

프랜차이즈에 솔루션을 더하다!

아시아 No.1 프랜차이즈 대표 박람회

IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회

창업전

가맹사업 홍보 및
점주 모집을 통한 브랜드 확장

산업전

매장 운영에 필요한 제품/서비스
홍보 및 신규 파트너사 탐색

2025 상반기

4.10 - 4.12

코엑스 C&D홀

2025 마곡

6.26 - 6.28

코엑스 마곡 르웨스트

2025 하반기

9.25 - 9.27

코엑스 C&D홀

참가 브랜드 모집 중! 지금 사무국과 상담하세요

✉ info@ifskorea.co.kr ☎ 02-561-6172

온라인 참가문의



부스 타입 안내



주최 **KFA** 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

주관 **RX coex**

프랜차이즈월드

Vol.70 2024

외식 프랜차이즈 업계 뒤흔드는 피자헛 차액가맹금 소크

Korea Franchise Association

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Franchise WORLD

Vol. 70 2024



Cover Story

외식 프랜차이즈 업계 뒤흔드는 피자헛 차액가맹금 소크

피자헛2심패스로 점담소송음직함...큰파장 우려에 대법판결 '촉각'

'115일 만의 합의' 배달앱 상생협약체, 반쪽자리 지적 잇따라

점주단체 퇴장속 졸속합약...“중개수수료를 상한 5% 이하여야”

Special Report

‘구입강제품목 거래조건 변경 협의에 대한 고시’ 제정 공포
“차세대 K-프랜차이즈 주역으로”...제14기 KFCEO 교육과정 수료식
‘2024 하반기 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회’ 성황리 개막
2024 협회장배 자선 골프대회 통해 사회적 약자 지원

People & Company

유인성 화화대지왕갈비·현주식당 대표



www.franchiseworld.kr
부수인종매체
한국ABC협회

KFA
Korea Franchise Association

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

먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨!

Since 2011



다양한 메뉴 (스시, 샐러드, 바비큐, 디저트 등)



넓은 홀 & 단체룸



수유실 & 키즈카페



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



고객센터/가맹문의
1577-4841

우리 브랜드 선호도는 몇 위일까?

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

창업도

changupdo.com



대표전화 : 02.556.7889

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

Franchise WORLD
한국프랜차이즈산업신문

프랜차이즈 산업 혁신 리더 양성

제 15기 KFCED 과정 모집

한국프랜차이즈산업협회 공식 CEO 교육

25. 03.10~06.16

(워크숍 2회 포함 15주 과정)

※ 매주 월요일 14:00 ~ 17:00(3시간)

양재 aT센터 3층
*서울 서초구 강남대로 27



교육비용

400만원 (부가세 별도)

- * 10% 할인 : 회원사 추천자, 2인 이상 등록자
- * 20% 할인 : KFA회원사(중앙회, 지회), 프랜차이즈 최고전문가과정 수료자, 연세대학교 프랜차이즈 CEO과정 수료자
- * 50% 할인 : KFCEO 교육과정 동문 중 재수강자(FC에 한함)

협회 회원사 입회비 할인

KFCEO과정 수강과 동시에 협회 가입시 납입회비-할인을 100%(1,000,000원)

교육대상

- 기존 및 신생 프랜차이즈 기업의 CEO 및 임원
- 프랜차이즈 산업에 관심 있는 기업인 및 일반인
- KFCEO 교육과정 동문 중 재수강 희망자 등

혜택/특전

- 👉 한국프랜차이즈산업협회 지원사업 우선 참여 기회 제공
- 👉 협회가입 및 각종 프로그램 할인 혜택
- 👉 멘토제 도입을 통한 개별 코칭 기회 제공
- 👉 교육생 상호간 친목 활동 (골프, 등산, 원우사 탐방, 총동문회 활동 등)

과정특징

- ☑ CEO 토크쇼
국내 대표 프랜차이즈 CEO들과 함께하는 토크쇼
- ☑ 현장연수
프랜차이즈 현장을 찾아서 벤치마킹하는 현장 세미나
- ☑ 코칭과 멘토링
전문가 및 협회 임원들이 참여하는 원우 멘토링과 코칭
- ☑ 원우활동 지원
원우들의 사업소개와 홍보 활동
- ☑ CEO 교류
협회, 총동문회 행사 초대 및 CEO 교류 활동
- ☑ 경영 멘토링 포럼
원우들과 함께 토론하는 프랜차이즈 경영 포럼



교육문의

이경희 주임교수 : 010-3785-8406

협회 교육팀 : 070-7919-4170

KFA 한국프랜차이즈산업협회 **BUZA.biz**
Korea Franchise Association

프랜차이즈 CEO 과정

제45기 모집요강



교육일정

교육기간	상반기: 2025년 3월 12일 ~ 6월 4일 (45기)
교육일시	매주 수요일 14:00 ~ 17:00
교육장소	연세대학교 신촌캠퍼스 상남경영원

모집요강

모집정원	50명 내외
모집대상	1) 제조, 유통, 외식 및 서비스업의 CEO 및 임원 2) 프랜차이즈 본사 및 가맹점 대표 3) 프랜차이즈 창업 희망자
전형방법	온라인 원서접수를 통한 수강능력 심사 후 선착순 입학
원서접수	상남경영원 웹사이트(https://sim.yonsei.ac.kr/)에서 입학지원서 작성
제출서류	1) 입학지원서 (상남경영원 웹사이트 소정양식) 2) 재직증명서 (대표자는 사업자등록증) 1부 * 회사에서 교육비를 지원하는 경우 재직증명서 제출 생략 가능
합격발표	입학지원서 상에 기재된 이메일로 개별 통보
등록금	4,500,000원 (부가세 없음) - 교재, 간식, 주차, 간담회 등 학사 운영비 일체 포함 - 계좌이체만 가능 (우리은행 126-000091-18-322 (학)연세대학교) - 계산서 발급 가능 (홈페이지에서 계산서 신청서 작성)
문의처	Tel : 02-2123-4266 E-mail : thearies@yonsei.ac.kr Website : https://sim.yonsei.ac.kr/

33떡볶이, 프랜차이즈의 틀을 깨다!



창업문의
080.868.3355
www.success100.co.kr



자체 공장 보유
업계 최저 원가율



33만의 독창적인
가맹점 밀착관리 시스템
① 33 DCS ② 1030 CARE



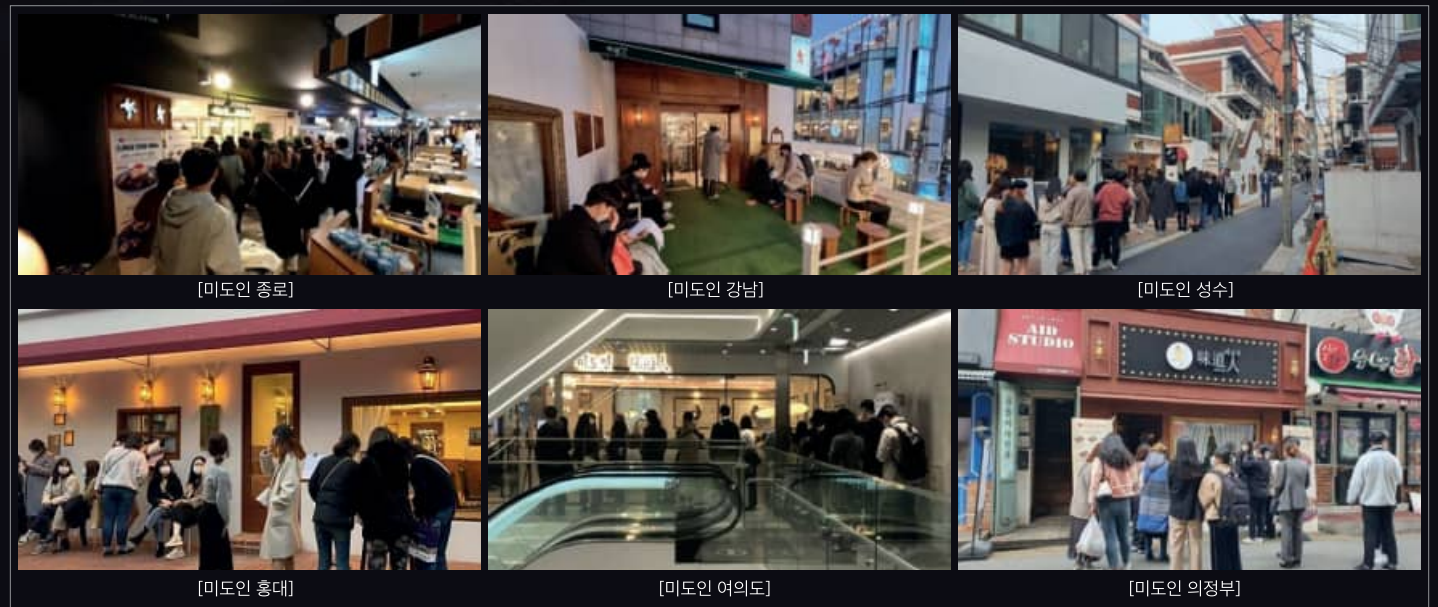
손쉬운 운영 가능
인건비 DOWN 효율 UP

HACCP 인증을 받은 모기업 (주)산들식품은 20년 이상 웰빙푸드를 연구·제조하는 대한민국 최고의 중견 식품기업입니다.



미식 기행, 답을 찾다 ...

점포별 매장전경



[미도인 종로]

[미도인 강남]

[미도인 성수]

[미도인 홍대]

[미도인 여의도]

[미도인 의정부]

창업문의 | 070 - 5029 - 4406 | www.http://midoin.co.kr/

본사 | 서울특별시 강북구 번동 448 -11, 202호

(주)워드컴퍼니 H&B



(주)아르푸 대표 황은주

아르푸가구는 2000년에 설립한 주문제작 가구 전문 회사 KTA그룹의 브랜드입니다.

KTA그룹은 한국T.A 운영을 기반으로 (주)티오피퍼니처, 국내 및 해외에 직영공장(생산시설)을 갖추고 있어 최소한의 시간 내에 완성도 높은 제품을 제공하며 합리적인 가격, 체계적인 품질관리가 가능합니다. 직영매장 아르푸를 통해 직접적인 소통으로 고객의 니즈를 파악하고 고객의 요구를 즉시 반영합니다.

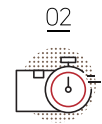
/ 사업분야

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

/ 아르푸 서비스



01 업계 최고 전문 상담원 배치로 믿을 수 있는 상담



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



03 가장 중요한 사후 관리 또한 확실하게

ONE STOP SYSTEM



/ 아르푸가구 납품현장



이여곰탕



먹보한우



아비꼬



더벤티



달콤커피



카페온화



홀릭 스터디카페



서울대학교

25CM 1인피자

피자먹다

HANDY BOX!
원한다면 언제 어디서든지



피자먹다

이것이 진짜 오리지널 1인피자

해외에서 즐서서 먹는 피자



태국 잠푸리스퀘어(1호점)

싱가포르 PLQ몰(1호점)

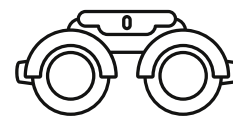
필리핀 SM City North EDSA(1호점)

말레이시아 AEON Mall Tebrau City(1호점)

DAVICH



개인맞춤 다초점렌즈 MIDAS M



독일 개인맞춤 설계 누진다초점렌즈

다비치만의 차별화된 개인맞춤
검안 시스템으로 고객의 부적응을
최소화합니다.



합리적인 가격

제조사 직거래 유통 방식으로
좋은 품질의 제품을
합리적인 가격에 제공합니다.



품질보증 M마크

"M마크를 확인하세요."
고품질의 안경렌즈를 엄선하여
제공합니다.




100% 환불 보장제

다비치만의 차별화된 개인맞춤
검안 시스템으로 고객의 부적응을
최소화합니다.

새롭게 변화된 김가네

찰면치즈불닭볶음면

 김가네

가맹문의 1588-7187

외식업 솔루션 전문 브랜드 제일좋은솔루션

- 배달매출분석
- 트렌드분석
- ERP
- 마케팅홍보

"매장에 꼭 맞는 제품으로, 전문가의 설치와 사후관리까지"

everything in the payment **SMART HONEY**

키오스크


포스


테이블오더

서빙로봇

우리는 사장님의 성공을 응원합니다.

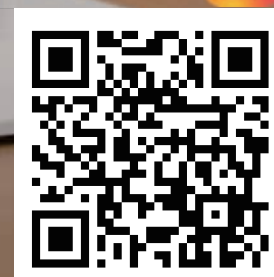
스마트허니는 10여 년간 외식업과 함께한 (주)제일좋은솔루션에서 프랜차이즈 본사 및 가맹점에서 체계적이고 합리적으로 매장관리를 할 수 있도록 심층 분석을 통하여 제안 및 관리해 드리는 솔루션 브랜드입니다.

인스타그램 

설치사례 

공식 홈페이지

카메라로 스캔 ▶▶
문의 1899-1271
www.jjssolution.com





성공하는 사장님의 치킨 서포터, 양계농장!

최고 품질의 치킨 가공품을 공급합니다.



www.chickenfarm.co.kr

<양계농장 대표상품>



35년 동안의 치킨가공사업으로 다져진 R&D 경험과 레시피로 좀 더 맛있는 메뉴를 현장에서 심플하게 조리할 수 있도록 ONE-PACK, ONE-SALE, ONE-COOKING 제품을 선보입니다.

양계농장 제품문의 031-988-7779 / joyfull0602@gmail.com

조이풀 농업회사법인(주)



냉동식품은 역시, 굿프렌즈!

One Stop Total Service

- 식자재 공급** 한식,일식,중식,양식 등 다양한 메뉴의 식자재를 공급합니다.
- 가격 경쟁력** 60여개 제조협력사 보유 / 도매 유통 / 식자재 직수입 / 글로벌 소싱을 통해 저렴하게 공급합니다.
- 전국 물류** 10 Box 이상 구매시 서울부터 제주까지! 요식업 프랜차이즈의 전국 배송이 가능합니다.

전국 800여 곳의 판매 인프라 보유

고객 만족도 향상과 장기적인 성장을 위하여 다양한 협력 시스템을 갖추고 있습니다.

대형캐터링 업체 납품

삼성웰스토리, 현대그린푸드, 동원홈푸드 등

대형마트 업체 납품

식자재왕, 하나로마트, 탑마트, H마트 등

대형프랜차이즈 업체 납품

김가네, 채선당, 자담치킨, 보배반점 등

온라인 업체 납품

쿠방, 배민상회, 알리익스프레스, SSG 등

프랜차이즈 성공 파트너 굿프렌즈!

프랜차이즈 협력사가 필요로 하는 상품들을 공동연구 및 공동개발 할 수 있는 검증된 능력을 보유한 기업!

굿프렌즈를 바로가기

핸드폰으로 QR코드를 촬영해 보세요



냉동식품은 굿프렌즈 굿프렌즈 몰 바로가기 <https://linktr.ee/goodbingo>

문의전화: 070-5073-6837

(주)굿프렌즈 서울특별시 송파구 송이로 171, 상아빌딩 3층

충청팀 대전광역시 동구 계족로457번길 64, 103호
경북팀 대구광역시 중구 서성로 99 1동 908호

호남팀 광주광역시 광산구 첨단강변로99번길 21, 311호
경남팀 부산광역시 강서구 명지국제6로 99, A동 1813호



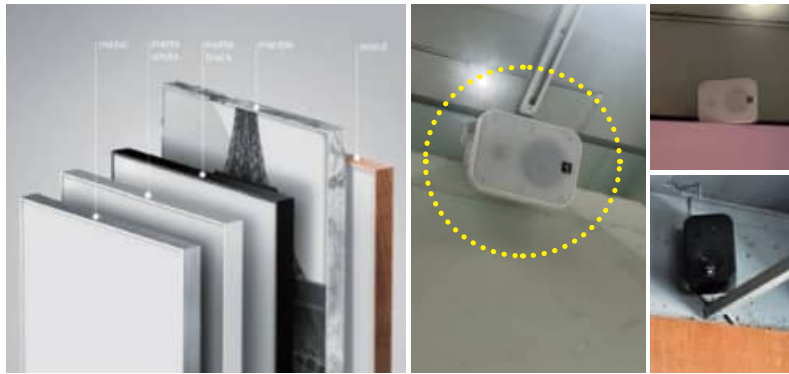
액자형 스피커 **NAPAL**



음악을 벽에 걸다


스피커를 액자처럼,
당신의 그림으로 채우세요.
'나팔 프레임'은 액자형 스피커로
당신의 공간을 작품과 음악으로
완성 합니다.

※ 메뉴판 등 판넬 교체가능 모델은 2025년 상반기내 출시예정



인테리어+스피커+안내판을 하나로!

- 깔끔한 실내 인테리어 오브제 스피커
- 다양한 작품의 이미지(로고, 메뉴판 등) 교체 가능
- 40W고용량 스피커 출력
- 진동 모듈을 활용한 진동판 진동 방식
- 스피커 유닛을 사용하지 않는 설계 방식으로 완전 밀폐형 스피커 개발
- 20개의 특허 등록

제품문의 : 1533-0557  **DainCare**
(주)다인케어



음식과 서비스에 집중할 수 있는 주방을 만들어 갑니다

TOPSONIC NOAS

YouTube 성공의 정석꾼 / 성공 9단 / 생존의 기술

사장님이 찾던 바로 그 세척기

국내유일
24kHz
진동소자

입체형 3D
초음파
특허기술

저소음
특허기술

무상AS
10년

22년째 사용 담당 정치내장!





초음파 세척기 구매? 지금 결정하지 마세요!
무료로 5일간 사용해 보고 결정하세요.

무료 사용 신청 > 방문상담 > 무료 사용 5일 > 구매결정
부담없이 렌탈로 사용 가능합니다 (불만족시 무료철회)

오직 탐소닉세척기만으로 가능한 5가지

- 1. 압도적인 시간절약**
담갔다가 **바로 건지면** 설거지 끝 3분이면 OK!
- 2. 찬물에도 변함없는 강력한 세척력**
- 3. 까다로운 설거지 완벽 해결**
불판, 석쇠, 뚝배기, 솥밥 냄비 등 완벽 세척
각종 기름기, 잔류농약, 세균 깔끔하게 OUT
- 4. 고정비용 90% 절감**
수압식기세척기, 설거지 직원 필요 없습니다!
가스비, 전기세, 수도세 **최대절감**
- 5. 20년 이상 사용 가능한 품질**
진동 소자 수명 15년 이상 보장
무상 AS 10년 보장

당신의 새로운 파트너

브라더스팩토리가 함께 하겠습니다!

- 국내외 유명 유수의 가맹사업본부, 대기업 물류사에 다수의 식품 대량 공급 데이터를 통한 안정적인 재고운영의 가능성.
- 인프라를 통한 다수의 식품 생산 및 수입을 통한 합리적인 공급의 가능성.
- HIT 식품 개발 경험치를 통한 Hot item OEM, ODM 기획 및 생산의 가능성.

주요 생산 및 수입 식품 :

- 파인애플 아이스, 패션망고 아이스 등 빙과류
- 수산물 원물 및 가공품
- 건어물류
- 축산물 가공품 등



대표이사 남민수



대표영업사원 김상훈

국내외 식품 제조 (OEM) / 수입 / 가맹사업본부, 대기업 물류사 니즈에 맞춘 PB 개발 기획부터 생산, 유통까지 nonstop으로 전문 해결사들의 노하우로 해결해 드리겠습니다.

1533-4399

브라더스팩토리 주식회사 BROTHERS FACTORY CO., LTD.
서울특별시 강남구 도산대로 34길 22, 빌딩모노폴 3층



www.songlimpaper.com



100% 천연펄프로 환경친화적이고 인체에 무해한 최고급 펄프원단을 사용하여 식탁의 문화를 선도하는 냅킨을 제조 유통하고 있습니다.

제품의뢰

컨설팅

디자인

인쇄

패킹 및 적재

납품

주소: 경기도 고양시 일산동구 은마길63번길7 Tel: 031-977-6810 Fax: 031-977-6825
품목: 인쇄냅킨, 디너냅킨, 해동지, 테이블냅킨, 핸드타올, 점보롤 E-mail: 7booming@naver.com

송림특수제지

초음파 기술로 탄생한 튀김의 신개념 패러다임

에코몬 초음파 튀김기



기름이 스며들지 않는
새로운 걸바속촉~

신제품
출시



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

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

ecomon

에코몬만의

초음파 튀김기 특성 12가지

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

초음파 튀김기 도입효과

매출 UP 지출 DOWN	쾌적한 친환경 매장 유지	건강한 튀김을 더 맛있게 제공
고객 서비스 직원관리 편리함	조리사도 안전하고 간편함	매장 운영 즐겁고 유익함



ecomon
명품 친환경 전문기업 (주)에코몬

문의: 010-6247-3754
홈페이지: ecomon.kr

제휴 업체 및
판매점 모집중



The Letter from President

023 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

025 이진창 발행인 인사말

Cover Story

026 외식 프랜차이즈 업계 뒤흔드는 피자헛샷 차액가맹금 쇼크
 피자헛 2심 패소로 집단 소송 움직임... 큰 파장 우려에 대법 판결 촉각

032 '115일 만의 합의' 배달앱 상생협약체, 반쪽자리 지적 잇따라
 점주단체 퇴장속 종속 합의... '중개수수료를 상한 5% 이하여야'

Special Report

036 '구입강제품목 거래조건 변경 협의에 대한 고시' 제정 공포

040 모바일상품권 민관협약체 공회전... 수수료 대폭 인하 가능할까?

042 "차세대 K-프랜차이즈 주역으로"... 제14기 KFCEO 교육과정 수료식

046 '2024 하반기 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회'
 성황리 개막

052 2024 협회장배 자선 골프대회 통해 사회적 약자 지원

056 "일회용 컵 보증금제 강제 없다"... 사실상 폐지

Organ News

058 파파존스 피자 과징금 14억8200만원... 리모델링비 점주 전가

059 장사하기 좋은 서울... '소상공인 힘보탬 프로젝트' 발표

060 자영업자 고용보험 가입·보험료 지원신청 한번에

061 외식업 프랜차이즈, 상표 미등록 비율 35%에 달해

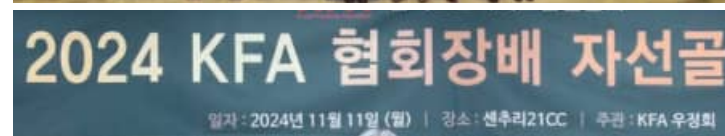
Hot Issue

062 11.22.~24. WFC 하반기 멕시코 총회 참가

063 2024 코리아세일페스타 성료

064 5인 미만 사업장에 근로기준법 확대 적용 "탁상행정"

065 특허청, 과기정통부와 손잡고 K-상표(브랜드) 보호



귀를 사로잡다, 마음을 사로잡다

소비자의 마음으로 가는 가장 빠른 길, 라디오 광고로 당신의 브랜드를 들려주세요
 귀에서 마음으로, 마음에서 행동으로, 마음이 열릴수록 브랜드 가치가 올라갑니다.
 30년 라디오광고 똑심, 애드콤이 함께 하겠습니다.



애드콤은 어떤 광고회사인가요?

끼 넘치는 사장님과 통통 튀는 직원들이 뚝뚝 뚝뚝 가장 좋은 크리에이티브를 도출하기 위해 고군분투하는 광고대행사로, 수많은 정부기관, 프랜차이즈업체들과 파트너십으로 오랜 세월 뚝뚝해온 라디오광고·CM송 제작 베테랑 광고대행사입니다

어떤 광고를 제작했나요?

정부기관 과학기술정보통신부, 통일부, 법무부, 감사원, 기획재정부, 한국예탁결제원, 경찰청, 서울시, 경기도광주시, 국립농산물품질관리원, 질병관리본부, 한국수자원공사, 행정안전부, 교육부, 서울시교육청, 국민건강보험공단, LH한국토지주택공사, 대한법률구조공단, 연천군, 울주군, 태백시 라디오캠페인, 수협중앙회 CM송, 충북농협 아리향CM송, 경기도 광주시청 CM송, 영월군 CM송, 강원도립대학교 CM송, 한국기술교육대학교 CM송 등
 일반기업 마리오아울렛 CM송, 에덴낙원RCM, (주)해피푸드 김영희동태짬&코다리냉면RCM, 양키캔들CM송 제작, 돌돌치킨 TVCM, 벌교고막 꼬마시CM송, 취영루RCM 등

People & Company

066 유인성 화화돼지왕갈비·현주식당 대표

Book Information

070 상권을 이기는 작은 가게 성공 법칙

The Brand

071 쿠푸쿠푸

Association News

- 084 협 사무국, 양재동 aT센터로 이전 외
- 085 협, K-브랜드 보호 민관협의회 성과공유회 참여 외
- 086 협 분과위, 활발한 활동으로 2024년 유종의 미 거둬

- 087 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남

- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 072 상권분석 - 유재은
프랜차이즈본사 100호점 성공의 6가지 전략 -2
- 074 컨설팅 - 이경희
2025년 프랜차이즈 트렌드와 경영 전략
- 076 마케팅 - 장재남
외식 기업의 확실한 차별화는 소비자의 건강이다
- 078 법률 - 안철현
채권 양수양도 갈등 해결 '양도금지특약'
- 080 세무 - 최인용
프랜차이즈 업종은 세무지원에서 유리할까?
- 082 노무 - 이금구
5인 미만 사업장 근로기준법 적용 확대 논의와 노무관리 대응



다사다난했던 2024년을 거울 삼아 희망찬 2025년을 맞이하길



한국프랜차이즈산업협회장
정현식

다사다난했던 푸른 용의 해가 어느덧 마무리되고 푸른 뱀의 해를 앞두고 있습니다. 연초 설렘던 기대와 달리 올 한 해 우리 프랜차이즈 업계는 그 어느 때보다 시련과 고난으로 가득한 1년을 보냈습니다.

