

분쟁사례를 통해본 국내 프랜차이즈 시스템의 개선방안

류경민 *

< 목 차 >

I. 서론	V. 요약
II. 연구의 이론적 배경	참고문헌
III. 실험의 재료 및 방법	ABSTRAC
IV. 결과 및 고찰	

I. 서론

1. 연구의 목적

100여년 전 미국의 서부 개척 시대 때 양키페드라라는 행상인에게 일정지역의 특정상품독점 판매권을 준 것으로부터(윤혁수, 1996) 시작되었다는 설과, 1863년 미국 싱거 재봉틀회사(Singer Sewing Machine Co.)가 자회사의 재봉틀을 전국에 판매하기 위해 소매업자들과 계약을 맺고 판매하기 시작하면서(정봉원, 2000) 시작되었다는 설이 있는 프랜차이즈 시스템은 근래에 전세계적으로 보급된 경영방식으로 볼 수 있으며, 특히 소매업을 중심으로 발전되어 유통업계와 외식업계에서 획기적인 판매시스템으로 등장하면서 일대 변혁을 가져오고 있다.

우리나라에서의 프랜차이즈 레스토랑(Franchise restaurant)은 1979년 9월 커피전문점인 '난다랑'과 1979년 10월 햄버거 전문업체인 롯데리아를 시발로 외식업계뿐 아니라 여러 업종에 광범위하게 보급되고 있는 실정이다(홍기운, 1999). 이 시스템은 전통적인 유통경로의 문제점을 극복하고 수직유통 경로 계열화의 여러 가지 유리한 시장 효과를 얻기 위하여 이루어진 일종의 마케팅 기법으로 발전하였으며, 전세계 70여 개국에 걸쳐 광범위하게 운영되고 있다. 우리 나라에도 소비자 라이프 스타일의 다양화, 인구구조의 변화, 소득증대,

* 해전대학 교수

여성들의 사회진출증대 등의 변화 등으로 인하여 1990년대 접어들면서 프랜차이즈 산업이 본격화되었고, 현재 우리 나라에는 1300여 개의 가맹 사업체가 있는 것으로 나타나지만 실질적으로 그 이상의 가맹 사업체가 있을 것으로 추산되고 있다(프랜차이즈 시민연대, 1999).

이와 같이 우리 나라의 외식산업 중 특히 프랜차이즈 산업은 최근 급속한 신장 추이를 보이며 국민의 식생활에 깊은 영향을 미치고 있으나, 짧은 역사 속에서 수많은 프랜차이즈 본사가 우후죽순처럼 생겨나면서 프랜차이즈 시장에 많은 문제점을 야기 시키고 있다.

따라서 연구의 목적은 프랜차이즈 시스템에 대한 이론적 배경과 함께 우리나라의 프랜차이즈의 현황을 살펴보고 외식프랜차이즈 본부와 가맹점간의 갈등요인의 문제점을 사례를 통해 살펴본 후 개선 방안을 제시하여 보고자 한다.

II. 연구의 이론적 배경

1. 프랜차이즈 시스템의 개념과 유형

가. 프랜차이즈 시스템의 개념

프랜차이즈란 복수점포전략의 한 형태로서 상품을 제조하고 판매하는 본사가 일정한 로열티를 받고 가맹점(franchisee)에 일정 지역 내에서의 독점권 영업을 주는 대신, 판매상품의 재료와 점포관리, 광고 및 기타 영업상 필요한 소요 재화를 전국적으로 동일하게 지원하고 관리하는 유통방식을 말하며, 관리 운영 전반의 규격화, 매뉴얼화, 시스템화를 지향하고 있다.

프랜차이즈는 가장 일반적으로 보급된 서비스산업의 사업형태로서, 본부는 이를 통하여 소자본으로 전국적인 사업망을 구축할 수 있고, 가맹점은 유명 상표등의 명성과 본부의 지원을 받아 독립적인 가맹점주 내지 기업가로 쉽게 성장할 수 있다는데 매력이 있다.

특히 정보통신의 발달과 경제, 사회적여건의 성숙으로 인해 전국 어디서든 동일한 서비스나 상품을 원하는 소비자들의 욕구를 충족시키는데 가장 적절한 것이 프랜차이즈 이다.

국내 외식산업은 외국의 브랜드를 도입 사용하고 로열티를 지불하는 방식과 자체 브랜드를 개발 이용하는 방식으로 구분할 수 있는데, 국내 브랜드의 경

우 경험이 전무한 사람도 비교적 소자본으로 독립 운영할 수 있다고 알려진 특성 때문에 점포를 운영하고자 하는 사업가의 수가 계속 늘어나고 있는 실정이다.

나. 프랜차이즈 시스템의 정의

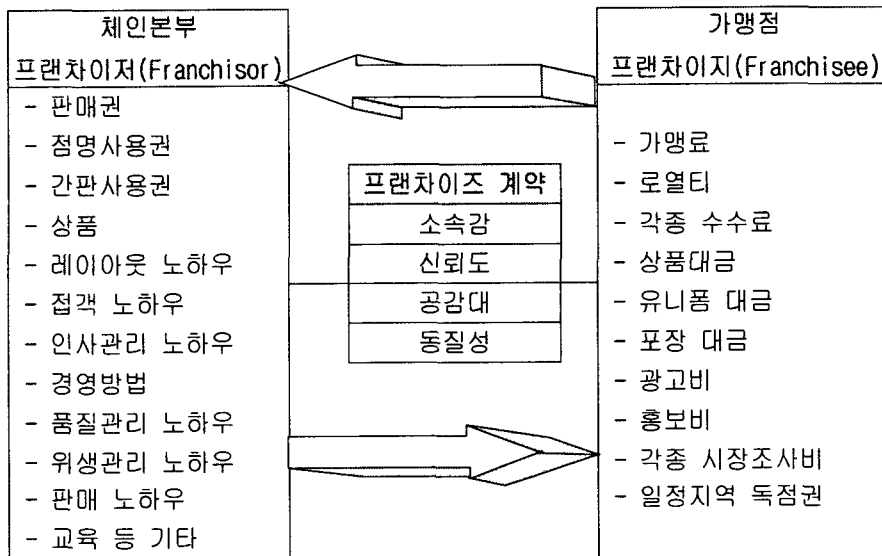
미국 프랜차이즈 연구가인 Harry Kahsu는“ 프랜차이즈 사업이란 본부가 사업경영을 위한 면허상의 특권을 주고 가맹자로부터 받는 대가의 반대 급부로써 조직의 편성, 훈련, 판매, 경영에 관하여 원조하는 지속적인 관계를 말한다”(홍기운, 1999)라고 정의하고 있다.

