

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.71 2025

한국프랜차이즈협회, 식품위생교육기관 지정...4월 첫 교육 전망

Korea Franchise Association

착한 K-프랜차이즈는 일상이다

프랜차이즈월드

Franchise

WORLD

Vol. 71 2025

Cover Story

한국프랜차이즈협회, 식품위생교육기관 지정 4월 첫 교육 전망

“18만 외식가맹점에 프랜차이즈 맞춤 교육으로 식품안전제고”

울트라콜 폐지, 가계배달 무력화 “배민 폭주, 견제장치 필요”

합의안 논란에 수익강화 정책변경...업계·학계 규제 촉구 함목소리

Special Report

“2024년 빛낸 최고의 프랜차이즈는 텐퍼센트커피”

피자헛에서 시작된 차액가맹금 소송

필수품목 내용 추가된 표준계약서 개정

프랜차이즈 매출 108조8000억 '8.4%' 증가

'불공정 거래행위 개선' 점주비율 71.6%



www.franchiseworld.kr
부수인종매체
한국ABC협회

People & Company

김성채 김형제 고기의철학 대표

KFA
Korea Franchise Association

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

먹고 싶은 음식을 마음껏 즐기는 기쁨!

Since 2011



다양한 메뉴 (스시, 샐러드, 바비큐, 디저트 등)



넓은 홀 & 단체룸



수유실 & 키즈카페



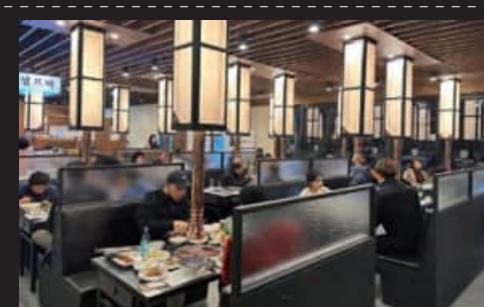
QR코드 스캔 후,
쿠우쿠우 앱 가입하시면
포인트 적립 / 선불카드충전 / 밀키트구매
다양한 혜택을 누리실 수 있습니다.



고객센터/가맹문의
1577-4841



대한민국 청통 돼지갈비 프랜차이즈,
그 위대한 역사를 함께합니다.



전국 70여개 가맹점의 성공과 함께합니다.

창업문의 | 1588-9214 | www.화화.com

본사 | 천안시 서북구 천안대로 1303-11

(주) 미소에프엔씨

프랜차이즈 산업 혁신 리더 양성

제 15기 KFCED 과정 모집

한국프랜차이즈산업협회 공식 CEO 교육

25. 03.10~06.16

(워크숍 2회 포함 14주 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 : 070-7919-4165, 4169

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/



(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.

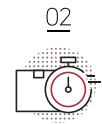
/ 사업분야

- 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

프랜차이즈 전용유

식용유 유통 및푸드서비스 전문기업

"프랜차이즈" 전용유

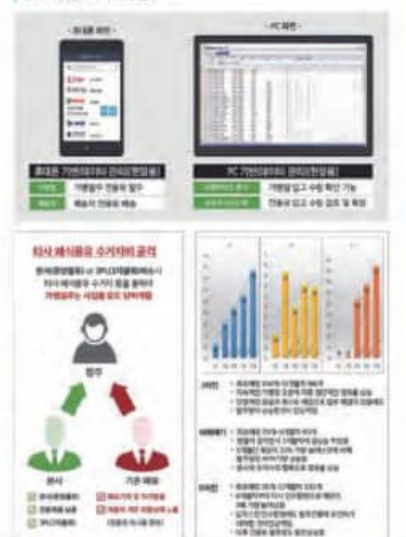
기획) 제작/생산) 전국물류) 폐식용유 수거
이 모든것을 (주)성규푸드시스템 에서 단 한번에~



156 여개 브랜드 선택한 프랜차이즈 전용유의 핵심 성규푸드



ERP (출고시스템)



전국 물류 센터



Future & Green (주)성규푸드시스템 주소: 경기도 남양주시 진건읍 사릉로 163-70 / 인천광역시 남동구 운동동 410-12, 1층 대표전화: 031-572-0230, 010-3154-3099 / 팩스: 031-572-0231 / www.성규푸드.com

선명히피자

빵이 맛있는 피자가 가장 맛있는 피자다

국내를 넘어 세계로! 한국을 대표하는 K-PIZZA!

선명히피자 세부점 24년 12월 GRAND OPEN



창업문의 02.491.7755 | www.sunnypizza.co.kr

본사 서울 중랑구 동일로 143길 18, 3층(목동)

(주)더온에프앤비





DAVICH Lens

건강한 나의 눈을 위한 콘택트렌즈
다비치렌즈

다비치렌즈는 인체친화적 소재를 사용하여 오랜 시간 촉촉하게 착용할 수 있는 콘택트렌즈입니다.
건강하고 생기있는 눈빛을 위해 트렌디하고 자연스러운 디자인을 선보입니다.

25CM  1인피자
피자먹다

HANDY BOX!
원한다면 언제 어디서든지



이것이 진짜 프리미엄 싱글피자
해외에서 즐서서 먹는 피자



싱가포르 PLQ몰(1호점)



필리핀 SM City North EDSA(1호점)



말레이시아 AEON Mall Tebrau City(1호점)



인도네시아 Summarecon Mall점(1호점)

새롭게 변화된 김가네



철관치즈불닭짬면

 **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**



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.

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

인스타그램  설치사례  공식 홈페이지







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



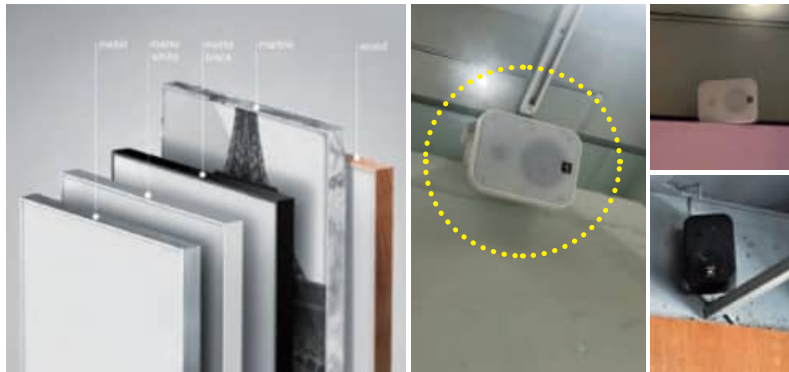
액자형 스피커 **NAPAL**



음악을 벽에 걸다

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

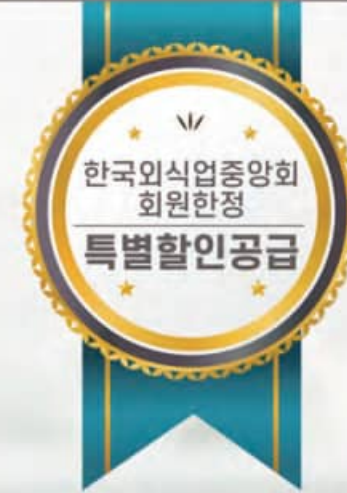
※ 메뉴판 등 판넬 교체가능 모델은 2025년 상반기내 출시예정



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**
담갔다 바로 건지면 설거지 끝 3분이면 OK!
- 2. 찬물에도 변함없는 강력한 세척력**
- 3. 까다로운 설거지 완벽 해결**
불판, 석쇠, 뚝배기, 숯밥 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



혁신과 성장으로 프랜차이즈 산업을 이끄는 사람들

K이사람

비즈니스의 핵심 가치, 성장의 노하우, 그리고 미래 비전까지!
유튜브 채널 K이사람에서 당신의 이야기를 들려주세요!



33떡볶이, 프랜차이즈의 틀을 깨다!



프랜차이즈 본사 및 협력사의 기대 효과

브랜드 인지도 및 신뢰도 상승

단순 광고가 아닌 CEO의 비전과 브랜드 철학을 직접 전달하여 신뢰도 확보 및 유튜브와 SNS를 통한 브랜드 노출 극대화

가맹점 유치 및 신규 사업 확장

브랜드의 차별성과 경쟁력을 강조하여 신규 가맹점 모집 효과 극대화

경쟁 프랜차이즈와의 차별화

CEO가 직접 'K이사람'에 출연함으로써 경쟁 브랜드 대비 차별적인 브랜드 이미지 구축

투자자 및 파트너사 유치 효과

CEO의 인터뷰를 통해 미래 비전과 성장 가능성을 강조하면서 투자 유치에 유리한 환경 조성

업계 내 인지도 및 신뢰도 강화

프랜차이즈 업계에서 신뢰받는 기업이라는 이미지를 구축, 회사의 핵심 기술력과 차별화 요소를 강조 가능

서비스 및 제품 홍보 효과

서비스, 기술력, 품질, 차별점 등을 자연스럽게 홍보하면서 높은 신뢰도를 바탕으로 마케팅 효과 극대화

유튜브에서 "K이사람"을 검색해주세요!



자체 공장 보유
업계 최저 원가율



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



손쉬운 운영 가능
인건비 DOWN 효율 UP

창업문의
080.868.3355
www.success100.co.kr

출연문의 02-556-7889

이메일 kinokit@naver.com

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



The Noeul Life

노을 라이프

1688-4405

이별의 아픔
노을라이프가
함께 나누겠습니다.

대표 최지선
명품 KFCEO 7기
연대 FCEO 36기

우리 브랜드 선호도는 몇 위일까?

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

창업도

changupdo.com



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

대표전화 : 02.556.7889

Franchise
WORLD
한국프랜차이즈산업신문

The Letter from President

027 정현식 협회장 인사말

The Letter from Publisher

029 이진창 발행인 인사말

Cover Story

- 030 한국프랜차이즈협회, 식품위생교육기관 지정
 “18만 외식 가맹점에 프랜차이즈 맞춤 교육으로 식품안전 제고”
- 032 율트라콜 폐지, 가계배달 무력화...“배민 폭주, 견제장치 필요”
 합의안 논란에 수익강화 정책변경...업계 학계 규제 촉구 한 목소리

Special Report

- 036 “2024년 빛낸 최고의 프랜차이즈는 덴퍼센트커피”
- 042 피자헛에서 시작된 차액가맹금 소송
- 044 “업계 줄도산 우려”...한국프랜차이즈협회,
 피자헛 상고심 탄원서 제출
- 046 필수품목 내용 추가된 표준계약서 개정
- 048 프랜차이즈 매출 108조8000억 ‘8.4%’ 증가
- 050 수도권 소재 4개 종합주류도매협회에 과징금
- 052 ‘불공정 거래행위 개선’ 점주비율 71.6%

Hot Issue

- 054 배리어프리 키오스크 설치 의무화 ‘현장은 고심’
- 055 ‘가맹분야 공정거래협약 이행평가기준’ 개정

Organ News

- 056 공정위, ‘1+1제도’ 업종 변경시에도 확대 적용
- 057 고용노동부, 내년 외국인력(E-9) 13만명 도입
- 058 식약처, 주요 식품종류 예방대책 발표
- 059 서울시, ‘가맹사업 필수품목 가이드라인’ 마련



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 뚝심, 애드콤이 함께 하겠습니다.



애드콤은 어떤 광고회사인가요?

끼 넘치는 사장님과 통통 튀는 직원들이 뚝뚝 뭉쳐 가장 좋은 크리에이티브를 도출하기 위해 고군분투하는 광고대행사로, 수많은 정부기관, 프랜차이즈업체들과 파트너십으로 오랜 세월 똘똘해온 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, 에덴원RCM, ㈜해피푸드 김영희동태짬&코다리냉면RCM, 양키캔들CM송 제작, 돌돌치킨 TVCM, 벌교꼬막 꼬마시CM송, 취영루RCM 등

People & Company

- 060 김성채 김형제 고기의철학 대표
- 064 김명석 힐링나인 대표
- 066 김현주 (주)성규푸드시스템 대표

Brand Highlight

- 068 이디야커피랩 · 본아이에프 · 다비치안경
- 069 네네치킨 · 명륜진사갈비 · 암샘김밥
- 070 코리아 프랜차이즈 컨벤션 개최

The Brand

- 071 쿠우쿠우

Association News

- 084 3.10 개강 '제15기 KFCEO 교육과정' 원우 모집
- 085 올해 협회 재직자 교육 우수 협약기업 '핫시즈너' 선정
- 087 지회소식
대구·경북, 부산·울산·경남
- 090 신규회원/교육일정
- 096 구독안내

Column

- 072 컨설팅 - 이경희
창업시장의 대세 '다점포 경영전략'의 접근 방법
- 074 상권분석 - 유재은
프랜차이즈 매장 전개전략
- 076 마케팅 - 장재남
위기를 기회로 만드는 프랜차이즈 기업의 8가지 경영전략
- 078 법률 - 안철현
경쟁권 분쟁 대비 "정관 전략적 분석 필요"
- 080 세무 - 최인용
프랜차이즈 CEO를 위한 2025년 종업원 관련 개정 세법
- 082 노무 - 이금규
2025년 1월부터 달라지는 노동관계법



푸른 뱀의 상서로운 기운이 넘치는 2025년 되시길 바랍니다



한국프랜차이즈산업협회장
정현식

푸른 뱀의 해 청사(靑蛇)의 해 새해가 힘차게 밝았습니다. 올해 우리 프랜차이즈 산업은 경영환경과 입법·정책 환경의 악화와 혼란을 견뎌내고 안정적인 새로운 시장을 창출하여 위기를 극복하는 데 집중해야 할 것으로 예상됩니다.

필수품목 관련 정보와 협의절차를 핵심으로 하는 새 필수품목 제도가 1년여 만인 지난해 말 모두 완비되어 올해 본격적인 시행과 점검을 앞두고 있습니다. 하반기부터는 업계가 모든 계약의 전환을 마무리짓고 새로운 관행을 만들어야 하는 만큼 지금부터 잘 준비해야 할 것입니다. 협회도 본 제도가 업계에 잘 정착하도록 지원하고, 이를 바탕으로 가맹점주 단체협상권 등 업계에 왜곡시킬 수 있는 일부 가맹사업법 개정안들을 적극 방어하도록 노력하겠습니다.

차액가맹금 소송과 관련된 불확실성은 상반기 중에는 어느정도 견힐 것으로 전망됩니다. 피자헛 차액가맹금 소송이 3심 판결을 앞두고 있는 상황에서, 일부 브랜드들에서는 이미 소송이 잇따라 제기돼 혼란이 일고 있습니다. 외식업계의 오랜 관행이던 차액가맹금 수취가 정당하게 인정받을 수 있도록 업계의 현황과 목소리를 적극 알려 안정적인 재도약의 기반을 조성하도록 노력하겠습니다. 업계 경영난의 주 원인인 배달앱 수수료 문제는 험난한 싸움이 예상됩니다. 배민과 쿠팡이츠는 지난해 줄속 합의에 가까웠던 민관 상생협의체 합의안을 3월 전후로 시행할 것을 예고했습니다. 배민은 여기에 한 술 더 떠 정액제를 완전히 폐지하고 정률제를 강제하는 정책을 시행한다고 밝혔습니다.

이대로 가면 외식 프랜차이즈 업계는 시장지배적사업자인 배민에 완전히 종속되고 폭증하는 비용으로 수익이 크게 악화될 것으로 예상됩니다. 우리 협회는 지난해 배민 공정위 신고를 잘 대응하여 플랫폼사들에 경종을 울리고 실질적인 부담 완화 방안을 찾도록 최선을 다할 예정입니다.

이밖에 대내외적인 경제 여건의 변화로 고금리 장기화, 소비침체 장기화 원부자재 비용 인상, 근로기준법 5인 미만 사업장 적용, 시장 과포화 등도 올해 업계의 불안요소로 지목되고 있으며, 하나같이 녹록치 않은 상황입니다.

협회는 업계가 지난해 좋은 성과를 냈던 해외진출에 더욱 원활히 나설 수 있도록 지원 정책 수립과 예산 확보를 위해 총력을 다하겠습니다. 각국에서 K푸드와 K프랜차이즈 열풍이 불고 있는 올해는 중소기업들이 신성장동력을 확보할 수 있는 최적의 시기라 할 수 있습니다. 업계가 규제 강화와 고물가·고금리의 파고를 넘고 새로운 수익구조를 창출할 수 있도록 노력할 것입니다.

십이간지 중 여섯 번째 동물인 뱀은 두려운 존재로 인식되어 온 동시에 다산과 풍요의 상징으로 여겨져 왔습니다. 또 강한 치유력과 재생력을 지닌 신비로운 수호신이나 집안의 재물을 지키는 수호신으로 숭상되어 오기도 했습니다. 올해 프랜차이즈 산업도 푸른 뱀의 좋은 기운을 받아 위기에 강한 강력한 생명력과 회복력을 발휘하기를 바랍니다. 모든 산업인 여러분들의 가정이 화목하고 사업이 번창하 시기를 기원합니다. 새해 복 많이 받으십시오. **KFA**

Franchise World 프랜차이즈월드 Vol.71
 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	정종인	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.

‘푸른 뱀’ 청사(靑蛇)의 해 새로운 성장·발전 간절한 마음



발행인
 이진창

‘청사(靑蛇)의 해’, 뱀의 해가 벌써 한달여가 훌쩍 지나갔다. ‘푸른 뱀의 해’로도 불리는데, 육십간지의 42번째로 청색의 ‘을(乙)과 뱀을 의미하는 ‘사(巳)’를 상징하며 ‘청사(靑蛇)의 해’라고도 부른다.

“쓸쓸하고 스산한 분위기”, “매우 가난한 모습” 같은 부정적인 의미를 가지고 있는 ‘을씨년스럽다’라는 표현이 이 을사년에서 유래했다. 한글 문헌에 현전하는 첫 용례는 이해 조가 쓴 신소설 ‘빈상설(1908)’의 ‘을사년시러워’이며, ‘송남잡지(1855)’와 ‘한영자전(1897)’을 통해 적어도 19세기 중반부터 사용된 사실이 확인된다. ‘조선왕조실록’에는 1783년과 1784년 이태에 걸쳐 큰 흉년이 들었고, 그에 따른 전국적인 규모의 구휼 사업이 실행되었다는 기록이 있다. 때문에 ‘한영자전’의 설명처럼 연이은 기근 탓에 민심이 흉흉했을 1785년 을사년의 기억을 토대로 해당 표현이 형성되었을 가능성이 높다.

이를 반영하듯 지난해 말부터 시작된 프랜차이즈 업계를 포함한 자영업 시장의 침체는 날로 악화일로다. 비상계엄으로 연말 특수가 사라진데다, 정국 불안으로 연초부터 자영업 정책이 갈피를 못잡고 있다.

여기에 고금리 장기화에 소비 침체가 이어지면서 금융기관으로부터 받은 대출을 갚지 못하는 자영업자가 크게 증가했다. 신용평가기관 나이스(NICE)평가정보의 ‘개인사업자 대출 현황’ 자료에 따르면, 지난해 3분기 말 기준 336만9000명의 개인사업자(자영업자)가 1123조8000억원의 금융기관 대출(가계대출+사업자대출)을 안고 있는 것으로 집계됐다. 자영업자 대출 규모가 1120조원을 넘어선 것은 이번이 처음이다.

특히 연체(3개월 이상 연체 기준)가 발생한 상환 위험 차주(대출자)는 14만6000명으로 2023년 3분기(10만3000명) 대비 41.8% 급증했다. 이들 위험 차주가 보유한 대출액도 같은 기간 21조6000억원에서 29조7000억원으로 무려 37.5% 증가했다.

이와 관련해 은행연합회는 은행권 민생금융 지원 방안에 따라 자영업자와 소상공인에 대한 이자 환급 프로그램을 집행한 결과 1월 말까지 총 1조4876억원을 환급했다고 공시했다. 이는 당초 이자 환급 예상액인 1조 5035억 원의 99%에 이르는 수치다. 하지만 여전히 언발에 오줌 누기다. 이런 상황에서 을사년 올해 한해는 정말로 을씨년스러울까. 뱀은 겨울이 되면 겨울잠을 자고 봄이 되면 다시금 건강한 모습으로 존재를 나타낸다. 때문에 죽지 않고 다시 태어나는 불사의 존재로도 여겨진다. 또 집안의 재물을 지켜주는 업신의 역할도 겸하곤 했다. 그리스 로마신화에선 뱀을 ‘논리의 신’, ‘치유의 신’을 뜻하기도 하는데, 세계보건기구 WHO 마크를 보면 뱀이 지팡이를 감고 있는 모습을 통해서 그 의미를 알 수 있다. 또 고대 인도와 불교에서도 뱀은 비와 땅을 관장하는 ‘풍요의 신’으로도 숭배됐다.

을은 푸른색을 뜻하지만 동양의 오행에서 ‘나무’를 의미하기도 한다. 이는 생명력과 성장을 상징한다. 이로 인해 을사는 ‘새로운 시작’, ‘지혜로운 변혁’, ‘성장과 발전’을 뜻한다고 할 수 있다. 연말과 연초, 힘든 시기를 겪은 프랜차이즈 업계가 올해 새로운 성장과 발전을 이루기를 푸른 뱀의 뛰어난 통찰력과 직관력으로 간절히 바라는 마음이다 **KFN**



23년 1월 서울 강서구 SBA 국제유통센터 교육장에서 협회 자체 식품위생교육이 진행되고 있다

한국프랜차이즈협 식품위생교육기관 지정 4월 첫 교육 제공 전망

“18만 외식 프랜차이즈 가맹점에 프랜차이즈
맞춤 교육으로 식품안전 제고”

WRITE | 이 호 편집국장

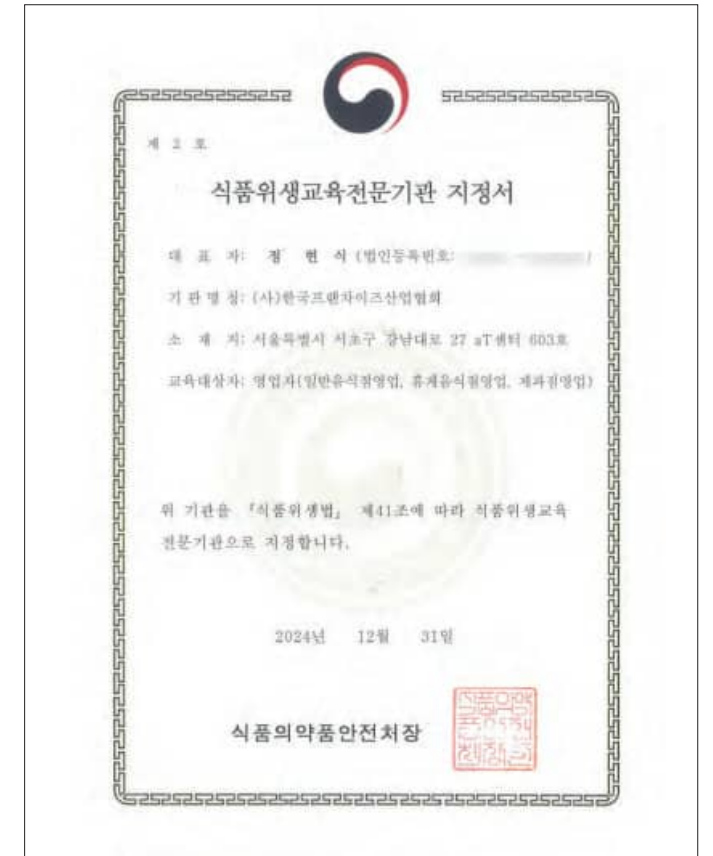
한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 지난 1월 식품의약품안전처로부터 일반음식점, 휴게음식점, 제과점 등 3개 업종의 식품위생교육 전문기관 지정으로 지정받는 쾌거를 달성했다. 협회는 오랜 기간 프랜차이즈 산업인들의 숙원이던 식품위생교육기관 지정을 계기로 외식업계의 식품안전 수준을 최대한 높일 수 있도록 총력을 다한다는 계획이다.

