

프랜차이즈에 솔루션을 더 하다!
아시아 No.1 프랜차이즈 대표 박람회

IFS

프랜차이즈 창업·산업 박람회

창업전

가맹사업 홍보,
신규 점주 모집을
통한 브랜드 확장

산업전

매장 운영에 필요한
제품, 서비스, 솔루션
제시 및 판매

2024 하반기 10월 31일(목) - 11월 2일(토), 코엑스 C홀
2025 상반기 4월 10일(목) - 4월 12일(토), 코엑스 C&D홀

Franchise WORLD

Vol. 68 2024

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Cover Story

계약서에 필수품목 항목, 공급가 산정방식 기재해야

7월3일부터 단계적 시행...“가이드라인 예시 반드시 확인”

한국프랜차이즈협회, 환경보전 유공 대통령 단체표창 ‘영예’

플라스틱 사용량 감축·에너지 절감 등
탄소중립 이행 노력 인정

Special Report

21대서 폐기된 단체교섭권 등 가맹사업법,
22대 재발의...연내 통과 가능성 ↑

배민, 수수료 9.8%로 기습 인상
업계 호소에도 아랑곳 않는 배달앱들

내년도 최저임금 1만원 넘었다
1만30원(1.7%)으로 인상

제13기 KFCEO 교육과정 수료
“프랜차이즈 업계 위기극복 기여할 것”

People & Company

안성원 수유리우동집 대표



franchise *buffet*



먹고싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨

Sushi·Roll & Salad Bar

정성 가득히 늘 최선을 다하는 쿠우쿠우 입니다.

고객센터/가맹문의 1577·4841



서울특별시 노원구 동일로 1676 한사랑메디컬빌딩 6층

T. 02-900-8805 | www.수유리우동집.com

blog.naver.com/suyuriudon

[@suyuriudong_official](https://www.instagram.com/suyuriudong_official)

수제 우동의 名家 —

수유리 **35년** 우동집

특허받은 비법 육수와 자사 생면 공장에서 만들어 더 건강한 생면으로 40년 전통을 이어가는 수유리우동집입니다.



프랜차이즈 산업 혁신 리더 양성

제 14기 KFCEO 과정 모집

한국프랜차이즈산업협회
공식 CEO 교육

24. 09.02 ~ 12.09

(워크숍 2회 포함 13주 과정)

※ 매주 월요일 15:00 ~ 18:00(3시간)

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 : 070-7919-4170

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

8UZA.biz

프랜차이즈 CEO 과정

모집요강



교육일정

교육기간	하반기: 2024년 9월 11일 ~ 12월 18일 (44기)
교육일시	매주 수요일 14:00 ~ 17:00
교육장소	연세대학교 신촌캠퍼스 상남경영원

모집요강

모집정원	50명 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/



(주)아르푸 대표 황은주

아르푸가구는 2000년에 설립한 주문제작 가구 전문 회사 KTA그룹의 브랜드입니다.

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

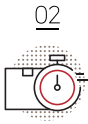
/ 사업분야

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

/ 아르푸 서비스



01
업계 최고 전문 상담원
배치로 믿을 수 있는 상담



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



03
가장 중요한 사후 관리
또한 확실하게

ONE STOP
SYSTEM



/ 아르푸가구 납품현장



이여곰탕



먹보한우



아비꼬



더벤티



달콤커피



카페온화



홀릭 스터디카페



서울대학교



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 무료철회)

오직 탑소닉세척기만으로 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

냉동식품은 역시, 굿프렌즈!

One Stop
Total
Service

식자재 공급

한식, 일식, 중식, 양식 등 다양한 메뉴의 식자재를 공급합니다.

가격 경쟁력

60여개 제조협력사 보유 / 도매 유통 / 식자재 직수입 / 글로벌 소싱을 통해 저렴하게 공급합니다.

전국 물류

10 Box 이상 구매시 서울부터 제주까지!
요식업 프랜차이즈의 전국 배송이 가능합니다.

전국 800여 곳의 판매 인프라 보유

고객 만족도 향상과 장기적인 성장을 위하여 다양한 협력 시스템을 갖추고 있습니다.

대형캐터링 업체 납품

삼성웰스토리, 현대그린푸드, 동원홈푸드 등

대형마트 업체 납품

식자재왕, 하나로마트, 탑마트, H마트 등

대형프랜차이즈 업체 납품

김가네, 채선당, 자담치킨, 보배반점 등

온라인 업체 납품

쿠팡, 배민상회, 알리익스프레스, SSG 등

프랜차이즈 성공 파트너 굿프렌즈!

프랜차이즈 협력사가 필요로 하는 상품들을
공동연구 및 공동개발 할 수 있는 검증된 능력을 보유한 기업!

핸드폰으로 QR코드를 촬영해 보세요

굿프렌즈를
바로가기



냉동식품은 굿프렌즈
굿프렌즈 몰 바로가기
<https://linktr.ee/goodbingo>

문의전화: 070-5073-6837

(주)굿프렌즈 서울특별시 송파구 송이로 171, 상아빌딩 3층

충청팀 대전광역시 동구 계족로457번길 64, 103호
경북팀 대구광역시 중구 서성로 99 1동 908호

호남팀 광주광역시 광산구 첨단강변로99번길 21, 311호
경남팀 부산광역시 강서구 명지국제6로 99, A동 1813호



33떡볶이, 프랜차이즈의 틀을 깨다!



창업문의
080.868.3355
www.success100.co.kr



자체 공장 보유
업계 최저 원가율



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



손쉬운 운영 가능
인건비 DOWN 효율 UP

HACCP 인증을 받은 모기업 (주)산들식품은 20년 이상 웰빙푸드를 연구·제조하는 대한민국 최고의 중견 식품기업입니다.



味道人
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



bibiem
EYE WEAR

현대적 감성에 균형을 더하다
비비엠

비비엠은 대한민국을 대표하는 아이웨어 스토어 다비치안경이 전개하는
컨템포러리 브랜드이며 간결한 실루엣과

트렌디한 디자인에 중점을 둔 고품질의 상품을 전개합니다.
유행에 구애받지 않고 오랜 시간 착용할 수 있는 아이템을 제안합니다.

25CM  1인피자
피자먹다

HANDY BOX!
원한다면 언제 어디서든지



**이것이 진짜
오리지널 1인피자**
줄서서 먹는 진짜 1인피자



태국 팜푸리스퀘어



태국 팜푸리스퀘어



싱가포르 PLQ몰



싱가포르 PLQ몰

초음파 기술로 탄생한 튀김의 신개념 패러다임

에코몬 초음파 튀김기



기름이 스며들지 않는
새로운 **겉바속촉**~

신제품
출시



150도 저온으로 튀겨도
더 바삭하고 항상
깨끗한 기름유지!
어떻게? **초음파니까!**

기름기 있는 튀김인데
살이 찌거나 유해물질이
거의 없다!
어떻게? **초음파니까!**

ecomon

에코몬만의

초음파 튀김기 특성 12가지

1. 유증기 발생과 냄새가 거의 없어
쾌적한 주방 환경 유지
2. 조리시 생성되는
발암물질 조리후 생성 억제
3. 냉동 식재료나 물이 들어가도
기름이 튀거나 화상을 입지 않음
4. 저온 150도에 조리하며 식어도
바삭하고 눅눅함이 없음
5. 조리시 식재료에서 생성되는
발암물질 생성 억제
6. 기름이 식재료에 스며들지 않아
느끼함이 없음
7. 육즙이 풍부하며 식어도
고유의 맛 유지
8. 기름 산패를 억제하여
식용유 비용 절감
9. 조리시간 단축으로
에너지 비용 절감
10. 초벌튀김과 조리과정
단축으로 인건비 절감
11. 서로 다른 식재료와 함께 튀겨도
냄새가 전혀 베어들지 않음
12. 닦지 않고 버튼만
누르면 자동 살균 청소

초음파 튀김기 도입효과

매출 UP
지출 DOWN

쾌적한 친환경
매장 유지

건강한 튀김을
더 맛있게
제공

고객 서비스
직원관리
편리함

조리사도
안전하고
간편함

매장 운영
즐겁고
유익함



ecomon
명품 친환경 전문기업 (주)에코몬

문의: 010-6247-3754
홈페이지: ecomon.kr

제휴 업체 및
판매점 모집중



새롭게 변화된 김가네



첨판치즈불닭볶음면

김가네

가맹문의 1588-7187



성공하는 사장님의 치킨 서포터, 양계농장!

최고 품질의 치킨 가공품을 공급합니다.



www.chickenfarm.co.kr

<양계농장 대표상품>



버팔로치킨미들윙



버팔로치킨윙스틱



버팔로치킨윙스



리얼치킨가라아게



순살치킨가라아게



통순살그릴치킨



춘천숯판닭갈비



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)

AED

Automated
External
Defibrillator



HEART GUARDIAN®

소중한 생명을 안전하게 지키는
(주)라디안큐바이오 제품인

하트가디언 자동심장충격기(AED)



대한민국 중소기업
2019/2018/2017 HIT500 제품 선정
(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



고민 필요없고 선택 아닌 필수, 인건비, 구인 해결 이리온이 합니다

서빙로봇 이리온

직원처럼 완벽히 믿고 맡기셔도 됩니다



부담없는 월렌탈
인수 비용 0원

렌탈 인수형 / 반납형 / 일시불
선택 가능

사람만큼 빠른 속도로
안전한 음식 서빙

1.2m/s,
AI 진동제어 기술

로봇 전문가들의
사용량, A/S 책임 관리

로봇 개발자 30명 상주하는
로봇 전문 기업

협력사 태블릿오더, 키오스크 연동 도입 가능



대구 세연궁국



파주 옛날시골밥상



고메스퀘어 민락



교촌치킨 정자점



구리 지호한방삼계탕

전국 무료 방문 상담

☎ 1533-0298

부산 울산 경남 영업소
010-4789-0466



홈페이지

휴대폰 카메라로 스캔

아직도 지방을 믿지 못하십니까
믿고 맡기셔도 됩니다(가격+도면+동선+인건비 절약+A/S 책임집니다)



식당
창업의 모든 것



초음파튀김기 공장용 대용량 문의

한 번 튀겨보니 안 쓸 수가 없고..
초음파 튀김기

기름 50% 전후절약//유증기 싹~//화상 NO
폐암 원인을 알고 튀김기를 고르자

일반튀김기에도 초음파 키트 장착하면
초음파 튀김기가 된다

불맛 최고
자동 워

우리주방그릇 부산 연제구 거제대로114 010-4789-0466

당신의 새로운 파트너

브라더스팩토리가 함께 하겠습니다!

- 국내외 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



SK broadband

Btv 우리동네광고

원하는 동네에만 콕 찍어! TV광고를 할 수 있다고요?

프랜차이즈 모집 광고도, 가맹점 홍보도 원하는 지역에만
TV 광고를 할 수 있는 B tv 우리동네광고를 경험해 보세요



 tvN 등 주요 인기 채널에
TV 광고 노출

 가맹점 주변 지역에만
광고 노출로 광고비 절감

 채널, 지역, 시간 별 광고 현황과
실시간 분석 리포트 제공

 무료 영상 제작부터
광고 신청까지 한 번에 해결

채팅상담 www.btvtownad.com | 전화상담 1566-7762 ‘100개 이상 가맹점 단체’에서 신청 시 추가 혜택 제공!

The Letter from President

023 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

025 이진창 발행인 인사말

Cover Story

026 “계약서에 필수품목 항목, 공급가 산정방식 기재
기존 계약서도 모두 바뀌야”
공정위, 7.3.부터 필수품목 개선대책 단계적 시행
“가이드라인 예시 반드시 확인”

030 한국프랜차이즈협회, 환경보전 유공 대통령 단체표창 수상
플라스틱 사용량 감축, 다화용기 사용 확산 등 탄소중립
이행 노력 인정

Special Report

034 21대서 폐기된 가맹사업법, 22대 8건 발의

036 배민, 수수료 9.8%로 기습 인상
정부, 국회, 업계 호소에도 아랑곳 않는 배달앱들

038 말레이시아서 뜨거운 K-프랜차이즈 열기 확산

040 내년도 최저임금 1만원 넘었다...1.7% 인상

042 제13기 KFCEO 교육과정 수료식
“프랜차이즈 업계 위기극복 기여할 것”

046 농식품부·aT와 외식기업 해외진출 활성화 워크숍 개최

048 한국프랜차이즈협회, 회원사와
중·식자재 기업 간 비즈니스 교류회 개최

Hot Issue

050 백종원의 연돈볼카츠 ‘매출액 논란’

052 푸르메재단과 장애인 일자리 창출 협력 MOU 체결

053 중소기업 근로자, 퇴직연금 ‘푸른씨앗’ 가입시 지원금 받는다

054 [창업트렌드] 매장 오픈 전 이견 알고 하자 “시스템을 만들자”



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

신뢰의 가치를 증명합니다 프랜차이즈월드

Franchise

WORLD

한국프랜차이즈산업신문

Organ News

- 060 200개 가맹본부 대상 2024년 가맹분야 실태조사 실시
- 057 간이과세 적용 기준 '1억400만원'으로 상향
- 058 ㈜한솔 제시한 가맹점주와의 상생방안, 최종 확정
- 059 서울시 '폐비닐 분리배출 활성화 사업' 추진

People & Company

- 060 안성원 수유리우동집 대표
- 064 선우재복 (주)에코몬 대표
- 066 올해부터 변화! '상생협력파트너위원회'

Brand Highlight

- 068 다비치안경·지호한방삼계탕·굽네치킨
- 069 암샘김밥·보드람치킨·아몽즈커피
- 070 땅스부대찌개·꾸브라꼬숯불두마리치킨·걸작떡볶이치킨
- 071 쿠우쿠우

Association News

- 084 "회원사 결속 강화"
2024년 한국프랜차이즈산업협회 임원연찬회의 개최 외
- 085 한국프랜차이즈협회, 국민권익위원회 간담회서 김영란법 한도 상향 건의
- 086 협회 분과위원회, 봄 맞아 본격적 활동 재개... "회원사 소통 강화"
- 087 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 072 상권분석 - 유재은
프랜차이즈 본사의 상권전략
- 074 컨설팅 - 이경희
성공하는 프랜차이즈 기업이 갖춰야 할 네 가지 전문성
- 076 마케팅 - 장재남
가맹점 모집의 황금시대는 갔다
- 078 법률 - 안철현
"법부터 찾는 현실, 대화의 기술이 아쉽다"
- 080 세무 - 최인용
프랜차이즈 본사의 차명주식 정리방법
- 082 노무 - 이금구
아르바이트 근무자 공휴일 노무관리



독과점 배달앱들의 수수료 횡포 막을 온라인 플랫폼법 제정돼야



한국프랜차이즈산업협회장
정현식

최근 외식업계는 모든 비용이 일제히 인상되면서 코로나19 팬데믹보다 힘든 시기를 맞고 있습니다. 국제 분쟁이 잇따르면서 원부자재 가격, 물류 비용, 공공요금 등이 급등했고, 글로벌 경제 상황이 악화되면서 고금리, 고유가, 고환율의 3고 현상이 장기화되고 있습니다. 더욱이 내년도 최저임금이 결국 1만원대를 돌파했고 잇따른 배달앱 수수료 인상으로 배달앱 지출 비용도 크게 증가했습니다.

무엇보다 외식업계를 괴롭히고 있는 것은 독과점 배달앱들의 수수료 인상입니다. 코로나19 수혜로 급성장하여 지난해 역대 최대 실적을 거둔 배달앱들이 연초 정률제 기반의 새 요금제를 잇따라 출시하고 기존 요금제 업주들을 차별하여 전환을 반강제하고 있습니다. 급기야 점유율 60%대의 압도적 1위 사업자 배달의민족은 지난 7월 10일 정률 요금제 수수료를 절반 가까이 인상, 업계에 큰 허탈감을 주고 있습니다.

외식업의 영업이익률이 10% 남짓한 상황에서 제품가격의 약 30%를 배달앱에 지출해야 하는 현 상황은 분명한 독과점 업체들의 횡포입니다. 고금리 장기화 속에서 수익구조마저 악화되자 하나둘씩 희망을 접고 휴업 또는 폐업에 나서고 있습니다. 또, 배달앱 수수료 인상이 외식 물가 인상의 주 요인이 되어 국민들에게까지 피해가 미치고 있습니다.

배달앱들의 성장은 국민들과 외식 자영업자들, 그리고 국가의 노력과 희생을 발판으로 가능했습니다. 특히 외식 자영업자들은 현장에서 음식을 직접 조리하고 소비자들을 응대하며, 새로운 사업모델을 접목하는 등 피땀 어린 노력과 도전을 거듭하며 국민들의 일상 생활에 기여한 영웅들입니다. 그런데 중간에서 중개 역할을 맡을 뿐인 배달앱이 왕조의 왕이 되어, 국가와 국회, 국민들의 요청과 업주들의 호소에

아랑곳하지 않고 횡포를 거듭하고 있습니다. 이대로 가다가는 서민 경제의 기반 자체가 흔들릴 지경입니다. 우리 협회는 독과점 플랫폼들이 입점업체를 대상으로 횡포를 부릴 수 없도록 구조적인 개혁이 필요하다고 보고, 지난 회기에 무산됐던 온라인 플랫폼법 제정안이 22대 국회에서는 통과될 수 있도록 최선을 다할 예정입니다. 20조 원의 시장 규모에서 배달앱 3사의 사용자 점유율이 약 96%에 달하고, 공공배달앱과 나머지를 합쳐도 4%에 불과한 완벽한 독과점 시장입니다. 그러나 아직까지도 온라인 플랫폼을 별도로 규율하는 법률이 없어 사회적·경제적 갈등이 심화되고 있습니다.

이제는 더 이상 독과점 폐해를 방치해서는 안 됩니다. 해외 많은 국가들에서도 이미 급성장한 온라인 플랫폼들을 규제하고 있습니다. EU는 디지털시장법(DMA)을 제정해 시행 중이고, 영국은 경쟁당국이 거대 플랫폼 기업의 행동수칙을 정하는 디지털시장경쟁소비자법(DMCC)을 제정했습니다. 일본에서도 최근 자사우대와 인앱결제 강제를 금지하는 스마트폰 경쟁촉진법이 통과됐고, 미국은 빅테크 대상 반독점 소송 진행 중입니다.

우리나라도 이제는 온라인 플랫폼이 입점업체 및 소비자들과 공정하게 거래할 수 있는 환경을 만들어 주는 특별법이 필요합니다. 제대로 된 규제법은 시장의 신뢰를 높이고 오히려 산업을 활성화시킬 수 있습니다. 이를 위해 우리 협회는 온라인 플랫폼법이 이번 회기에 조속히 제정되도록 최선을 다하겠습니다. 산업인 여러분들도 많은 성원과 관심 보내주시기를 바랍니다.

한국프랜차이즈산업협회 회장 정 현 식 드림



지난 7월 11일 한국프랜차이즈산업협회 필수품목 제도 설명회에서 자리를 가득 채운 가맹본부 관계자들이 설명을 경청하고 있다

“계약서에 필수품목 항목, 공급가 산정방식 기재 기존 계약서도 모두 바꿔야”

공정위, 7.3.부터 필수품목 개선대책 단계적 시행…“가이드라인 예시 반드시 확인”

WRITE | 이 호국장

7월 3일부터 신규로 체결하거나 갱신되는 가맹계약서에는 모든 필수품목(구입강제품목) 항목과 공급가격 산정방식을 기재해야 한다. 또, 내년 1월 2일까지 기존에 체결한 계약서도 모두 이를 반영하여 변경하여야 한다. 공정거래위원회(위원장 한기정)는 7월 3일 이러한 내용을 담은 개정 가맹사업법이 시행돼 8월 말까지 제도기간으로 운영되고, 기재 방법과 예시, 부적절한 사례 등을 담은 가이드라인과 문답집을 지난 6월 20일부터 배포하고 있다고 밝혔다.

개정 가맹사업법은 지난해 9월 당정이 발표한 필수품목 제도 개선대책의 일환으로, 유의동 전 국민의힘 의원이 발의해 지난 1월 2일 공포, 시행 6개월을 경과해 이날부터 시행됐다.

또, 개선대책 중 불리한 거래조건 변경 시 협의 의무를 부과하는 가맹사업법 시행령은 지난 6월 4일 공포돼 올해 12월 5일 시행 예정이다. 공정위는 협의 유형 등을 담은 고시를 시행령 시행 전 11월까지 제정할 예정이다. 연말까지 필수품목 제도가 단계적으로 시행을 마치면, 오랜 기간 가맹본부와 가맹점사업자 간 분쟁의 주된 원인으로 꼽혔던 필수품목 거래 관행은 대대적인 변화를 맞이할 것으로 예상된다.

공정위는 “필수품목의 종류와 공급가격 산정방식을 계약서에 명시하도록 하는 가맹사업법 시행은 그간 잦은 분쟁의 원인으로 지적되어 온 불합리한 필수품목 거래 관행이 보다 공정하고 투명하게 변화해 나갈 수 있는 중요한 전환점이 될 것”이라고 밝혔다.

◇“필수품목 변경 시 POS 등 공지로 계약변경 가능”

법 조문과 가이드라인에 따라 필수품목 항목 및 종류에

관해서는 ▲지정 이유 ▲기준시점 ▲거래상대방 ▲변경 사유 및 주기 등을 모두 기재해야 한다. 특히 정확히 어떠한 품목이 가맹본부나 가맹점주가 지정한 사업자로 부터 구매해야 하는 품목인지 알 수 있도록 종류나 유형, 규격 등을 구분하여 품목별로 구체적으로 기재해야 한다. 동일 성격을 가진 상품이라고 하더라도 용량이나 크기, 포장 등을 기준으로 구분되어 거래되는 상품인 경우에는 반드시 세부 품목별로 구분하여 기재해야 한다. 예를 들어 동일 부자재일지라도 색상별로 구분되어 거래된다면 색상별로 기재해야 한다.

기재방식에 대해서는 공정위가 그간 협회 및 업체가 호소한 부작용들을 완화하고자 노력한 흔적이 보인다는 평가다.

그간 업계에서는 법에 규정하고 있는 계약서 기재의무 때문에 필수품목의 종류나 산정방식이 바뀔 때마다 모든 가맹계약서를 변경해야 하는 부담이 극심하다고 호소해 왔다. 가이드라인에는 가맹계약서 본문이나 별지에 기재하는 방법과 함께, 판매시점 정보관리 시스템(Point of sales, 이하 ‘POS’)을 통해 공지되도록 이를 가맹계약에 포섭하게 하는 방법도 제시했다. 가맹계약서에 POS로 공지한다고 규정하고 이후에는 POS로 알리는 방식이다.

〈표1〉구입강제품목 종류, 공급가격 산정방식의 기재방법(가이드라인 중)

2. 「구입강제품목 종류」의 기재 방법(양식) (공급가격 산정방식도 동일)

구입강제품목의 종류를 가맹계약서에 포함시키는 양식과 방법은 가맹계약의 체결방법, 구입강제품목의 수, 기타 가맹본부의 여건 등에 따라 다음과 같은 방법 등을 사용할 수 있다. 다만, 어떠한 양식과 기재방법을 사용하든지 구입강제품목의 종류와 관련하여 기재된 사항이 가맹계약에 포섭된다는 내용이 반드시 계약서에 명시되어야 한다.

…(중략)

나. POS나 전자매체의 공지정보 제공으로 갈음하는 방법

POS에 기재된 상품정보 혹은 가맹점사업자와 공동으로 사용하는 전자매체의 공지정보를 제공하는 것으로 구입강제품목 종류의 계약서 기재를 갈음할 수 있다.



공정위 가맹거래정책과 소성훈 사무관이 새 필수품목 제도를 설명하고 있다

〈표2〉 POS 통지 시 가맹계약서 조항 예시

제〇〇조 구입강제품목의 지정 (공급가격 산정방식도 동일)

① 가맹본부는 가맹사업을 경영하는데 필수적이며, 다른 사업자로부터 구매할 경우 가맹본부의 상표권을 보호하고 상품 또는 용역의 동일성을 유지하기 어려운 품목을 반드시 가맹본부 또는 지정된 사업자로부터 구입하도록 할 수 있으며, 가맹본부는 이러한 품목의 종류(규격 및 단위, 거래상대방, 기준 시점 등을 포함한다)를 POS 시스템을 통해 가맹점사업자에게 통지한다. 이를 통해 통지된 내용은 본 가맹계약의 내용에 포함된다.

◇ “유형별 묶음 허용, 마진 노출 우려 방지”

개정 가맹사업법에 따르면 가맹계약서에 모든 필수품목의 공급가격과 산정방식을 함께 기재해야 한다. 공급가격은 부가세 포함 여부를 포함해 계약체결 당시 실제 공급하는 가격을 기재해야 하고, 기준시점과 산정방식(결정기준)도 함께 명시해야 한다.

산정방식의 기재 방식에 대해서는 협회 및 업계의 의견이 상당수 반영됐다. 업계에서는 모든 품목마다 공급가 산정방식을 기재하는 것에 대한 부담과 마진 또는 매입단가 노출 가능성을 우려해 왔다.

이에 대해 공정위는 가이드라인에서 필수품목의 항목은 모두 기재해야 하나, 공급가 산정방식은 카테고리 내

에서 결정기준이 동일·유사한 품목들을 묶어서 한꺼번에 기재하는 것도 가능하다고 밝혔다.

