

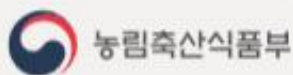
발간등록번호
11-1543000-002505-01



해외 주요국 프랜차이즈
법률정보 조사

인도네시아
Indonesia

2018.12



목 차

I . Prologue	5
1. 해외진출 단계별절차	6
가. 해외진출 기본절차	6
나. 진출 단계별 주요내용	9
다. 인도네시아 진출 시 법률, 제도에 관한 FAQ	12
2. 진출유형	18
가. 마스터 프랜차이즈(라이선싱)	20
나. 합자(합작) 투자	21
다. 직접 진출	22
라. 국제 가맹	23
II. 인도네시아 개요	26
1. 국가현황	26
가. 일반현황	26
나. 프랜차이즈 시장현황	31
2. 특수사항	32
가. 지리적 특수성	32
나. 할랄제도	33

Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도	36
1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률	36
가. 프랜차이즈 관련 법률 소개	36
나. 프랜차이즈 법률	45
2. 기업설립 및 인허가	52
가. 기업설립	52
나. 부동산 취득 관련 법률	60
다. 상표 및 특허 관련 법률	66
3. 계약체결	81
가. 계약체결 시 고려사항	81
나. 마스터 프랜차이즈 표준계약서	87
다. 국제가맹 계약	109
4. 현지운영	128
가. 인사 및 노무 관련 규정	128
나. 세금 등 관련 규정	137
5. 기타	145
가. 할랄 제도	145
나. 외국인 투자기업 청산	166
다. 식당 개업 절차	167

IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략	175
1. 진출 시 고려점	175
가. 법률 및 제도적측면	175
나. 현지시장 및 문화적측면	177
2. 인도네시아 진출전략(진출유형)	179
(1) 가장 유리한 진출방식 선정	179
(2) 파트너 선정 시 주의사항	188
3. 인도네시아 진출단계별 전략	205
4. 인도네시아 프랜차이즈 성공사례	214
가. 마포갈매기	214
나. 교촌치킨	216
다. DOUNKIN' DOUNUTS	219
라. 두레쥬르	222

최근 해외시장을 개척하고자 하는 외식프랜차이즈기업은 매년 꾸준히 증가하고 있으며 (2015년 진출업체 수 138개, 2016년 진출업체 수 188개, 2017년 진출업체 수 193개 - 2017년 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사), 해외 진출을 희망하는 외식기업들 역시 꾸준히 증가하고 있음.

이러한 해외진출을 희망하거나 준비하는 기업들이 해외진출을 위하여 진출국의 정보, 진출방법, 물류공급체계 등 여러 가지 요소를 고려하지만, 진출을 위한 사업계획서 작성시 가장 우선적으로 고려하는 사항은 '현지 법규의 이해'로 나타남.

표 1-1 해외진출 사업 계획 시 고려사항(복수응답)

구 분	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(59)		(18)		(23)		(12)		(1)		(2)		(3)	
단위	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개
현지 관련 법규에 대한 이해	30.5	18	33.3	6	21.7	5	41.7	5	0.0	0	50.0	1	33.3	1
현지 네트워크 구축	22.0	13	38.9	7	13.0	3	16.7	2	0.0	0	0.0	0	33.3	1
현지 물류 공급체계 확보	18.6	11	11.1	2	21.7	5	16.7	2	0.0	0	50.0	1	33.3	1
해외진출 전담부서 구성	10.2	6	16.7	3	0.0	0	16.7	2	0.0	0	0.0	0	33.3	1
해외진출사업 예산 확보	6.8	4	0.0	0	13.0	3	8.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지 직원 채용 및 교육	6.8	4	5.6	1	8.7	2	8.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
기타	1.7	1	0.0	0	4.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
없음	3.4	2	0.0	0	8.7	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0

[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. aT한국농수산물유통공사]

본 교재는 해외진출을 희망하거나 준비하고 있는 외식프랜차이즈기업을 대상으로 이들 기업들이 해외진출 시 가장 우선적으로 고려하고 있는 '진출국가의 법률과 제도'를 중심으로 진출단계별 주의해야 하는 법률과 제도와 진출 시 가장 유리한 방식을 선택할 수 있는 정보제공을 목적으로 함

< TIP >

- 해외진출을 처음 고려하는 외식기업의 경우, 본 교재 「I. Prologue > 1. 해외진출 단계별절차 > 다. 해외진출 단계별 FAQ」에서 해외진출 시 자주하는 질문과 답변 또는 해당 내용의 교재위치를 먼저 살펴보길 권함
- 자세한 국내 기업의 해외진출 현황을 알고자 하는 기업은 「2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서(aT한국농수산물유통공사)」를 참조하길 권함

1 해외진출 단계별절차

가. 해외진출 기본절차

외식 프랜차이즈 기업이 해외에 진출하는 절차는 보유 아이템별, 진출 국가별, 진출 기업별 또는 실제 현장과 케이스별로 매우 다양하지만, 본 교재에서는 외식 프랜차이즈 기업이 해외에 진출하는 단계를 크게 4단계로 구분하고 각 단계별로 발생될 수 있는 법률과 제도를 중심으로 기술함

해외진출 준비	해외진출 확정	현지개업 준비	해외사업 관리
<ol style="list-style-type: none"> 1. 진출 검토 2. 목적의 명확화 Self 역량 진단 진출유형 탐색 3. 기초 조사 해외진출 사업계획 4. 지식 재산권 취득 	<ol style="list-style-type: none"> 5. 해외사업 홍보채널 구축 6. 1차 현지 시장 조사 7. 파트너 기준 적극적 파트너 탐색 8. 파트너 선정 계약 가이드라인 구축 9. 2차 현지 시장 조사 파트너 계약 체결 10. 현지 법인 설립 11. 입지 선정 12. 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육 	<ol style="list-style-type: none"> 13. 메뉴 및 식재료 시스템 구축 설비 및 물품 조달계획 14. 점포 운영 매뉴얼 15. 인허가 취득 및 매장 시공 16 매장 인력 채용 및 교육 17. 오픈 마케팅 18. 오픈 	<ol style="list-style-type: none"> 19. 글로벌 슈퍼 바이징 사업 확장

[참조. 해외진출 외식기업 실무매뉴얼(MAPPS). aT한국농수산물유통공사. 2015.11]

상기 단계별 절차는 기본적인 것으로 실제 해외진출 시에는 진출유형 등에 따라 진출절차와 중요내용이 다를 수 있음

예를 들어, 외식 프랜차이즈 기업의 진출유형 중 가장 많은 「마스터 프랜차이즈 방식」의 경우 '①해외진출 준비단계'와 '②해외진출 확정단계'만으로도 해외진출이 가능할 수 있으며 이럴 경우 파트너 선정과 마스터 프랜차이즈계약, 매뉴얼과 교육 등이 중요 고려요소임

투자코스트와 Risk가 높은 「직접진출 방식」의 경우 '①해외진출 준비단계', '②해외진출 확정단계', '③해외개업 준비단계', '④해외사업 관리단계' 모두가 필요하며, 해외진출 사업계획, 시장조사, 매뉴얼과 교육, 메뉴뿐만 아니라 현지 매장운영에 필요한 메뉴 및 식재료시스템 구축, 점포인허가 취득 및 시공, 매장인력 채용 및 교육 등이 중요한 요소가 될 수 있음

표 1-2 해외진출 유형과 단계별 절차 및 관련서류

진출단계	마스터 프랜차이즈	합자(합작) 투자	직접 진출	국제 가맹
1. 내부역량진단	○	○	○	△
2. 기초조사	○	○	○	△
3. 지식재산권 취득	○	○	○	○
4. 해외 홍보채널구축	○	○	○	X
5. 시장 조사	○	○	○	△
6. 파트너 선정	○	○	X	X
7. 파트너 계약 체결	○	○	X	X
8. 현지 법인 설립	X	○	△	X
9. 입지 선정	X	○	○	X
10. 매뉴얼 및 교육	○	○	○	○
11. 식재료 시스템구축	○	○	○	△
12. 인허가 및 매장시공	X	○	○	X
13. 매장 인력	X	○	○	X
14. 매장 마케팅	X	○	○	X
15. 세무 및 자금송금	△	○	○	△
16. 가맹점모집	△	○	○	X
17. 가맹계약	△	○	○	○
18. 가맹분쟁	○	○	○	○
19. 철거 및 폐업	○	○	○	X

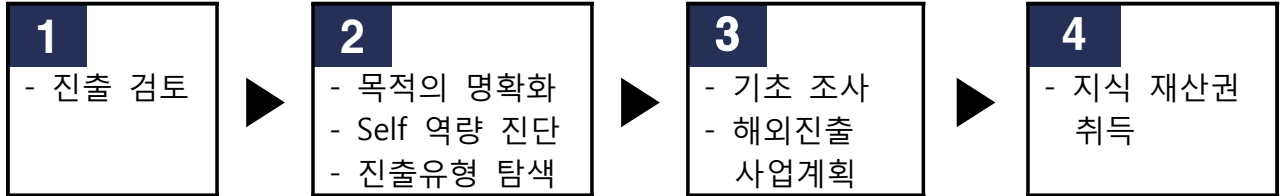
진출단계		관련서류
해외진출준비	○ 내부역량진단	시스템 표준화
	○ 기초조사	해외진출 사업계획서
	○ 지식재산권 취득	상표 및 특허 등록, 도메인 등록 진행
해외진출확정	○ 해외 홍보채널구축	사업안내서 등 홍보물, 해외사업 일정표, 상담서식
	○ 시장 조사	시장조사보고서, 현지 표준매뉴얼, 상권조사보고서
	○ 파트너 선정	파트너 선정기준, 파트너 관련서류(재무제표, 파트너 회사소개서, 신용등급증명서, 마케팅계획서)
	○ 파트너 계약 체결	NDA(비밀유지계약서), LOI(투자의향서), MOU(양해각서), 계약서
	○ 현지 법인 설립	현지 법인설립 준비서류, 부동산계약서, 법인계좌계설, 정관 등
	○ 입지 선정	상권조사보고서, 임대차 계약서 등
	○ 매뉴얼 및 교육	해외본부 운영매뉴얼, 점포운영자 교육계획서
현지개업준비	○ 식재료 시스템구축	레시피, 메뉴북, 식재료 통관 관련서류
	○ 인허가 및 매장시공	영업허가필요서류, 설비 및 물품조달 계획, 시설매뉴얼
	○ 매장 인력	현지 점포 운영매뉴얼, 근로계약서, 채용 및 인력운영계획
	○ 매장 마케팅	매장 마케팅 계획서, 오픈 체크리스트
해외사업관리	○ 세무 및 자금송금	재무계획서
	○ 가맹점모집	가맹점 출점계획서
	○ 가맹계약	현지 가맹계약서
	○ 가맹분쟁	
	○ 철거 및 폐업	

< TIP >

- 구체적인 해외진출 단계별내용과 단계별 CHECK LIST는 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- 해외진출 유형은 본 교재 「Prologue > 진출유형」을 참조
- 해외진출 시 시장조사, 파트너 선정기준 등 구체적인 내용은 「IV 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 3 인도네시아 진출단계별 전략」을 참조
- 상기 단계별 필요서류 중 매뉴얼 및 사업안내서 등의 홍보서류, MOU 등 계약 관련 서류는 현지어 또는 영어로 번역하여 준비하여야함. 특히 매장운영 매뉴얼의 경우 파트너와 상담 시에도 필요하기 때문에 사전에 현지어 또는 영어로 번역할 필요가 있음

나. 진출 단계별 주요내용

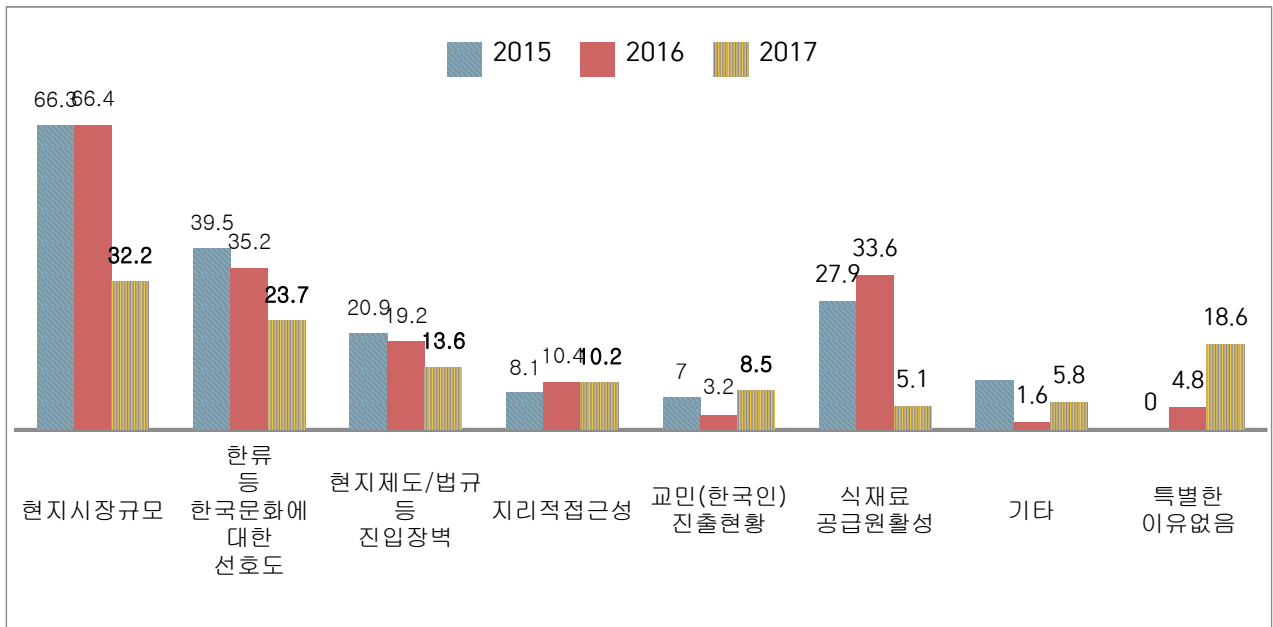
(1) 해외진출준비



해외진출 준비단계에서는 내부적 분석, 외부적 분석을 통해 진출국과 진출방식을 결정하는 단계임. 이 단계에서 고려해야 하는 중요한 법률, 제도적 요소는 진출기업의 브랜드와 노하우를 보호할 수 있는 '상표 및 특허등록'과 진출기업의 내부적 분석(아이템, 역량, 인원, 자금 등)과 진출하고자 하는 국가의 외부적 분석(진출국 기초조사 등)를 통한 진출유형을 결정하는 것임

이 단계에서는 우선 진출국을 결정하여야 하는데, 진출국을 결정할 때 고려사항은 '현지시장규모', '식재료공급 원활성', '한류 등 한국문화의 선호도' 등 순으로 특히 최근 '한류'의 영향력이 증가되고 있어 진출국 결정 시 진출국의 '한류의 영향력'도 반드시 고려하여야 함

표 1-3 진출국가 결정시 고려사항



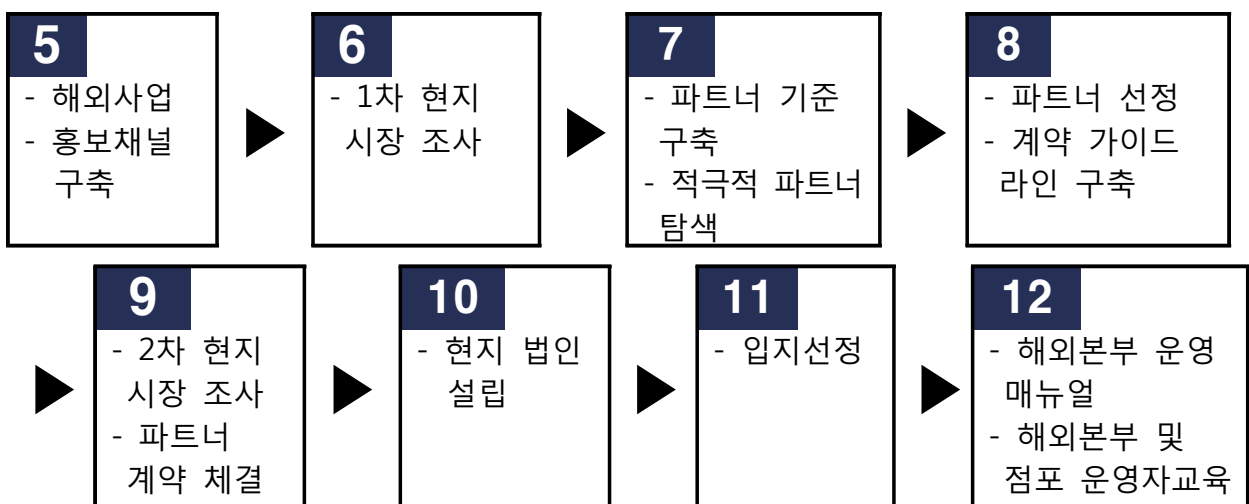
[참조. 2017 외식기업해외진출실태조사, aT한국농수산물유통공사]

구 분	전체		업종											
			한식		서양식		디저트		일식		중식		기타	
사례수	(59)		(18)		(23)		(12)		(1)		(2)		(3)	
단위	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%	개
현지 관련 법규에 대한 이해	32.3	19	11.1	2	26.1	6	75.0	9	0.0	0	50.0	1	33.3	1
현지 네트워크 구축	23.7	14	50.0	9	17.4	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0	33.3	1
현지 물류 공급체계 확보	13.6	8	22.2	4	13.0	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0	33.3	1
해외진출 전담부서 구성	10.2	6	33.3	6	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
해외진출사업 예산 확보	8.5	5	5.6	1	4.3	1	25.0	3	0.0	0	0.0	0	0.0	0
현지 직원 채용 및 교육	5.1	3	0.0	0	8.7	2	8.3	1	0.0	0	0.0	0	0.0	0
기타	6.8	4	0.0	0	17.4	4	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
없음	18.6	11	5.6	1	26.1	6	16.7	2	100.0	1	0.0	0	33.3	1

< TIP >

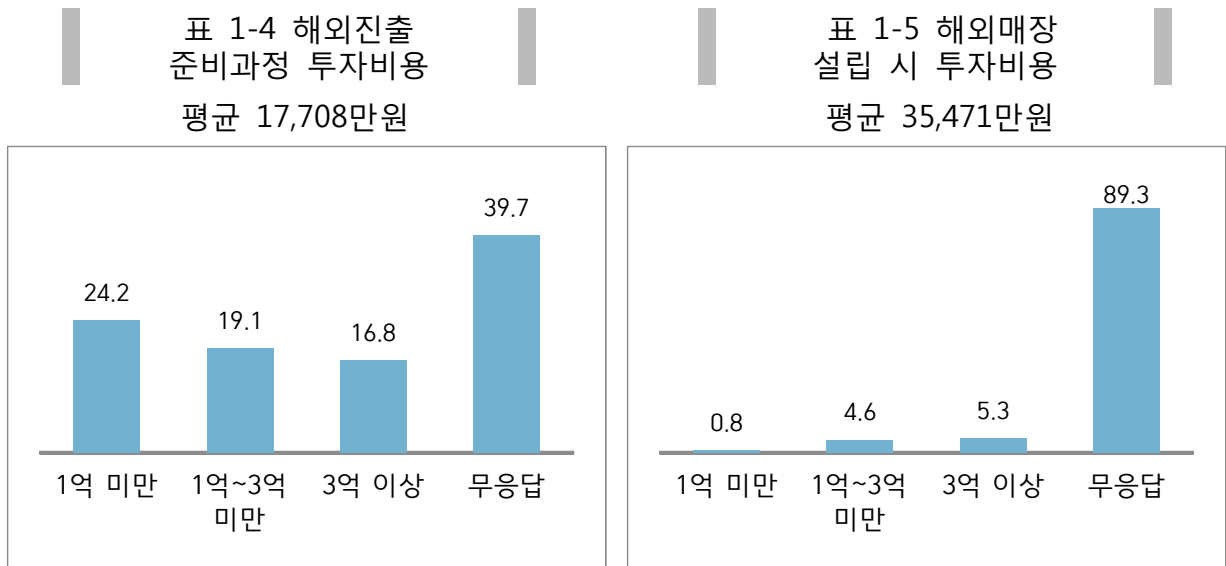
- 해외진출의 방식과 유형을 결정하는 것은 앞으로 해외진출의 승패에 매우 중요하고도 기본적인 개념이며, 본 교재는 「I. Prologue > 2. 진출유형」에서 기본적인 유형을 제시하고 있어 참조하길 권함

(2) 해외진출확정



해외진출 준비단계 이후 실제 해당국가에 점포를 개업하기 전까지의 단계로 구체적인 사업계획, 시장조사, 파트너 선정, 해외에 기업설립 등의 절차가 있음

해외진출에는 많은 투자비용과 노력이 소요되며 해외진출의 승패에 따라 기업의 운명이 결정될 수 있기에 이 단계에서 철저한 시장조사와 구체적인 사업계획이 필요함



[참조. 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. (사)한국외식산업협회. 2014.12]

(3) 현지개업준비



해당국가에 매장을 개업하고 운영하는 단계로 앞에서 언급했듯 '마스터 프랜차이즈 유형'이나 '국제가맹 유형'의 경우 해당국가에 진출기업이 직접적으로 매장을 운영하지 않는 경우도 있음

그러나 '마스터 프랜차이즈 유형'이나 '국제가맹 유형' 경우에도 진출국가의 매장운

영에 필요한 기본적인 외식관련 법률과 인허가 사항은 해외진출 사업계획, 파트너 선정과 계약, 매장운영 매뉴얼 작성 등에 꼭 필요한 고려요소임

이 단계에서 진출기업은 자신이 보유하고 있는 아이템과 현지 법률, 제도 및 문화, 경제현황 등을 비교분석하여 현지에 맞게 '현지화'에 중점을 둘 것인지, 아이템 본연의 특성을 유지하여 '차별화'에 중점을 둘 것인지 결정하는 것이 중요함

(4) 해외사업관리

19

- 글로벌 수퍼바이징
- 사업 확장

현지에서 외식 프랜차이즈 기업을 운영하기 위해서 세무, 가맹점모집 및 계약관계, 분쟁해결 등 여러 고려요소가 있을 수 있음

진출국가에서는 자국의 산업을 성장시키기 위하여 해외투자를 유치하기도 하지만, 자국의 중소기업을 보호하기 위하여 해외기업의 자국 내 운영을 규제하기도 하기에 사전에 이를 인지하고 진출준비를 하여야 함

다. 인도네시아 진출 시 법률 및 제도에 관한 FAQ

(1) 해외진출 준비

자주하는 질문

- Q.** 진출국에서 상표(브랜드)와 노하우를 보호받기 위해서는 어떻게 해야 할까요?
- A.** 해당국가에서 상표나 특허 등 지식재산권을 보호받기 위해서는 상표나 특허를 출원하여야 함. 출원하는 방법에는 ①개별국가에 직접 출원하는 방법과 ②국제출원하는 방법으로 크게 구분할 수 있음.
국제출원의 경우 대리인을 통해서 국내에서도 가능함. 단, 해당국이 상표의 경우 '마드리드 협정', 특허의 경우 'PCT' 등 국제협정에 가입되어 있어야 함
인도네시아의 경우 'PCT'에는 가입되어 있지만, '마드리드 협정'에는 가입되어 있지 못함
상표(브랜드)와 노하우는 인도네시아 지식재산권 관련 법률에 따라 보호를 받을 수 있음. 상표는 인도네시아 상표지식재산권총국(총국)에 등록되며, 노하우는 특허 또는 관련 지식재산권법률(산업디자인, 저작권, 영업비밀)에 따라 보호

받을 수 있음. 저작권의 경우는 등록할 의무는 없지만 권장됨

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 및 인허가 > 다. 상표 및 특허 관련 법률」 참조

Q. 해외진출 방식에는 어떤 것이 있습니까?

A. 일반적으로 마스터 프랜차이즈, 합자(합작)투자, 직접진출, 국제가맹 방식이 있으며 각 유형별로 장점과 단점을 있기에 진출방식을 결정하기 위해서는 내부 분석과 외부분석 후 결정하길 권함

▶ 「I. Prologue > 2. 진출유형」참조

Q. 해외진출 방식을 어떻게 선택해야 할까요?

A. 해외 진출유형을 선택하기 위해서는 우선 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 사전에 파악하고 자신의 기업에 맞는 진출방식을 결정하여야 함
내부요소로는 투자자금 보유(재무현황), 담당 인력 역량(언어능력, 기획능력, 교육능력, 추진능력, 법률지식 등), 브랜드 경쟁력(차별성, 진출시장의 적합성), 물류 및 생산 시스템(식재료의 유통 시스템 유무, 해외 공급 능력, 해외 구축능력 등) 등이 있음

외부요소로는 시장 진출 규제, 시장 안전성, 시장에서 대한민국 국가 브랜드의 인식 정도, 시장의 규모, 서비스 마인드, 시장 안정성, 시장의 특수성, 시장의 성숙도 등이 있음

▶ 「I. Prologue > 2. 진출유형」과 「IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2. 인도네시아 진출전략(진출방식) > 가. 가장 유리한 진출방식 선정」 참조

(2) 해외진출 확정

자주하는 질문

Q. 인도네시아에서 프랜차이즈 조건은 어떤 것이 있나요?

A. 인도네시아에서 프랜차이즈를 운영하기 위해서는 다음 6가지 요건을 갖추어함

- 사업상의 특성을 보유해야 함
- 수익성이 증명되어야 함
- 재화와 서비스에 대한 문서 표준화가 되어 있어야 함
- 연구, 교육, 적용이 용이해야 함
- 지속적인 지원이 이루어 있어야 함
- 지식재산권을 취득해야 함

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 인도네시아에서 프랜차이즈 관련 법률이 있나요?

A. 인도네시아에서 외국프랜차이즈기업의 경우 '프랜차이즈 관련 정부 규정 No. 42/2007 (GR No. 42/2007)', '무역부 규정 No. 53/2012 (MOT Regulation No. 53/2012)', '무역부 장관령 No. 07/M-DAG/PER/2/2013' 등이 적용됨

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률」 참조

Q. 프랜차이즈 기업을 하기 위한 인허가나 등록절차가 있는지?

A. 프랜차이즈사업을 진행하기 위해서는 사전에 등록절차를 마치고, 프랜차이즈 등록증명서(SPTW)를 취득해야 함

프랜차이즈 등록증명서(SPTW) 취득조건은 다음과 같음

- 가맹본부는 최소 5년간 성공적이고 수익성이 있다는 것을 입증
- 2년 내에 공인회계사가 작성한 회계감사보고서를 제출
- 가맹본부는 가맹점과의 프랜차이즈 계약서 서명 최소 2주 이전에 사업계획서를 제공해야 함(No. 53/2012 4조 1항).
- 가맹본부는 훈련, 운영안내와 상담, 마케팅 조사, 발전 등의 방법으로 가맹점에게 상담과 안내를 지속적으로 제공해야 함
- 가맹본부가 가맹점에게 제공하는 안내와 상담은 제품의 품질 관리와 사업평가를 포함하여 지속적으로 이루어져야 함

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률」 참조

Q. 프랜차이즈 기업을 운영할 때 기타 주의해야 할 사항은 어떤 것이 있나요?

A. 인도네시아에서 외국프랜차이즈기업의 경우 '프랜차이즈 관련 정부 규정 No. 42/2007 (GR No. 42/2007)', '무역부 규정 No. 53/2012 (MOT Regulation No. 53/2012)', '무역부 장관령 No. 07/M-DAG/PER/2/2013' 등에 따라 프랜차이즈 제안서(franchise offer, 창업 안내서) 사전제공의무, 현지(인도네시아) 제품사용의무, 프랜차이즈 매장 수 및 소유주제한 등이 발생함

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률」 참조

Q. 마스터 프랜차이즈나 합자(합작)투자 방식으로 진출하기 위해서 진출국의 파트너와 어떻게 계약을 체결하여야 할까요?

A. 파트너 선정 이후 계약체결까지의 단계는 다음과 같음

- 비밀유지계약서(NDA: Non Disclosure Agreement) 작성
- 법인 정보 및 사업 관련 서류 교환
- 투자 의향서(LOI : Letter Of Intent) 교환
- 양해각서(MOU : Memorandum Of Understanding) 체결
- 협상 진행 및 계약서 작성
- 본 파트너 계약 체결

계약체결 시 계약내용은 반드시 전문가 검토를 거쳐야 함

「Ⅳ. 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2. 인도네시아 진출전략(진출방식) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

Q. 마스터 프랜차이즈 계약서에는 어떤 내용이 들어가야 하나요?

A. 계약서에는 '독점적 영업지역 부여', '로열티 지급의무', '법률 및 매뉴얼 준수', '기밀유지', '계약기간' 등 업종에 상관없이 공통적으로 들어가야 할 내용과 '지정 물품 취급 의무', '레시피 준수', '지정된 장비 설치' 등 외식업종에 해당하는 내

용이 들어가야 함

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 3. 계약체결 > 가. 계약체결 시 고려사항」 참조

Q. 계약체결 전 하는 양해각서(MOU)는 무엇인가요?

A. MOU는 양 기관 간에 계약이나 전략적 제휴를 하는 경우 정식계약의 체결에 앞서서 양 기관간의 이해나 기본적인 합의 사항을 확인하는 문서임

MOU 체결은 제3자가 끼어들 여지를 미리 차단하자는 효과와 구체적인 조건 협의에 들어가기 전에 미리 공동협력 의지를 대외에 홍보용으로 천명할 필요가 있을 때 진행함

MOU 체결은 법률적인 강제성은 없음

「IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2. 인도네시아 진출전략(진출방식) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

(3) 현지개업 준비

자주하는 질문

Q. 기업활동을 위한 부동산을 취득할 수 있나요?

A. 인도네시아 법인 및 외국인에게는 일정한 사용권만 인정될 뿐 소유권을 인정하지 않음

인도네시아 진출 시 임대차 계약으로 족하며 임대차계약은 기본으로 5년 단위로 이루어짐

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 및 인허가 > 나. 부동산 취득 관련 법률」 참조

Q. 식당을 개업하려고 하면 어떻게 해야 하나요?

A. 인도네시아에서 식당 창업시, 관광 사업 등록 증명서가 필요함

이슬람의 영향으로 주류를 취급하기 위해서는 반드시 주류 판매 허가(SIUP-MB)를 받아야 하며, 주류세가 700~800%로 매우 높음

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 다. 식당 개업 절차」 참조

Q. 할랄제도가 무엇인가요?

A. 할랄은 아랍어로 '이슬람법에 의해 허용되다'는 뜻으로 무슬림 삶 전반에 걸쳐서 허용된 것을 의미하여 무슬림이 섭취할 수 있는 식음료를 지칭하는데 사용됨

인도네시아 할랄인증 기관(Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Mejlis Ulama Indonesia, LPPOM-MUI)에서 할랄 관련 인증·정책·규제·가이드·검사시스템·교육 등을 통합적으로 관할하고 있음

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 가. 할랄 제도」 참조

Q. 종업원을 고용할 때 주의해야 할 점은?

A. 인도네시아인을 고용할 수 없는 전문직 이외에는 모든 근로자를 인도네시아인으로 고용. 그렇게 하지 않을 경우 현지인 대체 고용부담금 명목으로 1년간 1,200달러를 일시불로 납부하여야 함
각 지역별로 최저임금을 고시하고 있으며 최근 증가하는 추세임

비 인도네시아인인 외국인 고용 시 회사형태는 법인이어야 하며 대학교 졸업 이상의 학력 소지 및 해당 분야에서 3년 이상의 근무 경력을 필요로 함(개인사업자는 외국인 근로자를 채용할 수 없음)

인력 이주 관련 부서에 외국인 근로자 고용계획서(RPTKA)를 제출하여 승인 받은 후 해당 근로자가 입국하면 기술교육 능력개발 기금 명목으로 매년 1,200달러를 지불한 후 외국인 근로허가(IMTA)를 받아야 함

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 4. 현지운영 > 가. 인사 및 노무 관련 규정」 참조

Q. 프랜차이즈 회사를 운영할 때 내야하는 세금은?

A. - 인도네시아 외국인투자기업(PMA)은 인도네시아 국내·외 원천 소득에 대해 법인세 납부 의무를 지니게 됨

- 인도네시아는 외국 법인이 직접 영리활동을 할 수 있는 지사 또는 지점 개설을 불허하고 있으며 시장조사, 홍보 및 연락사무소 기능을 수행할 수 있는 대표부(Representative) 개설만을 허용하고 있음

- 인도네시아 투자에 대해 추가적으로 다음의 세무문제를 고려해야 함

①인도네시아 자법인과의 재화/용역 거래를 수행함으로써 거래 대상 재화/용역대가의 적정성 여부에 대한 이전가격 문제

②법인세법 제121조의 2 해외현지법인에 대한 자료 제출 의무 (해외직접투자의 명세, 투자받은 법인의 재무상황, 해외 영업소의 설치 현황)

③인도네시아 파견 임직원 급여 등 인건비에 세무 처리 문제

- 특히 인도네시아 세무당국은 로열티(Commission)에 대해 그 지급이 정당하지 않다고 실재성을 부인하는 사례가 빈번하므로 경제적 실질을 입증할 수 있는 자료를 구분해 놓아야 할 것임

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 4. 현지운영 > 나. 세무 등 관련 규정」 참조

(4) 해외사업관리(운영)

자주하는 질문

Q. 가맹점 모집이나 운영 시 주의해야 하는 것 어떤 것이 있나요?

A. - 프랜차이즈계약서는 인도네시아어로 되어야 하며 계약서에는 법률적으로 반드시 기입해야 하는 필수 기재사항이 있음

- 가맹본부는 적어도 프랜차이즈 계약체결 2주전 프랜차이즈 제안서(franchise offer, 창업 안내서)를 가맹점에게 전달해야 함

- 가맹본부와 가맹점은 현지에서 생산된 원재료, 사업 설비, 판매 재화를 80%

이상 사용해야 함

- 프랜차이즈 등록 증명서(STPW)를 보유하고 있는 국내 가맹본부, 외국의 하청 가맹본부, 외국 프랜차이즈의 가맹점은 프랜차이즈 활동보고서를 무역부와 함께 지방정부 무역담당공무원에게 매년 3월31일 전에 제출하여야 함

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 프랜차이즈 제안서(franchise offer, 창업 안내서)에는 어떤 내용이 있나요?

A. 프랜차이즈 관련 정부 규정 No. 42/2007 (GR No. 42/2007)

- a. 가맹본부의 신원정보
- b. 가맹본부 사업의 법적 유효성(적법성)
- c. 사업 이력(연혁)
- d. 가맹점의 조직도
- e. 과거 2개년의 재무보고서
- f. 지점 개수
- g. 가맹점 목록
- h. 가맹본부와 가맹점사업자의 권리와 의무

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

Q. 가맹계약서에는 어떤 내용이 들어가야 할까요?

A. 가맹계약의 내용은 아래의 내용을 포함하여야 함

- 당사자들의 이름과 주소
- 지식재산권의 종류
- 사업 종류
- 당사자들의 권리와 의무
- 가맹점에 대한 지원, 보조, 시설, 운영 지침, 훈련 제공
- 사업 분야
- 협약서 발효시점
- 보수 지급
- 소유권, 소유권의 변경, 상속인의 권리와 명의
- 분쟁 해결 절차
- 협약서의 연장, 종료 절차

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 다. 국제가맹 계약」 참조

Q. 기업을 철수할 때 주의해야 할 점은 어떤 것이 있나요?

A. 인도네시아에 진출한 회사를 정리하는 방법은 해산, 회사 존립 기간 소멸, 흡수합병, 신설합병, 파산선고를 받는 방법 및 사업허가서 취소로 인한 정리 방법이 있음

자산 정리, 근로자 퇴직처리, 채권 채무 정리 등 회사의 해산 및 청산 진행 상황에 따라 유연하게 처리하여야 함

▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 나. 외국인투자 기업 청산」 참조

Q. 분쟁 시 해결 절차 및 상담기관은?

- A.**
- 지식재산권 분쟁상담 : 한국지식재산보호원 국제 지식재산권 분쟁 예방 컨설팅 지원(한국지식재산보호원 분쟁지원팀02-2183-5871~8)
 - 기업애로사항 상담 : 농수산식품유통공사의 외식기업의 경영 및 기술 등 애로사항 상담 및 지원 사업 안내(aT 식품기업컨설팅부 02-6300-1735)
 - 해외진출 상담 : KOTRA 국가별 분야별 전문 위원이 국내기업 해외투자 전반에 대한 온오프라인 상담(KOTRA 해외투자팀 02-3460-7365), KOTRA 무역투자 관련 문의 해결 및 관련 정보제공(KOTRA 해외진출상담센터 02-3460-7154, 투자종합상담실 02-3497-1970)
- ▶ 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 나. 프랜차이즈 분쟁」 참조
-

Q. 해외진출 상담기관은?

- A.**
- 한식진흥원 : 해외 한식 교육 및 해외 진출 전문 인력 교육, 한식당 컨설팅 등(한식진흥원 교육사업팀 02-6300-2052)
 - KOTRA : 프랜차이즈 해외 진출 지원(KOTRA 지식서비스팀 02-3460-7613), 지역 전문가 육성 과정 및 글로벌 마케팅, 해외전문인력 유치사업(KOTRA 해외취업팀 02-3460-7384), 시장조사 등 대행(KOTRA 시장조사팀 02-3460-7598), 해외 지식재산센터(IPDESK)운영 및 지식재산권 상담(KOTRA 지재권보호실 02-3460-3356)
 - 한국프랜차이즈산업협회 : 프랜차이즈 국가별 해외 진출 전략, 프랜차이즈 해외 박람회 및 전시회 전문가 양성(02- 3471-8135~8)
 - 특허청 지역지식재산센터 : 비영어권 브랜드 개발 지원, 해외출원비용지원(지역지식재산센터 대표번호 1661-1900)
 - 한국지식재산보호원 : 지식재산권 소송보험 지원 및 IP 분쟁 초동 법률자문 지원(한국지식재산보호원 기반정보팀 02-2183-5825), 기업간 협의체 구축 및 공동대응 지원(한국지식재산보호원 분쟁예방팀 02-2183-5821)
 - 중소벤처기업부 : 해외 민간 네트워크 활용 및 해외 규격인증 획득(중소벤처기업부 해외시장총괄담당관 042-481-6813)
-

2 진출유형

앞에서 언급했듯 현실적으로는 해외진출 유형을 명확하게 구분할 수는 없음. 예를 들어 해외진출 1호점은 국제가맹 형태로 운영하면서, 마스터 프랜차이즈 파트너를 탐색하거나, 현지 법인설립을 설립하여 직접지출을 하는 경우도 있어, 상황에 맞게 진행할 필요가 있음

본 교재에는 해외진출 유형은 계약방식이나 파트너 유무, 투자여부 등에 따라 다음과 같이 크게 4가지 유형으로 분류함

- ① 마스터 프랜차이즈(라이선싱)
- ② 합자(합작) 투자
- ③ 직접 진출
- ④ 국제 가맹

표 1-6 프랜차이즈 기업의 해외진출 방식 특징

진출형태	계약유무	투자코스트 금전코스트	현지사정 이해(정통)도	브랜드 관리	현지회사와 의 관계	현지대응
마스터 프랜차이즈	있음	없음	높음	현지기업 (파트너 기업)	현지기업의 상황에 의함	현지 파트너
현지 법인 진출 방식	없음	있음	낮음	한국본부	현지법인	현지법인
합작 법인 진출 방식	있음	있음	높음	한국본사 의사반영	현지법인	합작법인
현지 가맹점 진출 방식	있음	없음	높음	한국본부	현지기업의 상황에 의함	한국본부
라이선싱 (기술제휴)	없음	없음	낮음	한국본부	해외 거래처	한국본부

[참조. 프랜차이즈 해외진출 가이드_일본, (사)한국프랜차이즈협회]

< TIP >

- 해외진출 경험이 없거나 진출 인력이나 자금이 부족할 경우에는 마스터 프랜차이즈(라이선싱), 국제 가맹 진출유형을 추천함
- 해외진출유형의 구체적인 내용은 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함

※ 최근 해외진출 동향

최근 해외진출 시 마스터 프랜차이즈(라이선싱), 합자(합작) 투자, 직접 진출, 국제 가맹 등으로 정형화하지 않고, 직접 진출 후 마스터 프랜차이즈나 합작투자로 전환하거나 마스터 프랜차이즈로 진출했다가 파트너기업을 인수하여 직접진출로 전환하는 등 현지상황에 따라 복합적으로 운영하기도 함

뿐만 아니라 국가별 마스터 프랜차이즈를 제공하는 경우 마스터 프랜차이즈 라이선스를 받은 파트너가 무리하게 가맹 사업으로 뛰어들어 실패하거나 해당 지역 계

약자가 자신들의 소수 매장만 개설하고 사업이 진행되지 않는 경우가 많아, 파트너가 직영점을 먼저 오픈하여 일정 지역 내에서의 브랜드 이미지를 올리는 작업과 함께 운영 매뉴얼의 세분화 및 수정 작업을 진행 하도록 유도하고 일정 수의 직영점 오픈이 되면 개발된 직영점을 매각하거나 신규 가맹사업자를 모집할 권리는 부여하는 단계별 계약 형태도 이루어지고 있음

그리고 프랜차이즈 계약 관계에 있어서 마스터 프랜차이즈, 국제가맹계약과 라이선스 계약의 구별을 거부하고 통괄적으로 프랜차이즈 계약으로 보는 경향도 있음

가. 마스터 프랜차이즈(라이선싱)

(1) 개념

파트너사가 특정 지역 내에서, 일정 기간 동안 가맹본부의 프랜차이즈 시스템과 비즈니스 콘셉트를 독점 사용하며 스스로 매장을 운영하거나 가맹점을 모집할 수 있는 사업권 자체를 가지게 되는 진출 방식

(2) 장점

- 파트너사의 자금력이나 현지 네트워크, 경험 등의 우수한 조건을 활용할 수 있다면 현지에서 빠르게 사업을 확장할 수 있는 기회를 가짐
- 가맹 본부의 자금이나 인력을 비교적 적게 투입하므로 실패하더라도 재무적인 위험이 크지 않은 방식
- 법적인 절차, 문화적인 측면, 비즈니스 환경 등에서 파트너사가 중간 역할을 해주므로 적은 시행착오로 현지 시장의 정착이 가능

(3) 단점

- 가맹본부가 현지에서 통제력을 발휘하기 어려워 현지에서 브랜드 콘셉트와 표준 절차가 잘 구현되지 않거나 지켜지지 않을 수 있음
- 파트너사가 계약 사항을 제대로 이행하지 않는다고 하더라도 시간과 비용의 문제로 인해 법적 제재를 가하기가 쉽지 않음

(4) 적합한 경우

- 국내 또는 해외에서 프랜차이즈 기업으로서의 사업성이 검증되었으며, 특정지역에서 파트너를 통해 빠른 시스템 구축과 안정적 운영 및 사업 확장을 원하는 경우
- 문화적, 제도적 환경의 차이가 커서 현지에서 경험이 많은 파트너에게 의존하는 것이 유리한 경우

- 재정 자원은 부족하나, 프랜차이즈 시스템이 잘 갖추어져 통제할 수 있는 내부 역량이 충분한 경우
- ※ 라이선싱 형태는 마스터 프랜차이즈와 진출 프로세스 및 운영 형태는 비슷하나, 종합적인 지원을 제공하는 마스터 프랜차이즈와는 다르게 브랜드 사용권이나 기술 제휴를 통해 해외에 진출하는 방식이며, 마스터 프랜차이즈에 비해 가맹본부의 통제 및 관리 권한이 적은 것이 특징임

< TIP >

- **MAPPS** - “계약된 지역에서 우리 브랜드에 대한 ‘현지 본부’ 권한을 몽땅 주다”
- 마스터 프랜차이즈 방식은 중소기업뿐만 아니라 대기업에서도 가장 보편적으로 활용하는 형태임

※ 라이선싱 방식

라이선싱 방식은 기술제휴 방식이라고 하며, 노하우를 전수하고 그에 대한 로열티를 지불받는 소극적 형태의 해외진출 방식임

라이선싱 방식은 노하우와 제품만을 수출하는 방식이라 간편하고 리스크도 적으며, 통상 해외 기업으로부터의 요구에 의해 진행되기에 계약 조건을 유리하게 적용할 수 있는 장점이 있지만, 단순한 노하우와 상품의 제공만을 하기 때문에 현지 시장에서의 영향력이 적고, 안정된 시장이 형성되었을 경우 시장 지배력을 행사할 수 없다는 단점이 있음

보통 적극적인 해외진출을 하기 이전 진출국에서 시장 형성을 위하여 주로 사용됨.

나. 합자(합작) 투자

(1) 개요

가맹본부와 현지 파트너가 함께 합자(합작) 투자회사를 설립하는 형태로, 합자투자의 경우 자본투자 비율에 따라 경영권 및 이익 배분 등이 결정되며, 합작투자의 경우 자본투자가 아닌 계약 내용에 따라 결정됨

(2) 장점

- 가맹본부가 현지 사업에 직접 참여하여 브랜드 및 운영과 관련된 통제력을 행사 할 수 있고, 가맹점 모집에도 신뢰성의 측면에서 유리
- 가맹본부의 운영 인력이 파견되므로 현지 비즈니스에 대한 자체적인 역량 향상 파트너의 역량, 네트워크 경험 등을 활용하여 사업 확장이 용이

(3) 단점

- 일정 부분의 자금 및 인력에 대한 부담이 있으며 현지 사업이 정착되기 전까지 지속적인 투자가 필요
- 다른 유형에 비해 계약 및 협상에 많은 시간과 비용이 들며, 현지 법률에 의한 제약과 분쟁 발생의 위험이 높은 편임

(4) 적합한 경우

- 법적으로 외국 기업의 단독 투자를 허용하지 않는 지역으로 진출하는 경우
- 장기적인 관점에서 가맹본부의 적극적인 참여를 통해 사업을 확장시키고자 하는 지역으로 진출하는 경우
- 비교적 적은 자본 투자를 통해 진출하면서, 브랜드 및 시스템에 대해 비교적 강한 통제권과 관리 권한을 가지하고자 하는 경우

< TIP >

- **MAPPS** - “같이 투자하고 같이 운영하고 같이 벌다”
- 현지 파트너와 합자(합작) 투자 회사를 설립하고 상호 역할 분담을 통해 현지 사업을 운영해나가는 형태이며 주로 중견 기업에서 선호하는 방식

다. 직접 진출

(1) 개요

가맹본부가 외부 파트너의 도움 없이 현지에서 직접 사업을 운영, 준비과정부터 정착에 필요한 모든 비용과 인력을 직접 부담하며 현지 운영 및 사업 확장에 대한 책임도 모두 가맹본부에서 부담

(2) 장점

- 가맹본부의 브랜드 콘셉트와 표준 절차에 대해 통제 및 유지 가능
- 기본 시장조사 및 기획이 잘 이루어져서 사업이 성공적으로 진행된다면 중간 단계를 거치지 않으므로 가장 큰 수익을 얻을 수 있는 방식
- 장기적 투자의 측면에서 현지에서의 브랜드 및 시스템 구축 과정을 철저하게 관리 가능

(3) 단점

- 자금 및 인력 투입에 대한 부담뿐만 아니라 현지에서 발생하는 다양한 변수에

- 대한 위험을 전적으로 부담해야 함
- 파견 직원의 현지 문화에 대한 이해, 경험 정도 및 운영 역량에 따라 많은 시행착오를 거치게 되거나 이에 문제가 있을 시 사업 확장이 어려울 수 있음

(4) 적합한 경우

- 규모가 큰 대기업이나 자금력과 내부 역량이 잘 갖추어져 있어 현지에서 자체적인 경영이 가능한 경우
- 본격적인 해외 시장 진입에 앞서, 현지 시장에서 브랜드의 사업성을 검증하고, 장기적으로 프랜차이즈화 하기 위한 시스템을 갖추고자 하는 경우
- 노하우 유출을 피하기 위해 강력한 통제가 필요하거나, 법적으로 브랜드나 노하우 보호가 취약한 지역으로 진출하는 경우

< TIP >

- **MAPPS** - “파트너를 통해 나가지 않는다, 모든 것을 우리 돈으로, 우리 힘으로 나간다”
- 국내에서와 마찬가지로 현지에서 직접 사업을 운영하는 방식입니다. 향후 좋은 조건의 파트너 계약을 위해 직영점을 운영하는 초기 진출 전략으로도 활용할 수 있음

라. 국제 가맹

(1) 개요

국내에서의 가맹사업과 마찬가지로, 가맹본부가 가맹 사업자와 하나의 단위 가맹점 운영을 계약하는 형태로 국내 가맹본부가 현지 가맹점을 직접 관리하는 형태

(2) 장점

- 큰 비용을 들이지 않고 현지에 쉽게 진출할 수 있으며 이 가맹점을 시범점포로서 활용하면 현지 사업 확장의 기회로 활용 가능
- 국제 가맹을 할 파트너 선정부터 감독, 교육 등을 모두 직접 관리하므로 브랜드 및 표준 시스템 준수에 대한 통제 가능
- 국내에서 수출하는 장비나 식재료 비중이 높은 경우 이를 통한 수익을 극대화할 수 있음

(3) 단점

- 노하우 전수를 위해 소요되는 시간과 비용과 비교했을 때, 가맹점 계약이 많지

않을 경우에는 수익이 크지 않을 수 있음

- 다른 유형에 비해 계약 및 협상에 많은 시간과 비용이 들며, 현지법에 의한 계약과 분쟁 발생의 위험이 높은 편임

(4) 적합한 경우

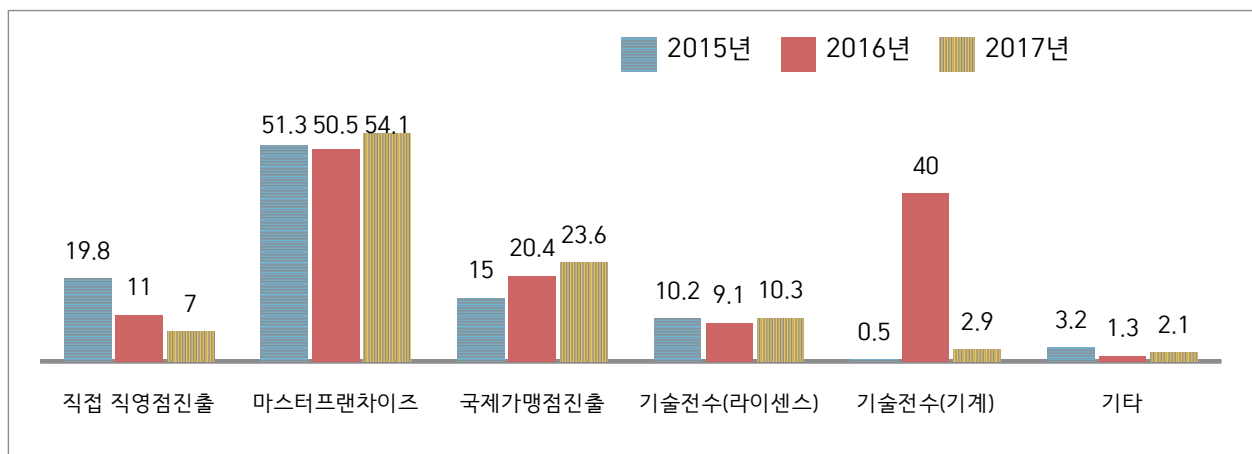
- 진출 시장이 한국과 가깝거나 출장 및 체류 비용에 대한 부담이 크지 않아 관리 및 교육이 어렵지 않은 경우
- 본격적인 현지 진출에 앞서 직접 투자나 파트너를 통한 진출이 어려운 경우에 국제 가맹점을 통해 사업성 검증 및 시범 점포로서의 전략적 운영

< TIP >

- **MAPPS** - “국내에서의 가맹점 계약처럼, 하나의 계약에 점포 하나”
- 현지에 가맹점을 직접 모집하여 운영하는 형태로, 적절한 마스터 프랜차이즈 파트너를 구할 수 없거나 직접 진출도 현실적으로 불가능한 경우에 전략적으로 국제 가맹점을 시범 점포 형태로 활용할 수 있음

실제 외식기업의 해외진출 유형을 볼 때 ‘마스터 프랜차이즈’ 방식이 다른 유형보다 월등히 높으며, 그 외 국제가맹, 직접진출 등이 차지하고 있음

표 1-7 해외진출 사업유형



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사 보고서. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

- 외식기업의 유형별 해외진출 사례
 - 마스터 프랜차이즈(라이선싱) - 교촌치킨, 마포갈매기
 - 직접 진출 - 뚜레쥬르, DOUNKIN'DONUTS
- 「IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 4. 인도네시아 프랜차이즈 성공사례」 참조

진출유형을 결정하는 요인으로는 기업 자체적인 내부요인과 진출국이나 파트너의 외부요인으로 구분할 수 있음

내부요인	외부요인
1. 사업 목표 2. 재무 여건 및 관리 역량 3. 노하우에 대한 지원 및 통제 4. 물류 시스템	5. 현지 법률 및 시장 환경 6. 파트너 요구 조건

본 교재에서는 진출유형을 결정하는 요인 중에서 기업의 해외진출 Risk를 줄일 수 있는 법률 및 제도적 요인에 초점을 맞추어 설명함

법률 . 제도 요인	조사항목	비고
투자 관련 법률	외국인 투자 제한 투자 관련 절차 해외 투자법인 제약	진출 형태가 변동될 가능성이 있음
프랜차이즈 관련 법률	프랜차이즈 등록 조건 프랜차이즈 등록 필수 여부 프랜차이즈 등록 시기	일부 국가의 경우 수익성 증명을 요구하는 등 프랜차이즈 등록이 까다로운 곳이 있음
외식 및 식품 관련 법률	위생 관리 식재료에 대한 승인	관련 사항을 지키지 못할 경우 법적인 제재가 강한 경우가 많음
세무 관련 법률	자금 송금 관련 사항 법인세를 포함한 기타 세금	국내 송금 시 세금 비중 확인 필수
부동산 관련 법률	부동산 계약 관련 법률 임대차 보호 관련 법률	부동산 계약에 문제가 생길 경우 영업 자체가 중단될 수 있음
수출입 관련 법률	수출할 식재료 및 물품에 대한 점검 관세 관련 사항	수출 관련 사항은 한 국가 내에서도 지역별로 다를 수 있음
노동 관련 법률	현지인 채용 비중 노동법 및 고용법	법률 준수하지 않을 시 처벌이 강한 국가들이 있으므로 주의

1 국가현황

가. 일반현황

(1) 일반



- 국명 : 인도네시아 공화국(Republik Indonesia)
- 위치 : 동남아시아
- 면적 : 190만km²(세계 15위, 한반도의 9배)
※ 도서 수 : 17,508개(무인도 7,133개)
- 인구 : 약 2억 6,000만

- 수도 : 자카르타(인구 약 1,200만명, 면적 661km²/서울605km²)
- 민족 : 자와족(35%), 순다족(13.6%), 아체족, 바딕족, 발리족 등 300여 종종
- 언어 : Bahasa Indonesia(인도네시아어)
※ 자바어, 순다어 등 지방어 및 지방사투리 포함 모두 583종
- 종교 : 이슬람교(86%), 기독교(6%), 가톨릭(3%), 불교(2%), 힌두교(1.8%)
- 정체 : 공화국 (대통령 중심제)
- 주요도시
자바(Java)섬 : 자카르타, 수라바야, 반둥, 족자카르타, 스마랑
수마트라(Sumatera)섬 : 메단, 빨렘방, 빠당
칼리만탄(Kalimantan)섬 : 뽀띠아낙
술라웨시(Sulawesi)섬 : 마카사르
발리(Bali)섬 : 덴빠사르

(2) 인구통계 및 정치, 문화현황

(가) 인구현황

- 인도네시아의 인구는 약 2.6억 명으로 세계 4위이자 동남아 1위 규모이며, 생산가능 인구나 유소년 인구가 각각 전체의 67.2%, 27.5%로 높아 생산과 소비 양 측면에서 매력적인 인구구조를 지님
- 인도네시아는 39세 이하 인구가 전체의 61.4%를 차지할 정도로 고령화 사회가 완만히 진행되고 있고 젊은 층이 소비시장의 핵심을 이룸

표 2-1 인도네시아 연령별 인구구성 및 전망

	2016	2020	2030
14세 이하(%)	27.5	26.3	23.5
생산가능 인구(%)	67.2	67.9	68.1
65세 이상(%)	5.3	5.9	8.4

[출처. World Bank, UN, BMI, Euromonitor, 한국무역협회]

- 인도네시아는 1인당 GDP 역시 2016년에는 전년대비 약 7% 성장한 3,570.3달러로 중산층의 성장과 1인당 GDP의 성장으로 매력적인 소비시장으로 대두됨
- 인도네시아는 다양한 인종으로 구성되어 있는 다인종 국가이며, 그 중 가장 큰 비중을 차지하는 종족은 자바족(41%)과 순다족(15%)임. 하지만 전체 인구의 4% 내외에 불과한 화교가 인도네시아 경제계를 주도하고 있으며, 인도네시아의 상장기업 중 화교 기업의 비중이 70% 이상을 차지함

< **Tip** >

- 인도네시아는 **젊은 층**이 많아 이들을 대상으로 하는 아이템 개발과 마케팅 전략이 필요함
- 초기 진출은 인도네시아 경제권을 쥐고 있는 **화교**를 대상으로 진출하는 것이 안정적으로 정착할 수 있음

(나) 지형과 기후

- 인도네시아는 서쪽의 수마트라 섬과 동쪽의 파푸아 섬까지 약 5,100Km에 걸쳐 있는 10,000개 이상의 섬들로 이루어져있으며, 주요 섬은 수마트라(Sumatra), 자바(Jawa), 칼리만탄(Kalimantan), 술라웨시(Sulawesi), 파푸아(Papua)이며, 자바 섬이 전체인구의 약 57%, 전체 GDP의 약 58%를 차지함
- 기후는 고온다습한 열대성 해양 기후에 속하며, 연평균 기온은 25~28°C, 습도는 73~87%임. 계절은 우기와 건기로 구분되는데, 우기는 10~3월경, 건기는 4~9월경임. 우기에는 하루 1시간 정도 스콜이 집중적으로 내리며 스콜이 그치면 날이 개는 것이 특징임. 그러나 최근에는 기후 변화로 인해 우기가 4~5월 까지 이어지며, 비가 하루 내내 내리거나 2~3일 간 지속될 때도 있음
- 인도네시아 최대 경제 도시는 자카르타로 인도네시아 전체 GDP의 약 17%할 정도로 중요한 위치를 차지하고 있으며 1인당 GDP 역시 전체 1인당 GDP의 약 4배 수준임.

< TIP >

- 인도네시아 초기 진출지역은 최대 도시인 **자카르타**가 바람직하며, 다른 지역보다 소득수준이 높아 가격정책에서 고가정책을 유지하는 것이 좋음
- 더운 날씨로 인하여 **쇼핑몰**에서 문화생활을 많이 하기에 쇼핑몰 입점하는 것이 안정적으로 정착할 가능성이 있음

(다) 종교 및 언어

- 인도네시아는 전체 인구의 87%인 약 2억 명이 이슬람을 믿는 세계 최대의 이슬람 국가임. 이에 따라 인도네시아의 식품 및 외식시장 진출 시, 돼지고기를 먹지 않고 할랄 육류 제품만 섭취하는 무슬림의 특성을 고려해야 함
- 인도네시아 공식어는 바하사 인도네시아(Bahasa Indonesia)이고 인니어라고도 불리며 말레이어의 한 방언이기 때문에 말레이시아의 말레이어와 아주 유사하여 서로 의사소통이 가능함. 이외에도 영어, 독일어 등 약 600개의 다양한 방언과 언어가 일상생활 속에서 사용됨

※ 말람밍구(Malam Minggu)

말람밍구는 직역하면 일요일 밤이지만, 보통은 일요일 전날 밤인 토요일 밤을 가리킴. 인도네시아 인들은 이슬람의 영향으로 술을 마시지 않는 사람이 대다수이기 때문에 음주문화가 발달한 편은 아니며, 대신 휴일에는 더운 날씨를 피해 시원한 쇼핑몰에서 문화생활과 여가를 즐기는 것을 선호함.

