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

주최 KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association

주관 RX coex

프랜차이즈월드 Vol.69 2024 "배민 무료배달 비용 전가로 외식업 붕괴" Korea Franchise Association

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

Franchise WORLD

프랜차이즈월드

Vol.69 2024

Cover Story

"배민 무료배달 비용 전가로 외식업 붕괴"

協, 배민 공정위 신고
"가격남용, 자사우대, 최혜대우 등 명확"

티메프사태, 이커머스의 兩刃之劍 (양인지검)

해피머니·카카오톡 기프티콘 결제 중단 등
피해 잇따라

Special Report

구입강제품목 계약서 기재 질의응답

가맹사업법 관련 법안 15개 무더기 발의

제25회 한국프랜차이즈산업발전 유공 성황리 접수 마감

"배리어프리 키오스크 설치 의무 임박했는데…"

57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회' 10.31. 개최

People & Company

천정효 선명희피자 대표

www.franchiseworld.kr

ABC 부수인증매체 한국ABC협회

KFA Korea Franchise Association

franchise buffet

먹고싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨

Sushi·Roll & Salad Bar

정성 가득히 늘 최선을 다하는 쿠우쿠우 입니다.

고객센터/가맹문의 1577·4841

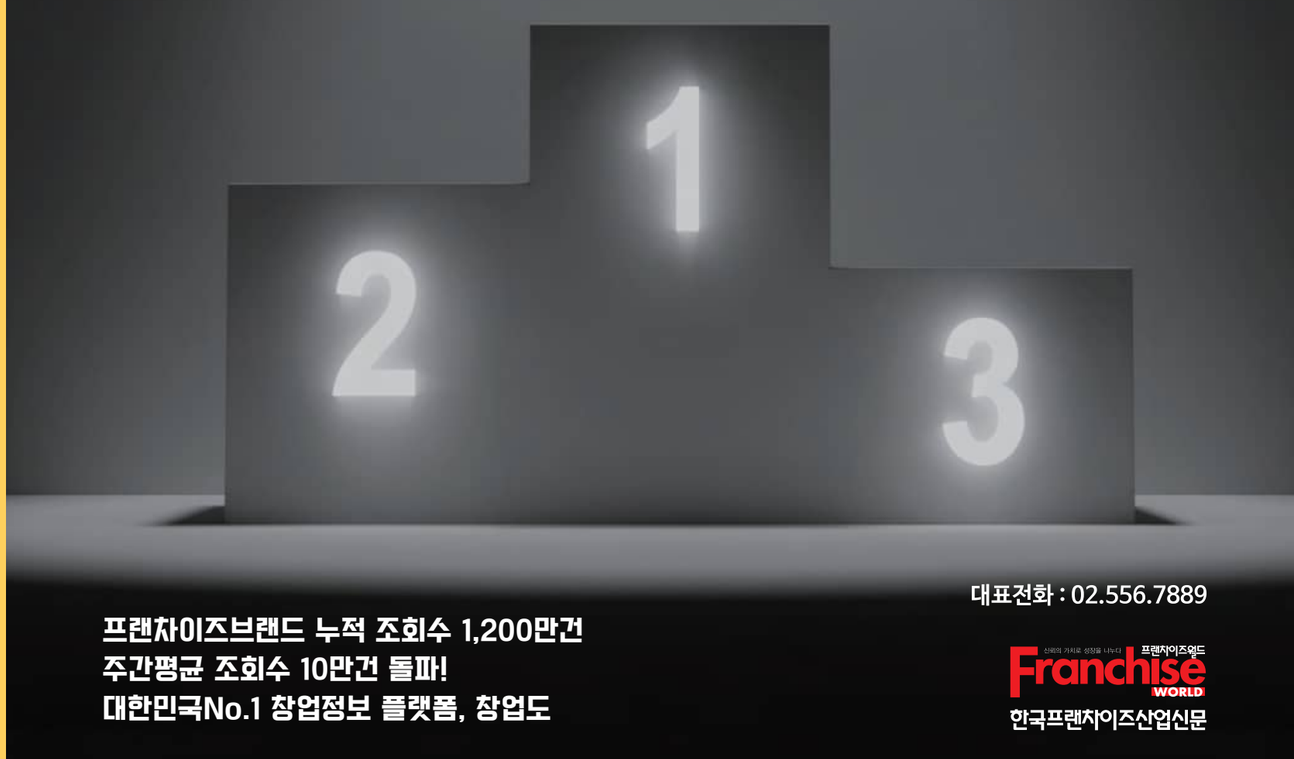
쿠우쿠우
Sushi·Roll & Salad Bar

우리 브랜드 선호도는 몇 위일까?

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

창업도

changupdo.com



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

대표전화 : 02.556.7889

프랜차이즈월드 Franchise WORLD
한국프랜차이즈산업신문

味道人 미도인 MiDoin

가정식 스테이크 전문점

미식 기행, 답을 찾다 ...

점포별 매장전경

[미도인 종로]

[미도인 강남]

[미도인 성수]

[미도인 홍대]

[미도인 여의도]

[미도인 의정부]

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

(주)위드컴퍼니 H&B

33떡볶이 & 꼬마김밥

33떡볶이, 프랜차이즈의 틀을 깨다!

자체 공장 보유
업계 최저 원가율

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

손쉬운 운영 가능
인건비 DOWN 효율 UP

창업문의
080.868.3355
www.success100.co.kr

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

디자인가구 아르푸

(주)아르푸 대표 황은주

아르푸가구는 2000년에 설립한 주문제작 가구 전문 회사 KTA그룹의 브랜드입니다.

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

/ 사업분야

창 업 가 구	|	프랜차이즈 · 레스토랑 · 식당 · 호프&펍 · 카페 · 스터디카페
숙 박 가 구	|	호텔 · 모텔 · 펜션 · 리조트 · 요양시설 · 게스트하우스
사 무 가 구	|	사무실 · 중역실 · 회의실 · 접견실 · 강당 · 휴게실 · 탕비실
설 계 가 구	|	관공서 · 전시장 · 도서관 · 홍보관 · 컨벤션 · 교육/의료시설
가정용가구	|	거실가구 · 침실가구 · 주방가구 · 홈카페 · 홈오피스 · 소품 등

/ 아르푸 서비스

01 업계 최고 전문 상담원 배치로 믿을 수 있는 상담

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

03 가장 중요한 사후 관리 또한 확실하게

ONE STOP SYSTEM

KTA GROUP

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

/ 아르푸가구 납품현장

이여곰탕

먹보한우

아비꼬

더벤티

달콤커피

카페온화

홀릭 스터디카페

서울대학교

아르푸 쇼룸
경기도 남양주시 화도읍 녹촌로 106번길 53

아르푸 홈페이지
www.arfu.co.kr

아르푸 고객센터
1577-6190

seeries

기본에 충실한 아이웨어
시리즈

다비치 시리즈(DAVICH Seeries)는 대한민국을 대표하는 아이웨어 스토어 다비치안경이 전개하는 자체상표(Private Brand)이며, 스탠다드 아이웨어를 지향합니다. 제조사 직거래 유통 방식의 효율적인 운영으로 좋은 품질의 제품을 합리적인 가격에 선보입니다.

외식업 솔루션 전문 브랜드

제일좋은솔루션

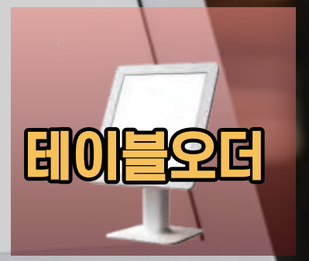
- 배달매출분석
- 트랜드분석
- ERP
- 마케팅홍보

"매장에 꼭 맞는 제품으로, 전문가의 설치와 사후관리까지"

everything in the payment SMART HONEY

키오스크

포스


테이블오더

서빙로봇

우리는 사장님의 성공을 응원합니다.

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

인스타그램

설치사례 blog

공식 홈페이지

카메라로 스캔 ▶▶

문의 1899-1271

www.jjssolution.com

새롭게 변화된 김가네

家 김가네

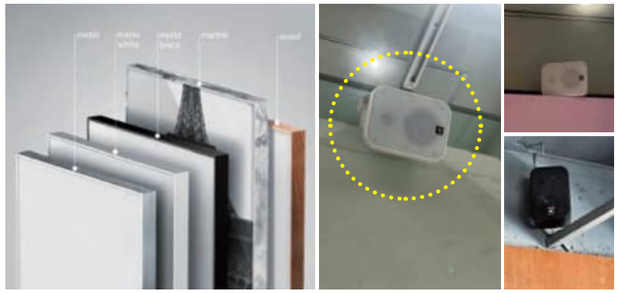
가맹문의 1588-7187

액자형 스피커 NAPAL

음악을 벽에 걸다

스피커를 액자처럼,
당신의 그림으로 채우세요.
'나팔 프레임'은 액자형 스피커로
당신의 공간을 작품과 음악으로
완성 합니다.

※ 메뉴판 등 판넬 교체가능 모델은 2025년 상반기내 출시예정



인테리어+스피커+안내판을 하나로!

- 깔끔한 실내 인테리어 오브제 스피커
- 다양한 작품의 이미지(로고, 메뉴판 등) 교체 가능
- 40W고용량 스피커 출력
- 진동 모듈을 활용한 진동판 진동 방식
- 스피커 유닛을 사용하지 않는 설계 방식으로 완전 밀폐형 스피커 개발
- 20개의 특허 등록

제품문의 : 1533-0557 DainCare (주)다인케어

양계농장 chicken farm

성공하는 사장님의 치킨 서포터, 양계농장!

최고 품질의 치킨 가공품을 공급합니다.

www.chickenfarm.co.kr

<양계농장 대표상품>

버팔로치킨미들윙 | 버팔로치킨윙스틱 | 버팔로치킨윙스 | 리얼치킨가라아게 | 순살치킨가라아게 | 통순살그릴치킨 | 춘천철판닭갈비 | 조각정육 (닭다리살)

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

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

조이풀 농업회사법인(주)

굿프랜즈 Good Friends

냉동식품은 역시, 굿프랜즈!

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	대형마트 업체 납품	대형프랜차이즈 업체 납품	온라인 업체 납품
삼성웰스토리, 현대그린푸드, 동원홈푸드 등	식자재왕, 하나로마트, 탑마트, H마트 등	김가네, 채선당, 자담치킨, 보배반점 등	쿠팡, 배민상회, 알리익스프레스, SSG 등

프랜차이즈 성공 파트너
굿프랜즈!

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

굿프랜즈몰 바로가기 >

핸드폰으로 QR코드를 촬영해 보세요

냉동식품은 굿프랜즈
굿프랜즈 몰 바로가기
https://linktr.ee/goodbingo

☎ 문의전화: 070-5073-6837

(주)굿프랜즈 서울특별시 송파구 송이로 171, 상아빌딩 3층

충청팀 대전광역시 동구 계족로457번길 64, 103호
호남팀 광주광역시 광산구 첨단강변로99번길 21, 311호
경북팀 대구광역시 중구 서성로 99 1동 908호
경남팀 부산광역시 강서구 명지국제6로 99, A동 1813호

25기 수강생 모집 프랜차이즈 본부장-CEO 전문가를 위한 인텐시브 4주 과정(20시간)

프랜차이즈 전문가 과정

유재은 프랜차이즈 연구소(주)

유재은 대표

한국시장의 프랜차이즈전략 (1999년 출간-1만부 판매)
한국시장의 프랜차이즈 전략 II (2009년 출간)
한국시장의 프랜차이즈 법칙 (2017년 출간)

프로필

서강대 졸업
유재은프랜차이즈 연구소 / 대표
한국프랜차이즈협회 / 이사
경복궁 CEO (엔타스 외식그룹 계열사)
터보앤컴퍼니 CEO (코스닥상장 계열사)
와라와라 본부장

프랜차이즈 본사 CEO 경력 및 컨설팅 주요 실적

아리따움 프랜차이즈 사업전략 컨설팅
정관장 프랜차이즈 사업전략 컨설팅
왕도매마트 프랜차이즈 사업전략 컨설팅
경복궁/ 고구려 외식직영 사업전략 컨설팅
오늘와인한잔 프랜차이즈 사업전략 컨설팅

교육 대상

프랜차이즈 사업 운영 중인 본사 대표 및 임직원
프랜차이즈 사업 준비 중인 자영업 대표
자사 프랜차이즈 시스템 분석과 개선이 필요한 기업 대표및 본부장
프랜차이즈 신규사업을 기획 중인 기업 CEO 및 사업팀장

교육 일정

여의도 잡지회관 7층 세미나실
2024년 11월 14일 ~ 12월 5일
(4주 간)
매주 목요일 오후 1시~오후 5시 50분

강사 구성

주 강사 – 유재은 대표 (12시간)
외부강사 프랜차이즈 마케팅 전략 특강 2H
외부강사 프랜차이즈 가맹사업법 특강2H
외부강사 프랜차이즈 세무실무 특강2H
외부강사 프랜차이즈 매장관리 특강2H

수강료 및 문의

수강료 900,000원 (VAT 별도)
모집인원 15명 (얼리버드 850,000원)
등록 선착순 마감
교육 문의: 010-9926-0785

교육 내용

강의 주제	강의 내용
프랜차이즈 마케팅 전략	프랜차이즈 사업 성공의 핵심 노하우 2가지가 없으면 망하는 핵심이유 프랜차이즈 성공 마케팅의 진짜 핵심은 따로 있다
프랜차이즈 가맹 사업 전략	전국 프랜차이즈 전개 전략 (소형,중형,대형FC 각각의 다른 전략) 사업단계별 프랜차이즈 확장 전략 (초기,중기,성숙기)
프랜차이즈 상권 전략	대형 상권, 중형 상권, 소형 상권 분석및 입점전략 특수상권의 특수성과 입점전략
프랜차이즈 가맹영업 전략	가맹지사와 오더맨을 함께 쓰면 본사가 망하는 핵심이유 빠른 속도로 가맹영업을 하면 빠른 속도로 FC 시스템이 무너지는 이유
프랜차이즈 SV (가맹점 관리)전략	가맹점주가 본사 영업사원이 되어야 본사가 성공하는 이유 체계적인 가맹점 관리시스템과 수퍼바이징
프랜차이즈 물류 전략	물류 관리의 핵심 물류 전략의 1단계, 2단계, 3단계 전략
프랜차이즈 시스템 구축 전략	시스템 구축이 부실해서 수백개 매장도 바로 무너진 본사 사례분석 프랜차이즈 매뉴얼 구축과 시스템 구축 실무 전략

주최: 문 주 : / 유재은 프랜차이즈 연구소(주)

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 조리흄 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

당신의 새로운 파트너

브라더스팩토리가 함께 하겠습니다!

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

주요 생산 및 수입 식품 :

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

대표이사 남민수

대표영업사원 김상훈

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

1533-4399

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

www.songlimpaper.com

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

제품의뢰 → 컨설팅 → 디자인 → 인쇄 → 패킹 및 적재 → 납품

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

송림특수제지

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!

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

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

초음파 키트

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

불맛최고
자동 웍

우리주방그릇 부산 연제구 거제대로114 010-4789-0466

착한 K-프랜차이즈는 일상이다
프랜차이즈월드
Franchise WORLD
Vol.69 2024

Contents 목차

Korea Franchise Association

The Letter from President
023 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher
025 이진창 발행인 인사말

Cover Story
026 "배민 무료배달 비용 전가로 외식업 붕괴"
協, 배민 공정위 신고
"가격남용, 자사우대, 최혜대우 등 명확"

030 티메프사태, 60일 정산주기
이커머스의 兩刃之劍(양인지검)
해피머니·카카오톡 기프티콘 결제 중단 등 피해 잇따라

Special Report
034 구입강제품목 계약서 기재 질의응답
038 가맹사업법 관련 법안 15개 무더기 발의
040 '57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회' 10.31. 개최
042 "배리어프리 키오스크 설치 의무 임박했는데…"
044 '프랜차이즈 리더 산실' 제14기 KFCEO 교육과정 개강
049 제25회 한국프랜차이즈산업발전 유공 성황리 접수 마감

Hot Issue
050 2024년 KFA 협회장배 자선골프대회 개최
051 한국프랜차이즈協, 먹깨비와 배달비 경감 협력
052 자영업자 4명중 3명, 한달에 100만원도 못 벌어
053 자영업 10곳 열면 8곳 문 닫아

Organ News
054 식약처, 나트륨·당류 저감 표시대상 확대
055 한경협, 국회에 '가맹사업법 개정안 반대' 의견 전달
056 고용노동부, 10월 7일부터 E-9 외국인근로자 고용허가 신청
057 환노위, '임금상습체불 징벌적 손배' 근로기준법 개정안 의결

귀를 사로잡다, 마음을 사로잡다

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

애드콤은 어떤 광고회사인가요?

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

어떤 광고를 제작했나요?

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

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

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

KFN ADCOM Since 1991
|주| KFN애드콤

Contents 목차
Korea Franchise Association

People & Company

058 천정효 선명희피자 대표
062 최인용 상생협력파트너위원회 위원장
064 심정훈 정진푸드 대표
066 영양성분 표시는 선택이 아닌 필수적인 경영전략이다!
068 [기고] AI, 한국 프랜차이즈 산업의 게임 체인저

Brand Highlight

070 굽네치킨·명륜진사갈비·㈜꿈을실현하는사람들
071 쿠우쿠우

Association News

084 協, 행안부와 어린이 안전자가진단 홍보 MOU 체결
085 제43기 연세대 프랜차이즈 최고경영자 과정 입학식 外
086 협회 분과위원회, 늦더위 이겨내고 활발한 활동
087 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남
090 신규회원/교육일정
096 구독안내

Column

072 전략 – 유재은
프랜차이즈본사 100호점 성공의 6가지 전략 (1)
074 컨설팅 – 이경희
망하지 않는 가맹본사가 가진 힘의 비결
076 마케팅 – 장재남
프랜차이즈 브랜드 연간 순위 'Franchise Top 300'
078 법률 – 안철현
"살아있는 수사, 방어권 방향이 중요"
080 세무 – 최인용
프랜차이즈 M&A 매각수익 높이는 방법 3가지
082 노무 – 이금구
임시 공휴일 노무관리

The Letter from President

이중가격제 안 하면 다 죽는다… 외식 프랜차이즈를 위한 변(辯)

한국프랜차이즈산업협회장
정현식

자영업 하기 참 어려운 시기입니다. 비용은 어느 것 하나 안 오르는 것이 없지만, 국민 정서상 가격을 제대로 올리기는 힘듭니다. 수익구조가 크게 악화돼 월 100만원도 못 버는 자영업자가 4명중 3명이나 된다는 조사 결과도 있었습니다.

비용이 올라가면 가격이 올라가는 것이 당연하지만, 우리 업계는 지난 수 년간 지속적인 비용 인상에도 고통을 감내하며 물가 인상을 최소화하기 위해 노력해 왔습니다. 비록, 국민들에게 미흡한 부분이 있었을 지라도, 업계의 원가절감 노력이 있었기에 조금이나마 가격 인상을 자제할 수 있는 여력이 있었다 생각합니다.

그러나, 올해 배달앱들이 무료배달 경쟁을 벌이고 그 비용을 업계에 전가하여 배달 매출의 약 30%나 떼어가는 현실 때문에, 이제는 도저히 감당할 수 없는 지경에 이르렀습니다. 특히 배달이 많은 치킨, 피자, 족발, 패스트푸드, 도시락 등의 업종들은 고육지책으로 배달 제품만 가격을 올리는 이중가격제를 채택하거나 채택을 고려하는 실정입니다.

그럼에도 배달앱 3사들은 현실에 아랑곳하지 않고, 오히려 상위 60%를 제외하고 수수료 인하를 고려하겠다는 기만적인 상생안으로 책임감없는 모습을 보이고 있습니다. 업계에서는 이용료를 올리면 올리는 대로, 변경하면 변경하는 대로, 앱화면을 바꾸면 바꾸는 대로 따르기만 했습니다. 하지만 이제 매출을 더 올리는 것보다 배달앱 이용료가 더 빨리, 더 높이 오르고 있습니다. 노출 조작과 프로모션 차별 등으로 최혜대우도 강제하고 있습니다. 더 이상 버텨내기 어려운 상황입니다.

우리 협회는 시장 지배적 지위를 남용하여 부당한 가격 정책을 펴고 있는 배달의 민족을 지난달 공정거래법 위반으로 신고하였습니다.

배민은 시장 점유율 60%를 차지하는 사실상의 독점 사업자로 업계와 함께 성장한 동반자적 위치에 있으나 실상은 과거에도 수 차례 업계가 어려울 때마다 수수료를 올리며 그 지위를 남용해 왔습니다.

코로나19 판데믹 당시 프랜차이즈 외식업체들의 월평균 배달앱 비용은 2021년 29만원 수준에서 2022년 41만 8천원으로 44%나 대폭 올랐습니다. 코로나19 사태가 최고조에 달하여 평균 한달 배달 건수가 평균 4백여건 정도로 배달 의존도가 높아졌을 때, 배달의 민족은 배민원 이용료를 정액제에서 정률제로 변경했습니다. 주문 1건당 1,000원에서 주문금액의 6.8%로 바꿔면서 2만원 기준 중개이용료만 36%나 올랐습니다.

올해 무료배달 경쟁으로 정률 요금제를 반강제한 데에 이어, 8월 9일에는 배달앱 이용료를 다시 44%나 인상했습니다. 그 결과 주문금액별로 배달 매출의 최고 46%에서 26%까지 배달 관련 비용이 나가고 있습니다.

시장실패(Market Failure)에는 정부의 개입 외에는 해법이 없습니다. 정부는 신용카드 가맹점 수수료 문제를 해결한 것과 같이, 배달앱 문제에도 적극 개입해야 합니다. 정부는 2007년부터 현재까지 13차례에 걸쳐 직접 나서서 매출액의 4.5%이던 수수료를 매출규모에 따라 0.5%에서 1.5%범위로 대폭 인하시킨 바 있습니다.

전문가들은 배달앱 이용료도 신용카드 수수료와 다를 것이 없다고 지적합니다. 시장에서 수요와 공급의 원리에 따라 결정되는 시장경제 가격이 아니라, 독과점사업자가 정하는 가격을 자영업자들이 그대로 수용할 수밖에 없는 가격이라는 점에서 양자가 동일하다는 것입니다.

배달앱 3사가 스스로 변화하지 않는다면 공정위가 빠르고 신속하게 조사에 착수해 배달앱들의 행태를 엄벌하고 대책을 마련해야 할 것입니다. 이중가격제로 불편을 겪으시는 국민 여러분들께서도 조금만 아량을 베풀어 주시기를 바라겠습니다. 우리 협회도 업계의 경영이 정상화될 수 있도록 최선을 다해 노력하겠습니다.

한국프랜차이즈산업협회 회장 정 현 식 드림

Franchise 프랜차이즈월드 WORLD
착한 K-프랜차이즈는 일상이다
Vol.69 2024

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.69
The Magazine For You

PUBLISHER

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

EDITORIAL DEPT

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

DESIGN

실장	임재승 | **Lim, Jae Seung**

PHOTO

사진기자	이명철 | **Lee, Myung Cheol**

CORRESPONDENT

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

CONTRIBUTORS

한국창업전략연구소 소장	이경희 | **Lee, Gyeong Hee**
프랜차이즈산업연구원 원장	장재남 | **Jang, Je Nam**
법무법인 로투스 대표변호사	안철현 | **Ahn, Cheol Hyun**
가현세무법인 대표	최인용 | **Choi, In Yong**
프랜차이즈연구소 대표	유재은 | **Yoo, Jae Eun**
노무법인 C&B 대표	이금구 | **Lee, Keum Goo**

CONSULTATIVE COMMITTEE

편집주간	김영인 | **Kim, Young In**
편집위원장	정종인 | **Cheong, Chong In**
수석편집위원	김용순 | **Kim, Yong Soon**
편집위원	정병필 | **Jung, Byungpil**

발행처	한국프랜차이즈산업협회
기획/제작	(주)KFN 애드콤
주소	서울특별시 영등포구 여의대방로 67길9 706호(여의도동, 두일빌딩)
대표메일	kfn1991@naver.com
광고문의	02-556-7889
보도자료	Webhard (ID : kfn1991, PW : 1991)
취재·구독문의	02-556-7889 (구독료 15,000원/권)
인쇄	(주)근아인쇄
판매대행	(주)성운도서
등록번호	영등포, 마00070

KFA
KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

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

배달의민족이 배다른민족이 됐다

발행인
이진창

배달 수수료로 자영업 시장이 들썩이고 있다. 특히 배달의민족이 입방아에 오르내린다. 한국프랜차이즈산업협회도 공정위에 공정거래법 위반 혐의로 신고하는 등 강경 대응에 나섰다.

국내 유명 치킨 프랜차이즈 점주들도 배민 중개 수수료 부담으로 단체행동에 나설 예정이다. BHC, 교촌치킨, BBQ, 굽네치킨, 푸라닭 가맹점주협의회 대표들이다. 이들의 보이콧이 성공할지는 아직 미지수다.