가이드라인에서는 ▲직접(위탁) 제조 ▲재판매 ▲제3자 공급의 3가지 카테고리에 따라 각각 기재 유형을 제시하고 “개별 가맹사업의 특성에 따라 가격 결정의 특성을 더욱 잘 구분할 수 있는 방식이 있다면 이를 변형하여 사용하거나 새로운 카테고리를 정해 사용해도 무방하다”고 밝혔다.

특히 업계에서 초미의 관심사였던 마진 또는 매입단가 노출 우려가 없도록, 직접(위탁)제조와 재판매 카테고리에 가격 변경 횟수, 변경 시 인상폭 등의 수치를 활용한 예시가 포함돼 선택권을 넓혔다.

〈표3〉 공급방식에 따른 공급가격 결정기준 기재방법

1. 직접(위탁) 제조

… (중략) …

■ 공급가격은 직접제조원가(원재료 구매비용 등), 간접제조원가(연구개발비, 인건비, 전기료, 물류비 등)에 가맹본부의 마진을 더해 결정. 단, 공급가격 변경 횟수는 연 〇〇회 이하, 변경 시 인상폭은 기존 공급가격의 〇〇%를 넘지 않도록 하는 수준에서 결정

■ 공급가격은 직접제조원가(원재료 구매비용 등), 간접제조원가(연구개발비, 인건비, 전기료, 물류비 등), 판관비, 마진의 합으로 직접제조원가의 〇〇배를 넘지 않는 수준에서 결정

2. 재판매

… (중략) …

■ 공급가격은 가맹본부의 매입 가격에 가맹본부가 책정한 마진율을 고려하여 결정하되, 가격 변경 횟수는 연 〇〇회 이하, 변경 시 인상폭은 기존 공급가격의 〇〇%를 넘지 않도록 하는 수준에서 결정

■ 〇〇협회가 발표하는 〇〇의 시세에 최대 〇〇%의 마진을 더해 결정

◇시행령도 “유지, 성실 삭제” 부담 완화

12월 5일 시행될 예정인 가맹사업법 시행령도 일부 조문이 수정돼 업계 부담을 일부 낮췄다.

시행령은 지난해 말 입법예고안 당시 “거래조건을 불리하게 유지 또는 변경 시 성실하게 협의해야 한다”고 규정하고 있었으나, 협회는 ‘유지’의 의미가 애매모호하고 매번 성실하게 협의하는 것이 업무 부담을 지나치게 가중시킬 수 있다는 우려를 전했다.

협회는 공정위와 지속적으로 협의하는 한편, 지난 4월 26일 규제개혁위원회 본심의에서 이 같은 의견을 적극 피력한 끝에 입법예고안에서 해당 문구가 삭제되는 성과를 거뒀다. 이로 인해 최종 공포안은 “필수품목 관련 거래조건을 가맹점에 불리하게 변경할 때에는 가맹점주와 협의”하는 것으로 수정됐다. 협회는 추후 협의 방식을 구체화할 고시 제정 과정에서 합리적인 협의 방식이 포함되도록 공정위와 협의를 강화한다는 계획이다.

한편, 협회는 8월말 제도기간 종료 전에 가맹본부들이 새 필수품목 제도를 잘 이해하고 준비할 수 있도록 공정위와 설명

회를 개최해 업계의 뜨거운 관심을 모았다.

협회는 지난 7월 11일 서울 여의도 FKI타워에서 1차 설명회를 열고, 참석하지 못한 업계의 잇따른 요청에 따라 22일에 2차 설명회를 추가로 개최했다. 설명회는 주무부서인 공정거래위원회 가맹거래정책과에서 새롭게 시행되는 제도의 취지와 내용, 준수사항 등을 설명하고 참석자들의 질문에 답변하는 순서로 진행됐다.

설명회에는 가맹본부 대표, 임원, 가맹계약 담당자, 구매·영업 담당자 등 가맹본부 관계자들과 가맹거래사, 컨설팅 업체 관계자, 지자체 및 공공기관 담당자 등 총 400여명이 몰려 질의응답시간에 질문을 쏟아내는 등 새 제도에 대한 업계의 뜨거운 관심을 입증했다.

협회 관계자는 “개정 가맹사업법은 지난 3일 이후 신규 계약에 바로 적용되고, 6개월내로 기존 계약서도 모두 변경하도록 하여 업계에 영향이 매우 크다”라고 하면서 “8월 말 제도기간 종료 전 업계의 혼란과 궁금증을 줄이고 새 제도가 빠르게 업계에 안착할 수 있도록 설명회를 개최하였으며, 업계에서도 가이드라인을 잘 확인해 새 제도 준수에 만전을 기하길 당부드린다”고 말했다. **KFN**



정현식 한국프랜차이즈산업협회장(가운데), 강석우 상근부회장(오른쪽)

한국프랜차이즈協, 환경의 날 환경보전 유공 대통령 단체표창 수상 '영예'

플라스틱 사용량 감축, 다회용기 사용 확산,
에너지 절감 등 탄소중립 이행 노력 인정

WRITE | 이 호 국장

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 올해 환경의 날 환경보전 유공으로 1998년 협회 창립 이래 첫 대통령 표창을 수상했다. 협회는 6월 20일 세종시 정부세종청사에서 열린 포상식에서 단체가 수상할 수 있는 가장 높은 훈격인 대통령 단체표창 표창장을 전수받았다. 포상식에는 한화진 환경부 장관과 정현식 협회장, 강석우 상근부회장 등이 참석했다.



정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 한화진 환경부 장관으로부터 대통령 단체표창을 전수받고 있다.

협회는 코로나19 팬데믹 이후 프랜차이즈 업계의 친환경 정책 도입 요구가 급격히 증가하고 있는 상황에서, 캠페인, 교육, 홍보, 정책연구·건의 등 다양한 활동을 전개해 오고 있다.

2020년 환경부, 지자체, 배달앱, 시민·환경단체와 다회용기 사용 확산, 표준 배달용기 보급을 위한 자발적 협약을 체결했다. 당시 배달시장 성장에 따라 플라스틱 일회용기 사용량이 크게 늘면서 다회용기 사용 확산을 통해 플라스틱 사용량을 감축하기 위해서다. 같은 해 환경부 주재 자원순환 실천 플랫폼에 참여하는 등 업계의 플라스틱 사용량 감축을 위해 노력해 왔다.

21년에는 한국환경공단, 서울시 등과 내그릇 사용 캠페인 확산 업무협약을 체결, 1000여개 가맹점의 캠페인 참여에 기여했다. 내 그릇 사용 캠페인은 소비자가 본 캠페인에 동참 중인 매장에서 배달앱을 통한 포장주문시 희망 의사를 체크하면 수령시 소비자의 그릇에 음식을 담아주는 자발적 실천 운동이다. 협회는 1회용기 사용량이 많은 프랜차이즈 업계의 캠페인 참여를 적극 독려하고, 업계의 환경 문제 인식 개선을 위한 홍보 활동을 전개해 왔다.

“

21년에는 한국환경공단, 서울시 등과 내그릇 사용 캠페인 확산 업무협약을 체결, 1000여개 가맹점의 캠페인 참여에 기여했다. 내 그릇 사용 캠페인은 소비자가 본 캠페인에 동참 중인 매장에서 배달앱을 통한 포장주문시 희망 의사를 체크하면 수령시 소비자의 그릇에 음식을 담아주는 자발적 실천 운동이다.

”

22년에는 서울시, 한국에너지공단 등과 저탄소 건물 상생 협력 협약을, 소비자공익네트워크 등과는 디지털 탄소발자국 줄이기 업무협약을 체결, 회원사 대상으로 캠페인을 알리고 참여를 독려했다.

또 협회는 2018년부터 프랜차이즈 업계의 생산자책임재활용제도(EPR) 제도 준수율 제고를 위해 회원사를 대상



2021년 강석우 협회 상근부회장(오른쪽 끝)이 협약 체결 후 기념촬영을 하고 있다.

으로 법·제도 안내, 기초 상담을 제공하고 매년 기한 내 실적 신고를 독려해 왔다. 포장재재질구조평가 제도와 연계해 업계의 친환경 포장재 사용 확산에 기여하기도 했다.



정현식 한국프랜차이즈산업협회장, '1회용품 제로 챌린지' 동참

KFCEO 교육 등 업계 CEO·임직원 대상 교육 프로그램에서 ESG 경영의 우수 사례 및 도입 방안을 제시하고 참여를 적극 독려하는 등 홍보·교육 활동을 꾸준히 전개 중이다.

“합리적인 친환경 정책 도입을 위한 정책 건의 활동도 활발히 전개하고 있다. 22~23년 일회용 컵 보증금제, 일회용품 사용 규제 등이 현장에서 실효성 있게 적용될 수 있도록 민관 합동 간담회 등에서 업계 애로와 개선 의견을 전달했다.”

합리적인 친환경 정책 도입을 위한 정책 건의 활동도 활발히 전개하고 있다. 22~23년 일회용 컵 보증금제, 일회용품 사용 규제 등이 현장에서 실효성 있게 적용될 수 있도록 민관 합동 간담회 등에서 업계 애로와 개선의견을 전달했다.



앞줄 왼쪽부터 명노용 고대지 대표이사, 강창민 마녀주방 대표이사, 안성원 수유리우동집 대표이사, 정현식 한국프랜차이즈산업협회 협회장, 한화진 장관, 이영재 지호한방삼계탕 대표이사, 우광식 한마음정육식당 대표이사, 이만재 고반식당 대표이사, 유승광 환경부 자원순환국장. 뒷줄 왼쪽부터 육영환 순대실룩핏제리아오 이사, 김성우 bbq 팀장, 박성수 미태리 대표이사, 신주섭 푸라닭 부대표, 허광준 자담치킨 상무이사, 한규동 김가네 부장, 왕우균 오복오봉집 전무이사, 이명수 본도시락 부장, 홍순영 33떡볶이 이사.

특히, 생분해 플라스틱 산업의 활성화를 위해 본사와 소재 제조사 등 30여개사가 참여한 간담회를 개최하고 업계 및 관련 협단체와 협력하여 정책 연구와 건의를 수행하는 등 일회용품 규제의 대안 마련을 위한 활동도 벌였다.

이밖에 지난 2022년 세계 프랜차이즈 산업인들의 축제인 국제행사 '2022 WFC:APFC 서울 총회'를 태블릿을 활용한 페이퍼리스 회의로 진행하고 다회용품을 사용하는 등 우리나라의 친환경 실천 노력을 해외에 알리기도 했다.

올해에는 외식 프랜차이즈 업계의 자발적인 일회용품 사용량 감축 문화 확산을 독려해 2050 탄소중립 사회 이행에도 앞장서 왔다. 지난 4월 25일 협회는 협회 및 회원사 16개 브랜드가 서울 여의도 컨싱턴호텔에서 환경부(장관 한화진)와 '일회용품 없는 음식점 문화 조성'을 위한 자발적 협약을 체결했다.

참여업체들은 협약을 통해 ▲고객이 먼저 종이컵, 물티슈

등 일회용품을 요청하는 경우에만 제공 ▲사용 후 종이컵·투명 페트병 분리배출 및 전문 재활용업체가 수거·재활용 ▲일회용품 사용 줄이기 홍보 등 실천문화 확산을 위해 노력한다.

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

협회 관계자는 “우리 사회가 2050년 탄소중립 사회 이행을 위해 모두 노력하는 만큼, 프랜차이즈 업계도 활발하게 친환경 경영에 나서고 있다”라고 하면서 “우리 협회도 더욱 무거운 책임감을 갖고 업계의 탄소중립 이행 노력 확산을 위해 노력해 나가겠다”라고 말했다. **KFA**

21대서 폐기된 가맹사업법, 22대 8건 발의

야당 중심 단체교섭권 부여·단체협의 요청 등 재발의

WRITE | 김은영 기자



정현식 한국프랜차이즈산업협회장

지난 21대 국회에서 폐기됐던 가맹사업법 개정안이 대거 다시 발의된 것으로 나타났다. 지난 국회에서 폐기됐던 가맹사업법 개정안을 소관하는 국회 정무위원회의 야당 영향력이 커지면서 국회 통과 가능성에 무게가 실린다. 5일 국회 의안정보시스템에 따르면 22대 국회 개원 이후 가맹사업과 관련된 개정안 8건이 발의됐다. 이 법안들은 가맹점주단체에 단체교섭권을 주고, 가맹본부가 가맹점주단체 협의 요청에 불응할 경우 제재한다는 것이 주요 골자다. 야당이 중심이 돼 21대 국회에서 강력하게 밀어붙였지만 막판에 국회에서 통과되지 못하고 폐기된 법안들이다.

이들 법안은 공통적으로 가맹본부가 정당한 이유 없이 가맹점 사업자(점주)의 협의 요청을 거부하지 못하도록 시정조치나 과징금을 부과하도록 한 내용을 담았다. 현행법에 따라 가맹본부는 가맹점사업자단체의 거래조건 협의 요청을 받으면 응해야 하지만 이를 거부해도 제재

할 규정이 없기 때문이다.

이와 함께 가맹점 사업자 단체의 대표성을 확보하기 위해 단체 등록제를 도입하거나 시중에서 일반적으로 살 수 있는 물건은 필수품목 요건에서 제외하는 내용의 법안도 발의됐다. 필수품목은 가맹점주가 가맹본부로부터

의안번호	의안명	제안자구분	제안일자	의결일자	의결결과	주요내용	심사진행상태
2201030	가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안 (문진석의원 등 10인)	의원	2024-06-27			☑	소관위접수
2201000	가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안 (민병덕의원 등 11인)	의원	2024-06-26			☑	소관위접수
2200869	가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안 (이학영의원 등 10인)	의원	2024-06-24			☑	소관위접수
2200689	가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안 (김한규의원 등 10인)	의원	2024-06-20			☑	소관위접수
2200309	가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안 (한병도의원 등 10인)	의원	2024-06-11			☑	소관위접수
2200243	가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정법률안 (민형배의원 등 12인)	의원	2024-06-10			☑	소관위접수

〈제22대 국회 들어 발의된 가맹사업 관련 법안〉

터 반드시 사야 하는 원부자재나 설비 등을 말한다. 가맹본부는 사업의 통일성을 위해 요리 식자재, 식기, 인테리어 등을 필수품목으로 지정해 운영하고 있다. 가맹사업법 개정안은 야당이 중심이 돼 21대 국회에서 강력하게 밀어붙였지만 막판에 국회에서 통과되지 못하고 폐기된 바 있다. 당시 개정안에는 ▲가맹점주단체 등록제 도입 ▲가맹점주단체 협의요청 불응 시 제재 부과 ▲가맹본부의 불공정행위·보복 조치 금지 등이 담겼다.

프랜차이즈 업체는 개별 가맹점주가 개인사업자인 만큼 일반 기업 근로자에 부여하는 단체교섭권을 주는 것은 맞지 않는다고 강하게 반발하고 있다. 22대 국회 이후 같은 내용의 법이 잇따라 발의되면서 업체는 당혹스러워하는 분위기다.

특히 가맹사업법 개정안이 통과할 경우 업계 혼란은 커질 수밖에 없다는 입장이다. 가맹사업법 개정안이 불필요한 분쟁을 양산해 프랜차이즈 산업 전체를 위축시킨다는 이유에서다. 업계 관계자는 “가맹사업법 개정안을 보면 가맹점주단체를 노동조합 같은 단체로 인정하는 데다 단결권과 단체교섭권까지 부여해 부담이 큰 상황”이라고 하소연했다.

이에 여러 가맹점 단체 중에서 한 곳을 정해 대표 역할을 부여하자는 목소리도 나왔다. 프랜차이즈업계 관계자는 “가맹점 단체끼리도 이견이 생길 수 있기 때문에 단체의 각기 다른 주장을 요약하고 본사와 소통하는 단체 한 곳을 두면 효율적으로 협의할 수 있다”며 “혹은 가맹점 단체들과 본사가 일괄적으로 같은 날 만나도록 하거나 정하는 방식이 필요하다”고 설명했다.

한국프랜차이즈산업협회는 ‘교섭 창구 단일화’에 대한 문제를 지적하고 있다. 예를 들어 노조법에는 교섭 창구 단일화 의무가 있으나 개정안에는 빠져 있어 가맹본부가 모든 단체와 협의를 해야 해 혼란을 야기할 수 있다는 주장이다.

협회 관계자는 “노조법에는 하나의 사업장 내에 복수 노조 설립은 인정되, 협상에 나설 때는 편의를 위해 교섭 창구를 단일화하도록 돼 있다. 하지만 가맹사업법엔 그게 빠져 있다”며 “협상 창구만이라도 단일화할 수 있게 해달라는 게 반대 요지다. 가맹사업법 취지는 이해하나 부담이 큰 상황”이라고 말했다.

문제는 가맹사업법 개정안을 다루는 국회 정무위원회와 법사위원회에 대한 야당의 영향력이 더 세지면서 이르면 연내 국회 통과도 가능할 것이란 전망이다. 국회 정무위원회의 경우 상임위원장은 여당이 차지했지만 총 24명 중 범야권 의원이 16명으로 여당(8명) 의원 수보다 2배가 많다. 법사위원회는 상임위원장을 포함해 총 18명 중 11명이 범야권 인사로 구성돼 있다.

이와 관련해 한국프랜차이즈학회(학회장 김재욱 고려대 교수)는 6월 14일 고려대에서 2024년 춘계학술대회를 개최하고, 복수 단체 난립, 영세 브랜드 협의 부담 가중 등 부작용 가능성이 높다는 우려를 표시했다.

이날 김진진 법무법인 KLF 대표변호사는 토론에서 “주로 영세 브랜드에서 협의 여력이 부족하고 단체의 실체가 불명확한 경우 협의개시와 관련된 문제가 발생한다”라면서 가맹점 10개 미만이 약 72%에 달하는 현실을 감안해 “가맹본부가 공정위로부터 단체 규모와 대표, 구성원을 확인할 수 있도록 하고, 규모별로 협의 여력을 고려해 가맹점 수 200개 이상 브랜드를 대상으로 법을 시행해야 한다”고 주장했다.

한편 국회 정무위 소속 민주당 의원들은 ‘10대 당론추진 법안·가계부채 지원 6법’에 가맹사업법 개정안을 포함하면서 개정안 처리에 속도가 붙을 것으로 전망된다. 민병덕 민주당 의원실 관계자는 “가맹사업법 개정안의 경우 당론 추진 입법이기 때문에 연내 통과 가능성이 크다”고 전했다. **[K77]**

배민, 수수료 9.8%로 기습 인상 정부, 국회, 업계 호소에도 아랑곳 않는 배달앱들

한국프랜차이즈協 “수수료 인상 철회 촉구”

온플법 제정, 협의체 구성 등 대응 다각화

WRITE | 김은영 기자



7월 5일 나명석 협회 수석부회장(앞줄 왼쪽에서 세 번째), 박호진 협회 사무총장(뒷줄 왼쪽에서 두 번째)이 온라인플랫폼법 발의 기자회견에 참석해 입법을 촉구하고 있다.

연초부터 배달의민족 배민원플러스, 쿠팡이츠 스마트요금제 등 새 요금제가 외식업계의 배달앱 수수료 부담을 크게 늘려 지탄을 받는 가운데, 오히려 배달의 민족이 수수료 인상을 기습적으로 발표하면서 반발이 거세지고 있다.

지난 7월 10일 배달의민족은 배민원플러스 수수료율을 기존 6.8%에서 9.8%로 3%p 인상하고, 배달비 100~900원 인하, UI/UX 노출 차별 개선 등을 담은 요금제 개편안을 전격 발표했다. 수수료율 인상은 지난 1월 말 배민원플러스 요금제를 출시한 지 6개월여 만이다. 그간 기존 울트라콜에서 배민원플러스로의 전환을 받

강제당하면서 수수료 부담이 제품 판매가의 30% 가까이 올라간 외식업계는 극심한 경영 애로를 겪고 있는 상황에서 수수료율이 오히려 인상되자 격렬하게 반발하고 있다. 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 즉시 배민을 규탄하고 수수료율 인상을 철회할 것을 촉구했다. 협회는 “업계 1위 배달의민족은 지난해 역대 최대인 약



배달의민족의 기습 수수료율 인상 발표로 국회와 정부, 업계가 대응 방안을 고심하고 있다.

7천억원의 영업이익을 내고도 올해 초 정률제 기반 배민 원플러스를 출시, 앱 내 노출, 무료 배달 프로모션 등에서 차별을 두며 절대 다수인 정액제 이용 업자들의 요금제 전환을 반강제해 왔다”라고 하면서 “이로 인해 현재 외식 프랜차이즈 업계는 극심한 수수료 부담으로 큰 경영위기에 빠져 있으며, 불가피한 소비자 가격 인상으로 물가 인상의 주범으로까지 몰리며 전 국민들에게 지탄을 받고 있는 실정”이라고 말했다.

이어 “업주들 또는 본사들과 어떠한 협의도 없이 자사 핵심 상품의 수수료율을 절반 가까이 인상한다고 기습 발표하는 것은 대형 플랫폼의 전형적인 횡포”라고 하면서 “그간 현장에서 배달의민족의 성공을 함께 해 온 외식업계의 어려움을 고려해, 즉시 수수료율 인상안을 철회하고 상생 방안을 이행할 것을 강력하게 촉구하며, 요구가 받아들여지지 않을 경우 회원사 및 소속 가맹점들, 외식업계 및 소상공인 업계와 연대하여 법적 대응 등 가능한 한 모든 조치에 적극적으로 나설 것”이라고 밝혔다.

정부와 국회에서도 배민의 기습인상에 대해 불편한 기류가 감지되고 있다. 그간 농식품부는 협회 등 업계의 요청에 배달앱 3사와의 상생안 마련을 중재하던 중이었으나 이번 기습발표로 노력이 무색해진 상황이다. 이달 중 상생협의체 구성을 검토하던 중이던 공정위는 기습발표 이

후 배달앱 3사를 전격적으로 현장조사하고 온라인 플랫폼법 재추진 논의도 다시 가동한 것으로 알려졌다. 국회에서도 지난 회기에서 상임위 간 이견으로 제정이 무산된 온라인 플랫폼법을 다시 제정하기 위한 논의가 가속화되고 있다. 22대 국회 개원 한달여 동안 2건의 온라인 플랫폼법이 발의됐고, 더불어민주당 을지로위원회는 협회, 가맹점주단체 등과 함께 발의 기자회견을 개최하기도 했다.

온라인 플랫폼법은 자사우대 금지, 끼워팔기 금지 등과 함께 계약서에 각종 필수 내용들을 기재하고, 입점업체들에게 단체협의를 요청하는 권한을 부여하는 것을 골자로 한다. 21대 국회에서 과기정통위와 정무위, 방통위와 공정위, 외식업계와 IT업계 등 각계 각층의 의견이 충돌, 결국 제정이 무산됐다.

그러나 이후 자율규제협의체가 별다른 성과없이 마무리되고 배달앱 수수료 부담이 물가 인상을 견인, 규제 필요성에 대한 공감대가 형성되면서 다시 추진 동력을 얻는 분위기다. 협회도 입장문에서 “국회와 정부에서도 근본적으로 입점업체에 대한 대형 플랫폼의 횡포를 완화할 수 있는 온라인 플랫폼법의 제정을 위해 노력해 주시기를 간절하게 요청드린다”고 공개적으로 지지를 선언했다. **이은영 기자**

한국프랜차이즈協, 올해 말레이시아에서도 뜨거운 K-프랜차이즈 열기 확산

지난해 필리핀 이어 말레이시아 박람회서도 인기몰이
WFC·APFC 총회서 35개국과 교류도 성과

WRITE | 김은영 기자



2024 상반기 WFC APFC 쿠알라룸푸르 총회

프랜차이즈 업계의 신성장동력 발굴을 위해 중소 가맹본부의 해외진출을 지원하고 있는 한국프랜차이즈산업 협회(회장 정현식·이하 협회)가 지난해 필리핀에 이어 올해 말레이시아에서도 K-프랜차이즈 열풍을 이어간다.

7월 10일 협회는 말레이시아 쿠알라룸푸르 컨벤션 센터에서 지난달 폐막한 현지 최대 박람회 '말레이시아 프랜차이즈 박람회 2024'(이하 FIM 2024, 5.30.~6.1.)에 12개 회원사들과 한국관으로 참가, 집계 결과 총 250여건의 상담건수와 7백만 달러 규모의 상담실적을 기록했다고 밝혔다.

인구 3,500만여 명의 말레이시아는 아세안 10개국 중 인구 1천만 명 이하인 싱가포르, 브루나이를 제외 시 유일하게 1인당 GDP가 1만 달러를 넘는 아세안 주요 국가다. 말레이시아 프랜차이즈 협회(MFA)가 개최한 이번 박람회에도 15개국 약 130여개 프랜차이즈 기업, 2만여 명의 참가객들이 참여했다.



2024 상반기 WFC 쿠알라룸푸르 총회 참석 대표단 단체사진

협회는 ▲금복주류 ▲결작떡볶이치킨 ▲진1926 ▲땅스부대찌개 ▲막창도둑 ▲샐러디 ▲보배반점 ▲카페봄봄 ▲선비꼬마김밥 ▲원조부안집 ▲곰분이곰창 ▲푸라닭 등 12개 회원사들과 한국관을 함께 구성해 3일간 현지 창업 희망자, 바이어, 투자자, 업계 관계자들에게 K-프랜차이즈를 널리 알리고 상담과 마스터 프랜차이즈 업무협약을 주선했다.

