의 "아르푸"가 관심받는 이유다. 공간에 맞는 가구를 제안하고 직접 제작, 납품까지 원스톱 솔루션이 가능한 가구 유통·제조업체이자 브랜드다. **INTERVIEW** | 이진창 발행인 **WRITE** | 이호 국장

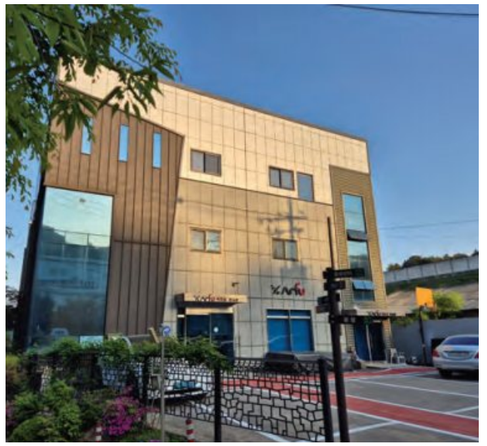
㈜티오피퍼니처는 2012년 설립돼 2015년에 법인으로 전환할 때까지는 유통에 중점을 둔 기업이었다. 그러다 2017년 유통 뿐 아니라 제조 분야로 사업을 확장해 공장을 설립하고 현재까지도 다양한 가구 분야의 사업을 영위하고 있다. 현재 ㈜티오피퍼니처가 보유하고 있는 가구 브랜드는 3개다.

가장 핵심 브랜드는 '아르푸'다. 프랜차이즈, 개인 카페, 식당, 오피스 등부터 호텔, 리조트, 펜션 등 다양한 업종에 들어가는 인테리어 가구를 컨설팅 상담부터 제조, 납품까지 진행한다. 아르푸 외에도 '헤르짐머'와 '마이엘가구'라는 브랜드도 보유중이다. 예쁜 가정용 가구를 취급한다. 두지 타겟으로 타겟층을 나눠 운영되고 있다.

좋은 가격 안전한 가구 '경쟁력'

㈜티오피퍼니처는 상업용 인테리어가구 제조 경력만 24년이다. 국내뿐만 아니라 베트남에도 공장을 운영중이다. 황은주 대표는 "업력에서 나오는 전문성은 누구도 따라올 수 없다고 생각해요. 이 시장을 이해하고 고객의 니즈를 아는 것, 그것이 저희의 경쟁력이죠"라고 말한다.

베트남에 공장을 운영중인 이유는 좋은 제품을 좋은 가격에 제공하기 위해서다. 디자인 개발도 빠르게 할 수 있다는 장점도 더해졌다. "번한 이야기이지만 좋은 품질의 가구를 좋은 가격에 제공하는 것을 중점으로 두고 있어요. 저렴한 가구를 만드는 것은 쉽지만 내구성에서 불안할 수 있거든



아르푸 외관

네이버-알파돔

더벤티납품사례

요. 좋은 가격에 오래 쓸 수 있는 가구, 안전한 가구를 만드는 것이 저희가 중점에 두는 부분이에요. 이점이 베트남 공장을 시작하게 된 계기이구요”

직원들의 근속 일수가 높은 것도 자랑이자 경쟁력이다. 그만큼 노련한 전문인력과 열정 넘치는 젊은 인력들로 구성돼 있다는 얘기다. 변화에 빠르게 대응하면서 노련하다고 평가받는 이유다. “차별성은 사후관리에 강해요. 상업용 가구는 사용 빈도가 높기 때문에 사후관리가 꼭 필요하거든요. 빠르고 정확한 AS를 중요하게 생각해요”

위기에 강한 ‘신뢰 브랜드’

㈜티오피퍼니처는 현재 프랜차이즈 업계를 포함해 가구시장에서 신뢰도가 높은 기업이다. 이 신뢰도는 승승장구로 쌓아지지는 않았다. 아픔이 있었고, 이를 극복해 낸 힘이 배경이다. 시계추를 2011년으로 돌려보자. 당시 공장에 큰 화재가 발생했다. 목재가구가 메인이다 보니 피해규모가 컸다. 실제 공장을 운영할 수 없을 정도의 화재였다. 피해 금액만 10억원이 넘었다.

“주변에서 우리 회사는 재기할 수 없을 거라고 얘기했어요. 하지만 그 아픔을 이겨냈고, 오히려 그 때보다 더 크게 성장할 수 있었죠” 이유가 궁금했는데, 황 대표는 거래처들의 도움 덕분이였다고 말한다.

화재 발생 소식이 전해지면서 거래처들의 걱정도 깊어졌다. 이에 황 대표는 “납기 완수하겠다”고 약속했다. 충격에 휩싸일 새도 없이 빠르게 다른 공장을 임대해 제작에 들어갔다. 다행히 취소한 거래처는 한군데도 없었다. 황 대표도 약속한 납기일정을 모두 맞췄다. 거래처, 소비자와의 신뢰관계가 중요하다고 생각하는 이유다. 이를 배경으로 위기의 상황에서도 강한 브랜드, 믿고 맡길 수 있는 브랜드로 인식이 됐다.

국내 제조공장

베트남 제조공장

국내 제조공장 자동화설비

빠른 사후관리…가맹본부 선호 이유

프랜차이즈는 다양한 업종들이 경쟁하는 시장이다. 특히 가맹점이 오픈한 이후의 사후관리는 가맹본부와의 신뢰에도 영향을 준다. 이런 면에서 ㈜티오피퍼니처를 가맹본부들이 선호한다. “프랜차이즈 가맹본부들이 중요시 여기는 것은 재고와 일정, 그리고 AS(사후관리)에요. 당연한 이야기지만 맞춰주는 업체가 많지 않아 다들 고민이였다고 얘기하죠”

티오피퍼니처는 수도권 3일, 지방 5일 이내 사후관리(AS) 완료가 원칙이다. 재고나 일정은 무리하지 않는 선에서 당연히 맞춘다. 혹시 재고가 떨어지는 불상사가 발생하더라도 매장 오픈에 차질이 없도록 여러 안건을 제안한다. 이 부분이 티오피퍼니처만의 매력이라는게 업계의 중론이다.

또 모든 요구사항을 맞춰주는 팔방미인 가구 업체라는 점도 업계의 말이다. 가구도 소재별로, 파트별로 전문 분야가 있다. 티오피퍼니처는 목재가구를 포함해 사출, 철재 등 모든 인테리어 가구를 해결해 준다. 가구 디자인과 컨설팅이 가능하기 때문에 요청하는 내용을 참고해 디자인도 제안한다. 단순히 가구를 파는 것이 아니라 가구에 해당하는 프랜차이즈 브랜드만의 감성을 입힌다는 얘기다.

“상업용 가구는 하나라도 없으면 오픈을 할 수가 없어요. 소비자 입장에서 생각할 것. 항상 웃으면서 응대할 것, 납기일정 최대한 맞춰드릴 것, 작은 상판 한장이라도 만들어 드릴 것. 직원에게 항상 교육하는 부분이죠” 이에 따라 작은 상판 하나라도 필요하다면 제작한다. 소비자가 원하는 것은 최대한 맞춘다는게 황 대표의 운영 철학이다.

고객중심·혁신·지속가능성

프랜차이즈 산업은 빠르게 성장중이고, 시대의 변화에 맞게 변화하고 있다. 티오피퍼니처 역시 다양한 가구분야로 확장하고 있다. 하지만 변하지 않는 사실은 상업용가구, 프랜차이즈가구가 핵심이고 메인 사업이라는 점이다. 그렇기 때문에 과거에 머물지 않고 트렌드에 맞춰 빠르게 변화하는 것이 얼마나 중요한지 항상 고민한다. 고객중심, 혁신, 지속가능성을 경영철학으로 삼은 이유다.

