



프랜차이즈에 솔루션을 더 하다!

아시아 No.1 프랜차이즈 대표 박람회



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

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 참가문의

한국프랜차이즈산업협회 (KFA) 회원사

☎ 02-3471-8135(3)

일반 참가사

☎ 02-6000-8159

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

✉ info@ifskorea.co.kr



온라인 참가문의



부스 타입 안내

주최 **KFA** 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

주관 **RX coex**

프랜차이즈월드

Vol.77 2026

“상생·윤리경영, K-프랜차이즈...산업 재도약 이끈다”

Korea Franchise Association

with Franchise! with Korea! 프랜차이즈월드 Franchise WORLD

Vol.77 2026

Cover Story

“상생·윤리경영, K-프랜차이즈... 산업 재도약 이끈다”

나명석 제9대 한국프랜차이즈산업협회장,
주요 비전 선포

피자헛 차액가맹금 소송 최종 패소 “215억원 반환”

대법원, 피자헛 본사 상고 기각...
“관행 뿌리째 흔드는 결정”

Special Report

올해 12월부터 가맹점주단체 협의요청에
응하지 않으면 시정조치 제재

“글로벌 K-프랜차이즈 리더 산실”...
協 제17기 KFCEO 개강

가맹본부·점주, 상생협력 발돋움...
2025년 가맹분야 실태조사 결과 발표

3월 10일 노란봉투법 시행...
원·하청 ‘교섭단위 분리’ 지침 여파 우려



나명석
제9대 협회장

People & Company

김현용 김복남맥주 본부장

이현숙 싱크닥터 대표

이정희 와우플러스 대표

KFA
Korea Franchise Association

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

먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨!

Since 2011



쿠우쿠우



블루레일



올웨이즈샤브



QR코드 스캔 후,
쿠우쿠우 앱 가입하시면
포인트 적립 / 선불카드충전 / 밀키트구매
다양한 혜택을 누리실 수 있습니다.

고객센터/가맹문의

1577-4841

QooQoo
FRANCHISE GROUP

쿠우쿠우
Sushi-Roll & Salad Bar

bluerail
QooQoo

always shabu
올웨이즈샤브

자담치킨

동물복지
프리미엄 치킨의
자부심을 담다
모방할 수 없는 최고의 재료로 정성껏 빚어낸 명품 치킨



자담치킨 전속모델
조정석



맵쏘이릭치킨

맵쏘랑치킨

치즈팡치킨

최고의 재료로 빚어낸 명품 치킨!



동물복지 인증농장에서 건강하고
인도적으로 생산한 육계사용
(일부 제품 제외)



빙초산 NO! 사카린 NO!
깨끗하고 건강한 자연의 맛만 담은
특허받은 3색 웰빙 피클무



청정하기로 소문난
프리미엄 소금!
히말라야 핑크솔트 염지



카놀라유에 고올레인 해바라기유를
혼합하여 더 고소하고 바삭한
프리미엄 전용유



아몬드·땅콩·밤·단호박 카카오닙스 등
21종의 견과류&곡물로 만들어
더욱 고소한 치킨 파우더

창업문의 1661-1033

www.ejadam.co.kr

제 47기 프랜차이즈 CEO과정 모집

교육기간 2026년 3월 4일 (수) ~ 6월 10일 (수)
(5/6, 6/3 휴강)

수업시간 매주 수요일 14:00 ~ 17:00

수업장소 연세대학교 신촌캠퍼스 상남경영원

접수마감 2026년 1월 31일

과정문의 02-2133-4264



← 지원 바로가기

- 직장 및 업무소개를 최대한 자세하게 작성해주세요.
- YFCEO 동문 추천으로 지원시, 지원서 항목중 4. 추가정보>지원경위>상남과정 원우추천 선택 후 추천인 입력



한국프랜차이즈산업협회 공식 CEO 교육

2026 상반기 K프랜차이즈 명품 KFCEO 17기 모집안내

모집요강

- ◆ 교육 기간 : 2026년 3월 9일~2026년 6월 15일 * 매주 월요일 14:00~17:00
- ◆ 교육 장소 : aT센터 (서울 서초구 소재)
- ◆ 교육 대상 : 프랜차이즈 가맹본부 CEO, 프랜차이즈 진출 희망기업 CEO
프랜차이즈 관련 산업 협력회사 및 2세 경영자
- ◆ 교육 비용 : 450만원(부가세 별도) * 식비, 교재비 포함 워크숍 비용 일부 지원

▶ 20%할인 : KFA회원사(중앙회, 지회), 프랜차이즈 최고전문가과정 및 연세대학교 프랜차이즈 CEO과정 수료자

▶ 10%할인 : 2인 이상 등록, 회원사 추천, KFCEO 졸업생 추천 시 적용

주요내용

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

혜택안내

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

교육문의

- ◆ 협회 담당자 : 070-7919-4150
- ◆ 이경희 주임교수 : 010-3785-8406

★ 신청 방식 안내 ★

K-Franchise 웹사이트를
통해 신청 가능합니다!



제대로 된 한 끼

육전국밥

든든한 국밥 위에 올린 정성 한장

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



육전국밥은 가맹비와 로열티를 받지 않습니다.

오직 단 하나,
매일 정성을 다하겠습니다 약속을 받습니다.

가맹문의
1544-6364



오늘은 막걸리 하세

5천만원대 창업 가능 대한민국 유일 한식포차



매일매일 바뀌는 주인장 맘대로 오막하세 한상차림!

각 지역별 80년대
인테리어 반영!



선착순 한시적 지원 혜택 총 2,000만원 상당 창업 지원

가맹비
교육비
광고분담금
디자인사용비 등



ZERO
0원!

✓ 창업대출
최대 1억 지원!

'초저녁'부터 고객 입장!
'빠른 만석'으로 '회전'이 빠르다!



가맹문의 1522-1913

www.omakhase.com





(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

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.

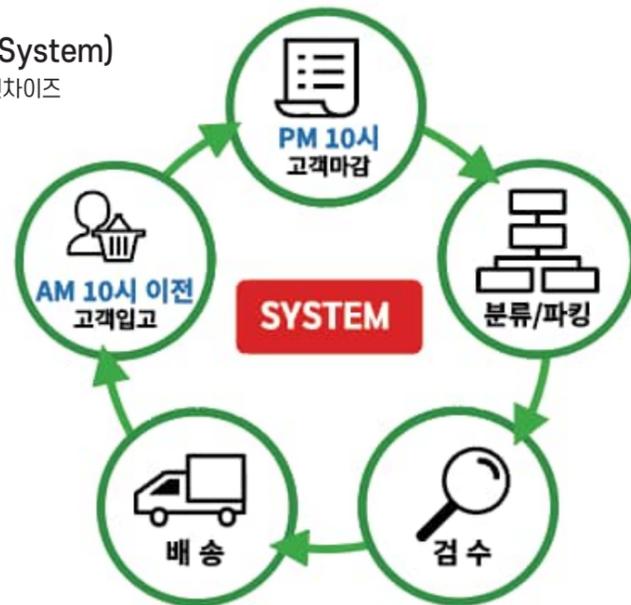
★ 전국을 연결하는 통합 네트워크 물류시스템(System)

전국을 연결하는 통합 네트워크 물류시스템을 완비하여 프랜차이즈 전국물류 가능.

또한 수도권 전역을 연결하는 신속한 배송시스템으로 고객님들께 보다 신선한 식자재를 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



No.1 아이케어 브랜드 다비치안경

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



Vision Care Lab

오랜 경험을 토대로 전문화 시스템을 설계하여 보다 정밀한 검사를 제공합니다.



Davich Clinic Zone

전문 시력검사와 시 분석을 통한 EYE 솔루션을 제공합니다.



Trueview I Zone

고객님의 안경 착용 습관과 안경테의 형태를 정밀하게 측정합니다.



Bespoke Table Zone

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

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

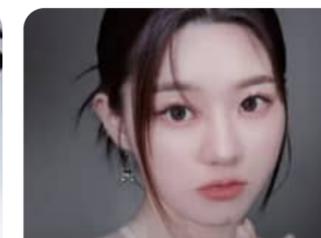
다비치안경은 고객들의 라이프 스타일에 맞춘 안경테부터 콘택트렌즈, 누진다초점렌즈까지 다양한 자체 브랜드를 전개하고 있습니다.



bibiem
EYE WEAR



seeries



DAVICH Lens



개인맞춤 다초점렌즈
MIDAS M

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

감동국밥

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 도와 드리겠습니다.

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

업종변경 30호점까지 드리는 지원 및 혜택
 • 가맹비 전액 면제
 • 인테리어 자물 선택
 • 기존 시설 최대한 활용
 • 디자인 시안 무상 제공

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 감동적입니다.

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

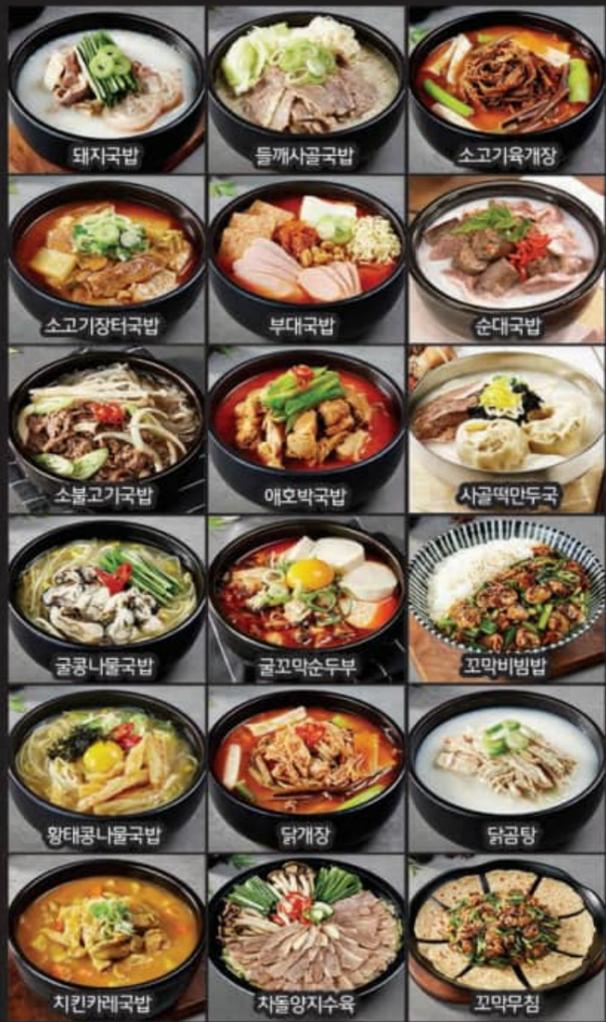
뿌리깊은 나무처럼 든든한 본사의 운영 시스템

<p>30년 노하우 본사</p> <ul style="list-style-type: none"> 배우네 나주공장, 성공신화 본사 국밥인 디자인 전문 노하우 전수 국밥인들을 최고의 마스터를 양성 	<p>신사업 국밥 메뉴 구성</p> <ul style="list-style-type: none"> 육·해·공 다양한 메뉴 구성 김고 집한 명품 육수 양념된 재료로 최고의 맛 구현
<p>자비롭고 효율적 후쿠</p> <ul style="list-style-type: none"> 과오발행, 리뉴얼 장영 인정 빈채용, 공급으로 인건비 절감 청주 본인 시공 시 계약일 제공 	<p>양행원 지자체 공급</p> <ul style="list-style-type: none"> 전국 골드메인 시스템 운영 유용 대량구매로 단점적 가격으로 공급 명품한 원재료 준수

나주공장 + 감동국밥
 “30년 검증된 본사 + 새로운 브랜드 감성”



대한민국 최초! 육·해·공 국밥집-감동국밥



감동국밥 주식회사 GF포유

업종변경 / 신규창업 문의
02) 2203-2040 (대)

NAVER D+ 검색창에서 감동국밥 를 치세요.

Lims SINCE 1977 **림스치킨**

오리지널 앤 스파이시

림스치킨, 더퍼스트 대한민국 프랜차이즈치킨의 시작



가맹문의 1566-4259

돈카츠는 유미카츠



RFID 기반 스마트비움

SINK DOCTOR

업소용 음식물처리기



이익보다 앞서는 서비스로 보답하겠습니다.



(주)싱크닥터

1670 - 1715

미진 축산

전국 누적 가맹점 170여개
www.mijin2900.com

花和豚 화화돈
베트남 쌀국수 / 수제 돈카츠 / 냉소바 전문



28개 직영점을 운영하는 탄탄한 본사! 화화돈은 다릅니다!



돼지고기
소고기
닭고기
다있으니까



실매 없는 미진축산 경쟁력

미진축산만의 노하우로 본사가 나서서 사장님의 편의를 돕겠습니다!

- 1 엄격한 육류 선별: 전국 각지에서 선별한 신선한 재료를 공급합니다.
- 2 원팩 시스템: 위생적이고 간편한 포장으로 조리 및 손질 최소화
- 3 안정적인 공급: 본사 물류 창고를 통해 물량 확보하여 안정적인 재료 공급
- 4 전 지역 본사 직배송: 체계적인 물류망으로 전 지역 신속 배송

- ✓ 누구나 쉽고 간편하게
- ✓ 고기 업계의 핫이슈
- ✓ 깔끔한 인테리어
- ✓ 가성비, 품질 좋은 고기
- ✓ 높은 월 매출 성공 창업
- ✓ 엄격한 육류 선별

2021년 코로나의 어려움을 이겨내다

위기 상황에서도 안정적인 매출로 가맹점 상승



성수에서 즐서서 먹는 맛집, 서울3대 쌀국수

“바삭한 돈카츠와 깊은 국물맛의 조화”



성공 창업 문의 1551-9820

창업문의 1522-0478

미진 축산

With Company H&B 본사 | 서울특별시 강북구 덕릉로 101, 301호

새롭게 변화된 김가네



초판치즈불닭쫄면

 **김가네**
가맹문의 1588-7187

 **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



초음파 기술로 탄생한 튀김의 신개념 패러다임

에코몬 초음파 튀김기



기름이 스며들지 않는
새로운 **겉바속촉**~

신제품
출시



150도 저온으로 튀겨도
더 바삭하고 항상
깨끗한 기름유지!
어떻게? **초음파니까!**

기름기 있는 튀김인데
살이 찌거나 유해물질이
거의 없다!
어떻게? **초음파니까!**



에코몬만의

초음파 튀김기 특성 12가지

1. 유증기 발생과 냄새가 거의 없어 쾌적한 주방 환경 유지
2. 조리시 생성되는 발암물질 조리흙 생성 억제
3. 냉동 식재료나 물이 들어가도 기름이 튀거나 화상을 입지 않음
4. 저온 150도에 조리하며 식어도 바삭하고 눅눅함이 없음
5. 조리시 식재료에서 생성되는 발암물질 생성 억제
6. 기름이 식재료에 스며들지 않아 느끼함이 없음
7. 육즙이 풍부하며 식어도 고유의 맛 유지
8. 기름 산패를 억제하여 식용유 비용 절감
9. 조리시간 단축으로 에너지 비용 절감
10. 초벌튀김과 조리과정 단축으로 인건비 절감
11. 서로 다른 식재료와 함께 튀겨도 냄새가 전혀 베어들지 않음
12. 닦지 않고 버튼만 누르면 자동 살균 청소

초음파 튀김기 도입효과

매출 UP
지출 DOWN

쾌적한 친환경
매장 유지

건강한 튀김을
더 맛있게
제공

고객 서비스
직원관리
편리함

조리사도
안전하고
간편함

매장 운영
즐겁고
유익함



ecomon
명품 친환경 전문기업 (주)에코몬

문의: 010-6247-3754
홈페이지: ecomon.kr

제휴 업체 및
판매점 모집중



사장님의 수익을 챙기는
착한 수수료 배달앱!

땡겨요



가게의 수익은, 땡겨요가 챙긴다!

첫째!

부담없는 수수료!
업계 최저 2% 수수료로
저렴해요!

둘째!

선정산 서비스!
당일 매출은 당일
입금해드려요!

셋째!

고객관리!
신한 고객관리 서비스가
단골들을 알려줘요!

010-3460-9950
제휴 문의. 이정희

사장님들이 원하시는 모든 것

**땡-겨요로
스마트하게
운영하세요~!**



※ PG결제 수수료, 배달대행료 제외
※ 출처 ABC사 홈페이지

wow
LINK 신한은행 공식 협력체



가게도 고객도 모두가 즐거운
와우플렉스페이



50만원씩 미리 결제해드려요!

상시리워드



고객들에게 상시 5%, 최대 30%
적립혜택을 제공해드려요!

웰컴 쿠폰



모든 신규가입회원에게
5000원 쿠폰 2장 지급하여
매장 방문과 구매로 이어지게
도와줘요!

자체프로모션



사장님이 따로
돈 내실 필요없어요.
저희가 대신 홍보해드려요.

현장 홍보



포토존·이벤트 부스를
직접 설치해, 매장 주변 상권이
활발해지게 도와줘요!

가맹점 블로그 홍보



공식블로그에 가맹점 소개나
각종 이벤트를 홍보해드려요!

각종 SNS 홍보



인스타그램·맘카페·당근·유튜브
페이스북 등 다양한
공식 SNS에 홍보해드려요!

지갑이 필요없는 와우플렉스페이로
결제받아 보세요!

프랜차이즈 제휴문의 (본사·상권·지자체 제휴가능)
이정희 : 010-3640-9950

홈페이지 : wowflex.co.kr



홈페이지
둘러보기

WOW
FLEX PAY

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

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

가맹본사 근무자가
30인 이상인 사업장에
노사협의회 설치가 필수

NOMURO 노무로



신청바로가기

<p>가맹본사 직영점 중대재해처벌법 대상 브랜드 합계 200개점 이상 산업안전보건 의무교육 30인 이상 사업장 노사협의회 의무설치</p>	<p>가맹점 5인 이상 중대재해처벌법 시행중 임금명세서 의무교부 시행중 미교부/오교부시 처벌 기준 주휴수당 발생기준</p>	<p>담당 노무사 각 업체별 1:1로 담당 노무사 배정</p>
<p>공통 효율적인 근태관리 줄줄 새는 4대보험료 틀어막기 근로기준법상 연·월차, 공상·병가 발생기준</p>	<p>전자문서화 전자 근로계약(APP) 임금명세서발급</p>	

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)	

The Letter from President

027 나명석 협회장 인사말

The Letter from Publisher

029 이진창 발행인 인사말

Cover Story

030 “상생·윤리경영, 복지강화, K-프랜차이즈로 신뢰 회복...
 산업 재도약 이끈다”
 나명석 제9대 한국프랜차이즈산업협회장, 주요 비전 선포

034 피자헛 차액가맹금 소송 최종 패소 “215억원 반환” 판결
 대법원, 피자헛 본사 상고 기각...업계, “관행 뿌리째 흔드는 결정”

Special Report

038 “생활맥주, 2025년 빛낸 최고의 프랜차이즈 스타”...
 대통령 표창 영예

042 올해 12월부터 가맹점주단체 협의요청에 응하지 않으면
 시정조치 제재

044 “글로벌 K-프랜차이즈 리더 산실”...
 한국프랜차이즈협회 제17기 KFCEO

046 가맹본부·점주, 상생협력 발돋움...2025년 가맹분야 실태조사 결과 발표

048 3월 10일 노란봉투법 시행...원·하청 ‘교섭단위 분리’ 지침 여파 우려

050 “영수증에 일회용 컵 가격 표시”기후부 탈플라스틱 대책 갑론을박

052 [기고] 좋은 종업원이 단골 고객을 만든다

Hot Issue

054 2026 상반기 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 4.2~4.4 개최
 ...참가사 모집

055 배리어프리 키오스크 1월 28일부터 본격 시행

056 치킨 조리 전 중량 표시제, 무용지물 논란



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



Organ News

- 058 국회, 정보공개서 사전심사에서 공시제로 전환 발의
- 059 식약처, 치킨도 영양표시 대상으로 확대
- 060 공정위, 제과점 원산지 표시 등 규제 개선 방안 발표
- 061 식약처, 반력동물 동반 출입 음식점 시설기준 마련

People & Company

- 062 김현용 김복남 맥주 본부장
- 066 이현숙 싱크닥터 대표
- 068 이정희 와우플러스 대표

Brand Highlight

- 070 다비치인경·지호한방삼계탕·불막열삼
- 071 굽네치킨·하남돼지집·암샘김밥
- 072 동인익스프레스·원할머니보쌈족발·땅스부대찌개
- 073 쿠우쿠우

Association News

- 084 공정거래위원장 플랫폼 간담회 참석...“배달 플랫폼법 제정해야”
- 085 한국프랜차이즈경영학회 추계학술대회 “차액가맹금 소송 여파 우려”
- 086 지회소식 대구·경북, 충청, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 074 컨설팅 - 이경희
무너지는 가맹본사의 특징...프랜차이즈 사업의 단골 경제학
- 076 상권분석 - 유재은
치열한 프랜차이즈 시장이 더 유리한 이유
- 078 법률 - 김선진
개정 가맹사업법, 무엇이 달라졌나
- 080 세무 - 최인용
2026년 고용세액공제 대개편:이제는 '채용'보다 '유지'가 절세(節稅)다
- 082 노무 - 이금구
2026년 노동법 대전환, 가맹본부와 가맹점이 함께 살아남는 법



프랜차이즈 산업의 재도약을 위해
 앞장서겠습니다.
 With Franchise! With Korea!



한국프랜차이즈산업협회장
 나명석

존경하는 프랜차이즈 산업 가족 여러분. 붉은 말의 해 병오년(丙午年) 새해가 힘차게 밝았습니다. 지난해 고비용·고물가와 규제 강화, 소비 침체의 삼중고 속에서 슬한 어려움을 견뎌 내신 산업인분들께 먼저 감사와 위로의 말씀을 드립니다. 우리 프랜차이즈 산업은 전체 매출액 162조원, 우리나라 GDP의 7%를 차지할 정도로 중요한 산업으로 성장했지만, 동시에 가장 오해받는 산업이 되어 있습니다. 몇몇 부정적인 사례가 산업의 얼굴이 되었고, 프랜차이즈는 ‘갑질’, ‘규제’라는 단어와 함께 언급되기 시작했습니다. 동시에 대내외적으로 경영과 정책환경이 급변하고 성장률 둔화, 시장 과포화, 창업 수요 감소 등으로 산업의 활력마저 떨어지면서 근본적인 대책이 필요한 시점이라고 생각됩니다. 저는 제9대 한국프랜차이즈산업협회장으로 새로 취임하여, 작금의 위기를 새 출발의 기회로 만들겠습니다. 프랜차이즈 산업은 여전히 수많은 순기능으로 국가 경제와 서민 경제에 기여할 수 있으며, 장차 대한민국의 도약을 이끌어 갈 잠재력이 무궁무진하기 때문입니다. 프랜차이즈 산업은 서로 대립하고 반복하는 산업이 아닙니다. 대한민국의 경제 기반을 떠받치는 생활 인프라이며 미래를 준비하는 동반 성장 산업입니다. 프랜차이즈는 지난 수십 년간, 수많은 영세 자영업자에게 단순한 장사가 아닌 ‘경영’의 길을 열어주었습니다. 수많은 자영업자를 중산층의 길로 이끈 가장 현실적인 사회 이동 사다리였습니다. 청년에게는 첫 창업의 기회를, 여성에게는 경력 단절 없는 일자리를, 은퇴자에게는 두 번째 인생을 열어주었습니다.

