



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

info@ifskorea.co.kr

02-561-6172

주최 KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

주관 RX coex

프랜차이즈월드

Vol.75 2025

“차액가맹금 잘못된 명칭...합리적 유통마진을 ‘가맹금’으로 오인시켜”

Korea Franchise Association

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Franchise

Vol. 75 2025

WORLD

+ Cover Story

“차액가맹금 잘못된 명칭...합리적 유통마진을 ‘가맹금’으로 오인시켜”

‘한국피자헛 법원 판결은 오칭(誤稱)으로 인한
법리 오해에서 비롯된 오심(誤審)’

한국프랜차이즈協, 법정 식품위생교육 개시

일반음식점, 휴게음식점, 제과점
3개 업종 식품위생교육 전문기관 지정

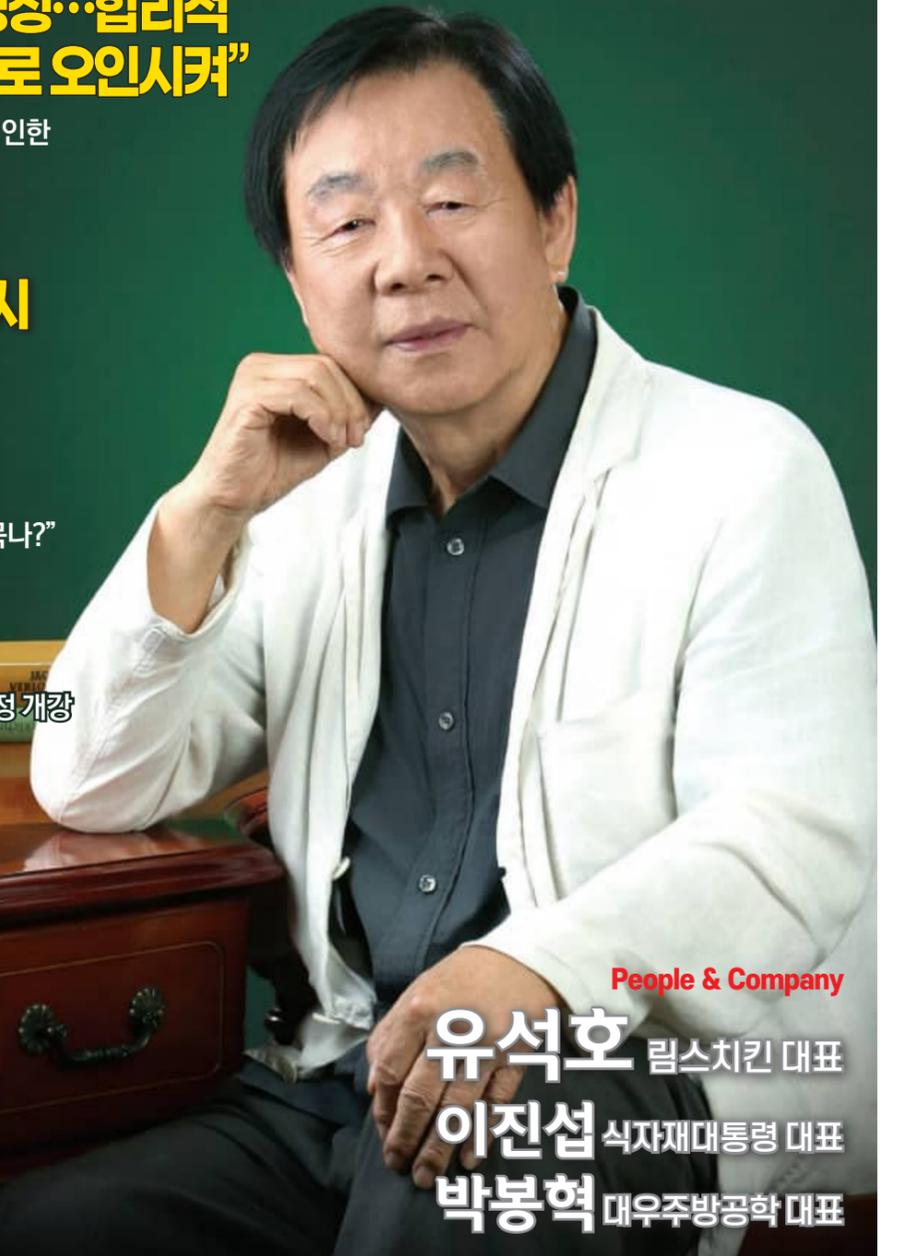
Special Report

강화되는 규제 정책 “프랜차이즈 손발 묶나?”

“가성비·프리미엄 창업 아이템 인기”
IFS 박람회서 원스톱 창업 쇼핑

“K프랜차이즈 리더 양성”...
한국프랜차이즈協, 제16기 KFCEO 과정 개강

“가맹사업 위장한 계약 규제해야...
선량한 본사들 피해 우려”



People & Company

유석호 림스치킨 대표

이진섭 식자재대통령 대표

박봉혁 대우주방공학 대표



KFA
Korea Franchise Association

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 / 선불카드충전 / 밀키트구매
다양한 혜택을 누리실 수 있습니다.



쿠우쿠우
Sushi·Roll & Salad Bar

고객센터/가맹문의
1577-4841

Lim's SINCE 1977
림스치킨
오리지널 앤 스파이시

림스치킨, 더퍼스트 대한민국 프랜차이즈치킨의 시작



가맹문의 1566-4259

처음과 끝이 똑같은 식재료 전문유통기업!



- ▶ 수도권 어디든 일일 배송 시스템의 식자재대통령
- ▶ 경쟁력있는 구매와 프랜차이즈 전국물류를 갖춘 식자재대통령
- ▶ 고객의 성공과 푸드서비스를 만족시키는 식자재대통령

★ 신뢰(Trust)

신선한 식자재를 합리적인 가격에 공급하여 건강한 외식문화와 창조에 기여하는 것은 식자재대통령이 드리는 약속입니다.

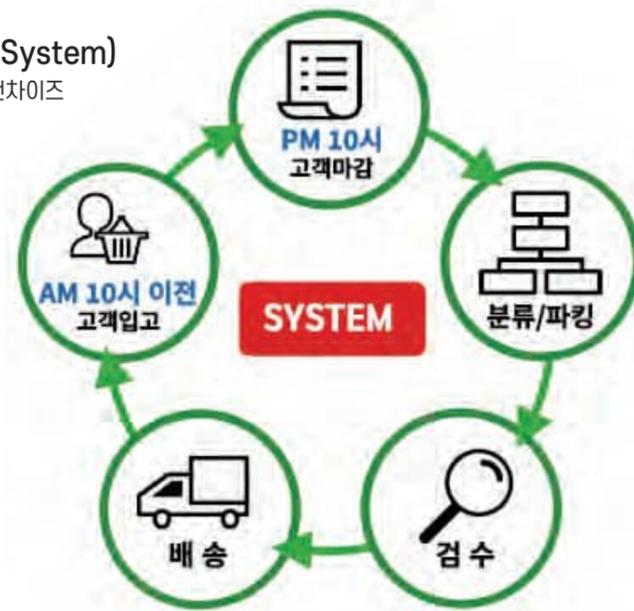
★ 전국을 연결하는 통합 네트워크 물류시스템(System)

전국을 연결하는 통합 네트워크 물류시스템을 완비하여 프랜차이즈 전국물류 가능.

또한 수도권 전역을 연결하는 신속한 배송시스템으로 고객님들께 보다 신선한 식자료를 공급.
(당일 밤 10시까지 주문/ 익일 오전 10시까지 배송, 식자재대통령 전용 모바일APP)

★ 비전(Vision)

고객 만족의 가치를 최우선으로 여기며, 고객의 성공에 식자재대통령이 함께합니다.



(주)서울푸드시스템 경기도 광주시 광여로 166 TEL 070-7727-1212~1214

(주)에스에프앤비(SF&B) 경기도 구리시 동구릉로 136번길 90 구리농수산물시장 내 TEL 031-553-1884

돈카츠는 유미카츠



가맹문의 1877-4292

맛과 풍미를 높이고, 오랫동안 사용할 수 있는 (주)에릭스 초내열 독배기



500도 불에도 깨지지 않는
에릭스도자기 초내열 독배기

에릭스 초내열 독배기의 탁월한 기술력

비교 실험을 원하시는 업주께서 아래 연락처로
요청주시면 샘플을 제공 해 드리겠습니다.

영업이사
(주)에릭스도자기 | 김 종 래 010-6612-5000

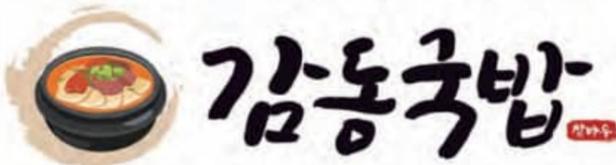
- 3~5배 더 오래쓰는 내열성이 탁월한 독배기
- 냉장 보관 중 뜨거운 육수를 바로 부어 끓일 수 있는 독배기
- 군내, 전내 안나는 맛있는 독배기
- 세제 세척 가능한 편리한 독배기
- 빨리 끓고, 쉽게 끓어 넘치지 않는
깨끗하고 경제적인 독배기
- 유해물질 발생 없는 건강한 독배기

꼭! 확인 해 보세요!



비교 실험 테스트 영상

오늘은 뭘 먹지? 어느 식당 갈까?
왜 매일 먹어도 질리지 않는 국밥집은 없을까?
그 질문에서 시작 된
육(陸)·해(海)·공(空) 국밥집-



100번을 먹어도 맛있는 인생국밥!
입맛도 건강도 대만족! 다양한 국밥을
한자리에서 즐길 수 있어 매주 3회 이상
오시는 단골이 많아지고 매일매일 다른 국밥, 다른 맛으로
진짜 감동을 드리는 감동 가득한 국밥집입니다.

(일매출 50여 만원에서 업종변경 후 200만원 매출 급상승: 구의역점)
매일매일 다른 국밥! 다른 맛! 남다른 4배 매출!
가게 간판만 바꾸세요!

2조 국밥시장이 2조 원대로 소리없이 거대 성장하고
있습니다. 장사가 되는 브랜드를 잡으십시오.
감동국밥이 돈없이 돈벌게 도와드리겠습니다.

**"이제는 버릴 게 아니라
바꿔야 할 때입니다"**
육·해·공메뉴 감동국밥으로
업종변경 시 "30호점"까지
파격 지원 및 놀라운
혜택을 드립니다!

업종변경 30호점까지 드리는 지원 및 혜택
가맹비 전액 면제
인테리어 자물 선택
기존시설 최대한 활용
디자인시안 무상 제공

감동국밥 확실한 성공 이유
감동국밥은 '그럴싸한 매장'보다
'돈 잘 버는 매장'을
만들기 위해 온 전력을 다 하고 있습니다.

뿌리깊은 나무처럼 든든한 본사의 운영 시스템

- 30년 노하우 본사
 - 바우체 내부관리, 신인사력 본사
 - 육질면 다양한 전문 요리 전수
 - 국밥업종 중 최고의 마진을 달성
- 신사업 국밥 메뉴 구성
 - 육·해·공 다양한 메뉴 구성
 - 고급 친환경 육수
 - 영양성 채소로 최고의 맛 구현
- 차별점 고조를 추구
 - 리모델링, 리뉴얼 창업 지원
 - 반제품 공급으로 인건비 절감
 - 장수 본인 시공 시 제비용 제공
- 안정된 식자재 공급
 - 한국 농·축산물 생산물류 유통
 - 대형구매로 안정적 가격으로 공급
 - 영양성 원재료 확보



나주공방 + 감동국밥
"30년 검증된 본사 + 새로운 브랜드 감성"



대한민국 최초!
육·해·공 국밥집-감동국밥



감동국밥 주식회사 CF프류
업종변경 / 신규창업 문의
02)2203-2040 (대)
NAVER D+ 검색창에서 **감동국밥** 를 치세요.



(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

- 창업 가구 | 프랜차이즈 · 레스토랑 · 식당 · 호프&펍 · 카페 · 스터디카페
- 숙박 가구 | 호텔 · 모텔 · 펜션 · 리조트 · 요양시설 · 게스트하우스
- 사무 가구 | 사무실 · 중역실 · 회의실 · 접견실 · 강당 · 휴게실 · 탕비실
- 설계 가구 | 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

메뉴개발의 비밀 수비드푸드



“귀사의 신메뉴 개발, 수비드푸드가 함께합니다”

제조 10년 노하우

- 오랜기간 쌓인 수비드가공 혁신기술

맞춤 메뉴 컨설팅

- 브랜드별 맞춤 메뉴컨설팅

수비드만의 비밀

- 점주·가맹본부·고객
모두가 만족하는 수비드만의 비법



프랜차이즈 메뉴개발 전용 상담

문의: 032-710-8776

주식회사 수비드푸드 - 경기도 부천시 원미구 부천로312 진성빌딩4층



DAVICH

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.



‘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)	

미진 축산

전국 누적 가맹점 170여개
www.mijin2900.com



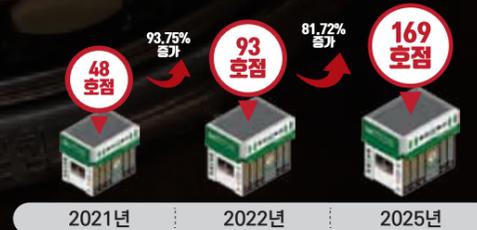
돼지고기 소고기 닭고기 다 있으니까



실매 없는 미진축산 경쟁력
미진축산만의 노하우로 본사가 나서서
사장님의 편의를 돕겠습니다

- 1 엄격한 육류 선별**
전국 각지에서 선별된 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 직매송**
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



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

가맹문의 1599-8429



모차르트의 유쾌함과 비발디의 상상력을 품다



리더 | 알베르토 마르티니 피아니스트 | 안미현
Alberto Martini

이 베르투오지 이탈리아니

2025.10.21 | 화 | 7:30PM

마포아트센터 아트홀맥

티켓 | R석 50,000 S석 40,000 예매 인터파크 1544-1555 티켓링크 1588-7890 주최 브라보컴 문의 02 3463 2466



새롭게 변화된 김가네



철판치즈불닭짬면

 **김가네**

가맹문의 1588-7187

NO.1 수산물 가공 노하우로 최상의 맛과 품질에
 특허기술을 더한 대한민국의 수산물 최고 브랜드



바다해찬의 더 많은 제품을 맛보려면
 큐알코드를 찍어보세요.
 NAVER 에서 **바다해찬** 을 검색하세요.
 (주)바다해찬 T.055-648-6606 주문전화



28개 직영점을 운영하는 탄탄한 본사! 화화돈은 다릅니다!



성수에서 즐서서 먹는 맛집, 서울3대 쌀국수
 “바삭한 돈카츠와 깊은 국물맛의 조화”



성공 창업 문의 1551-9820

With Company H&B 본사 | 서울특별시강북구덕릉로101,202호

원하는 동네에만 콕 찍어! TV광고를 할 수 있다고요?

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



tvN 등 주요 인기 채널에
TV 광고 노출

가맹점 주변 지역에만
광고 노출로 광고비 절감

채널, 지역, 시간 별 광고 현황과
실시간 분석 리포트 제공

무료 영상 제작부터
광고 신청까지 한 번에 해결

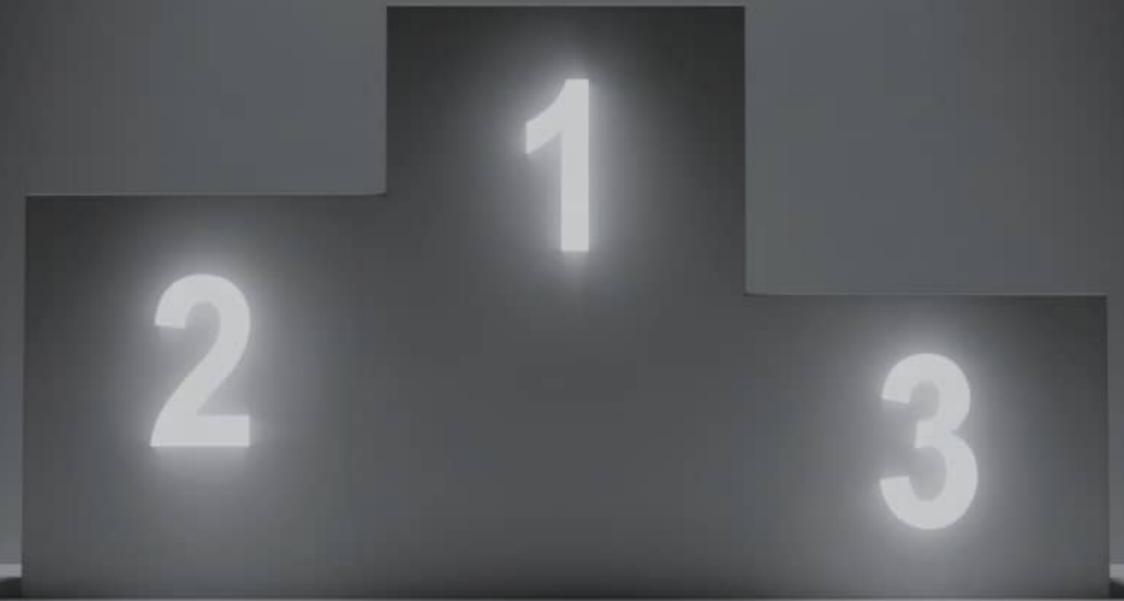
채팅상담 www.btvtownad.com | 전화상담 1566-7762 ‘100개 이상 가맹점 단체’에서 신청 시 추가 혜택 제공!

우리 브랜드 선호도는 몇 위일까?

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

창업도

changupdo.com



대표전화 : 02.556.7889

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

Franchise
WORLD
한국프랜차이즈산업신문

The Letter from President

023 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

025 이진창 발행인 인사말

Cover Story

026 “차액가맹금 잘못된 명칭...합리적 유통마진을 ‘가맹금’으로 오인시켜”

‘한국피자헛 법원 판결은 오칭(誤稱)으로 인한 법리 오해에서 비롯된 오심(誤審)’

030 한국프랜차이즈협회, 법정 식품위생교육 개시... “프랜차이즈 맞춤형 교육 제공”

식약처 고시에 의거해 일반음식점, 휴게음식점, 제과점 3개 업종 전문기관 지정

Special Report

034 강화되는 규제 정책 “프랜차이즈 손발 묶나?”

038 “가성비-프리미엄 창업 아이템 인기”IFS 박람회서 원스톱 창업 쇼핑

042 “K프랜차이즈 리더 양성”... 한국프랜차이즈협회, 제16기 KFCEO 과정 개강

046 “가맹사업 위장한 계약 규제해야...선량한 본사를 피해 우려”

Hot Issue

048 “프랜차이즈 업계, 구독형 태양광 설비 도입으로 친환경 경영 확산”

049 배리어프리 키오스크 의무화...‘600만 소상공인’ 제외

050 하남돼지집, 공정위 제재에 행정소송 청구

Organ News

052 공정위, 반올림피자에 1억7600만원 과징금 부과

053 매출 1800억원도 중소기업...매출액 기준 10년만 상향

054 이찬진 금감원장 “결제 수수료 알고리즘” 지적

055 외식 프랜차이즈, 식품위생법 위반 5년간 3000여건



자담치킨, 대한민국 6% 자부심을 담다

자담치킨은 대한민국 6%밖에 없는 동물복지인증닭으로 만드니까

자담치킨 전속모델 조정석

모방할 수 없는 **최고의 재료**로 빚어낸 **명품 치킨!**

- 동물복지 닭**
동물복지 인증농장에서 건강하고 인도적으로 생산한 육계사용 (일부 제품 제외)
- 웰빙피클무**
빙초산 NO! 사카린 NO! 깨끗하고 건강한 자연의 맛만 담은 국내 최초 치킨용 피클무
- 히말라야 핑크슬트**
청정하기로 소문난 히말라야 핑크 솔트 염지
- 프리미엄 전용유**
카놀리우에 고올레산 해바라기유를 혼합하여 더 고소하고 바삭한 프리미엄 전용유
- 아이류 파우더**
아몬드, 땅콩, 쌀, 단호박, 카카오닙스, 햄프시드, 검은콩, 현미 등의 견과류와 곡물로 만들어 건강에 좋은 아이류 파우더

People & Company

- 056 유석호 립스치킨 대표
- 060 '성공률 높이는 프랜차이즈 3대장' 최인용 세무사
- 062 식자재대통령 이진섭 대표
- 064 대우주방공학 박봉혁 대표

Brand Highlight

- 066 명륜진사갈비, 본사 전액 부담 가맹점 월세 지원
- 067 암샘김밥·쿠우쿠우
- 068 프랑스 미슐랭 셰프들의 비밀 조리법 신 메뉴개발의 혁신, 수비드
- 070 SPC그룹·교촌치킨·굽네치킨
- 071 자담치킨·다비치안경·불막얼삼

Association News

- 084 농식품부 장관 추석성수품 점검회의 외
- 085 제46기 연세대 프랜차이즈 최고경영자 입학식 외
- 086 지회소식 대구·경북, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 072 컨설팅 - 이경희 프랜차이즈를 다시 바라봐야 하는 이유
- 074 상권분석 - 유재은 그 많은 국내 레드망고 매장은 어디로 사라졌나?
- 076 마케팅 - 장재남 2025 가맹점 창업희망자들의 창업환경과 특성
- 078 법률 - 김선진 노란봉투법 시행, 프랜차이즈 본부가 주목해야 하는 이유
- 080 세무 - 최인용 프랜차이즈 가맹점과의 상생 인건비에 집중하라
- 082 노무 - 이금구 노란봉투법이 프랜차이즈 산업에 미치는 영향



격변(激變) 앞둔 프랜차이즈 업계... 상생과 혁신으로 이겨내자



한국프랜차이즈산업협회장
 정현식

선 선한 가을바람과 함께 수확의 계절인 10월을 맞이하였습니다. 그러나 올해 10월은 결실의 기쁨만큼이나 우리 산업을 둘러싼 중요한 도전과 과제가 함께 다가오고 있습니다.

새 정부 출범 후 지속적인 논의 끝에 최근 가맹점주단체 단체협의권 도입, 위약금 없는 계약해지권 강화, 정보공개서 체계 개편 및 공시제 등이 국정과제로 확정되었습니다. 하나같이 가맹사업의 근간을 바꿀 큰 변화를 예고할 사안들입니다.

최근까지 필수품목 제도를 대폭 정비한 정부도 가맹사업 규제를 강화할 것으로 보입니다. 신임 공정거래위원장이 취임 후 첫 대책으로 가맹분야를 선택한 것은 마치 10여 년 전의 데자뷔 같은 느낌을 떠올리게 합니다. 국정감사 일정이 다가오면서 이미 국회에서는 가맹사업법 개정 논의가 활발하며, 추가적인 대책도 논의될 기세입니다.

업계를 둘러싼 현안도 녹록치 않습니다. 1년 여가 지난 피자헛 차액가맹금 소송은 업계 전체를 공멸로 몰아갈 수 있다는 우려를 확산시키고 있습니다. 배달앱 수수료 문제 또한 업계의 호소와 국회·정부의 압박에도 상황이 개선되기는커녕 추가적인 정책 개편으로 오히려 현장의 부담이 증가하고 있습니다.

협회는 업계의 목소리를 충실히 대변하고, 합리적이고 균형 잡힌 제도 개선이 이루어질 수 있도록 최선을 다하고 있

습니다. 가맹사업법 개정안이 최대한 합리적으로 개정되고, 피자헛 차액가맹금 소송의 파기환송을 위해 최선을 다하고 있습니다. 공공배달앱 활성화와 배달앱 규제 도입에 적극 협력하여 상황 개선을 도모하고 있습니다.

그러나 제도적 대응 못지않게 중요한 것은 우리 스스로의 노력이기도 합니다. 업계 전반에 남아 있는 일부 부정적 이미지와 불신을 개선하기 위해, 모든 가맹본부와 가맹점이 함께 신뢰와 상생의 문화를 확산시켜야 합니다. 산업인 여러분들께서 앞장서 주실 때, 국민과 소비자, 그리고 정책당국 모두에게 '프랜차이즈 산업은 곧 상생과 혁신의 상징'이라는 인식이 자리잡고 지원과 규제의 균형이 잡힐 수 있을 것입니다.

때로는 외부의 시선이 엄격하고, 변화의 압력이 무겁게 느껴질 수도 있습니다. 그러나 위기(危機)는 동시에 기회(機會)라는 말처럼, 어려움을 슬기롭게 헤쳐 나간다면 우리 산업의 미래는 더욱 단단해질 것입니다.

앞으로도 협회는 회원 여러분과 긴밀히 소통하며, 불필요한 규제는 최소화하고 건전한 발전을 도모할 수 있는 제도적 기반을 마련하기 위해 헌신하겠습니다. 동시에, 우리 산업 전체가 국민적 신뢰를 바탕으로 더 큰 도약을 이룰 수 있도록 '상생(相生)'과 '혁신(革新)'을 두 축으로 삼아 노력하겠습니다. 풍요로운 계절, 10월의 시작에 회원사 여러분 가정과 사업에 건승과 행복이 함께하시길 기원드립니다.

KFA

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.75
 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)KFN홀딩스
 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



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

"가맹점은 피해자?" 인식의 변화가 필요하다 프랜차이즈산업의 '인식'을 바꿔라



발행인
 이진창

프랜차이즈 업계에 각종 규제와 악재가 잇따라 생겨나고 있다. 공정위 제재와 사고 등이 발생하면서 언론에서는 갑질이라는 용어가 쏟아져 나온다. 가맹본부의 갑의 횡포를 견디다 못한 가맹점주, 다시 말해 을의 반발이라는 얘기가. 정말 프랜차이즈 가맹본부는 과거에도 현재에도 여전히 갑질이라는 오명을 써야만 하는 걸까. 그리고 을질은 가해자가 프레임을 씌운 피해자의 몸부림일까.

사실 그렇지 않다는 것은 심심찮게 확인할 수 있다. 슈퍼 을로써 갑을 짓누르는 경우도 쉽게 볼 수 있다. 또 을이라는 입장을 악용하는 경우도 가맹본부들이 경험하는 것 중 하나다.

프랜차이즈는 가맹본부가 가맹점주에게 상표, 경영, 노하우, 운영매뉴얼 등 사업 인프라를 제공하고, 가맹점주는 본사에 로열티 등 비용을 지급하며 동일한 브랜드로 영업하는 사업 모델이다. 브랜드 신뢰와 체계적 지원을 바탕으로 윈윈하는 사업이다.

물론 프랜차이즈가 도입된 후 2000년 전까지는 가맹점주가 약자인 경우가 많았다. 지금처럼 온라인이 활성화되지 못했던 때라 가맹점주의 정보 수집도 한계가 있었다. 이로 인해 가맹본부가 제시한 자료와 통계, 운영되는 매장의 매출 등에 의거해 가맹점을 오픈했다. 다양한 식자재 물류도 가맹본부에 대한 신뢰와 운영 효율성으로 가맹본부의 의견을 많이 따랐다.

하지만 온라인이 활성화된 이후 프랜차이즈와 브랜드에 대

한 정보 수집 경로는 다양해졌고, 정보량도 폭발적으로 증가했다. 예비창업자들도 가맹본부의 말을 따르기 보다는 자신이 수집한 정보와 주위 의견에 더 많은 비중을 뒀다. 자연스럽게 가맹본부와 가맹점과의 분쟁 발생 빈도가 높아졌고, 이에 언론의 좋은 기사거리로 등장하기 시작했다. 그렇다면 언론과 정치권에서 이렇게 관심을 갖는 이유는 뭘까.

관련 산업의 빠른 성장이다. 프랜차이즈 산업은 1977년 립스 치킨이 가맹사업을 시작한 뒤 1999년 45조원에서 2023년 약 110조 시장으로 성장했다. 프랜차이즈 산업 종사자도 2023년 101만명으로 늘었다. 가맹점수는 36만여개다. 여기에 2024년 말까지 등록된 브랜드는 1만2377개다. 2020년 7094개에서 5000여개나 증가했다.

