



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. 74 2025

Cover Story

민생회복 소비쿠폰 지급 개시... 프랜차이즈 업계 기대감 높아

매출 증대, 공공배달앱 활성화 등 선순환 전망...
저마다 사용가능 홍보 나서

차액가맹금 소송 업계 전반으로 확산

한국프랜차이즈협회
“대법원 보조 참가 등 적극적 대응 나선다”

Special Report

“K-프랜차이즈, 글로벌 업계 리더로 우뚝...
지속 가능한 성장 선도할 것”

“프랜차이즈산업 만남의 장”
하반기 IFS 박람회 참가신청 접수

한국프랜차이즈협회 제15기 KFCEO 과정 성료

“신규 조화로 업계 재도약”
2025 임원연찬회의 성료

마이데이터제도 유통분야 확대 방침...
외식 가맹본부 ‘날벼락’



People & Company

장규운 유미카츠 대표
구성희 태종에프디 대표
양근식 금수실업 대표

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

먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨!
Since 2011



다양한 메뉴 (스시, 샐러드, 바비큐, 디저트 등)



넓은 홀 & 단체룸



수유실 & 키즈카페



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



고객센터/가맹문의
1577-4841

돈카츠는 유미카츠



유미카츠
· 돈 | 카 | 츠 | 전 | 문 | 점 ·

가맹문의 1877-4292

신선냉동 원팩 공법으로
더 간편하게!
더 신선하게!
더 맛있게!

(주)태종에프디는 국내 주요 프랜차이즈 성공을 지원합니다.
국내 주요 프랜차이즈 회사들과의 긴밀한 협력을 통해, 태종에프디는 가장 맛있고
합리적인 가격의 **고품질 원팩 제품**을 생산합니다. 일 생산량 100,000개에 달하는
압도적인 생산력으로 안정적인 공급을 약속드립니다.



TAEJONGFD

본사/유통공장 경기도 용인시 처인구 이동읍 덕성산단1로 46번길 50
양지공장 경기도 용인시 처인구 양지면 학춘로 62

대표번호 031-338-5163
홈페이지 www.taejongfd.com

C&B (주)씨앤비웨에이치알 | 노무법인씨앤비에이치알
Human Resources

**‘프랜차이즈 중대재해(안전)’
+ ‘노무’ + ‘법정’ 교육을
이렇게 준비하자!**

가맹본사 근무자가
30인 이상인 사업장에
노사협의회 설치가 필수

NOMURO
노무로



신청비로가기

가맹본사

직영점 중대재해처벌법 대상
브랜드 합계 200개점 이상
산업안전보건 의무교육
30인 이상 사업장 노사협의회 의무설치

가맹점

5인 이상 중대재해처벌법 시행중
임금명세서 의무교부 시행중
미교부/오교부시 처벌 기준
주휴수당 발생기준

담당 노무사

각 업체별 1:1로
담당 노무사 배정

공통

효율적인 근태관리
줄줄 새는 4대보험료 틀어막기
근로기준법상 연·월차, 공상·병가 발생기준

전자문서화

전자 근로계약(APP)
임금명세서발급



사업장규모	월 이용료	기타 서비스
10인 미만	120,000원 (노무+세무)	노무법률자문과 임금대장검토까지 무료 * 30인 이상 = 협의
20인 미만	160,000원 (노무+세무)	
30인 미만	220,000원 (노무+세무)	

(주)아르푸 대표 황은주

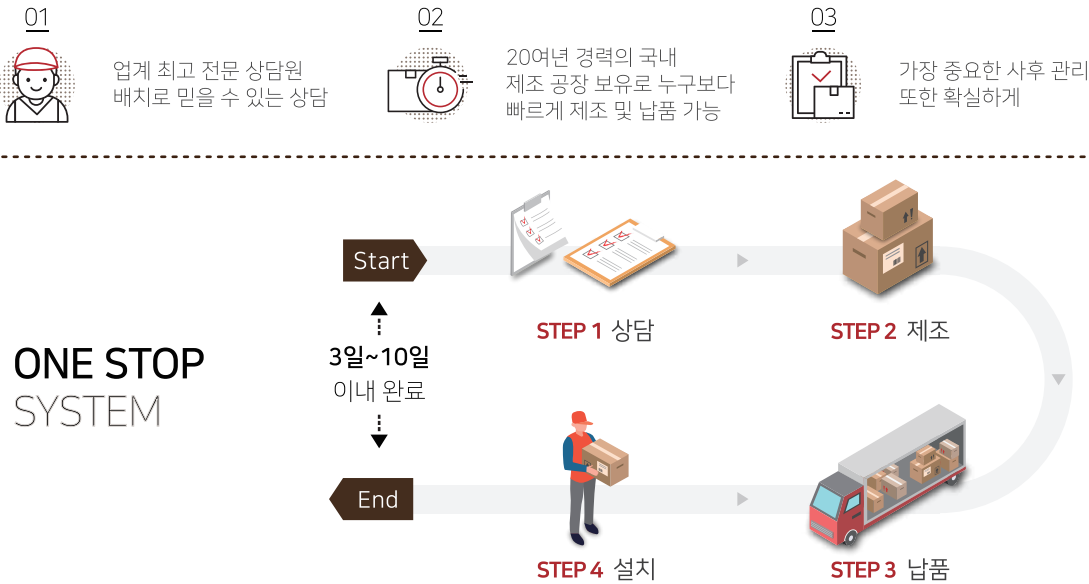
아르푸가구는 2000년에 설립한 주문제작 가구 전문 회사 KTA그룹의 브랜드입니다.

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



/ 아르푸가구 납품현장



이여곰탕



먹보한우



아비꼬



더벤티



달콤커피



카페온화



홀릭 스터디카페



서울대학교

교육일정

교육기간	하반기: 2025년 9월 3일 ~ 12월 3일 (46기)
교육일시	매주 수요일 14:00 ~ 17:00
교육장소	연세대학교 신촌캠퍼스 상남경영원

모집요강

모집정원	55명 내외
모집대상	1) 제조, 유통, 외식 및 서비스업의 CEO 및 임원 2) 프랜차이즈 본사 및 가맹점 대표 3) 프랜차이즈 창업 희망자
전형방법	온라인 원서접수를 통한 수강능력 심사 후 선착순 입학
원서접수	상남경영원 웹사이트(https://sim.yonsei.ac.kr/)에서 입학지원서 작성
제출서류	1) 입학지원서 (상남경영원 웹사이트 소정양식) 2) 재직증명서 (대표자는 사업자등록증) 1부 * 회사에서 교육비를 지원하는 경우 재직증명서 제출 생략 가능
합격발표	입학지원서 상에 기재된 이메일로 개별 통보
등록금	4,500,000원 (부가세 없음) - 교재, 간식, 주차, 간담회 등 학사 운영비 일체 포함 - 계좌이체만 가능 (우리은행 126-000091-18-322 (학)연세대학교) - 계산서 발급 가능 (홈페이지에서 계산서 신청서 작성)
문의처	Tel : 02-2123-4266 E-mail : theories@yonsei.ac.kr Website : https://sim.yonsei.ac.kr/

한국프랜차이즈산업협회 공식 CEO교육

2025 하반기 K프랜차이즈 명품KFCEO 16기 모집안내

모집요강

- ◆ 교육 기간 : 2025년 9월 1일~2025년 12월 11일 * 매주 월요일 14:00~17:00
- ◆ 교육 장소 : aT센터 (서울 서초구 소재)
- ◆ 교육 대상 : 프랜차이즈 가맹본부 CEO, 프랜차이즈 진출 희망기업 CEO
프랜차이즈 관련산업 산업 협력회사 및 2세 경영자
- ◆ 교육 비용 : 400만원(부가세 별도) * 식비, 교재비 포함 워크샵 비용 일부 지원

- ▶ 20%할인 : KFA회원사(중앙회, 지회), 프랜차이즈 최고전문가과정 및 연세대학교 프랜차이즈 CEO과정 수료자
- ▶ 10%할인 : 2인 이상 등록, 회원사 추천, KFCEO 졸업생 추천 시 적용

주요내용

- ◆ 프랜차이즈 미래 경영 전략과 대응
- ◆ 트렌드/마케팅 전략 및 사업성장 전략
- ◆ 글로벌 진출 및 시스템 구축, 리스크 대응 전략
- ◆ CEO 토크쇼 등

혜택안내

- ◆ 한국프랜차이즈산업협회 지원사업 우선 참여기회 제공
- ◆ 협회가입 및 각종 프로그램 할인 혜택
- ◆ 멘토제 도입을통한 개별 코칭 기회 제공
- ◆ 협회 회원사 대상 원우사 사업홍보 지원
- ◆ 프랜차이즈 가맹본부 사업 성장 지원
- ◆ 교육생 상호 간 친목 활동
(골프, 등산, 원우사 탐방, 총동문회 활동 등)

교육문의

- ◆ 협회 담당자 : 070-7919-4165
- ◆ 이경희 주임교수 : 010-3785-8406

★ 신청 안내메일 요청 ★

KFCEO 16기 신청
안내 메일 수신을 원하신다면
작성 후 제출바랍니다!



No.1 아이케어 브랜드 다비치안경

다비치는 오랜 경험을 기반으로 전문화 시스템을 설계하여
고객님에게 딱 맞는 EYE 솔루션을 제공합니다.



Vision Care Lab

오랜 경험을 토대로 전문화 시스템을 설계하여 보다
정밀한 검사를 제공합니다.



Davich Clinic Zone

전문 시력검사와 AI 분석을
통한 EYE 솔루션을
제공합니다.



Trueview I Zone

고객님의 안경 착용 습관과
안경테의 형태를 정밀하게
측정합니다.



Bespoke Table Zone

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

Light Up Your Life 세상을 맑고 밝게 비추는 다비치안경의 다양한 자체 브랜드 라인업

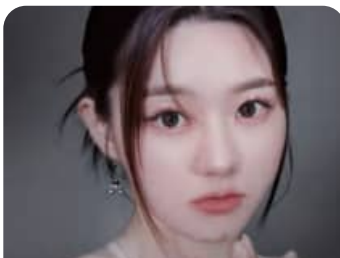
다비치안경은 고객들의 라이프 스타일에 맞춘 안경테부터
콘택트렌즈, 누진다초점렌즈까지 다양한 자체 브랜드를 전개하고 있습니다.



bibiem
EYE WEAR



seeries



DAVICH Lens



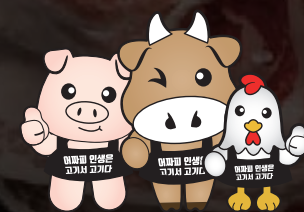
개인맞춤 다초점렌즈
MIDAS M

미진 축산

전국 누적 가맹점 170여개
www.mijin2900.com



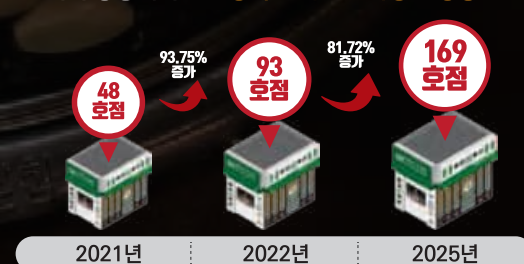
돼지고기 소고기 닭고기 다있으니까



실패 없는 미진축산 경쟁력
미진축산만의 노하우로 본사가 나서서
사장님의 편의를 돕겠습니다!

- 1 엄격한 육류 선별**
전국 각지에서 선별한 신선한 재료를 공급합니다.
 - 2 원팩 시스템**
위생적이고 간편한 포장으로 조리 및 손질 최소화
 - 3 안정적인 공급**
본사 물류 창고를 통해 물량 확보하여 안정적인 재료 공급
 - 4 전 지역 본사 직배송**
체계적인 물류망으로 전 지역 신속 배송
- ✓ 누구나 쉽고 간편하게
 - ✓ 고기 업계의 핫이슈
 - ✓ 깔끔한 인테리어
 - ✓ 가성비, 품질 좋은 고기
 - ✓ 높은 월 매출 성공 창업
 - ✓ 엄격한 육류 선별

2021년 코로나의 어려움을 이겨내다
위기 상황에서도 안정적인 매출로 가맹점 상승



여러곳 갈 필요없이 한 곳에서 다 드세요!

창업문의 1522-0478

미진 축산



베트남 쌀국수 / 수제 돈카츠 / 냉소바 전문

28개 직영점을 운영하는 탄탄한 본사! 화화돈은 다릅니다!



성수점



판교 파미어스몰점



아탑역점



남부터미널점



AK기흥 백화점



킨텍스 스타필드마켓



8월 오픈예정
Coming Soon

AK광명 백화점



8월 오픈예정
Coming Soon

영등포구청점

성수에서 줄서서 먹는 맛집, 서울3대 쌀국수

“비삭한 돈카츠와 깊은 국물맛의 조화”



성공 창업 문의 1551-9820

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

한마음 정육식당
The Best Aged Meat Restaurant

3대가 함께 즐기는
프리미엄 외식 공간

위기속의 기회, 지속적인 성장!
변화에도 한결같이 성장한 브랜드



공식 홈페이지



공식 유튜브

가맹문의 1599-8429



새롭게 변화된 김가네



쫄면달콤치즈판

 **김가네**

가맹문의 1588-7187

우리 땅에서 자란 건강 국산 양파

뛰어난 신선도

유통 과정이 짧아 수확 직후의 아삭함, 풍미, 영양소를 더 잘 보존합니다.

균일하고 우수한 품질

국내 주산지에서 체계적인 재배 및 관리를 통해 품질이 일정하고 좋습니다.

안정적인 맛과 향

품종 개량과 최적의 재배 환경으로 특유의 단맛, 아삭한 식감, 풍부한 즙을 자랑합니다.

안전성 (농약 및 잔류 물질 관리)

국내 농산물 생산에 대한 엄격한 규제와 관리로 안심하고 섭취할 수 있습니다.

다양한 활용성

4월 말~5월 초에 나오는 햇양파는 수분이 많고 단맛이 강해 생으로 먹거나 샐러드에 활용하기 좋습니다.



건강한 국산양파를 먹읍시다

Since 1981

www.geumsu.kr

태양을 품고 자란 태양초,
씨앗까지 깊은 맛을 담다

맵고 깊은 풍미, 태양초 고추씨기름

40년 세월이 빚어낸 깊고 풍부한 맛의 역사



대한민국 고추씨기름의 기준 (주)금수산업

독보적인 기술력

40년 이상 축적된 노하우와
독자적인 기술력으로
고추씨 본연의 깊고 깔끔한 맛과
향을 그대로 담아냈습니다.

차별화된 맛

특유의 매운맛과 고소한 맛의
독특한 향미가 음식의 맛을
높여 주는 영양가 높은
순 식물성 고급 식용유입니다.

최고의 품질

엄선된 고추씨를 최신 시설에서
압착 및 고도의 정제 공정을 거쳐
위생적으로 생산하여
뛰어난 품질을 보장합니다.

(주)금수산업
GEUMSU INDUSTRIAL CO., LTD.

프랜차이즈 전용유
OEM 생산 문의

T. 043-533-7474

댄스 CEO 최고위과정



CEO 및 전문직, 대기업 임원들을 대상으로 하는 문화예술과정
국내 최초의 전문 강사와 함께 영국왕실에서 시작된 댄스스포츠의
역사와 철학을 배우며 21세기 글로벌 리더로서 갖추어야 할 매너와 에티켓.

댄스CEO과정 주요레슨 및 혜택

- ① 댄스대회 챔피언인 프로강사
- ② 100% 실습을 통한 수업진행
- ③ 초보자도 가능한 단계별 레슨
- ④ 와인 및 골프클럽 50% 할인 구매
- ⑤ 1879멤버십 혜택 제공

2기 입학안내

교육기간 2025.06.23~10.13 매주 월요일
오후 17:00~19:00 [15주 과정]

교육비용 3,900,000원

문의 대표전화 1577-7479
김태현 원장 010-4135-4245
이상민 부원장 010-2962-1644
교육담당 010-8919-1879

뮤직 CEO 최고위과정



음악, CEO를 위한 힐링타임! '뮤직CEO과정'으로 당신의 취미 생활을
위한 특별한 공간, CEO들과 전문직 종사자들을 위한 음악 취미 커뮤니티

뮤직CEO과정 주요레슨 및 혜택

- ① 기본에서 고급발성까지 보컬 코디네이팅
- ② 본인음역대에 맞는 곡 선곡하여 개별 레슨 제공
- ③ 대중가요외에, 클래식/트로트 특강 및 무대매너(카메라 촬영) 강의
- ④ 수업 후 와인과 함께하는 비즈니스 교류시간 제공
- ⑤ 수료후 각종 무대경험 제공 및 종창/합창단 운영
- ⑥ 희망시 본인 음원 녹음 및 발표기회 제공 (금액 별도)
- ⑦ 1879멤버십 혜택 제공

3기 입학안내

교육기간 2025.06.24~09.03 매주 화요일
오후 18:00~19:00 / 19:00 ~ 식사[15주 과정]

교육비용 3,900,000원

문의 대표전화 1577-7479
박정원 원장 010-8557-1443
서제이 부원장 010-8530-1879
교육담당 010-8497-1879

AI 차세대리더과정

교육일정 매주 화요일
18:00~21:00 [15주 과정]

등록금 200만원



AI CEO 과정

교육일정 매주 목요일
17:00~20:00 [16주 과정]

등록금 500만원



Golf CEO 마스터과정

교육일정 매주 목요일
15:00~17:00 [13주 과정]

등록금 390만원



VIETNAM & 문화 과정

교육일정 매주 일요일 4시간
(오전/후 선택) [12주 과정]

등록금 79만원



Wine CEO 비즈니스과정

교육일정 매주 수요일
18:00~21:00 [16주 과정]

등록금 390만원



온라인마케팅 마스터과정

교육일정 매주 토요일 4시간
(오전/후 선택) [8주 과정]

등록금 79만원



실전경공매투자&문화 과정

교육일정 매주 금요일
15:00~18:00 [12주 과정]

등록금 280만원
(VAT 별도)



1879강남시스템 홈페이지
www.gangnamai.co.kr



문의

양찬호 원장 010-5230-1879 윤희정 팀장 010-4938-1879



대표번호 1577-7479



계좌번호 25708878204011 기업은행 / 강남시스템



주소 서울특별시 서초구 매현로 16 라시파텔라모다 6층 강남시스템

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



리더 | 알베르토 마르티니 Alberto Martini

이 비르투오지 이탈리아니 I VIRTUOSI ITALIANI

10.18-인천문화예술회관 / 10.19-대구콘서트하우스 / 10.22-울산HD아트센터

주최 | 브라보컴 02-3463-2468

후원 |



The Letter from President

021 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

023 이진창 발행인 인사말

Cover Story

024 민생회복 소비쿠폰 지급 개시...프랜차이즈 업계 기대감 높아
 매출 증대, 공공배달업 활성화 등 선순환 전망...저마다 사용가능 홍보 나서

028 차액가맹금 소송 업계 전반으로 확산
 한국프랜차이즈협 "대법원 보조 참가 등 적극적 대응 나선다"

Special Report

- 032 "K-프랜차이즈, 글로벌 업계 리더로 우뚝...
 지속 가능한 성장 선도할 것"
- 036 "프랜차이즈산업 만남의 장" 하반기 IFS 박람회 참가신청 접수
- 038 한국프랜차이즈협 제15기 KFCEO 과정 성료
- 042 "신규 조화로 업계 재도약" 2025 임원연찬회의 성료
- 044 브라질산 닭고기 수입 재개
- 046 "추가 브랜드 론칭시 직영점 3개 의무" 백종원방지법 발의
- 048 '초단기 알바도 주휴수당' 업계 "인건비 부담 가중"
- 050 마이데이터제도 유통분야 확대 방침...외식 가맹본부 '날벼락'
- 052 "K-프랜차이즈 성공전략은?" 해외진출 활성화 워크숍 개최

Hot Issue

- 054 한발 물러선 배리어프리 키오스크 의무화
- 055 제26회 한국프랜차이즈산업발전 유공 8월 20일까지 응모
- 056 2026년 최저임금 1만320원 확정

Organ News

- 058 서울시, 프랜차이즈 배달 수수료 매출 24%
- 059 국세청, 올해 신규 종합주류도매업면허 '0개'
- 060 공정위, 2025 가맹분야 실태조사 7월 17일부터 실시
- 061 고용노동부, 고용허가제 외국인 음식점 홀 서빙 허용



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

- 062 장규운 유미카츠 대표
- 066 구성희 태종에프디 대표
- 068 양근식 금수실업 대표

Brand Highlight

- 070 다비치안경·자담치킨·영륜진사갈비
- 071 굼네치킨·쿠우쿠우

Association News

- 084 공정위·조정원과 필수품목 제도개선 설명회 외
- 085 분과위 월례모임 연달아 개최
- 087 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 072 컨설팅 - 이경희
위기의 프랜차이즈산업, 극복 방안은?
- 074 상권분석 - 유재은
프랜차이즈 시장에서 '후발주자'가 이기는 법
- 076 마케팅 - 장재남
2025 예비창업자들의 창업환경과 특성③
- 078 법률 - 김선진
가맹본부의 갱신거절권 행사
- 080 세무 - 최인용
프랜차이즈 기업의 가치를 높이는 3가지 방법
- 082 노무 - 이금구
새 정부의 노동정책에 대한 프랜차이즈 업계의 대응 방안



공공배달앱 활성화에 사활 걸어야... 민생회복 소비쿠폰 기폭제 되길



한국프랜차이즈산업협회장
정현식

본격적인 무더위로 폭폭 찌는 한여름이 다가왔습니다. 업계에서는 본격적인 휴가철을 맞아 국민들의 외부 활동이 늘고 소비심리가 개선되면 조금이나마 어려운 현실이 나아질까 내심 기대하고 있습니다. 특히 민생회복 소비쿠폰이 이달부터 지급되면서 수수료 부담이 낮은 공공배달앱이 활성화되면 업계의 배달앱 비용 부담 완화에 큰 도움이 될 것으로 생각합니다.

현재 외식 프랜차이즈 업계의 가장 큰 고충 중 하나가 바로 나날이 증가하는 배달앱 비용입니다. 배민과 쿠팡이츠는 높은 수수료와 배달비를 강제하는 무료배달 경쟁을 벌이는 것도 모자라, 정액제를 없애고 포장 주문 수수료를 부과하고 있습니다. 또 검색결과를 통합해 가게배달을 무력화시키고 추가 광고 한도를 늘려 광고비 지출을 더욱 교묘하게 유도하고 있습니다.

업계에서는 기댈 곳이 국회와 정부밖에 없지만 배민과 쿠팡이츠는 사회적 합의기구에서도 별다른 추가 상생안이 나오지 않고 있습니다. 하루가 멀다하고 온라인 플랫폼법과 수수료 상한제 도입이 검토되고 있다는 기사가 쏟아져 나오고 있으나, 정작 제대로 추진되기도는 협의의 압박카드로 쓰이는 모양새가 더 강한 것으로 보입니다.

상황들이 지지부진하다보니 생계가 달린 외식 프랜차이즈 업계가 당장 할 수 있는 것은 가격을 올리거나 대안을 찾는 일 뿐입니다. 가격 인상 압박은 배달앱 전용 가격제 등으로 완화하고 있으나, 이 역시 소비자들의 저항이 만만치 않아 많은 고민이 필요합니다.

즉, 우리 업계는 이제 거대 배달 플랫폼의 건강한 대안이 될 수 있는 공공배달앱 활성화에 사활을 걸어야 합니다. 공공배달앱은 수수료 부담이 최대 2% 정도로 매우 낮고 가입

비, 추가 광고도 없습니다. 플랫폼 업체들의 일방적인 정책변경과 같은 횡포에 대한 부담도 덜합니다.

배차 문제 등 배달 품질과 낮은 이용률에 대한 업계의 우려는 점차 해소될 것입니다. 서울시 등 많은 곳에서 공공배달앱을 운영 중인 신한은행 뱅거요는 대형 배달 대행사와 협업해 다수의 라이더를 확보하고, 자체배달인 '뽕배달'을 시범운영 중입니다.

마침 올해 하반기는 다양한 지원사업과 할인행사가 집중되고 있습니다. 민생회복 소비쿠폰을 지역화폐로 수령하면 공공배달앱에서 배달로 사용할 수 있습니다. 기재부가 공공배달앱 사용 시 2만원 이상 2번 주문하면 1만원 쿠폰을 제공하는 지원사업도 진행 중입니다.