참가자들은 수 많은 현지 참관객들이 한국관에 높은 관심을 보이며 K-프랜차이즈의 인기를 실감했다는 분위기다. 한 참가자 관계자는 "지난해 10월 협회와 참가한 필리핀 박람회에 이어 이번 말레이시아에서도 한국 브랜드에 대한 높은 관심과 투자 열기를 생생히 느낄 수 있었다"라고 하면서 "글로벌 브랜드로 도약할 수 있는 적기라고 여기고 앞으로도 해외진출 역량을 꾸준히 쌓고 해외 박람회 참가도 이어갈 것"이라고 말했다.

협회도 정현식 협회장, 박호진 사무총장 등 임직원이 직접 현지로 날아가 박람회 주최사와 회원사 간의 소통을 돕고 현지 정보와 통역 등을 제공하는 등 회원사들의 원활한 참가를 지원했다. 또, 홍보관을 통해 K-프랜차이즈와 K-푸드, K-컬처 등 한류 열풍의 확산과 위상 제고에 나섰다. 한편, 정 협회장 등은 이번 박람회와 연계하여 개최된 2024년 상반기 WFC·APFC** 쿠알라룸푸르 총회(5.27.~5.29.)에 우리나라를 대표하는 정회원 자격으로 참석해 미국, 영국, 브라질, 포르투갈, 베트남, 필리핀, 싱가포르 등 35개국 프랜차이즈협회 대표단들과 교류하고 상호 진출을 논의했다.

정 협회장, 박 사무총장은 각국 대표단들이 참여한 이번 총회에서 로봇, 자동화, 스마트 세계 최고 수준의 ICT 기술과 접목한 창업 모델이 보급화된 한국 프랜차이즈 산업의 현황과 북미, 유럽, 중동까지 전 세계로 뻗어나는 해외진출 현황을 알리고 국내 기업에 대한 투자 및 제휴 유치 활동을 벌였다. 또 최근 환경보호 유공으로 대통령 표창을 수상한 협회와 K-프랜차이즈들의 탄소중립 실천 노력 및 현황, 관련 법제도 변화 등을 발표하고 각국과 글로벌 트렌드를 논의하는 자리도 가졌다.



말레이시아 프랜차이즈 박람회 현지 참관객들이 한국관을 둘러보고 있다

협회 관계자는 "말레이시아는 아세안 국가 중 1인당 소득 수준이 높아 소비 시장도 잘 활성화돼 있고, 특히 이슬람 교도가 인구의 60%에 달해 동남아시아 진출과 중동 진출의 교두보를 한 번에 마련할 수 있어 최근 국내 외식기업들이 크게 주목하고 있는 시장"이라고 말했다. 이어 "앞으로도 국내 기업들의 해외진출 수요를 적극 파악해 다양한 지원을 지속하고 각국에서 K-프랜차이즈 열풍이 확산되도록 노력하겠다"라고 말했다. **[K7]**

*WFC(World Franchise Council) : 세계프랜차이즈협의회, 세계 48개 국가·지역 프랜차이즈 협회로 구성된 국제 단체

**APFC(Asia Pacific Franchise Confederation) : 아시아태평양프랜차이즈연맹, 아태지역 15개 국가·지역 프랜차이즈 협회로 구성된 국제 단체

내년도 최저임금 1만원 넘었다...1.7% 인상

최저임금위 표결로 1만30원으로 결정...경영계안 채택

WRITE | 김은영 기자



고용노동부 앞에서 구호 외치는 전국 소상공인연합회 회원들

내년도 최저임금이 시간당 1만30원으로 결정됐다. 올해보다 1.7% 오른 것으로, 사상 처음으로 최저임금 1만원 시대를 맞게 됐다. 월급 기준으로는 209만6270원(주 40시간·월 209시간 근무 기준)이다.

최저임금을 심의·의결하는 노·사·공 사회적 대화기구인 최저임금위원회는 12일 정부세종청사에서 제11차 전원회의를 열고 위원 투표를 거쳐 이같이 최종 결정했다. 노동계가 제시한 최종안은 1만120원이었고, 경영계 최종안은 1만30원이었다. 표결에 부친 결과 경영계 안이 14표, 노동계 안이 9표를 받았다.

최저임금위원회는 근로자·사용자·공익위원 각 9명으로 이뤄졌으며 투표 직전 민주노총 측 근로자위원 4명이 공익위원들이 제시한 심의 촉진구간에 대한 반발로 투표에 불참하면서 23명만 참여했다. 공익위원 9명 중 4명은 노동계 안에, 5명은 경영계 안에 표를 던진 것으로 보인다.

우리나라 최저임금이 1만원대를 기록하는 것은 1988년 최저임금 제도 도입 이후 37년 만에 처음이다. 최저임금이 5천000대로 올라선 2014년도 이후 11년 만이다. 인상률 1.7%는 지난 2021년의 1.5%에 이어 역대 두 번째로 작다.



한국노총 조합원들이 최저임금위원회 제8차 전원회의가 열린 정부세종청사 고용노동부 앞에서 집회를 열고 최저임금 인상을 촉구하고 있다.

최근 5년간 최저임금과 전년 대비 인상률은 2020년 8천90원(2.87%), 2021년 8천20원(1.5%), 2022년 9천60원(5.05%), 2023년 9천20원(5.0%), 올해 9천60원(2.5%)이었다.

지난 9차 회의 최초 요구안 제시 때부터 4차 수정안까지 노동계의 요구안은 시간당 1만2600원(올해 대비 27.8% 인상)→1만1200원(13.6% 인상)→1만1150원(13.1% 인상)→1만1000원(11.6% 인상)→1만840원(9.9% 인상)으로 수정됐다. 경영계는 9860원(동결)→9870원(0.1% 인상)→9900원(0.4% 인상)→9920원(0.6% 인상)→9940원(0.8% 인상) 등으로 소폭 조정을 이어갔다.

최저임금위원회가 의결한 내년도 최저임금안을 고용노동부에 제출하면, 노동부는 8월 5일까지 내년도 최저임금을 확정·고시하며, 내년 1월 1일부터 효력이 발생한다.

한편 7월 초 커리어플랫폼 사람인인 기업 828개사를 대상으로 '최저임금과 인건비 부담'에 대한 설문조사한 결과 기업 2곳 중 1곳은 현행 최저임금이 너무 높다고 생각하는 것으로 나타났다. '너무 높다'고 생각하는 기업은 49.3%. '적정하다'는 30.9%, '더 많이 인상해야 한다'는 19.8%로 집계됐다.

최저임금이 높다고 생각하는 기업들은 그 이유로 "가가 텅달아 올라서"(48.3%, 복수응답)를 최우선으로 꼽았다. 이어 '경영 환경이 너무 힘든 상황이라서'(42.4%), '저임금 부담에 따른 폐업, 채용 축소를 할 수밖에 없어서'(41.4%) 등으로 나타났다.



내년도 최저임금 인상에 따른 인건비 상승 대책으로는 '채용 규모 축소'(36.8%)를 우선적으로 꼽았으며 "봉 동결"(25.8%), "별다른 대책 없다"(24.9%) 등이 뒤를 이었다.

기업들은 경영 위협의 요소로 "건비 상승"(54.8%)을 1순위로 꼽았다. 이어 "황장기화로 인한 불확실성"(53.6%), "원재료비, 임대료 등 각종 물가 상승"(46%), "소비부진으로 내수 위축"(26.1%), "채용 실패로 인한 구인난"(21.9%) 등의 어려움을 호소했다.

아울러 기업들이 실제 최저임금으로 가장 걱정하게 생각하는 금액 범위는 ▲8500~9000원 미만(34.7%) ▲9500~1만원 미만(23.3%) ▲1만~1만500원 미만(14.9%) 등으로 집계됐다. **KFN**

제13기 KFCEO 교육과정 수료식 “프랜차이즈 업계 위기극복 기여할 것”

원우 54명 14주 간 역량 강화 및 인적 네트워크 구축

제14기 과정 9.2.까지 모집

WRITE | 정병필 편집위원



제13기 KFCEO 수료식에 참석한 내외빈 및 원우들 단체사진

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 주최하고 부자비즈(소장 이경희)가 주관하는 '제13기 KFCEO 교육과정'(K-프랜차이즈 CEO 교육과정)이 14주 간의 교육일정을 성대히 마무리했다.

협회는 지난 6월 3일 서울 여의도 FIK 타워에서 제13기 KFCEO 과정 수료식을 개최했다. 수료식에는 정현식 협회장, 박효순 협회 수석부회장, 전병진 KFCEO 총동문회장 등 협회·총동문회 관계자들과 제13기 원우 등 총 70여명이 참석했다.



정현식 한국프랜차이즈산업협회장



박효순 한국프랜차이즈산업협회 수석부회장



전병진 KFCEO 총동문회장

정현식 협회장은 “우리 업계는 고물가와 3고현상, 인력난, 플랫폼 수수료 증가 등 극심한 경영 위기를 맞고 있으며, 22대 국회에도 규제 강화가 예상되는 상황”이라고 하면서 “원우 여러분들이 본 과정에서 익힌 역량과 기업가 정신을 바탕으로 새로운 시대의 리더로서 산업의 위기 극복을 선도해 주시길 당부드린다”라고 말했다.

수료식에 앞서 박효순 협회 수석부회장은 한국피해자지원협회(KOVA) 협회장으로서의 경험을 살려, <기업시민의식 - 범죄피해자 구제와 현실>을 주제로 원우들에게 새로운 사회공헌의 방향을 제시해 큰 공감을 얻었다.

또 한 기수를 돌아보는 표창 수여식에서는 13기 원우회장으로서 원우들의 소통과 단결에 기여한 안성원 (주)물과소금 대표가 공로상을, 13기 최고의 원우로 꼽힌 최은수 춘자네 명품김치 대표가 MVP를 수상했다. 이어 우수상(권선영 선영FNC 대표 외 4인), 개근상, 수료패 수여식으로 유종의 미를 거뒀다. 원우들은 서로를 축하하고 새로운 출발을 기약하는 한편 향후 원우회 및 총동문회 활동과 협회 활동에 참여할 것을 다짐했다.

한편, 제14기 KFCEO 과정은 오는 24년 9월 2일부터 12월 9일까지 진행될 예정으로 현재 수강생을 모집 중이다. ▲성공 CEO들과 직접 소통하는 CEO토크쇼 ▲프랜차이즈 본사 현장·기업 탐방 및 워크숍 ▲협회 임원진 멘토링 ▲전문

가 강연 등 KFCEO 과정 고유의 현장감 넘치는 강의가 14주간 이어진다. 자세한 사항은 협회 홈페이지 공지(<http://www.ikfa.or.kr>) 또는 협회 교육사업팀(02-3471-8135 내선 2)에 문의하면 된다.

◇11-13주차 과정

11주차 과정은 5월 13일 이경희 주임교수가 <프랜차이즈 브랜드 팬덤 구축과 커뮤니티 마케팅>을 주제로 원우들과 함께 고민하는 포럼을 진행했다. 이어 우종필 세종대 교수가 <생성형 AI를 활용한 마케팅 전략>을 주제로 최근 대세로 떠오른 챗GPT 등의 AI를 프랜차이즈 경영에 접목한 다양한 성공 사례와 발전 가능성을 제시했다. 윤지환 경희대 교수도 <여행의 의미와 벤치마킹>을 주제로 원우들에게 일상 생활에서 경영에 접목할 수 있는 고차원의 인사이트를 제공하며 의미를 더했다.



12주차 한국프랜차이즈산업협회 탐방



13주차 코리아런드리 탐방 서경노 대표 특별강연

12주차 과정은 5월 20일 본 과정을 주최한 한국프랜차이즈산업협회 탐방과 연계돼 진행됐다.

서울 강서구 SBA 글로벌마케팅센터 전시세미나실에서 열린 12주차 강연은 이경희 주임교수의 <FC 리스크 관리 전략> 포럼에 이어 박호진 협회 사무총장의 <치킨전쟁·치킨FC에 대하여>, 김영기 쿠우쿠우 회장의 <대형 스시 뷔페 레스토랑의 가맹점 관계와 상생> 강연으로 진행됐다.

원우들은 협회 사무국을 방문하고 협회 사업과 활동 현

황을 소개받는 등 협회에 대해 이해도를 높이는 시간도 가졌다.

13주차 과정은 5월 27일 경기도 용인시에 위치한 세탁 프랜차이즈 코리아런드리의 플래그십 매장 ‘어반런드렛 더 테라스’를 탐방하는 시간으로 진행됐다.

원우들은 서경노 코리아런드리 대표가 <K서비스 프랜차이즈 성장전략>을 주제로 들려주는 생생한 성공 노하우와 발전 전략을 듣고, 어반런드렛 더 테라스 곳곳을 탐방하는 뜻 깊은 시간을 보냈다.

KFCEO 13기 수상자 명단

공로패			
기수 원우회장			
순서	이름	직급	기업명
1	안성원	대표이사	(주)물과소금

MVP			
원우선정 공로상			
순서	이름	직급	기업명
1	최은수	대표	춘자네명품김치

우수상			
차기수 추천 우수상			
순서	이름	직급	기업명
1	권선영	대표	선영FNC
2	권익중	대표	엘이디플러스(주)
3	서동범	대표	(주)타카그룹
4	최은수	대표	춘자네명품김치
5	홍이성	대표	투스타글로벌(주)

개근상 (11회 이상 출석자)			
순서	이름	직급	기업명
1	김상진	대표	보리키친
2	김태형	대표	(주)태인솔루션
3	김필준	대표	(주)나린팜스
4	박경담	대표	(주)책나무
5	백승우	대표	(주)청년아이앤에스
6	서동범	대표	(주)타카그룹
7	안성원	대표	(주)물과소금
8	이민규	대표	(주)엠앤에스
9	이종민	대표	(주)루센트
10	임대근	대표	농업회사법인좋은이웃(주)
11	정욱재	대표	(주)엔에스에프에프
12	차봉은	대표	이케이플러스
13	최봉수	이사	(주)한상에담다
14	최은수	대표	춘자네명품김치
15	표나라	부장	(주)정성담
16	허석현	본부장	(유)케이에스넷플러스

감동상			
협회 교육팀 증정			
순서	이름	직급	회사명
1	김상진	대표	보리키친

수료패			
순서	이름	직급	기업명
1	강복현	대표이사	농업회사법인 고담(주)
2	권미현	대표	(주)케이엠에이치
3	권선영	대표	선영FNC
4	권익중	CEO	엘이디플러스(주)
5	권혁철	대표이사	나이스핀테크(주)
6	김기현	대표	국제종합주방상사
7	김기훈	대표이사	(주)애니워터
9	김동민	대표	레이엔지니어링
10	김민길	대표이사	(주)남도에프앤씨
11	김범	대표	(주)파인만
12	김상진	대표	보리키친
13	김영환	대표이사	(주)지오엠
14	김재훈	지사장	(주)우아한농들
15	김준호	대표	(주)씨에스푸드
16	김태형	대표이사	(주)태인솔루션
17	김필준	대표이사	(주)나린팜스
18	김혜원	대표	웰니스컴퍼니
20	류지종	대표이사	(주)스타몽
21	박경담	대표	(주)책나무
22	박현준	이사	다비치F&B
23	백승우	대표	(주)청년아이앤에스
24	서동범	대표이사	(주)타카그룹
25	송인경	대표	(주)미성외식
26	안성원	대표	(주)물과소금
27	윤금순	대표이사	(주)상록호텔조리직업전문학교
28	윤석호	이사	(주)페이허어
29	이민규	대표	(주)엠앤에스
30	이서영	대표이사	(주)웰팜
31	이성진	대표이사	(주)하이클린
32	이아람	대표	(주)어니스타컴퍼니
33	이왕건	대표	(주)삼성에스케이씨비투비
34	이장경	대표	성북돈까스
35	이종민	대표이사	(주)루센트
36	이준	대표세무사	세무법인 비케이엘
37	이태연	이사	(주)조양기업
38	임대근	대표이사	농업회사법인 좋은이웃(주)
39	전병길	대표이사	(주)나무에프앤디
40	전재호	사장	(주)엔터라인
41	정상화	대표이사	(주)이루다교육
42	정욱재	CBO이사	(주)엔에스에프에프
43	정환희	대표	(주)메인터넌스
44	조성민	부사장	진흥기업(주)
45	조은철	본부장(전무)	농업회사법인 조인(주)
46	조현우	대표	(주)룩키스
47	주민석	대표	세븐일레븐 관악센터점
48	주연태	대표	위스키라이브러리
49	차봉은	대표	이케이플러스
50	최봉수	이사	(주)한상에담다
51	최은수	대표	춘자네명품김치
52	표나라	부장	(주)정성담
53	허석현	팀장	(유)케이에스넷플러스
54	홍이성	대표	투스타글로벌(주)

농식품부·aT와 외식기업 해외진출 활성화 워크숍 개최

해외진출 성공기업 우수 사례 전수...농수산물 온라인 도매시장 등 정부지원사업도 소개

WRITE | 정병필 편집위원



(왼쪽부터) 강지영 (썬로보아르페(라버트치킨) 대표, 임영서 (썬죽이야기(죽이야기) 대표, 임재원 (썬고피자(고피자) 대표, 이종근 (썬에스엘에프앤비(킹콩부대찌개) 전무

해외진출 성공기업의 생생한 경험과 노하우를 업계와 나누고 관련 정부 지원사업 정보를 제공하는 '2024 외식기업 해외진출 활성화 워크숍'이 6월 19일 서울 양재동 aT센터에서 성황리에 개최됐다.

농림축산식품부(장관 송미령)가 주최하고 한국농수산식품유통공사(사장 김춘진)와 한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 주관한 이번 워크숍은 2024년 협회 제2차 프랜차이즈 포럼과

연계해 더욱 풍성하고 유익한 순서로 꾸며졌다. 특히 올해 2회째를 맞아 새롭게 마련된 만찬 행사는 각 브랜드별 해외사업 담당자들이 소통하고 교류하는 네트워킹의 장으로 의미를 더했다.



2024 외식기업 해외진출 활성화 워크숍에서 김재경 농식품부 식품외식산업과장이 축사를 하고 있다



박호진 한국프랜차이즈산업협회 사무총장



임영서 죽이야기 대표

지난해 호평이 높았던 토크 콘서트에는 임영서 (썬죽이야기(죽이야기) 대표가 진행자로, 이종근 (썬에스엘에프앤비(킹콩부대찌개) 전무, 임재원 (썬고피자(고피자) 대표, 강지영 (썬로보아르페(라버트치킨) 대표가 발표자로 참가했다.

이종근 전무는 대만, 필리핀, 베트남 등 킹콩부대찌개의 기존 해외 진출 사례와 올해 말레이시아, 중국 마스터 프랜차이즈 계약 체결 사례의 경험과 유의점을 소개했다. 또 수출바우처 사업, 해외지사화 사업 등 유용한 정부지원 사업과 현지 상표등록 절차 등을 조언했다.

임재원 대표는 국내 F&B 스타트업으로 가장 많은 600억 원 이상의 투자를 유치할 수 있었던 고피자의 다양한 운영모델을 소개하고, 인도, 싱가포르, 인도네시아, 태국 등 급부상 중인 아시아 지역의 성공 전략도 제시했다.

강지영 대표는 튀김 조리로봇을 접목한 라버트치킨이 국내 치킨 조리 로봇 시장을 선도해 온 성장 과정을 들려주고, 국내 B2B사업 및 자체 브랜드 매장 운영 현황과 함께 영국 런던, 미국 뉴욕 맨해튼, 멕시코 멕시코시티, 필리핀 마닐라, 싱가포르 등 세계 주요 도시에 진출하는 과정에서 겪은 애로와 생생한 경험담을 공유했다.

임영서 대표는 진행자로서 관객들과 소통하며 발표자들의 해외진출 노하우를 자연스럽게 이끌어 내고, 베트남, 중국 등 죽이야기의 해외진출 경험과 유의점도 들려주며 원활한 콘서트 진행을 이끌었다.

▲해외진출을 위한 SNS 마케팅(은종성 비즈웹코리아 대표) ▲AI를 활용한 서비스·마케팅 차별화 전략(하렉스 인포텍 양문호 부사장) 등 마케팅 역량 강화 강연과, ▲농수산물 온라인도매시장 사업안내(aT) ▲기업이 알아야 할 K-브랜드 분쟁 대응전략 안내(한국지식재산보호원) 등 정부지원 사업 설명회도 유익한 정보로 큰 호평을 받았다.

협회는 “국내 시장이 과포화 단계에 접어들고 해외에서 한국 외식 문화에 관심이 높아 업계에서도 해외진출에 특히 관심이 많다”라면서 “역량이 부족한 중소기업이 대부분인 만큼, 해외진출 활성화를 위한 다양한 프로그램을 지원해 나갈 것”이라고 밝혔다. **KFN**

한국프랜차이즈協, 회원사와 中 식자재 기업 간 비즈니스 교류회 개최

국내 식자재 공급 불안정 해소, 제품 수출입 방안 논의...중국 진출 성공 사례도 공유

WRITE | 김은영 기자



한중 비즈니스 교류회에 참석한 한국프랜차이즈산업협회 및 가선연맹 회원사들

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 국내 외식업계와 중국 식자재 기업 간의 교류와 협력을 통해 회원사의 경영 안정과 중국 시장 진출 활성화에 적극 나섰다.

협회는 6월 12일 서울 강서구 협회 회의실에서 중국 대표 민간 식자재 기업 단체 '가선연맹'과 '2024 한·중 외식 프랜차이즈 식자재&밀키트 기업 교류회'를 성황리에 개최했다. 이번 교류회는 지난 10~14일 가선연맹 주최 중국 식자재 기업 CEO 방한 일정 중 한국 기업과 비즈니스 상담 및 교류를 위해 마련됐다.

가선연맹은 좋은 식자재만 취급한다는 의미로 중국 지역별 로컬 식자재 공급 대표기업 24개 회원사(업력 20년 이상)로 구성돼 있다. 총 연간 거래액이 8000억원 이상인 민간 단체다.

한국 측에서는 죽이자기, 미스타셰프, 아팔, 이디야 커피, 피자마루, 고피자, 코바코돈가스, 결작떡볶이, 인덕식품, 진이찬방 등 협회 회원사 대표 및 담당자

20여명이 참석했다.

중국 측에서는 중국 승가식품(냉동야채), 녹우식품(디저트, 양념), 귀싱식품(명태 가공, 새우유통), 란바이식품(밀키트가공, 선헌식품(연어, 생선가공 유통), 가이스식품(밀반찬 가공), 아데미식(푸드코트 프랜이 1만2000개 이상 점포 식자재 납품), 광동성 외식 산업협회(광동성 외식박람회 주최사) 등 중국 지역별



협회가 서울 강서구 협회 회의실에서 한중 비즈니스 교류회를 개최했다



한중 기업인들이 협력방안을 논의하고 있다

로컬 대형 업체들 10개사 대표와 관계자들이 참석했다.

이날 참여 회원사들은 우수 식자재의 빠르고 안정적인 공급 채널 확보를 위해 품질 및 시설 검증, 직판 채널을 통한 단가 합리화 등 중국 기업들과의 협력 가능성을 타진했다. 또 해외에서 관심이 높은 국내 브랜드 밀키트 제품 진출 등과 관련, 완제품 수출, 핵심 소스 제외 중국 현지 생산 등 다양한 협력방안과 중국 진출 성

공 사례도 논의했다.

협회는 "다양한 식자재를 우수한 상태로 매일 차질없이 가맹점에 빠르게 공급하는 것이 외식 가맹 본부의 핵심 역량이나, 최근 주요 식자재별로 국내외에서 수급 불안정, 가격 변동 등 불안정한 상황이 빈번한 상황"이라면서 "기업 경영으로 해소는 물론 소비자 물가 안정과 외식업계의 해외진출 활성화까지 지속적으로 협력 방안을 모색할 것"이라고 밝혔다. **KFN**

백종원의 연돈볼카츠 ‘매출액 논란’

예상매출액 놓고 “매출액 과장 광고” vs “사실과 달라”

WRITE | 김은영 기자



상 장을 앞둔 백종원 대표가 이끄는 ‘더본코리아’가 복병을 만났다. 창립 30주년을 맞은 올해 코스피 상장을 목표로 기업공개(IPO)를 추진하고 있지만, ‘연돈볼카츠’ 일부 점주와 갈등이 심화하고 있어서다. 연돈볼카츠는 더본코리아가 2021년에 론칭한 외식 브랜드다. 제주에 1호점(직영점)을 연 후 1년 만에 가맹점이 68개까지 늘었지만 지난해엔 49개로 감소했다. 이유는 별다른 게 아니다. 매출액이 감소하는 등 가맹점의 경영 환경이 악화됐기 때문이다. 공정거래위원회에 따르면 연돈볼카츠 가맹점당 연평균 매출액은 2022년 2억5970만원에서 지난해 1억5699만원으로 감소했다. 점주들과 갈등이 발생한 것도 결국 줄어든 매출액이 발단이 됐다. 점주들로 구성된 ‘연돈볼카츠 가맹점주협의회(이하 점주협의회)’는 지난 6월 18일 더본코리아 본사 앞에서 기자회견을 열고 “가맹본부가 예비 가맹점주에게 제시한 기대 매출액이

나 수익과 실제엔 차이가 컸다”면서 “개점 직후부터 매출액이 감소하기 시작해 장사를 접을 수밖에 없는 상황에 내몰렸다”고 토로했다. 점주협의회는 주장을 정리하면 이렇다. “가맹본부가 월 매출액 3000만원, 수익률 20~25%를 보장했지만 실제 매출액은 절반인 1500만원 수준으로 수익률은 7~8%에 그쳤다. 가맹본부에 경쟁력 제고를 위한 방안 마련을 촉구했지만 이렇다 할 대책을 내놓지 않았다.” 더본코리아는 점주협의회 측의 주장을 부인하고 있다. “점주들에게 매출액과 수익률을 약속한 적이 없다”면서 “지난해 7월 일부 가맹점주가(더본코리아 임원들에게) 금전적 보상을 요구했다”고 맞받아쳤다. 더본코리아가 관련 정황이 담긴 녹취록을 공개(6월 19일)하자 점주협의회도 다음날 다른 녹취록을 공개하며 분쟁이 격화했다. 점주협의회가 공개한 녹취록엔 2022년 5월 당시 가



맹본부 점포개설 담당자가 예비 가맹점주에게 구체적인 매출액과 수익률을 언급한 내용이 담겼다.