일본 프랜차이즈 연구가인 Hibiya는“ 프랜차이즈 시스템이란 본부와 다수의 가맹점이 서로 같이 본부의 기업이념에 의한 공동운명체를 형성한다는 지각아래 하나의 기업집단을 형성하고, 본부는 그가 갖고 있는 상품서비스를 위시하여 상호, 상표, 기타 경영상의 특권을 허가할 뿐만 아니라 그 사업의 성공을 위하여 계속적으로 지도 지원하고 이에 대하여 가맹점은 일정한 대가를 지급하며 또한 본부가 지도하는 집단으로서의 통일성을 유지하면서, 가맹점 상호간에 좋은 영향을 주면서 궁극적으로 소비자에게 보다 좋은 봉사를 할 수 있도록 사업을 경영하는 시스템”(일본 프랜차이즈협회, 1986)을 말한다. 국제 프랜차이즈 협회(IFA: International Franchise Association)에서는“ 프랜차이즈 시스템이란 본부가 가맹자에 대하여 일정한 보수의 대가로써 사업활동을 행하는 권리를 부여하는 면허를 준비하는 것이며 조직, 교육훈련, 머천다이징, 경영관리 등에 관한 지속적인 관계이다”(금영철, 1997)라고 말하고 있다. 미상무성(The U.S. Department of Commerce)은“ 프랜차이즈는 프랜차이즈가 만들어 놓은 마케팅 체제하에서 상품 또는 서비스를 판매 또는 분배하는 권리를 프랜차이즈에게 주는 것”(Andy Kostecka, 1987)이라고 폭넓게 정의하고 있으며,“ 본사가 개인 또는 상대적으로 작은 기업에게 특정한 장소에서 일정 기간동안 약정한 방법하에 영업할 독점권한을 부여하여 프랜차이즈로 하여금 판매하는 방법”(Charles L. Vaughn, 1982), 우리나라의 홍기운은 외식프랜차이즈 레스토랑을“ 일반적으로 레스토랑 운영중 마케팅 방법의 하나로써 가맹본부가 가맹사업자인 가맹점과 점포 운영에 관한 계약을 체결하고 본부의 상호, 상표, 기타 영업에 관한 운영방법이나 상품제조상의 Know-how를 제공하여 상품의 판매나 기타 영업행위와 관련된 행사 권리를 부여하는 대신 가맹사업자는 일정한 대가를 본부에 지불하고 사업에 필요한 자금을 투자하여 쌍

방간의 공존공영을 목적으로 하는 일체의 비즈니스를 말한다” (홍기운, 1999) 라고 정의했으며, 나정기(2000)는 “ 프랜차이즈 계약에 따라 프랜차이저가 프랜차이지에게 제공하여 운영할 수 있는 특권내지 권한을 주는 것” , 유필화 (1990)는“ 프랜차이즈 시스템은 프랜차이저(Franchisor)라고 불리는 모회사 가 다른 개인이나 조직체(Franchisee)에게 일정기간 일정한 장소에서 정해진 방 법에 따라 사업을 할 수 있는 권리를 부여함으로써 성립되는 시스템” 이라고 정 의했다. 또한 우리나라 공정거래 위원회에서는 “ 가맹 사업자(Franchisor)가 다 수의 가맹 계약자(Franchisee)에게 자기의 상표, 상호, 서비스표, 휘장 등(이 하 영업표지라 한다)을 사용하여 자기와 동일한 이미지로 상품판매, 용역제공 등 일정한 영업활동을 하도록 하고, 그에 따른 각종 영업의 지원 및 통제를 하며, 가맹 계약자는 가맹 사업자로부터 부여받은 권리 및 영업상 지원의 대 가로 일정한 경제적 이익을 지급하는 지속적인 거래관계” (공정거래위원회, 1997) 라고 정의하고 있다.

이러한 프랜차이즈 시스템은[그림 1]에서 보는바와 같이 본부와 가맹점 사이 의 계약에 의해 이루어진다.

[그림 1] 프랜차이즈 시스템



자료 : 三家英治 (1992). [외식비즈니스]. p.46. 논자재구성

다. 프랜차이즈 시스템의 유형

프랜차이즈 시스템은 매우 많은 업종에 폭넓게 적용될 수 있으므로 여기에는 많은 형태가 존재할 수 있다. 본부가 되는 것은 유통 경로상의 어느 위치에서도 가능하여 제조업자, 서비스 전문업체, 소매업자, 도매업자등 누구나 본부가 될 수 있는 것으로 그 속성에 따라상표명 프랜차이즈, 사업형태 프랜차이즈, 전환 프랜차이즈로 나뉘어질 수 있는데 서비스의 경우 사업형태의 프랜차이즈가 가장 일반적이다.

1) 상표명 프랜차이즈 시스템

상표명 프랜차이즈 시스템(trade franchise system)은 주로 제품의 경우에 사용 되는 것으로, 가맹점이 본부의 제품을 본부가 등록된 상표명으로 판매하는 형태의 시스템이다.

2) 사업형태의 프랜차이즈 시스템

사업형태의 프랜차이즈 시스템(business format franchise system)은 가장 일반적인 프랜차이즈 시스템으로, 본부는 가맹점에서 필요로 하는 상품, 경영지도, 서비스 등 모든요소를 제공하는 반면, 본부는 이에대한 대가로 가입금, 보증금 등을 받는다.

3) 전환 프랜차이즈 시스템

전환 프랜차이즈 시스템(conversion franchise system)은 독립적으로 운영되던 점포를 프랜차이즈 시스템으로 흡수하여 형성된 프랜차이즈 시스템을 말한다.

<표 1> 세계 10대 프랜차이즈 업체

순 위	업 체 명	업 종	가맹점수(개)
1	맥도널드(McDonald's)	햄버거	15,394
2	버거킹(Burger King)	햄버거	8,422
3	요겐 푸르츠(Yogen Fruz)	냉동요구르트	3,561
4	서브웨이(SubWay)	샌드위치	12,914
5	세븐 일레븐(7-Eleven)	편의점	13,819
6	배스킨 라빈스(Baskin Robbins)	아이스크림	4,425
7	지엔시 프랜차이징(GNC Franchising)	건강식품	1,261
8	데어리 퀸(Daily Queen)	아이스크림	5,722
9	메일 박스(Mail Box Etc.)	사서함서비스	3,414
10	타코 벨(Taco Bell)	멕시코음식	2,563

자료 : 이유재(2000). [서비스 마케팅] p.319

<표 1>은 미국의 비즈니스 전문지인 , Entrepreneur' 가 1998년도에 제정상태, 안정성, 성장률, 가맹점 만족도 등을 종합적으로 고려해 순위를 정한 세계 10대 프랜차이즈 업체이다.

2. 프랜차이즈 시스템의 형태

가. 프랜차이즈 시스템 형태

최근의 프랜차이즈 시스템은 외식산업에서 폭넓게 적용하고 있지만 체인형태, 유통망 형태, 프랜차이지 권한에 다른 형태, 프랜차이지 제공내용 및 범위에 따른 형태, 대상업종 및 업태별에 따른 형태, 계약내용에 따른 형태, Know-how의 제공여부에 따른 형태(홍기운, 1999) 기타 형태 등으로 나뉘어 지며 <표 2>와 같다.

<표 2> 프랜차이즈 시스템의 형태

외 식 업 686개 업 체				
한 식	124	중 식		18
주 점	67	김 밥		17
치 킨	62	국 수		14
피 자	37	회		14
햄 버 거	31	도 시 락		13
제 과	27	까 페		11
아이스크림	27	일 식		10
우 동	23	레 스토 랑		3
커 피	21	기 타		169

자료 : 홍기운 (1999). [최신 외식산업개론]. p.243. 논자 일부수정

나. 국내 외식시장의 프랜차이즈 현황

국내의 외식시장은 전반적인 경기가 좋지 않았음에도 불구하고 해외 유명브랜드를 중심으로 일부 외식업체는 괄목할만한 성장을 해왔다. 이는 기존의 브랜드인지도 제고 및 마케팅전략의 강화와 생존을 위한 경쟁력 확보, 고객만족 전략이 성공한 때문으로 보여지고 있다.