가맹점주단체 단체협상권 도입, 필수품목 공급가격 산정 방식 공개와 같이 프랜차이즈 산업의 근간을 흔들 수 있는 가맹사업법 개정안이 잇따라 추진됐고 배달앱 플랫폼사들의 수수료 갑질이 노골적으로 본격화됐습니다. 물가는 천정부지로 치솟고 인력난까지 심해지는 와중에 소비마저 좀처럼 되살아나지 않는 삼중고에 짓눌려 수익구조가 악화되고 폐업이 속출하는 상황입니다.

내년에도 어두운 전망이 가득합니다. 피차phet 차액가맹금 소송의 여파가 외식 프랜차이즈 업계 전체의 뇌관이 되어 리스크를 극대화하고 있습니다. 더욱이 연말 어지러운 정국 속에 환율이 급등하고 경제가 불안정한 상황이 지속될 경우 추가적인 비용인상과 소비침체도 예상됩니다. 현장에서 코로나19 때보다 힘들다는 이야기가 나오는 것도 무리가 아닙니다.

하지만 우리 프랜차이즈 업계는 수 차례의 위기를 기회로 삼아 재도약해 온 경험이 있습니다. 나라가 휘청이던 IMF 사태를 선진화의 기회로 삼았고, 금융위기 속에서 양적 성장을 이뤄냈습니다. 세계를 뒤흔든 코로나19 팬데믹도 상생협력과 기술발전으로 극복하며 프랜차이즈의 순기능을 더욱 부각시키고 있습니다.

올해도 최악의 위기가 지속된 가운데에도 우리 프랜차이즈 업계는 해외진출에서 새로운 이정표를 세웠습니다. K-컬처와 K-푸드가 불려온 전세계적인 신드롬을 살려 중화권과 동남아에 국한돼 있던 진출국을 크게 늘렸습니다. 서

남아시아, 중동, 중남미는 물론이고 미국과 일본, 유럽까지 기존에 쉽게 시도하기 어려웠던 나라들에서 속속들이 깃발을 꽂았습니다.

특히 세계 외식 프랜차이즈 산업을 선도하는 미국에서 여러 업체들이 부리를 내린 것은 산업인의 한 사람으로서도 정말 놀라운 일입니다. 여러 업체들이 수 십여개 주에서 수 백 개 이상의 가맹점을 개설해 운영하고 있고, 현지의 반응도 뜨겁습니다. 과거 일본 음식들이 세계적으로 새 바람을 일으킨 끝에 저패니즈 스타일이라는 하나의 카테고리를 정립한 과정을 걷고 있는 것입니다.

이제 국내 프랜차이즈 산업은 언제 다시 찾아올 지 모르는 이 절호의 기회를 살려 해외진출에 사활을 걸어야 합니다. 대형 브랜드가 아닌 중소 브랜드도 해외로 뛰어들어 새 기회를 창출할 때입니다. 해외에서 체급을 키워 국내 사업의 일시적인 리스크를 극복하고 고질적인 문제점인 영세성을 해소한다면 다시 우리 산업이 안정적으로 성장할 수 있는 기반을 세울 수 있을 것입니다.

여전히 어려운 일들이 산적해 있습니다. 우리 협회는 올해 배달앱 문제와 가맹사업법 개정, 소비침체, 물가 안정, 해외진출 활성화 등 여러 현안을 위해 치열한 활동을 벌여 왔습니다. 큰 성과를 내기도 했고, 물론 힘이 미치지 못했던 일들도 있습니다. 그럼에도 앞으로도 산업을 위해 최선의 노력을 다하겠다는 것만은 약속드리겠습니다.

산업인 여러분들께서도 연말을 맞아 올 한 해 잘 됐던 것들과 잘 되지 않았던 것을 돌아보시고, 온고지신(溫故知新)의 마음으로 새 해를 맞을 각오를 잘 다지시길 바라겠습니다. 그리고 모든 분들의 가정에 행복과 평화가 깃들시기를 바라겠습니다. **KFA**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.70
 The Magazine For You

PUBLISHER

회장	정현식	Chung, Hyun Sik
발행·편집인	이진창	Lee, Jin Chang
협회/사무총장	박호진	Park, Ho Jin

EDITORIAL DEPT

국장	이 호	Lee, Ho
이사	조인영	Cho, in Young
	김태규	Kim, Tae kyu
	조기석	Cho, Gi Seok
특임 기자	김동하	Kim, Dong Ha
	박서진	Park, Seo Jin
	김민호	Kim, Min Ho
	김상훈	Kim, Sang Hoon
기자	김은영	Kim, Eun Young
	신용희	Shin, Yong hee

DESIGN

실장	임재승	Lim, Jae Seung
----	-----	----------------

PHOTO

사진기자	이명철	Lee, Myung Cheol
------	-----	------------------

CORRESPONDENT

대구·경북 기자	정다미	Jung, Da Mee
부산·울산·경남 기자	정미진	Jung, Mi Jin
강원 기자	손준기	Son, Jun Ki
광주·전남 기자	박내연	Park, Nae Yeon
대전·충남 기자	박경원	Park, Kyung Won
전북 기자	고재경	Ko, Jae Kyung
충북 기자	박성희	Park, Sung Hee

CONTRIBUTORS

한국창업전략연구소 소장	이경희	Lee, Gyeong Hee
프랜차이즈산업연구원 원장	장재남	Jang, Je Nam
법무법인 로투스 대표변호사	안철현	Ahn, Cheol Hyun
가현세무법인 대표	최인용	Choi, In Yong
프랜차이즈연구소 대표	유재은	Yoo, Jae Eun
노무법인 C&B 대표	이금구	Lee, Keum Goo

CONSULTATIVE COMMITTEE

편집주간	김영인	Kim, Young In
편집위원장	정중인	Cheong, Chong In
수석편집위원	김용순	Kim, Yong Soon
편집위원	정병필	Jung, Byungpil



발행처 한국프랜차이즈산업협회
 기획/제작 (주)KFN 애드콤
 주소 서울특별시 영등포구 여의대방로 67길9
 706호(여의도동, 두일빌딩)
 대표메일 kfn1991@naver.com
 광고문의 02-556-7889
 보도자료 Webhard (ID : kfn1991, PW : 1991)
 취재·구독문의 02-556-7889 (구독료 15,000원/권)
 인쇄 (주)근아인쇄
 판매대행 (주)성운도서
 등록번호 영등포, 마00070



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

비상계엄으로 사라진 연말 특수 그래도 프랜차이즈에 희망을 건다



발행인
 이진창

2024년 12월, 연말 특수를 기대하던 자영업자의 시름이 깊어지고 있다. 12월 3일 비상계엄이 선포되면서 각종 모임들의 취소가 잇따랐다. 당연 프랜차이즈 가맹점을 포함해 자영업자의 매출은 감소했다. “국민 여러분의 연말이 조금 더 행복하기를 바랍니다. 취소했던 송년회도 재개하시기를 당부드립니다” 우원식 국회의장이 지난 14일, 윤석열 대통령 탄핵소추안 가결을 선언하며 한 말이다. 우 의장은 “자영업, 소상공인 골목 경제가 너무 어렵다”면서 이같이 말했다.

실제 소상공인연합회가 지난 10일부터 사흘간 음식·숙박업, 도소매업, 개인서비스업 등에 종사하는 전국 소상공인 1630명을 설문한 결과 응답자의 88.4%가 비상계엄 선포 이후 매출이 감소했다고 응답했다.

또 중소기업중앙회가 16일 발표한 소상공인·자영업자 긴급 현황조사 결과에 따르면 응답자 46.9%가 국내 정치상황의 불확실성으로 직·간접적인 피해를 봤다고 밝혔다. 아직 피해는 없으나 향후 입을 가능성이 ‘있다’고 응답한 이들 또한 46.6%에 달했다.

업종별로는 외식업자의 피해율이 52.4%로 숙박업자(41.6%)보다 조금 높았다. 유형별로는 송년회 등 연말 단체회식 취소(외식업), 여행객의 투숙 취소 및 안전 여부 문의(숙박업) 등이 있었다.

2024년은 내수 경기가 최악의 침체에 빠져드면서 프랜차

이즈 업계도 힘든 나날을 보냈다. 여기에 갑작스러운 계엄·탄핵 정국까지 겹쳐 시장 불안정성은 더 높아졌다. 연말 분위기에 들떠야 할 주요 상권에서 폐업하는 식당이 급증해 거리는 점차 활력을 잃어가고 있다. 고물가에 따른 실질 소득 감소에 직면한 소비자 역시 지갑을 닫았다.

최근 서울시 상권분석 서비스에 따르면 올해 2분기 기준 서울 전체 외식업 폐업률은 4.2%로 2022년 2분기(2.7%) 대비 1.5%포인트 상승했다. 서울 지역의 올해 1~10월 외식업 폐업 건수는 1만9573건으로 사상 최대치이던 작년 연간 기록(1만7191건)을 이미 넘어섰다. 경기 부산 인천 대전 등 전국 11개 시·도에서도 올해 폐업 건수가 역대 최고치를 경신했다.

그럼에도 프랜차이즈의 저력은 높게 평가받고 있다. K-컬처에 힘입어 해외 진출도 활발하다. 불경기일수록 다양한 마케팅과 가맹점 지원, 신메뉴 론칭 등으로 가맹점의 불황 돌파에도 힘을 보태고 있다.

2025년은 지금보다 상황이 좋아질 것으로 예상되지는 않는다. 하지만 프랜차이즈의 힘을 믿는다. 최근 10년 동안 프랜차이즈 시장이 좋았다는 평가는 없다. 그럼에도 가맹 본부는 성장했고, 창업자들의 인식도 높아졌다. 2025년 역시 마찬가지다. 어려움은 존재하지만, 프랜차이즈의 선순환, 착한 영향의 힘을 믿는다. 올 한해 고생하신 모든 프랜차이즈 업계 종사자분들에게 고마움과 감사를 전합니다. **KFN**



지난 9월 11일 서울고등법원이 한국피자헛에 210억원의 차액가맹금을 반환하라고 판결하면서 외식업계가 큰 혼란에 빠졌다

외식 프랜차이즈 업계 뒤흔드는 피자헛發 차액가맹금 쇼크

피자헛 2심 패소로 외식업계 집단 소송 움직임

큰 파장 우려에 대법 판결 '촉각'

재판부가 지난 9월 11일 피자헛 가맹점주 94명이 가맹본부 한국피자헛 유한회사를 상대로 "수취 여부를 가맹계약서에 기재하지 않고 받아온 차액가맹금은 부당이득"이라며 반환을 청구한 소송에서 원고 일부 승소 판결을 내렸다.

한국피자헛은 판결에 따라 반환해야 하는 210억원을 포함, 전체 점주 대상 반환금액을 700억원 정도로 전망하고 즉시 기업회생절차(CRP)와 자율구조조정프로그램(ARS)을 신청해 승인받았다. 국내 프랜차이즈 업계의 터줏대감이자 글로벌 브랜드의 국내 사업자가 소송 한 방에 무너진 것이다.

WRITE | 이 호 편집국장

2022년 1심 판결을 해프닝 정도로 생각했던 외식업계는 2심 결과에 크게 놀라는 분위기다. 대법원 판결에 따라 줄도산 우려도 나온다. 한국피자헛은 10월 10일 즉시 상고(대법원 2024다294033 사건)했고, 대법원은 11월 30일 상고이유 등 법리검토를 개시했다. 내년으로 예상되는 대법원 판결이 외식 프랜차이즈 업계의 모든 관심이 모아지고 있다.

차액가맹금 판결 가른 쟁점은 '합의'

서울고등법원 제19-3 민사부는 피자헛 점주 94명이 제기한 '부당이득금 반환 청구의 소'(서울고법 2022나2024467 판결)에서 "한국피자헛이 2016~2022년 가맹점주에게 받은 차액가맹금은 부당이득에 해당하므로 반환하라"고 판결을 했다.

이는 지난 2022년 1심(서울중앙지법 2020가합 607773 판결)에 이어 또 다시 법원이 가맹점주 손을 들어준 것이다. 1심은 2019~2020년 분인 75억원을 반환 규모로 산정했으나, 2심은 점주들의 항소를 받아들여 반환 규모를 2016~2022년 분인 210억원으로 크게 늘렸다.

판결을 가른 핵심은 차액가맹금 수취의 합의 여부다. 차액가맹금은 업계에서 물류마진으로 통용되는 용어로, 법적으로는 '적정 도매가 이상'의 마진을 의미한다. 외식업계가 통상 초기 가맹금을 낮추는 대신 물류마진으로 이를 보전하고 있으므로 가맹금의 일환이라는 의미다.

한국피자헛은 "차액가맹금이 법률상 근거가 있어 별도의 합의가 필요없고, 계약을 체결한 것 자체가 합의를 한 것으로 봐야 한다"고 주장했다. 그러나 재판부는 가맹금의 일종인 차액가맹금을 가맹본부가 수취하려면 양측이 합의해야 하나, 그러한 약정이나 묵시적 합의가 있었다고 볼 만한 사정이 없다고 이 같이 판결했다.

한국피자헛은 계약서에 최초 가맹비(이니셜피)와 고정 수수료(6%), 광고비(5%)를 규정하고 있으나 차액가맹금 수취 여부는 명시적으로 규정하지 않았고, 물품을 청구하는 인보이스의 정산내역에도 관련 내용이 없으며, 기타 묵시적인 방법으로도 합의했다고 볼 만한 정황이 없다는 판결이다.



2심 판결을 내린 서울고등법원 전경

(표) 서울고등법원 2심 판결문 중 '부당이득의 인정 범위'

가. 2019년부터 2022년까지의 차액가맹금에 대하여

피고가 원고들로부터 차액가맹금 형태로 가맹금을 받은 것은 법령상 또는 이 사건 각 가맹계약상 근거가 없으므로, 피고가 수령한 차액가맹금은 부당이득에 해당한다. 피고는 정보공개서에 차액가맹금 수령 사실을 등록한 2019년부터 2022년까지의 차액가맹금에 대해 원고들의 가맹점별 매출액 중 차액가맹금 비율(2019년 3.78%, 2020년 4.50%, 2021년 4.73%, 2022년 5.27%)에 해당하는 금액을 원고들에게 부당이득으로 반환할 의무가 있다.

나. 2016년부터 2018년까지의 차액가맹금에 대하여

1) ...(중략)...원고들은...(중략)...정보공개서상 차액가맹금이 확인되지 않는 2016년부터 2018년까지의 차액가맹금에 대해 차액가맹금 비율을 2019년 대상 차액가맹금 비율(3.78%)에서 매년 순차적으로 역산하여 19%씩 줄인* 3.18%(2018년), 2.67%(2017년), 2.24%(2016년)로 산정하여 그에 해당하는 차액가맹금의 반환을 구한다.

2) ⑤ 원고들이 주장하는 2016년부터 2018년까지의 차액가맹금은 원고들에게 매우 불리한 방식으로 산정한 것이고, 한정된 자료와 수치를 토대로 한 원고들의 산정 방식이 불합리한 것으로 보이지 않는다.

(*주: 정보가 없어 2016~2018년은 정보가 없어 2019~2020년 증가율 19% 기준으로 역산)

정보공개서 기재, 공급계약 성립 모두 불인정

한국피자헛은 합의의 근거로 다양한 주장을 펼쳤으나, 재판부는 모두 받아들이지 않았다.



12월 10일 한국피자헛가맹점주연합회가 서울 서초구 서울회생법원 앞에서 한국피자헛의 차액가맹금 반환을 촉구하는 기자회견을 개최했다. [사진 = 법무법인 와이케이]

재판부는 “2019년부터 가맹사업법 시행령 개정에 따라 정보 공개서에 차액가맹금 정보를 적고 있다”는 주장에 대해 “직전 년도에 수취한 것을 알리는 것일 뿐 장래의 합의가 아니다”라고 일축했다.

“가맹사업법에 이미 차액가맹금을 규정하고 있다”라는 주장에는 “합의는 별개의 문제”라고 말하고, “차액가맹금이 법상 계약서 의무기재 사항이 아니다”라는 주장에 대해서는 “법의 내용은 한정적으로 열거한 것이 아니다”라고 반박했다.

“올해 시행된 필수품목 개선 대책에 따라 필수품목 관련 정보를 계약서에 적도록 한 것이 차액가맹금 수취를 정당화한다”는 주장은 “현행 제도의 일부 미비점을 개선·보완한다는 취지에 따라 오히려 합의가 필수 기재사항임을 명백히 하기 위한 것”이라고 판시했다.

이밖에 재판부는 “원·부재료에 관한 물품공급계약의 근거가 수취 근거가 된다”는 주장에 대해 “원·부재료를 제3의 판매업자로부터 공급받도록 하여 공급계약 체결을 인정할 수 없다”고 답했다.

또, “공급단가 공지, 원고의 물품 주문, 세금계산서 발행 등으로 공급계약 체결이 성립됐으므로 합의된 것”이라는 주장에는 “가맹계약에 따른 서면 체결이 아니고, 설사 공급계약이 성립됐다 하더라도 점주들이 차액가맹금에 대해 알거나 관련 정보를 제공받아야 한다”고 반박했다.

“할 수 있는 게 없다”...줄소송 현실화되나

차액가맹금 수취 비율이 많게는 90%까지 추정되는 외식업계에서는 이번 2심 판결에 경악하는 분위기다. 외식업계는 오랜

기간 관행적으로 차액가맹금을 주요 수익수단으로 삼아온 만큼 별도로 수취 여부를 계약서에 명시하는 일이 거의 없는 것으로 알려졌다.

업계를 공포에 몰아넣고 있는 것은 마땅히 대응할 수단이 없다는 점이다. 부랴부랴 계약서에 관련 내용을 넣거나 점주들과 합의하더라도 이전 수취분에 대해서는 해당되지 않는다. 아직 대법 판결 일정이 나오지 않았지만 이미 업계에서는 소송이 잇따라 제기되고 있다. 3대 메이저 치킨 브랜드들은 이미 각각 수 백여 명의 가맹점주들이 소송을 제기하거나 소송을 예고했다. 현재까지 소송을 검토 중인 것으로 거론되고 있는 대형 브랜드만 7~8개에 달한다.

“피자헛과 사정 다른데”...외식업계 ‘당혹’

대부분의 외식업체들은 한국피자헛과 상황이 크게 다르다고 항변하고 있다.

외식업체들은 차액가맹금 외에 정률로 로열티를 받지 않는 것이 관행이다. 그러나 한국피자헛은 고정 정률 로열티 6%와 광고비 5%를 수취해 오고 있다. 심지어 한국피자헛은 이미 글로벌 계약서에도 없는 어드민피를 2007~2012년 0.55%, 2012~2019년 0.8%로 수취해 오다 소송전에 휘말려 결국 2019년 어드민피를 폐지하기도 했다. 정보공개서에 차액가맹금 관련 사항을 기재하기 시작한 2019년 이전의 가맹점주들은 정말 몰랐을 가능성도 적지 않다.

반면 대부분의 외식업체들은 정률 로열티 수취 자체가 많지 않다. 정액 로열티로 일부 받는 업종도 있으나 대부분 월 10만원 정도의 소액에 그친다. 당연히 점주들이 본사로부터 물



한국피자헛은 2019년 어드민피 폐지를 골자로 하는 상생협약을 체결했으나, 차액가맹금 소송전으로 다시 가맹점주와 분쟁에 휘말리고 있다.

건을 구입할 때 차액가맹금이 붙을 것을 예상할 수 있다. 이는 계약서에 명시하지 않더라도, 본사가 공급물품에 대한 정보를 제공하거나 점주가 발주하는 경우 차액가맹금 수취가 당연히 합의된 것이라는 주장으로 이어진다.

한 법조계 관계자는 “구입처가 강제되는 가스요금의 경우, 가스공사가 요금에 마진을 붙인다는 고지를 하지 않아도 구매자는 당연히 이를 인식하고 있다”라고 하면서 “합의 유무가 부당이득 여부를 가른다는 것은 일반적인 재판과 조금 동떨어져 보이는 것이 사실”이라고 말했다. 또 “법률적 원인 유무를 다루는 민사상 부당이득 반환 소송에 가맹사업법 상 가맹금이라는 공적 개념의 위상을 접목한 것도 혼란스러운 반응이 나오는 이유”라고 덧붙였다.

실제 판결 과정에서는 한국피자헛의 특수한 사정이나, 변호인단의 불성실한 자료 제출 등이 적지 않게 영향을 끼쳤던 것으로 전해진다. 그러나, ‘판사는 판결문으로 말한다’는 법언과 같이, 이번 판결문에 이러한 사정들이 반영되지 않았기 때문에 업계 전반에 적용될 가능성이 적지 않다는 점이 불안요소다.

“상도의 없는 법무법인, 업계 분쟁 유발 자중해야”

한편 피자헛 판결에서 점주를 대리했던 네트워크 로펌 법무법인 와이케이가 본격적으로 영업팀을 꾸리고 무차별적으로 소송 제안서를 살포하고 있다는 얘기도 들린다. 대법 판결이 확정될 경우 중소 브랜드까지 걸잡을 수 없이 번질 것으로 보이는 이유다.

네트워크 로펌은 개인 법률사무소들을 지사로 포섭해 서울 본부에서 논리발굴, 대관, 광고·영업을 맡고 지사에서는 단순 소

송 수행만을 전담하는 형태로 운영된다. 광고·영업과 대관에 치중하고 실제 소송 대응력이 약해 수입과 수익만을 목적으로 한다는 비판을 거세게 받고 있다. 차기 대한변호사협회장 선거 후보 공약에 모두 ‘네트워크 로펌 규제’가 등장할 정도다.

법무법인 와이케이는 네트워크 로펌 중에서도 가장 규모가 큰 곳으로, 최근 이례적으로 10대 법무법인에 포함될 정도로 급성장해 이미 법조계에서도 큰 논란거리다. 이번 차액가맹금 소송전에서도 영업팀이 상도의를 어기고 승소 가능성 여부와 상관없이 부담이 적다고 호도하여 업계를 큰 혼란에 빠지게 하고 있는 것으로 알려졌다.

한국프랜차이즈산업협회 관계자는 “차액가맹금은 오랜 기간 외식업계의 관행으로 자리잡아 법적으로도 인정받고 있으나, 이번 피자헛 판결이 예상을 뛰어넘어 업계의 출도산 공포를 키우고 있다”라고 하면서 “협회는 외식업계의 경영안정을 위해 정부와 국회 등에 판결의 여파와 부당함을 널리 알리고 탄원서, 의견서 등 언론과 법원에 업계와 법조계의 우려를 강력히 전달할 수 있는 방법을 계획 중”이라고 말했다.

또, “소송 시 가맹점주들은 최소 수 백만원 이상을 지출해야 하고, 승소해도 본사가 파산해 사업을 영위하기 힘들며, 패소시 비용 손해는 물론 가맹본부와 불화가 커지게 돼 어떠한 경우에도 이득을 보기 어렵다”라고 하면서 “단지 수익을 위해 업계의 분쟁을 부추기는 특정 법무법인의 행태는 지탄받아야 마땅하며, 지금이라도 상생협력을 근간으로 하는 프랜차이즈 업계의 공멸을 불러올 수 있음을 자각하고 자중하길 바란다”라고 촉구했다.



11월 27일 한국프레스센터에서 열린 한국프랜차이즈산업협회 피자헛 판결 대응 2차 설명회

“합의 근거로 주장할 만한 명시적·묵시적 자료 확보 필요”

한국프랜차이즈協, 회원사 대상 설명회 개최

“체크리스트 확인하며 대비해야”

WRITE | 이 호 편집국장

피자헛 소송 2심 판결 이후 업계의 불안이 크게 고조되면서 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 회원사를 대상으로 피자헛 판결 분석 및 대응 설명회를 연달아 개최했다. 11월 13일 aT센터에서 열린 1차 설명회(법무법인 태평양)와 11월 27일 한국프레스센터에서 열린 2차 설명회(법무법인 선운)에는 100여개 회원사에서 200여명의 법무·대관 담당자들이 참석했다.

아래는 협회가 발주한 가맹본부 대응방안 연구용역을 수행한 법무법인 선운의 2차 설명회 발표 내용을 정리한 것이다.