우리 산업은 일자리를 만들고, 지역 경제를 살리고, 가정의 생계를 지켜왔습니다. 또 프랜차이즈 산업은 대한민국의 미래 산업과도 맞닿아 있습니다. 푸드테크, IT, 플랫폼 산업의 확산 기지이며, 배달·결제·주문·광고 등 디지털 산업의 주요 수요처이자 실험장입니다. 저는 프랜차이즈 산업이 국민들께 더욱 사랑받고 국부를 창출하는 비전을 제시하고, 이를 실질적으로 추진해 산업의 재도약을 이끌겠습니다. 상생경영과 윤리경영을 확산하고, 가맹본부와 가맹점의 복지를 강화하며, 글로벌 K-프랜차이즈를 활성화하고 국회·정부·국민들의 신뢰를 회복하여 산업의 재도약을 이끌겠습니다. 더 나아가 대한민국 경제에 기여하고 서민경제의 지킴이가 되어 프랜차이즈 산업을 국민 산업으로 자리매김시킬 것을 약속드립니다. 존경하는 산업인 여러분. 지금 우리는 중요한 기로에 서 있습니다. 분명 위기이기는 하지만, 한 단계 더 성숙할 수 있는 기회이기도 합니다. 프랜차이즈 산업을 사랑받는 산업으로, 신뢰받는 산업으로, 그리고 세계와 경쟁하는 산업으로 반드시 다시 세울 것을 다짐합니다. With Franchise! With Korea! 프랜차이즈의 성장과 대한민국의 미래는 함께 갈 수 있습니다. 그 길의 맨 앞에서, 제가 흔들림 없이 힘차게 걸어 나가겠습니다. 2026년에는 산업인 여러분의 가정에 행복과 평안이 가득하고 하시는 모든 일에 성공이 깃들기를 기원하겠습니다. 한국프랜차이즈산업협회에도 많은 성원과 관심 부탁드립니다. 새해 복 많이 받으십시오. 감사합니다. **KFA**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.77
The Magazine For You

PUBLISHER

회장 나명석 | Ra, Myeong Sug
발행·편집인 이진창 | Lee, Jin Chang

EDITORIAL DEPT

국장 이 호 | Lee, Ho
이사 정병필 | Jung, Byungpil
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
박정재 | Park, Jung Jae
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



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.

9대 협회장 출범 “산업 재도약” 어려움 함께 극복 풍우동주(風雨同舟)



발행·편집인
이진창

프랜차이즈 시장의 위축이 심화되고 있다. 가뜩이나 고환율에 따른 고물가에 식자재 등 원부자재 가격 상승으로 물류에 어려움을 겪고 있는 가맹본부에게 올해 초 날벼락같은 대법원 선고가 나왔다.

피자헛 가맹점주들이 한국피자헛을 상대로 제기한 차액가맹금 소송에서 대법원은 가맹점주들의 손을 들어줬다. 프랜차이즈 업계에 관행처럼 이어진 차액가맹금에 제동이 걸렸다. 대법원 선고로 인해 법무법인 등에서는 새로운 먹거리를 찾은 듯 차액가맹금 소송만 20여개 브랜드가 예고돼 있다.

아이러니하게도 이러한 소송 결과는 가맹점주에게도 이득은 되지 않는다. ‘한국피자헛 차액가맹금 반환 소송’을 자칭 승리로 이끌었다던 법무법인YK의 지난해 매출은 1694억 원이다. 실적 개선의 중심에는 공정거래그룹이 있었다. 한국피자헛 차액가맹금 소송을 담당했다. 결국 법무법인만 배부르게 만든 셈이다.

여기에 경기불황으로 인해 프랜차이즈 가맹사업도 어려워지고 있다. 국가데이터처에 따르면 전체 자영업자 수는 2023년 이후 2년 연속 감소하며 지난해 562만명까지 줄었다. 더 심각한 것은 나홀로 운영하는 자영업자, 특히 고령층이 증가하고 있다는 점이다. 당연 매출에 한계가 올 수밖에 없고, 가맹본부의 브랜드 운영에도 어려움이 뒤따르는 상황이다.

그럼에도 프랜차이즈 업계도 올해 새로운 도약을 선언하고 나섰다. 중심에는 제9대 한국프랜차이즈산업협회 협회장으로 선임된 나명석 자담치킨 회장이다. 캐치프레이즈도 ‘위드 프랜차이즈, 위드 코리아’다. 윤리·상생 경영과 산업인 복지 강화, K프랜차이즈 활성화, 대국민 신뢰도 회복을 산업의 새 비전으로 제시했다. 특히 윤리·상생 경영은 가맹점주와의 상생 경영을 반드시 실천하겠다는 강한 의지의 정책 중 하나다.

풍우동주(風雨同舟)라는 말이 있다. 글자 그대로 바람과 비(폭풍우)속에서 한 배를 함께 탄다는 의미다. 이 표현은 고사성어인 오월동주(吳越同舟)에서 유래했다. 오나라 사람과 월나라 사람은 양자강을 사이에 두고 끊임없이 충돌하면서 서로 미워하고 멀리했다. 어느날 두 나라 백성이 우연히 같은 배에 타게 됐는데, 거센 강풍으로 위기 상황이 닥치자 서로 돕기를 왼손과 오른손이 한 것처럼 했다는 고사에서 비롯된 말이다.

가맹본부는 가맹본부대로, 점주는 점주대로, 정치권은 정치권대로. 자신이 처한 기준으로 프랜차이즈를 가능하려고 한다. 하지만 프랜차이즈 산업이 국내 도입된지도 40여년이 지나면서 수많은 법령과 규제가 제정, 개정을 통해 자리잡았고, 업계의 자숙 노력도 끊임없이 이어져 왔다. 이제는 갑과 을이라는 흑백 논리가 아닌 위기 앞에서 누구나 힘들겠지만 서로 협력하고 위로해야 할 시기다. 서로 살피기를 왼손과 오른손 같아야 한다. 세계 경제에 대한 불확실성이 더욱 커진 올해. 한마음으로 보듬는 풍우동주 같기를 바란다. **KFN**



지난 1월 19일 나명석 제9대 한국프랜차이즈산업협회장이 취임사에서 산업 발전을 위한 주요 비전을 선포하고 있다



나명석 제9대 협회장과 정현식 제8대 협회장

“상생·윤리경영, 복지 강화, K-프랜차이즈로 신뢰 회복...산업 재도약 이끈다”

나명석 제9대 한국프랜차이즈산업협회장, 프랜차이즈 산업 발전 이끌 주요 비전 선포

WRITE | 김동하 기자

나명석 제9대 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 협회장이 2026년 병오년(丙午年) 새해를 맞아 프랜차이즈 산업을 이끌 주요 비전을 선포하고, 'With Franchise! With Korea!'라는 새 캐치 프레이즈 아래 산업의 재도약과 중장기적인 발전을 이끌겠다는 청사진을 제시했다.

나 협회장은 지난 1월 19일 오후 서울 여의도 콘래드호텔 그랜드볼룸에서 <제8대·제9대 협회장 이취임식 및 비전 선포식> 취임사에서 ▲상생·윤리경영 강화 ▲공제사업 등 복지 강화 ▲K-프랜차이즈 글로벌화 ▲정책·언론 신

뢰도 제고를 주요 비전으로 제시했다.

또 주요 비전을 통해 임기 내 프랜차이즈 산업을 사랑받고 신뢰받는, 그리고 세계와 경쟁할 수 있는 산업으로 세워낼 것을 다짐했다.

“상생·윤리경영 확산...협회를 상생 플랫폼으로”

나 협회장은 먼저 가맹본부와 가맹점, 소상공인·중소기업·스타트업·농어업계까지 광범위한 상생경영을 실질적으로 추진하고 업계 스스로의 자정을 통한 윤리경영을 강

화하겠다고 밝혔다.

그는 “프랜차이즈 산업은 혼자서 절대로 성공할 수 없기 때문에 상생은 우리 산업의 생존과 발전을 위한 필수 조건”이라면서 “상생을 최고의 화두로 설정하고 추진하겠다”고 말했다. 이를 위해 “가맹점주와 예비 창업자의 경쟁력을 강화하는 교육과 성공 모델을 제공하고, 중소기업 제품과 국내산 농산물의 판로 개척을 지원하겠다”고 덧붙였다.

또 “자정 노력을 통해 산업의 신뢰를 되찾겠다”면서 “학계·법조계·업계 전문가로 구성된 윤리위원회를 설치하고, 가맹본부 ‘윤리경영 인증제’를 도입하겠다”고 말했다. 나 협회장은 협회 소속 CEO 및 임직원들이 윤리교육을 필수적으로 이수하도록 제도화하고, 교육을 이수한 회사는 ‘윤리경영 인증마크’를 사용할 수 있도록 해 가맹본부의 신뢰를 높이겠다는 방침을 밝혔다.

“프랜차이즈 공제회 설립...가맹점 안전장치로”

나 협회장은 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점사업자들의 복지 강화를 위해 공제사업도 추진한다고 밝혔다.

그는 “매월 3~5만원의 화재보험료 조차 부담스러워하는 가맹점을 위해 훨씬 저렴한 비용으로 화재보험, 음식물 배상보험, 블랙 컨슈머 대응 등을 효과적으로 할 수 있도록

하겠다”면서 “이를 위해 프랜차이즈 공제회를 설립, 경영난에 빠진 본사를 대신하여 가맹점에게는 최소한의 안전장치 기능을 하도록 할 것”이라고 말했다.

나 협회장은 “이런 순기능이 많은 프랜차이즈 공제사업을 적극 추진, 가맹점 사업자가 마음 편히 사업할 수 있도록 하겠다”면서 “창업 희망자들한테는 윤리경영 인증마크와 프랜차이즈 공제회 가입 여부가 브랜드 선택의 기준이 될 것”이라는 포부를 밝혔다.

“K-프랜차이즈세계로... 2035년100만매장 시대 열 것”

그는 업계의 새로운 먹거리를 발굴하고 국가 경제 성장에 기여하기 위해 해외진출을 적극 지원하겠다는 구상도 내놴다.

나 협회장은 “K프랜차이즈 글로벌 진흥본부(가칭)을 설치, 프랜차이즈들이 함께 연대하고 대기업 및 정부와 힘을 합쳐 해외로 진출하는 길을 열겠다”면서 “해외 역량 강화 프로그램과 현지 최적화 정보, 현장 컨설팅을 제공하고 해외 진출 스탠더드 시스템을 만들어, 협회와 함께 손쉽게 해외 시장을 공략하고 성공할 수 있는 방안을 마련할 것”이라고 말했다.

그는 “전세계 곳곳에 K-프랜차이즈 매장들이 집약된 거



참석자들이 주요 비전을 담은 피켓을 들고 기념촬영을 하고 있다.

리를 조성하여, 전세계인들이 경험할 수 있도록 하겠다”면서 “집단 진출 방식으로 2035년에는 전세계 K-프랜차이즈 매장이 100만개가 조성될 것이며, K-프랜차이즈가 해외 로열티 수입과 K-푸드의 판로가 되어 연 100조원 이상의 국부를 창출하도록 할 것”이라고 강조했다.

“정책·언론 기능 강화... ‘산업 신뢰 회복’에 방점”

그는 마지막으로 국회와 정부, 더 나아가 국민들을 대상으로 프랜차이즈 정책이 규제 위주에서 벗어나 진흥과 육성 위주로 전환될 수 있도록 정책 기능과 언론 기능을 강화해 산업의 신뢰 회복을 도모하겠다고 밝혔다.

나 협회장은 “협회가 9천여 가맹본부, 36만 가맹점, 134만 종사자를 대표하여 강력한 정책 단체로 자리매김할 수 있도록 하겠다”면서 “정부·정지권과의 네트워크를 강화하여 과도한 규제의 폐해를 알리고, 합리적 대안을 제시할 것”이라고 말했다. 또 “차액가맹금, 가맹점 단체교섭권, 배달앱 수수료 문제 등 산업 현안 해결에 더 적극적으로 나서겠다”고 덧붙였다.

그는 “규제로 억누르는 산업은 결코 건강해질 수 없으며, 잠재력을 발휘할 수 있도록 육성하는 산업만이 국가의 미래 자산이 된다”면서 “언론에서도 수 많은 평범한 사람들의 따옴과 삶이 모여 프랜차이즈 산업이라는 거대한 흐름을

만들어 내는 산업의 진짜 얼굴을 더욱 적극 조명해 주시기를 부탁드립니다”고 당부했다.

국회, 정부·지자체, 협단체 등 각계 축하 이어져

한편 이날 이취임식은 제7대 및 제8대 협회장을 역임한 정현식 전 협회장의 이임과 제9대 협회장으로 취임한 나명석 협회장의 취임을 축하하기 위해 다양한 순서가 마련됐다.

정 전 협회장은 6년간의 발자취를 돌아보는 영상과 이임사를 통해 임기 내 많은 업적을 남긴 솔직한 소회를 털어냈다. 나 협회장도 한국 프랜차이즈 산업의 현황과 위기 극복을 위한 비전을 제시하는 영상을 함께 감상하고 진솔하고 힘있는 취임사로 기대감을 한껏 높였다.

이어 김민석 국무총리의 취임 축하 영상을 비롯, 협회 및 산업과 관련된 국회 각 상임위 소속 국회의원들이 이취임식에 직접 참석해 축사를 진행했다.

산업부, 공정위, 농식품부 등 정부 각 부처와 소속 공공기관, 서울시, 경기도, 인천시 등 지자체와 학계·법조계 및 주요 협단체, 협회 회원사들 대거 참석, 총 500여명에 달하는 참석자들이 저마다 산업의 성공적인 앞날을 기원했다. **[K7]**



이임을 축하받고 있는 정현식 전 협회장



축하와 함께 입장하는 나명석 협회장



김민석 국무총리 취임 축하영상



나명석 협회장 취임사 및 비전 선포



이양받은 협회기를 흔들고 있는 나명석 협회장



이취임식 기념 단체사진 드론샷



협회 제9대 수석부회장단



협회 제9대 분과위원장단(1)



협회 제9대 분과위원장단(2)



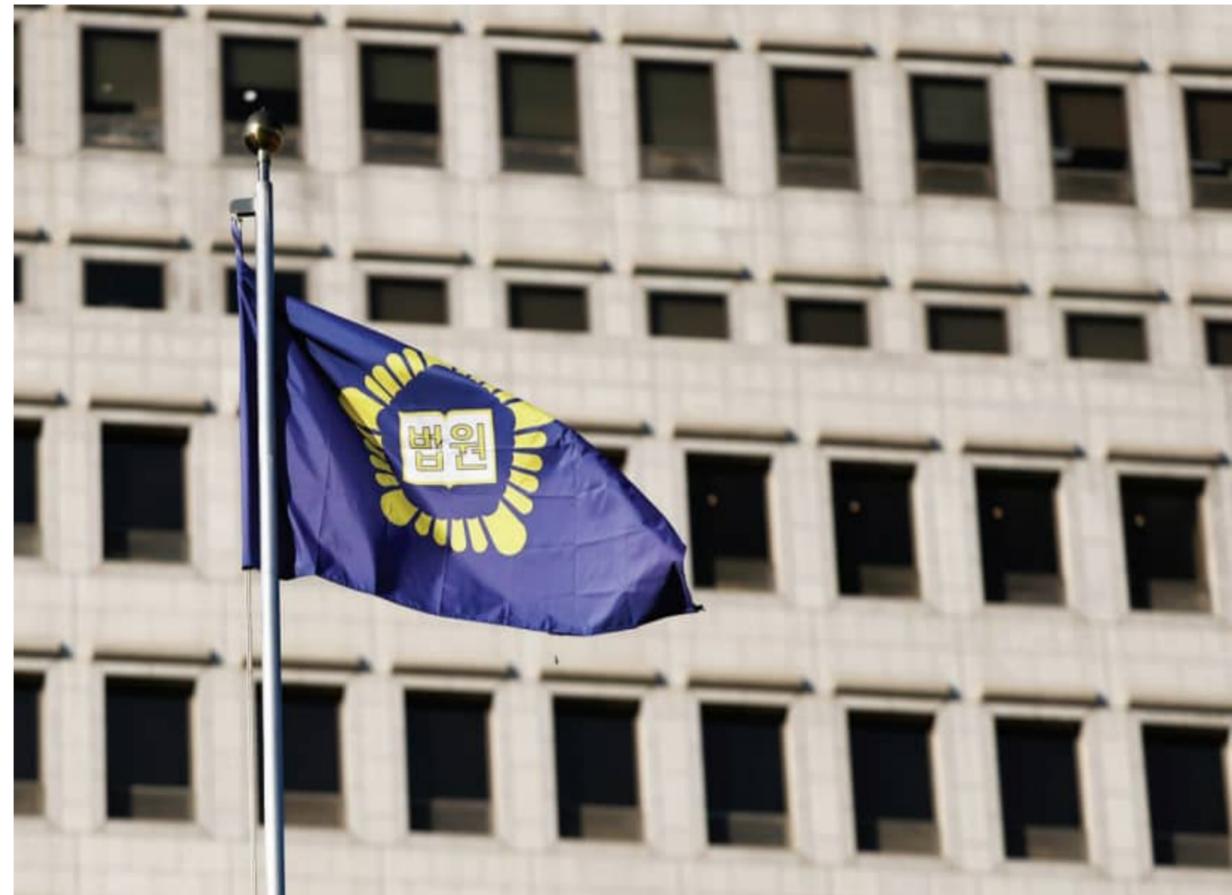
협회 임원 대표단 및 미국지회장



감사패 수상자 단체사진



9대 임원진 단체사진



피자헛 차액가맹금 소송 최종 패소 “215억원 반환” 판결

대법원, 피자헛 본사 상고 기각...업계, “관행 뿌리째 흔드는 결정”

WRITE | 이 호 편집국장

대법원이 한국피자헛 본사가 점주들로부터 받은 차액가맹금(유통마진) 약 215억원을 점주들에게 돌려줘야 한다고 판단했다. 가맹본부가 차액가맹금을 수령하려면 이에 관한 구체적인 합의가 필요하지만, 피자헛 본사와 가맹점주 사이에는 그러한 합의가 없었다는 게 판결의 요지다. 문제는 치킨, 커피 등 외식업계에서 비슷한 소송이 10여건 넘게 걸려 있다는 점이다. 대법원 판결로 추가 소송이 제기될 가능성도 있다.

대법원 민사3부(주심 이흥구 대법관)는 1월 15일 한국피자헛 가맹점주 94명이 본사를 상대로 제기한 부당이득금 반환 청구 소송 상고심(2024다294033)에서 원고 일부 승소한 원심 판결을 확정했다.

사실관계

피자헛 가맹점주들은 본사가 총매출의 6%에 해당하는 고정 로열티를 받으면서도, 계약서에 명시되지 않은 차액가맹금을 중복으로 받아왔으며 2020년 12월 소송을 제기했다. 피자헛 본사가 2016년부터 2022년까지 법적 근거 없이 차액가맹금을 받아 부당이득을 취했다며 반환을 요구했다.

차액가맹금은 가맹본부가 지정한 업체로부터 원·부재료를 공급받도록 하면서 가맹점주가 지급한 금액 중 ‘적정 도매가격’을 초과하는 부분이다. 일종의 유통 마진에 해당한다. 국내 프랜차이즈 업계는 매출액 비율 방식의 로열티보다 이러한 차액가맹금을 통해 수익을 얻는 구조가 일반적이다.

하급심, 반환 판결

1심은 피자헛 가맹계약서에 차액가맹금 형태로 가맹금을 지급하기로 한 명시적 조항이 존재하지 않는 점 등을 들어 차액가맹금 지급에 관한 합의가 없다고 판단했다. 다만 피자헛 정보공개서에 차액가맹금 비율이 특정된 2019~2020년분에 한해 약 75억원을 반환하라고 판결했다.

항소심은 반환 범위를 2016~2018년과 2021~2022년까지 확대해 총 215억원을 반환하라고 판단했다. 정보공개서에 차액가맹금 비율이 기재되지 않은 2016~2018년분에 대해서는 2019년 비율을 기준으로 추정해 산정했다.

대법원, 피자헛 본사 상고 기각

대법원은 차액가맹금 수수에 관한 합의가 성립하지 않았다고 보고 피자헛 본사 측의 상고를 기각했다. 대법



원은 “계약이 성립하려면 계약의 본질적 사항이나 중요 사항에 관해 구체적으로 의사의 합치가 필요하다”며 “가맹금의 지급은 가맹계약의 본질적 내용으로 중요한 사항에 해당하고, 차액가맹금도 가맹금에 포함되기 때문에 가맹본부가 가맹점사업자로부터 차액가맹금을 수령하는 경우 가맹본부와 가맹점사업자 사이에 그 수령에 관해 구체적인 의사의 합치가 필요하다”고 밝혔다.

또 묵시적 합의는 신중하게 인정해야 한다는 점도 강조했다. 대법원은 “가맹계약 과정에서 가맹계약에 관해 가맹본부와 가맹점사업자 사이에 가맹점사업자에게 불리한 내용의 묵시적 합의가 성립했다고 인정하려면, 양측의 사회·경제적 지위, 가맹계약 체결 경위와 전체적인 내용, 가맹점사업자에게 그러한 묵시적 합의를 체결할 의사를 표시할 수 있을 정도로 충분한 정보가 제공됐는지 여부, 가맹본부가 법적 불확실성이나 과징금 부과 등의 불이익을 무릅쓰면서까지 합의 내용을 계약서에 명시하지 않을 특별한 사정이 있는

지 여부 등을 종합적으로 고려해 신중하게 판단해야 한다”고 설명했다.

부당이득금 반환 범위에 대해서도 원심 판단을 수긍했다. 대법원은 “원심은 2016년부터 2018년까지의 차액가맹금 비율을 2019년의 차액가맹금 비율을 기준으로 추정한 수치를 사용했는데, 이는 피고가 문서제출명령을 불이행한 점, 2016년부터 2021년까지 원고들과 피고의 거래 구조·형태가 달라지지 않은 점 등을 고려한 것”이라며 “원심의 부당이득 산정이 불합리하다거나 공평과 정의의 이념에 반한다고 볼 수 없고, 문서제출명령 불이행에 관한 법리를 오해한 것으로 볼 수도 없다”고 판시했다.