대부분의 개인업소가 심각한 매출 부진에도 불구하고 외식업이 성장을 한 주요원인으로는 일부 유명 브랜드의 공격적이고 전략적인 경영이 어느 정도의 성과를 보여주었으나 기대에는 크게 미치지 못하였다.

국내 프랜차이즈 업체 686개 외식업체중<표 3, 참조> 매출액 대비 상위 10개 업체를 살펴보면 패스트푸드업체가 6개, 단체급식이 4개를 차지하고 있음을 알 수 있다.<표 4, 참조>

<표 3> 국내 프랜차이즈 업체현황 (단위 : 개)

형 태	종 류
체인형태	① 일반연쇄점 ② 임의연쇄점 ③ 프랜차이즈 체인
유통망(마케팅시스템)형태	① 수평적 마케팅 시스템 ② 수직적 마케팅 시스템 a) 법인적 수직 마케팅 시스템 b) 관리적 수직 마케팅 시스템 c) 계약적 수직 마케팅 시스템
프랜차이지(가맹점)권한에 따른 형태	① 단일 프랜차이즈 방식 ② 복수 프랜차이즈 방식 a) 지역 프랜차이즈 b) 마스터 프랜차이즈
프랜차이지 제공내용 및 범위에 따른 형태(노하우의 제공여부에 따른 형태)	① 상품 및 상호형 프랜차이즈 방식 ② 기업형 프랜차이즈 방식
대상업종 및 업태별에 따른 형태	① 외식업 프랜차이즈 ② 소매업 프랜차이즈 ③ 서비스 프랜차이즈
계약내용에 따른 형태	① 상품판매형 프랜차이즈 ② 영업형 프랜차이즈 ③ 생산 및 공정 플랜트
기타 형태	① 결합관계형 프랜차이즈 ② 서비스 제공형태별 프랜차이즈

자료 : 한국경제신문 (1999). [21세기 뉴 비즈니스 프랜차이즈] p.28 논자수정

<표 4> 국내외식업체 매출액 상위 10개 업체 현황

(단위 : 억원, %)

순위	브랜드명	업체명	1999	2000	성장률	2001목표	예상성장률
1	롯데리아	(주)롯데리아	3,500	4,640	32.6	6,000	29.3
2	CJ푸드시스템	CJ푸드시스템(주)	1,983	4,500	126.9	6,000	33.3
3	삼성에버랜드	삼성에버랜드(주)	2,400	3,400	41.7	4,200	23.5
4	아워홈	아워홈(주)	3,050	3,300	8.2	4,100	24.2
5	맥도날드	(주)신맥, 맥퀼(주)	1,900	2,640	38.9	4,180	58.3
6	BBQ	(주)제너시스	1,800	2,290	27.2	2,400	4.8
7	피자헛	한국피자헛(주)	1,800	2,000	11.1	2,500	25.0
8	KFC	(주)두산생활산업	1,400	1,860	32.9	2,530	36.0
9	파파이스	(주)TS해마로	1,166	1,390	19.2	1,650	18.7
10	신세계푸드시스템	-	1,080	950	△ 12.0	1,300	36.8
계(평균)			15,004	26,970	32.7	34,860	29.0

자료 : 식품저널(2001), 식품유통연감 p.280

3. 국내의 대표적인 프랜차이즈 분쟁사례 연구

가. 사례연구

1) 사례 1.

▶ 가맹금 불반환조항

약관 조항	일단 납입한 가맹금은 여하한 경우에도 반환할 수 없다고 규정한 조항
피해 사례	<p>① 김모씨는 퇴직후 소자본으로 사업을 시작하기 위해 가맹계약을 체결하고 가맹금과 보증금을 납입하였으나 건강악화로 사업수행이 어려워 영업을 개시하기 전에 해약하고자 하였으나 본사는 계약서를 근거로 가맹금의 반환을 거부함.</p> <p>② 이모씨는 본사의 사업설명을 듣고 가맹계약을 체결하였으나 사업자의 가맹사업 준비부족으로 개업일이 계속지연되어 가맹계약의 해제 및 가맹금의 반환을 요구하였으나 사업자가 이를 거절함.</p>

2) 사례 2

▶ 부자재 구입강제조항

약관 조항	가맹사업에 필요한 일체의 원·부자재를 사업자 또는 사업자가 지정한 자로부터만 구입하도록 하는 조항
피해 사례	<p>① 박모씨는 가맹점을 운영하면서 본사가 공급하는 냅킨·나무젓가락 등의 부자재 가격이 시중보다 지나치게 높아서 동일한 부자재를 다른곳에서 구입하고자 하였으나, 본사는 가맹사업에 소요되는 모든 부자재를 본사로부터 공급받지 않을 경우 가맹계약을 해지하겠다고 일방적으로 통고함.</p> <p>② 박모씨는 가맹본부와 체인점 계약을 체결하였으나 공급물품의 품질불량, 납기지연, 주문하지 않은 상품의 일방적인 납품 등 본부의 이해할수 없는 행동으로 인해 결국 해약함.</p>

3) 사례 3

▶ 시설업체 지정조항

약관 조항	가맹점의 설비공사를 반드시 사업자 또는 사업자가 지정한 자에게 의뢰하도록 하는 조항.
피해 사례	<p>① 이모씨는 가맹계약을 체결한 후 본사가 제시한 설계도면을 기초로하여 친척이 운영하는 설비업체에 보다 저렴한 가격으로 공사를 의뢰하려 하였으나, 본사는 내부설비 공사를 본사가 지정한 사업자에게 의뢰하도록 강제함.</p> <p>② 장모씨는 외식업 가맹계약을 체결하고 점포 인테리어를 맡겼는데 실제 시공면적 및 시공하자에 대한 이견 차이로 분쟁이 생기자 가맹본부가 물품을 중단시킨 후 해약 조치함.</p> <p>③ 백모씨는 외식업 가맹점 개설 상담시 인테리어는 본인이 해도 무방하다고 하였으나 막상 가계약을 하자 본사에서 해야한다고 강제함.</p>

4) 사례 4

▶ 보증금 반환지연조항

약관 조항	가맹계약 종료후에도 보증금을 반환하지 않는다는 조항 및 보증금의 반환을 지연할수 있다는 조항.
피해 사례	<p>① 김모씨는 가맹점을 운영하다가 영업수익이 예상보다 적고 본사의 지원도 부진하여 가맹계약을 해지하고 상표·상호등을 즉시철회한 후 보증금의 반환을 요구하였으나 본사는 회사 내부사정을 이유로이의 반환을 3개월간 지연함.</p> <p>② 김모씨는 본부가 IMF를 이유로 보증금을 추가 요구하여 거절하다가 결국 해약했으나 보증금 환급을 받지 못함.</p>

5) 사례 5

▶ 영업지역 불인정 조항

약관 조항	기존 가맹점의 영업권을 고려하지 않고 일방적으로 추가 가맹점을 개설할 수 있도록 한 조항.
피해 사례	<p>① 최모씨는 00 지역에 다른 가맹점을 개설하지 않겠다는 본사의 설명을 믿고 사업성이 있다고 판단하여 가맹점을 시작하였으나 영업을 개시한지 얼마되지 않아 본사가 인근에 동일한 가맹점을 개설함에 따라 사업에 커다란 지장을 초래함.</p> <p>② 김모씨는 체인점 운영중 매출이 적은 관계로 가맹본부와 협의하여 이전 개점하였으나 200m 거리내에 2개소가 개점, 독점적 영업권이 보장되지 않음.</p> <p>③ 이모씨는 체인본부와 계약을 체결하였으나 매장 오픈이 지연되어 확인해 보니 동일 상권내에 이중 계약된 사실을 알고 해약을 요구함.</p>

6) 사례 6

▶ 영업권 양도제한 조항

약관 조항	영업권 양도시에 가맹사업자의 사전승인을 받도록 하거나, 영업 양도시 양수인의 가맹비 추가 납입토록 한 조항.
피해 사례	송모씨는 새로운 외식업을 해보고자 양수인과 합의를 하였으나, 가맹본사의 승인거부로 인해 영업권 양도를 하지못함.

