붙임

가맹사업 진흥 기본계획

- 제3차 : 2021년 ~ 2025년 -

2021. 4. 26

관계부처 합동

목 차

Ⅰ. 계획수립 배경 및 경과 ····· 1

Ⅱ. 가맹산업의 현황과 과제 ····· 4

Ⅲ. 비전 및 추진전략 ····· 9

Ⅳ. 세부 추진과제 ····· 10

1. 경영혁신기반 구축을 통한 가맹사업 경쟁력 강화 ····· 10

2. 산업구조 고도화를 위한 업종 다양화·규모화 촉진 ····· 15

3. 상생협력을 통한 가맹사업자간 균형발전 도모 ····· 19

4. 가맹사업 브랜드의 글로벌화 촉진 ····· 22

Ⅴ. 과제별 추진일정 ····· 26

Ⅰ. 계획수립 배경 및 경과

1 법적 근거

□ 「가맹사업 진흥에 관한 법률」 제4조(기본계획의 수립)에 근거

○ 가맹사업 발전전략에 관한 연구용역 및 실태조사, 관계부처 및 기관 협의(6회), 전문가 및 업계 간담회(5회) 등을 거쳐 수립

< 계획수립 주요내용 >

- ▸ 가맹사업 진흥 기본방향
- ▸ 발전기반 조성에 관한 사항
- ▸ 가맹사업의 구조 개선
- ▸ 가맹사업 경쟁력 강화 방안
- ▸ 가맹본부-가맹점 간 상생협력 방안 등

2 가맹사업 개요

□ (개념) 가맹본부의 브랜드와 경영노하우를 가맹점에게 지속 제공·공유하면서 가맹점을 통해 표준화된 상품·서비스를 판매하는 사업 형태

□ (성격) 가맹사업은 새로운 아이디어(본부)와 소자본(가맹점)이 결합해 창업 문턱을 낮추고, 새로운 고용을 창출하는 서민 밀착형 산업

3 기본계획 수립배경

❶ (서비스산업 활성화) 창의적 아이디어 중심의 소자본 창업으로 품질 높은 표준화 상품·서비스 제공 및 소비자의 편의·신뢰 제고에 기여

→ 외식업 外 교육·건강·미용·실버·부동산 등 新서비스산업 시장창출로 국내 제조 대기업 중심의 경제구조 개선에 일조

❷ (자영업경쟁력 제고) 경험과 자본이 부족한 영세 자영업자의 조직화를 통해 창업성공과 수익창출을 제고해 서민경제의 활성화에 기여

❸ (글로벌사업화 촉진) 인력·장비·원부자재를 융합한 해외 각국 매장 개설 및 국내외 경제 네트워크 강화(예 : 파리바게뜨, 롯데리아 등)

→ 수출 채산성을 극대화하고 한류확산 및 국가 이미지 제고에 기여

4 그간 계획수립 내용 및 주요성과

1차 기본계획('09.9)

□ (추진 내용) '07년「가맹사업 진흥법」제정 후 **창업촉진**과 **고용창출** 효과가 높은 프랜차이즈 발전기반 조성 관련 정책*을 수립·추진

* 高부가가치화, 가맹점 창업촉진, 산업 인프라 확충, 글로벌 브랜드 육성(양적성장)

□ 주요 성과

○ (**창업·고용촉진**) 소자본 **가맹창업** 등을 통한 **양적성장** 및 **고용창출** 효과

* '14년 프랜차이즈 1개 창업 시 평균 220명 고용창출 (가맹본부 53명, 가맹점 167명)

○ (**자영업자 경쟁력 제고**) 일반 자영업자의 프랜차이즈化를 통하여 창업 성공률을 높임으로써 **서민경제 안정화**에 기여

* 창업대비 폐업률: 일반자영업자 86.9%, 프랜차이즈가맹점 46.4% ('14, 실태조사)

2차 기본계획('15.12)

□ (추진 내용) 가맹점 증가로 **본부-점주간 분쟁·해외진출 수요** 증가 → 가맹사업 **상생협력** 및 **해외진출 현지화 지원** 관련 정책 추진

* 비즈니스모델 선진화, 상생관련 가맹점지원 강화, 해외진출 집중추진(기반강화)

□ 주요 성과

○ (**산업규모 성장**) 1차 대비 **가맹본부는 32.4%, 매출은 5.4%** 증가

* 가맹본부(개) : ('15) 3,910 → ('19) 5,175, 매출(원) : ('15) 115.8조 → ('19) 122.1조

○ (**거래질서 개선**) 가맹분야 거래질서 확립을 위한 **법·제도를 지속 강화**하고, 가맹사업자 간 **자발적 상생협력 문화조성**에 노력

* 편의점 업계 자율규약 체결 및 시행('18), 장기점포 계약갱신 상생협약 체결('19) 등
* 불공정 거래관행 개선 평가 : ('16) 64.4% → ('19) 86.3% ('19년, 공정위)

○ (**시장영향력 확대**) **해외시장 개척** 및 **한류브랜드 확산**에 큰 기여

* 해외진출 기업(개) : ('15) 280 → ('17) 339 → ('19) 361, 28.9%↑ ('19년, 코트라)

참고 **프랜차이즈 업종별 분류 및 사례**

□ 업종별 분류·현황

업 종	중분류
외 식	한식, 분식, 중식, 일식, 서양식, 기타 외국식, 패스트푸드, 치킨, 피자, 제과제빵, 아이스크림/빙수, 커피, 음료(커피 외), 주점, 기타 외식
도소매	편의점, 의류/패션, 화장품, 농수산물, (건강)식품, 종합소매점, 기타도소매
서비스	교육(교과), 교육(외국어), 기타 교육, 유아 관련, 부동산 중개, 임대, 숙박, 스포츠 관련, 이미용, 자동차 관련, PC방, 오락, 배달, 안경, 세탁, 이사, 운송, 반려동물 관련, 약국, 인력 파견, 유아관련(교육 외), 기타 서비스

업종별 프랜차이즈 기업 예시

◇ (외식업) 교촌치킨

- ㅇ 국내 1,157개 가맹점사업자 보유, 총매출 3,692억원('19년말)의 치킨 브랜드
- ㅇ 국내 최초의 코스피 직상장한 프랜차이즈로 가맹점 영업이익 보장을 위해 매장 확장 제한

◇ (도소매업) GS25

- ㅇ 국내 13,818개 매장 보유, 총매출 8조6,211억원('19년말)의 국내 1위 편의점
- ㅇ 식료품, 생활용품은 물론 치킨, 분식과 같은 즉석식품 판매, 근거리 배송까지 사업 확장 중

◇ (서비스업) 마카롱택시

- ㅇ 국내 1,120개 가맹점사업자 보유, 총매출 11억원('19년말)의 택시서비스 기업
- ㅇ 통학, 이벤트, 외국인, 병원동행, 펫택시 등 다양한 고객 맞춤 서비스 제공

<업종별 Top 10 프랜차이즈업체*(매장수 順)>

외식업	매장수	소매업	매장수	서비스업	매장수
1.㈜파리크라상(파리바게트)	3,380	1.㈜지에스리테일(지에스25)	13,818	1.㈜크린토피아(크린토피아)	2,634
2.㈜이디야(이디야커피)	2,651	2.㈜비지에프리테일(씨유)	13,731	2.㈜온누리에이치엔씨(온누리약국)	1,947
3.㈜제너시스비비큐(BBQ)	1,604	3.㈜코리아세븐(세븐일레븐)	9,870	3.㈜뮤엠교육(뮤엠영어)	1,925
4.㈜비에이치씨(BHC)	1,518	4.㈜이마트24(이마트24)	4,360	4.㈜한솔플러스(한솔플러스수학교실)	1,460
5.㈜이원(투다리)	1,475	5.한국미니스톱㈜(미니스톱)	2,581	5.㈜삼성출판사(삼성영어)	1,386
6.비알코리아㈜(베스킨라빈스)	1,396	6.롯데칠성음료㈜(롯데칠성음료)	874	6.현대자동차(주)(블루핸즈)	1,372
7.씨제이푸드빌㈜(뚜레쥬르)	1,278	7.㈜한국인삼공사(정관장)	753	7.㈜골프존(골프존파크)	1,167
8.롯데지알에스㈜(롯데리아)	1,211	8.알파㈜(알파)	667	8.메디팜㈜(MEDIPHARM CO.,LTD.) (메디팜	1,124
9.교촌에프앤비㈜(교촌치킨)	1,157	9.한국회원협동조합연합회(꽃누리)	480	9.㈜케이에스티모빌리티(마카롱택시)	1,120
10.㈜한국일오삼(차갓집앙념치킨)	1,134	10.㈜아성다이소(다이소)	464	10.㈜비상교육(잉글리시아이)	954