황 대표는 여기에 기업의 사회적 역할을 더했다. “기업이 이익을 추구하는 것은 당연하지만 사회와 함께할 때 효과가 배가 된다고 생각해요. 결국에는 환경, 사회, 관행이 발전해야 우리도 더 좋은 환경에서 더 좋은 제품, 나아가 큰 이익을 창출할 수 있을거라고 생각해요. 그 시작점에 기업이 있어야 해요”

24년 전 7명 반지하 공장에서 시작해 1만㎡(3000평) 공장 85명의 대식구로 성장한 티오피퍼니처. 앞으로의 사업 성장을 위해 가정용가구와 해외 수출 쪽으로 확장을 준비하고 있다는 황 대표. “상업용 가구도 자동화 설비 쪽을 지속적으로 투자하고 있어요. 더욱 빠른 생산과 정확한 제조 공정을 중점으로 투자하고 있죠” 지속적인 연구와 개발, 여기에 사회적 역할까지 배려하는 황 대표의 2024년 힘찬 발걸음이 기대된다. KFN

Korea Franchise Association **Column** ● 칼럼

마케팅없이 급성장하는 신생 브랜드의 특징

WRITE | **이경희**

요즘 프랜차이즈 업계가 어렵다. 고금리에 구인난, 치솟는 원가 등으로 가맹점의 수익성이 점점 약해지고 있다. 가맹 본사가 어려운 건 당연하다. 가맹점의 매출이 낮아서 어렵고, 가맹점 모집도 쉽지 않다. 대부분의 소상공인들이 대출을 받아서 창업하는데 금리가 높다 보니 대출받기를 꺼리고 대출 자체도 쉽지 않다. 이런 실정이니 창업을 주저하는 건 당연하다.

◆성장기 가맹본사는 어려운데 신생브랜드는 급증

성장기에 접어든 가맹본부들이 힘들어하는 것과 달리 성공한 소상공인들은 부푼 기대를 안고 프랜차이즈사업에 뛰어든다. 덕분에 정보공개서에 등록되는 신생브랜드 수는 늘어나고 있다. 이제는 소상공인으로 어느 정도 성공하면 그 다음 순서가 프랜차이즈 사업을 전개하는 것이 당연한 순서로 여겨진다.

이렇게 신규로 가맹 사업에 뛰어드는 사업가들이 가장 많이 묻는 질문은 어떤 마케팅을 하면 가맹점을 빠르게 모집할 수 있냐는 것이다. 그런데 아이러니컬하게도 프랜차이즈 산업에서 빅히트를 기록한 상당수의 브랜드들은 가맹점 모집 마케팅을 하지 않았던 경우가 많다. 대부분의 신생 브랜드들은 마케팅비에 투자할 여유가 없기 때문에 가맹점 모집에서 최소의 투자로 최대 효율을 얻고 싶어한다.

◆영업대행사가 성장의 신일까

매출이 높은 스타 직영점을 갖고 있는 신생브랜드에는 영업대행 회사들이 부나방처럼 달려든다. 영업 대행사들은 본인들이 영업해서 성공한 레퍼런스를 제시하며 당신도 우리와 함께하면 그들처럼 될 수 있다고 유혹한다. 그런데 모든 영업대행사가 시스템과 역량을 가진 것은 아니다.

필자가 알고 있는 A사는 사업 모델이 우수하고 직영점은 물론 가맹점 매출도 나쁘지 않은 신생 브랜드다. 그 브랜드는 업계의 유명한 영업 대행사와 손을 잡았는데 1년이 지나도록 가맹점은 2~3개 늘어나는데 그쳤다. 그 정도면 자연증가율에도 못미치는 수준이다. 우수한 영업대행 회사가 특정 브랜드를 성공시키는 것은 아니라는 사실은 그들이 보육하는 브랜드의 성적표를 보면 더 극명하게 알 수 있다. 아무리 가맹모집 선수들이 붙어도 클 놈만 크고 나머지는 성적이 평균 수준이거나 평균 이하다.

◆마케팅없이 급성장하는 브랜드의 한가지 특징

그렇다면 광고나 홍보를 거의 또는 전혀 하지 않고 급성장하는 가맹본부의 비결은 무엇일까? 현장에서 가맹점 사업자나 예비창업자를 만나 보면 광고 홍보없이 급성장하는 신생 브랜드는 딱 한 가지 특징이 있다. 바로 가맹 사업초기 가맹점들이 대박 매장이라는 것이다. 그 결과 만족한 가맹점주의 입소문으로 신규 가맹점이 늘어난다.

최근 동양솥밥이라는 자체 브랜드로 가맹사업을 시작한 이민규 대표는 왕년에 잘나가는 브랜드의 가맹점주였다. 그가 운영했던 첫 매장은 '육쌈냉면' 가맹점이었다. 2012년 육쌈냉면이 최고 전성기를 누리는 시절에 매장을 창업했는데 문을 열자마자 30평대 매장에서 월 1억8000만원의 매출을 올렸다. 그는 홍대개미 가맹점도 운영했는데 홍대개미 역시 비슷한 평수에서 월 1억원대 매출을 올렸다. 그가 지금도 운영하고 있는 백종원 브랜드 롤링파스타도 1억원대에 가까운 매출을 올리고 있다.

◆일매출 10만원이 200만원대로! 무엇이 중요한가

최근에 필자가 코칭을 했던 한 매장은 하루 매출 10만원이 채 안 됐다. 하지만 신메뉴를 개발하고, 매달 10만원~20만원 정도의 마케팅비를 지출하고, 배달을 강화하고, 브랜드 이미지를 만들어 나가면서 8개월 만에 좌석 16개 매장에서 하루 200만원대 매출을 올리게 됐다.

이런 다양한 사례를 참조할 때 신생 브랜드 가맹 본사 사장이 끊임없이 물어야 할 질문이 바로 이것이다. 무엇이 중요한가? 대답은 가맹점의 수익성이다. 어떻게 홍보하면 가맹점을 빨리 늘릴 수 있는지 묻지 말고 어떻게 하면 가맹점 수익성을 높일 수 있는지를 물어야 한다.
그러자면 우리 사업의 핵심 성공 요인을 명확하게 알고 있어야 한다. 명확하게 알면 상대에게 구체적으로 코칭해줄 수 있다.

현장에서 독립매장을 컨설팅해 보면 매출이 낮은 매장의 매출을 높일 방법이 반드시 있다. 반면 프랜차이즈 가맹점들은 매출이 낮아도 매출 향상 방법을 코칭해 줄 수가 없다. 가맹 본사가 만들어 놓은 틀 속에 갇혀 있기 때문에 컨설턴트가 자유롭게 매출 증대 방법을 제안할 수 없는 것이다.

◆답은 정해져 있다.

