

나도 모르는 수수료가 있다?

인테리어 공사 및 장비 구입처 제한은 불합리

가맹본부가 인테리어 공사나 장비 구입을 책임지겠다고 나서는 것이 과연 사업 파트너에 대한 책임감 때문일까? 하지만 이런 믿음은 단지 희망사항일 뿐이다. 가맹본부의 목표는 인테리어 공사비나 장비 가격을 실제보다 높게 계산해 여기서 발생하는 마진이나 알선료를 챙기려는 데 있다고 해도 과언이 아니다.

<글 / 서민교 MAXESS 프랜차이즈 창업센터>

가맹계약이 끝나면 영업 장소, 즉 가맹점에 대한 시설/인테리어 및 장비/기계 설치 공사에 들어가게 된다. 그런데 보통 이쯤되면 가맹점주는 가맹본부에게 나머지 개업 준비 작업을 맡겨 놓고 한 걸음쯤 뒤로 물러나 그 동안 누적된 피로와 부담감에서 벗어나고 싶어한다. 그도 그럴것이, 아무런 경험도 없는 사람이 손수 나서서 업종과 업체를 고르고 점포를 임대하는 등 사업 준비를 한다는 게 사실 대단히 힘든 중노동이기 때문이다.

하지만 사실은 지금부터가 가장 중요한 순간이다. 왜냐하면 가맹점을 개업할 때 지출 자금의 규모가 가장 커지는 것이 바로 점포 인테리어와 장비구입 부분이기 때문이다. 지출 규모가 커지면 여기에는 수많은 변수가 깔려있기 마련이고, 말 한 마디에 따라 많게는 수 천만원의 돈이 흔적도 없이 사라질 수도 있다.

인테리어비의 20%는 가맹본부의 로열티

가맹본부가 인테리어 공사나 장비 구입을 책임지겠다고 나서는 것이 과연 사업 파트너에 대한 순수한 책임감 때문일까? 결론부터 말하자면 이런 믿음은 가맹점주의 희망사항일 뿐이다. 가맹본부의 궁극적인 목표는 '눈먼 돈', 즉 인테리어 공사나 장비 구입을 할 때 장비 가격을 실제보다 높게 계산해 그 차액으로 발생하는 마진이나 알선료를 챙기려는 데 있다. 가맹본부들이 가맹계약시 "인테리어나 장비 계약은 본사가 전담하겠다"는 내용을 강요하는 것도 바로 이 부분을 염두에 두고 있기 때문이다.

지금도 가맹본부의 수입원 가운데 가장 큰 몫을 차지하고 있는 것은 이 과정에서 생기는 고객의 중간 마진이나 공사 알선료(리베이트)이며, 가맹점주의 무지를 이용해 적지 않은 금액을 착복하고 있는 가맹본부가 실제로도 많이 있다. 가맹본부로서는 뒤늦게 이 문제가 발견되더라도 가맹점을 개업한 뒤에는 끝까지 책임을 추궁하지 못할 것이라는 계산이 서 있기 때문에 더욱 더 혈안이 될 수밖에 없다. 이러한 피해를 입지 않으려면 가맹점주의 적극적인 관심이 필요하다. 무조

건 가맹본부를 믿고 맡겼다가는 최소한 6개월 이상 점포를 운영해야 벌어들일 수 있는 거액이 연기처럼 새나가 버린다.

<표1>올바른 인테리어 및 장비 구입 절차

진행절차	비고	
1. 후보지 실측	총 소요기간 30~35일	
2. 점포 레이아웃 확정		
3. 도면설계		
↓		
4. 견적		시설/인테리어 기계/장비
5. 견적 협상		
6. 업체 선정		
7. 계약서 체결		
↓		
8. 착공		
9. 완공(검수/인수 단계)		

<표2>올바른 일의 주제

구분	가맹본부	가맹점주
1. 후보지 실측	●	
2. 점포 레이아웃 확정	○	●
3. 도면설계	●	
4. 견적서 산출	●	
5. 견적서 협상	○	●
6. 시공업체 선정		●
7. 계약서 체결		●
8. 착공	●	
9. 완공(검수/인수인계)	○	●
	● 주도적 권한	○ 협의사항

그렇다고 가맹본부가 인테리어 공사에 관심을 갖고 참여하는 것이 반드시 나쁘다고는 할 수 없다. 제대로만 한다면야 가맹본부가 개업 준비 작업을 도와주는 게 가맹점주에게도 가장 이상적인 방법이다. 그럼에도 가맹점주의 관리·감독 책임을 거듭 강조하는 것은 가맹사업이 순리대로만 진행되지 않는 각박한 우리의 현실을 무시할 수 없기 때문이다.