배민은 산업통상자원 중소벤처기업위원회 중소벤처기업부 국정감사인 8일에도 여야를 가리지 않고 질타를 받았다. 이날 의원들은 배민을 포함한 배달 애플리케이션(앱) 운영 현황을 지적하며 배민을 '추악한형제들'로 이름을 바꿔야 한다며 목소를 높였다.

배민은 현재 배달앱 시장에서 9월 기준 60% 정도의 시장 점유율을 보이고 있다. 압도적인 점유율로 독과점적 지위를 갖고 있다는 비판을 받는다.
이같은 점유율에 힘입어 배민은 수급의 변동이나 공급에 필요한 비용의 변동이 없음에도 불구하고, 지난 8월 수수료율을 6.8%에서 9.8%로 인상했다. 밥상물가 상승으로 이어지는 등 인플레이션의 원인이 되고 있다는 주장이 나오는 이유다.

배민은 디자이너 출신 김봉진 대표가 설립한 스타트업 '우아한형제들'에서 개발됐다. 2010년 6월 출시됐다. 밝은 땅에 사는 민족이라는 중의적 의미로 배달의민족으로 이름을 지었다고 한다.

전화번호부 앱으로 개발된 배민은 2016년 흑자를 달성한 후 꾸준한 성장을 보였다. 그러다 돌연 2019년 요기요를 운영하는 독일의 딜리버리히어로(DH)가 배민을 운영하는 우아한형제들을 인수했다. 이를 통해 김봉진 대표는 DH 경영진 가운데 개인 최대주주가 됐다.

이후 배민의 수수료 논란은 갈수록 커진다. 배민은 2010년 출범해 10여년간은 입점 식당으로부터 월 정액제(8만8000원)의 수수료를 받았다. 그러다 독일 기업 인수 후인 2021년부턴 배달 1건당 1000원의 수수료를 받았다. 그러다가 이듬해엔 '음식 값의 6.8%'를 받는 정률제로 바꿨고, 지난 8월 이 비율을 9.8%로 올렸다.

수수료 인상으로 독일 기업에 돈을 몰아준다는 비판도 거세다. 2023년 7000억원 가량의 영업이익 중 4000억원이 넘는 돈이 DH측에 중간 배당됐다. DH가 EU의 반독점법 위반 혐의로 6000억원 가량을 부과받을 가능성이 제기되면서 배민이 중개 수수료 인상에 나선 것 아니냐는 시각도 존재한다.

"우리가 어떤 민족입니까"라며 국민적 감성과 민족애를 자극했던 배민에 자영업자가 느끼는 배신감은 더 커지고 있다. 배달의민족이 배다른 민족, 게르만의 민족이 된 것은 아닌지 씁쓸하기만 하다. KFN

정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 9월 27일 배민 공정위 신고 기자간담회에서 신고서를 들어보이고 있다

"배민 무료배달 비용 전가로 외식업 붕괴… 공정거래법 위반 신고"

한국프랜차이즈協, 배민 공정위 신고…"가격남용, 자사우대, 최혜대우 등 명확"

WRITE | **이 호 국장**

배달앱 3사가 과도한 무료배달을 벌이면서 발생하는 비용을 입점업체들에게 전가하면서, 외식업 생태계가 초토화되고 있다. 일방적인 요금제 개편과 요율 인상으로 지출 비용이 크게 올라 업계의 이중가격제 도입이 확산되면서 외식 물가가 들썩이고 있다.

업계는 물론 정부와 국회도 한 목소리로 배달앱사들을 성토 중이나 배달앱사들은 모르쇠로 일관하고 있다. 결국 **한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 공정거래법 위반 혐의로 배달의 민족을 공정거래위원회에 신고**했다.

◇배민·쿠팡이츠 고래싸움에 외식업계 곡소리

배민은 지난 1월 6.8%의 중개 이용요율과 3,100원(서울 지역)의 배달비 강제를 핵심으로 하는 배민원플러스 요금제를 출시했다. 쿠팡이츠도 3월 스마트요금제로 기존 요금제를 개편해 양사가 유사한 요금제를 갖추게 됐다.

쿠팡이츠는 동시에 배달 수요를 불러오기 위해 무료배달을 제공하고 새 요금제를 통해 비용을 점주들에게 전가했다. 이용 업체들은 수익 구조가 급속도로 악화됐다. 배민도 4월 곧바로 유사 체계를 적용하면서 무료배달 경쟁이 막을 올렸다. 다만, 쿠팡이츠는 쿠팡 구독자를 대상으로 무료배달을 제공해 일부 소비자 부담이 있었으나 배민은 당시 구독제가 없었다. 전국민을 대상으로 공짜배달을 선언한 셈이다. 폭발적으로 배달 수요가 늘었고, 여기에 소요되는 비용은 모두 입점업체들의 몫이 됐다.

배민은 급증하는 무료배달 비용을 감당하고자 포장 주문 수수료를 도입하고 8월에는 요율을 9.8%로 올렸다. 배달비로 2,900원(서울 지역)을 일괄 수취하고, 3.3%의 높은 결제 수수료까지 더해 주문 금액의 약 30%가 배달앱에 지출되고 있다. 우리가게클릭 등 추가 광고는 제외한 수치다.

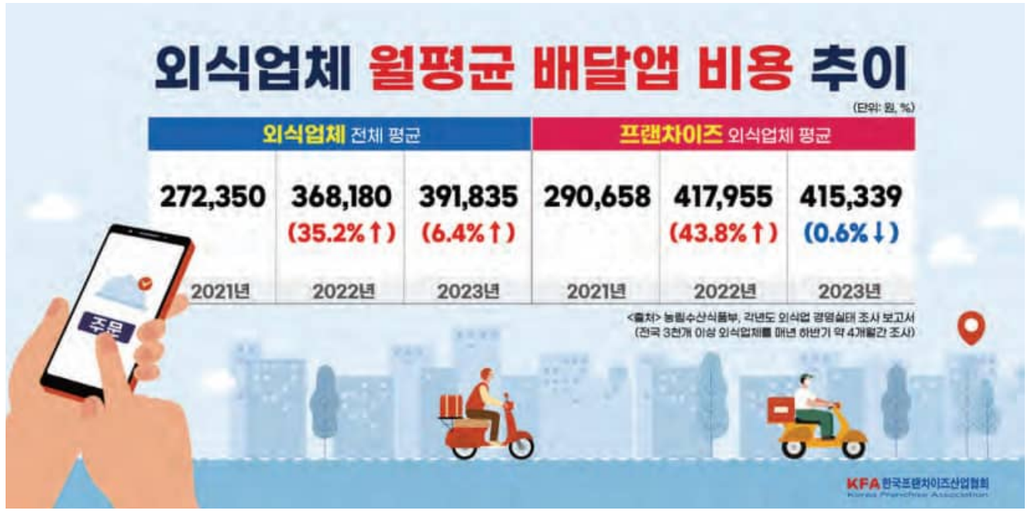
9월부터는 무료배달 전용 유료 구독제도 도입했다. 배민원플러스 미사용 업체는 정액제 울트라콜이 아닌 오픈리스트(6.8%)를 써야 하고, 4,000~5,000원의 배달비를 전액 부담하게 했다. 사실상 9.8%의 배민원플러스를 쓰라는 얘기다.

◇업계·정부·국회 한 목소리에도 요지부동

가장 큰 문제는 이 모든 일련의 과정에서 입점업체들의 목소리가 하나도 반영되지 않았다는 점이다. 입점업체들은 배민과 쿠팡이츠가 일방적으로 새 정책을 도입하고 수수료율을 올리는 동안 수도 없이 어려움을 토로했지만 양사는 아랑곳하지 않고 있다.

한기정 공정거래위원장은 정부가 출범시킨 배달앱 상생협의체 성과가 미진할 경우 추가 입법을 검토하겠다고 공언했다. 대통령실도 수수료율 상한제를 검토하겠다는 입장을 밝혔다.

10월 8일 중기부 국정감사에 나란히 출석한 양사 대표들은 위원들의 질타에도 상생협의체에 성실히 임하겠다는 답만 되풀이했다. 그러나 현재 상황은 비관적이다. 배달앱 상생협의체는 이달 중 종료가 예정돼 있으나 배달앱사들의 무책임한 태도에 공회전을 거듭하고 있다.



막상 배민은 최근 6차 상생협의체 회의에서 매출 대다수를 차지하는 상위 60%를 제외하고 나머지 40%에게 요율을 일부 인하해주겠다는 기만적인 상생안을 제시했다. 심지어 상위 60~80% 구간은 소비자에게 할인을 제공해야 요율을 인하해주겠다는 내용이 담겼다.

◇"일방적 인상 등 시장지배적 지위 남용"

협회는 그간 정부와 국회에 호소하고 배민과도 수 차례 협의를 가졌지만 결국 다른 방도가 없다고 판단, 9월 6일 비상대책위원회(위원장 나명석)를 구성하고 지난 9월 27일 공정거래법 위반으로 1위 사업자 배민을 신고했다.

먼저 협회는 가격남용 행위에 대해, 총 2차례의 부당한 가격 인상이 있었다고 봤다. 정 협회장은 "2022년 코로나19 사태로 배달 의존도가 높아졌을 때, 배달의 민족은 배민원 이용료를 주문 1건당 1,000원에서 주문금액의 6.8%의 정률제로 바꾸어 2만원 기준 중개이용료만 36%나 올랐다"라고 하면서 "월평균 배달앱 비용은 2021년 29만원 수준에서 2022년 41만 8천원으로 44%나 대폭 올랐다"고 밝혔다.

그는 "지난 8월 9일 배민원플러스 이용요율을 6.8%에서 9.8%로 다시 44%나 일방적으로 인상해 주문금액별로 매출의 최고 46%에서 26%까지 배달 관련 비용이 나가고 있다"라고 하면서 "프로모션 확대로 인한 비용은 플랫폼사에서 자체적으로 부담해야 하며 가격 인상의 정당한 요인이 될 수 없으므로 이는 명백하게 시장 지배적 사업자가 가격을 남용한 행위"라고 강조했다.

공정거래법상 엄격히 금하고 있는 자사우대 행위도 신고 대상이다. 배민은 2021년 100% 자회사인 ㈜우아한청년들(배민 라이더)을 이용하는 배민원 요금제로 업주들을 유도하기 위해, 건당 1천원, 배달료 인하, 할인쿠폰 제공 등의 정책을 제공했다.

또 화면 크기, 아이콘 배치, 노출 순서 등 앱화면 조작을 통해서 자사우대를 강화했다. 올해 출시한 배민원플러스도 마찬가지다. 이는 100% 자회사(계열회사)에 일감을 몰아주기 위한 목적의 차별적 취급으로, 자사우대에 해당하여 공정거래법 위반이라는 주장이다.

◇공정위, 최혜대우 요구 현장조사 나서

마지막으로 주장하는 최혜대우 요구 금지 위반 소지는 비교적 쉽게 확인된다. 배민은 2024년 5월부터 유료 구독제 배민클럽을 시범으로 무료운영하면서, 1) 입점업체의 음식가격, 최소주문금액을 경쟁 앱에 비해 낮거나 동일하게 책정하도록 요구하고, 2) 업체 자체 할인 시 경쟁 앱보다 높거나 동일하게 책정하도록 요구하는 '최저가 보장제'를 시행했다. 또 이를 거부할 경우 앱 노출을 제한하는 등 정책 준수를 강요했다.
협회는 ▲시장지배적사업자의 '최혜대우' 요구이자 ▲시장지배적사업자가 정상적인 거래관행에 비추어 타당성이 없는 조건 제시를 통해 거래상대방의 사업활동을 방해하는 행위 ▲부당한 경영간섭에도 해당하여 공정거래법 위반이라고 봤다.
전문가들은 최혜대우 요구 행위의 경우, 2022년 요기요가 비슷한 내용으로 제재를 받은 바 있어 판단이 가장 무난하다고 보고 있다. 실제 공정위도 이달 초 각종 신고 혐의 중 배민의 최혜대우 요구에 대한 현장 조사를 가장 먼저 진행하기도 했다.

◇공공배달앱 활성화, 제도 개선 등 대안도 추진

협회는 신고가 기일이 상당히 소요되는 만큼 당장 업계의 경영환경 개선을 위해 대안 마련에도 총력을 기울이고 있다. 배달앱사들의 자체적인 개선 의지가 없는 만큼 수수료율이 낮은 공공배달앱을 활성화하고 정부와 국회의 제도 개선도 추진 중이다.
협회는 지난 9월 13일 국내 최저 수수료를 제공하는 먹깨비와 '공공배달앱 먹깨비 활성화를 위한 업무협약'을 체결했다. 협회는 1,400여 개 협회 회원사들 및 파트너사, 정부 및 지자체 등을 대상으로 먹깨비의 신규 브랜드 입점, 소비자 홍보, 상생정책 발전 등을 위해 노력하기로 했다. 먹깨비는 회원사 및 소속 가맹점에 국내 최저 수준의 수수료를 제공하고, 데이터 제공, 전국 지자체 협력 등으로 업계와 소비자 상생을 위해 적극 노력해 나간다.

정부에는 수수료율 상한제 도입을 촉구하고 있다. 배달앱은 외식업계에서 사실상 필수재인데 독과점 사업자가 일방적으로 가격을 결정하는 시장실패(Market Failure)가 일어나고 있으므로 정부가 신용카드 수수료처럼 원가를 산출해 한도와 우대율 등을 제시해야 한다는 주장이다. 대통령실은 이에 대해 최근 상한제를 검토 중이라는 입장을 밝히기도 했다.

국회에는 단체협의권 보장, 알고리즘 기준 공개, 우대 수수료 제공 등을 골자로 하는 온라인 플랫폼 공정화에 관한 법률(이하 온플법)의 빠른 제정을 촉구 중이다. 온플법은 지난 회기에도 정부와 국회에서 여러 건이 발의됐으나, 상임위 간 이견으로 결국 폐기된 바 있다. 22대 국회에서는 사태가 워낙 심각한 만큼 국회의 의견이 이전보다 한 데로 모아지는 분위기다.

정 협회장은 "가맹점주들은 이용료를 올리면 올리는 대로, 앱화면을 바꾸면 바꾸는 대로 따르기만 했다"라고 하면서 "주문을 1건이라도 더 받아서 매출을 올리는 것이 살 길이었기 때문"이라고 설명했다. 이어 "그러나 이제 매출을 더 올리는 것보다 배달앱 이용료가 더 빨리, 더 높이 오르고 있어 업계에서도 더 이상 물러설 수 없다"라고 밝히고 "빠르게 시장이 정상화되고 제도가 개선돼 경영이 안정될 수 있도록 최선을 다하겠다"고 밝혔다. KFN

현재까지 파악된 사기 혐의액은 1조4000억원에 달하며 횡령액은 500억원 규모로 알려졌다.

티메프사태, 60일 정산주기 이커머스의 兩刃之劍(양인지검)

해피머니 · 카카오톡 기프티콘 결제 중단 등 피해 잇따라

WRITE | **이 호 국장**

지난 9월 30일 인터파크의 창립멤버이자 G마켓의 창업자인 구영배 대표가 검찰에 소환돼 수사를 받았다. 사기·횡령·배임 등의 혐의를 받은 피의자 신분이다. 검찰은 구 대표를 상대로 티메프 판매 대금 정산이 어렵다는 사실을 인지한 시점과 큐텐그룹의 해외 쇼핑몰 '위시' 인수가 이뤄진 과정, 구 대표의 직접 지시 여부 등의 파악에 나섰다. 현재까지 파악된 사기 혐의액은 1조4000억원에 달하며 횡령액은 500억원 규모로 알려졌다. 프랜차이즈 업계도 피해가지 못했다.

지난 8월 6일 국회 의원회관에서 열린 '티메프 피해 재발 방지를 위한 입점업체 및 판매자 간담회'에 △정무위원회 △참여연대 민생희망본부 △한국중소상인자영업자총연합회 △민변 민생경제위원회 소속 더불어민주당 의원들과 관계자들이 참석했다.

티메프 사태의 원인에 대해 큐텐과 그 계열사 측에서 공식적으로 밝히지는 않고 있다. 그러나 언론은 큐텐 그룹 자회사인 큐익스프레스의 나스닥 상장을 위한 무리한 확장을 유력한 원인으로 보고 있다.

큐익스프레스는 큐텐 그룹의 물류를 총괄하는 유통기업이다. 이 회사의 실적을 늘려 나스닥에 상장시키기 위해 티몬, 위메프, 인터파크커머스, 위시 등의 여러 쇼핑몰을 인수해왔다. 실제로 위메프와 티몬을 인수한 뒤 이 쇼핑몰에서 판매하던 해외 직구 상품을 일괄 등록정지하고 해외 직구 상품을 판매하려면 큐텐에도 상품을 등록하도록 규정을 변경했다. 이를 통해 위메프와 티몬에 입점한 해외직구 판매자에게 큐텐 입점을 강제해 큐익스프레스 물동량을 늘렸다.

그러나 해당 쇼핑몰은 만년 적자에 완전 자본 잠식 상태였다. 때문에 큐텐의 현금흐름과 자금 사정에 큰 악영향을 끼쳤을 것으로 예상된다. 이중에서 위시의 인수가 결정타였다고 지목되고 있다. 티몬은 인수에 아예 현금을 들이지도 않았으며, 인터파크는 돈을 주고 사긴 했으나 정작 매각대금 대부분을 지불하지 않았다. 따라서 나머지 인수 건은 장기적인 적자로 영향을 끼쳤을지는 몰라도 큐텐이 보유중인 현금에 큰 영향을 미치지는 않았다. 그러나 위시는 2024년 2월 13일에 1억7300만달러(2300억원)로 직접 현금을 통해 구입했다. 이 과정에서 위메프나 티몬 쪽 정산금을 끌어다 썼고, 결국 이걸 채우지 못해 사태가 커진 것이 아니냐는 분석이다.

구영배 대표는 정무위 긴급 현안질의에서 위시 인수 대금에 티몬과 위메프의 정산 대금을 활용했다는 사실을 인정하면서도, 위시 인수 비용 중 현금은 400억원에 불과했으며, 한 달 내에 바로 상환했다고 해명했다. '그렇지만 그것이 정산 대금 지연으로 작동하지 않은 것으로 안다'면서 자금 유용 때문에 이 사태가 벌어졌다는 부분에 대해서는 부정했다.

벼랑 끝 중소기업, 연이은 도산

티메프(티몬·위메프) 판매대금 미정산 사태로 벼랑 끝에 몰린 중소기업들이 도산하기 시작했다. 사태 발발 직후 정부가 금융지원 대책 등을 내놨지만, 자금력이 약해 '돌려막기'로 연명해 온 중소기업들은 도산을 피하지 못하는 실정이다.

서울중앙지검 티몬·위메프 전담수사팀은 9월 30일 오전부터 구 대표를 사기·횡령·배임 등 혐의 피의자 신분으로 소환해 조사 중이다. 사진은 구영배 큐텐 대표.

관련업계에 따르면 모바일 교환권 발행업체 엠트웰브는 티메프 사태로 경영난을 겪으면서 기업회생을 신청했다. 카카오는 엠트웰브와 계약을 맺고 '카카오톡 선물하기'에서 판매한 기프티콘에 대해 전액 환불을 진행했다. 카카오는 엠트웰브로부터 판매대금을 정산받지 못한 일부 프랜차이즈 브랜드가 거래 중단 의사를 밝히면서 더 이상 교환권 판매 업무를 이어가기 어려울 것으로 보고 계약을 해지했다.

가구·가전을 판매하는 온라인 쇼핑몰 '알렛츠'는 홈페이지를 통해 10월 서비스를 종료한다고 공지했다. 티메프 사태와 투자유치 불발까지 겹치면서 서비스 종료를 결정한 것으로 알려졌다.

NHN위투가 운영하는 디자인 문구 및 생활용품 쇼핑몰 1300K(천삼백케이)도 문을 닫는다. 업계에선 이커머스 사업 부진뿐만 아니라 티메프 사태로 NHN위투의 모회사인 NHN이 보유한 큐텐의 주식 가치가 악화하면서 커머스 사업을 접는 것으로 보고 있다. NHN은 지난해 3월 보유 중이던 티몬 주식 190억원(매입가 기준) 상당을 스와프 방식으로 큐텐 주식 32만4324주(0.40%)를 취득한 바 있다.

불똥 튄 프랜차이즈, 쿠폰 피해 발생

티메프(티몬·위메프)의 대규모 정산·환불 지연 사태 피해가 유통업계에서 쿠폰발행사로 번졌다. 모바일 교환권 발행업체 엠트웰브가 기업회생절차에 돌입했고, '즐거운'도 현금성자산보다 유동부채가 3배로 '위험 단계'라는 지적이다.

엠트웰브는 '본죽'과 '할리스' 기프티콘을 유통해 왔다. 하지만, 티메프 사태가 발생하면서 해당 브랜드 기프티콘에는 '점검 중인 상품입니다'란 표시로 전환돼 한동안 구매가 불가능했다. 기존에 구매한 이들 브랜드 기프티콘의 사용도 막혔다. 카카오는 소비자 피해가 발생하지 않도록 사용 중지된 기프티콘을 현금으로 100% 환불했다. 스타벅스도 8월 1일 e쿠폰(모바일 상품권)의 상품 판매를 일시 중단하며 서비스 점검에 나섰다.

모바일 쿠폰이란 스마트폰을 통해 사용할 수 있는 상품권으로 온·오프라인 매장에서 쓸 수 있다. 통계청에 따르면 지난해 e쿠폰 서비스 온라인 쇼핑 거래액은 9조8820억원으로 전년 대비 35% 신장했다.

모바일 쿠폰사들은 티몬에서 미정산 문제가 불거지기 전까지 대형 할인점, 프랜차이즈 식당이나 카페 같은 곳에서 활용 가능한 쿠폰을 할인가에 판매한 것으로 알려졌다. 그러나 티몬에서 정산금을 한동안 받지 못하는 사태가 발생하면서 상당수 고객은 결제 취소를 신청한 뒤 쿠폰도 사용하지 못하게 되고, 환불도 받지 못하는 등의 불만 사례가 증가했다.

정부의 PG 관리감독 강화에 업계, 어려움 호소

금융위는 티메프 사태의 재발을 방지하기 위해 전자지급결제대행업(PG)의 관리감독을 강화한다는 계획이다. PG사가 정산금액 전액을 별도 관리하고, 이를 지키지 않을 경우 제재, 처벌할 수 있는 법적 장치를 마련한다.

금융위에 따르면 PG사의 정산자금 전액이 안전하게 보호될 수 있도록 한다는 방침이다. PG사의 미정산자금 전액(100%)에 대해 별도관리 의무를 부과하는 방식이다. 별도관리는 예치, 신탁, 지급보증보험 가입으로 제한하고 별도관리 방식 등을 계약 체결 시 판매자에게 고지하고 회사 홈페이지에도 공시한다.

아울러 이번 제도개선방안에는 PG업의 범위를 명확하게 하는 내용도 포함됐다. 금융위에 따르면 PG업은 계속적·반복적으로 타인 간의 대금결제를 대신해주는 영업활동인데 현행 전자금융거래법에서는 PG업을 대가의 정산을 대행하거나 매개하는 것으로 일반적으로 규정해 사실상 내부정산을 포함한 모든 정산업무가 포함될 수 있도록 규정돼 있다.

그 결과, e-커머스, 백화점, 프랜차이즈, 여객터미널사업자 등과 같이 자기 사업의 일부로서 대금을 수취해 내부정산을 해주는 경우까지 문언상으로는 PG업에 해당할 수 있는 상황이다.
이에 따라 위와 같은 경우는 PG업에 해당되지 않도록 PG업의 범위를 명확히 해 금융규제 적용에 따른 과잉규제 및 불합리한 규제문제가 발생하지 않도록 한다는 것이 금융위의 계획이다.

이에 대해 프랜차이즈 업계에서는 원가 부담과 높은 배달수수료로 가맹점주들의 여건이 팍팍해진 가운데 나가야 하는 비용이 늘게 생겼다며 어려움을 호소하고 있다. 프랜차이즈 업계 관계자는 "직접 PG업 등록할 만한 프랜차이즈 본사들은 거의 없을 것"이라며 "그럼 PG사에 대행을 맡겨야 하는데 수수료가 발생하고, 이는 또 하나의 비용 인상 요인이 된다"고 설명했다.

또한 "간편결제 비중이 높은 매장이면 계산기를 두드려 보겠지만 그렇지 않다면 차라리 해당 간편결제를 취급하지 않는 편이 나을 수 있다"라고 덧붙였다. KFN

구입강제품목 계약서 기재 질의응답

7월 3일부터 개정안 시행…유형 관계없이 지속적 제공시 구입강제품목 해당

WRITE | **김은영 기자**

7월11일 서울 여의도 FKI타워에서 열린 첫 개정 가맹사업법 설명회 모습

7월 3일부터 필수품목 항목과 공급가격 산정방식을 가맹계약서에 기재하도록 하는 '필수품목 개선대책' 가맹사업법 개정안이 시행됐다. 이와 관련해 공정거래위원회는 프랜차이즈 업계의 이해를 돕기 위해 '구입강제품목 계약서 기재에 대한 질의응답집'을 제작해 배포했다.