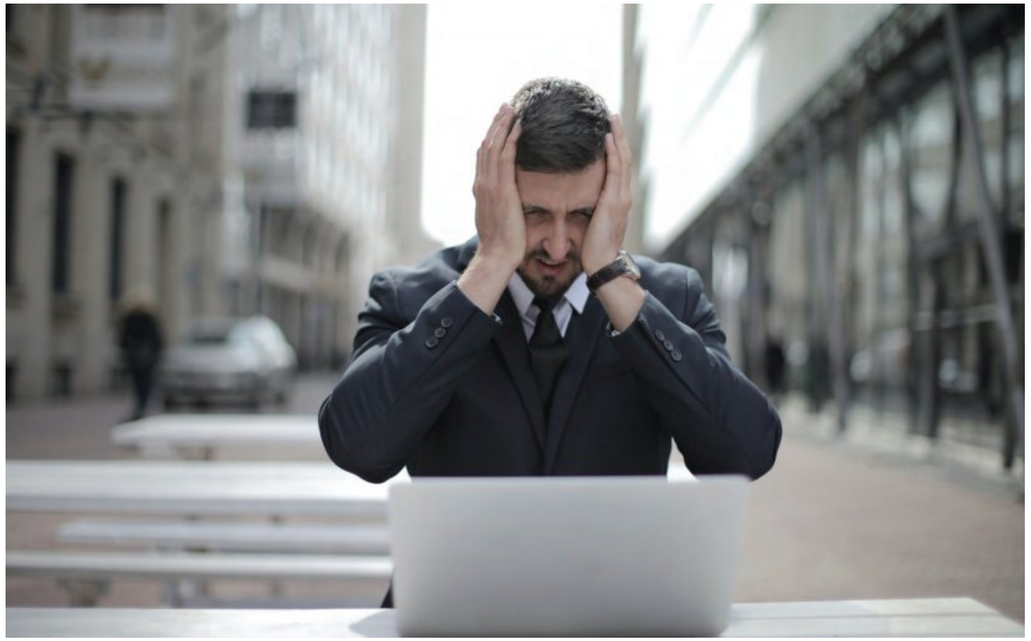
그렇다면 답은 번하다. 가맹 본사가 가맹점 매출을 향상시키는 방법을 개발해야 한다. 매출이 더 잘 나올 수 있는 상권으로 출점시키거나 매출을 높이는데 필수적인 마케팅 방법을 개발해서 코칭하거나 객단가나 소비회전을 높일 수 있는 신제품을 개발하거나 계절에 따른 매출 차이를 극복할 수 있는 시즌제품을 개발하거나 소비자들이 매력을 느낄 수 있는 디자인을 창조하는 등 방법은 다양하다.

가맹본사들은 이구동성으로 가맹점 사업자의 능력이 가맹점의 매출 차이를 만든다고 말한다. 가맹 본사들의 말이 틀린 것은 아니다. 하지만 자질에 따라서 매출 편차가 달라진다면 어떻게 하면 그 편차를 줄일 수 있는 시스템을 만들 것인가 그리고 가맹점의 소극적인 태도를 개선하는 방법이 무엇인지 끊임없이 고민해야 한다. 그렇지 않다면 사업을 잘 할 수 있는 가맹점주만 선발해서 개설을 허락해야 한다. 신생 브랜드가 광고나 홍보없이 급성장하고 싶다면 가맹점의 매출을 높이고 성공시키는 핵심 성공 요인을 고민하고 연구해야 한다.KFN

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



Korea Franchise Association **Column** ● 칼럼

지원은 커녕 규제대상으로 보는 한국 프랜차이즈산업!

WRITE | **장재남**

프랜차이즈는 수많은 논문이나 연구 및 조사 보고서에서도 인정했듯이, 그리고 맥도날드 등 세계적으로 성공한 기업들의 사례를 보듯이 세계 경제 속에서 빠르게 성장하고 있는 비즈니스 방법이다.
1970년대 도입된 이후 국내 프랜차이즈산업은 외식업, 소매업, 서비스업 등 광범위한 영역으로 확산되고 있으며, 매년 가맹본부, 브랜드, 가맹점 수 또한 지속적으로 증가하고 있다.

연도별 가맹본부·브랜드·가맹점 수 및 증감률

구 분	2019		2020		2021		2022		2023	
	개 수	증감률	개 수	증감률	개 수	증감률	개 수	증감률	개 수	증감률
가맹본부	5,175	6.0%	5,602	8.3%	7,342	31.1%	8,183	11.5%	8,759	7.0%
브랜드	6,353	5.0%	7,094	11.7%	11,218	58.1%	11,844	5.6%	12,429	4.9%
가맹점	258,889	1.9%	270,485	4.5%	335,298	24.0%	352,886	5.2%	-	-

(자료원 : 공정거래위원회, 2024)

한국 프랜차이즈산업은 지금까지도 혁신적인 사업아이템 발굴, 경쟁력 있는 스타트기업 육성, 수많은 일자리 창출, 지역경제 활성화, 자영업자의 경쟁력 강화, 수출증대와 국가이미지 제고 등 국가경제에 매우 큰 영향을 미치고 있다. 하지만 인정은커녕 외면을 넘어 부정적 인식을 바탕으로 규제의 대상으로만 평가받고 있다.

어떤 산업이든 부작용이 없는 성장은 불가능하다. 하지만 일부 부작용이 있다고 해서 국가 경제는 물론이고 사회전반에 미치는 긍정적인 효과가 매우 큰 산업을 지원은 외면한 채 규제의 대상으로만 보고 법과 규제로만 관리하는 것이 과연 바람직한 것인가?

그렇다면 어떻게 해야 할까? 지금까지 한 것처럼 가맹사업법 개정이 있을 때마다 항의 시위하고 그저 알아주지 않는다고 푸념하고 사업을 할 것인가 말 것인가를 고민해야 할 것인가?

사실 정치권과 정부의 인식과 태도가 법 개정과 규제 중심이라는 것을 알고 있고 변하지 않을 것이라는 것도 인식하면서도 프랜차이즈기업, 관련 학회, 전문가 등이 프랜차이즈산업이 국가경제에 미치는 효과에 대하여 객관적인 조사와 연구자료를 바탕으로 국회와 정부와 언론을 대상으로 설득하는 노력을 등한시 하였다. 문제를 일으킨 가맹본부들에 대한 산업차원에서의 제재나 자정 노력 또한 부족했다.

프랜차이즈산업 관련 법 개정 현황

구분	제정연도	개정 년도
가맹사업법	2002	2004, 2007, 2010, 2012(2회), 2013, 2016(2회), 2017(2회), 2018(5회), 2021(2회), 2022(1회), 2023년(2회), 2024년(1회) 등 총 21회
가맹사업진흥법	2008	2014, 2016, 2018, 2021 등 총 4회

일부 가맹본부의 문제에서 시작된 여러 번의 가맹사업법 개정을 통해 가맹본부와 가맹점사업자의 불공정한 거래를 개선하고 가맹본부와의 공정한 거래질서 확립과 대등한 지위를 확보하는데 기여한 것은 분명하다. 그러나 가맹점사업자의 권익보호 측면에서 개정을 하다 보니 상대적으로 영세한 브랜드들이 대부분인 가맹본부들에게는 지나친 규제로 인식되어 사업의 위축과 사기저하를 가져오는 원인을 제공하고 있는 것 또한 사실이다.

가맹점사업자를 보호하기 위한 법 개정에는 여야는 물론이고 정부 등이 앞다퉈 나서는데 프랜차이즈산업을 지원하기 위한 진흥법의 개정은 누구도 관심이 없다. 일부 가맹본부로 인한 문제는 앞으로도 발생할 수밖에 없기 때문에 문제를 법 개정으로만 해결하려고 하는 정치권과 정부 등의 인식과 태도는 변하지 않을 것이다.

> *가맹점사업자의 권익보호 측면에서 개정을 하다 보니 상대적으로 영세한 브랜드들이 대부분인 가맹본부들에게는 지나친 규제로 인식되어 사업의 위축과 사기저하를 가져오는 원인을 제공하고 있는 것 또한 사실이다.*

이제부터라도 시작해야 한다. 프랜차이즈산업이 국가경제 발전에 얼마나 중요한지를 말이 아니라 체계적이고 지속적인 조사와 연구를 통해 확보한 자료를 바탕으로 일부 가맹본부가 문제는 있지만 프랜차이즈산업은 적극 지원하고 경쟁력 있는 프랜차이즈기업을 적극 육성해야 한다는 인식과 태도를 가질 때까지 설득하는 노력을 해야 한다. KFN

장재남
프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

반사회질서 법률행위 VS 강행법규

WRITE | 안철현

도박에서 진 사람이 이긴 사람에게 돈을 안줘도 될까. 현실에선 안줬다가는 이런저런 협박을 받을 수는 있지만 법률적으로는 안줘도 된다. 유흥주점의 성매매 여성종업원에게 사채업자가 선급금을 줬다가 돌려달라고 할 수 있을까. 역시 현실에선 준 사람은 협박을 해서라도 받으려고 하겠지만 법률적으로는 선급금을 받은 사람은 돌려줄 필요가 없다..

