



프랜차이즈에 솔루션을 더 하다!

아시아 No.1 프랜차이즈 대표 박람회



IFS

프랜차이즈 창업·산업 박람회

창업전

가맹사업 홍보, 신규 점주 모집을
통한 브랜드 확장

산업전

매장 운영에 필요한 제품, 서비스,
솔루션 제시 및 판매

창업전&산업전

세미나

도슨트 투어

1:1 전문가 컨설팅

비즈매칭

2026 상반기

2026. 4.2(목) - 4.4(토)

서울 코엑스 3층 전관 (C&D홀)

2026 하반기

2026. 10.22(목) - 10.24(토)

서울 코엑스 3층 전관 (C&D홀)

비즈니스 확장을 위한 최고의 선택! 지금 사무국과 상담하세요

부스 참가 문의

한국프랜차이즈산업협회 (KFA) 회원사

📞 02-3471-8135(3)

메일 문의는 아래의 공용 메일로 보내주시면 담당자 배정 후 1:1 안내드리겠습니다.

✉ info@ifskorea.co.kr



온라인 참가문의



부스 탑입 안내

프랜차이즈월드

Vol.76 2025

Korea Franchise Association

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드
**Franchise
WORLD**

Vol. 76 2025

+ Cover Story

제9대 협회장에 나명석 (주)웰빙푸드 회장 당선

“프랜차이즈 산업 신뢰와 성장 동력 회복해야”

단체협의 의무화·계약해지권 명문화…업계, 속앓이

공정위원장, ‘가맹점주 권리강화 종합대책’ 발표

Special Report

‘배달앱 갑질 성도’…

2025년 정무위 공정위 국정감사 어땠나

“인기 창업 트렌드 총망라”…

제59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 성료

제16기 KFCEO 원우들
글로벌 프랜차이즈 리더로 거듭나

‘점주단체 협의요청권’ 가맹사업법 개정안
연내 본회의 통과 가능성

協, ‘2025 하반기 WFC·APFC 자카르타 총회’
한국 대표로 참가

2025 한국프랜차이즈산업협회장배
골프대회 개최…회원 간 화합의 장 열려



People & Company

최강균 육전국밥 대표

임종길 화성식품 대표

오만석 엠에스센터 대표



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

먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨!

Since 2011



QooQoo
FRANCHISE GROUP

куукуу
Sushi-Roll & Salad Bar



쿠팡
포인트적립 / 선불카드충전 / 밀키트구매
다양한 혜택을 누리실 수 있습니다.

고객센터/가맹문의
1577-4841
bluerail
always shabu
올웨이즈샤브

제대로 된 한끼
육전국밥
元祖

든든한 국밥 위에 올린 정성 한 장

국밥 한 그릇에 ‘따뜻한 위로’를 담고
육전 한 장에 ‘한식의 품격’을 올립니다.

제대로 된 한끼
육전국밥

육전국밥은 가맹비와 로열티를 받지 않습니다.

오직 단 하나,
매일 정성을 다하겠다는 약속을 받습니다.

가맹문의
1544-6364

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.

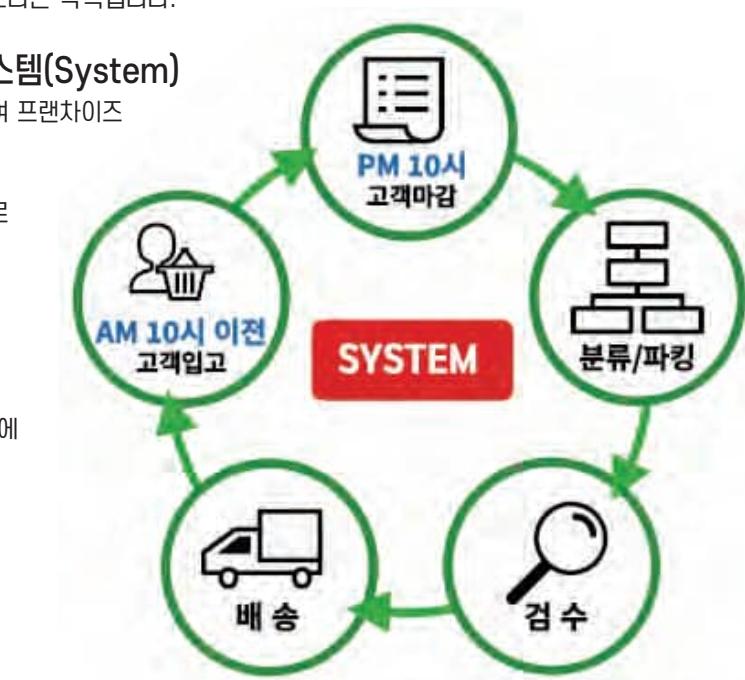
★ 전국을 연결하는 통합 네트워크 물류시스템(System)

전국을 연결하는 통합 네트워크 물류시스템을 완비하여 프랜차이즈
전국물류 가능.

또한 수도권 전역을 연결하는 신속한 배송시스템으로
고객님들께 보다 신선한 식재료를 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

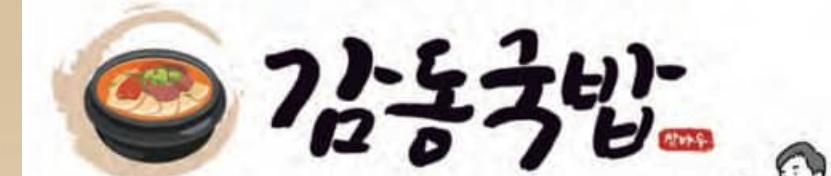
돈카츠는 유미카츠



유미카츠
· 돈 | 카 | 츠 | 전 | 문 | 점 ·

가맹문의 1877-4292

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 돈벌이 도와 드리겠습니다.

“이제는 버틸 게 아니라
바꿔야 할 때입니다”
육·해·공 메뉴 감동국밥으로
업종변경 시 “30호점”까지
파격 지원 및 놀라운
혜택을 드립니다!

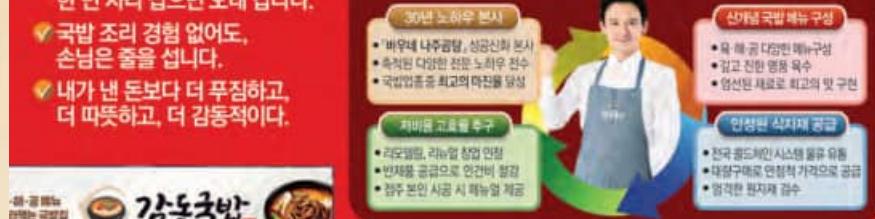
감동국밥 확실한 성공 이유

- 국밥은 반복되는 음식이지만, 감동국밥은 선택의 음식입니다.
- 점심 장사만 잘되도 하루 매출이 달성되고 편해집니다.
- 국밥은 유행을 타지 않으며, 한 번 자리 잡으면 오래 갑니다.
- 국밥 조리 경험 없어도, 손님은 줄을 섭니다.
- 내가 낸 돈보다 더 푸짐하고, 더 따뜻하고, 더 감동적이다.

업종변경 30호점까지 드리는 지원 및 혜택
인기 맹비 전액 면제
인테리어 자율 선택
인기 존시설 최대한 활용
인디자인 시안 무상 제공

감동국밥은 ‘그럴싸한 매장’보다
‘돈 잘 버는 매장’을
만들기 위해 온 전력을 다하고 있습니다.

뿌리깊은 나무처럼 든든한 본사의 운영 시스템



대한민국 최초!
육·해·공 국밥집-감동국밥



감동국밥
주식회사 GF포유

업종변경 / 신규창업 문의
02) 2203-2040 (代)

NAVER DODM 검색창에서 **감동국밥** 를 치세요.

“30년 검증된 본사 + 새로운 브랜드 감성”



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

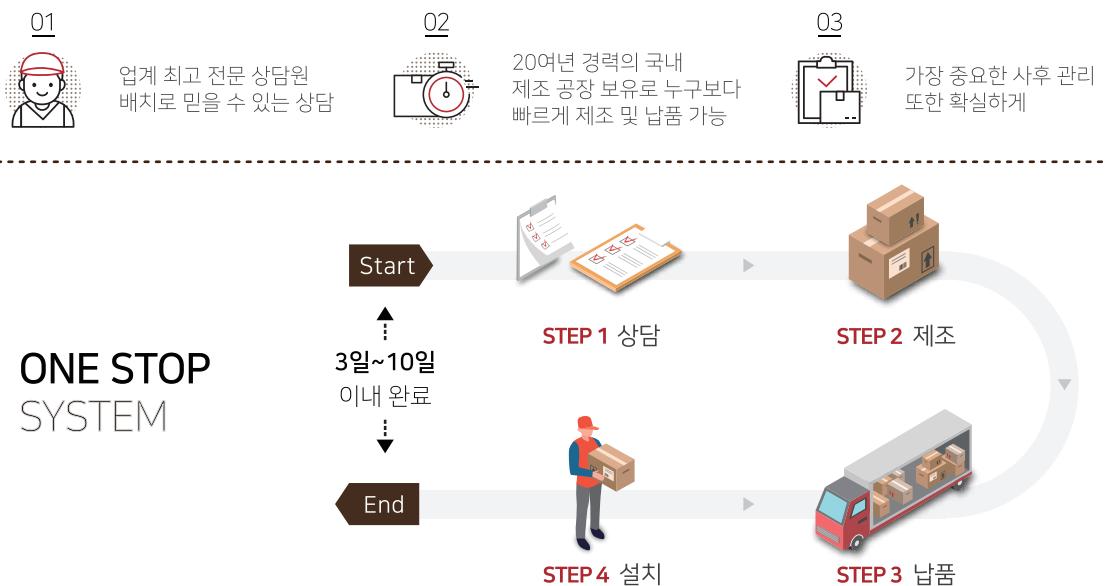
숙박 가구 | 호텔 · 모텔 · 펜션 · 리조트 · 요양시설 · 게스트하우스

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



/ 아르푸가구 납품현장



아르푸 쇼룸

아르푸 홈페이지

아르푸 고객센터

www.arfu.co.kr

1577-6190



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

경기도 남양주시 화도읍 녹촌로 106번길 53

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



NOMURO 노무로



신청 바로가기

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

기맹점
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 임금대장검토 <small>까보</small> 무료
20인 미만	160,000원 (노무+세무)	
30인 미만	220,000원 (노무+세무)	* 30인 이상 = 협의



안경 전문 특성화 교육 과정 운영을 통한
전문 안경사 양성

다비치안경의 고객가치 경영연구원은 전문화된 안경사를 지속 육성하기 위한 안경사 전문
교육 기관으로, 안경 업계 최초 서울지방노동청에서 자체 훈련 기관으로 승인받았으며
약 1,800명의 사관 및 공채 안경사를 배출하며 안경 산업 발전에 기여하고 있습니다.

화성식품 소개

화성식품은 좋은 원료와 정직한 공정으로 품질을 지켜내며, 꾸준한 노력으로 고객의 신뢰를 쌓아왔습니다.
믿음 위에서 완선된 기름은 요리에 깊은 풍미를 더하고, 일상의 식탁에서 없어서는 안 될 필수의 가치가 됩니다.

깨끗한 대규모 제조시설 보유



제품소개

주요 제품군	생산 규격	제품 특징
참기름	1.8L / 350ml / 300ml	깊은 고소함
들기름	1.8L / 350ml / 300ml	풍부한 향
향미유	1.8L	맛기름 / 고추씨유 등 다채로운 레시피 활용
참깨	500g / 1kg	엄선 원료, 균일한 로스팅
들깨	500g / 1kg	



참기름/들기름/향미유/들깨/참깨 OEM 대량 납품 문의

010-8842-2418

031-352-7774

1공장 : 경기도 화성시 정남면 만년로 98번길 49-13

2공장 : 경기도 화성시 정남면 패랑 1길 61

hwaseongfood@gmail.com



HACCP 인증 FDA 등록



프랜차이즈 A부터 Z까지 모든 것을 담다

프랜차이즈 ERP 프담



프담은 가맹점 영업부터 상담, 계약, 이후 운영 관리까지 모든 업무를 관리할 수 있도록 도와주는 No.1 ERP입니다



전자가맹계약

사전제공문서 자동 생성, 전자 가맹계약으로 쉽고 빠르게 가맹사업 확장!



매장 매출 관리

가맹점 POS 매출과 배달 플랫폼 매출을 통합 관리할 수 있는 스마트 매출 분석 기능



매장 리뷰 관리

배달 플랫폼 리뷰를 한 화면에서 확인하고 답변까지 실시간으로 등록 및 관리 가능



매장 점검 관리

현장에서 모바일로 QSCV를 체크하고, 개선 사항은 점주 APP으로 바로 전송!



매장 CS 관리

품질 문의, 반품 문의 등 다양한 문의를 프담으로 접수받고 점주 APP으로 답변 전송!



게시판 관리

회사 내부 공지부터 가맹점 공지, 레시피까지 한번에 관리할 수 있는 게시판 관리



프담 AI

프담 내 데이터 기반 대규모 언어 모델 AI로 업무를 더욱 스마트하게 관리



프랜차이즈 A부터 Z까지
모든 것을 담다, **프담**

프담은 20년 넘게 프랜차이즈 산업의 변화를 현장에서 연구해 온 경험을 그대로 녹여 만든 솔루션입니다.
유선 문의 | 1544-7120 메일 | fdam@benter.co.kr 홈페이지 | [프랜차이즈erp.com](#)



베트남 쌀국수 / 수제 돈카츠 / 냉소바 전문

28개 직영점을 운영하는 탄탄한 본사! 화화돈은 다릅니다!



성수에서 줄서서 먹는 맛집, 서울3대 쌀국수

“바삭한 돈카츠와 깊은 국물맛의 조화”



성공 창업 문의 1551-9820

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

미진 축산

전국 누적 가맹점 170여개

www.mijin2900.com



실패 없는 미진축산 경쟁력

미진축산만의 노하우로 본사가 나서서
사장님의 편의를 드립겠습니다!

돼지고기
소고기
닭고기
다 있으니까



여러곳 갈 필요없이 한 곳에서 다 드세요!

- 1. 엄격한 육류 선별
- 2. 원팩 시스템
- 3. 안정적인 공급
- 4. 전 지역 본사 직배송

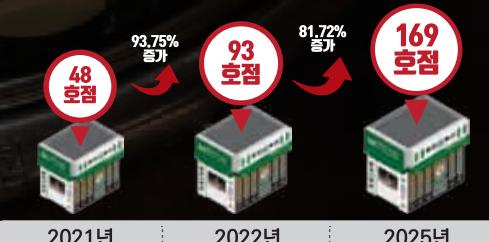
전국 각지에서 선별한 신선한 재료를 공급합니다.
위생적이고 간편한 포장으로 조리 및 손질 최소화

본사 유통 체계를 통해 물량 확보하여 안정적인 재료 공급
가성비, 품질 좋은 고기
높은 월 매출 성공 창업
엄격한 육류 선별

- ✓ 누구나 쉽고 간편하게
- ✓ 고기 업계의 핫이슈
- ✓ 깔끔한 인테리어

2021년 코로나의 어려움을 이겨내다

위기 상황에서도 안정적인 매출로 가맹점 상승



창업문의 1522-0478

미진 축산

한마음정육식당

The Best Aged Meat Restaurant

3代가 함께 즐기는
프리미엄 외식 공간

위기 속의 기회, 지속적인 성장!
변화에도 한결같이 성장한 브랜드



공식 홈페이지



공식 유튜브

가맹문의 1599-8429

170
호점

빵이 맛있는 피자가
가장 맛있는 피자다

국내를 넘어 세계로! 한국을 대표하는 K-PIZZA!



창업문의 02.491.7755 | www.sunnypizza.co.kr

본사 서울 중랑구 동일로 143길 18, 3층(목동)

(주)더온에프앤비



새롭게 변화된 김가네



자담치킨,
대한민국 6%
자부심을 담다

자담치킨은 대한민국 6%밖에 없는 동물복지인증 닭으로 만드니까

자담치킨 전속모델 조정석



모방할 수 없는 **최고의 재료**로 빚어낸 **명품 치킨!**



동물복지
인증장에서
건강하고
안도적으로
생산한 육계사용
(일부 제품 제외)



빙초산 NOI 사카린 NOI!
깨끗하고 건강한 자연의 맛만 담은
국내 최초 치킨용 피클무



청정하기로 소문난
하imalaya 펑크 솔트 염지



카눌리유에 고온레산 해바라기유를
혼합하여 더 고소하고 비식한
프리미엄 전용유



아몬드, 땅콩, 밤, 단호박, 카카오닙스,
햄프시드, 겉은콩, 현미 등의 견과류와
곡물로 만들어 건강에 좋은 아이큐 파우더

일반음식점, 휴게음식점, 제과점

식품위생교육

8,000원

연 1회 법정의무교육

매년 1월 1일부터 12월 31일 까지



식품위생교육 내용

*프랜차이즈 맞춤교육

- 식품위생법
- 영업장 위생관리
- 주요제도
- 식약처 주요정책
- 식중독 예방
- 위생등급제

지금 바로 온라인 수강신청

*PC, 모바일 모두 가능



사이트 바로가기

www.kfafoodedu.or.kr



가맹본사를 위한
가맹점별
진도율 관리 지원



교육문의

070-7919-4160(식품위생교육원)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

예비창업자를 위한 **No.1** 창업플랫폼

인기 프랜차이즈 순위부터 실전 창업정보까지
예비창업자라면 먼저 검색해야 할 단 하나의 플랫폼, 창업도

창업도

changupdo.com



프랜차이즈브랜드 누적 조회수 1,900만건
주간평균 조회수 10만건 돌파!

대표전화 : 02.556.7889

N 창업도

Franchise
WORLD
한국프랜차이즈산업신문

The Letter from President

023 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

025 이진창 발행인 인사말

Cover Story

026 제9대 협회장에 나명석 (㈜웰빙푸드 회장) 당선
‘프랜차이즈 산업 신뢰와 성장 동력 회복해야’

032 단체협의 의무화·계약해지권 명문화…업계, 속앓이
공정위원장, ‘가맹점주 권리강화 종합대책’ 발표

Special Report

038 ‘배달앱 갑질 성토’…2025년 정무위 공정위 국정감사 어땠나
040 인기 창업 트렌드 ‘총망라’…
제59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 성료
044 제16기 KFCEO 원우들 글로벌 프랜차이즈 리더로 거듭나
046 ‘점주단체 협의요청권’ 가맹사업법 개정안 연내 본회의 통과 가능성
047 協, 2025 하반기 WFC·APFC 자카르타 총회 한국 대표로 참가
048 2025 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회 개최…
회원 간 학합의 장 열려
050 산업부, 프랜차이즈 해외진출 지원 나선다
052 協, 올해 가맹본부 재직자 무료교육 목표 초과달성 ‘유종의 미’

Hot Issue

054 땅거요 악진에 배민·쿠팡 한그릇배달 연장까지
056 協, 서울시와 페비닐 100% 자원화 MOU

Organ News

058 가맹사업 사칭 금지하는 가맹사업법 개정안 발의
059 대법 “근로시간 비례 주휴수당 지급…격일제엔 절반”
060 일회용컵 보증금제, 사실상 폐지 수순
061 식약처, 디카페인 기준 0.1% 함량 원두만 허용



300인 미만 사업주

중소기업사업주
산재보험

50인 미만 사업주

자영업자
고용보험

소상공인시장진흥공단

고용보험료 최대 80% 지원

※ 일부 지자체 중복 지원 시, 최대 100% 지원

소상공인 통합콜센터 1533-0100

문의 | 근로복지공단 1588-0075

People & Company

- 062 최강균 육전국밥 대표
- 066 임종길 화성식품 대표
- 068 오만석 앰에스벤터 대표



Brand Highlight

- 070 자담치킨·다비치안경·이디야커피
- 071 원할머니보쌈족발·아소비·미도인
- 072 생활맥주·땅스부대찌개·걸작떡볶이치킨
- 073 쿠우쿠우



Association News

- 084 공정거래위원장 플랫폼 간담회 개최 외
- 085 산업부 제4차 가맹사업진흥 5개년 기본계획 수립 협의 외
- 086 지회소식
대구·경북, 충청, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내



Column

- 074 컨설팅 – 이경희
AI 슈퍼바이저 시대 도래
- 076 상권분석 – 유재은
메뉴 가격을 올리면 망하는 이유
- 078 법률 – 김선진
정보공개서 공시제 전환, 정보공개의 새로운 시대 시작
- 080 세무 – 최인용
프랜차이즈 본사, 성공적인 사업승계 전략
- 082 노무 – 이금구
주5일 미만 근무자의 주휴수당 계산방법



쏟아지는 규제에 멍드는 K-프랜차이즈… 국회, 정부에 산업 미래 달렸다



한국프랜차이즈산업협회장
정현식

어느 2025년 한 해도 저물고 있습니다. 우리 프랜차이즈 산업은 올해 경영환경과 정책 환경이 어려운 와중에도 해외진출을 위해 노력하며 K-프랜차이즈 위상 제고에 큰 성과를 내었습니다.

최근 싱가포르 프랜차이즈 박람회에 참여한 회원사들을 격려하기 위해 현지를 방문했습니다. 아시아 허브 도시답게 인근 동남아뿐 아니라 일본, 중국 등 여러 나라의 브랜드들이 참여했지만, 단연 발군은 한국이었습니다. 해외 참가국 가운데 가장 큰 16개 부스 규모로 참가한 'K-프랜차이즈' 관에는 해외 바이어들의 발길이 끊이지 않았습니다. 저녁에는 창이공항에 있는 한국 식당을 찾았습니다. 보쌈 김치, 모듬전, 막걸리와 소맥을 즐기는 고객들로 이른 저녁

부터 문전성시를 이루고 있었습니다. 인근 한국 피자가게 역시 개점한 지 오래되었지만 인기는 여전했습니다. 요즘

한국 프랜차이즈 산업인들의 가슴은 글로벌 브랜드로 도약할 수 있다는 의욕과 열정으로 뜨겁게 뛰고 있습니다. 그러나 우리의 발목을 잡고 있는 것이 있습니다. 해외 경쟁자가 아니라 국내에서 쏟아지는 규제의 죽쇄입니다.

현재 국회에서는 가맹사업법 개정안 발의가 연이어 나오고 있습니다. 가맹본부·임원·지배주주의 위법 행위에 대해 무조건 손해배상을 하도록 하고, 최근 5년간의 모든 법 위반 이력을 공개하도록 하는 개정안이 그 대표적인 내용입니다. 투명성 강화를 명분으로 내세우지만, 직원 10명도 되지 않는 영세 본부가 70% 이상인 업계의 현실은 철저히 외면하고 있습니다.

더 심각한 문제는 여당이 패스트트랙 법안으로 상정하여 국회 통과가 기정사실화된 '가맹점사업자단체 등록제'와

단체협상권입니다. 단체의 난립과 반복 협상은 브랜드 통

일성을 깨뜨리고 본사 경영을 마비시킬 것이 자명합니다. 우리 협회는 이미 단체 등록 요건과 협상 주기 등에 대한

부작용 최소화를 위한 보완을 촉구했지만, 정치권은 여전히 귀를 닫고 있습니다. 영세 본부가 협상 대응에 인력을 소모하게 된다면 피해는 고스란히 가맹점주와 소비자에게 돌아가게 될 것입니다.

2002년 제정 이후 33차례나 개정된 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법'은 이제 공정하지 않을 뿐 아니라 누더기 법안이 되고 말았습니다. 이로 인한 혼란과 혼동은 결국 법원의 '한국피자헛 차액가맹금 반환 소송' 오심으로까지 이어졌습니다.

학계에서는 잘못된 명칭으로 인해 정상적인 유통마진까지 가맹금으로 간주되어 '계약에 없을 경우 전액 반환하라'는 해프닝 성 오심이 발생했다고 지적했습니다. 글로벌 브랜드인 피자헛은 결국 파산 위기에 몰렸으며, 현재 16개 프랜차이즈 본사들은 변호사업계의 멱잇감이 되어 집단소송에 시달리고 있습니다.