7) 사례 7

▶ 부당한 반품조건

약관 조항	불량품등의 반품시기를 인수즉시로만 제한하거나, 반품시 대금감액을 할 수 있도록 한 조항.
피해 사례	강모씨는 가맹점과 가맹계약을 체결하였으나 타사 제품이 섞여있고, 주 1~2회 반품이나 교체등 판매관리지원을 해준다는 약속을 지키지않아 계약을 해약함.

8) 사례 8

▶ 일방적인 해약권행사 조항

약관 조항	가맹 사업자에게만 해약권을 부여하거나, 계약이행의 최고없이 해약 가능하도록 한 조항.
피해 사례	① 홍모씨는 외식업 가맹 본부와의 계약시 "가계약시 언제든지 해약이 가능하다"라는 본부측의 말을 믿고 영업을 해 오던중 IMF이후 해약을 요구하자 약관조항을 이유로 거절함. ② 이모씨는 가맹 사업 본부와 계약을 체결하여 영업중 가맹 사업자의 불공정한 거래 행위 시정과 세금관련 증빙서류등을 요구하자 일방적으로 해약 조치함.

9) 사례 9

▶ 약관조항의 일방적인 해석 조항

약관 조항	계약서에 명시되어 있지 않거나 해석에 차이가 발생할 경우, 가맹사업자가 임의로 정하는 바에 따르도록 규정한 조항.
피해 사례	① 안모씨는 가맹본부의 부도로 인해 명의를 변경되면서, 당초 계약내용에 없던 조항(계약기간내 해약시 보증금을 환불하지 않는다)을 새로이 신설하여 계약기간 내에는 해약하지 못하도록 명시 함. ② 송모씨는 가맹본부에서 재계약시 가맹비와 월 매출의 10%를 로얄티로 추가 요구하는 등 계약내용을 일방적으로 해석하여 통보함.

4. 우리나라의 불공정약관 조항관련 무효판정의 사례
(공정거래위원회, 1999)

1) 가맹금 불반환 조항

(1) 약관조항

가맹점은 본 계약체결과 동시에 가맹금으로 일금 _____ 원을 현금으로 본부에 납입토록 한다. 단, 가맹금은 여하한 경우에도 반환치 아니하며 가맹점은 그 반환을 청구할 수 없다.

(2) 심사의견 : "무효"

① 가맹금이란 프랜차이즈 계약에 있어서 가맹사업자의 각종지원 및 영업표지의 사용허가 등에 대한 반대급부로서 가맹계약자가 지급하는 금전으로 가맹료, 프랜차이즈 대금, 입회금 등으로 통칭되고 있음

② 계약체결 및 가맹점의 영업개시 이후 가맹사업자가 영업표지 및 Know How를 제공하고 계약을 중도 해지하거나 또는 계약기간이 만료된 경우에 가맹금을 반환하지 않는다는 것은 부당하다고 볼 수 없으나

③ 계약을 체결한 후 영업표지의 사용이나 Know How의 전수가 없는 상태에서 계약을 해제하거나, Know How의 일부를 제공하였으나 영업을 개시하지 않은 경우 및 해약에 있어서 당사자의 귀책사유 유무 등을 전혀 고려함 없이 고객이 납입한 가맹금은 여하한 경우에도 반환하지 않으며 고객이 그 반환을 청구할 수 없다고 규정한 현행약관조항은 계약의 해제로 인한 고객의 원상회복 의무를 상당한 이유 없이 과중하게 부담시키거나 원상회복 청구권을 부당하게 포기하도록 하는 것으로 약관법 제9조 제3호에 해당됨.

2) 부자재구입 강제조항

(1) 약관조항

가맹점의 영업에 소요되는 일체의 원·부자재 및 포장재로서, 같은 값이 통
일된 규격 및 품질에 따라 제조·공급하는 물품만을 사용하여야 한다.

(2) 심사의견 : "무효"

① 동일한 영업이미지 하에서 사업을 수행하는 프랜차이즈에 있어 취급상품의 동질성 확보는 필수적인 부분으로, 가맹사업자가 상품이나 용역의 품질을 통제하기 위하여 직접 또는 지정업자를 통해서 상품을 공급하는 것은 프랜차이즈의 특징이라 할 수 있음.

② 그러나 위와같은 상품의 독점적 공급은 프랜차이즈 목적달성을 위해 필요한 범위에서 인정되는 것으로, 상품의 동질성 확보나 사업자의 명성과 관련이 없는 상품까지도 사업자로부터 공급받게 하는 것은 가맹점의 사업에 대한 부당한 제한이 됨.

③ 특히 사업자가 공급하는 부자재의 가격이 타 공급업체에 비해 부당하게 높거나 사업자에 의한 상품공급이 원활치 못한 경우 고객의 사업에 중대한 영향을 초래할 수 있으므로, 가맹점 영업에 소요되는 일체의 원·부자재 및 포장재를 사업자로부터 공급받도록 하는 현행약관 조항은 고객에게 불리한 조항으로 약관법 제6조 제2항 제1호에 해당됨.

3) 설비업체 지정조항

(1) 약관조항

을의 가맹점의 조리시설 및 주방설비 등의 내부설비물을 감이정한 기준에 맞도록 하기 위하여 을은 갑에게 내부설비공사를 의뢰하고 갑은 이를 수락한다.

(2) 심사의견 : "무효"

① 프랜차이즈의 동일한 영업이미지 확보를 위해서 가맹점 시설 및 취급상품·용역을 통일시킬 필요는 있으나, 가맹점 시설 주된 부분인 주방설비, 간판, 내부, 실내장식 등의 설치·시공에 있어서 특별한 기술을 요한다고 보기 어려움

② 따라서 점포의 통일적 이미지 및 상품의 특성을 유지하는데 지장이 없는 한 사업자는 설계서 및 시방서의 제시에 그치고, 실제 시공에 있어서는 사업자 또는 사업자가 지정한 업체로 할 것인지 타 업체에 의뢰할 것인지를 고객이 선택할 수 있도록 하여야 함에도 불구하고 현행 약관조항은 사업자에게 설비공사를 의뢰하도록 규정하는바, 이는 고객이 제3자와 계약을 체결하는 것을 부당하게 제한하는 조항으로 약관법 제11조 제3호에 해당됨.

4) 반품제한조항

(1) 약관조항

가맹점이 공급받은 상품에 대한 반품이나 교환은 가맹점에서 동 상품의 인수 당시 검사한 현장 반품만 본사가 정한 규정에 의거하여 처리함.