공정위는 "질의응답집 배포를 통해 가맹본부가 개정 가맹사업법 및 가이드라인 내용을 충분히 숙지하지 못해 발생하는 법 위반 사례를 방지하고, 구입강제품목 관련 거래조건이 계약서에 충실히 반영될 수 있기를 기대한다"고 밝혔다.

질의응답집은 공정위 가맹사업거래 홈페이지(franchise.ftc.go.kr) 및 공정거래조정원 홈페이지(kofair.or.kr)에서도 확인할 수 있는데, 본지는 업계 담당자들의 이해를 돕기 위해 '구입강제품목 계약서 기재에 대한 질의응답집'을 이번호에 게재했다.

공통사항

Q1 : 가이드라인에 예시한 대로만 기재하여야 하나요?. 그렇지 않으면 법 위반에 해당되나요?

A " 그렇지 않다. 가이드라인은 법적 구속력이 없다. 그렇지만 개정 가맹사업법 내용에 반하는 계약서 기재내용은 법 위반이 될 수 있다.

Q2-1 : 구입강제품목의 종류와 공급가격 산정방식에 대한 정보를 가맹계약 체결 이후 제공하여도 괜찮을까요?

A : 그렇지 않다. 법 문언상으로도 가맹희망자에게 제공하여야 할 가맹계약서에 구입강제품목의 종류 및 공급가격 산정방식이 기재되어야 한다고 명확하게 규정되어 있다.

Q2-2 : POS 등 전자매체를 통해 구입강제품목의 종류와 공급가격 산정방식에 관한 사항을 알리고자 한다. 이 경우에도 가맹희망자에게 관련 정보를 계약체결 전에 제공해야 하나?

A : 그렇다. 정보제공 방식과 무관하게 구입강제품목의 종류와 공급가격 산정방식에 관한 사항은 가맹계약 체결 전에 가맹희망자에게 제공되는 가맹계약 내용에 포함되어야 한다. 다만, POS 등 전자매체를 통해 통지하는 방식으로는 먼저, 계약서를 처음 제공하는 시점에는 구입강제품목의 종류와 공급가격 산정방식이 기재된 서면을 계약서 별지 등의 형태로 제공하고 계약체결 이후에는 해당 사항을 POS 등 전자매체로 통지하는 방법을 활용할 수 있다.

Q3 : 구입강제품목의 종류와 공급가격 산정방식은 각각 별도의 조항을 통해 계약서에 기재하여야 하나?

A : 그렇지 않다. 동일한 조항을 통해 규정하는 것도 가능하고, 하나의 표를 통해 함께 기재하는 것도 가능하다. 조항의 구성이나 형식 등과 관계없이 해당 사항이 계약서에 포함되어 있으면 된다.

Q4 : 기존 가맹점사업자와의 계약서에 구입강제품목 관련 항목을 추가하는 경우, 가맹본부 단독으로 계약서를 수정하거나 POS를 통해 공지해도 괜찮을까? 만약, 가맹점사업자와 합의가 되지 않아 관련 내용을 계약서에 기재하지 못한 경우 법 위반에 해당하나?

A : 계약 내용 수정 방식에 대해서는 기존 계약서에 규정된 절차에 따라야 한다. 만약, 계약서에 '법령 준수를 위해 필요한 경우 등에는 가맹본부가 단독으로 계약 내용을 수정할 수 있다'는 취지의 조항이 있다면 가맹본부가 단독으로 변경하는 것도 가능하다. 다만, 이같은 조항이 없다면 계약 일반원칙에 따라 계약 내용을 변경하기 위해서는 계약당사자 간 합의가 필요하다.

Q5 : 구입강제품목의 확대 등 관련 사항이 변경된 경우 정보공개서 변경등록을 해야 하나?
A : 올해 정기변경 등록신청을 한 경우 별도로 정보공개서를 재등록할 필요는 없다. 구입강제품목 관련 사항을 변경하여도 계약서만을 현행화하면 된다. 다만, 정보공개서 등록 이후 변경사항이 발생해 계약서 상과 정보공개서 상 사항이 불일치하는 경우 가맹희망자에게 불일치 사유를 설명한 후 계약서 정보가 최신 정보임을 안내하면 된다.

구입강제품목 여부

Q1 : 구입강제품목은 무엇인가?
A : 구입강제품목은 가맹사업법 제11조 제2항 제12호에 따라 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자와 거래할 것을 강제하는 부동산·용역·설비·상품·원재료 또는 부재료, 임대차 등을 의미한다. 보다 구체적인 판단기준은 '가맹분야 불공정행위 심사지침' Ⅳ. 2. 나목(거래상대방의 구속)을 참고하면 된다.

Q2-1 : 구입 여부는 가맹점사업자의 자율이나, 이를 구입할 경우 지정된 거래상대방으로부터만 구입해야하는 품목은 구입강제품목에 해당되나?
A : 거래상대방이 지정되어 있더라도 거래가 강제되지 않는 품목은 원칙적으로 구입강제품목에 해당되지 않는다. 다만, 형식상 구입여부는 자율이더라도 실질적으로 구입이 강제되는 경우에는 구입강제품목에 해당할 수 있다.

Q2-2 : 가맹본부가 지정한 특정 규격의 상품을 구입하여야 하지만 구입처가 지정되지 않은 품목은 구입강제품목에 해당되나?
A : 가맹사업을 위해 반드시 구입해야 하지만 거래상대방이 지정되지 않은 품목은 원칙적으로 구입강제품목에 해당되지 않는다. 다만, 실질적으로 특정사업자와의 거래가 강제되는 경우에는 구입강제품목에 해당할 수 있다.

Q3 : 거래가 강제되지만 가맹본부가 비용을 부담하는 품목도 구입강제품목으로 보아 계약서에 기재하여야 하나?
A : 가맹본부가 관련 비용을 전부 부담하는 경우라면 기재하지 않아도 무방하다.

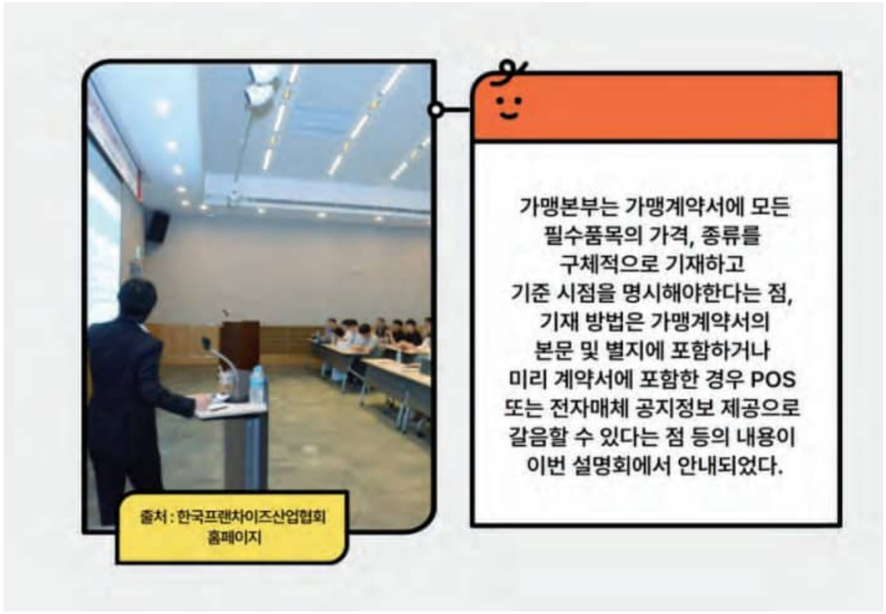
Q4-1 : 인테리어 감리, POS 시스템 구축 등도 거래상대방이 지정되고 구입이 강제되는 경우 구입강제품목에 해당하나?
A : 구입강제품목은 유형에 제한을 두고 있지 않다. 따라서 거래상대방이 지정되고 거래가 강제되는 경우에는 구입강제품목에 해당된다. 다만, 가맹사업 개시 시점에만 일회적으로 제공되는 구입강제품목은 가맹사업 영업 중 지속적으로 제공되는 구입강제품목과 그 성격이 구분되므로 이를 별도의 조항으로 계약서에 기재해도 무방하다.

Q4-3 : 로열티 성격의 가맹금도 구입강제품목 공급에 대한 대가로 볼 수 있나?
A : 로열티의 경우 무엇에 대한 대가인지 계약서에 그 내용이 구체적으로 특정되지 않는 경우가 많아 구입강제품목에 대한 대가인지 단정짓기 어렵다. 추가적으로 발생하는 계약서 기재의무는 없을 것으로 보인다.

구입강제품목 종류 기재 관련

Q1 : 품목이 많은데 종류를 기재할 때 대분류나 중분류만을 활용해 기재해도 될까?
A : 개별적으로 작성하여야 하므로 소스류 등과 같이 대분류나 중분류만을 기재해서는 안된다. 동일 성격의 제품이라도 구분해 기재해야 한다.

Q2 : 다양한 요소로 구성된 품목의 경우 각각을 개별적으로 기재해야 하는지?
A : □ 품목의 성격, 개별적인 구입 가능성, 가맹점사업자의 인식 등을 종합적으로 고려해 개별적으로 판단해야 한다.



구입강제품목 공급가격 산정방식 기재 관련

Q1 : 품목별 공급가격을 기재할 때 변경을 최소화하기 위해 공급가격의 범위로 기재해도 괜찮은지?
A : 그렇지 않다. 계약서에 표기한 기준 시점의 정확한 가격을 제공해야 한다.

Q2 : 공급가격 산정방식에 품목별 마진율을 꼭 기재해야 하나?
A : 그렇지 않다. 개정된 가맹사업법은 구입강제품목의 종류와 공급가격 산정방식을 기재하도록 한 것일 뿐 마진율 공개를 의무화한 것은 아니다.

Q3 : 직접생산(위탁생산), 재판매, 제3자 공급으로 분류한 가이드라인의 분류방식을 따르지 않아도 괜찮을까?
A : 그렇다. 가이드라인에 따른 분류는 참고 사항으로 더 적합한 분류방식이 있다면 그에 따라 분류해도 무방하다.

Q4 : 직접 생산하는 품목이지만 생산량이 부족한 경우에 위탁생산을 병행한다면 해당 품목의 공급가격 산정방식을 어떻게 기재해야 하나?
A : 이같은 경우에도 기본원칙에 따라 직접 생산 품목에 분류한 후 주문량이 많은 경우 위탁생산도 병행한다는 사실을 표기하거나, 별도로 분류하는 등 어떤 방식을 활용해도 무방하다.

Q5 : 공급가격이 수시로 변동되는 경우에도 공급가격을 기재해야 하나?
A : 그렇다. 공급가격이 수시로 변동되더라도 정확한 가격을 제공해야 한다.

Q6 : 원가율을 기준으로 공급가격을 결정하는데, 구입권장품목의 가격도 함께 고려하는 경우 어떻게 기재하여야 하나?
A : 이 경우 구입권장품목의 종류 및 공급가격 산정방식은 계약서 의무 기재사항은 아니지만 가맹점사업자의 예측 가능성을 위해 함께 기재하는 것이 바람직하다. 예시 사례의 경우 'A, B, C, D, E의 가격은 제품 X의 원가율이 60%를 유지하도록 한다'고 기재할 수 있다.

가맹사업법 관련 법안 15개 무더기 발의

가맹점사업자단체 관련이 대부분…가맹지사 · 연합회도 포함

WRITE | **김은영 기자**

22대 국회에 들어 가맹사업법 관련 법안이 15개가 발의됐다.

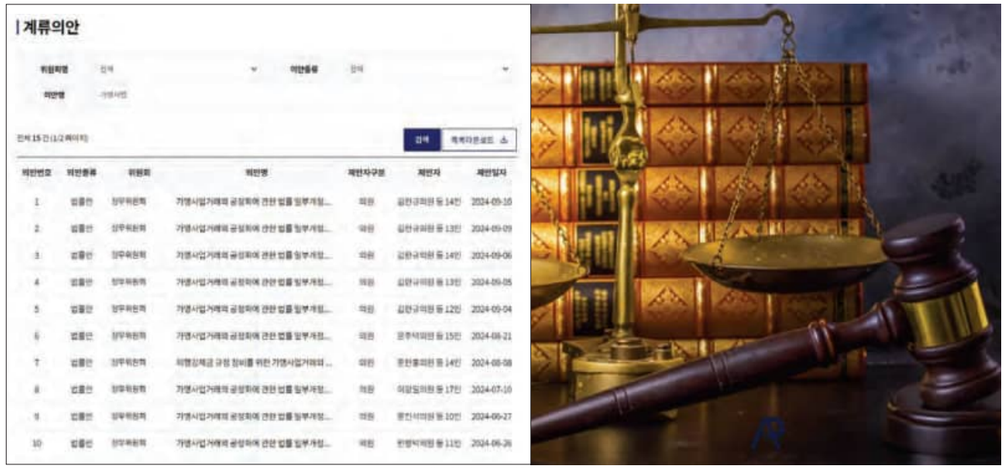
21대 국회에서 폐기됐던 가맹사업법 관련 개정안이 22대 국회에 들어 대거 다시 발의됐다. 국회 홈페이지 계류의안에 따르면 10월 8일 현재 가맹사업법 관련 발의된 개정안은 무려 15개에 이른다.

이 중 김한규 더불어민주당 의원은 가맹사업거래 공정화에 관한 법률 일부 개정안만 6건 발의했다. 발의한 내용을 보면 6월에는 가맹점사업자단체 등록제, 협의개시의무화(과징금) 등을 주내용으로 하고 있다. 이어 9월 들어서는 가맹점사업자단체의 구성·가입·활동, 가맹점지역본부 관련된 법안을 잇따라 발의했다.

가맹점사업자단체 관련 내용을 보면 가맹본부가 가맹점사업자단체와 관련된 활동을 한다는 이유로 가맹점사업자에 대해 보복조치를 하는 경우가 발생하고 있다고 보고, 보복조치 금지 규정을 신설했다.

또 9월 초에는 "가맹본부가 우월적 지위를 남용해 가맹지역본부에게 피해를 입히는 사례가 발생하고 있다"라며 가맹지역본부도 가맹점사업자처럼 보호받을 수 있도록 현행법에 법적 장치를 마련할 필요가 있다고 의견을 내놨다. 이에 가맹본부가 가맹사업자뿐 아니라 가맹지역본부에 대하여서도 불공정행위를 하지 않도록 금지 규정을 신설한 법안을 발의했다.

이강일 의원도 가맹지역본부 보호 내용을 담은 법안을 내놨다. 이 의원은 법안 발의에 대해 "현행법은 불공정행위로부터의 보호 대상을 가맹점사업자로 규정하고 있어 가맹본부와의 계약에 따라 일정 지역 내에서 가맹본부의 업무를 대행하고 있는 가맹지역본부는 가맹본부의 불공정한 비용 청구, 일방적 계약해지 통보 등 가맹본부의 우월적인 지위남용으로 피해를 입는 사례가 발생함에도 불구하고 법적 보호의 사각지대에 놓여 있다"고 주장했다. 이 의원은 또 가맹점사업자의 계약갱신요구권 보장, 가맹점사업자단체 관련 규정 등을 법안에 담았다고 밝혔다.



가맹사업법 관련 법안

이밖에 21대 국회에서 폐기된 법안을 재발의한 의원으로는 ▲민형배 의원(가맹점사업자단체 협의개시 의무화(과징금)) ▲한병도 의원(가맹점사업자단체 등록제, 협의개시의무화, 광고·판촉 분담 50% 이상 금지, 계약갱신청구권 기한 삭제) ▲이학영 의원(가맹점사업자단체 등록제, 협의개시의무화, 정보공개서 미제공, 허위과장 정보제공 등 징벌적 손해배상) 등이다.

이외에도 민병덕 의원과 문진석 의원은 가맹점사업자단체 등록제와 협의개시의무화, 가맹지사 보호(계약갱신청구권 보장 등)를 담은 법안을 각각 발의했다.

특이한 점은 이학영 의원이 발의한 가맹사업진흥에 관한 법률 일부 개정안이다. 이학영 의원은 "점주협의회를 결성해 본사와 거래조건 등을 협의하고 상생협력을 모색할 수 있도록 하기 위한 제도적 기반이 필요하다"라며 "가맹본부 및 가맹점사업자를 대표하는 연합단체를 결성할 수 있도록 하려는 것"이라고 법안 발의 배경을 밝혔다.

이와 관련해 한국프랜차이즈산업협회는 "개정안은 설립요건을 충족하는 모든 법인·조합 및 단체에 연합회 설립과 사업 활동을 허용해 소규모 연합회 난립, 통일되지 않은 사업 수행 등 부작용으로 업계에 혼란이 우려된다"고 의견을 피력했다.

아울러 가맹점사업자 연합단체 대리협의권에 대해서는 가맹사업법과 상충 소지가 있다고 우려를 나타냈다. 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률에 따르면 가맹점사업자는 가맹점사업자단체를 구성할 수 있고(제14조의2 제1항), 가맹본부에 협의를 요청할 수 있으며(제14조의2 제2항), 가맹본부는 그 요청에 성실하게 응해야 하는 의무를 지니고 있다(제14조의2 제3항).

또한 불리한 거래조건 변경시 가맹본부에게 가맹점사업자와의 협의 의무를 부여하는 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령이 오는 12월 5일 시행될 예정(6월 4일 공포)이다.

이에 따라 협회는 "가맹점사업자단체의 구성 및 협의권이 가맹사업법에 규정되어 있음에도 가맹사업진흥법 개정안에서 연합단체의 대리협의권을 별도로 규정한다면 가맹사업법과 상충 소지가 있다"라며 "연합단체에 속한 가맹점사업자 또는 단체가 해당 브랜드 가맹점사업자들을 어느 정도로 대표할 수 있는지에 대한 규정도 전무하다"고 비판했다.

특히 연합단체 자체가 개별 브랜드의 상황 또는 사정과 무관하게 특정 지향점을 내세울 경우 마치 상급단체가 쟁의를 주도하는 노동조합과도 같은 권한이 부여될 가능성이 높다는 점도 지적했다. 협회 관계자는 "해당 조항은 관련 법규와 프랜차이즈 산업의 특성에 맞지 않고, 부작용을 유발할 가능성이 매우 높아 입법 철회를 요청한다"고 말했다. KFN

‘2024 하반기 57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회’ 10.31. 개최

우수 브랜드 ‘창업전’, 필수 파트너사 ‘산업전’ 아우르는

종합 박람회로 원스톱 창업 쇼핑 제공

WRITE | **김은영 기자**

지난 3월 제56회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회에서 참관객들이 전시장을 둘러보고 있다

프랜차이즈 창업에 필요한 모든 것을 한 곳에서 볼 수 있는 ‘2024 하반기 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회’가 10월 31일(목)~11월 2일(토) 서울 삼성동 코엑스 C홀에서 3000여개 브랜드, 5000여개 부스의 국내 최대 규모로 성대하게 개최된다.

최근 대출 금리, 원부자재 가격, 공공요금, 인건비, 배달 플랫폼 수수료 등 각종 비용 인상과 경기 침체로 소상공인들이 큰 어려움을 겪고 있는 상황에서, 안정적 창업 모델을 제시하는 이번 박람회에 많은 관심이 쏠릴 것으로 예상된다.

연 5만명이 방문하는 국내 대표 창업 박람회 ‘IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회’는 120조 국내 프랜차이즈 산업을 대표하는 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·협회장 정현식)가 주최하고, 국내 최대 MICE 기업 코엑스(사장 이동기)와 글로벌 1위 전시사 RX Korea(리드엑시비션스코리아·대표 손주범)가 공동주관하며, 산업부, 공정위, 중기부, 농식품부, 식약처, 특허청 등 정부 부처가 공식후원하는 등 높은 신뢰도로 안정적인 창업의 산실로 자리매김하고 있다.

박람회 사무국은 이번 박람회부터 참관객들이 더욱 신뢰할 수 있는 창업 브랜드를 만날 수 있도록, 참가사 정보를 사전에 확인할 수 있는 온라인 디렉토리 ‘IFS 에브리데이’(https://www.ifseveryday.co.kr)에서 정보공개서 공정위 등록 여부도 제공하고 있다.

또, 매년 급증하는 창업 희망자들을 위해 우수·유망 프랜차이즈 브랜드들이 참가하는 ‘창업전’과 창업 필수 파트너사들을 총망라한 ‘산업전’을 모아 모든 창업 정보를 편리하게 접할 수 있는 원스톱 창업쇼핑 시스템을 구축했다.

‘창업전’에서는 ▲원할머니보쌈족발 ▲삼산회관 ▲텐퍼센트커피 ▲오복오봉집 경아식당 ▲쿠우쿠우 블루레일 ▲만족오향족발 ▲기영이숯불두마리치킨·두찜 ▲본도시락·본죽&비빔밥 ▲생활맥주 ▲샐러디 ▲육미제당 ▲진이찬방 ▲오레시피 ▲금성회관 ▲꾸브라꼬숯불두마리치킨 ▲한마음정육식당 ▲더리터24 ▲천복집흑염소 ▲세븐스타코인노래연습장 ▲더스윙블랙 등 외식, 도소매, 교육서비스 전 업종의 브랜드들이 참관객들을 만난다.

지난 3월 제56회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회에서 참관객들이 전시장을 둘러보고 있다

▲이디엠에스 데이롱카페(무인점포) ▲제로아이즈 ▲우녹스코리아(이상 주문·결제) ▲아르푸(인테리어) ▲쿡솔루션 ▲로보쿡(이상 주방기기) ▲리드플래닛(경영관리) ▲에코랩 안심공간(위생·방역) ▲굿프랜즈(냉동식품) ▲펫마트(반려동물용품) 등 유수의 파트너사들도 인건비 부담을 낮추고 창업의 완성도를 높일 다양한 창업 모델과 필수 설비·제품들을 선보인다. ▲한국식품안전관리인증원 ▲근로복지공단 등 공공기관·단체들도 올바른 창업 관련 법규와 지원 프로그램을 안내한다.

참관객들은 박람회 사무국이 마련한 전문가 컨설팅존을 통해 창업 전문가들로부터 직접 창업 절차와 방법, 유의점 등을 상담받을 수도 있다. 우수·유망 브랜드 참관 동선을 최적화한 레드카펫존 등 박람회 고유의 노하우가 집약된 다양한 지원프로그램들도 유익한 정보를 제공할 것으로 예상된다.

‘2024 하반기 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회’는 10월 31일(목)~11월 2일(토) 3일간 서울 코엑스 C홀에서 오전 10시부터 오후 5시까지 개최된다. 현장 입장료는 1만원으로, 홈페이지(https://www.ifskorea.co.kr)를 통해 사전 등록 시 무료 입장이 가능하다. KFN

“배리어프리 키오스크 설치 의무 임박했는데…”

협회, 비용부담으로 경영악화 우려
“대안기기도 편의제공 인정해야”

WRITE | **김은영 기자**

2025년 1월부터 장애인도 편하게 사용할 수 있는 ‘배리어프리 키오스크’ 사업장 설치가 바닥면적 50㎡ 이상 매장에선 의무화가 됐다. 문제는 이에 대한 정보 부족과 비용 부담으로 정작 프랜차이즈 가맹점을 포함해 소상공인들이 어려움을 겪고 있다.

보건복지부는 장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률 제15조 3항과 시행령 제10조의2 2항 1호 등을 근거로 2025년 1월 28일부터 상시 100명 미만 사업장도 무인정보단말기(키오스크)를 설치·운영할 경우 장애인에게 비장애인과 동등한 접근·이용 편의를 제공하도록 의무화했다.

상시 100인 이상은 현재 시행 중이다. 기존 설치 사업장은 2026년 1월 28일부터 의무화된다. 바닥면적 50㎡(약 15평) 이상 사업장은 키오스크 설치 시 ▲과기정통부 기준 준수 ▲휠체어 접근 공간 확보 ▲시각정보 인식 및 물리적 조작 보조기기·소프트웨어 설치 ▲점자블록 또는 음성안내 장치 등의 편의 제공이 의무화다.

바닥면적 50㎡ 미만 사업장은 보조기기 또는 소프트웨어 설치, 보조 인력 배치 등으로 편의 제공 의무를 대체할 수 있다.
서왕진 조국혁신당이 소상공인시장진흥공단으로부터 제출받은 자료에 따르면 정부는 소상공인의 부담을 줄이기 위해 배리어프리 키오스크 설치비의 70~80%를 지원하는 사업을 진행하고 있다. 하지만 홍보가 부족해 소상공인은 이런 사실을 모르는 실정이다. 올해 일반 키오스크는 600대 이상 보급된 반면 배리어프리 키오스크는 59대만 설치됐다.

문제는 또 있다. 정부 정책으로 일반 키오스크 설치 비용을 지원받으면 배리어프리 키오스크 지원금을 추가 신청할 수 없다. 일부 소상공인은 이미 일반 키오스크를 설치해 배리어프리 기능을 추가 신청할 수 없는 상황에 놓여 있다.