< TIP >

- 인도네시아는 종교적 특수성(할랄), 언어문제 인하여 반드시 현지인이 진행하거나 현지인과 함께 사업을 진행하는 것이 좋음
- 초기 안정적인 진출을 위하여 사전에 **할랄제도**에 대한 이해가 꼭 필요함 (초기에는 음식문화가 유사한 화교를 대상으로 사업을 전개하는 것이 바람직함)

(3) 경제현황

(가) 경제현황

- 2018년 1인당 명목 GDP는 4,020.4달러로 사상 최초로 4,000달러대에 진입할 것으로 예상되는 등 상승세에 있으며, 개인 소비자들의 구매력 역시 상승세 있음
- 세계은행은 2017년 인도네시아 경제성장률이 5.2%, 2018년에는 5.3%까지 달성할 것으로 보고 있으며, 이는 안정적인 국내 경제 유지에 기인한 예측임

표 2-2 주요경제지표

주요지표	단위	2015	2016	2017	2018
명목 GDP	십억 달러	861.1	932.1	1,012.0	1,057.0
1인당 명목GDP	달러	3,366.3	3,610.0	3,883.3	4,020.5
실질성장률	%	4.9	5.0	5.1	4.7
실업률	%	6.2	5.6	5.2	5.7
소비자물가상승률	%	3.3	3.0	4.4	5.7
총수출	백만 달러	149,123	144,444	157,564	156,421
총수입	백만 달러	135,076	129,008	141,757	142,846
무역수지	백만 달러	14,047	15,436	15,807	13,575
외국인직접투자	억 달러	292.7	289.6	322.6	n/a

※주: 2017년은 추정치, 2018년은 전망치 기입

[자료: EIU, BKPM, 인도네시아 무역부, 인도네시아 중앙은행]

< TIP >

- 인도네시아는 현재 가장 빠르게 성장 중인 신흥개발국이며, 세계 4위의 인구를 보유하고 있는 거대 잠재 소비시장임

(나) 외식산업 현황

- 인도네시아 식음료 산업을 성장시키는 요소들로는 많은 인구 기반과 정부의 인프라 산업육성정책에 기초한 급속한 도시화로 꼽을 수 있으며, 2050년에는 인구의 70%가 도시에 거주할 것으로 예측됨.
- 인도네시아는 세계 최대 무슬림 보유국가로서 '이슬람 경제'를 대표하는 시장으로 부각되고 있음.

표 2-3 할랄 및 비할랄 식품 판매액

구분	2015	2016	2017	2018
총식품 판매액	130.8	140.7	157.4	176.1
비할랄 인증제품 판매액	111.2	105.5	87.0	79.2
할랄 인증제품 판매액	19.6	35.2	70.4	96.9

※단위 : 10억달러, 톤

[자료: BMI, IPSOS]

- 인도네시아의 외식산업은 2017년까지 매출액 기준 3.4%의 성장률을 기록할 전망이다
- 도시 사람들의 생활양식 변화로 집에서 요리할 시간이 부족하여 풀서비스 레스토랑은 3.1%의 성장률을 기록하여 점포수 증가함. 하지만 패스트푸드, 카페/바, 배달/테이크아웃 증가로 시장점유율은 낮아질 전망이다
- 경제력이 있는 화교(약 100만 명)를 중심으로 한 상류층은 고급스럽고 비싼 외국식품과 음식을 선호
- 고품질 식품, 안전식품, 유기농식품에 대한 중상류층의 관심이 증가하고 있으며, 제품성분, 안전마크, 할랄마크(무슬림소비자) 등을 꼼꼼하게 확인하고 구매함
- 도시화로 인해 자카르타 및 지방 대도시로 근로자가 몰리고 있으며, 이들은 주로 도시 외곽에서 이른 아침에 오토바이로 출근하는 등 바쁘게 생활하고 있어 간편 조리식품의 수요가 편의점, 슈퍼마켓을 중심으로 증가하고 있음
- 인도네시아 한류 열풍과 함께 한국 음식의 맛, 재료의 신선도, 청결, 서비스 등에 대한 인도네시아 현지인의 선호도가 급격히 높아지는 추세이며, 특히 다양한 반찬과 음식추가를 무료로 제공하는 한국 음식점 문화가 큰 호응을 얻고 있음
- 자카르타에 거주하는 중국계 인도네시아인에 집중되어있던 한국 음식 수요가 다양한 소비자층으로 확대되는 추세에 있으며, 인도네시아 제3의 도시 반둥의 한 쇼핑몰에는 한국의 특정 브랜드 아이스크림만 판매하는 상점이 운영되고 있으며, 짜장 라면을 짜장면으로 소개하는 등 한국 분식을 판매하는 길거리 식당도 인기 있음

< TIP >

- 인도네시아는 세계 최대 무슬림 보유국가로서 매년 할랄시장 규모가 증가하고 있음
- 상류층인 중국계 인도네시아인을 중심으로 고급스럽고 비싼 외국식품을 선호함
- 한류 열풍과 한국음식에 대한 인도네시아 현지인의 선호도가 높아짐

나. 프랜차이즈 시장 현황

- 프랜차이즈 협회(WALI)에 따르면 프랜차이즈 업계의 매출액이 2017년 매출 전년 대비 20% 증가 예상됨
- 인도네시아 무역부에 따르면 프랜차이즈 기업은 600여개(외자유치 지점 400개)에서 총 지점 개수는 2만 4,000개소로 2015년 매출액은 172조 루피아(약 15조 500억 원)였음
- 대표적인 프랜차이즈 업체는 KFC, 버거킹, 맥도날드, 스타벅스 등으로 대부분의 글로벌 프랜차이즈 업체들의 경우 할랄인증을 받아 소비자들이 믿고 소비함
- 한국 프랜차이즈 업체로는 뚜레쥬르, 본가, 롯데리아, 교촌치킨 등이 현지 시장에서 인지도를 높여가고 있으며, 해당 프랜차이즈 업체 소비용 식재료 수입이 증가하고 있는 추세임(출처 : 자카르타경제일보. 2016)
- 외국계 프랜차이즈의 시장 점유율이 70%로 다수를 차지하는 가운데 자국(토종) 프랜차이즈는 30% 수준에 머물러 있음
- 인도네시아에서 경제와 인구의 절반 이상이 집중되어 있는 프랜차이즈 산업의 70%가 자바섬에 집중되어 있음
- 2천8백만 인구가 거주하는 거대 도시인 자카르타는 수도일 뿐만 아니라 가장 많은 중산층 소비자가 밀집한 도시로 대다수 프랜차이즈는 자카르타에 첫 번째 매장을 개점하는 것이 일반적임

< TIP >

- 전체 프랜차이즈산업에서 외국계 프랜차이즈의 시장 점유율이 70%로 다수를 차지하는 가운데 자국(토종) 프랜차이즈는 30% 수준에 머물러 있음
- 경제와 인구의 절반 이상이 집중되어 있는 자바섬에 프랜차이즈 산업의 70%가 집중되어 있음

2 특수상황

가. 지리적 특수성

(1) 기후와 문화적 영향

- 인도네시아는 고온다습한 열대성 해양 기후로 인도네시아 사람들은 시원한 쇼핑몰에서 문화생활과 여가를 즐기는 것을 선호함
- 종교적 영향으로 음주는 하지 않지만 외식을 즐기면, 인도네시아의 문화적 특성상, 사업이나 손님접대 시에도 럭셔리 레스토랑을 주로 이용하는 경향이 있음

(2) 입지선정의 특수성

- 인도네시아에 진출한 외국 외식기업과 소매유통 프랜차이즈는 대부분 쇼핑몰, 쇼핑주상복합, 사무용 건물(도심 사업 지구)이 위치한 상업 지역 내 오픈을 함
- 특히 유명한 외국 외식 프랜차이즈의 경우 가격대가 중상위계층이 사용할 수 있는 브랜드이기 때문에 자카르타의 인도네시아 최고급 쇼핑몰이 집중되어 있음
- 인도네시아 도시가 여가를 위한 외부공간(공원)이 부족하여, 주말 외식, 쇼핑, 영화관람, 친구들과의 만남 장소로 쇼핑몰이 애용되고 있어 외식 프랜차이즈 진출 시 대도시 쇼핑몰이 최우선적으로 선정됨

표 2-4 자카르타 고급 쇼핑몰 현황

번호	쇼핑몰	주말 방문객수	임대료(달러)
1	Plaza Indonesia	125,000	70~130/m ²
2	Grand Indonesia	110,000	50~60/m ²
3	Pacific Place	100,000	70~80/m ²
4	Mall Taman Anggrek	270,000	25~35/m ²
5	Central Park	625,000	40~70/m ²
6	Pondok Indah Mall	300,000	60~120/m ²
7	Plaza Senayan	72,000	70~100/m ²
8	Senayan City	500,000	40~60/m ²
9	Gandaria City	300,000	60~70/m ²
19	Plaza Semanggi	250,000	25~35/m ²

※주: Plaza Senayan의 경우, 방문고객수를 차량으로 계산함
[출처: KOTRA 자카르타 무역관]

- 인도네시아 최대 도시인 자카르타는 한국 교민이 집중되어 있을 뿐만 아니라 외교관저와 부유층 저택 등 중상류층 주거지역을 배후로 하고 있어, 최고의 진출지역으로 꼽히고 있음
- 이후 인도네시아 2대 도시인 수라바야, 메단 등으로 매장을 확대하는 전략이 유효하지만, 자카르타와 기타 도시 간 경제력에서 큰 차이가 있음을 염두에 두어야 함

나. 할랄제도

(1) 할랄제도 의의

(가) 할랄의 정의

- 할랄은 아랍어로 '이슬람법에 의해 허용되다'는 뜻으로 무슬림 삶 전반에 걸쳐서 허용된 것을 의미하여 무슬림이 섭취할 수 있는 식음료를 지칭하는데 사용됨
- 식음료의 경우 할랄은 인체에 해로운 것, 이슬람법에서 금지되는 물질이 섞이지 아니한 것이며, 그 반대로 금기라는 의미의 하람(Haram)이 있고, 그 중간의 의문스럽다는 의미로 슈바흐(Syubhah)가 있어, 구분이 어려울 때는 하람의 범주로 간주하고 있음

(나) 할랄의 세계시장 규모

- 세계 무슬림인구는 17억명(2014년)에서 2030년 22억명으로 26.4% 증가할 것으로 예상되며, 특히 무슬림 주요 국가의 인구비중은 젊은 층의 증가속도가 다른 선진국의 속도의 2배로 2030년 무슬림의 연령 중간값은 30세에 이를 것으로 예상되어 식품소비 증가 전망됨
- 무슬림 소비자들의 식품과 라이프스타일 분야에 대한 소비가 전년 대비 2013년 9.5% 증가하고 향후 연평균 10.8%로 성장 전망되며, 2014년 기준 할랄식품시장 규모는 전세계 식품시장의 16% 수준인 \$6500억~\$1조1000억으로 추산되며, 무역을 통해 거래되는 할랄식품은 연간 \$3,470억 규모로 추정되고(KIEP 2014), 전세계 할랄식품시장은 2018년까지 \$2조5천억으로 전망됨(연평균 4.5% 성장)[참조. 창조경제 iCON 농식품&유통 이슈리포트 '한국식품의 중동 할랄시장 수출활성화방안', aT농식품유통교육원유통연구소]

(다) 할랄 인증제도

- 할랄 인증은 무슬림들이 제품을 구매할 때 으뜸으로 치는 기준이기 때문에 할랄 시장의 핵심 고객이라 할 수 있는 무슬림에게 어필하기 위한 필수요건임
- 전 세계적으로 약 300여 개의 할랄 인증기구가 있는데, 현재까지 모든 무슬림 국가에 통용되는 표준 할랄 인증 기준안에 대한 국제적 체계가 구축되지 않아 각 무슬림 국가마다 상이한 기준안으로 할랄 인증제도를 시행하고 있음
- 세계의 다양한 인증기관 중 공신력 있는 인증기관으로 인정받고 있는 기관은 Jabatan Kemajuan Islam Malaysia(말레이시아, 이하 JAKIM), Majelis Ulama Indonesia(인도네시아, 이하 MUI), Majelis Ulama Islam Singapura(싱가포르, 이하 MUIS), Islamic Feed and Nutrition Council of America(미국, 이하 IFANCA) 등이 있으며, 이들 국가의 인증은 체계적인 인증 기준을 가지고 있고 다수의 국가들과 교차 인증을 허용하고 있다는 점에서 할랄 인증과 관련해 공신력을 인정받고 있음
- 국내의 경우 한국이슬람교 중앙회(Korea Muslim Federation, 이하 KMF)에서 할랄인증을 실시하고 있음



말레이시아
JAKIM
(Jabatan Kemajuan Islam Malaysia)



인도네시아
MUI
(Majelis Ulama Indonesia)



싱가포르
MUIS
(Majelis Ulama Islam Singapura)



미국
IFANCA
(Islamic Feed and Nutrition Council of America)

(2) 인도네시아 할랄제도

(가) 할랄인증 의무법안 시행 논의

- 2014년 인도네시아 의회를 통과한 할랄인증 법안의 5년 유예기간이 끝나는 2019년부터 할랄인증이 의무화 될 예정임
- 동 규정에 따르면 2019년부터는 인도네시아에서 유통되는 모든 식음료·화장품·의약품·화학제품·생물학제품·유전자 변형 제품 모두가 할랄인증을 받아야 하며, 모든 수입제품도 해당 법령에 해당되며 인도네시아에 수입되기 전 할랄

인증을 받아야 함

- 할랄인증은 새롭게 설립된 인도네시아 할랄 인증기관인 BJI PH와 협약을 맺은 기관에서 발급한 인증만 인정됨

< TIP >

- 인도네시아는 할랄인증은 필수적인 절차로 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 5. 기타 > 가. 할랄 제도」에서 할랄 관련 법률과 인증제도를 설명하고 있어 참조바람

1 진출 시 프랜차이즈 주요 법률

가. 프랜차이즈 관련 법률 소개

(1) 인도네시아 프랜차이즈 법률

- 인도네시아 정부는 외국 프랜차이즈 기업과 대기업의 시장진입으로부터 중소기업 보호하기 위해 다음과 같이 중소기업에 관한 법령 no. 20/2008과 프랜차이즈에 관한 무역부 장관령 no.53/2012를 시행하고 있음
- 프랜차이즈 관련 정부 규정 No. 42/2007 (GR No. 42/2007)
- 무역부 규정 No. 53/2012 (MOT Regulation No. 53/2012)
- 무역부 장관령 No. 07/M-DAG/PER/2/2013
- 소규모 및 중소기업관련 법령 No. 20/2008 (UMKM 법규)

(가) 프랜차이즈 관련 정부규정 No. 42/2007 (GR No. 42/2007)

Government Regulation No. 42 of 2007 dated 23 July 2007 on Franchising (Regulation No. 42)

- 프랜차이즈에 대한 정부령 제정을 통해 국가적 사업 기회를 촉진시키고 프랜차이즈 형식의 사업 규칙을 제고하고자 제정됨
- 인도네시아에서 활동하는 모든 프랜차이즈 기업에 적용되는 기본 법률로 프랜차이즈 기준, 가맹사업 계약, 창업안내서 등록, 프랜차이즈 육성(개발) 및 감독, 제재, 전환 규정 등으로 프랜차이즈에 대한 전반적인 내용으로 구성되어 있음

(나) 무역부 규정 No. 53/2012 (MOT Regulation No. 53/2012)

Regulation of the Minister of Trade No. 53/M-DAG/PER/8/2012

- 이 법령은 자국 내 중소기업 사업 기회를 보호하기 위해 외국인 프랜차이즈를 규제하기 위하여 최근에 제정된 법률임
- 특히 가맹본부와 가맹점이 적어도 80% 이상의 현지 자재 · 설비 · 제품 · 서비스를 사용하도록 의무화되어 있어, 외국 프랜차이즈 기업의 경우 단지 20%

의 수입 자재 · 설비 · 제품 · 서비스를 사용할 수 있음

(다) 무역부 장관령 No. 07/M-DAG/PER/2/2013

- 자국 내 중소기업 사업 기회를 보호하기 위해 음식과 음료를 판매하는 모든 외식 프랜차이즈를 대상으로 규제하기 위하여 최근에 제정된 법률임
- 특히 프랜차이즈 기업은 최대 250개까지의 직영매장을 운영할 수 있으며, 그 이상 매장을 늘리기 위해서는 프랜차이즈 계약을 체결하거나 자본투자 방식으로 진행하여야 하며, 이때 계약 상대방은 현지의 중소기업에게 우선권을 부여하도록 하는 매장 수의 제한규정을 두고 있음
- 뿐만 아니라 현지에서 생산되는 제품을 80% 이상 사용하도록 의무화하고 있는 현지생산 제품의 의무사용도 두고 있음

(라) 소규모 및 중소기업관련 법령 No. 20/2008과 No. 44/1997

- 소규모 및 중소기업과 대기업 상생을 위하여 제정된 법률로 가맹본부가 대기업일 경우, 중소기업을 공급업체로 사용해야 한다고 명시하고 지역 확장을 할 경우에는 중소기업과 협력을 해야 한다고 명시하고 있음
- 인도네시아 정부는 중소기업의 발전을 위해 본 법률이 필요하며, 중소기업과 대규모 사업 간에 파트너십(사업협력)이 필요하다고 규정하고 있음. 이러한 파트너십의 형태 중 하나가 프랜차이즈이며, 검증된 사업기회와 균일한 사업 경영시스템을 가진 대기업이 중소기업과 협력하여 프랜차이즈 운영하도록 하고 있음

< TIP >

- 인도네시아 정부는 자국의 소규모 및 중소기업 보호를 위한 관련 법률을 두고 있으며, 자국의 기업과 함께 상생하는 프랜차이즈 운영을 강제하고 있음

(2) 프랜차이즈 관련 주요내용

(가) 프랜차이즈 인정 기준

- 프랜차이즈로 인정되기 위해서 사업은 No. 47/2007 규정 3조4항 및 무역부 규정 No. 53/2012 2조 1항에 의거한 6가지 요건을 갖추어함

① 사업상의 특성을 보유해야 함

- ② 수익성이 증명되어야 함
 - ③ 재화와 서비스에 대한 문서 표준화가 되어 있어야 함
 - ④ 연구, 교육, 적용이 용이해야 함
 - ⑤ 지속적인 지원이 이루어 있어야 함
 - ⑥ 지식재산권을 취득해야 함
- 위 기준을 충족시키지 못할 시에는 개인 또는 법인은 프랜차이즈 이름이나 용어의 사용을 금지함(No. 53/2012, 2조2항). 상기 조항에 부합되지 않을 경우 벌금형에 함(No. 53/2012 34조)

(나) 프랜차이즈 등록이 반드시 필요

- 외국인 및 주재국 가맹본부, 가맹점, 재하청 가맹본부, 재하청가맹점(이하 가맹본부라 함)은 인도네시아에서 프랜차이즈 사업을 영위하기 위해 사업계획서를 제출하여 프랜차이즈 등록증명서(SPTW)를 취득해야 함(No.42/2007 10조 1항 및 No. 53/2012 9조)
- 프랜차이즈 등록증명서(SPTW) 취득조건은 다음과 같음
 - ① 가맹본부는 최소 5년간 성공적이고 수익성이 있다는 것을 입증
 - ② 2년 내에 공인회계사가 작성한 회계감사보고서를 제출
 - ③ 가맹본부는 가맹점과의 프랜차이즈 계약서 서명 최소 2주 이전에 사업계획서를 제공해야 함(No. 53/2012 4조 1항).
 - ④ 가맹본부는 훈련, 운영안내와 상담, 마케팅 조사, 발전 등의 방법으로 가맹점에게 상담과 안내를 지속적으로 제공해야 함
 - ⑤ 가맹본부가 가맹점에게 제공하는 안내와 상담은 제품의 품질 관리와 사업평가를 포함하여 지속적으로 이루어져야 함
- 프랜차이즈 등록증명서(STPW)는 신청 접수로부터 2일 이내에 발급되며 5년간 유효하고 5년 단위로 연장할 수 있음(No. 42/2007 12조 5항, 6항 및 No. 53/2012 17조 1항, 2항).

(다) 법률에 따른 계약서 제공

- 프랜차이즈 계약서는 외국어로 되어있는 경우 인도네시아어로 번역이 되어야 하며 프랜차이즈 계약서에는 다음 조항이 포함되어야 함
 - ① 당사자들의 이름과 주소
 - ② 지식재산권의 종류
 - ③ 사업 종류
 - ④ 당사자들의 권리와 의무
 - ⑤ 가맹점에 대한 지원, 보조, 시설, 운영 지침, 훈련 제공
 - ⑥ 사업 분야

- ⑦ 협약서 발효시점
- ⑧ 보수 지급
- ⑨ 소유권, 소유권의 변경, 상속인의 권리와 명의
- ⑩ 분쟁 해결 절차
- ⑪ 협약서의 연장, 종료 절차

(라) 프랜차이즈 제안서(franchise offer, 창업 안내서) 사전제공

- 가맹본부는 적어도 프랜차이즈 계약체결 2주전 프랜차이즈 제안서(franchise offer, 창업 안내서)를 가맹점에게 전달해야 함
- 프랜차이즈 관련 정부 규정 No. 42/2007 (GR No. 42/2007)
 - ① 가맹본부의 신원정보
 - ② 가맹본부 사업의 법적 유효성(적법성)
 - ③ 사업 이력(연혁)
 - ④ 가맹점의 조직도
 - ⑤ 과거 2개년의 재무보고서
 - ⑥ 지점 개수
 - ⑦ 가맹점 목록
 - ⑧ 가맹본부와 가맹점사업자의 권리와 의무
- 무역부 규정 No. 53/2012 (MOT Regulation No. 53/2012)

부록1 : 프랜차이즈 제안서	Annex I : Franchise Offer Prospectus
인도네시아무역부 Mari Elka Pangestu 프랜차이즈 제안서	MINISTER OF TRADE OF THE REPUBLIC OF INDONESIA MARI ELKA PANGESTU FRANCHISE OFFER
프랜차이즈 제안서는 다음과 같은 사항을 포함해야 한다:	Prospectus Franchise Offer Prospectus shall at least contain:
1. 가맹본부의 정보, 경영인이거나 개인의 신분증 또는 여권사본, 이사 또는 주주의 신분증 또는 여권사본	1. Data on Franchisor's identity, i.e. photocopy of Identity Card or passport of the business owner if individual, and photocopy of Identity Card or passport of the Shareholders, the Board of Commissioners and Board of Directors if in terms of business entity.
2. 프랜차이즈 사업 적법성과, 무역사업자자격증(SIUP), 영구관광사업자자격증, 교육시설설립허가증, 가맹본부 국가의 사업허	2. Franchise business legality, namely the technical business permit such as Trade Business License (SIUP), Tourism Permanent Business License, Education Unit Establishment

가층과 같은 기술적 사업허가 증	Permit or business permit applicable in the country of Franchisor.
3. 사업의 연혁과 사업 설립, 사업 활동, 사업의 개발 등	3. The history of its business activity, namely a description covering among others, business establishment, business activity, and business development.
4. 국장, 주주, 이사, 가맹점을 모두 아우르는 가맹본부의 조 직구조	4. Franchisor organizational structure, namely the business organizational structure of the Franchisor starting from Commissioner, Shareholder and Board of Directors up to the operational level, including its Franchisee.
5. 프랜차이즈 취지서 발급 시 점에서의 최근 2년 재무제표, 손익계산서 등과 같은 재무구 조	5. The financial statements of the latest 2 years, namely the financial statement or balance sheet of the Franchisor Company 2 years consecutively calculated backward as of the time of application for Franchise Offer Prospectus.
6. 국내 가맹본부의 프랜차이즈 할인매장이나 외국 가맹본 부의 프랜차이즈 할인매장과 같은 사업장 수	6. The number of business place, namely the franchise outlets according to the domicile District/Municipal for the Domestic Franchisor and according to the state of domicile of outlet for the Foreign Franchisor.
7. 가맹점의 이름과 주소, 프랜 차이즈 취지서를 만든 기업의 정보 등 인도네시아 국내외에 본적지, 거주지를 가진 가맹점 리스트	7. List of Franchisee, namely list of name and address of the companies and/or individual as Franchisee and the company making the franchise offer prospectus, having domicile in Indonesia or overseas.
8. 가맹본부와 가맹점의 권한 과 의무: a. 가맹본부는 가맹점으로부터 사용료나 요금을 받을 자격이 주어져야 하며 가맹본부는 가 맹점에게 발전 경과를 제공 b. 가맹점은 지식재산권이나 가맹본부가 가진 특정 사업 전형을 이용할 자격이 주어져 야 하며 가맹점은 윤리강령을	8. Right and obligation of Franchisor and Franchisee, namely the right owned by the Franchisor and Franchisee, such as; a. Franchisor shall be entitled to receive the fees or royalties from the Franchisee, and then Franchisor shall provide continuous development to the Franchisee. b. zzz to use the Intellectual Property Rights or typical business characteristic owned by the Franchisor and then the Franchisee shall maintain the Code of Ethics/confidentiality

유지하며 가맹본부가 제공한 지식재산권과 특정 사업 전형의 기밀을 유지

of Intellectual Property Right or typical business characteristic provided by the Franchisor.

- 가맹본부는 프랜차이즈 제안서(franchise offer, 창업 안내서)를 가맹점과 프랜차이즈 계약을 맺기 전에 등록기관에 등록해야 함

(마) 프랜차이즈 상표

프랜차이즈 등록증명서(STPW)를 보유한 가맹본부와 가맹점은 프랜차이즈 상표를 사용할 수 있으며, 프랜차이즈 로고와 관련한 요건은 별도 무역부 규정에 따름(No. 53/2012 18조).

(바) 일방적 종료

프랜차이즈 경과에 앞서 가맹본부에 의한 일방적으로 종료된 프랜차이즈 계약 사건의 경우 가맹점은 당사자 간 분쟁해결이 이루어지거나(완전해지) 법원의 판결 전까지는 동일 지역에 신규 가맹점 계약을 체결할 수 없음(No. 53/2012 8조)

(사) 사업허가에 따른 사업수행 의무

No. 53/2012 21조에 의거하여 가맹본부와 가맹점은 해당 사업 라이선스가 보유한 사업 활동을 수행할 수 있음. 그러나 프랜차이즈 사업에서 판매되는 제품 중 비핵심 제품의 판매비중은 10% 이내로 제한됨

(아) 현지(인도네시아) 제품사용 의무

- 가맹본부와 가맹점은 현지에서 생산된 원재료, 사업 설비, 판매 재화를 80% 이상 사용해야 함 (No. 53/2012 19조)
- 대부분의 외국계 프랜차이즈들은 자료 및 자재를 수입해 점포마다 동일한 음식 및 분위기를 제공해야 하는데, 인도네시아 상품 비중을 의무화할 경우 동일한 서비스를 제공하지 못할 것을 우려됨

(자) 가맹사업 지원과 감독

- 중앙정부, 지역정부, 지방정부는 프랜차이즈 발전을 위한 개발, 안내, 상담을 수행함
- 프랜차이즈 개발은 합동 또는 개별적으로 수행될 수 있으며 적절한 기관을

통해서 진행하며, 프랜차이즈 개발은 합동 또는 개별적으로 정부, 지역정부, 지방자치단체에 의해 이루어짐

- 프랜차이즈 이행 감독을 위해 무역부 직원을 파견하여 관리 감독업무를 수행함
- 무역부는 적절한 기관과 중앙, 지역적으로 프랜차이즈 관리감독을 하기 위해 협력하며, 필요시, 프랜차이즈 등록 증명서 발행기관 또는 책임기관은 이행된 사업에 관한 프랜차이즈 개인 또는 기업체 정보나 자료를 요청할 수 있음

(차) 보고

- 프랜차이즈 등록 증명서(STPW)를 보유하고 있는 국내 가맹본부, 외국의 하청 가맹본부, 외국 프랜차이즈의 가맹점은 프랜차이즈 활동보고서를 무역부와 함께 지방정부 무역담당공무원에게 매년 3월31일 전에 제출하여야 함
- 프랜차이즈 등록 증명서 발행기관은 무역부와 지방정부 무역담당 공무원에게 프랜차이즈 등록 증명서 발급과 관련된 보고서를 매년 1월31일 이전에 제출하여야 함

(카) 벌금

인도네시아 프랜차이즈 규제 조항을 준수하지 않는 가맹본부나 가맹점에는 벌금이 부과되며, 외국 가맹본부, 외국 프랜차이즈 가맹점, 외국 하청 가맹점에게 벌금이 부과될 수 있으며 무역부의 비과세 수익 정부 규제에 따라서 실행됨

(타) 프랜차이즈 매장 수 및 소유주제한

- 가맹본부와 가맹점은 자사 운영-경영 매장 최대 150까지만 소유 가능
- 가맹본부와 가맹점이 150개 이상의 매장을 소유하고자 하는 경우 초과되는 매장의 40%는 프랜차이즈 매장이어야 함
- 가맹본부가 프랜차이즈 매장을 설립하고자 하는 경우 반드시 현지 중소기업이 프랜차이즈로 소유주로 참여해야 함.
- 단, 가맹본부와 가맹점이 150개 매장을 소유하지만, 무역부가 매장 운영 이익이 발생하지 않는다고 판단된 경우, 평가를 거쳐 매장을 더 설립하고자 하는 가맹본부가 가맹점을 찾을 수 없는 경우 등 150개 이상 매장을 소유할 수 있도록 예외조건을 규정함
- 인도네시아 정부, 해당 법으로 일부 유통회사의 독과점 현상 방지하고 인도네

시아 중소기업 현대 유통채널에 참여 극대화할 수 있을 것으로 기대함. 일부 기업의 급격한 팽창속도를 늦추었으나 영향은 다소 제한적인 것으로 판단됨

< TIP >

- 프랜차이즈를 하기 위한 조건과 등록제도(STPW)를 운영하고 있음
(최소 5년간 성공적이고 수익성이 있다는 것을 입증해야 하며, 2년 내에 공인회계사가 작성한 회계감사보고서를 제출하여야 함)
- 제안서(franchise offer, 창업 안내서) 사전제공의무나 계약해지 및 종료 등을 가맹점과의 계약에 관하여 일정한 절차를 두고 있음
- 현지(인도네시아) 제품사용 의무
- 프랜차이즈 매장 수 및 소유주제한

(3) 프랜차이즈 기업 등록

- 외국인 및 주재국 가맹본부, 가맹점, 재하청 가맹본부, 재하청 가맹점은 인도네시아에서 프랜차이즈 사업을 영위하기 위해 프랜차이즈 등록증명서(SPTW)를 취득함
- 자카르타 무역사무소 또는 지방관청에서 프랜차이즈 등록증명서(STPW)를 발급받을 수 있음(No. 42/2007 11조 및 No. 53/2012 10조)
- 프랜차이즈 등록증명서(STPW)는 신청 접수일로부터 2일 이내에 발급되며 5년간 유효하고 5년 단위로 연장할 수 있음(No.42/2007 12조 5항, 6항 및 No. 53/2012 14조 및 17조 1항)
- 프랜차이즈 등록증명서를 받기 위해서 가맹본부는 최소 5년간 성공적이고 수익성이 있다는 것을 입증해야 하며, 2년 내에 공인회계사가 작성한 회계감사보고서를 제출해야함

(가) 지원 절차(SP-STPW)

- 외국의 가맹본부나 외국 하청 가맹본부의 프랜차이즈 등록확인서는 무역부의 사업개발과 기업등록부(Directorate General of Domestic Trade, Ministry of Trade)와 같은 공식 발급기관에 관련 자료와 함께 제출되어야 함
- 외국 프랜차이즈 가맹점의 프랜차이즈 등록 확인서는 사업개발과 기업등록부에 관련 자료와 함께 제출되어야 함
- 국내 프랜차이즈 가맹점이나 외국 프랜차이즈 하청 가맹점의 프랜차이즈 등록 확인서는 사업개발과 기업등록부에 관련 자료와 함께 제출되어야 함

- 프랜차이즈 등록 지원서는 기업의 소유자, 경영자 또는 대표자의 서명이 있어야 하며 관련 서류를 같이 제출하여야 함
- 지원 시 모든 문서는 원본이어야 함
- 프랜차이즈 등록 확인서 지원의 행정 절차는 변호사 위임과 기업의 소유자, 경영자, 대표자의 서명을 제출하면 제3자에 의해 수행될 수 있음
- 외국 가맹본부가 등록한 프랜차이즈 취지서는 공증을 거쳐야 하며 주한 인도네시아 대사관 상무관이 발행한 확인증을 동봉해야 함

(나) SP-STPW 승인

- 프랜차이즈 등록 확인서 지원서와 구비문서 수령 3일 이내에 공식 발급 기관에서 프랜차이즈 등록 확인서를 발급함.
- 프랜차이즈 등록 확인서에 하자가 있음이 발견될 경우 공식 발급기관은 지원자에게 지원서 수령 최대 3일 이내로 프랜차이즈 등록 확인서발급 거부문서를 발행해야 하며, 거부 문서를 수령한 지원자는 구비문서를 갖추어 다시 제출해야 함

표 3-1 발급기관 별 STPW 종류

번호	발급기관	STPW 종류
1	Ministry of Trade, Directorate of Business Development, Trade Service Unit. (Direktorat Bina Usaha Perdagangan up. Kantor Unit Pelayanan Perdagangan)	- Foreign Franchisor - Foreign franchisee(from foreign franchise) - Foreign Subsequent franchisor (from foreign franchise) - Local franchisor - Local Subsequent Franchisor (from local franchise) - Local franchisee(from foreign franchise)
2	Local Office of Trade & Industry in each Regency/municipality (Kantor Dinas Perdagangan & Perindustrian)	- Local Franchisee(from local franchise) - Local Subsequent Franchisee (from foreign franchise) - Local Subsequent Franchisee (from local franchise)

나. 프랜차이즈 법률

(1) 인도네시아 정부령 No.42, 2007년 프랜차이즈에 관한 법



인도네시아 정부령
No.42, 2007년
프랜차이즈(가맹사업)에 관한 법
전능하신 신의 은혜로
인도네시아 대통령

입법 배경 :

프랜차이즈에 대한 정부령제정을 통해 국가적 사업 기회를 촉진시키고 프랜차이즈 형식의 사업 규칙을 제고하고자 함

고려 법안 :

1. UU 인도네시아 국법, 1945년, 제 5조 2항
2. 인도네시아 민법(BurgelijkeWetboek1847년 No.23)
3. 인도네시아 회사 배급법, 1934년(BedrijfsReglementeringsOrdonantie1934년,1938년 No.86)
4. 영세사업자에 관한인도네시아 국법, 1995년, No.9(UU No.9, 1995)(인도네시아 국가소식지(이하 공보) No.74, 1995년, 공보 보충본 No.3611)

확정:

확정 사항 : 프랜차이즈에 관한 인도네시아 정부령

제 1 장 일반 규정

제 1조

본 정부령 내용어가 의미하는 바는 다음과 같다:

1. 가맹사업이란 개인 또는 법인이 보유한 특수한 방식의 사업 시스템을 통해 성공적임이 기(既)증명된 물품 유통 또는 서비스를 제공하고, 이를 가맹사업 계약에 의거하여 타 측이 이를 사용 또는 활용할 수 있게끔 하는 것을 의미한다.
2. 프랜차이즈 제공자(이하 가맹본부)란 개인 또는 법인이 프랜차이즈 수혜자에게 프랜차이즈를 사용 또는 활용할 수 있게끔 권리를 제공하여 주는 측을 의미한다.
3. 프랜차이즈 수혜자(이하 가맹점사업자)란 개인 또는 법인이 가맹본부가 보유한 프랜차이즈를 사용 또는 활용할 수 있게끔 권리를 제공받는 측을 의미한다.
4. 장관이란 상업 부문에서 정부의 업무를 시행하는 장관을 의미한다.

제 2조

가맹사업은 인도네시아 영토 내 전역에서 조직될 수 있다.

제 2장 기준

제 3조

가맹사업은 다음과 같은 기준을 충족하여야 한다:

- a. 사업의 특수성
- b. 수익의 기(既) 증명
- c. 물품 또는 서비스 제공에 대한 서면으로 기록된 기준 보유
- d. 교육 및 적용의 용이성
- e. 지속적인 지원 여부
- f. 기(既) 등록된 지식 재산권

제 3장 가맹사업 계약

제 4조

- (1) 가맹사업은 가맹본부와 가맹점사업자 간에 인도네시아 국법을 준수하는 서면으로 작성된 계약에 의거하여 조직될 수 있다.
- (2) 상기 (1)항에서 언급한 계약이 외국어로 작성된 경우, 해당 계약은 반드시 인도네시아어로 번역되어야만 한다.

제 5조

가맹사업 계약은 최소한 다음과 같은 단락(절)을 포함하여야 한다:

- a. 양 측의 성명 및 주소
- b. 지식 재산권의 종류
- c. 사업 행위
- d. 양 측의 권리와 의무
- e. 가맹본부가 가맹사업자에 제공하는 지원, 시설, 운영 지침, 교육, 유통
- f. 사업 지역
- g. 계약 기간
- h. 보상금의 지불 방법(절차)
- i. 소유권, 소유권 이전, 상속권
- j. 분쟁 조정
- k. 계약의 연장, 종료, 파기 방법(절차)

제 6조

- (1) 가맹사업 계약은 가맹점사업자가 타 가맹점사업자를 위촉할 수 있는 권한에 대한 단락(절)을 포함할 수 있다.
- (2) 타 가맹점사업자를 위촉할 수 있는 권한을 받는 가맹점사업자는 반드시 최소 하나 이상의 가맹사업을 보유하고 있어야 한다.

**제 4장
가맹본부의 의무**

제 7조

- (1) 가맹본부는 가맹사업을 제안할 때 반드시 가맹사업 창업 안내서(사업 계획서)를 가맹점사업자 후보에게 제공해야만 한다.
- (2) 제 (1)항에서 언급한 가맹사업 창업 안내서는 최소한 다음과 같은 내용을 포함하고 있어야만 한다:
 - a. 가맹본부의 신원정보
 - b. 가맹본부 사업의 법적 유효성(적법성)
 - c. 사업 이력(연혁)
 - d. 가맹점의 조직도
 - e. 과거 2개년의 재무보고서
 - f. 지점 개수
 - g. 가맹점 목록
 - h. 가맹본부와 가맹점사업자의 권리와 의무

제 8조

가맹본부는 가맹점사업자에게 교육, 관리 운영 지침, 마케팅, 분석을 통해 개선점을 제공하고 지속적으로 발전하게끔 해야 할 의무를 갖는다.

제 9조

(1) 가맹본부와 가맹점사업자는 서면으로 규정한 물품 또는 서비스의 품질 기준을 충족하는 한, 인도네시아 내에서 생산된 물품 또는 서비스를 우선적으로 활용해야만 한다.

(2) 가맹본부가 규정한 물품 또는 서비스의 품질 기준을 충족하는 한, 가맹본부는 가맹점사업자가 위치한 지역의 중소기업가 또는 물품 공급자와 협력해야만 한다.

제 5장 등록

제 10조

(1) 가맹본부는 가맹사업 창업 안내서를 가맹점사업자와 가맹사업 계약을 맺기 전에 등록해야 할 의무를 갖는다.

(2) 제 (1)항에서 언급한 가맹사업 창업 안내서의 등록은 권한을 부여 받은 제 3자가 대리 이행이 가능하다.

제 11조

(1)가맹점사업자는 가맹사업 계약서를 등록해야 할 의무를 갖는다.

(2)제 (1)항에서 언급한 가맹사업 계약서의 등록은 권한을 부여 받은 제 3자가 대리 이행이 가능하다.

제 12조

(1) 제 10조에서 언급한 가맹사업 창업 안내서의 등록은 다음과 같은 서류를 첨부하여야만 한다:

- a. 가맹사업 창업 안내서 사본
- b. 사업 법적 유효성(적법성) 증명 사본

(2) 제 11조에서 언급한 가맹사업 계약서의 등록은 다음과 같은 서류를 첨부하여야만 한다:

- a. 사업 법적 유효성(적법성) 증명 사본
- b. 가맹사업 계약서 사본
- c. 가맹사업 창업 안내서 사본
- d. 회사 소유/운영자의 신분증(인도네시아 주민등록증 KTP) 사본

- (3) 제 (1)항과 (2)항에서 언급한 가맹사업의 등록 요청은 장관에게 시행하여야 한다.
- (4) 장관은 제 (1)항과 (2)항에서 언급한 조건을 충족하는 가맹사업 등록 요청에 대하여 가맹사업 등록 증명서를 발급하여야 한다.
- (5) 제 (4)항에서 언급한 가맹사업 등록 증명서는 5년의 유효기간을 갖는다.
- (6) 가맹사업 계약이 종료되지 아니하였을 때, 가맹사업 등록 증명은 5년의 연장이 가능하다.
- (7) 가맹사업 등록 증명 발급 및 요청 과정에 비용은 청구치 아니한다.

제 13조

가맹사업 등록 절차에 대한 자세한 법규는 장관령으로 지정한다.

제 6장 육성(개발) 및 감독

제 14조

- (1) 정부 및 지방정부는 가맹사업을 육성(개발)한다.
- (2) 제 (1)항에서 언급한 육성(개발)은 다음과 같은 지원활동을 포함한다:
 - a. 가맹사업 교육 및 훈련
 - b. 마케팅 수단 활용을 위한 추천
 - c. 국내·외 프랜차이즈 박람회의 참여 추천
 - d. 비즈니스 클리닉을 통한 컨설팅 지원
 - e. 국내 최우수 가맹본부의 시상
 - f. 자본 강화 지원

제 15조

- (1) 장관은 가맹사업 실행에 대한 감독 업무를 수행한다
- (2) 장관은 제 (1)항에서 언급한 감독 업무를 시행함에 있어 타 정부기관과 업무협업을 할 수 있다.

제 7장 제재

제 16조

- (1) 장관, 주지사, 군수/시장은 각각의 권한에 맞게 제 8조, 10조 및 11조를 준수하지 아니한 가맹본부 및 가맹점사업자에게 행정적 제재를 가할 수 있다.

(2) 제 (1)항에서 언급한 제재는 다음과 같은 형태를 갖는다:

- a. 서면 경고
- b. 벌금
- c. 가맹사업 등록 증명서 취소(박탈)

제 17조

(1) 제 16조 (2)항 a에서 언급한 서면 경고와 같은 행정적 제재는 제 8조, 10조, 및 11조를 준수하지 아니한 가맹본부 및 가맹점사업자에게 부과(附過)한다.

(2) 제 (1)항에서 언급한 서면경고는 가장 최근의 서면 경고 발급일로부터 2주의 기한 내 최대 3회까지 발급될 수 있다.

제 18조

(1) 제 16조 (2)항 b에서 언급한 벌금과 같은 행정적 제재는 세 번째 서면 경고까지 발급된 이후 제 10조에서 언급한 가맹사업 창업 안내서의 등록을 하지 아니한 가맹본부, 또는 제 11조에서 언급한 가맹사업 계약 등록을 하지 아니한 가맹점사업자에게 부과(賦課)한다.

(2) 제 (1)항에서 언급한 벌금은 최대 Rp. 100,000,000 (일억 루피아)이다.

(3) 제 16조 (2)항 c에서 언급한 가맹사업 등록 증명서 취소(박탈)와 같은 행정적 제재는 세 번째 서면 경고까지 발급된 이후 제 8조에서 언급한 가맹점사업자에게 제공해야 할 개선점을 제공하지 아니한 가맹본부에게 부과(賦課)한다.

제 8장 전환 규정

제 19조

(1) 본 정부령 시행 이전에 만들어진 가맹사업 계약은 제 11조 (1)항에서 언급한 바와 같이 등록되어야 한다.

(2) 제 (1)항에서 언급한 등록은 본 정부령 발효일로부터 최장 1년 안에 이행 되어야 한다.

제 9장 폐지 규정

제 20조

본 정부령이 발효(發效)되는 시점부터, 프랜차이즈에 대한 정부령 No.16, 1997년(인도네시아 공보 No.49, 1997년, 인도네시아 공보 보충본 No.3690)은 폐지하고 더 이

상 유효하지 않은 것으로 한다.

제 21조

본 정부령이 유효한 시점에, 프랜차이즈에 대한 정부령 No.16, 1997년(인도네시아 공보 No.49, 1997년, 인도네시아 공보 보충본 No.3690)의 시행 규칙 및 법률 규정은 본 정부령과 상충되지 아니하는 한 유효한(준용하는) 것으로 한다.

제 22조

본 정부령은 공포일로부터 발효되는 것으로 한다.

만인이 이를 알 수 있도록, 인도네시아 공보에 본 정부령의 제정 공포를 시행토록 명한다.

Jakarta에서 제정
2007년 7월 23일

2 기업설립 및 인허가

가. 기업설립

(1) 외국기업 진입장벽

- 외국인 투자기업은 법인의 경우 'PT(Perseroan Terbatas)'라 불리는 주식회사로 설립이 가능하며 외국인 투자설립의 경우에는 반드시 내국인과 합작을 통해 '외자투자 법인 PMA(Penanaman Modal Asing)'형태로 설립해야 함.
- 외국인 소유 가능 지분 비율은 분야에 따라 달라지며 식음료 부문의 경우 49~51%까지 가능하며, 51% 이상 지분 획득을 위해서는 현지 회사와 파트너십 (Partnership)을 맺어야 함
- 외국인 투자의 경우 외국인 투자조정청(Badan Koordinasi Penanaman Modal, BKPM)의 승인 및 허가가 필요하며, 업종별로 취득해야 할 허가가 다르므로 자신이 속한 업종에 적합한 허가 절차를 따라야 함
- 그러나 외국인 투자의 경우 제한된 사업영역에서만 활동이 가능하며, 외국인 투자금지 업종을 아래와 같음
 - ① 소비유통 미니마켓 및 편의점 (중소기업)
 - ② 1,200㎡이하 슈퍼마켓 (중소기업)
 - ③ 여행사 (중소기업 및 협력사)
 - ④ 세탁서비스 (100% 현지자본)
 - ⑤ 미용소 (100% 현지자본)
 - ⑥ 부동산 중개업 (100% 현지자본)
- 내국인 파트너 명의로 국내투자법인 'PMDN(Penanaman Modal Dalam Negeri)'을 설립하는 것도 가능하지만, 이 경우 내국인의 사업적 혜택을 누릴 수 있다는 장점이 있는 반면 본인 소유가 아니기 때문에 발생하는 여러 위험을 안고 가야 한다는 단점이 있음

※ 인도네시아의 내국법인을 인수하면?

- 외국인 투자자가 인도네시아 내국 법인을 인수하면 이전에 회사 형태가 주식회사, 합병회사, 합자회사, 조합, 국영기업인지에 관계없이 주식회사인 외국인 투자기업으로 법인 형태가 바뀌게 됨
- 이를 위해 인도네시아 투자청(BKPM)으로부터 신청 승인을 얻어야 하고, 상장회사 지분 취득은 상장회사의 50%이상 주주로부터 승인을 얻어야 함. 인수에 참여하는 회사 이사회는 해당 안건을 주주총회 소집일 30일 전에 일간지에 공고하고 서면으로 근로자에게 통지하여야 함

- 이의가 있는 채권자는 신문 공고일로부터 14일 이내에 반대 의사를 이사회에 제출해야 하고, 14일 기간이 경과되면 모든 채권자가 동의한 것으로 간주함. 반대 의사가 접수되면 주주총회 개최일까지 해결되어야 하고, 해결되지 못하면 해결될 때까지 인수 절차가 중지됨

※ 인도네시아에 한국기업이 진출하려고 할 때, 법인을 설립하는게 나을까? 아니면 지사를 설립하는게 나을까?

- 처음에는 지사 형태로 시장 조사, 정보 수집 등을 수행할 수 있으나 실제 사업은 법인 형태로 이루어져야 할 것임
- 지사 형태인 경우 외국 본사 명의로 거래, 계약을 진행하는 데 제한을 받으며, 어떤 상황에서는 계약 및 거래에 따른 피해가 본사에 영향을 미칠 수도 있음
- 인도네시아는 외국 법인이 직접 영리활동을 할 수 있는 지사 또는 지점 개설을 불허하고 있으며 시장조사, 홍보 및 연락사무소 기능을 수행할 수 있는 대표부(Representative) 개설만을 허용하고 있음.
- 영리 활동이 불허되므로 수주, 입찰, 계약서 주체, 수출입 및 유통 등과 같은 영리활동 및 무역활동은 금지되고, Offer, Invoice 거래 서류는 외국 본사의 명의로 수행되어야 함.
- 이런 측면에서 인도네시아는 인도네시아 고정사업장을 통한 외국인 투자보다는 보다 장기적이고 과세가 용이한 외국인투자기업 형태의 진출을 선호하고 있음

< TIP >

- 외국인 투자기업은 주식회사로 운영하여야 하며, 외국인 소유 가능 지분 비율은 분야에 따라 달라지며 식음료 부문의 경우 49~51%까지 가능하며, 51% 이상 지분 획득을 위해서는 현지 회사와 파트너십(Partnership)을 맺어야 함
- 외국인 투자의 경우 제한된 사업영역이 존재함
- 외국인 투자기업은 주식회사로 운영하여야 하며, 인도네시아 투자청(BKPM)에 신청 승인하여야 함
- 법인 설립 시 법정 최저자본금은 5천만 루피아(약 6백만원)임

(2) 외국기업 투자 승인등록(PMA - Penanaman Modal Asing)

- 외국인 투자자는 소매부문에 진출하기 전에 모든 외국인 투자(PMA)에 대한 법

적신분을 획득해야 하며, 법적신분은 지방정부에 주식회사를 설립하고 자카르타에 있는 투자조정청(BKPM)에 등록을 마치면 획득할 수 있음

- 투자조정청(BKPM)과 지방정부로부터 승인을 받으면, 외국인 투자자는 승인을 받고자 하는 업종을 정부기관에 신청하여야 함
- 소매유통시장에 대한 승인은 지방정부(지방도시)가 하고, 프랜차이즈와 직판매에 대한 승인은 무역부 산하 경제발전과 기업등록처가 관할함

표 3-2 승인 종류별 발행처

승인의 종류	발행처
외국인 투자(PMA)	투자조정청(BKPM)
주식회사(PT)	지방정부(Regency 또는 Municipality)
소매 프랜차이즈	무역부 산하 경제발전과 기업등록처
직판매(MLM)	무역부 산하 경제발전과 기업등록처
현대 시장	지방정부(Regency 또는 Municipality)

[출처. KOTRA 자카르타 무역관]

(가) 외국인투자(PMA - Perseroan Terbatas) 신청

- 일반적으로, 외국인 투자 기업이 인도네시아에서 소매업 관련 사업을 하려면 4가지 절차를 거쳐야 함

표 3-3 자격증별 기관 및 소요기간

자격증 종류/승인	기관	소요기간
외국인 투자(PMA) 승인 신청	투자조정청(BKPM)	2일
주식회사(PT) 설립 신청	지방정부(Regency/Municipality)	60일
소매사업 허가 자격증 신청	사업개발 기업등록처(무역부)	3일
부동산 및 건설 허가 지원	지방정부	120일

[출처. KOTRA 자카르타 무역관]

- PMA 승인을 위한 등록(SP-PMA)은 투자조정청(BKPM)에서 하며 아래와 같은 지원 형식을 갖춰 제출해야 함

- ① 인도네시아 현지에서 있는 관련 국가의 대사관에서 발행된 추천서
- ② 지원자가 외국인일 경우 만료되지 않은 여권의 사본
- ③ 외국 기업일 경우 영어 또는 인도네시아어로 된 기업정관
- ④ 지원자가 인도네시아인일 경우 신분증(KTP)사본
- ⑤ 법무부에 포함된 주체일 경우 기업의 설립과 법/인권부로부터의 수정 혹은 승인 정관 사본
- ⑥ 납세자 등록번호 (NPWP)의 사본

○ 투자조정청(BKPM)이 One-Stop 투자서비스를 시행한 이래 외국인 투자자가 외국인투자승인(SP-PMA)을 받으면 아래 표 자격증 획득(지원)이 가능해짐

표 3-4 외국인투자승인 후 지원 가능 자격증

번호	허가(자격)	내용	기간
1	사업자격증	영구 사업 자격증(Izin Usaha Tetap, IUT):재화와 서비스의 생산 실현을 하기 위해 기업이 필요로 하는 자격증	7일
2	설비 자본재 수입허가서	자본재 수입 승인	14일
3	수입업자번호	수입업자 식별번호(APIT): 수입 자본재의 식별번호	5일
4	외국 인력 고용 계획	외국 기업들이 그들의 투자를 이행하기 위해 필요한 외국 인력들의 수, 기능, 고용기간 계획	4일
5	고용허가	외국 기업들로 하여금 특정 기간에 특정 기능을 담당할 국외거주자들을 고용할 수 있는 허가. 인도네시아에서 근무할 KITAS를 보유한 국외거주자들은 IKTA를 지원해야 함	4일
6	비자 추천서	제한된 기간 동안 거주할 수 있는 비자 추천서	4일

[출처. KOTRA 자카르타 무역관]

(나) 주식회사(PT) 설립절차

- 투자조정청(BKPM)으로부터 PMA 승인을 받으면 외국인 투자자들은 주식회사를 설립할 수 있으며, 주식회사 설립은 다음과 같은 절차를 따름

표 3-5 주식회사 설립 절차

단계	담당기관	세부사항
1. 투자 금지/제한 업종 확인	투자조정청 (BKPM)	<ul style="list-style-type: none"> 투자하려는 업종이 인도네시아 내 투자 금지/제한 업종(Negative List of Investment)인지 확인 투자조정청 홈페이지(BKPM)에서 당일 확인 가능
2. 회사상호 조회	법무부	<ul style="list-style-type: none"> 신규법인 설립 전 회사 상호 사용가능 여부를 법무인 권부에 공증인(Notaris)을 통하여 확인 근무일 기준 약 2~3일 소요
3. 법인 투자등록	투자조정청 (BKPM)	<ul style="list-style-type: none"> 투자등록신청서를 작성(신청인 인적사항, 자본금, 주주 및 지분, 총 투자액, 고용계획, 희망상호, 업종, 제품, 소요토지면적, 투자내역 등 기입) 외국 법인의 경우 정관 및 등기부등본(인니어 또는 영문공증)이, 외국 개인 투자자의 경우는 여권 사본 필요 근무일 기준 약 2~3일 소요
4. 회사 정관 작성	공증사무소	<ul style="list-style-type: none"> 정관에 설립인 혹은 대리인이 공증인 앞에서 정관에 서명하는 방법으로 회사를 설립하고 정관을 작성함 근무일 기준 약 2일 소요
5. 회사 소재지 증명서 발급	동사무소	<ul style="list-style-type: none"> 소정의 양식을 기재한 후 회사 소재지를 관할하는 동사무소에서 발급함 근무일 기준 약 5일 소요
6. 납세의무자 세적등록증	세무서	<ul style="list-style-type: none"> 외자투자 세무서 또는 회사소재지를 관할하는 지방 세무소에서 발급 근무일 기준 약 2~3일 소요 부가가치세 과징업체 지정서(NPPKP)의 경우 역시 세무서(KPP)에서 진행하며 소요기간은 근무일 기준 약 5~10일 정도임
7. 자본금 납입	은행	<ul style="list-style-type: none"> 당일 발급 가능하며 자본금불입각서로 대체 가능함
8. 회사 정관 법무부 등재	법무부	<ul style="list-style-type: none"> 인권 법무부에 회사 설립(정관작성)일로부터 60일 이내에 먼저 법정형식 요건을 갖춰 신청해야 하며, 법무부의 형식 요건 충족 확인 일자로부터 30일 이내에 실질요건인 관계 서류를 제출

		<p>하면 접수일로부터 14일 이내에 발급 가능함</p> <ul style="list-style-type: none"> • 상기한 60일 이내에 법인 자격 신청을 하지 않으면 회사가 해산 조치됨
9. 투자원칙 승인서 발급	투자조정청	<ul style="list-style-type: none"> • 소정 양식을 기재하고 구비서류를 갖춰 투자 조정청에서 수령 • 근무일 기준 약 5~10일 소요
10. 법인 등록	상공부	<ul style="list-style-type: none"> • 회사 소재지의 시/군 상업국에서 발급함 • 근무일 기준 약 10~15일 소요
11. 환경영향 평가서	환경부	<ul style="list-style-type: none"> • 시/군 환경부(Mentari Lingkungan Hidup)에서 관할수속하며 업종, 소재지에 따라 소요기간이 상이함 • 환경 관련 서류 준비 수준 역시 업종에 따라 상이함
12. 영구 사업 허가서	관할수속처- 투자조정청	<ul style="list-style-type: none"> • 외국인의 자본(PMA)으로 설립된 회사에서 받는 고정사업장 허가로 투자 승인서(SP.PMA)를 받은 후에 최종적으로 진행하는 허가임 • 업종에 따라 소요기간이 상이함

[출처. KOTRA 자카르타 무역관]

(3) 외국인 투자 인센티브

- 인도네시아는 다른 주변국들이 제공하는 다양한 혜택과 비교했을 때 외국인 투자자가 실질적인 혜택을 받을 수 있는 인센티브가 거의 없음
- 인도네시아 정부에서 제공하는 투자 인센티브는 크게 세금 우대와 Tax Holiday로 나누어지며 다음과 같은 투자자 혜택을 제공하고 있음

(가) 세금 우대

- 인도네시아 투자조정청(BKPM)으로부터 투자승인을 받은 기업(신규 투자기업 및 기투자 업체의 확장 투자도 포함)중 15개 업종 및 특정지역에서 사업을 영위하고 있는 회사에게 다음과 같은 세금 우대조치를 제공함. 다만 투자 승인시 인도네시아 투자조정청장의 추천을 받아야 다음과 같은 혜택이 주어짐
 - ① 투자자산을 6년간 양도하지 않는다는 전제 하에 투자 총액의 30%상당액(6년간에 걸쳐 연5%씩)을 순이익에서 차감
 - ② 세무 상의 조기 감가상각

- ③ 결손금의 이월기간을 10년으로 연장
- ④ 비거주자에 대한 배당 소득세를 10%로 경감
- ⑤ 상기에 언급된 15개 업종은 다음과 같음
 - 음식업
 - 의류 및 섬유
 - 종이 및 제지
 - 공업화학원료
 - 의약업
 - 고무 및 고무 합성수지업
 - 철강 및 제강업
 - 기계 및 장비업
 - 전자업
 - 육로 이동 차량 운반구
 - 선박 건조 및 수리
 - 시멘트(파푸아, 솔라웨시, 누사똥가라 지역)
 - 플라스틱 제조 및 포장(자바 이외 지역)
 - 지질 탐구
 - 원유 정제
 - 천연가스 정제
- 대통령 특별령으로 지정된 25개 경제발전 통합지구(KAPET: Kawasan Pengembangan Ekonomi Terpadu)에서 사업을 영위하는 회사에게는 아래와 같은 세제 혜택이 주어짐
 - ① 부가세 및 사치품 거래에 대한 특별 소비세의 면제
 - ② 생산과 직접 관련 있는 자본재와 그 생산설비의 수입시 발생하는 원천세 (PPh22)의 면세
 - ③ 생산을 위한 자본재, 기기, 물품 및 원재료와 관련된 수입관세의 납부 유예
 - ④ 기계와 부품에 대한 4년간 수입관세의 면제

(나) Tax Holiday

- 인도네시아 정부에는 외국인 투자자들이 요청하였던 기술선도 기업에 대한 Tax Holiday 관련 규정(No.130/PMK.011/2011(PMK-130))이 있음
- 적용 대상
 - ① 제철, 정유, 신재생 에너지, 기계 및 통신산업에 속한 기술선도기업
 - ② 최소 1조 루피아 (120만 달러) 이상의 법적 자본투자를 계획하고 있는 기업
 - ③ 투자계획금액의 최소 10% 이상을 인도네시아 내 은행에 예치하고, 투자계획의 실행 이전에 인출하지 않은 기업
 - ④ 본 규정 발표 이전 1년 내 인도네시아 법인 자격 취득
- 혜택의 내용

- ① 상업활동 시작 시점부터 5년~10년간 법인세 면제 (재무부장관의 승인시 추가 기간 면제 가능하며, 상업활동 시작 전까지 계획한 투자계획을 모두 실행하여야 함)
- ② 면제기간 종료 후 2년간 법인세의 50% 감면
- 신청 및 승인 절차
 - ① 산업부(Minister of Industry) 또는 투자청(BKPM)에 신청서 제출
 - ② 산업부 또는 투자청은 신청서 검토 후 재무부(Minister of Finance)에 제안서 제출
 - ③ 재무부는 투자심사위원회를 구성하여 대통령의 협의를 거친 후 혜택 부여 여부를 결정
 - ④ 재무부는 최종 결정을 재무부장관령 또는 별도의 공문을 통해 신청자에게 통보
 - ⑤ 납세자는 지속적으로 재무부와 투자심사위원회에 투자이행상황 및 현지 은행 예치금의 사용 현황을 보고하여야 함
 - ⑥ 적용대상요건을 미충족, 투자계획 미실행, 투자이행상황 및 은행예치금 사용현황 미보고 시에는 해당 혜택부여를 취소할 수 있음
- 재무부의 제안서 포함 사항
 - ① 투자지의 인프라 가용성
 - ② 지역 근로자 흡수(고용) 방안
 - ③ 선구 산업 투자자로서의 적합성 여부
 - ④ 투자 후 구체적인 기술이전 방안
 - ⑤ 투자국가의 간주외국납부세액공제(Tax Sparing System) 적용 여부 (즉, 인도네시아와의 조세조약상 Tax Sparing을 허용하는 국가로부터의 투자만 혜택을 부여하겠다는 것이므로, 투자구조 설정 시 고려하여야 함)
- 실무 적용
 - 재무부는 동 Tax Holiday의 적용절차에 대한 구체적인 지침을 별도의 장관령으로 정할 예정이며, 이러한 과정을 거친 후에만 실제 Tax Holiday를 부여할 방침임
 - 그러나 관련 규정 발표 이후, 대형 프로젝트(석유/화학, 그라까따우-포스코 등)에 한하여 제한되게 검토되고 있으며, 실제 적용된 사례는 알려진 바 없음
 - 동 Tax Holiday는 기존에 존재하던 투자소득공제 등 Tax Incentive와 중복으로 적용될 수 없음

