



프랜차이즈에 솔루션을 더 하다!
아시아 No.1 프랜차이즈 대표박람회



IFS



프랜차이즈 창업·산업 박람회



창업전

가맹사업 홍보, 신규 점주 모집을
통한 브랜드 확장

IFS

산업전



매장 운영에 필요한 제품, 서비스,
솔루션 제시 및 판매

창업전&산업전

세미나

도슨트 투어

1:1 전문가 컨설팅

비즈매칭

2025 하반기

9.25(목) - 9.27(토)

코엑스 3층 C&D홀

2026 상반기

4.2(목) - 4.4(토)

코엑스 3층 C&D홀

2026 하반기

10.22(목) - 10.24(토)

코엑스 3층 C&D홀

Franchise WORLD

Vol. 72 2025

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Cover Story

위기의 자영업, 생태계 붕괴되나

자영업자 줄폐업·치솟는 환율에 배달앱 갈등 여전

“배달앱 수수료 부담 완화 위해
공공배달앱 활성화에 총력”

가맹점주 단체협상권 재추진...
업계 “협의요청권 오·남용 우려”

Special Report

2025 상반기 제58회 IFS프랜차이즈 창업·산업박람회 개최
K프랜차이즈 CEO 제15기 교육과정 개강
모바일상품권 수수료 낮추고 정산주기 단축
프랜차이즈 매장서 틈 음원 “공연권 침해”
코리아 프랜차이즈 컨벤션 성료

People & Company

우광식 한마음정육식당 대표
정승모 평택유지 대표
박재영 대신푸드 대표
김복미 올댓육 대표



NO.1 SUSHI FRANCHISE GROUP 정성 가득 늘 최선을 다하는 쿠우쿠우입니다.

먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨!

Since 2011

한마음 정육식당
The Best Aged Meat Restaurant

3代가 함께 즐기는
프리미엄 외식 공간

위기속의 기회, 지속적인 성장!
변화에도 한결같이 성장한 브랜드



공식 홈페이지



공식 유튜브

170
호점

가맹문의 1599-8429



다양한 메뉴 (스시, 샐러드, 바비큐, 디저트 등)



넓은 홀 & 단체룸



수유실 & 키즈카페



QR코드 스캔 후,
쿠우쿠우 앱 가입하시면
포인트 적립 / 선불카드 충전 / 밀키트 구매
다양한 혜택을 누리실 수 있습니다.

쿠우쿠우
Sushi·Roll & Salad Bar

고객센터/가맹문의
1577-4841



Light Up Your Life

세상을 맑고 밝게 비추는 다비치안경

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

온라인에서 경험하지 못하는
다채롭고 전문적인 안경원 경험을 제공합니다.

안경원의 방문 목적에 따라 자유롭게 이용할 수 있도록
상품 코너부터 휴식 공간까지 넓은 오프라인 경험을 선사합니다.



No.1 Brand



28개 직영점을 운영하는 탄탄한 본사! 화화돈은 다릅니다!



성수점



판교 파미어스몰점



야탑역점

성수에서 즐서서 먹는 맛집, 서울3대 쌀국수

“바삭한 돈카츠와 깊은 국물맛의 조화”



성공 창업 문의 1551-9820



With Company H&B 본사 | 서울특별시강북구 덕릉로 101, 202호



(주)아르푸 대표 황은주

아르푸가구는 2000년에 설립한 주문제작 가구 전문 회사 KTA그룹의 브랜드입니다.

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

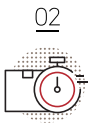
/ 사업분야

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

/ 아르푸 서비스



01
업계 최고 전문 상담원
배치로 믿을 수 있는 상담



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



03
가장 중요한 사후 관리
또한 확실하게

ONE STOP
SYSTEM



/ 아르푸가구 납품현장



이여곰탕



먹보한우



아비꼬



더벤티



달콤커피



카페온화



홀릭 스터디카페



서울대학교



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.

**새롭게
변화된
김가네**

철판치즈불닭볶음면

家 김가네

가맹문의 **1588-7187**

외식업 솔루션 전문 브랜드

제일좋은솔루션

- 배달매출분석
- 트렌드분석
- ERP
- 마케팅홍보

"매장에 꼭 맞는 제품으로, 전문가의 설치와 사후관리까지"

everything in the payment **SMART HONEY**

키오스크

포스

테이블오더

서빙로봇

우리는 사장님의 성공을 응원합니다.

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

카메라로 스캔 ▶▶

문의 1899-1271

www.jjssolution.com

인스타그램



설치사례



공식 홈페이지



선명히피자

빵이 맛있는 피자가 가장 맛있는 피자다

국내를 넘어 세계로! 한국을 대표하는 K-PIZZA!

선명히피자 세부점 24년 12월 GRAND OPEN



창업문의 02.491.7755 | www.sunnypizza.co.kr

본사 서울 종랑구 동일로 143길 18, 3층(목동)

(주)더온에프앤비



주미료에서 요리의 답을 찾다

올댓쿡이 선사하는 마법의 가루



김치분말 떡볶이 분말 찌개분말 불고기분말



소스 개발 연구 전문 기업 · 올댓쿡

올댓쿡은 차별화된 품질과 혁신적인 식품 솔루션을 제공하는 기업으로, 경기도 파주에 위치한 600여 평 규모의 현대식 제조공장 2개 동을 운영하며 엄격한 품질 관리 속에서 다양한 제품을 생산하고 있습니다.



짬뽕분말 감자탕분말 쌀국수분말 해물탕분말 해물찜분말 로제 분말 크림 분말 토마토피자분말 피자도우베이스분말 멸치육수분말



올댓쿡은 고객 요구에 맞춘 독창적인 레시피와 다양한 소스, 분말을 판매하고 있습니다.
문의전화 010-5870-2821 홈페이지 <https://smartstore.naver.com/allthatcook1>



정보공개서 정기변경 안내

저희 좋은친구들컨설팅그룹은 가맹거래사, 변호사, 회계사 등 분야별 전문가들과 함께 업계 최고수준의 경력과 노하우를 바탕으로 정확한 솔루션을 드리겠습니다.



(주)좋은친구들컨설팅그룹
대표 강 성 민

- (사)대한가맹거래사협회 회장
- 경영학 박사(수원대학교 겸임교수)
- 국회 민생연석회의의위원
- 국회 전국소상공인위원회 부위원장
- 수원지방법원 민사조정위원회 부회장
- 법무부 법무보호위원
- 산업자원부 국가유공 가맹본부 심사원
- 한국공정거래조정원 착한프랜차이즈 평가위원
- 소상공인시장진흥공단 프랜차이즈 수준평가 운영위원
- 경실련 프랜차이즈 피해구제센터 센터장

- ✓ 정보공개서 변경등록(정기, 수시)
- ✓ 가맹계약서 검토자문
- ✓ 프랜차이즈 인큐베이팅
- ✓ 기타 가맹사업 관련 전반 문의

2025년도 정보공개서 정기변경 마감일은 4월 30일까지!
마감일 내에 등록하지 못하면 1,000만원 이하의 과태료 대상이 됩니다.



02-587-5505

gfcg@gfcg.co.kr



사장님의 수익을 챙기는
착한 수수료 배달앱!

땡겨요



가게의 수익은, 땡겨요가 챙긴다!

첫째!

부담없는 수수료!
업계 최저 2% 수수료로
저렴해요!

둘째!

선정산 서비스!
당일 매출은 당일
입금해드려요!

셋째!

고객관리!
신한 고객관리 서비스가
단골들을 알려줘요!

프랜차이즈
개인가맹점
입점문의



010-3460-9950
가맹 문의. 이정희

사장님들이 원하시는 모든 것

땡-겨요로
스마트하게
운영하세요~!



wow
LINK 신한은행 공식 협력체

※ PG결제 수수료, 배달대행료 제외
※ 출처 ABC사 홈페이지

땡겨요

땡겨요 꽃배달



꽃을 주문하시면 굴비를 드립니다



구분	상품명	가격 (면세상품)	꽃 (선택)	굴비 / 민어 / 돔 (랜덤배송/무료)	비고
꽃만	F(일반)	65,000 60,000	3단화환 (축하, 근조) 난 (동양난, 서양난) 관엽식물, 꽃바구니	없음	※ 동양난, 서양난, 개업화분 구비 ※ 서울, 경기 외 배송비 5천원 추가
	S(고급)	105,000 100,000	4단화환 (축하, 근조) * 일부지역 3단 난 (동양난, 서양난) 관엽식물, 꽃바구니		
꽃 + 굴비	F2(일반)	75,000	3단화환 (축하, 근조) 난 (동양난, 서양난) 관엽식물, 꽃바구니	2미 적립 판매가 35,000 이상	※ 답합지역의 경우 추가비용 발생 가능 ※ 적립된 굴비는 5미이상 부터 출고가능
	F5(일반)	105,000		5미 적립 판매가 80,000 이상	
	S2(고급)	115,000	4단화환 (축하, 근조) * 일부지역 3단 난 (동양난, 서양난) 관엽식물, 꽃바구니	2미 적립 판매가 35,000 이상	

홈페이지 : www.munmoo-flower.co.kr

- 적립된 굴비는 5마리
이상부터 출고 가능
- 배송처, 배송일자
지정 가능
- 선물 포장시
굴비 1마리 차감
- 택배비는 무료

땡겨요 꽃배달 대표이사 이정희 010-3460-9950

대표번호 : 1522-5652



냉동식품은 역시, 굿프렌즈!

One Stop
Total
Service

식자재 공급

한식,일식,중식,양식 등 다양한 메뉴의 식자재를 공급합니다.

가격 경쟁력

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

전국 물류

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

전국 800여 곳의 판매 인프라 보유

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

대형캐터링 업체 납품

삼성웰스토리, 현대그린푸드, 동원홈푸드 등

대형마트 업체 납품

식자재왕, 하나로마트, 탑마트, H마트 등

대형프랜차이즈 업체 납품

김가네, 채선당, 자담치킨, 보배반점 등

온라인 업체 납품

쿠팡, 배민상회, 알리익스프레스, SSG 등

프랜차이즈 성공 파트너 굿프렌즈!

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

굿프렌즈몰
바로가기



핸드폰으로 QR코드를 촬영해 보세요



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

☎ 문의전화: 070-5073-6837

(주)굿프렌즈 서울특별시 송파구 송이로 171, 상아빌딩 3층

충청팀 대전광역시 동구 계족로457번길 64, 103호

경북팀 대구광역시 중구 서성로 99 1동 908호

호남팀 광주광역시 광산구 첨단강변로99번길 21, 311호

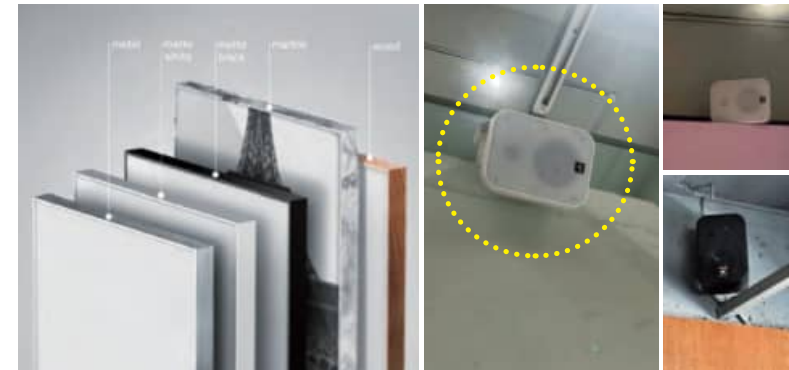
경남팀 부산광역시 강서구 명지국제6로 99, A동 1813호

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





음식과 서비스에 집중할 수 있는 주방을 만들어 갑니다
TOPSONIC NOAS
YouTube 성공의 정석관 / 성공 9단 / 생존의 기술

사장님이 찾던 바로 그 세척기



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

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

오직 탐소닉세척기만으로 가능한 5가지

1. 압도적인 시간절약

담갔다 바로 건지면 설거지 끝 3분이면 OK!

2. 찬물에도 변함없는 강력한 세척력

3. 까다로운 설거지 완벽 해결

불판, 석쇠, 독배기, 슬밥 냄비 등 완벽 세척
각종 기름기, 잔류농약, 세균 깔끔하게 OUT

4. 고정비용 90% 절감

수압식기세척기, 설거지 직원 필요 없습니다!
가스비, 전기세, 수도세 최대절감

5. 20년 이상 사용 가능한 품질

진동 소자 수명 15년 이상 보장
무상 AS 10년 보장

당신의 새로운 파트너

브라더스팩토리가 함께 하겠습니다!

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

주요 생산 및 수입 식품 :

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



대표이사 남민수



대표경영사원 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



The Letter from President

021 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

023 이진창 발행인 인사말

Cover Story

- 024 위기의 자영업, 생태계 붕괴되나
올들어 자영업자 출폐업·치솟는 환율에 배달앱 갈등 여전
- 030 “배달앱 수수료 부담 완화 위해 공공배달앱 활성화에 총력”
- 032 가맹점주 단체협상권 재추진...업계 “협의요청권 오·남용 우려”

Special Report

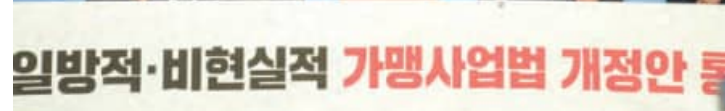
- 036 2025 상반기 제58회 IFS프랜차이즈 창업·산업박람회 개최
- 038 K프랜차이즈 CEO 제15기 교육과정 개강
- 042 모바일상품권 수수료 낮추고 정산주기 단축
- 044 홈플러스 기업회생에 입점업체 피해 우려
- 046 프랜차이즈 매장서 든 음원 “공연권 침해”
- 048 코리아 프랜차이즈 컨벤션 성료

Hot Issue

- 052 한국피자헛, 기업회생에 이어 영업권도 매각
- 053 “5인 미만 사업장 근로기준법 확대 적용, 신중히 검토해야”
- 054 “배리어프리키오스크 설치 의무, 비용증가 및 범죄자 양산 우려”
- 055 “원부자재 가격 상승, 외식경기 침체로 업계 수익구조 악화”

Organ News

- 056 공정위, 가맹점주 ‘정보공개서 공시제’ 도입
- 057 식약처, 커피전문점 등 식용얼음 수거·검사
- 058 기획재정부, 배리어프리키오스크 등 부담완화 방안 나온다



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

People & Company

- 060 우광식 한마음정육식당 대표
- 064 정승모 평택유지 대표
- 066 박재영 대신푸드 대표
- 068 김복미 올댓콕 대표

Brand Highlight

- 070 쿠우쿠우
- 071 [서평] 권원강 교촌에프앤비 회장 '최고의 상술'

Association News

- 084 한국프랜차이즈산업협회 '2025년 정기 대의원 총회' 성료
- 085 제45기 연세대 프랜차이즈 최고경영자(FCEO) 과정 입학식 개최
한국프랜차이즈協, 2.10.~13. WFC 상반기 라스베이거스 총회 참가
- 086 한국프랜차이즈協 분과위, 따뜻한 봄기운 속 본격적 활동 개시
- 087 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 072 컨설팅 - 이경희
'레드오션' 이기는 '블루오션'
- 074 상권분석 - 유재은
장수브랜드가 되기 위한 프랜차이즈 사업 전략 5가지
- 076 마케팅 - 장재남
2025 예비창업자들의 창업환경과 특성 ①
- 078 법률 - 안철현
연대보증책임, "경영권 양도해서 책임 없다"...법원 판결은
- 080 세무 - 최인용
프랜차이즈 본사 로열티 구조와 제도적·세무적 유의사항
- 082 노무 - 이금구
2025년 2월부터 달라지는 노동관계법



제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회로 안전한 창업의 장을 조성하겠습니다.



한국프랜차이즈산업협회장
정현식

겨우내 움츠렸던 자연이 따사로운 봄 기운과 함께 기지개를 켜는 요즘입니다. 우리 프랜차이즈 산업도 본격적으로 야외 활동이 늘면서 위축된 소비가 늘고 업계가 활기를 띠 것으로 기대하고 있습니다.

우리 협회는 전통적으로 많은 창업 수요가 몰리는 봄을 맞아 국내 최대 규모인 '제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'를 4월 10일부터 3일간 코엑스에서 개최합니다. 이번 박람회에서는 안전한 프랜차이즈 창업에 대한 수요가 급증하고 있어 처음으로 2개 관 전체에 전시장을 꾸몄습니다.

많은 분들이 찾아주시길 것으로 예상되지만, 창업 리스크 또한 적지 않은 시기라는 점도 분명히 주의해야 하는 시기입니다. 사실 현재 창업 시장은 코로나19 판데믹이나 IMF 사태 당시에 준하는 비상상황입니다. 폐업 증가, 대출 연체율 증가, 수익 감소, 고용원 감소, 비용 증가 등 각종 지표가 발표될 때마다 자영업자들의 고충이 고스란히 나타나고 있습니다.

이에 협회는 창업 박람회가 안전한 창업의 산실이 되도록 공동 주관사인 코엑스, RX Korea와 다양한 프로그램을 운영할 예정입니다.

먼저 공정위에 정보공개서 공식 등록을 완료한 브랜드만 창업관에 들어올 수 있도록 하여 상담의 신뢰도를 크게 높였습니다. 상담의 질과 신뢰도를 높이기 위해 협회가 처음으로 시도하는 프로그램입니다.

정보공개서는 가맹점 모집에 필요한 정보가 들어있는 법정 문서로, 가맹사업을 하고자 하는 가맹본부는 반드시 정보공개서를 공정위에 등록해야 합니다. 창업 희망자들이 창업 단계에서 가장 꼼꼼히 살펴봐야하는 것이 정보공개서의 유무와 그 내용인 만큼 더욱 안전한 상담을 담보할 수 있을 것으로 생각합니다. 더욱 자세한 정보를 제공하는 'IFS 에브리데이' 사이트도 운영 중으로, 사전에 관심 브랜드 정보를 확인하고 오

시면 더욱 효과적인 상담이 될 것입니다.

중대형 파트너사들이 포진한 산업전 또한 국내 최고 수준을 자랑합니다. 창업에 필수적인 업종을 총망라하여 창업 희망자들에게 다양한 선택지를 제공합니다. 사실 최근에는 시장이 과포화되면서 매장 인테리어나 주방설비, 결제장비나 시스템 등 파트너사들의 역량이 창업의 디테일을 완성하는 화룡점정(畫龍點睛)으로 꼽히고 있습니다. 산업전을 통해 높은 수준의 다양한 파트너사들을 한 곳에서 확인할 수 있어 창업의 성공률을 더욱 올려줄 것으로 기대됩니다.

성공 트렌드와 우수 사례, 좋은 본사를 구분하는 법 등 많은 것들을 알려주는 세미나도 3일 내내 펼쳐집니다. 업계 최고 권위를 자랑하는 다양한 연사들이 성공전략과 비전을 제시하고 최신 트렌드와 필수 법·제도에 대한 지식을 강연합니다. 아 는 만큼 보이는 것이 프랜차이즈 창업입니다. 세미나를 통해 창업 희망자들의 역량이 높아질 수록 안전한 창업이 늘어날 것입니다.

전시장 내에서 안전한 창업과 효율적인 상담을 지원하는 프로그램들도 있습니다. '전문가 컨설팅 존'에서는 창업 전문가들이 상주하면서 자신에게 맞는 맞춤형 창업 상담을 무료로 제공합니다. '도슨트 투어'는 업계 전문가가 신청자들과 함께 주요 부스를 돌며 상세한 해설과 질의응답을 곁들이는 전문적인 프로그램으로, 지난 박람회에서 첫 도입 이후 만족도가 매우 높았습니다.

창업 희망자들이 '제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'를 통해 극도로 어려운 창업 시장에서 새로운 사업 기회를 찾을 수 있기를 바랍니다. 또, 이번 박람회가 비용 인상과 경기 침체로 어려운 자영업 생태계를 안정화시키고 가맹본부와 가맹점사업자, 다양한 파트너사들이 상생하며 체계적으로 성장할 수 있는 성장사다리로서 큰 역할을 할 수 있도록 최선을 다하겠습니다. **KFN**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.72
The Magazine For You

PUBLISHER

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

EDITORIAL DEPT

국장	이 호	Lee, Ho
이사	조인영	Cho, in Young
	김태규	Kim, Tae kyu
	조기석	Cho, Gi Seok
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 서초구 강남대로 27, aT센터 603호
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 도서집지 윤리강령·잡지윤리실천요강을 준수합니다. 이 책에 실린 어떤 내용도 무단복제해서 사용할 수 없습니다.

The Letter from
Publisher

오리무중(五里霧中) 상황 인내외양(忍耐外揚) 이유



발행인
이진창

후란한 정국이 이어지면서 장기화된 불황으로 프랜차이즈 업계를 포함해 자영업자의 고통이 가중되고 있다. 경기침체에 소비심리도 위축되면서 공실인 점포도 증가하고 있고, 운영중인 매장도 버티는 게 힘겨워 보인다.

통계청에 따르면 올해 1월 자영업자 수는 550만명이다. 지난해 11월 570만여명과 비교하면 20만명 줄었다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태 당시 엔데믹을 앞둔 2023년 1월 집계된 549만명 이후 가장 적은 수준이다.

이처럼 매장을 운영하는 자영업자가 줄면서 빈 상가도 늘고 있다. 한국부동산원에 따르면 지난해 3분기 전국 소규모 상가(2층 이하, 330㎡ 이하)의 공실률은 6.53%였다. 하지만 4분기에 6.74%로 올랐다. 전국 중대형 상가의 공실 비율은 더 높다. 지난해 말 13%다. 이는 지방으로 갈수록 더 높아지는 경향을 보이고 있다.

그렇다면 이러한 경기침체는 언제까지 지속될까. 올해 말까지 이어질 것이라는 전망이다. 이로 인해 지난해 말과 올해 초에 등장한 사자성어가 다시금 회자되고 있다. 먼저 올해 중소기업을 대표하는 사자성어는 ‘인내외양(忍耐外揚)’과 ‘환난상휼(患難相恤)’이다.

‘인내심을 발휘해 어려움을 이겨낸다’는 뜻을 담은 인내외양은 생성형 인공지능(AI) 서비스 챗GPT가 새롭게 생성한 사자성어다. 대내외 복합 경제위기로 어려움을 겪었지만

인내심을 갖고 참고 이겨내겠다는 의지인 셈이다. ‘어려운 상황이지만 나눔으로 이겨낸다’는 뜻의 ‘환난상휼(患難相恤)’ 역시 같은 의미로 올해 경영환경을 뜻하는 사자성어로 선정됐다.

대기업도 상황은 비슷하다. 대기업 회장들도 어려움을 이겨내자라는 의미의 사자성어로 올해 경영전략을 밝혔다. 최태원 회장은 “옛 것을 뜯어고치고 새로운 것으로 바꾸는 ‘혁고정신(革故鼎新)’의 결단이 요구된다”면서 “과거의 성공에 머무르지 말고 과감한 혁신을 통해 미래 성장을 위한 토대를 다져야할 때”라고 전했다.