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

이에 협회는 외식 프랜차이즈 업계의 발전과 이미지 제고, 국민들의 식품안전 수준 제고를 위해 오랜 기간 식품위생교육 전문기관 지정을 추진해 왔다. 동시에 2년여 간 회원 가맹본부를 대상으로 자발적으로 식품위생교육을 실시, 자체적인 노력도 병행해 온 바 있다.

협회는 현재 4월 첫 교육을 목표로 차질없이 높은 수준의 교육을 제공할 수 있도록 만반의 준비를 하고 있다.

식품위생법 시행규칙에 따라 신규 영업자 교육은 6시간, 기존 영업자 보수 교육은 3시간으로 진행된다. 내용은 ▲식품위생법 ▲식중독 예방 및 위생관리 ▲영업장시설 및 운영관리 ▲음식점 위생등급제 ▲매장청결 등으로 구성되며, 외식 프랜차이즈 업계에 특화된 교육으로 전문성을 제고한다. 특히 보수교육(온라인) 시에는 다양한 업종 특성에 맞는 상세한 심화교육과 브랜드별 맞춤형 특화교육을 제공할 예정이다.



한국프랜차이즈산업협회 식품위생교육 전문기관 지정서

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



한국프랜차이즈산업협회 23년 3월 식품위생교육이 열린 서울 강서구 SBA 국제유통센터 교육장

오프라인 교육은 서울의 경우 당산역 인근 서울현대교육재단에서 진행되며, 17개 시도 총 50여개 교육장 풀을 활용해 전국적으로 교육을 제공할 예정이다. 온라인 교육도 4월까지 시스템을 완비하여 차질없이 보수교육을 제공한다는 방침이다.

교육신청은 현재 준비 중인 협회 식품위생교육 홈페이지를 통한 온라인 접수로 진행된다. 협회는 조만간 시스템이 완비되는대로 안내하여 신청을 접수할 예정이다. 프랜차이즈 특화 식품위생교육에 관심있는 가맹점사업자 또는 가맹본부는 협회(02-3471-8135~8 내선 5)로 문의하면 된다. **KFN**



지난 1월 15일 배달앱 수수료 공정화 국회 정책토론회가 개최된 국회의원회관 제6간담회실 전경



성백순·이성훈교수, 나명석수석부회장, 지철호고문, 이정문의원, 김상식실장, 이강일의원, 김주형떡깨비대표, 고인혜공정위과장

울트라콜 폐지, 가게배달 무력화 “꼭주하는 배민, 견제장치 마련해야”

합의안 논란 와중에 수익강화 정책변경...업계·학계 규제 촉구 한 목소리

WRITE | 이 호국장

배달의민족 운영사 우아한형제들이 지난해 민관 상생협의체 합의안이 나온 지 두 달여 만에 신규 정책을 발표했다. 주요 골자는 10여년 이상 배민의 핵심 상품이었던 정액제 광고상품 울트라콜을 없애고 동일 상호의 가게배달과 배민배달을 통합하는 내용이다.

배달앱 3사 중 유일하게 남은 정액제가 폐지되면서 자영업자들의 최후의 보루는 이제 역사의 뒤안길로 사라지게 됐다. 또, 업주에게 배달비 책정 권한이 있는 가게배달도 이번 통합으로 사실상 무력화되고, 추가 광고비 부담도 늘어날 것으로 예상된다. .

업계에서는 배민이 합의안 도출 후 곧바로 이같은 정책 변경을 발표한 것에 대해 제대로 된 견제장치가 빨리 도입돼야 한다는 분위기다. 추후 사태 재발을 위해 온라인 플랫폼법이나 수수료 상한제 같은 규제 도입을 촉구하는 목소리도 점차 커지고 있다.

동일가게 통합 이면엔 ‘가게배달 무력화’ 꿈수

배민이 지난달 31일 배민의식업광장 사이트에 올린 공지에 따르면 2025년 서비스 개편은 ▲동일 가게 통합 ▲광고 상품 개편으로 압축된다.

먼저 동일 가게 통합은 같은 상호와 주소를 쓰는 업소가 배민배달(알뜰배달, 한집배달)과 가게배달로 나뉘어져 있는 것을 3월 4일부터 21일까지 순차적으로 음식배달가게 하나로 일원화한다는 내용이다. 기존에는 앱 내 검색 결과에 배민배달과 가게배달이 별도로 노출되었으나, 통합 후에는 하나의 검색결과에 알뜰배달, 한집배달, 가게배달이 동시에 노출된다.

배민은 “그동안 같은 가게이름/같은 가게주소이지만,

배민배달/가게배달로 나누어 관리해야하는 가게들이 기준가게 하나로 통합돼 하나의 가게로 배달의민족 모든 광고를 편리하게 이용할 수 있다”라고 설명했다.

업계에서는 이번 통합이 가게배달을 고사시킬 것으로 전망하고 있다. 많은 업주들은 그간 배민배달과 가게배달을 병행하면서 수수료가 저렴한 가게배달의 판매가격을 낮추는 식으로 부담을 완화해 왔다. 하지만 통합 후에는 이같은 이원화 전략이 원천적으로 불가능해진다.

또 배달 종류가 한 곳에 비교되어 나오면, 배민클럽 고객은 배달비가 없는 알뜰배달, 1천원인 한집배달 대신 통상 2~3천원인 가게배달을 선택할 이유가 없다. 더욱이 배민 공지에 따르면 가게배달 설명에 ‘라이더위치확인불가’라고 표기된다. 사실상 고객들에게 게배달을 선택하지 말라는 것과 다름없어 업주들의 배민원플러스 전환을 가속화할 것으로 예상된다.

가게배달 차별화 전략 봉쇄로 배민배달 경쟁이 강화돼 우리가클릭 같은 추가 광고비 지출 부담도 크게 늘 것이라는 전망도 나온다.



1월 31일 배민이 발표한 가게통합 화면. 배민클럽 고객에게는 알뜰배달 0원, 한집배달 1천원으로 노출된다



지난해 12월 더불어민주당이 쿠팡과 사회적 기구 출범에 합의하고 배달앱 수수료 문제 등을 다루기로 했다

깃발뽑기 대안이 깃발폐지?...“초가삼간 태우는 격”

광고 상품 개편의 핵심은 울트라콜 폐지다. 배민은 4월 1일 서울 일부 등을 시작으로 8월까지 전국에서 울트라콜을 순차 종료하고, 6.8%의 정률제 상품인 오픈리스트로 전환해야 한다고 밝혔다.

배민은 울트라콜 폐지 배경으로 깃발뽑기 경쟁 방지를 꼽았다. 국정감사에서도 깃발뽑기 경쟁의 폐해가 지적된 바 있어 이를 폐지하기로 했다는 설명이다.

그러나 업계에서는 깃발뽑기 경쟁을 막겠다며 깃발 자체를 없애는 것은 본질을 호도하는 행위라고 비판하고 있다. 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 수년 전부터 주장해 온 바 있듯이, 울트라콜 구매 개수를 3~5개 정도로 제한하면 될 것인데 아예 울트라콜을 폐지하는 것은 벼룩이 무섭다고 초가삼간을 다 태우는 격이라는 얘기다.

가게 통합으로 가게배달이 사실상 외면받을 것이 명확한 만큼 선택지는 배민원플러스 밖에 남지 않는다. 그간 업주들은 월 8만 8천원(부가세 별도)만으로 광고를 이용할 수 있었으나, 정률제 강제 사용 시 수수료 부담이 크게 치솟게 된다. 불과 1년여 전만 해도 배민 32만 업주들의 70% 이상이 울트라콜을 사용해왔던 만큼 체감되는 수수료 부담 증가는 상당할 것으로 보인다.

국회도 온플법 추진 등 규제 시동

일단 배민과 쿠팡이츠는 3월부터 배민원플러스 수수료율을 2~7.8%로 차등화한 상생안을 시행하겠다고 밝혔다. 그러나 업계와 학계는 지난해 주요 단체가 퇴장한 가운데 불완전한 합의안으로 마무리된 상생안은 전혀 실효성이 없다고 보고 추가적인 상생안과 규제 강화를 촉구하고 있다.

특히, 이번 일방적인 정책변경에서도 알 수 있듯이 배달 플랫폼이 수수료 정책을 좌지우지할 수 있는 환경을 개선해야 한다는 목소리가 높다. 수수료 상한제를 주장하는 업계는 물론 최근에는 국회와 학계도 온라인 플랫폼법 제정을 촉구하고 있다.

더불어민주당 을지로위원회는 쿠팡과 배달앱 수수료 인하, 배달기사 최저임금 보장을 위한 사회적 대화기구를 조만간 출범하기로 했다. 이르면 이달 중 사회적 합의를 체결하고 합의사항을 발표할 것으로 전망되고 있다. 다만 1위 사업자인 배민이 참여하지 않은 만큼 합의의 정도나 실효성은 아직 의문이다.

더불어민주당은 또 온라인 플랫폼법 당론 채택을 추진 중이다. 온라인 플랫폼법은 수수료 정책과 관련된 협의체계를 만들고 비용 관련 부분을 계약서에 투명하게 담

아 입점업체의 권리를 보장하고 플랫폼 운영의 투명화를 목적으로 하고 있다. 더불어민주당은 22대 국회에서 개정안을 다수 발의하여 공청회를 2차례 가진 바 있다. 조만간 정무위 전체회의에서 이를 논의할 예정이다.

업계·학계 “상한제, 온플법 등 입법 필요”

업계와 학계에서도 규제 도입을 촉구하고 있다. 지난 1월 15일 더불어민주당 이정문 의원등 5인이 주축하고 협회와 한국프랜차이즈학회(학회장 김재욱)가 주관한 <배달앱 수수료 공평화 정책토론회>에서는 규제 도입의 필요성을 역설하는 목소리가 잇따라 제기됐다. 지철호 법무법인(유) 원 고문은 “배달앱 수수료도 카드 수수료와 같이 독과점 시장으로서 시장 자율로 해결되기 어려워 적극적인 개입이 필요하다”라고 하면서 “단기적으로는 지난해 협회가 신고한 배민의 공정거래법상 시장지배적지위 남용행위 여부에 대해 엄정히 조사하여 시정하고, 중장기적으로는 온라인 플랫폼법 제정 등 입법 규제를 통해 수수료 결정, 유지, 변경의 방법, 절차 등에 대해 규정해야 한다”고 덧붙였다.

이성훈 세종대 경영전문대학원 부원장은 “지난해 민관 상생협의체 결과 수수료 차등화 합의안이 마련됐지만, 수수료가 높은 최상위 구간이 배달매출 대부분을 차지하는 35%에 달하고 부담도 오히려 높아졌다”라고 하면서 “배달앱 업체들은 자체 생산·유통 시스템이 아닌 입점업체 생태계에 무임승차하여 시장을 장악하고 있고, 입점업체들은 선택권이 없어 종속화가 심화되고 있다”고 비판했다.

성백순 전 한국프랜차이즈학회장은 “▲배달 수수료 상한제 도입 ▲투명한 배달수수료 구조 공개 의무화 ▲입점업체 간의 차별적 수수료 및 비용 부담 금지 등 ▲가맹점주 협의체 등 소상공인 보호 의무 등 다양한 입법 필요성이 높다”고 주장했다.

협회 관계자는 “올해 경제여건 악화로 더욱 어려운 것으로 예상되는 마당에 1위 사업자 배민의 울트라콜 폐지와 가게배달 무력화로 경영난이 심화될 것으로 예상된다”라고 하면서 “제대로 된 규제법 하나 없는 배달 플랫폼의 무소불위(無所不爲)를 방지하기 위한 규제 입법을 강력히 추진하고 추가 상생안 촉구, 공공배달앱 활성화 등을 추진하는 한편 지난해 배민 공정위 신고 건에도 잘 대응하여 업계 경영환경 개선에 최선을 다할 것”이라고 밝혔다.

KFN



영예의 대통령 표창을 수상한 텐퍼센트커피

“2024년 빛낸 최고의 프랜차이즈는 텐퍼센트커피”...대통령 표창 영예

산업통상자원부·한국프랜차이즈협, <2024 제25회 한국프랜차이즈산업발전 유공> 개최

국무총리표창 땅스부대찌개, 인생네컷...산업발전 기여 브랜드 및 유공자에 표창 38점 수여

WRITE | 김동하 기자

텐퍼센트스페셜티커피(㈜더쉐프·대표 김태경)가 산업통상자원부(장관 안덕근)와 한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 개최하는 '2024 제25회 한국프랜차이즈산업발전 유공'에서 한 해를 빛낸 최고의 프랜차이즈로 선정돼 대통령 표창을 수상했다.

협회는 지난해 12월 19일 서울 코엑스 그랜드볼룸에서 시상식을 열고 올해 산업 발전에 기여한 브랜드·유공자들에게 대통령 표창, 국무총리 표창 등 정부표창과 한국프랜차이즈산업협회 회장상 총 38점을 수여했다.

대통령 표창의 영예는 **텐퍼센트스페셜티커피**가 차지했다. 텐퍼센트스페셜티커피는 저가커피 공세 속에서 가성비 좋은 스페셜티커피로 2017년 론칭 이후 7년 만에 가맹점 800여 개를 돌파하며 커피 시장에 새로운 바람을 불어오고 있다. 또 원두 가격 동결 등 각종 물품 비용을 낮게 책정하고 가맹점과의 소통을 시스템화하여 결과를 적극 반영하며, 판촉과 경영 지원으로 가맹점과의 상생협력을 위해 노력하고 있다.

국무총리 표창은 **땅스부대찌개**(㈜티에스푸드·대표 정경문)와 **인생네컷**(㈜엘케이벤처스·대표 이호익)이 수상했다.

땅스부대찌개는 국내 최초 부대찌개 전문 밀키트 브랜드로 맛과 품질이 뛰어난 제품을 3인분 9,900원이라는 파격적인 가격

에 제공하여 새로운 시장을 창출, 국내 최다인 700여개의 가맹점과 상생하며 사회공헌과 해외진출에도 앞장서고 있다. 인생네컷은 셀프 포토 스튜디오의 대표 주자로 뛰어난 기술과 감각을 갖추고 MZ세대의 새로운 놀이 문화를 선도하며 가맹점 400여 개를 운영하고 있다. 해외에서도 인기를 끌며 20개국에 300여개 매장을 운영, K-프랜차이즈의 위상을 높이고 있다.

산업통상자원부장관 표창은 <우수 프랜차이즈> ▲노랑통닭(대표 이관형), ▲고돼지(대표 명노용), ▲정직유부(대표 조현홍), ▲가마치통닭(대표 김재곤), <기술혁신> ▲FC다움(대표 조강훈), <우수가맹점> ▲박가부대찌개 충남당진점(대표 이해진), <프랜차이즈산업발전 유공(개인)> ▲김은광(㈜얌샘 대표) 등 총 7점이 수여됐다.

농림축산식품부장관 표창은 <우수 프랜차이즈> ▲탕화쿠포마라탕(대표 위홍타오), ▲팔각도(대표 조성욱) 2개 브랜드가, **식품의약품안전처장 표창**은 <우수 프랜차이즈> ▲수유리우동집(대표 안성원)이 수상했다. **중소벤처기업진흥공단 이사장상**은 <기술혁신> ▲토더(대표 안주현) ▲디포(대표 허진숙) 2개 브랜드가 수상했다.

한국프랜차이즈산업협회 회장상은 <우수 프랜차이즈> ▲명



국무총리 표창 땅스부대찌개



국무총리표창 인생네컷

륜진사갈비(대표 강형준) 등 총 23점이 수여됐다. 한편 협회는 이날 시상식과 함께 2024년 한국프랜차이즈산업협회 송년회를 개최했다. 송년회는 정현식 협회장 등 협회 회원

사 및 업계 관계자 400여명이 참석해 수상자들을 축하하고 한 해를 함께 마무리하는 뜻 깊은 시간으로 진행됐다.회장 정광원) 등 전국 지회 회원 등 총 240여명이 참가했다.

대통령 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)더쉐프	텐퍼센트스페셜티커피	김태경

국무총리 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)티에스푸드	땅스부대찌개	정경문
2	우수 프랜차이즈	(주)엘케이벤처스	인생네컷	이호익

산업통상자원부장관 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)노랑푸드	노랑통닭	이관형
2	우수 프랜차이즈	(주)앤리치	고돼지	명노용
3	우수 프랜차이즈	(주)채정	정직유부	조현홍
4	우수 프랜차이즈	(주)티지와이	가마치통닭	김재곤
5	기술혁신	(주)외식인	FC다움	조강훈
6	우수가맹점	박가부대찌개 충남당진점	-	이해진
7	프랜차이즈산업발전 유공(개인)	(주)얌샘	-	김은광

농림축산식품부장관 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	한국탕화쿠포(주)	탕화쿠포마라탕	위홍타오
2	혁신·성장 프랜차이즈	육성푸드(주)	팔각도	조성욱

식품의약품안전처장 표창				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)물과 소금	수유리우동집	안성원

중소벤처기업진흥공단 이사장상				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	기술혁신	(주)낭만상회	토더	안주현
2	기술혁신	(주)디포	디포	허진숙

한국프랜차이즈산업협회 회장상				
NO.	부문	업체명	브랜드명	대표자
1	우수 프랜차이즈	(주)명륜당	명륜진사갈비	강형준
2	우수 프랜차이즈	(주)프랭크에프앤비	프랭크버거	심우창
3	우수 프랜차이즈	(주)에스앤씨세인	더벤티	박수암 최준경 강삼남
4	우수 프랜차이즈	(주)아이디스에프앤비	푸리닭	장성식
5	우수 프랜차이즈	(주)기영에프앤비	두짚	강인규
6	우수 프랜차이즈	(주)컴포즈커피	컴포즈커피	김진성
7	우수 프랜차이즈	(주)지호	지호한방삼계탕	이영채
8	우수 프랜차이즈	(주)데일리비어	생활맥주	임상진
9	혁신·성장 프랜차이즈	(주)얌샘	얌샘김밥	김은광
10	우수 프랜차이즈	(주)채선당	채선당	김익수
11	우수 프랜차이즈	(주)보배에프앤비	보배반점	김진혁
12	혁신·성장 프랜차이즈	(주)꿈을실현하는사람들	불막열삼	오몽석
13	우수 프랜차이즈	(주)카페봄봄	카페봄봄	이승은
14	우수 프랜차이즈	(주)푸드존	피자마루	이영준
15	우수 프랜차이즈	(주)우분트월드	일품양평해장국	이권호
16	우수 프랜차이즈	(주)중독컴퍼니	카페인중독	김성우
17	혁신·성장 프랜차이즈	(주)조은음식드림	오복오복집	안광선
18	우수 프랜차이즈	(주)인푸드	순치킨	서진원
19	우수 프랜차이즈	(주)아소비교육	아소비	박시연
20	프랜차이즈사업발전유공(개인)	(주)세명에프앤에프	-	정용덕
21	루키상	(주)상구네	상구네돼지구이	김명상
22	루키상	(주)책나무	책나무	이명주 박경담
23	루키상	(주)건향촌이마켓	향촌흑염소	박광석



한국프랜차이즈산업발전 유공 수상자 단체사진



정현식 한국프랜차이즈산업협회장 인사말



정현식 한국프랜차이즈산업협회장



김경기 산업부 유통물류과장



김재욱 심사위원장(한국프랜차이즈협회장)



대통령 표창 수상자 입장(텐퍼센트커피)



대통령 표창 수상자 소감(텐퍼센트커피)



국무총리 표창 수상(인생네트)



국무총리 표창 수상(핑스부대끼)



식품의약품안전처장 표창 수상자(수유리우동집)



중소벤처기업진흥공단 이사장상 수상자 단체사진(토더, 디포)



산업통상자원부 장관 표창 수상자 단체사진(수상자 명단 참고)



농림축산식품부 장관 표창 수상자(탕화콩부마라탕, 팔각도)



한국프랜차이즈산업협회장 표창 수상자 단체사진(수상자 명단 참고)



한국프랜차이즈산업협회장 표창 수상자 단체사진(수상자 명단 참고)

프랜차이즈대상
대통령상

텐퍼센트 커피

상위 10% 스페셜티 원두 커피 맛에 가성비를 더했다

WRITE | 김은영 기자



스페셜티

커피 전문 프랜차이즈 텐퍼센트커피는 주식회사 더쉐프 산하의 국내 브랜드이다. 수도권에 본점을 둔 여타 브랜드의 경우와 다르게 부산에 본사를 두고 있으며, 본점은 부산시청본점이다.

나라별 산지에서 엄선된 상위 10%의 스페셜티 원두를 사용한다. 낮은 등급의 제품과 타협하지 않고 유통단계 없이 직 배송하여 마진을 최소화하였고 상위 10% 원두와 바리스타의 정성으로 고객의 일상에서 좋은 커피, 맛있는 커피의 맛을 제공하기 위해 노력하고 있다.

또한 원두 가격 동결 등 각종 물품 비용을 낮게 책정하고 가맹점과의 소통을 시스템화해 결과를 적극 반영하며 판촉과 경영 지원으로 가맹점과의 상생협력을 위해 노력하고 있다는 평가를 받았다.

‘맛있는 커피를 누구나 즐길 수 있는 가격에’라는 철학을 바탕으로 지속적으로 성장해왔으며, 특히 가맹점과의 상생을 핵심 경영 방침으로 삼고 있다. 본사는 가맹점주의 운영 부담을 줄이고 수익성을 높이기 위해 원부자재 공급 가격을 합리적으로 책정하며, 원두 가격 동결 등 수의 구조 개선을 위한 다양한 지원책을 마련해왔다.

텐퍼센트커피는 2024년 12월 기준으로 누적 약 860여개 가맹점을 운영 중에 있다. 브랜드를 대표하는 시그니처 메뉴인 ‘텐라떼’는 국내 최초 여성 국가대표 바리스타인 유연주대표와의 콜라보를 통해 일반적인 프랜차이즈에서 도전하지 않는 음료를 탄생시켰다. 또한 매장에서는 생과일을 착즙하거나 바닐라빈을 끓여 시럽을 만드는 등 진심이 담긴 건강한 재료로 고객에게 꾸준한 사랑을 받고 있다.

텐퍼센트커피 관계자는 “이번 대통령상 수상은 본사, 가맹점주, 그리고 고객 모두가 함께 만든 성과”라며, “앞으로도 최상의 커피를 가성비 있게 제공하고, 가맹점과 소비자 모두가 만족할 수 있는 브랜드로 자리 잡기 위해 지속적으로 노력하겠다”고 밝혔다.

