

# 프랜차이즈 창업



# Contents

1. 프랜차이즈의 이해
2. 프랜차이즈의 성공창업
3. 가맹계약 결정 시 고려사항
4. 가맹사업시스템에서의 분쟁방지

# 프랜차이즈의 이해

## 1) 프랜차이즈의 정의

### - 프랜차이즈란?

“가맹본부(Franchisor)는 가맹점의 영업에 대하여 노하우나 연구 등의 분야에서 계속적으로 이익을 제공하기로 약정하고, 가맹점(Franchisee)은 자기자본으로 가맹본부가 보유 또는 통제하는 상호, 양식, 기타 절차에 따라 영업하기로 약정함으로써 성립하는 계약관계”

(국제프랜차이즈 협회(IFA)의 정의)

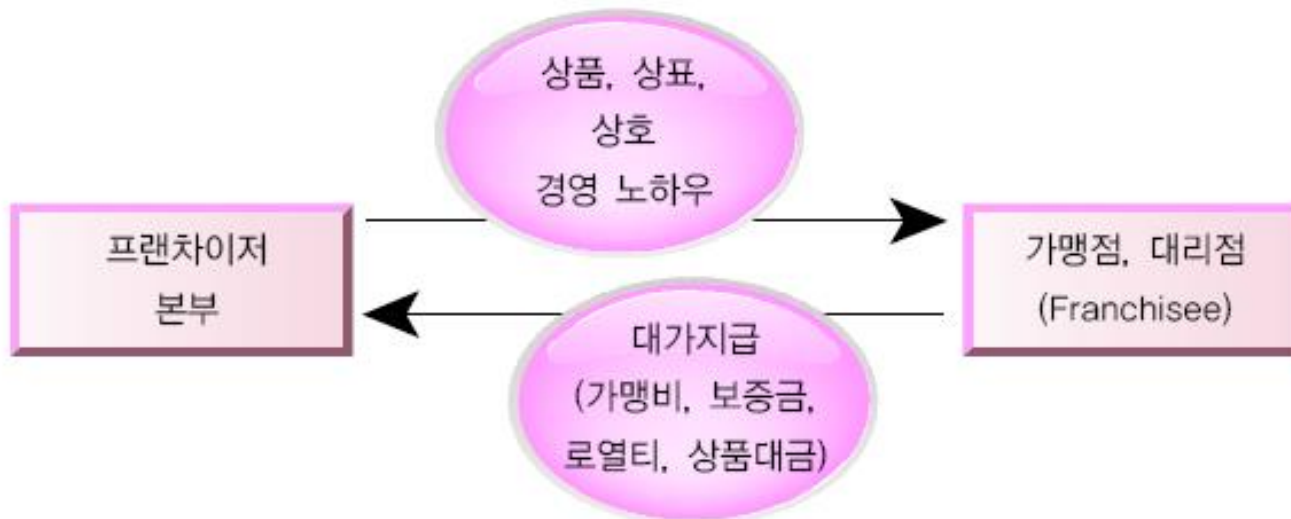
## 2) 가맹금의 정의

항목	내용	비고
개시 지급금	가입비, 입회비, 가맹비, 교육비 또는 계약금 등 가맹점사업자가 영업표지의 사용허락 등 가맹점운영권이나 영업활동에 대한 지원, 교육 등을 받기 위하여 가맹본부에 지급하는 대가	가맹금 예치제에 해당
이행 보증금	가맹점사업자가 가맹본부로부터 공급받는 상품의 대금 등에 관한 채무액이나 손해배상액의 지급을 담보하기 위하여 가맹본부에 지급하는 대가	
설비 구축비	가맹점사업자가 가맹점운영권을 부여받을 당시에 가맹사업을 착수하기 위하여 가맹본부로부터 공급받는 정착물, 설비, 상품의 가격 또는 부동산의 임차료 명목으로 가맹본부에 지급하는 대가	
로열티	로열티 등의 명목으로 정액 또는 매출액 등의 비율로 정기적으로 또는 비정기적으로 지급하는 대가 상품, 원재료, 부재료, 정착물, 설비, 원자재가격 또는 부동산 임차료의 도매가격을 초과하는 대가	
취득 유지비	그 밖의 가맹희망자나 가맹점사업자가 가맹점운영권을 취득하거나 유지하기 위하여 가맹본부에 지급하는 모든 대가	