(4) 인도네시아 투자 시 주의점

(가) 인간관계를 중요, 한편으로는 부정부패와도 관련

- 인도네시아는 비즈니스계의 주류인 화교상인들과 돈독한 인간관계가 매우 중요
- 이들에 대한 지속적인 인간관계를 위해 직접 방문하여 대면하여 관계를 유지(선물)하는 것이 필요

(나) 단기적인 이익보다는 장기적인 관점에서 사업을 추진

- 인도네시아인들은 빠른 결정을 잘 하지 않고 'No'라는 말을 잘하지 않으며, 말만 믿고 사업을 진행할 경우 낭패의 가능성 있음
- 특히 중국계 화교상인들의 경우 상대방을 조바심 나게 하는 일이 많기에 무리한 요구를 다 들어주지 말고 조금씩 들어주면서 느긋하게 기다리는 것이 바람직함

(다) 독점 에이전트 요구

독점 에이전트 요구 1-2년 거래 관계를 보아가면서 독점권을 주겠다고 정중히 거절하는 것이 좋음

(라) 공무원의 자의적 법집행

- 전산인프라 미비로 인하여 업무자동화가 정착되지 못하고 있어, 이에 따른 업무 오류 및 공무원의 부정이 개입될 소지가 있음
- 인도네시아 부패방지위원회(KPK)에서 정부 부패 특히 통관, 조세, 산업재산권 영역에서의 부패방지에 힘쓰고 있으나 복잡한 구비서류 및 통관절차로 인하여 급행료 등 불법적인 커미션 수수관행이 사라지지 않고 있음

< TIP >

- 해외진출을 하기 위해서는 해외 파트너선정, 해외법인설립, 해외지사설치, 연락사무소설치, 외환, 현지자금조달 등 현지에서 뿐만 아니라 주무부처에 신고나 해외투자금융이나 해외투자보험 등 국내에서도 필요한 절차가 있음. 중소기업 수출지원센터에서는 이러한 해외절차와 국내절차에 관한 토탈정보제공 및 상담 지원을 하고 있음(중소기업 수출지원센터 www.exportcenter.go.kr)

나. 부동산 취득 관련 법률

(1) 토지제도 개관

- 인도네시아는 네덜란드로부터 독립하면서 토지 공유제를 채택하였음
- 건국헌법(Undang-Undang Dasar Republic 1945) 제33조는 토지, 물, 천연자원은 국가의 지배에 있고, 국민의 공공 이익을 위해서 사용되어야 한다고 천명하고 있음
- 건국헌법의 이념을 따라 1960년 기본농지법(Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1960 tentang Peraturan Dasar Pokok-Pokok Agraria. 이하 “농지법”)이 제정되어 현재까지 토지의 권리관계를 규율하고 있음.
- 토지의 소유권은 국가나 인도네시아 국민에게만 인정하고, 관습법상으로 주민공동소유권(Hak Ulayat)을 인정하지만, 인도네시아 법인 및 외국인에게는 일정한 사용권만 인정될 뿐 소유권을 인정하지 않음
- 그리고 건물은 토지와 별개의 부동산으로 취급되지만 별도로 등기부를 두지 않고 토지의 등기부에 기재함

< TIP >

- 인도네시아 법인 및 외국인에게는 일정한 사용권만 인정될 뿐 소유권을 인정하지 않음
- 인도네시아 진출 시 임대차 계약으로 족하며 임대차계약은 기본으로 5년 단위로 이루어지며 5년치 임차료에 각종 부대경비를 포함하여 3년 내에 분할 완납할 것을 요청하는 경우도 있기 때문에 사전에 충분한 자금 계획을 마련해야 함

(2) 부동산에 대한 권리의 종류

농지법이 규정한 토지에 대한 권리로는 소유권(Hak Milik), 경작권(Hak Guna Usaha), 건축권(Hak Guna Bangunan), 사용권(Hak Pakai) 등이 있고(토지법 제4조), 그 외에 집합건물법에 의한 건물소유권과 외국인의 주거소유권에 관한 정부령에 의한 주택소유권이 인정되고 있음

(가) 소유권(Hak Milik)

- 토지소유권은 영구적이고 상속되는 권리로서, 인도네시아 국민, 정부기관이나 특수 공법인에게만 인정됨(농지법 제20조, 제21조)
- 인도네시아 국적을 포기한 국민이나 외국인이 상속(Warisan) 또는 증여(hibah)로 토지를 양도받는 경우에 1년 이내에 토지를 양도하거나 포기하지 않으면

당해 토지의 소유권이 소멸하고 국가에 귀속됨(농지법 제21조)

- 그 외 토지가 공익목적으로 수용되는 경우, 소유권자가 권리를 포기하고 국가에 반납한 경우 등에도 소유권은 소멸함(농지법 제18조, 제27조)
- 토지소유권은 매매, 증여, 교환, 유증 등에 의하여 이전될 수 있고, 저당권을 설정할 수 있으며, 이에 대하여는 모두 등기하여야 효력이 발생함(농지법 제20조, 제23조, 제25조)

(나) 경작권(Hak Guna Usaha)

- 경작권은 타인 소유의 토지 위에 농업, 어업, 목축업을 할 수 있는 권리로서, 인도네시아 국민, 인도네시아에 주소를 가진 인도네시아 법인에게만 인정됨(농지법 제30조)
- 경작권자가 위와 같은 업종에 종사하지 않으면 1년 내에 경작권을 포기하거나 경작권 취득자격이 있는 자에게 양도하여야 하고, 이를 이행하지 않으면 경작권은 소멸하고 토지는 일정한 조건 하에 국가에 귀속됨(농지법 제30조)
- 경작권은 경작지가 최소 5헥타르 이상인 경우 인정되고 개인사업자에게는 최대 25헥타르까지 인정되며, 법인의 경우는 중앙토지청이 허용 면적을 정함
- 경작권은 최초에 최대 35년까지 부여될 수 있으며, 그 후에는 2차에 걸쳐 연장할 수 있는데 1차 연장 시 최대 25년, 2차 연장 시 최대 35년까지 연장이 가능(농지법 제29조)
- 투자법에서는 투자대상이 되는 토지에 대하여서는 총 95년을 인정하고, 미리 일시에 60년까지의 기간을 부여하고, 추가로 35년의 갱신을 허용하는 방법으로 경작권을 부여받는 것을 인정하고 있음(투자법 제21조, 제22조)
- 이러한 투자법상의 특례에 해당하기 위하여서는 다음 조건을 만족하여야 함(투자법제22조)
 - ① 인도네시아의 경쟁력 증진에 이바지
 - ② 투자회수가 성격상 장기적일 수밖에 없음
 - ③ 투자의 범위가 지나치게 광범위하지 않아야 함
 - ④ 정부 소유의 토지 소유권을 이용하는 경우만 해당
 - ⑤ 공공의 이익을 침해하지 않아야 함
- 경작권은 매매, 교환, 현물출자, 증여, 상속의 대상이 되고, 저당권을 설정할 수 있으며, 권리 변동은 모두 등기하여야 효력이 발생함(농지법 제28조, 제33조)

(다) 건축권(Hak Guna Bangunan)

- 타인 소유의 토지에 건물을 건축하고 소유할 수 있는 권리임(농지법 제35조)
- 건축권을 보유할 수 있는 자격은 인도네시아 국민, 인도네시아에 주소를 둔 인도네시아법인에게 주어짐(농지법 제36조)
- 건축권 보유자격을 상실한 때에는 1년 내에 권리를 포기하거나 건축권을 취득할 수 있는 자격이 있는 자에게 권리를 양도하여야 함(농지법 제36조). 이를 이행하지 않을 경우 건축권이 무효가 됨(농지법 제36조)
- 건축권 취득은 국가가 소유하는 토지나 개발, 관리하는 토지상에 정부령 등에 의하여 건축권을 인정받거나 토지소유자와 증서에 의한 계약(Deed)에 의하여 취득할 수 있고, 이를登記하여야 효력이 발생함(농지법 제24조, 제37조, 제38조)
- 건축권의 유효기간은 최초 최대 30년이고, 건축물의 상태에 따라 최대 20년의 연장이 가능하며, 국가가 소유하거나 관리하에 있는 토지는 유효기간 만료 시 30년의 기간으로 갱신할 수 있음(농지법 제22조, 제35조)
- 투자법에서는 투자시설에 대해 총 80년을 인정하고, 처음에 50년, 추가로 30년의 갱신을 허용함(투자법 제21조, 제22조)
- 건축권은 매매, 교환, 현물출자, 증여, 상속의 대상이 되고, 저당권을 설정할 수 있으며, 권리변동은 모두登記하여야 효력이 발생함(농지법 제35조, 제39조)

(라) 사용권(Hak Pakai)

- 사용권은 국가나 다른 사람이 소유하는 토지를 사용하거나 토지상의 수확물을 채취할 수 있는 권리로서 인도네시아 국민, 인도네시아에 거주하는 외국인, 인도네시아에 주소를 가진 인도네시아 법인, 외국 법인이 인도네시아에 세운 대표사무소, 외국대표나 국제단체의 대표, 정부기관이나 지방기관이 소유할 수 있음(농지법 제42조)
- 사용권 보유자격을 상실한 때에는 1년 내에 권리를 포기하거나 사용권을 취득할 수 있는 자격이 있는 자에게 권리를 양도하여야 함(농지법 제40조)
- 사용권은 국가가 소유하는 토지나 개발, 관리하는 토지상에 정부령 등에 의하여 인정을 받아 취득하거나 토지 소유자로부터 증서에 의한 계약에 의하여 취득할 수 있음(농지법 제42조 내지 제44조).
- 사용권의 유효기간은 최초 최대 25년이고, 최대 25년간 연장할 수 있는데, 특

히 국가 소유나 관리, 개발하는 토지에 부여된 사용권은 특정목적을 위해 토지가 사용되는 한 그 유효기한의 제한 없이 인정될 수 있음. 이러한 기한제한 없는 사용권을 취득할 수 있는 자격은 정부 부처나 지방정부, 외국의 대표단이나 국제조직의 대표단, 종교와 사회복지기관에게만 있음(농지법 제41조, 제45조)

- 투자법에서는 투자시설에 대해 사용권을 총 70년 인정하고, 처음에 45년, 추가로 25년의 갱신을 허용하는 방식으로 부여하도록 규정함(투자법 제21조, 제22조)
- 사용권은 매매, 교환, 현물출자, 증여, 상속의 대상이 되고 저당권을 설정할 수 있으며, 모두 등기하여야 효력이 발생함(농지법 제52조 내지54조, 제39조).

(마) 집합건물소유권(Hak Milik Atas Satuan Rumah Susun)

- 집합건물의 소유에 관하여 2011년 11월 10일 새로운 법이 발효됨에 따라 종래의 집합건물법 1985가 폐지됨
- 기존법에서는 집합건물을 구별하고 있지 아니하였으나, 개정된 법은 집합건물을 그 사용목적에 따라 다음과 같이 크게 네 가지로 구분하고 있음
 - ① 공공 집합건물 - 사회의 저소득층을 위한 집합건물
 - ② 특정 집합건물 - 특정한 요구에 의해 그 수요를 충족시키기 위한 집합건물
 - ③ 국가 집합건물 - 국가가 소유하며 국가 공무원들을 위한 집합건물
 - ④ 상업 집합건물 - 이윤창출을 목적으로 하는 집합건물
- 개정된 법에 의하면 집합건물은 다음의 권리가 부여된 토지 위에 건축할 수 있음(집합건물법 제 17조).
 - ① 소유권(Hak Milik)이 있는 토지
 - ② 건축권(Hak Guna Bangunan) 또는 사용권(Hak Pakai)이 설정된 국가 소유의 토지
 - ③ 관리권(Hak Pengeolaan)이 설정된 토지 위에 다시 건축권(Hak Guna Bangunan) 또는 사용권(Hak Pakai)이 설정된 토지
- 공공집합건물과 특정집합건물의 경우에는 국가 소유 토지 및 이슬람 증여(wakaf) 토지에 건축이 가능함(집합건물법 제18조)
- 집합건물소유 증명서는 토지 허가별로 집합건물법 제17조에 해당하는 토지 위에 세워진 건물의 소유주에게 주어지는 SHM sarusun(Sertifikat Hak Milik Satuan Rumah Susun)과 토지 허가별로 집합건물법 제18조에 해당하는 토지 위에 세워진 건물의 소유주에게 주어지는 SKBG sarusun(Sertifikat Kepemilikan Banunang Gedung Satuan Rumah Susun)으로 구분됨

(3) 토지와 건물 허가 취득 절차

- 모든 등록과 승인이 완료되면 외국인 투자 기업들은 빌딩과 토지에 대한 취득 및 등기 신청을 할 수 있으며, 사업 운영을 위한 토지와 건물 허가 취득 절차는 아래와 같음

표 3-6 토지 및 빌딩 건설 허가

번호	절차	내용	소요기간
1	지역구획부서 (Dinas Tata Kota in Regency or Municipality)로 사전 승인 요청	토지측정 비용 + 지도	1일
2	지역구획부서 조사	위치 조사	1일
3	지역구획부서로부터 사전 승인 획득	-	20일
4	토지소유권 공증 사본 요청 및 획득	기업은 건설허가 지원 전에 토지소유권 확인서를 공증해야함	1일
5	환경관리계획서(UKL) 승인과 환경감시계획서(UPL) 승인 요청 및 획득	- 기업은 외부컨설턴트를 활용하여 환경관리계획과 환경감시계획서를 준비함 - 지방자치단체의 지방환경관리기관 (BPLHD)에 문서를 제출함	18일
6	건물 건설 허가서(IMB) 요청, 수취	- 지원자가 아래 서류를 완벽히 준비하여 허가부에 제출하고, 허가부서는 해당 부지가 빈공간인지를 조사함 - 필요한 지원 서류로는 : . 신분증 복사본 . 공증 토지 확인서 복사본 . 지방도시 지역제 사무소의 도시계획 사무실로부터 KRK와 RTLB . 참고 건설에 대한 청사진(건축; 건설과 준공) . 건설 계획자 자격증 복사본 . IMB가 발행된 비경합성 토지 소유주 문서 . 기업 설립 정당성 . 지원양식 작성	21일

		. BPLHD으로부터 받은 UKL-UPL 또는 UKL-UPL 추천서	
7	빌딩 완공과 준수 회의록 요청, 수취	건설 완료 보고서는 허가를 위한 전제조건이다. 공식 보고서를 발급하는 기관은 관리감독자이며 개인, 전문가 단체, 프로젝트인이 지명한 사람일 수 있음	7일
8	빌딩 사용 허가(IPB) 수취	IPB를 얻기 위한 제출 서류는 다음과 같음 . 빌딩 조감도 . IMB사본 (건물 허가서); . 회사가 지정한 관리감독 컨설팅 업체로부터 받은 참고 건설 보고서 . 관리감독자의 공식 보고서(참고건설과 준수에 관한 회의록)	40일
9	세금신고 등록	기업의 사옥이 완공되면 토지와 빌딩세금 부서에 기록을 업데이트해야 함	11일
10	전기요청 등록	전기청(PLN)에 요청	8일
11	수도 요청 등록	지방 정부 소유 수도청(PDAM)에 요청	9일

[출처. KOTRA 자카르타 무역관]

< TIP >

- 기업설립 및 부동산 취득 관련 법률의 경우 '합자(합작)투자', '직접진출'의 경우, 중요한 사항임.
- '마스터 프랜차이즈'의 경우, 파트너가 현지에서 법인을 설립할 수 있는 자료제공 등의 협조가 필요함

다. 상표 및 특허 관련 법률

(1) 상표권

(가) 국제 상표출원 유형

- 원칙적으로 해당 국가에서 상표를 보호받으려면 각국의 법과 절차에 따라 상표를 등록받아야 하며, 우선 상표를 등록받고자 하는 대상국이 어디냐에 따라서 상표를 출원할 수 있는 방법이 다름

- 해외로 상표를 출원할 수 있는 방법을 크게 구분하면 다음과 같음
 - ① 상표를 보호받기 원하는 개별국가에 직접 출원하는 방법
 - 통상 파리협약에 의한 우선권을 주장하여 출원하므로, 이를 "파리루트에 의한 상표출원"이라고도 하며, 해당 국가의 법과 절차를 따라야 함
 - ② 독자적인 상표청이 없고, 다수국간의 조약에 의하여 공동으로 하나의 상표청 또는 지식재산권기구를 가지고 있는 경우
 - 베네룩스 상표청과 아프리카지식재산권기구(OAPI)에 대한 출원이 이에 해당
 - ③ 개별국가가 독자적인 상표청 및 상표제도를 가지고 있으면서 동시에 일정 지역에 걸친 별도의 기구 및 상표제도를 가지고 있는 경우
 - 유럽상표청 및 아프리카지역산업재산권기구(ARIPO)에 대한 출원이 이에 해당
 - ④ 마드리드 협정과 마드리드 의정서를 포함하는 마드리드 시스템을 이용하는 방법
- 상표를 보호받기 원하는 국가에 따라서 이용할 수 있는 해외상표출원시스템이 다르기 때문에 대상국에 따른 가능한 상표관련 시스템을 이해하고 진행하여야 함

(나) 국제 상표출원 방법

- 해외진출을 고려하는 프랜차이즈 기업의 경우, 우선적으로 해당 국가에서 자사의 브랜드가치를 보호하기 위한 조치를 진행하여야 함
- 국제상표 등록의 경우 통상 개별국에 직접 출원하는 방식과 마드리드 국제출원하는 방식을 이용함
- 마드리드 시스템 국제출원방식의 경우 한 번의 출원으로 복수의 국가에 출원한 효과를 얻을 수 있어 편리하다는 장점이 있지만 한계 등도 있어 주의해야 함
- 마드리드 시스템 국제출원 시 장점
 - ① 하나의 출원 시스템으로 국제등록이 가능하여 다수의 국가에서 상표권을 보호받을 수 있으므로 비용 및 시간 측면에서 경제적임
 - ② 현지 대리인을 선임하지 않아도 되고 추후에 명의 변경, 갱신 등에 대한 변동 사항 관리가 일괄적으로 진행되기 때문에 절차 측면에서도 효율적임
 - ③ 추가 지정 마드리드 의정서에 새로 가입한 국가 또는 기존에 가입한 국가 중에서 상표 등록을 하고 싶은 국가가 있다면 등록 후에도 간편하게 지정국을 추가할 수 있으므로 해외 진출 사업을 확장할 때에도 유용함

- 마드리드시스템 국제출원 시 단점(한계)
 - ① 마드리드 의정서 또는 협정에 가입한 국가에 한해 이 제도를 이용할 수 있으므로 가입국이 아닌 국가의 상표 등록을 원하는 경우에는 개별국 출원을 진행해야 함
 - ② 개별국 출원을 하지 않은 경우 해당 국가의 소송에서 불리할 가능성 있음
 - ③ 마드리드 국제 출원은 국내 출원 상표를 기초로 하기 때문에 국내 출원이 최종 거절된 경우에는 국제 등록도 무효가 될 수 있음

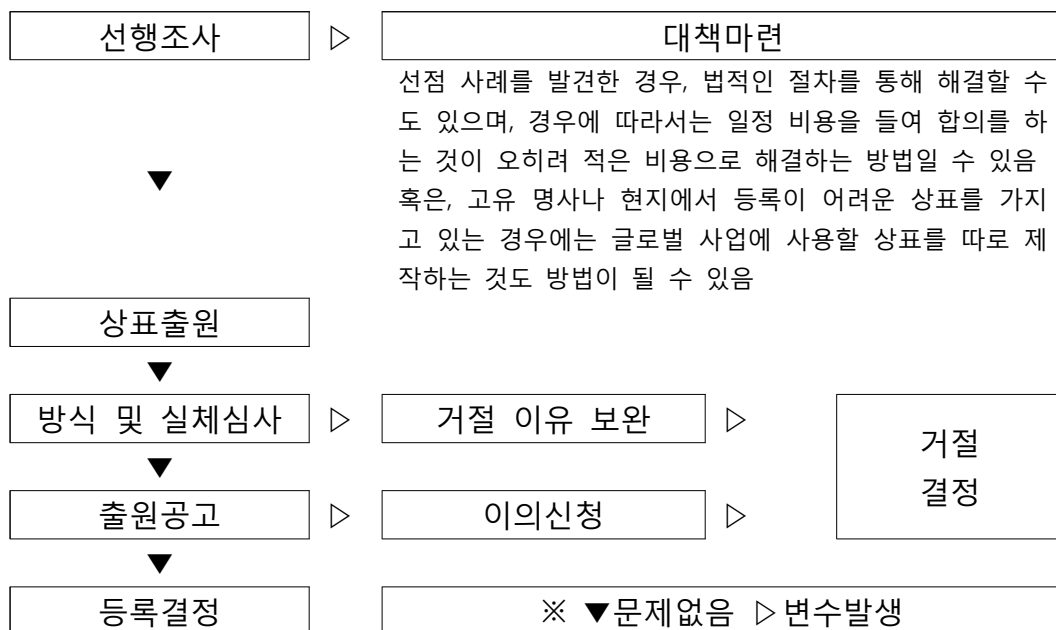
※ 마드리드 조약 주요 아시아 가입국

중국, 부탄, 이스라엘, 인도, 이란, 일본, 북한, 대한민국, 카자흐스탄, 캄보디아, 라오스, 몽골, 오만, 필리핀, 싱가포르, 시리아, 타지키스탄, 우즈베키스탄, 베트남

(다) 개별국 직접출원

- 특허법인 선정
 통상 보통 국내 특허법인을 통해 해당국 특허법인과 연계하여 업무를 진행함
 이 경우 특허법인의 역량에 따라 진행상황과 등록여부가 결정될 수도 있어, 개별국 직접출원을 하는 경우에는 현지 업체를 선정하는 것이 빠른 진행과 등록에 유리할 수도 있음
- 상표 취득
 상표등록의 경우 시간과 비용이 많이 소요되어 상표 등록을 하기 전에는 반드시 선행 조사를 통해 선점 사례나 유사 상표가 등록되어 있지는 않은지 파악하고, 이를 통해 적절한 대응책을 마련하여야 함

표 3-7 상표 취득 절차



[참조. 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

- 상표출원 CHECK LIST와 절차는 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- 마드리드시스템의 구체적인 내용은 특허청(<http://www.kipo.go.kr>)의 지식재산 제도 항목을 참조바람

(라) 마드리드 시스템 국제출원

1) 마드리드 시스템의 의의

- 마드리드 시스템은 두 조약, 마드리드 협정과 마드리드 의정서에 의해 운영되고 있으며, 이 시스템의 행정적 업무는 WIPO(세계지식재산기구)의 국제사무국에서 담당하고 있음
- 마드리드 협정의 공식명칭은 표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정(Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)"으로, 산업재산권 보호를 위한 파리협약"이 성립된 지 8년 후 파리협약 제19조에 근거한 특별협정으로 1891년 마드리드에서 채택되었음
- 마드리드 의정서의 공식명칭은 "표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정에 대한 의정서(Protocol relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)"로서, 1989년 6월 27일에 채택되고 1995년 12월 1일에 발효되었으며, 동 의정서를 시행하기 위한 하위규정인 공통규칙이 제정됨에 따라 1996년 4월 1일부터 시행되었음. 마드리드 의정서는 마드리드 협정이 가지고 있는 문제점을 극복하여 탄력적 국제상표등록 제도를 창설할 목적으로 마련되었으며, 마드리드 협정과 의정서의 회원국을 마드리드 동맹이라고 함

2) 마드리드시스템의 특징

마드리드 시스템은 「다국가 1출원 시스템」이자, 「User-friendly System」의 특징

① 절차의 간소화 및 비용절감

국내에서 등록받거나 출원한 상표가 있으면, 이를 기초로 하나의 언어로 작성된 하나의 국제출원을 하나의 본국관청에 제출하고 한 번의 수수료를 납부함으로써 하나의 번호로 된 국제등록을 획득하고 다수의 국가에서 보호를 받을 수 있음

이는 개별국가의 관청에 각각 출원을 제출하고 각각의 수수료를 납부하는

등의 절차를 대체하여 한 번의 출원으로 복수의 국가에 출원한 효과를 얻게 함으로써 출원인의 편익을 제고하고, 국제출원단계에서 각 개별국에 대한 대리인을 선임할 필요가 없어 대리인 선임비용을 절감할 수 있음

② 권리취득 여부의 명확성

지정국관청에서 거절이유를 발견한 경우에는 원칙적으로 국제사무국으로부터 지정통지를 받은 날부터 1년(1년 6월까지 연장 가능, 이의신청의 경우 예외) 이내에 국제사무국에 거절통지를 하여야 함

만약 그 기간 내에 거절통지가 없으면, 그 상표는 그 지정국에서 등록된 것과 동일한 보호를 받기에 출원인은 일정 기간 내에는 각 지정국에서의 상표권 취득 여부를 알 수 있음

③ 지정국의 추가 가능

마드리드 의정서에 새로 가입한 국가 또는 기존의 마드리드 의정서에 가입한 국가에서 추가적으로 상표를 보호받고자 하는 경우에는, 국제등록 후에 그 국가를 지정하는 것이 가능하므로, 상표를 보호받고자 하는 국가를 간편하게 확장할 수 있음

④ 상표권 관리의 일원화

명의변경, 주소변경, 갱신, 상표권의 양도 등의 변동사항을 국제사무국에서 일원적으로 관리하기 때문에 국제사무국에 한번 신청하면 국제등록부에 기록되고, 국제사무국에서 각 지정국관청에 통보해 주어 각 지정국관청에 개별적으로 변경신청을 하지 않아도 됨

3) 마드리드시스템의 주의점

- 마드리드 국제출원은 국내의 출원 또는 등록된 권리를 기초로 하여 국제출원을 할 수 있는데, 국제등록 후 5년간은 기초로 한 국내의 권리 변동에 종속됨(국제등록의 종속성 또는 집중공격)
- 기초출원의 지정상품 삭제, 거절결정 또는 등록된 권리가 존속기간 미 갱신, 무효 등으로 소멸되면 마드리드 국제등록도 소멸된 범위만큼 취소되며, 지정국에서 상표권을 획득하였다 하더라도 이 원칙이 적용됨
- 따라서, 마드리드 국제출원을 이용하시기 전에 국내 기초 출원 또는 등록된 권리의 변경 가능성 등을 체크하여야 함

(마) 상표등록 시 유의사항

- 불사용 등록 말소 기간
일정 기간 상표를 사용하지 않는 경우 취소의 사유가 될 수 있어, 상표권과 관련해서는 '불사용 등록 말소 기간'을 확인해야 함

- 존속 기간 및 갱신
상표권은 영구적인 것이 아니라, 일정 존속 기간을 가짐. 주의 깊게 갱신 기간과 방법을 염두에 두어야 함

(2) 특허 및 실용신안

(가) 국제 특허와 실용신안 출원 유형

- 특허독립(속지주의)의 원칙상 각국의 특허는 서로 독립적으로 반드시 특허권 등을 획득하고자 하는 나라에 출원을 하여 그 나라의 특허권 등을 취득하여야만 해당국에서 독점 배타적 권리를 확보할 수 있음. 국내에서 특허권 등의 권리를 취득하였더라도 다른 나라에서 권리를 취득하지 못하면 그 나라에서는 독점 배타적인 권리를 행사할 수가 없음
- 이러한 1국 1특허의 원칙 때문에 해외에서의 특허권 획득을 위해서는 별도의 해외출원이 필요함
- 상표에 대한 마드리드 국제 출원과 마찬가지로 특허와 실용신안 출원도 개별국 출원과 PCT 국제 출원 방식으로 나눌 수 있음
- PCT 방식은 특허청에 국제 출원서를 제출함으로써 한 번의 절차를 통해 심사할 수 있는 절차상의 장점도 있지만, PCT 체약국이 아닌 비가입국의 경우에는 PCT 국제 출원 절차를 활용할 수 없으며, 예비심사를 받았다고 하더라도 국내 단계에 진입하게 되면 다시 한 번 심사 절차가 진행해야하는 이중심사를 받아 비용이 가중된다는 단점이 있을 수 있다는 점을 고려해야 함

※ PCT 주요 아시아 체약국

중국, 인도네시아, 이스라엘, 인도, 이란, 일본, 캄보디아, 북한, 대한민국, 쿠웨이트, 카자흐스탄, 라오스, 스리랑카, 몽골, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남

(나) 개별국 직접출원

1) 특허법인 선정

- 통상 보통 국내 특허법인을 통해 해당국 특허법인과 연계하여 업무를 진행함
- 특허나 실용신안의 경우에는 상표나 도메인에 비해 보편적이지는 않지만 브랜드의 경쟁력을 보호하는 측면에서 핵심 사안이고, 비용적인 부담이 큰 사안이므로, 특허나 실용신안 등록과 관련해서는 해당 업무를 진행하는 특허법

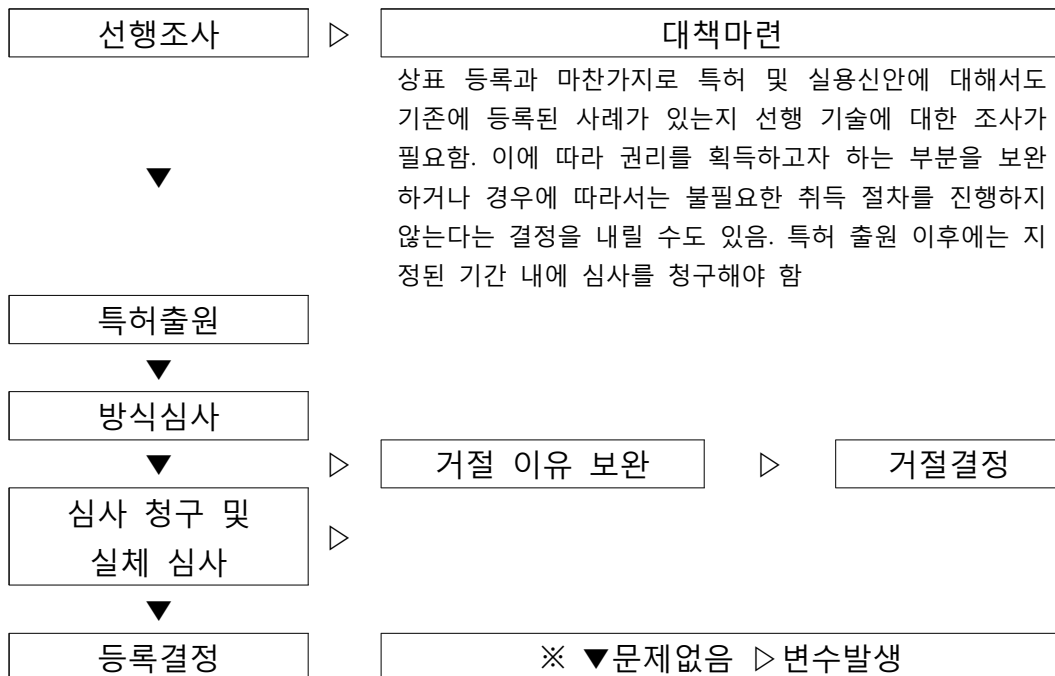
인의 신중한 선택이 필요함

- 이 경우 특허법인의 역량에 따라 진행상황과 등록여부가 결정될 수도 있어, 개별국 직접출원을 하는 경우에는 현지 업체를 선정하는 것이 빠른 진행과 등록에 유리할 수도 있음

2) 국제 특허와 실용신안 취득

- 특허 및 실용신안도 상표 등록과 마찬가지로 국가별로 세부적인 사항은 차이가 있지만, 전반적인 절차는 비슷함. 상표 등록과 마찬가지로 선행 조사를 통해 등록 가능성에 대해서 파악하여 절차 진행 여부를 결정하는 절차를 반드시 거쳐야 위험성을 줄일 수 있음

표 3-8 특허 취득 절차



[참조. 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS. aT한국농수산물유통공사]

< TIP >

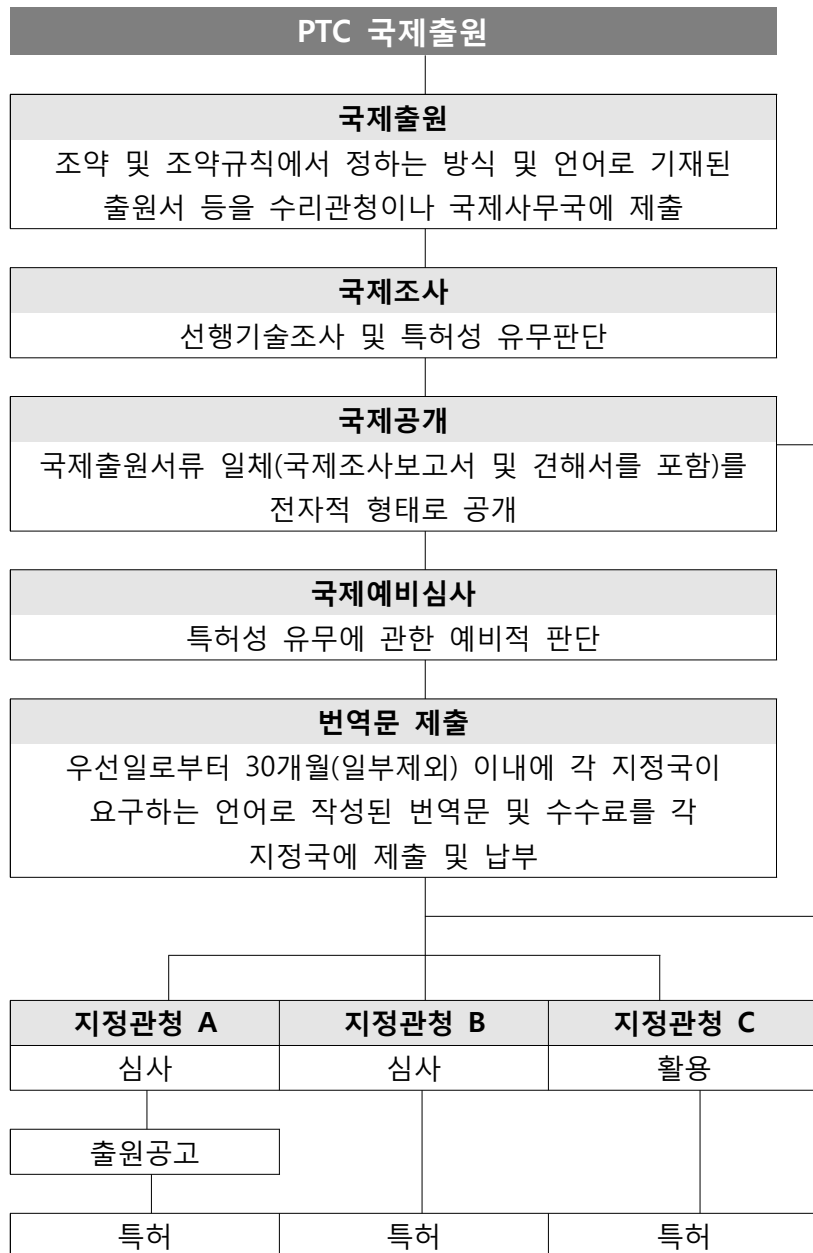
- 국제특허와 실용신안의 CHECK LIST와 절차는 「aT한국농수산물유통공사의 해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」에 자세히 설명하고 있어 꼭 참조하길 권함
- PCT 방식의 구체적인 내용은 특허청(<http://www.kipo.go.kr>)의 지식재산제도 항목을 참조바람

(다) PCT 국제출원

1) PCT 시스템의 의의

- 국적국 또는 거주국의 특허청(수리관청)에 하나의 PCT출원서를 제출하고, 그로부터 정해진 기간 이내에 특허획득을 원하는 국가(지정(선택)국가)로의 국내단계에 진입할 수 있는 제도로 PCT국제출원의 출원일이 지정국가에서 출원일로 인정받을 수 있음.

표 3-9 PCT 국제출원 절차



[참조. 특허청. 해외특허(PCT)]

- 다만, 선(先) 출원에 대한 우선권을 주장하여 출원하는 경우 선출원의 출원 일로부터 12개월 이내에 PCT국제출원을 하여야 우선권주장을 인정받을 수 있음

2) PCT 국제출원 시 장점

- ① 출원일 인정요건이 간편
한번의 PCT국제출원으로 다수의 가입국에 직접 출원한 효과를 얻을 수 있기 때문에 개별 나라마다 일일이 출원해야 하는 번거로움을 덜어줌
- ② 특허획득 가능
특허를 받고자 하는 나라의 특허청(지정(선택)관청)의 심사에 앞서 국제조사기관의 선행기술조사(필수절차) 및 특허성에 대한 견해와 국제예비심사기관의 특허성 유무에 대한 예비심사(선택절차)를 거침으로써 특허획득 가능성을 미리 알 수 있을 뿐만 아니라 평가·보완의 기회도 가질 수 있어 특허획득에 유리함
- ③ 출원서 작성이 용이
한국 특허청을 통한 출원언어는 한국어, 영어, 일어이므로 다수 국가를 지정하여 PCT국제출원을 하는 경우 초기에 개별국가 언어로 된 번역문을 일일이 준비하지 않아도 되므로 편리함
- ④ 무모한 해외출원을 방지
발명 또는 고안을 PCT국제출원을 통하여 각 지정국 특허청에 직접 출원한 것과 같은 효력을 확보한 다음, 그 지정국의 국내단계 진입기한(우선일로부터 30개월 이내. 다만 룩셈부르크, 탄자니아, 우간다는 우선일로부터 19개월 이내에 국제예비심사를 청구한 경우에만 30개월 이내)까지 국제조사 및 예비심사보고서를 토대로 특허획득 가능성을 면밀히 검토함과 동시에 각 지정국의 시장성을 조사한 다음에 국내절차 이행여부를 결정함으로써 불필요한 비용지출 및 무모한 해외출원을 방지할 수 있음
- ⑤ 국내 단계 진입시 수수료감면 향유
세계 주요특허청에서는 PCT를 통한 외국인의 국내단계진입시 자국특허수수료를 일정조건에 따라 감면해 주는 제도를 두고 있음

3) PCT 국제출원 시 단점

- ① PCT국제출원 비용 별도부담
PCT국제출원 비용이 별도로 소요되고, 지정국의 국내단계에 진입하는 경우에는 개별국 출원시와 동일한 비용이 추가로 필요하므로 비용부담이 가중됨
- ② 심사절차의 이중적 진행

국제예비심사를 받았음에도 불구하고 국내단계 진입시 각국마다 새로운 심사를 받게 되므로, 심사절차가 이중적으로 진행될 가능성이 있다. 이와 달리 개별국가출원을 하였을 경우에는 각국마다 심사관이 제시하는 선행기술을 고려하여 권리범위를 보정함으로써 국가에 따라서는 의외로 큰 권리를 얻을 가능성이 있음

4) PCT 국제출원시 유의점

① 이중의 단계

PCT국제출원은 한 번의 출원으로 세계적으로 특허를 받는 것이 아니라 일단 국제출원일을 인정받은 후, 검증단계(국제조사 및/또는 국제예비심사)를 거친 후 각 지정국에 번역문을 제출하여야 비로소 각 국에서 특허 허여 여부에 관한 심사가 진행되기에, PCT국제출원 한번으로 외국의 특허권을 획득할 수 있는 것으로 이해하여서는 안 됨

② 엄격한 절차

PCT는 각 단계별로 기간(수수료납부기간, 국내단계 진입기간 등)이 엄격히 정해져 있으므로 준수기간을 넘겨 불이익을 당하지 않도록 출원인의 주의를 요함

③ 특허·실용신안에 한정

발명만이 PCT를 통하여 특허·실용신안권 등으로 보호가능하며, 디자인 및 상표는 각각 별도의 협약에 의해 보호됨

(라) 등록 시 유의사항

○ 존속 기간 및 갱신

특허 및 실용신안도 상표권과 마찬가지로 영구적인 것이 아니라, 일정 존속 기간을 가짐. 주의 깊게 갱신 기간과 방법을 염두에 두어야 함

○ 특허 및 실용신안은 상표나 도메인에 비해서 매우 큰 비용이 투자되는 부분이고, 기술에 대해 독점권을 가진다는 것은 수익적인 측면에서 매우 큰 영향을 미칠 수 있으므로, 분쟁이 발생할 경우 그 손해가 훨씬 커질 수 있음

(3) 도메인

○ 도메인 등록은 주로 도메인 등록 업체를 통해 간편하게 등록할 수 있음

○ 도메인 등록업체를 통해 국가별 도메인 등록도 가능하니, 비교적 인지도 있는

도메인 등록업체를 통해 사전에 필요한 국가별 도메인을 등록하여야 함

- 특히 도메인의 경우 존속기간이 짧아 갱신에 주의하여야 하며, 미갱신시 타업체에게 등록하여 사업에 영향을 받을 수도 있음

(4) 인도네시아 지식재산권

(가) 특허제도

- 1989년 11월 1일자로 인도네시아 최초의 16장, 134개 조문으로 구성된 성문 특허법(Undang-undang Patent No. 6 Tahun 1989)이 제정됨
 - ① 존속기간 : 20년
 - ② 출원공개 : 특허는 출원일로 18개월 후/ 실용은 출원일로 3개월 후
 - ③ 공개기간 : 2특허 6개월/실용 3개월
 - ④ 심사청구 : 2출원일로 3년 내
 - ⑤ 항소 : 2상업법원 항소 가능
- 인도네시아는 1979년부터 공업소유권의 보호에 관한 파리 조약의 비준을 시작으로 지식재산권 분야의 국제조약에 적극적으로 가입하고 있으며, 현재 가입한 주요 국제조약은 아래와 같음

표 3-10 인도네시아가 현재 가입하고 있는 국제 조약

국제조약	비준일
공업소유권의 보호에 관한 파리 조약	1979년 9월 18일
특허협력 조약(PCT)	1997년 9월 5일
지식재산권의 무역 관련 협정(TRIPs)	1995년 1월 1일
국제상표법 협정(TLT)	1997년 9월 5일
WIPO 저작권 협정	2002년 3월 6일

[출처. 해외지식재산권보호 가이드북(인도네시아) 특허청]

- PCT 국제출원(인도네시아 국내절차에의 이행)
 - 인도네시아는 1997년 9월5일 특허협력조약(PCT)을 체결하였으며, 이에 따라 인도네시아의 특허청은 인도네시아 시민 또는 거주자를 위한 국제출원의 수리관청이 되었음. 따라서 인도네시아에서 외국으로의 국제출원이 가능하고 우리나라에서 국제 출원한 경우 인도네시아로의 진입이 가능함

- 인도네시아 특허법 제109조에서는 PCT 국제출원에 대하여 규정하고 있음. PCT 국제출원은 이 법에 의한 일반특허의 전체출원으로 취급되어야하며, 출원일은 국제출원일로 인정됨
- 일단 국제출원이 인도네시아에 진입하기 위해서는 관련서류를 인도네시아어로 작성되어야 하며 규정된 서류와 소정의 수수료를 납부함.
- 우리나라와 마찬가지로 PCT 19조, 34조에 의한 보정이 인정되며 국제출원이 있었던 날에 보정이 된 것으로 봄. PCT 국제출원은 국제조사의 대상이 되는데, 국제조사는 국제조사기관이 행하며 국내관청 또는 출원대상인 발명에 관한 선행기술에 대하여 자료 조사보고를 작성하는 임무를 가지는데, 인도네시아는 국제조사기관 과 국제예비심사기관으로 한국을 비롯하여 호주, 유럽, 러시아를 지정하고 있음

(나) 상표제도

- 인도네시아 상표법에는 상표(mark)에 대하여 "상품 및 서비스의 거래 활동에 사용되며 식별력(distinguishing features)이 있는 그림, 호칭(name), 단어, 문자, 도형, 색채의 취합, 또는 이들 요소의 조합으로 된 표식(sign)"으로 규정
- 인도네시아에서 보호되는 상표의 종류는 일반적인 상표 및 서비스표장 외에 특수한 기능을 하는 상표로 단체표장, 지리적 표시 및 원산지(Source of Origin) 표시 등이 있음
- 「서비스표」란 타인의 서비스표를 사용하는 서비스로부터 소유권자의 서비스표를 사용하는 서비스를 구별하기 위하여 서비스와 함께 사용되거나 또는 사용될 것으로 제안된 표장을 의미하며, 「단체표장(CollectiveMark)」이란 상품을 공동으로 생산·판매 등을 하는 업자 등이 설립한 법인이 직접 사용하거나 그 감독 하에 있는 단체원으로 하여금 자기의 영업에 관한 상품 또는 서비스업에 사용하기 위한 표장을 의미함
- 지리적 표시(Geographical Indication)」는 특정품질, 명성 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 지리적근원에서 비롯되는 경우 특정 영토, 지역 또는 지방을 원산지로 하는 상품임을 표시하는 것을 의미하며, 「원산지 표시(Source of Origin)」는 특정 상품 또는 서비스의 출처(origin)의 원산지를 표시하는 경우를 의미함
- 1961년 상표법(Undangundang Merek No. 21 Tahun 1961)이 제정되었고, 1992년 7월 23일 상표법 제19호, 1997년 상표법 제14호에 이어서 현 상표법 제15호가 2001년 8월 1일자로 시행되었음
- 주요내용은 아래와 같음
 - ① 보호 : 기간 10년

- ② 복수류 : 출원 가능
- ③ 공개 : 3개월
- ④ 심사청구 : 공개 전
- ⑤ 심사기간 : 9개월
- ⑥ 항소 : 가능(상업법원)
- ⑦ 갱신기간 : 12개월
- ⑧ 지리적 표시 : 있음

○ 조약에 의한 제도

- 세계 지식재산권 기구의 회원국인 인도네시아는 1979년 9월 18일 파리 조약을 비준하였으며, 우선권 인정을 규정한 파리 조약상의 모든 규정을 준수할 의무가 있다는 1983년 대법원 판결에 의하여 파리조약상의 우선권을 인정하는 규정을 상표법에 명문화하고 있으며, 인도네시아는 세계무역기구의 동맹국이기도 함
- 따라서 인도네시아에서의 상표출원이 파리 조약 동맹국의 일국 또는 세계무역기구의 동맹국인 국가의 상표출원에 대하여 그 출원일로부터 6월 이내에 인도네시아에 상표출원하면서 우선권을 주장할 경우에는, 해당 상표출원에 대한 상표요건의 심사가 동맹국의 최초 상표출원일(이하, 제1출원이라 함)로 소급하여 이루어짐
- 한편 조약우선권 주장출원을 할 경우 우선권 출원에 대한 증명서를 인도네시아로 번역하여 3개월 내 제출해야 우선권 인정을 받을 수 있음.
- 반면 인도네시아는 마드리드 의정서(Madrid Protocol) 가입국이 아니므로 마드리드 의정서에 의한 국제 출원은 할 수 없음

(다) 영업비밀 보호제도

- 세계무역기구 체제의 출범 등으로 기술 및 지식이 무한경쟁시대의 핵심적인 생산요소로 등장하면서 기업이 보유한 기술상 또는 경영상 정보는 기업의 경쟁력을 좌우할 수 있는 중요한 요소로서 부각되고 있음
- 이러한 기술상 또는 경영상 정보는 비밀로 유지되고 있는 동안 그 재산적 가치가 인정되고 보호받을 수 있는 것이기 때문에 그 비밀성을 유지하는 것은 영업비밀의 생명이라 할 수 있음
- 인도네시아 영업비밀 보호법(2000년 법률제30호)에 따르면, 「영업비밀이란 대중에 알려지지 않고(비공지성), 기업 활동에 유용한 경제적 가치를 갖는 기술 또는 사업분야에서의 정보이며(경제적 유용성), 권리자가 비밀조치(비밀관리성)를 취한 기술 또는 경영상의 정보이다」라고 규정하고 있음

○ 영업비밀의 범위

모든 비밀정보가 영업비밀에 해당하는 것은 아니고, 다음과 같이 법에 의한 범위와 요건을 갖춘 정보만이 영업비밀로서 간주되어 법의 보호를 받을 수 있음

- ① 생산 혹은 제조방법
- ② 가공방법(식음료 처방, 제약처방, 한방처방, 화공약품 제조법 등)
- ③ 판매방법(거래처 명단, 판매 가격 등)
- ④ 기타 경제적 가치가 있는 기술 혹은 경영상의 정보

○ 영업비밀의 성립요건

① 비공지성

영업비밀이 일반이 알 수 있는 상태에 있지 아니한 것으로서, 공개된 간행물 등에 게재되지 않고 비밀상태인 것을 의미

② 경제적 유용성

실제적으로 이용 가능한 정보로서 영업비밀 보유자가 시장에서 특정한 정보의 사용을 통해 경쟁업자에 대한 경제상의 이익을 얻을 수 있거나 정보의 취득 또는 개발을 위해 상당한 비용이나 노력이 필요한 경우 등을 의미

③ 비밀 관리성

비밀관리성 유지를 위해서는 영업비밀을 통상적인 방법으로 타인이 용이하게 입수할 수 없도록 상당한 노력에 의하여 비밀로 유지하여야 함

- 특허나 실용신안은 신규성, 진보성 등의 까다로운 특허요건에 대한 심사를 통해 등록되나 영업비밀은 별도의 심사절차 및 등록절차가 없다는 점에서 큰 차이가 있으며, 영업비밀의 경우, 비밀유지의 의무가 없는 제3자에게 공개되는 경우 더 이상 법적인 보호를 받지 못하게 된다는 단점이 있는 반면에, 특허의 경우는 일단 출원된 이후에는 그 공개여부에 관계없이 등록절차를 통해 법적인 보호를 받을 수 있다는 점에 유의할 필요가 있음

표 3-11 영업비밀과 특허제도의 비교

구분	영업비밀	특허
보호 대상	경제적인 가치를 지닌 경영상, 기술상의 모든 정보	기술에 관한 발명
보호조건	비공지성, 경제적 유용성, 비밀관리성	신규성, 진보성, 산업상 이용가능성
보호 기간	비밀로서 관리되는 한 무한	설정등록일로부터, 출원일 후 20년간 보호
공개 여부	비공개를 전제로 보호	공개를 전제로 보호

[출처. 해외지식재산권보호 가이드북(인도네시아) 특허청]

<💡 TIP >

- 지식재산권 관련 지원기관
- 특허청 지역지식재산센터 : 비영어권 브랜드 개발 지원, 해외출원비용지원(지역 지식재산센터 대표번호 1661-1900)
- 한국지식재산보호원 : 지식재산권 소송보험 지원 및 IP 분쟁 초동 법률자문 지원(한국지식재산보호원 기반정보팀 02-2183-5825), 기업간 협의체 구축 및 공동 대응 지원(한국지식재산보호원 분쟁예방팀 02-2183-5821)
- KOTRA : 해외 지식재산센터(IPDESK)운영 및 지식재산권 상담(KOTRA 해외투자 팀 02-3460-7365)

3 계약체결

가. 계약체결 시 고려사항

(1) 마스터 프랜차이즈 진행의 필요성

(가) 직접진출 시 발생하는 Risk

직접진출 시 진출국의 프랜차이즈 관련 법률, 지식재산권 보호 등 법률·제도나 정치·경제적·문화적 상황을 자세히 알기 어렵고, 언어의 한계, 상거래상의 한계 등으로 인하여 실패의 가능성이 높음

(나) 진출국의 법률 · 제도적 제한

- 외국기업의 프랜차이즈 진출 시 기업설립 제한이나 업종 제한, 가맹점 수 제한 등 자국의 중소기업을 보호하기 위한 법률 · 제도적 제한을 두고 있음
- 마스터 프랜차이즈 진출방식의 경우, 해당 진출국 역시 자국의 경제성장에 유익할 수 있어 법률 · 제도적 제한을 피할 수 있음

(다) 진출기업의 자금 및 인적 · 물적 자원의 한계

- 직접진출 시 현지개업단계나 해외사업관리단계 뿐만 아니라 해외진출준비단계, 해외진출확정단계에서도 많은 자금이 필요하며, 영어나 해당국 언어에 능통한 직원, 법률 전문가 등 인적자원 역시 필요함
- 국내 프랜차이즈의 기업규모로 볼 때, 이렇게 많은 투자비용과 자원을 들인 해외진출 사업이 실패할 경우 기업에 많은 피해를 줄 수 있어, 마스터 프랜차이즈 진출유형이 바람직함

(2) 프랜차이즈 관련 법률 및 제도의 반영

(가) 해당국 법률 · 제도의 반영의 필요성

- 마스터 프랜차이즈 형태로 진출하는 경우에는 프랜차이즈 기업 자신이 직접적으로 해당 법령의 규제를 받는 경우는 드물 수 있으나, 현지의 마스터 프랜차이지가 관련 법령을 위반하는 경우에는 해당 브랜드에 대한 현지국민 및 관련기관 등의 인식이 나빠져 향후 해당국에서 프랜차이즈 사업자체가 어려

위 질 수 있음

- 마스터 프랜차이즈 계약서를 작성함에 있어서 현지의 중요한 법령을 반영하고, 이를 준수하지 않을 시에는 계약을 해지하고 브랜드 회수조치를 취함으로써 브랜드 이미지의 훼손을 방지할 필요가 있음

(나) 반영해야 하는 관련 법률

- 프랜차이즈 관련 정부 규정 No. 42/2007 (GR No. 42/2007)
- 무역부 규정 No. 53/2012 (MOT Regulation No. 53/2012)
- 무역부 장관령 No. 07/M-DAG/PER/2/2013
- 소규모 및 중소기업관련 법령 No. 20/2008 (UMKM 법규)

(3) 마스터 프랜차이즈 계약의 기본내용

(가) 기본내용

1) 계약의 명칭 등

브랜드명(로고포함), 마스터 프랜차이즈 계약이라는 계약명칭, 당사자의 표시 및 계약체결의 사실·일자 등을 명시하여 계약을 특정함

2) 개념 정의

해당 계약서에서 사용되는 용어의 개념을 명확히 하여 계약내용의 이해를 돕고 의도한 내용으로 계약이 체결될 수 있도록 함

3) 선행조건

계약의 효력발생 요건을 기재하며, 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하여 효력이 발생하게 되면 프랜차이즈의 상표권·시스템을 포함한 기타 지식재산권이 마스터 프랜차이즈에게 흘러가게 되는 바, 진실한 혹은 성실한 마스터 프랜차이즈에게만 시스템 등을 전수함으로써 시스템 혹은 브랜드가 복제당하는 것을 막을 필요가 있음

따라서 가급적 초기비용의 완불 혹은 법령상 필요한 조건의 구비를 선행조건으로 삼는 것이 필요하고, 나아가 마스터 프랜차이즈가 일정기간 동안 비용을 지불하지 않는 경우에는 계약을 해지할 수 있도록 함

4) 독점적 영업지역의 부여

해당국의 영토의 크기·규모·인구에 따라 적절하게 활동지역을 분배하여 마스터 프랜차이즈 계약을 체결.

5) 프랜차이저의 초기의무

프랜차이저는 마스터 프랜차이저가 프랜차이즈 본부로서의 역할을 제대로 수행할 수 있도록 영업 및 마케팅 노하우, 숙련된 인력을 통한 직원교육, 인테리어 디자인 등을 제공할 의무가 있음

이 부분은 프랜차이저의 상황에 따라 구체화하여 기재할 수도 있고 간략하게 기재할 수도 있음

6) 프랜차이저의 지속적 의무

브랜드 사용의 허가, 마케팅 및 운영 매뉴얼의 제공, 물품공급 및 기타 영업지원 등의 의무가 있는 바 이를 규정함

7) 마스터 프랜차이저의 기본 의무

① 로열티 등의 지급의무

마스터 프랜차이저의 가장 기본적인 의무임. 로열티의 종류와 지급시기, 지급계좌 등에 대해서 자세히 기술함. 최초의 가입비, 직영점 및 가맹점 개설에 따른 로열티·감리비, 단위 화폐 및 환율 등에 대하여 규정함. 다만 로열티 규모를 정함에 있어서는 총매출에 대한 비율로 규정할 수도 있으나 총매출 산정이 어려운 경우에는 일정금액으로 정하는 것이 더 효과적일 수도 있음

② 직원 교육 의무

프랜차이저의 운영매뉴얼 등에 따라서 시스템 운영을 할 수 있도록 본사, 직영점 및 가맹점의 직원들을 지속적으로 교육하는 것이 필요한 바, 이를 규정함

③ 투명한 회계 및 관련 정보의 제공

매출액 등은 로열티 산정이 기준이 되는 바, 정확하고 투명한 회계 및 회계자료에 대한 프랜차이저의 자유로운 접근이 필요함. 따라서 회계관련 자료의 구비 및 제공의무를 규정해 두는 것이 필요함

④ 가맹점 및 직영점의 운영

직영점 및 가맹점의 위치에 대한 승인 여부, 매장 운영과 관련된 매뉴얼 준수, 종업원들의 복장, 비밀유지 조치 의무 등을 규정함. 나아가 매장위치를 선정함에 있어서는 마스터 프랜차이저로 하여금 해당 위치에 대한 정보 및 선정근거 등을 제공하도록 하여 이를 근거로 판단할 수 있도록 하는 것이 좋음

⑤ 최소 가맹점 오픈 의무

경우에 따라서는 마스터 프랜차이저가 직접 프랜차이즈 사업을 운영할만한 능력이나 의지가 없으면서 사업권을 획득하였다가 양도할 의도로 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하는 경우가 있을 수 있음. 또한 설령 그러한 경우가 아니라하더라도 해당국으로의 진출 이후 실제 사업진행이 지지부진하다면 결과적으로 브랜드의 이미지가 훼손될 우려가 있음

그러므로 일정기간 안에 일정 수 이상의 직영점 혹은 가맹점을 오픈할 의무를 부담시킴으로써 프랜차이즈 사업이 실질적으로 진행될 수 있도록 동기를 부여함과 동시에 실제 운영능력과 의지를 가진 사람과 마스터 프랜차

이지 계약을 체결할 수 있음. 다만 실제 목표 개수는 브랜드의 특성에 따라 달리 할 수 있음

나아가 해당국에서 마스터 프랜차이지가 프랜차이즈를 경영하기 위해서는 일정기간 동안 직영점을 운영해야 하는 경우도 있으므로 이러한 부분도 확인하여 규정하여야 함

⑥ 광고 및 마케팅 의무

마스터 프랜차이지는 프랜차이즈 사업의 활성화 및 브랜드 이미지 제고를 위해 마케팅을 수행할 의무가 있으며, 마케팅 수행시 프랜차이지의 승인을 받은 시안을 사용할 의무가 있음. 나아가 광고 등은 프랜차이지의 명성을 높이는 방향으로 시행되어야 하며 광고등과 관련된 저작물의 저작권은 모두 프랜차이지에게 있음을 기재함

8) 법률 및 매뉴얼 등의 준수

해당국의 모든 법령을 마스터 프랜차이즈 계약서에 반영하는 것은 불가능하기도 하고 불필요하기도 한 바, 마스터 프랜차이지에게 법령의 준수의무를 부과하고 특히 프랜차이즈와 관련된 법령의 경우에는 이를 마스터 프랜차이지가 조사하여 프랜차이지에게 보고하도록 하거나 조사된 내용은 계약서에 기재하는 것이 좋음

9) 비경쟁의무

해외진출의 경우 거리상·비용상의 문제로 실질적인 관리감독이 어려워 마스터 프랜차이지가 프랜차이지의 노하우 및 영업비밀을 이용하여 새로운 브랜드나 경쟁업종을 영위하는 경우가 종종 있음. 따라서 이러한 것을 방지하기 위하여 계약기간 동안 동일업종을 영위하는 것을 막고, 계약기간이 종료한 후에도 일정기간 동안에는 동일업종을 영위하는 것을 금지할 필요가 있으며, 나아가 비경쟁의무는 계약당사자는 물론이고 그 대표자 및 대표자의 친인척 등에게도 동일하게 부과하는 것이 필요함

10) 기밀유지

프랜차이지의 매뉴얼, 노하우 기타 비밀자료 등은 중요한 자산으로서 이를 외부로 유출하는 것은 재산권 침해가 됨. 따라서 이를 방지하기 위하여 비밀유지의무 및 비밀사용 범위를 규정하고 위반시에는 계약해지 및 손해배상청구 사유로 규정하여야 함

11) 사업권의 양도 및 우선매수청구권

프랜차이지는 물론이고 마스터 프랜차이지 또한 사업권을 양도해야 할 경우가 발생함. 그런데 마스터 프랜차이지가 프랜차이지의 허가 혹은 승인없이 자유롭게 사업권을 양도해 버린다면 프랜차이지의 애초 의도와는 달리 마스터 프랜차이지의 능력과 의지를 검증할 기회마저 상실하게 되어 브랜드가치를 보호하지 못할 수도 있음. 이에 마스터 프랜차이지의 사업권은 원칙적으로 양도하지 못하는 것으로 하고, 예외적으로 프랜차이지가 허가하거나 합의된 경우에만 양

도할 수 있도록 하는 것이 필요함

나아가 마스터 프랜차이지가 위와 같이 계약기간 중에 사업권을 양도하거나 계약이 종료된 후에 직영점 등을 양도하는 경우에는 프랜차이저 혹은 프랜차이저가 지정하는 자에게 우선적으로 양도하도록 하거나 우선협상권을 주는 것이 필요하며, 이와 같은 우선매수청구권을 통하여 프랜차이저는 기존의 마스터 프랜차이즈 기간을 발판으로 직접 진출을 시도할 수도 있으며, 브랜드가 소멸하는 것을 막을 수 있음

12) 상표권

상표는 프랜차이즈의 중요한 내용 중의 하나로서 해외에 진출하기에 앞서 상표권을 해당국에 등록해두는 것이 필요함. 나아가 상표 사용의 기간 및 범위, 계약기간 종료 후의 사용금지 의무, 제3자에 의한 상표권 침해시 통지의무 등을 규정하고 상표권 침해에 관한 소송진행 여부는 프랜차이저에게 결정권이 있음을 규정해 두는 것이 필요함

13) 계약기간

계약기간을 규정하고 계약기간이 만료되는 경우에는 재계약을 체결함을 규정함. 다만 계약의 발효는 마스터 프랜차이지가 초기 가맹금을 전부 지급하는 날부터 발효됨을 규정함

14) 계약의 종료

계약종료 사유를 명시하고 계약종료의 효과를 규정함. 특히 상표의 사용금지, 매뉴얼 등 지식재산권의 반환, 프랜차이저의 로고가 들어 간 광고물 등의 반환 의무를 규정함.

