

프랜차이즈의 새로운 기준!
올해 창업, IFS에서 달라집니다



IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회

하반기 2026. 10. 22(목) - 10. 24(토) | 코엑스 C홀

상반기 2027. 4. 1(목) - 4. 3(토) | 코엑스 3층 C,D홀

창업, 어떻게 시작할 지 고민이라면?

매장 오픈을 준비한다면?



C홀 창업전



공정위 등록 브랜드만 모인 **창업전**에서
지금 바로 시작할 수 있는 아이템,
시장에 자리잡은 아이템을 찾아보세요!



D홀 산업전



꼭 필요한 매장 설비와 솔루션이 모인
산업전에서 운영 효율을 높일
노하우를 확인하세요!

IFS 구성 >>

창업전&산업전

세미나

도슨트 투어

1:1 전문가 컨설팅

비즈매칭



홈페이지
바로가기



부스참가
문의하기

예비창업자·가맹점주·프랜차이즈 본사가 모두 모이는
국내 최대 규모 창업박람회에서 시장의 흐름을 읽어보세요!



프랜차이즈월드

Vol.80 2026

상생·윤리 경영으로 다시 뛰는 k-프랜차이즈

Korea Franchise Association

with Franchise! with Korea! 프랜차이즈월드 Franchise Vol.80 2026 WORLD

Cover Story

하반기가맹사업 환경 대전환

‘투명한 정보·명시적 합의·상시 협의’로 대비해야

상생·윤리 경영으로 다시 뛰는 k-프랜차이즈

제2회 세계프랜차이즈의날·
제8회 프랜차이즈산업인의날 기념식 개최

Special Report

넥스트 K프랜차이즈 조찬 포럼 및
이전식·임원연찬회 개최

“안정적 해외진출 기반 조성”...
協·지식재산처 간담회 개최

2027년 최저임금 1만700원...3.7% 인상

제18기 KFCEO과정 원우 모집

協, 프랜차이즈 산업의 AX 전략과
방향 수립 포럼 개최

People & Company

조동민 한국외식산업협회 공동회장
한국에코시스템

아이디어창 국제특허법률사무소



IFS | 프랜차이즈
창업·산업 박람회

주최 KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

주관 RX coex

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 / 선불카드 충전 / 밀키트 구매
다양한 혜택을 누리실 수 있습니다.

고객센터/가맹문의

1577-4841

QooQoo
FRANCHISE GROUP

쿠우쿠우
Sushi-Roll & Salad Bar

bluerail
QooQoo

올웨이즈샤브

한국프랜차이즈산업협회 공식 CEO 교육

2026 하반기 K프랜차이즈 명품 KFCEO 187기 모집안내



모집요강

- ◆ 교육 기간 : 2026년 9월~2026년 12월 * 매주 월요일 14:00~17:30
- ◆ 교육 장소 : 극동VIP빌딩 (서울 영등포구 소재, 국회의사당역 인근)
- ◆ 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)
- ▶ 10%할인 : 2인 이상 등록, 회원사 추천, KFCEO/연세대FCEO 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!



KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

BUZA.biz

산업통상부

제 48기 프랜차이즈 CEO과정 모집

교육기간 2026년 9월 9일(수)~12월9일(수)

수업시간 매주 수요일 14:00 ~ 17:00

수업장소 연세대학교 신촌캠퍼스 상남경영원

접수마감 2026년 8월 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

치킨!?

비쌀 이유가 없습니다

직접 고른 달걀로, 직접 키우고, 직접 가공 유통시켜, 통으로 맛있게!

통닭의 검증을 마치다



대한민국 대표 치킨 프랜차이즈
가마치통닭

창업문의 **1588-9734**



한신 **신동**

선택받는 브랜드에는 이유가 있습니다.

신뢰로 쌓아온 경쟁력
대중성+안정성, 장수브랜드
함께 오래! 기본에 충실한 브랜드

휴게소 및 대형마트 지점 현황 *2026.07 기준

★ 휴게소 25개점

1호점 용인휴게소(강릉방향) | 2호점 용인휴게소(인천방향) | 3호점 벌곡휴게소(논산방향) | 4호점 문막휴게소(강릉방향) | 5호점 황전휴게소(순천방향) | 6호점 황전휴게소(전주방향) | 7호점 양주휴게소(일산방향)
8호점 함평천지휴게소(목포방향) | 9호점 황성휴게소(강릉방향) | 10호점 춘향휴게소(순천방향) | 11호점 춘향휴게소(완주방향) | 12호점 군산휴게소(목포방향) | 13호점 군위휴게소(춘천방향) | 14호점 진주휴게소(부산방향)
15호점 김천휴게소(부산방향) | 16호점 김천휴게소(서울방향) | 17호점 문산휴게소(순천방향) | 18호점 진안마이산휴게소(익산방향) | 19호점 군위휴게소(부산방향) | 20호점 서부산휴게소 | 21호점 임장휴게소(서울방향)
22호점 문의청남대휴게소(청주방향) | 23호점 문의청남대휴게소(영덕방향) | 24호점 인사랜드휴게소(하남방향) | 25호점 평택휴게소 | 2026.07 현재 강릉휴게소(양방향) 외 14개점 하반기 오픈 대기 중

★ 대형마트 3개점

1호점 롯데마트엑스 금천점 | 2호점 롯데마트엑스 영등포점 | 3호점 롯데마트 금천점 | 2026.07 현재 롯데맥스 상무점 오픈 대기 중

전국
확장 중!



No.1 아이케어 브랜드 다비치안경

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



Vision Care Lab

오랜 경험을 토대로 전문화 시스템을 설계하여 보다
정밀한 검사를 제공합니다.



Davich Clinic Zone

전문 시력검사와 AI 분석을
통한 EYE 솔루션을
제공합니다.



Trueview I Zone

고객님의 안경 착용 습관과
안경테의 형태를 정밀하게
측정합니다.



Bespoke Table Zone

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

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

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



bibiem
EYE WEAR



seeries



DAVICH Lens



개인맞춤 다초점렌즈
MIDAS M

239 가맹점
개점 출점!

25 휴게소
개점 오픈

3 대형마트
개점 오픈

일반 상권부터 특수상권까지!
전국에서 경쟁력을 증명한 브랜드!

가맹문의 1522-0975
hanshinudong.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.

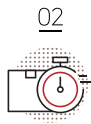
/ 사업분야

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

/ 아르푸 서비스



01
업계 최고 전문 상담원
배치로 믿을 수 있는 상담



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



03
가장 중요한 사후 관리
또한 확실하게

ONE STOP
SYSTEM



/ 아르푸가구 납품현장



이여곰탕



먹보한우



아비꼬



더벤티



달콤커피



카페온화



홀릭 스터디카페



서울대학교



오늘은 막걸리 하세

5천만원대 창업 가능 대한민국 유일 한식포차



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!



우리집 맛의 비밀은 **'정성'**입니다.

육전국밥은 가맹비와 로열티를 받지 않습니다.

오직 단 하나, 매일 정성을 다하겠다는 약속을 받습니다.



가맹문의 1522-1913

www.omakhase.com

창업
혜택



육전국밥

가맹문의 1544-6364



28개 직영점을 운영하는 탄탄한 본사! 화화돈은 다릅니다!



성수점



판교 파미어스몰점



아탑역점



남부터미널점



AK기흥 백화점



킨텍스 스타필드마켓



방배역점



당산점

성수에서 줄서서 먹는 맛집, 서울3대 쌀국수
“비석한 돈카츠와 깊은 국물맛의 조화”



성공 창업 문의 1551-9820

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

Lims SINCE 1977 **림스치킨**
 오리지널 앤 스파이시

림스치킨, 더퍼스트
대한민국 프랜차이즈치킨의 시작



가맹문의 1566-4259

처음과 끝이 똑같은 식재료 전문유통기업!



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

★ 신뢰(Trust)

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

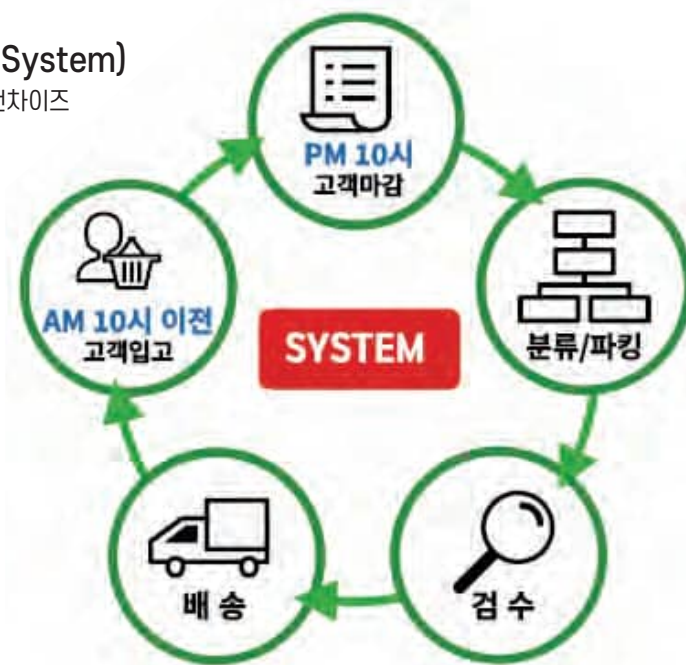
★ 전국을 연결하는 통합 네트워크 물류시스템(System)

전국을 연결하는 통합 네트워크 물류시스템을 완비하여 프랜차이즈 전국물류 가능.

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

★ 비전(Vision)

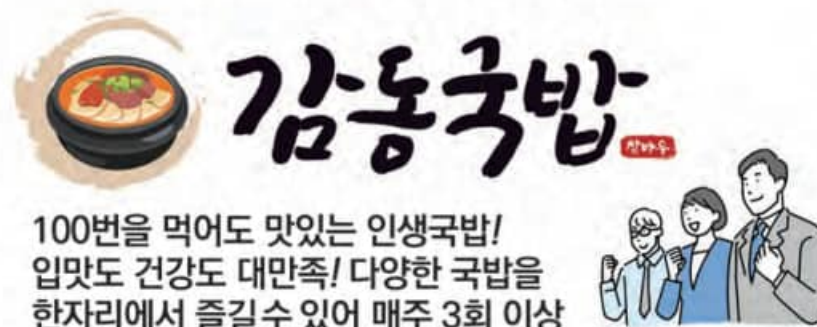
고객 만족의 가치를 최우선으로 여기며, 고객의 성공에
식자재대통령이 함께합니다.



(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

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



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

(일매출 50여 만원에서 업종변경 후 200만원 매출 급상승:구의역점)

매일매일 다른 국밥! 다른 맛! 남다른  4배 매출!

가게 간판만 바꾸세요!

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

**“이제는 버틸 게 아니라
바뀌어 할때입니다”
육·해·공메뉴 감동국밥으로
업종변경시 “30호점”까지
파격 지원 및 놀라운
혜택을 드립니다!**

연중변경 30호점까지 드리는 지원 및 혜택

- 가맹비 전액 면제
- 인테리어 자물 선택
- 기존시설 최대한 활용
- 디자인 시안 무상 제공

감동국밥 확실한 성공 이유

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

감동국법은 '그럴싸한 매장'보다
'돈 잘 버는 매장'을
만들기 위해 온 전력을 다 하고 있습니다.

뿌리깊은 나무처럼 든든한 본사의 운영 시스템



만우제 70년 전통
나주곰랑 + 감동국밥
“30년 검증된 분사 + 새로운 브랜드 감성”



대한민국 최초!
육·해·공 국밥집-감동국밥



 **감동국밥** 1994  주식회사 **CF포유**

업종변경 / 신규창업 문의
02)2203-2040 (代)

NAVER **D**o**m** 검색창에서 **감동국밥** 를 치세요.

「폐기물관리법 시행규칙」 10조 제4호/[별표5] 법령에 적합한

업소용 음식물처리기

음쓰고민, 싱크닥터로 끝내세요!

- 누적판매 500억 돌파로 제품의 우수성 확인
- 연 130억 매출로 검증된 안정된 회사
- 자체 렌탈법인 운영으로 안정적 서비스 관리
- 조달청 나라장터 종합쇼핑몰 판매실적 1위
- 조달청 나라장터 종합쇼핑몰 8년연속 최우수 등급

나라장터 종합쇼핑몰 계약이행실적평가에서 품질만족, 수요기관 서비스 만족 등 모든등급에서 **8회연속 최우수 등급**

※ 특허기술!! ※

막힌 배수관 “병” 뚫림



(주)싱크닥터
대표전화 1670-1715

화성식품

화성식품 소개

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

깨끗한 대규모 제조시설 보유



제품소개

참기름	들기름	향미유	기타농산가공품 (참깨/들깨 등)
깊고 진한 고소함 원료 배합과 볶음도를 조절하여 메뉴에 필요한 풍미를 구현합니다. 주요 용도 무침·비빔·육회·김밥·한식소스 표준규격 300ml · 350ml · 1.8L	들깨 본연의 풍부한 향 일반 압착부터 저온압착까지 제품 콘셉트에 맞춰 생산합니다. 주요 용도 나물무침·비빔밥·막국수·국물요리 표준규격 300ml · 350ml · 1.8L	메뉴를 완성하는 맞춤형 오일 참깨·고추·마늘·대파 등 메뉴별 풍미 설계가 가능합니다. 주요 용도 볶음·면·소스·육가공·프렌차이즈 표준규격 1.8L · 18L	고소함과 식감을 더하는 농산가공품 원료 종류, 볶음도 및 분쇄 입도를 용도에 맞춰 조정합니다. 주요 용도 볶음참깨·볶음들깨·볶음검정깨 참깨가루·들깨가루 표준규격 500g · 1kg

OEM · ODM 맞춤 생산 원료 배합 · 볶음도 · 풍미 강도 · 포장 규격 맞춤 생산이 가능합니다.



참기름/들기름/향미유/들깨/참깨 OEM 대량 납품 문의
☎ 010-8828-2418
☎ 031-352-7774
☎ 1공장 : 경기도 화성시 효행구 정남면 만년로 98번길 49-13
☎ 2공장 : 경기도 화성시 효행구 정남면 패랑 1길 61
☎ hwaseongfood@gmail.com



HACCP 인증 FDA 등록



The Letter from President

019 나명석 협회장 인사말

The Letter from Publisher

021 이진창 발행인 인사말

Cover Story

- 022 하반기 가맹사업 환경 대전환
 '투명한 정보·명시적 합의·상시 협의'로 대비해야
- 028 상생·윤리 경영으로 다시 뛰는 k-프랜차이즈
 제2회 세계프랜차이즈의날 및
 제8회 프랜차이즈산업인의날 기념식

Special Report

- 034 협, 넥스트 K프랜차이즈 조찬 포럼 및
 이전식·임원연찬회 개최
- 038 "안정적 해외진출 기반 조성"...협·지식재산처 간담회 개최
- 042 2027년 최저임금 1만700원...3.7% 인상
- 044 2026 하반기 제61회 IFS 프랜차이즈 박람회
 조기신청 7월말 마감
- 046 협, 프랜차이즈 산업의 AX 전략과 방향 수립 포럼 개최
- 048 공정위, 배민·쿠팡이츠 동의의결 개시 기각...
 "피해 구제 우선" 아쉬움도

Hot Issue

- 050 소상공인 단체협상권 속도전
 "가맹사업법 중복 규제, 협상창구 난립 우려"
- 053 카페업계 등 탈플라스틱 실천에 참여

Organ News

- 054 식약처, '음식점에서 제과점으로' 업종 전환 절차 간소화
- 055 협회·복지부, '배리어프리 키오스크' 가이드라인 배포
- 056 서울시, '2025 가맹사업 등록현황' 발표
- 057 방미통위, 인공지능(AI) 생성물 표시제 도입



자담치킨

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

자담치킨 전속모델
 조정석



최고의 재료로 빚어낸 명품 치킨!



동물복지 인증농장에서 건강하고
 인도적으로 생산한 육계사용
 (일부 제품 제외)



방초산 NO! 사카린 NO!
 깨끗하고 건강한 자연의 맛만 담은
 특허받은 3색 웰빙 피를무



청정하기로 소문난
 프리미엄 소금!
 히말라야 핑크솔트 엄지



키블라유에 고콜레스테롤 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

People & Company

- 058 조동민 한국외식산업협회 공동회장
- 064 아이디어창 국제특허법률사무소
- 066 한국에코시스템

Brand Highlight

- 070 자담치킨·굽네치킨·푸라닭치킨
- 071 쿠우쿠우

Association News

- 082 協, 교육장 사용 서비스 개시...회원사 약 60% 할인
協, 국가인적자원개발 컨소시엄 과정 평가 최고등급 획득
- 083 協, KFCEO 총동문회와 협력 강화...18기 과정 원우 모집
- 085 協 분과위 '이열치열'...활발한 활동으로 무더위 이겨내

Branch News

- 085 [지회소식] 대구·경북
- 086 [지회소식] 부산·울산·경남
- 088 [지회소식] 충청
- 089 [지회소식] 광주·전남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 072 컨설팅 - 이경희
다른 곳에서 사면 브랜드가 무너지는가?
필수품목을 만드는 5가지 기준
- 074 전략 - 유재은
[프랜차이즈 법칙] 회전을
- 076 법률 - 김선진
차액가맹금, 없앨 것인가, 투명하게 재설계할 것인가
- 078 세무 - 최인용
K-프랜차이즈의 화려한 외형, 그러나 지워진 '업종 코드'
- 080 노무 - 이금구
프랜차이즈 노동 동향



규제의 전환점에서 프랜차이즈의 올바른 성장을 위해 노력하겠습니다



한국프랜차이즈산업협회장
나명석

연일 무더위가 이어지는 가운데서도 프랜차이즈 산업의 발전을 위해 애쓰고 계신 산업인 여러분께 깊은 감사의 말씀을 드립니다. 고물가와 소비 침체, 인건비·원재료비 상승, 플랫폼 비용 부담이 겹친 상황에서 하루하루 현장을 지켜내는 일이 얼마나 어려운지 잘 알고 있습니다.

최근 업계가 체감하는 큰 변화는 가맹사업을 둘러싼 규제 환경의 빠른 전환입니다. 가맹점주 권익 보호에 대한 사회적 요구가 높아지면서 지속적으로 가맹사업 관련 법규 개정이 동시에 진행되고 있습니다. 차액가맹금 논쟁을 둘러싸고 가맹본부에 대한 사회적 시각이 점차 악화되고 있는 것도 사실입니다.

업계에서는 제도의 취지에는 공감하면서도, 여러 규제가 짧은 기간에 중첩되고 세부 기준의 불확실성까지 이어지면서 현장에서는 무엇을 언제, 어디까지 준비해야 하는지에 대한 우려와 피로감이 커지고 있습니다.

규제는 공정한 시장질서를 세우고 건전한 거래관계를 만드는 데 필요한 장치입니다. 다만 산업의 현실과 다양한 사업모델을 충분히 살피지 않은 획일적 규제는 경영 불확실성과 비용을 키우고, 신규 브랜드의 도전과 일자리 창출을 위축시킬 수 있습니다.

가맹점주 보호와 가맹본부의 혁신·성장이 서로 대립하는 가치가 되어서는 안 됩니다. 현장의 목소리를 바탕으로 규제의 목적과 수단이 균형을 이루고, 기업이 충분히 준비할 수 있는 예측 가능한 제도가 마련되어야 합니다.

물론 이 모든 변화가 현장에는 적지 않은 부담입니다. 그러나 우리는 이에 대응하면서도 결국에는 거래구조와 수익

모델을 더욱 투명하게 정비하고, 가맹점과의 소통을 일상화하며, 분쟁을 사전에 예방하는 계기로 삼아야 합니다. 신뢰가 높은 브랜드는 가맹점의 안정적인 운영과 소비자의 선택을 이끌고, 그 힘은 장기적인 경쟁력과 글로벌 K-프랜차이즈의 품격으로 이어질 것입니다.

협회는 산업의 지속 가능한 발전을 위해 규제 대응과 동시에 산업의 체질개선을 위해 더욱 적극적으로 움직이고자 합니다. 보호의 실효성은 높이되 산업의 혁신을 가로막지 않는 균형 잡힌 규제, 규모와 업종의 특성을 고려한 합리적인 기준, 충분한 준비기간을 지속적으로 건의하겠습니다. 회원사가 변화에 대응할 수 있도록 다양한 정보와 대응방안을 널리 알려드리겠습니다.

다만, 궁극적으로는 우리가 상생·윤리경영을 산업의 문화로 정착시켜야 한다는 점은 분명합니다. 업계가 스스로 잘못된 관행을 바로잡고 신뢰의 기준을 높일 때 과도한 규제의 명분도 줄어듭니다. 협회는 상생윤리교육과 인증제를 통해 자율적인 혁신과 책임 있는 성장을 뒷받침하겠습니다.

존경하는 산업인 여러분. 지금의 변화는 분명 쉽지 않은 도전이지만, 우리 산업이 한 단계 더 성숙해질 수 있는 전환점이기도 합니다. 투명한 정보로 신뢰를 쌓고, 명확한 약속으로 거래의 예측 가능성을 높이며, 끊임없는 대화로 갈등을 풀어간다면 프랜차이즈 산업은 다시 국민에게 사랑받는 산업, 세계와 경쟁하는 산업으로 도약할 수 있습니다.

협회가 그 길의 든든한 동반자가 되겠습니다. 규제와 성장, 본부와 가맹점이 대립하지 않고 함께 발전하는 건강한 산업 생태계를 만들 수 있도록 산업인 여러분의 지속적인 관심과 적극적인 동참을 부탁드립니다. **KFA**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.80
The Magazine For You

PUBLISHER

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

EDITORIAL DEPT

국장 이 호 | Lee, Ho
이사 조기석 | Cho, Gi Seok
조인영 | Cho, in Young

기자 김은영 | Kim, Eun Young
김동하 | Kim, Dong Ha
박경원 | Park, Kyung Won

특임 기자 김상훈 | Kim, Sang Hoon
박서진 | Park, Seo Jin
김민호 | Kim, Min Ho
박정재 | Park, Jung jae

DESIGN

실장 임재승 | Lim, Jae Seung

PHOTO

사진기자 이명철 | Lee, Myung Cheol

CORRESPONDENT

부울경지회장 김영환 | Kim, Young Hwan
기자 정미진 | Jung, Mi Jin

대구·경북지회장 김병철 | Kim, Byoung Cheol
기자 전상구 | Jun, Sang Gu

충청권지회장 유인성 | Yoo, In Seoung
기자 정세윤 | Joung Sea youn

광주·전남지회장 김창수 | Kim, Chang Su
기자 임우중 | Lim, Woo Jung

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

EDITORIAL ADVISORY COMMITTEE (편집 자문위원회)

위원장 김영기 고문 전병진
고문 조동민 자문위원 김인규
자문위원 황은주 자문위원 정민섭
편집위원 정종인 편집위원 김용순

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



발행처 한국프랜차이즈산업협회
기획/제작 (주)KFN홀딩스
주소 서울 영등포구 여의도동 국회대로70길 15-1 4층 404~410호
대표메일 kfn1991@naver.com
광고문의 02-556-7889
보도자료 Webhard (ID : kfn1991, PW : 1991)
취재·구독문의 02-556-7889 (구독료 15,000원 / 권)
인쇄 (주)근아인쇄
판매대행 (주)성운도서
등록번호 영등포, 마00070

KFA
KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

대립·갈등 넘어 상생·협력의 시대로



발행·편집인
이진창

대한민국의 프랜차이즈 산업은 지난 수십년간 척박한 자영업 시장에 새로운 길을 제시하며 눈부신 발전을 거듭해 왔다. 은퇴 후 새로운 삶을 설계하는 이들에게는 든든한 울타리가 되어주었고, 자신만의 비즈니스를 꿈꾸는 청년 창업가들에게는 훌륭한 성공의 발판을 제공했다.

대한민국 골목상권의 현대화와 고용 창출이라는 거대한 성과 이면에는, 뛰어난 아이디어로 무장한 가맹본부의 헌신과 현장에서 구슬땀을 흘리는 가맹점주들의 노고가 함께 녹아 있다. 하지만 최근 연일 언론을 장식하는 차액가맹금 반환 소송 급증 사태나 필요물품 강제구매 분쟁 등을 지켜보노라면, 이 찬란한 성장의 이면에 깊은 갈등과 불신의 골이 패여 있음을 부인할 수 없다. 이제는 누가 가해자이고 피해자인지를 따지는 소모적인 흑백 논리를 멈추고, 본사와 가맹점이 어떻게 손을 잡고 이 위기를 극복할 것인지 냉철하게 돌아보아야 할 시점이다.

프랜차이즈 비즈니스의 핵심 경쟁력은 전국 어느 매장에서나 소비자가 동일한 맛과 품질, 그리고 서비스를 누릴 수 있도록 하는 ‘통일성’에 있다. 본사는 이 통일성을 유지하고 브랜드 가치를 끌어올리기 위해 막대한 자본을 투자해 레시피를 개발하고, 전국적인 물류망을 구축하며, 대대적인 마케팅을 진행한다. 이를 위해 필수적인 식자재와 물류 공급 과정에서 발생하는 마진을 통해 수익을 보전하는 방식은 초기 프랜차이즈 시장이 팽창하는 과정에서 자연스럽게 형성된 하나의 생존 방식이었다.

다행스러운 점은 한국프랜차이즈산업협회를 비롯한 가맹본부들이 이러한 과거의 관행에 안주하지 않고 ‘윤리경영선포

식’ 등을 통해 강력한 자정 노력에 나서고 있다는 점이다. 우리 프랜차이즈 산업이 한 단계 더 성숙하고 건강한 체질로 거듭나기 위한 매우 고무적이고 긍정적인 신호로 평가할 만하다.