### 3) 가맹사업(FC)의 발전

### 4) 프랜차이즈시스템의 분류



## (1) 유통경로상의 운영 주체별 분류

### ① 제조업자 – 소매업자시스템

(The Manufacturer Sponsored – Retailer System)

- 소매점 자체를 프랜차이즈  
(Franchising an Entire Retail Outlet)
- 소매점 내 하나의 판매부문 프랜차이즈  
(Franchising a Singles Department)
- 하나의 제품계열을 프랜차이즈  
(Franchising a Singles Productline)

### ② 제조업자 – 도매업자시스템

(The Manufacturer Sponsored – wholesaler System)

### ③ 도매업자 – 소매업자시스템

(The Wholesaler Sponsored – retailer System)

### ④ 서비스제조업자 – 소매업자시스템

(Service Firm Sponsored – retailer System)

## (2) 프랜차이즈 계약의 종류에 따른 분류

- ① 지역 프랜차이즈
- ② 운영 프랜차이즈
- ③ 이동 프랜차이즈
- ④ 총판
- ⑤ 공동소유
- ⑥ 공동운영
- ⑦ 임대
- ⑧ 라이선싱
- ⑨ 제조 프랜차이즈
- ⑩ 서비스 프랜차이즈



### (3) 본부의 시스템 채용 목적에 의한 분류

① 상품유통 목적의 프랜차이즈시스템

② 프랜차이즈 비즈니스로서의 프랜차이즈시스템



	직영점 (Regular Chain)	임의적 체인 (Voluntary Chain)	가맹점 (Franchise Chain)
가격	본부지시	임의	본부추천
운영방법	시스템	시스템 이용자유	시스템(매뉴얼)
영업개폐	본부의사	자유	본부와 가맹점 협의
교육훈련	완전한 교육훈련	이용자유	완전한 교육훈련
경영지도	SV의 순회지도	이용자유	SV의 순회지도
판매촉진	본부통일실시	자유	본부통일실시
본부통제	본부의 명령권	약	강
본부와의 관계	동일기업	임의공동체	경영이념공동체
점포이미지	통일이미지	거의 없다	통일이미지
주체	본부	소매	FCS전문기업
자본	본부의 단일자본	본부와 가맹점의 독립	본부와 가맹점의 독립
경영	비독립	독립	독립
점포운영	본부소속 점장이 직접운영	본부와 별개의 독립된 가맹점	본부와 별개의 독립된 가맹점
점포개발	신점포 개발	주로 기존된 가맹	신점포 개발
출점속도	한정	급속출점가능하나 한정됨	급속출점가능
계약범위	없음	경영일부	경영전반
상품공급	본부지시	본부일괄사임	본부공급, 알선

# 프랜차이즈 성공 창업

## 독립점과 가맹점 창업의 특징 비교

구분	독립점	가맹점
사업형태	경험자에게 유리한 사업	초보자에게 용이한 사업
창업비용	창업비용 절감 (본부에 지불하는 비용절감)	가맹비, 보증금, 로열티 등 비용발생
이익률	높음	낮음
사업책임	본인	본인
창업가능업종	특별한 노하우가 필요한 업종 기계설비가 있는 일부 업종	모든 업종 창업가능
상호	독자적인 상호개발	본부 브랜드
점포인테리어	창업자의 독자적인 컨셉	본부의 통일된 컨셉
상품구매	독자적인 구매처 확보	본사공급
경영노하우	독자적인 경영노하우 개발	본부가 경영노하우 제공
경영대처능력	고객욕구나 시장변화에 신속한 대응가능	본부의 통일된 의사결정으로 신속한 대응 불가능
경영노하우	창업자의 능력에 따라 창의적인 경영노하우	본부의 축적된 노하우
홍보마케팅	독자적인 홍보전략 구사	본부의 공동마케팅 지원
상권조사 (입지선정)	창업자 스스로 판단	가맹본부의 입지조건 또는 상권조사 조언

## 2) 프랜차이즈 성공요소

### (1) 프랜차이즈의 성공요소

첫째, 상표인지도는 체인본부의 브랜드가 소비자들에게 얼마만큼 잘 알려져 있으며 인정받고 있는가에 대한 문제이다.