우리 민법은 반사회질서의 법률행위는 무효라고 본다.

위에서 본 도박계약이 반사회질서의 법률행위라는 것이다. 따라서 도박계약은 반사회질서의 법률행위로 무효이니 민법상으로는 도박해서 진 사람은 이긴 사람에게 돈을 줄 필요가 없다는 결론에 도달한다.

그렇다면 진 사람이 이긴 사람에게 이미 돈을 지급한 경우에는 도박계약이 무효이니 돌려달라고 할 수 있을까. 그게 가능하다면 뭔가 좀 이상하지 않은가? 만약 돌려달라고 할 수 있다면 그것은 스스로 법률의 이상에 반하는 행위를 하고, 이를 이유로 법률의 보호를 받으려는 자를 그가 원하는 대로 보호해 주는 꼴이 된다.

법률은 한편에서는 사회적 타당성이 없는 행위를 한 자가 그 실현을 바랄 때에 이에 협력할 것을 거절하고, 다른 한편으로는 사회적 타당성이 없는 행위의 결과를 복구하려고 꾀하는 자에 대하여서도 협력을 거절하려고 한다.

민법 제103조에서는 '선량한 풍속 기타 사회질서에 위반한 사항을 내용으로 하는 법률행위는 무효로 한다'고 규정하고 있다. 민법 제746조에서는 '불법의 원인으로 인하여 재산을 급여하거나 노무를 제공한 때(법률용어로는 이를 '불법원인급여'라고 한다)에는 그 이익의 반환을 청구하지 못한다'고 규정해 이를 천명하고 있다.

모 신용협동조합이 유흥주점에서 성매매를 하는 여성종업원 김모 씨에게 선급금 형식으로 준다는 사실을 알고 고용주의 보증으로 연 36% 이자율에 선급금 600만원을 대출해 주었다. 그런데 김모 씨가 이를 갚지 않았다.

이 사례에서 법원은 "영리를 목적으로 윤락행위를 하도록 권유하거나 알선 또는 강요나 협력하는 것은 사회질서에 위반되기 때문에 윤락행위를 하는 자에 대해 갖는 채권은 계약의 형식에 관계없이 무효라고 봐야 한다"고 판시했다. 조합이 김모 씨에게 선급금을 돌려달라고 할 수 없다는 결론을 내린 것이다.

이와 함께 살펴봐야 하는 것이 있다. 위 법률과 강행법규를 위반한 경우를 혼동하지 말아야 한다. 위에서 본 바와 같이 선량한 풍속 기타 사회질서에 위반한 사항을 원인으로 한 것은 그 반환을 청구할 수 없지만 단순히 강행법규에 위반했다고 해서 그 반환을 청구할 없는 것이 아니다. 강행법규는 주로 국가의 정책적 입장에서 정해지는 것이지 시대의 윤리사상에 바탕을 두는 것이 아니기 때문이다. 법률전문가가 아닌 사람이 이것을 구별하거나 이해하기는 사실상 쉽지는 않다.

예를 들면 소위 환치기에 해당하는 해외송금행위는 외국환관리법에 의한 외환거래 제한규정을 잠탈하기 위한 것으로서 외국환관리법에 위반된다. 그러나 소위 환치기의 방법으로 해외송금을 의뢰하면서 지급한 위탁금은 불법원인급여에 해당하지 않아 반환을 청구할 수 있다.

왜냐하면 그와 같은 외국환관리법상의 제한규정은 원래 자유로이 할 수 있어야 할 대외 거래를 국민경제의 발전을 도모하기 위하여 과도적으로 제한하는 규정들로서 그 제한규정에 저촉되는 행위라 할지라도 그 행위의 사법상 효력에는 아무런 영향이 없다.

우리나라의 판례 역시 소위 환치기의 방법으로 해외 송금하는 것은 외국환관리법에 위반되어 그 위탁금은 무효의 행위에 의하여 지급된 것이지만 그 행위가 불법원인급여에서 말하는 선량한 풍속 기타 사회질서에 위반되는 불법이라고 할 수 없어 부당이득이나 해제에 따른 원상회복으로 그 반환을 구할 수 있다고 보았다.

가끔 이런 반사회질서행위나 불법원인급여와 같은 사례를 접하고 잘못 알고 법률행위에 나아가는 경우를 종종 본다. 이럴 때 위에서 살펴본 정확한 법리를 잊어버렸다고 하더라도 "옛날에 이런 비슷한 걸 어디서 봤는데?" 하면서 다시 한 번 찾아볼 수 있는 정도만이라도 되기를 희망한다..KFA

안철현
법무법인 로투스 대표변호사
2016년 - 송파경찰서 경찰발전위원회 위원
2016년 - 강남구청 인사위원회 위원
현/법률소비자연맹 집행위원
현/(주)소리바다 감사
현/경희대총동문회 감사
현/사단법인 민주정치아카데미 상임이사
T : 02-3478-6011 /
E : bebopmonk@hanmail.net

Korea Franchise Association **Column** ● 칼럼

프랜차이즈 개인 명의로 2개 브랜드 하면 좋은 이유 3가지

WRITE | **최인용**

사업을 시작할 때는 개인사업자부터 시작하는 것이 유리하다. 개인사업으로 하는 것이 법인으로 하는 것보다 세 가지 유리한 이유가 있다. 개인 소상공인으로서의 지원을 받을 수 있고, 영업권 평가 법인전환과 상표권 양도시의 두 가지 절세 방법을 놓칠 수 있기 때문이다.

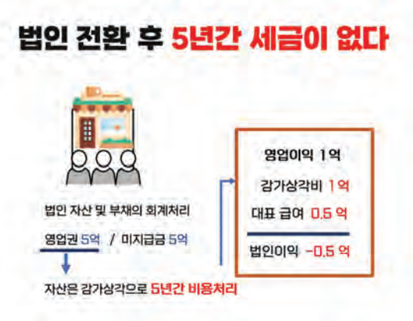
첫번째는 소상공인 창업지원을 받을 수 있다.

프랜차이즈화를 준비하고 있는 가게를 1년 이상 운영하면 중소벤처기업부 소관 하에 소상공인시장진흥공단에서 진행하는 프랜차이즈 지원 사업을 받을 수 있다. 이를 통해 브랜드 디자인 제작, 시스템 구축, 온라인 시스템 구축 및 지식재산권의 보호 지원제도를 받을 수 있다.

두번째는 영업권 평가를 통한 법인전환을 할 수 있다.

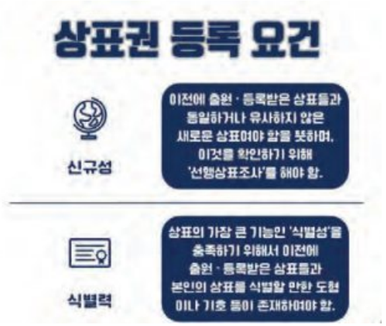
개인사업자가 운영하는 매장을 법인으로 전환하며 영업권 평가를 할 수 있기 때문이다. 영업권 평가를 통한 법인 전환은 개인에서 법인으로 포괄 양수도를 하면서 가능하므로 개인사업으로 시작해야 법인으로 전환하는 것이 가능하다.

영업권은 영업이익이 높을 경우에 더 크게 나타난다. 높아진 영업권은 법인으로 전환하며 자산으로 처리가 된다. 영업권을 법인전환 후 감가상각으로 비용처리하게 되면 같은 영업이익 하에서는 5년간 세금부담이 없이 가능하다.