* 출처 : 공정거래위원회('20년 정보공개서 기준)

※ (비교) 글로벌 주요브랜드

- ㅇ McDonald's(패스트푸드/미국), KFC(치킨/미국), Marriott International(호텔/미국), Pizza Hut(피자/미국), Dunkin(베이커리/미국), SUBWAY(샌드위치/미국), Kumon(아동교육/일본), Hertz(차렌탈서비스/미국), The UPS Store(물류 배송서비스/미국)

Ⅱ. 가맹산업의 현황과 과제

1 최근 가맹산업 환경 변화와 동향

□ 인구·사회구조 변화에 따른 소비의 **개인화·맞춤화 추세가 확산**

○ 저출산·고령화, 1인가구화, 맞벌이 증가 등에 따른 가사·생활 양육, 헬스케어 등 개인화·맞춤화된 **가맹사업 新상품·서비스 제공**이 증가

가맹사업 중 개인화·맞춤화(예시)

(1인 가구화)



'**본죽**'-1인가구 증가에 대응한 소포장

(소비자 맞춤화)



'**아모레퍼시픽**'-개인 맞춤 즉석 천연화장품

(생활양육)



'**짐보리**'-맞벌이 증가로 영유아 보육 서비스

(고령화)



'**아리아케어**' 고령화에 따라 주간 보호센터

□ 코로나19 지속에 따른 **비대면·언택트 소비패턴의 일상화**가 가속

○ 코로나19 장기화로 가정내 체류시간 증대와 비대면 일상화에 따른 홈코노미 확산에 대응해 **온라인 주문·배송 가맹서비스**가 증가

* 비대면·온라인 주문·배송서비스 : 도미노피자 챗봇(Chatbot), 빽다방 스마트오더(App), 스타벅스 드라이브스루, 편의점 픽업서비스, BBQ 배달·포장 특화매장 등

○ 특히, 스마트폰과 간편결제의 보급·확산, 배송산업의 성장에 기반한 외식업 관련 가맹서비스 위주로 **온라인 주문·매출이 크게 성장**

* 온라인상 식품거래액: ('18)18.7조 → ('19)28.5조 → ('20)44.5조(통계청, 음식배달 포함)

□ 본부-점주 간 **상생협력·분쟁해소**가 지속 성장의 **보완과제**로 대두

○ 원부자재 구매강제, 광고·판촉비 전가 등 **불공정행위**와 상생협력 관계에 대한 **인식·이해부족**으로 소비자의 **가맹사업 이미지 하락** 우려

* 분쟁사유(%) : 정보미공개(18.9), 지위남용(17.1), 허위·과장정보(15.6) 등('20 공정위)

2 국내 가맹산업의 현황 ('20, 산업부 프랜차이즈 실태조사)

1 【산업현황】 최근 산업성숙기에 접어들며 가맹사업자간 경쟁 심화

○ (사업체) 가맹본부 5,175개, 가맹점 270,154개

* 가맹본부('15년 3,910개→'19년 5,175개), 가맹점('15년 223,563개→'19년 270,154개)

○ (매출액) 연간 매출은 122조원으로, 국내 GDP(1,919조원)의 6.4%

* 매출규모 추이 : ('15년) 115조원 → ('17년) 119조원 → ('19년) 122조원

○ (종사자) 프랜차이즈 종사자는 133만으로, 전체 고용(28백만명)의 4.7%

* 종사자수 추이 : ('15년) 104만명 → ('17년) 125만명 → ('19년) 133만명

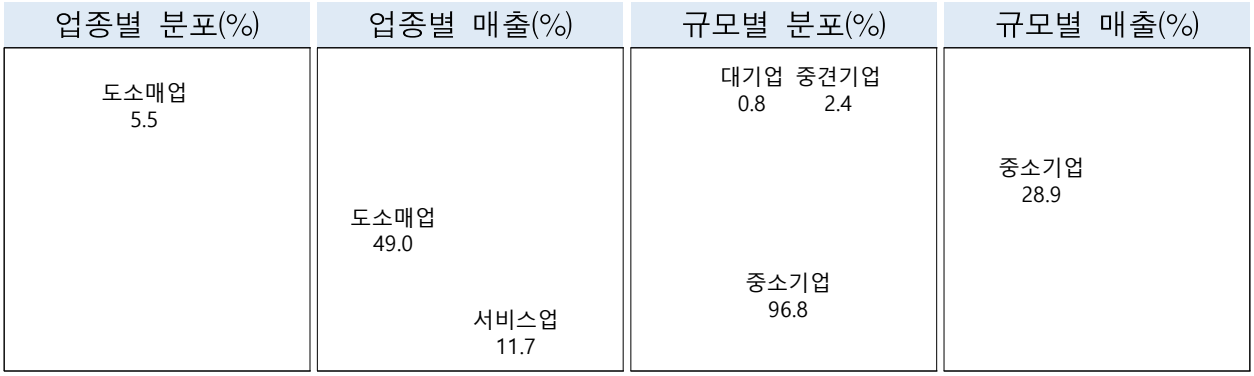
2 【업종·규모】 외식업종 편중이 심화되고, 중소업체가 대다수인 반면 매출은 도소매업종과 대·중견기업이 큰 비중

○ (업종별) 가맹본부는 외식업의 비중이 74.6%로 매우 높은 반면, 매출액은 도소매업 분야가 전체의 49%로 가장 큰 비중

* 업종별: **외식업(3,861개, 74.6%)** > 서비스업(1,029개, 19.8%) > 도소매업(285개, 5.5%)
* 매출액: **도소매업(59.8조, 49%)** > 외식업(48조, 39.3%) > 서비스업(14.3조, 11.7%)

○ (규모별) 가맹본부는 중·소상공인이 전체의 96.8%를 차지하는 반면, 매출액은 대·중견 기업이 전체의 71%로 큰 비중을 차지

* 기업 규모별 : **중소 (4,233개, 96.8%)** > 중견 (105개, 2.4%) > 대기업 (33개, 0.8%)
* 기업 매출액 : **중견 (47.8조, 39.1%)** > 대기업 (39조, 31.9%) > 중소 (35.3조, 28.9%)



3 상생협력 현황

○ **자율적 상생 확산***과 **불공정·분쟁 예방**을 위한 **제도적 환경**** 개선

* 프랜차이즈 업계 자정실천방안 마련('17), 편의점 업계 자율규약 체결 및 시행('18)
** 장기점포 계약갱신 상생협약 체결('19), 분쟁 상담·조정 종합지원센터 운영('20)

자정실천안 발표	편의점 업계 자율규약 체결	장기점포 계약갱신 협약
(가맹점 100곳인 가맹본부) ▸1년 내 '가맹점단체' 구성, ▸10년 계약갱신 요구기간 폐지	(CU,GS25 등 6개 가맹본부) ▸담배소매인 근접출점 지양 ▸희망폐업시 위약금 감경	(가맹본부-가맹점주 간) ▸10년 이후 지속적 계약갱신 이행 ▸갱신조건 미달시 유예기간 부여
		