둘째, 운영시스템 확립이라는 것은 개점 후에 본부에서 영업활동을 위하여 운영하는 영업시스템이 얼마만큼 잘 구축되어 있는가에 대한 문제이다.

셋째, 지속적인 지원서비스라는 것은 가맹점에 대한 본부의 영업 지원이 창업 이후 지속적으로 이루어지는지에 대한 문제이다.

## (2) 프랜차이즈가 왜 성공적인가?

- ① 시장을 지배하는 마케팅 능력
- ② 고객지향적인 상표인지 정책
- ③ 상표에 대한 고객충성도 확보
- ④ 과학적으로 응용된 운영시스템
- ⑤ 지속적인 지원
- ⑥ 가맹점주에 대한 동기부여
- ⑦ 이익의 증진



### 3) 프랜차이즈 창업을 위한 10계명

- ① 자기 자신에 대한 분석을 철저히 하라.
- ② 가족의 지원이 가능한 사업을 선택하라.
- ③ 사업 및 프랜차이즈시스템에 대한 이해를 하라.
- ④ 유망업종에 대한 환상을 버려라.
- ⑤ 노하우 및 브랜드 파워의 타당성을 분석하라.
- ⑥ 창업자금이 알맞은 사업결정을 하라.
- ⑦ 실패 시 자금회수율을 고려하라.
- ⑧ 상권과 입지에 대한 현황을 직접 분석하라.
- ⑨ 사업계획을 객관적으로 수립하라.
- ⑩ 사업결정 시에는 본사와의 관계를 원활하게 하라.

# 가맹계약 결정 시 고려사항

## 1) 가맹사업(FC)의 장·단점

### (1) 소비자 측면

장 점	단 점
<p>① 우수한 경영방법을 개발한 기업이 본부가 됨으로써 그 뛰어난 노하우가 널리 일반에게 개방되어 소비자에 대한 서비스 제공의 수준이 상승한다.</p> <p>② 소비자는 본부에 의해 미리 연구되고 표준화된 균질의 서비스와 상품을 언제든지 또한 어디에서나 받을 수 있다.</p> <p>③ 가맹점이 효율적인 경영을 해 나갈 수 있도록 본부에 의해 시스템이 개발되고 있기 때문에 판매에 필요한 코스트가 억제되어 염가의 상품서비스를 받을 수가 있다.</p>	<p>① 본부의 힘이 강력하게 작용하면 거래상 가맹점이 불리한 입장에 놓이게 되어 결과적으로 가격 면이나 서비스 면이나 소비자에게 불이익이 되는 위험이 있다.</p> <p>② 프랜차이즈시스템을 악용하는 자가 생김으로써 거래상 불안이 일어나며 서비스를 받는 소비자에게도 나쁜 영향을 준다.</p> <p>③ 영업상 책임의 소재가 본부인지 가맹점인지 분명치 않은 경우가 일어나서 소비자의 호소처가 불분명하게 된다.</p>