업계, “관행 뿌리째 흔드는 결정”

이번 판결에 대해 한국프랜차이즈산업협회는 “차액가맹금은 우리나라가 국토가 넓지 않아 물류 공급이 용이하고, 영세 가맹본부가 많아 상표권 사용 대가인 로열티 계약이 어려우며, 매출 누락 등 로열티 회피 가능성이 있다는 점 등의 이유로 자연스럽게 상거래 관행으로 자리잡았다”라며 “상인이 유통 과정에서 제품·서비스 제공의 대가를 수취하는 것은 당연한 것이며, 수십만의 가맹점 사업자

“일각에서는 피자헛 사례를 프랜차이즈 전반에 그대로 적용하기는 어렵다고 보고 있다. 프랜차이즈 업계 대부분은 차액가맹금만 받고 있어 부당 이익이 아니라는 주장이다. 또한 피자헛의 경우 가맹본부가 고정 로열티를 수취하면서도 차액가맹금에 대한 구조와 산정 방식, 수취 근거를 계약 단계에서 명확히 고지하지 않았다는 점이 이번 판결에 결정적인 영향을 미쳤다는 분석이다.”

들 또한 수십여년 간 명시적·묵시적으로 동의해 왔다”고 강조했다.

성장 둔화 국면에 접어들어 프랜차이즈 업계가 규제 리스크와 소송 리스크라는 이중고에 직면하면서 산업 생태계 전반이 위축될 가능성도 거론된다. 업계에서는 특히 중소 브랜드를 중심으로 존폐를 고민해야 하는 상황이 늘어날 수 있다고 우려하고 있다.

한국프랜차이즈산업협회는 “매출 162조원 규모의 프랜차이즈 산업은 붕괴를 걱정해야 할 상황에 놓이게 됐다”라며 “특히 가맹점 10개 미만 브랜드가 72%, 100개 미만 브랜드가 96%에 달할 정도로 영세·중소 브랜드가 대다수인 업계 특성상 유사 소송이 확산될 경우 줄폐업 사태가 심각하게 우려된다”고 말했다. 또한 “134만 산업 종사자도 고용 축소, 경영애로 등 타격이 예상되며, K프랜차이즈 해외 진출마저 크게 위축될 것”이라고 덧붙였다.

일각에서는 피자헛 사례를 프랜차이즈 전반에 그대로 적용하기는 어렵다고 보고 있다. 프랜차이즈 업계 대부분은 차액가맹금만 받고 있어 부당 이익이 아니라는 주장이다. 또한 피자헛의 경우 가맹본부가 고정 로열티를 수취하면서도 차액가맹금에 대한 구조와 산정 방식, 수취 근거를 계약 단계에서 명확히 고지하지 않았다는 점이 이번 판결에 결정적인 영향을 미쳤다는 분석이다. 반면 다수 프랜차이즈는 정보공개서와 가맹계약서에 원·부자재 공급 구조와 유통 마진, 차액가맹금 관련 내용을 비교적 구체적으로 명시하고 있다.

프랜차이즈 업계 관계자는 “차액가맹금에 관한 사항을 가맹계약서에 필수로 기재하도록 2024년 가맹사업법이 개정돼 현재는 대부분의 프랜차이즈가 정보공개서와 가맹계약서에 차액가맹금을 표기하고 있다”며 “한국피자헛처럼 고정 수수료를 받는 동시에 차액가맹금까지 받은 것 또한 특이한 사례로, 대부분 계약 방식이 다르다”라고 말했다.

우려 현실로…

그런데도 이번 판결로 인해 업계 전반에 영향을 미칠 가능성은 커졌다. 앞선 1·2심 판결 이후 bhc치킨, 교촌치킨, BBQ치킨, 배스킨라빈스, 투썸플레이스, 롯데슈퍼·롯데프레시 등 10곳이 넘는 프랜차이즈 가맹점주들이 유사한 소송을 제기한 상태다.

실제 커피 프랜차이즈 중 매장 수 1위인 메가MGC커피 가맹점주들은 본사를 상대로 부당이득금 반환 청구 소송을 준비하고 있다. 사건을 맡은 법무법인 도아는 전체 4000여 가맹점 중 최소 1000명 이상의 점주가 참여해 오는 3월 1차 소송을 제기할 것으로 내다봤다. 법무법인 최선도 명륜진사갈비, 프랭크버거 가맹점주를 대상으로 차액가맹금 부당이득 반환 청구 소송 참여 신청을 받고 있다. bhc, 교촌치킨, BBQ치킨, 배스킨라빈스, 투썸플레이스, 롯데슈퍼, 롯데프레시 등 20여 프랜차이즈가 피자헛과 유사한 소송을 진행하고 있다.

전문가들은 이번 판결을 계기로 프랜차이즈 업계의 로열티 구조가 자리잡을 수 있도록 업계와 정부의 노력이 필요하다고 말한다. 공정거래위원회의 ‘2025년 가맹분야 실태조사 결과’에 따르면 로열티로만 수취하는 가맹본부는 전체 중 29.5%, 차액가맹금과 로열티 방식 병용은 29.5%, 차액가맹금으로만 수취는 17.5%로 나타났다. 반면 미국에서는 전체 프랜차이즈 브랜드의 90% 이상이 로열티 구조를 택하고 있다.

공정위가 로열티 모델로 유도하는 정책을 단계적으로 추진하고 있지만 단기간 성과를 내기는 쉽지 않다는 분석이 나온다. 프랜차이즈 업체 관계자는 “로열티의 경우 매출이 발생해야만 견을 수 있지만, 차액가맹금의 경우 원자재 등을 공급해주는 것만으로 매출이 발생한다”며 “우리나라에서는 미국과 달리 땅이 좁아 가맹점 확장이 어렵고 경쟁하는 프랜차이즈가 많은 상황이어서 안정된 매출을 꾸준히 내기가 힘들기 때문에 가맹본부 입장에서는 로열티 모델 적용이 망설여질 수밖에 없다”고 밝혔다. **[KFI]**



생활맥주를 운영하는 데일리비어가 2025 제26회 한국프랜차이즈산업발전 유공에서 대통령 표창을 수상했다.

“생활맥주, 2025년 빛낸 최고의 프랜차이즈 스타” 대통령 표창 영예

국무총리표창 하삼동커피, 더진국...산업발전 기여 유공 표창 39점 수여

WRITE | 김동하 기자

수제 맥주 프랜차이즈 생활맥주(㈜데일리비어·대표 임상진)가 산업통상부(장관 김경관)와 한국프랜차이즈산업협회(회장 나명석·이하 협회)가 지난해 12월 5일 개최한 '2025 제26회 한국프랜차이즈산업발전 유공'에서 영예의 대통령 표창을 수상했다.

한 해 가장 빛난 프랜차이즈로 **대통령 표창을 수상한 생활맥주**는 최초로 수제맥주를 프랜차이즈화하여 새로운 창업 시장을 개척, 수제맥주 대중화를 선도해 왔다. 54개의 직영점과 179개의 가맹점(2024년 말 정보공개서 기준)에서 전국 각지의 양조장과 협업한 다양한 수제맥주들을 제공하여 외식 문화의 저변을 넓히고 있다.

국무총리 표창은 하삼동커피(㈜하삼동·대표 박성준·한지혜)와

더진국(㈜섬김과나눔·대표 손석우)이 수상했다. **하삼동커피**는 상위 5% 스페셜티 등급의 100% 아라비카 커피를 합리적인 가격으로 제공하는 커피 브랜드다. 뛰어난 경쟁력과 해외진출, 사회공헌 및 가맹점 상생정책으로 커피업계의 강자로 부상하고 있다.

더진국은 2011년 고객을 섬기고 사회와 나누겠다는 가치로 국밥 브랜드를 창업, 15년 간 선진적인 운영 시스템과 가맹점 상생 시스템으로 업계의 발전을 선도해 왔다. 지속적인 연구개발과 신메뉴 출시, 교육, 사회공헌 활동으로 가맹점 매출 증진과 지역경제 활성화에도 기여하고 있다.

한편 이날 협회는 이날 시상식과 함께 협회 회원사 및 업계 관계자들 400여명과 2025년 한국프랜차이즈산업협회 송년회를 성대히 개최해 2025년 유종의미를 거뒀다.



국무총리표창을 수상한 하삼동(하삼동커피)



국무총리표창을 수상한 섬김과나눔(더진국)

2025 제26회 한국프랜차이즈산업발전유공 수상 리스트

대통령 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)데일리비어	생활맥주	임상진

국무총리 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)하삼동	하삼동커피	박성준 한지혜
2	우수 프랜차이즈	(주)섬김과나눔	THE진국	손석우

산업통상부장관 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)맥시간	맥시간치킨	정삼모, 오수정
2	우수 프랜차이즈	(주)오가나	백역커피	최승윤
3	우수 프랜차이즈	(주)우분트월드	일품양평해장국	이권호
4	우수 프랜차이즈	(주)씨앤비	백소정	여지은, 김진영
5	우수 프랜차이즈	(주)물과소금	수유리우동집	안성원
6	기술혁신	(주)낭만상회	토더	안주현
7	우수가맹점	원할머니보쌈족발 양산물금점		박정은
8	프랜차이즈산업 발전 유공(기업)	소상공인 시장진흥공단	-	-

농림축산식품부장관 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	다이닝브랜드그룹(주)	BHC	송호섭
2	우수 프랜차이즈	(주)아이디스에프앤비	푸리닭	장성식

식품의약품안전처장 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)저스트컴퍼니	푸죠티고기도시락	김범준
2	우수 프랜차이즈	(주)심플맨	백채김치찌개	양형석 박명진

중소벤처기업진흥공단 이사장상				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	기술혁신	(주)유일로보틱스		김동현

한국프랜차이즈산업협회 회장상				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)프랭크에프앤비	프랭크버거	심우창
2	우수 프랜차이즈	(주)노랑푸드	노랑통닭	이관형
3	우수 프랜차이즈	(주)에스앤씨세인	더벤티	박수암, 강삼남, 최준경
4	우수 프랜차이즈	(주)명륜당	명륜진사갈비	강형준
5	우수 프랜차이즈	(주)티에스푸드	땅스부대찌개	정경문
6	우수 프랜차이즈	(주)기영에프앤비	두핌	강인규
7	우수 프랜차이즈	(주)아소비교육	아소비	박시연
8	우수 프랜차이즈	(주)텐퍼센트커피	텐퍼센트스페셜티커피	김태경
9	우수 프랜차이즈	(주)지호	지호한방삼계탕	이영채
10	우수 프랜차이즈	(주)앤리치	고돼지	명노용
11	우수 프랜차이즈	(주)암샘	암샘김밥	김은광
12	우수 프랜차이즈	(주)월드크리닝	월드크리닝	한정남
13	우수 프랜차이즈	(주)지피에프씨	한마음정육식당	우광식
14	혁신·성장 프랜차이즈	(주)꿈을실현하는사람들	불막약삼	오몽석
15	혁신·성장 프랜차이즈	한국탕화공부(주)	탕화공부마리탕	위홍타오
16	혁신·성장 프랜차이즈	육성푸드(주)	팔각도	조성욱
17	혁신·성장 프랜차이즈	(주)서북	포토이즘	김민석
18	혁신·성장 프랜차이즈	(주)더온에프앤비	자가제방 선명희피자	천정효
19	혁신·성장 프랜차이즈	(주)지민	천씨씨커피	이성규
20	기술혁신	한국이클랩(유)		류양권
21	루키상	(주)구오컴퍼니	영칼로리포케	이형한
22	루키상	(주)책나무	책나무	이명주 박경남
23	루키상	(주)건강향촌이야기	향촌흑염소	박광석



정현식 전협회장 개회사



국무총리 표창 수상 - 인생네컷



대통령 표창 - 데일리리버



국무총리 표창 - 섬김과 나눔



국무총리 표창 - 하삼동



산업부 장관 표창 단체사진



농식품부 장관 표창 - 다이닝브랜즈그룹, 아이더스에프엔비



식약처장 표창 - 저스트컴퍼니, 심플맨



중소벤처기업진흥공단 이사장상 - 유일로보틱스



검사패 - 박호진 전 사무총장



한국프랜차이즈산업협회장 표창 수상자 단체사진



한국프랜차이즈산업협회장 표창 수상자 단체사진



올해 12월부터 가맹점주단체 협의요청에 응하지 않으면 시정조치 제재

241명 중 238명 찬성 국회 본회의 통과...업계 부작용 우려 증폭

WRITE | 김동하 기자

가맹점사업자들이 등록기준을 충족한 단체를 구성해 협의를 요청할 경우 가맹본부가 응하지 않으면 제재를 부과할 수 있는 가맹사업법 개정안이 지난해 12월 국회를 통과해 올해 12월 시행된다.

지난해 12월 11일 국회는 본회의를 열고 이와 같은 내용의 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 일부개정안'(민병덕 의원 대표발의)을 표결에 부쳐 재석 241명 가운데 찬성 238명, 기권 3명으로 법안을 가결했다.

개정안은 프랜차이즈 가맹점 사업자 단체의 법적 지위와

교섭 권한을 강화하는 내용이 골자다. 여당이 지난해 4월 패스트트랙 안건으로 지정, 정무위 숙려기간을 도과해 법사위에 상정된 후 법사위에서 의결, 국회 본회의에 상정돼 최종 통과됐다. 이후 12월 30일 국무회의에서 공포돼 2026년 12월 31일 시행이 확정됐다.

개정안은 가맹점사업자단체 등록제를 도입하고, 가맹점사업자단체와의 협의를 의무화하는 한편 가맹지역본부에 대한 보호조치를 신설하는 내용을 골자로 한다.

현행 가맹사업법은 가맹점사업자가 가맹점사업자단체를

구성할 수 있도록 규정하고 있으나, 단체의 구성 절차나 요건 등을 별도로 규정하지 않고 있다. 개정안은 일정 요건을 충족하는 가맹점사업자단체를 공정위에 등록할 수 있는 절차를 만들어 공정위가 직접 가맹점사업자단체에 공적 대표성을 부여할 수 있도록 했다. 동일 영업표지를 사용하는 가맹점사업자로 구성되고 동일 영업표지를 사용하는 전체 가맹점사업자 중 대통령령으로 정하는 비율 또는 수 이상의 가맹점사업자가 가입하면 등록이 가능하다.

등록된 가맹점사업자단체와의 협의도 의무화된다. 현행 가맹사업법은 가맹점사업자단체가 거래조건에 대한 협의를 가맹본부에 요청할 수 있도록 하고, 가맹본부에는 그 협의 요청에 성실히 응할 의무를 부과하고 있다. 개정안은 가맹본부가 응하지 않을 경우 공정위가 시정명령 등 제재조치를 부과할 수 있도록 했다.

가맹지역본부에 대한 보호조치도 신설된다. 이번 개정안은 계약갱신청구권 등 가맹점사업자에 적용되는 가맹사업법상 일부 보호조치를 가맹본부와 가맹지역본부 간 거래에도 적용하도록 했다.

한편 협회는 즉시 통과를 규탄하는 입장문을 내고 부작용을 보완한 추가 개정안을 통과시켜줄 것을 촉구했다. 한국프랜차이즈산업협회(회장 나명석·이하 협회)는 복수단체가 협의요청권 남용 시 부작용 방지 절차가 부족하고 등록단체의 적법성 여부를 확인할 수단이 부족하다는 점 등을 들어 10여년 간 개정안을 반대해 온 바 있다.

협회는 동시에 공정위와 긴밀히 협의해 시행령에 협의절차를 간소화하고, 협의요청권 행사 제한 기준, 가맹본부의 거부권 행사 조건, 요청권 남용 시 단체등록 취소 등 기준을 마련해 부작용이 최소화되도록 추진해 나간다는 방침이다. [K77]



지난해 12월 11일 개최된 제16기 KFCEO 과정 수료식 기념촬영

“글로벌 K-프랜차이즈 리더 산실”... 한국프랜차이즈협회 제17기 KFCEO 과정 모집

현장감 넘치는 역량 강화 커리큘럼 차별화...1천여 동문과 산업 내 인적 네트워크 구축 기회

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 나명석·이하 협회)가 공식 주최하고 부자비즈(소장 이경희)가 주관하는 'KFCEO 교육과정'(K-프랜차이즈 CEO 교육과정)이 3월 9일 제17기 과정 개강을 앞두고 신입 원우를 선착순 모집 중이다.

6월 15일까지 14주간 진행될 제17기 과정은 CEO 토크쇼와 본사 현장 탐방, 1박 2일 워크숍, 원우 분과위 등 네트워킹 행사로 KFCEO 과정만의 특색있고 생생한 노하우와 인맥 구축 기회를 제공한다.

또 각계 전문가들로 구성된 명강사진이 ▲프랜차이즈 미래 경영 전략 ▲트렌드&마케팅 전략 ▲사업성장 전략 ▲글로벌 진출 및 시스템 구축 등 차세대 프랜차이즈 리더십 양성과 역량 강화에 필요한 분야들을 교육할 예정이다.



제3기 KFCEO 총동문회 임원진 협회 방문 기념촬영

대상은 프랜차이즈 CEO 및 2세 경영자 또는 예정·희망자, 프랜차이즈 산업 협력사 CEO·임원 등이며, 총 50여명 내외다. 교육은 매주 월요일 오후 2~5시 서울 서초구 aT센터에서 진행되며, 매주 교육 후 네트워킹 만찬도 열린다.

교육비는 450만원(vat 별도)이고, ▲협회 회원사 또는 KFCEO 동문 추천 ▲2인 이상 등록(이상 10%) ▲협회 중앙회·지회 회원사 ▲프랜차이즈 최고전문가과정 및 연세대 FCEO 과정 수료자(이상 20%)의 경우는 할인도 제공된다.

자세한 사항은 협회 홈페이지 공지(<http://www.ikfa.or.kr>) 또는 협회 사업팀(070-7919-4150, gbch@ikfa.or.kr)으로 문의하면 된다.

한편 KFCEO 과정은 지난 2014년 협회가 출범시킨 협회 공식 CEO 과정으로, 10년여 이상 업계의 프랜차이즈 리더를 다수 배출하며 총 1천여 명의 동문들이 협회와 함께 오피니언 리더 그룹을 형성하고 있다. 본죽, 크린토피아, 맘스터치, 메가커피, 굽네치킨 등 국내 프랜차이즈 산업을 선도하는 다방면의 리더들이 동문으로 함께 하며, '부자비즈'를 운영하는 한국창업전략연구소 이경희 소장이 주임교수를 맡고 있다.

전병진 (주)엔터라인 회장이 이어 올해부터 3기 총동문회장으로 김인규 (주)다비치안경체인 회장이 취임, 글로벌분과, 여성분과, 파트너분과 등 다양한 분과위원회를 구성해 동문들의 네트워크 구축과 역량강화를 지원한다.

KFA



가맹본부·점주, 상생협력 문화 본격 발돋움

공정위, 2025년 가맹 분야 실태조사 결과 발표

WRITE | 박정제 기자

프랜차이즈 가맹점주들이 가맹본부로부터의 불공정 행위 경험이 감소한 것으로 조사됐다. 이로 인해 불공정 거래 관행도 개선됐다는 인식이 높은 수준을 유지했다.

공정거래위원회는 지난 12월 말에 21개 업종의 200개 가맹본부와 1만2000개 가맹점을 대상으로 실시한 '2025년 가맹 분야 서면 실태조사 결과'를 발표했다. 실태조사 결과의 주요 내용은 다음과 같다.

거래 관행 개선 체감도 및 정책 만족도

먼저, 불공정한 거래 관행이 개선되었다고 응답한 가맹점주 비율은 71.1%. 가맹 분야 정책에 만족한다고 응답한 가맹점주의 비율은 78.7%로 전반적으로 높은 수준을 유지하고 있다. 다만, 이는 전년(71.6%, 78.8%)에 비해 각각 0.5%p, 0.1%p 소폭 하락한 수치이다.

반면, 가맹본부로부터 불공정 행위를 경험한 적이 있다고 응답한 가맹점주 비율은 47.8%로 전년(54.9%) 대비 7.1%p 감소했다. 주요 불공정 행위 유형으로는 매출액 등 중요한 정보를 사실과 다르게 부풀리거나 은폐·축소하여 제공(28.8%), 광고비 등을 부당하게 전가(15.9%), 필수품목 등 거래조건을 협의 없이 일방적으로 변경(14.8%), 부당하게 계약조항 변경(11.4%) 순으로 나타났다.

이처럼 불공정거래 행위 경험이 감소했음에도 불구하고, 거래 관행 개선 체감도 및 정책 만족도가 전반적으로 하락한 것은 자영업의 구조적 위기와 경기침체가 지속되면서 가맹 업계 전반의 경영 여건이 악화된 데 따른 것으로 보인다.

필수품목 제도개선 이행 실태

지난해 도입한 필수품목 제도개선 사항이 아직 현장 전반에 충분히 정착되지는 않았으나, 초기 이행 단계에서 긍정적인

변화가 나타나고 있는 것으로 확인됐다. 먼저, 가맹점주의 66.5%는 가맹계약서에 필수품목의 종류 및 공급가격 산정 방식이 계약서에 기재되어야 함을 인식하고 있으며, 해당 제도의 시행으로 필수품목 가격 변동에 대한 예측 가능성이 개선되었다고 응답한 가맹점주도 55.7%였다.

다음으로, 가맹본부가 필수품목 등 거래조건을 가맹점주에게 불리하게 변경하는 경우 가맹점주와 의무적으로 협의해야 함을 알고 있다고 응답한 가맹점주는 52.2%였으며, 해당 제도의 시행으로 체감되는 변화가 있다고 응답한 가맹점주는 38.6%였다. 한편, 가맹점주들이 체감하는 세부적인 변화 내용은 필수품목 거래조건 일방적 변경 감소(19.1%), 가맹본부와 소통 증가(14.5%), 필수품목 거래조건 변경 필요성에 대한 이해증진(11.2%), 필수품목 거래조건 변경 빈도 감소(7.4%) 순으로 나타났다.

가맹점사업자단체 구성 및 거래조건 협의 현황

가맹점사업자단체가 구성된 가맹본부 비율은 14.5%로, 전년(18.0%) 대비 3.5%p 감소한 것으로 나타났다. 단체에 가입한 가맹점주의 비율 역시 15.3%로 전년(20.1%)보다 4.8%p 하락했다. 단체 가입 이후 불이익을 경험했다고 응답한 가맹점주의 비율은 10.5%로 전년(14.5%) 대비 4.0%p 감소했고, 불이익 유형(복수 응답)은 불이익경고(64.0%), 매장점검(44.0%), 지원금·장려금 축소(25.3%) 등이 주로 꼽혔다.