이제 우리 프랜차이즈 생태계는 누군가의 일방적인 희생이나 법적인 강제력에 의존하는 방식에서 벗어나, 상생과 협력이라는 새로운 패러다임으로 과감히 전환해야 한다. 프랜차이즈협회의 윤리경영 선포가 일회성 선언이나 위기 모면용 쇼에 그치지 않으려면, 갈등을 사전에 조정하고 대화로 풀어나갈 수 있는 실질적이고 합리적인 소통의 장이 마련돼야 한다. 가맹점주 역시 무조건적인 반발이나 여론몰이에 기대기보다는, 브랜드의 장기적인 가치 제고를 위해 합리적인 대안을 제시하며 본사와 머리를 맞대는 성숙한 자세를 보여주어야 한다.

비 온 뒤에 땅이 더 단단하게 굳는다는 옛말이 있다. 작금의 프랜차이즈 업계가 겪고 있는 진통은 어쩌면 낡고 불합리한 과거의 허물을 벗어던지고 글로벌 스탠다드에 부합하는 선진 프랜차이즈로 도약하기 위한 숭고한 성장통일지 모른다. 가맹본부의 진정성 있는 윤리경영 실천과 가맹점주의 철저한 품질 유지 의무가 조화롭게 맞물릴 때, 대립과 반목의 어두운 터널을 지나 진정한 상생의 빛을 맞이할 수 있을 것이다. 가맹본부와 가맹점은 서로를 겨누는 창과 방패가 아니다. 험난한 시장 경제 속에서 함께 살아남기 위해 서로의 등을 맞대고 의지해야 할 든든한 전우다. 상생과 협력은 이제 선택이 아니라, 우리 프랜차이즈 산업의 생존과 미래를 담보하는 유일한 해답이다. **KFN**



김상훈 협회 사무총장이 인사말을 하고 있다



이정민 변호사가 강연을 하고 있다.

하반기 가맹사업 환경 대전환...‘투명한 정보·명시적 합의·상시 협의’로 대비해야

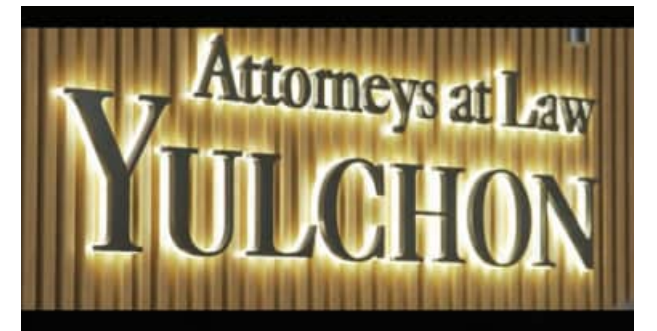
한국프랜차이즈산업협회 법무법인 율촌 가맹사업 주요 현안 법률 세미나 공동 개최

WRITE | 김동하 기자

가맹사업을 둘러싼 법·제도가 빠르게 재편되고 있는 가운데, 올해 하반기부터 가맹사업법이 본격적으로 새 정부 국정과제에 맞춰 시행될 예정이며, 차액가맹금 소송의 항배도 점차 윤곽이 뚜렷해질 것으로 예상된다. 내용이 가시적으로 확인되지 않는 상황이 장기화되면서 업계의 불안이 가중되고 있는 가운데, 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 법무법인 율촌과 세미나를 열고 업계에 최근 현안에 대한 현황과 대응전략을 제시했다.



윤정근 법무법인 율촌 공정거래그룹 대표변호사



윤정근 율촌 공정거래그룹 대표변호사는 “공정거래위원회가 가맹점주 권익 강화 기조 아래 관련 법령을 개정하고 있는 만큼, 가맹본부가 개정 내용을 미리 숙지하고 조직과 절차를 정비해야 한다”고 강조했다.

가맹점주단체 협의권 등 주요 규제 대응방안 제시

협회는 지난 6월 23일 서울 여의도 FKI타워에서 법무법인(유) 율촌과 ‘가맹사업 주요 이슈 법률 세미나’를 공동 개최했다. 협회 회원사와 율촌 관계자 등 업계 관계자 120여 명이 참석한 가운데 정보공개서 체계 개편 및 공시제, 차액가맹금 소송과 필수품목 정책, 가맹점사업자단체 단체협의권을 차례로 다뤘다.

김상훈 협회 사무총장도 “최근 업계가 규제 강화와 갈등으로 상당한 혼란을 겪고 있다”며, “현안을 정확히 이해하고 대응전략을 세워 가맹본부와 가맹점사업자의 동반성장을 이어나가야 한다”고 밝혔다.

세미나에 따르면 정보공개서는 창업 단계부터 계약 종료까지의 ‘가맹점 생애주기’에 맞춰 전면 개편되고, 주요 경영정



이정민 법무법인 율촌 변호사



보는 연 1회가 아닌 분기 단위로 관리해야 할 가능성이 커진다. 차액가맹금 분쟁에서는 계약서에 나타난 구체적 합의와 충분한 정보 제공이 핵심 쟁점으로 부상했으며, 특히 올해 말부터는 등록 가맹점사업자단체의 협의 요청에 정해진 절차로 응해야 하는 가맹사업법 개정안이 시행될 예정이다. 이에 이날 세미나는 현재 가맹사업을 둘러싼 동향을 살펴보고 향후 대응전략을 제시하는 시간으로 진행됐다.

정보공개서, 등록서류에서 '상시 경영정보'로

첫 세션에서 이정민 율촌 변호사는 정보공개서 제제·내용 개편과 향후 공시제 도입 방향을 설명했다.

그는 “공정위는 조직개편과 인력 확충을 통해 집행 역량을 강화하고 있다”며 “지방공정거래사무소도 현장조사와 직권조사를 확대하는 방향으로 역할이 커지고 있어 정보공개서의 부실 기재는 단순한 보완 문제가 아니라 조사 제재와 민사상 책임으로 이어질 수 있다”고 말했다.

이 변호사는 특히 기재 내용이 한층 구체화돼 가맹본부의 유의가 요구된다고 강조했다. 사모펀드가 최대주주인 경우 펀드 명칭과 운용사, 보유지분율, 지분 취득일 등을 공개하고, 가맹점의 장기 운영 현황과 1·3·5·10년 생존율, 폐점 가맹점의 평균 영업기간 등 브랜드 안정성을 보여주는 지표가 보강된다.

국가별 가맹점·직영점 수와 최초 진출연도 등 해외 진출 현황, 가맹본부가 제공하거나 주선한 신용의 내용과 금리·상환조건, 개설 전과 운영 중 발생하는 비용의 결제·반환 조건도 보다 세밀하게 기재하게 된다.

운영 단계에서는 배달 플랫폼 등 제휴계약의 주요 계약조건과 문의처까지 공개 범위가 넓어진다. 계약 종료와 관련해서는 최근 3년간 가맹점주의 귀책으로 중도해지된 가맹점이 부담한 영업위약금을 잔여 계약기간별·분기별로 기재하는 항목도 신설된다.

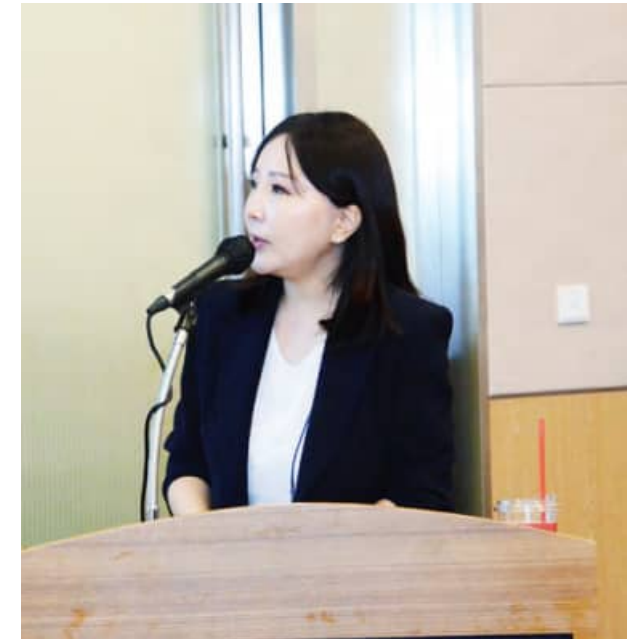
또 정보의 최신성을 강화하기 위해 가맹점·직영점 수, 지역별 점포 현황, 평균 영업기간, 장기 운영점 비율, 직영점 운영 현황, 해외 진출 현황, 평균 영업위약금 등 주요 항목의 기재 주기도 단축된다.

이번 체계개편은 현재 국회에 발의돼 있는 정보공개서 공시제와 연계돼 2028년부터 시행될 예정이다. 가맹본부가 정보를 먼저 공개하고 등록기관이 사후 점검하는 제도다.

이 변호사는 “이 변호사는 향후 검토되는 공시제는 도입될 경우 신속한 공개와 상시·전수 점검이 결합될 수 있어 가맹본부의 자기책임은 더욱 커진다”면서 “점포개발, 재무, 해외사업, 물류, 법무 등 부서별 원천 데이터를 분기 종료 직후 취합하고 검증하는 책임자와 마감 일정을 미리 정해야 한다”고 강조했다.



황의동 법무법인 율촌 변호사



최유미 법무법인 율촌 변호사



차액가맹금 소송, 합의의 구체성 강조 필요

두 번째 세션에서 황의동 율촌 변호사는 최근 필수품목 규제 동향과 P사 및 M사 두 건의 대법원 판결을 비교했다. 황 변호사는 “2024년 필수품목 제도개선 이후 필수품목 변경 시 정보공개서·가맹계약서 기재와 변경 협의라는 절차적 요건도 모두 충족해야 한다”며 “최근에는 로고가 인쇄돼 소비자에게 노출되는 용품이라도 곧바로 필수품목으로 인정된다고 보기 어려운 분위기로, 시중에 동일한 품질의 더 저렴한 대체품이 있고, 가맹본부가 규격과 품질기준만 정

해도 브랜드 동일성을 유지할 수 있다면 지정 구매 강제의 정당성이 약해질 수 있다”고 설명했다.

그는 “이제부터라도 품목별로 맛·품질·위생·브랜드 통일성과의 직접적 관련성을 다시 검토하고, 단순 공산품까지 관행적으로 묶어 두지는 않았는지 살펴야 한다”고 덧붙였다. 또 황 변호사는 차액가맹금 관련 최근 대법원 판결 2건은 서로 다른 결론을 냈지만, 계약과 절차의 중요성을 공통으로 보여준다고 정리했다.

P사 사건에서는 가맹계약서에 차액가맹금 규정이 없고, 가맹점이 대상 품목과 산정기준을 충분히 알기 어려웠다는 점 등이 고려돼 부당이득반환책임이 인정됐다. 대법원은 가맹금이 계약의 본질적이고 중요한 내용인 만큼 차액가맹금 수령에는 명시적 또는 묵시적인 ‘구체적 의사 합치’가 필요하다고 봤다.

특히 가맹점에 불리한 묵시적 합의는 당사자의 사회·경제적 지위, 계약 체결 경위와 전체적인 내용, 제공된 정보의 수준, 가맹점사업자가 입는 불이익의 정도와 관련 거래 관행 등을 종합해 신중히 판단해야 한다고 판시했다.

반면 M사 사건은 차액가맹금 수취 자체보다 원·부재료 공급가격 인상의 효력이 쟁점이었다. 계약서가 가격 변경의 필요성, 변경내역·사유·산출근거의 서면 제시와 협의를 요구했는데도 절차를 지키지 않은 이상 일방적 인상의 효력



최유미 변호사가 강연을 하고 있다

이 원칙적으로 가맹점에 미치지 않는다고 판단했다.

다만 해당 사건에서는 가맹점들이 인상 가격으로 상당 기간 이의 없이 거래했고, 점주협의회도 인상의 유효성을 전제로 후속 협의를 진행한 사정 등을 토대로 사후적·묵시적 동의가 인정됐다.

그는 “두 판결을 ‘묵시적 동의가 있으면 된다’는 뜻으로 단순화해서는 안 된다”며 “가장 안전한 출발점은 계약서에 차액 가맹금의 수취 근거, 대상 품목, 산정방식과 가맹본부가 수행하는 물류·품질관리·검수 역할을 구체적으로 명시하는 것”이라고 강조했다.

황 변호사는 또 “기존 가맹점에는 차액가맹금의 개념과 금액·산정근거를 충분히 설명하고 자발적인 서면 동의를 확보해야 하고, 가격 변경 때에는 계약이 정한 서면 제시와 협의를 실제로 이행하며, 설명자료·의견·회의기록도 보관해야 한다”면서 “중장기적으로는 차액가맹금 의존도를 낮추

고 로열티 방식으로 전환하는 등 수익구조의 투명성을 높이는 방안도 검토할 필요가 있다”고 설명했다.

단체협약권 시행령 입법예고 임박...협의체계 갖춰야

마지막 세션에서 최유미 율촌 변호사는 2026년 12월 31일 시행 예정인 가맹점사업자단체 등록제와 가맹본부의 협의 의무를 위한 시행령의 예상되는 내용을 제시하고 대응방안을 제시했다. 개정법은 일정 비율 또는 수 이상의 가맹점이 가입한 단체를 공정위에 등록하도록 하고, 등록 단체가 요청하면 시행령이 정하는 횟수·주제·절차에 따라 협의에 응하도록 의무를 강화하고 있다.

그는 “개정안에 따르면 가맹본부가 등록 가맹점주단체의 협의요청에 응하지 않으면 시정명령과 공표·통지명령을 받을 수 있으며, 시정명령 불응 시 형사처벌도 가능하다”면서도 “다만 가맹본부에 요구되는 것은 성실하게 협의 절차에 임하는 것이지 반드시 합의에 도달하는 것은 아니다”고 구분했다.



최 변호사는 “의견 차이로 합의하지 못했다는 이유만으로 곧바로 법적 책임이 발생하는 것은 아니므로, 협의 요청을 회피하기보다 근거 자료를 바탕으로 입장을 설명하고 절차 이행을 기록으로 남기는 것이 중요하다”고 강조했다.

최 변호사는 현재 시행령 입법예고가 나오지 않은 상황이기 때문에 개정안 취지와 공정위 대책 및 계획, 법률 문구 등을 통해 예상한 내용임을 먼저 전제했으며, 협의 대상에는 가맹금, 필수품목, 영업지역, 계약기간과 갱신·해지, 손해배상, 교육·지원, 광고·판촉 약정 등 가맹계약상의 폭넓은 거래조건이 포함될 수 있다고 전망했다. 특히 최근 분쟁조정에서 비중이 큰 과도한 위약금, 필수품목과 비용부담 문제 등이 실제 협의 테이블의 주요 안건이 될 가능성이 높다.

법률에 따르면 브랜드의 통일성이나 가맹사업의 본질에 반하는 요구, 임직원 인사나 물류센터 건설 등 본부 경영에 대한 부당한 간섭, 가격·영업지역 담합 등 경쟁을 부당하게 제한하는 요구는 허용되지 않는다. 그러나 제도 시행 초기에는 가맹본부가 협의 요청을 거부하기는 어려울 것이기 때문에 예상되는 주요 항 및 주제에 대한 논리를 사전에 철저히 준비할 것을 조언했다.

세미나에서는 현재 논의 중인 예시를 바탕으로 2회 이상의 대면 협의, 협의 요청 후 일정 기간 내 개시, 회의록 작성·서명과 3년 보관, 개별 가맹점 통지 및 의견 수렴 등의 절차가 전망됐다. 특히 초미의 관심사인 등록 기준의 경우는 협회가

“법률에 따르면 브랜드의 통일성이나 가맹사업의 본질에 반하는 요구, 임직원 인사나 물류센터 건설 등 본부 경영에 대한 부당한 간섭, 가격·영업지역 담합 등 경쟁을 부당하게 제한하는 요구는 허용되지 않는다. 그러나 제도 시행 초기에는 가맹본부가 협의 요청을 거부하기는 어려울 것이기 때문에 예상되는 주요 항 및 주제에 대한 논리를 사전에 철저히 준비할 것을 조언했다.”

오랜 기간 40%를 주장해 왔으나, 가맹점주 측은 10%를 주장 중이다. 그는 공정위가 오랜 기간 30% 선을 고수해 왔으나, 정부 기조가 바뀌면서 비율이 하향될 수 있을 가능성도 염두에 두어야 한다고 말했다.

협회 관계자는 “규제 환경이 어려워지고 있어 업계의 불안감 해소와 대응 지원을 위해 법무법인 율촌과 세미나를 개최하게 됐다”면서 “앞으로도 법·제도 변화와 현장의 의견을 면밀히 살피고, 회원사가 새로운 규제 환경에 안정적으로 대응할 수 있도록 정책 건의와 정보 제공, 실무 지원을 이어가겠다”고 말했다. **KFN**



세계프랜차이즈의 날 및 프랜차이즈 산업인의 날 기념식 기념촬영

상생·윤리 경영으로 다시 뛰는 K-프랜차이즈... 신뢰 회복으로 산업 재도약

한국프랜차이즈협회, 제2회 세계프랜차이즈의 날 및 제8회 프랜차이즈산업인의 날 기념식 개최

50년 역사 되돌아보고 지속가능한 성장 모색...정부·국회와 자발적 상생·윤리 경영 본격 확산 다짐

WRITE | 이 호 편집국장

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 프랜차이즈 산업의 신뢰 회복을 위해 업계의 상생·윤리 경영 확산을 선도하고 연내 자체 상생윤리교육 확대와 인증제 도입을 추진할 것을 선언했다.

협회는 지난 6월 10일 서울 여의도 국회도서관 대강당에서 개최한 <제2회 세계프랜차이즈의 날 및 제8회 프랜차이즈산업인의 날 기념식>에서 프랜차이즈 산업의 상생·윤리경영 실천을 위한 선언식을 개최했다. 또 지난 5월 진행된 1차 상생·윤리 교육 수료자들 20여명은 이 자리에서 실천 서약서에 직접 서명하며 동참을 약속했다.



나명석 한국프랜차이즈산업협회장

세계프랜차이즈의 날·산업인의 날 동시 개최... 지속가능한 성장 모색

이날 기념식은 프랜차이즈 산업의 위상 제고를 도모하고 세계 프랜차이즈 업계와 산업의 지속가능한 성장을 다짐하기 위해 성대히 개최됐다. 기념식에는 나명석 협회장 등 협회 회원사 80여명과 이규봉 산업통상부 중견기업정책관, 윤후덕 국회의원 등 총 100여명이 참석했다.

나명석 협회장은 기념사에서 “올해는 지난 1977년 국내 최초 프랜차이즈 림스치킨이 개점한 지 딱 50년 째가 되는 해로, 우리 산업은 반 세기라는 길지 않은 시간 동안 산업인들의 헌신과 도전으로 국가경제의 핵심 산업으로 자리잡았다”면서 “앞으로도 산업의 재도약과 지속가능한 성장을 위해, 상생·윤리 경영을 확산하고 글로벌 업계와 해외 진출 및 교류를 확대하겠다”고 말했다.

이규봉 중견기업정책관도 축사에서 “프랜차이즈 산업은 국민 생활 수준을 높이고 창업을 촉진하는 고용 창출형 산업으로, 최근 한류 붐 확산에 따라 글로벌 진출의 적기를 맞고 있다”면서 “제4차 가맹사업진흥 기본계획을 잘 준비하여 AI·데이터 기반 경영혁신 역량 강화, 해외진출 지원, 동반성장 분위기 조성 등을 추진하겠다”고 말했다.



윤후덕 국회의원

윤후덕 국회의원도 “프랜차이즈 산업인의 날을 진심으로 축하드리며, 앞으로 프랜차이즈 산업이 신뢰와 상생, 공정과 신뢰를 기반으로 하여 국가 경제를 이끌고 해외 시장에서 크게 도약하기를 바란다”고 축하의 뜻을 전했다.

이어진 순서에서는 50여개 WFC(세계프랜차이즈협회)·APFC(아시아태평양프랜차이즈연맹) 회원국들이 동시에 개최하는 <제2회 세계프랜차이즈의 날>을 맞아 협회의 해외 활동을 간략히 소개하고 회원국들의 축하 영상 메시지를 감상하는 시간을 가졌다.



제1차 윤리교육 수료자 기념촬영

산업발전 공헌 유공자 정부·국회 표창 수상 ‘영예’

〈제8회 프랜차이즈 산업인의 날〉을 맞아 산업 발전에 공로가 큰 유공자들에 대한 정부·국회 표창 시상식도 진행됐다. 〈산업통상부장관 표창〉은 ▲정민섭 ㈜위드컴퍼니에이치앤비 대표 ▲방경석 ㈜올에프앤비 대표가 수상했고, 〈농식품부장관 표창〉은 ▲박홍주 ㈜상무프랜차이즈 지사장에게 수여됐다.

또 〈윤후덕 국회의원 표창〉 ▲김영상 ㈜상구네 대표 ▲최강균 ㈜아라리 대표, 〈박범계 국회의원 표창〉 ▲장용진 ㈜반석에프앤비 대표 ▲김상훈 ㈜낭만에프앤비 대표 〈전현희 국회의원 표창〉 ▲유중우 올바로갈비 대표 ▲여우현 ㈜주방마을 대표 〈김원이 국회의원 표창〉 ▲한안수 ㈜다름프랜차이즈 부대표 ▲정미옥 ㈜우리듬 대표 등 국회의원 표창 수여식도 진행됐다.

한국프랜차이즈산업협회장표창은 〈자랑스러운 시니어 프랜차이즈 기업가〉 ▲김금자 ㈜빅토리어스 대표, 〈최고의 프랜차이즈 기업가〉 ▲정태환 ㈜마세다린 대표, 〈글로벌 프랜차이즈〉 ▲장보환 ㈜하남에프앤비 대표, 〈창의혁신 청년기



이규봉 산업통상부 중견기업정책관

업가〉 ▲윤재경 ㈜서영에프앤비 대표, 〈우수 상생 파트너〉 ▲정승모 ㈜평택유지 대표 ▲염혜단 ㈜염원컴퍼니 대표, 〈우수 전문가〉 ▲이승용 삼덕회계법인 회계사, 〈감사패〉 ▲김철윤 ㈜편앤아이 회장 ▲김상식 한국프랜차이즈산업협회 정책사업실장 등 공헌 부문에 따라 수여됐다.

수여식에 이어 상생·윤리 경영 선언식이 진행된 후, 프랜차이즈 산업의 해외진출 역량 강화를 위해 이승민 법무법인 지평 외국변호사의 〈태국&베트남 프랜차이즈 법제 및 진



이승민 법무법인 지평 외국변호사



임재원 고피자 대표

“핵심인 상생·윤리 경영 인증제는 연내 도입을 목표로 속도를 낸다. 윤리특별위원회가 교육 수료자 중 인증 신청자를 심사하여 인증 마크를 부여하고, 자격 상실 사유가 발생하면 인증 마크 사용 자격을 회수하는 방식이다. 일정 주기마다 정기 교육 및 심사를 거치도록 하는 관리 방안도 마련된다.”

출 유의사항〉, 임재원 ㈜고피자 대표의 〈GO INDIA : 왜 글로벌, 그리고 인도를 지금 진출해야 하는가〉 특별 강연도 진행됐다.

협회, 상생·윤리 경영 본격 확산 나선다

한편 이날 상생·윤리 경영 선언의 주요 내용은 ▲투명한 거래 질서 확립 ▲부당 행위 근절 ▲브랜드 신뢰도 제고 ▲ESG 경영 선도 ▲소통 시스템 구축 등 핵심 가치와 세부 실천 방안을 산업 전반에 자발적으로 확산해 나간다는 것이다. 앞서 나명석 회장은 올해 제9대 협회장 이취임식에서 산업 재도약을 위한 주요 비전 중 하나로 상생·윤리 경영의 확산을 가장 먼저 꼽았다. 국내 프랜차이즈 산업이 수 많은 순기능에도 점차 성장동력이 위축되고 있는 주 원인 중 하나가 바로 가맹본부와 가맹점사업자 간의 갈등과 불신이라는 인식에서다.

이에 협회는 상생·윤리 경영 확산을 통한 산업 신뢰도 회복의 기틀을 세우고자, 지난 4월 윤리특별위원회(위원장 김성윤)를 발족하고 외부 전문가들을 위촉하고, 이를 바탕으로 5월에는 20여 개 협회 회원사를 대상으로 첫 상생·윤리 교육을 개시한 바 있다.

그간 프랜차이즈 업계에서는 법률 교육이나 실무 교육은 꾸준히 진행되어 왔지만, 상생과 윤리를 주제로 한 체계적인 교육은 상대적으로 부족했다. 협회는 이러한 한계를 보완하기 위해 가맹본부 CEO와 임직원을 대상으로 하는 상생·윤리교육 프로그램을 새롭게 마련했다.

교육 과정에는 가맹사업법 준수, 공정한 거래 문화, 상생 사례 공유, 윤리경영 실천 방안 등 산업 현장에서 실제로 필요한 내용이 포함됐다. 협회는 파일럿 운영의 성과를 점검하여 8월부터 전 산업인들을 대상으로 교육을 확대해 산업의 상생·윤리 역량을 강화한다.

핵심인 상생·윤리 경영 인증제는 연내 도입을 목표로 속도를 낸다. 윤리특별위원회가 교육 수료자 중 인증 신청자를 심사하여 인증 마크를 부여하고, 자격 상실 사유가 발생하면 인증 마크 사용 자격을 회수하는 방식이다. 일정 주기마다 정기 교육 및 심사를 거치도록 하는 관리 방안도 마련된다.