최진식 한국중견기업연합회장은 “위기는 기회라고도 하지만 기업인에게 위기는 일상의 다른 이름일 것이다. 비상한 시기가 도래했다면 맞서 싸워 돌파할 수 밖에 없다. 실패를 막고 다시 나설 도리밖에 없다”며 맹자가 말한 ‘항상항심(恒産恒心)’을 인용했다.

자영업 시장과 밀접한 관계를 맺고 있는 금융시장도 어려움이 계속될 것이라는 사자성어로 올해를 표현했다. ‘오리무중(五里霧中·갈피를 잡을 수 없는 금융 환경)’과 ‘교토삼굴(狡兔三窟·다양한 대안을 준비해 위기에 대응)’이다.

언제까지 경기침체와 불안에 따른 소비심리만을 탓할 수는 없다. 이제부터라도 혁고정신(革故鼎新)의 결단이 필요하다. 성과는 한계가 있지만, 성공은 한계가 없다. 혁신을 더한 인내외양. 이제는 살아남는 자가 강한 시대다. **KFN**



지난해 12월과 올해 1월 두 달 사이에 자영업자 20만명 넘게 문을 닫았다.

위기의 자영업, 생태계 붕괴되나

올들어 자영업자 줄폐업·치솟는 환율에 배달앱 갈등 여전

12.3 윤석열 내란사태 이후 정치적 불안정과 경기 침체가 맞물리며 자영업자들의 불안감이 날로 커지고 있다. 생계의 기반이 흔들리는 자영업자들은 생존을 걸고 절박한 하루하루를 버텨내는 실정이다. 이번 호에서는 소비침체, 환율 등 물가, 배달앱, 이중가격제 확산 등 외식업 위기와 프랜차이즈 업계의 기반이 되는 자영업 생태계 붕괴에 관해 다양한 논점들을 짚어봤다.

WRITE | 이 호 편집국장

연말연초, 두달새 20만명 줄어

지난해 12월과 올해 1월 두 달 사이에 자영업자 20만명 넘게 문을 닫았다. 자영업자들도 내수 침체 장기화 영향을 피해 가지 못했다.

통계청에서 발표한 지난 1월 고용동향을 살펴보면, 자영업자는 550만명으로 집계됐다. 이는 코로나19 사태 당시 수준이다. 1997년 IMF(국제통화기금) 외환위기 때보다 적은 수치다. 2월에는 겨우 1000명만 증가한 550만 1000명을 기록했다.

엔데믹 이후 자영업자 수는 회복세를 보이는가 싶었지만, 올해 1월 자영업자 수는 지난해 11월 대비 약 20만명 이상 감소했다. △1997년 590만명 △1998년 561만명이었다. 글로벌 금융위기 때인 △2008년 600만명 △2009년 574만명보다 적은 수준이다.

이러한 현상을 두고 전문가들은 내수 부진, 경기 침체 장기화가 자영업자들을 폐업하도록 만든다고 지적했다. 이정희 중앙대 경제학과 교수는 “엔데믹이 와도 소비자들의 소비 행태가 외부 소비를 줄이는 것으로 굳었다”며 “고물가 고금리 현상까지 더해지면서 장사하기 매우 어려워졌다”고 설명했다.

이어 “코로나만 끝나면 괜찮아지겠지”라는 생각과는 다르게 여전히 어려운 상황에 놓이자 자영업자들이 줄폐업한 것”이라며 “올해에도 자영업자 수는 계속 줄어든 것”이라고 전망했다.

석병훈 이화여대 경제학과 교수는 “코로나 대출 만기 연장이나 이자 상환 유예 조치 등 각종 지원 정책이 끝나고, 내수 침체가 계속 이어지면서 더 이상 버티지 못하는 자영업자가 속출하는 것으로 보인다”고 설명했다.

한국경제인협회가 모노리서치에 의뢰한 자영업자 500명 설문조사 결과에 따르면, 자영



원·달러 환율이 1500원 돌파 가능성이 조심스레 나오면서 심화된 소비 위축으로 상권이 썰렁함을 보이고 있다.

“

“코로나만 끝나면 괜찮아지겠지”라는 생각과는 다르게 여전히 어려운 상황에 놓이자 자영업자들이 줄폐업한 것”이라며 “올해에도 자영업자 수는 계속 줄어든 것”이라고 전망했다.

”

업자들은 △원자재·재료비(22.2%) △인건비(21.2%) △임차료(18.7%) △대출 상환 원리금(14.2%) 순으로 부담이 크다고 응답했다.

또한 응답자 72.0%가 전년 대비 순이익이 감소했다고 답했다. 이들은 평균적으로 지난해 순이익이 전년 대비 13.3% 줄었다. 아울러 응답자 중 절반 이상이 ‘올해도 매출·순이익이 줄어든 것’이라고 예상하고 있다.

전문가들은 자영업을 포기하는 이들을 위한 일자리 정책이 필요하다고 조언한다. 석병훈 교수는 “외환위기, 경제위기가 있을 때마다 정부가 창업을 장려하면서 자영업자를 늘려왔다”며 “이제 창업에 대한 지원 대신 폐업하는 자영업자를 위한 일자리 연계 사업 등에 지원해야 한다”고 강조했다.



지난해 4분기 말 현재 자영업 대출자 가운데 다중채무자는 176만1000명으로 56.5%를 차지했다.

10년만 최악...대출 연체율

금융권에서 빌린 돈을 제때 갚지 못하는 자영업자 수가 2년6개월 만에 3배 넘게 급증했다. 연체율도 이미 10~11년 내 가장 높은 수준까지 치솟았다.

3월 31일 한국은행이 국회 기획재정위 박성훈 의원(국민의힘)과 행정안전위 양부남 의원(더불어민주당)에게 제출한 '개인사업자대출 세부 업권별 연체율' 자료에 따르면 작년 4분기 말 저축은행 연체율(1개월 이상 연체 기준)은 11.70%로 집계됐다. 금융기관들이 제출한 업무보고서에 기재된 실제 대출 연체 등 현황을 집계한 통계다.

특히 자영업자의 다중채무가 늘어 우려가 커지고 있다. 지난해 4분기 말 현재 자영업 대출자 가운데 다중채무자는 176만1000명으로 56.5%를 차지했다. 대출액 기준으로는 전체 자영업자 대출액의 70.4%에 해당하는 749조6000억원이 다중채무자의 빚이었다.

이러다보니 취약 자영업자 차주(다중채무자 중 저소득·저신용 차주)도 증가했다. 지난해 말 기준 42만7000명으로 전년 말(39만6000명)보다 3만1000명 늘었다. 취약 차주가 늘면서 연체 차주도 함께 증가했다. 전체 자영업자 가운데 금융권 대출을 제때 갚지 못한 연체 차주는 2022년 하반기부터 꾸준히 증가해 지난해 말 기준 14만8000명으로 집계됐다. 이는 2022년 2분기 말(4만8000명)과 비교해 2년 반 만에 3배 이상 늘어난 수치다.

한은은 2023년부터 지난해까지 자영업자 대출 연체율이 상승한 배경으로 높은 대출금리와 서비스업 경기 부진에 따른 소득 감소 등으로 인해 자영업자의 채무상환 능력이 저하된 점이 크게 작용한 것으로 판단했다.

배달앱 상생요금제 '갈등은 여전'

지난해 배달플랫폼 상생협의체가 상생요금제 합의안을 도출해 본격 시행에 들어갔지만 여전히 배달플랫폼과 음식점



상생요금제 합의안이 본격 시행에 들어갔지만 여전히 배달플랫폼과 음식점체의 갈등은 줄어들지 않고 있다.



지난해 9월 배달의민족 신고 기자간담회에서 정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 신고서를 들어 보이고 있다.

체의 갈등은 줄어들지 않고 있다.

상생요금제의 핵심인 '매출구간별 차등수수료 요금제'의 운영 투명성에 대한 논란에 더해 '무료배달'과 '이중요금' 등이 새로운 쟁점으로 부상하고 있다. 여기에 배달의민족이 포장 주문에도 수수료를 부과하겠다고 밝히면서 자영업자들의 불만이 커지고 있다. 자영업자들은 이미 배민에 배달 중개 수수료와 광고료를 지불하고 있는 상황에서

포장 중개 수수료까지 받는 것은 부당하다는 입장이다.

배민을 운영하는 우아한형제들은 4월 13일부터 포장 주문에도 6.8%(부가세 별도) 중개 수수료를 부과하겠다고 밝혔다. 이에 배민을 이용중인 자영업자들은 이미 높은 배달 중개 수수료에 배달 음식 가격을 매장가보다 높게 받는 이중가격제를 도입하고 있는 상황에서 포장 주문 중개 수수료가 현실화될 경우, 그동안 포장 고객에게 제공하던 혜택 축소가 불가피하다고 주장한다.

이에 앞서 3월 17일 더불어민주당을 지키는 민생실천위원회(을지로위원회)는 참여연대, 전국가맹점주협의회, 한국소비자연맹 등 소상공인·소비자 단체들과 함께 서울 여의도 국회의원회관에서 '소비자 후생 관점에서 본 배달서비스 문제점과 개선방안' 토론회를 개최했다.



이중가격제가 확산되면서 소비자들의 불만이 높아지고 있다.

이날 토론회에서는 소비자가 부담했던 배달비(배달팁)를 배달앱 플랫폼 업체가 무료배달이라고 홍보만 할 뿐 입점 업체로부터 배달비(배달료)를 추가로 받고 배달라이더에게는 덜 지급하는 배달비 전가가 도마에 올랐다.

이외에 자영업·소비자단체들은 지난달 배달의민족이 도입한 상생요금제의 매출구간별 차등수수료 체계가 구간 선정 기준을 알 수없는 '깜깜이' 구조라고 비판했다. 김준형 공정환플랫폼을위한사장협회 공동의장은 “일매출 9만원밖에 안되는 외식업체가 중개수수료율이 가장 높은 1구간에 포함됐지만 이러한 구간 선정이 어떻게 이뤄지는지에 대한 설명이 전혀 없다”고 지적했다.

이중가격제? 배달앱전용가격제!

배달앱을 둘러싼 갈등으로 인해 배달 주문에 한해 이중가격제를 채택하는 외식 프랜차이즈가 증가하고 있다. 이에 대해 소비자들은 가격 인상을 가리기 위한 꼼수라고 반발하고 나섰다. 이에 외식업계를 포함해 프랜차이즈 업체는

가맹점 수익 보전을 위한 불가피한 조치라며 항변에 나섰다.

아울러 한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식)는 ‘이중가격제’를 ‘배달앱 전용가격제’로 대체하여 사용해 줄 것을 제안하고 나섰다. 이중가격제라는 용어가 널리 퍼지면서 외식 물가 인상의 주범이 자영업자와 프랜차이즈 업체라는 오해를 받게 됐다는 점에서도.

한국프랜차이즈산업협회는 성명을 통해 “업체가 외식 물가 인상의 주범이라는 오해를 풀고 대상과 원인을 명확히 할 수 있도록 ‘배달 앱 전용가격제’라는 용어를 제안하게 됐다”며 “현재는 외식 자영업자나 프랜차이즈 업체가 이중가격제를 우회적인 가격 인상 또는 수익 창출 수단으로 악용하는 것처럼 비춰지는 분위기”라고 말했다.

협회는 배달 가격을 높여 받을 수밖에 없는 이유로 과도한 배달 플랫폼 수수료를 지목했다. 협회 관계자는 “현재 외식 업체는 독과점 배달 플랫폼의 무료배달 비용 전가와 추가 광고 유도로 주문 가격 30~40%가 배달 앱에 지출되고 있다”며 “배달 플랫폼에게 물가 인상의 책임이 있다는 것을 전 국



원/달러 환율이 상승하면서 수입 원재료비에 대한 부담이 높아져 경영에 어려움을 겪는 기업들이 증가하고 있다.

민이 알아줬으면 한다. 배달 플랫폼도 실효성 없는 상생안 뒤에서 책임을 회피하지 말고 하루빨리 진정한 상생안 마련에 나서야 할 것”이라고 촉구했다.

R의 공포…꺾이지 않는 환율

미국발 관세 조치도 한국경제에 'R(recession·경기침체)'의 공포'를 드리우고 있다. 사실 올해 초까지의 경기 침체는 내수 부진과 12:3 계



“가공식품 가격 인상은 불가피한 상황”이라는 입장을 내놨다. 협회에 따르면 소비자심리지수(CCSI)는 작년 12월 급락한 이후 3개월 연속 기준선(100)을 하회하고 있다. 또 코코아, 커피 등 주요 식품 원재료 가격이 오른 데다 원/달러 환율까지 상승해 업계의 수입 비용은 더 커졌다.

임사태 등 국내 정치·경제적 불확실성에 기인했다. 하지만 미국의 관세 조치는 한국의 경기침체를 더욱 키우고 있다.

원/달러 환율은 12:3 계엄 사태 이후 급등해 3개월 동안 1400원 밑으로 떨어지지 않았다. 그러다 미국의 관세 조치에 대한 우려로 1450원 안팎에서 움직이고 있다. 일각에선 1500원 돌파 가능성도 조심스레 나오는 분위기다.

이에 식품업계 대표 단체가 “가공식품 가격 인상은 불가피한 상황”이라는 입장을 내놨다. 협회에 따르면 소비자심리지수(CCSI)는 작년 12월 급락한 이후 3개월 연속 기준선(100)을 하회하고 있다. 또 코코아, 커피 등 주요 식품 원재료 가격이 오른 데다 원/달러 환율까지 상승해 업계의 수입 비용은 더 커졌다. 식품기업은 대부분 내수 중심인만큼 잇따라 제품 가격을 올리고 있다.

협회는 이같은 상황과 관련해 “일부 수출 주도형 식품기업은 K-푸드 수출 호조에 힘입어 전년 영업이익이 증가했으나, 내수 중심인 대부분의 식품기업은 심각한 경영난을 겪고 있다”며 “최근 환율, 원자재, 경영비 상승에 따른 불가피한 결정”이라고 설명했다.

원/달러 환율 급등, 원재료비 증가 등을 이유로 주요 먹거리 가격이 연쇄적으로 오른 가운데 4월에도 흐름이 이어질 것으로 보여 장바구니 물가 부담이 더해질 것으로 전망되고 있다. **KFN**



3월 12일 정현식 협회장, 나명석 수석부회장 등이 서울시 및 업계 관계자들과 공공배달앱 활성화 회의에 참여했다.

“배달앱 수수료 부담 완화 위해 공공배달앱 활성화에 총력”

한국프랜차이즈協, 서울시·농식품부와
공공배달앱 활성화 적극 협력

WRITE | 이 호 편집국장

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 급증한 배달앱 수수료 부담을 완화하기 위해 공공배달앱 생태계 활성화에 나선다.

협회는 3월 18일 서울시청에서 서울시, 시범 자치구(강남구·관악구·영등포구), 관련 단체 및 땡겨요 운영사 신한은

행 등과 ‘서울배달+땡겨요 활성화’를 위한 상생협약을 체결했다.

‘서울배달+땡겨요’는 서울시가 지난해 말 발표한 ‘소상공인 힘보탬 프로젝트’의 하나로 민간 배달플랫폼(최대 9.8%)보다 낮은 배달 중개수수료(2% 이하)를 통해 소상공인의 부담을 줄이고 민생경제 안정화에 기여하는 사업이다.



3월 18일 정현식 한국프랜차이즈산업협회장(오른쪽에서 5번째)이 서울시 땡겨요 활성화 협약을 체결했다

서울배달+땡겨요의 배달 중개수수료를 2% 이하로 유지하는 동시에 배달앱 운영사·시범 자치구·소상공인단체·배달 대행사와 협력해 가맹점을 확대하고 소비자 혜택을 강화할 계획이다. 서울시는 2월 강남구·관악구·영등포구를 '서울시 공공배달 서비스 시범 자치구'로 지정한 바 있다.

또 서울사랑상품권과 땡겨요 전용 상품권을 발행해 5~15%의 할인 혜택을 제공하고 온누리상품권 결제를 도입하고 페이백 프로모션 등 추가 혜택도 마련한다. 또 시범 자치구를 중심으로 집중 지원을 펼쳐 성공 사례를 확인한 뒤 전 자치구로 확대할 방침이다.

신한은행은 가맹점 확대를 위해 낮은 배달 중개수수료와 쿠폰 지원금 등의 혜택을 제공하기로 했고, 소상공인 단체와 배달 대행사는 각각 가맹, 배달 지원과 함께 공공배달 서비스 홍보에 협력하기로 했다.

서울배달+땡겨요는 구글플레이, 앱스토어에서 땡겨요 앱을 내려받거나 서울페이플러스(서울Pay+) 또는 신한은행

솔뱅크(SOL뱅크) 앱을 연동해 이용할 수 있다.

협회는 땡겨요 활성화를 위해 회원사 가맹점 참여 독려, 혜택 확대, 대국민 홍보 등을 적극 추진하기로 했다.

또 4월 7일에는 농식품부 공공배달앱 플랫폼 출범식에 참여해 전국 각지의 공공배달앱 활성화에도 협력하기로 했다. 협회는 지난해 농식품부에 전국적으로 파편화돼 있는 공공배달앱들을 한 눈에 보고 연계할 수 있는 플랫폼 구축을 요청해 온 바 있다. 이에 농식품부는 2월 외식업계 간담회에서 더외식 사이트를 통해 공공배달앱 플랫폼 구축 계획을 발표한 바 있다.

한편 협회는 땡겨요 활성화를 위해 소비자들에게 실질적인 혜택을 제공하기 위한 방안도 다각적으로 논의하고 있다. 지난 2월과 3월 연달아 서울시 및 치킨 프랜차이즈 업체들과 간담회를 갖고 배달앱 3사에 대응해 소비자들의 이용률과 가맹점 가입률을 올릴 방안을 고민하고 지속적으로 추진하기로 했다. **KFN**



지난해 2월 한국프랜차이즈산업협회가 가맹사업법 개정안 본회의 직회부 시도에 반대하는 집회를 개최했다.

22대 국회, 가맹점주 단체협상권 재추진... 업계 “협의요청권 오·남용 우려”

野, 가맹사업법 개정안 패스트트랙 지정 방침...

한국프랜차이즈協 협의체 구성 촉구

WRITE | 이 호 편집국장

가맹점사업자단체를 공정위·지자체에 등록할 수 있도록 하고, 등록 단체가 협의 요청시 가맹본부가 의무적으로 협의를 개시해야 하는 가맹사업법 개정안이 22대 국회에서 다시 재추진되고 있다.

본 개정안은 지난 21대 국회에서도 일방적으로 추진돼 파행을 거듭한 바 있으나, 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 등 업계 의견에 따라 신중한 논의가 필요한 점이 인정돼 결국 최종 미상정 폐기된 바 있다.

WRITE | 이 호 편집국장

그런데 22대 국회가 최근 가맹사업법 개정안을 신속처리안건(패스트트랙)으로 지정처리하겠다는 방침을 밝히면서 다시 논란이 일고 있다. 패스트트랙 지정 시 최장 330일 후에 본회의에 직상정되므로 본회의 통과가 확실시되는 만큼 업계에서는 부작용 방지를 위해 신중을 기해야 한다는 목소리가 높아지고 있다.

22대에도 재연되는 일방통행에 허탈한 업계

3월 6일 진성준 더불어민주당 정책위의장은 정책조정회의에서 "반도체특별법, 은행법, 가맹사업법, 상속세법 등 주요 민생 4법을 국회법 절차에 따라 3월 13일 본회의에서 패스트트랙으로 지정할 것"이라고 밝혔다.

국회법에 따르면 패스트트랙 지정 안건은 상임위 180일, 법사위 90일, 본회의 60일을 거쳐 자동 상정될 수 있기 때문에 국회 지형도를 감안하면 최장 330일 내에 통과가 확실시된다.

가맹점사업자단체 등록제 및 협의개시 의무화를 도입하는 가맹사업법 개정안은 제22대 국회에 총 7건이 발의돼 있

다. 이 중 6건은 지난 회기에 발의된 안을 그대로 재발의한 것이고 현재 정무위 제2소위에 계류 중이다. 나머지 1건은 신규 발의안이나 내용은 대동소이하며 아직 소위에 회부되지도 않았다.

지난 회기 본 개정안의 미상정 사유를 감안하면 동일한 개정안에 대해 최소한 기본적인 논의과정을 갖는 것이 바람직하다. 그러나 거대 야당이 단 한 차례의 논의도 없이 바로 패스트트랙 지정을 추진하겠다고 밝히자 업계는 상당히 허탈한 분위기다.

이후 국회 상황이 급변하면서 야당은 일단 지정을 보류하기로 했으나 조만간 상황이 안정되면 재추진할 것으로 전망된다.

“제대로 된 논의도 없어”...업계 강력 반발

협회는 3월 12일 즉시 입장문을 내고 패스트트랙 지정 추진 방침에 대해 강력히 반발했다. 협회는 “한국프랜차이즈산업협회 산하 1천여 개 회원사는 제22대 국회가 국회 본



지난해 4월 가맹사업법 대응을 위해 발족한 가맹사업 선진화 위원회 간담회

회의에서 <가맹점사업자단체 등록제 및 협의개시의무화 도입>가맹사업법 개정안을 일방적으로 패스트트랙으로 지정하려는 시도를 결사 반대하고, 모든 이해 당사자들이 참여하는 협의체를 통해 정부 및 국회가 함께 논의 할 것을 강력히 촉구한다”고 말했다.

협회는 “본 개정안은 복수의 가맹점사업자단체가 협의요청권을 남발하거나, 단체 간에 과도한 경쟁이 조장되는 등 불필요한 분쟁을 양산할 가능성이 매우 높아 부작용을 줄일 수 있는 방안이 반드시 보완돼야 한다”고 요구하고 “또 다시 이해 당사자들과는 물론이고 상임위에서조차 제대로 된 논의 없이 본 개정안을 밀어붙이려는 의도는 도대체 누구를 위한 것인지 알 수가 없다”고 비판했다.

협회는 “본 개정안이 통과된다면 영세·중소 브랜드가 대다수인 국내 프랜차이즈 산업은 불필요한 분쟁 양산과 브랜드 성장 정체가 크게 위축될 것이며, 세계 각국으로 뻗어 나가고 있는 K-프랜차이즈 또한 성장 동력을 잃을 것이 불보듯 뻔한 상황”이라고 하면서 “제22대 국회가 즉시 패스트

트랙 지정 방침을 철회하고, 충분한 시간을 갖고 이해 관계자 및 전문가, 여야와 정부가 다함께 머리를 맞대 제대로 논의해 줄 것을 다시 한 번 강력히 촉구한다”고 밝혔다.

협회 “규정 보완한 대체법안 발의 추진할 것”

협회는 본 개정안이 규정 미비로 부작용과 악용 소지가 너무 높고, 불필요한 분쟁이 과도하게 조장될 수 있다는 점을



국회 앞 집회에서 정현식 한국프랜차이즈산업협회장이 인사말을 하고 있다.



지난해 4월 국회 소통관 기자회견에서 정현식 협회장이 입장을 밝히고 있다.