가맹점사업자단체에 가입한 가맹점주 가운데 가맹본부에 협의를 요청한 경험이 있다고 응답한 가맹점주 비율은 47.8%로 나타났다. 이 중 협의 요청을 거부당한 적이 있다고 응답한 가맹점주는 61.6%이며, 협의 요청을 거절한 사유(복수 응답)로 거절 사유를 명확히 알리지 않음(56.2%), 협의에 응할 이유가 없음(31.9%), 가맹점주 대표성 부족(27.6%) 등이 제시됐다.

가맹계약 중도해지 및 가맹거래사제도 이용 현황

올해 상반기 기준 가맹계약 중도해지 건수는 1만6359건으로 전년(3,013건) 대비 큰 폭으로 증가했다. 이는 특정 가맹본부 한 곳에서 1만4936건의 계약 해지가 발생함에 따른 것으로, 이를 제외하면 1423건으로 전년 대비 감소한 것으로 나타났다. 영업위약금 부과 건수 또한 238건으로 전년(449건) 대비 47.0% 감소했다.

가맹점주 중 계약기간 만료 전 중도해지를 고려한 경험이 있다고 응답한 비율은 42.5%로 절반에 가까운 수준이었다. 이 중 가맹점 수가 1000개 이상인 대규모 가맹본부에 속한 가맹점주들이 중도해지를 고려한 비율(47.1%)이 높게 나타났다. 가맹점주가 중도해지를 고려한 이유는 매출 부진(74.5%), 가맹본부의 불공정거래 행위(31.3%) 순으로 나타났다. 또한, 중도해지를 고려했으나 중도에 해지하지 않은 이유로 위약금 부담(60.6%), 매출 회복에 대한 기대감(46.9%) 순으로 나타났다. [K77]



1월 19일 경제6단체 및 경제단체협의회 회원들이 국회 본청 앞 계단에서 노란봉투법 반대 결의대회를 개최했다.



지난해 12월 10일 서울 용산 대통령실 인근에서 민주노총 조합원들이 노란봉투법 시행령 폐기를 촉구하는 결의대회를 개최했다.

3월 10일 노란봉투법 시행 원·하청 '교섭단위 분리' 지침 여파 우려

노사 불만 속 시행령 재입법 예고...가맹본부 사용자 지위 여부에 업계도 촉각

WRITE | 박서진 기자

사용자의 범위와 노동쟁의 대상을 확대하는 노동조합법 제2조·제3조 개정안(이하 노란봉투법)이 올해 3월 10일 시행을 앞두고 있어 프랜차이즈 업계에 미칠 영향도 관심이 모아지고 있다.

고용노동부는 지난 1월 21일부터 2월 6일까지 시행을 앞둔 노란봉투법 시행령 개정안을 재입법예고한다고 밝혔다.

노동부는 지난해 11월 25일 교섭창구 단일화 원칙 및 교섭단위 분리 허용을 골자로 하는 시행령을 입법예고한 바 있

나, 노사 양측이 모두 반발하여 하청 노조의 교섭권을 강화하고 기준을 구체화한 재입법예고안을 내놨다.

지난해 9월 국회 본회의를 통과한 노란봉투법은 원하청에 근로조건과 관련해 실질적으로 영향력을 행사하는 경우 사용자 인정해 하청 노동자가 원청과 직접 교섭할 수 있는 길을 터주는 것을 골자로 한다.

또 노동쟁의의 대상을 '근로조건 결정'에서 '근로조건'에

관한 사항으로 확장해 포괄적으로 분쟁을 할 수 있도록 하고, 정당한 쟁의행위에 대한 사용자들의 손해배상 청구를 제한해 노동자의 권리를 더욱 높이는 내용도 포함됐다.

법 통과 이후 원하청 간의 교섭단위 분리가 뜨거운 감자로 떠올랐다. 경제계에서는 과거 합헌 결정을 받은 바 있는 교섭창구 단일화 원칙이 원·하청 간에도 적용돼야 한다고 주장해 왔다. 반면 노동계는 법 취지가 하청 노동자의 권리 강화인 만큼 하청 노동자는 원청 노동자와 별도로 원청과 교섭할 수 있어야 한다고 주장해 왔다.

노동부는 양측의 의견을 모두 반영, 원칙적으로 원하청 간에도 교섭창구 단일화를 요구하되, 분리 요청이 있는 경우 노동위원회가 종합적으로 판단해 교섭단위를 분리할 수 있는 시행령을 입법예고했다. 노사 모두가 반발했으나 이번 재입법예고안에도 선 단일화 후 분리 원칙이 그대로 유지되면서 한동안 진통과 혼란이 예상된다.

프랜차이즈 업계에서도 가맹본부의 사용자성 인정 여부에 관심이 모아지고 있다. 가맹본부가 아르바이트 노동자 등

가맹점 종사자들에게 실질적으로 근로조건에 영향력을 행사하는 경우 계약주체가 아니더라도 사용자로 인정될 수 있다는 주장이 제기되고 있다.

일각에서는 영업시간, 프로모션, 인력 운영 등 가맹본부가 가맹점 운영 정책을 지도·관리하기 때문에 가맹점 아르바이트 노동자가 노조를 결성, 가맹점이 아닌 가맹본부를 대상으로 브랜드 단위의 교섭을 청구할 수 있다고 우려한다.

다만, 현재까지는 가맹본부와 가맹점의 정의 및 관계를 규정하고 있는 가맹사업법에 따르면 일반적인 수위탁관계 또는 원하청 관계로 보기는 어렵다는 것이 중론이다. 가맹본부는 계약에 따라 가맹점사업자에 역할을 할 뿐, 가맹점 종사자의 근로시간, 급여, 인력운영 등까지 영향력을 행사하는 것은 아니라는 점에서도.

결국 노동위원회가 교섭단위 분리 여부를 결정하는 만큼 업계에서는 법 시행 후 첫 사례가 나와야 향후 업계에 미칠 여파를 가늠할 수 있을 것으로 보고 있다. 업계 관계자는 "프랜차이즈 업계뿐 아니라 다양한 근로관계를 가진 타 업종에서도 혼란이 지속되는 만큼 하루빨리 더욱 세분화된 가이드라인이 필요하다"고 말했다. **KFN**



“영수증에 일회용 컵 가격 표시” 기후부 탈플라스틱 대책 갑론을박

다회용기 할인 촉발로 소형 카페는 가격인상 전망...대형 프랜차이즈는 안갯속

WRITE | 김동하 기자

지난해 12월 23일 기후에너지환경부가 발표한 탈플라스틱 대책 중 일회용컵 가격을 영수증에 별도로 표시하는 ‘컵 가격 표시제’에 대해 지속적으로 우려가 제기되고 있다.

기후부는 지난해 12월 23일 서울 여의도 국회의원회관에서 ‘탈플라스틱 종합대책 대국민 토론회’를 개최하고 2030년까지 생활계·사업장 배출 폐플라스틱을 전량치 대비 30% 이상 감축하겠다는 계획을 밝혔다.

이번 대책에는 ▲일회용 플라스틱 컵 및 EPR 편입 ▲고평량 종이컵 매장 사용 금지 ▲일회용 컵 가격 영수증 표시 등이 포함됐다.

이 중 컵 가격 표시제에 대해 각계에서 가격인상을 촉발할 것으로 우려되고 있다. 대책에 따르면 앞으로는 영수증에 일회용컵 가격을 구분하여 표시해야 한다. 커피 가격을 3,300원으로, 컵 가격을 200원으로 표시하는 식이다. 기후부는 “컵 값을 더 내는 것이 아니라 이미 내고 있던 컵



값을 별도로 표시해 소비자들의 인식을 자율적으로 개선하겠다는 것”이라고 설명했다. 과거 일회용컵 사용량 감축을 위해 추진됐던 일회용컵 보증금제가 가격을 더 지불하고 추후 돌려받는 방식으로 절차가 복잡해 시행되지 못했던 점을 개선한 것이다.

컵 가격을 따로 표시하게 되면 텀블러 할인이 사실상 의무화될 것으로 보인다. 일회용컵을 사용하지 않기 때문에 설정한 컵 가격을 제외해야 하기 때문이다. 기후부도 “텀블러를 사용할 유인이 강화될 수 있다”고 밝혔다.

이에 대해 업계와 소비자들은 저마다 다양한 해석을 내놓고 있다. 소형 카페를 운영하는 자영업자 또는 소규모 브랜드 가맹점들은 그간 다회용기 할인을 제공하지 않는 경우가 많았기 때문에 음료 가격이 올라갈 수 있다는 입장이다. 시스템 개편과 고객 문의 및 클레임도 비용인상 요인이라는 지적도 있다.

반면 대형 프랜차이즈들은 이미 텀블러 할인을 해 주고 있기 때문에 큰 영향이 없을 것으로 보는 시각도 있다. 기후부가 컵 가격은 자율로 표시할 수 있도록 해 일회용컵 보증금제보다 부담이 덜할 것으로 보는 의견도 제기된다. 박호진 협회 기후성장본부장은 토론회에서 “대형 프랜차이즈

들이 이미 시행하고 있고 소비자들도 상대적으로 익숙한 편이라 수용성도 높고 효과도 있을 것”이라면서 “특히 과거 일회용컵 보증금제와 달리 규모별 차등화가 아닌 전 점포에서 시행된다는 점은 긍정적”이라고 말했다.

이어 “반면, 커피 업종은 프랜차이즈의 경우 브랜드가 850여개에 가맹점 수가 2만 7천여 개에 달하며 비프랜차이즈 포함 시 총 10만여 개에 육박하고, 제과제빵도 303개 브랜드에 9천여개 가맹점이 있다”면서 “대부분이 영세 중소기업 또는 소상공인들로, 텀블러 사용 시 컵 가격만큼 그대로 할인을 제공할 수 있는 가격구조가 아닐 경우 가격 인상이 촉발될 수 있어 세심한 정책 수립을 부탁드린다”고 당부했다.

그는 또 “편의점 업종의 커피 판매가 급증하고 있는데 이번 대책에 제외됐다”면서 “반드시 편의점까지 포함돼야 풍선 효과를 방지하고 대책의 효과성을 높일 수 있을 것”이라고 지적했다.

박 본부장은 “마지막으로 비용 부과, 사용 금지 등의 정책은 일시적으로 효과가 있을 수 있으나 결국은 한계가 있다”면서 “진정한 탈플라스틱을 위해서는 재활용 또는 분해가 용이한 친환경 소재 확산과 인프라 구축 지원을 위한 노력이 중장기 로드맵에 반드시 포함돼야 한다”고 강조했다. **KFN**

좋은 종업원이 단골 고객을 만든다

WRITE | 김성희 창업칼럼리스트



1990년 중반 서울 신림9동에 위치한 고시촌 입구를 조금 올라가다보면 사거리에 약국이 하나 있다. 고시촌 남성들 사이에 유명한 약국이다. 인근에 약국이 여러개 있지만, 아파서 약을 조제할 때 뿐만 아니라 마스크나 비타민 등을 구매할 때도 먼길을 돌아 찾아간다. 이유는 약국에서 일하는 아가씨 때문이다. 당시 20대 초중반으로 보이는 아가씨의 외모는 상당히 출중했다. 더구나 친절한 서비스까지. 고시촌 남성들의 구매도 끊이지 않을 정도였다.

우리는 이같은 예를 주위에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 커피 프린스라는 유행했던 드라마가 있다. 드라마가 히트를 치면서 커피전문점에 꽃미남 종업원 열풍이 불었다. 주 고객층인 젊은 여성들의 기호가 반영된 셈이다. 인터넷을 뜨겁게 달군 대학가 앞 편의점의 열쌍 소녀도 한 예다.

고객과의 1차적인 접촉 대상이 종업원이다. 종업원의 말투와 행동 하나하나가 고객의 점포 이미지를 좌우한다. 따라서 종업원이

점포 매출에 결정적 영향을 주고 있다는 것은 어제 오늘의 이야기 아니다. 많은 이들이 듣고 알고 있다. 장사를 하는 사람들도 물론 안다. 그런데도 종업원 관리가 여간 어렵다고들 말한다. 종업원으로 제대로 효과를 보고 있는 점포는 그리 많아 보이지 않는다.

이유는 종업원에 대한 인식이다. 어떤 업종이든 혼자서 점포를 운영하기는 쉽지 않다. 따라서 필요한 것이 종업원이다. 종업원



은 점포 운영을 더 나은 방향으로 흐르게 도와주는 존재다. 하지만 주인들은 시간당 또는 주당, 월로 보수를 주고 내가 고용하는 사람이라는, 점포를 위한 물건이라는 인식에서 벗어나지 못한다. 종업원과 내가 동반자적 입장이라는 생각을 하지 않는다.

매출이 오르면 종업원이 잘 했다고 생각하지 않는다. 내가 잘했다는 생각이다. 음식 맛이 좋아서, 점포를 잘 구해서, 브랜드가 좋아서, 가격이 저렴해서, 홍보를 잘해서 등등으로 생각한다. 여기에 종업원의 능력은 배제된다. 그러면서 종업원에게 친절하 서비스, 내 것처럼 일해 줄 것을 요구한다.

종업원을 단지 부리는 사람으로만 생각한다면 종업원 또한 그런 생각으로 점포를 생각하고 그 생각이 고객에게도 전달된다. 하지만 주인이 종업원을 가족처럼 생각한다면 종업원 또한 내 점포라는 생각에 의욕적으로 일하게 된다. 상대방을 진심으로 동참시키는 일, 이것이 바로 점주, 경영자의 몫이다.

그렇다면 종업원 선택과 교육은 어떻게 해야 할까. 종업원에 대한 기본 마인드를 새롭게 하고 해당 상권 특성에 맞는 종업원을 선택해야 한다. 점포 경영자는 종업원은 자신의 이익을 추구하기 위해 의사결정을 하기 마련이며, 100% 맘에 드는 종업원은 없다고 생각하는 점이 편하다.

이러한 기본 인식을 가진 다음에는 점포의 주 고객층이 누구이며, 점포 형성 시간대는 어떻게 되는지 등을 파악한 후 종업원 선택에 들어가야 한다. 먼저 필요한 종업원의 인원을 정한 후 각자의 배치와 역할을 어떻게 나눌 것인지도 생각해야 한다. 점포규모가 소규모 일수록 어떤 사람을 쓰느냐에 따라 고객에 대한 서비스가 달라지고, 그 서비스의 질에 따라 매출이 달라지기 때문이다.

외모에서 풍기는 첫인상과 대화 중 느낄 수 있는 책임감 유무, 인간관계, 근무 기간 등을 체크해야 한다. 주 고객층이 여성인 점포도 취급 상품에 따

라 남성과 여성 종업원의 역할이 다르고 또 이 종업원의 인간관계에 의한 매출도 기대할 수 있기 때문이다.

종업원을 선택했다면 다음은 교육이다. 아무리 훌륭한 종업원이라도 제대로 교육을 시키지 않으면 안 좋은 타성에 빠져들 수도 있고, 나쁜 종업원으로부터 안 좋은 영향을 받을 수도 있다. 각종 매뉴얼, 대고객 서비스, 상품 판매, 업무개선 등 다양하다. 형식적인 교육이 아닌 종업원들의 공감대를 형성하는 것이 중요하다.

활용할 만한 종업원 사기 진작 방법

종업원 인센티브제

종업원 인센티브제는 강력한 마케팅 수단 중 하나다. 힘들게 일을 하더라도 매출액 전부를 주인이 가져간다면 누가 열심히 일을 하겠는가. 인센티브제는 추가 매출에 대한 종업원 능력을 인정해 수익을 분배하는 형태다. 단골을 만들고 추가매출을 올린다는 확고한 경영 마인드가 필요하다.

테이블 담당제

외식업에서 많이 사용하고 있는 방법이다. 처음 고객을 맞은 종업원이 그 고객의 식사를 곁에서 돕고, 후식 및 배웅까지 책임을 지며, 완벽하게 고객 서비스를 완료한 종업원에게 고객이 지불한 금액의 일정액을 인센티브로 지불하는 방법이다.

종업원은 자신의 서비스로 인해 고객의 주문이 많아 지도록 유도하고 철저히 서비스를 담당하며 자신의 단골고객으로 확보하기 위해 아낌없는 노력을 하게 된다.

휴가 등 복지 환경

근무환경 개선도 필요하다. 오피스가의 주5일제가 정착되면서 주말 매출이 감소했다. 이에 따라 오피스가 상권에 있는 일부 외식업종은 일요일 휴무를 실시한다. 일요일 매출 비중이 적는데 종업원 출근과 전기로 등 각종 공과금 등의 비용, 점포 경영자 역시 출근 등 부작용이 있다는 것이 점포 경영자들의 주장이다. 이들은 매주 일요일이나 공휴일 휴무로 인해 종업원의 사기 진작과 장기간 근속을 유도할 수 있다고 말한다. 월급 10만원을 더 주는 것보다 일요일 휴무가 더 효과적이라는 것이다 [17]

2026 상반기 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 4.2~4.4 개최...참가사 모집

소비회복 맞춰 창업 수요 증가세...라이징 스타관·비즈매칭 등 지원 프로그램 강화

WRITE | 김동하 기자



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 나명석)가 주최하고 코엑스(사장 조상현), RX Korea(리드엑시비전스코리아 대표 손주범)가 공동 주관하는 국내 최대 규모 '2026 상반기 제60회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회' 참가사 모집이 진행 중이다. 지난해 민생회복지원금, 소비쿠폰, 공공배달앱 활성화 등 다양한 소비 진작 정책으로 올해부터는 경기 회복세가 뚜렷해질 것으로 전망되고 있다. 이에 창업 수요도 점차 높아질 것으로 예상되며, 다양한 프랜차이즈 본사와 파트너사, 예비 창업자들이 한 자리에서 만날 수 있는 국내 최대 IFS 박람회에 높은 관심이 모아지고 있다. 박람회도 창업 수요 증가에 발맞춰 성장 가능성이 높은 신

생 프랜차이즈와 협력 파트너사를 지원하기 위한 '라이징 스타관', 본사와 참가 파트너사를 매칭하는 IFS 박람회의 대표 프로그램 비즈매칭, 해외 브랜드 수요에 대응한 해외관 등 특별 프로그램을 준비한다. 또 ▲전문가 세미나 ▲1:1 창업 컨설팅존 ▲우수 브랜드를 한눈에 관람할 수 있는 레드카펫존 ▲온라인 플랫폼 'IFS 에브리데이' 등 다양한 부대 프로그램이 운영된다. 문의는 온라인의 경우 박람회 홈페이지(<https://www.ifskorea.co.kr>)로 하면 된다. 유선 문의는 한국프랜차이즈산업협회 회원사의 경우 협회 전시사업팀 (02-3471-8135~8, 내선 3)으로, 그 외 일반 기업은 박람회 사무국 (02-6000-8159, 8166)으로 하면 된다. **KFN**

배리어프리 키오스크 1월 28일부터 본격 시행

소규모 자영업자, 보조수단 마련할 경우 면제·예외 인정

WRITE | 이호국장

배리어프리 키오스크 설치 의무화가 1월 28일 본격 시행됐다. 카페와 식당 등 무인주문기기를 둔 전국 대부분 매장들은 기존 키오스크를 교체해야 한다. 다만 일부 영세 소상공인은 예외 규정을 적용받아 별도의 보조수단이나 보조인력을 두면 설치 의무를 면제받을 수 있다.

보건복지부는 지난해 11월 11일 국무회의에서 '장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률 시행령' 일부개정령안을 의결했다. 이번 개정은 무인정보단말기(키오스크) 설치 시 적용되던 편의 제공 의무를 조정해, 사업장의 규모와 여건에 맞게 선택할 수 있도록 한 것이 핵심이다.

그동안 키오스크를 운영하는 매장은 휠체어 접근성, 점자블록, 음성안내 등 6개 항목을 모두 충족해야 했다. 하지만 법마다 규정이 겹치고, 설치비용이 수백만 원에 달해 현장에서 "현실을 모르는 탁상행정"이라는 지적이 이어졌다.

개정안은 이러한 부담을 줄이기 위해 과학기술정보통신부의 접근성 검증기준을 충족한 단말기와 음성안내장치 설치만으로 법적 의무를 이행할 수 있도록 했다. 사실상 '모든 항목을 다 해야 하는 방식'에서 '핵심 요건 중심 방식'으로 전환된 셈이다.

특히 이번 개정의 수혜자는 소규모 자



영업자다. 바닥면적이 50㎡(약 15평) 미만이거나 소상공인기본법상 소상공인에 해당하면 설치 의무를 면제하고 소형 테이블오더 설치 매장도 예외를 인정한다. 다만 '보조수단'을 마련해야 한다는 조건을 달았다. 시행령에 따르면 보조수단은 크게 3가지다.

과거부 검증 기준을 지킨 키오스크 및 음성안내장치를 설치하거나, 기존 키오스크와 호환되는 보조기기 또는 소프트웨어를 설치해야 한다. 보조인력을 배치하고 호출벨을 설치해도 보조수단을 마련한 것으로 본다. 이같은 예외 규정은 600만 명 안팎의 소상공인 대부분이 적용받을 수 있을 전망이다.

1월 28일 기한 내 미이행 시 과태료 등 행정 제재가 부과될 수 있다. 이번 제도 조정으로 6만여 소상공인 점포의 키오스크 운영 부담이 줄어들 것으로 예상된다. 정부는 향후 '접근 가능한 무인 정보단말기 가이드라인'을 보급하고, 업계별 간담회와 안내 홍보를 통해 개정 내용이 현장에 안착되도록 지원할 방침이다.

KFN



치킨 조리 전 중량 표시제, 무용지물 논란

규제 대상 브랜드 전국 매장 비중 미미·표시기준도 업체마다 달라

WRITE | 이호국장

정부가 '치킨분야 중량표시제'를 도입하는 등 외식분야 규율체계를 바로 잡고, 소비자의 시장감시 강화에 나섰지만, 이에 대한 비판의 목소리도 커지고 있다. 규제 대상 10개 브랜드의 전체 가맹점 수가 전국 매장에서 20%에도 미치지 못한다는 지적이다. 이로 인해 공정성에 대한 논란도 나오고 있다. 아울러 표기 기준이 업체마다 달라 혼란을 주는 데다 소비자가 실제로 받는 제품과도 괴리가 크다는 점에서 정책 효과가 미미하다는 지적도 잇따른다.

그램(g) 표시 원칙...대상은 10개 브랜드

정부는 지난해 12월 경제관계장관회의 겸 물가관계장관회의를 열고 '식품분야 용량표시(슈링크플레이션) 대응방안'을 발표했다. 먼저 치킨분야 중량표시제 도입이다. 닭 사이즈를 몰래 줄이는 '슈링크플레이션'을 방지하기 위한 조치

다. 표시대상은 치킨의 조리 전 총 중량이다. 표시방식은 메뉴판의 가격 근처에 기재하도록 했다. 그램(g) 단위 표시를 원칙으로 하되, 한 마리 단위 조리가 이뤄질 경우는 '호' 단위로도 표시할 수 있다. 인터넷으로 포장주문을 하는 경우 같은 방식으로 웹페이지에 표시하도록 했다.