사실 지금도 수많은 가맹본부들은 비우호적인 가맹점주들의 대응에 골머리를 앓고 있다. 성실한 가맹점주들을 위해 대응을 해야 하지만, 갑질이라는 프레임은 걸림돌이다. 브랜드에 대한 소비자 신뢰가 생명인 프랜차이즈 산업에서 자칫 성실 가맹점주들이 피해를 볼 수 있다는 두려움이다. 어쩌면 가맹점주가 피해자가 아니라 가맹본부가 피해자가 된 시대다.

역지사지(易地思之)란 말이 있다. 단순히 입장을 바꾸는 것이 아니라 상대방의 상황과 마음을 깊이 이해하고 공감하는 능력을 의미한다. 가맹본부나 가맹점주 모두에게 인간관계, 협상, 조직 내 화합을 유지하는데 필수 덕목으로 삼아야 할 의미다. **KFN**



최영홍 고려대 교수가 피자헛 차액가맹금 소송이 오칭으로 인한 오심이라는 전문가 의견을 설명하고 있다



최영홍 고려대 교수가 인사말을 하고 있다

“차액가맹금 잘못된 명칭...합리적 유통마진을 ‘가맹금’으로 오인시켜”

‘한국피자헛 법원 판결은 오칭(誤稱)으로 인한 법리 오해에서 비롯된 오심(誤審)’

최영홍 전 유통법학회 회장, 전문가 의견서 통해 밝혀...상고심 재판에 의견 제출

WRITE | 김동하 기자

한 국피자헛의 이른바 ‘차액가맹금’ 반환 소송과 관련한 1.2심 법원의 판단이 일반적인 유통차액 또는 유통마진을 가맹금으로 오인할 수 있게 한 잘못된 명칭에서 비롯된 오심(誤審)이라는 프랜차이즈 최고 전문가의 의견이 나왔다.

한국유통법학회 회장을 역임한 최영홍 고려대 유통법센터장은 “현행 가맹사업법 시행령에서 규정한 차액가맹금

의 실체는 가맹본사의 구입 원가와 재판매가격 간의 유통차액일 뿐 ‘진정한 의미의 가맹금’은 아니다”고 주장했다.

최 교수는 22일 서울 양재동 aT센터에서 열린 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 언론 설명회에서 “진정한 가맹금은 가맹본사가 필수 원·부자재 등을 가맹점사업자에게 적정 도매가격보다 초과하여 판매한 금액을 지칭하는데도 불구하고 현행 ‘차액가맹금’은 세금, 물류·보관 등 필

수비용, 전산·관리비용과 같은 운영비, 그리고 유통 단계에서 통상 인정되는 정상이윤이 모두 포함되어 정상 구성 요소까지 일괄적으로 ‘숨은 가맹금’으로 간주하는 명백한 오류가 있다”면서 이 같은 의견을 밝혔다.

최교수는 “2021년 헌법재판소의 판결도 이 같은 유통차액에 해당하는 금액의 크기와 비율을 정보공개서에 기재하는 것이 위헌이 아니라는 것 취지이지 차액가맹금이라고 명명된 금액 전부가 가맹계약의 성립조건으로서의 가맹금이라거나 반환 대상 금액이라는 취지는 아니다”고 밝혔다.

한국피자헛은 18일 최 교수의 이같은 내용의 전문가 의견서를 대리인인 법무법인 태평양을 통해 준비서면과 함께 대법원 상고심에 제출했다.

◇“반복적 거래관계는 묵시적 합의”

최 교수는 “2018년 시행령을 개정하며 명칭한 ‘차액가맹금’이라는 용어는 본래 정보공개서에 기재되는 통계·공시 항목을 편의상 묶어 부르는 행정적 명칭일 뿐, 그 전부가

곧바로 계약상 ‘가맹금’이자 법률상 반환 대상으로 등치되는 개념이 아닌데도 법원이 법령 체계와 계약법의 기본 원리, 국제 비교법의 기준을 충분히 반영하지 못했다”고 지적했다.

그는 “이에 따라 가맹본사의 정상적 유통마진과 비용회수 행위가 위법으로 몰려, 그 결과 중소 가맹본부의 사업 모델은 물론 소비자 가격 안정성에도 충격이 전이될 수 있다”고 지적하면서 “국제적으로는 정상적인 도매가격 범위 내에서의 마크업은 가맹금에서 제외하는 태도가 일반적이며 원가의 35~50% 마크업도 정당하다고 판단한 해외 판결도 있다”고 지적했다.

특히 최 교수는 계약법리의 관점에서 원심 판단에 의문을 제기했다. 가맹본부가 단가를 사전에 공지하고, 가맹점이 품목과 수량을 특정해 주문하며, 본부가 납품하고, 가맹점이 대금을 지급하는 행위가 오랜 기간 반복됐다면, 이는 상법상 전형적인 매매계약의 성립과 이행으로 봄이 타당하다는 것이다.



박호진 협회 사무총장이 업계 현황을 설명하고 있다



그는 "반복적 거래관계에서의 묵시적 합의는 거래 현실을 반영하는 기본 원리이며, 약관에 존재할 수 있는 구두변경 금지나 면책 문구 또한 합리성의 한계를 넘어 공급관계 자체의 성립을 부정하는 근거로 삼기는 어렵다"면서 "성립한 계약을 부정하려면 사회질서 위반, 현저한 불공정, 강행규정 위반과 같은 엄격한 요건이 충족되어야 하는데, 상인 간 반복 거래에서 가격 공지와 주문, 납품, 대금지급이 축적된 사안에서 '합의 부존재'를 전제하는 것은 법리상 설득력이 약하다"고 덧붙였다.

◇"차액가맹금 = 부당이득 아냐"…과잉규제 우려
부당이득 산정 방법과 관련해서도 우려를 제기했다. 그는 "정보공개서의 차액가맹금 수치를 그대로 부당이득액으로 환산하는 방식은 통계·공시 목적의 지표를 분쟁금액 계산서로 곡해하는 결과를 낳을 수 있다"면서 "정보공개서 수치에는 필연적으로 비용과 정상이윤이 혼재되어 있을 가능성이 높아 과다분을 특정하지 않은 채 일괄 반환을 전제하게 되면 과잉 규제가 발생한다"고 말했다.

최 교수는 덧붙여 "자체 생산설비를 갖추지 못해 외부에서 원·부자재를 구매해 재공급하는 구조는 중소기업에 일반적으로, 합리적 유통마진까지 가맹금으로 전환되어 반환 대상으로 광범위하게 취급된다면, 중소기업은 가격 책정 기능을 상실하고 품질관리비나 물류비의 외부화가 소비자 가격 변동성으로 이어질 위험도 있다"면서 "해

외 기준과의 괴리는 글로벌 브랜드 유치와 교차 라이선싱, 역수출형 프랜차이즈 확대에도 부정적 신호로 작용할 수 있다"고 우려했다.

한국프랜차이즈산업협회는 '정상적인 비용과 이윤까지 숨은 가맹금으로 오인하면 중소기업부터 직격탄을 맞고 소비자도 피해를 본다'면서 "고 말했다. 이어 "대법원이 비교법적 기준과 거래 현실을 촘촘히 반영해 명확한 판단 기준을 제시해 주길 기대한다"며 "협회는 가맹점과 가맹본부가 동반 성장하는 생태계를 위해 법령 정비와 가이드라인 마련을 지속 건의하겠다"고 밝혔다.

◇협회, 피자헛 소송에 보조참가 신청

앞서 협회는 지난 8월 4일 대법원에 피자헛 차액가맹금 소송상고심 재판부에 보조 참가 신청서를 제출했다. 협회는 "지난해 9월 계약서에 기재하지 않은 차액가맹금을 모두 부당이득으로 보고 한국피자헛(유)이 210억원을 반환해야 한다고 판결한 2심이 확정되면 업계에 큰 혼란과 타격이 예상돼, 이번 소송에 직접 참가하여 업계를 대변하고자 보조 참가를 신청하게 됐다"고 말했다.

협회는 신청서에서 "국내 프랜차이즈 업계는 ▲국토가 넓지 않아 물류공급이 용이하고, ▲영세 가맹본부가 많아 상표권 사용 대가인 로열티 계약이 어려우며, ▲매출 누락 등 로열티 회피 가능성이 있다는 점 등의 이유로 차액가맹금 방식이



윤태운 법무법인 선운 변호사가 협회의 보조참가 신청에 대한 배경을 설명하고 있다



관행으로 자리잡았다"라면서 "영업비밀이 포함돼 마진 수취에 관한 구체적 내용을 명시하기 어려워, 업계는 물론 정부도 계약서에 기재하지 않는 것을 관행으로 여겨 왔다"고 설명했다.

이어 "원심은 상거래 관행상 차액가맹금 수취를 묵시적으로 동의한 것으로 보지 않았으며, 확정 시 대부분의 가맹본부가 관련 소송·분쟁을 겪게 된다"면서 "피자헛 2위인 피자헛이 원심 판결로 회생 절차에 들어간 점을 보면, 가맹점 10개 이하 영세 가맹본부가 74.5%(7,360개)인 외식 프랜차이즈 기업들은 대부분 존폐에 영향을 미칠 큰 타

격을 받게 될 것"이라고 말했다.

또 "차액가맹금 방식이 자연스럽게 일반적 상거래 관행으로 자리잡아 왔고, 상인이 유통 과정에서 일정 비율의 마진을 수취하는 것도 당연한 상거래 원칙"라면서 "따라서 가맹점사업자들도 명시적·묵시적으로 동의했다는 것이 상식적인 것인데, 이제와서 이를 반환하라고 하면 오랜 기간 형성된 법적 안정성도 크게 훼손할 수 있다"고 우려했다.

협회 관계자는 "지난해 가맹사업법 개정으로 이미 모든 가맹본부가 계약서에 차액가맹금 관련 내용을 기재하고 있고, 업계도 성장과 상생문화 확산에 동참하고 있다"면서 "재판부가 허가해 준다면 산업인, 업계 전문가들의 의견과 우려를 잘 전달해 국내 프랜차이즈 산업의 안정에 기여할 것"이라고 말했다.

한편 이날 설명회에는 나명석 협회 수석부회장 겸 배달앱 TF위원장(자담치킨 회장), 최영홍 고려대 교수, 윤태운 법무법인 선운 변호사, 박호진 협회 사무총장과 언론인 50여명, 협회 회원사 임직원 50여명 등 총 120명이 참석했다.

KFN



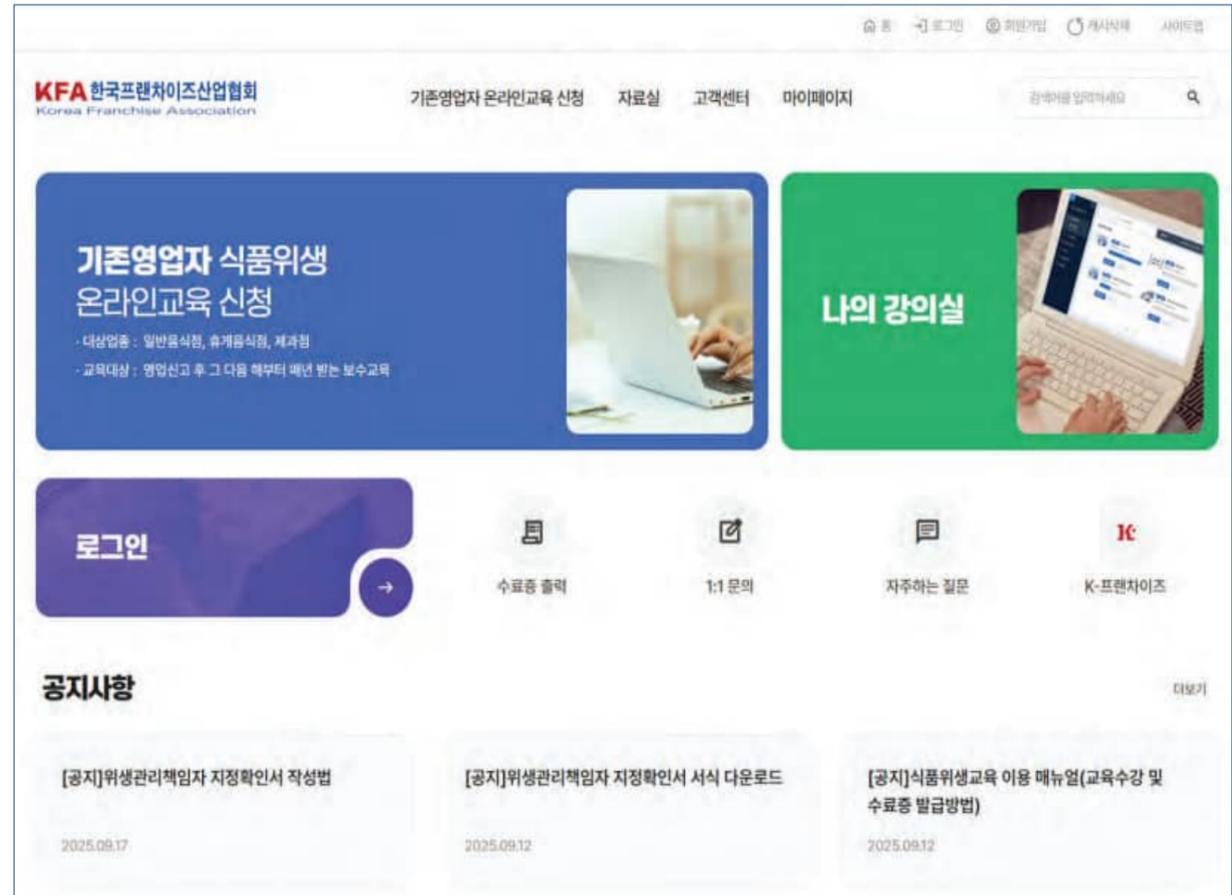
한국프랜차이즈산업협회가 업계의 오랜 숙원이던 식품위생교육 전문기관으로 지정돼 8일부터 첫 온라인 교육을 시작했다. 사진은 23년 협회 자체 식품위생교육

한국프랜차이즈協, 법정 식품위생교육 개시... “프랜차이즈 맞춤형 교육 제공한다”

식약처 고시에 의거, 일반음식점, 휴게음식점,
제과점 3개 업종 식품위생교육 전문기관 지정

WRITE | 이 호 편집국장

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 식품의약품안전처 식품위생교육 전문기관으로 지정돼 기존 영업자 대상 식품위생교육 온라인 보수교육을 정식으로 제공한다. 협회는 지난 9월 1일 식약처 고시(제2025-58호) 시행에 따라 식품접객업 중 일반음식점, 휴게음식점, 제과점 3개 업종의 기존 영업자(또는 지정된 식품위생 책임자)를 대상으로 법정 의무교육인 식품위생교육을 지난 8일부터 개시했다고 밝혔다.



◇업계 오랜 숙원 해소...“업계 위생수준 제고에 기여”

현재 외식 프랜차이즈 업소는 전체 외식업소 70만여 개 중 약 30%(18만여 개)에 달하고, 이용자도 상대적으로 많아 식품안전에 영향력이 크다. 특히, 프랜차이즈 산업은 표준화된 레시피, 동종 식품의 대량 생산·유통으로 인해 국민 건강에 미치는 영향이 지대하고, 유사시 국민 위생에도 집단적 영향을 미칠 수 있는 특수성을 감안해 특화된 전문 교육의 필요성이 꾸준히 제기돼 왔다.

이에 협회는 외식 프랜차이즈 업계의 발전과 이미지 제고, 국민들의 식품안전 수준 제고를 위해 오랜 기간 식품위생교육 전문기관 지정을 추진해 왔다. 동시에 최근 3년여 간 회원 가맹본부 대상으로도 자발적으로 식품위생교육을 실시, 자체적인 노력도 병행해 왔다.

각고의 노력 끝에 지난 1월 식약처로부터 3개 업종의 식품위생교육기관 전문기관으로 지정하는 지정서를 받은 후, 이번 고시를 통해 기념비적인 첫 교육을 시작하게 됐다.

협회 관계자는 “외식 프랜차이즈 업계는 가맹본부를 통해 많은

가맹점들이 유기적으로 연결돼 있어 식품위생에 미치는 영향이 매우 크다”면서 “법정의무교육인 식품위생교육을 통해 업계의 식품위생 수준을 높이고 국민들의 안전한 외식생활에 기여하겠다”고 말했다.

◇3개 업종 보수교육 실시...미수료 시 과태료 부과

식품위생법 제41조 및 관계 법령에 따라 식품접객업 영업자는 매년 식품위생에 관한 교육을 받아야 한다. 대상자가 영업에 직접 종사하지 않거나 두 곳 이상의 장소에서 영업을 하는 경우에는 종업원 중에서 지정된 식품위생 책임자가 교육대상이 된다. 미수료 시 최대 60만원의 과태료가 부과된다.

협회는 이 중 3개 업종 기존 영업자 대상 보수교육을 시행하며, 신규 영업자는 대상이 아니다. 온라인 교육



(참고) 식품 등 영업자 등에 대한 위생교육기관지정 일부개정고시

신·구조문대비표(식품의약품안전처 고시 제2025-58호)

현 행	개 정 안																										
<p>2. 교육대상자별 위생교육기관 가. 「식품위생법」에 의한 위생교육기관</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>교육 대상</th> <th>교육 기관</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>(2) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 일반음식점영업자</td> <td>한국외식업중앙회 한국외식산업협회 (소속회원에 한함) <신 설></td> </tr> <tr> <td>(4) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 휴게음식점영업자</td> <td>한국휴게음식업중앙회 <신 설></td> </tr> <tr> <td>(나) 식품자동판매기영업자</td> <td>한국휴게음식업중앙회</td> </tr> <tr> <td>(5) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 제과점영업자</td> <td>대한제과협회 <신 설></td> </tr> </tbody> </table>	교육 대상	교육 기관	(2) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 일반음식점영업자	한국외식업중앙회 한국외식산업협회 (소속회원에 한함) <신 설>	(4) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 휴게음식점영업자	한국휴게음식업중앙회 <신 설>	(나) 식품자동판매기영업자	한국휴게음식업중앙회	(5) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 제과점영업자	대한제과협회 <신 설>	<p>2. ----- 가. -----</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>교육 대상</th> <th>교육 기관</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>(2) ----- ----- ----- -----</td> <td>-----</td> </tr> <tr> <td>(가) -----</td> <td>한국외식산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함) 한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)</td> </tr> <tr> <td>(4) ----- ----- ----- -----</td> <td>-----</td> </tr> <tr> <td>(가) -----</td> <td>한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)</td> </tr> <tr> <td>(나) -----</td> <td>-----</td> </tr> <tr> <td>(5) ----- ----- ----- -----</td> <td>-----</td> </tr> <tr> <td>(가) -----</td> <td>한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)</td> </tr> </tbody> </table>	교육 대상	교육 기관	(2) ----- ----- ----- -----	-----	(가) -----	한국외식산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함) 한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)	(4) ----- ----- ----- -----	-----	(가) -----	한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)	(나) -----	-----	(5) ----- ----- ----- -----	-----	(가) -----	한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)
교육 대상	교육 기관																										
(2) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 일반음식점영업자	한국외식업중앙회 한국외식산업협회 (소속회원에 한함) <신 설>																										
(4) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 휴게음식점영업자	한국휴게음식업중앙회 <신 설>																										
(나) 식품자동판매기영업자	한국휴게음식업중앙회																										
(5) 법 제41조제1항에 따른 영업자중 다음의 영업자 및 영업을 하고자 하는 자 또는 동조제3항에 의한 식품위생에 관한 책임자로 지정 받은 자 (가) 제과점영업자	대한제과협회 <신 설>																										
교육 대상	교육 기관																										
(2) ----- ----- ----- -----	-----																										
(가) -----	한국외식산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함) 한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)																										
(4) ----- ----- ----- -----	-----																										
(가) -----	한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)																										
(나) -----	-----																										
(5) ----- ----- ----- -----	-----																										
(가) -----	한국프랜차이즈산업협회 (영업신고 후 영업하는 회원에 한함)																										

“식품위생법 제41조 및 관계 법령에 따라 식품접객업 영업자는 매년 식품위생에 관한 교육을 받아야 한다. 대상자가 영업에 직접 종사하지 않거나 두 곳 이상의 장소에서 영업을 하는 경우에는 종업원 중에서 지정된 식품위생 책임자가 교육대상이 된다. 미수로 시 최대 60만원의 과태료가 부과된다. 협회는 이 중 3개 업종 기준 영업자 대상 보수교육을 시행하며, 신규 영업자는 대상이 아니다. 온라인 교육은 <한국프랜차이즈산업협회 식품위생교육> 홈페이지(<https://www.kfafoodedu.or.kr>)에서 진행된다.”

◇프랜차이즈 맞춤형 교육…향후 업종·회사별 교육 제공

교육은 온라인의 경우 3시간 동안 총 4교시로 진행된다.

1교시 <식품위생법> 과목은 ▲식품위생법 주요 조항 해설 ▲식품위생법 위반사례 ▲식품위생 주요 점검사항 ▲영업자를 위한 식품관련 주요 제도 ▲2025년 주요정책 등의 내용을 담고 있다.

2교시 <식중독 예방 및 위생관리> 과목은 ▲식중독의 발생 현황 및 사례 ▲식중독 원인균별 발생원인과 예방 ▲위생관리의 내용을 교육한다

3교시 <영업장 위생관리> 과목은 ▲홀 위생관리 ▲조리장 위생관리 ▲방충·방서 및 화장실 위생관리를 교육한다.

4교시 <음식점 위생등급제> 과목은 평가항목을 ▲기본분야 ▲일반분야 및 공통분야로 나뉜다.

협회는 향후 김밥, 치킨, 햄버거, 피자, 커피, 제과·제빵 등 업종별로 구분하여 브랜드별로 업종 및 회사 특성에 맞는 상세한 심화교육도 제공할 계획이다. 가맹본부의 주기적인 가맹점 대상 교육을 식품위생교육과 연계해 이론과 사례를 아우르는 강의로 업그레이드하여 매장 위생관리의 실효성을 대폭 제고할 수 있을 것으로 전망된다.

은 <한국프랜차이즈산업협회 식품위생교육> 홈페이지(<https://www.kfafoodedu.or.kr>)에서 진행된다. 홈페이지에 직접 또는 포털에 ‘프랜차이즈 식품위생교육’으로 검색해 접속한 후, 회원가입 후 교육을 신청하고 <나의 강의실>에서 교육을 수강해 진도율 100%를 기록해야 한다. 이후 시험 60점 이상을 달성하고 설문지를 작성하면 <나의 강의실>에서 수료증을 출력해 법정 의무 이행을 증명할 수 있다.

◇위생교육, 해충방제 상담, 홍보지원 등 풍성한 혜택도

다양한 혜택도 마련돼 있다. ▲전문강사의 위생교육 전문상담 서비스 ▲공식 협회지 <월간 프랜차이즈 월드> 전자책 무료 제공 ▲업계 뉴스를 선별한 일일 뉴스클리핑 서비스 ▲K-프랜차이즈 플랫폼 홈페이지 매장 홍보 광고(배너) 1개월 무료 혜택 ▲IFS 박람회 무료 관람권 제공 ▲식품위생·해충방제 전문기업 벨킨스의 무료 해충방제 현장 방문 진단 서비스(1회, 일부 지역 한정) ▲제휴 대학 학사

석사 과정 장학금 혜택 ▲기업은행 BOX POS/바로입출금서비스 등이다.

수강료는 3개 업종 모두 8,000원으로 타 교육에 비해 가장 낮다. 낮은 가격에도 외식 프랜차이즈 업계에 특화된 현장 중심의 실용성 높은 교육으로 업계의 위생사고 예방과 브랜드 표준화에 효과가 높을 것으로 기대된다.

식품위생교육 수강 관련 문의는 한국프랜차이즈산업협회 식품위생교육 담당자(070-7919-4160, 4154)로 하면 된다. **KFA**



강화되는 규제 정책 “프랜차이즈 손발 묶나?”

가맹사업법 개정안 발의 봇물·노란봉투법·근로기준법 적용 등 ‘척척산중’

WRITE | 이 호 편집국장

가맹본부의 위법 행위시 가맹점주에 대한 손해배상을 의무화하는 법안이 발의됐다. 손해배상 책임을 명문화하는 게 골자다. 본부·임원·지배주주의 위법행위로 가맹점 피해가 발생할 경우 가맹본부가 손해배상 의무를 지도록 했다. 이에 앞서 가맹점주의 단체협상권도 곧 실행이 예고돼 있다. 패스트트랙 절차만 따를 경우 내년 4월쯤 본회의에 자동 상정될 수 있어서다. 내년 3월에 시행되는 노란봉투법도 프랜차이즈 업계의 우려 중 하나다. 여기에 5인 미만 사업장에도 근로기준법이 적용된다. 프랜차이즈 가맹본부를 ‘척척산중’ 둘러싸고 있는 규제정책들을 하나씩 짚어봤다.

본부 규제 중심 가맹사업법 개정안 발의 잇따라

국회 정무위원회 소속 이강일 더불어민주당 의원은 9월 16일 가맹본부의 위법 행위시 가맹점주에 대한 손해배상 의무화하는 ‘가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정

법률안’을 대표 발의했다. 본부·임원·지배주주의 위법행위로 가맹점 피해가 발생할 경우 가맹본부가 손해배상 의무를 지도록 했다. 또 프랜차이즈 정보공개서 기재 범위도 확대했다. 최근 5년간 가맹본부, 임원, 지배주주의 공정거래



법·약관규제법·중대재해처벌법·조세범처벌법·특경가법·식품위생법·원산지표시법 등 위반 사실을 모두 공개하도록 했다.

이에 앞서 가맹점주의 단체협상권도 프랜차이즈 업계가 강하게 우려를 표하는 규제 정책이다. 협상 지연, 분쟁 리스크, 브랜드 통일성 훼손 등이 우려된다. 이에 한국프랜차이즈산업협회는 단체 구성 요건, 협상 요청 주기, 구성원 명부 공유 등 제도적 보안을 제안한 상태다.

가맹사업자단체 등록제는 가맹점주 단체를 공정거래위원회 또는 시·도지사에 등록·신고하도록 해 법적으로 인정된 단체 지위를 부여하는 것이 골자로, 지난해 6월 한병도 더불어민주당 의원 등이 발의했다. 더불어민주당 민형배 의원 등이 추진한 협의요청권 부여안은 가맹본부가 가맹점주 단체로부터 거래조건 관련 협의 요청을 받으면 정당한 사유가 없는 한 반드시 응하도록 하고, 이를 위반할 경우 시정 조치 등 행정처분을 내릴 수 있도록 했다. 협의 횟수와 주체 등 세부 사항은 대통령령으로 정하도록 규정했다.

이에 협회는 “회원사 9000곳 중 70%가 가맹점 10개 미만의 영세 본부”라며 “대다수는 점주 단체 활동을 전담할 인력이 부족하다”고 밝혔다. 또 “단체 등록 요건에 따라 여러 단체가 생기면 본부는 각 단체와 2~3차례 협의를 반복해야 하고, 협의 내용이 서로 달라질 경우 협상 기간이 길어져 경영 차질이 불가피하다”며 “결국 가맹점 확대나 성장에 투입돼야 할 인력이 협의 대응에 소모될 수밖에 없다”고 지적

했다.

문제는 주경기 공정거래위원장도 이같은 내용을 지지한다는 점이다. 주 원장은 인사청문회 자리에서 “가맹·대리점주들의 협상력을 강화하기 위해 단체구성권 등을 부여할 필요가 있다는 의견에 적극 공감한다”며 “다만 협상력 보완의 수준과 방식은 각 거래분야별 특성을 고려해 차등화할 필요가 있다고 생각한다”고 밝혔다. 당초 공정위는 ‘다수 점주단체가 반복적으로 협의를 요청해 가맹본부 부담이 지나치게 많아질 수 있고, 이는 협의절차 형식화를 초래해 가맹본부와 가맹점주 사이 갈등 심화로 이어질 수 있다’는 우려를 표했었다.