시작도 하기 전에, 막대한 재산상의 손해를 입지 않으려면 가맹점주는 진행 절차에 적극적으로 개입해서 투자비가 제대로 쓰이고 있는지를 항상 면밀히 살펴보아야 한다. <표1>, <표2>는 필자가 올바른 인테리어 공사의 절차를 정리해 본 것이다. 물론 이것으로 완전무결하다고 할 수는 없지만, 경험이 부족한 가맹점주라면 일의 진행 순서를 참조할 수 있을 것이다.

가맹본부가 업체 선정하면 비용 높게 책정될 수 있어

후보지 실측을 거쳐 확정되는 레이아웃은 고객 동선이나 장비 설치 계획에 따라 면적을 효율적으로 배분하는 작업으로, 여기에 따라 시공 도면이나 견적서가 최종 결정된다. 그러므로 원칙대로라면 가맹본부는 점포 구조에 따라 매우 다양한 레이아웃 계획을 가지고 있어야 한다.

그런데 일부 업체들은 점포의 구조를 고려하지 않고 획일적인 레이아웃을 적용하는 것을 볼 수 있다. 이처럼 비효율적인 공사 계획은 가맹점주의 투자비 부담을 늘어나게 할 뿐만 아니라 불필요한 장비를 구입하게 해 앞으로의 영업 활동에 오히려 장애물이 되기도 한다. 그러므로 레이아웃을 확정할 때 무조건 가맹본부의 지시를 수용하는 것은 바람직하지 못하다. 다양한 레이아웃과 비교한 뒤 확정된 최선의 선택인지를 직접 확인할 필요가 있다는 얘기다.

또 레이아웃에 따라 공사 견적서가 나왔을 때 반드시 이를 제3의 인테리어 업체나 전문가에게 보여주고 적정한 가격으로 산출된 것인지 확인하는 것도 잊지 말아야 한다. 흔히 가맹본부가 어떤 특정한 업체를 지정하여 인테리어 공사를 맡기거나 장비 구입을 하도록 강요할 때, 그 업체의 공사 견적서를 다른 업체와 비교해 보면 터무니없이 높게 책정된 것을 발견할 수 있기 때문이다.

위에서도 잠시 언급했지만, 가맹본부가 인테리어를 직접 해주겠다고 할 때 그 유형은 크게 두가지로 나뉜다. 첫째, 가맹본부가 직접 공사 능력이 없을 경우 외부 업체를 알선해주는 경우다. 이 경우 가맹본부는 인테리어 업체로부터 보통 20~25%의 금액을 리베이트로 받게 된다.

물론 이것은 가맹점주가 알지 못하는 둘 사이의 묵시적인 옵션 계약이다. 더욱이 이것은 전문성을 갖춘 외부 업체와 제휴하는 아웃소싱(outsourcing)과는 성격이 다르다. 즉 리베이트를 많이 주겠다는 업체와 이면 계약을 맺은 것이므로, 가맹점주가 많은 돈을 투자할수록 가맹본부의 몫도 그만큼 커지게 되는 것이다. 예를 들어 가맹점주가 2,000만원을 투자했을 때 여기에는 최소한 400만원이라는 돈이 가맹본부에게 수수료로 돌아가게 된다. 가맹점주 입장에서 볼 때 1,600만원으로 끝낼 수 있는 공사에서 불필요한 400만원의 추가 지출이 생기는 것이다.

이와 비슷한 경우로 가맹본부가 가맹점주와 공사 계약을 체결한 뒤 다시 이를 시공업체에 하청을 넘겨주는 일도 있다. 이때에도 시공업체는 일정액의 약 20%의 수수료를 가맹본부에게 주어야 하기 때문에 가맹점주의 부담이 더 늘어나는 것은 마찬가지다.