서울시에서는 뽕거요가 자체 추가 할인을 제공하고 대대적인 마케팅을 진행 중이며, 서울시도 지난 5월 뽕거요 활성화 MOU에 따라 뽕거요전용상품권 발행 등으로 할인폭을 넓히고 있습니다. MOU에 참가한 18개 치킨 브랜드들도 추가할인에 나서, 대형 배달 플랫폼들보다 훨씬 저렴한 가격으로 배달을 제공할 수 있게 되었습니다.

한 번 공공배달앱을 사용한 소비자들께서 다시 찾도록 다양한 프로모션을 제공하고 좋은 이용경험을 준다면 이용률이 유의미한 수준으로 올라가 선순환할 수 있는 기반이 됩니다. 점유율이 어느 정도 상승한다면 대형 플랫폼의 횡포는 줄어들고 상생도 늘어날 수 있습니다. 외식 프랜차이즈 업계 전체가 올해 하반기만큼은 공공배달앱 서비스 제공에 사활을 걸어주시기를 간곡히 당부드립니다. 더이상 중개자인 대형 플랫폼에 휘둘리지 않고 우리가 주인이 되는 외식 프랜차이즈 업체를 만들 수 있도록 산업인 여러분들의 적극적인 동참을 부탁드립니다. **KFW**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.74
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 KLF 대표변호사	김선진	Kim, Seon Jin
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

소비쿠폰, 폐업자 100만시대 내수 살릴까



발행인
이진창

민생회복을 위한 소비쿠폰 지급이 7월 21일부터 시작됐다. 소비 진작과 소득 지원이라는게 정부의 입장이다. 최소 15만원에서 최대 45만원 상당의 소비쿠폰이 1차로 지급되고, 2차로 국민 90%를 대상으로 10만원이 추가 지급되는게 내용이다. 사용은 11월 30일까지다. 기간 내에 사용하지 않은 잔액은 국가와 지방자치단체로 환수될 예정이다. 일부에서는 이러한 민생회복 소비쿠폰의 효과가 미미할 것이란 이야기도 나온다.

한편에선 13조원이 넘는 돈이 풀리는 만큼 물가를 자극할 것이라고 내다본다. 민생회복 소비쿠폰 예산을 포함한 2차 추가경정예산(추경)은 31조8000억원 규모에 달한다. 이 예산이 맞아떨어진다면 저소득층은 더 큰 어려움을 겪을 수 있다. 물가를 끌어올려, 사실상 통제가 어려워진다는 얘기도.

하지만 지금의 고물가가 수요가 아닌 러시아-우크라이나 전쟁, 중동발 리스크, 국제유가 등 '공급'에서 기인했다는 점에서 소비쿠폰이 물가를 부추기진 않을 것이란 반론도 만만치 않다. 결국 소비 매출로 이어져 경기가 살아날 수 있다는 거다. 과거의 사례를 보자.

2020년 5월 코로나19 1차 긴급재난지원금 효과를 분석한 연구 결과를 보면 지원금 사용 가능 업종에서 전체 투입 예산 대비 26.2~36.1%의 매출 증대 효과가 나타났다. 소비 심리도 일부 살아났다. 2020년 2분기 전기 대비 -3.2%였던 실질 국내총생산(GDP) 성장률은 같은 해 3분기엔 2.1%로 반등했다. 외국의 사례도 있다. 전미경제연구소의

분석에 따르면 2020년 미국의 재난지원금은 25~40%가 소비 효과로 이어졌다.

여기에 팬데믹 때와 달리 지금은 대면 소비가 원활하고 내수가 장기간 침체했던 까닭에 소비 효과가 더 클 수도 있다는 시각도 있다. 코로나19 때와 달리 지금은 영업 제한 조치가 없는 데다, 경기 침체 상황에서 현금을 받는 저소득층의 소비성향이 더 커지기 때문이다.

사실 고물가는 어떤 정부든 부담스럽다. 기업을 압박하면 '관치 논란'이, 방임하면 '방치 논란'이 불거지지 마련이다. 하지만 서민경제의 근간이 되는 자영업을 위해서는 소비 진작은 반드시 필요한 조치다.

통계청에 따르면, 올해 1분기 소득 하위 10%인 1분위 가구의 처분 가능 소득은 지난해 같은 기간보다 6.4% 감소한 56만4000원이다. 근로소득은 늘었지만 사업소득이 크게 줄어든 결과다. 반면 소비 지출은 7.6% 늘어난 126만5000원이다. 역대 가장 큰 격차고, 지난해와 비교하면 22% 넘게 늘어난 수준이다. 내수 부진 여파에 자영업 기반의 저소득층이 더 큰 타격을 입은 것이다.

소비는 자원을 효율적으로 활용 할 수 있는 유일한 수단이기도 하다. 아담스미스는 '소비야말로 모든 생산의 유일한 목적'이라고 할 정도로 소비의 중요성을 강조하고 있다. 이렇게 우리 사회의 경제활동의 가장 중요한 요소라고 할 수 있다. 과연 '민생회복 소비쿠폰'이란 방식이 프랜차이즈 업체를 포함한 자영업 시장의 활도가 될 수 있을지 지켜볼 일이다. **KFA**



민생회복 소비쿠폰 지급 개시... 프랜차이즈 업계 기대감 높아

매출 증대, 공공배달앱 활성화 등 선순환 전망...저마다 사용가능 홍보 나서

WRITE | 이 호 편집국장

국내 프랜차이즈 업계가 올해 각종 비용 증가와 소비 침체로 큰 어려움을 겪고 있는 가운데, 민생회복 소비쿠폰 등 정부 지원정책을 계기로 소비심리 회복과 비용부담 완화가 가능할 것으로 보여 업계가 모처럼 활기를 띄고 있다.

정부는 지난 7월 21일부터 출생년도 끝자리 기준 5일제로 민생회복 소비쿠폰 신청 접수를 개시, 익일부터 1차 소비쿠폰을 지급 중이다. 지원 금액은 국민 1인당 기본 15만원이며 차상위계층과 한부모가족은 1인당 30만원, 기초생활수급자는 1인당 40만원을 각각 받는다. 비수도권, 농어촌 인구감소지역 등에는 추가로 지급되며, 오는 9월 22일 상위 10%를 제외하고 2차로 10만원씩 추가 지급한다.

7월 23일 행정안전부에 따르면 3일 만에 전체의 42.46%인 2150만여 명이 신청을 마친 것으로 나타났다. 금액으로는 전체 예산 14조 원 중 약 3조9천억원에 해당한다.

2020년 재난지원금 지급에 이어 대규모 자금이 시장에 풀리게 되면서 시장에서는 소비쿠폰 지급이 소비심리 회복의 마중물이 될 것이라는 기대감이 나온다. 쿠키뉴스 조사 따르면 국민의 65%가 소비쿠폰을 장보기와 외식에 사용할 것으로 답한 것으로 나타났다.

또 IBK투자증권에 따르면, 2020년 '긴급재난지원금'을 지급했을 당시 지원금이 가장 많이 사용된 업종은 음식점(24.8%)과 마트·식료품(24.2%)이었고, 2021년 '코로나 상생 국민지원금'의 경우에도 마트·식료품(28.6%)과 음식점(22.4%)이 사용처 1·2위(기타 제외)를 기록한 바 있다.

“

많은 업체들이 소비쿠폰 사용 가능 홍보물을 매장에 배포하고 언론, 광고 등에도 적극적으로 알리느라 분주하다. 프로모션을 통해 더욱 적극적으로 고객 유치에 나서는 브랜드들도 속속들이 나오고 있다. 점주들도 식자재마트에서 식재료를 구입할 때 사용할 수 있다.

”



◇대부분 가맹점 사용 가능...직영점은 불가

이번 소비쿠폰을 사용 가능한 곳은 연매출 30억원 이하인 매장으로 거의 대부분의 가맹점들이 해당되고, 지급받은 뒤 11월 30일까지만 사용할 수 있으며 기간 내에 사용하지 않은 잔액은 국가와 지방자치단체로 환수된다. 따라서 프랜차이즈 업체는 단기간에 가맹점 매출 증진 효과가 있을 것으로 보고, 저마다 소비쿠폰 사용을 독려하는 판촉전을 벌이고 있다. 많은 업체들이 소비쿠폰 사용 가능 홍보물을 매장에 배포하고 언론, 광고 등에도 적극적으로 알리느라 분주하다. 프로모션을 통해 더욱 적극적으로 고객 유치에 나서는 브랜드들도 속속들이 나오고 있다. 점주들도 식자재마트에서 식재료를 구입할 때 사용할 수 있다. 다만, 대부분 직영점은 사용이 불가능하다. 본사 매출로 합산되기 때문에 연 30억 조건을 맞추기 어렵다. PG사를 통한 테이블오더, 키오스크의 경우도 PG사 매출로 잡히기 때문에 사용이 안된다. 대형마트, 백화점, SSM 등 소상공인 지원의 취지와 맞지 않는 일부 업종들도 사용할 수 없다.



업계는 매출 증대의 경우 일시적일 수 있기 때문에 공공배달앱 활성화에 더 기대하는 분위기다. 그간 공공배달앱은 최대 2%의 낮은 수수료율에도 이용률이 낮아 업계에서 입점과 프로모션이 활발하지 않았고, 이는 다시 이용률 저하로 이어지는 악순환에 어려움을 겪어 왔다. 대형 플랫폼들이 배달 라이더들을 싸쓸이하면서 배차 지연으로 클레임이 발생하는 것도 업주들이 공공배달앱에 부정적이었던 이유 중 하나다.



◇공공배달앱서 자유로운 사용 가능

지역화폐로 수령할 경우 땡겨요 등 공공배달앱에서도 사용할 수 있다. 배민, 쿠팡이츠 등 민간 배달앱은 자체결제시스템이 PG사를 통해 결제하기 때문에 연 30억 이하 매장을 시스템적으로 확인할 수 없어 만나서 결제만 지원한다.

반면 공공배달앱은 대부분 지역화폐 연계 시스템을 이미 갖춰놓았기 때문에 편리하게 사용이 가능하다. 서울시 공

공배달앱 땡겨요는 이미 소비쿠폰 지급 전부터 입점 희망 매장들이 몰려 대기 기간이 한 달 이상 소요되는 것으로 알려졌다.

올해 6월 10일부터 기재부에서 지원중인 공공배달앱 할인 행사도 호재다. 올해 추경을 통해 650억원의 예산으로 2만 원 이상 3번 주문 시 1만원 쿠폰을 지원하는 사업을 진행 중인데, 민생회복 소비쿠폰 사용 시 중복 할인으로 민간 배달앱보다 훨씬 저렴한 혜택을 제공하게 된다. 치킨 등 배달 비중이 높은 업종들이 할인 프로모션까지 하는 것을 감안하면 막대한 소비자들이 유입될 것으로 전망된다.

◇만족도 높아 재방문 유도 총력...활성화 기대

업계는 매출 증대의 경우 일시적일 수 있기 때문에 공공배달앱 활성화에 더 기대하는 분위기다.

그간 공공배달앱은 최대 2%의 낮은 수수료율에도 이용률이 낮아 업계에서 입점과 프로모션이 활발하지 않았고, 이는 다시 이용률 저하로 이어지는 악순환에 어려움을 겪어 왔다. 대형 플랫폼들이 배달 라이더들을 싸쓸이하면서 배차 지연으로 클레임이 발생하는 것도 업주들이 공공배달앱에 부정적이었던 이유 중 하나다.

그러나 지난 5월 서울시, 협회, 땡겨요와 18개 치킨 브랜드들이 MOU를 체결하고, '땡데이' 등 대형 프로모션을 진행하는 등 업계의 자발적인 활성화 노력이 확산 중이고, 땡겨요도 배달 대행사 제휴 확대, 자체배달 땡배달 도입 등 배달품질 제고에 총력을 기울이고 있다.

소비쿠폰으로 유입된 소비자들에게 가격과 편의 면에서 만족스러운 경험을 제공한다면 이용률 제고에 큰 도움이 될 것으로 예상된다. 앞서 코로나19 팬데믹 당시 많은 국민들이 배달앱을 이용해야 했고, 이는 배달앱 시장의 폭발적인 성장의 큰 기반이 됐다. 공공배달앱 활성화에 기대를 거는 이유다.

◇국회·정부 지지부진...공공배달앱에 사활 걸어야

공공배달앱 활성화가 활기를 띠는 반면 대형 배달 플랫폼들은 추가 상생안 마련에 여전히 소극적인 상황이다. 지난 2월 쿠팡이츠에 이어 5월 배민도 사회적 협의 기구에 참여했지만 별다른 성과가 없다. 각각 중간합의로 포장 수수료 무료 1년 연장, 1만원 이하 주문 수수료 무료를 발표했으나 업계에서는 7.8%에 달하는 기본 수수료율을 더 낮춰야 한다고 요구하고 있다.

온라인 플랫폼법 제정, 배달앱 수수료 상한제 등 각종 규제 정책이 언론에 보도되고 있으나, 반대 논리도 만만치 않은 만큼

빠른 추진은 불가능한 상황이다. 특히 상한제의 경우 구체적으로 배달앱 비용을 총 15% 이내로 제한해야 한다는 목소리가 제기되고 있으나 공공배달앱보다도 낮은 현실성이 없다는 비판도 제기된다. 교착상태에 빠진 것으로 보이는 사회적 대화 기구를 압박하는 카드로 활용된다는 추측도 나온다.

지난해 협회가 배민을 신고한 것과 관련한 공정거래법 위반 조사도 4월 T/F 출범 이후 속도가 나지 않고 있다. 신임 공정거래위원장 지명이 지지부진한 영향이 적지 않은 것으로 보인다. 배민과 쿠팡이츠가 동의를결을 신청해 협회가 엄중 제재를 촉구하는 등 전반적으로 혼란스러운 모양새다.

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 "특히 각종 정부 지원 및 업계 프로모션으로 공공배달앱 이용이 크게 늘 것으로 보인다"면서 "독과점 배달앱 시장의 판을 깨트릴 수 있는 기회인 만큼 수수료가 낮은 공공배달앱이 자리 잡을 수 있는 마지막 찬스로 생각하고 최선의 서비스와 이용경험을 제공해 재사용율을 높여야 할 것이라"고 말했다. **KFN**



차액가맹금 소송 업계 전반으로 확산

한국프랜차이즈協 “대법원 보조 참가 등 적극적 대응 나선다”

WRITE | 이 호 편집국장

프랜차이즈 업계에 차액가맹금 관련 소송이 잇따르고 있다. 차액가맹금 반환 요구 소송은 지난해 9월 서울 고등법원이 한국피자헛 가맹점주들이 제기한 부당이득 반환 청구 소송에서 원고 일부 승소 판결을 한 후 확산되고 있는 양상이다.

프랜차이즈 업계에 차액가맹금 관련 소송이 잇따르고 있다. 차액가맹금 반환 요구 소송은 지난해 9월 서울고등법원이 한국피자헛 가맹점주들이 제기한 부당이득 반환 청구 소송에서 원고 일부 승소 판결을 한 후 확산되고 있는 양상이다.

수제버거 프랜차이즈 프랭크버거도 차액가맹금 반환 소송에 휘말렸다. 7월 7일 법조계에 따르면 프랭크버거 전·현직 가맹점주 52명은 본사를 상대로 부당이득 반환을 요구하는 소장을 7월 4일 서울중앙지방법원에 제출했다. 프랭크버거를 운영하는 프랭크에프앤비가 가맹점에 식자재·포장



재 등을 공급하는 과정에서 점주의 명시적 동의 없이 이윤을 챙겼다는 게 점주 측 주장이다.

이처럼 차액가맹금 관련 소송이 프랜차이즈 업계에 태풍의 눈으로 부각되고 있다. 특히 피자헛 대법원 판결에 초유의 관심이 쏠리고 있다.

피자헛 가맹점주 90여명은 지난 2020년 본사가 점주들과 ‘합의하지 않고’ 원부자재에 마진을 붙여 판 것은 부당하며 차액가맹금을 돌려달라는 취지의 손해배상 소송을 냈다. 1심과 2심 법원은 점주들의 손을 들어줬다. 차액가맹금을 ‘부당이득’이라고 보고 점주들에게 210억원 가량을 배상하라고 판단했다. 한국피자헛은 지난해 9월 항소심 판결에 불복해 대법원에 상고했다. 업계는 이르면 올해, 늦어도 내년에는 대법원 판결이 나올 것으로 보고 있다.

업계는 피자헛의 대법원 판결이 확정될 경우 소송 비용, 피해 보상 금액 등 1조원에 달하는 무더기 소송이 진행될 것으로 우려하고 있다. 특히 프랜차이즈 업계의 대부분이 중소 규모인 상황에서 소송이 난무하면 지금까지 관례대로

“수제버거 프랜차이즈 프랭크버거도 차액가맹금 반환 소송에 휘말렸다. 7월 7일 법조계에 따르면 프랭크버거 전·현직 가맹점주 52명은 본사를 상대로 부당이득 반환을 요구하는 소장을 7월 4일 서울중앙지방법원에 제출했다. 프랭크버거를 운영하는 프랭크에프앤비가 가맹점에 식자재·포장재 등을 공급하는 과정에서 점주의 명시적 동의 없이 이윤을 챙겼다는 게 점주 측 주장이다.”

계약해 온 수많은 기업이 도산 위기에 몰릴 것이라는 우려가 크다.

15개 브랜드 관련 소송 진행중

차액가맹금 관련 소송은 지난해부터 시작돼 현재도 진행형이다. 1월 31일 법무법인 YK에 따르면 교촌치킨 가맹점주 247명은 1월 17일 교촌에프앤비를 상대로 인당 100만원의 차액가맹금 반환을 요구하는 소송을 서울중앙지방법원에 냈다.



지난해 11월 13일 aT센터에서 협회가 법무법인 태평양과 개최한 차액가맹금 소송 대응 방안 설명회

이에 앞서 1월 13일에는 bhc치킨 가맹점주 327명이 서울 동부지법에 각 100만원의 부당이득금 반환 청구 소송을 제기했다. bhc치킨 가맹점주들은 지난해 12월 330명이 해당 소송을 제기했다 이전이 생겨 취하한 바 있다. BBQ와 푸라닭 가맹점주들도 차액가맹금 관련 관련 소송을 준비 중인 것으로 알려지고 있다.

지난해 12월 13일에는 배스킨라빈스 점주 417명이 배스킨라빈스를 운영하는 BR코리아를 상대로 차액가맹금을 돌려달라며 부당이득금 반환 청구 소송을 서울중앙지방법원에 냈다. 현재 롯데슈퍼, bhc, 교촌치킨, 투썸플레이스, 두점, 버거킹 등 총 15개 외식업체 가맹점주들이 관련 소송을 진행 중이다.

일부에서는 특정 로펌만 배를 불리고 있다는 시각도 있다. 그동안 진행된 차액가맹금 소송에서 가맹점주 대리인은 대부분이 법무법인 YK였다. 법무법인 YK는 앞서 한국피자헛을 대상으로 제기된 차액가맹금 반환 소송 1·2심 일부 승소를 이끌어낸 곳이다. 최근에는 프랭크버거와 명륜진사갈비의 소송을 진행중인 법무법인 최선 등 새로운 법무법인이

이 뛰어들고 있다. 업종 또한 식품 프랜차이즈에 한정하지 않고 포토이즘 등 다양한 분야로 넓어지는 추세다.

정보 정확한 인지 여부가 최대 쟁점

프랜차이즈 수익 모델은 크게 두 가지다. 차액가맹금과 로열티다. 로열티 모델은 가맹본부가 제공한 사업 시스템의 사용 대가로 프랜차이즈 본사가 가맹점 매출의 일정 비율을 로열티로 취하는 모델이다.

하지만 로열티 모델이 대부분인 해외와 다르게 국내 프랜차이즈 업계는 상당수가 차액가맹금 모델을 운영하고 있다. 차액가맹금 모델이 주류인 이유는 거래 관행처럼 굳어졌기 때문이다. 프랜차이즈 산업 초기 가맹점 유지 경쟁이 치열해, 초기 비용이 낮은 차액가맹금 모델이 확산했다.

차액가맹금은 가맹본부(본사)가 가맹점 운영 등을 위해 여러 품목 등을 가맹점에 공급하며 발생하는 유통 마진이다. 법적으로 본사와 가맹점 간 차액가맹금에 대한 합의가 있었다면 부당이익에 해당하지 않는다.



2월 25일 협회가 마련한 프랜차이즈 법률 현안 긴급 토론회 모습

“

차액가맹금은 가맹본부(본사)가 가맹점 운영 등을 위해 여러 품목 등을 가맹점에 공급하며 발생하는 유통 마진이다. 법적으로 본사와 가맹점 간 차액가맹금에 대한 합의가 있었다면 부당이익에 해당하지 않는다.

”

차액가맹금 자체는 불법이 아니라는 얘기다. 가맹점주들이 제기한 소송의 쟁점은 △본사가 차액가맹금 관련 정보를 사전에 충분히 제공했는지 △마진율이 과도하지 않게 본사와 가맹점주가 합의했는지 등이다.

본사 측은 통상 차액가맹금 등을 포함한 정보공개서를 가맹점주에게 송달하고, 충분한 검토 기간을 거친 후 계약을 체결한다고 밝혔다. 반면 점주들은 계약 당시 본사 측과 별도의 합의나 정확한 명시가 없었다고 주장한다. 계약서에 원재료 값과 마진율에 대한 구체적인 수치와 기준이 제시됐어야 한다는 주장이다.

이로 인해 가맹점주가 프랜차이즈 계약 당시 본사의 차액가맹금에 대한 정보를 정확히 인지하고 있었는지가 최대 쟁점이 될 것으로 보인다. 즉, 명확한 합의 및 계약 여부가 소송의 승패를 가를 전망이다.

“소송 보조참가 등 대응 총력”

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 보조참가인으로서 소송에 직접 참여하는 방안을 추진하고 있다. 상고심 결과가 회원사들은 물론이고 협회에도 직간접적인 영향을 끼칠 수 있다는 점에 서다. 이를 위해 협회는 최근 법무법인과 법무대리계약을 체결하고 재판부에 보조 참가 신청서를 제출한다. 보조참가인 지위가 인정되면 소송에 직접 업계 현황과 우려, 2심 결과에 대한 의견 등을 제출한다는 계획이다. 항소심 판결에 대한 전문가 의견서도 재판부에 제출한다. 의견서에는 업계의 관행, 차액가맹금 제도의 취지, 2심 재판부의 법리 오해 여부 등이 종합적으로 담길 예정이다. 협회는 “이번 상고심 결과가 업계에 큰 파장을 부를 것으로 전망돼 협회가 직접 선제대응에 나서기로 했다”라면서 “가맹사업의 근간이 흔들릴 피자헛 소송에 대해 업계는 물론 정부와 국회도 많은 지원을 당부드린다”고 말했다.

한편 공정거래위원회에 따르면 2022년 기준 가맹점 평균 매출액 대비 차액가맹금 비율은 4.4%로 가맹점 평균 차액가맹금 지급 금액은 2800만원이다. 가맹점 평균 매출 대비 차액가맹금 비율은 치킨 업종이 8.2%로 가장 높고 커피(6.8%), 제과제빵(5.5%), 피자(4.2%), 한식(2.7%) 등의 순이다. **KFN**



제1회 세계프랜차이즈의 날 기념식 기념촬영



임영서 커뮤니케이션위원장이 세계프랜차이즈의 날 선언문을 낭독하고 있다.

“K-프랜차이즈, 글로벌 업계 리더로 우뚝… 지속 가능한 성장 선도할 것”

한국프랜차이즈협회, 세계 50여개 국과 <제1회 세계 프랜차이즈의 날 기념식> 동시 개최
2월 WFC 라스베이거스 총회에서 지정 후 첫 행사…산업 발전 기념하고 윤리·상생경영 다짐

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 글로벌 프랜차이즈 업계와 세계 경제의 지속가능한 성장을 선도하고 윤리경영과 상생경영을 강화해 나간다.

협회는 지난 6월 11일 오후 서울 여의도 FKI타워에서 <제1회 세계 프랜차이즈의 날 기념식>을 개최했다. 기념식에는 협회 회원사 대표들과 이재관 국회의원, 박덕열 산업부 중견기업정책관 등 정부·지자체 및 유관 기관, 김진우 전국가맹점주협의회 공동의장, 이정명 대한가맹거래사협회장 등 업계·학계 80여명이 참석했다.