협회 관계자는 “인증제를 통해 업계의 자발적인 상생·윤리 경영 확산을 선도한다는 계획”이라면서 “인증제가 마련되면 알려지지 않은 많은 상생 우수 브랜드들이 브랜드 차별화와 신뢰도 회복을 위해 인증제에 참여하게 되고, 다시 미참여 브랜드들이 인증 마크 사용을 위해 상생·윤리 경영에 집중하는 선순환 구조가 구축될 것”이라고 전망했다. **KFN**



참석자 상생윤리경영 선언



농식품부 장관 표창 상무프랜차이즈



윤추덕 국회의원 표창 상구네, 아라리



박범계 국회의원 표창 반석에프앤비, 낭만에프앤비



전현희 국회의원 표창 올바로갈비, 주방마을



나명석 협회장 인사말



국기에 대한 경례



김원이 국회의원 표창 다름프랜차이즈, 우리들



한국프랜차이즈산업협회장 표창 빅토리어스, 마세다린



WFC 회원국 영상 축하 메시지



산업통상부장관 표창 위드컴퍼니에이치앤비, 올에프앤비



한국프랜차이즈산업협회장 표창 하남에프앤비, 서영에프앤비, 평택유지, 엄원컴퍼니, 이송용 회계사



감사패 편앤아이, 김상식 협회 정책실장



한국프랜차이즈協, 넥스트 K프랜차이즈 조찬 포럼 및 이전식·임원연찬회 개최

전현희 의원 간담회 및 CEO 교육 진행...
여의도 이전 자축 및 임원간 현안 논의 및 화합도 도모

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 나명석)가 7월 16일 서울 여의도 협회 교육장에서 '2026 제1차 넥스트 K프랜차이즈 조찬포럼'과 '이전 개소식 및 2026 임원연찬회'를 성료했다. 협회는 지난 6월 협회 사무국을 aT센터에서 여의도로 이전, 양질의 교육 및 행사를 개최할 수 있는 자체 교육장을 구비한 끝에 이날 행사를 모두 한 자리에서 개최했다.

나명석 협회장은 포럼 개회사에서 “우리 프랜차이즈 산업은 큰 변화의 시대를 맞이하고 있으며, 이럴 때일수록 가장 빠르게 배우는 리더가 우리 산업의 재도약을 이끌 수 있다”면서 “오늘 간담회와 강연을 통해 우리 산업인들이 산업의 새로운 가능성을 발견하길 바란다”고 말했다.

포럼에서 회원들은 협회를 직접 찾은 전현희 더불어민주당 국회의원과의 간담회를 통해 업계 애로와 건의를 전달하고 주요 현안에 대해 진솔한 이야기를 나눴다. 이 자리에서 전현희 의원은 “프랜차이즈 업계가 청렴윤리경영제도를 적극 도입·운영해 경영의 투명성과 신뢰를 높이고, 가맹본부와 가맹점이 상생하며 함께 성장하는 건강한 산업 생태계를 만



들어달라”고 당부했다.

이어 “국회에서도 현장의 목소리를 세심하게 경청하고, K-프랜차이즈가 국내를 넘어 세계 시장으로 더 크게 도약할 수 있도록 필요한 정책과 입법 지원에 최선을 다하겠다”고 밝혔다.

간담회에 이어 정민섭 협회 수석부회장 겸 교육위원장의 ‘프랜차이즈, 트렌드를 넘어 지속가능한 장수경영의 비결’을 주제로 한 강연도 진행됐다. 생생한 경험과 노하우를 전하며 높은 호응을 얻었다.

포럼 종료 후에는 지난 6월 협회 사무국 여의도 이전을 기념하는 ‘협회 이전 개소식’이 열렸다. 제막식에는 나명석 협회장을 비롯한 주요 임원진들과 더불어 황희 더불어민주당 국회의원, 윤홍근 한국외식산업협회 상임회장(1·2대 협회장), 조동민 한국외식산업협회 공동회장(5대 협회장)도 참석해 축하의 응원의 뜻을 함께 했다. 여의도 시대를 맞은 협회의 변명과 발전을 기원하는 떡케이크 절단식도 진행됐다.

이어진 ‘2026 임원연찬회’에서는 협회 사무국이 임원들에게 업계 및 협회 운영과 관련된 상반기 주요 현안 및 성과, 하반기 사

업계획을 보고했다.

나명석 협회장은 개회사에서 “여의도 이전을 후원해 주신 분들께 진심으로 감사드리며, 상생·윤리 경영과 공제조합 설립, 해외진출 지원, 입법·정책 대응 강화 등 중점 비전을 하반기에도 차질없이 추진하겠다”고 말했다.

또 이용재 호경에프씨 회장, 전병진 엔터라인 회장, 박원휴 체인정보 대표 3명에 대한 협회 고문 위촉식과, 협회 위원장들이 직접 위원회 및 산하 분과위원회를 소개하는 위원회 설명회도 진행됐다.

행사 종료 후에는 전원 인근 향촌휴먼소 국회의사당직영점으로 이동, 초복을 맞아 단체로 식사를 함께 하며 화합을 다지는 시간도 가졌다.

한편 이날 이른 아침부터 오후까지 연달아 개최된 행사에는 나명석 협회장 등 주요 집행부와 협회 임원 총 80여명이 참석했다. **KFN**



김태천 수석부회장 질의를 경청하고 있는 전현희 국회의원



협회 고문 위촉식 - 이용재 호경에프씨 회장, 전병진 엔터라인 회장, 박원휴 체인정보 대표



조찬포럼 사회자 임영서 죽이자기 대표



김성윤 수석부회장 질의



교류위원회 위원장 및 분과위원장 소개



정민섭 교육위원장 포럼 특별강연



협회 사무국 소개



향촌 흑염소 서여의도점 단체 오찬



향촌 흑염소 서여의도점 단체 오찬



지식재산 간담회 참석자들 기념촬영

“안정적 해외진출 기반 조성”... 한국프랜차이즈협회·지식재산처 간담회 개최

해외 상표권 피해 대응 및 K-브랜드 인증제 논의...K-프랜차이즈 보호 기대

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 나명석·이하 협회)가 지난 7월 22일 서울 여의도 협회 회의실에서 지식재산처(처장 김용선·이하 지재처)와 '프랜차이즈 업계 지식재산 간담회'를 개최했다.

이번 간담회는 국내 프랜차이즈 기업들의 해외 진출이 확대되는 가운데 정부와 민간이 프랜차이즈 업계의 상표권

보호 현안과 해외 지식재산 분쟁 대응방안을 함께 논의하고, 상표권 확보와 분쟁 예방을 위한 현장의 의견을 정책에 반영하기 위해 마련됐다.

최근 K-푸드와 K-콘텐츠 등 한국 문화에 대한 세계적인 관심이 높아지면서 국내 프랜차이즈 브랜드의 해외 진출도 확대되고 있다. 그러나 현지에서 국내 브랜드의 상표를 먼저 출원



나명석 한국프랜차이즈산업협회장



김용선 지식재산처장

하거나 유사 상표와 매장 콘셉트를 무단으로 사용하는 사례가 발생하면서 해외 상표권 확보와 위조·모방 브랜드 대응이 중요한 과제로 떠오르고 있다.

특히 해외 진출 경험과 전문인력이 부족한 중소기업은 국가별 상표제도를 사전에 파악하고 분쟁에 대응하는 데 상당한 어려움을 겪고 있다. 현지에서 상표권을 확보하지 못하면 이미 사용해 온 브랜드의 명칭과 로고를 변경하거나, 상표권을 되찾기 위해 장기간 소송을 진행해야 하는 상황도 발생할 수 있다.

김용선 지재처장은 인사말에서 “K-프랜차이즈가 세계시장에서 안정적으로 자리 잡기 위해서는 신속한 해외 지식재산권 확보와 분쟁 예방이 무엇보다 중요하다”며 “오늘 간담회에서 제기된 현장의 의견을 정책에 충실히 반영해 K-프랜차이즈의 글로벌 경쟁력 강화를 적극 뒷받침하겠다”고 밝혔다.

나명석 협회장도 “최근 K-프랜차이즈에 대한 높은 관심으로 업계의 해외 진출이 활성화되고 있으나, 대다수 중소기업들이 해외 상표권 문제에 대처할 역량이 부족해 선뜻 나서지 못하는 상황”이라면서 “지식재산처의 지원을 기반으로 해외 진출이 프랜차이즈 산업의 새로운 성장동력이 되도록 노력하겠다”고 말했다.

협회·지재처 프랜차이즈 보호 맞손

이날 간담회에서 지재처는 해외 진출을 준비하는 기업이 고려해야 할 상표 권리와 전략과 침해 발생 시 대응방안, K-브랜드 정부인증제도 등 프랜차이즈 상표 보호와 관련된 주요 정책을 소개했다.

지재처는 해외 진출을 계획하는 기업이 진출 대상국을 정한 단계부터 상표 출원 가능성을 확인하고, 현지 사업이 본격화



장보환 협회 글로벌위원장

되기 전에 권리를 확보하는 것이 중요하다고 설명했다. 브랜드명뿐 아니라 로고와 대표 상품, 포장 디자인 등 사업 과정에서 활용되는 지식재산을 종합적으로 점검해야 한다는 점도 강조했다.

간담회에 참석한 업계 관계자들은 국내의 상표권 제도와 관련한 현장의 애로사항을 전달하고, 해외 상표 무단선점과 모방 브랜드 등에 대한 대응방안을 논의했다. 해외에서 상표권 분쟁이 발생할 경우 개별 기업이 현지 법률과 행정절차를 파악하고 비용을 부담해야 하는 만큼, 중소기업들을 위한 상담과 분쟁 대응 지원이 확대돼야 한다는 의견도 제시됐다.

이날 행사에는 김용선 지식재산처장과 나명석 한국프랜차이즈산업협회장을 비롯해 자담치킨, BBQ, 하남돼지집, 지호한방삼계탕, 족발야시장, 피자마루, 고피자, 파리아게뜨, 소미담, 토핑폭탄김치찌개&김치찌개 등 주요 프랜차이즈 기업의 대표이사 및 조동민 한국외식산업협회 공동회장과 각 사 지식재산담당자, 변리사 등이 참석했다.

지재처에서는 상표디자인심사국, 상표심사정책과, 상표분쟁 대응과 등 관련 부서 관계자들이 자리해 업계의 의견을 청취



지식재산 간담회에서 나명석 협회장이 발언하고 있다.

했다. 이날 간담회에는 양 기관 관계자와 업계 참석자 등 총 30여 명이 함께했다. 협회는 이번 간담회에서 논의된 업계 의견을 지속적으로 수렴해 지재처 관계 부처와 협의하고, 프랜차이즈 기업의 지식재산 보호 체계 강화와 글로벌 경쟁력 제고를 위한 정책 협력을 확대해 나갈 계획이다.

K-프랜차이즈, K브랜드 인증사업으로 지킨다

한편, 지재처는 해외에서 유통되는 K-브랜드 위조상품에 대한 대응력을 높이기 위해 'K-브랜드 정부인증제도' 도입을 추진하고 있다. 이 제도는 정부가 권리자인 국가인증상표를 주요 수출국에 등록하고, 인증받은 국내 기업이 이를 제품에 부착해 한국 기업의 정품임을 표시할 수 있도록 하는 제도다.

기존에는 해외에서 위조상품이 발견되더라도 피해 기업이 상표권자로서 현지 조사와 신고, 수사·단속 요청, 소송 등을 직접 진행해야 했다. 국가마다 지식재산권 제도와 집행 절차가 다른 데다 현지 법률대리인 선임 등에 적지 않은 비용이 들어 중소기업이 적극적으로 대응하기 어렵다는 지적이 이어졌다. K-브랜드 정부인증제도가 시행되면 기업뿐 아니라 정부도 인증상표의 권리자로서 위조상품 제작과 유통에 대응할 수 있게 된다. 지재처는 정부 명의로 국가인증상표를 위조상품 유통 위험이 높은 70여 개 주요 수출국에 출원·등록하고, 기업의 사용 신청과 허락을 거쳐 수출 제품에 인증상표를 적용할 계획이다.

인증상표에는 해외 소비자가 스마트폰 등을 활용해 정품 여

부를 즉시 확인할 수 있는 정품인증기술도 적용된다. 정부는 정품 확인 정보를 통해 해외 위조상품의 유통 현황을 파악하고, 침해가 확인되면 관계부처와 함께 현지 당국에 수사와 단속, 통관 보류 등을 요청하는 범정부 대응체제를 가동할 방침이다.

지재처는 제도 도입을 위해 올해 추가경정예산 95억원을 확보했으며, 국가인증상표 개발과 국내의 출원·등록 절차를 거쳐 8월부터 제도를 본격 시행할 계획이라고 밝혔다. 인증 대상과 세부 기준은 화장품, 식품, 패션 등 산업별 생산·유통 특성을 반영해 마련한다는 방침이다.

프랜차이즈 업계에서도 K-브랜드 정부인증제도가 해외 진출 기업의 지식재산 보호 기반을 강화하는 계기가 될 것으로 기대하고 있다. 특히 해외에 완제품이나 자체 브랜드 상품을 수출하는 프랜차이즈 기업은 정품 인증과 위조상품 대응 과정에서 제도를 활용할 가능성이 있다.

다만 정부인증상표가 개별 기업의 상표권을 대신하는 것은 아닌 만큼 해외 진출을 준비하는 가맹본부는 진출 국가의 상표 출원을 선제적으로 진행해야 한다. 영문·현지어 브랜드명과 로고, 대표 상품 및 서비스 관련 상표를 미리 점검하고, 마스터프랜차이즈 계약이나 합작계약을 체결할 때도 현지 상표권의 출원·소유·사용 주체를 명확히 정할 필요가 있다.

협회는 K-브랜드 정부인증제도를 비롯한 지재처의 해외 지식재산 보호 정책이 현장에서 실효성 있게 활용될 수 있도록 회원사에 관련 정보를 제공하고, 프랜차이즈 산업의 특성이 인증기준과 지원정책에 반영될 수 있도록 지재처와 협력을 이어갈 계획이다. **[K77]**

지식재산처

해외에서 우리 수출기업의 위조상품 유통에 정부가 직접 대응하겠습니다.

- K-브랜드 정부인증제도 도입 -

지식재산처 지식재산분쟁대응협력총괄과 ☎ 042-481-3471

수출기업, # 위조상품, # 정부직접대응

K-브랜드 정부인증제도 도입

- ⊕ **추진배경** 해외에서 우리기업의 제품(K-브랜드) 위조상품 유통이 급증,기업의 경제적 피해뿐만 아니라 국가 신뢰도까지 위협
- ⊕ **주요내용** 정부가 K-브랜드를 인증하는 제도를 도입하여 해외에서 국가인증상표 사용 제품의 위조시, 범정부 차원의 강력한 대응* 추진
* 현지 정부에 수사·단속·통관보류 직접 요구, 대량·상습 판매자 대상 현지 형사 고소
- ⊕ **기대효과** 우리기업의 수출경쟁력 강화 및 K-브랜드에 대한 신뢰도 제고
- ⊕ **시행일** 2026년 8월

Q. 지원 대상은 어떻게 되나요?

- 국가인증상표 사용을 원하는 기업의 제품 중 KC, HACCP 등 한국의 품질기준 충족 시 사용 가능

Q. 어떤 혜택을 받을 수 있나요?

- (지원대상) 수출 중소·중견기업 등
* 대기업도 지원 가능(단, 정품인증기술 도입 비용 지원 대상에서 제외)
- (지원내용)
- 국가인증상표 사용을 원하는 기업에게 사용권 부여
- 정품인증기술 도입지원 (기업 자부담 50%, 기업별 상한액 有)
- 국가인증상표 위조제품 유통시, 현지 정부에 수사·단속·통관보류 등 직접 요청 및 손해배상소송 지원

Q. 예전과 달라지는 것은 무엇인가요?

구분	제도 시행 전	제도 시행 후
침해 발생시 대응	개별 기업 차원 대응 (정부 후방 지원)	범정부 차원 대응(정부 직접 대응)
정품 확인 방법	정품 확인 불가	휴대폰 카메라를 통해 확인 가능
정품인증기술 도입비용	정부 지원 없음	정부 지원 50% 위조상품 유통 실시간 모니터링

Q. 어떻게 혜택을 받을 수 있나요?

- 1단계: 국가인증상표 사용 제품 결정
- 2단계: 한국지식재산보호원(www.koipa.re.kr)에 사용 신청
- 3단계: 인증상표에 정품인증기술을 적용
- 4단계: 침해 발생 시, 정부가 직접 대응

Q. 실제로 어떤 도움이 생기나요?

- 수출기업 경쟁력 강화: 위조상품 대응에 필요한 시간·비용 부담이 감소하고, 신제품 개발 등에 집중하여 기업 경쟁력 강화
- K-브랜드 신뢰도 제고: 해외 소비자가 정품을 안심하고 구매

Q. 궁금한 것은 어디에 문의하면 되나요?

- 지식재산처 지식재산분쟁대응협력총괄과: 042-481-3471 / 한국지식재산보호원: 02-6196-2041

동남아시아에 마스크팩을 판매하는 중소기업 A사는 자사의 제품을 모방한 위조상품이 유통되어 매출이 감소하고 브랜드 신뢰도도 저하되고 있었다. 그럼에도 기업 차원에서 해외 상표 분쟁에 직접 대응하기는 쉽지 않았으나 국가인증상표를 부착하면서, 침해 발생 시 정부가 직접 침해 증거를 확보하고 현지 정부에 대응함에 따라 위조상품 유통이 차단되어 매출이 정상화되었다.



AI 생성이미지

2027년 최저임금 1만700원...3.7% 인상

자영업계 “폐업 증가 우려, 정부 차원 부담 완화 대책 마련 시급”

WRITE | 김동하 기자

내년도 최저임금이 시간당 1만700원으로 결정되면서 4년 만에 최고 인상률(3.7%)을 기록했다. 올해보다 380원 오른다. 지난 6월 내년 최저임금 최초 요구안으로 노동계는 올해보다 16.3% 올린 1만2000원을, 경영계는 동결한 1만320원을 내놨지만, 양측이 여러 차례 수정안을 제시하며 차이를 좁혀왔다.

문제는 지금도 소상공인과 자영업자들이 인건비 부담 증가에 따른 구조조정에 고심하고 있는 상황에서 인상됐다는 점이다. 경기 침체와 고물가로 소비 심리가 위축된 상황에서 최저임금 상승은 주휴수당과 4대 보험료 등 고정 비용 전반의 인상으로 이어져서다.

이로 인해 최저임금이 결정되자 경제단체들 역시 잇따라 성명을 내고 최저임금 인상에 따른 영세사업자의 부담 가중을

우려한다고 밝혔다. 특히 아르바이트생 고용 비중이 높은 편의점·카페 등 업종의 반응은 더 민감하다. 관련 업계에서는 인건비 상승이 곧바로 점포 운영비 부담으로 이어지는 구조인 만큼, 인상 폭이 크지 않더라도 누적된 부담이 자영업 시장 전반의 위축으로 이어질 수 있다는 우려가 나온다.

소상공인업계도 이날 인상안 발표 직후 입장문을 내고 유감을 표하며, 정부 차원의 부담 완화 대책 마련이 시급하다고

촉구했다. 인건비 외에도 임대료, 원재료비 등 각종 비용이 동시에 오르는 상황에서 최저임금 인상까지 겹치면 폐업으로 내몰리는 자영업자가 늘어날 수 있다는 것이 업계의 공통된 목소리다.

실제 안태현 서강대 경제학부 교수가 한국노동패널 조사와 지역별고용조사를 분석한 결과 최저임금이 10% 인상될 경우 자영업자 전체의 폐업 확률은 0.7%포인트 높아지는 데 그쳤지만, 직원을 둔 자영업자는 2.6%포인트 상승했다. 특히 창업 3년 미만 고용 자영업자는 8.4%포인트, 저소득 고용 자영업자는 8.8%포인트까지 폐업 위험이 높아지는 것으로 분석됐다. 숙박·음식점업은 최저임금 영향을 받는 노동자 비중이 45.4%로 가장 높았고 도소매업도 22.3%에 달했다.

자영업자 34%, 월평균 소득, 최저임금보다 적어

한국경제인협회가 여론조사기관 모노리서치에 의뢰해 전국 자영업자 500명을 대상으로 실시한 '2026년 자영업자 경영환경 인식 조사' 결과에 따르면, 응답한 자영업자 34.0%가 “월평균 소득이 현행 최저임금 수준(월 40시간 근로 기준·215만6880원)에 미치지 못한다”고 답했다.

월평균 소득이 250만원 이상 300만원 미만이라는 응답은 19.8%였고, 최저임금 수준 이상 250만원 미만은 17.0%였다. 350만원 이상 400만원 미만이라는 응답은 11.4%로 집계됐다. 올해 경영 상황이 지난해보다 악화됐다는 응답은 57.0%였다. 업종별로는 도·소매업의 66.3%가 경영상황이 나빠졌다고 답해 가장 높았다. 이어 숙박·음식점업 65.8%, 예술·스포츠·여가서비스업 58.2%, 운수 및 창고업 53.3% 순이었다.

최저임금 적정 인상률에 대해서는 동결해야 한다는 응답이 44.6%로 가장 많았다. 1~3% 미만 인상은 20.6%, 인하는 13.0%, 3~6% 미만 인상은 12.6%였다. 자영업자 상당수가 최저임금 추가 인상에 부담을 느끼고 있는 셈이다. 최저임금이 얼마나 오르면 폐업을 고려하겠느냐는 질문에는 응답자의 25.2%가 “이미 한계 상황”이라고 답했다. 1~3% 미만만 올라도 폐업을 고려하겠다는 응답은 14.6%, 3~6% 미만 인상 시 폐업을 고려하겠다는 응답은 12.0%였다.



고용 여력도 낮은 것으로 나타났다. 응답자의 59.2%는 “현재도 추가 고용 여력이 없다”고 답했다. 최저임금이 얼마나 오르면 판매 가격을 인상하겠느냐는 질문에는 37.6%가 “이미 인상 계획이 있다”고 답했다. 최저임금 결정 과정에 대한 불만도 컸다. 응답자의 86.0%는 “최저임금 결정 과정에서 자영업자 의견이 충분히 반영되지 못하고 있다”고 답했다. 제도 개선 과제로는 현 경제 상황을 고려한 인상률 제한이 24.3%로 가장 많았다. 이어 업종별·지역별 최저임금 차등 적용 21.9%, 사용자 지불능력 등 최저임금 결정 기준 보완 15.9% 순이었다.

소상공인업계는 이번 인상이 한계 상황에 다다른 자영업자의 지불 능력을 충분히 반영하지 못했다고 지적한다. 이에 따라 현장에선 현실적인 고용 축소 행보가 본격화될 것으로 보인다. 직원 채용을 줄이거나 주휴수당 부담을 피하기 위해 근로 시간을 나누는 '조개기 알바' 채용, 무인 결제 기기 도입 등이 가속화될 전망이다.

한편 전국민주노동조합총연맹(민주노총)은 내년도 최저임금이 시간당 1만700원으로 결정된 것에 대해 이의 신청을 제기했다. 민주노총 관계자는 “주된 쟁점은 특수고용(특고)·플랫폼 종사자의 별도 적용 무산”이라며 “국제노동기구(ILO)의 권고와 법원의 배달라이더에 대한 사용자성 인정 판결을 환기시키는 의미”라고 설명했다.

앞서 민주노총은 2024년도 최저임금을 결정했던 2023년에도 이의 신청을 냈다. 최저임금법에 따라 최저임금안에 이의가 있는 노사 단체 대표자는 고시일로부터 10일 이내 이의제기서를 제출해야 한다. 다만 1988년 최저임금제가 시행된 이후 재심의를 진행한 사례는 한번도 없다. **KET**



지난 4월 코엑스에서 개최된 제60회 IFS 프랜차이즈 창업 산업 박람회에서 관람객들이 전시장을 분주히 둘러보고 있다.



2026 하반기 제61회 IFS 프랜차이즈 박람회 조기신청 7월말 마감

10.22.(목)~24.(토) 코엑스 C·D홀 국내 최대 규모 개최...

추가할인, 위치선점 등 조기신청 혜택 풍성

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 나명석)는 오는 10월 22일(목)~24일(토), 코엑스 C홀에서 하반기 최대 규모로 개최하는 '2026 하반기 제61회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'의 참가사 조기신청 접수를 7월 31일 마감했다. 아울러 최대 25%의 조기 신청 할인 혜택도 함께 종료됐다.

협회가 주최하고 코엑스(사장 조상현), RX Korea(리드엑시비

션스코리아·대표 손주범)가 공동 주관하는 이번 박람회는 유관 행사 중에서는 하반기 최대 규모인 약 200여개사 530여개 부스로 성대하게 개최될 예정이다.

협회는 7월 말까지 조기신청을 마친 참가사에 최대 25% 특별 할인 혜택을 제공했다. 협회 회원사 환금, 재참가 혜택, 부스 규모에 따른 우대도 추가로 지원됐다. 특히 조기 신청 기업은 희망 위치를 우선 배정받을 수 있어, 관람객 동선 확보 등 전시

운영 측면에서도 유리한 조건을 선점할 수 있었다.

프랜차이즈 산업이 성장세를 이어가는 가운데 7월 막바지 참가 문의가 이어졌다는 게 협회의 설명이다. 실제로 지난 4월 공정위가 발표한 '2025년 가맹사업 현황 통계'에 따르면 지난해 가맹본부 수는 전년도 대비 13.2%(9960개), 가맹점 수는 4.0%(37만939개)가 늘어나며 프랜차이즈 산업의 성장세가 지속되고 있는 것으로 나타났다.

특히 전년도 정제했던 가맹점 평균매출액이 3.7억원으로 4.3% 증가한 것으로 나타나, 소폭 감소한 전체 소상공인 연간 평균 매출액(1.97억원)과 비교해 프랜차이즈 창업의 높은 안정성과 성장성이 재차 입증됐다는 평가다.

이에 업계에서는 이번 박람회가 다양한 브랜드를 한자리에서 비교·상담할 수 있는 하반기 최대 규모의 비즈니스 기회로서 높은 관심을 모을 것으로 전망하고 있다.

협회에 따르면 신생 브랜드를 엄선하여 박람회 참가를 지원하는 IFS만의 특별관인 라이징스타관의 경우 전체 부스가 모두 마감되어 대기를 받고 있다. 이전에 라이징스타관으로 참가했던 브랜드가 하반기 행사에 일반 부스로 재참가하는 비율도 약 70%에 달하는 등, 신생 브랜드 성장 지원이라는 IFS

박람회의 동반성장 목표가 실질적인 성과를 거두고 있는 것으로 나타났다.