이와 관련해 한국프랜차이즈산업협회는 “코로나19 이후 키오스크의 기능과 종류가 크게 다양화돼 보조 인력의 도움으로 이용 편의를 제공할 수 있는 대안이 많음에도 시행령 상의 물리적 규정을 충족하지 못해 소상공인들의 선택권을 박탈하고 있다”고 문제점을 지적했다.

실례로 커피·음료, 편의점 등 외식업에서는 계산대 점원용 POS와 고객 방향 결제화면 기기가 결합된 유·무인 일체형 POS를 사용 중이다. 이를 통해 직원이 고객의 주문·결제를 대면으로 지원할 수 있음에도 편의 제공 기기로 인정을 받지 못하고 있다.

협회는 “특히 과기정통부 검증 기준의 경우 기준이 매우 복잡하고 경직돼 있어, 이를 충족하는 배리어프리 키오스크 구입을 위해 많게는 수천만원까지 부담하게 돼 경영악화와 소비자 가격 인상이 우려된다”고도 밝혔다.
배리어프리 키오스크는 일반 키오스크 대비 최대 3배 가량 비싼 것으로 알려졌다. 또한 키오스크 이용에 불편을 느낀 장애인이 해당 사업장을 신고할 경우 최대 3000만원의 벌금이 부과될 수 있다.

협회는 또 “키오스크 설치를 포기할 경우도 동일 수준의 서비스 제공을 위해 인력 채용이 불가피한 실정”이라며 “인건비 등 비용 증가로 소비자 가격 인상 압박 심화가 예상된다”고 덧붙였다.

이에 대한 개선방안으로 협회는 “시행령 개정을 통해 바닥면적 50㎡ 이상의 경우도 미만의 경우와 동일하게 대체 방법을 인정해줘야 한다”고 밝혔다. 고객이 직원과 대면하며 주문·결제를 할 수 있는 유·무인 일체형 POS 등 대안 기기들도 장애인 편의를 제공하는 것으로 간주해야 한다는 얘기다.

> *배리어프리 키오스크는 일반 키오스크 대비 최대 3배 가량 비싼 것으로 알려졌다. 일반 키오스크 설치 비용을 지원받으면 배리어프리 키오스크 지원금을 추가 신청할 수 없다.*

장애인차별금지법 시행령 제10조의2(재화 · 용역 등의 제공자의 단계적 범위 및 정당한 편의의 구체적인 내용 등)에 따르면 바닥면적의 합계가 50㎡ 미만인 시설의 경우 무인정보단말기와 호환되는 보조기기 또는 소프트웨어를 설치하거나 무인정보단말기 이용을 보조하는 인력을 배치해 장애인이 장애인 아닌 사람과 무인정보단말기를 동등하게 접근·이용할 수 있도록 하는 경우에는 편의를 제공하는 것으로 본다고 규정돼 있다.
서왕진 의원은 “배리어프리 키오스크 의무화가 예고됐음에도 소상공인을 위한 충분한 지원 방안이 사전에 마련되지 않은 것은 행정의 실패”라고 지적해 정부의 신속한 대책 마련을 촉구했다. 협회도 “소상공인 부담 완화와 실질적인 장애인 편의 증대 모색을 위해서는 대안기기 인정이 필요하다”고 주장했다. KFN

제14기 KFCEO 입학식에 참석한 내외빈 및 원우들 단체사진

‘프랜차이즈 리더 산실’ 제14기 KFCEO 교육과정 개강

58명 새로운 출발 다짐

“역량 갈고 닦아 업계 선진화·해외진출 활성화 이끈다”

WRITE | **정병필 편집위원**

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)와 부자비즈(소장 이경희 KFCEO 주임교수)가 공동으로 주최·주관하고, 산업통상자원부(장관 안덕근)가 후원하는 협회 공식 <제14기 KFCEO(K-Franchise CEO) 교육과정>이 9월 4일 성황리에 개강했다.

9월 2일 서울 여의도 FKI타워(구 전경련회관)에서 열린 입학식에는 정현식 협회장, 박효순 수석부회장, 김인규 수석부회장, 손석우 교육위원장, 전병진 KFCEO 총동문회장 등 협회·총동문회 임원진과 58명의 14기 신입원우 등 총 80여명이 참석했다.

정 협회장은 “우리 프랜차이즈 산업은 외형적 성장에도 가맹사업법 규제 강화, 경기 악화 등으로 신성장동력이 필요한 상황”이라고 하면서 “신입 원우들이 본 과정을 통해 해외진출과 산업의 선진화에 크게 기여해 주시기를 당부드린다”고 말했다.

이날 정 협회장은 프랜차이즈 현황과 나아갈 길, 맘스터치 창업 신화의 성공 스토리와 다양한 노하우를 원우들에게 전하는 특별강연을 진행하기도 했다.

14기 원우들도 입학식과 저녁 만찬을 통해 서로 인사를 나누고 교육 과정과 총동문회 및 협회를 소개받으며 얼굴을 익히고 적극적인 활동을 다짐했다.

정현식 한국프랜차이즈산업협회장

한편 KFCEO 과정은 지난 2014년 협회가 출범시킨 공식 CEO 과정으로 매주 월요일 FKI타워에서 15~18시에 진행된다. 성공 프랜차이즈 CEO 강연, 학계·업계 전문가 특별강연, 기업 탐방, 1박 2일 워크숍, 해외 졸업여행 등 다양한 커리큘럼을 갖추고 있다.

정현식 협회장이 인사말을 하고 있다.

5주차 워크숍 대구 로봇알파시티 방문 기념 단체사진

◇2~4회차

2회차 교육은 9월 9일 FKI타워 루비홀에서 열렸다. 이경희 주임교수가 〈프랜차이즈 성장원리와 미래 경영 전략〉을 주제로 프랜차이즈 사업 모델의 핵심 전략을 제시했다. 이어 원우 소개 시간을 통해 원우들이 서로를 더 잘 알아가는 시간을 가졌다.

3회차 교육은 9월 23일 안웅걸 다이소 상무가 〈1000원의 경제학과 유통업에 있어서 생존을 위한 조건〉을 주제로 다이소의 핵심 경영 가치와 성공 노하우를 들려줬다. 이어 방경석 족발야시장 대표와 김진혁 보배반점 대표가 원우들과 〈전문 외식업의 프랜차이즈 성장전략〉에 대해 토크쇼를 진행했다.

4회차 교육은 원우들의 친목을 다지고 우수 기업을 탐방하며 역량을 쌓기 위한 워크숍으로 진행됐다.

9월 27~28일 대구광역시에서 1박2일로 진행된 워크숍은 ▲유앤디 '로봇알파시티' 투어 ▲신전떡볶이 '신전뮤지엄' 투어 ▲'박창도둑' 수성못점 방문 ▲파계사, 팔공산, 대한수목원 방문 등 다양하고 풍성한 구성으로 꾸며졌다. KFN

KFCEO 14기 원우 명단

순서	이름	직급	회사명	브랜드	순서	이름	직급	회사명	브랜드
1	이대주	대표	디자인엘루트		30	조수광	대표	위고	
2	정재영	대표	㈜찬들푸드		31	고성곤	대표	에프아이씨	
3	박향미	대표	㈜에이치엠푸드	맛있는김치	32	최규형	대표	대일이엔피	
4	조승훈	대표	엔조이소프트		33	서진원	대표	㈜인푸드	김순례 순살치킨강정
5	김남철	대표	제일좋은솔루션		34	이민규	대표	멘야마쯔리	멘야마쯔리
6	이현숙	대표	㈜싱크닥터		35	유인성	대표	㈜미소에프엔씨	화화돼지왕갈비
7	김범준	부사장	대영주류		36	김효성	대표	㈜더벗	79대포
8	우현선	대표	밀크티항공		37	김영준	대표	셀럽푸드	육거리소문난만두
9	이성훈	대표	FYSEE		38	이성규	대표	㈜지민	천씨씨커피
10	강상진	대표	㈜에이라이프	에이라이프	39	배명덕	대표	용기있는사람들	오유미당
11	강태연	부대표	한울정보통신		40	허재혁	대표	브로다인	MOA COFFEE
12	이지훈	대표	㈜프라임경영기술		41	이성실	대표	㈜더쉐프	텐퍼센트스페셜티커피
13	우상환	부장	㈜대상		42	허태영	대표	JMT㈜	해탄
14	이준용	대표	성공에프엔에스		43	임선기	대표	바움코리아	바움
15	황호진	부문장	롯데글로벌로지스		44	황의권	이사장	㈜상록호텔조리직업전문학교	상록수
16	최재훈	변호사	법무법인 오른하늘		45	이상준	대표	㈜에스엔인더스트리	복고다방
17	임종길	회장	화성에프앤비		46	이현재	전무	㈜쿠우쿠우	쿠우쿠우
18	박승용	대표	서한세무회계사무소		47	윤재경	대표	㈜서영에프앤비	육회야문연어
19	박성우	대표	㈜메이크		48	전유나	대표	㈜금해코리아	응급실국물떡볶이
20	함예진	팀장	케이함		49	홍성현	대표	㈜에스에이치오이사	이자카야 우규
21	임수진	대표	띵동브로우		50	박세진	대표	㈜명가참푸드	명가통닭
22	류지호	대표	주원키친시스템		51	이정호	대표	팔칠(87')닭강정	87닭강정
23	김규한	대표	위솝	샵솔, 프랜솔	52	윤기용	대표	㈜BM에프앤비	밥풀릭스
24	이영주	대표	토더		53	최준규	대표	㈜당당한가	당당한가
25	박미숙	대표	해솔국제특허법률사무소		54	안소은	대표	㈜BcLD	첼시스 하이볼
26	김시원	지부장	폴라리스3D		55	김희근	대표	프래스코	백삼도
27	김홍권	상무	회계법인 베율		56	이명재	(전) 대표	호식이두마리치킨	호식이두마리치킨
28	이효범	대표	㈜소스이산		57	심재학	대표	디스플레인	디스플레인
29	김보나	대표	㈜탑플랜디앤씨						

“미래를 향해 나아가라” 한국프랜차이즈協 ’24년 제3차 포럼 개최

제14기 KFCEO 과정 연계…미래 전략 수립을 위한 리더 역량 강화

WRITE | **김민호 기자**

전영수 한양대 교수의 '인구 변화 시대의 새로운 사업 기회와 사업전략' 강의

문정훈 서울대 교수의 '글로벌 푸드 트렌드 분석과 메뉴 개발 전략' 강의

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 10월 7일 제14기 KFCEO 5주차 과정과 연계하여 산업인들의 역량 강화를 위한 제3차 공개 포럼을 성황리에 개최했다.

강석우 협회 상근부회장은 “KFCEO 과정이 가치있는 학습 경험과 미래 계획에 영감을 주고 있으며, 여러분이 노력과 혁신을 지속하기를 바란다”라고 하면서 “이번 공개 포럼을 통해 우리 업계가 더 큰 성취를 이룰 수 있을 것”이라고 말했다.

첫 번째 발표는 문정훈 서울대 농경제사회학부 푸드테크학과 교수가 〈2024 푸드 트렌드와 메뉴 개발 전략〉을 주제로 강의했다.

문 교수는 최근 국내 식습관 트렌드를 분석한 결과를 다양하게 제시하며 “국탕찌개류가 감소하고 탄수화물 섭취량도 줄고 있다”라고 진단하고 “반면 탄수화물 대체, 당류 및 나트륨류 저감, 단백질 제품 수요 등 건강한 식생활에 대한 수요가 늘고 있다”라고 평했다.

그는 “코로나19 판데믹 이후 H/W(Health&Wellness) 간편식 출시가 증가하고, 대체면 소비가 증가하고 있어 이에 맞는 맞춤 메뉴 개발 전략을 고민해볼 때”라고 덧붙였다.

두 번째 발표는 전영수 한양대 국제학대학원 교수가 〈인구변화와 미래기회〉를 주제로 업계가 미래 전략을 수립하기 위한 준비에 나설 것을 조언했다.

전 교수는 “한국 사회는 낮은 출산율로 인구변화가 급격히 진행되고 있으며, 소비 감소, 노동력 부족, 초고령화, 도시 집중 등 다양한 문제점이 현실로 드러나고 있다”라고 하면서 “그러나, 현신기술에 기반한 한국형 인구변화만의 특징을 잘 살려 앞서 유사한 길을 걸었던 일본과 다른 활용 기회가 있을 것”이라고 말했다

그는 “새로운 질서에 맞도록 구조를 개혁하고 고정관념을 탈피해 인구변화의 뉴노멀을 정립하면 새로운 성장 기회가 있을 것”이라고 덧붙였다.

한편 서울 여의도 FKI타워 다이아몬드 홀에서 개최된 이번 포럼은 KFCEO 원우 및 동문들과 협회 회원사 및 업계 관계자 등 80여명이 참여해 성황을 이뤘다. KFN

제25회 한국프랜차이즈산업발전 유공 성황리 접수 마감

전년比 40% 급증한 91개사 신청…소비자 평가 투표 4천명 참여 등 관심 증대

WRITE | **김상훈 기자**

2024 제25회 한국프랜차이즈산업발전 유공 공모 포스터

지난해 영예의 대통령 표창을 수상한 다비치안경 기념촬영

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 ‘2024 제25회 한국프랜차이즈산업발전 유공’(舊 한국프랜차이즈 대상) 참가사를 8월 21일(수)까지 접수한 결과, 예년보다 약 40% 가까이 늘어난 총 91개사가 신청했다고 밝혔다.

올해 처음으로 진행된 소비자 투표에 약 4천여 명이 참여해 뜨거운 관심을 모았다

산업통상자원부(장관 인덕근)와 협회가 주최하는 ‘2024 제25회 한국프랜차이즈산업발전 유공’은 한 해 동안 뛰어난 역량과 모범적인 경영으로 산업의 발전에 기여한 브랜드를 선정, 유일하게 대통령·국무총리 표창을 수여하는 최고 권위의 프랜차이즈 시상제다. 굽네치킨, 이디야커피, 크린토피아, 정관장, 맘스터치, 이마트24, 다비치안경 등 국내 최고의 브랜드들이 대통령 표창을 수상하는 등 지난 2000년 출범 이래 수 많은 우수·유망 브랜드를 발굴해 오고 있다.

이번 시상에는 각 부문별로 ▲대통령 표창 ▲국무총리 표창 ▲산업통상자원부장관 표창 ▲농림축산식품부장관 표창 ▲식품의약품안전처장 표창 ▲중소벤처기업진흥공단 이사장상 ▲한국프랜차이즈산업협회장 표창 등 정부 부처·기관장 표창과 협회장 표창이 총 35점 내외로 시상된다.

또, 올해는 코로나19 판데믹 이후 산업 규모와 트렌드가 빠르게 급변하고 있는 것을 고려, ▲〈루키상〉(신인상)이 신설돼 다양한 신규 브랜드들의 참여가 늘었다.

협회는 소비자들의 평가를 더욱 정확히 반영하기 위해 협회 창업 플랫폼 ‘K-프랜차이즈’에서 소비자 평가 투표를 진행하기도 했다. 처음 진행된 투표에는 무려 총 4천여명이 참여해 최고의 브랜드에 한 표를 던지며 뜨거운 관심을 모았다.

수상자는 협회와 독립적으로 운영되는 심사위원회와 추후 각 정부 부처의 심의를 거쳐 결정된다. 영예의 시상식은 오는 12월 19일(목) 서울 삼성동 코엑스 아셈볼룸에서 개최될 예정이다. KFN

'24년 KFA 협회장배 자선골프대회 개최

11월 1일 오전 11시 강원도 원주시 소재 센추리CC에서 티오프

WRITE | **조기석 기자**

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)와 우정회가 협회 회원사들 간의 친목을 다지고 심신을 단련하기 위한 2024년 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회를 올해에도 개최한다.

개최 시기는 11월 1일 오전 11시부터다. 장소는 강원도 원주시에 위치한 센추리21CC다. 총 240명(60팀)이 모집됐다. KFCEO의 협회 비회원사 동문 40명(10팀)도 초청됐다.

기부금은 1구좌당 10만원이다. 자율적 기부로 구좌 구매제한은 없다. 기부금 영수증도 발급된다. 따뜻한 동행, 한국피해자지원협회, 푸르메재단 등의 자선단체에 기부된다.

협회 관계자는 "이번 대회가 화합과 교류의 장으로써 회원사간의 친목을 도모하고 프랜차이즈 산업의 자발적인 자선 모금 활동으로 사회적 약자에 후원하는 프랜차이즈 산업인의 모습을 다지는 행사"라며 "성공적인 개최가 될 수 있도록 회원사 어려분의 많은 관심과 협찬을 부탁드린다"라고 밝혔다. KFN

한국프랜차이즈協, 먹깨비와 배달비 경감 협력

협력체계 구축 업무협약 9월 13일 체결…최저 수수료 혜택 제공

WRITE | **김은영 기자**

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 국내 최저 수수료를 제공하는 공공배달앱 '먹깨비'와 협력관계를 구축, 외식업계의 배달 수수료 부담을 낮추고 상생발전을 도모한다.

협회는 9월 13일 서울 강서구 협회 사무실에서 먹깨비와 '공공배달앱 먹깨비 활성화를 위한 업무협약'을 체결했다.

정현식 협회장은 "독과점 배달앱 3사가 무료배달 경쟁의 비용을 외식업주들에게 전가시켜 업계가 극심한 경영위기와 소비자 가격 인상을 겪고 있다"라며 "많은 지자체에서 서비스를 운영 중인 착한 공공배달앱 '먹깨비'가 업계에 더욱 발을 넓혀 외식업주와 소비자 모두가 혜택을 볼 수 있도록 협력해 나가겠다"라고 말했다.

김주형 먹깨비 대표는 "이번 한국프랜차이즈산업협회와 협약을 통해 공공배달앱 먹깨비와 협회간의 현실적이고 긴밀한 협력이 이루어질 것으로 기대한다"라고 밝히며, "협회 내 회원사와 제휴사 대상의 가맹점 및 소비자 홍보를 통해 먹깨비가 대형 배달앱 대안 플랫폼으로 자리매김 할 수 있을 것"이라고 강조했다.

협회는 1400여개 협회 회원사들 및 파트너사, 정부 및 지자체 등을 대상으로 먹깨비의 신규 브랜드 입점, 소비자 홍보, 상생정책 발전 등을 위해 노력한다.

먹깨비는 협회와 협의하여 회원사 및 소속 가맹점에 국내 최저 수준의 수수료를 제공하고, 법률 및 먹깨비 내부 규정을 준수한 데이터 제공, 전국 지자체 협력 등으로 업계와 소비자 상생을 위해 적극 노력해 나간다.

한편 먹깨비는 국내 최다인 11개 지자체에서 공공배달앱을 운영하고 있고, 회원 수도 100만여명에 달한다.
광고료 및 입점비용 없는 국내 최저 수수료 (1.5%부터) 정책으로 기존 배달앱 3사의 대안으로 각광받고 있다. 먹깨비는 앞으로도 대형 플랫폼의 횡포에 맞서 최저 수준의 수수료 정책을 유지하는 '상생경영'을 지속하겠다는 방침이다. KFN

자영업자 4명중 3명, 한달에 100만원도 못 벌어

종합소득세 신고분, 개인사업자 75.1% '연 1200만원 미만'

WRITE | **김은영 기자**

〈개인사업자 소득구간별 종합소득세 신고 현황〉

(단위: 건)

귀속 연도	전체	0원	~1,200만원	~6,000만원	~1.2억원	1.2억 이상
2022	11,464,368 (100%)	944,250 (8.2%)	**7,664,768 (66.9%)**	2,406,319 (21%)	274,917 (2.4%)	174,114 (1.5%)
2021	10,594,555 (100%)	831,301 (7.8%)	**7,115,727 (67.2%)**	2,233,783 (21.1%)	254,680 (2.4%)	159,064 (1.5%)
2020	9,063,231 (100%)	780,363 (8.6%)	**5,832,552 (64.4%)**	2,076,179 (22.9%)	234,909 (2.6%)	139,228 (1.5%)
2019	8,534,609 (100%)	649,016 (7.6%)	**5,459,735 (64%)**	2,054,574 (24.1%)	232,435 (2.7%)	138,849 (1.6%)

자영업자 4명 중 3명은 한 달 소득이 100만원에도 미치지 못하는 것으로 나타났다.

국회 기획재정위원회 소속 박성훈 의원(국민의힘)에 따르면 국세청으로부터 제출받은 자료에서 지난 2022년 개인사업자 종합소득세 신고분 1146만4368건 가운데 860만9018건(75.1%)이 월소득 100만원(연 1200만원) 미만으로 집계됐다.

이 중 소득이 전혀 없다는 '소득 0원' 신고분도 94만4250건(8.2%)으로, 100만건에 육박했다.

과세 신고분과 실제 소득의 괴리가 있는 현실을 고려하더라도, 우리나라 자영업자의 상당수가 사실상의 빈곤층임을 보여주는 통계라는 지적이다.

연소득 1200만원 미만의 신고분은 2019년 610만8751건, 2020년 661만2915건, 2021년 794만7028건 등으로 매년 증가 추세다. 소득 0원' 신고도 2019년 64만9016건, 2020년 78만363건, 2021년 83만1301건 등으로 늘어났다.

이같은 저소득 자영업자의 증가세는 우리나라 자영업자 상당수가 임금근로자에서 밀려나 창업을 택하는 생계형

인 데다, 대형 플랫폼 기업까지 과다 수수료·배달료 등으로 압박하는 구조적 어려움이 반영된 것으로 풀이됐다.

내수 부진이 이어지는 상황에서 2차 베이비부머(1965~1974년생) 세대들의 은퇴가 본격화하면 자영업의 위기는 한층 가속화 될 것이란 관측이다.

박성훈 의원은 "자영업자의 75% 정도가 한 달에 100만원도 벌지 못한다는 현실은 소상공인·자영업자 경기가 얼마나 어려운지를 보여준다"라며 "충분한 준비 없이 뛰어들었다가 폐업으로 이어지는 낮은 진입장벽에 대한 체질 개선을 비롯해 전반적인 대책이 필요하다"고 전했다. KFN

자영업 10곳 열면 8곳 문 닫아

창업 대비 폐업 비율 79.4%…지난해 폐업 전년 대비 11만개 증가

WRITE | **김은영 기자**

대표적인 자영업인 소매업과 음식업의 폐업률은 20%를 넘는 것으로 나타났다. 신규 창업 대비 폐업 비율은 79.4%로 가게 10곳이 문을 여는 동안 8곳이 문을 닫았다. 지역적으로는 전국의 모든 지역에서 폐업률이 상승했으며, 인천 지역의 폐업률이 12.1%로 전국에서 가장 높았다.

국회 기획재정위 소속 더불어민주당 안도걸 의원(광주 동남을)이 12일, 국세청에서 받은 '최근 10년간 개인사업자 현황'을 보면, 지난해 폐업을 신고한 개인사업자는 91만개로 전년(80만개)보다 11만개 증가했다. 새로 창업한 개인사업자는 115만개로 전년(121만개)보다 6만개 감소했다. 이에 따라 전년도 개인사업자(843만개) 대비 폐업자 비율인 폐업률은 10.8%로 전년보다 0.9%포인트 증가했다. 폐업률은 2016년(14.2%) 이후 계속 감소해 2022년 10%까지 내렸다가, 지난해 상승으로 전환해 악화된 것으로 나타났다.

신규 창업 대비 폐업 비율은 79.4%까지 올랐다. 가게 10곳이 문을 여는 동안 8곳이 문을 닫았다는 말이다. 이는 2013년(86.9%) 이후 가장 높은 수치다. 이 수치는 2022년(66.2%)보다 13.2%포인트 급증한 것으로 이번 정부 들어 최악으로 상승했다. 동 수치는 최근 10년 내 가장 높기도 하지만, 증가폭도 역대 최대 수준이다.

업태별로 보면, 대표적인 자영업인 소매업과 음식업의 폐업률이 국세청이 분류한 14개 업태 중에서 가장 높은 것으로 나타났다. 소매업은 전년도(2022년) 129만개 개인사업자 중 27만개가 문을 닫아 20.8%의 폐업률을 기록했다. 이는 최근 10년 사이 가장 높은 수치다. 음식업은 79만개 중 15만개가 문을 닫아 폐업률은 19.4%에 달했다.

음식업 폐업률은 코로나 팬데믹 기간 5% 포인트 하락했는데, 지난해 2.4% 포인트 상승해 2019년 이후 가장 높은 수치를 기록했다. 고물가와 내수침체로 음식업은 코로나보다 더 큰 위기를 겪고 있는 상황이다.

음식업은 지난해 15만9000개가 문을 열고 15만3000개가 문을 닫았다. 창업 대비 폐업 비율은 96.2%에 달했다. 제조업(103.7%), 도매업(101.4%), 부동산임대업(96.4%) 등의 순으로 이 비율이 높은 것으로 나타났다.