‘세계프랜차이즈의 날’은 지난 2월 2025 세계프랜차이즈협회(World Franchise Council·WFC) 라스베이거스 총회에서

처음으로 지정한 국제 프랜차이즈 업계의 공식 기념일이다. 특히 이날 행사는 협회가 WFC 소속 48개 국가 권역 단체 중 가장 먼저 개최하여 세계 프랜차이즈 역사상 첫 기념식으로서 의미를 더했다.

정현식 회장은 개회사에서 “프랜차이즈 산업은 일자리 창출과 서민경제 안정화의 순기능을 바탕으로 국내뿐 아니라 세계적으로도 차세대 핵심 산업으로 각광받고 있다”라고 하면서 “지속가능한 발전과 국가경제에 기여하고 세계 각지에 K-프랜차이즈를 확산하도록 노력할 것”이라고 말했다.

이재관 더불어민주당 의원은 축사에서 “프랜차이즈 산업은 중소기업과 소상공인의 동반성장을 촉진하는 순기능을 갖고 있다”라고 하면서 “국회도 해외진출 활성화, 가맹본부와 소상공



정현식 한국프랜차이즈산업협회장 축사

이재관 국회의원 축사

박덕열 산업부 중견기업정책관 축사

Chris Lim APFC 사무총장 축사

인의 성장 지원, 공정한 플랫폼 문화 조성 등 가맹사업 진흥 지원을 위해 노력하겠다”고 말했다.

박덕열 산업부 중견기업정책관도 “70년대 태동한 프랜차이즈 산업은 많은 순기능을 바탕으로 국가경제의 한 축으로 성장했다”라고 하면서 “정부에서도 올해 가맹사업 진흥을 위한 기본계획을 잘 수립하여 업계의 성장을 지원하고 상생협력을 촉진할 것”이라고 말했다.

이어진 순서에서는 기념일 지정 배경과 협회의 WFC 활동을 간략히 소개하고 첫 세계 프랜차이즈의 날을 기념하는 사이먼 바솔로뮤(Simon Bartholomew) WFC 사무총장의 특별 축하 영상을 비롯, WFC 회원국들의 영상 메시지를 감상하는 시간을 가졌다.

필리핀에서 방한한 크리스 림(Chris Lim) 아시아태평양프랜차이즈연합(Asia-Pacific Franchise Confederation·APFC) 사무총장이 국제 프랜차이즈 산업의 성장동력과 발전상을 제시하는 특별강연도 진행됐다.

이날 협회는 지난 2008년 WFC 가입을 성사시키고 지속적으로 글로벌 업계와의 교류 활성화에 기여한 박기영 협회 명예회장(제6대 협회장(18.~20.))에게 산업인들의 감사의 마음을 담아 <글로벌 공헌상>을 전달했다.

임영서 협회 커뮤니케이션위원장이 대표로 산업인들의 윤리경영과 상생경영의 실천의지를 다짐하는 세계프랜차이즈의 날 선언문을 낭독하고, 산업인들의 목소리를 담은 <나에게 프랜차이즈란>, <새정부에 바란다> 특별영상을 시청하는 시간도 진행됐다.

한편 협회 봉사위원회(위원장 김인규)는 기념식에 앞서 세계프랜차이즈의 날을 맞아 서울 강동구 서울장애인종합복지관을 찾아 치킨(자담치킨), 세제(슈가버블), 양말(뚝뚝고양이), 쿠키·빵(더블유스타일베이커리), 껍티슈·마스크·수박(협회) 등 생필품 300세트를 전달했다. 다비치안경은 현장에서 무료 안경맞춤 봉사도 진행했다. **KFN**



Simon Bartholomew WFC 사무총장 축하영상



WFC 회원국 축하 영상



다비치안경 안경맞춤봉사



Chris Lim APFC 사무총장 특별강연



글로벌 공헌상을 수상한 박기영 명예회장과 정현식 협회장



임영서 협회 커뮤니케이션위원장



박기영 협회 명예회장



협회 봉사위원회 서울 강동구 서울장애인종합복지관 물품전달 및 봉사활동



4월 10일 제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회에서 참가자들이 부스를 둘러보고 있다.

“프랜차이즈 산업의 만남의 장” 하반기 IFS박람회 참가신청 접수

국내 최대 창업·산업 박람회 9.25.(목)~27.(토) 개최

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 주최하고 코엑스(사장 조상현), RX Korea(리드엑스비즈니스코리아·대표 손주범)가 공동 주관하는 국내 최대 규모 ‘2025 하반기 제59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회’ 참가자들을 위한 신청이 다시금 열렸다. 지난 6월 30일까지 받은 조기신청에는 뜨거운 관심이 집중됐다. 이후 참가를 신청하는 참가자들의 문의가 이

어지면서 다시금 막바지 접수가 진행중이다.

지난 6월 30일까지 조기신청한 참가사에는 특별 할인 프로모션을 비롯해 재참가 혜택, 부스 규모에 따른 우대, 협회 회원사 환급 등 다양한 혜택이 제공됐다. 특히 조기신청을 통해 원하는 부스 위치를 우선 배정받을 수 있어 더욱 유리한 박람회 환경에서 참관객과 산업인들을 만날 수



있는 기회를 선점할 수 있게 됐다.

9.25.(목)~27.(토) 국내 최대 규모인 300여개 브랜드, 700여개 부스 규모로 열리는 이번 박람회는 역대 하반기 최초로 코엑스 C·D홀 3층 전시장 전관에서 개최돼 가을 창업 시장의 최대의 비즈니스 기회로 주목받고 있다.

특히 최근 민생회복지원금 등 소비쿠폰 지급, 공공배달앱 활성화 등 대대적인 소비 활성화 대책으로 프랜차이즈 창업 시장에도 관심이 집중되는 만큼 창업 희망자들과 산업인들의 최적의 만남의 장이 될 것으로 기대된다.

또한 이번 박람회는 급성장하는 프랜차이즈 업계의 활력을 제고하기 위해 우수한 신생 프랜차이즈 브랜드와 협력 파트너사를 지원하는 ‘라이징 스타관’을 도입한다.

사업 확장에 어려움을 겪는 우수 신생 업체들의 성장을 지원하기 위해 참가비용을 기존보다 대폭 낮추고, 창업전(프랜차이즈관)과 산업전(파트너사관)에 별도 특별관을 마련해 참관객들의 관심을 높인다. 라이징 스타관 참가사는 IFS 특별 심사위원이 선정해 역량과 신뢰도를 검증하여 참관객들에게도 유용한 창업 정보를 제공할 것으로 전망된다.

산업 활성화를 위해 매년 상반기에만 개최되던 비즈매칭도 이번 하반기 박람회에 처음으로 개최된다. 비즈매칭은 IFS 박람회의 시그니처 프로그램으로, 프랜차이즈 가맹본부와 박람회 참가 파트너사, 국내외 유통사, 마스터 프랜차이즈 등이 전시장 내에서 사업 제휴를 논의할 수 있는 대규모 비즈니스 미팅 행사다. 박람회 사무국이 사전에 상담 희망 업체를 서로 매칭하여 무상으로 효율적인 상담 기회를 제공해 참가자들의 높은 만족도를 기록하고 있다.

이밖에도 국내 시장 진출을 희망하는 대만 프랜차이즈 브랜드들이 참가하는 대만프랜차이즈협회(ACFPT) 단체관, 식자재를 비롯한 관련 파트너사들이 참가하는 중국 단체관 등 해외 프랜차이즈 업계와의 교류도 모색할 수 있을 것으로 전망된다.

▲창업 희망자들과 산업인들을 위한 전문가 세미나 ▲대상 부스를 방문해 집중 조명하는 도슨트 투어 ▲창업에 필요한 컨설팅을 1:1로 받아볼 수 있는 전문기관 컨설팅존 ▲우수 브랜드를 편리하게 관람할 수 있는 레드카펫존 ▲참가사 정보를 전시 기간 동안은 물론 전시 전후에도 확인할 수 있는 IFS 에브리데이(<https://www.ifseveryday.co.kr>) 등 고유의 노하우가 집약된 다양한 프로그램들도 참가사와 참관객의 만족도를 높일 것으로 예상된다.

참가를 원하는 업체는 박람회 홈페이지(<https://www.ifskorea.co.kr>)에서 신청 가능하며, 유선 문의는 한국프랜차이즈산업협회 회원사는 02-3471-8135(내선 3)으로, 그 외 일반 기업은 02-6000-8159로 하면 된다. **KFN**



15기 KFCEO 수료식 기념 단체사진

한국프랜차이즈협회 제15기 KFCEO 과정 성료... 9.1. 개강 제16기 과정 모집

15기 원우 59명 14주 간 과정 마치고 총동문회와 업계 오피니언 리더 그룹으로 새로운 출발 다짐

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 주최하고 부자비즈(소장 이경희)가 주관하는 'KFCEO 교육과정'(K-프랜차이즈 CEO 교육과정)이 14주 간의 15기 과정을 성황리에 마무리하고 16기 과정 신입 원우를 모집한다.

협회는 지난 6월 16일 서울 서초구 aT센터에서 제15기 KFCEO 과정 수료식을 성대히 개최하고, 16기 과정을 오는 9월 1일 개강한다고 밝혔다.

정현식 협회장은 수료식 인사말에서 "최근 우리 산업의 성장은 지속 중이나, 경기침체와 비용인상의 여파로 업계 분위기가 낙관

적이지만은 않다"면서 "산업인들이 하나로 뭉쳐 기본으로 돌아가 산업의 순기능을 잘 살릴 수 있도록 업계를 대표하는 KFCEO 과정 동문 여러분들께서 최선을 다해 달라"고 당부했다.

15기 과정을 돌아보는 표창 수여식에서는 15기 원우회장 나명석 (₩웰빙푸드 회장이 공로상을 수상했다. 우수상은 (₩어부네 김영배 대표 등 5명이 수상했고, 최고의 원우를 뽑는 영예의 MVP는 (₩엠에스벤처 오만석 대표에게 돌아갔다. 이어 칸트상(개근상)과 수료패 수여식으로 마무리되며 유종의 미를 거뒀다. 이날 수료식에는 정현식 협회장, 박효순 협회 수석부회장, 나명석 협회 수석부회장(15기 원우회장), 김영기 총동문회 수석부회



참석자들이 정현식 한국프랜차이즈산업협회장 인사말을 경청하고 있다



정현식 한국프랜차이즈산업협회장 축사



박효순 협회 수석부회장 축사



김영기 KFCEO 총동문회 수석부회장 축사



나명석 15기 KFCEO 원우회장 답사

장(8기 원우회장), 유인성 협회 충청권지회장(14기 원우회장) 등 협회 임원 및 KFCEO 동문들과 59명의 제15기 원우들까지 총 80여명이 축하의 뜻을 전하고 새 출발을 다짐했다.

한편 협회는 이날부터 오는 9월 1일 개강해 12월 11일까지 14주간 진행되는 제16기 KFCEO 과정 수강생을 모집한다. ▲성공 CEO토크쇼 ▲우수 프랜차이즈 본사 탐방 ▲1박 2일 워크숍 ▲협회 임원진 멘토링 ▲전문가 강연 ▲졸업여행 ▲매주 네트워킹 만찬 등 현장감 넘치고 풍성한 강연과 프로그램으로 차세대 프랜차이즈 리더로서의 역량을 높이고 다양하게 인맥과 사업기회를 넓힐 수 있는 혜택을 제공한다.

교육비는 400만원(vat 별도)이고, ▲회원사 추천 ▲2인 이상 등록(이상 10%) ▲협회 중앙회·지회 회원사 ▲프랜차이즈 최고전문가과정 수료자 ▲연세대 FCEO 과정 수료자(이상 20%) ▲기존 동문 중 재수강자(50%) 등 다양한 할인 혜택도 준비돼 있다. 자세한 사항은 협회 홈페이지 공지(<http://www.ikfa.or.kr>) 또는 협회 교육사업팀(02-3471-8135 내선 2)에 문의하면 된다.

◇11~14주차

11주차 과정은 5월 26일 서울 서초구 aT센터에서 박재현 한국브랜드마케팅 대표가 <브랜드 전략과 프랜차이즈>를, 강성민 대한가맹거래사협회장이 <가맹법 주요 이슈와 대응 전략>

을 강연했다.

12주차 과정은 6월 2일 aT센터에서 박호진 한국프랜차이즈산업협회 사무총장이 <프랜차이즈의 치킨전쟁>을, 김철운 편애티 회장이 <상권을 이기는 작은 가게 성공법>을 강연했다. 또 원우들은 이날 aT센터 6층 협회 사무국을 둘러보고 협회 소개를 듣는 시간도 가졌다.



12주차 협회 사무국 탐방

13주차 과정은 6월 9일 aT센터에서 박형희 월간식당 대표가 <글로벌 외식업 동향과 K-프랜차이즈 전략>을, 이정열 남다른감자탕 대표가 <프랜차이즈 자영업의 희망 전략>을 강연했다. 14주차 과정은 6월 16일 aT센터에서 박효순 협회 수석부회장 겸 연세대 FCEO 총동문회장이 <세계를 잇는 전통한식>을 강연했다. 이어 15기 수료식으로 14주 과정의 유종의 미를 거뒀다.



나명석 15기 KFCEO 원우회장 답사



공로상 - 나명석 15기 KFCEO 원우회장



우수상 수상자 단체사진



MVP - 오만석 엠에스벤처 대표



칸트상(개근상) 수상자 단체사진



15기 수료패 수여 단체사진



15기 수료패 수여 단체사진



15기 수료패 수여 단체사진



15기 수료패 수여 단체사진



15기 수료패 수여 단체사진



15기 수료패 수여 단체사진



15기 원우회 총동문회 발전기금 전달식

KFCEO 제14기 교육과정 수상자 명단

공로상			
구분	성함	직급	기업명
1	나명석	회장/대표	(주)웰빙푸드

MVP			
구분	성함	직급	기업명
1	오만석	대표	(주)엠에스벤처

우수상			
구분	성함	직급	기업명
1	김성우	대표	(주)종독컴퍼니
2	김영배	대표	(주)어부네
3	염혜단	대표	(주)원원컴퍼니
4	오만석	대표	(주)엠에스벤처
5	천정호	대표	(주)더온에프앤비

칸트상(개근상)			
구분	성함	직급	기업명
1	김용선	대표	(주)빨라쑈
2	박연희	대표	계탄언니
3	변현준	이사	(주)리드플래닛
4	양은열	대표	프론트아키
5	오만석	대표	(주)엠에스벤처
6	오정민	대표	티움에프앤비(주)
7	이주현	본부장	(주)괴짜푸드컴퍼니
8	임구연	대표	(주)화인푸드
9	정태호	이사장	한국군납컨설팅협동조합
10	황용관	상무	(주)청림밀푸드

KFCEO 제14기 교육과정 수료자 명단

수료자			
순서	이름	직급	기업명
1	곽병인	대표	다운SPC
2	김대웅	부사장	창업주류합동상사
3	김도이	실장	(주)지원
4	김상국	전무	드링크인터내셔널(주)
5	김성우	대표	(주)종독컴퍼니
6	김성호	대표	(주)라와에프앤씨
7	김영배	대표	(주)어부네
8	김영진	이사	월드와인(주)
9	김영환	대표	사해방푸드
10	김용선	대표	(주)빨라쑈
11	김유빈	대표	(주)헤이디쉬코리아
12	김태준	대표	(주)아미티푸드테크
13	김현정	대표	(주)구스밀

수료자			
순서	이름	직급	기업명
14	나명석	회장/대표	(주)웰빙푸드
15	남기일	대표	(주)효성산업
16	류종민	대표	(주)심현
17	박규태	대표	(주)상승에프앤비
18	박범서	대표	네추럴푸드시스템
19	박연희	대표	(주)와이이
20	박영국	대표	(주)베스트원푸드
21	박현영	대표	(주)아킨에프앤비
22	변현준	이사	(주)리드플래닛
23	손규한	이사님	(주)페이히어
24	신재환	대표	(주)어니스트푸드
25	안호섭	대표	(주)수씨디에스
26	양은열	대표	프론트아키
27	염혜단	대표	(주)원원컴퍼니
28	오만석	대표	(주)엠에스벤처
29	오정민	대표	티움에프앤비(주)
30	오해령	대표	(주)여행자클럽
31	유인식	대표	(주)씨엔푸드
32	윤미아	대표	(주)바세츠아이스크림코리아
33	이경욱	대표	(주)하우와이컴퍼니
34	이경환	과장	(주)유니맥스
35	이상호	변호사	리앤승 법률사무소
36	이원석	대표	(주)진수현
37	이정아	지사장	우눅스코리아(주)
38	이주현	본부장	(주)괴짜푸드컴퍼니
39	이태수	대표	2000F&B
40	임구연	대표	(주)화인푸드
41	임대순	부사장	(주)패스트오더
42	임상훈	대표	수월한(주)
43	임선화	대표	노무법인 성지
44	장병욱	사장	농업회사법인(주)본시
45	전영근	대표	(주)케이푸드리퍼블릭
46	정우성	대표	(주)다자인해움
47	정재영	대표	(주)찬들푸드
48	정태호	이사장	한국군납컨설팅협동조합
49	조명진	대표	(주)삼오
50	조영우	대표	조형진일산칼비
51	천정호	대표	(주)더온에프앤비
52	천창영	대표	(주)크리에이티브애드 창
53	최강균	대표	(주)아라리
54	최규형	대표	(주)대일이엔피
55	최재훈	변호사	법무법인 오른하늘
56	한광성	대표	슈퍼리어푸드
57	한규용	대표	(주)맛썬푸드
58	함호영	본부장	(주)와우페이
59	황용관	상무	(주)청림밀푸드



2025년 한국프랜차이즈산업협회 임원연찬회의 및 패밀리데이 기념촬영



협회 사업실적 및 사업계획 보고

“신구 조화로 업계 재도약”... 한국프랜차이즈협회 ‘2025 임원연찬회의’ 성료

한 해 반환점 맞아 임원사·신입회원 한 자리...협회 활동 돌아보고 하반기 단합 의지 다져

WRITE | 김은영 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회) 임원단 및 신입 회원들이 한 자리에 모여 올해 위기를 함께 극복하고 산업 발전에 기여하기 위한 의지를 다졌다.

협회는 7월 17일 경기도 구리시 지호한방삼계탕 구리직영점에서 ‘2025년 한국프랜차이즈산업협회 임원연찬회의 및 패밀리데이’를 개최했다. 행사에는 정현식 협회장, 전 회장단, 분과위원장 및 임원진, 신입회원들과 대구경북지회, 부울경지회, 충청권지회 등 지회장·임원진 등 총 100여명이 참석했다.

정현식 협회장은 인사말에서 “프랜차이즈 업계는 원부자재

가격과 배달 플랫폼 비용, 최저임금 등 각종 비용 동반상승과 소비 침체와 규제 강화, 각종 법조 리스크로 코로나19 당시보다 어려운 시기를 맞고 있다”면서 “산업의 성장동력을 되살리기 위해 다양한 노력을 기울일 것을 약속드리며, 회원들도 힘을 모아 위기 극복에 동참해 달라”고 말했다.

협회 임원들과 신입회원들은 초복을 앞두고 지호한방삼계탕 사업 현안과 애로를 공유하며 친목을 다졌다. 협회 활동 실적·계획 보고, 분과위원회 안내, 신입회원 소개, 회원사 지원사업 발표 등을 통해 협회 소속감을 높이고 하반기 더욱 활발한 활동을 다짐했다. **KFN**



정현식 한국프랜차이즈산업협회장



김성우 (주)충독컴퍼니 대표 식약처장 표창 전수식



김용만 협회 명예회장



전병진 KFCEO 총동문회장



김광철 협회 경조회장



브라질산 닭고기 수입 재개

업계 “치킨 가격 안정 기대”...브라질산 가격 인상 여부 관건

WRITE | 조기석 기자

브라질산 닭고기 수입이 재개된다. 농림축산식품부는 지난 7월 11일 브라질 내 고병원성 조류인플루엔자(AI) 미발생 지역을 대상으로 닭고기 수입을 제한 허용하는 수입위생조건 제·개정안을 마련해 20일까지 행정예고했다. 이로 인해 8월 중순부터는 수입이 재개될 것으로 보고 있다.

브라질 정부가 6월 AI 청정화를 선언한 데 따라 우리 정부도 평가를 거쳐 재수입을 허용하기로 한 것이다. 이보다 앞선 7월 말부터는 태국산 닭고기도 국내에 들어오기 시작했다. 태국산은 브라질산보다 가격이 1.5배 비싸 그간 수입량이 적었다.

프랜차이즈 업계는 수급 불안을 일단락지을 수 있다는 점에서 반기면서도, 브라질 현지 가격 상승이 다시 수입가 인상으로 이어질 수 있다는 점을 우려하고 있다. 브라질산 닭을 사용하지 않는 업체들까지도 전반적인 가격 인상 흐름에 영향을 받을 수 있다는 전망도 나온다.

정부의 수입 재개 발표 이전 한국프랜차이즈산업협회는 정부 제안서를 통해 정부의 대책을 요구했었다. 협회는 제안서에서 브라질 내 AI 발병지역(리우그란데두술 주)만을 대상으로 수입 제한을 적용하고, 기타 지역에서 생산된 제품은 검역 및 위생조건을 충족할 경우 수입을 허용해 주기 바란다고 부탁했다.

“프랜차이즈 업계는 수급 불안을 일단락지을 수 있다는 점에서 반기면서도, 브라질 현지 가격 상승이 다시 수입가 인상으로 이어질 수 있다는 점을 우려하고 있다. 브라질산 닭을 사용하지 않는 업체들까지도 전반적인 가격 인상 흐름에 영향을 받을 수 있다는 전망도 나온다.”



아울러 국내에 브라질산 닭고기 재고가 충분히 있으면서도 향후 가격 상승을 노린 일부 수입업체들의 담합으로 국내 유통을 줄이고 있어 이에 대한 대책이 절실하다고 피력했다. HPAI가 발생하기 이전에 선적, 현재 국내에 들어온 브라질산 닭고기 재고량은 국내 소비 한달 반 분량에 달한다. 또한 현재 국내에 도착, 통관 대기중이거나 운송중인 물량도 두달치에 이르는 것으로 파악되고 있다.

협회는 또 브라질 내 AI사태가 마무리 될 때까지



한시적으로 타 국가 닭고기로 대체할 수 있도록 미국과 태국산 닭고기 수입관세를 인하해 줄 것도 요청했다. 국내 발생 조병원성 조류독감사태로 6월 이후에는 감소될 것으로 예상돼 최소한 이 기간만이라도 브라질산과 타 국가 간의 가격 차이인 20% 관세인하 조치가 필요하다는 분석이다.

끝으로 협회는 일부 업자들의 담합으로 ▲국내 외식 및 급식 산업 전반에 걸쳐 정육 단가 급등 ▲수급 불안정으로 인한 가맹점 운영 리스크 증가 ▲대체 수입선 확보에 필요한 리드 타임 부족으로 가격 협상력 ▲국민 식품인 치킨 가격의 상승으로 인한 타 산업의 가격 상승 등의 문제가 발생할 우려가 있다며, 정부의 신속한 대책을 요구했었다.

다만 브라질산 닭고기 수입이 전면 재개해도, 실제 물량이 국내에 다시 들어오기까지는 40일가량이 걸린다. 농식품부 관계자는 “브라질산 닭고기는 8월 중순부터 본격적으로 국내에 들어올 것으로 보인다”며 “수입 물량 공백을 최소화하기 위해 대체물량으로 이달 말 태국산 닭고기 4000t을 도입하고, 국내산 공급도 늘리도록 할 것”이라고 전했다. **KFN**



창업 희망자들이 부스에서 상담을 받고 있다.