“승소 지름길은 없으나…합의 자료 확보 필요”

윤태운 법무법인 선운 대표변호사는 현재 지키기만 하면 승소할 수 있다는 식의 지침은 없다고 말한다. 다만, 그래도 최소한 명시적·묵시적 합의 사실을 증빙할 수 있는 자료를 확보해 두는 것은 필요하다고 조언하고 있다. 소송에서 차액가맹금 수취의 법률상 원인이 있었다고 주장하기 위해서다.

합의 주장의 근거로는 물론 계약서 기재가 가장 바람직하나, 계약서로 한정될 필요는 없다. 합의의 내용에 유통마

(표) 차액가맹금 소송 대비 가맹본부 체크리스트

분류	내용	✓
명시적 합의유무	• 가맹계약서에 차액가맹금 지급에 관한 내용이 명시되어 있는가?	
	• 가맹계약서 외에 별도로 합의하였는가?	
	• 합의 내용이 차액가맹금에 준하는 개념 또는 유사한 개념에 관한 것인가?	
	• 구입강제품목의 종류와 공급가격 산정방식을 가맹계약서에 포함하였는가?	
묵시적 합의에 관한 사정	• 물품공급에 관하여 가맹점사업자의 '청약'과 가맹본부의 '승낙'으로 볼 사정이 있었는가?	
	• 물품공급계약에서 가맹본부를 배제하는 등 가맹본부가 차액가맹금을 수취하지 않는다고 불만을 외관을 형성하지 않았는가?(계약서, 정보공개서, 가맹광고 등)	
	• 가맹점사업자가 차액가맹금 수취 사실을 안다고 볼 사정이 있는가?	
	• 창업설명회, 가맹광고, 점주 간담회, 점주 상대 공지 등의 채널을 통하여 차액가맹금에 관한 정보가 제공되었는가?	
	• 정보공개서 '6. 영업활동에 대한 조건 및 제한'에 차액가맹금 수취에 관한 내용을 충실히 기재하였는가?	
	• 정보공개서 변경시 가맹점사업자들에게 통보하는가?	
	• 차액가맹금을 수취하는 것이 소속 업종의 관행이라고 주장할 사정이 있는가?	
소멸시효	• 앞서 차액가맹금 반환을 따로 요청한 가맹점사업자가 있는가?(형태 무관)	

진, 판매이익 등 차액가맹금에 준하는 내용이 있어도 주장이 가능하다고 본다. 올해 7월 시행된 개정 가맹사업법에 따라 계약서에 필수 품목 공급가격 산정방식을 기재한 경우, 이후 수취본은 합의된 것으로 볼 수도 있다.

“공급계약 체결, 합의 근거로 주장 가능”

그러나 대다수는 이렇게 명시적인 합의가 없다. 이 경우 묵시적인 합의를 주장하기 위한 사정을 확보해야 한다.

먼저 물품공급계약의 체결이다. 점주가 본사에 물품을 발주하고 본사가 공급하여 대금을 수령하면 이는 물품공급계약이 성립된 것으로, 차액가맹금도 합의가 된 것으로 볼 수 있다는 주장이다.

피자헛 판결에서는 공급계약 성립을 인정하지 않았다. 한국피자헛이 제3의 업체를 통해 물품을 공급하고 분쟁 당사자에서 가맹본부를 배제했기 때문이다. 다시 말하면, 이 같은 경우가 아니면 공급계약 성립을 주장할 수 있다는 얘기다.

다만, 재판부는 판결에서 설사 계약이 성립됐다 하더라도 점주들이 차액가맹금을 별도로 알거나 정보를 제공받아야 한다고 판시했는데, 윤 변호사는 이 부분은 소송에서 부당하다고 다뤄야 한다고 조언하고 있다. 계약이 체결됐으므로 당연히 대금을 받을 법률상 원인이 발생한 것이고 가맹점주 보호를 위한 차액가맹금 등의 개념은 민사소송에 영향을 끼치지 말아야 한다는 것이다.



윤태운 법무법인 선운 대표변호사

이밖에 창업설명회, 가맹점 모집 광고, 가맹점주 간담회, 공지 등을 통해 차액가맹금 관련 정보가 제공됐는지도 여부도 확인해 볼 필요가 있다.

“정보공개서 기재, 인정될 소지도 있다”

다음으로는 정보공개서상 차액가맹금 기재 여부다. 재판부는 '가맹점사업자의 부담' 항목의 차액가맹금 수취 정보는 직전 연도의 정보로 합의를 의미할 수 없다고 판시했다.

그러나, 정보공개서상 '영업활동에 대한 조건 및 제한'에 기재된 차액가맹금 수취 여부의 경우는 합의의 근거로 사용될 수 있다고 본다. 피자헛 판결에서 이 부분이 인정되지 않은 것은 거래 상대방을 다른 업체로 기재하여 '식재료비, 물류비 등을 가맹본부가 일괄 취합하여 업체에 지급한다'는 식으로 기재했기 때문으로 추정된다. 즉, 관련 항목을 충실히 기재해 왔다면 2019년 이후 점주들은 관련 정보를 제공받았기 때문에 합의했다고 볼 수 있다는 설명이다.

업계의 일반적인 관행을 다시 주장해 볼 소지도 있다. 여러 통계에 따르면 외식업종의 차액가맹금 수취는 당연한 관행이므로 쉽게 예상할 수 있기 때문에, 가맹계약을 체결한 것은 수취를 합의했다고 볼 수 있다는 주장이다.

피자헛 판결에서는 공급계약에서 본사를 배제하고 있고, 정률 로열티 등 수취 수단도 다양하기 때문에 이 같은 관행이 인정되지 않은 것으로 보이며, 일반적인 경우에서는 이를 주장해 볼 수 있다고 판단된다. [17]



‘115일 만의 합의’ 배달앱 상생협약체, 반쪽자리 지적 잇따라

점주단체 퇴장속 졸속 합의…“중개수수료율 상한 5% 이하여야”

WRITE | 이 호국장

내년 초부터 배달의민족, 쿠팡이츠 등 주요 배달앱 중개수수료가 현행 9.8%에서 2.0~7.8%로 떨어진다. 다만 건당 배달비는 기존보다 200~500원 오른다. 배달플랫폼과 입점업체단체가 중개수수료 인하를 두고 막판 극적 합의에 성공했다.

공정거래위원회는 11월 14일 배달앱 상생협약체가 이날 12차 회의를 열고 배달의민족과 쿠팡이츠의 중개수수료를 현행 9.8%에서 거래액(각 배달앱에서 발생한 매출액) 기준 2.0~7.8%로 낮추는 차등수수료 방식을 도입하기로 결정했다고 밝혔다. 최종 상생안에는 배민과 쿠팡이츠가 최고 수수료율을 7.8%로 낮추는 내용이 포함됐다.



배달앱 상생협약체

협약체를 통해 도출된 상생안에 따르면 배달앱 거래액을 기준으로 △상위 35% 가게에는 수수료 7.8%, 배달비는 지역별 2400~3400원 △상위 35~50% 가게에는 수수료 6.8%, 배달비 2100~3100원을 적용한다. △상위 50~80% 가게에는 수수료 6.8%에 배달비 1900~2900원 △하위 20% 가게에는 수수료 2%, 배달비 1900~2900원을 책정했다. 현재는 거래액 규모에 상관없이 수수료 9.8%, 배달비 1900~2900원을 적용받고 있다.

주요 배달앱 사업자와 입점업체 단체, 공익위원, 정부가 참여한 협의체에서 가장 쟁점이 됐던 사안은 수수료 문제였다. 앞서 배달앱 배달의민족(배민) 운영사 우아한형제들이 주문 중개부터 배달까지 전담해 제공하는 배민플러스(소비자가 이용하는 서비스 이름은 배민배달) 중개 수수료를 경쟁사와 같은 수준으로, 기존 6.8%에서 9.8%로 3%포인트(p) 인상하는 내용의 개편 정책을 발표했다. 우아한형제들 입장에서는 소비자 대상 배달비 할인 경쟁이 벌어지고 있는 자체 배달 시장에서 경쟁력을 높이기 위한 취지였지만 사업자의 부담이 커진다는 우려의 목소리가 이어졌다.

지난 7월 말 출범한 협의체에서 여러 차례 논의에도 배달앱과 외식 업계 양측이 이견을 좁히지 못하다가 배달앱에서 차등 수수료 등을 제안하면서 진전을 보였다. 특히 최소 수수료의 경우 공공 배달앱 수준인 2%를 적용받는다는 점에서 '상생' 기조에 발맞춘 행보라는 평가가

나왔다. 업계 관계자는 "주요 이해 관계자가 서로의 입장을 확인하고 논의와 타협을 거쳐 합의를 이뤄낸 결과라는 점에서 의의가 있다"고 진단했다.

반쪽자리…“배달플랫폼 선의에 의존할 수밖에 없어”

배민·쿠팡이츠는 시스템 준비를 거쳐 내년 초에는 오늘 제시한 상생방안이 적용·시행될 수 있도록 하겠다는 계획이다. 또한, 향후 배달앱 시장의 상생을 위해 필요한 논의에는 적극 동참하겠다고 밝혔다.

다만 이날 합의안이 반쪽짜리라는 지적도 있다. 4개 자영업자 단체 중 소상공인연합회·전국상인연합회 등만의 찬성으로 가결된 것으로 알려졌다. 한국외식산업협회, 전국가맹점주협의회는 이 안에 반대해 중도 퇴장한 것으로 전해졌다. 이들은 그간 배달 수수료율 상한선을 5%까지 내려야 한다는 주장을 계속해 왔다.

소비자단체도 반발에 나섰다. 참여연대는 “정부 상생안은 배달 매출이 상대적으로 낮은 하위 50%의 수수료 부담이 완화되는 것처럼 얘기하지만, 실제 혜택을 보는 구간은 하위 20%에 불과하다”라며 “자영업자 대부분은 수수료, 배달비 부담이 동일하거나 오히려 더 늘어나는 결과를 초래한다”고 비판했다.



소비자주권시민회의도 11월 12일 “상생협의체 ‘차등 수수료율은 배민과 쿠팡이츠 등 플랫폼 업체가 ‘가격차별’을 적용할 수 있도록 허용하고 있다”라며 “가격차별은 소비자의 이익을 생산자 이익으로 전환해 기업의 이익을 극대화하고 결국 소비자 후생에 부정적 영향을 미칠 수 있다”고 주장했다.

또 현재 대형 배달플랫폼이 입점업체 등에 요구하는 ‘최혜대우 요구’가 시장지배력을 강화하고 소비자 부담을 가중하는 결과로 나타난다고 지적했다. “시장지배적 배달플랫폼이 ‘최혜대우’를 요구해 입점업체의 가격 결정을 봉쇄하면, 경쟁 배달플랫폼은 상대적으로 낮은 수수료율에도 불구하고 소비자들에 대한 가격경쟁력을 얻을 수 없기 때문”이라는 설명이다.

단체는 상생안의 내용이 법적 성격을 갖지 않고 ‘신사협정’, ‘자율규제’ 수준으로 배달플랫폼의 선의에 의존할 수밖에 없다고 지적했다. 그러면서 “제도적 기반 없이 당사자의 선의에 의존하는 합의가 언제까지 본래의 취지대로 안정적으로 지속될 수 있을지 의문”이라며 “배달플랫폼을 포함한 온라인플랫폼에 대한 규제의 실효성을 높이기 위해, 사전지정제(규제대상 기업을 미리 지정해 규율)를 포

함한 온라인플랫폼에 대한 규제 입법을 다시 추진할 것을 재차 요구한다”고 강조했다.

정부, 배달앱 중개수수료 최소 2% 예고

이와 관련해 정부는 소상공인의 활력을 높이고 골목상권을 육성하기 위해 배달앱 중개수수료를 최소 2% 수준까지 차등 인하를 추진할 예정이라고 밝혔다.

중소벤처기업부는 12월 초 자료를 통해 소상공인에 대한 더욱 촘촘하고 두터운 지원을 통해 민생 경제에 온기를 불어넣기 위해 먼저, 배달앱 상생협의체를 통해 마련한 상생방안을 곧바로 실행에 옮겨 배달앱 중개수수료를 최소 2% 수준까지 차등 인하할 예정이라고 밝혔다.

이를 통해 배달 매출액 하위 20%인 가게들은 주요 플랫폼 배달앱 이용 부담을 3년 동안 30% 이상 덜어주고, 배달의 민족이 올해 일부 전통시장에서만 시범적으로 운영하던 ‘중개수수료 0% 전통시장 장보기 서비스’도 전국 전통시장으로 확대할 예정이다. 아울러 배달앱 사용자가 받아보는 배달앱 영수증에도 중개수수료, 결제 수수료, 배달비 등을

구분해 배달비 내용을 명확하게 안내하도록 한다.

이와 관련해 야당인 더불어민주당은 ‘배달플랫폼-입점업체 상생협의체’가 내놓은 차등 수수료율 방안에 대해 “반쪽짜리 협의”라며 ‘온라인플랫폼 거래공정화법’을 추진하겠다고 밝혔다. 이재명 더불어민주당 대표는 “(온라인 플랫폼) 혁신의 결과 독점상황이 되고 이 독점을 이용해서 횡포를 부리면 시장을 망치는 것 아닌가”라며 “온라인 플랫폼 전반에 대한 관리·감독 강화를 위해 당력을 집중해 온라인 플랫폼법을 제정하도록 하겠다”고 약속했다.

민주당 을지로위원회도 국회에서 기자회견을 열어 “윤석열 정부가 상생협의체를 통한 자율규제만 고집하며 소상공인의 현실을 무시한 결과, 상생안 일방적 발표라는 대참사를 낳았다”고 성토했다. 이들은 “시장지배력과 멤버십 끼워팔기를 통한 무료배달로 배달앱 시장 점유율을 올리고 시장을 교란하고 있는 쿠팡에 대해 공정위의 강도 높은 조사를 촉구하며, 온라인 플랫폼법을 신속하게 추진할 것”이라고 강조했다.

민주당은 ‘온플법’이라고 불리는 온라인플랫폼 거래공정

화법을 지난 국회부터 추진해왔다. 배달플랫폼 중개수수료율 상한이 5% 이하여야 한다는 게 민주당의 주장이다. 현재 시장 점유율 80% 이상을 배달의민족과 쿠팡이츠가 차지하고 있다는 게 이유다.

문제는 내년 본격적인 시행 후에는 입점 사업자가 수수료 변경에 따른 부담 완화 효과를 실질적으로 얼마나 체감하게 될 지가 관건이다. 업계 관계자는 “시행 과정에서 연착륙 기간이 필요할 것으로 보인다”며 “새로운 정책이 시장에 잘 정착해 사업자의 부담을 덜고 소비자에도 혜택이 이어질 수 있도록 하는 계기가 되기를 바란다”고 말했다.

한편 배달플랫폼 상생협의체는 지난 7월 3일 정부에서 발표한 ‘소상공인·자영업자 종합대책’의 후속 조치로, 배달플랫폼과 배달플랫폼 입점업체(이하 ‘입점업체’)가 만나 합리적인 입점업체 부담 완화 방안 등 상생방안을 도출하기 위해 마련됐다.

입점업체들의 배달플랫폼 이용에 따른 부담을 완화할 필요성이 높다는 인식에 따라 배달플랫폼과 입점업체가 한 자리에 앉아 상생방안을 모색할 수 있는 지난 7월 23일 상생협의체를 발족했다. **KFN**

‘구입강제품목 거래조건 변경 협의에 대한 고시’ 제정 공포

공정위, 거래조건 변경 협의 시 준수해야 할 세부 절차 및 방식 규정

WRITE | 김은영 기자



12월 5일부터 개정 가맹사업법 시행령이 시행됨에 따라 가맹본부는 가맹점이 의무적으로 구입해야 하는 구입강제품목의 거래조건을 가맹점주에게 불리하게 변경할 경우 가맹점주와 협의를 거쳐야 한다. 구입강제품목이란 가맹본부가 가맹점사업자의 영업과 관련해 자신 또는 자신이 지정한 사업자와 거래할 것을 강제하는 대상이 되는 품목으로 흔히 필수품목이라고도 불린다.

공정거래위원회는 11월 28일 가맹본부와 가맹점주 간 구입강제품목 거래조건 변경 협의에 관한 사항을 구체적으로 정한 ‘구입강제품목 거래조건 변경 협의에 대한 고시’ 제정안(이하 ‘제정안’)을 공포(12월 5일 시행)했다.

이번 고시 제정안은 구입강제품목의 거래조건을 변경할 경우 협의 의무를 부여한 가맹사업법 시행령 개정(6월 4일, 12월 5일 시행) 조항의 의미를 구체화하기 위한 목적으로 제정됐다. 제정안은 먼저 거래조건을 불리하게 변경하는 경우를 구체적으로 열거(구입강

제품목을 추가하거나, 구입강제품목의 단위 당 공급가격을 인상하는 경우 등)해 어떠한 경우에 협의를 거쳐야 하는지 명확히 했다. 또 제정안은 거래조건 불리한 변경이 유리한 변경과 함께 이뤄지는 경우도 원칙적으로 협의를 거치도록 했다.

아울러 제정안은 거래조건 변경 협의의 구체적인 절차에 대해서도 규정했다. 가맹본부는 ①협의 시작 전 구입강제품목 거래조건 변경에 대한 구체적 내역, 협의방식 등을 충분한 기간을 두고 통지해야 한다. ②협의 방식을 대면, 비대면 방식이 모두 가능하지만, 가맹점주가 손쉽게 자유롭게 의견을 표출할 수 있어야 한다. 협의 과정에서 가맹점주가 자료제공이나 사실 확인을 요청할 경우 가맹본부는 이에 응해야 한다.

③협의 종료 후에는 협의 결과를 구체적으로 정리해 전체 가맹점주에게 통지해야 한다. 협의는 사전협의를 원칙으로 하되 사전협이가 어려운 정당한 사유가 있으면 사후 협의도 가능하다. 원칙적으로 전체 가맹점주와 협의를 해야 하지만 70% 이상의 가맹점주 동의를 있으면 가맹점주단체와의 협의로 이를 대체할 수도 있다.

마지막으로 제정안은 가맹본부가 법을 위반하는 것을 예방하고 법 집행의 효율성을 제고하기 위해 협의를 거친 것으로 볼 수 없는 사례를 제시했다. 예를 보면 ▲설명회를 개최했으나 일시·장소에 대해 촉박하게 안내해 설명회 참여를 사실상 제한하는 경우 ▲협의 도중 계약 해지, 갱신거절 등 불이익이 있을 수 있다는 점을 암시하면서 특정한 선택을 강요 또는 유도한 경우 등은 협의를 거친 것으로 보지 않는다고 밝혔다.

공정위는 가맹본부들이 제정안의 내용을 충분히 숙지하지 못한 채 협의를 진행해 법적 분쟁이 발생하는 것을 방지하고, 바람직한 협의 관행 정착을 지원하기 위해 내년 1월 31일까지 계도기간을 운영하기로 했다.

이 기간 중 공정위는 구입강제품목 거래조건 협의 의무 위반에 대한 신고가 접수되는 경우, 가맹본부와 점주 간 성실한 협의가 이루어질 수 있도록 한국공정거래조정원과 함께 적극적으로 조정할 계획이다. 더불어 공정위는 한국공정거래조정원과 함께 제정안 내용에 대한 설명회도 지난 12월 2일 개최했다.

구입강제품목 거래조건 변경 협의에 대한 고시 전문

(시행 2024. 12. 5. 공정거래위원회 고시 제2024-27호 2024. 11. 28., 제정)

I. 목적

이 고시는 ‘가맹사업거래의 공정화에 관한 법률’(이하 ‘법’이라 한다) 제12조 제1항 제2호, 같은 법 시행령(이하 ‘영’이라 한다) 제13조 제1항 별표 2 제2호 나목에 의해 가맹사업거래에서 금지되는 거래상대방의 구속행위와 관련하여, 영 제13조 제2항에 따라 영 제13조 제1항 별표 2 제2호 나목(4)에 규정된 ‘가맹본부가 특정한 거래상대방과 구입·판매 또는 임대차 등의 거래할 것을 강제하는 부동산·용역·설비·상품·원재료 또는 부재료(이하 ‘구입강제품목’이라 한다)의 세부내역, 가격, 수량, 품질 및 그 거래상대방 등 거래조건을 가맹점사업자에게 불리하게 변경하는 경우 가맹점사업자와 협의를 거칠 것’(이하 ‘구입강제품목 거래조건 변경 협의’라 한다)에 적용되는 세부적인 판단기준 및 유형을 정하고 관련 사례를 구체적으로 예시함으로써 가맹본부의 법 위반 행위를 사전에 방지하고, 법 집행의 객관성과 효율성을 제고하는데 그 목적이 있다.

이 고시는 가맹사업거래에서 거래상대방의 구속행위의 예외 요건 중 하나인 ‘구입강제품목 거래조건 변경 협의’에 관해서만 규정한 것이므로 이를 준수한 행위라고 해서 법 제12조 제1항 제2호에 따른 거래상대방의 구속행위에 해당하지 않는 것은 아니다.

II. 불리한 거래조건 변경에 해당하는 경우

- 영 제13조 제1항 별표 2 제2호 나목(4)에 따른 “거래조건을 가맹점사업자에게 불리하게 변경하는 경우”란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우로 한다.
 - 특정한 거래상대방과 거래할 것을 강제하지 않던 품목을 특정한 거래상대방과 거래하도록 강제하는 경우
 - 구입강제품목의 단위(수량, 용량, 규격, 중량 등) 당 공급가격을 인상하는 경우. 다만, 가맹계약서에 공급가격 산정방식이 구체적으로 기재되어 있고 해당 공급가격 산정방식에 따라 자동으로 가격이 인상되는 경우는 제외한다.(예: 계약서에 육계의 공급가격은 육계협회 고시가격대로 공급한다고 기재되어 있고, 고시가격 상승에 따라 공급가격이 인상되는 경우)



다. 구입강제품목의 공급가격 산정방식을 가맹점사업자에게 불리하게 변경하는 경우
 라. 구입강제품목의 품질을 떨어뜨린 경우
 마. 구입강제품목의 거래상대방을 축소한 경우
 바. 구입강제품목의 공급과 관련하여 운송비, 검수비 등 부대비용을 가맹점사업자가 추가로 부담하게 하거나 반품조건, 대금결제방식 등을 불리하게 변경하는 등 그 밖의 거래조건을 가맹점사업자에게 불리하게 변경하는 경우

2. 불리한 거래조건 변경 및 유리한 거래조건 변경이 동시에 이루어지는 경우에도 Ⅲ.에 따른 협의를 거쳐야 한다.
 3. 가맹본부가 지정한 거래상대방이 공급하는 품목의 가격, 수량, 품질 등이 불리하게 변경되는 경우도 거래조건이 변경되는 품목과 그 상대방을 가맹본부가 지정·강제한 것이므로 “거래조건을 가맹점사업자에게 불리하게 변경하는 경우”에 해당한다.

Ⅲ. 협의 방식

1. 협의 절차
 영 제13조 제1항 별표 2 제2호 나목(4)에 따른 ‘가맹점사업자와의 협의’가 있었다고 보기 위해서는 다음 각 목의 절차를 모두 거쳐야 한다.
 가. 거래조건 변경 사실 및 협의 계획에 대한 통지

가맹본부는 구입강제품목 거래조건 변경에 대한 구체적 내역, 거래조건 변경 사유 및 근거, 협의 기간·협의 장소·협의 방식에 대하여 통지해야 한다. 변경하고자 하는 거래조건에 공급가격이 포함된 경우 가격 변경이 가맹계약서에 기재된 공급가격 산정방식에 부합되는지 여부도 통지 내용에 포함하여야 한다.

통지 방식은 문서, 내용증명우편, 전자우편, 인터넷 홈페이지, 모바일 애플리케이션, POS 시스템 등을 이용할 수 있고, 전체 가맹점사업자에게 충분한 기간을 두고 통지해야 한다.

나. 거래조건 변경에 대한 협의 진행
 가맹본부는 위 가목에서 통지한 내용에 따라 협의를 진행해야 한다. 협의 방식은 대면·비대면을 불문하나 가맹점사업자가 손쉽게 의견을 표출할 수 있어야 한다. 가맹본부는 협의 과정에서 가맹점사업자가 협의와 관련된 자료 제공이나 사실 확인을 요청할 경우 이에 성실히 응해야 하고, 가맹점사업자가 제시한 의견에 대하여 가맹본부의 입장 및 판단 근거를 설명해야 한다.

다. 협의 결과의 통지
 가맹본부는 위 나목에 따른 협의가 종료되고 나면 협의 결과를 정리하여 거래조건 변경 이전에 전체 가맹점사업자에게 위 가목의 방식에 따라 통지해야 한다. 협의 결과에는 협의 날짜·협의 장소·협의 방식·협의 참석자, 협의 과정에서 가맹점사업자가 제시한 의견 및 이에 대한 가맹본부의 입장 및 판단 근거, 협의에 따라 결정된 거래조건 및 그 밖에 협의에 따라 결정된 사항을 포함하여야 한다.