이제 판단은 공정위의 손에 맡겨졌다. 더본코리아는 4월 29일 ‘허위·과장 정보 제공’ 의혹의 진위를 판단해 달라며 공정위에 자진해서 심의를 요청했다. 점주협의회는 6월 24일 가맹사업법 위반 혐의로 더본코리아를 공정위에 신고한 상태다.



결과는 공정위의 판단 여하에 따라 달라진다. 하지만 문제가 된 기대 매출액(예상매출액)은 프랜차이즈 업체의 빈번한 분쟁 요소로 다시 수면위로 떠올랐다. 가맹사업법상 가맹본부(가맹점 100곳 이상)는 예비 가맹점주에게 예상매출액과 산출 근거를 서면(예상매출액산정서)으로 제공해야 한다. 하지만 가맹본부가 허위·과장된 예상매출액을 제공하거나, 예상매출액을 구두로만 전달할 경우 여러 분쟁이 발생한다.

이로 인해 의무제공사상인 예상매출액 산정 기준이 현실을 제대로 반영하지 못하고 있다는 지적이 나온다. 문제는 거리만을 기준으로 예상매출액 표본이 결정되기 때문에 실효성이 떨어진다는 점이다. 입지나 환경 등은 고려되지 않는다.

업계 관계자는 “예상매출액은 주변 지역의 상권 변화나 점주의 운영 방식 등에 따라 달라지기 때문에 인접 지역의 매출액을 제공하는 건 별 의미가 없다”고 전했다.

백종원 대표 역시 프랜차이즈 산업 자체에서 기인하는 문제를 풀어내지 못했다. 그렇다고 모든 걸 가맹본부의 탓으로 돌리기는 쉽지 않다. 예상매출액은 말 그대로 예상매출액일 뿐 가맹본부가 보장하는 매출액이 아니다. 가맹본부가 제공하는 예상매출액산정서를 바탕으로 판단을 내리는 건 결국 가맹점주의 몫이다. **KFN**

푸르메재단과 장애인 일자리 창출 협력 MOU 체결

직업훈련 장애인 연계로 인력난 완화 및 장애인 인식개선 도모

WRITE | 김은영 기자



한국프랜차이즈산업협회 푸르메재단 MOU 체결식 기념촬영

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 6월 13일 서울 종로구 푸르메재단(상임대표 백경학) 회의실에서 장애인 일자리 창출을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다.

협약식에는 김인규 협회 수석부회장 겸 봉사위원장(☞다비치안경체인 회장), 박효순 수석부회장(나루가온에프앤씨(☞ 회장), 강석우 상근부회장, 박호진 사무총장 등 협회 관계자와 백경학 푸르메재단 상임대표, 정태영 사무국장 등 재단 관계자 총 30여명이 참석했다.

김인규 수석부회장은 인사말에서 “푸르메재단은 장애인의 치료 및 재활, 자립을 돕는 장애인 지원 전문 비영리단체로, 첨단 스마트팜 기반 ‘푸르메소셜팜’ 등 장애인의 직업훈련과 일자리 창출에 앞장서 왔다”라고 하면서 “인력난으로 어려움을 겪는 프랜차이즈 업체가 모범적인 일자리 모델을 창출하고 장애인 인식 개선에 기여할 수 있도록

록 노력하겠다”고 말했다.

양 단체는 이번 협약을 계기로 장애인 일자리 창출 및 인식 개선, 물품 후원 및 자원봉사 등을 위해 공동으로 노력하고 기타 사회 복지 증진을 위한 협력 관계를 강화하기로 했다.

한편, 이날 ☞다비치안경체인은 푸르메재단 강당에서 다비치안경 가맹점주로 구성된 ‘눈건강 시력 지킴이 봉사단’을 통해 안경 봉사활동을 진행했다. 봉사단은 장애인들을 대상으로 전문적인 개별 맞춤형 시력검사와 안경을 무료로 지원하고, 눈 건강을 점검하는 봉사활동을 진행하는 따뜻한 시간을 가졌다.

또 협회는 올해 김인규 수석부회장을 위원장으로 봉사위원회를 발족하여, 협회 회원사들의 참여와 취약계층 보호를 도모할 예정이다. **KFN**

중소기업 근로자, 퇴직연금 ‘푸른씨앗’ 가입시 지원금 받는다

30인 이하 중기 근로자에 추가 적립...지급 요건도 130%까지 완화

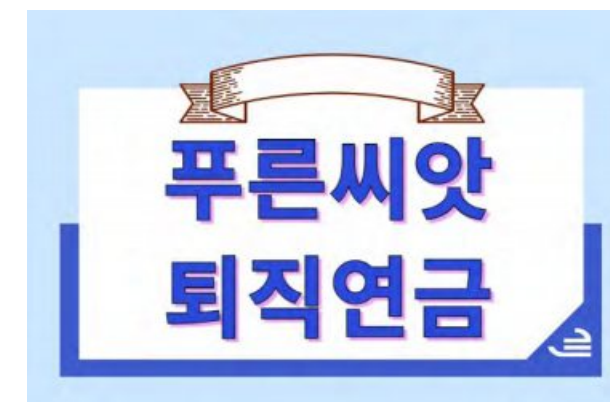
WRITE | 김은영 기자



중소기업 맞춤형 퇴직연금제도인 ‘중소기업퇴직연금기금(이하, ‘푸른씨앗’)에 대한 관심과 기대가 커지고 있다. 고용노동부(장관 이정식)와 근로복지공단(이사장 박종길)은 5월 31일부터 푸른씨앗 가입 근로자에게 본격적으로 지원금을 지급한다고 밝혔다.

푸른씨앗은 노후준비가 부족한 근로자가 많은 30인 이하 중소기업에 대상으로 퇴직연금 도입을 촉진하기 위해 2022년 9월부터 근로복지공단이 운영하는 공적 퇴직연금제도다. 지난해까지는 제도 도입에 따른 중소기업의 재정부담을 덜어주기 위해 ‘월 평균보수가 최저임금의 120%(242만원, 23년 기준) 미만인 근로자를 대상으로 퇴직급여 부담금의 10%’를 사용자에게 최대 3년간 지원했다.

하지만, 올해부터는 근로자에게도 재정지원 혜택을 제공한다. 이제 푸른씨앗에 가입한 근로자는 최대 3년 동안 사용자 지원금과 같은 금액을 퇴직급여 적립금으로 지원받을 수 있다. 이 경우 근로자는 사용자가 부담하는 퇴직급여 적립금을 기준으로 10% 추가 적립하는 효과를 거둘 수 있다. 뿐만 아니라 지원금을 지급받을 수 있는 요건을 ‘월 평균보수가 최저임금의 130%(268만원) 미만인 근로자’까지로 완화해 수혜 범위의 폭도 넓혔다. 요건 완화는 사용자지원금과 근로자지원금 모두 동일하게 적용된다.



지원금은 매 분기마다 지급하며 5월 말에는 2024년 1분기에 대한 지원금을 지급한다. 이를 통해 현재 푸른씨앗에 가입한 8367개 중소기업과 소속 근로자2만8934명이 총 30억원의 재정지원 혜택을 받게 된다.

푸른씨앗은 사용자·근로자에 대한 재정지원 외에도 일반 퇴직연금과는 차별화된 다양한 혜택을 제공하고 있다. 퇴직연금 도입·운영에 따른 비용부담과 행정적 불편함을 줄이기 위해 운영 수수료를 전액 면제(23년 4월부터 5년간)하고 퇴직연금규약 작성·신고 의무를 없앴으며 제도 가입부터 부담금 적립·운용, 급여 지급까지 모든 절차를 비대면화했다.

또한 공공기관인 근로복지공단이 자산운용기관과 함께 전문적, 전략적으로 기금을 운용해 자산의 안정성을 확보하면서 장기적으로는 높은 수익을 기대할 수 있게 됐다. 이를 증명하듯 푸른씨앗의 누적 수익률은 지난해 말 7.66%를 기록했고, 5월 현재는 9%를 상회하는 등 높은 수익을 창출하고 있다.

한편, 지원금 지급을 원하는 사용자와 근로자는 푸른씨앗 누리집(pension.comwel.or.kr)을 통해 제도 가입 및 지원금 신청이 가능하다. **KFN**

기고

매장 오픈 전 이걸 알고 하자

사업은 돈 만드는 기계다 “시스템을 만들자”

WRITE | 정병필 편집위원



창업을 하면서 시스템을 이야기하면 무슨 소리인가 하고 의아해하는 경우가 있다. 일반적인 창업은 장사다. 장사라고 하면 규모가 작으며, 혼자 또는 2~3명, 많아야 10명이 넘지 않는 인원이 전부다. 이러한 장사에 무슨 시스템인가. 장사와 사업은 다르다는 선입견 때문이다. 사업이라고 하면 사무실이 있고 우리가 흔히 생각하는 CEO가 있다. 분식집이나 길거리 창업을 사업이라고 부르지 않는다. 하지만, 장사나 사업이나 이익을 창출하기 위한 목적이라는 공통점이 있다.

장사와 사업이 차이점은 뭘까. 사전적 정의에 따르면 사업은 어떤 일을 일정한 목적과 계획을 가지고 짜임새 있게 지속적으로 관리하고 운영하는 일이다. 그렇다면 장사는? 이익을 얻으려고 물건을 사서 파는 일이다. 우리는 장사이자 사업이다.

창업의 첫 번째 목적은 이익 추구다. 수익이 발생되지 못하는 경우라면 창업할 이유가 없다. 그렇다면 이익을 내기 위해서는 어떻게 할까. 먼저 고객이 나를 찾아야 한다. 점포형이든 무점포 창업이든 고객으로부터 외면을 받으면 수익이 발생하지 못하고 망한다. 고객이 나를 찾도록 만드는 방법은 뭘까. 우리는 앞에서 여러 가지를 이야기했지만, 여기서는 기다림을 말하고자 한다.

위의 경우처럼 어느 음식점에 들어갔는데, 종업원의 첫 인사부터 주문, 서비스, 메뉴 전달 등까지가 원만하게 이루어지지 못한다면, 다음에도 꼭 이집에 와야지라는 결심을 하기가 쉽지 않다. 즉 장사를 하면서 고객이 매장에 들어오는 첫 순간부터 종업원, 주

방, 계산 등 모든 면에서 시스템을 만들어 물 흐르듯 자연스럽게接客이 이뤄져야 한다. 매장에서 수용할 수 있는 최대의 고객 수를 설정하고 이들이 들어오는 순간부터 나갈 때까지의 시간과 특성, 만족도 등을 점검해 준비해야 한다.

장사에 대한 기준을 세우면 실패하지 않는다

장사의 기준을 더 살피기 전에 먼저 장사가 잘 되는 집과 안되는 집의 차이는 뭘까에 대해 생각해 보자. 장사가 잘 되는 집은 일단 상품의 질과 맛이 좋다. 또 서비스도 만족스럽다. 좌석이나 인테리어 등이 고객을 편안하게 해 준다. 친절하다. 저렴하다. 반면에 장사가 잘 안되는 집은 맛이 없다. 상품의 질이 떨어진다. 서비스도 엉망이다. 자리는 너무 비좁아 앉기에도 부담스럽다. 지저분하다. 등등.

여기서 자연스럽게 장사의 기준이 나온다. 즉 장사가 잘 되는 집의 요소들을 기준으로 삼으라는 것이다. 여기에는 간접함과 충실함이 반드시 동반되어야 한다. 잠시의 기교는 약간의 행운을 가져올 수 있지만, 오래가지는 못한다. 경쟁업종이 들어서거나 소비자의 기호가 조금만 변해도 살아남기 힘들어진다. 실패하지 않는 장사의 기준은 뭘까. 이익을 많이 남기는 것일까. 그러기 위해서는 무엇에 우선 가치를 두어야 할까. 위의 경우처럼 외식업의 경우에는 식재료에 중점을 두는 경우가 많다. 식재료가 이익을 만드는 첫 번째 기준이라는 점이다.

장사하는 이들의 갈등 중 큰 부분을 차지하는 것이 이익이 우선이나, 충실함이 우선이나다. 그 둘이 공존을 해야 한다는 것을 알면서도 쉽게 뿌리치지 못한다. 고객은 최상의 상품을 저렴한 가격, 만족할 만한 가격에 공급받기를 원한다. 이러한 욕구가 충족된다면 단골고객이 되겠지만, 그렇지 않을 경우에는 언제든지 등을 돌릴 수 있다는 점을 알아야 한다.

외식업을 비롯해 판매업, 서비스업 등 모든 업종이 무한경쟁 상태다. 스스로 어떤 체급을 정해 경기에 임할 것인지를 먼저 생각해 봐야 한다. 옆집이 장사가 잘 되는 것으로 보이는 단가 높은 고기구이 집이라 고민하고, 시골 어디에 선선한 맛있는 음식이 있다 하여 고민하다 보면 무한체급에 골리앗과 다윗의 싸움이 될 수도 있다. **KFN**

아쉬운 최저임금 결정 “외식업체 생사 외면”

최근 경기 침체에 고물가, 고금리가 겹치면서 자영업 식당 등 외식업체의 붕괴 위기감이 높아지고 있다. 지방은 물론 신촌, 대학로 등 서울 중심 상권에서도 문을 닫는 식당이 크게 늘어나고 있다. 올해 1분기(1~3월)에만 서울에서 6천여 곳 가까운 식당이 폐업을 했다.

핀테크 기업 '핀다'의 빅데이터 상권분석에 따르면 지난해 서울시 외식업 폐업률은 18.99%를 기록했다. 서울시 외식 식당 5곳 중 1곳이 1년사이 문을 닫은 것으로 나타났다.

더 큰 문제는 상황이 더 악화될 가능성이 매우 높다는 것이다. 금융감독원에 따르면 지난 4월 말 국내 은행의 개인사업자대출 연체율은 0.61%로 전년 대비 0.2%포인트 급등했다. 개인사업자대출 연체율이 0.6%대로 치솟은 것은 2012년 이후 11년 만이다.

이 때문에 상환기간 연장이나 장기 분할상환 등 자영업자의 대출 부담을 경감해 주자는 법안이 최근 잇달아 발의되고 있다. 민주당이 소상공인연합회장 출신인 오세희 의원을 대표자로 발의한 ‘소상공인 특별조치법’이 대표적이다. 소진공 등 정부기관 정책자금뿐 아니라 시중 금융회사의 소상공인 대출도 상환기간 연장 또는 유예, 이자 감면 등으로 조정해 주자는 내용이다. 도덕적 해이 등 여러 부작용 우려에도 불구하고, 특별한 조치와 대책이 절박할 정도로 심각한 상황이다.

최근 외식업체가 겪는 어려움의 가장 큰 원인은 소비 침체다. 나라 돈을 쏟아서라도 소비를 늘려야 한다는 주장이 나올 정도로 시중에 쓸 수 있는 돈이 말라가고 있다. 코로나 종식 이후 소비 회복이 잠깐 반짝했으나 소비자들은 다시 무섭게 지갑을 닫고 있다. ‘내 월급 빼고는 다 올랐다’는 고물가 탓일 것이다.

언론에서는 최근 고물가의 주범으로 식품과 외식 상승을 꼽고 있다. ‘삼겹살 2만원 돌파’, ‘치킨, 3만원 시대’ 식의 기

사를 연일 쏟아내고 있다. 그렇다면 외식업자들이 소비가 줄어 매출이 떨어질 줄 알면서도 가격을 올리는 이유가 무엇일까? 최근 송미령 농림축산식품부 장관이 밝힌 발언에서 해답을 찾을 수 있다.

송 장관은 지난 19일 기자간담회에서 “서울 지역 삼겹살 1인분 가격이 2만원을 돌파한 것을 자세히 보면 그중 주 원재료인 돼지고기 비중은 약 17%고 나머지는 인건비나 임대료 등에 기인한다”고 지적했다. 실제로 통상 음식 가격에서 식재료비는 3~40% 정도이고 인건비(33%) 등 나머지가 60%에 달한다.

특히 인건비는 한번 오르면 좀처럼 하락하지 않는 특성상 영업비용이 계속 상승할 수밖에 없는 구조다. 외식업체 관계자는 “식재료비는 변동이 있지만 인건비 인상은 결정적이다. 임금 인상 여파가 결국 소비자에게 돌아갈 수밖에 없는 악순환이 지속될 것”이라고 말했다.

현재 9860원인 최저임금이 내년에 1만30원으로 1만원 선을 돌파하면서 주휴수당 등 부대비용까지 합치면 시간당 실질 비용은 13,000~14,000원대에 달할 것이다. 이는 연매출 1억원 이하가 절반가량인 영세 외식업자들이 감당할 수 있는 임계치를 넘어선다.

외식업체의 가격 인상은 생존을 위한 자영업자들의 어쩔 수 없는 선택이다. 그나마도 대부분 몇 년을 못가 폐업하는 것이 현실이다. 인건비, 임대료 등과 관련한 근본적인 해결책이 없는 한, 최근 추진 중인 정치권의 금융지원 방안은 '언 발에 오줌 누기식', '죽은 자식 나이세기식' 대책에 그칠 것이다. 내년도 최저임금 심의에 벼랑 끝에 몰린 영세 외식 사장님들의 생사가 달려있다. **KFN**



박호진

한국프랜차이즈산업협회 사무총장

공정거래위원회

200개 가맹본부 대상 2024년 가맹분야 실태조사 실시

필수품목 거래관행, 개정법령 준수여부, 모바일 상품권 등 대상



공정거래위원회

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 7월 1일부터 21개 업종, 200개 가맹본부와 1만2000개 가맹점사업자를 대상으로 가맹분야 실태조사를 진행한다. 조사기간은 10월 31일까지다. 가맹사업거래 누리집, 모바일 등을 통해 조사한다.

공정위는 가맹분야에서의 거래관행 개선 정도, 법제도 운영실태 등을 파악하기 위해 매년 실태조사를 하고 있으며, 올해는 특히 다음과 같은 점에 중점을 두고 실태조사를 실시할 계획이라고 밝혔다.



먼저 가맹본부의 필수품목 지정 및 가맹금 수취 현황 등에 대한 실태를 파악한다. 그간 가맹본부의 과도한 필수품목 지정과 차액가맹금 수취가 가맹점주의 경영여건을 악화시키는 가장 큰 요인 중 하나로 지적되어 온 만큼 실태조사를 통해 필수품목과 관련한 시장의 불합리한 관행을 면밀하게 모니터링할 계획이다. 아울러 공정위가 지난해부터 추진해 오고 있는 필수품목 제도개선의 효과를 파악하고 보완사항이 있는지 점검한다.

다음으로 최근 법령 개정 사항에 대한 인지도를 파악하고 가맹



본부의 법령 준수 여부도 살펴본다. 지난 2022년 7월 광고·판촉 행사 사전동의제가 도입돼 가맹점주가 비용을 부담하는 광고·판촉 행사를 실시할 경우 일정비율 이상 가맹점주의 동의를 얻도록 의무화됐다.

또한 올해 7월 3일부터 가맹계약서에 필수품목의 종류와 공급가격 산정방식을 의무적으로 기재해야 한다. 이번 실태조사를 통해 가맹점주들이 이와 같은 법령 개정 사항을 구체적으로 알고 있는지 파악해 향후 제도 홍보에 활용할 계획이다. 또한 가맹본부들이 개정 법령 내용을 잘 준수하고 있는지, 탈법행위 사례는 존재하지 않는지 등에 대해서도 모니터링한다.

마지막으로 최근 쟁점화되고 있는 주요 현안에 대해서도 살펴본다. 구체적으로 가맹점사업자단체 구성 및 운영현황, 모바일 상품권과 관련된 불공정관행, 카드결제 거부 등 물품대금 결제방식 현황 등을 면밀히 살펴보고 법 위반 행위 발생 여부 및 제도개선 필요성 등도 검토한다.

공정위는 “이번 실태조사가 가맹본부 스스로 자신의 거래관행을 점검하여 불공정행위를 사전에 예방하고, 현장의 다양한 의견을 청취하여 합리적인 정책방향을 수립할 수 있는 계기가 될 것으로 기대한다”고 밝혔다. 이번 실태조사는 시장현황 등 분석을 거쳐 올해 12월에 결과가 발표될 예정이다.

WRITE | 정병필 편집위원

국세청

간이과세 적용 기준 ‘1억400만원’으로 상향

중기부, 민생토론회 후속 조치 발표…자영업자 세금 부담 완화 위해



국세청

간이과세 적용 기준금액이 1억400만원으로 상향돼 영세사업자의 세부담이 줄어든 전망이다. 또, 직전 연도 공급가액 8000만원 이상인 개인사업자는 전자세금계산서를 발급해야 한다. 국세청은 영세 소상공인의 세부담을 경감하고 거래의 투명성을 높이기 위해 7월 1일부터 간이과세 적용범위 확대, 전자세금계산서 발급의무 및 매입자납부특례대상 품목 확대 등 부가가치세와 관련된 다양한 제도를 개선해 시행한다고 밝혔다.

국세청은 먼저, 간이과세 적용 대상을 확대해 영세 소상공인의 세부담을 완화했다. 간이과세 적용 기준금액을 종전 8000만원 미만에서 1억400만원 미만으로 상향한 것. 다만 부동산임대업과 과세유흥장소는 종전과 동일하게 4800만원 미만 때 간이과세가 적용된다.

국세청은 또 간이과세배제 업종기준(국세청 고시)을 개정해 피부미용업(피부관리)과 기타 미용업(네일아트)은 면적과 관계없이 간이과세 적용이 가능하도록 했다. 종전에는 특별시와 광역시 등에 소재하는 사업장 면적 40㎡ 이상 피부·기타 미용 사업자는 매출액이 적더라도 간이과세 적용이 불가능했으나, 앞으로는 직전 연도 공급가액이 1억400만원 미만인 사업자는 간이과세를 적용받을 수 있다.

7월 1일 기준 과세유행(일반→간이) 전환대상자로 통지한 사업자는 전년(14만3000명) 대비 대폭 증가(10만 6000명, 74.1%↑)한 24만9000명이다. 해당 사업자에게는 과세유행전



환통지서가 개별 발송됐다.

아울러 전자세금계산서 의무발급 대상도 직전 연도 공급가액(면세공급가액 포함) 기준 종전 1억원 이상에서 8000만원 이상 개인사업자로 확대됐다. 이번 발급의무 확대로 새롭게 전자세금계산서 발급의무가 부여된 개인사업자는 59만명이다. 과세유행에 관계없이 적용된다.

국세청은 이와 함께, 적극행정을 구현하고 납세자의 이용편의를 높이기 위해 홈택스도 개선한다. 현금영수증·가맹점 가입의무가 있는 사업자가 홈택스에서 사업자등록을 신청하면 의무가입대상 여부를 안내하고 현금영수증·가맹점 가입도 동시에 신청할 수 있도록 바꿨다.

국세청 관계자는 “가입절차 개선으로 가맹점 가입의무자가 미가입으로 인한 가산세와 감면배제 등 세무상 불이익을 받는 사례가 줄어들 것으로 기대된다”고 밝혔다.

WRITE | 김은영 기자

공정거래위원회

(주)한솔이 제시한 가맹점주와의 상생방안, 최종 확정

가맹분야서 동의의결제도 첫 적용...가맹점주 피해 구제 등 자발적 시정



공정거래위원회

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 2024년 6월 10일 (주)한솔(이하 '한솔')의 가맹사업법 위반행위에 대한 건 관련해 동의의결을 최종 확정했다.

이번 동의의결에는 한솔이 36개 가맹점에 대해 인테리어 공사 실시를 권유하거나 요구했음에도 불구하고, 법에서 정한 공사비용을 지급하지 않은 혐의와 관련해 가맹점주에게 발생한 피해를 신속하고 실효성 있게 구제하고 거래질서 개선 및 법 위반 예방 등 다양한 상생협력 방안이 균형있게 포함됐다. 법에서 정한 공사비용이란 인테리어 공사 비용 중 가맹본부 부담 비율이 점포의 확장·이전을 수반하는 경우에는 40%, 점포의 확장·이전을 수반하지 않는 경우에는 20%인 것을 말한다.