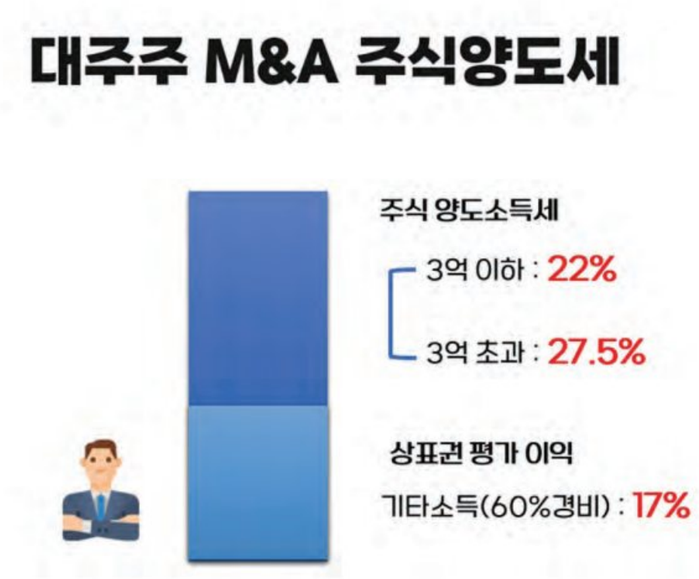
세번째는 사업을 하면서 상표권의 등록을 개인이 가져 올 수 있다.

법인으로 시작하면 개인 명의로 상표권을 가지고 올 수 없고, 법인 명의로 상표권 등록을 해야 한다.



상표권을 가지고 있으면 어떤 이익을 얻을까? 상표권으로는 상표권 사용에 대한 사용료 소득을 얻을 수 있다. 그리고 상표권을 차후 법인에 양도하여 상표권 처분에 대한 이익을 얻을 수 있다 이 또한 기타소득으로 보아 필요 경비를 60% 인정받을 수 있다

상표권은 회사 M&A시까지 가지고 있으면 주식양도 소득세(27.5%)보다 훨씬 더 낮은 세율(약 17.6%)로 절세할 수 있다.KFN



Column
세무

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

Korea Franchise Association **Column** ● 칼럼

고용보험 정부 지원금 활용하기

WRITE | **이금구**

1. 청년일자리 도약 장려금

기업은 청년(만 15~34세) 채용을 확대하고, 취업에 애로를 겪는 청년의 취업을 촉진하여 청년고용 활성화를 목적으로 장려금을 지원하는 사업

○ **사업 내용:** 5인 이상 우선지원 대상기업에 취업애로 청년을 정규직으로 채용하고 6개월 이상 고용유지 시 최장 2년간 1200만원 지원
○ **지원대상:** 상시 5인 이상인 우선지원 기업 사업주
- 5인 이상은 사업참여 신청 직전 월부터 이전 1년간 평균 고용보험 피보험자수 기준. 단, 지식서비스, 문화콘텐츠, 신재생에너지 산업, 청년창업기업, 미래유망기업, 지역 주력산업, 고용위기 지역 소재 기업, 특별고용지원 업종은 1인 이상도 가능

○ **청년애로취업:** 만 15세~34세의 4개월 이상 실업상태, 고졸이하 학력, 국민취업지원제도 참여 및 청년도전지원사업 수료자, 자립지원필요 청년, 대량고용변동 신고 사업장 이직 청년, 최종학교 졸업 후 고용보험 가입기간 1년 미만인 청년 등
○ **지원내용:** 신규 채용 청년 1인당 월 최대 60만원씩 1년간 지원, 2년 근속시 480만원 일시지급(2년간 최대 1200만원)
○ **지원조건:** 정규직으로 채용 후 6개월 이상 고용유지, 주 30시간 이상 근로 및 최저임금 이상 지급, 고용보험 가입, 매출액 일정수준 이상 등

2. 일자리 채움 청년지원금

빈일자리 업종(제조업, 음식점업, 농업, 해운업, 수산업 등) 종소기업의 채용을 촉진하고, 취업청년의 임금격차를 완화하여 일자리 미스매치 해소에 기여

○ **사업내용:** 2023.10.1~2024.9.30 기간 중 제조업 중소기업에 정규직으로 취업하여 고용보험에 가입한 청년에게 3~6개월 최대 200만원 지원
○ **지원대상:** 만15~34세 제조업(지원대상 중소기업 목록은 고용24에서 확인 가능) 중소기업에 취업한 청년
○ **지원내용:** 취업 후 3개월차 100만원, 6개월차 100만원 지원(최대 200만원 지원)
○ **지원조건:** 제조업 중소기업에 정규직으로 3개월 이상 근속, 고용보험 가입, 주 30시간 이상 근로
○ **지원방식:** 청년 근로자의 참여신청에 따라 선착순 접수
○ **신청절차:** 『고용24』에서 청년 근로자가 직접 참여 신청 - 사업장 소재 내 운영기관 지정

3. 청년도전지원 사업

구직단념청년 등을 발굴하고 구직의욕 고취 및 자신감 강화를 위한 맞춤형 프로그램(도전, 도전+) 제공하여 노동시장 참여 및 취업 촉진 지원

○ **사업내용:** 구직단념청년 등 발굴 및 모집 → 사회활동 참여의욕 고취를 위한 맞춤형 프로그램 제공 및 이수 → (이수시) 국민취업제도, 직업훈련 등(취업시) 고용촉진장려금, 청년일자리도약장려금 등 연계 지원
○ **지원대상:** 구직단년청년(자립준비청년, 청소년복지시설 입·퇴소 청년 등), 운영기관(지방자치단체)
○ **지원규모:** 구직단년청년 등 9000명
○ **지원내용:**

구분		도전+지원 프로그램
지원내용	참여수당: 이수 시 50만원	참여수당: 250만원(월 50만원X5회)
		인센티브: 이수 시 20~50만원, 취업인센티브 50만원
	프로그램사업비: 80만원	프로그램 사업비: 400만원(월 80만원X5회)
		인센티브: 이수 시 10~25만원, 취업 등 성과 연계시 10~25만원

4. 고령자 계속고용장려금

중소·중견기업의 근로자가 정년 이후에도 주된 일자리에서 계속 일할 수 있도록 정년 도달 근로자에 대한 고용연장을 위한 제도

○ **지원대상:** 우선지원기업 및 중견기업, 사회적기업
○ **지원요건:** 사업주에게는 정년을 1년 이상 운영하고, 취업규칙 또는 단체협약 등(정년연장-1년 이상, 정년폐지, 정년을 유지하되 정년에 도달한 자를 계속고용 또는 6개월 이내 재고용하고 1년 이상의 근로계약을 체결할 것. 근로자는 계속고용제도 시행일부터 5년 이내에 종전의 정년에 도달한 근로자(단, 사업주의 배우자·직계 존·비속, 외국인-거주, 영주, 결혼이민자는 지원), 월평균 보수가 115만원 미만, 당해 사업장에서 정년까지의 피보험기간 2년 미만 근로자는 지원대상에서 제외)에 계속고용제도를 도입한 사업주
○ **지원내용:** 정년 이후 계속 고용한 근로자 1인당 분기별 90만원 최대 3년간 지원(피보험자의 30%, 최대 30명 한도)KFN

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

4월 23일 상생파트너위원회 제1회 파트너스데이

협회 분과위원회, 봄 맞아 본격적 활동 재개 "회원사 소통 강화"

한국프랜차이즈산업협회 산하 분과위원회들이 본격적 활동에 나서며 올해 회원사들 간의 단결과 소통 강화에 기여하고 있다.