2. 협의 시기
 협의는 구입강제품목 거래조건 변경 전에 이루어져야 함을 원칙으로 한다. 다만, 사전에 협의를 거치면 영업비밀 유출 우려가 상당한 경우 등 정당한 사유가 있는 경우에는 거래조건 변경 후에 협의를 거칠 수 있다. 이 경우 사전협의를 어려운 사유가 해소된 즉시 협의를 개시해야 하며, 위 1. 가목에 따른 사항을 통지할 때 사전협의를 할 수 없었던 사유를 포함하여야 한다.

3. 협의의 상대방
 협의는 전체 가맹점사업자를 대상으로 해야 한다.(단, 협의가 어려운 정당한 사유가 있는 가맹점사업자는 제외한다.) 다만, 법 제14조의2제2항에 따른 가맹점사업자단체가 존재하고, 해당 가맹점사업자단체와 협의한다는 사실에 대하여 전체 가맹점사업자에게 알리고 전체 가맹점사업자 중 100분의 70 이상이 동의한 경우 가맹점사업자단체와의 협의를 전체 가맹점사업자와의 협의로 본다.

Ⅳ. 협의를 거친 것으로 볼 수 없는 경우

다음 각 호의 행위는 영 제13조제1항 별표 2제2호나목(4)에 따른 “가맹점사업자와 협의를 거칠 것”의 요건을 충족한 경우로 볼 수 없다.

1. 가맹점사업자와 협의 절차를 전혀 거치지 아니하는 경우
 (예) 계약서에 “필수품목 목록, 가격 등 거래조건은 영업상황 및 가맹본부의 판단에 따라 추후 변동될 수 있으며 변동된 내용을 통지함으로써 거래조건이 변경됨”이라고 기재하고, 별도의 협의 절차 없이 거래조건 변경 내역을 통지만 한 경우
2. 가맹점사업자와의 협의 절차 중 일부를 누락하거나, 전체 가맹점사업자 중 일부와만 협의를 거친 경우
 (예) ▲거래조건 변경 및 협의 계획에 대한 사전통지 없이 정기적으로 개최되는 워크숍에서 협의를 진행한 경우 ▲협의를 어려운 정당한 사유가 존재하지 않음에도 특정 가맹점사업자를 협의 대상에서 배제하고 협의를 진행한 경우
3. 가맹점사업자와 형식적 협의 절차는 이행하였으나, 다음 각 목의 경우와 같이 실질적으로는 협의를 거친 것으로 보기 어려운 경우
 가. 촉박한 기한·제한된 참여 방법 등의 사유로 가맹점사업자의 참여 및 의견 표출이 사실상 제한되었던 경우

(예) ▲우편으로만 의견을 제출하도록 하면서 충분한 제출 기한을 부여하지 않은 경우 ▲설명회를 개최하였으나 일시·장소에 대해 촉박하게 안내하여 설명회 참여를 사실상 제한하는 경우

나. 거래조건 변경의 내역, 사유 및 근거 등에 대한 충분한 정보를 제공하지 않은 경우

(예) 공급가격 인상 사유를 경기 불황 등으로 지나치게 추상적으로만 제시한 경우

다. 폭행, 협박, 불이익의 위협, 위계 등 형식을 불문하고 가맹점사업자의 자유로운 의사 표시를 방해하고 특정한 협의 결과가 도출되도록 사실상 강제한 경우

(예) ▲ 협의 도중 계약해지, 갱신거절 등 불이익이 있을 수 있다는 점을 암시하면서 특정한 선택을 강요 또는 유도한 경우 ▲다른 가맹점사업자가 대부분 찬성한다는 등의 근거 없는 정보로 특정한 협의 결과가 도출되도록 유도한 경우

4. 가맹점사업자와의 협의 절차를 거쳐 도출한 결과를 다르게 이행한 경우

(예) ▲A품목의 가격을 5% 인상하는 조건으로 협의하였으나 실제로는 6% 인상하는 경우 ▲일부 품목을 구입강제하도록 변경하기로 협의하였으나 실제로는 협의하지 않은 다른 품목도 구입강제품목으로 추가한 경우 ▲품목의 등급을 향상하며 가격을 인상하기로 하였으나 실제로는 등급 변동 없이 공급가격만을 인상하는 경우

Ⅴ. 재검토 기한 및 규제의 재검토

1. 재검토 기한
 공정거래위원회는 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 이 고시에 대하여 2024년 1월 1일 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

2. 규제의 재검토
 공정거래위원회는 「행정규제기본법」제8조에 따라 이 고시에 대하여 2024년 1월 1일 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

부칙
 이 고시는 2024년 12월 5일부터 시행한다. [77]

모바일상품권 민관협의체 공회전... 수수료 대폭 인하 가능할까?

대통령 소상공인 대책에서 수수료 인하 방침 밝혀...세부 수준·방법 협의는 '아직'

WRITE | 김은영 기자



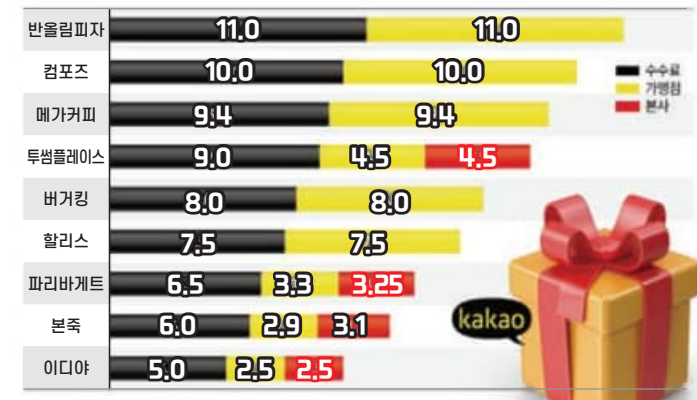
4월 모바일 상품권 민관협의체 출범식

지난 4월 모바일상품권 상생안 도출을 목표로 출범한 '모바일상품권 민관협의체(이하 협의체)'가 연말까지도 합의를 도출하지 못하고 있다. 대통령이 직접 수수료 인하 방침을 밝히기도 했으나 협의체 내 분위기는 아직 발표와 온도차가 적지 않다. 업계에서는 카카오와 같은 플랫폼 사들과 유통사들이 계속 협의체에 적극적으로 임하지 않으면 연내 합의는 어려울 것으로 보는 분위기다.

12월 2일 윤석열 대통령은 국정 후반기 첫 민생토론회에서 영세 소상공인·자영업자 지원책의 일환으로

“상생협의체를 통해 현행 5~14% 수준인 모바일 상품권 수수료를 일정 수준 낮추고 긴 정산 주기를 단축하는 내용의 상생 방안을 연내에 마련하겠다”고 밝혔다. 또 최대 60일인 정산주기를 단축하고 소비자 환불 비율도 90%에서 95%까지 높이겠다고 덧붙였다. 앞선 11월 27일에도 한기정 공정거래위원장은 기자 간담회를 통해 “지난 4월 민관 상생협의체를 만들어 수수료·정산주기·유효기간 지난 상품권에 대한 환급 비율 등 3가지 쟁점에 대해 논의를 진행 중”이라며 “배달앱 상생협의체에 이어 유의미한 성과를 낼 수 있도록 하겠다”고 밝히기도 했다.

카카오 선물하기 브랜드별 수수료 및 부담비율 단위: % / 지난해 9월 기준



한기정 공정거래위원장

그러나, 정작 상생협의체는 한달여 밖에 안 남은 시점에서 합의를 기대하기는 힘들다는 분위기다. 협의 관계자는 “상생안에 대해 오가는 얘기들은 있으나, 여전히 카카오와 유통사들이 가맹본부에 책임을 전가하고 적극적으로 안을 마련하지 않고 있어 아직은 논의에 진척이 없는 상황”이라고 말했다.

협의체는 지난 4월 17일 공정위와 발행사(카카오·11번가), 유통사(KT알파·쿠팡마케팅), 업계(한국프랜차이즈산업협회(이하 협회), 전국가맹점주협의회(이하 전가협) 등)가 모두 참여하는 민관 협의체 형태로 출범했다. ▲모바일상품권 수수료 부담 경감 및 정산주기 개선 ▲모바일상품권 수수료 및 정산주기의 투명성 제고 ▲소비자 권익 보호(환불액 상향 등) 등이 주요 안건으로 지정돼 정부가 이해당사자들과 적극 중재하기로 했다.

이후 큰 소득 없이 2차례 회의를 통해 서로 입장을 교환한 것에 그쳤다. 발행사와 유통사들은 가맹본부가 더 책임감을 가져야 한다는 취지로 책임을 회피했고 공정위 또한 적극적으로 나서지 않았다. 10월 초 협회와 전가협은 협의체를 탈퇴할 것까지 고려하고 있다며 크게 반발해 좌초 위기에 놓였다.

10월 21일 정무위 국정감사에서 민병덕 의원의 질의에 한 위원장이 “배달앱 상생협의체 문제로 챙기지 못한 것이 사실이며 신경쓰겠다”고 답한 뒤로 회의를 급물살을 탔다. 공정위는 2주마다 회의를 열기로 하고 적극적으로 양측 의견을 전하며 차이가 좁혀지기 시작했다. 발행사·유통사와 프랜차이즈 업계 양측은 환불비율 상향, 정산주기 단축 등에 공감하며 어느 정도 입장을

을 맞춰갔다.

그러나 이후 두 차례 회의에서도 수수료 부분은 아직 합의가 쉽지 않은 상황이다. 12월 초가 돼서야 발행사·유통사가 인하안을 제시했는데, 여전히 업계에 체감되는 수준은 아닌 것으로 알려졌다.

10월 21일 정무위 국정감사에서 민병덕 의원의 질의에 한 위원장이 “배달앱 상생협의체 문제로 챙기지 못한 것이 사실이며 신경쓰겠다”고 답한 뒤로 회의가 급물살을 탔다. 공정위는 2주마다 회의를 열기로 하고 적극적으로 양측 의견을 전하며 차이가 좁혀지기 시작했다. 발행사·유통사와 프랜차이즈 업계 양측은 환불비율 상향, 정산주기 단축 등에 공감하며 어느 정도 입장을 맞춰갔다.

협회는 높은 수수료가 발단이 되어 출범한 협의체인데 성의있는 제안 없이 지속적으로 가맹본부의 추가적인 부담을 요구하는 것이 어불성설이라는 입장이다. 또, 배달앱 상생협의체도 의미없는 상생안을 불완전한 상태로 합의한 것에 대해 업계에 불만이 높는데, 모바일 상품권 협의체도 대통령이 직접 연내로 합의기한을 정해 발표할 것을 볼 때 배달앱 상생협의체와 유사하게 흘러가는 것 아닌가 하는 우려도 제기된다.

협의 관계자는 일단 테드라인이 제시된 만큼 연말까지 업계에 체감이 될 수 있는 상생안으로 마무리될 수 있도록 최선을 다해 협의체에 임한다는 방침이다. **KFN**



제14기 KFCEO 수료식 기념 단체촬영



원우들이 전병진 KFCEO 총동문회장 인사말을 경청하고 있다.

“차세대 K-프랜차이즈 주역으로” 제14기 KFCEO 교육과정 수료식

원우 54명 14주 간 차세대 리더로 거듭나...총동문회와 오피니언 리더 그룹으로 재도약

WRITE | 김동하 기자

한 국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 주최하고 부자비즈(소장 이경희)가 주관하는 '제14기 KFCEO 교육과정(K-프랜차이즈 CEO 교육과정)'이 14주 간의 교육일정을 마무리하는 수료식을 성대히 개최했다. 협회는 12월 9일 서울 여의도 FIK 타워에서 제14기 KFCEO 과정 수료식을 개최했다. 수료식에는 박효순 협회 수석부회장, 김인규 협회 수석부회장, 전병진 KFCEO 총동문회장 등 협회 KFCEO 동문들과 제14기 원우 등 총 70여명이 참석했다. 내외빈들의 축사에 이어 진행된 표창 수여식에서는 14기 원우 회장 유인성 (썬미소에프렌즈 대표)가 영예의 MVP와 공로상을

동시에 수상했고, 우수상은 박미숙 해솔국제특허법률사무소 대표 등 6명에게 돌아갔다. 이후 개근상과 수료패 수여식으로 마무리되며 유종의 미를 거뒀다. 한편, 내년 3~6월 14주간 진행될 제15기 KFCEO 과정도 수강생을 모집 중이다. ▲성공 CEO토크쇼 ▲우수 프랜차이즈 본사 탐방 ▲1박 2일 워크숍 ▲협회 임원진 멘토링 ▲전문가 강연 ▲졸업여행 등 현장감 넘치고 풍성한 강연으로 이어진다.

<5~7주차>

5주차 교육은 10월 7일 FKI타워에서 한국프랜차이즈산업협



김인규 협회 수석부회장



박효순 협회 수석부회장



전병진 KFCEO 총동문회장

회 제3차 포럼과 연계하여 개최됐다. 문정훈 서울대 교수가 <글로벌 푸드트렌드 2024와 메뉴 개발 전략>을, 전영수 한양대 교수가 <인구변화와 미래기획>을 주제로 각각 업계의 미래전략을 제시했다. 6주차 교육은 10월 14일 FKI타워에서 열렸다. 세계 경제 변동에 따른 새로운 투자 지형도에 관한 박종훈 지식경제연구소 소장의 강의와, 김은조 블루리본 서베이 편집장의 세계의 미식 트렌드와 맛집 가이드에 대한 강의로 진행됐다. 7주차 교육은 10월 21일 FKI타워에서 김상훈 서울대 교수의 Z세대 소비 트렌드와 브랜드 행동주의 강의, 박재현 한국브랜드

마케팅연구소 대표의 프랜차이즈 브랜드 성공 전략에 대한 강의로 진행됐다.

◇8~10주차

8주차 강의는 10월 29일 코엑스에서 열린 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회와 연계하여 강의와 박람회 탐방으로 꾸며졌다. 1교시에서는 김재욱 한국프랜차이즈학회(고려대 교수)가 <프랜차이즈 산업과 B2B 전략>을 강의하고 2교시에서는 박람회장을 돌며 업체 부스를 경험하고 원우 부스를 응원했다. 9주차 강의는 11월 4일 협회 사무국이 위치한 양재동 aT센터

에서 열렸다. 1교시는 박호진 한국프랜차이즈산업협회 사무총장의 치킨 전쟁 강의 및 협회 탐방으로, 2교시는 이경희 주임교수의 프랜차이즈 기업 위기관리 및 대응 전략에 대한 강의로 구성됐다.

10주차 강의는 11월 11일 KFI타워에서 김정인 하이퍼라운지 대표의 프랜차이즈 DX 전략과 브랜드 가치 투자에 대한 강의와, 이현우 프린트카페 대표, 이동건 데이롱카페 대표의 CEO 토크쇼로 진행됐다.

◇11~13주차

11주차 강의는 11월 18일 FKI타워에서 협회 서비스분과위원장을 맡고 있는 신희성 리맥스코리아 대표의 CEO 토크쇼와, 이경희 주임 교수의 고객 트래픽을 통해 건물주 되는 법에 대한 강의로 진행됐다.

12주차는 11월 25일 초대형 베이커리 카페 아나키아 기업탐방으로 진행됐다. 또 이재한 물댄동산 대표가 무봉리토종순대국 대표가 특별 강연을 들려줬다.

13주차는 12월 2일 KFI타워에서 박형희 월간식당 대표의 글로벌 외식산업 동향과 K프랜차이즈 기업의 성공전략에 대한 강의와 고석현 고씨네푸드 대표의 CEO 토크쇼로 진행됐다. **KFN**



14기 원우회장 유인성 대표 답사

MVP-유인성 대표

공로상-유인성 대표



개근상



우수상-박미숙, 김희근, 이성규, 김영준, 허태영, 고성근 대표

KFCEO 제14기 교육과정 수상자 명단

MVP			
구분	성함	직급	기업명
1	유인성	대표	화화돼지왕갈비

공로상			
구분	성함	직급	기업명
1	유인성	대표	화화돼지왕갈비

우수상			
구분	성함	직급	기업명
1	박미숙	대표	해솔국제특허법률사무소
2	김희근	대표	프라스코
3	이성규	대표	지민
4	김영준	대표	셀럽푸드
5	허태영	대표	JMT
6	고성근	대표	에프아이씨

KFCEO 제14기 교육과정 수료자 명단

수료자			
순서	이름	직급	기업명
1	강상진	대표	(주)에이라이프
2	강태연	부대표	한울정보통신
3	고성근	대표	에프아이씨
4	김규한	대표	위습
5	김남철	대표	제일좋은솔루션
6	김범준	부사장	대영주류
7	김보나	대표	(주)탐플랜디앤씨
8	김시연	지부장	폴라리스3D
9	김영준	대표	셀럽푸드
10	김홍권	상무	희계법인 베을
11	김호성	대표	(주)더벗
12	김희근	대표	프라스코
13	류지호	대표	주원키친시스템
14	박미숙	대표	해솔국제특허법률사무소
15	박성우	대표	(주)메이크
16	박세진	대표	(주)명가참푸드
17	박승용	대표	서한세무회계사무소

수료자			
순서	이름	직급	기업명
18	박향미	대표	(주)에이치엠푸드
19	배명덕	대표	용기있는사람들
20	서진원	대표	(주)인푸드
21	심재학	대표	디스플레이인
22	안소은	대표	(주)BcLD
23	이상환	부장	(주)대상
24	우현선	대표	밀크디향공
25	유인성	대표	(주)미스에프앤씨
26	윤기용	대표	(주)BM에프앤씨
27	윤재경	대표	(주)서영에프앤비
28	이대주	대표	디자인엘루트
29	이명재	(전)대표	호식이두마리치킨
30	이민규	대표	멘아바프리
31	이상준	대표	(주)에스엔인터스트리
32	이성규	대표	(주)지민
33	이성실	대표	(주)더쉐프
34	이성훈	대표	FYSEE
35	이영주	대표	토더
36	이정호	대표	팔찰(87)닭강정
37	이준용	대표	성공에프앤에스
38	이지숙	대표	(주)프라이밍영기술
39	이현숙	대표	(주)싱크닥터
40	이현재	전무	(주)쿠우쿠우
41	이호범	대표	(주)소스이산
42	임선기	대표	바움코리아
43	임수진	대표	평등브로우
44	임종길	회장	화성에프앤비
45	전유나	대표	(주)금해코리아
46	조수광	대표	위고
47	조승훈	대표	엔조이소프트
48	최준규	대표	(주)당당한가
49	함예진	팀장	케이함
50	허재혁	대표	브로다인
51	허태영	대표	JMT(주)
52	홍성현	대표	(주)에스에이치오이사
53	황의권	이사장	(주)상록호텔조리직업전문학교
54	황준진	부문장	롯데글로벌로지스



10월31일 개막한 2024 하반기 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회에서
참관객들이 전시장을 둘러보고 있다

‘2024 하반기 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회’ 성황리 개막

10.31(목)~11.2(토) 3일간 코엑스 C홀서 300여개 브랜드 500여개 부스 국내 최대 규모

우수 브랜드와 필수 파트너사 모은 종합 박람회...창업 열기로 경기 회복 '마중물'

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 주최하고 코엑스(사장 이동기), RX Korea(리드엑시비션스쿨리아·대표 손주범)가 주관하는 국내 최대 '2024 하반기 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업박람회'가 뜨거운 관심 속에 31일(목) 서울 삼성동 코엑스 C홀에서 성대하게 개막했다.



내외 귀빈들이 테이프 커팅식을 하고 있다



오승철 산업부 산업기반실장



정현식 한국프랜차이즈산업협회장

산업부, 공정위, 중기부, 농식품부, 식약처, 특허청 등 정부 부처가 공식후원하며, 300여개 브랜드 500여개 부스 규모로 3일간 진행된 이번 박람회 현장에서는 개막 직후부터 입장 대기줄이 길게 늘어서고 상담 부스들이 빠르게 채워지는 등 최근 안정적 창업에 대한 뜨거운 열기를 체감할 수 있었다.

참관객들은 우수·유망 프랜차이즈 브랜드들이 참여한 '창업전'과 창업에 반드시 필요한 파트너사들을 모은 '산업전'이 제공하는 다양하고 유익한 창업 정보들에 높은 만족감을 보였다.

- ▲전문가가 무인, 배달, 외식, 매장 운영 솔루션 등 주요 업종 부스들에 대한 해설을 제공하는 '도슨트 투어'(docent tour)
- ▲상권 분석부터 마케팅, 법률, 금융, 노무, 세무까지 창업 전

문가들의 세심한 1:1 상담을 받아볼 수 있는 'IFS 창업 컨설팅존' ▲참가사 정보를 담은 온라인 디렉토리 'IFS 에브리데이'(https://www.ifseveryday.co.kr) ▲우수·유망 브랜드를 모은 레드카펫존 등 높은 수준의 지원 프로그램들을 통해 진정한 원스톱 창업 쇼핑을 체험할 수 있었다.

이 중 이번에 처음으로 선봬 '도슨트 투어'는 무인, 배달, 외식, 서비스 등 주요 업종 브랜드들과 필수 파트너사들을 함께 찾아 창업 희망자들의 궁금증을 풀고 소개를 듣는 프로그램이다. 이틀간 세 차례에 걸쳐 총 20여개 업체들이 참여해 창업에 도움이 되는 실질적인 정보를 직접 제공해 큰 눈길을 끌었다.

- '창업전'에서는 ▲원할머니보쌈족발 ▲삼산회관 ▲텐퍼센트

프랜차이즈에 속루선을 더 하다!
아시아 No.1 프랜차이즈 대표 박람회

IFS

프랜차이즈
창업·산업 박람회



커피 ▲오복오봉집 ▲쿠우쿠우 블루레이 ▲만족오향족발 ▲기영이숯불두마리치킨·두점 ▲본도시락·본죽&비빔밥 ▲생활맥주 ▲샐러디 ▲육미제당 ▲진이찬방 ▲오레시퍼 ▲금성회관 ▲꾸브라쑈숯불치킨 ▲한마음정육식당 ▲더리터24 ▲천복집흑염소 ▲세븐스타코인노래연습장 ▲더스윙블랙 ▲커브스코리아 등 외식, 도소매, 서비스 전 업종의 우수 브랜드들이 다양한 최신 창업 모델을 선보였다.

‘산업전’에서도 ▲데이롱카페(무인점포) ▲제로아이스 ▲우녹스코리아(이상 주문·결제) ▲아르푸(인테리어) ▲쿡솔루션 ▲로보룩(이상 주방기기) ▲리드플래닛(경영관리) ▲에코랩 안심공간(위생·방역) ▲굿프렌즈(냉동식품) ▲펫마트(반려동물용품) 등 필수 파트너사들과 ▲한국식품안전관리인증원 ▲근로복지공단 ▲대한상공회의소 등 공공기관·단체들도 올바른 창업 준비를 지원하기 위한 상담을 제공했다.

정현식 한국프랜차이즈산업협회장은 “프랜차이즈 산업은 안정적인 창업 모델과 가맹본부 및 가맹점의 상생협력 시스템으로 서민경제의 방파제 역할을 하고 있다”라고 하면서 “이번 박람회가 160조 규모로 성장한 국내 프랜차이즈 산업이 내실을 다지고 세계로 뻗어나갈 수 있는 마중물 역할을 할 수 있기를 바란다”고 말했다. [K77]



참관객들이 부스에서 상담을 받고 있다



참관객들이 부스에서 상담을 받고 있다



“고부가가치 창출하는 서비스 경제 활성화로 고용 창출과 국가경제 재도약”

한국프랜차이즈협, 한국프랜차이즈학회와 ‘2024 서비스경제 활성화 심포지엄’ 개최

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)는 10월 31일 오전 코엑스에서 <2024 제57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회> 부대행사로 2024년 제4차 프랜차이즈 포럼을 개최했다.

한국프랜차이즈학회(학회장 김재욱·이하 학회)와 개최한 포럼은 ‘2024 서비스 경제 활성화 심포지엄’으로 진행돼 <서비스 산업의 현재와서비스 분야 유망 비즈니스 모델, 산업 발전 전략>을 제시했다.

김천곤 서비스산업연구본부 선임연구원은 “정부는 ▲종합 지원 제도 기반 구축 ▲서비스업 특화제도 도입 ▲인프라 고도화 ▲수출 활성화 ▲제조업의 서비스산업화 등으로 신성장동력을 확보하여 서비스 경제로의 전환을 촉진 중”이라고 하면서 다양한 정책을 소개했다.

박진용 건국대 교수는 <서비스 경제 활성화에 기여하

는 서비스 사업모델 제시>를 주제로 “세탁, 가사, 청소 등 도시 생활 지원 서비스와 심리 상담, 스트레스 관리 등 정서적 케어 및 상담 서비스는 특성상 프랜차이즈 모델과 적합하여 성공가능성이 높다”고 평가했다.