## (2) 본부 측면

장 점	단 점
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 자신이 체인점을 설치하는 것이 아니라 사업 의욕이 있는 사람을 가맹점으로 확보함으로써 점포투자액을 적게 하고 넓은 지역에 단기간 내에 판매망을 확보할 수 있다. 그리고 프랜차이즈시스템의 실적이 오르고 지명도가 높아짐에 따라 체인 전개 가속화 가능</li> <li>② 가입비와 로열티 등을 착실히 확보할 수 있기 때문에 안정된 사업을 수행할 수 있다.</li> <li>③ 가맹점 점포 스타일, 판매원의 유니폼 등을 통일할 수 있기 때문에 소비자와 업계에 대하여 통일적인 이미지를 강력히 어필할 수 있다.</li> <li>④ 상품의 유통을 목적으로 한 프랜차이즈시스템의 경우 확실한 상품유통의 루트가 설정되기 때문에 일정상품의 판매망을 확보할 수 있다.</li> <li>⑤ 가맹점 영업상황, 본부체계, 환경조건의 변화를 보면서 가맹점 모집을 조절, 유연하게 성장시켜 나갈 수 있다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 계속적인 지도 원조를 위한 비용과 노력이 필요하다.</li> <li>② 가맹점이 급증한 경우 본부의 지도력 체계가 뒤따라가기 힘들며 통제를 할 수 없게 될 우려가 있다.</li> <li>③ 가맹점이 프랜차이즈시스템이라는 권리 위에 안이한 생각으로 있게 되어 프랜차이즈시스템 체에 활력이 없어질 우려가 있다.</li> <li>④ 투자효율이 높다고 해서 자기 스스로 점포 전개를 하는 것보다 이익액 그 자체를 대폭 증가시키는 것은 곤란하다.</li> </ul>

### (3) 가맹점 측면

장 점	단 점
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 본부가 합리적인 방법에 의해 프랜차이즈 패키지를 개발하여 그것에 입각하여 지도 원조를 하기 때문에 실패의 위험성이 적다.</li> <li>② 단독으로 시작하는 것보다 설비의 대여, 금융 지원 등의 혜택을 받을 수 있다.</li> <li>③ 사업에 경험이 없더라도 본부의 교육 프로그램, 매뉴얼의 정비, 각종 지도에 의해 그 사업의 수행이 가능</li> <li>④ 본부가 개발한 우량상품, 점포디자인, 상표 등을 사용해서 사업을 수행하기 때문에 지명도가 높은 사업이 가능</li> <li>⑤ 본부가 일괄적으로 광고캠페인을 하기 때문에 개별적으로 하는 것보다 훨씬 영향력이 큰 판매촉진책의 수행 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 본부가 프랜차이즈 패키지를 만들고 그것에 의해 지도, 원조를 하기 때문에 가맹점 스스로가 문제해결이나 경영개선의 노력을 게을리 할 우려가 있다.</li> <li>② 프랜차이즈는 표준화, 통일적인 운영을 하기 때문에 가맹점 자체적으로 좋은 방법을 개발 하더라도 그것을 이용할 수 없다.</li> <li>③ 전체의 효과를 생각해서 시책을 입안, 실시하기 때문에 특정 가맹점의 실정에 맞지 않는 일이 생길 우려가 있다.</li> <li>④ 본부와 가맹점의 이해가 상반되는 경우 쌍방 독립의 사업자이기 때문에 자신의 이익만을 고집하는 경우가 발생할 수 있다.</li> <li>⑤ 어떤 가맹점이 실패한 경우 이미지와 신용의 다운이라는 영향을 받을 수가 있다.</li> </ul>



## 장 점

- ⑥ 본부의 대량구매를 통해서 공급을 받음으로써 싸 가격으로 상품의 판매가 가능, 품질적으로 안정된 공급을 받을 수 있다.
- ⑦ 환경변화, 소비자행동에 따라 본부가 개발·개선을 지속적으로 수행하므로 시장의 변화에 능동대처 가능
- ⑧ 판매활동 이외의 사업처리, 노무관리 등의 부분을 본부가 수행해 주기 때문에 판매에 전념할 수가 있다.
- ⑨ 개인점포에서는 불가능한 법률, 점포디자인, 경영의 전문가의 지도와 원조를 받을 수가 있다.
- ⑩ 가맹점으로 성공하여 자금여유가 생기면 그 실속을 토대로 또 다른 가맹점 개설의 사업 확대 가능
- ⑪ 가맹점의 점주가 사망의 경우에 상속자가 본부와 계약을 갱신 후 사업을 계속하는 것이 가능하다.

## 단 점

- ⑥ 본부방침 등의 변경이 있을 경우 가맹점은 그의사결정에 참여할 수가 없다.
- ⑦ 계약이 부합계약이기 때문에 가맹점 희망자가 자기의 요망, 조건 등을 붙일 여지가 없다.
- ⑧ 프랜차이즈시스템은 본부의 노하우를 토대로 운영되기 때문에 계약해제 후 가맹점은 노하우를 살릴수 없다.
- ⑨ 본부가 약체화되거나 판매정책을 대폭 변경한 경우 지도, 원조를 충분히 받을 수 없게 될 우려가 있다.
- ⑩ 계약해제 시에는 가맹 시에 지불한 보증금이 계약조건에 따라서 손실이 발생하는 경우가 있다.