구체적으로는 피해구제를 위해 △한솔이 부담해야 하는 인테리어 공사 비용(2억9400만원)을 전부 지급하고 법 위반 예방을 위해 △가맹사업법 교육을 이수하는 한편, 가맹점주들의 의견을 반영해 외식서비스의 품질 향상을 위해 △간판청소비(8200만원), 유니폼·주방용품(1억900만원), 바코드·카드리더기 등 전산장비(3억3200만원)를 지원하고 △향후 5년 간 광고판촉비를 인상 없이 유지하는 방안 등을 담고 있다.

시정방안	주요내용	이행계획 *의결서 송달일 기준
1. 피해구제 및 예방을 위한 시정방안		
점포환경개선 관련 법정 부담액 지급	• 36개 가맹점사업자 점포환경개선 관련 미지급한 법정 부담액(294,496천 원) 전액 지급	즉시
가맹사업법 교육 이수	• 가맹점을 관리하는 담당 임직원을 대상으로 공정거래위원회가 인정하는 기관에서 가맹사업법 교육 이수	6개월 이내
피해 예방을 위한 제도개선	• 재계약 8개월 전/4개월 전 승인검토서 폐지 • 점포의소리제도(가맹점사업자의견청취공간) 도입운영 및 실적보고	즉시 (1년간 이행실적 보고)
2. 가맹점사업자에 대한 상생협력 지원방안		
QSC 개선 지원	• 간판 청소비 지원(81,900천 원) • 유니폼 및 주방용품 등 지원(109,200천 원)	6개월 이내
전산 장비 지원	• 무인주문기용 바코드리더기 설치 지원(58,630천 원) • 무인주문기용 카드리더기 설치 지원(130,875천 원)	
	• POS 카드리더기 설치 지원(101,625천 원)	
	• 영수증 주방용 프린터기 설치 지원(41,125천 원)	
광고판촉비 현행 유지	• 향후 5년 간 인상없이 광고판촉비 현행(월 10만 원) 유지	5년 간
3. 거래질서의 적극적 개선을 위한 시정방안		
상생협약 체결	• 가맹점사업자와 '상생을 위한 협약서' 체결	1년 이내
사전협의 기준 절차 마련 및 변경계약 체결	• 점포환경개선에 대한 사전협의 절차 및 기준 마련 • 자발적 점포환경개선 확인서를 합의서 형태로 변경하고, 기존 가맹점사업자와 변경계약 체결	6개월 이내

이번 결정은 2022년 7월 5일부터 가맹사업법에 동의의결제도가 도입되어 시행된 이래 실제 사건에 최초로 적용된 사례이다. 가맹점주로서는 민사적 절차를 거치지 않고 서로 동의의결만으로 즉시 인테리어 공사 비용을 지급받아 금전적 손실을 보상받는 한편, 가맹본부 입장에서는 가맹점주에 대한 포괄적인 지원방안을 스스로 마련해 공정한 거래질서를 구축하는 바람직한 선례를 남겼다는 점에서 의미가 있다.

WRITE | 조기석 기자

서울특별시

서울시 '페비닐 분리배출 활성화 사업' 추진

편의점·음식점 등 다량 배출 업소 25만개 대상



서울특별시

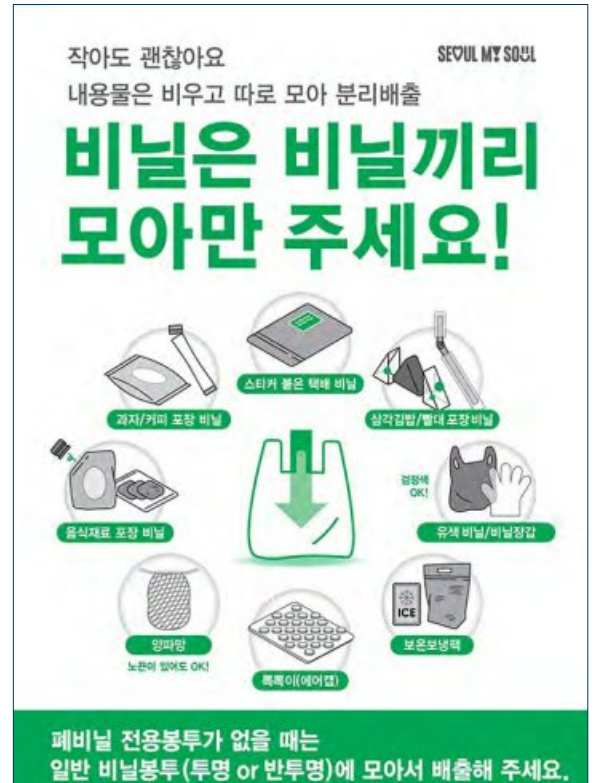
서울시는 페비닐 재활용 확대를 위해 페비닐 분리배출 품목 확대 및 배출 요령 마련과 함께 7월부터 편의점, 음식점 등 상업시설을 대상으로 종량제봉투에 버려지는 페비닐을 분리배출해 자원화하는 '페비닐 분리배출 활성화 사업'을 추진한다.

페비닐은 재활용가능자원임에도 불구하고, 그간 가정 또는 상업 시설에서 재활용가능자원이라는 인식 부족으로 종량제봉투에 배출되어 소각·매립되는 경향이 높았다. 2022년 서울시 페비닐 발생량은 하루 730톤이다. 이 중 328톤(45%)은 분리배출돼 고형 연료 등으로 재활용되고 있으며, 402톤(55%)은 종량제봉투에 배출돼 소각·매립된다.

이에 서울시는 종량제봉투에 버려지는 페비닐을 최대한 분리배출해 재활용에 나선다. 페비닐 분리배출 품목도 확대된다. 제품 포장재(과자봉지 등), 일반 비닐봉투 및 완충재 등 모든 비닐이 분리배출 대상이다. 또한 기존 종량제봉투에 배출했던 보온·보냉팩뿐만 아니라 특수마대(PP마대)에 배출했던 비닐·플라스틱 노끈도 분리배출 품목에 포함된다. 단, 마트 식품 포장용 랩은 기존처럼 종량제봉투에 배출해야 한다. 페비닐이 작거나 이물질이 묻어도 재활용 가능하므로 내용물을 비우면 된다. 다만 음식물로 심하게 오염된 페비닐은 물로 행구는 등 이물질을 제거해야 한다.

시는 편의점, 음식점 등 상업시설을 페비닐 분리배출 중점대상으로 선정해 분리배출 관리를 강화한다. 상업시설 중 페비닐 발생량이 많은 10대 업종은 음식점, 제과점, 패스트푸드점, 주점, 커피음료, 치킨전문점, PC방, 여관, 마트·편의점, 청과상이며, 시는 이들 업종을 집중적으로 관리할 계획이다.

페비닐 다량 배출 업소에는 50L 또는 30L 페비닐 전용봉투 750만매(업소당 30매)가 지급된다. 상가에서는 종량제봉투에 버렸던



페비닐을 전용봉투에 따로 모아 배출하면 된다. 페비닐 전용 봉투는 7월부터 상가 등에 배부된다. 전용봉투를 모두 사용했을 때는 투명 또는 반투명 일반 비닐봉투에 분리배출하면 된다.

페비닐 다량 배출 업소 등이 밀집한 역세권, 변화가 및 시장 등은 중점 관리구역(자치구별 5~6개 지역)으로 설정하고, 자치구·주민센터 공무원 등으로 편성된 점검반이 매월 2회 이상 현장 점검·계도하는 등 강화된다.

시는 또 편의점산업협회, 프랜차이즈산업협회 및 쿠팡과 협력해 페비닐 분리배출을 집중 홍보해 편의점, 음식점 등의 참여를 확대할 계획이다. 여장권 기후환경본부장은 "페비닐 분리배출은 시민들의 참여가 필수적인 만큼, 종량제봉투에 버리던 페비닐을 따로 모아 분리배출해 주시길 당부드린다"고 말했다.

WRITE | 김은영 기자

40년 노하우로 100년 장수 브랜드를 꿈꾼다

수유리우동집 안성원 대표



대표메뉴

‘국방’과 ‘먹방’의 인기가 뜨겁다. 먹거리에 대한 관심이 SNS의 사용으로 더 높아진 셈이다. 이러다 보니 지역이 나 동네의 로컬 맛집에 대한 관심도 높아졌다. 소비자뿐만 아니라 로컬 맛집은 창업자에게도 매력이다. 오랜 전통에 입소문 효과까지 더해져 이미 검증된 맛이 장점이다. 여기 우동시장에 40년 전통을 담은 브랜드가 등장했다. 가맹사업을 시작한지도 10년 가까이 된다. 어느덧 중견 브랜드로 성장한 수유리우동집의 성장 이야기를 담았다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

1980년대 서울 강북구 미아동 수유리에 있는 12평의 작은 매장. 김밥과 우동으로 힘들고 지친 서민들에게 위로를 건네는 정겨운 음식점이 있었다. 어머니가 집에서 만들어 주시던 맛 그대로의 김밥과 디포리, 황태, 멸치를 넣어 진하게 우려낸 육수에 즉석에서 삶은 생면을 넣어 만든 따끈한 우동 한 그릇으로 마음을 달래주던 곳, 수유리우동집이다.

40년 전통의 긴 세월동안 오로지 입소문을 통해 우동 맛집으로 알려져 왔다. 한결같은 맛과 정성으로 고객들의 사랑을 받았다. 지금도 같은 자리에서 1대 이종우 대표에 이어 2대 이종석 대표가 40년 전통과 명성을 이어가고 있다.

수유리우동집이 프랜차이즈 시장에 이름을 알린 것은 2015년이다. 전국에서 수유리우동집 창업 문의가 들어오면서 전수 창업을 기반으로 본격적인 프랜차이즈 사업을 시작했다. 이를 위해 이종석 공동대표의 사업파트너인 안성원 공동대표가 합류, 투톱 체제를 갖췄다.

안성원 대표는 “유행 따라 수없이 생겨나고 없어지는 많은

브랜드와 달리 어머니의 손맛과 정성으로 묵묵히 오랜 전통을 이어가자는 마음으로 (주)물과소금이라는 가맹본부를 설립하게 됐다”라며 “물과 소금은 음식에서의 기본이자 회사의 정신”이라고 말했다.



40년 전통의 수유리 우동집



키오스크 주문



싱싱한 재료로 정성스럽게 김밥 한 줄을 만든다.



냉모밀



어묵우동(위), 비빔밥

물과 소금은 변하지 않는 물질로 우리의 삶에 꼭 필요한 존재다. 기본을 지키고 처음을 잊지 않았다는 한결같은 마음을 담았다. 이러한 노력으로 인해 수유리우동집은 현재 130여 개의 가맹점을 보유하는 중견 브랜드로 성장했다. 장기간 이어진 코로나 상황에서도 수유리우동집은 꾸준히 자리를 유지했다. 아울러 더 성장해 다점포 점주들이 증가했다. 내년에는 프랜차이즈 사업 10주년이 된다.

특허 육수에 생면 공급…경쟁력 높다

수유리우동집만의 경쟁력을 말한다면 특허받은 육수 제조를 빼놓을 수 없다. 기존의 방식과는 차별화된 육수를 끓여 낸다. 40년 전통을 담았기에 누구도 흉내 낼 수 없는 깊은 맛의 육수다. 안성원 대표는 “수유리우동집의 기본이 되는 특허받은 육수 비법은 이 대표와 둘만 공유하고 있다”라며 “본연의 맛을 유지하는 한편 미투 브랜드의 설립을 방지하기 위한 전략”이라고 설명했다.

두 번째는 자체 생면 회사 운영이다. 수유리우동집은 모든

매장에서 자가제면해 영업하는 것이 원칙이었다. 하지만 인건비가 상승하고 자가제면으로 인한 매장 운영에 어려움이 발생하자 이를 해소하기 위해 프리미엄 생면 제조 회사를 만들었다. 본사에서 직접 더 건강한 프리미엄 생면을 만들어 합리적 가격으로 제공한다. 인건비와 영업준비가 크게 개선되면서 점주들의 매장운영 만족도도 높아졌다.

세번째는 특화된 메뉴와 합리적인 가격이다. 수유리우동집은 원가절감을 통한 좋은 식재료로 더 맛있게 개발된 메뉴들을 구성했다. 여기에 우동과 김밥류의 메뉴들을 합리적 가격으로 제공함으로써 종합 외식의 선두주자로 자리매김하고 있다.

이를 통해 프랜차이즈 사업 개시 후 2017년 첫 우수프랜차이즈 선정을 시작으로 2024년까지 7년 연속 우수프랜차이즈로 선정됐다. 지난해에는 상생협력우수가맹본부(한국 공정거래조정원)로 선정, 각종 온오프라인 박람회에 참가하며 수유리우동집의 맛을 알리고 있다.



특허받은 육수와 생면으로 경쟁력을 높였다.

공동대표…진심을 나눈다

현재 수유리우동집은 공동대표 형태로 운영중이다. 상호간 업무에 선은 없지만, 이종석 대표는 현장에서 메뉴 개발이나 가맹점 오픈개설 등 실무 위주로 움직인다. 안성원 대표는 정책과 영업 업무 쪽을 담당하고 있다. 안성원 대표의 경우 사업적으로 추진력이 빠른 반면, 이종석 대표는 디테일을 놓치지 않는 성향이다. 언뜻 보면 스타일이 상반되는 면이 있지만, 오히려 잘 어우러진다는 평가를 받는다.

두 사람이 서로를 알게 된지도 벌써 27년이다. 본격적으로 함께 일한지는 17년이 됐다. 어느 때는 동네 친한 형과 동생으로 소주 한잔을 기울이고, 어떤 때는 철저한 사업파트너로 회로애락을 함께 하고 있다.

두 대표의 끈끈한 고리의 연결은 진심을 담은 관계다. 본사와 가맹점, 협력사 등 많은 관계 속에서도 진심을 담아내려 노력하는 것에는 한마음이다. “직원들과 어려움을 공감하고 소통하며 더 나은 근무환경을 개선하려는 행복경영, 점주와는 동반자 관계로 수익 창출을 위해 함께 노력하고 공동 번영을 위한 상생경영, 협력사와는 ESG경영을 통한 협력의 관계를 발전해 가는 파트너십 경영이 우리의 진심이다” 이러한 진심을 다한 경영으로 마음 따뜻한 기업의 환경을 만드는 것. 두 대표의 경영철학이다.

종합외식회사의 발돋움

수유리우동집 브랜드를 운영중인 (주)물과소금의 목표는 대중적인 종합외식의 선두주자다. 이를 위해 고퀄리티의 식재료들을 가공 저렴하게 제공하기 위해서 자사 식품제조가공공장을 계획중에 있다. “100년 기업으로의 가치를 실현하

기 위해 노력하고 있다. 후속 브랜드인 의정부칼국수도 수유리우동집과 같은 맥락으로 칼국수의 진수를 선보여 장수 브랜드로 자리매김하는게 목적이다” 안성원 대표의 힘찬 포부다.

올바른 프랜차이즈 사업을 위한 가맹점 지원도 빠질 수 없는 가맹본부의 역할이다. 가맹점의 애로사항 등을 빠르게 소통할 수 있도록 프로그램도 도입했다. 실시간 담당 슈퍼바이저와 공유하고 있으며 가맹점 정기교육과 계절별 운영 노하우도 공유한다. 더불어 전용 상품의 합리적 가격을 제시, 저렴하게 공급함으로써 매장 운영에 도움과 상생을 실천하고 있다. 또한 장수 가맹점에게는 간판 지원, 생일케익 증정, 여름 간식 제공 등 다양하게 가맹점과의 소통에 나서고 있다.

안성원 대표는 “개별 프랜차이즈 기업들이 추구하는 목적과 가치는 모두 다르겠지만 어느 분야를 가리지 않고 보편적이고 깊이 있는 프랜차이즈 산업 발전은 성장이 무궁무진하다 할 수 있다”라며 “종합 외식의 선두주자로 독보적인 맛과 문화로 장수할 수 있는 브랜드로 수유리우동집의 생명력은 무엇과도 바꿀 수 없는 큰 가치가 될 것”이라고 바람을 표현했다. 보석같은 브랜드를 100년 기업으로 지켜내고 계승 발전시키려는 안성원 대표의 힘찬 발걸음이 본격 시작됐다. **KFN**

친환경 초음파튀김기로 고객감동을 더하다

(주)에코몬 선우재복 대표

ecomon



친환경 제품을 제조 판매하며 고객감동지수 1위를 수상한 (주)에코몬이 튀김시장에 새로운 튀김기를 출시, 주목받고 있다. 에코몬이 이번에 선보인 제품은 초음파튀김기다. 초음파 압전 소자의 발진 진동 주파수를 튀김기에 접목시켰다. 압전소자를 통해 발생하는 진동 에너지로 인해 기름의 점성을 약화시켜 기름이 쉽게 가열되도록 만든다. 아울러 용존산소를 파괴해 기름의 산패를 방지하고 가열온도를 낮춰 식품의 영양 손실과 발암 물질 생성을 억제시킬 수 있다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

선우재복 (주)에코몬 대표는 “수분을 빠르게 흡수해 기름에 물이 들어가도 기름이 튀지 않아 화상도 예방한다”라며 “겉은 더욱 바삭하고, 속은 더욱 촉촉하게 만들어주는 제품”이라고 설명했다.

이 제품은 초음파 진동 에너지로 인해 튀김조리시 식품표면에 코팅막을 형성해 기름이 식품에 스며드는 것을 최소화해준다. 또 식품 내부에 침투해 강력한 에너지를 방출함으로써 식품을 부드럽게 만들고 비린내나 잡내를 없애준다. 식품 내부 온도 확산 촉진으로 가열온도를 유지해 조리시간도 단축시켜준다.

에코몬 초음파 튀김기



초음파튀김기



탁상용-초음파-튀김기

선우재복 대표는 “기름이 더러워지는 것을 방지할뿐만 아니라 음식의 맛을 향상시키는데도 도움을 준다”라며 “비교적 낮은 온도에서도 튀김력과 색상, 산화 정도가 우수해 항상 청결하고 맛 좋은 튀김을 제공한다”고 전했다.

한편 (주)에코몬은 업소용초음파식기세척기, 초음파야채세척기, 빌트인버블초음파식기세척기를 개발해 제조 판매하고 있다. 전기세나 수도세, 가스비, 인건비 등 매달 나가는 고정 지출을 절감시켜주는 제품으로 평가받고 있다.

또한 세척하는 것만으로도 식기류 살균 및 소독 효과가 있을

뿐 아니라, 식중독균이나 각종 이물질 제거와 식재료의 경우 잔류농약제거까지 가능하기 때문에 최근 음식점뿐만 아니라 학교나 유치원, 구내식당, 관공서, 가정집에서도 설치하는 사례가 늘고 있다.

선우재복 (주)에코몬 대표는 “최근 인건비 상승 및 구인난으로 어려움을 겪고 있는 소상공인들을 대상으로 초음파식기세척기, 서빙로봇 등의 제품과 서비스를 활용하고, 관련 상품 이용 촉진을 위한 정책지원 및 마케팅 제휴 등 다양한 방안을 모색해 나갈 계획”이라고 전했다. **[E7]**



올해부터 변화! '상생협력파트너위원회'

매달 파트너스데이 개최...본사와 상생관계 재정립 등 주목

한국프랜차이즈산업협회 상생협력파트너위원회가 주관하는 파트너스데이 행사가 프랜차이즈 가맹본부들을 포함해 관련 업계에서 관심받고 있다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

상생파트너위원회는 한국프랜차이즈산업협회 18개 위원회 중 유일한 파트너사들로 구성된 위원회다. 현재 200여개의 파트너사들이 활발히 정보를 교환하며 활동하고 있다. 최인용 분과 위원장은 "프랜차이즈는 파트너사의 도움으로 성장하고 사업의 영역을 더 구체화할 수 있다"라며 "인건비 절감을 위한 플랫폼 활용한 프랜차이즈 시스템 구축이나 가맹점 인건비 절감을 위한 로봇, 포스, 오더시스템 등도 협력사와 구축하고 있다"고 전했다.

이러한 분과위원회가 올해부터는 상생협력파트너위원회로 명칭을 변경하고, 매달 파트너스데이 개최에 나섰다. 매달 업종별

파트너스데이란?

한국프랜차이즈산업협회 내 상생파트너위원회의 주관 하에 매월 각 업종별 파트너회원사들을 **선착순 10개사 모집하여** 회사소개와 네트워킹을 진행하는 행사입니다. 파트너사를 소개하는 발표자료와 인터뷰 내용을 녹화하여 위원회 공식 유튜브에 업로드하고, 참석을 희망하는 가맹본사 관계자를 초청하여 본사 시스템과 아이템을 업그레이드할 수 있는 거래처를 발굴할 수 있도록 지원합니다.

2024년 진행일정

일자	진행 업종	담당 대표
4월 23일	소프트웨어&플랫폼&로봇	김도현 대표 (제비그룹)
5월 28일	식품유통&가구/인테리어	김상훈 대표 (제이룩인덕션)
6월 25일	식품제조	손소희 본부장 (금산인삼협동조합)
8월 27일	광고/전시/마케팅 &물류/금융/기타	윤종관 대표 (에스케이종합물류)
9월 24일	결제시스템&키오스크/포스	이정희 대표 (케이에스넷플러스)
10월 22일	식기포장&부자재	여우현 대표 (주방마을)
11월 26일	주방설비	이다희 실장 (니코인터내셔널)
12월	상생파트너위원회 송년회	

로 본사와 가맹점을 위한 품목을 소개하는 자리다. 본사들이 참여하지 못하더라도 온라인에서 볼 수 있도록 유튜브채널 '프랜차이즈를 만드는 사람들'을 통해 행사 내용을 편집해 방송하고 있다.

프랜차이즈를 만드는 사람들은 파트너사와 본사를 위한 유튜브 채널이다. 궁극적으로 가맹사업을 하려는 가맹점주가 본사를 잘 선택하고 프랜차이즈를 위해 노력하는 가맹본사와 파트너사를 소개하는 채널이다. 최인용 상생협력파트너 위원회장은 "아직 많은 활성화가 되지는 않았지만, 100여개의 동영상상을 통해 프랜차이즈 산업의 구성원들을 소개하고 있다"고 전했다.

파트너스데이는 4월 23일 소프트웨어, 플랫폼, 로봇분야 업체들의 서비스 소개를 시작으로 한 1차 행사에 이어 5월 28일에는 식품유통&가구, 인테리어의 2차 행사가 열렸다. 지난 6월 25일에는 식품분야 중심으로 ▲태종에프디(밀키트, 냉



동식품) ▲다원(주)농업회사법인 유당백(육가공식품) ▲다솔푸드테크(조미식품) ▲어업회사법인 벌교꼬막(수산물/꼬막) ▲투스타글로벌(주)(식음료 유통) ▲농업회사법인 동춘에프에스(김치, 절임반찬 등) 6개 업체가 참여한 3차 파트너스데이 행사가 성황리에 개최됐다.

앞으로 8월 27일에는 광고전시마케팅&물류, 금융 등의 4차 행사가, 9월 24일에는 결제, 포스, 로봇 분야의 5차, 10월 22일에는 식기, 포장, 부자재 등의 6차, 11월 26일엔 설비 등의 7차 행사가 준비돼 있다.

최인용 상생파트너위원회장은 파트너스 데이는 단순히 협력사 소개뿐만 아니라 가맹본사의 대표 등을 초청해 법률, 세무 등 본사 대표들이 반드시 알아야 할 강의를 함께 진행하고 있다"라며 "본사와 파트너사는 서로 상생하고 돕는 관계로 재정립하도록 노력하겠다"고 전했다. **KFW**

● 다비치안경 무더위 날릴 할인 행사 ‘핫 서머 쿨 세일’ 진행

다비치안경이 7월 한달 동안 ‘핫 서머 쿨 세일(HOT SUMMER COOL SALE)’ 프로모션을 진행한다. 먼저 자체 브랜드인 ‘비비엠(bibiem)’의 신제품 브링(bring) 안경테를 안경 렌즈와 함께 구매 시 1만원을 할인받을 수 있다. 또한 스탠다드 아이웨어 시리즈(seeries)의 인기 모델인 테일(TE:IL)과 디베(DIBE)를 5000원 할인된 가격으로 선보인다.

이밖에 여름에도 빛나는 눈빛을 위해 한 달용 컬러렌즈 ‘라이트 시리즈’를 6팩에 9900원, 36종의 DL시리즈를 3팩에 19900원에 구매할 수 있으며 하루 종일 건조함 없이 촉촉한 다비치렌즈 3데이(DAY) 아쿠아 클리어 투명렌즈 1+1 이벤트가로 만날 수 있다.

콘택트렌즈 구매 고객에게 자외선(UV) 및 블루라이트 차단이 가능한 블루라이트 안경렌즈 일부 모델에 한해 5000원 할인된 가격으로 구매할 수 있는 혜택도 제공된다.



Brand Highlight

● 지호한방삼계탕 6.25 참전용사 감사 행사서 식사 대접

국내 최대 삼계탕 프랜차이즈 지호한방삼계탕이 6월 22일 6.25 참전용사 어르신들을 초청해 진행된 감사행사에서 점심식사를 제공했다. 이번 행사는 따뜻한동행과 동작구청이 함께 주관했으며, 6월 호국 보훈의 달과 6.25 전쟁 74주년을 앞두고 참전용사의 숭고한 희생을 기리고 감사함을 전하기 위해 마련됐다.