정연승 단국대 교수는 <서비스 프랜차이즈 산업의 발전전략과 과제>를 주제로 “일반 유망 서비스업체를 프랜차이즈화하여 경제적 파급효과를 높이고, 해외진출을 위한 지원 정책과 플랫폼을 수립하며, 인공지능 등 디지털 기술을 활용한 무인·자동화·효율화 모델을 확산시킨다면 국내 서비스 산업의 문제점을 해소할 수 있다”고 강조했다.

한편, 협회는 이날 코엑스에서 몽골 외식기업인협회와 상호진출을 위한 업무협약을 체결했다. 협회는 양국 외식 기업인들이 서로 원활히 교류하고 정보를 교환할 수 있도록 적극 협력한다는 계획이다. [K77]

프랜차이즈에 속루선을 더 하다!
아시아 No.1 프랜차이즈 대표 박람회

IFS

프랜차이즈
창업·산업 박람회





11월 11일 한국프랜차이즈산업협회 자선골프대회 단체사진



한국프랜차이즈협, 2024 협회장배 자선 골프 대회 통해 사회적 약자 지원

회원 240명 기부금 약 1억원 모금...푸르메재단, 따뜻한동행, 한국피해자지원협회에 기부

WRITE | 김동하 기자

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회·회장 정현식)가 회원사들이 자발적으로 후원한 기부금을 통해 어려움을 겪고 있는 사회적 약자를 지원한다.

20일 협회는 지난 11일 강원도 원주시 센추리21CC에서 '2024 협회장배 자선 골프대회'를 개최한 결과, 최종적으로 약 1억원의 기부금을 모금했다고 밝혔다.

협회가 주최하고 협회 산하 우정회(회장 김태환)가 주관한 이번 대회는 사회봉사위원회(위원장 김인규)와 협력하여 자선 골

프대회로 개최됐다.

협회는 "추후 공식 절차를 거쳐 장애인의 재활과 자립을 지원하는 ▲푸르메재단(상임대표 백경하), ▲따뜻한동행(상임대표 이광재), 그리고 범죄 피해자를 지원하는 ▲한국피해자지원협회(KOVA·회장 박효순)에 모금된 기부금을 전달하고, 사회봉사위원회 활동을 통해 직접 사회공헌 활동에도 나설 예정"이라고 말했다.

정현식 협회장은 대회 개최사에서 "경기가 어려운 지금, 국민

들의 사랑으로 성장한 우리 산업이 사회적 약자들의 아픔과 어려움을 함께 하며 상생의 가치를 실현할 때"라고 하면서 "올해 대회가 뜻깊은 행사로 거듭나도록 기부해 주신 모든 회원 여러분들께 진심으로 감사드린다"라고 말했다.

김인규 사회봉사위원장은 "이번 대회를 계기로 사회봉사위원회도 사회공헌 활동을 더욱 강화하고 산업인들이 취약계층 지원에 동참하도록 독려하여 산업 전반으로 분위기가 확산될 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

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

한편 이번 대회에는 협회장을 비롯한 협회 회원들과 자문 및 고문, KFCEO 및 연대FCCEO 등문, 부산울산경남지회(지회장 오몽식), 대구경북지회(지회장 김병철), 광주전남지회(지회장 김태훈), 전북지회(지회장 정광현) 등 전국 지회 회원 등 총 240여명이 참가했다.



따뜻한동행 기부금 전달식



푸르메재단 기부금 전달식



한국피해자지원협회 기부금 전달식



개막을 알리는 시타



메달리스트-남기원 주용기친플러스 대표



우승-오일곤 약선축염소 대표



통기스트(남)-이재만 GSE푸드 대표



통기스트(여)-이연수 미식주 대표



니어리스트-박재준 아바비전 대표



다버디상-최영관 신일주류상사 대표



다파상-조용운 퍼블릭스클럽 상무



다보기상-최승일 CSFACTORY 대표



이글-김선우 광주식품 대표, 강영민 정상FC 대표, 한병학 승림푸드 대표



출인원 스페셜상-권의중 엘디플러스 대표



경품행사



만찬 축하공연

“일회용 컵 보증금제 강제 없다”

환경부, 지자체 자율 시행...사실상 폐지

WRITE | 김은영 기자



“일회용컵 보증금제도를 획일적으로 전국적으로 확대하는 것보다는 단계적으로, 점진적으로 이행하는 것이 좋지 않겠느냐, 이런 판단이다”

환경부가 ‘일회용컵 보증금제’를 지자체 자율에 맡기겠다는 입장을 밝혔다. 사실상 의무화 폐지를 공식화한 셈이다.

김완섭 환경부 장관은 10월 24일 국회 환경노동위원회 환경부 종합감사에서 이같이 밝혔다. 김 장관은 제도 개선 방향에 대해서도 언급했다. 보증금제를 전국으로 확대하는 기초는 이어가되 지방자치단체가 여건에 맞게 대상, 기준, 방식을 정할 수 있도록 하겠다는 게 골자다. 보증금제를 지역의 어디까지 실시할지, 보증금 액수는 얼마로 할지도 자체적으로 정할 수 있도록 바꿀 방침이다.

김 장관은 “실무 협의-논의 중인 안으로 국회-지방자치단체-업계 등과 협의 후 방안을 확정할 예정”이라고 덧붙였다.

‘일회용품 컵 보증금제’는 현재 제주와 세종시에서만 시행되고 있는 제도로 일회용품 컵을 다 쓴 뒤 보증금 기계에 넣으면 300원을 다시 돌려주는 제도다. 일회용품 사용량 급증과 부적절한 폐기로 인해 환경오염·자원 낭비 등이 심각해짐에 따라, 판매자의 재활용 책

임을 강화해 컵 사용량 저감과 수거·재활용을 촉진하고자 일회용품 보증금 제도가 도입됐다. 자원재활용법에 따라 2022년 6월부터 전국에서 시행됐어야 하지만, 현재 제주와 세종에서만 시행 중이다.

이날 환경부는 대형시설을 중심으로 보증금제를 점진적으로 늘리겠다는 구상도 내놨다. 소비자가 머무르는 시간이 길고 출입구가 특정돼 있어 반납이 편리한 야구장, 놀이공원, 공항, 대학 등이 대상이다.

현금이 아니면 전용 어플리케이션(앱)을 이용해야만 보증금을 받을 수 있는 지급 방식도 바꾼다. 환경부는 식음료 프랜차이즈 업체의 앱을 이용해 포인트 전환을 유도할 계획이다. 소비자가 미처 챙기지 못한 보증금은 제도 이행 지원이나 다회용 컵 사용 소비자 인센티브 확대에 투입할 예정이다.

이날 환경부는 보증금 제도 개편의 이유로 효과성과 수지타산을 꼽았다. 일회용 컵의 재활용 가치가 1개당 4.4~5.2원으로 낮고 보증금제가 컵 사용량을 줄이는 효과가 작다고 밝히기도 했다. 일회용 컵 보증금제를 시행하면 매장이 컵 처리비용 1개당 43~70원을 써야 한다. 배보다 배꼽이 더 큰 보증금제는 컵 사용량을 줄이는 효과가 작다는 주장이다.

문제는 제도 시행 여부는 물론 제도의 내용까지 지자체 자율로 맡기겠다는 방안은 혼란과 형평성 문제를 키울 수 있다는 지적이다.

카페업계에서도 환경부의 이러한 제도 방향이 이해가 안 된다는 입장이다. 고장수 전국카페사장협동조합 이사장은 “전 세계적으로 플라스틱 사용규제가 강화되고 있는 시점에 유독 우리나라의 환경정책만 후퇴하고 있다”며 “국가의 정책을 믿고 친환경 제품 개발 및 생산에 투자한 회사들이 다 망해가고 있는 실정”이라고 토로했다.

또 그는 “국가의 정책을 믿고 수익원, 수십억원, 전 재산을 투자해 친환경에 앞장선 이들에게 남은 건 배신감과 빚더미뿐”이라고 지적하며 “현재 환경부의 환경정책 후퇴, 입법부에 대한 저항, 국가정책의 반대 선례 등은 많은 부작용과 함께 폐해를 남길 수 있다”고 전했다.



김완섭 환경부 장관이 국정감사에서 답변하고 있는 모습

“일회용품 컵 보증금제는 현재 제주와 세종시에서만 시행되고 있는 제도로 일회용품 컵을 다 쓴 뒤 보증금 기계에 넣으면 300원을 다시 돌려주는 제도다. 일회용품 사용량 급증과 부적절한 폐기로 인해 환경오염·자원 낭비 등이 심각해짐에 따라, 판매자의 재활용 책임을 강화해 컵 사용량 저감과 수거·재활용을 촉진하고자 일회용품 보증금 제도가 도입됐다.”

“지자체 자율 시행에 대해 지자체는 반대한다”고 주장한 허승은 녹색연합 녹색사회팀장은 지자체별로 적용되는 대상 사업자가 달라 생산자에게 책임을 부여하기 어렵다며 “제도 안착을 위한 지역별 적용이 아닌 일회용품 사용량이 많은 사업자 중심으로 단계적으로 적용하는 것이 우선돼야 한다”고 강조했다.

김 장관은 24일 국정감사에서 “일회용품 보증금제를 일괄적으로 전국으로 확대할 경우 디지털 취약계층의 이용 제약, 농어촌 등 이동거리가 긴 지역의 접근성, 매장 업무 부담 등이 우려된다”며 정책 전환의 이유를 설명했다. 다만 이를 위해선 다시 자원재활용법을 개정해야 하고, 환경부 고시도 고쳐 ‘전국 확대 의무화’ 조항 등을 삭제해야 한다.

한편 환경부에 따르면 2022년 기준 연간 일회용 컵 사용량은 231억 개로 추산된다. 종이컵이 172억 개, 플라스틱 컵이 59억 개 사용된 것으로 추정된다. **177**

공정거래위원회

파파존스 피자 과징금 14억8200만원...리모델링비 점주 전가

공정위, 필수품목 강제 시정명령·리모델링 비용 지급명령 결정



필수품목을 강제하고 매장 새단장(리모델링) 비용을 가맹점주에게 전가한 한국파파존스(주)에게 제재가 내려졌다.

공정거래위원회(위원장 한기정)는 피자 브랜드 '파파존스 피자'의 가맹본부인 한국파파존스(주)가 세척용품 15종을 가맹본부로부터만 구입하도록 강제하고 가맹점주에게 매장 새단장(리모델링)을 요구하고도 리모델링 비용의 일부를 부담하지 않은 행위에 대해 시정명령과 리모델링 비용 지급명령, 과징금 14억 8200만원을 부과하기로 결정했다고 10월 24일 밝혔다.

공정위에 따르면 파파존스는 2015년 7월 1일부터 현재까지 정보공개서와 가맹계약서를 근거로 손 세정제, 주방세제 등 15종의 세척용품을 필수품목으로 지정하고, 해당 품목을 가맹본부로부터만 구입하도록 가맹점주의 거래처를 제한했다. 이는 필수품목 강제 행위에 해당된다.

가맹사업법에 따르면 가맹본부의 필수품목 지정이 적법하기 위해서는 해당 품목이 가맹사업 경영에 필수적이고, 상표권 보호 및 상품의 동일성 유지에 필요하며, 정보공개서를 통해 이를 미리 알리고 가맹계약을 체결해야 한다.

파파존스는 또 2015년 8월부터 2022년 4월까지의 기간 동안 25개 가맹점에 매장 리모델링을 요구하고도 법에서 정한 가맹본부 부담의 리모델링 비용을 가맹점주에게 지급하지 않았다. 이는 매장 리모델링비용 전가 행위다. 리모델링 비용 중 가맹본부 부담비율은 20%(점포 이전·확장 시 40%)다.

이에 대해 한국파파존스는 "세제류 사용은 미국 국립위생협회의 위생 가이드를 준수하기 위함이며, 해당 기준은 전 세계 파파존스 매장에 동일하게 적용되고 있다"고 강조했다.

아울러 한국파파존스는 정보공개서와 계약서를 통해 가맹점주들에게 해당 세제를 필수적으로 사용해야 한다는 사실을 사전에 공지했다고 덧붙였다. 또한 2015년 7월 1일 이후 현재까지 세제류 판매로 발생한 매출액은 총 5억4700만원에 불과하다고 밝혔다. 반면 2008년부터 가맹점주들의 경제적 부담을 줄이기 위해 로열티 1%p 감경을 결정하여 지금까지 총 167억원의 로열티를 감면해왔으며, 이는 차액가맹금 수취가 아닌 브랜드 명성을 유지하기 위한 필수불가결한 조치라고 주장했다.

점포환경 개선 권유 및 가맹본부의 비용 부담 미지급에 대해서도 입장을 밝혔다. 문제된 매장은 최소 10년 이상 노후된 상태로 유지 및 보수가 필요한 상황이었다며, 공정위 발표 자료를 통해 이를 확인할 수 있다고 설명했다.

한국파파존스는 이번 공정위 심의 과정에서 법 위반 의도가 없었음을 소명했으나, 이 부분이 결과에 반영되지 않았으며, 추가적으로 본사 입장을 소명할 방안을 검토할 예정이라고 밝혔다.

WRITE | 김은영 기자

서울특별시

장사하기 좋은 서울... '소상공인 힘보탬 프로젝트' 발표

서울시, 소상공인 위기극복에 힘 보태기 위해 내년 5356억원 투입



서울특별시

서울시가 소상공인 위기극복과 재도약을 위해 내년 총 5356억원을 투입하는 '소상공인 힘보탬 프로젝트'를 11월26일 발표했다. 이전까지는 지원금 위주의 정책이 주를 이뤘다면 앞으로는 자생력을 키울 수 있는 방향으로 정책적 전환을 한다는 게 시 측 설명이다.

내년 본격적으로 가동하는 이번 프로젝트는 △신속 간편 장기지리로 '자금보탬+' △수수료 완화·판로확대로 '매출보탬+' △안전적 경영환경 조성·사회안전망 강화로 '공정보탬+' △새출발 소상공인 지원으로 '새길보탬+'의 4대 분야 19개 핵심사업을 중심으로 추진한다.

수수료 완화를 위한 매출보탬 내용을 보면 민간 배달 플랫폼의 높은 수수료에 따른 소상공인 부담을 줄이기 위해 공공배달앱을 활성화한다. 더 저렴하게 주문할 수 있는 공공배달앱 이용을 늘려 수수료 부담을 줄이겠다는 계획이다. 현재 공공배달앱 수수료는 1~2% 수준이다.

시는 가맹점주의 자발적 플랫폼별 차등 가격 확산 추세와 병행해 한국프랜차이즈산업협회, 전국가맹점주협의회, 소상공인단체, 자치구 등과 협력해 공공배달앱의 입점가맹점을 늘리고 자치구 배달전용 상품권(15% 할인) 사용 자치구도 전 자치구로 확대(10개구→25개구)한다는 계획이다.

이외에도 결제수수료가 최대 5%에 달하는 네이버페이·카카오페이·토스페이·알리페이·라인페이 등 국내 3개, 해외 15개 간편결제사에서 서울페이 결제QR 코드를 개방해 수수료를 신용·체크카드 수준인 1.25~1.5% 수준까지 대폭 낮춘다. 5000억원의 간편결제가 발생시 소상공인들은 88억원



(국내)~135억원(해외)의 수수료 절감효과를 누릴 것으로 추정하고 있다.

가맹점주 지원 내용을 담고 있는 공정보탬에는 필수품목 내용을 포함시켰다. 먼저, 젓가락부터 세제, 고무장갑까지 프랜차이즈 본사가 가맹점에게 비싼 가격으로 강매시켰던 잘못된 '필수품목' 지정 관행을 바로잡기 위해 서울형 가이드라인을 마련한다. 말 그대로 필수적인 것만 본사에서 구매하고 더 저렴하게 구매할 수 있는 품목은 직접 구매 가능하도록 하는 것이 주요 내용이다. 필수품목 항목과 공급가격 산정 방식을 계약서에 명시하고, 거래조건을 가맹점주와 협의 없이 불리하게 변경하는 것을 금지한 가맹사업법령 개정에 따른 조치의 일환이다.

또 최근 급증한 모바일상품권 사용에 대한 높은 수수료(6~11%) 부담으로 어려움을 겪고 있는 가맹점 실태를 조사하고 수수료 부담 완화 방안도 마련한다. 이를 위해 모바일상품권 플랫폼 사-쿠폰 사-가맹본사 간 상생협력 채널 구축하고 지속적인 불공정 행위 조사와 제도 개선 건의 등 자율적인 상생을 유도할 계획이다.

WRITE | 신용희 기자

고용노동부

자영업자 고용보험 가입·보험료 지원신청 한번에

고용노동부, 11월 29일부터 원스톱 서비스 시행



자영업자는 고용보험에 가입할 때 보험료 지원 신청도 한꺼번에 할 수 있게 됐다. 중소벤처기업부와 고용노동부는 소상공인의 '자영업자 고용보험' 가입 촉진을 위해 11월 29일부터 고용

보험 가입과 고용보험료 지원신청을 한 번에 할 수 있는 원스톱 서비스를 시행한다고 밝혔다.

자영업자 고용보험에 가입한 소상공인은 보험료의 50~80%를 최대 5년간 지원받을 수 있다. 그러나 소상공인은 고용보험 가입은 근로복지공단에, 고용보험료 지원은 소상공인시장진흥공단에 각각 신청해야 하는 불편함이 있다고 호소해왔다.

중기부와 고용노동부는 이런 불편을 해소하고자 지난 8월 업무협약을 체결하고 시행령, 고시 등 관련 규정과 시스템을 개선했다. 이에 11월 29일부터 소상공인이 근로복지공단을 통해 자영업자 고용보험에 가입할 때 고용보험료 지원도 함께 신청할 수 있다. 별도로 제출해야 하는 증빙서류는 없다. 이후 소상공인시장진흥공단이 고용보험료 신청 결과와 지원 여부를 안내하게 된다.

온라인 신청은 근로복지공단 '고용·산재보험 토탈서비스(total.comwel.or.kr)'에 하면 된다. 방문 또는 팩스는 가까운 근로복지공단 관할 지사를 통하여 된다. 자영업자 고용보험에 이미 가입한 소상공인은 소상공인시장진흥공단의 '자영업자 고용보험료 지원 누리집(sbiz.or.kr)'에서 고용보험료 지원신청이 가능하다.

김성섭 중기부 차관은 "고용보험료 지원 신청 간소화로 소상공인의 부담을 완화하고 고용보험 가입에 실질적 도움이 될 것으로 기대한다"며 "앞으로도 부처 간 협업을 통해 소상공인의 사회안전망 강화를 위해 계속해서 다양한 정책들을 마련하고 시행해 나가겠다"라고 말했다.



김민석 고용노동부 차관은 "자영업자 고용보험은 폐업 예방과 조속한 노동시장 복귀를 지원하는 주요한 사회 안전망"이라며 "최근 폐업자가 100만명에 육박하는 상황에서 실질적으로 도움이 되는 대책을 마련하겠다"고 전했다.

한편 자영업자 고용보험 제도의 가입대상은 근로자 50인 미만의 사업주 중 가입 희망자다. 폐업 전 24개월간 1년 이상 가입하고 매출액 감소 등의 사유로 폐업한 경우 가입기간에 따라 최대 7개월간(월 109만원~202만원) 지급된다.

소상공인 고용보험료 지원사업 대상자는 자영업자 고용보험에 가입한 소상공인이다. 월별 납입 고용보험료의 50~80%를 최대 5년간 환급받는다.

WRITE | 김은영 기자

공정거래위원회

외식업 프랜차이즈, 상표 미등록 비율 35%에 달해

14%는 상표출원안해...거절 출원 절반 이상은 두 건 이상의 거절 사유 발생



공정거래위원회

국내 외식업 프랜차이즈 브랜드의 상표등록 비율이 약 65%이며, 무려 35%의 브랜드는 상표등록이 되지 않은 것으로 자체 조사 결과 드러났다.

프랜차이즈 사업에서는 브랜드 관리와 상표의 법적 보호가 필수적이다. 가맹본부가 가맹점사업자에게 상표 사용권과 운영의 노하우를 제공하고 가맹비와 로열티를 받기 때문이다.

브랜드 개발 업체 브랜드셋의 외식업 프랜차이즈 상표등록 전수 조사 결과에 따르면 약 35%의 브랜드가 상표등록이 되지 않은 것으로 나타났다. 세부적으로 현재 출원 중이거나 출원해 거절된 경우 등이 있으며, 아예 출원조차 하지 않은 경우도 약 14%에 달한다. 이러한 결과는 일부 프랜차이즈 사업에서 상표 관련 문제가 발생할 가능성이 잠재돼 있음을 시사한다.

이번 조사는 공정거래위원회 가맹사업거래 사이트에 등록된 약 1만2000건 가운데 외식업으로 분류된 9000여건의 프랜차이즈 브랜드 전체에 대해 특허청 키프리스(KIPRIS) 검색을 이용해

자체 조사한 결과다.

상표 미등록 비율 35%에는 출원했으나 거절된 사례가 다수 포함돼 있다. 한 가지 거절 사유로 등록이 거절된 경우가 47%로 가장 많았으나 두 가지 이유로 거절된 경우도 35%나 됐으며, 세 가지 이유는 14%, 드물게 5가지 이상의 사유로 거절된 경우도 4% 있었다. 즉 절반 이상이 두 가지 이상의 거절 사유가 발생해 거절됐음을 의미한다.

가장 많은 비중을 차지하는 것은 선등록 상표와의 동일성 또는 유사성으로 인한 거절로, 전체의 31%에 달한다. 다음으로 일반적 사항 표시나 기술적 표장 사용으로 인한 거절이 19%, 식별력 부족으로 인한 거절도 19%로 높은 비중을 차지한다. 선출원 상표와의 유사성으로 인한 거절도 8% 수준이다.

따라서 선등록 상표 또는 선출원 상표와의 유사성으로 인한 거절이 전체의 39%로 압도적이며, 부적합한 단어 사용이나 식별력 부족으로 인한 거절도 38%에 달한다. 이 밖에도 1상표 1출원 위배, 품질 오인 및 소비자 기만, 본인이 사용할 상표가 아닌 경우, 현저한 지리적 명칭, 부정한 목적의 상표출원 등이 있다.

WRITE | 신용희 기자

한국프랜차이즈協, 11.22~24. WFC 하반기 멕시코 총회 참가

세계 35개국 프랜차이즈 협회 대표단과 교류
해외진출 활성화 위한 글로벌 네트워크 형성

WRITE | 이호국장



2024 WFC 하반기 멕시코 총회 단체사진

한국프랜차이즈산업 협회(회장 정현식·이하 협회)가 정회원국으로 활동 중인 세계 프랜차이즈협의회(World Franchise Council·WFC) 하반기 멕시코 총회에 참석해 미주 대륙의 K-프랜차이즈 열풍 확산을 모색했다.



강석우 상근부회장(가운데), 정현식 협회장(오른쪽)

11월 22~24일 3일간 멕시코 메리다에서 열린 이번 총회에는 정현식 협회장, 나명석 수석부회장, 강석우 상근부회장 등 협회 임원들이 참석해 한국 프랜차이즈 업계의 현황과 우수성을 알렸다.

정 협회장은 총회에서 “한국 프랜차이즈 업계가 최첨단 ICT 기술을 접목한 사업모델을 급속도로 발전시키고



나명석 수석부회장

있으며, 올해 K-푸드의 경쟁력을 바탕으로 미주 대륙에 활발히 진출하고 있다”고 전했다.

또, 중국, 벨라루스, 캐나다, 뉴질랜드, 멕시코, 미국, 필리핀 등 각국의 법·제도과 최신 트렌드 등 다양한 현황과 전망을 직접 듣고 글로벌 스탠다드를 바탕으로 상호 진출을 논의하는 성과를 남겼다.

한편 협회는 WFC 총회와 동시에 개최된 프랜차이즈 박람회 'Franchise Show Merida 2024'를 참관해 세계 각국의 프랜차이즈 업체들의 부스들을 참관하며 해외 업계를 경험하는 소중한 시간도 가졌다. **KFN**

2024 코리아세일페스타 성료

프랜차이즈업계, 롤렛이벤트 등 재미·맛 동시 선사

WRITE | 김은영 기자

11월 9일부터 30일까지 진행된 2024 코리아세일페스타(이하 코세페)가 성황리에 마무리됐다. 소비 진작과 내수 활성화를 위해 각 지방자치단체, 유통기업, 중소기업 등이 참여하는 쇼핑축제가.

코세페는 지난 1일부터 시작한 자동차·가전 업계의 할인에 이어 역대 최대 2600여개사가 참여해 수출호조세의 내수 확산으로 경제활력을 불어넣었다는 평가다.

올해 코세페에는 백화점·대형마트 등 생필품 할인(식품·패션·생활용품 등), 자동차·가전·타이어 등 내구재 할인, 관광·문화·외식 등의 할인상품이 제공됐다. 편의점 코리아세일페스타 국가대표 도시락 출시, 식음료 온라인 타임딜 등도 추진됐다.

또 지역경제 활성화 및 중기·소상공인 지원을 위해 우체국 쇼핑의 지역 특산물 판촉전(팔도마켓), 지자체의 e-몰 특판전, 중기제품 온라인 특별전 등도 열렸다.