(2) 심사의견 : "무효"

① 일반적으로 구입한 물건에 하자등이 발견된 때에는 매수인은 매도인에게 그 하자보수를 요청할 수 있는 것이고, 또한 그 하자의 정도에 따라 특별한 경우를 제외하고는 반품이 가능한 것임.

② 당사자의 귀책사유에 따라 물건의 하자에 대한 책임을 부담하여야 함에도 불구하고 동 약관조항은 사업자가 공급하는 상품에 대한 현장 반품만을 허용하면서 사업자가 정한 규정에 의거해서 반품처리를 하도록 규정하여 사업자의 매도인으로서의 하자담보 책임을 경감할 우려가 있으므로, 이는 상당한 이유없이 사업자의 담보 책임을 배제 또는 제한하거나 자의적으로 반품을 제한할 우려가 있는 조항으로 약관법 제7조 제3호에 해당됨.

5) 보증금 반환 지연조항

(1) 약관조항

보증금은 계약이 해지될 경우에 4개월 이내에 을에게 반환함을 원칙으로 한다. 단, 해지시에 지켜야할 사항들을 을이 불이행하였을 경우 갑은 을에게 보증금 반환에 대한 책임을지지 아니하며, 을의 귀책사유로 인한 계약 해지일 경우에는 갑에게 발생한 손해액을 상계차감하여 반환한다.

(2) 심사의견 : "무효"

① 프랜차이즈 계약이 종료되는 경우 가맹계약자의 상호·상표반납 및 영업중지 등의 의무와 가맹사업자의 보증금 반환의무는 동시이행관계에 있다고 보는 것이 타당함에도, 동 약관조항은 계약이 해지된 경우 4개월 이내에 보증금을 반환한다고 규정하고 있을 뿐 아니라

② 고객의 채무 불이행이 있는 경우에는 사업자의 손해액을 차감한 보증금 잔액을 반환하여야 함에도 불구하고 보증금 반환을 책임지지 않는다고 규정하고 있는 바, 이는 법률의 규정에 의한 고객의 동시이행항변권을 상당한 이유없이 배제 또는 제한하는 조항으로 약관법 제11조 제1호에 해당됨.

6) 계약해지권 행사 완화조항

(1) 약관조항

가맹점에 대하여 다음 각호의 1에 해당하는 사유가 발생할 때는 본부는 본 계약을 사전 최고없이 일방적으로 해지할수 있다.

㉔ 가맹점의 상품대금 납입이 계속 2기분의 연체나 과태료 발생대금 연체가 연 5회 이상시 또는 본부가 설정한 채권관리 금액을 초과한 대금 연체가 발생된 경우

㉕ 가맹점이 가압류, 가처분, 경매, 강제집행, 채납처분을 받는등 가맹점의 신용이 급격히 악화 되었다고 본부가 판단한 경우

(2) 심사의견 : "무효"

① 계약의 해제는 계약 당사자의 이해에 중대한 영향을 미치는 사항이므로 상대방의 계약위반이 있더라도 계약의 존속을 무의미하게 할 정도가 아니면 상당한 기간을 정하여 그 이행을 최고하고, 그 기간내에 이행하지 아니한 때에 비로소 계약을 해지할 수 있음이 원칙(민법 제544조)이며, 계약해지 사유를 특약하는 경우에도 그 사유가 구체적으로 열거되고 타당하여야 함.

② 동 약관조항 제㉔호의 전단과 같이 연속적으로 연체하거나 연 5회이상 연체하는 경우에는 사업자가 사전에 대금의 납부를 독촉하지 않고 일방적으로 계약

을 해지하는 것으로 해석하기 어렵지만, 후단과 같이 본부가 설정한 채권관리 금액을 초과하는 대금연체가 발생한 경우에 사업자는 고객에게 이행지체 해소를 위한 입금이나 추가담보를 제공할 것을 최고한 후 고객이 계속 채무이행을 하지 않을 경우 계약을 해지하여야 할 것임.

③ 또한 가맹점의 신용악화는 객관적인 사실을 근거로 판단하여야 함에도 불구하고 제⑤호는 이를 본부의 자의적 판단에 의존하게 함으로써 고객의 입장에서 예측하지 못한 사유로 일방적으로 계약을 해지당할 수 있게 하는 바, 이는 사업자에게 법률에서 규정하고 있지 아니하는 해제권, 해지권을 부여하거나 법률의 규정에 의한 해제권, 해지권의 행사요건을 완화하여 고객에 대하여 부당하게 불이익을 줄 우려가 있는 조항으로 약관법 제9조 제 2호에 해당됨.

7) 손해배상액 과다조항

(1) 약관조항

갑과 을은 본 계약이 제 0 조에 의해 해지되는 경우에 그러한 계약의 해지로 인하여 갑이입은 손해액의 산정이 대단히 곤란함을 인정하고 이러한 경우에 갑이입을 손해액을 2억으로 예정한다. 갑과 을은 이러한 손해 배상의 예정액이 부당히 과다한 금액이 아님을 인정한다.

(2) 심사의견 : "무효"

① 계약법상 당사자가 계약을 체결하고 그 계약내용을 결정하는 것은 자유이므로 프랜차이즈 계약내용 중 가맹점이 계약내용을 위반하는 경우 위약금의 부과, 계약해지, 손해배상의 청구 등의 조항을 두는 것은 가능하나 이는 계약의 정상적 유지, 존속을 위한 필수 불가결한 조항에 한정하여 사안별로 합리적인 범위 내에서 이루어져야 할 것임.

② 따라서 가맹점의 귀책사유에 의한 계약해지의 경우 사업자는 그 피해의 정도에 따라 합리적으로 손해배상금을 부과하여야 함에도 불구하고 일률적으로 2억 원 이라는 손해배상금을 예정하는 것은 고객에 대하여 부당하게 과중한 손해배상 의무를 부담시키는 약관법 제 8조에 해당됨.

8) 자의적 물품공급 중단조항

(1) 약관조항

다음의 경우는 원부자재의 공급을 중단한다.

㉠ 갑의 지시나 약정사항 위반시

㉡ 일정액 이상의 물품대금이 연체되었을 시(300,000원 이상 누적 시)

㉢ 갑이 공급하는 제품 이외의 타사제품 및 타제품을 사용하였을 시

㉔ 가맹점의 품위를 추락 시켰을 시

(2) 심사의견 : "무효"

① 프랜차이즈계약에 있어서 물품의 독점적 공급과 그에 대한 대금의 지급은 계약의 가장 본질적인 부분의 하나로, 고객이 일정액 이상의 대금을 연체하거나 타사로부터 물품을 공급받는 경우 사업자가 물품공급을 중지하는 것은 문제가 없다고 판단됨.

② 하지만, 물품의 공급 중지는 고객의 영업 수행에 중대한 영향을 미치는 사항이므로 그에 상응하는 상대방의 계약 불이행 사유가 구체적이고 타당하게 열거되어야함에도 불구하고 제㉔호와 제㉕호는 사업자의 지시나 약정사항 위반, 가맹점의 품위추락과 같이 그 사유를 지나치게 포괄적이고 사업자의 자의적 판단이 가능하도록 규정하고 이를 근거로 물품공급을 중단 하도록 하고 있는 바, 이는 상당한 이유없이 사업자가 이행 하여야 할 급부를 일방적으로 중지할 수 있게 하는 조항으로 약관법 제10조 제2호에 해당됨

9) 영업지역 불인정 조항

(1) 약관조항

위 판매지역에 관한 을의 판매권은 우선적 이거나 독점적으로 인정되지 아니하며, 같은 다른 가맹점을 추가 개설하거나 직영매장을 설치할 권리를 갖는다.

