

외식프랜차이즈의 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 인식과 관련 변인과의 관계 분석

박 재 호, 천 희 숙^{*¶}

경기대학교 관광학부, *서정대학 호텔조리과

The Analysis of the Relationship between the Restaurant Franchisees' Understanding of the Fair Trade Practices Law for Franchise Business and the Related Factors

Jae Ho Park, Hee-sook Cheon^{*¶}

Dept. of Foodservice & Culinary Management, Kyonggi University
Dept. of Civil & Hotel Culinary, Seojeong College

Abstract

The franchise business in Korea, having a relatively short history compared to those of the advanced countries, disclosed many problems between franchisors and franchisees due to a rapid growth in number for the short period of time. Having recognized these problems, the Korean government, responding to social demands, established "The Fair Trade Practices Law for Franchise Business" to restrict unfair trade practices and to develop a healthier franchise business practice in general. In this study, we closely examined how the franchisees' understanding of the related laws would influence the franchisees' countermoves and satisfaction and the franchisor's reactions from the franchisees' standpoints. In conclusion, the franchisees show higher satisfaction in heteronomous changes achieved by the mutual agreement with the franchisors rather than in autonomous changes achieved by their active pursuits, as seen from the interrelation of the franchisors' reactions and the appropriateness of franchise agreements.

Key words : franchisor, franchisee, Fair Trade Practices Law for franchise business, franchisees' understanding.

I. 서 론

프랜차이즈 사업에 대한 상호관계 접근방법에 있어 기존 연구들은 신뢰, 결속, 만족, 갈등, 공정 등 사회관계적 접근방법과 유통·관리·생산·분배 등 체제론적 접근방법, 판매·광고·이미지 개선 등 마케팅론적 접근방법, 권리·의무·권한·

책임 등 법체계론적 접근방법을 통하여 이루어져 왔다. 이 중 법체계론적 접근방법은 연구가 미흡한 실정이며, 그 내용도 법 해석 및 판례 중심의 이론적 영역만을 다루었기 때문에 가맹 본부와 가맹점사업자간의 관계에 있어 법률적 인식이 경영에 어떠한 영향을 미치는지의 관계규명은 전무한 상태였다. 이러한 원인으로 프랜차이즈 관

런법률인 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률이 2002년에 제정¹⁾되어 충분한 연구가 이루어지지 않았다.

프랜차이즈산업에 있어서 관계의 지향점이 상호 보완적이고 협력적이며 대등한 관계라면 프랜차이즈 관련법률인 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률은 이러한 관계를 형성하도록 하는 모체가 된다. 따라서 법 제정의 취지를 살리기 위해서는 프랜차이즈 당사자간 주체들이 법적내용을 충분히 숙지하고 적용해 나가려고 노력할 때 법의 목적이 달성될 수 있다. 그러나 현실적으로 가맹본부와 가맹점사업자간의 관계에서 발생하는 권리·의무관계는 대등하고 수평적인 관계가 아닌 가맹사업자보다는 가맹본부에게 유리한 형태의 수직적 관계가 형성되어 가맹점사업자의 실질적 권리행사가 적극적으로 행사되지 못하고 있다. 그 이유는 가맹점사업자의 권리에 대한 인식이 부족한 것도 있었겠지만 우선적으로 가맹점사업자의 적극적 권리행사시 가맹본부로부터 불이익을 받을 수 있다는 기우에서 원인을 찾을 수 있다. 프랜차이즈산업이 건전하게 발전하기 위해서는 가맹본부와 가맹점사업자간에 신뢰와 상생의 논리를 바탕으로 한 지속적인 관계유지가 필요하다. 이러한 관계유지는 상호간의 권리와 의무의 충실한 이행에서 시작되며 근거는 프랜차이즈 관련법률이다. 그 법률에 따라 당사자의 권리와 의무가 규정되며, 권리와 의무의 위반 여부도 판단된다.

따라서 본 연구에서는 가맹점사업자의 입장에서 가맹본부에서 준수해야 할 의무와 가맹점사업자가 준수해야 할 의무 및 가맹계약서 상의 의무, 가맹점사업자의 권리행사 정도 및 관련변수와의 관계를 규명하여 문제점을 도출하고 이에 대한 대안을 찾고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 프랜차이즈 계약의 의의

프랜차이즈계약은 통상의 거래계약과 비교해 볼 때 강력한 결속관계 아래 가맹본사의 통제 하에 이루어지는 것이 아닌 상호평등한 관계에서 계약이 이루어져야 한다. 계약과 실제 운영과정에서 법적문제가 발생하는 것은 프랜차이즈계약의 불합리 및 비합법성에 기인하기 때문이다(정현정 2000). 따라서 계약의 체결단계부터 가상할 수 있는 모든 문제점들을 가맹사업자에게 이해를 구하기 위해 보다 객관적인 정보가 제시되어야 할 것이다.

제1차 계약내용은 프랜차이즈 가맹점희망자의 부담으로 가맹본부가 상권조사 및 사업계획을 수립하는 것과 이론교육과 현장실습을 받는 것이다. 또한, 조사보고서와 사업계획서는 가맹점희망자로 하여금 그 사업의 개시여부 즉 제2차 계약인 프랜차이즈계약의 체결여부를 결정하는데 중요한 자료로 제시된다(이종현 1997). 가맹점사업자로서는 가맹본부의 상권조사 결과 혹은 이와 관계없이 2차 계약체결을 거부할 수 있다. 제1차 계약은 가맹점희망자에게 다른 가맹점사업자의 활동을 알림으로써 프랜차이즈의 가치를 조사·확인할 수 있도록 한다는 점에 의미가 있다. 이 때 가맹점희망자는 상업상 또는 제조와 관련한 특정한 정보·비밀 등에 접근하게 되는데 제2차 계약을 체결하지 않을 수는 있지만 신의칙에 반하는 방법으로 이를 이용해서는 안 될 것이다(한창희 1996). 우리 민법 2조에서 신의성실의 원칙을 민사거래에 있어 대원칙을 선언하고 신의칙에 위반되는 행태로 750조에 기한 불법행위책임을 물을 수도 있고 경우에 따라서는 민법 535조를 유추하여 계약체결상의 과실책임을 물을 수도 있다(김동훈 2000).

2. 프랜차이즈 계약의 법적 성질

프랜차이즈 계약의 법적 성질에 대해 특약점

1) 프랜차이즈 법적 문제에 대한 입법의 필요성에 따라 2002년 5월에는 가맹 사업거래의 공정화에 관한 법률이 제정되었다. 또한 동년 11월에는 가맹 사업거래의 공정화에 관한 법률과 시행령이 공포됨에 따라 프랜차이즈 사업에 있어서는 공정한 사업의 영역으로 발전할 수 있는 기틀을 마련하게 되었다.