프랜차이즈대상
국무총리상

땅스부대찌개

부대찌개로 밀키트 시장의 새 역사를 만든다

‘이 땅위의 부대찌개’ 땅스부대찌개가 국무총리 표창을 수상했다. 땅스부대찌개는 2021년 식품의약품안전처장 표창, 2022년 농림축산식품부장관 표창, 2023년 한국프랜차이즈산업협회장 표창에 이어 4년 연속 수상의 영예를 안았다. 땅스부대찌개는 국내 밀키트 프랜차이즈 산업 발전 및 고용창출로 시장경쟁에 이바지한 점이 높게 평가를 받았다. 아울러 최고의 품질과 높은 가성비, 마케팅 활동으로 가맹점 수익 및 소비자 만족도 제고 등 관련 항목에 적합해 수상자로 선정됐다. 2016년에 론칭한 땅스부대찌개는 2025년이면 창립 9주년을 맞



는다. 질 좋은 재료를 넣어 고객들이 푸짐하고 간편하게 먹을 수 있도록 부대찌개 밀키트를 구성, 현재 600여개 가맹점과 상생을 위해 노력하고 있다. 땅스부대찌개의 가장 큰 경쟁력은 비법이 담긴 소스와 미국산 햄 사용이다. 국내 최고 브랜드들이 사용하는 동급 품질의 햄이다. 미국 본토의 햄, 소시지를 푸짐하게 넣어 육수의 풍미를 살렸다. 정경문 땅스부대찌개 대표는 “서로 상생과 협력을 통해 위기를 극복해갈 수 있도록 힘써주시는 가맹점주들과 본사 임직원들 덕분에 4년 연속 표창을 수상할 수 있었다”며 “앞으로도 가맹점과 함께 성장을 바탕으로 국내를 넘어 세계에서도 자리잡을 수 있는 브랜드가 되도록 노력하겠다”고 말했다.



주식회사 엘케이벤처스에서 운영하는 대한민국의 즉석사진관 체인점이다. 엘케이벤처스의 이호의 대표가 우연히 본 지하철역 여권 사진 촬영기에서 아이디어를 얻어 창업했다. 지방에서 본 스티커 사진 자판기에 있는 ‘인생네컷’이라는 이름을 보고 브랜드 권리를 샀다. 2017년에 대구광역시의 동성로에 첫 포토 부스를 열었다. 이후 주요 상권이나 관광지에 체인점을 내면서 인기를 끌게 되었다. 2020년대 이후로는 인생네컷이라는 말이 즉석사진의 대명사가 됐다 정도. 2020년대 들어 전 세계에 점포를 오픈하며 K-포토문화의 확장에 앞장선다. 영국 기준 한인들이 많이 사는 뉴 물든에 1호점이 있고, 인기를 끌면서 소호, 웨스트필드몰, 리버폴스트리트 등 5호점이 있다. 특히 소호점은 한달 매출이 한화로 1억원 이상 올렸다.

프랜차이즈대상
국무총리상

인생네컷

디지털 셀프사진관으로 MZ세대 놀이터를 만든다

2022년 말 기준 가맹점 430호점까지 확장됐다. 현재는 가맹사업보다 소비자에게 다양한 콘텐츠를 제공하는 컨셉출현한 매장 확대에 주력하고 있다.

인생네컷의 경쟁력은 선도기업으로 소비자들에게 깊게 자리잡은 ‘인지도’와 업계에서 가장 먼저 시도한 ‘디지털 전환’이라는 차별화된 경쟁력이다. 2022년 1월에는 업계 최초로 인생네컷 앱을 정식 출시해 온·오프라인 경계를 잇는 새로운 차원의 고객 경험 제공을 위해 힘쓰고 있다.

피자헛에서 시작된 차액가맹금 소송

치킨 포함 업계 전방으로 확산 '시끌'

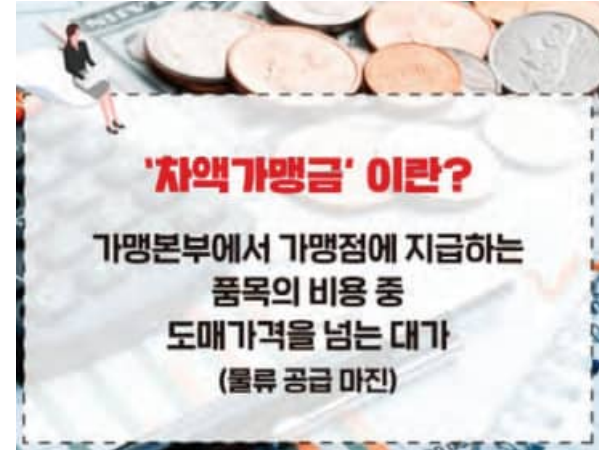
WRITE | 김상훈 기자



프랜차이즈 업계에 차액가맹금 관련 소송이 잇따르고 있다. 차액가맹금 반환 요구 소송은 지난해 9월 서울고등법원이 한국피자헛 가맹점주들이 제기한 부당이득 반환 청구 소송에서 원고 일부 승소 판결을 한 후 확산되고 있는 양상이다.

차액가맹금 관련 소송이 지난해 말부터 올해 초까지 잇따르고 있는 업종은 치킨이다. 1월 31일 법무법인 YK에 따르면 교촌치킨 가맹점주 247명은 1월 17일 교촌에프앤비를 상대로 인당 100만원의 차액가맹금 반환을 요구하는 소송을 서울중앙지방법원에 냈다. 이에 교촌F&B 측은 “가맹점주와 체결하는 계약서에 차액

가맹금이란 단어가 들어있진 않으나 '마진율' 등의 표현으로 필수 구매 품목의 대금에 포함되는 차액가맹금의 의미를 충분히 설명하고 있다”며 “정보공개서에도 차액가맹금 항목과 금액, 비율을 밝히고 있다”고 해명했다. 아울러 “회사 측은 가맹점주가 본사와 계약할 때 차액가맹금 내용이 포함된 정보공개서를 보내고 2주 검토 기간을



거쳐 계약서를 체결하는 만큼 점주가 차액가맹금을 인지하지 않을 수 없다”고 반박했다.

이에 앞서 1월 13일에는 bhc치킨 가맹점주 327명이 서울동부지법에 각 100만원의 부당이득금 반환 청구 소송을 제기했다. bhc치킨 가맹점주들은 지난해 12월 330명이 해당 소송을 제기했다 이견이 생겨 취하한 바 있다. BBQ와 푸라닭 가맹점주들도 차액가맹금 관련 관련 소송을 준비 중인 것으로 알려지고 있다.

차액가맹금은 가맹본부(본사)가 가맹점 운영 등을 위해 여러 품목 등을 가맹점에 공급하며 발생하는 유통 마진이다. 법적으로 본사와 가맹점 간 차액가맹금에 대한 합의가 있었다면 부당이득에 해당하지 않는다.

한국피자헛 본사의 소송 패소 후 차액가맹금 관련한 소송이 업계 전반에 퍼지고 있는 것. 지난해 9월 한국피자헛은 가맹점주들이 제기한 부당이득금 반환 소송 2심에서 가맹금 210억원을 94명의 가맹점주에게 반환해야 한다는 판결을 받은 바 있다. 법원은 피자헛과 가맹점주 사이 차액가맹금에 대한 합의는 없었다고 판단했다. 한국피자헛은 총수입 6%의 로열티와 차액가맹금까지 받은 것으로 알려졌다.

지난해 12월 13일에는 배스킨라빈스 점주 417명이 배스킨라빈스를 운영하는 BR코리아를 상대로 차액가맹금을 돌려달라며 부당이득금 반환 청구 소송을 서울중앙지방법원에 냈다.

공정거래위원회에 따르면 2022년 기준 가맹점 평균 매출액 대비 차액가맹금 비율은 4.4%로 가맹점 평균 차액가맹

금 지급 금액은 2800만원이다. 가맹점 평균 매출 대비 차액가맹금 비율은 치킨 업종이 8.2%로 가장 높고 커피(6.8%), 제과제빵(5.5%), 피자(4.2%), 한식(2.7%) 등의 순이다.

계약 당시 정보 인지 여부가 관건

차액가맹금 자체는 불법이 아니다. 가맹점주들이 제기한 소송의 쟁점은 △본사가 차액가맹금 관련 정보를 사전에 충분히 제공했는지 △마진율이 과도하지 않게 본사와 가맹점주가 합의했는지 등이다.

이로 인해 가맹점주가 프랜차이즈 계약 당시 본사의 차액가맹금에 대한 정보를 정확히 인지하고 있었는지가 최대 쟁점이 될 것으로 보인다. 즉, 명확한 합의 및 계약 여부가 소송의 승패를 가를 전망이다.

본사 측은 통상 차액가맹금 등을 포함한 정보공개서를 가맹점주에게 송달하고, 충분한 검토 기간을 거친 후 계약을 체결한다고 밝혔다. 반면 점주들은 계약 당시 본사 측과 별도의 합의나 정확한 명시가 없었다고 주장한다. 계약서에 원재료 값과 마진율에 대한 구체적인 수치와 기준이 제시됐어야 한다는 주장이다.

프랜차이즈 수익 모델은 크게 두 가지다. 차액가맹금과 로열티다. 로열티 모델은 가맹본부가 제공한 사업 시스템의 사용 대가로 프랜차이즈 본사가 가맹점 매출의 일정 비율을 로열티로 취하는 모델이다. 로열티 모델이 대부분이 해외와 다르게 국내 프랜차이즈 업계는 상당수가 차액가맹금 모델을 운영하고 있다.

차액가맹금 모델이 주류인 이유는 거래 관행처럼 굳어졌기 때문이다. 프랜차이즈 산업 초기 가맹점 유지 경쟁이 치열해, 초기 비용이 낮은 차액가맹금 모델이 확산했다. 로열티 모델은 매출 비례 수익 배분 방식으로 가맹 본부와 점주가 매출 증대라는 공동의 이해관계를 갖고 차액가맹금 방식보다 수익 배분 구조가 투명하다. 이 때문에 업계와 정부 모두 로열티 모델 전환 추진에 힘쓰고 있다.

하지만 현재 상황에서 법으로 강제할 수 있는게 없다. 가맹본부와 점주가 모두 원해야 하는데, 현장에서는 서로 신뢰 문제가 있다. 이로 인해 중장기적 과제로 보고 있는 게 업계의 현실이다. [17]

“업계 줄도산 우려”...한국프랜차이즈協, 피자헛 상고심 탄원서 제출

“차액가맹금 수취는 일반적 관행
가맹점주 명시적·묵시적 동의 하에 수취해 온 것”

WRITE | 김성훈 기자



김완섭 환경부 장관이 국정감사에서 답변하고 있는 모습

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 2월 6일 피자헛 차액가맹금 반환청구 소송(이하 피자헛 소송) 상고심 재판부에 업계의 관행과 사정을 고려한 판결을 당부하는 탄원서를 지난달 말 제출했다고 밝혔다.

협회는 탄원서에서 “국내 프랜차이즈 업계는 물류가 용이하고, 브랜드 파워가 약한 사업 초창기 가맹점들도 로열티 부과에 동의하지 않아 차액가맹금 관행이 확립돼 왔다”라고 하면서 “가맹점사업자와의 명시적·묵시적 동의 하에 차액가맹금을 수취해 왔으며, 상인이 유통과정에서 마진을 수취하는 것은 상거래의 당연한 원칙”이라고 강조했다. 이어 “갑자기 이를 부당이득이라고 판단하여 반환하라고 한다면 법적 안정성이 심각하게 훼손될 것”이라고 덧붙였다.

협회는 “또한 차액가맹금은 가맹본부의 독점적 이익이 아니라, ▲원·부자재 가공·물류비용, 가맹점 지원비용, 광고·마케팅 비용, 배달비 지원비용 등 다양한 분야에 재투자되는 공동 자금의 성격을 지닌다”라고 하면서 “차액가맹금 자체가 일방적으로 가맹본부에 이익이 되거나 가맹점사업자에 손해가 되는 것이 아니다”라고 설명했다.



협회는 “현재 외식업 가맹본부의 90%이 차액가맹금을 수취하고 있고 차액가맹금만 수취하는 비율도 60~70%에 달해 대부분이 판결의 영향 아래 있다”라고 하면서 “중소 가맹본부는 자칫 대법원에서 1,2심 판결이 그대로 확정될 경우 줄도산에 빠질 것이라는 공포에 휩싸여 있다”고 말했다.

협회는 “최근 많은 가맹본부들이 경기 침체로 인한 매출 감소와 영업적자 확대를 겪고 있으며, 이럴 때일수록 재



2심 판결을 내린 서울고등법원 전경

투자와 사업확장, 제품 차별화, 마케팅 등으로 성장동력을 확보해 가맹점사업자의 이익을 함께 실현해야 한다”라고 하면서 “그러나 이번 소송 결과에 따라 사업의 존폐까지 영향을 받을 수 없는 불확실성으로 업계가 위축돼 있으며, 차액가맹금 반환 시 줄도산 공포가 현실로 다가올 것”이라고 강조했다.

협회는 “국내 프랜차이즈 업계는 앞으로도 가맹사업법 및 관계 법령을 철저히 준수하여 업계의 성장과 상생문화 정착을 위해 노력할 것”이라고 하면서 “피고가 자력 생존의 기회를 얻고 국내 프랜차이즈 산업과 경제 전반의 안정에 기여할 수 있도록 간곡히 부탁드립니다”고 당부했다.

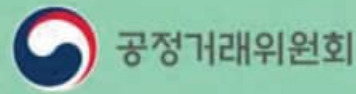
협회 관계자는 “피자헛 소송의 1,2심 판결로 인해 사정이 다른 브랜드들에서도 소송이 제기되는 등 혼란과 우려가 가중되고 있다”라고 하면서 “그간 가맹본부와 가맹점사업자 간의 합의 하에 관행적으로 차액가맹금을 수취해 온 업계의 현실과 맞지 않는 부분이 있어 재판부에 탄원서를 제출했다”고 밝혔다.

한편 지난 2020년 피자헛 가맹점사업자 94명이 계약서에 기재되지 않은 차액가맹금 수취분은 부당이득이라며 한국피자헛(유)에 반환을 청구한 부당이득금 반환 청구의 소에서, 항소심 재판부가 지난해 9월 한국피자헛(유)에 210억원을 반환하라고 판결해 업계에 큰 파장이 일고 있다. **KFN**

필수품목 내용 추가된 표준계약서 개정

공정위, 13개 업종 대상... 물품대금 현금결제 유도 금지 등 포함

WRITE | 박서진 기자



가맹점 '필수품목' 계약서, 이렇게 작성하세요!

구입강제품목 계약서 기재 질의응답집 배포



01 필수품목 제도개선 반영 (13개 업종)

01	02
구입강제품목의 지정 조항 신설 ○ 필수품목의 종류 및 공급가격 산정 방식을 계약서에 명시 ○ 기존 조항* 중복 내용 삭제 후 '구입 강제품목의 지정' 조항 추가 *예: 치킨업종의 주령기기 설치 및 유지, 원부재료 조달 관련 조항	거래조건 변경 협의 절차 신설 ○ 필수품목 거래조건 변경 시 가맹점주와 협의 의무 명시 ○ 신의성실 원칙에 따라 협의 진행 및 충분한 기간(10일 이상) 설정 ○ 일반 거래조건 변경 절차도 필수기재사항으로 규정

02 대금결제 방식 개선 (11개 업종)

01	카드결제 제한 규정 강화
02	본사 방문 결제만 허용하거나 현금결제를 유도하는 관행 방지
03	치킨업종 등 조항 개정을 통해 카드결제 방식을 제한하지 않도록 개선
04	카드결제 필요성이 낮은 업종(세탁·편의점)은 제외

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 가맹 분야 불공정거래관행을 개선하고, 최근 이루어진 제도 개선 사항들을 반영하기 위해 가맹 분야 13개 업종에 대한 표준계약서를 개정, 발표했다.

13개 업종은 ▲치킨 ▲피자 ▲커피 ▲기타 외식 등 외식 업종 4개와 ▲교육 ▲이·미용 ▲자동차정비 ▲세탁 ▲기타서비스 등 서비스업종 5개, ▲편의점 ▲화장품 ▲건강기능식품 ▲기타도소매 등 도소매판매업종 4개다.

개정 표준계약서는 ▲가맹분야 필수품목 제도 개선에 따라 추가된 계약서 필수 기재사항을 구체화하여 규정하고 ▲가맹점주가 물품대금을 결제할 때 가맹본부가 카드결제 장소를 제한하는 등의 방식으로 현금결제를 유도하는 행위를 금지하는 것을 주요 내용으로 하고 있다.

먼저, 가맹 분야 13개 업종의 표준계약서 모두에 필수품목의 종류 및 공급가격 산정방식과 가맹본부와 점주 간 거래조건 변경협의 절차에 관한 조항이 반영됐다. 그간 공정위가 추진한 필수품목 제도개선으로 가맹본부는 필수품목의 종류 및 공급가격 산정방식(24.7. 시행)과 가맹본부와 점주 간 거래조건 변경협의 절차에 관한 사항(24.12. 시행)을 가맹계약서에 반드시 기재해야 한다.

공정위는 이를 구체화하기 위해 구입강제품목 가이드

라인과 거래조건 변경 협의 고시를 제정한 바 있다. 구입강제품목의 종류 및 공급가격 산정방식 계약서 기재 방식에 관한 가이드라인은 2024년 6월 제정됐다. 구입강제품목 거래조건 변경 협의에 대한 고시는 2024년 12월 5일 시행됐다. 이번에 개정된 표준가맹계약서는 이와 같은 제도개선 사항을 총망라해 반영했다는 게 공정위의 설명이다.

한편, 가맹분야 서면실태조사 결과 물품 대금결제 시 카드사용을 허용하는 가맹본부 중 39.5%는 본사 등 지정 장소에 방문해 결제하는 방식만을 허용하고 있는 것으로 나타났다. 이에 공정위는 카드결제 필요성이 없는 세탁, 편의점 업종을 제외한 11개 업종 표준가맹계약서 상 카드결제 금지 및 현금결제 강요 조항을 개정해 특정 장소에서만 결제하도록 하는 등 카드결제 사용 방식을 제한하는 행위도 금지했다.

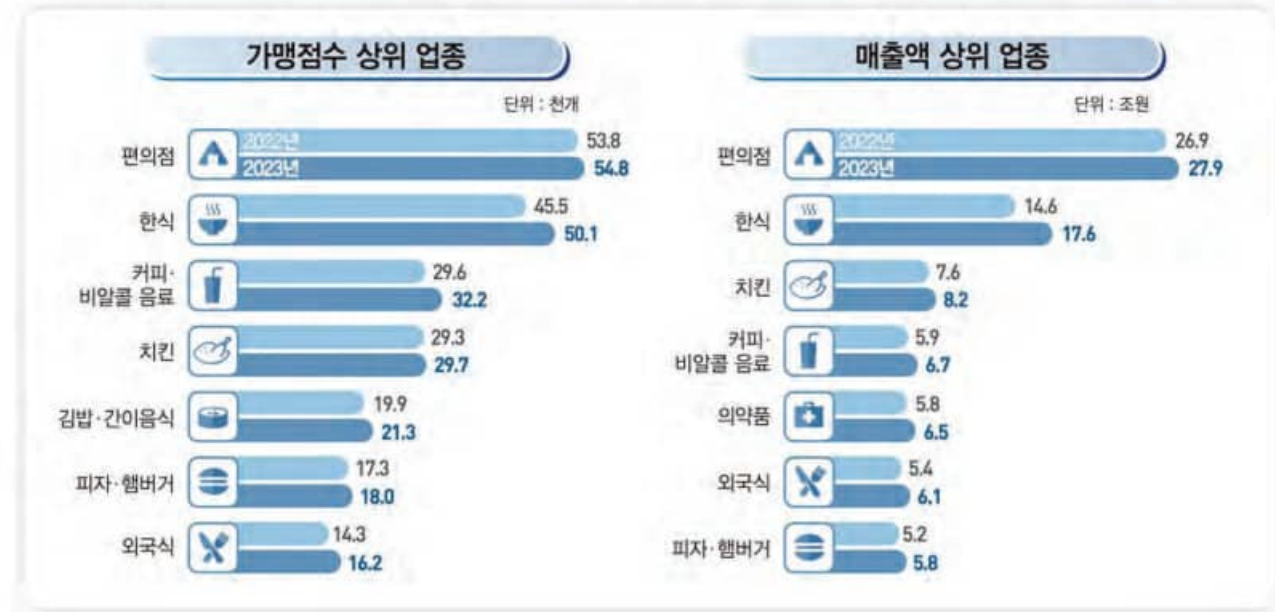
세탁 및 편의점업은 통상 가맹점주가 매출액을 가맹본부로 송금하고 가맹본부가 상품대금 등을 공제 후 이익금을 가맹점주에게 배분해주는 구조이다. 이와 관련해 공정위 관계자는 "물품 대금결제 방식에 관한 가맹점주의 권익향상을 도모하기 위한 조치"라고 설명했다.

공정위는 또 "이번 표준가맹계약서 개정을 통해 필수품목 관련 계약서 기재 방식에 대한 시장의 의문을 해소하여 필수품목 제도개선의 신속하고 안정적인 시장 안착이 촉진되고, 물품 대금결제 방식과 관련된 불합리한 거래 관행이 줄어들 것으로 기대된다"고 밝혔다. **KTV**

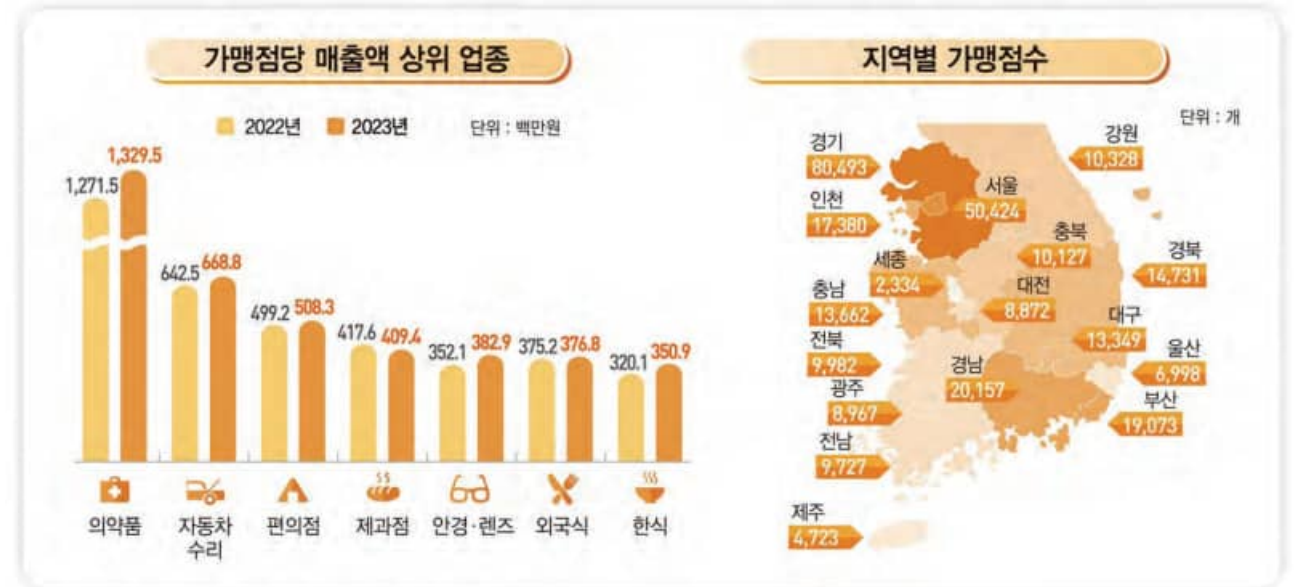
프랜차이즈 매출 108조8000억 '8.4%' 증가

2023년 프랜차이즈 조사 결과...전체 가맹점 수 30만1000개

WRITE | 김은영 기자



코로나 엔데믹이 시작된 2023년 프랜차이즈 업계가 2022년에 비해 소폭 성장한 것으로 나타났다. 전체 매출액은 108조8000억원으로 2022년 대비 8.4% 증가했다. 가맹점당 매출액도 3.0% 증가했다. 통계청이 발표한 '2023년 프랜차이즈 조사 결과'에 따르면 프랜차이즈 전체 매출액은 108조8000억원이다. 업종별로 매출액 비중을 살펴보면 편의점이 27조9000억원으로 전체의 25.6%를 차지했다. 다음으로는 한식 17조6000억원(16.2%), 치킨전문점 8조2000억원(7.5%) 순이었다.