특이한 점은 올해 코세페에는 숙박, 놀이공원, 학습지 및 버티컬플랫폼이 신규로 참여했다는 점이다. 먼저 예년처럼 유통은 식품, 패션의류, 대형마트, 백화점 등 오프라인 유통 및 온라인 플랫폼 등의 생활용품 업체 등이다. 숙박은 한화리조트·대명소노펠리체가, 놀이공원은 롯데월드, 학습지로 교원 및 워크, 버티컬플랫폼인 배달의민족, 오늘의집, 마켓컬리 등이 새롭게 함께 했다.

이번 코세페에서 프랜차이즈 업계는 롤렛이벤트를 진행했다. 참여업체는 베스킨라빈스, 셀러디, 텐퍼센트커피, 자담치킨, 암샘김밥, 고포자 등이



다. 재미를 동시에 안겨줬다는 점에서 높은 호응을 얻었다.

이번 코세페에는 배달의민족 운영사 우아한형제들도 참가했다. 배민은 2021년에 이어 두 번째로 참여했다. 배민은 12월 1일까지 치킨, 피자, 베이커리, 분식 등 총 36개 브랜드에서 사용할 수 있는 최대 8900원 할인 혜택을 담은 쿠폰을 제공했다.

행사에는 BBQ, BHC 등 치킨 브랜드를 비롯해 도미노피자, 배스킨라빈스, 파리바게뜨, 떡볶이&치킨 등의 외식 브랜드가 참여했다.

코리아세일페스타를 통해 도미노피자 8000원 할인 쿠폰을 비롯, 푸레쥬르 4000원 할인, 파리바게뜨 3000원 할인 등의 쿠폰을 제공한 것. 쿠폰은 배달, 포장 등 서비스 이용 시 사용 가능하다.

배민 관계자는 “코리아세일페스타를 통해 소비자에게는 합리적인 가격의 외식 기회를, 입점 업체에게는 새로운 판매 확대 기회를 드리고자 한다”고 말했다. **KFN**

5인 미만 사업장에 근로기준법 확대 적용 “탁상행정”

1.5배 추가수당 지급 등 영세 자영업자에게 경제적 부담만 가중

WRITE | 김은영 기자

최근 정치권에서 5인 미만 사업장에 대해서도 근로기준법을 동일하게 적용하겠다는 얘기가 나온다. 일단 정부와 여당은 ‘노동약자지원법’을 당론으로 추진중이다. 반면 야당인 더불어민주당은 노동약자 보호에 공감하면서 근로기준법 개정을 통한 적용 대상 확대를 추진한다는 방침이다. 둘 다 5인 미만 사업장에 대한 근로기준법 확대 적용인데, “탁상행정”이라는 도마에 올랐다.



국민의힘의 노동약자지원법은 특수고용직, 플랫폼노동자 등 근로자 지위를 법적으로 인정받지 못하는 이들을 보호하기 위한 게 목적이다. 노동약자는 노동을 제공하지만 현행법상 근로자로 규정되지 않아 노동관계법 보호망 바깥에 있는 이들을 의미한다. 특수고용노동자(88만명), 플랫폼노동자(55만명), 5인 미만 사업장 종사자(334만명) 등이 여기에 해당된다.

한다. 하지만 5인 이상 사업장은 근로자가 기본 근로시간(주 40시간)을 초과할 경우 50% 가산한 임금을 적용하고, 사용하지 않은 연차에 대해서는 연차수당도 지급해야 한다.

야당인 더불어민주당은 근로기준법 개정을 통한 적용 대상 확대를 추진중이다. 22대 국회 들어 더불어민주당 소속 박홍배 의원, 김태선 의원, 이용우 의원 등 3인은 근로기준법 개정안을 잇따라 대표 발의했다. 5인 이상으로 명시된 근로기준법 적용 대상을 모든 근로자로 확대 적용하는 내용이 주요 골자다. 시행 시기는 공포 후 1년 이후로 통일했다.

여기에 4대 보험 가입 시 사업주가 지불해야 할 보험금, 복지후생 비용 등 추가 부담분 등을 더하면 영세 소상공인, 자영업자들의 부담은 더욱 커질 수 있다. 이로 인해 자영업자들은 ‘탁상행정’이라고 반발하고 있다. 근로기준법의 원래 취지인 근로자 보호라는 목적은 달성하지 못한 채 영세 자영업자들에게 경제적 부담만을 지우게 된다는 것이다.

이같이 근로기준법의 5인 미만 사업장 확대 적용 추진 소식이 알려지면서 전국의 자영업자들이 거세게 반발하고 있다. 이유는 5인 미만 사업장 대부분이 영세한데 법이 확대 적용되면 사업의 존폐까지 고려해야 하기 때문이다.

특히 24시간 운영이 많은 업종의 타격이 가장 클 것이라는 시각도 있다. 기존에는 야간 근로자에게 야간 수당을 지급하지 않아도 되는데, 근로기준법이 확대 적용되면 1.5배 수준의 추가 수당을 지급해야 한다.

현재 5인 미만 소규모 사업장은 근로기준법상 근로시간, 연차휴가, 해고 등 기본적인 권리나 법적 보호를 받지 못

한국프랜차이즈산업협회는 이와 관련해 “프랜차이즈 가맹점의 다수가 5인 미만 근로자를 운영하는 매장으로 근로기준법이 확대 적용되면 각종 비용 인상과 노무 갈등 등으로 인해 어려운 경영환경이 될 것”이라고 주장했다. **KFN**

특허청, 과기정통부와 손잡고 K-상표(브랜드) 보호

무단선점 도메인 이름 악용한 K-브랜드 위조상품 유통 피해 빈발

WRITE | 신용희 기자



특허청(청장 김완기)과 과학기술정보통신부(장관 유상임, 이하 과기정통부)는 11월 26일 15시, 한국지식재산센터(서울시 강남구)에서 한국지식재산보호원(원장 김용선, 이하 보호원)과 한국인터넷진흥원(원장 이상중, 이하 진흥원)간 ‘K-브랜드 기업의 지식재산권 보호를 위한 업무협약’을 체결했다고 밝혔다.

이번 업무협약은 양 기관(특허청, 과기정통부)이 함께 케이(K)-상표(브랜드) 중소기업의 지식재산권을 보호하고 원활한 해외진출을 지원하고자 도메인 분쟁 대응 협력체계를 구축하려는 적극행정의 일환으로 추진됐다. 협약의 주요 내용은 케이(K)-상표(브랜드) 관련 △ 인터넷 주소 분쟁 K-브랜드 기업 지원체계 구축 △ 인터넷 주소 분쟁 예방·대응을 위한 교육·세미나 개최 △ 인터넷 주소 분쟁정보 공유 등 탈취당한 인터넷 도메인 관련 분쟁의 신속한 해결을 위한 협조 등에 관한 것이다.

이번 업무협약을 통해 보호원은 케이(K)-상표(브랜드) 관련 도메인 분쟁 컨설팅과 함께, 우리 기업의 상표 무단선점 여부를 지속 점검할 예정이며, 진흥원은 국내 중소기업

에게 도메인 분쟁조정 제도를 안내하는 한편, 분쟁조정위원회를 통한 신속한 분쟁해결을 추진할 예정이다. 또한, 국내 기업이 상표권 취득과 함께 동일한 도메인을 등록할 수 있도록 온·오프라인 홍보활동(캠페인)을 공동 추진할 계획이다.

강도현 과학기술정보통신부 차관은 “도메인 무단선점에 따른 국내기업의 피해를 최소화함으로써 케이(K)-상표(브랜드) 기업의 원활한 해외진출에 도움이 되기를 기대한다”며 “과기정통부는 앞으로도 인터넷주소뿐 아니라 다양한 분야에서 중소기업의 해외진출을 적극 지원하도록 하겠다”고 밝혔다.

김완기 특허청장은 “소비구조가 온라인 중심으로 재편되면서, 무단선점한 국내기업 상표를 도메인이름으로 악용한 인터넷 사이트를 통해 위조상품이 대량으로 유통되는 등 피해가 심각하다”며 “특허청은 앞으로도 관계부처와의 적극적인 협업을 통해 우리 기업의 케이(K)-상표(브랜드) 위조상품 피해 예방·구제를 강화하겠다”고 밝혔다. **KFN**

“도전과 실패에서 돼지갈비의 가능성을 보다”



화화돼지왕갈비·현주식당
유인성 대표



화화돼지왕갈비

우리나라 사람들이 가장 많이 먹는 고기는 어떤 고기일까. 단연 돼지고기가 부동의 1위를 차지한다. 2022년 기준 우리나라 국민 1인당 육류 소비량은 59.8KG이다. 돼지고기가 30.1KG으로 1위다. 다음으로는 소고기 14.9KG, 닭고기 14.8KG으로 엇비슷하게 뒤를 이었다. 특히 돼지고기를 양념에 재워서 먹는 돼지갈비는 풍부한 육즙과 육류 고유의 육향으로 인해 남녀노소 누구나 좋아한다. 문제는 양념 소스인데, 40여년 가까운 어머니의 맛 소스로 돼지갈비전문점 업종에서 열풍을 일으키고 있는 브랜드가 있다. 맨주먹에서 시작해 가맹점 연매출 400억원대에 이르는 강소 브랜드로 성장시킨 유인성 대표의 솔직 담백한 이야기를 들었다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

1986년, 서울 낙원동의 돼지갈비 음식점. 이 옥자 여사께서 “내 가족이 먹는다”는 철학으로 운영하기 시작한 유정갈비다. 당시 입소문이 난 이 유정갈비의 양념 소스가 30년 전통의 화화돼지왕갈비를 만들어 냈다. 명품을 만들어내기 위한 끊임없는 노력의 산물이다. 맛을 전수하고 개발한 유인성 대표의 고통의 산물이다.

2000만원 맨주먹으로 처음 오픈한 삼겹살전문점은 오히려 그에게 돼지갈비에 대한 애정만 더 키우는 결과를 가져왔다.

첫 장사의 성과는 나쁘지 않았다. 고기에 진심인 그의 마음을 손님들도 알아봐 준 것이다. 문제는 직원들이었다. 주방 직원들의 텃세는 장사 초보인 유 대표에게는 새로운 경영 철학을 깨우치는 계기가 됐다. 바로 자신이 가장 잘 알고 할

“돼지왕갈비의 ‘맛’을 계속해 업그레이드 시켰어요. 변화하는 시장환경에 대응하기 위해서죠. 주요 포인트는 최상의 질 좋은 재료를 사용해 개발하고, 숙성시키며 단 1℃ 차이 온도도 용서치 않는 세밀함이었어요”

도전과 실패에서 답을 찾다

화화돼지왕갈비의 뿌리는 서울의 유정갈비다. 그 맛에 바탕을 두고 있다. 유 대표가 1995년 서울에서 낫선 천안으로 내려와 장사를 처음 시작할 때부터 마음속에 있던 뿌리다.



현주식당



유인성 대표



현주식당 김치찌개



화화돼지왕갈비 갈쭈정식



현주식당 황지살

수 있는 것을 하자는 거였다.

“누군가에게 휘둘리는 매장이 아닌, 내 의지와 뜻대로 운영하는 식당을 하고 싶었어요. 바로 어머니의 손맛을 이어받아 나만이 할 수 있는, 나의 브랜드를 만드는 거였어요”

그렇게 해서 오픈한 것이 화화돼지왕갈비 두정점이다. 새벽에 일어나서 장을 보고, 밤늦게까지 열심히 썰고 닦았다. 최선을 다해 음식하고, 친절하게 손님을 맞았다. 시간이 가는 줄도 몰랐다. 어느덧 그의 가게 앞에는 손님들이 줄을 서 있었다. 하루, 이틀, 사흘, 한 달, 두 달이 지나면서 화화돼지왕갈비를 하고 싶다고 체인점을 내달라고 이들이 생겼다.

그렇게 화화돼지왕갈비의 가맹사업이 시작됐다. “당시에는 가맹사업이라는 표현도 제대로 못할 때였어요. 체인점 하나를 내줬더니 그 매장도 장사가 잘 됐어요. 그러면서 멀리서 소문을 듣고 남해에서도 체인점을 하고 싶다고 찾아온 이들도 생겼어요” 참고로 남해는 아직도 매장이 운영중이다. 처

음 매장을 오픈했던 아버님은 은퇴하시고 현재는 딸이 운영하고 있다. 대를 이어 운영하는 프랜차이즈 브랜드가 된 것이다.

보편성에 특별함을 더하다

화화돼지왕갈비는 생고기 포화시장에서 양념육이라는 독보적인 브랜드로 자리잡았다. 30년이 지난 현재 전국 80여 개 매장, 가맹점 매출 400억원대라는 기록을 세웠다. “우여곡절과 고민, 고난이 많았어요. 가깝게는 코로나 사태부터 멀게는 IMF까지, 여러 사건과 역경이 있었지만 지금은 이루는 자양분이 되었다고 생각해요”

하루 이틀이 아닌 10년이 넘는 시간 동안 수천만명의 고객들에게 인정받은 돼지갈비다. 그 바탕에는 보편성을 가지면서도 ‘화화’만의 특별한 양념을 만들어낸게 비법이다. 양념갈비의 맛은 소스가 좌우한다. 유인성 대표는 흑마늘 진액 등 20여가지의 천연재료로 맛을 낸다. 흑마늘진액은 몸

에 좋을뿐만 아니라 너무 달지 않는 차별화된 맛을 낸다. 먹고 나면 개운하고 깊이가 있다.

문제는 매장이 늘어나면서 수제 제작에 어려움을 느꼈다. 하지만 맛에 대해서는 포기할 수가 없었다. 결국 자체 공장을 짓기로 결정을 내렸다. 외주가 아닌 직접 원육을 고르고, 숙성하기 때문에 맛이 변하거나 문제가 생길 수 있는 원인을 차단했다. 돼지갈비전문점 프랜차이즈 가맹본부 중 자체 공장을 보유하고, 한 아이템을 10년 이상 만들어낸 브랜드는 드물다. 화화돼지왕갈비가 프랜차이즈 업계에서 높게 평가받는 이유다.

돼지갈비를 넘어 강한 한식 브랜드로 발돋움

유인성 대표는 2020년 제2 브랜드로 김치찌개전문점 ‘현주식당’을 론칭했다. 화화돼지왕갈비에서 선보이지 못한 한식 요리와 김치찌개 메뉴를 전면에 내세웠다.

“혼자사는 사람들이 많아지면서 할머니 집에 놀러 가면 해주던 음식들(김치찌개)을 그리워하는 세대들이 많아요. 한국인의 소울푸드인 김치찌개를 포함해서 말이죠. 어머니, 할머니가 해주던 추억의 맛을 상기하며 추억까지 같이 할 수 있는 브랜드를 만들어 보고 싶은 생각에 론칭하게 됐어요”

현주식당은 국내산 돼지고기와 김치, 쪽파를 넣은 김치찌개가 주력 메뉴다. 또한 점심 매출을 받쳐줄 생때때 삼겹살을 저녁 메뉴로 구성했다. 기존에 볼수 없었던 냉동상태가 아

닌 생고기 상태의 대패 삼겹살을 선보여 예비점주들과 고객들에게 호평을 받고 있다.

이렇듯 발빠른 행보를 할 수 있는 이유는 아내 전현주 공동대표의 든든한 받침이 있어서다. 간단하게 이야기 하면 유인성 대표가 비행기를 만든다면, 전현주 대표는 낙하산을 만든다. 하나의 주제로 업무를 진행하면서 긍정적인 부분과 부정적인 부분을 상호 보완해 비행기가 안정적으로 비행할 수 있도록 조연한다. 큰 그림은 유인성 대표가, 세부적인 사항은 전현주 대표가 맡는 셈이다.

사회에 기여하고 글로벌 진출 희망

유인성 대표의 앞으로의 바람은 신규 매장 확대와 글로벌 시장 진출이다. 아울러 고객과 가맹점 모두에게 신뢰받는 브랜드로 인식되길 희망하고 있다.

“프랜차이즈는 지속적인 성장가능성이 높으며, 글로벌 경제와 소비 트렌드의 변화에 따라 새로운 도약의 기회를 맞이하고 있다고 생각해요. 스마트 매장의 확산과 빅데이터를 활용한 소비자 중심의 맞춤형 서비스로 특별한 경험을 제공하는 매장 환경을 만들어 브랜드 가치를 올리면 해외 시장 공략에서도 시너지 효과를 창출할거라 생각해요”

내년 하반기에는 또 다른 브랜드 론칭도 준비하고 있다는 유인성 대표. “가맹본부와 가맹점이 함께 성장하며, 고객과 사회에 기여하는 경영 철학. 이를 위해 더욱 노력할 계획이예요” 대를 잇는 100년 브랜드의 탄생을 기대해 본다. **KFEI**



화화돼지왕갈비



현주식당



『상권을 이기는 작은 가게 성공 법칙』

10평 매장에서 브랜드 매출 750억으로 성장한 생활맥주 스토리

여의도는 구매력이 높고 주거와 오피스가 혼재한 훌륭한 상권이다. 그럼에도 생활맥주 1호점이 생기기 전에는 수준 높은 맥주와 고객을 만족시킬 만한 분위기의 공간이 없었다. 모두 오래되고 변화 없이 정체된 상점만이 즐비했다. 아니나 다를까 생활맥주는 오픈하자마자 주민들에게 폭발적인 사랑을 받으며 성장했다. 생활맥주는 오픈 단 몇 주 만에 주말에도 사람이 가득한 여의도 핫한 술집으로 떠올랐다. 생활맥주가 이태원과 경리단, 해방촌에 없는 것도 같은 이유에서다. 이태원 근방에는 수제 맥주를 판매하는 곳이 이미 많기 때문에 굳이 생활맥주가 필요하지 않다고 판단했다.

하지만 대부분의 초보 외식 창업가들은 반대로 행동한다. 요즘 뜨는 아이템을 먼저 선택하고 그 다음에 좋은 상권을 선별한다. 이는 틀린 방법이다. 거꾸로 어떤 특정 상권에서 무엇이 부족한지

를 찾는 것이 더 쉽고 정확한 방법이다. 좋은 상권에 비싼 권리금을 주고 들어갈 생각보다는 특정 지역에 부족한 것이 무엇인지 생각해 보라.

이 책은 처음 여의도의 10평 매장에서 시작해 브랜드 매출 750억원 기업으로 성장한 생활맥주의 스토리를 담은 책이다. 임상진 대표가 쓴 첫 책으로 실제로 일을 하면서 적용했던 다양한 사례들을 들려주며 가장 현장감 있는 어드바이스를 전한다. 잘 나가는 프랜차이즈 기업도 처음에는 하나의 작은 가게였음을 인지시키며, 어떤 시각과 태도로 외식업에 임해야 하는지 알려준다.

홍성태(브랜드로 남는다는 것 저자), 정현식(한국 프랜차이즈산업협회 회장), 김현우(서울경제진흥원 대표), 진내경(브랜딩 디렉터이자 엔지티 컴퍼니 대표), 유용욱(용용육바베큐연구소 대표)이 추천해 더욱 눈길을 끄는 이 책은 모든 외식업자들의 꿈을 현실로 만들어줄 지침서다. **KFN**

● 쿠우쿠우 포항점·전주효자점·대구북구점 등 잇따라 매장 오픈
신메뉴 14종 출시, 맛으로 승부하는 별들의 전쟁 '쿠술랭'

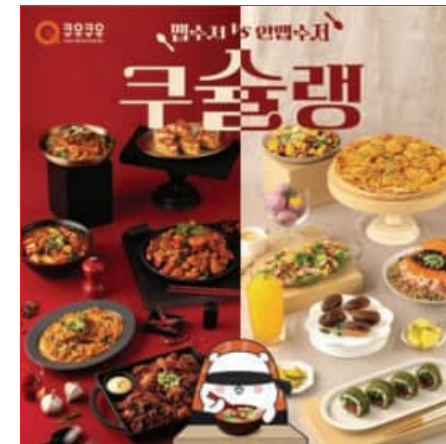


초밥 뷔페 패밀리레스토랑 쿠우쿠우가 12월 들어 전국에서 매장을 잇따라 오픈했다. 먼저 이달 초에는 경상북도 포항시에 포항점을 새롭게 오픈했다. 이어 12월 4일에는 전북 전주시 효자동 전주효자점, 6일에는 대구광역시 북구 칠성동에 대구북구점을 오픈했다.

쿠우쿠우 포항점은 296평 규모의 넓고 쾌적한 공간을 갖추고 있어 돌잔치, 회갑잔치와 같은 가족 모임은 물론 연인과 친구 모임장소도 손색이 없다. 특히 매장에서 탁트인 바다를 전망하는 것도 또 하나의 선물이다.

전주효자점은 CGV 영화관이 함께 있어 영화 관람 전후에 식사를 즐기기에 좋고 건물 내 지하차장을 이용할 수 있어 차량 이용 고객에게 편리함을 제공한다. 대구북구점은 영화간 카페, 공연장, 쇼핑몰 등 다양한 시설이 입접한 22년 전통의 복합쇼핑몰 스텍트럼시티 5층에 자리잡고 있다.

뷔페 패밀리레스토랑 프랜차이즈 쿠우쿠우 관계자는 “앞으로도 활발한 마케팅과 신메뉴 개발을 통해 고객들에게 더욱



특별한 외식 경험을 제공할 것”이라고 밝혔다.

쿠우쿠우는 또 고객의 미각을 사로잡을 정기 신메뉴 14종도 출시했다. 이번 신메뉴는 ‘맛으로 승부하는 별들의 전쟁’이라는 ‘쿠술랭’ 콘셉트다. 메뉴 퀄리티를 대폭 향상시키며 고객 만족도를 한층 더 높이는 데 초점을 맞췄다. 또한 세계적으로 유명한 미슐랭 가이드에 착안해, 각 메뉴에 별점을 부여하는 방식으로 독창적인 재미를 더했다.

신메뉴는 ‘멤수저’와 ‘안멤수저’ 고객 모두를 고려한 다양한 메뉴 라인업으로 눈길을 끈다. 화끈한 매운맛을 강조한 매콤우삼겹간짜름, 화끈마라양고기탕, 우삼겹마라로제파스타, 스리라차참치유부초밥, 간풍오!새우, 주닭볶음&치즈는 매운맛을 선호하는 이들에게 매력적인 선택지다.

반면 안멤수저 고객들을 위한 옥수수시저샐러드, 옥수수 콘 치즈피자, 자색고구마참쌀도넛, 계막지볶음밥, 파인애플오이샐러드, 한라봉슬러시, 에끌레어, 육회감태롤 같은 본연의 깊고 진한 풍미의 요리와 달콤한 메뉴도 함께 선보였다. **KFN**



유재은

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

서강대졸

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

저서

한국시장의 프랜차이즈전략
한국시장의 프랜차이즈전략 2
한국시장의 프랜차이즈 법칙

강의

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

프랜차이즈본사 100호점 성공의 6가지 전략 (2)

WRITE | 유재은

4. 가맹점을 걸러내야 한다

프랜차이즈 사업에서 직영점이 친차라면 가맹점은 양자인 셈이다. 남의 자식이었지만 양자를 들이고 나면 파양이 매우 어렵다. 가맹점 매장 성공의 핵심 3요소인 브랜드, 입지, 점주 중에서 점주의 역량이 취약하면 매장성공은 어려워진다. 대부분 가맹점은 많은 열정을 가지고 매뉴얼을 쫓아 해내지만, 가끔씩 업종에 맞지 않거나 기본 역량이나 마인드가 안 되는 점주가 있다. 이런 점주들을 걸러내야 한다.

가맹점 한 개가 아쉬운 상황에서 자기가 우리 브랜드를 하겠

100

다는데 끊어내는 것은 참 어렵다. 더욱이 앞에서 서술한대로 재무구조가 취약한 본사는 불가능에 가깝다. 가맹개설 수익 없이도 버틸 수 있는 재무구조가 아니라면 취약해 보이는 점주를 걸러내기 어렵다.

또 한 가지는 악성 가맹점주 걸러내기이다. 매장 운영은 잘하지만 부정적인 성향이 강해 본사에 대해 안티한 성향으로 발전할 수 있는 점주를 걸러내야 한다. 더욱이 요즘 같은 단톡방 시대에는 본사 안티 의견은 삽시간에 번진다. 이런 성향 판단을 위해서는 철저한 가맹점 면접이 필요하다. 면접을 2번 보는 본사도 있다.

5. 틀린 상권에 절대 입점하지 말라

얼마 전에 필자도 단골인 이비가 짬뽕이 사무실 근처에 입점했다. 여기는 소형 오피스상권이라 맞은 있지만 가격대가 높은 편인 브랜드는 이곳에 들어오는게 무리인데하며 걱정을 했는데, 결국 못 버티고 폐점을 하고 말았다. 브랜드도 우수하네 점주나 종업원들도 워낙 친절했던 매장이다. 결국 들어오면 안 되는 상권에 입점한 것이다. 본사가 상권을 잘 모르는지 가맹영업사원이 밀어 붙였는지는 알 수 없지만, 잘 나가는 이미지에 타격을 입혔다. 치킨 브랜드는 배달승부가 가능하니까 상권에서 좀 벗어나도 배후 상권만 받쳐주면 생존이 가능하지만, 대부분의 업종은 중형 프랜차이즈는 중형상권, 소형 프랜차이즈는 소형상권의 원칙을 벗어나면 매장을 살릴 방법이 없다. 매장 수에 연연해서 틀린 상권인데 입점시키거나, 아니면 본사가 오더맨을 고용하는 통에 상권분석에 철저하지 않으면 결국 무너지게 되어 있다.