(2) 심사의견 : "무효"

① 프랜차이즈 계약에 있어서 가맹점에게 반드시 일정지역에 대한 독점적 권리를 해야 한다는 원칙이나 법적으로 규정된 바는 없으나, 가맹점의 판매 및 영업구역을 정하는 것은 일반적인 거래 관행이며, 이러한 지역제한은 경쟁을 제한하는 것이 아니라 오히려 해당지역의 일정한 영업이익을 담보함으로써 타 업체의 시장진입을 유도하여 경쟁을 촉진하는 효과가 있음.

② 따라서 기존가맹점의 영업지역 내에서 가맹점과의 협의 절차도 없이 가맹점의 상권침해등 손해여부를 배려하지 않고 사업자가 일방적으로 다른 매장이나 직영점을 설치할 수 있다고 규정된 현행 약관조항은 계약상의 신의, 성실 원칙에도 위배될 뿐만 아니라 일정지역을 영업지역으로 상정하고 사업을 시작한 가맹점에게 예측하지 못한 불이익을 줄 수 있으므로, 이는 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항으로 약관법 제6조 제2항 제1호에 해당됨.

10) 일방적 계약해석 조항

(1) 약관조항

본 계약 내용의 해석은 본부의 해석에 따른다.

(2) 심사의견 : "무효"

① 약관의 내용이 명확히 해석되지 않는 경우 "작성자 불이익의 원칙"에 따라 약관을 작성한 자가 그 불명확의 위험을 부담하여야 하는 바, 불명확한 약관 조항으로 인한 분쟁은 민, 상법상의 규정 또는 신의에 따라 공정하고 객관적으로 해석되어야 하고, 그와같은 해석이 어려우면 고객에게 유리하게 해석되어야 할 것임.

② 따라서 약관조항의 해석을 사업자의해석에 따르게 하면 사업자에게 유리하게 자의적으로 유리하게 해석될 우려가 있으므로, 이는 고객에 대하여 부당하게 불리한 조항으로 약관법 제6조 제2항 제1호에 해당됨.

III. 국내 프랜차이즈 시스템의 분쟁발생요인 및 개선방안

1. 분쟁발생요인

국내 프랜차이즈의 역사는 20여년이 넘어서고 있다. 그러나 선진국에서처럼 긍정적인 평가보다는 오히려 부정적인 평가를 많이 받고 있는 것이 현실이다.

국내 프랜차이즈의 역사는 외식업 프랜차이즈의 역사 라해도 과언이 아니라 최근들어 소매업, 서비스업의 업태등은 연이은 개발로 업종별 균형을 맞추고 있으나 거의 15~6년간은 소점포 외식업 프랜차이즈가 국내 프랜차이즈를 이끌어 왔다고 할 수 있다.

우리 나라의 프랜차이즈산업은 급성장을 해오면서 한편으로는 많은 운영상의 취약점, 제도적인 문제, 일방적인 약관상의 문제점등이 노출되고 있는 현실에서 그 문제점을 살펴보고 재도약을 위한 준비 단계로서 제도적인 개선이 절실하게 요구되고 있다.

가. 제도상의 문제점

1) 상품의 끼워팔기

본부가 상품을 끼워팔기를 하는 것을 해석하는데 있어, 이를 본부가 가맹점에

게 제공하는 프랜차이즈의 구성 요소중의 하나로 인정하느냐 아니면 하나의 독립된 상품들로 인정하느냐에 따라 법적용의 문제가 발생할 수 있다.

2) 영업지역의 제한

본부는 영업활동을 촉진시키고 이익을 증진 시킨다는 관점에서 가맹점간의 과당경쟁을 억제하기 위하여 가맹점간의 판매지역을 제한하는데 이러한 지역제한의 위반여부에 대한 문제가 발생할 수 있다.

3) 판매상품의 제한

프랜차이즈 계약은 본부의 상품 또는 서비스 이외에는 타상품이나 서비스의 취급을 억제하는 경우가 있는데, 이러한 배타조건부 거래가 품질의 동일성에 대한 소비자의 신용유지, 영업권의 보호등을 위해 실행될 경우 프랜차이즈의 무체 재산권(형체없는 지능적 작물)적 성격으로 인해 공정거래법상 위헌이 아닐수도 있다.

4) 판매 공급원의 제한

본부가 가맹점이 필요로 하는 원료(상품, 제품, 설비등)의 공급선을 제한하는 것은 기업에 있어서의 자유로운 공급원, 선택권을 제한하는 것이므로 시장에서의 자유로운 경쟁을 제한할 수 있어 법 적용의 문제가 될 수 있다.

5) 부당한 가맹점 유치

가맹점을 모집하는 경우 나쁜 마음 또는 지나친 욕심에 치우쳐 허위, 과장광고 등을 통한 가맹 희망자를 유치하여 불공정거래 행위가 발생할 수 있다.

나. 약관상의 문제점

프랜차이즈 전개하는데 있어 가장 많은 문제점을 지니고 있는 사항이 바로 약관상의 문제점이다. 이는 대부분 본부측에서 작성한 약관으로 인해, 본부측의 유리한 조항과 본부위주로의 법 조항 해석등을 할 수 있다는 조항, 기존 가맹점의 영업권 양도 시 가맹본부의 사전승인 조항 또는 영업권 양도 시 양수인의 가맹비 추가납입 조항등의 영업권의 양도를 제한하는 조항, 계약 후 1년이내에 해약 또는 약정 해약시에 계약이행 보증금을 반환하지 않는다는 등의 내용을 명시한 계약이행 보증금 불 반환 조항, 가맹점포의 실내외장식을 가맹본부 또는 지정업자가 시공토록 강제하는 정포 인테리어 시공업자 강제지정 조항, 타사제품 사용금지 및 일방적으로 제시하는 공급 조건에 따라 물품을 공급하거나 위반시 계약해지 및 손해배상 책임 등을 규정한 상품 공급강제 조항, 하자 불량품등의 반품시기를 인수 즉시로만 제한하는 하거나 반품 시 대금 감액을 할 수 있도록 한 부당한 반품 조건 조항, 가맹본부가 신규가맹점을 기존 가맹점의 인근 지역에 개설할 수 있다는 영업지역 독점권 불인정 조항, 가맹본부에게만 해약권을 부여한다

든지 계약이행을 함에 있어 최고없이 해약 가능토록 한 일방적인 해약권 행사 조항, 재판관할을 가맹본부 주소지 소재 법원으로 정하는 부당한 재판 관할 조항, 약관을 해석함에 있어 가맹본부가 임의로 정한 바에 따르도록 규정한 약관 조항의 일반적인 해석 조항 및 기타 단기계약 요구조항 보험가입 강제 조항 등도 약관상의 문제점으로 크게 작용하고 있다.

다. 운영상의 문제점

프랜차이즈 시스템의 운영에 있어서도 많은 문제점이 있는데 이를 가맹점주의 문제점과 본부의 문제점으로 나누어 살펴보면 다음과 같다.