장비 구입에도 가맹본부의 수수료 포함돼 있어

이와는 반대로 가맹본부가 직접 인테리어 공사를 시행하는 경우도 있다. 대부분 가맹본부의 자회사이거나 전문 업체와 계약을 맺어 공사를 전담시키는 경우인데, 가맹본부의 고정비를 줄이고 전문성을 살릴 수 있다는 측면에서는 매우 바람직한 방법이다. 그러나 여기서도 가맹본부는 우월적 입장에 서게 되며 앞서 언급한 수수료를 공사 대금에 포함시키는 등 불법의 여지는 여전히 남겨져 있다.

따라서 현실적으로 권장하고 싶은 방법은 가맹점주가 직접 시공 업체를 선정해 공사를 시행하되, 가맹본부가 이에 대한 시공감리를 책임지도록 하는 것이다. 그렇게 되면 가맹점주는 자신이 직접 공사대금을 결제할 수 있어 의혹의 여지를 남기지 않으며, 가맹본부도 자신들이 원하는 컨셉에서 벗어나지 않도록 적절히 감독할 수 있어 매우 합리적인 공사가 될 수 있다. 그런데 가맹점주가 주의해야 할 것은 또 있다. 바로 견적서의 내용이다. 견적서에 <표3>처럼 대표 항목만 기재되어 있는 경우, 여기에는 많은 함정이 있을 수 있다. 즉 세세한 항목을 알지 못하기 때문에 금액이 과다계상되어 있을 가능성도 배제할 수 없는 것이다.

<표3> 대표항목만 기재되어 있는 견적서의 예

NO	품명	규격	수량	단위	단가	금액
1	목공	(자재 및 시공비, 내부공사, 집기류 포함)				5,080,000
2	도장	(멀티스펙 1004 외 시공비)				1,600,000
3	전기	(전선 부자재 및 시공비, 배전판 포함)				1,900,000
4	타일	(이태리 도기 타일 및 시공비)				1,920,000
5	조명기기	(U-LAMP 및 FL, 시공비)				725,000

<표4> 올바른 견적서의 예 (목공부분)

NO	품명	규격	단위	수량	단가	금액
1	목재 1	12×15×15	개	68	1,800	122,400
2	목재 2	12×15×30	개	87	3,600	313,200
3	합판 1	2×4×8	장	6	13,000	78,000
4	합판 2	0.15×4×8	장	1	10,000	10,000
5	석고보드	3×6×9	장	219	3,500	766,500
6	무늬목	얼라이트	평	9	6,000	54,000

세부항목을 모르면 비교할 근거가 없기 때문에 가맹점주는 공사금액이 합리적으로 산출된 것인지 계산할 방법이 없



다. 즉 이렇게 되면 시공감리도 단지 형식에 그치게 되고 가맹점주는 그저 공사업체가 제시하는 총액에 맞춰 대금을 지불하게 될 뿐이다. 그러나 <표4>와 같이 견적서 내용이 품명에 따라 세부적으로 기재되어 있으면 가맹점주가 단가를 확인해보거나, 실제로 점포 공사에 얼마나 쓰였는지를 알 수 있기 때문에 지출 내역을 일목요연하게 파악할 수 있다.

이 때 주의해야 할 것은 견적서에 “○○은 제외”라고 기재되어 있는 항목이다. 이런 항목은 보통 외부유리공사, 철거, 간판, 시트로그, 전기증설 공사 등인데 이를 따로 시행하자면 또다시 적지 않은 금액이 들기 때문에 처음부터 견적서에 포함시켜 총액을 산출해 달라고 요구하는 것이 현명하다. 이런 일들은 매우 기본적인 절차임에도 불구하고 많은 가맹점주들이 이 부분을 가볍게 생각했다가 낭패를 보는 일이 비일비재하다.

가맹점주가 직접 공사 선정하는 편이 유리

가맹본부의 사업 노하우를 제공받기 위해서는 그 업체의 장점을 살릴 수 있는 특수한 장비를 사용해야 한다. 그런데 이런 장비는 일반적인 장비가 아니기 때문에 가맹본부가 견적서를 제시하여도 마땅히 적정 가격인지를 확인해볼 방법이 없다. 그러나 보통 여기에서도 장비 구입가의 20% 정도가 수수료로 새나가는 것이 일반적인 관행이다.