관계유사설, 상품매매 또는 권리용임대차설, 신종계약설 등이 주장되고 있으나, 프랜차이즈 계약은 상호, 상표 등의 영업표식에 대한 사용권의 설정과 더불어 영업상의 통제와 조력을 내용으로 하는 새로운 유형의 비전형계약이라고 보는 신종계약설이 통설이다(이범찬 1979). 프랜차이즈계약의 구성요소에 따라서는 위임·매매·도급·임대차 등 다양한 요소가 포함되어 있는 혼합계약으로 보는 견해와 영업표지의 사용계약과 상품이나 서비스의 공급계약 그리고 영업을 지도·통제할 것을 내용으로 하는 계약 등 여러가지 계약이 복합적으로 일체를 이루는 복합계약이라고 보는 견해가 있다. 그리고 노하우 계약·라이선스 계약 등의 혼합계약이지만, 프랜차이즈계약은 그것 자체로서 법적일체성을 가진 독자적인 계약으로 이해해야 한다는 견해(김형배 1997)도 있다. 프랜차이즈계약은 경영상의 지식과 경험을 가맹점사업자에게 이용권을 부여하는 계약이므로, 임대차와 유사하다. 그러나 임대차의 목적물은 통상 유체물인 것에 비해서, 노하우는 무체재산이고 지적소유권과 같은 지배권의 대상이 아니다. 일단 전수받은 노하우에 관하여는 그 반환은 있을 수 없기 때문에, 임대차라고 해석하는 것은 곤란하다. 노하우 이용에 관하여는 우선 전수할 의무가 나온다는 의미에서 고용, 위임, 도급의 관계라고 할 수 있지만 이는 이행과정에서 생기는 관계이기 때문에 프랜차이즈계약의 성질이라고 말할 수 없다. 따라서 프랜차이즈 노하우 계약은 민법상의 전형계약 어디에도 해당되지 않는 무명계약이다(임홍근 2001). 프랜차이즈계약은 일정기간 동안 가맹본부가 개발한 상호, 상표, 로고, 휘장, 서비스표 등을 가맹점사업자에게 사용하도록 허락하고, 그에 따르는 상품 가공기술이나 경영기술 등을 계약기간 동안 제공하는 것을 내용으로 하는 계속적 계약이다. 계속적계약은 시간적 계속성을 가지기 때문에 그 대가의 계산도 일정한 기간을 단위로 하여 결정한다(川越憲治

1982).

3. 가맹계약의 특성

가맹계약은 계속적 계약이다. 따라서 가맹계약서에는 반드시 그 계약기간과 계약기간내 해지에 관한 사항 등을 반드시 명기해야 한다. 우리나라 프랜차이즈는 계약 기간이 1~5년 정도인 것으로 나타나고 있는데, 그 중 1~3년이 가장 많은 것으로 나타나고 있다. 그 이유는 가맹본사가 가맹점사업자를 손쉽게 통제하는 수단으로 계약기간을 단기간으로 하고 있는 것이 관행으로 되어 있기 때문이다. 또한 가맹본부가 가맹계약기간을 짧게 함으로써 갱신계약을 담보로 과도한 재설비 투자 유도, 맹목적인 복종 그리고 가맹점사업자의 여러가지 권리(공정위 제소를 포함)를 포기하도록 하는 수단으로 사용하기도 한다. 이러한 계약관행은 우월적 지위의 남용금지라는 측면에서 규제가 필요하다. 최소한 가맹점사업자가 투자한 자금을 회수할 기간 즉 점포의 영업권리금의 회수기간, 가맹 설비비의 회수기간, 장비의 감가상각, 회수기간 등도 계약기간 산정시 충분히 반영되어야 할 것이다. 미국의 경우, 일부 주에서는 가맹계약 기간을 최소한 3년 이상일 것을 요구하고 있다. 우리나라의 가맹점사업자들은 현재의 계약 기간이 너무 짧아서 더 길어야 한다는 의견이 지배적인 것으로 나타나고 있는 실정이다²⁾. 그러나 계약기간의 장기화도 가맹점사업자에게 유리하다고 할 수 없다. 장기간 계약기간은 가맹점의 자유를 구속할 염려가 있기 때문이다³⁾. 프랜차이즈 계약의 갱신은 만기도래시 가맹본부의 갱신 거부권과 가맹점사업자의 갱신권 사이에서 많은 논란이 제기된다. 미국의 경우 캘리포니아 주 등의 일부 주에서는 가맹본부는 합리적인 이유가 없는 경우가 없는 한, 가맹계약의 갱신을 거절할 수 없다⁴⁾고 하였으나 프랑스는 기한의 도래시 명시적갱신 규정조항이 없는 경우 계약이 확정기한 부인 한도에서 가맹점에게는 사전

2) 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률에 가맹계약기간에 대한 최소한의 기간설정이 요구되고 있다.

예고 없이도 해지할 권리를 부여하고 있다(Calif Bus 1989).

우리나라는 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 제13조 가맹계약 종료사실의 통지 등 제1항에 “가맹본부가 가맹계약을 갱신 또는 연장하지 아니하는 경우에는 계약이 만료되는 날부터 90일 전에 가맹점사업자에게 그 사실을 서면으로 통지하여야 한다”고 규정되어 있고, 제2항에 “가맹본부가 제 1항의 규정에 의한 통지를 하지 아니하는 경우에는 계약만료 전의 가맹계약과 동일한 조건으로 다시 가맹계약을 체결하는 것으로 본다. 다만 가맹점사업자에게 천재지변 등 대통령령⁵⁾이 정하는 부득이한 사유가 있는 경우에는 그러하지 아니하다.” 동 시행령은 “가맹본부나 가맹점사업자에게 파산, 화의 등의 신청이 있거나 회사정리 절차 및 강제집행 절차가 개시된 경우와 가맹본부나 가맹점사업자가 발행한 어음, 수표가 부도 등으로 지불 정지된 경우”에 한하는 것으로 규정되어 실질적으로 가맹본부의 갱신거부권을 제한하고 있다⁶⁾. 이러한 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 규정은 가맹본부의 가맹점사업자에 대한 부당한 통제 수단으로 계약갱신 거절을 활용하지 못하도록 하는데 그 목적이 있다(구재균 1999).

4. 프랜차이즈 법률관계에 관한 선행 연구

김영균은 프랜차이즈산업과 관련한 현행 법규를 살펴보고 사업별 적용법률과 문제점, 개선방안에 대하여 체계적으로 연구하였으며, 임재호(2001)⁷⁾는 프랜차이즈 가맹점의 행위로 인

한 가맹본부의 책임을 주의의무 위반과 제조물 책임상의 책임위에 대하여 연구하였다(김영균 2002). 구재균은 프랜차이즈계약에 대한 전반적인 법률 관계에 대해 독일학설과 비교하여 해석하였다. 연구결과 프랜차이즈계약은 위임 계약·임대차 계약적 요소 등을 내포한 혼합계약으로 보았다. 프랜차이즈본부의 권리는 검사통제권, 지시권 등으로, 그 의무는 가맹점에 대한 지원의무, 상품공급 의무 등으로 분류하였다. 가맹점의 권리는 판매지역권, 영업양도권 등으로 그 의무는 수수료 지급의무, 판매촉진 의무, 보고 및 증빙서류 제출의무, 자점 매입금지 등으로 분류하였다. 프랜차이즈 계약해지는 가맹본부의 해지권 남용을 방지하기 위하여 해지사유를 구체적으로 열거하고 그 내용이 타당성이 있어야 한다고 하였다(구재균 1999). 정상조는 프랜차이즈계약의 법적문제점에 대하여 살펴 보았는데 현행 법상 가맹계약의 문제점을 모두 해결하는데 한계가 있다고 진단하였고, 황보윤(1997)⁸⁾은 프랜차이즈계약에서 가맹 본부들에 의해 가맹점사업주들에게 불리한 불공정거래 조항이 설정되는 이유를 살펴보고 효과적인 경영방안을 연구하였다(정상조 1997). 최영홍은 프랜차이즈계약 당사자간의 교섭력의 차이로 인하여 가맹점사업자에게 일방적으로 불리한 내용의 계약이 되지 않도록 미국의 통일주법위원회가 작성·공포한 법률을 제시하였고, 가맹상 계약의 대외적 관계라 할 수 있는 가맹본부의 제3자에 대한 책임문제에서 가맹본부는 일정한 요건이 갖추어진 경우에 제3자에 대하여 책임을 부

3) 연구자의 사견으로 계약기간의 합리화를 위해서는 가맹본부와 가맹점사업자를 만족시킬 법규정 논의가 필요하다. 왜냐하면 가맹점사업자의 보호차원에서만 계약기간이 논의된다면 가맹본부의 입장에서 사업목적의 궁극적 달성을 저해할 수 있기 때문이다. 따라서 제한계약기간(1년), 임의제한계약기간(3년), 자유계약기간(10년) 등 보다 유연하면서도 상호경영목적 달성을 할 수 있는 계약기간의 개발이 요구된다.