뿐만 아니라 ▲스텐브루, 크리스피크림도넛(롯데GRS) ▲기영이숯불두마리치킨(기영에프엔비) ▲메밀단편(교촌에프엔비) ▲크린토피아(크린토피아) 등 유수의 브랜드들과 ▲코라로보틱스 ▲엠에스텐터 ▲비버웍스 ▲비케이엠지 등 프랜차이즈 운영에 필요한 파트너사들도 일찌감치 참가를 확정하고 관람객들을 맞이할 준비에 돌입했다.

협회는 이번 박람회를 통해 고물가 시대에도 경쟁력을 갖춘 다양한 창업모델을 예비 창업자들에게 소개하고, 자영업 생태계 안정화에 기여한다는 계획이다. 마케팅 방향성을 개편하여 예비 창업자와 프랜차이즈 본부, 산업 파트너 간의 실질적인 비즈니스 기회를 확대하는 한편, 가장 큰 호평을 받았던 도슨트 투어, 비즈매칭, 컨설팅존을 한층 더 고도화해 선보인다.

신청에 대한 문의는 박람회 홈페이지(www.ifskorea.co.kr)에서 가능하며, 유선 문의는 한국프랜차이즈산업협회 회원사의 경우 협회 전시사업팀(02-3471-8135), 일반 기업은 코엑스(02-6000-1139, 8152)로 하면 된다. **KFN**



한국프랜차이즈산업협회 AI미래혁신위원회 세미나 기념촬영

한국프랜차이즈협회, 프랜차이즈 산업의 AX 전략과 방향 수립 포럼 개최

데이터 자산화부터 정책·제도 개선까지... 프랜차이즈 산업 AI 대전환(AX) 전략 논의

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(회장 나명석·이하 협회)는 협회 AI미래혁신위원회(위원장 오만석)와 함께 지난 7월 22일 서울 여의도 협회 교육장에서 「프랜차이즈 산업의 AX 전략과 방향 수립」을 주제로 포럼을 개최했다. 최근 생성형 AI의 급속한 확산으로 프랜차이즈 산업에서도 마케팅, 고객관리, 운영관리 등 다양한 분야에서 AI 활용이 빠르게 확대되고 있다. 그러나 단순한 기술 도입을 넘어 데이터 자산 확보와 활용, 법·제도 정비, 지식재산권

보호 등 산업 전반에 걸친 체계적인 AX 전략 수립의 필요성이 커지고 있다. 이번 포럼에서는 데이터 자산화, AI 정책, 디지털 정보자산 보호, 지식재산(IP), 산업분류 체계 등 AX 시대 프랜차이즈 산업이 갖추어야 할 핵심 과제를 중심으로 산업의 발전 방향과 정책 과제를 종합적으로 논의했다. 기조 강연에서는 윤석빈 서강대 AI·SW대학원 교수가 「AI 대전환 시대, 데이터 자산화와 컴플라이언스 전략」을 주제로 발표했다. 윤 교수는 AI 경쟁력의 핵심은 알고리즘 자체보다 기



참석자들이 윤석빈 교수 기조강연을 청취하고 있다.

업이 축적한 데이터를 어떻게 자산화하고 신뢰할 수 있는 방식으로 활용하느냐에 있다고 설명했다. 이어진 전문가 패널 토론은 건국대 박진용 교수가 좌장을 맡아 「프랜차이즈 AX를 위한 정책·제도 및 경영 전략 모색」을 주제로 진행됐다. 박 교수는 "이번 포럼이 프랜차이즈 산업의 데이터 자산화와 AI 활용 전략은 물론 제도와 법률, 정책을 함께 논의하는 계기가 되기를 기대한다"고 밝히며, 패널들과 AX 확산을 위한 정책, 제도, 기술 및 경영 전략에 대해 의견을 나눴다.

김상식 협회 정책사업실장은 「프랜차이즈 산업 AI 정책 수립과 생태계 조성 방안」을 발표하며, 디지털·AI 활용이 빠르게 확산되고 있음에도 기업 규모에 따른 데이터와 인프라 격차로 AX 수준이 양극화되고 있다고 진단했다. 협회와 공공이 함께 참여하는 통합 플랫폼(Unified API) 기반의 상생형 AX 모델을 제안했다. 아울러 산업 전반이 AI를 공동으로 활용할 수 있는 정책적 기반 마련의 필요성을 제시했다.

고경진 ㈜더블유디(WD) 부대표는 「AI 경영을 통한 본사의 지속가능한 성장 전략」을 주제로 실제 프랜차이즈 현장의 AX 사례를 소개하며, 플랫폼 의존으로 인해 고객 데이터가 기업 자산으로 축적되지 못하는 구조적 문제를 짚었다. 아울러 내부 데이터를 통합·활용하는 전략이 향후 프랜차이즈 경쟁력을 좌우할 핵심 요소라고 강조했다.

김선진 변호사는 「디지털 정보자산의 권리 확보와 보호 전략」 발표에서 디지털 플랫폼의 데이터 독점 해소 방안을 제안했다. 김 변호사는 본부 및 가맹점의 단계적 접근과 협회 차원



02. 오만석 한국프랜차이즈산업협회 AI미래혁신위원장

의 공동 협상, 인프라 구축을 통해 장기적인 데이터 주권과 디지털 정보자산 권리를 확보해야 한다고 강조했다. 이소민 변리사는 「AI를 활용한 프랜차이즈 IP 보호 방안」을 통해 AI를 활용한 상표 선행조사와 권리 확보, 해외 상표 선점 대응, 협회 공동 플랫폼 구축 등 실질적인 지식재산 보호 방안을 제안했다.

마지막으로 최인용 세무사는 「프랜차이즈 산업 표준분류체계의 필요성과 산업 선점 효과」를 주제로 프랜차이즈 산업이 한국표준산업분류(KSIC)상 독립 업종으로 인정받지 못하면서 각종 통계와 세제지원에서 불이익을 받고 있는 현실을 설명 지적하며, 개선을 강조했다.

오만석 위원장은 "이번 포럼이 데이터 자산화와 AI 활용 전략은 물론 제도와 법률, 정책까지 함께 논의하는 계기가 되어 프랜차이즈 산업의 지속 가능한 AX 생태계 구축에 기여하기를 기대한다"고 밝혔다.



지난 4월 국회 배달앱 사회적 대화기구 출범식

공정위, 배민·쿠팡이츠 동의의결 개시 기각... “피해 구제 우선시돼야” 아쉬움도

3,600억원 규모 상생안에도 결국 제재 절차 돌입...

협회 “신속하고 엄정한 판단으로 배달앱 시장질서 바로잡아야”

WRITE | 김민호 기자

배달의민족과 쿠팡이츠가 ‘최혜대우 요구’ 등 불공정 행위 혐의와 관련해 신청한 동의의결 절차가 받아들여지지 않았다. 이에 따라 두 배달앱 사업자의 공정거래법 위반 여부와 제재 수준은 공정거래위원회의 정식 심의를 통해 가려지게 됐다.

공정위는 지난 6월 18일 전원회의를 거쳐 우아한형제들과 쿠팡이 신청한 동의의결 절차 개시를 기각했다. 동의의결

은 공정위의 조사를 받는 사업자가 스스로 시정방안을 제시하고, 공정위가 이를 타당하다고 인정하면 위법 여부를 확정하지 않은 채 사건을 종결하는 제도다.

양사는 음식점주들에게 다른 배달앱보다 불리하지 않은 메뉴 가격과 할인 혜택 등을 적용하도록 요구한 이른바 ‘최혜대우 요구’ 혐의를 받고 있다. 배달의민족은 자체 배달서비스인 ‘배민배달’을 가게배달보다 우대하고 배달시간과 관



련해 소비자를 오인시킬 수 있는 광고를 했다는 혐의도 받는다. 쿠팡은 와우 멤버십과 쿠팡이츠 서비스 이용을 결합했다는 혐의가 조사 대상에 포함됐지만, 해당 사안은 이번 동의의결 신청 대상에서는 제외됐다.

동의의결을 통해 배달의민족은 3년간 3,000억원, 쿠팡은 4년간 600억원 규모의 상생방안을 시행하겠다고 제안했다. 가게배달 이용업체의 중개수수료 인화와 배달비 지원, 입점업체 금융지원, 교육 및 창업 지원 등이 주요 내용이었다.

그러나 공정위는 행위의 중대성과 증거의 명백성, 사건의 성격과 조사 진행 상황, 소비자 보호 및 공익 등을 종합적으로 고려할 때 동의의결 개시 요건을 충족하지 못했다고 판단했다. 단순한 금전 지원만으로 시장 경쟁을 제한한 혐의와 입점업체의 영업상 피해를 충분히 해소하기 어렵다고 본 것으로 풀이된다.

이번 기각 결정이 양사의 위법성을 확정한 것은 아니다. 사건은 기존 심사 절차로 돌아가며, 공정위는 향후 법 위반 여부와 시정명령·과징금 등 제재 수준을 판단할 예정이다. 최종 결정에 따라 배달플랫폼이 입점업체의 가격과 할인정책에 어느 범위까지 관여할 수 있는지에 관한 구체적인 기준도 마련될 전망이다.

프랜차이즈 업계는 이번 사건을 특히 주목하고 있다. 무료 배달 논란이 2년이 경과하면서 높은 수수료에 치진 업주들이 대다수인 만큼 이번이 사실상 수수료 체계를 변경할 수 있는 마지막 기회였다는 점에서다.

한국프랜차이즈산업협회는 당초 양사의 동의의결 신청에 대해 위법성 판단과 엄정한 제재가 필요하다고 반대 입장을 밝힌 바 있다. 그러나 올해 구체적인 상생·피해구제 방안이 제시되고 국회 주도의 사회적 대화기구에서 배달플랫폼과 입점업체 간 논의가 진행되면서, 보다 신속하고 실질적인 피해구제를 위해 동의의결에 찬성하는 방향으로 입장을 전환했다.

제재와 달리 동의의결이 개시되면 수수료와 배달비 지원 등 입점업체가 체감할 수 있는 조치를 비교적 빠르게 시행할 수 있다는 점을 고려한 것이다.

협회 관계자는 “공정위가 법과 원칙에 따라 내린 결정을 존중한다”면서도 “동의의결을 통해 기대했던 신속한 피해구제와 상생 지원이 무산돼 아쉽다”고 말했다. 특히 배달 비중이 높은 외식 프랜차이즈 가맹점들은 중개수수료와 배달비, 광고비 상승으로 수익성이 악화된 상황인 만큼, 지원이 장기간 지연되지 않도록 별도의 보완책을 조속히 마련할 필요가 있다고 보고 있다. **KT77**

소상공인 단체협상권 속도전… “가맹사업법 중복 규제, 협상창구 난립 우려”

소상공인 “협상력 강화 기대”…경영계 “담합·시장 혼란 우려”

WRITE | 김민호 기자



6월 9일 한국프랜차이즈산업협회가 공정거래위원회장과 간담회를 가졌다

소상공인들이 단체를 구성해 대기업과 플랫폼 기업 등을 상대로 수수료와 납품가격 등 거래조건을 협상할 수 있도록 하는 제도 도입이 추진되고 있다.

이재명 대통령이 지난 4월 소상공인에게도 집단적 교섭과 단결권을 허용할 필요가 있다고 언급한 데 이어 국회에서 관련 법안이 발의되고, 정부도 공정거래법상 담합 규정의 적용을 면제하는 내용의 제도 개편방안을 발표하면서 논의가 본격화하고 있다.

프랜차이즈 업계도 제도의 직접적인 영향권에 포함될 것으로 예상된다. 소상공인 단체의 협상 상대방으로 가맹본부가 거론되는 데다, 올해 말에는 등록 가맹점사업자단체의 요청에 가맹본부가 의무적으로 협의하도록 하는 개정 가맹사업법이 별도로 시행될 예정이기 때문이다.

이에 따라 가맹본부들은 두 제도의 적용 관계와 협상 주체의 대표성, 협의 대상 및 절차를 명확히 정하지 않을 경우 동일한 안전을 놓고 복수 단체와 반복적으로 협상해야 하는 등 상당한 현장 혼란이 발생할 수 있다고 우려하고 있다.

국회, 정부 법 개정 추진계획 잇따라 발표

지난 4월 10일 이재명 대통령은 민주노총 지도부의 간담회에서 노동자뿐 아니라 소상공인들도 집단적인 교섭을 할 수 있도록 하고, 최소한의 단결권을 허용해야 한다고 말했다. 개별 소상공인이 대기업이나 거대 플랫폼을 상대로 거래조건을 협상하기 어려운 만큼 경제적 약자들이 단체로 힘을 모을 수 있는 제도적 기반이 필요하다는 취지다.

이후 국회에서는 더불어민주당 오세희 의원 등 10명이 지

난 6월 19일 소상공인 단체협상권을 담은 ‘소상공인기본법 일부개정법률안’을 발의했다.

개정안은 일정한 요건을 갖춘 소상공인 단체가 대기업 등 거래 상대방을 대상으로 거래조건 변경에 관한 교섭을 요구할 수 있도록 하는 것이 핵심이다. 교섭 요구를 받은 상대방에게는 성실하게 교섭에 응하도록 하고, 소상공인 단체의 구성·가입·활동을 이유로 불이익을 주는 행위도 금지하는 내용이 포함됐다.

교섭 과정에서 분쟁이 발생하면 중소벤처기업부에 조정을 신청할 수 있도록 하고, 정당한 단체교섭 활동에는 공정거래법상 부당 공동행위 규정을 적용하지 않는 방안도 담겼다.

정부도 국회 법안과 별도로 공정거래법을 개정해 소기업과 소상공인의 단체협상 및 단체행동을 담합 규제에서 제외하는 방안을 추진하고 있다.

공정거래위원회와 중소벤처기업부는 지난 6월 30일 국무회의에서 ‘을의 협상력 강화를 위한 제도 개편방안’을 보고했다. 여기에는 소기업과 소상공인이 대기업 또는 중견기업을 상대로 단체협상에 나설 경우 공정거래법상 담합 규정의 적용을 원칙적으로 면제하는 방식이 담겼다.

협상 참여자가 모두 소기업이나 소상공인인 경우에는 참여자와 협상 상대방, 협상 내용을 공정위에 통지하면 별도 심사 없이 단체협상과 단체행동을 할 수 있도록 하는 방안이 검토되고 있다. 적용 면제의 효력은 5년으로 설정하는 방안이 제시됐다.

소상공인들은 제도가 도입되면 배달앱과 숙박앱 등 플랫폼 기업을 상대로 중개·배달·광고 수수료와 정산주기, 노출 기준 등에 대한



주병기 공정거래위원장

공동 협상을 요구할 수 있다. 대형 유통업체에 납품하는 소상공인은 납품가격과 반품 조건, 판촉비 부담 등을 함께 협의할 수 있다.

중기업이 협상에 참여하는 경우에는 참여 사업자들의 합산 매출액이 상대방보다 적고, 상대방에 대한 거래 의존도가 일정 수준 이상인지를 확인하는 등 별도의 요건을 적용하는 방안도 추진되고 있다.

경영계 “사실상 담합 허용…소비자 부담 커질 수도”

소상공인 업계는 단체협상권 도입을 대체로 환영하고 있다. 소상공인의 협상력을 높이고 단체교섭의 제도적 기반을 마련하는 계기가 될 수 있다는 평가다.

특히 배달앱 등 플랫폼 기업의 일방적인 수수료 인상이나 정산조건 변경, 대형 유통업체의 납품단가 결정, 가맹본부의 거래조건 설정 등에서 개별 소상공인이 반대 의견을 내기 어렵다는 점을 제도 도입의 근거로 들고 있다.

그러나 반대와 우려의 목소리도 적지 않다. 경영계와 일부 전문가들은 소상공인과 소기업이 독립된 사업자인 만큼 가격과 거래조건, 공급량, 거래지역 등을 공동으로 결정하거나 공동 거래 거절에 나서는 행위를 폭넓게 허용하면 사실상 담합을 합법화하는 결과가 될 수 있다고 주장한다.

협상 대상이 되는 기업의 범위가 대기업과 중견기업 전반으로 넓어질 경우 산업 현장에서 협상 요구가 급증하고, 납품과 서비스 공급의 중단으로 이어질 가능성도 제기된다. 공동 납품단가 인상이나 수수료 인하



에 따른 비용이 제품·서비스 가격으로 전가되면 최종적으로 소비자 부담이 커질 수 있다는 우려도 나온다.

대표성 있는 단체를 어떻게 정할지도 쟁점이다. 소상공인 관련 단체는 업종과 지역, 설립 목적에 따라 다양하게 구성돼 있다. 동일한 거래 상대방을 두고 여러 단체가 서로 다른 조건을 요구하면 어느 단체와 우선 협상해야 하는지, 한 단체와의 협상 결과가 비회원에게도 적용되는지 불분명할 수 있다.

“가맹점주단체 단체협의권 이미 도입”…규제 중복 우려
프랜차이즈 업계는 제도 개편이 가시화되면서 당혹스러운 분위기다. 이미 올해 12월 말 가맹점주단체 단체협의권 제도가 시행될 예정인데 유사 규제가 이중으로 적용될 수 있어서다.

특히 가맹점사업자들이 개정 가맹사업법에 따라 등록 단체를 구성해 필수품목 가격이나 광고·판촉비를 협의한 뒤, 별도의 소상공인 단체를 통해 동일한 사안을 다시 협상할 수 있는지가 불분명하다.

소상공인 단체협상권의 상대방에 가맹본부가 포함되고, 가맹점사업자단체와 별도로 업종별·지역별 소상공인 단체까지 협상권을 행사할 수 있다면 가맹본부는 같은 사안을 놓고 여러 단체와 반복적으로 협상해야 할 수 있다.

또 가맹사업법상 등록 요건을 갖추지 못한 가맹점사업자 단체가 소상공인 단체 명의로 협상을 요구하거나, 여러 브랜드의 가맹점들이 함께 모여 개별 브랜드의 계약조건 변경을 요구할 경우 어떤 법률과 절차를 적용할지 명확하지 않다.

한 단체와 합의한 거래조건을 다른 가맹점에도 적용할 경우에는 가맹점 간 차별이나 계약 변경 문제가 발생할 수 있고, 일부 가맹점에만 적용하면 브랜드 운영의 통일성이 훼손될 가능성이 있다.

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 제도의 취지에는 공감하면서도 이미 가맹사업법에 별도의 단체 협의제도가 마련된 만큼 가맹관계에 대해서는 가맹사업법을 우선 적용해야 한다는 입장이다.

협회 관계자는 “가맹사업법은 가맹본부가 단체의 협의에 응하지 않을 경우 시정명령 등 행정처분을 내릴 수 있도록 하는 것이고, 논의 중인 소상공인 단체협상권은 형사 처벌 대상인 담합으로 보지 않겠다는 것이 핵심”이라면서 “두 안의 목적이 비슷한데도 체계와 실현방법이 달라 자칫 별도의 규제로서 이중적용될까 업계에서 크게 우려 중이며, 가맹사업법의 안착이 우선시되도록 적극 건의하겠다”고 말했다. **KFN**

카페업계 등 탈플라스틱 실천에 참여

커피·패스트푸드·제과점 23개 업계 등과 협약 체결…전국 2만2천여개 매장 동참

WRITE | 이호 국장



기후에너지환경부는 매장 내 일회용품 사용을 줄이고, 다회용컵 사용을 확산하기 위해 커피·패스트푸드·제과점 업계와 ‘탈플라스틱 실천문화 확산 협약식’을 서울새활용플라자(서울 성동구 소재)에서 7월 13일 개최했다.

이번 협약은 중동전쟁발 공급망 위기에 대응하여 지난 4월 28일 국무회의에 보고된 ‘탈플라스틱 순환경제 추진계획’에 따라, 탈플라스틱 사회 전환에 앞장서고, 실천 문화 확산을 약속하는 카페업계 등을 중심으로 마련됐다.

이날 협약식에는 김성환 기후에너지환경부 장관, 23개 업계 대표, 개인매장을 대표하는 전국카페사장협동조합, 자원순환사회혁신센터 등이 참석한다.협약에 참여하는 매장 기준으로는 23개 업체와 150여곳의 개인 매장을 포함하여 전국적으로 2만2천여 곳에 이른다. 참가한 23개 업체는 커피전문점으로는 달콤, 더벤티, 던킨, 배스킨라빈스, 스타벅스, 이디야, 엔제리너스, 하삼동커피, 할리스, 크리스피크림도넛, 탐앤탐스, 투썸플레이스, 텐퍼센트커피,파스쿠찌, 폴바셋, 맥다방 등 16개다. 또 패스트푸드점은 롯데리아, 맥도날드, 버거킹, 케이에프씨, 파파이스 등 5개, 제과점은 파리바게뜨, 뚜레쥬르 2개 브랜드다.

협약에 참여하는 매장은 △매장내 다회용컵 사용, △개인컵(텀블러) 사용 고객에게 가격 할인, △탄소중립포인트 제도

참여 노력 등을 통해 플라스틱을 줄여나간다. 이에 따라, 고객 개인컵(텀블러)을 가져오면 가격할인 및 탄소중립포인트(300원)를 통해 매장에 따라 최대 800원까지 혜택을 누릴 수 있게 된다.

또한 플라스틱과 금속을 서로 분리되기 어렵도록 결합해 재활용체계를 교란하는 용기(PET캔 등)는 사용하지 않도록 하여 재활용이 용이한 재질·구조로의 전환을 유도하고, 일회용 컵을 컵홀더로 사용하여 이중으로 겹쳐진 컵에 음료를 제공하지 않도록 함으로써 자원절약을 실천한다.

이번 협약에 참여하는 매장에서는 빨대 등이 필요할 경우 무인주문기(키오스크) 또는 점원에게 별도 주문하는 경우에만 제공하기로 했다. 이는 고객들이 탈플라스틱 생활 실천에 동참할 수 있는 기회를 보장한다는 취지다. 참여 매장에는 탈플라스틱 실천 노력에 동참하는 매장인지 쉽게 알 수 있도록 ‘개인컵 할인매장 표지’를 부여한다.

참여를 희망하는 매장은 협약 이후에도 동참할 수 있도록 열린 체계로 운영될 예정이다. 참여방법은 전국카페사장협동조합 네이버 카페(cafe.naver.com/coffeeowner)에 가입하여 신청하면 된다. 이번 협약은 매장별 탈플라스틱 세부 실천 전략을 수립하여 9월부터 본격 시행하게 된다. **KFN**

식품의약품안전처

‘음식점에서 제과점으로’ 업종 전환 절차 간소화

식품위생법 시행령·시행규칙 개정안 입법예고...영문 영업등록증 발급 근거도 마련



식품의약품안전처

식품의약품안전처가 음식점 영업자의 상호 업종 전환 절차를 간소화하는 제도 개선에 나선다. 같은 장소에서 휴게음식점을 일반음식점으로 업종을 변경하거나, 그 반대의 경우에도 폐업한 후 다시 영업신고해야 하는 과정 없이 변경신고만으로 가능해진다.

식약처는 7월 10일 이같은 내용을 담은 식품위생법 시행령과 식품위생법 시행규칙 일부개정령안을 입법예고했다. 현행 휴게음식점 영업자가 같은 장소에서 일반음식점으로 업종을 변경하려는 경우 기존 영업을 폐업한 후 다시 영업신고를 해야 하는 불편이 있었다.

개정안은 이를 해소하기 위해 일반음식점·휴게음식점 및 제과점 영업자 간의 상호 업종 전환 시 변경 신고만으로도 업종의 전환이 가능하도록 절차를 개선했다. 식약처는 인허가 절차를 간소화해 영업자의 불편을 줄이고 수수료 부담도 완화할 것으로 기대하고 있다.

식약처는 또 영문 영업등록증 등 인허가 서류 발급 근거도 마련했다. 현행에 따르면 영업자가 해외에 제품을 수출할 때 영업등록 사항에 대한 영문 증명이 필요한 경우 발급 근거가 없다. 이로 인해 영업자가 개별적으로 공증 등을 통해 영문 번역본을 제공해야 하는 애로사항이 있었다.

식약처는 개정안에서 이를 해소하기 위해 영업등록증 등 인허가 서류의 영문 발급 근거를 마련해 국내 식품의 수출을 지원하고 외국인에 게도 정확한 정보를 제공할 수 있도록 개선한다고 밝혔다.

자가품질검사 대상 및 주기도 합리적으로 개선한다. 자가품질검사 부적합률이 낮고 제품 특성상 미생물 오염 우려가 적은 식품은 자가품질검사 주기를 완화했다. 또한 동일 품목이라도 밀봉 여부나 냉동 여부에 따라 검사항목이 다른 경우에는 검사항목이 더 많은 품목을 기준으로 검사할 수 있도록 자가품질검사 대상과 주기를 합리적으로 개선했다.

식약처 관계자는 “앞으로도 국민이 안심할 수 있는 식품안전관리 체계를 지속적으로 정비하는 한편, 영업자의 불편을 해소하기 위한 제도개선을 추진해 나갈 계획”이라고 밝혔다.

WRITE | 김은영 기자

보건복지부

협화·복지부, ‘배리어프리 키오스크’ 가이드라인 배포

설치 부담 완화됐지만 음성안내·보조기가 호출벨 중 현장에 맞는 조치 갖춰야



보건복지부

보건복지부가 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)와 장애인의 무인정보단말기 이용 편의를 보장하기 위한 ‘배리어프리 키오스크’ 가이드라인을 업계에 가맹점에 배포한다.

배리어프리 키오스크는 장애인이 비장애인과 동등하게 키오스크에 접근하고 이용할 수 있도록 정당한 편의를 제공하는 기기다. 당초 2026년 1월 28일부터 설치 의무가 확대될 예정이었다.