우려하고 있다. 협회는 패스트트랙 지정 철회에 총력을 기울이는 한편, 부작용 방지를 위해 규정을 일부 보완한 대체법안의 발의를 추진하고 있다.

대체법안의 주요 문제점은 크게 ▲협의권 남발 우려 ▲구성원 확인 불가 ▲협의요청권 악용 방지수단 부재 등 세 가지로 꼽힌다.

먼저 가맹점사업자단체가 협의 요청 시 가맹본부는 협의 횟수·주제, 절차 등 대통령령 기준에 따라 응하여야 하고, 복수 단체가 요청 시 다수 단체와 우선 협의해야 한다. 가맹본부에 모든 단체와 협의할 의무가 부여돼 통일성 저해, 갈등 확산 등 심각한 부작용이 우려된다.

협회는 이에 대해 교섭절차의 단일화가 필요하다고 보고, ‘동일·유사 협의요청 시 모든 단체와 하나의 절차에서 동시에 한 번에 협의’하도록 보완을 요구하고 있다.

두 번째로는 대통령령 규정 비율 또는 수 이상의 가맹점사업자가 가입된 단체를 공정위 또는 시·도지사에 등록하는 등록제를 신설, 등록 단체에 협의요청권 부여하는 부분이

다. 별도의 명부 공개 의무가 없어 가맹본부는 단체 구성원 확인이 어렵고, 단체 및 협의요청의 적법성 확인도 불가능하다.

협회는 가맹본부가 협의 대상을 명확히 확인할 수 있도록 구성원 명부 열람요청권 규정의 보완이 필요하다고 보고 있다.

마지막으로는 제재 대상으로 가맹본부만 규정하여 가맹점사업자단체가 협의요청권을 고의로 남발하거나 경영간섭의 수단으로 삼는 경우, 또는 기타 요구와 연계하는 경우 등을 방지할 방안이 없다는 부분이다. 특히 이 경우 브랜드 이미지 실추로 타 가맹점에까지 손해를 끼칠 수 있다.

협회는 업무방해 목적 행위, 타 점주 손해유발 행위 등을 제한행위로 규정하고 위반 시 등록취소 사유에도 추가해야 한다는 입장이다.

협회 관계자는 “제22대 국회에서 또 다시 가맹사업법 개정안이 일방적으로 추진되고 있어 업계의 반발과 우려가 매우 큰 상황”이라고 하면서 “지속적인 협의 요청이 묵살되고 있는 만큼 대체법안 발의를 추진해 합리적으로 개정될 수 있도록 최선을 다할 것”이라고 말했다. **KFN**



지난해 10월 제57회 IFS 프랜차이즈 창업 산업 박람회에서 참관객들이 줄을 지어 입장하고 있다.



지난해 10월 제57회 IFS 프랜차이즈 창업 산업 박람회에서 참관객들이 창업 상담을 받고 있다.

2025 상반기 제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 4.10.(목)~12.(토) 개최

국내 최대 규모 창업 박람회...코엑스 C·D홀서 3일간 350개 브랜드 730개 부스 참가
우수 브랜드 '창업전', 필수 파트너사 '산업전' 종합 박람회...안전창업 지원할 프로그램 강화

WRITE | 김동하 기자

국내 창업 시장을 대표하는 '2025 상반기 제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'가 이달 10일(목)~12일(토) 서울 삼성동 코엑스 C·D홀에서 350개 브랜드 730개 부스의 국내 최대 규모로 개최된다.

이번 박람회는 우수·유망 프랜차이즈 브랜드들을 만날 수 있는 '창업전'과 필수 파트너사들을 모은 '산업전'을 구성하고 다양한 특별관과 프로그램을 배치하여 참관객들과 참가자에게 유용한

정보와 상담·홍보 기회를 편리하게 제공한다. 프랜차이즈만 모은 '창업전'에는 ▲자담치킨 ▲가마로강정 ▲당신은치킨이땡긴다 ▲치맥킹 ▲기영이숯불두마리치킨 등 치킨업종과 ▲쥬쥬 ▲텐퍼센트커피 ▲썬스커피 ▲더리터24 ▲하삼동커피 ▲아마스빈 ▲바나프레소 ▲요거트월드 등 카페업종에서 내로라하는 브랜드들이 대거 참여한다. 또한 ▲육미제당 ▲하남돼지집 ▲한마음정육식당 ▲귀한족발 등 고기 브랜드들을 비롯, ▲본죽·본도시락 ▲보배반점 ▲오복

오봉집 ▲쿠우쿠우블루레일 ▲탐나종합어시장 ▲라홍방마라탕 ▲편비어킹·빨강다람쥐 ▲인썬맥주 ▲포케올데이 등 주요 외식 브랜드들도 부스를 꾸린다. ▲카카오브이엑스 ▲롯데슈퍼 ▲짬뽕구장 ▲세븐스타코인노래방 ▲커브스 ▲리맥스 ▲어반런드렛 등 유명 도소매·서비스 브랜드들도 참가한다. 특히 이번 박람회부터 창업전에는 공정거래위원회에 정보공개서가 등록돼 있는 참가사들만 참가할 수 있어, 창업 상담의 안전성과 신뢰성이 크게 높아질 것으로 전망된다. 참관객은 사전에 모든 창업전 참가사 정보를 공정거래위원회 가맹사업거래 홈페이지 정보공개서 열람 메뉴에서 직접 확인할 수 있고, 온라인 디렉토리 'IFS 에브리데이'(https://www.ifseveryday.co.kr)에서 참가사 상세 정보를 확인한 후 방문하면 더욱 효과적인 상담이 가능하다. '산업전'에는 ▲삼성웰스토리(식자재·솔루션) ▲제로아이즈(무인매장) ▲비버웍스(주문·결제) ▲가현세무법인(세무) ▲아르푸가구(인테리어) ▲브이디컴퍼니(로봇) ▲리드플래닛(경영관리) ▲슈가버블(주방세제) 등 주요 필수업종이 창업의 완성도를 높일 다양한 제품·서비스를 선보인다. ▲중소기업은행 ▲소상공인시장진흥공단 ▲따뜻한동행 ▲근로복지공단 등 공공기관·비영리단체들도 올바른 창업 시장 만들기에 나선다.

박람회 사무국도 참관객들에게 다양한 정보와 편의를 제공하기 위해 다양한 지원프로그램을 운영한다. 이번 박람회에는 예비 창업자와 프랜차이즈 본사를 위한 세미나가 각각 산업전 내에서 별도로 운영된다. 11일(금)과 12일(토) 양일 진행되는 프랜차이즈 본사용 세미나에서는 ▲AI·로

봇 활용 전략 ▲디지털 경영 기법 ▲지속 가능한 사업전략 ▲브랜딩 노하우 ▲멀티 브랜드 운영 전략 ▲해외진출 성공전략 등 참가자에게 꼭 필요한 테크와 마케팅 전략을 제시한다. 한편 10일(목)부터 12일(토)까지 진행되는 예비 창업자용 세미나에서는 ▲2025 상반기 트렌드 분석 ▲트렌디한 창업 전략 ▲외식/비외식 3대장 브랜드 안내 ▲정보공개서 분석법 ▲창업 절세 노하우 ▲가맹사업법 및 상가임대차보호법 가이드 ▲인력 관리 방법 등 예비 창업자라면 꼭 알아야 할 정보공개서를 비롯한 다양한 창업 기본기를 전수한다. 또 쾌적하고 효과적인 관람을 위해 ▲참관객들에게 2025년 주요 트렌드에 부합하는 업체 부스를 찾아 해설과 질의응답을 제공하는 '도슨트 투어'(docent tour) ▲ESG 경영 또는 친환경 제품 또는 기술을 선보이는 'ESG 특별관' ▲창업 전문가들이 직접 상담해 주는 '전문가 컨설팅' ▲가맹본부와 참가파트너사의 1:1 비즈니스 매칭을 위한 '비즈매칭' ▲참가사 정보를 사전에 제공하는 온라인 디렉토리 'IFS 에브리데이' ▲우수·유망 브랜드 최적화·동선을 제공하는 레드카펫존 등 높은 수준의 프로그램들도 제공된다.

'2025 상반기 제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'는 160조 국내 프랜차이즈 산업을 대표하는 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·협회장 정현식)가 주최하고, 국내 최대 MICE 기업 코엑스(사장 이동기)와 글로벌 1위 전시사 RX Korea(리드엑시비전스코리아·대표 손주범)가 공동 주관하며, 산업부, 공정위, 중기부, 농식품부, 식약처, 특허청 등 정부 부처가 공식 후원한다. **IFN**



3월 10일 제15기 KFCEO 입학식 단체사진

한국프랜차이즈協 공식 제15기 K프랜차이즈 CEO 교육과정 개강

60명 신입 원우들 800여 명의 동문들과 역량 강화 및 인적 네트워크 형성

WRITE | 김은영 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)와 부자비즈(소장 이경희 KFCEO 주임교수)와 공동으로 주최·주관하고, 산업통상자원부(장관 안덕근)가 후원하는 협회 공식 <제15기 KFCEO(K-Franchise CEO) 교육과정>이 3월 10일 14주 간의 대장정을 알리는 성대한 입학식을 개최했다.

서울 서초구 aT센터에서 열린 이날 입학식에는 정현식 협회장, 박효순 수석부회장, 김인규 수석부회장, 전병진 KFCEO 총동문회장 등 협회·총동문화 임원진과 60명의 15기 신입원우 등 총 80여명이 참석했다.

정 협회장은 “우리 프랜차이즈 산업은 올해 비용인상과 시장 과포화, 규제 강화로 큰 어려움이 예상되며 역량을 더욱 갈고 닦아 신성장동력을 발굴해야 하는 상황”이라고 하면서 “본 과정이 업계의 해외진출 활성화와 산업의 선진화를 이끌 초석이

될 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

한편 KFCEO 과정은 지난 2014년 출범한 협회 공식 CEO 과정으로, 오는 6월 16일까지 매주 월요일 aT센터에서 14~17시에 진행된다.



정현식 한국프랜차이즈산업협회장 인사말



박효순 한국프랜차이즈산업협회 수석부회장 축사



전병진 KFCEO 총동문회장 축사

이번 15기 과정에서는 치열하게 산업 현장에서 프랜차이즈 사업을 성장시켜온 다양한 업종의 프랜차이즈 CEO멘토들로부터 프랜차이즈 시스템 구축과 브랜딩 노하우를 듣고, 4차산업시대의 경영 전략을 명강사들을 통해 새로운 경영기법을 배울 수 있다.

또 트렌드, 경영전략, 마케팅, 재무 등 경영 부문별로 최고의 실무 강사진과 석학, 프랜차이즈 CEO들이 함께 참여해 ▲특강 ▲세미나 ▲포럼 ▲코칭 ▲현장벤치마킹을 통한 현장 노하우와 지식, 정보를 교류하고 토론하여 성장과 상생의 길을 모색한다.

◇1~2주차

1주차 과정은 3월 10일 aT센터에서 입학식과 함께 개최됐다. 정 협회장은 국내 프랜차이즈 산업의 현황과 비전을 제시하고, 맘스터치 성공 스토리와 다양한 노하우를 들려주는 특별 강연을 맡았다.

2주차 과정은 3월 17일 aT센터에서 이경희 주임교수의 특별 강연과 원우소개로 진행됐다. 이경희 주임교수는 <프랜차이즈 성공사례와 시스템 성장 핵심원리>를 강연했고, 15기 원우들은 자기소개 시간을 통해 서로를 더욱 알아가는 시간을 가졌다.



3월 10일 정현식 한국프랜차이즈산업협회장 특별강연



(4주차) 한국프랜차이즈산업협회 공개 포럼 단체사진



(4주차) 박종훈 지식경제연구소장



(4주차) 전미영 소비트렌드분석센터 연구위원

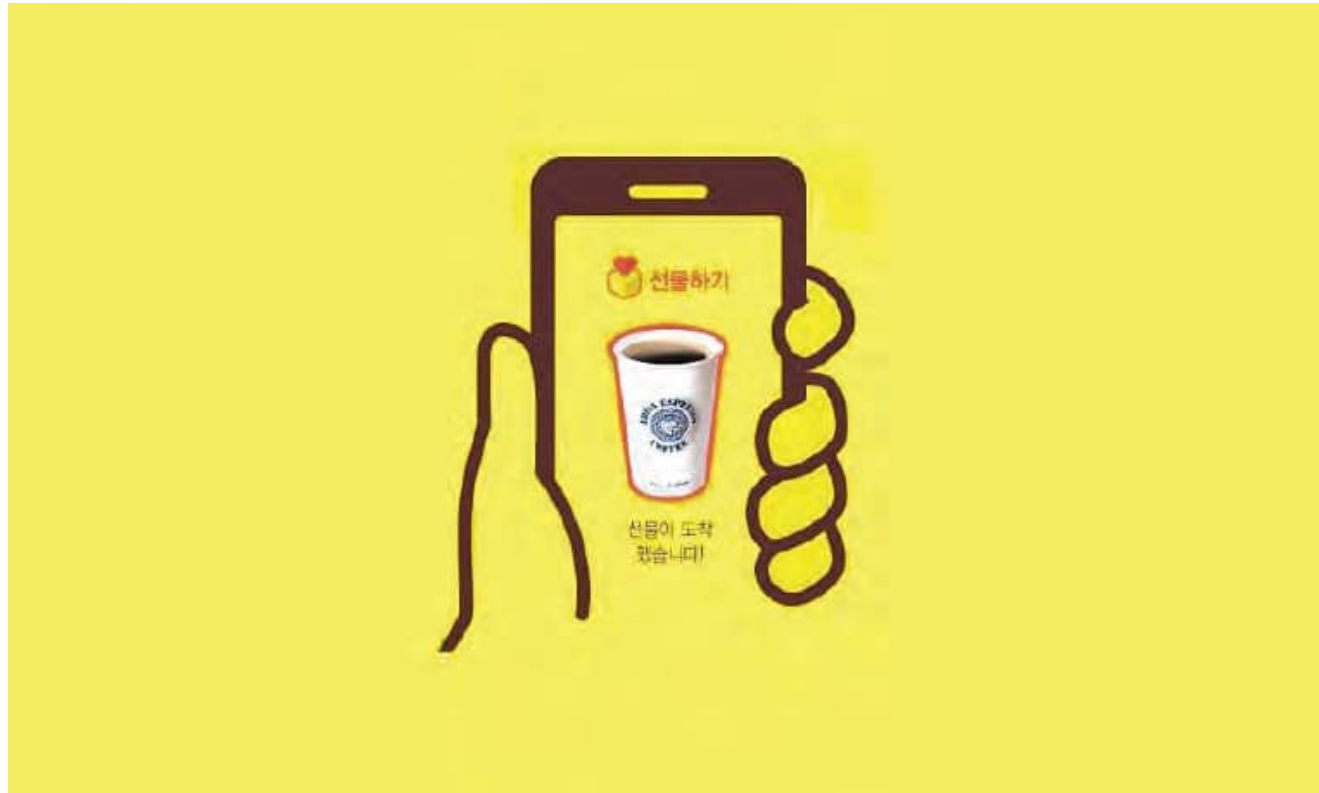


3월 21일 워크숍 충북 진천 롯데글로벌로지스 단체사진

◇3~4주차

3주차 과정은 3월 21~22일 1박 2일 워크숍으로 진행됐다. 원우들은 21일 충남 부여 한국인삼공사고려인삼창, 충북 진천 롯데글로벌로지스 메가허브를 탐방하고 충북 청주 숙소에서 만찬을 나누며 단합을 다졌다. 22일에는 박기영 명예회장이 운영하는 경기 여주 테마파크 루덴시아를 탐방했다. 4주차 과정은 3월 31일 aT센터에서 협회 공개 포럼으로 진행됐다. 1교시에는 박종훈 지식경제연구소장은 <트럼프 2.0 시대, 세계 경제 질서와 기업 경영 전략>을 강의했고, 2교시에는 전미영 소비트렌드분석센터 연구위원이 <2025 트렌드코리아>를 주제로 올해 소비 트렌드를 예측하는 시간을 가졌다. **KFN**

제15기 KFCEO 원우 명단					제15기 KFCEO 원우 명단				
연번	성명	직급	회사명	브랜드	연번	성명	직급	회사명	브랜드
1	곽병인	대표	다운SPC		31	유인식	대표	(주)씨엔푸드	쿠킹데이, 인식당(한식뷔페)
2	김대웅	부사장	창업주류합동상사		32	윤미아	대표	(주)바세츠아이스크림코리아	바세츠아이스크림/베이글카페
3	김도이	실장	(주)지원		33	이경옥	대표	(주)하와이컴퍼니	하와이조개
4	김상국	전무	드링크인터내셔널(주)	임페리얼, 패스포트, 골든블랑	34	이경환	과장	(주)유니맥스	
5	김성우	대표	(주)중독컴퍼니	카페인중독	35	이상호	변호사	리앤승 법률사무소	
6	김성호	대표	(주)라와에프앤씨	라와마라탕	36	이원석	대표	(주)진수현	칠분통닭
7	김영배	대표	(주)어부네	어부네코다리	37	이정아	지사장	우눅스코리아(주)	UNOX
8	김영진	이사	월드와인(주)	1879 WINE	38	이주현	본부장	(주)과파푸드컴퍼니	토판폭탄김치찜&김치찌개
9	김영환	대표	사해방푸드	사해방	39	이태수	대표	2000F&B	타래권
10	김용선	대표	(주)빨라쵸	(주)빨라쵸	40	임구연	대표	(주)화인푸드	
11	김유빈	대표	(주)헤이디쉬코리아	삼청당	41	임대순	부사장	(주)패스트오더	
12	김태준	대표	(주)아미티푸드테크	교통전선생	42	임상훈	대표	수월한(주)	수월한
13	김현정	대표	(주)구스밀	바로끼니	43	임선화	대표	노무법인 성지	
14	나명석	회장/대표	(주)웰빙푸드	자담치킨	44	장병욱	사장	농업회사법인(주)본시	
15	남기일	대표	(주)효성산업		45	전영근	대표	(주)케이푸드리퍼블릭	제주동베육, 영또오리
16	류종민	대표	(주)삼현	이가네양꼬치	46	정우성	대표	(주)디자인해움	
17	박규태	대표	(주)상승에프앤비	오레노카츠	47	정재영	대표	(주)찬들푸드	
18	박범서	대표	네츄럴푸드시스템	허떡1977	48	정지철	대표/교수	두남재 엔터테인먼트	
19	박연희	대표	(주)와이이	계탄언니	49	정태호	이사장	한국군납건설협동조합	대연밸류(주) / 블루마운틴유기농커피
20	박영국	대표	(주)베스트원푸드		50	조명진	대표	(주)삼오	
21	박현영	대표	(주)아진에프앤비	캐치 고메, 롱비치	51	조영우	대표	조형진일산갈비	조형진일산갈비
22	변현준	이사	(주)리드플래닛	리드플래닛 (LeadPlanet)	52	천정효	대표	(주)더온에프앤비	자가제방 선명희피자
23	손규한	이사님	(주)페이히어		53	천창영	대표	(주)크리에이티브애드 창	
24	신재환	대표	(주)어니스트푸드	경송	54	최강균	대표	(주)아라리	육전국밥
25	안호섭	대표	(주)수씨디에스		55	최규형	대표	(주)대일이엔피	
26	양은열	대표	프론트아키		56	최재훈	변호사	법무법인 오른하늘	
27	염혜단	대표	(주)염원컴퍼니		57	한광성	대표	슈퍼리어푸드	백돈
28	오만석	대표	(주)엠에스벤처	발주닷컴	58	한규용	대표	(주)맛썬푸드	김복남맥주, 상하이볼룸
29	오정민	대표	티움에프앤비(주)	두리닭발	59	함호영	본부장	(주)와우페이	
30	오혜령	대표	(주)여행자클럽		60	황용관	상무	(주)청림밀푸드	진주 실크테라



모바일상품권 수수료 낮추고 정산주기 단축

공정위·협회, 3월 19일부터 가맹본부 대상 상생방안 시행

WRITE | 김동하 기자

지난해 12월 '모바일상품권 민관협의체'(이하 민관협의체)에서 발표한 상생방안의 이행 준비가 마무리돼 3월 19일부터 상생방안이 시행됐다. 문제는 수수료 관련 상생방안의 실행을 위해서는 카카오톡·발행사·가맹본부 간 3자 계약이 필요하다는 것.

이에 공정거래위원회(위원장 한기정)는 한국프랜차이즈산업협회와 함께 3월 4일부터 상생방안에 참여할 가맹본부들의 신청을 접수받았다. 민관협의체는 3월 19일부터 참여를 신청한 가맹브랜드들을 대상으로 상생방안을 시행하고 있다. 상생방안은 카카오톡·모바일상품권 발행사 및 한국프랜차이즈협회, 전국가맹점주협의회가 참여해 마련했다.

모바일상품권 상생방안은 가맹점주의 부담 완화를 위해 수수료를 낮추고 정산주기는 단축하는 것이 핵심이다. 이를 위해 모

바일상품권 유통사인 카카오는 '카카오톡 선물하기'에 최대 14%까지 적용되던 기존 수수료율을 8% 이하로 낮추고, 일정 요건을 갖춘 경우에는 우대수수료도 적용한다. 아울러 모바일상품권 발행사들은 약 2개월 소요되던 정산주기를 약 1개월로 단축한다.

수수료 인하 신청 요건

수수료 인하 신청 대상 가맹본부는 ▲수수료 인하 대상과 ▲우대수수료 대상으로 구분된다. 먼저 ▲수수료 인하의 경우, '카카오톡 선물하기'에서 8%를 넘는 수수료(발행사 수수료를 제하고 카카오가 수취하는 순수수수료 기준)를 적용받고 있는 가맹본부가 신청대상이다. 단, 8%로 수수료를 인하 받기 위해서는 신청 가맹본부가 카카오가 낮추기로 한 수수료 인하분을 모두 가맹점주에게 귀속되도록 한다는 점에 동의해야 한다. 이는 영세 가맹점주들의 부담을 덜고자 하는 상생방안의 취지를 고려



상기 이미지는 기사의 이해를 돕기 위한 참고 이미지로서 기사의 특정내용과 관련이 없습니다.

해 수수료 인하 효과가 가맹본부가 아닌 가맹점주에게 온전히 전달되도록 하기 위해서다.

한편, 가맹본부가 수수료를 50% 이상 분담하고 카카오가 8%로 수수료를 인하한 이후에도 가맹점이 부담하는 수수료가 3%를 초과하는 경우, 추가로 ▲우대수수료의 신청도 가능하다. 이 경우 가맹본부와 카카오가 분담해(8% 수수료를 가맹본부가 4%, 가맹점주가 4%씩 분담하고 있을 경우, 가맹점주 수수료율을 3%로 낮추고, 1%p의 수수료 인하분은 카카오와 가맹본부가 0.5%p 씩 분담) 가맹점주의 수수료를 3%로 낮출 수 있다.

위 조건을 만족하는 가맹본부는 카카오-가맹본부-모바일상품권 발행사 간 3자 계약과 함께 '카카오톡 선물하기' 모바일상품권 재등록을 거쳐 수수료 인하 및 우대수수료를 적용받게 된다.