4) Franchise Relations Act. Calif. Bus & Prof. Code Div. 8, Ch. 5.5.

5) 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 시행령 제14조(가맹계약의 종료사유)

6) 동법률시행령 제14조는 2003. 6. 13일 개정된 것으로 개정 전에는 많은 가맹본부가 이를 가맹점사업자를 통제하는 수단으로 활용하기도 했다.

7) 임재호, 프랜차이즈 가맹점의 행위로 인한 사업본사의 책임, 상사법연구 20-3, 2001, pp. 10-39.

8) 황보윤, 프랜차이즈계약과 경영지도, 월간경영법무, 1997. 3., pp. 77-78.

담할 수 있으며, 선의의 제3자에 대하여는 주의 하여야 한다고 하였다. 또한, 가맹상 계약은 독점규제법과의 관계에 대해서 가맹상 계약행위에 대한 독점규제법의 위반 여부를 판정함에 있어서 가맹상 계약의 경제적 효과를 전반적으로 비교가중하여 보다 과감히 그 적법성을 인정하여야 한다고 하였다(최영홍 1990). 이상건에 의하면 경영만족도에 영향을 주는 요인으로 명령과 위협, 조건부 약속, 법적 소원 등 직접적인 영향 전략은 반비례 관계가 있고 권고, 동기부여, 정보교환 등 간접적 영향전략은 비례관계가 있다고 조사되었다(이상건 2001). 광동성에 의하면 분배공정성과 절차공정성이 상호관계의 질에 영향을 미치며 만족도를 높인다고 보고하고 있다. 이 연구에 따르면 분배공정성보다는 절차공정성이 갈등을 해소하는데 영향을 준다고 연구되었는데, 이는 당사자간의 권리의무 인식에 있어 프랜차이즈 성격상 가맹본부의 일률적 적용이라는 인식하에서 가맹점사업주는 분배보다는 절차에 있어 더 관심이 높다는 것을 알 수 있었다(곽동성 2001). 박재호·천희숙은 가맹본사와 가맹점사업자간의 가맹계약 내용을 중심으로 양자간 법률인식의 차이를 분석하여 가맹관련 법률의 홍보, 신규계약 체결 전 가맹계약서의 사전교부에 관한 법률 제정, 계약기간 연장에 관한 법률적 보장 그리고 가맹점사업자를 위한 계약서의 권리검토에 관한 보완의 필요성을 제기하였다(박재호 외 2006).

Brickley는 로얄티와 선불금을 결정하는 증거들을 제시하고 프랜차이즈 당사자간의 도덕적 해이(Moral Hazard) 이론은 계약조항으로 설명되어 질 수 있다는 것과 해지에 관한 법은 가맹점사업자에 노력을 증가시키고, 로얄티를 올리는 수단으로 사용된다고 하였다(Brickley 2002). Lafontaine는 프랜차이즈계약을 함에 있어 자기강화와 잔여 요구하는 것에 대한 연구를 하였으며(Lafontaine 2002), Lafontaine는 가맹본부와 가맹점사업자간의 적절한 권리배분에 관한 연구를 하였다(Lafontaine 2002).

Knack는 프랜차이즈사업에 있어서 입지에 대해 중요성을 강조하지만 계약체결 당시에 있어 계약 당사자간 입지에 대해 주의를 기울이지 않는다고 연구하였고(Knack 1993), Ghosh는 새로운 가맹점의 설치에 대한 상권설정은 가맹점을 상권적인 관점에서 설치 구성함으로써 발생하는 성과와 가맹점을 구성함으로써 발생하는 기존 가맹점이 입을 수 있는 손실과 유사업종간의 경쟁 등을 동시에 고려하여야 한다는 모델을 제시하는 연구를 하였다(Ghosh 1990). Lafontaine는 유통 경로에 관한 연구에서 조정, 즉 계약관계에 관한 실증연구가 부족함을 지적하였고, 기존의 연구들이 대부분 거래비용의 관점에서 이루어진 것에 반하여 대리인 이론을 바탕으로 한 경제학적 개인이론의 시야에서 실증연구를 시도하였고(Lafontaine 1992), Allen은 프랜차이즈의 당사자간의 문제에 대해 체계적인 연구를 하였다(Allen 1987). Sibley은 프랜차이즈시스템의 실증적 연구로 인지된 유통경로상의 협동은 비강압적인 권력을 행사하는 본사와 정의 상관관계를 갖고 있다는 것을 밝혀냈고 가맹본부와 가맹점사업자의 협력관계를 증대시킬 수 있는 방법으로 훈련과 잠재적 구매력 개발, 정책 등의 요인을 제시하였다(Sibley 1982).

Ⅲ. 연구 설계

1. 조사대상 및 설문지 구성

본 연구는 문헌연구와 실증조사를 병행하여 진행하였다. 문헌 조사에서는 기존의 국내외 서적, 논문, 기타 간행물 및 통계자료, 인터넷자료, 법률안을 이용하여 가맹본부와 가맹점사업자간의 법률적 관계 및 관련변인과의 관계를 고찰하였다. 이를 통하여 프랜차이즈의 개념 및 종류, 시스템을 고찰하고 프랜차이즈 당사자간 권리의무 관계 및 권리의무 인식수준 등을 살펴보았다. 그리고 실증조사에서는 문헌연구방법을 이용하여 도출된 프랜차이즈 당사자간 권리·의무이론과

〈표 1〉 설문지의 구성

내 용	항목수	척도의 종류
가맹본부 준수사항 구성 항목	7	비율척도
가맹점사업자 준수인식 구성 항목	12	비율척도
가맹계약서에 대한 적정 인식도 구성 항목	9	비율척도
불공정거래 행위대응 정도 구성 항목	4	비율척도
의의제기 시 가맹본부의 반응 정도	3	비율척도
가맹점사업자 만족도	2	비율척도
인구통계학적인 항목	3	명목척도
가맹점사업자의 일반적 특징	8	명목척도

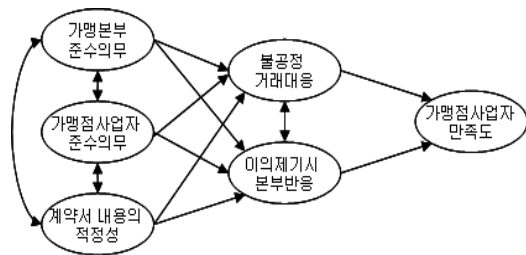
가맹사업거래의 공정화에 관한 법률과 시행령을 토대로 <표 1>과 같이 설문지를 작성하여 B, L, N 가맹본부의 가맹점사업체 105곳을 무작위로 선정하였다.

2. 분석방법

본 연구에서는 SPSS 통계 프로그램을 활용하여 인구통계학적인 특징은 빈도분석을 실시하였으며, 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률에서 가맹본부 준수조항의 필요의 인식, 가맹점 사업자 준수 의무 조항의 인지, 가맹계약상의 인식과 불공정거래 대응에 관한 관련변인은 요인분석을 통해 추출하였다. 그리고 연구모형을 수정하기 위해 변수들간의 상관분석을 실시하였으며, 변수들간의 영향 정도는 구조모형방정식을 활용하여 분석하였다.

3. 연구모형

가맹사업거래의 공정화에 관한 법률에서 가맹



〈그림 1〉 연구모형.

본부와 가맹점사업자의 준수사항과 계약서상의 계약내용에 대한 인식은 불공정거래행위에 대한 대응과 가맹본부 반응정도, 영업만족도에 영향을 주기 때문에 불공정거래행위 대응정도, 가맹본부 반응정도, 영업만족도를 종속변수로, 그리고 가맹본부와 가맹점사업자의 준수사항과 계약서상의 계약내용 인식은 독립변수로 하여 <그림 1>과 같이 연구모형을 제시하였다.