4 해외진출 현황

○ **세계 58개국**에 **361개 가맹본부**의 **392개 브랜드**가 해외 진출

* 해외진출 본부(개) : ('15)280 → ('16)325 → ('17)339 → ('18)352 → ('19)361 (코트라)
* 업종별 해외진출 현황 : 외식업(305개 본부, 332개 브랜드), 도소매업(22개 본부, 26개 브랜드), 서비스업(34개 본부, 34개 브랜드)

< 프랜차이즈 산업 해외진출 현황 >



<기업규모별 진출현황>

구분	2016	2017	2018	2019
합계	325	339	352	361
대기업	6	6	6	8
중견기업	37	40	41	38
중소기업	282	293	305	315

○ 특히 말레이·베트남 등 **신남방 지역**에서 **한류 브랜드 확산**

* 주요 진출국(브랜드 수, 개) : 중국(198), 미국(107), 베트남(62), 싱가포르(57), 일본(50), 필리핀(49), 인니(46), 태국(42) 등 ('19년, 프랜차이즈협회)

→ (사례) "피자마루"는 KOTRA 협력을 통해 '14.1월 중국을 시작으로 싱가포르, 인도네시아 등 진출 성공('20년 4개국, 12개 가맹점 운영)

3 가맹산업의 문제점과 당면과제

1 가맹사업 업종의 편중 및 구조의 불균형

○ **외식업 편중현상**이 지속되면서 서비스, 도소매업 **균형발전 저해**

* 외식업 가맹본부('14년 72.4% → '19년 74.6%), 가맹점('14년 45.8% → '19년 48.2%)

  ↔ 해외의 경우, 일본은 외식업 비중이 가맹본부 43%, 가맹점 22% 수준이고, 미국의 경우 가맹본부 29.4%로 국내 외식업 편중현상이 심화

○ 외식·서비스·도소매업 내에서도 **특정 분야**에 대한 **쏠림현상** 심화

* (가맹점) 외식업 중 **치킨·한식** 40%, 서비스업 중 **교육** 51%, 도소매업 중 **편의점** 79%
* (신규점) 외식업 중 **치킨·한식** 40%, 서비스업 중 **교육** 49%, 도소매업 중 **편의점** 82%

2 규모의 영세성과 취약한 브랜드 경쟁력

○ 자본·기술을 요하지 않는 **외식업종 위주 소자본 창업**과 **영세업체 간 경쟁심화**로 단계별 성장을 통한 가맹사업 **기업화·규모화에 취약**

* 가맹점 10개 미만 운영하는 영세 가맹본부가 전체 65.3%('20년, 공정위)
* 본부당 평균 가맹점수 : '15년(53.2개) → '19년(49.1개), △1.6%
* 가맹점 초기투자금액 : 1억 미만(32.2%), 1-2억 미만(52.3%) ('20 실태조사)

○ **영세 중소업체가 대다수**를 차지하며 **산업 전반의 경영성과**가 저조

* 프랜차이즈 매출액 대비 영업이익률(예 : 외식) : '18(18.2%) → '19(11%), △7.2p

3 전문인력 양성, 창업·경영 정보제공 인프라 등이 부족

○ 경영자의 **혁신역량**과 관리자의 **직무능력 향상 교육**, **가맹점 관리 전문인력*** 공급이 부족하고, **창업·경영혁신 정보제공**이 불충분

* 경영관리 전문인력(슈퍼바이저)은 가맹본부 평균 3.4명으로 1인당 평균 15.9개 매장 관리

4 비대면·디지털 전환 대응과 연구개발 투자가 미진

○ 가맹본부의 영세성으로 **신기술 도입 및 연구개발(R&D)**에 애로

* 가맹본부 로봇 도입률(3.4%), R&D 투자 경험(4.2%) 저조('20 실태조사)
↔ 글로벌 프랜차이즈 기업의 적극적인 新기술 개발·도입과는 대조

5 가맹본부-가맹점 간 갈등과 분쟁이 지속상존

○ 가맹사업 과정 전반에 걸쳐 **물류마진에 기반한 분쟁**이 지속 발생

* 가맹본부 주 수입원 : 물류마진(57.4%), 로열티(15.8%), 가입비(15.6%) 등

○ **허위·과장 정보, 정보공개서 사전 미제공** 등이 **주요 분쟁사유**

* 주요 분쟁사유(%) : 정보 미공개(18.9), 지위남용(17.1), 허위·과장정보(15.6) 등('20 공정위)

6 가맹사업의 해외시장 개척과 진출이 둔화

○ **시장정보·인력부족** 등으로 가맹본부의 **해외시장진출 증가세** 둔화

* 외식기업 해외매장수 추이 : ('17)6,001개 → ('18년)4,721개 → ('19년)4,319개
* 해외진출 과정시 애로사항 : 해외전문인력 부족(25.7%), 현지파트너 탐색(25.1%), 현지 규제법령(16.9%), 물류 및 통관(16.3%) 등

○ **가맹상표 무단선점, 특허권 분쟁** 발생으로 **해외시장 개척**에 애로

* '18년 기준, 해외진출 기업(101개) 중 지식재산을 침해당한 경험은 72.3%

시사점

[혁신기반 확충] 혁신성장을 위한 **인적·물적 기반의 확충**, 자발적인 **상생문화의 확산**으로 지속성장 가능한 **산업 생태계 조성**이 중요

[산업구조 고도화] 高부가가치 프랜차이즈 업종의 **다양화와 규모화, 표준화**를 통한 산업구조의 **질적 고도화를 추진**할 필요

[글로벌화 촉진] 국내 수요를 넘어 가맹서비스의 **글로벌 사업화**를 촉진하기 위한 **글로벌 협력·지원 체계를 구축**할 필요

Ⅲ. 비전 및 추진전략

가맹산업 구조의 고도화 촉진 및 지속가능 성장 기반의 확충

기본 방향

- ◆ 신기술·경영·인력 등 **혁신역량 확충**으로 **경쟁력 강화**
- ◆ 高부가가치 **업종 다양화**, **규모화**를 통한 **산업구조 고도화**
- ◆ 가맹사업의 **상생협력** 및 **해외시장 진출 확대**

4대 추진 전략	10대 주요 과제
1. 경영혁신기반 구축을 통한 가맹사업 경쟁력 강화	❶ 디지털 기반 **혁신서비스 창업** 지원 ❷ 가맹사업의 **자생력 강화**를 위한 **정보인프라 구축** ❸ **경영혁신 역량 강화** 및 **전문인력 양성**
2. 산업구조 고도화를 위한 업종 다양화 · 규모화 촉진	❶ 高부가가치 **유망 프랜차이즈 창업·성장** 지원 ❷ 가맹사업 서비스 **표준화 기반 조성** 및 **확산** ❸ 창업정보·신기술 확산을 위한 **프랜차이즈대전 개최**
3. 상생협력을 통한 가맹사업자간 균형발전 도모	❶ 공정경제 환경 조성을 위한 **법·제도 정비** ❷ 가맹사업자 간 **자발적 상생협력 문화** 확산
4. 가맹사업 브랜드의 글로벌화 촉진	❶ **해외진출 종합지원체계**의 확충 ❷ 글로벌 **지재권 분쟁 대응체계** 구축

Ⅳ. 세부 추진과제

1. 경영혁신기반 구축을 통한 가맹사업 경쟁력 강화

1 디지털 기반 혁신서비스 창업 지원

□ (목표) 新기술 활용 지원을 통한 디지털 혁신서비스 창업 및 확산

□ (현황) 규모의 영세성과 자본·기술의 취약성, 법·제도적 제약으로 인해 생산성·수익성 향상을 위한 新기술의 도입·활용에 애로

* 가맹본부 로봇 도입률(3.4%), R&D 투자 경험(4.2%) 저조('20 실태조사)

○ 외식업 위주의 가맹점 소자본 창업*으로 기술투자와 혁신에 한계

* 가맹점 초기투자금액 : 1억 미만(32.2%), 1-2억 미만(52.3%) ('20 실태조사)