적용대상은 10대 치킨가맹본부 및 소속 가맹점 1만2560개 점포다. 아울러 가격을 인상하거나 중량을 줄여 결과적으로 단위가격이 인상될 시 해당 사실을 자율적으로 시장에 고지하도록 했다. 대형 프랜차이즈 가맹본부를 중심으로 자율규제를 추진해 자율적 고지문화를 시장에 확산한다는 구상이다.

더불어 소비자단체협의회 홈페이지, SNS에 '용량표시 제보센터'를 설치해 소비자 제보 채널 운영을 통한 상시감시도 실시한다. 중량 미표시, 허위표시 등 법 위반 혐의까지 확인되는 경우 공정위 또는 식약처 등 관계기관에 공유, 엄정 대응할 방침이다. 이 제도는 6월 말까지 제도기간을 거친 뒤 7월 1일부터 주요 브랜드 가맹점을 중심으로 본격 적용될 예정이다.

명분은 좋는데...탁상행정

문제는 현장에서 실효성이 떨어진다는 비판이다. 표기 기준도 업체마다 달라 오히려 혼란을 주고 있다는 지적이다. 여기에 소비자가 실제로 받는 제품과도 괴리가 발생하고 있다. 정책 효과가 미미하다는 비판이 나오는 이유다.

업계는 제도 취지에는 공감하지만 적용 범위와 기준이 모호해 부담이 크다는 입장이다. 닭 손질 방식과 염지 조건, 부분육·콤보 구성 등에 따라 실제 중량 차이가 크고 가맹점주가 불만 민원까지 떠안을 수 있다는 우려도 나온다.

'조리 전 중량'만을 표시한다는 한계도 지적된다. 치킨은 조리과 튀김옷을 입히는 과정에서 중량이 변동된다. 치킨 제조 공정을 제대로 이해하지 못한 조치라는 하소연이다. 또 한 마리 치킨이 아닌 부분육을 주로 쓰는 메뉴에는 적용이 어렵다는 문제도 있다. 중량을 기준으로 표시하기 어렵기 때문이다.

여기에 대형 프랜차이즈만 중량을 표시하도록 한 것도 한계다. 이번 조치가 특정 업종과 특정 브랜드만을 타깃했다는 '공정성' 문제가 제기되는 이유다. 정부의 소통 방식에 대해서도 쓴소리가 나온다. 업계의 목소리를 충분히 수렴하고 가이드라인을 조율하는 과정 없이, 정책을 먼저 시행하고 사후에 의견을 듣겠다는 정부의 고압적인 태도가 도마 위에 올랐다.

업계에서는 애초에 판매 기준이 중량이 아닌 치킨 프랜차이즈에 중량 표시제를 도입한 게 문제라고 비판한다. 프랜차이즈 업계 관계자는 "슈링크플레이션 대응이라는 명분은 공감하지만 제도가 성급하게 추진되며 현장 혼란만 키우고 있다"며 "제도의 실효성을 높이기 위해서는 제도기간 동안 이러한 변수를 반영한 명확한 가이드라인이 확립돼야 할 것"이라고 말했다. [K7]

국회

정보공개서 사전심사에서 공시제로 전환 발의



국회 정부위원회 소속 김남근, 이정문 국회의원 등이 가맹점주와 가맹희망자가 본사의 최신정보를 제때 확인할 수 있도록 하는 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 가맹사업법) 일부개정법률안'을 대표발의했다.

현행 가맹사업법은 가맹희망자에게 가맹계약을 위한 정보를 제공할 수 있도록 가맹본부가 정보공개서를 작성하여 공정거래위원회 또는 시도지사에게 등록하고 공정거래위원회 또는 시도지사는 등록된 정보공개서를 공개하도록 하고 있다.

이에 대해 이정문 의원은 “그러나 정보공개서를 등록하는 기간이 과도하게 길어져 공개가 늦어짐에 따라 가맹희망자가 최신 정보가 아닌 과거의 정보로 가맹계약 여부를 판단하여야 하는 어려움이 발생하고 있다”고 지적했다.

또한 가맹본부가 정보공개서 등록 이후에 업종을 변경한 경우에는 새로운 업종에서 직영점을 1년 이상 의무로 운영하지 않아도 됨에 따라 가맹본부의 사업방식 검증제도가 작동되지 않고 있다고 밝혔다.

이에 이들 의원들이 대표발의한 가맹사업법 개정안은 가맹 희망자와

가맹점주가 가맹본부의 최신 정보를 적시에 제공받을 수 있도록 정보공개서 사전심사제도를 공시제로 전환하는 내용을 담고 있다. 다만, 개인정보, 영업비밀은 공시 대상에서 제외할 수 있도록 규정했다.

아울러 일부 변경사항은 여전히 변경등록 대상이다. 사업자 고유정보 변경이나 가맹사업 업종 변경, 대통령령으로 정하는 심사가 필요한 중요 변경사항은 여전히 엄격히 관리된다.

발의안은 또 ▲가맹 희망자 뿐만 아니라 기존 가맹점주가 계약 갱신 시 최신 정보공개서 열람을 요청할 경우에도 가맹본부가 이에 응하도록 의무화하며 ▲업종 변경으로 정보공개서를 변경 등록하는 경우에도 직영점 의무 운영 규정 등을 적용하는 것이 골자다. 가맹희망자가 정보비대칭 없이 정보를 빠르게 얻을 수 있도록 하는데 목적이 있다고 강조했다.

이들 의원들은 “정확하고 최신의 정보를 적시에 제공받는 것이 최소한의 권리이자 리스크 예방을 위한 필수적 요소”라며 “이번 개정안은 본사와 점주 간 정보 불균형을 해소하고, 검증되지 않은 업종 변경으로 인한 피해를 사전에 차단하기 위한 최소한의 안전장치”라고 강조했다.

WRITE | 김은영 기자

식품의약품안전처

치킨도 영양표시 대상으로 확대



식품의약품안전처

식품의약품안전처(처장 오유경)는 2026년 주요업무로 “위생·영양 관리 지원 확충으로 건강하고 안전한 식생활 환경 조성”을 추진하기 위해, 노인·장애인 등 먹거리 취약계층에 대한 안전 지원을 강화함과 동시에 모든 국민이 일상에서 안심하고 건강한 식생활을 누리도록 지원 체계를 개편한다고 밝혔다.

더불어 나트륨·당류 등 과잉 섭취 시 건강에 위해할 수 있는 영양성분의 저감을 지속 지원하고, 업체와 협력을 통해 제품개발 지원도 강화한다. 또한, 배달앱 등에서 나트륨·당류를 줄인 건강한 메뉴를 표출할 수 있도록 지원할 계획이다.

먼저 어린이의 건강한 성장을 위해 온·오프라인 식품 소비환경 관리가 강화된다. 어린이 주 시청 시간대에 고열량·저영양 식품 TV 광고 제한을 온라인·모바일 매체로 확대해 고열량·저영양 식품 광고에 주의 문구 표시 의무화 등 식품선택을 위한 정보 제공을 강화한다.

오프라인에서는 학교·학원 주변 등 어린이 식품안전보호구역 내 급증하고 있는 ‘무인점포’에 대한 점검을 강화하고, 무인점포 판매 식품의 소비기한 경과, 정서저해 식품 판매 등을 집중 관리한다. 또한 어린이 정서 발달에 미치는 영향을 고려하여 정서저해식품의 종류에 식품 형태(담배, 술병 모양 등)뿐 아니라 식품 섭취 방법(흡연행위 모방 등)도 포함하는 등 정서저해식품 기준을 합리적으로 정비한다.



어린이가 즐겨 먹는 햄버거, 피자 등 가맹점 50개 이상 식품 프랜차이즈의 열량, 나트륨 등 영양성분 표시를 해왔으나 올해는 소비가 크게 증가한 ‘치킨’까지 영양성분 표시 대상으로 확대할 계획이다.

아울러, 식품 영양성분 표시 확대를 위해 탄수화물, 단백질 등 식품에 함유된 영양성분 데이터베이스(DB)를 민간 참여와 AI 기반 예측 등을 통해 칼슘 등 미량 성분까지 보완하고, 건강기능식품의 영양성분까지 포함하여 33만건까지 확대 개방한다.

확대된 영양성분 DB는 누구나 활용하도록 개방하여 제품의 영양표시, 급식 식단 작성 등을 위한 기초자료로 이용되고, 디지털 헬스케어 앱 등 제품개발에도 활용되어 국민의 개인 맞춤형 건강관리의 기반으로 활용된다. 아울러 DB 정보 활용 활성화를 위해 업체에 교육과 컨설팅 등을 제공할 예정이다.

앞으로도 식약처는 모든 국민의 가장·급식·외식 등 일상적인 식생활에서 안전이 확보되도록 환경을 조성하고, 과학적 근거를 통한 식생활 안전관리 체계가 정착될 수 있도록 최선을 다할 계획이다.

WRITE | 박서진 기자

공정거래위원회

제과점 원산지 표시 등 규제 개선 방안 발표



공정거래위원회



공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 '공정위')는 종합 주류도매업 신규 면허 발급 확대, 소주 제조사-주정 제조사 간 주정 직거래 허용량 확대, 캠핑카의 차량공유 중개플랫폼을 통한 대여 허용, 제과점 원산지 표시 합리적 개선 방안 등 다양한 분야에서 경쟁제한적 규제 22건에 대한 개선안을 마련했다.

먼저 식약처를 통해 식품·건강기능식품 포장지에 규알(QR)코드를 통한 정보 제공을 확대한다. 식품 또는 건강기능식품은 관련 법령에 따라 제품명, 식품 유형, 내용량, 원재료명, 영양 성분 등 정보를 포장지에 반드시 표시해야 한다. 그런데 표시되는 정보는 늘어나는 반면, 포장 자체는 간소화되는 추세여서 글자 크기가 지나치게 작아지고 전반적인 가독성이 떨어지는 문제가 있었다.

특히 중정용·비매품은 대부분 1~2회 섭취 분량의 소포장 형태로 제공되기 때문에, 모든 표시 사항을 포장지에 온전히 기재하기 어렵고, 추가적인 포장재(설명서, 단상자 등)를 사용하게 됨에 따라 불필요한 비용 부담이 발생하는 문제도 제기됐다.

이에 규알(QR)코드를 통해 제공할 수 있는 표시 정보의 범위를 확대하고 기존 의무 표시 사항 중 일부를 생

략할 수 있도록 허용하는 한편, 제품명, 소비기한, 알레르기 유발 물질 등 중요한 정보는 포장지에 크고 명확하게 표시하도록 개선됐다. 이에 따라 중요 정보의 가독성이 향상돼 소비자의 알 권리가 강화되고, 포장재 비용 등이 줄어들어 식품·건강기능식품 업계의 부담도 완화될 것으로 기대하고 있다.

제과점의 합리적 원산지 표시를 위한 개선 방안도 마련된다. 현재 제과점에서 판매되는 제품은 국내 가공품 원산지 표시 기준에 따라 주요 3개 원료의 원산지를 의무적으로 표시해야 한다. 그러나 제과점은 다양한 제품을 취급하는 반면 신제품 출시 등 제품 변경 주기가 짧고 원재료 함량이 수시로 변경되는 등 영업적 특성으로, 규제준수에 있어 행정·운영상 어려움이 있었다.

또한 유사 업종인 카페는 휴게음식점으로 분류돼 쇠고기·닭고기 등 29개 품목에 한해서만 원산지 표시 의무가 있는 등 업종 간 형평성 유지가 필요하다는 의견이 제기됐다. 이에 따라 제과점의 원산지 표시 기준이 합리적으로 설정될 수 있도록 개선 방안을 마련할 계획이다. 이를 통해 제과점 영업자들의 행정·운영상 부담이 크게 경감될 것으로 공정위는 기대하고 있다.

WRITE | 김은영 기자

식품의약품안전처

반려동물 동반 출입 음식점 시설기준 마련

식품위생법 시행규칙 개정·공포...3월 1일 시행



식품의약품안전처



식품의약품안전처(처장 오유경)는 반려동물(개, 고양이) 출입이 가능한 음식점의 시설기준, 영업자 준수사항 등을 정하는 등의 '식품위생법 시행규칙'을 1월 2일 개정·공포했다. 시행은 3월 1일부터다.

이로 인해 3월 1일부터는 '식품위생법 시행령' 제21조에 따른 일반음식점, 휴게음식점, 제과점을 운영하고 있거나 운영하려는 영업자 중 영업장 시설기준, 영업자 준수사항 등 위생·안전관리 기준을 준수하는 경우 반려동물 동반 출입 음식점 운영이 가능해진다.

반려동물 동반 출입 음식점에 출입할 수 있는 반려동물의 범위는 '개'와 '고양이'다. 이 경우 위생관리를 위해 반려동물이 조리장, 식재료 보관창고 등 식품취급시설에 드나들 수 없도록 간막이, 울타리 등 장치를 설치해야 한다.

반려동물 동반 출입 음식점을 운영하고 있거나 운영하려는 영업자는 손님이 음식점 출입 전에 반려동물이 동반 출입할 수 있는 업소임을 알 수 있도록 영업장 출입구 등에 표시판 또는 안내문을 게시하여야 한다.

영업자는 음식점 내에서 반려동물이 보호자에게서 벗어나 자유롭게 이동할 수 없다는 내용의 안내문 등을 게시하고, 동물 전용 의자, 케이지, 목줄 걸이 고정장치 등을 구비해야 한다. 또 반려동물이 보

호자를 벗어나 다른 손님·동물과 접촉하지 않도록接客용 식탁, 통로의 간격을 충분히 유지해야 한다.

음식을 진열·보관·판매·제공할 때는 반려동물의 털 등 이물질 혼입을 방지할 수 있는 뚜껑·덮개 등을 사용하고, 반려동물에게 제공되는 식기 등은 손님용과 구분해 보관·사용해야 한다. 또한 반려동물의 분변 등을 담을 수 있는 전용 쓰레기통을 비치한다. 아울러 예방접종을 하지 않은 반려동물은 출입이 제한됨을 표시해야 한다.

위생·안전관리 기준을 위반한 반려동물 동반 출입 음식점 영업자는 최대 영업정지 처분까지 받을 수 있다. 그 외 경미한 의무사항을 위반한 경우에는 시정명령 등의 행정처분을 받게 된다. 아울러 반려동물 동반출입 음식점 영업자는 소비자 안전을 위해 반려동물 동반 출입 음식점에서 발생할 수 있는 반려동물 간 충돌, 물림 사고 등을 대비하여 식품위생법령에서 정하는 사항 외에도 반려동물 배상책임보험에 가입하는 것이 좋다.

식약처 관계자는 "동물보호법상 맹견에 대해서는 음식점 출입을 제한할 수 있다"라며 "출입하게 하는 경우에는 동물보호법상 책임보험 가입 여부를 확인하도록 운영할 계획"이라고 전했다.

WRITE | 박서진 기자

“멋과 맛, 100년 가는 브랜드”



김복남 맥주



맥주전문점은 창업 아이템 중 접근이 용이하고, 비교적 쉽게 창업할 수 있는 업종으로 분류된다. 제공되는 안주들도 특별한 요리기술이 필요하지 않는다. 이로 인해 20대부터 중장년층이 창업하기에 적합한 아이템으로 평가받고 있다. 이러한 맥주전문점 시장에서 특별한 맛으로 안정적 가맹점을 확대하고 있는 브랜드가 있다. 2018년 서울 신림에서 첫 매장을 오픈하며 론칭된 주점 프랜차이즈 김복남맥주다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

맥주 보리 품종이 뭔지도 모른다. 독일은 커녕 맥주 공장 한번 가본 적도 없다. 그는 도시 골목길의 오래된 호프집 주인일 뿐이다. 그런데 그의 매장에서 즐기는 생맥주 한잔을 고객들은 잊지를 못한다. 아니 잊을 수가 없다는 표현이 맞다. 비결을 물었다. “암것도 아니다...맥주는 온도와 숙성, 그게 다여~” 김복남맥주는 바로 그의 도움을 받아 그 맥주 맛과 추억을 나누고자 론칭됐다.

2018년 론칭해 250여개 가맹점 성장

김복남맥주는 2018년 서울 신림에서 첫 매장을 오픈하며 론칭된 주점 프랜차이즈 브랜드다. 일상 속에서 부담 없이 찾을 수 있는 동네 맥주집을 지향한다. 유행보다 지속 가능성을 핵심 가치로 성장해 왔다. 현재는 전국 약 250여개 가맹점을 운영 중이다.

김복남맥주는 주점 시장이 트렌드 중심으로 빠르게 소비되고 사라지는 구조에 대한 문제의식에서 출발했다. 특별한

날이 아니라도 퇴근 후, 일상 속에서 자연스럽게 찾을 수 있는 오래가는 매장 구조를 만들고자 기획된 브랜드다. ‘김복남’이라는 이름은 특정 인물이나 캐릭터를 강조하기보다 누구에게나 익숙하고 편안한 동네 사람 같은 이름을 의도적으로 선택한 것이다. 김현용 김복남맥주 본부장은 “브랜드가 앞에 나서기보다, 고객의 경험과 매장의 분위기가 자연스럽게 기억되기를 바랐다”라고 전했다.

창업 가성비엔 안주 맛집

김복남맥주의 경쟁력은 다양하다. 그런데도 굳이 말하려고 하면 크게 두 가지로 결정된다. 첫째는 높은 창업 가성비이고, 둘째는 안주 맛집이라는 거다. 창업가성비가 높다는 말은 상대적으로 투자 비용은 낮고, 수익이 높다는 얘기다 된다.

김현용 본부장은 “가맹영업을 하는 브랜드 모두 자기 브랜드의 창업비용이 저렴하고 돈 잘 번다고 하지만 막상 창업



견적을 받아보면 김복남맥주와는 큰 차이를 보이는게 많다”라며 “그 이유는 인테리어나 매장 설비 등에서 점주가 개인 창업하는 것과 별반 다르지 않은 비용이 들고 그나마도 예정 점포에 기존 인테리어나 설비가 남아 있다면 벽돌 하나까지라도 재활용해 견적을 낮추기 때문”이라고 설명했다.

또 하나는 점주가 고생한 만큼 수익을 가져갈 수 있다는 점이다. 맛으로 승부하기 때문에 요즘 일부 브랜드처럼 저가 판매에 급급하지 않아도 꾸준한 단골이 확보된다. 아울러 로열티가 1%에 불과해 점주들의 수익성 확보를 최우선에 두고 있다.



김복남맥주가 맛있는 이유는 가맹본사 ‘맛쎬푸드’의 노하우 덕분이다. 사반세기를 이어오면서 1000여개 한식, 일식, 치킨, 분식 매장을 운영한 외식전문 기업의 깊은 내공을 담았다. “멋있는 집은 1년 가고, 맛있는 집은 10년 간다. 멋있고 맛있는 집은 100년을 간다” 본사의 운영 철학이다.

지속 수익구조·장기 생존전략

김복남맥주는 가맹사업을 준비하며 가장 중점을 둔 부분은 가맹점의 지속 가능한 수익 구조와 장기적으로 생존 가능한 브랜드 구축이다. 김현용 본부장은 “가맹사업은 짧은 기간의 브랜드 성장보다, 가맹점이 안정적으로 운영될 때 브랜드 전체가 성장할 수 있다고 생각했다”고 말했다. 이를 위한 초장기 전략은 ‘살아남는 구조 만들기’다. 가맹사업 초기에는 빠른 확장보다 운영 안정성 확보에 집중하는 이유다.

메뉴의 조리 난이도를 낮춰 누구나 숙련도에 관계없이 일정한 품질을 유지할 수 있도록 조리법도 간소화했다. 질 좋고 맛있는 음식으로 고객을 유치하는 전략을 세워 김복남맥주 하면 “맥주도 맛있는데 음식도 맛있는 집”이라는 수식어로 고객에게 각인되어야 한다는 전략을 세웠다. 또한 메뉴의 공급 원가를 낮게 설계해 가맹점이 노동의 대가를 충분히 보장받을 수 있도록 했다. 가맹점의 매출 대비 타 브랜드에 비해 높은 수익을 꾸준히 만들기 위한 정책을 설계했다는 얘기다. 김현용 본부장은 “또 현장 검증 중심 출점을 원칙으로 상권 분석을 철저히 하고, 신규 출점 점주와

의 밀착 소통을 통해 성공사례 매장을 통해 수익 모델을 검증한 후 가맹 확장을 진행했다”고 전했다.

살아남는게 초기 전략이라면 최근 전략은 ‘지속적인 성장과 브랜드 신뢰’다. 최근에는 단순 매장 수 확대보다 브랜드 신뢰와 가맹점 만족도를 중심에 두고 있다. 무리한 출점, 제한 상권 중복을 최소화하고, 기존 가맹점의 보호를 우선하며 메뉴, 콘텐츠 경쟁력 강화 계절 메뉴, 고객 참여형 콘텐츠, 브랜드 스토리를 강화해 재방문율을 높이고 있다.

또한 점주와의 소통 강화를 위해 담당 슈퍼바이저의 지속적이며 정기적인 매장방문을 통해 점주 의견 수렴 등 현장의 목소리를 듣고 전략에 반영하고 있다. 마지막으로 장기운영 가맹점 중심 정책으로 오래 운영하는 점주에게 실질적인 혜택이 돌아갈 수 있도록 하고 있다.

실행으로 보여주는 ‘상생’

김복남맥주는 상생을 말이 아닌 실행으로 보여주고 있다. 코로나19 기간 동안에는 주점 업계 최초로 가맹점 로열티를 받지 않는 결정을 내렸다. 본사의 손실보다 가맹점의 생존을 우선시한 본사의 운영 방침이다. 또한 경험 많은 전문 슈퍼바이저(SV) 조직을 통해 단속이 아닌 관리와 코칭 중심의 가맹점 운영 지원을 이어가고 있다. 이러한 현장 중심 관리가 가맹점과의 신뢰를 만들어 왔다는게 김복남맥주의 성장 비결이다. 또한 김복남맥주는 가맹점과 상생을 위한 클린업 프로젝트 및 김복남맥주 BOK PLAY 영상공모전 등

가맹점을 위한 프로젝트를 지속적으로 진행하고 있다.

동반상생경영으로 통린 브랜드화

김복남맥주는 매장 수 확대보다 브랜드 완성도와 운영 안정성을 우선으로 하고 있다. 확장 역시 본사의 관리 역량 범위 내에서 충분한 검증을 거쳐 단계적으로 진행할 계획이다. 크게 보이기보다 전문적으로 운영되는 브랜드로 인식되기를 목표로 하고 있어서다.