15) 손해배상

계약상 중요한 의무와 관련하여 이를 위반할 경우의 위약금 기타 손해배상을 규정함. 손해액의 입증이 어려운 점을 고려하여 위약금 규정을 두는 것이 필요함.

16) 불가항력

전쟁, 폭동 등 계약당사자에게 귀책사유를 돌릴 수 없는 불가항력에 의해 계약이행이 불가능한 경우에는 양 당사자가 면책됨을 규정해 두는 것이 필요함.

17) 분쟁의 처리

마스터 프랜차이지가 프랜차이즈 사업을 하면서 발생할 수 있는 여러가지 분쟁에 대하여는 마스터 프랜차이지가 책임지고 해결하도록 규정함으로써 후일 책임소재를 둘러싼 분쟁을 예방하도록 함.

18) 통지방법 및 계약의 수정

계약 당사자 사이의 의사교환의 수단을 명시하여 후일 의사의 전달 여부를 둘러싼 분쟁을 방지하도록 함. 또한 계약의 수정은 양 당사자 사이의 문서에 의

한 합의를 통해서만 가능하도록 함으로써 계약의 변경여부에 대한 분쟁을 방지함.

19) 준거법 및 언어

계약의 해석 및 판단 기준이 되는 준거법과 언어를 규정한다. 계약서는 영문본이 해석의 기준이 되도록 함으로써 상호분쟁의 소지를 줄이는 것이 필요함

< TIP >

- 로열티나 마스터 프랜차이즈 계약금 현황은 각 국가별, 기업별 일률적으로 책정되기 어려움. 일반적으로 최초 마스터 계약금은 1억~1.5억 수준이 가장 많으며, 로열티는 가맹점당 매출의 4%미만대가 많음. 「IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략 >3. 인도네시아 진출단계별 전략 >가. 진출단계별 주요 전략」 참조
- 로열티 수취방식에는 매출 기준(경상 로열티, Running royalty-매출, 수량, 이익 등 기준), 매출과 무관한 로열티(일괄 지불, (Lump-sum royalty), 상한 및 하한 로열티, 기타(선불 로열티) 등의 여러 방식이 있음
- 계약체결 시 로열티나 마스터 프랜차이즈 계약금 수취방식이나 원천과세 포함 여부 등 세금부담여부도 결정하여야 함

< TIP >

- 해외진출 시 본사의 파견직원이 없이 운영되는 것은 실패의 가능성이 높아, 계약시 파견직원의 이민 및 거주에 관한 내용도 반드시 기재되어야 함
- 계약체결 시 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식 및 면책조항을 내용에 포함할 필요가 있음
「IV 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2.인도네시아 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

(나) 외식관련 내용

1) 레시피 혹은 물품 제공의무

프랜차이저는 마스터 프랜차이지에게 자신의 특수한 레시피 혹은 소스 등을 제공할 의무가 있으며, 필요한 경우 식자재를 지정하거나 직접 제공할 수도 있음

2) 지정물품의 취급 의무

프랜차이저의 브랜드 통일성 및 고유한 특성을 유지하기 위해서는 마스터 프랜차이지는 자신이 임의로 물품 혹은 식자재를 선택하여서는 안 되며 프랜차이지 혹은 프랜차이지가 지정한 업체로부터 공급받은 물품을 사용하여야 함. 이러한 지정물품 사용의무는 마스터 프랜차이지가 모집한 가맹점에 대한 관계에서도 동일함.

식자재 등 사용물품의 현지화에 대하여는 별도의 서면합의를 통해 결정할 수 있도록 하여야 함

3) 레시피 등의 준수의무

지정물품 취급의무와 동일선상에서 맛의 동일성을 유지하기 위해서는 레시피를 준수하여야 함

4) 지정된 장비 등의 설치

마스터 프랜차이즈는 자신의 직영점과 가맹점에 프랜차이즈에 의하여 지정된 혹은 지정된 기준에 부합하는 장비를 설치하고 이를 확인받을 의무가 있음

5) 매장관리 및 종업원의 복장 규정 등

외식업체의 경우 매장의 청결상태, 원부자재의 보관상태 및 매장에서 근무하는 종업원들의 유니폼 착용 및 그에 관한 감독규정이 필요함

나. 마스터 프랜차이즈 표준계약서

(1) 표준계약서 양식 샘플 A

<p>마스터 프랜차이즈 표준계약서 (인도네시아-외식) (브랜드명) (브랜드명) Master Franchise Agreement</p>
[Franchisor]
회사명 :
대 표 :
주 소 :
이메일 :
서 명 :
[Master Franchisee]
회사명 :
대 표 :
주 소 :

이메일 :

서명 :

년 월 일

<로고>

본 계약은 ____년 ____월 ____일자로 다음의 당사자 사이에서 체결되었다.

(A) 제1 당사자: 대한민국 법에 의해 설립되어, _____에 그 사무소를 두고 있는 주식회사인 _____(이하 "Franchisor" 또는 FR)

(B) 제2 당사자: _____법에 의해 설립되어, _____에 그 사무소를 두고 있는 주식회사인 _____ Co. Ltd. (이하 "Master Franchisee" 또는 "MF")

위 당사자들은 다음과 같이 합의한다.

제 1조 (정의)

본 계약에서 해당 문구에 따라 다른 의미를 갖는 외에 다음의 정의를 따른다.

1. "Franchisor"란 대한민국 및 인도네시아의 상표권 및 특허, 의장실용 등 법의 보호를 받는 프랜차이즈 _____ 및 이를 위한 SYSTEM 등을 운영하는 회사를 포괄하여 지칭한다.
2. "Master Franchisee"란 계약지역에서 _____라는 브랜드로 직영점을 개설하고, 독점적으로 Unit Franchisee를 모집하여 운영지원하고 제품을 공급하며 Franchisor의 운영방침에 따라 지도할 수 있는 권한을 가진 자를 말한다.
3. "Unit Franchisees"란 Master Franchisee에 의해 모집되어 직접 가맹점을 운영하는 자를 말한다.
4. "직영점"이란 Master Franchisee에 의해 직접 개설되고 운영되는 전문점을 말한다.
5. "가맹점"이란 Master Franchisee가 직접 모집한 Unit Franchisee에 의해 운영되는 _____ 전문점을 말한다.

6. “매장”이란 계약지역에서 Master Franchisee와 Unit Franchisee에 의해 운영되는 _____점포를 의미한다.
7. “제품”이란 Franchisor가 Master Franchisee에게 공급(판매)하는 원재료, 초도물품, 기자재 및 기타 자료를 지칭한다.
8. “계약지역”이란 Master Franchisee의 독점적 영업구역으로 _____영토 내로 한다. 본 계약서에 명시된 계약지역의 범위를 벗어나 다른 지역으로 사업을 확장 하고자 할 경우에 Master Franchisee는 사전에 Franchisor와 협의하여야 하며 동일한 방법으로 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하여야 한다.
9. “하위 프랜차이즈 계약”이란 계약지역에서 계약기간 내에 Master Franchisee와 Unit Franchisees 사이에 체결된 프랜차이즈 계약을 말한다.
10. “사업”이란 Master Franchisee가 본 계약의 조건에 따라 계약지역 내에서 프랜차이즈 영업을 착수 및 영위하는 것을 의미한다.
11. “매뉴얼”이란 사업을 운영함에 있어서 Master Franchisee에 의한 준수 및 이행을 위해 Franchisor가 수립 및 제작한 기법, 프로세스, 기술, 시스템 및 체계에 관한 설명서로 구성되는 사업에 관한 Franchisor의 표준 운영 지침을 말한다.
12. “마스터 프랜차이즈”란 본 계약의 조건에 따라 Franchisor가 Master Franchisee에게 부여하는 권리 및 계약지역 내에서의 독점적 판매권을 의미한다.
13. “마스터 프랜차이즈의 대가” - 다음의 전부 또는 그 일부로 구성되는 금액.
 - (a) 가입비(계약수수료)
 - (b) 로열티
 - (c) 감리비용
14. “로열티”란 마스터 프랜차이즈의 대가로서 Franchisor에 대해 지급되는 것으로 그 액수는 제6조 제1항에 의해 결정된다.
15. “상표”란 본 계약의 Appendix A에 기재된 상표와 제품 및 그러한 상표의 등록을 위한 출원에 적용되는 기타 상표 및/또는 서비스표를 의미한다.

16. "상호"란 _____ 또는 제품 판매를 위해 사용하는 기타 명칭을 의미한다.

17. "계약"란 조항(Articles), 부록(Appendices)을 포함하여 본 계약서에 포함된 모든 사항을 의미한다.

18. 본 계약에 첨부된 부록(Appendix), 부속문서 또는 증거서류는 본 계약의 불가분의 일부를 이룬다.

제 2조 (선행조건)

본 계약은 Master Franchisee가 Franchisor에게 지급할 가맹비 기타 초기 비용의 최종적 완불을 전제로 한다. Master Franchisee가 초기비용을 지불하지 않는 경우 Franchisor는 지급요구일로부터 2달의 유예기간이 지난 후 계약을 해지할 수 있다.

제 3조 (계약지역에 대한 독점 판매권 부여)

Franchisor는 Master Franchisee에게 계약기간(~) 동안 계약지역 _____ 내에서 라는 브랜드로 직영점 개설과 운영 및 프랜차이즈 모집 사업과 관련한 모든 활동(영업, 점포개설, 제품생산, 판매 및 광고 활동 등)을 독점적으로 할 수 있는 권한을 부여한다.

제 4조 (Franchisor의 초기 의무)

1. Franchisor는 Master Franchisee가 계약지역 내에서 직영점 개설과 운영 및 가맹점 사업을 원활히 진행할 수 있도록 마케팅 및 영업방법 등의 노하우를 전수할 의무가 있다.

2. Franchisor는 Master Franchisee에게 직영점 및 가맹점의 원활한 개선을 위하여 인테리어, 매장관리, 직원관리, 식자재관리 등의 관리 및 운영 노하우를 전수하여 Master Franchisee가 Unit Franchisee를 지원할 수 있도록 적극 협조할 의무가 있다.

3. Franchisor는 Master Franchisee가 사업을 성공적으로 진행할 수 있도록 본 계약의 해지사유가 있지 않는 한 제품의 원활한 공급과 유·무형의 Franchisor자원을 적극 지원할 의무가 있다.

4. 직영점 및 가맹점의 설립을 감독 및 지도할 인력을 제공하고, 최초 ____개의 점포에 대해서는 1개월의 기간 동안 계약지역 내 운영 직원에게 트레이닝을 제공한다.

5. Franchisor 인력의 제공 및 파견을 포함하여 사업이 공식적으로 개시될 때까지 협력 및 지침을 제공할 의무가 있다.

6. Franchisor 인력의 계약지역으로의 제공 및 파견에 소요되는 여비, 숙박비 및 관련 비용은 Master Franchisee가 부담한다.

제 5조 (Franchisor의 지속적인 의무)

계약기간 동안 Franchisor는 다음에 대해 동의한다.

1. 사업 수행의 허가

Master Franchisee가 본 계약에 따라 허용된 명칭 또는 Franchisor가 서면으로 명시하거나 승인한 기타 명칭 또는 호칭을 사용하여 독점적으로 사업을 영위할 수 있음을 허가한다.

2. 마케팅자료, 운영매뉴얼 등 제공의무

계약 기간 동안 Master Franchisee에게 Franchisor의 최신판 마케팅 자료, 운영 매뉴얼 등을 무상으로 제공한다.

3. 자문

사업의 홍보, 광고 및 판촉 활동과 관련하여 Master Franchisee의 요청이 있는 경우 최대한 신속하게 조언 및 조력을 제공하도록 한다.

4. 트레이닝

Master Franchisee의 요청에 따라 Franchisor는 제품의 구매, 판매 및 일반운영절차를 포함한 사업의 전반적인 운영에 관한 트레이닝을 Master Franchisee에게 제공한다.

5. 영업지원

1) Franchisor는 Master Franchisee에게 필요한 영업자료 및 상표, 디자인, 각종 광고물 등의 자료를 제공한다. 다만 이를 계약지역에 맞게 번역 및 변경하는 것은

Master Franchisee의 역할이다.

2) Franchisor는 신제품의 안내와 각종 설비 등에 대한 정보, 자료를 제공한다.

3) 제조 및 서비스교육과 운영교육 및 영업지원은 각각 Franchisor의 한국본사와 Master Franchisee의 계약지역에서 이루어진다.

4) 위 3)의 경우 여비, 숙박비 등의 관련 비용은 Master Franchisee가 선지급한다.

제6조 (Master Franchisee의 의무)

Master Franchisee는 계약이 지속되는 기간 동안 항상 다음을 준수할 것을 Franchisor에게 서약 및 약속한다.

1. 가맹비, 로열티, 비용 및 기타 수수료 등 지급

1) 화폐 단위 및 기준 환율

- ① 본 계약에 대한 화폐 단위는 미국 달러화(USD)를 기준으로 한다.
- ② 지급 기준 환율은 청구 전월 한달 평균 환율로 규정한다.

2) 가맹비(계약수수료)

① Master Franchisee는 계약지역 내에 Franchisor의 브랜드로 직영점 개설 및 가맹점을 모집할 수 있는 독점적 권리를 부여 받는 조건으로 가맹비를 아래와 같이 Franchisor에 지급한다.

i) Master Franchisor Fee : _____ USD

ii) 계약기간: __년을 기본으로 한다. 계약만료 후 재계약 연장 시에는 __년 단위로 __회 연장 가능하며 재계약 연장시 수수료 및 기타 금액이 상향 조정 될 수 있다.

② Master Franchisee가 지불한 가맹비는 Franchisor에게 즉시 귀속하며 계약의 해지, 종료, 무효, 취소 등을 포함한 어떠한 경우에도 환불되지 아니한다. 다만 송금 일로부터 7일 내에 한하여 계약지역 내의 천재지변 또는 계약지역 전체의 전면적인 전쟁 등 불가항력적인 사유로 인해 Master Franchise 사업을 진행할 수 없는 경우라고 양 당사자 모두가 인정하는 경우에만 예외적으로 환불될 수 있다.

③ 계약기간 중 인도네시아 정부의 규제로 말미암아 계약지역에 대한 조정이 있는 경우에는 기지불한 가맹비는 다음과 같이 반환된다.

- 제1차 계약기간이 남아 있는 경우 :

가맹비 × 1/2 × 잔여계약기간/총 계약기간

- 제1차 계약기간이 경과한 경우 : 반환되지 않음

3) 직영점 개설에 따른 로열티 및 감리 비용

Master Franchisee는 로열티 및 직영점 개설에 따른 감리 비용을 다음과 같이 지급한다.

① 로열티: 매월 총매출액의 _____%

직영점 로열티는 Master Franchisee가 매월 집계하여 다음 달__일까지 지급한다.

② 직영점 개설시 감리비용: _____USD

i) 직영 2호점 개설시까지의 반드시 Franchisor 가 파견한 감독자의 감리를 받아야 한다.

ii) 직영 3호점 이후 시공 감리 여부는 Master Franchisee에게 달려 있다.

iii) 감리비용은 Master Franchisee가 매월 집계하여 다음 달 __일까지 지급한다.

4) 가맹점 개설에 따른 가맹가입비, 로열티 및 감리비용 Master Franchisee가 계약지역 내에 가맹점 개설에 따라 Unit Franchisee로부터 받은 가맹가입비, 로열티 및 감리비용을 다음과 같이 지급한다.

① 가맹가입비 및 로열티

i) 가맹가입비: Master Franchisee가 Unit Franchisee로부터 지급받을 가맹가입비는 _____USD이며, 이 중 ___%는 Franchisor에게 지급한다.

ii) 로열티: Master Franchisee는 Unit Franchisee로부터 지급받는 로열티는 매월 총매출의 _____%로 하며, 이 중 ___%는 Franchisor에게 지급한다.

iii) 지급시기: 위 가맹가입비와 로열티는 Master Franchisee가 매분기별로 집계하여 아래와 같이 지급하고, 그 산정 근거가 되는 회계자료를 E-MAIL, 국제우편, FAX 등의 방법을 통해 반드시 송부한다.

1분기(1~3월 분): 4. 20. 까지 지급

2분기(4~6월 분): 7. 20. 까지 지급

3분기(7~9월 분): 10. 20. 까지 지급

4분기(10~12월 분): 다음 해 1. 20. 까지 지급

② 가맹점 개설시 감리비용: _____USD

i) 가맹 1호점 개설시까지 반드시 Franchisor 가 파견한 감독자의 감리를 받아야 한다.

ii) 직영 2호점 이후 시공 감리 여부는 Master Franchisee에게 달려 있다.

iii) 감리비용은 감리요청과 동시에 지급되어야 한다.

5) 제품에 대한 대금지급

Franchisor가 공급하는 제품에 대한 대금은 다음과 같이 지급한다.

① 제품 공급에 대한 모든 배송비, Franchisor에게 송금시 발생하는 송금수수료, 환전수수료, Master Franchisee 국가에서 책정하는 관세 및 기타 세금 등은 제품에 대한 대금지급과 별도로 Master Franchisee가 부담한다.

② Master Franchisee는 제품 발주 후 ____일 이내에 대금을 선 입금하여야 하며 Franchisor는 입금 확인일로부터 ____일 이내에 제품을 선적하여야 한다. Franchisor는 선입금이 확인되지 않으면 제품 선적을 거부할 수 있다.

6) 별도 비용기준

① Master Franchisee를 지원하기 위하여 Franchisor에게 발생하는 출장비, 교육비 등 일체의 비용은 Master Franchisee가 실비 부담한다.

② Franchisor는 상기 ①항의 지원 비용을 Master Franchisee로부터 선 입금 받은 후 Master Franchisee일정에 맞춰 업무지원을 하도록 한다.

③ Master Franchisee는 계약지역 내에 의 독점적 사용권을 가지고 직영점개설, Unit Franchisees 모집 및 개설을 적극 진행한다. Master Franchisee는 이를 위해 다양한 마케팅 및 영업 활동을 진행해야 하며 이에 대한 비용은 Master Franchisee가 부담한다.

7) 대금 결제 계좌

Master Franchisee는 직영점 및 가맹점의 가맹비, 로열티, 비용, 기타 수수료 및 모든 관련 대금 결제를 아래 계좌로 Franchisor에 게 지급한다.

은행명:

Swift Code:

계좌번호:

예금주:

8) 연체 이자

마스터 프랜차이즈의 대가의 지급에 대한 연체 또는 지체가 있는 경우, Master Franchisee는 본 계약에 첨부된 Appendix B Section 2 소정의 연체 이자율에 따라 그러한 지체 또는 연체된 지급에 대한 이자를 지불한다.

9) 상계금지

어떠한 경우에도 본 계약에 따라 Master Franchisee 제품대금 등에 대해 지급해야 할 여하한 액수를 상계하지 않는다.

2. 제품

1) Master Franchisee는 Franchisor가 공급하거나 지정한 제품 혹은 지정한 업체가 공급하는 제품만을 취급하고 Unit Franchisee에 공급하여야 한다. 만일 Franchisor의 승인없이 이를 위반하거나 이행하지 아니할 경우 Franchisor는 계약을 파기할 수 있다.

2) Master Franchisee는 Unit Franchisee가 동일한 제품 및 판매가 격을 준수하도록 지도, 감독하고 또한 Master Franchisee 고유의 품질을 유지하며 지정한 제품만을 사용하도록 지도, 감독하여야 한다.

3) Master Franchisee는 계약 지역 내에서 와 유사한 가맹점 사업 및 경쟁관계에 있는 사업자로부터 제품 등을 구매, 유통하지 못한다.

4) Master Franchisee는 사전에 수요를 예측하여 Franchisor 혹은 Franchisor가 지정한 자에게 주문하며, 제품을 수령하였을 경우에는 검수(품목, 규격, 상태, 수량 등)하여 이상이 있을 시 수령일로부터 7일 이내에 공급자에게 이러한 사실을 통지하여야 한다. 또한 Franchisor 혹은 제3자의 사정으로 말미암아 제품수급이 원활하지 못한 경우에는 Franchisor의 승인을 받아 이와 동등 또는 유사한 대체품을 사용할 수 있다.

5) Master Franchisee는 물품을 구입하여 Unit Franchisees에게 공급함에 있어 반드시 인도네시아 현지제품의 구매율을 80% 이상으로 유지하도록 하며 인도네시아의 관련법령 등이 변경되는 경우에는 이를 준수하도록 한다. 이를 위반할 경우에는 중대한 계약위반으로써 Franchisor는 30일 이내의 기간을 정하여 시정을 요구하고 그 기간내에 시정되지 않거나, 그 기간 내에 시정 후 다시 위반하는 경우에는 즉시

마스터 프랜차이즈 계약을 해지할 수 있다.

6) Franchisor는 자신의 제품이 할랄인증 대상이거나 대상이 되는 경우에는 조속한 시일 내에 할랄인증(Halal)을 취득하도록 하며, Master Franchisee가 직접 물품을 조달하거나 생산하는 경우에는 해당 제품에 대한 할랄인증을 받도록 한다.

3. 인력 및 트레이닝

1) Master Franchisee는 Franchisor로부터 전수받은 가맹점 개설 및 인테리어, 매장관리, 직원관리, 식자재관리 등의 관리 및 운영노하우를 Unit Franchisee에게도 충분히 전수할 수 있도록 슈퍼바이저들을 육성하고, 이들이 순회하며 Unit Franchisee의 성공적인 매장운영을 지도할 수 있도록 적극 지원한다.

2) Master Franchisee는 각 매장 개설 10일전까지 Master Franchisee와 Unit Franchisee가 매장 운영에 성공할 수 있도록 직영점 및 가맹점에서 근무할 직원들의 교육을 완료하여야 하며, 이를 위하여 별도의 교육장을 개설하고 운영하여야 한다.

4. 회계 및 정보 제공

1) 정확하고 적정한 회계

① 신뢰할 수 있는 회계 관행 및 계약지역 내에서 일반적으로 받아들여진 원칙에 따라서 사업의 수행에 관하여 정확한 별도의 기록 및 회계를 유지한다.

② 그러한 기록 및 회계에 대하여 1년에 1회 유자격 감사인으로 하여금 감사하도록 한다.

③ Master Franchisee의 회계연도 종료 후 90일 이내에 (전술의 감사인에 의해) 감사 받은 모든 회계 사항에 대한 영문 및 인도네시아어 사본 각 1부를 Franchisor에게 제출한다.

2) 매출 및 가맹사업 관련 각종 자료 및 정보의 제공

① Franchisor와 Master Franchisee는 사업의 협력과 성공적인 발전을 위하여 매출 및 영업사항에 대하여 매월 정기적으로 투명한 정보 및 자료 제공 교류 체계를 갖는다.

② Master Franchisee는 매월 말일 기준으로 Franchisor에게 회사의 매출자료, 가맹점 계약서 및 가맹을 증명하는 근거자료와 가맹점 매출에 대한 자료 등을 Franchisor에게 문서(E-MAIL, 국제우편, FAX, POS SYSTEM 전산자료 포함)를 통해 정확하고 성실하게 제공한다.

③ Franchisor는 매출에 대해 실사할 수 있는 권리 및 계약지역 내 매장의 POS SYSTEM 등의 전산자료에 대해 열람할 수 있는 권리가 있으며 Master Franchisee는 Franchisor의 위 권리 실행에 대해 적극 협조하여야 한다.

④ Franchisor는 Master Franchisee가 매출 및 가맹에 대한 정보를 성실하게 제공하지 않는다고 판단될 경우 Master Franchisee의 매출 및 회계자료에 대하여 열람을 요청할 수 있고, 이에 대해 Master Franchisee는 요청 받은 날로부터 10일 이내에 그 자료를 제공하여야 한다. 만약 Master Franchisee가 합리적으로 인정될 만한 특별한 사유 없이 위 기간 내에 자료를 제공하지 아니하는 경우, Franchisor는 서면 (국제우편, Fax, E-mail 등)으로 다시 그 제공을 요구할 수 있고, 그 요구 받은 날부터 10일 안에 자료를 제공하지 아니하면 Franchisor는 즉시 계약을 해지할 수 있는 권리를 갖는다.

5. 직영점 및 가맹점 매장 운영 등

1) 매장의 위치

① Franchisor는 Master Franchisee와 계약기간 동안 계약지역 내 직영점 매장 위치에 대한 의사결정 권한을 갖는다.

② Master Franchisee는 계약기간 동안 계약지역 내 매장 개설 시 매장 위치에 대해 Franchisor에게 매장위치 선정에 관한 관련자료를 제출하여 검토할 수 있도록 한 후 그 승인을 얻어 매장을 개설하며, 매장 오픈 후에는 관련자료를 첨부하여 Franchisor에게 보고한다. 이때 Franchisor는 개설 전 승인한 내용대로 매장이 개설되었는지 여부를 확인하여 시정을 요구 할 수 있다.

③ Master Franchisee는 Franchisor의 서면에 의한 사전승인 없이 매장위치를 변경할 수 없다.

2) 청결 및 정돈

Master Franchisee는 Franchisor가 지시한 바에 따라 직영점 및 가맹점이 항상 청결

하고 정돈된 상태로 유지되도록 관리한다.

3) 장비의 설치/수리/교체

Master Franchisee는 Franchisor가 요구하는 사양의 장비/기기를 구입하여 설치하여야 하고, 매뉴얼 혹은 Franchisor가 요구하는 바에 따라 매장 및 그 장비를 양호한 상태로 유지관리하고 장비를 교체 및 교환함으로써 Franchisor의 상호 및 사업의 위상을 강화할 수 있도록 한다.

4) 임의의 장비교체 금지

Master Franchisee는 Franchisor의 서면에 의한 사전승인이 없는 매장에 설치된 장비를 임의로 교체하거나 새로운 장비를 도입하지 않는다.

5) 복장/유니폼

① 사업의 운영에 관여하는 모든 직원으로 하여금 매뉴얼 또는 Franchisor가 정하는 바에 따른 복장을 갖추도록 한다.

② 사업의 운영에 관여하는 모든 직원으로 하여금 매뉴얼이 정하는 바에 따라 항상 깔끔하고 청결한 외양을 갖추고 고객에게 친절하고 신속한 서비스를 제공하도록 하여야 한다.

6) Franchisor는 직영점 및 가맹점의 운영상황을 점검하고 시정이 필요하다고 판단한 경우에는 Master Franchisee에게 시정을 요구할 수 있다. Master Franchisee는 사안에 따라 30일 혹은 60일 이내에 시정조치를 완료하고 그 결과를 Franchisor에게 증빙자료를 첨부하여 보고하여야 한다.

7) 운영매뉴얼의 준수 및 기밀유지

① Master Franchisee는 운영매뉴얼에 규정된 혹은 수시로 규정 및 개정되는 내용을 준수하여 프랜차이즈를 운영하여야 하며, Unit Franchisee로 하여금 이를 준수하도록 하여야 한다.

② 매뉴얼은 Franchisor의 재산으로서 Franchisor의 명시적인 사전서면 동의가 없는 한 그 일부 또는 전부를 복제·복사하거나 외부로 유출할 수 없다. Master Franchisee는 운영매뉴얼 내용의 기밀유지를 위해 책임있는 예방조치를 취하여야 하며 이를 Franchisor에게 보고하여야 한다. 단, Unit Franchisee의 대표자에게는 전파할 수 있다.

③ 계약만료시 Master Franchisee는 자신이 관리 또는 소지하고 있는 운영매뉴얼 전부를 Franchisor에게 반납하여야 한다.

6. 최소 직영점 및 가맹점 모집

1) Master Franchisee는 계약 지역 내에 직영점 및 그 비율을 아래와 같이 유지하여야 한다.

- ① 계약일로부터 1년 이내 : 직영점 ___개 이상(실제 운영되는 직영점 기준)
- ② 계약일로부터 2년 이내 : 직영점 ___개 이상(실제 운영되는 직영점 기준)
- ③ 직영점 비율: 계약지역 내 전체 매장 수 대비 최소 ___%를 유지하도록 한다.

2) Master Franchisee는 2개의 직영점 운영을 성실히 이행한 후 Unit Franchisee 모집 및 개설에 문제가 없다고 Franchisor가 판단할 경우, 본 계약 체결일로부터 년이 지난 시점부터 Franchisor와 협의 하에 Unit Franchisee를 모집할 수 있다. 이 경우 그 비율을 아래와 같이 유지하여야 한다.

- ① 최초 가맹점 영업시작일로부터 1년 이내: ___개 이상(실제 운영되는 가맹점 기준)
- ② 최초 가맹점 영업시작일로부터 2년 이내: ___개 이상(실제 운영되는 가맹점 기준)
- ③ 최초 가맹점 영업시작일로부터 3년 이내: ___개 이상(실제 운영되는 가맹점 기준)

3) 최초 가맹점 영업시작일로부터 3년 이내에 Master Franchisor가 위 직영점 및 Unit Franchisee 모집 조항에 따른 의무를 이행하지 못한 경우 아래와 같이 로열티를 변경한다.

직영점 ___%→ __%, 가맹점 ___%→ __%

4) 계약기간 ___년 내에 매장 수는 운영 매장 누적 기준으로 최소 ___개 이상 운영함을 원칙으로 한다.

7. 광고 및 판촉

1) Master Franchisee는 자신의 비용으로 Unit Franchisee 모집광고 및 영업, 판매 촉진 활동을 하여야 하며, 계약 지역 내에서 Unit Franchisee 유치 극대화 및 효율

적인 관리를 위하여 최선을 다하여야 한다.

2) Master Franchisee는 Unit Franchisee 모집광고 및 영업 활동 시에 Franchisor의 승인을 받지 아니한 광고물·상징물 등을 사용하지 아니한다.

3) Master Franchisee는 계약 지역 내에서 매장을 개설한 후 원활한 Unit Franchisees 모집과 개설한 매장의 활성화를 위해서 Master Franchisee의 비용으로 광고 및 홍보 활동을 수행한다.

8. 인테리어

1) Franchisor는 Master Franchisee가 계약 지역 내에서 회사의 사업으로 책임진행할 수 있도록 인정하고 Master Franchisee는 기술을 보유한 시공업체로 하여금 Franchisor가 승인한 도면과 시방서에 따라 정밀 시공하도록 한다.

2) Master Franchisee는 계약기간 동안 Franchisor의 통일적 이미지와 수준에 부합하도록 도면, 시방서 등을 작성하여 사전에 Franchisor의 승인을 받아 진행하며, 최초 ___호점까지는 시공 후 Franchisor의 검수를 받아야 한다. 이때 Franchisor는 개설 전 승인한 내용대로 시공되었는지 여부를 확인하여 시정을 요구할 수 있으며, 시정요구를 받은 Master Franchisee 요구일로 부터 60일 이내로 시정완료하고 그 결과를 보고하여야 한다. 매장의 확장, 변경, 수선, 교체 등의 경우에도 동일하다.

9. 법률, 기법 등의 준수

1) 법률, 명령, 규칙 등 준수

① 제품의 구입 및 판매를 포함하여 사업의 개시, 수행, 운영 및 유지에 관련하여 각 해당 영역에 대한 법률, 명령, 규칙, 고시 등을 준수하여 계약지역 내의 가맹사업이 원활하게 이루어지도록 한다. Master Franchisee는 가맹사업의 운영에 필요한 현지의 법령 등에 대하여 설명한 자료를 영문으로 번역하여 Franchisor에게 제공하여야 한다.

② Master Franchisee는 무역부 혹은 관할관청에 프랜차이즈를 등록하여 등록증명서(SPTW)를 취득하여야 하고 매5년마다 이를 연장 또는 갱신하도록 한다.

③ Master Franchisee는 사본을 첨부하여 Franchisor에게 등록 혹은 등록 연장 사실을 통지하여야 하며, Franchisor는 Master Franchisee에게 Unit Franchisee의 모집의 승인, 마스터 프랜차이즈 계약의 갱신 등을 검토함에 있어 위 등록증명서의

취득 및 갱신 여부를 고려한다.

④ 영업지역내의 법률 등과 Franchisor가 Master Franchisee에게 제공하는 매뉴얼 등이 충돌하는 경우에는 영업지역내의 법률 등이 우선하며, 이러한 경우 Master Franchisee가 매뉴얼 등을 준수하지 않는 것은 본 계약위반에 해당하지 않는다. 이때 Master Franchisee는 Franchisor에게 서면으로 매뉴얼 등을 준수하지 않은 사실과 비준수의 사실을 즉시 통지하여야 한다.

2) 면허 등의 신청

Master Franchisee의 비용으로 계약기간 동안 계속해서, 영업 면허 또는 사업 면허 및 계약지역 내에서 사업의 개시, 유지 및 운영을 위해 요구되는 기타 면허, 허가, 증명 또는 서비스를 취득 및 유지하여야 한다.

3) 매뉴얼의 준수

모든 면에 있어서 특히 양질의 상품 및 서비스, 청결 관련 사항에 관하여 매뉴얼(최신판, 수정본 포함)을 준수한다.

10. 외국인 투자의 제한

Master Franchisee는 계약기간 중 Franchisor의 서면에 의한 사전동의 없이는 인도네시아 이외의 다른 나라 사람으로부터 투자를 받거나 동업할 수 없다. 다만 Franchisor는 인도네시아의 투자법에 위배되지 않는 범위 내에서 외국인과의 동업을 승인할 수 있다.

11. 그 밖의 의무

1) Master Franchisee는 계약 지역 내에서 _____의 브랜드 이미지를 손상시키는 행위를 하여서는 아니되며 _____의 유, 무형 자산이 제3자에 의해 침해되지 않도록 적극 관리한다.

2) Master Franchisee는 가맹사업의 통일성과 Franchisor의 명성, 신뢰를 유지하는데 노력하여야 하며 계약지역에 맞는 마케팅과 가맹점 모집 및 운영 노하우 등을 적극적으로 발굴하여 현지화 할 수 있도록 노력한다.

제7조 (비경쟁 조항)

1. 계약기간 중 비경쟁

1) 본 계약의 계약기간 동안 Master Franchisee는 Franchisor의 사전 서면 승인이 없이 직접 또는 간접적 경쟁자의 경쟁 사업에 관련한 일체의 직접 또는 간접적인 경제적 권리 등을 취득하지 않는다.

2) 본 계약의 계약기간 동안 Master Franchisee는 계약지역 내에서 동종 업종에 대한 사업을 하여서는 아니된다.

2. 계약 종료 후 경업금지

Master Franchisee는 계약기간 종료 후 또는 계약의 해지일로부터 5년 동안은 계약 지역 내에서 동종업종에 대한 사업을 하여서는 아니된다.

제8조 (기밀유지)

1. Master Franchisee는 본 계약의 계약기간 중 및 본 계약이 종료한 후에도, Franchisor의 사전 서면 동의 없이는 Franchisor로부터 직접 또는 간접으로 얻은 정보, 자료, 매뉴얼 등 또는 Franchisor와 거래하는 과정에서 알게 된 제품에 관한 가격, 제품의 품질과 제조비법(레시피) 등을 포함하는 모든 정보를 제3자에게 공개하여서는 아니된다.

2. 전항의 기밀 정보 내지 Franchisor에 관한 기밀 자료는 Franchisor가 제공한 양식으로 작성된 기밀유지 및 비공개 계약서에 서명한 자를 제외하고는 일체 제3자에게 공개 또는 배포하지 아니한다. 위의 비밀유지 약정서에 서명한 사람의 명단은 서명 후 20일 이내에 Franchisor에게 통지한다.

3. 전항의 기밀 정보를 본 계약에 따른 사업의 유지 외의 목적을 위해 사용하여서는 아니된다.

제9조 (계약상 권리의 양도와 이전):

1. Master Franchisee에 의한 양도

Master Franchisee는 아래의 제9조 제2항 기재의 조건에 의하는 경우를 제외하고는 본 계약상의 권리의 전부 또는 일부를 양도 또는 이전할 수 없다. 그리고 이러한 양도 또는 이전을 위해서 Master Franchisee는 Franchisor의 사전 서면동의를 받아야 한다.

2. 양도허용의 조건

본 계약상의 Master Franchisee의 권리의 양도, 이전 또는 매각에 대한 여하한 동의는 다음의 조건을 따른다 (다만 다음의 어떠한 조건도 제안된 양도 또는 이전에 대하여 동의하거나 합리적 유보를 할 수 있는 Franchisor의 재량을 제한하지 아니한다).

1) Master Franchisee는 Franchisor에 의해 제안된 여하한 양도 또는 이전의 조건을 승인한다.

2) Master Franchisee는 Franchisor에게 비환불의 양도수수료를 지급하여 Franchisor로 하여금 해당 신청을 검토 및 처리하고 양수인의 훈련에 총당하도록 한다. 양도수수료는 _____USD를 초과하지 않는다.

3) Franchisor의 선택에 따라,

① Master Franchisee와 양수인이 Franchisor가 제공하는 마스터 프랜차이즈 양도 계약서에 따라 양도 계약을 체결하거나

② Franchisor와 양수인이 Franchisor가 제공하는 마스터 프랜차이즈 계약서에 따라 마스터 프랜차이즈 계약을 체결한다 (계약기간을 잔여기간으로 할지 아니면 새롭게 계약기간을 설정할지는 Franchisor의 재량으로 한다).

4) Master Franchisee는 양수신청과 동시에 Franchisor에게 본 계약에 따라 제공된 매뉴얼 및 기타 자료들을 반환하여 양수인에게 제공되도록 한다.

5) 양수인은 Franchisor의 트레이닝 프로그램을 성공적으로 이수한다.

3. 우선매수청구권

1) Master Franchisee는 제3자에게 본 계약상 권리의 전부 또는 일부를 양도 또는 이전하기에 앞서 Franchisor에게 우선적으로 양도의사를 통지하여야 한다. Franchisor는 위 통지를 받은 날로부터 1개월 이내에 양수의사를 표명할 수 있고, Franchisor가 양수의사를 표명하면 Master Franchisee는 Franchisor와 우선적으로 양도 협상을 하여야 한다.

2) 마스터 프랜차이즈 계약이 종료되어 Master Franchisee소유의 직영매장을 양도하는 경우에도 위 1)항과 동일하다.

4. Franchisor에 의한 양도

본 계약 또는 Franchisor와 Master Franchisee 사이의 여하한 다른 계약에 그와 반대되는 어떠한 규정에도 불구하고, Franchisor는 Master Franchisee에게 최소 30일 전에 사전 서면 통지를 하고 본 계약상의 자신의 권리 또는 의무의 전부 또는 일부를 양도 또는 이전할 수 있다.

제 10조 (상표)

1. Master Franchisee의 상표 등 사용권

1) Franchisor는 자신의 서비스표 등 Master Franchisee에게 제공하는 지식재산권에 대하여 서비스표 등록 등 보호절차를 구비하였음을 보장한다.

2) Master Franchisee는 Franchisor의 동의하에 자신의 계약 지역 내의 유일한 Master Franchisee로서 매장에 상표를 부착할 수 있으며 Franchisor가 승인한 범위 내에서 Franchisor의 상호 및 디자인 등을 활용할 수 있다.

2. 계약종료에 따른 상표 사용의 중지

계약이 종료되면 Master Franchisee는 30일 이내 Franchisor가 승인한 상표 기타 상징물의 사용을 중지하고 자신의 비용 부담으로 수거작업 및 이미지 철거 등을 하여야 한다.

3. 권리침해의 통지

만약 Master Franchisee가 Franchisor의 상표권이 제3자에 의해 침해 되거나 침해될 우려가 있음을 알게 된 경우, Franchisor에게 이를 즉시 알려 Franchisor가 적절한 조치를 취할 수 있도록 한다.

4. 보상 / 면책

1) Master Franchisee는 본 계약 내용에서 정한 것과 다른 방식으로 Master Franchisee 또는 그와 관련된 자가 Franchisor의 상표, 상호 및 디자인 등을 사용함으로써 Franchisor가 입은 모든 손해를 배상할 의무가 있다.

2) 본 계약 내용에서 정한 것과 다른 방식으로 Master Franchisee 또는 그와 관련된 자가 Franchisor의 상표, 상호 및 디자인 등을 사용함으로써 제3자에게 손해를 가하고 이에 대해 Franchisor가 손해배상책임을 부담하는 경우, Master Franchisee는 제3자로부터 Franchisor를 면책시켜야 하며 그에 대해 단독으로 제3자가 입은

전 손해를 배상할 의무를 진다.

제 11조 (계약기간)

1. 본 계약은 제12조에 따라 조기에 종료되는 경우를 제외하고는 계약일로부터__년간 계속하여 유효하다. 단 계약의 발효일에 대하여는 제2조가 본 조에 우선하여 적용된다.

2. 계약기간이 만료되는 시점에 본 계약의 주요 내용은 양측의 합의에 따라 세부 조건을 변경하여 재계약할 수 있다.

제 12조 (계약의 종료)

1. 당사자의 의무 위반 또는 기타의 사정으로 인한 계약의 종료 다음에 해당하는 경우, Franchisor와 Master Franchisee는 서면(국제우편, E-MAIL, FAX포함)으로 계약 종료를 통지할 수 있으며 통지를 받은 날로부터 60일 후에 계약이 종료된다. 다만 이 계약서의 개별조항에 별도의 규정이 있는 경우에는 그에 따른다.

- 1) Franchisor와 Master Franchisee 사이의 계약기간이 만료된 경우
- 2) Franchisor 또는 Master Franchisee가 파산하거나 지급 불능인 경우
- 3) Master Franchisee가 Unit Franchisee로부터 불이행의 구제조치 요청을 받은 날로부터 30일 내에 조치를 취하지 못하는 경우 또는 Master Franchisee가 영속 기업으로서의 기능을 중지한 경우
- 4) 어느 일방이 본 계약의 각 조항을 위반하거나 이행하지 아니할 시 30일의 기한을 정하여 이의 시정을 요구하였으나 시정하지 아니 한 경우
- 5) 계약 내용의 변경으로 재계약 체결이 불가능한 경우

2. 상호합의에 의한 종료

상기의 제12조 제1항에도 불구하고, 양 당사자는 상호 서면 합의에 의해 본 계약을 종료할 수 있다.

제 13조 (종료의 효과)

본 계약의 종료시 다음과 같은 효과가 발생한다.

1. 사업의 중단

Master Franchisee는 사업운영 및 기법의 사용을 중단하고, 추후로 어떤 방식으로든

스스로를 Franchisor의 Master Franchisee 혹은 가맹점으로서 표시하지 않으며, Master Franchisee와 Franchisor간의 가맹(Franchise)관계를 연상시킬 수 있는 어떠한 행위도 하지 않는다.

2. 상호 등 사용의 중단

Master Franchisee는 Franchisor의 상호, 상표 및 이와 유사한 다른 상호, 로고, 의장, 표지 등을 사용하지 않는다.

3. 광고물 등의 제거

Master Franchisee는 Franchisor와 동일시되거나 동일시될 수 있는 혹은 Franchisor를 연상시킬 수 있는 모든 표지 또는 광고물을 폐기한다.

4. 매뉴얼의 반환

Master Franchisee는 매뉴얼 및 그가 소유 또는 관리하는 Franchisor에 관한 기밀정보 또는 영업비밀을 포함하고 있는 기타 자료를 전부 Franchisor에 반환한다.

제 14조 (손해배상)

1. Master Franchisee는 Franchisor의 상표권, 특허, 의장권과 기타 제품에 구현된 재산권이 Franchisor의 독점적 소유임을 인정하여야 한다.

2. Master Franchisee는 Franchisor의 사전 서면 동의 없이는 Franchisor로부터 직접 또는 간접으로 얻은 정보, 자료, 매뉴얼 등 Franchisor와 거래하는 과정에서 알게 된 제품에 관한 가격, 제품의 품질과 제조 비법, 사양, 인테리어 디자인, 시공법, 자재목록, 홍보물 디자인, 마케팅 기획 등을 포함하는 모든 정보를 제3자에게 공개해서는 아니 된다(제8조 기밀유지).

3. Master Franchisee는 Franchisor가 제공하거나 인정한 제품만을 사용해야 한다(제6조 제2항).

4. Master Franchisee는 Franchisor에게 법인 및 모든 매장 매출의 투명성을 보장해 주어야 하며 이와 관련해 매출 누락을 해서는 아니 된다.

5. 상기 제1~4항을 위반할 경우 Master Franchisee는 Franchisor에게 각 조항 당 ___USD 에 해당하는 금액을 손해배상해야 한다.

제 15조 (불가항력)

1. 어느 당사자도 전쟁, 혁명, 폭동, 파업, 노동쟁의, 화재, 홍수, 정부의 조치, 기타 당사자가 통제할 수 없는 사유로 계약조건을 불이행 하거나 이행 지연한 경우에는 상대방에 대하여 그로 인한 책임을 부담하지 않는다.

2. 이와 같은 불가항력적인 사유가 발생한 경우, 그로 인하여 이행을 하지 못하는 당사자는 상대방에게 진전상황을 즉시 통보하여야 한다. 그러한 불가항력 사유가 제거되는 즉시 피해 당사자는 지체 없이 해당의무를 이행하여야 한다.

제 16조 (보험)

계약지역 내에 모든 직영점과 가맹점은 각종 보험 등의 부보를 통하여 자산과 인사상의 손해에 사전방어 하여야 하며, 그럼에도 불구하고 직영점 및 가맹점에서 발생하는 각종 사고는 Master Franchisee의 책임으로 처리 하여야 하고 어떠한 경우에도 Franchisor의 책임으로 할 수 없다.

제 17조 (분쟁의 처리)

Master Franchisee는 계약지역 내에서 직영점 개설 및 Unit Franchisee를 모집, 개설, 관리 등을 하면서 발생하는 분쟁을 Master Franchisee의 책임으로 처리하여야 하며 어떠한 경우에도 Franchisor의 책임으로 할 수 없다.

제 18조 (비포기)

Master Franchisee의 의무 불이행 또는 이행지체에 대해 Franchisor가 본 계약에 따라 주어진 권리 또는 구제책의 행사를 하지 않거나 유예하는 것은 그러한 의무 불이행 등에 대한 권리 포기 또는 묵인으로서 해석되지 않는다. 또한 Master Franchisee에 의한 다른 또는 추후의 의무 불이행 또는 이행지체에 대한 Franchisor의 권리 또는 구제책의 행사에는 아무런 영향도 미치지 아니한다.

제 19조 (통지)

당사자간 달리 합의하지 않는 이상 모든 통지는 본 계약 상단에 규정된 당사자들의 주소지로 하여야 한다. Master Franchisee는 주소 혹은 이메일이 변경된 경우 즉시 Franchisor에게 통지하여야 하며, 미통지시 본 계약 상단에 규정된 주소지에 대한

통지는 법적으로 유효한 통지임을 인정한다.

제 20조 (계약의 수정 및 변경)

1. 본 계약에 대한 어떠한 수정 또는 변경도 문서화되어 Franchisor 및 Master Franchisee 의 정당한 대리인이 서명하지 않으면 발효되지 않는다.

2. 본 계약에서 정한 각종 수수료는 Master Franchisee와 Franchisor가 상호 간에 서면(국제우편, FAX, E-MAIL등)으로 합의한 경우에 신설, 변경 또는 폐지할 수 있다.

제 21조 (준거법 및 중재)

1. 준거법

이 계약은 대한민국 법에 따라 해석되고 규율된다.

2. 언어

양 당사자는 본 계약 및 관련 문서는 모두 영어로서 작성되어 교부됨을 동의한다. 다만 본 계약서를 포함한 일체의 관련문서는 인도네시아의 법률이 요구하는 경우 인도네시아어를 포함한 다른 언어로 번역될 수 있다. 다만 의미의 충돌이 있는 경우에는 영문본이 기준이 된다.

3. 중재

이 계약으로부터 이 계약과 관련하여 또는 이 계약의 위반, 불이행으로 말미암아 당사자간에 발생하는 모든 분쟁, 논쟁 또는 의견차이는 상호 원만히 협의하여 처리하고 부득이 중재가 필요한 경우에는 대한민국 서울특별시에서 대한상사중재원의 중재에 의하여 최종적으로 해결한다. 대한상사중재원에 의하여 내려지는 판정은 최종적인 것으로 당사자 쌍방에 구속력을 가진다.

Appendix A

(마스터 프랜차이즈 계약의 불가분의 일부로서 첨부되며, 이의 적용을 받음)

MF에게 허가된 지식재산권의 목록

Appendix B

(마스터 프랜차이즈 계약의 불가분의 일부로서 첨부되며, 이의 적용을 받음)

연체이자율

< TIP >

- 상기 마스터 프랜차이즈 표준계약서(인도네시아-외식)는 (사)한국프랜차이즈산업협회에서 연구용역 한 자료이며, 영문본이 필요할 경우 (사)한국프랜차이즈산업협회(www.ikfa.or.kr)에 문의하길 권함

< TIP >

- 합작방식은 시장조사, 파트너선정 등의 절차에서 마스터 프랜차이즈방식과 유사하지만 파트너와 함께 현지법인 설립하고 운영하는 것에서 차이점이 있음
- 합작방식은 마스터 프랜차이즈방식과 달리 계약내용에 출자비율, 의사결정, 법인운영방식, 수익배분방식, 직원파견, 본사의 지원 및 지도감독 등 현지법인을 운영하는 조건과 내용을 사전에 협의하여 포함해야 함

다. 국제가맹 계약

- 국제가맹은 국내에서의 가맹사업과 마찬가지로, 가맹본부가 가맹 사업자와 하나의 단위 가맹점 운영을 계약하는 형태로 국내 가맹본부가 현지 가맹점을 직접 관리하는 형태임
- 큰 비용을 들이지 않고 현지에 쉽게 진출할 수 있으며 이 가맹점을 시범 점포로서 활용하면 현지 사업 확장의 기회로 활용 가능
- 계약서 작성 시 '프랜차이즈 관련 정부 규정 No. 42/2007 (GR No. 42/2007)'에 따라 아래의 내용이 필수적으로 기재되어야 함

프랜차이즈계약	FRANCHISE AGREEMENT
프랜차이즈 계약서는 다음과 같은 사항을 포함해야 한다.	Franchise Agreement shall at least contain:
1. 가맹본부나 가맹점이 될 기업의 이름과 주소, 기업소유주의 이름과 주소, 기업 경영인의 이름과 주소	1. Name and address of the parties, namely the company's clear name and address and the clear name and address of the owner/person in charge of companies entering into an agreement namely Franchisor and Franchisee.
2. 회사의 브랜드, 로고, 디자인, 경영 시스템, 프랜차이즈 대상과 같은 지식재산권	2. Type of Intellectual Property Right, namely type of Intellectual Property Right of the Franchisor, such as company's brand and logo, outlet design, management/marketing system or seasoning blend being the franchise object.
3. 소매, 교육, 음식점, 진료소, 수리점 등 사업 활동	3. Business activity, namely the business activity agreed such as retail trade, education, restaurant, a dispensary or repair station.
4. 가맹본부나 가맹점의 권한과 의무	4. Right and obligation of Franchisor and Franchisee, namely the right owned by the Franchisor and Franchisee, such as:
a. 가맹본부는 가맹점으로부터 사용료나 요금을 받을 자격이 주어 져야 하며 가맹본부는 가맹점에게 발전 경과를 제공	a. Franchisor shall be entitled to receive the fees or royalties from the Franchisee, and then the Franchisor shall provide continuous development to the Franchisee.
b. 가맹점은 지식재산권이나 가맹 본부가 가진 특정 사업 전형을 이용할 자격이 주어 져야 하며 가맹 점은 윤리강령을 유지하며 가맹본 부가 제공한 지식재산권과 특정 사업 전형의 기밀을 유지	b. Franchisee shall be entitled to use the Intellectual Property Rights or typical business characteristic owned by the Franchisor, and then the Franchisee shall maintain the Code of Ethics/confidentiality of Intellectual Property right or typical business characteristic provided by the Franchisor.
5. 가맹본부가 가맹점에게 컴퓨터 나 IT관련 시설 유지, 보조, 운영 지침, 훈련, 마케팅에 관한 정보를 제공	5. The aid, facilities, operational guidance, training, and marketing provided by the Franchisor to the Franchisee, such as facility aid in terms of provision and maintenance of computer and IT program of business activity management.

6. 가맹본부가 가맹점에게 수마트라섬, 자바섬, 발리섬 등 인도네시아 전역의 사업영역 명시	6. Business area, namely area boundary provided by the Franchisor to the Franchisee to develop the franchise business such as; territory of Sumatra, Java and Bali or throughout Indonesia.
7. 프랜차이즈 계약 서명에 따라 남은 기간은 몇 년 이라는 계약의 유효기간과 같은 내용	7. Agreement Term, namely time limit of commencement and expiry of agreement, such as cooperation agreement shall be stipulated effective for (ten) years as of the signing date of agreement by both parties.
8. 가맹점의 사용료나 요금의 계산 절차와 조항에 관한 보상, 지불 조건	8. Payment term of compensation, namely procedure/provisions including the time and procedure of calculation of compensation such as fee or royalty if agreed upon in the agreement being the responsibility of the Franchisee.
9. 소유주의 변경, 상속인 권리 변경 시 사업소유자, 주주, 이사 등의 이름과 주소	9. Ownership, change of ownership, and right of heirs, namely, the clear name and address of business owner if individual, as well as name and address of Shareholders, Board of Commissioners and Board of Directors if in terms of business entity.
10. 인도네시아 법에 따른 지역법정이나 기업 내에서 분쟁, 논쟁을 처리한 장소	10. Dispute Resolution, namely stipulation of place/location of dispute resolution, such as through the District Court of the company's place/domicile or through a Court, Arbitration by taking into account the Indonesian law.
11. 계약서에 특정 날짜에 만료된다고 명시되어 있지 않는 한 계약 유효기간의 연장, 만료, 종료는 일방적으로 할 수 없으며 쌍방의 합의 하에 계약서의 연장이 가능	11. Procedure of renewal, expiry, and termination of agreement such as termination of agreement cannot be made unilaterally, the agreement is terminated automatically if the period stipulated in the agreement has expired. The agreement can be extended if desired by both parties with the provisions stipulated jointly.
12. 가맹점에게 가맹본부가 계약서에 명시되어 있는 대로 계속해	12. Guarantee from the Franchisor to keep run its obligations to the Franchisee according

서 의무를 완수하라는 보증

to the content of Agreement until the termination of the Agreement term.

(1) 국제가맹 계약서(샘플)

프랜차이즈 계약 (점포 운영을 위한 프랜차이즈)

본 계약은 _____년 ____월 ____일 주사업장이 [주소]에 소재하는 () (이하 "Franchisor"라 함)과 주사업장이 [주소]에 소재하는 [프랜차이지 회사명] (이하 "Franchisee"라 함) 간에 체결한다.

전 문

Franchisor와 계열사는 ()를 특징으로 하는 ()식당과 ()식당(이하 일괄하여 "Brand 식당"이라 함)의 설립과 운영에 관하여 고유의 포맷을 개발 및 보유하고 있다.

Franchisor와 계열사는 고유의 외관 및 인테리어 디자인과 장식, 색채배합, 비품, 유니폼 표준, 규격, 운영 절차, 제공 제품 및 서비스의 품질과 균일성, 경영과 재고 관리 절차, 교육 및 지원, 광고 및 판촉 프로그램(이하 일괄하여 "시스템"이라 함)을 비롯하여 Brand식당의 설립과 운영을 위한 포괄적 시스템을 개발하였으며, 본 시스템은 Franchisor에 의해 수시로 변경, 개선, 발전할 수 있다.

Franchisor의 계열사는 Brand식당과 관련된 영업권 일체와 함께 서비스상표 "Brand 식당의 운영과 함께 현재나 향후 사용하는 기타 상표와 서비스 상표, 트레이드 드레스, 로고, 슬로건 일체(이하 일괄하여 "Brand상표"라 함) 뿐 아니라 Brand식당과 관련하여 사용하는 기타 지식재산권 일체에 포함된 일체의 권리와 자격, 이익의 유일한 독점 소유권자이다.

Franchisee는 본 계약서와 Brand 식당의 모집 안내장을 검토하였음을 인정한다. Franchisee는 본 계약이 본 계약의 약관을 양해하고, 이는 Brand 상표의 신용과 시스템의 무결성을 보호하기 위하여 전체 Brand식당에서 엄격한 Franchisor 품질 기준의 균일성을 유지하는데 합당하게 필요하다고 인정한다.

Franchisee는 하기에 기술하는 장소에서 Brand식당을 운영할 프랜차이즈의 취득을 원하고 Franchisor는 본 계약에 명시하는 약관에 따라 Franchisee에게 해당 사업권

을 교부하고자 한다.

이에 제 당사자는 하기의 약관에 따라 계약을 체결하기로 합의한다.

1. 지명

1) 본 계약의 규정에 따라, Franchisor는 이에 본 계약 3호에 의거하여 선정하는 장소(이하 "식당"이라 함)에서 별첨 A에 명시된 시스템과 Brand 상표, Franchisor가 수시로 인가하는 관련 상표 일체(해당 Brand상표는 하기에 "면허 상표"라 함)를 이용하여 식당을 운영할 권리를 Franchisee에게 교부하며, Franchisee는 이에 이를 운영할 의무를 인수한다. 본 계약에 의하여 교부되는 사업권은 특정 지역의 식당에 국한한다.

2) 신규 또는 변경 로고나 상호, 상표, 서비스 상표, 저작권 보호 자료, 신규 메뉴 항목, 신제품, 신 기법, 신규 장비의 채택과 이용을 비롯하여 시스템을 변경할 단독 재량권은 Franchisor에게 있다. Franchisor가 자비로 해당 변경을 요구할 경우 Franchisee는 합당한 시한 안에 이를 철저히 적용해야 한다.

3) 본 계약에 별도로 명시적인 규정이 있는 경우를 제외하고, Brand상표와 시스템, Brand식당에 대한 권리 일체와 재량권, 기타 사업에 종사할 권리는 Franchisor와 그 계열사에 있다. 단, Franchisee가 본 계약을 위반하지 않을 경우 Franchisee에게 권리가 교부되는 지역은 제외한다.

2. 기한 및 갱신

본 계약 기한은 당사자 양측의 계약 작성일에 개시하여 (a) 1호점 개점일 십(10)주년이나 (b) 임대계약의 해지나 만료일 가운데 이른 일에 종료한다(이하 "기한"이라 함). Franchisee는 기한을 1회 연장할 권리가 있다. 단, 하기의 단서를 적용한다.

1) Franchisee는 만료일 9개월부터 12개월 이전에 권리의 행사를 Franchisor에 서면 통보해야 한다.

2) Franchisee는 본 계약이나 Franchisor 또는 Franchisor의 계열사와의 기타 계약을 준수해야 한다.