과세유형별로 보면, 영세한 간이사업자의 폐업률이 15.2%로 가장 높은 것으로 나타났다. 일반사업자(9.9%)보다 5.3%포인트 높은 수치다. 공급가액 8000만원 미만의 영세한 개인사업자들이 내수침체의 직격탄을 맞은 것이다. 안도걸 의원은 "소매업과 음식업, 간이사업자 등 대표적인 영세자영업자의 폐업률이 크게 상승하면서 지금 밑바닥 경기는 최악의 상황"이라며 "고물가와 저성장, 내수침체의 3중고에 자영업자들은 코로나 팬데믹보다 더 어렵다"고 설명했다. 이어 "정부는 자영업의 어려운 현실을 직시하고 내수를 살릴 수 있도록 재정의 경기대응 역할을 다해야 한다"고 강조했다.KFN

식품의약품안전처

나트륨·당류 저감 표시대상 확대

샌드위치 · 햄버거 · 아이스크림 등 추가

식품의약품안전처

식품의약품안전처(처장 오유경)는 건면, 도시락, 햄버거, 빵류, 아이스크림 등 나트륨·당류 저감 제품 표시대상 확대를 주요 내용으로 하는 '나트륨·당류 저감 표시기준' 일부 개정안을 9월 20일 행정예고했다고 밝혔다.

표시기준은 유통 중인 제품의 세부 분류별 평균값 대비 10% 이상, 또는 동일 제조사의 유사 제품 대비 25% 이상 나트륨·당류 함량을 낮춘 제품에 '덜, 감소' 등을 표시할 수 있도록 하고 있다.

개정안에 따르면 이같은 표시 제품에 건면, 도시락, 햄버거, 샌드위치, 아이스크림 등을 추가해 '덜 짠', '당류 줄인' 등의 표시를 할 수 있도록 했다.

종류별로 보면 나트륨은 6종이다. 건면(조미식품 포함 제품에 한함), 즉석섭취식품 중 도시락(정찬형)·햄버거·샌드위치, 즉석조리식품 중 도시락(정찬형), 빵류 중 피자다. 당류는 모두 10종이 추가됐다. 빵류 중 카스텔라·케이크·머핀·파이, 아이스크림, 아이스밀크, 샤베트, 빙과, 커피 중 액상커피(유가공품 함유 제품에 한함), 유산균음료다.

식약처 관계자는 "최근 1인 가구를 중심으로 간편식을 통한 나트

륨 섭취가 증가하고 여자 어린이의 경우 세계보건기구(WHO) 권고기준을 초과해 당류를 섭취하고 있어 이를 고려해 나트륨·당류 저감 표시대상을 추가했다"고 밝혔다. 6~11세 여자 어린이의 당류 급원식품 1위는 빵류다. 2위는 아이스크림류다.

식약처는 이번 개정 추진이 식품 산업 발전과 소비자 선택권 확대에 도움이 되길 기대하며, 앞으로도 변화하는 식품 유통·소비·환경에 맞춰 규정을 합리적으로 개정해 나갈 계획이라고 밝혔다.

개정안에 대한 자세한 내용은 '식약처 누리집(www.mfds.go.kr) 〉 법령·자료 〉 입법/행정예고'에서 확인할 수 있다.

WRITE | **정병필 편집위원**

한국경제인협회

한경협, 국회에 '가맹사업법 개정안 반대' 의견 전달

"무기한 계약갱신요구권 행사시 서비스 질 하락"

FKI 한국경제인협회

한국경제인협회(한경협)는 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률'(가맹사업법)과 '대리점거래의 공정화에 관한 법률'(대리점법) 개정안에 대한 경제계 우려를 국회에 전달했다고 9월 24일 밝혔다.

우선 한경협은 가맹사업법 개정안에 포함된 가맹사업자의 계약갱신요구권 행사 기간 폐지, 가맹본부의 거래 조건 협의 의무화 조항을 신중하게 검토해달라고 요청했다. 개정안은 가맹사업자가 현행 10년 내로 행사할 수 있는 계약갱신요구권을 무기한 행사할 수 있도록 하는 내용을 담고 있다.

한경협은 개정안 통과 시 지속적인 거래 관계를 전제로 상당한 규모의 자금이 투자되는 영역 중 무기한 계약갱신요구권이 인정되는 것은 가맹거래가 유일해진다고 설명했다.

또 상가건물 임대차보호법 상 계약갱신요구권 행사 기간은 10년으로 제한돼 있고, 하도급법, 대리점법, 대규모유통업법 등에서는 별도 계약갱신요구권을 보장하고 있지 않아 법적 형평성에 어긋난다고 주장했다.

개정안 통과 시 사실상 종신 계약이 가능해져 가맹본부는 불량 가맹점 퇴출을 통한 경쟁력 유지, 효율적인 가맹점 관리·운영이 어려워지고 그 결과 소비자에 대한 서비스 질이 하락할 수 있다고도 우려했다.

한경협은 가맹본부의 거래 조건 협의 의무화도 반대했다. 개정안은 사업자단체가 계약 변경 등 거래 조건 협의를 요청할 경우 가맹본부가 이에 의무적으로 응해야 한다고 내용을 담았다.

이와 관련해 한경협은 가맹본부에 대한 과도한 의무 부과라는 입장이다. 대다수 가맹본부가 인력 등 규모 면에서 사업자단체보다 열등해 개정안이 통과될 경우 협의권을 통해 가맹본부 경영에 부당하게 간섭하는 등 악용될 우려가 있다고 덧붙였다.

아울러 한경협은 대리점법 개정안에 신설된 대리점 사업자단체 구성권 조항에 대해 우려를 표했다. 단체 구성권이 명문화된 가맹사업자의 경우 재화·서비스에 대해 동일한 가격 정책을 유지하지만, 대리점 사업자는 독립적으로 판매가격을 책정하고 영업 활동을 하고 있어 단체를 구성할 경우 가격 담합 우려가 있다는 게 한경협의 설명이다. 유통망을 지배하고 있는 사업자단체가 사실상 노조로 기능, 경영권이 침해될 수 있다고 덧붙였다.

이상호 한경협 경제산업본부장은 "계약상 가맹본부·대리점본부가 절대적 우위를 가진 것이 아니라 '계약의 한쪽'임을 고려해 양당사자의 권리가 형평성 있게 보장되는 방향으로 개선이 필요하다"고 말했다.

WRITE | **김은영 기자**

고용노동부

10월 7일부터 E-9 외국인근로자 고용허가 신청…3만3802명

고용노동부

고용노동부가 고용허가제 외국인근로자(E-9) 3만명에 대해 신규 고용허가 신청을 받는다.

고용부는 10월 7일부터 18일까지 전국 지방고용노동관서를 통해 올해 4회차 신규 신청을 받는다고 밝혔다. 이번 고용허가 규모는 전체 3만3802명이다. 제조업 2만134명, 조선업 1300명, 농축산업 3648명, 어업 2249명, 건설업 1414명, 서비스업 5058명 등이다.

특히 고용부는 이번 신규 고용허가 신청 일정에 맞춰 내달부터 '임업 근무처 추가제도'를 시행할 계획이다. 임업 분야에 근로 중인 외국인근로자가 동일한 사업주의 임업 분야 내 다른 사업의 직무를 추가로 수행하거나 원사업장과 근로계약을 유지하며 일정기간 다른 사업주와 근로계약을 체결해 근무하는 제도다.

고용부는 임업의 계절적 특성을 반영해 기존 농업 분야에서 활용되는 근무처 추가제도를 임업 특성에 맞게 개선해 실시할 예정이다. 고용부는 "이에 따라 사업주는 사업이 없는 기간 고용 부담을 줄일 수 있고 외국인근로자는 고용안정을 기할 수 있을 것"이라고 밝혔다. 상세한 내용은 추후 고용24 홈페이지를 통해 공지될 예정이다.

외국인근로자 고용을 희망하는 사업주는 7일간

내국인 구인 과정을 거친 후 관할 지방고용노동관서를 방문하거나 고용24 홈페이지를 통해 신청하면 된다.

신청 경과는 오는 11월 4일 발표된다. 고용허가서 발급은 제조업, 조선업, 광업의 경우 11월 5일부터 8일, 농축산업, 어업, 임업, 건설업, 서비스업은 11일부터 15일에 진행된다.

WRITE | **조기석 기자**

환경노동위원회

환노위, '임금상습체불 징벌적 손배' 근로기준법 개정안 의결

배우자 출산휴가 확대하는 남녀고용평등법 개정안도 통과

환경노동위원회

국회 환경노동위원회는 9월 12일 전체회의를 열어 임금 상습 체불에 징벌적 손해배상제를 도입하는 내용의 근로기준법 개정안을 여야 합의로 의결했다.

개정안은 임금을 상습적으로 체불한 사업주에 대해 체불 임금의 3배 이하의 금액을 배상할 수 있도록 했다.

또 임금 체불 명단 공개 대상인 사업주가 공개 기간 3년간 임금체불을 하는 경우 반의사불벌죄 적용 대상에서 제외, 피해자가 처벌을 원하지 않더라도 처벌을 할 수 있도록 하는 내용을 담고 있다. 임금 체불로 2회 이상 유죄, 체불 총액 3000만원 이상이면 공개 대상이 된다.

환노위는 이같은 근로기준법 일부 개정법률안으로 인해 ▲상습체불사업주에 대한 신용제재 ▲체불사업주에 대한 징벌적 손해배상제도 도입 ▲명단공개사업주에 대한 출국금지 요청 ▲명단공개 사업주가 공개기간 동안 다시 임금체불을 하는 경우 반의사불벌죄 적용 제외 등의 조치를 통해 임금체불을 예방하고 체불근로자를 보호할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

환노위는 또 배우자 출산 휴가를 현행 10일에서 20일로 확대하고, 육아기 근로 시간 단축 대상 자녀의 연령을 현행 8세에서 12세로 확대하는 '남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률'(남녀고용평등법) 개정안도 전체회의에서 통과시켰다.

아울러 산업안전보건법 일부 개정법률안도 의결했다. 이를 통해 폭염·한파에 장시간 작업함에 따라 발생하는 건강장해를 예방하기 위해 사업주로 하여금 보건조치를 하도록 해 폭염 등으로 인한 위험에서 근로자를 보호할 수 있을 것으로 예측하고 있다.

이밖에도 기후 위기 대응을 위한 국가전략을 수립하거나 변경할 때 환경부 장관의 업무지원과 자료 제출을 요청할 수 있도록 하는 '기후위기 대응을 위한 탄소중립·녹색성장 기본법'(탄소중립법) 개정안 등도 전체회의에서 의결됐다.

WRITE | **김은영 기자**

People & Company 인터뷰

진심을 담은 진성성, 피자 이슈를 만들다

선명희피자 천정효 대표

메뉴모음

국내 외식시장에서 피자업종이 차지하는 비율은 10% 수준이다. 치킨시장의 25% 정도를 차지한다. 규모도 날로 커지고 있다. 연 2조원 이상으로 추산된다. 남녀노소 누구나 좋아한다는게 매력이다. 이같은 피자시장에 자가제빵이라는 타이틀로 시장에서 탄탄한 맛과 경쟁력을 자랑하는 브랜드가 등장했다. 2006년 정통손피자로 출발한 선명희피자다. 아내의 이름을 당당히 브랜드 네이밍으로 정할 정도로 찐 진심 브랜드로 입소문을 타고 있다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 **WRITE** | 이호 국장

피자가 우리나라에 처음 소개된 것은 해방 후 미군들에 의해서다. 알콜 분해에 효과가 높은 피자를 미군들이 술안주로 즐겨먹던 것에서 전해졌다. 그러던 것이 80년대와 90년대 미국 브랜드들이 국내에 잇따라 들어오고 국내 토종 브랜드도 태동하면서 피자는 국내 대표적인 외식 아이템으로 자리잡았다.

도전이 만든 정통손피자

선명희피자는 2006년 서울 면목동에서 '정통손피자'로 출발했다. 이후 2018년부터 '자가제빵 선명희피자'로 브랜드명을 변경, 지금까지 성장해 왔다. '자가제빵'이라는 타이틀로 직접 반죽한 웰빙도우. 조금 번거로워도 고객들의 만족과 건강을 위해 국내산 진도 흑미로 매일 신선하게 반죽하고 숙성해 가장 맛있는 피자빵을 만들고 있다.

2006년에 선명희피자가 론칭된 배경은 도전과 경험이라고 천정효 대표는 말한다. 천 대표는 자영업을 결심하기 전 다양한 아르바이트와 일을 하면서 사업에 대한 열망을 키웠다. 봉제공장, 건설현장, 외판원 등 아르바이트와 다양한 직무를 경험했다. 재무회계, 인사 등을 총괄하며 조직의 중심에서 일하기도 했다. 하지만 나만의 사업이 아니었기에 한계를 많이 느꼈다고. "조직 생활에서 겪었던 어려움과 좌절감이 컸어요. 그래서 나만의 사업을 시작해야겠다고 결심했죠"

바싹불고기피자_판매량 1등 시그니처메뉴

메뉴모음

안산원곡점

평택고덕점

지속 가능한 아이템을 찾기 위해 고민한 끝에 선택은 피자였다. "피자는 한 세대가 지나도 인기가 지속될 수 있는 스테디셀러 아이템이죠. 오랫동안 장기적인 성공을 이끌어내고 싶었어요" 문제는 피자에 대한 기술이었다. 친구의 가게에서 무보수로 피자 만드는 법을 배웠다. 다행스럽게도 맛에 대한 감각은 뛰어났다. 정통손피자가 출발하게 된 계기다.

2006년 서울 면목동의 좁은 골목에서 '정통손피자'라는 간판으로 시작한 천 대표는 쉬는 날 없이 고객에게 최상의 피자를 제공하기 위해 노력했다. 어느덧 맛에 대한 입소문이 나면서 찾는 이가 많아지자 셋째 아이를 출산한지 한달 밖에 되지 않은 선명희 부대표도 가게에 뛰어들게 됐다.

피자가 신선하다? 자가제빵의 힘

선명희피자의 프랜차이즈 사업 확장은 이러한 노력과 성공적인 가게 운영으로 자연스럽게 찾아왔다. 처음에는 전수창업 형태로 창업을 도와줬다. 하지만 점포를 내달라는 문의가 증가하자 시스템을 본격적으로 구축할 필요성이 있었다. 이를 통해 보다 체계적으로 가맹점주들에게 피자 만드는 기술과 운영 노하우를 전달하고, 선명희피자를 성장시키는 발판이 마련됐다.

선명희피자의 가장 큰 경쟁력은 자가제빵 방식이다. 피자 브랜드 중 유일하게 상표에 자가제빵을 사용한다. "대부분의 피자 브랜드가 냉동 도우를 사용하는 반면, 선명희피자는 매장에서 직접 반죽한 도우를 사용해 항상 신선한 피자를 제공하죠. 도우로 절반을 채우고 그 위에 푸짐하고 신선한 토핑을 듬뿍 올려 최고의 피자를 완성합니다. 또한 진도산 흑미를 사용해 건강한 도우를 만들고, 소화가 잘되면서도 맛이 좋은 빵을 만들어 내고 있어요"

고객들이 선명희피자를 찾는 이유 중 하나는 이런 건강한 재료와 정성 가득한 조리 방식 때문이다. 또 하나의 차별성은 오픈 주방을 통해 고객들에게 위생 상태를 직접 확인할 수 있게 하는 점이다. 청결함과 신뢰성을 중시하는 고객들에게 큰 호응을 얻고 있다.

인천논현점

신뢰·협력, 성장의 원동력이 되다

선명희피자는 배달과 포장에 집중한 소규모 매장 위주로 운영되고 있다. 현재 전국에 90여개의 가맹점을 운영중이다. 가맹본사의 연매출액은 약 77억원이다. 이같은 성장의 배경에는 가맹점주의 성공을 돕는게 본사의 역할이라는 천 대표의 경영이념이 있다.

"직접 매장을 운영하며 얻은 실전 경험과 노하우를 바탕으로, 가맹점주가 매장을 쉽게 운영할 수 있도록 메뉴 개발, 물류 시스템, 마케팅 지원 등을 체계적으로 제공하고 있어요. 각 가맹점의 매출을 극대화하기 위해 로컬 마케팅 전략의 중요성도 강조하죠. 이를 위해 본사 차원에서 가맹점주에게 교육 프로그램을 제공하며, 현장 맞춤형 지원을 아끼지 않고 있어요" 이러한 지원과 체계적인 관리 덕분에 선명희피자는 가맹하고 싶은 프랜차이즈 상위 3%에 3년 연속 선정됐다.

가맹점의 성공을 돕기 위해 중요한 것은 가맹점과의 신뢰와 협력이다. 그래야 상생경영 실천이 가능하다. 이를 위해 과도한 광고로 가맹점에 부담을 주기보다는 최소한의 비용으로 최대한의 효과를 내기 위해 노력중이다. 라디오 프로그램 협찬, 브랜드 서포터즈 운영, 써니데이 쿠폰 제공 등의 마케팅 활동도 본사에서 100% 지원한다.

또한 어려움에 처한 가맹점에는 본사 차원의 지원을 아끼지 않고 있다. 실례로 화재로 인해 매장을 잃은 가맹점주에게 재정적, 물질적 지원을 통해 매장을 재오픈할 수 있도록 도운 미담은 업계에서 회자될 정도다. 이러한 실천이 가맹점주에게 신뢰를 주고, 서로 협력해 브랜드를 더욱 성장시킬 수 있는 중요한 원동력이 되고 있다.

나눔과 배려로 건강한 브랜드 만들겠다

"자가제빵 선명희피자라는 하나의 브랜드에 집중해 고객들에게 차별화된 가치를 제공하기 위해 노력할 거에요. 이를 위해 신메뉴 개발과 브랜드 마케팅과 같은 활동에도 더 주력할 예정입니다" 자가제빵 선명희피자의 정체성을 강화하고, 고객들에게 더욱 가까이 다가가고자 한다는 천정효 대표. 맛뿐만 아니라 브랜드의 신뢰성과 만족도, 그가 프랜차이즈를 생각하는 마음이다.

"선명희피자는 가맹점주와 함께 성장할 수 있는 브랜드를 지향하며, 가맹점주의 성공을 돕는 것이 본사의 성공으로 이어진다고 믿고 있어요. 저희 경영 철학은 '나눔과 배려입니다. 이를 바탕으로 가맹점과 함께 성장하고, 고객들에게는 건강하고 맛있는 피자를 제공하는 브랜드로 자리잡고자 합니다"

"피자"하면 자연스럽게 "자가제빵 선명희피자"가 떠오를 수 있도록 앞으로도 더 노력하겠다는 천정효 대표의 건강한 경영철학이 고객들에게 신선함을 선사하고 있다.KFN

“파트너사의 노하우로 본사 성장의 가교 되겠다”

상생협력파트너위원회 최인용 위원장

한국프랜차이즈산업협회에는 여러 위원회가 존재한다. 프랜차이즈 사업을 실질적으로 영위하는 가맹본부 외에도 가맹점을 위해 제품과 서비스를 제공하는 위원회가 있다. 바로 상생협력파트너위원회다. 본사 발전을 위해 올해부터 매월 네트워킹을 위한 파트너스데이를 개최하는 등 활발한 활동을 하고 있다. 이에 최인용 위원장으로부터 위원회의 자세한 이야기를 들어봤다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 **WRITE** | 이호 국장

“파트너사, 성장 4개의 축 중 하나”

“프랜차이즈는 4개의 축이 있는 의자와 같다. 하나는 고객이 만족을 해야 한다. 두 번째는 본사가 이익을 만들고 발전시켜야 한다. 세 번째는 가맹점주 이익이다. 그래야 브랜드 파워가 생긴다. 마지막 네 번째는 좋은 파트너사들이 함께 본사의 이익을 도와야 한다” 최인용 위원장은 이 네 개의 다리가 균형을 이뤄야 프랜차이즈 산업이 발전한다고 말한다. 상생협력파트너위원회의 중요성이 큰 이유라는 설명이다.

상생협력파트너위원회는 올해부터 매달 파트너스데이를 개최하고 있다. 이같은 행사를 만든 배경이 궁금했다. “파트너사는 좋은 본사와 나눈 많은 노하우를 가지고 있어요. 각

각의 파트너사가 본사를 서포트하면서 쌓여있는 노하우는 저도 놀랄 때가 많습니다. 더 잘되는 본사를 만드는 데 경험이 많은 파트너사는 도움이 될 수 있는데, 이런 노하우가 오픈되지 않은게 현실이죠. 이런 연결고리를 만들고자 시작한게 매달 개최되는 파트너스데이입니다”

현재 한국프랜차이즈산업협회에는 200여개사의 파트너사들이 등록되어 있다. 각 섹터별로 식품, 제조, 업소용품, 가구, 설비, 소프트웨어. 경영지원, 컨설팅, 광고, 전시, 물류, 금융까지 다양하다. 이러한 파트너사들을 좀더 효율적으로 소개할 수 있는 방법이 필요했다. 매월 한 개의 회사를 찾아가 소개하는 것은 비효율적이었다.

현재 파트너스데이에는 10여개사의 파트너스사들이 참가한다. 1년에 10회 정도 개최하더라도 100여개 파트너사를 소개하는 효과를 거두고 있다. 이에 따라 파트너스데이에는 수많은 가맹본부 관계자도 참석하고 있다. 파트너사들의 노하우를 배우기 위해서다.

최인용 위원장은 더 나아가 파트너스데이를 통해 발표한 파트너사의 브로슈어와 홈페이지 등을 유튜브 채널 ‘프랜차이즈 만드는 사람들’로 소개하고 있다. 이는 한국프랜차이즈산업협회 홈페이지에도 같이 홍보돼 파트너사와 본사들에게 도움이 되고 있다.

본사 성장의 가교 “노하우 아낌없이 제공”

이같이 프랜차이즈 파트너사들의 권익을 위해 활동하고 있는 최인용 위원장의 본업은 세무사다. 20여년 전 세무 서비스를 프랜차이즈에 접목하기 위해 연세대학교 프랜차이즈 최고경영자 과정을 다닌게 지금까지 연을 이어오고 있다. “많은 프랜차이즈 대표님들을 만나면서 본사를 서포트하고, 또 대표님들에게 프랜차이즈 산업에 대해 많은 것을 배우게 됐어요. 그리고 프랜차이즈 산업의 발전과 성장 가능성이 높다는 것을 알게 되면서 프랜차이즈는 저와 떼려야 뗄 수 없는 관계가 됐죠”

프랜차이즈 본사는 훌륭한 파트너사들과 함께 할때 더욱 성장할 가능성이 높아진다는게 그의 지론이다. 노하우가 필요한 부분의 서비스나 제품은 계속 동반자로 가는 것이 본사의 손실을 줄일 수 있는 부분이라고 그는 강조한다.

아직까지 산업 내에서 주도적인 역할을 하는 것은 가맹본사다. 그렇지만 파트너사들도 프랜차이즈 산업 발전에 영향을 주는 회사들임에는 분명하다. 프랜차이즈 산업이 성장하면서 앞으로 파트너사들도 더 많아질 것으로 업계는 보고 있다.

이와 관련해 최 위원장은 “고객을 위해 더 나은 서비스 제공 본사를 위해 파트너사들이 필요하고 그 노하우를 가지고 있는 파트너사들이 본사를 더욱 튼튼히 하도록 파트너위원회를 통해 가교 역할을 하고 싶다”는 바람을 밝혔다.

한편 최 위원장은 세무 파트너 동반자 역할 강화를 위해 시스템을 만들어 가고 있다. 최근에는 세무서장 출신의 네트워크 인재를 영입해 리스크 관리와 더 좋은 수익구조를 만들어가는데 초점을 맞추고 있다. KFN

손질 먹태를 프랜차이즈에 첫 유통하다

정진푸드 심정훈 대표

국내 맥주 안주로 등장한 먹태. 갑자기 등장한 먹태는 땅콩, 치킨을 넘어 지금도 사랑받는 맥주 안주로 자리잡았다. 치킨전문점, 호프전문점을 넘어 먹태가 들어가지 않는 곳이 없을 정도다. 이러한 먹태로 연 150억원 매출을 달성하는 곳이 있다. 국내 100여개의 프랜차이즈 브랜드에 먹태와 건어물, 냉동식품을 유통하는 정진푸드다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 **WRITE** | 이호 국장

정진푸드는 손질된 먹태를 처음으로 프랜차이즈 시장에 유통한 기업이다. 9년 전 창립된 이후 꾸준히 성장중이다. 2023년 기준 연매출은 150억원이다. 현재 BBQ, BHC, 푸라닭, 자담치킨, 역전할머니맥주, 크라운호프 등 약 100여개의 프랜차이즈 브랜드에 먹태와 건어물, 냉동 식품을 유통하고 있다.

심정훈 대표는 "건수산물 수매 및 냉동 수산물 제조, 수산물 가공처리장 보유, 건어물 제조 및 수입, B2B용 식자재 OEM/ODM 개발과 공급까지 다양한 사업 영역을 아우르며 지속적으로 성장하고 있다"고 말했다.

심정훈 대표는 아버지의 멸치유통업 종사 영향으로 자연스럽게 건어물에 관심을 가지게 됐다. 이후 자신이 판교에서 '안주의신'이라는 호프집을 창업해 먹태와 갑오징어를 메인 메뉴로 판매했다.