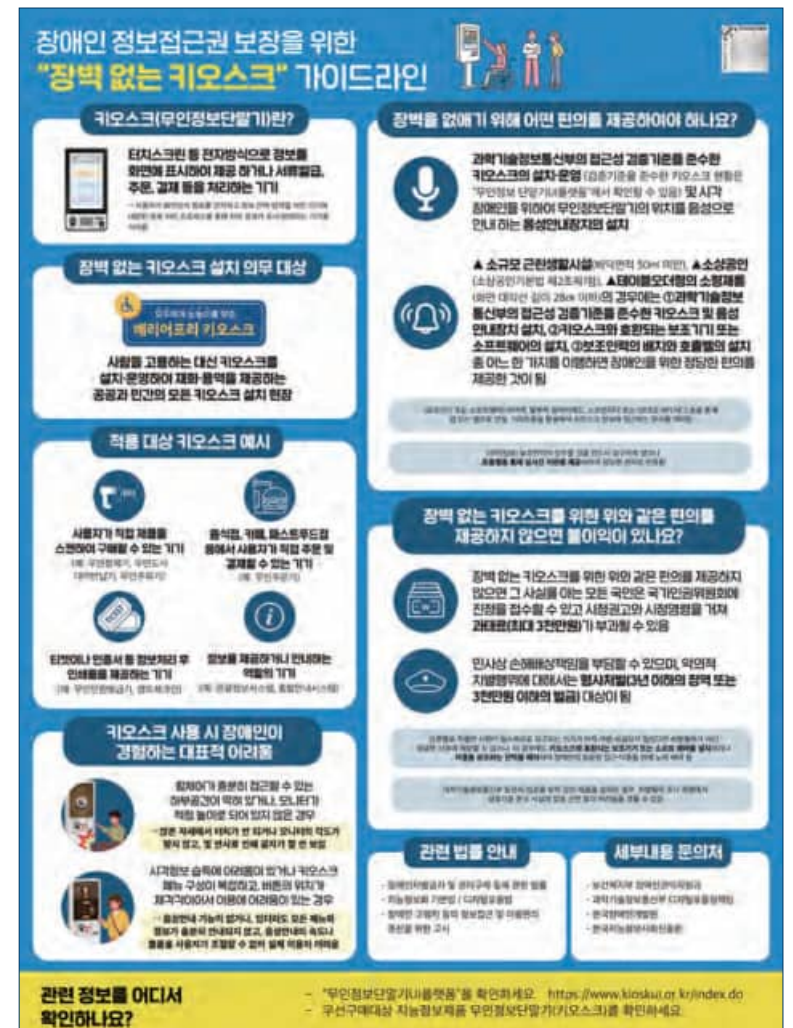
그러나 소상공인 부담이 크게 늘어날 것으로 우려돼 정부가 시행령을 개정, ‘소상공인기본법’상 소상공인 등에 대체 편의 제공을 허용했다.

다만 이들 영업장이 배리어프리 관련 의무에서 완전히 제외된 것은 아니다. 가이드라인에 따르면 해당 영업장은 세 가지 방법 가운데 최소 한 가지를 이행해야 장애인을 위한 정당한 편의를 제공할 것으로 인정받을 수 있다.

첫 번째는 과학기술정보통신부의 접근성 검증기준을 준수한 키오스크를 설치·운영하고, 시각장애인 기기의 위치를 찾을 수 있도록 음성안내 장치를 함께 설치하는 방법이다.

두 번째는 기존 키오스크와 호환되는 보조기기 또는 소프트웨어를 설치하는 방법이다.

세 번째는 장애인을 도울 수 있는 보조인력을 배



치하고 호출벨을 설치하는 방법이다.

협회는 가이드라인을 회원사와 가맹점에 적극적으로 안내하고, 가맹본부가 브랜드별 키오스크 운영 현황과 대체 편의 제공 여부를 점검하도록 독려할 계획이다.

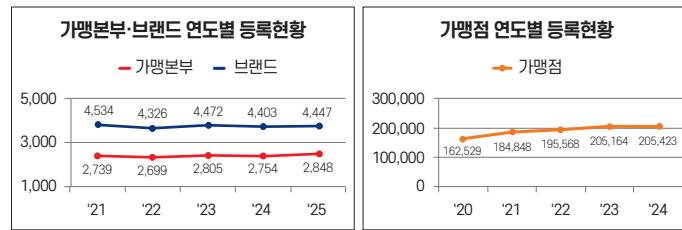
가이드라인은 협회 홈페이지 (<https://www.ikfa.or.kr>) 정책/사업 게시판에서 확인할 수 있다.

WRITE | 박서진 기자

서울시

가맹점 수 늘고 매출도 상승... '2025 가맹사업 등록현황' 발표

가맹점주 위한 각종 가이드라인 마련... 분쟁조정협의회, 민생경제안심센터 운영 중



【업종별 정보공개서 현황】 (단위: 개, %)

구분	가맹본부			가맹본부			가맹점			
	24년	25년	증감률	24년	25년	증감률	23년	24년	증감률	
합계	2,813	2,898	3.0	4,403	4,447	1.0	205,164	205,423	0.1	
외식업	개수 (비율)	1,994 (70.9)	2,051 (70.8)	2.9	3,349 (76.1)	3,368 (75.7)	0.6	86,931 (42.4)	86,094 (41.9)	△1.0
서비스	개수 (비율)	653 (23.2)	679 (23.4)	4.0	864 (19.6)	885 (19.9)	2.4	57,291 (19.6)	57,732 (19.9)	0.8
도소매	개수 (비율)	166 (5.9)	168 (5.8)	1.2	190 (4.3)	194 (4.4)	2.1	60,942 (29.7)	61,597 (30.0)	1.1

지난해 말 기준, 서울시에 등록된 프랜차이즈(가맹사업) 본부 및 브랜드(영업표지), 가맹점 수가 전년 대비 모두 늘어난 것으로 나타났다. 특히 가맹점 연평균 매출은 전년 대비 6.0% 상승하면서 서울 가맹시장이 안정적인 성장세를 이어가고 있는 것으로 분석됐다.

서울시는 서울 소재 가맹본부의 가맹사업 정보공개서를 바탕으로 분석한 '2025년 서울시 가맹사업 등록현황'을 6월 22일 발표했다. 이번 분석은 업종별 가맹본부, 가맹점 수를 비롯해 연평균매출액, 창업비용, 개점·폐점률까지 예비 창업자와 가맹점주에게 필요한 정보를 종합적으로 담고 있다.

먼저 지난해 서울시에 등록된 가맹본부는 2,848개('24년 2,754개), 브랜드는 4,447개('24년 4,403개), 가맹점 수는 '24년 말 기준 20만5,423개('23년 20만5,164개)로 모두 전년 대비 증가(각각 3.4%↑, 1.0%↑, 0.1%↑)했고, 특히 가맹점 수는 '20년 이후 지속 증가하고 있다.

또한 '25년에 '등록취소된 브랜드 518개 가운데 510개(98.5%)는 가맹점이 없는 미운영 브랜드로 확인됐다. 이는 시가 매년 실제 가맹사업을 하지 않는 브랜드에 자진 취소를 유도하고, 정기 변경등록 미이행 시 직권 취소하는 등 가맹사업의 내실을 강화한 결과로 보인다.

업종별로 살펴보면, '외식 업종'이 서울시에 등록된 가맹본부의 70.8%, 브랜드의 75.7%, 가맹점 수의 41.9%를 차지해 전년 대비 서울시 전체 업종에서 차지하는 비중은 소폭 감소했으나, 가장 큰 비중으로 전년에 이어 계속 가맹사업 시장을 주도하고 있다.

다만 세부 업종별로는 차별화된 흐름이 나타났다. '외식 업종'의 브랜드 수는 3,368개로 전년 대비 0.6% 증가했지만, 가맹점 수는 8만6,094개로 1.0% 감소했다. 한식·차킨·제과제빵·피자 업종의 가맹점 수는 감소한 반면, 저가형 커피 전문점 성장세에 힘입어 '커피 업종' 가맹점 수는 전년 대비 4.0% 증가했다.

'서비스 업종' 브랜드 수는 885개로 전년 대비 2.4% 증가했으며, 가맹점 수는 5만7,732개로 전년 대비 0.8% 증가했다. '도소매 업종' 브랜드 수는 194개로 전년 대비 2.1% 증가, 가맹점 수는 61,597개로 전년 대비 1.1% 증가한 것으로 파악됐다.

가맹점의 연평균 매출이 3억원 이상인 브랜드 수는 891개로 전년 대비 52개 증가했다. 이 중 '외식 업종'이 전체의 78.2%(697개)를 차지했으며 '서비스 업종'이 17.0%(151개), '도소매 업종' 4.8%(43개) 순으로 뒤를 이었다.

WRITE | 김민호 기자

방송미디어통신위원회

인공지능(AI) 생성물 표시제 도입된다

시행 인공지능기본법에 위반시 3000만원 과태료...내년부터 적용



방송미디어통신위원회

인공지능으로 만든 가상인물을 활용한 광고에는 반드시 가상인물임을 표기해야 한다. 방송미디어통신위원회(방미통위)가 인공지능(AI) 생성물 표시제 도입 등을 통해 국민 모두가 안전하고 신뢰성 높은 콘텐츠에 접근할 수 있는 사회를 구현하겠다고 밝혔다.

방미통위는 7월 16일 청와대 영빈관에서 열린 업무보고에서 '미디어 기본 사회를 비롯한 하반기 핵심 추진 과제와 정책 비전'을 발표했다. 김종철 방미통위 위원장은 미디어 기본사회에 대해 "국민 누구나 미디어에 접근하고 참여하며 안전하고 신뢰할 수 있는 미디어를 자유롭게 선택할 권리가 실질적으로 보장되는 사회"라고 설명했다.

신뢰성 높은 미디어 생태계를 구축하기 위해 방미통위는 AI 생성물에 표시 의무를 부과하도록 정보통신망법 개정을 추진할 예정이다. 개정안에는 추천 알고리즘 투명성 제고 및 이용자 선택권 보장 관련 내용도 담을 계획이다. △추천 알고리즘 주요 변경사항 등 약관 명시 △투명성 보고 의무 부과 △서비스 추천 여부 및 추천 방식에 대한 이용자 선택권 보장 등이다.



이는 AI 기술 발전으로 실제 영상과 AI 생성물을 구분하기 어려워진 만큼 이용자가 속지 않도록 제도를 손질하겠다는 취지다.

지난 1월 시행된 인공지능기본법은 AI 사업자에게 AI 생성물 표시 의무를 부과하고 있다. 실제 사람이나 실제 장면을 시로 변형한 딥페이크는 이용자가 쉽게 알아볼 수 있도록 워터마크 등으로 표시해야 한다. 위반 시 최대 3000만원의 과태료를 부과하는 제재 규정은 1년간 유예된 상태다.

문제는 AI 모델을 개발하거나 서비스를 제공하는 사업자만 규제 대상으로 삼고 있다는 점이다. 유튜브 등 일반 이용자가 AI 생성물을 올려도 표시 의무가 없고, 제작자가 불인 표시를 삭제해 다시 유통하는 경우도 규제하기 어렵다.

이에 방미통위는 AI 생성물을 게시하는 이용자에게도 표시 의무를 부과하고, 플랫폼에는 AI 생성물 표시를 관리하도록 하는 내용의 정보통신망법 개정을 내년 상반기까지 마무리하기로 했다. 생성물 표시를 삭제해 유통하는 유포자를 규제하는 법안도 국회에 발의돼 있다.

이에 앞서 공정거래위원회는 생성형 인공지능(AI) 등 신기술로 만든 가상인물을 활용하여 광고할 경우 '가상 인물'이라는 표시를 의무화하고, 이에 대한 표시 방법을 규정하는 내용의 '추천·보조 등에 관한 표시·광고 심사지침' 개정안을 마련해 행정예고하기도 했다.

WRITE | 박서진 기자

“산업이 발전해야 기업이 성장하고, 기업이 성장해야 국민경제가 산다”



한국외식산업협회 공동회장
조동민 회장

2025년 말 등록된 정보공개서 기준 프랜차이즈 가맹본부는 9960개다. 전체 브랜드 수는 1만3725개, 가맹점 수는 37만9739개다. 이 중 외식업종은 브랜드 수 1만886개로 전체의 79.3%를 차지하고 있다. 가맹점 비중도 18만3714개로 전체의 48.4%다. 프랜차이즈에서 외식업 비중이 상대적으로 높다. 이런 가운데 30여년간 식품제조와 외식 프랜차이즈 현장을 지켜온 조동민 회장이 지난 4월 한국외식산업협회 공동회장으로 취임했다.

한국프랜차이즈산업협회 회장을 역임하기도 한 그가 이제 프랜차이즈를 넘어 외식산업 전체의 경쟁력이라는 더 큰 판을 마주하고 있다. 고물가와 고금리에 소비 위축이라는 자영업 시장이 어려움을 직면한 상황에서 위기와 기회가 교차하는 한국 외식산업의 현재와 미래를 그에게 물었다. **INTERVIEW** | 이진창 발행인 **WRITE** | 이호 국장

Q. 지난 4월 공동회장으로 취임하신 것을 축하드립니다. 먼저 한국외식산업협회는 어떤 단체인지 소개를 부탁드립니다.

A. 한국외식산업협회는 국내 외식산업의 경쟁력을 강화하고 회원사의 권익을 보호하기 위해 설립된, 외식산업을 대표하는 경제단체이고 관리회원은 약 40만 외식 자영업 권익 단체이자, 외식자영업자 위생교육기관입니다. 외식기업과 프랜차이즈는 물론이고 식자재·유통기업, 식품제조업체, 외식 서비스 기업까지 산업 전반을 아우릅니다. 하는 일도 폭이 넓습니다.

정책 제언과 교육, 인력 양성, 해외진출 지원, 식품안전, ESG 경영 확산에 이르기까지 다양한 사업을 추진하고 있습니다. 오늘날 외식산업은 단순히 음식을 파는 데 그치지 않습니다. 제조와 유통, 물류, 플랫폼, IT, 관광, 문화산업까지 연결되는 국가 핵심 서비스산업으로 성장하고 있습니다. 협회는 이런 변화 속에서 산업의 발전과 회원사의 지속 가능한 성장을 뒷받침하는 플랫폼 역할을 합니다. 무엇보다 정부·국회·관계기관과의 정책 협의를 통해 현장의 목소리를 전달하고 제도 개선을 이끌어내는 것이 협회의 중요한 소임이라고 봅니다.

Q. 공동회장에 취임하시게 된 배경과, 올해 중점적으로 추진하실 사업이 궁금합니다.

A. 저는 30년 넘게 외식과 식품제조, 프랜차이즈 산업에 몸담아 왔습니다. 1997년 제너시스 비비큐 윤흥근 창립회장을 도와 한국프랜차이즈 협회 창립멤버로 참여했고, 제5대 한국프랜차이즈산업협회 회장을 지내며 산업 발전을 위한 여러 정책 활동을 경험했습니다. 이제는 프랜차이즈와 외식산업이 공동의 목표달성인 사업환경 개선을 위해 힘을 모아야 한다는 한국외식산업협회 상임회장이신 윤흥근 회장의 요청과 외식산업 전체의 경쟁력을 끌어올리는 일이 더 중요하다고 판단해 이 자리를 맡게 되었습니다.

지금 외식산업은 경기 침체, 인건비와 원재료 가격 상승, 배달플랫폼 수수료, 인력난, 소비 패턴 변화가 한꺼번에 겹친 복합 위기에 놓여 있습니다. 이런 문제는 어느 한 기업이나 한 단체가 풀 수 있는 것이 아닙니다. 그래서 올해는 취임과 함께 여덟 가



지를 중점 과제로 삼았습니다. 외식산업 정책 연구기능 강화, 정부·국회와의 정책 협력 확대, 프랜차이즈 산업과의 공동 대응체



2014년 10월6일, 한국프랜차이즈산업협회 최고위과정 제1기 입학식. 업계 대표 경영진이 모여 첫 기수 출범을 알렸다.

계 구축, 회원사 경쟁력 강화 교육, AI와 디지털 전환 지원, 해외진출 지원사업 확대, 식품안전·ESG 경영 확산, 그리고 청년창업과 외식 전문인력 육성입니다. 궁극적으로는 협회를 단순한 친목단체가 아니라 대한민국 외식산업의 싱크탱크로 만드는 것이 제 목표입니다.

Q. 한국 프랜차이즈산업협회 회장을 역임하셨습니다. 한국 외식산업 협회와 프랜차이즈산업협회는 어떻게 다른니까.

A. 한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 산업을 중심으로 활동하는 경제단체입니다. 반면 한국외식산업협회는 프랜차이즈뿐만 아니라 일반 외식업, 식품제조, 유통, 식자재, 급식, 플랫폼까지 외식산업 전체를 포괄하는 소상공인 외식관련 조직입니다. 쉽게 말해 프랜차이즈는 외식산업을 이루는 중요한 한 축입니다. 국내 프랜차이즈 브랜드의 약 70% 이상이 외식업종인 만큼, 두 산업은 사실상 운명공동체라고 봅니다. 다만 규제와 정책에서는 접근 방식이 다른 부분이 있고 상호 협력과 보완의 지점도 있고, 각각의 전문성이 필요한 영역도 분명히 존재합니다.

Q. 그렇다면 두 협회의 관계는 앞으로 어떻게 발전해야 한다고 보십니까.

A. 경쟁이 아니라 협력이 답이라고 생각합니다. 지금 프랜차이즈 산업은 공정거래 규제, 이른바 갑질 규제, 정보공개서, 필수품목 논란, 과도한 플랫폼 수수료로 인한 수익율 악화, 물가인상 주범 인식, 광고비 규제 등 촘촘한 규제 환경 속에서 어려움을 겪고 있습니다. 외식산업은 인력난과 플랫폼 문제, 소비 위축, 식품안전, 경쟁력 강화 같은 더 넓은 산업정책 과제를 안고 있고요. 결국 두 산업이 마주한 문제는 상당 부분 맞닿아 있습니다.

그래서 정책 공동연구, 공동 정책건의, 공동 통계 구축, 공동 교육, 해외진출 협력을 통해 산업 전체의 경쟁력을 함께 키워야 합니다.

저는 프랜차이즈 본부들이 규제 중심의 환경에서 벗어나 산업 경쟁력 중심의 정책을 마련할 수 있도록, 외식산업협회가 그 지원과 협력의 플랫폼이 되도록 하겠습니다. 궁극적으로는 외식산업과 프랜차이즈산업이 하나의 산업 생태계로 성장하도록 양 협회가 긴밀히 손잡아야 한다고 봅니다.

Q. 그동안 걸어오신 사업과 성과를 소개해 주십시오.

A. 저는 식품제조와 외식 프랜차이즈 유통분야에서 30년 넘게 사업을 이어오고 있습니다. 육가공등 식품가공의 '자연애벳'과 프랜차이즈 사업인 '바비큐보스'를 중심으로 여러 브랜드를 운영하면서 제조와 유통, 외식 현장을 모두 경험했습니다. 협회와의 인연도 깊습니다. 1997년 한국프랜차이즈산업협회 창립 초기부터 참여해 산업 기반을 다지는 일에 함께 했고, 부회장과 수석부회장, 비상대책위원장, 협회장을 차례로 맡으며 협회의 발전과 산업의 위상 강화를 위해 뛰었습니다. 특히 프랜차이즈를 단순한 유통 방식이 아니라 대한민국의 어엿한 산업으로 인식시키기 위한 정책 활동과 제도 개선에 꾸준히 참여했습니다. 이제 사)한국외식산업협회 공동회장으로서, 제조·유통·외식·프랜차이즈를 하나로 잇는 산업 생태계를 만드는 것이 제게 주어진 역할이라고 생각합니다.

Q. 한국 외식업의 문제점과 개선 방안, 그리고 발전 가능성을 어떻게 진단하십니까.

A. 외식산업은 지금 매우 큰 전환기에 서 있습니다. 세 가지 변화가 동시에 밀려오고 있습니다. 첫째는 인구구조 변화입니다. 저출산과 고령화, 1~2인 가구 증가로 소비 형태가 빠르게 바뀌고 있습니다. 둘째는 디지털 전환입니다. AI와 키오스크, 스마트주방, 배달플랫폼, 데이터 기반 경영이 경쟁력을 가르는 시대가 됐습니다.

셋째는 글로벌 시장 확대입니다. K-푸드가 세계적으로 주목받으면서 외식 브랜드의 해외진출 기회도 크게 열리고 있습니다. 물론 풀어야 할 숙제도 많습니다. 과도한 플랫폼 의존, 인력 부족, 원재료 가격과 임대료 상승, 잦은 규제, 창업과 폐업의 악순환, 데이터와 산업정책의 미흡함이 그것입니다. 이를 해결하려면 정부와 업계가 함께 산업 경쟁력 중심의 정책을 추진해야 합니다. 저는 외식산업을 제조업 수준의 국가 전략산업으로 육성할 필요가 있다고 봅니다. AI 기반 경영지원, 스마트팩토리 확대, 공동물류 구축, 해외진출 지원, 전문인력 양성, 데이터 기반 정책 수립이 반드시 뒷받침되어야 합니다. 이런 토대가 갖춰진다면 한국 외식산업은 K-푸드와 함께 세계시장을 선도할 충분한 저력이 있다고 확신합니다.

Q. 현재 외식업 신규영업자 위생교육은 민간 교육기관 중심으로 운영되고 있습니다. 교육제도의 개선 방향에 대해 어떤 생각을 갖고 계십니까.

A. 외식산업은 국민의 건강과 직결되는 산업입니다. 그만큼 영업자 위생교육이 중요합니다. 그런데 정작 외식산업을 대표하는 법정단체인 한국외식산업협회가 식약처의 최근 고시로 인해 신규영업자 위생교육 기관에서 배제되고 말았습니다. 게다가 재교육마저 온라인 방식으로만 이뤄지고 있어, 현장 중심의 실질적인 교육이 이뤄지기 어려운 실정입니다. 저는 이번 행정고시가 공정하지 못하다고 봅니다. 외식 현장의 현실을 가장 잘 아는 협회를 교육에서 배제한 것은 산업 발전에도, 국민 건강에도 도움이 되지 않습니다. 그래서 협회는 현재 이 문제를 바로잡기

위해 행정소송과 국회 민원 제기 등 가능한 방법을 통해 시정을 요구하고 있습니다. 교육의 내용도 달라져야 합니다. 단순히 법규를 전달하는 데 그칠 것이 아니라 식품안전, 노무, 세무, AI 활용, 디지털 마케팅, 배달플랫폼 대응, 원가관리, 프랜차이즈 운영, 글로벌 트렌드처럼 실제 영업에 도움이 되는 실무 중심으로 바뀌어야 합니다. 앞으로 정부와 협의해 관련 고시와 제도를 개선하고, 협회가 교육의 중심기관 역할을 되찾을 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 이것이 외식업 경쟁력을 높이는 길이기도 합니다.





조동민 공동회장

Q. 협회 조직의 활성화와 전국 조직 확대를 위한 구상이 있으시다면 말씀해 주십시오.

A. 협회의 경쟁력은 결국 회원과 조직에서 나옵니다. 앞으로는 중앙 중심의 협회가 아니라 전국이 함께 움직이는 협회로 바뀌어야 합니다. 먼저 사무국의 정책 기능을 강화하겠습니다. 정책기획, 교육, 회원지원, 홍보, 해외사업 같은 전문 조직을 키우고, 젊고 유능한 인재를 적극 영입하겠습니다. 또 전국 시·도 지회와 지역 조직을 활성화해 회원이 언제든지 협회의 도움을 받을 수 있는 시스템을 갖추겠습니다. 회원 확대도 단순히 숫자를 늘리는 것이 아닙니다. 일반 외식업과 프랜차이즈 본부, 식품제조업, 식자재 유통, 플랫폼, IT, AI, 물류기업까지 외식산업 전 분야가 함께 참여하는 산업 플랫폼으로 발전시키는 것이 목표입니다. 그렇게 대한민국 외식산업을 대표하는 최고의 경제단체로 키워내겠습니다.

Q. K-푸드가 세계적인 관심을 받고 있습니다. 한국 외식산업의 글로벌 진출과 협회의 역할을 어떻게 구상하고 계십니까.

A. 지금이 대한민국 외식산업이 세계로 도약할 수 있는 가장 좋은 시기라고 봅니다. K-팝과 K-드라마, K-콘텐츠로 한국 문화에 대한 관심이 높아지면서 K-푸드 수요도 자연스럽게 크게 늘고 있습니다. 그러나 아직 많은 외식기업이 해외시장 정보 부족, 현지 법률과 물류, 투자와 인력, 파트너 발굴의 어려움 때문에 진출을 망설이고 있습니다. 한국외식산업협회는 이 문제를 해결하는 해외 진출 플랫폼이 되어야 합니다. 국가별 시장조사와 진출 전략 수립, 해외 투자자와 마스터프랜차이즈 발굴과 지속적인 IR, 국제 박람회 참가, 현지 설명회 개최, 해외 정부기관·경제단체와의 협력을 통해 우리 기업들의 진출을 적극 돕겠습니다.

저는 외식산업도 자동차나 반도체처럼 국가를 대표하는 수출산업이 될 수 있다고 확신합니다. 이를 위해 정부에 이른바 'K-Food Global 30 프로젝트'를 제안하고자 합니다. 국내 중소기업 외식업체를 상대로 30개의 글로벌 외식 브랜드를 집중 육성하고, 국내 우수 기업의 해외 프랜차이즈 진출과 식품 수출을 연계하는 국가 차원의 지원체계를 만들자는 구상으로, 앞으로 정부와 협의해 추진해 나가야 할 과제입니다. 궁극적으로는 협회를 대한민국 외식산업의 컨트롤타워이자 세계 진출의 허브로 키워, 외식산업이 나라의 미래 성장동력이 되도록 하겠습니다.

Q. 끝으로 회장님의 인생 철학과 경영 이념을 말씀해 주십시오.

A. 저는 늘 "산업이 발전해야 기업이 성장하고, 기업이 성장해야 국민경제가 성장한다"는 신념으로 살아왔습니다. 한 기업의 성공보다 산업 전체의 경쟁력을 높이는 일이 더 큰 가치라고 믿습니다. 기업인은 단순히 이익을 내는 사람이 아니라 일자리를 만들고, 지역경제를 살리며, 국가의 미래 산업을 키우는 사람이어야 합니다.