“추가 브랜드 론칭 시 직영점 3개 의무… 예상매출액산정서 매년 점주에게 제공”

‘백종원 방지법’ 가맹사업법 발의…한국프랜차이즈協 “과도한 규제로 업계 공멸할 것”

WRITE | 김은영 기자

국민의힘 박정훈 의원이 6월 12일 검증 없는 프랜차이즈 사업에 제동을 거는 ‘백종원 방지법’(가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 개정안)을 발의한 가운데, 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 과도한 규제라며 강력히 반발하고 나섰다. 박 의원에 따르면 프랜차이즈 본부가 새로운 가맹 사업을 시

작하려면 기존에는 직영점 1곳만 있어도 가맹점 모집이 가능했지만, 개정안은 브랜드 남발을 막기 위해 최소 3개의 직영점을 운영하도록 요건을 강화했다. 또 현행법은 가맹계약 체결 시점에만 본사가 가맹점주에게 예상 매출액 산정서를 제공하게 돼 있지만, 개정안은 기존 가맹



Special Report “추가 브랜드 론칭 시 직영점 3개 의무…예상매출액산정서 매년 점주에게 제공”

점주에게도 매년 해당 자료를 서면으로 제공하도록 의무화했다. 개정안은 중소기업이 아닌 가맹본부나 가맹점 수가 100개 이상인 가맹본부에 적용된다.

박 의원은 “가맹점주가 본사의 사업 방향이나 매출 변동 정보를 알 수 있도록 해, 본사에만 의존해야 하는 불리한 구조를 개선하려는 취지”면서 “백종원 사태를 통해 국내 대형 프랜차이즈 업체들이 가맹점에 대한 책임을 강화하는 구조 개선이 시급하다는 사회적 공감대가 마련돼 가맹점주를 보호하고 프랜차이즈 사업 내실을 키우는 차원에서 발의했다”고 설명했다.

협회는 이에 대해 두 조항 모두 불필요하고 과도한 규제라며 공식적으로 국회에 의견을 제출했다. 협회는 직영점 3개 의무화에 대해서 “신규 브랜드 론칭은 기업의 신성장 동력 확보 차원에서 가맹본부에도 매우 중요한 사안이며, 자연히 보유 역량을 최대한 활용해 시장성 검토와 리스크 분석 등을 거치므로, 추가적인 직영점 운영 경험 불필요하다”고 지적했다. 이어 “신생업체의 무분별한 가맹점 모집을 방지하는 1+1제와 달리, 본 개정안은 검증된

일정 규모 이상의 가맹본부를 대상으로 하면서도 더욱 많은 3개의 직영점을 요구해 타당성이 결여되고 효과도 불투명하다”고 덧붙였다.

또 예상매출액산정서와 관련해서는 “매년 모든 가맹점에 예상매출액산정서를 제공하는 것은 인력과 시간, 비용 등 물리적으로 완전히 불가능한 수준의 요구이며, 통과 시 막대한 인력 채용과 시스템 구축이 필요해 대대적인 비용 상승이 우려된다”고 반발했다. 이어 “기존 가맹점주들에게는 인근 가맹점 매출자료 제공방식의 경우 전혀 의미가 없는 단순 비교 자료에 불과하게 되어 법취지 달성과 무관한 불필요한 의무로 전락할 것”이라면서 “개정안 통과시에는 창업 희망자가 아니라 모든 가맹점주로 불필요한 분쟁이 확대되어 가맹본부의 업무 역량에 심각한 타격을 줄 것으로 예상된다”고 우려했다.

협회는 본 개정안이 안팎으로 어려움을 겪는 업계의 경영위기를 더욱 악화시킬 것으로 보고 향후 법안 논의 과정에 적극 참여해 업계의 목소리를 전하고 통과 반대 활동을 강화할 계획이다. **KFN**



‘초단기 알바도 주휴수당」 업계 “인건비 부담 가중”

쪼개기 알바 전략 사실상 무력화... 고용노동부 “결정된 바 없다”

WRITE | 김동하 기자

자영업자 10명 중 4명은 향후 3년 이내 폐업을 고려하고 있다. 한국경제인협회(이하 ‘한경협’)가 여론조사 전문기관인 모노리서치에 의뢰해 음식점업, 숙박업, 도·소매업, 기타서비스업 등 자영업자 500명을 대상으로 ‘자영업자 25년 상반기 실적 및 하반기 전망 설문조사’를 실시한 결과다.

부담이 되는 부분은 뭘까. 조사결과 △원자재·재료비

(22.4%) △인건비(22.3%) △임차료(18.2%) △대출상환 원리금(13.0%) 순으로 조사됐다. 치솟는 원자재와 인건비가 가장 큰 문제라는 얘기다.

현재 외식업계 인건비 문제는 심각하다. 식자재비 상승은 물론 매장의 임대료까지 감당해야 할 고정비 부담이 만만치 않은 데다, 메뉴 가격을 큰 폭으로 조정하기도 쉽지 않은 상황에서 매년 지속되는 인건비 상승이 독으로 작용하고 있다.

“

일부 자영업자와 소상공인, 경영계는 주휴수당이 ‘무노동 무임금’ 원칙에 위배된다고, 새 정부 출범과 함께 주휴수당 폐지를 공론화해야 한다고 주장했다. 내년도 최저임금을 인상할 바엔 주휴수당이라도 없애 운영 부담을 조금이라도 줄여달라는 게 골자인데, 이같은 요청이 받아들여지지 않은 상태다.

”

여기에 고용노동부가 초단시간 근로자에게 주휴수당과 연차휴가, 공휴일 유급휴일, 실업급여 등을 지급하는 것을 발표하면서 고충은 가중될 전망이다. 고용노동부의 의도는 근로시간이 주 15시간 미만인 편의점·식당 등의 ‘초단기 알바’, 프리랜서, 특수고용직 등도 고용보험에 가입할 수 있게 하려는 것이다. 사각지대를 해소한다는 취지다. 하지만 고용보험료·주휴수당 등의 부담을 피하려고 ‘초단기 알바’를 채용하는 자영업자는 더 고달파질 전망이다. 고용부는 7일 고용보험 적용 기준을 현행 근로시간에서 소득으로 개편하는 고용보험법 개정안을 입법예고했다. 플랫폼 노동자 등에게도 고용보험을 확대하겠다는 이재명 대통령의 공약을 반영했다.

업계 관계자는 “초단시간 근로자에게 주휴수당을 지급하게 되면 폐업률에 100% 영향을 줄 수밖에 없다”며 “인건비 구조 자체가 바뀌는 셈”이라고 말했다. 정부가 주 15시간 미만 근로자에게도 주휴수당·연차휴가 등을 적용하면 인건비는 월 최대 25만5000원 가량 늘어날 것으로 분석된다.

현행 근로기준법상 초단시간 근로자는 주휴·



연차·공휴일 유급휴일 적용 대상이 아니다. 하지만 제도가 개정되면 주 15시간 기준이 사라지고, 주 14시간만 일해도 유급수당을 받을 수 있게 된다. 이 경우 그간 자영업자들이 주휴 회피 수단으로 써온 ‘쪼개기 알바’ 전략도 사실상 무력화된다.

주휴수당은 근로자가 법정 근로시간인 하루 8시간, 주 5일을 일하면 총 48시간에 해당하는 주급(49만5360원)을 주는 것을 말한다. 실제로는 40시간을 일하지만 근로기준법에 따라 주휴시간 8시간을 포함해 48시간에 해당하는 임금을 받게 되는 것이다.

우리나라의 주휴수당은 한국전쟁 직후인 1953년 근로기준법 제정과 함께 도입됐다. 당초 장시간 노동에 시달리는 저임금 근로자를 보호하는 취지였다. 일주일에 한 번은 쉬는 날로 보장하고 거기에 ‘근로자가 돈이 있어야 설 수 있다’는 고려에 따라 임금도 함께 지급하도록 했다.

문제는 최저임금의 급격한 상승이다. 이로 인해 자영업자에게 인건비 부담은 더욱 크게 다가왔다. 어려움을 견디지 못해 폐업을 하는 자영업자도 속출했다. 이 때문에 일부 자영업자와 소상공인, 경영계는 주휴수당이 ‘무노동 무임금’ 원칙에 위배된다고, 새 정부 출범과 함께 주휴수당 폐지를 공론화해야 한다고 주장했다. 내년도 최저임금을 인상할 바엔 주휴수당이라도 없애 운영 부담을 조금이라도 줄여달라는 게 골자인데, 이같은 요청이 받아들여지지 않은 상태다.

한편 고용노동부는 지난달 2일 정책브리핑을 통해 “근로기준법 확대 적용의 구체적 방향이나 내용은 아직 결정된 바 없다”고 밝혔다. **KEN**



마이데이터 제도 유통 분야 확대 방침... 외식 가맹본부 '날벼락'

문화·여가 분야에 음식점 등 유통업 포함...“공들여 쌓은 고객 DB 돈주고 뺏길 판”

WRITE | 김동하 기자

개인정보보호위원회가 국민 생활과 밀접한 10대 중점 분야를 마이데이터 제도 우선 도입 대상으로 선정하고 부문별로 단계적 확대를 추진하면서, 문화·여가 부문에 포함된 외식 프랜차이즈 가맹본부들이 상당한 영향을 받을 것으로 우려되고 있다.

개보위는 6월 29일 '문화·여가 마이데이터 관계기관 대상 설명 및 의견수렴'을 위한 간담회를 개최했다. '마이데이터 제도'는 정보주체가 본인의 개인정보를 능동적

으로 관리하고 원하는 곳으로 전송해 서비스를 받을 수 있도록 하는 제도로, 정보주체는 본인이 직접 데이터를 전송받는 '본인전송요구'뿐 아니라, 마이데이터 사업자 등 제3자에게 직접 전송하는 '제3자전송요구'도 가능하다.

지난 3월 의료, 통신 부문 시행에 이어 현재는 교육, 고용, 문화·여가 부문에 중점을 뒀던 정보전송자 범위 및 전송정보 기준을 구체화하기 위한 논의를 관계부처 및 주요 기관과 진행하고 있다.

이날 개보위는 문화·여가 분야로 마이데이터 사업을 확대하기 위한 정보전송자(안) 및 전송정보(안) 기준을 담은 개인정보 보호법 시행령 개정안을 제시했다. 시행령에는 '전자상거래 등에서의 소비자 보호에 따른 법률' 제2조제4호에 따른 '통신판매중개업자'를 문화·여가정보전송자로 지정하고, 사이버몰을 통해 공연·전시, 테마파크, 여행, 숙박, 음식 등 문화·여가 관련 재화 또는 용역의 이용을 중개하는 자로 명시하는 내용이 담겼다.

지난해 8월 규제개혁위원회는 심의 과정에서 제도의 실효성, 법적 근거 미흡, 산업계의 과도한 부담 등을 이유로 통신판매 및 통신판매중개업자, 부가통신사업자를 제외하도록 권고한 바 있다. 당시 개보위는 이를 수용했으나, 1년여 만에 입장을 바꿔 통신판매중개업자를 포함하고 중소기업이 대다수인 음식분야를 포함시킨 것이다.

음식점 분야에 마이데이터 제도가 적용되면 외식 가맹본부는 자사앱, 홈페이지 등에서 생성된 이용정보, 지불정보 등을 타 업체에 전송하기 위한 시스템을 구축하고 요청 시 이를 전송해야 한다. 각 사업자가 서로 경쟁사에 고객 데이터를 넘겨주게 되는 셈이다.

한국프랜차이즈산업협회는 이에 대해 “외식업 가맹본부의 고객 정보는 대부분 배달주문 관련 정보로, 대형 배달 플랫폼에 대항하기 위해 자사앱 구축·유지관리 비용, 할인·홍보 등 마케팅 비용을 투입한 기업 고유의 영업비밀”이라면서 “이를 고스란히 경쟁사에 넘기라는 것은 고객 DB 확보를 위해 소비자들에게 제공하는 혜택



과 편익을 감소시키고 기업의 경영활동을 위축시킬 것”이라며 반발했다.

또 “외식 브랜드의 자사앱 또는 자사 홈페이지를 통한 주문은 대부분 특정 할인행사에 따른 것으로 법이 의도하는 바를 달성하기에 유의미하다 볼 수 없다”라고 하면서 “매일 수천만건 이상의 주문정보를 독점중인 배달플랫폼 주문정보가 더 유용할 것”이라고 반박했다. 이어 “외식업 가맹본부는 현재 고객정보를 모두 배달 플랫폼에 빼앗기고 있는 상황인데, 기존 비용 외에 데이터 전송을 위한 시스템 구축비까지 부담하라는 것은 심각한 역차별”이라고 덧붙였다.

한편 앞서 2022년 국내에서 처음 시작한 금융 마이데이터는 높은 초기 투자 비용과 운영 비용으로 인해 매년 수백억원의 적자를 내고 있는 것으로 나타났다. 마이데이터에 참여한 사업자들의 지난 3년간 누적손실액은 총 3241억원으로 추산된다.

개보위는 올해 하반기 중에 시행령을 개정해 교육, 고용, 문화·여가 부문별 정보전송자 및 전송 대상 정보를 확정하겠다고 밝혀 우려의 목소리가 더욱 확산될 것으로 전망된다. **KFN**



(왼쪽부터) 강병욱 제주 넘은봄 총괄셰프, 최재훈 변호사(법무법인 오른하늘), 임상진 데일리비어 대표, 임천일 수출입은행 팀장, 주원철 농식품부 식품산업정책관, 정현식 한국프랜차이즈산업협회장, 전기찬 한국농수산식품유통공사 식품수출이사, 강석우 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장



“K-프랜차이즈 성공전략은?” 2025 외식기업 해외진출 활성화 워크숍 개최

한국프랜차이즈協, 농식품부·aT와 우수 사례 및 성공전략 공유…업계 경쟁력 강화 도모

WRITE | 김상훈 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 농림축산식품부(장관 송미령), 한국농수산식품유통공사(사장 홍문표·이하 aT)와 외식 프랜차이즈 업계의 해외진출 경쟁력 강화를 위한 ‘2025 외식기업 해외진출 활성화 워크숍’을 개최했다.

올해 3회째를 맞아 지난 6월 27일 aT센터에서 성대히 개최된 이번 워크숍은 정현식 협회장, 주원철 농식품부 식품산업정책관, 전기찬 aT 식품수출이사 및 외식업계 해외진출 관계자 100여명이 참석했다.



인사말을 하는 정현식 한국프랜차이즈산업협회장

정현식 협회장은 인사말에서 “전세계 어디를 가도 한국 식품과 음식에 대한 관심이 높아졌고 세계 곳곳에 K프랜차이즈가 진출하고 있다”면서 “중소 프랜차이즈의 해외진출 활성화를 위해 정부의 지원 확대를 당부드리며, 우리 협회도 민간의 역할에 최선을 다하겠다”고 말했다.

이날 전문가 강연에는 임상진 데일리비어 대표, 강병욱 제주 넘은봄 총괄셰프, 임천일 수출입은행 팀장, 최재훈 변호사(법무법인 오른하늘)가 나섰다.

임 대표는 세계 곳곳에 널리 확산되고 있는 한국 음식의 인기와 현황을 집중 조명하고, 수제맥주 브랜드로서 해외진출이 더욱 어려웠던 생활맥주의 생생한 해외진출 노하우와 경험을 강연했다.

강 셰프는 제주도에서 로컬 푸드를 활용해 접목한 다양한 시도와 협업사례를 소개하고 K푸드의 다양한 발전방안을 제시했다. 임 팀장은 수출입은행의 외식기업 해외진출 지원사업 및 금융상품과 중소기업 우대프로그램을 안내했다.

최 변호사는 외식기업의 해외진출 방식과 해외진출 시 겪을 수 있는 상표권 분쟁 사례를 소개하고, 지식재산권 확보 등 분쟁 방지를 위한 대응전략을 제시했다.

협회는 “지난해 해외에 진출한 외식기업 매장이 20%나 성장하는 등 K프랜차이즈 열풍이 확산되고 있으나, 대다수 중소기업은 해외진출을 타진해볼 역량조차 부족한 것이 사실”이라면서 “매년 농식품부, aT와 워크숍을 개최해 유익한 정보를 제공하고 업계 교류를 촉진하고 있으며, 앞으로도 지원사업과 해외 교류, 정보 제공 등을 강화하겠다”고 말했다. **KFN**

한발 물러선 배리어프리 키오스크 의무화

정부, 영세소상공인 적용 제외 등 논의

WRITE | 이호국장



배리어프리(Barrier-Free) 키오스크 설치 의무가 내년 1월부터 시행되는 것과 관련해 정부가 영세 소상공인을 적용 대상에서 제외하는 방향으로 논의중인 것으로 알려졌다. 규제 완화 방식으로는 여러 방안이 논의되고 있으나 소상공인기본법상 소상공인에게 규제를 적용하지 않는 안이 유력한 상태다.

배리어프리 키오스크 설치 의무화는 지난해 1월 보건복지부 장애인정책국 주도로 시행된 '장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률 시행령'에 따른 조치다. 2026년 1월 28일부터 법령에 따르면 바닥 면적 50㎡ 이상 사업자는 키오스크 설치 시 배리어프리 기능을 탑재한 기기를 반드시 설치해야 한다. 설치하지 않은 것 자체로 처벌받진 않지만, 불편함을 겪은 사람이 국가인권위원회에 진정하면 최대 3000만원의 과태료를 물 수 있다. 이전에 일반 키오스크를 설치한 사업자도 기기를 교체해야 한다.

하지만 현장 상황을 고려하지 않은 탁상행정이라는 비판을 받았다. 먼저 기기 자체가 기존 키오스크보다 최대 3배 비싸다. 여기에 테이블마다 설치하는 테이블오더 기기에도

배리어프리 기능을 갖춰야 한다. 그런데 제품 관련한 기준이 명확하지 않은 상태다.

이에 대해 보건복지부 관계자는 "법의 방향성은 유지하되 현장 여건을 감안해 지원을 확대하고 기준을 완화하는 쪽으로 가고 있다"고 밝혔다. 아울러 규제 완화 검토가 장애인 권익 신장이라는 제도적 취지와 소상공인의 현실적 부담을 함께 고려한 조치라고 설명했다. 현재 보건복지부는 의무화 대상에서 소상공인법상 소상공인을 빼는 방향으로 시행령 개정을 준비 중이다.

한편 과학기술정보통신부는 '장애인·고령자 등의 정보 접근 및 이용 편의 증진을 위한 고시' 개정안을 마련해 7월 17일 행정예고했다. 이번 개정은 '지능정보화 기본법' 개정에 따라 신설된 배리어프리 키오스크 의무화 제도의 후속 조치다.

개정안에는 테이블오더형 등 소형 키오스크의 기술적 특성을 반영해 접근성 기준을 합리적으로 조정하는 내용이 포함됐다. 기존 기준은 글자 크기(12mm 이상), 물리적 키패드, 점자·음성 안내 등 소형 기기에 적용하기 어려운 항목이 많았다. 개정안은 글자 크기를 7.25mm로 완화하고, 물리적 키패드 대신 블루투스 방식 등 대체 수단을 허용했다.

또한 접근성 수준에 따라 키오스크를 1등급·2등급으로 구분하는 등급제가 도입된다. 사용 편의성과 관련된 8개 항목 중 4개 이상에서 '우수' 평가를 받을 경우 1등급, 그 외는 2등급이 부여된다. 등급은 신규 도입되는 '배리어프리 키오스크 도입'을 통해 확인할 수 있다.

과기부는 배리어프리 키오스크 의무화 및 테이블 오더 확산세를 고려해 새 기준을 빠르게 현장에 적용하겠다는 방침이다. 정부는 이와 함께 영세 소상공인을 배리어프리 키오스크 적용 대상에서 제외하는 방안도 추진한다. **KFN**

제26회 한국프랜차이즈산업발전 유공 8월20일까지 응모

프랜차이즈산업발전·우수·혁신성장·기술혁신·신인상 등 6개 부문 수상

WRITE | 이호국장

프랜차이즈산업의 발전에 기여한 유공자, 우수기업 및 가맹점 발굴·시상을 통해 업계의 이미지와 경쟁력을 제고하고 종사자의 사기를 진작하기 위해 마련된 '2025 제26회 한국프랜차이즈산업발전 유공'이 오는 12월 5일 실시된다. 이를 위해 한국프랜차이즈산업협회는 응모 신청을 8월 20일까지 받는다.

한국프랜차이즈산업발전 유공은 한국프랜차이즈산업협회가 주최하고, 산업통상자원부 주관으로 매년 실시되고 있다. 올해는 코엑스 그랜드볼룸에서 12월 5일 실시될 예정이다.

시상은 ▲우수 프랜차이즈 ▲혁신성장 프랜차이즈 ▲기술혁신 ▲우수 가맹점 ▲프랜차이즈산업발전 유공 ▲신인상(루키상) 등이다. 신청 자격은 국내에서 영업중이고 정보공개서를 등록한 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점, 파트너사, 산업발전에 유공이 있는 연구원이나 컨설턴트 등이다. 대통령 표창·국무총리 표창은 5년 이상 단체 또는 개인 ▲장관 및 처장, 그 외 표창은 3년 이상 단체 또는 개인 ▲신인상(루키상)은 1년 이상 3년 미만 단체 등의 수공기간이 필요하다. 해당 기업의 법인설립등기일(법인이 아닐 경우 사업자등록일)부터 응모마감일(8.20)까지의 기간을 의미한다. 수상 거부 시에는 향후 3년간 응모가 불가하다.

추천(신청) 방법은 ▲가맹본부 및 가맹점, 협력사, 개인 자체 추천 ▲가맹점사업자단체 및 전국가맹점주협의회 추천 ▲프랜차이즈 관련 학계 및 연구기관 추천 ▲협회 중앙회 및 각 지역 지회의 개별 프랜차이즈기업 추천으로 이뤄진다.

신청기간은 8월 20일 저녁 6시까지다. 제출서류에 의한 공식심사 및 현장실사를 토대로 각계 전문가로 구성된 포상추천심사위원회의 최종 심사를 거쳐 수상자가 결정된다. 제출서류는 ▲응모신청서 ▲추천대상자 일반 현황 ▲공적조서 및 공적요약서 ▲공정위 등록자료 첨부확인 서약서(단, 가맹본부에 한하여 제출) ▲정부포상 동의서 ▲사업자등록증 사본 ▲정고공개서 및 최근 3개년 표준 재무제표(가맹본부에 한함) ▲외부 감사보고서(외부감사 해당 기업



만 제출) ▲산업재해보상보험 가입증명원 ▲국세 및 지방세 완납 증명서 등이다. 공정위 등록 자료 첨부확인 및 수상거부 제약 서약서 및 정부포상에 대한 동의서는 대표자가 내용 확인 후 직접 서명 또는 날인해 제출해야 한다. 제출된 서류는 포상을 수상하지 못하는 경우에도 일체 반환하지 않는다.

이들 응모신청서, 추천대상자 일반현황, 공적조서 및 공적요약서 원본, 스캔본, 그 외 구비서류 등 신청 서류 일체를 담당자 이메일(jinpark@ikfa.or.kr)로 접수하면 된다. 포상 부문별 중복 신청은 불가하다(단, 우수 가맹점 부문 및 프랜차이즈산업발전 유공 부문은 가능). 문의 (Tel) 02-3471-8135~8(내선1번), (Dir) 070-7919-4145 **KFN**

2026년 최저임금 1만320원 확정

줄폐업에 무인화 가속 우려...최저임금 제도 개선 필요

WRITE | 조기석 기자



2026년도 최저임금이 시간당 1만320원으로 확정됐다. 올해(1만30원)보다 290원(2.9%) 인상된 수준이다. 월 209시간 기준으로 환산 시 215만6880원이다.

최저임금위원회는 지난 7월 10일 정부세종청사에서 제12차 전원회의를 열고 노사 및 공익위원 간 논의를 통해 인상안을 도출했다. 심의 과정에서는 상당한 진통이 있었다. 전국민노동조합총연맹 소속 근로자위원 4명은 공익위원이 제시한 심의 촉진 구간이 지나치게 낮다는 이유로 회의 중 퇴장했다. 이후 남은 한국노총 소속 근로자위원 5명과 사용자위원 9명, 공익위원 9명이 협의를 이어갔으며, 제9차와 제10차 수정안을 조율한 끝에 최종안을 확정했다.

노동계는 물가 상승과 실질임금 하락, 생계비 부담 등을 주요 인상 요인으로 들었다. 반면 경영계는 영세 자영업자와 중소기업의 지불능력 한계를 지적하며 인상 최소화 또는 동결을 주장했다. 2024년 기준 최저임금 미만율은 12.5%로, 숙박·음식업의 경우 33.9%에 달해 최저임금을 감당하지 못하는 사업장이 적지 않다. 소상공인의 월평균 영업이익은 208만 8000원에 머물러, 현재 최저임금조차 부담이라는 입장이다.