1) 가맹점주의 문제점

가맹점주로서의 문제점을 나열해 보면 프랜차이즈 시스템에 대한 이해 부족을 최우선으로 꼽을 수 있고 이밖에 본인 가맹점 수익여부에만 관심을 둘 뿐 아니라 매출 확대를 위한 본부의 지원만을 계속적으로 요구하고, 브랜드 이미지 동일화를 위한 각종 서비스 미비, 교육 및 지침서 활용 부족, 과학적 전산 처리시스템의 도입장비(컴맹), 자체방어를 위한 본부와의 끝없는 분쟁, 본부에 대한 적극적인 협조의 부족, 타사제품의 취급, 본부의 영업방침에 대한 불이행, 본부에만 의존하는 비 적극적인 판촉 홍보 활동, 가맹점 계약의 불이행, 불성실한 점포관리, 단기적인 안목의 투자, 불제 발생시 본부로의 책임회피등을 들 수 있다.

2) 본부의 문제점

가맹본부로서의 문제점은 눈앞의 욕심에 급급한 나머지 부실 가맹점을 모집한다든지 무분별하게 가맹점 확장할 뿐 아니라 가맹비만 남기고 도주하거나, 계약 후 약속이행을 무시하고, 상권조사의 부정확 및 과장광고, 부도 후 다른 업종으로 사업재개, 과도한 재료비나 인테리어비 요구등을 들 수 있으며 또한 문제 발생시 모든책임을 영업사원에게만 돌리는등의 문제점이 있다.

라. 법규상의 문제점

1) 상표등록의 미비

비싼 로열티를 주고 외국과 프랜차이즈 계약을 체결하였는데 계약 후 상표 등록이 되어있지 않아 곤경에 빠지는 경우도 있다.

2) 계약서의 이해 부족

계약서를 충분히 이해하지 못한 상태에서 계약 후 일방적으로 계약해지나 손해배상을 당하는 경우도 있으며 또한 본부의 특권을 보호하기 위하여 일방적으로 유리하게 이루어지는 경우가 많다.

3) 본부의 지원 중단

계약금을 받은 이후에 이런 저런 이유를 달아 추가 부담을 요구하거나 약속한 광고를 해주지 않는 경우가 잦다.

4) 원료공급의 통제

본부가 제고하는 원재료이외의 것을 사용하지 못하게 제한하는 경우가 있다.

5) 본부의 실종

여러 가맹점으로부터 계약금을 받은 후 아예 종적을 감추는 경우도 있다.

이상과 같은 문제점 외에도 경영주의 비양심적 태도와 프랜차이즈 본부의 사명감 부족, 정보관리 시스템의 미비, 가맹점 경영주들의 문제해결 능력 미숙 등의 문제점을 들 수 있다.

한국의 불공정약관 조항관련 시정조치 유형 및 업체수(단위:개)

유형	내용	업체수
가맹금불반환조항	당사자의 귀책사유 및 계약해지시의 상황을 전혀 고려함 없이 가맹금은 여하한 경우에도 반환할수 없다고 규정한 조항	20
부자재구입 강제조항	가맹사업의 목적달성과 상관없는 일체의 원·부자재를 사업자로부터 공급 받도록 하는 조항	17
설비업체지정조항	사업자가 제시하는 기준에 따른 경우 점포의 통일적인 이미지 확보에 지장이 없음에도 사업자가 설비업체를 지정하는 조항	17
반품제한조항	공급물품에 대한 반품을 제한함으로써 사업자의 담보책임을 경감하는 조항	8
보증금반환 지연조항	계약종료 시 가맹사업자의 보증금반환을 지연하는 조항	17
해지권행사 완화조항	가맹사업자의 계약해제, 해지권 행사 사유를 포괄적으로 규정하거나 사전 최고 절차를 생략하도록 규정하는 조항	44
손해배상액 과다조항	위반조항의 경중 및 손해의 정도를 고려하지 않고 일률적으로 과도한 손해배상금을 예정한 조항	6
사업자면책 조항	사업자의 귀책사유를 불문하고 가맹점에서 발생한 사고에 대해 일체 책임을 지지 않겠다고 규정한 조항	5
강제철거/이의제기 금지조항	사법상 권리실현에 있어서 자력구제가 금지되어 있음에도 불구하고 사업자가 시설물을 강제회수할 수 있게 규정하는 조항	6
이의제기금지 조항	가맹사업자의 조치에 대해 가맹계약자는 이의를 제기하거나 법적 대응을 할수 있음에도 불구하고 이를 금지하는 조항	13
영업지역 불인정조항	기존가맹점의 손해를 고려하지 않고 사업자가 일방적으로 타 매장을 설치할 수 있도록 규정하는 조항	8
감가상각 불인정조항	가맹점이 사용대차 관계에 있는 대여물을 훼손한 경우 최초 구입가격으로 변상하도록 규정하는 조항	4

물품공급중단 조항	물품공급 중단사유를 포괄적이고 자의적 해석이 가능하도록 규정한 조항	4
물품의임의적 공급조항	가맹점 영업지역의 특성 및 의사등을 고려하지 않고 일방적으로 물품을 공급할 수 있도록 규정한 조항	3
보험가입강제 조항	피보험자 및 보험회사의 선택은 가맹점의 선택사항임에도 불구하고 사업 자가 이를 지정하도록 하는 조항	3
보증기간연장 조항	연대보증계약의 갱신없이 가맹계약 연장시 자동적으로 연대보증의 보증기 간을 연장시키는 조항	3
단체가입제한 조항	사업자 가맹점의 단체결성 및 가입을 임의적으로 제한하는 조항	3
종업원급료의 사전협의조항	가맹점 점포요원의 급료결정시 본부와 사전협의를 거치도록 하는 조항	2
재산권제한 조항	가맹계약 만료시 가맹점 소유의 물품처리를 사업자와 반드시 협의하도록 하는 조항	2
기한이익박탈 조항	가맹점의 채무변제기가 도래하기 전에 사업자가 임의로 자신의 채무와 상 계할 수 있도록 규정하는 조항	1
일방적계약해석조항	약관내용이 불명확한 경우 사업자의 해석에 따르게 하는 조항	13
부당한재판 관할조항	민사소송법상의 관할법원 규정보다 고객에게 불리한 관할법원 조항을 규 정하는 조항	46

자료 : 공정거래위원회, 보도자료, 1999, (6/4)

Ⅳ. 프랜차이즈 시스템의 발전 방안

1. 표준약관의 제정

가맹계약은 가맹본부와 가맹계약자와의 계약으로 가맹본부는 가맹 계약자
에게 올바른 약관을 제공하여야 함은 물론 가맹계약자가 충분한 시간적인 여
유를 가지고 검토할 수 있도록 배려한 후 계약을 체결해야 하며, 체결되는 계
약서에는 상호간의 권리와 의무가 명확하고 자세하게 명시되어져야 하며, 경
우에 따라서는 상호간 신뢰와 합의에 따라 가맹계약자의 의견이 반영된 계약
서가 작성되도록 하는것도 좋은 방법이라 할 수 있겠다.

아울러 국내에서도 올바른 경영의지를 가진 가맹사업자와 가맹계약자, 정부
가 주도하는 관련기관, 시민들이 주도하는 사회단체나 시민단체 등이 함께 참
여하여 모범적인 표준약관을 제시해 주어야 하며, 올바른 프랜차이즈 시장을
만들어 나갈 수 있도록 이를 운영하고 관리·통제할 수 있는 방안이 강구되어
져야 할 것이다.