“회원사 9000곳 중 70%가 가맹점 10개 미만의 영세 본부”라며 “대다수는 점주 단체 활동을 전담할 인력이 부족하다”고 밝혔다. 또 “단체 등록 요건에 따라 여러 단체가 생기면 본부는 각 단체와 2~3차례 협의를 반복해야 하고, 협의 내용이 서로 달라질 경우 협상 기간이 길어져 경영 차질이 불가피하다”



노란봉투법 직격탄 맞은 프랜차이즈

‘노란봉투법’으로 불리는 노동조합 및 노동관계조정법(노조법) 개정안이 내년 3월 시행을 앞두고 기업 노사 관계에 적지 않은 변화가 발생하고 있다. 이 법은 원청 사용자도 하청이나 간접고용 노동자의 불법 파업에 따른 손해배상을 청구하지 못하게 하거나, 사용자 책임 범위를 확대하는 내용을 포함하고 있다.

이전까지는 간접고용 노동자들의 쟁의행위에 대해 원청(예: 본사)은 책임을 직접 지지 않는 구조였다. 하지만 개정 이후에는 원청도 실질적인 사용자로 간주될 수 있는 가능성이 열리면서, 프랜차이즈 업계처럼 가맹점·협력사 의존도가 높은 산업군에 상당한 파장을 일으키고 있다.

프랜차이즈 본사는 이번 법 개정으로 인해 ‘직접 고용하지 않았지만 사실상 지휘·감독을 하는 노동자’에 대해 노사 분쟁 시 책임을 져야 되는 상황이 됐다. 다시 말해 가맹점 소속 노동자가 벌이는 쟁의행위에 대해 본사도 공동 사용자로서 법적 책임을 진다는 얘기다.

결국 본사와 가맹점 관계 재설정이 필요해졌다. 왜냐하면 운영 지침이나 인사 개입이 ‘사용자성’으로 해석될 우려가 있어서다. 법조계에서도 “사용자성 판단 기준이 모호한 만큼, 사례별로 구체적인 해석과 판례 축적이 필요하다”고 말한다. 특히 프랜차이즈처럼 고용구조가 복잡한 업종에서는

과잉 해석이 오히려 새로운 갈등을 초래할 수 있다는 우려도 있다.

5인 미만 사업장도 근로기준법 적용

이재명 정부가 5인 미만 사업장에 대한 근로기준법 확대 적용을 본격 추진한다. 앞서 대선 공약에도 포함됐던 내용이다. 김문수 국민의힘 당대표 후보도 장관 시절 추진했던 내용이며 대통령 후보시절 공약에도 포함됐던 내용이라 여야 이견없이 연내 추진이 유력하다. 정부는 사업주 부담 완화를 위해 지원을 병행하겠다는 입장이지만 자영업자들은



‘탁상행정’이라며 반발하고 있다.

일부 자료에 따르면 5인 미만 사업장이 근로기준법을 적용받으면 사업장 1곳당 연간 351만 원의 추가 비용이 발생한다. 2021년 기준 소상공인의 월평균 영업이익은 233만원이다. 임금 근로자의 71% 수준이다. 특히 24시간 영업을 하거나 심야영업의 경우 타격이 크다. 현재는 야간 근로자에게 야간 수당을 지급하지 않아도 되는데, 근로기준법이 확대 적용되면 1.5배 수준의 추가 수당을 지급해야 한다.

연내 우선 적용 대상인 직장 내 괴롭힘 금지 규정의 경우 현 조항 그대로 적용하는 것은 무리가 있다는 우려도 나온다. 근로기준법 76조에 따르면 직장 내 괴롭힘 신고가 들어오면 바로 피해자 근무장소를 변경하거나 유급휴가를 줘야 한다. 경제적 부담이 상대적으로 덜해 우선 적용한다는 건데, 현장 목소리는 다르다. 서울의 한 프랜차이즈 치킨집 업주는 “가게 평수가 20평도 안 되고, 직원들이 서로 부대끼며 일하는데 신고만 들어오면 근무장소부터 바꾸는 게 가능하겠느냐”고 했다.



일회용컵 EPR 적용...부담 시험대

환경부가 일회용 컵에 생산자책임재활용제(EPR)를 적용을 추진하는 등 일회용품 사용 감축 정책에 다시 고삐를 죄면서, 프랜차이즈 업계 부담이 시험대에 올랐다. 재활용 의무 이행, 보증금 반납 관리, 가격 전가 가능성 등 운영·비용 부담이 한꺼번에 재부각되는 모습이다.

EPR이 적용되면 일회용 컵 제조·수입업자에게는 판매된 제품 중 일정량을 수거해 재활용하는 의무가 부과되고, 이를 지키지 않으면 재활용 비용 이상의 부과금을 내야 한다. 정부는 이를 통해 폐기물 감소에 직접적 효과가 나타날 것으로 기대하고 있다.

반면 프랜차이즈 업계는 가맹점별 운영 부담과 비용 증가를 우려하고 있다. 컵 회수와 재활용 관리를 위해 점포에서 인력과 시간을 추가로 투입해야 하고, 회수율 미달 시 발생하는 부과금 부담까지 실질적인 비용 부담이 본사와 가맹점에 전가될 가능성이 크다는 지적이다. 업계 관계자는 “재활용 체계를 본사 차원에서 준비하더라도, 실제 점포 운영에서 발생하는 인력·관리 비용까지 합치면 부담이 상당하다”며 “EPR와 보증금제도 도입으로 음료 가격 인상 압력이 커질 수밖에 없다”고 말했다. **KFI**



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

“가성비·프리미엄 창업 아이템 인기 IFS 박람회에서 원스톱 창업 쇼핑하세요”

국내 최대 2025 하반기 제59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 9.25.(목)~27.(토) 개최

연 2회 5만명 찾는 국가대표 창업 박람회

코엑스 C·D홀서 250개 브랜드 600개 부스 규모로 열려

전문 창업 정보, 교육세미나와 지원 프로그램, 이벤트까지 풍성한 구성으로 유익한 기회 제공

WRITE | 김동하 기자

프랜차이즈 창업 시장이 전국적인 소비 활성화 대책에 힘입어 활기를 띠는 가운데, 국내 최대 규모로 열리는 '2025 하반기 제 59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'가 오는 25일(목) 서울 삼성동 코엑스 C·D홀에서 개막, 27일(금)까지 3일간 개최된다.

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 주최하고 코엑스(사장 조상현), RX Korea(리드엑시비전스코리아·대표 손주범)가 공동 주관하는 이번 박람회는 국내 최대 규모인 350여개 브랜드 600여개 부스 규모로 열린다.

최근 소비 트렌드가 가성비와 프리미엄으로 재편되면서 창업 시장도 모처럼 신규 아이템 찾기에 분주한 상황이다. 이에 협회는 처음으로 가을 박람회에도 코엑스 3층 전관(C·D홀) 개최를 결정, 더욱 많은 브랜드들과 창업 희망자들이 만날 수 있는 기회를 제공한다.

◇테마별 특별관, 레드카펫존으로 맞춤형 상담 확률 높인다

이번 박람회는 참가자들이 희망 업종을 손쉽게 찾을 수 있도록 다양한 테마별 특별관들을 배치한 것이 특징이다. 협회는 C홀에 가맹 창업 비즈니스를 위해 정보공개서 등록이 완료된 브랜드만 참가하는 '창업전'을, D홀에 운영·서비스 경쟁력을 높여 줄 파트너 업종이 참가하는 '산업전'을 구성하고 주요 포인트마다 특별관을 배치해 관람 편의를 극대화했다.

<라이징 스타관>에는 엄정한 전문가 심사를 거쳐 향후 눈부신 성장 가능성을 지닌 유망 기업 16개사가 참가한다. <해외 단체인관>은 대만, 베트남, 중국, 싱가포르, 영국 등 국내에서 선호도가 높은 다양한 해외 브랜드들을 모았다. 특히 <이마트24 단체인관>은 이마트24와 협력 중인 검증된 파트너사 10곳이 가맹본부 및 창업 희망자들과 직접 만나는 흔치 않은 기회를 제공한다.

또 <SBA 서울경제진흥원 단체인관>에는 SBA가 직접 육성을 지원, 차세대 유망주로 선정된 10개 브랜드들이 참여하며, <정책 홍보관>은 한국공정거래조정원, 소상공인시장진흥공단, 한국 지식재산보호원, KOTRA 등 올바른 창업을 지원하는 주요 유관 공공기관들을 총망라한다.

핵심 동선에 위치한 <레드카펫존>을 따라가면 친숙한 대형·우수 브랜드들도 편리하게 만날 수 있다.

롯데리아·엔제리너스 운영사 롯데GRS가 올해 새롭게 가맹사업을 시작한 일본 라멘 전문점 '무코쿠'와 브루잉 커피 전문 '스텐브루'를 비롯, ▲자담치킨 ▲프랭크버거 ▲텐퍼센트커피 ▲

암샘김밥 ▲옥된장 ▲탕화콩부 ▲레코드피자 ▲한우88도매장 ▲원할머니보쌈족발/박가부대 ▲기영이숯불두마리치킨 ▲한마음정육식당 ▲탐나종합어시장 ▲인썬맥주 ▲보배반점 ▲실크테라 ▲불막얇삼 ▲세븐스타코인노래연습장 등 유명 브랜드들이 총출동한다. ▲디포인덕션(주방설비) ▲우녹스코리아(주방설비) ▲태종에프디(식자재유통) ▲킹오더브라더스(결제) ▲이지포스 ▲아르푸가구(인테리어) ▲가현세무법인 등 주요 파트너사들도 <레드카펫존>에서 참가객들과 만난다.

이밖에 <C홀 창업관>에서 ▲오공김밥 ▲선비꼬마김밥 ▲막창도둑 ▲육회바른연어 ▲빵아빵아 ▲더풋샷, ▲책나무, ▲대한표준금거래소 ▲월드크리닝 ▲장수돌침대 ▲리맥스코리아 ▲OX PC ▲대교뉴이프 ▲짱탁구장 등 외식·도소매·교육 프랜차이즈 브랜드들과, <D홀 산업관>에서 ▲오토기어드(자동화설비) ▲오진양행(주방설비) ▲패스트오더(결제) 등 우수 파트너사들도 만날 수 있다.

◇올바른 창업 위한 무료 세미나 및 지원 프로그램 제공

D홀 세미나장에서는 3일간 산업인들의 창업 역량 강화를 위한 <IFS 세미나>가 진행된다.

25일(목) 첫 날에는 가맹본부, 파트너사 임직원들을 대상으로 ▲해외 브랜드 유치 ▲가맹사업법 동향 및 대응 ▲홍콩 F&B 현황 및 진출 전략(홍콩투자청) 세미나가 열린다.

가맹본부, 파트너사, 가맹점주, 창업 희망자 등 모두를 대상으로 26일(금) ▲AI 활용 프랜차이즈 커뮤니케이션 ▲AI 활용 로컬 마케팅 ▲매장 문화 혁신, 27일(토) ▲본사·가맹점 절세방법 ▲2026년 창업 트렌드 강연도 진행된다.

또 ▲참가 파트너사와 국내 유수의 바이어 및 가맹본부 간의 1대1 비즈니스 미팅을 추천하는 시그니처 프로그램 '비즈매칭', ▲창업 희망자들에게 전문가들이 직접 1대1 맞춤 컨설팅을 제공하는 '전문가 컨설팅존' ▲참관객 누구나 박람회의 특별한 공간을 남길 수 있는 네컷사진 대표 브랜드 '포토이즘'과 함께하는 '이벤트존' ▲참가사 상세 정보를 쉽게 조회할 수 있는 온라인 디렉토리 IFS 에브리데이(www.ifseveryday.co.kr) 등 고유의 노하우가 집약된 다양한 프로그램들이 참가사들과 참가객의 만족도를 높일 것으로 기대된다.

한편 산업부, 공정위, 중기부, 농식품부, 식약처, 특허청이 공식 후원하는 '2025 하반기 제59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'는 9월 25일(목)~27일(토) 서울 코엑스 C·D홀에서 오전 10시부터 오후 5시까지 3일간 개최된다. 현장 입장료는 1만원으로, 24일(수)까지 홈페이지(www.ifskorea.co.kr)를 통해 사전 등록한 경우 무료 입장이 가능하다. [KFN]

브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호
창업전 외식		메가바스켓치킨	C36	쇼넨	H62	정성카츠	D62
153패밀리	I21	메가폭탄김치찌개	H56	술찬당	A71	정성컴퍼니	D62
33떡볶이 꼬마김밥	D91	메종 담금	B67	스택빈 커피	D72	정직유부	E32
Chicken Guy	B51	멘지	F36	스텐브루	B72	제뉴인비스트로	E42
Chuanhe F&B Limited Company	A57	무청감자탕	F82	송탁에프앤비	B42	제이앤제이코리아	E72
Earl of Sandwich	B51	무교쿠	B82	알파케이컴퍼니	D36	제이케이글로벌	G11
LAI Restaurant Co., Ltd	B59	미스앤미스터	E01	아들리아치킨	G11	제이테이블	D52
해외 - 대만		미진미트	D32	어딕션컴퍼니	D76	지앤씨산칼	H70
Montigo	B51	미진축산	D32	에슬로우	R10	지피에프씨	E52
Planet Hollywood	B51	바이포엠에프앤비	C36	에슬로우 커피	R10	진심왕돈가스	G22
해외 - 미국		박가부대	E68	옴디푸드시스템	D01	진이찬방	F56
Q.Q. Rice International Co., Ltd.	A55	밥풀릭스	H52	오가다	A21	진이푸드	F56
해외 - 대만		배술	A67	오공김밥	A11	채정	E32
강릉장칼&샤브	I21	백억커피	A21	오마뎡	G71	진명가 닭강정 (구.천년명가 닭강정)	A41
갯벌의조개	D42	백청우칼국수	F03	오사카오야봉	B46	진영가 닭강정	A41
계탄언니	B63	범표원두	B65	오큐피(OQP)	H56	최선생	D11
고선생에프씨에스	C76	베브릿지	H32	옥핀장	E91	최초컴퍼니	B75
골든밥코리아	D22	베어스타코	F70	옥핀장에프앤비	E91	춘천집무한닭갈비	E52
국민고기	G55	보배반점	D68	온북비빔국수	C76	카페인중독	D76
굿보이스클럽	H62	보배에프앤비	D68	올에프앤비	F82	케이씨에프앤비	F12
기영에프앤비	C32	본가네국밥	F40	와이비에프	E47	공간몬스터	G42
기영이숯불두마리치킨	C32	본도시락	F42	와이에프앤씨	F68	글로벌스토어	S01
갯잎막회	E72	본아이에프	F22, F24, F32, F36, F40, F42	와이이	B63	다이폰	G36
파백최선생	D11	본우리반상	F22	용마을	A73	대교뉴이프	H61
꿈을실현하는사람들	E22	본좌	F64	용우동	A73	더푹샵	H22
다반	A63	본좌김밥	F64	우리이길	F01	던전스텝	S01
닭강정공방	E42	본죽요소능이삼계탕	F24	우이락	C82	루센트	G24
담금 DAMGEUM	B67	봉자막창	D48	원앤원	E68	르하임캘리온	A41
당신은지금떡볶이가땡긴다	C36	봉자푸드	D48	원할머니보쌈족발	E68	리맥스	D66
당신은지금치킨이땡긴다	C36	불막얌삼	E22	월드베브릿지	H32	리맥스코리아	D65
더맛있는족발보쌈	C12	브롱스브루잉컴퍼니	F68	웰빙푸드	E24	멘토즈 스티디카페	G42
더죽푸드	C12	비비당	G58	위너스에프앤비	D82	모노맨션	C66
더티프라이	B69	비비프로젝트	C82	위벨롭먼트	C22	모바이오(mobio)	R07
덮밥장사장	E12	비엠에프앤비	H52	유메오닝	B75	무인화연구소	G70
도아족발보쌈	C44	빅쥬부대찌개	G67	육바연에프앤비	E76	미라트스튜디오	R02
도아짬뽕	C44	빅쥬푸드	G67	육회바른연어	E76	미러로이드	R02
도아패밀리	C44	빵위에치즈	B42	육회야문연어	H26	배가플랜	R05
동동FnB	R01	산우들에프씨	D43	육회왕자 연어공주	F12	비비다컴	A01
동양술밥	F01	삼십육점오에프앤비	D72	이자가야 시선	C22	비온탑	G01
디디에프인터내셔널	F70	삼청골명가The수제비	R06	이지카야 시선	C22	비온탑 스티디카페	G01
라쿤피자(LACON PIZZA)	A67	상하이마라꼬치	B01	이지브루잉커피	F32	세븐스타코인노래연습장	G24
레코드피자	D36	생생호프	D82	인생맥주	C22	아이덴스스티디카페	R05
롯데지알에스	B72, B82	샤브토랑	D52	일일수작	D82	아이비스티디카페	R09
료훈	C67	서영에프앤비	H26	일품집	C11	앤딩스티디카페	G70
루센트	B01	석문어	E91	일품집 장어	C11	엘레드 애견유치원&호텔	A41
르하임캘리온	A41	선비꼬마김밥	E47	자연식당점심뷔페	G55	와이디와이	B22
리얼펍살얼음맥주	C42	성백에프앤비	D91	자연엔인	G55	워시업코리아	H12
마차이짬뽕	F60	세모담에프앤비	F60	장모님치킨	H01	월드크리닝	C01
막창도둑	D01	셀리스트	A71	장모육계유통	H01	제이엘에스	E62
매드피자	E46	솔뚜껑 닭볶음탕	F72	저스트컴퍼니	G62	짬たく장	E62
						책나무	B12
						허노아스카	G22
						허노아스카	G12

브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호
창업전 서비스		창업전 서비스		창업전 서비스		창업전 서비스	
커브스	G12	Body Fit Training	A47	Body Fit Training	A47	Body Fit Training	A47
케어닥	H69	해외 - 싱가포르		CHONGYA PAWPOP	A49	CHONGYA PAWPOP	A49
케어닥 너싱홈	H69	해외 - 중국		Direct English	B51	Direct English	B51
케어닥 방문요양센터	H69	해외 - 중국		Guangzhou Feiyangyang Brand Management Co., Ltd.	A49	Guangzhou Feiyangyang Brand Management Co., Ltd.	A49
케어닥 어르신돌봄학교	H69	해외 - 중국		해외 - 중국		해외 - 중국	
케어닥 케어홈	H69	해외 - 중국		Inspur Artificial Intelligence Co., Ltd.	A59	Inspur Artificial Intelligence Co., Ltd.	A59
코인홀릭	H76	해외 - 대만		해외 - 대만		해외 - 대만	
판타스틱코인노래연습장	B22	해외 - 대만		Lenster Co., Ltd.	B57	Lenster Co., Ltd.	B57
하임	C66	해외 - 대만		OX COIN	A01	OX COIN	A01
호텔런드리	H12	해외 - 대만		OXPC	A01	OXPC	A01
홀릭컴퍼니언	H76	해외 - 대만		Pingu's English	B51	Pingu's English	B51
홈앤루팡	F52	해외 - 대만		해외 - 영국		해외 - 영국	
		해외 - 영국		SMC	F78	SMC	F78
창업전 도소매		창업전 도소매		창업전 도소매		창업전 도소매	
PCCM	B66	Town X Group	G52	Town X Group	G52	Town X Group	G52
대한표준금거래소	G72	Xin Rui Advertise Co., Ltd.	B55	Xin Rui Advertise Co., Ltd.	B55	Xin Rui Advertise Co., Ltd.	B55
더까까주까 프렌즈	H36	공간몬스터	G42	공간몬스터	G42	공간몬스터	G42
롤로타바코	G91	글로벌스토어	S01	글로벌스토어	S01	글로벌스토어	S01
마이미니미스튜디오	B68	다이폰	G36	다이폰	G36	다이폰	G36
벨라골드	H11	대교뉴이프	H61	대교뉴이프	H61	대교뉴이프	H61
빵아빵아	C91	더푹샵	H22	더푹샵	H22	더푹샵	H22
센트온	C72	던전스텝	S01	던전스텝	S01	던전스텝	S01
소야벨라	H11	루센트	G24	루센트	G24	루센트	G24
실크테라	G32	르하임캘리온	A41	르하임캘리온	A41	르하임캘리온	A41
씨엘네트웍	G32	리맥스	D66	리맥스	D66	리맥스	D66
아이스타	H36	리맥스코리아	D65	리맥스코리아	D65	리맥스코리아	D65
알와이오코리아	G91	멘토즈 스티디카페	G42	멘토즈 스티디카페	G42	멘토즈 스티디카페	G42
옆커피	C70	모노맨션	C66	모노맨션	C66	모노맨션	C66
위벨롭먼트	B68	모바이오(mobio)	R07	모바이오(mobio)	R07	모바이오(mobio)	R07
장수돌침대	D12	무인화연구소	G70	무인화연구소	G70	무인화연구소	G70
장수산업	D12	미라트스튜디오	R02	미라트스튜디오	R02	미라트스튜디오	R02
창업에진심	C91	미러로이드	R02	미러로이드	R02	미러로이드	R02
한국공식금거래소	H11	배가플랜	R05	배가플랜	R05	배가플랜	R05
휴대폰성지 옆커피	C70	비비다컴	A01	비비다컴	A01	비비다컴	A01
		비온탑	G01	비온탑	G01	비온탑	G01
		비온탑 스티디카페	G01	비온탑 스티디카페	G01	비온탑 스티디카페	G01
		세븐스타코인노래연습장	G24	세븐스타코인노래연습장	G24	세븐스타코인노래연습장	G24
		아이덴스스티디카페	R05	아이덴스스티디카페	R05	아이덴스스티디카페	R05
		아이비스티디카페	R09	아이비스티디카페	R09	아이비스티디카페	R09
		앤딩스티디카페	G70	앤딩스티디카페	G70	앤딩스티디카페	G70
		엘레드 애견유치원&호텔	A41	엘레드 애견유치원&호텔	A41	엘레드 애견유치원&호텔	A41
		와이디와이	B22	와이디와이	B22	와이디와이	B22
		워시업코리아	H12	워시업코리아	H12	워시업코리아	H12
		월드크리닝	C01	월드크리닝	C01	월드크리닝	C01
		제이엘에스	E62	제이엘에스	E62	제이엘에스	E62
		짬たく장	E62	짬たく장	E62	짬たく장	E62
		책나무	B12	책나무	B12	책나무	B12
		커브스코리아	G12	커브스코리아	G12	커브스코리아	G12
		커브스코리아	G12	커브스코리아	G12	커브스코리아	G12

브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호
산업전 유통·설비		산업전 유통·설비		산업전 유통·설비		산업전 유통·설비	
JIU JIA JIU(쥬자쥬 새우가공)	J35	모노맨션	C66	모노맨션	C66	모노맨션	C66
해외 - 중국		모바이오(mobio)	R07	모바이오(mobio)	R07	모바이오(mobio)	R07
BKMG	L21	무인화연구소	G70	무인화연구소	G70	무인화연구소	G70
DH글로벌	R16	미라트스튜디오	R02	미라트스튜디오	R02	미라트스튜디오	R02
DH인터내셔널	K32	미러로이드	R02	미러로이드	R02	미러로이드	R02
DONG YU(동위 웰라민)	I33	배가플랜	R05	배가플랜	R05	배가플랜	R05
해외 - 중국		비비다컴	A01	비비다컴	A01	비비다컴	A01
Edeli	J18	비온탑	G01	비온탑	G01	비온탑	G01
Feliz(펠리즈)	K17	비온탑 스티디카페	G01	비온탑 스티디카페	G01	비온탑 스티디카페	G01
RU YUI(르유 팀섬)	I35	세븐스타코인노래연습장	G24	세븐스타코인노래연습장	G24	세븐스타코인노래연습장	G24
해외 - 중국		아이덴스스티디카페	R05	아이덴스스티디카페	R05	아이덴스스티디카페	R05
JIN KUI(진쿠이 와사비)	J31	아이비스티디카페	R09	아이비스티디카페	R09	아이비스티디카페	R09
해외 - 중국		앤딩스티디카페	G70	앤딩스티디카페	G70	앤딩스티디카페	G70
AO LONG(아우롱 쇼핑백)	J33	엘레드 애견유치원&호텔	A41	엘레드 애견유치원&호텔	A41	엘레드 애견유치원&호텔	A41
해외 - 중국		와이디와이	B22	와이디와이	B22	와이디와이	B22
		워시업코리아	H12	워시업코리아	H12	워시업코리아	H12
		월드크리닝	C01	월드크리닝	C01	월드크리닝	C01
		제이엘에스	E62	제이엘에스	E62	제이엘에스	E62
		짬たく장	E62	짬たく장	E62	짬たく장	E62
		책나무	B12	책나무	B12	책나무	B12
		커브스코리아	G12	커브스코리아	G12	커브스코리아	G12

브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호	브랜드명	부스번호
morac	J14	오토기어드	L36	오토기어드	L36	오토기어드	L36
STENIQ	R16	암코리아	L27	암코리아	L27	암코리아	L27
TORRENTE (토렌티)	R14	우눅스코리아	J32	우눅스코리아	J32	우눅스코리아	J32
JI HONG(지홍 종이패키지)	I31	이맥스무역	K15	이맥스무역	K15	이맥스무역	K15
해외 - 중국		인성생활과학	J26	인성생활과학	J26	인성생활과학	J26
간편조리, 신선냉동 원팩	O34	엔드리스폴	L42	엔드리스폴	L42	엔드리스폴	L42
그래미	N08	와우폴	K28	와우폴	K28	와우폴	K28
금융기계	O11	외식UP	R18	외식UP	R18	외식UP	R18
내일공간	K32	우리이자랑	J24	우리이자랑	J24	우리이자랑	J24
늘봄보청기	B34	원금용서비스	M21	원금용서비스	M21	원금용서비스	M21
닥터큐메딕스	N19	케이앤엘 파트너스	M16	케이앤엘 파트너스	M16	케이앤엘 파트너스	M16
더마킹	O15	케이앤엘 파트너스 X 창업 스퀘어	M16	케이앤엘 파트너스 X 창업 스퀘어	M16	케이앤엘 파트너스 X 창업 스퀘어	M16
더필	J20	코보시스	K28	코보시스	K28	코보시스	K28
덕트인	N02	키퍼	L31	키퍼	L31	키퍼	L31
동림푸드	J18	태종에프디	O34	태종에프디	O34	태종에프디	O34
디포	I21	탭네온	L22	탭네온	L22	탭네온	L22
디포인덕션	I21	테이블온	R20	테이블온	R20	테이블온	R20
뚜또	K11	테크노에카코리아	M31	테크노에카코리아	M31	테크노에카코리아	M31
로보터블	R20	티오피퍼니처	L32	티오피퍼니처	L32	티오피퍼니처	L32
리버스텝	K22	포장보스	M32	포장보스	M32	포장보스	M32
리우	M32	플리오서비스케어	R17	플리오서비스케어	R17	플리오서비스케어	R17
리유저블 플라스틱 일회용기	J22	프로젝트X	N02	프로젝트X	N02	프로젝트X	N02



제16기 KFCEO 입학식 단체사

“K프랜차이즈 리더 양성”... 한국프랜차이즈협회, 제16기 KFCEO 과정 개강

55명 신입 원우들 14주간 교육, 워크숍, 기업탐방 등 역량 강화 및 인적 네트워크 형성

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)와 부자비즈(소장 이경희 KFCEO 주임교수)가 주최·주관하고, 산업통상자원부(장관 김정관)가 후원하는 협회 공식 <제16기 KFCEO(K-Franchise CEO) 교육과정>이 지난 9월 1일 서울 서초구 aT센터에서 입학식을 개최했다. 정 협회장은 “최근 국내 프랜차이즈 산업은 성장률 둔화로 신 성장동력 발굴에 집중하고 있다”라고 하면서 “협회도 더욱 많은 영세·중소 가맹본부가 해외에 진출할 수 있는 기반을 조성

하고자 노력 중이며, 본 과정을 통해 많은 K-프랜차이즈 리더가 양성되기를 바란다”고 말했다. 입학식에는 55명의 16기 신입 원우들과 이경희 주임교수, 그리고 정현식 협회장, 박효순 수석부회장, 나명석 수석부회장, 전병진 KFCEO 총동문회장, 손석우 교육위원장 등 총 80여 명이 참석했다. 신입 원우들은 협회 및 교육과정에 대한 소개를 듣고 총동문회 임원진들과 얼굴을 익히는 시간을 가졌다. 또, 이경희 소장의 특별강연과 만찬을 통해 친목을 다지고 향후 원우회 활동



정현식 한국프랜차이즈산업협회장 축사



박효순 협회 수석부회장 축사



나명석 수석부회장 축사



박효진 사무총장 협회 소개



이경희 주임교수



전병진 총동문회장



정현식 협회장 인사말



손석우 교육위원장

과 교육과정에 성실히 임할 것을 다짐했다. 한편 KFCEO 과정은 지난 2014년 출범한 협회 공식 CEO 과정으로, 16기 과정은 지난 1일부터 오는 12월 11일 수료식까지 매주 월요일 aT센터에서 14~17시에 진행된다.