제 경영 철학은 '현장에서 답을 찾고, 변화에 도전하며, 함께 성장하는 것'입니다. 외식산업은 끊임없이 변합니다. 변화를 두려워하는 기업은 도태되고, 변화를 준비하는 기업은 새로운 시장을 만들어 갑니다. 앞으로도 공동회장으로서 사)한국외식산업협회와 한국프랜차이즈산업이 협력하고 상생하는 산업 생태계를 만드는 데 최선을 다하겠습니다. 외식업은 단순히 음식을 파는 산업이 아니라 사람과 문화를 잇고 국가 브랜드를 만드는 산업입니다. 그 자부심을 바탕으로 대한민국 외식산업의 새로운 미래를 여는 데 제 모든 역량을 쏟겠습니다. **KFN**

예비창업자를 위한 No.1 창업플랫폼

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

창업도

changupdo.com



프랜차이즈브랜드 누적 조회수 2,200만건
주간평균 조회수 10만건 돌파!

대표전화 : 02.556.7889

N 창업도



Franchise WORLD
한국프랜차이즈산업신문

지식재산권 사업 활용 위한 One-Stop IP 서비스 제공



아이디어창 국제특허법률사무소

프랜차이즈 산업은 기술과 브랜드, 디자인, 콘텐츠 등 다양한 지식재산권이 결합되어 기업의 경쟁력을 만드는 산업이다. 이로 인해 과거에는 상표권 확보에 중점을 두는 경우가 많았다면, 최근에는 기술과 브랜드, 디자인, 콘텐츠, 플랫폼 비즈니스까지 함께 보호하는 종합적인 IP 전략이 더욱 중요해지고 있다. 특히 해외 진출이 활발해지면서 국내 권리 확보는 물론 해외 지식재산권까지 함께 관리하는 것이 분쟁을 사전 예방하고, 기업의 지속적인 성장을 위한 핵심 경쟁력이 되고 있다. 프랜차이즈업계에서 종합적인 특허경영전략을 제안하고 있는 곳이 아이디어창 국제특허법률사무소다. **WRITE** | 이호 국장



아이디어창 국제특허법률사무소는 2016년 설립된 기업 맞춤형 특허 경영 전문 특허사무소다. 현재 1000개에 가까운 고객 기업을 보유하고 있으며, 특허, 상표, 디자인, 저작권 등 지식재산권의 출원 및 등록을 통한 국내의 선제적 권리 확보뿐만 아니라, 분쟁 대응, 기술사업화, 특허경영 컨설팅까지 원스톱 서비스를 제공하고 있다.

즉, 기본적인 권리 확보를 넘어 기업의 기술과 브랜드가 사업 경쟁력으로 이어질 수 있도록 지식재산 전략을 함께 설계하는 'Total IP Solution Provider'를 지향하고 있다. 특히 프랜차이즈 사업자, 스타트업 및 중소기업의 기술 및 브랜드 권리 구축, 정부지원사업 연계컨설팅, 해외 권리 확보 등 기업 성장 단계에 맞춘 맞춤형 서비스를 제공하고 있으며, 최근 한류 트렌드에 맞추어 미국·유럽·중국·일본 등 해외 특허출원과 PCT 국제특허출원, 마드리드 국제상표출원 등 글로벌 IP 서비스도 활발히 수행하고 있다.

프랜차이즈, 지식재산권도 핵심 경쟁력

프랜차이즈 산업에서 지식재산권은 발명 아이디어 및 브랜드 뿐만 아니라 기술, 디자인, 콘텐츠, 유통플랫폼, 노하우 등 사업 경쟁력을 구성하는 거의 모든 무형자산을 포함한다. 예를 들어, 조리기술이나 제조공정, 시스템 등에 대해서는 특허권, 브랜드명과 로고는 상표권, 제품이나 패키지의 외관은 디자인권, 홍보 콘텐츠와 교육자료는 저작권, 레시피나 운영 매뉴얼과 같은 핵심 정보는 영업비밀로 보호할 수 있다. 이처럼 다양한 지식재산권이 서로 유기적으로 연결되어 프랜차이즈 기업의 경쟁력을 뒷받침하는 중요한 자산이다

과거에는 상표권 확보에 중점을 두는 경우가 많았다면, 최근에는 기술과 브랜드, 디자인, 콘텐츠, 플랫폼 비즈니스까지 함께 보호하는 종합적인 IP 전략이 더욱 중요해지고 있다. 특히 해외 진출이 활발해지면서 국내 권리 확보는 물론 해외 지식재산권까지 함께 관리하는 것이 분쟁을 사전 예방하고, 기업의 지속적인 성장을 위한 핵심 경쟁력이다.

아이디어창 김창덕 대표변리사는 프랜차이즈협회 KFCEO과정 11기를 수료했다. 프랜차이즈 산업구조 및 시장상황을 충분히 파악해 협회 회원사를 포함한 프랜차이즈 업종의 기업들과 밀접하게 소통중이다. 아울러 다양한 업종의 브랜드 보호를 위한 상표출원부터, 식품 레시피 특허, 프랜차이즈와 관련된 각종 온라인 플랫폼 관련 비즈니스 모델(BM) 특허 등 지금까지 수백 건의 지식재산권에 관한 출원 및 분쟁 대리업무를 수행해 왔다.

또 신규 브랜드 론칭 시점에서부터의 특허 및 상표의 선제적 확보를 통한 시장에서의 법적권리보호외에, 창업 후 중견기업으로 성장과정에서 필요한 각종 정부지원사업, 정부인증취득, 특허금융 및 투자유치 등 지식재산권의 비즈니스 마케팅 활용을 위한 체계적인 맞춤형 컨설팅도 업무 중 하나다.

현재 아이디어창 국제특허법률사무소는 설립한지 10년째, 현재 총 10여명의 전문 인력이 특허, 상표, 디자인 및 지식재산관련 대리 및 컨설팅 업무를 수행하고 있다. 대표변리사인 김창덕 변리사는 23년차 경력이다. 한국3M 연구원 및 특허팀장출신으로, 대기업 및 특허법인의 경력을 가지고 있다. 현재 특허·상표·기술사업화·기술가치평가 등 다양한 분야에서 열정적으로 활동하고 있다.

프랜차이즈 산업은 기술과 브랜드, 디자인, 콘텐츠 등 다양한 지식재산권이 결합되어 기업의 경쟁력을 만드는 산업이다. 앞으로 아이디어창 국제특허법률사무소는 개별 권리 확보를 넘어 기업의 지식재산 포트폴리오를 종합적으로 구축하고 관리하는 지식재산전략 파트너로서의 역할을 수행하는게 계획이다. 더불어 글로벌 한류 열풍에 따른 국내 프랜차이즈 기업의 해외 진출이 확대되는 만큼 특허, 상표, 디자인 등 지식재산권의 글로벌 권리 확보를 적극 지원하고, 출원 이후에도 권리 관리와 분쟁 예방, 기술 및 브랜드의 사업화까지 연계하는 종합적인 지식재산 서비스를 제공해 프랜차이즈 고객기업의 성장 파트너로써 최선을 다한다는 방침이다. **이호**

“고객·점주·알바생 모두가 안심하는 일터”

친환경푸드테크의 선두주자, ‘한국에코시스템’이 제안하는 안심매장

대표영업사원
김상훈

상임고문
임영태

한국에코시스템

외식업계의 패러다임이 빠르게 변하고 있다. 단순히 맛있는 음식을 제공하는 것을 넘어, 매장을 찾는 고객, 현장을 지키는 점주, 그리고 함께 일하는 알바생(근무자) 모두가 안전하고 쾌적하게 머물 수 있는 ‘안심공간’을 구축하는 것이 프랜차이즈 브랜드의 핵심 경쟁력으로 부상했다. 이에 친환경 기기제작 및 판매전문기업 ‘한국에코시스템’은 이러한 시대적 요구에 맞춰 푸드테크와 친환경 기술을 결합한 4대 혁신솔루션을 제시하며 프랜차이즈업계의 뜨거운 주목을 받고 있다. **WRITE** | 이호 국장



초음파 튀김기 튀김대통령

주방 근무자의 건강과 맛을 동시에 잡다

외식업 기피요인 1위로 꼽히는 튀김주방. 자욱한 유증기와 뜨거운 열기, 그리고 끊임없이 발생하는 폐유 처리는 점주와 근무자 모두에게 큰 고통이다. 한국에코시스템의 ‘튀김대통령’은 초음파 기술을 도입해 주방의 풍경을 완전히 바꾸어 놓았다는 평가를 받고 있다.

먼저 독보적인 친환경 유증기 저감이다. 초음파진동을 통해 열전달 효율을 극대화해 유증기 발생을 획기적으로 줄였다. 호흡기질환 걱정없는 쾌적한 주방환경을 조성해 알바생의 근무 만족도를 극대화했다.

또 초음파 침투력으로 인해 저온에서도 속까지 빠르게 익혀 걸은 바삭하고 속은 촉촉한 독보적인 튀김 퀄리티를 완성했다. 김상훈 한국에코시스템 대표영업사원은 “초음파가 튀김 중표면의 수분이동과 생성에 영향을 주어 표면에 머무는 기름이 줄어 튀김 내부에 흡수되는 기름량을 감소시켜 표면의 색감도 수려하며 최고의 담백함을 느낄 수 있다”고 전했다. 튀김대통령은 또 고온의 일반 튀김기에 물이 들어갔을 때 사방으로 튀기는 것에 비해 강력한 캐비테이션 작용으로 순간적으로 절연증기막을 형성해 안정적으로 유지해 주어 화상의 위험도 방지해주고 있다.

보이지 않는 공기속 위험까지 완벽 차단

밀폐된 매장 안, 요리할 때 발생하는 미세먼지와 각종 바이러스는 고객과 직원 모두의 호흡기를 위협한다. 한국에코시스템이 선보이는 ‘네오아미코’는 단순한 공기청정을 넘어선 ‘생



비즈스타일러 네오아미코

존형’ 공기케어시스템이다. 강력한 살균 및 탈취를 통해 음식 냄새와 유해가스를 완벽하게 제거한다.

또 세계 최초 특허받은 저온제습 기능으로 여름철에도 실내 온도를 올리지 않고 쾌적한 제습이 가능하다. 이같은 냉방효과를 유지해 전기요금을 최대 70%까지 낮출 수 있다. 아울러 공기중에 떠다니는 유증기가 바닥에 흡착되는 것을 상단에서 원천 차단함으로써 외식업 매장의 고질적인 문제인 ‘바닥미끄러짐사고’도 예방시켜 준다. 이는 단순히 안전확보를 넘어, 향후 발생할 수 있는 매장 내 안전사고 관련 법률적 분쟁이나 배상 책임으로부터 가맹점주를 두렵게 보호하는 강력한 방어 기제가 된다.



스마트청소로봇 위시

구석구석 틈새없는 청결을 책임지다

매장 마감 후 지친 몸으로 바닥의 기름때와 찌든때를 밀대걸레로 닦아내는 일은 점주와 알바생 모두에게 가장 피로도가 높은 중노동이다. 하이브리드청소기 '위시'는 누구나 힘들이지 않고 완벽한 바닥청결을 유지할 수 있도록 돕는 혁신적인 청소솔루션이다. 복잡한 작동법 없이 가볍고 부드럽게 밀고 다니기만 하면 바닥청소가 끝난다. 알바생도, 점주도 힘들이지 않고 매장을 관리할 수 있어 청소 노동강도를 획기적으로 줄여준다.

위시는 또 아무리 지우기 힘든 얼룩이나 바닥의 고집스러운 찌든때도 강력하게 제거한다. 일반 먼지청소부터 시원한 물 청소까지 한번에 완벽히 해결한다. 김상훈 대표영업사원은 "기존의 힘들었던 바닥걸레질 시간을 대폭 단축해 점포 위생 관리를 한차원 업그레이드하고 마감 효율을 극대화했다"고 전했다.



이엔수 아연이온수기

필수 미네랄 아연으로 건강을 채우다

'이엔수'는 수돗물을 통과시켜 몸에 꼭 필요한 5대 미네랄인 아연 이온을 지속해서 생성하는 제품입니다. 면역체계, 성장, 상처 회복, 효소 활성화 등에 필수적인 아연 이온수를 언제든지 제한 없이 고품질로 사용할 수 있습니다. 설치 후 별도의 비용이 들지 않는 것이 장점이다.



안심주방인증제를 위한 MOU

ESG경영의 시작, 한국에코시스템

가맹점의 상생과 친환경(ESG)경영은 이제 선택이 아닌 필수다. 한국에코시스템이 제안하는 4대 솔루션은 단순히 기기를 파는 것을 넘어 '사람을 구하고 매장을 살리는' 가장 확실한 투자다. 이를 위해 한국에코시스템은 건강소비자연대와 대한인터넷신문협회가 추진하는 '안심주방 인증제'를 위한 MOU 행사에 동참하며, 대한민국 외식업계의 위생 및 안전표준을 한단계 끌어 올리는데 앞장서고 있다.

올여름, 한국에코시스템의 혁신기기들과 함께 고객은 다시 찾고 싶고, 알바생은 일하고 싶으며, 점주는 안심하고 운영할 수 있는 '안심매장'의 기준을 세워보는 것은 어떨까.

문의: 한국에코시스템대표영업사원김상훈(02-501-2858)

KFN

한국에코시스템, 친환경 푸드테크 시대를 열다



초음파 튀김기 튀김대통령

초음파 기술로 더 바삭하고 맛있는 튀김을 만들어주는 혁신적인 조리기구

친환경 식문화 선도



스마트 청소로봇 위시

물걸레 청소와 진공 청소 동시에, 청소하는 시간이 즐거워지는 마법

공간 위생 혁신



비즈스타일러 네오아미코

공기 청정과 살균, 그리고 세계 최고의 저온제습 기능. 당신의 매장이 밝아집니다.

쾌적한 환경 조성



이엔수 아연이온수기

수돗물이 아연이온수기를 통과하면서 5대 필수 미네랄인 아연을 발생시켜 지속적으로 공급되는 장치

건강한 물, 건강한 식생활

● 자담치킨 '2026 대한민국 100대 프랜차이즈' 4년 연속 선정

치킨 프랜차이즈 자담치킨(회장 나명석)이 '2026 대한민국 100대 프랜차이즈'에 4년 연속 선정되며 브랜드 경쟁력과 가맹사업 운영 성과를 인정받았다. 자담치킨은 2023년 처음 선정된 이후 올해까지 4년 연속 이름을 올리며 꾸준한 브랜드 경쟁력을 이어가고 있다. 특히 2024년에는 차별화된 식재료 운영과 푸드테크 도입, 지속적인 메뉴 개발 성과를 인정받아 혁신 부문 특별상을 수상하기도 했다.

2011년 론칭한 자담치킨은 '프리미엄 웰빙 치킨'을 브랜드 철학으로 내세우며 국내 최초 동물복지 인증 원료육을 도입하는 등 차별화된 식재료를 활용해왔다. 여기에 히말라야 핑크솔트 저염 염지, 21가지 곡물과 견과류를 활용한 파우더, 유해 논란 성분을 배제한 피클무 등을 적용하며 브랜드만의 경쟁력을 구축했다.



Brand Highlight

● 굽네치킨 대표 메뉴 'New 오리지널' 출시

지앤푸드가 운영하는 굽네치킨이 대표 메뉴 '오리지널'을 개선한 'New 오리지널'을 출시했다. 'New 오리지널'은 조각 크기를 키우고 수분 손실을 줄여 육즙과 촉촉한 식감을 강화했으며, 시그니처 시즈닝을 더해 풍미를 높인 것이 특징이다. 가장 눈에 띄는 변화는 두툼해진 조각이다. 기존보다 닭고기 조각을 더 풍성하게 구성해 한입 베어 물었을 때 고기 자체의 볼륨감이 살아나도록 했다. 제품은 전국 매장과 자사 주문앱, 주요 배달 플랫폼에서 판매한다.

굽네치킨은 제품 출시와 함께 생성형 AI를 활용한 광고와 숏폼 콘텐츠를 SNS·OTT 플랫폼에 공개하고, 서울 강남 테헤란로 일대 옥외광고도 진행한다. 오리지널은 굽네치킨이 2005년 브랜드 출범과 함께 선보인 대표 메뉴다. 이번 제품 개선을 통해 기존 메뉴의 정체성을 유지하면서 품질 경쟁력을 강화한다는 계획이다.



Brand Highlight

● 푸라닭 치킨 세 가지 맛 조합 '반.반.반 플래터' 출시

오븐-후라이드 치킨 브랜드 푸라닭 치킨이 고객 취향에 따라 메뉴를 조합할 수 있는 신메뉴 '반.반.반 플래터'를 출시했다. 신메뉴 '반.반.반 플래터'는 세 가지 맛을 한 번에 즐길 수 있는 1.5마리 구성으로, 푸라닭의 인기 메뉴를 자유롭게 조합 가능하며, 총 120가지의 다양한 메뉴 조합을 선택할 수 있다. 고추마요 치킨, 블랙알리오, 콘소메이징, 나폴리 투움바, 마요피노 등 푸라닭의 주요 메뉴 가운데 원하는 맛을 조합해 주문할 수 있다.

'반.반.반 플래터'는 7월 9일부터 전국 푸라닭 치킨 매장에서 만날 수 있으며, 제품에 대한 자세한 내용은 푸라닭 치킨 공식 홈페이지와 SNS 채널에서 확인 가능하다. 푸라닭 치킨 관계자는 "반.반.반 플래터는 고객이 취향에 맞는 메뉴를 자유롭게 조합할 수 있도록 기획한 메뉴"라며, "120가지 조합을 통해 나만의 메뉴를 완성하는 새로운 즐거움을 경험하시길 바란다"고 말했다.



● 쿠우쿠우 2026 여름 한정 보양식 메뉴 선보여

쿠우쿠우가 초복인 7월 15일부터 8월 15일까지 전국 매장에서 여름 한정 보양 메뉴 2종을 운영한다.

이번 신메뉴는 '숲의 기운을 담다 - 자연이 전하는 건강한 에너지'를 콘셉트로 기획됐다. 더위와 장마가 이어지는 여름철 고객들이 든든한 한 끼 식사를 통해 건강한 에너지를 충전할 수 있도록 계절에 어울리는 보양 메뉴로 구성했다는 설명이다.

쿠우쿠우 관계자는 "신메뉴 '표고버섯 삼계탕'은 진한 육수에 표고버섯의 풍미를 더해 담백한 맛과 감칠맛을 살린 것이 특징이다. 함께 선보이는 '묵은지 느타리 닭볶음탕'은 잘 익은 묵은지의 깊은 감칠맛과 쫄깃한 식감의 느타리버섯, 부드러운 닭고기가 어우러져 얼큰하고 진한 풍미를 느낄 수 있도록 했다"고 소개했다. 이어 "무더운 여름철 고객들이 맛과 건강을 함께 챙길 수 있도록 여름 대표 보양식을 쿠우쿠우만의 스타일로 재해석했다"며 "앞으로도 계절과 고객 니즈를 반영한 다양한 신메뉴를 지속적으로 선보이며 고객 만족도를 높여 나가겠다"고 말했다.



● 쿠우쿠우 여름 한정 '쿠웅이 투명 쇼퍼백' 출시

쿠우쿠우는 또 여름 시즌을 맞아 고객 참여형 리뷰 이벤트를 진행하고, 브랜드 캐릭터 '쿠웅이'를 활용한 한정판 굿즈 '쿠웅이 투명 쇼퍼백'을 선보였다.

이번 이벤트는 쿠우쿠우를 방문한 고객이라면 누구나 참여할 수 있는 프로모션으로, 방문 당일 네이버 영수증 리뷰를 비롯해 인스타그램, X(옛 트위터), 페이스북, 카카오톡 등 원하는 채널에 리뷰를 작성한 후 직원에게 인증하면 한정판 쿠웅이 투명 쇼퍼백을 선착순으로 증정하는 방식으로 진행된다.

이번에 선보이는 쿠웅이 투명 쇼퍼백은 쿠우쿠우의 공식 캐릭터 '쿠웅이'를 활용해 제작된 여름 한정 굿즈다. 투명 PVC 소재를 적용해 시원한 여름 감성을 담았으며, 물놀이와 여행, 피크닉 등 다양한 야외 활동에서 활용하기 좋은 실용적인 디자인과 넉넉한 수납공간을 갖췄다.

쿠우쿠우 관계자는 "고객들이 식사 후 자연스럽게 리뷰를 남기고 브랜드와의 즐거운 경험을 오래 기억할 수 있도록 이번 프로모션을 기획했다"라며 "고객들이 일상에서도 브랜드 캐릭터를 접하며 쿠우쿠우를 더욱 친근하게 느낄 수 있도록 브랜드 굿즈를 활용한 마케팅을 확대해 나갈 계획"이라고 전했다. 이벤트는 매장별 준비된 수량이 모두 소진될 경우 별도의 공지 없이 종료된다. 일부 리뷰얼 공사 매장은 공사 완료 후 순차적으로 이벤트가 진행될 예정이다.





Korea Franchise Association

Column

칼럼

AI 생성 이미지

다른 곳에서 사면 브랜드가 무너지는가? 필수품목을 만드는 5가지 기준

WRITE | 이경희

프랜차이즈 본부는 두 개의 얼굴이 있다. 브랜드 품질을 지키는 관리자이면서 상품 공급으로 수익을 얻는 사업자라는 점이다. 문제는 품질 관리와 물류 수익의 경계가 흐려질 때 생긴다. 여기서 필수품목과 차액가맹금이 프랜차이즈 업계의 화두가 된 이유다.

회사가 성장한 후 가맹법을 지키지 않아 제재를 당하게 되면 회사가 무너질 수도 있는 손해를 한꺼번에 감당해야 할 수도 있다. 말도 많고 탈도 많은 필수품목. 어떻게 지정하고 관리해야 할까?

본부가 돈을 번다고 모두 불공정은 아니다
본부가 물류로 이익을 얻는다는 사실만으로 불공정 거래가 되는 것은 아니다. 공동구매, 품질검사, 냉장·냉동 배송, 재고 관리, 반품과 식품 사고 대응까지 책임진다면 일정한 유통마

진은 정당화될 수 있다. 중요한 것은 마진의 존재가 아니라 본부가 어떤 가치를 더했는가이다. 품질관리 없이 제품을 전달하며 높은 가격을 붙였다면 점주는 납득하기 어렵다. 반대로 전국 동일 공급과 원재료 가격 변동 위험까지 부담한다면 최저가보다 비싸다는 이유만으로 부당하다고 단정하기 어렵다.

필요한 품목과 지정 구매 품목은 다르다

매장 운영에 필요한 물품이라고 해서 모두 본부나 지정업체에서 구매해야 하는 것은 아니다. 전용 소스, 독자적인 시즈

닝, 핵심 식재료는 다른 제품을 사용할 경우 맛과 품질이 달라지므로 필수품목이 될 가능성이 높다. 반면 고무장갑, 쓰레기봉투, 수세미, 일반 세척제, 범용 주방 집기처럼 같은 규격과 품질의 제품을 쉽게 구할 수 있다면 다르게 봐야 한다. 매장에서 사용한다는 이유만으로 필수품목이 되는 것은 아니다.

필수품목을 만드는 5가지 기준

법령이 제시하는 핵심 요건은 세 가지다. 첫째 해당 품목이 가맹사업 경영에 필수적이라고 객관적으로 인정될 것, 둘째 특정 거래처를 이용하지 않으면 상표권 보호나 상품·서비스의 동일성 유지가 어렵다고 객관적으로 인정될 것, 셋째 이 사실을 정보공개서를 통해 미리 알리고 계약을 체결할 것이 그 것이다. 이를 본부가 실제 품목별로 점검할 수 있도록 다섯 가지 질문으로 풀어보면 다음과 같다.

▲첫째, 다른 제품으로 바꾸면 맛, 품질, 안전 또는 브랜드 이미지가 실제로 달라지는가. ▲둘째, 규격만 제시하고 점주가 직접 구매하도록 하면 동일성을 유지할 수 없는가. ▲셋째, 본부나 지정업체를 통해 공급해야 하는 기술적·위생적·물류적 이유가 있는가. ▲넷째, 공급가격에 품질관리, 보관, 배송, 반품, 재고 위험 등 점주가 납득할 수 있는 부가가치가 포함돼 있는가. ▲다섯째, 필수품목의 지정 이유와 거래상대방, 공급가격 산정방식을 정보공개서와 가맹계약서에 구체적으로 기재하고 사전에 설명했다. 이 질문에 명확히 답하지 못한다면 필수품목보다 권장품목에 가깝다. 회사가 성장한 뒤 제재를 받으면 더 큰 손실을 감당해야 할 수 있다.

계약서보다 중요한 것은 설명이다

가맹계약서에는 필수품목의 종류와 공급가격 산정방식을 기재해야 한다. 그러나 “소스류”, “포장용품”, “주방용품”처럼 넓게 적는 것만으로는 부족하다. 어떤 품목을 구매해야 하는지, 가격은 어떤 기준으로 바뀌는지 점주가 예측할 수 있어야



한다. 물류마진도 숨길 필요는 없다. 본부가 수행하는 업무와 부담하는 비용·위험을 설명해야 한다. 설명되지 않는 가격은 점주에게 비용으로만 보인다.

강한 본부는 필수품목을 줄이는 본부다

좋은 프랜차이즈는 모든 것을 통제하는 브랜드가 아니다. 반드시 통제해야 할 것과 점주의 선택에 맡겨도 되는 것을 구분하는 브랜드다. 필수품목은 많을수록 좋은 것이 아니다. 반대로 핵심 품목에 관리 역량을 집중하면 품질은 높이고 갈등은 줄일 수 있다. 본부는 불필요한 물류마진에 의존하기보다 브랜드와 운영 시스템의 가치를 높여 정당한 로열티를 받을 수 있는 구조를 만들어야 한다.

로열티율은 정부가 일률적으로 정하거나 승인하는 방식이 아니라 본부와 점주가 계약으로 결정하는 것이 원칙이다. 다만 로열티도 가맹금이므로 금액과 산정방식을 정보공개서와 가맹계약서에 투명하게 밝혀야 한다. 계약상 근거나 합리적인 산정 기준 없이 일방적으로 인상하거나 거래상 지위를 이용해 부당하게 부담을 전가하면 규제 대상이 될 수도 있다.