세계는 지금 K-푸드에 열광하고 있습니다. 정부와 국회가 해야 할 일은 업계의 손발을 묶는 것이 아니라 글로벌 도약을 돋는 든든한 파트너가 되는 것입니다. 한국 프랜차이즈 산업은 세계 무대에서 당당히 경쟁하며 우뚝 설 역량을 이미 갖추고 있습니다. 정부와 여당의 선택에 한국 프랜차이즈 산업의 미래가 달려 있습니다. 많은 노력 해 주신 여러분들께 진심으로 감사드리며, 협회도 우리 산업인 여러분들께서 열심히 뛰실 수 있도록 최선을 다하겠습니다. **KFN**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.76
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
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

프랜차이즈월드는 한국 간행물 윤리위원회의 도서윤리 및 저작권 침해 등에 대한 조치를 준수합니다. 이 책에 실린 어떤 내용도 무단복제해서 사용할 수 없습니다.



‘갑’과 ‘을’이 아닌 산업 이해하는 정책 나오길



발행인
이진창

고 맛에 대한 평가는 세계에서 손을 꼽을 정도다.

II 랜차이즈 산업을 바라보는 시각이 따갑다. 지난 9 월 관악구 피자가게 사건이 발생했을 당시 여러 언론에서는 “프랜차이즈 갑질의 민낯이 드러났다”라는 내용을 쏟아냈다. 피해자들의 억울함과 황당함이 업계의 상처로 남았다.

그런데 불과 얼마 전에는 유명 베이커리 프랜차이즈 런던베이글뮤지엄에서 일하던 20대 청년 노동자의 과로사 의혹이 제기됐다. 프랜차이즈 업계의 노동환경 문제가 다시 도마에 올랐다. 여기에 정치권을 포함해 정부에서도 프랜차이즈 가맹본사를 ‘갑’으로 규정하고, 가맹점을 ‘을’로 간주하는 입장이다. 이로 인해 가맹점을 보호한다는 명분을 내세워 여러 규제 법안을 내놓고 있다.

프랜차이즈 산업의 발전을 기대하는 입장에서는 아쉬움이 가득하다. 프랜차이즈 산업은 2025년 기준 국내 총생산(GDP)의 약 7%를 차지하며, 시장 규모는 약 120조 원에 달하는 주요 산업으로 성장했다. 또 가맹점 1곳당 평균 3.8명, 업종별로 최대 4~7명의 고용을 창출하는 등 일자리 창출에서도 중요한 역할을 하고 있다.

여기에서 세계에서도 K-프랜차이즈에 대한 관심이 높다. 프랜차이즈 업계 관계자들은 한국식 프랜차이즈의 경쟁력은 이미 세계적인 수준이라고 입을 모은다. 특히 외식업의 경우 재료의 수급, 일정한 품질 유지, 한국문화에 대한 호기심을 충족하는 특별한 경험 제공 등 강점이 많다. 좁은 시장에서 치열하게 경합하며 자립해온 만큼 우리만의 특성을 보일 수 있

그런데 정치권에서는 여전히 프랜차이즈에 대한 규제에만 열을 올리고 있다. 마녀 사냥은 중세 종교 임흑세기에 행해졌던 카톨릭의 죄악 행위이다. “마녀를 살려 두어서는 안된다. (출애굽기 22장 18절)”라는 구절에 따라 마녀 사냥은 무고한 수많은 사람들을 마녀로 모함해 소중한 생명을 빼앗아 갔다. 마녀 사냥은 당시의 지배계급과 지식인인 신부와 법관들이 만들어낸 문화적 산물이었다. 하지만 이성적 세계관과 과학 정신이 대두되면서 불합리의 극치인 마녀재판도 존립의 근거를 잃게 됐다.

프랜차이즈 산업도 현대 산업물의 죄악으로 봐서는 안된다. 프랜차이즈 산업이 발전하면서 프랜차이즈 가맹본부도 수많은 사회공헌에 앞장서고 있다. 고용 창출뿐만 아니라 지역경제에도 한몫을 톡톡히 하고 있다. 특히 한류 열풍에 힘입어 한국적인 맛과 멋을 전하는데에는 프랜차이즈 외식 가맹본부들의 역할이 더욱 커지고 있다.

그럼에도 불구하고 이같은 미답들은 한편의 짧은 기사로 처리되는 반면 규제에는 열을 올린다. 이미 프랜차이즈 업계는 가맹점을 ‘을’로 보지 않는다. 상생이자 공존이다. 일부 프랜차이즈 업체의 행태를 전체로 확대 해석해서는 안된다. 정치권과 정부도 ‘갑’과 ‘을’의 이분법적 단정이 아니라 상생과 공존, 산업을 이해하는 정책에 더 중점을 두기를 2026년 봄의 해를 앞두고 간절히 바라는 마음이다. **KFA**



나명석 제9대 협회장 당선인이 당선 소감을 발표하고 있다.

제9대 한국프랜차이즈산업협회장에 나명석 (주)웰빙푸드 회장 당선

2026년부터 3년 간 임기…“협회 회원 및 산업인들의 권익 보호와 재도약 이끌 것”

WRITE | 김동하 기자

140만 프랜차이즈 산업인들을 이끌어 갈 제9대 한국프랜차이즈산업협회장에 나명석 (주)웰빙푸드 회장(60)이 당선됐다.

협회는 지난 10월 16일 서울 서초구 aT센터에서 임시 대의원총회를 열고 <제9대 한국프랜차이즈산업협회장 선거>를 실시, 지난달 30일 단독 입후보한 나명석 회장을 제9대 협회장으로 선출했다고 밝혔다.

나명석 당선인은 당선 소감을 통해 “국내 프랜차이즈 산업은 코로나19를 슬기롭게 극복하고 글로벌 무대로 뻗어

가고 있으나, 동시에 수의구조 악화, 규제 강화 등 풀어나 가야 할 현안도 산적해 있다”면서 “중요한 시기인 만큼 막중한 책임감을 갖고 협회 회원 및 산업인들의 권익 보호와 재도약을 위해 최선을 다하겠다”고 말했다.

나 당선인은 올해 말까지 업무 인수 및 관련 절차를 마무리하고 2026년 1월부터 3년 임기의 제9대 협회장 직을 개시한다. 임기 동안 ▲법률, 정책 관련 권리 단체 역할 강화 ▲K프랜차이즈 글로벌 진출 지원 ▲배달비 부담 완화



정현식 협회장이 나명석 당선인과 축하의 악수를 나누고 있다

등 가맹점사업자 지원 및 상생 강화 ▲프랜차이즈 디지털 전환 등을 중점적으로 추진할 계획이다.

나명석 당선인은 1965년생으로 2011년 친환경과 웰빙을 내세워 동물복지 육계만 사용하는 ‘자담치킨’ 브랜드를 론칭, 전국 가맹점 686개(공정위 정보공개서 기준 2023년 가맹점 수)를 운영하며 치킨업계의 친환경·웰빙 트렌드를 개척해 왔다.

또 나 당선인은 2023년부터 협회 수석부회장에 취임, 프랜차이즈 산업 주요 현안 해결 과정에 적극 참여해 왔다. 2024년에는 협회에 기금류분과위원회와 배달앱 대응 T/F를 차례로 발족해 업계의 결속을 높이고, 배달 수수료 부담 완화를 위해 ▲배달의민족 공정거래법 위반 혐의 공정위 신고('24.9.) ▲서울시-땡겨요-치킨 18개사 MOU('25.4.) 등을 주도한 바 있다.

한편 정현식 협회장은 2020년 코로나19로 업계가 어려운 시기에 취임해 6년간 7대, 8대 협회장을 연임하면서 프랜차이즈 협회와 산업의 위상 제고와 위기 극복에 앞장선 공로를 남기고, 올해를 끝으로 나 당선인에게 협회장 직을 넘기게 됐다.

정 협회장은 재임기간 착한 프랜차이즈 캠페인으로 상생 문화를 확산시켜 협회가 최초로 공정거래위원회 단체표창을 수상하고 업계 친환경 정책 확산을 선도해 역시 최초로 대통령 단체표창을 받는 데 기여했다.

또 2022 WFC·APFC 서울총회의 성공적인 개최와 해외 진출 활성화 지원, IFS 프랜차이즈 박람회 규모 확대, 1+1 제도입과 필수품목 제도 개선대책 안착, 가맹점주단체 협의요청권 통과 저지 등 가맹사업법 합리적 개정 대응, 협회 회원사 대폭 확대, 배달앱 문제 대응 등 다방면에서 큰 족적을 남겼으며, 협회가 식약처로부터 최초로 법정 의무 교육인 식품위생교육을 제공할 수 있는 식품위생교육 전문기관으로 지정받는 쾌거를 달성하기도 했다. **KFN**

나명석 제9대 한국프랜차이즈산업협회장 당선인 주요 약력

- 1965년 인천광역시 출생
- 1990년 중앙대학교 사진학과 졸업
- 1989~1998 시사주간지 시사저널 기자
- 2000~2005 월간 <창업&프랜차이즈> 발행인
- 2011년 자담치킨 브랜드 론칭
- 現 한국프랜차이즈산업협회 수석부회장(2023~)
- 現 한국프랜차이즈산업협회 기금류분과위원장, 배달앱 대응 T/F 위원장(2024~)



나명석 당선인이 10월 17일 KOTRA IKP빌딩에서 개최된 기자간담회에서 협회 운영계획에 대해 이야기를 나누고 있다

나명석 당선인 출마의 변... “프랜차이즈 산업 신뢰와 성장 동력 회복해야”

프랜차이즈 산업은 소상공인의 창업과 일자리 창출에 기여하며 한국경제의 기반이 되었지만, 일부 부정적 사례로 산업 전반이 왜곡되고 과도한 규제와 비난에 직면해 있습니다. 이제 산업의 신뢰와 성장 동력을 회복해야 합니다. 저는 프랜차이즈 산업을 사랑받고 신뢰받으며, 글로벌 경쟁력을 갖춘 산업으로 다시 세우겠다고 선언합니다. “with Franchise! with Korea!” 슬로건 아래 신뢰, 상생, 가치, 협력, 미래, 화합과 통합, 정책과 소통이라는 7대 원칙을 중심으로 협회를 혁신하겠습니다.

첫째, 신뢰 회복을 위해 산업 내부의 문제를 성찰하고 윤리위원회 설치, 가맹본부 윤리 인증제, 상생조정위원회를 운영해 자정 능력을 강화하겠습니다. 예비 창업자 교육, 서비스업 규제 개선, 다양한 업종의 프랜차이즈 시스템 도입 등을 통해 산업에 대한 사회적 인식을 회복하겠습니다. **둘째,** 정책과 소통을 강화하겠습니다. 협회를 산업 전체의 정책 파트너로 세우고, 정부·정치권과의 네트워크를 구축해 과도한 규제의 문제점을 알리며 합리적 대안을 제시하겠습니다. 산업의 경제적 기여를 국민에게 정확히 알리고, 미디어 대응 체계를 갖춰 프랜차이즈의 상생과 혁신 이미지를 널리 알리겠습니다.

셋째, 상생을 통해 본부·점주·파트너사가 함께 성장하는 구조를 만들겠습니다. 교육 강화, 지역 경제 연계, 농산물 판로 개척, 스타트업과의 협력 등으로 산업의 확장성과 경쟁력을 높이겠습니다.

넷째, 회원 가치 중심의 협회를 구축하겠습니다. 공동구매, IT·법률·세무 지원, 지역 지회 협력 강화, 교육 프로그램 고도화 등을 통해 회원사의 실질적 성장을 돋겠습니다.

다섯째, AI 시대에 맞춰 미래 전략을 강화하겠습니다. 디지털 전환, 자동화·로봇 기술 도입, AI 기반 데이터 활용을 선도하고, K프랜차이즈의 글로벌 진출을 위한 네트워크와 정부 협력을 확대하겠습니다.

여섯째, 협력 네트워크를 강화해 공동 연구, 세미나, 포럼을 활성화하고, 파트너사의 가치를 인정받는 협력 체계를 제도화하겠습니다.

마지막으로, 협회는 특정 집단의 것이 아니라 모두의 협회입니다. 가맹점주 분과 신설, 전체 회원이 참여하는 교류의 장 마련을 통해 화합과 통합의 조직을 만들겠습니다. 신뢰를 기반으로 상생과 혁신을 실천하며, 국민에게 사랑 받고 세계와 경쟁하는 프랜차이즈 산업을 반드시 이루겠습니다.

이 길에 여러분과 함께 하겠습니다. 감사합니다.

나명석 제9대 협회장 공약으로 미리보기... 정책기능 강화, 산업 성장에 방점

공약1 - 산업 성장을 위한 권리단체 역할 강화

협회를 본부 중심이 아닌 본부와 소상공인이 함께 성장하는 산업 플랫폼으로 재정립하겠습니다. 차액가맹금·단체교섭권 등 현안에 대해 반대가 아닌 대안 입법을 제안하고, 자율규제와 공정위 사후 규제를 균형 있게 운영하겠습니다. 프랜차이즈산업진흥법의 실효성 강화를 위해 정치권과 협력하고, 해외 비교 보고서·정책 공청회를 통해 권리단체 역할을 강화하겠습니다.

공약2 - K프랜차이즈 글로벌 진출 지원 강화

글로벌위원회를 확대하고 전문가를 참여시켜 해외 진출 지원을 체계화하겠습니다. 정부 부처·KOTRA와 협력해 정책 자금을 확보하고, 해외 진출 기업의 경험을 정례적으로 공유하겠습니다. 글로벌 아카데미를 통해 법률·세무·현지화 교육을 제공하며, IT스타트업·중소기업·국내 농산물과의 동반 진출도 지원하겠습니다.

공약3 - 윤리위원회 설치와 자율상생조정위원회 운영

윤리위원회를 설치해 윤리 인증제와 CEO 윤리 교육을 제도화하겠습니다. 자율상생조정위원회를 운영해 본부·점주 갈등을 사전 조정하고, 협회를 신뢰받는 분쟁 예방 플랫폼으로 만들겠습니다.

공약4 - 대정부·미디어 위기 대응 강화

국회와 정책 간담회를 통해 규제 중심 인식을 개선하고 산업 백서·해외 비교 보고서를 발간하겠습니다. 인식 개선 캠페인, 위기 대응팀, SNS·유튜브 연계를 강화해 산업의 기여를 적극 알리겠습니다. 또한 회원사의 미디어 대응을 체계적으로 지원하겠습니다.

공약5 - 지방 지회 활동 적극 지원

중앙-지회 공동 교육, 성장 기업 CEO 코칭, 지역 교류 프로그램을 활성화하고 지회의 지속 가능한 성장 기반을 마련하겠습니다.

공약6 - 가맹점주 지원과 상생 강화

가맹점주 분과를 신설해 참여를 보장하고 실무 교육을 강화하겠습니다. 공동구매 플랫폼·금융 브릿지로 비용 부담을 낮추고, 디지털 마케팅 교육과 멘토링으로 자생력을 키우겠습니다.

공약7 - 연1회 1박2일 ‘K프랜차이즈 컨벤션’ 개최

본부·점주·협력사가 함께하는 교류의 장을 마련해 산업화합과 발전의 기반을 만들겠습니다.

공약8 - ‘넥스트 K프랜차이즈 조찬 포럼’

격월 CEO 포럼을 운영해 지식 공유를 확대하고, 글로벌 교류·공동 R&D 등 성장 네트워크를 강화하겠습니다.

공약9 - KFA 상생파트너 활성화

파트너사의 판로·홍보·매칭 프로그램을 지원해 본부·점주·파트너사의 선순환 생태계를 구축하겠습니다.

공약10 - 프랜차이즈 디지털 전환과 AI 혁신 허브 구축

AI·데이터 기반 디지털 전환을 추진하고 조리 자동화·スマ트 기술 확산을 지원하며, 산업을 AI 시대의 혁신 허브로 발전시키겠습니다.



당선 축하 기념촬영 – 정현식 협회장, 나명석 당선인



당선 축하 단체 기념촬영



정현식 한국프랜차이즈산업협회장 인사말



박기영 명예회장, 김용만 명예회장, 나명석 제9대 협회장 당선인



이용재 상임부회장 겸 선거관리위원장



협회장 선거 대의원 투표



협회장 선거 대의원 투표



투표지 개표



나명석 당선인, 정현식 협회장



나명석 당선인 출마의 변



당선증 전달 – 이용재 상임부회장, 나명석 당선인



나명석 당선인 당선소감 발표

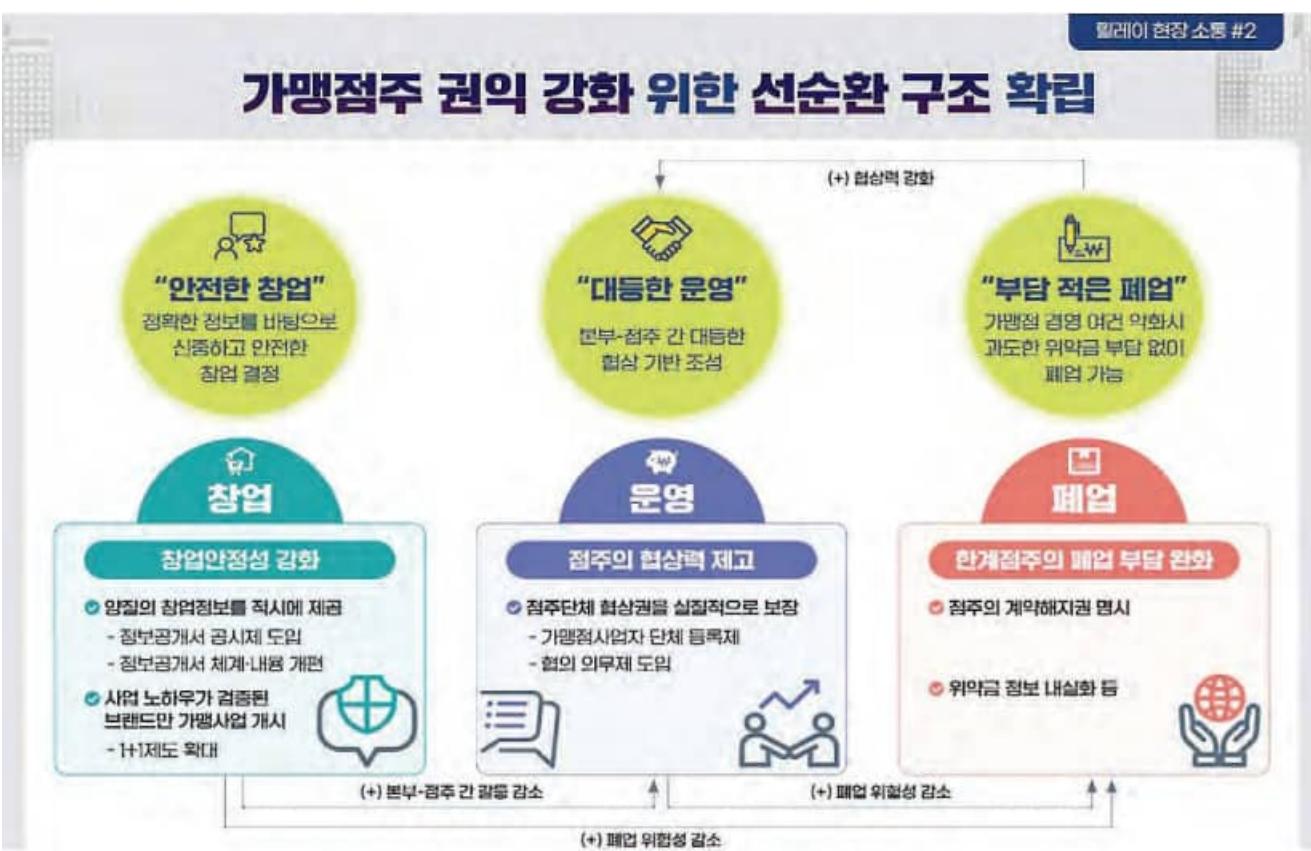


단체협의 의무화·계약해지권 명문화... 업계, 속앓이

공정위원장, '가맹점주 권리강화 종합대책' 발표

WRITE | 이 호 편집국장

공정위가 9월 23일 발표한 '가맹점주 권리 강화 종합 대책'의 핵심은 △가맹점 정보공개서 공시제 전환 △가맹점주단체 단체 등록제 도입 △계약해지권 보장 및 갱신 통지 의무 등이다. 이에 대해 프랜차이즈 업계는 "점주에게만 유리하다"며 반발을 드러냈다. 경영 과정이 원활하지 않을 수 있고, 일부 점주들의 권한 남용으로 오히려 갈등이 더 심화될 수 있다는 지적이다. 단체협의 의무화 및 계약해지권 명문화 등 본사 부담을 키우는 내용이 중심이 된 반면 정작 현장에서 가장 절실하게 요구되는 배달앱 수수료 문제는 빠졌다라는 점에서다.



시킬 수 있는 첫 단추가 될 것"이라고 강조했다.

정보공개서 제도 개편 - 안전한 창업

주병기 위원장이 발표한 이번 대책은 크게 ▲창업 단계에서의 창업 안정성 강화 방안 ▲운영 단계에서의 점주 협상력 제고 및 법집행 강화 방안 ▲폐업(계약 갱신) 단계에서 한계 점주의 폐업 자율성 보장 방안으로 구성됐다.

이번 일정은 자영업 과밀화로 인한 경쟁압력 심화, 비용 상승에 따른 경영여건 악화 등 다중고에 직면한 가맹점주들의 애로사항을 청취하고, 향후 공정위가 추진할 '가맹점주 권리강화 종합대책'에 대한 설명과 함께 가맹 업계의 적극적인 협조를 요청하기 위해 마련됐다.

이번 가맹점 현장 간담회에는 실제 가맹점을 운영하고 있는 점주 5명을 비롯해 전국가맹점주협의회, 한국프랜차이즈산업협회, 대한가맹거래사협회 등 유관단체와 학계 관계자가 참석했다. 주병기 위원장은 "가맹점주는 본부보다 협상력이 약하고, 필요한 정보를 충분히 알기 어려운 구조적 어려움에 처해있다"면서 "이를 시정하는 것이 가맹점주의 권리의 실질적으로 향상

첫째, 가맹점 창업 단계에서는 정보공개서 제도를 전면 개편해 본부-점주 간 정보의 불균형을 근본적으로 시정하고 창업 안정성을 강화할 계획이다. ① 먼저 공정위는 가맹 창업희망자의 의사결정에 가장 중요한 정보원으로 활용되고 있는 정보공개서에 대한 심사 체계를 사전심사(정보공개서 등록제)에서 사후심사(정보공개서 공시제)로 개편해 최신 정보가 제때 제공되도록 할 예정이다.



현행 가맹사업법상 가맹본부는 등록기관의 사전심사를 거친 정보공개서를 창업희망자에게 제공해야 하나, 심사에 상당한 기간이 소요되어 필요한 정보가 적시에 제공되지 못하는 문제가 있었다. 이에 공정위는 사전심사 없이 가맹본부의 책임 하에 신속히 정보공개서를 공시하되, 공시내용을 사후에 꼼꼼히 점검해 허위공시 적발 시 업종 제재하는 '정보공개서 공시제'를 도입한다.

② 또한 창업에 실질적으로 도움이 되는 정보 위주로 정보공개서 내용을 개편하고, 이를 가맹점 생애주기순으로 일목요연하게 배치해 정보공개서의 실효성 및 가독성도 높일 계획이다.

③ 아울러 현재 정보공개서 신규 등록 시에만 부과되는 직영점 운영의무('1+1 제도')를 업종 변경 시까지 확대해 사업 노하우가 없는 가맹본부가 업종 변경을 통해 편법적으로 가맹사업을 개시하는 사례를 원천 차단할 예정이다.

가맹점주 협상력 제고 - 대등한 운영

둘째, 가맹점 운영 단계에서는 가맹점주가 점주단체를 통해 가맹본부와 대등한 관계에서 공정하게 협상할 수 있는 기반을 강화할 계획이다. ① 먼저 '가맹점주단체 등록제' 도입을 추진한다. 현행 가맹사업법은 가맹점주의 단체구성권과 단체협의 요청권을 규정하고 있으나, 그간 가맹본부가 점주단체의 대표성 부족을 이유로 점주단체의 협의 요청을 거부하는 사례가 많았다. 이에 공정위는 일정 요건을 충족하는 점주단체를 공정위에 등록할 수 있도록 해 점주단체에 공적 대표성을 부여하고 체계적으로 관리할 계획이다.

② 또한 점주단체 협의 요청권의 실효성을 높이기 위해 협의에 응하지 않는 가맹본부에 대한 제재(시정명령) 근거를 마련(협의의무화)한다. 다만, 가맹본부에게 과도한 협의부담이 발생하지 않도록 부작용 방지 방안도 함께 도입할 예정이다.