이번 기수에서는 ▲프랜차이즈 CEO 토크쇼, ▲업계 전문가 명강연을 통해 현장의 생생한 노하우와 새로운 경영기법, 최신 산업 트렌드를 배울 수 있으며, ▲특강 ▲세미나 ▲기업탐방 ▲워크숍 등 다양한 프로그램을 통해 성장과 상생의 길을 모색한다는 계획이다.



이경희 주임교수 특별강연



3주차 워크숍 중 이디야커피 드림팩토리 탐방

◇1~3주차

1주차 교육은 9월 1일 서울 서초구 aT센터에서 입학식 후 이경희 주임교수의 <내 사업 100배 성장, 프랜차이즈 핵심 성장 원리> 특별강연으로 진행됐다.

2주차 교육은 9월 8일 aT센터에서 정현식 협회장의 특별강

연 및 토크쇼와 16기 원우 소개로 진행됐다.

3주차 교육은 9월 12~13일 태종에프디, 이디야커피 펍팩토리 등을 탐방하고 친목을 다지는 1박 2일 워크숍으로 진행됐다.

KFCEO 제16기 원우리스트

순서	이름	직급	회사명	브랜드명
1	강봉	대표	불끈낙지 개금점	불끈낙지 개금점
2	강원우	이사	(주)아름터	-
3	김길식	대표	일오삼총합주방	일오삼총합주방
4	김길용	부대표	광고세무법인	-
5	김대규	실장	(주)다담디자인	가구판매, 간판, 광고물 디자인 등
6	김민수	팀장	(주)디포	디포인덕션
7	김범석	대표	(주)모아드림에프앤비	무한감자탕&배우이
8	김봉세	대표이사	아메리츠포이낸셜코리아(주)	센조이글로벌UL
9	김성만	사장	1879MG(주)	MG커머스
10	김소연	대표	(주)에스에프앤비	식자재대통령
11	김우리	이사	(주)편코리아	히어로 보드게임카페, 하이방수
12	김응민	대표	푸드웍스(주)	서대문 김치짬&김치찌개
13	김정희	부장	(주)화인푸드	해오름, 참맛애
14	김정훈	대표	(주)인모바일HR	-
15	김태연	이사	주식회사 진솔	주식회사 진솔
16	남재훈	대표	(주)IMC코리아 커뮤니케이션즈	-
17	박수혁	대표	(주)유성프레쉬	대기텔
18	박준상	대표이사	(주)더티프라이	더티프라이
19	박지연	대표	(주)제이더블유푸드	-
20	박창우	관세사	관세법인대인	-
21	박철희	대표	티오피인태내셔널(주)	부추삼겹살
22	배승범	대표	(주)삼봉, (주)비엘코리아	마리짬
23	백남옥	대표	원미가	백남옥달인손만두
24	변기환	대표이사	(주)더큰	더큰도시락, 더큰푸드 외
25	소병선	대표이사	주식회사 쿠거	쿠거
26	송경섭	대표	나이스텍스, 세무회계 이산	세무회계 이산
27	심재만	대표	키보	키보디자인
28	안광선	대표	(주)조은음식드림	오봉집
29	예월수	대표	예가족발	예가족발
30	오정민	대표	(주)우원	미쓰하누
31	우광식	대표	(주)피에프씨	한미음정육식당
32	우석민	총괄이사	(주)티오더	티오더
33	원일호	대표	(주)긴자료코	긴자료코
34	유영준	대표이사	주식회사 지오아이엔티	지오_아이엔티(GO_INT)
35	유지원	본부장	(주)림스치킨	림스치킨
36	윤나래	팀장	천서리막국수	천서리막국수
37	이민지	대표	1879MG(주)	MG커머스
38	이성호	본부장	(주)세종이노베이션	-
39	이승기	대표	유한회사 한국정보유니온	한국정보유니온
40	이재교	대표이사	(주)패스트클라우드	국밥백서
41	임철우	대표	(주)패스트오더	테이블오더
42	장덕근	대표	JR광고기획	JR광고기획
43	장명철	대표	(유)샘물주류	샘물주류
44	장보환	대표	(주)하남에프앤비	하남돼지집
45	전은철	대표	(주)비비프로젝트	우이락
46	차재운	대표	(주)티온 / 광장동가운	(주)티온 / 광장동가운
47	채희수	대표	(주)엔팜	소미담
48	천명철	대표	(주)씨엠에프앤비	보양식119
49	천우영	팀장	(주)더온에프앤비	선명회피자
50	최민석	대리	(주)아라리	육전국밥
51	최현석	본부장	와우링크	뽕겨요
52	홍재일	대표이사	(주)엠에스씨세미컴	플라제로
53	황영	대표이사	(주)솔선수범에프앤비	푸르담 찬
54	황창호	대표	(주)픽셀이노베이션	-
55	황철	대표	(주)금강웰빙푸드	금강웰빙푸드



9월 2일 유사 가맹 피해 방지 국회 정책토론회 단체사진

“가맹사업 위장한 계약 규제해야... 선량한 본사들 피해 우려”

한국프랜차이즈협, 유사 가맹 방지 가맹사업법 개정 국회 토론회 참여

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 가맹사업으로 위장하여 의무를 회피하는 ‘유사 가맹’ 계약이 확산되면서 창업자와 기존 가맹본부들에게 피해를 주고 있다며 규제 도입을 촉구했다.

9월 2일 더불어민주당 을지로위원회 민병덕, 이정문, 김남근, 김현정, 박정현, 이강일 의원은 서울 여의도 국회의원회관에서 ‘가맹사업법 적용 회피하는 유사 프랜차이즈 이대로

괜찮은가?’ 세미나를 공동 주최했다.

이날 토론회는 ‘유사 가맹사업’ 피해 사례와 규제를 위한 가맹사업법 개정 필요성이 논의됐다. 김남근 의원은 “민생현장에서 가맹점주들은 보호받고자 하는데 어쩔 때는 ‘가맹사업’이 아니라라며 의견이 달라지니 장기간 분쟁이 된다”며 “가맹사업법이 자의적으로 해석되면 안 되고, 개정이든 행정지도 등을 통해 개선돼야 한다”고 말했다.



가맹사업, 가맹본부 등 가맹사업으로 혼동할 수 있는 명칭 사용을 금지하고, 유사 가맹사업의 정의를 신설하면 산업의 건전한 발전에도 기여할 수 있을 것으로 생각된다. 다만, 근본적으로 유사 가맹 논란은 가맹사업의 정의가 모호한 데서 기인한 것으로, 시행령 등을 통해 통제, 지원, 교육 등에 대한 가맹사업법상 가맹사업의 정의 및 사례를 더욱 정교하게 개선할 필요성도 있다



국회의원회관

박수영 경기도 공정경제과 조사관은 “유사 가맹사업은 형식상으로는 가맹사업 요건 중 일부를 충족하지 않는다는 이유로 가맹사업법 적용 대상에서 제외된다”며 “실질적으로는 가맹사업과 다른 운영 방식으로 점주를 모집하고 관리하고 있으며 문제가 나타난다”고 지적했다. 이러한 행태로 ▲가맹사업 사각지대 발생 ▲공정 경쟁 저해 ▲구조적 부실 사업자 발생 ▲입법 보완 필요성 등의 피해가 발생하고 있다고 덧붙였다.

권정순 변호사는 발제를 통해 가맹사업법 적용을 고의로 회피하는 경우를 방지하기 위해 분쟁조정절차의 구속력을 높여 실효성을 제고해야 한다고 주장했다. 또 가맹사업법에 적용되지 않는 사례를 줄이기 위해 가맹사업의 정의를 완화해야 한다고 덧붙였다. 권 변호사는 이를 위해 ▲분쟁조정절차 관련한 가맹사업법 일부 조항 신설 ▲유사 명칭 사용금지 ▲가맹사업법에 ‘유사 가맹사업’ 및 ‘유사 가맹본부’ 규정 신설 등을 제안했다.

박호진 협회 사무총장은 토론에서 “창업 희망자들이 계약 체결 시 가맹사업으로 오인하는 경우 추후 분쟁 발생 시 가맹사업법의 보호를 받을 수 없고, 성실히 법을 준수 중인 대다수 가맹본부들도 창업시장의 신뢰도 저하로 피해를 입을 수 있어, 명확한 기준을 마련하고 고의로 위장하는 경우를 제재할 필요성이 높다”고 주장했다.

박 사무총장은 “가맹사업, 가맹본부 등 가맹사업으로 혼동할 수 있는 명칭 사용을 금지하고, 유사 가맹사업의 정의를 신설하면 산업의 건전한 발전에도 기여할 수 있을 것으로 생각된다”면서 “다만, 근본적으로 유사 가맹 논란은 가맹사업의 정의가 모호한 데서 기인한 것으로, 시행령 등을 통해 통제, 지원, 교육 등에 대한 가맹사업법상 가맹사업의 정의 및 사례를 더욱 정교하게 개선할 필요성도 있다”고 말했다.

또 “제시안 중 직권조정 및 법원 소송제도 연계 강화를 위한 분쟁조정 규정 일부개정의 경우, 사법절차가 아닌 분쟁조정 절차에서부터 지자체가 조사 필요성을 판단하고 직권을 조정할 수 있도록 하게 되면 자율적인 합의가 우선시되어야 할 조정절차가 강제력을 갖게 되어 일방에 과도한 부담을 주고 분쟁조정 공정성을 훼손할 우려가 있다”면서 “특히 법원의 조사·조정 기록 요구권을 도입할 경우 별도의 단계인 분쟁조정절차가 사법절차의 일부로 편입되어 3심제도를 근간으로 하는 사법체계가 사실상 4심제로 확장되는 부작용도 우려되므로 분쟁조정 제도의 취지를 벗어나지 않도록 신중하게 접근해야 한다”고 지적했다. [77]

“프랜차이즈 업계, 구독형 태양광 설비 도입으로 친환경 경영 확산”

한국프랜차이즈협, GS건설(주)·에너플러스(주)와 RE100, ESG 지원 업무협약 체결

WRITE | 이호국장



(왼쪽부터) 강석우 협회 상근부회장, 류영하 GS건설(주) 신재생발전사업부부장, 김종오 에너플러스(주) 대표

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 프랜차이즈 가맹본부 및 파트너사의 구독형 태양광 발전 설비 도입을 지원, 업계의 비용 절감과 RE100(Renewable Energy 100) 대응을 지원한다.

협회는 8월 6일 서울 서초구 협회 회의실에서 GS건설(주), 에너플러스(주)와 ‘프랜차이즈 산업 RE100 & ESG 지원 업무협약식’을 개최했다. 협약식에는 강석우 협회 상근부회장, 류영하 GS건설(주) 신재생발전사업부부장, 김종오 에너플러스(주) 대표 등 10여명이 참석했다.

RE100은 지속 가능한 발전을 위해 기업이 사용하는 전력의 100%를 2050년까지 태양광, 풍력, 수력 등 재생에너지로 전환하는 것을 목표로 하는 글로벌 캠페인으로 500여개의 글로벌 기업들이 참여 중이다.

RE100 이행 수단 중 하나인 자가발전은 태양광의 경우 접근성이 좋지만, 자체 운영 시 설치·관리 비용과 법적 의무, 자연재해, 인명사고 등 각종 사고 위험으로 기업에 부담이

적지 않다. 구독형 모델은 초기 설치 비용을 대폭 낮추고 관리·운영 책임도 운영사가 지는 만큼 리스크를 낮추면서 ESG 경영도 실천할 수 있는 해법으로 각광받고 있다.

협회는 GS건설(주)이 주관·운영하고 에너플러스(주)가 설계·시공하는 구독형 RE100 태양광 사업을 통해 업계의 안정적인 태양광 자가발전을 지원한다. 물류·제조 시설을 갖춘 회원 가맹본부 및 파트너사들의 자가소비형 태양광 발전 설비 도입을 독려해 업계의 에너지 비용 절감과 친환경 경영을 동시에 확산한다는 방침이다.

강 상근부회장은 “최근 국내 수출기업들이 RE100 이행을 요구받는 경우가 늘고 있어 해외진출에 관심이 높은 프랜차이즈 업계도 국제적 기준 달성을 위한 대응전략이 필요한 시점”이라고 하면서 “협회도 국내 프랜차이즈 산업이 친환경 경영을 통해 지구 환경 개선에 기여하고 세계적인 K-프랜차이즈 열풍도 이어갈 수 있도록 지원하겠다”라고 밝혔다. **KFN**

배리어프리 키오스크 의무화...‘600만 소상공인’ 제외

복지부, 장애인차별금지법 시행령 개정안 입법예고

WRITE | 이호국장

보건복지부는 9월 4일 배리어프리 키오스크 설치 의무 대상에서 소상공인을 제외하는 ‘장애인차별금지법’ 시행령 개정안을 입법 예고했다고 밝혔다. 이로 인해 소상공인기본법에서 ‘소상공인’으로 규정하고 있는 약 600만명의 자영업자가 의무화 적용에 따른 부담을 덜게 될 전망이다.

보건복지부는 입법 예고에서 소상공인과 자영업자의 재정적 부담이 커 의무 범위를 완화하고자 한다고 개정 이유를 설명했다. 이번 개정안이 통과되면 ‘소상공인기본법’에 따라 상시 근로자가 10명 미만인 소기업(서비스 및 기타 업종은 5인)은 배리어프리 키오스크를 도입하지 않아도 된다.

개정안에 따르면 근린생활시설 용도로 쓰는 바닥 면적의 합계가 50㎡(15평) 미만인 사업장에만 예외적으로 완화했던 의무화 기준을 소상공인기본법상 소상공인과 소형제품에 대해서도 적용하기로 했다. 이에 따라 소상공인은 배리어프리 키오스크와 호환되는 보조기기 또는 소프트웨어(SW)를 설치하거나 보조 인력을 두면 의무화 면제 대상이 됐다.

그간 현장에서는 관련 부처 간 소통 및 법안 홍보 부족 등으로 혼선이 커진다는 비판이 많았다. 실제로 경기도시장상권진흥원이 ‘배리어프리 키오스크 의무화’에 대한 도내 소상공인에 대한 인식과 대응현황을 조사한 결과, 응답자의 76.8%가 제도 자체를 ‘모른다’고 응답한 것으로 나타났다. 또한 설치 의무화에 대해 응답자의 45.9%는 ‘부정적’이라고 답했고, 66.6%는 소상공인을 의무대상에서 제외해야 한다고 응답해 수용성에 한계가 있는 것으로 분석됐다.



보건복지부는 이같은 현장 목소리를 반영해 이번 시행령 개정에 나섰다. 소상공인이 느끼기에 규제 장벽이 너무 높아 오히려 배리어프리 키오스크 확산이 더디다는 점도 고려했다.

기존 장애인차별금지법에 따르면 올해 1월부터 재화와 용역을 제공하는 사업장이 키오스크를 설치하려면 과학기술정보통신부의 배리어프리 고시 기준을 충족한 제품만 사용해야 했다. 기존에 일반 키오스크를 사용하는 사업장도 내년 1월28일까지 배리어프리 키오스크로 교체해야 했다. 이를 어길 경우 시정명령을 거쳐 최대 3000만원의 과태료를 부과받을 수 있다. 이번 개정 덕에 소상공인들은 이러한 의무화 부담을 덜게 됐다.

다만 장애인의 접근성을 보장한다는 기존 법 취지에 따라 정부 지원은 계속될 전망이다. 정부는 이미 1차 추가경정예산안(추경)에 배리어프리 키오스크 제조사의 기술지원을 위한 예산 92억원을 과기부 몫으로 배정했다. 2차 추경 때는 배리어프리 키오스크 도입 등을 지원하는 중소벤처기업부의 ‘스마트상점 사업’ 몫으로 50억원을 배정하기도 했다.

한편 소상공인기본법은 상시 근로자 수 5인 미만(일부 업종 제외)·일정 매출 이하인 사업장을 소상공인으로 규정하고 있다. 해당 기준을 충족하는 소상공인 업장은 2023년 기준 약 596만개다. **KFN**



하남돼지집, 공정위 제재에 행정소송 청구

부당한 물품공급 중단가맹계약 해지 이유로 8000만원 과징금 부과

WRITE | 김상훈 특임기자

‘하남돼지집’을 운영하는 가맹본부 (주)하남에프앤비가 공정거래위원회로부터 정당한 이유 없이 육류 등 물품공급을 중단하고 부당하게 가맹계약을 해지했다는 이유로 시정명령 및 8000만원의 과징금 제재를 받았다. 이에 하남F&B는 입장문을 통해 사실과 부합하지 않는다고 판단하고, 법원에 행정소송을 청구해 사법적 판단을 받을 예정이라고 밝혔다.

다음은 하남F&B의 입장문을 정리한 내용이다.



< 공정거래위원회의 과징금 처분에 대한 하남F&B 입장문 >

최근 본사가 한 가맹점과의 분쟁으로 인해 공정거래위원회로부터 과징금 처분을 받게 된 것에 대해, 하남돼지집을 애정해 주신 많은 고객님들과 다른 가맹점주 여러분께 깊은 사과와 유감을 표명합니다. 공정위는 본사가 '가맹 계약을 체결하지 않은 채 PB 상품 등 필수 품목으로 지정하여 구입을 강제하였으며, 해당 가맹점이 이를 준수하지 않자 일방적으로 가맹 계약을 해지하였다'는 이유로 8,000만 원의 과징금과 시정명령을 내렸습니다. 본사는 이러한 공정위의 판단이 사실과 부합하지 않는다고 판단하고 있으며, 이에 대해 법원에 행정소송을 청구하여 사법적 판단을 받을 예정임을 밝힙니다.

하남돼지는 주 메뉴인 삼겹살 외에도 다양한 사이드 메뉴를 판매하고 있으며, 김치가 들어간 메뉴의 경우 숙성과 산도의 차이로 일관된 맛을 유지하기 어려워 PB 제품을 개발하였습니다. 또한 코로나19 상황으로 배달 수요가 급증함에 따라 삼겹살 맛을 보존하고 메뉴의 시각적 구성을 고려하여 배달용기를 개발하고, 모든 가맹점에 사용을 권장하였습니다. 이와 같은 본사의 방침에 따라 이번에 문제가 된 두 개 가맹점을 제외한 모든 가맹점이 적극 협조하였고, 코로나19에도 불구하고 매출을 유지하며 위기를 극복하였습니다. 더불어 동남아를 포함한 5개 국가에서 11개 가맹점 개설 등 해외 진출 성과를 인정받아 산업통상자원부 장관상을 올해 수상하게 되었습니다.

본사는 다음과 같은 이유로 공정위의 처분과 해당 가맹점주님의 주장이 합당하지 않다고 판단하고 있습니다.

첫째, 대여섯 배 비싼 PB 상품을 강요했다는 주장은 사실이 아닙니다. 본사의 PB 상품은 10% 내외의 최소 경영 이익으로 가맹점에 공급되며, 특히 배달용기는 초기 빠른 안착을 위해 비용의 50%를 본사가 부담하였습니다. 이로 인해 광고 동의율은 매년 100%를 달성하였고, 현재 납품되고 있는 PB 제품 사용률도 100%에 이릅니다. 이는 가맹점의 본사 필수 품목 공급에 대한 만족도와 본사에 대한 신뢰를 단적으로 보여줍니다.

둘째, 본사는 해당 가맹점과 최초 계약을 체결한 2015년부터

가맹사업법에 따라 2년마다 계약 갱신을 요청하였으나, 해당 점포는 6년 동안 3차례 계약 서명을 거부한 채 영업을 지속한 바 있습니다. 충분한 사전협의와 문서를 통해 가맹 계약 갱신을 촉구했음에도 불구하고 브랜드의 권리만을 이용하고 의무는 이행하지 않으려는 가맹점의 태도로 인해 불가피하게 계약을 해지하게 되었습니다.

셋째, 해당 가맹점은 가맹 해지 이후 “00관리소”라는 개인 브랜드로 상호를 변경하고 본사 레시피와 유사한 구조로 영업하고 있었기에 본사는 해당 지역에 출점하여 기존 고객을 대상으로 영업을 지속하고 있습니다.

넷째, 해당 가맹점은 한때 연 매출이 44억 원에 이를 정도의 대형 매장이었음에도 불구하고, 브랜드 사용료인 약 1,500만 원의 로열티와 물품 대금을 본사에 납입하지 않고 있습니다. 현재 본사는 미수채권 반환 소송을 진행 중에 있으며, 이러한 상황 속에서도 이를 변제할 의지를 보이지 않고 공정위와 언론에 일방적인 주장을 제기하고 있습니다.

끝으로 소비자 및 국민, 언론, 그리고 행정당국에 진심으로 묻고 싶습니다. 가맹점이 우수한 브랜드를 선택할 권리가 있으며, 다양한 법적 경로를 통해 피해 구제를 요청할 수 있는 것은 맞습니다. 그러나 브랜드의 통일성을 도외시하는 가맹점에 대한 가맹 본사의 권리와 이로 인해 다른 가맹점들이 입는 선의의 피해는 어떻게 구제되어야 합니까? “을”이라고 하면서 자신의 권리만 주장하고 의무는 이행하지 않는 가맹점은 어떻게 계약을 종료해야 합니까? 최초 계약서에 명시된 조항만을 주장하며 변경된 영업환경을 도외시한 채 수년간 마음대로 영업하는 해당 가맹점의 무책임한 영업권은 언제까지 보장되어야 합니까?

하남F&B 직원들은 해당 가맹점과 수년간의 법정 분쟁과 공정위 조사 과정에서 이 같은 사실을 충분히 소명하였다고 생각하였지만 그 노력이 조금 부족했던 것 같습니다. 추후 진행할 법적절차에서 저희의 입장을 더욱 견고하고 충실하게 밝히도록 하겠습니다.

저희는 이번 사건에 대해 지속적인 노력을 기울일 것입니다.

공정거래위원회

공정위, 반올림피자에 1억7600만원 과징금 부과

가맹점주에 삼발이·포크 강매...가맹사업법 위반 혐의



공정위가 피자 프랜차이즈 '반올림피자' 가맹본부에 제재를 가했다. 가맹점주에게 피자 고정용 삼발이와 일회용 포크를 본사나 지정 물류 업체에서만 구매하도록 강제했다는게 이유다.

공정위는 9월 7일 가맹사업법 위반 혐의로 반올림피자를 운영하는 피자엔컴퍼니에 대해 시정명령과 과징금 1억7600만원 부과를 결정했다고 밝혔다.

조사 결과, 피자엔컴퍼니는 2019년 4월부터 2023년 4월까지 피자 고정용 삼발이와 일회용 포크를 필수품목으로 지정하고 가맹점주가 반드시 본사 또는 지정 물류업체에서만 구매하도록 강제했다. 다른 구매처에서 해당 용품을 사면 가맹계약 위반으로 5000만원의 위약 벌을 부과하는 조항도 계약서에 명시했다.

이를 통해 본사가 챙긴 부당이득만 약 8억6000만원에 달하고 있다는게 공정위의 설명이다.

또한 피자엔컴퍼니는 2020년 4월부터 2021년 12월까지 가맹희망자·가맹점주 8명으로부터 가맹비와 교육비 등 5200만원을 예치기간을 거치지 않고 직접 수령한 사실도 적발됐다.

현행 가맹사업법은 본사가 가맹금만 받고 폐업하거나 지원을 소홀히

해 발생할 수 있는 피해를 막기 위해 가맹금을 은행 보증기관에 일정 기간 예치하도록 규정하고 있다.

공정위는 "삼발이와 일회용 포크는 시장에서 대체품을 쉽게 구할 수 있는 일반 공산품으로, 가맹본부가 구매처를 특정할 합리적 사유가 없다"며 "과도한 필수품목 지정과 예치가맹금 미준수 행위를 제재해 가맹점주의 불필요한 부담을 완화하고 가맹금의 안전성을 확보한 데 의의가 있다"고 설명했다.

한편 피자엔컴퍼니는 사명을 2023년 2월 반올림식품에서 반올림피자로, 올해 5월 9일 현재 명칭으로 변경했다. 지난해 말 기준 매출액은 537억원, 반올림피자 가맹점 수는 353개에 달한다.

피자엔컴퍼니 측은 이번 제재와 관련해 "공정위 결정을 겸허히 수용하며, 가맹점주와 고객께 심려를 끼쳐드린 점을 사과드린다"고 밝혔다.

회사는 또 "가맹금은 2022년부터 에스크로 계약을 통해 법규에 맞게 운영하고 있으며, 삼발이와 일회용 포크도 지난해 권장 품목으로 전환했다"며 "앞으로도 가맹점주의 자율성과 상생 가치를 최우선으로 삼겠다"고 덧붙였다.

WRITE | 김은영 기자

중소벤처기업부

매출 1800억원도 중소기업...매출액 기준 10년만 상향



오영주 중소벤처기업부 장관이 5월 1일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 중소기업 범위 기준 개편안을 발표하고 있다.

중소기업의 매출액 기준액 기준이 10년만에 상향 조정됐다. 중소벤처기업부는 중소기업 매출액 기준 상향을 위한 중소기업기본법 시행령 일부개정안을 8월 26일 국무회의에서 의결했다고 밝혔다. 중소기업 판단기준은 △규모 기준(자산, 매출액)과 △계열관계에 따른 독립성 기준 2가지다. 이 중 업종별 3년 평균 매출액을 기준으로 하는 매출액 규모 기준은 2015년부터 10년간 유지돼 왔다. 하지만 최근 물가와 생산원가 상승으로 기업의 실질 성장 없이 단순히 매출액만 늘어난 곳도 중소기업에 졸업하는 경우가 발생해 중소기업 매출액 기준 상향이 필요하다는 현장 목소리가 제기돼 왔다.

이에 중기부는 업계, 이해관계자 의견수렴과 관계부처, 학계, 전문가 등 논의를 거쳐 중소기업 44개 업종 중 16개, 소기업 43개 업종 중 12개 업종의 매출액 기준을 상향했다. 구체적으로 살펴보면 중소기업 매출액 범위를 최대 1천800억원으로 상향 조정하고, 16개 업종 매출액 기준을 200억~300억원 확대했다. 매출구간도 5개 구간에서 7개 구간으로 늘렸다. 소기업(소상공인 포함) 매출 기준은 10~120억원 이하에서 15~140억원으로 상향조정했다. 12개 업종 매출액 기준을 현행에서 5~20억원 높이고, 매출구간을 5개 구간에서 9개 구간으로 세분화했다.

이날 중기부는 후속 절차로 중소기업기본법 시행령 개정안을 국무회의에서 의결했다. 개정안은 9월 1일부터 시행됐다. 따라서 9월 1일 시행일 이후 결산일이 도래하는 9월 결산 기업부터 개편된 매출액 기준에 따라 중소기업 여부를 판단한다.

또한 시행령 개정으로 인해 중소기업 졸업 유예기간이 중단되는 기업에는 중소기업 졸업 유예 특례를 부여한다. 중소기업 졸업 유예 제도는 중소기업이 매출 확대 등으로 중소기업 범위기준을 넘어서더라도 5년간 중소기업으로 간주하는 제도다. 중소기업에서 벗어난 경우 최초 1회에 한해 부여된다.

다만, 중소기업 범위를 초과해 중소기업 졸업 유예 중인 기업이 매출액 기준 상향으로 인해 다시 중소기업이 됨에 따라 중소기업 졸업 유예기간이 조기에 중단되는 경우, 추후 중소기업 범위 초과시 1회에 한해 중소기업 유예를 다시 적용받을 수 있도록 특례를 적용할 예정이다.