3) Franchisee는 갱신 조건으로 점포의 점유를 유지해야 한다. Franchisor는 갱신

당시 존재하는 Franchisor의 규격 및 표준에 부합하도록 점포의 장비와 비품, 설계, 장식의 업그레이드를 요구한다.

3. 점포 위치

1) Franchisee는 [주소]에 식당(이하 "점포"라 함)을 운영할 사업권을 교부 받는다.

2) Franchisee는 점포 선택에 대해 Franchisor의 승인을 얻고 적절한 점포 선택에 대해 전적으로 책임이 있음을 인정한다.

3) Franchisee가 개점하는 1호점에 대해 본 계약을 체결한 후 6개월 또는 Franchisee가 제안하는 점포를 Franchisor가 승인한 후 1개월 안에, Franchisee가 계약 당사자 이외의 사유로 인하여 임대계약을 체결하지 못할 경우 Franchisee나 Franchisor는 본 계약을 해지할 수 있다. 이 경우 본 계약 19호에 명시된 일차 프랜차이즈 수수료는 Franchisor가 본 계약을 체결하면서 부담하는 비용이나 경비를 공제한 후 Franchisee에게 환불한다.

4) 이유 여하를 막론하고 Franchisee가 점포의 점유를 개시한 후 6개월 안에 식당을 개점하지 않는 경우, Franchisor는 그 이후 어떠한 경우라도 식당 개점 이전에 Franchisee에게 서면 해지 통고를 제공함으로써 본 계약을 해지할 수 있다. 본 계약이 본 규정에 의거하여 해지되는 경우, Franchisee는 본 계약 체결에 소요되는 Franchisor의 비용과 경비를 변상해야 하며 초기 수수료는 환불되지 않는다.

5) Franchisee는 점포에서만 식당을 운영할 수 있다. Franchisee는 본 계약에 따라 약정한 것과 동일하거나 유사한 유형의 제품이나 서비스를 판매하는 식당이나 점포, 기타 사업 형태의 개점이나 운영에 어떤 형태로든 종사할 수 없다.

4. 장비의 규격

Franchisee는 식당에 필요한 장비와 가구, 비품, 외부 및 내부 간판에 대해 Franchisor의 규격을 준수해야 한다. 규격은 배달과 이행, 설계, 외관, 지역 구획, 간판, 도면에 대해 Franchisee가 명시 및 제안하고 Franchisor가 설치 전에 승인하는 기타 제한에 대한 최소 표준에 대해 명시할 수 있다. Franchisor는 장비나 가구, 비품, 간판 등이 규격에 부합하는지 합당한 시한 안에 Franchisee에게 통지해야 한다. Franchisor는 유일하고 배타적인 재량에 따라 식당의 건설과 설계, 레이아웃 일체나 그 일부에 대한 규격 및 최소 기준을 Franchisee에게 제공할 수 있으며 Franchisee

는 이를 준수하기로 합의한다.

5. 식당 개발

Franchisee는 Brand 식당의 공사와 개발을 담당한다. Franchisor는 합당한 시한 안에 Franchisee의 서면 의뢰가 있을 경우 Brand 식당의 설계와 일반 레이아웃에 대한 최신 규격을 Franchisee에게 제공한다. Franchisee는 공사를 개시하기 전에 Franchisor가 납득할 만한 수준으로 하기의 사항을 준수해야 한다.

1) Franchisee는 준거법과 규정, 조례 일체에 따라 승인된 점포에서 Brand 식당을 건설하고 가구나 비품을 설치하는데 필요한 Franchisor의 최신 설계도와 규격(이하 "도면"이라 함)을 채택하는 현장 레이아웃 및 작업 도면을 Franchisor에게 제출하여 승인을 받아야 한다. 도면은 Franchisor의 사전 서면 동의 없이 크게 변경하거나 수정할 수 없다.

2) Franchisee는 현행 규정과 유관 관청에서 규정하는 대로 식당 지역설정과 접근, 공공설비, 간판, 건설, 건강, 안전, 환경 상 필요한 증서를 포함하되 이에 국한하지 않고 건설에 필요한 허가증과 증서, 면허증 일체를 취득해야 한다.

6. 식당 개장

Franchisee는 정기 유지보수에 덧붙여 식당의 외관과 효율적인 운영을 유지 또는 개선하거나 사업 가능성을 제고하기 위하여 Franchisor가 때에 따라 요구하는 식당의 리모델링과 업데이트, 개장을 실행하기로 합의한다.

7. 교육

1) 초기 교육을 개시하기 전에 하기의 사항이 선행되어야 한다.

① 교육신청인은 전원 Franchisor의 승인을 받아야 한다.

② Franchisor는 점포에 대해 Franchisee와 소유권자가 체결한 임대(혹은 전대) 계약서 사본을 수령해야 한다.

③ Franchisee는 본 계약과 기타 계약과 관련하여 Franchisor가 부담하는 금액을 지급할 의무를 이행하였어야 한다.

2) 교육은 식당 개점 예정일부터 약 5주 전에 개시하며, 약 3-5주 동안 진행한다.

3) Franchisee(와 주요 소유권자)와 Franchisee의 상근직 식당 매니저(이하 "식당 매니저"라 함)는 교육을 반드시 받아야 하며, 식당을 개점하기 전에 Franchisor가 만족할 만한 수준으로 이수해야 한다.

4) Franchisee(와 주요 소유권자)를 비롯하여 교육생 전원은 Franchisor가 정하는 시간과 장소에서 진행되는 Franchisor의 교육프로그램에 참석해야 하며 그 비용과 경비는 Franchisee가 부담한다. 교육프로그램이 진행되는 동안 Franchisee(와 주요 소유권자)와 식당 매니저는 식당의 운영에 관한 강의와 교육, 훈련을 받는다. Franchisor는 최대 ()인은 무료로 교육하되 초기 교육에 참석하는 추가 인원에게 합당한 요금을 부과할 권리가 있다. 보수나 교통비, 식비, 숙박비를 포함하되 이에 국한하지 않고 교육프로그램을 참가하는 동안 소요되는 개인 경비 전액은 Franchisee가 부담해야 한다.

5) Franchisee는 Franchisor가 규정하는 교육기준과 절차에 의해 때에 따라 식당 종업원에게 교육프로그램을 시행한다. Franchisee는 본 계약의 기한 동안 항시 본 계약에 따라 식당을 운영할 수 있는 숙련된 종업원을 유지해야 한다. Franchisee는 교육프로그램을 이수해야 하되 이를 이수하지 못하거나 거부하는 자는 고용하지 않기로 합의한다.

6) Franchisee는 식당 종업원 전원을 고용할 책임이 있고 인도네시아 현행규정에 따라 이들의 고용 약관을 전적으로 책임져야 한다.

7) Franchisee(또는 주요 소유권자)나 식당 매니저, 후임 식당 매니저는 Franchisor가 수시로 지시하는 추가 교육프로그램과 판매 회의, 운영회의 및 대회에 참석해야 한다. 해당 추가 교육에 합당한 요금을 부과할 권리는 Franchisor에게 있다.

8. 식당 운영 및 관리

1) 시스템과 관련하여 우수하고 균일한 기준을 유지하고 Franchisor의 신용과 명성을 증진 및 보호하기 위하여 Franchisee는 하기의 사항에 합의한다.

① 식당은 오로지 면허 상표 하에 Brand 식당으로만 운영하고 제13호에서 언급하는 기밀 운영 매뉴얼을 엄수하며 Franchisee 위치에서 기타 업종에 종사하지 않는다.

② Franchisor가 요구하는 음식과 메뉴 품목, 기타 제품 일체를 판매하되 식당에서 기타 음식이나 메뉴 품목, 제품을 판매하지 않는다.

③ 식당의 장비의 유지보수, 직원, 운영은 Franchisor가 기밀 운영매뉴얼이나 기

타 문서에서 수시로 정하는 방법과 절차, 기법을 엄수한다.

④ Franchisor가 수시로 개발 및 규정하는 광고, 판촉, 상품 자료와 프로그램을 활용하여 사업을 적극적으로 홍보한다.

⑤ Franchisor가 수시로 규정하거나, Franchisor가 규정한 것과 다를 경우 임대차계약에서 요구하는 주당 최저 일수와 일당 최저시간 동안 식당을 개장한다.

⑥ 시스템을 위해 정한 품질 및 균일성의 기준을 보호하는데 필요하다고 판단되는 Franchisor의 지시에 따라 식당과 식당의 외관을 영업에 부합하는 청결하고 정돈된 상태로 유지한다.

⑦ 항시 인도네시아 유관 당국의 규정과 정책을 준수한다.

⑧ 항시 최대 수용 능력과 효율까지 식당을 운영할 수 있는 식품과 물품, 인력을 유지한다.

⑨ 식당의 운영과 관련하여 활용할 때 적합한 면허 상표를 상호명으로 제출 또는 등록한다. 해당 필수 제출물은 본 계약에서 교부하는 해당 상호를 사용할 라이선스를 명확히 적시하고 이를 제외한 어떤 권리나 자격, 이익도 Franchisee에게 교부하는 것으로 해석 할 수 없다.

⑩ Franchisor가 판단 및 지시하는 대로 타 상호가 아니라 면허 상표로 식당을 운영한다. 단, 해당 사용은 본 계약에서 교부되는 라이선스에 포함되는 약관에 의거하는 경우를 제외하고 해당 상호에 포함되는 권리나 자격, 이익을 Franchisee에게 교부하는 것으로 해석하지 않는다.

⑪ 면허 상표를 눈에 띄는 곳에, Franchisor가 때에 따라 서면으로 지시하는 방식에 따라 사용 및 전시하고 기타 상호나 상표, 서비스상표, 로고, 명칭을 사용하거나 전시하지 않는다.

⑫ 일반인 및 고객에게 공정하고 정직하게 거래한다.

⑬ 식당 매니저에게 식당 운영에 전력을 기울이도록 요구한다.

⑭ 식당 운영과 관련된 벌금과 위약금, 세금은 전액 납부한다.

⑮ 독점 상표가 일반인에게 향유하는 신용과 명성을 유지하기 위하여 Franchisor가 정하는 품질 및 서비스 기준을 일체 준수한다.

2) Franchisee는 Franchisor의 기밀 운영 매뉴얼에 지정된 메뉴 품목 일체를 서비스해야 한다. 단, Franchisor가 해당 메뉴 품목 가운데 1개 이상의 제거에 서면 동의하는 경우에는 예외로 한다. 모든 메뉴 품목은 해당 기밀 운영 매뉴얼에 포함되거나 Franchisor가 수시로 별도 지시하는 조리법과 규격에 따라 조리 및 서비스해야 한다. 해당 식당은 Franchisor의 사전 서면 승인 없이 해당 지정 메뉴 품목을 제외한 음식이나 음료를 제공할 수 없다.

3) Franchisee가 Franchisor가 정하는 품질이나 서비스 기준을 유지하지 못하는

경우, Franchisor는 Franchisee의 종업원 교육에 필요하다고 판단되는 자를 해당 식당에 배정하고 품질 및 서비스 기준의 유지되도록 할 권리가 있다(제24호에 따른 권리에 덧붙여). 해당 식당에 배정된 자에 대한 Franchisor의 실제 비용에 덧붙여 여비와 생활비는 Franchisee가 지급해야 한다.

4) 공중전화박스와 신문대, 주크박스, 껌 판매기, 게임기, 놀이기구, 자동판매기는 Franchisor의 서면 승인 없이 점포에 설치할 수 없다.

9. 운영 지원

1) Franchisor는 식당 운영과 관련하여 필요하다고 판단될 경우 Franchisee에게 수시로 영업 지원을 제공한다. 영업 지원은 하기 각 호에 대한 자문과 지도를 포함할 수 있다

- ① 직원 고용 및 평가
- ② Franchisee의 영업 중에 필요한 음식 조리과 공급 메뉴, 조리법, 음식
- ③ 광고 및 판촉 프로그램 제작
- ④ 신규 메뉴 개발과 기타 시스템 및 Franchisee 식당 개선의 평가와 테스트

2) Franchisor는 제13호에 기재된 기밀 운영 매뉴얼과 식당 운영을 위한 방식과 절차, 조리법, 기법을 지도하는데 필요한 기타 교육 및 교육자료를 Franchisee에게 제공한다. 매뉴얼은 Franchisor가 식당 운영을 개선하는데 도움이 된다고 판단할 경우 수시로 개정할 수 있다.

3) Franchisor는 식당에서 경험하는 영업상의 문제와 제출된 보고서나 검사에서 공개되는 문제를 Franchisee에게 수시로 통지할 수 있다. Franchisee는 7일 안에 동 문제를 시정해야 한다. 단, 건강 조례의 위반과 관련된 경우에는 위반 발생 후 24시간 안에 시정해야 한다.

4) 본 계약서에 별도로 규정하는 경우를 제외하고 Franchisor는 해당영업 지원에 요금을 청구하지 않는다. 단, Franchisor는 Franchisee에게 공급하는 양식이나 기타 자료와 특별 영업 지원에 대해서는 합리적인 요금을 부과할 권리가 있다.

10. 부기 및 기록/컴퓨터 시스템

Franchisee는 식당 운영을 위해 인도네시아 회계제도와 기타 관련 규정에 따라 Franchisor가 수시로 요구할 수 있는 관련 정보를 기록하는데 필요한 장부나 서류를

작성해야 하며, 해당 정보는 매출 전표와 금전등록기 테이프, 판매점 시스템 영수증, 구매 주문서, 송장, 직원 급여명세서, 급료 수표내역서, 판매세 기록 및 영수증, 현금 영수증, 지출, 일지, 일반 장부, 유사한 식당 업체가 일반적으로 비치하는 기타 해당 기록을 포함하되 이에 국한하지 않는다. 해당 장부와 기록은 점포에 비치해야 한다. Franchisee와 출납원의 업무를 수행하는 Franchisee의 종업원이나 대리인은 판매 당시 고객의 입회 하에 현금 또는 신용으로 이루어지는 해당 매출이나 기타 거래 영수증 일체를 비 재설정형 금전등록기나 누적 합계가 나오는 판매점 시스템에 기록해야 한다(또한 그에 대한 영수증을 고객에게 제공해야 한다). 해당 금전등록기나 시스템은 Franchisor가 승인하는 방식으로 밀봉하고 Franchisor가 요구하는 기타 해당 기능을 보유해야 한다.

Franchisee는 총수입을 기록하고 기타 관리 정보 및 보고 기능을 수행하기 위하여 Franchisor가 수시로 명시하는 컴퓨터 하드웨어와 소프트웨어, 필수 전용 전화 및 전력선, 모뎀, 프린터, 기타 컴퓨터 관련 액세서리나 주변기기를 구매, 임대하거나 라이선스를 취득해야 한다. Franchisee는 Franchisor의 명시적인 사전 승인 없이는 식당 운영에 여타 하드웨어나 소프트웨어를 사용하지 않기로 합의한다.

11. 재무제표

Franchisee는 매월 말일 이후 30일 안에 전월과 당해 연도에 대해 감사를 거치지 않은 식당 손익계산서를, Franchisee의 회계연도 종결 이후 90일 안에 각 당해 연도 결산에서 작성된 손익계산서 및 대차대조표를 Franchisor에게 제출해야 하며, 각 서류는 인도네시아 회계 제도에 따라 작성한다. Franchisor의 요청이 있을 경우 연말 재무제표는 Franchisor가 지정하는 공인회계법인의 감사를 받아야 한다.

12. 공급업체 정보

Franchisee는 Franchisor가 물품이나 원료, 상품의 구매와 관련하여 Franchisor의 공급업체로부터 직접 정보를 수령할 수 있다고 동의한다. 본 계약의 체결은 해당 정보의 취득에 필요한 허가 및/혹은 허락으로 간주한다.

13. 매뉴얼

Franchisor는 의무 표준과 표준 영업 절차, 규칙 및 그 제안을 포함하는 기밀 운영 매뉴얼과 의무 메뉴와 조리법, 규격 및 제안을 담고 있는 조리 매뉴얼을 제공한다. 조리 매뉴얼은 기밀 운영 매뉴얼의 일부로 간주한다. 매뉴얼은 본 계약의 기한동안 Franchisee에게 "대여"되며 본 계약의 해지나 만료 시 반납해야 한다. Franchisee는

언제든지 전술한 자료 전부나 일부를 복사, 복제, 기록, 재현하거나 동 자료를 비인가자에게 제공할 수 없다. 본 매뉴얼은 항상 Franchisor의 단독 재산으로 점포 내 안전한 곳에 보관해야 한다. Franchisee는 항상 최신 매뉴얼을 갖추도록 해야 한다. 매뉴얼의 내용에 대해 분쟁이 있을 경우에는 Franchisor가 Franchisor 본사에 비치하는 매뉴얼의 마스터 사본에 기재된 약관이 우선한다. Franchisor는 균일하고 효율적인 운영을 증진하기 위해 운영 업데이트를 추가 및 실행할 권리가 있다. 단, 해당 추가나 변경은 본 계약에 따른 Franchisee의 기본 지위와 권리를 변경하지 않는다. Franchisee는 해당 매뉴얼과 운영 업데이트의 규정을 준수하기로 합의한다. "기밀 운영 매뉴얼"은 게시판이나 이메일, 비디오테이프, 오디오테이프, 콤팩트디스크, 컴퓨터 디스켓, CD ROM을 비롯하여 기밀 운영 매뉴얼의 일부로 간주한다고 구체적으로 언급하는 기타 매체에 의해 해당 정보를 전달하는 대체 또는 추가 수단도 포함한다.

14. Franchisee, 매니저, 종업원

1) 식당은 항상 Franchisor 규격에 대한 프랜차이즈 교육프로그램을 이수하고 영업시간에 식당 관리에 전력을 다하는 식당매니저(Franchisee가 될 수 있다)가 직접 감독해야 한다.

2) Franchisee와 개별 소유권자, 파트너, 임원, 주주는 본 계약에 의거하여 Franchisor와 시스템의 판촉, 운영, 판매, 마케팅 방식 및 기법에 관한 정보를 포함하되 이에 국한하지 않고 기밀 정보에 접근할 수 있다고 인정하고, 이에 따라 본 계약의 기한 동안 Franchisor가 별도 서면으로 승인하는 경우를 제외하고 직접적으로나 간접적으로나, 본인이나 기타 개인 또는 법인을 통하거나 이를 대행하거나 이들과 공동으로 하기의 각 항을 수행하지 않기로 서약한다.

① 본 계약에 따라 Franchisor가 교부된 사업이나 사업 고객을 직접적이거나 간접적인 권유를 통해 경쟁사나 타 업종의 레스토랑으로 전환하거나 전환을 시도하거나, 직접적으로나 간접적으로 독점 상표 및 시스템과 관련된 신용에 피해를 주거나 이를 훼손하는 행위

② Franchisor나 Franchisor의 계열사가 1년 동안 고용했던 자를 고용하거나 이의 고용을 시도하거나, 직접적으로나 간접적으로 해당 개인에게 퇴사를 권유하거나 권유를 시도하는 행위

③ Franchisor와 동일하거나 유사한 음식 및 음료를 판매하는 식당의 운영을 전문으로 하는 사업(본 계약 체결 이전에 Franchisee가 운영하던 사업을 포함) 전부나 그 일부를 소유, 유지, 자문, 지원, 투자, 대출하거나 해당 업체에 고용하거나, 해당

사업에 종사하거나 기타 이해관계를 보유하는 행위

3) Franchisee는 시스템이나 그 일부를 극비로 하고, 시스템이나 그 일부를 개인이나 단체, 회사, 법인에 공개할 수 없다. 시스템은 타인이나 회사, 법인이 이용할 경우 Franchisor가 현재 보유하고 있는 상당한 경쟁 우위를 해당 개인이나 회사, 법인에게 부여할 수 있는 회계, 식별, 계획, 규격, 표준, 관리 시스템, 조리법, 메뉴, 기법, 재무정보(예, 제품 원가와 공급원), 사업 운영 및 절차 프로그램이라고 양해 및 합의한다.

4) Franchisee는 고용 당시 식당의 관리에 적극적으로 관여하는 자에게 Franchisor가 수시로 권장하는 양식에 “기밀유지 및 경쟁금지 계약”을 체결하도록 해야 한다.

15. 보험

1) Franchisee는 식당 영업을 개시하기 10일 이전에 식당이나 기계, 소방, 폭발 등을 포함하되 이에 국한하지 않고 재산의 보호와 인명의 건강 및 안전을 위하여 인도네시아 법률에 따라 필요하거나 Franchisor가 수시로 요구하는 보험에 가입하고 본 계약의 기한 동안 항상 이를 유지해야 하며, 보험 서류 사본을 Franchisor에게 제출해야 한다.

2) Franchisee가 본 계약이나 임대계약 약관상 필요한 보험을 취득 또는 지속적으로 유지하지 않을 경우, Franchisor는 Franchisee에 대한 사전 예고 없이 단독 재량에 따라 의무 보험을 구입 및 취득할 수 있으며, Franchisee는 이에 해당 보험을 구입, 취득, 유지하는 비용 및 경비를 Franchisor에게 지급하겠다고 명시적으로 합의한다.

16. 독점 상표 및 인터넷

1) Franchisee는 Franchisor가 면허 상표에 포함된 권리와 자격, 이익 일체의 소유권자임을 인정한다. Franchisor는 본 계약의 약관에 따라 면허 상표를 사용할 수 있는 라이선스를 Franchisee에게 교부할 수 있는 권리를 계열사로부터 취득하였다. Franchisee의 면허 상표 무단사용 행위는 본 계약의 위반과 면허 상표에 대한 Franchisor 계열사의 권리 침해를 구성한다.

2) Franchisee는 Franchisor가 수시로 규정하는 규칙에 따서만 해당 면허 상표를

사용하기로 합의한다. Franchisee는 회사명이나 디자인, 기호의 일환(본 계약에 따라 Franchisee에게 라이선스를 교부하는 로고를 제외하고)으로 면허 상표를 사용할 수 없다.

3) Franchisee는 Franchisor의 면허 상표에 대한 명백한 침해나 이의제기를 Franchisor에게 즉시 통보해야 한다. Franchisor는 적절하다고 판단되는 조치를 취할 단독 재량권이 있다.

4) 면허 상표에 적용되는 본 계약의 모든 규정은 이후 Franchisor가 Franchisee에게 허가하는 상호나 상표 및 서비스 상표, 로고, 기타 상업용 기호, 특히, 저작권에 적용한다.

5) Franchisee는 이유 여하를 막론하고 보류할 수 없는 Franchisor의 사전 서면 승인 없이 프랜차이즈 사업과 관련하여 월드와이드 웹사이트를 유지하거나 인터넷이나 기타 공용 컴퓨터 통신망에 Franchisor의 존재나 광고를 유지할 수 없다. Franchisee는 Franchisor 사업과 관련하여 웹사이트에 사용할 웹사이트 페이지의 정확하고 진실한 인쇄물을 Franchisor에게 제출하여 승인을 얻기로 합의한다.

17. 면허 상표의 사용

1) Franchisor는 Franchisee의 서비스나 제품 광고 또는 판매에 사용하는 문구나 명함, 광고물, 보도자료, 브로슈어, 쿠폰, 포장, 라벨, 메뉴, 태그, 기타 인쇄 자료나 그와 관련하여 면허 상표를 사용하는 양식 및 방식을 통제할 권리가 있으며, Franchisee는 이에 Franchisor에게 해당 권리를 교부한다. 면허 상표를 보유하는 상기 사물은 항시 "[Franchisor/소유권자 명]의 상표(나 서비스 상표)"라는 표기와 함께 그 출처를 명확히 기재해야 한다.

2) 면허 상표는 가급적 전부 대문자로 구성되거나 해당 단어가 서비스상표나 상표라는 것을 명확히 하도록 동봉하는 텍스트와 구분해야 한다. Franchisee는 법률로 규정된 적절한 상표권 고지를 적용하기로 합의한다. "()" 원문자는 Franchisor가 등록 및 이용하는 면허 상표 옆에 사용해야 한다.

18. 부적절한 사용

Franchisee는 본인이 숙지하는 프랜차이즈 상표의 무단 사용을 Franchisor에게 서면으로 즉시 보고해야 한다. Franchisor는 Brand상표를 수반하고 본인이 당사자인 소

송절차의 수행과 관련하여 전적인 권한을 갖는다. Franchisee는 Franchisor의 요청이 있을 경우 Brand상표의 무단 사용을 배제하는 Franchisor의 노력에 협력한다.

19. 최초 프랜차이즈 수수료

- Franchisee 소유의 식당은 초기 수수료를 _____ 달러로 한다.

최초 Franchisor 수수료는 인도네시아 법률이나 해당 당사자가 정하는 대로 인도네시아 정부나 관련 당사자에게 납부하는 세금이나 수수료, 은행 수수료를 제외한다. 최초 수수료는 본 계약 체결 이후 5일 안에 완납해야 한다.

20. 시스템 수수료(로열티)

1) Franchisee는 식당에서 파생되는 총수입의 _____ 퍼센트를 시스템수수료(이하 "로열티"라 함)로 Franchisor에게 지급하기로 합의하고, 매주 화요일까지 전 주(즉, 월요일부터 금요일까지)의 총수입에 대해 Franchisor가 지정하거나 요구하는 해당 양식이나 보고서로 계산 내역을 증명하는 판매보고서와 함께 이를 지급한다.

2) 본 계약의 목적을 위하여 "총수입"은 식당에서 발생하는 총매출을 통한 수입 총액에서 정부에 납부하도록 법률로 정한 VAT를 제외한 금액을 뜻한다.

3) Franchisee가 로열티나 본 계약에 따른 기타 대금을 지급하지 않는 행위는 법률로 허용하는 최고 금리로 이자가 발생하며 제24호의 규정대로 본 계약의 해지 사유를 구성한다.

- 4) 로열티와 광고료는 어떤 경우에도 환불하지 않는다.

5) Franchisee가 Franchisor에게 지급하는 대금이나 출자금은 인도네시아 법률에 따라 정부에 납부해야 하는 세금이나 수수료를 제외하며 Franchisor나 Franchisee가 각자 부담한다.

21. 광고료

1) 전술한 호에 기재된 로열티에 덧붙여, Franchisor는 Franchisee에게 전 역주의 총수입 가운데 1%에 해당하는 금액을 광고 기금 출자액으로 지급하도록 요구할 수 있다.

2) Franchisor는 광고와 마케팅, 관련 프로그램의 작성 및 개발을 위한 기금(이하 "광고 기금"이라 함)을 제정 및 관리할 단독 재량권이 있다. Franchisor는 창작 개념과 미디어, 자료, 마케팅 및 광고 프로그램 승인을 비롯하여 광고 기금이 후원하는 프로그램의 제반 측면에 대해 단독 재량권을 갖는다.

3) Franchisee는 본 계약일부에서 점포 내 상설 간판이나 조명, 배달 차량표지, 경품, 할인, 종업원 인센티브 프로그램에 대해 Franchisor의 지시에 따라 각 분기 동안 총수입 가운데 1%(또는 프랜차이즈가 수시로 정하는 그 이하의 금액) 이상을 식당 광고 및 판촉에 지출해야 한다.

5) Franchisee는 Franchisor의 사전 동의 없이 Brand 식당에 관한 광고프로그램에 관여하거나 기타 광고를 사용할 수 없다.

22. 물품 구입

Franchisee는 Franchisor가 서면으로 승인하는 공급업체와 계약업자, 납품업자로부터 식품과 음료, 재료, 유니폼, 포장재, 메뉴, 서식, 기타 물품일체를 구입해야 한다. Franchisor는 승인 조건으로 대리인이 공급업자나 계약업자, 납품업자의 시설을 검사하고, Franchisee의 재량에 따라 시험용 샘플을 제출하고, 해당 샘플이 Franchisor가 납득할 만한 수준으로 Franchisor의 기준 및 규격에 부합하는 능력을 증명해야 한다고 요구할 권리가 있다. 승인을 구하는 Franchisee나 공급업자, 계약업자, 납품업자는 해당 검사 및 시험 비용을 넘지 않는 요금을 지급해야 하며, Franchisor는 시험 과정에서 샘플에 발생할 수 있는 손해를 책임지지 않는다.

23. 검사

1) Franchisee가 기밀 운영 매뉴얼의 운영 기준 일체를 비롯하여 본 계약을 준수하는지 판단하기 위해, Franchisor는 종업원이나 회계사, 변호사, 기타 대리인을 통해 영업시간 중 언제든지 Franchisee에 대한 사전 예고 없이 식당에 입장하여 준수 여부를 검사할 권리가 있다. 해당 검사권은 하기의 권리를 포함한다.

① 식당을 육안으로 검사 및 관찰한다.

② Franchisor가 적절하다고 판단하는 연속 기간이나 간헐적 기간 동안 식당의 운영을 관찰하고 비디오로 촬영한다.

③ 식품과 음료 제품이나 물품, 소모품, 기타 제품에서 시험이나 분석용 샘플을 제거한다.

④ 식당 직원 및 고객과 면담한다.

⑤ 회계 및 종업원 기록 일체와 회계장부를 비롯하여 식당 운영에 관한 장부와 기록, 서류를 검사 및 복사한다. 매출 보고서와 재무제표를 비롯하여 Franchisee의 장부 및 기록을 감사하거나 감사를 지시한다.

2) Franchisor는 해당 검사로 드러난 결함을 서면으로 통지하고 Franchisor가 속지한 문제를 Franchisee에게 통지할 수 있다.

3) Franchisee는 결함이나 문제 통지를 수령한 후 7일 안에 해당 결함이나 문제를 자비로 시정한다. 단, 건강이나 위생, 안전 관련 법률이나 조례 위반에 관한 경우에는 24시간 안에 즉시 시정해야 한다.

4) 해당 검사 비용은 Franchisor가 부담한다. 단, Franchisor가 프랜차이지의 계약 불이행과 관련하여 본 계약의 기한 동안 12개월 안에 검사를 추가로 실시할 경우에는 Franchisee 종업원의 여비와 숙박비, 보수를 포함하되 이에 국한하지 않고 해당 불이행과 관련된 추가 검사 비용 전액을 Franchisee에 부과할 권리가 있다.

24. 불이행 및 해지

1) 즉시 해지

Franchisee가 만기 부채를 지급할 수 없어 지급불능이 되거나, 파산이나 지급불능 판결을 받거나 인도네시아 파산법에 따라 파산이나 구조조정, 유사 절차 청원서를 제출하거나 해당 청원서를 30일 안에 취소하지 않거나, 관재인의 지명을 요청하거나 채권자를 위하여 일반 양도를 이행하거나, USD25,000달러가 넘는 최종판결액을 30일 이상 이행하지 않거나, Franchisee의 사업이나 재산에 강제집행이 실시되거나, Franchisee의 자산에 대한 선취특권이나 저당권 유질처분을 위한 소송이 제기되고 해당 소송이 30일 안에 기각되지 않거나, Franchisee가 자발적으로 해산 또는 청산하거나 회사나 제휴해산을 위한 청원서를 제출하고 해당 청원서가 30일 안에 기각되지 않는 경우 이는 본 계약의 중대한 위반이 되며, 본 계약은 Franchisor의 재량에 따라 예고 없이 자동으로 해지된다.

2) 통지에 따른 해지

본 계약의 기타 규정과 준거법에 의거한 Franchisor의 해지권에 덧붙여, Franchisee가 하기 각 항에 해당할 경우 Franchisor는 본 계약을 해지할 권리가 있으며 Franchisee에 대한 해지통지 전달 즉시 해지의 효력이 발생한다.

① 연속 3일 간 식당을 유기하거나 적극적으로 운영하지 않을 경우

- ② Franchisor의 사전 동의 없이 식당 운영의 지배권을 명도 또는 양도하는 경우
- ③ Franchisor에게 제출한 정보에 중대한 허위진술이나 누락이 있을 경우
- ④ 식당 임대 또는 전대가 취소 또는 해지되는 경우
- ⑤ Franchisor가 면허 상표와 관련된 신용에 악영향을 미친다고 합당하게 판단할 수 있는 중죄나 기타 범죄로 유죄판결을 받거나 이의를 제기하지 않는 경우
- ⑥ 본 계약을 무단 양도하는 경우
- ⑦ 기밀정보를 무단 사용 또는 공개하거나 기밀 운영 매뉴얼의 일부를 이용, 복제, 공개하여 계약을 위반하는 경우
- ⑧ 식당의 청결이나 위생에 관하여 Franchisor가 정하는 의무 규격이나 기준, 운영 절차를 이행하지 않거나 준수를 거부하거나, 건강이나 안전, 위생 관련 법률이나 조례, 규정을 위반하고 위반에 관한 서면 고지 이후 24시간 안에 해당 불이행을 시정하지 않거나 이를 거부하는 경우
- ⑨ 총수입을 정확하게 보고하지 않거나 Franchisor나 계열사에게 지급할 대금을 지급하지 않고, 해당 불이행에 관한 서면 고지 이후 10일 안에 해당 불이행을 시정하지 않는 경우
- ⑩ Franchisor와 제휴하지 않은 공급업자에 대한 대금을 적시에 지급하지 않고 (선의의 분쟁 대상인 대금 제외) Franchisor가 이를 고지한 후 30일 안에 불이행을 시정하지 않는 경우
- ⑪ 본 계약의 여타 규정이나 Franchisor나 그 계열사와의 기타 계약, Franchisor가 규정하는 의무 규격이나 표준 또는 운영절차를 준수하지 않고 이를 통지한 후 30일 안에 해당 불이행을 시정하지 않는 경우
- ⑫ 연속 12개월 동안 납기가 된 보고서나 기타 데이터, 정보, 입증기록을 3회 이상 제출하지 않거나 만기가 된 로열티나 광고 기금 출자액, Franchisor나 계열사, 비계열 공급업자에게 지급할 기타 대금을 지급하지 않거나 해당 불이행의 시정여부를 불문하고 본 계약을 준수하지 않는 경우

25. 기타 규정

1) 준거법: 본 계약의 규정은 인도네시아 법률에 따라 시행 및 해석한다. 본 계약에 관한 특정 현안에 준용할 인도네시아 법률이 없을 경우에는 일반적으로 용인되는 국제법 원칙과 기준을 참조한다. 단, 인도네시아법의 기본 원칙에 저촉되지 않아야 한다.

2) 분쟁 해결: 본 계약으로 인하거나 관련하여, 또는 본 계약 위반에 대해 당사자 간에 발생하는 분쟁이나 논란, 이견은 일체 시행 규정에 따라 식당이 소재하는 관

할 법원에서 최종 해결한다.

3) 본 계약에 관한 기록과 서류 일체는 인도네시아어와 영어로 작성한다. 본 계약으로 인한 제 당사자의 서한 일체는 영어와 인도네시아어로 작성한다.

4) 이유 여하를 막론하고 본 계약의 요건이나 규정이 무효나 불법, 집행불가능해지는 경우, 해당 무효나 불법, 집행불능성은 본 계약의 기타 조건이나 규정에 영향을 주지 않으며 본 계약은 해당 요건이나 규정이 본 계약에 포함되지 않았던 것처럼 해설 및 해석한다.

5) 본 계약은 양해각서를 비롯하여 본 계약의 주제에 대해 당사가 구두나 서면으로 체결하는 종전의 진술이나 양해, 합의 일체를 대체하며 본 계약서의 별첨, 본 계약에서 참조하는 계약서 및 서류 일체와 함께 계약 약관에 대한 제 당사자의 완전한 합의를 포함한다.

6) 본 계약은 원본 4부를 작성하고, 각 원본은 인도네시아어와 영어로 작성한다. 당사자 양측은 각자 원본 2부를 갖는다. 인도네시아어와 영어 계약서가 충돌하는 경우, 제 당사자는 영어본을 우선하기로 합의한다.

이의 증거를 위하여 제 당사자의 유권대리인은 본 계약에 서명하며, 체결일부로 발효한다.

Franchisor 측

성명:

직급:

Franchisee 측

성명:

직급:

4 현지 운영

가. 인사 및 노무 관련 규정

- 인도네시아에서 외국기업들이 겪는 애로사항은 인도네시아의 열악한 인프라, 인도네시아 노동시장의 경직된 구조, 인도네시아 정부의 일관성 없는 외자 투자 유치 정책, 심각한 환경오염 등이 있음
- 그 중에서도 경직된 인도네시아 노동시장이 외국기업들에게 가장 큰 걸림돌이 되고 있음. 인도네시아 노동법령상 사용자는 직원 해고 시에 노동부의 승인을 획득해야 해고가 가능하며, 퇴사 시 퇴사 보상금 기준 등 규정으로 인도네시아는 투자진출 기업의 비용 부담이 높은 국가 중 한 곳으로 꼽힘
- 인도네시아에 성공적으로 진출을 위해서는 근로계약의 체결에서부터 근로관계 종료 및 노동분쟁의 해결에 이르기까지 인도네시아 노동법령의 체계를 전반적으로 이해할 필요가 있음

< TIP >

- 직원 해고 시에 노동부의 승인을 획득해야 해고가 가능한 등 노사관계가 경직되어 있음

(1) 노무 관련 법률

(가) 인도네시아 노동법(UU No 13 2003년)

노동과 관련된 가장 광범위한 내용을 포함함

(나) 시행령 및 관련 법령

- 직업훈련
 - ① 직업훈련 관련 장관령 KEP. 261/MEN/XI/2004
 - ② 견습 프로그램 관련 장관령 PER. 21/MEN/X/2005
- 외국인 근로자 사용
 - ① 외국인 근로자 사용 절차(PER. 02/MEN/III/2008)
 - ② 외국인 근로자 사회보장(JAMSOSTEK) 프로그램 시행 (PER. 02/MEN/XII/2004)

- 근로관계
 - ① 기간을 정한 근로자(계약직) 관련 규정(KEP. 100/MEN/VI/2004)
 - ② 지속적 근로업무 종류 및 형태(KEP. 233/MEN/2003)
 - ③ 일용직 근로자(BHL) 보호(PER. 06/MEN/1985)
 - ④ 도급/용역 공급회사 허가 절차(KEP. 101/MEN/VI/2004)
 - ⑤ 일용직 근로자, 도급 근로자 및 기간을 정한 근로자(계약직)에 대한 사회보장(JAMSOSTEK)시행(KEP. 150/MEN/1999)
 - ⑥ 기업 노동 신고 절차(PER. 14/MEN/IV/2006)

- 근로자 보호
 - ① 야간 여성 근로자 고용 사용자 의무(KEP. 224/MEN/2003)
 - ② 특정 회사의 장기휴가 실시(KEP. 51/MEN/IV/2004)
 - ③ 작업안전에 관한 법령(UU No.1/1970)
 - ④ 사회보장(JAMSOSTEK) 이외의 의료보험 가입(PER. 01/MEN/1998)
 - ⑤ 근로자 사회보장 관련 법령(No. 3/1992)
 - ⑥ 해고 근로자에 대한 사회보장(JAMSOSTEK) 지원(PER. 05/MEN/III/2010)

- 급여
 - ① 급여 보호(PP No. 08/1981)
 - ② 급여구조 및 기준(KEP. 49/MEN/2004)
 - ③ 연장근로시간 및 연장근로임금(KEP. 102/MEN/VI/2004)
 - ④ 최저임금(PER. 01/MEN/1999)
 - ⑤ 최저임금 적용 유보 절차(NO.231/MEN/2003)
 - ⑥ 종교명절수당(THR)(04/MEN/1994)
 - ⑦ 협동조합 관련 법령(UU NO. 25/1992)

- 노사관계
 - ① 노동조합에 대한 법령(UU No. 21/2000)
 - ② 노동조합 등록 절차(KEP. 16/MEN/2001)
 - ③ 노동조합비(KEP. 187/MEN/IX/2004)
 - ④ 사규작성/승인절차 및 단체협약 체결/등록(KEP. 48/MEN/IV/2004)
 - ⑤ 노사협의회 구성 절차(KEP. 255/MEN/2003)
 - ⑥ 불법 파업의 법적 결과(KEP. 232/MEN/2003)

(다) 노동분쟁 해결관련 법령(2004년 2호)

(라) 노동분쟁 해결관련 시행령 및 관련 법령

- 양자 협의를 통한 노동분쟁해결 지침(PER. 31/MEN/XII/2008)
- 조정인 선임/해지 및 중재 절차(KEP. 92/MEN /VI/2004)
- 대법원내 노동분쟁 법원의 특별판사 선임 및 해지 절차(PP NO.41/2004)

(마) 이주노동자 관련법

해외 이주노동자 취업과 보호에 관한 법률(UU 39/2004)

(바) 국제노동기구 협약 관련

- 국제노동기구 협약 제98호 "단체조직 및 단체교섭권"의 법칙 적용에 관한 협약/1949
- 국제노동기구 협약 제100호 "등가근로 남성·여성 근로자의 동등보상"에 관한 협약/1957
- 국제노동기구 협약 제120호 "상업 및 사무분야 보건"에 관한 협약/1969

(사) 기타

이외에도 지역의 지방공공단체가 특별한 규칙을 규정하고 있는 경우도 있음. 영세한 중소기업이나 지방기업에 대한 적용은 그다지 엄격하지 않으나 대기업 특히 외국계 기업에 대해서는 상당히 엄격히 적용하고 있음

(2) 주요 이슈

(가) 노동법규 이외에도 민법과 상법도 적용

인도네시아의 노사관계를 규제하는 법규는 직접적인 노동법규 이외에도 민법과 상법이 있음. 노사관계에 관련된 조항은 상당 부분 유효하며, 특히 민법은 노사관계를 자세하게 규정하고 있음

(나) 해고 시 노동부허가 필요

2003년에 제정된 노동법(UU No13/2003)에 의하면 근로자 해고 시 노동부허가, 높은 퇴직금 지급 등 근로자에게 유리한 내용으로 개정하여, 국내외 투자자들의 비난을 받음

(다) 최저임금 증가폭이 대폭 증가하는 추세

최근 안정적인 경제성장에 따른 중산층 증가와 더불어 인도네시아에 진출한 외자기업의 일반생산직 근로자에 대한 임금수준을 정부가 매년 지역별 생계비, 산업특성, 기업의 지불능력 등을 감안해 각 지역별로 고시하는 최저임금 증가폭이 대폭 증가하는 추세임

(라) 인도네시아인을 고용할 수 없는 전문직 이외에는 모든 근로자를 인도네시아인으로 고용

인도네시아 정부는 자국 내에 진출하는 외국인 투자기업의 경영에 관한 고유권한을 인정하지만 고용계획에 관여하는 큰 원칙을 견지함. 즉, 인도네시아인을 고용할 수 없는 전문직 이외에는 모든 근로자를 인도네시아인으로 고용해야 함

< TIP >

- 각 지역별로 고시하는 최저임금 증가폭이 대폭 증가하는 추세임
- 인도네시아인을 고용할 수 없는 전문직 이외에는 모든 근로자를 인도네시아인으로 고용

(3) 인사관리 주요내용

(가) 채용

인도네시아 노동법에 따르면 고용계약의 형태는 무기한부 고용과 기한부 고용 등 두 가지임. 이 외에 출근상황에 근거해 임금을 지불하는 형식의 일용직 고용, 용역서비스 제공회사와의 계약을 통한 아웃소싱 형태의 인력 고용이 가능함

- 무기한부 고용(정규직 고용 : perjanjian kerja waktu tidak tertentu)
 - 정규직 고용은 노동자가 법적 정년인 55세에 이를 때까지 유효한 고용계약임. 일단 고용하고 나면 사용자의 필요에 의해 해고하는 일이 쉽지 않으며, 해고시 많은 부담이 요구됨
 - 무기한부 계약 노동자는 처음 3개월간의 수습기간을 거쳐 정식 직원이 됨. 수습기간 동안에는 관련 기관의 허가 없이 자유롭게 고용계약을 종결할 수 있음
- 기한부 고용(계약직 고용 : perjanjian kerja waktu tertentu)
 - 2003년 노동법에서 새롭게 도입된 계약 형식임. 일정 기간이 지난 후 자동으로 계약이 종결됨. 노동계의 반발에도 불구하고 산업 전반으로 확산되고 있음. 노동법에서는 노동자 보호를 위해 기한부 고용을 엄격하게 규정하고 있음
 - 노동법에 따르면 같은 종류의 제품을 반복적으로 생산하는 사업장에서는 기한부 고용계약 노동자를 고용할 수 없음. 하지만 실질적으로는 이러한 규정과 관계없이 많은 사업장에서 계약노동자를 고용하고 있음
 - 노동법에 따라 기한부 고용계약 노동자를 고용할 수 있는 사업장은 다음과 같음
 - 한 차례 행한 후 완결될 수 있거나 그 성격이 잠정적인 작업

- 최대 3년을 초과하지 않는 기간 내에 완료될 수 있다고 추산되는 작업
 - 계절적 성격을 띠는 작업
 - 신상품, 새로운 활동, 앞으로의 지속 여부를 예측할 수 없는 시제품 생산과 관련한 작업
 - 기한부 고용계약은 최장 2년까지 허용됨. 1회에 한해 최장 1년까지 연장할 수 있음 사용자가 계약 연장을 원할 경우 계약기간이 종료되기 7일 전까지 서면으로 연장 의사를 알려야 함
 - 기한부 고용계약의 갱신(pembaruan)은 최초 고용기간이 끝난 뒤 30일 이후에 가능. 갱신은 1회에 한해 최장 2년까지 허용됨
 - 고용계약인 경우 무기한부 고용과 달리 3개월 수습기간 설정을 금함
 - 계약기간이 끝나기 전에 노사 한편에서 적법한 이유 없이 노동관계를 종결시킬 경우 노동관계를 종결시킨 측에서 계약기간이 끝날 때까지의 임금에 상응하는 보상을 해야 함
- 일용직(Pekerja Harian Lepas)
- 출근상황에 따라 임금을 지불하는 고용 형태로 업무의 연속성이 없는 일을 수행할 경우에 고용이 가능함
 - 노동부 장관령(1985년 6호)에 따르면 일용직이 고용될 수 있는 경우는 다음과 같음
 - 3개월을 넘지 않는 단기간에 실시되는 작업
 - 회사가 정한 근무시간에 구속되지 않으며, 1개월에 20일을 넘기지 않는 작업
 - 모심기, 수확 및 탈곡 등 계절적 성격을 띠는 작업
 - 부정기적으로 행해지는 하역작업
 - 일용직 노동자에게 계약직과 같이 일상적, 연속적 업무를 시켜서는 안됨. 또한 일용직을 3개월 이상 연속해서 매월 20일 이상 고용했을 경우 정규직과 같은 대우를 해야 하며 퇴직금도 지불해야 함
 - 일용직 임금은 최저임금을 충족시켜야 하는데, 그 일급은 다음과 같이 산출
 - 1주당 6일간 근무하는 경우 : 월 임금을 25로 나눈다.
 - 1주당 5일간 근무하는 경우 : 월 임금을 21로 나눈다.
- 아웃소싱(Pekerja/Buruh dari Perusahaan Penyedia Jasa Pekerja/Buruh)
- 사용자는 작업 중 일부를 타 회사 혹은 용역서비스 제공회사에 아웃소싱 할 수 있음. 아웃소싱(용역)의 대상이 되는 작업은 다음과 같은 조건을 충족해야 함
 - 회사의 주요 업무와 분리돼 행해지는 작업
 - 아웃소싱을 이용하는 사용자의 직접적 지시에 따라 혹은 직접적 지시 없이 행해지는 작업
 - 전체적으로 회사 업무를 보좌하는 작업
 - 직접적으로 생산 과정에 연관되지 않는 작업
- 무기한부 고용으로의 자동 변경
- 계절성 사업장에서 한 가지 이상의 일을 수행하는 기한부 고용계약 노동자, 일상적인 일을 수행하는 노동자와 체결한 기한부 고용계약은 자동으로 무기

- 한부 고용계약으로 전환됨
- 규정된 재계약 및 갱신 기간, 횟수를 초과하는 순간부터 기한부 고용계약은 무기한부 고용계약으로 전환됨

(나) 근로시간, 휴식 및 휴가

표 3-12 근로시간, 휴식 및 휴가

기본 근로시간	<ul style="list-style-type: none"> · 주당 40시간 · 주 6일 근로시 하루 7시간(5일간 7시간, 1일 5시간) · 주 5일 근로시 하루 8시간
초과근로 규정	<ul style="list-style-type: none"> · 노동자의 동의가 필요함 · 하루 최대 3시간, 한 주 최대 14시간까지 허용 · 초과근로임금 지급(초과 첫 시간 150%, 이후부터는 200%)
휴식 시간	<ul style="list-style-type: none"> · 4시간 근로 후 최소 30분 휴식 (휴식시간은 근로시간에 포함되지 않음)
휴가 기간	<ul style="list-style-type: none"> · 12개월 계속 근무시 12일의 휴가 제공 · 6년 근속시 7년째와 8년째에 각각 1개월간의 휴가 제공, 단 이 기간 동안 연차휴가에 대한 권리가 없으며, 8년차 이후 근속기간이 새로 계산됨.
여성의 유급휴가	<ul style="list-style-type: none"> · 생리휴가 : 월 2일 · 산전휴가, 산후휴가 : 각 1.5개월 · 유산휴가 : 1.5개월

[출처. 2015 인도네시아 노무관리 QnA, 노사발전재단]

(3) 인도네시아 인사 노무관리 QnA

(가) 외국인을 고용하기 위해 필요한 특별한 절차나 요건이 있는지?

- 외국인 근로자 사용절차에 관한 인도네시아 공화국 인력이 주부장관령 2013년 제12호 (PERATURAN MENTERI TENAGAKERJA DAN TRANSMIGRASI REPUBLIK INDONESIA NOMOR 12 TAHUN 2013 TENTANG TATA CARA PENGGUNAAN TENAGA KERJA ASING) 제2조는 '외국인 근로자 고용주는 특정 직위와 특정 기간에 한해서 근로관계(hubungan kerja)를 맺은 외국인 근로자(TKA)를 고용할 수 있다'고 규정하고 있음
- 제3조에 따라 외국인 근로자를 고용하고 임금 또는 다른 형태의 대가를 지불하는 법인 또는 그 이외의 업체인 '외국인 근로자 고용주'에는 ①정부기관, 국

제법인, 외국공관, ②외국 무역 대표사무소, 외국기업 대표 사무실, 외국언론 대표 사무소, ③외국 사기업, ④인도네시아 법에 의거해 세워진 법인, 또는 인도네시아 관련기관에 적법하게 등록된 외국 사업체, ⑤사회, 종교, 교육, 문화 단체, ⑥ 유흥서비스업체 등이 포함됨.

- 이러한 외국인 근로자 고용주는 제5조의 규정에 따라 외국인 근로자 사용계획서(RPTKA, Rencana Penggunaan Tenaga Kerja Asing)를 갖고 있어야 하나 (제1항) 정부기관, 국제법인, 외국 공관은 외국인 근로자 사용계획서가 필수적 요건은 아님(제2항)
- 외국인 근로자 사용계획서를 갖고 있어야 하는 외국인 근로자 고용주는 인도네시아 공화국 영토에서 외국인 근로자를 사용하는 고용주에 한정됨(제3항). 동조 제4항에 따라 외국인 근로자 사용계획서(RPTKA)는 외국인 근로자 고용허가서(IMTA)를 획득하기 위한 근거로 사용됨
- 나아가, 대통령령 No. 72 of 2014는 외국인 근로자의 사용 및 보조 근로자 (Assistant Worker)의 교육, 훈련에 대하여, 외국인 근로자를 고용하는 모든 회사는 그러한 외국인 근로자를 위한 보조근로자로 인도네시아 근로자를 고용해야 한다고 규정하고 있음.

(나) 외국인 근로자 채용 시 근로자에게 요구되는 자격요건 등이 있나?

- 외국 인력 사용 절차령 2013년 제12호(PERATURAN MENTERI TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI REPUBLIK INDONESIA NOMOR 12 TAHUN 2013 TENTANG TATA CARA PENGGUNAAN TENAGA KERJA ASING) 제26조 제1항은 고용주가 사용하는 외국인근로자(TKA)의 자격요건에 대하여 다음과 같이 규정하고 있음
 - ① 외국인근로자(TKA)가 맡게 될 직위 조건에 맞는 교육수준
 - ② 외국인근로자(TKA)가 맡게 될 직위에 적합한 능력증명인증서 또는 최소 5년 이상의 근무경력
 - ③ 인도네시아인 동반근로자(TKI Pendamping)에게 자신의 기술을 전수하겠다는 진술서 작성
 - ④ 인도네시아어로 의사소통 가능
- 이러한 조건은 감사, 이사, 유흥서비스 업종, 임시적 성격 작업의 경우에는 예외로 함(동조 제2항). 또한 인도네시아인 동반근로자(TKI Pendamping)는 외국인 근로자가 맡을 직위에 상응한 교육배경을 갖고 있어야 함(동조 제3항)

(다) 외국인 투자회사(PMA)의 경우 외국인 고용과 관련한 특별한 법적 제한이 있나요?

- 1967년 외국투자법과 1968년 국내투자법을 통합한 2007년 새로운 투자법(Undang-Undang Penanaman Modal 25/2007) 제11조에 따르면 모든 투자회사는 현지 인도네시아인을 우선 채용하도록 노력하여야 함. 만일 외국인을 고용하는 경우에는 인도네시아 노동부 장관령 (Keputusan Menteri Departmen Tenaga Kerja Nomor. KEP-20/MEN/III/2004) 제6조에 따라 현지인 대체 고용부담금 명목으로 1년간 1,200 달러를 일시불로 납부하여야 함

< TIP >

- 모든 투자회사는 현지 인도네시아인을 우선 채용하도록 노력하여야 함. 현지인 대체 고용부담금 명목으로 1년간 1,200달러를 일시불로 납부하여야 함

(라) 외국인 근로자가 취업이 제한되는 업무나 직위가 있나?

- 외국 인력 사용 절차령 2013년 제12호(PERATURAN MENTERI TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI REPUBLIK INDONESIA NOMOR 12 TAHUN 2013 TENTANG TATA CARA PENGGUNAAN TENAGA KERJA ASING) 제4조는 'Persekutuan perdata, Firma(Fa), 합자회사(Persekutuan Komanditer, CV), 상점(Usaha Dagang) 고용주는 특별히 법률에 예외규정이 없다면 외국인근로자(TKA)를 고용할 수 없다.'고 규정하고 있음
- 또한 동 절차령 제33조는 제1항에서 외국인근로자 고용주는 동일한 업체에서 1개 이상의 직위에 외국인근로자(TKA)를 사용할 수 없다고 규정하고, 제2항에서 다른 외국인근로자고용주가 사용하고 있는 외국인근로자(TKA)를 고용할 수 없다고 규정함. 하지만 제3항에서 제2항의 규정은 주주총회(RUPS)에 의거한 이사 또는 감사직을 맡고 있는 외국인근로자(TKA)의 경우에는 적용되지 않는다고 밝히고 있음
- 마지막으로 MANPOWER ACT NO. 13 OF 2003 [UUKETENAGAKERJAAN NO. 13 TAHUN 2003] 제46조는 외국인 근로자는 인사 또는 특정 직책을 맡을 수 없다고 규정하고 있음. 이 조항으로 인해 인도네시아 내 한인기업에서 한국인이 인사 또는 특정직책을 담당하지 않도록 주의해야 함.
- 이 규정에 근거하여 인력 이주부 장관령 2012년 제40호(Minister of Labor and Transmigration Decree No. 40 of 2012 on Restricted Positions for Foreign Employees)는 외국인 근로자의 취업이 제한되는 직위를 다음과 같이 구체적으로 열거하고 있음.
 - ① 인사부장(Personnel Director)
 - ② 산업관계 부장(Industrial Relation Manager)
 - ③ 인력부장(HumanResource Manager)

- ④ 인사개발 감독(Personnel Development Supervisor)
- ⑤ 인사 채용 감독(Personnel Recruitment Supervisor)
- ⑥ 인력 배치 감독(Personnel Placement Supervisor)
- ⑦ 경력개발 감독(Employee Career Development Supervisor)
- ⑧ 인사 신고 관리인(Personnel Declare Administrator)
- ⑨ 최고경영자(Chief Executive Officer)
- ⑩ 인사 경력 전문가(Personnel and Careers Specialist)
- ⑪ 인사 전문가(Personnel Specialist)
- ⑫ 경력 고문(Career Advisor)
- ⑬ 직업 고문(Job Advisor)
- ⑭ 직업고문 및 상담(Job Advisor and Counseling)
- ⑮ 근로자 중재인(Employee Mediator)
- ⑯ 직업 훈련 관리자(Job Training Administrator)
- ⑰ 면접관(Job Interviewer)
- ⑱ 직업 분석가(Job Analyst)
- ⑲ 직업 안전 전문가(Occupational Safety Specialist).

(마) 근로계약서에 한국인 관리자가 서명을 한 경우, 노동부의 지적을 받아 벌금을 받을 수도 있다는데 이는 어떤 법령을 위반한 것인가?

- 한국인 관리자가 근로계약서에 서명을 하는 것은 MANPOWER ACT NO. 13 OF 2003 [UU KETENAGAKERJAAN NO. 13 TAHUN 2003] 제46조의 '외국인 근로자는 인사 또는 특정 직책을 맡을 수 없다'는 규정을 위반한 것임. 인사 책임자로 현지인이 사인을 하고 그 옆에 한국인 사장·부사장이 사인을 했다 면 문제가 되지 않음.
- 사장과 부사장은 총괄하는 역할이기 때문에 단독으로 서명을 해도 인정되는 경우가 있으나 주 서명란에 한국인이 서명을 하는 일은 외국인이 인사를 맡는 것이므로 노동부 감사에서 지적을 받아 거액의 벌금을 받게 됨

< TIP >

- 외국인 근로자가 취업이 제한되는 업무나 직위가 있음. 특히 외국인이 인사에 관한 업무를 단독으로 할 수 없음
- 비 인도네시아인인 외국인 고용 시 회사형태는 법인이어야 하며 대학교 졸업 이상의 학력 소지 및 해당 분야에서 3년 이상의 근무 경력을 필요로 함(개인 사업자는 외국인 근로자를 채용할 수 없음)
- 인력 이주 관련 부서에 외국인 근로자 고용계획서(RPTKA)를 제출하여 승인 받은 후 해당 근로자가 입국하면 기술교육 능력개발 기금 명목으로 매년 1,200달러를 지불한 후 외국인 근로허가(IMTA)를 받아야 함

(바) 인도네시아 기업들이 주로 채택하고 있는 임금구조는 ?

- 임금은 현물급여와 현금급여로 나뉨. 전체 임금의 일부를 쌀·밀가루·설탕과 같은 생활필수품의 형태로 지급할 수도 있음. 최근 현물급여의 비중이 줄어드는 추세를 보이고 있고, 외국 투자회사의 경우 현물지급은 매우 드뭄
- 급여 지급 형태는 월급·일급·주급 등 여러 가지가 있음. 도시와 인근지역의 대기업에서는 월급제가 대부분이지만, 중소기업이나 지방소재 기업의 경우 단순노동에는 주급을 적용하는 예가 많음
- 임금은 크게 기본급과 수당으로 구성됨. 기본급은 전체의 75% 이상이 돼야 함. 뿐만 아니라 인도네시아 노동법은 국가에서 정하는 최저임금의 준수를 매우 강조 하고 있음. 최저임금보다 낮은 수준의 임금이 단체협약을 통해 결정될 수 없으며, 노사 합의로 최저임금 이하의 임금에 합의하더라도 이는 불법임.