IV. 실증분석

1. 외식 가맹점사업자의 일반적인 특징

본 연구에서 설문문에 응답한 가맹점사업자에 대한 일반적 특성은 <표 2>에서 보는 바와 같다. 먼저, 업종을 살펴보면 패스트푸드 가맹점이 42.9%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 한식전문 가맹점과 치킨전문 가맹점이 28.6%로 나타났다. 본사와의 거래 기간은 5년 이상 36.1%로 가장 높았고, 다음으로 2년 미만 33.4%, 2년 이상~5년 미만 30.5%로 5년 이상이 높게 나타나고 있음을 알 수 있었다. 또한, 5년에서 6년과 7년 이상이 19%, 17.1%로 5년 이상의 장기거래기간을 보이는 곳이 40% 이상 운영되고 있는 것으로 분석되었다. 반면 1년 미만의 경우 4.8%의 낮은 비율을 보이고 있었다. 월평균 매출액은 2천만원에서 4천만원이 33.3%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 4천만원에서 6천만원으로 29.5%, 1천만원에서 2천만원이 21.9%로 대체적으로 1천만원에서 6천만원 사

〈표 2〉 가맹점 사업자에 대한 일반적 특성

구분			구분				
	빈도	백분율 (%)		빈도	백분율 (%)		
업종	패스트푸드 가맹점	45	42.9	2명 이하	13	12.4	
	한식전문 가맹점	30	28.6	직원수	5명 이하	24	22.9
	치킨전문 가맹점	30	28.6	(아르바이트 포함)	5~10명	17	16.2
거래기간	2년 미만	35	33.4		10~20명	40	38.1
	2~5년 미만	32	30.5		20명 이상	12	10.5
	5년 이상	38	36.1	본사의 지원	설비, 자금 모두	0	0.0
월평균 매출액	1,000만원 미만	8	7.6		설비만	7	6.7
	1,000~2,000만원	23	21.9		자금만	0	0.0
	2,000~4,000만원	35	33.3		전혀 없다	92	88.5
	4,000~6,000만원	31	29.5		기타	6	5.8
	6,000만원 이상	8	7.6	가맹점주 100% 투자	103	98.1	
개점시 총 비용	1,000~4,000만원	7	6.7	개점시	가맹점주 70% 투자	0	0.0
	4,000~6,000만원	13	12.5	본사와의 투자비율	5:5의 공동투자	1	1.0
	6,000만원~1억	21	20.2		가맹 본사 70% 지원	0	0.0
1~2억	1~2억	22	21.2		기타	1	1.0
	2~4억	25	24.0	자기자본 비율	1:1 미만	74	70.4
	4억 이상	17	16.3		1:1 이상	31	29.6

이에 분포하고 있음을 알 수 있었다. 개점시 총 비용은 2억에서 4억이 24%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 1억에서 2억이 21.2%, 6천만원에서 1억이 20.2%로 거의 비슷한 비율을 보이고 있었다. 4억 이상의 비용이 든 가맹점도 16.3%를 차지하고 있었다. 반면 4천만원 이하의 비용이 든 가맹점의 경우는 5.8% 정도 나타났다. 아르바이트생을 포함한 직원수는 10명에서 20명이 38.1%로 가장 높게 나타났고, 5명 이하가 22.9%로 다음으로 높게 나타났으며, 나머지 5명에서 10명, 2명 이하, 20명 이상은 각각 16.2%, 12.4%, 10.5%로 나타났다. 본사로부터의 지원이 전혀 없다가 88.5%로 높게 나타났으며, 설비만 지원받은 경우와 기타는 5.8%이고, 설비와 자금을 모두 지원 받거나 자금만 지원받은 경우는 전혀 없는 것으로 분석되었다. 점포 초기개점 시 본사와의 직접투자비율은 가맹점주가 100% 직접투자한 경우가 98.1%로 대부분이었으며, 5:5의 공동투자와 기타가 각각 1개 점포인 것으로 나타났다. 투자

한 금액 중 순수자기자본 비율이 가맹본부와 1:1 미만인 경우와 1:1 이상인 경우로 나누어보면 각각 70.8%, 29.2%로, 자기자본비율이 1:1 미만인 경우가 훨씬 높은 것으로 분석되었다.

2. 연구기설의 설정

선행연구와 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률을 중심으로 다음의 가설을 설정하였다.

가설 1: 가맹본부 및 사업자 준수사항과 계약서 적정도는 불공정거래행위 대응정도에 영향을 줄 것이다.

1-1. 가맹본부 준수사항은 불공정거래행위 대응정도에 영향을 줄 것이다.

1-2. 가맹점사업자 준수사항은 불공정거래행위 대응정도에 영향을 줄 것이다.

1-3. 프랜차이즈 계약서 적정도는 불공정거래행위 대응정도에 영향을 줄 것이다.

가설 2: 가맹본부 및 사업자 준수사항과 계약서

적정도는 가맹본부 반응정도에 영향을 줄 것이다.

- 2-1. 가맹본부 준수사항은 가맹본부 반응정도에 영향을 줄 것이다.
 - 2-2. 가맹점사업자 준수사항은 가맹본부 반응정도에 영향을 줄 것이다.
 - 2-3. 프랜차이즈 계약서 적정도는 가맹본부 반응정도에 영향을 줄 것이다.
- 가설 3: 불공정거래행위 대응정도와 가맹본부 반응정도가 높을수록 영업만족도가 높을 것이다.
- 3-1. 불공정거래행위 대응정도가 높을수록 영업만족도가 높을 것이다.
 - 3-2. 가맹본부 반응정도가 많을수록 영업만족도가 높을 것이다.

3. 가맹사업거래의 공정화에 관한 변인별 요인분석

1) 외식 가맹본부 준수 의무 필요성

가맹본부가 가맹사업거래의 공정화에 관한 법

률에서 준수해야 하는 필요성에 관한 내용을 <표 3>과 같이 요인분석한 결과, 제1요인은 경영지원, 제2요인은 상권보장, 제3요인은 분쟁해결의 3가지 요인으로 도출되었다.

2) 외식 가맹점 사업자의 준수 의식

외식 가맹점사업자의 준수의식에 관한 내용을 <표 4>와 같이 요인분석한 결과, 제1요인은 본부침해 금지, 제2요인은 본부명성 유지, 제3요인은 공동활동 준수, 제4요인은 경영활동 협의의 4가지 요인으로 도출되었다.

3) 가맹 계약서 내용의 적정성

가맹계약서 내용의 적정성에 대한 요인분석을 <표 5>와 같이 실시한 결과, 제1요인 외적보상 규정과 제2요인 실질보상 규정의 2가지 요인으로 도출되었다.