정산주기 단축 신청 요건

정산주기 단축 상생방안은 기존에 월 1회, 약 2개월 가량 걸리던 정산주기를 월 2회, 약 1개월로 단축하는 것을 골자로 한다. 모바일상품권 발행 4개 사(11번가, 즐거운, 쿠팡마켓팅, KT알파)를 이용하며, 기존 정산주기가 월 2회 미만인 가맹본부는 정산주기 단축을 신청할 수 있다.

위 4개 사 이외에도 발행사인 섹타나인은 그룹사인 SPC 소속 2개 가맹브랜드(파스꾸찌, 잠바주스)의 정산주기를 기존 30일에서 10일로 단축할 예정이다. 정산주기 단축 상생방안 신청

대상인 가맹본부는 2월 말 기준 총 257개이며, 대상 가맹본부는 담당 발행사가 개별적으로 통지할 예정이다.

신청 방법

상생방안 참여 신청은 3월 말까지 1차와 2차로 나누어 진행되며, 이후에는 상시 접수로 전환된다. 접수 시점에 따라 적용 시점이 달라지고, 적용 시점 이전으로 소급 적용되지 않는 만큼 빠른 신청이 유리하다.

접수를 원하는 가맹본부는 신청서를 작성해 한국프랜차이즈산업협회 및 공정거래위원회에 이메일 등 온라인으로 신청할 수 있다. 신청서 양식 및 보다 자세한 신청방법은 공정거래위원회 및 한국프랜차이즈산업협회 누리집에서 확인할 수 있다.

의의 및 향후 계획

모바일상품권 상생방안은 가맹본부의 신청 시점에 따라 2025년 3월 19일부터 순차적으로 적용된다. 한편, 카카오는 올해 3월부터 6월까지 시범 시행기간을 거친 후 2025년 7월 1일부터 2028년 6월 30일까지 3년간 상생방안을 시행할 예정이다.

공정위 관계자는 "이번 상생방안 시행에 따라 국내 모바일상품권 시장 1위 사업자인 카카오의 수수료가 완화되고, 주요 발행사들의 정산주기도 단축되어 가맹점주들의 모바일상품권 이용 부담이 개선될 것으로 기대된다"고 밝혔다. 아울러 "향후 모바일상품권 민관협의체는 가맹본부들의 참여를 적극 독려하는 한편, 상생방안이 차질없이 시행될 수 있도록 대응해 나갈 계획"이라고 덧붙였다. **KFI**



홈플러스 기업회생에 입점업체 피해 우려

회생채권 분류시 임대보증금 온전히 돌려받기 어려워

WRITE | 김동하 기자

국내 2위 대형마트 홈플러스가 기업회생절차에 돌입하면서 입점 업체들이 홈플러스 측에 미리 낸 보증금 중 일부도 원금이 탕감될 가능성이 제기되고 있어 우려를 낳고 있다.

업계에 따르면 2월 28일 신용등급 강등에서 촉발된 홈플러스 회생신청 사태는 점점 더 짙은 안갯속으로 들어가고 있다. 6월 12일로 예정된 회생계획안 제출 전까진 홈플러스 정상화 방안이 미지수인 상황에서 유동성 확보 여력에 대한 불안감이 큰 상황이다.

홈플러스가 4월 2일까지 세 번째 대규모 할인 행사에 돌입하며 할인 행사를 한 달 넘게 진행하고 있는 것도 현금 확보를 위한 행보로 풀이되고 있다. 3월 4일 회생절차 개시 후 금융시장을 통한 자금조달이 어려워진 홈플러스는 영업을

통해 들어오는 현금으로 상거래채권을 지급하고 있다.

시간이 흐를수록 임대점포(테넌트) 점주들과 협력업체들은 더 가슴을 졸이고 있다. 홈플러스가 상거래채권을 순차적으로 전액 변제하겠다고 약속했지만, 밀린 정산금과 납품대금을 제대로 받을 수 있을지 불확실해서다.



투자은행(IB) 업계에 따르면 지난 1월 말 기준 홈플러스의 상거래채권(매입채무·미지급금)은 1조4605억원, 임대보증금은 1407억원에 달한다. 약 1조6000억원에 달하는 수치다. 이에 더해 홈플러스 측은 카드결제대금을 기초로 발행한 자산유동화전자단기사채(ABSTB) 약 4618억원도 상거래채권으로 분류해 전액 변제하겠다는 뜻을 내비쳤다.

지난 3월 4일 기준 총 2조원이 넘는 빚이 홈플러스가 갚아야 할 몫이다. 현재까지 홈플러스는 약 4886억원을 갚았다고 밝혔다. 아직 남아 있는 1조원이 훌쩍 넘는 빚은 대부분 회생채권으로 분류될 전망이다. 회생채권이 되면 향후 법원에서 정해진 변제율만큼 원금이 탕감된다.

8000여개 입점 업체에서 홈플러스 측이 받은 임대보증금 1407억원은 요건에 따라 변제 우선순위가 달라져 주의를 기울여야 한다. 만일 일부 입점 업체가 요건을 충족시키지 못해 홈플러스에 낸 보증금이 회생채권으로 분류될 경우 해당 업체는 향후 계약 만료에 따라 폐점한다고 하더라도 보증금을 온전히 돌려받지 못할 수 있다.

홈플러스 측은 정상 영업을 전제로 한 '선제적 기업회생'이기 때문에 정상적으로 장사를 하는 입점 업체의 경우 보증금 반환에 우려가 없다고 설명했다. 아울러 홈플러스는 앞으로도 입점 업체 보증금은 정상적으로 반환할 것이라고 강조했다.

특히 사업 규모가 상대적으로 영세한 입점 업체들은 정확한 지급 일정 및 계획을 공유받지 못해 속이 탄다. 1월 정산금 지급도 아직 다 완료되지 않은 상황에서, 3월 말 지급해야 하는 2월분 정산 일정 역시 지연되고 있어서다. 홈플러스는 3월 27일 오전까지 상거래채권 총 5470억원을 지급했다



고 밝혔다.

홈플러스 폐점에 따른 주변 상권 변화도 문제시 되고 있다. 한국은행의 '대형마트 폐점이 주변 상권 매출에 미치는 영향' 보고서에 따르면 대형마트 한 곳이 사라질 경우 주변 상권도 크게 침체되는 것으로 분석된다.

2010년 11월 롯데마트 도봉점과 12월 롯데마트 구로점이 폐점한 이후 반경 2km 주변 상권 매출액이 5.3%가량 감소했고, 주중 매출액과 주말 매출액은 각각 5.0%, 7.8% 줄어들었다. 특히 골목상권 매출은 각각 7.5%, 8.9% 감소했다. 대형마트 폐점으로 유동인구가 급감하면서 나타난 결과다.

한편 홈플러스 대주주 MBK파트너스의 김병주 회장이 약속한 사채출연 계획은 아직 구체화되지 않은 상태다. 김 회장은 3월 18일 국회 긴급 현안 질의에도 불출석했다. 홈플러스 관계자는 "(사채출연에) 얼마나 필요한 상황인지 파악하고 있는 것으로 안다"면서도 "진행 상황은 언급하기 어렵다"고 전했다. **KFN**



프랜차이즈 매장에서 음원 “공연권 침해”

대법원, “웹캐스팅 방식 제공은 판매용 음반 아냐”

WRITE | 김동하 기자

프랜차이즈 기업이 매장 음악 서비스 업체를 통해 계약을 체결, 음원을 구매했다고 하더라도 음원 “공연권”(저작자가 저작물을 공연할 배타적 권리)을 침해한다는 대법원의 판결이 나왔다. 매장 서비스용 디지털 음원은 판매용 음반과 다르기 때문에 저작권자 허락 없이 이를 그대로 재생하는 것은 공연권을 침해한다는 얘기다.

대법원 1부(주심 노태악 대법관)은 올해 2월 사단법인 한국음악저작권협회(한음저협)가 롯데리아-엔제리너스 운영사 롯데GRS를 상대로 낸 부당이득금 반환 청구 소송에서 원고 패소 판결한 원심을 깨고 사건을 서울고법에 돌려보냈다. 대법원은 “원심 판단엔 ‘판매용 음반’에 관한 법리를 오해한 잘못이 있다”고 지적했다.

롯데GRS는 2013년 7월부터 2016년 9월까지 매장서비스 음악 제공업체인 A사와 계약을 맺고 매장 배경음악을 웹캐스팅(온라인상 실시간으로 저작물을 수신하는 것) 방식으로 틀었다. 해당 음원은 음원 파일은 시중에 판매할 목적이 아니라 매장 음악 서비스를 위한 목적으로 복제한 것이었다. 이 업체들은 해당 음원을 다른 형식의 파일로 변경한 후, 파일들을 선곡·배열해 롯데GRS에 제공했다.

이에 한음저협은 롯데리아 매장에서 실시간 스트리밍으로 배경음악을 틀 것은 저작권자의 이용 허가 없는 공연에 해당한다며 소송을 제기했다. 아울러 저작권자인 자신들에게 3년치 사용대금으로 롯데GRS를 상대로 8억2800여만원 규모의 소송을 제기했다.



쟁점은 매장에서 재생된 음원을 판매용 음반으로 볼 수 있는지 여부였다. 저작권법에 따르면, 청중으로부터 공연 대가를 받지 않는 경우 판매용 음반을 공중에게 공연하는 게 가능하다. 음반이 소비자들에게 널리 알려짐으로써 저작권자 또한 간접적 이익을 얻게 된다는 점을 고려한 것이다.

1·2심은 판매용 음반이 맞다고 보고, 롯데GRS의 손을 들어줬다. 저작권법에 따라 청중·관중으로부터 대가를 받지 않는 경우에는 판매용(현행 규정은 상업용) 음반이나 영상저작물을 재생해 공중에게 공연할 수 있다고 봤다. 항소심 재판부는 “음반이 발행된 이후에는 복제되더라도 음반 성격이 변하지 않는다”고 밝혔다.

하지만 대법원 판단은 달랐다. 대법원은 “롯데GRS가 업체로부터 제공받은 음원파일을 매장에서 재생한 행위는 협회의 공연권을 침해하는 행위”라고 설명했다. 덧붙여서 “판매용 음반 해당 여부는 해당 음원파일이 A사 등의 서버에 고정된 때를 기준으로 해야 하므로, A사 등이 매장음악 서비스용으로

로 고정한 해당 파일은 판매용 음반에 해당하지 않는다”고 설명했다.

대법원은 이날 LG전자와 탐앤탐스를 상대로 협회가 제기한 두 건의 손해배상 소송에서도 같은 취지로 파기환송했다.

이 사건의 쟁점은 프랜차이즈 매장에서 재생한 음원이 ‘판매용 음반’(상업용 음반)인지 여부다. 대법원은 웹캐스팅 방식으로 제공했기 때문에 ‘판매용 음반’에 해당하지 않는다고 봤다. 따라서 구 저작권법에 따라 공연권이 제한된다고 볼 수 없어 프랜차이즈 매장에서 음원을 재생한 행위는 A음악저작권자의 공연권을 침해한 행위로 판결했다.

한편 공연권료는 2018년 저작권법 개정을 통해 업종과 매장의 면적에 따라 차등 적용되도록 개정된 바 있다. 소상공인들의 부담을 최소화하기 위해 전통 시장과 50㎡ 미만의 소규모 영업장은 공연권료 납부 대상에서 제외됐다. **KFM**



글로벌 프랜차이즈 비즈니스플라자



정외영코트라혁신성장본부장 인사말



정현식 한국프랜차이즈협회장 인사말



가맹점창업성공세미나(김철윤회장발표)



가맹점창업성공세미나(노승욱대표의 창업시장 트렌드)

코리아 프랜차이즈 컨벤션 성료

세미나·예비창업자 상담·해외 바이어 시찰 등 풍성

WRITE | 김동하 기자

프랜차이즈산업의 새로운 시대를 열어가길 '코리아 프랜차이즈 컨벤션'이 지난 3월 11일부터 15일까지 aT센터 그랜드홀과 세계로홀에서 성황리에 개최됐다.

이번 행사는 한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원과 하이프랜차이즈가 주관하며 코트라가 후원했다. 국내 프랜차이즈 산업 관련 행사로 해외 바이어, 프랜차이즈 기업의 대표와 임직원, 예비창업자와 자영업자, 서플라이어 대표, 창업 및 프랜차이즈 전문가 등을 포함하여 약 600명 이상이 참석했다.

11일에 열린 가맹점 창업컨퍼런스에는 예비창업자, 가맹본부 직원, 전문가 등 약 300명이 참석한 가운데, 가맹점 창업성공세미나, 프랜차이즈 TOP 브랜드 상담회, 창업전문가와와의 1:1 상담회 등이 개최됐다.

12일에 진행된 프랜차이즈 컨퍼런스에는 가맹본부의 임직원이 참석한 가운데 가맹본부의 예비창업자와 소비자 지향적 전략 세미나와 AI기술 및 푸드테크와 프랜차이즈 사업과의 융합 전략 세미나가 진행됐다. 동시에 로비에서는 가맹본부와 가맹점에게 생산성 향상과 비용 절감에 도움을 줄 수 있는 신기술과 신상품을 직접



행사장 입구



미국프랜차이즈시장의 법률동향

보고 체험할 수 있는 서플라이어 신기술·신상품 상담회도 열렸다.

프랜차이즈 TOP브랜드 상담회

13일부터 15일까지 3일 동안은 코트라가 주관한 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자가 진행됐다. 13일에는

미국, 프랑스, 베트남, 일본의 프랜차이즈 전문가들의 프랜차이즈 시장 동향과 법률 정보, 고피자와 BBQ의 해외진출 성공사례 발표가 있었다.

14일에는 영국, 호주, 싱가포르, 베트남, 필리핀 등 7개국 바이어들과 국내 브랜드 간의 일대일 비즈니스 상담



소비트렌드



세미나(장재남원장발표)



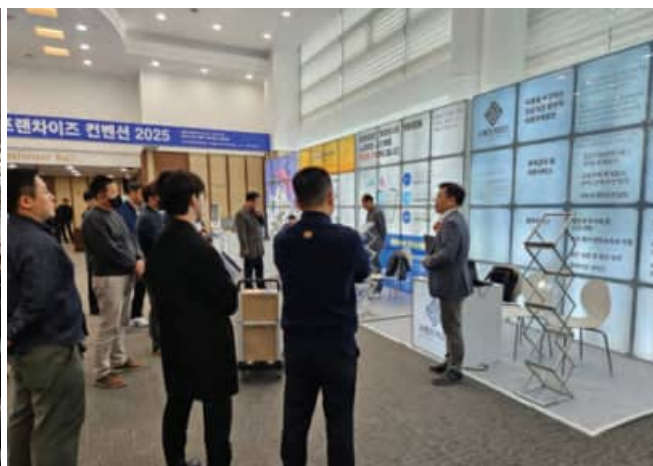
프랜차이즈 TOP브랜드 상담회



프랜차이즈 TOP브랜드 상담회



프랜차이즈 TOP브랜드 상담회



프랜차이즈서플라이어상담회

회가 개최됐다. 마지막 날인 15일은 상담회에 참가한 바이어들의 국내 브랜드들의 가맹점 방문 시찰이 진행됐다.

이번 행사를 기획한 프랜차이즈 산업연구원의 장재남

원장은 “최근 어려움을 겪고 있는 국내 프랜차이즈 산업에 새로운 활력을 불어넣기 위해 오랫동안 준비했다”라며 “내년에는 더욱 혁신적이고 다양한 프로그램을 통해 프랜차이즈 산업인들의 축제가 되도록 만들겠다”고 말했다.



해외바이어상담회

韓 프랜차이즈 세계화...트렌드 보고서 발간

산업부·코트라, 18개국 분석해 진입장벽·규제동향 등 담아

국내 최초로 한국 프랜차이즈의 세계화 가이드를 위한 보고서가 나왔다. 보고서에는 18개국 29개 도시의 시장 현황·규모, 트렌드를 비롯해 법률적 진입장벽, 규제동향 등이 담겼다.

산업통상자원부와 대한무역투자진흥공사(코트라·KOTRA)는 국내 프랜차이즈 기업의 해외 진출 지원을 위해 '2025 글로벌 프랜차이즈 트렌드' 보고서를 발간했다고 3월 13일 밝혔다.

코트라는 따르면, 최근 한류 콘텐츠의 인기에 힘입어 한국 프랜차이즈 산업은 상품 수출을 넘어 브랜드와 운영 시스템을 수출하는 형태로 발전하고 있다. 그러나 국가별로 상이한 법률·규제와 시장 환경이 기업들의 해외 진출을 주저하는 요인으로 작용하고 있다. 이에 코트라는 미국, 중국, 유럽 등 전통적인 주요 시장뿐만 아니

라 구매력 상승과 한류 열풍으로 주목받고 있는 아시아·중남미 등 글로벌사우스 국가까지 포함한 18개국 29개 도시의 시장동향, 법률 정보, 성공 사례를 종합적으로 정리했다.

보고서에는 현지 상황을 한눈에 파악할 수 있는 인포그래픽 페이지와 시장 답사에 유용한 안내지도, 국가별 중요한 법률 정보 등도 담겼다. 코트라는 정보제공에 그치지 않고 해외 파트너를 찾는 국내 프랜차이즈 기업을 위해 한국프랜차이즈산업협회의 '코리아 프랜차이즈 컨벤션'과 연계, 현장 수출 성과 창출에도 나섰다.

비즈니스 상담회, 글로벌 세미나, 사업장 방문 등으로 구성된 이번 행사에는 영국, 호주, 싱가포르, 베트남, 필리핀 등 7개국 바이어들이 방한해 국내 프랜차이즈 기업과 협력 기회를 모색했다. **KFN**

한국피자헛, 기업회생에 이어 영업권도 매각

지난해 11월 기업회생 절차 신청...5월 21일까지 법원에 회생계획안 제출해야

WRITE | 이호 국장



기업회생절차를 진행하고 있는 한국피자헛이 영업권 매각에도 나선다. 업계에 따르면 한국피자헛은 기업 회생절차를 진행하는 과정에서 법원에 M&A(인수·합병) 매각 주간사 선정 및 절차 개시를 신청했다.

회사 측이 법원에 3월 27일 제출한 계획안에는 피자헛 브랜드와 가맹점 영업의 지속성, 채권 변제를 위한 유동성 확보 목적의 제3자 인수 또는 영업권 양도 등 M&A 추진 계획이 포함된 것으로 알려졌다.

회생법원이 한국피자헛이 제출한 주간사 선정 절차 개시를 허가하게 되면 향후 주간사 선정, 인수의향서 접수, 공개 입찰 등의 절차를 통해 브랜드 매각 수순을 밟게 된다.

한국피자헛은 “법원 관리 하에 채권 변제와 브랜드 관리, 가맹점주 보호를 위해 영업권 매각 등 다양한 방안을 모색하고 있다”고 밝혔다. 아울러 전국 300여개 가맹점과 협력업체에 CEO 레터를 발송해 M&A 절차에 돌입한다는 사실을 공식화했다.

조운상 한국피자헛 대표 명의 공문을 통해 회사 측은 “회생 절차는 법원 관리감독과 협의 하에 회사 경영진에 의해 정상적으로 진행되고 있지만 회생계획안 제출, 인가, 계획 수행을 거쳐 회생 절차 종결에 도달

하기까지 많은 시일과 노력이 소요되고 가맹본부와 가맹점 모두 어려움을 겪고 있는 것은 사실”이라며 “브랜드 가치를 보호하고 가맹점주들의 사업 지속성을 위해선 회생 절차를 신속하게 마치는 게 급선무라는 판단에 따라 M&A에 의한 회생절차 진행 계획을 법원에 제출하게 됐다”고 설명했다.

앞서 한국피자헛은 지난해 9월 일부 가맹점 주주들이 제기한 부당 이득 반환 소송, 이른바 ‘차액가맹금’ 소송 2심에서 패소했다. 법원은 210억원 반환 판결과 함께 회사 계좌를 가압류했다. 한국 피자헛은 대법원에서 상고 절차를 진행 중이다.



한국피자헛은 지난해 11월 서울 회생법원에 기업회생 절차 개시를 신청했으며, 한달 뒤 법원의 개시 결정을 받았다. 5월 21일까지 법원에 회생계획안을 제출해야 한다.

한국 피자헛 관계자는 “우선매수협상 대상자를 포함해 M&A와 관련해 아직은 결정된 게 아무 것도 없고 허가 신청서만 제출한 상태”라며 “M&A 절차 진행과는 별개로 한국 피자헛 영업은 종전과 동일하게 이뤄질 것”이라고 설명했다. **KFN**

“5인 미만 사업장 근로기준법 확대 적용, 신중히 검토해야”

한국프랜차이즈協, 고용부 장관 초청 중기중앙회 간담회에서 업계 애로 전달

WRITE | 김은영 기자



2월 17일 중기중앙회 개최 김문수 고용노동부장관 간담회 단체사진

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 2월 17일 중소기업중앙회와 여의도 중기중앙회에서 주최한 ‘김문수 고용노동부장관 초청 중소기업인 간담회’에서 최근 논의 중인 5인 미만 사업장의 근로기준법 적용 방침에 반대 의견을 전달했다.

이날 강석우 협회 상근부회장은 “자영업자(도소매·숙박음식) 가구 소득은 5인 미만 사업장 소속 근로자, 비정규근로자 임금에도 못 미칠 만큼 영세하고, 현재 경기침체와 비용증가로 폐업이 급증하는 등 큰 어려움을 겪고 있다”라고 하면서 “근로기준법 일부 조항은 5인 이상 사업장들도 준수에 어려움을 겪고 있을 정도로, 경제여건을 고려하

지 않은 법 확대 적용은 5인 미만 사업장의 고용 위축, 법 위반 리스크 증가로 이어질 것”이라고 건의했다.

또 강 상근부회장은 최근 국회에서 노란봉투법을 추진 중인 것과 관련, 산업현장에 혼란을 초래하고 불법 쟁의행위를 조장할 우려가 있어 정부 차원에서 대응방안을 강구해 줄 것을 당부하기도 했다.

한편 이날 간담회에는 김문수 고용부 장관과 김기문 중기중앙회장, 강석우 협회 상근부회장을 비롯해 중소기업 단체장들과 중소기업 관련 협회·협동조합 대표자 30여명이 참석했다. **KFN**

“배리어프리 키오스크 설치 의무, 비용 증가 및 범법자 양산 우려”

한국프랜차이즈協, 중기부 장관 간담회에서 장애인차별금지법 관련 법규 개정 건의

WRITE | 이호국장



2월 25일 중기부 장관 소상공인 우문현담 정책협의회

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 2월 25일 경기지방중소기업청에서 개최된 중기부 장관 주최 ‘소상공인 우문현담 정책협의회’에서 내년 1월 28일 시행 예정인 배리어프리 키오스크 설치 의무 완화를 공식 요청했다.