"예상보다 많은 관심과 사랑을 받았아요. 장사가 잘되면서 프랜차이즈 사업에 대한 문의도 많았죠. 그때 '통먹태를 손질해 주점 프랜차이즈에 유통하는 것이 더 효율적이지 않을까?'라는 생각이 들었고, 손질 먹태를 본격적으로 유통하게 됐어요"

정진푸드는 빠르게 변화하는 트렌드에 맞춰 다양한 신제품도 개발중이다. 최근에는 돼지갈비 후라이드를 OEM으로 생산해 주점 브랜드들의 신메뉴 개발 고민을 덜어주는 역할도 했다. 장점은 수산물 가공 처리장, 건어물 소분장, 해외 건어물 제조공장과 MOU 체결을 통해 전 제품을 직접 개발하고 유통할 수 있는 시스템이다. 가격 경쟁력에서 우위를 점할 수 있는 이유다.

이를 통해 고객사들에게 최상의 품질을 제공할 수 있고, 온라인몰을 운영해 각 점포에 직접 택배로 제품을 발송하는 편리한 물류 서비스도 제공한다. 온라인 자사 몰 회원 수는 3000명에 달한다.

건강한 식생활과 새로운 먹거리 발굴

현재 정진푸드는 호프 브랜드뿐만 아니라 일반 소비자들에게도 더 가까이 다가가기 위해 마트와 편의점용 상품도 출시했다. 또한 해외 시장 진출에도 박차를 가하고 있다. 올해에는 미국 마트에 손질 먹태 수출을 시작했다. 앞으로도 해외 판로를 지속적으로 확장할 계획이다.

정진푸드의 경영 철학은 '건강한 식생활과 새로운 먹거리의 발굴'이다. 소비자들이 더 안전하고 건강한 식품을 접할 수 있도록 끊임없이 노력하고, 다양한 먹거리를 소개하는게 심 대표의 계획이다.

"정진푸드는 늘 고객의 입장에서 생각하며, 더 나은 품질과 서비스를 제공하기 위해 최선을 다할 것입니다. 감사합니다" KFN

영양성분 표시는 선택이 아닌 필수적인 경영전략이다!

WRITE | 김은영 기자

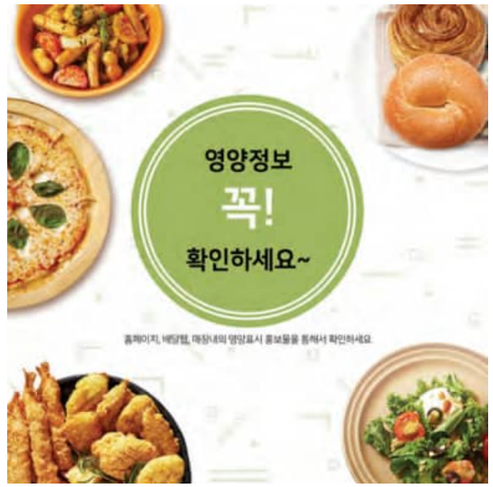
최근 소비자들의 건강에 관한 관심이 높아지면서 외식업체들의 경영전략도 변화의 바람이 불고 있다. 과거 소비자들이 외식 메뉴를 선택할 때 맛이나 가격을 중시했다면, 이제는 건강과 관련된 요소들이 중요한 기준으로 떠올라 외식 메뉴 선택 시 영양성분을 확인하는 것도 중요시되고 있다.

다중이용시설 내 음식점과 프랜차이즈 음식점의 자율영양표시 현황

영양성분 표시는 소비자가 건강한 식품을 스스로 선택할 수 있도록 돕기 위해 음식점 영업자가 판매하는 메뉴의 열량, 나트륨 등의 영양성분을 제공하는 제도이다. 제과·제빵, 아이스크림, 피자, 햄버거를 판매하는 50개 이상의 매장을 가진 프랜차이즈 외식업체는 어린이 식생활안전관리 특별법을 근거하여 의무적으로 영양성분표시를 해야 하며, 그 외의 조리식품이나 50개 미만 업체는 자율적으로 영양성분 표시를 할 수 있다.

프랜차이즈산업연구원은 식품의약품안전처 '음식점 자율영양표시 확대지원' 사업의 일환으로 영양성분 표시 의무가 아닌 다중이용시설과 프랜차이즈 음식점의 영양정보 자율제공 현황으로 조사한 결과, 다중이용시설 중 놀이공원은 '23년 34.7%에서 '24년 36.6%, 고속도로 휴게소는 '23년 60.9%에서 '24년 61.7%로 증가한 것으로 나타났다. 또한 올해는 철도 역사 내 음식점에 대해서도 현황조사를 진행하고 있다.

프랜차이즈 음식점은 2023년 기준 공정거래위원회에 등록된 매장 14만4450개 중 1만3590개(9.4%)만이 표시하는 것으로 나타났다. 업종별로 살펴보면 자율영양표시 시행률이 높은 커피 업종은 '23년 71.9%에서 '24년 61.1%로 감소하였고, 치킨 업종의 경우 '23년 26.7%에서 '24년 31.2%로 증가한 것으로 나타났다.



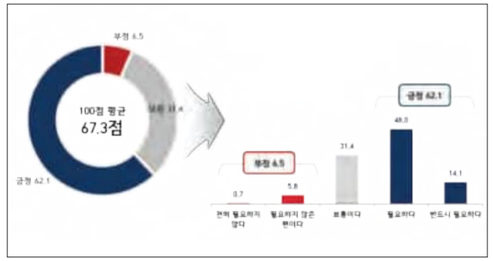
조리식품의 건강한 소비와 신뢰를 이끌 수 있는 영양성분 표시의 필요성

1인 가구와 맞벌이 부부 증가 등의 인구사회 변화로 외식이 지속해서 증가하고 있다. 특히, 바쁜 일상에서 시간과 편리함을 중시하는 소비자들이 늘어나면서 조리된 음식을 찾는 수요도 높아지고 있다. 또한, 스마트폰 보급과 모바일 기술 발전으로 언제 어디서든 손쉽게 음식을 주문할 수 있는 환경이 조성되면서 외식은 현대인의 일상적인 식생활의 중요한 부분으로 자리를 잡았다.

외식이나 배달음식 주문이 증가하면서 소비자들은 자신이 선택하는 외식 메뉴의 영양성분 정보를 궁금해 하며, 소비자들의 알권리를 중요하게 생각한다. 이러한 변화에 따라, 소비자들이 섭취하는 음식의 영양성분을 알 수 있도록 조리식품을 판매하는 음식점의 영양성분 표시의 필요성이 더욱 커지고 있다.

질병관리청에서 실시한 19년도부터 21년까지의 국민건강영양조사에 의하면 영양표시의 인지율과 활용률이 최근 3년간 증가세를 보인다고 보고했다. 그리고 프랜차이즈산업연구원이 식약처 용역사업을 통해 2022년 소비자 1,000명 대상 조사한 결과, '음식점 자율영양표시 제도가 필요하다'는 응답이 62.1%로 많은 사람들이 영양정보 제공을 원하고 있다.

〈음식점 자율영양표시 제도 필요도〉



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

'영양성분 표시가 필요한 이유'의 응답으로 '건강한 식생활에 도움이 되기 때문(66.1%)', '자율영양표시 제도가 메뉴선정에 도움이 된다(49.7%)'의 순으로 나타났다.

〈자율영양표시 제도의 메뉴선정 도움정도〉

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

영양성분 표시는 메뉴의 판매 경로에 따라 오프라인 및 온라인 등 다양한 방법을 통해 제공할 수 있다. 오프라인 매장 내에서는 취식 및 포장 주문자를 위해 메뉴판, 메뉴보드, 포스터, 영수증 등을 통해 표시할 수 있으며, 온라인의 경우 홈페이지와 배달 어플을 통해 영양정보를 제공할 수 있다. 요즘 배달 어플의 사용이 증가함에 따라 배달 어플을 통해 주문 시 소비자가 음식의 영양성분 등의 정보를 확인할 수 있도록 외식업계는 배달 어플 내 영양정보 제공을 확대할 필요성이 있다. 이렇게, 조리식품을 제공하는 음식점이 영양정보를 소비자에게 제공한다면 소비자들의 건강한 식생활을 촉진하고 브랜드에 대한 신뢰를 쌓을 수 있을 것이다. 건강을 중요시하는 소비자들이 늘어남에 따라, 영양성분 표시는 선택이 아닌 필수적인 경영전략으로 작용할 수 있을 것이다. 이를 통해 외식업체들은 소비자와의 긍정적인 관계를 유지하고 장기적으로 신뢰를 이끌어 더욱 성장할 수 있는 발판이 될 수 있을 것이다. KFN

기고

AI, 한국 프랜차이즈 산업의 게임 체인저

WRITE | **황성진**

박람회서 선보인 바른봇의 조리 모습

여러분이 아시는 프랜차이즈의 모든 것을 잊어라. 인공지능이 만드는 메뉴, 로봇이 서빙하는 음식, 데이터로 예측하는 매출. 한국 프랜차이즈 업계가 AI의 무서운 속도로 진화하고 있다. 1400억원의 대박에서 250만뷰의 마케팅 기적까지. AI는 이미 프랜차이즈의 게임 체인저가 되었다. 과연 여러분의 비즈니스는 이 혁명의 파도에서 살아남을 준비가 되어 있는가?

국내 프랜차이즈 산업 현황

한국 프랜차이즈 산업이 AI 기술을 활용해 눈부신 성과를 거두고 있다. 고객 서비스 개선부터 운영 효율 향상까지. AI는 프랜차이즈 기업들의 미래 성장을 이끄는 핵심 동력으로 자리잡고 있다. 2023년 말 기준, 한국 프랜차이즈 산업은 안정적인 성장세를 보이며 가맹본부 수 8759개(전년 대비 7.0% 증가), 브랜드 수 1만 2429개(4.9% 증가), 가맹점 수 35만2866개(5.2% 증가)를 기록했다. 업종별로는 외식업이 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

AI 도입의 필요성과 효과

이러한 성장세 속에서 AI 도입은 프랜차이즈 기업에 필수적인 선택이 되고 있다. 주요 이유로는 업무 효율성 향상과 비용 절감, 경쟁력 강화, 고객 경험 혁신, 그리고 데이터 기반 의사결정을 들 수 있다.

AI 기술 도입은 고객 경험 혁신, 비용 절감, 운영 효율성 향상, 데이터 활용 등 다양한 측면에서 실질적인 효과를 가져온다. 특히 경비 지출 관리에서 15~30%의 비용 절감, 콘텐츠 제작 비용 50% 감소, 고객 응대 시간 40-60% 감소, 첫 번째 응답 해결률 15-25% 증가 등의 구체적인 성과가 보고되고 있다.

국내 프랜차이즈 기업의 AI 도입 사례

국내 주요 프랜차이즈 기업들의 AI 도입 사례를 살펴보면, 스타벅스 코리아는 'Digital Flyfeel' 전략을 통해 주문, 결제, 리워드, 개인화에 이르는 디지털 선순환 시스템을 구축했다. 아울러 GPS 기반의 모바일 주문 시스템과 AI 기반 상품 추천 서비스를 제공하고 있다. 메가커피도 AI 스마트 경영 코칭을 통해 약 1400억원에 엑시트하는 성과를 거두었다. 현재는 AI를 활용한 브랜딩 작업에 집중하고 있다.

배스킨라빈스는 AI를 활용한 신제품 개발 시스템을 도입했다. 챗GPT를 통해 신제품 아이디어를 구상하고 생성형 AI로 제품 비주얼을 그려내는 'AI NPD 시스템'을 시범 운영 중이다. 세븐일레븐은 생성형 AI 기반 챗봇 서비스인 'AI-FC(AI Field Coach)'를 도입해 가맹점주들에게 POS 사용법, 주문, 상품 정보, 프로모션 등 필수 정보를 제공하고 대화형 인터페이스로 접근성을 향상시켜 가맹점 운영 효율성을 개선했다.

굽네치킨은 함샤우트 글로벌과 협력하여 생성형 AI 기술을 활용한 여름 캠페인 '여름엔 굽네 고마오(Go Ma, O!)'를 진행했는데, 생성형 AI를 활용해 징글송을 제작하고 캐릭터나 배경영상도 모두 AI 기술을 이용해 누적 조회수 250만을 돌파하는 성과를 거두었다.

AI 시대의 프랜차이즈, 새로운 기회와 도전

프랜차이즈 산업에서 AI의 도입은 이제 선택이 아닌 필수가 되어가고 있다. 엔비디아의 CEO 젠슨 황의 "AI가 당신의 일을 대체하지 않을 것입니다. AI를 사용하는 누군가가 당신의 일을 대체할 것입니다"라는 말을 되새겨볼 필요가 있다.

프랜차이즈 기업과 종사자들은 AI를 두려워하기보다는, 이를 효과적으로 활용하는 방법을 배워야 한다. AI는 단순 반복적인 업무를 자동화해 직원들이 더 창의적이고 전략적인 업무에 집중할 수 있게 해줄 것이다. 결국, AI 시대의 프랜차이즈 산업에서 성공하기 위해서는 기술 도입과 함께 인재 육성이 필수적이다. 젠슨 황의 말처럼, "우리는 AI 시대에 적응하고 번영할 수 있는 인력을 양성해야 합니다." 이는 프랜차이즈 기업들이 직원 교육과 재교육에 투자하고, AI와 협력하여 일할 수 있는 역량을 키워나가야 함을 의미한다.

AI는 프랜차이즈 산업에 도전과 기회를 동시에 가져다주고 있다. 이 변화의 물결을 잘 타고 나간다면, 한국의 프랜차이즈 기업들은 글로벌 시장에서도 더욱 경쟁력 있는 위치를 차지할 수 있을 것이다. AI 시대, 프랜차이즈의 새로운 챕터가 시작되고 있다.

〈참조자료〉 인사이트 리포트(삼성SDS), ZENDESK CX TRENDS 2023, 2023년 가맹사업현황 통계 KFN

황성진
(주)비즈큐마스터 이사회 의장,
(사)ESG경영개발원 책임교수,
리퍼블릭오브독(주) founder & CEO

● 굽네치킨 시카고 피자 800만판 판매 돌파

오븐요리 프랜차이즈 굽네를 운영하는 지앤푸드(대표 정태용)가 자랑하는 시카고 피자가 누적 800만판을 돌파했다. 굽네 시카고 피자는 2019년 5월에 출시된 후 오랜 기간 사랑받아 온 메뉴다. 프리미엄 치즈를 풍부하게 사용해 부드럽고 고소하며 딥디쉬 도우의 바삭한 식감으로 유명하다.

굽네는 시카고 피자 3종 외에도 '팬 피자', '싱글 피자' 등 다양한 선택지를 통해 고객의 입맛을 충족시키고 있다. 최근에는 3가지 포테이토의 조화로운 맛이 일품인 '트리플 포테이토 피자' 출시 3개월 만에 20만 판 판매량을 돌파한 바 있다.

지앤푸드 정태용 대표는 "굽네 시카고 피자가 800만판 판매를 돌파한 것은 많은 고객들이 꾸준히 사랑해 주신 덕분"이라고 전했다.

Brand Highlight

● 명륜진사갈비 태국 4호점 오픈…동남아 시장 진출 본격화

㈜명륜당이 운영하는 숯불돼지갈비 브랜드 명륜진사갈비가 지난 8월 태국 사뭇쁘라칸 지역에 태국 내 네 번째 매장을 성공적으로 오픈했다. 이번 4호점 개점으로 명륜진사갈비가 동남아 시장 진출에 박차를 가할 것으로 보인다.

명륜진사갈비가 4호점이 입점한 BIG C Place는 태국의 유명 대형마트로 현지인 뿐만 아니라 태국에 오는 관광객들의 필수 코스로도 유명하다. 명륜진사갈비는 이러한 수요에 부응하여 현지인과 관광객들에게 한식 대표 메뉴인 돼지갈비의 우수성을 전파한다는 계획이다.

명륜진사갈비 관계자는 "태국 고객들의 뜨거운 관심과 성원에 힘입어 4호점까지 개점하게 되어 매우 기쁘다"며 "앞으로도 태국 전역에 더 많은 매장을 열어 K-BBQ의 맛을 전 세계에 소개할 계획이다"고 밝혔다.

Brand Highlight

● ㈜꿈을실현하는사람들 임직원에게 출산 축하금 지급

우리 동네 고기맛집 프랜차이즈 브랜드 '막창삼겹 불막열삼'과 커피 프랜차이즈 브랜드 '아몽즈커피'를 운영하는 꿈을실현하는사람들㈜ 오몽석 대표가 2024년 이후 출산한 임직원 2명에게 축하와 감사의 마음을 담아 가족당 '출산축하금 100만원'을 전달했다.

오몽석 대표는 "저출산이 심화돼 가는 현대사회 큰 이슈로 인구감소와 고령화로 생각한다"면서 "대한민국이 저출산을 극복할 수 있도록 하나의 대책으로써 출산 축하금을 지급해 출산을 장려하는 문화를 만들어가고자 노력할 것"이라고 밝혔다. 꿈을실현하는사람들㈜은 프랜차이즈 브랜드 가맹점주님들과 함께 굿네이버스 좋은 이웃 가게 후원금과 회사 자체 지역사회 봉사활동 등 꾸준한 사회공헌활동을 실천하고 있는 기업이다.

● 쿠우쿠우 시흥배곧점에 이어 울산중구점 오픈

넓은 매장에 다채로운 메뉴…"최상의 서비스와 품질로 사랑받겠다"

초밥 뷔페 브랜드 쿠우쿠우가 지난 8월 30일 경기 서부권 중요 상권으로 떠오르고 있는 배곧 신도시에 신규 매장을 오픈했다. 이어 9월 초에는 홈플러스 울산점 2층에 울산중구점을 잇따라 오픈했다.

쿠우쿠우는 스시, 롤 초밥 뷔페로 매일 아침 엄선된 신선한 해산물을 사용해 고객들에게 항상 최상의 맛을 제공하는 것을 목표로 하고 있다. 초밥뿐만 아니라 다채로운 한식과 중식, 양식 그리고 디저트까지 다양한 메뉴를 선보이며, 모든 연령층이 만족할 수 있도록 메뉴를 구성했다.

쿠우쿠우 시흥배곧점은 인근에 롯데마트, 월드마트 등의 대형마트와 CGV가 위치해 있으며, 시흥프리미엄아울렛과 오이도에서 자차로 약 15분 거리에 위치해 있다. 이로 인해 쇼핑 또는 관광을 즐긴 후 가까운 거리에서 편안하게 쿠우쿠우의 다양한 메뉴를 즐길 수 있다.

건물 지하에는 총 5층 규모의 주차 공간이 마련돼 있어 많은 차량이 한꺼번에 주차할 수 있도록 여유로운 공간을 제공하고 있다 소비자들이 주차 문제없이 편안하게 매장을 이용할 수 있도록 했다.

뷔페 패밀리레스토랑 프랜차이즈 쿠우쿠우 관계자는 "시흥배곧점은 주변 지식 산업센터를 비롯해 신규 유입 역시 증가하고 있는 상권인 만큼 많은 고객들의 방문이 이어질 것으로 예상한다"며 "단순한 식사 공간을 넘어 가족과 친구들이 함께 즐길 수 있는 새로운 미식 명소로 자리 잡을 수 있도록 최선을 다 할 것"이라고 말했다.

울산중구점이 위치한 홈플러스 울산점은 전국 홈플러스 매출 상위권으로 최근 '홈플러스 메가푸드마켓'으로 새단장해 많은 고객의 방문이 이어지고 있는 곳이다. 가족 단위의 고객부터 직장인, 친구와 함께 여유롭게 식사를 즐기려는 고객들까지 다양한 고객층이 자연스럽게 매장을 찾을 것으로 기대된다.

쿠우쿠우 울산중구점은 약 440평 규모의 넓고 쾌적한 공간으로 고객들이 편안하게 식사를 즐길 수 있다. 초밥, 롤, 군함뿐만 아니라 다양한 해산물 요리, 샐러드, 디저트 등 다채로운 메뉴가 준비 되어있어 누구나 자신의 입맛에 맞는 음식을 골라 즐길 수 있다..

쿠우쿠우 관계자는 "울산중구점 오픈으로 울산 시민들은 보다 가까운 곳에서 신선하고 다양한 초밥과 뷔페 메뉴를 편리하게 즐길 수 있게 됐다"라며 "앞으로도 최상의 서비스와 품질을 유지하며, 고객들에게 꾸준히 사랑받는 브랜드로 성장하겠다"고 덧붙였다. KFN

프랜차이즈본사 100호점 성공의 6가지 전략 (1)

WRITE | **유재은**

1. 신문기사, 언론홍보에 속지마라

신문, TV 등의 광고와 홍보를 보다 보면, 1년만에 매장 200개를 오픈했다는 등의 이야기가 나온다. 하지만 실상은 프랜차이즈 사업의 본질을 왜곡한 허황된 이야기가 많다. 여기에 현혹되어 많은 본사가 이것을 프랜차이즈의 성공방정식으로 잘못 알고 프랜차이즈사업에 뛰어들었다 낭패를 보곤 한다.

실제로 1~2년의 초단기간에 수백개 매장을 확장했다는 본사들도 있다. 뒷이야기를 들여다 보자. 단기간의 무리한 확장으로 부실한 가맹전개가 대부분이다. 결국 무너지고, 망한다. 심지어 교도소에도 간다. 프랜차이즈업계의 안타까운 현실이다. 정말로 돈을 벌고 진짜 성공한 프랜차이즈 본사들은 이런 왜곡된 홍보를 하지 않는다.

2. 빠른 성장이 빠른 몰락을 가져 온다

Easy Come , Easy Go란 말이 있다. 쉽게 온 것은 쉽게 가버린다는 뜻이다. 마찬가지로 단기간에 가맹 영업사원을 확대

해 매장을 급속도로 오픈하면, 개설수익이 많아져 목돈을 만지는 단맛에 빠진다. 하지만 이로 인해 이가 썩는 줄 모르다가 시스템이 무너져 버린 사례는 업계에 비일비재하다. 성공이 아니라 실패의 서곡이 된다.

초고속으로 급성장하면서, 모두의 주목을 받았지만, 얼마 지나지 않아 가맹점들이 무너져 내린 카페베네의 사례를 간과해서는 안된다. 장수하는 우수 브랜드들이 100호점 오픈까지 걸리는 기간을 보면, 다이소가 5~6년, 스타벅스도 5~6년 , 파리바게트 ,배스킨라빈스, 맘스터치 등은 모두가 5년에서 10년 가까이 소요됐다. 왜 그럴까?

아직도 모른다면 장수브랜드는 불가능하다. 100호점을 왜 만들려고 하는가를 생각하자. 만들고 나서 1~2년 있다가 무너지면, 가맹점주들의 불행은 물론이고 본사도 불행해진다. 그런 100호점 달성이 무슨 의미가 있을까

3. 본사조직을 확장하지 말고 개설수익 없이 버티는 조직을 만들어라.

프랜차이즈는 많은 가맹점을 바탕으로 바잉파워을 높이고 규모의 경제 실현을 통해 경쟁력과 생존력을 높여 성공하는 사업구조다. 그러다 보니 특히 영업사원들은 매장이 많아져야 모든 게 해결된다는 논리로 경영진을 설득한다. 거기다 주변에서 1~2년새 몇백개 매장확장 성공으로 돈을 벌었다는 이야기까지 귀에 들어오면, 방법은 하나가 되고 만다. 결국 대부분이 영업인력을 늘린다.

물론 영업인력이 늘면 오픈 매장 수도 늘 수 있다. 이러면 매장오픈, 교육, SV, 마케팅 등의 인력들도 늘어나기 시작한다. 하지만 본사는 아직 물류수익이나 로열티 수익만으로 운영유지가 어려울 때가 많다. 결국 개설수익으로 본사의 부족한 월 유지비용을 보태는 구조를 만들게 된다. 그러면 목표는 더 많은 가맹점 개설이 된다.

여기서 대부분의 실패가 시작된다. 가맹점주 성향이 우리 브랜드랑 안 맞아도 오픈을 시키고, 입점 상권으로 약해 보여도 입점을 시키게 된다. 개설수익이 안 들어오면 월급을 못 주기 때문이다. 이런 취약한 매장들이 하나둘 생겨나면 얼마 지나지 않아 문제 매장들이 계속해서 발생한다. 그러면 괜찮았던 가맹 영업실적도 꺽이기 시작한다.

이유는 예비창업자들도 이 같은 소식을 듣기 때문이다. 결국 가맹 영업실적이 반토막 나기 시작하며 본사 수익이 줄어드니 직원을 줄이게 된다. 이는 본사 관리력 저하로 연결돼 기존 점주마저 불만이 높아지는 악영향을 가져온다. 본사는 사면초가의 상태로 점점 빠져든다.