지호한방삼계탕 관계자는 "우리나라를 위해 자신의 모든 것을 바쳐 희생하신 참전용사분들께 식사 대접을 할 수 있어 영광이었다"며 "앞으로도 의미 있는 나눔을 실천하며 사회의 모범이 되는 기업으로서 선한 영향력을 행하겠다"고 말했다. 한편 지호한방삼계탕은 불우이웃과 지역 사회를 위해 정기적으로 쌀을 기부하며 나눔과 사회공헌 활동을 꾸준히 실천하고 있는 착한 기업으로 알려져 있다.



Brand Highlight

● 굽네치킨 대학 연합 전시회 ‘다다닭’ 개최

오븐요리 프랜차이즈 굽네를 운영하는 지앤푸드(대표 정태웅)는 플래그십 스토어 ‘굽네 플레이타운’ 개관 1주년을 맞아 대학 연합 전시회 ‘다다닭(多多닭)’을 7월 31일까지 진행한다.

‘다다닭’은 닭을 주제로 한 도예 전공생들의 참신하고 발랄한 작품을 소개하는 전시회로 국내 8개 대학 도예과 학생 207명이 참여한다. 전시는 7월 31일까지 열리며 단국대학교와 동덕여자대학교, 부산대학교, 서울여자대학교, 숙명여자대학교, 이화여자대학교, 홍익대학교, 한국전통문화대학교 등 8개 대학 1~4학년 학부생이 4회에 걸쳐 작품을 전시한다.

한편, 지앤푸드는 ‘다다닭’ 전시 기간 동안 학부생들을 대상으로 이벤트를 진행한다. 관람객들은 가장 마음에 드는 학부생의 작품에 투표하면 된다. 전시가 끝난 후 가장 많은 득표한 31명 학부생에게는 소정의 상품이 증정된다.



● 암샘김밥 분식 프랜차이즈 암샘김밥 먹성세트 출시

분식 프랜차이즈 암샘김밥이 물가안정의 하나로 세트메뉴인 ‘암샘김밥 먹성세트’를 출시했다. 소비자가 좋아하는 메뉴인 암샘라면과 어린이계란김밥, 미니돈까스로 구성됐다. 각 원가보다 인화된 가격으로 양과 질 모두 사로잡고 있다.

암샘김밥은 이번 먹성세트 출시와 맞물려 가맹관리실장을 실제 모델로 활용해 영화 ‘대부’를 오마주한 포스터도 선보였다. 가맹관리실장이 직접 먹고 싶어 만들었다는 가성비 세트 구성에 재미있는 스토리라인을 구성해 소비자의 이목을 집중시키고 있다.

암샘김밥 담당자는 “세트 메뉴를 통해 이벤트를 제공하고 소비자의 관심을 끌어 인지도를 높이는 동시에 소비자 만족에 기여하겠다”는 포부를 밝혔다.



Brand Highlight

● 보드람치킨 신길중앙점 신규 오픈

서울 신길역 1번출구, 대신시장 인근에 '보드람치킨' 신길중앙점이 새롭게 오픈했다. 보드람치킨 신길중앙점은 인근에 아파트, 빌라 등 주거 단지가 몰려 있어 배달부터 출고까지 다양하게 소비층의 방문이 기대되고 있다. 매장 앞에는 야외 테이블도 마련되어 있어 저녁에 분위기 좋게 치맥을 즐길 수 있다. 동시에 4인석부터 최대 10인석까지 완비되어 단체모임으로도 제격이다. 치킨 프랜차이즈 브랜드 보드람치킨 신길중앙점은 매일 오후 4시부터 새벽 2시까지 운영되며, 보드람치킨의 대표 메뉴 보드람 후라이드부터 통다리, 통날개, 콤보, 순살 메뉴를 맛볼 수 있다.

보드람치킨은 가맹점과의 동반생존 파트너십을 바탕으로 창립 23년째를 맞은 브랜드다. 얇게 튀겨 겉은 바삭하고 속은 촉촉한 얇튀속 후라이드 치킨이 콘셉트다.



Brand Highlight

● 아몽즈커피 여름시즌 신 메뉴 과일음료 6종 출시

아몽즈커피가 여름 시즌 음료인 여름 대표 과일인 멜론과 수박을 활용한 수박 2종과 멜론 4종 신메뉴 여름 과일음료 6종을 출시한다. 시즌 신메뉴 라인업은 수박주스, 수박연유스무디, 멜론라떼, 멜론스무디, 멜론망고라떼, 멜론망고스무디이다.

이외에도 베이커리 1종 햄치즈베이글도 함께 출시된다. 고소하고 쫄깃한 베이글과 부드러운 햄과 치즈가 어우러지며 입안 가득 퍼지는 풍성한 맛을 느낄 수 있다.

업체는 이번 여름 시즌 신메뉴 출시 기념 ‘멜론 시리즈 음료 1+1’ 프로모션을 한시적으로 진행한다. 이번 프로모션은 아몽즈커피 매장 일부에서 진행되며, 기간은 매장 별 상이하며 최대 2주간 매장주문 고객 대상에 1+1 혜택을 제공한다.



● 땅스부대찌개 7월 SK텔레콤 T day 프로모션 진행

부대찌개 밀키트 포장배달 전문점 땅스부대찌개는 SK텔레콤 T 멤버십 회원을 대상으로 할인하는 7월 'SK텔레콤 T day' 프로모션을 진행한다 고 1일 밝혔다. 이번 프로모션은 땅스부대찌개 매장에서 1만3500원 이상 포장 주문할 경우 4000원 할인을 받을 수 있다. 부대찌개와 떡볶이 등 모든 메뉴를 이용할 수 있다.

할인을 받기 위해서는 T 멤버십 내 쿠폰을 다운로드 한 후, 매장에 방문해 쿠폰을 제시하면 된다. SK텔레콤 T 멤버십 가입자라면 등급과 관계없이 누구나 1회에 한해 프로모션 참여가 가능하다.

한편 땅스부대찌개는 2016년에 론칭해 올해 창립 8주년을 맞았다. 질 좋은 재료를 넣어 고객들이 푸짐하고 간편하게 먹을 수 있도록 부대찌개 밀키트를 구성, 600여개 가맹점을 운영중이다.



Brand Highlight

● 꾸브라꼬숯불두마리치킨 '꾸브라꼬숯불치킨'으로 리브랜딩 실시

치킨브랜드 꾸브라꼬숯불두마리치킨이 리브랜딩 되어 '꾸브라꼬숯불치킨'이라는 이름과 함께 새로운 모습으로 탈바꿈한다. 금번 리브랜딩은 '취향존중 치킨'이라는 새로운 슬로건과 '모두의 식사 시간을 행복하게 만든다'는 새로운 철학을 바탕으로 브랜드명과 함께 로고 디자인, 메뉴명 등 다양한 부문에서 과감히 변화를 시도한다. 꾸브라꼬숯불치킨으로의 브랜드명 변경과 동시에 로고 또한 기존 로고보다 젊고 트렌드에 맞춘 로고로 디자인 변화를 줬다. 새 로고는 현대적인 디자인 요소를 반영하여 신선한 인상을 주도록 했다. 치킨 메뉴명 또한 브랜드의 컨셉과 타 브랜드와의 차별점을 바탕으로 새롭게 변경된다. 리브랜딩 소식은 이달부터 TV광고 및 다양한 방식으로 알려나간다는 계획이며, 변경된 로고, 브랜드명, 기타 항목은 온, 오프라인에서 순차적으로 변경해 나간다.



Brand Highlight

● 걸작떡볶이치킨 신메뉴 '떡담피 세트' 출시

치킨 한마리 가격으로 떡볶이와 치킨을 둘 다 즐길 수 있는 걸작떡볶이치킨에서 신메뉴 피자를 접목시킨 떡담피세트가 출시됐다.

새롭게 선보이는 신메뉴는 치즈피자, 햄치즈피자, 숯불고기피자 3종 불닭떡볶이, 그리고 사이드 메뉴 튀김어묵과 걸작떡볶이에서 최초 출시 한 한입감자까지 총 5종이다. 특히 불닭떡볶이는 깔끔하게 매운 맛으로, 맵기만 한 게 아니라 맛까지 제대로 완성시켰다고 업체 측은 설명했다.

합리적인 가격으로 3가지를 한번에 즐길 수 있어 가족, 연인, 친구들과 함께 즐기기에 좋은 걸작떡볶이치킨의 신메뉴 떡담피 세트는 출시기념 연말까지 8000원 할인으로 진행될 예정이다.



● 쿠우쿠우 서산점, 매장 리뉴얼 오픈



초밥 뷔페 프랜차이즈 쿠우쿠우가 서산점이 현대적이고 세련된 인테리어와 함께 새롭게 7월 1일 리뉴얼 오픈했다고 밝혔다.

새롭게 리뉴얼한 쿠우쿠우 서산점은 고객들에게 한층 더 고급스러운 식사 환경을 제공한다. 깔끔하고 넓은 공간은 가족 단위 방문객 뿐만 아니라 연인,친구들과의 모임, 공식적인 행사에도 안성맞춤이다.

쿠우쿠우 서산점은 쾌적하고 편안한 환경 제공 뿐만 아니라

신선한 재료로 만든 다양한 초밥과 신선한 해산물 등의 메뉴와 함께 업그레이드된 서비스를 함께 선보이고 있다.

쿠우쿠우 관계자는 “이번 리뉴얼을 통해 서산점을 이용하는 고객들에게 향상된 서비스를 제공할 수 있게 되어 매우 기쁘다”며 “앞으로도 지속적으로 고객들의 의견을 반영하여 더욱 만족스러운 외식 경험을 할 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다.

쿠우쿠우 초대리 소스 특허 등록

'쿠우쿠우'가 초대리 특허 등록을 지난 6월 4일 최종 완료했다. 이번 특허등록은 13년간 축적된 쿠우쿠우의 노하우를 바탕으로 개발된 소스로, 초밥의 품질을 한단계 끌어올렸다.

쿠우쿠우의 초대리소스 특허등록은 초밥 뷔페 업계에서 큰 주목을 받고 있다. 특허를 받은 쿠우쿠우 초대리소스에는 향산화물질이 첨가되어 있어 초밥의 산화를 효과적으로 억제한다. 이는 초밥의 신선도를 오래 유지할 수 있도록 도와주는 요소로, 고객들에게 더 신선하고 맛있는 초밥을 제공할 수 있게 한다.

또한 이 소스는 뛰어난 점성으로 초밥의 수분활성이 유지되



어 씹힘성과 조직감이 우수해 초밥의 질감과 맛을 한층 더 풍부하게 만든다.

쿠우쿠우 김동현 대표는 “이번 특허등록을 통해 고객들에게 더욱 신선하고 맛있는 초밥을 제공할 수 있게 되어 매우 기쁘다”며 “앞으로도 지속적인 연구와 개발을 통해 쿠우쿠우만의 경쟁력을 강화해나갈 수 있도록 하겠다”고 전했다. **KFN**



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

프랜차이즈 본사의 상권전략

WRITE | 유재은

프랜차이즈 사업을 진행하면서 중요한 요소가 많이 있지만 꼭 하나만 집어야 한다면 단연 상권을 꼽을 수 있다. 프랜차이즈 사업은 상권으로 시작해서 상권으로 끝난다 해도 과언이 아니다. 이번 호에는 상권 전략의 성공과 실패 사례를 짚어보면서 도움을 주고자 한다.

1. 상권전략의 성공 '이랜드'

상권이 얼마나 중요한 지를 보여주는 일례가 있다. 1979년 경에 이랜드라는 2평 남짓 옷가게로 시작해서 지금의 30대 그룹으로 성장한 이랜드 그룹이다. 이랜드는 자산 10.6조, 연매출 4.1조, 직원 1만2800명의 그룹이다. 요즘은 의류를 넘어 건설, 관광, 유통업뿐만 아니라 애슬리 등과 같은 외식 프랜차이즈에서도 강세를 보이고 있다.

이랜드는 90년대 대기업이 됐음에도 2000년대까지 상권분석&점포개발팀이 시장조사팀이란 이름으로 회장 직속으로

운영됐다. 가장 바쁜 회장의 직속조직은 통상 기획팀, 전략팀, 재정팀 등인데, 상권분석팀을 오래도록 회장 직속으로 둔 것은 시사하는 바가 크다. 프랜차이즈의 핵심실무가 무엇인지 잘 알고 운영한 결과 성공 기업으로 자리잡았다. 한때 스타벅스와 비교가 됐지만, 이 중요한 업무파트를 외주를 주었다는 얘기가 있는 900개 매장까지 오픈했던 카페베네와는 대조를 이룬다.

2. 상권의 원리를 벗어나 몰락한 '로티보이'

프랜차이즈는 아이템의 특징에 따라 같은 매장 크기라도 상



권이 다르다. 김치찌개전문점과 파스타의 이탈리아전문점이 같을 수는 없다. 그런데 외식은 거의 단골장사다.

김치찌개전문점을 보자. 2~3일에 한번이 고객이 용주기다. 단골 300명만 확보해도 수익이 가능하다. 반면 이탈리아 레스토랑은 고객 이용주기가 3주~4주로 길다. 때문에 적어도 3000명의 단골을 확보해야 한다. 단순 계산으로도 10배 큰 상권이다. 이유는 음식에 대한 친밀도와 고객 타깃층이 다르다는 점이다. 일반식당은 학생부터 성인남녀, 노인까지 고객대상이다. 하지만, 이탈리아 레스토랑은 20대 젊은층과 3040 여성 중심이다.

이러한 사례를 잘 보여준 브랜드가 한때 300호점 이상 성행했던 '번'을 팔던 로티보이다. 매장 크기는 10평~20평 규모였던 이 브랜드는 번의 객단가가 2000~3000원 수준으로 낮았다. 구매주기도 길다. 중형 상권에 들어가야 생존하는데 동네 소형 상권에도 섞여서 입점시켰다. 결국 폐점이 속출하면서 실패했다.

3. 단독상권 입점 위험성 '하이트광장과 카스타운'

프랜차이즈 기업이 망하는 데는 여러 요소가 복합적으로 작용한다. 그러나 상권전략의 실수나 실패만으로도 충분히 망할 수 있다. 그 중 하나가 단독상권 문제다.

하이트광장은 60평~100평 내외 규모로 전개된

중형 프랜차이즈였다. 중형상권과 대형상권에 입점하다가 매장 사이즈를 조금 축소해서 아파트 상권같은 동네상권에도 입점했다. 동네사람들이 다 몰려오니 그런대로 유지는 됐다. 하지만 비슷한 콘셉트의 카스타운 매장이 들어선 순간, 매출은 반토막 신세다. 두 매장까지 고객으로 채우기에는 이용가능 고객이 너무 적었다. 결국 반토막 나는 매출로 인해 서로 망할 수밖에 없었다. 중형 브랜드를 소형 상권에 입점시켜 실패한 사례다. 이 경우 유사 경쟁 브랜드가 없다면 그런대로 생존이 가능할 수 있다. 하지만, 유사 브랜드가 동일 상권에 입점하는 순간 매출엔 치명적이다. 단독상권의 위험성이다. 유사 브랜드, 미투 브랜드 전성시대에는 단독상권 입점을 피해야 한다.



4. 원칙을 지켜야 장수 '배스킨라빈스'

배스킨라빈스는 요즘 카페형으로 매장의 규모를 키운 경우도 있지만, 기본적으로 테이블 4~5개의 소형 매장중심이다. 상권은 가장 유동량이 좋은 곳에 입점한다. 유명세가 있으니 살짝 빠져서 오픈할 만도 한데, 항상 똑같다. 30년 넘게 장수하는 핵심 이유라 하겠다.

정관장은 골목에 있어도 우리가 알아서 찾아갈 텐데, 꼭 4차선 도로변을 낀 노출 좋은 상권을 고집한다. 파리바게뜨 역시 상권에서 가장 유동이 좋은 자리에 입점한다. 2위인 뚜레쥬르는 빙겨간 상권에도 입점한다. CJ라는 큰 그룹이 운영하는 데도 만년 2위인 이유 중 하나다. **KEN**



유재은

유재은 프랜차이즈 연구소/ 대표
프랜차이즈 산업협회 전문위원
산자부 프랜차이즈 전문위원
무역협회 해외진출브랜드 전문위원

서강대출

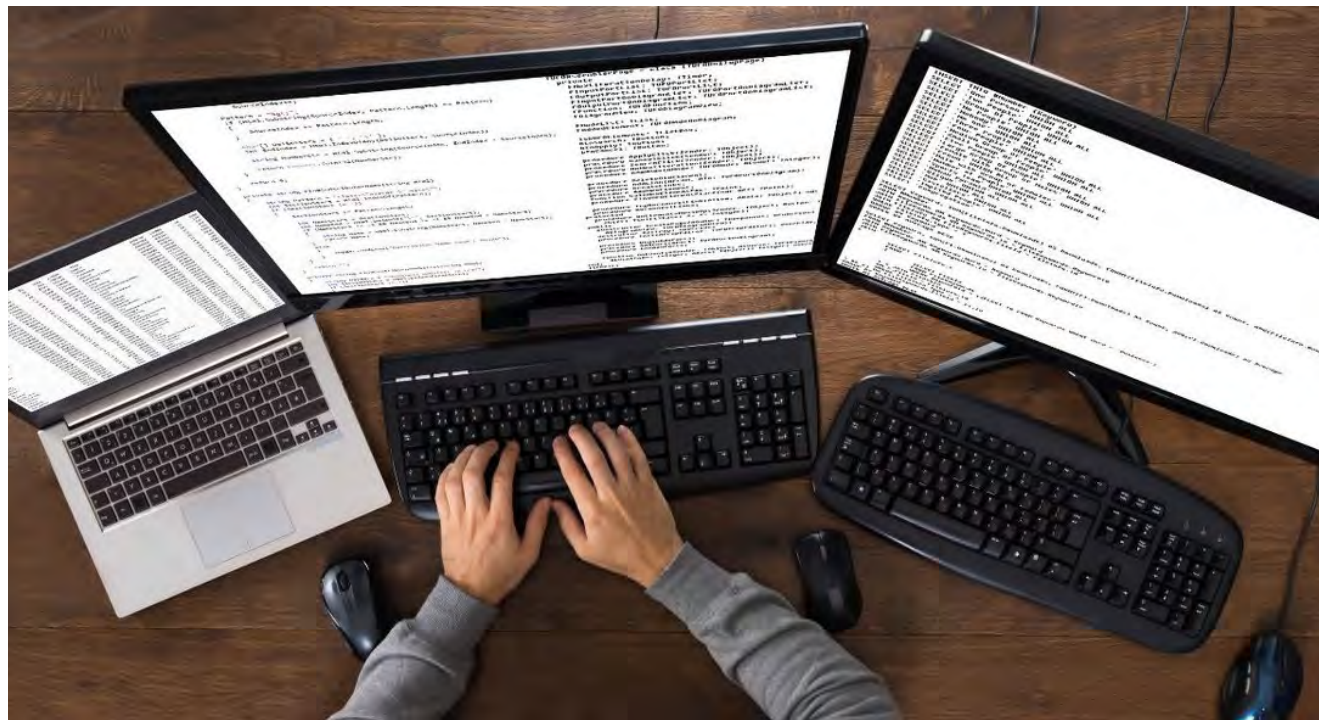
바이더웨이 공채 1기
천하일품 총괄사업본부장
와라와라 상무이사
티보엔 컴퍼니 CEO
경복궁 엔터스퍼시픽 CEO

저서

한국시장의 프랜차이즈전략
한국시장의 프랜차이즈전략 2
한국시장의 프랜차이즈 법칙

강의

연세대, 연세대학교학원,
경남대, 영남대, 한림대학교학원
한국생산성본부,
한국능률협회, 한국경제신문
아모레퍼시픽, 다이소,
삼성전자등 기업강의



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

성공하는 프랜차이즈 기업이 갖춰야 할 네 가지 전문성

WRITE | 이경희

프랜차이즈 사업의 성공에는 생각보다 운이 많이 작용한다. 인플루언서나 방송, 급작스러운 트렌드 이슈의 영향이 특정 브랜드 풀림 현상을 만들 수 있기 때문이다. 이처럼 가맹점의 급속한 성장은 운에 좌우될 수 있지만 가맹점의 지속가능한 성장과 경영은 실력이다. 실력은 전문성에 달려있다.

프랜차이즈 사업의 성공에는 생각보다 운이 많이 작용한다. 인플루언서나 방송, 급작스러운 트렌드 이슈의 영향이 특정 브랜드 풀림 현상을 만들 수 있기 때문이다. 이처럼 가맹점의 급속한 성장은 운에 좌우될 수 있지만 가맹점의 지속가능한 성장과 경영은 실력이다. 실력은 전문성에 달려있다.

전문가는 어떤 분야에 대해 정보가 많다. 경험도 풍부하다.

그 분야의 인맥과 네트워크가 좋다. 속도도 전문가의 특성이 다. 일처리는 비전문가보다 훨씬 빠르다. 대응력이 좋으니 속도만큼 자원이 절약된다. 예기치 않은 상황에 대한 대응력이 탁월하고 위기에 강하다. 경험이 풍부하고 정보가 많아서다. 직장인이든 창업자든, 기업가든 전문성을 갖추면 갖출수록 성공할 확률이 높아진다. 프랜차이즈 기업도 마찬가지다.

그렇다면 전문기업으로서 가맹본부가 갖춰야 할 자질은 구

체적으로 어떤 것이 있을까? 프랜차이즈 가맹본부의 사명은 첫째도, 둘째도 가맹점을 살리는 것이다. 가맹 사업을 시작했지만 성장이 지지부진한 브랜드, 조금 성장하는가 싶었는데 혹은 빠른 속도로 확장했지만 쉽게 무너지는 브랜드의 공통적인 특징은 가맹점을 잘 살리지 못해서다. 가맹점은 돈을 잘 벌게 하는데 가맹본사가 망하는 일은 쉽지 않다. 그렇다면 프랜차이즈 기업의 알파와 오메가인 가맹점 살리기를 위해서는 어떤 전문성이 필요할까?

첫째, 업에 대한 전문성이다. 맥주 프랜차이즈라면 주점에 대해서, 분식업 분야의 가맹본부라면 분식업에 대해서, 한식 프랜차이즈라면 한식업에 대해서 전문성을 갖춰야 한다. 다음이 변화 대응력이다. 시작은 작은 영역이더라도 시간이 흐를수록 전문영역을 확대해야 한다.

분식이나 주점 운영만 잘하는 기업과 외식업 전반에 대한 전문성을 가진 기업은 변화 대응 역량이 다르다. 외식업에서 나아가 식품산업까지 전문성을 확장하면 성장 가능성은 더 커진다. 가맹본부가 업에 대한 전문성이 높아질수록 가맹점을 살릴 수 있는 역량이 커진다.

둘째, 프랜차이즈 사업에 대한 전문성이다. 프랜차이즈 사업에 대한 전문성과 업종에 대한 전문성은 다르다. 매장 하나를 살리는 능력과 30개, 50개, 100개의 가맹점을 살리는 능력은 다르다. 프랜차이즈 전문성은 다점포를 운영하기 위한 가맹본부의 지원 시스템이 어떻게 구성되고 운영되는냐와 관련 있다. 본부가 무너지면 가맹점도 덩달아 무너지기 쉽다. 가맹점 몇 개가 잘된다고 나머지 가맹점도 장사가 잘된다는 보장은 없다.

프랜차이즈 가맹본부의 성공을 전인하는 것은 매출이 높은 스타 점포지만 가맹본사에게 가장 중요한 것은 점포당 평균 매출액이다. 점포당 평균 매출액이 높을수록 전체 가맹 사업의 성과가 뛰어나고 지속 가능성도 높다. 직영점을 비롯해 일부 가맹점들의 사업성이 좋아도 대다수 가맹점들의 매

출이 낮으면 사기성 프랜차이즈가 되기 쉽고 가맹 사업도 쉽게 무너진다. 가맹본사의 시스템이 허약하다는 증거다.

반면 전체 가맹점의 평균 매출이 높고 사업성이 좋으면 가맹본부의 시스템이 그만큼 뛰어나다는 것을 의미한다. 전체 가맹점의 평균 매출을 높이기 위해서는 그만큼 프랜차이즈 사업에 대한 전문성을 가지고 있어야 된다. 즉 프랜차이즈 시스템이 우수해야 한다는 것이다. 그러려면 출점, 가맹점 운영, 구매, 물류, 마케팅, 연구개발 등 프랜차이즈 시스템을 구성하는 각각의 조직 기능이 유기적으로 발전해야 한다

셋째, 창업 전문성이다. 프랜차이즈 사업에서는 끊임없이 창업이 일어난다. 가맹점이 1개일 때는 1개의 창업이 일어나고 가맹점이 100개일 때는 100번의 창업이 일어난다. 따라서 창업을 성공시키는 전문성이 필요하다. 창업의 구성 요소가 무엇인가, 각 요소를 어떻게 관리해야 하는가, 사업 타당성 분석, 창업을 하는 가맹점 사업자의 역량 강화는 어떻게 해야 하는가에 대한 명확한 정립과 이에 대한 전문성이 필요하다

넷째, 기업가 정신이다. 가맹본사와 가맹점 모두 필요하다. 기업가 정신을 구성하는 요소는 다양하다. 인풋을 조절해서 원하는 결과를 만들어 내는, 즉 아웃풋의 성과를 높이는 프로세스를 만들 수 있어야 한다. 이는 과학적인 경영을 통해 가능하다. 과학적인 경영을 하려면 경영 전문성이 필요하다. 경영에 대한 전문성은 업의 전문성이나 프랜차이즈 전문성과 겹치는 부분도 있지만 재무 조직관리 마케팅 영업 구매 제조 등 사업 운영의 뿌리에 해당되는 영역이 많다.

