동행·매력 특별시 서울

SEOUL MY SOUL

서울형

가맹사업 필수품목 가이드라인



서울특별시 공정경제과

서울형

가맹사업 필수품목 가이드라인



서울형

가맹사업 필수품목 가이드라인

Contents | 목 차

제1장 필수품목 가이드라인 작성기준 • 03
제2장 업종별 필수품목 가이드라인 • 17

제1장

필수품목 가이드라인 작성기준



1

필수품목 가이드라인

작성기준

1. 필수품목 가이드라인 작성기준

(1) 필수품목의 정의

□ 필수품목의 정의를 명확히 제시할 것

필수품목은 『가맹사업법』에서 사용하고 있지 않은 용어이므로 그 정의가 명확하지 않다. 『정보공개서』에서 구입요구품목이라는 용어와 함께 사용되고 있으나 정보공개서에서도 그 정의는 명확히 정의되지 않고 있다.

필수품목은 『가맹사업법』에서 정의하고 있는 '거래상대방의 구속'과 밀접하게 관련이 있다. 거래상대방의 구속이란 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자와 거래할 것을 강제하는 부동산 · 용역 · 설비 · 상품 · 원재료 또는 부재료 · 임대차 등의 품목을 의미한다.

가맹사업거래에 있어서 특정 품목이나 용역의 거래상대방을 지정하여 거래를 강제하는 행위는 『가맹사업법』 제12조(불공정거래행위 금지) 제1항 제2호 및 가맹사업법 시행령 별표2 제2호 나목에 따른 거래상대방 구속행위에 해당하여 원칙적으로 금지된다. 다만, 가맹사업의 특성상 해당 품목이 가맹사업을 경영하는 데에 필수적이라고 객관적으로 인정되고, 특정한 거래상대방과 거래하지 아니하는 경우에는 가맹본부의 상표권을 보호하고 상품 또는 용역의 동일성을 유지하기 어렵다는 사실이 객관적으로 인정되는 등의 실체적 요건과 미리 정보공개서를 통해 해당 사실을 알리고 이를 계약서에 반영하여 가맹계약을 체결하며 가맹점사업자에게 불리한 변경이 있을 경우 협의하는 절차를 반영하는 등의 절차적 요건을 모두 준수하는 경우 예외적으로 허용된다.

앞서 살펴본 바와 같이『가맹사업법』에서는 필수품목의 정의가 명확하지 않은 것이 사실이다. 실제로 정보공개서를 살펴보면 필수품목의 기재 내용이 브랜드마다 상이한 형태로 되어 있는 것을 발견할 수 있다. 가맹본부가 필수품목을 위법하지 않게 지정하기 위해서는『가맹사업법』이나 여러 판례 등에서 제시하고 있는 조건에 부합되어야 하므로, **필수품목 가이드라인에는 이러한 내용을 반영한 필수품목의 정의와 조건을 기재하여 혼란을 방지할 필요가 있다.**

☐ 구입권장품목의 포함 여부

가맹사업은 가맹시스템 전체의 통일성과 균질한 상품 및 서비스의 품질 확보가 매우 중요하다. 따라서 가맹본부가 가맹점사업에 투입되는 상품 등의 규격이나 품질에 대해 일부 통제를 하는 것은 불가피하다고 할 수 있다. 그러나 가맹점사업자들과의 이익균형을 위해 그러한 통제는 꼭 필요한 범위 이내로 그치는 것이 바람직 하다.

현행 정보공개서에서는 필수품목을 기재함에 있어서 거래방식을 '강제'와 '권장'으로 구분하여 기재하도록 하고 있다. 필수품목을 가맹본부가 가맹점사업자로 하여금 특정품목의 거래에 있어서 거래상대방을 지정하여 거래할 것을 강제하는 경우로 엄격히 해석한다면 필수품목 중 구입권장품목은 필수품목에서 제외되는 것이 타당하다.

다만, 예외적으로 '구입권장품목이라고 하더라도 구입대상 품목의 규격, 품질, 용량 등이 엄격히 지정되어 있거나 다른 사업자와 거래할 수 있는 사유가 엄격히 제한되어 사실상 특정 사업자와의 거래가 강제되는 경우 구입강제품목에 해당될 수 있음을 유의해야 한다.

☐ 필수품목 지정의 구체성

현행 제도 하에서 필수품목이 문서화되어 정리된 것은 정보공개서가 유일하다. 2024.7.3.부터 가맹계약서에 필수품목의 종류 및 가격산정방식을 기재하도록 되어 있지만 기존에 계약을 체결한 가맹점사업자는 6개월이 경과된 후에야 필수품목과 관련된 정보를 볼 수 있다. 계약서에 필수품목 관련 정보를 기재하는 제도는 이제 막 시행된 상태이기 때문에 아직까지는 가맹사업자 입장에서 필수품목 현황을 파악할 때 사용할 수 있는 유일한 문서이다.

공정위에 등록되어 있는 정보공개서에 따르면 가맹본부에 따라 필수품목의 종류가 적은 경우도 있지만 필수품목이 수천 개에 달하는 경우도 있다. 필수품목의 종류가 많은 경우 이를 세부적으로 나누어 정보공개서나 계약서에 기재하는 것은 가맹본부에게 과다한 업무부담을 줄 수 있다는 점에서 반대의견이 있긴하지만 가맹점사업자들이 어떤 품목이 필수품목인지 정확히 파악할 수 있도록 한다는 점에서 반드시 필요한 작업이다.

기존에 등록된 정보공개서를 보면 **동일한 제품일지라도 규격 등을 달리하여 일부는 강제로 일부는 권장으로 표시한 품목들이 존재**한다. 가맹점사업자와의 인터뷰에서도 동일한 성격의 제품인데도 불구하고 단지 규격만 달리해서 일부는 강제로 일부는 권장으로 지정한 경우가 있는 것으로 조사된다.

따라서 필수품목은 반드시 **그 종류나 규격, 유형 등을 구분하여 세부적으로 기재**하여야 한다. 동일 성격의 제품이라도 포장, 크기, 색상 등을 기준으로 구분하여 거래되는 품목의 경우에는 그 세부 품목별로 기재하도록 가이드라인을 작성하는 것이 바람직하다.

(2) 필수품목 지정 이유 설명 유도

일반적으로 필수품목은 가맹본부가 정하고 가맹점사업자는 이를 받아들여 계약을 체결하게 된다. 필수품목 지정의 당위성은 본사가 증명하고 가맹점사업자가 이를 납득하면 되지만, 필수품목의 당위성에 대한 증명이 어렵기 때문에 보통 필수품목의 구매의무 등을 계약서에 명시한 후 계약이 체결되면 납득한 것으로 간주한다. 다만, 가맹계약서에 필수품목으로 기재하였더라도 가맹사업법 제12조(불공정거래행위 금지) 제1항 제2호 및 가맹사업법 시행령 별표2 제2호 나목에 따른 거래상대방 구속행위에 해당하는 경우, 해당 물품 또는 용역은 필수품목에 포함되지 않는 것으로 해석해야 한다. 대법원도 '가맹본부가 가맹계약 체결 전에 특정한 거래상대방과 거래하여야 하는 사정을 정보공개서를 통해 알리거나, 그에 대하여 사전에 의사 합치가 있는 상태에서 가맹계약을 체결하였다는 사정이 있다고 하더라도, 그와 같은 사정이 있기만 하면 언제나 '부당하게 가맹점사업자에게 특정한 거래상대방과 거래할 것을 강제하는 행위'에 해당하지 않는다고 단정할 수는 없다'고 판단하였다.

가맹본부의 경제적 이익(차액가맹금 포함)이 필수품목과 연결되어 있는 경우가 많고, 가맹점사업자는 가맹본부가 지정한 필수품목의 지정이유에 대한 이해 없이 이를 수동적으로 받아들이는 경우가 많으므로, 거래 과정에서 필수품목 지정의 당위성에 대한 대립과 분쟁이 많이 발생하고 있는 상황이다. 따라서 이러한 분쟁의 발생가능성을 낮추기 위해서는 **가맹본부로 하여금 필수품목의 지정 이유 등을 가맹점사업자에게 충분히 설명하도록 유도하는 내용을 포함시키는 것이 필요**하다.

(3) 필수품목 적정성 판단 기준

□ 필수품목 관련 규정의 종합적인 판단

국내 가맹사업, 특히 외식업종에서는 가맹금 수취방식으로 차액가맹금을 채택하는 것이 일반적이기 때문에 많은 가맹본부가 필수품목을 광범위하게 지정하고 있다. 가맹사업에서는 가맹사업의 통일성과 가맹본부의 명성을 유지하기 위하여 합리적으로 필요한 범위 내에서 가맹점사업자가 판매하는 상품 및 용역에 대하여 가맹점 사업자로 하여금 가맹본부가 제시하는 품질기준을 준수하도록 요구하고, 그러한 품질기준의 준수를 위하여 필요한 경우 가맹본부가 제공하는 상품 또는 용역을 사용하도록 요구할 수 있다. 다만, 가맹본부가 가맹사업의 목적달성을 위하여 필요한 범위를 넘어 부당하게 가맹점사업자에게 특정한 거래상대방과 거래할 것을 강제하는 경우 거래상대방 선택과 관련한 가맹점사업자의 자유로운 의사결정을 저해하고, 자유로운 시장기능을 저해하여 공정거래저해성이 인정될 수 있으므로, 이러한 경우에는 필수품목에 해당하지 않는 것으로 판단하여야 한다. 이러한 판단과 관련하여『가맹사업법』과『가맹분야 불공정거래행위 심사지침(이하 심사지침)』의 내용을 종합적으로 고려하여야 한다.

우선 2024년 1월 『가맹사업법』 개정을 통해 제11조 제2항 제12호가 다음과 같이 신설되어 종전에는 필수품목과 관련된 내용을 정보공개서에만 기재하였던 것을 가맹계약서에 명시하도록 변경되었다.

> **제11조**(가맹계약서 기재사항 등) ②가맹계약서는 다음 각 호의 사항을 포함하여야 한다.
> 1. ~ 11. (생략)
> 12. 가맹본부가 가맹점사업자에게 가맹본부 또는 가맹본부가 지정한 자와 거래할 것을 강제할 경우 그 강제의 대상이 되는 부동산 · 용역 · 설비 · 상품 · 원재료 또는 부재료 · 임대차 등의 종류 및 공급 가격 산정방식에 관한 사항

한편, 가맹사업법 제12조(불공정거래행위의 금지) 제2호에서는 가맹본부가 '가맹점사업자가 취급하는 상품 또는 용역 관련하여 거래상대방을 구속하거나 제한하는 행위'로 가맹사업의 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 하거나 다른 사업자로 하여금 행하도록 하는 것을 금지하고 있으며, 같은 법 시행령 제13조 제1항 및 '〔별표 2〕 불공정거래행위의 유형 또는 기준(제13조 제1항 관련)(이하, '별표 2'라 한다) 2. 구속조건부 거래 나. 거래상대방의 구속'(이하, '별표 2. 거래상대방의 구속 조항'이라 한다)에서 '부동산 · 용역 · 설비 · 상품 · 원재료 또는 부재료의 구입 · 판매 또는 임대차 등과 관련하여 부당하게 가맹점사업자에게 특정한 거래상대방(가맹본부를 포함한다. 이하 이 목에서 같다)과 거래할 것을 강제하는 행위'를 금지되는 불공정거래행위로 규정하면서 다만, 다음의 요건을 모두 충족하는 경우에는 불공정거래행위에 해당하지 않아 허용되는 것으로 규정하고 있다.

> (1) 부동산·용역·설비·상품·원재료 또는 부재료가 가맹사업을 경영하는 데에 필수적이라고 객관적으로 인정될 것
> (2) 특정한 거래상대방과 거래하지 아니하는 경우에는 가맹본부의 상표권을 보호하고 상품 또는 용역의 동일성을 유지하기 어렵다는 사실이 객관적으로 인정될 것
> (3) 가맹본부가 미리 정보공개서를 통하여 가맹점사업자에게 해당 사실을 알리고 가맹점사업자와 계약을 체결할 것.