강형준 협회 수석부회장은 회의회에서 “내년 1월 28일부터 바닥면적 50제곱미터 이상의 모든 기존 키오스크 설치 사업장은 모두 배리어프리 키오스크를 설치해야 한다”라고 하면서 “소상공인 등 사업장의 매출 규모 등과 상관없이 모두 적용되는 만큼 벌써부터 업계의 비용 부담 우려가 매우 크다”고 설명했다.

강 부회장은 “대다수 영세 자영업자들이 경기 침체와 수익구조 악화로 큰 어려움을 겪고 있는 와중에, 인건비 절감에 기여해야 할 키오스크가 오히려 많게는 수 백만원의 추가 부담을 유발할 것”이라고 하면서 “또 제도에 대한 이해도도 낮아 범법자가 양산될 우려도 높다”고 덧붙였다. 그는 “대상 사업장들에게도 바닥면적 50제곱미터 미만 사업장과 같이 기타 수단으로 의무를 대체할 수 있는 길을 열어 주고, 시행도 2년 이상 유예하여 혼란을 방지해야 한다”고 당부했다.

한편 이날 회의회에는 오영주 중기부 장관 등 중기부 관계자와 강 수석부회장 등 협단체, 지자체, 전문가 그룹 등 총 30여명이 참석했다. **KFN**

“원부자재 가격 상승, 외식경기 침체로 업계 수익구조 악화”

한국프랜차이즈協, 농식품부 차관 외식업계 간담회에서 정부 지원 요청

WRITE | 김은영 기자



2월 25일 농식품부 차관 주재 외식업계 간담회

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 2월 25일 서울 서초구 aT센터에서 개최된 농식품부 차관 외식업계 간담회에서 원부자재 가격인상과 경기 침체로 인한 업계의 어려움을 호소하고 정부 지원을 요청했다.

박호진 협회 사무총장은 간담회에서 “고환율, 고유가로 수입물가 4개월 연속 상승, 생산자 물가 3개월 연속 상승 등 원부자재 가격이 지속 상승 중”이라고 하면서 “업계에서는 소비자 가격 인상을 최대한 억제 중이나, 최저임금, 공공요금, 배달앱 비용 등 각종 비용인상 중에 식자재 가격까지 급등 시 가격인상이 불가피할 전망으로, 국내외 주

요 품목 가격 관리를 당부드린다”고 말했다.

박 사무총장은 또 “경기침체 장기화로 외식소비 회복이 부진, 비용인상과 소비위축으로 업계 수익구조가 크게 악화 중”이라고 하면서 “코로나19에 준하는 위기상황임을 인식, 2020년 농·할 캠페인처럼 외식 소비 활성화를 위한 소비쿠폰 행사 등 다양한 민·관 합동 지원사업 추진도 필요하다”고 요청했다.

한편 이날 간담회에는 박범수 농식품부 차관 등 정부 관계자와 박호진 협회 사무총장 등 협단체, BBQ, BHC, 교촌 치킨 등 17개 외식기업 등 총 30여명이 참석했다. **KFN**

공정거래위원회

공정위, 가맹점주 '정보공개서 공시제' 도입

‘2025 주요 업무 추진 계획’ 발표…연돈볼카츠 사태 방지



공정거래위원회가 프랜차이즈 가맹점 창업을 희망하는 사람이 관련 정보를 빠르게 확인할 수 있도록 '정보공개서 공시제'를 도입한다.

공정위는 이와 같은 내용이 포함된 '2025 주요 업무 추진 계획'을 발표했다. 올해 공정위가 추진하는 4대 핵심과제는 ▲중소기업·소상공인 경제활력 제고 ▲미래 대비를 위한 혁신경쟁 촉진 ▲소비자 보호 강화 및 권익 증진 ▲대기업집단 제도의 합리적 운영이다. 조흥선 공정위 부위원장은 "민생경제 회복에 중점을 맞춰 업무계획 수립에 참고했다"고 설명했다.

올해 공정위는 중소기업과 소상공인 경제 활력 제고의 일환으로 가맹·대리점주의 사업 여건을 개선할 수 있는 방안을 도입한다. 가맹점 정보공개서 공시제 도입, 대리점주 단체 구성권 보장 등이 대표적이다.

가맹점의 정보공개 관련 논란은 작년 더본코리아의 연돈볼카츠 사태에서 불거졌다. 지난해 연돈볼카츠 일부 가맹점주들은 더본코리아가 가맹점 상담 과정에서 수익을 부풀려 광고했다고 주장했다. 가맹본부 측에서는 월 3000만원의 매출, 수익률 20~25%를 보장했지만 실제 매출은 1500만원에 수익률도 7~8%에 머물렀다는 설명이다.

공정위 2025년 4대 핵심과제 및 추진기반

핵심 추진과제	추진기반
중소기업·소상공인 경제활력 제고	하도급·유통 분야 중소·납품업체의 정당한 대가 보장 가맹·대리점주의 사업여건 개선 자영업자 보호장치 확충 및 경영여조 해소
미래 대비를 위한 혁신경쟁 촉진	담합 및 불공정 거래관행 개선 미래 신성장동력 확보를 위한 공정경쟁 기반 확대 물류·유통시장의 공정경쟁 활성화
소비자 보호 강화 및 권익 증진	생애주기별 소비자 보호대책 추진 디지털 거래 소비자 권익 강화 신유행·글로벌 거래 소비자 피해 예방 부당내부거래 감시·제재 강화
대기업집단 제도의 합리적 운영	대기업집단 시책 합리화 시장 자율감시기능 강화 및 기업부담 완화

2025

실제로 공정위의 '2024년 가맹분야 서면실태조사'에 따르면 가맹점주들이 지목한 가장 흔한 갑질 중 하나는 정보공개서 등 중요 서면을 제공하지 않거나 늦게 제공하는 것이었다.

공정위는 앞으로 창업 희망자가 필요한 정보를 보다 빠르고 정확하게 확인할 수 있도록 가맹점의 정보공개서 공시제를 도입할 계획이다. 현재는 등록기간 심사 전 정보공개서 제공이 되지 않았으나, 심사 없이 정보공개서가 신속 공시된다.

현행법에 따르면 부실·자력 미달 가맹본부로 인한 가맹점 피해를 방지하기 위해 가맹 사업 개시 전 해당 업종 직영점을 1개 이상, 1년 이상 운영한 경험이 있는 가맹본부만 정보공개서 등록을 허용한다. 일명 '가맹사업 1+1 제도'인데, 앞으로는 업종 변경 시에도 확대해 적용할 방침이다.

대리점주의 협상력을 높이기 위해 단체 구성권도 보장한다. 다만 협상권 협의권 적극 보장에 대해 조 부위원장은 "대리점은 종속인 경우도 있고 비종속인 경우도 있는 등 형태가 다양해 가맹 관계보다 협상권 등을 인정하는 게 어렵지 않을까 생각한다"라며 "그런 측면에서 단체 구성권 정도는 도입하는 게 대리점주의 보호를 위해 필요하다고 생각한다"고 말했다.

온라인 중개거래 플랫폼에 대한 대금 정산 기한 준수 및 별도 관리 의무 부과, 납품단가 연동제 회피 등에 대해서도 집중 점검한다.

WRITE | 김은영 기자

고용노동부

커피전문점 등 식용얼음 수거·검사 결과…2건 부적합

제빙기 제조 식용얼음 389건 검사…6월에도 실시 계획



식품의약품안전처(처장 오유경)는 커피전문점, 패스트푸드점 등 식품접객업소에서 사용하는 식용얼음 389건을 수거·검사한 결과, 2건이 세균수 기준을 초과해 관할 관청에서 행정처분 등 조치 예정이라고 밝혔다.

이번 수거·검사는 기온이 상승하는 봄 나들이철을 맞아 소비 증가가 예상되는 식품접객업소 식용얼음의 위생 안전관리를 강화하기 위하여 2월 17일부터 28일까지 17개 지방자치단체와 함께 제빙기로 제조한 식용얼음에 대해 식중독균(살모넬라), 대장균, 세균수 항목을 집중검사했다.

검사결과 부적합 판정된 식용얼음을 사용한 휴게음식점 2곳은 즉시 제빙기 사용을 중단하고 세척·소독과 필터 교체 후 위생적으로 제조된 얼음만 사용하도록 조치했다. 수거·검사와 함께 영업자 등에게 '제빙기의 올바른 관리 방법' 안내문(붙임)을 배부하고, 주기적인 세척·소독 등 제빙기를 청결히 관리할 것을 당부했다.

참고로, 식약처는 식품 소비트렌드 변화에 따라 식용얼음 안전관리를 강화하기 위해 지난해부터 수거·검사 건수를 2배 늘려 실시하고 있으며, 오는 6월에도 여름철을 대비해 수거·검사를 실시할 계획이다.

아울러, 식약처는 지난해 소비자가 안심하고 제빙기에서 제조된 얼음을 섭취할 수 있도록 영업자가 준수해야 할 제빙기 세척·소독 방법 등을 담은 '제빙기 위생관리 안내서'를 마련·배포한 바 있다. 부분별 세척·소독 주기 및 방법, 사용가능한 세척제 및 살균·소독제 안내, 자율점검표 등이다. 식약처 누리집(www.mfds.go.kr) → 법령/자료 → 자료실 → 안내서/지침을 통해 확인할 수 있다.

식약처는 앞으로도 특정 시기에 소비가 증가하는 식품 등에 대해 선제적으로 수거·검사를 실시하는 등 안전관리를 강화하여 먹거리 안심 환경 조성에 최선을 다하겠다고 밝혔다.

WRITE | 박서진 기자

기획재정부

배리어프리 키오스크 등 부담 완화 방안 나온다

정부, E-9 직무범위 확대 등 포함...상반기 내 발표 예정



기획재정부

인 부담완화 방안을 상반기까지 마련하기로 했다.

기획재정부는 민생경제점검회의에서 이같은 내용을 담은 '소상공인·자영업자 추가 부담완화 방안'을 3월 13일 발표했다.

최상목 대통령 권한대행 겸 경제부총리는 중소벤처기업부 등 관계 부처와 3월 13일 민생경제점검회의를 열고 이같은 내용이 담긴 소

상공인·자영업자 추가 부담완화 방안을 발표했다.

먼저 정부와 지자체, 공공기관을 중심으로 4월 12일까지 '착한 선구매·선결제' 캠페인을 추진한다. 선구매는 정부와 지자체에서 필요한 사무용품, 교육용품 등 구매물품을 중심으로 예산을 통한 선구매 추진을 권고한다.

또 지자체와 산하 공공기관을 중심으로 외부식당 선지급을 권고하고, 캠페인을 통해 민간부문으로 확산한다. 특히 정부와 지자체, 공공기관 청사 구내식당 휴무를 주 1~2회 이상 명시해 외부식당 이용을 유도한다.

모든 경제주체가 함께하는 소비축제 업그레이드를 통해 소상공인 판촉행사인 동행축제도 연 4회 추진한다. 3월 미리온 동행축제를



계기로 디지털 온누리상품권 결제액의 20% 환급행사와 포장서비스 할인을 병행한다. 온누리상품권은 역대 최대인 5조5000억원 규모 발행을 추진하고, 온누리상품권 사용이 가능한 골목형 상점가수를 연 내 600개까지 확대한다.

배리어프리 키오스크 의무화...상반기 내 부담 완화책 발표

정부는 또 소상공인 생업규제 중 하나인 장애인 접근성 향상 무인정보 단말기(배리어프리 키오스크) 설치 의무를 개선하기로 했다. 배리어프리 키오스크란 장애인이나 고령자 등 사회적 약자의 접근성을 고려해 음성 출력, 안면 인식, 수어 영상 안내, 점자 블록 등의 기능을 갖춘 무인정보단말기를 말한다.

지난 1월 28일부터 상시 근로자 100인 미만의 소규모 사업장에도 배리어프리 키오스크 설치 의무가 적용되고 있다. 이를 어기면 최대 3000만원의 과태료가 부과된다. 법 시행 이후 설치하는 키오스크는 반드시 배리어프리 기능을 갖춰야 하고 법 시행 이전에 설치한 키오스크도 오는 2026년 1월 28일까지 배리어프리 키오스크로 교체해야 한다.

다만 일각에서는 대부분의 소상공인들이 배리어프리 키오스크의 개념과 의무화 조치를 모르는 경우가 많고, 도입 비용도 상당해 적극적인 홍보와 지원이 필요하다는 목소리가 높았다.

이에 정부는 관련법령 간 정합성 확보와 단말기 설치 가이드라인 마련·홍보 등 현장으로 해소와 제도 안착을 위한 실효적 개선방안을 마련한다는 계획이다. 영세 소상공인 경영부담을 덜기 위해서는 데이터 바우처 지원 자부담률을 현행 25%에서 10%까지 인하한다. 특히 연매출 1억400만원 미만인 사업장에 배달·택배비를 최대 30만원까지 지원한다.

인력난을 겪는 소상공인 부담 완화를 위해 음식점업 고용허가제(E-9) 시범사업 직무범위도 홀서빙 등 타 업종까지 확대한다. 4월부터 한식·외국식 음식점(업종), 전국(지역), 5년 이상(업력), 주방보조원(업무)으로 확대한다. 현재는 주방보조(설거지·상치우기)만 가능하지만 홀서빙 등 타 업무 가능하다는 설명이다.

소상공인 재기 지원을 위해 전국 30개 소상공인시장진흥공단 지역센터의 금융·법률 전문가 상담을 통해 채무조정 컨설팅도 강화한다. 노쇼, 악성리플·덧글, 온라인불법광고, 일회용품 이슈 등 4대 생업피해에 대해서는 관계부처 합동으로 제도개선을 진행하기로 했다.

이날 민생경제점검회의를 주재한 최상목 대통령 권한대행 부총리 겸 기획재정부 장관은 "이번 추가보완 방안의 이행상황을 관계부처 합동으로 면밀히 점검하고, 필요시 추가 방안도 검토하겠다"고 전했다. **KFI**

안전한 평생가게 유행타지 않는 브랜드

한마음정육식당

우광식 대표



소, 돼지고기

“맛있는 것은 저렴해야 한다” 외식업의 기본인 맛과 가격 경쟁력을 한번에 표현하는 말이다. 여기에 하나를 더하면 “정직한 사람과 정직한 음식만이 경쟁력이자 곧 생존 전략이다” 외식업 종사자들의 기본적인 운영 전략이다. 그런데 이러한 기본을 지키는게 더 어려운데 현실이다. 이에 반해 이같은 신념을 바탕으로 성장하며, 발전하는 브랜드가 있다. 정육식당 최초로 프랜차이즈화에 성공한 한마음정육식당이다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

한 마음이란 말은 “한결같은 마음으로”의 줄임말이다. 우광식 한마음정육식당 대표는 “프랜차이즈 본사는 가맹점주에게, 가맹점주들은 찾아오시는 손님에게 한결같은 마음을 정직한 음식을, 그리고 편안한 식사를 제공하는 것을 모토로 시작했다”고 말한다. 브랜드명에 그의 철학을 담았다.

첫 오픈은 2015년 2월이다. 대전광역시 궁동에서 테스트 매장을 오픈했다. 궁동점은 충남대학교에 인접한 상권이었는데, 당시 푸짐한 가성비와 맛으로 소문이 나면서 문전성시를 이루게 됐다. 자연 입소문이 나면서 지인과 주변에서 장사하는 자영업자들이 지점 개설을 요청하기 시작했다. 프랜차이즈 사업으로 확대하게 된 계기다.

특허 숙성 기술력에 정직한 가격

한마음정육식당은 고기의 품질을 최우선으로 생각한다. 고객이 맛보는 고기는 모두 엄선된 신선한 재료로 준비되며, 본사에서 기본 정육 작업 및 숙성과정을 거쳐 고기의 신선도와 맛을 관리한다. 고기의 질감을 살리고, 고기 본연의 맛

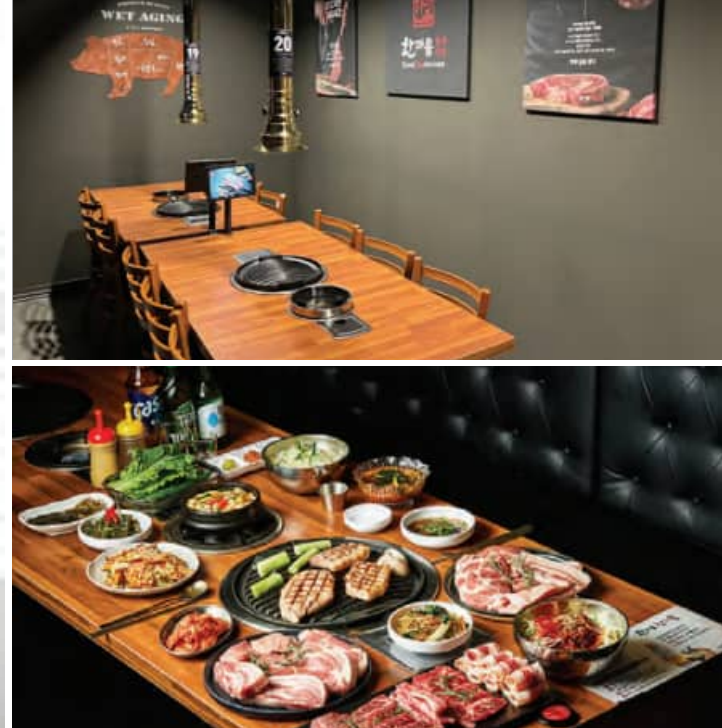
을 최대한 즐길 수 있도록 만든다는 얘기다.

여기에 맛있는 것은 싸야 한다는 철학을 담았다. 고품질의 고기를 합리적인 가격에 제공해 고기를 좋아하는 모든 고객들이 부담 없이 즐길 수 있게 만들었다. 또한 고기의 양이나 서비스에 있어 과장된 요소없이 정직한 가격 정책을 유지했다.





우광식 대표



내부전경

고객에게 더 나은 가치를 전달하기 위해 고객의 경험도 중요시 여겼다. 매장 내 서비스는 친절하고 세심하게 준비되며, 고객의 요구에 빠르게 대응하는 것을 목표로 한다. 이를 통해 고객들이 편안하고 즐거운 식사를 할 수 있도록 도와준다. 직원 교육에 신경을 써 서비스의 질을 일관되게 유지하는 것도 한마음정육식당만의 노하우다.

우광식 대표는 “한마음정육식당은 프랜차이즈 최초의 정육식당 브랜드로서, 안정적인 운영 시스템을 갖추고 있다”고 말한다. 이를 통해 가맹점주들이 효과적으로 매장을 운영할 수 있도록 지원하며, 지속적인 매출 성장을 돕고 있다. 더불어 가맹점주들이 경험할 수 있는 체계적인 교육과 운영 매뉴얼은 한마음정육식당만의 강력한 차별화 요소다.

안정성에 성장 기능을 담다

한마음정육식당은 성공적인 가맹사업을 위해 표준화된 운영 매뉴얼과 체계적인 교육 시스템을 구축했다. 이를 통해 가

맹점주들은 누구나 일정한 품질과 서비스를 제공받아 브랜드의 일관성을 유지할 수 있게 됐다. 본사는 정기적인 교육과 지원을 통해 가맹점들이 운영에 어려움을 겪지 않도록 돕고, 지속적인 품질 관리와 개선을 위해 피드백 시스템을 운영하고 있다.

고객 중심의 서비스와 품질 관리를 위한 세밀한 지침도 마련했다. 고객의 요구에 빠르게 대응할 수 있도록 직원 교육과 서비스 관리에 만전을 기하기 위해서다. 이외에도 고기의 품질을 관리하는 시스템을 통해, 각 매장에서는 고기 본연의 맛을 항상 유지할 수 있다.

정육식당의 중요한 요소 중 하나는 고기의 품질 유지다. 이를 위해 효율적인 물류 시스템도 구축했다. 본사에서 고기의 발골 및 정육을 진행하고, 이를 전국의 가맹점으로 공급하는 시스템을 통해 고기의 신선도를 높였다. 가맹점들이 고기를 신속하게 받아볼 수 있도록 지원에 나선 것이다. 가



소한상

맹점의 운영 효율성이 높아지고, 고객 만족도를 유지할 수 있는 비결이다.

마케팅에서는 가맹사업 확장 과정에서 브랜드 가치의 일관성을 유지하고, 이를 소비자에게 효과적으로 전달하는 전략으로 진행했다. 더불어 가맹점의 지역 특성에 맞춘 맞춤형 마케팅을 통해 각 지역에서 인지도를 높이고 있다.

해외진출도 활발하다. 현재 한마음정육식당은 베트남 시장에 성공적으로 진출해 매장을 운영 중이다. “베트남을 시작으로 올해에는 태국, 중국, 몽골, 필리핀으로의 해외 진출을 확정했고, 내년에는 다양한 국가들로의 진출을 계획하고 있어요. 글로벌 시장에서 한마음정육식당 브랜드의 입지를 확장해 나갈 예정입니다”

배고픔서 시작한 외식업 “행복을 만든다”

우광식 대표의 외식업 도전은 배고픔에서 시작됐다. 가난했던 대학시절 밥값에 대한 부담은 배부른 식사와는 거리가 멀었다. “어떻게 하면 싸고 맛있는 한끼 식사를 해결할 수 있을까” 이 단순한 고민은 음식 지식이나 경험이 전무했던 우 대표를 외식업에 뛰어들게 만든 힘이 됐다.

“저렴한 가격에 배불리 먹을 수 있는 종목을 찾다보니 김밥을 생각하게 됐어요. 그래서 학교 앞 작은 김밥집을 오픈했죠. 재료를 아끼지 않고 저렴하게 제공하다보니 많은 학우들에게 사랑을 받았어요” 그 후로 15년이 지나면서 그는 수십 개의 점포를 운영하는 외식업 대표로 거듭났다.

시대가 바뀌어도 찾는 한마음정육식당

프랜차이즈 사업을 시작한 후 우광식 대표의 항상 고민은 가맹본부와 가맹점과의 상생, 신뢰, 화합이다. 그렇다면 가맹점과의 상생의 기본은 뭘까. 그는 “모든 가맹점의 매출 신장”이라고 말한다. 이를 위해 신메뉴 개발과 브랜드 마케팅, 전 매장 사은행사를 본사 지원으로 진행하고 있다. 매월 모든 가맹점 매출을 확인하고, 매출이 저조한 매장에 바이저팀을 파견, 매출 상승을 위한 개선방안도 같이 고민하고 지원한다.

앞으로의 사업계획에 대해 그는 최근 제 2브랜드로 춘천집 무한닭갈비를 새롭게 오픈하고, 현재 가맹사업을 활발히 진행 중이다. 춘천집은 고객들에게 품질 좋은 닭갈비를 무한리필로 제공하는 콘셉트다. 아울러 한마음정육식당이 트렌드를 따라가는 콘셉트가 아닌, 시대의 흐름이 바뀌어도 여전히 찾을 수 있는 곳이 되기를 바란다.