③ 아울러 가맹본부의 불공정관행 근절을 위한 법집행도 강화한다. 가맹점주의 주요 애로를 유발하는 불필요한 품목 구입강제, 부당한 비용전가 등 불공정행위를 집중 감시·제재하고, 지난해 도입된 필수품목 관련 제도개선 사항이 현장에서 제대로 이행되고 있는지 면밀히 점검할 계획이다.

한계 점주의 폐업 자율성 - 부담 적은 폐업

셋째 가맹점 폐업(또는 계약갱신) 단계에서는 경영상 어려움에 처한 한계 가맹점주의 폐업 자율성을 보장하고, 계약갱신을 앞둔 가맹점주가 합리적으로 갱신 여부를 결정할 수 있도록 관련 절차와 제도를 정비할 계획이다.

① 먼저 가맹점주가 과도한 위약금 없이 가맹계약을 중도 해지할 수 있도록 가맹사업법상 계약해지권 명문화를 추진한다. 현행 상법은 가맹점주의 계약해지권을 규정하고 있으나, 규정이 모호하여 실제 활용 가능성이 낮았다. 이에 공정위는 가맹사업법에 구체적 사유·절차 등을 포함한 계약해지권을 규정해 가맹점주가 불가피한 경우 과도한 위약금 부담 없이 계약을 해지할 수 있도록 하되, 계약준수 원칙의 예외인 만큼 업계·전문가 등의 의견을 충분히 수렴하여 해지사유 등은 엄격히 제한할 예정이다.

② 또한 계약갱신·해지 절차상 가맹점주의 피해 방지를 위한 장치도 강화한다. 우선 ▲목시적 가맹계약 갱신 제도로 인해 가맹점주의 의도에 반하여 계약이 갱신되는 사례를 방지하기 위해 가맹본부로 하여금 점주에게 계약갱신 예정 사실을 통지할 의무를 부과한다. 이와 함께 ▲가맹계약 체결 전부터 계약 중도 해지에 따른 위약금 수준을 정확히 알 수 있도록 위약금 관련 정보제공도 내실화한다. 아울러 ▲계약 갱신을 앞둔 가맹점주의 합리적 의사결정을 돋기

위해, 가맹점주의 본부에 대한 정보공개서 원본 열람 요구권 도입도 추진할 계획이다.

한편 이날 현장 간담회에 참석한 가맹점주들은 가맹본부의 일방적인 거래조건 결정과 같은 가맹 업계의 불공정한 거래관행과 배달앱 수수료 문제 등 현재 가맹점주의 경영여건을 악화시키는 여러 요인들에 대한 공정위의 적극적 역할이 필요하다고 건의했다.

업계, 의견 일부 반영은 불행 중 다행

공정위의 이같은 종합대책 발표와 관련해 프랜차이즈 업계의 속내는 복잡하다. 박호진 한국프랜차이즈산업협회 사무총장이 간담회에 달려가 “가맹점주단체의 협상력을 제고하기 위한 제도 개편 방안의 취지에 공감한다”면서도, “업계의 부작용 우려를 고려하여 가맹본부·점주 모두가 상생할 수 있는 합리적인 방향으로 제도 개선안이 마련되길 기대한다”고 견의할 정도다.

업계에서 우려하는 항목들은 단체협의 의무화와 계약해지권 명문화 조항이다. 단체협의 의무화 조항은 가맹점주단체가 협의를 요청할 경우 본사가 반드시 응해야 하고 응하지 않을 경우 제재가 가능하게 한 내용이다. 업계는 복수 단체 난립, 협상 부담 가중 등의 부작용을 우려하며 신중한 접근이 필요하다고 보고 있다.

‘계약해지권 명문화’에 대해서도 업계 반발은 크다. 현행 상법상 해지권을 구체화해 가맹점주가 불가피한 상황에서 위약금 없이 계약을 해지할 수 있도록 한 조치이지만 결국 본사가 모든 리스크를 떠안을 수 있다는 이유에서다.

그나마 불행 중 다행은 일부 업계 의견이 반영됐다는 거다. 대표적인 것이 단체협의권의 남용 방지를 위해 단체별 협의 요청 횟수를 제한하거나 복수 점주단체와의 일괄 협의절차를 마련하는 등의 내용이다. 또 정당한 사유가 있을 경우 프랜차이즈 본사가 협의를 거부할 수 있도록 한 조항도 마찬가지다.

한국프랜차이즈산업협회 관계자는 “프랜차이즈 산업은 많은 순기능으로 국가경제와 서민경제에 기여하고 있으나, 최근 경영환경이 지속적으로 악화되고 있다”며 “대책에 포함된 단체 협의권의 경우, 협의 절차 등 일부 부작용이 우려되는 부분이 있어 업계가 지속적으로 보완을 요청해 왔던 만큼 향후 균형잡힌 정책으로 만들어 주길 바란다”고 말했다. **KEN**



“지속성장 전략 모색”…2025 프랜차이즈 미래혁신 포럼 개최

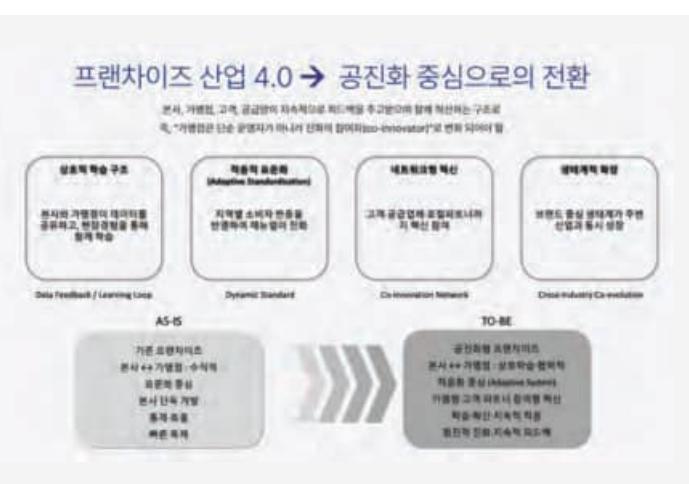
한국유통물류정책학회 주최, “프랜차이즈 4.0시대, 공진화형 모델 전환 필요”

WRITE | 이호 편집국장

국내 프랜차이즈 산업이 당면한 위기를 극복하려면 상생을 넘어 '공진화(共進化, 서로 밀접한 관계를 갖는 집단들이 상호작용하며 함께 발전하는 것)'해야 한다는 제언이 나왔다. 본사, 가맹점, 고객, 공급망이 지속적으로 피드백을 주고받으며, 함께 혁신하는 구조로 '가맹점은 단순 운영자가 아니라 진화의 참여자'로 변화되어야 한다는 얘기다.

이같은 주장은 한국유통물류정책학회가 주관해 10월 22일 열린 '2025 프랜차이즈 미래혁신 포럼'에서 나왔다. 이번 포럼은 프랜차이즈 산업이 직면한 변화 속에서 지속 가능한 혁신 방향을 모색하고, 산업의 미래 발전 전략을 논의하기 위해 마련됐다.

이날 포럼에서 장명균 호서대학교 경영학부 교수는 '새로운 프런티어: K-프랜차이즈 혁신'이라는 주제발제를 통해 "국내 프랜차이즈 산업이 위기를 극복하고 한 단계 더 도약하려면 '4.0 모델'로 진화해야 한다"고 강조했다.



장 교수는 시기별로 프랜차이즈 산업 모델을 분류했다. 본사 매뉴얼 중심 운영이 골자인 1.0 모델(1960~1980년대), 지역별 차별화가 특징인 2.0 모델(1990년대~2000년대), 스마트폰 보급 등으로 디지털화된 3.0 모델(2010~2020년), 마지막으로 인텔리전스(지식)와 커버전스(융합)가 결합된 4.0 모델(2020년대~현재)이 있다. 4.0 모델은 ▲표준화 중심의 효율형 산업 ▲지역맞춤·브랜드 차별화 확산 ▲데이터·플랫폼 기반 경영 ▲지능화·융합형 공진화 생태계 등을 핵심으로 제시했다.

오세조 연세대 경영대학 명예교수도 '신뢰를 기반으로 한 한국의 프랜차이즈' 발제를 통해 "프랜차이즈 본사의 갑 행사가 여전하고, 정보의 불균형과 공정성 문제, 차액부담금, 배달앱 수수료 문제 등 한국의 프랜차이즈가 최근에 겪고 있는 문제"라고 지적했다. 이어 지속적 성장을 위해서는 갑을 관계가 아닌 지속적 파트너십 관계로의 획기적 사업방식 전환이 필요하다고 역설했다.

아울러 AI&디지털 기반의 창의적 융합혁신 마케팅과 유통 시스템 역량 강화와 K-컬처, 교육, 엔터테인먼트, e스포츠 등 다양한 분야와의 융합 혁신 사업모델 개발을 통한 글로벌 활용을 강화해야 한다고 당부했다.

이날 포럼에서는 또 주제 발표 이후 '프랜차이즈 혁신을 위한 과제'라는 주제를 놓고 ▲김상덕 경남대학교 경영대학 교수 ▲이상호 리엔승법률사무소 변호사 ▲강지영 (주)로보아르테 대표 ▲이경희 (주)리드스비전 대표 ▲박규태 (주)내일사장 대표이사 ▲임재원 (주)고피자 대표 등이 열띤 토론을 벌였다.

김상덕 교수는 "산업 전반이 인공지능(AI)이라는 새로운 패러다임을 적극적으로 받아들이고, 정책적·제도적 차원에서 뒷받침할 때"라며 "정부의 제도적 뒷받침, 산업 단체의 표준화, 본부의 상생 전략, 점주의 역량 강화가 조화를 이룰 때 현실이 된다"고 전했다. 이경희 대표는 "프랜차이즈=본사 중심의 산업이라는 기존 인식을 넘어 프랜차이즈=소상공인 상생 플랫폼이라는 새로운 관점에서 산업을 바라봐야 한다"고 주장했다. 박규태 대표는 "프랜차이즈 산업의 경쟁력은 규모가 아니라 데이터의 투명성과 리스크 관리 역량에 달려 있다"라며 "매장을 늘리는 것이 아니라 생존율을 높이는 시대이며, AI와 데이터는 그 전환의 중심에 있다"고 말했다. **KEN**



김명규 쿠팡이츠 대표(왼쪽)와 김범석 우아한형제들 대표(오른쪽)이 질의에 답하고 있다.

‘배달앱 갑질 성토’… 2025년 정무위 공정위 국정감사 어땠나

수수료 인상, 자사 우대, 할인강제 등 잇단 지적에 규제 필요성 공감대

WRITE | 이 흐 편집국장

2025년 국회 정무위원회 공정거래위원회 국정감사가 지난 10월 14일과 28일(종합감사) 열린 가운데, 배달앱 수수료 등으로 외식업계와 갈등을 빚고 있는 배달의민족과 쿠팡이츠에 대한 성토가 쏟아졌다. 의원들은 주병기 공정거래위원장에게 대책을 촉구하고, 증인으로 출석한 김범석 우아한형제들 대표, 김명규 쿠팡이츠 대표에게는 자영업자에 대한 과도한 배달 중개 수수료를 부과하고 있다는 점을 비판했다.

이강일 더불어민주당 의원은 “한 그릇, 1인분 서비스 등을 통해 겉으로는 소비자 할인 혜택을 내세우고 있지만, 실제

로는 자영업자에게 20% 이상의 할인률을 강제하며 부담을 떠넘기고 있다”며 “쿠팡이츠는 배달 중개 수수료를 메뉴 가



주병기 공정거래위원장이 정무위 국정감사에서 질의에 답변하고 있다.

격 할인 전 금액으로부터 적용하는 기만적인 행위를 일삼고 있고, 그 피해는 소상공인, 자영업자, 소비자들에게 전가되고 있다”고 말했다.

김남근 더불어민주당 의원은 김범석 배민 대표에게 과도한 수수료를 수취한 부분은 철회돼야 한다고 요구하고, 주 위원장에게 온라인 플랫폼법 제정을 빠르게 추진해 줄 것을 주문했다. 한창민 사회민주당 의원도 주 위원장에게 배달앱의 우월적 지위 남용을 막는 공정한 약관수정을 요청했다.

김성원 국민의힘 의원은 주병기 위원장에게 중개 수수료 인하, 산정기준 공개, 광고비 인상 제한 가이드, 정기조사 공표 등에 대한 요구가 높다는 자체 조사 결과를 전하고, 배민과 쿠팡이츠에 대한 조사가 늦어지는 점을 질타했다.

이와 같은 지적에 대해 김범석 우아한형제들 대표는 “사안을 심각하게 받아들이고 있다”고 답했고, 김명규 쿠팡이츠 대표는 “명확한 사실 확인 후 재발되지 않도록 조치하겠다”고 설명했다. 주병기 위원장은 빠르게 조사를 진행하고 대책을 마련하고 있다고 답했다.

한편, 올해 국정감사에서는 가맹사업과 관련된 질의도 이어졌다.

허영 더불어 민주당 의원은 “전체 가맹본부 공급매출 중 차액가맹금 비중이 51.4%에 달하며, 범원에서 이를 부당이득으로 판결하고 있다”면서 “공정위가 로열티 방식 전환 시 인센티브를 제공하는데, 차액가맹금 방식에 대한 폐널티를 강화하고 직권조사를 더 주기적으로 해야 한다”고 말했다. 주 위원장은 “차액가맹금이 과중한 것은 사실로 보이며, 부당이득 관련 위법성 판단할 부분이 있는지 모니터링, 직권조사 등을 통해 살펴보겠다”고 답했다.

또 허 의원은 “10개 저가 커피 브랜드들의 실적은 크게 증가했는데 가맹점 수익은 소폭 상승하는 데 그치고 폐점도 많다”면서 “2014년 자율규약 등을 적극 권장해 제 살 깍기 경쟁을 막아달라”고 주문했다.

이강일 의원도 유사한 문제에 대해 정보공개서를 더욱 투명하게 공개하고 확대하며, 예상매출 보호장치가 필요하다고 말했다.

이밖에 김남근 의원은 “가맹사업법 상 가맹본부의 요건에 통제라는 용어가 있어 본사가 가맹점을 통제 대상으로 보고 필수품목을 과다하게 강요한다”면서 “영업방침 관리 정도로 완화할 필요가 있다”고 말했다. **KFN**



“인기 창업 트렌드 총망라” 제59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 성료

9.25.(목)~27.(토) 3일간 코엑스 C·D홀 개최…350개 브랜드 600개 부스 국내 최대 규모

전문 창업 정보, 교육·세미나와 지원 프로그램, 이벤트까지 풍성한 구성으로 유익한 기회 제공

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 주최하고 코엑스(사장 조상현), RX Korea(리드엑 시비션스코리아·대표 손주범)가 공동 주관하는 국내 최대 창업 박람회 '2025 하반기 제59회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'가 9월 25~27일 성대하게 개최됐다. 서울 삼성동 코엑스 C·D홀 전관에서 개최된 이번 박람회는

350여개 브랜드가 600여개 규모의 부스를 꾸려 창업 희망자들을 만났다. 올해 하반기 민생회복 소비쿠폰, 상생페이백, 공공배달앱 활성화 등으로 소비 심리가 회복되면서 개막부터 많은 참관객들이 프랜차이즈 창업 상담을 받기 위해 분주한 모습을 보였다. 개막식에서 박효순 한국프랜차이즈산업협회 수석부회장은



박람회 개막식 테이프 커팅식

“국내 프랜차이즈 산업은 고용창출과 자영업 생태계 안정 등 많은 순기능으로 국가경제와 서민경제에 기여하고 있다”면서 “이번 박람회가 가맹본부 및 파트너사의 성장과 창업 희망자들의 안정적인 창업의 마중물이 되기를 바란다”고 말했다.

이번 박람회는 다양한 업종에서 대형·유명 브랜드와 신진·유망 브랜드가 상담 부스를 꾸리고, 가을 박람회 처음으로 C·D홀 전관에서 개최해 창업 희망자들의 선택권을 크게 넓혔다. 정보공개서 등록 업체만 참가할 수 있는 <C홀 창업관>에서는 롯데리아·엔제리너스 운영사 롯데GRS의 신규 브랜드인 일본 라멘 전문점 ‘무쿄쿠’와 브루잉 커피 전문 ‘스탠브루’를 비롯, ▲자담치킨 ▲프랭크버거 ▲텐퍼센트커피 ▲얌샘김밥 ▲옥된장 ▲탕화쿵푸 ▲레코드피자 ▲한우88도매장 ▲원활 머니보쌈족발/박가부대 ▲기영이숯불두마리치킨 ▲한마음 정육식당 ▲탐나종합어시장 ▲인쌩맥주 ▲보배반점 ▲불막 열삼 ▲육회바른연이 ▲빵아빵아 등 유명 외식브랜드들이 창업 희망자들과 만났다.

▲세븐스타코인노래연습장 ▲더풋샵 ▲책나무 ▲대한표준 금거래소 ▲월드크리닝 ▲장수돌침대 ▲리맥스코리아 ▲OX PC ▲대교뉴이프 ▲짱탁구장 등 도소매·서비스 브랜드들도 다양한 창업 모델과 혜택을 내세우며 대거 참여해 상담 부스에 참관객들의 발길이 이어졌다.

매장 운영의 퀄리티를 높여줄 필수 파트너사를 한 곳에서 만날 수 있는 <D홀 산업전>에도 ▲디포인덕션(주방설비) ▲우녹스코리아(주방설비) ▲태종에프디(식자재유통) ▲킹오더 브라더스(결제) ▲이지포스(결제) ▲아르푸가구(인테리어)

▲가현세무법인(세무) ▲오토기어드(자동화설비) ▲오진양 행(주방설비) ▲패스트오더(결제) 등이 눈길을 끌었다.

IFS 박람회만의 전문성 높은 세미나도 한층 업그레이드돼 더욱 유익한 정보를 제공했다. 세미나는 D홀 세미나장에서 ▲ 해외 브랜드 유치 ▲가맹사업법 동향 및 대응 ▲홍콩 F&B 현황 및 진출 전략(홍콩투자청) ▲AI 활용 프랜차이즈 커뮤니케이션 ▲AI 활용 로컬 마케팅 ▲매장 문화 혁신 ▲본사·가맹점 절세방법 ▲2026년 창업 트렌드의 구성으로 진행됐다.

참관객들이 희망 업종을 손쉽게 찾을 수 있도록 다양한 테마별 특별관들을 배치하여 독특함과 신선향도 더했다.

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

<SBA 서울경제진흥원 단체관>에는 SBA가 직접 육성을 지원, 차세대 유망주로 선정된 10개 브랜드들이 참여했고, <정책 홍보관>은 한국공정거래조정원, 소상공인시장진흥공단, 한국지식재산보호원, KOTRA 등 올바른 창업을 지원하는 주요 유관 공공기관들을 총망라했다.

한편 협회는 ‘2026 상반기 제60회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회’를 내년 4월 2일(목)~4일(토) 서울 코엑스 C·D홀에서 3일간 개최할 예정이다. **KFN**



박람회 개막식 박효순 협회 수석부회장 개회사



박람회 개막식 손주범 RX Korea 대표이사 축사



내외빈 전시장 순시



내외빈 전시장 순시



전시장 내 참관객들 창업 상담



창업 상담을 받고 있는 참관객들



전문가 컨설팅존



전시장 전경



전시장 도면을 확인하고 있는 참관객들



비즈매칭 라운지 가맹본부-파트너사 상담



대만 해외 단체관



조리로봇을 참관하고 있는 참관객들



유망 브랜드 라이징 스타관



박람회 무료 세미나



한국프랜차이즈산업협회 포럼과 연계 진행된 4주차 교육 참석자들 단체사진

제16기 KFCEO 원우들 글로벌 프랜차이즈 리더로 거듭나

55명 원우들 포럼 기업탐방 등 역량 강화 및 인적 네트워크 형성

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)와 부자비즈(소장 이경희 KFCEO 주임교수)와 주최·주관하고, 산업통상자원부(장관 김정관)가 후원하는 협회 공식 <제16기 KFCEO(K-Franchise CEO) 교육과정>이 지난 9월 개강 이후 전문적이고 생생한 강연과 알찬 프로그램으로 원우들의 역량을 한껏 높이고 있다.

◇4~6주차

4주차 교육은 9월 22일 서울 서초구 aT센터에서 전화성 씨엔티테크 대표의 <투자자의 생각을 읽어라>, 이경희 주임교수의 <프랜차이즈 콘텐츠 경영전략> 강연이 진행됐다.

5주차 교육은 9월 29일 aT센터에서 김은조 블루리본 편집장이 <블루리본 평가의 핵심>을, 정경문 땅스부대찌개 대표가

<전문화와 블루오션으로 성공 브랜드를 만든다>를 강의했다.

6주차 교육은 명절연휴를 보낸 후 10월 13일 aT센터에서 한국프랜차이즈산업협회 포럼과 연계하여 진행됐다. 김상훈 서울대 교수가 <Z세대 트렌드>에 대해, 이경일 솔트룩스 대표가 <AI, 세상을 삼킨다>에 대해 강의하고 질의응답을 통해 소통하며 많은 원우들에게 영감을 제공했다.



10주차 한솔 기업탐방

◇7~9주차

7주차 교육은 10월 20일 aT센터에서 이세진 아나운서가 <스피치로 브랜딩하라>, 이경희 주임교수가 <AI 시대의 프랜차이즈 경영키워드>를 강의했다.

8주차 교육은 10월 27일 aT센터에서 홍성태 한양대 교수가 <브랜드 전략과 프랜차이즈>에 대해, 서동범 타카그룹 대표가 <기업설계>에 대해 강연을 진행했다.

9주차 교육은 11월 3일 aT센터에서 김재욱 한국프랜차이즈 학회장(고려대 교수)가 <프랜차이즈 산업의 B2B 전략>, 이경희 주임교수가 <프랜차이즈 브랜딩 워크샵>을 강의했다.

◇10~12주차

10주차 교육은 11월 10일 서울 강남구 청담동에 위치한 국민장수 프랜차이즈 한솔 본사를 찾아 창업주 이영덕 회장의 명강연과 한솔의 노하우를 배우는 기업탐방을 진행했다.

11주차 교육은 11월 17일 aT센터에서 박형희 월간식당 대표의 <글로벌 외식산업의 동향과 프랜차이즈 기업의 성공전략>, 이권호 일품양평 대표의 <한식 프랜차이즈 비즈니스 모델과 성장전략> 강의가 진행됐다.

12주차 교육은 11월 24일 aT센터에서 박호진 협회 사무총장의 <치킨전쟁>, 정민섭 미도인 대표의 <미식 브랜드의 배달 전략>, 염혜단 대표의 <신제품 마케팅 전략>이 이어졌다. 또 프랜차이즈 업계를 대표하는 협회 사무국을 찾아 활동 내용을 소개받고 상호 교류하는 시간도 진행됐다. **KFN**



2025년 하반기 WFC APFC 자카르타 총회 참가 대표단 단체사진

'점주단체 협의요청권' 가맹사업법 개정안 연내 본회의 통과 가능성

10월 상임위 숙려기간 도과로 법사위 자동회부…여당 통과 강행 시도하기도

WRITE | 김동하 기자

가맹점주단체 등록제를 도입하고 등록 단체가 가맹본부에 협의를 요청할 경우 가맹본부가 협의 개시에 응해야 하는 가맹사업법 개정안이 지난 10월 14일 국회 법제사법위원회에 자동 회부됐다.

본 개정안은 지난 4월 국회 본회의에서 신속처리안건(패스트트랙)으로 지정돼 정무위원회에서 180일 간의 숙려기간을 겪었다. 국회법에 따르면 패스트트랙 지정 법안은 상임위(180일), 법사위(90일), 본회의(60일)에서 각각 숙려기간 내 처리되지 않을 경우 자동으로 다음 절차로 넘어가게 된다.

야당이 위원장인 정무위 심의단계에서는 숙려기간을 다 채웠지만 여당이 위원장인 법사위에서는 빠른 통과가 접두지고 있다. 개정안이 여당이 주도하여 패스트트랙으로 지정한 법

안인 만큼 빠른 처리 의지를 드러내고 있어서다. 실제 여당은 상임위 숙려기간 종료 직후 10월 26일 본회의에서 바로 개정안을 통과시키겠다고 밝히기도 했다. 법사위 심의를 빠르게 진행하고 바로 본회의에 상정해 투표에 부친다는 계획이었다. 비록 비정점법안의 빠른 처리를 위해 생점법안 처리를 추후로 미루기로 했지만 11월 본회의에도 통과 가능성이 언급되는 등 언제든 통과가 가능하다는 것이 중론이다.