## 2) 가맹사업 당사자의 역할과 기능

### (1) 본부와 가맹점과의 역할

- ① 본부의 역할
- ② 가맹점의 역할

### (2) 가맹사업 당사자의 기능

- ① 가맹본부의 기능

# 가맹본부의 기능

기능		내용
노하우 개발기능	상품·서비스 개발기능	가맹사업시스템의 존립기반은 고객의 욕구에 즉시 적절하게 제공될 수 있는 상품/서비스이며, 본부의 중요한 기능이다.
	시장개발기능	본부가 개발한 상품/서비스를 가장 효율적으로 시장에 진입시킴으로써, 본부의 사업 기반을 확충케 하는 것을 목적으로 하는 본부의 기능이다.
시스템 운영기능	본부/가맹점 수직적 관계유지 기능	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 판매촉진기능 : 본부가 자신의 시스템에 대한 시장개발을 위해 추진하는 판촉활동을 의미한다.</li> <li>② 교육훈련기능 : 본부는 가맹계약 체결과 동시에 제공하여야 하며, 가맹점이 영업업을 계속하는 한 본부는 새로운 시스템을 계속 무단하게 제공하여야 한다.</li> <li>③ 정보기능 : 가맹점의 경영실적 향상과 그 유지를 위해 필요한 모든 자료를 정보화하는 것을 말한다.</li> <li>④ 금융기능 : 가맹점의 일시적 자금문제를 지원할 수 있는 것은 그 시스템 전체의 원활한 운영을 위해 본부에게 매우 유익한 제도이다.</li> <li>⑤ 물류기능 : 이 기능은 업종과 업태에 따라 상당한 차이가 있으나, 편의점과 같이 수천 품목에 달하는 상품을 취급하는 업태나 외식업태 등에서는 중요하다.</li> <li>⑥ 슈퍼바이징기능</li> </ul>
	본부/가맹점 간 조정기능	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 상권관리기능 : 가맹점의 수적 증가를 위한 적합한 입지와 인재의 확보가 대단히 중요하다.</li> <li>② 가맹점회의와 조정기능 : 본부 대 전 가맹점이라는 조직과의 조정의 문제를 의미한다.</li> </ul>

## ② 가맹점사업자의 기능

기능	내용
발주기능	잘 팔리는 상품과 신상품에 대하여 정확한 매출을 예측하고 상품을 주문하는 기능
상품구색/진열기능	고객의 욕구에 부합하는 상품의 구색과 찾기 쉽도록 진열하는 기능
정보수집기능	고객이 많이 찾는 상품, 잘 팔리는 상품, 신제품 등의 정보를 수집하여 파악하는 기능
고객서비스기능	청결하고 쾌적한 공간에서 신속, 친절한 서비스를 제공하는 기능
손익관리기능	사업을 통하여 얻고자 하는 목표이익을 설정하고 달성하기 위하여 비용 관리, 판매촉진 등의 기능
의무준수기능	정부규정 등의 각종 의무사항을 준수하고, 가맹본부와의 가맹계약을 준수하는 기능. 특히 가맹점위원회에 적극 참여하는 기능
인력관리기능	종업원을 효과적으로 모집, 고용, 교육, 개발하는 기능