□ 추진방안

❶ 규제혁신을 통한 혁신서비스 창업 지원

○ 규제샌드박스 등을 적극 활용하여 공유주방서비스, 즉석식품의 자판기 판매, 공유미용실 서비스 등 혁신 서비스 창업 및 확산 촉진

* 단일 주방·미용시설을 복수 사업자가 공유(→창업비용 절감), 매장판매·배달만 가능했던 즉석식품의 자판기 판매 허용(→신규 판로확보), (산업부 등)

규제 특례를 통한 新 사업모델 창출사례

(공유주방·)



(공유미용실)



(육류자판기)



(도시락 자판기)



❷ 첨단 드론·로봇 배송서비스 실증 및 상용화 촉진

○ 피자·치킨·커피 제조, 매장서빙·무인배달 로봇 등 **미래형 비대면 수단**의 가맹사업 분야 조기상용화를 위한 **실증사업 및 제도 정비**

* 가맹점 등 실증거점 기반으로 서비스 로봇 활용 실증을 지원(산업부)

→(사례) 피자 프랜차이즈인 '고피자'는 '20년 드레즐&커팅 로봇 도입을 통한 경쟁력을 바탕으로 가맹점이 큰 폭으로 증가('19년 44개 → '20년 103개)

국내·외 프랜차이즈 디지털전환 사례

(커피베이) 1잔당 35초, 1시간 400잔 제조, 現 100호점 운영



(롸버트 치킨) 반죽~튀김까지 全과정 로봇 처리, 現 2호점 운영



(도미노피자) 주문앱 '애니웨어', 무인배달차량 'R2' 상용화



❸ 가맹사업의 스마트 상점化

○ 사업장에 스마트오더, 스마트미러 등 **IOT, AR 신기술 적용 지원*** 및 NFC·QR코드 방식의 소비자 **간편결제시스템 보급·확산**** 추진

* 스마트상점 10만개 보급, ** 간편결제 가맹점 200만개 보급·확대 (중기부)

(예시) 스마트 상점 유형

(오더) QR스캔으로 테이블주문, 간편결재



(미러) 스타일링·피팅 가상체험 후 구매



(IoT) 스마트 선반 광고, 가격표시, 재고 통계



(로봇) 음식서빙, 고객응대



○ 외식업 가맹점의 신뢰제고를 위한 '**실시간 주방공개시스템***' 지원

* 주방공개 시범사업(중기부), 시범사업장은 행정처분 감면, 위생용품 지원 (식약처)

○ 배달앱 등 **온라인플랫폼 활용 주문·배송 활성화***와 ICT 기술을 접목한 온라인 신선식품(마켓컬리) 배송 등 **스마트서비스化** 지원

* 소상공인온라인판로지원으로 배달대행·광고비 및 교육·상담을 지원하고, 온라인 교육·물류관리시스템 구축·지원 등으로 스마트서비스화를 지원 (중기부)

2 가맹사업의 자생력 강화를 위한 정보 인프라 구축

□ (목표) 정보인프라의 고도화 및 상호연계를 통한 창업·성장 종합 지원

□ (현황) 가맹사업의 창업, 성장, 해외진출 각 단계에 대응한 다양한 정보의 종합지원체계가 부족하고, 분야별 정보시스템이 별개로 운영

* 창업 애로: 상권분석(73.2%), 브랜드 선택(45.2%), 자금조달(34.8%)('20, 실태조사)

□ 추진방안

❶ 가맹사업 창업을 위한 가맹정보 및 상권분석 시스템의 고도화

○ (가맹정보) 가맹사업 현황 제공과 함께 가맹사업 브랜드별 평균 매출, 평균영업기간, 가맹점 수 등 주요 정보 비교·대조 기능 강화

* '가맹정보제공시스템'의 정보공개서 이용 편의성 제고를 위한 고도화(공정위)

○ (상권분석) 지역 상권의 업종·매출·인구·소득·경쟁 분석 외 소규모 지역 카드매출과 유동인구정보 등을 추가해 상권분석 기능 확충

* '상권정보시스템'의 희망 출점지 예상매출액 등 분석 서비스 강화(중기부)

❷ 가맹사업 자생력 강화를 위한 맞춤형 종합정보지원체계 구축 추진 신규

○ 가맹정보, 상권분석 기능의 연계·활용으로, 온라인 박람회·현장실습 등 창업부터 매장운영, 해외진출까지 ONE-STOP 종합지원(산업부, ISP수립중)

< 프랜차이즈 종합지원시스템 개요 >



3 경영혁신 역량 강화 및 전문인력 양성

□ (목표) 가맹사업 경영·관리를 위한 **전문경영인력**과 가맹사업장에 **필요한 현장인력 양성을 통해** 산업의 **경영역량 및 현장능력** 제고

□ (현황) 본부·가맹점주에 대한 **인력양성**, 재직자 **교육 프로그램 부족** 등으로 가맹사업의 **지속적인 혁신**과 **효율화 추진**에 애로

* 경영관리 전문인력(슈퍼바이저)은 가맹본부 평균 3.4명으로 1인당 평균 15.9개 매장 관리

□ 추진방안

❶ 「가맹본부」 전문인력의 양성 및 경영역량 강화 지원

○ '**가맹본부 재직자**'의 전문경영·관리를 위한 **전문경영 역량 강화**

→ '최고 전문가 과정', '재직자 전문능력 제고 사업' 등 전문 교육기관을 통해 **경영·관리 역량을 강화**하고, 분야별 **전문인력 자격인증제** 운용

종류	주요 내용
• 경영역량	▸ **프랜차이즈 최고 전문가 과정** : 가맹본부 CEO·임원 대상, 경영 역량 강화 ▸ **프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정** : 가맹본부 매니저 대상, 매장 관리 능력
• 직무역량	▸ **재직자 전문능력 제고 사업** : 지역점포 마케팅, 빅데이터 상권분석, 가맹점 위생 및 안전관리, 불공정거래행위 및 분쟁관리 등 15개 교육 과정 * 국가인적자원개발 컨소시엄 : 15개 과정, 32회 운영, 640명 이수 예정(노동부)
• 전문인력 자격인증	▸ **FC 슈퍼바이저 자격 인증** : 점포경영·마케팅, 상담, 경영수치분석 등 ▸ **FC 컨설턴트 자격증** : 시스템 관리·경영, 계약관리, 컨설팅 방법 등 ▸ **외식경영관리사 자격증** : 외식업 운영·관리업무, 종업원 지도·감독 능력 등

○ **영세 가맹본부의 역량강화**를 위해 경영 노하우, 판로창출, 점포 개선 및 신제품(메뉴) 개발 등 **경영개선 컨설팅** 지원

* 가맹사업자의 역량강화 및 경영개선을 위한 생활혁신 기술개발 지원 (중기부)

○ 체인형 희망조합을 발굴하여 **협동조합 프랜차이즈시스템 구축***을 지원하고 **공동브랜드·신제품 개발**을 지원(예 : 국수나무)

* 소상공인 협업 활성화 공동사업을 통해 정보공개서·가맹계약서·프랜차이즈 매뉴얼 마련, 프로세스 및 공정개선 개발비 등 지원(중기부)

❷ 「가맹점주」 맞춤형 현장인력 교육 및 특화 지원

○ **디지털 격차 해소**를 위해 디지털 교육장을 통한 **현장실습 교육** 및 쇼핑몰 창업, SNS마케팅, 세무상식 등 **온라인 실시간 교육** 지원

* 소상공인 성장 혁신 지원('25년까지 3.5만명), 소상공인 지식배움터 (중기부)

○ 가맹점위생관리 등 **식품안전에 관한 교육**을 전문교육기관*과 협업하여 가맹점 종사자 대상 **온·오프라인 교육** 추진

* 전국 17개 한국폴리텍대학 강의장 인프라를 활용(1회당 약 100명, '22년~) (산업부)