2. 정보제공의 의무화

가맹본부들의 경우 가맹 계약자를 모집할 경우 창업설명회나 개별적인 면담 등을 통해 모집되고 있는데 이럴 경우 사업자들은 가맹계약 희망자들에게 본부에 대한 정보를 공개하도록 의무화 하여야한다. 자본금, 부채액 등의 회사의 재정상태는 물론이고 사업내용, 사업방법, 사업의 장래성, 손익여부, 영업지원계획, 물품공급방법 및 대금지불방법, 해약 및 재계약 조건, 계약금, 보증금, 가맹비, 물품의 반품 · 교환 · 환불조건, 회사의 규모 및 임원현황, 직원 수, 영업지역의 구분 및 보장여부, 영업권의 양도 및 상속문제등 뿐만 아니라 임원의 경력 및 신원, 사업 후 계약 취소건수, 사업관련 소송건수 및 내용, 직영점의 유무, 법인인지 대기업인지의 여부, 사업개시 후 존속기간 등 희망자들이 알아야 할 정보를 중요성 등을 감안하여 의무화해야 한다.

3. 가맹계약자의 안정성 확보

가맹본부는 가맹계약자들의 안정을 위해 개점 및 경영에 관한 충분한 지침을 가지고 있어야 하며, 자본은 안정된 미래 확보문제와 직결된 문제이기 때문에 가맹계약자들이 안심할 수 있을 정도의 이력을 갖고 있어야 한다. 또한 전문인력 확보 등을 통해 취급상품의 전문성 및 전문점으로서의 명맥을 유지하고 공동의 브랜드 이미지 관리를 위하여 적절한 가맹점 지도와 노력이 있어야 하겠다.

4. 관련법규 마련

프랜차이즈 형태의 가맹사업은 취급품목과 관련없이 명백한 유통산업의 일부로 '유통산업 발전법'에 프랜차이즈에 관련된 내용이 상당부분 규정되어 있으나, 동법시행세칙에서 대부분 이를 배제시킴으로서, 현재 국내에는 프랜차이즈 가맹사업을 관장하는 법규가 전무한 상태이다. 또한 공정거래법에서도 가맹사업자들의 불공정 거래행위에 대한 기준들을 규정하고는 있으나 실효성 측면에서의 많은 한계를 지니고 있는 실정이다. 따라서 프랜차이즈사업 관련 제도를 정비하여 국가가 이를 관리하기 위해서는 프랜차이즈 관련법의 제정이나 기존관련법의 정비가 필요한 실정이다.

5. 관련제도의 홍보

국내에 프랜차이즈제도가 도입되고 나서부터 현재에 이르기까지 공정거래위

원회 및 소비자보호원등에 접수된 창업관련 피해사례등을 피해 사례별로 정리하여 창업희망자들의 피해예방과 더불어 건전한 프랜차이즈 제도의 정착을 위해 적극적인 홍보가 필요하다 하겠다.

V. 결 론

얼마전 공정거래위원회에서 56개 외식프랜차이즈 본부의 계약서에 대하여 시정 명령 조치를 내렸으며 18개 유명 외식프랜차이즈 본부에 대해서는 현장직권 조사를 벌인 적이 있다.

계약서상의 불합리한 조항을 시정하게 하는 등 과거에는 상상도 하지 못했던 새로운 프랜차이즈 환경이 시장을 변화시켜 가고 있다. 앞으로의 프랜차이즈 운영은 공정한 거래 행위 내에서 자기만의 경쟁력이 뒷받침되지 않으면 살아남기 힘들게 되었다. 따라서 프랜차이즈 본부로서는 첫째, 경쟁력을 갖추어야 한다. 경쟁력이 있으면 가맹점 쪽에서 아쉬워셔라도 찾을 것이다. 둘째, 본부만의 노하우를 지니고 있어야 한다. 이러한 노하우는 프랜차이즈 시장에서 살아갈 수 있는 가장 큰 무기가 됨은 물론 가맹점들을 리드해 나갈 수 있는 원동력이 되기 때문이다. 셋째, 식자재를 싸고 원활하게 공급해 줄 수 있어야 한다. 가맹점들은 언제든지 도망갈 준비를 하고 있다. 따라서 보다싸고 원활하게 원, 부자재등을 공급할수 있는 시스템을 갖추고 있어야 한다.

가맹점들은 첫째, 본부의 영업방침을 믿고 따라 주어야하며 둘째, 점포를 관리 하는데 철저를 기하여야 한다. 셋째, 프랜차이즈에 대한 이해의 폭을 넓히고 브랜드 이미지 동일화를 위한 각종서비스를 제공해야하며 넷째, 과학적인 전산 처리시스템을 도입 활용할 수 있도록 노력하고 본부를 이해하려는 자세가 필요하다.

이상에서 우리나라 프랜차이즈 시스템의 문제점과 개선방안에 대해 살펴보았으나 부족하고 미숙한 부분이 상당히 많다. 앞으로 외식프랜차이즈에 대한 보다 심도있는 연구가 계속 이어지길 기대해 본다.

참고문헌

- 금영철 (1997). [프랜차이즈 유통관리] 대구대학교 출판부
- 나정기 (2000). [외식산업의 이해]
- 리동균 (1995). [패스트푸드 프랜차이즈시스템의 발전방안에 관한 연구].
경기대학교 석사학위논문.
- 백덕열 [프랜차이즈 및 상표라이선싱의 제문제에 관한
국제산업재산권 세미나 (II)]
- 식품저널 (2001). [식품유통연감]
- 유필화 (1990). [현대마케팅론] 박영사.
- 윤혁수 (1996). [외식사업에 성공하려면]
- 이유재 (2000). [서비스마케팅] 학현사
- 정봉원 (2000). [외식사업과 창업론] 형설출판사
- 프랜차이즈 시민연대 (1999). [프랜차이즈 시스템에서 계약서의 의의와 중요성]
- 한국경제신문 (1999). [21세기 뉴 비즈니스 프랜차이즈].
- 홍기운 (1999). [최신 외식산업개론] 대왕사
- _____ (1998). [외식프랜차이즈 레스토랑사업의 창업전략에 관한 연구] 경기대
학교 석사학위논문.
- 일본 프랜차이즈협회 (1986). [프랜차이즈 비즈니스의 본부기능과 역할(제2권)].
- 공정거래위원회 보도자료 (1999).
- 공정거래위원회 정책자료 (1997). [프랜차이즈시스템 및
전속대리점과 공정거래법].
- 三家英治 (1992). [외식비즈니스]. 한국산업훈련 연구소
- Andy kostecka (1987) 1985-1987 *Washington, D.C : U.S. Government Printing office, Jan,*
- Phillip kotler(1981), *Marketing Management: Analysis, Planning, implementation and control, 6th
ed. prentice-hall*

Abstract

**Improvement Method of Domestic Franchise System
based on the study through the Dispute cases**

Ruw kyung min

A Study on the improvement Method of Domestic Franchise System based on the study through the Dispute cases.

Future franchise operating is hard to survive if it has it's own competitive power in the fair trade. So first of all, Headquarter of franchise has the competitive power.

Second, it has knowhow, because that knowhow is driving force which can lead a member of franchiser.

third, it can supply tableware and materials without a hitch. In the conclusion, franchise operator has the competitive power that are difference and fair trade. Also, when franchiser always cooperate franchise operating, that contributed much to the growth of the foodservice.

In the future, the study on foodservice of franchise should be go on more deeply.

3인 익명심사 畢

2001년 8월 3일 논문접수

2001년 8월 21일 최종심사