### 3) 프랜차이즈 결정 시 검토사항

항 목	내 용
<p>자기 자신에 대해 고려해야 할 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자신이 감당할 수 있는 사업인가?</li> <li>· 자본과 노력을 투자해서 결코 후회하지 않을 것인가?</li> <li>· 가족의 동의를 구할 수 있는 업종인가?</li> <li>· 사회적으로 도움받을 수 있겠는가?</li> <li>· 사업에 능동적일 수 있는가?</li> <li>· 관련분야의 경험이나 기술 또는 이론적 지식이 있는가?</li> <li>· 관련분야의 정보입수나 공부에 적극적인가?</li> <li>· 본사의 통일적이고 표준화된 운영방법을 수용할 수 있는가?</li> <li>· 프랜차이즈의 장·단점을 이해하고 있는가?</li> </ul>
<p>체인본부 선정에 고려해야 할 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 창업하고자 하는 업종과 관련된 프랜차이즈 본사의 정보 확인</li> <li>· 취급상품의 범위와 종류, 품질의 우수성, 기존 체인점 조사, 상품 라이프사이클, 유통상의 메리트, 본사의 지원시스템, 브랜드이미지 체크</li> <li>· 본사의 기본적 영업방침에 대한 수행 시스템</li> <li>· 본사의 취급상품과 자신의 사업목적과의 조화 여부</li> <li>· 체인점으로서 본사에 대해 부담해야 할 의무에 대한 확인</li> <li>· 체인점의 선정기준이 명확한가?</li> </ul>

항 목	내 용
체인본부 기업에 대해 고려할 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기업의 설립시기와 영업실적, 경영방침과 인재구성, 경영능력 등에 대한 정보를 수집하고, 장기 경영계획 조사</li> <li>· 체인점 모집과정의 타당성 파악</li> <li>· 체인점의 판매지역 규정 여부와 사업성 확인</li> </ul>
선정 후의 검토사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 입지 결정 후 주변 경쟁점포 조사와 동일브랜드 가맹점 확인, 상권에서의 업종에 대한 타당성 검토</li> <li>· 개점 소요자금 조달에 대한 가능성 확인, 판매 및 이익계획과 아울러 운전자금에 대한 분석 시행</li> <li>· 본사에 의한 광고선전, 홍보 등에 대해서 체크</li> </ul>
지도 및 원조사항 체크	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 점포의 인테리어 등 공사에 관련하여 본부의 지도 및 지원의 한계</li> <li>· 경영 노하우 및 본사의 교육훈련 계획 확인</li> <li>· 개점할 때 본부의 광고선전 지원을 파악</li> <li>· 영업 중의 슈퍼바이저에 의한 경영컨설팅의 실시 여부를 확인</li> <li>· 본사의 경영분석지원시스템</li> <li>· 회계 경리상의 시스템에 대한 표준방법 확립 여부</li> <li>· 매출 부진 시 본사의 지원시스템 확인</li> </ul>
계약에 관한 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 계약의 성격 확인</li> <li>· 프랜차이즈 계약서는 본사의 정형화된 양식으로 준비한 것에 서명을 하면 프랜차이즈시스템의 모든 권리와 의무가 효력을 발생하므로 체인가맹 희망자는 계약의 각 조항을 면밀히 파악 필요</li> </ul>

## 4) 가맹본부에 대한 사항

### (1) 프랜차이즈 본사의 역할

- ① 브랜드 소유권이 있고 직접 구축한 노하우가 있어야 한다.
- ② 시스템을 개발하여 프랜차이즈 패키지를 만들어 내는 일이다.

## (2) 본사 결정 시 참고사항

- ① 계약주체가 가진 구체적인 노하우는 무엇인가?
- ② 브랜드 소유권을 가지고 있는가?
- ③ 본사의 지명도와 조직구성(system)의 신뢰도는?
- ④ 본사 설립연도와 대표의 경력, 각 가맹점의 평균매출액은?

## (3) 부실체인 선별법

## (4) 피해사례 유형



## 5) 가맹계약에 관한 사항

### 계약시 체크사항

서류	확인내용
법령	<ul style="list-style-type: none"><li>·가맹관련 비용 등 금전의 관리, 귀속사항</li><li>·상품판매조건, 경영지도 관련사항</li><li>·계약갱신, 계약해지에 관한 사항</li></ul>
계약서	<ul style="list-style-type: none"><li>·각 조문에 대한 정밀 검토</li><li>·설명과 실제 계약 내용의 점검</li><li>·운영규정 분석</li></ul>
운영계약서	<ul style="list-style-type: none"><li>·매출 산출기준의 객관적 합리성</li><li>·상품원가율의 조사</li><li>·시설, 비품의 가격</li></ul>
매뉴얼	<ul style="list-style-type: none"><li>·매뉴얼의 체계</li><li>·회사 안내서</li><li>·경영진의 이력사항</li></ul>