또한, 가맹사업법 제12조 제2항에서는 제1항 각호에 규정된 불공정거래행위의 유형 또는 기준을 시행령으로 정하도록 하고 있으며 같은 법 시행령 제13조 제1항, 제2항에 따라 공정거래위원회에서는 '불공정거래 행위의 유형 등을 보다 구체적이고 명확하게 규정함과 아울러 불공정거래행위에 해당될 수 있는 대표적인 사례를 예시함으로써, 위법성을 심사하는 기준으로 삼는 한편 가맹본부의 법위반행위를 예방'하기 위해 「가맹분야 불공정거래행위 심사지침」(이하, '심사지침')을 제정 시행하고 있다. 『심사지침』에서는, '거래상대방 구속'에 해당하여 금지되는 '대상행위'를 먼저 규정하고, '위법성 판단기준' 및 '법위반에 해당할 수 있는 행위(예시)'에 대해 규정하고 있는바, 위에서 위법한 거래행위로 규정한 경우에는 필수품목에 해당하지 않는 것으로 해석해야 한다.

『심사지침』에서는, '부당한 거래상대방 구속에 해당하는지는 가맹사업의 목적과 가맹계약의 내용, 가맹금의 지급방식, 가맹사업의 대상인 상품 또는 용역과 설비와의 관계에 비추어 보았을 때, ① 객관적으로 상품 · 원재료 · 부재료 · 설비 등이 가맹사업을 경영하는 데에 필수적인지, ② 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질 유지를 위한 기술관리 · 표준관리 · 유통관리 · 위생관리의 필요성 등의 측면에서

가맹점사업자에게 사양서나 품질기준만을 제시하고 임의로 구입 또는 설치하도록 방치하여서는 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 있는지, ③ 미리 정보공개서를 통하여 가맹점사업자에게 특정한 거래상대방과 거래해야만 한다는 점을 알리고 가맹점사업자와 계약을 체결하였는지 등을 종합적으로 고려하여 판단한다.'라고 규정하고 있다. 위 심사지침 등에 근거하여 필수품목 적정성 판단기준으로 고려할 수 있는 요소는 다음과 같다.

필 수 성	관리통제 필요성	계약 특성
① 통일적 이미지 관련성	① 기술관리 필요성	① 가맹사업 특성
② 동일성 유지 관련성	② 표준관리 필요성	② 가맹금 수취방식
③ 중심상품 직접 관련성	③ 유통관리 필요성	③ 절차기준 충족여부
④ 대체 가능성	④ 위생관리 필요성	

□ 필수성

『가맹사업법』에서 필수품목의 지정이 거래상대방의 구속에 해당되지만 불공정거래행위에 해당되지 않는 네가지 조건을 열거하고 있다. 그 중 첫 번째 기준이 **가맹사업의 경영에 필수적이라는 사실이 객관적으로 인정**되어야 한다는 것으로 필수품목의 불공정행위 해당 여부를 판단하는데 있어 가장 중요한 기준이다. 필수품목 지정이 가맹사업 경영에 필수적인가 하는 것은 다음 같은 기준을 적용하여 판단할 수 있다.

- **(통일적 이미지 관련성)** 해당 필수품목이 가맹사업의 통일적 이미지 확보에 관련성이 있는지 여부를 판단한다. 주로 **중심상품이나 매장의 차별화된 브랜드 이미지와의 관련성**을 고려한다. 따라서 소비자에게 제공되는 중심상품 중 일부 구성요소가 브랜드의 차별화된 이미지와 관련이 있고 이러한 이미지가 고객의 선택에 중요한 영향을 끼칠 수 있다는 점이 객관적으로 인정된다면 이러한 품목의 필수품목 지정은 합리적인 범위의 구속으로 인정될 수 있다.

  문제가 되는 것은 영업표지와 관련된 것이다. 기존에 공정위의 심결례나 판례에서는 영업표지 표시여부를 필수품목의 위법성 판단의 중요한 근거로 사용하였으나 최근에는 시중에서 동일한 품질의 상품을 쉽게 구할 수 있는 경우 단순히 영업표지가 표시되어 있다고 해서 필수품목으로 지정하는 것은 부당한 구속에 해당한다고 판단하는 경향이 있다.

  실례로 2024년 9월 공정거래위원회는 S치킨이 젓가락이나 비닐쇼핑백을 필수품목으로 지정하고 본부에서 구입하도록 강제하여 부당한 이익을 챙긴 것으로 판단하여 제재 절차에 들어갔다. 따라서 단순히 상품에 영업표지를 인쇄했다고 해서 무조건 필수품목으로 지정하기 보다는 다른 여러 가지 사항을 종합적으로 판단할 필요가 있으며, 동일한 품질의 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있는 경우 되도록 필수품목으로 지정하지 않고, 필수품목으로 지정하였더라도 가격을 합리적으로 책정하는 것이 필요하다.

- **(동일성 유지 관련성)** 『가맹사업법』은 필수품목의 지정이 거래상대방의 구속에 해당되지만 불공정거래행위에 해당되지 않는 네 가지 조건 중 두 번째 기준으로, 상품 또는 용역의 동일성을 유지하기 어렵다는 사실이 객관적으로 인정될 것을 요구한다. 해당 필수품목이 중심상품의 동일한 맛 또는 품질의 유지에 관련성이 있는지 여부를 판단한다. **중심 상품의 맛과 품질이 어디서든 동일하게 유지될 수 있도록 동일한 품목이 투입되어야 하는 것이 인정된다면 필수품목은 합리적 범위의 구속으로 인정**될 가능성이 있다. 주로 중심상품에 투입되는 **원재료나 중심상품을 제조 : 가공하는데 사용되는 특정 규격의 설비 등**이 여기에 해당된다. 하지만 중심상품의 맛과 품질의 균질성과 직접적인 관련이 없는 **부자재이면서 시중에서 쉽게 구매할 수 있는 일반 공산품**의 경우에는 필수품목 지정을 합리적인 범위내의 구속으로 인정하지 않고 있다.

  예를 들어 패스트푸드 L사의 대법원 판례를 보면 이러한 필수성의 기준을 사용하여 원재료가 시중에서 구매할 수 있는 **일반 공산품일지라도 중심상품의 통일적 이미지나 맛과 품질의 동일성 유지를 위해 필요하다고 인정되는 경우** 합리적인 범위 내의 구속으로 판단하였지만 주력 상품의 맛이나 품질과 직접적인 관련이 없고 자유롭게 구매해도 설비의 용도나 기능에 지장이 없는 경우에는 부당한 거래상대방의 구속이라고 판단하였다.

또한 김밥프랜차이즈 B사의 대법원판결에서는 중심 상품인 김밥 등의 맛이나 품질과 직접적인 관련이 없을 뿐 아니라 가맹사업의 동일성을 위해 가맹본부가 특별히 주문생산한 물품이 아니고 시중에서 이와 동일 또는 유사한 물품을 용이하게 구매할 수 있어 임의로 구입하더라도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 소독용품, 주방용세제, 장비세척제, 위생용품, 청소용품, 국물용기, 반찬용기, 마스케어 등 일반공산품은 필수품목에 포함되지 않는다고 판단하였다.

- **(중심상품 직접 관련성)** 필수품목의 중심상품과의 관련성이 직접적인지 여부를 판단한다. 해당 필수품목이 가맹브랜드의 이미지 확보나 중심상품의 맛과 품질의 동일성을 유지하는데 중심적인 역할을 한다면 합리적인 범위 내의 구속으로 인정될 가능성이 있다. 예를 들어 패스트푸드 L사의 대법원 판례에서는 원재료의 경우에는 중심상품의 통일적 이미지 확보 및 동일성 유지와 직접적인 관련성이 크다고 인정하였으나 빠의자, 금전등록기 등의 일반 공산품은 직접적인 관련성이 크지 않다고 판시하였다.

- **(대체 가능성)** 거래상대방을 구속하지 않고서는 상기 목적의 달성이 불가능한지 여부를 판단한다. 즉, 필수품목으로 지정한 품목과 동일하거나 유사한 규격이나 품질의 상품을 시중에서 쉽게 구매할 수 있는지 여부를 고려하는 것인데, 시중에서 동일하거나 유사한 규격과 품질을 구현하는 제품을 쉽게 구매할 수 없다면 이는 합리적인 범위 내의 구속으로 인정될 가능성이 있다. 하지만 해당 품목이 일반적인 공산품으로 동일한 품질 · 규격의 제품을 시중에서 더 낮은 가격으로 쉽게 구할 수 있는 경우에는 부당한 거래상대방의 구속에 해당될 가능성이 있다.

예를들어 김밥전문점 B사의 판례를 보면 식자재가 아닌 기자재 15개 품목에 대해서 시중에서 쉽게 구할 수 있는 일반 공산품이고, 중심상품의 품질이나 맛, 가맹사업의 통일적 이미지와도 큰 관련성이 없기 때문에, 자유로운 구매를 허용하더라도 그 용도나 기능에 지장이 있다고 보기 어렵기 때문에 이들 품목을 필수품목으로 지정한 것은 법위반행위로 판시하였다.

□ 관리통제 필요성

『가맹사업법』에서 필수품목의 지정이 거래상대방의 구속에 해당되지만 불공정거래행위에 해당되지 않는 네가지 조건 중 **두 번째에 해당하는 기준**이다. 즉, 필수품목을 지정하지 않고 가맹점사업자에게 사양서나 품질기준만을 제시하고 임의로 구입 또는 설치하도록 **방치하였을 경우 상기 목적을 달성할 수 있는지 여부**가 합리적 범위 내의 구속 여부를 판단하는 근거로 사용될 수 있다. **관리통제 대상으로는** 기술관리, 표준관리, 유통관리, 위생관리 등을 고려할 수 있다.

- **(기술관리)** 해당 품목을 제조 및 조리하는데 가맹본부만의 특별한 노하우나 기술 등이 투입되어 이를 관리할 필요가 있는지 여부를 판단한다.

- **(표준관리)** 중심상품에 투입되는 해당 품목의 크기, 품질, 색상, 맛, 성분 등이 가맹본부에서 정한 표준에 부합되는지 관리할 필요가 있는지 여부를 판단한다.

- **(유통관리)** 전국적으로 공급하는 품목이 동일한 품질을 유지하기 위해서는 전체적인 유통과정, 유통기한 등에 대해 전문적인 관리할 필요가 있는지 여부를 판단한다.

- **(위생관리)** 가맹점에서 판매하는 중심상품과 가맹점 내부의 위생상태를 가맹본부가 정한 기준에 부합되게 전문적인 관리할 필요가 있는지 여부를 판단한다.

관리통제 필요성은 가맹점사업자의 자율적인 구매 허용과 관련이 있다는 점에서 필수성 판단의 세부항목인 대체불가능성과 유사하다. 하지만 대체 불가능성은 필수품목과 동일하거나 유사한 품질의 품목을 시중에서 구매할 수 없다는 것이고 **관리통제 필요성은 가맹점사업자의 자율적인 구매를 허용해서는 관리가 불가능하다는 것**이기 때문에 그 의미가 상이하다.

우리나라 법원에서는 통제관리 필요성도 필수품목의 합리성 여부를 판단할 때 중요한 기준으로 사용한다. 예를들어 패스트푸드 L사의 대법원 판례에서는 시중에서 일반적으로 구매할 수 있는 공산품이라고 하더라도 전체 가맹점 차원에서 동일한 품질의 상품을

사용할 필요가 있거나 적기/일괄 공급이 합리적이라고 판단되는 품목의 경우에는 필수품목 지정이 합리적인 범위 내의 구속에 해당된다고 판단하였다. 반면, 1인 의자, 테이블, 빠의자, 금전 등록기, 전산장비(PC 등) 등의 설비와 용도는 가맹본사의 중심상품인 패스트푸드의 맛과 품질의 균질성과 관련이 없는 점 등에 비추어 위와 같은 일반 공산품에 대해서는 가맹본사가 품질기준을 제시하고 가맹점주가 자유롭게 구매한다고 하더라도 그 용도나 기능에 지장이 있다고 보이지 아니하는 점 등에 비추어 필수품목에 해당하지 않는다고 판단하였다.