김복남맥주의 바람은 가맹점과 함께하는 동반상생 중심 경영으로 장기생존이 가능한 통린 브랜드를 만드는 거다. 프랜차이즈 사업은 본사만 성장하는 구조가 아니다. 가맹점도 성장해야 한다. 그렇지 못하면 브랜드가 지속될 수 없다. 이에 따라 김복남맥주 본사는 가맹점주의 수익성과 안정성을 최우선으로 고려하고 있다. 가맹점과 함께 성장하는 장기적 구조를 핵심 가치로 삼고 이를 실천하기 위해 끝까지 노력하는게 본사의 마음이다.

이를 통해 궁극적으로 가맹점의 안정적인 장기생존이 가능한 브랜드로 발전할 수 있다. 짧은 유행이나 과도한 확장보다는 오래 살아남을 수 있는 브랜드 경쟁력을 추구하고 안정적인 원가구조, 지속적인 메뉴개발 및 운영개선으로 점주들이 10년 또는 20년 이상 김복남맥주 브랜드를 운영할 수 있도록 지원하는 것이 목표다. 앞으로도 현장을 이해하고 전문성을 갖춘 프랜차이즈로 성장해 나가겠다는 김복남맥주가 맥주창업시장을 뜨겁게 달구고 있다. [K71]

버려지는 음식물, 기술로 줄이다



싱크닥터 이현숙 대표

사람의 식탁을 풍요롭게 만들어 주는 음식물, 그런데 소비되지 못하고 남은 음식물을 우리는 쓰레기라고 부른다. 이러한 음식물쓰레기는 온실가스의 주범이자 전 세계적인 골치로 인식되고 있다. 특히 외식업의 경우 음식물쓰레기를 처리하기 위해 고정비용이 나가면서 운영상에도 고민이 되고 있다. 이로 인해 음식물쓰레기 처리시장도 커지고 있다. 음식물류 폐기물 감량과 환경 개선을 목표로 지속적인 성장을 이어오고 있는 주식회사 싱크닥터가 관심받는 이유다. **WRITE** | 이호 국장

친환경 음식물처리기 종합백화점
[가정용 / 업소용 / 산업용]



음식물쓰레기 처리시장은 국내에서 2021년 2000억원에서 2025년 1조원대까지 급성장한 것으로 추정된다. 음식물쓰레기가 늘어나면서 수거비용 역시 커지는 모양새다. 이처럼 일상의 불편함이 된 음식물쓰레기 문제를 해결하고 쾌적한 환경 제공을 위해 설립된 회사가 주식회사 싱크닥터다.

싱크닥터는 2013년 설립 이후 현장 중심의 경험과 전문성을 축적해 왔다. 2017년 법인 설립을 통해 보다 체계적이고 안정적인 기업 운영 기반을 구축하고, 국내 유수의 제조사 및 환경 관련 기업들과의 전략적 업무 제휴를 통해 신뢰성과 안정성을 인정받고 있다. 이현숙 대표는 “투명한 경영실천과 고객 만족을 최우선 가치로 삼아, 안심하고 맡길 수 있는 친환경 설비 유통 전문 기업으로 자리매김하고 있다”고 전했다.

싱크닥터는 업소용 음식물처리기 제조 및 판매 업체다. 공공기관과 관공서, 군부대 등에도 납품을 하고 있으며, 임대(렌탈) 사업도 연계하고 있다. 설치와 유지보수 및 사후관리(AS) 체계도 운영중이다.

경쟁력은 직접 제조 기반으로 품질 및 납기 안정성을 확보하고 있다는 점이다. 여기에 공공·조달 시장 진입 요건도 충족된 상태다. 현장 설치 경험을 기반으로 한 맞춤형 제안도 가능하고, 지속적인 제품 개선과 기술 고도화도 추진중이다.



이현숙 대표는 “싱크닥터는 신제품 개발을 기반으로 한 지속 가능한 성장 전략과 전국 유통망 구축을 통해, 대한민국을 대표하는 전국 단위 사업으로 도약하고자 한다”라며 “이를 위해 대전 KTX에서 사업설명회를 개최해 추후 파트너와 함께하는 사업설명회를 진행함으로써 미래 비전과 협력 방향을 공유할 계획”이라고 전했다.

한편 싱크닥터는 KDA 한국주방유통협회 상생협력 우수기업으로 선정돼 있고, KFA 한국프랜차이즈산업협회 파트너 회원사이다. 2025년에는 한국소비자 베스트 브랜드 대상을 수상했다. **KFI**

프랜차이즈 특화 모바일 간편결제 시스템 등장

와우플렉스Pay, KFA 회원사 최초 결제금액 5% 환급



와우플렉스
이정희 대표

모바일·QR 기반 간편결제가 신용카드 중심 결제를 빠르게 대체하는 가운데, 프랜차이즈 산업이 차세대 결제 인프라의 핵심 무대로 주목받고 있다. 이러한 흐름 속에서 한국프랜차이즈산업협회(KFA) 회원사 가운데 최초로 모바일 간편결제 시스템을 구축한 사례가 등장해 업계의 관심을 모으고 있다.

와우플렉스Pay(대표이사 이정희)는 신한은행이 운영하는 배달 플랫폼 '뽕겨요'를 직접 운영하며 축적한 현장 경험을 바탕으로, 프랜차이즈 산업에 특화된 모바일 간편결제 시스템을 개발했다. 단순한 결제 기능을 넘어 재방문과 매출로 이어지는 인프라로 결제를 재정 의하며, 프랜차이즈 본사·가맹점·소비자가 함께 성장하는 구조를 지향한다는 점이 특징이다.

WRITE | 이호 국장



현재 와우플렉스Pay는 시스템 개발을 마치고 실제 가맹점을 중심으로 현장 테스트와 고도화 작업을 진행 중이며, 2026년 연초 정식 오픈을 목표로 준비를 이어가고 있다.

“결제는 프랜차이즈 경쟁력을 만드는 인프라”

KFA 회원사 최초로 모바일 간편결제 시스템을 구축한 와우플렉스Pay의 중심에는 와우플렉스Pay 대표이사 이정희가 있다. 그는 '뽕겨요' 운영을 통해 프랜차이즈 본사와 가맹점, 소상공인이 현장에서 겪는 결제와 정산의 문제를 가까이에서 경험해 왔다. 와우플렉스Pay는 이러한 문제의식에서 출발했다.

다음은 와우플렉스Pay 이정희 대표와의 문답이다.

Q. 와우플렉스Pay를 직접 개발하게 된 배경은 무엇입니까?

A. 뽕겨요를 운영하면서 느낀 가장 큰 한계는 결제가 끝나면 관계도 끝난다는 점이었습니다. 결제가 매출과 재방문으로 이어지지 않으면 프랜차이즈와 가맹점은 늘 마케팅 비용에 의존할 수밖에 없습니다. 결제 자체가 다시 방문할 이유가 되는 구조가 필요하다고 판단했습니다.

Q. 프랜차이즈 산업에서 모바일 간편결제가 갖는 의미는 무엇이라고 보십니까?

A. 프랜차이즈는 반복 소비 산업입니다. 한 번의 방문보다 재방문이 훨씬 중요하죠. 모바일·QR 결제는 소비자에게는 편리함을 제공하고, 본사와 가맹점에는 데이터를 기반으로 한 운영 고도화를 가능하게 합니다. 이제 결제는 선택이 아니라 경쟁력의 일부라고 생각합니다.

Q. 와우플렉스Pay의 가장 큰 차별점은 무엇인가요?

A. 단순히 결제가 빠른 시스템이 아니라, 본사에는 가맹 경쟁력을, 가맹점에는 매출 성과를, 소비자에게는 즉시 체감할 수 있는 혜택을 동시에 제공한다는 점입니다. 이 세 가지 균형이 맞아야 지속 가능한 플랫폼이 됩니다.

Q. 소비자에게 제공되는 5% 즉시 리워드는 어떤 의미를 갖나요?

A. 혜택이 복잡하면 소비자는 사용하지 않습니다. 와우플렉스Pay는 결제 순간 바로 혜택을 느낄 수 있도록 설계했습니다. 특별한 설명 없이도 '이유 없이 다시 쓰게 되는 결제'를 만드는 것이 목표입니다.

Q. 현재 서비스 진행 상황과 향후 일정은 어떻게 되나요?

A. 현재 시스템 개발은 완료됐고, 실제 가맹점을 중심으로 현장 테스트를 진행 중입니다. 이 과정에서 안정성과 사용성을 점검하고 있으며, 추가 고도화를 거쳐 2026년 연초 정식 오픈을 목표로 하고 있습니다.

Q. 향후 비전과 목표를 말씀해 주신다면요.

A. 와우플렉스Pay는 단일 기업의 결제 서비스가 아니라, KFA와 함께 프랜차이즈 산업 전체의 경쟁력을 높이는 인프라가 되길 바랍니다. 지역화폐 연계, 전국 확산, 나아가 해외 진출까지 단계적으로 추진하며 프랜차이즈 산업이 간편결제 시장의 중심이 되는 데 기여하고 싶습니다.

와우플렉스Pay 대표이사 이정희가 제시하는 '결제는 곧 관계'라는 관점은 프랜차이즈 결제 인프라의 방향을 다시 생각하게 한다. [77]

● 다비치안경 2026 안경사관학교 입교...실무형 안경사 54명 양성

안경체인 프랜차이즈 브랜드 '다비치안경'이 실무형 안경사 인재 양성을 목표로 운영 중인 사관-공채 교육 프로그램의 일환으로 2월 20일, 대전에 위치한 안경사관학교에서 '2026년 안경사관학교 입교식'을 진행하고 총 54명의 교육생을 선발했다.

다비치안경사관학교는 안경사 실무 역량 강화를 위한 인재육성 프로그램이다. 교육생들은 16주간의 교육 과정을 이수하게 된다. 교육 과정은 공통과정 12주와 심화과정 4주로 구성됐다. 다비치안경의 사관-공채 프로그램은 2026년 기준 20주년을 맞았다. 현재까지 사관 1087명, 공채 702명의 졸업생을 배출했으며, 이들은 전국 매장에서 핵심 인재로 활동 중이다. 다비치안경 관계자는 "공통과정 중심으로 교육 구조를 개편해 현장 이해도와 실무 역량을 갖춘 안경사를 체계적으로 육성해 나갈 것"이라고 밝혔다.



Brand Highlight

● 지호한방삼계탕 중국 상하이 '난징시루점' 오픈

한방삼계탕 전문 브랜드 '지호한방삼계탕'이 지난해 12월 29일 중국 상하이에 '난징시루점'을 오픈하며 해외 외식 시장 공략에 속도를 내고 있다. 이번 매장 오픈은 중국 상하이 현지 법인 '상해향지브랜드관리유한공사'와의 마스터 프랜차이즈(MF) 계약을 통해 추진됐다. 이를 통해 지호한방삼계탕은 중국 외식시장 진출을 본격화하며 글로벌 확장 전략에 박차를 가하고 있다.

앞서 지호한방삼계탕은 2025년 2월 호주 시드니에 첫 해외 가맹점을 오픈하며 글로벌 시장 진출의 신호탄을 쏘아 올렸다. 이번 중국 진출은 브랜드의 두 번째 해외 확장 사례로, 아시아 시장 내 브랜드 인지도와 입지를 한층 강화하는 계기가 될 것으로 기대된다.



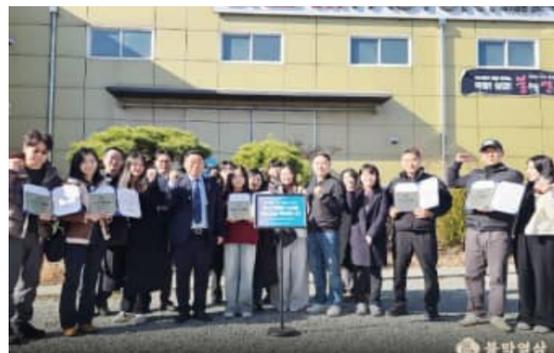
Brand Highlight

● 불막열삼 2025년 하반기 우수 가맹점 시상식 성료

프리미엄 삼겹-막창 전문 프랜차이즈 브랜드 불막열삼이 12월 22일 본사에서 2025년 하반기 우수 가맹점 시상식을 개최하고, 신진주시티가짜점을 최우수 가맹점으로 선정했다고 밝혔다.

이번 시상식은 전국 가맹점을 대상으로 하반기 매장 운영 성과를 평가해 총 2개 부문, 최우수와 우수로 나눠 수상자를 발표했다. 선정 기준은 매장 홍보, 고객 응대, 품질 평가에서의 적극적인 실천을 통해 브랜드 이미지 제고와 고객 만족도 향상에 기여한 점을 중점으로 했다.

불막열삼은 수상 가맹점에 상장과 현판, 그리고 소정의 부상과 함께 연말 선물로 상품권을 전달했으며, 각 매장에 대한 물대 지원도 함께 진행해 가맹점의 실질적인 운영에 보탬이 되도록 했다. 이를 통해 본사는 단순한 시상제 그치지 않고 가맹점과의 실질적인 동반 성장과 상생을 실현하고자 했다.



● 굽네치킨 추성훈이 직접 폼뿔다...팝업 스토어 오픈

오븐요리 프랜차이즈 굽네치킨을 운영하는 지앤푸드가 1월 21일 홍대 굽네플레이타운에서 광고 모델 추성훈과 함께한 '추추 치킨 스테이크 팝업 스토어(The CHOO CHOO)' 방문 이벤트를 성황리에 마쳤다.

이번 행사는 '추추 치킨 스테이크' 출시 이후 이어지고 있는 소비자들의 뜨거운 반응에 힘입어 기획됐다. 신제품 팝업스토어 현장을 찾은 추성훈은 고객들과 직접 소통하며 제품 홍보에 열기를 더했다. 추성훈의 방문은 현장 분위기를 고조시키며 신제품 팝업의 콘셉트와 메시지를 효과적으로 전달하는 동시에, 본격적인 팝업 운영의 시적을 알리는 신호탄이 됐다.

지앤푸드 관계자는 "앞으로도 굽네 플레이타운을 통해 브랜드와 제품을 다각도로 경험할 수 있는 기회를 확대해 나가겠다"고 전했다.



Brand Highlight

● 하남돼지집 태국 센트럴그룹과 마스터프랜차이즈 계약

하남돼지집이 태국 최대 유통기업 센트럴그룹(Central Group)과 마스터프랜차이즈 계약을 체결하며 태국 시장 진출에 나선다. 이번 계약은 한식 브랜드의 단일 국가 진출 사례 중 최대 규모 유통기업과의 파트너십으로, K-BBQ의 글로벌 경쟁력을 입증했다는 평가다.

하남돼지집은 2026년 상반기 방콕 센트럴월드 내 플래그십 스토어 오픈을 시작으로, 치앙마이-푸켓-파타야 등 주요 관광 도시와 방콕 핵심 상권을 중심으로 매장을 순차 확대할 계획이다. 센트럴그룹의 상권 데이터를 활용해 입지 선정과 상품 구성 등 현지 맞춤형 전략을 적용한다는 방침이다. 이번 협업이 K-BBQ 브랜드의 동남아 진출 패러다임을 기존 소규모 매장 중심에서 현지 메가 유통기업과의 전략적 제휴 방식으로 전환하는 대표 사례가 될 것으로 보고 있다.



Brand Highlight

● 암샘김밥 '이모셔널 푸드' 트렌드 반영한 '온기한그릇2' 3종 출시

김밥-분식 프랜차이즈 암샘김밥은 동절기 국물 메뉴를 강화한 '온기한그릇2' 3종을 선보였다. 이번에 출시된 온기한그릇2는 한 끼 식사로 충분한 포만감과 얼큰한 만족감을 전면에 내세운 구성이 특징이다.

온기한그릇2는 돈까스김치찌개, 돈까스김치우동, 찜뽕만두로 구성됐다. 돈까스김치찌개는 진한 김치찌개 국물에 바삭한 돈까스를 더해 스트레스가 크게 쌓인 날 찾기 좋은 묵직한 메뉴로 완성됐다. 돈까스김치우동은 칼칼한 국물과 면, 돈까스 토포의 조합으로 바쁜 식사와 든든함을 동시에 충족시킨다. 찜뽕만두는 깊고 진한 찜뽕맛이 가득해 곁들임 메뉴로 포만감의 균형을 맞췄다.

세 메뉴 모두 '단순히 얼큰하기만 한 메뉴가 아닌' '먹고 나면 든든한 한 끼'를 지향했다는 점에서 소비자 체감 만족도를 높였다는 평가다.



● 통인익스프레스 퍼펙트홈과 입주 서비스 강화 업무협약 체결

이사 전문 기업 통인익스프레스와 아파트 사전점검 전문 기업 퍼펙트홈이 1월 21일, 아파트 입주 전후 고객 만족도 강화를 위한 업무협약을 체결했다. 이번 협약을 통해 양사는 아파트 사전점검부터 이사 서비스까지 이어지는 주거 이전 전 과정을 보다 체계적으로 연계해 제공할 계획이다. 이번 협업은 아파트 입주 전 사전점검 단계에서 발견되는 불편 요소를 사전에 파악하고, 이사 과정에서 발생할 수 있는 리스크를 줄이는 데 초점을 맞췄다. 통인익스프레스 관계자는 "이사는 단순한 이동이 아니라 새로운 생활의 시작인 만큼, 사전점검부터 이사까지 신뢰할 수 있는 파트너십이 중요하다"며 "퍼펙트홈과의 협약을 통해 고객 만족도를 한 단계 끌어올릴 수 있을 것"이라고 말했다. 양사는 향후 공동 프로모션 및 고객 맞춤형 패키지 상품을 통해 협력 범위를 점진적으로 확대해 나갈 예정이다.



Brand Highlight

● 원할머니 보쌈족발 가맹점과 한 해 운영 방향 점검

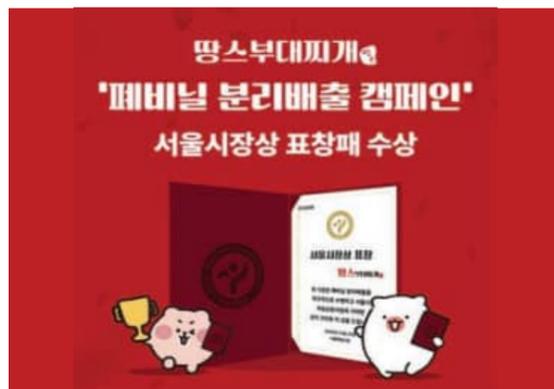
원할머니 보쌈족발 가맹본부가 2026년 상생 경영의 첫 일정으로 '동반성장협의회'를 열고 가맹점과 한 해 운영 방향을 점검했다. 원할머니 보쌈족발은 매년 가맹점과의 정기적인 소통을 통해 현장의 의견을 수렴하고 정책 방향을 공유하며 상생 운영 체계를 이어오고 있다. 특히, 2025년에는 '상생단합대회'를 개최하는 등 소통하는 현장 밀착형 협력 기반을 다져왔다. 올해 원할머니 보쌈족발은 최근 소비 트렌드에 맞춰 '경험 중심' 고객 커뮤니케이션을 전개할 계획이다. 이에 따라 기존 고객층을 유지하는 동시에 MZ세대 유입을 통한 고객 저변 확대에 대한 내용이 이번 협의회에서 주요 안건으로 다뤄졌다. 특히 MZ세대 라이프스타일을 반영한 젊은 감성의 신메뉴 출시를 중심으로 증가하는 1인 고객과 배달 수요에 대응하기 위한 배달 전용 메뉴 강화, 1인 메뉴 품질 고도화 등 브랜드 접근성과 경쟁력 확보에 기여할 수 있는 연간 추진 과제가 소개됐다.



Brand Highlight

● 땅스부대찌개 서울시 페비닐 분리배출 캠페인 우수 참여로 서울시장상 수상

부대찌개 포장·배달 테이크아웃 전문 브랜드 땅스부대찌개가 서울특별시에서 추진한 페비닐 분리배출 활성화 캠페인에 적극 참여한 공로를 인정받아 서울시장상을 수상했다. 이번 수상은 서울시의 자원순환 정책에 민간 기업이 자발적으로 동참해 가시적인 성과를 낸 사례로, 프랜차이즈 업계의 ESG 실천과 상생 모델을 확산하는 데 기여한 점에서 의미가 크다. 땅스부대찌개는 앞서 서울특별시와 '페비닐 분리배출 활성화' 사업을 위한 업무협약(MOU)을 체결하고, 가맹점 운영 환경에 맞춘 분리배출 실천을 통해 정책 취지에 공감하며 참여해 왔다. 특히 가맹점과 함께 참여 가능한 구조를 기반으로 현장 중심의 실천을 이어가며 캠페인 활성화에 기여했다. 서울시는 이러한 민간 협력 사례가 자원순환 정책의 실효성을 높이고, 외식·프랜차이즈 업계 전반으로 친환경 실천 문화가 확산되는 데 긍정적인 영향을 미쳤다고 평가했다.



● 쿠우쿠우 베트남 나트랑 대형 매장 오픈... "글로벌 공략 본격화"



초밥 뷔페 프랜차이즈 쿠우쿠우가 베트남 대표 휴양지 나트랑에 초대형 매장을 열고 해외 시장 공략에 시동을 걸었다. 쿠우쿠우는 1월 10일 베트남 나트랑에 '나트랑 골드코스트점'을 개점했다. 이번 골드코스트점은 약 2800㎡(850평) 규모의 대형 매장으로 쿠우쿠우가 코로나19 팬데믹 이후 처음으로 선보이는 해외 지점이다. 회사는 이번 오픈을 시작으로 2026년 글로벌 확장 전략을 본격화한다는 방침이다. 매장은 나트랑 시내 중심가 복합쇼핑몰 골드코스트 12층에 입점했다. 쇼핑몰 내 다양한 편의시설이 밀집해 있어 현지인은 물론 관광객의 접근성이 뛰어난 곳이다.

쿠우쿠우는 호주 브리즈번과 중국 연변, 북경 등 기존 해외 매장 운영 노하우를 바탕으로 철저한 현지화 전략을 택했다. 즉석에서 해산물과 고기를 조리하는 라이브 코너와 디저트 섹션을 강화했으며 기존 한·중·일 양식 메뉴 외에 베트남 현지 식문화를 반영한 전용 메뉴를 별도로 구성했다. 쿠우쿠우 관계자는 "나트랑 골드코스트점은 단순한 해외 매장 추가를 넘어 글로벌 경쟁력 강화를 위한 핵심 거점"이라며 "현지화 메뉴와 서비스를 통해 베트남 현지인과 관광객 모두를 만족시키며 브랜드 가치를 알리겠다"고 말했다.