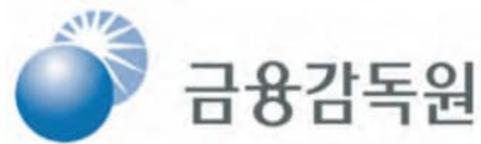
한성숙 장관은 "기업의 성장이 아닌 물가 상승에 의한 매출액 증가로 중소기업 지원이 중단되는 것을 해소하기 위해 합리적 수준에서 기준을 상향했다"며 "앞으로도 중소기업이 안정적으로 성장하고 더 높이 도약할 수 있도록 기반을 마련해 나가겠다"고 밝혔다.

WRITE | 박서진 기자

금융감독원

이찬진 금감원장, “결제 수수료·알고리즘” 지적

금감원 설립 이래 최초로 네이버·카카오·배민 CEO 대상 간담회 개최



이찬진 금융감독원장(왼쪽)

이찬진 금융감독원장이 9월 11일 금감원 설립 이래 처음으로 빅테크 최고경영자(CEO)들과 만나 “빅테크가 소상공인에 대한 합리적인 수수료 부과, 신속한 판매대금 정산, 가맹점 지원 확대 등에 관심을 가져 달라”고 당부했다.

이에 더해 최근 불거진 대형 금융사와 통신사의 침해 사례를 언급하며 빅테크 위험 관리와 내부통제, IT 보안 개인정보보호도 강조했다.

이 자리에는 △최수연 네이버 대표 △정신아 카카오 대표 △이승건 비바리퍼블리카(토스) 대표 △박대준 쿠팡 대표 △김범석 우아한형제들(배달의민족) 대표 등이 참석했다.

이찬진 금융감독원장은 빅테크가 플랫폼과 데이터를 기반으로 디지털 경제의 핵심 플레이어로 자리매김하고 있으며, 특히 대출 플랫폼 등 신기술을 기반으로 혁신 금융서비스를 제공하고 은행·증권 등 전통 금융업에도 진출하면서 금융의 성장과 경쟁 촉진도 견인하고 있다고 평가했다.

아울러 빅테크의 지속가능한 발전을 위해서는 플랫폼에 참여하는 다양한 경제 주체를 수익 창출의 도구로만 보지 말고 함께 성장해 나갈 동반자로 인식할 필요가 있다고 주문했다. 이어 빅테크의 건전한 발전을 위한 4가지를 제언했다.

먼저 플랫폼 이용자 중심의 경영 정착이다. 이 원장은 이용자의 의사결정에 영향을 미치는 알고리즘이 사람의 선택을 존중하는 방향으로 작동할 때 진정한 혁신이 가능하다고 강조했다. 아울러 소상공인과의 상생을 위해 빅테크도 안전한 전자지급결제 환경 조성을 위해 힘을 기울여 줄 것을 주문했다. 이를 위해 소상공인에 대한 합리적인 수수료 부과, 신속한 판매대금 정산 등에 관심을 가져줄 것을 요청했다.

이에 대해 빅테크 CEO들은 소상공인 등 다양한 플랫폼 참여자와의 동반 성장 등에 있어 책임있는 역할을 다하겠다고 밝혔다. 또한 빅데이터를 활용한 대안신용평가 고도화, 수수료 합리화, 입점업체 지원(교육, 마케팅 등) 등 회사별 추진 전략을 공유하면서 앞으로도 이용자보호 및 소상공인 상생 노력을 지속적으로 강화해나갈 것이라고 덧붙였다.

WRITE | 김은영 기자

고용노동부

외식 프랜차이즈, 식품위생법 위반 5년간 3000여건



외식업계 프랜차이즈 매장의 식품위생법 위반 사례가 최근 5년간 3000건이 넘는 것으로 드러났다.

국회 보건복지위원회 소속 더불어민주당 서미화(비례대표) 의원이 9월 4일 공개한 식품의약품안전처 현황 자료에 따르면 치킨·카페 등 9개 외식업종의 프랜차이즈 매장에서 2020년부터 지난해까지 5년간 총 3133건의 식품위생법 위반이 적발됐다.

상위 20개 업체의 위반 사례는 2189건으로 전체의 약 70%를 차지했다. 업체별로는 BBQ가 201건으로 가장 많았다.

BHC(186건), 맘스터치(172건), 메가커피(158건), 컴포즈커피(153건), 굽네치킨(140건), 롯데리아(126건), 교촌치킨(122건), 처갓집양념치킨(98건), 네네치킨(92건), 동대문엽기떡볶이(85건), 신전떡볶이(83건), 호식이두마리치킨(79건), 지코바치킨·맥도날드(75건), 멕시카나·페리카나(73건), 탕화콩푸마라탕(69건), 투썸플레이스(65건), 더벤티(64건) 등이 뒤를 이었다.

업종별로는 치킨(1139건·36.4%), 카페(617건·19.7%), 햄버거(471건·15.0%), 떡볶이(330건·10.5%), 피자(267건·8.5%), 마라

탕(219건·7.0%) 등 순으로 집계됐다.

위반 유형은 음식 내 이물질 등 '기준 및 규격 위반'이 1158건(37%)으로 가장 큰 비중을 차지했다. 이밖에 위생교육 미이수 968건(30.9%), 위생적 취급기준 위반 336건(10.7%), 건강진단 미실시 216건(6.9%), 영업자 준수사항 위반 185건(5.9%) 등이 적발됐다.

행정처분은 과태료 부과(1451건), 시정명령(1321건) 등 전체의 88.5%가 가벼운 수준에 머물렀다. 영업장 폐쇄는 단 1건 있었고, 영업정지 167건(5.3%), 과징금 부과 110건(3.5%) 등이 내려졌다.

연도별 추이는 2020년 491건, 2021년 501건, 2022년 662건, 2023년 759건, 지난해 720건 등 5년 사이 46.6%의 증가율을 보였다.

서 의원은 "먹거리 안전을 지키는 일에는 타협이 있을 수 없다. 식약처와 지방자치단체뿐만 아니라 프랜차이즈 본사 또한 가맹점 위생 지도에 적극적으로 나서야 한다"고 말했다.

WRITE | 박서진 기자

치킨 프랜차이즈의 원조 '기지개를 켜다'



림스치킨
유석호 대표



1977년, 서울특별시 중구 명동의 신세계백화점 본점 지하에 치킨집이 새로 문을 열었다. 림스치킨이다. 이 브랜드가 한국 최초의 치킨 프랜차이즈로 인정받고 있다. 프랜차이즈의 국내 역사를 이야기할 때마다 빠질 수 없는 브랜드다. 현존하는 가장 오래된 림스치킨 가게인 혜화점이 서울미래유산으로 선정되기도 했다. 이러한 림스치킨의 역사를 만들어가고 있는 유석호 대표의 이야기를 들었다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

롯데리아 1호점은 1979년에 오픈했다. 이보다 2년 앞서 오픈했으니 프랜차이즈 사업으로서도 꽤 빨랐던 림스치킨이다. 올해로 48년의 역사를 자랑하는 치킨 프랜차이즈의 1세대다.

림스치킨의 태동은 유석호 대표의 미국 경험에서 시작됐다. 유 대표는 "1975년 미국에 갔을 때 처음으로 조각 치킨, 즉 후라이드 치킨을 접했다"라며 "이 음식이 한국에 들어오면 큰 사랑을 받겠다는 확신이 생겼고, 귀국 후 본격적으로 브랜드를 준비하게 됐다"고 전했다.

당시 국내에는 후라이드 치킨이라는 것이 없었다. 통닭 그 자체로만 유지되던 시절이었다. 지금처럼 다양한 조리방법이나 메뉴의 치킨이 존재하지 않았던 그때, 처음으로 후라이드된 조각 닭 판매에 들어갔다. 우리나라 치킨 문화를 있게 한 장본인인 셈이다. 현재까지도 우리나라 최초 치킨 프랜차이즈라는 타이틀을 가지고 있는 이유다.

여기서 궁금하게 림스(LIMS)치킨이라는 브랜드 명이였다.

이에 대해 유 대표는 "이름을 정할 때는 단순한 상호가 아니라, 인생에서 가장 소중한 가족을 담고 싶었다"라며 "아내의 성씨인 임(林) 씨를 영어로 표기한 LIMS를 브랜드명으로 정하게 됐다"고 밝혔다. 결국 림스라는 이름에는 미국에서 치킨을 처음 접했던 계기와, 가족에서 출발해 모두에게 사랑받는 브랜드로 키우고 싶었던 유 대표의 마음이 함께 담겨져 탄생했다.





기본을 지켜야 최상의 맛을 낸다

림스치킨은 초기 후라이드 치킨을 시작으로 이후 양념치킨의 여명기에는 양념치킨이, 이후 세월이 흐르며 유행했던 치킨들을 메뉴에 추가했다. 림스 오리지널은 미리 림스 오리지널 파우더를 묻혀 하루 전에 숙성시킨 후 초벌 튀기기를 하고 주문시에 다시 튀겨 완제품을 만든다. 숙성된 파우더 덕에 짭조름, 바삭하고 짙은 갈색을 띠고 있다.

이러한 치킨 요리 방법에는 유석호 대표의 '기본을 지켜야만 최상의 맛을 낼 수 있다'라는 신념이 들어있다. 1977년 첫 출발 이후 변치 않고 지켜나가는 마음이다. "림스 오리지널 치킨은 모든 과정을 손으로 정성스럽게 파우더 작업해 튀김옷이 얇습니다. 염지를 하지 않아 겉은 바삭하고 속은 부드러운, 건강한 치킨입니다."

건강한 맛의 비결은 국내산 천일염만 사용하는데다 림스치킨의 특허받은 파우더가 톡톡히 역할을 하고 있다. 1983년

뉴욕 국제발명전에서 '림스치킨 파우더'로 금상을 획득하기도 했다. 3G 파우더인데 Garlic, Ginger, Ginseng의 3G이다. 흉내낼 수 없는 변함없는 맛으로 마니아층을 형성하고 있다.

이로 인해 림스치킨은 무엇보다 시간이 지나도 변하지 않는 맛과 신뢰가 가장 큰 경쟁력이 됐다. 세대를 아우르며 꾸준히 사랑받아 온 만큼 한결같은 조리법과 노하우도 림스치킨만의 장점이다. 오랜 업력에서 오는 안정감과 꾸준한 품질 관리 역시 강점으로 자리잡았다.

한국 치킨을 해외로

림스치킨은 조리법과 운영 방식을 표준화하면서 치킨을 대중화하는 데 앞장섰다는 평가를 받고 있다. 한때는 전국에 약 450개 매장이 운영될 정도로 많은 사랑을 받았다. 그리

고 지금까지도 '정직한 맛, 정성을 담은 치킨'이라는 초심을 지키며 세대를 이어 사랑받고 있다. 그래서 "림스치킨은 정통 그 자체이자 전통의 상징이다."라는 말을 듣는다.

"저희가 늘 지켜온 가치는 정직, 정성, 그리고 전통이다. 원재료를 정직하게 쓰고, 조리 과정에 정성을 담고, 세월이 흘러도 지켜온 전통의 맛을 이어가는 것. 이 세 가지가 지금의 림스를 만들었고 앞으로도 반드시 지켜야 할 철학이라고 생각한다"

림스치킨은 최근 국내에서는 브랜드 리뉴얼과 고급화를 통해 젊은 세대와 소통하려고 노력하고 있다. 동시에 해외 진출에도 힘을 쏟고 있다. 현지 소비자들의 입맛에 맞춘 메뉴 개발, 소스 현지화 전략, 또 급속냉동 기술을 활용한 수출 제품 개발에 집중하고 있다.

유 대표는 "K-푸드 열풍에 힘입어 'K-치킨'을 알리는 글로벌 브랜드로서 새로운 도약을 준비하고 있다"며 "한국에서 오랜 역사를 가진 치킨 브랜드로서 해외에서도 좋은 성과를 내고 싶다"고 말했다.

가맹점과 본부는 가족

림스치킨은 오랜 업력을 유지한 만큼 지속적인 지원도 손에 꼽힌다. 노련한 수퍼바이징을 통한 지속적인 사후 관리와 빅데이터를 기반으로 한 최적의 마케팅 솔루션으로 가족점의 성공을 지원한다. 아울러 현대적인 소비 트렌드에 발맞춰 배

달 서비스를 강화하고, 편리한 온라인 주문시스템을 도입해 고객들에게도 향상된 소비경험을 제공하고 있다.

브랜드 강화와 고객 충성도 제고를 위해 소셜미디어 등 디지털을 적극 활용해 마케팅 활동도 펼치고 있다. 48년의 역사를 가진 브랜드답게 탄탄한 인지도와 안정적인 운영시스템도 가맹점주에게는 큰 힘이 되고 있다. 아울러 메뉴 교육, 운영 노하우, 품질 관리 등의 포괄적 지원도 제공중이다.

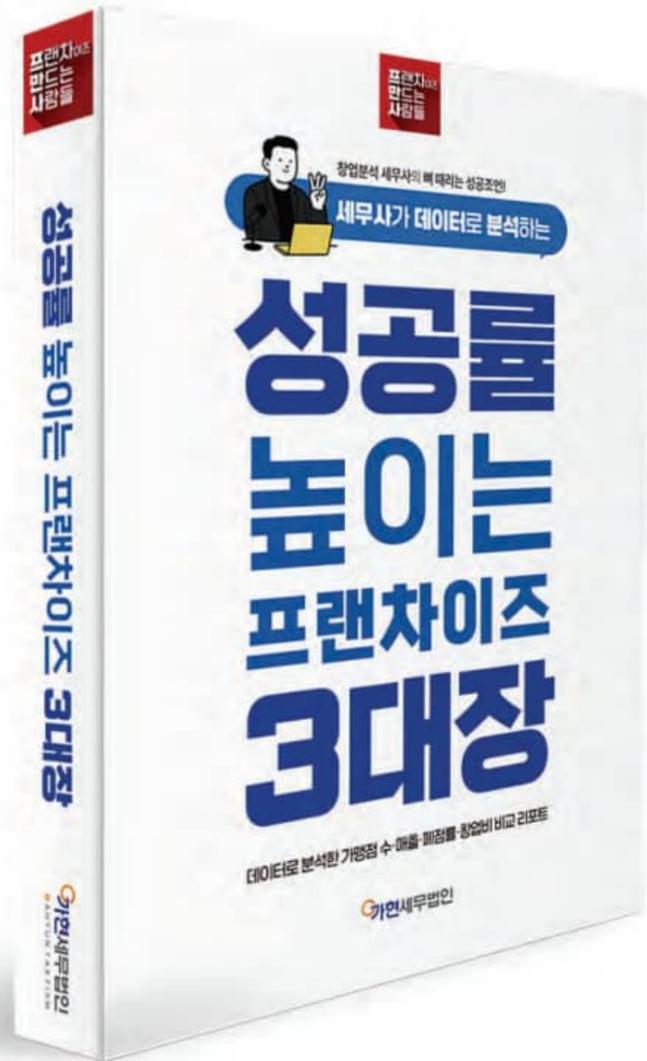
사회적 책임(CSR) 활동도 유석호 대표의 경영철학 중 하나다. "림스치킨은 단순히 치킨을 파는 브랜드가 아니라, 지역 사회와 함께 성장하는 브랜드가 되고자 한다. 청년 창업을 지원하고, 소상공인과 협력하며, 또 취약계층을 위한 나눔 활동도 꾸준히 이어가고 있다. 이런 활동들은 '정직과 정성'이라는 브랜드 철학을 사회적으로 실천하는 과정이라고 생각한다"

림스치킨의 비전은 100년 기업, 그 이상이다. 현재 반세기가 가까이 지켜온 전통을 이어왔다. 하지만 여전히 시대는 변화가 그 변화에 맞춰 늘 새로워져야 한다. "국내를 넘어 해외에서도 인정받는 글로벌 브랜드로 자리매김하고, 'K-치킨'의 가치를 전 세계에 알리는 것이 목표입니다" 한국 치킨의 새 역사를 만든 림스치킨이 또 한번 거대한 기지개를 켜고 있다. 한국 치킨 문화를 연 브랜드, 세대가 사랑한 한결같은 치킨 '림스치킨'이다. **KFN**



“당신의 창업 출발점, 확신으로 바꾼다”

최인용 세무사가 전하는 ‘성공률 높이는 프랜차이즈 3대장’



“어떤 브랜드가 잘 될까요?”
“요즘 뜨는 업종은 뭐예요?”

많은 프랜차이즈 예비 창업자들과 업계의 관계자들이 가장 궁금해 하는 질문이지만, 정보공개서에는 최고가 어디인지 찾기는 어렵다. 예를 들어 돈가스 집의 창업을 준비하는 예비창업자는 어떤 장소에서 어떤 브랜드를 해야 창업의 성공이 달라질 수 있을지 궁금해한다. 그런데 이를 결정하는 가장 중요한 것은 데이터가 말해주는 숫자다.

같은 시기, 같은 지역에서도 어떤 브랜드는 꾸준히 성장하고, 어떤 브랜드는 1년도 못 가 문을 닫는다. 이 차이를 만드는 것은 가맹점의 평균 매출을 보여주는 데이터 그리고 폐점율을 고려한 데이터의 파악과 가맹점주의 겸손하고 성실한 실행력이다.

이러한 데이터의 중요성을 정리해 놓은 책이 나왔다. 바로 ‘성공률 높이는 프랜차이즈 3대장’이다. 창업을 희망하는 가맹점주와 가맹본사의 정보공개서를 바탕으로 대표 메뉴별로 잘되는 브랜드를 정리한 내용으로 구성됐다.

저자 최인용은 세무사로서 20년간 수천 건의 매출·매입 자료를 분석하며 성공하는 브랜드와 가맹점들의 공통점을 발견했다. ‘성공률 높이는 프랜차이즈 3대장’은 그 결과를 담아, 예비 점주가 실패를 줄이고 성공 확률을 높일 수 있도록 안내한다.

저자는 이 책에서 프랜차이즈 본사의 가장 큰 과제는 예비 가맹점주를 설득하는 일이라고 말한다. 최근 저가를 내세운 광고나 연예인을 등장시키는 화려한 홍보만으로는 점주들의 신뢰를 얻기는 어렵다. 점주들은 “이 브랜드가 과연 안정적인지”, “투자가치가 있는지”를 확인하고 싶어한다.

‘성공률 높이는 프랜차이즈 3대장’은 주제별로 브랜드의 평균 매출액 그리고 면적당 매출액을 분류해 어떤 브랜드가 가맹점의 매출을 늘려가고 있는지를 제공해 준다.

본사에서는 가맹점주에게 실질 데이터로 검증받고 그리고 브랜드의 가맹점당 평균 매출액을 높여가고 있는 경쟁 브랜드를 파악함으로써 어떻게 가맹점주의 매출을 관리하고 이익을 내도록 관리해야 하는지를 지표로 보여준다.

저자 최인용 세무사는 “공정거래위원회의 자료를 재구성하고 보기 좋게 그래프화함으로써 이러한 분석을 할 수 있도록 검증했다”라며 “이 책을 통해 프랜차이즈 본사는 앞으로 가맹점들의 매출증대를 위해 어떻게 노력하는 것이 좋을지, 각 대표 메뉴 및 업종별 브랜드중 강점을 보이는 브랜드는 어떤 것인지 파악해 우리나라 프랜차이즈 산업의 밸류가 더 높아지길 바란다”라고 전했다. **KFN**



광고가 아닌 데이터로 프랜차이즈 가치를 증명하세요!

지금 바로 『성공률 높이는 프랜차이즈 3대장』을 만나보세요!
프랜차이즈 브랜드에 확신과 자신감을 더할 때입니다.

판매도서

- ① 인쇄본(종이책): 실제 책으로 소장하여 언제든 읽기/참조 가능
 - 배송까지 약 2~7일 소요
- ② 전자책(eBook, PDF): 결제 후 이메일 발송
 - 전자책을 구매할 경우, 저작권을 분석해 보실 수 있는 자료(매출)를 함께 제공해드립니다.
 - 휴대폰/태블릿/PC에서 자유롭게 열람

구매방법

- ① 구글폼에 접속해 구매 신청서 작성
- ② 입금 계좌로 도서 금액 송금 (입금자명과 신청자명 동일)
- ③ 확인 후 인쇄본은 배송, 전자책은 이메일로 발송

문의 사항
E-mail : gtaxfirm@naver.com 전화문의 : 02-6952-4535



국내 최고의 경쟁력...
상생 결제시스템 구축

식자재대통령
이진섭 대표

‘외식업 시장이 200조 시장으로 커지면서 식자재 유통시장 역시 경쟁이 치열해지고 있다. 대기업마저 식자재 시장에 뛰어들면서 중소도매식자재 기업들의 생존권도 위협받고 있다. 이런 가운데 32년 동안 식자재 유통 한 길만 걸으면서 국내 최대 식자재 전문 브랜드로 성장한 곳이 식자재대통령이다. 안정성과 합리성, 신속성까지 더한 식자재대통령의 경쟁력을 들여다봤다. **WRITE** | 이호 국장



식자재대통령은 1993년 강남구 도곡동에서 시작됐다. 32년 동안 식자재 유통 외길만 걸어왔다. 이렇게 축적된 경험과 노하우를 바탕으로 5000여 매출처(식당직거래기업체, 프랜차이즈, 외식기업) 등과 거래중이다. 전국 물류사업시스템을 구축해 물류와 상품 매입의 경쟁력을 키웠다. 고객의 니즈를 최우선으로 생각하는 식자재 유통 전문기업이다.

식자재대통령은 (주)서울푸드시스템과 (주)에스식자재로 운영된다. (주)서울푸드시스템은 5000여 식당과 외식사업체에 납품을 담당한다. 수도권 일일배송시스템을 구축해 전국 어디든지 빠른 시간내에 운송할 수 있다. (주)에스식자재 도매물류센터 또한 수도권 경기북부 물류를 담당하고 있다. 수도권 2000여 식당과 외식사업체와 거래를 하고 있다.

식자재 유통의 핵심은 가격이다. 이를 위해 식자재대통령은 많은 품목을 생산자로부터 직매입할 수 있는 규모의 경제를 이뤄 가격 경쟁력을 지속적으로 확보하고 있다. 유통방식은 재조사 직거래, 산지 직거래, 가락동시장 경매를 통해 유통단계 단축이다. 이를 통해 경쟁력을 구축하고 있다(단 수요가 많지 않은 제품은 시장 구입 후 최소 마진으로 납품한다). 3자 물류가 아닌 전문성 있는 직영체제로 전국 물류시스템을 구축하고 있다. 이를 통해 주문과 배송을 일원화시켰다. 모든 차량도 직영체제로 24시간 움직인다.

식자재대통령의 경쟁력은 안정성, 신속성, 합리성으로 말할 수 있다. 농산물은 산지와 경매, 통합구매를 통해 구색 경쟁력을 갖췄다. 중간사업자로 20개 업체를 관리중이다. 여기에 직영체제 매입과 대기업 20개(총판대리점), 일반기업



250개 제조사 직거래를 통해 가격의 합리성도 확보했다. 전국 물류직영을 통한 빠르고 정확한 소통은 식자재대통령의 신속성을 대변한다. 24시간 운영으로 매출처와 소통도 그의 일원이다.

앞으로 식자재대통령은 더욱 다양한 PB제품을 개발하고 프랜차이즈 앱을 통해 주문과 결제, 배송상태 등을 투명하게 확인할 수 있도록 할 예정이다. 언제나 처음처럼 국내 최대 식자재 유통을 향한 식자재대통령의 발걸음에 힘이 실리고 있다. **WRITE**

'주방은 과학이다'

한 차원 높은 고객 경험 제공



대우주방공학 박봉혁 대표

'침대는 과학이다' 침대 광고계를 휘어잡은 성공한 공식이다. 여기에서 착안해 박봉혁 대우주방공학 박봉혁 대표는 '주방도 과학이다'를 내놨다. 사실 침대보다 주방은 더 과학적이다. 안전하면서도 편리하게, 그리고 신속하게 음식을 만드는 공간이기 때문이다. 그래서 상호도 '대우주방공학'이다.

WRITE | 이호 국장



대우주방공학은 주방 기구 토털 솔루션 기업이다. 1만여 가지의 다양한 주방 기구 용품과 주방 설비기기를 제공한다. 상업용 주방설비 설치, 상업용 주방기물기기, 상업용 주방기구 그릇, 상업용 기구 주문 제작, 외식업 F&B 납품 전문, 외식업 창업컨설팅, 한식전문점 종합주방, 해외 납품 대행전문점 등을 사업분야로 두고, 한식 주방기구의 모든 것을 제공하고 있다.

박봉혁 대표는 "외식창업에 관련한 모든 제품을 보유하고 있다"라며 "편안하게 물품을 구매할 수 있도록 유형별로 나눠 매장을 준비했다"고 전했다. 특이한 점은 주방을 시뮬레이션할 수 있도록 미니어처로 만들어 놓았다는 점이다. 실제 동선을 맞춰볼 수도, 예행연습을 할 수도 있다. 고객에게 빠르고도 완벽한 이해를 견인하게 위해서인데, 수많은 고객들이 성원하는 이유다. 이처럼 편리하고 안전한 주방시스템을 구축한 대우주방공학은 설치시공과 납품 후에도 A/S 등 지속적인 사후서비스도 진행해 한차원 높은 고객 경험을 제공한다.

사실 박봉혁 대표가 대우주방공학을 직접 창업하지는 않았다. 전신은 대우종합주방이었다. 박봉혁 대표는 이곳의 직원이었다. 그런데 2009년 대우종합주방의 사장이 개인사정으로 사업을 접어야 하는 상황에 부딪혔다. 이때 사장과 직원들로부터 회사 인수를 제안받았고, 고심끝에 인수했다. 그리고 2009년 11월 지금의 대우주방공학으로 리뉴얼 오픈했다.

박봉혁 대표가 사용하지 않는 말이 있다. "없다. 안 된다. 힘들다"라는 단어다. 부정적 단어는 고객 신뢰를 무너뜨리는 요인



이 된다. 최선을 다하는 것과 하지 않는 것의 차이는 하늘과 땅만 큼 크다. 실제 사례다. 미국에서 한식당을 운영하는 부부가 간장병 뚜껑 50개를 구하고 있었는데, 모두가 "없다"고 답을 했다. 뚜껑만을 원했기 때문이다. 하지만 박봉혁 대표는 간장병과 뚜껑을 구한 후 뚜껑만 제공했다. 고객의 신뢰를 얻을 수 있다면 결코 손해가 아니라는 생각에서다. 그 모습에 감동한 부부는 다른 식당 오픈을 위한 제품을 다수 구매하는 등 좋은 거래처가 됐다.

"저희 매장을 찾아주시는 분들에게 모든 지식과 노하우를 동원해 도움을 드리고 싶습니다. 대우주방공학의 문은 항상 열려 있습니다. 1년, 365일, 주말과 공휴일에도 연락을 주세요. 성심성의껏 친절히 답변해 드리고 솔루션을 제시하겠습니다"

박봉혁 대표의 바람은 원원할 수 있는 거래처와 오래가는 사업적 동반자다. 유지경성(有志竟成-뜻이 있는 사람은 반드시 성공한다)과 역풍장변(逆風張帆-어려움이 있더라도 밀고 나간다) 정신으로 40년 주방 산업경험을 살려 외식업 창업의 견인차 역할을 자처하는 박봉혁 대표의 발걸음을 기대해 본다. **KTW**

● 명륜진사갈비 본사 전액 부담 가맹점 월세 지원



명륜진사갈비를 운영하는 명륜당이 전국 540여개 가맹점에 550만원씩, 총 29억4000만원 규모의 본사 부담 월세 지원을 했다고 지난 8월 20일 밝혔다.

이번 지원은 코로나19 팬데믹 시기 2020년 2월 전국 가맹점 월세 지원 이후 두 번째다. 해당 지원금은 가맹본사 교육에 5회 참여한 가맹점 한정으로 지급됐다. 전체 명륜진사갈비 가맹점 중 약 95%의 점주가 혜택을 받았다.

명륜당은 그간 △에어컨 무상 설치 △광고비 지원 △배달 수수료 및 모바일 쿠폰 수수료 전액 지원 △무이자 대출 제공 등 다양한 상생 정책을 펼쳐왔다.