□ 가맹사업의 특성 및 계약내용

가맹사업의 특성이나 계약내용은 필수품목의 지정이 합리적인 범위내의 구속인지를 판단하는데 중요한 역할을 한다. 동일한 품목이라고 하더라도 외식업인지 서비스업인지 도소매업인지에 따라 판단내용이 다르고 중심상품과의 연관성도 상이하다. 배달을 주로 하는 업종인지 매장판매를 주로하는 업종인지에 따라서도 판단이 다를 수 있으며 거래비중에 따라 판단이 다를수도 있다.

가맹사업의 핵심적인 특징이나 경쟁력이 특정 거래관계나 영업표지에 있을 경우, 이와 관련된 필수품목 지정은 합리적인 범위 내의 구속으로 해석될 여지가 크다. 예를들어 전문주점 C꼬치구이의 판례에서는 영업표지의 소유권 관계, 가맹본사에서 가맹사업을 영위하기 위해 상당한 시간과 비용 및 기술, 용역을 투입하여 오비맥주 주식회사가 서비스표를 소유하고 있는 C 가맹사업을 운영하고 있는 점, 계약서에 해당 내용이 기재되어 있었다는 점 등을 고려하여 가맹점에서 OB맥주만 구입하여 판매하도록 한 것은 부당한 거래상대방의 구속이 아니라고 판시하였다.

한편, 계약상 전체 공급품목 중 가맹점사업자가 거래상대방을 선택 가능한 '권장'이나 '자율'의 비율이 높다면 특정 품목에 대한 중심 상품과의 연계성을 낮게 판단할 수도 있다. 커피전문점 C사의 사례에서도 필수품목이 전체 거래품목 중 비중이 작다는 점이 해당 필수품목이 부당한 거래상대방의 구속이라고 판단한 근거 중 하나로 작용했다.

따라서 필수품목이 합리적인 범위 내에서의 구속을 판단할 때에는 해당 가맹사업의 특성 및 계약 내용을 살펴볼 필요가 있다.

가맹금의 지급방식도 합리적인 범위를 넘어서는 구속에 해당하는지를 판단하는 기준의 하나가 된다. 우리나라의 법원에서는 우선 우리나라의 가맹사업에서 차액가맹금 방식의 가맹금수익을 기반으로 하는 가맹점이 많고 차액가맹금과 필수품목 간에는 밀접한 관계가 있다는 점을 인정하면서, 필수품목을 지정하지 않는다면 가맹점의 존립이 어려울 수 있다는 점도 필수품목이 합리적인 범위를 넘어서는지 판단하는 근거로 사용한다.

패스트푸드 L사의 판례에서는 가맹본부가 차액가맹금을 주 수익으로 하고 있으므로 모든 거래품목을 가맹점사업자가 자율적으로 구매하도록 할 경우 가맹사업 자체가 존립할 수 없다는 점을 합리적 범위 내의 구속 판단 근거중 하나로 사용하였다.

반면, 커피전문점C사에 대한 대법원 판례에서는 해당 가맹사업은 로열티를 주 가맹금으로 하는 사업구조를 가지고 있으므로 인테리어를 자율로 허용할 경우 가맹사업의 존립이 불가능하다는 점은 인정할 수 있지만, 그럼에도 불구하고 가맹본부의 전체 매출액 중 인테리어 시공으로 인한 수입 비율이 상대적으로 높았다는 점을 들어 인테리어에 대해 거래상대방을 구속한 행위를 합리적인 범위의 구속으로 보기 힘들다고 판시한 바가 있다

한편, 2024년 『가맹사업법』 개정을 통해 가맹계약서에 필수품목의 종류 및 가격산정방식을 반드시 기재하도록 하였다. 따라서 앞서 언급한 필수품목을 판단하는 기준에 모두 해당한다고 하더라도 계약서에 필수품목과 관련한 내용이 기재되지 않고, 필수품목에 대한 구체적인 내용을 가맹점사업자에게 사전에 알리지 않았다면 필수품목을 지정하여 거래상대방을 구속하는 행위는 법위반에 해당한다.

제2장

업종별 필수품목 가이드라인



2

업종별 필수품목

가이드라인

1. 한식 · 중식 · 일식 · 분식 · 주점 업종

(1) 업종 특성

한식, 중식, 일식, 분식, 주점 업종은 국내 외식 가맹사업을 대표하는 업종으로 가맹본부 뿐만 아니라 가맹점 수도 매우 많다. 이들 업종은 전체 가맹사업에서 차지하는 비중이 매우 크고 가맹사업거래에 있어서 필수품목의 지정도 매우 많다. 따라서 이들 업종의 필수품목 관련 대응은 외식분야 뿐만 아니라 가맹사업 전체에 영향을 미칠 수 있다. 각 업종의 개략적인 특징은 다음과 같다.

▶ **한식 · 중식 · 일식 · 분식 · 주점 개황**(2022)

구 분	브랜드수	총 가맹점수	가맹점 있는 브랜드수	평균 가맹점수
한식	2,907	35,382	1,541	22.9
중식	262	2,588	129	20.0
일식	420	3,289	220	14.9
분식	608	12,892	337	38.2
주점	423	8,538	232	36.7
계	**4,620**	**62,689**	**2,459**	**26.54**

이들 업종은 기본적으로 매장을 중심으로 음식을 조리하여 판매하는 특성을 가지고 있다. 하지만, 일부 분식 브랜드의 경우에는 매장 판매보다 테이크아웃이나 배달의 비중이 더 크기도 하다.

전반적으로 판매하는 메뉴가 매우 다양하기 때문에 다양한 원재료(식재료)와 부자재를 소모하며, 본부에서는 이들 원재료와 부자재를 필수품목으로 지정하는 사례가 많다. 최근 들어 로열티의 비중이 증가하고는 있지만 대부분의 가맹본부는 차액가맹금을 기반으로 한 가맹금 수취구조를 가지고 있고 이러한 특서 때문에 가맹본부의 필수품목 확대 지정 인센티브가 높은 편이다.

(2) 거래품목별 필수품목 적정성 판단

□ 원재료

외식 프랜차이즈에서 원재료는 해당 가맹사업의 중심상품을 만들기 위해 직접적으로 투입되는 재료를 말한다. 추가적인 조리나 가공이 필요한 경우에는 원재료로, 추가적인 조리나 가공이 필요하지 않은 경우에는 상품으로 명명하는 것이 일반적이나 정보공개서상 필수품목 기재사항을 보면 원자재, 식자재, 원재료, 원부자재, 상품 등 다양한 용어를 사용하여 분류하고 있다.

외식업의 원재료에는 밀가루, 채소, 육류, 쌀 등 1차 생산품 이외에도 공장에서 생산된 런천미트, 라면, 육수 등의 품목과 간장, 고추장, 소금, 기름 등의 양념류도 포함된다. 최근에는 반제품으로 포장된 ODM(original development manufacturing) 제품도 증가하는 추세를 보이고 있다.

외식업 가맹사업에서 원재료는 중심상품에 직 · 간접적으로 투입되어 상품의 맛과 품질을 결정하는 핵심적인 역할을 하고 가맹사업의 통일성이나 상품 품질의 동질성 유지에 필수적인 역할을 하기 때문에 대부분 브랜드에서는 원재료를 필수품목으로 지정하고 있다. 하지만 원재료라고 하더라도 중심 상품의 맛과 품질에 핵심적인 역할을 한다는 것이 객관적으로 인정되지 않으면 합리적인 범위의 통제로 인정되지 않을 수 있다.

한편, 원재료를 일괄적으로 필수품목으로 지정하고 구체적인 정보를 가맹점사업자에게 제공하지 않아 개별 품목에 대한 판단을 어렵게 하는 것은 법위반 가능성이 있다. 더구나 2024년 8월부터 시행되는 개정 가맹사업법에 따르면 거래상대방을 강제하는 품목이 있을때에는 그 종류와 가격산정방식을 계약서에 반드시 기재하여야 하고, 계약서에 기재할 때에는 구체적인 품목별로 기재하여야 한다. 따라서 원재료의 종류가 많다고 하더라도 정보공개서나 계약서에 기술할 때에는 반드시 세부적으로 분리하여 기술하여야 한다.

▶ **한식 · 중식 · 일식 · 분식 · 주점** 원재료 필수품목 법위반 사례 예시

> **외식가맹사업에서 정보공개서나 계약서에 원재료를 필수품목으로 기재할 때 육류 일체, 채소류, 양념류, 식재료 등의 형태로 구성 품목의 구체적인 내용을 알수 없게 기재하는 것**

□ 부자재

외식업에서 부자재(Supplies or Consumables)는 음식을 만들어 판매하는 과정에서 간접적으로 사용되는 재료이다. 주로 생산 과정에서 필요한 소모품이나 지원 재료로, 최종 제품에 직접적으로 투입되지는 않는다. 외식업종에서 필수품목으로 많이 지정되고 있는 부자재는 세제, 소독제, 도시락 용기, 포장용기, 젓가락, 비닐봉지, 행주, 냅킨, 쿠킹호일, 목장갑, 재활용봉투 등 다양하지만 그 종류나 숫자는 원재료에 비해 매우 작은 수준이다

부자재를 필수품목으로 지정하는 것과 관련해 공정거래위원회나 법원에서는 부당한 거래상대방의 구속에 해당한다고 판단한 사례가 많기 때문에 필수품목의 지정과 관련하여 신중한 검토가 필요하다. 외식업에서 부자재의 필수품목 지정을 위해서는 여러 사항을 종합적으로 검토하여야 한다.

우선 해당 품목이 중심상품의 맛 또는 품질의 동일성 유지, 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 직접적인 관련이 있는지 검토한다. 해당 부자재가 중심 상품의 맛과 품질이 동일하게 유지되는데 필요하거나 가맹점의 통일적 이미지 확보에 필요한 것으로 객관적으로 인정된다면 필수품목 지정의 당위성이 인정될 수 있다. 예를들어 배달 용기가 매장에서 음식을 먹을때와 동일한 품질로 제공할 수 있도록 직접 제작하였거나 주문제작한 것이라면 이러한 품목은 필수품목 지정의 당위성이 인정될 수 있다.

반면 시중에서 쉽게 구할 수 있는 일반 공산품을 필수품목으로 지정한는 것은 합리적인 범위의 통제로 인정받지 못할 가능성이 있다. 시중에서 쉽게 구할 수 있는 일반 공산품이고 가맹본부가 제시하는 품질기준에 따라 자율적으로 구매해 사용해도 가맹사업의 통일성이나 동일성 확보에 큰 문제가 없는 품목을 필수품목으로 지정하는 것은 법위반에 해당될 가능성이 있다.

▶ **한식·중식·일식·분식·주점 부자재 필수품목 법위반 사례 예시**

외식가맹사업에서 중심상품인 음식의 맛이나 품질과 직접적인 관련이 없을 뿐만 아니라 가맹사업의 통일성 유지를 위해 가맹본부가 직접 혹은 주문 생산한 품목이 아니고 시중에서 유사 제품을 구매하더라도 가맹사업의 통일성 유지와 중심상품의 품질보증에 지장이 없는 꽂이(떡볶이용), 일반 종이컵, 로고 없는 포장비닐류, 비닐위생장갑, 종이컵 등 일반 공산품인 부자재

□ 주방설비

주방설비는 가맹사업의 중심상품인 음식 및 원재료를 보관 · 가공 · 조리하는데 사용하는 집기 등을 말한다. 대표적으로 냉장고, 조리대, 오븐기 등 주방기기 등이 여기에 해당된다. 주방설비의 경우에는 다음의 사항을 중점적으로 검토한다.

① 생산 및 운영 노하우 반영 여부

해당 주방설비가 중심상품의 생산 및 보관에 직접적으로 투입되어 가맹사업의 통일성이나 상품의 동질성에 영향을 미치고 가맹본부가 중심상품의 생산과 관련된 노하우를 반영하여 직접 · 주문 생산한 설비의 경우에는 필수품목 지적의 당위성이 인정될 가능성이 높다. 예를 들어 주방에서 정해진 조리방식 및 순서에 맞게 통일된 규격의 설비가 정해진 방식으로 배치되어야 하는 경우가 이에 해당한다.

② 일반 공산품 여부

중심상품의 통일성이나 동질성에 직접적인 관련성이 없고 가맹본부가 제시한 기준에 맞춰 시중에서 동일한 상품을 구매해 사용하여도 용도나 기능에 문제가 없는 일반공산품인 주방설비의 경우에는 필수품목으로 지정하는 것이 법위반에 해당될 수 있다. 일반적인 냉장고, 전자레인지, 전기밥솥, 식기세척기, 수전 등이 여기에 해당한다.