필수품목이 정당한지를 판단하는 마지막 질문은 간단하다. “이 물건을 다른 곳에서 구매하면 정말 브랜드가 무너지는가?” 다른 곳에서 구매해도 브랜드의 동일성과 품질에는 영향이 없고 본부의 물류매출만 줄어든다면, 그것은 필수품목이 아닐 가능성이 높다. **[KFA]**



이경희

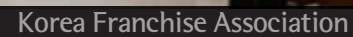
한국창업전략연구소 소장
부자비즈 의장
창업·마케팅 분야 저자
한국프랜차이즈산업협회
KFCEO 주임 교수

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



WRITE | 유재은

AI생성 이미지

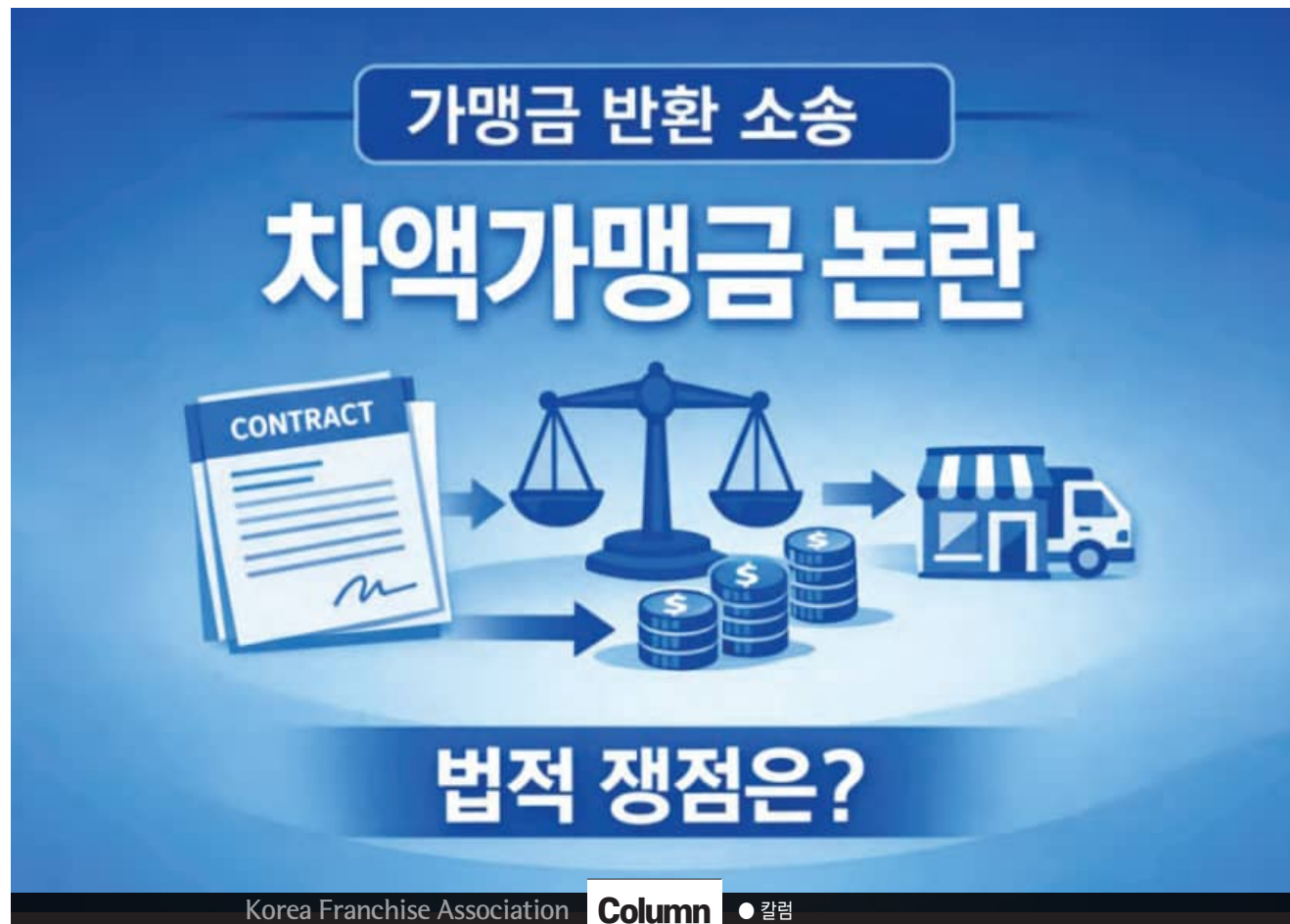


서강대졸
바이더웨이 공채 1기
천하일품 총괄사업본부장
와라와라 상무이사
터보엔 컴퍼니 CEO
경북공 엔타스퍼시픽 CEO

저서

강의

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



차액가맹금, 없앨 것인가 투명하게 재설계할 것인가 ①

WRITE | 김선진

차액가맹금에 관한 논의의 방향

차액가맹금과 관련한 최근 판결과 정책 변화는 가맹본부에 한 가지 불편한 질문을 던지고 있다. 이제 더 이상 “업계의 오랜 관행”이라는 이유만으로 가맹본부의 수익 구조를 충분히 설명하기 어려워졌다는 점이다.

쟁점은 단순히 차액가맹금이 존재하느냐, 존재하지 않느냐에 있지 않다. 차액가맹금이라는 수익 구조 자체가 당연히 위법한 것도 아니다. 보다 본질적인 문제는 가맹본부가 어떠한 수익 구조를 선택하든 그 구조의 내용과 근거를 가

맹계약서와 정보공개서에 명확하게 반영하고, 가맹점주에게 충분히 설명하며, 실제 운영 과정에서도 계약 및 공시 내용과 일관된 방식으로 이를 적용하였음을 입증할 수 있느냐에 있다.

결국 차액가맹금 문제는 수익의 존재 자체보다 그 수익이 계약상 어떠한 근거를 가지고 있는지, 가맹점주가 그 구조를 충분히 인식한 상태에서 계약을 체결하였는지, 그리고 가맹본부가 이를 투명하고 예측 가능한 방식으로 운영하였는지의 문제로 이동하고 있다.

차액가맹금을 폐지할 것인가 투명하게 재설계할 것인가

그렇다면 가맹본부는 차액가맹금을 없애고 로열티 중심 구조로 전환해야 할까. 아니면 기존의 차액가맹금 구조를 보다 투명하게 정비하여 유지해야 할까.

그 답은 어느 한쪽을 일률적으로 선택하는 이분법에 있지 않다. 각 가맹본부의 기존 계약 체계, 수익 구조, 공급망의 특성, 가맹점과의 관계 및 현재의 분쟁 상황을 종합적으로 고려한 조건부 선택에 가깝다.

1) 계약과 공시가 취약한 경우

이미 차액가맹금과 관련한 분쟁이 발생하였거나, 기존 가맹계약서와 정보공개서에 차액가맹금의 존재 및 산정 구조가 충분히 드러나 있지 않은 경우에는 로열티 중심 구조로의 전환을 진지하게 검토할 필요가 있다. 특히 기존 가맹점주에게 차액가맹금의 의미와 부담 구조를 충분히 설명하였다는 자료가 부족하고, 계약 체결 또는 변경 과정에서 명확한 서면 증빙도 확보하지 못하였다면 기존 구조를 그대로 유지하는 데에는 상당한 법적·경영상 위험이 따를 수 있다.

과거의 실제 운영 방식과 현재의 계약·공시 체계 사이에 간극이 클수록, 단순히 계약서 문구를 보완하거나 정보공개서의 기재를 추가하는 것만으로 기존 위험을 해소하기는 어렵다. 현재의 문서 체계를 정비하는 것은 장래의 분쟁을 예방하는 데에는 도움이 될 수 있지만, 과거의 계약관계와 운영 과정에서 발생한 법적 쟁점까지 당연히 치유하는 것은 아니기 때문이다. 이러한 경우에는 기존 차액가맹금 구조를 방어하기 위해 투입되는 비용과 불확실성을 고려하여, 보다 단순하고 예측 가능한 로열티 중심 구조로 전환하는 것이 중장기적으로 합리적인 선택이 될 수 있다.



2) 공급망이 핵심경쟁력인 경우

반면 필수품목의 통합 공급이 브랜드의 품질 및 동일성 유지와 직접 연결되고, PB·OEM 상품의 개발과 안정적인 물류망이 가맹본부의 핵심 경쟁력인 경우에는 판단이 달라질 수 있다. 가맹본부가 차액가맹금의 정의와 대상 품목, 수익 발생 구조 및 산정 기준을 가맹계약서와 정보공개서에 구체적으로 반영하고, 신규 및 기존 가맹점주에 대한 설명·동의 절차를 실질적으로 재설계할 수 있다면 차액가맹금 구조를 유지하는 것도 하나의 현실적인 선택지가 될 수 있다.

이 경우 차액가맹금은 감추어야 할 ‘숨은 수익’이 아니라, 브랜드의 품질 유지, 전용상품의 개발, 통합 구매, 안정적인 물류 운영 및 공급망 관리에 기반한 수익 구조로 재정립되어야 한다. 다만 이를 위해서는 단순히 “물류 마진이 존재한다”는 사실을 알리는 것만으로는 부족하다.

차액가맹금의 개념과 수취 근거, 대상 품목의 범위, 산정 기준 또는 산정 구조, 가맹점주의 비용 부담에 미치는 영향 등을 계약서와 정보공개서에 가능한 범위에서 명확하게 반영하여야 한다. 또한 가맹점주가 해당 내용을 충분히 검토하고 이해할 수 있도록 설명 절차를 마련하고, 그 과정과 결과를 서면 또는 전자적 방식으로 기록·보관하여야 한다. 무엇보다 계약과 공시, 설명 내용 및 실제 운영 방식이 서로 모순되지 않도록 지속적으로 관리하는 것이 중요하다. <다음호에 계속>

KFN



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



K-프랜차이즈의 화려한 외형, 그러나 지워진 '업종 코드'

글로벌 시장을 선도하는 프랜차이즈, 통계와 세법에서는 '유령 업종'

WRITE | 최인용

K-프랜차이즈는 국내를 넘어 세계 시장으로 뻗어 나가는 내수 경제의 버팀목이다. 그러나 화려한 외형의 이면에는 맹점이 있다. 국가 표준산업분류(KSIC) 어디에도 '프랜차이즈'라는 독립된 업종 코드가 없다는 사실이다. 엄연히 실체를 가진 프랜차이즈 본사가 통계와 세법에서는 '유령 업종'으로 취급되는 것이다.

1. 부분화된 등록, 통계조차 없는 프랜차이즈 산업의 실체

문제의 출발점은 프랜차이즈라는 업종코드가 없는 프랜차이즈의 일부만을 나타내는 '부분화 등록'이다. 프랜차이즈 본사의 본질은 사업 시스템을 전수하고 브랜드를 관리하는

지식기반 서비스업이다. 그럼에도 현행 체계에서는 매출 형태에 따라 경영컨설팅업(741400), 무형재산권 임대업(749934), 상품종합 도매업(519910) 등으로 흩어져 선택하여 등록을 해야 한다. 두점, 메가커피, 피자알볼로, 역전할

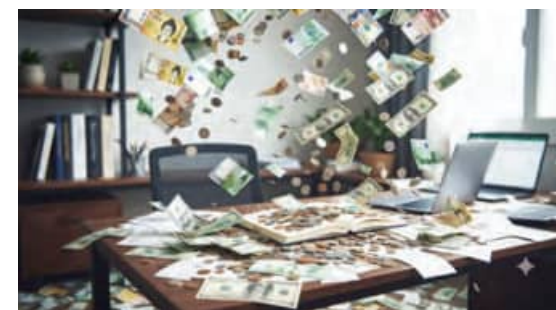
[요약] K-프랜차이즈, 왜 '유령 업종'인가?

구분	핵심 내용
본질 vs 현실	지식기반 서비스업이나, 경영컨설팅업(741400)·무형재산권 임대업(749934)·상품종합 도매업(519910) 등 여러 코드로 주업종이 없음
3대 역차별	① 벤처기업 인증 불가 ② 세액공제·감면 배제 ③ 가업상속공제 적용 위험
정책 제언	로열티 매출 비중별 차등 인센티브를 두는 방법

머니 같은 브랜드의 운영사들도 상당수가 '도매업'이나 '컨설팅업' 코드를 달고 있다. 하나의 산업이 자문업·무형자산임대업·도소매 유통업으로 부분화 되어 있으니, 그 실체가 세계적인 K-브랜드를 알리는 데도 불구하고 통계에 온전히 잡힐 리 없다.

2. 프랜차이즈 업종 부재가 부른 3대 세제 역차별

이 왜곡은 단순한 행정상의 불편이 아니다. 독립된 프랜차이즈 업종의 부재는 세제 지원의 부재로 이어져, 성실하게 고용을 증가시키며 성장한 기업이 오히려 역차별을 받는다.



첫째, '일반 컨설팅업'으로 분류되어 기술성·혁신성을 인정받지 못해 벤처기업 인증의 문턱을 넘지 못한다. 둘째, 창업중소기업 세액감면, 중소기업 특별세액감면, 통합투자세액공제 등 각종 세제 혜택에서 배제된다. 셋째, 상표권 매출을 '임대업'으로 볼 때만 가업상속공제가 열리지만, 로열티 수익이 50%를 넘는 법인은 거의 없어 안정적 가업승계의 길마저 막혀 있다.

3. 세제 역차별의 법적 근거

이는 법 해석이 아니라 제도 설계의 문제다. 조세특례제한법 시행령 제2조는 업종 분류를 원칙적으로 KSIC에 따르도록 규정한다. 즉, 자기

코드가 없으면 조특법 제6조·제7조의 세액감면, 제10조·제24조의 연구·인력개발비 세액공제, 상중세법 제18조의 가업상속공제 등에서 구조적으로 소외된다. 업종 코드의 부재가 세금 지원 제도의 역차별로 작동하는 셈이다.

4. 해법 — 로열티 중심 구조로의 전환

이에 대한 해법은 산업의 체질을 '유통마진 중심'에서 '로열티 중심'으로 전환하도록 유도하는 데

있다. 로열티 매출 비중이 높을수록 세제 혜택을 확대하는 차등적 인센티브 구조로 하는 방법도 생각해 볼 수 있다. 30% 이상(A구간)에는 특별세액감면 가산과 글로벌 펀드 우선지

원을, 10~30%(B구간)에는 일반 감면율과 R&D 세액공제 확대를, 10% 미만(C구간)에는 정책자금 융자자격등과 로열티 전환 컨설팅 국비지원을 부여한다고 하면, 무형의 가치를 키우는 기업일수록 세계적인 부문을 두텁게 지원해, 가맹본부와 가맹점주가 함께 성장하는 상생 생태계를 세제로 뒷받침하자는 것이다.

결국 프랜차이즈 독립 업종의 등재는 특정 업계의 민원이 아니다. 무형자산에 기반한 선진 지식 서비스 산업으로 정당하게 인정받고, 벤처 인증과 세제 혜택을 회복하며, 가업승계의 기반을 마련하는 일이다. K-프랜차이즈의 성취에 걸맞은 '법적 주권'을 찾는 첫걸음은 산업분류라는 가장 기본적인 이름표에서 시작되어야 한다. [77]



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

AI 생성 이미지

프랜차이즈 노동 동향

WRITE | 이금구

최근 프랜차이즈 업계의 노무이슈는 단순히 “점포 하나의 인사관리 문제”를 넘어, **브랜드 전체의 평판 리스크와 본부의 관리책임 문제**로 확장되고 있다. 특히 카페·외식·편의점처럼 청년 아르바이트 비중이 높은 업종에서는 근로계약서 미작성, 임금명세서 미교부, 휴게시간 미보장, 연장·야간·휴일수당 미지급 같은 기초적 노동법 위반이 반복적으로 드러나고 있다. 고용노동부도 이러한 구조적 문제를 인식하고 프랜차이즈 분야를 청년 노동권 보호의 핵심 점검 대상으로 보고 감독을 강화하고 있다.

가장 큰 이슈는 **청년 아르바이트생 보호 문제**다. 2026년 청주 지역 유명 프랜차이즈 커피전문점 사례에서는, 아르바이트생에게 남은 음료를 마셨다는 이유로 형사 고소를 제기한 사건이 사회적으로 확산됐고, 고용노동부는 이를 계기로 해당 점포뿐 아니라 지역 프랜차이즈 카페·음식점 전반에 대한 기획 감독에 착수했다. 감독 결과, 해당 점주는 사업장을 쫓겨 운영하면서 5인 미만 사업장처럼 꾸며 연장·야간·휴일근로 가산수당 지급을 회피했고, 총 49명에 대한 체불임금 약 300만 원이

적발됐다. 또한 “계약 불이행 시 손해배상”이나 “3개월 이전 퇴사 시 급여 90%만 지급” 같은 조항을 근로계약서에 넣어 근로기준법상 위약예정금지 위반으로 형사 입건됐다. 이는 프랜차이즈 현장에서 아직도 청년·단시간 노동자를 상대로 불공정 계약과 임금체불이 동시에 발생하고 있음을 보여준다.

이 사례가 중요한 이유는, 프랜차이즈 업계의 노무문제가 더 이상 개별 점주의 일탈로만 취급되지 않는다는 점이다. 고용

노동부는 같은 감독에서 청주 지역 프랜차이즈 카페·음식점 30여 곳을 추가 점검했고, 다수 사업장에서 **근로계약서 및 임금명세서 작성·보존 부실, 휴게시간 미준수 등 기초노동질서 위반**이 확인됐다고 밝혔다. 동시에 주요 프랜차이즈 가맹본부 7개사와 간담회를 열어 노동법 준수 방안 마련을 주문했다. 즉, 최근의 흐름은 “가맹점이 법을 어기면 본부도 관리책임과 브랜드 책임에서 자유롭지 않다”는 방향으로 가고 있다. 향후에는 본부의 매뉴얼, 교육, 인력운영 지침이 실제로 노동조건에 얼마나 영향을 미쳤는지가 분쟁의 핵심 쟁점이 될 가능성이 높다.

두 번째 핵심 이슈는 **최저임금 인상과 인건비 부담에 따른 고용운영 변화**다. 2026년 적용 최저임금은 시급 10,320원으로 고시됐고, 2027년은 시급 10,700원이다. 주 40시간 기준 월 환산액은 2,236,300원 수준이다. 문제는 프랜차이즈 업종, 특히 숙박·음식점업이 원가·임차료·배달수수료 부담까지 동시에



에 안고 있어 인건비 상승 충격을 크게 받는다는 점이다. 한국경제인협회 조사에서도 자영업자 절반이 현재 최저임금 수준을 이미 부담스럽다고 응답했고, 숙박·음식점업은 그 비중이 64.2%로 더 높았다. 또 응답자의 65.0%는 이미 고용여력이 없다고 했고, 추가 인상 시 일부는 신규채용 포기나 인원 감축을 고려하겠다고 답했다. 프랜차이즈 현장에서는 이 부담이 곧바로 인력 축소, 점주의 장시간 직접노동, 무인화 확대, 심야운영 축소로 이어질 가능성이 크다.

세 번째는 **중대재해처벌법 확대에 따른 안전보건 책임 강화**다. 5인 이상 50인 미만 사업장에도 법 적용이 확대되면서, 카페·빵집·음식점 같은 소규모 프랜차이즈 가맹점도 안전보건 확보의무를 본격적으로 점검받게 됐다. 그동안 외식 프랜차이즈는 노무 이슈를 주로 임금·근로시간 중심으로 보았지만, 이제 미끄러짐·화상·절단사고·배달 중 사고·주방 장

비 안전관리 등 산업안전 문제가 경영책임자의 형사책임으로 연결될 수 있다. 실제 업계는 점주 대상 교육자료 배포와 대응체계 마련에 나서고 있다. 앞으로 프랜차이즈 업계의 노무관리는 “근로기준법 준수”를 넘어 “안전보건 체계 구축”까지 포함하는 방식으로 바뀔 수밖에 없다.

네 번째는 **감독의 사후 적발 중심에서 사전 예방·상시 점검 중심으로 바뀌고 있다는 점**이다. 고용노동부는 청년이 많이 일하는 편의점·카페·프랜차이즈 업종을 상대로 분기별 현장예방점검과 기획감독을 강화하고, 유사 사건 발생 시 단순 민원처리에 그치지 않고 전수조사까지 하겠다는 방향을 제시했다. 이는 프랜차이즈 업계가 이제 “문제가 터지면 수습하는 방식”으로는 대응하기 어렵다는 뜻이다. 채용 단계의 근로조건 안내, 표준근로계약서 사용, 임금명세서 발급, 휴게시간 부여, 퇴직·징계 절차의 적법성 확보, 점장 교육 같은 기본 체계를 미리 갖춰야 한다. 특히 청년 아르바이트

생은 온라인 커뮤니티와 SNS를 통해 문제를 빠르게 공론화하기 때문에, 작은 위반도 곧 브랜드 위기로 비화될 수 있다.

종합하면, 최근 프랜차이즈 업계의 노무이슈는 **첫째, 청년 아르바이트생 대상 임금체불·불공정 계약·휴게 미보장 같은 기초법 위반의 반복, 둘째, 최저임금 인상과 비용압박에 따른 고용 축소 및 무인화, 셋째, 중대재해처벌법 확대에 따른 안전보건 책임 강화, 넷째, 가맹점의 문제가 본부와 브랜드 전체의 리스크로 전이되는 구조로 정리**할 수 있다. 따라서 프랜차이즈 업계는 단순히 “점포별 자율 운영”에 맡길 것이 아니라, 본부 차원의 표준 노무관리 체계와 점주 교육, 정기 점검, 신고 대응 매뉴얼을 갖추는 것이 중요하다. 앞으로의 경쟁력은 단순한 매출 확대보다 **노동법 준수와 안전한 일터를 만드는 운영 역량**에서 갈릴 가능성이 크다. **KFA**



이금구

노무법인 C&B 대표

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

T : 1544-8323 /

E : www.franhr.com

한국프랜차이즈協, 교육장 사용 서비스 개시... 회원사 약60% 할인



한국프랜차이즈산업협회가 지난 6월 여의도로 사무실을 이전하면서 새롭게 마련한 자체 교육장의 유료 사용 서비스를 시작한다.

협회 교육장은 약 60명을 수용할 수 있는 규모로, 교육과 세미나, 설명회, 각종 행사 등을 진행할 수 있도록 조성됐다. 쾌적한 공간과 마이크, 빔 프로젝트 등 보조 장비도 갖췄다.

사용 시간은 오전의 경우 오전 9시부터 오후 1시까지, 오후는 오후 1시부터 5시까지 각각 4시간이다. 종일 사용은 오전 9시부터 오후 5시까지 총 8시간이다.

사용료는 반일 50만원, 종일 90만원이며 회원사는 약 60% 할인된 20만원, 40만원에 사용할 수 있다.

사용 희망 시 안내문 QR코드를 스캔한 뒤 구급함 사용 신청서를 작성해 제출하면 된다. 자세한 사항은 협회 교육팀(070-7919-4155, kjw@ikfa.or.kr)에게 문의할 수 있다.

KFA

한국프랜차이즈協, 국가인적자원개발 컨소시엄 과정 평가 최고등급 획득



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 중소기업 가맹본부 역량 강화를 위한 '국가인적자원개발컨소시엄' 프랜차이즈 분야 재직자 무료교육(이하 컨소시엄 과정) 2025년 사업 성과평가에서 최고 등급인 'S등급'을 획득했다.

'국가인적자원개발컨소시엄 교육과정'은 고용노동부-한국산업인력공단이 주관하여 분야별 단체·기관·기업 등을 통해 중소기업 재직자의 직무역량 강화 교육을 무료로 제공하는 교육훈련 사업이다.

협회는 2015년부터 매년 연평균 200여개 중소기업 가맹본부 재직자 700여명에게 교육을 제공해 오고 있으며, 최고 등급을 획득한 지난해에는 총 777명의 수료생을 배출, 역대 가장

높은 140%의 목표 달성률을 기록한 바 있다.

한편 협회는 올해 2~5월 17개 교육 1회차 과정을 성공적으로 마치고, 6월부터 9월까지 2회차 과정을 진행하고 있다. 교육은 최근 협회 이전을 통해 새롭게 단장한 여의도 극동VIP빌딩 4층 협회 자체 교육장에서 진행된다. 신청자가 20명을 초과하는 기업에는 희망 일시 장소에서 맞춤형 출장 교육도 제공, 인력 운용의 편의도 지원한다.

재직자 직무교육을 희망하는 기업 및 재직자는 협회와 협약을 체결한 후 원하는 교육을 신청할 수 있다. 협약 신청은 협회 K-프랜차이즈 플랫폼 (<https://k-franchise.or.kr>) 또는 포털 <프랜차이즈 재직자 교육> 검색을 통해 가능하다.

비용은 전액 무료이고, 중소기업 재직자 및 고용보험 가입자만 수강 자격이 있다. 자세한 교육 정보 및 문의는 협회 교육팀(en@ikfa.or.kr, 070-7919-4170)으로 하면 된다. **KFA**

한국프랜차이즈協, KFCEO 총동문회와 협력 강화... 18기 과정 원우 모집



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)와 제3대 KFCEO 교육과정 총동문회(회장 김인규)가 지난 7월 21일 교육과정의 경쟁력 강화 및 우수 교육생 유치를 위한 협약을 맺고 협회 공식 KFCEO 과정의 성공적인 운영과 신입 원우 모집 등 다방면에서 협력을 강화하기로 했다.

총동문회는 18기 과정부터 교육생 모집과 과정 홍보, 우수 교육생 발굴, 교육 상담, 원우 간 네트워크 활성화, 입학식과 수료식 등 각종 행사 지원 등에 적극 참여하기로 했다.

협회도 기존에 진행해 오던 교육과정을 더욱 고도화하고 협회 주요 사업 및 활동과 연계를 강화해 수료생의 만족도를 극대화해 총동문회에 안정적인 운영 기반을 제공할 예정이다.