전년 대비 매출액 증가폭이 큰 업종으로는 생맥주·기타주점이 24.7%(6000억원)로 가장 높았다. 뒤이어 한식 20.9%(3조원), 커피·비알콜음료 14.2%(8000억원) 순이었다. 다만 문구점은 -7.0%(-600억원)은 감소했다.

프랜차이즈 가맹점 수는 30만1000개로 전년에 비해 5.2% 증가했다. 가맹점 수 비중은 편의점이 5만5000개(18.2%)로 가장 많았다. 이어 한식 5만개(16.6%), 커피·비알콜음료 3만2000개(10.7%) 순이었다. 전년 대비 외국식과 문구점, 한식 등 대부분 업종에서 증가했고, 자동차 수리는 감소했다.

가맹점 종사자 수는 101만2000명으로 전년 대비 7.4% 증가했다. 종사자 수 비중 역시 편의점이 21만1000명(20.9%)로 가장 많았다. 한식 16만9000명(16.7%), 커피·비알콜음료 12만9000명(12.7%) 순이었다.

성별 종사자 비중은 여성이 60.4%였고, 남성은 39.6%로 조사됐다. 여성 종사자 비중은 제과점, 커피·비알콜음료, 두발미용, 의약품 순으로 많았다. 반면 남성 종사자 비중은 자동차수리, 안경·렌즈 순이었다.

가맹점 당 매출액은 3억6092만원으로 조사됐다. 전년 대비 3% 증가했다. 생맥주·기타주점과 가정용 세탁, 두발미용 등에서 증가했고, 문구점, 제과점, 김밥·간이음식 등에서는 감소했다. 매출액 상위업종은 의약품(13억2945만원), 자동차수리(6억6882만원), 편의점(5억827만원)이었고, 매출액 하위업종은 가정용세탁(9815만원), 커피·비알콜음료(2억761만원), 김밥·간이음식(2억4573만원) 등이었다.

지역별 프랜차이즈 가맹점 수는 경기도가 8만개로 가장 많았다. 이어 서울은 5만개, 경남 2만개, 부산 1만9000개 순이었다. 수도권이 전체의 49.2%를 차지했다. 인구 만명당 가맹점 수는 제주도가 69.8개로 가장 많았다. 이어 강원 67.7개, 울산 63.3개였다. 서울은 53.6개, 전남은 55개 등으로 적었다.

지역별 종사자 수는 경기도가 27만9000명으로 가장 많았다. 이어 서울 19만4000명, 부산 6만6000명, 인천 6만1000명, 경남 5만8000명 순이었다. 지역별 매출액도 경기도가 30조1000억원으로 가장 높았다. 서울은 21조9000억원, 인천 6조5000억원, 부산 6조4000억원, 경남 6조1000억원 순이었다 [KFI]

수도권 소재 4개 종합주류도매협회에 과징금 1억4500만원 부과

공정위, 소매업소 상대 가격경쟁 막아...공급가격경쟁 활성화 기대

WRITE | 김민호 기자



공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 서울·인천·경기북부·경기남부지방종합주류도매업협회(이하 '수도권 주류협회')가 자신들의 회원사(도매업자) 간 가격경쟁을 막는 등의 방식으로 기존 거래처 확보 경쟁을 통제한 행위에 대하여 시정명령(향후 금지명령, 구성사업자 통지명령 등) 및 과징금 1억4500만원(잠정)을 부과하기로 결정했다.

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 서울·인천·경기북부·경기남부지방종합주류도매업협회(이하 '수도권 주류협회')가 자신들의 회원사(도매업자) 간 가격경쟁을 막는 등의 방식으로 기존 거래처 확보 경쟁을 통제한 행위에 대하여 시정명령(향후 금지명령, 구성사업자 통지명령 등) 및 과징금 1억4500만원(잠정)을 부과하기로 결정했다.

이들 4개 협회는 종합주류도매업 면허를 가진 사업자들이 수도권 지역에 사업장을 두고 있는 도매업자들로 구성된 사업자단체다. 지난해 공정위가 민생 밀접 분야에 대한 부당행위 감시를 강화하면서 주류업계가 첫 도마에 오른 셈이다.



공정위가 밝힌 위반행위를 살펴보면 수도권 주류협회는 2014년 7월 '수도권 거래질서 운영규정'(이하 '운영규정')을 개정해 회원사의 기존 거래처를 보호하는 이른바 '선거래제 원칙'을 위반하는 회원사에 대한 제재 조항을 운영규정에 포함시켰다.

이러한 제재 조항은 4개 협회들로 구성된 '수도권주류유통정상화위원회'의 중재 사항을 이행하지 않는 회원사의 명단을 전 회원사에 공개하도록 하고 국세청에 고발할 수 있도록 하고 있다.

이런 '선거래제 원칙'은 회원사들로 하여금 ①기존 도매업자의 거래가격보다 유리한 가격을 제시해 그의 거래처를 확보하는 행위 ②다른 도매업자의 직원을 채용하는 방식으로 그의 거래처를 확보하는 행위 ③다른 회원사가 거래약정을 체결한 거래처와 그 거래 약정기간 내 거래하는 행위를 금지하는 것이다.

공정위는 "선거래제 원칙 자체는 2013년 7월 운영규정 제정 당시부터 있었으나, 2014년 7월 제재 조항을 추가해 그 실효성을 확보하게 되었으므로 이때부터 법 위반으로 판단했다"고 밝혔다.

수도권 주류협회는 2022년 10월 다시 한번 운영규정을 개정해 다른 회원사의 거래처를 자신의 거래처로 확보한 회원사에 대해 거래처를 잃은 회원사에 배상금을 지급하도록 의무화하는 내용을 운영규정에 추가했다. 공정위는 이러한 행위가 '독점규제 및 공정거래에 관한

법률」 제51조 제1항 제3호에 위반되는 사업자단체 금지행위에 해당한다고 판단했다.

공정위는 "이번 조치는 국내 전체 종합주류도매업 시장의 50%를 초과하는 수도권 시장에서 약 10년에 걸쳐 도매업자들의 거래처 확보 경쟁을 통제한 사업자단체의 행위를 적발·시정한 것"이라며 "서민들이 즐겨 찾는 소주, 맥주 등에 대한 공급가격경쟁이 활성화될 것으로 기대된다"고 전했다.

또한 "다른 지역의 주류 도매 시장에서 발생할 수 있는 사업자들과의 담합 및 사업자단체 금지행위를 예방하는 효과도 뒤따를 것으로도 예상된다"고 덧붙였다.

공정위는 앞으로도 민생 물가에 영향을 주는 상품의 거래 시장에서 발생하는 담합 및 사업자단체 금지행위 등에 대한 감시를 강화하고, 국민들의 경제적 부담을 줄이기 위해 지속적으로 노력해 나갈 계획이다.

한편 유통업계에서도 공정위의 주류 시장 관련 행보에 주목하고 있다. 연구 용역을 토대로 주류 통신판매 규제를 없애는 쪽으로 기우는 모습을 보여서다. 현재 전통주만 온라인으로 주문해 배송받을 수 있고, 나머지는 오프라인 매장에서 신분증 확인 후 수령 가능하다. 유통 시장에서 온라인 점유율이 52%에 달하지만, 주류만큼은 오프라인이 독점하고 있는데 공정위 결단에 따라 경계가 허물어질 수도 있다.[\[K77\]](#)

‘불공정 거래관행 개선’ 점주 비율 71.6%, 전년 대비 5.3% 하락

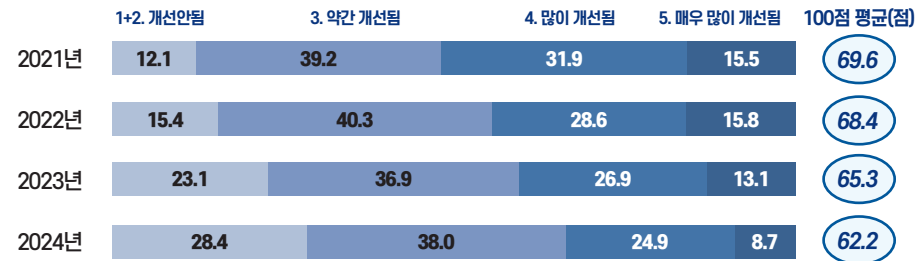
2024년 가맹분야 실태조사 결과, 매출액 과대 제공·광고비 부당 전가 순

WRITE | 김상훈 기자

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 ‘공정위’)는 21개 업종의 200개 가맹본부와 1만2000개 가맹점을 대상으로 ‘2024년 가맹 분야 서면실태조사 결과’를 실시한 결과를 발표했다.

실태조사 결과의 주요 내용은 ▲거래관행 개선 체감도 ▲필수품목 관련 거래 관행 ▲물품대금 결제방식 및 모바일 상품권 취급현황 ▲가맹점 사업자 단체 구성 및 운영현황 등 4가지다.

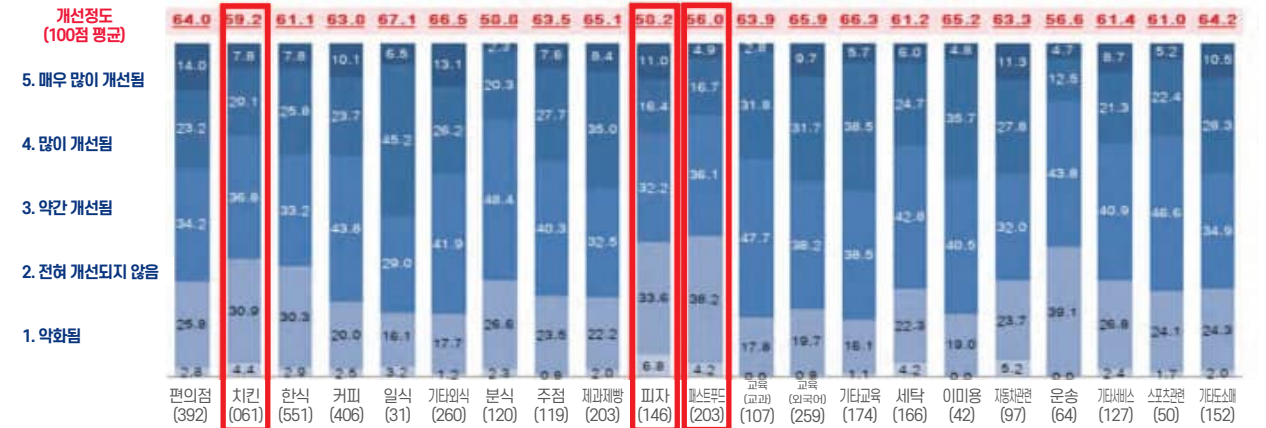
거래관행 개선 체감도



먼저 거래 관행 개선 체감도에서는 개선되었다고 응답한 가맹점주 비율은 71.6%, 가맹 분야 정책에 만족한다고 응답한 가맹점주의 비율은 78.8%로 높은 수준을 나타냈다. 하지만 전년(76.9%, 83.1%)에 비해 각각 5.3%p, 4.3%p 하락했다. 또한 가맹본부로부터 불공정행위를 경험한 적이 있다고 응답한 가맹점주 비율은 54.9%로 전년(38.8%) 대비 16.1%p 증가했다. 주요 불공정행위 유형은 매출액 등 정보를 부풀려 제공(20.5%), 광고비 등을 부당하게 전가(18.0%), 정보 공개서 등 중요 서면을 미제공 또는 지연제공(12.1%) 순으로 나타났다. 이처럼 거래 관행 개선 체감도가 전반적으로 악화된 것은 장기간 지속되고 있는 자영업 경기 침체에 따른 영향이 크게 작용한 것으로 분석됐다. 실제 자영업 경기 침체에 따라 가

맹점 폐업 및 위약금에 대한 분쟁조정(조정원 및 지자체) 건수는 크게 증가했다. 2022년 135건(18.9%)에서 2023년 208건(26.7%), 지난해 상반기에만 98건(25.6%)을 기록했다. 필수품목 관련 거래관행 여부 중 가맹본부가 정한 필수품목 중 불필요한 품목이 있다고 응답한 가맹점주는 78.7%, 필수품목과 관련해 문제가 있다고 인식하는 가맹점주는 55.2%였다. 가맹점주들은 필수품목과 관련된 주요 문제점으로 비싼 가격, 불필요한 품목 지정, 품질 저하 등을 꼽았다. 이와 관련해 공정위는 올해 이같은 문제점 해소를 위해 필수품목 제도 개선을 중점적으로 추진한다는 계획이다. 공정위의 지속적인 로열티 모델로의 유도정책에 따라 시장에 점차 로열티 모델이 확산되고 있는 추세도 확인됐다. 계속가맹금을 수취하는 가맹본부 중 ‘로열티로만 수취’하는

업종별 불공정행위 개선 체감도

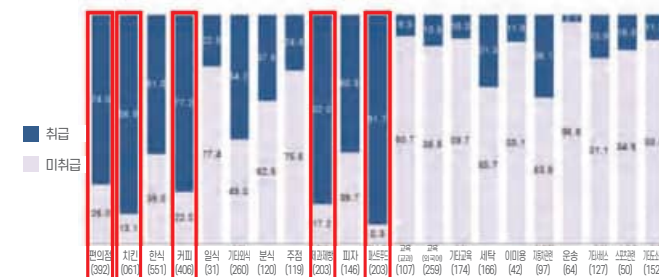


가맹본부의 비중이 38.6%로 전년(35.2%) 대비 3.4%p 증가했다. 반면, ‘차액가맹금으로만 수취’하는 가맹본부의 비중은 24.7%로 전년(32.7%) 대비 8.0%p 감소했다. 또한 적절한 가맹금 납부방식을 묻는 질문에서 가맹점주들의 61.6%가 로열티로만 납부하는 것을 선택(23년은 58.6%)해 차액가맹금으로 납부하는 방식(30.6%)보다 훨씬 선호하는 것으로 나타났다. 공정위는 향후에도 로열티 모델로의 전환을 지속적으로 유도해 나갈 계획이다.

가맹본부로부터 경험한 불공정행위 유형



업종별 모바일 상품권 취급 허용 여부



물품대금 결제방식 및 모바일 상품권 취급현황

이번 실태조사에서는 최근 쟁점이 되고 있는 물품대금 결제방식과 모바일 상품권 취급 현황을 처음으로 조사 항목에 포함됐다. 먼저 물품대금 결제와 관련해 카드결제를 허용하는 가맹본부는 37.7%에 불과하고, 이 중 39.5%는 ‘지정장소 방문 후 현장결제만 허용하는 등 카드사용 방식을 제한하고 있는 것으로 나타났다.

모바일상품권을 취급하는 가맹본부 비율은 26.5%이고, 이들의 평균 모바일상품권 수수료 부담비율은 가맹본부 30.6%, 가맹점주 69.4%로 가맹점주의 부담 비율이 더 높은 것으로 나타났다. 가맹점주가 경험한 주요 모

바일상품권 관련 불공정행위 유형은 ‘가맹점주 동의 없이 모바일 상품권 취급(67.6%)’, ‘상품권 액면금액과 상품 판매가격 간 차액 발생시 가맹점주에게 비용을 부담(60.0%)’ 등의 순으로 나타났다.

가맹점사업자 단체가 구성된 가맹본부 비율은 18.0%로 전년(11%) 대비 7.0%p 증가했고, 단체에 가입한 가맹점주는 20.1%로 전년(17.9%) 대비 2.2%p 증가한 것으로 나타났다. 단체 가입에 따른 불이익을 경험한 적이 있다고 응답한 가맹점주의 비율은 14.5%로 전년(18.3%) 대비 3.8%p 감소했고, 불이익 유형은 매장점검(51.1%), 불이익경고(46.6%) 등으로 확인됐다. 한편, 국회에 계류되어 있는 가맹점사업자 단체 협의의 무효 법안에 대해 가맹본부의 61.5%는 반대하는 반면, 가맹점주의 69.4%는 찬성하는 등 양자 간의 입장이 첨예하게 대립하고 있는 것으로 나타났다. 공정위는 향후 법안에 대한 업계의 우려를 충실히 전달하는 등 국회의 법안 논의에 성실히 대응해 나가겠으며, 내년에 시행되는 필수품목 거래조건 협의제 등을 통해 본부-점주 간 건전한 협의 문화가 자리 잡을 수 있도록 적극적인 노력을 기울일 계획이다. [77]

배리어프리 키오스크 설치 의무화

비용 부담에 고심 깊어지는 현장

WRITE | 이호 국장



1월 28일부터 시행되는 장애인차별금지법 개정안에 따라 100인 미만 사업장에서도 '배리어프리 키오스크'(Barrier Free KIOSK, 사회적 약자를 위한 무인 정보 단말기) 설치가 의무화됐다. 하지만 높은 설치 비용에 교체 부담이 더해지고, 지원 기관 예산도 턱없이 부족해 현장의 고심은 깊어지고 있다.

보건복지부에 따르면 장애인차별금지법 개정에 따라 장애인의 이동과 정보 접근성을 높이기 위해 1월 28일부터 배리어프리 키오스크 설치는 의무화됐다. 15평 이상, 100인 미만 사업장은 키오스크를 신규 도입할 때 배리어프리 제품을 설치해야 한다. 1년의 유예기간 내 기존 키오스크도 교체해야 한다. 어길 시 최대 3000만원의 과태료가 부과된다.

문제는 이미 법이 시행됐음에도 현장에서의 준비가 부족하다는 점이다. 게다가 대다수의 현장에선 이러한 법 개정조차 알지 못하고 있다. 지난해 말 중소기업중앙회가 키오스크를 활용하는 소상공인 402개사를 대상으로 벌인 조사에 따르면, 응답자의 85.6%가 법 개정 내용을 인지하지 못하고 있었다.

여기에 높은 설치 비용도 문제다. 점자블록, 음성 안내, 높이 조절 기능 등을 포함한 장애인 친화적 기술이 적용된 배리어프리 키오스크는 일반 키오스크보다 설치비용이 3배 이상 비싸다. 이로 인해 기관

들로부터 지원을 받아야 하는데 예산 분배에 어려움이 예상된다. 경기도시장상권진흥원은 기존 '소상공인 경영환경개선사업'에 배리어프리 키오스크 지원 항목을 추가할 계획이다. 다만 한정된 예산에서 지원 항목이 추가되기 때문에 지원 규모가 크지 않을 것으로 보인다.



소상공인시장진흥공단도 기존 정책을 개정안에 맞춰 재정비 중이다. 공단은 올해 '스마트상점 기술 보급 사업'에서는 일반 키오스크 지원을 중단하고 배리어프리 인증 키오스크를 우선 보급할 계획이다. 그러나 공단 역시 한정된 예산과 정책 범위로 인해 현장 부담을 얼마나 해소할 수 있을지에 대한 우려는 여전하다.

이런 상황에 장애인의 편의를 위해 법을 개정하는 부분은 공감하지만, 내수 부진으로 시름하고 있는 소상공인의 경영 부담이 더욱 커질 것이라는 목소리도 나온다. 소상공인연합회(소공연)는 최근 입장문을 내고 '배리어프리 키오스크 의무화'에 대해 무기한 적용 유예를 강력히 촉구했다. **KFN**

'가맹분야 공정거래협약 이행평가기준' 개정

필수품목 거래관행 개선 및 상품 대금 신용카드 결제 허용 등 상생협력 유도

WRITE | 김은영 기자

공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 가맹본부의 적극적인 필수품목 거래관행 개선을 유도하고, 가맹점 지원 및 상생협력 유인을 높이기 위하여 가맹분야 공정거래협약 이행평가기준(이하 '평가기준')을 개정했다. 개정된 평가기준은 가맹본부와 가맹점사업자간 불공정행위 예방 및 상생협력 촉진을 위해 체결하는 공정거래협약(상생협약) 이행평가 시 적용되며, 2024년 말 현재 외식, 편의점, 도소매 분야에서 총 14개 가맹본부가 약 5만8000개(전체 가맹점의 16.5%) 가맹점과 협약을 체결하고 있다. 14개 브랜드는 BBQ, CU, GS25, 교촌치킨, 놀부, 푸레쥬르, 롯데리아, 본죽 세븐일레븐, 올리브영, 이니스프리, 이마트24, 정관장, 파리바게트 등이다.



<협약 평가 기준 개정안 주요내용(요약)>

필수품목 거래관행 개선 유도	① 필수품목 거래관행 개선 관련항목 점수 상향 조정
	② 「구입강제품목 가이드라인」 반영 시 가점 부여
가맹점 지원 및 상생협력 유인 제고	① 가맹본부·가맹점사업자 매출액 증가율 비교 항목 점수구간 세분화
	② 상품 대금 신용카드 결제 허용에 대한 가점 강화
협약이행평가 참여 독려	① 정보공개서 표지에 평가결과를 표시할 수 있는 인센티브 확대
	② 평가부진기업 및 평가 미참여 기업에 대한 컨설팅 실시

평가기준 개정의 주요 내용은 다음과 같다. 먼저, 가맹본부의 적극적인 필수품목 거래관행 개선을 유도하기 위해 필수품목 거래 관행과 관련된 평가항목(가맹금 수취방식의 로열티 전환여부, 구입강제품목 개수 및 매출액 중 비중)에 대한 점수를 대폭 상향 조정(총 8점→12점)했다.

또한 협약기업이 선도적으로 필수품목 제도 개선 사항 이행에 앞장설 수 있도록 공정위가 지난 6월 발표한 '구입강제품목 가이드라인'을 계약서에 충실히 반영했는지 여부에 따라 가점을 부여하도록 했다.

다음으로 가맹본부의 가맹점 지원 및 상생협력 유인을 높이기 위해 '가맹점사업자 매출액 증가율'이 '가맹본부 매출액 증가율'보다 클수록 높은 점수를 부여하도록 하고, 상품 대금의 신용카드 결제를 허용하는 가맹본부에 대한 가점을 크게 높였다.(1점→3점)

마지막으로, 보다 많은 업체가 상생협약 이행평가에 참여할 수 있도록 정보공개서 표지에 평가결과를 표시할 수 있는 혜택(인센티브)을 기존 '우수' 등급 이상에서 '양호' 등급 이상으로 확대하고, 협약 이행 평가에 관심있는 가맹본부를 대상으로 맞춤형 상담(컨설팅)을 제공하기로 하였다.

공정위는 "이번 평가 기준 개정으로 인하여 필수품목 거래관행이 개선되고 가맹본부의 가맹점 지원이 강화되어 가맹점주들의 경영부담이 완화될 수 있을 것으로 기대한다"고 밝혔다.

이번에 개정된 내용은 내년부터 체결하는 협약에 대한 평가(2026년 실시)부터 적용되며, 자세한 내용은 공정위 누리집(www.ftc.go.kr)에서 확인할 수 있다. 또한 공정위는 내년 1월 중 별도 설명회를 개최하여 협약에 참여하고 있거나 참여를 희망하는 기업을 대상으로 이번 개정내용을 자세히 안내할 계획이다. **KFN**

공정거래위원회

'1+1 제도' 업종 변경시에도 확대 적용

공정위, 2025년 업무추진 계획



공정거래위원회가 올해 민생경제 회복과 미래 대비를 위한 공정거래 기반 조성에 박차를 가한다는 계획이다. 이를 위해 프랜차이즈 업계의 경우 현재 시행되고 있는 '1+1 제도'를 업종 변경시에도 확대할 방침이다. 아울러 창업 희망자가 적시에 필요한 정보를 확인할 수 있는 정보공개서 공시제가 도입된다.