4) 불공정 거래 행위의 대응 정도

불공정 거래 행위의 대응에 관한 요인분석을 <표 6>과 같이 실시한 결과, 제1요인은 규제 불

<표 3> 외식 가맹본부 준수 의무 필요성에 관한 요인분석

외식 가맹본부 준수 의무 필요성에 관한 내용	1요인: 경영 지원	2요인: 상권 보장	3요인 :분쟁 해결
가맹점사업자의 경영, 영업활동에 대한 지속적인 조인과 지원	.821	.0005	.0001
가맹점사업자와 그 직원에 대한 교육훈련	.772	.107	.007
상품이나 용역의 품질관리와 판매기법의 개발을 위한 지속적인 노력	.717	.204	.355
가맹점사업자에 대하여 합리적 가격과 비용에 의한 점포설비의 설치, 상품 또는 용역 등의 공급	.623	.559	.002
가맹사업의 성공을 위한 지속적인 사업구상	.608	.009	.442
가맹계약기간 중 가맹점사업자의 영업지역 안에서 자기의 직영점을 설치 하거나 유사한 업종의 가맹점 영업 금지	.005	.952	.009
가맹점사업자와의 대화와 협상을 통해 분쟁해결 노력	.009	.006	.921
에이겐 벨류	3.127	1.132	1.025
분산	44.672	14.157	12.909
누적분산	44.672	58.829	71.738
크론바하 알파값	.8117	-	-
KMO의 적합성 .769	Bartlett 점검 χ^2 200.567	Sig. .000	

<표 4> 외식 가맹점사업자의 준수의식에 관한 요인분석

외식 가맹점 사업자의 준수의식에 관한 내용	1요인 : 본부 침해 금지	2요인 : 본부 명성 유지	3요인 : 공동 활동 준수	4요인 : 경영 활동 협의
가맹계약기간 중 가맹본부와 동일한 업종을 영위하는 행위의 금지	.754	-.006	.185	.001
가맹본부의 동의를 얻지 아니한 경우 사업의 위치변경 또는 가맹점운 영권의 양도 금지	.738	.267	-.008	.159
가맹본부의 영업기술이나 영업비밀의 누설 금지	.723	.010	.394	.001
가맹점사업자의 업무현황 및 자료의 확인과 기록을 위한 가맹본부의 임직원 기타 대리인의 사업장 출입허용	.562	.172	-.251	.555
가맹사업의 통일성 및 가맹본부의 명성을 유지하기 위한 노력	-.002	.826	.275	-.002
가맹본부가 상품 또는 용역에 대하여 제시하는 적절한 품질기준을 준수	.234	.778	.008	.275
가맹본부의 공급계획과 소비자의 수요충족에 필요한 적절한 재고유지 및 상품진열	.009	.695	.217	.277
규정에 의한 품질기준의 상품 또는 용역을 구입하지 못하는 경우 가맹 본부가 제공하는 상품 또는 용역의 사용	.117	.246	.763	.196
가맹본부가 사업장의 설비와 외관, 운송수단에 대하여 제시하는 적절 한 기준의 준수	.134	.347	.749	.217
영업표지에 대한 제 3자의 침해 사실을 인지하는 경우 가맹본부에 대한 영업표지 침해 사실의 통보와 금지조치에 필요한 적절한 협력	.527	.008	.527	.327
취급하는 상품, 용역이나 영업활동을 변경하는 경우 가맹본부와의 사 전 협의	.160	.199	.263	.766
상품 및 용역의 구입과 판매에 관한 회계장부 등 가맹본부의 통일적 사 업경영 및 판매전략의 수립에 필요한 자료의 유지와 제공	-.001	.165	.276	.739
에이겐 벨류	4.618	1.622	1.092	1.002
분산	38.485	13.514	8.933	7.852
누적분산	38.485	51.999	60.932	68.784
크론바하 알파값	.7120	.7676	.7497	.6389
KMO의 적합성 .802	Bartlett 점검 χ^2 434.206		Sig. .000	

<표 5> 가맹계약서 내용의 적정성에 관한 요인분석

가맹계약서 내용의 적정성에 관한 내용	1요인: 외적 보상 규정	2요인: 실질 보상 규정
계약기간	.845	-.028
영업지역(상권) 설정	.739	.292
계약해지 사유 설정	.720	.432
영업의 양도	.698	.282
가맹금(로알티)	.666	.334
영업표지 사용권	.135	.908
영업활동 조건	.333	.822
에이겐 벨류	4.063	1.014
분산	50.789	12.671
누적분산	50.789	63.460
크론바하 알파값	.8380	.6834
KMO의 적합성 .802	Bartlett 점검 χ^2 434.206	
	Sig. .000	

〈표 6〉 불공정거래행위의 대응에 관한 요인분석

불공정거래행위의 대응에 관한 내용	1요인 (규제 불공정)	2요인 (보상 불공정)	3요인 (공급 불공정)
계약서에 없는 업무 매뉴얼을 통한 과도한 구제에 항의한 정도	.819	.204	.150
갱신계약을 담보로 과도한 재투자율 요구할 시 항의한 정도	.805	.193	.169
할인판매 지원금이 적어 적극적으로 항의한 정도	.777	.180	.287
가맹본부의 점포평가서에 의한 심리적 압박에 대하여 항의한 정도	.767	.164	.172
원재료 가격이 높다고 생각되어 가맹본부와 협의한 정도	.108	.834	.147
과다한 판매가격 인상문제로 가맹본부와 협의한 정도	.313	.800	.006
가맹본부의 각종 지원이 부족하여 추가지원을 요청한 정도	.005	.704	.401
로얄티 문제로 협의한 정도	.312	.559	-.001
가맹본사의 원재료 공급이 적시에 이루어지지 않을 때 적극적으로 항의한 정도	.272	.109	.844
원재료의 품질이 불량하여 적극적으로 항의한 정도	.243	.0007	.809
공급물품이 부족할 경우 적극적으로 항의한 정도	.125	.411	.797
에이겐 벨류	4.874	1.428	1.379
분산	44.310	12.980	12.535
누적분산	44.310	57.290	69.826
크론바하 알파값	.8595	.7753	.8363
KMO의 적합성 .842	Bartlett 점검 χ^2 551.197	Sig. .000	

공정, 제2요인은 보상 불공정, 제3요인은 공급 불공정의 3가지 요인으로 도출되었다.

4. 가설의 수정 및 검정

1) 가설의 수정 및 수정된 연구모형

각 하부의 구성요인들간의 상관관계를 통하여 요인간의 관계를 수정하여 재설정하고 구조방정식을 통하여 분석하기로 하였다.

먼저 외식가맹본부 준수 의무 필요성, 외식가맹점사업자의 준수 의식에 관한 내용, 가맹계약서 내용의 적절성, 불공정거래행위의 대응 정도에 관한 변수의 하위요인별 상관관계를 〈표 7〉에서 살펴 보았다.

외식가맹본부 준수 의무 필요성의 관련변인 중 경영지원 요인은 상권보상 요인, 분쟁 결 요인, 본부침해 금지요인, 경영활동협의 요인과 상관관계가 있었으며, 상권보장 요인은 경영활동협의 요인과 상관관계를 갖고 있으며, 분쟁해결요인

은 경영활동협의 요인과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 외식가맹점사업자의 준수 의식에 관한 내용 중 본부침해금지 요인은 본부명성유지 요인과 공통활동유지 요인과 상관관계가 있었으며, 본부명성유지 요인은 공통활동협의 요인, 외적보상규정 요인, 실질보상규정 요인과 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 그리고 공통활동협의 요인은 외적보상규정 요인, 실질보상규정 요인, 본부반응정도, 영업만족도 요인과 상관관계가 있었으며, 경영활동협의 요인은 본부반응정도 요인과 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

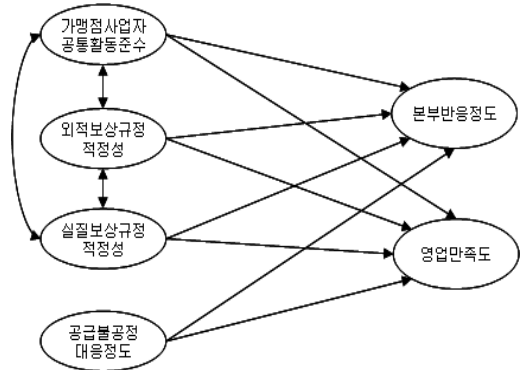
가맹계약서 내용의 적절성에 관한 요인 중 외적보상규정 요인은 실질보상규정 요인, 본부반응정도, 영업만족도와 상관관계가 있었으며, 실질보상규정 요인은 본부반응정도, 영업만족도와 통계적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

불공정거래행위의 대응 정도에 관한 요인 중 규제불공정 요인은 보상불공정 요인, 공급불공정 요

인과 상관관계가 있었으며, 공급불공정 요인은 본부반응도와 영업만족도와 상관관계가 있었으며, 본부반응도는 영업만족도와 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

〈표 7〉의 상관관계분석을 통하여 내적타당성이 존재하는 요인들을 중심으로 〈그림 2〉와 같이 연구모형을 다시 설정하였고, 수정된 연구모형의 가설은 다음과 같다.