협회는 개정안이 복수단체 난립 등 부작용에 대한 업계의 우려를 지속적으로 알리는 한편, 가맹점주 권리보호 대책을 통해 보완 조항을 추진키로 한 공정위와도 협의를 지속한다는 방침이다. **KFN**

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식)가 인도네시아 자카르타에서 열린 '2025 하반기 WFC·APFC 정기 총회'에 참석, 'K-프랜차이즈'의 위상을 높이고 글로벌 프랜차이즈 업계의 교류에 동참했다.

협회는 10월 30일부터 11월 2일(현지 기준) 인도네시아 자카르타 '인도네시아 컨벤션 전시장'(Indonesia Convention Exhibition(ICE))에서 3일간 개최된 이번 총회에 나명석 제9대 협회장 당선인과 박호진 사무총장이 참석해 공식 및 부대 일정전체를 소화했다. 총회를 주최한 인도네시아 프랜차이즈 협회(AFI)를 비롯, 세계 30여개 국가 80여명의 각국 대표단들이 참여해 글로벌 프랜차이즈 업계의 변화와 발전방향을 논의하고 상호 교류하는 뜻깊은 시간을 가졌다.

한편 1994년 설립된 WFC는 미국, 영국, 프랑스, 중국, 인도, 멕시코, 호주 등 전세계 48개 국가·지역 프랜차이즈 협회를, APFC는 2005년 설립 후 일본, 중국, 필리핀, 말레이시아, 인



총회에 참석한 박호진 협회 사무총장과 나명석 제9대 협회장 당선인 도네시아 등 아시아·태평양 지역 16개국을 회원국으로 두고 있다.

WFC 총회는 연 2회, APFC 총회는 WFC 총회와 함께 연 1회 개최된다. 협회는 2007년 APFC, 2008년 WFC 정회원 가입 이후 매년 협회장 및 수석부회장이 총회에 참석해 'K-프랜차이즈' 위상 제고에 기여해 왔다. 내년에는 대만에서 WFC·APFC 총회가 열릴 예정이다. **KFN**



2025년 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회를 기념하는 단체사진

2025 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회 개최 회원 간 화합의 장 열려

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 2025년 한 해 협회에 성원을 보내 준 모든 회원들이 함께 하 는 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회를 개 최했다.

이번 골프대회는 정현식 협회장 임기 마지막 해를 맞아 1박 2일로 성대히 진행됐다. 경기도 포천시 티클라우드 C.C.에 서 열린 골프대회에는 총 40여개 팀이 참여해 화합과 친목 을 다졌다.

정현식 협회장은 개회사에서 “그간 코로나19와 소비침체, 고물가 등 많은 어려움 속에서도 산업의 위기 극복을 선도 해 주신 회원 여러분들께 진심으로 감사드린다”면서 “오늘 대회를 계기로 더욱 하나로 단결하여, 앞으로도 험난한 길 이 예상되는 우리 산업의 발전에 많은 힘이 되어 주시기를 당부드린다”고 말했다.

이후 강원도 철원군 (주)그래미(회장 남종현) 연수원에서는

모든 회원사 및 산업인들이 회포를 풀고 친교를 나누는 만찬 행사가 성대히 이어졌다. 남종현 회장은 식사와 함께 흥을 돋 구는 성대한 공연을 제공, 만찬행사의 품격과 만족도를 한층 높여 참석자들로부터 한 마음 한 뜻으로 감사의 뜻을 전달받 기도 했다.

참가자들은 대회를 통해 심신을 단련하고 친목을 다지며 협 회와 업계가 단합하는 시간을 가졌다. 특히, 자선 골프대회를 위해 저마다 기꺼이 후원금을 쾌척하며 사회적 약자 지원에 동참했다.

한편 이번 대회에는 면길에도 불구하고 정현식 협회장, 나명 석 제9대 협회장 당선인을 비롯한 협회 회원들과 자문 및 고문, KFCEO 및 연대FCEO 동문, 부산울산경남지회(지회장 오몽석), 대구경북지회(지회장 김병철), 광주전남지회(지회장 김태훈), 전북지회(지회장 정광현) 등 전국 지회 회원 등 총 200여명이 참가했다. **KFN**



Special Report 2025 한국프랜차이즈산업협회장배 골프대회



만찬 행사에서 진행된 제8대 본과위원장단 감사패 수여식 기념촬영



만찬 단체사진



지난 9월부터 미국 뉴욕 타임스퀘어에 BBQ치킨 광고가 송출되고 있다.

산업부, 프랜차이즈 해외진출 지원 나선다

가맹본부 해외진출 촉진 정책방안 연구 용역… 범부처 지원 육성안 모색

WRITE | 김동하 기자

산업통상부가 프랜차이즈 가맹본부의 해외시장 진출을 뒷받침하기 위한 준비에 나선다. 가맹사업 업종별 특성을 파악한 뒤 해외 진출에 필요한 표준모델을 마련한 뒤 범부처 지원 방안을 모색한다는 계획이다.

그동안 개별 브랜드가 단독으로 해외 진출을 시도했다면, 이제는 정부가 표준모델을 만들어 체계적으로 지원한다. 이번 정책은 단순한 행정 지원이 아니라 산업 경쟁력 강화의 핵심 전략으로 추진된다.

산업부에 따르면 최근 프랜차이즈 산업은 전반적으로 둔화되고 있다. 고물가·고금리로 소비가 줄고, 창업 환경도 악화됐다. 특히 지난해 프랜차이즈 브랜드 수는 1만2429개에서 1만2377개로 줄며 통계 작성 이후 처음으로 감소했다. 이런 상황에서 정부의 지원책이 새로운 활로가 될지 주목된다.

악화됐다. 특히 지난해 프랜차이즈 브랜드 수는 1만2429개에서 1만2377개로 줄며 통계 작성 이후 처음으로 감소했다. 이런 상황에서 정부의 지원책이 새로운 활로가 될지 주목된다.

업계 등에 따르면 산업부는 '국내 가맹본부 해외진출 촉진 정책방안' 연구용역을 발주하며 본격적인 조사에 착수했다. 이 사업은 5년마다 수립되는 '가맹사업 진흥 기본계획'의 연장선에 있다. 지난 2021년 발표된 3차 가맹사업 진흥 기본계획을 수립 당시에는 가맹본부의 해외시장 진출이 둔화되는 상황과 관련해 가맹상표 선점·특허권 분쟁 등 해외시장 진출 애로 사항 해소에 중점을 뒀다.

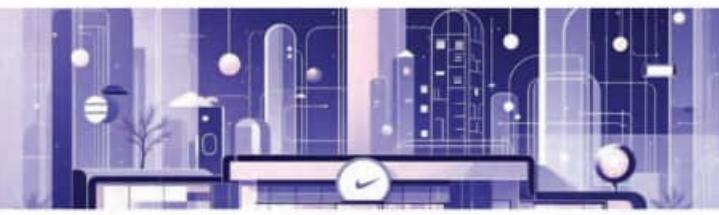
산업부는 이번 연구를 통해 가맹본부별 해외진출 현황을 파악한 뒤, 고려사항과 성장요인을 파악해 해외진출 표준모델을 도출한다. 업종별 선도기업의 영업현황과 모범사례를 분석해 지역별·업종별·진출단계별 특성에 적합한 모델을 만든다는 계획이다. 이후 부처별 육성 및 지원 정책을 종합해 범부처 협력 지원안을 마련하고 신규 유망업종 육성이나 경쟁 심화로 역동성이 떨어진 업종에 활력을 불어넣을 생활서비스 방향을 설정한다.

구체적으로 이번 연구는 외식·서비스·도소매 등 44개 업종을 대상으로 진행된다. 산업부는 최근 5년간의 사업실적, 성장률, 수익률을 종합 분석해 각 업종의 경쟁력과 특성을 정량적으로 비교할 예정이다. 이 데이터를 기반으로 업종별 특성을 파악하고 선도기업의 모범사례 분석을 통해 성장요인을 도출한다. 아울러 국내 프랜차이즈 산업의 현주소를 정확히 진단할 예정이다.

해외진출 현황조사는 설문조사, 홈페이지·관계기관의 데이터베이스(DB) 등을 통해 활용한다. 이를 바탕으로 업종 상위 브랜드의 진출 국가 등 해외 진출 현황과 어느 시장에 기회가 있는지 등을 세밀하게 파악한다. 아울러 신규진출 및 글로벌 시장 확장 가능성도 분석한다. 이후 성공 요인·실패 사례 분석을 통해 업종별·지역별·진출단계별로 적합한 해외진출 유형을 발굴한다는 계획이다.

해외진출뿐 아니라 국내 가맹사업 진흥을 위한 지원책도 모색한다. 신규

산업부에 따르면 최근 프랜차이즈 산업은 전반적으로 둔화되고 있다. 고물가·고금리로 소비가 줄고, 창업 환경도 악화됐다. 특히 지난해 프랜차이즈 브랜드 수는 1만2429개에서 1만2377개로 줄며 통계 작성 이후 처음으로 감소했다. 이런 상황에서 정부의 지원책이 새로운 활로가 될지 주목된다.



44개 업종 전면 분석

외식업

성장을 수익률 집중 분석

서비스업

경쟁력 지표 비교

도소매업

최근 5년 추이 파악

각 산업의 강점과 약점을 데이터 기반으로 정밀 분석

수요가 발생하는 유망 업종을 발굴·육성하고 전문인력·글로벌 브랜드 육성 등 지속 가능한 성장기반 확충 방안을 연구한다. 또 서비스 트렌드 변화와 경쟁심화 등으로 역동성이 떨어지고 있는 가맹사업에 활력을 불어넣을 생활 서비스 방향성도 설정한다. 더불어 관계 부처별 가맹사업 육성정책과 지원사업 현황도 조사한다.

부처별 역할을 분담해 중복을 줄이고, 중소 가맹본부도 행정·재정적 지원을 받을 수 있도록 제도적 기반을 마련할 계획이다. 이는 단일 부처가 아닌 범부처 차원의 추진이라는 점에서 그 의미가 크다. 이를 통해 중소 가맹본부도 글로벌 시장 진출에 필요한 행정·재정적 지원을 받을 수 있도록 제도적 기반을 강화할 예정이다.

산업부 관계자는 "연구용역을 통해 실효성이 있는 가맹사업 고부가가치 산업화 방안을 모색하고 해외 진출을 돋기 위한 범부처 육성·지원 방안을 모색하겠다"고 밝혔다. **KFN**



한국프랜차이즈協, 올해 가맹본부 재직자 무료교육 목표 초과달성 '유종의 미'

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회가 운영하는 ‘국가인적자원개발컨소시엄’ 프랜차이즈 분야 재직자 직무교육 과정(이하 컨소시엄 과정)이 목표치를 초과 달성하며 올해 교육일정을 성공적으로 마무리했다.

올해 컨소시엄 과정은 15개 과정, 32회차를 통해 총 777명의 수료생을 배출, 2015년 첫 운영 이후 가장 높은 140%의 목표 달성을 기록했다. 이는 협회가 요구조사, 수료조사 등으로 현장의 교육 수요를 적극 파악하고, 실무에 즉시 활용 가능한 교육을 꾸준히 개발해 만족도를 높인 결과다.

특히 중소기업 가맹본부 재직자라면 누구나 무료로 수강할 수 있어 재직자와 기업 모두에 높은 호응을 얻고 있다. 실제 재직자들은 가맹사업 운영관리, 매장경영, 마케팅 등 실무 중심의 전문 역량을 강화하고, 기업은 인적자원 개발비를 절감하면서 전문인력을 확보할 수 있다. 중소기업이 많은 프랜차이즈 산업의 역량 강화를 효과적으로 지원한다는 평가다.

내년에도 산업 변화에 대응하기 위한 교육 고도화가 추진된다. 협회는 협약기업과 수료생을 대상으로 한 요구조사 결과를 반영해 총 18개 과정, 34회차 규모의 맞춤형 교육을 새롭게 설계했다.

4차 산업 핵심기술인 인공지능(AI) 접목 과정을 도입하는 등 정부가 중점적으로 추진 중인 산업의 디지털 전환과 스마트 경영 역량 강화를 목표로 한다.

협회 교육팀은 “올해의 성과는 현장 중심의 수료조사와 실무에 즉시 적용 가능한 커리큘럼 덕분”이라며 “내년에는 AI 등 신기술 기반의 훈련과정을 통해 프랜차이즈 산업이 한 단계 더 성장할 수 있도록 지원하겠다”고 밝혔다.

한편 협회는 올해 8월 ▲정부 각 부처의 중장기 육성계획과 업무계획, 산업인력현황 조사분석보고서 등 다양한 산업자료를 기반으로 한 문헌조사 ▲협약기업 대상 설문조사 ▲방문인터뷰 등을 통해 차년도 필요 교육에 대한 의견을 도출하고, 산업 전문가의 자문을 거쳐 완성도 높은 요구조사를 완



료한 바 있다. 아울러 9월 수료조사를 통해 협약기업들의 상세한 교육수요를 파악하고 수준높은 맞춤형 교육을 제공했다는 평가를 받고 있다.

협회는 대기업에 비해 상대적으로 직업능력개발이 어려운 중소기업 근로자의 역량개발을 위한 ‘국가인적자원개발컨소시엄’ 사업을 2015년부터 운영하고 있으며, 매년 연평균 700여 명의 수료생을 배출하고 있다. 올해에도 15개 과정 31회차 교육을 제공하고 있으며, 이미 연간 목표를 초과 달성하는 등 많은 중소 가맹본부 및 재직자들의 참여 열기가 높다.

교육을 희망하는 기업 및 재직자는 교육원 홈페이지를 통해 간단하게 협약체결을 한 후 원하는 교육을 신청할 수 있다. 협약 신청은 협회 교육원 홈페이지 또는 포털 ‘프랜차이즈 재직자 교육’ 검색을 통해 가능하다. 비용은 전액 무료이고, 중소기업 재직자 및 고용보험가입자만 수강 자격이 있다. 자세한 사항 및 문의는 협회 교육팀(mykim@ikfa.or.kr, 02-3471-8135~8 내선 2)으로 문의하면 된다. **KFN**

땡겨요 약진에 배민·쿠팡 한그릇배달 연장까지

WRITE | 이호국장



신한은행 '땡겨요'가 월 매출 1000억원을 돌파하며 사업 시작 후 최대 실적을 달성했다. 신한은행에 따르면 10월 한 달간 땡겨요 매출액이 1400억원을 기록했다. 월 최초 1000억원 매출 돌파다.

땡겨요는 고객 수와 매출액, 가맹점 모두 급증하며 사업 시작 후 사상 최대 실적을 달성했다. 10월 말 기준 '땡겨요' 고객 수는 771만8853명이다. 이는 지난 9월 약 650만명에서 한 달 사이 120만명 가량 늘어난 수치다. 가맹점 수도 한 달 새 1만여개가 증가한 28만1706곳으로 늘어났다. 올해 누적 주문 금액 역시 4833억원을 기록하며 신규 고객 유입과 거래 규모 성장이 이어지고 있다.

이에 서울시도 11월 6일 공공배달앱 연합인 '서울배달+땡겨요'의 지난달 기준 시장 점유율이 7.5%로 집계됐다고 발표했다. 지난 2월(2.58%)에 비해 3배 가까이 늘어난 수치다. 공공배달앱 지원 주무부처인 농림축산식품부도 점유율 상승세를 강조하고 있다.

하지만 정부 지원에 따른 착시효과라는 일부 지적도 나온다. 농식품부는 지난 6월 2차 추가경정예산으로 공공배달 앱 지원을 위한 650억원어치 소비쿠폰을 발행했다. 공공배달앱에서 2만원 이상 결제 시 5000원을 할인해주는 등의 방식이다.

이에 땡겨요의 월간 활성 이용자수(MAU)는 지난 5월 144만명 수준에서 쿠폰 발행 이후인 지난 7월 238만명으로 급증했다. 반면 배민의 MAU는 지난 1월(2261만)과 지난달(2225만명) 사이 큰 차이가 없다. 쿠팡이츠는 같은 기간 1011만명에서 1242만명으로 늘었다. 두 회사의 시장 점유율은 올해 들어 82~83% 수준을 유지하고 있다. 대신 업계 3위였던 요기요 MAU는 올 초 520만명대에서 지난달 445만명으로 줄었다. 공공배달앱이 요기요 점유율을 흡수하는 모양새다.

배민·쿠팡, 1인가구 호응에 한그릇배달 프로모션 연장

배달의민족과 쿠팡이츠의 1인분 경쟁이 장기 전에 들어섰다. 배민은 지난달 종료 예정이던 한그릇 할인 가게 배달비 지원 프로모션을 연말까지 연장했다. 이용자가 '한그릇' 페이지를 통해 음식을 주문하면 배민이 음식점 업주에게 주문금액별로 건당 800~1200원의 배달비를 차등지원하는 프로모션이다. 쿠팡이츠 역시 같은 서비스 배달비 지원 프로모션을 당초 지난달에서 별도 공지일까지 연장했다. 쿠팡이츠는 배민보다 건당 배달비를 약 200원 더 지원한다.

배민이 4월 말에 선보인 한그릇 서비스를 운영하는 가게의 지난 9월 평균 주문건수는 4월에 비해 30% 이상 증가했다. 한그릇 주문은 약 130일 만에 누적 주문건수 1000만건을 돌파했다. 이에 쿠팡이츠도 지난 7월 하나만 담아도 무료배달 서비스를 시작해 맞불을 놨다.



이런 가운데 배민이 진행중인 '배민 푸드페스타' 할인 이벤트가 가격 부풀리기로 논란을 겪고 있다. 점주가 '음식값을 올린 후에 할인을 적용해도 되느냐'는 문의에 상담원이 제지하지 않은 통화 내용이 공개되면서다. 소비자 할인 행사를 앞세워 플랫폼이 '착시 마케팅'을 하고 있다는 비판이 제기된 것이다.

배민은 이번 이벤트에서 15% 또는 3000원 이상 할인 조건을 단 업체만 노출시키고 있다. 이 가운데 어뷰징 징후는 사실상 가격 인상을 유도하는 정책이라는 지적이다.

이에 참여업체는 배민이 표시광고법을 위반했다며 공정거래위원회에 신고했다. 참여업체 관계자는 "배민이 점주에게 할인 강제를 요구하면서 사실상 외식 가격 인상을 부추기고 있다"며 "프로모션 참여를 거부하면 노출이 줄어드는 구조에서 점주는 올며 겨자 먹기로 따라갈 수밖에 없다"고 주장했다.

한편 배민 측은 "외주업체 상담원이 정책을 충분히 숙지하지 못해 벌어진 일"이라며 "외주업체에 대한 관리를 철저히 해 유사한 일이 발생하지 않도록 만전을 기하겠다"고 해명했다. **KHN**



프랜차이즈협회, 서울시와 폐비닐 100% 자원화 MOU

가맹점 폐비닐 분리배출존 설치·종사자 교육 실시 등

WRITE | 김상훈 특임기자

서울시는 10월 28일 서울시청사에서 한국프랜차이즈산업협회, 프랜차이즈 5개사와 '폐비닐 분리배출 활성화 업무협약'을 맺고 본격적인 폐비닐 자원화에 나선다.

이번 협약은 '우리 매장 비닐은 전용봉투에!'라는 구호 아래 참여 매장에서 폐비닐 전용 봉투에 담아 배출 하면 서울시가 수거·재활용하는 것으로, '민관협력형 자원순환 모델'을 실천해 나간다는 선언이다.

서울시는 생활폐기물 직매립을 앞두고 생활폐기물 감량과 재활용률 제고를 추진해 왔으나, 폐비닐은 재활용이 어렵고 재활용가능자원이라는 인식 부족으로 종량제 봉투로 배출되어 소각·매립되는 경향이 높았다. 이에 따라 폐비닐 다량 배출하는 음식점, 패스트푸드 사업

장, 프랜차이즈 매장 등 민간 기관과 협력해 자율적 분리배출 실천을 유도하고 폐비닐 100% 자원화에 나선다. 이번 협약에는 한국프랜차이즈산업협회를 비롯해 김가네, 롯데리아, 베거킹, 배스킨라빈스, 땅스부대찌개 등 5개 프랜차이즈 기관이 참여했다.

협약에 참여한 5개 프랜차이즈는 서울 내 매장 850여개소에 폐비닐 분리배출존을 설치하고, 전용봉투 분리배출·완전회수를 시작한다. 향후 한국프랜차이즈산업협회 산하 외식 프랜차이즈 1000여 개 기관을 중심으로 참여를 확대해 나갈 계획이다. 아울러 참여기업은 사회적 책임 실천 강화를 위해 서울 소재 가맹점 확산을 목표로 시민 참여 캠페인, 내부 직원 교육, ESG 경영 확대 등을 병행한다.

서울시는 협약 이행 상황을 주기적으로 확인하고, 성과 우수 매장에 대한 인센티브와 홍보 지원을 추진할 예정이다. 또한 협약 성과를 바탕으로 소상공인 매장 등으로 단계적 확산에 나선다.

한편 시는 이번 협약을 통해 프랜차이즈 업계 매장 내 폐비닐이 체계적 관리됨으로써 도시미관 개선·처리비용 절감을 비롯해 온실가스 감축 효과도 거둘 수 있을 것으로 기대



하고 있다.

또한 시는 협약 이후 ▲참여 매장 확대 ▲전용봉투 배포 및 회수 체계 운영 ▲재활용 품질 관리 ▲시민 홍보 캠페인 등을 단계적으로 추진하며, '폐비닐 없는 서울, 자원순환 선도 도시' 실현을 가속화할 계획이다.

김태균 서울시 행정1부시장은 "이번 업무협약은 서울시가 민간 프랜차이즈 업계와 손잡고 '폐비닐 100% 자원화'라는 구체적 목표를 실현하기 위한 첫걸음으로, 단순한 분리배출 캠페인을 넘어 민관이 협력해 자원순환 체계를 구축하고 지속 가능한 도시 환경을 조성하는 새로운 모델을 제시하는 점에서 매우 뜻깊다"며 "앞으로도 서울시는 시민과 소상공인 등으로 자원순환 문화가 확산되도록 노력하여 '폐비닐 없는 서울, 자원순환 선도도시'가 되도록 최선을 다하겠다"라고 말했다. **KFN**

입법부

가맹사업 사칭 금지하는 가맹사업법 개정안 발의

박상혁 의원 “가맹본부 아닌 자는 가맹계약 명칭 사용 금지”



국회 정무위원회 박상혁 의원(더불어민주당)이 가맹본부에 해당하지 않는 자가 '가맹본부', '가맹사업'을 사칭하는 것을 금지하는 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률' 일부개정법률안을 11월 12일 발의했다.

발의된 가맹사업법 개정안에는 가맹사업에 해당하지 않으면서 '가맹본부', '가맹계약' 또는 유사명칭을 사용하는 것을 금지하는 내용을 담고 있다. 아울러 이를 위반할 시 과태료를 부과하도록 규정돼 있다.

박 의원의 제안 이유에 따르면 현행 가맹사업법은 가맹사업의 요건으로 동일한 영업표지의 사용, 경영 및 영업활동 등에 대한 지원·교육과 통제 등을 규정하고 있다. 이에 따라 가맹사업자는 가맹점주에게 정보공개서 제공 등의 의무를 지고 있으며, 분쟁 발생시에도 법률에 따른 분쟁조정절차를 따르도록 되어 있다.

그런데 가맹사업의 요건을 총족하지 않는데다 가맹사업을 영위하는 가맹본부가 아님에도 불구하고 가맹본부인 것처럼 가장해 계약을 모집하는 사례가 최근 증가하고 있다는 것이 박 의원의 설명이다. 사업



자들은 가맹계약으로 오인하고 이 법에 따른 보호를 받을 것이라 신뢰해 계약을 체결했으나 실제로는 가맹사업에 해당되지 않아 이 법이 적용되지 아니함에 따라 분쟁 발생 시 피해를 구제받는데 어려움을 겪고 있다.

또한 성실하게 법률을 준수해 사업을 영위하고 있는 대부분의 가맹본부들이 상대적으로 역차별을 받게 된다는 지적도 있었다.