그러므로 가맹점주의 노력 여하에 따라서는 여기에서도 많은 금액을 절약할 수 있다. 쉬운 일은 아니지만, 장비 전문 업체에 견적서 내역을 보여주고 상담을 하면 적정가를 짐작할 수 있기 때문이다. 더욱이 현실적으로 하나의 가맹본부에서만 사용하는 특수한 기계 장비는 그리 많지 않다. 가맹본부가 가격을 내릴 수 없다고 한다면, 얼마든지 다른 곳에서 직접 구입할 수 있다. 이를 위해서는 기계/장비 견적서를 받을 때 처음부터 세부적으로 설명되어 있는 것을 요구해야 한다. 예를 들어 쇼케이스라면 각각의 정확한 치수는 물론 제조업체 등을 명시하도록 하는 편이 좋다.

그런데 실제로는 인테리어 공사와 마찬가지로 가맹본부가

특정한 업체를 지정해 주고, 이곳에서 장비를 구입하도록 강요하는 일이 자주 발생한다. 그러나 가맹본부는 독단적으로 시공업체나 장비 구입업체를 지정할 권리가 없다는 점을 명심해야 한다. 만일 다음과 같은 요구를 충족할 수 있는 업체라면 가맹점주가 직접 공사 계약을 체결해도 무리가 없다.

- 제 3의 전문가에게 문의했을 때 견적서 내용이 비교적 사실과 근접한 업체
- A/S 보증기간을 2년으로 인정하고, 그에 따른 하자 이행보증보험에 가입할 수 있는 업체
- A/S 보증기간내 또는 기간이 경과한 뒤에도 고장발생 처리를 지연했을 때 피해금 보상이 가능한 업체
- 기계/장비를 구입한 후 1개월 이내 가맹점주가 운영상 필요하지 않다고 판단될 때 반품이 가능한 업체

특히 기계/장비의 경우 구입처가 제한되어 있을 경우, 반드시 '불필요한 장비에 대해서는 1개월 이내 반품이 가능하다'는 내용을 관철시켜야 한다. 그래야 나중에 구입 가격이 너무 비싸다는 것을 알게 되었을 때 이를 원만하게 해결할 수 있기 때문이다.

불합리한 관행, 먹이사슬을 피하라

인테리어나 기계 구입 등에 비리가 근절되지 않는 또다른 이유는 공사를 하는 동안 가맹본부들이 점주 교육훈련을 병행하기 때문이다. 이렇게 되면 가맹점주는 공사 기간 동안, 점포에 나와서 공사 진행상황을 체크하기 어렵다. 애써 공사의 주도권을 확보해 놓았지만, 교육훈련에 불참할 수도 없으니 자연히 가맹본부에게 맡길 수밖에 없는 것이다.

그러므로 현재로써 가장 좋은 방법은 가맹점주가 직접 인테리어와 장비 구입업체를 선정하되, 가맹본부가 이를 감리하도록 하는 것이다. 이렇게 되면 가맹본부와 시공업체가 서로를 적절히 견제해 주어 비용 지출을 최소화할 수 있다. 그런데도 실제로는 많은 가맹점주들이 가맹본부에 공사를 위임했다가 뒤늦게 후회를 하는 경우를 많이 볼 수 있다.

한 프랜차이즈 업체의 경우 가맹점주 320명중 50.6%인 162명이 가맹본부와 법적 분쟁을 겪은 것으로 조사되었는데, 이 가운데 30%가 바로 시설/인테리어 및 기계/장비 구입에 대한 이견 때문인 것으로 나타났다. 따라서 가맹본부와 시공업체 사이에 형성돼 있는 '먹이사슬'을 제대로 이해한 뒤 공사를 추진하는 것은 재산 손실을 방지할 수 있는 최선의 방법이다.

결국 현명한 시설/인테리어 및 기계/장비 구입은 이 먹이사슬의 고리를 어떻게 피해가느냐에 달려있다. 이왕 돈을 벌기 위해서 시작한 가맹사업이라면 제대로 알고 시작해야 한다. 세상을 불신하자는 것이 아니라, 위험 요소를 최대한 피해가자는 것이다. **161**