공정거래위원회는 1월 8일 이같은 내용을 담은 '2025년 주요 업무 추진계획'을 발표했다. 공정위는 "올해는 내수 회복 지연으로 민생의 어려움이 지속되고, 대내외 불확실성 확대에 따라 경기 하방위험이 커질 우려가 있는 한편, 미래에 대비한 새로운 성장동력 창출도 긴요한 상황"이라며 "이에 '민생경제 회복 및 미래 대비를 위한 공정거래 기반 조성'을 목표로 4대 핵심과제를 추진할 계획"이라고 전했다.

가맹점과 대리점주의 사업여건 개선을 위해서는 우선, 가맹점주 창업 안정성 강화를 위해 ▲창업희망자가 필요정보를 적시에 확인할 수 있도록 '정보공개서 공시제'를 도입하고 ▲이른바 '1+1제도'도 확대한다. 현행 가맹사업 개시 전 해당업종 직영점 1개 이상, 1년 이상 운영에서 업종 변경 시에도 확대 적용하도록 개정한다는 방침이다.

< 4대 핵심과제 및 추진기반 >

목표	"민생경제 회복 및 미래 대비를 위한 공정거래 기반 조성"
핵심 추진 과제	<ul style="list-style-type: none"> 1. 중소기업·소상공인 경제활력 제고 <ul style="list-style-type: none"> 1. 하도급·유통 분야 중소기업·납품업체의 정당한 대가 보장 2. 가맹·대리점주의 사업여건 개선 3. 자영업자 보호장치 확충 및 경영여로 해소 2. 미래 대비를 위한 혁신경쟁 촉진 <ul style="list-style-type: none"> 1. 담합 및 불공정 거래관행 개선 2. 미래 신성장동력 확보를 위한 공정경쟁 기반 확대 3. 플랫폼 시장의 공정경쟁 활성화 3. 소비자 보호 강화 및 권익 증진 <ul style="list-style-type: none"> 1. 생애주기별 소비자 보호대책 추진 2. 디지털 거래 소비자 권익 강화 3. 신유행·국제적(글로벌) 거래 소비자 피해 예방 4. 대기업집단 제도의 합리적 운영 <ul style="list-style-type: none"> 1. 부당내부거래 감시·제재 강화 2. 대기업집단 시책 합리화 3. 시장 자율감시 가능 강화 및 기업 부담 완화
추진 기반	<ul style="list-style-type: none"> 1. 민집행 시스템 필요성 제고 2. 피해구제를 위한 분쟁조정 및 소송지원 확대

또한, 대리점주 협상력 제고를 위해 ▲대리점주 단체 구성권을 보장하고 ▲계약해지 시 반드시 사전에 통지하도록 절차를 엄격화한다. 아울러 ▲배달·이벤트 비용 떠넘기기 등 가맹분야의 고질적 병폐 ▲유제품·타이어 등 국민생활 밀접 분야 대리점주 대상 불공정관행을 점검한다.

자영업자 보호장치 확충 및 경영여로 해소를 위해서는 먼저, 자영업자 부담 경감을 위해 온라인 플랫폼의 불공정 관행 감시를 강화한다. 이를 위해 지난해 마련된 ▲배달앱 및 모바일상품권 분야 상생방안을 신속히 시행하고, ▲배달앱의 최대대우요구·자사우대 등 불공정 관행도 감시·시정한다.

다음으로 자영업자 경영여로 해소를 위해 ▲'식당테크' 관련 불공정관행 실태 조사 ▲'노쇼' 관련 소비자 분쟁해결기준 정비 ▲온라인 광고대행 불법행위 근절을 위한 표준약관 제정 등을 추진한다. 식당테크란 예약·출서기업이나 원격주문앱, 테이블 주문기기 등 식당 운영을 돕는 신기술을 말한다.

WRITE | 김은영 기자

고용노동부

내년 외국인력(E-9) 13만명 도입

업종별 쿼터 9만8000명·탄력배정분 3만2000명으로 결정

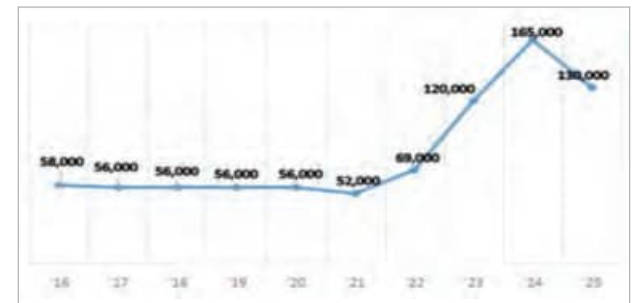


< '25년 업종별 E-9 도입인원 (단위: 명) >

총 계	제조업	조선업	건설업	농축산업	어업	서비스업	탄력배정
130,000	72,000	2,500	2,000	10,000	8,500	3,000	32,000

정부는 12월 20일 외국인력정책위원회(위원장: 박기선 국무조정실장)를 개최, 고용허가제 외국인력(체류자격 E-9) 쿼터 결정에 관한 '2025년 외국인력(E-9) 도입 운용계획'을 확정했다.

그간 정부는 산업현장 인력난에 적극적으로 대응하기 위하여 E-9 외국인력 쿼터를 2년 연속 역대 최대로 확대해(통상 5~7만 → '23년 12만명 → '24년 16만5000명) 왔다.



또한 비수도권 부리 중견기업('23.9월), 음식점업 등('24.1월) 고용허가 대상 업종 확대, 사업주 구인노력 기간 단축(14일→7일)('24.1월), 사업장별 외국인력 고용한도 2배 상향('23.9월) 등 원활한 외국인력 활용을 위한 제도개선도 적극 추진해 왔다.

올해의 경우, 경기 변화와 함께 E-7(특정활동), E-8(계절근로) 등 취업이 가능한 다른 비자의 외국인 활용 증가로 E-9 수요가 줄어들면서, E-9 고용허가 실적은 연말까지 8만명 내외가 될 것으로 예상된다.

정부는 올해 입국 인원과 인력수급전망에 따른 인력부족분, 경기 전망 등 대외여건, 사업주 및 관계부처 수요조사 결과 등을 고려하여 내년 E-9 외국인력 쿼터를 13만명으로 결정했다.

쿼터는 일종의 상한(ceiling) 개념으로, 현장의 수요에 따라 언제든지 외국인력을 활용할 수 있도록 도입 규모의 한도를 설정한 것이다. 정부가 결정한 쿼터는 크게 두 부분으로 나누어볼 수 있다.

첫째, E-9 예측 수요를 반영한 '업종별 쿼터'로, 이는 총 9만8000명이다. 제조업 7만2000명, 농축산업 1만명 등 업종별로 분배된다. 둘째, 예상치 못한 상황 변화에 탄력적으로 대응하기 위한 '탄력배정분'이다. 이는 총 3만2000명이며 연중 인력수요 변화에 따라 업종 구분 없이 운영된다.

탄력배정분은 사업주, 경제단체, 관계부처 등은 업종별 쿼터(9만8000명)를 상회하는 수요를 제출한 점, 상황 변화에 신속히 대응할 필요가 있는 점을 감안하여 설정되었다.

김민석 고용노동부 차관은 "25년 E-9 수요를 정확하게 예측하여 쿼터를 설정하되, 예상치 못한 변화가 발생하더라도 인력난 해소에 부족함이 없도록 충분한 탄력배정분을 반영했다"라며 "‘제때’, ‘필요한’ 인력을 활용할 수 있도록 제도개선도 지속 추진할 계획"이라고 말했다.

WRITE | 박서진 기자

공정거래위원회

공정위, 가맹계약서 필수품목 기재 실태 점검

필수품목의 종류 및 공급가산정방식 기재 여부 중심



공정거래위원회

공정거래위원회는 2월 3일부터 가맹계약서 필수품목 기재 의무 이행실태 점검을 실시중이다. 필수품목이란 가맹점주가 반드시 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자로부터 구입하여야 하는 원 부재료 등을 말한다. 이번 점검은 가맹계약서에 필수품목의 종류와 공급가산정방식을 의무적으로 기재하도록 개정된 '가맹사업거래의 공정화에 관한 법률'의 현장 이행실태를 확인하기 위한 것이다. 75개 주요 가맹본부를 대상으로 실시됐다.

구체적으로는 □필수품목의 종류와 공급가산정방식을 기재해 가맹계약(신규·갱신·변경)을 체결하였는지를 중점적으로 점검한다. 신규·갱신계약은 2024년 7월 3일 이후 체결분부터, 기존 계약은 2025년 1월 2일까지 변경계약 체결분부터 적용된다. 또 가맹계약서에 필수품목의 □지정사유 □거래상대방 □결정 기준 등을 명확하게 기재하였는지 여부도 가이드라인 및 표준계약서를 기초로 살펴볼 예정이다. 지난해 6월 20일에 발표된 '구입제품목의 종류 및 공급가격 산정방식 계약서 기재방식에 관한 가이드라인'이다.

공정위는 이번 점검을 통해 필수품목 관련 제도 개선사항이 현장에 빠르게 안착되도록 유도한다는 계획이다.

공정위는 이번 점검을 통해 필수품목 관련 제도 개선사항이 현장에 빠르게 안착되도록 유도한다는 계획이다.

Organ News

식약처

주요 식중독 예방 대책 발표



식품의약품안전처

식중독 예방 활동을 적극 추진하겠다고 밝혔다.

먼저 이동배식, 출장뷔페, 도시락 등 운반음식으로 인한 대규모 식중독 예방을 위해 학교 급식소에 운반음식을 납품하는 식품 제조·가공업체 등에 대한 위생 관리 실태를 집중 점검한다. 산업체 등에 대량 조리 식품을 판매하는 배달 음식점도 지자체와 합

동점검을 실시하는 등 집중 관리한다. 이와 더불어 식약처는 한국프랜차이즈산업협회, 한국외식업중앙회 등 음식점 관련 협회와 어린이집총연합회, 유치원총연합회, 교육부 등과 긴밀히 협력해 식중독 예방 및 대응 활동도 지속할 예정이다. 아울러 평소 손씻기, 보관온도 지키기, 익혀먹기 등 식중독 예방 수칙을 철저히 준수해 줄 것을 당부했다.

식약처는 앞으로도 식중독 발생 현황 분석을 통해 주요 원인식품 및 발생시설에 대하여 사전 안전관리 및 예방 교육·홍보를 강화하는 등 국민의 안전하고 건강한 식생활 환경을 조성하기 위해 최선을 다할 계획이다.

WRITE | 김은영 기자

Organ News

서울특별시

서울시, '서울형 가맹사업 필수품목 가이드라인' 마련

소상공인 힘보탬 프로젝트 일환, 구체적 조건기준 제시...지자체 최초



서울특별시

서울시가 장사하기 좋은 서울 만들기를 위한 '소상공인 힘보탬 프로젝트'의 하나로 가맹사업분야 필수품목 지정의 구체적인 조건과 기준이 담긴 '서울형 가맹사업 필수품목 가이드라인'을 마련했다.

가맹사업 필수품목이란 가맹본사가 자신 또는 자신이 지정한 사업자와만 거래하도록 가맹점주에게 강제하는 원재료나 설비·비품 등을 말한다. 현행 '가맹사업 거래의 공정화에 관한 법률'은 가맹사업에 필수적이라고 객관적으로 인정될 것, 상품 또는 용역의 동일성을 유지하기 어렵다는 사실이 객관적으로 인정될 것 등 필수품목의 충족 요건을 규정하고 있으나, 가맹본사가 정한 필수품목 중 불필요한 품목이 있다고 인식하는 가맹점주는 여전히 많은 상황이다.

서울형 필수품목 가이드라인은 가맹사업을 ▲일반식당/분식 ▲패스트푸드 ▲음료/디저트 ▲유아서비스/학원 ▲스포츠/이미용 등 5개 업종으로 분류하고, 품목별 필수품목 지정 요건과 위반 사례를 제시했다.

먼저, 필수품목의 판단기준을 필수성, 관리통제의 필요성, 계약 특성 등 3개로 나누고, 가맹본사가 필수품목을 지정할 때 사전 검토하여야 할 기술관리·표준관리·유통관리·위생관리 등 총 10개의 세부 항목을 마련했다. 또한 5개 업종의 특성을 고려하여 원자재, 주방 설비, 인테리어 등 품목별로 필수품목 지정이 많이 발생하는 분야를 분석하고 가맹본사의 위반 사례를 제시함으로써 필수품목 해당 여부를 구체적으로 판단할 수 있도록 했다.



시는 가맹본사와 가맹점주가 상생할 수 있는 가이드라인 마련을 위해 지난해부터 서울시에 등록된 가맹사업 정보공개서 166개를 분석해 불합리한 필수품목 지정 사례를 도출하는 한편, 관련 판례분석 및 가맹본사, 가맹점주 등 이해관계자 심층 인터뷰 등을 통해 필수품목 판단기준을 마련했다.

이번에 발표한 가이드라인은 서울시 공정거래종합상담센터 누리집(sftc.seoul.go.kr) 자료실 메뉴에서 확인할 수 있다. 가맹본사, 가맹점주는 물론 가맹사업을 준비 중인 예비창업자 등 관심 있는 시민이라면 누구든지 활용할 수 있다. 또한 책자 형태로 제작하여 서울 소재 가맹본사에 배포할 예정이다.

시는 이번 '필수품목' 가이드라인을 시작으로, 매년 가맹사업에서 자주 발생하는 불공정거래 분야를 발굴해 '서울형 가이드라인'을 지속 마련할 계획이다. 올해는 계약해지, 물품대금 지불 등 불공정 분야 실태조사를 통해 개선안과 세부 기준을 제시할 예정이다.

송호재 서울시 민생노동국장은 "이번에 마련된 필수품목 가이드라인은 가맹본사와 가맹점주 간 상생의 기틀을 마련하기 위한 첫 걸음"이라며 "앞으로도 가맹본사와 가맹점주의 목소리에 더욱 귀 기울여 공정한 경영환경 조성과 소상공인 지원을 위해 노력하겠다"고 말했다.

WRITE | 박서진 기자

Organ News

“철학으로 만든 고기, 대한민국 기준이 되다



김형제 고기의철학
김성채 대표



김형제 매장

한국인의 식문화가 변화하고 있다. 쌀 중심의 밥 문화에서 육류 위주의 식단으로 자리를 옮기고 있다. 이런 이유로 프랜차이즈 업계에서 돼지고기와 소 중심의 고기 아이템은 유행을 타지 않는 경쟁력으로 평가받고 있다. 특히 돼지고기는 저렴한 비용에 푸짐한 양으로 한국인의 대표적인 소울푸드로 통한다. 이러한 고기 시장에 확고한 철학으로 건강한 맛을 만들어내고 있는 ‘김형제 고기의철학’ 이야기를 들어봤다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

한 국농촌경제연구원과 통계청에 따르면 지난해 우리나라 1인당 쌀 소비량은 56.4kg이다. 1993년 110.2kg에 달했던 1인당 쌀 소비량은 30년 만에 절반 수준으로 감소했다. 반면, 육류(돼지고기, 소고기, 닭고기) 소비량은 꾸준히 증가했다. 2020년 54.3kg에서 2021년 56.1kg, 2022년 58.4kg, 2023년 60.6kg으로 나타났다. 이러한 증가세가 지속되면 2028년엔 1인당 육류 소비량이 61.4kg, 2033년에는 65.4kg에 이를 것으로 예상된다. 여기에 한몫 힘을 보탠 브랜드가 ‘김형제 고기의철학’이다.

음식에 진심을 더한다는게 철학이라는 얘기가. 20년간 형제가 동고동락하며 쌓은 노하우와 경험을 바탕으로 ‘맛있는 고기의 철학’을 고객들의 상 위에 가져다 드릴 수 있도록 하겠다는 의미로 브랜드 네이밍을 정했다.

이를 바탕으로 탄생한 ‘김형제 고기의철학’은 프리미엄 이베리코 전문점이다. 그렇지만 이베리코 외에도 숙성 돼지



이베리코 부채살

“내가 먹은 음식이 나의 건강과 몸을 구성한다”
김형제 고기의철학은 ‘좋은 재료에 김형제의 철학을 더 하자’다. 여기서 김형제의 철학은 뭘까. 김성채 김형제 고기의철학 대표는 “20여년간 요식업에 종사하면서 깨달은게 있다면, ‘내가 먹어 온 음식이 오늘 나의 건강과 몸을 구성한다’라는 단순하지만, 기본적인 내용”이라며 “건강과 맛을 더한 음식을 고객들에게 대접함으로써, 행복한 미소를 지으시는 고객들을 볼 때마다 자부심을 느끼고 있다”라고 말했다.



김성채 대표



김형제 고기의철학 매장모습



국내산 뼈삼겹살



블랙앵거스 꽃갈비살치살

고기, 블랙앵거스, 한우까지 다양한 고기와 사이드 메뉴를 갖추고 있다. 한 곳에서 최상의 다양한 고기를 맛볼 수 있는 브랜드다.

특히, 세계 4대 진미 중 하나로 각광 받고 있는 이베리코 세르도와 7일간 숙성시킨 국내산 돼지 고기, 국내산 천일염 복분자 소금, 숯 장인이 만들어낸 국내산 참숯 만을 사용하여 풍부한 육즙을 경험할 수 있다.

뿐만 아니라 전문가에게 교육을 받은 숙련된 솜씨의 직원들이 직접 고기를 구워주기 때문에 고객들은 식사에만 웃음이 집중하며 편안하게 가장 맛있게 구워진 고기의 타이밍에 고기를 먹을 수 있다. 여타 고깃집과는 다르게 1:1 매칭 서비스로 전문가가 고기를 처음부터 끝까지 직접 구워준다는 슬로건을 내걸고 돼지고기도 프리미엄 서비스로 이용할 수 있다는 점을 장점으로 내세우며 편안함을 제공하고 있다.

현재 전국은 물론, 필리핀 앙헬레스점까지 총 48개 점포를 운영 중이다. 김성채 대표는 “한달 가맹점 평균 매출은 5000만원 정도이지만 월 1억원 매출 달성 매장도 많다”라며 “정말 감사하게도 많은 예비창업자들이 문의를 주시고 고깃집 브랜드로 성장했다”고 전했다.

신뢰에 소통을 더하다

김형제 고기의철학만의 경쟁력은 기본이라고 할 수 있는 원재료다. 최고 품질로 관리하며 공급할 수 있도록 본사 차원에서 항상 노력한다. 이를 통해 전국 어느 매장을 방문하든지 동일한 맛과 품질이 유지될 수 있도록 관리한다. 또한 신규 개점시는 물론, 본사 보수교육 등을 통해 제품, 매장, 고객관리, 서비스를 꾸준히 점검 관리해 고객 방문 시 불편함이 없도록 신경을 쓰면서 가맹점을 관리해 나가고 있다. 문제는 본사가 아무리 노력을 해도 가맹점이 이를 잘 따라야 한다는 점이다. 김형제 고기의철학 역시 이를 위해 가

맹점과의 신뢰에 중점을 두고 있다. 아울러 신뢰를 바탕으로 한 소통을 통해 가맹점 하나하나와의 유대를 강화하고 있다.

“가맹사업을 할 때 중요하다고 생각했던 점은 가맹본부와 가맹점과의 신뢰, 화합이죠. 이러한 생각으로 창업 시 가맹본부에서 헤드릴 수 있는 최대한의 지원을 약속드리고 있어요” 본사 슈퍼바이저와 가맹점과의 일대일 맞춤 설명은 기본이다. 여기에 섬세한 창업 프로그램으로 외식업이 처음인 예비 창업자들도 가맹본부에서 확실한 솔루션을 얻을 수 있도록 관리 및 지원을 하고 있다.

최근에는 온라인 홍보가 중요해진 만큼 각 가맹점 단위로 온라인 홍보도 지원하고 있다. 정기적으로 가맹점과 커뮤니케이션하면서 문제가 생겼을 시에 빠르게 지원할 수 있는 방향은 없는지 모색하는 것도 김성채 대표의 강조 운영 철학이기도 하다.

20년 외식 노하우 ‘고기’로 결실 맺다

김성채 대표는 20년 이상의 기간 동안 다양한 외식 프랜차이즈 사업을 운영한 노하우를 보유하고 있다. ‘삿포로 퓨전 소주방’ 브랜드를 운영했었고, ‘가르텐비어’ 브랜드에서는 호남 지사장도 역임했다. 그 이후 ‘김형제 고기의철학’, ‘무등소갈비’의 다수의 브랜드를 개발하면서 외식 프랜차이즈 사업에 열중하고 있다.

김성채 대표가 2024년 신규 브랜드로 론칭한 또 하나의 고기 아이템은 ‘무등소갈비’다. 현재 15호점을 개점했고, 꾸준

하게 창업문의가 들어오고 있는 상황이다. 김성채 대표는 “현재 외식 트렌드가 가성비와 가심비를 쟁기는 방향이라고 생각해 가격은 저렴하지만 가격 이상의 품질을 가진 음식을 먹을 수 있는 브랜드로 인식될 수 있도록 운영할 예정”이라고 밝혔다.

김 대표는 또 “프랜차이즈는 가맹점과 가맹본부 간의 경쟁이 아닌 화합으로 나아가야 한다고 생각한다”라며 “그래서 가맹점과의 ‘소통’이 가장 중요하다”고 강조했다. 이러한 소통부분은 일회성이 아닌 꾸준히 진행되어야 한다. 이게 바로 프랜차이즈의 생명이라고도 할 수 있다는 게 김 대표의 철학이다.

“수많은 프랜차이즈가 생겨나고 없어지는 요즘 같은 상황에도 꾸준히 이어나갈 수 있었던 건 가맹점과의 꾸준한 소통과 관리를 진행했기 때문이죠. 그렇게 생각하기에 이를 놓치지 않도록 최선을 다하고 있어요.”

김형제 고기의철학은 물론 신생브랜드 무등소갈비까지 이르는 김성채 대표의 경영철학은 가맹점과 본부를 구분하지 않는다. 전부 내 식구처럼 생각하며, 기쁜 일이 있을 때에는 같이 기뻐하고, 슬픈 일이 생길 때에는 서로 격려하면서 나아가는 게 그의 발걸음이다. “가맹점을 창업했으니 끝이라는 마인드가 아닌 가맹점과 같은 시선과 걸음으로써 나아가는 가맹본부가 되고자 합니다. 또한 무등소갈비 브랜드의 확장과 더불어 김형제 고기의철학 브랜드도 꾸준히 관리하고 신메뉴를 개발하면서 기존 가맹점과의 상생의 장을 이어나갈 생각이에요.” **K777**



김형제 고기의 철학 가맹본부 사무실 전경



케이네트웍스와외의 전략적인 금융 파트너십을 위한 업무협약 체결식

'SROO' 모두를 만족시킬 성공적 매장 운영 파트너

(주)힐링나인 김명석 대표



경기불황에 높아진 인건비. 프랜차이즈 업계에 디지털 혁신이 불어오는 이유다. 대표적인게 서빙로봇이다. (주) 힐링나인의 SROO는 인간과 로봇의 공존을 시도하는 기업이다. 서빙로봇을 통해 서비스 산업과 사회적 문제해결에 기여하는게 목표다. 고객 만족도를 높이고, 매장 운영 효율성을 극대화하는 혁신적인 솔루션을 제시하는 힐링나인의 서빙로봇 이야기다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장



서빙로봇 도입은 새로운 가능성을 열고 있다. 서빙 속도 향상, 직원 업무효율 증대, 인건비 절감, 새로운 고객 경험 제공을 통한 만족도 상승, 혁신적인 이미지 구축을 통한 브랜드 가치 향상이다.