## 6) 계약체결 시 주의사항

- ① 가맹사업의 특성을 충분히 이해한 후 가맹본부를 선택한다.
- ② 반드시 서면으로 정보공개서를 신청한다.
- ③ 거래모델, 수익모델 및 가맹점지원체계를 꼼꼼히 살펴본다.
- ④ 매출액, 순이익에 관한 주장은 반드시 그 근거를 확인한다.
- ⑤ 신규브랜드의 경우 더욱 신중할 필요가 있다.
- ⑥ 5개 이상의 기존 가맹점을 방문한다.
- ⑦ 전문가, 경험자와 상담 후 계약체결 여부를 결정한다.
- ⑧ 냉각기간(Cooling-off)을 갖는다.

## 7) 정보공개서 주요 기재 및 확인사항

No.	기재사항	세부검토사항	검토기준
1	가맹본부의 재무정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 총자본과 총부채 의 비교</li> <li>· 매출액 대비 영업이익</li> <li>· 영업이익, 당기순이익의 연도별 변화추이</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자본잠식상태(총자본이 음수)인 경우 가맹본부의 재무 건전성이 낮은 것임</li> <li>· 매출액 대비 영업이익이 낮은 경우 가맹본부 운영이 비효율적일 수 있음</li> <li>· 영업이익이나 당기순이익의 수치가 개선되는 추세라면 긍정적 신호이며 악화되는 추세라면 부정적 신호임</li> </ul>
2	임원의 사업 경력 및 임직원 수	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹사업 전문가의 임원포함 여부</li> <li>· 임직원 수와 가맹점 수 비교</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 임원진 중 유사업종 가맹본부 임원 또는 가맹점 운영 경력이 있는 사람이 포함되는 것이 바람직함</li> <li>· 가맹점 수 대비 임직원 수가 지나치게 적은 경우 관리가 제대로 되지 않을 가능성이 높음</li> </ul>
3	가맹사업 개시일	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹사업운영기간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹사업을 장기간 운영한 경우 성장가능성은 높지 않으나 안정성은 높은 경우가 많음</li> </ul>
4	최근 3년간 가맹점 수 변동현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹점 수 대비 직영점 수</li> <li>· 가맹점 수 변동추이</li> <li>· 가맹점 폐점(계약종료 및 해지)비율</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 직영점 없이 가맹점만 운영하는 경우 가맹본부의 노후가 축적되기 어려움</li> <li>· 가맹점 수가 지속적으로 증가하는 경우 성장가능성은 높으나 상대적으로 가맹본부의 지원이 약해질 수 있음</li> <li>· 폐점률이 높은 경우 가맹사업이 불안정하다는 의미로서 기존 가맹점사업자의 불만사항이 무엇인지 파악해 볼 필요가 있음</li> </ul>