요즘은 기업가의 철학도 기업가 정신에서 중요한 영역이다. 가맹본사든 가맹점이든 우리 사회에 어떻게 하면 선한 영향력을 미칠 수 있는지 고민하고 노력하는 자세가 필요하다. 이 네 가지 전문성을 높이기 위해 계속 노력한다면 운에 의지하지 않고, 어떤 환경에서든 좋은 성과로 지속 가능한 성장을 기대할 수 있을 것이다. **KFA**



이경희

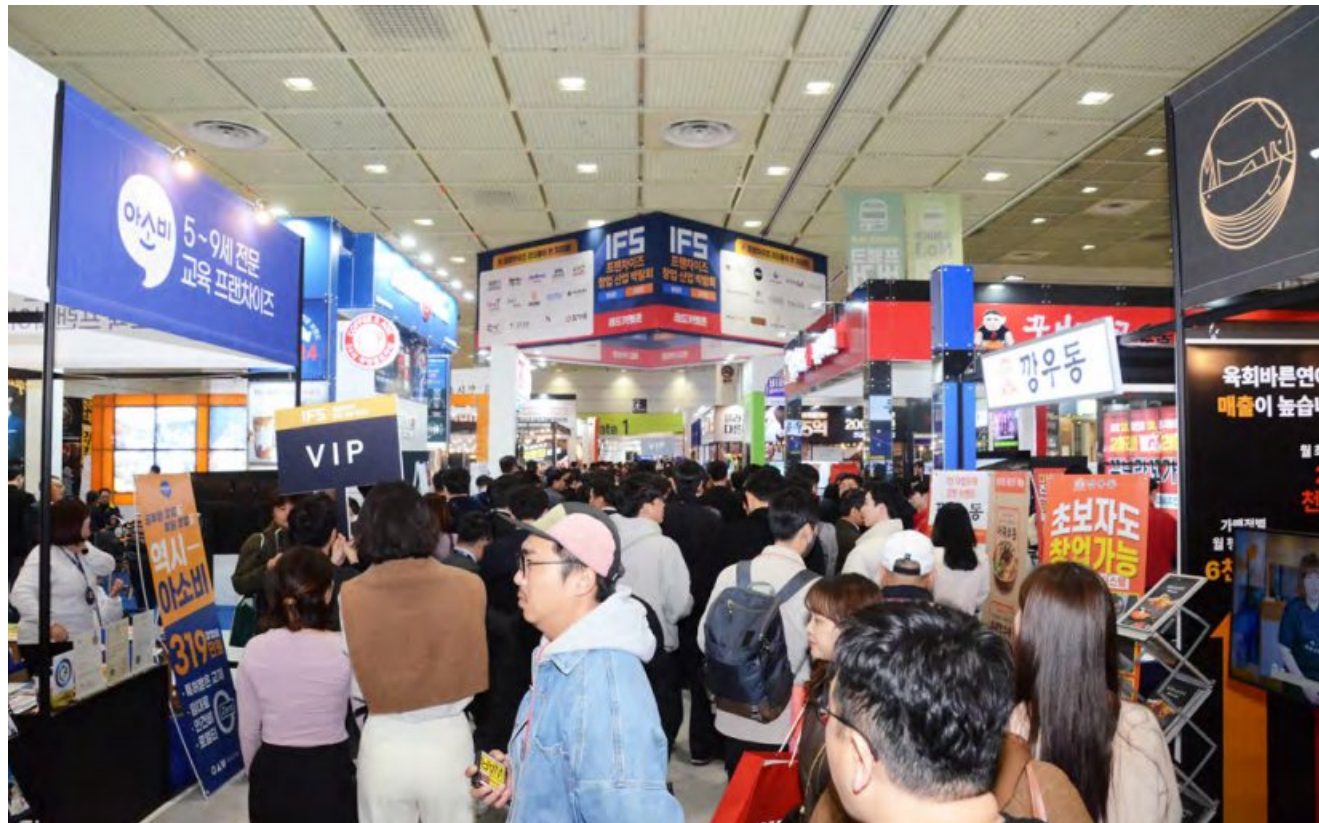
한국창업전략연구소 소장
부자비즈 의장
창업·마케팅 분야 저자
한국프랜차이즈산업협회
KFCEO 주임 교수

저서

CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드
내사업을 한다는 것

강의

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



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

가맹점 모집의 황금시대는 갔다 “가장 효과적인 방법은 가맹점사업자와의 상생과 협력”

WRITE | 장재남

현재 국내 프랜차이즈 산업은 전례 없는 복합적 위기를 맞고 있다. 특히 가맹점들의 매출 감소는 가맹점 사업자의 경영을 더욱 어렵게 할 것이고, 가맹점의 매출 감소는 가맹본부의 매출 감소로 이어져 재정적 위기를 초래할 수 있다.

비록 미취업자와 실업자의 증가 그리고 기업들의 상시적인 구조조정은 불가피한 창업으로 이어질 수 있는 유인적 요소는 되겠지만 창업 실패의 리스크를 최소화하기 위해 더욱 신중해지거나 일정 기간을 관망하는 예비창업자들로 인해 기대하는 만큼의 성과를 내기는 어려울 것이다. 실제로 최근 가맹본부들의 가맹희망자 모객을 위한 온라인마케팅, 창업박람회 등이 비용대비 효과가 매

우 낮을 뿐만 아니라 확보한 예비창업자 DB 또한 계약으로 이어지는 비율이 현저하게 낮아지고 있다. 그렇다고 마냥 외부적 환경이 좋아지기를 기다리기에 한계에 도달하고 있다.

가맹본부의 대표나 가맹점사업자 모두 지금의 위기를 극복하기 위해서는 각자 도생이 아니라 상호간의 신뢰를 기반으로 상생과 협력의 길로 나아가야 한다.

과거에 경험하지 못한 지금의 변화와 위기를 직감이나 과거의 경험에 의존해 가맹본부를 경영하고 가맹점을 이끈다면 가맹본부와 가맹점을 위기로 내몰 수 있다. 직감과 경험을 고려하지 지금까지 내부적으로 축적된 데이터를 활용하고 직원과 가맹점주와 협력회사 등 모든 이해관계자들과의 소통과 긴밀한 상생 협력관계 구축을 해야 한다.

가맹본부의 가맹점사업자에 대한 신뢰구축을 위한 첫 번째는 가맹점사업자의 성공을 위해 노력하겠다는 약속을 한 만큼 이를 지키기 위한 행동을 보여주는 것이다. 또한 가맹점사업자들이 그 행동을 확인할 수 있어야 한다. 가맹본부의 성공과 발전의 가장 큰 원동력은 가맹점사업자를 성공시키는 것이다. 가맹점이 성공함으로써 가맹점 모집이 잘 되고 브랜드가 널리 알려지게 되며 결과적으로 가맹본부의 매출이 증대된다.

먼저 가맹본부는 가맹점의 창업투자비용을 낮추기 위한 노력을 해야 한다. 투자비용이 높으며 투자 대비 수익률에 필요한 매출액도 높아지게 된다. 물론 가맹점사업자가 기대하는 매출액을 달성하기 위해서는 그만큼 가맹본부의 역할도 커져야 한다. 창업비용에서 많은 부분을 차지하는 부동산 비용에서부터 인테리어비용, 주방설비와 기물 등의 시설비용 등이 지나치게 높지 않도록 해야 한다.

다음은 가맹점의 원가를 낮추도록 해야 한다. 아무리 매출액이 높아도 원가나 일반관리비나 판매비가 높으면 이익은 적을 수밖에 없다. 가맹점사업자가 필요로 하는 것은 매출액이 아니라 이익이다. 따라서 가맹점사업자가 가맹점을 운영하는데 발생하는 매출원가에서부터, 인건비 등 일반 관리비를 가급적이면 줄일 수 있도록 해주어야 한다.

마지막으로는 신규고객 창출에서부터 기존고객의 재방문을 위한 브랜드력 강화나 고객 서비스 품질 향상을 위한 노력을 기울여야 한다. 브



랜드는 가맹점사업자가 자신의 영업지역에서 경쟁자와의 경쟁에서 이길 수 있는 중요한 요소이다. 또한 신상품의 개발, 재료의 안정적인 공급, 교육과 훈련, 조연과 지도 등을 지속적으로 제공해야 한다.

가맹본부의 대표나 가맹점사업자 모두 지금의 위기를 극복하기 위해서는 각자 도생이 아니라 상호간의 신뢰를 기반으로 상생과 협력의 길로 나아가야 한다. 과거에 경험하지 못한 지금의 변화와 위기를 직감이나 과거의 경험에 의존해 가맹본부를 경영하고 가맹점을 이끈다면 가맹본부와 가맹점을 위기로 내몰 수 있다.

위기는 곧 기회라고 한다, 비판은 결코 위기를 극복하지 못한다. 특히 프랜차이즈 비즈니스는 위기에 강한 모습을 역사적으로 보여주고 있다. 전세계적인 경제위기 속에서도, 국가별 경제공황에서도 지속적인 성장률을 보이고 있는 것이 프랜차이즈 산업이며, 위기마다 창의적 사업모델 개발이나 변화와 혁신을 통해 국가를 대표하는 프랜차이즈 기업 또는 세계적 기업으로 성장시킨 것도 프랜차이즈 산업이다. **KFA**



장재남

프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

“법부터 찾는 현실, 대화의 기술이 아쉽다”

WRITE | 안철현

요즘 정치판에는 정치는 어딜 갔는지 보이지 않고 오로지 법 이야기밖에는 들리지 않는다. 되돌아보면 요즘에만 그런 건 아니다. 점점 더 심해지고 있을 뿐이다. 정치가 원래 타협과 양보의 산물이 아니던가. 그런데 이게 말이 쉽지 실제로는 그리 쉽지 않다보니 제일 만만한 것이 법이다.

산 적한 문제를 법률전문가한테 내맡기고 자신들은 힘든 길로 보이는 타협과 양보는 내팽개치고 있는 모양새다. 권력자의 운명이나 정당의 운명이 모두 검찰의 수사와 사법부의 판결에 따라 결정되고 있으니 안타까운 마음 지우기 어렵다. 우리는 이를 두고 사법국가화 되고 있다고 일컫는다. 사실 이는 비단 대한민국의 문제만은 아닌 듯하다.

이는 서구 선진국도 크게 다르지 않다.

최고 권력자와 국회의원은 민주적 선출 과정을 거쳐 지금 그 자리에 있다. 그런데, 전혀 민주적 선출 과정을 거치지 않고 다양성도 부족한 소수의 법률 전문가 집단에게 자신의 운명을 맡기고 있는 꼴이다. 과연 이들 법률전문가 집단에게 국민의 선택에

의해 스스로 만든 공권력 행사와 스스로 제정한 법률들을 좌지우지 하게 만들어야 하겠는가 말이다. 오랜 역사를 통해 세운 3권의 분립은 적정히 유지·관리되고 있는지 스스로에게 되물어야 한다.

무슨 가치분신청, 형사고소, 헌법재판소 권한쟁의심판 등이 정치판에서 남발되고 있다. 여기에서 검사와 법관이 어떻게 수사하고 판결하느냐에 따라 자신의 운명을 맡기고 있으니 국민의 선택이 허망하다.

이는 우리네 개인들도 마찬가지다. 문제가 발생하면 먼저 법부터 찾는 경우를 자주 목격한다. 다른 방법은 웬지 용기가 나지 않고, 힘들어 보이니 법률전문가부터 찾는다. 과연 그 길밖에는 없는 것일까? 대화라는 말이 때로는 식상하게 들리겠지만 의외로 이것만으로도 문제가 풀리는 경우를 자주 경험한다.

최근 한 지인이 화를 잔뜩 내면서 문제의 상대방 만행을 줄줄이 늘어놓았다. 들어 보니 상대방을 법률적으로 공격할 거리는 여러 가지가 있어 보여 상세히 설명을 해주었다. 그런데, 여기에 한마디 덧붙여 싸우고 있는 상대방과 이 문제에 대해 한번이라도 솔직한 대화를 나눈 적이 있었느냐고 물었다. 예상한대로 대화해본 적이 한번도 없었다. 이유는 풀도 보기 싫고 화가 나 참을 수 없어서라는 거였다.

나는 그 지인이 대화하는 것이 두렵거나 대화를 시도하는 것 자체가 지는 거라 믿고 있다고 본다. 조금만 더 귀를 열고 마음을 열고 대화를 시도해 보면 의외로 간단하게 문제를 해결할 수 있는 경우가 허다하다.

꼬인 실타래를 풀기 위해 법을 찾아야 하는 경우는 분명 있다. 때에 따라서는 질질 끌게 아니라 더 꼬이기 전에 재빨리 법률전문가를 찾아 조기에 사태를 수습하는 것도 분명 필요하다. 그런데, 특히 사람과 사람 사이에서 발생한 감정이 섞인 문제는 대화의 창구를 활짝 열어



풀어야 한다.

이런 문제를 법으로만 해결한다고 덤벼다가는 양쪽 다 손에 피만 묻힌다. 비용이 많이 소비되는 것은 말할 것도 없다. 필자 같은 사람이야 없던 싸움도 부추겨서 싸움을 붙이기도 하고, 심지어 없던 문제를 새롭게 만들어 내기도 한다.

이건 그리 어렵지 않다. 우리 주위에 희한하게도 싸우는 걸 좋아하는 사람들이 있다. 이런 사람들에게는 살짝만 싸울 거리를 제공해줘도 그냥 덤빈다. 매우 전투적이어서 분쟁과 고소와 소송이 항상 따라다닌다. 문제해결에 아무런 도움이 되지 않을 고소와 소송까지 마다하지 않는다.

이런 소수의 사람이 아니라면 사람과 사람 사이에서 일어나는 감정이 동반된 싸움은 더 크게 키우지 않기를 바란다. 마냥 감정적으로 문제를 해결하려다 보면 호미로 막을 일을 가래로도 막기 어려워진다. 막대한 비용이 들어가는 것은 덤이다. 조금만 용기를 내면 된다.

같은 업종에 종사하는 사람들의 비난이 들리는 것 같아 두렵다. 내 의뢰인이 떠날까 봐도 두렵다. 나를 찾아오려던 의뢰인이 발길을 돌릴까 봐도 두렵다. 그렇지만 가르마는 타출 수 있을 것 같다. 꼬인 실타래를 신속하게 법률로써 해결할 것인지, 대화를 시도해서 서로의 마음을 어루만지는 것부터 해봐야 할지 말이다. **KFN**



안철현

법무법인 로투스 대표변호사

2016년 - 송파경찰서 경찰발전위원회 위원

2016년 - 강남구청 인사위원회 위원

현/법률소비자연맹 집행위원

현/(주)소리바다 감사

현/경희대총동문회 감사

현/사단법인 민주정치아카데미 상임이사

T : 02-3478-6011 /

E : bebopmonk@hanmail.net



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

프랜차이즈 본사의 차명주식 정리방법

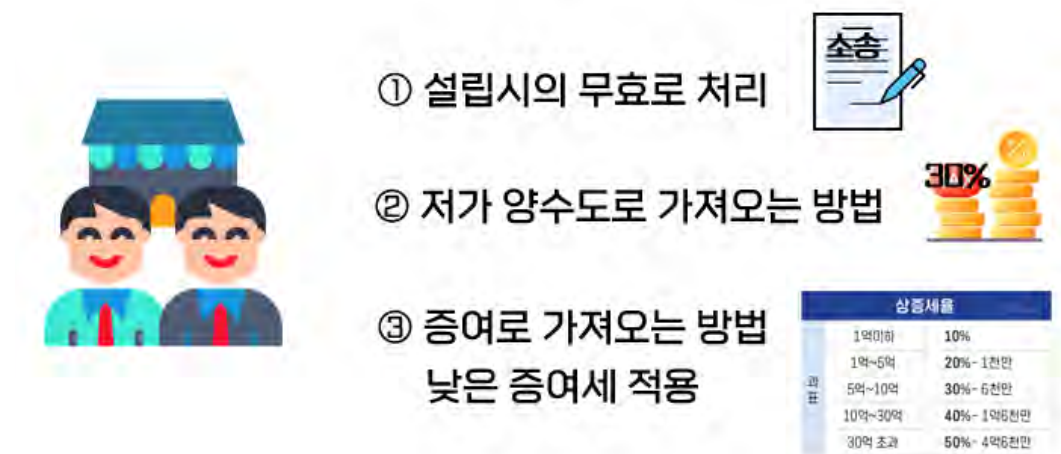
WRITE | 최인용

회사 설립을 할 때 부득이하게 차명 주식을 만드는 경우가 있다. 차명주식은 회사가 커질수록 가치가 높아져서 부담이 된다. 그리고 주식을 정리하면서 과점주주가 바뀌는 경우가 있으므로 회사의 가치가 높아지거나 자산이 늘어날수록 골치 아픈 일이 발생할 수 있다.

그래서 차명주식의 정리는 반드시 필요하다. 특히 차명 주식을 해결하기 위해 또다시 차명으로 해결하는 것은 최악의 방법이다. 이를 통해 차명주식과 관련한 증여세가 많이 나올 수 있기 때문이다.

차명주식의 정리는 여러 가지 방법이 있지만, 중요한 것

은 차명주식의 정리방법의 종류를 다 쓰는 것이 아니라 회사의 규모와 상황에 맞도록 정리하는 방법을 찾는 것이 중요하다. 절세의 관점에서 같은 방법이라도 적용방법에 따라 세금이 다르기 때문이다. 대표적인 몇가지 방법을 소개하면 다음과 같다.



첫째, 차명주식을 원천 무효로 가져오는 방법
법인설립시에 신용등의 문제로 부득이하게 차명으로 주식을 보유하는 경우가 있다. 이런 경우 취득시의 무효로 보는 것으로 민사 소송 등의 방법을 통하여 원천 무효로 하면 주식을 실제 명의대로 받을 수 있다.



장점은 증여시점에 차명으로 한 것으로 보아 차명시점 증여세를 과세한다는 것이다. 회사 초창기에는 기업가치가 높지 않으므로 과세 금액이 적어질 수 있다.

둘째, 저가양수도로 가져오는 방법

현재 회사가치가 높지 않은 경우 액면가액으로

양수도로 가져오거나 적은 가액으로 가져오는 방법이다. 장점은 저렴하게 사올 수 있다는 것이다. 특수관계자가 아니라면 시가의 30% 이하의 가액은 저가로 가져오더라도 문제가 없다.

특수관계자라면 시가의 30%와 3억원 중 적은 가액까지는 저가양수도가 가능하다. 특수관계자는 부당행위 계산부인 문제도 검토해야 하므로 보다 세심하게 준비해야 한다. 단점은 낮은 가액으로 거래한다고 하더라도 실제 거래금액의 수수 여부를 마련하는 것이 필요하다.

셋째, 증여로 가져오는 방법

회사주식가치를 조절할 수 있는 시점에서 차명 주식을 증여로 가져오는 방법이다. 증여로 가져오면 증여세율에 따라 비교적 낮은 세율로 주식을 가져 올 수 있다.

장점은 차명주식을 가족들의 명의로 증여하는 경우 인원을 나누어 가져온다면 증여세를 줄일 수 있다는 점이다. 또한 증여의 시기를 조절하여 업황이 좋지 않을 때 차명주식을 정리할 수 있다.

KFN



최인용

가현세무법인 대표 세무사

(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사

연세대학교 법무대학원 조세법 전공

국세청 조사요원 강의

한국프랜차이즈산업협회 자문세무사

마곡지주협의회, 하남미사지구지주

협의회 자문세무사

한국프랜차이즈산업협회 협력위원장

T : 02-555-5025

E : ciy0130@daum.net

‘대체 공휴일’이란?



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

아르바이트 근무자 공휴일 노무관리

WRITE | 이금구

1. 공휴일과 대체휴일제도

2018년 3월 20일 근로기준법 개정으로 공무원의 유급 휴일인 『관공서 공휴일』을 일반 사업장에도 적용하게 됐다. 관공서 공휴일을 일반적으로 공휴일이라고 한다. 시급제 또는 일급제 근로자의 경우에는 공휴일과 근무일이 겹치는 경우에는 임금의 변동이 발생한다. 그러나 월급제는 공휴일의 유급 또는 무급과 관계없이 임금에 대한 변동은 없다. 그러나 공휴일에 근무한 경우에는 가산임금이 발생한다.

설날 연휴와 추석 연휴가 일요일을 포함한 다른 공휴일과 겹칠 경우에는 연휴 다음 첫번째 평일을 대체공휴일로 하고, 어린이날과 국경일이 다른 공휴일이나 토요일과 겹칠

경우에는 그 다음 첫번째 평일을 대체공휴일로 한다.(공휴일에 관한 법률 제3조 1항. 2021년 7월 7일 신설)

1959년 3월 27일부터 1960년 12월 30일까지 대체휴일제도를 실시한 적이 있다. 2009년부터 공휴일에 관한 법률 제정안이 꾸준히 국회에 상정되고 있으며 대체휴일제도를 이 법률에 규정하려는 논의가 진행되어 왔으나, 이에 대해 주무부처인 안전행정부와 재계가 기업의 휴일근로수당 증가 및 생산차질, 임시직과 일용직 근로자들의 소득감소 등 민간경제에 미치는 영향을 이유로 반대 입장을 보여 왔다.

그러나 2013년 11월 5일부터 설·추석 연휴와 어린이날에

한해 대체 휴일 제도를 도입했다. 그리고 2021년 6월 29일에 공휴일에 관한 법률이 국회에 통과되면서 7월 16일에 인사혁신처는 대체 휴일을 확대 적용하는 내용의 '관공서의 공휴일에 관한 규정' 개정안을 입법 예고한다고 밝혔으며, 국경일 중 공휴일인 삼일절, 광복절, 개천절, 한글날에 대해서도 대체 휴일이 시행된다. 2023년 5월부터는 부처님 오신 날과 성탄절이 대체공휴일 적용 대상에 추가됐다.

2. 휴무일 등이 관공서 공휴일과 겹칠 경우 해당 일을 유급으로 처리해야 하는지

고용노동부 질의회시(임금근로시간과-743, 회시일자: 2020-03-30)는 관공서 공휴일을 근로기준법상 유급휴일로 보장하도록 한 법 개정 취지는 공무원과 일반근로자가 공평하게 휴식을 취할 수 있도록 하기 위한 것으로써, 근로자가 관공서 공휴일에 휴식을 취하더라도 임금의 삭감없이 휴식을 보장하기 위해 유급으로 정한 것이며, 만약 휴무일 등과 같이 애초부터 근로제공이 예정되어 있지 않은 날이 관공서 공휴일과 겹칠 경우 해당 일을 유급으로 처리하여야 하는 것은 아니라고 판단하고 있다. 즉, 유급휴일이 무급휴일과 겹치면 무급이라는 것이다.

3. 시급제 근무 일정 편성 시 공휴일을 무급휴일로 편성

시급제는 공휴일이 근무일에 편성되어 있다면 근무하지 않고 1일분의 임금을 받을 수 있는데, 회사가 사전에 근무 일정을 편성하면서 사전에 공휴일을 무급휴일로 편성하고, 공휴일에 근무한 경우 임금 지급여부가 문제된다.

최근 서울동부지법 2022가합 106536사건에서는 첫째, 휴무일 등 애초부터 근로제공이 예정되어 있지 않은 날이 관공서의 공휴일과 겹칠 경우 해당 일을 유급으로 처리해야 하는 것은 아니다. 둘째, 사용자의 필요에 따라 별도의 무급휴일 및 무급휴무일을 정할 수 있도록 한 취업규칙은 근로기준법을 잠탈하여 무효이다. 셋째, 휴일수당을 지급받으면서 휴식을 취하지 않고 다른 기관에서 휴일근로수당을 지급받으며 일을 한다하여



대체 휴무 제도란?

- 명절이나 국경일이 주말과 겹치면 그다음 날인 비공휴일을 쉬게 하는 제도
- 2000년대부터 근로자 휴식권에 대한 사회적 인식 변화와 함께 2013년 첫 시행

휴일수당 지급의무가 면제되지 않는다고 판결했다.

고용노동부 행정해석은 '공휴일(유급)이 무급휴일과 겹칠 경우 해당 일을 무급'으로 해야 한다는 것이다. 따라서 회사는 유급휴일을 무급휴일로 정한다면 임금을 지급하지 않아도 된다는 결과가 된다. 이번 판결은 기존의 행정해석을 변경한 것은 아니다. 즉 애초 무급휴(무)일이 공휴일과 겹쳤다면 해당 일은 무급이다. 다만, 소정근로일인 월요일부터 금요일 중에 공휴일이 있는 경우 그 날을 무급휴일로 정해서 유급휴일인 공휴일과 무급휴일이 겹쳤다고 하더라도 해당 일은 유급으로 인정해야 한다.