세부적으로 살펴보면 서빙로봇은 빠르고 정확한 서빙으로 회전율을 높인다. 여기에 힐링나인은 최적화된 경로탐색 기술로 기존 로봇보다 20% 빠른 차별화를 선보이고 있다. 비용절감과 지속가능성도 서빙로봇의 장점이다. 야간근무나 피크타임에 추가 인력 없이도 안정적 운영이 가능하다. 여기에 힐링나인은 고장율이 낮고 유지보수가 간편하다는 장점을 더했다. 이를 통해 총 운영비용을 낮췄다. 특히 S2모델은 자율충전 기능과 에너지 효율성을 갖춰 전력 소비를 최소화했다.

고객 경험 및 만족도도 높다. 힐링나인은 로봇에 고객 맞춤형 인터페이스와 음성안내 서비스를 탑재해 고객과의 상호작용을 더욱 즐겁게 만들었다. 첨단 기술 체험을 원하는 MZ세대에게 매력적인 경험을 제공할 수 있는 이유다.

서빙로봇은 위생과 안전에도 뛰어나다. 접촉을 최소화해 전염병 확산 가능성을 차단한다. 힐링나인의 서빙로봇은 UV살균 기능이 내장돼 있어 식사 도구와 음식 전달시 위생관리를 스스로 강화시킨다. 여기에 경로 최적화 기술로 충돌과 사고 위험을 줄였다.

김명석 힐링나인 대표는 “기술 중심의 브랜드 이미지를 구축해 홍보효과를 높일 수 있을 뿐만 아니라 첨단 서비스를 경험하는 장소로 인식되는 효과를 가져온다”라며 “세련된



디자인과 모듈형 기능 업그레이드를 제공해 변화하는 트렌드에 빠르게 대응할 수 있는 기능도 지원한다”고 말했다. 아울러 “SROO는 최신 스마트 자율주행 시스템으로 공간 내 최적의 동선을 인지해 목적지에 정확하고 부드럽게 도착하며, 한번에 여러 테이블로 전달하는 멀티 서빙도 가능하다”라며 “인건비와 반복되는 육체적 부담을 줄이고 서비스 업무의 퀄리티와 효율을 자율주행 로봇 SROO를 통해 경험해 보기를 권한다”고 전했다. **KFN**

최고의 성장 파트너,
유통 선진화로
답하다



성규푸드시스템
김현주 대표

프랜차이즈 외식업종에서 전용유는 빠질 수 없는 재료다. 유종별 특성이나 기능성 첨가물을 활용해 고객 니즈에 맞게 Customization된 식용유지다. 전용유는 용도별 전용배합, 포장재 디자인 등을 통해 최상의 홍보효과도 낼 수 있다. 아울러 바삭함 향상, 사용기간 연장, 관능구현 상승 등의 특별한 기능도 발휘된다. 이처럼 프랜차이즈 외식업종에서 중요한 식용유 유통과 푸드서비스를 제공하는 전문기업이 성규푸드시스템이다. 2009년에 설립돼 전국 156개 프랜차이즈 브랜드에 공급하고 있다.

INTERVIEW | 이진창 발행인 WRITE | 이호 국장

배송신뢰도를 위한

성규푸드시스템의 약속



성규푸드시스템은 독특한 숫자를 기록한다. 1, 9, 156, 1만4800이다. 1은 업계 최초 ERP(출고시스템) 전산화 도입을 말한다. 9는 역시 최초로 9개 전국지사 설립이다. 156은 MOU를 맺은 가맹 브랜드 숫자다. 1만4800은 전국 가맹점 납품 현황을 의미한다.

김현주 성규푸드시스템 대표는 “유지유통의 오랜 경험과 차별화된 경쟁력을 기반으로 국내 외식사업의 한 분야인 프랜차이즈 사업의 전용유 유통을 선도하고 있다”라며 “성장이 유망한 건실한 프랜차이즈 브랜드를 엄선해 파트너십 계약을 체결, 협업을 진행중에 있다”고 말했다.

이러한 노력의 결과로 국내 메이저 기업 등 유지업계와 우수한 업체들과 협력 관계를 맺고 있다. 이를 통해 외식산업에 좋은 제품과 서비스, 기업 시민의식과 이해 관계자와의 소통을 바탕으로 이윤 이상의 가치를 창출해 유지유통업계의 발전과 고객의 건강한 식문화 정착을 표방하고 있다.

성규푸드시스템과 거래할 경우 생기는 장점은 4가지다. 첫째는 비용절감이다. 물류창고비와 물류비용, 식용류 매입비용, 제조사 보증금, 발주 관리자 인건비 등을 절감할 수 있다. 두 번째는 광고효과다. 브랜드 전용유를 생산함으로써 가치 상승 효과를 발생시킨다. 세 번째는 품질 향상이다. 각 제조사 브랜드별 특화된 혼합유를 제조해 전국 가맹점에 공급된다. 마지막은 보사의 이익 증대다. ERP(출고시스템)를 통한 발주율 확인, 사입 자동 파악 등을 통해 점유율 상승의 효과를 가져올 수 있다.

성규푸드시스템은 ESG 경영실천으로 친환경에도 앞장서고



있다. 대표적이며 친환경 플랫폼 폐식용유 수거업 그린마켓이다. 장점은 모바일로 빠른 수거 요청이 가능하고, 금전적 손실없이 시장 단가를 기반으로 좋은 가격에 폐유 판매가 가능하다. 소비자 맞춤 수거서비스로 원하는 수거시간 선택도 가능하다.

김현주 대표는 “앞으로도 성규푸드시스템은 끊임없는 도전과 정신으로 유통분야 및 식품산업의 선진화를 통해 기업 가치를 극대화할 것을 고객 여러분들께 다짐한다”라며 “이를 위해 신시장 개척, 디지털 서비스 전환 등을 통해 ESG(환경, 사회, 지배구조) 경쟁력을 확보해 지속 가능한 기업환경을 조성할 것이며 궁극적으로 사회가치 창출에 앞장서는 선도 기업이 되기 위해 최선을 다하겠다”고 전했다. **KFN**

● 이디야커피랩 '스트로베리 애프터눈티 세트' 출시

이디야커피가 딸기 시즌을 맞아 이디야커피랩에서만 만나볼 수 있는 '스트로베리 애프터눈티 세트'를 새롭게 선보이고 1월 31일 밝혔다. 이번 세트는 유럽의 고유 애프터눈티 문화를 모티브로 고객들에게 특별한 경험을 제공할 예정이다. 애프터눈티는 유럽에서 전통적으로 샌드위치, 스콘, 비스킷, 케이크 등 3단 스탠드로 구성되며, 이를 커피와 차와 곁들여 먹는 것으로 알려졌다. 세트는 논알콜 스파클링 삼페인 웰컴드링크와 시작되며, 고급스러운 3단 스탠드에 제공된다. 첫 번째 단에는 연어 오픈 샌드위치와 아보카도 모짜렐라 샌드위치, 상큼한 샐러드로 구성된 간단한 식사류가 준비된다. 두 번째 단에는 버터와 잼, 크림의 풍미를 느낄 수 있는 구성으로 스트로베리 크로아상과 패스츰리, 크림 치즈 무스가 제공된다. 세 번째 단에는 딸기를 메인으로 한 달콤한 케이크와 쿠키슈, 까눌레, 트라이플 등 다채로운 디저트를 올려 시각적인 매력을 더했다.



Brand Highlight

● 본아이에프 올해 브랜드 키워드로 'F.A.N' 선정

대한민국 대표 외식 프랜차이즈 '본아이에프'가 2025년 브랜드 핵심 키워드로 'F.A.N'을 선정했다고 24일 밝혔다. 본아이에프에 따르면, 올해 고객과의 접점 강화를 위해 밀착 마케팅을 전개하고 맞춤 서비스를 고도화할 방침이다. 핵심 키워드로 선정된 'F.A.N'은 ▲고객 팬덤(Fandom) 강화 ▲맞춤 서비스(Adapt) 고도화 ▲고객과의 접점(Network)을 확대하겠다는 의미다.

백민선 본아이에프 브랜드 기획실장은 "본아이에프는 오랜 프랜차이즈 운영 경험을 통해 점주는 물론 고객과의 적극적인 소통을 통해 장소 프랜차이즈로 사랑받고 있다"며 "올해는 오프라인 매장과 온라인 채널 등을 통해 본아이에프만의 강점인 고객 맞춤형 경험을 고도화함으로써 '고객을 팬으로' 만들어 나가는 한 해가 될 것이다"라고 전했다.



Brand Highlight

● 다비치안경 눈건강 시력지킴이 봉사단, 어르신 대상 안경제작 및 시력검사 봉사 진행

다비치안경 '눈건강 시력지킴이 봉사단' 세종충남지부는 1월 23일 당진시 노인복지관에서 지역 내 저소득 어르신 57명을 대상으로 무료 안경제작 및 시력검사를 진행했다.

이번 봉사는 경제적인 어려움으로 안경 교체나 시력 관리에 어려움을 겪는 어르신들을 돕기 위해 마련됐다. 봉사단은 어르신 한분 한분의 시력을 세심히 측정하고, 맞춤형 안경을 제작하여 제공하며 어르신들의 눈 건강을 지원했다.

다비치안경 당진점 김세환 대표는 "이번 봉사를 통해 어르신들이 더 나은 시력과 일상의 편안함을 누리실 수 있기를 바란다"며 "앞으로도 지역사회를 위한 재능기부 활동을 지속적으로 이어가겠다"고 밝혔다.



Brand Highlight

● 네네치킨 영화 '1승' 제작지원

네네치킨은 지난 2월 4일 개봉한 송강호, 박정민, 장윤주 배우 주연의 영화 '1승'을 제작지원했다. 영화 1승은 이겨본 적 없는 감독과 이길 생각이 없는 구단주, 이기는 법을 모르는 선수들까지 승리의 가능성이 없는 사람들이 단 1승에 도전하는 스포츠 소재의 영화다.

지난 13일 네네치킨 인스타그램을 통해 배우선수 김연경이 등장한 영화 1승 비하인드 스틸컷을 공개했다. 해당 이미지 속 김연경은 핑크스톤의 구단복을 입고 배구 경기를 하고 있다. 해당 경기장 내에는 네네치킨의 로고가 들어가 있어 영화 1승을 시청하는 관객들이 영화를 관람하면서 네네치킨 로고를 찾을 수 있는 재미를 선사했다. 또한, 영화 도중 네네치킨이 계속 등장하기 때문에 관객들은 익숙한 치킨 브랜드를 찾는 재미를 느낄 수 있다. 네네치킨 관계자는 "박진감 넘치는 배구 영화인 영화 1승을 많은분들이 즐겨주셨으면 좋겠다"며 "현재 다양한 VOD 및 플랫폼에서 관람이 가능해 집에서 네네치킨을 먹으며 시청하실 수 있다"고 전했다.



Brand Highlight

● 명륜진사갈비 가맹점주·임직원 설 맞이 떡국 나눔 봉사 진행

명륜당은 명륜진사갈비 임직원과 가맹점주가 1월 23일 설 명절을 맞아 서울특별시 강동구에 위치한 강동노인종합복지관을 찾아 어르신들을 위한 떡국 나눔 배식 봉사를 진행하고 취약계층을 위한 백미를 기부했다고 24일 밝혔다.

이번 봉사활동에서 명륜진사갈비는 지역 어르신들을 위해 떡국떡 90kg을 기부해 500여명의 어르신들에게 설 특식 떡국을 대접했다. 봉사활동에는 명륜진사갈비 임직원뿐만 아니라 서울에 소재한 가맹점주 15명과 가족 직원들이 참여해 가맹본사와 가맹점 간의 유대와 협력관계를 보여줬다. 더불어 취약계층을 위한 나눔 활동도 같이 전개됐다. 명륜나눔봉사단은 햅쌀 10kg 61포대, 총610kg의 백미를 기부하며 어려운 이웃들에게 마음을 전달했다.



Brand Highlight

● 암샘김밥 매운왕돈까스 HMR 출시...가정 간편식 시장 공략

암샘김밥이 가정 간편식(HMR) '암샘 매운왕돈까스'를 1월 16일 출시하면서 수년간 성장세를 지속하고 있는 HMR 시장에 도전장을 내밀었다. 이번 신제품은 국내산 등심을 사용해 신선함과 높은 품질을 자랑하며 매장에서 튀긴 듯한 풍미를 그대로 재현한 것이 특징이다. 바쁜 현대인들도 간편하게 고품질의 돈까스를 즐길 수 있도록 HMR 형태로 출시돼 소비자들의 기대를 모으고 있다. 암샘 매운왕돈까스는 암샘김밥만의 특제 매운 소스를 사용해 매운맛과 감칠맛이 조화를 이루며, 한층 더 깊고 풍부한 맛을 선사한다. 특히 매콤한 음식을 선호하는 소비자들의 입맛을 충족시키면서도 누구나 부담 없이 즐길 수 있도록 조리된 것이 특징이다. 지난해 선보인 물쫄면과 비빔쫄면에 이어 세 번째 HMR 제품인 이번 매운왕돈까스 출시를 통해 라인업 확장에 박차를 가하고 있다.



“미래를 여는 혁신, 위기를 넘은 도전” 코리아 프랜차이즈 컨벤션 개최

WRITE | 김영 기자

프랜차이즈산업의 성장을 도모하고 최신 트렌드와 성공전략을 공유하기 위한 국내 최초 코리아 프랜차이즈 컨벤션 2025가 3월 11일(화)부터 15일(토)까지 aT센터 그랜드홀과 세계로홀에서 개최된다. 이번 행사는 해외 바이어, 프랜차이즈기업의 대표 및 임직원, 예비창업자, 자영업자, 서플라이어 대표, 창업 및 프랜차이즈 전문가 등을 포함하여 500명 이상이 참석하는 국내 최초의 매머드급 프랜차이즈 행사이다.

미국 프랜차이즈협회(IFA)는 매년 2월에 프랜차이즈 컨벤션(IFA Annual Convention)을 개최한다. 약 4천명 이상의 프랜차이즈기업대표, 가맹점사업자 대표, 서플라이어 대표, 전문가, 해외 프랜차이즈 협회 회장, 해외프랜차이즈기업대표 등이 참석하여 다양한 세미나와 회의, 서플라이어 신기술·신상품 전시회 등이 개최된다. 이 행사를 통하여 기업에게 필요한 자료와 정보, 직면한 문제해결의 방안과 미래 방향 수립, 필요한 파트너 발굴과 사업적 네트워크를 구축하고 확대한다. 매년 참석할 때마다 느끼는 것은, 왜 미국 프랜차이즈기업들이 세계 프랜차이즈 시장을 주도하고 이끌어가는지에 대한 분명한 해답을 바로 이 컨벤션을 통해서 찾을 수 있다는 것이다.

한국 최초로 5일 동안 개최되는 코리아 프랜차이즈 컨벤션의 목적은 여러 가지 상황으로 위기를 직면한 국내 프랜차이즈기업들에게 위기를 극복하고 변화와 혁신을 통해 성장 전략 수립에 필요한 자료와 정보, 실행 방안, 국내외 파트너 발굴 등의 기회를 제공하기 위한 것이다.

이번 행사는 한국프랜차이즈산업협회, 코트라, 프랜차이즈산업연구원, 하이프랜차이즈가 주최·주관·후원한다.

컨벤션은 크게 ‘프랜차이즈 가맹점 컨퍼런스’, ‘프

일시	행사명	세부 행사	장소/시간	
3.11(화)	가맹점 창업 컨퍼런스	등록	그랜드홀 9:30~10:00	
		가맹점 창업 성공 세미나	2025 창업 트렌드와 창업 성공 키워드	그랜드홀 10:00~11:00
			100전 100승! 자영업 창업 성공의 모든 것	그랜드홀 11:00~12:00
		점심	12:00~13:00	
프랜차이즈 TOP 브랜드 상담회	프랜차이즈 TOP 30개 브랜드와 가맹희망자 상담회	세계로홀 13:00~17:00		
	등록	그랜드홀 9:30~10:00		
3.12(수)	프랜차이즈 컨퍼런스	예비창업자와 소비자 지향적 가맹본부의 대응전략 세미나	2025 예비창업자 특성과 가맹본부의 예비창업자 지원적 전략	그랜드홀 10:00~11:00
			2025 소비자 특성과 가맹본부의 소비자향적 전략	그랜드홀 11:00~12:00
		점심	12:00~13:00	
		시기술 및 푸드테크와 프랜차이즈산업과의 융합 세미나	프랜차이즈산업과 푸드테크기술의 융합 전략	그랜드홀 14:00~15:20
프랜차이즈산업과 AI 기술(챗GPT)의 융합 전략	그랜드홀 15:30~17:00			
3.13(목)	글로벌 프랜차이즈 컨퍼런스	등록	그랜드홀 9:00~9:30	
		글로벌 진출 세미나	해외 프랜차이즈시장 트렌드와 전망 해외 프랜차이즈시장 진출 전략 및 성공사례	그랜드홀 9:30~17:00
3.14(금)	글로벌 프랜차이즈 컨퍼런스	해외 바이어 상담회	해외 바이어와 국내 브랜드 간 1:1 매칭 상담회	그랜드홀 10:00~17:00
3.15(토)		브랜드 가맹점 투어	바이어상담회에 참가한 국내 브랜드의 점포 투어	그랜드홀 10:00~17:00
3.12(수)~14(금)	서플라이어 신상품·신기술 상담회	푸드테크, AI, 솔루션, 제조 및 유통회사, 은행 등	그랜드홀로비 10:00~17:00	

랜차이즈 컨퍼런스’, 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자(GFBP), ‘서플라이어 신상품·신기술 상담회’ 등 4개 행사로 진행된다.

프랜차이즈 가맹점 컨퍼런스는 가맹점 창업 성공 세미나, 프랜차이즈 TOP 브랜드 상담회, 창업 전문가의 1:1 상담회 등으로 진행되며, 프랜차이즈 컨퍼런스는 가맹본부의 예비창업자와 소비자 지향적 전략 세미나, AI기술 및 푸드테크와 프랜차이즈의 융합 전략 세미나로 진행된다. 글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자(GFBP)는 글로벌 프랜차이즈 세미나, 프랜차이즈 해외진출 상담회, 국내 브랜드 가맹점 투어 등이 진행되며, 서플라이어 신상품·신기술 상담회는 혁신적인 신기술, 신상품, 플랫폼을 보유하고 있는 기업들의 제품이 전시된다.

참가를 희망하는 가맹본부의 대표 및 임직원들은 온라인신청(www.kfconvention.com)을 통해 사전 등록이 가능하며, 참가비는 유료이다.

(주)프랜차이즈산업연구원 교육팀 ☎ 070-5133-0934 [7/7]

● 쿠우쿠우 2025 고객이 가장 추천하는 브랜드 대상 3년 연속 수상



국내 대표 초밥 뷔페 패밀리 레스토랑 쿠우쿠우가 1월 7일 서울 더플라자호텔에서 열린 '2025 고객이 가장 추천하는 브랜드 대상' 시상식에서 초밥(스시) 프랜차이즈 부문 대상을 수상하며 3년 연속 수상의 영예를 안았다.

'고객이 가장 추천하는 브랜드 대상'은 소비자들의 기대를 충족시키

며 최고의 브랜드 가치를 인정받은 기업에 수여되는 상으로 쿠우쿠우는 이에 걸맞는 브랜드로서의 입지를 다시 한번 확고히 했다. 2011년 안산 1호점을 시작으로 성장한 쿠우쿠우는 현재 전국에 89개 매장을 운영하며 꾸준히 성장하고 있다. 브랜드의 핵심 경영철학인 '정직, 친절, 청결'을 바탕으로 신선한 식재료를 사용하고, 120여가지의 다채로운 메뉴를 제공하며 고객들의 높은 만족도를 이끌어내고 있다.

깔끔하고 세련된 인테리어와 넓은 공간을 갖춘 매장은 편리한 외식 환경을 조성하고 있으며 초밥뿐만 아니라 한식, 양식, 중식, BBQ, 샐러드, 디저트 등 폭넓은 메뉴 구성으로 다양한 고객층의 취향을 만족시키고 있다. 또한 시종별 신메뉴와 지속적인 메뉴 리뉴얼, 신규 브랜드 론칭 등을 통해 고객들에게 새로운 맛과 즐거움을 선사하고 있다.

● 쿠우쿠우 블루레이 '찐먹쇼! 나는 먹방리' 방송.. 맛집 소개

프리미엄 회전초밥 브랜드 쿠우쿠우 블루레이가 SBSM 리얼 먹방 프로그램 '찐먹쇼! 나는 먹방리 시즌2'에 회전초밥 맛집으로 소개됐다.

'찐먹쇼! 나는 먹방리'는 배우 이명훈이 MC로 유명 먹방유튜버 히밥, 아미, 천둥이 전국 유명 맛집을 방문하고 특별 미션을 수행하는 리얼리티 먹방 프로그램이다. 이번 방송에서는 쿠우쿠우 블루레이는 시그니처 메뉴로 꼽히는 네기도로 우니 감태 초밥, 참치 배살 우니 초밥, 고등어 초밥, 엔가와 초밥 등을 선보였다.

쿠우쿠우 블루레이는 매일 아침 공수된 신선한 생선을 매장 내 수족관에서 바로 잡아 회전초밥을 준비한다. 또한 사시미, 누들, 핫푸드, 디저트, 세트 메뉴 등 다양한 요리를 선보이며 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 프리미엄 회전초밥 전문점으로



많은 사랑을 받고 있다.

쿠우쿠우 블루레이 관계자는 "이번 방송 출연으로 더 많은 고객에게 쿠우쿠우 블루레이의 매력을 알릴 수 있어 기쁘다"며 "앞으로도 신선한 재료와 다양한 메뉴, 꾸준한 신메뉴 개발로 고객들에게 최고의 맛을 선사할 수 있도록 최선을 다하겠다"고 전했다.



Korea Franchise Association Column 칼럼

프랜차이즈 매장 전개전략

WRITE | 유재은

1. 프랜차이즈 분류의 기준은 매장 사이즈가 아니라 상권 사이즈이다.

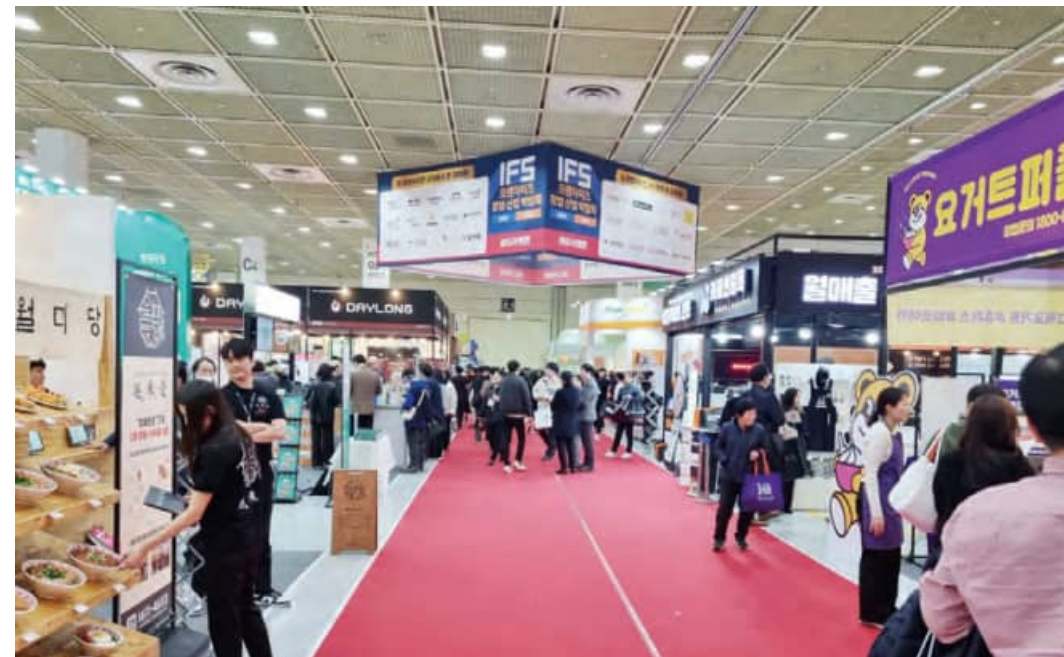
우리가 프랜차이즈를 분류하고 전개하는데 있어 그 기준은 매장 사이즈가 아니다. 매장이 크다고 대형 프랜차이즈가 아니며, 매장이 작다고 소형 프랜차이즈도 아니다. 대형 상권에 입점해서 운영하는 브랜드는 대형 프랜차이즈이고, 중형 상권에 입점해서 운영하는 브랜드는 중형 프랜차이즈이다. 소형 상권에 입점해서 운영하는 브랜드는 소형 프랜차이즈이다.