상생파트너위원회(위원장 최인용)는 4월 23일 '파트너스데이'를 성황리에 개최했다. 파트너스데이는 협회 정회원사와 파트너협력사가 만나 교류하고, 본사는 필요한 물품과 제품에 대한 정보를 얻고 파트너사는 본사에 사업을 알릴 수 있도록 처음으로 개최된 행사다. 이번 행사는 소프트웨어, 플랫폼, 로봇 업종에서, 11개 파트너스와 8개 가맹본부가 참여했다. 상생파트너위원회는 앞으로 매월 파트너스데이를 통해 정회원과 파트너회원과의 교류를 활성화한다는 계획이다.

산악회(회장 정민섭)는 3월 17일 충남 홍성 용봉산에서 '2024년 산악대회 및 시산제'를 개최했다. 이번 시산제는 특히 부울경지회 회원사들이 대거 참여하는 연합시산제 형태로 열려 회원사 간의 결속을 더욱 강화했다. 이어 4월 20일에는 도봉산 망월사 포대능선을 따라 가는 등반대회를 열고 심신을 단련하는 시간을 가졌다.

지난해 말 출범한 가금류분과위원회(위원장 나명석)는 3월 27일, 4월 25일 골프 월례회를 가졌다. 또, 배달앱 수수료 문제 대응을 위해 협회 사무국과 법무법인 율촌을 찾아 법적 자문을 받고 대응방안을 논의했다.

청년강소회(회장 이영채)는 3월 14일 하남시 신년회에 이어, 인천시 아이푸드파크에서 4월 9일 첫 월례모임을 개최했다. 여성회(회장 임미숙)는 3월 26일 고메스퀘어 미사점에서 정기모임을 가졌고, 우정회(회장 김태환)도 4월 4일 두 번째 라운딩을 성황리에 마쳤다. 박람회위원회(위원장 김성윤)도 3월 21~23일 제56회 IFS 프랜차이즈 창업 산업 박람회가 역대 최대 규모로 성대하게 열리는 데에 기여했다.

출범 예정인 분과위원회들도 준비를 진행 중이다. 황규연 ㈜맥스원이링크 대표(셀렉토커피)를 위원장으로 푸드테크분과위원회 설립이 추진 중이며, 김인규 ㈜다비치안경체인 대표(다비치안경)은 코로나19 확산 이후 중단된 봉사위원회 활동 재개를 준비 하고 있다. 참여를 희망하는 회원사는 협회 사무국(02-3471-8135~8)로 연락하면 된다.KFN

제43기 연세대 프랜차이즈 최고경영자(FCEO) 과정 입학식 개최

3월 13일 연세대 상남경영원에서 제43기 연세대학교 프랜차이즈 CEO 교육과정(이하 연대 FCEO 과정, 총동문회장 박효순) 입학식이 성대하게 개최됐다.

이날 입학식에는 53명의 신입 원우들과 함께 박용석 연세대 상남경영원장, 박창희 주임교수, 박효순 총동문회장, 강석우 협회 상근부회장을 비롯해 총 70여명이 참석했다.

강 부회장은 축사를 통해 "국내 프랜차이즈 산업의 해외진출 활성화를 위해 우리 협회가 정부와 협조하여 많은 지원정책을 추진 중"이라고 하면서, "최근 가맹사업 규제 강화에도 적극 대응 중이며, 동문 여러분들의 적극적인 관심과 성원을 부탁드린다"고 말했다.

제43기 과정은 3월 13일부터 6월 26일까지 연세대 상남경영원에서 진행된다. 매주 수요일 3시간씩 진행되며, 수료생에게는 연세대학교 총장명의 수료증과 연세대학교

상남경영원장 상패, 원우 추천시 수강료 할인과 협회 공식 CEO 과정인 KFCEO 과정 수강료 할인 등 다양한 혜택이 제공된다.

한국프랜차이즈協, 농식품부 간담회에서 업계 건의 전달

외식업계의 소비자가격 인상이 확산되면서 정부가 물가안정에 총력을 다하는 가운데, 한국프랜차이즈산업협회가 농식품부 업계 간담회에 참여해 업계의 애로를 전하고 건의사항을 전달했다.

3월 20일 농식품부는 지난해 6월 소비자 가격 인하로 큰 화제를 모았던 피자알볼로 목동본점에서 업계 간담회를 열었다. 이날 간담회에는 송미령 농식품부 장관과 양주필 식품산업정책관, 이재욱 피자알볼로 대표, 박효순 협회 수석부회장 등 민관 관계자들이 모여 물가안정 의지를 다졌다.

박효순 수석부회장은 업계 경영애로와 물가안정 노력을 전하고, ▲인력난 해소를 위한 외국인 고용허가제 시범사업 안착 및 업종확대 ▲배달앱 수수료 부담 완화를 위한 정부 중재 노력을 당부했다.

협회는 5월 3일 식품산업협회에서 열린 물가안정 간담회에서 재차 업계 애로를 전달했다. 한훈 농식품부 차관, 강

석우 협회 상근부회장, 외식업계 10여개사 등이 참여한 이번 간담회에서 강 부회장은 최근 잇따르고 있는 소비자 가격 인상에 대해 업계 애로를 전하고, 배달앱 수수료 문제의 심각성을 재차 강조하며 정부의 역할을 당부했다.

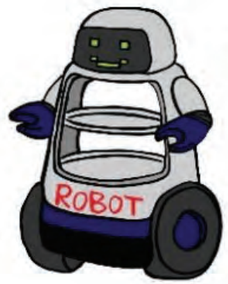
- 공식딜러 -

식당 재활용 고가 매입 / 저가판매

주)우리주방·그릇

한국 프렌차이즈 산업협회 정회원

서빙 로봇, 초음파 세척기, 돌솥밥 기기(전기)



인건비 팍~! 절감되는
서. 빙. 로. 봇
선택 아닌 필수!

숯불 로스타 / 의자 / 탁자
냉장고 / 육절기 / 후드공사
씽크대 / 작업대 / 인덕션

대표 : 051-864-0026 창원 : 055-255-0026
공장 : 051-852-2070 FAX : 051-862-7656

주소 : 부산 연제구 거제대로 114

상담문의 | 010-4789-0466

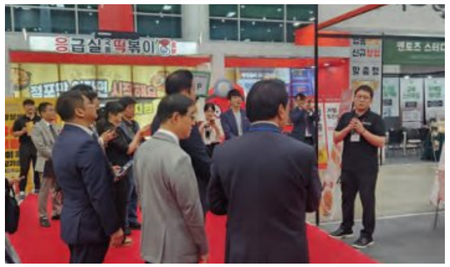
대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

2024년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회(지회장 김병철)가 주최·주관하는 '2024 KFA 프랜차이즈창업박람회 대구'가 2024년 5월 09일(목)~11일(토) 대구 엑스코 서관 2홀에서 열렸다.

개최되는 박람회를 위해서 지난 8월부터 홍보를 시작했으며, 2023년 5월 지난해 박람회에서 참가업체들의 만족도가 높았던 만큼 2024년 박람회에서는 최신 창업 트렌드와 다양한 창업 아이템을 한 자리에서 만나볼 수 있는 자리로 진행됐다.

2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구 참가문의 053-626-766



2024년 상·하반기 교육 예정

2024년 교육은 2차례 계획을 두고 있다. 외식프랜차이즈에 특화된 교육을 제공할 예정이다. 6월에서 7월에 계획된 상반기 교육에서는 소상공인의 프랜차이즈 디딤돌이 되어줄 외식프랜차이즈 기본과정을 진행할 예정이다.

10월에서 11월에 있을 하반기 교육에서는 외식프랜차이즈 스킬업 과정을 진행할 예정이다. 교육 안내는 홈페이지를 통해 확인이 가능하다. 많은 관심과 참여 부탁드린다.

2024년 KFA 교육참가 참가문의 053-626-7664

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

현판식 및 3,4월 정기월례회

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 KFA부울경지회)는 2024년 3월 19일(화) 부산벤처타워 내 새 사무실에서 'KFA부울경지회 현판식 및 3월 정기월례회'를 개최했다.