가설 1: 가맹점사업자의 준수사항 중 공통활동 준수 의무 인식이 높은 가맹점사업자가 인식하는 본부반응도 인식이 높을 것이다.



〈그림 2〉 수정된 연구모형.

〈표 7〉 하위요인별 상관관계

	경영 지원	상권 보장	분쟁 해결	본부 침해 금지	본부 명성 유지	공통 활동 유지	경영 활동 협의	외적 보상 규정	실질 보상 규정	규제 불공정	보상 불공정	공급 불공정	본부 반응 정도	영업 만족도
경영 지원	r 1.000 p .													
상권 보장	r 0.296 p 0.002	r 1.000 p .												
분쟁 해결	r 0.291 p 0.003	r 0.134 p 0.175	r 1.000 p .											
본부 침해 금지	r 0.278 p 0.004	r 0.189 p 0.055	r 0.044 p 0.654	r 1.000 p .										
본부 명성 유지	r 0.040 p 0.688	r 0.123 p 0.214	r 0.122 p 0.219	r 0.326 p 0.001	r 1.000 p .									
공통 활동 유지	r 0.041 p 0.681	r 0.028 p 0.781	r -0.070 p 0.479	r 0.426 p 0.000	r 0.473 p 0.000	r 1.000 p .								
경영 활동 협의	r 0.382 p 0.000	r 0.874 p 0.000	r 0.599 p 0.000	r 0.174 p 0.077	r 0.159 p 0.107	r -0.012 p 0.902	r 1.000 p .							
외적 보상 규정	r 0.040 p 0.687	r -0.111 p 0.262	r -0.049 p 0.625	r 0.108 p 0.277	r 0.217 p 0.027	r 0.205 p 0.036	r -0.113 p 0.252	r 1.000 p .						
실질 보상 규정	r 0.004 p 0.970	r -0.136 p 0.170	r -0.051 p 0.604	r 0.099 p 0.319	r 0.227 p 0.021	r 0.205 p 0.037	r -0.135 p 0.172	r 0.981 p 0.000	r 1.000 p .					
규제 불공정	r -0.029 p 0.768	r -0.145 p 0.143	r 0.021 p 0.831	r 0.001 p 0.994	r -0.040 p 0.687	r 0.039 p 0.697	r -0.106 p 0.282	r 0.121 p 0.220	r 0.136 p 0.169	r 1.000 p .				
보상 불공정	r 0.079 p 0.425	r 0.085 p 0.394	r 0.093 p 0.347	r 0.042 p 0.673	r -0.036 p 0.718	r -0.032 p 0.747	r 0.114 p 0.249	r -0.143 p 0.148	r -0.168 p 0.087	r 0.456 p 0.000	r 1.000 p .			
공급 불공정	r 0.057 p 0.569	r 0.092 p 0.351	r 0.014 p 0.884	r -0.105 p 0.289	r -0.041 p 0.680	r -0.077 p 0.437	r 0.082 p 0.409	r -0.137 p 0.167	r -0.147 p 0.136	r 0.446 p 0.000	r 0.482 p 0.000	r 1.000 p .		
본부 반응 정도	r -0.136 p 0.168	r -0.150 p 0.130	r -0.125 p 0.207	r 0.076 p 0.443	r 0.158 p 0.110	r 0.268 p 0.006	r -0.182 p 0.064	r 0.498 p 0.000	r 0.523 p 0.000	r 0.043 p 0.663	r -0.181 p 0.066	r -0.282 p 0.004	r 1.000 p .	
영업 만족도	r -0.088 p 0.374	r 0.001 p 0.990	r 0.009 p 0.929	r 0.059 p 0.552	r 0.052 p 0.599	r 0.239 p 0.015	r 0.005 p 0.957	r 0.504 p 0.000	r 0.509 p 0.000	r 0.061 p 0.536	r 0.007 p 0.940	r -0.204 p 0.038	r 0.542 p 0.000	r 1.000 p .

- 가설 2: 계약서 적정성 인식 중 외적보상규정 적정성에 대한 인식이 높을수록 본부 반응정도 인식이 높을 것이다.
- 가설 3: 계약서 적정성 인식 중 실질보상규정 적정성에 대한 인식이 높을수록 본부 반응정도 인식이 높을 것이다.
- 가설 4: 불공정거래행위 대응정도 중 공급 불공정에 대한 대응정도가 높을수록 본부반응정도 인식이 높을 것이다.
- 가설 5: 가맹점사업자의 준수사항 중 공동활동 준수 의무인식이 높은 가맹점사업자가 인식하는 영업만족도 인식이 높을 것이다.
- 가설 6: 계약서 적정성 인식 중 외적보상규정 적정성에 대한 인식이 높을수록 영업만족도 인식이 높을 것이다.
- 가설 7: 계약서 적정성 인식 중 실질보상규정 적정성에 대한 인식이 높을수록 영업만족도 인식이 높을 것이다.
- 가설 8: 불공정거래행위 대응정도 중 공급불공정에 대한 대응정도가 높을수록 영업만족도 인식이 높을 것이다.
- 가설 9: 본부반응정도 인식이 높을수록 영업만족도가 높을 것이다.

2) 모형의 적합도 검증

새롭게 수정된 가설을 검증하기 위하여 SPSS의 AMOS 프로세서의 ULS(Unweighted least squares)를 사용 척도의 영향을 적게 하기 위하여 상관행렬자료를 사용하였다⁹⁾. 구조모형식의 모형의 적

〈표 8〉 수정된 구조방정식 모형의 적합도 지수

모형적합도 지수	χ^2	GFI	AGFI	RMSR
지수값	$p=0.456$	0.992	0.943	0.03

합성은 모형과 실제 공분산 자료사이의 일치성(consistency)의 정도 또는 일치도를 나타낸다¹⁰⁾. 본 모형의 적합성을 평가하기 위하여 〈표 8〉과 같이 모형의 전반적인 부합도를 평가하는 지수인 절대적합지수(Absolute Fit Measures) 중 χ^2 ¹¹⁾, GFI(Goodness of Fit Index)¹²⁾, AGFI(Adjusted GFI)¹³⁾, RMSR(Root Mean-Square Residual)¹⁴⁾를 살펴보고, GFI 0.992, AGFI 0.943, RMSR 0.03으로 나타나 전체모형의 적합도 기준인 0.8 이상¹⁵⁾이 되므로 수정된 모형은 적합한 것으로 평가되었다.

3) 가설의 검증결과

가설검정을 하기 위해 단측검정을 실시하여 〈표 9〉와 같이 모수추정결과를 얻었다.