“착한 기업, 정직한 기업인이 되어 작게나마 사회의 이바지할 수 있는 일원이 되는 것, 많은 자영업자들이 조금은 더 잘 살 수 있도록, 대한민국 외식업이 언젠가는 빛날 수 있게 더욱 더 좋은 브랜드들을 만드는 것이 최종 목표입니다”

사람이 우선이고 관계를 중시하며, 거짓 없는 운영이 방식이라는 우광식 대표. “직원과 가맹점주는 (주)지피에프씨에 일원으로써 한 가족이나 다름없어요. 그것을 지켜내기 위해 힘쓰고 노력하는 것이 저의 철학이자 회사가 지향하는 목표입니다” **KFN**



정승모 대표

평택유지

지속가능한 성장, ESG 실천 기업

“같은 화살이라도 병사가 쏘면 전쟁이 되고, 큐피드가 쏘면 사랑이 된다” 이 말은 주체가 누구냐에 따라 득이 될 수도 있고, 실이 될 수도 있다는 말이다. 폐유라도 누군가에게는 환경 오염이 된다. 하지만 평택유지(주)가 쓰면 자원이 된다. 환경을 사랑하고 자원의 소중함을 아는 평택유지(주)의 슬로건이다.

WRITE | 이호 국장



평택유지(주)는 폐식용유와 탕유를 가공해 바이오디젤, 바이오납사, 2세대 바이오디젤 등 선박유의 원료가 되는 정제유를 생산하는 기업이다. 2015년 설립 후 동·식물성 원자재 정제유를 생산하고 있다.

전국의 폐식용유 수집, 운반을 목표로 서울, 경기도와 수도권을 시작으로 올해 2월 현재 전국에 약 12만여개의 거래처를 확보, 식용유 및 부자재 판매망을 보유하고 있다. 이를 기반으로 폐기물(폐식용유 등)을 수집, 운반해 폐기물을 처리하고 있다. 이를 위해 벤처기업 인증, ISCC 인증, 환경성적표지 인증을 획득해 신재생에너지의 역사와 함께 지속적 성장을 이뤄내고 있다.

이를 바탕으로 2021년 176억원이던 매출은 지난해 461억원으로 3배 가까이 성장했다. 주요 제품의 매출 비중은 식성성 정제유가 77%, 동물성 정제유 17%, 식용유 6%다. 정승모 평택유지(주) 대표는 “대부분의 음식점에서는 식용유, 탕유, 동물성생지 이런 모든 폐유지가 발생하는데 시장 내 수거업체들은 식용유면 식용유, 탕유면 탕유 이렇게 구분해서 존재하기 때문에 수거 업체 여러 개를 쫓아야 한다는 단점이 있다”라며 “하지만 평택유지는 폐식용유, 탕유, 동물성생지를 모두 수거해가는 국내 유일의 업체”라고 설명했다.

이처럼 펄백유지는 수거업자에게 탕유 수거를 위한 인프라 제공 및 탕유를 지속 매입해 탕유와 동물성 생지를 주기적으로 수거하는 동시에 폐식용유 점유율을 높여가고 있다. 아울러 자체 가공설비를 개발해 탕유 정제유의 부패도를 낮추고 균등한 퀄리티를 유지함으로써 안정적인 유통처도 확보하고 있다. 생산설비 현황을 살펴보면 폐식용유 처리능력은 월 기준 7500톤이다. 탕유는 2000톤이다. 고급정제유와 일반정제유를 생산한다. 식용유 제품은 외주가공 형태로 생산해 판매한다.

평택유지의 성공 발걸음은 아직도 진행형이다. 현재 국내에서는 바이오디젤을 원료에 따라 구분하지 않고 있는 상태다. 하지만, 탄소 저감이 세계적 합의에 의한 것이고, 유럽과 북미를 중심으로 팜유 퇴출 가속화가 이뤄지고 있다는 점과 폐유지 기반 차세대 바이오 디젤 사용이 장려되고 있다는 점을 고려하면 향후 국내도 유사한 방향성을 가질 것으로 예상되고 있다. 다시 말해 평택유지의 사업적 비전은 밝다.



는 얘기다.

정승모 대표는 “친환경 정책은 전 세계 글로벌의 영원한 과제”라며 “바이오디젤은 인프라 교체없이 경유를 대체할 수 있는 친환경 연료로서 높은 탄소저감 효과가 있다”고 말했다. 아울러 “지속가능한 성장, ESG를 실천하는 기업이 되도록 더욱 노력하겠다”고 전했다. **【KTN】**



오직 프랜차이즈만을 위한 대한민국 1위 치킨 물류기업

A circular portrait of a middle-aged man with short, grey hair. He is wearing a bright pink, button-down shirt with a small white pattern. He has a neutral expression and is looking directly at the camera. The background is a soft, out-of-focus mix of green and brown, suggesting an outdoor setting with foliage. The portrait is set within a white circular frame.A circular portrait of a middle-aged man with short, grey hair. He is wearing a bright pink, button-down shirt with a small white pattern. He has a neutral expression and is looking directly at the camera. The background is a soft, out-of-focus mix of green and brown, suggesting an outdoor setting with foliage. The portrait is set within a white circular frame.

WRITE | 이호 국장



(주)대신푸드는 2004년에 설립됐다. 20년 동안 계육전문기업으로 한길만 걸어오고 있다. 현재 화성본사와 하남지점에서 각각 공장을 가동중이다. 도계장 생닭 수집과 운반, 절단, 염지, 포장, 납품까지 원스톱에 해결한다. 생닭 및 정육 1일 생산량은 2만5000수, 10톤에 이른다. 이를 통해 2023년에는 매출 190억원을 달성했다. 매일 전국 배송 매장은 417곳이나 된다.

이같이 프랜차이즈 업체들이 대신푸드를 선택하는 이유는
 엄지 맛의 미세한 차이를 이용한 다양한 치킨의 맛이다. 두
 번째는 전국 당일 배송을 원칙으로 국내 초저가 납품이다. 세
 번째는 프랜차이즈 본사처럼 오픈 시작부터 마무리까지의
 노하우를 전수해 준다.

01



동물복지
CAZ SYSTEM

02



세계최장 공기청정
Cabin-cleaning System

03



홀오토
Robot Picking System



화성공장



하남공장



닭고기 가공 전문기업 (주)대신푸드
HACCP인증 시설에서 안전한 생산된 신선하고 건강한 닭고기 가공 전문기업 입니다.

닭 구입부터 가공 냉동까지 차진 프랜차이즈 성공 파트너로서 동반 성장을 하고 있습니다.

소스류

양념소스, 간장소스, 마늘소스, 연건마요소스, 참깨소스, 월간마요소스, 불닭마요소스, 치킨마요소스, 라면 치즈소스 등등

파우더

바삭한 맛을 줄어드는 가장 큰 요소 크리스피파우더 배터파우더, 맛살 통통분 등등
다양한 종류를 보실 수 있습니다.

염지제

치맥류, 마밀드, 한맥지, 치킨마일드, 칩마일드 등등
다양한 종류의 공제제가 있습니다.



190억

2023년 매출액



21곳

2023 프랜차이즈 파트너



417개

대형 전국 배송 매장

박재영 대표는 “물건만 두고 가는 방식이 아닌 선입선출 방식으로 부자재까지 매일 재고 파악이 가능하고, 각 공장에서 본사의 슈퍼바이저 역할까지 해드리려고 노력하고 있다”라며 “주문-배송-발주가 한 라인에서 움직이고 전국 배송, 10% 미만의 물류비용, 선입선출 및 재고관리까지 가능한 치킨 물류 업체는 대신푸드가 유일하다”고 말했다. 아울러 “파트너로서 프랜차이즈 본사의 성장이 곧 대신푸드의 성장이라고 믿고, 최선을 다해 노력하고 있다”고 전했다. **KFI**

올댓국

상상하는 모든 맛을 실현하는 소스개발 연구 전문기업



김복미 대표

경기불황으로 식비를 절약하려는 소비자들의 집밥 트렌드가 강화되고 있다. 아울러 프랜차이즈 가맹본부도 높아진 원재료비를 줄이는게 중요한 전략이 됐다. 특히 유통기한 등으로 버려지는 식재료, 일명 로스물을 낮추는 것도 가맹점의 수익 개선에 중요한 요소다. 이러한 흐름에 발맞춰 상상하는 모든 맛을 실현하는 소스개발 연구 전문기업이 등장했다. 바로 올댓국이다.

WRITE | 이호 국장

최첨단 R&D 연구개발실



다품종 소량생산 특화



글로벌 식품안전인증 취득



올 댓국은 차별화된 품질과 혁신적인 식품 솔루션을 제공하는 기업이다. 경기도 파주에 위치한 600여평 규모의 현대식 제조공장 2개동을 운영중이다. 엄격한 품질 관리 속에서 다양한 제품을 생산하고 있다.

1공장에서는 분말소스와 밀키트를 제조한다. 국내외 거래처 대상 OEM, ODM 납품과 다양한 요리에 활용 가능한 고품질의 분말소스를 생산한다. 여기에 간편하고 신선한 밀키트 제품도 개발중이다. 2공장은 국내산과 수입산 닭고기 가공 공장이다. 포장육과 양념육 제품 생산과 가공, 유통 등 철저한 품질관리를 통해 안전하고 신뢰할 수 있는 제품을 공급한다.

올댓국의 분말소스의 장점은 액상 소스의 짧은 소비기한과 저장 공간과 부피를 절약할 수 있는 해결책을 제시한다. 액상소스의 경우 유통기한이 짧고, 냉장 또는 냉동 보관해야 해서 추가적인 설비와 관리비용이 발생한다. 운송 중 품질변화도 문제다. 이에 반해 올댓국의 분말소스는 최대 18개월 상온에서 보관이 가능하다. 추가적인 설비와 비용이 발생하지 않는다. 또 소량만 적재가 가능해 해외 등에 수출하기에도 안전하다.

아울러 간편한 조리로 시간을 절약할 수 있고, 풍부한 맛을 제공한다. 아울러 기업의 요구에 맞춘 독창적인 레시피와 현실적인 MOQ 조율 생산도 가능하다. 올댓국 이상호 부장은 “수출시 HALAL 인증이 필수인 국가에도 경쟁력을 높이기 위해 HALAL 인증을 받은 제품 라인업도 구성돼 있다”라며 “HACCP 인증 제조 공정을 통해 안전한 제품을 생산하고 있

분말



다”고 전했다. HALAL, HACCP, FSSC22000, 미국 FDA 인증 보유 등 글로벌 식품위생안전 시스템을 모두 갖추고 있는 셈이다.

올댓국은 또 계육과 밀키트 제품 생산도 함께 하고 있다. 계육은 당일 생산, 당일 배송으로 최상의 신선도와 품질을 제공한다. 최첨단 냉장시설과 철저한 관리의 콜드체인 시스템이다. 밀키트는 떡볶이 전문이다. 전통 떡볶이부터 퓨전 스타일의 마라, 로제, 크림, 짜장까지 다양한 레시피 구현이 가능하다. 냉동 및 상온 보관이 가능한 제품 개발로 보관과 유통의 편의성을 높였다. 업체 니즈의 맞춰 레시피와 포장 형태 커스터마이징도 지원하다.

이상호 부장은 “전문 인력과 최신 설비를 통해 독창적인 레시피와 고객 맞춤형 제품 개발로 프랜차이즈 파트너로서의 성공을 함께 하겠다”라며 “국내외 고객에게 신뢰를 제공하는 올댓국이 되도록 더욱 노력하겠다”고 말했다. **KFN**

● 쿠우쿠우 '쿠우쿠우' 2025 국민맛집 가이드 별 세계 등급 맛집 2년 연속 선정



초밥 뷔페 프랜차이즈 쿠우쿠우가 2025 국민맛집 가이드에서 별 세계 등급 맛집으로 2년 연속 선정됐다.

쿠우쿠우는 요리에 사용하는 재료의 수준 및 신선도, 품미 완성도, 음식의 개성과 창의성, 가격에 대한 합당한 가치 등을 고려해 모든 부분에서 뛰어난 평가를 받았으며 이번 수상으로 그 명성을 더욱 높였다.

쿠우쿠우는 자사업을 비롯해 온,오프라인에서 고객과의 접점을 확대하고, 보육원 기부 및 지역 사회 공헌 활동을 활발히 이어가고 있다. 상반기에는 새로운 브랜드 '올웨이즈샐브'를 런칭해 고객들에게 더욱 다양한 미식 경험을 제공할 계획이다.

김동현 쿠우쿠우 대표이사는 "2년 연속 국민맛집에 선정되어 매우 기쁘다"면서 "앞으로도 정직, 친절, 청결의 경영철학을 바탕으로 초심을 잃지 않고 고객에게 최상의 맛과 서비스를 제공할 수 있도록 하겠다"고 전했다.

국민맛집은 전국 각지의 업체를 대상으로 평가하고, 별점을 통해 최상의 업체들을 선정하고 소비자들에게 신뢰 있는 정보를 제공하며, 수준높고 독자적인 음식 문화를 자랑하는 대한민국의 외식업 발전에 기여하고 있다.

● 명륜진사갈비 "산불 진화 대원들께 감사... 식사 무료 제공"

명륜당이 운영하는 숯불돼지갈비 프랜차이즈 명륜진사갈비가 경북 지역 산불 진화에 헌신한 소방·산림청 공무원들의 희생과 노고에 감사의 마음을 전하기 위해 무료 식사를 제공했다.

이번 감사 이벤트는 3월 29일부터 4월 6일까지 진행됐다. 소방·산림청 공무원증을 제시하는 공무원들은 명륜진사갈비 경북도청점, 경북의성점, 경북홍해점, 경북영덕점, 경북울진점, 영주가흥점, 안동옥동점, 안동정하점, 포항두호점, 포항죽도점, 포항양덕점, 진주신안점, 진주주약점, 진주호탄점, 진주초전점, 진주혁신도시점, 진주금산점까지 총 17개 매장에서 무료 식사를 즐겼다.

명륜진사갈비 관계자는 "해당 행사는 명륜진사갈비 경북·경남 지역 점주들의 자발적인 참여로 진행됐다"며 "가맹본사 명륜당은 가맹점주의 마음에 보답하고자 무료식사 제공 비용 전액을 지원했다"고 전했다. [K77]



치킨 프랜차이즈 교촌치킨의 창업주인 권원강 교촌에프앤비 회장이 자서전 '최고의 상술'을 출간했다.

이 책에는 불혹의 나이에 외식업에 뛰어들어 교촌만의 길을 개척해온 권 회장의 서사가 고스란히 담겼다

함부로 포기하지 않는다, 타협하지 않는다, 상식을 믿지 않는다, 꿈수 부리지 않는다 등 총 4장으로 구성돼 있다. 10평 남짓한 작은 통닭집에서 치킨 대표 프랜차이즈 브랜드로 성장하기까지의 경영 및 인생 철학이 한눈에 읽힌다.

성공을 꿈꾸는 자영업자 및 예비 창업가들에게 권 회장이 제안하는 최고의 상술은 바로 '정직'이다. 책의 맺음말로는 교촌의 기업철학인 '진심이 세상을 움직인다'를 택했다.

권원강 교촌에프앤비 회장, 교촌치킨 창업기 담은 자서전 출간

저자는 '간절하지 않은 사람과는 함께 일하지 않는다'는 경영 철칙을 고수한다. 그가 지향하는 목표는 '업계 1위'가 아니라 '최고의 치킨'이다. 누구도 흉내낼 수 없는 맛과 품질, 시스템을 갖춘다면 업계 1위나 매출 1위는 저절로 따라온다고 믿었다.

장사가 너무 안되던 초기부터 질 좋은 채종유만 고집했던 것도 '차별화와 고급화만이 살 길'이라고 생각했기 때문이다. 모두가 기존 방식에 안주하려 할 때마다, 그는 악기의 줄을 풀어 팽팽하게 다시 편다는 뜻의 '해현갱장(解弦更張)' 철학을 떠올렸다. 기존의 모든 관행을 재검토하고, 필요 없는 부분은 과감히 없애고, 새로운 방식으로 다시 시작하는 마음이었다.

권 회장은 "내가 생각하는 진심은 정성을 다하는 것이고, 정직한 것이며, 행복을 함께 나누는 것이다. 이 마음은 앞으로도 변하지 않을 것"이라고 말한다. [K77]



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

‘레드오션’ 이기는 ‘블루오션’

WRITE | 이경희

레드오션은 식당이나 프랜차이즈 업계의 숙명으로 여겨진다. 더 싸게, 더 빠르게, 더 많이... 경쟁에 치여 신음하면서도 정작 중요한 질문은 자주 잊혀진다. "왜 우리는 꼭 경쟁해야 하는가?" 오래 전 김위찬 교수와 르네 마보안 교수가 『블루오션 전략』이라는 책에서 던진 화두다. 시장에서 선도 브랜드는 1등이 되기 쉽다. 시장에서 선도 브랜드가 되는 방법 중에 하나가 블루오션 전략이다.

◆기존의 경계를 넘어

『블루오션 전략』은 출간된지 오래 됐지만 경쟁을 회피하기 위해서는 여전히 유효하다. 김위찬과 르네 마보안은 "최고가 되려 하지 말고, 유일무이한 존재가 되라"고 말한다. 즉, 경쟁의 규칙을 따르기보다 아예 새로운 규칙을 만드는 것이 저자들이 말하는 블루오션 전략이다.

이 전략의 출발점은 하나이다. 산업의 통념, 고객의 기대, 경쟁의 방식 등. 이 모든 것을 의심하라는 것이다. 모든 것을 당연하게 받아들이면 새로운 것을 만들 수가 없다. 블루오션까

지 가지 않더라도 어려움을 차별하고 극복하는게 선도 브랜드가 되는 좋은 방법이다.

◆블루오션은 전략이 아니라 사고방식이다

외식이나 프랜차이즈의 경우 쉽고 빠르게 복제된다는 게 단점이다. 하지만 출발 시점에서 블루오션 전략을 적용하면 선도 브랜드로 이미지를 만드는데 유리하다. 불확실성이 일상이 된 지금, '빠르게 복제되는 경쟁력'은 오히려 독이 되므로 진입장벽을 만드는 것도 필요하며 가격 경쟁이 아닌, 발상의 전환은 진짜 경쟁력이다.



블루오션 전략은 더 싸게, 더 많이가 아닌 '완전히 다르게'를 실현하는 전략이다. 가장 높은 자리에 오르는 것이 아니라, 아예 다른 무대에서 관객의 시선을 독차지하는 법이다. 성공적으로 쉽게 시장에 진입한 브랜드 대다수는 경쟁에서 이기려 애쓰기보다 경쟁을 무의미하게 만드는 전략을 채택했다. 하지만 진입장벽이 낮아 쉽게 진부화되는 한국 현실에서는 브랜드를 론칭할 때뿐만 아니라 사업을 하면서도 블루오션 전략에 대한 질문을 계속 던질 필요가 있다.

◆문제를 해결하는 블루오션 전략

혁신의 파도타기처럼 지속적으로 고객의 기대를 초월하고, 시장의 경계를 허무는 길을 고민해야 한다. 노키아가 무너지고, 삼성전자가 어려움을 겪는 것처럼 시장 진입 단계에서만 레드오션인 게 아니라 블루오션으로 출발해도 모방 사업자와 후발 주자들이 계속 나타나기 때문에 레드오션이 숙명인 비즈니스업계에서 지속가능한 경영을 하려면 블루오션 전략은 기업의 체질이 되어야 한다.

사업은 살아있는 생물체이다. 특히 모방이나 카피캣이 일상적으로 일어나는 외식시장이나 프랜차이즈 업계에서는 론칭할 때 단 한번의 블루오션 전략으로는 충분하지 않다. 지속적으로 질문을 던져야 한다. 블루오션이 전략이 아니라 사고 방식이 되어야 한다.

◆타래퀸·프린트카페·도쿄등심

타래퀸은 특허를 받은 타래빙수라는 이색적인 제품으로 브랜드를 블루오션화하는 데 성공하고 있다. 타래 모양의 이색적인 빙수를 생딸기, 멜론, 수박, 샤인머스켓 등과 함께 제공한다. 단일 아이тем 카페는 성공이 힘들고, 특히 빙수 메뉴는 한 겨울에 불리하지만, 커피를 차별화해서 강화하고 다른 음료라인도 다양화하고 초코칩 쿠키슈, 크리스피 크롱지 등 디저트도 강화해 사업모델을 탄탄하게 했다.

무인복사가게인 '프린트카페'도 새로운 시장을 창조한 사례이다. 프린트 수요가 점점 줄어들면서 가정에 프린트기가 없다는 점과 비싼 인건비를 절약할 수 있다는 점에 착안한 사업모델이다. 또 부업업종이라는 포지셔닝으로 전업으로 일하는 일반적인 프랜차이즈 가맹점주가 아닌 직장인을 가맹점주로 유치하는데 성공했다.

도쿄등심은 한우는 구워서 먹어야 한다는 편견을 깨고 미식코스라는 새로운 식사 경험의 제공을 통해 한우를 디저트처럼 경험하게 했다. 오마카세 시그니처 코스는 129000원으로 가격이 좀 비싸기는 하지만 한우를 럭셔리 디저트로 경험할 수 있도록 해 일반적인 한정식 코스 메뉴와 차별화했다. **IKFN**



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



장수브랜드가 되기 위한 프랜차이즈 사업 전략 5가지

WRITE | 유재은

1. 지금의 잘못된 풍조에서 나와야 한다

프랜차이즈사업을 시작하면 모두가 100호점을 목표로 한다. 그게 달성되고 나면 200호점, 300호점을 더 나아가 500호점 이상이 목표가 되어 죽기 살기로 매진한다.

여기서 우리 프랜차이즈 업계에서 간과하는 게 있다. 매장숫자 달성에만 충력을 기울일 뿐이다. 그 달성된 매장 중에는 얼마 못 버티고 1년 뒤에 사라지는 브랜드가 있고, 10년을 넘기고 20년을 넘기며 장수하는 브랜드도 있다.

전자의 경우 본사 대표가 과연 행복할까. 아니다. 오래 버티지 못하고 가맹점들이 망하고, 수십, 수백의 가정이 위기에 몰리게 된다. 그러면, 본사 대표도 재정적으로 정서적으로 힘들어지고 괴로워하게 되고 불행해진다. 삼시간에 300개 오픈하고 수년 뒤 망하는 본사 대표보다, 꾸준히 천천히 오픈하고 10년, 20년을 넘기며 장수하는 본사 대표가 사회에 대한 기

여도도 높고, 주변의 존경도도 높다. 가맹점주와 더불어 본인도 더 행복해 한다.

프랜차이즈의 사업의 요체요 핵심은 매장 숫자의 크기가 아니라 매장의 장수에 있다는 사실을 자각하고 매장 숫자 늘리기를 최상의 미덕으로 여기는 지금의 풍조에서 빠져 나와 장수 브랜드를 지향해야 한다.

그렇다면 날림이 아닌 장수 프랜차이즈를 구축하기 위한 실행 전략은 무엇이 있을까?

2. 조직슬림화하기

선불리 프랜차이즈 사업조직을 확장하면 안 된다. 직원 특히 가맹영업사원을 뽑아 놓으면 직원들은 규모의 경제 운운하면서 매장 수를 늘려야 하고 그러기 위해선 직원을 더 뽑아야 한다고 외친다.. 그건 어디까지나 직원들 의견일 뿐이다.