○ 가맹점주의 **노하우와 창의성이 결합**된 제품·디자인, 신메뉴, 굿즈 등의 **개발과 가맹본부와의 공유·확산** 지원

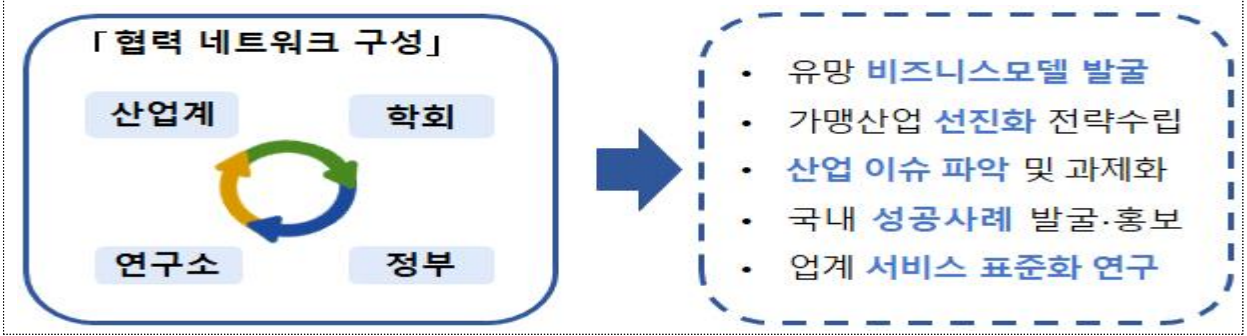
* 특화된 가맹점을 중점 관리·지원하는 '상생협력 프랜차이즈 지원사업' (중기부)

❸ 산·학·연 「협력 네트워크」 구축 신규

○ 각계 전문가 풀로 구성된 **'협력네트워크*' 운영**으로 산업발전 방향, 성공모델 확산 등 싱크탱크로서 **지속적 선순환 체계 구축**('21년~)

* 산업계(협회, 점주협의회), 학회(프랜차이즈·유통학회 등), 연구소(산업연구원), 정부 등

< 산·학·연 협력 네트워크 구성(안) >



○ 프랜차이즈 전·후방 **산업 전문가 육성**

- **대학 학위(학사·석사) 과정**과 **연계**하여 유통·물류·무역 등 프랜차이즈 가치사슬 전반의 전·후방 **산업 관련 전문적 인재 양성**

* 세종대 프랜차이즈경영학 석사과정 및 연세대 프랜차이즈 CEO 과정 등 (산업부)

2. 산업구조 고도화를 위한 업종 다양화·규모화 촉진

1 高부가가치 유망 프랜차이즈 창업·성장 지원

□ **(목표)** 인구·사회 변화에 대응한 **유망 비즈니스 모델 발굴·육성**

□ **(현황)** 국내 가맹사업은 해외 프랜차이즈 대비 **외식업에 편중되어 1인가구化 등에 대응한** 高부가가치 新서비스 분야의 발전은 **저조**

* 가맹본부 중 외식업종 비율 : 한국(74.6%) > 일본(43%) > 미국(29%)
* 인구 1만명당 외식업체수(개) : 한국(125.4) > 일본(58.3) > 미국(20.8)('18 농촌연구원)

○ 산업 전반에 걸쳐 시장성숙과 과당경쟁으로 **브랜드 취소건 증가, 신규점포 증가율 감소** 등 **성장 한계**에 대한 **우려 가중**

* 브랜드 취소현황: '15년(656건, 13.5%) → '17년(1,084건, 18.9%) → '19년(1,214건, 19.1%)
* 신규점포 증가현황: '15년(20만개, 7.2%) → '17년(23만개, 5.5%) → '19년(25만개, 4.3%)

□ **추진방안**

❶ **유망 아이템** 발굴 및 **창업**을 지원하는 「**신사업창업사관학교**」 확충

* 전국 12개(서울, 부산, 광주 등) → '21년 3개 지역을 추가해 전국 15개로 확충

→ 가맹창업 절차와 필요사항, 온·오프라인 점포체험, 사업화자금 등 **패키지 지원** 및 지역 사업자와의 **교류·네트워킹 활성화** 추진

* 신사업청년창업사관학교의 신규설치지역 및 교육생 모집(중기부)

< 신사업창업사관학교 교육 지원 절차 >

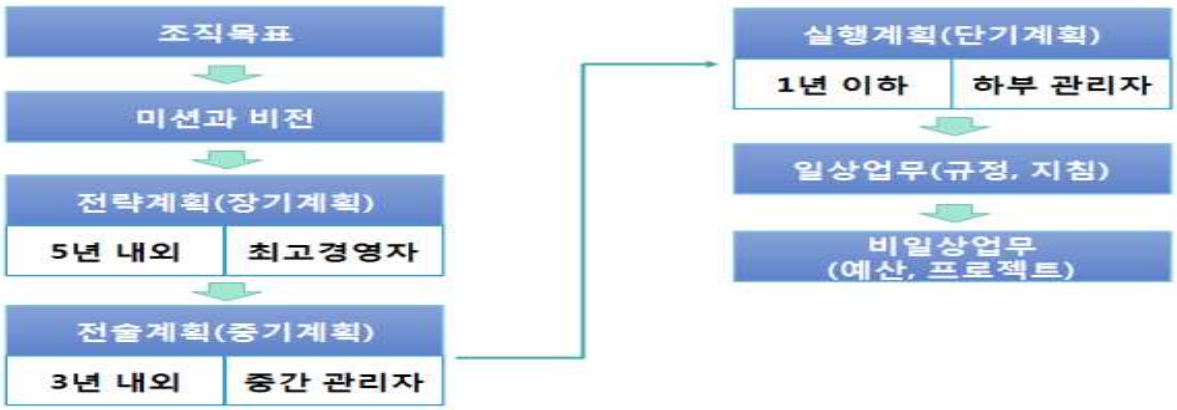


❷ 高부가가치 유망 아이디어의 가맹사업화 지원

○ 高부가가치 서비스업종 등에 대한 **창업초기** 성장전략수립, 가맹사업 표준화 및 체계화, 브랜드·포장 디자인 지원 등을 통해 **사업화 지원**

* 유망 초기 프랜차이즈를 육성·지원하는 '상생협력 프랜차이즈 사업'(중기부)

< 성장전략수립 체계 지원 >



❸ 유망 프랜차이즈의 단계별 맞춤형 성장 지원

○ **(초기성장단계)** **브랜드 확산**과 **가맹점 확대**를 위한 마케팅, 업무 효율화·자동화를 위한 IT환경구축, 新메뉴·서비스 개발 등 **성장 지원**

* 사업의 규모화 촉진을 위한 성장단계 프랜차이즈 중점 육성·지원(중기부)

○ **(대표브랜드단계)** 스마트 팩토리 및 스토어로 생산·판매의 스마트화, 상품·서비스 규격인증 취득, 브랜드 해외진출 컨설팅 등 **고도화 지원**

* 브랜드의 글로벌화 등 국내 브랜드 입지구축 및 해외진출 집중 지원(중기부)

< 성장 단계별 지원 >

단계	초기성장단계	대표 브랜드 단계
지원내용	• 스마트 기술 도입, 모바일 접목, 마케팅·판로, BM 고도화 등	• 스마트화, DB구축, 규격/인증, 글로벌화 등
지원대상	• 창업 4~10년 또는 가맹점 11~50개 미만	• 창업 10년 이후 또는 가맹점 50개 이상
지원규모	• 3개사(예정)	• 1개사(예정)

2 가맹사업 서비스 표준화 기반 조성 및 확산

□ **(목표)** 가맹사업 서비스 분야의 **표준화된 품질관리**로, 서비스의 **질적 수준을 제고**하고 **소비자의 신뢰도를 향상**

□ **(현황)** 다수 산업분야에 단체표준이 마련돼 **생산자 이익**과 **소비자 권익보호**에 기여하고 있으나, **서비스 분야 단체표준은 제한적**