□ 조리기구 및 주방보조 집기 · 비품

조리기구는 음식을 조리하는데 사용되는 여러 종류의 주방용품을 말한다. 조리기구에 해당되는 것은 솥, 냄비, 그릇 등의 조리용기와 석쇠 등의 구이 용구, 식칼 등의 절삭 도구가 있으며 대부분 일반 공산품이다.

조리기구는 중심상품의 제조에 직접적인 연관성이 있고 중심상품의 맛과 품질에 영향을 주는 경우에는 가맹본부에서 특별히 관리하여야 할 필요성이 인정된다. 특히, 가맹본부만의 음식제조 노하우를 반영하여 특별히 고안되거나 주문 · 제작된 조리기구라면 필수품목 지정의 당위성을 인정받을 수 있다.

하지만 조리기구는 동일한 품질과 규격의 제품을 시중에서 쉽게 구할 수 있는 일반 공산품인 경우가 많다. 또한 조리기구는 그 성격상 주방에서 주로 사용되므로 고객에게 노출되는 경우도 거의 없기 때문에 브랜드의 통일성 등에 영향을 주지 않는다. 이러한 경우에는 필수품목 지정의 당위성을 인정받기 어려울 수 있다. 만일 시중에서 동일한 제품을 쉽게 구할 수 있는데도 불구하고 필수품목으로 지정한 뒤 시중가격보다 과다하게 높은 금액으로 가맹점사업자에게 판매한다면 가맹본부와 가맹점사업자 간에 갈등이 발생할 가능성이 높다.

한식, 중식, 일식, 분식업종에서는 조리기구를 필수품목으로 지정하는 사례가 많지는 않으나 일부 가맹본부에서는 일반 공산품인 조리기구를 필수품목으로 지정하고 있다. 모든 조리기구를 일괄적으로 필수품목으로 지정한 경우도 있다. 이러한 경우 일부 품목은 필수품목으로 인정되지 않을 가능성이 있다.

▶ **한식·중식·일식·분식·주점 조리기구 필수품목 법위반 사례 예시**

가맹사업경영을 위한 필수적이고 객관적인 상품이라고 보기 어렵고 가맹본부가 특별히 주문 제작한 상품도 아니고 가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 일반공산품인 조리기구로 다음과 같은 품목이 여기에 해당됨

계량스푼, 계량컵, 케찹병, 벨가위, 위생도마, 믹싱볼, 타이머, 국자, 식도, 과도, 솥, 소쿠리, 스텐뜰채, 바케스, 주걱, 튀김집게, 양념통, 까스전자총, 스텐바트, 염도계, 저울, 캔오프너, 프라이팬, 스텐뒤지게, 채칼, 스텐뼈통, 바구니, 김발, 수세미걸이, 거품기, 숯돌, 삼각틀, 만두찜기

한편, 중심상품의 제조에 직접 사용되지는 않지만 주방을 운영하는데 보조적으로 사용되는 품목들이 많이 존재한다. 대표적으로 설거지 용품이나 주방 청소용품, 소독용품 등이다. 이러한 품목은 관리의 필요성은 인정되나 중심상품과 직접적인 관련성이 낮고 대부분 시중에서 동일한 성능의 일반 공산품을 쉽게 구할수 있는 경우가 대부분이기 때문에 필수품목 지정의 당위성을 인정되지 않을 수 있다.

▶ **한식 · 중식 · 일식 · 분식 · 주점 주방보조 집기 · 비품 필수품목 법위반 사례 예시**

가맹사업경영을 위한 필수적이어서 가맹본부의 관리가 필요하기는 하지만 가맹본부가 특별히 주문 제작한 상품도 아니고 가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 가맹본부가 제시한 기준에 맞추어 가맹점사업자가 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 일반 공산품인 주방보조 집기 · 비품의 경우로 다음과 같은 품목이 여기에 해당됨

식기세척기 전용린스, 병 청소솔, 세척솔, 고무장갑, 면장갑, 비닐장갑, 숯돌, 주방용 청소도구, 방수 앞치마, 수세미, 행주, 세제, 음식물(쓰레기)통, 세제통, 린넨, 쿠킹호일, 랩 등

□ 용기류

용기류는 매장에서 고객에게 음식을 제공할 때 음식을 담기 위해 사용하는 도구나 음식을 먹을 때 사용하는 도구를 말하는데, 그릇이나 수저 등이 여기에 해당되며 대부분 일반 공산품이다. 매장에서 사용하는 용기류의 경우 자신만의 통일된 디자인을 적용하는 경우가 많기 때문에 가맹사업의 통일성 확보와 상품의 동질성 확보 측면에서 필수품목 지정의 당위성이 인정될 가능성이 높다.

하지만 중심상품의 통일성이나 상품 품질의 동질성에 직접적인 관련성이 없고 가맹본부가 제시한 기준에 맞춰 시중에서 동일한 상품을 구매해 사용하여도 용도나 기능에 문제가 없는 일반 공산품인 용기류의 필수품목 지정은 법위반에 해당될 수 있다.

▶ **한식 · 중식 · 일식 · 분식 · 주점 용기류 필수품목 법위반 사례 예시**

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 일반 그릇, 양념통(병), 수저, 포크, 젓가락, 젓가락통, 냅킨함, 생수통, 이쑤시게통 등의 일반 공산품인 용기류

□ 일반 집기 · 비품

일반 집기 · 비품은 가맹점의 운영에 사용되는 일반적인 집기나 비품을 말한다. 일반 집기 · 비품은 중심상품의 생산이나 판매와 직접적인 관련이 없으며 일반 공산품이 대부분이다. 한식, 중식, 일식, 분식 등 외식분야에서 일반 집기 · 비품을 필수품목으로 지정하고 있는 경우는 거의 없으나 일부 브랜드에서 휴지통, 청소도구, 휴지함, 메모홀드, 명함꽂이, 금전등록기 등을 필수품목으로 지정하고 있는 사례가 있다.

일반 집기 · 비품은 가맹점 사업의 통일성이나 상품의 동질성과 큰 관련이 없고 중심상품과 함께 제공되어 고객들에게 노출되는 품목도 아니기에 브랜드 이미지 등과도 관련성이 없는 것이 대부분이다. 따라서 이러한 일반 집기 · 비품의 경우에는 대부분 필수품목 지정시 당위성을 인정받기 어렵다.

▶ **한식 · 중식 · 일식 · 분식 · 주점 일반 집기 · 비품 필수품목 법위반 사례 예시**

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 CCTV, 오디오, 스피커, 휴지통, 우산포장기, 손소독제, 주방용 카운터벨, 라벨기, 매트 등

☐ 인테리어 공사 및 내부 설비

인테리어에는 매장의 내부 인테리어 공사뿐만 아니라 매장 내에 비치되는 테이블이나 의자 등의 가구와 내부 부착물, 외부 간판이나 내부의 부착물의 공급까지 포함된다. 대부분의 인테리어 공사는 가맹점 영업 전에 실시하는데, 이 때 인테리어 공사와 함께 내부 가구나 내부 부착물, 간판 등이 일괄적으로 공급되는 경우가 있다.

이과정에서 인테리어 공사를 특정 업체로 강제하는 것이 당위성을 갖기 위해서는 그렇지 않을 경우 상표권보호, 통일성, 일관성을 확보하기 어렵다는 것을 가맹본부가 입증해야 한다. 가맹본부가 그러한 사실을 객관적으로 입증하지 못하면 인테리어 공사를 필수품목으로 지정하여 본사 또는 특정 업체와 거래를 강요하는 것은 불공정거래 행위에 해당할 수 있다.

우리나라 법원에서는 통상 인테리어 공사를 특정한 하나의 업체만 할 수 있는 경우는 거의 없고, 대부분 가맹본부에서 도면이나 시안을 제공하거나 감리를 하는 정도로도 가맹점 인테리어 공사에서 가맹사업의 상표권을 보호하고 통일성이나 일관성을 확보하는 것이 가능하다고 본다. 따라서 대부분의 가맹본부에서는 특정 인테리어 업체를 권장하되, 그 업체와 거래를 하지 않을 경우에는 도면을 제시한 후 감리만 진행하는 것으로 계약을 체결한다. 이 경우 가맹본부에서는 감리비를 수취하는데, 만일 실질적으로 감리를 하지 않거나 감리비를 과도하게 책정해 지정된 업체와 공사를 할 수밖에 없도록 하는 경우 이는 모두 불공정거래에 해당된다.

▶ 한식·중식·일식·분식·주점 인테리어 공사 법위반 사례 예시

가맹본부가 인테리어 시공 기준을 제시하고 가맹점사업자가 그 기준에 맞추어 다른 시공업체에게 시공을 맡긴다고 하더라도 그 용도나 기능에 지장이 없음에도 불구하고, 가맹본부나 가맹본부가 정한 특정한 인테리어 업체 및 설비공사업체와의 계약을 강요하는 경우

가맹본부에서 도면이나 감리를 제공하고, 가맹점사업자가 이에 따라 임의로 인테리어 업체와 계약을 체결하도록 허용하나 과도한 도면제공 및 감리 비용을 요구하여 가맹점사업자로 하여금 가맹본부가 정한 업체와 계약을 체결할 수 밖에 없도록 하는 경우

가맹사업의 통일적 이미지나 중심상품의 맛과 품질의 동일성과 관련이 없고 가맹본부가 품질기준을 제시하고 이를 자유롭게 구매하게 하더라도 용도나 기능에 지장이 없는 1인의자, 테이블, 빠의자, PC 등

가맹본부가 가맹사업의 상표권 보호나 통일성, 동질성 확보를 위해 매장에서 사용하는 식탁이나 의자 등 가구류를 필수품목으로 지정할 때 테이블, 의자, 의탁자 등으로 일괄적으로 기재하는 경우

가맹본부에서 감리비를 수취하였으나 실제로 감리를 진행하지 않은 경우

한편 매장 내에 설치하는 테이블이나 의자 등의 가구류의 경우는 인테리어 공사와는 별도의 거래인 경우가 많다. 따라서 가구류의 공급과 관련해서는 별도의 계약을 체결하는 것이 바람직하다.

매장 내부 가구는 해당 가맹사업의 이미지 동질성과 본질적으로 연관성이 높은 경우 정당한 필수품목 지정으로 인정될 수 있다. 하지만 가맹사업의 상표권보호나 통일성, 동질성 등과 관련이 없는 가구류의 경우에는 특정 거래 상대방과의 거래를 강제한다면 불공정거래 행위가 될 수 있다. 어느 범위까지가 상표권보호나 통일성, 동질성과 관련이 있는지는 판단하기 어려우나, 기존의 디자인과 큰 관련이 없는 디자인의 일반 공산품인 가구류의 추가적인 구매를 강요한다면 이는 불공정한 거래에 해당될 가능성이 높다.

또한 가구류를 필수품목으로 지정할 때에도 일괄적으로 지정하기 보다는 필수품목으로 지정하는 가구류를 구체적으로 명시하여야 한다. 현행 가맹사업법 상 거래상대방을 구속하는 품목의 경우에는 그 종류를 구체적으로 명시하도록 하고 있다.

☐ 용역

용역은 POS나 키오스크의 설치 및 운영, 소독 서비스 등이 대표적이다. POS의 경우 가맹본사와 각 가맹점사업자가 시스템으로 연결되어 있고 자체 거래에 특화된 형태로 프로그램이 설치되어 있기 때문에 POS를 필수품목 지정하는 경우가 많다. 하지만 이러한 서비스는 중심상품과 관련된 필수품이라고 보기에는 한계가 있고 소비자나 일반인에게

공개되는 것이 아니어서 상표권 보호를 위해 인정되어야 하는 대상으로 보기도 어려운 측면도 있다. 따라서 POS 등의 용역의 경우에는 가맹사업의 운영을 위해 통제할 필요성이 있는지를 종합적으로 검토해야 하며, 만일 반드시 필요해 필수품목으로 지정해야 한다면 공급가격을 합리적인 수준으로 책정하는 것이 필요하다.