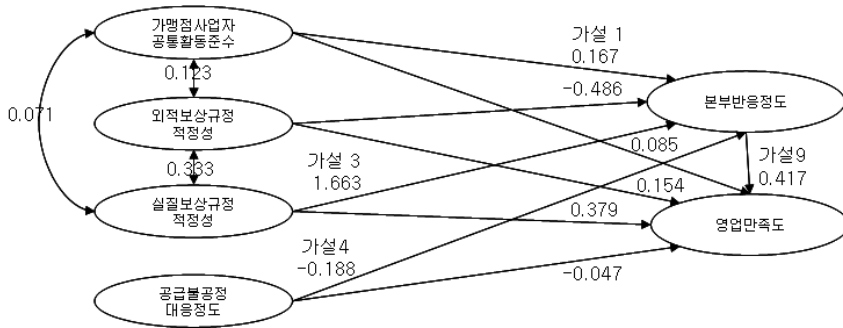
분석결과, 가맹점사업자의 준수사항 중 공동활동준수 의무인식이 높을수록 가맹점사업자가 인식하는 본부반응정도가 높다는 가설 1과 계약서 적정성 중 실질보상규정에 대한 적정성 인식이 높을수록 본부반응정도가 높을 것이라는 가설 3, 본부반응정도 인식이 높을수록 영업만족도가 높을 것이다라는 가설 9가 채택되는 것을 알 수 있었다. 그러나 가설 4는 원래의 가설과는 정반대의 결과가 나왔는데, 불공정거래행위 대응정도 중 공급불공정에 대한 대응정도가 높을수록 본부반응정도는 부정적으로 반응한다는 인식을 높게 하는 것으로 나타났다.

9) 본 연구에 사용된 표본수는 105개로 모집단은 다변량 정규분포를 이룬다는 최대우도법(Maximum Likelihood: ML) 가정을 충분히 만족시키지 못하여 ULS방식에 상관행렬자료를 사용하였음.
 10) 김계수, “구조방정식 모형분석”, spss아카데미, 2001, p. 103.
 11) 카이스퀘어 분석은 자료가 정규분포를 가정하고 귀무가설을 모형은 모집단 자료에 적합하다로 p값이 0.05보다 클수록 모집단의 자료에 적합하다는 귀무가설을 채택이 높아진다.
 12) GFI는 주어진 모형이 전체 자료를 잘 설명하는지를 나타내는 지표로 0.9 이상이면 적합한 모형으로 판단한다.
 13) AGFI는 조정 적합지수로 자유도에 의해 조정해 준 것으로 0.9 이상이면 적합하다고 판단한다.
 14) 관찰행렬과 추정행렬 사이의 잔차평균으로 경우에 따라 약간의 변동 있으나 0.05 이하이면 모형이 적합한 것으로 판단한다.
 15) 이근희, 사회과학연구 방법론, 법문사, 2001,

〈표 9〉 모수추정 결과

경로	추정치	표준오차	CR	가설	채택 여부
공통활동준수 의무인식→본부반응정도	0.167	0.085	1.961	가설 1	채택
외적보상규정 적정성→본부반응정도	-0.486	0.442	0.442	가설 2	기각
실질보상규정 적정성→본부반응정도	1.663	0.754	2.205	가설 3	채택
공급불공정대응 정도→본부반응정도	-0.188	0.076	-2.467	가설 4	채택
공통활동준수 의무인식→영업만족도	0.085	0.100	0.854	가설 5	기각
외적보상규정 적정성→영업만족도	0.154	0.509	0.303	가설 6	기각
실질보상규정 적정성→영업만족도	0.379	0.883	0.429	가설 7	기각
공급불공정대응 정도→영업만족도	-0.047	0.090	-0.529	가설 8	기각
본부반응정도→영업만족도	0.417	0.112	3.714	가설 9	채택

** $p < 0.01$, * $p < 0.05$.



〈그림 3〉 수정모형의 모수추정 결과.

수정된 가설을 검증하기 위해 〈그림 3〉과 같이 모수를 추정한 결과, 수정된 9개 가설들이 부분적으로 채택되었다.

가맹점사업자의 준수사항 중 공통활동준수 의무인식이 높을수록 가맹점사업자가 인식하는 본부반응정도가 높다는 가설 1과 계약서 적정성 중 실질보상규정에 대한 적정성 인식이 높을수록 본부반응정도가 높을 것이라는 가설 3, 본부반응정도인식이 높을수록 영업만족도가 높을 것이라는 가설 9가 채택되는 것을 알 수 있었다. 그러나 가설 4는 원래의 가설과는 정반대의 결과가 나왔는데 불공정거래행위 대응정도 중 공급 공정에 대한 대응정도가 높을수록 본부의 반응정도는 부정적으로 반응한다는 인식을 높게 하는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구를 통하여 가맹점사업자의 가맹점관련 법률인식이 낮다는 것과 당사자간의 권리의무 인식에 있어 가맹본부의 의무는 강조하고 가맹점사업자의 의무는 좀 더 유의하기를 바라는 경향을 보였다. 그리고 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률인식 수준은 불공정 대응정도에 영향을 직접 끼치지 않는다는 몇 가지 중요한 결과를 얻을 수 있었다. 이러한 연구결과를 바탕으로 가맹점사업자의 권리의무 인식향상과 불공정거래행위에 대한 가맹점사업자의 능동적 대처를 위한 몇 가지 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 불공정거래행위에 대한 대응정도가 비교적 낮은 편인데, 이는 단순히 가맹점사업자의 권

리인식이 낮아서가 아니라 우리나라 프랜차이즈 산업의 왜곡된 가맹본부와 가맹점사업자간의 관계에서 발생하는 문제이다. 즉, 가맹점사업자가 향유하고 있는 권리가 관련법과 계약서상에 명시되어 있다고 하더라도 불공정거래에 대해 적극적으로 대응할 시 가맹본부로부터 경제적 불이익을 당할 수 있다고 생각하고 있으며, 이러한 사례들이 실질적으로 프랜차이즈산업에서 빈발하게 발생한다는 점에서 가맹점사업자 권리인식 향상뿐만 아니라 불공정거래행위에 대한 단호한 처벌 및 보상체계를 갖추는 것이 필요하다.

둘째, 가맹점사업자들이 실질적으로 가맹사업 거래의 공정화에 관한 법률의 존재 자체를 모르는 경우가 많고 로열티의 존재여부조차 모르는 가맹점 사업자가 많다. 권리인식은 향상시키기 위해서는 지속적인 교육이 이루어져야 한다. 정부의 관련기관이나 교육기관 등에서 이에 대한 관심을 갖고 정규적이고 지속적인 가맹점사업자의 권리향상 프로그램을 마련하고 교육실시해야 할 필요성이 제기된다.

셋째, 가맹본부와 가맹점사업자는 종속관계가 아니라 동반관계라는 인식을 가맹본부에서 가져야 할 것이다. 이러한 동반관계는 커뮤니케이션의 긴밀화를 통해 달성할 수 있다. 가맹본부와 가맹사업자, 가맹점사업자와 가맹점사업자 간의 커뮤니케이션 활성화를 꾀하고 경영방침과 가맹점사업자의 의견진술을 서로 교환하므로 동반관계를 공고히 할 필요성이 있다. 또한, 가맹본부는 가맹점사업자의 발전이 곧 가맹본부의 발전이라는 인식을 가져 불공정거래행위를 통한 이익극대화가 아닌 동반상승을 통한 이익극대화를 실현해야 할 것이다.

넷째, 불공정거래행위의 보다 근본적인 해결을 위해서는 가맹본부 정보공개서의 활성화가 필요하다. 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률에 따르면 가맹희망자에게 정보공개서 제공의무와 매사업연도 종료하는 날부터 90일 이내에 정보공개서를 갱신하여야 한다고 규정되어 있다. 그러

나 까다로운 행정절차로 인해 가맹점사업자나 가맹점희망자가 실질적으로 정보공개서의 이용이 어려운 상태이다. 따라서 가맹과 관련한 제3자가 손쉽게 정보공개서를 공유할 수 있는 방안이 모색되어야 하며, 이에 관한 법률적인 개정도 시급히 요구되어지고 있다. 또한, 정보공개서에 기재되는 정보사항을 가맹희망자가 이해하기 쉽게 구체적으로 작성하고 정보공개서의 제공절차가 간소화되어야 할 필요성이 제기되었다.