* 전체 단체표준 등록건수(3,751건) 중 서비스분야는 51건(1.4%)에 불과('21년, 중앙회)

○ 가맹점별 일정 수준 이상의 **통일된 서비스 품질 제공**으로, **소비자 신뢰도 제고**를 통한 **자생력 강화**를 위해 서비스 표준화 필요성 대두

* (사례) '이삭토스트'는 '11년 이후, 가맹점간 맛·가격·서비스의 불일치로 소비자 불만 급증·매장수 감소(736→679개) → '14년 '브랜드 표준화'로 위기 극복('20년 820개)

□ **추진방안**

❶ 가맹사업의 서비스 분야별 단체표준 및 표준매뉴얼 개발 신규

○ 세부 서비스 업종별 브랜드 상품·서비스 품질관리, 교육·훈련, 불만·분쟁처리, 위생환경·시설안전관리 등 **사업 전반에 대한 표준화**

* 정부와 산·학·연 등으로 구성된 『서비스 분야 단체표준 자문회의』의 운영

→ 수요가 많은 **대표 서비스 업종*** **2개**를 **우선 선정**하여 **시범사업 추진**

* **이러닝 서비스**(메가스터디, 엠베스트), **유아·고령자 돌봄 서비스**(짐보리, 아리아케어), **부동산 중개 서비스**(리맥스) 등 (산업부)

❷ 서비스 단체표준의 활성화를 위한 법·제도 기반 조성 신규

○ 서비스 분야 단체표준 심사·인증 절차의 마련을 포함한 단체표준 관련 법령* 정비 등 **단체표준 보급·확산**을 위한 **법·제도 정비 추진**

* 산업표준화법 단체표준 인증분야에 '서비스 분야' 포함 여부 검토(산업부)

3 창업정보·신기술 확산을 위한 프랜차이즈대전 개최

□ **(목표)** 가맹본부, 가맹점, 납품업체 등이 창업 정보와 신제품·신기술 정보를 공유·확산할 수 있는 **정보교류 및 네트워크의 장을 마련**

□ **(현황)** 가맹본부는 **자사 브랜드**를 **홍보할 기회**가, 예비창업자는 **유망업종과 브랜드**를 **비교·분석**할 기회가 부족한 상황

* 가맹점 모집 : 온라인 광고(39.3%) > 지인소개(19.9%) > 박람회(4.6%), ('20 실태조사)

○ **창업정보 제공** 및 **브랜드 홍보**를 위해 '99년부터 **'FC 박람회' 개최**

□ **(추진방안)** 매년 **상·하반기 2회**(6월, 11월) 프랜차이즈 **박람회 개최**

❶ 창업희망자 등에 대한 국내 브랜드 창업·경영정보 제공 및 공유

○ 예비창업자 작성 창업프로필* 분석을 통해 박람회 참가 가맹브랜드 **비교·분석 정보 제공** 및 우수기업과 **1:1 창업상담 매칭 서비스** 제공

* 예비창업자가 창업희망지역, 예산, 관심 산업 등 작성한 창업상담 데이터

○ 창업자 및 중소참가업체 대상으로 법률·세무·금융·부동산·정부지원 정책, 브랜딩, 해외진출 등 각 분야 전문가의 **1:1 맞춤 컨설팅** 지원

❷ 우수 프랜차이즈 업체 홍보 및 가맹점 유치 기회 제공

○ 우수 유망 참가업체에 대한 참가비 할인 및 메인 부스 선점권 부여, 브랜드 홍보 등을 통해 **가맹사업 홍보** 및 **가맹점 확보** 지원

❸ 프랜차이즈 관련 제품 판로 개척 및 新기술 서비스 정보 공유

○ 원부자재, 인테리어, 결제&보안시스템, IT솔루션 등 프랜차이즈 창업·경영과 관련된 자재·설비의 **1:1 비즈니즈 매칭 서비스** 제공

○ 무인 스터디 카페 및 셀프 세탁소, 가상현실·증강현실을 활용한 오락, IT기반교육, 키오스크 등 **디지털·新기술 기반의 아이템 전시**

3. 상생협력을 통한 가맹사업자간 균형발전 도모

1 공정경제 환경 조성을 위한 법·제도 정비

□ (목표) 가맹사업법 등 지속적인 법·제도의 보완을 통해 **업계의 자정 노력을 유도**하고 **가맹사업자의 균형발전**을 도모

□ (현황) 가맹거래 간 **지속적인 제도개선** 및 **관리감독**에도 **불구**하고, 허위·과장정보제공, 지위남용 등 **주요 분쟁사유**가 **지속적**으로 **반복**

* 주요 분쟁사유(%) : 정보 미공개(18.9), 지위남용(17.1), 허위·과장정보(15.6) 등('20 공정위)

□ 추진방안

❶ 가맹사업법상 불공정거래행위에 대한 **세부 판단기준 마련** 신규

* 거래거절, 구속조건부 거래, 거래상 지위 남용 등 불공정행위 지침 제정(공정위)

❷ 광고·판촉 행사시 일정비율 이상 점주의 **사전 동의제*** 도입 추진 신규

* 신속한 광고 및 판촉행사 진행에 과도한 장애가 발생하지 않도록 사전 동의한 가맹점주를 대상으로 예외적인 분리 판촉행사을 허용하는 규정 마련

❸ 부실·모방 브랜드 난립 방지를 위한 **직영점 1+1 제도*** 및 소규모 가맹본부의 **정보공개서 등록** 및 **가맹금 예치의무 부여** 신규

* 가맹점 모집 전 '1개 이상 직영점', '1년 이상 운영'을 의무화

❹ 공정거래협약 **체결 확산** 및 협약 우수업체 **인센티브 강화***

* 직권조사 면제, 시정명령 공표의무 면제·기간단축, 포상수여, 정보공개서 표지에 협약 평가결과 표시·활용 등

❺ 온라인 판매확대에 따른 **가맹점주 피해예방*** 지원

* 온라인 판매비중·공급가격 등 가맹본부 정보공개서 기재사항 확대 및 가맹본부 온라인 판매로 가맹점 매출감소 지속시 점주의 위약금 부담 감면

2 가맹사업자 간 자발적 상생협력 문화 확산

□ (목표) 상생협력 모델을 발굴·지원 및 자발적 상생 문화 정착 유도

□ (현황) 가맹산업 선진화와 가맹본부-가맹점주 간 상생경영을 위해 자율상생협약의 체결 및 착한 프랜차이즈 지정 등 추진 중

* GS25, CU, 파리바게뜨, 정관장, 본죽 등 총 17개사 상생협약 체결('19, 공정위)

○ 다만, 가맹사업자 간 협력관계에 대한 인식 및 관리가 여전히 불충분하여 가맹사업 운영 全과정에 걸쳐 분쟁이 지속 발생

□ 추진방안

❶ 상생협력 인식 제고를 위한 사업자 간 소통 및 교육·상담 지원 신규

○ '프랜차이즈 상생협의회*' 운영을 통한 본부-점주 간 주요 분쟁사항, 상호 협력사항 등을 지속 논의 및 협의 추진

* 한국프랜차이즈산업협회, 전국가맹점주협의회 공동 구성·운영 (산업부)