특히 사업 초창기에는 멀티업무를 통해 인력을 줄이고, 직원 채용을 최소화해서 조직을 작게 가져가야 한다. 그래서 본사

월 경상비를 최소화해서 어떻게든 본사 흑자구조를 먼저 만들어야 한다. 그러기 위해서 조직슬림화는 필수이다.

3. 개설수익에 의존하지 않은 재무구조 만들기

가맹매장이 많지 않은데 조직이 커지면 당연히 들어 오는 로열티나 물류수익이 적어서 가맹점 개설수익으로 월급이 나가는 구조가 된다. 그러면 안 된다. 본사는 자전거 패달을 안 밟으면 자전거가 쓰러지는 패달의 법칙에 말려 가맹점 개설을 1순위로 주력하면서 사업이 꼬이기 시작하기 때문이다. 본사 수익 확대를 위해 직영점을 최대한 확충해야 한다. 개설수익은 들어오면 좋고, 안 들어 와도 기본적으로 유지되는 재무구조를 만들어야 한다. 자연스럽게 우수하고 건 강한 매장들 위주로 서서히 확장할 수 있다.

4. 기존 가맹점 관리를 본사정책 1순위로 하기

우리는 농담으로 잡은 물고기는 먹이를 안 준다는 말을 하곤 한다. 그것에 빗댄다면 기존 가맹점은 잡은 물고기일까?

아무리 브랜드가 괜찮고 가맹영업사원이 말을 잘해 설득해 놓았다 해도, 예비가맹점주가 기존 운영중인 가맹점을 방문했을 때, 기존 점주가 심난한 표정을 짓거나 “나는 멘트 해 줄거 없으니 알아서 판단하라”는 냉랭한 분위기를 접하게 되면 그 계약건은 무산되고 만다. 가맹영업의 마지막 키는 가맹점주에게 있다는 역설적 상황을 받아 들이고 기존 가맹점주에게 최선을 다해 지원하고, 가맹점 만족을 본사정책의 1순위로 놓고 지금도 인력도 최선을 다해야 한다, 그게 가장 지혜롭고 효과적인 가맹영업이다.

5. 상권분석 데이터구축 하기

아무리 좋은 브랜드도 상권을 잘 모르면 가맹점은 망할 수밖에 없다. 최근 잘 알려진 매장수 100여개의 잠룡브랜드 가맹점도 운영



한지 1년여만에 못 버티고 폐업해서 그 자리에 한의원이 오픈한 사례를 목격했다.

매장이 100개쯤 되면 프랜차이즈 시스템 구축이 어느 정도 자리잡았을 시점임에도 불구하고 그런 입지는 중형 프랜차이즈가 들어오기에는 규모가 작은 오피스상권이었는데, 왜 굳이 입점을 시켰을까?

아마도 추측컨데 그 본사는 프랜차이즈 상권분석을 주먹구구식으로 해 온 것 같다. 매장이 100개면 입점할 때마다 상권데이터를 쌓아 놓아도 이미 차고 넘칠텐데 짬뽕 만드는데만 주력한 것 같았다. 적어도 매장이 최소 5~10개만 오픈해도 입점기준을 데이터화하고 수치로 판단할 수 있는 상권분석시스템을 만들어 낼 수 있다. 자기 브랜드만의 입점기준을 데이터화 해서 수치로 만들어 놓으면, 예상보다 매출이 약할 수는 있어도 폐점은 일어나지 않는다.

결론적으로 말한다면 본사가 재무적으로 안정화된 상태에서 쫓기지 않고 우리에게 맞는 가맹점주를 뽑고, 맞는 상권을 찾아 하나씩 하나씩 오픈시켜 나간다면 요즘 유행하듯 삼시간에 1~2백개 매장을 오픈하지는 못할 지라도, 10~20년 이상 지속되는 브랜드를 만들 수는 있다. 그리고 가맹점주들도 만족하고, 본사 대표와 직원들도 보람을 느끼며 긍지를 가지는 장수 브랜드에 더 다가설 수 있을 것이다. **KFA**



유재은

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

서강대졸

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

저서

한국시장의 프랜차이즈전략
한국시장의 프랜차이즈전략 2
한국시장의 프랜차이즈 법칙

강의

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



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

2025 예비창업자들의 창업환경과 특성 ①

WRITE | 장재남

3월, 본격적인 창업시즌이 시작됐다. 경제가 어렵고 소비심리가 크게 위축된 상황에서 창업을 하려고 하는 예비창업자들은 창업의 의사결정에서부터 업종 및 아이템 선택, 창업자금 마련, 점포 입지, 프랜차이즈 브랜드 선택에 이르기까지 매우 신중해질 수밖에 없다. 프랜차이즈산업연구원이 한국프랜차이즈산업협회에 의뢰를 받아 올해 창업을 준비하는 예비창업자 1,500명을 대상으로 조사를 한 결과 기존 조사와 다르게 남성보다는 여성이 더 증가하였고, 40대와 50대가 54%를 차지하고 있었으며, 회사원과 전업주부가 크게 증가한 것으로 나타났다.

창업시기에서는 1년 이후가 45.6%으로 가장 많고, 9개월 ~ 1년 이내 19.1%, 3개월 ~ 6개월이 15.2% 순으로 전반적으로 예비창업자들의 창업시기가 이전에 비해 늘어나고 있음을 알 수 있다.

창업시 가장 어려워하는 부분은 업종 및 아이템 선정이 47.7%으로 가장 높고, 다음으로 창업자금 조달 16.9%, 점포 입지 선정 13.4% 순이었다. 또 프랜차이즈 창업 희망자는 독립 창업에 비해 창업 형태 선정을 더 어려워하고, 독립 창업 희

항목	전체(n=1,510)	프랜차이즈 창업 희망자(n=862)	독립 창업 희망자(n=648)
향후 3개월 이내	7.0%	7.2%	6.8%
향후 3개월 ~ 6개월 이내	15.2%	16.0%	14.0%
향후 6개월 ~ 9개월 이내	13.1%	15.0%	10.6%
향후 9개월 ~ 1년 이내	19.1%	18.9%	19.3%
향후 1년 이후	45.6%	42.9%	49.2%
합계	100.0%	100.0	100.0

항목	전체(n=1,510)	프랜차이즈 창업 희망자(n=862)	독립 창업 희망자(n=648)
업종 및 창업 아이템 선정	47.7%	48.8%	46.1%
창업 형태 선정(독립점/가맹점)	8.9%	11.0%	6.2%
관련 법규 및 규제 정보 획득	5.7%	5.8%	5.2%
점포 입지 선정	13.4%	12.9%	14.2%
창업 자금 조달	16.9%	13.7%	21.1%
사업성 분석	3.9%	2.9%	5.25
프랜차이즈 브랜드 선택	3.6%	4.9%	1.9%
합계	100.0%	100.0	100.0

망자는 자금조달을 더 어려워하는 것으로 나타났다.

업종별 선호도는 외식업이 55.6%으로 절반 이상을 차지하고 있었다. 다음으로 서비스업 24.1%, 도·소매업 20.3% 순으로 나타났다. 세부 업종별로는 외식업은 커피, 치킨, 제과제빵, 떡볶이, 분식 순이고, 도·소매업은 편의점, 종합소매점, 문구점 순이었다. 서비스업은 교육, 육아관련, PC방/오락 순으로 조사되었다

서비스업 세부업종별 선호도



외식업의 세부업종별 선호도



도소매업의 세부업종별 선호도



창업시장도 프랜차이즈산업 환경도 매우 빠르게 변화하고 있는 만큼 가맹점 모집을 위한 가맹본부의 대응전략도 바뀌어야 한다. 우선 예비창업자들의 인구통계학적 특성이 바뀐 만큼 예비창업자들을 세분화하고 특성에 맞는 콘텐츠 개발, 정보전달 매체 선정, 지원 프로그램을 다양화해야 한다. 또한 가맹개설 프로세스도 창업시기에 맞게 개선해야 하며, 많은 비용을 들여서 수집한 가맹희망자에 대한 지속적인 Pulling전략을 실행해야 한다. **KFA**



장재남

프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

연대보증책임, “경영권 양도해서 책임 없다”...법원 판결은

WRITE | 안철현

회사의 대표이사가 회사의 채무를 연대보증하였다면 도대체 얼마나 언제까지 책임을 부담해야 하는 것일까? 한 회사를 운영하다보면 회사가 다양한 곳에 채무를 부담하게 되고, 여기에 대표이사가 채권자에게 연대보증책임을 지겠다고 약정하는 경우가 많다. 실제 있었던 사건을 좀 각색해서 예를 한 번 들어보겠다.

김모 씨는 2019년 2월경 회사의 대표이사로 재직하면서, 회사가 의료보험조합에 납부해야 할 의료보험료 및 기타 징수금 채무를 연대보증하였다. 이후 김모 씨는 강모 씨에게 자신의 회사 지분을 모두 양도하며 경영권도 이전하기로 하였다. 그리고 양도기준일 이전까지의 회사 채무는 본인이 책임지

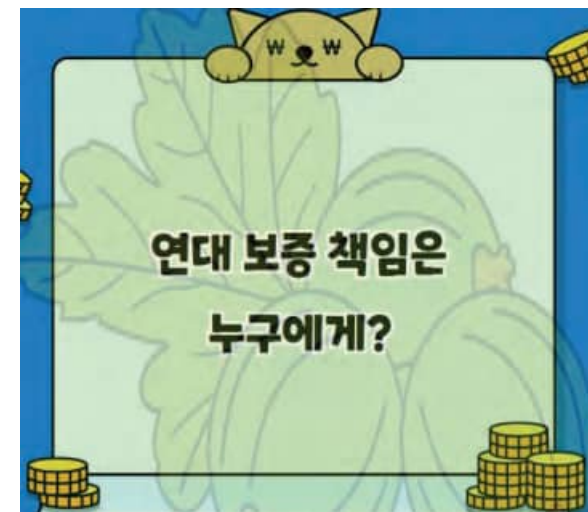
되, 이후 발생하는 채무는 상법 및 관례에 따라 처리하기로 약정하였다. 이에 따라 김모 씨는 대표이사직을 사임하고, 등기부상에서도 그의 이름이 삭제되었으며, 강모 씨가 새로운 대표이사로 취임하였다. 이후 회사는 여러 차례 상호와 대표이사를 변경하였다.

그러던 중 회사는 의료보험조합에 총 3000만원 상당의 의료보험료 및 가산금을 미납하였고, 이에 조합은 김모 씨에게 연대보증책임을 이유로 미납금 지급을 요구하였다. 이에 대해 항당했던 김모 씨는 내용증명우편을 통해 이미 대표이사직에서 사임하였으므로 책임이 없다고 조합에 회신하였다. 위와 같은 사례로 법원에서 다툼이 있었는데, 법원에서는 과연 김모 씨의 주장을 받아들였을까?

연대보증인이 된 회사의 이사가 퇴사하여 그 지위를 상실한 경우, 이는 보증계약 체결당시와 비교하여 중대한 사정변경에 해당할 수 있다. 따라서 연대보증계약을 해지할 수 있으나, 이를 위해서는 명확한 해지의 의사표시가 필요하다. 반드시 서면으로 해야 하는 것은 아니지만, 단순히 채권자가 회사의 이사가 퇴사한 사실을 알고 있었다는 이유만으로 보증계약이 자동으로 해지되는 것은 아니다.

본 사안에서도 법원은 조합이 김모 씨가 사에서 퇴사한 사실을 알고 있었다고 해서 바로 연대보증이 해지되었다고 볼 수 없고, 김모 씨가 조합에 내용증명우편을 보낸 시점에서야 연대보증이 해지되었다고 보았다. 그러니 김모 씨가 조합에 내용증명우편을 보내기 전에 이미 발생한 연대보증책임은 그대로 떠안을 수밖에 없게 되었다.

일반적으로 회사의 이사가 계속적인 거래관계에서 연대보증을 한 경우, 해당 보증은 특정 시점의 채무에 국한되지 않는다. 즉, 이사가 보증을 했다고 해서 이를 퇴임 이전에 발생한 채무로 한정하여 해석할 수는 없다. 보증인이 된 이사가 퇴임한 후에도 채권자가 보증계약을 유지할 의사가 없었다는 특별한 사정이 없는 이상, 보증책임은 지속된다. 본 사안에서법원도 김모 씨가 퇴임한 이후 발생한 채무라 하더라도, 연대보증계약이 해지되지 않은 이상 김모 씨에게 보증책임이



있다고 판단하였다.

경영권을 양도하고 대표이사직에서 물러났다고 해서 자동으로 연대보증책임이 사라지는 것은 아니라는 것을 염두에 두어야 한다. 퇴사한 이사가 “채권자 당신도 내가 퇴사한 사실을 알고 있지 않았느냐”라고 따져묻기 어렵다. 따라서 대표이사를 사임하는 경우, 기존 연대보증계약에 대해 반드시 채권자에게 내용증명우편 등을 통해 해지의 의사를 명확히 표시해야 향후 불필요한 법적 분쟁을 방지할 수 있다.

이와 같이 회사를 운영하다 보면 대표이사가 금융기관이나 기타 기관에 연대보증을 서는 경우가 매우 많다. 하지만 경영권을 양도하고 대표이사직에서 물러났다고 해서 자동으로 연대보증책임이 사라지는 것은 아니라는 것을 염두에 두어야 한다. 퇴사한 이사가 “채권자 당신도 내가 퇴사한 사실을 알고 있지 않았느냐”라고 따져묻기 어렵다. 따라서 대표이사를 사임하는 경우, 기존 연대보증계약에 대해 반드시 채권자에게 내용증명우편 등을 통해 해지의 의사를 명확히 표시해야 향후 불필요한 법적 분쟁을 방지할 수 있다. 이보다 앞서 회사가 채무를 부담하는 것이나 대표이사가 연대보증책임을 부담하는 것에 신중하는 것이 더 중요한지도 모르겠다. **KT77**



안철현

법무법인 로투스 대표변호사

2016년 - 송파경찰서 경찰발전위원회 위원

2016년 - 강남구청 인사위원회 위원

현/법률소비자연맹 집행위원

현/(주)소리바다 감사

현/경희대총동문회 감사

현/사단법인 민주정치아카데미 상임이사

T : 02-3478-6011 /

E : bebopmonk@hanmail.net



프랜차이즈 본사 로열티 구조와 제도적·세무적 유의사항

WRITE | 최인용

최근 프랜차이즈 본사의 차액가맹금 소송으로 인하여 로열티에 대한 수익구조로의 변경이 이슈가 되고 있다. 행정부에서도 가맹본부·가맹점 사업자간 공정거래 및 상생협력 협약 절차·지원 등에 관한 기준을 개정(2024. 12. 18. 개정)하여 정률 로열티와 함께 가맹점의 상생관계에 대한 부분을 개선하도록 하고 있다. 이하에서는 로열티 제도의 구조와 함께 공정거래위원회의 기준에 대한 내용 그리고 로열티 구조시 세무상 유의사항에 대해서 알아보기로 한다.

1. 로열티 제도의 구조

로열티는 고정 금액 방식의 로열티와 매출에 대한 비율 방식 또는 이 두 가지가 혼합된 방식으로 부과되고 있다. 우리나라 프랜차이즈는 업계의 오랜 관행상 로열티 구조로 하는 것이 어렵다고 말하고 있다. 그러나 최근 성장하

는 프랜차이즈 본사는 매출액에 대한 정률로열티를 책정하는 경우가 늘고 있다.

2. 본사와 가맹점의 상생협력 유인제도

공정위에서는 이에 가맹본부의 적극적인 필수품목 거래

로열티가 상표권을 기반으로 하므로 상표권의 소유권 등록이 개인으로 되어 있는지, 아니면 법인으로 되어 있는지에 따라 달라진다. 소유권 등록이 법인으로 되어 있다면 본사가 로열티를 받으면 관계가 없지만, 소유권 등록이 법인이 아닌 개인명으로 되어있다면, 법인 본사가 받은 로열티의 일부를 상표권자(개인)에게 일부 귀속시키는 것이 중요하다.

로열티 라는 것이

꼭 필요한 것일까?



관행 개선을 유도하고, 가맹점 지원 및 상생협력 유인을 제고하기 위하여 가맹분야 공정거래협약 이행평가기준을 개정하였다. 해당내용을 크게 요약하면 두가지면에서 가맹본사는 가맹점에 대한 노력을 하여야 상생협약 이행평가시 유리하다.

첫째, 가맹금 수취방식의 로열티 전환시 점수 상향 및 구입강제품목 및 매출액중 비중(총 8점 → 12점)

둘째, 가맹점 사업자 매출액증가율이 가맹본부 매출액 증가율보다 높을시 높은 점수 부여(1점 → 3점)
상생거래 평가를 통해 좋은 브랜드 이미지를 제고와 가맹점주와의 신뢰 강화를 위한 노력에 있어 로열티는 매우 중요한 항목이다.

3. 로열티 제도 도입시 본사의 세무상 유의사항

최근 프랜차이즈 본사 본사에 세무조사 경향을 보면 로열티를 받는 것뿐만 아니라 귀속에 대해서 즉 두 가지 면에서의 세무조사 중점사항을 보고 있다.

첫 번째는 특수관계 매장에 대한 로열티 면제 여부이다. 이는 특수관계의 매장에 대한 로열티를 받지 않고 지원함으로써 접대비로 보아 본사에 접대비 한도초과부분에 대한 법인세를 과세를 하고 있다.

두 번째는 로열티가 상표권을 기반으로 하므로 상표권의 소유권 등록이 개인으로 되어 있는지, 아니면 법인으로 되어 있는지에 따라 달라진다. 소유권 등록이 법인으로 되어 있다면 본사가 로열티를 받으면 관계가 없지만, 소유권 등록이 법인이 아닌 개인명으로 되어있다면, 법인 본사가 받은 로열티의 일부를 상표권자(개인)에게 일부 귀속시키는 것이 중요하다.

만약 법인이 상표권등록인인 개인에게 로열티의 일정 부분을 지급하지 않는다면 이를 사용료 소득에 대한 부당행위로 보아 상표권자(개인)에게 상여처분을 하여 소득세를 부과 하고 있다. 로열티 정책은 제도 도입뿐만 아니라 관리도 매우 중요하다. **KFA**



최인용

가현세무법인 대표 세무사

(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사

연세대학교 법무대학원 조세법 전공

국세청 조사요원 강의

한국프랜차이즈산업협회 자문세무사

마곡지구협의회, 하남미사지구지주

협의회 자문세무사

한국프랜차이즈산업협회 협력위원장

T : 02-555-5025

E : ciy0130@daum.net



육아기단축근무 제도란?



일가정 양립을 위해
하루 근무시간 중
일정시간을 단축하여
근무할 수 있는 제도

2025년 2월부터 달라지는 노동관계법

WRITE | 이금구

2025년 노동관계법이 개정되는 것은 1월 1일부터 적용되는 것과 2월 23일, 6월 1일, 6월 29일, 10월 23일 시행으로 각각 시행일이 다르다, 이번 호에는 2월 23일부터 적용되는 내용을 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

1. 미숙아 출산 시 출산전후휴가기간 증가

사용자는 임신 중 여성에게 출산 전·후를 통하여 90일(한 번에 둘 이상 자녀를 임신한 경우에는 120일)의 출산전후휴가를 주어야 하는데, 미숙아를 출산한 여성에게는 출산 전·후를 통하여 100일의 출산전후휴가를 주어야 한다(근로기준법 제74조 제1항). 그리고 고용노동부장관은 일정한 요건을 갖춘 경우 미숙

아 출산전후휴가 기간에 대해서도 통상임금에 해당하는 금액을 지급하는데, 우선지원 대상기업이 아닌 경우에는 휴가기간 중 60일을 초과한 일수 중 40일을 한도로 하여 지급한다. 기존에는 미숙아 출산 여부와 관계없이 자녀의 수에 따라 90일 또는 120일의 출산전후휴가를 부여하고, 휴가기간 60일 초과 일수 중 30일 또는 45일을 한도로 하여 통상임금에 해당하는

휴가 급여를 지급했다.

2. 임신기 근로시간 단축 대상 범위 확대

사용자는 ① 여성 근로자의 임신 후 12주 이내 또는 32주 이후의 기간과 ②고용노동부령으로 정하는 유산, 조산 등 위험이 있는 여성 근로자의 임신 전 기간에 대하여, 해당 여성근로자가 1일 2시간의 근로시간 단축을 신청하는 경우 이를 허용해야 한다(근로기준법 제74조 제7항). 기존에는 임신 후 12주 이내 또는 36주 이후에 있는 여성 근로자에 대해서만 임신기 근로시간 단축 제도를 적용하였으며, 여성 근로자의 임신 전 기간은 근로시간 단축 대상이 아니다.

3. 배우자출산휴가 확대

개정된 「남녀고용평등과 일·가정 양립 지원에 관한 법률」에 따라 2025년 2월 23일부터 배우자 출산휴가 기간이 현행 10일에서 20일로 확대된다. 출산휴가 기간이 확대되는 것뿐만 아니라 휴가의 사용 기한과 휴가 분할 가능 횟수도 늘어난다. 배우자 출산휴가는 근로자의 배우자가 출산한 날부터 90일 이내에 청구해야 했으나 120일 이내 사용으로 확대되고, 휴가 분할 횟수는 1회에서 최대 3회로 늘어나 네 번까지 나눠 쓸 수 있도록 사용 편의성이 강화됐다. 만약 개정안 시행일 기준으로 배우자 출산휴가를 '사용 중'이거나 기존 휴가 10일을 모두 사용한 경우라도 90일 청구기한이 지나지 않았다면, 이미 사용한 휴가일수와 분할 횟수는 차감하고 규정 개정에 따라 확대되는 휴가일수가 적용된다. 또한 같은 날 시행되는 「고용보험법」에 따라 우선지원 대상기업 근로자에 대해서는 정부의 급여지원 기간도 최초 5일에서 휴가 전체 20일로 확대되어서 일·가정 양립 활성화를 위한 제도적 기반이 마련된다.

4. 난임 치료기간 확대

사업주는 근로자가 난임 치료 휴가를 청구하는 경우에 연간 6일 이내의 휴가를 주어야 하는 것으로 그 기간이 확대됐고, 최초 2일은 유

급으로 해야 한다(남녀고용평등법 제18조의3 제1항). 기존에는 연간 3일 이내의 휴가를 주도록 하고, 최초 1일만을 유급으로 했다.

5. 난임 치료 휴가에 대한 지원 신설

국가는 난임 치료 휴가를 사용한 근로자 중 일정 요건에 해당하는 사람에게 그 휴가기간에 대해 통상임금에 상당하는 금액을 지급할 수 있다(남녀고용평등법 제18조 제1항, 제2항). 그리고 고용노동부장관은 우선지원 대상기업에 속한 근로자가 난임 치료 휴가를 받은 경우로서 일정한 요건을 모두 갖춘 경우에도 최초 2일에 대하여 급여를 지급한다(고용보험법 제75조, 제76조 제1항 제3호). 기존에는 난임 치료 휴가 기간에 대한 국가의 지원 규정이 부재했었다

6. 육아휴직기간 등 확대

일정한 요건을 갖춘 경우, 부모 합산 최대 3년(부와 모 각자 1년 6개월)의 육아휴직을 사용할 수 있다(남녀고용평등법 제19조 제2항). 그리고 육아휴직은 3회 나누어 사용할 수 있다(남녀고용평등법 제19조의4 제1항). 기존에는 부모 합산 최대 1년(부와 모 각자 1년)의 육아휴직을 사용할 수 있었으며, 2회 나누어 사용할 수 있었다.