특히 이번 월세 지원은 단순한 일회성 지원이 아닌, 가맹점주들의 역량 강화와 연계된 차별화된 접근 방식을 취했다. 가맹본사에서 진행한 교육과정에 성실히 참여하고 이수한 점주들을 대상으로, 월세 지원을 실시함으로써 가맹점의 경영 안정화와 동시에 서비스 품질을 향상하겠다는 전략이다.

강형준 명륜당 대표는 "'가맹점이 살아야 본사도 산다'는 신념으로 앞으로도 상생 경영을 지속하며 점주들과 끝까지 함께하겠다"고 밝혔다.

이번 월세 지원을 받은 박광식 명륜진사갈비 서울 강동구 청계 대표는 "덕분에 한결 가벼운 마음으로 매장을 운영할 수 있게 됐다"고 감사의 인사를 전했다.

한편 명륜당은 최근 불거진 '고금리 대출'에 대한 의혹에 대해서는 "법적인 부분에 대한 검토가 필요하며 업계 의견을 취합해서 정부와 함께 이야기 나눌 것"이라고 말했다.

앞서 명륜당은 차액가맹금 반환을 두고 소수 가맹점주와 법적 분쟁 중이다. 서울지방국세청 조사4국은 산업은행에서 조달한 명륜당의 자금이 고금리 대출로 전환됐는지 관련 조사 중이다.

이 여파로 명륜진사갈비 매각도 차질을 빚고 있다. 명륜당은 지난해 10월 인수우선협상대상자로 사모펀드 운용사 포레스트 파트너스를 선정했다. 당시 포레스트 파트너스는 명륜당 지분 70%를 인수하는 조건으로 구주 1200억원, 신주 400억원을 제시했으나 현재는 잠정 중단 상태로 알려졌다.

강형준 대표는 "매각 여부와 관계없이 경영을 유지하며 가맹점과 함께 할 것"이라며 "매각 이야기가 오가고 있지만 명확하게 방향이 결정된 바는 없다"고 말했다.

명륜당 관계자는 "가맹본사는 가맹점과 함께 위기를 이겨내는 동반자라는 인식 아래 상생 경영 체제를 지속적으로 강화해 오고 있다"며 "앞으로도 가맹점의 실질적인 경영 부담을 덜기 위한 다양한 지원책을 고민하고 실행해 나가겠다"고 밝혔다.

● 쿠푸우 세계적 감각 입힌 '퓨전 한식 신메뉴' 선보여

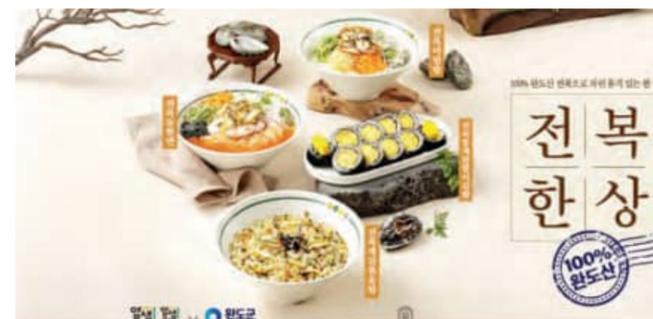
초밥 뷔페 프랜차이즈 브랜드 쿠푸우가 9월 콘셉트 '세계에서 쿠푸우만의 요리를 외치다!'를 내세워 퓨전 한식 신메뉴를 출시했다. 이번 메뉴는 한류 열풍 속 세계적으로 주목받는 한식을 현대적으로 재해석해, 고객에게 낯설면서도 친근한 미식 경험을 제공하는 데 초점을 맞췄다.

새롭게 선보이는 메뉴는 ▲묵은지와 육회의 조화가 돋보이는 '묵은지육회말이' ▲감태향과 육회 풍미를 살린 '감태육회 주먹밥' ▲들기름과 김부각을 곁들인 '매콤들기름막국수' ▲동치미 육수에 이탈리아 소스를 더한 '이탈리안동치미' ▲불향 불고기와 갈릭바게트 크러스트를 올린 '마늘불고기피자' ▲들깨와 트러플 향을 입힌 '들깨크림수제비' 등이다.

쿠푸우 관계자는 "전통 한식 재료에 세계적 조리법을 접목해 글로벌 경쟁력을 갖춘 새로운 메뉴를 선보였다"며 "앞으로도 한식의 매력을 알리고 고객이 기대 이상의 경험을 할 수 있도록 메뉴 개발을 이어가겠다"고 말했다.



● 암샘김밥 전복 메뉴 개발...어가(漁家) 살리기에 동참



김밥 분식 프랜차이즈 암샘김밥이 전복과 해조류 어가(漁家)의 어려움을 덜기 위한 상생 행보에 나섰다. 고급 식재료로 인식돼 소비층이 제한적이던 전복을 일상 메뉴인 분식에 접목해 소비 촉진과 인식 개선이라는 두 마리 토끼를 동시에 잡겠다는 전략이다.

전복은 전라남도 완도군의 청정 해역에서 생산되는 대표 특산물이다. 그러나 최근 경기 침체와 공급 과잉으로 인해 어가들이 심각한 경영난을 겪고 있다. 이에 암샘김밥은 전복을 보다 친숙하게 소개하고자

소비자들이 일상에서 부담 없이 즐길 수 있는 김밥·볶음밥 등 대중적인 메뉴에 전복을 접목한 메뉴를 전국 매장에서 선보이며 자연스럽게 소비 촉진에 나서고 있다.

한편 암샘김밥은 8월 13일 국회의사당에서 열린 고수온 대비 보양식, 양식 수산물(전복) 적체 물량 해소 및 수산물 소비 촉진 행사에도 참석했다. 암샘김밥은 지역 특산물을 활용해 가치를 높이는 '로코노미(Loconomy)' 사업의 일환으로 완도 전복을 활용한 신메뉴와 다양한 소비자 체험 프로그램을 현장에서 선보였다. 암샘김밥은 앞으로도 지역 특산물과의 연계를 확대해 프랜차이즈 산업이 단순한 유통채널을 넘어 지역 경제와 상생하는 플랫폼으로 자리매김해 나가겠다는 계획이다.

프랑스 미슐랭 셰프들의 비밀 조리법 신 메뉴개발의 혁신, 수비드



“ 프랜차이즈 본사와 유명 셰프들이 주목하는 메뉴 혁신 솔루션
프랜차이즈 본사의 최대 과제, 전국 매장 ‘맛의 표준화’ ”

WRITE | 수석편집위원 김용순

프랜차이즈 본사와 대형 외식 브랜드의 가장 큰 고민 중 하나는 전국 수십·수백 개 매장에서 동일한 맛과 품질을 유지하는 것이다.

특히 스테이크, 돈까스, 치킨과 같은 육류 메뉴는 온도와 시간, 조리자의 숙련도에 따라 조리 결과의 편차가 크게 발생해 브랜드 이미지와 고객 만족도에 직접적인 영향을 준다.

한 프랜차이즈 본사 메뉴개발팀 관계자는 이렇게 토로했다. “신메뉴를 출시할 때마다 매장별 조리 편차를 관리하는 것이 가장 큰 스트레스입니다.

본사에서는 수익성을 위해 조리 공정을 단순화하려 하고, 셰프들은 맛과 품질을 지키기 위해 복잡성을 유지하려다 보니

늘 갈등이 생깁니다.”

이 문제를 해결할 혁신적인 조리 기술로 전 세계에서 주목받고 있는 방법이 있다. 바로 수비드(Sous Vide) 공법이다.

프랑스 미슐랭 셰프들의 비밀 조리법 ‘수비드’는 프랑스어로 ‘진공하에서’라는 뜻으로, 1970년대 미슐랭 셰프들이 최상의 풍미와 식감을 유지하기 위해 개발한 조리법이다.

핵심은 정확히 제어된 저온에서 정확한 물의 온도를 유지한 채 길게는 72시간 동안 식재료를 천천히 조리해 육즙과 풍미를 극대화하는 것이다.

이렇게 조리된 경우 수분은 유지되면서 맛과 향이 보존되고 식감도 부드러워진다. 또한 풍부한 육즙도 살려진다. 딱딱한 닭가

슴살이 수비드 공법으로 조리되면 더욱 촉촉하고 부드럽게 즐기실 수 있어 인기가 좋다.

일반 조리 vs. 수비드 조리

일반 조리	고온에서 단시간 조리 → 육즙 손실, 맛 편차 발생
수비드 조리	일정한 저온에서 균일하게 조리 → 육즙 보존 + 동일한 맛 유지

현재 수비드 조리법은 고급 레스토랑을 넘어 프랜차이즈와 대형 식품 기업까지 확산되며, ‘메뉴 개발의 혁신’으로 자리 잡고 있다.

맛의 차이가 곧 브랜드의 경쟁력

기자가 수비드푸드의 테스트 키친에서 직접 비교 시식을 해본 결과, 수비드 조리의 맛의 차이는 한 입 만으로도 분명히 느낄 수 있었다.

전통 조리법으로 만든 스테이크는 겉은 익었지만 속은 질기고, 칼로 썰 때 육즙이 쉽게 흘러나왔다. 반면 수비드로 조리한 스테이크는 칼을 넣는 순간부터 차이가 느껴졌다.

고기는 부드럽게 잘리며 육즙이 촉촉하게 고기 안에 머물러 있었고, 씹는 순간 고기 본연의 풍미가 입안 가득 퍼졌다. 닭가슴살의 경우 차이는 더욱 극명했다.

한창 몸을 만들때 즐겨먹던 기존의 닭가슴살은 건조하고 딱딱한 식감이 강했지만, 수비드 공법을 거친 닭가슴살은 쉐러드나 다이어트 메뉴로 바로 활용 가능할 만큼 부드럽고 촉촉했다.

학술 연구에서도 이와 같은 결과가 입증되고 있다.

국내 식육가공 연구에서는 수비드 방식이 육즙 보유력과 연도(부드러움)를 높이고, 살손실을 줄여 수율을 높이며, 미생물 제어에도 유리하다는 결과를 발표했다.

프랜차이즈 본사가 주목해야 하는 이유

본사의 핵심 과제	수비드푸드 솔루션
1. 매장 간 맛의 편차	표준화된 온도와 시간으로 전국 동일 맛 구현
2. 가맹점 인건비·교육비 절감	조리 난이도 ↓ → 초보자도 동일 품질로 조리 가능
3. 위생 및 식품 안전 관리	HACCP 인증 생산으로 위생·안전 보장

수비드 조리는 단순히 맛을 향상시키는 데 그치지 않는다. 맛의 표준화와 운영 효율성을 동시에 확보할 수 있어, 프랜차이즈 본사의 운영 부담을 크게 줄인다.

미국 식자재·외식업계 벤치마크 조사에 따르면, 2020년 이후 수비드 제품 구매를 ‘유의하게 증가’시킨 사업자가 70% 이상으로 나타났다. 도입 이유는 인력난과 인건비 절감이 1순위였고, 그 뒤로 품질·일관성 개선, 운영 효율·수익성 향상이 꼽혔다.

토털 수비드푸드 솔루션 메뉴 기획 → 생산 → 납품까지 원스톱 제공

메뉴개발의 토털 파트너 수비드푸드(대표 이규운)는 단순한 식자재 납품업체가 아니라 프랜차이즈 메뉴 혁신을 함께 설계하는 파트너다. 맞춤형 제품 개발 브랜드 콘셉트와 타깃 고객층에 맞춘 메뉴를 공동 개발하여 수비드푸드와 본사의 브랜드를 함께 홍보해 시너지 극대화할 수 있다

또한 HACCP 인증 시설과 10년 이상의 노하우, 방대한 레시피 데이터베이스를 통해 프랜차이즈 본사의 시그니처 메뉴를 안정적으로 지원하고 있다. 프랜차이즈 메뉴개발팀, 대형 음식점 주, 유명 셰프에게 메뉴 차별화와 안정성은 곧 브랜드의 생존 전략이다. 수비드 공법은 이를 실현할 수 있는 가장 확실한 해답이다. 맛의 혁신을 통해 고객에게는 기억에 남는 첫 한 입을, 본사와 가맹점에는 안정적인 수익 모델을 제공할 것이다.

프랜차이즈 창업박람회에 참가하는 수비드푸드 관계자는 이렇게 강조했다. “신메뉴 개발에서 가장 중요한 것은 ‘누구도 흉내 낼 수 없는 완벽한 맛’을 안정적으로 구현하는 것입니다. 수비드푸드는 프랜차이즈 본사가 원하는 메뉴를 함께 기획하고, 전국 매장에서 동일한 품질로 제공할 수 있도록 지원하겠습니다.” 문의 수비드푸드: 032-710-8778 **[77]**

● SPC그룹 미국 인기 프랜차이즈 ‘치폴레’ 한국 진출 추진

에스피씨(SPC)그룹이 미국 멕시코 프랜차이즈 ‘치폴레 멕시칸 그릴(치폴레) 한국 진출을 추진한다. SPC 계열사 빅바이트컴퍼니가 치폴레와 합작 법인 ‘S&C레스토랑홀딩스’를 설립하고 한국과 싱가포르 내 독점 운영권을 확보했다. 치폴레의 아시아 첫 진출이자, 합작 법인 형태로 해외에 진출하는 첫 사례다. 내년 서울과 싱가포르에 각각 1호점을 낼 계획이다.

지난 1993년에 설립된 치폴레는 미국을 대표하는 멕시칸 패스트푸드 프랜차이즈다. 소비자가 원하는 고기, 채소 등 토핑을 선택해 부리토, 볼, 샐러드, 타코 등 다양한 형식으로 주문할 수 있다. 미국을 비롯해 캐나다, 영국, 프랑스, 독일 등에 약 3800개의 매장을 운영하고 있다. 한국에 치폴레 매장이 생기면 첫 아시아 매장이 된다.



Brand Highlight

● 교촌치킨 롯데JTB와 K-치킨 세계화 향한 중장기 협력

치킨 프랜차이즈 교촌치킨 교촌에프앤비(주)가 9월 11일 롯데JTB와 외국인 고객 대상 체험형 프로그램 개발을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. 양사는 '교촌1991스쿨' 운영 등 다양한 협업 프로그램을 통해 글로벌 시장 경쟁력 강화를 추진하며, 향후 3년간 K-치킨 세계화를 위한 중장기 협력을 이어갈 예정이다.

교촌은 이번 협약을 통해 '교촌1991스쿨'을 본격 확대해 나갈 예정이다. 특히 지난 3월 치킨 제조·포장 전 과정과 전통주 '은하수 막걸리' 체험을 결합한 프로그램은 해외 고객의 열정적인 참여로 5월 추가 운영될 정도로 인기를 끌었다. 이를 통해 교촌치킨은 글로벌 소비자 접점을 넓히는 발판을 마련했다는 평가다.



Brand Highlight

● 굽네치킨 양천구 관내 복지기관에 치킨과 피자 기부

굽네치킨을 운영하는 지앤푸드가 양천사랑복지재단과 협력을 통해 약 5년 간 2억3000만원 상당의 치킨과 피자를 관내 복지기관에 정기적으로 기부했다. 양천사랑복지재단과는 코로나19 팬데믹으로 사회적 취약계층의 어려움이 더 커지던 2020년 7월부터 기부를 위한 협력을 시작했다.

굽네치킨은 양천사랑복지재단과 함께 양천구 관내 아동·청소년 돌봄기관, 어르신 복지 시설, 장애인 기관, 여성노숙인 시설 등 30여 개 복지기관 및 양천구자원봉사센터에 정기적으로 굽네치킨과 굽네피자를 기부하고 있다. 지난 2020년 7월부터 2025년 7월까지 5년 동안 약 5만 개, 2.3억 원 상당의 치킨과 피자를 기부하며 복지 기여자와 수여자 모두에게 따뜻한 응원과 격려를 전했다.



Brand Highlight

● 자담치킨 업종변경 창업자 대상 ‘창업비용 0원 캠페인’ 진행

치킨 프랜차이즈 자담치킨이 외식업 재기를 희망하는 예비 창업자를 대상으로, 가맹비를 포함한 창업 비용 전액을 본사가 부담하는 ‘창업비용 0원 캠페인’을 실시한다. 이번 캠페인은 자담치킨 가맹점으로 재도약할 수 있도록 기회를 부여하기 위한 상생형 지원 프로젝트다.

지원 규모는 전국 30개 매장으로 한정되며, 선착순으로 선정한다. 지원 대상은 기존 점포를 운영하다 업종변경을 희망하는 외식업종 점주로, 튀김기 등 치킨 가맹점에 적합한 기본 주방 시설을 갖추고 있어야 한다. 본사가 지원하는 항목은 가맹비, 교육비, 기획관리비, 간판 및 사인물, 피자오븐 등 주방 설비, 인테리어 부분 공사 등이다. 창업자가 브랜드 매장 오픈과 관련하여 부담하는 금액은 '0원'이다.

자담치킨은 매출 부진이나 수익 악화 등으로 곤란을 겪는 자영업자들이 이번 기회를 활용해 성공적인 매장으로 새출발할 수 있을 것으로 본다.



Brand Highlight

● 다비치안경 현역 장병 및 예비 장병 대상 안경 추가 증정 프로모션

다비치안경이 건군 77주년을 맞아 국방부와 함께 현역 장병과 예비 장병을 대상으로 든든한 국군, 든든한 안경 프로모션을 진행한다. 이벤트 대상은 현역 장병과 예비 장병(사회복무요원 및 직업 군인 제외)이다. 현역 군복을 착용하고 다비치안경 매장을 방문하거나 군 복무 확인서, 본인 명의의 나라사랑카드, 입영 통지서 등 증빙 자료를 지참해야 참여가 가능하다. 또한 타인 명의의 증빙 서류로 대리 구매하는 것은 불가하다.

추가로 증정되는 안경테는 행사 제품에 한해 선택이 가능하며 안경 렌즈는 지정된 렌즈로 구매한 도수와 같은 것으로 제공된다. 다만, 일부 도수(프로모션 제품 도수 범위 외)에 대해서는 지원이 불가하다.



Brand Highlight

● 불막열삼 매일 13일 ‘열삼데이’ 이벤트 진행

막창·삼겹살 전문 프랜차이즈 불막열삼이 고객 만족을 위한 특별 이벤트 ‘열삼데이’를 매일 13일 정기적으로 진행한다. 열삼데이는 매장 방문 고객에게 불막열삼의 대표 메뉴인 숙성 생막창을 테이블당 한 접시 추가 제공하는 특별감사 행사다.

불막열삼의 막창은 오몽석 대표가 직접 연구하고 개발한 레시피다. 삶지 않고 48시간 동안 특별 숙성을 거친다. 이 공정을 통해 잡내는 완벽히 제거되고, 막창 특유의 쫄깃한 식감과 깊은 풍미를 살린 것이 특징이다. 본 행사는 가맹점의 자발적인 진행의사를 중심으로 본사가 상생협력 지원한다. 불막열삼 관계자는 “열삼데이는 단순히 막창을 더 주는 이벤트가 아니라, 고객과의 신뢰를 다지는 상징적인 날”이라며 “앞으로도 고객과 점주 모두가 만족할 수 있는 브랜드로 성장해 나가겠다”고 밝혔다.



Brand Highlight



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

‘프랜차이즈를 다시 바라봐야 하는 이유

WRITE | 이경희

우수한 사업자는 더 큰 성장을 꿈꾸고, 그 과정에서 자신의 노하우와 브랜드를 체계화해 확산시키려 한다. 그 대표적 방식이 프랜차이즈다. 그러나 지금의 한국 사회와 정부 제도는 이러한 도전을 응원하기보다, 때로는 마치 죄악시하는 듯한 시각을 드러낸다. “프랜차이즈=갑질”이라는 단순한 프레임이 덧씌워지며, 가맹본부 준비하는 사업자는 시작도 전에 잠재적 범죄자로 취급받는다.

언론은 일부 본사의 불공정 사례를 전체 산업으로 일반화한다. 몇몇 브랜드에서 발생한 리뉴얼 강요, 과도한 물류 마진 등의 문제는 실제로 개선해야 할 과제다. 그러나 이를 근거로 많은 브랜드와 수십만 점주가 속한 프랜차이즈 산업 전체를 “점주를 착취하는 구조”로 단정하는 것은 균형을 잃은 접근이다.

규제, 세계서도 강력한 수준

한국의 가맹사업법은 세계적으로도 강력한 규제를 갖추고 있다. 정보공개서 의무 등록, 표준계약서 제시, 광고·판촉비 과반 동의 제도, 인테리어 비용 분담 의무(20~40%), 차액가맹금 공

개 의무. 이런 제도는 점주 보호라는 취지에서 만들어졌지만, 실제로는 선량한 본사 창업자들까지 위축시키고 있다.

프랜차이즈는 소상공인의 성장 사다리

공정거래위원회 통계에 따르면 프랜차이즈 가맹점의 3년 생존율은 약 50%다. 개인 창업(약 25%)보다 두 배 이상 높다. 1년 생존율도 프랜차이즈는 70% 수준이지만 개인 창업은 50%에 불과하다. 이는 프랜차이즈가 단순히 본사 이익을 위해 만들어진 구조가 아니라, 개인이 혼자 감당하기 어려운 마케팅·브랜드 구축·품질 관리·물류 시스템을 본사와 나누

어 부담하는 구조라는 점을 보여준다. 다시 말해 프랜차이즈는 ‘점주를 착취하는 시스템’이 아니라 ‘소상공인의 생존율을 높이는 성장 사다리’다.

사회적 낙인은 소비자나 점주의 피해

프랜차이즈를 죄악시하는 담론은 선량한 본사 창업자의 도전을 막는다. 그 결과 점주는 검증된 시스템 대신 ‘나홀로 창업’을 선택하게 되고, 이는 낮은 생존율로 이어진다. 소비자 또한 브랜드를 통한 품질 보증을 잃고, 서비스와 제품의 불균형을 감수해야 한다. 사회 전체적으로 손해다.

필요한 것은 제도 개선, 낙인이 아니다

물론 프랜차이즈 산업에도 개선 과제는 존재한다. 그러나 이것은 산업 자체를 악으로 규정하는 것이 아니라, 제도를 보완하는 작업이다. 필요한 것은 ‘프랜차이즈=갑질’이라는 낙인이 아니라 투명성과 상생을 높이는 제도 개선이다. 정부도 마찬가지다. 법을 만들어서 해결하려고 해도 안 된다. 법이 촘촘할수록 자율성이 사라진다. 지나치게 엄격한 부모는 자녀를 위해서 그랬다고 하지만 자녀의 창의력을 말살하고 자유로운 성장을 막아 결국은 자녀를 사회 부적응자로 만들기도 한다.

프랜차이즈는 섬세한 사업

고생 끝 낙이라는 말처럼 빨리 사업을 성장시키고 꽃놀이만 할 수 있으면 얼마나 좋으랴. 하지만 프랜차이즈 사업은 타인 자본으로 내 사업을 확산시키는 특성을 갖고 있다. 현장중심의 어렵고 까다로운 사업이며 빠르게 변하는 트렌드에 적응해야 하고, 과도한 경쟁에서 살아남아야 한다. 안정궤도에 접어들었다고 안심해서는 안 되는데 프랜차이즈다. 이 세상 어느 사업보다 섬세한 사업이다.



하지만 프랜차이즈 사업에 개선할 부분이 있다고 해서 정부와 정치권이 산업 전체를 억압해서는 안 된다. 일부 대기업을 제외한 거의 대다수 프랜차이즈 가맹본부 대표들은 열악한 시장에서, 어려운 상황에서 자원의 부족과 경쟁을 극복하고 성장하는 뛰어난 기업가 정신과 역량을 가진 강소기업들이다.

성장의 도전을 응원하는 사회

우수한 사업자가 더 크게 도전하고, 이를 통해 더 많은 점포와 일자리가 만들어지는 것은 사회 전체의 이익이다. 그 도전이 프랜차이즈라는 방식으로 나타났을 뿐이다. 그러나 지금 한국 사회는 이 도전을 응원하기는커녕, 법과 제도로 ‘잠재적 죄인’으로 낙인찍고 있다. 프랜차이즈를 죄악시하는 사회는 결국 혁신의 불씨를 꺼뜨린다. 이제는 감정적 낙인 대신, 데이터와 제도를 바탕으로 공정한 감시를 하되 성장의 도전을 응원하는 사회적 시각이 필요하다. 프랜차이즈를 ‘문제 산업’이 아니라, 자영업이 도약할 수 있는 성장의 사다리로 바라볼 때 한국 경제는 더 건강한 길을 걸어갈 수 있을 것이다. **KFA**



이경희

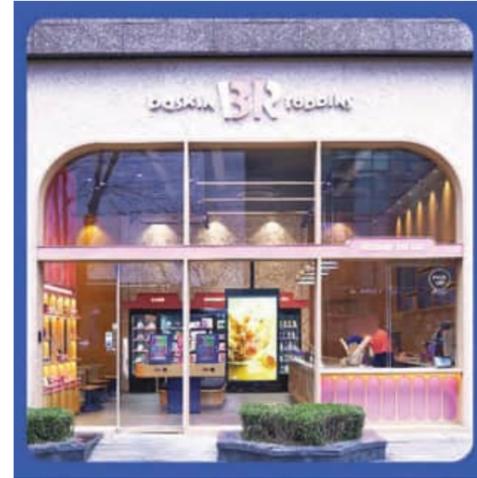
한국창업전략연구소 소장
부자비즈 의장
창업·마케팅 분야 저자
한국프랜차이즈산업협회
KFCEO 주임 교수

저서

CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드
내사업을 한다는 것

강의

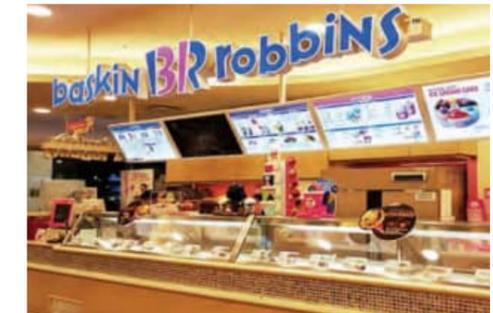
세종대 MBA, 동국대 MBA,
경희사이버대학 호텔외식MBA,
한국방송통신대학 프라임스쿨,
세종사이버대학 프랜차이즈 전략,
신사업개발, 상권입지론, 외식산업론,
기업가정신 등



채워져 있어 늘 북적이는 느낌을 준다. 덕분에 “겨울에도 늘 손님이 찾는 우수브랜드”라는 이미지를 만들어왔다. 이것이 장수 브랜드의 비결 중 하나다.

배스킨라빈스는 입지에서도 흔들리지 않았다. 수십 년간 유동량이 가장 좋은 1층 상권만을 고집했고, 고객의 동선과 브랜드 노출 효과를 철저히 고려해 매장을 개설했다. 그 결과 현재까지도 국내 아이스크림 시장에서 독보적 1위로 자리잡을 수 있었다.

프랜차이즈에는 두 부류의 고객이 있다. 매장 고객(1차 고객)과 가맹점주(2차 고객)다. 장수하는 브랜드는 이 두 고객을 동시에 만족시켜야 한다. 레드망고는 가맹점주에게는 단기적으로 수익을 주었는지 모르지만, 정작 매장 고객의 경험을 놓쳤다. 고객이 떠나자 매장 분위기는 무너졌고, 결국 가맹점주도, 본사도 살아남지 못했다.



여름철 두 달 장사로 일 년을 버티는 수영장의 논리를 프랜차이즈에 적용할 경우, 성수기 매출 극대화가 비수기 공실로 이어져 브랜드 이미지를 급격히 추락시키는 위험한 전략이다.

프랜차이즈 본사가 잊지 말아야 할 원칙은 명확하다. ▲매장은 성수기가 아니라 비수기를 기준으로 설계해야 한다. ▲고객의 눈에는 절대 매출이 아니라 매장의 ‘만석감’이 브랜드 이미지의 성패를 좌우한다. ▲단골고객을 꾸준히 유지할 수 있는 최적화 매장전략, 최적화 입지 전략이 장수 브랜드의 기본이다. ‘브랜드 이미지를 무너뜨리는 빈 좌석만큼 치명적인 것은 없다.’ [K71]

성수기에 고객이 몰릴 때 매출을 극대화해야 한다는 단순한 논리다. 레드망고는 이 원리를 아이스크림 프랜차이즈에 그대로 가져왔다. 여름철 고객이 몰리니, 매장을 넓히고(50~100평 규모), 임대료가 비싼 1층 대신 권리금 대비 효율이 좋은 2층 대형 매장으로 확장하는 전략을 택했다.