6. 수익에서 로열티와 물류는 50대50이어야 한다

물론 60대40 또는 40대60도 무방하다. 대략적인 수익구조를 말하는 거다. 본사가 생존을 넘어 장수하려면 소형 프랜차이즈 본사는 가맹점당 월 150만원~200만원 내외, 중형 프랜차이즈는 가맹점당 월 200만원~300만원 내외의 수익이 들어와야 한다. 이정도 수익확보에서 떨어진 본사는 가맹점이 늘어나도 수익구조가 약해서 마음대로 인력도 못 쓰고 마케팅비용을 쓸 여력도 없다.

로열티를 꼭 받아야 하는 이유는 간단하다. 거의 모든 식자재의 가격이 오픈되어 있어 본사마진을 많이 붙이는데 한계가 있어서다. 그래서 로열티를 통해 50% 정도의 수익을 나머지 식자재 공급마진을 통해 50% 정도를 확보하는 전략을 써야 생존 후 장수할 수 있다. 본사는 사업초기부터 로열티 전략을 짜야 한다.

식자재 마진도 50%를 확보하려면 본사의 유통노하우를 구축하는데 승부를 걸어야 한다. 본사만이 공급가능한 소스나 식자재가 아니면 물류마진을 넉넉히 붙이기가 어려운 시대다. 프랜차이즈를 시작하면 당연히 일단 100호점을 꿈꾸며 목표로 한다. 결코 쉬운 일은 아니다. 더욱이 가맹점을 늘리기 위해 가맹영업에 주력하는 만큼 위험한 프랜차이즈 전개 방식은 없다. 정말 브랜드가 경쟁력이 높고 시스템이 잘 갖추어져 있으면 입소문과 구전을 통해 가맹점주들은 스스로 찾아오고 몰려온다. 그런 가운데에서의 마케팅이 의미가 있고, 가맹영업활동이 진짜 효과를 낼 수 있다.

1년에 100개 이런 계획 세우지 말아야 한다. 다 이소는 100호점 되는데 5년~6년이 걸렸다. 파리바케트도 100호점 되는데 6년~7년이, 스타벅스도 6년~7년이라는 시간을 보냈다. 이들 우수브랜드들이 시사하는 바를 잘 파악해야 진짜 성공에 다가갈 수 있다. **KT77**



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

2025년 프랜차이즈 트렌드와 경영 전략

WRITE | 이경희

2024년 한국 프랜차이즈 산업은 글로벌 경제 불확실성, 국내 소비 침체, 정부의 규제 강화 등으로 힘든 한 해를 보냈다. 특히 고금리, 구인난, 소비 위축, 배달업 수수료 인상 등으로 소상공인들이 위기를 겪으며 폐업이 속출했다.

프랜차이즈 가맹점도 예외는 아니었다. 가맹점의 수익성 악화는 고스란히 가맹본부에 전달됐다. 아울러 오픈 리스크 등 여러 가지 이슈들이 얽힌 데 달린 격으로 산업을 우울하게 만들었다. 하지만 나쁜 일만 있는 것은 아니었다. 컴포즈커피가 가맹점 규모 대비 사상 최고가로 해외 기업에 매각돼 프랜차이즈 인수합병 시장에 대한 희망을 갖게 했다. 또 K푸드도 전세계적인 관심을 끌면서 프랜차이즈 기업의 해외 진출에 대한 욕구도 어느 해 보다 높았다.

2024년 하반기 대기업들의 잇단 구조조정과 희망퇴직 소식은 가맹점 창업 활성화로 이어질 지도 모른다는 기대감을 주기도 했다. 하지만 전반적으로 2024년 한국 프랜차이즈 산업은 먹구름이 가득한 한 해였다. 2025년에도 상황은 비슷할 전망이다. 특히 갑작스러운 계입 이슈와 정국 불안정은 가뜩이나 얼어붙은 소비 위축을 부채질할 가능성이 높다. 이런 상황에서 2025년 프랜차이즈 가맹본부의 경영 전략과 대응 전략은 무엇일까

양극화 소비 속 프랜차이즈 사업의 전략

많은 전문가들이 경기침체와 소비위축을 들어 내년도 소비가 양극화될 것으로 전망하고 있다. 하지만 양극화 소비에 장단을 맞추다가는 위험한 칼춤을 출 수도 있다. 과거에도 경기가 나쁘면 항상 가격파괴 업종들이 등장해 인기를 모았지만 지금은 상황이 다르다. 고물가, 고인건비 등 박리다매가 아니면 가격파괴를 버텨내지 못하는 구조다. 이런 상황에서는 가격파괴 보다는 지혜로운 가격 전략이 필요하다. 노출도가 높

은 제품은 진입가격을 낮추며 수익성이 높은 메뉴군을 갖추고 전체적인 이익의 균형을 맞추는 상품 전략이 필요하다.

리사이클링 창업 전략

가격파괴 전략이 위험한 칼춤이라면 리사이클링 창업 전략은 대의마케팅에 해당된다. 즉 창업자들에게도 좋고, 사회적 가치도 인정받을 수 있는 방법이다. 최소 비용으로 업종전환 창업이 가능한 리사이클링 전략은 가맹점 확장을 위한 효과적인 방법이다. 단, 기존 시설을 최대한 활용하면서도 브랜드의 정체성과 개성을 드러내기 위해서는 브랜드 디자인 전략이 매우 중요하다.

최적 규모, 내점 중심 창업 아이템 개발

배달플랫폼의 배달 수수료 인상으로 거의 모든 외식 브랜드들이 배달 비중을 줄이기 위해 노력하고 있다. 그러자면 내점비율을 높여야 그나마 손익을 맞출 수 있다. 배달과 내점 가격에 차등을 두고, 배달에 유리한 3만~4만원대 고단가 세트 메뉴를 개발해주는 것도 가맹점 손익에 도움이 된다. 내점 고객 강화 모델을 설계할 때는 최적 규모를 유지해야 한다. 불필요하게 큰 평형은 임대료 부담만 가중시킨다. 가맹본사는 목표 매출을 달성에 필요한 가맹점의 최적 규모를 과학적으로 산정해야 할 것이다.

직영점 비율 상향 조정

가맹법이 강화되면서 규제가 심한 프랜차이즈 대신 직영점 확장 전략으로 돌아서는 가맹본사도 많다. 직영점 중심의 확장 전략은 가맹법망을 피할 수 있다. 하지만 소상공인의 위기는 직영점이라고 피해갈 수 없다. 고금리, 구인난, 수익성 악화를 벗어나기 어렵다. 직영점 비율을 상향 조정할 경우 매출을 활용하는 것은 위험하다. 그보다는 공동투자 모델을 통해 리스크를 줄이는 방법을 모색해야 한다.

해외 진출은 마스터 프랜차이즈 방식으로

K푸드도 전세계적으로 각광받으면서 프랜차이즈 글로벌화도 어느 때보다 활발하다. 해외 진출을 추진할 때는 직접 진출보다 훌륭한 파트너를 찾는 데



집중하는 것이 좋다. 프랜차이즈 글로벌화가 성공하려면 현지화가 중요하기 때문이다.

디지털전환과 지속가능한 경영

프랜차이즈 경영도 글로벌 표준에 맞춰야 한다. 앞으로 가맹본부의 가치는 디지털전환 수준에 따라 달라질 것이다. 무인화와 자동화 기술 도입을 통해 구인난과 인건비 상승에 대응하고 SNS, 앱, 플랫폼 마케팅과 경영효율화 프로그램 활용을 통해 디지털혁신 경영을 강화해야 한다. 아울러 지속가능한 경영을 위해 친환경 방식의 경영을 도입하고 배리어프리 키오스크 도입 등 사회적 약자를 배려한 정책에도 앞장설 필요가 있다.

투명하고 윤리적인 경영

2025년에도 프랜차이즈 업계에는 굵직한 윤리적 이슈가 있었다. 가맹본부와 가맹점의 상생 이슈도 적지 않았다. 갈수록 엄격해지는 가맹사업 규제에 대응하기 위해서는 투명하고 윤리적인 경영, 가맹점과의 상생 문화 정착이 무엇보다 중요하다. 가맹본부의 수익원을 로얄티 중심으로 전환하는 노력도 꼭 필요하다. 그러자면 가맹본부가 브랜드 파워를 키워야 한다.

정부 정책에 적극적인 참여를

정부는 소상공인을 위해 다양한 지원 정책을 펼치고 있다. 가맹점 사업자가 이런 정부 지원 제도를 적극적으로 활용할 수 있도록 가맹본부가 가이드하고 정보를 제공해야 한다. 가맹본부가 가맹점을 지원할 자원이 충분하지 않을 때 가맹점이 정부 지원 정책을 적극 활용하도록 돕는 것도 가맹본부의 중요한 역할 중 하나이다. **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



업종별 자율영양표시 시행률은 아이스크림/빙수가 10.3%로 가장 높고, 다음으로 커피가 7.7%, 제과·제빵(7.0%), 음료(커피 외)(6.8%), 피자(6.5%), 햄버거(6.1%) 순이다. 특히 한식은 2305개 브랜드 중 3개(0.13%)만 자율적으로 영양정보를 제공하고 있다. 중식(브랜드 217개)과 일식(브랜드 359개)은 단 한 곳도 영양표시를 하고 있지 않은 것으로 나타났다.

나트륨과 당류 저감화한 메뉴 개발 또한 소비자의 기대에 크게 미치지 못하고 있다. 물론 맛은 유지하면서도 나트륨과 당 함유량을 떨어뜨린다는 것이 쉬운 일은 아니다. 하지만 최근 식품의약품안전처의 지원을 받아 나트륨과 당류를 저감화한 메뉴를 개발해 가맹점을 통해 판매한 결과 소비자들로부터 큰 호응을 얻고 있는 브랜드들의 결과를 보면 결코 어려운 일만은 아니다.



몬스터커피의 라이트아이스티 전통맛집할매순대국의 얼큰내장순대국



부영이돈가스의 통모짜치즈카츠



선비꼬마김밥의 국물떡볶이

‘전통맛집할매순대국’은 다양한 허브와 향신료를 넣어 개발한 양념을 활용해 기존 메뉴 대비 나트륨 함량을 각각 35.7%를 떨어뜨린 얼큰내장 순대국과, 22.1% 감소시킨 눈꽃내장순대볶음을 직영점을 통해 시범판매하고 있다. 부영이돈가스는 고기 염지제의 나트륨 함량을 34.7%로 낮추는데 성공하였으며, 기존 메뉴 대비 나트륨 함량을 17.3% 감소시킨 메뉴들을 모든 가맹점을 통해 판매하고 있다.

올해 식약처가 추진한 「나트륨·당류 저감 메뉴 개발 지원 등 외식 환경 조성사업」에 참여한 몬스터커피, 전통맛집할매순대국, 선비꼬마김밥, 부영이돈가스가 맛은 유지하면서도 나트륨과 당류 저감시킨 메뉴들은 가맹점의 매출 증대뿐만 아니라 브랜드 이미지 제고에도 큰 기여를 하고 있다. **KFA**

2023년에 나트륨 함량을 낮춘 염지제를 개발해 모든 메뉴에 적용시킨 꾸부라꼬숯불치킨과 바른치킨, 시럽의 당을 떨어뜨린 후 당 저감메뉴를 개발해 판매하고 있는 카페봄봄 등의 저감 메뉴들은 여전히 잘 팔리고 있다. 올해 또한 몬스터커피는 기존 메뉴 대비 각각 47.7%, 18.2% 당류 함량을 줄인 아이스티 음료 2종을 개발해 모든 가맹점을 통해 판매하고 있다. 선비꼬마김밥은 닭 추출물을 활용해 맛의 변화는 없고 나트륨 함량만 낮춰 순한 맛의 경우 기존 대비 9.7%, 매운 맛은 13.8% 나트륨 함량을 저감시킨 국물떡볶이를 직영점과 가맹점을 통해 시범 판매하고 있다.

외식 기업의 확실한 차별화는 소비자의 건강이다

WRITE | 장재남

외식 프랜차이즈기업의 확실한 차별적 우위를 확보하기가 갈수록 쉽지 않다. 메뉴의 품질 차별화는 커피가 쉽게 이루어져 오래 못 간다. 가격차별화는 가맹점의 수익성 때문에 쉽지 않고, 프로모션 등은 비용적 부담과 가맹점사업자의 동의를 받기 어려워 추진하기가 만만치 않다.

전체 프랜차이즈 브랜드의 70% 이상을 차지할 만큼 외식 브랜드의 경쟁은 갈수록 치열하기만 상한다. 이런 가운데 가맹점의 매출 증대와 브랜드 인지도 제고에 기여할 수 있는 확실한 차별화는 영양정보표시와 나트륨 및 당류 저감 메뉴 개발 등을 통한 소비자의 건강 중심 실천이다. 최근 소비자들은 즐거운 건강관리를 지향하는 ‘헬시플레저 (Healthy Pleasure) 트렌드’에 푹 빠져 있다. 이에 따라 저당,

저염, 저칼로리 음식과 영양성분 표시정보에 대한 관심은 지속적으로 증가하고 있다. 하지만 의무를 제외한 대부분의 프랜차이즈 음식점의 자율영양성분표시 현황은 매우 미흡한 실정이다. 2024년 기준 홈페이지 내 영양정보를 제공하고 있는 외식 브랜드는 전체 총 6207개(주점 및 점포 수 0개 브랜드 제외) 중에서 190개(3.1%)에 불과하다. 이중 영양성분 의무표시 브랜드는 64개, 자율표시 브랜드는 126개(2.1%)로 조사됐다.



장재남
프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

채권 양수양도 갈등 해결 ‘양도금지특약’

WRITE | 안철현

자신이 가지고 있는 채권을 어떤 이유에서건 또 다른 사람에게 양도해 본 적이 있는가?

요즘 채권양도 사례가 주변에서 자주 목격된다. 왜 그런가 했더니 결국 불경기 때문인 듯하다. 내가 누군가에게 돈을 갚지 못해 빚 독촉에 시달리다가 그나마 내가 가지고 있는 또 다른 사람에 대한 채권을 양도해서 빚을 청산하는 사례가 최근 많이 늘어나고 있는 것으로 보인다.

채권을 양도하는 사람 한 명, 채권을 양수하는 사람 한 명, 그리고 제3채무자(채권양도인의 채무자)가 한 명이면 그나마 크게 살펴볼 것은 없다. 채권양도인이 제3채무자에게 가지고 있는 채권을 채권양수인에게 양도하였다면 채권양도인과 채권양수인 사이에 채권양수도계약을 만들고, 채권양도인이 제3채무자에게 내용증명으로 채권양도 사실을 통지하면 끝이다. 그러면 제3채무자는 채권양

수인에게 돈을 갚으면 된다.

그런데 이게 여러 사람이 얽히고 설킨다면 머리 아픈 일이 발생한다. 제3채무자를 주인공으로 한 시나리오를 한 번 써보자. 제3채무자는 A에게 10억원의 채무를 가지고 있었다. 그런데 어느날 A로부터 B에게 자신의 채권을 양도했으니 B에게 돈을 갚으라는 내용증명이 날아왔다.

“이기 무슨 일이고, 참말로”. 여기까지라면 제3채무자는 B에게 돈을 갚으면 끝이다. 그런데, 며칠이 지나 또 A로부터 C에게 자신의 채권을 양도했으니 C에게 돈을 갚으라는 내용증명이 날아왔다. “뭘 우야란 말이고, 진짜로”. 여기까지 채권이 이중 양도된 경우라면 제3채무자에게 채권양도통지의 도달 선후에 따라 채권양도의 효력이 결정되기 때문에 B에게 돈을 갚으면 끝이다.

한 번 더 가보자. 제3채무자가 A로부터 B에게 자신의 채권을 양도했으니 B에게 돈을 갚으라는 내용증명을 받았다. 그런데 며칠 후 법원으로부터 압류결정문이 날아왔다. 여기까지라면 역시 채권양도통지의 내용증명과 압류결정문의 도달 선후에 따라 우열이 갈리므로 B에게 지급하면 끝이다. 여기까지는 각각의 경우에 제3채무자는 B에게 돈을 지급함으로써 자신의 채무를 변제한 것이 된다.

여기서 또 한 번 시나리오를 살짝 바꿔보자. 제3채무자가 A로부터 B에게 채권을 양도했다는 내용증명과 C에게 양도했다는 내용증명이 동시에 도달하였다면 어떻게 해야 할까? 아니면 A로부터 B에게 채권을 양도했다는 내용증명과 법원으로부터 압류결정문이 동시에 도달하였다면 어떻게 해야 할까? “뭘 이런 기다 있노. 돌아 뵈겠네.” 우열을 가릴 수 없으니 말이다.

여러 곳에 채무를 부담하고 있는 자가 자신의 제3채무자에 대한 채권을 이중으로 양도하거나 그러한 채권에 가압류나 압류가 경합해 이와 같은 복잡한 법률관계가 얽히는 경우가 있다. 이런 경우 해결방법으로 민법 제487조에서는 “채권자가 변제를 받지 아니하거나 받을 수 없는 때에는 변제자는 채권자를 위하여 변제의 목적물을 공탁하여 그 채무를 면할 수 있다. 변제자가 과실없이 채권자를 알 수 없는 경우에도 같다.”고 규정해 놓았다.

소위 ‘불확지 변제공탁’이라고 하는데 괜히 용어가 어렵다. 누가 나의 진정한 채권자인지 잘



모를 경우 법원에 변제공탁을 함으로써 그 채무를 면할 수 있도록 민법에 만들어 놓았다. 위에서 본 바와 같이 제3채무자 입장에서 채권자의 우열을 가릴 수 없을 때 법원에 불확지 변제공탁을 함으로써 해방될 수 있는 것이다.

한편으로 제3채무자의 입장에서 누가 적법하게 채권을 양수한 것인지 법률적으로 잘 모르겠다고 하여 무조건 법원에 공탁할 것이 아닌 경우도 있다. 사전에 그 우열에 대해 전문가에게 미리 확인한 다음에 하는 것이 좋다. 법원에 공탁을 하더라도 자칫 그 공탁이 무효가 되어 복잡한 문제에 부딪히게 될 위험에 놓일 수 있기 때문에 주의를 요한다.

여기에서 하나 팁을 투척해 보자면 채권자와 금전소비대차계약 등을 체결할 때 사전에 그 계약서에 채권 등 권리나 의무를 제3자에게 양도할 수 없도록 하는 양도금지특약을 규정해 놓는 것이 위험을 사전에 예방하는 길 중의 하나다. 판례상 채권양도인과 제3채무자 사이에 권리양도 금지 조항이 있는 경우에는 민법 제487조 후단의 채권자 불확지라는 것을 원인으로 하는 변제공탁 사유가 있는 것으로 보아 그 공탁을 적법한 것으로 보고 있기 때문이다. **[K71]**



안철현

법무법인 로투스 대표변호사

2016년 - 송파경찰서 경찰발전위원회 위원

2016년 - 강남구청 인사위원회 위원

현/법률소비자연맹 집행위원

현/(주)소리바다 감사

현/경희대총동문회 감사

현/사단법인 민주정치아카데미 상임이사

T : 02-3478-6011 /

E : bebopmonk@hanmail.net



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

프랜차이즈 업종은 세무지원에서 유리할까?

WRITE | 최인용

프랜차이즈의 피자헛과 관련한 차액가맹이익에 따른 후폭풍이 거세다.

피자헛 브랜드의 가맹점주에게 알리지 않고 차액 가맹금을 받은 행위가 부당이득이라는 법원 판결이 나오면서 이에 대해서 여러 논란이 일고 있다. 프랜차이즈 본부는 어떤 매출 구조를 가져가는 것이 유리할까?

프랜차이즈 본사의 매출구조는 법률적인 문제도 중요하지만 세법적으로도 유불리가 달라질 수 있다. 프랜차이즈 본사의 업종별로 세금적인 유불리면에 대해서 판단해 보기로 한다.

프랜차이즈 본사의 매출구조에 따른 업종 판단

프랜차이즈 본사는 계약시에 가맹비, 교육비, 인테리어 및 설비 관련한 수익을 창출할 수 있다. 그리고 유지하면서 로열티나 위탁 물류 또는 자체 물류를 하는 방법으로 수익 구조를 만들 수 있다. 각 주된 수입에 따라 업종은 다음과 같이 컨설팅업, 제조업, 도소매업으로 달라진다.

특히 개설수익을 제외한 유지수익의 종류에 따라 프랜차이즈 본사의 업종이 달라지기도 하므로 업종의 판단에 따

른 세법상의 유리한 점과 불리한 점을 살펴보기로 한다.

로열티 매출 구조의 유리한 점

로열티 구조하에서는 우선 차액가맹점으로 인한 리스크가 줄어들 수 있다.

그러나 로열티 구조로 가는 본사의 경우 세제 혜택 면에서는 창업중소기업 감면에서 특정 사업지원업종만 가능하므로 불리할 수 있으나 중소기업 특별감면에서는 무형재산권만 인정이 가능하다. 무형재산권 임대를 통한 로열

[유지수익의 매출구조에 따른 업종 판단]

매출구조	업종판단	주 업종코드	비고
로열티구조	컨설팅업	749934	무형재산권 임대
로열티구조	경영컨설팅	741400	사업 경영 컨설팅
로열티구조	서비스업	749609	사업지원 서비스업
제조품 공급	제조업	153107등	식품 제조업
상품도매중개	도매업	519910	도소매 분류

티 수입은 가업승계증여 특례에서도 가능하므로 로열티 매출 구조는 유리하다.

그러나 프랜차이즈 업종이 컨설팅 업종으로 표준산업 분류표에서는 지정되지 않아 명확한 업종으로 지정되고 주된 매출의 구조를 만들어야 해당 업종에 적용되어 세액공제나 감면을 받을 수 있다.

물류수익(도소매) 매출구조 장점과 단점

프랜차이즈 도소매의 경우 비교적 세액공제 감면 혜택이 큰 창업중소기업(청년창업 포함)의 업종에 대한 지원을 받을 수 없다는 것이다. 그러나 나머지 주요한 세액감면 제도는 창업자금 도소매업이라도 받을 수 있다.

도소매의 매출구조와 로열티를 병행하는 프랜차이즈 본사는 주된 매출의 기준으로 업종을 판단



하고 있으므로, 상황에 따라 유리한 수익구조를 변경해 놓는 것이 유리하다.

해당 내용을 표로 정리하면 다음과 같다.

[유지수익의 매출구조에 따른 업종 판단]

창업중소기업감면	사업지원업	가능	지원안됨	법인소득세 최대 100%감면
중소기업특별감면	무형재산권임대가능	가능	가능	규모에 따라
5~10% 감면	경영컨설팅	741400	사업 경영 컨설팅	
가업승계증여특례	상동	가능	가능	120억까지 10%
창업자금 증여특례	사업지원업	가능	지원안됨	5억까지 세금 없음
통합고용세액공제	가능	가능	가능	개인법인 가능



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



5인 미만 사업장 근로기준법 적용 확대 논의와 노무관리 대응

WRITE | 이금구

근로기준법 제11조 제1항은 "상시 5명 이상의 근로자를 사용하는 모든 사업 또는 사업장에 적용한다"고 규정되어 있다. 5인 미만 사업장은 근로시간 제한, 연차유급휴가, 해고제한 등의 적용을 받지 않는다. 최근 5인 미만 사업장에 대해서 근로기준법을 적용하는 방안이 정부와 노동계 등에서 논의되고 있으며, 소규모 프랜차이즈 가맹점은 인건비 등 노무관리에 큰 변화가 예상된다.

1. 근로시간

근로기준법에서 정하고 있는 근로시간은 1주 40시간, 1일 8시간으로 당사자 합의 시 1주 12시간 연장근로가 가능하다. 5인 미만 사업장은 연장근로시간에 대

한 제한이 없다. 1주 52시간을 초과해 근로하더라도 법 위반이 아니다. 그러나 법이 개정되면 1주 52시간을 초과하는 근로는 법 위반이 된다.

2. 법정수당

5인 미만 사업장은 연장·야간 및 휴일근로를 하더라도 가산임금이 발생하지 않는다. 법 개정이 되면 법정근로시간(1일 8시간, 1주 40시간)을 초과해 근로하면 통상임금의 50%를 가산해 지급해야 한다. 또한 단시간 근로자의 경우 1일 소정근로시간을 초과하는 경우에도 통상임금의 50%를 가산해 지급해야 한다. 야간근로는 22시부터 그 다음날 06시 사이의 근로를 말하며, 통상임금의 50%를 가산해 지급해야 한다. 24시간 운영되는 편의점 등은 야간근로자에 대한 인건비 부담이 50% 증가한다.