● 쿠우쿠우 7만원 이상 결제 시 리유저블백 증정...친환경·참여형 프로모션 강화

쿠우쿠우가 구매 고객을 대상으로 리유저블백 증정 프로모션을 진행한다. 이번 행사는 전국 쿠우쿠우 매장에서 동시 진행되며, 7만원 이상 결제한 고객에게 리유저블백과 쿠우쿠우 캐릭터 '쿠웅이' 키링을 선착순으로 증정한다. 매장별 준비 수량 소진 시 행사는 조기 종료된다.

리유저블백은 반복 사용이 가능한 친환경 아이템으로, 실용적인 디자인과 넉넉한 수납공간을 갖춰 일상 활용도를 높였다. 브랜드 아이덴티티를 담은 디자인과 캐릭터 키링 구성으로 소장 가치도 강화했다.

행사 기간 중 리유저블백을 받지 못했거나 별도 구매를 원하는 고객은 2000원 추가 결제를 통해 개별 구매도 가능하다. 쿠우쿠우는 리유저블백 증정과 함께 SNS 인증 이벤트도 진행한다. 매장 방문 인증샷과 함께 리유저블백을 촬영해 개인 SNS에 업로드하면 참여할 수 있으며, 추첨을 통해 총 10명에게 5만원 상당의 식사권을 증정한다.





Korea Franchise Association Column ● 칼럼

무너지는 가맹본사의 특징 프랜차이즈 사업의 단골 경제학

WRITE | 이경희

단골 고객에게 잘해야 한다는 것은 5평짜리 식당 사장들도 잘 안다. 2대8의 법칙에서 20%를 강조하는 파레토의 법칙과 80%를 강조하는 롱테일법칙이 둘 다 중요하지만, 단골은 외부 변수에서 가게를 지탱해주는 뿌리 같은 것이다.

◆ 단골관리 실패가 가맹사업 실패로

그런데 수많은 가맹본사 사장들이 단골의 경제학을 제대로 실천하지 못해 가맹사업에서 실패한다. 수백개의 가맹점을 모집하고도 무너지는 본사의 공통점이 그것이다. 한국 현실에서 100개 정도의 알찬 가맹점을 보유하고 가맹본사가 튼튼하게 경영한다면 보통 무너지지 않는다. 그런데 100개가 아니라 수백개의 가맹점을 개설하고도 무너지는 본사는 공통적으로 단골 관리에 실패한 케이스다. 그렇다면 가맹사업에서 단골은 누구인가? 바로 가맹점 사업자들이다. 단골을 귀하게 여기는 식당이 흥할 수 있듯이 가맹사업도 마찬가지다.

◆ 고객을 오해하는 프랜차이즈

프랜차이즈 업계에서 가장 많이 오해받는 단어 중 하나가 '고객'이다. 대부분의 본부는 고객을 매장 앞을 오가는 소비자로 정의한다. 틀린 말은 아니다. 하지만 프랜차이즈라는 사업 구조를 조금만 깊이 들여다보면, 이 정의는 절반만 맞다. 프랜차이즈에서 가장 오래 머무르고, 가장 많은 의사결정을 하고, 브랜드의 성과를 좌우하는 존재는 소비자가 아니라 점주다. 프랜차이즈에서 진짜 단골은 점주다.

◆ 반복구매에 매출을 올려주는 사람



일반적인 외식업에서 단골은 반복 구매를 통해 매출을 만들어주는 사람을 의미한다. 하지만 프랜차이즈 본부의 관점에서 보면, 점주는 단순한 계약 상대가 아니다. 점주는 매달 로열티를 지불하고, 브랜드를 운영하며, 수년간 같은 브랜드와 관계를 유지한다. 이 관점에서 보면 점주는 단발성 고객이 아니라, 장기 관계를 전제로 한 핵심 고객이다. 바로 고객 생애가치, LTV가 가장 높은 고객이다.

◆ 고객의 장기가치를 모를 때 사업은 무너진다

관계마케팅 이론은 단기 매출보다 장기 관계의 가치를 강조한다. 신규 고객을 유치하는 비용은 기존 고객을 유지하는 비용보다 훨씬 크다. 이 논리를 프랜차이즈에 그대로 적용하면 답은 명확해진다. 새로운 가맹점을 모집하는 비용보다, 기존 가맹점을 오래 유지하는 것이 훨씬 효율적인 전략이다.

◆ 가맹본부가 단골의 가치를 잃을 때

프랜차이즈 본부가 점주를 단골로 대하지 않을 때 나타나는 신호는 분명하다. 공문은 늘 일방적이고, 본부의 정책 변화는 사전 설명 없이 내려온다. 매출이 잘 나올 때는 조용하고, 문제가 생기면 관리가 강화된다. 점주는 점점 본부를 '함께 가는 파트너'가 아니라 '감시하는 조직'으로 인식한다. 이 순간 관계마케팅은 무너지고, 점주의 LTV는 급격히 낮아진다. 폐점, 업종 전환, 불만 확산이라는 결과

로 이어진다.

◆ 성공하는 가맹본부의 단골 경제학

반대로 점주를 단골로 대하는 본부는 운영 방식부터 다르다. 이들은 점주를 내부 고객으로 정의한다. 즉, 본부 내부의 CRM이 소비자 관리가 아니라 점주 관리에서 시작된다. 신규 가맹점 모집보다 기존 점주의 안정성과 만족도를 먼저 본다. 점주가 브랜드에 얼마나 오래 머무를 수 있는지, 언제 지치고 불안해지는지를 데이터와 소통으로 관리한다. 바로 '내부 CRM'이다.

◆ 가맹점주들이 보내는 신호

내부 CRM 관점에서 보면, 점주의 행동 하나하나가 모두 관계 신호가 된다. 본부 공문을 얼마나 빠르게 확인하는지, 교육에 얼마나 적극적으로 참여하는지, 신메뉴 도입에 어떤 반응을 보이는지, 문의가 늘어나는 시점은 언제인지가 모두 데이터다.

◆ 단골 고객 하나를 잃는다는 것의 의미

이 데이터를 단순히 관리용으로 쓰느냐, 관계 관리용으로 쓰느냐에 따라 브랜드의 미래는 갈린다. 점주가 자주 문의하는 브랜드는 문제가 있는 브랜드일 수도 있지만, 동시에 관계가 살아 있는 브랜드일 수도 있다. 중요한 것은 그 신호를 어떻게 해석하느냐다.

고객생애가치 관점에서 점주를 보면, 본부의 전략도 달라진다. 한명의 점주가 계약기간인 2년, 3년을 넘어 5년, 10년 이상 브랜드를 운영하며 발생시키는 매출, 로열티, 브랜드 확산 효과는 신규 가맹점 여러개와 맞먹는다. 더 중요한 것은 경험의 축적이다. 오래된 점주는 브랜드의 시행착오를 가장 잘 알고 있고, 현장의 감각을 가장 정확히 전달할 수 있다. 이 점주를 잃는다는 것은 단순히 매장 하나를 잃는 것이 아니라, 브랜드의 기억과 노하우를 함께 잃는 일이라는 것을 명심해야 한다. **[KFA]**



이경희

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

저서

CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드
내사업을 한다는 것

강의

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



Korea Franchise Association Column 칼럼

개정 가맹사업법, 무엇이 달라졌나

가맹점주협의회를 제도권으로 끌어올린 개정

WRITE | 김선진

2025년 12월 개정된 가맹사업법은 가맹점주들의 집단적 의사표현을 제도적으로 인정하고, 이를 가맹본부의 의무와 직접 연결시키는 방향으로 설계됐다. 이번 개정의 핵심은 가맹점주협의회(가맹점사업자단체)를 법정 협의 주체로 명문화하고, 등록 요건·권한 집행수단까지 일괄적으로 정비했다는 점이다.

개정법은 먼저 일정 요건을 충족한 가맹점주 단체를 공정거래위원회(또는 시·도지사)에 등록하도록 하는 제도를 도입했다. 동일한 영업표지를 사용하는 가맹점주 중 대통령령으로 정한 일정 비율 또는 수 이상이 가입한 단체만이 등록 대상이 되며, 등록 시 단체의 명칭·목적·구성원 명부·대표자·의사결정 방식 등 조직의 실체를 함께 공개하도록 했다. 이는 임의적·비공식적 점주 모임과 구별되는 '공식 협의 단체'를 선별하기 위한 장치다.

이렇게 등록된 가맹점주협의회에는 법정 협의요청권이 부여된다. 협의 대상은 가맹금, 필수품목의 거래조건 및 가격, 광고·판촉비 부담, 계약갱신·해지 등 가맹점 영업에 중대한

영향을 미치는 사항 전반으로 규정되어 있다. 가맹점 운영과 직결되는 핵심 정책 영역이 제도적으로 집단 협의의 테이블에 올 수 있게 된 것이다.

이번 개정의 결정적 포인트는 그 다음 단계에 있다. 개정법은 가맹점주협의회에 권한을 선언하는 데 그치지 않고, 가맹본부에게 '성실하게 협의에 응해야 할 의무'를 명문으로 부과했다. 나아가 정당한 사유 없이 협의요청에 응하지 않거나, 형식적으로 회피하는 경우에는 공정거래위원회가 시정명령을 내리고 과징금 등 제재를 부과할 수 있도록 기존 제재 규정과 연동했다.

이로써 법은 ① 등록 단체의 협의요청 → ② 가맹본부의 협의

의무 → ③ 불응 시 시정명령·제재라는 집행 구조를 완성했다. 가맹점주협의회는 더 이상 단순한 대화 상대가 아니라, 본부의 대응 방식 자체를 규율하는 제도적 변수가 되었다.

협이는 선택이 아니라 '준법 이슈'가 됐다

이제 가맹본부는 협의요청을 하나의 민원이나 협조 요청으로 취급할 수 없다. 협의는 선택의 문제가 아니라, 법령 준수(compliance)의 영역으로 진입했다. 응답하지 않거나 늦게 응답하는 것, 실질적 논의 없이 회의 형식만 갖추는 것 자체가 제재 리스크로 연결될 수 있기 때문이다.

특히 이번 개정은 "협의 결과"가 아니라 "협의 과정"을 규율 대상으로 삼고 있다는 점에서 본부의 대응 방식을 근본적으로 바꾼다. 과거에는 본부가 내부 정책상 수용이 어렵다는 이유로 협의를 회피하거나 장기간 검토를 이유로 시간을 끄는 방식이 가능했다면, 이제는 그러한 태도 자체가 문제 될 수 있다. 결국 본부가 고민해야 할 질문은 "요구를 받아들일 것인가"가 아니라, "어떤 방식으로 성실히 응답했음을 입증할 것인가"로 바뀌었다.

협의의무는 경영권 박탈이 아니다

단체협상권 도입을 두고 일부에서는 가맹본부의 경영권이 침해된다는 우려를 제기한다. 그러나 개정법의 구조를 보면, 가맹점주협의회에 최종 결정권을 부여한 것은 아니다. 법이 요구하는 것은 어디까지나 '성실히 협의할 의무'이지, 단체의 요구안을 그대로 수용하라는 의무가 아니다. 핵심은 결과가 아니라 과정이다. 본부가 합리적인 근거를 제시했는지, 대안을 제안했는지, 점주 측 문제 제기를 충분히 청취했는지, 그리고 그 모든 과정이 기록으로 남아 있는지가 향후 공정위 조사와 여론의 판단 기준이 된다.

리스크인가, 관리 가능한 제도인가

단체협상권은 분명 본부 입장에서 새로운 부담이다. 복수의 등록 단체가 등장할 가능성, 반복적인 협의요청, 가격·프로모션 등 핵심 전략의 노출 우려는 현실적인 리스크다. 특히 일부 요구를 수용할 경우, 동일 업종 내 경쟁 브랜드와의 가격·운영

경쟁력에 영향을 미칠 수 있다는 점도 간과하기 어렵다.

그러나 이 제도를 '일방적 요구를 수용해야 하는 구조'로만 이해하면 대응은 방어적으로 흐를 수밖에 없다. 반대로, 등록된 협의회라는 공식 창구를 통해 불만과 요구를 제도권 안으로 흡수한다면, 무질서한 개별 분쟁을 줄이고 갈등을 구조화하는 효과도 기대할 수 있다. 준비된 본부에게 단체협상 테이블은 단순한 부담이 아니라, 정책을 설명하고 관계를 관리하는 공식 플랫폼이 될 수 있다.

본부가 지금 준비해야 할 현실적 과제

첫째, 조직과 프로세스의 정비다. 협의요청 접수 창구, 내부 검토 절차, 의사결정 라인, 공식 회신 포맷이 명확히 정리되어 있지 않다면, 단체협상권 시행 이후 현장은 혼란에 빠질 수밖에 없다. 둘째, 협의 기록을 자산으로 관리해야 한다. 회의록, 서면 제안과 회신, 이메일, 자료집 등 협의 과정의 모든 기록은 '성실 협의'를 입증하는 가장 강력한 방어 수단이다. 이는 공정위 조사, 언론 보도, 향후 소송 국면에서 모두 중요한 역할을 한다. 셋째, 협의 가능 영역과 불가 영역의 내부 기준을 선명하게 설정해야 한다. 운영상 조정 가능한 사안과 브랜드 정체성·수익구조의 핵심에 해당하는 사안을 사전에 구분해 두지 않으면, 협의는 감정적 소모나 즉흥적 양보로 흐르기 쉽다. 내부 기준이 있어야 협의 자리에서도 일관된 메시지를 유지할 수 있다.

'상생'이라는 레토릭을 전략으로 바꿀 때

이번 가맹사업법 개정의 방향은 분명하다. 정보 비대칭과 협상력 격차가 큰 거래 관계에 제도적 균형 장치를 두겠다는 것이다. 단체협상 테이블을 통해 점주의 수익 구조를 설명하고 본부의 사업 논리를 투명하게 공유할 수 있다면, 단체협상권은 갈등의 출발점이 아니라 브랜드와 점주의 이해를 조정해 나가는 공식 경로가 될 수 있다. 이제 본부에게 필요한 것은 침묵이나 회피가 아니다. 준비된 응답, 그리고 구조화된 협의 전략이다. **[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

직원 신규 채용했다면 '고용증대 세액공제' 꼭 받으세요!



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

2026년 고용세액공제 대개편: 이제는 '채용'보다 '유지'가 절세(節稅)다

WRITE | 최인용

프랜차이즈 대표들을 가장 힘들게 하는 것은 무엇일까? 원자재 가격 상승이나 배달 수수료 문제도 크지만, 현장에서 들려오는 가장 큰 고충은 단연 '사람'이다. 기껏 일을 가르쳐 놓으면 그만두고, 다시 구인 공고를 올리는 악순환은 본사 뿐만 아니라 매장 운영의 안정성을 해치는 주범이다.

정부는 오는 2026년부터 직원을 고용하고 유지하는 방식에 따라 세금 혜택을 완전히 바꾸는 '통합고용세액공제 개편안'을 발표해 시행한다. 개편안의 핵심은 "직원을 단순히 뽑는 것만으로는 부족하다. 오래 데리고 있어야 세액공제 혜택을 주겠다"는 것이다. 이 변화가 본사와 가맹점에 어떤 금전적 영향을 미치는지, 그리고 대표들이 지금부터 어떤 준비를 해야 하는지 알아보자.

1. 2026 통합고용세액공제 개편안: "오래 일할수록 혜택이

더 커진다"

현행 세법과 2026년 개정안의 가장 큰 차이점은 지원금(세액공제액)을 지급하는 방식과 기준의 변화다.

① '계약' 기준에서 '실근무' 기준으로의 전환 지금까지는 1년 이상의 근로계약만 체결하면, 실제 근무 기간과 무관하게 상시근로자로 인정받아 세제 혜택을 받을 수 있었다. 하지만 2026년부터는 '근로계약 기간'이 아닌 '실제 근로 기간'이 1년 이상이 되는 시점부터 상시근로자로 인정된다. 즉, 서류상 계약보다 현장에서 실제로 근무한 시간의 입증 중요하다.

중소기업(3년) 통합고용세액공제 공제액 (단위: 만원)

구분	연차	중소기업(3년)	
		수도권	지방
청년 정규직, 장애인, 60세 이상, 경력단절근로자 등	1년차	700	1,000
	2년차	1,600	1,900
	3년차	1,700	2,000
그 외 상시근로자	1년차	400	700
	2년차	900	1,200
	3년차	1,000	1,000



② '정액' 지원에서 '점증형(Step-up)' 지원으로 기존에는 직원을 채용하면 매년 비슷한 금액을 3년간 나누어 공제받았다. 예를 들어 수도권 밖의 중소기업이 청년을 고용하면 매년 1550만원씩 3년을 받았다. 개편되는 제도는 점증 구조를 채택했다. 첫해에는 공제액이 적지만, 고용을 유지할수록 2년 차, 3년 차에 공제액이 늘어나는 방식이다.

표에서 보는 것처럼, 1년 차 공제액은 현행보다 줄어들지만, 직원이 2년, 3년을 버텨주면 2~3년 차에 받는 혜택이 훨씬 크다. 이는 정부의 세제 개편이 단기 알바보다는 장기 근속 직원을 우대하겠다는 확실한 시그널을 보낸 셈이다.

③ 고용이 줄어도 '유지분'은 살려준다 현재는 직원이 줄어들면 기껏 받은 공제금을 추징당하거나 지원이 끊기는 등 제약이 심했다. 그러나 개편안에서는 전체 직원이 일부 줄더라도, 기존에 고용을 유지하고 있는 인원 에 대해서는 공제 혜택을 계속 유지해 주는 '후속 공제 방식'을 도입해 대표들의 부담을 덜어주었다.

2. 대표들이 챙겨야 할 '장기근속' 확대 방안: 직원이 자산이다

이번 개편안을 들여다보면, 결국 "직원을 3년 이상 붙잡아 두는 매장이 승리한다"는 결론이 나온다. 1년만 일하고 나가는 직원이 많다면, 개편된 제도 하에서

는 1년 차의 낮은 공제액(청년 기준 1000만원)밖에 챙기지 못한다. 반면, 3년 근속을 유도하면 총 공제액 규모에서 현행보다 더 큰 이득을 볼 수 있다.

① '2년 차, 3년 차'를 위한 보상 설계 이제는 직원의 급여 테이블을 짤 때 세액공제 환급분을 고려해야 한다. 예를 들어 지방 소재 가맹점에서 청년 직원이 2년 차로 넘어가는 순간, 대표는 나라로부터 1900만원의 세금 혜택을 받게 된다. 이 재원의 일부를 직원의 장기근속 수당이나 복지 혜택으로 돌려주는 과감한 투자가 필요하다. "내가 1년을 더 일해주면 매장은 세금을 아낄 수 있고, 그만큼 너에게 보너스를 줄 수 있다"는 구조를 만들어야 한다. 이는 직원의 이탈을 막고 숙련된 인력을 확보하는 최고의 '윈-윈(Win-Win)' 전략이 될 것이다.

② 청년 기준의 유연한 적용 활용 프랜차이즈 현장은 20~30대 젊은 직원들이 주축이다. 다행히 이번 개편안에는 청년 근로자에 대한 파격적인 혜택 유지 조항이 신설되었다. 근로계약 체결 당시에 15~34세였다면, 근무 도중 나이를 먹어 34세를 초과하더라도 계약일로부터 4년간은 계속 '청년'으로 간주하여 우대 공제액을 적용받는다. 즉, 지금 33세, 34세인 직원을 채용하더라도 향후 4년 동안은 가장 높은 금액의 세액공제를 받을 수 있다. 나이가 딱 찬 유능한 매니저급 직원을 채용하는 것을 주저하지 말아야 한다.

3. 기타 주의사항

마지막으로, 이번 2026년 1월 1일 시행된 이 제도를 100% 활용하기 위해 대표들이 꼭 기억해야 할 주의사항은 장기근속이다. 우리 매장의 숙련된 직원은 곧 고객 만족도와 직결된다. 이번 세제 혜택 개편을 계기로, 직원들에게는 더 나은 보상을, 대표들에게는 더 큰 절세 효과를, 고객에게는 더 나은 서비스를 제공하는 기회를 잡을 수 있다. [17]



최인용

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



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

2026년 노동법 대전환, 가맹본부와 가맹점이 함께 살아남는 법

WRITE | 이금구

2026년은 대한민국 노동 시장에 있어 가히 '대전환의 해'라고 불릴 만 하다. 최저임금 1만원 시대가 공고해짐과 동시에, 가맹본부와 가맹점주 사이의 법적 책임 경계가 근본적으로 재편되고 있기 때문이다. 변화의 파고 속에서 프랜차이즈 산업이 지속 가능한 성장을 이어가기 위한 '2026년 노동관계법 대응 전략 가이드'를 살펴보면 다음과 같다.

1. 2026년, 노동 환경의 '세 가지 결정적 변화'

올해 노동 시장을 관통하는 키워드는 '비용의 상승'과 '책임의 확장'이다. 가맹업체가 주목해야 할 핵심 변화는 다음과 같다.

① **최저임금 1만원 시대의 정착:** 2026년 최저시급은 1만320원입니다. 이제 단순히 시급을 맞추는 단계를 넘어, 월 200만원이 넘는 고정비(215만6880원)를 어떻게 생산성으로 전환할 것인가가 생존의 화두가 되었다. 특히 식대 등 현금성 복리후생비가 100% 최저임금에 산입되므로 임금 체계의 고도화가

필수적이다.

② **사용자 범위의 확대(노조법 제2·3조):** 소위 '노란봉투법'의 시행으로 가맹본부의 어깨가 무거워졌다. 가맹본부가 가맹점 근로자의 근로조건에 실질적인 영향력을 행사한다고 판단될 경우, 본부가 직접 단체교섭의 당사자가 될 수 있다. 이는 본부의 리스크 관리 영역이 가맹점 내부 노무 이슈까지 확장됨을 의미한다.



③ **5인 미만 사업장의 '안전망' 강화:** 그간 노동법의 사각지대였던 소규모 가맹점에도 직장 내 괴롭힘 금지법과 모성보호 제도가 엄격히 적용된다. '가족 같은 분위기'라는 모호한 수식어 대신, '명확한 시스템'에 의한 관리가 요구되는 시점이다.

2. 가맹본부(HQ): '간섭'이 아닌 '지원'으로의 패러다임 시프트

가맹본부는 이제 가맹점의 노무 관리를 '남의 일'로 치부해서는 안된다. 하지만 과도한 개입은 오히려 본부를 '공동 사용자'로 묶는 독이 될 수 있다.

① **운영 매뉴얼의 '노무 리스크' 스캐닝:** 본부가 배포하는 운영 매뉴얼이 근로자의 근무 시간, 징계, 업무 지시 등을 지나치게 세밀하게 규제하고 있는지 점검해야 한다. 지시(Direction)가 아닌 가이드라인(Guideline) 중심의 체계로 개편하여 법적 리스크를 분산해야 한다.