이번 인상률은 역대 정부 첫해 기준 중 외환위기 당시였던 김대중 정부의 2.7%에 이어 두 번째로 낮은 수준이다. 이인재 최저임금위원회위원장은 “이번 결정은 경제 상황의 반영이라기보다는 노사 간 상호 양보를 통해 얻어진 결과로 해석해야 한다”고 밝혔다.

“

한국프랜차이즈산업협회 관계자는 “최저임금이 290원 오르면서 2인 기준 인건비 부담이 월 15만 원 이상 늘어나게 됐고, 물류비와 용역비 등도 함께 오르기 때문에 실제 부담은 그 이상”이라며 “더 이상 인건비를 감당하기 어려운 매장을 중심으로 무인화 추세가 가속화될 수 있다”고 말했다.

”

이같이 최저임금이 290원 인상으로 확정되자 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)를 포함해 각계 단체에서 반발에 나서고 있다. 협회 관계자는 “최저임금이 290원 오르면서 2인 기준 인건비 부담이 월 15만 원가량 늘어나게 됐고, 물류비와 용역비 등도 함께 오르기 때문에 실제 부담은 그 이상”이라며 “더 이상 인건비를 감당하기 어려운 매장을 중심으로 무인화 추세가 가속화될 수 있다”고 말했다. 이어 “올해는 코로나19 시기보다도 어려운 비상사국”이라며 “최저임금은 최소 동결돼야 한다는 것이 협회 입장”이라고 전했다.

프랜차이즈협회 산하 1000여개 회원사 및 소속 12만여개 가맹점사업자들은 지난해 2025년 최저임금 1만30원 결정 당시에도 유감의 뜻을 담은 입장문을 냈다. 당시 협회는 입장문에서 “2026년도 최저임금 논의 시 음식점 등 영세 소상공인들이 많고 노동생산성이 낮은 업종들이 많은 것을 고려, 반드시 최저임금 동결 또는 인화와 업종·규모별 최저임금 차등화 적용을 결정해 줄 것을 강력하게 촉구한다”고 목소리를 높였다.

소상공인연합회(소공연)도 7월 11일 입장문을 내고 “외환위기보다 더 심한 역대급 위기 상황에서 최저임금 인상으로 인한 추가 인건비 부담은 한



계 상황의 소상공인들에게 당장의 경영난 심화로 이어질 수 있다”며 “정부와 국회는 일자리 안정 자금 부활, 소상공인 경영 안정 자금 지원 확대 등 다각적인 방안을 실효성 있게 마련하라”고 주장했다.

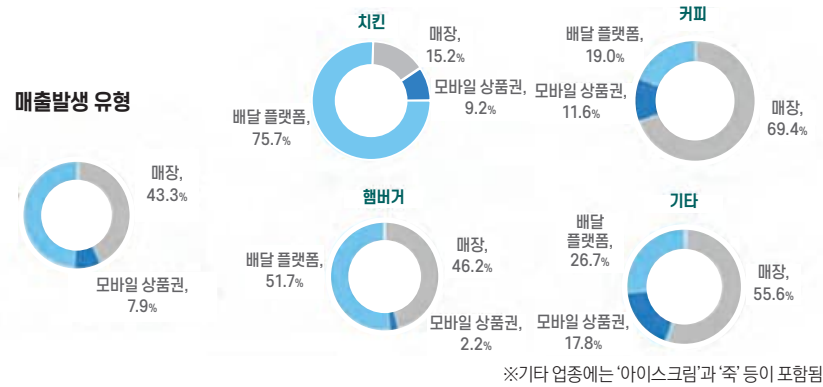
중소기업중앙회도 7월 13일 성명을 통해 “올해 심의 과정에서 중소기업계가 현장의 절박한 상황을 전달하고 업종별 구분적용과 최저임금 동결을 요구했지만, 결정 과정에서 이들의 목소리가 외면됐다”고 지적했다.

이어 이번 인상으로 인한 파급효과에 대해 “현장의 충격과 부작용이 상당할 것”이라고 우려했다. 이들은 “국내 고용의 80%를 책임지는 중소기업과 소상공인, 자영업자들이 인건비 부담 증가로 고용과 사업의 지속 여부를 고민할 것이고 일자리를 잃은 저임금 근로자들이 그로 인한 피해를 볼 것”이라며 “정부와 국회가 최저임금 인상으로 인한 경영 부담을 완화할 수 있도록 실효성 있는 지원대책을 조속히 마련하고 향후 합리적인 최저임금 결정이 이루어질 수 있도록 제도 개선에 나설 것을 촉구한다”고 주장했다. **KFN**

서울시

프랜차이즈 배달 수수료 매출 24%

서울시 조사 결과, 매출 48.8%가 배달 플랫폼



서울시가 치킨, 커피, 햄버거 등 프랜차이즈 가맹점들의 매출을 분석한 결과 매출의 절반 가량인 48.8%가 배달 플랫폼을 통해 발생하는 것으로 나타났다. 치킨·햄버거 업종은 배달 플랫폼이 월등히 높았고, 커피와 기타(아이스크림, 죽) 업종은 매장 매출이 많았다. 전체 배달 매출 중 플랫폼에 지급하는 수수료는 평균 매출의 24%였다.

서울시가 프랜차이즈 가맹점 186개소의 매출데이터를 바탕으로 ▲매출 발생 유형 ▲배달 플랫폼 수수료율 ▲영업이익 및 영업비용 구성 등에 대한 실태를 조사한 결과다. 이번 조사는 가맹점 POS 매출과 플랫폼 정산 내역 등 실제 데이터를 기반으로 분석한 만큼 정확한 결과를 도출했다는 평가다.

먼저 조사에 참여한 프랜차이즈 가맹점들의 매출 구조를 살펴보면, '배달플랫폼'을 통한 매출이

48.8%로 가장 높았다. 그 뒤를 '매장'(43.3%), '모바일상품권'(7.9%)이 뒤를 이었다. 배달 플랫폼과 모바일상품권 매출을 더하면 절반이 넘는 56.7%로 자영업자들의 높은 온라인플랫폼 의존도를 확인할 수 있었다.

하지만 배달 플랫폼 매출 증가는 수수료 부담으로 직결됐다. 작년 10월 기준 배달 플랫폼 매출 중 수수료가 차지하는 비율은 24.0%로, 1년 전(2023년 10월) 17.1% 대비 6.9%포인트 상승했다. 플랫폼 수수료는 ▲배달수수료(39.2%) ▲중개수수료(30.8%) ▲광고수수료(19.7%)로 구성된다. 최근 배달업 내 상위 노출 경쟁이 심화하면서, 광고 수수료 비용이 높아지고 있으며 이는 점주의 추가적인 부담 요인으로 작용하고 있다. 영업비용 중 온라인플랫폼 수수료가 차지하는 비중도 10.8%에 달했다. 특히 치킨 업종의 경우 플랫폼 수수료가 17.5%로 인건비 15.2%를 초과하는 것으로 조사됐다. 전체 평균 영업비용은 재료비가 49.5%로 가장 많았다. 인건비 17.6%, 플랫폼 수수료 10.8% 순이었다.

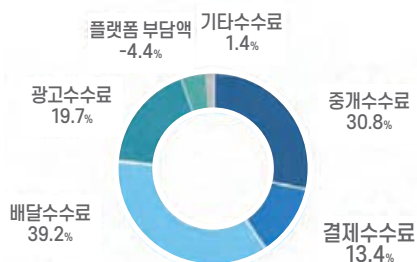
가맹점들의 평균 영업이익률은 8.7%로 나타났다. 커피(9.5%), 햄버거(9.4%), 치킨(6.5%) 업종 순으로 플랫폼 수수료 부담이 높은 치킨 업종수익률이 가장 낮았다. 특히 점주 인건비를 제외한 기준으로 분석된 것이므로 실제 체감 수익은 이보다 더 낮을 수 있다고 시는 덧붙였다.

선물하기 등으로 최근 사용이 늘고 있는 모바일 상품권의 평균 수수료율은 7.2%였다. 가맹점주의 절반(42.5%)이 수수료를 전액 자부담하고 있는 것으로 나타났다.

서울시는 이번 실태조사 결과를 바탕으로 올해 하반기 중 배달플랫폼 수수료 구조와 거래 모니터링을 위한 '배달플랫폼 상생지수'를 개발하고, 가맹점주 현장 목소리를 들을 수 있는 '상생모니터링단' 운영 등 공정한 거래환경 조성에 힘을 기울인다는 계획이다.

WRITE | 김은영 기자

배달 플랫폼 수수료 구성항목 및 비중



국세청

작년 이어 올해도 신규 종합주류도매업면허 '0개'



작년에 이어 올해에도 종합주류도매업면허가 신규로 부여되지 않는다. 국세청은 6월 30일 '2025년 신규 종합주류도매업면허 허용지역에 관한 공고'를 통해 이같이 밝혔다.

종합주류도매업면허는 '주류면허 등에 관한 법률' 제7조 제13호의 규정에 따라 인구, 주류 소비량 및 판매장 수 등을 고려한 시·군별 면허의 허용범위(T/O) 내에서 부여한다. 아울러 주류의 수요공급 균형을 위해 전국 시·군별로 종합주류도매업면허를 제한할 수 있다.

국세청은 이번 공고에서 "2025년도 신규 종합주류도매업면허 허용지역은 없다"고 밝혔다. 한편 종합주류도매업면허를 가진 사업자는 전국에 1100여개 정도다.

국세청 명의 메일·문자, 홈택스에서 확인 가능

국세청은 국민이 수신한 메일·문자메시지가 실제 국세청에서 발송한 것인지 즉시 확인할 수 있는 '국세청 발송메시지 진위확인 서비스'를 6월 27일부터 제공한다고 밝혔다.

그동안 사이버 공격자들은 '소득세 환급금 지급', '미신고 자금출처 해명자료 제출', '전자세금계산서 발급' 등 국세청을 사칭한 악성 메일을 지속적



으로 유포·열람을 유도하며, 국민의 불안감을 조성했다. 이에 국세청은 '해킹 유형별 공격사례(의심스러운 문자 클릭 금지)' 등 메일 수신 시 유의사항을 정기적으로 안내해 사용자 주의를 당부해 왔다.

그러나 시 등 기술의 발달로 국세청 도메인 주소(nts.go.kr)까지 악용한 해킹 메일이 발송되는 등 그 형식과 내용이 더욱 정교해지면서 메일의 진위 여부를 구별하기가 점점 어려워지고 있는 상태다.

국세청 관계자는 "이제부터는 진짜 국세청에서 발송한 메일이나 문자메시지인지를 홈택스에서 편리하고 신속하게 확인할 수 있게 됐다"라며 "불안과 불편 해소는 물론 보안사고 예방에도 도움이 될 것으로 기대한다"고 전했다.

PC에서의 확인방법은 [홈택스]→[나의 홈택스]→[나의 알림(우편물·안내문)]→[우편물 발송 내역조회] 및 [메일·문자발송내역조회]을 통하면 된다. 휴대폰일 경우에는 [모바일 홈택스]→[My 홈택스]→[우편물 발송 내역조회] 및 [메일·문자발송내역조회]으로 가능하다.

WRITE | 박서진 기자

공정거래위원회

2025년 가맹 분야 실태조사 7월 17일부터 실시

필수품목 제도 개선 이행 실태, 가맹점사업자단체 현황 등 주요 현안



공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 7월 17일부터 21개 업종의 200개 가맹본부 및 1만2000개 가맹점사업자를 대상으로 가맹 분야 서면 실태조사를 진행한다고 밝혔다. 이번 조사는 10월 31일까지 진행된다.

조사방식은 가맹사업거래 누리집 온라인시스템, 모바일, 면접 등을 통한 조사다. 조사대상은 21개 업종의 200개 가맹본부 및 1만2000개 가맹점사업자다. 21개 업종은 ①기타 외식 ②분식 ③일식 ④제과제빵 ⑤주점 ⑥중식 ⑦치킨 ⑧커피 ⑨패스트푸드 ⑩피자 ⑪한식 ⑫교육(교과) ⑬교육(외국어) ⑭기타 교육 ⑮기타 서비스 ⑯세탁 ⑰운송 ⑱이미용 ⑲자동차 관련 ⑳기타도소매 ㉑ 편의점 등이다. 조사내용은 불공정 관행 개선 체감도 및 정책 만족도, 제도 인지도, 필수품목 및 가맹금 현황, 가맹점사업자단체 구성 및 운영 현황 등이다.

공정위는 가맹 분야 제도 운영 실태 및 거래 관행을 파악하기 위해 2014년부터 매년 서면으로 실태조사를 하고 있다. 올해에도 광고·판촉 행사 사전동의제, 부당한 계약 해지 금지 등 주요 제도별로 제도 운영 현황, 거래 관행 개선 체감도, 불공정거래 행위 경험 여부 등을 면밀하게 파악할 예정이다.



특히 이번 실태조사에서는 지난해 도입한 필수품목 제도 개선 사항들이 시장에 원활히 정착되고 있는지를 중점 점검한다. 이를 위해 제도의 구체적 운영 현황 및 필수품목 거래 관행 개선 여부를 파악하고 제도 보완이 필요한 부분은 없는지도 살펴볼 계획이다. 필수품목 제도 개선 사항이란 가맹계약서에 필수품목의 종류와 공급가격 산정 방식 의무적으로 기재, 필수품목 등 거래 조건을 가맹점주에게 불리하게 변경하는 경우 가맹점주와 협의 의무화 등이다.

또한 이번 실태조사에는 가맹점사업자단체 구성 현황 및 가맹본부와의 협의 실태를 파악하는 데에도 중점을 두고 있다. 가맹본부가 가맹점사업자단체의 협의 요청에 의무적으로 응하도록 하는 가맹사업법 개정안이 국회에 계류 중인 만큼, 이번 실태조사를 통해 충실한 법안 논의가 이루어질 수 있도록 지원할 계획이다.

이번 실태조사에 대한 분석 결과는 12월에 발표되고, 직권조사 계획수립, 정책·제도 운영의 성과 점검, 정책 방향 설정 등의 기초자료로 활용될 예정이다. 공정위는 "실태조사는 현장의 목소리를 정책에 반영하기 위해 실시하는 것이고 특히, 응답자의 신원은 절대 외부에 공개되지 않는 만큼 실태조사에 적극적으로 참여해 주시기를 요청드린다"고 밝혔다.

WRITE | 김은영 기자

고용노동부

고용허가제 외국인, 음식점 홀 서빙 허용

주방보조서 업무 확대...택배업도 분류작업 가능



앞으로는 외국인고용허가제를 통해 입국한 외국인 근로자도 식당 홀 서빙과 택배 분류업무에서 합법적으로 일할 수 있게 됐다.

고용노동부는 택배와 음식점, 호텔·콘도에서 고용허가제 외국 인력(E-9 비자)이 일할 수 있는 직종과 업무를 확대했다고 밝혔다. 택배 분류, 음식점 홀서빙 등 그간 규제에 가로막혀 있던 업무를 할 수 있게 되는 것이다.

정부는 방기선 국무조정실장 주재로 외국인력정책위원회를 열고 이런 내용을 담은 '서비스업 고용허가제 운영 개선 및 지원 방안'을 확정했다.

정부는 소상공인을 중심으로 서비스업 인력난이 지속되자, 택배업(2023년 9월)과 음식점·호텔·콘도업(2024년 4월) 등 서비스 업종에 고용허가제(E-9) 외국 인력을 신규 도입한 바 있다. 음식점업의 경우, 현재 주방 보조에만 허용된 직종 범위를 홀서빙까지 확대한다. 소규모 음식점 특성상 주방 보조와 홀서빙 업무의 명확한 구분이 어렵기 때문이다.

지금까지 외국인 고용허가제로 들어온 외국인들은 식당 주방보조, 택배 하역 및 적재업무에서만 제한적으로 일할 수 있었다. 재외동포(F-4) 비자나 유학(D-2) 비자를 받은 외국인은 기존에도 홀 서빙을 할 수 있었지만



현장에선 일손 부족 문제가 컸다. 택배 분류업도 내국인 근로자를 구하기 어려웠던 만큼 외국인근로자들이 인력 부족 문제를 일부 해소할 것으로 기대된다.

이밖에도 외국인근로자를 고용할 수 있는 호텔·콘도업 허용 지역에 경상북도를 새롭게 추가했다. 또 호텔·콘도업체와 청소 업무 도급계약을 일정 기간 이상 안정적으로 체결하고 있는 협력업체에서도 외국인근로자를 고용할 수 있도록 했다. 고용부는 "외국인근로자 고용을 희망하는 사업주는 일주일간 내국인 노동자 구인 노력을 거친 후 외국인근로자 고용을 신청할 수 있다"고 설명했다.

다만 정부는 "음식점업과 호텔·콘도 및 청소 협력업체에 대한 외국 인력 도입은 당분간 시범사업 형태를 유지하고, 도입 사업장 점검·모니터링 및 현장의 애로 사항 청취 등을 지속해 나가면서 계속 도입 여부, 요건의 적정성 등을 검토할 계획"이라고 했다.

2004년 처음 도입된 외국인고용허가제는 인력난을 겪는 업종에 정부가 선발한 외국인력을 연결해주는 제도다. 정부가 업종별 정원을 정하면 내국인 고용에 어려움을 겪는 사업주들이 신청을 한다. 정부는 신청 결과에 따라 베트남, 필리핀, 태국 등 협약국에서 선발한 외국인근로자를 일대일로 매칭해준다.

WRITE | 박서진 기자

小(소)의 반란, 한국식 돈카츠로 세계를 매혹시키다



유미카츠
장규운 대표



정용진 신세계그룹 부회장은 대기업 사이에서도 트렌드 세터로 불린다. 트렌드를 빨리 읽는 감각과 관심을 유도하는 능력이 탁월하다는게 이유다. 프랜차이즈 업계에도 비견되는 인물이 있다. 코로나19가 본격적으로 보고된 2019년 말, 매장을 첫 오픈했지만 외식업에 대한 선구안으로 승승장구한 인물. 장규운 유미카츠 대표다. 어느덧 미국, 일본 등 해외진출도 이뤄낸 그의 트렌드 인생을 들었다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

트렌드 세터(trend-setter)란 '의식주와 관련한 각종 유행을 창조, 수호, 대중화하는 사람 혹은 기업'이라는 뜻이다. 다시 말해 유행을 선도하는 사람이다. 그렇다면 장규운 대표는 어떻게 유행을 선도했을까.

그전에 유미카츠에 대한 이야기를 들어 보자. 유미카츠는 2019년 8월 23일 경기도 안산시 고잔동에서 첫 오픈했다. 그리고 2025년 7월 현재, 전국 95호점의 가맹점으로 성장했다. 또 올해부터 해외사업이 시작돼 미국에 5개가 계약됐고, 일본에는 8월에 직영점 오픈이 예정돼 있다. 현재 유미카츠의 직·가맹점을 포함한 연매출은 대략 300억원 내외다.

범계 백종원, 小(소)에 꽃히다

사실 장규운 대표는 2019년까지 안양 범계역 먹자골목에서 직영점 다수를 운영하는 타칭 '범계 백종원'이라 불렸다. 실제 그가 동시에 운영하는 매장 수는 최대 12개였다. 그런 그가 고민에 빠진 계기는 최저임금이 급격히 상승하면서다. "이렇게 하는 사업은 결국 인건비 상승에 따른 연쇄작용으로 인해 무너질 수도 있다"

그렇다면 어떻게 해야 무너지지 않을까. 이에 대해 장규운 대표는 "가족 두 명이나 세 명에서 잘 운영해 나갈 수 있는 매장. 소규모, 소자본, 작은 일거리를 동시에 갖춘 아이템이 무엇이 있을까. 이 부분에 대한 고민이 컸어요"라고 말한다. 결국 답은 돈까스였다. 이유는 아내와 아이들이 좋아하고, 남녀노소 호불호가 없는 아이템이라는 생각에서다.



모듬카츠



매장 내부



카레카츠



유미카츠 메인메뉴

2019년 8월 매장을 오픈하고 나서 코로나가 전 세계를 뒤덮었다. 여기에 거리두기도 시행됐다. 수많은 외식업 매장들이 어려움에 부딪혔다. 그런데 유미카츠에는 기회였다. “저희 브랜드에는 오히려 호재로 다가왔어요, 당시 매장운영 조건에 부합되는 칸막이를 치고 1인 식사, 거리두기, 반찬 따로담기. 심지어 영업시간 제한까지도 브랜드 확장에 도움이 됐어요” 그렇게 2020년에는 15개 정도의 가맹점이 늘었다. 이듬해인 2021년에 순풍에 돛을 달고 30개 가맹점이 새롭게 오픈했다. “모든 것의 결과는 앞으로의 식당의 구조들이 어떻게 바뀔 것인가에 대한 선구안이 가장 중요하게 작용했던 것 같아요. 팬데믹이라는 사회현상이 그 바뀔 구조가 오는 시점을 많이 앞당겨주었죠”

한국식 돈카츠에 새로움을 더하다

유미카츠는 가족을 먼저 생각하는 마음, 아내를 사랑하는 마음에서 시작된 브랜드다. 브랜드 네이밍인 유미카츠도 아내

의 이름 송유미에서 시작됐다. 이러다보니 시스템, 메뉴 등 모든 부분에서 사랑과 세심함이 더해졌다. 메뉴 자체에도 돈카츠부터 한식, 분식들을 고르게 섞었다. 할아버지가 손주들을 데리고 와도 함께 즐길 수 있는 공간이 되고자 하는 마음에서다.

여기에 특별함을 더한 메뉴는 당시 유니크한 반응을 가져왔다. 바로 토마호크돈카츠다. “2019년 처음 나왔을 때, 각종 방송사에서 촬영문의가 왔을 정도로 유니크했어요. 여기에 떡볶카츠(돈카츠+분식)라는 메뉴는 브랜드가 한번 더 도약할 수 있는 계기를 만들어줬어요” 떡볶카츠는 직원들이 식사로 만들어 먹던 메뉴였다.

유미카츠의 또 다른 장점은 홀에 인원이 필요없다는 점이다. 인건비를 아낄 수 있는 요인이다. 아마도 대한민국 최초로 돈까스집에 셀프시스템을 도입한 사례다. 처음에는 익

숙하지 않은 고객들로 인해 질타도 받았지만, 지금은 셀프시스템과 테이블오더 도입 등을 보면 그의 선구안적 능력이라는 점이 드러난다.

또 점주들이 운영하기 쉽게 모든 메뉴의 소스화, 원육의 세절화, 반제품과 완제품까지 생산, 공급하고 있다. “처음에 고기 원육을 사서 직접 작업하고 연육까지 했었요, 하지만 점주들의 불편사항을 해결하다보니, 반제품과 완제품까지 개발할 수 있게 됐죠”

유튜브로 점주 마음을 잡다

장규운 대표의 마케팅 전략은 영상이다. 온라인마케팅의 전환율이 많이 떨어짐에 따라 그가 직접 영상에 출연해 브랜드 이미지를 올리는데 힘쓰고 있다. “본사 대표가 직접 영상에 나와서 유미카츠라는 브랜드를 언급하지 않더라도, 자연스럽게 브랜드에 대한 신뢰도가 올라가는 것을 직접 느끼고 있어요” 올해 8월에는 일본의 수도 도쿄에 오픈하는 매장에 직접 가서 응원도 하고, 열심히 서빙도 하려고 계획중이다. “이러한 과정들을 룬폼과 숏폼으로 나눠서 업로드를 하면, 점주님들이 많이 보시고 좋아하시는 것 같아요” 그는 자신뿐만 아니라 점주들도 유튜브 관련 마케팅에 소개시키려 노력한다. 매장을 붐업시키는 방법 중 하나다.

이러한 마케팅을 하면서도 그는 점주의 신뢰에 대해서는 무조건 첫 번째라고 말한다. “점주님들의 신뢰가 있어야 가맹점이 잘 되고, 오래갈 수 있어요” 이를 위해 점주들과 월 1회 이상의 매장 방문을 통해 소통한다. 또 매출이 부진하거나 잘 따라오지 못하는 점주들을 차등해 월 2회 방문 및 온라인

매장점점도 실시중에 있다. 이러다보니 자연스럽게 매장 매출이 유지되고, 또 이를 통해 가맹문의가 따라왔다. “프랜차이즈가 잘 되려면, 당연한 얘기겠지만, 점주가 살아야 해요. 점주의 이익이 결국 기업의 이익이 된다는 뜻과 일맥상통하죠”

유미타코로 새로운 도전

유미카츠는 현재 미국 5개주에 계약이 되어있는 상태다. 그중 1개는 조지아주에 그랜드오픈을 남겨두고 있다. 8월에는 일본 도쿄에 팝업스토어로 직접 진출한다. 또한 말레이시아를 포함한 동남아국가와, 호주까지 진출할 계획을 가지고 있다.