이에 가맹본부가 아닌 자는 "가맹본부"와 "가맹계약" 또는 이와 유사한 명칭을 사용할 수 없도록 함으로써 실질에 부합하지 않는 가맹사업의 오인을 조기에 차단하고 거래의 안전을 보호하고자 한다는 것이 박 의원의 발의 이유다.

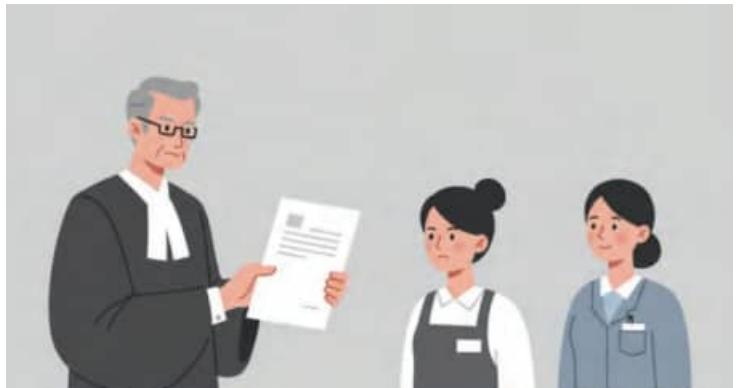
박상혁 의원은 "법망을 회피하려는 유사가맹사업자들로 인해 가맹점주들의 피해가 발생하고 있었지만 지금까지 규제의 사각지대가 있었다"고 지적하며 "앞으로도 편법 가맹사업 운영으로 선량한 가맹점주가 피해를 보는 일이 없도록 지속적으로 살펴보겠다"고 말했다.

WRITE | 김은영 기자

사법부

대법 “근로시간 비례 주휴수당 지급…격일제엔 절반”

“유급 주휴시간 계산, 1주 근로일 수 5일로 환산해야”



일주일 동안의 근로일수가 5일에 미치지 못하는 근로자가 받을 주휴수당은 주 5일 이상 일하는 근로자와 다른 방식으로 계산해야 한다는 대법원 판단이 나왔다. 법원이 유급 주휴시간 산정 방식에 관해 명확한 법리를 제시한 건 최초다.

아르바이트 등 비정규·단시간 근로자 고용 비율이 높은 영세 사업장을 중심으로 법적 불확실성이 크게 낮아질 거란 평가가 나온다.

대법원 3부(주심 오석준 대법관)는 지난 8월 경남 진주의 한 택시회사 사 격일제 근로자들이 회사를 상대로 낸 임금 소송에서 원심판결 중 피고 패소 부분을 깨고 부산고법에 돌려보냈다. 대법원에서 쟁점이 된 건 격일제 근로자들에게 지급하는 주휴수당을 어떻게 책정하는지였다.

원고들은 격일로 하루 8시간씩 근무했는데, 원심은 이에 따라 주휴수당의 지급기준이 되는 유급 주휴시간이 8시간이라고 판단했다.

하지만 대법원 판단은 달랐다. 대법원은 "주휴수당의 성격, 취지 등에 비춰 유급 주휴시간은 1일 평균 소정근로시간 수로 하는 것이 원칙"이라면서도 "주휴수당은 1주 동안의 소정근로일을 개근한 근로자에게 지급되는 임금이므로 1주간 소정근로일 수 등의 차이도 고려할 필요가 있다"고 전제했다.

그러면서 "1일 평균 소정근로시간 수는 같으나 1주간 소정근로일수가 달라 1주 기준 소정근로시간 수에 차이가 나는 근로자들에게 그

대로 적용하면 1주간 소정근로일 수가 5일 미만인 근로자가 5일 이상인 근로자보다 1주간 소정근로시간이 적음에도 같은 주휴수당을 받게 되는 불합리가 발생한다"고 했다.

대법원은 이에 따라 근로자와 사용자가 소정근로시간에 관해서만 정했을 경우, 1주간 소정근로일이 5일에 미달하는 근로자에 대해서는 1주간 소정근로일 수를 5일로 환산해 소정근로시간 수를 산정하는 것이 타당하다고 설명했다.

이 사건에서 격일제로 근무하는 원고들의 1주 평균 소정근로시간은 23.78시간이고, 유급 주휴시간도 이를 5일로 나눈 4.75시간으로 봐야 한다는 계산이다. 이에 따라 최저시급이 1만원이라고 가정할 때 원심 방식대로라면 원고들의 주휴수당은 8만원인데 대법원 방식을 따르면 4만7500원까지 낮아지게 된다. 주휴수당을 소정근로시간에 비례해 계산하는 것이 합리적이라고 대법원이 명시한 건 처음이다.

대법원 관계자는 "격일제 근무자들에게 1일 평균 소정근로시간 수보다 적은 시간을 유급 주휴시간으로 산정해 지급해 온 사업장이라면 이번 판결로 주휴수당 액수가 크게 변동되진 않을 것"이라며 "별도 약정 없이 1일 평균 소정근로시간 수를 법정 최저 유급 주휴시간으로 해석해 지급해 온 사업장이라면 주휴수당 지급 액수가 줄어들 가능성이 있다"고 전했다.

WRITE | 박서진 기자

행정부

일회용컵 보증금제, 사실상 폐지 수순

전국 의무화 철회…지자체 자율 시행으로 선회



대한민국정부

정부가 일회용컵 보증금제의 전국 의무화를 사실상 폐지하고, 지자체가 지역 여건에 따라 자율적으로 시행하는 방안을 추진한다. 실효성 논란과 현장 부담이 반영된 조치지만, 환경단체는 탈플라스틱 대안을 실행해야 한다고 지적한다.

국회 기후에너지환경노동위원회 소속 김소희 국민의 힘 의원실이 환경부로부터 제출받은 자료에 따르면, 환경부는 플라스틱 감축의 실효성을 높이기 위해 '가격 내재화' 방안을 검토 중이다. 이에 따라 자원재활용법을 개정해 일회용컵 보증금제 전국 의무화를 폐지하고, 지자체 조례에 따른 자율 시행 체계로 전환할 계획이다. 개정 이후 환경부는 소관법령인 자원재활용법 개정 등 제도적 정비에 집중하고, 일회용컵 보증금제 운영·관리 기능은 지자체 및 자원순환보증금관리센터에서 담당할 예정이다.

일회용컵 보증금제는 소비자가 커피나 음료를 일회용 컵에 담아 구매할 때 보증금을 내고, 컵을 반납하면 이를 돌려받는 제도다. 2002년 처음 시행됐으나 행정 혼선과 낮은 회수율로 2008년 폐지됐다. 이후 2020년 자원재활용법 개정으로 2022년 세종과 제주에서 시행 운용이 재개됐지만, 시행 때마다 '탁상행정' 논란이 뒤따랐다. 소비자는 반납의 불편을 호소했고 매장은 인건비와 보관 공간, 비용 부담을 지적했다.



시범 운영 결과도 기대에 못 미쳤다. 2022년 12월 11.9%였던 컵 반환율은 2023년 10월 73.9%까 급증했지만, 올해 6월 44.3%로 다시 급락했다. 매장 참여율도 세종은 64.9%에서 31.3%, 제주는 94.6%에서 44.8%로 감소하며 절반 수준에 그쳤다. 사실상 '정책 실험'에 그쳤다는 평가다.

일회용컵 보증금제는 문재인 정부 당시 전국 확대가 추진됐으나, 윤석열 정부 출범 직후 소상공인 부담을 이유로 전면 유예됐다. 이번 이재명 정부가 전국 의무화를 접고 지자체 자율 시행으로 방향을 틀 만큼, 제도의 전국 확대 계획은 사실상 막을 내리게 됐다.

김소희 의원은 "이제는 소비자와 매장 모두에게 부담만 주는 보증금제를 넘어, 다회용기 사용 확대와 인센티브 기반 탈플라스틱 정책으로 나아가야 한다"고 밝혔다.

녹색연합 임성희 팀장은 "전국 의무화 폐지에 앞서 다회용기 확대와 탈플라스틱을 위한 강한 규제 정책과 법안 마련이 선행돼야 한다"며 "그렇지 않으면 오히려 1회용 플라스틱을 늘리는 결과를 초래할 수 있다"고 지적했다.

김성환 기후에너지환경부 장관은 지난 7월 인사청문회에서 "실효적인 대안을 검토할 필요가 있다"고 밝힌 바 있다.

WRITE | 김은영 기자

식품의약품안전처

식약처, 디카페인 기준 0.1% 함량 원두만 허용

'식의약 안심 50대 과제 대국민 보고회' 개최



식품의약품안전처

식품의약품안전처(처장 오유경)는 11월 5일 서울시여성가족재단(서울 동작구 소재)에서 국민, 업계, 학계 등 관계자 150여명이 참석한 가운데 '국민과 함께 만드는 안심의 기준'이라는 주제로 '식의약 안심 50대 과제 대국민보고회'를 개최했다고 밝혔다. 이번 '식의약 안심 50대 과제'는 새 정부 국정과제의 성공적인 달성을 위해 국민 안심을 원칙으로 국민 생활 불편을 해소하고 취약계층 지원, AI·바이오 기반의 신기술을 적용한 신산업 성장의 기반을 조성하고자 마련했다.

식약처는 '식의약 안심 50대 과제'를 선정하기에 앞서 '식의약 정책 이음 열린마당' 등 국민과 소통하는 자리를 갖고 국민과 함께 식의약 정책을 설계하기 위해 다양한 현장의 목소리를 청취했다. 주목할 점은 디카페인 커피의 명확한 기준을 마련했다는 점이다. 현재 카페인 함량을 90% 이상 제거한 커피는 '탈카페인(디카페인)'으로 표시할 수 있는데, 커피 원두에 카페인 함량이 높은 경우 최종제품에도 카페인 잔류량이 많을 수 있음에도 소비자가 카페인이 없는 커피로 오인·혼동할 수 있다는 지적이 있었다.

이에 식약처는 카페인 제거 후 잔류 카페인 함량이 0.1% 이하인 커피 원두를 사용한 커피만 "탈카페인(디카페인)"을 표시할 수 있도록 개선해 국제적으로 통용되는 기준과 조화를 이루고, 소비자의 눈높이에 맞는 정보를 제공한다. 또 위해식품 정보에 대해 '수요자 맞춤형 SNS'가 실시간으로 빠르게 안내된다. 현재 문자 메시지 등을 통해 위해식품 회수 정보를 제공하고 있으나, 수신 시간이 다소 지연되는 등 소비자가 정보를 실시간으로 확인하는데 어려움이 있었다.



이에 카카오톡 등 수요자 맞춤형 SNS를 활용해 위해식품 회수 정보를 빠르게 알려(3시간→실시간) 국민이 위해식품을 구입하거나 섭취하지 않도록 신속히 차단한다는 방침이다. 이를 통해 내가 먹는 건강기능식품 안심 정보를 QR로 한눈에 확인이 가능하다. 이날 보고회에서 오유경 처장은 "국민과 함께 만든 '식의약 안심 50대 과제'가 가시적인 성과를 내어 국민이 일상에서 효과를 체감할 수 있도록 법령 정비, 행정조치 등을 속도감 있게 추진하겠다"고 밝혔다. 아울러 "앞으로도 식약처는 국민 안전과 국내 식의약 산업 성장을 이끄는 한편 국제기준을 선도하는 선진 식의약 정책을 지속 발굴·추진하겠다"고 밝혔다.

WRITE | 박서진 기자

육전국밥, 한 그릇에 담긴 위로와 품격의 서사

육전국밥

최강균 대표



한겨울 추위에 몸과 마음이 움츠러들 때, 술 마신 다음 날 아침, 혹은 고된 하루를 마치고 돌아오는 길. 우리는 자연스럽게 뜨거운 국밥 한 그릇을 떠올린다. 조선시대 장터에서 보부상들이 바쁘게 끼니를 때웠던 국밥은 일제강점기 노동자들의 든든한 한끼가 되었고, 6.25 전쟁의 피난민들에게는 생존의 음식이었다. 산업화 시대를 거치며 국밥은 단순한 음식을 넘어 한국인의 삶과 애환을 담은 정서적 그릇이 되었다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

국밥 한 그릇에 담긴 시대의 온기

2018년 론칭한 '육전국밥'의 최강균 대표는 국밥이 지닌 정서적 가치에 주목했고, 바로 이 지점에서 사업의 가능성을 발견했다. "우리나라 사람들에게 국밥은 단순한 한끼 식사가 아닙니다. 고단한 일상을 위로하고, 내일을 위한 힘을 돋우는 특별한 음식이지요."

이러한 통찰은 구체적인 성과로 이어졌다. 한식 프랜차이즈 '육전국밥'은 현재 전국 63개 매장을 운영하며 성장세를 이어가고 있다. 오랜 기간 자체 연구개발 전담부서의 연구 끝에 탄생한 브랜드다. 무엇보다 '정성'이라는 가치를 음식에 담아내기 위해 끊임없이 노력해왔다.

최강균 대표는 이어 "전통 한식이 가진 깊이를 지키면서도 현대적 감각으로 재해석해, 젊은 세대부터 어르신까지 모든 분들이 즐겨 찾으실 수 있는 음식을 만들고자 했습니다. 깔끔하고 고급스러운 이미지를 통해 A급 상권부터 주거 밀집 지역까지 다양한 입지에서 안정적인 매출 상승을 보여 감사한 마음입니다"라고 전했다.

파듯한 국밥 위에 올리는 든든한 한 조각

'육전국밥'이라는 브랜드명은 직관적이다. '육전'과 '소고기 국밥'의 조합이다. 하지만 그 안에는 최강균 대표의 깊은 고민이 담겨 있다. "사실 육전은 명절이나 잔칫날에나 맛볼 수 있는 귀한 음식이었습니다. 저는 이런 특별한 음식을 일상에서도 즐길 수 있는 방법을 고민했습니다. 그 결과 친숙한 맛 위에 펼쳐진 별미, 일상의 위로를 담은 국밥 위에 특별한 정성인 육전을 올려 대접하는 지금의 육전국밥이 탄생하게 된 것이지요. '품격은 높이되 문턱은 낮추자'라는 것이 저희의 철학입니다. 우리 전통 음식이 가진 고유의 가치와 정성을 현대인들의 일상에서 자연스럽게 구현하는 브랜드를 만들고자 했지요."

대기업을 나와 기사식당으로 외식업을 시작한 최 대표는 독특한 이력을 가지고 있다. "정년이 보장된 직장을 다니는 것 보다 나만의 브랜드를 만들 수 있다는 점에서 프랜차이즈 사업의 매력이 더 크게 다가왔습니다. 기사식당을 운영하면서 매일 새벽부터 일하는 운전기사님들, 야근에 지친 직장인들을 보며 더 정성스럽게 대접하고 싶다는 마음이 커졌습니다.



한끼를 먹더라도 더 풍성하고 영양 있는 음식으로 손님들의 건강까지 챙기고 싶었죠. 그러던 중 문득 어머니가 명절 때 마다 정성껏 부쳐 주시던 육전이 떠올랐습니다. 단백질이 풍부한 육전을 든든한 국밥과 결합하면 영양학적으로도 완벽한 한끼가 될 거라 확신했습니다. 수없이 연구하고 시행착오를 거듭한 끝에, 지금의 육전국밥이 탄생하게 된 것입니다"

주문과 동시에 시작되는 라이브 쿠킹

육전국밥만의 경쟁력과 차별성에 대해 최강균 대표는 세 가지를 꼽는다. "저희는 '라이브 쿠킹'을 고집합니다. 미리 만들어둔 육전을 데워서 내는 게 아니라, 매일 신선한 재료로 주문 즉시 부쳐냅니다. 각 매장의 '전 부치는 곳' 부스는 조리 과정의 투명성을 고객들에게 보여드리는 동시에 라이브 퍼포먼스 같은 재미를 선사합니다. 또 갓 부친 육전의 고소함과 육즙은 어떤 것과도 비교할 수 없지요."

즉석에서 지글지글 부쳐지는 육전을 바라보는 것은 단순한 시각적 즐거움을 넘어선다. 그것은 나를 위해 누군가가 정성을 들이고 있다는 위로이자, 따뜻한 음식이 곧 내 앞에 놓일 것이라는 기대감이다. "두 번째는 '합리적인 가격'입니다. 프



리미엄 소고기와 신선한 야채를 아낌없이 사용하면서도 일상에서 부담 없이 즐길 수 있는 가격대를 유지하고 있습니다. 푸짐한 양과 높은 품질의 균형점을 찾는 것이 저희의 주요 과제였습니다."

최강균 대표는 또한 공간 설계의 중요성도 강조했다. "마지막으로 공간의 차별화입니다. 전통적 요소를 현대적으로 재해석한 인테리어는 단순한 식사 공간이 아닌 '경험의 장소'를 만들어냅니다. 매장에 들어서는 순간, 따뜻한 조명의 은은한 빛, 그리고 전이 부쳐지는 소리와 고소한 향이 어우러져 고객들이 머무는 짧은 시간 동안에도 '한끼의 온기'를 느낄 수 있도록 공간을 구성했습니다. 식사 그 이상의 감동, 즉 정성과 품격이 머무는 장소를 지향하고 있습니다."

19세기 요리서 '시의전서'는 국밥 조리에서 '좋은', '깨끗이', '잘'이라는 정성을 강조했다. 육전국밥은 이 전통적 가치를 현대적으로 재해석했다. 최강균 대표는 이 모든 것을 관통하는 핵심 가치를 강조한다. "육전국밥은 고급 재료로 정성 들인 음식을 고객들이 아늑한 공간에서 여유롭게 즐길 수 있도록, 재료 선택부터 맛과 조리 과정, 매장 분위기 에 이르기까지 세심하게 살펴 '든든하게, 정성스럽게, 품격 있게' 먹을 수 있는 육전 국밥의 세가지 가치를 지키고자 합니다."

매장마다 다른 얼굴, 하나의 철학

초창기 육전국밥의 목표는 명확했다. "국밥집도 고급스러울 수 있다"는 인식 전환이 목표였습니다. 허름한 국밥집 이미지를 깨고 젊은 직장인들이 데이트하러 올 수 있는 공간을 만들고 싶었지요. 실제 초기 매장들은 홍대, 합정 같은 트렌디한 상권에 집중했습니다."

이러한 도전은 성공적이었다. 젊은층의 반응은 예상보다 뜨거웠고, 육전국밥은 점차 다양한 상권으로 확장할 수 있는 자신감을 얻게 됐다. "지금은 '전방위 상권 공략'이 가능한 브랜드가 되어 외국인 관광객을 위한 영어, 중국어, 일본어 메뉴 서비스와 외국어 가능 직원 배치, 비즈니스 상권에서는 빠른 회전율과 테이크아웃 강화, 주거 밀집지역에서의 가족 단위 외식 등 각 상권의 특성에 맞는 맞춤형 전략을 구사하고 있습니다."

브랜드가 안정화된 지금, 최강균 대표는 더 넓은 시야를 갖게 됐다. 단순히 공간을 넓히는 것을 넘어, 시간의 개념까지 확장하는 새로운 전략을 구상 중이다. "최근에는 점심엔 직장인 대상 빠른 식사, 저녁엔 전과 함께 막걸리 한잔하는 여유로운 식사가 가능한, '시간대별로 다른 얼굴을 가진 매장'을 고민하고 있습니다." 이러한 전략의 근본에는 국밥이 가진 깊은 정서적 가치에 대한 이해가 있다. 최강균 대표는 국밥을 단순한 음식이 아닌, 한국인의 삶과 추억이 녹아 있는 문화로 바라본다.

진정한 동행의 가치 - 가맹비 없는 상생

육전국밥의 파격은 가맹 정책에서 정점을 찍는다. '가맹비 제로, 성장은 무한대'라는 슬로건 아래 가맹비, 로열티, 인테리어 강요를 모두 없앴다. 이는 단순한 마케팅이 아닌 철학의 실천이다. 또한 국밥이 가진 '나눔'의 정신과도 맞닿아 있다.

"저는 '가맹점이 살아야 본사가 산다'는 말을 그저 구호로만 여기지 않습니다. 실제로 저희가 하는 모든 선택과 결정의 출발점이지요. 프랜차이즈 시장이 어려운 시기를 맞고 있지만, 오히려 이럴 때일수록 진정성 있는 브랜드가 살아남는

다고 봅니다. 가맹 수 확장에 급급하기보다는 가맹점 하나 하나의 경쟁력을 높이는 데 집중하고 있습니다. 장기적으로는 HMR 시장 진출과 해외 확장을 준비하고 있습니다."

전통 한식, 프랜차이즈의 미래가 되다

육전국밥의 핵심은 세 가지다. 전통의 현대적 재창조, 품질과 가격의 최적화, 그리고 브랜드의 프리미엄화이다. 전통의 현대적 재창조를 위해 본사는 한식 고유의 맛과 조리법을 현대적인 감각으로 재해석하는 데 집중하고 있다.

둘째, 품질과 가격의 최적화를 실현하기 위해 체계적인 원재료 관리와 직거래 유통망을 구축했다. 본사는 식자재 공동구매 시스템을 통해 원가를 절감하면서도, 신선한 재료를 안정적으로 공급할 수 있는 체계를 마련했다.

마지막으로 브랜드의 프리미엄화를 위해 단순한 외형 확장보다 '브랜드 경험'을 중시한다. 더불어 사회공헌 활동과 지역 상생 캠페인 등을 통해 브랜드가 가진 따뜻한 정체성을 강화하고 있다.

뜨거운 국밥 한 그릇은 배고픔을 채우는 것 이상의 의미를 갖는다. 우리 시대의 자화상이 담겨 있다. 그것은 위로이자 공감이며, 우리가 함께 살아가는 이유를 확인하는 순간이다. 육전국밥은 이런 국밥의 서사를 현대적 프랜차이즈 시스템으로 구현하며, 전통 한식이 나아갈 새로운 길을 제시하고 있다. 최강균 대표의 포부처럼, 육전국밥이 써 내려갈 한식 프랜차이즈의 새로운 역사가 기대된다. 국밥 한 그릇에 담긴 정성과 철학이 어떻게 대한민국 외식 프랜차이즈 시장의 판도를 바꿔 나갈지, 그의 행보가 주목된다. **KFN**

“건강한 맛, 신뢰의 품질로 앞서 간다”



화성식품

임종길 대표

현대인의 식탁은 단순한 영양 공급을 넘어 건강과 삶의 질을 좌우하는 중요한 요소가 됐다. 이로 인해 제품 하나하나에도 소비자의 관심은 높다. 당연 프랜차이즈 외식업에서도 필수항목 중 하나다. 화성식품은 “건강한 맛, 신뢰의 품질”이라는 사명 아래 식용유와 향미유 등 식용유지 제조업을 기반으로 성장한 전문기업이다. 창립 이래, 오직 정직한 원료 선택과 엄격한 품질 관리를 최우선 가치로, 고객에게 신뢰받는 식품을 제공하는데 매진해 왔다. WRITE | 이호 국장



화 성식품은 2005년 참기름, 들기름, 향미유 등의 제 품을 제조하는 제조사로 출발했다. 이후 2011년 식용유지 원료 유통사인 봉산에프앤비를 설립하고 2015년에는 혼합유 제조사인 화성에프앤비로 이원화됐다. 2023년에는 신공장 건축을 통해 화성에프앤비와 봉산에 프앤비를 이전하고, 2024년 10월에는 화성식품으로 브랜드를 리뉴얼했다. 올해 3월에는 HACCP 인증과 FDA 등록을 통해 제품 품질을 향상시켰다.

화성식품은 식품 안전과 품질 확보를 최우선 과제로 삼고 원료 입고부터 제조, 포장, 출하에 이르는 모든 공정에서 위해 요소를 사전에 분석하고, 이를 체계적으로 관리하는 시스템을 구축했다. 각 단계별로 철저한 모니터링과 기록 관리를 통해 위생과 안전성을 강화했다.

임종길 화성식품 대표는 “임직원 교육을 정기적으로 실시해 식품 안전에 대한 의식을 높이고, 지속적인 공정 개선과 설비 관리를 통해 인증 기준을 상시 충족할 수 있도록 노력해 왔다”라며 “제조를 넘어 식용유 제품의 안전한 유통까지 책임지며, 고객이 언제 어디서나 신뢰할 수 있는 제품을 만날 수 있도록 유통망 관리에도 신혈을 기울이고 있다”고 말했다. 이로 인해 화성식품은 약 200개사의 고객사와 오푸기, CJ프레시웨이 등 다양한 파트너사를 확보하고 있다.