5	가맹점사업자 평균 매출액	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 매출액 및 지역</li> <li>· 산정근거</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자신이 개점할 지역의 가맹점매출액이 높은 것이 좋으나 상대적으로 창업소요비용도 증가할 가능성이 있음</li> <li>· 매출액이 가맹본부의 일방적이고 추상적인 판단에 근거하여 산정된 경우 실제 영업과정에서의 매출액과는 상당한 차이를 보일 수 있음</li> </ul>
6	임원의 범위반사실	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 공정거래위원회의 시정조치</li> <li>· 형의 선고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 법 위반행위가 있는 경우 향후 반복될 수 있으므로 관련된 내용을 정확히 숙지하여야 함</li> </ul>
7	가맹점사업자의 비용부담	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹금의 적정성</li> <li>· 가맹금의 반환 여부</li> <li>· 숨겨진 비용이 있는지 여부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹금 액수를 확인하고 동종업종에 비하여 가맹금이 높은지 파악해 보아야 함</li> <li>· 가맹금의 반환사유를 구체적으로 적지 않은 경우 분쟁이 발생하더라도 돌려받기 쉽지 않을 우려가 있음</li> <li>· 인테리어비용, 감리비, 홍보, 판촉비용 등 가맹본부에 직접 지급하지 않는 부대비용도 총창업비용에 포함하여 전체비용을 계산하여야 함</li> </ul>
8	거래상대방 구속	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 구입처를 지정하는 물품의 종류</li> <li>· 가맹점사업자가 임의로 거래처를 변경하는 경우의 불이익</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹본부가 구체적인 품목을 적지 않은 경우 향후 분쟁 발생가능성이 높을 수 있음</li> <li>· 계약해지 사유에 해당하는 경우가 많으므로 그러한 내용이 포함되어 있는지 반드시 확인하여야 함</li> </ul>
9	영업지역 보호	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 영업지역을 보장하는지 여부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹본부가 협의를 거쳐 신규 가맹점을 설치한다는 동의내용이 있는 경우 영업지역이 보장되지 않는 것이므로 주의할 필요가 있음</li> </ul>
10	겸업금지	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 겸업금지 기간</li> <li>· 겸업금지 업종</li> <li>· 겸업금지 지역</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가맹점사업자가 계약종료 후 사업에 종사하지 못하는 기간이 길수록, 업종이 포괄적일수록 지역이 넓을수록 불리한 것이므로 그 내용을 정확히 파악하여야 함</li> </ul>



# 가맹사업시스템에서의 분쟁방지

## 1) 분쟁방지는 예방의 인식으로부터

## 2) 가맹점 계약을 둘러싼 분쟁

- (1) 가맹계약 체결 시 분쟁예방을 위한 가맹점의 기본자세
- (2) 부실한 시스템의 분쟁예방을 위한 가맹점 측의 사전대응책
- (3) 부도덕한 가맹사업시스템 사칭업체를 피하기 위한 자세

## 3) 경영상의 분쟁

- (1) 시스템관련 가맹점의 불만사례
- (2) 가맹점의 대 본부 불편사항
- (3) 불편사항에 대한 가맹점의 유의사항과 대응 · 대책방안

## 4) 프랜차이즈 분쟁 및 대처

### 프랜차이즈 갈등

갈등의 유형	갈등의 결과
개점 전 시설공사의 하자	개점 지연으로 연결되어 가맹점의 불만초래
공급품목의 배달 지연	정상 영업 불가 및 영업력 감소
상권보장의 불확실	가맹점의 영업부실에 대한 구실이 될 가능성이 크며 본부에 소송을 제기하거나 상권 내 가맹점 간의 갈등 발생
반품규정의 불확실	본부에 대한 신뢰도 저하
초기 상권조사의 불충실	영업부진이 계속될 경우 폐점으로 이어지며 이에 대한 책임소재 논란 발생
본부의 재무구조 불량	프랜차이즈시스템 존립 위협, 정상적인 지원 불가능
본부의 사회적 이미지 실추	고객의 신뢰도, 충성도 감소 및 가맹점 영업 위축
본부의 직영실적 부진	프랜차이즈시스템의 신뢰도 저하
본부의 영업 노하우 취약	프랜차이즈시스템의 수명 단축
본부의 연계판매 강요	합당성에 대한 논란 및 본부에 대한 신뢰도 저하
재계약 갱신의 거절	거절사유의 합당성 관련한 분쟁 발생 소지

## 가맹본부가 가맹점에 느끼는 갈등

갈등의 유형	갈등의 결과
가맹점 임의로 규정 외의 제품(메뉴) 취급	고객 혼선 초래 및 프랜차이즈시스템 훼손, 본부 통제력 약화
가맹점 임의로 가격, 제품(메뉴) 등 변경	고객 혼선 초래 및 프랜차이즈시스템 훼손, 본부 통제력 약화
가맹점의 결제대금 지연	불신의 원인, 제품공급 등 지원 중단 사태 발생
가맹점의 무리한 요구(광고, 영업지원 등)	빈번할 경우 본부의 정상적인 영업활동에 지장 초래
영업권을 제3자에게 양도	본부의 경영방침 재전달 등 운영상의 문제점 발생
영업 노하우 외부 유출	계약해지 사유