그리고 본사에 의한 POS기기의 강제적인 교체는 구입강제에 해당할 수 있기 때문에 주의할 필요가 있다. 또한 시스템으로 연결될 필요가 없고 가맹점에서 독립적으로 사용하는 단순한 금전출납기의 필수품목 지정은 불공정거래 행위에 해당될 수 있다.

▶ **한식·중식·일식·분식·주점에서 용역의 법위반 사례 예시**

가맹본부가 현재 사용하고 있는 POS시스템을 최신 버전으로 업데이트하는 과정에서 프로그램만 업데이트하고 기존의 POS기기를 그대로 사용하여도 문제가 없음에도 불구하고 새로운 POS기기의 구매를 강요하는 경우

가맹본부가 현재 사용하고 있는 POS시스템을 최신 버전으로 업데이트하는 과정에서 새로운 POS기기를 가맹본부가 지정한 업체와 거래를 강제하는 경우



2. 치킨 · 피자 · 패스트푸드 업종

(1) 업종 특성

치킨, 피자, 패스트푸드 프랜차이즈는 한국의 패스트푸드 업종을 대표하는 업종이다. 특히 이들 업종에는 맥도날드, 버거킹, 피자헛, 도미노피자, 서브웨이 등 글로벌 브랜드 뿐만 아니라 BBQ, 교촌치킨 등 국내 Top 브랜드도 포진하고 있는 업종이다. 따라서 이들 업종의 필수품목 관련 전략과 대응은 외식분야 뿐만 아니라 가맹사업 전체에 영향을 미칠 수 있다. 각 업종의 개략적인 특징은 다음과 같다.

▶ **치킨·피자·패스트푸드 개황**(2022)

구 분	브랜드수	총 가맹점수	가맹점 있는 브랜드수	평균 가맹점수
치킨	629	58,785	378	76
피자	226	8,037	148	54
패스트푸드	149	4,265	77	550
계	**1,004**	**71,087**	**603**	**226.67**

이들 업종은 기본적으로 일반적인 외식업종보다 매장의 중요성이 상대적으로 낮다. 매장에서 소비되기도 하지만 테이크아웃이나 배달의 비중도 매우 크다. 치킨과 피자는 차액가맹금을 기반으로 하는 가맹금 수취구조의 비중이 매우 높고 패스트푸드의 경우에는 대기업과 글로벌 기업을 중심으로 로열티 방식의 가맹금 수취방식의 비중이 크다.

기본적으로 한식 등 일부 업종을 제외하고는 가맹점의 수가 매우 많은 편에 속해 가맹점 간의 경쟁이 매우 치열하고 이에 따라 가격 및 메뉴경쟁이 치열하다. 이로인해 가맹본부와 가맹점사업자 간에 거래하는 품목의 양이 매우 많고 필수품목으로 지정된 품목도 매우 많다.

(2) 거래품목별 필수품목 적정성 판단

□ 원재료

치킨 · 피자 · 패스트푸드 업종에서 원재료는 해당 가맹사업의 중심 상품인 치킨이나 피자, 패스트푸드를 만들기 위해 직접적으로 투입되는 재료를 말한다. 최근에는 치킨이나 피자 전문점임에도 불구하고 차별화와 고객만족을 위해 다양한 종류의 제품을 같이 판매하는 경우가 많은데, 이 경우에도 중심 상품에 해당하는 것으로 볼 수 있다.

치킨 · 피자 · 패스트푸드 업종에서 원재료는 중심상품에 직 · 간접적으로 투입되어 상품의 맛과 품질을 결정하는 핵심적인 역할을 하고 가맹사업의 통일성이나 상품 품질의 동질성 유지에 필수적인 역할을 하기 때문에 대부분 브랜드에서는 원재료를 필수품목으로 지정하고 있다. 하지만 원재료라고 하더라도 중심 상품의 맛과 품질에 핵심적인 역할을 한다는 것이 객관적으로 인정되지 않으면 합리적인 범위의 통제로 인정되지 않을 수 있다.

한편, 치킨이나 피자와 함께 제공되는 소스류나 양념무, 피클, 샐러드와 같은 경우에도 중심상품과 함께 제공되어 중심 상품의 종합적인 맛과 품질에 영향을 주므로 이들 품목의 필수품목 지정도 합리적인 것으로 인정될 수 있다.

한편, 원재료를 일괄적으로 필수품목으로 지정하고 구체적인 정보를 가맹점사업자에게 제공하지 않아 개별 품목에 대한 판단을 어렵게 하는 것은 법위반 가능성이 있다. 더구나 2024년 8월부터 시행되는 개정 가맹사업법에 따르면 거래상대방을 강제하는 품목이 있을때에는 그 종류와 가격산정방식을 계약서에 반드시 기재하여야 하고, 계약서에 기재할 때에는 구체적인 품목별로 기재하여야 한다. 따라서 원재료의 종류가 많다고 하더라도 정보공개서나 계약서에 기술할 때에는 반드시 세부적으로 분리하여 기술하여야 한다.

▶ 치킨 · 피자 · 패스트푸드 업종의 원재료 필수품목 법위반 우려 사례

치킨 · 피자 · 패스트푸드 업종에서 정보공개서나 계약서에 원재료를 필수품목으로 기재할 때 닭류, 식용유, 파우더, 도우, 치즈, 피자소스 등의 형태로 품목의 구체적인 내용을 알수 없게 기재하는 것

□ 부자재

치킨 · 피자 · 패스트푸드 업종은 배달이나 테이크아웃 비중이 높기 때문에 다양한 부자재(Supplies or Consumables)가 필요하다. 치킨 · 피자 · 패스트푸드 업종의 부자재는 제품에 직접적으로 투입되지는 않으나 소비자에게 상품이 제공되는 과정에서 사용되는 포장지, 포장박스, 유산지, 봉투, 판촉물, 쇼핑백, 배달가방, 배달용기, 냅킨, 물티슈, 쿠폰, 포장끈 등이다.

부자재를 필수품목으로 지정하는 것과 관련해 공정거래위원회나 법원에서는 부당한 거래상대방의 구속에 해당한다고 판단한 사례가 많기 때문에 필수품목의 지정과 관련하여 신중한 검토가 필요하다. 외식업에서 부자재의 필수품목 지정을 위해서는 다음의 사항을 종합적으로 검토하여야 한다.

우선, 해당 품목이 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 직접적인 관련이 있는지 검토한다. 예를들어 치킨이나 피자, 패스트푸드 판매시 사용되는 포장지, 포장박스, 포장비닐, 포장용 끈 등은 가맹사업의 통일적 이미지 확보에 영향을 미칠 수 있으므로 필수품목으로 인정될 수 있다. 반면 물티슈, 냅킨, 일회용 포크나 나이프 등과 같이 일반 공산품으로 대체될 수 있는 경우 필수품목 지정의 당위성이 인정되지 않을 가능성이 있다.

▶ 치킨 · 피자 · 패스트푸드 부자재 필수품목 법위반 우려 사례

치킨 · 피자 · 패스트푸드 가맹사업에서 중심 상품의 맛이나 품질과 직접적인 관련이 없고 시중에서 유사 제품을 구매하더라도 가맹사업의 통일성 유지와 중심상품의 품질보증에 지장이 없는 유산지, 내부 포장지, 종이트레이, 실링필름, 고무줄 등 일반 공산품인 부자재

한편, 치킨 · 피자 · 패스트푸드 업종의 가맹본부들은 대부분 유니폼이나 두건, 명찰 등을 필수품목으로 지정하고 있다. 이러한 유니폼류에는 해당 가맹본부에서 특별히 고안된 디자인이 적용되어 있는 경우가 대부분이고 이를 통해 고객에게 가맹사업의 통일된 이미지를 전달하여 가맹점 선호나 선택에 영향을 미칠 수 있기 때문에 필수품목으로 인정될 수 있다.

☐ 주방설비 및 조리기구

주방설비와 조리기구는 가맹사업의 중심상품인 음식 및 원재료를 보관·가공·조리하는데 사용하는 집기 등을 말한다.

치킨업종에서는 주방설비나 조리도구를 필수품목으로 지정한 사례는 많지 않고, 대부분 권장품목으로 지정하여 거래하고 있다. 피자업종에서도 주방설비나 조리도구를 필수품목으로 지정하여 운영하는 사례가 많지는 않지만, 일부 브랜드에서 가맹점을 운영하는데 필요한 전체 주방설비와 조리도구를 일괄적으로 필수품목으로 지정하고 있는 사례가 있다.

패스트푸드업종은 대부분 표준화된 조리방법과 순서에 따라 빠르게 음식을 조리하기 위해 이러한 조리방법과 순서가 반영되도록 고안된 주방설비와 조리도구를 사용하는 비율이 높다. 따라서 패스트푸드 업종은 필수품목으로 지정된 주방설비와 조리기구가 매우 많다.

주방설비와 조리도구의 경우 패스트푸드와 같이 조리방법이나 순서 등이 설비와 도구에 반영되어 있어, 중심상품의 품질 및 가맹사업의 통일성이나 상품의 동질성에 직접적으로 영향을 미치는 경우에는 필수품목의 당위성이 인정될 수 있다.

하지만 필수품목으로 지정한 설비나 도구가 동일한 품질과 규격의 품목을 시중에서 쉽게 구할수 있는 일반 공산품이고, 가맹본부가 지정한 바에 따라 가맹점사업자가 개별적으로 시중에서 쉽게 구하여 사용해도 그 용도나 기능에 문제가 없는 경우에는 이를 필수품목으로 지정하는 것이 법위반에 해당될 여지가 있다. 일반적인 냉장고, 전자레인지, 식기세척기, 수전 등이 여기에 해당한다.

▶ 치킨·피자·패스트푸드 주방설비/조리도구 필수품목 법위반 우려 사례

가맹사업의 통일성 및 중심상품의 맛이나 품질과 직접적인 관련이 없고 시중에서 동일 제품을 쉽게 구매할 수 있거나 유사 제품을 구매하더라도 가맹사업의 통일성 유지와 중심상품의 품질보증에 지장이 없는 온수기, 냉장고, 전자레인지, 작업대, 가스렌지, 수전(코브라수도꼭지) 등 일반 공산품인 주방설비

가맹사업경영을 위한 필수적이고 객관적인 상품이라고 보기 어렵고 가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 일반 공산품인 계량스푼, 계량컵, 케찹병, 저울, 도우뜨게, 골드링, 도마, 타이머, 피자보드, 식도, 과도, 솥, 스텐뜰채, 주걱, 스푼, 튀김집게, 튀김젓가락, 온도계, 양념통 등

☐ 주방보조 집기·비품

중심상품의 제조에 직접 사용되지는 않지만 주방을 운영하는데 보조적으로 사용되는 품목들도 많이 존재한다. 대표적으로 설거지 용품이나 주방 청소용품, 소독용품 등이다. 이러한 품목은 중심상품과 직접적인 관련성이 낮고 대부분 시중에서 동일한 성능의 일반 공산품을 쉽게 구할수 있는 경우가 대부분이기 때문에 필수품목 지정의 당위성을 인정받지 못할 수 있다.

▶ 치킨·피자·패스트푸드 주방보조 집기· 비품 법위반 우려 사례

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 가맹본부가 제시한 기준에 맞추어 가맹점사업자가 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 청소도구, 세척제, 고무장갑, 면장갑, 행주, 쓰레기통, 소독제, 쓰레기봉투 등 일반 공산품

☐ 용기류

용기류는 매장에서 고객에게 음식을 제공할 때 음식을 담기 위해 사용하는 도구나 음식을 먹을 때 사용하는 도구를 말하는데, 그릇이나 수저, 포크 등이 여기에 해당되며 대부분 일반 공산품이다. 매장에서 사용하는 용기류의 경우 자신만의 통일된 디자인을 적용하는 경우가 많기 때문에 가맹사업의 통일성 확보와 상품의 동질성 확보 측면에서 필수품목 지정의 당위성이 인정될 가능성이 높다. 치킨, 피자, 패스트푸드의 경우 매장에서 사용하는 용기의 종류가 많지 않고 필수품목으로 지정한 종류도 많지 않다.