예를 들면 다이소는 매장 크기가 200평에서 400평을 넘기는 대형 매장이지만, 중형상권에 입점해서 운영하는 중형 프

랜차이즈다. 전국에 약 1500여개가 있다. 반면 파리바게트는 보통 매장이 20~40평 위주로 중형 크기의 매장이지만 소형 상권에 생존가능한 소형 프랜차이즈다. 전국에 3400여개가 있다. 따라서 매장 사이즈로 접근하면 안 되고, 매장의 안정적 운영이 가능하고, 지속적인 생존 가능한 입점 상권으로 분류해야 효율적인 전개전략이 가능하다.

2. 대형 프랜차이즈는 직영점 위주로 전개해야 효율이 높다.

입점 가능한 대형 상권은 전국에 약 100개~150개 정도 있다. 요즘 확장세에 있는 애슐리퀸이나 아웃백, 뽕스 또는 이마트나 홈플러스 같은 브랜드가 이에 해당한다. 이런 브랜드들은 매장 사이즈도 크고 투자 비용도 매우 높다.



운영도 예비창업자가 운영하기에는 높은 수준의 스킬과 전문성을 요하므로 가맹사업에 부적절한 요소가 많아 직영점 위주의 프랜차이즈 전개가 효율이 높다. 예외적으로 대형 프랜차이즈인데 가맹점으로 전개된 사례도 있다. 스시뷔페인 쿠우쿠우인데 전국에 90여개가 있다. 이는 매우 드문 성공 케이스이다

3. 중형 프랜차이즈는 직영점과 가맹점의 혼용전략이 효율이 높다.

전국의 입점가능한 중형 상권 수는 일반상권 300개 내외 그리고 특수상권 1200개 내외가 있다. 중형 프랜차이즈는 보통 매장 사이즈가 작지 않은 규모 이상이라 상권이 매우 좋은 데를 선별해서 직영점을 운영시 매장당 월 순수익이 2000~3000만원을 넘기는 경우가 많다.

그러므로 이런 직영점이 10개만 있어도 월 2억~3억의 순수익이 확보된다. 이런 직영사업과 함께 가맹사업을 전개하는 것이 효율성이 높다. 가맹사업은 인지도를 높이고 물류파워를 높이는데 기여하므로 함께 혼용하는 것이 효율이다. 배스킨라빈스는 직영점이 65개 가맹점이 1680여개이고, 버거킹은 직영점이 347개 가맹점이 125개이며, 롯데리아는 직영점 106개 가맹점 1200개이다.

4. 소형 프랜차이즈는 가맹점 위주로 전개해야 산다.

소형 상권은 입점가능한 일반상권이(동네상권 등)이 전국에 1500~2000개 내외가 있고 특수상권도 1000개 이상이 있다. 소형 프랜차이즈는 매장이 작은 규모일 때가 많아 한 매장당 월 수익이 5000~1000만원을 넘기기 어렵다. 여러 개의 직영점을 두면 관리만 힘들 뿐 본사 수익에 큰 도움이 되지 못한다.

그래서 가맹점 위주로 전개하는 것이 효율이 높다. 많은 매장 수의 전국 전개가 가능해서 모두 합치면 개설수익의 규모도 작지 않고, 물류 파워도 빠른 속도로 키울 수 있다. 가맹점 투자 규모도 크지 않고 1억~2억원 수준이라 가맹점 모집도 상대적으로 수월하다. 예를 들면 교촌치킨은 직영점이 10개인데 가맹점이 1365개이다. BHC는 직영점이 6개 가맹점이 2230여개이다. 메가커피 역시 직영 17개 가맹점 2700여개이다.

이처럼 프랜차이즈의 상권특성에 맞게 사업초기부터 직영점, 가맹점 비율을 적절히 구사하여 전개할 때 브랜드가 잘 유지되며 장수하는 브랜드를 만들 수 있다. [77]



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 엔터스퍼시픽 CEO

저서

한국시장의 프랜차이즈전략
한국시장의 프랜차이즈전략 2
한국시장의 프랜차이즈 법칙

강의

연세대, 연세대대학원,
경남대, 영남대, 한림대학원
한국생산성본부,
한국농림협회, 한국경제신문
아모레퍼시픽, 다이소,
삼성전자등 기업강의



창업시장의 대세 ‘다점포 경영전략’의 접근 방법

WRITE | 이경희

최근 우리나라 프랜차이즈 시장은 정부의 가맹사업 규제 강화와 가맹점 수익성 악화로 인해 중요한 전환점을 맞이하고 있다.

◆정부 정책과 다른 법 개정이 많아

국회에서 개정되는 프랜차이즈 법규의 대부분은 소상공인을 기업형 사업가로 육성하려는 정부 정책에 반하는 내용이 많다. 특히 프랜차이즈의 경우 철저하게 프랜차이즈 산업의 성장보다는 가맹점주의 권리 보호에 집중돼 있다. 사정이 이렇다보니 가맹본부에는 어떤 면에서는 기업의 기밀정보에 해당할 수도 있는 영업 이익 구조를 공개해야 하고 가맹본부와

가맹점주의 관계도 독립된 사업자간의 상생 협력보다는 사용자와 노동자 관계로 보려는 경향이 강해지고 있다.

◆가맹사업 대신 직영점 확장에 대한 관심 커져

이처럼 가맹사업법규가 까다로워지면서 많은 가맹본부가 가맹점 확장보다 직영점 확대 전략으로의 전환을 모색하고 있다. 직영매장이 성공할 경우 가맹점 10개, 20개 이상 확장

하는 것보다 가맹본부의 수익성에 오히려 도움이 된다고 생각하는 경영자들도 많고 이것은 사실이다.

다점포에 대한 관심은 비단 가맹본부에만 그치지 않는다. 과거에는 매장 한 개를 통해 매출액 대비 20~30% 가까운 순수익을 기대했다면 지금은 점포당 순수익률이 매출액의 10%대로 낮아지면서 차라리 매장을 3~4개 이상 운영하는 기업가형 경영을 통해 목표하는 소득을 얻고자 하는 것이다. 그런가하면 프랜차이즈가 아닌 독립 사업자들도 생계형으로 운영하는 단일 매장보다 다점포 전략을 선호하는 경향이 뚜렷해지고 있다. 특히 기업가형 창업을 희망하는 청년사장일수록 그런 경향이 강하다.

◆생계형 사업과 다점포 경영은 완전히 달라

이처럼 다점포에 대한 욕구는 외식업, 편의점, 베이커리 등 다양한 분야에서 커지고 있다. 그런데 다점포 경영은 생계형 사업 운영과 다른 점이 많다. 먼저 다점포 경영을 하는 사업자는 생계형과 다른 역량을 가져야 한다.

생계형이든 다점포 경영이든 가장 중요한 것은 매출 목표와 영업이익을 달성하는 것이다. 하지만 생계형과 다점포경영은 목표의 기준이 달라진다. 투자비도 다르고 투자비 회수에 대한 개념도 다르다. 위기관리 내용도 다르다. 가맹점 사업자가 다점포 경영을 목표로 한다면 가맹점 사업자와 가맹본부의 협상 내용도 달라져야 한다.

◆혼돈의 시대 다점포 경영 전략, 어떻게 해야 할까

프랜차이즈 사업은 본질적으로 위험을 분산시키는 것이 특징이다. 반면 다점포 사업자는 위험을 사업자가 껴안아야 한다. 그래서 다점포 경영에 도전하되 최대한 안전장치를 마련하고, 잘 알고 해야 하는 것이 피터 드러커식 기업가 정신이다. 반드시 리스크 관리에 대한 대비가 필요하다.

◆다점포 경영전략에 접근하는 법

이를 위해서는 다점포 경영을 결정하기 전에 먼저 다양한 성장 옵션을 시뮬레이션 해봐야 한다. SNS



의 일상화와 푸드테크의 발달, 마케팅 방식의 변화, 브랜드 가치에 대한 인식 변화로 식당 등 소상공인에서 출발한 작은 기업의 성장 방식은 과거보다 훨씬 더 다양해지고 있다. 우리 제품을 판매할 수 있는 채널 역시 마찬가지다.

먼저 시나리오 경영기법을 통해 다양한 성장 옵션을 시뮬레이션 한 후 다점포 경영 여부를 결정해야 한다. 일단 다점포 경영전략을 채택하고 실행하기로 결정했다면 중요한 리스크 유형을 분석한 후에 위험을 극복할 수 있는 다점포 경영 전략을 수립하고 세세한 실천 방안을 만들어야 한다. 또 인재 육성 전략도 프랜차이즈 사업과 다른 방식으로 접근해야 한다. 내부 교육 시스템도 달라져야 한다.

가맹점주를 다점포 경영자로 육성하고자 하는 가맹본부 역시 교육 및 가맹점 관계 전략도 달라져야 한다. 생계형 가맹점주와 기업가형 가맹점주는 다른 방식으로 관계를 맺고 접근 방식도 달라야 하기 때문이다. [K7]



이경희

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

저서

CEO의 탄생
이경희 소장의 2020창업트렌드
내사업을 한다는 것

강의

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



Korea Franchise Association Column ● 칼럼

위기를 기회로 만드는 프랜차이즈기업의 8가지 경영전략

WRITE | 장재남

2025년 새해가 밝았다. 하지만 지난해에 질게 깔린 한국경제의 먹구름은 새로운 해가 시작되었음에도 더욱 짙어지고 있다. 한국경제는 정치적 불안정과 대외 환경의 변화로 인한 성장 둔화와 함께 고물가와 소비심리 위축으로 실질적인 구매력의 감소가 심화되고 있다. 올해 대기업들의 경영하락은 AI(인공지능)와 혁신이다. 올해도 경영 불확실성이 지속될 것으로 예상되는 만큼 AI와 혁신 등을 통해 위기를 극복하자는 것이다. 대부분이 중소기업인 프랜차이즈기업 또한 예외는 아닐 것이다. 오히려 대기업, 중견기업 보다 자금, 인력 등이 더 열악한 프랜차이즈기업이야말로 AI와 혁신이 더욱 절실하다.

2025년, 위기를 극복하고 성장을 가장 중요한 사업의 목표로 삼는 가맹본부에게 가장 필요한 것은 8가지의 전략이다.

첫째는 나무가 아닌 숲을 보는 거시적 안목의 CEO가 되어야 한다.

지금의 시기는 그야말로 한치의 앞도 예측할 수가 없다. 기회 보다는 위기를 가져올 수 있는 대내외적 변수가 너무나 많다. 따라서 눈앞의 문제도 중요하지만 전략적 사고와 통찰력을 바탕으로 조직의 장기적 비전과 방향성을 제시하여야 한다.

둘째는 글로벌 스탠다드 사업구조를 갖추어야 한다.

지금의 프랜차이즈 시장은 국내시장만으로 성장을 기대할 수



는 없다. 반드시 해외시장으로 나아가야 하는데 그러기 위해서는 프랜차이즈시스템의 사업구조, 가맹점의 매출 기반 로열티, 가맹점과의 생산적 관계가 중심이 된 사업구조를 만들어야 한다.

셋째는 차이 식별이 확실한 차별화를 갖추어야 한다.

무한경쟁 시대에 소비자들이 뚜렷한 차이를 느낄 수 있도록 메뉴, 가격, 디자인, 매장 운영 방법 등에서 차별화를 만들어야 한다.

넷째는 본사 직원, 가맹점주와 직원, 협력회사와의 관계(Relationship) 자산을 만들고 활용해야 한다.

지금은 프랜차이즈 기업 혼자만으로 직면하고 있는 여러 가지 위험들을 극복하고 다가오는 미래를 준비할 수가 없다. 프랜차이즈 사업의 핵심 구성원인 프랜차이즈 기업의 직원, 가맹점주와 가맹점 직원, 협력회사와의 신뢰를 기반으로 한 상생과 협력 관계를 구축하고 유지해야 한다.

다섯째는 브랜드 인지도와 이미지 제고를 위해 지속적으로 노력해야 한다.

프랜차이즈 사업은 브랜드 사업이다. 고객과 예비창업자들이 수많은 브랜드들 중에서 특정 브랜드를 선택하고 선호하는 가장 큰 이유는 브랜드 인지도와 이미지이다.

여섯 번째는 가맹본부의 임직원, 가맹점주와 가맹점 직원의 경쟁력을 키워야 한다. 경쟁력을 키우기 위해서는 적합한 사람 선택, 체계적인 교육과 훈련, 동기부여 제공 등이 중요하다.

일곱 번째는 가맹점 출점 시 전략적 요충지를 먼저 공략해야 한다.

전국 지역을 대상으로 가맹점을 모집하고 출점하는 것이 비효율적인 만큼 전략적 지역을 중심으로 전개해야 한다. 현재 가장 큰 지역은 수도권이며, 다음으로 부산·경남과 대구·경북지역이다.

마지막으로는 전략적 사고를 기반으로 자원의 분배

와 생산성을 높여야 한다.

프랜차이즈 기업의 경영, 가맹점 모집과 출점, 사업 확대의 성과를 높이기 위해서는 풍부하지 않은 자금, 인력 등의 분배와 투입대비 성과를 높일 수 있도록 해야 한다.

위기는 곧 기회라고 한다. 프랜차이즈 비즈니스는 오랫동안 위기에 강한 모습을 보여왔다. 그리고 어려운 시기에 수많은 스타트업 기업을 만들어냈다. 지금의 위기를 피하기 위해 움츠릴 것인가 아니면 변화와 혁신을 통해 새로운 도약을 할 것인가를 선택해야 하는 시기이다. **KFA**



장재남
프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원



Korea Franchise Association Column 칼럼

경영권 분쟁 대비 “정관 전략적 분석 필요”

WRITE | 안철현

주식회사를 운영하는 경영자또는 주주들이여, 자신이 몸담고 있는 회사의 정관을 다 정확히 알고 계신가? 회사를 경영하는 바로미터 또는 기준 역할을 하는 것 중에 하나가 바로 정관이고, 이 정관은 상법을 근간으로 만들어진다. 이번 지면에서는 경영권 분쟁과 주주 간 분쟁에 대해 다뤄보고자 한다.

경영인이 1명, 주주도 1명인 경우에는 모든 의사결정을 대표이사이자 주주 1명이 거의 마음대로 할 수 있다. 그러나 경영진이나 주주가 2명 이상이 넘어가기 시작하면 분쟁의 소지는 상존하게 된다.

주식회사 빌리진의 정관에 의하면 이사의 수는 최소 2명을 두도록 되어 있고, 이사회 소집권자는 대표이사로 되어 있다. 당시 김철민과 이용우가 임기만으로 이사에서 퇴임한 후에 현재 대표이사인 최기수와 이사인 임하준이 있는 상태였다.

그런데 김철민이 임기가 만료된 후인 2024년 12월 15일경 최기수와 임하준에게 이사회 소집통지를 한 다음 같은 해 12월 22일 10시에 본점 소재지에서 이사회를 개최했다. 그 이사회에는 김철민, 이용우와 최기수가 참석했고, 결의를 통해 최기수를 대표이사에서 해임하고 김철민을 대표이사로 선임했다.

김철민은 곧이어 임시주주총회를 소집했는데, 그 주주총회 의사록에 따르면 김철민, 이용우, 최기수가 주주로서 참석해

최기수를 이사에서 해임하고 김철민과 유동규를 이사로 선임한 것으로 기재되어 있다. 주식회사 빌리진의 주주명부에 따르면 회사의 발행주식 20만주 중 최철민이 6만주를, 그 반대측인 김철민 6만주, 이용우 4만주, 정부용과 이상우가 각 2만주씩을 소유하는 것으로 등재돼 있다.

위 이사회나 주주총회에 어떤 하자가 있는지 눈에 들어는가? 상법에 의하면 이사의 선임과 해임은 주주총회에서 하도록 하고 있다. 그리고 대표이사는 정관으로 주주총회에서 선정할 것을 정할 수도 있고, 정관에 그와 같이 정해놓지 않았다면 이사회결의로 대표이사를 선정하도록 하고 있다. 그런데 주식회사 빌리진의 정관에는 이사회소집권자를 대표이사로 규정하고 있으므로 당시의 대표이사인 최기수가 이사회 소집권자가 된다. 그런데 소집권자가 아닌 김철민이 이사회를 소집했으니 그 이사회에서 김철민을 대표이사로 선임한 것에는 하자가 존재한다.

다시 말해 김철민을 대표이사로 선임한 위 이사회결의는 소집권한 없는 김철민이 소집했을 뿐 아니라 당시의 이사가 아닌 김철민과 이용우를 제외하면 최기수만 참석해 이뤄진 것이 되고 말았으니 정관에서 정한 소집절차와 의결정족수에 위배돼 무효가 된다. 또한 상법에서는 주주총회의 소집은 이사회에서 결정하도록 하고 있다. 위 임시주주총회는 이사회결의도 없이 김철민이 일방적으로 소집했으니 역시 하자 있는 주주총회가 되고 만다.

위 사례를 보아하니 김철민 측과 최기수 측이 서로 경영권을 다투고 있는 형국이다. 김철민 측의 일방적인 경영권 공격에 대응해 최기수 측이 자신을 이사에서 해임하고, 김철민과 유동규를 이사로 선임한 임시주주총회의 부존재확인을 구하는 소송을 법원에 제기했고, 위와 같은 이유로 법원에서도 역시 위 주주총회에서의 결의는 소집권한 없는 자가 이사회 소집결정 없이 소집한 것이라고 봐서 최기수 측의 손을 들어줬다.

이러다 보니 김철민은 그 동안 어렵사리 이사회도 개최하고 주주총회까지 개최하는 과정을 통



해 경영권을 빼앗았다고 잠시 생각했겠지만 모두 수포로 돌아가고 말았다. 만약 최기수 측이 불법을 저지르고 있었다면 김철민은 회사의 주식 6만주를 가지고 있는 주주로서 권리를 행사해야 했다. 즉, 김철민은 주주로서 이사회에 임시총회의 소집을 청구할 수 있다. 그런데도 회사에서 총회를 개최하지 않으면 법원의 허가를 얻어 총회를 소집할 수 있으니 이는 상법에서 마련하고 있는 주주의 권리다.

그렇게 되면 김철민 측의 주식 수가 더 많기 때문에 위와 같이 먼 길을 돌아갈 필요가 없었다. 그러나 지금도 늦지 않았으니 김철민 측은 그렇게 하면 된다.

회사를 설립할 때 당장 필요해서 정관을 어디서 베껴 와서 만들어 놓고 그 후로는 쳐다보지 않게 된다. 그런데, 위와 같은 경영권분쟁이 발생하면 그 기준은 상법도 있지만 정관이 되기 때문에 정관을 전략적으로 분석해야 한다. 살펴보니 정교하지 않거나 현 경영진에게 적합하지 않은 정관이라면 개정해서라도 현 경영진에게 적합한 정관으로 거듭나게 해야 한다. 공격하는 입장에서는 먼저 정관을 분석한 후 그에 맞게 전략을 세워 공격방법을 선택해야 하기 때문이다. 따라서 애초부터 정관을 정교하게 만드는 것이 좋고, 분쟁의 소지가 있으면 정관을 앞에 펼쳐놓고 전략적으로 분석해야 하는 것이다. [77]



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 CEO를 위한 2025년 종업원 관련 개정세법

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

2025년 개정세법은 종업원을 위한 다양한 혜택을 포함하고 있다.

개정세법은 매년 이뤄지지만, CEO에게 도움이 되는 내용은 주의해서 보아야 할 필요가 있다. 이번 개정은 기존의 통합고용세액공제를 유지하여 직원을 고용하는 회사

의 법인세 소득세를 줄이는데 도움이 된다. 그리고 복지를 강화하고, 중소기업의 성과를 공유하는데 초점을 두고 있다. 또한 종업원에게 무조건 할인하는 내용을 제한하는 내용을 담고 있다.

이러한 개정사항을 잘 알아두는 것은 프랜차이즈 CEO가 종업원 관리와 절세하는데 도움이 될 것으로 생각된다.



최인용

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

구분	공제액 (단위:만원)			
	중소(3년 지원)		중견 (3년 지원)	대기업 (2년 지원)
	수도권	지방		
청년 정규직, 장애인, 60세 이상, 경력단절여성 등	1,450	1,550	800	400
그 외 상시근로자	850	950	450	-

2025 통합고용 세액공제 유지:

종업원을 고용하는 기업에 대해 세액공제를 유지한다. 당초 연도 수와 공제금액을 바꾸려던 규정이 그대로 적용된다. 이 제도를 잘 활용한다면 직원 고용으로 3년간은 세금부담을 많이 줄이면서 기업의 이익을 높일 수 있다. 특히, 프랜차이즈 기업은 많은 종업원을 고용하고 있어 큰 혜택을 받을 수 있다. 중요한 것은 4대보험을 적용하는 정규직에 대한 혜택이며, 특수관계자는 제외된다.

세액공제는 3년간 유지되며, 고용 인원에 수도권에서는 최소인원당 850만원이 그리고 청년 정규직인 경우에는 1450만원이 적용된다. 이를 통해 기업은 세금 부담을 줄이고, 종업원 고용을 장려할 수 있다.

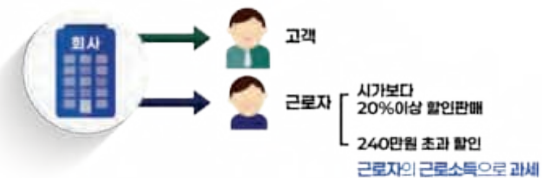
성과공유 중소기업 세액공제:

성과공유 중소기업에 대해 경영성과급에 대한 세액공제 적용기한이 연장되고 금액이 소폭 조정된다. 당초 대기업이 주로 하는 성과급에 대해서 중소기업이 종업원과 성과를 공유할 수 있도록 지원하는 제도이다.



성과공유를 통해 종업원의 동기부여를 높이고, 기업의 생산성을 향상시킬 수 있다.

성과 공유를 하는 법인은 당초 15%를 세액공제 해주던 것을 10%로 축소하였으나, 종업원에 대한 성과 공유 부분은 소득세를 50%나 감면해주는 제도이다. 성과공유 기업으로 인정받기 위해서는 중소벤처기업부의 확인 절차등을 거쳐야 하며 퇴직금의 증가로 나타나지 않도록 정교한 설계가 필요하다.



종업원 할인금액 비과세 기준 마련:

종업원에게 제공되는 할인금액에 대한 근로소득과세기준이 마련된다. 자동차 회사나 가전 회사에서는 노조의 요청으로 높은 금액의 할인을 해주는 경우가 종종 있었다.