이번 현판식에는 KFA 정현식 협회장과 감사 및 위원장, 각 지회장들과 임원들, KFA부울경지회 임원 및 회원사들 100여명이 참석한 가운데 진행됐다. 아울러 매월 프랜차이즈산업 이슈 및 현안보고, 논의를 위해 개최하는 정기월례회도 동시 개최됐다. '음식점업 고용허가제' 설명회 및 각 분과 정기 보고, 정부지원 사업 안내 등 정보를 전달하고 회원사 간 소통의 장을 마련했다.

KFA 부울경지회 오몽석 회장은 "협회가 이렇게 성장해 온 건 매순간 역경을 포기하지 않고 모두 함께 이겨냈기 때문이다. 항상 협회는 우리 회원사들의 권익보호 및 지역경제와 프랜차이즈 산업 발전을 위하여 노력할 것이며, 우리의 슬로건 '참여가 봉사다' 동력을 가지고 부울경지회를 끝까지 더 높이 성장시키겠다"고 말했다

▲ 부울경지회 현판식 및 3월 정기월례회

제6기 사관학교 입학식

3월 14일(목)에는 부산 프랜차이즈 사관학교 6기 입학식이 부산벤처타워 KFA부울경지회 강의실에서 열렸다. 6기 프랜차이즈 사관학교는 5월 30일까지 매주 목요일 총 12주에 걸쳐 진행된다. △혁신 소상공을 위한 성장전략 △프랜차이즈 사업화 전략 △프랜차이즈 시스템 구축전략 △히트 사업을 위한 마케팅 노하우 △가맹법 대응 전략 등 체계적인 수업이 마련돼 있다.

서울 경기 및 부산지역의 성공한 CEO와 경영진, 전문가들이 강사로 참여하며 이론과 현장의 살아있는 비법과 전략을 제공하여 부산 지역 소상공인들의 경영 역량을 강화할 계획이다.

▲ 제6기 사관학교 입학식

부산시 소상공인 지원정책 간담회

3월 14일(화) KFA부울경지회 사무실에서 부산시 경제정책과 경제기획팀 송정숙 팀장과 소상공인지원과 공정거래지원팀 민경연 팀장 및 관련부서 주무관들과 오몽석 회장을 비롯한 지회 임원진이 참석해 소상공인 지원정책에 관련한 간담회를 개최했다. 소상공인들에게 실질적으로 도움이 되는 정책을 수립하기 위해 영세 소상공인들의 재기 및 성장 소상공인들의 기업화 등 다양한 의견 공유와 기획할 수 있을 아이디어 제안들로 부산시와 소통하고 긴밀하게 협의하는 등 많은 의견을 나누었다.

▲ 부산시와의 소상공인 지원정책 간담회

2024년 부울경지회 춘계등산대회 및 본회 합동 시산제

3월 17일(일), 충청남도 용봉산에서 부울경지회 춘계 등산대회 및 본회와 함께 합동 시산제를 진행했다. 이른 새벽 충청남도로 출발해 산행 후 늦은 밤 부산에 도착한 등산회 회원들은 "오를 때는 힘들었지만 한발씩 내딛어 정상에 오르니 정말 뜻깊었다", "새로운 무언인가 생긴 좋은 산행이었다", "등산이 너무 힘들었지만 모두의 도움으로 완주할 수 있어서 감사했고 체력증진하겠다", "시산제의 좋은 기운으로 2024년 올해 있을 산행이 아무 사고없이 무탈하길 바란다" 등 즐거웠던 산행의 사진과 소감을 쏟아냈다.

▲ 2024년 KFA부울경지회 3월 춘계등산대회 및 본 회 합동 시산제

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

2024 IFS 프랜차이즈 창업박람회(상반기) 참가

3월 21일(목)~3월23일(토), 한국프랜차이즈산업협회에서 주최하고 리드엑스비션스코리아와 코엑스에서 주관하는 '2024 IFS 프랜차이즈창업박람회(상반기)'가 코엑스 C,D홀에서 개최돼 개막식에 부산울산경남지회에서 오몽석회장을 비롯한 임원진이 참석했다.

이번 박람회에 참가한 부울경지회의 브랜드는 △아몽즈커피, △돈오락쪽갈비, △미진축산, △꾸브라꼬숯불두마리치킨, △정직유부, △호맥, △텐퍼센트커피, △바다해찬 등이다. 전시 3일 동안 많은 예비창업자들과 만나고 브랜드 홍보에 박차를 가하였다.

▲ 2024 IFS 프랜차이즈 창업박람회 상반기

고용노동부 부산북부지청 기초노동질서 간담회

4월 16일(화) KFA부울경지회 사무실에서 오몽석 회장과 부울경지회 임원단이 참석한 가운데 고용노동부 부산북부지청 민광제지청장과 함께 기초노동질서에 관련한 간담회가 개최됐다.

3월 현장점검의 실태에 대해서 공유하고 외에도 기업의 인력채용에 대한 이슈, 현장의 구인난, 실업급여제도 등 개선방안과 실질적으로 도움이 되는 정책을 수립하기 위해 다양한 의견을 공유했다. 또 요즘 화두가 되고 있는 중대재해처벌법에 대해서도 의견을 나누었다. 프랜차이즈협회는 소상공인과 상생 성장하기 위하여 지금과 같은 간담회를 통해 현 산업의 상황을 전하고 좋은 방향을 찾기 위해 많은 고민을 하고 있다.

▲ 고용노동부 부산북부지청 기초노동질서 간담회

KFA부울경지회 3,4월 정기봉사활동

부울경지회는 모라종합사회복지관과 2023년 2월에 MOU를 맺고 매월 세번째 목요일 아침 회원사들과 함께 경로식당에서 어르신들의 식사 배식보조, 잔반처리, 청소 등을 도우며 정기적으로 봉사활동을 하고 있다.

3월 21일(목)에도 KFA부울경지회의 3월 정기봉사활동이 진행됐다. 많은 회원사들의 참여했으며 올해 신입회원사들도 참여하여 봉사활동을 진행했다. 어르신들의 식사 배식 전, 주방으로 쌀포대도 옮겨드리고 활기차기 봉사활동을 시작했다. 처음 온 회원사들도 적극적으로 주방팀으로 들어가고, 홀팀과 함께 호흡을 맞춰 일사불란하게 어르신들게 배식을 했다.

4월 18일(목)에는 4월 정기봉사활동이 진행됐다. 사회봉사분과 이욱기 위원장은 "봄이라서 한창 바쁜 시기임에도 불구하고 빠짐없이 봉사에 참여해 주셔서 감사하다. '참여가 봉사다'라는 우리의 슬로건과 같이 앞으로도 봉사에 함께 해주시면 좋겠다"라고 당부의 말을 전했다.

▲ 2024 4월 정기봉사활동

2024년 5월 ~ 6월 교육일정 안내

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

[재직자 무료교육] 불공정거래행위 분쟁관리			
기 간	5월 9일(목)10:00~17:00(6시간)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

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] 슈퍼바이저 지역점포마케팅			
기 간	5월16일(목)10:00~17:00(6시간)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

목 표 : 체계화된 지역점포마케팅의 이론과 실전스킬을 토대로 지역특성을 고려한 점포 맞춤형 마케팅 전략 수립 능력 함양

훈련내용 : 지역점포마케팅 전략수립 및 구축

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 관리(기초)			
기 간	5월23일(목)10:00~17:00(6시간)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

목 표 : 슈퍼바이저 소속 브랜드 특성을 파악하고, 기본적인 문의 대응과 매장활동을 지원할 수 있다.