7. 육아기근로시간 단축

사업주는 근로자가 만 12세 이하 또는 초등학교 6학년 이하의 자녀를 양육하기 위해 근로시간 단축을 신청하는 경우에 이를 허용하여야 하며(남녀고용평등법 제19조의2 제1항), 미사용 육아휴직 기간이 있을 경우 그 기간의 2배를 가산한 기간을 육아기 근로시간 단축 기간으로 사용할 수 있게 됐다(남녀고용평등법 제19조의2 제4항). 그리고 육아기 근로시간 단축을 나누어 사용하는 1회의 최소 기간은 1개월로 한다(남녀고용평등법 제19조의4 제2항). 기존에는 근로자가 만 8세 이하 또는 초등학교 2학년 이하의 자녀를 양육하기 위한 경우에만 근로시간 단축을 허용하였으며, 미사용 육아휴직 기간을 가산한 기간만을 육아기 근로시간 단축 기간으로 사용할 수 있었다. 그리고 육아기 근로시간 단축을 나누어 사용하는 1회의 최소 기간은 3개월이었다. **[KFA]**



이금구

노무법인 C&B 대표

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

T : 1544-8323 /

E : www.franhr.com

한국프랜차이즈산업협회 ‘2025년 정기 대의원 총회’ 성료

식품위생교육, 박람회·대상, 해외진출, 가맹사업법 대응 등 주요 사업 보고



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 서울 서초구 aT 센터에서 2월 20일 산업의 재도약과 회원들의 권익보호를 위한 2024년 정기 대의원총회를 개최했다.

대의원들은 2024년 결산 및 2025년 예산, 정관변경, 대의원 사임·선임 안을 의결했다. 또, 지난해 사업결과와 올해 사업계획, 최근 업계 현안을 보고 받고 의견을 주고받았다.

정현식 협회장은 “올해 우리 산업은 소비 침체와 수익구조 악화, 규제 강화로 큰 어려움이 예상되며, 주요 현안들에 대한 대응방안을 정교하게 수립해야 할 것”이라고 하면서 “회원을 위한 사업들로 회원을 위한 협

회로 거듭나겠다”고 말했다.

올해 협회는 ▲식품위생교육(7월~) ▲제58,59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 ▲제26회 한국프랜차이즈산업발전 유공 ▲프랜차이즈종합지원플랫폼 ‘K-프랜차이즈’ 활성화 ▲가맹사업법 대응 ▲해외 박람회 참가 등 해외진출 지원 ▲공동방어상표권 활성화 ▲국가인적자원개발컨소시엄 재직자 무료교육 제공 등을 주요 사업으로 보고했다.

특히 이날 초대 식품위생교육원장으로 위촉된 함지훈 원장(㈜멜킨스 대표)은 대의원들을 대상으로 올해 7월부터 개시할 식품위생교육에 대한 소개를 진행했다. 함 원장은 프랜차이즈 본사 맞춤형 교육 등 다양한 방안으로 본사의 만족도를 높일 방안을 제시, 적극적인 참여를 당부했다.

KFA

제45기 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 신입 원우들과 함께 박세범 신입 연세대 상남경영원장, 박창희 주임교수, 박효순 총동문회장, 강석우 협회 상근부회장을 비롯해 총 70여 명이 참석했다.

강 부회장은 축사를 통해 “국내 프랜차이즈 산업은 해외진출 시도가 본격화돼 글로벌 브랜드 배출도 머지 않아 보이나 국내에서는 극심한 경영위기를 겪고 있다”라고 하면서 “규제 개선 및 입법 활동을 통해 정책환경을 개선하고 올해 하반기부터 식품위생교육을 제공해 업계의 위생수준 제고에 앞장서겠다”고 말했다.



제45기 과정은 3월 12일부터 6월 4일까지 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.

KFA

한국프랜차이즈協, 2.10.~13. WFC 상반기 라스베이거스 총회 참가

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 정회원으로 활동 중인 세계프랜차이즈협의회(World Franchise Council·WFC) 상반기 라스베이거스 총회에 참석해 프랜차이즈 본고장 미국에서의 K-프랜차이즈 열풍 확산에 나섰다.

2월 10~13일 4일간 미국 라스베이거스에서 미국프랜차이즈협회(IFA)가 주최한 이번 총회에는 박호진 사무총장이 협회를 대표해 참석, 한국 프랜차이즈 업계의 현황과 우수성을 알렸다.

각국 대표단은 총회에서 법·제도와 최신 트렌드 등 다양한 현황과 전망을 직접 듣고 글로벌 스탠다드를 바탕으로 상호 진출을 논의했다.

특히 올해 6월 각 회원국들이 세계 프랜차이즈의 날



(World Franchise Day)을 동시에 기념하는 행사를 개최하기로 했다.

한편 이번 총회에서는 동시에 개최된 64회 IFA 컨벤션을 통해 세계적인 프랜차이즈 명사들의 강연을 듣는 시간도 진행됐다.

KFA

한국프랜차이즈協 분과위, 따뜻한 봄기운 속 본격적 활동 개시



(분과위1) 커뮤니케이션위원회가 주최한 가맹사업 법률 현안 긴급 토론회

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 분과위원회들이 새로운 다짐과 각오로 2025년 본격적인 활동을 개시했다. 커뮤니케이션위원회(위원장 임영서)는 2월 25일 최근 업계 현안, 신규 제도, 선도업체 사례 등을 회원사들과 공유하기 위한 <가맹사업 법률 현안 긴급 토론회>를 성대히 개최했다. 가맹본부 대표 및 법무·대관 담당자 총 100여 명이 참석한 가운데 법무법인 태평양이 차액가맹금 소송, 가맹점주 단체협상권, 신규 필수품목 제도 등에 대한 설명과 질의응답을 진행하고, 김복미 (주)위드인푸드 대표, 이만재 (주)고반홀딩스 대표가 성공사례를 발표했다. 또 토론회 후 만찬을 통해 결속을 다지는 시간도 가졌다.

봉사위원회(위원장 김인규)는 2월 22일 청년보건의료봉사단 메디케어 12기 발대식을 주관하고 식사를 후원하는 뜻깊은 시간을 가졌다. 또 1월 14일, 2월 6일, 2월 25일 연달아 모임을 개최하며 올해 봉사위원회 운영과 봉사계획을 수립했다. 또 안동 산불화재 피해지원을 위한 후원금을 모금, 4월 4일 후원금 전달 및 봉사에 나섰다. 산악회(회장 정민섭)는 3월 29일 충남 홍성 용봉산에서 올해 안전하고 활기찬 등반대회를 기원하는 시산제를 개최했다. 이번 시산제는 중앙회 산악회와 부울경지회 산악회가 함께 하는 합동 시산제로 진행돼 의미를 더했다.

상생파트너위원회(위원장 최인용)는 2월 14일 운영진 회의를 열고 2월 25일 신년회를 열었다. 이어 3월 25일 올해 첫 파트너스데이를 개최, 주방설비, 로봇, 식품 제조·유통 관련 6개사가 30여명의 가맹본사 관계자 등을 대상으로 발표를 진행했다.

여성회(회장 임미숙)는 2월 18일 경기도 구리시 (주)휴본을 탐방하고 올해 첫 정기모임을 열고, 이어 4월 2일 서울 마포구에서 4월 정기모임을 개최했다. 서비스분과위원회(위원장 신희성)도 3월 18일 서울 은평구 아소비교육에서 첫 월례모임을 가졌다. 이날에는 특히 김선진 법무법인 KLF 대표변호사가 특강을 진행해 유익함을 더했다. 청년강소회(회장 이영채)는 3월 13일 서울 강서구 부영이산장 마곡점에서 올해 활발한 활동을 다짐하는 신년회를 열었다. 우정회(회장 김태환)도 3월 6일, 가금류분과위원회(위원장 나명석)는 3월 27일 각각 올해 첫 월례모임을 개최했다.

박람회위원회(위원장 김성운)는 4월 10일~12일 제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업박람회가 성공적으로 개최될 수 있도록 최선을 다했고, 글로벌진출위원회(위원장 이종근)는 2월 14~17일 대만 박람회, 2월 25~28일 홍콩 무역사절단 등 회원사 해외 박람회 참가를 지원했다. 교육위원회(위원장 손석우)는 3월 10일 개강한 제15기 KFCEO 과정 등 협회 교육과정 계획 수립에 참여했다. **KFA**

대구·경북지회 소식(지회장 김병철)



2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회(지회장 김병철)가 주최·주관하는 '2025KFA 프랜차이즈창업박람회 대구'가 2025년 5월 08일(목)~10일(토) 대구 엑스코 서관 2홀에서 열린다. 올해에 개최되는 박람회를 위해서 지난해 8월부터 홍보를 시작했으며, 2024년 5월 작년 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**

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)



2024 KFA부울경지회 송년의 밤 단체사진

부산 프랜차이즈 사관학교 총동문회 발대식

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 KFA부울경지회)는 2025년 2월 13일(목), 이리스웨딩홀 골드화이트홀에서 <부산 프랜차이즈 사관학교 총동문회 발대식>을 개최했다.

부산 프랜차이즈 사관학교는 지역 브랜드의 성장과 프랜차이즈 산업 활성화를 위해 2021년 처음 부산에서 개설된 프랜차이즈 전문 교육과정이다. 프랜차이즈 산업 전반의 전문화, 표준화에 기여하고 있으며, 2021년 1기를 시작으로 2024년 7기까지 수료를 마치고 약 200명의 교육생을 배출했다. 이번 총동문회에는 KFA부울경지회 오몽석 회장과 함께 KFA부울경지회 임원단과 사관학교 전 기수 원우 회장들, 기수별로 많은 원우들이 참석했다. 오몽석 회장은 부산 프랜차이즈 사관학교 총동문회를 통하여 지역사회와의 상생 동반 성장과 투철한 사업가 정신과 사회적 기틀의 중요성을 되새길 수 있는 소중한 시작이길 바란다고 축하를 전하였으며 함께 참석한 신영호 명예회장, 남구만 명예회장, 황규하 고문도 축사를 통하여 발대식을 축하했다. 이어서 부산 프랜차이즈 사관학교 총동문회를 향후 2년간 이끌어갈 총동문회 회장 임명식이 진행되었으며, KFA부울경지회 수석부회장이자 1기 원우



총동문회 회장 취임식 (좌)KFA부울경지회 오몽석 회장, (우)부산 프랜츠이즈 사관학교 총동문회 전용정 회장

회 회장인 전용정 대표((주)미진미트 대표)가 총동문회 회장으로 취임했다. 이번 발대식을 통하여 많은 원우들이 소통하고 성장하길 바라며 부산 프랜차이즈 사관학교 총동문회의 앞으로의 행보를 기대한다.



2월, 3월 정기월례회

KFA부울경지회는 지난 2월 18일(화) 2월 정기월례회를 개최했다. 월례회에 앞서 김상원 가맹거래사의 <2025년 개정된 가맹거래법>, 김석민 노무사의 <2025년 사업장에 필요한 노무> 특강이 진행됐다.

3월 18일(화)에는 3월 정기월례회를 개최했고, 월례회에 앞서 <한국방송공사 지원사업 설명회>와 <크리니트 사업 설명회>, <빔 몬스터 사업 설명회>가 진행됐다. 매월 진행되는 정기월례회에는 각 분과의 정기 보고, 정부 지원 사업 안내, 프랜차이즈산업 현안과 이슈 등 정보를 전달하고 회원사 간 소통의 장을 마련하고 있다.



3월 정기월례회

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)



제8기 부산 프랜차이즈 사관학교 입학식

제8기 부산 프랜차이즈 사관학교 입학식

지난 3월 13일(목) KFA부울경지회에서 주최·주관하는 <제8기 부산 프랜차이즈 사관학교> 입학식이 부산벤처타워 KFA부울경지회 강의실에서 개최됐다. 8기 부산 프랜차이즈 사관학교는 3월 13일 시작해 5월 29일까지 매주 목요일 총 12주 동안 진행된다.

지역 브랜드들의 경쟁력 및 역량 강화, 성장을 위해 서울 경기 및 부산지역의 성공한 CEO와 경영진, 전문가들이 강사로 대거 참여하며 더욱 강화된 커리큘럼으로 △프랜차이즈 시스템 구축, △가맹법 대응 전략, △프랜차이즈 매뉴얼 구축, △소상공인 성장전략, △프랜차이즈 인수합병 성장 전략 등 주제로 강의가 진행된다.



3월 정기봉사활동

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



신년하례식

지난 3월 20일(목) KFA부울경지회의 3월 정기봉사활동이 진행됐다. 이번 봉사활동은 2025년 첫 봉사활동으로 역대 가장 많은 회원사들이 참여했다. 현재 모라종합사회복지관의 경로식당 리모델링으로 인해 이번 봉사활동은 복지관 내 유아 교구가 있는 장난감 도서관과 도서관에서 장난감 소독과 책 정리 및 소독을 2개 조로 나누어 봉사했다. KFA부울경지회 많은 회원사들의 적극적인 참여로 매월 경로식당뿐만 아니라 복지관에 도움이 필요한 많은 곳에 힘을 싣고 있다.



2025년 1월 신입회원

KFA부울경지회는 오는 4월 <제2기 부산 프랜차이즈 슈퍼마이어 교육과정> 개강을 앞두고 교육 준비 중에 있으며 부산 프랜차이즈 슈퍼마이어 신청 접수는 KFA부울경지회 홈페이지(www.kfabug.or.kr) 공지사항에서 확인할 수 있다.

* KFA부울경지회 정기월례회: 매월 3번째 화요일

* 회원가입문의: 051-761-2066

'25년 4월 ~ 5월 교육일정 안내

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

[전과정] 장소: 미정 교육인원: 20명(선착순) 비용: 전액무료



가맹점 노무관리 실무

일 시: 2025년 4월 3일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실

훈련목표: 가맹사업과 직결된 노동법 및 노무관리 실무 방법 및 최근 고용환경의 변화와 이에 대한 대처방안을 학습하여 예방할 수 있다.

훈련내용: 가맹사업 근로환경 변화, 가맹점 노무관리 실무

슈퍼바이저 가맹점 CS

일 시: 일시: 2025년 4월 17일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실

훈련목표: 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저의 고객 응대 및 서비스를 수행할 수 있다

훈련내용: 프랜차이즈 가맹점 고객관리 및 응대서비스

가맹점 위생 및 안전관리

일 시: 2025년 4월 24일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실

훈련목표: 식자재 및 시설물 위생관리를 통해 매장을 안전하게 관리하고 청결한 음식 서비스를 제공할 수 있다.

훈련내용: 가맹점 위생 및 안전관리

FC 마케팅 전략

일 시: 2025년 4월 30일(수), 10시~17시(6시간)

장소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실

훈련목표: 기업의 중·장기 비전과 경영전략에 따라 마케팅 실행계획을 수립하고 이를 수행할 수 있다.

훈련내용: 프랜차이즈 마케팅 전략 및 실행 계획 수립

가맹계약의 이해

일 시: 2025년 5월 15일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 미래로움1

훈련목표: 가맹계약 작성 및 해석방법과 계약서 필수 기재사항 및 핵심 내용 학습을 통한 가맹계약의 효과적인 체결 및 관리할 수 있다.

훈련내용: 가맹계약 및 가맹사업법, 가맹계약 조항별 검토 및 작성 실무

FC 빅데이터 상권분석(이론)

일 시: 2025년 5월 21일(수), 10시~17시(6시간)

장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실

훈련목표: 입지 및 상권의 현황을 분석할 수 있고, 목표상권 설정 및 상권을 평가하여 전략을 수립할 수 있다.

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

FC 빅데이터 상권분석(실무)

일 시: 2025년 5월 22일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실

훈련목표: 가맹상권분석에 필요한 정부·공공·민간기관 상권분석프로그램 및 사이트를 활용하여 실제 상권분석데이터 수집 및 분석안을 도출 및 평가할 수 있다.

훈련내용: 빅데이터 활용 상권 모델링, 상권입지 분석, 삼권분석 보고서 작성

슈퍼바이저 지역점포마케팅

일 시: 2025년 5월 29일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 미래로움1

훈련목표: 체계화된 지역점포마케팅의 이론과 실천스킬을 토대로 지역특성을 고려한 점포 맞춤형 마케팅 계획, 마케팅 활동을 수행할 수 있다.

훈련내용: 지역점포마케팅 전략수립 및 구축

2025.1.22~2025.3.31 신규회원 현황

구분	협회대표	회사명	브랜드명	업종	가입일
정 회원	방강민, 방강현	주식회사 잇사이트	뭉텅	도매 및 소매업, 외식업(한식)	2025.02.03
	최강균	(주)아라리	육전국밥	식품 제조가공, 외식업(한식)	2025.02.05
	박상민	(주)DRP푸드	꾸이한끼	외식업(한식)	2025.02.09
	이준범	주식회사 지에프에프지	카페 노트드	음식점업(제과제)	2025.02.10
	조준원	주식회사 모토이시	모토이시	도소매업	2025.02.12
	박영산	153패밀리 주식회사	강릉장칼	제조업(식품제조가공업)	2025.03.14
	배규남	주식회사 삼봉	마리짬	프랜차이즈업(분식)	2025.03.17
	안상수	주식회사 육미제당	육미제당	제조업, 음식점업(한식)	2025.03.27
파트너 회원	정재현	(주)오래	제로아이즈	서비스(소프트웨어 개발 및 공급)	2025.01.22
	김동현	(주)유일로보틱스		제조업(산업용, 지능형로봇)	2025.01.23
	국승준 지사장	(주)케이티 부천지사		통신업	2025.01.31
	신희찬	주식회사 오토기어드	오토기어드	제조업 (로봇)	2025.02.11
	장병욱	농업회사법인 주식회사 본시	자연이 답이다	제조업	2025.02.26
	오세정	주식회사 다이닝웨이브	미래와식 미식	정보통신업	2025.02.26
	최자광	한길회계법인	한길회계법인	서비스업(공인회계사)	2025.02.28
	이상철	(주)쓰리에스정보통신	오더포유 (Order4u)	서비스업	2025.03.04
	정창훈 부장	주식회사 세진이앤이	-	제조업(기체 여과기)	2025.03.05
	정상화	주식회사 인포컴퍼니	어디서	정보통신업(소프트웨어개발)	2025.03.05
	최시준	주식회사 소셜패밀리	소플파티룸	서비스업(공간대여)	2025.03.07
	곽환희	법무법인 오른하늘	법무법인 오른하늘	서비스(변호사)	2025.03.14
	이재교	주식회사 늘품마루		운수 및 창고업(유통, 물류)	2025.03.24
	김정훈	(주)인모바일에이치알매니저	Store-inmobile HR 매장 노무관리 솔루션	서비스업(전산프로그램 개발 및 공급)	2025.03.25
	곽병인	다온SPC		제조업(기타식품첨가물, 조미식품)	2025.03.25
	권혁철	나이스핀테크(주)	나이스핀테크	서비스(카드단말기)	2025.03.26
	박봉혁	대우주방공학		도소매(주방용품, 주방가구)	2025.03.31

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

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

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

I. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

II. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

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

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

2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.

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

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

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

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

착한 K-프랜차이즈는 ^{자리}일·^생상이다

한국프랜차이즈산업협회는

‘착한 프랜차이즈’ 운동을 선도합니다.

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

‘K-프랜차이즈’의 우수성을 널리 알립니다.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택 1

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 프랜차이즈 산업인의 권익 대변

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

혜택 2

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

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

혜택 3

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 해외진출 사업지원 지원

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

혜택 4

프랜차이즈 전문가를 향한 프랜차이즈 정부무료교육 외

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

혜택 5

가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 각종 정책 정보 제공

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

혜택 6

최고경영자(CEO)대상 윤리준수교육 프로그램

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

혜택 7

학사 및 석사 학위 과정 장학금 혜택

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

혜택 8

CEO포럼, 법률 세미나 등 포럼·세미나 행사 참가

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

혜택 9

새로운 홍보 플랫폼 홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보

프랜차이즈의 미래를 위한 희망의 전파!
각종 회원사 홍보, 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 쿠쿠홈시스템탈, 보험비교견적,꽃배달 등

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

혜택 13

프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 다양한 친목 프로그램 참가

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

혜택 14

문자 메시지, SNS 등을 통한 업계 최신 뉴스·소식 안내

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

혜택 15

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

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

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

※ KFA 홈페이지: <http://www.ikfa.or.kr> / 주소: 서울특별시 서초구 강남대로 27, aT센터 603호

회원가입 신청서

신청인 정보

☐ 정회원

☐ 협력회원

사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전 화 번 호	
	브 랜 드 명		휴 대 전 화 (대표자)	
	대 표 자 명		팩 스	
	대 표 자 (주민등록번호)		이 메 일 (대표자)	
회 사 주 소				
홈 페이지		업 종		
담당 직원	이름 :	Tel :	가 입 경 로	☐ 홈페이지 ☐ 추천인() ☐ 기타()
계 작 정보			☐ 개인 / ☐ 법인통장	출 금 일 자 매월 ☐ 5일 / ☐ 14일 / ☐ 28일
회 사 명				계 좌 번 호
대 표 자 명				주민등록번호 (사업자등록번호)
월 납 입 액	금	원 (₩	)	협 회 계 작 번 호 국민은행 644837-04-001180 하나은행 207-890041-084 예금주: 한국프랜차이즈산업협회

【CMS 출금이체 약관】

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

【금융거래정보의 제공 동의서】

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

【개인정보의 제공 동의서】

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

모든 약관동의 (☐ 동 의 / ☐ 미 동 의)

[관련문의] Tel)070-7919-4165 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서
[협회연락처] Tel)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)hy@ikfa.or.kr 주소)서울시 서초구 강남대로 27 aT센터 603호 우)06774

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

신청일자 202 년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 :

(인)



프랜차이즈월드 Franchise WORLD

정기구독 안내

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

구독료 안내

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

광고단가 안내

*연 5회 계약시 1회 서비스 (VAT 별도)

구분	유형	금액	수량	크기 (가로×세로mm)
A	표 4(뒷표지)	600만원	1면	전면컬러 판형: 220×290mm 화일크기: 226×296mm (300dpi 해상도의 ai, psd 파일)
B	표 2 / 표 2 대면	400만원	1면	
C	표 3 / 표 3 대면	300만원	1면	
D	목차 대면	250만원	1면	
E	내지	200만원	1면	

광고, 콘텐츠, 구독 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 **KFN에드콤** ☎02.556.7889

서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)

국가대표 식품자동포장기 Enterpack®



깔끔하게!
안전하게!
편리하게!

식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!



대표번호 031-434-9020

www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인