중심상품의 통일성이나 상품품질의 동질성에 직접적인 관련성이 없고 가맹본부가 제시한 기준에 맞춰 시중에서 동일한 상품을 구매해 사용하여도 용도나 기능에 문제가 없는 일반 공산품인 용기류의 필수품목 지정은 법위반에 해당될 수 있다.

▶ **치킨·피자·패스트푸드 필수품목 용기류 법위반 우려 사례**

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 일반 그릇, 양념통(병), 수저, 포크, 젓가락, 젓가락통, 냅킨함, 생수통, 백밀폐용기, 비엠피소스통, 써빙쟁반, 피자주걱 등의 일반 공산품인 용기류

□ 일반 집기·비품

일반 집기·비품은 가맹점의 운영에 사용되는 일반적인 집기나 비품을 말한다. 일반 집기·비품은 중심상품의 생산이나 판매와 직접적인 관련이 없으며 일반 공산품이 대부분이다. 패스트푸드 등 외식분야에서 일반 집기·비품을 필수품목으로 지정하고 있는 경우는 거의 없으나 일부 브랜드에서 휴지통, 청소도구, 휴지함, 메모홀드, 명함꽂이, 등을 필수품목으로 지정하고 있는 사례가 있다.

일반 집기·비품은 가맹점 사업의 통일성이나 상품의 동질성과 큰 관련이 없고 중심상품과 함께 제공되어 고객들에게 노출되는 품목도 아니기에 브랜드 이미지 등과도 관련성이 없는 것이 대부분이다. 따라서 이러한 일반 집기·비품의 경우에는 대부분 필수품목 지정시 당위성을 인정받기 어렵다.

▶ **치킨·피자·패스트푸드 일반 집기·비품 필수품목 법위반 우려 사례**

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 냉난방기, 휴지통, 우산포장기, 손소독제, 라벨기, 매트 등

□ 인테리어 공사 및 내부 설비

인테리어에는 매장의 내부 인테리어 공사뿐만 아니라 매장 내에 비치되는 테이블이나 의자 등의 가구와 내부 부착물, 외부 간판이나 내부의 부착물의 공급까지 포함된다. 대부분의 인테리어 공사는 가맹점 영업 전에 실시하는데, 이 때 인테리어 공사와 함께 내부 가구나 내부 부착물, 간판 등이 일괄적으로 공급되는 경우가 있다.

이과정에서 인테리어 공사를 특정 업체로 강제하는 것이 당위성을 갖기 위해서는 그렇지 않을 경우 상표권보호, 통일성, 일관성을 확보하기 어렵다는 것을 가맹본부가 입증해야 한다. 가맹본부가 그러한 사실을 객관적으로 입증하지 못하면 인테리어 공사를 필수품목으로 지정하여 본사 또는 특정 업체와 거래를 강요하는 것은 불공정거래 행위에 해당할 수 있다.

우리나라 법원에서는 통상 가맹본부에서 도면이나 시안을 제공하거나 감리를 하는 정도로도 가맹점 인테리어 공사에서 가맹사업의 상표권을 보호하고 통일성이나 일관성을 확보하는 것이 가능하다고 본다. 따라서 어떤 특정한 업체만이 해당 인테리어공사를 할 수 있다고 보지 않는다. 만일 인테리어 공사와 관련하여 가맹본부나 하나의 인테리어 업체와 계약을 강요하는 경우 이는 부당한 거래상대방의 구속에 해당할 가능성이 있다.

이러한 이유 때문에 대부분의 가맹본부에서는 특정 인테리어 업체를 권장하되, 그 업체와 거래를 하지 않을 경우에는 도면 제시와 감리만 진행하는 것으로 계약을 체결한다. 이 경우 가맹본부에서는 감리비를 수취하는데, 만일 실질적으로 감리를 하지 않거나 감리비를 과도하게 책정해 지정된 업체와 공사를 할 수밖에 없도록 하는 경우 이는 모두 불공정거래에 해당된다.

한편 매장 내에 설치하는 테이블이나 의자 등의 가구류의 경우는 인테리어 공사와는 별도의 거래인 경우가 많다. 따라서 가구류의 공급과 관련해서는 별도의 계약을 체결하는 것이 바람직하다.

매장 내부 가구는 가맹사업의 디자인이나 정체성을 반영하는 경우가 대부분이기 때문에

필수품목으로 지정하는 경우가 많으며, 이러한 경우 정당한 필수품목 지정으로 인정될 수 있다. 다만, 가맹사업의 상표권보호나 통일성, 동질성 등과 관련이 없는 가구류의 경우에는 특정 거래 상대방과의 거래를 강제한다면 불공정거래 행위가 될 수 있다. 어느 범위까지가 상표권보호나 통일성, 동질성과 관련이 있는지는 판단하기 어려우나, 기존의 디자인과 큰 관련이 없는 디자인의 일반 공산품인 가구류의 추가적인 구매를 강요한다면 이는 불공정한 거래에 해당될 가능성이 높다.

또한 가구류를 필수품목으로 지정할 때에도 일괄적으로 지정하기 보다는 필수품목으로 지정하는 가구류를 구체적으로 명시하여야 한다. 현행 가맹사업법 상 거래상대방을 구속하는 품목의 경우에는 그 종류를 구체적으로 명시하도록 하고 있다.

▶ **치킨·피자·패스트푸드 인테리어 공사 법위반 우려 사례**

가맹본부가 인테리어 시공 기준을 제시하고 가맹점사업자가 그 기준에 맞추어 다른 시공업체에게 시공을 맡긴다고 하더라도 그 용도나 기능에 지장이 없음에도 불구하고, 가맹본부나 가맹본부가 정한 특정한 인테리어 업체 및 설비공사업체와의 계약을 강요하는 경우

가맹본부에서 도면이나 감리를 제공하고, 가맹점사업자가 이에 따라 임의로 인테리어 업체와 계약을 체결하도록 허용하나 과도한 도면제공 및 감리 비용을 요구하여 가맹점사업자로 하여금 가맹본부가 정한 업체와 계약을 체결할 수 밖에 없도록 하는 경우

가맹사업의 통일적 이미지나 중심상품의 맛과 품질의 동일성과 관련이 없고 가맹본부가 품질기준을 제시하고 이를 자유롭게 구매하게 하더라도 용도나 기능에 지장이 없는 1인의자, 테이블, 빠의자, PC 등

가맹본부가 가맹사업의 상표권 보호나 통일성, 동질성 확보를 위해 매장에서 사용하는 식탁이나 의자 등 가구류를 필수품목으로 지정할 때 테이블, 의자, 의탁자 등으로 일괄적으로 기재하는 경우

가맹본부에서 감리비를 수취하였으나 실제로 감리를 진행하지 않은 경우

□ 용역

용역은 POS나 키오스크의 설치 및 운영, 소독 서비스 등이 대표적이다. POS의 경우 가맹본사와 각 가맹점사업자가 시스템으로 연결되어 있고 자체 거래에 특화된 형태로 프로그램이 설치되어 있기 때문에 POS를 필수품목 지정하는 경우가 많다. 하지만 이러한 서비스는 중심상품과 관련된 필수품이라고 보기에는 한계가 있고 소비자나 일반인에게 공개되는 것이 아니어서 상표권 보호를 위해 인정되어야 하는 대상으로 보기도 어려운 측면도 있다. 따라서 POS 등의 용역의 경우에는 가맹사업의 운영을 위해 통제할 필요성이 있는지를 종합적으로 검토해야 하며, 만일 반드시 필요해 필수품목으로 지정해야 한다면 공급가격을 합리적인 수준으로 책정하는 것이 필요하다.

그리고 본사에 의한 POS기기의 강제적인 교체는 구입강제에 해당할 수 있기 때문에 주의할 필요가 있다. 또한 시스템으로 연결될 필요가 없고 가맹점에서 독립적으로 사용하는 단순한 금전출납기의 필수품목 지정은 불공정거래 행위에 해당될 수 있다.

이 외에도 해충방제시스템이나 보험 등을 거래상대방을 구속하는 필수품목으로 지정한 경우가 있는데 역시 불공정거래 행위에 해당될 우려가 있다.

▶ **치킨·피자·패스트푸드 용역의 법위반 우려 사례**

가맹본부가 현재 사용하고 있는 POS시스템을 최신 버전으로 업데이트하는 과정에서 프로그램만 업데이트하고 기존의 POS기기를 그대로 사용하여도 문제가 없음에도 불구하고 새로운 POS기기의 구매를 강요하는 경우

가맹본부가 현재 사용하고 있는 POS시스템을 최신 버전으로 업데이트하는 과정에서 새로운 POS기기를 가맹본부가 지정한 업체와 거래를 강제하는 경우



3. 음료 · 커피 · 제과제빵

(1) 업종 특성

과거에는 커피, 음료, 제과제빵 업종은 각자 판매하는 상품의 종류나 제공하는 서비스가 상이하여 상호 경쟁이 적었으나, 점차 그 경계가 낮아지면서 이들 3개 업종은 현재 비슷한 시장에서 경쟁하고 있다. 제과제빵업종에는 국내 최대 프랜차이즈 기업인 SPC가 있으며, 커피업종은 가맹브랜드의 수가 한식 다음으로 많다. 이들 업종의 개황은 다음과 같다.

▶ **음료·커피·제과제빵 개황**(2022)

구 분	브랜드수	총 가맹점수	가맹점 있는 브랜드수	평균 가맹점수
음료	96	2,271	48	46.8
커피	748	22,950	399	57.4
제과제빵	242	8,765	132	66.1
계	**1,086**	**33,986**	**579**	**56.77**

이들 업종은 기본적으로 외식업종의 특성을 가지고 있지만 소매업종의 특성도 동시에 가지고 있다. 제과제빵은 제과류를 매장에서 가공해 소매판매하는 한편, 음식업종과 같이 매장에서 소비하는 방식도 채용하고 있다. 음료나 커피 업종도 매장에서 제조된 음료 등의 판매 외에도 다양한 식사류나 디저트 류의 판매를 확대하고 있다.

판매하는 품목이 증가할수록 가맹본부에서 관리하는 필수품목의 수는 지속적으로 증가하고 있다. 제과제빵 업종은 기본적으로 차액가맹금 중심의 가맹금 수취방식을 가지고 있고 음료와 커피업종의 경우 차액가맹금과 로열티 방식이 혼재되어 있는 것으로 분석되고 있다.



(2) 거래품목별 필수품목 적정성 판단

□ 원재료 및 상품

음료, 커피, 제과업종은 판매하는 상품과 영업방식이 유사하다. 이들 업종은 가맹점에서 원재료를 구매하여 완제품을 만들어 소비자에게 제공하거나 완제품의 형태로 만들어진 상품을 구매해서 소비자에게 판매하는 영업방식을 가지고 있다. 따라서 이들 업종은 일반 외식업종과 달리 상품도 원재료와 같은 역할을 한다.

음료, 커피, 제과업종에서 원재료 및 상품은 해당 가맹사업의 중심 상품인 커피, 음료, 빵, 케이크, 디저트류를 소비자에게 제공하기 위해 직접적으로 투입되는 재료를 말한다. 이들 원재료나 상품은 중심 상품에 직접적으로 투입되어 최종 상품의 맛과 품질을 결정하고 가맹사업의 통일성이나 상품 품질의 동질성 유지에 필수적인 역할을 하기 때문에 대부분 브랜드에서는 원재료 및 상품을 필수품목으로 지정하고 있다. 하지만 원재료라고 하더라도 중심 상품의 맛과 품질에 핵심적인 역할을 한다는 것이 객관적으로 인정되지 않으면 합리적인 범위의 통제로 인정되지 않을 수 있다.

한편, 일부 브랜드의 경우 구체적인 품목별 정보를 제공하지 않고 일괄적으로 필수품목으로 지정하는 사례가 발견된다. 2024년 8월부터 시행되는 개정 가맹사업법에 따르면 거래상대방을 강제하는 품목이 있을때에는 그 종류와 가격산정방식을 계약서에 반드시 기재하여야 하고, 계약서에 기재할 때에는 구체적인 품목별로 기재하여야 한다. 따라서 원재료의 종류가 많다고 하더라도 정보공개서나 계약서에 기술할 때에는 반드시 세부적으로 분리하여 기술하여야 불공정한 거래에 해당하지 않을 수 있다.