훈련내용 : 프랜차이즈 매장관리, 매장경영 등

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 관리(심화)			
기 간	5월 24일(금)10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

목 표 : 가맹본부 슈퍼바이저의 가맹점 경영지도 훈련을 통한 매장 관리능력 함양

훈련내용 : 프랜차이즈 매장관리, 매장경영 등

[재직자 무료교육] 정보공개서 및 예상매출산정서 작성과 실주			
기 간	5월 30일(목) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 경영분야 업무수행(예정)자

목 표 : 프랜차이즈 가맹본부 재직자의 정보공개서 및 예상매출산정서 기초역량 함양

훈련내용 : 정보공개서 및 예상매출산정서의 개념과 작성법

[재직자 무료교육] 가맹계약의 이해			
기 간	6월 13일(목) 10시~17시(6시간)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

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] 슈퍼바이저 가맹점 CS			
기 간	6월 20일(목) 10:00~17:00	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

목 표 : 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저의 고객 응대 및 서비스 역량 향상

훈련내용 : 프랜차이즈 가맹점 고객관리 및 응대서비스

[재직자 무료교육] FC 빅데이터 상권분석(기초)			
기 간	6월 27일(목) 10시~17시(6시간)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

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

훈련내용 : 상권 및 입지분석 개념 및 프로세스, 상가건물임대차보호법, 상권 유형별 입지전략, 상권분석 데이터수집 및 프로그램 활용 기초 등

[재직자 무료교육] FC 빅데이터 상권분석(심화)			
기 간	6월 18일(목) 10시~17시(6시간)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 가맹본부 점포개발 업무수행(예정)자

목 표 : 가맹상권분석에 필요한 정부·공공·민간기관 상권분석프로그램 및 사이트를 활용하여 실제 상권분석데이터 수집 및 분석안을 도출하는 능력 함양

훈련내용 : 빅데이터 활용 상권 모델링, 상권입지 분석, 상권분석보고서 작성 등

2024.3.25~2024.4.23 신규회원 현황

구분	사업자대표	회사명	브랜드명	업태	가입일
정회원	이희남	(주)벨라골드	소아벨라	제조업, 도소매업(쥬얼리)	2024.03.25
	이상문	(주)에이티컴퍼니	탄탄면공방, 만평우동	외식업	2024.03.26.
	김영일	(주)테그글로벌	테그42, 샐러링	외식업	2024.03.28.
	김태현	(주)위벨롬먼트	1943, 인쌩맥주, 시선	외식업	2024.04.01
	이만재	(주)고반홀딩스	고반식당, 고반가든, 김치목, 몽롱주점	외식업	2024.04.03
	정희철	(주)동래정에프앤비	동래정 백탄직화	외식업	2024.04.23.
	윤태경	(주)더진코리아	진1926	외식업(양갈비)	2024.04.23.
파트너회원	윤금순	(주)상록호텔조리직업전문학교	상록수	서비스업(교육)	2024.03.27.
	주연태	위스키라이브러리	위스키라이브러리	도소매업(수입주류)	2024.03.29
	황용관 상무	(주)청림밀푸드	실크 카스텔라	제조업(식품)	2024.04.02
	황용관 상무	(주)동산아이에프에스	동산	외식업	2024.04.02
	고명식	세일즈인사이트(주)	Salesinsight CRM	서비스업(CRM솔루션)	2024.04.09
	유인식	(주)씨엔푸드	쿠킹데이	제조 및 도소매(수산, 축산 및 가공품)	2024.04.17
	김영삼 본부장	로지스올(주)	로지스올	임대업, 물류업	2024.04.18

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

가. 회원사는 사회적 책임을 다하고 가격 및 상품의 동질성을 앞세워 지역 간 소비자 후생의 격차를 해소하여 국민 후생 증대에 기여한다.
나. 회원사는 국민들의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.
다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔행사 등의 사회공헌활동에 적극 동참한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 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 일자리 상생 이다

한국프랜차이즈산업협회는

'착한 프랜차이즈' 운동을 선도합니다.

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

'K-프랜차이즈'의 우수성을 널리 알립니다.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

서울특별시 강서구 공항대로 61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101,102호
TEL 02-3471-8135~8 FAX 02-3471-8139 http://www.ikfa.or.kr

Members

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택 1

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다!

프랜차이즈 산업인의 권익 대변

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

혜택 2

성공 창업의 요람!

국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급

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

혜택 3

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게!

해외진출 사업지원 지원

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

혜택 4

프랜차이즈 전문가를 향한

프랜차이즈 정부무료교육 외

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

혜택 5

가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등

각종 정책 정보 제공

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

혜택 6

최고경영자(CEO)대상

윤리준수교육 프로그램

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

혜택 7

학사 및 석사

학위 과정 장학금 혜택

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

혜택 8

CEO포럼, 법률 세미나 등

포럼·세미나 행사 참가

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

혜택 9

새로운 홍보 플랫폼

홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보

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

혜택 10

300명 수용 가능한

협회 교육장 임대 할인 혜택

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

혜택 11

각종 규제 개선 건의

대정부 정책 건의

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

혜택 12

회원사 대상 복지 서비스

쿠쿠홈시스렌탈, 보험비교견적,꽃배달 등

렌탈서비스 할인(쿠쿠홈시스), 협회지정업체 보험료비교견적(한국단체보험연합),
전국 꽃배달 회원사 할인(레이디플라워) 등
다양한 복지혜택을 이용하실 수 있습니다.

혜택 13

프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류

다양한 친목 프로그램 참가

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

혜택 14

문자 메시지, SNS 등을 통한

업계 최신 뉴스·소식 안내

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

혜택 15

최고 권위의 프랜차이즈 업계•정책 전문지

<월간 프랜차이즈 월드>무료구독

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

☎ **회원가입 관련문의:** Tel. 02)3471-8135~8, 070-7919-4145(직통)
※ **KFA 홈페이지:** http://www.ikfa.or.kr / **주소:** 서울시 강서구 공항대로61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101, 102호(등촌동, 647-26)

회원가입 신청서

신청인정보 ☐ 정회원 ☐ 협력회원

사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전화번호	
	브랜드명		휴대전화 (대표자)	
	대표자명		팩 스	
	대표자 (주민등록번호)		이메일 (대표자)	
회사주소				
홈페이지			업 종	
담당직원	이름 :	Tel :	가입경로	☐ 홈페이지 ☐ 추천인( ) ☐ 기타( )
계좌정보	☐ 개인 / ☐ 법인통장		출금일자	매월 ☐ 5일 / ☐ 14일 / ☐ 28일
회사명			계좌번호	
대표자명			주민등록번호 (사업자등록번호)	
월납입액	금 원 (₩)		협회계좌번호	국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주: 한국프랜차이즈산업협회

【CMS 출금이체 약관】

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

【금융거래정보의 제공 동의서】

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

【개인정보의 제공 동의서】

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

모든 약관동의 (☐ 동 의 / ☐ 미 동 의)

[관련문의] Tel)070-7919-4145 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서
[협회연락처] Tel)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)jinpark@ikfa.or.kr 주소)서울시 강서구 공항대로 61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101, 102호 우)07563

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

신청일자 202 년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 : (인)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

월간 Franchise 프랜차이즈월드 WORLD

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 격월간지 입니다.

구독료 안내

값 : 1권 15,000원 / (주)KFN애드콤/ 입금계좌 : 신한은행 140-013-361492
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 월1회 기사 게재

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

창업도 온라인 광고

- 메인배너 월 200만원(연 2,000만원)
- 중간배너 월 100만원(연 1,000만원)
- 하단배너 월 70만원(연 700만원)

창업도,

- 누적 조회수 : 1,200만명
- 월간 조회수 : 30만명
- 프랜차이즈 약 1만2천 브랜드 순위 검색 사이트

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.

종합광고대행사 KFN애드콤 ☎02.556.7889

서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)

국가대표 식품자동포장기
Enterpack®

깔끔하게 !
안전하게 !
편리하게 !

식품 포장,판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!

주요 고객사

대표번호 031-434-9020

www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인

www.enterline.com