② **상생 협의체의 공식화:** 가맹점주 협의회와의 소통을 정례화하고, 이를 통해 노무 관련 고충을 수렴하는 것이 중요하다. 이는 향후 발생할 수 있는

단체교섭 요구에 선제적으로 대응하는 보호막이 된다.

③ **푸드테크 및 노무 솔루션 보급:** 인건비 부담을 줄일 수 있는 키오스크, 서빙 로봇, 조리 자동화 설비 도입을 적극 지원해야 한다. 또한, 점주들이 법을 몰라 위반하는 일이 없도록 '모바일 노무 관리 시스템'을 프랜차이즈 패키지로 제공하는 것이 브랜드 가치를 높이는 길이다.

3. 가맹점주: 인건비 리스크를 '정부 지원'과 '효율'로 상쇄

점주들에게 2026년은 경영 능력의 진정한 시험대이다. 비용 상승을 가격 인상으로만 해결하려 한다면 고객의 외면을 받기 십상이다.

① **임금 구조의 전략적 재설계:** 정기상여금과 식대의 100% 최저임금 산입을 활용해 기본급과 수당의 비중을 합리적으로 조정해야 한다. 또한, 주휴수당 분쟁을 방지하기 위해 근로계약서에 근로일과 휴게시간을 분 단위로 명확히 기재하는 '디지털 근로계약' 정착이 시급하다.

② **일·가정 양립 지원금의 수혜자가 될 것:** 2026년부터는 육아휴직이나 육아기 근로시간 단축을 허용하는 중소기업에 대한 정부 지원이 대폭 강화됐다. 대체인력 채용 시 지원되는 월 140만원의 지원금은 인건비 부담을 줄일 수 있는 강력한 도구이다. 이를 '불편한 제도'가 아닌 '비용 절감 기회'로 인식해야 한다.

③ **조직문화의 제도화:** 5인 미만 사업장에서도 직장 내 괴롭힘 이슈는 영업정지나 과태료로 이어질 수 있다. 점주와 아르바이트생 간의 수평적 소통 문화를 정착시키고, 발생 가능한 갈등 상황에 대한 표준 대응 프로세스를 숙지해야 한다.

4. 2026년 노무 대응 핵심 요약표

대응주체	핵심 과제	구체적 실행 방안
가맹본부	지배력 리스크 관리	매뉴얼 내 직접 지시 사항 삭제, 표준 노무 가이드 배포
	상생 경영 고도화	점주 협의회와의 공식 채널 구축, 노무 IT 솔루션 지원
가맹점주	임금 체계 합리화	식대 산입 범위 체크, 포괄임금제 지양 및 실근로시간 관리
	정부 지원금 활용	육아기 지원금, 대체인력 지원금 적극 신청으로 인건비 보전



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

“필수품목, 브랜드 핵심 가치 유지… 규제 강화 신중 필요”



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 최근 필수품목 관련 가맹사업법이 지속적으로 강화되는 것에 대해 일률적인 규제 강화는 우려스럽다는 입장을 밝혔다.

협회는 지난해 12월 16일 인천광역시의회가 주최한 <지속가능한 가맹사업을 위한 구입강제품목 개선방안> 토론회에서 이미 관련 규제 및 기준이 가맹사업법에 잘 명시돼 있다며 이 같은 업계 우려를 전했다.

박호진 협회 기반성장본부장은 토론회에서 “필수품목의 일률적인 판단기준을 사전에 법령으로 정하는 것은 현실적으로 불가능하며 타당하지도 않다”면서 “무수히 많은 유형의 프랜차이즈 업종이 존재하며, 같은 업종 내에서도 개별 가맹사업마다 가맹

본부가 추구하는 가맹사업의 목적, 고유의 통일적 이미지, 특성, 품질 등이 상이하기 때문”이라고 설명했다.

그는 “법령으로 필수품목의 유형 또는 선정기준을 잘못 정하거나 다양한 가맹사업의 형태를 포섭하지 못하는 경우 시시각각 변화하는 가맹사업 환경을 포섭할 수 없고 가맹본부 및 가맹점사업자 모두에게 피해가 발생하게 된다”면서 “이미 현행 법령에 잘 규정돼 있고, 위반시 불공정거래 행위로 처벌하고 있어 새로운 입법의 실익이 없다”고 말했다.

한편 이날 토론회에는 이순학 인천시의원, 이명규 인천시의회 산업경제위원회 위원, 유지원 인천소상공인종합지원센터장, 황규훈 인천소상공인연합회장, 권정순 변호사, 박승미 전국가맹점주협의회 정책위원장, 성연숙 맘스터치 가맹점주협의회장, 김지수 공정위 가맹거래정책과 사무관 등 30여명이 참석했다.

한국프랜차이즈경영학회 추계학술대회… “차액가맹금 소송 여파 우려”



한국프랜차이즈산업협회(회장 나명석·이하 협회)가 한국피자헛 차액가맹금 소송 여파에 대한 (사)한국프랜차이즈경영학회(회장 임현철) 추계학술대회에서 중소가맹본부의 줄소송 및 연쇄 도산이 우려되는 상황이라고 밝혔다.

협회는 지난해 12월 13일 세종대 대양AI센터에서 한국프랜차이즈경영학회와 ‘차액가맹금 집단소송이 프랜차이즈산업에 미치는 영향과 대응방안’을 주제로 한 추계학술대회를 개최했다.

주제 발표에 나선 김선진 변호사는 차액가맹금 소송의 주요 법적 쟁점과 산업 전반에 미치는 파급효과를 분석하고, 기존 물류 마진 중심 수익구조에서 로열티 및 위험공유형 모델로의 전환 필요성을 제시했다.

김상식 협회 정책사업실장은 “가맹관계의 본질을 고려

하지 않은 채 현 판결 기조가 유지될 경우, 중소가맹본부의 연쇄 도산과 회생 신청이 급증할 수 있다”며 “대법원 판결 이후에도 고의성이 없는 경우까지 일률적으로 위법 판단을 내리기보다는 배상 책임을 합리적으로 제한하는 전향적인 판단이 필요하다”고 설명했다.

안대선 보나비 파트너장도 “차액가맹금 프레임으로 프랜차이즈 시스템의 근간을 흔드는 것은 산업 전반에 부정적 영향을 미칠 수 있다”고 우려했다.

한편 이날 정현식 전 협회장, 박호진 협회 기반성장본부장, 김홍근 전 학회장이 공로패를 수여받고, 임현철 대구가톨릭대 교수가 신임 학회장으로 추대됐다. 학술대회에는 이외에도 김상훈 신임 협회 사무총장, 이정명 한국가맹거래사협회장, 김선진 법무법인 KLF 변호사, 이용기 학회 명예회장 등 50여명이 참석했다. **KFA**

부산·울산·경남 지회 소식 (지회장 김영환)



2025 KFA 프랜차이즈 창업박람회 부산 개최

지난해 2025년 11월 27일(목)~29일(토), 3일간 부산 백스코 제1전시장 3B홀에서 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 'KFA 부울경지회')가 주최주관하고 부산광역시, 부산경제진흥원, 부산경남 대표방송KNN이 후원하는 지역 최대 창업박람회 '2025 KFA 프랜차이즈 창업박람회 부산'이 개최됐다.

이번 박람회는 부-울-경 우수 프랜차이즈 업체 홍보 및 가맹점 유치 기회 제공, 부-울-경 지역 프랜차이즈 산업 육성 및 활성화를 위해 마련됐으며, 전국 프랜차이즈의 동향과 트렌드를 볼 수 있는 좋은 기회였으며

총 90여개 브랜드, 180여 부스로 영남 최대 규모로 진행됐다. 또한 박람회 참관객인 예비창업자와 자영업자를 위하여 최신 창업 정보를 제공하고 소상공인을 위한 전문가 무료 컨설팅존 운영 및 창업·마케팅·상권·법률·세무 등 무료 창업 강의도 박람회 기간 내내 진행됐다.

프랜차이즈 모델의 안정성 검증 및 전국적 창업 수요 증대 등으로 인해 맞춤형 창업 아이템과 브랜드 찾기가 가속화되고 있는 가운데 곳곳에서 창업 문의가 줄을 잇는 모습이었다.

2026년 KFA부울경지회 제6대 회장단 출범과 힘찬 새 출발!



2025년 KFA부울경 송년의 밤 및 회장 이-취임식

KFA부울경지회는 지난해 12월 17일(수), 롯데호텔 부산본점 크리스탈볼룸에서 '2025년 KFA부울경지회 송년의 밤 및 회장 이-취임식'을 진행했다. 송년의 밤 행사에는 많은 KFA부울경지회의 회원사, 사관학교 수료생들과 수많은 협회 임원과 내외빈들이 축하를 위해 참석했다.

KFA부울경지회 오동석 회장의 개회사로 시작하여, 박형준 부산시장의 축사와 한국프랜차이즈산업협회 정현식 협회장의 축사 후 우수프랜차이즈인 시상 및 지역나눔 봉사를 위한 성금전달식도 진행됐다. 이후 제5대 KFA부울경지회 오동석 회장의 이임과 제6대 KFA부울경지회 김영환 회장의 취임식이 열렸다.



2026 신년하례식 및 01월 정기월례회

KFA부울경지회는 제6대 임원단의 공식 취임과 함께 새로운 출발을 알렸다. 2026년 1월 20일(화), 2026년 신년하례식과 01월 정기월례회가 KFA부울경지회 회의실에서 진행됐다. 2026년 첫 공식 행사인 만큼 많은 회원사가 참여하여 자리를 빛냈다. 이어 신년하례식에서는 병오년(丙午年) 한 해 동안 회원사 모두의 발전과 영광을 기원했고, 2026년 1월 정기월례회에서는 협회의 주요 현안과 소식을 공유했다.

특히, 새롭게 도입된 자유토론 시간을 통해 협회에 대한 건의사항과 개선 의견을 자유롭게 나누며 뜻깊은 시간을 가졌다. 이번 행사에서는 임원단 임명식이 함께 진행됐고, 2026년 1월 11명의 신입회원이 가입했다. KFA부울경지회는 앞으로도 회원사와 꾸준한 소통을 바탕으로, 협회의 역할을 차분히 이어가며 실질적으로 도움이 되는 활동을 중심으로 한 걸음씩 나아가는 협회가 될 것이다.



2026 01월 정기월례회 및 신년하례식



2026 01월 정기월례회 및 신년하례식

KFA부울경지회는 오는 3월 '제10기 부산 프랜차이즈 사관학교' 개강을 앞두고 교육 준비중에 있으며 부산 프랜차이즈 사관학교 신청접수는 KFA부울경지회 홈페이지(www.kfabug.or.kr) 공지사항에서 확인할 수 있다. 부산에 인기교육으로 자리매김한 '부산 프랜차이즈 사관학교' 외에도 '제4기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저 과정'도 4월 개강을 앞두고 교육 준비중이다.

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

대구·경북지회 소식 (지회장 김병철)

2026년 상·하반기 교육예정

2026년에는 상·하반기에 걸쳐 외식프랜차이즈 산업에 특화된 교육을 단계적으로 운영할 예정이다.

2월에는 대구 Fast Track AI 기반 프랜차이즈 슈퍼바이저 과정을 통해 프랜차이즈 현장 관리와 운영 역량 강화를 지원하고, 3월에는 소상공인 스킬업과정을 통해 실무 중심의 경영 운영 역량 제고를 도모할 계획이다.

이어 5월에는 Fast Track AI MBA 과정을 운영해 AI 기반 경영 전략과 데이터 활용 역량을 강화할 수 있는 심화교육을 제공할 예정이다.

각 교육에 대한 세부 일정 및 내용은 추후 홈페이지를 통해 안내될 예정이니 많은 관심과 참여를 부탁드립니다. 문의: KFA 교육참가 053-626-7664

대구 Fast Track AI 기반 프랜차이즈 슈퍼바이저 과정

2026년 2월 24일부터 매주 화요일, 총 8주간 「대구 Fast Track AI 기반 프랜차이즈 슈퍼바이저 과정」 교육을 실시한다. 본 교육은 AI 기술을 활용한 프랜차이즈 현장 운영 역량 강화를 목표로 기획됐으며, 급변하는 외식-프랜차이즈 환경에 효과적으로 대응할 수 있도록 실무 중심의 교육 과정으로 구성되어 있다. 교육 대상은 기업 대표 및 임원, 프랜차이즈 기업 경영자, 가맹점 운영자, 기업 홍보-마케팅 담당자, 협력업체 대표 및 임직원, 창업을 희망하는 자영업자 등으로, 프랜차이즈 산업 전반의 실무자와 예비 창업자를 폭넓게 아우르고 있다.

주요 교육 내용은 AI 기반 가맹점 분석 및 관리 기법과 AI를 활용한 가맹점 매출 및 이익 증대 실무 스킬 등으로, 현장에서 즉시 활용 가능한 실질적인 노하우 전달에 중점을 두고 있다.

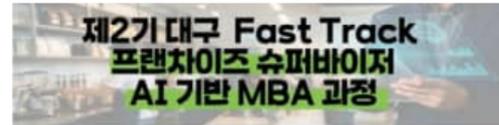
교육 이수 시 프랜바이저(FranVisor) 2급 응시 자격이 부여된다. 문의: KFA 교육참가 053-626-7664

2026년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회(지회장 김병철)가 주최 주관하는 '2026 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구'가 2026년 5월 14일(목)부터 16일(토)까지 대구 엑스코 동관 6홀에서 개최될 예정이다.

이번 박람회는 기존 서관에서 동관으로 행사장을 옮겨 보다 확대된 규모로 진행될 예정으로, 프랜차이즈 산업 전반을 아우르는 다양한 브랜드와 예비 창업자를 위한 실질적인 정보 제공의 장이 될 것으로 기대를 모으고 있다.

협회는 박람회의 성공적인 개최를 위해 작년 하반기부터 단계적인 준비에 착수하였으며, 이전 박람회에서도 참가업체와 참관객의 만족도가 높았던 만큼, 이번 박람회 역시 완성도 높은 운영을 목표로 철저한 기획과 준비를 진행하고 있다. '2026 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구'는 프랜차이즈 산업의 최신 트렌드를 공유하고, 예비 창업자와 가맹본부 간의 실질적인 만남의 장이 될 수 있도록 구성될 예정이다. 2026 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구 참가 문의 053-626-7664



모집요강	
교육기간: 26년 2월 24일 ~ 4월 14일(8주)	교육시간: 매주 화요일 13:00~18:00(5시간)
교육대상: (대구·경북)가맹본부의 슈퍼바이저 및 임직원, 가맹본부 임직원	교육장소: KFA 대구경북지회 교육장 (대구 북구 동북로117, 1층 103호)
교육혜택: 프랜차이즈 산업연구원 소속 전문 강사 교육	교재 무료 증정
회원사 교육비 130만원 중 100만원 협회지원 (자부담비 30만원)	

교육 프로그램	
Module I 슈퍼바이저와 가맹사업에 대한 이해(1주)	Module II AI 기반의 가맹점 분석과 관리(3주)
Module III AI 기반의 가맹점 매출과 이익증대 스킬(3주)	Module IV 평가시험 및 종합 발표 관련 리포트 발표(1주)

신청 및 교육문의

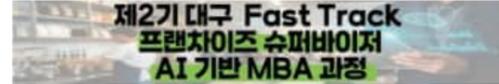
접수기간: 2026년 1월 19일(월) ~ 2026년 2월 22일(일)

문의번호: 053-626-7664

신청방법: QR코드를 통해 구글폼에서 신청

홈페이지: <https://kfadg.or.kr/>

KFA 한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회 | 프랜차이즈산업연구원



주차	모듈	강의 과목	비고
1주	Module I 슈퍼바이저와 가맹사업에 대한 이해	- 입학식 및 오리엔테이션	
2주		- 슈퍼바이저의 업무 재정의와 가맹점의 역할	
3주	Module II AI 기반의 가맹점 분석과 관리	- 가맹사업에 대한 이해와 컴플라이언스	(실습) 노트북 지급
4주		- 가맹본부와 가맹점 간의 Relationship과 상생모델	
5주	Module III AI 기반 가맹점의 매출과 이익증대 스킬	- AI 기반의 슈퍼바이저 업무 자동화	(실습) 노트북 지급
6주		- 상관계 시스템 활용방법	
7주	Module IV 평가시험 및 종합 발표 관련 리포트 발표	- AI 기반의 가맹점 관리 데이터 분석	(실습) 노트북 지급
8주		- 가맹점의 매출 증대 방법 및 데이터 기반의 운영 사례	
		- 매출증대를 위한 온-오프 LSM 전략	(실습) 노트북 지급
		- AI 기반의 마케팅 자동화	(실습) 노트북 지급
		- 매출증대를 위한 가맹점 서비스 품질 향상 스킬	(실습) 노트북 지급
		- 고객상담 및 상충(제)추진과 사례 분석	
		- 종합 발표 관련 리포트 발표	
		- 슈퍼바이저 평가시험	
		- 슈퍼바이저의 자세(대구·경북지회 회원사 대표)	
		- 수료증 및 상장 수여	



충청권 지회 소식 (지회장 유인성)



KFA 충청권지회, 2025 창립총회-기업인대회 성료

한국프랜차이즈산업협회(KFA) 충청권지회(회장 유인성)는 지난 12월 30일 호서대학교 아산캠퍼스 국제회의실에서 2025 충청권지회 창립총회 및 기업인대회를 개최했다.

이번 행사는 충청권 프랜차이즈 산업 발전을 이끌어온 기업인들의 한 해 노고를 격려하고, 우수한 성과를 거둔 회원을 포상하기 위해 마련된 자리로, 충청권 프랜차이즈 기업인들이 한자리에 모인 가운데 성황리에 진행됐다. 행사는 1부 기업인대회와 2부 송년회로 나뉘어 진행됐다.

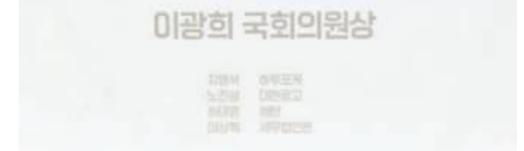
1부 행사에서는 한국프랜차이즈산업협회 충청권지회와 호서대학교 간 산학협력 업무협약(MOU) 체결식이 열렸다. 양 기관은 이번 협약을 통해 프랜차이즈 산업 발전을 위한 인재 양성과 산학협력 강화를 추진할 예정이다.

이어 위원장 위촉패 전달식과 함께 한 해 동안 모범적인 활동과 성과를 거둔 회원을 대상으로 한 우수 회원사 시상식이 진행됐다. 시상은 지역 프랜차이즈 산업 발전에 기여한 기업인들의 노고를 공식적으로 인정하고 격려하는 의미를 담아 진행됐다.

2부 송년회에서는 회원사 간 네트워킹과 교류의 시간이 마련돼 한 해를 마무리하고 새해를 준비하는 자리가 됐다.

유인성 충청권지회장은 "설립 초기임에도 많은 회원사들이 적극적으로 참여해 주신 데 감사드립니다"며 "앞으로도 회원사 권익 보호와 프랜차이즈 산업 발전, 지역 경제 활성화를 위해 최선을 다하겠습니다"고 말했다.

한편, 한국프랜차이즈산업협회 충청권지회는 2025년 4월 승인 이후 1년도 채 되지 않아 회원 수 150명을 돌파했으며, 높은 회원 참여도를 바탕으로 활발한 활동을 이어가고 있다



'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.

[전과징] 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 실천스킬을 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

2025.11.19~2026.1.23 신규회원 현황

구분	협회대표	회사명	브랜드명	업종	가입일	
정 회원	김서이	(주)최고식품	마싯는끼니	도매 및 소매업, 프랜차이즈업	2025.11.28	
	김승현	상생연구소장	(주)KB프랜차이즈	왕빠사랑	서비스업, 프랜차이즈업(한식)	2025.12.02
	박재병	(주)케어닥	케어닥 방문요양센터, 케어닥 어르신 돌봄학교	서비스업	2025.12.23	
	오정민	(주)마이포에프앤비	벤탄빌라	도매 및 소매업, 정보통신업, 전문/과학 및 기술서비스업	2025.12.30	
	김재곤	(주)티지와이	가마치통닭	도소매업, 건설업, 서비스업	2025.12.31	
	서해원	(주)홈앤루팡	홈앤루팡	전문/과학 및 기술서비스업, 도매 및 소매업	2026.01.06	
	이상화	(주)그레이팝플	그레이팝플	도소매업	2026.01.08	
	김수경	(주)제이더블유에프앤비	브런치앤다이닝37.5(Brunch&Dining37.5)	서비스업, 도소매업	2026.01.09	
김재원	(주)현방푸드	현방오백소갈비살	프랜차이즈업(한식)	2026.01.23.		
파트너 회원	오상우	에이치앤비홀딩스(주)	에이치앤비홀딩스(주)	도매 및 소매업, 금융업, 부동산업, 서비스업	2025.11.19	
	박지연	(주)제이더블유푸드	(주)제이더블유푸드	제조업	2025.11.20	
	조영호	(주)제이디네트웍스	(주)제이디네트웍스	도매 및 소매업	2025.11.28	
	강원우	(주)아름터	(주)아름터	제조업, 도매, 서비스	2025.12.31	
	이동익	법무법인 선운	법무법인 선운	변호사업	2026.01.06	
	조화주	(주)푸드베이스	(주)푸드베이스	제조업, 도소매업	2026.01.22	
	장홍석	(주)커넥트브릭	젝터스튜디오SI	정보통신업, 제조업, 소매 및 소매업	2026.01.22	

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.

with Franchise! with Korea!

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			
사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전 화 번 호
	브 랜 드 명		휴 대 전 화 (대표자)
	대 표 자 명		팩 스
	대 표 자 (주민등록번호)		이 메 일 (대표자)
회 사 주 소			
홈 페이지		업 종	
담 당 직 원	이름 :	Tel :	가 입 경 로
			<input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인() <input type="checkbox"/> 기타()
계 작 정보		<input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장	출 금 일 자
			매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일
회 사 명		계 좌 번 호	
대 표 자 명		주 민 등 록 번 호 (사업자등록번호)	
월 납 입 액		금 원 (₩)	협 회 계 작 번 호
			국민은행 644837-04-001180 하나은행 207-890041-084 예금주: 한국프랜차이즈산업협회
【CMS 출금이체 약관】			
<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 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 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"/> 미 동의)			
[관련문의] Tel)070-7919-4165 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서 [협회연락처] Tel) 3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail) upearl@ikfa.or.kr 주소) 서울시 서초구 강남대로 27 aT센터 603호 우) 06774			

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

신청일자 202년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 :

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

주요고객사



(주)엔터라인 전국 대리점 모집