□ 부자재

음료, 커피, 제과제빵 업종은 테이크 아웃의 비중이 높기 때문에 포장지, 포장박스, 유산지, 봉투, 판촉물, 쇼핑백, 배달가방, 배달용기, 냅킨, 물티슈, 쿠폰, 포장끈, 초, 폭죽 등 다양한 부자재(Supplies or Consumables)가 필요하다.

이러한 부자재의 필수품목 지정을 위해서는 해당 품목이 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 직접적인 관련이 있는지 여부와 중심상품의 품질 동일성에 영향을 주는 것이 여부를 종합적으로 검토할 필요가 있다. 가맹사업 브랜드를 특징짓는 차별적인 색상이나 디자인이 적용되어 있으면 필수품목 지정의 당위성이 인정될 가능성이 높지만 차별화된 디자인이 적용되지 않은 일반 공산품인 경우에는 필수품목 지정의 당위성이 인정되지 않을 가능성이 있다.

▶ **음료 · 커피 · 제과제빵 부자재 필수품목 법위반 우려 사례**

음료 · 커피 · 제과제빵 업종의 가맹사업에서 중심 상품의 맛이나 품질과 직접적인 관련이 없을 뿐만 아니라 가맹사업의 통일성 유지를 위해 가맹본부가 직접 혹은 주문 생산한 품목이 아니고 시중에서 유사 제품을 구매하더라도 가맹사업의 통일성 유지와 중심상품의 품질보증에 지장이 없는 냅킨, PT병, 대나무 포크, 유산지, 실링필름 등 일반 공산품인 부자재

☐ 주방설비 및 조리기구

주방설비와 조리기구는 가맹사업의 중심상품인 음식 및 원재료를 보관 · 가공 · 조리하는데 사용하는 집기 등을 말한다.

음료 · 커피 · 제과제빵 업종의 일부 브랜드에서는 주방설비나 조리기구에서 필수품목을 지정하지 않은 사례도 존재하나 일부 브랜드에서는 다양한 주방설비와 조리기구를 필수품목으로 지정하고 있다.

음료 · 커피 · 제과제빵 업종은 제한된 범위에서 매우 다양한 종류의 상품을 제조하여 판매하기 때문에 해당 브랜드 만의 조리방법과 순서가 반영되도록 고안된 주방설비와 조리도구를 사용하는 경우가 많다. 이러한 점이 객관적으로 인정된다면 필수품목으로 지정된 주방설비 및 조리기구의 필수품목 지정의 당위성을 인정받을 가능성이 높아진다.

하지만, 시중에서 쉽게 구할 수 있는 브랜드와 모델의 냉장고, 온장고, 식기세척기, 전자렌지 등의 주방 설비와 일반적인 조리기구를 필수품목으로 지정하고 시중 가격에 비해 지나치게 높은 가격을 판매하는 것은 가맹점사업자들의 이익을 지나치게 침해하는 것으로 필수품목 지정의 당위성이 약해질 수 있다.

▶ **음료 · 커피 · 제과제빵 주방설비/조리도구 필수품목 법위반 우려 사례**

가맹사업의 통일성 및 중심상품의 맛이나 품질과 직접적인 관련이 없을 뿐만 아니라 시중에서 동일 제품을 쉽게 구매할 수 있거나 유사 제품을 구매하더라도 가맹사업의 통일성 유지와 중심상품의 품질보증에 지장이 없는 가위, 칼, 도마, 국자, 바구니, 저울, 타이머, 양념통, 온도계 등의 일반 공산품

☐ 주방보조 집기 · 비품

중심상품의 제조에 직접 사용되지는 않지만 주방을 운영하는데 보조적으로 사용되는 품목들도 많이 존재한다. 대표적으로 설거지 용품이나 주방 청소용품, 소독용품 등이다. 이러한 품목은 관리의 필요성은 인정되나 중심상품과 직접적인 관련성이 낮고 대부분 시중에서 동일한 성능의 일반 공산품을 쉽게 구할수 있는 경우가 대부분이기 때문에 필수품목 지정의 당위성을 인정받지 못할 수 있다.

▶ **음료 · 커피 · 제과제빵 주방보조 집기 · 비품 법위반 우려 사례**

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을시중에서 쉽게 구할 수 있어서 가맹본부가 제시한 기준에 맞추어 가맹점사업자가 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 청소도구, 세척제, 고무장갑, 면장갑, 행주, 쓰레기통, 소독제, 쓰레기봉투 등 일반 공산품

☐ 용기류

용기류는 매장에서 고객에게 음식을 제공할 때 음식을 담기 위해 사용하는 도구나 음식을 먹을 때 사용하는 도구를 말하는데, 그릇이나 수저, 포크 등이 여기에 해당되며 대부분 일반

공산품이다. 음료, 커피, 제과제빵 업종에서는 매장에서 사용하는 용기 이외에도 상품으로 판매하는 머그컵, 텀블러, 다구 등 용기류의 종류가 많다.

매장에서 사용하는 용기류의 경우 가맹브랜드의 특유한 통일된 디자인이 존재하는 경우 가맹사업의 통일성 확보와 상품의 동질성 확보 측면에서 필수품목 지정의 당위성이 인정될 여지가 있다. 하지만, 중심상품의 통일성이나 상품품질의 동질성에 직접적인 관련성이 없고 가맹본부가 제시한 기준에 맞춰 시중에서 동일한 상품을 구매해 사용하여도 용도나 기능에 문제가 없는 일반 공산품인 용기류의 필수품목 지정은 법위반에 해당될 수 있다.

▶ **음료·커피·제과제빵** 필수품목 용기류 법위반 우려 사례

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 일반 그릇, 양념통(병), 수저, 포크, 젓가락, 젓가락통, 냅킨함, 생수통, 백밀폐용기, 비엠피소스통, 써빙쟁반, 피자주걱 등의 일반 공산품인 용기류

□ 일반 집기·비품

일반 집기·비품은 가맹점의 운영에 사용되는 일반적인 집기나 비품을 말한다. 일반 집기·비품은 중심상품의 생산이나 판매와 직접적인 관련이 없으며 일반 공산품이 대부분이다. 음료·커피·제과제빵 분야에서는 다양한 일반 집기비품을 필수품목으로 지정하고 있으며, 이중 일부는 법위반 우려가 있는 품목이다.

일반 집기비품 중 필수품목으로 지정한 내용을 보면 업소용 청소기, 진동벨 송수신기, 인터넷공유기, 음향시스템, 스피커, 쓰레기통, 청소도구, USB충전케이블, 무선 충전패드, 손소독제, 라벨지, 부착물, 부착 스티커 등 다양하며 타 업종에 비해 일반 집기비품의 범위가 넓다.

이들 품목 중 상당 수는 불공정 행위에 해당할 가능성이 있으므로 중심상품 관련성 및 통일적 이미지 관련성, 품질동일성 등을 종합적으로 판단해 보아야 한다.

▶ **음료·커피·제과제빵** 일반 집기·비품 필수품목 법위반 우려 사례

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 냉난방기, 휴지통, 우산포장기, 손소독제, 라벨기, 매트 등 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 일반 그릇, 양념통(병), 수저, 포크, 젓가락, 젓가락통, 냅킨함, 생수통, 밀폐용기, 비엠피소스통, 써빙쟁반, 피자주걱 등의 일반 공산품인 용기류

□ 인테리어 공사 및 내부 설비

인테리어에는 매장의 내부 인테리어 공사뿐만 아니라 매장 내에 비치되는 테이블이나 의자 등의 가구와 내부 부착물, 외부 간판이나 내부의 부착물의 공급까지 포함된다. 대부분의 인테리어 공사는 가맹점 영업 전에 실시하는데, 이 때 인테리어 공사와 함께 내부 가구나 내부 부착물, 간판 등이 일괄적으로 공급되는 경우가 있다.

이과정에서 인테리어 공사를 특정 업체로 강제하는 것이 당위성을 갖기 위해서는 그렇지 않을 경우 상표권보호, 통일성, 일관성을 확보하기 어렵다는 것을 가맹본부가 입증해야 한다. 가맹본부가 그러한 사실을 객관적으로 입증하지 못하면 인테리어 공사를 필수품목으로 지정하여 본사 또는 특정 업체와 거래를 강요하는 것은 불공정거래 행위에 해당할 수 있다.

우리나라 법원에서는 통상 인테리어 공사를 특정한 하나의 업체만 할 수 있는 경우는 거의 없고, 대부분 가맹본부에서 도면이나 시안을 제공하거나 감리를 하는 정도로도 가맹점 인테리어 공사에서 가맹사업의 상표권을 보호하고 통일성이나 일관성을 확보하는 것이 가능하다고 본다. 따라서 대부분의 가맹본부에서는 특정 인테리어 업체를 권장하되, 그 업체와 거래를 하지 않을 경우에는 도면을 제시한 후 감리만 진행하는 것으로 계약을 체결한다. 이 경우 가맹본부에서는 감리비를 수취하는데, 만일 실질적으로 감리를 하지 않거나 감리비를 과도하게 책정해 지정된 업체와 공사를 할 수밖에 없도록 하는 경우 이는 모두 불공정거래에 해당된다.

▶ **음료·커피·제과제빵** 인테리어공사 법위반 우려 사례

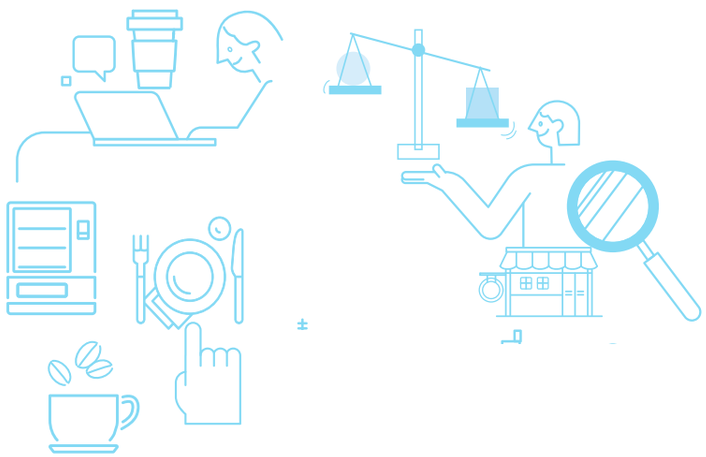
가맹본부가 인테리어 시공 기준을 제시하고 가맹점사업자가 그 기준에 맞추어 다른 시공업체에게 시공을 맡긴다고 하더라도 그 용도나 기능에 지장이 없음에도 불구하고, 가맹본부나 가맹본부가 정한 특정한 인테리어 업체 및 설비공사업체와의 계약을 강요하는 경우

가맹본부에서 도면이나 감리를 제공하고, 가맹점사업자가 이에 따라 임의로 인테리어 업체와 계약을 체결하도록 허용하나 과도한 도면제공 및 감리 비용을 요구하여 가맹점사업자로 하여금 가맹본부가 정한 업체와 계약을 체결할 수 밖에 없도록 하는 경우

가맹사업의 통일적 이미지나 중심상품의 맛과 품질의 동일성과 관련이 없고 가맹본부가 품질기준을 제시하고 이를 자유롭게 구매하게 하더라도 용도나 기능에 지장이 없는 1인의자, 테이블, 빠의자, PC 등

가맹본부가 가맹사업의 상표권 보호나 통일성, 동질성 확보를 위해 매장에서 사용하는 식탁이나 의자 등 가구류를 필수품목으로 지정할 때 테이블, 의자, 의탁자 등으로 일괄적으로 기재하는 경우

가맹본부에서 감리비를 수취하였으나 실제로 감리를 진행하지 않은 경우



4. 유아서비스 · 학원



(1) 업종 특성

유아서비스와 학원업종은 서비스 업종을 대표하는 업종이다. 유아서비스의 경우에는 업종의 규모가 그리 크지 않지만 학원의 경우에는 가맹브랜드 당 가맹점 수가 매우 높은 편에 속한다. 이들 업종의 개황은 다음과 같다.