지금 이 패턴은 사업초기에는 경쟁력 있고 괜찮았던 브랜드였는데 결국 실패한 본사의 상당수가 반복하고 있는 방식이다. 가맹점 확장에만 초점을 맞추고 가맹 영업위주 조직으로 섣불리 확장했기 때문이다. 본사조직은 사업초기에 관리위주로 매우 보수적으로 구축해야 한다. 개설수익이 없어도 직영점 수익이나 물류와 로열티 수익만으로도 버틸 수 있게 조직을 최대한 술림화해야 한다. 직원들의 불만이 많겠지만, 나중에 월급이 밀려서 직원을 내보내는 것 보다 백배 낫다.

개설수익이 없어도 돌아가는 본사는 경쟁력 없는 점주를 걸러낼 수 있고, 약한 상권인 줄 알면서도 개설수익에 연연해 입점시킨 후 매출 부진 매장이 되고 말아, 결국 가맹영업의 발목이 잡히는 악순환에 빠져들지 않을 수 있다. 매달 개설수익이 들어와야 직원 월급을 줄 수 있는 사업구조에 들어 와 있다면, 안타깝게도 벌써 프랜차이즈사업의 첫 단추를 잘못 끼운 본사 조직이다.

KFN

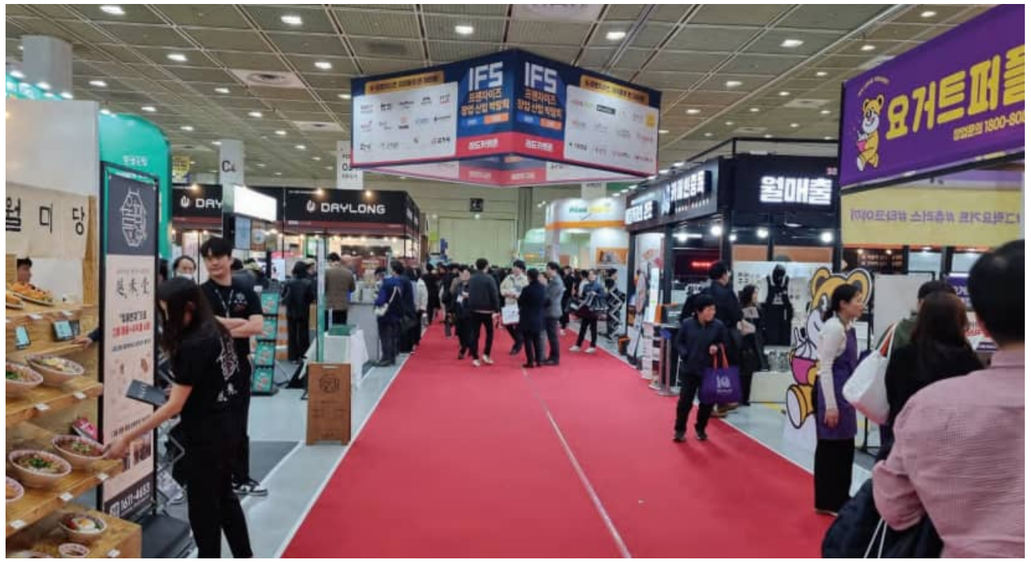
유재은

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

서강대졸
바이더웨이 공채 1기
천하일품 총괄사업본부장
와라와라 상무이사
터보앤 컴퍼니 CEO
경복궁 엔타스퍼시픽 CEO

저서
한국시장의 프랜차이즈전략
한국시장의 프랜차이즈전략 2
한국시장의 프랜차이즈 법칙

강의
연세대,연세대대학원,
경남대,영남대,한림대학원
한국생산성본부,
한국능률협회,한국경제신문
아모레퍼시픽,다이소,
삼성전자등 기업강의



Korea Franchise Association **Column** ● 칼럼

망하지 않는 가맹본사가 가진 힘의 비결

WRITE | **이경희**

프랜차이즈 사업을 하려는 사람들이 가장 먼저 물어보는 것은 두 가지다. '뭐부터 하면 되나요'와 '어떻게 하면 가맹점을 모집해서 빨리 성장할 수 있나요'이다. 두번째 질문에 대한 대답 중 하나가 중앙매니지먼트 역량이다. 가맹사업의 장점은 여러 가지가 있다. 브랜드파워, 중앙매니지먼트력, 규모의 경제를 통한 구매파워 등이다. 가맹사업이 가진 이런 장점이 잘 발휘될 때 급속한 성장이 가능하다.

가맹사업 성장의 핵심은 중앙매니지먼트력

중앙매니지먼트력은 모든 가맹본부가 실행하고 있으면서도 명확한 개념을 이해하려는 노력이 부족하고, 중요한 주제로도 잘 다뤄지지 않고 있다. 하지만, 프랜차이즈사업을 빠른 속도로 급속하게 성장시키는 핵심 원리는 중앙 매니지먼트력이다. 중앙매니지먼트는 가맹사업에서 일종의 브레인에 해당한다. 표준화, 단순화, 전문화, 브랜드파워, 성공적인 출점과 안정적인 매출 목표 도달 등은 모두 중앙매니지먼트력을 통해 달성된다. 중앙매니지먼트력은 가맹사업에서 뇌에 해당한다.

가맹점이 원하는 것을 충족시켜준다

개인매장은 운영이 힘들다. 식재료 준비, 전처리, 조리, 고객응대, 직원관리, 배달앱관리, 청결관리, 세무, 노무 등 해야 할 일이 수백가지다. 경쟁이나 외부환경 변화, 신제품 개발, 마케팅 등 문제를 진단하고 발전하기 위해서 전략을 짜야 하는데 그럴 여유가 없다.

창업자가 독립 창업을 하지 않고 프랜차이즈 브랜드를 선택하는 이유는 가맹본부가 중앙매니지먼트력을 발휘해서 자신들을 잘 가이드해주고 지원해줄 것으로 기대하기 때문이다. 그런데 가맹본부가 중앙매니지먼트력을 발전시키려고 노력하지 않는다면 가맹점이 원하는 것을 충족시켜주기 어렵다.

식물인간같은 브랜드의 특징

중앙매니지먼트력이 뛰어날수록 핵심 고객인 가맹점 사업자를 만족시킬 수 있고 만족한 가맹점 사업자에 의해서 그 브랜드는 '창업하기 좋은 아이템'으로 입소문이 난다. 그런데 현실은 많은 가맹본부가 중앙매니지먼트력을 키우는 데는 별로 관심이 없거나 무지한 반면 가맹점 모집에만 관심이 있다. 그 것은 연기력을 갖추기 위해서 노력도 하지 않고 실력도 없으면서 좋은 배역만 찾아다니는 무능한 배우와 비슷하다. 프랜차이즈 사업에서 중앙매니지먼트력은 가맹본사의 실력을 알 수 있는 잣대다.

중앙매니지먼트력이 뛰어난 브랜드의 특징

모든 가맹본부가 신제품을 개발하고 가맹점을 모집하고 출점하고 가맹점을 지도한다. 제품을 개발해서 물류를 공급하고 마케팅활동도 한다. 중앙매니지먼트력을 발휘한다는 것은 가맹본부가 중앙에서 얼마나 그런 역할을 잘 하느냐와 관련 있다.

가맹본부의 중앙매니지먼트력이 뛰어날수록 가맹점의 매출은 상승하고 수익성은 개선되고 운영은 간편해지고 브랜드 파워는 높아진다. 끊임없이 가맹점 운영의 비효율을 찾아내고 개선하는 방법을 제안한다. 이를 통해 가맹점의 대응력을 높여준다. 이것이 중앙매니지먼트력이다.

중앙매니지먼트력을 키우는 비결

먼저 경영자의 마인드가 중요하다. 경영 철학에 중앙매니지먼트력에 대한 발전 의지가 확고해야 한다. 또 의지와 인내심, 성실함이 필요하다. 아울러 의지를 뒷받침하는 전문 지식이 필요하다. 그래서 경영자는 자기 계발과 성장, 전문지식을 갖추기 위해 교육과 독서, 교류를 통한 배움에 시간을 투자해야 한다.

P-D-C-A 유전자를 장착하라

두 번째는 조직에 대한 투자 마인드다. 성실하고 유능한 인재를 찾아야 한다. 또 그런 인재에 걸맞는 처우나 복지 등 조직 시스템을 만들어야 한다. 중요한 부서별로 c-level 인재를 발굴하고 키우는 노력을 계속해야 한다.

아울러 조직 문화도 중요하다. 혁신하고 개선하는 문화가 정착되어야 한다. 아무리 유능한 인재를 데려다 놓아도 혁신과 발전의 문화가 없으면 기업은 제자리 걸음을 한다. 인건비만 많이 지출되고 정작 기업의 성장에는 큰 도움이 안된다.

경영자가 해야 하는 가장 중요한 조직관리 능력 중에 하나는 바로 P-D-C-A(PLAN-DO-CHECK-ACT)를 조직에 정착시키는 것이다. PDCA를 조직 유전자로 장착하면 경험이나 경력이 조금 부족한 조직원이라도 계속 발전하면서 회사와 함께 성장할 수 있다. 성장하지 못하는 회사의 특징은 DO만 있거나 PLAN과 DO만 있다. 문제점을 체크하고 개선안을 만들지 않으면 발전할 수 없다.

하지만 조직에 PDCA 유전자를 장착하는 일은 쉽지 않다. 중요한 것은 전쟁을 준비해야 전쟁에서 지지 않는다는 점이다. 평화로울 때가 가장 위험할 때다. PDCA를 정착시키기 위한 전쟁은 미래의 평화와 안전을 가져다줄 것이다. KFN

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

저서
CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드
내사업을 한다는 것

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

Korea Franchise Association **Column** ● 칼럼

프랜차이즈 브랜드 연간 순위 'Franchise Top 300'

WRITE | **장재남**

경제전문지인 파이낸스투데이와 프랜차이즈 플랫폼회사인 ㈜하이프랜차이즈는 2022년 기준 가맹점 1개 이상 브랜드 8551개를 대상으로 2024년도 Franchise Top 300 순위를 선정해 발표했다.(www.hi-franchise.com)

프랜차이즈 브랜드 연간 순위인 Franchise Top 300은 건국대학교 경영학과 박진용 교수와 프랜차이즈산업연구원이 공동으로 2022년 말 기준 공정거래위원회의 가맹사업거래 정보제공시스템의 자료를 비롯해 가맹본부의 정보공개서, 프랜차이즈 브랜드 정보를 제공하는 다양한 플랫폼, 인터넷 자료 등을 통해서 수집한 가맹점의 평균매출액, 가맹점 수, 그리고 전체 가맹점의 총매출액을 기준으로 순위를 매기는 공신력 있는 지표다. 2024년 Franchise Top 300의 1위는 편의점 브랜드인 지에스25(GS25)가 선정됐다.

Franchise Top 300 순위의 업종별 비중을 살펴보면 외식업 브랜드가 211개로 가장 많고, 다음으로 서비스업 브랜드는 54개다. 마지막으로 도소매업 브랜드는 35개이다. 세부 업종별로는 한식이 54개로 가장 많았다. 다음으로 치킨 31개, 기타 외식 25개, 기타도소매 21개, 커피 20개, 분식 17개, 피자 16개, 주점 12개, 이미용 11개, 교육(외국어) 10개, 패스트푸드 8개, 중식 7개, 편의점 7개, 안경 7개, 기타 서비스 7개, 일식 6개, 서양식 5개, 제과제빵 5개, 교육(교과) 5개, 자동차 관련 4개, 종합소매점 4개, 기타 교육 3개, 아이스크림/빙수 2개, 음료(커피 외) 2개, 스포츠 관련 2개, 세탁 2개, PC방 2개, 화장품 2개, 기타외국식 1개, 반려동물 관련 1개, (건강)식품 1개 순이다.

Franchise Top 300 선정 위원장인 건국대학교 박진용 교수는 가맹점의 평균 매출액과 가맹점 전체의 총매출액은 가맹점을 통한 고객에 대한 판매를 의미하며, 가맹점 수는 예비창업자에 대한 판매를 의미하는 것으로 브랜드에 대한 가장 확실하면서도 객관적이고 공정한 평가의 기준이라고 밝혔다.

공동연구자로써 Franchise Top 300은 특정 브랜드를 보증하거나 광고 및 홍보, 또는 추천이나 시상을 목적으로 하지 않는다. 프랜차이즈 브랜드 간의 고객판매 성과를 비교하는 자료이다. 그러므로 예비창업자 입장에서 프랜차이즈 브랜드의 판매성과를 비교하기 위한 도구로 활용될 수 있다.

본 행사는 매년 2월 말이나 3월 초에 발표될 예정이다. 지속적인 연구를 통해 순위 선정 기준 자료가 시의성이 있는 정보공개서 자료인 만큼 최대한 자료의 시의성을 줄이도록 할 것이며, Franchise Top 300를 통해 국내 프랜차이즈 산업의 경쟁력 강화와 안정적이고 성공적인 가맹점 창업에 기여할 수 있도록 노력할 것이다. KFN

Franchise TOP 300

순위	영업표지	전체 가맹점 총매출액(원)	가맹점 평균매출액	가맹점 수
1	지에스25(GS25)	10조 4,512억 5,267만 3,000	639,729,000	16,337
2	씨유(CU)	10조 3,311억 2,392만 5,000	621,795,000	16,615
3	세븐일레븐	6조 1,389억 4,422만 6,000	489,042,000	12,553
4	이마트24(emart24)	2조 7,028억 5,228만 8,000	437,638,000	6,176
5	파리바게뜨	2조 5,804억 5,947만 9,000	754,741,000	3,419
6	비에이치씨(BHC)	1조 1,898억 1,164만 5,000	597,595,000	1,991
7	배스킨라빈스	1조 555억 4,959만 8,000	638,566,000	1,653
8	교촌치킨	1조 224억 3,960만	749,040,000	1,365
9	롯데리아	9,417억 5,300만 7,000	789,399,000	1,193
10	BBQ	8,829억 598만 5,000	432,585,000	2,041

장재남
프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

“살아있는 수사, 방어권 방향이 중요”

WRITE | 안철현

“정치는 살아있는 생물이다.” 이 말은 우리 정치판에서 자주 듣는 말 중의 하나다. TV나 유투브에 출연한 정치평론가들이 잘 모르겠거나 예측하기 어려우면 꺼내놓는 말이기도 하다.
그도 그럴 것이 정치판은 공식처럼 미리 정해져 있어 예측할 수 있는 것이 아니기 때문일테다. 오히려 반대로 마치 생물이 스스로 살아나가듯 변화무쌍하고 예측할 수 없다는 의미라고 이해하고 있다. 살아있는 생물이라고 비유한 것이 정치 말고도 한 때는 문화를, 또 한 때는 경제를 그렇게 비유하기도 했다고 한다. 정치를 살아있는 생물이라고 처음 비유한 사람은 고 김대중 대통령이라고 알려져 있다.

이 비유가 비단 이들 분야에서만 등장하는 것이 아니다. 다름 아닌 법조계 특히 검찰을 포함한 수사기관에서 자주 회자되는 이야기다. 필자가 좀 아는 검사에게 사건에 대해 물어보면 가장 자주 듣는 답변이 “수사는 살아있는 생물이다.” 바로 이 말이다.

우리나라의 수사체계상 대부분 검찰에 소속된 검사와 수사관, 경찰서에 소속된 수사관이 수사를 담당한다. 현재 자신에게 배당되어 수사를 진행하고 있는 검사나 수사관에게 “결과가 어떻게 될 것 같으냐”고 물어보면 대부분 “수사는 살아있는 생물과 같아서 더 수사해 봐야 알 수 있다”는 답변이 대부분이다.

사실 틀린 말이 아니다. 관계자들의 진술도 더 들어봐야 하고, 증거도 더 찾아봐야 한다. 여기에다 이것들을 종합하고 이를 법률에 적용해 봤을 때 범죄가 성립하는지 아닌지를 최종적으로 판단해야 하는 것이니 말이다.

또 한편으로는 수사도 사람이 하는 일이고, 사건을 맡고 있는 담당수사관은 정해진 기한 내에 귀로 들은 진술과 증거를 가지고 어느 쪽이든 결론을 내야 한다. 사건을 그냥 뭉갤 수는 없다. 제도상으로나 법률상으로나 말이다. 여기에다가 같은 사건이라도 수사를 누가 하느냐에 따라 결론이 달라지기도 하고, 그 강도도 달라진다. 한 마디로 담당 수사관의 의지나 능력 등에 따라 과정이나 결론이 달라질 수 있다. 그러니 수사는 살아있는 생물이라는 말이 현실에서는 상당히 설득력 있는 말이 된다.

오랜 기간 경찰이 1차로 수사를 해서 결론을 내고, 그것을 다시 기소권이 있는 검사가 보완해서 최종 범죄혐의가 있다고 판단되면 법원에 기소한다. 법원에서는 또 다시 정말 범죄의 혐의가 있는지 재판을 통해 최종적으로 판결을 내린다. 법원도 한 사람의 판사가 모든 결정을 마무리 하는 것이 아니라 3심제로 운영하고 있는 등 2중, 3중 장치들을 마련해 놓았다. 여기 또 한 축을 담당하고 있는 것이 피의자나 피고인의 변호를 담당하고 있는 변호사도 존재한다.

이렇게 누가 수사하고 수사하는 주체의 의지나 능력, 성향 등에 따라 다양한 결과가 도출될 수 있다. 그리고 그 과정도 달라질 수 있다. 여기서 이를 뒤집어 보자. 즉, 수사를 받는 객체의 입장에서는 이러한 수사의 성질과 역학관계 속에서 어떻게 대처하고 방어하느냐가 매우 중요해지는 것이다.

결론부터 말하자만 수사를 받는 사람의 입장에

서는 초동수사에 어떻게 대처하느냐가 가장 중요하다. 한 번 방향이 잡혀 버리면 그것을 되돌리거나 방향을 수정하는 것이 매우 어렵다. 수사기관은 그 존재자체에서 알 수 있듯이 수사를 해보고 범죄혐의가 있는지 없는지 결정하는데, 여기에서 주로 범죄혐의가 있는 방향으로 키를 잡고 움직인다는 점을 알아야 한다. 즉, 초반에 잘못 대처하면 없던 죄도 뒤집어 쓸 수 있다는 점이다. 주로 하는 실수 중 하나가 “나는 잘못한 것이 없으니 별 일 있겠어?”라는 확증편향을 가지는 것이다. 또 하나는 “내가 지금 뭘 어떻게 해야 하지?”하면서 시간만 낭비하고 아무런 대처를 못하는 것이다.

제일 먼저 할 일은 고소인의 고소장을 봐야 한다. 그렇게 하기 위해서는 관할경찰서에 가서 정보공개청구를 하면 된다. 누군가 나를 고소사건은 결국 그 고소장을 가지고 수사를 하는 것이기 때문이다. 따라서 전달받은 고소장을 면밀히 검토하여 반박할 수 있는 나의 스토리를 짜고, 그것을 뒷받침하는 증거를 수집하는 것이 첫단추가 된다. 그래야만 살아있는 수사가 나를 위해 살아 움직일 수 있게 만들 수 있다. 만에 하나 미처 준비를 못하고 수사를 받아 보았더니 느낌이 좋지 않으면 잠시 수사를 멈추게 하고 필요한 자료를 제출하겠다고 요구해야 한다. 그럼 왠만하면 수사관은 내가 방어권을 행사할 시간을 할애해 준다. 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 M&A 매각수익 높이는 방법 3가지

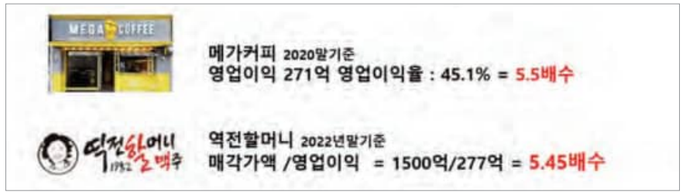
WRITE | **최인용**

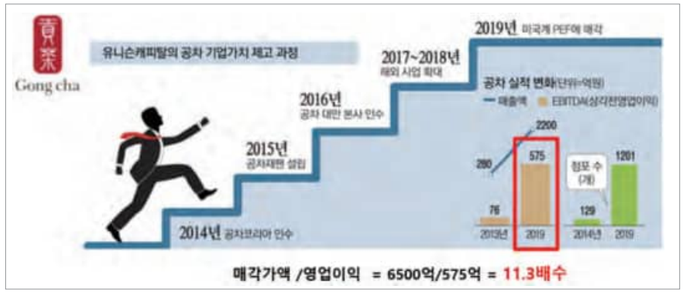
최근에 컴포즈 커피가 창업한 지 10년 만에 매각됐다. 프랜차이즈 매각시장 최고가액인 4700억원이다. 기존 메가 커피보다 훨씬 더 높은 가격에 매각이 됐다. 메가 커피는 2021년도에 1500억원에 매각이 됐다., 그런데 컴포즈 커피는 저가커피시장에서 중에서 세 번째 정도 위치를 차지하는 브랜드이다. 그럼에도 1500억원에 팔린 메가 커피보다 훨씬 더 높은 가격에 M&A가 됐다. 프랜차이즈가 매각 가치를 높이고 주주들의 수익을 높이는 방법에 대해 알아보자.

첫번째는 높은 영업이익과 영업이익율을 유지하는 것이다. 컴포즈 커피의 손익 계산서를 보면, 2023년말 기준으로 영업 이익이 366억원이다. 그리고 매출액을 기준으로 영업 이익률을 보면 11.2%가 된다. 매우 높은 영업 이익률이다. 참고로 2020년도 말에 메가 커피의 영업 이익은 271억원 정도였다. 당시 영업 이익률이 45.1%로 오히려 컴포즈보다 더 좋았다. 매각시 높은 배수를 받기 위해서 프랜차이즈 본사는 높은 영업 이익 및 영업 이익율을 유지하는 것이 좋다.

둘째는 해외 진출 사업부를 얼마나 잘 확보하느냐가 매각 가치를 높이는 방법이라고 할 수 있다. 공차의 매각 사례를 보자. 2014년 공차 코리아가 만들어지고, 그 다음에 2015년도에 공차 재팬도 설립한 이후에 2016년도에 대만에 있는 본사를 인수했다. 아시아권에서 선진국 시장을 확보한 공차 브랜드는 배수를 기존 매각사례보다 높게 받았다.

특히 최근 프랜차이즈 본사들이 마스터 프랜차이즈로 가느냐 아니면 조인트 벤처로 가서 우리 해외 지분을 확보하느냐에 따라 그 기업 가치가 달라질 수 있다. 마스터프랜차이즈 보다는 조인트 벤처로 같이 지분투자를 하는 경우에 매각에서도 유리하지만 해외에 10% 이상 투자를 한 국내 본사가 있다면, 해외에서 배당을 받는 소득에 대해서도 95%





배당이익으로 보지 않는 익금불산입규정이 2023년도부터 새로 도입됐다.

마지막으로 상표권은 개인의 명의로 가져가면 매각시 주주의 이익을 극대화 할 수 있다. 주식 양도 소득세는 대주주의 경우 3억원 초과분에 대해서 27.5%가 적용된다. M&A를 위한 법률, 회계 자문 수수료 등을 고려하면 30% 가까운 돈은 세금과 부대비용으로 나가게 된다. 프랜차이즈 본사 쪽에서 이 비용을 낮추려면, 상표권을 개인 명의로 가져가는 전략도 필요하다. 그렇게 되면 상표권을 M&A할 때 같이 팔면서 매각 대금의 일부를 상표권으로 넘기는 방향으로 하면, 상표권 무형자산 양도의 세금은 약 17% 정도로 낮출 수 있으므로는 절세효과를 누릴 수 있다. M&A 는 미리 준비할수록 가치가 더 높아진다. KFN

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

Korea Franchise Association **Column** ● 칼럼

임시 공휴일 노무관리

WRITE | **이금구**

정부는 10월 1일 국군의 날을 임시공휴일로 지정했다. 임시 공휴일로 지정된 경우 휴일 부여 방법과 임시공휴일에 근무한 경우 임금 계산 방법 등 노무관리에 대해서 살펴보면 다음과 같다.

1. 임시공휴일이란?

관공서공휴일에 관한 규정 제4조는 공휴일을 지정하는 경우에는 국무회의의 심의를 거쳐야 한다고 규정하고 있으며, 관공서가 쉬는 날로 '공휴일'로 지정된다. 휴일에는 법정공휴일, 법정휴일, 대체공휴일, 임시공휴일이 있다. 따라서 임시공휴일로 지정되면 법정 유급 휴일이 된다.

2. 임시공휴일 근무 시 임금 계산

임시공휴일에 근로를 제공한다면 상시 근로자 5인 이상의 사업장은 휴일근로수당을 지급해야 한다. 다만, 1주 15시간 미만의 단시간 근로자와 일용직은 제외된다. 휴일근로수당은 근로시간이 8시간 이내인 경우에는 통상임금의 50%를 8시간을 초과하는 경우에는 통상임금의 100%를 가산하여 지급해야 한다. 상시 근로자가 5인 미만인 경우에는 가산수당의 지급의무가 없다.