○ '상생협력 멘토단*'을 통해 상생협력 우수기업, 전문가 등이 상생 프로그램 도입 예정인 가맹본부에 노하우 전수 및 컨설팅 지원

* 상생 우수기업, 분야별 전문가(변호사·가맹거래사 등), 학계 등으로 구성·운영

○ '상생협력 아카데미*' 운영으로 운영본부-점주 간 상호 역할 학습을 통한 이해증진 및 가맹사업 윤리교육 실시

* '고용부 '국가인적자원개발사업'을 통해 갈등관리, 불공정거래 예방 등 교육

< 자발적 상생협력 확산 방안 >



❷ 가맹사업자 간 자율적인 상생협약 체결·이행 유도

○ 편의점 자율규약, 프랜차이즈 자정실천안 등 **업계의 자발적 상생협력방안의 이행**을 독려하고 실태조사 등을 통해 **지속 모니터링**

→ 자발적 이행실적이 우수한 **「자상한 가맹본부*」를 발굴·포상**하고, 민간이 선도하는 상생문화 조성·확산을 위해 **우수사례 집중 홍보**

* 기업이 보유한 인프라, 상생 프로그램, 노하우 등을 공유하는 자발적 상생협력 기업

❸ 상생협력 평가체계 개선·보완 및 실효성 있는 인센티브 방안 강구

○ 프랜차이즈 **상생협력 평가제도*를 개선**하여 기존 경영안정성 위주의 평가항목에 상생협력 수준 등 **상생협력 관련 요소를 평가에 반영**

* 공정거래협약 이행평가(공정위) : 불공정거래 예방목적으로 협약체결 기업 평가
* 프랜차이즈 수준평가(중기부) : 창업자 정보제공 목적으로, 중소 가맹본부 경영 평가

○ **상생협력 우수기업**은 공정위 직권조사 면제 및 동반성장지수 평가 가점, 출입국 우대, 정책자금 금리우대 등 **효율적 인센티브 제공**

○ 본부-가맹점 간 **이익을 공유**하거나 **이익공유 계획**이 있는 가맹본부에 대해 본부의 **해외진출, 경영컨설팅, IT 구축** 등 지원* 강화

* 이익공유 가맹본부에 '프랜차이즈 수준평가' 결과와 연계하여 인센티브 제공 예정

❹ 가맹종합지원센터를 통한 가맹본부·점주 간 상생협력 문화 확산 신규

○ 분쟁 사전 예방 및 불공정거래행위에 효과적으로 대응하기 위해 **가맹점사업자 피해예방 교육** 및 **가맹본부의 법 준수 교육*** 실시

* 법위반 재발방지, 정보공개서 작성 및 등록, 불공정거래행위 관련 교육, 공정위 교육이수명령과 연계한 법 준수 교육 등

❺ 불공정·분쟁 관련 상담지원 및 우수사례 전파·확산

○ 전국 60개 소상공인지원센터에 '**불공정 피해상담센터**'를 설치·운영하여, 불공정행위에 대한 **신속한 상담* 및 피해구제를 지원**(중기부)

* 상담 건수 추이 : ('17) 288건 → ('18) 841건 → ('19) 1,217건 → ('20) 1,505건

4. 가맹사업 브랜드의 글로벌화 촉진

1 해외진출 종합지원체계의 확충

□ (목표) 해외 현지 사업화에 대한 **맞춤형 밀착지원**과 **해외 전문가 인력양성**으로 글로벌 프랜차이즈 **수출생태계 조성**

□ (현황) 관계기관별로 다양한 해외진출 지원사업이 추진 중이나, **현장 중심의 지원책**과 기업수요가 높은 **인력지원** 등은 **다소 부족**

* 해외진출 지원수요 : 금융지원 37%, 컨설팅지원 18%, 현지파트너 발굴지원 11%
* 해외진출 애로사항 : 인력부족 26%, 파트너탐색 25%, 현지규제 17% ('20, 실태조사)

□ 추진방안

❶ 현지 시장조사 및 정보제공, 해외진출 컨설팅

○ 프랜차이즈 해외진출에 필요한 해외동향조사, 글로벌 프랜차이즈 해외진출 전략보고서 제작·보급, 브랜드 홍보, 컨설팅 등 지원

* 북미 프랜차이즈 동향조사(코트라), 해외 진출 외식업체 현황조사 및 해외진출 맞춤형 지원(농식품부) 등 정보·컨설팅 제공

❷ 프랜차이즈 박람회, 전시회, 상담회로 시장개척 지원

사업명	사업내역	주관기관
• 프랜차이즈 온라인 상담회	▪ 해외 무역관을 통한 해외진출 희망 기업 소개 및 해외바이어 발굴 ▪ 온라인 화상 상담회 추진, 통역 지원	코트라
• 유망 프랜차이즈 온·오프라인 사절단	▪ 해외진출 희망 특정국가의 무역관을 통해 기업 홍보 및 온라인 기업설명회 개최 ▪ 서비스기업(이미용·뷰티) 시범추진	
• 해외 주요국 프랜차이즈 전시회 참가	▪ 베이징 프랜차이즈 전시회 홍보 지원 → 전시회 홍보관 설치 및 홍보, 온라인 상담	
• 주한 외국인 마켓테스트 활용 및 홍보·지원	▪ 국내 외국인을 통한, 음식·매장 환경 등 평가 ▪ 인플루언서를 활용한 홍보 지원	농식품부
• 국제 외식프랜차이즈 박람회 참석지원	▪ 부스 임차료, 장치비, 홍보비, 통역요원 (1인) 인건비 등	

❸ 식자재 등 해외 공동물류 활성화 및 현지 물류 인프라 구축

○ ‘해외공동물류센터*’를 통한 냉장-냉동 물류 서비스를 지원하여, 고품질 농수산식품의 **안정적 공급 및 신규시장 개척** 지원

* 세계 15개국 72개소에 해외물류센터를 운영중이며, 보관비의 70~90%를 지원

→ (사례) 파리바게뜨는 중국 300여개, 미국 80여개 등 해외 400여개 매장을 운영하고 있으며, 해외 매장에 신선한 생지를 안정적으로 공급하기 위해 ‘해외공동물류센터’의 저온 유지시스템(콜드체인)를 활용하여 해외 각 매장에 공급 중

○ 해외현지에 독자적으로 물류센터를 구축하기 어려운 중소·중견 가맹본부에게 **현지 협력물류회사의 창고**를 **공동·이용**토록 지원

* 현지 창고보관, 입·출고, 포장, 배송, 통관 등 해외공동물류 지원 (코트라)

< 해외공동물류사업 프로세스 >



❹ 해외진출 프랜차이즈 전문인력 양성

○ 전문교육기관을 선정하여 **외식업계 취업 희망자를 대상**으로 외식 프랜차이즈 매장운영, 글로벌 마케팅, 비대면 서비스 등 교육

* 외식산업의 해외진출 전문인력을 양성·교육 (농식품부)

○ 주요 국가별 ‘해외시장 진출전략*’ 및 ‘프랜차이즈 해외진출 과정**’ 등 ‘**무역아카데미**’ 사업을 통해 **전문인력 양성** 지원(코트라)

* 베트남·인도·일본 등 주요 국가별 비즈니스 관행·투자실무·FTA 활용 등을 교육

** 해외진출 성공기업의 임원을 강사로 초청하여 ‘해외진출 숏과정’을 공유·교육

2 글로벌 지재권 분쟁 대응체계 구축

□ **(목표)** 해외진출을 추진하는 가맹사업자의 **지식재산 역량강화** 및 지재권 분쟁에 관한 **체계적 대응**으로 **브랜드 글로벌화** 선도

□ **(현황)** 가맹본부는 소비시장 확대를 위한 해외진출시 **상표권·특허 출원** 등 **지식재산의 중요성**을 인식하지 못한 채 **해외진출 추진**

○ 한류문화의 확산으로 인지도가 높아진 국내 가맹사업 브랜드를 대상으로 **상표 브로커** 등에 의한 **상표 무단선점 피해 발생**

* '20년 상표 무단선점 피해 의심(건) : 중국 3,457, 태국 783, 베트남 282 (특허청)

○ 이로 인한, 모방상품 유통, 해외 경쟁사와의 특허 분쟁, 영업정지 등 **지식재산권 분쟁소지**가 증가하여 **해외시장 개척에 애로**

* '18년 기준, 해외진출 기업(101개) 중 지식재산을 침해당한 경험은 72.3%

□ **추진방안**

❶ 「K-브랜드 침해신고센터」 운영 및 위조상품 유통차단 강화

○ 가맹상표 무단선점에 대한 **감시 및 상시 신고채널 운영을 강화**하고, 신남방지역 중심으로 온라인 위조상품 **모니터링 대상국 확대**

* 감시횟수 : ('20) 중국(24회), 베트남·태국(6회) → ('21) 태국(6회), 인도네시아(12회) 추가 / 감시대상 : ('16~) 중국 → ('20) 아세안 6개국, 대만(추가) → ('21) 인도(추가 예정)