< TIP >

- 해외진출 시 현지인 고용에 따른 노사문제 및 국내 직원 현지파견에 따른 노사 문제가 발생할 수 있음. 노사발전재단에서는 이러한 해외진출 기업의 노무관리나 사무문제에 대한 정보제공이나 지원을 하고 있음(노사발전재단 해외투자기업지원 www.nosa.or.kr)

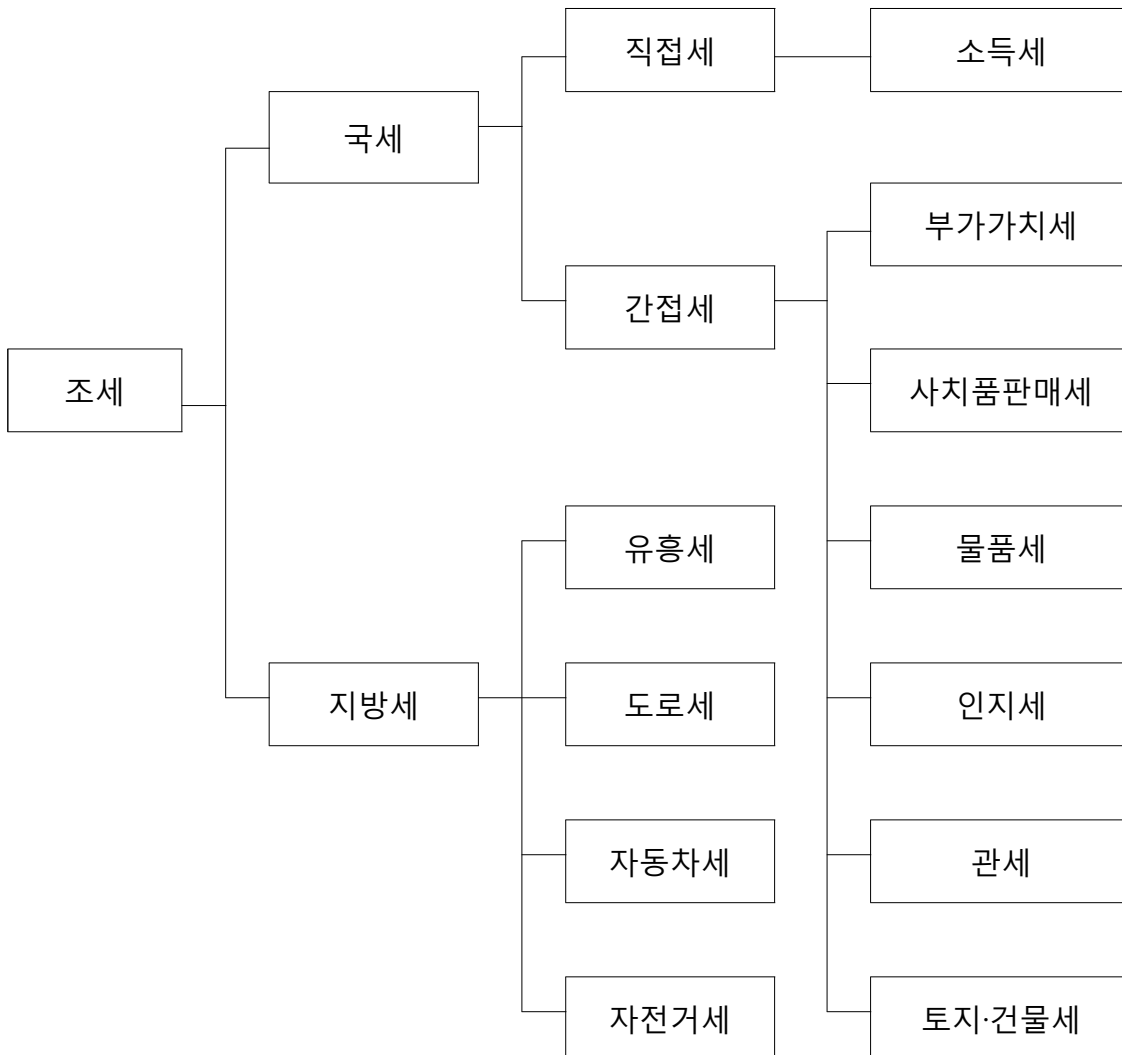
나. 세금 등 관련 규정

(1) 인도네시아 조세 체계

(가) 인도네시아 현행 조세체계

- 인도네시아 조세체계는 경제개발계획 추진과정에서 인도네시아 사회 및 경제 여건에 맞게 정비 개선해 왔으며, 1995년부터 실시된 주요 세법 개정을 통해 조세의 경제적 기능을 강화하기 위한 방향으로 조세개혁이 이루어져 왔음.
- 일례로, 인도네시아는 원천징수 적용 대상 범위 확대, 비과세혜택을 부여받는 사업자에 대한 과세 노력 강화, 과세구간 세분화, 개인납세번호 등록 독려, 그리고, 사전승인제도(APA)1) 및 상호합의(MAP)2)과 같은 이전가격제도 도입 등 인도네시아 과세권 강화 및 세수 증대를 도모하였음
- 인도네시아 조세체계는 국세(개인소득세, 법인소득세, 부가가치세, 특별소비세, 인지세, 재산세, 출국세), 지방세(재건축세, 자동차세, 유흥세 등) 그리고 관세(수출입관세, 주세 등)로 크게 3가지로 분류됨

표 3-13 인도네시아 조세체계



[출처. 환경기업을 위한 인도네시아 세무 및 수출입실무 가이드북, KEITI 한국환경산업기술원]

(나) 인도네시아 국세행정기구

- 재무부 조세국 산하 국세청(Direction General Taxation, DGT)이 있고, 국세청(DGT)는 지역별로 지방국세국과 지역세무서를 하위 조직으로 두고 있음
- 모든 세목의 납세자 등록·신청서 송부, 과세자료 처리 및 납세자(납세의무자) 파일 관리 업무는 각 지역별 지방세무서 신고관리과에서 처리하고 있으며, 납세자의 사실 관계 자료와 조사과의 현장 보고서를 토대로 지방세무서 부과과에서는 세목에 대한 세금을 부과하고, 정기적인 세무조사를 통해 적절히 납세자(또는 납세의무자) 세금 신고 납부 의무를 강제하고 있음

- 대부분의 납세의무자는 지역별 관할 지방 세무서에서 관리되고 있지만 자카르타에 소재한 3개 세무서에서는 외국법인, 국영기업체, 외국법인·비거주자를 전담하여 관리하고 있음
 - ① 외국법인 담당세무서 : 외국인투자법에 의한 외국자본이 투자된 납세의무자 조세 의무를 관리
 - ② 국영기업체 담당세무서 : 인도네시아 전국 국영기업체 납세의무 관리
 - ③ 외국법인·비거주자 담당세무서 : 인도네시아에 고정사업장을 가지고 있는 외국법인과 거주자의 납세의무 관리

(2) 법인세

(가) 개요

- 인도네시아 외국인투자기업(PMA)은 인도네시아 국내·외 원천 소득에 대해 법인세 납부 의무를 지니게 됨. 또한 인도네시아 내에 고정사업장(Permanent Establishment)을 보유한 외국 법인도 인도네시아 국내 원천 소득에 대해 법인세 납부 의무를 지니게 됨.
- 참고로 인도네시아는 대규모로 사업이 추진되는 도로 부설과 같은 SOC사업, 석유 시추와 같은 자원 개발사업 분야에서는 원천적으로 인도네시아 현지법인과 합작투자할 것을 의무화하고 있음. 또한 외국인투자기업이 단독투자를 승인받은 경우에도 인도네시아 Article 8 of Presidential Decree No. 20 1994에 의하여 투자 개시일로부터 15년 내에 최소 1%의 지분을 인도네시아 법인 또는 거주자에게 양도할 것을 의무화함으로써 투자과실이 외국 투자가에 일방적으로 귀속되지 않도록 하고 있음
- 인도네시아는 외국 법인이 직접 영리활동을 할 수 있는 지사 또는 지점 개설을 불허하고 있으며 시장조사, 홍보 및 연락사무소 기능을 수행할 수 있는 대표부7)(Representative) 개설만을 허용하고 있음. 영리 활동이 불허되므로 수주, 입찰, 계약서 주체, 수출입 및 유통 등과 같은 영리 활동 및 무역활동은 금지되고, Offer, Invoice 등 거래 서류는 외국 본사의 명의로 수행되어야 함.
- 이런 측면에서 인도네시아는 인도네시아 내의 고정사업장에 대한 외국인 직접 투자보다는 보다 장기적이고 과세가 용이한 외국인 투자기업 형태의 진출을 선호하고 있음

< TIP >

- 인도네시아 진출 시 세무 관련 정보는 「환경기업을 위한 인도네시아 세무 및 수출입실무 가이드북, KEITI 한국환경산업기술원」, 「환인도네시아 진출기업을 위한 세무안내, 국세청」을 참조하길 권함

(나) 납세의무자

- 내국 법인뿐만 아니라 외국법인의 인도네시아 원천 소득에 대해서 법인세가 부과됨.
- 내국 법인은 인도네시아 국내에 주소를 갖고 있는 주식회사, 유한회사, 자본금의 전부 또는 일부가 지분으로 분할되어 있는 기타 회사 및 단체, 협동조합, 상호보험회사 뿐만 아니라 인도네시아 국내에 주소를 가지고 자본금의 전부 혹은 일부가 지분으로 분할되고 있지 않는 단체 또는 공익활동으로부터 수익을 얻는 단체 등을 의미하고 인도네시아 국내·외 모든 소득에 대해 과세됨
- 반면 외국법인은 국내에 주소를 갖지 않은 모든 종류의 회사 및 단체로서 인도네시아 국내에 소재하는 부동산(부속하는 권리 포함)으로부터의 소득, 당해 권리 이전이 있었던 경우 당해 재산 개발에서 얻어지는 생상품 수량에 상응하는 이유에 대해 법인세가 과세됨

(다) 부동산 소득에 대한 과세

- 인도네시아 법인 또는 거주자는 건축권, 토지사용권, 토지개발권이 모두 인정되는 데 반하여 외국법인 또는 비거주자는 인도네시아 거주허가서(KITAP/5년 유효기간) 또는 기한부 거주허가서(KITAS/1~2년 유효기간)을 가지고 있는 사람에게 한하여 토지사용권이 설정된 토지에 위치한 부동산에 대해서만 수익적 처분 권리를 행사할 수 있음
- 따라서 경영 상담업과 같은 사업서비스업을 영위하는 외국법인이 아닌 제조업을 영위할 목적으로 인도네시아에 투자하는 법인인 경우 공장을 건립할 부지를 매입하고, 공장을 신축해야 하기 때문에 직접 부동산을 취득하려고 하기 보다 인도네시아 외국인투자기업(PMA)을 설립한 후 현지 법인 명의로 부동산을 취득하여 간접적으로 관리하도록 해야 할 것임
- 또한 취득한 토지 및 건물에 부과되는 재산세로 토지 및 건물세가 있는데 토지 및 건물세는 과세 대상 물건의 부동산과세적용가치(NJKP)를 활용하여 과세표준을 구하고 여기에 0.5%의 세율을 적용하여 납부할 세액을 구하게 됨. 여기서 부동산과세 적용가치는 인도네시아 재무부를 대신하여 국세청(DGT)에 의해 1년~3년 마다 고시되는 부동산과세 적용가액(NJOP)에 10억 루피아(원화 약 1억2천만원) 이하인 적용가액 대상 자산에 20%를 곱하고, 10억 루피아 초과인 적용가액 대상 자산에 40%를 곱하여 계산됨
- 그리고 부동산이 매매될 때 토지 및 건물을 양도하고자 하는 자에게 부동산 거래세 명목으로 양도가액의 5% 상당액이 과세됨. 만약 실제 양도가액이 부

동산과세 적용가액(NJOP)보다 낮은 경우 부동산과세적용가액(NJOP)을 부동산 거래세 부과목적 양도가액으로 간주하도록 하고 있고, 정부기관에 과세 물건을 양도하는 경우에는 정부기관이 발행한 서류상 금액으로 과세하도록 하고 있음

- 한편 국세청은 납세의무자의 요청에 의해 장부가액에 의한 기업 흡수합병, 인수, 정부관련 토지, 건물 수용 등과 같은 예외적인 경우 당초 산출된 부동산 거래세의 25%/50%/75% 비율로 납부할 세액이 경감됨

※ 인도네시아 투자에 대해 추가적으로 고려되어야 할 세무문제는 무엇이 있나요?

인도네시아 법인의 지분을 취득하거나 시설자금을 추가로 제공하는 경우 한국 법인은 다음과 같은 세무 문제를 고려해야 가능성이 있음

- ① 인도네시아 자법인과의 재화/용역 거래를 수행함으로써 거래 대상 재화/용역대가의 적정성 여부에 대한 이전가격 문제
- ② 법인세법 제121조의 2 해외현지법인에 대한 자료 제출 의무 (해외직접투자의 명세, 투자받은 법인의 재무상황, 해외 영업소의 설치 현황)
- ③ 인도네시아 파견 임직원 급여 등 인건비에 세무 처리 문제
- ④ 인도네시아 자법인에 대한 대여금 제공을 업무무관가지급금으로 부인될 가능성 검토 및 대여금에 대한 적정 이자율 산정 문제

(3) 이전가격제도

(가) 개요

- 이전가격이란 국외 특수 관계에 있는 법인 간 원재료, 제품 및 서비스를 거래하는 경우 통상 적용하는 거래가격을 의미함.
- 다만, 국내 거래 당사자간 거래에서 손쉽게 활용 가능한 시장가치 등이 국제 거래에서는 찾기 어려운 까닭에 이전가격의 공정하고 적절한 가액을 확인하기가 어려우므로 실무적으로는 정상범위(Arm's length)를 두어 정상범위를 벗어나지 않고 거래가 이루어지는 경우 정상가격으로 거래가 이루어졌다고 간주하고 있음. 다만 이전가격은 정상적인 상거래 관행에 따라 시장가격이 적용되기도 하지만 특수 관계에 있는 법인에 통용되는 이익관리 및 회계방침에 따라 시장가격과 다른 가격이 적용될 수도 있음
- 이전가격의 조정은 인도네시아 법인이 특수 관계에 있는 외국법인과 거래시 관계회사 전체의 조세부담을 최소화하기 위해 가격 또는 비용의 부담을 조정함으로써 인도네시아 원천 소득을 조정하는 것을 의미함

(나) 이전가격 과세제도

인도네시아 세법에서는 이전가격 과세 제도를 두어 특수 관계에 있는 경제적 실체와 정상가격 범위를 벗어난 가격으로 거래하는 경우 인도네시아 세무당국이 납세의무자의 수익과 비용을 조정할 수 있도록 권한을 부여하고 있음

- 이전가격 과세대상 거래 : PER-43/PJ/2010에 의한 이전가격과세대상이 되는 특수 관계자간 거래는 다음과 같음
 - ① 매출, 이전 매입, 또는 유·무형재화의 취득
 - ② 렌트, 로열티 또는 유·무형자산의 사용으로부터 발생하는 기타의 지급
 - ③ 서비스 관련 수익 또는 비용
 - ④ 원가 배분
 - ⑤ 금융상품 이전, 취득 및 관련 수익과 비용
- 사후관리 : 인도네시아 현지법인과 인도네시아에 투자하는 한국 법인간 거래에서 국외 관계사간 거래에 있어 경제적 합리성이 있는 정상가격방법을 선택하여 적용하고 있고, 법인이 선택한 정상가격산출방법에 의해 거래 금액이 적절하게 계산되어 있음을 입증하는 자료를 구비해야 할 것임
 - ① 회사의 개요(회사의 조직구조, 주주 지분 구성, 비즈니스 활동, 경쟁리스트 및 비즈니스 환경)
 - ② 가격 정책 또는 원가 배분 정책
 - ③ 비교 가능성 분석
 - ④ 비교 가능 회사 리스트
 - ⑤ 정상가격 산출 방법 이유
- 만약 이전가격 과세제도가 적용되게 되면 법인세 대상 소득금액이 증가하여 법인세 납부할 세액이 증가할 가능성이 발생하게 됨. 또한 수출 거래인 경우 수출로 인해 0% 부가가치세율이 적용되어 부가가치세 납부할 세액이 증가하지 않을 수 있으나, 수출금액을 과소하게 신고한 부분에 대해 부가가치세 과세 대상금액의 2% 상당액을 부가가치세 가산세 명목으로 납부해야 함
- 대응절차
 - ① 상호합의절차(Mutual Agreement Procedure, MAP)
국가간 조세분쟁을 해결하기 위해 과세당국간 거치는 합의절차를 말하며, 한·인도네시아 조세조약에 따라 한국 거주자 및 법인이 인도네시아에서 부당하게 과세처분을 받는 경우 한국 국세청이 인도네시아 세무당국과 상호합의를 신청할 수 있음. 대략 기간은 수년이 소요됨
 - ② 이전가격사전승인제도(Advance Pricing Arrangement, APA)
법인은 이전가격사전승인제도 적용 대상거래와 대상 사업연도, 비교가능성에 대한 분석, 적절한 정상가격산출방법, 기타 정상가격 결정하는 데 있어 영향을 주는 요인에 대해 인도네시아 국세청에 심사를 받음으로써 이전가

격사전승인된 거래 및 대상 사업연도에 있어 세무당국으로부터의 과세를 피할 수 있음. 한번 체결된 이전가격사전승인제도는 일반적으로 사전 협의가 이루어진 후 최대 3년간 유효하며, 납세의무자가 세무조사를 받지 않았거나 조세범법행위가 없는 경우 합의가 이루어진 직전연도까지 DGT와 협의 하에 소급 적용이 가능함

현재 인도네시아에서는 재정 수요 증가로 인해 해외 투자기업에 대해서도 과세 노력이 강화되고 있고, 특히 이전가격 측면에서 과세 제기되는 경우 관련 세액 부과액이 천문학적으로 증가될 수 있으므로 특정 거래가 금액적으로 중요하고 법인소득세 측면에서 리스크를 해소하는 차원에서 상호합의 절차와 이전가격사전승인제도를 적극 활용할 것으로 고려해야 할 필요가 있음

○ 이전가격조사 대상

- ① 중점 조사 대상 : 특정업종 내의 법인(제약, 자동차 업종 등), 관계사간 거래금액이 크거나 이익의 변동폭이 큰 법인, 한정된 기능만을 인도네시아에 둔 법인(생산, 분산 판매, 계약 연발 등), 법인의 이윤이 장기간 적자 또는 적거나 변동이 큰 경우, 법인의 평균이익이 동일 업종 평균이익보다 뚜렷하게 낮은 경우, 법인이 부담한 기능리스크와 기업의 평균이익이 대응되지 않는 경우, 관할 세무국의 자료 요구(1개월)에 따라 동기 자료를 제대로 준비하지 않은 경우
- ② 중점으로 주시하는 거래 유형 : 전통적인 실물자산 구입과 판매, 무형자산 및 이로 인한 초과이익 귀속문제, 특수관계 법인간의 주식양도, 구조조정과정의 이전가격, 지분 투자, 대여금 거래 등
특히 인도네시아 세무당국은 로열티(Commission)에 대해 그 지급이 정당하지 않다고 실재성을 부인하는 사례가 빈번하므로 경제적 실질을 입증할 수 있는 자료를 구분해 놓아야 할 것임

(4) 외국인투자기업 외환관리

- 인도네시아 정부도 자본시장의 개방과 금융시장 활성화를 위하여 자유롭게 투자금을 본국으로 회수할 수 있도록 외환 관리 측면에서 규제 완화하고 있음. 따라서 인도네시아에서는 인도네시아 루피아로 거래되는 것이 아닌 외국통화로 자금을 인출하는 데 있어 규제가 없음. 현재 인도네시아 외국인투자법에서는 송금하고자 하는 내역이 아래와 같은 예에 해당되는 경우 외화 송금을 보장하고 있음

- ① 외국인투자지분에 비례한 납세 후 순영업이익
- ② 투자계획에 의거 수입된 기계 및 장비류의 감가상각비
- ③ 외국인지주가 내국인에게 매각한 주식의 매각대금

- ④ 해외차입금에 대한 원리금 상환
 - ⑤ 외국인직원 및 해외연수 중인 내국인 직원에 대한 제비용
 - ⑥ 기업이 국유화될 경우의 보조금
 - ⑦ 기업청산 시의 잔여자본
- 다만, 송금과 다르게 인도네시아 거주자와 비거주자간 1만 달러 이상 외화 거래를 하는 경우에는 인도네시아 중앙은행(Bank Indonesia)에 보고하도록 하고 있음. 한편 처음 외국인 투자가 인도네시아 내로 이루어질 때에도 투자실적 파악과 투자보증 시행을 위해 인도네시아 중앙은행(Bank Indonesia)의 승인을 얻어야 함. 그리고 외국인 투자와 관련하여 외국인투자기업이 해외로부터 자금을 차입하는 경우 인도네시아 중앙은행(Bank Indonesia)으로부터 사전에 승인을 얻어야 하며, 모든 외화차입은 중앙은행과 재무부에 신고하도록 되어 있음

< TIP >

- 인도네시아 외국인투자기업(PMA)은 인도네시아 국내·외 원천 소득에 대해 법인세 납부 의무를 지니게 됨
- 인도네시아는 외국 법인이 직접 영리활동을 할 수 있는 지사 또는 지점 개설을 불허하고 있으며 시장조사, 홍보 및 연락사무소 기능을 수행할 수 있는 대표부(Representative) 개설만을 허용하고 있음
- 인도네시아 투자에 대해 추가적으로 다음의 세무문제를 고려해야 함
 - 인도네시아 자법인과의 재화/용역 거래를 수행함으로써 거래 대상 재화/용역 대가의 적정성 여부에 대한 이전가격 문제
 - 법인세법 제121조의 2 해외현지법인에 대한 자료 제출 의무 (해외직접투자의 명세, 투자받은 법인의 재무상황, 해외 영업소의 설치 현황)
 - 인도네시아 파견 임직원 급여 등 인건비에 세무 처리 문제
- 특히 인도네시아 세무당국은 로열티(Commission)에 대해 그 지급이 정당하지 않다고 실재성을 부인하는 사례가 빈번하므로 경제적 실질을 입증할 수 있는 자료를 구분해 놓아야 할 것임

< TIP >

- 해외로 수출하면서 관세·비관세 장벽 등으로 외국 세관에서의 통관과 관련하여 크고 작은 문제들이 발생함. 관세청은 국내기업의 수출활동과 직결되는 해외통관애로를 해결함으로써 물류비용을 절감하고, 신흥 수출시장을 확대하는 등 기업의 경쟁력 강화를 지원하고 있음(관세청 해외통관지원센터. www.customs.go.kr)
- 관세청 해외통관지원센터에서는 통관 애로 해소와 함께 관련된 해당국 재외공관 및 KOTRA, 무역협회, 주요 해외무역지점, 외국상공회의소 등의 연락처를 검색할 수 있으며, 특히 관세청 해외통관지원센터에서는 원재료 수출에 필요한 원산지증명에 관한 상담이나 정보도 제공하고 있음

5 기 타

가. 할랄 제도

(1) 할랄 정책 및 방향

(가) 할랄 정책

- 인도네시아 인구 중에 87%가 무슬림인 세계 최대 단일 국가인 인도네시아에서도 말레이시아의 영향을 받아 정부주도의 할랄 인증정책, 할랄 산업단지, 할랄 전용항구 등의 건설을 추진하고 있으며, 식품 중심에서 의약품, 화장품, 유통 등으로 할랄 인증을 확대·적용하려고 하는 추세임
- 최근 인도네시아 정부는 자국 무슬림들에게 안전한 먹거리를 제공하고 할랄 산업을 발전시키기 위한 정부차원의 할랄 정책들을 펼쳐나가고 있으며, 대표적으로 '할랄 제품 보장에 관한 법'은 인도네시아로 수입되는 모든 식품에 할랄을 의무화하겠다는 내용을 다루고 있을 정도로 강력한 의지를 보여주고 있음
- 2014.9.25. '할랄 제품 보장에 관한 법률'이 의회를 통과되었으며, 법안의 정식 시행은 5년의 유예기간을 두어 2019년 10월부터 시행할 예정임

(나) 할랄 제품 보장에 관한 법률의 주요내용

- 주요내용은 이슬람 연합단체인 MUI(Majelis Ulama Indonesia의 약어)(민간단체)에서 정부기관인 할랄 제품 보장 관리공단으로 이관하고, 해외로부터 수입되는 제품에 대하여 현재 권장사항인 할랄 인증을 필수사항으로 시행할 예정임(할랄 제품 보장에 관한 법률 제4조 참조)
- 할랄 인증 범위를 현재 가공산업(식품, 의약품), 화장품, 도축장, 식당·연회 서비스, 서비스업체(유통, 창고, 운송, 소매)에서 화학제품, 생물학 제품, 유전자 변형 제품, 그리고 주민들에게 영향을 끼치거나 이용되어지는 제품 등"으로 인증범위의 확장·적용을 예고하고 있음
- 이의 일환으로 할랄 인증기관인 LPPOM MUI는 향후 '할랄 제품 보장에 관한 법률'의 시행에 따른 인증 수요의 증가에 대비하여 각 국의 수출국에 LPPOM MUI의 할랄인증을 대행할 수 있는 대행 기관들을 국가별로 선정하여 운영하기 시작함
 - ※ LPPOM MUI : Lembaga Pengkajian Pangan, Obat dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia의 약어로 인도네시아 울라마 위원회 식품, 의약품, 화장품 평가기관이라는 뜻임

< TIP >

- 2019년 10월부터 '할랄 제품 보장에 관한 법률'이 시행될 예정이며, 이럴 경우 수입되는 모든 제품에서 할랄 인증검사를 할 가능성 많음

(2) 할랄 인증기관의 역할

(가) 할랄 인증기관

○ MUI(Majelis Ulama Indonesia)

MUI는 민간이 주도하는 인도네시아 이슬람 총연합단체로 인도네시아의 각 분야에서 활동하는 학자와 지식인들의 논의 결과 1975년 7월 26일 설립되었음
MUI의 지도자는 인도네시아 26개 주를 대표하는 26명의 학자, 이슬람 대중 조직으로부터 10명의 학자, 이슬람 육군, 공군, 해군, 경찰 조직으로부터 4명의 학자, 그리고 13명의 주재 지도자로 구성되며, 역할은 다음과 같음

- ① 이슬람교도의 종교적 삶에 관한 상담과 지침을 제공하며 이슬람교가 축복하는 사회 건설을 추구
- ② 정부와 국민에게 종교 및 사회적 문제와 관련된 조언 및 파트와(Fatwa) 이슬람법에 저촉되는지를 판단하는 종교적 유권 해석을 제공
- ③ 이슬람 형제애를 실현하고 국가의 통합을 강화하기 위해 종교간 조화를 추구하며 학자와 정부 간의 연결을 강화
- ④ 국가의 발전을 성공적으로 달성하기 위해 국민과 정부 간의 상호 호혜적 소통 보장
- ⑤ 국민에 대한 상담과 지침을 제공하고 이슬람 조직, 기관, 학자간의 관계 및 협력을 증진

○ LPPOM-MUI

LPPOM-MUI는 인도네시아 종교부령 2001년 519호에 의거 정해진 유일한 할랄인증 기관이며, MUI의 부속기관으로 중앙기관과 33개의 지역기관으로 구성되어 있으며, LPPOM-MUI는 식품, 의약품, 화장품 등의 할랄성을 평가하는 MUI의 기능을 수행하기 위하여 1989년에 설립되었음



* 출처 : LPPOM- MUI, www.pronic.co.id

LPPOM-MUI는 할랄 표준 및 검사 체계의 개발 및 구축, 이슬람 사회에서 소모되는 식품, 의약품, 화장품에 대한 할랄인증업무 수행 및 교육, 할랄 제품 및 관련 사실에 대한 종합적이고 정확한 정보의 제공 등의 기능을 수행하는 할랄인증 기관임

(나) 할랄인증 관련기관

- LPPOM MUI로부터 할랄 인증을 받은 후 인도네시아로 수출되는 제품은 인도네시아 법(HK.08.1.53.05.13.2779 및 MOU04/Dir/LPPOM MUI/V/13)에 근거하여 가공식품 포장에 부착하는 할랄 라벨은 식품의약청과 LPPOM MUI 사이에 체결한 양해각서에 의거 인도네시아 식품의약청에 가공식품 수입 등록시 라벨링에 포함하여 허가를 받아야 함
- 인도네시아는 이 양해각서에 근거하여 다른 나라의 할랄 인증기관에서 발행한 할랄마크의 부착을 허용하지 않고 있음

※ 2014년에 한국산 컵라면이 한국 이슬람교 중앙회(KMF)의 할랄마크를 부착하여 유통되다 인도네시아 식약청에 단속에 적발되어 리콜조치를 한 사례가 있음

- 인도네시아 LPPOM MUI가 말레이시아 인증기관인 JAKIM 등의 할랄 교차인증을 허용하고 있는지에 대한 논란이 있으며, 말레이시아 JAKIM 관계자에 따르면 상호 교차인증을 허용하고 있다고 답한 반면 LPPOM MUI 관계자는 허용하지 않고 있다고 답을 하고 있음

< TIP >

- 인도네시아 LPPOM MUI에서 다른 나라의 할랄 교차인증이 인증되지 않을 수 있어, 제품을 수출하기 위해서는 각 나라별 할랄 인증을 받아야 함

(3) 할랄인증 범위와 기준

(가) LPPOM MUI의 할랄 인증범위

- LPPOM MUI의 할랄인증 범위는 현재 가공산업식품, 의약품, 화장품, 도축장, 식당·연회 서비스, 서비스업체유통, 창고, 운송, 소매 등 임
- 2019.10월부터 시행되는 할랄제품 보장에 관한 법률에는 화학제품, 생물학 제품, 유전자 변형 제품, 그리고 주민들에게 영향을 끼치거나 이용되어지는 제품 등으로 인증범위의 확장·적용될 예정임

※ 할랄이란 이슬람법에 의해 허가된 것을 뜻한다. 음식과 연관하면 이는 이슬람법에 의거하여 소비가 허용된 음식을 말하며, 하람이란 할랄과 반대 되는 의미임

(나) 할랄 및 하람의 기준

- 이슬람교는 이슬람교도에게 할랄 제품 소비를 요구함. 할랄의 가장 기본적인 정의는 돈육이나 알코올이 포함되지 않은 식품과 음료를 의미하고 또한 가축을 알라의 이름으로 특정 절차에 의거해 도살해야 함
- 육식성 동물, 맹금류, 독성 동물, 혈액, 혈액 부산물은 하람으로 간주되며, 작업용으로 길러진 동물과 말, 노새, 당나귀 고기에 대해서는 다소 불명확함
- 닭, 칠면조, 오리, 거위, 비둘기, 자고새, 메추라기, 참새, 타조 등 발톱을 이용해 먹이를 잡지 않은 새들은 할랄임
- 식물이나 취한 상태를 유발할 수 있는 식물은 특히 금지되며, 알코올 섭취 금지에 에틸 알코올이 촉매제로 사용된 향신료나 수지성 유제에도 적용되고, 세척제나 살균제로 에탄올 사용이 금지되어 있음

(다) 수입제품에 대한 할랄인증 의무 여부

- 축산법 2009년 18호에 의거 할랄인증이 의무화 되어 있는 축산부류를 제외하고 현재 다른 제품은 할랄인증이 권장사항으로 할랄인증을 받지 않아도 수입·유통이 가능한 함
- 그러나 2019.10월부터 시행되는 '할랄제품 인증법'에 의거 해외로부터 인도네시아로 수입되는 모든 제품은 할랄인증을 의무적으로 받아야 함

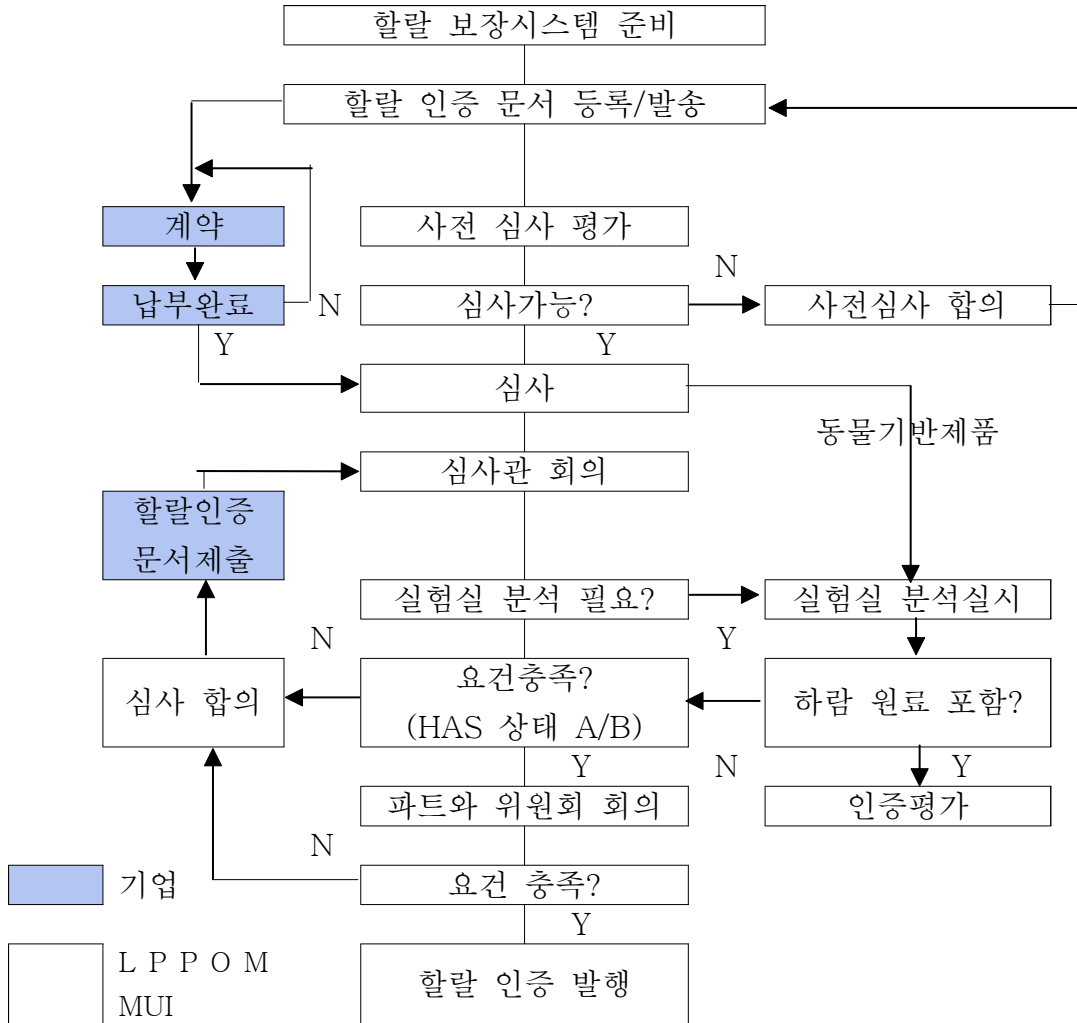
(4) LPPOM MUI로부터 할랄인증 획득 절차

(가) 할랄인증 획득 방법

- LPPOM MUI가 인정한 해외인증기관이 생산국 소재에 위치하고 있을 경우에는 가공식품원료(foodprocessing), 향미료(flavor), 도축(slaughtering) 등은 생산국 소재 해외인증기관으로부터 할랄 인증을 받을 수 있음. 그러나 해당국 소재 인증기관이 없을 경우에는 LPPOM MUI가 지정한 인증대행기관으로부터 할랄인증을 받아야 함
- LPPOM MUI는 2019.10월부터 모든 분야에 할랄인증이 의무화됨에 따라 인증 수요의 증가에 대비하기 위해 2015년부터 각 국에 할랄인증을 대행할 수 있는 할랄인증 대행기관을 지정하여 운영하기 시작하였으며, 이는 LPPOM MUI가 인정한 해외 할랄인증 기관과 LPPOM MUI가 지정한 할랄인증 대행기관만이 할랄인증을 할 수 있고 그 이외에 컨설팅업체 등 다른 기관들은 인정되지 않음
- 대행기관은 할랄인증 컨설팅, 신청접수, 서류심사, 현장실사, 교육 및 LPPOM MUI의 방문시 창구역할 등 LPPOM MUI의 해외 지사 기능을 수행하며, 현재 한국에서는 2015년에 인니할랄코리아가 대행기관으로 지정·운영되고 있음
- 할랄인증을 희망하는 신청업체가 LPPOM MUI에게 온라인으로 할랄신청을 하는 경우 온라인상에서 한국 신청은 한국의 할랄인증 대행기관이 처리할 수 있도록 구분·처리됨
- 할랄인증 대행기관이 1차적으로 서류심사, 현장실사 등을 완료하면 최종적으로 LPPOM MUI가 할랄인증 신청업체를 방문하여 서류 및 현장 실사를 하고 결과보고서를 작성함
- 작성한 결과보고서는 MUI 부속 파트와위원회에 상정되며 파트와위원회가 심사 후 이상이 없을 경우에는 할랄인증 발급을 승인하며 승인이 나면 LPPOM MUI가 할랄인증서를 발행함
- 파트와위원회는 할랄인증서 발급여부를 결정할 수 있는 최종권한을 갖고 있으며, LPPOM MUI는 결정에 따라 할랄인증서를 발급 및 관리하는 집행기관 역할을 함

(나) 할랄인증 획득 절차

표 3-14 할랄인증 절차



[출처. MUI Indonesia]

○ 할랄인증을 받기 위한 절차

- ① 할랄인증 요건 및 할랄보장 시스템 HAS : Halal Assurance System에 대한 교육 이수
- ② 할랄보증 시스템 구축
- ③ 필요내용 및 등록서류 준비
- ④ 온라인을 통한 신청 필요사항 입력 및 필요서류 등록
- ⑤ LPPOM MUI 할랄인증 대행기관에서 인증계약 체결 및 신청업체의 수수료 납부, 신청입력사항 및 등록서류 심사를 하고 이상이 없을 경우
- ⑥ LPPOM MUI 할랄인증 대행기관에서 현장방문을 통한 실사
- ⑦ LPPOM MUI가 실사결과 보고서를 작성하여 MUI의 파트와 위원회에 상정 하면 파트와 위원회에서 할랄인증서 발급 여부 결정
- ⑧ 결정이 되면 LPPOM MUI가 할랄인증서를 발행함

(5) 할랄제품 보장에 관한 법률

할랄제품 보장에 관한 법률 2014년 제33호

전능하신 신의 은총으로 인도네시아 공화국 대통령은,

- a. 1945년 인도네시아 공화국 헌법(Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945)은 국가가 각 개인의 종교를 포용하고 그 종교와 그 믿음에 따른 계율을 이행할 수 있도록 전 국민의 독립성을 보장하는 것을 명령한다.
 - b. 모든 종교의 신자를 보장하고 계율 이행 및 종교의 교리를 준수하도록 국가는 국민이 사용하고 소비하는 제품의 할랄성에 관한 보장과 보호를 제공할 의무가 있다.
 - c. 국민들에게 통용되는 제품 모두가 아직 할랄성을 보장받지 않았다.
 - d. 현재까지 제품의 할랄성에 관한 규정이 법적 확실성을 아직 보장받지 못하였으며, 법령규정에서 규정할 필요가 있다.
- a, b, c 및 d의 고려사항을 기초하여 할랄제품 보장에 관한 법률(Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal)을 제정하는 것이 필요하다.

다음 법령을 검토하였음:

1945년 인도네시아 공화국 헌법(Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945) 제20조, 제21조, 제28조 제1항, 제28J조, 제29조 제2항.

인도네시아 공화국 국회(DPR)의 동의하에 인도네시아 공화국 대통령은

아래와 같이 결정함:

확정:

할랄제품 보장에 관한 법률(UNDANG-UNDANG TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL)

제1장. 총칙

제1조 이 법률에서 의미하는 바는:

1. 제품(Produk)이라 함은 음식, 음료, 의약품, 화장품, 화학제품, 생물학제품, 유전 응용학제품 및 국민이 사용하고 이용하고 유용하게 쓰는 물건과 관련된 재화 또는

서비스이다.

2. 할랄제품(Produk Halal)이라 함은 이슬람율법에 따라 할랄규정을 지킨 제품이다.
3. 할랄제품 제조과정(Proses Produk Halal, PPH)이라 함은 원료조달, 가공, 저장, 포장, 유통, 판매 및 준비과정을 포함한 제품의 할랄성을 보장하기 위한 일련의 활동을 말한다.
4. 원료(Bahan)라 함은 제품을 만들거나 생산하기 위해 사용되는 요소를 말한다.
5. 할랄제품보장(Jaminan Produk Halal, JPH)이라 함은 할랄인증으로 입증되는 제품의 할랄성에 대한 법적 확실성이다.
6. 할랄제품보장 시행기관(Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)이라 함은 할랄제품보장(JPH) 운영을 위한 정부가 설립한 법인이다.
7. 인도네시아 이슬람평의회(Majelis Ulama Indonesia, MUI)라 함은 무슬림 신학자, 지도자, 지식인 집단의 의결 기구이다.
8. 할랄조사기관(Lembaga Pemeriksa Halal, LPH)이라 함은 제품의 할랄성에 대한 조사 또는 검사를 하는 기관이다.
9. 할랄감사관(Auditor Halal)이라 함은 제품의 할랄성 조사를 할 수 있는 능력을 소유한 사람이다.
10. 할랄인증(Sertifikat Halal)이라 함은 인도네시아 이슬람평의회(MUI)가 발급한 서면할랄지침(fatwa halal tertulis)을 기초로 하여 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)이 발급한 제품의 할랄성에 대한 승인이다.
11. 할랄라벨(Label Halal)이라 함은 제품의 할랄성에 대한 표시이다.
12. 사업주(Pelaku Usaha)라 함은 개인사업자 또는 인도네시아 지역에서 사업활동을 영위하는 법인 또는 비법인 형태의 사업체이다.
13. 할랄감독관(Penyelia Halal)이라 함은 할랄제품 제조과정(PPH)에 대해 책임을 갖는 사람이다.
14. 모든 사람은 개인 또는 법인이다.
15. 장관은 종교분야의 행정관리를 관장하는 장관이다.

제2조 할랄제품보장(JPH) 운영은 다음을 기초로 한다.

- a. 보호성
- b. 형평성
- c. 법적 확실성
- d. 책임성 및 투명성
- e. 효과성 및 효율성
- f. 전문성

제3조 할랄제품보장(JPH) 운영은 다음을 목적으로 한다.

- a. 국민에게 제품을 소비하고 이용하는 데 있어 할랄제품 조달의 편리성, 안정성, 안전성 및 확실성을 제공한다.
- b. 할랄제품을 생산하고 판매를 위해 사업주를 대상으로 부가가치를 증가시킨다.

제4조 인도네시아 지역에 수입, 통용 및 거래되는 제품은 반드시 할랄인증을 받아야 한다.

제II장. 할랄제품보장 운영

제1부. 총칙

제5조

- a. 할랄제품보장(JPH) 운영에 있어 정부가 책임을 갖는다.
- b. 제a항의 할랄제품보장(JPH) 운영은 장관이 집행한다.
- c. 제b항의 할랄제품보장(JPH) 운영 집행을 위해 장관 산하로 장관에게 책임을 지는 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)이 설립된다.
- d. 필요시, 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 지역에 대표사무실을 설립할 수 있다.
- e. 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)의 임무, 기능, 조직구성에 관한 규정은 대통령령으로 규정한다.

제2부. 할랄제품보장 관리공단

제6조 할랄제품보장(JPH) 운영에 있어, 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 다음과 같은 권한을 갖는다.

- a. 할랄제품보장(JPH) 정책을 수립하고 확정한다.
- b. 할랄제품보장(JPH)의 규범, 표준, 절차, 기준을 확정한다.
- c. 제품의 할랄인증과 할랄라벨을 발급하고 취소한다.
- d. 수입품의 할랄인증 등록을 수행한다.
- e. 할랄제품의 공청회, 교육, 홍보를 한다.
- f. 할랄조사기관(LPH)에 대해 인가를 한다.
- g. 할랄감사관(Auditor Halal) 등록을 한다.
- h. 할랄제품보장(JPH)에 대해 감독을 한다.

- i. 할랄감사관(Auditor Halal)을 양성시킨다.
- j. 할랄제품보장(JPH) 운영 분야의 국내기관 및 해외기관과 협력한다.

제7조 제6조의 권한이행에 있어, 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 다음과 함께 협력한다.

- a. 관련부처 또는 관련기관
- b. 할랄조사기관(LPH)
- c. 인도네시아 이슬람평의회(MUI)

제8조 제7조 a의 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)과 관련부처 또는 관련기관과의 협력은, 관련부처 또는 관련기관의 임무와 기능에 따라 수행된다.

제9조 제7조 b의 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)과 할랄조사기관(LPH)의 협력은, 제품의 조사 또는 검사를 위해 수행된다.

제10조 제7조 c의 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)과 인도네시아 이슬람평의회(MUI)의 협력은 다음과 같은 형태를 취한다.

- a. 할랄감사관(Auditor Halal) 인증
- b. 제품의 할랄성 확정
- c. 할랄조사기관(LPH) 인가

제11조 제7조, 제8조, 제9조, 제10조의 협력에 관한 세부규정은 정부령을 기초로 하여 규정한다.

제3부. 할랄 조사기관

제12조

- a. 정부 또는 국민은 할랄조사기관(LPH)을 설립할 수 있다.
- b. 제a항의 할랄조사기관(LPH)은 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)을 도와 제품의 할랄성을 조사 또는 검사할 수 있는 기회를 갖는다.

제13조

- (1) 제12조의 할랄조사기관(LPH) 설립을 위해 다음 조건을 반드시 충족시켜야 한다.
 - a. 개인 사무실과 사무집기를 보유해야 한다.

- b. 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)으로부터 인가를 받아야 한다.
- c. 최소 3명의 할랄감사관(Auditor Halal)를 보유해야 한다.
- d. 연구실 또는 연구실을 보유한 타 기관과의 협력 합의를 보유해야 한다.

(2) 제1항의 국민이 설립하는 할랄조사기관(LPH)은 법인형태의 이슬람 종교기관이 반드시 신청해야한다.

제14조

(1) 제13조 c의 할랄감사관(Auditor Halal)은 할랄조사기관(LPH)이 고용하고 해고시킬 수 있다.

(2) 제1항의 할랄조사기관(LPH)의 할랄감사관(Auditor Halal) 고용은 다음 조건을 반드시 충족시켜야 한다.

- a. 인도네시아 국적을 가진 자
- b. 이슬람 종교를 가진 자
- c. 식품, 화학, 생물화학, 산업기술, 생물학, 약학 분야의 최소 학사과정 이상의 교육을 받은 자
- d. 이슬람율법에 따라 제품의 할랄성에 관한 식견이 있고 이해하는 자
- e. 개인 또는 단체의 목적보다 이슬람 신자로서의 목적을 더 우선시하는 자
- f. 인도네시아 이슬람평의회(MUI)에서 인증을 받은 자

제15조 제14조의 할랄감사관(Auditor Halal)은 다음 임무를 갖는다.

- a. 사용하는 원료를 조사하고 연구한다.
- b. 제품가공과정을 조사하고 연구한다.
- c. 도살시스템을 조사하고 연구한다.
- d. 제품위치에 대해 자세히 연구한다.
- e. 도구, 생산실, 보관에 대해 자세히 연구한다.
- f. 제품 유통과 제품 준비과정에 대해 조사한다.
- g. 사업주의 할랄보장시스템을 조사한다.
- h. 할랄조사기관(LPH)으로 조사결과 또는 검사결과를 보고한다.

제16조 할랄조사기관(LPH)에 관한 세부규정은 정부령에서 규정한다.

제III장. 할랄제품 원료 및 제조과정

제1부 원료

제17조

(1) 할랄제품 제조과정(PPH)에서 사용되는 원료는 주원료, 가공원료, 첨가물, 원료 보조물로 구성된다.

(2) 제1항의 원료 출처는 다음과 같다.

- a. 가축
- b. 식물
- c. 미생물
- d. 화학반응, 생물학반응, 유전공학반응을 통해 얻어지는 원료

(3) 제2항 a의 가축으로부터의 원료는 할랄을 원칙으로 하되 이슬람 율법에 따라 금지된 것은 제외한다.

제18조

(1) 제17조 3항의 금지된 가축으로부터의 원료는 다음을 포함한다.

- a. 시체
- b. 혈액
- c. 돼지
- d. 이슬람율법에 따르지 않은 도축된 가축

(2) 제1항 이외의 금지된 가축으로부터의 원료는 인도네시아 이슬람평의회(MUI) 지침을 기초로 하여 장관이 확정한다.

제19조

(1) 제품원료로서 사용되는 가축은 반드시 이슬람율법에 따라 도살되어야 하며 가축의 번영 및 국민 건강규범을 충족시켜야 한다.

(2) 제1항의 도살 지침서는 법령규정에 따른다.

제20조

(1) 제17조 2항 b의 식물로부터의 원료는 할랄을 원칙으로 하되, 소비자의 건강을 해치고 정신을 잃게 하는 것은 제외한다.

(2) 제17조 2항 c, d의 미생물과 화학반응, 생물학반응 또는 유전공학 반응을 통해 얻어진 원료는 성장 및 발생과정에 있어 금지된 원료와 혼합, 함유, 오염될 시 금지된다.

(3) 제1항과 제2항의 금지된 원료는 인도네시아 이슬람평의회(MUI) 지침에 기초하여 장관이 확정한다.

제2부 할랄제품 제조과정

제21조

(1) 할랄제품 제조과정(PPH)의 위치, 장소, 도구는 비할랄제품의 가공, 보관, 포장, 유통, 판매, 준비과정의 위치, 장소, 도살도구와 반드시 분리해야 한다.

(2) 제1항의 할랄제품 제조과정(PPH)의 위치, 장소, 도구는 다음사항을 반드시 지켜야 한다.

- a. 청결하고 위생적으로 유지해야한다.
- b. 불결하지 않아야한다.
- c. 비할랄원료이지 않아야 한다.

(3) 제1항의 할랄제품 제조과정(PPH)의 위치, 장소, 도구에 관한 세부규정은 정부령에서 규정한다.

제22조

(1) 제21조 1항과 2항의 할랄제품제조과정(PPH)의 위치, 장소, 도구를 분리시키지 않은 사업주는 다음과 같은 행정제재 처분을 받는다.

- a. 서면경고
- b. 행정벌금

(2) 행정제재 처분절차와 관한 세부규정은 정부령에서 규정한다.

제IV장. 사업주

제23조 사업주는 다음과 같은 권리를 받는다.

- a. 할랄제품보장(JPH)에 관한 정보, 교육, 공청회
- b. 할랄제품 생산에 있어 개선점
- c. 신속성, 효율성, 합리적인 비용, 비차별성으로 할랄인증을 받기 위한 서비스

제24조 할랄인증 신청을 접수하는 사업주는 다음과 같은 의무를 갖는다.

- a. 정확하고 명백하고 정직한 정보를 제공한다.
- b. 할랄제품과 비할랄제품 사이의 가공, 보관, 포장, 유통, 판매, 준비과정의 위치, 장소, 도살도구를 분리시킨다.
- c. 할랄감독관(Penyelia Halal)을 보유해야한다.
- d. 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)으로 원료구성 변경에 대해 보고해야 한다.

제25조 할랄인증을 이미 받은 사업주는 다음과 같은 의무를 갖는다.

- a. 이미 할랄인증을 받은 제품에 대해 할랄라벨을 부착시켜야 한다.
- b. 이미 할랄인증을 받은 제품의 할랄성을 유지해야 한다.
- c. 할랄제품과 비할랄제품 사이의 가공도구, 보관, 포장, 유통, 판매, 준비과정의 위치, 장소, 도살도구를 분리시켜야 한다.
- d. 할랄인증 유효기간이 만료시, 할랄인증을 새로 발급받아야 한다.
- e. 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)으로 원료구성 변경에 대해 보고해야 한다.

제26조

- (1) 제18조와 제20조의 금지된 원료로 제품을 생산하는 사업주는 할랄인증 신청 접수에서 제외된다.
- (2) 제1항의 사업주는 제품에 비할랄표시를 반드시 부착해야 한다.

제27조

- (1) 제25조의 의무사항을 이행하지 않는 사업주는 다음과 같은 행정제재 처분을 받는다.
 - a. 서면경고
 - b. 행정벌금
 - c. 할랄인증취소
- (2) 제26조 2항의 의무사항을 이행하지 않는 사업주는 다음과 같은 행정제재 처분을 받는다.
 - a. 구두경고
 - b. 서면경고
 - c. 행정벌금
- (3) 행정제재 처분절차에 관한 세부규정은 장관령에서 규정한다.

제28조

- (1) 제24조 c의 할랄감독관(Penyelia Halal)은 다음과 같은 임무를 수행한다.
 - a. 회사에서 할랄제품 제조과정(PPH)을 감독한다.
 - b. 개선과 예방조치를 결정한다.
 - c. 할랄제품 제조과정(PPH)을 조율한다.
 - d. 조사 시, 할랄조사기관(LPH)의 할랄감사관(Auditor Halal)을 보좌한다.
- (2) 할랄감독관(Penyelia Halal)은 다음 요건을 충족시켜야 한다.
 - a. 이슬람 종교를 가진 자
 - b. 할랄성에 대한 이슬람율법을 이해하고 식견을 가진 자
- (3) 할랄감독관(Penyelia Halal)은 회사대표가 확정하며 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)으로 보고한다.

(4) 할랄감독관(Penyelia Halal)에 관한 세부규정은 장관령에서 규정한다.

제 V 장. 할랄인증 획득절차

제 1 부. 신청 접수

제 29 조

- (1) 할랄인증 신청은 사업주가 서면으로 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)으로 접수한다.
- (2) 할랄인증신청은 다음과 같은 서류를 구비하여야 한다.
 - a. 사업주 정보
 - b. 제품명과 제품종류
 - c. 제품목록과 사용된 원료
 - d. 제품가공과정
- (3) 할랄인증신청 접수절차에 관한 세부규정은 장관령에서 규정한다.

제 2 부. 할랄조사기관 확정

제 30 조

- (1) 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 제품의 할랄성 조사 또는 검사를 위해 할랄조사기관(LPH)을 확정한다.
- (2) 제1항의 할랄조사기관(LPH) 확정은 제29조 2항의 신청서류를 완벽히 제출한 이후 최대 5근무일 이내에 수행된다.
- (3) 할랄조사기관(LPH) 확정절차에 관한 세부규정은 장관령에서 규정한다.

제 3 부. 조사와 검사

제 31 조

- (1) 제30조 1항의 제품의 할랄성 조사 또는 검사는 할랄감사관(Auditor Halal) 이 수행한다.
- (2) 제품에 대한 조사는 제조과정의 사업장에서 진행한다.
- (3) 제1항의 할랄성이 의심되는 원료의 제품 조사는 연구실에서 검사한다.
- (4) 제2항의 사업장에서의 조사 수행에 있어 사업주는 반드시 할랄감사관(Auditor Halal)에게 정보를 제공해야한다.

제32조

(1) 할랄조사기관(LPH)은 제품의 할랄성 조사결과 또는 검사결과를 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)으로 제출해야한다.

(2) 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 제품의 할랄성 확정을 위해 제품의 할랄성 조사결과 또는 검사결과를 인도네시아 이슬람평의회(MUI)로 전달해야한다.

제4부. 제품의 할랄성 확정

제33조

(1) 제품의 할랄성은 인도네시아 이슬람평의회(MUI)가 확정한다.

(2) 제1항의 제품의 할랄성 확정은 할랄지침 심사(Sidang Fatwa Halal)를 통해 진행된다.

(3) 제2항의 인도네시아 이슬람평의회(MUI)의 할랄지침 심사(Sidang Fatwa Halal)는 관련부처, 관련기관 또는 관련조직의 의사와 동의에 동참한다.

(4) 제3항의 할랄지침 심사(Sidang Fatwa Halal)는 인도네시아 이슬람평의회(MUI)가 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)으로 제품 조사결과 또는 검사결과를 수령한 이후, 최대 30근무일 내에 제품의 할랄성을 결정한다.

(5) 제4항의 제품의 할랄성 확정 결정서는 인도네시아 이슬람평의회(MUI)가 서명한다.

(6) 제5항의 제품의 할랄성 확정 결정서는 할랄인증 발급 기본원칙으로 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)으로 전달된다.

제5부. 할랄인증 발급

제34조

(1) 제33조 2항의 할랄지침 심사(Sidang Fatwa Halal)에서 사업주가 신청한 제품의 할랄성에 있어, 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 할랄인증을 발급한다.

(2) 제33조 2항의 할랄지침 심사(Sidang Fatwa Halal)에서 비할랄제품을 발표하는데 있어, 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 그 이유를 들어 사업주에게 할랄인증 신청서를 반환한다.

제35조 제34조 1항의 할랄인증은 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)이 인도네시아 이슬람평의회(MUI)로부터 제품의 할랄성 결정서를 수령한 이후, 최대 7근무일 내에 발급한다.

제36조 제35조의 할랄인증 발급은 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)이 반드시 공표해

야한다.

제6부. 할랄 라벨

제37조 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 통용되는 할랄라벨 형태를 결정한다.

제38조 할랄인증을 이미 발급받은 사업주는 다음과 같이 반드시 할랄라벨을 부착해야한다.

- a. 제품 포장지
- b. 제품의 특정부분
- c. 제품의 특정장소

제39조 제38조의 할랄라벨은 보고 읽기가 쉽고, 지워지거나 떨어지거나 훼손이 쉽지 않게 부착되어야 한다.

제40조 할랄라벨에 관한 세부규정은 정부령에서 규정한다.

제41조

(1) 제38조와 제39조의 규정에 맞지 않는 할랄라벨을 부착한 사업주는 다음과 같은 행정제재 처분을 받는다.

- a. 구두경고
- b. 서면경고
- c. 할랄인증 취소

(2) 행정제재 처분절차에 관한 규정은 정부령에서 규정한다.

제7부. 할랄인증 갱신

제42조

(1) 할랄인증은 원료구성 변경이 있을 시를 제외하고 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)이 발급한 이후 4년 동안 유효하다.

(2) 할랄인증은 할랄인증 만료 최대 3개월 전에 할랄인증 갱신을 요청함으로써 사업주가 반드시 소지해야한다.

(3) 할랄인증 갱신에 관한 세부규정은 정부령에서 규정한다.

제43조 할랄제품보장(JPH) 제조과정 운영에 있어 연관된 모든 사람은 사업주가 제출한 정보에 기재된 제조기밀을 반드시 지켜야한다.

제8부. 비용

제44조

- (1) 할랄인증 비용은 할랄인증 신청을 접수한 사업주가 부담한다.
- (2) 사업주가 중소기업일 경우, 할랄인증 비용은 다른 측으로부터 제공받을 수 있다.
- (3) 할랄인증 비용에 관한 세부규정은 정부령에서 규정한다.

제45조

- (1) 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)의 재무관리에 있어 법무법인의 재무관리를 이용한다.
- (2) 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)의 재무관리에 관한 규정은 정부령에서 규정한다.

제VI장. 국제협력

제46조

- (1) 정부는 할랄제품보장(JPH) 분야에 있어 법규에 따라 국제협력을 할 수 있다.
- (2) 제1항의 할랄제품보장(JPH) 분야에 있어 국제협력은 할랄제품보장(JPH) 발전, 적격성 심사 또는 할랄인증 인가 형태로 이루어질 수 있다.
- (3) 제2항의 할랄제품보장(JPH) 국제협력에 관한 세부규정은 정부령을 기초로 하여 규정한다.

제47조

- (1) 인도네시아로 수입된 해외 할랄제품은 본 법률에서 규정한 바와 같이 규정이 유효하다.
- (2) 제1항의 할랄제품은 제46조 2항의 인가상호협력을 이미 체결한 해외할랄기관이 발급한 할랄인증일 시 할랄인증 신청을 접수할 필요가 없다.
- (3) 제2항의 할랄인증은 제품이 인도네시아에 출시되기 전에 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)이 반드시 등록해야한다.
- (4) 제3항의 등록절차에 관한 규정은 정부령에서 규정한다.

제48조

- (1) 제47조 3항의 등록을 하지 않은 사업주는 시중의 제품압수와 같은 행정제재 처분을 받는다.

(2) 행정제재 처분절차에 관한 규정은 장관령에서 규정한다.

제Ⅷ장. 감독

제49조 할랄제품보장 시행기관(BPJPH)은 할랄제품보장(JPH)에 대해 감독한다.

제50조 할랄제품보장(JPH) 감독은 다음에 대하여 수행된다.

- a. 할랄조사기관(JPH)
- b. 할랄인증 유효기간
- c. 제품의 할랄성
- d. 할랄라벨 부착여부
- e. 비할랄표시 부착여부
- f. 할랄제품과 비할랄제품 사이의 가공, 보관, 포장, 유통, 판매, 준비과정의 위치, 장소, 도살도구 분리
- g. 할랄감독관(Penyelia Halal) 존재여부
- h. 할랄제품보장(JPH)과 관련된 타 활동

제51조

(1) 할랄제품보장 관리공단(BPJPH)과 할랄제품보장(JPH) 감독권한을 소유한 관련부처 또는 관련기관은 개별 또는 공동으로 감독을 할 수 있다.

(2) 제1항의 관련부처 또는 관련기관의 할랄제품보장(JPH) 감독은 법령규정에 따라 이행된다.

제52조 감독에 관한 세부규정은 정부령에서 규정한다.

제Ⅷ장. 국민의 역할

제53조

(1) 국민은 할랄제품보장(JPH) 운영 역할을 할 수 있다.

(2) 제1항의 국민의 역할은 다음과 같다.

- a. 할랄제품보장(JPH)에 관한 공청회 개최
- b. 통용되는 할랄제품과 제품의 감독

(3) 제2항 b의 통용되는 할랄제품과 제품의 감독과 같이 국민의 역할은 할랄제품보장 관리공단(BPJPH)으로 신고 또는 보고 형태의 역할을 맡는다.

제54조 할랄제품보장 관리공단(BPJPH)은 할랄제품보장(JPH) 운영에 있어 역할을 수행한 국민에게 표창할 수 있다.

제55조 국민의 역할과 표창시상 절차에 관한 세부규정은 장관령에서 규정한다.

제IX장. 형사처벌 규정

제56조 제25조 b의 할랄인증을 이미 받은 제품의 할랄성을 유지하지 않는 사업주는 징역 최대 5년 또는 벌금형 최대 20억 루피아의 처벌을 받는다.