화성식품은 현재 2개의 자사 브랜드를 보유중이다. 하나는 B2B 중심의 화성식품이다. 프랜차이즈와 도소매 업체 등과 협력을 통해 좋은 품질의 제품을 시장에 공급하는 게 주력 사업이다. 또 다른 하나는 오일리즈다. B2C를 위해 론칭했



다. 1인 가구에 맞춘 브랜드로, 좋은 가격과 스타일리시한 제품 디자인을 통해 시장을 공략하고 있다.

임종길 대표는 “고객 한분 한분의 건강한 삶을 지원하는 것을 사명으로 여기고, 최고의 연료를 사용해 최적의 배합과 공정을 통해 품질과 맛을 모두 만족시키는 제품을 생산하고 있다”라며 “앞으로도 식품 안전과 품질 혁신을 넘어 지속가능한 성장을 도모하며, 사회적 책임을 다하는 기업이 되겠다”고 밝혔다. 아울러 “HACCP 관리체계를 기반으로 고객이 더욱 신뢰할 수 있는 고 품질 식품 제공을 위해 끊임없이 정진하겠다”고 강조했다. KFN



People &
Company
기업 탐방

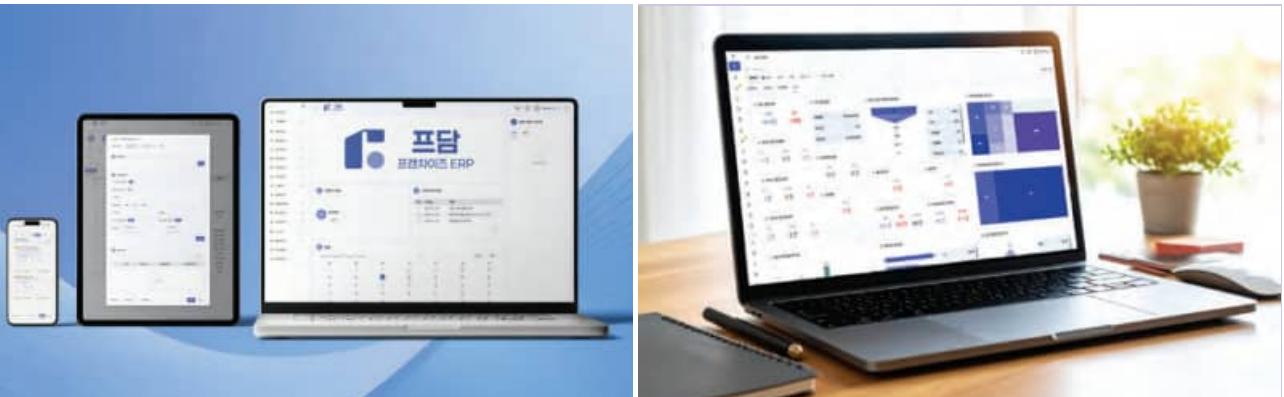
“프랜차이즈 성장의 정답, MSBENTER”



**엠에스벤터
오만석 대표**

프랜차이즈 가맹본부의 고민은 여러 가지가 있다. 쌓이는 미수금의 효율적 관리, 시세가 자주 변경되는 원자재로 인한 마진 계산 등이다. 여기에 가맹점마다 다른 성장률은 수많은 보고서와 재고변동 사항의 효율적 관리도 문제다. 여기서 프랜차이즈 기업을 위한 솔루션이 필요한 이유다. 엠에스벤터는 이러한 프랜차이즈 성장을 위한 Core Balance를 잡아준다.

WRITE | 이호 국장



엠에스벤터의 프로그램은 크게 세가지로 구성됐다. 물류담, 발주닷컴, Franchise+α다. 각 영역에 최적화된 프로그램으로 구성돼 있다. 먼저 물류담은 가장 기본이 되는 전산 프로그램이다. ▲회사 규모에 맞는 단계별 솔루션 ▲매입/매출, 재고, 자산 통합관리 ▲직관적이고 뛰어난 데이터 연동이 장점이다.

세부적으로 살펴보면 브랜드가 여러개여도 프로그램 하나로 관리할 수 있다. 본사는 슈퍼 관리자 계정으로 본사 및 서브회사의 데이터를 조회 및 관리할 수 있다. 서브회사는 해당 회사의 데이터만 조회, 관리된다. 두 번째는 개별 가맹점의 체계적 관리다. 제품의 판매 단가를 가맹점별로 다르게 조절하거나 비공개로 설정하는 등 가맹점별 제품관리를 세부적으로 설정할 수 있다. 가맹점마다 외상 가능 여부와 한도도 설정 가능해 미수금 관리도 편리하다. 또 보고서 기능을 통해 50여 가지의 다양한 보고서를 데이터 바탕으로 자동 생성된다. 엑셀 함수를 검색하거나 파일을 조합할 필요없이 클릭 한번으로 필요한 보고서를 출력할 수 있다.

발주닷컴은 가맹점 전용 발주 프로그램이다. PC, POS, 모바일, 태블릿 등 모든 디바이스를 지원한다. 주문 방식을 통일해 실수는 줄이고, 다양한 고객 데이터를 수집해 높은 품질의 서비스를 제공할 수 있도록 돋는다.

기능 중 하나는 미수금 차단이다. 한도 초과시 주문접수가 불가능하며, 미수금 금액을 주문 차단 팝업에 노출시켜 입금을 유도한다. 또 가맹점과 프랜차이즈 본사간 공유되어야 할 내용을 공지사항으로 손쉽게 알릴 수 있다. 지난 공지사항은 리스트로 제공해 언제든 찾아볼 수 있다. 아울러 최근 중요

시되고 있는 가맹점과의 소통을 위한 설문지 기능도 있다. 신제품 출시, 광고 분담금 등에 대한 설문을 공유할 수 있다. 가맹점의 답변은 실시간 취합된다. 해당 설문지의 결과 값을 리스트와 그래프로도 확인할 수 있다.

Franchise+α는 물류담과 연동되는 확장 솔루션들이다. ▲생산 관리 ▲시세관리 ▲이력스캔 ▲온도관리 ▲프담 ERP로 구성됐다. 생산관리는 주문량을 바탕으로 생산계획을 수립하고, BOM 구성으로 재고의 이동을 자동 정리해 준다. 시세관리는 시세에 따라 변하는 원자재의 정확한 판매단가 설정을 위한 프로그램이다. 프담 ERP는 점주의 첫 상담 내역부터 요구사항, QSCV까지 섬세하게 관리할 수 있다. 개설보고서, 오픈 체크리스트 등 복잡한 서실을 클릭 몇 번으로 간편하게 제작하고 체크할 수 있다.

오만석 엠에스벤터 대표는 “프랜차이즈 스타트업부터 안정적인 기업, 모두에게 알맞도록 설계됐다”라며 “정부지원사업을 통해 시스템 구축이 부담되는 초기 단계의 프랜차이즈도 적극 지원하고 있으며, 다양한 규모의 본사가 활용할 수 있는 솔루션으로 고도화되고 있다.”고 전했다. 아울러 “고객사의 요구사항과 자체 연구를 통해 분기별로 꾸준히 업데이트를 하고 있고, 24시간 전산관리 응대로 안정성 높은 서비스를 제공하고 있다”고 덧붙였다.

한편 엠에스벤터는 개인정보보호를 위해 신뢰할 수 있는 보안 시스템을 구축하고 있다. UTM 장비 도입으로 고객사의 네트워크를 보호하고 데이터 유출을 방지하는 뛰어난 보안성능을 제공한다. 또 고객사의 데이터를 매일 실시간으로 백업하는 데일리리 이중백업으로 장애, 오류, 도용의 위협으로부터도 보호하고 있다. **KEN**

● 자담치킨 ‘2025 우수팀 초청 유소년야구대회’ 공식 후원

자담치킨이 대한생활체육야구협회가 주최한 ‘2025 우수팀 초청 유소년 야구대회’를 공식 후원하며, 스포츠를 통한 미래 세대의 건강한 성장을 응원했다. 이번 대회는 11월 8일부터 16일까지 양주체육공원 유소년야구장에서 개최됐다. 전국 초등학교 우수 야구팀 9개 팀이 참가해 조별리그와 결선 토너먼트를 거치며 열띤 경쟁을 벌였다.

자담치킨은 유소년 선수들이 건강한 경쟁을 통해 협동심과 스포츠맨십을 기를 수 있도록 대회를 후원하며 참가한 선수들과 가족, 관중들에게 브랜드의 따뜻한 응원 메시지를 전달했다. 자담치킨은 국내 최초로 동물복지 원료육을 도입한 치킨 브랜드로, 조리 전 과정에 프리미엄 재료를 사용하며 윤리적이고 지속 가능한 식문화를 실현해 왔다. 자담치킨 관계자는 “앞으로도 지역 사회나 관련 단체와의 유기적인 연계를 통해, 브랜드 철학이 담긴 공익 활동을 지속적으로 전개해 나가겠다”고 전했다.



● 다비치안경 신비로운 눈빛 연출 ‘라이트 키튼링·1DAY 우쥬’ 신제품 출시

다비치안경이 자사 렌즈 브랜드 ‘다비치렌즈’의 신제품 2종을 출시했다. 11월 3일 선보인 ‘라이트 키튼링(Light Kitten Ring)’ 시리즈는 초승달 하이라이트 패턴과 별빛 포인트 그래픽을 더한 디자인으로, 신비로운 눈빛을 연출한다. 함께 출시된 ‘1DAY 우쥬(Would you)’는 기존 한 달용으로 인기를 끈 디자인을 원데이 타입으로 확장한 제품이다. 소프트 브라운과 차분한 그레이 2종 컬러로, 구름처럼 부드럽게 스며드는 그래픽과 또렷한 서클라인이 특징이다. 1팩당 30PCS로 구성돼 있다. 다비치안경은 신제품 출시를 기념해 11월 한 달간 프로모션을 진행한다. ‘1DAY 우쥬’는 30P 구매 시 30P를 추가 증정하며, ‘라이트 키튼링’은 6팩(3쌍)에 9,900원에 구매 가능하다. 3종 교차 구매도 가능해 다양한 디자인을 경험할 수 있다.



● 이디야커피 프로 배구·농구 팬과 지역사회 잇는 프로모션 연다

이디야커피가 스포츠 스폰서십을 기반으로 연고 지역 팬들과의 접점을 넓히기 위한 지역 밀착형 프로모션을 전개한다. 프로배구 수원 한국전력 빅스톰, 광주 페퍼저축은행 AI페퍼스, 프로농구 안양 정관장 레드부스터스와의 스포츠 스폰서십을 통한 스포츠 마케팅이다. 이번 프로모션은 팬과 지역사회에 실질적인 혜택을 제공하고 브랜드 친밀도를 높이기 위해 기획됐다. 내년 4월 13일까지 진행되며, 각 구단 연고 지역의 이디야커피 이벤트 매장에서 구단 인기 선수 이미지를 담은 한정판 이디야카드가 출시된다. 이디야커피 관계자는 “지역 스포츠 구단과의 협업을 통해 팬들과 가까이 소통하고, 지역사회에 활력을 더할 수 있는 계기가 되고자 이번 프로모션을 기획했다”며 “앞으로도 다양한 분야에서의 파트너십을 통해 건강하고 활력 있는 브랜드 이미지를 강화해 나가겠다”고 밝혔다.



● 원할머니 보쌈족발 도시락 주문 폭주

외식기업 원앤원(주)이 운영하는 원할머니 보쌈족발이 본격적인 연말 시즌을 앞두고 최근 단체도시락 주문량이 급증하고 있다고 밝혔다. 지난 9월과 10월 원할머니 보쌈족발 단체도시락 주문 추이를 살펴본 결과, 자사채널(홈페이지, 전화 주문)을 통한 평균 주문건수가 약 2배 증가했으며, 같은 기간 주문량은 8월 대비 90% 급증한 것으로 나타났다.

최근 원할머니 보쌈족발은 계절별 특징과 고객 선호도를 반영해 반찬 구성을 리뉴얼했다. 도시락 제품에 대한 고객 만족도를 강화하기 위한 전략의 일환으로 추진된 것으로, 구성의 다양성과 맛 모두 긍정적인 반응을 얻고 있다. 원할머니 보쌈족발 관계자는 “단체도시락 수요가 지속 늘어나고 있어 고객의 니즈를 반영한 메뉴군 확대와 계절 한정 메뉴, 맞춤 메뉴 등을 순차적으로 도입할 예정”이라고 전했다.



● 아소비 2025 대한민국 SNS 대상 수상

유치원부터 초2 전문교육원 아소비가 제15회 2025 대한민국 SNS 대상 교육부문 대상을 받았다. 한국소셜콘텐츠진흥협회 주최로 열린 이번 시상은 기업이나 공공기관의 SNS 활용 현황을 종합적으로 평가해 수상기업을 선정하는 상이다.

아소비는 ▲브랜드 철학 전달 및 고객 소통 강화 ▲사회적 가치실현 및 교육 커뮤니티 구축 ▲무료 학습지 콘텐츠 제공 ▲최신 교육 트렌드 반영 및 소통 측면에서 높은 평가를 받았다. 아소비는 다양한 SNS 채널을 통해 브랜드 철학을 알리고, 학부모와의 유대감을 강화했으며, 누구나 무료로 다운로드 할 수 있는 다양한 학습지 콘텐츠를 정기 발행해 보편적 교육 기회 확대에 기여한 점이 긍정적인 반응을 얻었다. 아소비 관계자는 “앞으로도 SNS를 통해 교육적 가치와 의미를 전할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 밝혔다.



● 미도인 가맹점간 소통 위해 일본 해외연수 진행

가정식 스테이크와 다양한 메뉴를 제공하는 미도인 브랜드를 운영중인 (주)위드컴퍼니 에이치엔비가 본사와 가맹점 간의 소통과 단합 강화를 위한 해외 연수를 다녀왔다. 올해 행사에는 가맹점주와 본사 임직원 등 20여명이 참석했다. 미도인 관계자는 “매년 가맹점주와 함께 일본 해외연수를 진행해 오고 있다”며 “이를 통해 본사와 가맹점의 지속적인 협력과 성장 기반을 다지고 있다”고 설명했다. 올해 해외연수는 ‘One Team, One Brand’ 슬로건 아래 브랜드 비전 공유와 본사와 가맹점간의 소통과 협력 관계 강화를 위해 마련됐다. 아울러 향후 매장 운영과 서비스 품질 향상을 위한 교류 및 아이디어 발굴 목적으로 병행됐다. 미도인 관계자는 “매년 진행하는 일본 해외연수를 통해 본사와 가맹점의 지속적인 협력과 성장 기반을 다져가고 있다”며 “가맹점주와 주기적 소통을 통해 현장 의견을 수렴해 운영상 문제점이 없도록 노력하고 있다”고 전했다.



● 생활맥주 빗썸과 최대 100만원 당첨 이벤트 진행

맥주 프랜차이즈 생활맥주가 빗썸과 12월 31일까지 제휴 이벤트를 진행한다. 빗썸은 이번 협업을 통해 '앵그리버드 불장', '앵그리버드 허니골든' 등 치킨 2종과 생활맥주 직영점에서만 만날 수 있는 한정판 밀맥주 '빗썸 골든 밀맥'도 함께 선보인다.

생활맥주 매장 방문 고객을 위한 100% 당첨 스크래치 쿠폰 이벤트도 열린다. 이벤트 기간 콜라보 한정 메뉴를 주문하면 스크래치 쿠폰이 증정된다. 쿠폰의 난수코드를 빗썸 앱에 입력하면 최소 2000원부터 최대 100만 원 상당의 빗썸 원화를 받을 수 있다. 이벤트 혜택을 받기 위해서는 빗썸 고객확인(KYC) 및 KB국민은행 계좌 연동이 필요하다.



● 땅스부대찌개 중국 대련시에 매장 오픈

부대찌개 밀키트 포장 배달 전문브랜드 땅스부대찌개가 지난 10월 31일 중국 대련시에 매장을 오픈했다. 중국시장 진출 1호점으로 앞으로 중국 내 개설 신호탄으로 분석된다. 땅스부대찌개는 중국 내 매장 오픈을 위해 현지 소비자들의 특성과 소비 트렌드를 고려해 현지인의 입맛에 맞춘 메뉴도 추가로 개발했다. 기존 땅스부대찌개 메뉴 외에도 완자 부대찌개, 양고기부대찌개 등이 새롭게 추가됐다. 또 떡볶기 메뉴에도 완자와 양고기를 포함시켰다.

땅스부대찌개 관계자는 "K-푸드 열풍으로 대중적인 한국 음식이 인기를 얻으면서 부대찌개와 떡볶기에 대한 관심도 높아졌다"며 "한국 음식의 고유성을 가지고 가면서도 현지인의 특성을 고려한 추가 메뉴를 통해 안정성을 높인 게 특징"이라고 전했다. 이를 위해 국내에서 직접 소스를 공급해 국내의 맛을 그대로 재현해 냈다.



● 걸작떡볶이치킨 '무설탕 저당떡볶이' 신메뉴 출시



걸작떡볶이치킨이 10월 29일 신메뉴 2종을 출시했다. 이번 신메뉴는 건강 트렌드에 맞춘 '무설탕 저당떡볶이'와 고객들의 지속적인 요청으로 새롭게 선보이는 '통다리·통날개 뼈치킨'이다. 걸작의 저당떡볶이는 설탕을 사용하지 않은 무설탕·설탕 ZERO 콘셉트 제품으로, 최근 확산되고 있는 저당·건강식 트렌드를 반영했다. 100g당 당류가 5g 미만일 때 저당 제품으로 분류되는데, 걸작 저당떡볶이는 2g 수준으로 일반 떡볶이에 비해 당류 함량이 대폭 낮다. 설탕 대신 사골, 채소, 양파, 마늘, 표고버섯분말 등 자연 유래 재료의 천연 단맛을 활용하여 건강하면서도 깊은 풍미를 구현했다. 함께 선보이는 '통다리·통날개 뼈치킨'은 기존 순살 메뉴 위주의 걸작 라인업에 새로운 활력을 불어넣는다. 그간 순살 치킨만 운영해 온 걸작이 처음으로 선보이는 뼈치킨 메뉴로, 진짜 치킨의 맛을 찾는 고객 니즈를 충족시킬 것으로 기대된다.

● 쿠우쿠우 올웨이즈샤브·신한은행과 가맹점 금융지원 업무협약 체결

프리미엄 초밥 뷔페 브랜드 쿠우쿠우와 자사 샤브샤브 브랜드인 올웨이즈샤브가 10월 29일 경기도 성남시 소재의 쿠우쿠우 본사에서 신한은행과 가맹점 금융 지원을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 밝혔다.

이번 협약은 쿠우쿠우와 올웨이즈샤브의 신규 가맹점이 안정적으로 사업을 시작할 수 있도록 맞춤형 금융 솔루션을 제공하는 것에 초점을 맞췄다. 이를 통해 신한은행은 신규 개점 예정이거나 개점 후 6개월 이내인 가맹점을 대상으로 최대 5억 원까지 사업 운영자금 대출을 지원하게 된다.

ку우쿠우 김영기 회장은 "이번 신한은행과의 협약을 통해 가맹점이 보다 안정적으로 창업을 할 수 있는 기반을 마련했



다"며 "앞으로도 금융, IT 기술과 연계된 혁신적 지원 방안을 마련해 가맹점과 동반 성장하는 브랜드로 나아가겠다"고 전했다.

● 쿠우쿠우 가맹점주 대상 하반기 간담회 및 집체교육 실시



초밥 뷔페 프랜차이즈 쿠우쿠우가 가맹점주를 대상으로 지난 11월 11일부터 13일까지 3일간 본사에서 간담회와 교육을 진행했다.

이번 행사는 전국 가맹점주가 모여 브랜드의 중장기 전략과 운영 정책을 공유하고 현장의 의견을 수렴하기 위해 마련됐다. 쿠우쿠우는 매년 정기적으로 집체교육을 실시하고 있으며, 올해는 가맹점 운영 안정화와 서비스 품질 향상에 중점을 두고 프로그램을 구성했다.

교육 과정은 ▲2026년 본사 정책 안내 ▲서비스 품질 향상 교육 ▲위생·원산지 표기 교육 ▲매장 매출 증대 방안 ▲신메뉴 교육 ▲가맹점 건의사항 및 질의응답 등 매장 운영에 필요한 실무 중심의 내용으로

진행됐다. 창업주인 김영기 회장이 직접 토크 쇼 형태로 교육을 이끌었다.

간담회에서는 매장 운영 중 발생하는 이슈에 대해 점주와 본사 간 논의가 진행됐다. 본사는 제기된 의견을 바탕으로 현장 중심의 개선안을 검토하고 가맹점과의 협력 강화를 이어갈 계획이다.

12월 출시 예정인 신메뉴에 대한 실전 교육이 함께 진행됐다. 쿠우쿠우는 시즌별·트렌드 기반 신메뉴를 선보여 왔으며 이번 교육에서는 신메뉴 소개, 시연, 고객 응대 방식 등 매장 적용력을 높이는 실질적인 내용이 담겼다.

ку우쿠우 관계자는 "신메뉴는 브랜드의 경쟁력을 결정하는 중요한 요소"라며 "사전 교육과 매장 운영 지원을 강화해 고객 경험을 제공할 것"이라고 말했다. 이어 "가맹점과 본사가 함께 성장하기 위한 실효성 높은 교육과 소통 프로그램을 앞으로도 지속하겠다"고 전했다.



Korea Franchise Association Column ●칼럼

AI 슈퍼바이저 시대의 도래, 알고리즘이 가맹점을 관리하는 시대

WRITE | 이경희

AI혁명이 전세계를 바꾸고 있는 요즘, 프랜차이즈의 미래는 어떻게 바뀔까? 다양한 변화가 예상되지만 그 중에 하나가 AI가 접목된 슈퍼바이징 활동이다. 예전에는 슈퍼바이저가 매장을 주기적으로 방문해 점주에게 조언을 주고, 발주나 인력 배치 같은 중요한 판단을 사람의 경험으로 결정했다.

데이터에 밀리는 전통적 슈퍼바이징

하지만 이제는 그 경험이 데이터에 밀리고 있다. 매장의 발주량, 시간대별 매출 흐름, 인건비 비중, 고객 리뷰 패턴, 날씨와 판매량의 상관관계 같은 정보들이 모두 AI로 모이는 시대다. AI는 이 데이터를 기반으로 다음에 해야 할 행동을 곧바로 제시하게 될 것이다. 점주는 더 이상 “감”으로 판단하지 않는다. 알고리즘이 제시하는 근거를 보고 의사결정을 하게 될 것이다. 즉, AI가 점주의 일정표를 대신 만들어주는 시대가 열릴 것으로 전망된다.

정보 비대칭 문제 해결

이 변화의 중심에는 오래된 문제 하나가 있다. 바로 ‘정보비대칭’이다. 본부는 전체 매장의 데이터를 보고 의사결정을 하지만, 점주는 자신의 매장만 본다. 본부가 가진 정보와 점주가 가진 정보의 양과 질이 다르기 때문에 점주는 늘 불리한 위치에서 판단해야 했다. 하지만 AI는 이 격차를 좁혀준다. 점주는 자신의 매장뿐 아니라, 자신과 비슷한 상권의 다른 매장 패턴까지 비교해볼 수 있다.

점점 더 정교해지는 미래 예측

AI가 주도하는 예측의 세계는 점점 더 정교해질 것이다. 단순히 매출을 보고 조언하는 것이 아니라, 날씨, 근처 학교 일정, 지역 행사, 배달앱 노출, 경쟁 브랜드의 할인 여부까지 합쳐서 예측하게 될 것이다. 본부 역시 특정 매장에 문제가 생기기 전에 AI를 통해 징후를 파악할 수 있다. 매출이 갑자기 떨어지거나, 리뷰 패턴이 변하거나, 특정 시간대의 수요가 흔들리면 AI는 즉시 본부와 점주에게 알려준다. 문제를 해결하는 속도가 빨라지는 것이다.

지시하는 사람에서 데이터 큐레이터로

이 과정에서 슈퍼바이저의 역할은 필연적으로 바뀔 것이다. 과거의 슈퍼바이저는 현장에서 문제를 발견하고 직접 해결책을 제시하는 사람이었다. 이제는 AI가 문제를 먼저 찾아내고, 그 이유까지 분석한다. 그래서 슈퍼바이저의 역할은 ‘지시하는 관리자’가 아니라 ‘데이터를 해석하고 점주에게 가장 적절한 방식으로 풀어주는 데이터 큐레이터’로 바뀔 것이다.