4. 공휴일의 휴무 관리 실무

당초 무급휴(무)일의 경우 광복절이 무급휴무일인 토요일, 회사창립기념일과 겹친 경우 무급이 되며, 당초근무일인 월~금요일 중에 광복절이 있는 경우 그 날을 무급휴무일로 정한 경우에는 유급이 된다. **KT**



이금구

노무법인 C&B 대표

한국프랜차이즈산업협회
자문위원1991년_제3회 공인노무사
자격 취득2012년_전국소상공인단체연합회
고문2015년_(사)한국소상공인단체
연합회 고문2016년_GS25, 프랜차이즈
노무관리 시스템 도입

T : 1544-8323 /

E : www.franhr.com

“회원사 결속 강화”...2024년 한국프랜차이즈산업협회 임원연찬회의 개최

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 7월 19일 협회 임원들이 서로 교류하고 협회 및 산업발전 의지를 다지는 <2024년 한국프랜차이즈산업협회 임원연찬회의>를 성대히 개최했다.

지호한방삼계탕 구리직영점에서 개최된 이번 임원연찬회의에서 임원들은 사업 현안과 애로를 공유하고 친목을 다졌다. 또 상반기 협회 활동과 하반기 계획에 대한 의견을 나누고 분과위원회 안내, 회원사 지원사업 공유 등으로 하반기 더욱 활발한 활동을 다짐했다.

정현식 협회장은 “대외적으로 협회의 위상이 크게 높아지고 대내적으로는 결속력이 더욱 강화되고 있으나, 정책 변화와 지원사업 발굴 등 대응이 시급한 현안들이 여전히 당면과제로 남아 있다”라고 하면서 “임원 여러분들의 성원과 관심을 부탁드립니다. 협회도 더욱 회원들을 위한 협회로 거듭나겠다”고 말했다.

한편 이날 임원연찬회의에는 정현식 협회장, 김용만 명예회장, 최성수 수석부회장, 김인규 수석부회장과 협회 분과



임원연찬회의

위원장 등 집행부와 오몽석 부울경지회장 등 지회장단, 각 부회장, 이사 등 임원진 80여명이 참석했다.

또, 협회는 임원연찬회의에 앞서 협회 하남사무실에서 제2차 확대 집행부 회의를 개최, 프랜차이즈 산업과 협회, 분과위원회 관련 다양한 현안들과 현황을 공유하고 대응방향을 논의하는 시간을 가졌다.



제43기 연세대 프랜차이즈 최고경영자(FCEO) 과정 수료식 개최

6월 26일 연세대 상남경영원에서 제43기 연세대학교 프랜차이즈 CEO 교육과정(이하 연대 FCEO 과정, 총동문회장 박효순) 수료식이 열렸다.

이날 수료식에는 53명의 제43기 원우들과 함께 박용석 연세대 상남경영원장, 박창희 주임교수, 박효순 총동문회장, 박호진 협회 사무총장을 비롯해 총 60여명이 참석했다. 박 사무총장은 “국내 프랜차이즈 산업은 산업 규모 성장, 해외진출 활성화 등 외형적으로 눈부신 발전을 거듭하고 있으나 내적으로 극심한 경영 애로를 겪고 있다”라고 하면서 “특히, 최근 22대 국회에서 가맹점사업자단체 등록제 및 협의개시의무화 가맹사업법 개정안이 통과될 가능성이 높아지는 등 가맹사업의 기반이 흔들릴 위기에 놓여 있는 만큼 동문 여러분들의 단결과 성원을 부탁드립니다”라고 말했다.

한편 제44기 과정은 9월 11일부터 12월 8일까지 연세대 상남경영원에서 진행된다. 매주 수요일 3시간씩 진행되며,



연대

수료생에게는 연세대학교 총장명의 수료증과 연세대학교 상남경영원장 상패, 원우 추천서 수강료 할인과 협회 공식 CEO 과정인 KFCEO 과정 수강료 할인 등 다양한 혜택이 제공된다.



간담회 기념사진

한국프랜차이즈協, 국민권익위원회 간담회서 김영란법 한도 상향 건의

외식 프랜차이즈 업계가 경기 침체 및 비용 인상으로 어려움을 겪는 가운데, 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 청탁금지법(김영란법) 식사비 한도 상향을 위한 대정부 활동에 나섰다.

정현식 협회장은 지난 7월 18일 서울 서초구 농협하나로마트 양재점에서 국민권익위원회(이하 권익위·위원장 유철환)가 주최한 현장 간담회에서 업계 애로를 전하고 식사비 한도를 3만원에서 5만원으로 올려달라고 요청했다. 이날 간담회는 최근 여당에서 관련 내용을 정부에 제안하고 협회 등 관련 협단체들이 이에 호응한 데 따른 것이다.

유철환 위원장은 “최근 고물가, 경기침체, 소비위축 등으로 어려운 시기를 겪고 있는 농축수산업계, 외식업계를 비롯한 소상공인·자영업자분들에 대한 지원이 절실히 필요하다는 점에 대해 충분히 공감한다”는 입장을 밝혀 긍정적인 신호를 남겼다.

간담회에는 권익위와 농식품부와 해수부, 중기부, 농협경제지주, 수협중앙회, 한국프랜차이즈산업협회, 소상공인연합회가 참석했다. 식사비 한도 이외에도 농축수

산물 선물 가액 한도와 관련된 협단체들의 다양한 애로를 나누고 관계 부처가 검토 방침을 밝히는 등 업계 애로 완화를 위해 서로 머리를 맞대는 시간으로 진행됐다.

한편 전날 협회는 식사비 한도 상향을 강력 촉구하는 입장문을 밝힌 바 있다. 협회는 입장문에서 “지난 2015년 제정된 김영란법은 그간 우리 사회를 보다 청렴하게 발전시키는 데 기여해 왔다”라고 하면서 “그러나 법이 2003년 제정된 공무원행동강령 상의 식사비 한도 3만원을 그대로 준용하고 있어 현실과 간극이 크고, 심지어 법 준수 의지를 떨어트리는 등 많은 부작용을 낳고 있다”고 지적했다.

이어 “외식업계는 경제불황으로 휴·폐업이 속출하고 있어 소비 활성화 방안이 절실한 실정으로, 현행 식사비 한도 5만원이 현실화된다면 업계의 경영 회복에 큰 도움이 될 것”이라며 “식재료 공급업체, 유통업체 등 연관 산업 활성화에도 긍정적인 영향이 예상되고 김영란법 본연의 취지 달성에도 더욱 기여할 수 있을 것”이라고 주장했다. **KFN**



6월 25일 여성회가 경기도 김포시 지엔푸드 공장을 탐방하고 있다.

협회 분과위원회, 봄 맞아 본격적 활동 재개 “회원사 소통 강화”

한국프랜차이즈산업협회 산하 분과위원회들이 무더운 날씨에도 활발한 활동을 이어가며 회원사 결속에 박차를 가하고 있다. 상생파트너위원회(위원장 최인용)는 6월 26일 '제3회 파트너스데이'를 성황리에 개최했다. 파트너스데이는 협회 정회원사와 파트너협력사가 만나 교류하고, 본사는 필요한 물품과 제품에 대한 정보를 얻고 파트너사는 본사에 사업을 알릴 수 있는 행사다. 이번 파트너스데이에는 태종에프디, 다원(주)농업회사법인 유당백, 다솔푸드테크, 어업회사법인 별교꼬막, 투스타글로벌, 농업회사법인 동춘에프에스 등 6개사와 20여명의 위원들이 참여했다.

산악회(회장 정민섭)는 5월 17~18일 인천 덕적도에서 1박 2일 정기산행을 개최했다. 이어 6월 15일 경기 남양주시 예봉산, 7월 20일 강원도 삼척시 두타산까지 잇따라 등반대회를 열고 심신을 단련하는 시간을 가졌다. 여성회(회장 임미숙)도 5월 14일 경기도 성남시에 위치한 할매순대국(대표 한근임) 본사를 방문하는 번개 모임을 개최, 여성 회원들과의 결속을 다졌다. 또 6월 25일에는 경기도 김포시에 위치한 국민 브랜드 굽네치킨 제1공장을 찾아 홍경호 회장으로 부터 직접 생생한 사업 노하우를 듣고 소통하는 시간을 가졌다.

출범한 가금류분과위원회(위원장 나명석)는 5월 21일 배달앱 수수료 문제 대응을 위한 회의를 개최, 회원들의 애로를 청취하고 협회와 대응방안을 논의했다. 5월 23일에는 월례회를 통해 회원들 간의 현안을 공유하고 심신을 단련하는 시간을 가졌다.

우정회(회장 김태환)도 6월 17일, 7월 4일 월례 라운딩을 성황리에 진행했다. 또 7월 10일 집행부 회의를 개최, 11월 11일 개최될 협회장배 자선 골프대회 준비 상황을 면밀히 점검했다. 올해 발족한 봉사위원회(위원장 김인규)는 5월 21일 예비모임을 가진 뒤 첫 활동으로 6월 13일 푸르메재단과 MOU를 체결하고 안경봉사 활동을 진행했다. 다비치안경 봉사단은 장애인들을 대상으로 전문적인 개별 맞춤형 시력검사와 안경을 무료로 지원하고, 눈 건강을 점검했다.

서비스분과위원회(위원장 신희성)는 5월 21일 정경자 부위원장이 협회장을 맡고 있는 한국정리수납협회가 올해 서울 용산구 삼각지역 내 개관한 정리수납 체험관과 6월 27일 서울 중구 빌라마로네 스튜디오에서 연달아 월례회를 열고 회원들과의 결속을 다졌다.

한편, 각 분과위 참여를 희망하는 회원사는 협회 사무국(02-3471-8135~8)으로 연락하면 된다. **KFA**

대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

봉사활동

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회는 제44회 장애인의 날 기념 행사에서 닭강정 3000인분의 후원 봉사를 진행했다. 기념행사를 찾아오신 분들과 함께하는 시간을 보낼 수 있어 뜻깊은 시간이었다.



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. 박람회는 82개사 89 브랜드가 참여했으며 프랜차이즈 창업을 희망하는 참관객들의 만남의 장이 되었다. 2024년 박람회에서는 최신 창업 트렌드와 다양한 창업 아이템을 한 자리에서 만날 수 있는 시간이었다.

2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구 참관문의 053-626-7664



2024년 상반기 교육 개강

2024년 상반기 교육인 외식프랜차이즈 본사 시스템 구축과정은 6월 27일(목) 개강했다. 외식프랜차이즈의 매뉴얼 구축과 본사 시스템 구축을 주된 교육으로 삼고 있으며 외식프랜차이즈의 시스템 구축의 해결방안들을 학습할 수 있는 시간이 될 것으로 보인다.

2024년 KFA 교육참가 참가문의 053-626-7664



부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

5월 정기 월례회

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 KFA부울경지회)는 지난 5월 21일(화) 5월 정기월례회를 개최했다. 월례회에 앞서 굿네이버스에서 'ESG경영 캠페인 및 나눔사업 설명회'와 DB금융투자의 '프랜차이즈산업 창업자금대출 설명회'가 진행됐다. 매월 진행되는 월례회에는 각 분과 정기 보고, 정부 지원 사업 안내 등 정보를 전달하고 회원사 간 소통의 장을 마련했다.

5,6월 정기봉사활동

KFA부울경지회는 모라중합사회복지관과 2023년 2월에 MOU를 맺고 매월 세 번째 목요일 아침 회원사들과 함께 경로식당에서 어르신들의 식사 배식보조, 잔반처리, 청소 등을 도우며 정기적으로 봉사활동을 하고 있다. 지난 5월 16일(목) KFA부울경지회의 5월 정기봉사활동이 진행됐다. 5월 봉사활동에는 지난 봉사활동을 통틀어 가장 많은 회원사들이 참여했다. 이에 복지관의 경로식당 외에도 복지관 내 유아교구가 있는 장난감도서관의 청소 및 소독도 도맡아 하며 2개조로 나누어 봉사활동을 했다. 많은 회원사들의 적극적인 참여로 봉사활동 범위를 늘릴 수 있었다. 이어 6월 20일(목)에는 6월 정기봉사활동이 진행됐다. 6월 역시 많은 회원사들이 참여해 경로식당과 복지관 2층의 작은도서관의 책장 정리, 목은 먼지 청소, 책 소독 등의 봉사를 했다. 참여한 회원사들 대부분이 점심식사로 못할 정도로 바쁜 와중에도 봉사를 위해 매달 열정적으로 참석하고 있다.

이웃사랑, 지역발전을 위한 기부행사

KFA부울경지회가 이웃사랑, 지역발전을 위한 기부 행사로 프랜차이즈의 선한 영향력을 전파했다. 지난 5월 27일(월)부터 이틀에 걸쳐 KFA부울경지회가 위치한 사상구청과 인근의 북구청, 강서구청에 KFA부울경지회 오몽석 회장 외 임원단이 직접 방문해 온누리 상품권 총 1500만원을 기부했다. 상품권은 5월 가정의 달을 맞아 각 지자체의 기초수급자, 차상위계층, 결식아동, 조부모·한부모 가정 등 취약계층에게 전달됐다.

이번 행사는 KFA부울경지회 소속 회원사들의 모금으로 온누리상품권을 구매해 진행했다. 기부한 상품권 사용으로 부산시의 소비 진작·촉진, 판로 확대, 물가안정 등 내수 활성화에 이바지하고 더불어 전통시장 살리기에 동참하기 위해 협회 자발적으로 진행한 기부행사다. 이외 KFA부울경지회는 올 해 초 청소년들을 위한 학교폭력예방 프로젝트에 후원하는 등 다양한 기부활동을 이어오고 있다.

제6기 부산 프랜차이즈 사관학교 28명 수료

30일(목) 수료식을 가졌다. 지난 3월 개강해 12주 동안 진행된 제6기 부산프랜차이즈 사관학교는 프랜차이즈 시스템을 비롯해 소상공인 성장전략, 마케팅 전략, 지역에서 성공한 CEO들의 사례 특강 등 프랜차이즈를 통한 소상공인 성장 노하우 전반 등 더욱 보강된 커리큘럼으로 교육을 진행했고, 6기 교육생 28명이 전원 수료했다. 제7기 부산 프랜차이즈 사관학교는 올 하반기에 개설될 예정이며 신청 및 자세한 사항은 추후 KFA부울경지회 홈페이지에 공지할 예정이다.



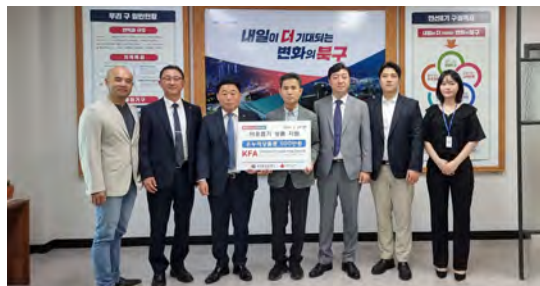
5월 정기 월례회



5,6월 정기봉사활동



5,6월 정기봉사활동



이웃사랑, 지역발전을 위한 기부행사(북구청)



이웃사랑, 지역발전을 위한 기부행사(사상구청)

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

제1기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정 입학식&수료식

지난 5월 22일(수) KFA 부울경지회에서 <제1기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정> 입학식 및 1주차 교육이 진행됐다. 제1기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정(이하 부산FC슈퍼바이저)은 지역 브랜드의 경쟁력 강화와 수익증대를 위한 전문지식과 실무능력을 갖춘 슈퍼바이저를 양성하는 수준 높은 전문 교육과정이다. 5월을 시작으로 6월 26일까지 매주 수요일 총 6주에 걸쳐 진행된다. 이번 부산FC슈퍼바이저 과정은 △프랜차이즈 슈퍼바이저링과 가맹사업법에 대한 이해 △점포 활성화 및 상권분석 시스템 △가맹점 진단 및 관리 △가맹점주 상담 및 협상 스킬 등 체계적인 실무교육으로 구성됐다. 부울경지역 본사 임직원 20명이 업무역량 강화를 위하여 출석률 100%를 자랑하며 수업에 임하였으며 전원 수료했다. 부산FC슈퍼바이저 과정은 오는 2024년 하반기에 2기 개설을 계획하고 있다.

2024 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구 참가

지난 5월 9일(목) ~ 5월 11일(토), <2024 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구>가 대구 엑스코 서관 2홀에서 개최된 개막식에 부산울산경남지회에서 오몽석 회장을 비롯한 임원진이 참석했다. 이번 KFA프랜차이즈대구 박람회에는 △아몽즈커피 △미진축산 △불끈낙지보쌈 △꾸브라고깃불두마리 치킨 △호맥 △정글비 △쌀통닭 △오븐에 꾸운 닭 △낭만장작 등 KFA부울경지회 9개 브랜드들이 참가해 전시 3일 동안 많은 예비창업자들과 만나고 브랜드 홍보에 박차를 가하였다.

<동의대 MOU>

6월 5일(수), KFA부울경지회와 동의대학교가 <부산 정주형 인재 양성 협력>에 관한 업무협약이 있었다. 오몽석 회장은 "자리를 만들어준 동의대학에 감사하며 부산 내 프랜차이즈 관련 학과가 없다보니 동의대 외식경영학과 출신들의 훌륭한 인재들이 협회에 많이 소속돼 있다. 이번 협력을 계기로 지역의 프랜차이즈 전문가들이 더욱 양성되길 바라며 양 기관의 발전을 위해 협회도 적극 협력하겠다"고 밝혔다. 동의대 한수환 총장은 "업무협약을 하게 되어 기쁘게 생각하여 동의대는 질적, 양적으로 성장되어 있는 부산지역의 산학이라 자부한다. 이번 협력이 산학협력 네트워크의 훌륭한 모델로 발전할 수 있을 것이라 생각하며 발전을 위해 최선을 다하겠다"고 인사했다.

<2024 하계워크샵>

6월 22일(토), KFA부울경지회는 경남 산청으로 하계워크샵을 떠났다. 작년에 반응이 좋았던 래프팅을 올 해도 진행했으며 많은 회원사들의 참석으로 지난해보다 2배 많은 보트를 빌려 래프팅이 진행됐다. 비가 오는 주말, 래프팅하기 좋은 날씨에 물 만난 물고기 같았던 회원사들! 부상자 한명 없이 완벽하게 마무리 된 하루였으며 귀한 시간을 내서 참석해 준 많은 회원사들 덕분에 올 여름의 시작에 시원하고 즐거운 추억이 됐다.



제1기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정 입학식



제1기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정 수료식



2024 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구



동의대 MOU



2024 하계워크샵

2024년 7월 ~ 9월 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	7월 11일(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 : 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] 가맹상생과 분쟁예방

기 간	7월 18일(목) 10시~17시(6시간)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (강서 교육장)
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 직영점 경영분야 업무수행자

목 표 : 가맹사업 단계별 실제 분쟁사례 및 예방 방안과 가맹본부-가맹점 간의 갈등관리 및 상생 전략을 학습을 통해
가맹사업 분쟁 사전예방 능력 함양

훈련내용 : 가맹사업 분쟁예방 전략 및 상생방안, 가맹점 갈등 예방 및 협의 전략

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 관리(기초)

기 간	8월 1일(목) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련 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	8월 2일(금) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련 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] 글로벌 FC 시장분석

기 간	8월 8일(목) 10:00~17:00	교육장소	협회 강서교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 해외 지사 설립, 관리 분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 해외 지사 설립 예정 국가의 정치경제, 사회문화, 제도적 시장환경 분석 능력 함양

훈련내용 : 동남아시아 및 중국-미주지역의 정치경제, 사회문화, 제도적 시장환경 분석

[재직자 무료교육] FC 경영기획 및 평가

기 간	8월 13일(목)-14일(금) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹영업 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 기업의 중장기 경영전략, 목표 및 사업계획을 수립하고 이후 실적분석 및 평가 수행

훈련내용 : 가맹본부 경영전략 수립 및 예산 편성

[재직자 무료교육] FC 가맹영업

기 간	8월 22일(목) 10시~17시(6시간)	교육장소	여의도 전경련 교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 경영기획분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 가맹점 영업전략 수립, 고객상담 전략 습득을 통한 프랜차이즈 가맹영업 능력 함양

훈련내용 : 가맹영업전략 및 스킬

[재직자 무료교육] FC 해외시장 진출 실무

기 간	8월 29일(목) 10:00~17:00	교육장소	협회 강서교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자

- 가맹본부 해외 법인(매장) 설립분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 가맹본부의 해외 시장 진출 시 필요한 현지 바이어(파트너) 발굴, 매장 개설 절차, 관련 법률 내용 습득을
통한 해외 실무 능력 함양

훈련내용 : - 해외 사업장(매장) 개설 프로세스 - 해외 파트너 선정 - 현지 리스크 관리

2024.4.24~2024.7.15 신규회원 현황

구분	사업자대표	회사명	브랜드명	업태	가입일
정 회 원	양철환	생생호프((주)위너스에프앤디)	생생호프	외식업	2024.05.02
	이호성	일일수작((주)위너스에프앤디)	일일수작	외식업	2024.05.02
	하성호	신전푸드시스(본사)	신전떡볶이	도소매업	2024.05.14.
	장용진	(주)반석에프앤비	떡볶이슈퍼, 국수기행, 배달연구소	도소매업	2024.05.17.
	김준형	(주)투고컴퍼니	와인투고	외식업, 도소매업	2024.05.23.
	권미현	(주)KMH	컬러룸	도소매 및 서비스업(미용)	2024.05.27.
	김종훈	사회복지법인 따뜻한동행	장집사	서비스업(사회복지 프랜차이즈)	2024.05.29
	홍이성	투스타글로벌(주)	투스타몰, 푸드앤음료	도소매업	2024.05.29
	정원현 전무	(주)비에이치씨	BHC	도소매업	2024.05.31
	오경열	(주)유니셰프	황금코다리, 황금파스타, 황금포차	외식업	2024.05.31
	황영	다원(주)농업회사법인	푸르맘찬	도소매업	2022.07.11.
	권용국	권사부(서가네)순대국	권사부순대국	외식업	2024.06.18.
	박기현	(주)세모담에프앤비	마차이짬뽕	외식업	2024.06.24.
	이호섭 이사	(주)다우기술	다우오피스	서비스업(IT그룹웨어)	2024.05.03
파 트 너 회 원	이지훈	프라임경영기술(주)	이지재무	서비스업(경영컨설팅)	2024.05.03
	정환희	(주)메인터넌스	메인터넌스	제조업	2024.05.21
	송인경	(주)미성외식	더미담	도소매	2024.05.21
	김영철 이사	한울정보통신	한울정보통신	도매 및 서비스업(카드단말기, 테이블오더)	2024.05.22
	이도훈	(주)그루컴퍼니	그루컴퍼니	서비스업(광고대행)	2024.05.27
	백승우	(주)청년아이앤에스	청년배관케어(프랜차이즈)	서비스업(배관관리)	2024.05.28
	김기훈	(주)애니워터	애티워터(정수기 필터)	제조업	2024.05.31
	정재호 부장	에스케이브로밴드주식회사	SK브로드밴드	전기통신업(인터넷)	2024.05.31
	심송학	원세봄주식회사	명량햇도그(해외MF)	도소매(화장품), 해외MF	2024.06.05.
	권익중	엘리디플러스(주)	엘리디플러스	제조 및 도소매업(LED시스템)	2024.06.12.
	홍의덕	(주)에스엠디컨설팅트	아느케인테리어	서비스업(인테리어)	2024.06.27.

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 시장경쟁질서를 존중하고 제품과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

착한 K-프랜차이즈는 ^{자리}일·^생상이다

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)를 갖춘 기반 산업으로, 일자리 창출과 안정적인 창업의 순기능을 활성화해 국가 경제와 서민 경제에 기여하도록 노력하고 있습니다.

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택 1

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 프랜차이즈 산업인의 권익 대변

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

혜택 2

성공 창업의 요령! 국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급

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

혜택 3

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 해외진출 사업지원 지원

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

혜택 4

프랜차이즈 전문가를 향한 프랜차이즈 정부무료교육 외

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

혜택 5

가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 각종 정책 정보 제공

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

혜택 6

최고경영자(CEO)대상 윤리준수교육 프로그램

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

혜택 7

학사 및 석사 학위 과정 장학금 혜택

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

혜택 8

CEO포럼, 법률 세미나 등 포럼·세미나 행사 참가

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

혜택 9

새로운 홍보 플랫폼 홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보

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

혜택 10

300명 수용 가능한 협회 교육장 임대 할인 혜택

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

혜택 11

각종 규제 개선 건의 대정부 정책 건의

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

혜택 12

회원사 대상 복지 서비스 쿠쿠홈시스템탈, 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

신청인 정보

☐ 정회원

☐ 협력회원

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

【CMS 출금이체 약관】

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

【금융거래정보의 제공 동의서】

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

【개인정보의 제공 동의서】

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

모든 약관동의 (☐ 동의 / ☐ 미 동의)

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

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

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

신청일자 202 년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 :

(인)



프랜차이즈월드
Franchise
WORLD
월간

정기구독 안내

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

구독료 안내

값: 1권 15,000원 / (주)KFN에드콤/ 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 판형: 220×290mm 화일크기: 226×296mm (300dpi 해상도의 ai, psd 파일)
B	표 2 / 표 2 대면	400만원	1면	
C	표 3 / 표 3 대면	300만원	1면	
D	목차 대면	250만원	1면	
E	내지	200만원	1면	

광고, 콘텐츠, 구독 제한

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

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

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

창업도 온라인 광고

- 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 **KFN에드콤** ☎02.556.7889

서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)

국가대표 식품자동포장기 Enterpack®



깔끔하게!
안전하게!
편리하게!

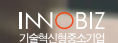
식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!



대표번호 031-434-9020

www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인



www.enterline.com