제57조 제43조의 사업주가 제출한 정보에 기재된 제조기밀을 유지하지 않은 할랄제품보장(JPH) 제조과정운영과 관련된 모든 사람은 징역 최대 2년 또는 벌금형 최대 20억 루피아의 처벌을 받는다.

제X장 경과 규정

제58조 본 법률이 발효되기 전, 인도네시아 이슬람평의회(MUI)가 이미 결정한 할랄인증은 해당 할랄인증이 만료될 때까지 여전히 유지된다.

제59조 할랄제품보장 관리공단(BPJPH)이 설립되기 전에는 할랄인증 신청 또는 갱신 접수는 본 법률이 제정되기 전 유효한 할랄인증 발급절차에 따라 수행된다.

제60조 인도네시아 이슬람평의회(MUI)는 할랄제품보장 관리공단(BPJPH)이 설립될 때까지 할랄인증 분야의 임무를 여전히 수행한다.

제61조 본 법률이 발효되기 전, 기존의 할랄조사기관(LPH)은 할랄조사기관(LPH)으로 인정되며, 할랄제품보장 관리공단(BPJPH)이 설립된 이후 최대 2년 이내에 제13조 규정을 반드시 따라야 한다.

제62조 본 법률이 발효되기 전, 기존의 할랄감사관(Auditor Halal)은 할랄감사관(Auditor Halal)으로 인정되며, 본 법률이 제정된 이후 최대 2년 이내에 제14조와 제15조 규정을 반드시 따라야 한다.

제63조 본 법률이 발효되기 전, 기존의 회사 할랄감독관(Penyelia Halal)은 할랄감독관(Penyelia Halal)로 인정되며, 본 법률이 제정된 이후 최대 2년 이내에 제28조 규정을 반드시 따라야 한다.

제X장. 부칙

제64조 할랄제품보장 관리공단(BPJPH)은 본 법률이 제정된 이후 늦어도 3년 이내에 설립되어야 한다.

제65조 본 법률이행규정은 본 법률이 제정된 이후 최대 2년 이내에 확정되어야 한다.

제66조 본 법률이 발효된 시점에 할랄제품보장(JPH)에 관해 규정한 모든 법령규정은 본 법령규정과 어긋나지 않을 때까지 여전히 유지된다.

제67조 제4조의 인도네시아 지역에서 통용되고 거래되는 제품에 있어 할랄인증 발급은 본 법률이 제정된 이후 5년 후에 의무화된다.

제68조

(1) 이 법률은 제정일로부터 발효한다.

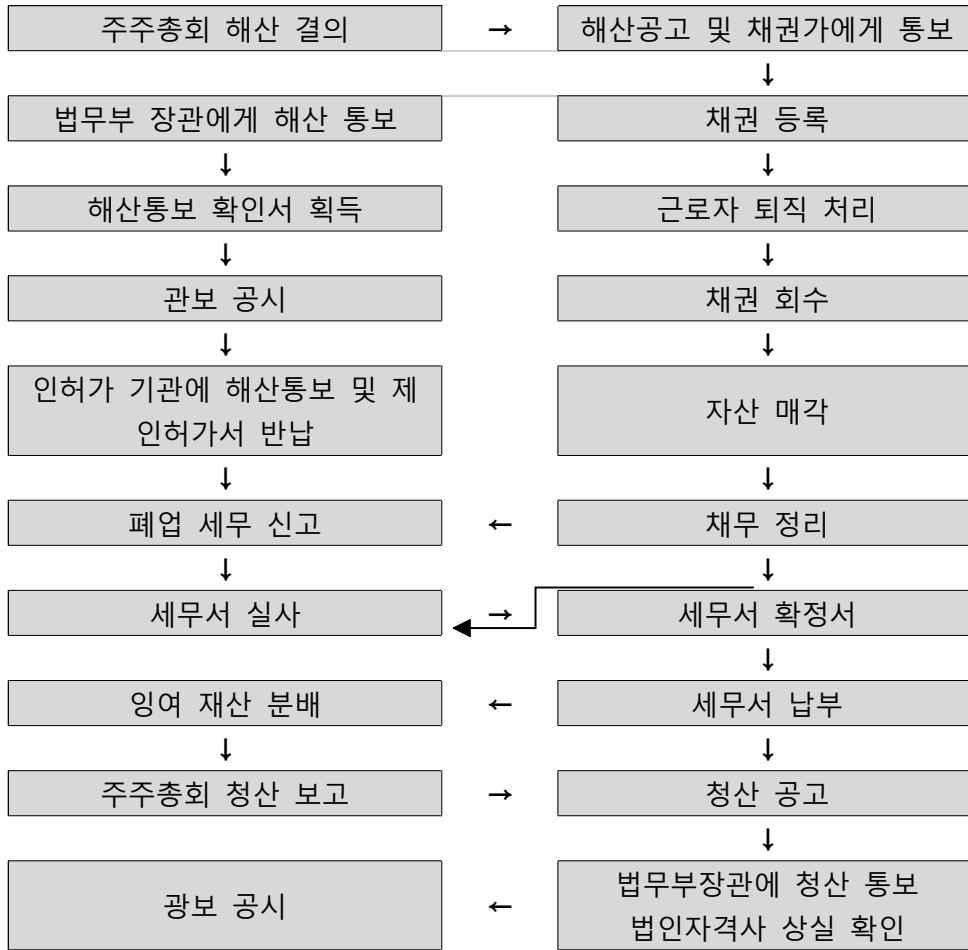
(2) 모든 사람이 이를 인지할 수 있도록 이 법률을 인도네시아 공화국 관보에 게재할 것을 명령한다.

2014년 10월 17일

나. 외국인 투자기업 청산

- 인도네시아에 진출한 회사를 정리하는 방법은 해산, 회사 존립 기간 소멸, 흡수 합병, 신설합병, 파산선고를 받는 방법 및 사업허가서 취소로 인한 정리 방법이 있음
- 인도네시아 법률에서는 해산을 회사의 법인격의 소멸을 초래하는 원인이 되는 사실상의 법률 행위를 말하며, 청산은 해산에 의해 정관에 규정된 본래의 영업활동을 정지한 회사가 재산관계를 정리하는 것을 의미함
- 이에 따라 청산 순서는 해산이 이루어진 후 청산을 진행하게 됨. 인도네시아에서는 법원의 해산 결정이 내려지면 반드시 청산이 진행되어야 함. 대개의 경우 해산 및 청산 절차는 다음과 같음
 - ① 주주총회에서 해산 결의 및 청산인 임명
 - ② 일간지에 해산 공고 및 채권자에 통보
 - ③ Minister of Justice에 해산 통보 후 해산 통보 접수 확인서 수령
 - ④ 관보에 해산 사실 공시
 - ⑤ 인허가 담당 기관에 해산 통보하고 보유 중인 인허가서 반납
 - ⑥ 채권 등록 후 채권 회수
 - ⑦ 근로자 퇴직 처리
 - ⑧ 보유 중인 자산 매각
 - ⑨ 채무 정리
 - ⑩ 세무서에 폐업 신고하고 실사 후 세무서로부터 폐업사실 확인서 수령
 - ⑪ 잔여 세금 납부
 - ⑫ 잔여 재산 분배
 - ⑬ 주주총회 및 일간지에 청산 보고
 - ⑭ 법무부 장관에 청산 통보 후 법인 자격 상실 확인서 수령
- 자산 정리, 근로자 퇴직처리, 채권 채무 정리 등은 회사의 해산 및 청산 진행 상황에 따라 유연하게 처리할 수 있음. 다만 주주총회 해산 결의는 근로자 퇴직처리, 채권 채무 정리, 자산 매각, 세무 신고 등에 영향을 주는 중요한 회사 사건인 동시에 해산 결의 후 곧바로 청산이 진행되므로 신중하게 절차를 진행시켜야 할 것임
- 폐업 재무제표를 작성하여 관할 세무서에 신고하게 되면 세무서에서는 접수일로부터 1년 이내에 폐업한 회사에 대해 실사를 하게 되고, 실사를 한 후에 폐업 신고 내용과 차이가 없다면 폐업 확인서를 발부하게 됨

표 3-15 외국인투자기업 해산절차



[참조. 환경기업을 위한 인도네시아 세무 및 수출입실무 가이드북, KEITI 한국환경산업기술원]

< TIP >

- 해외진출 시 합작방식이나 마스터 프랜차이즈방식의 경우, 파트너와 분쟁이 발생하기도 함. 따라서 계약단계에서 이러한 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식을 내용에 포함할 필요가 있음
「IV 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2.인도네시아 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

다. 식당 개업 절차

(1) 사업자 등록 절차

(가) 개인사업자

각 개인 사업자 등록은 합자회사에 해당하는 'CV(Commanditaire Vennootschap)' 형태로 가능하나, 외국인은 개인 사업자 등록이 불가능함. 개인사업자가 갖는 이점들을 누리기 위해서 현지인의 명의를 빌려 창업하는 경우도 빈번하게 이뤄지고 있음

(나) 법인사업자

- 법인의 경우 'PT(Perseroan Terbatas)'라 불리는 주식회사로 설립이 가능하며 외국인 투자설립의 경우에는 반드시 내국인과 합작을 통해 외자투자 법인(Penanaman Modal Asing)형태로 설립해야 함. 외국인 소유 가능 지분 비율은 분야에 따라 달라지며 식음료 부문의 경우 49~51%까지 가능함. 단, 51%이상 지분 획득을 위해서는 현지 회사와 파트너십(Partnership)을 맺어야 함
- 외국인 투자의 경우 외국인 투자조정청(Badan Koordinasi Penanaman Modal, BKPM)의 승인 및 허가가 필요함. 업종별로 취득해야 할 허가가 다르므로 자신이 속한 업종에 적합한 허가 절차를 따라야 함
- 내국인 파트너 명의로 국내투자법인 'PMDN(Penanaman Modal Dalam Negeri)'을 설립하는 것도 가능함. 이 경우 내국인의 사업적 혜택을 누릴 수 있다는 장점이 있는 반면, 본인 소유가 아니기 때문에 발생하는 여러 위험을 안고 가야한다는 단점이 상존함

< TIP >

- 법인 설립에 관하여 자세한 내용은 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 2. 기업설립 및 인허가 > 가.기업설립」참조

(2) 인허가 관련 정보

(가) 식당면허(관광사업 등록 증명서)

- 인도네시아에서 식당을 운영하기 위해서는 식당이 위치한 지역의 문화관광부로부터 발급받는 관광 사업 등록 증명서가 필요함. 인도네시아에서 식품 및 음료 산업은 관광 산업으로 구분됨. 이에 따라 식당 창업시, 관광 사업 등록 증명서가 필요함. 이 증명서가 식당 면허의 역할을 하게 됨.

- 식당 면허 신청 시 필요한 서류는 아래와 같음.
 - ① 신청서
 - ② 회사 정관 사본
 - ③ 여권 또는 신분증 사본
 - ④ 회사 세적등록번호 사본
 - ⑤ 빌딩 허가증 사본
 - ⑥ UUG/HO UUG/HO(Undang-Undang Gangguan/HO)는 환경침해 및 파괴가 발생할 수 있는 회사 혹은 지정된 장소의 사업체의 사업장에게 부여하는 허가서로, 이 허가증은 면이나 군에서 발급되며 반드시 3년마다 한 번씩 연장 혹은 재신청해야 함.
 - ⑦ 환경 영향 평가서 사본
 - ⑧ 회사 외부(정면 및 좌우 측면)와 내부 컬러 사진 (4x6)

< TIP >

- 식당 창업시, 관광 사업 등록 증명서가 필요함
- 이슬람의 영향으로 주류를 취급하기 위해서는 반드시 주류 판매 허가(SIUP-MB)를 받아야 하며, 주류세가 700~800%로 매우 높음

(나) 주류허가증

- 인도네시아에서 주류를 취급하기 위해서는 반드시 주류 판매 허가(SIUP-MB)를 받아야 하며 수입이 필요할 시, 별도의 수입 허가를 받아야 함.
- 이슬람교 영향으로 주류세가 700~800%로 매우 높은 편이라 소주 등 주류 취급이 필수적인 한국식당에 부담이 있음. 특히 자카르타 서쪽에 위치한 탕그랑(Tangerang) 지역은 이슬람 세력이 강하여 관광식당, 호텔 등을 제외한 일반식당에서 술을 취급하지 못하도록 되어있음

(다) 할랄인증

- 인도네시아 할랄인증 기관(LPPOM-MUI)에서 할랄 관련 인증·정책·규제·가이드·검사시스템·교육 등을 통합적으로 관할하고 있음
- MUI 할랄 인증 획득 시 소요되는 비용은 제품/회사/인증방법 등에 따라 상이하며, 인증절차는 약 3개월~1년 미만이 걸림. 유효기간은 2년임
- 2019년부터 인도네시아에서 할랄제품 인증법이 시행되면서 정부기관에서 인증업무를 담당하게 됨. 또한, 식품 및 음료·화장품·의약품 등에 대한 할랄 인증과 비할랄 제품에 대한 "Non-Halal" 라벨 부착이 의무화될 예정임

(3) 건축물 관련 준수 사항

(가) 영업시설의 공통기준

- 외식업 음식위생 규정

농산물과 축산물 경우 농업성에서, 식품의 경우 보건성에서 관리감독을 관장하고 있음. 인도네시아 보건성에 등록하는 절차는 다음과 같음

- ① 보건성의 소정양식을 작성한 후 관련 부서에 제출(보건성: Directorate General of Food and Medicine Controller)
 - ② 소정양식은 반드시 인도네시아어로 작성해야 함
 - ③ 첨부서류는 인도네시아어 또는 영어로 작성할 수 있음
 - ④ 신청자는 보건성으로부터 등록 접수증을 수령함
 - ⑤ 보건성은 제출 서류를 검토한 이후에 미흡한 부분이 있을 경우 신청자에게 개별 통보함
 - ⑥ 심사 결과 일정기준에 부합할 경우 접수 3개월 후 승인서를 발급함
- 수입업자들은 포장제품을 수입할 때 '소매' 목적으로 등록해야만 식약청(BPOM)의 수입등록번호(ML)를 받을 수 있음

(나) 위치 규정

- 식당은 먼지, 연기, 해충 및 해치류 등 유해요소가 없는 곳에 위치해야 함
- 식당은 쓰레기 매립지, 공공화장실 등 비 위생적인 장소와 인접해서는 안 됨

(다) 건축 규정

- 바닥은 방수 소재로 편평하고 미끄럽지 않아야 하며 청소가 용이해야 함
- 물과 접촉하게 되는 벽면은 타일과 같은 방수 소재를 사용하거나 방수처리를 해야 하며 바닥으로부터 2피트 이상의 높이여야 함
- 자연 통풍이 잘 되고 수증기, 연기, 냄새, 먼지 등의 제거가 용이해야 함. 자연 통풍이 안 될 시에는 환기 시설을 구비해야 함
- 영업장 내 모든 공간에는 조리, 서빙, 청소 등 일을 효과적으로 수행할 수 있는 정도의 채광 또는 조명이 있어야 함
- 창고, 주방, 화장실, 손 세정 공간 등의 작업 공간은 조명의 밝기가 최소 10피트 축광 이상이 되어야 함
- 조명은 흔들림이 없고 고르게 퍼져야 하며 눈에 띄게 어두운 부분이 없어야 함

(라) 건물 규정

- 식당 건물은 건축 규정을 준수해야 하며 거주 목적의 건물에서는 영업이 불가능함
- 식당 내에 주방, 창고, 식당, 화장실, 응접실, 직원전용실이 벽으로 구분되어 있어야 하며 각 공간은 출입문을 통해 이어져 있어야 함
- 각 공간은 공간별 기능과 사용자의 동선에 맞게 배치되어야 함

(4) 위생 관련 준수 사항

(가) 폐수 처리 규정

- 폐수 처리 시설은 내수성이어야 하며 폐쇄 수로, 정화조, 하수도 등을 올바르게 설치하여 주변 물체가 오염되지 않도록 해야 함
- 복층 건물의 배관 계통은 배관공사 기준 규정에 맞게 시공되어야 함
- 주방 폐수는 기름 필터 장치(Grease trap)를 통해 걸러진 후 배출되어야 함

(나) 쓰레기 처리 규정

- 쓰레기통은 내수성 재질이어야 하며 쉽게 녹이 슬지 않아야 함
- 쓰레기통은 음식물 쓰레기 전용 플라스틱 비닐 봉투를 씌워서 사용해야 함
- 영업장 공간별 작업 형태 및 쓰레기 배출량에 따라 적합한 크기 및 개수의 쓰레기통을 비치해야 함
- 쓰레기를 배출하게 되는 모든 장소 및 공간에 쓰레기통을 비치해야 함
- 쓰레기는 24시간 안에 처리/배출되어야 함
- 쓰레기를 배출하는 경우 쓰레기 수거가 용이한 장소에 두어야 하며 해충이나 동물의 접근을 막을 수 있는 곳에 두어야 함

(다) 손 세정시설 규정

- 식당에는 손 세정을 위한 세면대를 설치해야 함
- 만약 세면대를 구비하지 못한 경우 알코올이 70% 함유된 물티슈, 따뜻한 물 수건, 또는 물로 대체할 수 있음
- 손 세정시설은 손님 및 종업원의 사용이 용이한 곳에 위치해야 함
- 손 세정시설은 깨끗한 수돗물이 공급되어야 하며 청소가 용이해야 함

(5) 식당 내부 관련 준수 사항

(가) 주방 규정

- 주방 규모는 식당 규모의 최소 40% 또는 영업장 규모의 최소 27% 이상이어야 함
- 바닥은 배수를 원활하게하기 위해 하수구 쪽으로 약간 기울어져 있어야 함
- 천장은 지붕을 전부 가려야 하며 밝은 색상에 청소가 용이해야 함
- 가스레인지가 위치한 곳에는 가스 및 연기 배출구가 설치되어 있어야 함
- 출입문은 이중이어야 하며 바깥쪽 문은 외부를 향해서 열리도록 설치되어야 함
- 출입구 내부에는 해충의 유입을 막는 방충망이 설치되어 있어야 함
- 세정시설, 식품저장고, 식품가공공간, 식품조리공간, 식품관리공간이 포함되어야 함
- 자연 및 인공 채광을 통한 주방의 밝기는 최소 10피트 촉광 이상이어야 함
- 주방 환경과 연기 및 먼지 배출을 위해 1시간에 최소 15번 이상 환기를 시켜야 함
- 주방에는 곤충, 설치류 및 기타 해충이 없어야 함
- 음식 조리 전 반드시 손을 씻어야 한다는 문구를 부착해야 함
- 화장실과 직접적으로 연결되어 있어서는 안 됨

(나) 매장 규정

- 각 좌석 공간은 최소 0.85m² 이상이어야 함
- 출입문은 이중이어야 하며 바깥쪽 문은 외부를 향해서 열리도록 설치되어야 함
- 식탁, 의자 및 식탁보는 깨끗해야 함
- 음식이 진열되어 있거나 일시적으로 보관되는 장소는 음식이 오염되지 않도록 별도의 조치를 취해야 함
- 벽이 없는 영업장의 경우 음식이 오염되지 않도록 조치를 취해야 함
- 관련 규정에 따라 유해 가스가 있어서는 안 됨
- 매장 내 공기 중 세균 농도는 5백만 그램을 초과해서는 안 됨
- 매장은 화장실과 직접적으로 연결되어 있어서는 안 됨
- 매장에는 곤충, 설치류 및 기타 해충이 없어야 함
- 매장의 바닥, 벽, 천장은 깨끗하고 밝은 색상이어야 함
- 매장 내 의자, 탁자 등 시설물에는 빈대나 기타 해충이 있어서는 안 됨

(다) 식품 저장고 규정

- 저장고는 저장하는 식품 분량에 맞는 적합한 크기여야 함
- 식품저장고에는 식품 이외의 물건이 보관되어서는 안 됨
- 저장고에는 식품 보관을 위한 선반이 마련되어 있어야 함
- 저장고에는 환기를 위한 통풍구가 마련되어 있어야 함
- 저장고는 곤충이나 설치류 등의 해충이 없어야 함

(라) 화장실 규정

- 화장실은 주방, 조리 공간, 응접실 및 식료품 저장실과 직접적으로 연결되어 있지 않은 곳에 위치해야 함
- 변기와 세면대가 구비되어 있어야 함
- 남성과 여성 전용 화장실이 별도로 마련되어 있어야 함
- 손님과 종업원 전용 화장실이 별도로 마련되어 있어야 함
- 항상 깨끗하게 청소되어 있어야 하며 물기가 없이 건조되어 있어야 함
- 거울, 비누, 쓰레기통이 구비되어 있어야 함
- 바닥은 항상 청결한 상태를 유지해야 함
- 바닥은 내수성 재질이고 미끄럽지 않아야 하며 청소가 용이해야 함
- 환기가 잘 되어야 하며 적당한 밝기의 조명이 설치되어야 함
- 화장실에서 배출되는 폐수는 정화조 또는 배수관을 통해 처리되도록 하여 지하수를 오염시키지 않아야 함
- 하수구는 내수소재로 만들어진 것을 사용해야 함

(6) 음식 관련 규정

(가) 음식 조리 규정

- 음식(식품) 조리(가공) 시 음식과 몸이 직접적으로 접촉해서는 안 됨
- 음식과 직접적인 접촉을 막기 위해서는 반드시 비닐장갑, 집게도구, 수저, 포크 등 기타 도구를 사용해야 함

(나) 복장 및 행동 규정

- 앞치마 착용
- 단정한 머리
- 주방 전용 신발 착용
- 금연
- 음식 섭취 및 껌 씹기 금지
- 장식이 없는 결혼반지를 제외한 모든 장신구 착용 금지
- 불필요한 도구 및 기기 사용 금지
- 화장실 사용 후 및 가공 작업 전 반드시 손 씻기
- 깨끗한 작업복 착용

(다) 음식 보관 규정

- 식재료와 음식은 항상 청결한 곳에 보관되어야 함
- 음식 종류에 따라 구분해서 보관해야 하며, 음식 보관 시 다음 사항을 고려해야 함
- 적정 온도를 유지해함. 특별히 상하기 쉬운 음식은 종류에 따라 65.5도 이상

- 또는 4도 이하에서 보관되어야 함
- 상하기 쉬운 음식 중 6시간 이상 보관되어야 하는 경우 0.1~0.5도의 저온 상태에서 보관해야 함
- 저장고 내부 습도는 80~90% 수준을 유지해야 함
- 음식이 실내에서 보관되는 경우 바닥, 벽, 천장과 접촉하지 않아야 함
- 음식과 바닥의 거리는 15cm 이상
- 음식과 벽의 거리는 5cm 이상
- 음식과 천장의 거리는 660cm 이상
- 음식 제공 규정
- 음식 제공 장소는 청결해야 함.
- 음식이 놓이는 식탁은 식탁보가 깔려 있어야 함
- 부가적인 향신료, 후추, 식초, 토마토소스, 간장, 칠리소스 등은 청결하게 보관 및 관리되어야 함
- 재떨이는 식탁을 정리할 때마다 깨끗한 것으로 교체해야 함
- 사용된 식기구는 5분 안에 세척해야 함

(라) 조리 도구 규정

- 식품과 직접적으로 접촉하는 조리 도구는 건강을 위협할 수 있는 유해물질을 포함해서는 안 됨
- 조리 도구는 결함, 갈라짐, 이 빠짐이 없고 음식을 오염시켜서는 안 됨
- 음식과 직접적으로 접촉하는 표면은 기울지 않고 편평하며 청소가 용이해야 함
- 조리도구는 비누 또는 세정제를 사용하여 차갑거나 뜨거운 물로 세척해야 함
- 조리 도구는 스테인리스 건조대에서 자연광 또는 인공조명을 통해 완전히 건조되어야 하며 천으로 물기를 닦아내서는 안 됨
- 완성된 음식과 직접적으로 접촉하는 조리 도구는 깨끗한 상태를 유지해야 함
- 조리 도구 보관 시, 다음과 같은 사항을 준수해야 함
- 음식과 접촉하는 모든 도구는 깨끗하게 건조하여 보관해야 함
- 컵, 그릇 등의 식기는 뒤집어서 보관해야 함
- 보관 선반은 스테인리스 재질로 편평하고 쉽게 망가지지 않아야 함
- 조리 도구를 보관하는 서랍은 항상 청결한 상태를 유지해야 함.
- 보관 공간은 습하지 않고 해충이 없어야 함

< TIP >

- 한식당 창업을 하려는 해외진출 기업은 「글로벌 한식당 운영 길라잡이(자카르타). 한식재단」 참조바람

1 진출 시 고려점

가. 법률 및 제도적 측면

(1) 프랜차이즈 관련 법률

- ① 프랜차이즈 인정 기준이 있으며 기준을 충족시키지 못할 시에는 개인 또는 법인은 프랜차이즈 이름이나 용어의 사용을 금지함
- ② 인도네시아에서 프랜차이즈 사업을 영위하기 위해서는 아래의 조건을 갖추고 프랜차이즈 등록증명서(SPTW) 취득하여 함
 - 가맹본부는 최소 5년간 성공적이고 수익성이 있다는 것을 입증
 - 2년 내에 공인회계사가 작성한 회계감사보고서를 제출
 - 가맹본부는 가맹점과의 프랜차이즈 계약서 서명 최소 2주 이전에 사업계획서를 제공해야 함(No. 53/2012 4조 1항).
 - 가맹본부는 훈련, 운영안내와 상담, 마케팅 조사, 발전 등의 방법으로 가맹점에게 상담과 안내를 지속적으로 제공해야 함
 - 가맹본부가 가맹점에게 제공하는 안내와 상담은 제품의 품질 관리와 사업 평가를 포함하여 지속적으로 이루어져야 함
- ③ 프랜차이즈기업은 계약체결 2주전 프랜차이즈 제안서(franchise offer, 창업 안내서)를 가맹점에게 제공하여야 함
- ④ 프랜차이즈의 경우 원재료, 사업 설비, 판매 재화의 80% 이상을 현재에서 사용해야 하기에 물류유통에서 현지조달이 매우 중요함
- ⑤ 프랜차이즈 매장 수의 제한이 있음
- ⑥ 가맹본부가 프랜차이즈 매장을 설립하고자 하는 경우 반드시 현지 중소기업이 프랜차이즈로 소유주로 참여해야 함
- ⑦ 인도네시아 정부는 자국의 소규모 및 중소기업보호를 위한 관련 법률을 두고 있으며, 자국의 기업과 함께 상생하는 프랜차이즈 운영을 강제하고 있음

(2) 기업설립 관련 법률과 제도

- ① 외국인 투자기업은 인도네시아 투자조정청(BKPM)에 의한 투자법과 규정을 따라 영위해야 함
- ② 외국인 투자기업은 주식회사로 운영하여야 하며, 외국인 소유 가능 지분 비율은 분야에 따라 달라지며 식음료 부문의 경우 49~51%까지 가능하며, 51% 이상 지분 획득을 위해서는 현지 회사와 파트너십(Partnership)을 맺어야 함
- ③ 외국인 투자금지 업종이 존재함
- ④ 외국인 투자기업(PMA기업)은 일정 규모 이하의 소규모 소매업에는 종사할 수 없음
- ⑤ 외환의 경우 별도로 통제하지 않지만, 미화 1만 달러 이상의 외화거래는 인도네시아 현지 은행을 통해 인도네시아 중앙은행에 보고되어야 함
- ⑥ 상표의 경우 관계행정청에 등록하여야 상표권으로서 보호받을 수 있으며, 등록 신청일로부터 최소 6개월에서 최장 2년간 소요되어 사전 등록이 필요함
- ⑦ 인도네시아 법인 및 외국인에게는 일정한 사용권만 인정될 뿐 소유권을 인정하지 않음(인도네시아 진출 시 임대차 계약으로 즉함)

(3) 계약관련 법률과 제도

- ① 가맹계약서 상의 반드시 포함해야 하는 필수기재 사항 있음

(4) 현지운영 관련 법률과 제도

- ① 직원 해고 시에 노동부의 승인을 획득해야 해고가 가능한 등 노사관계가 경직되어 있음
- ② 각 지역별로 고시하는 최저임금 증가폭이 대폭 증가하는 추세임
- ③ 인도네시아인을 고용할 수 없는 전문직 이외에는 모든 근로자를 인도네시아인으로 고용
- ④ 모든 투자회사는 현지 인도네시아인을 우선 채용하도록 노력하여야 함. 현지인 대체 고용부담금 명목으로 1년간 1,200달러를 일시불로 납부하여야 함

- ⑤ 외국인 근로자가 취업이 제한되는 업무나 직위가 있음. 특히 외국인이 인사에 관한 업무를 단독으로 할 수 없음
- ⑥ 비 인도네시아인인 외국인 고용 시 회사형태는 법인이어야 하며 대학교 졸업 이상의 학력 소지 및 해당 분야에서 3년 이상의 근무 경력을 필요로 함(개인 사업자는 외국인 근로자를 채용할 수 없음)
- ⑦ 인력 이주 관련 부서에 외국인 근로자 고용계획서(RPTKA)를 제출하여 승인 받은 후 해당 근로자가 입국하면 기술교육 능력개발 기금 명목으로 매년 1,200 달러를 지불한 후 외국인 근로허가(IMTA)를 받아야 함
- ⑧ 인도네시아 자법인과의 재화/용역 거래를 수행함으로써 거래 대상 재화/용역 대가의 적정성 여부에 대한 이전가격 문제(특히 인도네시아 세무당국은 로열티 (Commission)에 대해 그 지급이 정당하지 않다고 실재성을 부인하는 사례가 빈번하므로 경제적 실질을 입증할 수 있는 자료를 구분해 놓아야 할 것임)

(5) 기타 법률 . 제도

- ① 2019년 10월부터 '할랄제품 보장에 관한 법률'이 시행될 예정이며, 이럴 경우 수입되는 모든 제품에서 할랄 인증검사를 할 가능성 많음
- ② 인도네시아 LPPOM MUI에서 다른 나라의 할랄 교차인증이 인증되지 않을 수 있어, 제품을 수출하기 위해서는 각 나라별 할랄 인증을 받아야 함

나. 현지시장 및 문화적 측면

(1) 인구통계 및 정치 · 사회 · 문화

- ① 인도네시아는 젊은 층이 많아 이들을 대상으로 하는 아이템 개발과 마케팅 전략이 필요함
- ② 초기 진출은 인도네시아 경제권을 쥐고 있는 화교를 대상으로 진출하는 것이 안정적으로 정착할 수 있음
- ③ 인도네시아 초기 진출지역은 최대 도시인 자카르타가 바람직하며, 다른 지역보다 소득수준이 높아 가격정책에서 고가정책을 유지하는 것이 좋음

(2) 경제

- ① 인도네시아는 현재 가장 빠르게 성장 중인 신흥 개발국이며, 세계 4위의 인구를 보유하고 있는 거대 잠재 소비시장임
- ② 외식산업에서 사회에서 신분과 지위를 과시하려는 성향을 가지고 있어 외식문화가 발달됨
- ③ 상류층인 중국계 인도네시아인을 중심으로 고급스럽고 비싼 외국식품을 선호함
- ④ 한류 열풍과 한국 음식에 대한 인도네시아 현지인의 선호도가 높아짐

(3) 프랜차이즈 시장

- ① 프랜차이즈형 식음료 매장 수는 13,613개로서 전체 매장 수의 6.8% 수준에 불과할 정도로 외식산업에서 프랜차이즈가 차지하는 비중이 아직 미비함
- ② 전체 프랜차이즈 산업에서 외국계 프랜차이즈의 시장 점유율이 70%로 다수를 차지하는 가운데 자국(토종) 프랜차이즈는 30% 수준에 머물러 있음

(4) 특수상황

- ① 더운 날씨로 인하여 쇼핑몰에서 문화생활을 많이 하기에 쇼핑몰 입점하는 것이 안정적으로 정착할 가능성이 있음
- ② 인도네시아 인구 중에 87%가 무슬림인 세계 최대 단일 국가로 식품중심에서 의약품, 화장품, 유통 등으로 할랄인증을 확대·적용하려고 하는 추세임
- ③ 인도네시아는 종교적 특수성(할랄), 언어문제 인하여 반드시 현지인이 진행하거나 현지인과 함께 사업을 진행하는 것이 좋음
- ④ 초기 안정적인 진출을 위하여 사전에 할랄제도에 대한 이해가 꼭 필요함 (초기에는 음식문화가 유사한 화교를 대상으로 사업을 전개하는 것이 바람직함)

2 인도네시아 진출전략(진출유형)

가. 가장 유리한 진출방식 선정

(1) 진출유형과 특징

(가) 마스터 프랜차이즈(라이선싱)

- 파트너사가 특정 지역 내에서, 일정기간 동안 가맹본부의 프랜차이즈 시스템과 비즈니스 콘셉트를 독점 사용하며 스스로 매장을 운영하거나 가맹점을 모집할 수 있는 사업권 자체를 가지게 되는 진출 방식
- 문화적, 제도적 환경의 차이가 커서 현지에서 경험이 많은 파트너에게 의존하는 것이 유리한 경우에 적합함
- 재정 자원은 부족하나, 프랜차이즈 시스템이 잘 갖추어져 통제할 수 있는 내부역량이 충분한 경우에 적합함

(나) 합자(합작) 투자

- 가맹본부와 현지 파트너가 함께 합자(합작) 투자회사를 설립하는 형태로, 합자투자자의 경우 자본투자 비율에 따라 경영권 및 이익 배분 등이 결정되며, 합작투자자의 경우 자본투자가 아닌 계약 내용에 따라 결정됨
- 법적으로 외국 기업의 단독 투자를 허용하지 않는 지역으로 진출하는 경우에 적합함
- 장기적인 관점에서 가맹본부의 적극적인 참여를 통해 사업을 확장시키고자 하는 지역으로 진출하는 경우

(다) 직접 진출

- 가맹본부가 외부 파트너의 도움 없이 현지에서 직접 사업을 운영, 준비과정부터 정착에 필요한 모든 비용과 인력을 직접 부담하며 현지 운영 및 사업 확장에 대한 책임도 모두 가맹본부에서 부담
- 규모가 큰 대기업이나 자금력과 내부 역량이 잘 갖추어져 있어 현지에서 자체적인 경영이 가능한 경우에 적합함

- 노하우 유출을 피하기 위해 **강력한 통제가 필요**하거나, 법적으로 브랜드나 **노하우 보호가 취약한 지역**으로 진출하는 경우에 적합함

(라) 국제 가맹

- 국내에서의 가맹사업과 마찬가지로, 가맹본부가 가맹 사업자와 하나의 단위 가맹점 운영을 계약하는 형태로 국내 가맹본부가 현지 가맹점을 직접 관리하는 형태
- 진출 시장이 한국과 가깝거나 출장 및 체류 **비용에 대한 부담이 크지 않아** 관리 및 교육이 어렵지 않은 경우에 적합함
- 본격적인 현지 진출에 앞서 **직접 투자나 파트너를 통한 진출이 어려운 경우**에 적합함

(2) 진출유형 선택을 위한 시장의 적합도

- 해외 진출유형을 선택하기 위해서는 우선 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 사전에 파악과 분석하여함
- 내부요소
 - ① 투자자금 보유(재무현황)
 - ② 담당 인력 역량(언어능력, 기획능력, 교육능력, 추진능력, 법률지식 등)
 - ③ 브랜드 경쟁력(차별성, 진출시장의 적합성)
 - ④ 물류 및 생산 시스템(식재료의 유통 시스템 유무, 해외 공급 능력, 해외 구축 능력 등)
- 외부요소
 - ① 시장 진출 규제(외국기업의 직접진출 제한 사항 유무, 기업설립의 수월 정도)
 - ② 시장 안전성(진출국의 지식재산권 보호 정도)
 - ③ 시장에서 대한민국 국가 브랜드의 인식 정도(한류 열풍의 정도)
 - ④ 시장의 규모(소득수준 및 인구 현황)
 - ⑤ 서비스 마인드(진출국의 서비스 마인드 수준)
 - ⑥ 시장 안정성(노무, 세무 등 기업 운영에 필요한 제도의 안정성)
 - ⑦ 시장의 특수성(진출국의 문화적 특수성 여부)
 - ⑧ 시장의 성숙도(진출국의 프랜차이즈시장의 성숙도)
- 투자자금이나 인력역량 등 내부요소는 각 기업이 처해있는 상황에 따라 달라질 수 있기에 논하지 않고, 본 교재에는 외부요소를 중심으로 논하기로 함

< TIP >

- 상기 선정 요인들은 기업 및 아이템현황 및 진출국의 특수성에 따라 중요도나 적합도에서 차이가 있을 수 있음
- 특히 진출국에서의 한류영향력은 해외진출 시 초기 정착단계에서는 큰 영향력이 있을 수 있지만, 이후 지속적인 사업의 성장이나 유지면에서는 영향력이 크지 않을 수 있음

(3) 유리한 진출유형 선정

고려요소	마스터 프랜차이즈	합자 투자	직접 진출	국제 가맹
프랜차이즈 관련 법률과 제도				
프랜차이즈 법률에 따라 사업운영	▲유리	▲유리	▽불리	-
최소 5년간 성공적이고 수익성이 있다는 것을 입증	▲유리	▲유리	▽불리	-
재화의 80% 이상을 현재에서 구입	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
매장 수의 제한이 있음	▲유리	▽불리	▽불리	-
현지 기업이 프랜차이즈로 소유주로 참여	-	▲유리	▽불리	-
기업설립 관련 법률과 제도				
외국인 소유 가능 지분 비율 있음 (식음료 부문의 경우 49~51%까지 가능하며)	▲유리	▲유리	▽불리	-
외국인 투자금지 업종이 존재함	▲유리	▲유리	▽불리	-
일정 규모이하의 소규모소매업에는 종사할 수 없음	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
토지는 일정한 사용권만 인정	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
계약관련 법률과 제도				
필수기재 사항 있음(계약절차 있음)	-	▲유리	▽불리	-
현지운영 관련 법률과 제도				
직원 해고 시에 노동부의 승인을 획득	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
최저임금 증가폭이 대폭 증가	▲유리	▽불리	▽불리	-

현지 인도네시아인을 우선 채용	▲유리	▲유리	▽불리	-
재화/용역대가의 적정성 여부에 대한 이전가격 문제	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
기타 법률과 제도				
2019년 10월부터 전품목 '할랄제품 보장에 관한 법률'이 시행될 예정	▽불리	▲유리	▲유리	-
할랄 교차인증이 인증되지 않을 수 있음	▽불리	▲유리	▲유리	-
인구통계 및 정치.사회.문화.경제현황				
젊은 층이 많음	▽불리	▲유리	▲유리	▽불리
종교적 특수성	▲유리	▲유리	▽불리	-
언어문제	▲유리	▲유리	▽불리	-
거대 잠재 소비시장	-	▲유리	▲유리	-
외식문화가 발달	-	▲유리	▲유리	-
외식산업에서 프랜차이즈 비중미비	▽불리	▽불리	▲유리	▲유리
특수사항				
더운 날씨로 인하여 쇼핑몰에서 문화생활(점포 개수에 한계 존재)	▲유리	▽불리	▽불리	▲유리
언어문제 인하여 반드시 현지인과 운영	▲유리	▲유리	▽불리	-

- 앞에서 언급했듯 진출유형은 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소를 종합적으로 판단하여야 함
- 본 교재는 진출국의 법률 및 제도를 중심으로 기술하기에 진출시장의 외부요소를 바탕으로 진출유형을 선정하며, 진출을 희망하는 기업은 내부요인도 종합적으로 판단하여야 함
- 그리고 실제 해외진출은 국제가맹으로 진출하였다가 파트너를 만나 합작투자나 마스터 프랜차이즈로 진행되기도 하고, 합작투자로 진행하다가 파트너의 지분을 인수하여 직접 진출형태로 운영되기도 하는 등 정형적이지 않고 상황에 따라 변형 내지 복합적으로 진행되기도 함.
- 따라서 아래의 내용은 진출유형 선정의 외부요인 판단에 참조하길 바람

산가능 인구와 유소년 인구가 각각 전체의 67.2%, 27.5%로 높아 생산과 소비 양 측면에서 매력적인 시장임

- 하지만 2018년 1인당 명목 GDP는 4,020.4달러로 높지 않으며, 자카르타 등 도시와 그 외 지역간의 소득격차가 커 프랜차이즈 시장의 규모는 크지 않음

⇒ 국제가맹, 마스터 프랜차이즈 방식이 유리

(마) 서비스 마인드

진출국의 서비스 마인드가 높은가(매장의 서비스 질 유지)?	
<높음>	←—————→
마스터 프랜차이즈, 합작투자	국제가맹, 직접진출

- 한국 노동인력과 비교했을 때 '여유롭게 일하려는 분위기'가 지배적임. 또한 일거리가 많아질 경우 인력을 늘려 일감을 분산하여 개인의 노동량을 줄이려는 관행이 일반적임
- 감정변화를 드러내지 않고 일관된 모습과 예의 바른 모습을 유지하려하며, 직설적으로 거절을 하는 경우가 드물며 거절의 상황에서도 'No' 라고 하지 않음
- 전체 인구의 약 90% 가량이 무슬림이기 때문에 대부분 아침 4시 경에 아침 기도와 함께 하루 일과를 시작하다보니 오후 4~5시 경에는 체력이 떨어지는 경향이 있음

⇒ 마스터 프랜차이즈나 합작투자 방식이 유리

(바) 시장 안정성

노무, 세무 등 기업 운영에 필요한 제도가 안정적인가?	
<불안정>	←—————→
국제가맹, 마스터 프랜차이즈	합작투자
	직접진출

- 인도네시아는 인도네시아인을 고용할 수 없는 전문직 이외에는 모든 근로자를 인도네시아인으로 고용하게 하는 등 자국민을 우선 채용하는 등 보호정책을 시행하고 있음
- 해외진출 기업이 노무나 세무측면에서 원활하게 프랜차이즈 사업을 운영하기

- 프랜차이즈 운영 중 구입품목의 80% 이상을 현지 구입해야하는 의무가 있어, 물류를 현지조달에서 조달해야 하며, 본국에서 조달하기가 어려워 현지 파트너의 필요성이 높음
- 종교적 특수성(할랄제도)에 따른 식재료 수급의 어려움이 존재하여 현지 사정을 잘 아는 파트너의 필요성이 존재함
- 다양한 언어가 존재하여 현지 매장운영 시 언어소통에 어려움이 예상되어 현지 직접진출은 바람직하지 않고 현지 파트너가 꼭 필요함
- 인도네시아 프랜차이즈 시장의 경우 아직 성장기에 있어, 진출 시 발전가능성도 크지만 실패의 Risk도 매우 크기 때문에 Risk가 적은 진출유형이 바람직함
- 외식 프랜차이즈 기업이 인도네시아 진출 시 법률적 규제와 물류수급, 종교적 특수성과 언어소통의 어려움 등을 종합하여 볼 때, 합자투자나 직접진출 보다는 「**마스터 프랜차이즈 방식**」이 유리함

나. 파트너 선정 시 주의사항

- 해외진출 유형 중에서 마스터 프랜차이즈, 합자(합작)투자, 국제가맹 유형은 진출국의 파트너 선정이 사업의 승패에 결정적인 요소임
- 특히, 자금과 인적·물적역량, 경험이 부족한 국내 외식 프랜차이즈의 경우 해외진출 시 많은 자금과 역량을 투입하기가 어려워 신뢰할 수 있고 역량있는 파트너가 반드시 필요함

(1) 파트너 선정 기본절차

- 파트너를 선정하는 기본 절차는 아래와 같음
 - ① 파트너 기준 구축
 - ② 적극적 파트너 탐색
 - ③ 파트너 선정
 - ④ 계약 가이드라인 구축
 - ⑤ 파트너 계약 체결

(가) 파트너 기준 구축

- 파트너 선정에 앞서 파트너에 대한 명확한 기준을 수립하고 파트너 탐색에 임해야 훨씬 더 효율적인 협상을 진행할 수 있음

- 파트너 기준 구축의 조건은 다음과 같음
 - ① 재무 구조 : 현지 정착에 대해 어느 정도를 투자할 수 있는지, 지속적인 사업 확장을 위해 관리 비용을 감당할 수 있는지에 대한 조건 파악
 - ② 현지 시장 및 업종 관련 경험 : 현지 시장에서의 외식업의 경험 보유 여부의 파악
 - ③ 현지 평판 및 네트워크 : 파트너의 현지 평판과 네트워크는 현지에서 사업을 성공하게 하는 중요한 조건임
 - ④ 투자 의지 : 현지 사정에 아무리 능하더라도 비전을 공유하지 못한다면, 운영 및 장기적 사업 확장단계에서 잦은 충돌이 일어날 소지가 다분하여 주의가 필요함

(나) 적극적 파트너 탐색

- 해외박람회 등 관련 행사나 네트워크를 활용하여 직접 파트너를 탐색하거나, 홍보루트를 통하여 파트너의 참여를 적극적으로 유도하고 탐색하는 단계임
- 파트너 탐색 루트는 다음과 같은 것이 있음
 - ① 홍보 채널 구축 : 글로벌 홈페이지, 해외 사업 안내서, 매체를 통한 홍보
 - ② 적극적 파트너 탐색 : 박람회, 바이어 상담회(기업 설명회), 글로벌 브로커
 - ③ 직접 문의 : 현지 외식 그룹 또는 식품 그룹 등에 직접 문의

(다) 파트너 선정

- 잠재 파트너에 대해 앞서 구축한 기준을 바탕으로 상호 평가와 국내방문, 협상을 통하여 계약 관계로의 진전 여부를 결정하는 단계임
- 파트너 선정 시 중요한 요소를 다음과 같음
 - ① 파트너 검토 : 브랜드 인지도와 운영능력을 파악하기 위하여 관련 서류 및 마케팅 계획서를 요구할 수 있음. 이를 통하여 투자 의지, 자금력, 업종 경험 등에 대해서도 직·간접적으로 판단 가능
 - ② 협상 단계 : 상호 평가하고, 관계형성을 시작할 수 있는 미팅 단계임
 - ③ 본사 및 사업장 방문 : 국내 본부 및 현지 파트너 본사 및 사업장이 얼마나 체계적으로 운영되고 있는지 방문을 통하여 실질적으로 파악하는 단계

< TIP >

- 파트너 검토 시 파트너가 본사 브랜드를 얼마나 잘 이해하고 운영할 것인가를 판단하기 위해 관련 기본서류(최근 3년간 재무제표 (자산 관련 증명서), 회사 소개서 (경력 증명서), 신용 등급 증명서)와 함께 마케팅 계획서를 요구할 수도 있음
- 기본적인 서류를 바탕으로 정량적인 평가를 할 수 있으며, 마케팅 계획서는 업종에 대한 경험이나 사업 역량에 대한 부분을 동시에 평가할 수 있는 중요한 단서가 됨

(라) 계약 가이드라인 구축

- 파트너와의 계약 단계를 지장이 없도록 필요한 서식을 갖추는 단계임
- 계약 가이드라인을 구축하는 3가지 방법은 다음과 같음
 - ① 비밀유지계약서(NDA-Non Disclosure Agreement) : 파트너와 계약 단계로 가기 위해 양당사자가 가진 정보들이나 조건을 제공하는 단계임. 주의할 점은 중요 정보들을 주고받기 때문에 정보 보호를 위한 장치를 반드시 갖추어야 함
 - ② 투자 의향서(LOI-Letter Of Intent), 양해각서(MOU-Memorandum Of Understanding) : 본격적인 계약 단계로 가기 전에 MOU 및 LOI를 먼저 체결. 사전에 법문 자문과 자료를 준비를 하여야 함
 - ③ 표준 계약서 검토 : 현지 사정과 파트너와의 논의를 통해 업체별로 계약서가 달라지겠지만, 표준 계약서를 검토하는 것은 기본적으로 어떠한 사항을 포함해야 하는지, 우리가 놓치고 있는 부분은 없는지 점검함

(마) 파트너 계약 체결

- 파트너와 사업 계획에 대한 합의를 진행하면서, 계약을 체결하고 본격적으로 개점 준비로 진입하는 단계임. 계약서를 작성할 때에는 미래에 발생할 수 있는 다양한 위험 변수를 고려하여 작성해야 함
- 계약서 작성 주의해야할 점은 아래와 같음
 - ① 계약서를 작성할 때는 전문가의 도움 필수 : 법률전문과 및 번역가 필요
 - ② 계약서 작성 시, 주요 점검 사항을 꼼꼼하게 체크
 - ③ 현지 법인을 설립하지 않는다고 하더라도 현지 법률의 충분한 검토 후 작성
 - ④ 앞서 진행한 사업 계획과의 비교를 통해 모순되는 부분이나 누락된 사항이 없는지 체크. 운영 매뉴얼이 준비된 경우에는 현지 운영 지원 및 개발 계획과 관련된 사항이 문제가 없는지 체크
 - ⑤ 수차례의 논의와 수정 과정을 통해 계약서를 완성. 파트너와 상호 검토 및 합의를 통해 계약서를 수정하고, 꼭 변호사의자문을 받아 확실하게 점검

< TIP >

- 해외진출 시 합작방식이나 마스터 프랜차이즈방식의 경우, 파트너와 분쟁이 발생하기도 함. 따라서 계약단계에서 이러한 분쟁이나 리스크(Risk)의 예방조치나 해결방식을 내용에 포함할 필요가 있음
- 파트너와 분쟁유형
 - 지식재산권 분쟁 : 파트너와 상표권이나 Know-how 등 지식재산권에 관한 분쟁으로 사업이 중단되기도 함. 협상이나 MOU단계에서 쌍방의 중요한 정보가 교환되기 때문에 계약 전 단계인 MOU단계에서 상표권이나 지식재산권 보호조치가 필요함
 - 파트너의 지원부실 : 회사의 설립과 운영자금, 원재료 등 물류구축, 인테리어 및 설비의 공급지원, 홍보 및 마케팅 운영, 적극적인 가맹점 개설 등 현지 파트너의 지원이 제대로 되지 않아 사업을 실패하는 경우가 많음. 계약체결 시 구체적인 규모와 시기(Schedule), 투입 및 운영방법의 기재가 필요함
 - 본사의 매뉴얼 및 컨셉 미준수 : 현지 파트너가 자신의 이익을 위해 다른 제품을 끼워 팔거나 인테리어나 설비를 바꾸는 경우가 있음. 이 경우 브랜드 이미지가 손상될 수 있으며, 제품의 맛과 품질, 서비스도 달라질 수 있음. 계약 전 사업계획 단계에서 현지에 맞는 구체적인 매뉴얼 및 컨셉의 수립이 필요하며, 이를 위반할 경우 대응방법을 계약서에 기재할 필요가 있음
 - 경영 및 실적 악화 : 예측하지 못한 실적 악화, 채무초과, 국가 위험요인(Country risk) 등으로 인하여 사업이 좌절되는 경우도 있음. 계약체결 시 경영 실적과의 괴리, 누적손실 등에 대한 분석을 통해 사업축소 또는 철수 등에 관한 기준을 결정해 둘 필요가 있으며, 사업축소 또는 철수 시 발생할 수 있는 채권과 채무의 정리(채무변제 및 채권회수), 종업원 관계, 기존 가맹점과의 계약 관계, 지식재산권 사용 및 보호, 법인의 존속 및 폐업, 수속과 사무처리를 위한 변호사나 회계사 등 위임 등을 사전에 기재할 필요가 있음

(2) 파트너 선정 시 주의사항

(가) 재무 구조 파악

- 사업을 지속적으로 확장하기 위해서 파트너의 자금력은 중요한 요인임
- 초반에는 파트너가 직영점을 운영하면서 가맹사업을 준비하도록 하는 편이 현지에서 브랜드를 정착시키는 데에도 더욱 안정적인 방법임
- 업종 및 기업의 사업 목표와 계획에 따라 파트너의 자본금 또는 자산에 대한 기준을 수립해 두는 것이 바람직함
- 검증 방법

- 파트너사 제공 자료를 통해 최근 3년 간 재무 구조 검토 또는 국가별로 신용 평가 기관을 통해서 자료 구매

(나) 현지 시장 및 업종 관련 경험 파악

- 현지 파트너는 현지에서 일정 부분 현지에서 가맹본부를 대신하여 사업을 정착시키고 성장시키는 역할을 맡게 되므로, 파트너의 현지에서 운영 및 관리 역량을 갖추고 있는지를 판단하는 것은 필수적인 조건임
- 파트너의 외식업과 관련된 경험을 바탕으로 식재료 통관이나 인증, 인허가 등과 같은 현지 변수들에 있어 파트너의 경험을 활용하고, 시행착오를 줄일 수 있음
- 검증 방법
 - 파트너사의 회사 소개 관련 자료를 통해 사업 현황 및 실적 검토

(다) 현지 평판 및 네트워크 파악

- 파트너의 현지에서 위상과 경영진에 대한 주변 평판, 건실한 네트워크 보유는 지속적인 사업운영에 중요한 요소임
- 현지 평판 및 네트워크는 건물 입점, 각종 인허가나 법적인 절차, 시장조사 등 해외진출 시 발생할 수 있는 문제를 수월하게 해결할 수 있도록 하여 줌
- 검증 방법
 - 현지의 정부 기관, 협회 또는 타 기업 등 현지의 한인 네트워크를 통해 확인하거나, 현지 신용평가 기관으로부터 자료를 구매하여 비재무적인 요소에 대한 검토

(라) 투자 의지

- 해외진출 사업은 현지 파트너와 함께 진행하는 것으로 파트너의 비전공유와 투자의지가 중요함
- 검증 방법
 - 상담 신청서를 통해 기본적인 투자 의향을 파악할 수 있으며, 심층 미팅에서 현지 사업 개발 관련 사항 협의를 통해 파악

(3) 계약진행 단계

- 비밀유지계약서(NDA: Non Disclosure Agreement) 작성
- 법인 정보 및 사업 관련 서류 교환
- 투자 의향서(LOI : Letter Of Intent) 교환
- 양해각서(MOU : Memorandum Of Understanding) 체결
- 협상 진행 및 계약서 작성
- 본 파트너 계약 체결

※ 비밀유지계약서 (NDA : Non Disclosure Agreement) : 브랜드의 기밀과 노하우가 수록된 정보를 주고 받기 때문에 원활하게 본 계약 단계로 진행되지 않는 경우 정보 유출의 위험에 노출될 수 있어 사전에 비밀유지 약정을 함

※ 투자의향서(LOI : Letter Of Intent) : 계약으로의 발전 단계에 있음을 상호 의지를 확인하는 절차. 투자의향서(LOI)를 교환한 후에 상호 조직 및 사업에 대한 심층적인 자료들을 교환하는 단계로 이어짐

※ 양해각서(MOU : Memorandum Of Understanding) : 계약 조건에 대한 상세한 협상이 이루어지는 단계. 최종 계약을 위한 협상 일정을 확인하고, 계약 지역, 기간, 로열티, 가맹비 등 계약서 작성을 위한 협상 단계를 진행

< TIP >

- 자세한 해외 파트너 선정절차와 내용은 「aT한국농수산물유통공사의 **해외진출외식기업실무매뉴얼 MAPPS**(Manual of A Global F&B Business Project Plan & Strategy)」참조하길 권함
- 계약체결에 관한 전문가들의 추천 프로세스
신청서 작성 (회사 기본 정보 교환) > NDA 체결 > 1차 상호 실사 실시 (상호 방문/ 상담/ 자료 교환) > MOU/ Mandate 체결 > (시장 조사 / 기본 매뉴얼 교육/ 운영 시스템 점검/ 현지 시장 세부 조사 > 현재 유통/공급업체 물색/ 현지 마케팅 전략 수립) > Term Sheet 전달 > 계약 조건 협상 - 계약 체결 (소요 기간 약 6개월 ~1년)
- MOU 보다는 자세하게 규정된 Mandate가 더 선호기도 함. Mandate의 경우 일정 금액을 미리 받는 조건으로 상대방에게 독점적 시장 조사 및 협상권을 부여하고 지급 금액을 일부는 환불 가능 하도록 조정함

(4) 인도네시아 현지 주요기업

표 4-2 프랜차이즈 운영 인도네시아 주요기업

회사명	설명
PT. Mitra Adi Perkasa	1995년에 설립되었으며 백화점, 패션, 쇼핑 등에 전문화된 소매유통업체. 인도네시아에 총 1,234개 매장을 보유. 2011년 5조 8천억 루피아 매출 달성

T. Midi Utama Indonesia	Alfa Midl와 Alfa Express를 보유한 업체로 2011년 2조 5천억루피아 매출 달성
PT. Modern International	Fuji 필름의 독점에이전트이며 2011년 약 9천 억루피아 매출 달성
PT. Fast Food Indonesia	1978년 설립되었으며 2011년 3조 3천억 루피아 매출 달성
PT. Rekso National Food	인도네시아에서 코카콜라보다 더 많이 팔리는 The Sosro (점유율 60%)의 자회사로 2009년 McDonalds 마스터 프랜차이즈를 인수

[참조. 출처: 각사 홈페이지]

표 4-3 파트너 탐색 지원사업

기관	지원 사업	지원 내용	문의
농수산식품유통공사	해외 프랜차이즈 박람회	외식업체의 해외 시장 개척을 위해 현지 박람회에 참가하여 해외 파트너 발굴	aT 식품외식기업부 061-931-0719
KOTRA	무역사절단	중소기업의 해외 진출을 위해 KOTRA가 지자체, 유관 기관과 해외로 파견되어 현지바이어와 상담 지원	KOTRA 수출첫걸음팀 02-3460-7331, 7330
	해외 전시회 한국관 참가	KOTRA와 유관 단체가 공동으로 해외 전시회에 한국관을 구성하여 국내 기업의 참가를 도움	KOTRA 해외전시팀 02-3460-3331, 7291
	해외 비즈니스 출장 지원	해외 비즈니스 출장에 대한 바이어 상담주선, 출장 안내 자료 등 제공	KOTRA 해외진출상담센터 02-3460-7334, 7336

(4) 파트너 선정 참고용 APPLICATION SAMPLE

여기에서 제시하는 Application 샘플은 마스터 프랜차이즈 계약 문의나 상담이 들어왔을 때, 해외 파트너의 기본 사항을 알기 위하여 파트너에게 제공하여 스스로 체크하게 하여 파트너의 계약의지를 알 수 있고, 이후 계약체결 전 단계의 기본 자료가 되는데 도움이 될 것임.

MASTER FRANCHISE APPLICATION
마스터 프랜차이즈 신청서
Please return via fax or email:

email

Fax

Phone

From: _____

Date: _____

팩스 또는 이메일을 통해 반환하십시오.

이메일

팩스

전화

보낸 사람 : _____

날짜 : _____

Individuals or companies whom have multiple restaurant or franchise ownership experience are welcome to apply.

Applicant must have a net worth of at least \$ _____ US and a liquid amount of \$ _____ US Franchise Fees depend on the size of the territory and quality of opportunity.

레스토랑이나 프랜차이즈 소유주 경험을 가진 개인이나 회사는 신청할 수 있습니다.

신청자는 적어도 미화 _____ 달러의 순자산과 미화 _____ 달러의 액수의 미화가 있어야합니다. 프랜차이즈 요금은 지역의 크기와 기회의 질에 따라 다릅니다.

PERSONAL INFORMATION

Please have each principal complete a copy of this form. (If you are a group of investors, please forward resumes of each operating partner).

Name: _____

Address: _____

Home Phone: _____ Work Phone: _____

Best time of day to reach by phone: _____

Fax: _____ Email: _____

Date of birth: _____ Social Security Number: _____

Education (highest level attained): _____

개인 정보

본 양식의 각 장을 작성하게 하십시오. (귀하가 투자자 그룹 인 경우 각 운영 파트너의 이력서를 전달하십시오).

이름 : _____

주소 : _____

집 전화 번호 : _____ 직장 전화 번호 : _____

전화로 연락하는 데 가장 좋은 시간 : _____

팩스 : _____ 이메일 : _____

생년월일 : _____ 사회 보장 번호 : _____

교육 (최고 수준 달성) : _____

EMPLOYMENT HISTORY FOR PAST 10 YEARS (current to past)

Current company: _____ Job Title: _____

Address: _____

Phone number: _____ Length of employment: _____

Current salary: _____

Past Employment:

Company	Job Description	Salary	Employment Dates:
---------	-----------------	--------	-------------------

_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

List three character references:

Name	Phone number	Relationship
------	--------------	--------------

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

지난 10 년 동안의 고용 역사 (과거에서 현재까지)

현재 회사 : _____ 직책 : _____

주소 : _____

전화 번호 : _____ 취업 기간 : _____

현재 급여 : _____

과거 고용 :

회사 직업 연봉 고용날짜

아래 세 개 추천장 기술하십시오.

이름 전화번호 관계

GENERAL INFORMATION

How did you become interested in a Coffee Beanery franchise? (choose one)

- Advertisement (list publication) _____
- Existing store (list location and country) _____
- Web Site (explain) _____
- Other (explain) _____

What is your Country or Territory of interest?