3. 10월 1일 임시공휴일에 근무하고, 다른 날에 대체휴일 부여

근로기준법 제55조제2항에는 '사용자는 근로자에게 대통령령으로 정하는 휴일을 유급으로 보장하여야 한다. 다만, 근로자대표와 서면으로 합의한 경우 특정한 근로일로 대체할 수 있다'고 규정하고 있다. 즉, 임시공휴일에 근로하고 다른 날에 대체휴일을 부여하기 위해서는 근로자 대표와 서면 합의가 필요하고, 근로자 개인의 동의는 필요하지 않다. 여기서 근로자대표란 '사업 또는 사업장에 근로자의 과반수로 조직된 노동조합이 있는 경우에는 그 노동조합, 노동조합이 없는 경우에는 근로자의 과반수를 대표하는 자'를 말한다. 10월 1일 임시공휴일에 정상적으로 근무를 할 수밖에 없는 상황이라면 근로자 대표의 서면 합의를 받아두어야 한다.

4. 월급제 임금 계산 방법

월급제는 유급휴일에 대한 임금이 포함되어 있으므로 임시공휴일에 대하여 추가로 임금을 지급할 의무는 없다. 다만, 임시공휴일에 근무를 한다면 근로기준법 제56조제2항에 따라 휴일근로가산수당을 지급해야 한다. 즉, 임시공휴일에 근무한 임금(100%)과 가산수당을 합산하여 지급하면 된다.

5. 일급제 및 시급제 임금계산 방법

일급 및 시급제의 경우, 임시공휴일 당일에 근로가 예정되어 있었다면, 1일 통상임금을 유급휴일수당으로 지급하고, 당일에 근로를 제공하였다면 휴일근로가산수당을 지급해야 한다. 다만, 근로제공이 예정되어 있지 않은 비번일, 무급휴(무)일이 임시공휴일에 해당하는 날인 경우, 이 날을 유급으로 한다는 노사간 특약이나 관행이 인정되지 아니한, 별도의 추가임금을 지급할 의무는 없다.

6.일용 근로자 임금계산 방법

일일 단위로 근로계약을 체결하고 그 날의 근로를 마치면 근로계약이 종료되는 일용근로자는 유급휴일부여 문제는 발생하지 않는다. 관공서 공휴일에 근로를 제공하더라도 특별한 사정이 없는 한 휴일근로가산수당이 적용된다고 보기 어렵다는 것이 고용노동부의 행정해석이다.

7. 임금계산

1) 통상임금 기준 통상시급의 150%를 추가로 지급한다. 예를 들어 2024년 최저시급인 9,860원을 기준으로 8시간 근무를 하였다면, 9,860원 X 8시간 X 1.5 = 118,320원이 된다.
2) 연장근로수당은 8시간을 초과한 근무시간에 대하여 통상시급의 200%를 지급한다. 예를 들어 10시간 근무 시(8시간 X 1.5 X 9,860원) + (2시간 X 2 X 9,860원) = 148,520원이 된다.
3) 월급제 근로자는 임시공휴일에 근무하면 근무한 시간의 1.5배를 지급한다. 예를 들어 시급 13,000원인 근로자가 8시간을 근무하였다면, 13,000원 X 8시간 X 1.5 = 156,000원이 된다.
4) 아르바이트 및 파트타임 근로자는 주 15시간 이상 근무하는 경우 임시공휴일수당을 지급한다. 예를 들어 시급 10,000원인 근로자가 5시간 근무 시, 휴일수당 50,000원 + 휴일근로수당(10,000원 X 5시간X 1.5) = 125,000원이 된다.KFN

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

한국프랜차이즈協, 행안부 및 업계와 어린이 안전 자가진단 홍보 MOU 체결

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)이 어린이 교통안전 자가진단을 확산하기 위해 정부 및 업계와 공동으로 노력해 나간다.

10월 8일 협회는 서울 정부서울청사에서 어린이 이용률이 높거나 관련이 높은 BBQ, 피자알볼로, 올떡, 우쿠야, 플레이타임중앙㈜, ㈜웅진플레이도시, 초록우산 및 행정안전부와 어린이 안전 자가진단 홍보 업무협약식에 참가했다.

이번 협약식은 어린이 스스로 자신의 안전수준을 확인해 평소 안전의식을 체화할 수 있도록 돕고자 개최됐다. 협약식에는 이한경 행안부 재난안전관리본부장, 박호진 협회 사무총장 및 업체 대표들과 어린이 홍보단 피어스가 참여했다.

참여 업체들은 자사 제품과 홈페이지, 매장 등을 통해 어린이가 쉽고 재미있게 참여할 수 있는 퀴즈로 구성된 자가진단 페이지 접속이 가능한 QR코드를 적극 홍보하기로 했다. 또 참여자들에게 할인혜택, 기프티콘 등도 제공할 계획이다.

특히 제너시스 BBQ는 치킨박스와 BBQ 앱에 QR코드를 삽입하고, 치킨릴레이, 찾아가는 안전 체험교실 등 자사 ESG 활동과 연계한다 자매 브랜드인 올떡, 우쿠야도 제품 포장재에 스티커를 부착할 예정이다.

알볼로피자도 피자박스에 홍보 QR를 적용하고, 완료 페이지 이벤트코드를 홈페이지나 자사앱에 입력할 경우 3,000원 할인 쿠폰을 제공한다. 초록우산은 홍보와 함께 아동권리옹호단 활동에 자가진단 체험을 포함한다.

협회는 외식업체 회원사들이 지속적으로 협약 및 캠페인에 참여할 수 있도록 홍보를 지속한다. 또 협회 홈페이지, K-프랜차이즈 창업플랫폼, 언론보도 등을 활용해 어린이 안전 자가진들을 홍보한다는 계획이다. KFN

제44기 연세대 프랜차이즈 최고경영자(FCEO) 과정 입학식 개최

9월 11일 연세대 상남경영원에서 제43기 연세대학교 프랜차이즈 CEO 교육과정(이하 연대 FCEO 과정, 총동문회장 박효순) 입학식이 성대하게 개최됐다.
이날 입학식에는 53명의 신입 원우들과 함께 박용석 연세대 상남경영원장, 박창희 주임교수, 박효순 총동문회장, 강석우 협회 상근부회장을 비롯해 총 70여명이 참석했다.

강 부회장은 축사를 통해 "프랜차이즈 해외진출 활성화를 위해 협회가 정부와 많은 지원정책을 추진 중"이라고 하면서, "최근 가맹사업 규제 강화, 배달앱 문제 등 업계 주요 이슈에 적극 대응 중이며, 신입 원우분들과 동문들의 관심과 성원 부탁드린다"고 말했다.

제44기 과정은 9월 11일부터 12월 18일까지 연세대 상남경영원에서 매주 수요일 3시간씩 진행된다. 수료생에게는 연세대학교 총장명의 수료증과 연세대학교 상남경영원장 상패, 원우 추천시 수강료 할인과 협회 공식 CEO 과정인 KFCEO 과정 수강료 할인 등 다양한 혜택이 제공된다.

한국프랜차이즈協, 기재부와 서비스 프랜차이즈 활성화 논의

한국프랜차이즈산업협회가 7월 29일 기획재정부 서비스경제과와 서비스 프랜차이즈 회원사들의 경영 지원을 위한 간담회를 가졌다.
서울 중구 상연재 서울역점에서 열린 이번 간담회는 임혜영 기재부 서비스경제과장, 고서기 산업부 유통물류과장 등 정부 유관 부처와 신희성 협회 서비스분과위원장 등 11개 협회 회원사 대표들, 박호진 협회 사무총장 등이 참석했다.

간담회에서는 서비스업, 도소매업 등 비 외식 프랜차이즈 업종을 활성화할 수 있는 정부 지원사업 및 정책에 대한 논의가 진행됐다. 임 과장은 "폐업률이 낮고 높은 품질의 서비스를 통일적으로 제공하는 프랜차이즈 산업이 비외식 업종에도 많이 확산된다면 서민경제 안정화와 소비자 편익 증대 등 다양한 순기능이 기대된다"고 말했다.
회원사 대표들은 그간 느꼈던 경영애로를 전하고 교육, 자금, 인력, 해외진출 등 다양한 정부 지원사업의 필요성을 건의했다. 협회는 기재부와 지속적으로 지원정책 수립을 위해 논의해 간다는 방침이다.

9월 10일 서비스분과위원회 월례회

협회 분과위원회, 늦더위 이겨내고 활발한 활동 이어가

한국프랜차이즈산업협회 산하 분과위원회들이 역대급 늦더위에도 활발한 활동으로 회원사들 간의 단결과 소통 강화에 주력했다.

상생파트너위원회(위원장 최인용)는 8월 27일과 9월 24일 연달아 SBA글로벌유통센터 비즈니스라운지에서 '파트너스데이'를 성황리에 개최했다. 파트너스데이는 협회 정회원사와 파트너협력사가 만나 교류하고, 본사는 필요한 물품과 제품에 대한 정보를 얻고 파트너사는 본사에 사업을 알릴 수 있는 월례 행사다. 10월 행사는 10월 22일 aT센터에서 식기, 포장재, 부자재 업종 관련 회원사들이 다양한 제품과 서비스를 소개할 예정이다.

산악회(회장 정민섭)는 8월 17일 서울 은평구 삼천사 계곡에서 정기산행을 가졌다. 늦더위가 한창이던 9월 20~21일에는 1박2일로 강원도 영암군 월출산에서 무박 산행을 갖고 심신을 단련하는 시간을 가졌다. 서비스분과위원회(위원장 신희성)도 정현식 협회장과 함께 9월 10일 책나무 본사에서 9월 월례회를 개최해 업계 현안을 공유하고 발전방안을 논의했다.

청년강소회(회장 이영채)는 10월 10일 강원도 청평군 인근에서 월례 골프모임을 개최했고, 우정회(회장 김태환)도 9월 5일, 10월 4일 연달아 월례 모임을 개최했다. 특히 우정회는 11월 11일 협회장배 자선 골프대회를 위해 집행부 모임을 수시로 갖고 소통하며 총력을 다했다.

여성회(회장 임미숙)는 9월 24일 경기도 포천에 위치한 ㈜디포인덕션 포천캠퍼스에서 정기모임을 개최했다. 박람회위원회(위원장 김성윤)는 10월 31일~11월 2일 개최되는 제57회 IFS 프랜차이즈 창업 산업 박람회의 성공적인 개최를 추진하고 있다.

가금류분과위원회(위원장 나명석)는 8월 22일 월례모임을 갖고, 최근 치킨 업계에 큰 타격을 주고 있는 배달앱 문제에 대한 심도깊은 논의를 나눴다. 이후 이를 바탕으로 배달앱 사태 비대위를 구성, 나명석 위원장을 중심으로 배민 신고 및 기자간담회, 언론 홍보 활동 등을 활발히 전개했다. KFA

대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

9월 정기월례회 및 특강

9월12일(화) 협회 강의장에서 월례회를 진행했다. 대구경북지회는 월 1회에 걸쳐 프랜차이즈에 도움이 되는 무료 공개 세미나와 월례회를 진행하고 있다.

KFA

2024년 KFA 한국프랜차이즈산업협회 대구 경북지회 봉사활동

한국프랜차이즈산업협회 대구경북지회는 9월 25일(수) 요나지역아동센터에서 봉사활동을 진행했다. 대구경북지회는 월 1회에 걸쳐 지역아동센터를 중심으로 봉사활동을 진행하고 있다.

KFA

2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회(지회장 김병철)가 주최·주관하는 '2024 KFA 프랜차이즈창업박람회 대구'가 2025년 5월 08일(목)~10일(토) 대구 엑스코 서관 2홀에서 열린다. 내년에 개최되는 박람회를 위해서 8월부터 홍보를 시작했으며, 2024년 5월 올해 박람회에서 참가업체들의 만족도가 높았던 만큼 2025년 박람회의 성공적인 개최를 위해서 지금부터 많은 준비와 홍보를 하고 있다.
2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구 참가문의 053-626-7664

KFA

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

7월 정기 월례회

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 KFA부울경지회)는 지난 7월 16일(화) 7월 정기월례회를 개최했다. 월례회에 앞서 '탄소중립포인트 적립' 설명회, 브이디컴퍼니에서 '서빙로봇 설명회'가 진행됐다. 9월 10일(화)에는 9월 정기월례회가 열렸다. 9월 월례회에 앞서 프랜차이즈 인력 양성 및 교육을 위한 영산대학교와의 업무협약식이 있었다.

이어서 ㈜웰빙푸드(자담치킨) 나명석 회장님의 신진기업 CEO 특강이 진행됐고, 매월 진행되는 월례회에는 각 분과 정기 보고, 정부 지원 사업 안내 등 정보를 전달하고 회원사 간 소통의 장을 마련했다.

7월 정기 월례회

영산대학교와의 인력 양성 및 교육을 위한 업무협약식

7, 9월 정기봉사활동

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

지난 7월 18일(목) 7월 정기봉사활동이 진행됐고, 경로식당을 이용하시는 어르신들의 원기회복과 건강을 위해 여름 맞이 삼계탕 나눔데이를 진행했다. 삼계탕 특식을 위해 KFA부울경지회의 ㈜일영이푸드(꾼닭꾼덕) 배영미 대표가 토종닭 60마리를 찬조했다.

이어 9월 19일(목) 에는 9월 정기봉사활동이 진행됐다. 9월 역시 많은 회원사들이 참여해 경로식당과 복지관 2층의 작은도서관의 책장 정리, 묵은 먼지 청소, 책 소독까지 열심히 봉사활동을 했다. 참여한 회원사들의 대부분이 점심식사도 못할 정도로 바쁜 와중에도 봉사를 위해 매달 열정적으로 참석하고 있다.

7,9월 정기봉사활동

매경 100대 브랜드 선정(불막열삼, 정직유부)

지난 7월 2일(화), 2024 매경 100대 프랜차이즈 인증서 수여식이 있었다.

이번 100대 프랜차이즈에 KFA부울경지회 오몽석 회장의 불막열삼이 3년 연속 선정, 조현홍 이사님의 정직유부가 올해 첫 대상에 진입했다. KFA부울경지회 외에도 본회 회원사, 대경지회 회원사 등 많은 협회 회원사 기업들이 선정됐다.

2024 매일경제 100대 프랜차이즈 인증서 수여식

매경 100대 브랜드 선정(불막열삼, 정직유부)

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

제7기 사관학교 입학식

지난 8월 22일(목) KFA부울경지회에서 주최·주관하는 부산 프랜차이즈 사관학교 7기 입학식이 부산벤처타워 KFA부울경지회 강의실에서 열렸다.

7기 프랜차이즈 사관학교는 11월 14일까지 매주 목요일 총 12주에 걸쳐 진행되며 △혁신 소상공을 위한 성장전략 △프랜차이즈 사업화 전략 △프랜차이즈 시스템 구축전략 △히트 사업을 위한 마케팅 노하우 △가맹법 대응 전략 등 체계적인 수업이 진행된다.

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

제7기 사관학교 입학식

학교폭력 예방 스마트폰 영상제 후원

작은 관심과 도움의 손길이 마음을 움직이고 나아가 세상을 바꾼다는 취지로 매년 진행하고 있는 제7회 학교폭력 예방 스마트폰 영상제 '우리가 널 지킬게'의 시상식이 9월 5일(목) 부산일보사 10층 대강당에서 개최됐다.

부산일보사, 초록우산, 부산시교육청, 부산경찰청이 공동으로 주최하고 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회, BNK부산은행, 롯데리아, OPS가 후원했으며, 시상식에는 오몽석 회장이 참석해 수상 청소년들을 축하했다.

학교폭력예방 스마트폰 영상제 후원기관 시상식

학교폭력예방 스마트폰 영상제 후원기관 시상식

2024 KFA부울경지회 회장배 골프대회 개최

9월 23일(월)~24일(화), 통영 동원로얄CC에서 〈2024 KFA부울경지회 회장배 골프대회〉가 개최됐다.

KFA부울경지회 오몽석 회장과 남구만 부울경골프회 회장을 필두로 많은 부울경지회 임원 및 회원사들과 본회 정현식 협회장과 임원, 대구경북지회 김병철 지회장, 광주전남지회 김태훈 지회장, 전북지회 정광현 지회장과 각 지회 임원, 그리고 게스트까지 많은 분들이 참여해서 80명, 20팀으로 골프대회가 진행됐다. 주말의 태풍이 무색할 정도로 화창하고 높은 하늘이 운동하기 딱 좋은 날로 모두 즐겁게 1박 2일 라운딩을 마쳤다.

2024 KFA부울경지회 회장배 골프대회

2024 KFA부울경지회 회장배 골프대회

2024년 10월 ~ 12월 교육일정 안내

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

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 가맹점 CS			
기 간	11월 7일(목) 10시~17시(6시간)	교육장소	여의도 전경련 교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 프랜차이즈 가맹운영 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저의 점내 고객응대 및 서비스 역량 향상

훈련내용 : 프랜차이즈 가맹점 고객관리 및 응대서비스

[재직자 무료교육] FC 빅데이터 상권분석(기초)			
기 간	11월 14일(목) 10시~17시(6시간)	교육장소	여의도 전경련 교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 프랜차이즈 본사 점포개발 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 상권 및 점포개발이론 및 관련 기본지식을 학습하고 이를 토대로 가맹본부 입지를 설계할 수 있는 기초역량 함양

훈련내용 : - 상권 및 입지분석 개념 및 프로세스
- 상가건물임대차보호법
- 상권유형 별 입지 전략
- 상권분석데이터수집 및 프로그램활용 기초

[재직자 무료교육] FC 빅데이터 상권분석(심화)			
기 간	11월 15일(금) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련 교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 프랜차이즈 본사 점포개발 업무수행자 또는 수행예정자

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

훈련내용 : - 빅데이터 활용 상권 모델링
- 상권입지 분석
- 상권분석 보고서 작성

[재직자 무료교육] FC 브랜딩 및 마케팅 전략			
기 간	11월 21일(목)-22(금) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련 교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	국비지원 무료교육

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 프랜차이즈 광고전략 및 마케팅 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 브랜드의 목표, 목적, 비전 등을 수립하여 브랜드 경영의 토대를 만들고 이를 바탕으로 차별화된 마케팅을 실행할 수 있는 역량 함양

훈련내용 : 브랜드전략기획 및 마케팅

[재직자 무료교육] FC 신규브랜드 사업성 분석			
기 간	11월 28일(목)-29일(금) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 경영 기획분야 업무수행자 또는 수행예정자

목 표 : 사업 아이템의 시장성 평가를 위해 사업환경, 고객 및 경쟁자, 공급자, 제품분석과 판매측면 분석을 통해 시장에서의 사업타당성 및 성공가능성 분석능력 함양

훈련내용 : 사업 타당성, 내부 및 외부사업 환경분석

[재직자 무료교육] 가맹점 노무관리 실무			
기 간	12월 5일(목) 10:00~17:00	교육장소	여의도 전경련 교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 가맹점 노무관리 실무

목 표 : 가맹사업과 직결된 노동법 및 노무관리 실무 방법 및 최근 고용환경의 변화와 이에 대한 대처방안을 학습하여 가맹점 인적자원 관리능력 함양

훈련내용 : - 가맹사업 근로환경 변화
- 가맹점 노무관리 실무

[재직자 무료교육] 슈퍼바이저 지역점포마케팅			
기 간	12월 12일(목) 10:00~17:00(6시간)	교육장소	여의도 전경련 교육장
교육인원	20명(선착순)	비 용	전액 무료

교육대상 : - 협약기업 재직근로자로 고용보험 피보험자
- 슈퍼바이저 및 마케팅분야 업무수행자 또는 수행예정자

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

훈련내용 : 지역점포마케팅 전략수립 및 구축

2024.7.09~2024.9.10 신규회원 현황

구분	협회대표	사업자대표	회사명	브랜드명	업태	가입일
정회원	김영배	김영배	(주)자성화	어부네코다리	외식업	2024.07.29.
	조형래	조형래	(주)아방가르드	아방베이커리	외식업	2024.08.02.
	김연지 이사	조현우	(주)월드베브릿지	베브릿지	외식업(카페)	2024.08.30.
	박다혜	박다혜	(주)오큐피(OQP)	맛찜랭킹	외식업	2024.09.04.
	윤기용	윤기용	(주)비엠에프앤비	밥풀릭스	외식업	2024.09.04.
	김효성	김효성	(주)더벗F&C	79대포	외식업	2024.09.04.
	윤재경	윤재경	(주)서영에프앤비	육회야문연어	외식업	2024.09.05.
	이성규	이성규	(주)지민	천씨씨커피	외식업(카페)	2024.09.06.
파트너회원	명정길	명정길	엠지컴퍼니	뜨락상조	서비스업(상조, 꽃배달서비스)	2024.07.09.
	안주현	안주현	(주)낭만상회	토더	정보통신업(소프트웨어)	2024.07.12.
	안준규	이준기	법무법인(유)태평양	태평양	서비스업(법무)	2024.08.16.
	김영준	김영준	셀럽푸드	육거리소문난만두	외식업	2024.09.09.
	정석근	정석근	(주)도너츠	잡캔(jobcan)	서비스업(근태,전자결재 솔루션)	2024.09.10.

KFA

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

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

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

Ⅰ. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

Ⅱ. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

가. 회원사는 국가 경제 성장에 기여하고 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.
나. 회원사는 물적, 인적 시스템 구축 강화해 경쟁력을 높이고 수익 개선을 위한 다양한 제도 개선에 적극적으로 앞장선다.
다. 회원사는 정확하고 과학적인 정보를 바탕으로 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 지속 노력한다.

2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.
나. 회원사는 어떠한 표현방법에 있어서도 가맹점주가 되고자하는 고객을 기만하거나 오인하지 않도록 준수한다.
다. 회원사는 다른 기업의 상표, 상호, 회사명, 표어 또는 기업을 식별하는 기타 표지를 모방하지 않는다.
라. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 가맹계약과 관련된 모든 정보를 서면으로 충분하고 정확하게 제공하여야 한다.
마. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 사전공시에 관하여 헌법 또는 법률에 규정되어 있는 사항을 충분히 준수하여야 한다.

3. 공정한 경쟁과 거래

가. 회원사는 자유경쟁 원칙에 따라 시장경제질서를 존중하고 제품과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.
나. 회원사는 제반 법규를 철저히 준수하며 상도의에 따라 공정하게 경쟁한다.
다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.
라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위해 노력한다.

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 동방성장 시스템을 구축함으로써 공존공영(共存共榮)을 실현하고 조화로운 발전을 추구한다.
나. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.
다. 회원사는 가맹점주의 영업 운영능력을 개선·향상시키도록 권장하고 그 능력 향상에 필요한 교육, 훈련을 지속적으로 제공한다.
라. 회원사는 공정하고 투명한 기업문화 환경 조성을 위해 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의견소통을 이끌고 불평, 고충 및 논쟁의 해결에 있어서 신뢰와 선의에 입각해 모든 노력을 기울인다.

Ⅲ. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

착한 K-프랜차이즈는 일자리 상생 이다

한국프랜차이즈산업협회는

'착한 프랜차이즈' 운동을 선도합니다.

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

'K-프랜차이즈'의 우수성을 널리 알립니다.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

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

Members

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택 1

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다!

프랜차이즈 산업인의 권익 대변

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

혜택 2

성공 창업의 요람!

국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급

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

혜택 3

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게!

해외진출 사업지원 지원

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

혜택 4

프랜차이즈 전문가를 향한

프랜차이즈 정부무료교육 외

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

혜택 5

가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등

각종 정책 정보 제공

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

혜택 6

최고경영자(CEO)대상

윤리준수교육 프로그램

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

혜택 7

학사 및 석사

학위 과정 장학금 혜택

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

혜택 8

CEO포럼, 법률 세미나 등

포럼·세미나 행사 참가

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

혜택 9

새로운 홍보 플랫폼

홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보

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

혜택 10

300명 수용 가능한

협회 교육장 임대 할인 혜택

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

혜택 11

각종 규제 개선 건의

대정부 정책 건의

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

혜택 12

회원사 대상 복지 서비스

쿠쿠홈시스렌탈, 보험비교견적,꽃배달 등

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

혜택 13

프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류

다양한 친목 프로그램 참가

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

혜택 14

문자 메시지, SNS 등을 통한

업계 최신 뉴스·소식 안내

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

혜택 15

최고 권위의 프랜차이즈 업계•정책 전문지

<월간 프랜차이즈 월드>무료구독

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

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

회원가입 신청서

신청인정보 ☐ 정회원 ☐ 협력회원

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

【CMS 출금이체 약관】

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

【금융거래정보의 제공 동의서】

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

【개인정보의 제공 동의서】

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

모든 약관동의 (☐ 동 의 / ☐ 미 동 의)

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

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

신청일자 202 년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 : (인)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

월간 Franchise WORLD 프랜차이즈월드

정기구독 안내

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

구독료 안내

값 : 1권 15,000원 / (주)KFN애드콤/ 입금계좌 : 신한은행 140-013-361492
전화 (02)556-7889, 팩스 (02)556-5281로 받으실 주소를 알려주십시오.

광고단가 안내

*연 5회 계약시 1회 서비스(VAT 별도)

구분	유형	금액	수량	크기 (가로×세로mm)
A	표 4(뒷표지)	600만원	1면	전면컬러 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 제안

*광고료 부가세별도

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

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

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

창업도,

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

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.

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