다섯째, 프랜차이즈산업은 가맹본부에서 제공하는 정보 및 서비스에 의존하여 가맹점사업자들이 특별한 노력없이 사업을 할 수 있다는 인식이 높는데, 이런 경우 주먹구구식 운영이 이루어질 수 있다는 점이다. 가맹점사업자들이 관련산업의 동향과 가맹점사업자간의 정보교류 및 문제의 공동대응을 통하여 사업을 발전시켜야 할 것으로 사료된다.

여섯째, 가맹점사업자 간 불공정거래행위에 대한 대응을 위한 정보시스템이 도입될 필요성이 있다. 프랜차이즈산업의 비중이 높은 반면 정보시스템은 미비한 실정이다. 현재의 가맹점사업자의 불공정거래행위를 통한 피해를 최소화하기 위해 가맹점사업자가 취할 방법과 절차 등을 실시간 상담할 수 있는 시스템 또는 가맹점희망사업자가 가맹본부에 대한 보다 정확한 정보를 얻을 수 있는 시스템이 필요하다.

일곱째, 프랜차이즈 등록제도의 활성화이다. 현재 프랜차이즈 본부를 개설하고자 하면, 요식적 절차만 통과하면 가맹점모집을 할 수 있다. 이러한 낮은 진입장벽은 프랜차이즈의 확산에 도움을 주는 반면 프랜차이즈산업의 질을 떨어뜨린다. 따라서 가맹본부가 재정적으로 취약하거나 낮은 노하우 수준, 시장조사의 왜곡을 통한 사업비전의 제시, 사기(詐欺)의 목적으로 한 가맹점 모집 등의 문제점들을 노출시킨다. 따라서 정부 또는 공신력 있는 단체를 통하여 일정한 자격요건을 갖춘 프랜차이즈본부의 등록을 관리함으로써 미약한 경영지원이나 본사부도로 인한 가맹점사업

자들의 피해를 사전에 방지 또는 경감시킬 수 있을 것이다.

마지막으로, 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률과 시행령에 대한 지속적인 보완과 개정의 필요성이 요구된다. 가맹본부의 갱신거부권에 대한 제한이나 계약해지권에 대한 제한 등에 관한 개정이 되고 있지만, 적극적인 기재 또는 소극적인 불기재의 관행이 지속되지 않도록 하기 위하여 향후 프랜차이즈계약서상에 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률의 내용이 충분히 반영된 표준약관이 제시되어야 할 것이다. 또한, 가맹 1차 계약 후 해지에 대한 유연성을 확대하여 부실한 가맹본부의 시장진입을 방지할 수 있도록 정보공개서에 관한 법률의 개정이 필요하다. 상권보호에 대한 모호성에 대하여도 구체적인 보완이 요구되고 있다. 가맹점사업자의 가맹점 양도에 대하여 가맹본부의 거부권에 대한 한계를 분명하게 하여 가맹본부의 일방적인 통제수단으로 사용되는 일이 없도록 하여야 할 것이다. 가맹금의 정의에 대한 재정비와 함께 로열티의 모호성에 대하여 보다 투명하게 하고 충분히 논의하고 검토한 후 제도화하여 가맹본부와 가맹점사업자 간의 신뢰회복에 기여하도록 하여야 한다. 분쟁조정협의회를 이해 당사자인 프랜차이즈협회에 두고 있는 것도 문제의 소지가 많은 조항이므로, 분쟁해결을 위한 제3의 장소나 단체를 마련하는 것도 심각하게 고려되어야 한다.

이러한 사항들을 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률과 시행령에 계속 반영하여 개정해 나가므로써 가맹본부와 가맹점사업자가 대등한 지위에서 상호보완적으로 균형있게 발전하고 소비자복지의 증진과 국민경제의 건전한 발전은 물론 프랜차이즈산업의 건전한 발전의 밑거름이 될 것으로 사료된다.

본 연구를 진행하면서 가맹본부와 가맹점사업자간의 관계가 수평적인 관계가 아닌 수직적 관계가 형성되어 가맹점사업자가 적극적으로 불공정에 대응할수록 가맹본부는 다양한 수단을 통하

여 압력을 행사하고 있으므로, 가맹본부와 가맹점사업자간의 수직적 종속적 관계를 해결할 수 있는 법적인 해결방안이 모색되어야 한다고 사료된다.

참고문헌

1. 김동훈 (2000) : 계약법의 주요 문제. 국민대학교 출판부, 111.
2. 가맹 사업 거래의 공정화에 관한 법률 시행령 제14조.
3. 곽동성 (2001) : 공정성이 상호관계의 질에 미치는 영향에 관한 연구. *경영학논집* 28(1):131-160.
4. 구재균 (1999) : 프랜차이즈 계약에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1-228.
5. 김형배 (1997) : 채권각론(계약법). 박영사, 806.
6. 산업자원부 (2002) : 프랜차이즈 산업관련 현행 법규의 운용실태와 개선방안.
7. 이범찬 (1979) : 상법논의. 국민서관, 430.
8. 이상건 (2001) : 패스트푸드 프랜차이즈시스템의 영향전략과 갈등이 관계결속에 미치는 영향에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사학위논문, 141-142.
9. 이종현 (1997) : 프랜차이즈 계약에 관련된 실무상의 몇 가지 문제점. *민사실무연구회*, 15.
10. 임재호 (2001) : 프랜차이즈 가맹점의 행위로 인한 사업본사의 책임. *상사법연구* 20(3):10-39.
11. 임홍근 (2001) : 상법(총칙·상행위). 법문사, 527-528.
12. 박재호·천희숙 (2006) : 외식프랜차이즈의 가맹계약법률 인식에 관한 연구. *한국조리학회지* 12(4).
13. 정상조 (1997) : 프랜차이즈 계약의 법적 문제점. 서울대학교 법학연구소, 122-139.
14. 정현정 (2000) : 국내 진출 해외 프랜차이즈 가맹점의 경영성과 결정요인에 관한 연구. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

15. 川越憲治, ‘フランチャイズシステムの判例分析, 別冊 NBI, no.: 561-566.
16. 최영홍 (1990) : 가맹상 계약의 법률문제에 관한 연구. 고려대학교 대학원 박사학위논문.
17. 한창희 (1996) : 프랑스법상의 프랜차이즈 계약. *상사법연구* 15(2):22.
18. 황보운 (1997) : 프랜차이즈 계약과 경영지도. *월간경영법무* (3):77-78.
19. Ghosh A · Crang CS (1990) : Minimaizing spatial conflict in franchise distribution systems. *AMA Education Proceedings*, AMA.
20. Franchise Relations Act. Calif. Bus & Prof. Code Div. 8, Ch. 5.5.
21. Francine Lafontaine · Emmanuel Raynaud (2002) : The Role Residual Claims and Self-enforcement in Franchise Contracting, Cambridge University press.
22. James A. Brickley (2002) : Royalty rates and up-front fees in share cintracts: Evidence from franchising. *Economics and Organization* 511-535.
23. Josef. Windsperger (2001) : Complementarities Franchising Networks; A Property Rights Approach, Center of Business Studies University of Vienna.
24. Joslyn, Allen S. (1987) : Legislative definitions of the franchise relationship. *32 New York Law School Law Review* 779: 781.
25. Knack, Gaylen L. · Bader, Troy A. (1993) : Franchisor liability in the market-devel-oprment and site-selection process. Forum on Franchising of the American Bar Association. *Franchise Law Journal* 13(2):39.
26. Lafontaine. Francine (1992) : Agency theory and franchising; Some emprical result, raud. *Journal of Economics* 23(2).
27. Sibley SD · Michie DA (1982) : An exploratory investigation of cooperation in franchise channel. *Journal of Retailing* 58(Winter).

2008년 6월 7일 접수

2008년 9월 7일 1차 논문수정

2008년 9월 17일 2차 논문수정

2008년 9월 20일 게재확정