여기에 그는 새로운 도전을 위해 멕시코 전문점 유미타코를 2브랜드로 론칭했다. 이번에도 역시 소자본, 소형, 소일거리 3소를 명확하게 적용했다. 여기에 타코의 기동성과 건강의 키워드까지 넣었다. “타코라는 음식이 아직 대한민국에는 생소하지만, 세계적으로 보았을 때 가장 많이 소비되는 음식 중 하나예요. 제가 반드시 대한민국에 타코의 대중화를 이끌어 볼거예요”

프랜차이즈는 외식사업을 희망하는 수요자들에게 쉽게 다가갈 수 있게 해줄 수 있는 아주 이상적인 시스템이라고 말하는 장규운 대표. “유미카츠는 한 조각, 한 끼의 감동을 드리는 브랜드가 되고 싶어요. 점주와의 상생과 지속적인 성장이 되는 브랜드가 되도록 노력할거예요” 올바른 경영이념을 장착하고, 바르게 프랜차이즈 사업을 전개하는 그의 행보가 더욱 궁금해진다. **KFN**



춘천 2호점

“현장의 맛 살린 한식으로 가정간편식 시장의 강자”



Best Chef.
Best Cooking.
Best Flavor.
Summit



태종에프디 구성희 대표

가정간편식 시장이 뜨겁다. 국내 가정간편식(HMR) 시장은 2025년 기준 약 10조 원 규모로 성장할 전망이다. 2023년 기준 6조 5000억원에서 연평균 15~20% 성장세다. 이러한 가정간편식은 프랜차이즈 업계에도 확산되고 있다. 주방 인건비 절감에도 한 몫을 한다는 평가다. 이러한 신선냉동 친환경 간편식 시장의 강자는 태종에프디다.

WRITE | 이호 국장

냉 동식품은 현대에 가장 잘맞는 식품공법으로 레토르트에 비해 맛과 영양을 보존함으로써 고객들에게 최상의 식사를 제공하고 있다.

이렇게 가능한 이유는 태종에프디의 신선냉동 ALL-IN-ONE(올인원) 공법에 있다. 태종에프디의 식품 전문가들이 노력해서 만든 노하우를 그대로 보존할 수 있는 ALL-IN-ONE 공법은 맛과 영양을 한팩에 그대로 담아 내는 최상의 식품 솔루션이다.

이는 고객에게 현장의 맛을 가장 똑같이 구현할 수 있다는 장점이 있다. 구성희 태종에프디 대표는 “아삭거리는 대파, 자연스러운 단맛을 가진 양파, 맛있는 알싸함이 매력적인 마늘, 고기 특유의 쫄깃함 등 모든 식재료의 특유의 식감을 살렸다”고 말한다.

태종에프디는 “누구나 집에서 방금 만든 셰프의 요리처럼 신선하고 영양 가득한 간편식을 쉽고 편리하게 즐길 수 있도록 하여, 고객의 삶을 더욱 풍요롭게 만든다”라는 미션을 갖고 있다. 한식의 우수성을 알리고자 HACCP 기준보다 까다로운 ISO 22000 기준의 원칙을 정해 실천하고 있다. 또한 지속적인 R&D를 통해 원팩라멘, 7분 조리공법 등 국내에 없는 간편식 제조공법에 대해 연구하고 지속적으로 출시하고 있다. 구성희 대표는 “1999년 창사 이래 전통한식의 대중화를 위해 오랜 연구개발과 생산경험, 기술을 바탕으로 가장 위생적이고 안전한 고품질의 제품을 생산하고 있다”고 전했다.

태종에프디는 미스타세프라는 브랜드를 통해 시장에서 두각을 나타내고 있으며, 미스타세프는 월간 평균 40만개, 연간 500만개의 판매량을 기록하며 소비자들에게 가성비 좋은 냉동 제품으로 큰 사랑을 받고 있다.

이러한 성공적인 판매 실적은 미스타세프가 합리적인 가격과 뛰어난 품질을 바탕으로 소비자의 입맛을 사로잡았을 뿐만 아니라, 안정성 면에서도 신뢰성있는 제품을 생산하고 있음을 시사한다

현재 태종에프디는 김가네, 원할머니, 본죽 등 국내 최고의 외식 브랜드들과 함께 하고 있다. 이외에도 OEM 프로세스를 통해 다양한 프랜차이즈 브랜드와 접촉하고 있다. 태종에프디의 OEM 프로세스는 제품 기획부터 생산, 납품까지 모든 부분을 체계적으로 도와준다. 400여 가지 레시피를 기반으로 고객이 원하는 맛을 실현해 주고 영업전문인력이 1차



소통을, 각 팀별 담당자 지정을 통해 원활한 소통이 가능하다.

태종에프디는 완벽한 신선냉동을 위해 대대적인 투자도 진행했다. 올해 일생산 12만개의 생산력과 다양한 메뉴를 만들기 위해 새로운 HACCP 시설 공장을 완공했다. 이외에도 위생과 품질을 위해 HACCP, ISO, 경영혁신형중소기업, 기술혁신형중소기업, 기업부설연구소 인증서 등 많은 인증을 받았다.

구성희 대표는 27년간의 신선냉동 생산의 노하우를 바탕으로 프랜차이즈에는 인력구인의 해소, 운영의 효율화를 제시하고, 고객들에게는 맛의 정점, 품질, 식품안전이라는 삼위일체 원칙을 바탕으로 소비자에게 신뢰를 꾸준히 쌓아가고 있다”고 전했다. “2025년까지 매출 400억원 목표로 시설투자과 고급인력 확보에 심혈을 기울이고 있다”고 전했다. **[77]**

“신뢰할 수 있는 동반자로 맛과 문화 창조”

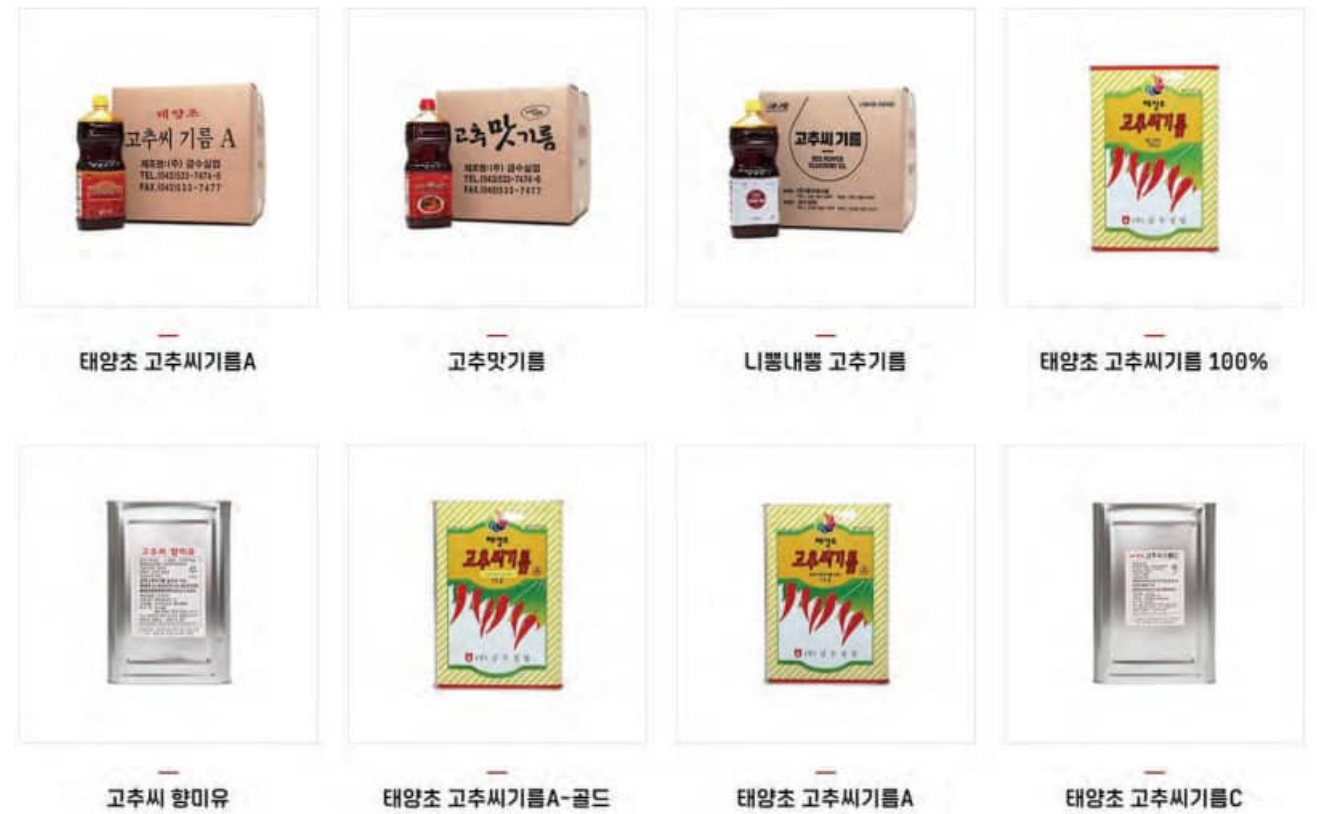


GEUMSU (주)금수실업
양근식 대표

최근 건강식품으로 주목받고 있는 고추씨기름. 고추씨기름과 고추기름은 이름이 비슷해서 헷갈릴 수도 있다. 하지만 사실은 전혀 다른 제품이다. 고추씨기름은 고추의 씨와 과육에서 추출한 오일로, 고추의 매콤한 향과 더불어 많은 영양소가 함유되어 있어 고추씨기름효능이 주목받고 있다. **WRITE** | 이호 국장



양근식 대표



고추씨기름은 고추 씨앗에서 추출한 기름으로, 맵지 않으면서도 고추 특유의 향이 나는 것이 특징이다. 처음엔 고추를 세척하고, 그 씨를 꼼꼼히 건조시킨 뒤, 저온 압착 방식을 이용해 기름을 추출한다. 이 과정에서 열이 거의 가해지지 않아 영양소가 파괴되지 않는 것이 큰 장점이다.

고추씨기름은 다양한 요리에 사용되며, 볶음이나 조림, 그리고 드레싱 제조에 활용된다. 뿐만 아니라 이 기름은 피부 보습과 탄력 개선에도 도움을 준다 하여 화장품 산업에서도 주목받고 있다.

이같은 고추씨기름 전문제조 기업이 (주)금수실업이다. 1981년 설립 이래 ‘가장 소중한 제품, 가장 필요한 기업’이라는 창업 정신을 바탕으로 품질과 고객 신뢰를 최우선으로 삼고 있다.

주력 제품인 태양초 고추씨기름은 엄선된 고추씨를 최신 설비를 통해 착유 및 고도의 정제 공정을 거쳐 위생적으로 생산해 뛰어난 품질을 보장한다. 특유의 매운 맛과 고소한 맛의 독특한 향미가 음식의 누린내와 비린내를 제거해 음식의 맛을 한층 더 높여 주는 영양가 높은 순 식물성 고급 식용유다.

40여년에 걸친 업력을 바탕으로, 단순한 맛의 구현에 그치지 않고 체계적 품질관리와 위생적인 생산 시스템을 도입해 B2B 시장에서 국내 유수의 대기업은 물론 다양한 식품 제조사 및 프랜차이즈 브랜드, 식자재 유통업체, 등과 꾸준한 협업을 통해 신뢰를 쌓아오고 있다.

또한 (주)금수실업은 지역사회와의 상생에도 적극 나서며, 충청북도 진천군을 중심으로 20년 넘게 사회복지시설 지원 및 농아인 문화 활성화에 힘써왔다. 이는 기업이익의 일부를 사회적 책임에 환원하며, 지역 공동체와의 신뢰와 유대를 강화하려는 (주)금수실업의 경영 철학이자 실천이다. 앞으로도 대한민국 식문화 발전의 든든한 버팀목이 되어 나가겠다는 바람이다.

양근식 (주)금수실업 대표는 “새로운 식생활 변화에 따른 다양한 요구와 우수하고 믿을 수 있는 제품생산을 위해 현대식 시설과 전 임직원의 소비자 제일 정신으로 지속적인 연구개발과 엄격한 품질관리를 하고 있다”라며 “소비자에게 더 다가갈 수 있도록 노력하겠다”고 말했다. 아울러 “지속적인 관심과 변함없는 믿음에 감사드린다”고 덧붙였다. **KTW**

● 다비치안경 국제표준 인증(ISO-27001, ISO-27701) 취득

국내 대형 안경 체인 다비치안경이 국제표준화기구(ISO)가 제정한 정보 보호 관리체계 국제표준 중 ISO-27001, ISO-27701 인증을 취득했다. 다비치안경이 취득한 ISO/IEC 27001:2022는 정보 보호 국제 표준 인증서로 인증 범위는 안경 체인 사업 관리를 위한 정보시스템의 관리이다. 또한, ISO/IEC 27701:2019는 개인정보보호 국제 표준 인증서로 범위는 동일하게 안경 체인 사업 관리를 위한 정보시스템의 관리이다.

다비치안경체인 관계자는 “앞으로도 고객들이 믿고 이용할 수 있도록 정보 보호에 대한 신뢰성을 검증하기 위해 노력했다”라며 “이번 인증을 통해 정보 보호 체계를 인정받고 고객들에게도 더욱 신뢰받는 브랜드가 될 것으로 기대한다”라고 전했다. 다비치안경은 고객사랑 브랜드 대상 안경전문점 부문에서 14년 연속 1위를 차지했다.



Brand Highlight

● 자담치킨 전용 주문앱 전면 리뉴얼

치킨 프랜차이즈 자담치킨이 자사 전용 주문앱을 전면 리뉴얼해 새롭게 선보였다. 이번 개편은 사용자 인터페이스(UI) 개선과 주요 기능 고도화를 통해 고객 편의성을 대폭 강화한 것이 특징이다. 새 주문앱은 배달·포장 주문부터 할인 혜택, 이벤트 참여까지 하나의 플랫폼 내에서 간편하게 이용할 수 있도록 구성됐다. 특히 모바일 상품권과 쿠폰 등록 절차가 간소화되어 이미지 형태 그대로 앱에 등록할 수 있어, 별도의 번호 입력 없이 간편하게 사용할 수 있다. 가맹점 맞춤 기능도 강화됐다. 각 매장은 배달비·최소 주문 금액 등을 자율 설정할 수 있어 지역 상권에 맞춘 유연한 운영이 가능해졌다. 자담치킨 관계자는 “앱 리뉴얼을 통해 고객과 가맹점 모두에게 편의성과 혜택을 높이하고자 했다”고 밝혔다.



Brand Highlight

● 명륜진사갈비 30년 장기 후원에 식사권 제공

숯불돼지갈비 프랜차이즈 명륜진사갈비가 국제구호개발NGO 월드비전과 함께 30년 이상 소외된 이웃과 아동을 위해 꾸준히 나눔을 실천해 온 장기 후원자들에게 감사의 뜻을 전하고자, 전국 매장에서 사용할 수 있는 식사권을 제공했다.

이번 캠페인은 명륜진사갈비가 월드비전과 함께 지속해 온 파트너십의 일환으로 기획됐다. 양측은 지난해부터 보호 종료 아동인 자립준비청년들을 위한 전국적 캠페인 '나는 나의 보호자입니다'를 공동으로 진행해 왔다. 또 본사는 2023년부터 10년간 총 30억원의 후원금을 약정하고 현재까지 약 9억4000만원의 기부금을 전달한 바 있다.

이번 감사 식사권은 월드비전 30년 이상 장기 후원자 수기 공모전 우수 참여자 리워드로 제공되며, 전국 명륜진사갈비 매장에서 자유롭게 사용 가능하다.



● 굽네치킨 '장각구이', 출시 1주일 만에 10만 마리 돌파

오븐치킨 프랜차이즈 브랜드 굽네치킨이 출시한 '굽네 장각구이'가 출시 단 일주일 만에 누적 판매량 10만 마리를 돌파하며 흥행 돌풍을 일으키고 있다. 굽네 장각구이는 닭다리살과 엉치살로 구성된 프리미엄 '장각' 부위를 활용한 오븐구이 제품이다. 기름기를 줄이고 담백한 맛과 촉촉한 식감을 강조해 소비자들의 입맛을 사로잡았다.

추성훈을 모델로 한 디지털 광고 캠페인도 큰 호응을 얻으며, 일주일 만에 숏폼 콘텐츠 누적 조회수 1500만회를 돌파했다. 인기 유튜브 채널 '흑백리뷰' 영상도 조회수 70만회, 댓글 1만개를 돌파하는 등 뜨거운 반응을 얻고 있다. 지앤푸드 관계자는 “굽네 장각구이가 차세대 베스트셀러로 자리 잡을 가능성을 확인했다”며 “고객 소통을 강화하고 브랜드 가치를 확산하기 위한 노력을 이어가겠다”고 전했다.



Brand Highlight

● 쿠우쿠우 나트랑에 베트남 1호점 계약 체결...11월 오픈 예정

초밥 뷔페 프랜차이즈그룹 쿠우쿠우가 해외 시장에 진출한다. 쿠우쿠우는 베트남의 대표 관광지인 나트랑에 쿠우쿠우 나트랑골드코스트점 1호점을 계약하고, 오는 11월 정식 오픈예정이라고 밝혔다.

베트남 1호점은 유명 관광지인 나트랑의 중심상권인 '골드코스트몰' 내에 오픈할 예정이다. 골드코스트몰은 나트랑의 주요 상업지구 중 하나로, 관광객과 현지인들 모두에게 인기있는 복합쇼핑몰이다. 현재 몰 내에는 롯데마트도 입점해 있어, 다양한 쇼핑과 외식을 함께 즐길 수 있는 복합 공간으로 주목받고 있다.



이번 매장은 약 800평 규모로 현지 대형 쇼핑몰 내 입점을 통한 브랜드 인지도와 접근성을 동시에 확보했다. 아울러 고급스러운 인테리어와 편리한 접근성으로 많은 방문객들의 이목을 끌 것으로 예상된다. 특히 풍부한 해산물 자원을 바탕으로 한 베트남 현지의 식문화와 쿠우쿠우의 프리미엄 초밥 콘셉트가 시너지를 낼 것으로 기대된다.

이번 베트남 1호점 오픈은 코로나 이후 쿠우쿠우의 해외 진출을 위한 중요한 첫걸음이다. 베트남 시장을 포함한 동남아시아 지역에서의 성장 가능성

을 높이는 계기가 될 것으로 예상된다. 쿠우쿠우는 베트남 현지 고객들의 취향에 맞춘 메뉴와 서비스로 차별화된 외식 경험을 선보일 예정이다.

쿠우쿠우 관계자는 “이번 나트랑골드코스트점 1호점 계약은 쿠우쿠우가 글로벌 브랜드로 도약하는 중요한 시작점”이라며 “앞으로도 쿠우쿠우만의 특별한 브랜드 경험을 통해 아시아 전역으로 매장을 확대해 나가겠다”고 전했다.

Brand Highlight



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

위기의 프랜차이즈 산업, 극복 방안은?

WRITE | 이경희

물가 상승과 인건비 인상, 배달업의 횡포, 임대료 부담이 한꺼번에 겹치며 프랜차이즈 산업 전반이 거센 조류에 휩쓸리고 있다. 수익을 기대하며 문을 연 가맹점들은 가동률 하락과 고정비 상승 사이에서 숨이 조여온다. 본사 역시 매출 대비 수익 구조가 악화되면서 브랜드 전체의 존립 기반이 흔들리는 상황이다. 이제 더는 '저렴하게 공급하고, 빠르게 확장하고, 일괄적으로 관리한다'는 과거의 방식만으로는 버틸 수 없다.

◆ 위기의 한국 프랜차이즈 산업

한국의 경우 외식업이 프랜차이즈 사업에서 차지하는 비중은 절대적으로 높다. 하지만 현재 외식업을 주도하는 것은 개인 매장들이다. 미식의 시대를 맞아 오래된 원조집을 비롯해 감성과 가치를 담은 개인 매장들이 시장을 리딩하고 있다.

잔인한 표현일 수 있지만 이런 상황에서 경쟁력 없는 프랜차이즈 식당들은 배고플 때 오는 장소로 전락하고 있다. 가성비, 가심비 등을 경쟁력으로 내세우며 핫플들이 떨어뜨리는 부스러기로 만족해야 하는 슬픈 시대다.

◆ 당장 변해야 한다

그래서 지금 당장 변화를 시작해야 한다. 어떻게 해야 할까? 먼저 브랜드의 철학을 정립해야 한다. 브랜드가 생존하는 동안 지켜야 할 신념을 몇 가지 정해야 한다. 그 신념이 구호에 그쳐서는 안된다. 신념이 상품, 서비스, 조직, 운영, 고객 소통, 파트너관계 등 기업의 모든 행동에 스며들도록 해야 한다.

내가 추구하고 약속하는 신념을 담아서 고객과 소통해야 한다. 무엇보다 가맹점주와 그 신념을 함께 해야 한다. 내부 조직부터 그 신념으로 무장되지 않았다면 가맹점과 신념과 철학을 공



유하기는 어려울 것이다. 이런 노력은 효과 좋은 진통제나 항생제에 의존하는 게 아니라 진짜 건강해져서 면역력을 높여야 하는 것과 비슷하다.

◆ 허름해도 성공한다

디자인은 돈을 많이 들인다고 좋은 게 아니다. 허름한 업종변경 매장이라도 괜찮다. 그 공간에 브랜드가 추구하는 좋은 제품과 신념과 철학을 제대로 표현해낼 수 있다면 말이다. 얼마나 많은 핫플들이 허름한 공간에서 보잘것없이 출발했는지 알면 깜짝 놀랄 정도다. 또 상품은 양보하면 안된다. 사람들은 경험도 구매하지만, 결국 지속적인 재구매는 좋은 상품이 만든다.

◆ 무엇을? 어떻게?

과거의 소비자는 기능과 가격에 반응했다. 하지만 이제 소비자는 의미에 반응한다. 기능이 유사한 제품이 넘쳐나는 세상에서 선택을 결정짓는 건 감성이고, 가치이며, 정체성이다. '이 브랜드를 선택한 내가 누구인지'가 중요해진 것이다. 소비자는 브랜드를 통해 자신을 말한다. 그래서 감성은 곧 경쟁력이다. 기능이 아니라 철학과 신념을 기반으로 감정을 설계해야 하는 이유가 여기에 있다.

◆ 예쁜 것을 넘어 감성적 이야기가 필요하다

프랜차이즈 본부는 '제품'이 아니라 '철학'을 수출해야 한다. 제품은 당연히 탁월해야 하지만, 똑같은 치킨, 똑같은 커피를 공급하는 시대는 끝났다. 어떤 이야기를 가지고 있느냐, 어떤 경험을 만들 수 있느냐가 브랜드의 가치이고, 생존을 결정한다.

제품과 시스템은 당연히 탁월해야 한다. 하지만 그

위에 더해야 할 것이 있다. 바로 이야기다. 감성은 단지 예쁘고 감각적인 디자인이나 슬로건을 의미하지 않는다. 브랜드의 깊은 세계관과 태도, 그것을 일관되게 구현해내는 실행력까지를 포함한다. 스타벅스는 단순한 커피숍이 아니다. '제3의 공간'이라는 개념은 브랜드와 소비자 사이의 관계를 단순한 거래가 아닌, 감정적 연결로 승화시켰다. 소비자는 스타벅스에서 커피를 사는 것이 아니라, 그 공간의 철학과 세계관 속에서 나의 삶을 소비한다. 그 것이 스타벅스가 맥도날드를 이긴 비결이다.