휴일근로는 주휴일 또는 공휴일에 근무하는 것을 말하며, 8시간 이내는 통상임금의 50% 이상 가산, 8시간 초과할 경우에는 통상임금의 100%를 추가로 가산해 지급해야 한다. 사용자의 귀책사유로 근무가 중단되는 휴업의 경우에도 평균임금의 70%를 지급해야 한다. 매장의 인테리어를 위해 공사기간 동안 근로를 제공하지 못하는 경우가 휴업에 해당된다.

3. 법정공휴일

연간 공휴일은 일요일, 선거일 및 국가에서 정하는 날을 제외하면 15일이다. 대체공휴일은 공휴일이 다른 휴일과 겹치면 그 공휴일 다음의 첫 번째 비공휴일을 공휴일로 하는 것이며, 대체공휴일은 설날, 추석 어린이 날에 적용된다. 5인 미만 사업장의 공휴일은 유급이 아니었으나, 법 개정 시에는 유급으로 전환된다. 즉, 공휴일에 근로를 하지 않아도 당일의 임금을 지급해야 한다는 의미다. 공휴일에 근로한다면 법정수당과 같이 가산수당이 지급된다.

4. 연차휴가

1년간 80% 이상 출근한 근로자에 대해서는 15일의 유급휴가가 부여된다. 계속근로연수가 1년 미만인 근로자 또는 1년간 80% 미만 출근한 근로자에 대하여는 1월 개근 시 1

5인 미만 사업장에서 지켜야 할 근로기준법

① 근로계약 근로계약서 작성 및 교부, 위약금·손해배상 조항 작성 금지	② 최저임금 적용 최저임금 준수 및 임금 지급 4대 원칙 준수
③ 출산휴가 및 육아휴직 사업장의 규모와 관계없이 육아휴직 관련 규정 적용	④ 휴게시간 4시간 근로·30분 휴게시간 제공, 주휴 및 주휴수당 제공
⑤ 4대 보험 가입 의무 고용보험, 산재보험, 건강보험, 국민연금 가입 의무 준수	⑥ 퇴직금 지급 1년 이상 근무한 직원에게 퇴직금 지급

일의 유급휴가를 부여해야 한다. 3년 이상 계속근로한 경우에는 최초 1년 초과하는 계속근로연수 2년에 대해 당해연도의 휴가에 1일을 가산한 유급휴가를 부여해야 한다.

5. 여성 근로자를 위한 생리휴가

여성 근로자가 청구한 때에는 월 1일의 생리휴가를 부여해야 한다. 생리휴가는 유급으로 부여할 의무는 없다.

6. 해고

5인 미만 사업장은 입사한지 3개월이 안되는 경우에는 즉시 해고, 3개월 이상 근무한 경우에는 1개월 전에 해고예고를 하고 해고를 할 수 있다. 법이 개정되면 5인 미만 사업장이라고 하더라도 해고를 하려면 정당한 사유와 적법한 절차가 있어야 한다.

근로기준법 개정으로 5인 미만 사업장에 단계적이고 점진적으로 적용할 것인지 아니면 전면적으로 적용할 것인지는 법 개정 과정에서 논의되었지만 상시 근로자 5인 미만 프랜차이즈 가맹점에서 예상되는 인건비 수준, 휴가 등 직접 인건비와 간접 인건비, 근로시간제도 등 사전 준비를 해야 한다. 특히 프랜차이즈 본사는 직영점과 가맹점에 미치는 영향을 고려해 본사와 가맹점의 상생 노무관리 전략이 그 어느 때 보다 필요한 시점이다. [17]



이금구

노무법인 C&B 대표
한국프랜차이즈산업협회
자문위원
1991년_제3회 공인노무사
자격 취득
2012년_전국소상공인단체연합회
고문
2015년_(사)한국소상공인단체
연합회 고문
2016년_GS25, 프랜차이즈
노무관리 시스템 도입
T : 1544-8323 /
E : www.franhr.com

한국프랜차이즈산업협회 사무국, 양재동 aT센터로 이전

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 사무국이 지난 10월 24일 서울 양재동에 위치한 한국농수산식품공사 aT센터 603호로 이전했다.

협회 사무국은 지난 2020년 서초구 서초동에서 강서구 등촌동 SBA 국제유통센터로 이전한 후 4년 만에 새롭게 터전을 자리잡게 됐다.

협회 관계자는 “aT센터가 센터 내에 교육, 컨벤션, 회의장 등 다양한 편의시설들을 갖추고 있으며, 서울과 경기 남부를 아우르는 교통의 요지에 위치해 있어 회원사 지원을 위한 시너지 효과를 낼 수 있을 것”이라고 말했다. 협회는 향후 농식품부 및 aT센터와 긴밀한 공조체제를



갖추고 회원사들을 위한 다양한 지원사업들을 전개해 나간다는 계획이다.



연세대 FCEO 과정, 2024년 송년의 밤 행사 개최

연세대학교 프랜차이즈 최고경영자과정(FCEO) 2024년 12월 4일 서울 양재동 엘타워 7층에서 송년의 밤 행사를 개최했다.

이번 행사에는 박효순 연세대FCEO 총동문회장 및 동문들과 강석우 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장 등 내외贵宾들이 참여했다.

강석우 상근부회장은 “올해 다사다난했던 한 해를 보내신 여러분들께 위로와 감사의 말씀을 드리며, 우리 협회도 올해 활동을 되돌아보며 새해 더욱 산업인들께 도움이 될 다양한 지원사업들을 전개하겠다”고 말했다.

동문들은 만찬과 공연을 함께 하면서 서로 친목을 나누고 새해 산업의 발전을 위한 각오를 다졌다.

연세대FCEO 과정은 12월 18일 44기 수료식을 개최할



예정이다. 또 내년 3월 12일 개강할 45기 과정 신입원우도 모집하고 있다.



한국프랜차이즈協, K-브랜드 보호 민관협의회 성과공유회 참여

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 11월 19일 특허청이 서울 용산 드래곤시티에서 개최한 ‘K-브랜드 보호 민관협의회’ 출범 1주년 성과공유회에 참여해 프랜차이즈 브랜드들의 해외진출 지원 방안을 논의했다.

성과공유회에는 목성호 특허청 차장, 박호진 협회 사무총장 등 패션, 식품·외식, 화장품, 완구 등 주요 업종 단체들이 참석했다.

참석자들은 ▲기업 현장 목소리 청취를 위한 간담회 ▲K-브랜드 정·가품 비교 전시회 ▲기업 세미나 등의 순서를 통해 해외 진출 브랜드들의 상표권 관련 애로를 나누고 우수 보호 사례와 개선방안을 공유했다.

한편 K-브랜드 보호 민관 협의회는 해외에서 위조상품



피해가 많은 업종의 협·단체를 중심으로 민관이 K-브랜드 위조상품 유통에 공동 대응하기 위해 지난해 11월 출범한 바 있다.



서울시 비상경제회의...한국프랜차이즈協 “경영환경 안정 노력해 달라”



한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 서울시에 불안정한 경제상황에 대한 우려 해소를 위해 노력해달라고 건의했다.

강석우 협회 상근부회장은 12월 10일 서울시가 서울시청에서 개최한 ‘비상경제회의’에서 오세훈 서울시장에게 “최근 불안정한 정국으로 환율이 치솟고 소비가 침체돼 연말 특수를 누려할 때에 오히려 물가, 금리 등 경영환경 악화가 우려되고 있다”라고 하면서 “소비 활성화, 주요 상권 안정, 치안 우려 해소 등 서울시가 다양한 방

면에서 세심한 정책을 펼쳐 주길 당부드린다”고 요청했다. 오 시장은 “장기·저리 특별자금을 신설하고 최대 6개월까지 상환 유예를 추진하겠다”라고 하면서 “전통시장 등 소상공인들이 활기를 되찾을 수 있도록 온라인 특별 할인 판매전과 함께 시설물 점검·보수를 병행하겠다”고 화답했다.

한편 이날 회의에는 협회를 비롯해 대한상공회의소, 중소기업중앙회, 서울지방고용노동청 등 주요 경제 단체·기업·기관들이 참여했다.



한국프랜차이즈協 분과위, 활발한 활동으로 2024년 유종의 미 거둬

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 분과위원회들이 연말을 맞아 뜻 깊은 활동으로 한 해 활동을 마무리하며 유종의미를 거뒀다.

청년강소회(회장 이영재)는 10월 10일 경기도 가평에서 월례모임을 가진 후, 11월 14일 서울 중구 인근에서 한 해를 마무리하는 송년회를 성대히 개최했다.

우정회(회장 김태환)는 11월 7일 납회식을 가진 후 11월 11일 협회장배 자선 골프대회가 성공적으로 개최되는 데 기여했다. 봉사위원회(위원장 김인규)도 자선 골프대회를 통해 푸르메재단, 따뜻한동행, 범죄자피해지원협회에 기부금이 전달될 수 있도록 모금과 지원 활동을 활발히 벌였다.

산악회(회장 정민섭)는 10월 19일 서울 북한산 정기산행, 11월 16일 충북 괴산 산악이옛길 정기산행을 잇따라 열고 심신을 단련했다.

여성회(회장 임미숙)도 10월 23일 서울 양재동 편애티 본사에서 정기 모임을 가진 뒤 12월 2일 경기도 성남시 분당구 와인플레이에서 송년회를 개최했다.

가금류분과위원회(위원장 나명석)도 10월 24일 월례모임을 가진 뒤 배달앱 문제 해결을 위해 배달앱 비상대책위원

회(위원장 나명석)와 적극 협력했다.

서비스분과위원회(위원장 신희성)는 10월 15일 서울 강남구 작심 스타디카페에서 10월 월례모임을 열고 12월 3일 서울 종로구 더콕 타트인에서 송년회를 열었다.

상생파트너위원회(위원장 최인용)는 10월 22일 서울 양재동 aT센터에서 10월 파트너스데이를 열고 11월 26일 서울 양재동 편애티에서 11월 파트너스데이와 겸해 송년회를 개최했다.

박람회위원회(위원장 김성운)는 10월 30일~11월 2일 제 57회 IFS 프랜차이즈 창업·산업박람회와 11월 28~30일 2024 KFA 프랜차이즈 창업박람회 부산의 성공적인 개최를 이끌었다. 글로벌진출위원회(위원장 이종근)는 11월 22~24일 2024 WFC 하반기 멕시코 총회에서 참가국 간의 네트워크를, 교육위원회(위원장 손석우)는 12월 9일 제14기 KFCEO 수료식과 12월 10일 KFCEO 총동문회 송년회 개최를 지원했다.

커뮤니케이션위원회(위원장 임영서)는 12월 19일 협회 송년회와 함께 개최될 출입기자단 송년회를 통해 언론과의 교류를 강화한다는 계획이다. **KFA**

대구·경북지회 소식(지회장 김병철)



2024년 KFA 한국프랜차이즈산업협회 대구경북지회 송년의 밤

12월 11일(수) 한국프랜차이즈산업협회 대구경북지회 송년의 밤을 인터넷과 대구 행복홀에서 진행하였습니다. 대구경북지회는 올 한해 서로에게 기쁨 언덕이 되어주며 힘을 나누는 2024년이 되었습니다.



2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회(지회장 김병철)가 주최·주관하는 '2024 KFA 프랜차이즈창업박람회 대구'가 2025년 5월 08일(목)~10일(토) 대구 엑스코 서관 2홀에서 열린다. 내년에 개최되는 박람회를 위해서 8월부터 홍보를 시작했으며, 2024년 5월 올해 박람회에서의 참가업체들의 만족도가 높았던 만큼 2025년 박람회의 성공적인 개최를 위해서 지금부터 많은 준비와 홍보를 하고 있다.

2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구 참가문의 053-626-7664



최신 창업 트렌드와 정보가 한 곳에
The latest trends and information in one place

KFA

프랜차이즈 창업박람회

2025

DAEGU

대구 EXCO 서관 2홀
05. 08 (목) - 10 (토)

주최·주관 | KFA 한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회 후원 | 대구광역시

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

10월, 11월 정기 월례회

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 KFA부울경지회)는 지난 10월 15일(화) 10월 정기월례회를 개최했다. 월례회에 앞서 유튜브 '인싸맨' 김현 대표님의 <가맹점 모집 광고의 숨은 노하우> 강의를 진행했다. 11월 19일(화)에는 11월 정기월례회가 개최되고, 월례회에 앞서 (주)명륜당(명륜진사 갈비) 강형준 대표님의 선진기업 CEO 특강이 진행됐다. 매월 진행되는 월례회에는 각 분과 정기 보고, 정부 지원 사업 안내 등 정보를 전달하고 회원사 간 소통의 장을 마련했다.



10월 정기 월례회

KFA

10월, 11월 정기봉사활동

KFA부울경지회는 모라종합사회복지관과 2023년 2월에 MOU를 맺고 매월 세번째 목요일 아침 회원사들과 함께 경로식당에서 어르신들의 식사 배식보조, 잔반처리, 청소 등을 도우며 정기적으로 봉사활동을 하고 있다.

지난 10월 17일(목)에는 10월 정기봉사활동이 진행됐고, 11월 21일(목)에는 11월 정기봉사활동 및 간담회가 진행됐다. 11월 봉사활동 전 효율적인 봉사활동을 위한 논의와 자원봉사자 활동 및 직무시 유의사항 등 전달을 위해 모라종합사회복지관과의 간담회를 진행했으며 올해 마지막 봉사활동도 뜻깊게 마무리했다.



11월 정기 월례회



10월 정기봉사활동

KFA

제7기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료식

지난 11월 14일(목) KFA부울경지회에서 주최 주관하는 부산 프랜차이즈 사관학교 7기 수료식이 부산벤처타워 KFA부울경지회 강의실에서 열렸다. 7기 프랜차이즈 사관학교는 8월 22일부터 매주 목요일 총 12주에 걸쳐 진행됐다. 총 29명의 수료생을 배출했다.

이번 7기는 프랜차이즈 시스템을 비롯해 소상공인 성장 전략, 마케팅 전략, 지역에서 성공한 CEO들의 사례 특강 등 프랜차이즈를 통한 소상공인 성장 노하우 전반에 대한 실무 교육을 중점으로 진행됐다.

7기 교육생들은 교육을 마치면서 "실전적인 CEO분들의 말씀이 인상적이었다", "너무 좋은 강의여서 시간이 짧게 느껴졌다", "산업의 이해와 마인드가 바뀌었습니다", "열정적인 강사님들 최고입니다" 등의 소감을 전했다.



11월 간담회 및 정기봉사활동



제7기 부산 프랜차이즈 사관학교 수료식

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

경성대 글로벌칼리지와 산학협력 업무협약식

11월 15일(금), KFA부울경지회와 경성대학교 글로벌칼리지가 경성대학교 건학기념관 XR스튜디오에서 <외국인 우수인재 확보를 위한 글로벌 산학협력>에 관한 업무협약식을 가졌다. 이번 협약을 통해 양 기관은 외국인 우수인재 확보를 위한 취업정보 및 인력풀 공유, 직무관련 교육사업 공동추진, 기술교육 및 취업지원 프로그램 공동추진 등을 상호협력하기로 하였다.



경성대 글로벌칼리지와의 업무협약식

KFA

KFA 프랜차이즈 창업박람회 2024 부산 개최

11월 28일(목)~30일(토), 3일간 부산 벡스코 제1전시장 3A홀에서 KFA부울경지회가 주최주관하고 부산광역시, 부산경제진흥원, 부산경남대표방송 KNN이 후원하는 지역 최대 창업박람회 'KFA 프랜차이즈 창업박람회 2024 부산'이 개최됐다.

이번 박람회는 부·울·경 우수 프랜차이즈 업체 홍보 및 가맹점 유치 제공, 부울경 지역 프랜차이즈 산업 육성 및 활성화를 위해 마련됐으며, 전국 프랜차이즈의 동향과 트렌드를 볼 수 있는 좋은 기회였다. 총 100여개 브랜드, 200여 부스로 국내 최대 규모로 진행됐다.

또한 박람회 참가객인 예비창업자와 자영업자를 위해 최신 창업 정보를 제공하고 성공적인 창업을 위한 창업-마케팅-상권-법률-세무 등 강의도 박람회 기간 내내 진행됐다.

이번 박람회는 지역을 불문하고 업체들의 참가 신청이 몰려 참가업체 신청이 조기 마감되었으며, 창업을 희망하는 참가객도 크게 늘었다. 프랜차이즈 모델의 안정성 검증 및 전국적 창업 수요 증대 등으로 인해 맞춤형 창업 아이템과 브랜드 찾기가 가속화되고 있는 가운데 곳곳에서 창업 문의가 줄을 잇는 모습이었다.



KFA 프랜차이즈 창업박람회 2024 부산 개최

KFA

2024 KFA부울경지회 <송년의 밤> 개최

KFA부울경지회는 올 해 마지막 행사인 <2024 KFA부울경지회 송년의 밤>을 12월 16일(월)에 마지막 행사를 마무리했고 다가오는 올새해 준비에 들어갈 예정이다.

올 한해 많은 분들의 관심과 성원속에 KFA부울경지회는 또 한 발자국 나아갔으며 성장하였습니다. 진심으로 감사드립니다. 따뜻한 연말되시길 바라며 새해 복 많이 받으십시오. 감사합니다.



'25년 2월 ~ 3월 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



1. 슈퍼바이저 지역점포마케팅

일 시: 2025년 2월 13일(목), 10시~17시(6시간)

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

훈련내용: 지역점포마케팅 전략수립 및 구축

2. 프랜차이즈 시스템의 이해

일 시: 2025년 2월 20일(목), 10시~17시(6시간)

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

훈련내용: 가맹사업의 유래, 발생과 사례, 본사의 수익구조 등

3. 가맹점 개설 영업

일 시: 2025년 2월 26일(수), 10시~17시(6시간)

훈련목표: 프랜차이즈 가맹점 출점을 위한 영업전략 방향과 목표를 설정하고 고객 상담을 위해 경쟁자를 분석할 수 있으며, 고객발굴을 위한 상담 및 내용정리 방법과 상담결과에 따른 요구사항을 자사 기준으로 제안할 수 있다.

훈련내용: 가맹영업전략 및 스킬

4. 가맹계약의 이해

일 시: 2025년 2월 27일(목), 10시~17시(6시간)

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

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

5. FC 빅데이터 상권분석(이론)

일 시: 2025년 3월 6일(목), 10시~17시(6시간)

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

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

6. FC 빅데이터 상권분석(실무)

일 시: 2025년 3월 7일(금), 10시~17시(6시간)

훈련목표: 가맹상권분석에 필요한 정부-공공-민간기관 상권분석프로그램 및 사이트를 활용하여 실제 상권 분석데이터 수집 및 분석안을 도출 및 평가할 수 있다.

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

7. 가맹상생과 분쟁예방

일시: 2025년 3월 13일(목), 10시~17시(6시간)

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

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

8. 정보공개서 및 예상매출산정서 작성과 실무

일 시: 2025년 3월 20일(목), 10시~17시(6시간)

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

훈련내용: 정보공개서 및 예상매출산정서의 개념과 작성법

9. 슈퍼바이저 가맹점 관리

일 시: 2025년 3월 27일(목), 10시~17시(6시간)

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

훈련내용: 프랜차이즈 매장관리, 매장경영 등

2024.10.11~2024.11.14 신규회원 현황

구분	협회대표	사업자대표	회사명	브랜드명	업태	가입일
정 회원	유인성	유인성	(주)미소에프앤씨	화화돼지왕갈비	제조업(식품가공업, 축산물)	2024.10.16
	채희수	채희수	(주)엔팜	소미담	서비스업(떡류)	2024.10.21
	정혜원 지배인	권순문	에브리타임노베이션	카페게이트	서비스업	2024.10.23
	홍성현	홍성현	(주)에스에이치오이서	이자카야 우규	외식업(한식 일반 음식점업)	2024.10.25
	송명섭	송명섭	(주)수혁	뉴욕버거	외식업(휴게음식점업)	2024.10.28
	허태영	허태영	해탄	해탄	외식업(프랜차이즈업)	2024.11.07
	윤형석	윤형석	비엔아이코리아(주)	BNI	서비스업(비즈니스컨설팅)	2024.11.14
	천명철 대표	박용선	(주)씨엠에프앤비	보양촌 흑염소요리전문점	외식업(한식 일반 음식점업)	2024.11..13
파트너 회원	김현간	김현간	(주)김스토탈	오죽벨리	제조업	2024.10.11.
	함예진	함창석	(주)케이함	(주)케이함	제조업	2024.10.15.
	임종길	임종길	화성식품	화성식품	제조업(식품유지, 농산물)	2024.10.16.
	고성곤	여문희	에프아이씨	FIC	제조업(포장재, 배달용기)	2024.10.17.
	최지훈(실장)	양재석	(주)제이엠커피그룹	제이엠커피	도소매(커피,커피잡화)	2024.11..07

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

한국프랜차이즈산업협회 회원사는 윤리경영의 시대적 사명감을 안고 합리적이고 투명한 경영활동과 공정한 거래질서를 확립함으로써 사회적 책임을 다하는 건전한 프랜차이즈 산업문화를 지향한다.

또한 프랜차이즈산업을 국가 성장에 기여하고 부가가치가 높은 산업으로 발전시키기 위해 역량을 집중시켜 가맹본부와 가맹점, 소비자가 함께 동반상생 할 수 있도록 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 제정한다. 이에 세부행동 지침을 마련하여 신뢰를 높이고 프랜차이즈 산업에 대한 인식제고를 통한 회원사의 권익증대에 이바지 하고자 한다.

I. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

회원사는 국가 경제 성장에 기여하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.

2. 신뢰와 협동

회원사는 가맹본부와 가맹점간의 상생의 중요성과 필요성을 인식하고 다양한 상생협력 방안 도입 및 서비스 제공의 질적 향상과 프랜차이즈 산업의 동반성장을 위하여 협력한다.

3. 공정한 경쟁과 거래

회원사는 관련 법규의 철저한 준수를 통하여 공정 경쟁질서 확립 및 자율적 경쟁거래를 수행한다.

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

회원사는 기업 및 가맹점, 고객의 상생을 통하나 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

II. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

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

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

2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.

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

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

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

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

착한 K-프랜차이즈는 일·자리·상생이다

한국프랜차이즈산업협회는

‘착한 프랜차이즈’ 운동을 선도합니다.

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

‘K-프랜차이즈’의 우수성을 널리 알립니다.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

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

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

※ KFA 홈페이지: <http://www.ikfa.or.kr> / 주소: 서울시 강서구 공항대로61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101, 102호(등촌동, 647-26)

회원가입 신청서

정회원 협력회원

신청인 정보			
사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전 화 번 호
	브 랜 드 명		휴 대 전 화 (대표자)
	대 표 자 명		팩 스
	대 표 자 (주민등록번호)		이 메 일 (대표자)
회 사 주 소			
홈 페이지		업 종	
담 당 직 원	이름 :	Tel :	가 입 경 로 <input type="checkbox"/> 홈페이지 <input type="checkbox"/> 추천인() <input type="checkbox"/> 기타()
계 작 정보		<input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장	출 금 일 자 매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일
회 사 명		계 작 번 호	
대 표 자 명		주 민 등 록 번 호 (사업자등록번호)	
월 납 입 액		금 원 (₩)	협 회 계 작 번 호 국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주: 한국프랜차이즈산업협회
【CMS 출금이체 약관】			
<ol style="list-style-type: none"> 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다. 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 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 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 합니다. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다. 			
【금융거래정보의 제공 동의서】			
본 신청과 관련하여 본인은 다음 금융거래정보(거래은행명, 계좌번호)를 출금이체의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지신청하는 시점까지 상기 수납기관에 제공하는 것에 대하여 「금융실명거래 및 비밀보장에 관한 긴급제정경제명령」의 규정에 따라 동의합니다.			
【개인정보의 제공 동의서】			
위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국 프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.			
모든 약관동의의 (<input type="checkbox"/> 동의 / <input type="checkbox"/> 미 동의)			
[관련문의] Tel)070-7919-4145 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서 [협회연락처] Tel)3471-8135-8 Fax)3471-8139 mail)jinpark@ikfa.or.kr 주소)서울시 강서구 공항대로 61길 29 SBA 국제유통센터 A동 101, 102호 우)07563			

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

신청일자 202년 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)KFN애드콤/ 입금계좌: 신한은행 140-013-361492
전화 (02)556-7889, 팩스 (02)556-5281로 받으실 주소를 알려주십시오.

광고단가 안내

*연 5회 계약시 1회 서비스 (VAT 별도)

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

광고, 콘텐츠, 구독 제안

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

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

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

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

창업도 온라인 광고

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

창업도,

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

창업도

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.

종합광고대행사 **KFN애드콤** ☎02.556.7889
서울시 영등포구 여의대방로 67길 9, 706호(두일빌딩 여의도)

국가대표 식품자동포장기

Enterpack®



깔끔하게!
안전하게!
편리하게!

식품 포장, 판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!



www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인



대표번호 031-434-9020