▶ **유아서비스·학원 개황**(2022)

구 분	브랜드수	총 가맹점수	가맹점 있는 브랜드수	평균 가맹점수
유아서비스	51	896	39	21
학원	208	27,483	163	167
계	**259**	**28,379**	**202**	**94.00**

서비스업인 학원업종은 가맹사업 측면에서 볼 때 매우 독특한 특성을 가지고 있다. 업종특성상 가맹점에서는 고객에게 학습활동이라는 서비스를 제공하는데 이때 가맹본부가 개발한 각종 교재를 사용한다. 학원분야의 가맹계약서를 분석해 보면 최초 가맹금 외에 로열티, 차액가맹금을 수취하는 경우가 매우 적다는 것을 알 수 있다. 가맹본부에서 직접 개발하여 가맹점에게만 제공하는 교재의 경우 공정한 시장가격이 존재하지 않고, 따라서 차액가맹금을 계산할 수 없기 때문에 정보공개서나 계약서에서 학원 가맹본부가 수취하는 총 이익의 규모를 알 수 있는 근거를 발견하기 어렵다. 따라서 학원업종에서는 주로 교재나 학습자료, PC나 태블릿 등 교보재 등의 강매나 과도한 가격책정 등의 갈등이 많이 발생하고 있다.



(2) 거래품목별 필수품목 적정성 판단

유아서비스 및 학원 프랜차이즈에서 가맹본부가 지정한 필수품목은 크게 교재 및 학습자료, 시설 및 장비, 운영시스템, 기타 집기비품 등으로 나누어 볼 수 있다.

□ 교재 및 학습자료

유아서비스와 학원 등은 유형의 제품이 아닌 서비스를 판매하며, 이때 서비스 제공을 위한 다양한 교재 등을 필요로 한다. 모든 유아서비스와 학원 업종은 다양한 학습자료와 교재를 필수품목으로 지정하고 있는데, 이들 품목은 가맹사업에서 제공하는 중심서비스와 직접적으로 관련이 있고 가맹사업의 품질 동일성 및 이미지 통일성을 위해 필요한 경우 필수품목 지정의 당위성을 인정 받을 수 있다.

하지만 이미 가맹계약을 체결하여 가맹점을 운영하고 있는 상황에서 가맹본부가 가맹점주에게 새로운 교재나 학습 자료를 강제적으로 구매하도록 요구하는 경우, 그리고 이 교재를 과도한 가격으로 제공하는 경우에 가맹점주는 자율적으로 교재를 선택할 권리가 제한되며, 비슷한 품질의 교재를 더 저렴한 가격에 구할 수 있는 기회를 박탈당하는 것이기 때문에 불공정 거래에 해당할 수 있다.

한편 학습자료나 교재를 필수품목으로 지정할 때 정보공개서나 가맹계약서에 구체적인 학습자료나 교재의 명칭이나 내역을 기재하지 않고 단순히 교재, 교제일체, 학습자료 일체 등으로 기재하는 것은 가맹점사업자의 선택에 필요한 정보를 제한하는 것이므로 불공정 거래행위에 해당한다.

□ 시설 및 장비

일부 유아 서비스 및 학원 브랜드에서는 인테리어 및 학습용 컴퓨터 및 기타 장비를 필수품목으로 지정하고 있다. 가맹본부가 특정 공급업체를 통해 학원 인테리어나 학습용 장비를 구매하도록 강제하고, 이 과정에서 시장 가격보다 높은 가격을 수취하는 경우 문제가 될 수 있다.

다른 업종과 같이 우리 법원은 인테리어 공사의 경우 특정 단일 업체만 인테리어 공사가 가능하다는 것을 인정하지 않기 때문에 인테리어 공사를 필수품목으로 지정하기 보다는 도면제공, 감리 등을 통해 가맹점사업자가 다른 시공업체와도 거래를 할 수 있도록 해야 한다.

한편, 유아서비스 및 학원업종에서는 서비스 제공에 사용되는 PC나 태블릿, 전자펜, 어학시설 등의 구매를 강제하는 경우가 있다. 브랜드 특성이 태블릿을 기반으로 교육이 진행되거나 어학시설을 통해 진행되는 경우 가맹사업의 중심상품과 직접적으로 관련이 있고 가맹본부가 프로그램 등을 통제 · 관리할 필요성 등이 인정되는 경우에는 필수품목의 당위성이 인정된다. 하지만 유아서비스 및 학원 업종의 경우 필수품목으로 지정되는 제품 중에 동일하거나 유사한 품질 및 규격을 갖춘 품목을 시장에서 손쉽게 구할 수 있고, 이러한 제품을 구매해서 사용해도 중심상품의 가치나 이미지 통일성, 품질 동질성 등에 문제가 생기기 않는다면 이러한 품목을 필수품목으로 지정하는 것은 불공정거래행위에 해당된다.

□ 운영 시스템

일부 브랜드의 경우 학원 운영 · 관리시스템(소프트웨어)을 필수품목으로 지정하여 운영하고 있다. 학원 운영 · 관리시스템은 학원의 효율적인 관리를 위해 필요한 것이긴 하지만 문제는 가맹본부가 특정 소프트웨어를 도입하도록 강제하고 이 소프트웨어의 이용료나 유지보수 비용을 과도하게 부과한다면 불공정거래의 소지가 있다.



5. 스포츠 · 이미용

(1) 업종 특성

스포츠 및 이미용업종은 학원과 함께 서비스 분야 가맹사업의 또 다른 축을 형성하고 있다. 스포츠 업종은 공간과 시설을 제공하고 고객은 해당 공간에서 일정 시간 시설을 이용한 대가를 지불하는 사업구조를 가지고 있다. 이미용 업종도 공간을 제공하는 것은 같지만 핵심적인 서비스는 인적서비스의 형태로 제공된다. 따라서 스포츠의 경우에는 공간이나 장비 등이 핵심가치를 제공하는 자원이 되지만, 이미용의 경우에는 핵심가치 창출에 있어서 공간이나 장비, 도구의 중요성이 상대적으로 낮다는 특징이 있다. 이들 업종의 개황은 다음과 같다.

▶ **스포츠 · 이미용 개황**(2022)

구 분	브랜드수	총 가맹점수	가맹점 있는 브랜드수	평균 가맹점수
스포츠	114	3,175	65	48.2
이미용	231	4,963	166	29.8
계	**345**	**8,138**	**231**	**39.00**

스포츠 업종에서는 공간과 장비를 이용하는 특성상 원재료나 상품의 투입이 많지 않다. 하지만 이미용업종에서는 대면서비스를 제공하는 과정에서 다양한 상품이 투입되고 이러한 상품은 대부분 필수품목으로 지정된다. 일부 이미용 가맹브랜드의 경우에는 미용 용품 회사에서 운영하는 경우도 있다.

이미용 업종에서는 화장품이나 용품 등의 필수품목 지정이나 강매 등이 가맹본부와 가맹점사업자 간의 갈등의 원인이 되곤 한다.

(2) 거래품목별 필수품목 적정성 판단

스포츠 및 이미용 서비스업종의 가맹사업에서 가맹본부가 지정한 필수품목은 크게 인테리어 공사, 설비 및 집기, 상품, 운영관리 프로그램으로 나눌 수 있다.

□ 인테리어 공사

스포츠 및 이미용 서비스 업종의 일부 브랜드는 인테리어 공사를 필수품목으로 지정하고 있다. 가맹점사업자로 하여금 다른 사업자와 계약하지 못하고 가맹본부가 지정한 사업자와 인테리어 공사계약을 하도록 하는 것은 불공정거래에 해당될 가능성이 크다.

스포츠 업종의 경우 시설을 기반으로 서비스를 제공하는 경향이 크기 때문에 인테리어 공사가 매우 중요하다. 인테리어 자체가 가맹사업의 중심상품과 직접적인 관계가 있기 때문에 서비스의 동일성, 가맹브랜드 이미지 통일성을 위해 가맹본부가 통제 · 관리할 필요가 있다. 그럼에도 불구하고 인테리어 필수품목으로 지정하여 다른 사업자와 거래를 막는다면, 이는 불공정거래 행위에 해당 될 수 있다. 이는 이미용업도 마찬가지이다.

한편, 이미용업의 경우 POP나 액자 등 영업장 내 인테리어 소품이나 광고물을 필수품목으로 지정하는 경우가 있다. 통일된 매장 이미지나 서비스의 동질성을 위해 인테리어 소품이나 광고물 등을 가맹본부에서 통제할 필요가 객관적으로 인정된다면, 이들 품목의 필수품목 지정이 당위성을 가질 수 있으나, 무조건 구매를 강제하면서 지나치게 높은 가격에 공급한다면 불공정거래에 해당될 수 있다.

▶ **스포츠 · 이미용 인테리어공사 법위반 우려 사례**

가맹본부가 인테리어 시공 기준을 제시하고 가맹점사업자가 그 기준에 맞추어 다른 시공 업체에게 시공을 맡긴다고 하더라도 그 용도나 기능에 지장이 없음에도 불구하고, 가맹본부나 가맹본부가 정한 특정한 인테리어 업체 및 설비공사업체와의 계약을 강요하는 경우

가맹본부에서 도면이나 감리를 제공하고, 가맹점사업자가 이에 따라 임의로 인테리어 업체와 계약을 체결하도록 허용하나 과도한 도면제공 및 감리 비용을 요구하여 가맹점사업자로 하여금 가맹본부가 정한 업체와 계약을 체결할 수 밖에 없도록 하는 경우

☐ 설비 및 장비

스포츠 업종은 주로 공간에 설치된 장비를 이용하는 형태로 서비스가 제공된다. 따라서 스포츠 업종에서 여러 설비와 장비는 중심상품을 제공하는 원재료와 같은 역할을 한다. 따라서 스포츠 업종에서 설비 및 장비는 이미지의 통일성과 제공되는 서비스의 동질성 확보를 위해 가맹본부에서 통제 · 관리할 필요가 있으며 필수품목 지정은 합리적인 범위의 통제에 해당된다. 주로 운동기구, 시뮬레이터, 스크린, 종목별 장비 등이 여기에 해당된다.

이미용 업종에서의 설비 및 장비도 중심상품의 가치창출에 관련되어 있을 뿐만 아니라 가맹사업의 이미지 통일성과 품질 동질성 확보를 위해 특별히 관리될 필요가 있다. 다만, 이미용의 경우 필수품목으로 지정되는 제품 중에 동일하거나 유사한 품질 및 규격을 갖춘 품목을 시장에서 손쉽게 구할 수 있고, 이러한 제품을 구매해서 사용해도 중심상품의 가치나 이미지 통일성, 품질 동질성 등에 문제가 생기기 않는다면 이러한 품목을 필수품목으로 지정하는 것은 불공정거래 행위에 해당된다.

▶ **스포츠 · 이미용 설비 및 집기 필수품목 법위반 우려 사례**

이미용 가맹사업에서 가맹사업의 통일성 및 중심 서비스의 가치나 품질과 직접적인 관련이 없을 뿐만 아니라 시중에서 동일 제품을 쉽게 구매할 수 있거나 유사 제품을 구매하더라도 가맹사업의 통일성 유지와 중심상품의 품질보증에 지장이 없는 제빙기, 커피머신, 정수기, 온장고, 온열장판 등의 일반 공산품

☐ 기타 일반 비품

일반 집기 · 비품은 가맹점의 운영에 사용되는 일반적인 집기나 비품을 말한다. 일반 집기 · 비품은 중심상품의 생산이나 판매와 직접적인 관련이 없으며 일반 공산품이 대부분이다.

일반 집기비품 중 필수품목으로 지정한 내용을 보면 업무용 PC, 각티슈통 , 번호표, 컵홀더, 컵 등 다양하다. 이들 품목 중 상당 수는 불공정 행위에 해당할 가능성이 있으므로 중심상품 관련성 및 통일적 이미지 관련성, 품질동일성 등을 종합적으로 판단해 보아야 한다.

▶ **스포츠 · 이미용 일반 비품 필수품목 법위반 우려 사례**

가맹본부가 정한 기준에 맞는 상품을 시중에서 쉽게 구할 수 있어서 임의로 구입해 사용해도 가맹사업의 통일적 이미지 확보와 상품의 동일한 품질을 보증하는데 지장이 없는 티슈케이스, 차 트레이, 머그컵, 유리컵, 업무용PC 등 일반 공산품



서울형

가맹사업 필수품목 가이드라인



서울형

가맹사업 필수품목 가이드라인

서울특별시 공정경제과