경험보다 데이터 중심

주요 글로벌 프랜차이즈에서는 이런 변화가 빠르게 일상으로 자리잡고 있다. 맥도날드는 지역에 따라서 차이가 있지만 AI 기반 자동 발주 시스템을 사용하여 매장마다 필요한 재료를 예측한다. 어느 시간대에 어떤 메뉴가 팔릴지 예측해 불필요한 재고를 줄이고 폐기 비용을 줄인다. 도미노피자는 ‘날씨와 지역 행사, 스포츠 경기 등 외부 데이터를 합쳐서 피자 주문량을 예측한다. 일본 세븐일레븐은 예측 발주 시스템을 통해 높은 재고 효율과 매출 효율을 인정받고 있다.

빠르게 진행될 AI 도입과 활용

우리나라도 이 변화는 더 빠르게 진행될 가능성이 높다. 이미 많은 브랜드의 POS 회사가 AI 예측 모델을 적용하기 시작했고, 배달앱 리뷰를 AI로 자동 분석하는 연구와 솔루션이 빠르게 개발·도입되고 있다. 일부 솔루션에서는 고객의 재방문 가능성을 예측해 어떤 매장에 어떤 마케팅을 넣을지 추천하는 기능도 도입되고 있다.

주의할 점은

하지만 AI가 강력해질수록 조심해야 할 부분도 있다. 첫째는 ‘AI를 맹신하는 문제’다. 점주가 AI가 추천하는 내용을 깊이 이해하지 못한 채 따라가기만 하면, 매장을 능동적으로 운영하는 감각이 사라질 수 있다. 둘째는 ‘알고리즘의 투명성’이다. AI가 어떤 기준으로 판단했는지 설명하지 않으면 점주는 오히려 불안해진다. 세 번째는 ‘데이터 편향’이다. 잘못된 데이터가 입력되면 AI는 잘못된 결론을 내린다. 마지막으로 ‘감정과 분위기를 읽지 못하는 문제’도 있다. 직원의 컨디션, 점주의 마음가짐, 상권 분위기 같은 요소는 AI가 완벽히 읽지 못한다. 그래서 AI가 도입될수록 오히려 인간적 감각과 현장 이해가 더 중요해진다. AI가 큰 그림을 보여준다면, 점주와 슈퍼바이저는 작은 변화를 읽어야 한다. AI는 숫자를 보여주지만, 사람은 그 숫자에 담긴 의미를 해석한다. 그 해석이 브랜드의 방향성을 만든다. 본부가 AI를 효과적으로 활용하기 위해서는 점주와의 신뢰도 같이 높여야 한다. AI가 도구가 아니라 통제 장치처럼 느껴지면 브랜드는 오히려 무너진다.

사람과 데이터를 어떻게 연결하느냐가 중요

결국 AI 시대의 경쟁력은 기술의 수준이 아니라 ‘사람과 데이터를 어떻게 연결하느냐’에서 나온다. 데이터를 점주에게 어떻게 보여주고, 어떻게 설명하고, 어떻게 함께 활용할 것인가가 본부의 진짜 실력이다. 미래의 프랜차이즈 본부는 시스템을 잘 만드는 회사가 아니라, 데이터와 사람을 균형있게 연결하는 회사다. 그리고 그 중심에는 점주를 관리하는 슈퍼바이저가 아니라, AI의 분석을 해석하고 사람의 언어로 풀어낼 줄 아는 새로운 슈퍼바이저다.

앞으로 프랜차이즈의 경쟁은 ‘많이 출점하는 브랜드’가 아니라 ‘점주의 판단을 가장 정확하게 돋는 브랜드’가 이긴다. AI 시대의 프랜차이즈는 기술보다 사람이 중심이다. AI는 시스템을 완성하고, 사람은 브랜드의 신뢰를 완성한다. 이 둘을 제대로 연결하는 본부만이 앞으로의 10년을 주도할 것이다.

KFN



이경희

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

저서

CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드
내사업을 한다는 것

강의

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



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

메뉴 가격을 올리면 망하는 이유 가격저항선의 법칙

WRITE | 유재은

“객단가를 높이려고 너무 노력하지 말라. 고객에게는 브랜드마다 이미 마음 속에 포지셔닝된 가격 저항선이 있어, 그선을 넘는 순간 고객은 돌아오지 않는다.”

프랜차이즈 업계에서 매출은 ‘객단가 × 고객수’라는 매우 단순한 공식으로 설명된다. 그러나 이 단순한 공식 속에는 매장 운영의 본질과 가격 전략의 진실이 숨어 있다.

많은 매장 운영자들은 매출을 올리기 위한 가장 직접적 방법으로 객단가 상승을 떠올린다. 하지만, 실제 시장 데이터를 들여다 보면 이 전략은 생각보다 효과가 제한적이다. 오히려 성급한 객단가 인상은 고객의 ‘가격 저항선’과 충돌해 매장의 경쟁력을 약화시키는 경우가 더 많다.

1. 객단가의 신기한 안정성 - 왜 1년 평균은 거의 변하지 않나

매장의 고객은 크게 두 부류로 나뉜다. 꾸준히 찾아오는 고정 고객(단골)과 상권을 따라 움직이는 유동고객(뜨내기)이다. 특히 외식업은 고정고객 비중이 높아 운영자들은 이들에게



좀 더 비싼 메뉴를 판매하면서 즉각적인 매출 상승을 기대한다. 그러나 실제로는 전혀 다른 현상이 나타난다.

사례 ① 과거 중저가 이자카야 시장을 장악했던 ‘와라와라’

- 직장인 중심의 고소득 상권: 1만4000원대
- 외곽·소비력 낮은 상권: 1만3000원대
- 동일 매장 연간 객단가 변동: 대부분 1000원 미만

사례 ② 국내 대표 한정식 ‘경복궁’

- 중심 상권: 7만원대
 - 지방 및 준중심 상권: 6만원대
- 그러나 동일 매장의 연간평균 객단가는 거의 동일하게 유지된다.

사례 ③ 광화문 대박맛집 파스타전문점 ‘봄모도로’

오랫동안 가격을 계속 올려 오다가 얼마 전부터는 2만원 수준이거나 2만원을 넘기는 메뉴들을 출시했다. 맛은 뛰어나지만 분식집 수준의 테이블 배치로 그 가격에 먹기에는 가성비가 매우 떨어졌다. 이로 인해 최근에는 단골고객의 많

은 이탈로 웨이팅이 점차 사라지고 있으며 매장이 눈에 띄게 한산해졌다.

2. 보이지 않는 소비 기준점: 고객의 가격 저항선

고객은 매장에 들어서는 순간 이미 마음속에 계산기를 켠다. 매장의 분위기·브랜드 이미지·인테리어 수준·메뉴 구성 등을 종합해 ‘이 정도 금액이 적당하다’는 기준을 무의식적으로 세운다. 이 기준이 가격 저항선이다.

3. 객단가 많이 올리려면? 사실상 ‘새 브랜드 수준의 리뉴얼’이 필요

만약 객단가 1만5000원을 2만원으로 올리려면 인테리어, 조명, 메뉴 구성, 서비스 방식, 브랜드 이미지 등 모든 요소가 바뀌어야 한다. 이는 사실상 새로운 브랜드를 만드는 것과 같다.

4. 가격 인상이 먹히는 경우는 언제인가?

기존 가격이 고객의 가격 저항선보다 훨씬 낮았던 브랜드만 가격 인상에 성공한다. 즉, 저항선 내부에서는 가격 조정이 가능하지만, 저항선을 넘는 순간 고객은 즉시 이탈한다. **KFN**



유재은

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

서강대출

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

저서

한국시장의 프랜차이즈전략
한국시장의 프랜차이즈전략 2
한국시장의 프랜차이즈 법칙

강의

연세대, 연세대대학원,
경남대, 영남대, 한림대학원
한국생산성본부,
한국능률협회, 한국경제신문
아모레퍼시픽, 다이소,
삼성전자 등 기업강의



Korea Franchise Association Column 칼럼

정보공개서 ‘공시제’ 전환, 정보공개의 새로운 시대 시작

WRITE | 김선진

제도 변화의 배경 - “등록제에서 공시제로”

2026년 하반기부터 시행될 것으로 예상되는 정보공개서 공시제도는 정보공개서 관련 제도의 근본적인 변화를 가져올 것입니다. 그동안의 ‘등록제’는 공정거래조정원이나 지방자치단체에 제출된 정보공개서가 형식적·절차적 요건을 심사받은 후 등록되어야 효력이 발생했습니다. 그러나 ‘공시제’에서는 이러한 사전 심사 절차가 사라지고 가맹본부가 스스로 작성한 정보를 즉시 공시(온라인 등록)해야 하며 이후 공정거래위원회가 허위·누락 여부를 사후적으로 점검하는 구조로 바뀝니다. 즉, 제도의 초점이 ‘심사 승인’에서 ‘자체 검증과 책임’으로 이동한 것입니다. 이는 행정적 절차의 효율화를 넘어 가맹본부의 법적·윤리적 책임을 대폭 강화하는 방향으로 작용할 것으로 예상됩니다.

공시제의 주요 내용과 법적 의무

1. 공시 시점 및 주체 - 가맹본부는 매 회계연도마다 연 1회 이상 정기적으로 공시해야 하며, 조직변경·표준계약서 개정·비용조건 변경 등 주요 변동사항 발생 시 즉시 공시 의무가 있습니다. - 공시 내용은 공정거래위원회의 가맹사업정보시스템에 실시간 공개됩니다.
2. 공시 항목의 구체화 - 정보공개서 공시제도 하에서는 정보공개서 기재항목을 기준보다 세분화하여, 예상매출액 산정근거, 점포 개·폐업 현황, 분쟁·민원 내역, 광고·인테리어비용, 위약금 산정방식 등을 모두 구체적 수치 또는 계산식으로 명시하도록 요구할 것으로 예상됩니다. 만일 공시된 내용에 허위·누락·과장의 내용이 기재된 경우에는 공정거래위원회가 직권취소, 시정명령, 과징

금 등 행정제재뿐 아니라 형사처벌(벌금형)까지 가능합니다.

3. 점주단체의 권한 - 확대가맹점주 단체는 본부의 정보공개서 원본 열람권을 요구할 수 있으며 이를 근거로 계약 갱신이나 단체교섭 시 공시내용의 근거를 요구할 수 있을 것으로 예상됩니다. 이는 정보공개의 실효성을 담보하기 위한 장치로서, ‘정보공개의 수동적 수용자에서 적극적 감시자’로 점주 단체의 지위가 강화된 것입니다.

가맹본부의 예상 리스크

1. ‘사후심사’ 체계로 인한 즉각적 제재 리스크
공시제는 사전심사 없이 즉시 공개되므로, 정보오류가 발생할 경우 경쟁사, 점주, 언론 등을 통해 즉시 문제 제기가 가능하며, 이는 곧바로 공정위 조사나 행정제재로 이어질 수 있습니다. 실무상 ‘단순 기재 오류’도 ‘허위공시’로 판단될 여지가 있어, 내부 검증 절차의 강화가 필수적입니다.

2. 민형사상 책임의 중첩 가능성

공시된 내용이 사실과 다르거나 기망적 요소가 있을 경우, 가맹희망자에게 손해배상책임(가맹사업법 제37조의2), 형사처벌(제41조 제1항)까지 병행될 수 있습니다. 특히 ‘예상매출액 산정근거’를 부정확하게 제시하는 행위는 가장 빈번한 제재 유형으로 꼽힙니다.

3. 가맹본부 내부 데이터의 법적 증거화 필요성

매출, 로열티, 점포 현황, 분쟁 내역 등 공시 항목의 대부분은 단순한 통계가 아니라 ‘법적 증거자료로 제출 가능한 형태’로 관리되어야 합니다. 예를 들어 매출예측치의 근거자료는 세무신고기록, POS 데이터, 지역 상권분석 보고서 등을 포함해야 하며, 향후 분쟁 시 이를 입증자료로 활용할 수 있어야 합니다.

실무적 대응방안 — ‘내부통제 시스템의 재설계’

공시제 전환은 단순히 행정절차 변경이 아닌 가맹본부의 ‘정보 관리 체계’와 ‘법적 리스크 통제 구조’ 자체를 재설계해야 함을 의미하며, 아래와 같은

내부 통제시스템을 구축하여야 합니다.

1. 정보공개서 관리 프로세스의 자동화가 필요합니다. - 정보공개서 최신화 및 변경등록 프로세스를 전산화하여 부서별 담당자가 실시간으로 기재항목을 업데이트할 수 있는 내부시스템 구축하여야 합니다. - 변경사항 발생 시 ‘자동 알림 및 승인체계’를 설정하여 누락을 방지할 필요가 있습니다.

2. 내부 검증 절차를 단계화할 필요가 있습니다. - 1단계: 작성부서의 1차 검토(데이터·수치 확인)- 2단계: 법무·회계팀의 근거자료 검토- 3단계: 외부 전문가(법무법인·회계법인)의 사전 자문 및 검증

3. 민감정보 관리 및 분쟁 예방시스템의 구축이 필요합니다. - 위약금, 갱신조건, 폐점현황 등은 예시·계산식을 포함하여 명확히 기재 - 점주단체의 열람요구에 대비해, 공시자료와 내부 근거자료를 동일 풀더에 보관·관리 - 공시 후 문제 제기 시 ‘즉시 소명 가능한 문서체계’를 구축

4. 교육 및 모니터링 - 실무담당자를 대상으로 정보공개서 작성·공시·법적 리스크 관련 정기 교육을 실시하고, 공정위 제재 사례를 모니터링하여 선제적으로 내부지침을 개정할 필요성이 있습니다.

V. 결론 — 공시제 시대의 핵심은 ‘투명성과 종거관리’

정보공개서 공시제는 단순한 제도 변경이 아닌, 가맹본부의 신뢰를 측정하는 공개 플랫폼의 도입입니다. 가맹본부는 이제 단순히 ‘등록 서류를 제출하는 주체’가 아니라 ‘공개된 정보에 대한 사회적 책임을 지는 기업’으로 평가받게 됩니다. 따라서 공시제 대응의 출발점은 정확한 정보관리, 객관적 검증, 체계적 기록보관이며, 이 모든 과정이 곧 브랜드 신뢰도의 핵심 지표가 될 것입니다. **KFN**



김선진

법무법인 케이엘에프(KLF) 대표 변호사
(전) 공정거래조정원 법률자원변호사
(현) 한국프랜차이즈학회 부회장
사단법인 한국프랜차이즈협회 고문변호사
충실파워 경영학 박사(프랜차이즈)
충실파워 경영학 박사(프랜차이즈)
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



Korea Franchise Association Column ●칼럼

프랜차이즈 본사, 성공적인 사업승계 전략

WRITE | 최인용

프랜차이즈 산업은 한국 경제의 중요한 축으로 자리 잡았으며, 이제 많은 본사들이 창업 1세대에서 2세대로의 경영권 이전을 준비하고 있다. 단순히 회사를 물려주는 것을 넘어 브랜드의 핵심 가치와 노하우, 그리고 시스템을 지속 가능하게 계승하는 것이 관건이다.

프랜차이즈 본사의 사업승계는 일반 제조업과 달리 무형자산이 핵심 경쟁력이라는 점이 특징이다. 브랜드 가치, 기맹본부 운영 시스템, 기맹점과의 신뢰 등은 수치로 환산하기 어렵기 때문에 승계 과정에서 이 가치가 훼손되지 않도록 세심한 전략이 필요하다.

특히 막대한 상속세나 증여세의 세금 부담은 승계의 최

대 리스크다. 세법상 특례 제도를 활용하는 방법 별도의 법인을 활용하는 방법 그리고 창업자금을 만들어주는 방법 등을 적극적으로 활용하는 것이 유리하다.

첫째, '사업승계 증여세 과세특례' 제도를 통한 절세 전략이 효과적이다. 매출 5000억원 미만 기업의 경우, 자녀가 600억원 한도 내에서 사업 주식을 증여받을 때 증



여세 과세가액에서 10억까지는 세금이 없다. 120억 원까지는 10%의 세율을 적용하고 초과분은 20%의 낮은 세율이 적용된다. 일반 증여세율(최대 50%)과 비교하면 큰 절세 효과가 있다.

다만, 가업승계증여는 사후관리에 유의하여야 한다. 증여받은자는 최소 5년 이상 대표로 재직해야 하며, 지분만 유지해야 할 뿐 가업상속과 달리 고용 유지하거나 자산 처분 등의 사후관리 규정은 없다. 매년 세법 개정으로 요건이 많이 완화되었지만, 장기적 계획이 필수적이다. 증여이후에는 M&A 등 지분권 매매는 제한되지만, 상장 등을 위한 지분권 감소는 가능하다.

둘째, 법인 구조를 재편하여 승계의 안정성과 세금 효율을 동시에 확보할 수 있다. 별도의 법인을 설립하거나 지주회사(또는 가족법인)를 설립해 본사 주식을 보유하게 한 후, 이 지주회사의 주식을 후계자에게 증여하는 방식을 사용할 수 있다. 이를 통해 경영권을 안정적으로 유지하면서 세부담을 줄일 수 있다. 또한 상표권, R&D 결과물 등 핵심 자산을 별도 법인으로 분리하면 효율적인 관리가 가능하다.

셋째, 프랜차이즈가 개인사업자로 새로운 사업을 하고자 할 때 자녀가 새로운 브랜드를 만들 경우에는 '창업자금 증여세 과세특례'를 활용할 수도 있다. 18세 이상 자녀가 창업을 위해 최대 50억원(고용인원 10명 이상의 창업은 100억원)까지 10%의 단일

세율로 과세된다. 일반 증여세율이 30억원 초과되면 50%의 세율이 적용되므로 유의해야 한다.

창업자금증여세 과세특례제도 또한 증여 후 4년 내 창업 자금을 모두 사용하여야 하고, 10년간 사업을 유지해야 하는 내용은 유의하여야 한다. 다만, 창업자금으로 창업에 사용하는 부동산을 구입하는 것이 가능하기 때문에 근교의 대형 베이커리 카페 등에서 활용하는 경우가 많다. 비교적 부동산보다 예금등 금융자산이 있다면 후계자의 새로운 성장 기반을 마련하는데 유용한 제도다.

마지막으로, 프랜차이즈 가업승계는 일반기업의 가업승계와는 다른 점이 있다. 바로 프랜차이즈 업종이 없다는 것이다. 프랜차이즈 본사는 제조업의 매출 중심에 있는 경우 제조업이 될 수도 있고, 물류 수익을 위주로 하는 과정에서는 도소매로 볼 수 있다. 그리고 로열티 기반의 사업에서는 무형자산 임대업이라는 업종으로 분류될 수 있다. 가업승계나 창업자금 증여는 한국표준산업분류와 법령상 "별표" 업종 기재에 따라 결정된다.

따라서 승계 과정에서는 세무 리스크 관리가 결정적이다. 세제 특례나 법인 구조 개편은 절세효과가 큰 만큼 사전적인 선택이 잘못되거나 사후의 무를 위반할 경우 큰 세금 추징으로 이어질 수 있다. 세무사·회계사 등 전문가의 협업 하에 최소 5년 이상의 승계 로드맵을 설계해야 한다. **KFN**



최인용

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



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

주5일 미만 근무자의 주휴수당 계산 방법

WRITE | 이금구

프랜차이즈 업계에서 근로자들의 주휴수당을 산정할 때 혼란이 있다. 즉, 단시간 근로자인 경우 주휴수당을 계산할 때 1일 8시간 기준으로 주휴수당을 지급하는 사례가 있다. 최근 대법원 판결과 고용노동부 행정해석 주휴수당의 임금계산을 살펴보면 아래와 같다.

1. 주휴수당이란

주휴수당은 법률상으로는 근로기준법 제55조제1항에서 '사용자는 근로자에게 1주일에 평균 1회 이상의 유급휴일을 보장하여야 한다'라고 규정하고 있다. 근로기준법에서 정하고 있는 주휴일은 1주일(7일)간 소정근로일을 계속 근로한 것에 대해 다음 근로를 위한 보상의 의미로 피로해소 등을 위해 부여하는 제도이다. 다만, 1주 소정근로시간이 15시간 미만은 주휴수당의 지급대상이 아니다.

2. 2021.8.4 고용노동부 지침

변경 전 고용노동부 행정해석은 주휴일(유급휴일)이 부여되기 위해서는 평상적인 근로관계, 즉 근로자가 근로를 제공하여 왔고 또한 계속적인 근로제공이 예정되어 있는 상태가 전제되어 있어야 한다. 즉, 1주간의 소정 근로일을 개근하고 아울러 1주를 초과하여(8일째) 근로가 예정되어 있는 경우 주휴수당이 발생한다는 입장이었다.

그러나 2021.8.4부로 변경된 지침은 1주간의 근로관계가 존속되고 그 기간 동안의 소정 근로일에 개근하였다면, 1주를 초과한 날(8일째)의 근로가 예정되어 있지 않더라도 주휴수당이 발생한다고 해석한다. (임금근로시간과-1736) 예를 들



4. 사례

(1) 격일제근로자

요일	월	화	수	목	금	토	일
근로시간	6	0	6	0	6	0	8

(2) 주5일 미만, 1일 8시간 근로하는 경우

요일	월	화	수	목	금	토	일
근로시간	8	8	8	0	0	0	0

(3) 주5일 미만, 1일 8시간 미만 근로하는 경우

요일	월	화	수	목	금	토	일
근로시간	6	0	6	0	6	0	8

(4) 주5일 미만, 근로시간이 변경되는 경우

요일	월	화	수	목	금	토	일
근로시간	6	0	4	0	8	0	0

※ 산정 예시

근로시간(주 24시간) = 월(8시간) + 화(휴무) + 수(8시간) + 목(휴무) + 금(8시간)	
기준	변경
주휴시간 = 24시간/3일 = 8시간	주휴시간 = 24시간/5일 = 4.8시간

(5) 주5일, 1일 8시간 미만 근로시간이 일정한 경우

요일	월	화	수	목	금	토	일
근로시간	6	6	6	6	6	0	0

→ 30시간 / 5일 = 6시간의 주휴시간

(6) 주5일, 1일 8시간 미만 근로시간이 변경되는 경우

요일	월	화	수	목	금	토	일
근로시간	4	6	4	6	4	0	0

→ 24시간 / 5일 = 4.8시간의 주휴시간

5. 결론

근로계약서에 정한 근로일을 소정 근로일이라고 한다. 소정 근로일을 개근한 한 경우 1주 15시간 이상이면 주휴수당을 지급해야 한다. 1일 8시간 미만 근로하는 단시간 근로자의 경우에는 1주간의 근로시간을 주5일로 나누어 주휴수당을 산정하여 지급하면 된다. **KFN**



이금구

노무법인 C&B 대표

한국프랜차이즈산업협회
자문위원

1991년_제3회 공인노무사

자격 취득

2012년_전국소상공인단체연합회
고문

2015년_(사)한국소상공인단체
연합회 고문

2016년_GS25, 프랜차이즈
노무관리 시스템 도입

T : 1544-8323 /

E : www.franhr.com

공정거래위원장 플랫폼 간담회 참석… 협회 “배달 플랫폼법 제정해야”

한국프랜차이즈산업협회가 주병기 신임 공정거래위원장에게 배달 플랫폼 수수료 부담 완화를 위한 배달 플랫폼 공정화법 제정을 공식으로 건의했다.

지난 13일 공정위는 서울 중구에서 플랫폼 분야 중소 입점업체와 소통하기 위한 플랫폼 입점업체 간담회를 개최했다. 간담회에는 주병기 공정거래위원장 등 공정위 관계자와 나명석 제9대 협회장 당선인 및 유관 단체 관계자들이 참석했다.

나당선인은 “배달앱 수수료 부담이 갈수록 증가하고 있으며, 배달앱들의 태도 변화도 요원하여 외식업체 수익 구조가 악화되고 있으며, 소비자 가격에도 반영 할 수밖에 없는 상황”이라고 하면서 “온플레 법 제정이 국내외 이슈로 지연되고 있는 상황에서, 거래 규모와 파급효과가 큰 배달앱 분야만이라도 별도로 공정화 법을 제정해야 한다”고 건의했다.