◆ 속까지 송두리째 바꿔라

프랜차이즈가 살아남기 위해서는 지금까지 구축해온 메뉴, 시스템, 유통망에 '감성의 옷'을 입혀야 한다. 단순히 겉모양을 바꾸라는 말이 아니다. 브랜드가 왜 존재하는지, 어떤 철학을 소비자에게 전하고 싶은지, 그리고 그것을 어떤 방식으로 체험하게 할 것인지에 대한 정교한 전략이 필요하다. 감성과 가치를 중심에 둔 브랜드는 소비자의 기억 속에 남고, 공감을 얻고, 결국 충성도를 획득한다. 마케팅 예산을 광고에 쏟아붓는 대신, 감정을 설계하는 데 투자하는 브랜드가 결국 더 강한 무형 자산을 갖게 된다. 그렇게 하면 기업이 마케팅비를 쓰지 않아도 고객들이 자발적으로 마케팅해줄 것이다.

소비자는 이제 '무엇을 살까'보다 '무엇을 통해 나를 표현할까'를 고민한다. 그러니 프랜차이즈 본부는 다음과 같은 질문을 자문해보아야 한다. "우리는 지금까지 무엇을 팔아왔는가?" "그리고 앞으로 무엇을 팔 것인가?" 그 대답이 아직 '메뉴'라면, 이제는 다시 시작해야 할 시간이다. **[KFA]**



이경희

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

저서

CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드
내사업을 한다는 것

강의

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



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

프랜차이즈 시장에서 '후발주자'가 이기는 법

시장선점의 함정과 시장후점의 법칙

WRITE | 유재은

프랜차이즈 시장에서 '시장선점'은 오랜 시간 성공의 공식처럼 여겨져 왔다. 그러나 최근 수십 년간의 시장 흐름을 돌아보면, 선점을 했다고 해서 반드시 시장의 최종 승자가 되는 것은 아니라는 사실을 어렵지 않게 확인할 수 있다. 오히려 후발주자가 더욱 정교한 전략과 뛰어난 브랜드 운영 역량을 갖추고 등장하면, 시장의 판도는 빠르게 뒤바뀌는 경우가 많다. 이러한 현상을 우리는 '시장후점의 법칙'이라고 부른다.

대표적인 사례로는 TGIF를 들 수 있다. TGIF는 1990년대 후반 국내 패밀리레스토랑 시장을 선점하며 대중의 관심을 모았고, 미국식 외식 문화와 차별화된 메뉴 구성으로 빠르게 성장했다. 하지만 아웃백, 뽕스, 애슐리 등 후발 브랜드들이 고객 경험을 개선하고 가격 경쟁력을 확보하며 시

장에 진입하자, TGIF는 점차 매장을 줄이며 밀려나게 되고 결국 올해 완전히 폐업을 하게 됐다. 후발 브랜드들은 단순히 모방한 것이 아니라, 고객 취향에 맞춘 맞춤형 전략과 효율적인 매장 운영을 통해 경쟁력을 확보했다.



비슷한 맥락에서, 크라운베이커리는 1세대 베이커리 프랜차이즈로 업계를 장악했지만, 파리바게뜨와 투레쥬르가 생지 공급 시스템과 고급화를 무기로 등장하자 빠르게 추락했다. 초기 시장선점에 성공했지만, 고객의 기대 변화와 시장 트렌드에 적극적으로 대응하지 못한 결과다. 크라운은 결국 소수의 매장만을 남기고 대부분 폐점 수순을 밟게 됐다.

화장품 업계에서도 비슷한 사례가 반복됐다. 미샤는 저가 화장품 브랜드로 빠르게 시장을 선점했지만, 결국 보다 세련되고 브랜드 정체성이 뚜렷한 후발주자인 더페이스샵에게 저가화장품의 1위 자리를 내주고 말았다. 동일한 가격대라도 브랜드가 주는 이미지 및 고객 경험의 차이가 소비자의 선택을 좌우하게 된 셈이다.

프랜차이즈 시장은 단순히 '누가 먼저 진입했는가'보다 '누가 더 오래 살아남을 수 있는

프랜차이즈 시장은 '누가 먼저 진입했는가'보다 '누가 더 오래 살아남을 수 있는가'가 중요하다. 후발주자라 하더라도 운영 시스템, 제품 품질, 고객 맞춤 서비스 등 본질적인 경쟁력을 확보한다면 시장을 장악할 수 있다.

가'가 중요하다. 후발주자라 하더라도 운영 시스템, 제품 품질, 고객 맞춤 서비스 등 본질적인 경쟁력을 확보한다면 시장을 장악할 수 있다. 실제로 많은 브랜드들이 시장 초기에는 두각을 나타냈지만, 이후 지속 가능한 경쟁 전략이 부족해 후속 브랜드에 추월당한 사례는 부지기수로 확인할 수 있다.

결국 프랜차이즈 성공의 핵심은 타이밍이 아니라 '실력'이다. 시장의 후발주자도 충분한 준비와 실행력, 그리고 명확한 브랜드 전략을 바탕으로 한다면, 시장의 주도권을 얼마든지 가져올 수 있다. 오히려 먼저 진입한 브랜드가 초기의 성공에 안주할 경우, 후발주자에게 역전의 기회를 제공하게 되는 셈이다.

프랜차이즈 업계의 치열한 경쟁 속에서, 선점이 아닌 생존과 지속성에 기반한 전략이 필요한 시대이다. 진입 시점보다 중요한 것은 진입 이후의 대응 능력이며, 이는 곧 브랜드의 미래를 좌우할 핵심 경쟁력이 될 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
경북공 엔터스퍼시픽 CEO

저서

한국시장의 프랜차이즈전략
한국시장의 프랜차이즈전략 2
한국시장의 프랜차이즈 법칙

강의

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



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

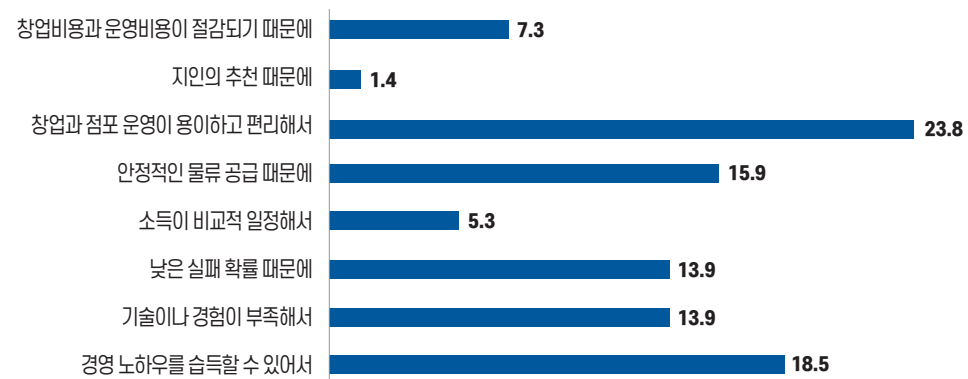
2025 예비창업자들의 창업환경과 특성 ③

WRITE | 장재남

프랜차이즈산업연구원이 한국프랜차이즈산업협회의 의뢰를 받아 올해 창업을 준비하는 예비창업자 1500명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 프랜차이즈 형태로 프랜차이즈 점포 창업을 희망하는 가장 큰 이유는 창업과 점포 운영이 용이하고 편리가 23.8%로 가장 높았다. 그 다음으로는 경영 노하우를 습득 18.5%, 안정적인 물류 공급 15.9%, 기술 및 경험 부족 13.9% 순으로 나타났다.

프랜차이즈 형태로 창업하는 이유

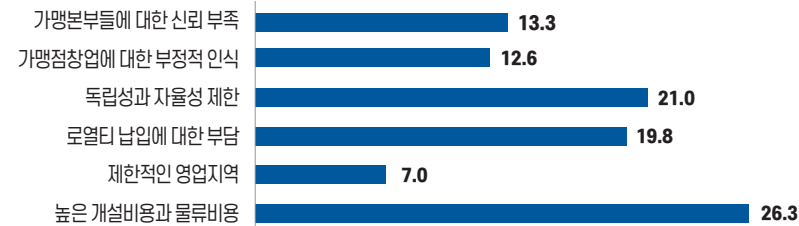
(단위 : %)



반면에 프랜차이즈 형태로 창업하지 않으려는 이유는 높은 개설비용과 물류비용이 26.3%로 가장 많았다. 다음으로 독립성과 자율성 제한 21.0%, 로열티 납입에 대한 부담 19.8%, 가맹본부들에 대한 신뢰 부족 13.3%, 가맹점 창업에 대한 부정적 인식 12.6%, 제한적인 영업지역 7.0% 순으로 나타났다.

프랜차이즈 형태로 창업하지 않은 이유

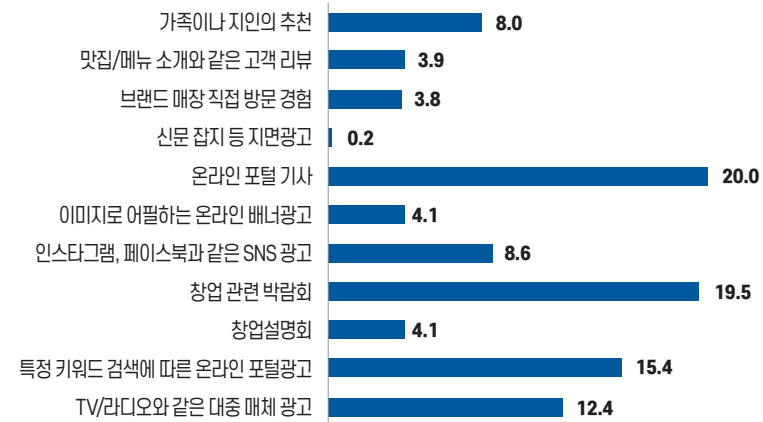
(단위 : %)



프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자의 프랜차이즈 브랜드를 처음 접한 경로는 온라인 포털 기사가 20.0%로 가장 많고, 그 다음으로 창업 관련 박람회 19.5%, 특정 키워드 검색에 따른 온라인 포털 광고 15.4%, TV/라디오와 같은 대중 매체 광고 12.4% 순으로 나타났다.

프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자의 브랜드를 처음 접한 경로

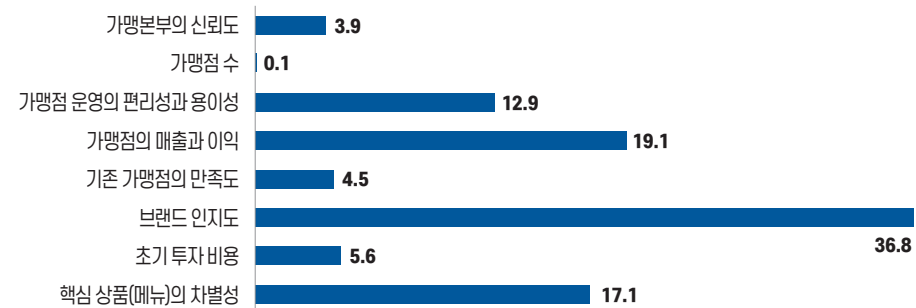
(단위 : %)



프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자의 프랜차이즈 브랜드의 선택 기준은 브랜드 인지도가 36.8%로 가장 높았다. 그 다음으로 가맹점의 매출과 이익 19.1%, 핵심 상품(메뉴)의 차별성 17.1%, 가맹점 운영의 편리성과 용이성 12.9% 순으로 나타났다. **KFM**

프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자의 브랜드 선택 기준

(단위 : %)



장재남

프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원



Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

가맹본부의 갱신거절권 행사

WRITE | 김선진

가맹사업은 가맹본부와 가맹점사업자 간의 신뢰와 협력을 기반으로 성장한다. 이러한 관계의 중요한 전환점 중 하나는 바로 가맹계약의 갱신 여부다. 특히 계약 기간이 장기화될수록 갱신거절과 관련된 법적 쟁점은 더욱 복잡해지며 가맹본부의 신중한 접근이 요구된다.

가맹사업법상 갱신의 관련 원칙

가맹사업법 제13조는 가맹계약 갱신에 대한 기본적인 원칙을 제시한다. 가맹점사업자는 최초 계약기간을 포함하여 10년을 초과하지 않는 범위 내에서 갱신요구권을 행사할 수 있으며, 이 기간 내에는 가맹본부가 정당한 사유 없이는 갱신을 거절할 수 없다. 여기서 정당한 사유라 함은 가맹금 등 지급 의무 불이행, 통상적인 계약 조건이나 영업 방침 불수락, 가맹사업 유지에 필요한 중요한 영업 방침 위반 등을 포함한다. 이러한 법적 틀은 가맹점사업자의 투자 회수 및 안정적인 영업 활동을 보장하기 위한 최소한의 장치라 할 수 있다.

10년 경과 후의 갱신거절 자유의 원칙

가장 많은 질문은 가맹사업법상 갱신요구권 행사 기간인 10년이 경과한 경우다. 대법원(2010다30041 판결과 2019다289495)은 판결을 통해 이 문제에 대한 명확한 태도를 제시했다. 판례의 요지는 다음과 같다. "가맹사업법상 갱신요구권 행사기간이 경과하였거나 가맹계약에 별도의 갱신 약정이 없는 경우, 가맹본부는 가맹점사업자의 갱신 요청을 받아들여 합의할 것인지를 스스로 판단·결정할 자유를 가진다."

이는 원칙적으로 10년의 기간이 경과하면 가맹본부가 갱신 여부에 대한 재량권을 가진다는 의미다. 더 이상 법률이 정한 '정

당한 사유'에 얽매이지 않고 자유롭게 판단할 수 있다는 점에서 가맹본부에게 중요한 의미다.

'신의성실의 원칙' 준수

대법원은 위와 같은 가맹본부의 갱신 거절 자유를 인정하면서도 중요한 단서 조항을 달았다. "가맹본부의 갱신 거절이 당해 가맹계약의 체결 경위·목적이나 내용, 계약관계의 전개 양상, 당사자의 이익 상황 및 가맹계약 일반의 고유한 특성 등에 비추어 신의성실의 원칙(이하 '신의칙')에 반하여 허용되지 아니하는 특별한 사정이 있는 경우에는 그러하지 아니하다."

이러한 판시 내용은 단순히 10년이 경과했다는 이유만으로 가맹본부가 일방적으로 갱신을 거절할 수 없음을 명확히 한다. 특히 2019다289495 판결은 이 '신의칙'의 중요성을 극명하게 보여준다. 해당 사례에서 법원은 ▲조리 매뉴얼의 불명확성 ▲가맹점사업자의 고의성 부족 ▲가맹본부의 부당한 시정 요구 ▲갱신 거절로 인한 가맹점사업자의 막대한 손해 등을 종합적으로 고려해 10년이 경과했음에도 불구하고 가맹본부의 갱신 거절이 신의칙에 반하여 위법하다고 판단, 손해배상 책임을 인정한 바 있다.(다만 이때는 10년의 갱신청구 기간이 지났다는 점을 이유로 갱신을 거절한 것이 아니라 조리매뉴얼 미준수를 이유로 갱신을 거절한 사안이다) 이는 가맹본부가 우월한 지위를 이용하여 가맹점사업자에게 부당한 불이익을 주는 것을 허용하지 않겠다는 법원의 확고한 의지다.

가맹본부의 현명한 갱신거절권 행사를 위한 제언
위 판례의 취지에 따를 때 가맹본부가 갱신거절권을 행사함에 있어 다음의 사항들을 신중하게 고려해야 한다.

1. 법정 절차의 철저한 준수: 가맹사업법 제13조 제4항에 따라 계약 만료 전 180일부터 90일까지 사이에 서면으로 갱신 거절 통지를 해야 하며, 갱신 요구를 받은 날부터 15일 이내에 거절 사유를 서면으로 통지하는 등 절차적 정당성을 확보해야 한다. 이를 소홀히 할 경우 계약이 자동갱신될 수 있다.



2. 명확하고 구체적인 기준 제시: 가맹점사업자의 계약 위반을 사유로 갱신을 거절할 경우, 그 위반 내용과 정도가 명확하게 계약서 및 매뉴얼에 명시되어 있어야 한다. 불명확한 기준은 추후 법적 분쟁의 빌미가 될 수 있다.

3. 합리적이고 공정한 평가: 가맹점사업자의 계약 이행 여부를 평가함에 있어 주관적이고 자의적인 판단을 지양하고, 객관적이고 합리적인 근거에 기반해야 한다. 사소한 위반이나 가맹점사업자의 시정 노력에도 불구하고 일방적인 갱신 거절은 신의칙 위반으로 판단될 위험이 크다.

4. 상생의 관점 유지: 가맹사업은 본부와 점주가 상호 의존적인 관계에서 함께 성장하는 구조다. 갱신 거절이 가맹점사업자에게 미치는 영향과 가맹본부가 얻을 수 있는 이익을 면밀히 비교·형량해 일방적인 손해를 유발하는 갱신 거절은 지양해야 한다. 이는 단순히 법적 문제뿐만 아니라 브랜드 이미지 및 신뢰도에도 심각한 영향을 미칠 수 있다.

가맹계약 갱신 거절은 가맹본부의 중요한 권한이지만, 동시에 가맹점사업자의 생존권과 직결되는 민감한 사안이다. 법률이 정한 최소한의 기준을 넘어, 신의칙이라는 보편적 가치를 존중하며 투명하고 공정한 절차를 통해 갱신 거절권을 행사할 때, 가맹본부는 법적 위험을 최소화하고 가맹점사업자와의 지속 가능한 상생 관계를 구축할 수 있다. **KFA**



김선진

법무법인 케이엘에프(KLF) 대표 변호사
(전) 공정거래조정원 법률지원변호사
(현) 한국프랜차이즈학회 부회장
사단법인 한국프랜차이즈협회 고문변호사
숭실대학교 경영학 박사(프랜차이즈)
숭실대학교 겸임교수
프랜차이즈 수준평가 운영위원
(공정거래위원회) 협약평가위원회 위원 /
가맹분야 현장점검 TF 위원
(현) 대한변리사회 회원

주요 업무

프랜차이즈 전문변호사
지식재산법 전문변호사
가맹본부 자문업무 및 법령교육
정보공개서 및 가맹계약서 자문
공정거래위원회 및 조정원 관련 업무
상표등록 및 상표심판

T. 02 - 738 - 9600



프랜차이즈 기업의 가치를 높이는 3가지 방법

WRITE | 최인용

최근 프랜차이즈 기업의 M&A로 인해 프랜차이즈 기업의 가치를 높이기 위한 고민을 많이 하고 있다. 프랜차이즈는 본사와 가맹점의 상생을 통해 성장하는 비즈니스 모델이다. 최근 프랜차이즈 본사는 본사의 영업이익 증대를 넘어, 로열티 구조를 통해 가맹점의 매출 증대를 같이 관리하는 본사들이 늘어나고 있다. 프랜차이즈 본사의 가치를 높인 회사들의 증가 및 가맹점 매출액 증대, 가맹점 폐업을 감소라는 네 가지 핵심 영역에 초점을 맞춰 프랜차이즈 가치를 극대화하는 방안을 제시한다.

1. 영업이익 증가와 기업가치

매각가액 산정에서 영업이익(Operating Profit, EBIT 혹은 EBITDA)이 핵심적인 역할을 하고 있다. 영업이익(EBIT/EBITDA)**은 기업의 실질적인 수익 창출 능력을 나타내는 지표로, M&A에서 기업가치 산정의 기준이 된다. 예를 들어 영업이익이 100억원이고, 해당 업계 평균 매각 배수가 8배라면, 이론상 매각 가액은 800억원이 된다.

브랜드	매각가액	멀티플(배)	영업이익률(%)	매각 연도	주요 평가 요인
메가커피	약1500억원	약 4	40% 이상	2021	저가 커피 시장 지배력, 성장성
역전할머니맥주	약1500억원	약 6	30% 내외	2022	높은 수익성, 재무 안정성
컴포즈커피	약4700억원	약 8	20% 이상	2024	글로벌 확장성, 브랜드 인지도
준오헤어	약8000억원	약 20	38%	2025	직영 운영, 글로벌 진출 기대

2. 해외시장 진출과 멀티플 배수

글로벌 확장성은 M&A에서 높은 멀티플(EBITDA 배수) 적용의 핵심 요인이다. 해외 시장에서의 성장 가능성, 현지화 전략 성공, 브랜드 파워는 투자자에게 미래 수익성에 대한 확신을 통해 높은 배수를 적용받을 수 있다.

공차의 경우, 대만시장에서 시작하여 한국에서 본사를 인수하고 일본에 매장을 17개를내는 시점에서 아시아 밸류의 멀티플을 받았다. 이를 통해 F&B(식음료) 프랜차이즈는 해외 진출 성공 시 업계 평균(8배)보다 높은 10배 이상의 멀티플이 적용됐다.

구분	마스터프랜차이즈	지분투자	설 명
수익구조	100%수익	배당 수익 익금 불산입 적용	배당소득에 대하여 95% 이익으로 보지 않는 세법 규정 활용가능
브랜드가치	기업가치 증가 상대적 작음	기업가치 증가요인 큼	멀티플배수 적용에서 지분투자가 유리

현지화의 전략도 위의 표와 같이 마스터 프랜차이즈로 하여 해외에 상표사용권만 주는 것 보다 조인트 벤처 등의 형태로 하여 지분투자하는 것이 기업가치에는 더욱 높은 기여를 할 수 있다.

3. 가맹점의 평균(가맹점당)매출 관리와 폐업을 관리

프랜차이즈의 가치를 높이는 것은 단기적인 성과가 아닌, 장기적인 관점에서 본사와 가맹점이 함께 성장할 수 있는 기반을 다지는 것이다.

가맹점의 매년 연평균 매출액을 늘리도록 하는 것은 로열티 기반의 본사 수익구조를 가질 때 더 잘 관리할 수 있다. 평균 매출액 증가를 위해 체계적인 교육 프로그램 제공, 품질 관리 시스템 도입, 개별 매장의 마케팅 전략, 효율적인 물류관리 등으로 가맹점의 경쟁력 고객 만족을 높여야 한다.

폐점을 관리를 위해서는 정기적인 경영 진단등을 통한 가맹점의 인건비 부담을 줄여주는 기획과, 가맹점주와의 긴밀한 소통, 슈퍼바이저의 위기 매장에 대한 맞춤 지원, 등으로 조기 폐업 위험을 감지하고 선제적으로 대응해야 한다.

이러한 노력을 통해 K프랜차이즈가 머지않아 1조원 이상의 기업가치를 평가받는 성공적인 좋은 사례가 나오길 기대한다. **KFA**



최인용

가현세무법인 대표 세무사

(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사

연세대학교 법무대학원 조세법 전공

국세청 조사요원 강의

한국프랜차이즈산업협회 자문세무사

마곡지주협의회, 하남미사지구지주

협의회 자문세무사

한국프랜차이즈산업협회 협력위원장

T : 02-555-5025

E : ciy0130@daum.net





Korea Franchise Association

Column

● 칼럼

새 정부의 노동정책에 대한 프랜차이즈 업계의 대응 방안

WRITE | 이금구

21대 대통령 노동분야 주요 공약인 취약, 비정규 노동자 권리 강화, 임금체불 기업에 대한 지연이자 및 처벌강화, 근로시간 유연화, 육아·휴가제도 확대, 산재예방 및 산업안전 강화 등 주요 노동정책 방향과 프랜차이즈 산업에 미치는 영향을 사전에 준비할 필요가 있다.

1. 포괄임금제 금지 법제화 및 실근로시간 관리 강화

장시간 노동과 공짜 노동을 근절하기 위해 포괄임금제 금지를 근로기준법에 명문화하고 사용자의 실근로시간 측정기록 의무화를 추진할 가능성이 있다. 본사와 가맹점은 포괄임금제 금지에 따른 임금체계 및 근로시간관리를 위한 시스템을 정비할 필요가 있으며, 필요하다면 근태관리를 위한 모바일 또는 근로시스템 도입을 준비해야 한다.

2. 주 4.5일제 단계적 추진

노동시간 단축을 통해 과로사를 예방하고 일과 삶의 균형을 도모하며, 생산성 향상을 위한 기업 지원 방안과 함께 단계적으로 추진될 것으로 예상된다. 초기에는 시범 사업을 통해 효과를 검증한 후 업종별 및 직능별 특성을 고려하여 단계적으로 도입될 가능성이 있다. 본사와 가맹점은 생산성 관리와 유연근무제 도입 등 근로시간에 대한 제도를 정비할 필요가 있다.



3. 법정 정년 65세 단계적 연장

고령화 사회에 대응하고 고령층의 소득 공백을 완화하기 위해 2025년 내에 입법을 목표로 정년을 65세로 단계적으로 연장하는 방안이 추진될 것으로 예상된다.