처음에는 효과가 있어 보였다. 한여름 매장은 늘 만석이었고, 본사 입장에서 대형 인테리어 공사로 부가수익까지 올릴 수 있었다. 표면적으로는 ‘효율 극대화’가 성공한 듯 보였다. 그러나 문제는 비수기인 겨울이었다.

찬바람이 불며 손님은 급감했고, 한겨울 100평 매장에 커플 한두 쌍만 앉아 있는 광경은 ‘이 브랜드는 끝났다’는 이미지를 남겼다. 외식 브랜드의 평판은 절대 고객 수가 아니라 테이블 대비 점유율에서 결정된다. 5개 테이블이 꼭 찬 10평 매장은 ‘잘 되는 집’으로 보이지만, 100평 매장에서 똑같은 5개 테이블은 ‘썰렁한 집’으로 보인다. 고객의 눈에 보이는 고객 점유율이 브랜드 이미지를 지배하는 것이다.

상반된 배스킨라빈스의 소형 매장 전략
반대로 배스킨라빈스는 지금까지도 대부분 (카페형 매장 제외) 10평 내외의 소형 매장을 유지한다. 테이블은 보통 4~5개에 불과하다. 여름철에는 당연히 만석이고, 겨울에도 항상 절반 이상은

그 많던 국내 레드망고 매장은 어디로 사라졌나?

프랜차이즈 법칙 - 수영장의 법칙

WRITE | 유재은

여름철 두 달 장사로 1년을 버티는 수영장의 방식처럼, 외식 프랜차이즈가 성수기 매출 극대화에만 의존하면 비수기에 매장은 텅 비고 브랜드 이미지는 급격히 추락한다. 특히 트렌디한 아이템들은 성수기가 아니라 비수기를 기준으로 매장 전략을 세워야 한다.

2000년대 초반, 국내 아이스크림 시장은 배스킨라빈스가 독보적 1위를 차지하고 있었다. 그런데 혜성과 같이 등장한 레드망고는 소프트 아이스크림에 다양한 토핑을 얹는 새로운 방식을 선보이며 폭발적인 인기를 끌었다. 파스텔톤 인테리어와 세련된 분위기까지 더해져서 젊은층의 전폭적인 지지를 받았고, 업계에서는 “머지않아 배스킨라빈스를 넘어설 것”이라는 기대까지 쏟아졌다.

그러나 불과 4~5년 만에 레드망고는 국내 시장에서 자취를 감추고 말았다. 겉보기에는 트렌디하고 스마트한 본사가 이끄는 유망 브랜드였지만, 그들의 결정적 실수는 바로 ‘수영장의 법칙’을 잘못 적용한 데 있었다.

여름 장사의 원리와 레드망고의 착각
수영장 업주들은 여름 두 달 장사로 1년을 버틴다고 말한다.

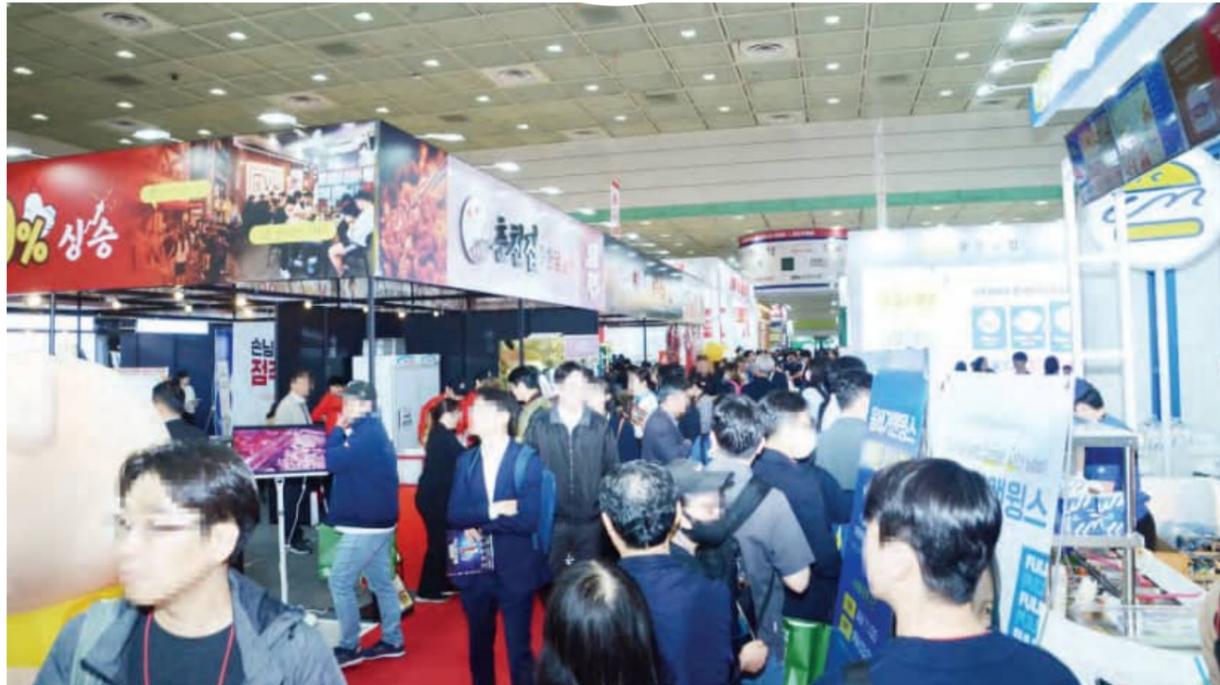


유재은
유재은 프랜차이즈 연구소/ 대표
프랜차이즈 산업협회 전문위원
산자부 프랜차이즈 전문위원
무역협회 해외진출브랜드 전문위원

서강대졸
바이더웨이 공채 1기
천하일품 총괄사업본부장
외라와라 상무이사
터보엔 컴퍼니 CEO
경복궁 엔터퍼시픽 CEO

저서
한국시장의 프랜차이즈전략
한국시장의 프랜차이즈전략 2
한국시장의 프랜차이즈 법칙

강의
연세대, 연세대학교원,
경남대, 영남대, 한림대학교원
한국생산성본부,
한국능률협회, 한국경제신문
아모레퍼시픽, 다이소,
삼성전자 등 기업강의



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

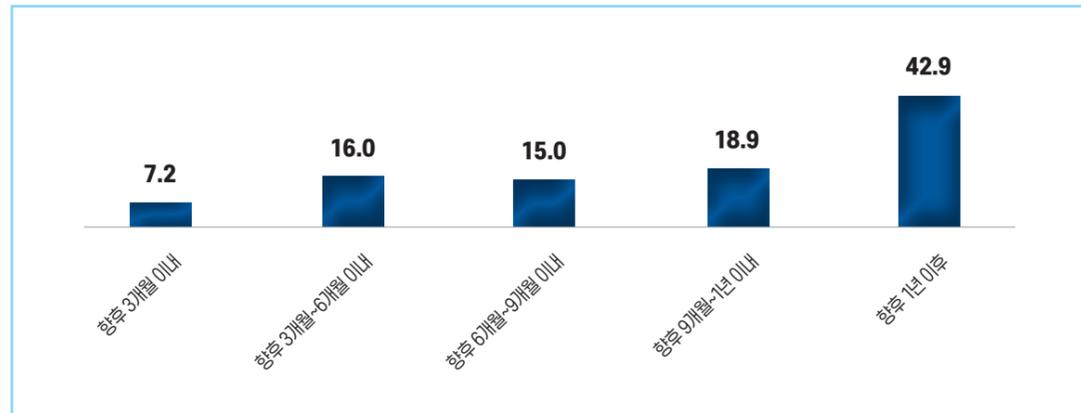
2025년 가맹점 창업희망자들의 창업환경과 특성

WRITE | 장재남

프랜차이즈산업연구원이 한국프랜차이즈산업협회의 의뢰를 받아 올해 창업을 준비하는 예비창업자를 대상으로 설문조사한 내용이다. 1500명 중 가맹점 창업을 희망하는 862명에 대해 조사한 결과, 여성이 남성보다 더 많았다. 연령은 40대가 가장 많았으며, 직업은 회사원이 다른 직업에 비해 매우 높은 것으로 조사되었다. 창업 희망 시기는 향후 1년 이후가 42.9%로 가장 많았고, 그 다음으로는 향후 9개월~1년 이내가 18.9%, 향후 3개월~6개월 이내 16.0%, 향후 6개월~9개월 이내 15.0%, 향후 3개월 이내 7.2% 순으로 나타났다.

프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자의 창업 시기

(단위: %)



초기 투자금은 5000만원 이상 ~ 1억원 미만이 34.0%로 가장 높고, 그다음 1억원 이상 ~ 1억 5000만원 미만이 28.5%, 5000만원 미만 16.4%, 1억5000만원 이상 ~ 2억원 미만 10.3% 순으로 조사되었다.

전체 예비창업자의 창업정보 수집 경로

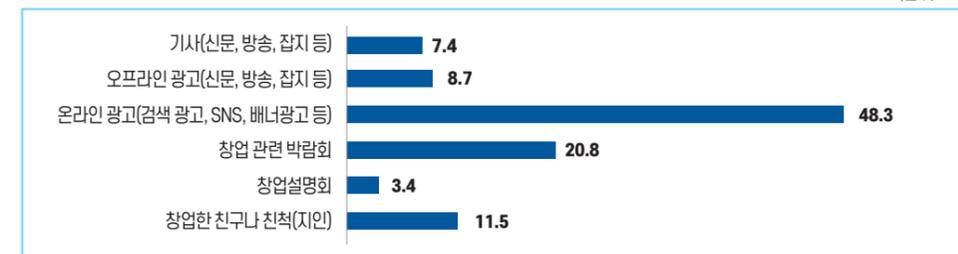
(단위: %)

항목	사례 수	비율
5천만 원 미만	141	16.4
5천만 원 이상 ~ 1억 원 미만	340	34.0
1억 원 이상 ~ 1억 5천만 원 미만	246	28.5
1억 5천만 원 이상 ~ 2억 원 미만	89	10.3
2억 원 이상 ~ 3억 원 미만	32	3.7
3억 원 이상	14	1.6
합계	862	100.0

프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자의 창업에 대한 정보 수집은 온라인 광고(검색광고, SNS, 배너광고 등)가 48.3%로 가장 높고, 창업 관련 박람회 20.8%, 창업한 친구나 친척(지인)이 11.5%, 오프라인 광고(신문, 방송, 잡지 등) 8.7% 순으로 조사되었다.

프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자의 창업 정보 수집 경로

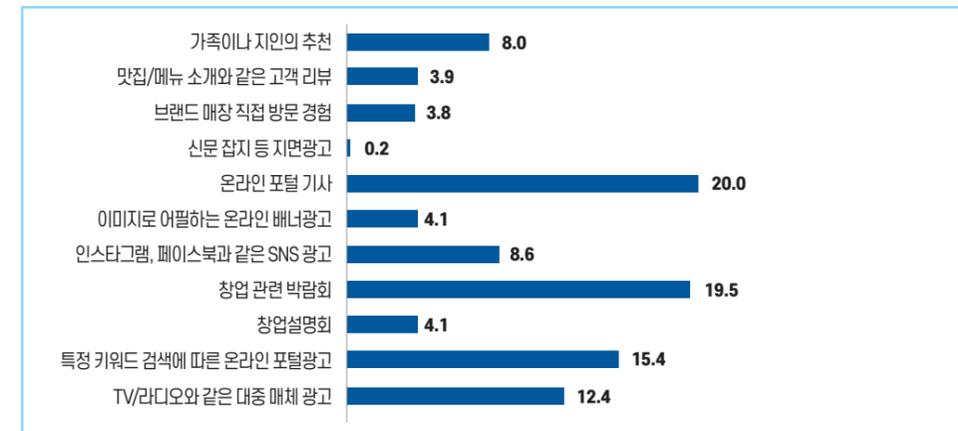
(단위: %)



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

프랜차이즈 창업을 희망하는 예비창업자의 브랜드를 처음 접한 경로

(단위: %)



현재 국내 대다수의 가맹본부들은 경기침체와 소비심리 위축 그리고 가맹점을 포함한 자영업자의 경영악화로 인하여 가맹점 모집이 매우 어려운 실정이다. 하지만 가맹점을 모집하지 않으면 성장할 수 없는 만큼 가맹희망자 관리 기간의 연장, 가장 효과적인 채널 선택과 콘텐츠 개발 그리고 인구통계학적 특성을 기준으로 맞춤형 핀셋 전략과 지원이 필요하다. **KFN**



장재남
프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원



노란 봉투법 시행, 프랜차이즈 본부가 주목해야 하는 이유

WRITE | 김선진

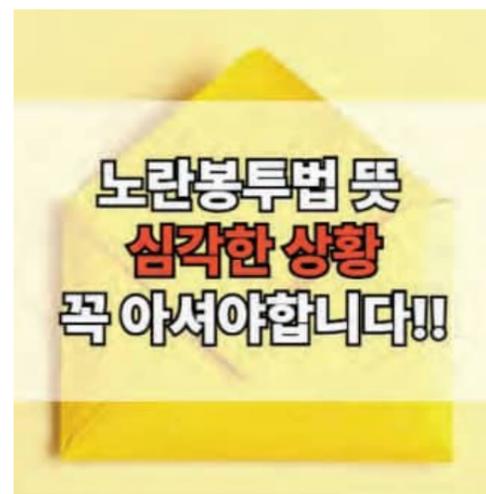
2025년 8월, 이른바 '노란봉투법'으로 불리는 노동조합법 제2조 및 제3조 개정안이 국회를 통과했다. 노동자의 쟁의행위에 대한 과도한 손해배상 청구를 제한하고, 기존에 권리보호의 사각지대에 놓였던 하청 및 플랫폼 노동자들의 단체교섭권을 확대하는 것이 법 개정의 골자다.

하지만 이 법의 파급효과는 단지 전통적인 제조업이나 물류업에만 국한되지 않는다. 가맹점이라는 독립사업자 단위로 전국적 네트워크를 운영하는 프랜차이즈 본부(브랜드 본사) 역시 새로운 법적 환경에 놓이게 되었다.

노란봉투법의 핵심 중 하나는 '사용자 개념의 확대'다. 기존에는 노동자와 직접 근로계약을 체결한 자만이 사

용자로 인정되었지만, 개정법에서는 '근로조건을 실질적·구체적으로 지배·결정하는 자'도 사용자로 간주한다.

이 조항은 곧, 가맹본부가 가맹점 직원의 임금, 근무시간, 복지, 평가, 인사 등에 직접 또는 간접적으로 관여할 경우, 노동조합법상 사용자로 해석될 수 있음을 뜻한다. 이에 따라 가맹점 직원들의 쟁의행위가 본부를 상대로 제기될 가능성도 생긴다.



물론 가맹점은 법적으로 독립된 사업체다. 그러나 실제 운영에서 본부가 가맹점의 인사에 사전 승인 절차를 두거나, 직원 스케줄, 휴게시간, 교대조 편성에 관여하고 있다면 그 독립성이 의심받을 수 있다. 이러한 구조에서는 '노무 통제'가 발생했다고 판단되어, 본부가 예상치 못한 단체교섭 의무나 손해배상 청구 대상이 될 수 있다.

프랜차이즈 본부로서는 이에 대한 철저한 사전 점검과 관리가 필요하다. 우선, 가맹계약서와 운영 매뉴얼에서 '근로조건은 가맹점이 자율적으로 결

정'한다는 점을 명확히 명시해야 한다. 또한 본부가 제공하는 인사 관련 매뉴얼, 교육자료, 품질 기준 등은 '권고' 혹은 '가이드라인'임을 분명히 하고, 강제성을 띠지 않도록 문구를 설계할 필요가 있다.

현장 커뮤니케이션에서도 주의가 요구된다. 감사나 시정조치를 시행할 때에도 노무조건 지시로 오해받지 않도록, 품질 관리 또는 서비스 수준 유지 차원에서의 조치임을 서면으로 남겨야 한다. 또한, 가맹점 노사 이슈에 대한 개입은 최대한 자제해야 하며, 상담이나 교육의 수준에 머무는 것이 바람직하다.

이번 개정은 프랜차이즈 산업에 새로운 숙제를 던졌다. 브랜드 일관성 유지와 직영 같은 운영 표준화가 핵심인 프랜차이즈 업계에서, '사용자성 판단'과 '노무 개입 리스크'의 경계는 점점 더 모호해지고 있다.

가맹본부는 이제 계약과 운영 전반을 재점검해야 할 시점에 도달했다. 일상적인 운영지침 한 줄이 법적 분쟁의 단초가 될 수 있는 만큼, 노란봉투법은 프랜차이즈 본부에 새로운 법적 감수성과 대응전략을 요구하고 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 가맹점과의 상생 인건비에 집중하라

WRITE | 최인용

프랜차이즈 산업은 늘 빠르게 변화하는 시장 환경 속에서 새로운 도전에 적응하는 브랜드가 잘 성장한다. 프랜차이즈 본사는 상생을 위해 가맹점의 어느 비용구조에 더 초점을 맞추어야 할까?

끝없는 비용 상승 중 집중할 것은 인건비

프랜차이즈 가맹점 운영의 가장 큰 걸림돌은 바로 치솟는 재료비, 인건비, 그리고 임대료이다. 먼저 재료비와 관련해서는 최근 수년 새 식자재 원가가 급등하고 있는 것이 사실이다. 소비자들의 가성비에 대한 만족도를 고려할 때 최근 잘되는 브랜드들은 오히려 식자재 재료비의 비중을 높이는 브랜드가 더 매출액 증가율이 올라가는 것을 본다.

상권에 따라 다른 임대료는 가맹점의 초기 투자 비용과 고정 지출을 높여 리스크를 가져가는 요인이므로 상권 분석단계에서 철저히 준비가 필요하다.

계속 올라가는 인건비는 먼저 구인난이 가장 큰 어려움이기도 하지만 최저임금 상승은 물론, 숙련되고 점주입장에서 가성비 높은 구인 자체가 어렵다.

전반적으로 브랜드 본사에서는 소비자를 위한 가성비에 초점을 맞춘다면 재료비의 비중을 줄이기 어렵고,

임대료는 입점 후 조정이 어렵다면, 구조를 최적화하여 인건비를 최소화 하는 요인에 초점을 맞추는 것이 필요하다.

인력난, 시스템으로 대응이 필요하다.

먼저 인력난에 대응하기 위해 프랜차이즈 기업들은 주방과 홀의 설계를 근본적으로 바꾸고 있다.

주방은 '숙련된 조리 인력' 대신 '누구나 쉽게 만들 수 있는 간편한 시스템'을 지향한다. 본사에서 대부분의 재료를 전처리하거나 반조리 형태로 제공하여 현장에서는 단순한 조리 과정만 거치도록 하는 방식이 일반화되고 있다. 프랜차이즈 파트너사들의 자동화된 튀김기, 로봇 조리 시스템 등 키오스크와 연동된 스마트 주방 기술의 도입은 인력 의존도를 지속적으로 낮추는 대안이다.

홀 역시 손님이 직접 주문하는 키오스크나 테이블 오더는 인건비를 절감하고 주문 실수를 줄이는 가장 보편적인 방법이 되었다. 나아가 서빙 로봇은 아직 부족하지만 단순 반복 업무를 대신하며 홀 직원의 업무 효율을 높여 가고 있다. 최근 몇몇 브랜드는 일분식 닷지 형태의 주방을 도입하여 홀 인원을 아예 줄여버린 극단적인 인건비 절감을 최우선 목표로 하는 방향으로 진화하고 있다.

현행					개정안					
<input type="checkbox"/> 통합고용세액공제 ○ (공제대상) 상시근로자* 증가분 * 근로계약기간 1년 이상 ○ (공제액) 상시근로자 증가인원* × 1인당 세액공제액 * 전체 고용 증가분에 대해 공제 적용					<input type="checkbox"/> 공제액 개편, 사후관리 합리화 및 적용기한 연장 ○ 상시근로자* 증가분 * 실제 근로기간 1년 이상 ○ 상시근로자 증가인원* × 1인당 세액공제액 * 최소고용증가인원수 초과분에 대해서만 공제 적용					
1인당 공제액 (단위:만원)					1인당 공제액 (단위:만원)					
구분	중소(3년)		중견(3년)	대(2년)	구분	중소(3년)		중견(3년)	대(2년)	
	수도권	지방				수도권	지방			
우대	1,450	1,550	800	400	우대	700	1,000	500	300	
기본	850	950	450	-	우대	1,600	1,900	900	500	
	* 청년(15~34세), 장애인, 60세 이상, 경력단절 근로자 등					3년차	1,700	2,000	900	-
						1년차	400	700	300	
						2년차	900	1,200	500	-
						3년차	1,000	1,300	500	
						* 청년(15~34세), 장애인, 60세 이상, 경력단절 근로자 등				

통합고용세액공제 개정안, 장기고용을 위주로

정부는 프랜차이즈 본사 및 가맹점에 직접 고용 부담을 덜어주기 위해 고용 지원을 하고 있다. 2025년 7월에 발표한 통합고용증대 세액공제 개정안은 특히 주목할 만하다.

이 개정안은 내년부터 법률 통과 후 적용되긴 하지만 고용은 미리 준비해야 하는 것이 필요하므로 본사의 대표와 가맹점주들은 반드시 알아야 할 부분이다. 새로운 고용증대 2026년 세제 개편안은 고용증가 인원 1인당 일정 금액을 3년간(대기업은 2년) 세액공제하는 기존 제도에서 한 단계 더 나아가, 고용유지 시 추가적인 인센티브를 제공하는 방식으로 개편되었다.

특히 2025년 세법 개정안은 단순히 고용계약 여부가 아닌 실제 근무를 기준으로 고용을 유지하면 2~3년차에 더 높은 세액공제 혜택을 받을 수 있도록 설계되었다. 이는 단기 고용에 그치지 않고 장기적으로 안정적인 고용을 유지하는 사업체에 실질적인 혜택을 주기 위한 것이다. 앞으로 프랜차이즈 브랜드 본사와 가맹점주는 장기 고용의 인센티브를 마련하여 고용 안정성과 세액공제 확대를 가맹점의 수익성을 더 높이는 데 상생의 지혜를 모아야 할 것으로 생각된다. [17]



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

노란봉투법이 프랜차이즈 산업에 미치는 영향

WRITE | 이금구

노란봉투법은 2025년 8월 24일 국회를 통과한 노동조합 및 노동관계조정법(이하 '노조법'이라 한다) 개정안의 별칭이다. 노조법 제2조와 제3조는 노조가 교섭하려고 해도 '사용자성'이 직접 고용관계에 있는 사용자에게만 인정되고, 파업 시 발생한 손해배상 청구·가압류로 인하여 노조의 활동이 위축되는 것을 개선하기 위해 사용자 범위를 확대하고, 손해배상 청구 요건을 제한하는 것이 개정 법의 목적이다. 시행 시기는 공포된 후 6개월 뒤인 2026년 3월 전후가 된다.

사용자 개념의 확대

근로자와 직접 고용관계가 없더라도 근로조건을 실질적이고 구체적으로 지배·결정하는 자는 사용자로 본다. 따라서 원청, 가맹본부 등도 사용자 지위가 인정될 수 있다. 쟁의행위(파업)로 발생한 손해에 대해 고의 또는 중대한 과실이 있는 경우에만 손해배상 청구가 가능하도록 함으로써 무분별한 손해·가압류로 노조 활동이 위축되는 것을 방지하는 것이다. 불법 파업이라 하더라도 '중대한 위법성'이 없는 한 과도한 손해배상 책

임은 제한된다.

프랜차이즈 업종에서는 '가맹본부의 사용자성(공동/간접 사용자)'이 폭넓게 인정될 가능성이 커지고 가맹점의 아르바이트·단시간 근로자 노조가 본사에 직접 단체교섭 요구 및 쟁의행위를 제기할 수 있다. 불법파업 손해배상·가압류가 제한이 됨에 따라 노조의 교섭력은 강화되고, 가맹본부 및 가맹점은 노무리스크에 노출될 수밖에 없다

프랜차이즈 업계의 변화

사용자 범위 확대는 가맹본부가 교섭과 부당노동행위 책임의 당사자가 될 수 있다. 과거 가맹점 단위에서 발생하던 문제가 본사의 쟁점이 될 수 있다. 특히 임금가이드, 영업시간, 인력배치 기준, POSS, 스케줄러 등 본사 시스템이 근로조건을 사실상 관여하는 경우에는 사용자 범위에 포함될 수 있다. 관행처럼 가맹본부가 직접 또는 수퍼바이저를 통해 가맹점주 또는 가맹점 근로자에 대한 관리를 하는 편의점·카페·패스트푸드·유통·물류 등 단시간 및 교대인력이 다수이고, 본사 운영정책·IT시스템(스케줄러·POS)이 강한 업종은 파급력이 클 것으로 예상된다.

가맹본부 및 가맹점 대응 체크리스트 - 법 시행 전 6개월 로드맵

법 시행 6개월을 앞두고 가맹본부는 컴플라이언스(Compliance)를 통하여 아래와 같이 사전 준비할 필요성이 있다.

(1) 1단계: 진단(0~2개월)

- '실질통제' 포인트 매핑: 영업시간, 인력배치, 휴게, 스케줄, 임금가이드, KPI 및 패널티, 필수교육·인증, IT 시스템(스케줄·급여·POS)에서 본사 개입 강도 등. 불리한 입증자료(공자·매뉴얼·알림톡·대시보드 권한 로그) 수집 등을 수집할 수 있는 경우
- 가맹계약·매뉴얼 문언·권고(advisory) vs 지시(mandate) 구분, 점주 재량 범위 명문화

(2) 2단계: 설계(2~4개월)

- 거버넌스(Governance): 본사-가맹점-노조(또는 근로자 대표) 3자 협의체 설계, 전국 단위 교섭 시 위임·대리 체계
- 표준 운영 개편: 스케줄·휴게·초과근로 승인·임금 수정 로직을 '가맹점주 의사결정+본사 가이드' 구조로 재설계(로그로 재량 행사 증빙)
- 정보·증빙체계: '통제 아남'을 입증할 가이드·문구·시스템 권한 분리(예: 본사 시스템은 권고, 가맹점주는 확정·승인 버튼)

(3) 3단계: 실행(4~6개월)

- 교섭 및 쟁의행위 시나리오 운영훈련(Mock Bargaining): 지역본부별 시뮬레이션(임금 인상 요구, 연장 및 야간 근로수당 분쟁, 휴일 및 휴가, 영업시간 단축 요구 등)

- 교육: 가맹점주 대상 근로기준법·노조법 및 단체교섭 기본 교육, 관리자 대상 부당노동행위 금지 및 커뮤니케이션 수칙 등
- 비상계획: 파업·부분파업·준법투쟁 대응(대체이력, 영업시간 조정, 프로모션 일정 변경) 매뉴얼

분쟁 및 쟁점 예상 시나리오

- 본사 직접 교섭 요구: "영업시간 단축, 야간 수당 보전" 등 매장 공통 요구를 전국 본사에 일괄 제기.
- 공동사용자성 판단: 본사 매뉴얼·알림·감사 체계가 사실상 스케줄·임금을 좌우했는지 로그·증거가 쟁점.
- 손해 제한 이후 전략 변화: 쟁의 리스크 비용 구조가 달라져 선제 협상·증제가 비용 대비 유리해짐
- 증빙은 '언어+행태+시스템'이 일관되어야 한다. 문구만 권고형으로 바꾸고 실무는 지시형이면 사용자성 인정 리스크가 남는다.
- 교섭 단위·대표성 관리: 점포·지역·브랜드별 교섭 체계를 미리 설계하고 중복 교섭·이중 합의 리스크를 줄여야 한다.
- 가맹점 지원센터 ↔ 노사대응센터 이원화: 영업·마케팅 문의와 노동분쟁 문의의 창구·데이터를 분리해 증거 오염 방지.
- 표준임금·수당 가이드는 '법 준수 최소선' 중심으로, 금액·시간을 본사가 확정하지 않도록 한다.