그러나 세법의 개정으로 일정금액 이하면 종업원이 기업으로부터 받는 혜택을 비과세로 처리할 수 있게 되었다.

시가보다 20% 초과 하지 않거나 해당 총금액이 240만원을 넘지 않는 범위내에서는 종업원 할인 혜택은 근로소득으로 간주되지 않는다. 그러나 더 큰 금액은 해당 종업원의 근로소득으로 보아 소득세가 과세된다.

2025년 개정세법은 프랜차이즈 CEO가 종업원을 위한 다양한 혜택을 제공하고, 이를 통해 세금 부담을 줄이며, 기업의 생산성을 높이는 데 큰 도움이 될 것이다. [K77]



2025년 1월부터 달라지는 노동관계법

WRITE | 이금구

2025년 노동관계법이 개정되는 것은 1월 1일부터 적용되는 것과 2월 23일, 6월 1일, 6월 29일, 10월 23일 시행으로 각각 시행일이 다르다, 이번 호에는 1월 1일부터 적용되는 내용을 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

1. 최저임금 인상

2025년 최저임금은 2024년 최저임금 시급 9860원에서 1.7% 인상된 시급 1만30원이 적용된다. 일급(1일 8시간) 8만240원, 월급(1주 40시간) 209만6270원은 근로자 1명 이상인 모든 사업(사업장)과 근로기준법상 근로자(정규직·비정규직, 파트타임, 청소년 근로자, 외국인 근로자)에게 모두 적용된다.

2. 출산휴가와 육아휴직 동시 신청 시 허용의무 신설

근로자는 자녀 출생 후 18개월 이내라면 출산전후휴가 또는 배우자 출산휴가 신청 시 육아휴직을 함께 신청할 수 있으며, 그 신청은 육아휴직 개시예정일 30일 전까지 하면 된다. 다만, ① 임신 중 근로자가 유산·사산의 위험이 있는 경우, ② 출산 예정일 이전에 자녀가 출생한 경우, ③ 배우자의 사망·부상·질병 또는 신체



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

구분	현행	개정안
상한	월 150만원 (12개월 최대 1800만원)	월 최대 160만원 내지 250만원 (12개월 최대 2310만원)
근속요건	전체 급여 중 25%는 복귀 후 6개월 후 지급	육아휴직 기간 중 전액 지급
6+6 부모육아휴직제 상한	1개월: 200만원 7개월~종료일: 150만원	1개월: 250만원 7개월~종료일: 160만원
한부모근로자 상한	3개월까지: 250만원 4개월~6개월: 150만원 7개월~종료일: 150만원	3개월까지: 300만원 4개월~6개월: 200만원 7개월~종료일: 160만원

적·정신적 장애나 배우자와의 이혼 등으로 영유아를 양육하기 곤란한 경우에는 휴직개시일 7일전까지 육아휴직을 신청할 수 있다. 사업주는 위 신청일 14일 이내에 허용해야 하고, 위 ①②③ 사유로 육아휴직을 신청하는 경우 3일 이내, 허용한 사실을 근로자에게 알려야 하며, 알리지 않은 경우에는 그 신청대로 육아휴직을 허용한 것으로 간주한다.

로한 기간이 6개월이 넘어야 한다. 육아휴직 사용 분할 횟수도 2회(3회에 나눠 사용)에서 3회(4회에 나눠 사용)로 변경된다. 육아휴직급여는 사후 지급금이 폐지되고 육아휴직 중 전액이 지급된다.



3. 고령자 고용지원금폐지

기존에 상시 사용 근로자 수 300명 미만의 사업장에서 정년을 폐지하거나, 기존에 정한 정년을 60세 이상으로 1년 이상 연장한 경우 지급하던 고령자 고용연장지원금 제도가 폐지된다. 또한 정년을 정하지 않은 사업장에서 일정 비율 이상 만 60세 이상의 근로자를 계속 고용할 경우 지급하던 60세 이상 고령자 고용지원금제도도 폐지된다.

4. 육아휴직 급여인상

부모가 함께 육아휴직 확산을 위해 부모 각각 1년의 육아휴직을 사용할 수 있었으나 부모 각각 1년 6개월로 사용기간이 연장된다. 육아휴직을 모두 사용했다라도 부모 모두 육아휴직 3개월 이상 사용, 한부모, 중증장애아동의 부모 어느 하나에 해당하는 경우 6개월을 추가로 사용할 수 있다. 또한 6개월간 월 160만원의 육아휴직 급여도 지급된다. 다만, 추가된 6개월의 육아휴직을 시작하는 시점에 자녀 연령이 8세 이하여야 하며, 해당 사업장에서 근

5. 산업재해근로자의 날

2025년부터 4월 28일이 산업재해근로자의 날로 법정기념일로 지정되었다. 이날부터 1주일은 산업재해근로자 추모기간으로 지정되어 산업재해근로자들의 권리에 대한 사회적관심을 높이고, 산업안전 문제를 해결하기 위한 각종 행사를 진행한다. 근로자의 날(5월 1일)근로자의 권리를 기념하는 날이라면, 산업재해근로자의 날은 산업재해를 입은 근로자가 대상이다. [77]

한국프랜차이즈協, 3.10 개강 '제15기 KFCEO 교육과정' 원우 모집

800여 명 리더 배출한 협회 공식 CEO 과정

역량 강화 및 인적 네트워크 형성

한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 3월 10일 개강예정인 '제15기 KFCEO(K-프랜차이즈 CEO) 교육과정'(주임교수 이경희 부자비즈 소장) 신입 원우를 모집 중이다.

제15기 과정은 서울 서초구 aT센터에서 6월 16일까지 14주간 매주 월요일 14~17시에 진행된다. 가맹본부를 운영 중인 대표 또는 2~3세 경영자, 본사 창업을 희망하는 협력업종 기업 CEO, 전문직 등 60여명의 원우들이 리더 역량을 강화할 교육을 수강하고 다양한 네트워킹 활동을 함께 한다.

이번 15기 과정에서는 치열하게 산업 현장에서 프랜차이즈 사업을 성장시켜온 다양한 업종의 프랜차이즈 CEO멘토들로부터 프랜차이즈 시스템 구축과 브랜딩 노하우를 듣고, 4차산업시대의 경영 전략을 명강사들을 통해 새로운 경영기법을 배울 수 있다.

트렌드, 경영전략, 마케팅, 재무 등 경영 부문별로 최고의 실무 강사진과 석학, 프랜차이즈 CEO들이 함께 참여해 ▲특강 ▲세미나 ▲포럼 ▲코칭 ▲현장벤치마킹을 통한 현장 노하우와 지식, 정보를 교류하고 토론하여 성장과 상생의 길을 모색한다.

또, 4.10~12. 국내 최대 규모의 협회 박람회 제58회 IFS 프랜차이즈 창업박람회 참관, 1박 2일 워크숍, 우수 프랜차이즈 현장 탐방, 환영·친교 만찬, 원우회 내 골프, 산악 등 각종 친목 분과위원회, 협회 행사 연계 등 인적 네트워크를 극대화할 수 있는 자리도 마련된다.

국내 프랜차이즈 산업의 선진화와 글로벌화를 위한 KFCEO 15기 교육

2025.03.10-06.16 양재 aT센터 3F

선발 절차 | 선착순 접수
지원 방법 | 협회 홈페이지 참조
강의 일정 | 2025.03.10-06.16 (매주 월, 14:00-17:00)
교육 비용 | 400만원 (VAT 별도) (합인출 참가비 및 확인)
문의 | TEL. 070-7919-4165 070-7919-4169 (KFA 회원서비스팀)

교육비는 400만원(vat 별도)이며, 협회 회원사 추천(10%), 협회 회원, 연대FCEO 과정 및 프랜차이즈산업연구원 최고전문가 과정 동문(20%), 재수강자(50%) 등 다양한 수강료 할인 혜택이 제공된다. 문의는 협회 홈페이지 (<http://www.ikfa.or.kr>)를 참고하거나, 협회 교육팀 담당자 (070-7919-4165)에 문의하면 된다.



제15기 KFCEO 교육과정 커리큘럼

주차	내용	강사
1주차	입학식	이경희 주임교수
03월 10일	특강 K 프랜차이즈 성장과 지속가능성장을 위한 경영 전략	정현식, 한국프랜차이즈산업협회장
2주차	특강 프랜차이즈 성장 원리와 미래 경영전략	이경희, 주임교수 (부자비즈 운영자)
03월 17일	행사 원우 소개 및 친교	이경희, 주임교수 (부자비즈 운영자)
3주차	워크숍 롯데 글로벌 물류센터, 정관장 탐방	
3/21~22	워크숍 진천, 부여 워크숍	
4주차	포럼 트럼프 시대의 세계 경제 질서와 경영 전략	박종훈, 지식한방 진행자
03월 31일	포럼 트렌드 코리아 2025	전미영, 서울대학교 교수
5주차	토크쇼 "박람회 참가업체 대표 토크쇼 불막열삼, 세븐스타코인노래방(토술랭)"	"오몽석, 불막열삼 대표 이종민, 세븐스타코인노래방 대표"
04월 10일	투어 IFS 프랜차이즈 창업·산업 박람회 서울(COEX) 전시장 투어	이경희, 주임교수 (부자비즈 운영자)
6주차	워크숍 스타가맹점 육성을 위한 프랜차이즈 전략	이경희, 주임교수 (부자비즈 운영자)
04월 14일	워크숍 프랜차이즈와 디자인 씽킹 ACTIVITY	김은주, 세종대학교 교수
7주차	특강 레블루션 코리아와 기업 경영 전략	구윤철, 서울대학교 교수
04월 21일	토크쇼 2025년 식음료 및 식품트렌드와 외식업 경영 전략	문정훈, 서울대학교 교수
8주차	토크쇼 카테고리 넘버 원 전략	김인규, 대치안경 회장
04월 28일	특강 프랜차이즈산업과 B2B전략	김재욱, 고려대학교 교수 (프랜차이즈학회장)
9주차	특강 MZ세대 이해와 브랜드 행동주의	김상훈, 서울대학교 교수
05월 12일	토크쇼 상권을 이기는 작은 가게 성공법칙	임상진, 생활맥주 대표
10주차	탐방 교촌치킨 탐방	"강창동 교촌에프엔비 부문장"
05월 19일	토크쇼 투어 + 토크쇼	
11주차	특강 브랜드 전략과 프랜차이즈	박재현, 한국브랜드마케팅 대표
05월 26일	특강 가맹법 주요 이슈와 대응 전략 (차액가맹금 등)	강성민, 한국가맹거래사협회장
12주차	협회탐방 프랜차이즈산업과 닭싸움	박호진, 한국프랜차이즈산업협회 사무총장
06월 02일	토크쇼 프랜차이즈의 미래 전략	김철윤, 해리코리아 대표
13주차	특강 글로벌 외식업 동향과 K프랜차이즈 전략	박형희, 월간식당 대표
06월 09일	토크쇼 프랜차이즈와 자영업의 희망 전략	이정열, 남다른감자탕 대표
14주차	특강 기업을 지키는 경영의 가치	박효순, 연세대학교 FCEO총동문회 회장
06월 16일	행사 수료식	



한국프랜차이즈協, 2024년 협회 재직자 교육 우수 협약기업 ‘핫시즈너’

2024 고용노동부 국가인적자원개발 컨소시엄 협회 교육과정

최다 참여·수강 감사의 뜻 전해



한국프랜차이즈산업협회(회장 정현식·이하 협회)가 지난해 12월 19일 2024년 국가인적자원개발 컨소시엄 협회 교육과정 우수 협약기업으로 ㈜핫시즈너(대표 금교일)를 선정해 인재육성상을 자체 시상했다고 밝혔다.

협회에 따르면 ㈜핫시즈너는 지난해 협회가 수행한 총 34회차 교육과정 중 15회에 참여하고 수료생도 전체 722명 중 32명을 배출, 전체 200여개 협약 기업 중 가장 높은 참여율과 수료율을 기록했다. 또 성실한 훈련 태도와 소통으로 타 협약기업에 모범을 보였다.

협회 관계자는 “협회는 중소기업의 전문인력 확보를 지원하기 위해 고용부, 한국산업인력공단과 재직자 무료교육을 제공하고 있다”라고 하면서 “높은 참여율과 수료율을 보인 ㈜핫시즈너에 감사의 뜻을 전하며, 더욱 많은 기업들이 협회 교육과정을 활용해 재직자 교육을 지원받기를 당부드린다”고 말했다.

한편 ‘국가인적자원개발컨소시엄 교육과정’은 분야별 단체·기관·기업 등이 중소기업 재직자의 직무역량 강화 교육을 제공하는 사업이다.

협회는 지난 2015년 수행기관 선정 이후 매년 연평균 200여개 중소기업 재직자 700여명에게 교육을 제공해 오고 있다. 내년에도 2월부터 총 31회차에 걸쳐 가맹본부 재직자들에게 필요한 다양한 전문역량을 교육할 계획이다.

재직자 교육 희망 기업은 포털에서 <프랜차이즈 재직자 교육>으로 검색해 협회 교육원 홈페이지에서 접속, 협약서를 다운받아 날인 후 제출해 협약을 체결하면 된다. 고용보험 납입 사업장만 가능하고, 대표자 교육은 고용보험에 가입되어있는 급여형 대표자에게만 가능하다. 자세한 사항은 협회 교육팀 (mykim@ikfa.or.kr, 02-3471-8135~8 내선 2)으로 문의하면 된다.



대구·경북지회 소식(지회장 김병철)

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

KFA 프랜차이즈 창업박람회

2025 DAEQU

대구 EXCO 서관 2홀
05. 08 (목) - 10 (토)

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

2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회(지회장 김병철)가 주최·주관하는 ‘2025 KFA 프랜차이즈창업박람회 대구’가 2025년 5월 08일(목)~10일(토) 대구 엑스코 서관 2홀에서 열린다. 올해 개최되는 박람회를 위해서 작년 8월부터 홍보를 시작했으며, 2024년 5월 올해 박람회에서 참가업체들의 만족도가 높았던 만큼 2025년 박람회의 성공적인 개최를 위해서 지금부터 많은 준비와 홍보를 하고 있다. 2025년 KFA 프랜차이즈 창업박람회 대구 참가문의 053-626-7664



부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

Korea Franchise Association



2024 KFA부울경지회 송년의 밤 단체사진



2024 송년의 밤 개회사



2024 송년의 밤 축사



2024 송년의 밤 축사

2024 송년의 밤

한국프랜차이즈산업협회 부산울산경남지회(이하 KFA부울경지회)는 2024년 12월 16일(월), 롯데호텔 부산본점 크리스탈볼룸에서 <2024 KFA부울경지회 송년의 밤>을 개최했다.

이번 송년의 밤 행사에는 많은 KFA부울경지회의 회원사, 사관학교 수료생들이 참석했으며, 본 회 정현식 협회장, 각 지회 지회장, 협회 임원과 많은 내외빈들이 축하를 위해 참석했다. KFA부울경지회 오몽석 회장의 개회사로 시작해 박형준 부산시장의 축사와 한국프랜차이즈산업협회 정현식 협회장의 축사 후 우수프랜차이즈인 시상 및 지역나눔 봉사를 위한 성금전달식도 진행됐다. 많은 인원이 참석한 <2024 KFA부울경지회 송년의 밤>은 성대하게 마무리됐다.



2024 송년의 밤 성금전달식

부산·울산·경남 지회 소식(지회장 오몽석)

Korea Franchise Association

1월 정기이사회

KFA부울경지회는 지난 1월 9일(목)에 1월 정기이사회를 개최했다. 이번 정기이사회를 통해 지난 한해의 결산과 2025년 계획을 심도있게 논의하여 다가오는 2025년 준비를 완료했다.



1월 정기이사회

2025 정기총회 & 신년하례식

KFA부울경지회는 지난 1월 21일(화)에 2025 정기총회 및 신년하례식(1월 정기월례회 동시개회)을 개최했다. 정기총회 전 요즘 산업의 이슈인 <차액가맹금 집단소송사태에 대한 대응방안>에 대한 설명회가 진행되어 회원사들의 사업운영에 중요한 정보를 전달하였다.

이어서 2025년 정기총회에서는 2024년 사업실적 및 결산보고, 2025년 올해 KFA부울경지회의 계획을 회원사들과 공유하고 이야기 나누었으며, 신년하례식을 통하여 을사년(乙巳年) 한 해 우리 회원사 모두의 발전과 영광을 기원하였다.

동시에 개최한 1월 정기월례회에는 2025년 임원단 임명식과 분과위원장 임명식, 1월 신입회원 입학식도 함께 진행되었으며 협회 현황 공유 및 정부 지원사업 안내 등 정보를 전달하고 회의 이후 만찬으로 회원사 간 소통의 장을 마련하였다. 2025년 정기총회를 시작으로 힘차게 2025년을 출발했다.



차액가맹금 집단소송사태에 대한 대응방안 설명회



2025년 1월 정기총회 단체사진

KFA부울경지회는 매월 세번째 화요일 정기월례회를 진행하여 회원사들과 소통하며 각 분과와 골프회와 산악회를 운영하여 회원사간 화합을 도모하고 있다.

올해는 부산에 인기교육으로 자리매김한 <부산 프랜차이즈 사관학교> 외에도 <프랜차이즈 슈퍼바이저 과정> 등 실무교육을 확대하고자 계획하고 있으며 회원사들과 프랜차이즈 산업인들을 위한 지원사업과 정책수립을 위해 힘쓰고 있다.



신년하례식

오는 3월 <제8기 부산 프랜차이즈 사관학교> 개강을 앞두고 교육 준비중에 있으며 부산 프랜차이즈 사관학교 신청접수는 KFA부울경지회 홈페이지(www.kfabug.or.kr) 공지사항에서 확인할 수 있다.

* KFA부울경지회 정기월례회: 매월 3번째 화요일

* 회원가입문의: 051-761-2066



2025년 1월 신입회원

'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



프랜차이즈 시스템의 이해

일 시: 2025년 2월 20일(목), 10시~17시(6시간)
장 소: 양재 aT센터 3층 미래로움1
훈련목표: 가맹사업의 유래부터 직영점의 수익구조까지, 프랜차이즈시스템의 전반적인 흐름을 이해하여 가맹사업 업무를 수행하는데 필수적인 기초지식을 함양할 수 있다.
훈련내용: 가맹사업의 유래, 발생과 사례, 분사의 수익구조 등

가맹계약의 이해

일 시: 2025년 2월 25일(화), 10시~17시(6시간)
장 소: 양재 편비어킹 교육장
훈련목표: 가맹계약 작성 및 해석방법과 계약서 필수 기재사항 및 핵심 내용 학습을 통한 가맹계약의 효과적인 체결 및 관리할 수 있다.
훈련내용: 가맹계약 및 가맹사업법, 가맹계약 조항별 검토 및 작성 실무

가맹점 개설 영업

일 시: 2025년 2월 26일(수), 10시~17시(6시간)
장 소: 양재 aT센터 3층 미래로움1
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

FC 빅데이터 상권분석(이론)

일 시: 2025년 3월 6일(목), 10시~17시(6시간)
장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실
훈련목표: 입지 및 상권의 현황을 분석할 수 있고, 목표상권 설정 및 상권을 평가하여 전략을 수립할 수 있다.
훈련내용: 상권 및 입지분석 개념 및 프로세스, 상가건물임대차보호법, 상권유형 별 입지 전략, 상권분석데이터수집 및 프로그램활용 기초

FC 빅데이터 상권분석(실무)

일 시: 2025년 3월 7일(금), 10시~17시(6시간)
장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실
훈련목표: 가맹상권분석에 필요한 정부·공공·민간기관 상권분석프로그램 및 사이트를 활용하여 실제 상권분석데이터 수집 및 분석안을 도출 및 평가할 수 있다.
훈련내용: 빅데이터 활용 상권 모델링, 상권입지 분석, 삼권분석 보고서 작성

가맹상생과 분쟁예방

일 시: 2025년 3월 13일(목), 10시~17시(6시간)
장 소: 양재 aT센터 3층 미래로움1
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

정보공개서 및 예상매출산정서 작성과 실무

일 시: 2025년 3월 20일(목), 10시~17시(6시간)
장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실
훈련목표: 가맹사업법 상의 예상매출산정서와 정보공개서를 이해하고 표준양식과 목차에 대하여 습득하여 올바르게 작성할 수 있다.
훈련내용: 정보공개서 및 예상매출산정서의 개념과 작성법

슈퍼바이저 가맹점 관리

일 시: 2025년 3월 27일(목), 10시~17시(6시간)
장 소: 등촌 글로벌마케팅센터 1층 전시세미나실
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

2024.12.10~2025.1.16 신규회원 현황

구분	협회대표	사업자대표	회사명	브랜드명	가입일
정회원	박진용 부장	윤승욱, 이동혁	(주)비케이알	버거킹	2024.12.10
	이민규	이민규	메아마뜨리(주)	메아마뜨리	2024.12.13
	이소형 부장	서창우	한국파파존스(주)	파파존스피자	2025.01.03
	원종찬 대표	류정희	주식회사 신비로움	신비면옥	2025.01.06
파트너회원	전유나	전유나	주식회사 금해코리아	응급실국물떡볶이, 응급실닭볶음탕	2025.01.16
	정병도	정병도	그린바이오	그린바이오싱크	2024.12.13
	정유현	정유현	비투비솔루션	LG전자공식전문점	2025.01.02
	유영식	유영식	온웨이 주식회사		2025.01.03
	전우영 부문장	강병구	롯데글로벌로지스(주)	롯데글로벌로지스	2025.01.09

한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

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

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

I. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

2. 신뢰와 협동

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

II. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전

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

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

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

2. 신뢰와 협동

가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.

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

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

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

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

3. 공정한 경쟁과 거래

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

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

다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.

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

4. 기업의 사회적 책임 이행

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

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

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

5. 동반상생을 통한 기반 마련

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

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

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

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

III. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

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

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

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

착한 K-프랜차이즈는 일·자리·상생이다

한국프랜차이즈산업협회는

‘착한 프랜차이즈’ 운동을 선도합니다.

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

‘K-프랜차이즈’의 우수성을 널리 알립니다.

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

일자리 창출과 상생으로 서민경제를 지탱합니다.

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

한국프랜차이즈산업협회 회원사 혜택

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

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

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

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

* KFA 홈페이지: <http://www.ikfa.or.kr> / 주소: 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 좌 정 보 <input type="checkbox"/> 개인 / <input type="checkbox"/> 법인통장		출 금 일 자 매월 <input type="checkbox"/> 5일 / <input type="checkbox"/> 14일 / <input type="checkbox"/> 28일
회 사 명		계 좌 번 호	
대 표 자 명		주 민 등 록 번 호 (사업자등록번호)	
월 납 입 액 금 원 (₩)		협 회 계 좌 번 호	
<p>국민은행 644837-04-001180 하나은행 207-890041-084 예금주: 한국프랜차이즈산업협회</p>			
【CMS 출금이체 약관】			
<ol style="list-style-type: none"> 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다. 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다. 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다. 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 합니다. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다. 			
【금융거래정보의 제공 동의서】			
<p>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.</p>			
【개인정보의 제공 동의서】			
<p>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.</p>			
모든 약관동의 (<input type="checkbox"/> 동의 / <input type="checkbox"/> 미 동의)			
<p>[관련문의] Tel)070-7919-4165 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서 [협회연락처] Tel)3471-8135-8 Fax)3471-8139 mail)hy@ikfa.or.kr 주소)서울시 서초구 강남대로 27 aT센터 603호 우)06774</p>			

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

신청일자 202년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 :

(인)



정기구독 안내

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

구독료 안내

값: 1권 15,000원 / (주)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