주 위원장은 “향후 플랫폼 정책이 나아가야 할 방향을 함께 고민하고 공정한 플랫폼 시장을 만들기 위해 최선을 다하겠다”고 말했다.

KFA

농식품부 슈링크플레이션 간담회서 과도한 규제 우려 전달

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 정부의 외식 업계 슈링크플레이션 대책 마련을 위한 간담회에 참여해 업계 우려를 전했다.

협회는 지난 11월 3일 aT센터에서 농식품부가 개최 한 간담회에 참석했다. 간담회에는 김정욱 농식품부 농업혁신정책실장 및 기재부, 식약처, 공정위 등 정부부처와 김상식 협회 식품위생실장 및 유관 협단체 들과 치킨, 커피, 버거 등 주요 프랜차이즈 관계자들이 대거 참석했다.



간담회는 정부가 11월까지 ‘슈링크플레이션 근절과 외식물가 안정 방안’에 대한 대책을 마련하기 위해 의견을 청취하는 방식으로 진행됐다.

김 실장은 “국민들의 우려는 이해하나, 이번 사태의 핵심은 사전 고지 및 절차 준수에 대한 것으로 당장

규제를 도입하는 것보다는 자율 가이드라인을 먼저 확산시키는 것이 바람직하다”면서 “중량제 등 조리 특성상 준수가 어렵고 위반 시 소상공인 경영에 타격을 줄 수 있는 내용이 규제로 도입될 경우 과도하게 기업 경영의 자유를 위축시킬 수 있어 신중한 고민을 당부드린다”고 말했다.

KFA

산업부 제4차 가맹사업진흥 5개년 기본계획 수립 협의

산업통상자원부(장관 김정관)가 프랜차이즈 산업의 중장기적 발전을 지원하기 위한 가맹사업진흥 기본 계획(2026~2030) 수립에 착수, 협회 등 업계와 논의를 이어가고 있다.

협회에 따르면 산업부는 지난 10월부터 산업연구원을 통해 기본계획 수립을 위한 연구용역을 수행 중이다. 가맹사업진흥 기본계획은 업계 체질개선 및 역량 강화, 상생확산, 규제 합리화, 신기술 지원, 해외진출 등 가맹사업의 발전과 관련된 종합적인 지원책을 총망라하는 중장기 대책이다.

협회는 전문가 회의 등을 통해 산업부와 긴밀히 업계 지원방안을 논의하고 있으며, 지난 11월 6일에는 심층 인터뷰에서 프랜차이즈 발전을 위한 주요 아젠다를 제시했다.



협회는 기본계획이 수 년 간의 산업 성장 지원의 방향을 가를 수 있는 만큼 향후 논의 과정에 지속적으로 참여한다는 계획이다.

KFA

한국프랜차이즈協 제8대 분과위 소통과 화합 행보 이어가

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 분과위원회들이 쾌청한 가을 날씨를 맞아 위원회 활동을 활발히 이어갔다.

상생파트너위원회(위원장 최인용)는 10월 28일 aT 센터 세제로룸에서 10월 파트너스데이 행사를 성대히 개최했다. 결제·주문 시스템 관련 파트너사들이 사업모델을 소개하고 상생 비즈니스 모델을 제시하는 뜻깊은 시간으로 진행됐다.

산악회(회장 정민섭)는 10월 19일 서울 북한산, 11월 16일 충북 괴산군 산막이옛길에서 정기 산행을 진행했다. 우정회(회장 김태환)도 10월 2일 정기 월례회를 열고 11월 6일 2025년 낙화식을 진행했다.

봉사위원회(위원장 김인규)는 9월 27일 관악노인종 합복지관에서 봉사활동을 전개하고, 여성회(회장 윤



미아)는 10월 28일 경기 성남시 인근에서 번개모임을 진행해 친목을 다졌다. 서비스분과위원회(위원장 신희성)도 10월 21일 월례회를 진행했고, 청강회(회장 이영채)는 11월 13일 2025년 송년회 및 차기 회장 이취임식을 개최했다.

KFA

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 김영환)

제3기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육 수료식

KFA부울경지회와 프랜차이즈산업연구원이 주최·주관하는 '제3기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저' 교육 과정이 8월 13일(수) 개강해 10월 19일(수) 수료식을 끝으로 마무리됐다. 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육은 ▲프랜차이즈 슈퍼바이징 이론 ▲가맹사업 이해 ▲가맹점 진단 및 관리 전략 ▲매출 및 이익 증대 실천스킬 ▲평가 시험 및 팀별 발표 등 체계적인 커리큘럼으로 지역 브랜드의 경쟁력 강화와 수익 증대를 도모하고, 이를 실현할 전문성과 실무 능력을 겸비한 슈퍼바이저를 양성하는 수준 높은 전문가 과정이다. 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육은 2026년 상반기에 4기 개설이 예정돼 있다.



제3기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육 수료식

9월, 10월 정기봉사활동

KFA부울경지회는 모라종합사회복지관과 2023년 2월 MOU를 체결하고 매월 세번째 목요일 아침, 회원사들과 함께 경로식당에서 어르신들의 식사 배식 보조, 잔반 처리, 청소 등을 도우며 정기적으로 봉사활동을 하고 있다.

지난 9월 18일(목), 10월 16일(목), KFA부울경지회의 9월, 10월 정기봉사활동이 진행됐다. 이번 봉사활동은 복지관 내 신설된 식당에서 어르신들의 원활한 식사를 지원하기 위해 마련된 자리로, KFA부울경지회 회원사들은 주방 보조, 식판 배식, 식탁 정리 및 위생 관리 등 다양한 식사 지원 업무에 자발적으로 참여했다.

모라종합사회복지관은 KFA부울경지회가 매월 정기적으로 봉사활동을 이어가고 있는 기관으로, 앞으로도 KFA부울경지회는 앞으로도 회원사들과 함께 지속적으로 봉사 활동을 통해 지역사회에 따뜻한 나눔을 이어나갈 예정이다.



9월 정기봉사활동



10월 정기봉사활동



2025년 임시총회 및 제6대 회장 선거

KFA부울경지회는 지난 10월 27일(월), 2025년 임시총회 및 제6대 회장선거를 진행했다. 제6대 회장선거 투표 결과, 만장일치로 (주)시애퓨드 김영환 대표가 제6대 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회 회장으로 당선됐다. 김영환 당선인은 "평등, 소통, 상생, 교육, 협력, 봉사, 성장이라는 7가지 가치를 실현해 회원사와 함께 성장하는 KFA부울경지회를 만들어가겠다"고 포부를 전했다. 다수의 KFA부울경지회 회원사가 참석해 지회의 새로운 리더를 선출하고 앞으로의 방향을 논의하는 뜻깊은 자리였으며, KFA부울경지회는 회원사와 함께 소통과 상생의 가치를 바탕으로 더욱 발전해 나갈 계획이다.



김영환 제6대 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회 회장

제9기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료식

KFA부울경지회와 부자비즈가 주최·주관한 제9기 부산 프랜차이즈 사관학교가 지난 11월 14일 수료식을 끝으로 12주간의 여정을 마무리했다. 부산 프랜차이즈 사관학교는 ▲프랜차이즈 시스템 구축 실무 ▲소상공인의 지속 성장 전략 ▲브랜딩·마케팅 전략 ▲지역 성공 CEO 특강 등 실무에 즉시 적용할 수 있는 현장 중심형 교육 프로그램으로, 지역 프랜차이즈 산업의 경쟁력 강화와 자생력 형상을 목표로 하고 있다.

이날에는 부산시 중소상공인지원과 관계자와 사관학교 주임교수, KFA부울경지회 임원진 등이 참석해 9기 수료생들을 축하했다. KFA부울경지회는 앞으로도 지역 기반의 건전한 프랜차이즈 생태계 조성과 소상공인 지원 강화를 위해 교육 프로그램을 지속 운영할 계획이며, 제10기 부산 프랜차이즈 사관학교는 내년 상반기에 개강 예정이다.



제9기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료식

11월 정기월례회

KFA부울경지회는 지난 11월 18일(화) 11월 정기월례회를 개최하고 회원사 간 정보 교류와 네트워크 강화를 위한 소통의 장을 마련했다. 월례회에 앞서 크리니트 사업설명회가 진행됐다. KFA부울경지회는 매월 정기월례회를 통해 각 분과 활동 보고, 정부지원사업 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.



11월 정기월례회

지금 KFA부울경지회는 오는 11월 27일(목)~29일(토), 부산 벡스코에서 개최하는 <KFA 프랜차이즈 창업박람회 2025 부산>을 앞두고 바쁜 나날을 보내고 있다. 부산 박람회 참가접수 및 사전등록은 KFA부울경지회 홈페이지(www.kfabug.or.kr) 또는 KFA 프랜차이즈 창업박람회 홈페이지(www.kfashow.co.kr)에서 확인할 수 있다.

* KFA부울경지회 정기월례회 : 매월 3번째 화요일 * 회원가입문의 : 051-761-2066

대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

10월 봉사

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회는 흰지팡이의 날(시각장애인의 날)을 맞아 10월 22일(수) 오전 11시부터 오후 4시까지 두류공원 성당인라인스케이트장 일대에서 '사랑의 닭강정 나눔 봉사'를 진행했다.

이번 행사는 시각장애인과 지역 주민들이 함께 참여하는 의미 있는 자리로 마련되었으며, 지회는 갓 튀긴 닭강정을 즉석에서 제공하며 따뜻한 마음을 전했다. 특히 준비 과정부터 조리·포장·배식까지 회원사들이 직접 함께해 지회의 나눔 문화가 지역사회에 자연스럽게 확산되는 계기가 되었다.

또한 중앙회 회원사인 다빈치안경이 적극 동참해 현장에서 무료 안경 수리 부스 운영, 선글라스 200개 후원 등 더 큰 의미를 더하는 봉사를 펼쳤다. 이번 활동은 지역과의 연대와 소통을 강화하는 실질적인 사회공헌으로, 지회는 앞으로도 지역 행사와 연계한 다양한 나눔 프로그램을 이어갈 계획이다.



사랑의 닭강정 나눔 봉사

9월 교육 및 수료식(실전외식사업 CEO 아카데미 1기)

9월 16일(화) 실전외식사업 CEO 아카데미 1기 수료식이 개최됐다. 8주간 진행된 이번 교육은 외식 창업과 매장 운영에 필요한 실무 중심 커리큘럼으로 구성되어, 수강생들은 상권 분석, 메뉴 전략, 고객 심리, 매장 운영 노하우 등 현장에서 바로 활용할 수 있는 핵심 역량을 강화했다. 참석자들은 "실무에 바로 적용 가능한 깊이 있는 배움을 얻었다"며 높은 만족도를 보였고, 협회는 앞으로도 현장 기반 교육을 지속 확대할 계획임을 밝혔다.



실전외식 아카데미

IFS개막식 참석

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회는 9월 25일(목) 서울 코엑스에서 열린 IFS개막식에 참석했다. 본 개막식은 국내외 프랜차이즈 산업의 최신 흐름을 공유하고 브랜드·본부·유관 기관 간 협력 기반을 강화하는 공식 행사로, 지회는 지역 프랜차이즈 산업의 위상을 알리고 중앙회 및 타 지회와의 교류를 확대하는 기회로 삼았다. 이번 참석을 통해 대구·경북 지역 브랜드들의 성장 가능성이 협회 활동의 방향성을 중앙회와 공유하고, 앞으로의 산업 동향파악 및 네트워킹 강화 측면에서도 의미 있는 시간이 되었다.

10월 교육 진행 상황(프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정)

10월 14일(화)부터 시작된 프랜차이즈 슈퍼바이저 MBA 과정이 현재 매주 화요일 정기적으로 진행되고 있다. 이번 과정은 프랜차이즈연구원의 전문 강사진이 참여하는 8주 완성 실무 교육 프로그램으로 구성되어 있으며, 대구·경북지역 가맹본부 실무자뿐 아니라 대학생·프리랜서·예비창업자·브랜드 대표 등 다양한 참여자들이 함께하고 있다.

교육에서는 가맹점 관리 프로세스 이해, 현장 중심의 운영 점검 방법, 본부와 가맹점 간 커뮤니케이션 전략, 매출 증진 및 문제 해결 중심 실무 스킬, 브랜드 운영 전략 및 슈퍼바이저 역할 강화 등 프랜차이즈 산업의 핵심 역량을 깊이 있게 다루고 있다.

특히 사례 중심 강의와 조별 토론을 통해 참가자들이 실제 상황을 직접 분석하고 해결책을 도출하는 방식으로 보다 실질적이고 체감도 높은 교육이 이루어지고 있다. 협회는 이번 과정을 통해 지역 프랜차이즈 본부의 경쟁력 강화는 물론, 산업 전반의 인재 양성 기반을 확고히 다지는 데 큰 의미를 두고 있다.

12월 송년회 일정 안내

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회는 2025년 12월 10일(수) 호텔인터불고 대구에서 송년회를 개최한다. 이번 송년회는 한 해 동안 지회 활동에 성원과 협조를 보내주신 회원사 및 내빈 여러분께 감사의 뜻을 전하고, 상호 교류의장을 마련하기 위해 준비된 행사다. 보다 풍격 있는 만찬과 편안한 네트워킹 프로그램을 중심으로 진행되며, 참석자 간 소통을 강화하고 지회의 화합을 더욱 견고히 하는 뜻깊은 시간이 될 예정이다.

충청권 지회 소식(지회장 유인성)

충청권 프랜차이즈의 새 도약, 지역상생·나눔으로 빛나다

한국프랜차이즈산업협회(이하 KFA) 충청권지회(지회장 유인성)가 1년여의 준비 끝에 지난 5월 22일 정식 창립총회 및 지회장 취임식을 열고 공식 출범했다. 충북·충남·대전·세종 등 충청권 전역을 아우르는 KFA의 7번째 지역지회로, 600만여명의 인구를 기반으로 한 충청권 프랜차이즈 산업 발전의 중추 역할을 맡게 됐다.

창립총회는 천안 비렌티웨딩홀에서 성대히 개최됐다. 정현식 협회장, 문진석·이재관·이정문 국회의원, 오인철 충남도의회 부의장 등 정·재계 인사와 전국 지회장단, 충청권 회원사 등 100여 명이 참석해 출범을 축하했다.

유인성 초대 지회장은 "충청권은 대한민국 산업의 중심축이자 프랜차이즈 산업 성장의 핵심 지역"이라며 "지역경제 활성화와 일자리 창출, 그리고 회원사 간의 상생과 소통을 통해 모범적인 지회를 만들어가겠다"고 포부를 밝혔다.



2025 KFA 충청권지회 창립총회 및 지회장 취임식 단체사진



전국지회연합 친선골프대회



전국지회연합 친선골프대회 수해피해아동 명절지원 후원금 전달

전국지회 하나로, '2025 KFA 전국지회연합 친선골프대회' 성료

충청권지회는 창립 이후 곧바로 전국의 지회들과 유대를 강화하는 의미있는 행사를 주관했다. 지난 9월 29일, 청주 떼제베CC에서 열린 '2025 제1회 KFA 전국지회연합 친선골프대회'가 그것이다. 이번 대회는 충청권지회가 처음으로 주관한 전국 규모 행사로, KFA 중앙회와 6개 지회 임원 및 회원사 150여명이 참석해 화합과 친목을 다졌다.

특히 이번 대회는 '초록우산 어린이재단'과 함께하는 나눔골프대회로 진행되어 사회적 의미를 더했다. 행사 당일 모금된 후원금 200만원은 충남지역 수해 피해 아동들의 명절 생계비로 전달됐다. 유인성 지회장은 "전국 지회가 하나로 모인 뜻깊은 자리였고, 이를 나눔으로 연결할 수 있어 더욱 보람 있었다"고 전했다.

꾸준한 나눔, 지역 아동과 함께 성장하는 협회

충청권지회는 단발적인 행사를 넘어 지속적인 사회공헌활동을 이어가고 있다. 지난 6월에는 지역 아동들을 위해 '사랑의 쌀 740kg'을 초록우산 어린이재단에 기부했으며, 10월에는 '꿈자람하우스 주거환경 개선사업'을 지원하기 위해 후원금 100만원을 전달했다. 이는 주거 취약계층 아동이 보다 안전하고 쾌적한 환경에서 성장할 수 있도록 돋는 의미 있는 발걸음이었다. 김우현 초록우산 충남지역본부장은 "충청권지회의 꾸준한 나눔 덕분에 많은 아이들이 희망을 품을 수 있었다"며 감사를 전했다.

교육·상생·나눔의 선순환, 충청권 프랜차이즈의 미래를 열다

KFA 충청권지회는 정기적인 회원 역량 강화 교육 및 지역 상생 프로그램을 통해 프랜차이즈 산업의 건전한 발전을 도모하고 있다. 앞으로도 지역 사회와 함께 성장하며 "나눔으로 하나 되는 프랜차이즈 문화"를 실현하겠다는 목표다. 유인성 지회장은 "프랜차이즈 산업은 단순한 사업을 넘어 사람과 지역을 잇는 연결의 힘"이라며, "회원사와 함께 충청권이 대한민국 프랜차이즈 산업의 중심지로 자리매김할 수 있도록 지속적인 노력을 이어가겠다"고 밝혔다.

'26년 2월 ~ 3월 교육일정 안내 (9회차)

※ 자세한 커리큘럼 및 신청은 교육원 홈페이지 www.edukfa.or.kr 및 협회 홈페이지 www.ikfa.or.kr 참조 바랍니다.
[전과정] 장소: 미정 교육인원: 20명(선착순) 비용: 전액무료

프랜차이즈 시스템의 이해

일 시: 2026년 2월 5일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

훈련목표: 가맹사업의 유래부터 직영점의 수익구조까지, 프랜차이즈시스템의 전반적인 흐름을 이해하여 가맹사업 업무를 수행하는데 필수적인 기초지식을 함양할 수 있다.

훈련내용: 가맹사업의 유래, 발생과 사례, 분사의 수익구조 등

슈퍼바이저 지역점포마케팅

일 시: 2026년 2월 12일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

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

훈련내용: 지역점포마케팅 전략수립 및 구축

[신규] AI를 활용한 브랜딩 및 마케팅 전략 수립 실무

일 시: 2026년 2월 25일(수), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

훈련목표: 생성형 AI 프롬프트를 활용하여 시장 정보를 수집·분석하고, 이를 기반으로 빅데이터 비즈니스 모델을 기획하며 효과적인 마케팅 사업 전략을 수립할 수 있다.

훈련내용: 프랜차이즈 마케팅 전략 및 실행 계획 수립

[신규] AI를 활용한 마케팅 실행 방안

일 시: 2026년 2월 26일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

훈련목표: 생성형 AI 프롬프트를 활용하여 시장 정보를 수집·분석하고, 이를 기반으로 빅데이터 비즈니스 모델을 기획하며 효과적인 마케팅 사업 전략을 수립할 수 있다.

훈련내용: 프랜차이즈 마케팅 전략 및 실행 계획 수립

[신규] 최신 가맹사업법과 대응전략

일 시: 2026년 3월 5일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

훈련목표: 최신 가맹사업법과 개정 제도를 이해하고 실제 사례를 통해 법적 리스크를 진단·예방하며 정보공개서 작성 및 가맹계약 관리에 대응 전략을 수립할 수 있다.

훈련내용: 최신 가맹사업법 관련 법규 및 가맹계약 이슈 대응 전략

FC 빅데이터 상권분석(이론)

일 시: 2026년 3월 11일(수), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

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

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

FC 빅데이터 상권분석(실무)

일 시: 2026년 3월 12일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

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

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

가맹계약의 이해

일 시: 2026년 3월 19일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

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

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

가맹점 노무관리 실무

일 시: 2026년 3월 26일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 양재 aT센터 3층 세계로룸

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

훈련내용: 가맹사업 근로환경 변화, 가맹점 노무관리 실무

2025.9.30~2025.11.3 신규회원 현황

구분	협회대표	회사명	브랜드명	업종	가입일
정회원	박종호	(주)테르에프앤비	마라섬	제조업, 도매 및 소매업	2025.09.30
	김영환	(주)네오에프앤비	포케올데이	도소매업, 서비스업	2025.10.01
	오정훈	(주)골든밥코리아	탐나종합어시장	도소매업, 프랜차이즈업, 농산물, 수산물	2025.10.13
	전은철	(주)비비프로젝트	우이락	도매 및 소매업, 전문/과학 및 기술 서비스업	2025.10.21
	서향국	더네이처그린(주)	진교동찜닭	도매 및 소매업, 서비스	2025.10.28
	김성호	(주)라와에프앤씨	라와마라탕	도매 및 소매업, 서비스	2025.10.29
	조현진	(주)최초컴퍼니	유메오뎅	전문/과학 및 기술 서비스업	2025.10.31
파트너회원	김성호	노무법인 리원	노무법인 리원	전문, 과학 및 기술서비스업	2025.09.19
	이행규	법무법인(유) 지평	법무법인(유) 지평	서비스업, 법무법인	2025.09.26
	이미영	(주)호영식품	호영분모자	도매 및 소매업	2025.10.23
	김성진	K&L파트너스	K&L파트너스	전문, 과학 및 기술서비스업, 법률사무소, 변호사	2025.10.27
	남지윤	(주)미라클그룹	미라클기업연구소	전문, 과학 및 기술서비스업	2025.11.03
특별회원	최진식	한국중견기업연합회	한국중견기업연합회	서비스, 제조업, 도매 및 소매업	2025.09.30

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 통하여 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

II. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

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

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

2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.

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

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

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

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통하여 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 위하여 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 세부사항은 별도의 운영기준으로 정한다.

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

착한 K-프랜차이즈는 일상 자리에 있다

한국프랜차이즈산업협회는

'착한 프랜차이즈' 운동을 선도합니다.

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

'K-프랜차이즈'의 우수성을 널리 알립니다.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 프랜차이즈 산업인의 권리 대변

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

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

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

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 해외진출 사업지원 지원

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

가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 각종 정책 정보 제공

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

학사 및 석사 학위 과정 장학금 혜택

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

새로운 홍보 플랫폼 홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보

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

각종 규제 개선 건의 대정부 정책 건의

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

프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 다양한 친목 프로그램 참가

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

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

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

회원가입 신청서

정회원 협력회원

신청인 정보

사진 (3cmX4cm)	회사명		전화번호	
	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]

- 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오.
- 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정서의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다.
- 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다.
- 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다.
- 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되어지며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다.
- 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 날짜 일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다.
- 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금기로 하여 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 한국프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.

모든 약관동의(동의 / 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 202 년 월 일

회사명 :

대표자 :

(인)

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



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

구분	유형	금액	수량	크기 (가로x세로mm)
A	표 4(뒷표지)	600만원	1면	
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	

*연 5회 계약시 1회 서비스(VAT 별도)

전면컬러
판형 : 220×290mm
화일크기 : 226×296mm
(300dpi 해상도의 ai, psd 파일)

광고, 콘텐츠, 구독 제안

프랜차이즈월드

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

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

창업도,

*광고료 부가세별도

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

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.

창업도 온라인 광고

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

종합광고대행사 |주| KFN홀딩스 ☎ 02.556.7889

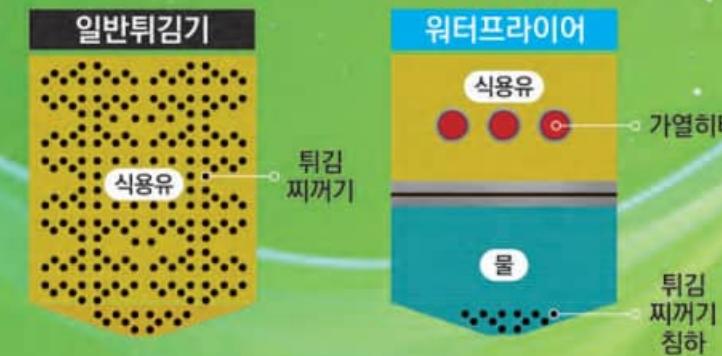
서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)



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 |

WF 6000 LPG / LNG 전기타입	저장 용량 사이즈(cm) (가로x폭x높이) 최대높이 1m	식용유:30L / 물:18L 58.8 x 62.3 x 85
WF 7000 LPG / LNG 전기타입	저장 용량 사이즈(cm) (가로x폭x높이) 최대높이 1m	식용유:41L / 물:23L 58.8 x 72.6 x 85



주요고객사



Enterpack®

대표번호. 031 434 9020
www.enterline.co.kr