협약식에는 나명석 협회장, 정민섭 협회 교육위원장, 이경희 주임교수 겸 협회 교육분과위원장, 김인규 제3대 총동문회장, 강명숙 총동문회 수석부회장 등 총 30여명이 참석했다.

한편 협회는 현재 9월 7일부터 12월 14일까지 진행되는 제18기 KFCEO 교육과정 신입 원우를 선착순 모집 중이다.

제18기 과정은 다양한 성공 CEO 토크쇼, 토스(Toss)본사 및 우수 프랜차이즈 본사 등 현장 탐방, 1박 2일 워크숍, 원우 분과위 네트워킹 행사와 전문가 강연 등으로 KFCEO 과정만의 특색있고 생생한 노하우와 인맥 구축 기회를 제공한다.

교육 대상은 현 프랜차이즈 CEO 및 2세 경영자 또는 예정·희망자, 프랜차이즈 산업 협력사 CEO·임원 등이며, 인원은 총 50여명 내외다. 교육은 매주 월요일 오후 2시~5시 30분 서울 여의도 협회 교육장에서 진행되며, 매주 네트워킹 만찬도 열린다.

자세한 사항은 협회 홈페이지 공지사항(<http://www.ikfa.or.kr>) 또는 협회 회원서비스팀(02-3471-8135 내선 1)에 문의하면 된다.

KFA

한국프랜차이즈協 분과위 ‘이열치열’... 활발한 활동으로 무더위 이겨내



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 분과위원회들이 본격적인 무더위에도 더욱 활발한 활동을 벌이며 회원 간 단합과 협회 발전을 도모했다.

교류위원회(위원장 이영채)도 산하 분과위원회를 통한 활발한 친목 활동을 이어갔다. 경조회분과(위원장 김태환)는 7월 16일 협회 임원연찬회의 성공적인 개최에 기여했다.

산악회분과(위원장 오훈)는 6월 15일 남양주 예봉산, 7월 20일 삼척시 두타산에서 등반대회를 열었다. 여성회분과(위원장 윤미아)도 7월 21일 서울 강남구 인근에서 정기모임을 가졌다. 골프회분과(위원장 김광철)는 6월 4일과 7월 2일 잇따라 월례 골프회를 갖고, 오는 9월 협회장배 골프대회 준비를 지원했다.

교육위원회(위원장 정민섭)는 뒤이어 열린 포럼에서 정민섭 위원장의 성공 스토리 강연을 통해 회원의 역량 강화를 이끌었다. 커뮤니케이션특별위원회(위원장 김태천)는 임원연찬회에 앞서 열린 전현희 의원과의 간담회에서 가맹

사업법 개정에 대한 의견을 직접 전달했다. 또 7월 20일에는 언론과 기자 간담회를 개최해 협회 주요 정책을 설명하고 친목을 다지기도 했다.

AI미래혁신위원회(위원장 오만석)는 협회 사무국 업무 자동화를 지원하기 위한 협의를 진행 중이다. 또 7월 22일에는 협회 교육장에서 프랜차이즈 AX를 위한 공개 세미나를 성황리에 개최했다.

글로벌위원회(위원장 장보환)는 7월 16일 협회와 프랜차이즈 해외진출 지원을 위한 간담회를 가졌다. 또 7월 22일에는 지식재산처장 간담회에 참석해 상표권 관련 업계의 해외진출 애로와 건의를 김용선 처장에게 전달했다.

윤리위원회(위원장 김성운)는 6월 협회 윤리상생경영 선언식을 성황리에 마친 후 오는 8월 28일 회의를 통해 2차 공개 교육을 준비 중이다. 또 외부 전문가 위원들과 향후 인증제 출범을 논의하고 있다. **KFA**

대구·경북지회 소식 (지회장 김병철)

AI 활용 교육 및 업무혁신 추진

이제 AI는 선택이 아닌 필수입니다. 프랜차이즈 산업 역시 AI를 적극적으로 활용해야 경쟁력을 확보할 수 있습니다.

한국프랜차이즈산업협회 대구경북지회는 지속적인 AI 교육을 통해 회원사의 디지털 경쟁력 강화를 지원하고 있습니다. 상반기에는 Fast Track AI 기반 프랜차이즈 슈퍼바이저 교육을 성공적으로 마무리했으며, 이에 힘입어 하반기에도 AI 기반 실무교육을 지속적으로 운영하고 있으며, 앞으로도 다양한 AI 교육 과정을 추가로 개설할 예정입니다. 현재까지 진행된 교육은 회원사들로부터 높은 만족도와 긍정적인 평가를 받고 있습니다. 단순한 이론 교육이 아닌 실제 업무 현장에서 바로 활용할 수 있는 실무 중심 교육으로 구성되어 있으며, 회원사들이 가장 어려워하는 부분을 해결할 수 있도록 지속적으로 운영될 예정입니다.

각 교육의 세부 일정과 내용은 추후 대구경북지회 홈페이지를 통해 안내드릴 예정이오니 많은 관심과 참여를 부탁드립니다.

문의 : KFA 교육 053-626-7664

2027 KFA 프랜차이즈 창업박람회

한국프랜차이즈산업협회 대구경북지회(지회장 김병철)가 주최·주관하는 2027 KFA 프랜차이즈 창업박람회가 2027년 5월 20일(목)부터 22일(토)까지 대구 EXCO 서관 1홀에서 개최될 예정입니다. 내년 박람회는 기존보다 더욱 쾌적한 EXCO 서관 1홀에서 개최되어 참가업체와 참관객 모두에게 보다 편리한 관람 환경을 제공할 예정입니다.

또한 프랜차이즈 산업 전반의 다양한 브랜드를 한자리에서 만나볼 수 있는 것은 물론, 예비 창업자들에게 실질적인 창업 정보를 제공하는 뜻깊은 행사로 마련됩니다. 협회는 성공적인 박람회 개최를 위해 참가업체 모집과 홍보·마케팅 등 단계적인 준비를 진행하고 있으며, 이전 행사 이상의 만족도를 제공할 수 있도록 철저한 기획과 운영에 만전을 기하고 있습니다.

프랜차이즈 산업의 최신 트렌드를 공유하고, 예비 창업자와 가맹본부가 실질적으로 소통하고 만날 수 있는 비즈니스의 장이 될 수 있도록 준비하고 있으니 많은 참여를 부탁드립니다.

참가 및 문의 : 053-626-7664

지속적인 월례회 및 회원사 간 교류 활성화

대구경북지회는 무더운 여름에도 야외 월례회를 개최하여 회원사들이 함께 보양식을 나누며 서로의 생각과 다양한 정보를 공유하는 뜻깊은 시간을 가졌습니다. 이처럼 협회는 정기적인 월례회와 다양한 교류



활동을 통해 회원사 간 네트워크를 강화하고, '혼자가 아닌 함께 성장하는 협회'를 만들어가기 위해 꾸준히 노력하고 있습니다.

앞으로도 회원사 간 소통과 협력을 더욱 활성화하여 프랜차이즈 산업 발전에 기여하는 대구경북지회가 되겠습니다.

협회 가입 문의 : 053-626-7664

부산·울산·경남 지회 소식 (지회장 김영환)

제10기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료

지난 5월 28일 지역 프랜차이즈 산업 경쟁력 강화를 위한 실무형 프로그램으로, 총 29명의 수료생을 배출했다. 이번 10기 과정은 지난 3월 개강 이후 약 3개월간 진행됐으며, 프랜차이즈 시스템 구축 실무를 비롯해 브랜딩 전략, 디지털 마케팅, 조직 운영, 가맹사업 운영 사례 분석, 지역 성공 CEO 특강, AI 활용 교육 등 실무 중심 프로그램으로 구성됐다. 특히 단순 이론 전달에서 벗어나 실제 사업 현장에서 겪는 문제 해결 사례와 업종별 운영 경험 공유가 함께 진행되며 교육생들의 높은 호응을 얻었다. 교육생들은 “현장에서 바로 활용할 수 있는 실무 중심 강의가 많았다”, “비슷한 고민을 가진 대표들과 교류하며 새로운 시각을 얻을 수 있었다” 소감을 전했다.

수료식에는 중소상공인지원관과 공정거래지원팀 윤소윤 팀장과 KFA 부



제10기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료

울경지회 김영환 회장, 남구만 명예회장, 이경희 주임교수, 이주환 교육분과위원장, 송창진 수석부회장, 9기 원우회 박창하 수석부회장 등이 참석해 수료생들을 축하했다.

KFA

2026 세계프랜차이즈의 날 및 프랜차이즈산업인의 날 기념식

KFA부울경지회는 6월 10일 서울에서 개최된 2026 세계프랜차이즈인의 날 기념식 및 2026 상반기 전국 지회간담회에 참석했다.

이번 행사에는 김영환 회장, 송창진 수석부회장, 전민호 수석부회장, 신종현 사무총장, 김태용 사무국장, 박영미 사무국장, 유종우 이사, 마경득 대표가 참석하여 국내 프랜차이즈 산업 발전 성과를 함께 기념하고 산업

의 미래 발전 방향과 글로벌 진출 전략에 대한 다양한 의견을 공유하였다. 특히 KFA부울경지회 유종우 이사는 프랜차이즈 산업 발전과 지역경제 활성화, 소상공인 경쟁력 강화에 기여한 공로를 인정받아 국회의원 표창을 수상하는 영예를 안았다. 이어 진행된 전국 지회간담회에서는 중앙회 및 전국 지회 관계자들이 참석한 가운데 프랜차이즈 산업 현안과 지회 활성화 방안 등에 대해 논의하며 지회 간 협력과 소통을 강화하는 시간을 가졌다.

KFA

2026 유망 프랜차이즈 무역사절단

KFA부울경지회 글로벌분과위원회는 6월 16일부터 19일까지 싱가포르와 필리핀 마닐라를 방문해 '2026 유망 프랜차이즈 무역사절단' 일정을 성공적으로 진행했다.

이번 무역사절단은 회원사의 해외 진출 기반 마련과 글로벌 네트워크 확대를 목적으로 추진되었으며, 싱가포르와 필리핀 현지에서 다양한 기관 방문, 수출상담회 및 업무협약(MOU) 체결 등의 성과를 이뤘다.

KFA부울경지회는 앞으로도 회원사들의 해외 판로 개척과 글로벌 경쟁력 강화를 위해 유관기관과의 협력을 확대하고 다양한 해외 진출 지원 사업을 지속적으로 추진해 나갈 계획이다.



2026 유망 프랜차이즈 무역사절단 싱가포르 수출상담회

KFA

하계워크샵 및 여름김장봉사

지난 6월 26일 '2026 KFA 부울경지회 하계워크샵'의 일환으로 여름 김장봉사를 실시하며 지역사회 나눔을 실천했다. 이번 봉사활동은 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회와 부산광역시사회복지협의회(부산사회공헌정보센터·부산광역시푸드뱅크)가 함께 마련한 사회공헌 활동으로, 협회 회원사들이 직접 참여해 김장김치를 담그며 이웃사랑을 실천했다.



KFA부울경지회 회원사들은 정성을 모아 총 100박스의 김장김치를 제작했으며, 완성된 김장김치는 부산광역시 동래구 종합사회복지관 2개소를 통해 지역 내 취약계층에게 전달될 예정이다. KFA부울경지회 김영환 회장은 "회원사들과 함께 뜻을 모아 지역사회에 따뜻한 나눔을 실천할 수 있어 매우 뜻깊게 생각한다"며 "앞으로도 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회는 지역사회와 상생하며 사회적 책임을 다하는 다양한 사회공헌 활동을 지속적으로 추진해 나가겠다"고 말했다.



2026 KFA부울경지회 하계워크샵 및 여름김장봉사 활동 사진

KFA

2026 부산 중소기업인대회

지난 7월 3일 부산 해운대 웨스틴조선 부산 그랜드볼룸에서 개최된 '2026 부산 중소기업인대회'에 참석했다. 중소기업중앙회 부산울산지역본부가 주최한 이번 행사는 지역 경제 발전과 중소기업 경쟁력 강화에 기여한 중소기업인들을 격려하고 유공자를 포상하기 위해 마련됐으며, 부산광역시장, 부산지방중소벤처기업청장, 국회의원, 경제단체 및 유관기관 관계자 등 400여 명이 참석해 자리를 빛냈다.

이날 한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회에서는 신종현 사무총장, 김태용 사무국장, 문정빈 이사가 참석해 지역 중소기업인들과 교류하며 뜻깊은 시간을 함께했다. 특히 문정빈 이사는 지역 경제 활성화와 중소기업 발전에 기여한 공로를 인정받아 중소기업 유공자 포상을 수상하는 영예를 안았다.



2026 부산 중소기업인 대회 시상

2026년 7월 정기 봉사활동

KFA부울경지회는 모라종합사회복지관과 2023년 2월에 MOU를 맺고 매월 세 번째 목요일 아침 회원사들과 함께 경로식당에서 어르신들의 식사 배식 보조, 잔반처리, 청소 등을 도우며 정기적으로 봉사활동을 하고 있다. 지난 7월 16일(목), 봉사활동은 복지관 내 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. KFA부울경지회는 올 한해 모라종합사회복지관 외에도 다양한 봉사활동을 계획하고 있으며, 회원사들과 함께 지속적인 봉사활동을 통해 지역 사회에 따뜻한 나눔을 이어나갈 예정이다.



2026년 7월 정기 월례회

7월 21일(화) 7월 정기월례회를 개최했다. 월례회에 앞서 조리훈(Cooking Fume) 확산방지 시스템 설명회가 진행되었다. 주방의 근본적인 문제와 대안에 대한 정보와 운영 노하우를 공유하는 시간을 가졌으며 본 행사에서는 각 분과별 정기 보고를 비롯해 협회 주요 현안과 행사, 정부 지원사업 등에 대한 인내가 이루어졌으며, 회원사 건의사항 등을 공유하고 자유토론을 통해 다양한 의견을 나누는 소통의 시간을 가졌다.

다가오는 8월 <제11기 부산 프랜차이즈 사관학교> 교육과 <제4기 부산 프랜차이즈 슈퍼바이저> 개강을 앞두고 교육 준비 막바지에 있다. 교육 신청접수는 KFA부울경지회 홈페이지(www.kfabug.or.kr) 공지사항에서 확인할 수 있다.



* KFA부울경지회 정기월례회 : 매월 3번째 화요일
* 회원가입/교육/부산박람회문의 : 051-761-2066

충청권 지회 소식 (지회장 유인성)



한국프랜차이즈산업협회(KFA) 충청권지회가 출범 1주년을 맞아 회원사 간 교류와 협력 강화를 위한 기념행사를 진행했다.

지난 7월 22일, 천안 금강벨빙푸드에서 진행된 이번 행사는 충청권 프랜차이즈 업계 관계자와 회원사들이 참석한 가운데 열렸으며, 지회 운영 경과와 주요 활동 성과를 공유하는 자리로 마련됐다.

행사에는 나명석 한국프랜차이즈산업협회장과 황은주 연세대 프랜차이즈 최고경영자과정(FCEO) 총동문회장, 유인성 충청권지회 지회장, 김창수 광주전남지회 지회장, 김영한 부울경 지회장이 참여했다.

행사는 개회 선언과 국민의례를 시작으로 충청지회 출범 1주년 기념 영상 상영, 지회장 인사말, 축하 순으로 진행됐다. 이어 회원사 소개와 네트워킹 프로그램, 만찬 및 경품 추첨 등이 이어졌으며 이후 2부 행사도 함께 진행됐다.

이날 행사에서는 지난 1년간 충청권지회를 위해 헌신한 CEO 들에게 공로패, 감사장 증정행사도 함께 진행된 가운데, 지역 프랜차이즈 산업의 협력 확대와 정보 교류 필요성에 대한 논의도 이뤄졌다.

참석자들은 외식·서비스 분야를 중심으로 변화하는 시장 환경 대응과 지역 기반 브랜드 경쟁력 확보 방안 등에 대해 의견을 나눴다.

유인성 충청권지회 지회장(연세대 FCEO 40기 고문)은 “회원사 간 교류를 통해 현장 경험과 운영 사례를 공유하는 시간이 됐다”며 “앞으로도 지역 프랜차이즈 산업 발전과 상생 기반 확대를 위한 활동을 이어갈 계획”이라고 말했다.



행사에 참여한 한 관계자는 “지역 단위 협력 네트워크가 강화되면서 회원사 간 정보 공유와 공동 대응 체계에 대한 관심이 높아지고 있다”며 “실질적인 협업 모델 발굴이 중요해지고 있다”고 전했다.

광주전남지회 소식 (지회장 김창수)

‘제2회 KFA 전국지회 골프대회’ 성황리 개최

한국프랜차이즈산업협회(KFA) 광주전남지회가 주최·주관한 ‘제2회 KFA 전국지회 골프대회’가 지난 2026년 6월 16일(화) 전남 나주에 위치한 해피니스CC에서 전국 프랜차이즈 산업인들의 뜨거운 호응 속에 성황리에 막을 내렸다.

이번 대회는 전국에 포진한 프랜차이즈 회원사 간의 친목을 도모하고 동반 성장을 위한 견고한 네트워크를 구축하기 위해 마련됐다. 현장에는 중앙회를 비롯해 충청지회, 대구경북지회, 부울경지회, 전북지회 등 전국 주요 지회장과 회원사, 그리고 KFCEO 총동문회 및 연세대CEO 총동문회 주요 임원진을 포함하여 총 104명의 리더들이 대거 참석해 자리를 빛냈다. 이날 참석한 타 지회 회원들은 “역대 개최된 전국지회 골프대회 중 기획과 규모, 운영 면에서 단연 최고 수준의 행사였다”며 찬사를 아끼지 않았고, 이를 통해 광주전남지회의 위상과 결속력을 전국에 다시 한번 각인시키는 계기가 되었다.

특히 이번 대회는 전국 지회와 회원사들의 ‘역대급 후원’이 이어지며 그 어느 때보다 풍성하게 치러졌다. 현금 후원금은 나명석 중앙회장(200만원), 김창수 광주전남지회장(200만원)을 필두로 충청·대구경북·부울경·전북지회 및 CEO 총동문회 등에서 100만원씩 쾌척하는 등 총 2370만원이 모금됐다.

아울러 (주)디케이푸드, (주)SF&G(서울깍두기), (유)창업주류합동상사, 다름 프랜차이즈, 그린라인, 안다F&B, 스타주방, 도아F&B, 아주커치킨, 람바다, 청자다방 등 수많은 기업들이 현금 및 현물 후원에 전폭적으로 동참했다.

광주전남지회 김창수 회장, 서광주세무서장 감사패 수여

한국프랜차이즈산업협회(KFA) 광주전남지회 김창수 회장이 지역 경제 활성화와 모범적인 세정 협조에 기여한 공로를 인정받았다. 2026년 6월 22일(월) 오전 10시 서광주세무서에서 열린 ‘2026년 세정협조 유공자 감사패 수여식’에서 김창수 회장이 서광주세무서장 감사패를 수여받았다.

이번 전달식은 평소 남다른 사명감과 봉사 정신으로 협회의 발전은 물론, 건전한 납세 풍토 조성과 지역 경제 활성화를 위해 적극적으로 노력해 온 김창수 회장의 공로를 기리기 위해 마련된 뜻깊은 자리다.

서광주세무서 관계자는 “어려운 경제 여건 속에서도 지역 프랜차이즈 산업의 발전과 더불어 세정 운영에 적극 협조해 준 것에 대해 깊은 감사를 표한다”며 이번 감사패 수여의 배경을 전했다. 실제로 김 회장은 협회 회원사들의 올바른 세무 행정 참여를 독려하고, 관내 세무 당국과의 원활한 소통 창구 역할을 충실히 수행해 온 것으로 알려졌다.



'26년 8월 ~ 9월 교육일정 안내

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

[전과정] 장소: 미정 교육인원: 20명(선착순) 비용: 전액무료



가맹점 위생 및 안전관리

일 시: 2026년 8월 13일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 협회 교육장

훈련목표: 가맹점의 위생과 안전관리 기준을 정확히 이해하고 매장 운영에 적용할 수 있도록 실무능력을 강화하여 고객 신뢰 확보 및 위기에 신속하고 적절한 대응을 할 수 있다.

훈련내용: 가맹점 위생 및 안전

슈퍼바이저 가맹점 CS

일 시: 2026년 8월 20일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 협회 교육장

훈련목표: 프랜차이즈 가맹본부 슈퍼바이저가 고객인 가맹점주의 특성을 파악하고 상황별, 고객별 맞춤 서비스를 응대 및 수행할 수 있다.

훈련내용: 프랜차이즈 가맹점주에 대한 가맹본사의 고객관리 및 고객응대서비스

가맹상생과 분쟁예방

일 시: 2026년 8월 27일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 협회 교육장

훈련목표: 가맹사업 단계별 실제 분쟁사례 및 예방 방안과 가맹본부-가맹점 간의 갈등관리 및 상생 전략 학습을 통해 가맹 사업 분쟁을 사전 대응할 수 있다.

훈련내용: 가맹사업 분쟁예방 전략 및 상생방안, 가맹점 갈등 예방 및 협의 전략



가맹점 SI 마케팅 실전

일 시: 2026년 9월 2일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 협회 교육장

훈련목표: 생성형 AI의 개념과 활용 원리를 이해하고 이를 기반으로 마케팅용 텍스트 이미지 영상 등 다양한 디지털 콘텐츠를 제작할 수 있으며, 제작된 콘텐츠를 온라인 마케팅 전략과 연계하여 효과적으로 실행하고 성과를 분석하여 개선 방안을 도출할 수 있다.

훈련내용: 가맹점 마케팅 전략 및 실행 계획 수립

FC 경영기획

일 시: 2026년 9월 10일(목), 10시~17시(6시간)

장 소: 협회 교육장

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

훈련내용: 가맹본부 경영전략 수립 및 예산 편성

2026.6.9~2026.7.24 신규회원 현황

구분	협회대표	회사명	브랜드명	업종	가입일
정회원	김선식	(주)제이더블유브랜즈랩	서울훈솔바 제주훈자오피세	주점	2026.07.06
	임준성	(주)딜리셔스월드에프앤비	훈고집	한식	2026.07.24
파트너회원	김선희	(주)아미테라	아미테라주얼리	주얼리	2026.06.09
	황원섭	(주)유어비스테이	유어비스테이	생화 도소매/꽃,기프트 배송,기념일 관리	2026.06.11
	김재용	(주)프라임웨이	-	육가공	2026.06.16
	최준영	(주)푸드테크	메이트 (mate)	소프트웨어 개발	2026.07.09
	장보영	위킵(주)	위킵, 코지픽	운수업, 물류업, 창고업	2026.07.09
	송요상	(주)정일감정평가법인	-	부동산업, 감정평가사	2026.07.16
	장영준	(주)선앤엘인테리어	선펜니처	가구	2026.07.24

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 시장경쟁질서를 존중하고 제품과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

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.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

혜택 1

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! 프랜차이즈 산업인의 권익 대변

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

혜택 2

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

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

혜택 3

해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! 해외진출 사업지원 지원

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

혜택 4

프랜차이즈 전문가를 향한 프랜차이즈 정부무료교육 외

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

혜택 5

가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 각종 정책 정보 제공

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

혜택 6

최고경영자(CEO)대상 윤리준수교육 프로그램

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

혜택 7

학사 및 석사 학위 과정 장학금 혜택

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

혜택 8

CEO포럼, 법률 세미나 등 포럼·세미나 행사 참가

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

혜택 9

새로운 홍보 플랫폼 홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보

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

혜택 10

80명 수용 가능한 협회 교육장 임대 할인 혜택

사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는
협회 교육장을 60% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다.
(4시간 이상 기준)

혜택 11

각종 규제 개선 건의 대정부 정책 건의

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

혜택 12

회원사 대상 복지 서비스 쿠쿠홈시스템탈, 보험비교견적,꽃배달 등

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

혜택 13

프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 다양한 친목 프로그램 참가

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

혜택 14

문자 메시지, SNS 등을 통한 업계 최신 뉴스·소식 안내

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

혜택 15

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

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

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

※ KFA 홈페이지: <http://www.ikfa.or.kr> / 주소: 서울 영등포구 여의도동 국회대로70길 15-1 4층 404~410호

회원가입 신청서

신청인 정보

☐ 정회원

☐ 파트너회원

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

【CMS 출금이체 약관】

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

【금융거래정보의 제공 동의서】

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

【개인정보의 제공 동의서】

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

모든 약관동의 (☐ 동의 / ☐ 미 동의)

[관련문의] Tel)070-7919-4165 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서
[협회연락처] Tel) 3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail) upearl@ikfa.or.kr 주소) 서울 영등포구 여의도동 국회대로70길 15-1 4층 404~410호

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

신청일자 202 년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 :

(인)



프랜차이즈월드 Franchise WORLD

월간

정기구독 안내

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

구독료 안내

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

광고단가 안내

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

*연 5회 계약시 1회 서비스 (VAT 별도)

광고, 콘텐츠, 구독 제한

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

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

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

창업도 온라인 광고

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

창업도,

- 누적 조회수: 2,200만명
- 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)

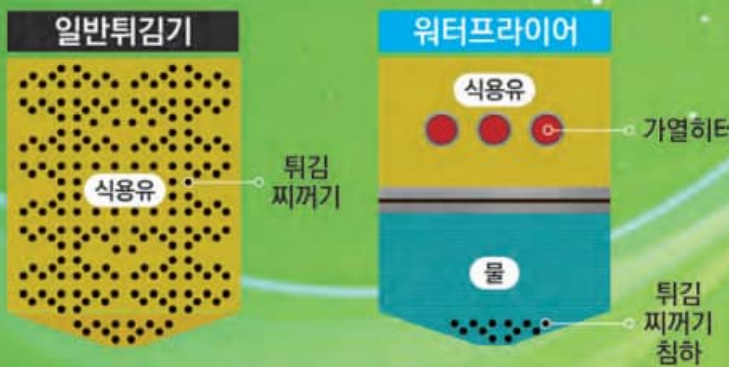
Enter
Water fryer®
FRESH INNOVATION



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

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



주요고객사



(주)엔터라인 전국 대리점 모집



Enterpack®

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