1st preference: _____

2nd preference: _____

Have you ever been a Franchisee? _____ If yes, identify company _____

Have you ever been a Master Franchisor? _____ If yes, identify company _____

Have you ever operated a Restaurant(s)? _____ If Yes, Single or Multiple Units?

What credentials do you possess that would qualify you to be a Master Franchisee for ()?

Why do you feel you would be successful in operating a Master Franchise?

일반 정보

당신은 어떻게 Coffee Beanery 프랜차이즈에 관심을 갖게 되었습니까? (하나 선택)

- 광고 (게재 목록) _____
- 기존 상점 (목록 위치 및 국가) _____
- 웹 사이트 (설명) _____
- 기타 (설명) _____

관심 있는 국가 또는 지역은 무엇입니까?

첫 번째 선호도 : _____

두 번째 선호도 : _____

프랜차이즈가 한 적이 있습니까? _____ 있으면 회사를 기재하십시오 _____

마스터 프랜차이즈가 되셨습니까? _____ 예인 경우 회사를 기재하십시오 _____

혹시 레스토랑을 운영 한 적이 있습니까? _____ 예, 단일 또는 복수 단위? _____

(_____)의 마스터 프랜차이즈가 되는 데 필요한 자격 증명은 있습니까?

왜 마스터 프랜차이즈 운영에 성공할 것이라고 생각하십니까?

FINANCIAL INFORMATION

Annual Salary: _____ Bonus: _____ Profit Sharing: _____

금융 정보

연봉 : _____ 보너스 : _____ 이익 : _____

Current Assets

Current Liabilities

Checking account _____ Notes payable (banks) _____

Savings account _____ Notes payable (other) _____

Stocks & Bonds _____ Mortgage _____

Loans Receivable _____ Real Estate _____

Real Estate Income _____ Mortgage _____
 Home (fair market value) _____ Other _____
 Other real estate owned _____
 Life insurance (cash value) _____
 Other assets (list) _____

TOTAL ASSETS \$ _____ TOTAL LIABILITIES \$ _____
 NET WORTH (total assets less liabilities) \$ _____

유동 자산

유동 부채

수표 계좌 _____ 지급 할 메모 (은행) _____
 저축 계좌 _____ 지불 할 메모 (기타) _____
 주식 및 채권 _____ 모기지 _____
 대출 미수금 _____ 부동산 _____
 부동산 소득 _____ 모기지 _____
 집 (적정 시장 가치) _____ 기타 _____
 소유하고 있는 다른 부동산 _____
 생명 보험 (현금 가치) _____
 기타 자산 (목록) _____

총 자산 \$ _____ 총 책임 \$ _____
 NET WORTH (부채를 제외한 총 자산) \$ _____

How much liquid capital do you or your group have to invest in both the necessary infrastructure and stores?

\$ _____

Do you currently have a source of financing? Yes ____ No ____

Will you have a partner(s) or other investors? Yes ____ No ____

Please provide detailed resumes of all operating partners.

귀사 또는 귀사의 그룹이 필요한 인프라와 매장 모두에 투자해야하는 유동성 자본은 얼마입니까?

\$ _____

현재 자금 조달 원이 있습니까? 예 아니오 ____

파트너 (들) 또는 다른 투자자가 있습니까? 예 아니오 ____

모든 운영 파트너의 자세한 이력서를 제출하십시오.

Bank Reference

Name: _____

Address: _____

Account # _____ Contact: _____

Checking _____ Savings _____

Please provide any additional information that you feel would support our decision to move forward, relative to your abilities and previous business experience that would provide for a successful launch of () concept within your country.

귀하의 국가에서 () 컨셉을 성공적으로 시작할 수 있도록 귀하의 능력 및 이전 비즈니스 경험을 비추어 성공할 것으로 생각되는 추가 정보를 제공하십시오.

Please include your company financial statement and corporate portfolio.

회사 재무제표와 회사 포트폴리오를 포함하십시오.

I authorize a background check and investigation (including preparation of credit reports) of all statements and financial information disclosed herein, and release all parties from liability for any damage that may result from furnishing any information to you.

Signature Date

본인은 여기에 명시된 모든 진술 및 재무 정보에 대한 배경 조사 및 조사 (신용 보고서 준비 포함) 권한을 부여하며 귀하에게 정보를 제공함으로써 발생할 수 있는

모든 손해에 대해 귀하에게 책임지지 않도록 합니다.

서명

날짜

(5) MOU(Memorandum of Understanding)

- 업무협약(Memorandum of Understanding)은 약칭으로 MOU로 표시하며, MOU의 전 단계로는 계약에 앞서 참여의사를 표시하는 의향서(LOI, Letter Of Intent) 등이 있음
- 일반적인 의미에서의 MOU는 양 기관간에 계약이나 전략적 제휴를 하는 경우 정식계약의 체결에 앞서서 양 기관간의 이해나 기본적인 합의 사항을 확인하는 문서이다. 따라서 MOU는 본 계약에서 명시하게 되는 구체적인 계약의 조건들(책임과 의무사항, 업무내용, 절차 등)은 정식계약에서 구체적으로 논의하여 맺기로 하고, 우선 본 계약을 위해 양 기관이 협력하기로 약속하는 문서임
- MOU를 체결하면 제3자가 끼어들 여지를 미리 차단하자는 효과를 기대하는 경우도 있으며, 구체적인 조건 협의에 들어가기 전에 미리 공동협력 의지를 대외에 홍보용으로 천명할 필요가 있을 때에도 시급히 추진하게 됨
- 따라서, MOU의 주요 내용은 "A기관과 B기관은 어떠한 업무를 공동으로 추진하기 위해 상호 협력하기로 한다"는 것이 그 골자가 되며 어떤 공동 업무를 왜 공동으로 추진하려고 하는 지에 대한 것을 "목적" 부분에 명기하게 됨
- 다음으로 양 기관의 "협력과 역할"에 대해 정의함. 즉, "A기관은 원래 어떤 일을 잘 하는 기관이며, B기관은 어떤 분야의 일을 잘 하는 기관이니 각자가 잘 하는 분야의 역할을 제공한다"는 기본적 역할 정의가 들어가며, 상호 민감한 부분이나 Binding이 될 만한 조건들은 보통 제외시킴
- 그 다음으로는 일반적인 계약서 등에 들어가는 계약기간(유효기간), 비밀유지 의무(상호간 취득정보 누설방지 조건), 향후 업무추진 방향과 일정계획이 들어갈 수 있음
- 이러한 MOU는 상호 구속적인 조건을 두지 않으며 큰 부담이 없는 내용을 계약으로 체결하는 것이 일반적임
- MOU의 법적 효력은 의향서(LOI) 등과 마찬가지로 합의내용의 구체성 및 표현의 구속력 여부에 따라 개별적으로 판단해야 할 것으로 봄

- 예비적 합의 성격의 MOU라면 원칙적으로 계약서와 동일한 효력을 갖는다고 볼 수 있으나, 업무협약 위반의 경우에도 법률적인 강제성은 없으며 도덕적인 비난이나 업무협약의 파기 등을 통하여 의사를 표현할 수 있을 뿐임
- 그러므로, MOU의 내용을 이행하여 소기의 목적을 달성하기 위해서는 양 기관 기관장의 관심, 실무위원회 또는 운영위원회를 통한 상호간의 업무협조, 실무 간사간의 원활한 의사소통 등의 다양한 방법이 강구되어야 할 것임
(자료. 업무협약(MOU) 체결 매뉴얼. 특허청)

< TIP >

- 아래 업무협약(MOU) 양식샘플은 특허청의 업무협약(MOU) 체결 매뉴얼 내 자료로 프랜차이즈에 특화된 양식이 아닌 일반적인 업무협약(MOU) 양식임
- 업무협약(MOU)의 필요성과 마스터 프랜차이즈 계약체결 전 단계를 알고자하는 프랜차이즈 기업은 「IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2. 인도네시아 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조하길 권함

Memorandum Of Understanding

A Organization and B Organization, contract to cooperate with each other for benefits between both organizations with faith and sincerity as followed.

The 1st one (Purpose)

The memorandum of understanding is for the purpose of having cooperative relations for orders and accomplishment of the contents supply business which takes advantage of the network through strategic business alliance between both organizations.

The 2nd one (Mutual faith)

Both organizations cooperate to consider the convenience of the other party with first priority for orders and accomplishment in the business.

The 3rd one (Mutual agreement execution)

1. Both organizaions sincerely execute the contends of the understanding memorandum according to faith and sincerity.

2. All facts that find from both organizations for joint discussion process will not be able to expose outside without any prior consultation and all responsibilities that occur concerning a violation are charged on a violator.

The 4th one (Other facts)

1. The understanding memorandum supposes that B will have the right to supply the broadcasting contents in the A.

2. The separate detail contract will be drawn up and come to an agreement concerning business conditions and concrete methods.

3. Facts that are not referred in the understanding memorandum will be decided by both companies for separate way.

4. The understanding memorandum is available for a year as long as it is not revised under agreement of both organizations.

Both organizations make every effort for the successful propulsion and an accomplishment of the enterprise, in order to identify that the understanding memorandum is formed, both organizations need to draw up 2 copies of the form and seal registration, keep an copy each.

Month, Date, 2010

A Organization

President △△△

B Organizaions

President ○○○

업무제휴 협약서(Memorandum Of Understanding)

'갑' 기관과 '을' 기관은 신의와 성실로 상호 협조하여 양 기관의 업무 수행상 원활할 수행을 위하여 다음과 같이 업무제휴 협약을 체결한다.

제1조 (목 적)

본 업무협약은 양 기관간 전략적 업무제휴를 통해 양 기관의 업무를 수행함에 있어 '갑'과 '을'은 상호 협력관계를 갖는 것을 목적으로 한다.

제2조 (상호 신의)

양 기관은 본 업무의 수행을 위해서 상대방의 편익을 최우선으로 고려하여 협력한다.

제3조 (합의 이행)

1. 양 기관은 신의성실의 원칙에 입각하여 본 업무협약의 내용을 성실히 이행한다.
2. 양 기관간 공동협의 과정에서 습득한 모든 사항은 양 기관 간 사전 협의 없이 외부에 유출할 수 없으며, 이를 위반하여 발생하는 모든 책임은 그 위반 당사자가 부담한다.

제4조 (기타 사항)

1. 본 업무협약은 '갑' 기관과 '을' 기관의 업무수행과 관련하여 협력할 것을 전제로 한다.
2. 본 업무협약서에 언급하지 아니한 사항에 대해서는 양 기관간 별도 협의하여 정하기로 한다.
3. 본 업무협약서는 양 기관의 합의 하에 수정되지 않는 한, 1년간 효력을 발휘한다.

본 업무의 성공적인 추진 및 수행을 위하여 양 기관은 맡은 바 최선의 노력을 다하며, 업무협약서가 성립함을 증명하기 위해 2부를 작성하여 양 기관이 기명 날인한 후 1부씩 보관한다.

20 년 월 일

'갑' 기관
△△△ (인)

'을' 기관
○○○ (인)

3 인도네시아 진출단계별 전략

외식 프랜차이즈 기업이 인도네시아 진출 시 법률 및 제도적 제한, 지식재산권 보호, 한류열풍, 진출국의 소득수준, 진출국의 노무 및 세무 등을 종합하여 볼 때, 합자투자나 직접진출보다는 마스터 프랜차이즈 방식이 유리함

'마스터 프랜차이즈 방식'으로 진출할 경우 '①해외진출 준비단계'와 '②해외진출 확정 단계'만으로도 해외진출이 가능할 수 있으며, '③해외개업 준비단계', '④해외사업 관리 단계'는 현지 파트너에 의해 운영될 가능성이 많음

마스터 프랜차이즈 방식의 중요한 요소로는 실질적으로 현지에서 사업을 운영하는 '파트너의 선정과 계약, 관계유지'와 브랜드나 노하우 보장을 위한 '지식재산권 보호', 매장의 운영에 필요한 핵심 원재료나 식재료를 원활하게 공급할 수 있는 '물류 유통시스템 구축', 현지 파트너가 가맹본부의 룰(rule)과 이념(concept)이 현지에 잘 적용시킬 수 있는 '프랜차이즈 계약과 매뉴얼, 교육' 등을 들 수 있음. 각 단계별로 중요한 전략은 다음과 같음

가. 진출단계별 주요 전략

(1) 해외진출준비

(가) 주요 항목

절차	내용	주요 법률/제도
1 진출 검토	<ul style="list-style-type: none"> ○ 진출 동기, 내부 검토 및 외부 문의에 의한 검토 	
2 목적의 명확화 Self 역량 진단 진출유형 탐색	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현황 점검을 통한 해외 사업 목표 수립 및 인력 구성 ○ 해외 진출 사업 추진 역량에 대한 자가 진단 1주 ○ 4가지 진출 형태에 대한 탐색 및 결정 	진출유형 결정
3 기초 조사 해외진출 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> ○ 해외 진출 사업을 위한 목표 시장에 대한 개괄적인 조사 ○ 해외 사업의 경쟁력 검토 및 재무 계획을 통한 사업 계획서 작성 	
4 지식 재산권 취득	<ul style="list-style-type: none"> ○ 상표권, 특허 및 실용신안, 도메인 관련 지식 재산권 취득 	상표권 등 지식재산권

(나) 단계별 핵심 key

1) 내부역량 분석

- 보유 아이템 : 인도네시아 현재 트렌드에 맞는 아이템, 주고객층, 소득수준, 마케팅 방법 파악
- 재무현황 파악 : '마스터 프랜차이즈 방식'의 경우, '직접진출 방식'보다는 투자비용이 적게 들지만, 시장조사나 원재료 공급, 직원파견과 교육, 전문가 활용 등 상당한 비용이 투자됨
- 인력현황 파악 : 언어(영어, 인도네시아어) 소통, 기획능력, 파견시 교육능력, 사업 추진 능력, 계약관계 등 법률지식 보유 직원
- 물류 및 생산 시스템 : 식재료 생산 및 유통 시스템, 해외 공급 능력

2) 외부 분석

- 진출예정국 시장 기초조사 : 국가현황, 인구통계 및 정치·사회·문화현황, 경제현황, 프랜차이즈 시장현황 등 조사
- 「Ⅲ. 인도네시아 개요 > 1. 국가현황」 참조

3) 지식재산권 보호조치

- **상표등록 및 특허등록 진행** : 등록대행 업체 활용, 인도네시아는 'PCT'에는 가입되어 있지만, '마드리드 협정'에는 가입되어 있지 못하여, 특허나 실용실안의 경우 현지 대행업체를 활용하고, 상표의 경우 국내 대행업체를 통해 가능함
- 도메인 등록 진행
- 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 나. 기업설립 및 인허가」 참조
- 진출유형 선정
 - 진출기업의 내부요소와 진출시장의 외부요소의 분석을 통한 진출방식 선정
 - **유리한 진출 방식 선정** : 마스터 프랜차이즈 방식
 - 「IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2. 인도네시아 진출전략(진출유형) > 가. 가장 유리한 진출방식 선정」 참조

(2) 해외진출확정

(가) 주요 항목

절차	내용	주요 법률·제도
5 해외사업 홍보채널 구축	○ 파트너 탐색 및 해외 사업 안내를 위한 홍보 채널과 상담 서식 준비	
6 1차 현지 시장 조사	○ 경쟁 브랜드, 외식 시장 트렌드 등 파트너 탐색을 위한 현지시장 조사	
7 파트너 기준 적극적 파트너탐색	○ 파트너 탐색에 앞서 해외 사업 파트너에 대한 기준 구축 ○ 박람회, 설명회, 직접 탐색 등의 루트를 통한 적극적 파트너 탐색	
8 파트너 선정 계약 가이드라인 구축	○ 마케팅 계획, 재무 상태 등의 검토를 통한 파트너 선정 ○ 파트너 계약을 위한 표준 계약서 검토 및 서식 준비	파트너선정 기준 마스터 프랜차이즈 계약
9 2차 현지 시장 조사 파트너 계약 체결	○ 개점 준비를 위한 입지 및 각종 협력사 탐색 ○ 현지 사업 운영 계획의 최종 점검을 통한 파트너와의 계약 체결	
10 현지 법인 설립	○ 직접 진출 및 합자(합작) 투자 진출에 대한 법인 설립 절차 진행	외국인 투자관련 법률 프랜차이즈 관련 법률
11 입지 선정	○ 최종 입지 선정 및 점포 계약	부동산관련 법률
12 해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육	○ 현지 법인 또는 파트너사 운영을 위한 매뉴얼 제공 ○ 해외 본부 (가맹점주) 및 점포 운영자의 역량 향상 교육	

(나) 단계별 핵심 key

1) 파트너 선정

○ 파트너 기준 구축

- ① 재무 구조 : 파트너사 제공 자료를 통해 최근 3년 간 재무 구조 검토 또는 국가별로 신용 평가 기관을 통해서 자료 구매
- ② 현지 시장 및 업종 관련 경험 : 파트너사의 회사 소개 관련 자료를 통해 사업 현황 및 실적 검토
- ③ 현지 평판 및 네트워크 : 현지의 정부 기관, 협회 또는 타 기업 등 현지의 한인 네트워크를 통해 확인하거나, 현지 신용평가 기관으로부터 자료를 구매하여 비재무적인 요소에 대한 검토

- ④ 투자 의지 : 상담 신청서를 통해 기본적인 투자 의향을 파악할 수 있으며, 심층 미팅에서 현지 사업 개발 관련 사항 협의를 통해 파악
- 파트너 탐색
 - ① 홍보 채널 구축 : 글로벌 홈페이지, 해외 사업 안내서, 매체를 통한 홍보
 - ② 적극적 파트너 탐색 : 박람회, 바이어 상담회(기업 설명회), 글로벌 브로커, 직접 문의
 - ③ 기타 루트 : 매장 방문 후 선제안, 계열사 또는 타 브랜드의 기존 파트너
- 파트너 선정
 - ① 파트너 검토 : 기업의 기준에 따라 계약관계로의 발전 가능성을 판단하는 단계. 파트너에 대한 자료를 수집할 때에는 파트너로부터 기본적인 서류를 요구할 수 있으며, 유관 기관의 도움을 통해 관련 정보들을 얻을 수 있음
※ 계약 전 요청 가능 서류 - 최근 3년간 재무제표(자산 관련 증명서), 회사 소개서(경력 증명서), 신용 등급 증명서, 마케팅 계획서
 - ② 협상 단계 : 서로 얼마나 준비가 되어있는 기업인지, 그리고 브랜드의 확장을 위한 비전을 함께 공유할 수 있는 것인지를 평가. 즉, 서류를 통해 구조적인 평가가 끝났다면 협상 단계에서는 계약 조건에 대한 조율과 동시에, 파트너로서의 경영 철학을 평가하게 됨
 - ③ 본사 및 사업장 방문 : 서로의 본사 및 사업장 방문을 통해 현장을 확인하는 단계임
- 「IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2. 인도네시아 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

2) 시장조사

- 1차 시장조사 : 1차 현지 시장 조사는 목표 시장이 사업성이 있을지를 파악하고, 실제오픈하기 위한 대략적인 사항들을 체크하는 것을 목적으로 해야 함
 - ① 경쟁 브랜드 조사
 - 조사목표 : 각 브랜드의 차별성 및 전략 파악, 식재료 수급 현황 파악
 - 주요 조사 사항 : 규모 및 일반 현황(경쟁 브랜드 위치 및 규모, 경쟁 브랜드 콘셉트, 경쟁 브랜드 주요 고객, 경쟁 브랜드 매장 운영 인력 수), 경쟁력(경쟁 브랜드 품질 (Quality), 경쟁 브랜드 서비스 (Service), 경쟁 브랜드 위생 및 청결 상태 (Cleanliness)), 식재료 수급 현황(경쟁 브랜드의 식재료 수급 현황 파악, 추가 식재료 공급 업체 파악)
 - ② 외식 시장 조사
 - 조사목표 : 현지 운영을 위해 메뉴, 설비, 인테리어 등의 표준화된 사항 중 변동이 필요한 사항 파악, 시공 및 인테리어 관련 업체 현황 파악
 - 주요 조사 사항 : 트렌드(현지 유명 브랜드 현황, 글로벌 브랜드 현황), 시공 및 인테리어(시공 및 인테리어 업체 파악, 시공 및 인테리어 비용), 식문화(메뉴 관련 현지 고객 특성 파악, 시설 관련 현지 고객 특성 파악)

③ 상권 조사

- 조사목표 : 주요 상권의 일반 현황 파악을 통한 1호점 입점 전략 수립, 목표 시장에서의 개발 계획 수립
- 주요 조사 사항 : 규모 및 일반 현황(주요 상권의 시장 규모, 주요 상권의 고객 특성 및 소비 수준, 주요 상권의 교통 편리성 및 주변 환경), 경쟁 수준(주요 외식 브랜드 입점 상황, 경쟁 브랜드 입점 상황, 수익성 및 안정성), 시간대별 특이 사항(사회 문화 및 종교적 요인으로 인한 특이 사항, 계절, 시간대별 상권 특성), 개발 전략의 수립(개발 희망 상권 파악, 1호점 입점 후보지 파악)

- 2차 시장조사 : 점포를 오픈하기 위한 본격적인 준비를 하고 현지 협력 업체 탐색을 위한 시장 조사가 진행되어야 함

① 주요 입지 탐색

- 조사목표 : 주요 입지 리스트 현황 및 계약 조건 파악을 통한 입점 후보 리스트작성
- 주요 조사 사항 : 일반 현황(주요 입지 주변 환경, 주요 입지의 고객 특성, 주요 입지의 경쟁 브랜드 현황), 계약 조건(주요 입지 임차료, 주요 입지 기타 계약 조건), 교통 및 주거 환경(주요 입지 교통 편리성, 주요 입지 주변 주거 환경)

② 협력 업체 탐색

- 조사목표 : 시공 및 인테리어 업체 검토, 식재료 공급 업체 검토, 설비 및 물품 공급 업체 검토
- 주요 조사 사항 : 시공 및 인테리어 업체(주요 업체 실적, 작업 관련 사항 논의, 시공 및 인테리어 비용), 식재료/설비 및 물품 공급 업체(식재료/설비 및 물품 수출 가능 여부, 주요 업체 사업자 정보, 주요 업체 유통 시스템, 주요 업체 공급 비용)

- **법률 및 제도적 규제 파악** : 최소 5년간 영업, 프랜차이즈 등록증명서 (SPTW), 프랜차이즈 성립조건 등 관련 제도와 법규를 파악해야 함

- 현지시장 및 문화적 특수성 파악

- 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 가. 프랜차이즈 관련 법률 소개」 참조

3) 파트너 계약 체결

- 계약 가이드라인을 구축 : 비밀유지계약서, 투자 의향서, 표준 계약서 검토
- **계약서 작성 및 체결** : 전문가의 도움, 주요 점검 사항 체크, 현지 법률의 검토, 해외진출 사업 계획과 비교, 변호사의 자문
- 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 다. 계약체결」 참조

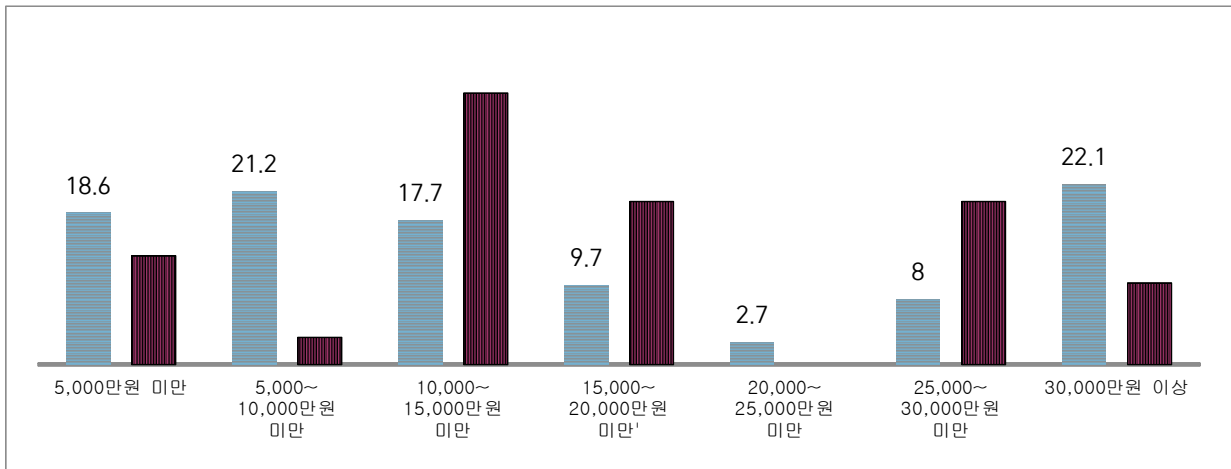
< TIP >

- 계약 조건을 논의 하는 과정에서 현지에 맞는 일종의 TEST UNIT의 개발을 공동 투자로 진행하고 성공적일 경우, 마스터 프랜차이즈로 전환한다는 조건으로 협의를 하는 방법도 있음. 이 경우 협상 과정에서 현지 전문가의 조언과 세부적인 계약서 조율 작업이 반드시 필요함

4) **해외본부 운영매뉴얼 해외본부 및 점포 운영자교육 작성**

※ 마스터 프랜차이즈 계약금 책정 : 통상 마스터 프랜차이즈로 진출한 경우 국가별 최초 마스터 계약금은 1억~1.5억 수준이 가장 많으며, 그 다음으로는 1.5억~3억 이상의 계약을 체결하는 경우 많음

표 4-4 마스터 프랜차이즈 계약금현황



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사]

(3) **현지 개업준비**

(가) **주요 항목**

절차	내용	주요 법률·제도
13 메뉴 및 식재료 시스템구축 설비 및 물품 조달	<ul style="list-style-type: none"> ○ 메뉴 확정, 식재료 수출 및 현지 조달 등의 시스템 구축 ○ 설비 및 물품에 대한 수출 및 현지 조달 등의 시스템 구축 	수출입관련 법률

계획		
14 점포 운영 매뉴얼	○ 현지 점포 운영에 대한 매뉴얼 제공	외식 및 식품 관련 법률
15 인허가 취득 및 매장 시공	○ 인허가 사항 취득 및 기타 요소의 최종 점검을 통한 ○ 매장 시공 및 인테리어	인허가관련 법률
16 매장 인력 채용 및 교육	○ 매장 운영을 위한 조리, 홀 등의 인력 채용 및 교육	노동관련 법률
17 오픈 마케팅	○ 온라인 및 오프라인 루트를 활용한 오픈 마케팅	
18 오픈	○ 오픈에 대한 최종 점검 및 오픈 리허설	

(나) 단계별 핵심 key

1) 메뉴 및 식재료 시스템구축 설비 및 물품 조달계획

- 식재료 및 설비의 조달 방법 결정(한국 또는 인도네시아)

2) 점포운영매뉴얼

- 매장의 개점부터 운영까지의 현지에 맞는 매뉴얼 작성

3) 매장시공 및 인허가

- 매장 인허가 사항 파악, 매장운영 시 발생하는 Risk 체크, 인도네시아 현지인 전문가 활용

4) 매장 인력 채용 및 교육

- 매장 직원 구인 방법 확보, 직원 운영 계획 수립, 급여 및 상여금 지급 계획 수립, 고용계약 체결
- 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법률 > 라. 현지운영」 참조

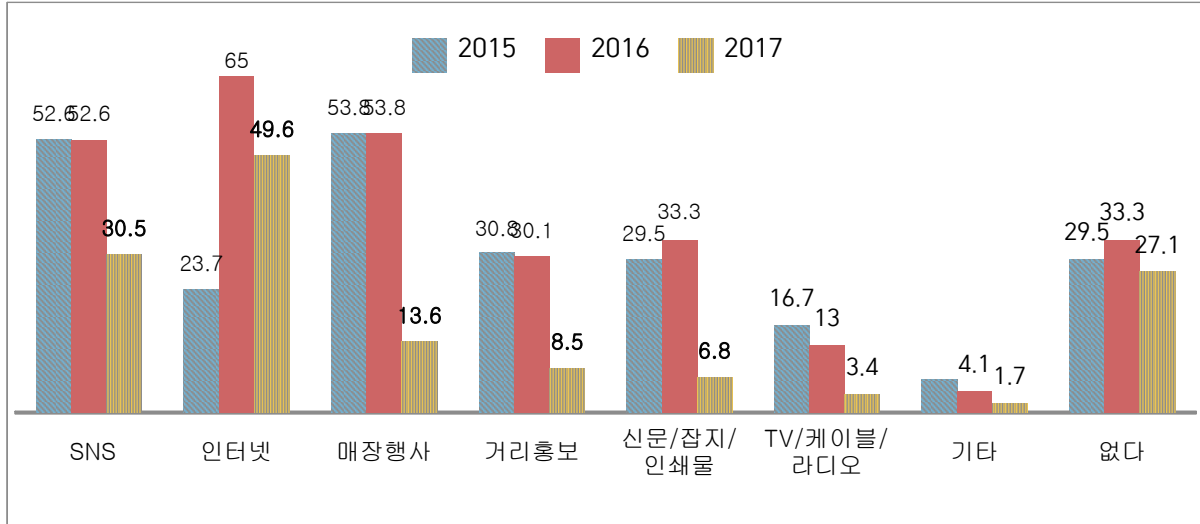
5) 매장 홍보 마케팅

- 홍보 마케팅 수단과 방법 수립 : 주고객층 대상 홍보 및 마케팅 계획수립
- 한류의 활용

※ 현지 매장 홍보 및 프로모션 : 해외 매장 프로모션 진행시 SNS(블로그, 카페,

페이스북 등) 활용 다수. 다음으로 인터넷, 매장행사를 통한 활용이 많음

표 4-5 현지 매장 프로모션 현황



[참조. 2017 외식기업 해외진출 실태조사, aT한국농수산물유통공사]

(4) 해외사업 관리

(가) 주요 항목

절차	내용	주요 법률·제도
19 글로벌 슈퍼바이징 사업 확장	<ul style="list-style-type: none"> ○ 감리 및 본부 지원 계획 수립 ○ 해외 사업 확장 전략 수립 및 지속적 시장 개 	세무 및 자금송금관련 법률 가맹계약체결 가맹점계약관계 분쟁해결 철수 및 폐업

(나) 단계별 핵심 key

1) 현지 파트너 관리

- 「IV. 외식기업의 인도네시아 진출전략 > 2. 인도네시아 진출전략(진출유형) > 나. 파트너 선정 시 주의사항」 참조

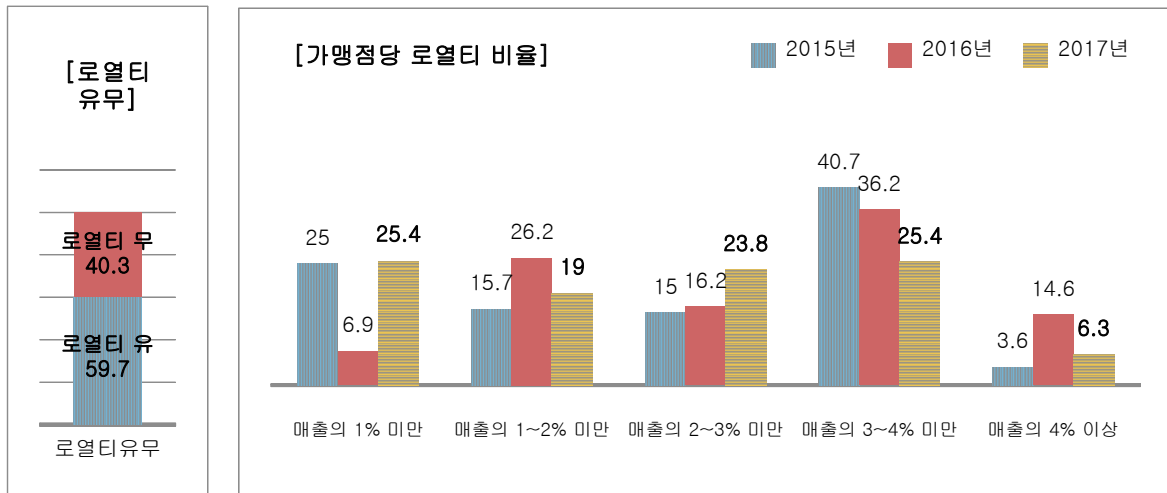
2) 가맹계약서 작성

- 「Ⅲ. 인도네시아 프랜차이즈 관련 법률과 제도 > 1. 진출 시 프랜차이즈 주요법 른 > 다. 계약체결」 참조

※ 가맹점 당 계약금 : 매장 당 계약금은 1천만 원 미만이 가장 많으며, 전년도 대비 전반적으로 계약금이 증가함

※ 가맹점 당 로열티 : 해외 진출 외식기업 59.7%가 가맹점당 로열티 있음.
가맹점당 매출의 4%미만대의 로열티를 책정하여 사업을 운영하는 경우가 골고루 분포함

표 4-6 가맹점당 로열티현황



[참조. 2017 외식기업해외진출실태조사, aT한국농수산물유통공사]

4 인도네시아 프랜차이즈 성공사례

가. 마포갈매기

(1) 기업현황

- 기업명 : (주)디딤
- 브랜드명 : 마포갈매기
- 업 종 : 고기집
- 홈페이지 : www.dunkindonuts.com
- 현지기업명 : PT.NJA FOOD
- 진출일 : 2016.10
- 진출방식 : 마스터 프랜차이즈
- 현지 매장수 : 12개(2018년) 7개 자카르타

(2) 기업소개

- 마포갈매기는 풍부한 육즙과 쫄깃한 식감이 특징인 갈매기살을 주 메뉴로 특화된 불판으로 고기를 굽는 동안 계란 크러스트를 만드는 등 고객에서 즐거움을 주는 대표적인 육류구이전문 프랜차이즈 기업임
- (주)디딤은 2008년 자체 육류와 소스 가공시설을 완비하고 식품안전관리기준(HACCP)과 환경경영시스템(ISO 14001)을 갖추고 안전/안심 먹거리의 정직한 브랜드를 표방하고 있음
- (주)디딤은 육류구이 프랜차이즈 사업으로 성공한 이후 '파인 다이닝(Fine Dining · 고급 식당)'을 내세우고 '백제원', '도쿄하나', '한라담' 등의 직영 브랜드 사업도 진행하고 있으며, 2012년 6월 중국 청도 및 태국 진출을 시작으로 홍콩, 인도네시아 등에도 진출하여 활발하게 매장을 늘리고 있음
- (주)디딤은 마포갈매기의 해외진출을 통해 한국식 고기 문화를 세계적으로 널리 알리고 한식 세계화에 기여하여, 아시아를 넘어 전 세계로 뻗어 나가는 글로벌 외식 기업을 목표로 하고 있음

(3) 진출현황

(가) 진출배경

- (주)디딤의 인도네시아 진출 배경에는 KOTRA의 적극적인 지원이 있었음
- 2016년 KOTRA의 프랜차이즈 해외 진출 지원을 통해 인도네시아 파트너인 인도네시아 외식기업 PT.NJA FOOD를 알게 되었으며, 같은 해 마스터 프랜차이즈 계약을 체결함
- PT NJA는 한국 - 중국 - 인도네시아인이 설립한 회사로 (주)디딤의 자카르타 가맹점을 운영하다가 가맹 사업의 성공을 바탕으로 사업을 확장함. 가맹점 운영을 통해 얻은 노하우를 바탕으로 가맹사업을 진행함으로써 시행착오를 최소화 하고, 현지 마케팅 디렉터를 통한 홍보 활동에 적극적으로 나섬으로써 단기간에 다수의 직영점과 가맹점을 구축하는데 성공함. 이후 계속하여 (주)디딤의 추가 브랜드를 인도네시아에 런칭할 계획에 있음
- 현재 인도네시아에서 마포갈매기는 마갈 바베큐(Magal BBQ)라는 브랜드 가맹사업 운영 중에 있음

(나) 진출연혁

- 2016년 PT.NJA FOOD와 마스터 프랜차이즈 계약(10월)
자카르타의 세노파티에 3호점 개점(11월)
- 2017년 2017 인도네시아 프랜차이즈 박람회 참가
발리점 오픈(11월)

(다) 진출전략

- 고유한 컨셉(차별성)유지
 - 사전 시장 조사를 통해 브랜드 고유의 차별성을 유지하면서 현지화를 진행함
 - 인도네시아 현지에서도 국내와 동일한 메뉴와 서비스 제공하고 있으며, 이를 위하여 조리법, 직원교육과 소스 등 식재료 공급에 많은 노력을 기울임. 특히 본사에서 자체적인 소스 가공시설을 완비하고 있어 해외에서 맛과 서비스의 동일성을 유지하는데 많은 도움이 됨
- 적절한 가격 책정

해외에서 보통 한식은 고가 정책을 유지하고 상권이나 인테리어, 매장면적 등에서 높은 수준을 추구하지만, 마포갈매기는 해외에서도 국내 가격과 동일한 수준을 유지하여 일반인들도 쉽게 접근할 수 있게 함. 현재 마포갈매기는 고기만 파는 것이 아니라 식사메뉴도 함께 판매하고 있음

- 철저한 시장조사

돼지고기를 내세운 메뉴는 할랄제도 등 인도네시아의 이슬람 문화와 맞지 않는다는 우려가 있었음. 하지만, 마포갈매기 측은 철저한 시장 조사를 통해 마포갈매기 고유의 컨셉(갈매기살, 특화된 불판, 고기와 함께 즐기는 계란 크러스트 등)으로도 현지인들에게 통할 것으로 판단. 브랜드 고유의 차별성을 유지하여 성공함

- 애로사항

- 현지 시장현황이나 파트너 등 진출에 필요한 사전 조사의 어려움
- 매장운영이나 현지 직원, 파트너와 원활한 소통을 위한 언어 능력 필요
- 계약체결 전 절차와 계약서 작성, 현지 법률에 능통한 전문가 및 파트너와 지속적으로 관계를 유지할 수 있는 능력 있는 직원 필요

< TIP >

- 무조건적인 현지화 추구보다는 철저한 시장조사를 통한 브랜드 고유의 차별성을 강조하는 정책수립
- 파트너와의 지속적이고 신뢰할 수 있는 관계 정립 방안 필요

나. 교촌치킨

(1) 기업현황

- 기업명 : 교촌에프앤비(주)
- 브랜드명 : 교촌치킨
- 업 종 : 치킨
- 홈페이지 : www.kyochon.com
- 현지기업명 : 와하나(Wahana)그룹
- 진출일 : 2014.2
- 진출방식 : 마스터 프랜차이즈
- 현지 매장수 : 7(2018)

(2) 기업소개

- 교촌치킨은 1991년 구미시에서 교촌통닭으로 시작하여 후라이드 치킨과 양념치킨 밖에 없던 시장에서 간장 마늘 소스라는 새로운 메뉴개발을 통하여 대한민국 대표 토종 치킨브랜드로 성장함
- 2006년 11월 미국 현지 법인(kyochon usa inc) 설립을 시작으로 국내를 넘어

미국, 중국, 필리핀, 인도네시아, 태국, 말레이시아 6개국에 총 27개(2018년 12월 기준)매장을 개설함

- 교촌치킨은 교촌의 무한한 가능성을 가지고 맛에 대해 오직 한 길을 달려 나가는 글로벌 기업의 리더로써 국내를 넘어 세계인이 함께하는 브랜드 "교촌", 세계 입맛의 기준이 되는 "교촌"이 되는 것을 목표로 하고 있는 외식전문기업임

(3) 진출현황

(가) 진출배경

- 2013.4월 인도네시아 와하나(Wahana)그룹과 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하고 본격적으로 인도네시아에 진출함
- 와하나 그룹은 인도네시아에서 호텔, 식음료, 부동산, 팜유 농장, 광산개발, 오토바이 및 자동차 수입 및 배급 등 다양한 사업을 하고 있는 기업으로 교촌에프앤비(주)와 와하나 그룹은 와하나 그룹의 인도네시아의 사업경험과 네트워크를 통하여 교촌치킨을 인도네시아 제1의 외식 브랜드로 만든다는 계획을 하고 있음

(나) 진출연혁

- 2013년 인도네시아 와하나(Wahana)그룹과 마스터 프랜차이즈 계약을 체결
- 2014년 자카르타 퍼시픽 플레이스 몰(Pacific Place Mall)에 교촌치킨 1호점 개점
자카르타 코타 카사블랑카 몰에 2호, 간다리아 시티 몰에 3호점 개점
- 2014년 국내 치킨업체 최초 이슬람 할랄 인증 획득

(다) 진출전략

1) 현지화와 치킨 시장현황

- 인도네시아에서도 소고기는 비싼 편에 속하기에 닭요리 소비가 매우 높음. 닭요리는 인도네시아에서도 국민 요리급의 위상을 지니고 있어, 전국 어디를 가더라도 그 지역에 맞게 조리된 아얌 고렝(Ayam Goreng, 튀긴 닭이라는 뜻이며, 한국식 프라이드 치킨과 유사)이 있어서 현지인들의 큰 사랑을 받고 있음

- 하지만 수많은 변형 조리법을 가지고 있는 한국의 프라이드 치킨과는 달리, 아얌 고렝은 튀김옷 없이 닭을 튀긴 후에 여러 가지 소스 및 야채를 함께 곁들여 먹는 것으로 단순하여 다양한 소스와 방법으로 조리하는 한국의 치킨이 현지에서 매우 인기가 있음
- 한국에서는 프라이드 치킨을 점심이나 저녁 식사대용으로 먹는 경우는 다소 드물지만, 인도네시아에서는 치킨 한두 조각과 나시(Nasi, 쌀밥)으로 한 끼 식사를 즐기는 경우가 많음. 심지어 KFC에서도 튀김닭과 함께 나시를 세트 메뉴로 제공하고, 햄버거로 유명한 맥도날드도 햄버거가 주요 메뉴가 아닌 프라이드 치킨과 나시 세트를 주 메뉴로 취급하고 있음
- 교촌치킨도 교촌의 대표 메뉴인 교촌, 레드, 살살, 허니 시리즈 등 한국의 맛을 기본으로 인도네시아 현지에 맞춘 치킨 스테이크(닭갈비), 사떼(닭꼬치) 등 새로운 메뉴를 추가하여 현지화 하고 있음

2) 할랄 인증

- 2014년 교촌에프앤비(주)는 교촌소스, 핫소스, 허니소스 등 소스 3개 품목에 대해 세계 60여 국가에서 생산되는 제품을 인증하는 세계적 할랄 인증기관인 미국 이슬람 식품영양협의회(IFANCA)로부터 할랄 인증을 받음. 교촌치킨의 할랄 인증은 국내 치킨 프랜차이즈 업계 최초로 글로벌 할랄 인증을 받은 사례임
- 이슬람 국가 소비자들은 할랄 인증을 받은 제품에 높은 신뢰를 가지고 있으며, 할랄은 제품과 그 원재료의 안전성을 엄격하고 까다롭게 심사하기 때문에 비이슬람 문화권에서도 안전하다고 인정받음
- 교촌치킨은 이번 글로벌 할랄 인증을 통하여 무슬림 인구가 많은 말레이시아, 인도네시아의 시장 확대에 나선다는 계획임

3) 입지전략

- 교촌치킨은 현지인들에게 고급 브랜드로 자리매김하기 위한 전략으로 퍼시픽플레이스 몰, 간다리아 시티몰, 카스블랑카 몰, 폰독인다 몰, 끌라빠 가딩 몰, PIK Avenue, 글로독 지역 등 모두 최상급 몰 혹은 상업지구에 매장을 입점하고 있음

4) 마스터 프랜차이즈

- 교촌의 해외 사업은 품질관리를 위하여 개인으로 운영하는 가맹점 개설을 제한하고 '마스터 프랜차이즈'계약을 통해 이루어지고, 특정국가/지역별로 현지 노하우를 갖춘 파트너에게 독점권을 부여함

- 계약은 주로 국가 단위로 이루어지고, 해외 파트너들은 일반적으로 다음과 같은 조건을 충족하고 있어야 함
 - ① 외식업, 레스토랑 운영에 대한 열정
 - ② 해외 현지 시장에 대한 광범위/포괄적인 이해도
 - ③ 최소3년 이상의 F&B 또는 프랜차이즈 사업경력
 - ④ 안정적 성장을 위한 사업초기 자금조달 능력
 - ⑤ 부동산(입지)확보 및 개발능력

5) 한류 마케팅 활용

- 교촌치킨은 인도네시아에서 K-Pop 스타 중 인기가 많은 슈퍼주니어를 광고 모델로 하여 마케팅을 활발하게 진행하고 있음. 슈퍼주니어 등 K-Pop을 모티브로 한 매장 컨셉은 현지인들에게 교촌치킨은 프리미엄 치킨 요리임과 동시에 트렌디하다는 느낌을 전달하고 있음
- 교촌치킨은 현지에서 인기있는 K-Pop의 이미지를 통하여 인도네시아에서 고급 음식점, 프리미엄 프라이드 치킨점으로 자리 매김하고 있음

< TIP >

- 할랄 인증 등 해외진출을 위한 철저한 준비과정이 필요
- 사전 시장조사를 통한 현지시장에서 브랜드의 포지셔닝과 사업계획 수립이 필요

다. DUNKIN' DONUTS

(1) 기업현황

- 기업명 : Dunkin' Brands, Inc
- 브랜드명 : Dunkin' Donuts
- 업종 : 도너츠, 커피
- 홈페이지 : www.dunkindonuts.com
- 현지기업명 : 인도네시아 던킨도너츠(Dunkin' Donuts Indonesia)
- 현지법인 설립일 : 1985
- 진출방식 : 직접진출
- 현지 매장수 : 약 255개(2014)

(2) 기업소개

- 던킨 도너츠는 '가장 좋은 상품을 가장 신선한 상태에서 판매한다' 는 기업이념 하에, 50년 이상의 역사를 가진 세계 최대의 도너츠 & 커피 전문 브랜드임

- 1948년 메사추세츠주의 퀸시(Quincy)에서 'Open Kettle' 이라는 이름으로 첫 점포를 열었으며, 당시에는 도너츠만 제공하던 도너츠매장과 달리 빌 로젠버그는 다양한 도너츠 개발과 질 좋은 커피 빈 공급하여, 1955년에 가맹 1호점을 개설하였음.
- 2018년 현재 31개국에 대략 8,800개의 매장을 가지고 있으며, 이 중 6,400개의 매장은 미국 내에 있는 것으로 추산되고 있음
- 던킨 도너츠의는 52가지의 다양한 도너츠와 베이글 빵, 아침 식사용 샌드위치 등과 12가지 종류의 고품질 커피와 음료를 판매하고 있음
- 1970년부터 던킨도너츠는 미국을 벗어나 글로벌 시장으로 진출하기 시작하여, 1970년에는 일본에 1호점을 개점했으며, 1978년에는 첫 TV광고를, 1979년에는 방콕에 세계 최대의 도너츠 전문 매장을 운영하기 시작하고, 세계적 식품 회사인 엘라이드도메크(Allied Domecq)에서 인수하며 본격적으로 국제적인 브랜드로 성장하기 시작함
- 던킨 도너츠는 세계 10대 프랜차이즈 중 7위를 차지하고 있을 정도로 시장 점유율이 높은 세계적인 프랜차이즈기업임

(2) 진출현황

(가) 진출 방식

- 1985년 던킨 도너츠는 인도네시아 자카르타의 Hayan Wuruk가에 첫 매장을 개점하여, 2014년 기준 255개로 확장됨. 인도네시아에서 던킨 도너츠는 던킨 도너츠라는 세계적인 브랜드를 활용하여 적극적인 동시에 여러 개의 점포를 열어 매장을 통한 제품 및 브랜드 홍보하는 다 점포 전략을 추구함
- 인도네시아에서 던킨 도너츠는 합작이나 마스터 프랜차이즈가 아닌 Dunkin'Donuts Indonesia에 의해 직접 운영됨
- 인도네시아 던킨 도너츠는 유동인구가 많은 대형 쇼핑몰 및 전자상사가 입점하고 조금 높은 가격 정책을 유지하여 중상위층을 주 고객층으로 하고 있음

(다) 진출전략

1) 할랄 인증

- 던킨 도너츠는 2009년 12월 도너츠 분야에서 프리미엄 할랄 자격증을 MUI (Majelis Ulama Indonesia : 할랄제품 인증협회)로부터 취득함

- 할랄 인증을 한다는 것은 무슬림이 86%인 인도네시아에서 보다 안심하고 선택할 수 있는 먹거리라는 인식을 심어줌

2) 부카 뿌아사(Buka Puasa) 특별메뉴 개발

- 인도네시아에서는 무슬림들은 뿌아사(라마단 기간, 이슬람교 금식기간)동안에는 매일 해가 떠있는 동안에 어떤 음식이나, 어떤 음료를 먹지 않고, 담배를 피거나 술을 마시지 않음. 그리고 Maghrib에서 기도소리가 흘러나오면 금식을 끝내고 음식을 먹거나 음료를 마시기 시작하는데 이 금식을 끝내는 것을 인도네시아에서는 'Buka Puasa'라고 부르며 금식을 열다라는 뜻이 있음.
- 이 기간 동안에는 장기간 음식을 먹지 않은 상태이므로 처음에는 부드러운 음식이나 당이 많은 음식으로 시작하여 음식을 주로 먹음
- 던킨 도너츠는 금식해제(Buka Puasa)를 겨냥한 특별메뉴를 만들어 판매하고 있음

3) 조식 메뉴 판매

- 인도네시아에서 던킨 도너츠의 영업시간은 오전 6시부터 10시로 이는 인도네시아 생활습관을 반영한 매장 운영전략임

< TIP >

- 이미 세계적으로 널리 알려져 있는 브랜드 파워를 바탕으로 동시에 여러 개의 점포를 개점하여, 개점 된 점포를 통해 제품이나 브랜드를 홍보하는 다 점포전략으로 가맹사업 진행
- 현지에 맞는 메뉴개발이나 영업시간 등 적극적인 현지화 추진

라. 뚜레쥬르(Tous Les Jours)

(1) 기업현황

- 기업명 : CJ푸드빌
- 업 종 : 베이커리
- 홈페이지 : www.tlj.co.kr / www.tlj.co.id
- 현지기업명 : CJ FOODVILLE BAKERY AND CAFE INDONESIA(2017.3월 설립)
- 진출일 : 2011.12
- 진출방식 : 직접진출
- 현지 매장수 : 54개(2018 기준)
- 브랜드명 : 뚜레쥬르

(2) 기업소개

- Tous Les Jours(뚜레쥬르)는 CJ그룹의 비즈니스그룹 인 CJ Foodville이 소유하고 있는 대한민국 대표적인 베이커리 브랜드임(※ Tous Les Jours는 프랑스어로 '매일'을 의미함). CJ Foodville은 뚜레쥬르, 투썸플레이스, VIPS, 비비고 등의 다 브랜드를 운영하고 있음
- TOUS les JOURS는 좋은 재료를 자연스러운 베이킹 방법과 결합하여 매일 모든 매장에서 신선한 구운 제품을 고객들에게 제공하고 있음
- Tous les Jours는 2004년 미국 시장에 진출하여 해외 진출을 시작했으며 2011년 인도네시아 자카르타에 인도네시아 매장을 오픈하는 등 대한민국 및 세계 7개국에서 300개의 매장을 운영하고 있는 글로벌 브랜드로 발전하였음

(3) 진출현황

(가) 진출연혁

- 뚜레쥬르는 2011년 인도네시아에 진출한 이후 자카르타 중심으로, 2015년 12월에는 자카르타 남쪽 행정·경제 도시 보고르에, 2016년에는 제2의 도시 수라바야에 진출해 매장을 개설하는 등 매우 적극적으로 프랜차이즈 사업을 진행하고 있음. 현재까지 인도네시아 내 한국 베이커리 브랜드는 뚜레쥬르가 유일함
- 2011년 뚜레쥬르 인도네시아 자카르타 자카르타의 핵심 상권인 스냐안시티몰

과 클라파가딩몰에 각각 1, 2호점 개점(모두 본사 직영점)

- 2012년 서부 자카르타 최대 쇼핑몰인 '몰 센트럴 파크(Mall Central Park)'에 55평 규모로 개점(8호점)
- 2013년 새로운 개념의 뚜레쥬르 매장 '치토스점'(15호점) 개점
- 2016년 남부의 행정관광 도시 보고르시에 '보타니 스퀘어점'(19호점) 개점
- 2017년 인도네시아에 법인(CJ FOODVILLE BAKERY AND CAFE INDONESIA)을 설립(3월)
- 2017년 수라바야(Surabaya) 주안다국제공항(Juanda International Airport) 개점
- 2018년 인도네시아에 '뚜레쥬르' 제빵공장을 설립 추진

(나) 진출전략

1) 현지화 및 고급화 전략

뚜레쥬르는 점포에서 즐서서 사먹는 사람의 90% 이상이 현지인일 정도로 현지화에 성공함

- 프리미엄 베이커리 카페
단순히 빵만 파는 것이 아닌 커피를 함께 마시는 카페형 베이커리 컨셉이 현지에서 인기를 얻음. 고급스러운 매장 인테리어와 편안한 서비스, 차별화된 제품이 현지인의 정서에 파고 듦. 인스타그램 등 SNS 문화가 발달한 점을 감안해 제품과 매장 인테리어 등의 비주얼측면도 강화함
- 현지에 맞춘 제품출시
인도네시아 뚜레쥬르의 인기 메뉴로는 '한국식 단팥빵'이 대표적임. 인도네시아에서는 이슬람 문화권 특성 상 남성들도 술과 담배를 즐기지 않아 단맛을 선호하는 경향이 높아 한국식 단팥빵은 꾸준히 제품 판매량 1위를 차지하고 있음. 이러한 단팥빵을 비롯해 프리미엄 패스츄리와 건강빵 등 인도네시아 사람들이 그 동안 경험하지 못했던 차별화된 제품들이 선풍적인 인기를 얻음
- 갓 구운 신선한 제품
갓 구운 신선한 제품을 고객이 즐길 수 있도록 '갓 구운 빵 코너'를 만들고, 시간대별로 빵을 구워내 고객들에게 좋은 반응을 얻음. 최근 급증하는 건강중시 트렌드를 겨냥하여 신선한 빵으로 만든 샌드위치, 델리 메뉴를 대폭 강화하고, 현지 과일과 채소로 갓 짜낸 착즙 주스를 도입함

2) 진출 방법

- 뚜레쥬르는 인도네시아에 마스터 프랜차이즈나 합작방식이 아닌 직접 진출하고 있음
- 특히 CJ그룹은 외자기업의 한계를 극복하기 위해 인도네시아 정부 및 재계와 '동반자 관계' 이미지를 구축하는데 주력하고, 단기적 사업성과를 따지기 보다는 현지 우수 인재를 고용하고 인력 양성에 매진하는 등 중장기적 경영 전략으로 사업 성공의 초석을 다짐
- CJ그룹의 인도네시아 공략 3대 키워드는 ① 적극적인 투자, ② 맞춤형 현지화, ③ 미래를 보는 사업전략으로, 이 같은 비결로 인도네시아 시장에 접근했고 큰 성과를 거두고 있음. 특히 인도네시아 정부는 CJ를 '현지 진출에 성공한 한국 기업'이라 호평하며 투자 및 사업 진출을 꾀하는 다른 한국 기업들에 대한 '롤 모델'로 꼽고 있음
- 그중 맞춤형 현지화 전략'은 성공의 중요한 요인으로 꼽히는데, CJ그룹은 인도네시아의 종교와 문화를 이해하고 이를 근무 환경에 반영하는 한편, 진정성 있는 사회공헌 활동에 매진해왔고, 인도네시아에 본격적으로 진출하기 수 년 전부터 직원들을 보내 상권은 물론 사회문화적인 특성 등에 대한 철저한 조사와 분석을 진행함
- CJ그룹은 인도네시아를 집중 투자지역으로 선정하여 2017년 인도네시아에 법인(CJ FOODVILLE BAKERY AND CAFE INDONESIA)을 설립하고 2018년 인도네시아에 제빵공장 설립을 추진함. 특히 제빵공장은 중국에 이은 CJ푸드빌의 두 번째 해외 공장으로 신설되는 공장은 뚜레쥬르 현지 매장에 기초 반죽과 일부 완제품을 만들어 공급하는 역할을 할 담당하여 현지 시장 확대에 적극적으로 대응할 계획임

3) 입지전략

- 뚜레쥬르는 프리미엄 베이커리 카페를 브랜드 포지셔닝으로 하여 인도네시아 시장 진출 초부터 유동인구가 가장 많은 핵심 상권이나 중산층 이상 거주지역에 있는 최대 규모 쇼핑몰인 스냐안시티몰과 클라파가딩몰에 각각 1, 2호점을 개점함
- 새로운 고급컨셉인 치토스점은 자카르타 남부 최대 식음료 쇼핑몰인 시안닥(Ciandak) 타운 스퀘어에 입점함. 시안닥(Ciandak) 타운 스퀘어은 오피스와 주거 지역이 공존하고, 소비 수준이 높은 중산층과 외국인 고객이 많은 핵심 상권에 의하여 있음
- 수라바야(Surabaya)점은 인도네시아에서 2번째로 큰 규모의 공항인 주안다

국제공항(Juanda International Airport)에 입점함. 주안다국제공항 터미널 2의 하루 이용객은 2만 명에 달하고, 뚜레쥬르 외 스타벅스, 파파이스, 버거킹과 같은 글로벌 유명 브랜드가 입점하여 있음

- 4호점은 자카르타 내 신규 최고급 쇼핑몰인 꼬따 카사블란카(kota kasablanka mall)에 입점함. 꼬따 카사블란카(kota kasablanka mall)는 자카르타 내 주요 상권 중 하나로 오피스와 고소득층 주거 단지로 이뤄져있어 트렌드에 민감하고 프리미엄 제품에 대한 선호도가 높은 상권으로, 4호점은 약 60평 규모의 대형 매장으로 인도네시아 매장 중 가장 큰 규모를 자랑하는 카페형 베이커리 매장임

4) 한류 마케팅 활용

- 뚜레쥬르는 인도네시아 고객을 한국으로 초청하는 이벤트를 하는 등 현재 동남아시아의 '한류 베이커리' 열풍을 일으키며 베이커리 시장의 글로벌 브랜드로 자리매김하고 있음.
- 한국을 방문한 인도네시아 고객들은 CJ푸드빌의 다양한 브랜드를 체험하고, 한국의 전통미를 느낄 수 있는 국립민속박물관과 경복궁, 인사동 거리 투어를 하였고, 한류의 중심을 이루고 있는 K-POP 체험을 위한 CJ E&M의 엠카운트다운 방청과 <겨울연가> 촬영지인 남이섬 등 방문함

< TIP >

- 철저한 사전 시장조사와 체계적인 진출계획 수립
- 현지 고객에 맞는 제품선정, 서비스, 매장운영 등 현지화 전략 필요
- 마스터 프랜차이즈나 합작방식이 아닌 독자적인 진출 시 관련 기관이나 언론 매체 등과의 유대관계 형성이 중요

해외 주요국 프랜차이즈 법률정보 조사

2018년 12월 인쇄

2018년 12월 발행

편저·발행



농림축산식품부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

전라남도 나주시 문화로 227 한국농수산물유통공사

TEL: 061)931-0743 FAX: 061)804-4540

보고서 작성



프랜차이즈산업연구원

The Institute for Franchise Industry Studies

서울시 서초구 신반포로 314 임송빌딩 5층

TEL: 02)2233-4777 FAX: 02)2233-8985

동 자료는 The외식(<http://www.atfis.or.kr>) 사이트를 통해
무료로 다운받아 볼 수 있습니다.

⑤ 공공누리 제4유형의 개별조건



출처표시

이용자는 공공저작물을 이용할 경우, 다음과 같이 출처 도는 저작권자를 표시해야 합니다.

ex) 공공누리에 따라 000(공공기관의 명칭)의 공공저작물 이용 온라인에서 출처 웹사이트에 대한 하이퍼링크를 제공 하는 것이 가능한 경우에는 링크를 제공하여야 합니다.

이용자는 공공기관이 이용자를 후원한다거나 공공기관과 이용자가 특수한 관계에 있는 것처럼 제3자가 오인하게 하는 표시를 해서는 안됩니다.

상업적 이용금지

비영리 목적으로만 이용 가능

상업적 이용이 금지된 공공물저작물은 영리행위와 직접 또는 간접으로 관련된 행위를 위하여 이용될 수 없습니다. 다만, 별도의 이용을 허락 받아 공공저작물을 상업적으로 이용하는 것은 가능합니다.

변경금지

저작물을 변경 혹은 2차 저작물 작성금지

공공물저작물의 변경이 금지될 수 있습니다. 또한 내용상의 변경 뿐만 아니라 형식의 변경과 원저작물을 번역·편곡·각색·영상제작 등을 위해 2차적 저작물을 작성하는 것도 금지 대상 행위에 포함됩니다.