< 프랜차이즈 해외 무단선점 의심상표 정보제공 사례 >

구분	중국		베트남	
한국상표	OSIGI 호식이두마리치킨	이화수 IHWASOO	TOM N TOMS COFFEE	네네치킨
무단선점 의심상표	浩植 OSIGI 호식이두마리치킨	怡花秀	TOM N TOMS COFFEE	NENE CHICKEN

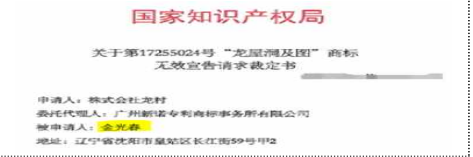
❷ 지식재산 침해시 지재권 분쟁 신속 지원

○ **해외지식재산센터(IP-DESK)를 활용**하여 현지에서의 지식재산권 침해에 대한 **신속한 법률상담 제공** 및 **분쟁대응 지원** 강화

* ('20) 9개국 15개소 → ('21) 11개국, 17개소(특허청)

< IP-DESK를 통한 상표 무단선점 대응사례 >

- 외식업체 Y사는 중국 광저우에 프랜차이즈 매장 오픈을 준비하던 중, 상표브로커(김○춘, 한국의 다수 유명상표 선등록)의 상표 선점 사실 확인
- 광저우 IP-DESK를 통해 브로커의 선점상표 무효화 신청과 동시에, 선점상표와의 저촉을 회피할 수 있는 변형 상표 고안·출원('18년)
- 선점 상표가 최종 무효 결정되고 출원상표도 등록 완료('20.5월)

우리기업 상표	상표브로커 선점상표	최종 무효판정
		

❸ 가맹사업자의 지식재산 역량강화 기반 조성

○ **가맹사업 종사자 대상**으로 해외 지식재산 법·제도, 지식재산 출원 전략, 분쟁 발생 시 대처 법 등 **온라인 지식재산교육 지원**

* 교육 콘텐츠 현황 : IP 법·제도(145개), 창출(3개), 활용(12개), 보호(4개) 등 179개

○ 창업초기 **가맹사업자가 강소기업으로 성장**할 수 있도록 지식재산 경영 및 지식재산 포트폴리오 구축 전략 등을 제공

* 지원규모 : ('20) 634개社 → ('21) 643개社 (특허청)

○ 수출 유망 가맹사업자에게 3년간 지식재산 관련 종합 서비스를 제공하여 **지식재산 기반의 글로벌 강소기업**으로 육성

* 지원규모 : ('20) 700개社 → ('21) 820개社 (특허청)
* 지원내용 : 특허맵, 브랜드 개발, 해외 진출 전략·권리화 비용 지원 등

Ⅴ. 과제별 추진 일정

◇ 4대전략 10대 과제에 '21년 2,080억 예산투입 등 5년간 지속 투자

1 경영혁신 기반구축을 통한 가맹사업 경쟁력 강화

구 분	추진 과제	일 정	주관부처 (협조)
1-1. 디지털 기반 혁신 서비스 창업 지원	①규제혁신을 통한 혁신서비스 창업 지원	'21~	산업부
	②첨단 드론·로봇 배송서비스 실증 및 상용화 촉진	'21~	산업부
	③가맹사업의 스마트 상점化	'21~	중기부
1-2. 가맹사업의 자생력 강화를 위한 정보 인프라 구축	①가맹사업 창업을 위한 가맹정보 및 상권 분석 시스템의 고도화	'21~	중기부 공정위
	②가맹사업 자생력 강화를 위한 맞춤형 종합정보지원체계 구축 신규	'22~	산업부
1-3. 경영혁신 역량 강화 및 전문인력 양성	①'가맹본부' 전문인력의 양성 및 경영역량 강화 지원	'21~	산업부 중기부
	②'가맹점주' 맞춤형 현장인력 교육 및 특화 지원	'21~	중기부 식약처
	③산·학·연 「협력 네트워크」 구축 신규	'21~	산업부

2 산업구조 고도화를 위한 업종 다양화·규모화 촉진

구 분	추진 과제	일 정	주관부처 (협조)
2-1. 高부가가치 유망 프랜차이즈 창업·성장 지원	①유망 아이템 발굴 및 창업을 지원하는 '신사업창업사관학교' 확충	'21~	중기부
	②高부가가치 유망 아이디어의 가맹사업화 지원	'21~	중기부
	③유망 프랜차이즈의 단계별 맞춤형 성장 지원	'21~	중기부
2-2. 가맹사업 서비스 표준화 기반 조성 및 확산	①가맹사업의 서비스 분야별 단체표준 및 표준매뉴얼 개발 신규	'22~	산업부
	②서비스 단체표준의 활성화를 위한 법·제도 기반 조성 신규	'22~	산업부
2-3. 창업정보·신기술 확산을 위한 프랜차이즈대전 개최	①창업희망자 등에 대한 국내 브랜드 창업·경영정보 제공 및 공유	'21~	산업부
	②우수 프랜차이즈 업체 홍보 및 가맹점 유치 기회 제공	'21~	산업부
	③프랜차이즈 관련 제품 판로 개척 및 新기술 서비스 정보 공유	'21~	산업부

3 상생협력을 통한 가맹사업자간 균형발전 도모

구 분	추진 과제	일 정	주관부처 (협조)
3-1. 공정경제 환경 조성을 위한 법·제도 정비	①가맹사업법상 불공정거래행위에 대한 세부 판단기준 마련 신규	'21~	공정위
	②광고·판촉 행사시 일정비율 이상 점주의 사전동의제 도입 추진 신규	'21~	공정위
	③직영점 1+1 제도 및 소규모가맹본부에 정보공개서 등록, 가맹금 예치의무 부여 신규	'21~	공정위
	④공정거래협약 체결 확산 및 협약 우수업체 인센티브 강화	'21~	공정위
	⑤온라인 판매확대에 따른 가맹점주 피해 예방	'21~	공정위
3-2. 가맹사업자 간 자발적 상생협력 문화 확산	①상생협력 인식 제고를 위한 사업자 간 소통 및 교육·상담 지원 신규	'21~	산업부
	②가맹사업자 간 자율적인 상생협약 체결·이행 유도	'21~	공정위 (중기부)
	③상생협력 평가체계 개선·보완 및 실효성 있는 인센티브 방안 강구	'21~	공정위 (중기부)
	④가맹종합지원센터를 통한 가맹본부·점주 간 상생협력 문화 확산 신규	'21~	공정위
	⑤불공정·분쟁 관련 상담지원 및 우수사례 전파·확산	'21~	중기부

4 가맹사업 브랜드의 글로벌화 촉진

구 분	추진 과제	일 정	주관부처 (협조)
4-1. 해외진출 종합지원 체계의 확충	①현지 시장조사 및 정보제공, 해외진출 컨설팅	'21~	농식품부 산업부
	②프랜차이즈 박람회, 전시회, 상담회로 시장 개척 지원	'21~	농식품부 산업부
	③식자재 등 해외 공동물류 활성화 및 현지 물류 인프라 구축	'21~	농식품부 산업부
	④해외진출 프랜차이즈 전문인력 양성	'21~	농식품부 산업부
4-2. 글로벌 지재권 분쟁 대응체계 구축	①「K-브랜드 침해신고센터」 운영 및 위조상품 유통차단 강화	'21~	특허청
	②지식재산 침해시 지재권 분쟁 신속 지원	'21~	특허청
	③가맹사업자의 지식재산 역량강화 기반 조성	'21~	특허청