결론

노란봉투법의 시행은 노사관계 리스크에 대한 대비가 전무한 프랜차이즈 업종에 직접적인 영향을 미칠 수밖에 없다. 대기업만 노조가 있고 우리는 소규모이고 노조가 없기 때문에 괜찮다는 인식은 엄청난 위험에 노출될 것이다. 노조는 기업별 노조만 있는 것이 아니라 산업 별 노조 또는 지역노조, 일반노조 등 다양한 설립형태를 가지고 있다. 수많은 맹점 중 하나의 점포에서에서 아르바이트 근로자가 일반노조에 가입했다고 한다면, 반노조는 가맹본부 및 가맹점을 대상으로 교섭을 요구할 수 있는 권한이 있기 때문이다. 노란봉투법의 개정으로 가맹점이 다수인 가맹본부는 이에 대한 대비를 사전에 준비해야 경영리스크를 줄일 수 있다. [K7]



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

농식품부 장관 추석 성수품 점검회의서 수급안정 당부

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 추석을 앞두고 농축산물 수급 불안 및 물가인상 우려에 대한 농식품부 장관 점검회의에 참석해 업계 현황을 알렸다. 9월 5일 송미령 농림축산식품부 장관은 서울 양재동 aT센터에서 '농식품 수급 상황 점검 회의'를 열었다. 박호진 협회 사무총장을 비롯, 산림청, 농협, aT, 농촌경제연구원, 이마트, 롯데마트, 홈플러스, 농협유통, 기타 식품·외식 협회 등이 참석했다. 이번 회의는 지난 4일 이재명 대통령이 추석 성수품을 중심으로 물가안정 대책을 촘촘히 마련해 달라고 지시한 데 따라 개최됐다. 아직 추석 성수기가 오지는 않았지만 미리 수급 실태를 살핀 뒤 대책을 마련한다는 의도도 담겼다. 박 사무총장은 "프랜차이즈 업계는 대량 장기 계약으로 단기간의 인상은 감내할 수 있으나 명절 이후 추세가 지속될 경우 가격인상도 불가피해질 수 있다"면서



한식업종에서 비중이 높은 품목들의 수급이 불안해 가격 인상 우려가 높아 수급안정 노력을 당부드린다"고 말했다. 송 장관은 "올해 추석을 전 국민이 풍성하고 즐겁게 보내도록 가용 자원을 총동원하겠다"며 "아울러 이를 계기로 소비 활성화를 통해 내수경기 진작의 마중물이 될 수 있게 농식품의 안정적인 공급에도 최선을 다할 방침"이라고 말했다.

KFA

중기부 장관 간담회 참석...소상공인 경영개선 당부

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 한성숙 중소벤처기업부 장관과의 간담회에서 소상공인의 프랜차이즈화·육성 등 업계 건의를 전달했다. 7월 29일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 한성숙 중기부 장관과 중소기업단체간 소통 간담회가 개최됐다. 이날 프랜차이즈 업계에서는 강석우 협회 상근 부회장이 참석했다. 또 김기문 중기중앙회장을 주요 협단체장 및 관계자 약 150여명도 자리했다. 강 상근부회장은 ▲소상공인 생계 안정을 위한 프랜차이즈화·육성 ▲배달 택배비 지원사업 공공배달 앱 사용분으로 제한 등 소상공인 경영안정을 위한 업계 건의를 전달했다. 한 장관은 ▲소상공인 사회재난안전망 ▲중소기업 디지털전환 ▲벤처스타트업 투자 활성화 ▲등반성



장 생태계 정비 ▲지역경제 활력 등 취임사에서 밝힌 다섯 가지 정책을 속도감 있게 펼쳐나갈 것을 약속했다. 한 장관은 "소상공인과 벤처, 중소기업이 사업하기 좋은 환경 조성하는 데 최선을 다하겠다"라며 "앞으로도 소통의 자리를 많이 만들어 현장에 맞는 방안을 적용하겠다"고 덧붙였다.

KFA

제46기 연세대 프랜차이즈 최고경영자(FCEO) 과정 입학식 개최

9월 3일 연세대 상남경영원에서 제46기 연세대학교 프랜차이즈 CEO 교육과정(이하 연대 FCEO 과정, 총동문회장 박효순) 입학식이 성대하게 개최됐다. 이날 입학식에는 신입 원우들과 함께 박세범 연세대 상남경영원장, 박창희 주임교수, 최인용 총동문회 수석부회장, 강석우 협회 상근부회장을 비롯해 총 70여명이 참석했다. 강 부회장은 축사를 통해 "국내 프랜차이즈 산업은 하반기 주요 규제와 법적 리스크로 정책환경이 어려워 것으로 예상된다"면서 "산업인들의 단결과 화합으로 위기를 벗어날 수 있도록 연세대 FCEO 과정 동문들이 협회와 힘을 합쳐 주시길 당부드린다"고 말했다. 제46기 과정은 12월 3일까지 연세대 상남경영원에



서 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 분과위, 선선한 가을 맞아 활발한 활동 재개

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 분과위원회들이 폭염 후 날씨가 점차 선선해지면서 잠시 주춤했던 분과위 활동을 재개하고 있다. 산악회(회장 정민섭)는 8월 17일 북한산 삼천사에서 심신을 다지는 정기 산행을 가졌다. 이어 9월 20~21 일에는 영암 월출산을 찾아 1박2일로 무박 산행 등반대회를 개최했다. 박람회위원회(위원장 김성운)는 9월 25~27일 제59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업박람회의 성공적인 개최를 위해, 교육위원회(위원장 손석우)는 9월 1일 개강한 제16기 KFCEO 과정 입학식 개강을 위해 만전을 기했다. 여성회(회장 임미숙)는 8월 16일 경기도 가평시 캠프프롱 아일랜드에서 1박 2일 정기모임을 개최해 소통



과 화합을 다졌다. 우정회(회장 김태환)도 9월 4일 정기 월례 라운딩을 열고 내달 20~21일 협회장배 골프대회를 준비했다. 서비스분과위원회(위원장 신희성)도 9월 16일 월례 모임을 개최했다. 커뮤니케이션위원회는 9월 22일 차액가맹금 소송 언론 설명회를 통해 언론과 소통하는 시간을 가졌다.

KFA

대구·경북지회 소식 (지회장 김병철)

7월 월례회와 정기이사회

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회는 지난 7월 8일(화) 오후 5시, 정기 이사회와 월례회를 차례로 개최했다. 이사회에서는 2025년 5월에 열린 KFA 프랜차이즈 창업박람회 결과를 종합적으로 보고하고, 회원사와 참여업체에서 수렴한 의견을 바탕으로 향후 개선 방안을 논의했다.

또한 대구 프랜차이즈 산업의 지속적인 성장과 지회 활성화를 위한 다양한 안건들이 심도 있게 다뤄졌다. 임원들은 각자의 경험과 시각에서 나온 의견을 공유하며 지회의 미래 발전 방향을 모색했다.

특히 이번 이사회에서는 다가오는 2026년 창업박람회 준비와 지회의 중장기 활동 방향에 대한 논의가 이어지며, 지역 프랜차이즈 산업의 성장 전략을 함께 고민하는 뜻깊은 자리가 되었다.

이어 진행된 월례회에서는 6월 한 달간의 지회 활동을 돌아보고 주요 현안을 공유했다. 이번 모임은 지회의 다양한 활동을 되짚으며 회원사 간 소통과 정보 교류를 강화하는 계기가 되었으며, 단순한 만남을 넘어 지회의 결속력과 공동체 의식을 다지는 의미 있는 시간으로 평가받았다.



정기이사회

7월 교육(박진우 강사의 차이를 만드는 방법 위닝브랜딩 워크숍)

지난 7월 9일, 박진우 강사의 '차이를 만드는 방법, 위닝브랜딩 워크숍'을 성공적으로 진행했다. 이번 워크숍은 단순한 이론 강의가 아니다. 직접 자신의 브랜드 메시지를 정리하고, 메뉴를 브랜드 관점에서 재해석하며, 경쟁 브랜드와의 차별점을 설계해보는 시간을 가졌다. 이를 통해 참가자들은 브랜드 경쟁력을 높이기 위한 구체적인 전략을 직접 체험할 수 있었다.



위닝브랜딩 워크숍

7월 교육 및 수료식(이홍구 강사의 실전외식사업 CEO 아카데미 1기)

7월 22일, 대구에서 진행된 실전외식사업 CEO 아카데미 1기 교육 수료식을 성공적으로 마쳤다. 이번 아카데미는 외식업 창업자와 운영자들에게 꼭 필요한 실무 중심 교육으로 구성되어, 상권 분석, 메뉴 전략, 고객 심리, 마케팅 실무 등 현장에서 활용 가능한 커리큘럼을 제공했다.

특히 교육 과정 중에는 수강생들의 매장을 직접 방문하여 운영 노하우를 공유하고 점검하는 현장 학습이 병행되어, 참여자들로부터 큰 호응을 얻었다. 수료식에 참석한 교육생들은 "실질적인 배움으로 바로 매장 운영에 적용할 수 있는 인사이트를 얻었다"며 높은 만족도를 보였으며, 협회는 이번 과정을 시작으로 앞으로도 더 좋은 교육을 제공하겠다는 뜻을 전했다.



실전외식사업CEO아카데미1기 수료식

7월 봉사

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회는 지난 7월 30일 동대구역 광장에서 열린 '기업자원봉사협의체와 함께하는 COOL하고 건강한 여름나기' 행사에 참여했다.

이번 봉사는 폭염 대응을 위해 동대구역을 찾는 시민들에게 생수를 나누며 무더위 속 건강을 지킬 수 있도록 돕는 취지로 마련됐다. 협회는 지역 사회의 이웃들과 함께 더운 여름을 이겨내자는 뜻을 함께했다.

특히 협회 회원사인 일리터커피 최병권 대표가 행사에 동참해, 무려 200잔의 커피를 기부하며 봉사의 의미를 더했다. 앞으로도 한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회는 지역사회와 함께 호흡하며, 다양한 나눔 활동을 통해 지역과 상생하는 협회로서의 역할을 이어가겠다.



8월 봉사

지난 8월 20일, 나누리봉사단은 지역 아동을 위해 떡볶이·순대·치즈볼 만들기 및 나눔 봉사 활동을 펼쳤다. 이날 봉사단은 직접 음식을 정성껏 준비해 아이들에게 따뜻한 한 끼를 제공했다. 매콤달콤한 떡볶이와 함께 순대, 치즈볼 등 다양한 간식을 마련해 풍성한 나눔의 자리가 되었다. 앞으로도 나누리봉사단은 지역 아동과 함께하는 다양한 활동을 통해 따뜻한 나눔 문화를 확산해 나갈 계획이다.



10월 교육일정

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회와 프랜차이즈산업연구원이 공동으로 개설하는 '2025 프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정'은 오는 10월 14일부터 12월 2일까지 8주 과정으로 진행되며, 현재 수강생을 모집하고 있다. 이번 과정은 대구·경북 지역 소자(小資) 가맹 본부의 슈퍼바이저와 임직원, 그리고 가맹 본부 취업을 희망하는 인재를 대상으로 기획됐다.

이번 과정은 각 주마다 외식·프랜차이즈 분야 전문 강사들이 참여하여, 가맹점 관리와 운영 역량 강화, 본부와 가맹점 간 원활한 커뮤니케이션, 매출 증진 전략 등 현장에서 바로 활용할 수 있는 실무 중심 교육을 제공한다. 특히 협회에서 교육비 100만원을 지원해, 수강생은 자부담 30만원 만으로 참여할 수 있어 실질적인 혜택이 크다. 대구·경북지회는 이번 과정을 통해 지역 가맹 본부의 경쟁력 강화를 도모하고, 프랜차이즈산업 전문 인력 양성에 기여할 계획이다.

KFA
프랜차이즈의 모든 것
슈퍼바이저 전문가 양성 교육

프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정

교육 기간 2025. 10.14~12.02 매주 화요일

교육 시간 13시~18시 총 5시간

교육 장소 대구 해구동 1171호 교육실

교육 대상

- 가맹 본부의 슈퍼바이저 및 임직원 (대구·경북 소자 가맹 본부에 한함)
- 가맹 본부 취업 희망자

교육 혜택

- 프랜차이즈산업 연구원 소속 전문 강사 교육
- 참가비만 100만원 (자부담액 30만원)
- 교재 무료 증정

제 1기 대구 FAST TRACK

부산·울산·경남 지회 소식 (지회장 오몽석)

부산시와 소상공인 공공배달앱 추진 업무협약 체결

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 KFA부울경지회)는 지난 7월 31일 부산시청에서 부산시와 함께 소상공인 공공배달앱 추진을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다. 이번 협약은 지역 소상공인의 경영 부담을 완화하고 합리적인 수수료 체계와 공정한 배달 플랫폼을 마련하기 위해 추진되었으며, KFA부울경지회와 부산시는 공공배달앱의 성공적인 운영과 확산을 위해 상호 협력해 나가기로 했다.

양측은 이번 협약을 통해 ▲소상공인의 안정적인 판로 확대 ▲소비자의 합리적 선택권 보장 ▲지역경제 활성화에 기여할 수 있는 공공 플랫폼 마련 등을 주요 목표로 삼고 있으며, 향후 단계별 추진 계획을 수립해 실질적인 성과로 이어갈 방침이다.



부산시와 소상공인 공공배달앱 추진 업무협약 체결

제3기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 입학식

KFA부울경지회와 프랜차이즈산업연구원이 주최·주관하는 <제3기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저>이 8월 13일(수), 입학식을 시작으로 부산울산경남 지역의 가맹본부 소속 슈퍼바이저 및 실무자, 프랜차이즈 산업에 관심 있는 구직청년, 대학 졸업예정자 등 21명의 교육생이 8주간의 본격적인 교육에 들어섰다. 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육은 지역 브랜드의 경쟁력 강화와 수익 증대를 위한 전문 지식과 실무 능력을 갖춘 슈퍼바이저를 양성하는 수준 높은 전문 과정이며 ▲프랜차이즈 슈퍼바이저 이론 ▲가맹사업법 이해 ▲가맹점 진단 및 관리 전략 ▲매출 및 수익 증대 실전 스킬 ▲평가 시험 및 팀별 발표 등 커리큘럼으로 구성되어 체계적인 슈퍼바이저 교육을 진행하고 있다.



제3기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 입학식

제9기 부산 프랜차이즈 사관학교 입학식

KFA부울경지회와 부자비즈가 주최·주관한 제9기 부산 프랜차이즈 사관학교가 조기마감될 만큼 높은 관심 속에서 지난 8월 21일(목) 개강했다. 이번 9기에는 최종 선발된 교육생은 총 29명으로 매주 목요일 12주 동안 실무 중심의 커리큘럼을 통해 배우고 성장해 나갈 예정이다.

이날 입학식에는 부산시 중소상공인지원과 관계자와 사관학교 주임교수, 협회 임원진 등이 참석해 교육생들의 새로운 출발을 함께 축하했다. 부산 프랜차이즈 사관학교는 ▲프랜차이즈 시스템 실전 적용 ▲소상공인 성장 전략 ▲마케팅 및 브랜드 ▲지역 성공 CEO 특강 등 현장에서 바로 활용 가능한 실무 중심 교육으로 운영되고 있으며, 매 기수마다 지역 소상공인의 역량 강화를 이끌어가고 있다.

입학식은 교육생들의 자기소개와 첫 강의로 이어지며 뜻깊은 하루를 마무리했다. 앞으로 12주 동안 열정을 가지고 배움에 임할 9기 교육생들의 성장이 기대된다. 제10기 부산 프랜차이즈 사관학교는 내년 상반기에 개강할 예정이며, 관련 문의는 언제든지 KFA부울경지회 사무국으로 가능하다.



제9기 부산 프랜차이즈 사관학교 입학식

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회 8월 정기봉사활동

KFA부울경지회는 모라종합사회복지관과 2023년 2월 MOU를 맺고 매월 세번째 목요일 아침 회원사들과 함께 경로식당에서 어르신들의 식사 배식 보조, 잔반 처리, 청소 등을 도우며 정기적으로 봉사활동을 하고 있다. 지난 8월 21일(목) KFA부울경지회의 8월 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 이어가고 있는 기관으로, 앞으로도 협회는 회원사들과 함께 지속적으로 봉사활동을 이어가며 지역 사회에 따뜻한 나눔을 실천할 예정이다.



9월 정기월례회

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회 9월 정기월례회

KFA부울경지회는 지난 9월 16일(월) 09월 정기월례회를 개최하고, 회원사 간 정보 교류와 네트워크 강화를 위한 소통의 장을 마련했다. 이번 월례회에서는 필리핀 바이어를 초청해 필리핀 프랜차이즈산업 현황 설명회를 진행하였다. 참석한 회원사들은 필리핀 시장의 최신 동향과 투자 기회, 프랜차이즈 업의 특징 및 현지 비즈니스 환경에 대한 정보를 직접 청취하고 질의응답을 통해 실질적인 정보를 얻는 시간을 가졌다. 또한, 회원사 지원을 위해 고용장려금 설명회와 신한은행 자체 결제 시스템 및 '맹겨요' 서비스 설명회도 함께 진행되었다. 고용장려금 설명회를 통해 회원사들은 정부 지원 정책과 신청 절차, 활용 방법 등을 안내받아 인력 채용과 운영에 실질적인 도움을 받을 수 있었으며, 신한은행의 결제 시스템과 맹겨요 서비스 소개를 통해 보다 효율적인 결제 환경 구축과 금융 서비스 활용 방안을 확인할 수 있었다.

KFA부울경지회는 매월 정기월례회를 통해 각 분과 활동 보고, 정부지원 사업 안내, 프랜차이즈 산업의 주요 현안과 이슈 공유 등 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 이를 통해 회원사 간 정보 교류와 협력 기반을 강화하며, 국내외 프랜차이즈 산업 발전과 회원사 성장을 지속적으로 지원할 계획이다.

지금 KFA부울경지회는 오는 10월 제6대 회장선거 및 임시총회와 11월 27일(목)~29일(토), 부산벡스코에서 개최하는 <KFA 프랜차이즈 창업 박람회 2025 부산>의 개최를 앞두고 바쁜 나날을 보내고 있다. 부산 박람회 참가접수는 KFA부울경지회 홈페이지(www.kfabug.or.kr)에서 확인 할 수 있다.

* KFA부울경지회 정기월례회 : 매월 3번째 화요일

* 회원가입문의 : 051-761-2066

제9대 협회장

한국프랜차이즈산업협회 선거공고



'정관 제29조, 30조 및 선거관리규정'에 의거, 제9대 협회장 선거를 아래와 같이 공고합니다.

- 선거일/장소**

 - 선거일 : 2025. 10. 16(목) 15시
 - 장 소 : aT센터 세계로룸 1, II
- 선거 일정**

 - 후보자 등록 기간 : 9.25.(목) ~ 9.29.(월)
 - 후보자 공고 : 9.30.(화) 13시
 - 사전투표 : 9.30.(화) 13시~10.15.(수) 18시
- 선거인명부 열람**

 - 선거인 본인에 한하여 방문 또는 이메일 신청
 - *대의원 중 전년도 회비 완납자
- 안내 사항**

 - 사전투표는 부재자 투표 사전 신청자에 한함
 - 선거일 신분증 지참 필수

※ 자세한 사항은 협회 홈페이지(www.ikfa.or.kr)를 참고해 주시기 바랍니다.

2025. 9. 22

한국프랜차이즈산업협회 선거관리위원장 이용재



2025.7.21~2025.8.28 신규회원 현황

구분	협회대표	회사명	브랜드명	업종	가입일
정회원	유지원 본부장	(주)림스치킨	림스치킨	도소매, 제조업	2025.07.29
	김태준	(주)아미티푸드테크	교동전선생	도소매, 제조업, 도매업	2025.07.29
	박연희	(주)와이이	계탄언니	음식점업	2025.07.30
	이정환	(주)홀릭컴패니언	코인홀릭	도매 및 소매업	2025.08.04
	김응민	푸드웍스(주)	서대문 김치짬&김치찌개	음식점업, 도매 및 소매업	2025.08.05
	최동우	일품향	일품향	서비스, 중식	2025.08.06
	최윤진	주식회사 창업에진심	빵아빵아	정보통신업, 도매 및 소매업	2025.08.21
	김형준	(주)통근푸드시스템	통근술뚜껑뚝볶음당, 수원왕갈비통닭	도매 및 소매업, 제조업	2025.08.22
	유종현	(주)플러스82	카페플러스82, 요아잇, 버거웨이	도소매업, 전문/과학 및 기술서비스업	2025.08.28
파트너회원	박현영	(주)아근에프앤비	캐처 고메, 롱비치	도소매업	2025.07.21
	박나라	(주)모코플렉스	QRO, 마이샵	서비스, 도매 및 소매업	2025.07.28
	박준상	더티프라이	더티프라이	서비스업, 제조업(햄버거)	2025.08.07
	진소진	한국클린잡인재개발원	한국클린잡인재개발원	교육서비스업	2025.08.14
	한승민	테크노에카코리아	에카(EKA)오븐	도매 및 소매업	2025.08.20

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 상도리에 따라 공정하게 경쟁한다.

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

착한 K-프랜차이즈는 일·자리·상생이다

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.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택 1	<p>프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 프랜차이즈 산업인의 권익 대변</p> <p>한국프랜차이즈산업협회에 가입된 모든 회원사는 가맹사업진흥법과 가맹사업법으로부터 철저한 보호를 받을 수 있습니다.</p>	혜택 2	<p>성공 창업의 요령! 국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 부스비 10% 환급</p> <p>국내 최대 규모 프랜차이즈박람회 개최 부스 참가 시 행사 후 부스비 10%의 환급 혜택을 드립니다.</p>
혜택 3	<p>해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 해외진출 사업지원 지원</p> <p>프랜차이즈 가맹본부의 글로벌한 영업 확장을 위해 해외 진출 사업을 통한 다각적인 지원을 도와드립니다.</p>	혜택 4	<p>프랜차이즈 전문가를 향한 프랜차이즈 정부무료교육 외</p> <p>프랜차이즈 국가인적자원 무료교육 가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육, 프랜차이즈최고전문가, 프랜차이즈 5.0리더, 프랜차이즈사업 전략전문가, 슈퍼바이저 전문가 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다.</p>
혜택 5	<p>가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 각종 정책 정보 제공</p> <p>피해 및 분쟁 발생 시, 또는 법률·세무 자문과 정책 정보가 필요한 회원사에게 변호사, 회계사, 세무사 등 자문위원과의 상담 기회를 제공합니다.</p>	혜택 6	<p>최고경영자(CEO)대상 윤리준수교육 프로그램</p> <p>프랜차이즈 산업의 위상을 높이고 최고경영자(CEO) 수준을 향상시키는 것은 물론 글로벌시대에 맞는 윤리경영의식을 함양시켜 드립니다.</p>
혜택 7	<p>학사 및 석사 학위 과정 장학금 혜택</p> <p>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.</p>	혜택 8	<p>CEO포럼, 법률 세미나 등 포럼·세미나 행사 참가</p> <p>정기 프랜차이즈 전망세미나, 프랜차이즈 법률 심포지엄, 성공창업전략 세미나, 프랜차이즈 해외진출 세미나 등 다양하고 알찬 행사에 참가할 수 있습니다.</p>
혜택 9	<p>새로운 홍보 플랫폼 홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보</p> <p>프랜차이즈의 미래를 위한 희망의 전파! 각종 회원사 홍보, 인터뷰 및 행사 정보를 협회 홈페이지 및 각종 매체와 공유 할 수 있습니다.</p>	혜택 10	<p>300명 수용 가능한 협회 교육장 임대 할인 혜택</p> <p>사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는 협회 교육장을 20% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다. (4시간 이상 기준)</p>
혜택 11	<p>각종 규제 개선 건의 대정부 정책 건의</p> <p>가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등 법안 제정 및 개정에 적극 참여할 수 있습니다.</p>	혜택 12	<p>회원사 대상 복지 서비스 쿠쿠홈시스템, 보험비교견적,꽃배달 등</p> <p>렌탈서비스 할인(쿠쿠홈시스), 협회지정업체 보험료비교견적(한국단체보험연합), 전국 꽃배달 회원사 할인(레이디플라워) 등 다양한 복지혜택을 이용하실 수 있습니다.</p>
혜택 13	<p>프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 다양한 친목 프로그램 참가</p> <p>협회 내 분과위원회 활동, 신입회원사간담회 워크숍, 봉사활동, 프랜차이즈산업인의 날, 송년회 등 다양한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다.</p>	혜택 14	<p>문자 메시지, SNS 등을 통한 업계 최신 뉴스·소식 안내</p> <p>회원사 전용 네이버 밴드와 문자메시지를 통해 매일 중요한 업계 뉴스를 선별한 뉴스클리핑 서비스와 신속·정확한 주요 정책 소식 안내 서비스를 제공합니다..</p>
혜택 15	<p>최고 권위의 프랜차이즈 업계·정책 전문지 <월간 프랜차이즈 월드>무료구독</p> <p>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.</p>		

☎ 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

정회원 협력회원

신청인 정보		회사명	전화번호
사진 (3cmX4cm)	브랜드명	휴대전화 (대표자)	
	대표자명	팩스	
	대표자 (주민등록번호)	이메일 (대표자)	
	회사주소		
홈페이지	업종		
담당직원	이름: _____ Tel: _____	가입경로	<input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인() <input type="checkbox"/> 기타()
계좌정보	<input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장	출금일자	매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일
회사명		계좌번호	
대표자명		주민등록번호 (사업자등록번호)	
월납입액	금 원 (₩)	협회계좌번호	국민은행 644837-04-001180 하나은행 207-890041-084 예금주: 한국프랜차이즈산업협회
【CMS 출금이체 약관】			
<ol style="list-style-type: none"> 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 약정의 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 결정되며, 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 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 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 긴급제정경제명령」의 규정에 따라 동의합니다.			
【개인정보의 제공 동의서】			
위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국 프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.			
모든 약관동의 (<input type="checkbox"/> 동의 / <input type="checkbox"/> 미동의)			
[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 2022년 월 일

회사명: _____
대표자: _____ (인)



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)KFN홀딩스/ 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 (가로x세로mm)
A	표 4(뒷표지)	600만원	1면	전면컬러 판형: 220x290mm 화일크기: 226x296mm (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 월 1회 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 [@ | 주 | KFN홀딩스 ☎02.556.7889](#)

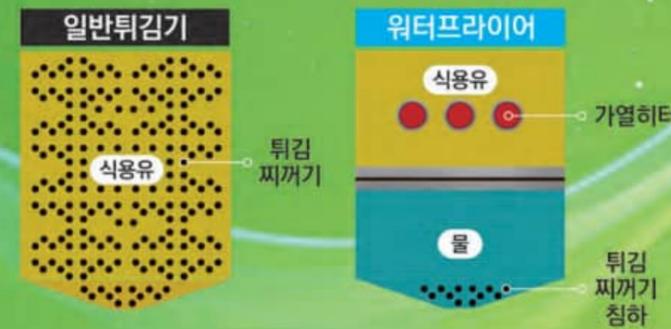
서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)



No.1 포장기계 엔터라인의 또 다른 걸작

엔터 워터프라이어

- ✓ 50% 식용유 절감, 전기/가스료도 대폭 절감
- ✓ 늘 신선한 기름 상태 유지
- ✓ 여러 가지 음식을 동시에, 냄새 걱정 없이
- ✓ 식어도 바삭함과 촉촉함은 그대로



| 엔터 워터프라이어 제품 규격 |

모델명	저장 용량	식용유: 30L / 물: 18L
WF 6000 LPG / LNG 전기타입	사이즈(cm) (가로x폭x높이) 최대높이1m	58.8 x 62.3 x 85
WF 7000 LPG / LNG 전기타입	저장 용량	식용유: 41L / 물: 23L
	사이즈(cm) (가로x폭x높이) 최대높이1m	58.8 x 72.6 x 85

주요고객사