4. 근로자 추정제도

특수고용직, 플랫폼 종사자, 프리랜서 등 다양한 형태의 노무제공자를 근로기준법상 근로자로 추정하고, 사용자가 반증하지 못하면 근로자로 인정하여 노동법의 보호를 받을 수 있도록 하는 제도 도입이 예상된다.

5. 5인 미만 사업장 근로기준법 적용 확대

근로기준법을 상시 5인 미만 사업장에 전면 적용하고, 초단시간 근로자의 노동관계법상 권리를 근로시간에 비례하여 보장하는 등 노동법의 사각지대를 해소하려는 정책이 도입될 것으로 예상된다.

6. 프랜차이즈 산업의 대응 방안

가. 직접 인건비 상승 압력 : 포괄임금제 금지 및 주 4.5일제 도입에 따른 실근로시간 단축에 따라 임금을 보전할 경우, 정년 연장 등은 사업장의 직접적인 인건비 상승 요인이 된다. 포괄임금제 금지에 따른 사업장의 특성에 맞는 임금체계 및 임금

지급 형태 등에 대비를 하여야 한다.

나. 근로시간 관리 시스템 구축 및 운영 부담 증가 : 포괄임금제 금지와 연동되는 실근로시간 기록 및 관리 의무화는 사업장에 새로운 시스템 구축 및 운영에 따른 비용과 행정적 부담을 가중할 것으로 예상된다.

다. 안전보건 투자 확대 및 비용증가 : 산업안전 규제에 대응하기 위한 안전보건관리 시스템 구축 및 고도화, 안전 교육 강화 등에 대한 투자가 확대됨에 따라 사업장의 비용이 증가할 것으로 예상된다.

새 정부는 노동정책에 많은 변화가 예상되며, 프랜차이즈 가맹본부는 새로운 노동정책이 시행되기 전에 가맹점이 효과적으로 대응할 수 있도록 사전에 준비를 하는 것이 필요하다. 신규 가맹점주 또는 기존 가맹점주의 경영 애로 사항 중에 노무분야가 차지하는 비중이 높다. 본사와 가맹점이 상생할 수 있는 제도를 도입할 수 있는 분야가 노무관리 분야이다. 채용, 근태관리, 급여계산, 4대보험관리, 휴가관리, 퇴직금 등에 대하여 본사와 가맹점의 통합 노무관리 시스템 도입 등 인사노무시스템 전반의 재검토와 개편이 필요한 시점이다. **KFN**



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

제45기 연세대 프랜차이즈 최고경영자(FCEO) 과정 수료식 개최

6월 11일 연세대 상남경영원에서 제45기 연세대학교 프랜차이즈 CEO 교육과정(이하 연대 FCEO 과정, 총동문회장 박효순) 수료식이 열렸다.

이날 수료식에는 49명의 제45기 원우들과 함께 박세범 연세대 상남경영원장, 박창희 주임교수, 박효순 총동문회장, 강석우 협회 상근부회장을 비롯해 총 70여명이 참석했다.

강 부회장은 “국내 프랜차이즈 산업은 지난해 브랜드 수가 역사상 처음으로 감소하는 등 경기침체와 비용인상에 따른 경영여건 악화로 어려움을 겪고 있다”면서 “동문 여러분들의 단결과 성원을 부탁드립니다”라며 우리 협회도 위기 극복을 위해 정부, 국회와 최선을 다하겠다고 말했다.

한편 제46기 과정은 9월 3일부터 12월 3일까지 연



세대 상남경영원에서 진행되며, 8월 17일까지 1차 모집을 진행한다. 매주 수요일 3시간씩 진행되며, 수료생에게는 연세대학교 총장명의 수료증과 연세대학교 상남경영원장 상패, 원우추천서 수강료 할인과 협회 공식 CEO 과정인 KFCEO 과정 수강료 할인 등 다양한 혜택이 제공된다.

KFA

한국프랜차이즈협 국내산 양파 소비 활성화 나선다

올해 국산 양파가 뛰어난 품질에도 생산량 증가, 소비 부진 등으로 도매가격이 하락 중인 가운데, 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 양파 소비 촉진을 위한 민관 협력에 나선다.

협회는 지난 6월 5일 서울 서대문구 농협경제지주 회의실에서 개최된 ‘양파 소비촉진 외식·식자재 업계 관계자 회의’에 참여해 국내산 양파 소비 촉진을 위한 방안을 논의했다.

농식품부 원예산업과장 주재로 개최된 이날 회의에는 협회와 한국농촌경제연구원(KREI), 농협경제지주, 한국양파연합회, 한국식자재유통협회, 한국외식산업협회, 한국외식업중앙회, 대한영양사협회, 한국중식요리협회 등 관련 업계가 대거 참여했다.



참여 협단체들은 국산 양파 활성화를 위한 다양한 의견을 제시하고, 홍보 및 판로 확보에 적극 협력하기로 했다. 협회는 국산 식자재 사용에 관심이 높은 회원사 등에 국내산 양파 사용을 적극 권유하고 홍보하기로 했다.

KFA

2025년 키친인큐베이터 프랜차이즈 육성사업 개시

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 서울경제진흥원(SBA)이 운영 중인 <2025년 서울창업허브 키친인큐베이터 프랜차이즈 육성사업>에 참여, 7월 16일 1주차 교육을 시작으로 12월까지 교육과정을 진행한다.

이번 지원사업은 소상공인 및 소규모 본사들의 프랜차이즈 창업·확장 역량 강화를 위해 교육 및 지원 프로그램 제공, 협회 주최 제58회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 참가 지원, 1:1 멘토링 및 컨설팅, 매뉴얼 개발 등을 지원한다. 사업화 지원금도 최대 10개사에 1사당 1천만원까지 지원된다.

16일 1주차 교육은 권민준 대한가맹거래사협회 글로벌사업국장이 <브랜딩과 지적재산권 전략>, <비즈니스, 가맹사업의 리스크 매니지먼트>를 강의했



다. 이어 23일에는 조강훈 외식인 대표가 <디지털화 운영관리: 기술 및 데이터 분석 사례>, 김현 인싸맨 대표가 <업무 효율을 만드는 AI 기술>을 강연했다.

KFA

“소비자 물가 안정화 협력”... 식품·외식업계 물가안정 간담회 참가

올해 각종 비용 상승과 소비 침체로 식품·외식업계가 잇따라 소비자 가격을 인상 중인 가운데, 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 정부와 업계가 물가안정을 위한 방안을 함께 논의했다. 농식품부는 지난 7월 18일 서울 서초구 한국식품산업협회에서 <가공식품·외식 물가안정 자문회의>를 개최했다.

주원철 농식품부 식품산업정책관 주재로 개최된 이날 간담회는 유미선 농식품부 푸드테크정책과장, 식품외식산업과 등 정부 부처 관계자와 협회, 한국외식업중앙회, 한국외식산업협회, 한국식품산업협회, 한국소비자단체협의회, 한국농촌경제연구원 등 업계 협단체들이 대거 참여했다.

협회는 이날 간담회에서 “최근 배달앱 비용 증가로



인상요인이 누적되고 있으나, 국회, 정부의 추가 상생안 마련 노력이 지지부진하여 하반기에도 녹록치 않은 상황”이라면서 “다만 기재부 공공공배달앱 할인 지원에 이어 정부 민생회복 소비쿠폰 지급으로 소비가 되살아날 것으로 보이고, 공공배달앱 활성화도 긍정적인 상황이라 최대한 물가인상 억제를 위해 노력하겠다”고 말했다.

KFA

한국프랜차이즈協 분과위, 무더위 이겨내고 활발한 활동 이어가



6월 서비스분과위원회 월례모임

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 분과위원회들이 본격적으로 찾아온 장마와 폭염에도 활발한 활동을 이어가고 있다.

커뮤니케이션위원회(위원장 임영서)는 7월 14일 서울 영등포구에서 협회 출입기자단명과 호프데이를 개최했다. 김인규 협회 수석부회장, 박호진 사무총장 등 협회 임직원들이 주요 일간지·경제지 기자 30여명에게 주요 현안에 대한 업계 목소리를 알리고 소통하는 시간을 가졌다.

여성회(회장 윤미아)는 6월 4일 경기도 고양시 자담치킨 본사를 탐방하는 월례모임을 우정회(회장 김태환)도 6월 5일, 7월 3일 월례모임을 개최했다.

서비스분과위원회(위원장 신희성)는 6월 17일 통인익스프레스 본사에서 월례모임을 개최했다. 특히 이날 모임에는 서울시 공정경제과에서 참석해 서울형 상생 가맹본부 선정 사업을 안내하고 서울시 정책을 소개하는 유익한 시간을 가졌다.

상생파트너위원회(위원장 최인용)는 6월 23일 임원단 라운딩을 통해 친목을 다졌다. 산악회도 6월 15일 경기도 남양주시 예봉산, 7월 20일 강원도 삼척시 두타산에서 잇따라 정기산행을 개최했다.

봉사위원회(위원장 김인규)는 6월 11일 제1회 세계프랜차이즈의 날을 맞아 서울 강동구 서울장애인종합복지관에서 생필품 300세트를 전달하고 봉사하는 뜻깊은 활동을 진행했다.

대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

6월 교육

외식업 실무에 최적화된 커리큘럼으로 구성된 실전외식 CEO 아카데미 1기가 6월 5일 대구에서 힘차게 출발했다. 이번 아카데미는 단순한 이론이 아닌 '실제로 매출을 올릴 수 있는' 실전형 교육이라는 점에서 큰 호응을 얻고 있다.

외식 창업자와 운영자들이 가장 필요로 하는 상권 분석, 메뉴 전략, 고객심리, 등 생생한 현장 중심의 내용을 중심으로 진행되고 있다. 특히 매주 다양한 외식 브랜드의 매장 방문이 병행되어, 실제 운영 노하우를 눈으로 보고 듣고 느낄 수 있다는 점이 교육생들에게 매우 유익하다는 반응을 이르고 있다.

외식업의 미래를 준비하는 시간도 마련됐다. 6월 16일에는 디지털 전환 시대에 맞춰 '외식업을 위한 ChatGPT 활용법' 특강이 열려 많은 관심을 모았다. AI를 활용해 마케팅 콘텐츠를 만들고, 메뉴 설명을 개



선하고, 고객 리뷰 분석까지 가능하다는 사실에 교육생들은 놀라움을 감추지 못했다. 현장에서는 바로 실습해보는 시간도 함께 진행돼 참가자들의 만족도가 매우 높았다. 특히 중소 외식 자영업자들이 비용 부담없이 사용할 수 있다는 점에서 ChatGPT는 매장 운영에 큰 가능성을 제시했다.



6월 야외월례회

협회 회원 간의 유대감을 높이고 소통을 강화하기 위해 6월 18일에는 특별히 야외 월례회가 대구 동구 매남골에서 진행됐다. 계곡 앞 시원한 공기 속에서 시작된 이번 월례회는 피구와 족구 등 스포츠 활동으로 웃음이 끊이지 않았고, 이어진 삼계탕과 오리불고기 등 보양식 만찬, 그리고 레크리에이션까지 더해져 서로 간의 친밀어린 교감이 오가는 뜻깊은 자리가 되었다. 무더운 날씨 속에서도 활기차게 참여해준 회원들의 열정이 더욱 인상 깊었다.

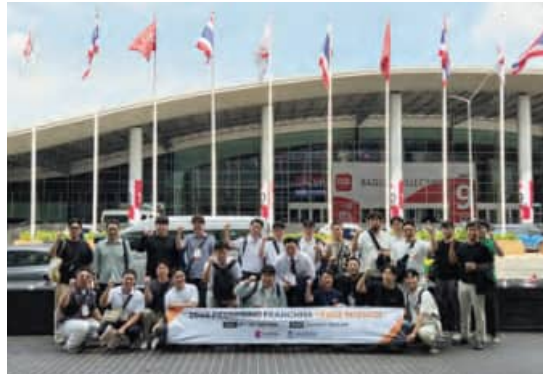
2025년 KFA 한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회 봉사활동

6월 25일, 협회는 지역 아동을 위해 '떡볶이와 순대 나눔 봉사'를 진행했다. 직접 만든 음식으로 따뜻한 정을 나누며, 외식업이 지역사회에 기여할 수 있는 방법을 다시금 되새기는 시간이었다. 음식 나눔을 받은 아이들은 밝은 웃음으로 고마움을 전해주었다. 이러한 따뜻한 활동은 협회가 단순한 산업 단체를 넘어, 지역과 함께하는 외식 공동체로서 자리매김하고 있음을 보여주는 좋은 사례가 되었다.

부산·울산·경남 지회 소식 (지회장 오몽석)

방콕-마닐라 프랜차이즈사절단

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 "KFA부울경지회")는 지난 5월 26일부터 31일까지 부산시경제진흥원이 주관한 '2025 방콕-마닐라 프랜차이즈 무역사절단'에 협회 회원사들이 참가해 태국과 필리핀 현지에서 활발한 수출상담 및 프랜차이즈 교류 활동을 진행했다. 이번 사절단 파견은 부산시 유망 프랜차이즈 기업들의 동남아 시장 진출을 지원하기 위해 마련된 것으로, 협회 회원사들은 방콕과 마닐라 양 도시에서 현지 바이어와 1:1 비즈니스 상담을 통해 브랜드 홍보와 수출 판로 개척의 기회를 가졌다. KFA부울경지회 소속의 식음료, 외식업종 기업들은 현지 바이어들로부터 큰 관심을 받았으며, 일부 기업은 현지 유통업체 및 투자자와 구체적인 계약 협의 단계에 진입하는 등 성과를 거뒀다.



KFA부울경지회 방콕-마닐라 프랜차이즈 무역 사절단

제2기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육과정 수료식

KFA부울경지회와 프랜차이즈산업연구원이 주최주관하는 <제2기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육 과정>이 4월 개강을 시작으로 8주간의 교육을 마치고 지난 5월 28일, 수료식을 가졌다. 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육 과정은 지역브랜드의 경쟁력 강화와 수익 증대를 위한 전문 지식과 실무 능력을 갖춘 슈퍼바이저를 양성하는 수준 높은 전문 교육과정이다. 이번 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육 커리큘럼은 ▲프랜차이즈 슈퍼바이징 이론 ▲가맹사업법 이해 ▲가맹점 진단 및 관리 전략 ▲매출 및 수익 증대 실전 스킬 ▲평가 시험 및 특별 발표 등 지난 1기보다 더욱 체계적인 실무교육으로 진행됐다. 부산울산경남 지역의 가맹본부 소속 슈퍼바이저 및 실무자, 프랜차이즈 산업에 관심 있는 구직청년, 대학 졸업예정자 등 교육생 23명이 업무 역량 강화를 위하여 8주간 출석률 100%를 자랑하며 수업에 임했다.



부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육 과정 수료식

제8기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료식

KFA부울경지회와 부자비즈가 주최주관한 <제8기 부산 프랜차이즈 사관학교>가 지난 5월 29일 수료식을 끝으로 마무리됐다. 총 29명의 수료생을 배출했다. 이번 8기 교육과정은 2025년 3월 개강해 12주간 진행됐다. 프랜차이즈 시스템의 실전 적용, 소상공인의 지속 성장 전략, 마케팅 및 브랜딩 기법, 지역 성공 CEO 특강 등 현장에서 바로 활용 가능한 실무 중심의 커리큘럼으로 구성됐다. 부산 프랜차이즈 사관학교는 지역 내 유망 프랜차이즈 대표 및 임원, 성장 가능성이 높은 소상공인을 대상으로 한 교육 프로그램으로 자리 잡아 부산·울산·경남 지역 소상공인의 실질적 역량 강화를 목표로 운영되고 있다.



부산 프랜차이즈 사관학교 수료식

모라종합사회복지관 개관

KFA부울경지회는 지난 6월 18일, 모라종합사회복지관 개관을 축하하며 수건 250장(약 100만원 상당)을 기부했다고 밝혔다. 이번 기부는 복지관 개관을 기념하고 지역사회와의 상생 및 나눔 실천을 위한 협회의 사회공헌활동의 일환으로 진행됐다. 협회는 이날 개관식에도 참석해 축하 인사와 함께 물품을 전달했다. 모라종합사회복지관은 협회가 매월 정기적으로 봉사활동을 진행하고 있는 기관이다. 이번 기부는 단순한 일회성 후원이 아닌, 지속적인 지역사회 연계와 실천적 나눔 활동의 일환으로 이뤄졌다. 기부된 수건은 복지관을 이용하는 어르신 및 취약계층 주민들에게 전달될 예정이다.



모라종합사회복지관 개관식 후원물품 전달식

6월, 7월 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. 지난 6월 19일(목), 7월 17일(목) KFA부울경지회의 6월, 7월 정기봉사활동이 진행됐다. 이번 봉사활동은 복지관 내 신설된 식당에서 어르신들의 원활한 식사를 지원하기 위해 마련된 자리로, KFA부울경지회 회원사들은 주방 보조, 식판 배식, 식탁 정리 및 위생관리 등 다양한 식사 지원 업무에 자발적으로 참여했다. 모라종합사회복지관은 협회가 매월 정기적으로 봉사활동을 진행해 오고 있는 기관으로, 복지관 리모델링 후 새롭게 개관한 시설에서의 첫 식사 지원 봉사라는 점에서 더욱 뜻깊은 시간이 되었다.



정기봉사활동

하계워크숍

KFA부울경지회는 지난 6월 21일 경남 양산 에덴밸리리조트에서 하계 워크숍을 개최, 회원사 간 교류와 단합을 다지는 뜻깊은 시간을 가졌다. 이번 워크숍은 간헐적인 비가 내리는 날씨 속에서도 회원사 간 소통과 팀워크 강화를 위한 프로그램 중심으로 진행됐다. 특히 서바이벌 게임은 4개조로 나뉘어 진행된 팀 대항전 형식으로 참가자들의 뜨거운 호응을 받았다. 참가자 모두가 적극적으로 참여한 가운데 진행됐으며, 비가 오는 상황 속에서도 한명의 부상자 없이 안전하게 마무리돼 훈훈하게 만들었다.



6월 하계워크숍

2025 KFA 부울경지회 회장배 골프대회 개최

KFA부울경지회가 주최하고 KFA부울경지회 골프회가 주관한 <2025 KFA 부울경지회 회장배 골프대회>가 지난 6월 30일(월), 기장 스톤게이트 컨트리클럽에서 성황리에 개최됐다. 이번 골프대회는 총 120여명의 전국 KFA회원사들의 뜨거운 관심과 적극적인 참여 속에 진행됐으며 무더운 여름 날씨에도 불구하고 화합과 교류의 장으로서 의미 있는 시간이 되었다. 이날 대회에는 KFA부울경지회 오몽석 회장과 KFA부울경지회 골프회 남구만 회장을 비롯한 KFA부울경지회 임원진 및 회원사가 대거 참석했다. 특히 KFA본회 박호순 수석부회장, 나명석 수석부회장, 김태환 KFA본회 골프회 회장을 포함해 대구경북지회 김병철 지회장, 광주전남지회 김태훈 지회장, 전북지회 정광현 지회장, 충청권지회 유인성 지회장과 함께 전국 지회가 함께 해 뜻깊은 행사가 됐다. 라운딩을 마친 후 이어진 만찬에서는 참석자들이 서로의 노고를 격려하며 협회의 미래를 함께 그려보는 소중한 교류의 시간이 마련됐다.



2025 KFA 부울경지회 회장배 골프대회 개최

7월 정기월례회 및 현판식

KFA부울경지회는 지난 7월 15일(화) 7월 정기월례회를 개최했다. 월례회에 앞서 윤정섭 대표의 <인문학 특강>이 진행됐다. 이날 KFA부울경지회는 현판식도 함께 진행하며 새로운 시작을 알렸다. 확장된 공간은 더욱 넓은 강의실과 쾌적한 회의 환경을 갖추고 있어 향후 교육, 세미나, 월례회 등 다양한 협회 활동의 기반이 될 예정이다. KFA부울경지회는 매월 정기적으로 월례회를 개최하며, 각 분과의 보고, 정부지원사업 안내, 프랜차이즈 산업의 주요 현안 및 이슈 등을 공유하고 있다. 이를 통해 회원사 간의 정보 교류와 네트워크 강화를 위한 소통의 장을 꾸준히 마련하고 있다.



KFA부울경지회 새 사무실 현판식

교육 신청 접수 및 부산 박람회 참가접수는 KFA부울경지회 홈페이지(www.kfabug.or.kr)에서 확인할 수 있다. • 회원가입문의 : 051-761-2066

'25년 8월 ~ 9월 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

슈퍼바이저 지역점포마케팅

일 시: 2025년 8월 7일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 미래로룸1

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

훈련내용: 지역점포마케팅 전략수립 및 구축

FC 마케팅 전략

일 시: 2025년 8월 13일(수), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 미래로룸1

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

훈련내용: 프랜차이즈 마케팅 전략 및 실행 계획 수립

정보공개서 및 예상매출산정서 작성과 실무

일 시: 2025년 8월 19일(화), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸3

훈련목표: 가맹사업법 상의 예상매출산정서와 정보공개서를 이해하고 표준양식과 목차에 대하여 습득하여 올바르게 작성할 수 있다.

훈련내용: 정보공개서 및 예상매출산정서의 개념과 작성법

FC경영기획

일 시: 2025년 8월 26일(화), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 편앤아이 본사 3층 교육실

훈련목표: 기업의 중장기 경영전략, 목표 및 사업계획을 수립하고 조정하여 전략방향과 경영방침을 설정할 수 있으며, 예산편성 지침을 수립하여 예산 계획대비 실적을 분석할 수 있다.

훈련내용: 가맹본부 경영전략 수립 및 예산 편성

가맹계약의 이해

일 시: 2025년 8월 27일(수), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸3

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 9월 2일(화), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸3

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 9월 3일(수), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸3

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 가맹점 관리

일 시: 2025년 9월 11일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 등촌 SBA글로벌마케팅센터 C동 1층 전시세미나실

훈련목표: 가맹점의 내부, 외부 리스크 대응, 본사와 가맹점 간의 신뢰구축, 가맹점 고충상담, 가맹점 프로모션 등을 통하여 가맹점이 최고의 성과를 이룰 수 있도록 체계적인 도움을 줄 수 있다.

훈련내용: 프랜차이즈 매장관리, 매장경영 등

2025.5.28~2025.7.14 신규회원 현황

구분	협회대표	회사명	브랜드명	업종	가입일
정 회원	이주현 본부장	(주) 괴짜푸드컴퍼니	토픽폭탄김치찜&김치찌개 외	한식	2025.05.28
	임효준	에이팩스 이엠에스 스튜디오	에이팩스 이엠에스 스튜디오	서비스업, 소매업	2025.06.04
	황경환	(주)육바연F&B	육회바른연어	기타 외식	2025.06.05
	이원석	(주)진수현	칠분통닭	제조업, 프랜차이즈업	2025.06.17
	이형곤 본부장	(주)티엔엔터테인먼트	후라이드 참 잘하는집	제조업, 프랜차이즈업	2025.06.20
	남궁석	주식회사 혼신	료혼	서비스업, 일식	2025.07.07
	조규상	(주)더풋샵컴퍼니	더풋샵 마사지	서비스업	2025.07.11
파트너 회원	양성욱	(주)제이원인테리어네셔널	(주)제이원인테리어네셔널	도소매업, 부동산업 등	2025.06.20
	김종학	네오톨 주식회사	네오톨	제조업	2025.06.23
	박상도	(주)대우네오아미코	(주)대우네오아미코	제조업, 도매 및 소매업	2025.06.23
	이일영	(주)참존박스	(주)참존박스	지함, 제조	2025.07.02
	김상섭	에스원이엔지(주)	삼성전자 A&E B2B 파트너사	도매 및 소매업, 건설업	2025.07.07
	유상민 부대표	프로젝트X (덕트인)	프로젝트X (덕트인)	도매 및 소매업, 정보통신업 등	2025.07.14
	장재훈	(주)토큰아시아코리아	특시아	도매 및 소매업, 정보통신업 등	2025.07.14

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 (☐ 동의 / ☐ 미 동의)

[관련문의] Tel)070-7919-4165 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서

[협회연락처] Tel) 3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail) upearl@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
월간

정기구독 안내

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

구독료 안내

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

광고단가 안내

*연 5회 계약시 1회 서비스 (VAT 별도)

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

광고, 콘텐츠, 구독 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

